

세계 주요 타이어 업체 최근 동정



세계 주요 타이어제조사들의 2008년 및 2009년 상반기 실적

미국 우수 타이어잡지인 『Tire Business』에 따르면, 글로벌 경기 침체에 따른 타이어 수요 감소로 08년 대부분의 세계 타이어 제조사가 매출과 수익면에서 감소하였으며, 09년 상반기에는 부분적이거나 회복징후가 나타나고 있다.

(1) 2008년 실적 (매출기준 순위를 중심으로)

대부분의 세계 타이어 제조사들에게 08년 한해는 매우 힘든 한해였으며, 많은 업체가 매출과 수익에 있어 마이너스 성장을 기록하였다. 그럼에도 불구하고, 08년 세계 타이어산업 규모는 1,400억 불로 전년대비 약 9% 이상 증가한 것으로 나타났다. 환율의 변동 영향도 상당하였는데, 08년 간 달러대비 엔화 환율은 12.2% 변동한 반면, 달러대비 유로화 환율은 단지 6.6%의 변동을 보였다.

세계 주요 타이어 메이커들의 실적을 매출액 기준으로 살펴보면, 브리지스톤사가 타이어 사업 부문 감소에도 불구하고 234억불의 매출로 1위를 차지하였는데, 이는 07년 근소한 차이로 1위를 차지하

였던 미쉐린의 228억불을 능가하는 것이다. 참고로, 브리지스톤이 1위를 차지한 것은 지난 5년간 4번, 지난 10년간으로는 6번이었다. 금번 브리지스톤의 1위 탈환은 동사가 43%의 지분을 보유하고 있는 터키의 BRISA Bridgestone-Sabancı Tire사와 핀란드의 Nokian Tyres사의 실적에 힘입었는데, 08년에 BRISA사는 5억 9,130만 불의 매출로 34위를 차지하였으며, Nokian사는 14억 2,000만 불로 17위를 기록하였다.

주요 선두 타이어업체 가운데, 브리지스톤과 미쉐린사의 순위 변동을 제외하고 나머지 10위까지의 랭킹은 변동이 없었다. 하지만 대만의 Maxxis International/Cheng Shin Rubber사가 25억 4,000만 불의 매출을 기록하며 24억 1,000불을

〈 08년 세계 상위 7개 타이어제조사 현황 (타이어부문 매출 기준) 〉

(단위 : 백만\$, %)

순위	회사	07년		08년	
		매출액	비중	매출액	비중
1	Bridgestone	21,500.0	75.0	23,435.0	75.0
2	Michelin	21,750.0	94.0	22,820.0	95.0
3	Goodyear	18,900.0	95.0	18,525.0	95.0
4	Continental	7,500.0	34.4	8,100.0	22.8
5	Pirelli	5,693.2	79.9	6,003.2	88.2
6	Sumitomo Rubber	4,061.8	86.0	4,843.9	82.9
7	Yokohama Rubber	3,671.8	76.1	3,976.6	77.3

※ 주 : 비중은 각사의 전체 매출대비 타이어사업부문 매출의 비중

기록한 일본의 Toyo Tire & Rubber사를 제치고 11위를 차지하였는데, Maxxis사의 매출은 전년대비 거의 20% 크게 증가한 것이다.

세계 타이어 업체 중 10억불 이상의 매출을 기록한 업체는 22개 사였으며, 인도의 JK Tyre & Industries사가 금번에 처음으로 10억불을 능가하는 매출을 달성하였다. 매출 기준 상위 75위 세계 타이어 업체 리스트에서 중국이 가장 많은 20개 업체를 보유하고 있으며, 이들 20개 업체의 매출의 합은 146억불로서 세계 전체 중 10% 이상의 비중을 차지하였다. 이들 중국 타이어업체 중 가장 큰 업체는 Hangzhou Zhongce Rubber사에서 21억 3,000만 불 매출로 13위를 기록하였다. 중국 다음으로 많은 업체를 리스트에 올린 국가는 인도로서, 총 8개 업체가 포함되었으며 이 중 10억 7,000만 불의 매출로 20위를 차지한 Apollo Tyres사의 경우 독일 타이어 제조사인 Vredestein N.V.사의 매입으로 내년에는 순위 상승이 기대된다. Apollo사의 동 매입은 지난 3년간 두 번째 해외시장의 주요 확대조치로 06년에 동사는 남아프

리카의 Dunlop Tyres International사를 매입했다. 한편, 인도의 최대 타이어메이커는 MRF사로서 08년에 13억 8,000만 불의 매출로 18위를 차지하였다.

