

# Michelin의 2003년도 3/4분기 실적

이 원 택\*

승용차용 및 경트럭용 교체용 타이어 시장은 유럽지역에서는 강한 성장을 보였으나 북미지역에서는 변함없이 2002년도 수준을 밑돌았다. 승용차용 및 경트럭용 타이어 신차용 시장은 양 지역 모두 감소한 반면 트럭용 타이어시장은 약간 증가하였다.

연간 영업이익은 원재료 소비원가의 급상승이 큰 영향을 미쳐 감소하였으나 Michelin은 그 감소한 것을 메꿀 수 있을 것이라는 자신감을 갖고 있다.

연결대상범위를 동일하게 한 경우 영업이익은 7.8%였던 2002년도를 약간 밑도는 정도가 될 것으로 보인다.

## 1. 매출액에 미친 영향분석

톤당 판매량은 2002 3/4분기와 비교하여 증가하였다. 환율변동의 영향을 제외하면 연결 매출액은 4.5% 증가하였으나, 현재의 환율로는 4.6% 감소하였다.

- 판매량 증가에 의한 플러스 영향(+2.5%)
- 가격 효과에 의한 플러스 영향 고정환율로 플러스 2.0%
- 환율에 의한 마이너스 영향(-8.7%) 2002년도 연말 수개월 및 2003년도 연초에 이미 볼 수 있었던 것처럼 이것은 주로 북남미의 통화화에 관한 것

단위:100만유로	2003년 1월~9월		2002년 1월~9월	
연결매출액	11,148.7		11,686.2	
환차익을 제외한 금액	N/A		10,665.1 <sup>1</sup>	
	2003년도 3/4분기		2002년도 3/4분기	
연결매출액	3,800.5		3,865.2	
환차익을 제외한 금액	N/A		3,627.3	
	2003년 1월~9월		2003년도 3/4분기	
전년동기 대비 증감	-537.4	-4.6%	-64.7	-1.7%
환 시 세:	-1,021.0	-8.7%	-237.9	-6.2%
판매수량:	+262.8	+2.5%	+95.5	+2.6%
판매가격:	+220.8	+2.0%	-77.7	+2.1%
연결효과:	0	0%	0	0%

\* 2003년 9월 30일 현재 환율로 계산한 2002년 1~9월 매출액

\*대한타이어공업협회 前 회지차장

• 마지막으로 2002년도 3/4분기부터 그룹의 연결대상범위는 변경되지 않았다. 유럽에서의 뷔보의 타이어 판매사업 매수는 2003년 3월 31일 완료되었으며 사업은 4월 1일부터 연결결산에 편입되었는데, 9월 말 시점에서 적정평가가 아직 종료되지 않고 있다. 그 결과 아직 종료되지 않고 있다. 그 결과 현재 유로마스터에의 합병 절차가 진행중인 뷔보가 이번 년도 연결결산에 계산되는 것은 4/4분기에 들어가서 부터일 것이다.

## 2. 세계 타이어시장 현황

세계 전체적으로 보면 3/4분기 타이어시장은 7월에 조정된 그룹 예상대로였다. 상황은 지역에 따라 크게 다르며 또 매월 상당한 변동이 있었다.

### 가. 유럽

승용차용, 경트럭용 타이어 교체시장은 상반기 6% 전후였던 것에 비하여, 3/4분기까지는 6.3% 증가하였다. 3/4분기에는 크게 증가하였다(1/4분기 +11%, 2/4분기 +1.7%에 이어 +7%). 주된 원동력은 겨울용 타이어 對 달러 판매인 「Sale In」이 15% 증가한 것이다. 한편 대 소비자 판매인 「Sale Out」 시장은 약간 다른 경향을 보였다.

그것은 겨울용 타이어의 실수요자에 대한 판매는 일반적으로 10월에 시작되며 또 기상 조건에 따라 크게 좌우되기 때문이다. 시장의 장기적인 경향, 요컨대 「Mass Market」이 축소되고 「High Performance」와 「4×4」가 성장한다고 하는 경향은 변함없다.

