

서유럽의 고성능타이어 시장

회 지 과

여름용 자동차 타이어 분야는 표준(standard), 성능(performance), 고성능(hp: high performance), 그리고 초고성능(uhp: ultra high performance) 타이어 4가지 부문으로 나뉘어 진다. 각각을 구분하는데 있어서 어떤 부분이 어디부터 시작해서 어디에서 끝나는지 명확히 말하기는 쉽지 않은데 고성능 타이어와 초고성능 타이어의 구분에 있어서는 특히 그러하다.

이처럼 구분이 어려운 이유는 어떤 모델에 있어 이용 가능한 엔진 파워가 여러 가지가 있기 때문인데 특히 유럽의 거리에서 고마력 자동차 (high-horsepower vehicle)의 수는 빠르게 증가하고 있다. 전통적으로 유럽의 도로를 장악하던 것으로 생각되던 고성능 지향 자동차들은 지금은 고마력 엔진 (high-horsepower engines)과 초고성능 타이어를 필요로 하는 고속 장치 등을 장착함으로써 다양성을 띄고 있다. 예를 들어 Audi사의 새로운 제품인 A4는 size 235/45R 17Y 신차용(OE) 타이어가 장착되어 있는데 이 타이어는 명백히 초고성능(uhp) 타이어 범주에 속한다.

이러한 경향을 따라 초고성능 타이어는 페라리(Ferrari), 로투스(Lotus) 또는 포르쉐(Porsche)와 같은 슈퍼 스포츠 카 뿐만 아니라 푸조(Peugeot), 로버(Rover) 그리고 도요타(Toyota)와 같은 정상의 모델 자동차에도 장착된다.

타이어 제조업체는 거의 배타적으로 '스포티(sporty)'한 성능 향상을 위한 개발에 치중하면서, 스포츠 카 타이어들을 주된 상품으로 앞세우는 경향이 있었다. 또 이런 경향은 수요자의 요구와 맞아 떨어졌다. 그러나 지금은 고품격 차를 또한 초고성능 타이어를 장착할 필요가 생겼고 성능과 안락함의 사이에서 그 타협점을 찾음으로서, 수요자들의 요구는 바뀌었다.

주지해야할 또 다른 요소는 자동차 자체가 바뀌었다는 것이다. 이러한 자동차의 변화는 제조업체들이 어떤 시장을 목표로 하느냐에 달려있는데, 명백한 예가 미국이나 속도 무제한 도로인 아우토반이 있는 독일에서 운전자들의 다양해지는 요구이다. 유럽 차 메이커들이 미국 수출을 위해서 종종 사계절 타이어를 나타내는 상징으로 고풍택 크롬 휠 - 유럽에선 사실 잘 알려지지 않았다 - 과 안락한 타이어의 콤비네이션으로 그 방향을 선택한 것은 드문 일이 아니었다. 그러나 유럽에서 휠은 이제 광택을 잃고, 타이어는 더욱 스포티 해지며 사계절 타이어는 유럽의 어떤 신차용 타이어 제조업체의 판매 리스트에도 보이지 않는다.

타이어 제조업체들의 제조 프로그램이 종종 고성능 타이어와 초고성능 타이어 부분과 겹치기 때문에 그 두 범주의 명백한 경계선을 설정하는 것은 매우 어려운 일이다. 그렇지만 속도 등급과 편평비를 이용하여 대략적인 윤곽을 잡는 것은 가능할 것이다. 이렇게 대략적으로 판단해 보면 고성능 타이어와 초고성능 타이어의 경계선은 대략 50-55 씨리즈 정도이고 H등급 타이어는 고성능이며, 반면에 W, Y 그리고 Z 등급 타이어는 명백히 초고성능 타이어이다. V 등급 타이어는 보통 초고성능 범주에 포함된다.

우리는 앞서 미국과 독일을 비교하는 예에서 소비 시장의 요구사항이 매우 다양해지고 이것은 소비자에게도 역시 적용된다는 것을 보았다. 근래에 들어 유럽의 초고성능 타이어 제조업체의 가장 큰 소비자는 자동차 메이커들이다. (그림 1 참조) 소형차와 준 소형차는 현재 치열한 가격 경쟁을 겪고 있다. 그럼에도 불구하고 독일을 비롯한 몇몇 나라에서는 새로운 자동차 생산에 있어 현저한 감소를 보이고 있다.

반면에 높은 가격에도 불구하고 대형과 고품격 차들의 판매는 매년 20% 정도나 증가하고 있다. 특별한 장치가 적거나 아예 없는 low-spec 하고 값싼 자동차들은 판매될 여지없이 재고가 되어질 운명에 놓여있다.