한편, 미국은 75위까지의 랭킹에서 6개의 제조사를 가지고 있으며, 대만이 5개, 일본과 러시아가 4개, 한국이 3개 그리고 인도네시아, 이란, 이탈리아, 터키 그리고 태국이 각각 2개씩의 타이어 업체를 보유하고 있는 것으로 나타났다.

(2) 2009년 상반기 실적

09년 상반기에 세계 주요 타이어 메이커들은 거의 예외 없이 매출과 수익 면에서 감소를 기록하였다. 하지만 09년 하반기와 2010년 초에 일부 업체들은 회복을 예상할 수 있는 징후가 보인다는 설명이다.

세계 주요 10대 타이어 메이커들은 제품수요에 있어 두 자리 수 큰 감소에 직면하면서 대부분 09년 상반기 또는 1/4분기에 적자를 기록하였다. 단지

주요 선두 업체 가운데 피렐리사와, 후위 선두그룹 가운데에서는 노키안 타이어사와 Titan International 사가 수익을 기록한 것으로 나타났다. 심각한 타이어 수요 감소로 인하여 세계 타이어 업체들은 매출과 자금 유동성에 큰 타격을 입었으며, 뿐만 아니라 가동되는 생산라인이 소수에 지나지 않는 공장의 유지관리 소요 비용은 업체들에게 더욱 큰 고통을 안겨주었다.

하지만, 09년 상반기에 향후 회복세의 징후들이 보이고 있는데, 이에 대한 가장 큰 긍정적인 이유는 원재료 비용이 최고점을 지나 천천히 하락할 것이라는 점이다.

특히 미쉐린사는 원재료 가격 하락이 하반기 마진에 힘을 실어 줄 것이라고 밝혔다. 피렐리사는 1/4분기에 회복의 기미를 보았으며, 2/4분기에 더 높은 매출을 예상하였다. 동사는 남아프리카 시장으로부터 전체 동사 매출의 1/3을 창출하였는데 이 지역은 세계 다른 지역보다 경기침체의 영향이 가장 적었다.

굿이어사는 2/4분기의 2억 2,100만 불의 순손실과 24.7%의 매출감소에도 불구하고, 동사의 상반기 실적에 대하여 어려운 경제 여건 속에서의 상당히 고무적인 실적이라고 자평하였다. 동사에 따르면, 2/4분기 실적은 1/4분기 실적을 상회하였는데 이는 원재료 비용 감소, 성공적인 전략, 비용 절감 그리고 현금 창출 등에서 지속적으로 긍정적인 효과를 보았기 때문이다.

브리지스톤사는 성공적인 내부적 비용감축과 세계 경기전망을 바탕으로 09년 회계연도 전망을 상향 조정하였는데, 순수익에 있어서는 기존 손익분기점 수준 예상에서 매출 대비 0.2%인 6,300만 불로 상향 조정하고 영업이익에 있어서는 매출의 2.3%까지 증가할 것으로 전망하였다. 이 같은 전

망 상향 조정에도 불구하고, 09년 동사의 영업이익과 순이익은 08년 대비 각각 약 54%와 42% 감소할 것으로 예상된다.

콘티넨탈사는 세계 경제의 불확실성을 고려하여 비용을 억제하는데 노력을 경주하여 왔다. 동사에 따르면, 약간의 시장 호전에도 불구하고 당분간은 지속적으로 비용 억제측면에 무게를 둘 것이며, 09년 하반기와 그 이후의 사업 환경은 지속적으로 상당히 어려울 것으로 예상하였다.

쿠파사는 09년 상반기에 3,420만 불의 적자를 기록하였으나 원재료 가격 안정과 내부적인 비용 감축 프로그램의 긍정적인 효과 그리고 가격 인상책과 프라덕트 믹스의 향상에 따라 하반기에는 수익 향상을 기대하고 있다. 동사에 따르면, 세계적인 비용 구조에 초점을 맞추어 수익성을 재고하고 조직역량을 향상시키는 것이 동사의 전략의 주요 요소이고 각 부문은 유동성을 확보하면서 추진될 것이다.

한편, 노키안 타이어는 겨울용 타이어의 수주 향상을 바탕으로 하반기 매출이 상반기를 초과할 것으로 기대하고 있으나, 08년 하반기 실적의 수준에는 훨씬 못 미칠 것으로 예상하였다.