Michelin은 유럽에서의 승용차용·경트럭용 타이어의 교체시장이 전기간에 걸쳐 2~3% 성장한다는 예상을 바꾸지 않고 있지만, 겨울용 타이어의 「Sale Out」 매출이 호조를 보일 경우 상향 수정한 가능성이 있다.

승용차 경트럭용 (타이어판 매량)	교체시장 (2003년도 1/4~3/4월)	신차시장 (2003년도 1/4~3/4월)	Michelin의 2003년도 예상
합 계	N/A	N/A	세계 전체는 보합
유럽 <sup>2</sup>	+6.3%	-6.1%	교체 : 2~3% 증가. 겨울용 타이어의 매출(sale out)이 순조롭다면 약간 그 이상 증가 신차 : 3% 감소
북미 <sup>3</sup>	-0.3%	-4.1%	교체 : 보합 신차 : -4~5%
남미	NA	NA	ND
아시아	NA	NA	중국에서 성장 계속

NA : 해당 데이터 없음. ND : 비공개

트럭· 버스용 (타이어판 매량)	교체시장 (2003년도 1~9월)	신차시장 (2003년도 1~9월)	Michelin의 2003년도 예상
합 계	N/A	N/A	각시장 약간 증가
유럽 <sup>4</sup>	+4.2%	+3.4% <sup>5</sup>	서유럽 교체 : 1%+ 신차(파워 유닛) : 2%+
북미 <sup>6</sup>	+1.1% <sup>7</sup>	+0.3%	교체 : 보합~+1% 신차 : +5%
남미	NA	NA	ND
아시아	NA	NA	ND

2 : 서유럽(15개 주요시장)과 동유럽(독립국가공동체 제외)

3 : 미국, 캐나다, 멕시코

4 : 서유럽(15개 주요시장)

5 : 파워 유닛 시장

6 : 미국, 캐나다, 멕시코

7 : 래디알 및 바이어스 타이어 시장

승용차용·경트럭용 타이어의 신차시장은 4월에 시작되었던 경향에 따라 3/4분기에도 계속 축소되었다(3/4분기까지는 작년동기대비 -6.1%, 상반기 -5.1%, 3/4분기 단독으로는 -8.3%).

일부 유럽 여러 나가에서 승용차의 매출이 증가하는 조짐을 보이는 가운데 일부 승용차 메이커가 4/4분기에 증산계획을 발표하는 등 4/4분기에는 시장이 확대될 가능성이 있다.

그러나 전기간으로 보면 시장은 2002년도에 비하여 3% 정도 축소될 것이다.

트럭·버스용 타이어 교체시장에 관해서는 서유럽 시장은 전년대비 4.2% 증가하였고, 3/4분기에는 2.7% 증가하였다. 시장이 9월에 전조하였던 것이 3/4분기 성장의 원동력이 되었던 한편 다른 달의 성장률은 상반기를 밑돌았다. 2003년도 상반기의 성장이 일부 Michelin을 포함한 타이어 메이커 여러 회사가 발표한 3/4분기 가격인상전 구입을 앞당긴 데서 비롯된 것이므로 이것은 예상되었다.

이와같은 상황 때문에 Michelin에서는 연간 시장성장률은 1%를 웃도는 수준으로 예상하고 있다.

트럭·버스용 타이어 신차시장(파워유닛)은 전년동기대비 3.4% 증가하였다. 그러나 여기에서도 비교하는 데 있어서 몇 가지 요인을 고려해야 할 것이다. 2002년도에는 시장이 1/4분기에 대단히 저조한 성장을 보인 후 서서히 회복되었으나 대단히 저조한 해였다.(2001년 1/4분기와 비교하여 17% 감소).

그러나 현재 유럽 이외의 트럭 신차수출은 나아질 조짐을 보이고 있다. 이와같은 경향에 맞추어 트럭 메이커가 앞으로 수개월에 대하여 비교적 밝은 전망을 하고 있는 점을 고려하여 Michelin은 연간 신차(파워유닛) 타이어 시장의 성장을 2002년도 대비 2% 이상 될 것으로 예상하고 있다.

