

Michelin의 2002년도 3/4분기 실적

이 원 택*

참 조

- 2002년도 3/4분기 종료시점의 연결 매출액은 117억 유로, 환율변동을 제외한 매출액은 전년대비 2.7%증가
- 3/4분기동안 저조한 세계 경제환경 가운데서도 실적은 2002년도 당초목표대로 달성될 예정

있는 환율시세의 변동에 맞추어 조정하면 매출액은 2.7% 증가하였다. 사업부마다의 실적대비에 의해 판매수량(톤 기준)은 2.5% 증가하였다. 순매출액이 증가한 요인은 다음과 같다.

① 환차손에 의한 2.7%의 감소. 전체적으로 보면 이것은 미국 달러화와 남미의 통화가 같은 정도로 영향을 미친 결과이다.

② 판매량의 신장에 의하여 2.1%증가하였다.

③ 가격안정으로 인한 영향(환율고정의 지수 기준). 여러 해에 걸쳐 기록된 가격효과의 개선이 계속되었다. 다만 전년동기와 비교하여 보면 신차용시장에서의 매출증가가 교체용 시장보다도 컸었기 때문에 마이너스 효과에

1. 총매출액 비교분석

2002년 9월 30일 3/4분기 종료시점에서 매출액은 2001년 동기와 거의 변함없이 안정되어

단위:100만유로	2002년 1월~9월		2001년 1월~9월	
연결매출액	11,686.2		11,702.0	
환차익을 제외한 금액	N/A		11,382.0 ¹	
	2002년도 3/4분기		2001년도 3/4분기	
연결매출액	3,865.2		3,991.6	
환차익을 제외한 금액	N/A		3,756.0 ²	
	2002년 1월~9월		2002년도 3/4분기	
	전년대비 (2002년 9월30일 누계/ 2001년 9월30일 누계)		전년동기대비 (2002년 3/4분기/ 2001년 3/4분기)	
	100만 유로 누적%		100만 유로 누적%	
	-15.5	-0.1%	-126.4	-3.2%
환 시 세:	-320.0	-2.7%	-235.7	-5.9%
판매수량:	+235.5	+2.1%	+122.6	+3.3%
판매가격:	+1.1	+0.0%	-42.7	-1.1%
연결효과:	+68.0	+0.6%	+29.3	+0.8%

1 : 2001년도 매출액은 2002년 9월 30일 시점의 환율사용

2 : 2001년도 3/4분기 매출액은 2002년 9월 30일 시점의 환율사용

*前 대한타이어공업협회 회지차장

의하여 상쇄되었다.

④ 마지막으로 0.6%의 연결효과가 기록되었는데 이것은 주로 2001년 4/4분기에 처음으로 Michelin Rumania Company와 上海 Michelin 워리어(SMW)가 연결결산 대상이 되었던 것에 따른 것이다.

2. 세계 타이어 시장 현황

전체적으로 보아 3/4분기 타이어 시장은 Michelin의 최근 전망(7월말에 갱신)에 따른 것이었다.

(1) 유 럽

승용차용, 경트럭용 타이어 교체시장은 2002년 3/4분기까지 2.2% 증가하였다. 마스크제품의 감소, 고성능타이어나 4×4 부문에서 대폭적인 증가라고 하는 장기적인 경향이 이어지고 있다. 겨울용 타이어시장은 전년동기대비 15% 가까운 신장을 보였고, 이 시장의 성장을 지탱하는 주 요인이 되고 있다. 증

승용차 경트럭용 (수량)	미쉐린의 교체시장에 관한전망 (2002년)	교체시장 (2002년도 3/4분기까지의 누계)	미쉐린의 신차시장에 관한 전망	신차시장 (2002년도 3/4분기까지의 누계)
합 계	N/A	N/A	N/A	N/A
유 럽 ^c	0%	+2.2%	-3%	+1.1%
북 미 ^d	-1%	-2.9%	+5%	+7.1%
남 미	N/A	-20.8%	N/A	N/A
아시아	N/A	+2.6%	N/A	N/A