다음은 09년 상반기 세계 타이어 상위 6위 업체의 개별 실적이다

● 브리지스톤사

세계 전 시장에서의 제품 수요가 상당히 감소하면서, 동사의 09년 상반기 매출은 전년 동기대비 27% 감소한 126억불을 기록하였으며, 수익 면에서는 영업손실이 2억 910만 불, 순손실 4억 100만 불을 기록하였다. 이는 중국을 제외한 아시아

전역과 일본, 북미와 유럽 등 주요 시장에서의 경기침체에 따른 것이다. 이 같은 저조한 실적에 대하여, 동사는 전략적 제품의 판매 촉진, 비즈니스 모델 향상, 그리고 친환경관련 사업경영과 제품 개발 등의 일련의 계획을 단행할 것이며, 단기적으로 투자 효율과 지출 억제, 비용감축을 위한 재고 감소에 주력할 것이라고 밝혔다. 동사의 아메리카 시장에서의 매출은 전년 동기대비 24% 감소한 56억 5,000만 불이었으며, 영업이익은 72% 감소하였다.

● 미쉐린사

비용관리와 유동자금 창출을 기조로 하는 목표 달성을 위한 동사의 노력에도 불구하고 상반기 매출은 100억불로서 13% 감소를 기록하였으며, 수익 면에서도 60% 크게 감소한 3억 9,720만 불의 영업이익과 1억 7,200만 불의 순손실을 나타냈다. 매출 감소, 설비 가동률 저하, 계속되는 원재료 가격인상 등이 주요 감소 요인이었으며, 특히 순손실은 프랑스에서의 공장 폐쇄 그리고 북미지역에서의 구조조정 조치 중에 발생된 4억불 이상의 일시적인 비용에서 주로 기인하였다. 품목별로, 트

럭용타이어 부문에 있어 매출은 23.2% 감소하였고 영업손실은 2억 3,000만 불을 기록하였는데 이는 매출에서의 감소와 가동되지 않는 설비를 위한 관리비용에 주로 기인하였다. 승용차용 및 소형트럭용의 매출은 9.4% 감소하였으며, 영업이익에서는 25.6%의 감소율을 기록하였다. 하지만, 동사는 유동자산 특히 재고의 효율적인 관리를 통하여 유동성 창출과 동시에 자본 지출에 있어서는 36%의 감축을 달성하였다고 부연하였다.

● 굿이어사

굿이어사는 비용감축 조치로 올 1/4분기에 1억 4,500만 불, 2/4분기 간 2억불을 절감하였다. 그리고 동사는 1/4분기에 3,800명, 2/4분기에는 1,700명의 인원을 추가로 감축하였는데, 이는 애당초 09년 인원감축 목표인 5,000명을 초과한 수치이다. 이 같은 비용 절감 노력에도 불구하고, 상반기 동사의 매출은 74억 8,000만 불로 08년 동기 대비 26.5% 감소하였다. 수익 면에서도 5억 5,400만 불의 순손실을 기록하였는데 이는 08년 동기 2억 2,200만 불의 순수익에서 크게 감소한 것이다.

< 세계 상위 6개 타이어제조사의 09년 상반기 실적 현황 >

(단위 : 백만\$, %)

순위	회사	매출액	영업이익	순이익
1	브리지스톤	10,370.7 (Δ25.4)	Δ159.2 (N,M)	N.A.
2	미쉐린	10,047.9 (Δ13.0)	397.2 (Δ60.0)	Δ172.0 (N.M.)
3	굿이어	7,479.0 (Δ26.5)	Δ636.0 (N.M)	Δ554.0 (N.M.)
4	콘티넨탈	3,650.7 (Δ19.5)	600.8 (Δ15.3)	Δ643.8 (N.M.)
5	피렐리	2,698.5 (Δ11.6)	339.0 (Δ16.0)	76.3 (Δ46.7%)
6	스미토모 고무	1,950.0 (Δ19.0)	Δ25.1 (N.M.)	N.A.

※ 주 : 1. 타이어 사업부문 실적 기준 2. () 내 수치는 전년 동기대비 증가율 3. N.M. : 의미 없음, N.A. : 자료 없음

● **콘티넨탈사**

09년 상반기 콘티넨탈사의 세전 영업이익은 1억 7,530만 불의 손실을 기록하였으며, 매출은 128억불로 전년 동기대비 31.6% 감소하였다.