이와는 대조적으로 트레일러용 타이어의 신차시장은 유럽의 트레일러 메이커 여러 회사가 경영난에 허덕이고 있어 감소 추세가 계속되고 있다.

#### 나. 북 미

승용차·경트럭용 타이어 교체시장의 3/4분기까지 9개월간은 전년동기대비 0.3% 감소하였다(6월말에는 -3.1% 였었다). 「SUV」 타이어 부분의 기계적인 성장(2002년도 3/4분기의 22% 감소에 대하여 2003년도 3/4분기는 13%

증가) 과 「mass market」 타이어 부분의 추이가 3/4분기 시장확대의 주된 배경이다. 2003년도 현재까지는 장기적인 경향은 변함없이 market-mix는 개선되고 있다. 「SUV」와 「Performance」 타이어 부분의 성장이 계속되고 있으며 「Mass Market」은 감소하고 있다(2002년도 대비 -5%).

이에 따라 Michelin에서는 승용차·경트럭용 타이어 교체시장은 2003년도에는 보합세를 보일 것으로 예상하고 있다.

승용차·경트럭용 타이어 신차시장에서는 상반기에 보였던 -3.8%의 감소경향은 더욱 심화되어 9월말경에는 -4.1%가 되었다. 한편 교체시장과 같이 「SUV」와 「High Performance」 부분이 시장평균을 상회하였다. 2003년도 연간으로는 2002년도부터 약 4~5% 밑돌 것으로 생각된다.

트럭용 타이어는 교체시장의 경우 3/4분기에는 예상대로 감소하였다. 상반기의 +3%에 대하여 9월말경에는 1.1%의 성장에 머물렀다. 3/4분기에 감소한 이유는 6월에 매출을 떠받친 여러 메이커의 판매공세의 여파 때문이라고 할 수 있다. 그러나 시장은 2000년도 3/4분기까지의 실적을 3% 밑도는 수준에 머물렀다. Michelin에서는 2003년에는 1% 가까이 성장할 것으로 예상하고 있다.

신차시장에서는 시장의 성장은 0.3%였다. 다만 2002년도 3/4분기에 2002년 10월 1일부터 적용된 신배기가스기준을 도입하기 전 「클래스 8」 트럭을 미리 구입하였던 것을 고려해야 할 것이다. 트레일러 시장은 상반기의 경향에 따라 성장하였다. Michelin에서는 트럭/트레일러 메이커의 「Class 8」 트럭/트레일러 증산계획발표를 받아들여 4/4분기에 시장이 호전될 것으로 예상하고 있다. 이에 따라 2003년도에는 신차용 트럭·버스용 타이어 시장은 5% 정도 증가할지도 모른다.

다. 남 미

남미는 특히 아르헨티나의 경제환경이 약간 호전될 조짐을 보이고 있다. 그러나 남미 각국 통화의 대 유로환율은 전년도 대비 하락이 계속되고 있다(브라질의 레디알화는 29% 하락).

라. 아시아

아시아는 나라에 따라 상황이 크게 다르다. 일본과 한국에 이어 중국에서는 승용차·경트럭용 타이어 교체시장이 과거 몇 년동안과 같이 큰 성장을 보였다. 이와는 대조적으로 일본의 교체시장은 보험세를 유지했다. 승용차·경트럭용 신차시장은 중국과 한국에서 호조를 보였다. 일본에서는 수출이 변함없이 호조를 보였다.

중국의 트럭·버스용 레디알 타이어 시장은 2002년도와 거의 같은 성장을 기록하고 있으나 일본의 교체시장은 2002년도 3/4분기까지와 비교하여 약 7% 감소하였다(2002년도에도 2001년도 동기대비 약 5% 감소)

마. 중동·아프리카 지역

중동·아프리카 지역에서는 3/4분기에 호조를 보인 터키 경제와 그에 따른 매출 증가 때문에 좋은 영향을 받았다.

3. Michelin의 사업부문별 실적

가. 승용차·경트럭용 타이어

이 부문은 지속적인 가격인상과 카테고리 제품의 개량으로 좋은 영향을 미쳤다. 활물변동의 영향을 제외하면 이 부문의 매출은 전년대비 3% 이상 신장하였다.