카 메이커들이 가능한 어떤 틈새시장도 놓치지 않으려 하면서 자동차 모델의 전통적인 패턴을 변화시키고 있다. 심지어 그들은 새로운 틈새 시장을 창출하려고 하고 있는데 이러한 경향으로 소위 “국경을 초월한 디자인 (cross-over-design)”이란 문구가 생겼다. 오늘날 새로운 모델 중에는 off road 자동차와 지붕 없는 자동차(roadster)의 특징을 가진 것을 볼 수 있다. 틈새시장을 개발한다는 것은 자동차의 종류가 많아진다는 것을 의미한다. 그 예로 Mercedes는 S, E, C 그리고 A 클래스 자동차를 off-road G 클래스와 SUV/M 클래스에 결합했고 현재 SLK와 CLK와 같은 새로운 라인을 가지고 있다.

틈새 시장을 겨냥하는 경향은 개별성을 지향하고 운전을 취미로 하는 이들에게 더 많은 즐거움을 줄 수 있으므로 최종 사용자에게는 반가운 것이다. 몇 년 후에는 신차에 대해서 낮은 회전 저항력을 가진 타이어가 강조될 것이다.

그림 1을 보면 초고성능 타이어 신차용 판매 증가는 완만해지고 교체용 타이어 판매는 계속 성장한다는 것을 알 수 있다. 신차용 부분이

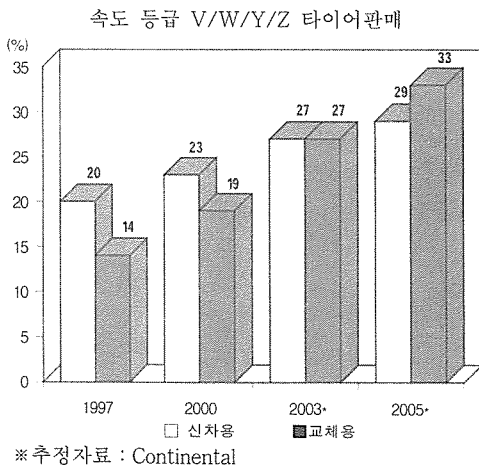
초고성능 타이어 판매의 주된 분야를 차지하고 있는 이러한 추세는 수년 내에 뒤바뀔 것이다. 타이어 판매자에게 또 다른 반가운 소식은 초고성능 타이어 분야에서 자동차의 수명이 길어진다는 점이다. 예를 들면 포르쉐는 사고가 나지 않는 한 페치의 필요성을 못 느끼며, 제규어(Jaguar)는 심지어 수명의 두 배가 넘어도 여전히 좋은 운행을 하고 있다.

고성능 타이어 시장에 영향을 주는 또 다른 것은 모터 스포츠의 인기가 높아진 다는 것이다. 80년대 초 모터스포츠는 주로 열광적인 소수의 팬들에게 국한된 관심거리였다는 것은 주지의 사실이다. 그러나 오늘날 이러한 추세는 모두 변했다. 투 도어의 세단(touring car) 씨리즈나 특히 막대한 돈이 오가는 공식적인 자동차 경주인 Formula 1 circus가 등장하면서, 많은 사무실에서 월요일 아침에 주말 동안 있었던 자동차 경주와 Schumacher, Coulthard 등의 성능에 관한 것이 화제로 오르게 되었다.

초고성능 타이어 운전자들은 무엇보다도 모터 스포츠와 자동차 튜닝에 더 많은 관심을 갖게 되었다. 그들은 자기스스로를 TV에서 혹은 실제 카 레이스 경기장에서 내달리는 프로들의 모습을 즐기는 스포티한 운전자로 여기는 사람들이다. 브릿지스톤과 미쉐린은 특히 초고성능 타이어 제품으로 그들의 Formula 1 자동차 레이스에서 많은 수익을 올릴 것이다. 브릿지스톤과 미쉐린의 야구 모자를 쓰고, 삼페인 세례를 받으며 연단 위에 선 승자들의 모습은 세계 수백만 사람들이 보게 될 것이다.

미국에서 투도어 세단, 자동차 랠리 그리고 전문 경주용 자동차 씨리즈가 주목을 끌면서 다른 브랜드들도 더욱 스포티한 이미지를 개발하려 하고 있다. 이러한 경향은 몇 가지 예로 쉽게 설명 되는데, 굳이언는 새로운 UK ASCAR 경주 씨리즈에 대한 제동 타이어로 개발 되었으며, 또한 영국에선 요코하마가 소년 경주용 자동차 부분에서 명성을 얻고 있다. 이렇게 요코하마가 명성을 얻는데는 요코하마 타이어가 장착된 자동차가 90년대 초에 4년 연속 영국 touring car 챔피언을 차지한 사실이 적지 않게 기여했을 것이다. 근래에 와서 미국에선 파이어 스톤사가 모터 스포츠의 타이어 메이커로 유명해졌다.