하지만, 동사는 09년 2/4분기에 28%의 매출 감소에도 불구하고 영업이익에서 흑자를 기록하였다. 동사에 따르면, 이 같은 흑자는 동사 조직의 균형과 전략적 성향을 토대로 동사의 역사상 가장 광범위한 비용 감축 조치와 어려운 시장 상황에 견실하고도 혹독하게 적응한 결과라고 밝혔다. 동사는 08년 9월 이래 총 16,000명의 인원을 감축하였다. 승용차용 및 소형트럭용 타이어 사업부문은 상반기에 18% 감소한 29억 8,000만 불의 매출과 약간의 수익 감소를 기록하였으나, 2/4분기 실적으로는 16.1%의 매출감소에도 불구하고 높은 세전 영업이익을 달성하였다.

● **피렐리사**

상반기 피렐리사의 매출은 08년 동기 대비 11.6% 감소한 27억불을 기록하였으며, 순이익은 7,630만 불로서 46.7% 크게 감소하긴 하였지만 여전히 흑자를 이어갔다.

동사의 구조조정 비용 지출전의 상반기 세전 영업이익은 16% 감소한 3억 3,900만 불이었으나, 원재료 가격 하락 영향과 진행 중인 동사의 구조조정 프로그램의 효율성 향상 그리고 시장호전의 긍정적인 영향으로 2/4분기의 수익은 거의 지난 해 수준이었다. 승용차용, 소형트럭용, 이륜차용 타이어 사업부는 상반기에 8.2% 감소한 19억 3,000만 불의 매출과 23.6% 감소한 1억 3,600만 불의 영업이익을 기록한 반면 트럭용 타이어와 스틸코드 사업부문에서는 19.1% 감소한 7억 6,600만 불의

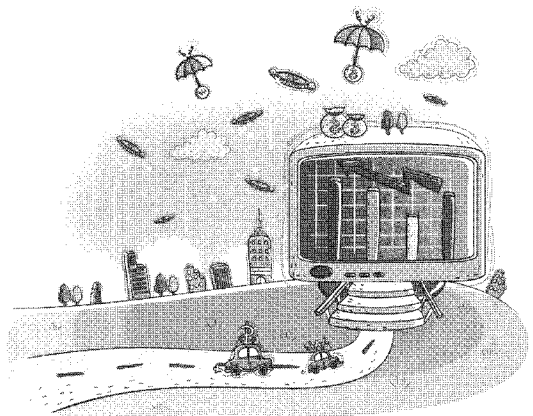
매출을 기록하였다.

● **스미토모 고무사**

09년 상반기 스미토모사의 매출은 전년 동기 대비 19.2% 감소한 24억 1,000만 불을 기록하였다. 영업이익은 79.8% 감소한 3,010만 불로 매출의 1.2% 비중을 나타내었다.

동사의 일본 국내 사업부는 매출이 26.5% 감소하면서 해외 사업부와 비교하여 수익성이 뒤쳐졌다. 타이어 사업부문의 영업이익은 2,510만 불의 손실을 기록하였고, 매출은 19억 5,000만 불로 19% 감소하였다. 한편, 북미 시장에서의 매출은 19.8% 감소한 3억 8,820만 불을 기록하였다.

〈자료 : 미국「Tire Business」 08.9.1일자, 「Modern Tire Dealers」 08.10월호〉 K



경제 침체에 따른 세계 타이어업계의 영향과 대응

본고는 미국의 타이어 우수 잡지인 「TIRE REVIEW」에서 실시한 브리지스톤, 미쉐린, 굿이어 등 세계 주요 타이어업체 대표이사들과의 인터뷰 내용이며, 이를 통하여 다소 개략적이기는 하나 글로벌 경제침체에 따른 급격한 타이어 수요 감소에 대한 타이어업계의 대응과 향후 방향을 파악해 볼 수 있다.

〈질문 1〉 글로벌 경제침체 상황이 귀사에 미치는 영향과 대응조치는?

● **브리지스톤** : 최근 경제침체로 우리는 기업운영에 있어 효율성, 최소화, 전략성 측면에서의 향상 방안을 모색해야하는 특별한 기회를 가졌다고 생각한다. 안전과 품질을 개선하는 동시에 고객들에게 더욱 더 좋은 서비스를 제공하고 비용을 감소시킬 수 있는 방안을 구상하기 위하여, 사업의 전면적인 검토를 위한 경제대응팀을 구성하였다. 공장의 생산량을 조정해야 하였고, 어떤 경우에는 현 시장 수요와 맞추기 위하여 인원을 감축하여야 하였다. 이러한 조치들은 고통스러운 것이었지만 극심한 경제 침체에 따른 수요 감소에 대응하여 불가피한 것이었다. 또한 새로운 소비자니즈에 좀 더 신속히 부응하고, 고객에 좀더 초점을 맞추기 위하여 조직 개편을 시행하고 있다.