트럭용 (수량)	미쉐린의 교체시장에 관한전망 (2002년)	교체시장 (2002년도 3/4분기 까지의 누계)	미쉐린의 신차시장에 관한 전망	신차시장 (2002년도 3/4분기 까지의 누계)
합 계	N/A	N/A	N/A	N/A
유 럽 ^e	-2.7%	-1.9%	-3%	-5.3%
북 미 ^d	+2.6%	+3.6%	+7.5%	+7.7%
남 미	N/A	N/A	N/A	N/A
아시아	N/A	N/A	N/A	N/A

- c : 서유럽(15개의 주요시장)과 동유럽(독립국가공동체제외)
 d : 미국, 캐나다, 멕시코
 e : 트럭용 교체용 타이어는 서유럽(15개의 주요시장), 신차용타이어는 트레일러 없는 트랙터

가요인은 주로 메이커가 딜러에게 판매하는 것에 의한 것이다.

승용차용, 경트럭용 신차시장은 금년도 3/4분기까지의 누계로 1.1% 증가하였다(3/4분기는 5.8% 증가). 단, 금년에 처음으로 유럽의 각 자동차 메이커들이 하계휴가를 반납하고 생산을 계속한 것을 고려할 필요가 있다. 또 서유럽에서는 자동차생산량이 감소하였으나 중유럽에서는 증가하였다.

트럭용 타이어 교체용 시장에서는 서유럽 시장은 3/4분기까지 1.9% 감소하였다. 그러나 이부문의 실적은 4분기마다 점차 신장되어왔기 때문에 이번 3/4분기에서 전년도를 약간 상회하는 수준이 되었다.(3/4분기만으로 보면 전년동기대비 0.7% 증가, 상반기에는 전년동기대비 3.4% 감소).

트럭용 타이어의 신차시장에서는, 1/4분기에는 저조하였으나(전년동기대비 17% 감소), 유럽의 트럭용 타이어 신차시장에서 유럽 이외의 지역으로의 수출이 주로 기여하여 전년도를 약간 상회하는 수준을 유지하였다(3/4분기까지의 합계 5.3%감소, 3/4분기만으로는 1.7% 증가).

(2) 북 미

승용차 경트럭용 타이어의 교체시장은 2002년도 3/4분기까지 9개월간 2.9% 감소하였고, 상반기에 기록한 매출은 0.8%가 감소하였다. 2001년은 Ford가 1,300만개의 Firestone SUV 타이어의 리콜을 실시한 시기에 해당되며, 그 커다란 영향을 염두에 두고 고려하여야 할 것이다.

승용차, 경트럭용 타이어의 신차시장은 2001년 말부터의 경향을 유지하였고, 3/4분기에도 견조한 신장을 보였다. 「SUV」와 「퍼포먼스」 타이어의 성장률은 신차용과 교체용 두 부문 모두 시장평균을 상회하고 있다.

트럭용 타이어의 교체시장은 상반기부터 계속 신장하여 2002년 9월 30일 시점에서 전

년도 동기까지와 비교하여 3.6% 증가하고 있다. 단, 2001년도의 동기는 2000년도 동기대비 7% 이상 감소하고 있다.

트럭용 타이어의 신차시장은 금년도 3/4분기까지 8% 가까운 회복세를 보였다(전년동기에는 32%의 대폭감소). 이 부문이 3/4분기에 큰 이익을 올린 것은 금년 10월 시행된 새로운 배기기준에 의한 「크라스 8」 트럭의 조기 구입이 계속되었기 때문이다.

(3) 남 미

스페인어권(아르헨티나, 베넬수엘라, 칠레 등)의 상황이 불안하였다. 브라질의 경제상황은 악화경향이 더 심해지고 있지는 않으나 대통령선거를 눈앞에 두고 불안정한 상황이 이어지고 있다. 때문에 3/4분기의 브라질 리알 대 미국 달러의 환율은 더욱 저하되었다(전년동기대비 18% 저하).