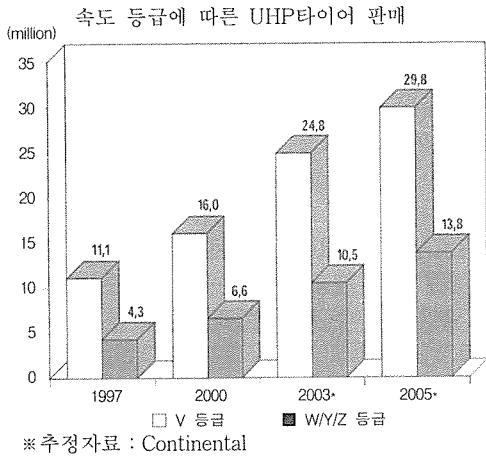
〈그림 1〉 서유럽의 여름용 타이어 시장



모터 스포츠에 흥미를 가진 소비자들은 그들의 타이어에 대해 특별한 관심을 갖고 더 많은 것을 알려는 경향이 있다. 그들에게 가격은 성능만큼 중요하게 여겨지지 않아서, 타이어 판매자는 최상급 제품을 파는데도 그리 어려움을 느끼지 않는다.

그림 1은 서유럽 여름용 타이어 시장 내에서의 변화를 보여주는 반면에, 그림 2는 교체용 타이어 시장에서 판매되는 초고성능타이어의 수량을 보여준다.

〈그림 2〉 서유럽의 교체용타이어 시장



몇 년 전만 해도 주요 타이어 메이커들은 판매사가 틈새시장 진출용으로 수천 개의 17인치 타이어를 주문할 지도 모른다는 예측으로 부산했다. 사람들이 우려했던 생산에 관해선 결국 장기 조업을 한 메이커들이 수익을 올렸다.

독일에서, 몇몇의 합금 휠 회사와 소규모 튜닝 회사는 초고성능 타이어 분야의 잠재력을 인식하고 새로운 시장을 개척했다. 일반적인 롤이 널리 퍼졌는데, 이는 “표준보다 2인치 더 크게”라는 것이었다. 자동차 제조업체들은 수익 높은 새로운 시장의 탄생을 인식하고 곧 참가했다.

요즘 16인치 타이어는 보통 초고성능 타이어 시장에서는 가장 작은 것이다. 17과 18인치 타이어가 시장을 장악하고 있고, 19와 20인치 타이어는 여전히 상대적으로 드물다. 편평비 55와 50 시리즈는 일반적인 크기지만 30 시리즈와 같이 낮은 타이어도 장착할 수 있다.

이러한 경향은 계속되어 21, 22, 23인치 타이어가 중형비 25 씨리즈로 제조되었다. 그러나 “2인치 더 크게”라는 롤이 항상 실효성이 있는 것은 아니다. 몇몇 자동차에는 이미 제조업자의 튜닝으로 20인치 휠과 저편평 초고성능 타이어가 장착되었는데, 이러한 자동차는 기술적인 측면에서 보면 그보다 더 큰 타이어를 장착하고는 운행할 수 없을 것이다. 그러므로 앞서 언급한 “표준보다 큰 크기”는 단지 Lexus LX, BMW X5 또는 Mercedes M-class와 같은 SUV 차량에만 적합할 것이다.

그림 2에서 보여 주듯이 V 속도 등급의 타이어 판매가 폭발적인 것 같다. 지난해 여름용 타이어 판매의 19%가 V등급이었으나 2005년에는 V등급의 판매는 27%증가할 것으로 추정된다. W, Y 그리고 Z 등급의 타이어는 2000에 11%를 차지했는데 2005년에는 16%가 될 것으로 예상된다.

높은 속도 등급의 타이어 분야에선 유수 타이어 업체들이 장악하고 있으나, V 등급 타이어 분야에 있어서는 그다지 잘 알려지지 않은 브랜드도 어느 정도의 판매 수익을 올릴 것으로 보인다. 하지만 현재 고성능 타이어 분야에서 가격에 대한 정보가 울리고 있다. 한때 수익률 좋은 시장이었던 고성능 타이어 분야에서 가격의 중요성이 배가되어 영국에서는 225/50 R 16 최고급 브랜드 타이어가 20년 전 도매 가격의 반 가격이 되었다.

1999년 서유럽의 V,W,Y 그리고 Z 등급 타이어의 판매량은 2억개를 초과했었는데 2005년까지 이 판매량은 배로 증가할 것으로 보인다. 판매량으로 볼 때 독일이 가장 규모가 큰 시장이다. 오늘날 유럽에서 팔리는 초고성능 타이어 세 개중에 한 개는 독일사람이 사는 것이다. 하지만 독일은 팔리는 수량에 있어서만 선두이고, 전반적으로 타이어 시장에서 차지하는 초고성능 타이어의 퍼센티지로 판단하면 지난해 초고성능 타이어는 독일 시장의 30%를 차지했다. 시장에서 초고성능 타이어가 차지하는 퍼센티지 면에서의 선두는 38%로 스위스였다. 대조적으로 영국에서 V에서 Z까지의 등급 타이어는 그 시장의 21%를 차지하는 반면 서유럽의 평균치는 19%였다.

〈자료 : 영국 「Tyres & Accessories」 2001. 6월호〉