● **콘티넨탈** : 경제 침체는 우리에게 아메리카 시장에서의 새로운 길을 열어놓았다고 생각한다. 대리점들의 판매가 용이하도록 하는 제품포트폴리오를 창출하였고, 경제 침체에 따른 생산설비의 비 가동 상태로 인하여 오히려 유럽에서 아메리카로의 생산기반 이전 계획을 원래 계획보다 더 일

찍 실행할 수 있었다. 향후 고성능과 겨울용 타이어 부문 모두에서 더 많은 'Continental'과 'General' 브랜드 타이어가 미국에서 생산될 것이다.

● **쿠파** : 전략적 계획의 틀 속에서 여러 가지 조치를 실행하여 왔다. 지속적이고 경쟁력 있는 비용기반을 구축하였고, 수익성 있는 주력제품 성장 촉진과 조직능력 향상을 위한 조치를 시행하였다. 글로벌 경제침체에 대응한 여러 가지 조치를 단행하는 과정에서 때로는 상당히 어려운 결정을 내려야 했고, 때로는 계획을 빠르게 실행에 옮겨야 하는 상황에서 다른 부문에서의 속도를 늦추어야 하였다. 한편, 향후에도 자본시장에서의 불확실성이 상존하는 한 계속하여 자본유동성에 주의를 기울일 것이다.

● **굿이어** : 원재료 가격 상승과 맞물린 타이어 수요 감소로 인하여 전년대비 재무상황이 위축되었다. 대부분의 분야에서 우리는 유연성을 기초로 하는 전략을 고수해 왔는데, 이러한 전략에는 신제품 개발, 고객과의 관계 강화, 유리한 공급망 확보, 제품 포트폴리오 확대, 제조와 유통 상의 효율성 등이 포함된다.

● **한국타이어** : 사업계획의 큰 변경은 없었으며, 광고와 마케팅에 주력하면서 브랜드 인지도 향상을 위하여 계속적으로 투자하여 왔다. 크든 작든 우리의 거래선들과의 지속적인 관계를 유지하기 위하여 끊임없이 노력하고 있다. 신규 웹 기반 주문 시스템을 개발하는 동시에 주문 충족율(fill rate)을 상당수준으로 향상시키기 위하여 창고와 유통시스템을 확대하고 향상시켜 왔다.

● **미쉐린** : 시장 수요에 대응하여 한시적인 생산과 재고 수준의 감축과 설비투자 연기 등 경기 침체 상황을 견뎌내기 위한 부단한 조치를 취해왔다. 현 시장 현실에 맞는 타이어 재고 관리, 운송업체 관리 최적화 그리고 고객 마케팅을 위하여 판매대리점, 운송업체 등과의 협력 체제 유지, 향상에 노력하였다.

● **피렐리** : 08년 4/4분기 동안 서둘러서 적극적인 구조조정 조치를 시행하였다. 북미 사업부에서는 시장수요 감소에 따라 재고수준을 맞추기 위하여 생산스케줄을 조정하였다. 신규 고부가가치 타이어의 생산을 촉진하기 위하여 제품기획을 새롭게 하였고, 어려운 경제 상황을 전술적으로 이용하기 위하여 마케팅과 커뮤니케이션 전략을 재강화하였으며, 기업 전반을 대상으로 하는 비용 감소책을 도입하였다.

● **도요** : 지난 18개월 동안 전반적으로 판매가 감소하였다. 2~3년 전에 비해서 훨씬 더 많은 고객들이 가격에 맞추어 구매하는 추세를 보임에 따라, 마케팅 관점에서 모든 접근 방법을 변화시켰다. 매년 예산을 최대화하고 우리의 실적을 평가

해 가면서 소비자와 마찬가지로 가격대비 최대한의 가치를 지닌 제품 개발을 추구하고 있다. 한편, 우리의 초점은 여전히 브랜드와 제품 인지도 제고에 있다.