(4) 아시아

아시아에서는 국가마다 상황이 다르다. 중국과 한국에서는 승용차, 경트럭용 타이어 신차시장이 성장을 계속하고 있다. 중국에서는 승용차 경트럭용 타이어의 교체시장도 마찬가지로 신장하고 있다. 한편 일본시장은 4분기를 통하여 비교적 안정되어 있다.

일본에서는 트럭용 타이어 시장이 저조하여 전년대비 10%나 감소하였다. 중국시장은 특히 래디알 타이어 시장이 강한 성장을 계속하고 있다. 태국의 경제도 양호하다.

(5) 중동/아프리카 지역

터키는 경제상태의 개선에 이어 매출도 회복되어 승용차, 경트럭용 타이어 시장과 트럭용 타이어 시장이 호조를 보이고 있다.

3. Michelin의 사업부문별 실적

(1) 승용차, 경트럭용 타이어

승용차, 경트럭용 타이어 부문은 최근 2년간 정기적으로 실시해온 가격인상과 카테고

순매출액	2002년도 3/4분기까지의 누계 (단위:100만유로)	전년동기대비 증감률(%)
그 룹	11,686.2	-0.1%
승용차 경트럭용	5,948.8	+0.3%
트럭용	2,938.2	+1.2%
기타사업활동	3,432.7	-3.9%
사업부문간증복부문	(633.6)	

판매수량기준매출추이
(2002년 3/4분기/2001년3/4분기:%)

	총매출	교체	신차 ^a
그룹(톤 ¹)	+2.5%	+2.1%	+3.4%
승용차, 경트럭용(수량 ^b)	+1.0%	+1.8%	-0.5%
트럭용(수량 ^b)	+1.9%	+1.9%	+2.0%
기타타이어사업(톤)	-2.2%	-2.2%	-2.3%

2002년 9월 30일 까지의 승용차 경트럭용 (수량)	총매출	교체	교체 시장	신차	신차 시장
합 계	+1.0%	+1.8%	N/A	-0.5%	N/A
유럽 ^c	-0.4%	+5.8%	+2.2%	-9.7%	+1.1%
북미 ^d	+1.3%	-3.3%	-2.9%	+10.7%	+7.1%
기타지역 ^e	+5.7%	+8.5%	N/A	+13.5%	N/A

- a: 신차=OEM으로의 매출
- 4: 타이어 제품매출, 유통망을 통한 판매나 지도, 가이드의 판매, 서스펜션 시스템사업의 판매는 제외
- b: 타이어 수량
- c: 서유럽(15개 주요시장)과 동유럽(독립국가공동체 제외)
- d: 미국, 캐나다, 멕시코
- e: 아시아, 남미, 중동

리제품, 및 브랜드의 충실화에 의해 이익을 올리고 있다.

① 유럽의 교체시장

특히 VZ, 4×4 및 겨울용 타이어의 판매량 증가가 시장성과를 확실하게 상회하고 있다(3/4분기까지의 연간누계 5.8% 증가, 3/4분기만으로는 8.1%증가). 이 부문에서는 시장점유율이 더욱 높았다.

상반기에 독일, 스위스, 오스트리아, 이탈리아에서 발표하여 실시된 3~4%의 가격인상은 현재도 계속되고 있다. 영국에서도 8월 1일에 가격인상을 하였다.

북미에서는 3/4분기까지의 매출액이 전년동기대비 3.3% 감소하였다.

시장성과를 확실하게 상회하였음에도 불구하고 이처럼 감소한 것은 3/4분기가 가장 현저하였다(4.8% 감소).

이것은 주로 Ford가 1,300만개의 Firestone SUV 타이어를 리콜한 2001년에 SUV타이어의 매출이 크게 신장한 것이 원인이다.

Michelin은 리콜 대상이 되었던 타이어에 대하여 이 시장의 평균 점유율을 초과하는 30% 이상을 공급하고 있었기 때문에 매출액이 SUV 타이어 시장의 불황(3/4분기까지의 연간누계로 11.6% 감소, 3/4분기만으로 21.7% 감소)의 충격을 받는 것은 당연하였다.

3월 1일에 실시된 가격인상은 현재까지도 계속되고 있다.