① 유럽의 교체시장

Michelin의 판매량은 전년대비 4.5% 증가하였지만, 다음 두가지 요인 때문에 시장의 평균성장율을 밑돌았다. 1/4분기 시장의 성장은 주로 경쟁 다른 회사의 판매촉진활동이 원동력이 되었지만, Michelin은 이 움직임에는 동

매출액	2003년도 3/4분기까지의 누계 (단위:100만유로)	2003년도 3/4분기-2002년도 3/4분기 증감률(%)
그룹	11,148.7	-4.6%
승용차 경트럭용	5,545.8	-6.8%
트럭·버스용	2,927.9	-0.4%
기타사업	3,266.9	-4.8%
사업부문간중복분	(591.8)	

판매량 증감률

(2003년 1/4~3/4분기-2002년1/4~3/4분기 증감률)

	합계	교체	신차 <sup>8</sup>
그룹(톤) <sup>9</sup>	+3.1%	+3.7%	+1.8%
승용차, 경트럭용(수량)	-0.3%	+2.0%	-5.5%
트럭용(수량) <sup>10</sup>	+3.5%	+5.0%	+0.2%
기타타이어사업(톤)	+1.6%	+0.8%	+3.6%

승용차·경트럭용 (2003년도 1/4~3/4분기)	합계	교체	교체 시장	신차	신차 시장
합계	-0.3%	+2%	N/A	-5.5%	N/A
유럽 <sup>11</sup>	-2.5%	+4.5%	+6.3%	-14.8%	-6.1%
북미 <sup>12</sup>	-1.3%	-1.6%	-0.3%	-0.5%	-4.1%
기타지역 <sup>13</sup>	+11.1%	+7.4%	N/A	+19.5%	N/A

8 : 신차 : 자동차 메이커에 판매

9 : 타이어 제품의 판매관련, 유통, 지도, 가이드, 서스펜션 시스템은 포함되지 않음.

10 : 신제품 타이어 수량

11 : 서유럽(15개 주요시장)과 동유럽(독립국가 공동체 제외)

12 : 미국, 캐나다, 멕시코

13 : 아시아, 남미, 아프리카, 중동

조하지 않았다. 더구나 그룹에서는 유로의 cash-in을 확보하기 위하여 동유럽에서 현지 통화의 하락을 보완하기 위한 가격인상을 단행하였다. 3/4분기에 Michelin은 독일, 오스트리아 스위스에서 겨울용 타이어의 시장점유율을 높였다. 그러나 유럽에서 신제품 「알펜」의 수요가 그룹의 예상을 웃돌았으며, 특히 동유럽에서 제품의 품귀현상과 주문처리가 늦어지는 현상이 발생하였다.

반면에 긍정적인 측면으로서 1/4분기에서

3/4분기까지는 2002년 동기대비 Michelin의 제품 카테고리가 더욱 개선되어 「VZ」급 및 「4×4」 타이어의 매출이 크게 증가하였다.

북미에서는 매출이 2002년도 1/4분기~3/4분기와 비교하여 1.6% 감소하였다. 이와같이 감소한 것은 「Mass Market」 및 「H」급 타이어 부문에 기인한 것으로서 그룹으로 볼 때 이를 부문에서 7월~8월에 시장점유율이 떨어졌다.

반대로 9월에 출시된 「Mass Market」 부문의 「Michelin Hydroedge<sup>TM</sup>」와 「H」급 부문의 신세대 「MXVZ 4」가 좋은 실적을 기록하였다. 1/4분기~3/4분기에는 mix와 실질가격의 개선이 이어졌다.

남미에서는 2002년도와 같이 일련의 현지 통화로서의 가격인상이 매출감소를 상쇄시키는 역할을 했다.

아시아에서는 고부가가치 부문을 중심으로 한 집중적인 성장정책을 추구하였다.

중국에서 Michelin의 매출증가율은 계속 시장평균치를 웃돌았다. Michelin 및 워리어 브랜드 타이어의 매출은 30%이상 증가하였다.

태국에서의 매출은 경트럭용 타이어 부문의 비율을 줄이고 제품 mix를 개선한다고 하는 그룹의 전략 때문에 영향을 받은 것은 없었다.

#### ② 유럽의 신차용 타이어

유럽의 신차용 타이어시장에서는 2002년 8월부터 제너럴 모터스, 유럽과의 납품계약을 갱신하지 않았던 것이 2003년도 1/4분기~3/4분기 판매량을 감소시키는(마이너스 14.8%) 요인이 되었다. 그러나 이 감소분은 Michelin이 신차용 시장과 교체용 시장의 균형 개선과 제품 mix의 개선이라는 장기적 플랜을 진행함에 따라 하반기에는 서서히 상쇄되어 갈 것이다.

마찬가지로 북미의 신차용 시장에서는 좋지 않은 시장상황에도 불구하고 Michelin은

mix 개선에 더욱 힘썼다. 2002년도와 2003년도에 볼 수 있었던 것과 같이 그룹의 매출증가는 시장평균치를 웃돌았으며, 「SUV」와 「Performance」 부문에서 시장점유율을 더욱 크게 높였다.

#### 나. 트럭·버스용 타이어

이 부문에서의 매출은 전년동기대비 0.4% 감소하였다. 이처럼 감소한 것은 환율의 영향에 의한 것이다. 이 영향을 제외하면 판매량은 수량기준으로 3.5% 증가하였고, 가격인상과 신차용·교체용 mix의 개선으로 사업은 견조한 성장을 기록하였다.

#### ① 유럽의 교체용 타이어

유럽이 교체용 타이어 시장에서는 Michelin의 신제 타이어의 매출 및 시장점유율은 2002년도 동기수준을 웃돌았다. 3/4분기의 매출을 분석할 때는 일반적으로 3/4분기에 발생한 매출의 일부가 상반기로 이동한 것에 의한 시장의 불균형을 고려하여야 할 것이다. 이것은 2/4분기에 발표되어 여름철에 실시되는 가격인상에 대비하여 사전에 구입하였기 때문이다.

북미에서는 운수산업을 둘러싼 환경은 매우 좋지 않은 상황이 이어지고 있다. 그러나 상반기와 같이 그룹의 매출은 시장평균치를 웃돌았다. 다만 Michelin의 판매량과 시장점유율은 아직까지 2000년도 수준을 밑돌고 있는 것을 고려할 필요가 있다.

재생타이어는 1.4% 감소하였으나 그런 가운데서도 더욱 진전이 있었다.

남미에서는 2002년 및 2003년 초에 가격이 인상되어 지금까지 유지되고 있다. 아시아에서는 Michelin의 래디알 타이어 매출액은 1/4분기~3/4분기에도 증가했다. 특히 중국에서의 매출이 가장 많이 증가하였는데 이것은 지난 2년간의 증가추세와 합치하고 있다.

트럭용 (타이어 판매수량) 2003년도 1/4~3/4	합계	교체 <sup>14</sup>	교체 시장	신차	신차 시장
합 계	+3.5%	+5.0%	N/A	+2.0%	N/A
유럽	+2.8%	+5.5%	+4.2% <sup>15</sup>	-1% <sup>16</sup>	+3.4% <sup>17</sup>
북미	+3.3%	+7.7%	+1.1% <sup>18</sup>	-4.6%	+0.3%
기타지역 <sup>19</sup>	+4.8%	+2.5%	N/A	+22.5%	N/A

- 14 : 신제 타이어
- 15 : 서유럽
- 16 : 파워 유니트와 트레일러를 합한 매출액
- 17 : 파워유니트 시장
- 18 : 래디알+바이어스 트럭용 시장. 미국+캐나다+멕시코
- 19 : 아시아, 남미, 아프리카, 중동

② 유럽의 신차용 타이어

유럽의 신차용 타이어 시장은 트레일러 부문이 더욱 감소하였는데, 상반기보다 약간 감소하였다. 그룹의 매출이 시장의 추세를 밀어왔던 것은 이 때문이다.