남미에서는 특히 아르헨티나의 시장상황이 좋지 않아 실적이 저조하다.

아시아에서는 일본을 중심으로 집중성장전략을 유지하는 한편 계속하여 부가가치가 높은 부문을 중시하고 있다.

중국에서는 시장성장률을 상회하는 매출증가를 기록하고 있다. Michelin 브랜드의 타이어는 매출을 20%나 신장하고, 더욱이 제품의 품질개선, 유통망을 통한 판매 및 워리어 브랜드의 직접수급에 의해 2001년 여름에 합병회사 上海 미쉐린 워리어(SMW)가 설립되었고 그 이후 총매출이 배 이상 증가하고 있다.

② 유럽의 신차용 타이어

신차 및 교체용 타이어의 판매 밸런스를 회복함과 동시에 그들 판매 믹스의 개선을 행한 결과 판매량은 예상과 같이 9.7% 감소하였다.

마찬가지로 북미에서도 집중성장전략에 의하여 시장에서의 우위성을 확립함과 동시에 판매 믹스의 개선을 계속하였다. 「SUV」와 「퍼포먼스」 부문에서의 점유율이 증대됨에 따라 매출신장률은 시장성장률을 크게 상회하

고 있다.

(2) 트럭용 타이어

2002년도 3/4분기까지의 트럭용 타이어의 순매출액은 1.3% 증가하였다. 이와같이 순매출액이 증가한 데는 여러 가지 요인이 뒤섞여 있지만 주된 요인은 다음과 같다.

- 환율에 의한 마이너스 영향
- 유럽에서의 타이어시장 불황
- 북미 및 아시아에서의 판매량 증가
- 남미에서의 매출감소
- 교체시장의 계속적인 가격인상

3/4분기의 판매수량은 전년동기대비 4.7% 증가하였고 이것은 상반기 증가율 0.5%를 크게 상회한 것이다.

① 유럽의 교체시장

시장이 1.9% 저하였음에도 불구하고, 특히 리트레드 사업에서 매출이 약간 증가하고 있다. 이 결과는 교체시장에서의 점유율이 증가한 것에 의한 것이다.

유럽의 주요국가(독일, 프랑스, 스페인, 이탈리아, 영국, 폴란드, 네덜란드)에서 3% 가까운 가격인상이 발표되었다. 2002년 12월초까지는 인상이 실시될 예정이다.

북미에서는 매출증가(4.3%)를 고려할 필요가 있다. 2001년도 1/4분기에 시장점유율을 크게 낮추었는데 2002년에 회복된 것은 극히 일부이다. 또 신차용 타이어의 매출이 크게 신장함으로써 교체시장의 제품공급에 다소

트럭용 (수량)	총매출	교체 ⁵	교체시장	신차	신차시장
합 계	+1.9%	+1.9%	N/A	+2.0%	N/A
유럽	-2.0%	+0.3%	-1.9% ^b	-5.2% ^c	-5.3% ^b
북미	+8.8%	+4.3%	+3.6% ^d	+18.1%	+7.7%
기타지역	+1.1%	+1.7%	N/A	-3.7%	N/A

5 : 새로운 교체용타이어(재생타이어제외)

6 : EU시장+스위스

7 : 트랙터+트레일러 매출

8 : 트랙터 시장

9 : 레디알+바이어스트럭용타이어.미국+캐나다+멕시코

긴장을 초래하고 있다. 3월 1일에 실시된 가격인상은 현재까지도 계속되고 있다. BF Goodrich 브랜드 타이어의 특정 SKU에 대해서는 4% 가격인상이 발표되었다. 실시시기는 2002년 11월 1일로 예정되어 있다.

남미에서는 예상대로 시장의 불황이 반영되어 매출이 감소하고 있다. 그러나 특히 브라질의 통화 절하에 대해서는 그 전부 또는 일부를 가격인상으로 보완하고 있다.

아시아에서는 9월 30일에 다시 중국에서 눈부신 판매실적을 달성하였고 태국에서도 대폭적인 이익증가를 기록하였다. 아시아 전체의 래디알 타이어의 매출은 11% 가까이 신장하여 트럭용 타이어가 세계시장의 40%를 차지하고 있다.