북미에서는 1/4분기~3/4분기에 신차용 타이어 시장에서의 그룹 전체 시장점유율은 약간 떨어졌다. 트레일러 부문의 성장이 시장 성장의 원동력이 되었지만, 이것은 오히려 파워유니트 부문에서 강한 Michelin 그룹으로서는 유리한 점은 아니었다.

다. 기타 사업

이 부문의 매출은 32억 7,000만 유로로서 2002년도 1/4분기~3/4분기 대비 4.8% 감소하였다. 더구나 유로에 대한 17%나 쉰 달러가치(2002년도 1/4분기~3/4분기에도 3.4% 하락)가 달러로 거래되는 이 부문의 매출에 악영향을 미치고 있다. 이것은 특히 거이 달러로 판매되는 TCI와 건설기계용 타이어의 환산후 매출액에 적용된다. 또 미국 달러가 대부분의 거래에서 기준통화인 항공기용 타이어에 대해서도 마찬가지로 할 수 있다.

소매사업에서는 유로마스터의 매출이 9월 말까지 9개월간 서서히 증가했다. 그 주된 원동력은 경트럭과 상용차의 소매사업이다. 북미에서는 TCI의 매출도 승용차용 타이어와

재생타이어 사업의 성장이 원동력이 되어 4/4분기를 기준으로 하거나 1/4~3/4분기를 기준으로 하여도 성장세를 보였다.

건설기계용 타이어에 대해서는 시장경기의 회복을 배경으로 판매량이 증가하였다. 이것은 신차시장에서 특히 두드러졌다. 그러나 상반기와 같이 달러가치의 하락이 매출액에 부정적인 영향을 미쳤다.

농업용 타이어는 여름에 유럽을 엄습한 혹심한 더위와 반복해서 발생한 가뭄으로 인한 유럽의 교체용 타이어시장의 축소 때문에 영향을 받았다.

항공기용 타이어 사업은 판매량은 증가하였으나 유로에 대한 달러 가치 하락과 항공산업을 둘러싼 나쁜 사업환경 때문에 영향을 받았다. 이륜차용 타이어에 대해서는 Michelin의 모터사이클용 래디알 타이어의 수요는 증가하였지만, 공급부족이 판매량에 나쁜 영향을 미치고 있다.

다음으로 휠제조사업은 계속해서 유럽시장에서의 스틸 휠 과잉생산능력이 부담이 되고 있다. 2003년 1월 그룹에서는 이 사업의 재편을 목적으로 한 일련의 조치를 발표하였으며 이 조치들을 현재 실시하고 있다.

3/4분기 순매출액

매출액	2003년도 3/4분기 (단위 100만유로)	2003년도 3/4분기- 2002년도 3/4분기(%)
그룹	3,800.5	-1.7%
승용차 경트럭용	1,912.6	-2.1%
트럭용	1,024.4	+2 %
기타사업	1,089.5	-3.5%
사업부문간중복분	(226.0)	

판매량 증감률

(2003년도 3/4분기-2002년도 3/4분기의 증감률 %)

	합계	교체	신차 <sup>20</sup>
그룹(톤) <sup>21</sup>	+3.1%	+4.2%	+0.3%
승용차 경트럭용(수량)	+1.4%	+4.3%	-6.1%
트럭용(수량) <sup>22</sup>	+2.1%	+2.9%	0%
기타사업(톤)	+0.3%	+0.1%	+0.9%

승용차 경트럭용 (타이어 판매수량) 2003년도 3/4분기	합계	교체	교체 시장	신차	신차 시장
합 계	+1.4%	+4.3%	N/A	-6.1%	N/A
유 럽 <sup>23</sup>	+0.8%	+5.7%	+7.0%	-9.7%	-8.3%
북 미 <sup>24</sup>	+0.6%	+2.2%	+5.0%	-4.4%	-5.0%
기타지역 <sup>25</sup>	+5.8%	+8 %	N/A	+1.1%	N/A

트럭용 (타이어 판매수량) 2003년도 3/4분기	합계	교체 <sup>26</sup>	교체 시장	신차	신차 시장
합 계	+2.1%	+2.9%	N/A	0%	N/A
유 럽	1.8%	-2.4%	+2.7% <sup>27</sup>	-0.6% <sup>28</sup>	+1.4% <sup>29</sup>
북 미	+2.5%	+7.3%	-2.0% <sup>30</sup>	-6.4%	-5.9%
기타지역 <sup>31</sup>	+7.4%	+5 %	N/A	+25.1%	N/A

- 20 : 신차 : 자동차 메이커에 판매
- 21 : 타이어 제품의 판매에 언급, 유통, 지도, 가이드, 서스펜션 시스템은 불포함
- 22 : 신제 타이어 수량
- 23 : 서유럽(15개 주요시장)과 동유럽(독립국가 공동체 제외)
- 24 : 미국, 캐나다, 멕시코
- 25 : 아시아, 남미, 아프리카, 중동
- 26 : 신제 타이어
- 27 : 서유럽
- 28 : 파워 유니트와 트레일러를 합친 매출
- 29 : 파워 유니트 시장
- 30 : 래디알+바이어스 트럭용 시장. 미국+캐나다+멕시코
- 31 : 아시아, 남미, 아프리카, 중동

#### 4. 2003년도 실적에 대한 전망

2003년도 영업이익에 관해서는 Michelin에서는 원자재소비 코스트의 급상승으로 인한 대표적인 마이너스 영향의 상당 부분을 상쇄할 수 있다고 확신하고 있다.

- \* 2002년 여름 이후 원자재구입 코스트의 급상승(2001년 하반기와 비교하여 2002년 하반기는 미국 달러로 +13%, 2002년 상반기와 비교하여 2003년 상반기는 +20%).
- \* 원자재의 구입과 제조까지의 시간차이는 4-6개월  
Michelin에서는 위의 두가지 점에서 2002년과 비교한 2003년 전 기간의 손익계산서에 원자재가격의 영향을 예상하고 있다. 고정환

율, 연결 기준으로 본 경우 그룹의 영업비용은 대략 3억 5,000만 달러 증가하였다. 즉 2002년보다 20% 증가하였다. 대부분의 부담은 북미의 영업부분이 받고 있다. 이것은 그들이 영업부분이 받고 있다. 이것은 그들이 직면한 달러로 거래되는 원자재가격 상승이 유로에 대한 달러화 가치의 하락에 의해 보완되지 않았기 때문이다.

Michelin 내에서의 진전과 현재의 사업환경에 근거하여 연결대상범위가 바뀌지 않은 상태에서의 영업이익율은 7.8%였던 2002년을 약간 밑도는 수준을 달성할 수 있을 것으로 예상된다.

앞에서 서술한 바와 같이 뷔보의 판매사업은 4/4분기에 연결되어 2003년 4월 1일까지 소급되어 적용된다. 그 결과 2003년도 그룹의 연결매출은 2002년도보다 약 3억유로가 증가할 것이다. 연결계상된 9개월간의 예상영업손실은 2,000만~4,000만 유로가 될 것이다. 뷔보의 1/4분기 손실은 7월말에 발표된 3억 유로로 예상되는 신용대금에 포함되어 있다.

#### Compagnie Financiere Michelin(CFM)

2003년 9월 30일 마감한 9개월간의 Compagnie Financiere Michelin(CFM)의 매출액은 113억 4,000만 유로로서 전년대비 4.5% 감소하였다. 고정환율을 토대로 하면 매출액은 반대로 유로표시로 4.5%가 증가하였다. Compagnie Generale des Etablissements Michelin은 Compagnie Financiere Michelin과 사업활동이 거의 같기 때문에 지금까지의 설명은 CFM에도 적용된다.

2003년도 전체 매출액은 2004년 2월 12일 목요일 파리 주식시장의 거래종료(파리 시간 오후 5시 30분) 후에 발표된다. 예년과 마찬가지로 발표후에는 전화회의가 행해진다.

2003년도 전체 실적은 2004년 2월 24일 화요일 파리 주식시장의 거래 시작 전에 발표된다.

<자료 : 일본 「월간타이어」 2003년 12월호>