② 유럽의 신차시장

매출은 시장과 같은 추세를 보이고 있으나 북미에서는 특히 양호하여 대폭적인 시장 점유율을 달성하였다.

(3) 기타 사업

9월 30일에 있어서의 기타사업의 순매출액은 전년동기대비 3.9% 감소하여 34억 유로를 기록하였다. 이것은 3/4분기에 순매출액이 7.7% 감소한 것이 주된 원인이다. 이와 같이 감소한 것은 달러 대 유로의 환율이 떨어진 것에 의한 영향이 대부분이고, 이 부분의 유로 환산 순매출액에 영향을 미치고 있다. 구체적으로는, 환산에 관해서는 TCI, 주로 달러 표시 블도저용 타이어, 매매거래에 기준통화로서 달러가 사용되는 일이 많은 항공기용 타이어에 크게 영향을 미치고 있다.

유통망을 통한 판매에 관해 살펴보면, 어려운 시장상황에도 불구하고 승용차 경트럭용 타이어의 소매에서 유로 마스터가 매출을 신장하였다.

소비자용 겨울용 타이어의 매출은 보통 기 후에 크게 좌우되기 때문에 주요 시장인 북유럽이나 독일에서 10월말이나 11월초까지

호전되지 않는다. 이 부문은 전통적으로 유럽의 교체용 타이어 시장에서 4/4분기 매출의 대부분을 차지하고 있다. 트럭용 타이어에 대해서는 까다로운 프랑스와 네델란드 시장에서 유로 마스터가 훌륭한 판매실적을 기록하였다.

영국에서는 Free Service 방식에 의한 ATS 유로 마스터의 성공이 계속 되고 있다.

통화 환산의 영향을 무시하면 북미의 대형 트럭시장의 회복과 재생타이어 시장의 성장에 의해 TCI의 매출이 계속 신장하고 있다.

블도저용 타이어 부문에서는 신차시장과 교체시장(약간이지만)이 세계적인 원료시장의 현상에 의한 마이너스 영향을 계속 받고 있다. 세계경제 불황의 영향으로 원료가격은 낮은 수준을 유지하고 있다. 그 결과 광업회사가 원료구입을 제한하여 사업을 억제하는 경향이 있으며, 이와같은 경향은 특히 북미에서 현저하다. 이러한 시장환경 때문에 판매량은 감소하고 있다.

농업용 타이어 교체시장이 여전히 정체경향을 보이고 있음에도 불구하고 북미에서는 유럽과 같이 신차시장이 성장하고 있다. 판매수량의 감소를 면함과 제품 및 브랜드 믹스도 변함없이 호조를 보이고 있다.

항공산업이 직면하고 있는 어려움에도 불구하고 항공기용 타이어의 매출은 성장을 계속하고 있다. 이륜차 타이어에 관해서는 세계시장이 저조하여 판매량이 약간 감소하였다. 휠 부문은 유럽 시장에서의 스틸 휠의 감소와 유럽에서의 이 산업의 생산능력 과잉에 의해 불황이 계속되고 있다.

3/4분기에 있어서의 순매출액이 전년동기에 비하여 감소하고 있는 것은 주로 환율의 변동에 의한 것으로서 특히 달러 가치가 크게 떨어지고 있기 때문이다(유로 대비 9.3% 하락).

고정환율과 연결효과에 의해 전년도대비

3/4분기 순매출액

순매출액	2002년도 3/4분기 (100만유로)	전년동기대비 증감률(%)
그 룹	3,865.2	-3.2%
승용차 경트럭용	1,953.7	-5.1%
트럭용	1,003.9	+0.5%
기타사업활동	1,129.0	-7.7%
사업부문간중복분	(221.4)	

체적인 요인을 되돌아보자. SUV타이어 시장에서 Firestone의 두 번째 리콜, 테러 사건 후의 미국에서의 뚜렷한 매출 감소(하반기), 북미에서의 트럭용 신차 타이어의 현저한 판매감소가 주 요인이었다.

Compagnie Financiere Michelin

판매량기준 매출현황
(비율변동, 2002년3/4분기/2001년3/4분기)

	총매출	교체	신차 ^a
그룹(톤) ¹¹	+3.5%	+1.4%	+9.4%
승용차 경트럭용(수량 ^b)	+2.2%	+2.1%	+2.4%
트럭용(수량 ^b)	+4.7%	+1.8%	+12.7%
기타타이어사업(톤)	-3.2%	-4.7%	+0.8%

2002년 9월 30일 시점에서의 Compagnie Financiere Michelin(CFM)의 순매출액은 174억 스위스 프랑(119억 유로)으로서 상반기에는 전년동기대비 3.6% 감소하였다. 또 2002년 9월 30일까지의 연간누계로는 전년동기대비에서는 스위스 프랑과 유로의 환평가가 43% 증가되어 있는 것을 고려할 필요가 있다. 또 고정환율 기준으로는 CFM은 스위스 프랑으로 환산한 순매출액으로 2.2% 증가되었다.

승용차 경트럭용(수량)	총매출	교체	교체 시장	신차	신차 시장
합 계	+2.2%	+2.1%	N/A	+2.4%	N/A
유럽 ^c	+2.5%	+8.1%	+5.6%	-8.0%	+5.8%
북미 ^d	-0.2%	-4.8%	-6.5%	+11.1%	+9.2%
기타지역 ^e	+11.5%	+14.6%	N/A	-20.5%	N/A

Compagnie Generale des Etablissements Michelin의 매출액과의 유사성을 감안하면 지금까지 설명한 것은 CFM에도 해당된다고 할 수 있다.

트럭용(수량)	총매출	교체 ¹²	교체 시장	신차	신차 시장
합 계	+4.7%	+1.8%	N/A	+12.7%	N/A
유럽 ^c	+2.5%	+3.4%	+0.7% ¹³	+1.0% ¹⁴	+1.7% ¹⁵
북미 ^d	+12.1%	+1.6% ¹⁶	+6.0% ¹⁷	+39.5%	+27.4%
기타지역 ^e	-0.1%	+0.2%	N/A	-1.9%	N/A

보충 : Compagnie Generale des Etablissements Michelin(CGEM)은 프랑스 외의 Michelin그룹 관련회사 전체를 총괄하는 Compagnie Financiere Michelin(CFM)의 자본금의 93.45%를 보유하고 있다. 또, Manufacture Francaise des Pneumatiques Michelin의 주식도 60% 보유하고 있다. Michelin 그룹의 중간지주회사인 CFM은 스위스에서의 CGEM에 의한 무기명 주식의 공개주식 교환이 예정되어 있다. 공개주식 교환의 최종결과는 11월 9일에 공개될 예정이다.

- a : 신차=OEM에 의한 매출
- b : 타이어 수량
- 11 : 타이어 제품 매출, 유통망을 통한 판매나 지도, 가이드의 판매, 서스펜션시스템 사업의 판매는 제외.
- c : 서유럽(15개주요시장)과 동유럽(독립국가공동체 제외)
- d : 미국, 캐나다, 멕시코
- e : 아시아, 남미, 중동, 아프리카
- 12 : 새로운 교체용타이어 매출(재생타이어는 제외)
- 13 : EU(유럽연합)시장+스위스
- 14 : 트랙터+트레일러 매출
- 15 : 트랙터 시장
- 16 : RT래디알매출 +바이어스, 모든브랜드, 미국+캐나다+멕시코
- 17 : 래디알+바이어스 트럭시장, 미국+캐나다+멕시코

2002년도의 연결순매출액 및 실적은 2003년 2월 11일 파리 증권거래소의 거래 종료후(파리시간 오후 5시 30분)에 발표된다. 2002년도 연간실적은 2003년 2월 25일에 파리증권거래소의 거래 개시전(파리시간 오전 8시)에 발표된다.

증가율은 2.1% 였다.

여기에서 2001년 3/4분기에 영향을 미친 구

<자료 : 일본 「월간 타이어」 2002. 12월호>