● **요코하마** : 어려운 경제상황을 타개해 나가는 데 계속적으로 주력하였다. 전반적으로 실적의 감소가 뚜렷하였고, 다른 모든 우수 타이어업체와 마찬가지로 자금 유동성 관리에 주의를 기울이고 있다. 현 시점에서의 중요성을 바탕으로 한 우선순위에 따라 움직이고 있으며, 경제가 제자리를 찾을 때 무엇을 할 수 있을지를 미리 생각하면서 조치를 취해가고 있다. 또한 기업의 몸집을 줄이기 위한 노력으로 3R[Reuse(재사용), Reduce(감축), Recycle(재활용)]을 실천하면서, 경기가 회복되는 시점까지 강한 경쟁력을 유지하도록 노력하고 있다.

〈질문 2〉 소형차, 고연비 차량에 대한 고객수요 증가 등 자동차산업에 있어서의 변화가 향후 10년간 귀사와 타이어산업에 미치는 영향은?

● **브리지스톤** : 소형 자동차와 연비절감 자동차에 대한 수요는 '연료 가격의 변동' 과 '그린(Green) 운동에 동참하는 고객들', 이 두 가지 요인에 의해 견인되고 있다. 연료 가격을 억제할 수는 없지만, 친환경적인 면에서 연비가 좋은 제품 개발은 제조사 입장에서 충분히 가능한 부분이다.

● **콘티넨탈** : 현 상황에서의 난제는 자연환경에 악영향을 주지 않는 동시에 무한정 유지되는 원료와 공정을 사용하여 친환경 타이어를 제조하는 것

이다. 향후 계속하여 연료효율을 높일 수 있도록 회전저항과 탄소배출이 적은 타이어 제품 생산에 노력을 경주할 것이다.

● **쿠파** : 고객들의 니즈는 시간이 가면서 항상 변화하여 왔으며, 성공한 기업이 되기 위해서는 그러한 변화에 적응해야 한다. 시장 니즈에 부응하는 제품을 계속해서 개발하여 나갈 것이며, 연료효율이 좋은 소형 자동차의 증가에 상응하여 이에 맞는 타이어의 지속적인 증가와 관련한 복잡한 상황에 대처해 나가는 것이 중요할 것으로 보인다.

● **굿이어** : 최근 대부분의 조사에서 소비자들은 소형이면서 연비가 좋은 자동차를 선호한다는 결과를 주지하고 있다. 고객들은 자신의 니즈에 맞는 자동차를 구매하겠지만 소비자의 니즈는 항상 변화할 것이며, 시장조사를 바탕으로 변화하는 시장니즈보다 한 발 앞서나가도록 노력할 것이다.

● **한국타이어** : 장기적인 관점에서의 영향을 언급하기에는 현실적으로 이르긴 하지만, 생산기술 향상을 위한 투자와 생산능력 확대를 통한 생산유동성 향상으로 향후 자동차산업의 변화와 추세에 충분히 맞추어 나갈 수 있을 거라 생각한다.

● **미쉐린** : 최근 운전자들은 자동차의 사용을 될수록 줄이고, 차량과 타이어 구입을 차후로 연기하고 있는 상황이지만, 이와 동시에 타이어의 안전성과 일정한 사용기한 확보 등 운전자들의 요구는 상당하다. 현재 계류 중인 타이어 연료 효율에 관한 소비자 정보와 관련한 미국고속도로교통안전위원회(NHTSA) 규정에는 타이어가 자동차의

전반적인 연료효율에 미치는 중요한 역할에 대해서 소비자들에게 교육하는 기회 제공이 명시되어 있다. 타이어 생산업체로서 연료효율 등급, 라벨링, 안전기준 등 환경과 안전 관련 증가하는 요구 사항에 성실히 대처해 나가는 것이 중요하다.

● **피렐리** : 자동차 연료 효율에 있어 현저한 향상을 가져올 수 있는 타이어 개발에 지속적으로 초점을 맞추고 있다. 에너지 효율 향상은 계속해서 요구되는 사안이 될 것이며, 동시에 고객들은 자동차의 안전성, 편안함, 소형화에 상응하는 타이어를 기본적으로 요구할 것이다. 대형차에 대한 선호는 감소할 것이나 사이즈를 낮춘 SUV(스포츠형 다목적 차량)는 급격히 증가할 것이며, 점차적으로 전통적인 세단을 대체할 것으로 예상된다.

● **도요** : 자동차산업에서의 변화가 타이어 산업에 영향을 미칠 것이라는 데는 의문의 여지가 없다. 지속적인 진화와 함께 자동차 산업에 의하여 영향을 받고 있는 부분은 휠과 타이어 사이지이다. 신규 제품을 기획하고 기존 라인을 확장할 때, 우리는 항상 목표 차량에 대한 신차용(OE) 사이즈를 고려한다. 하지만 문제는 향후에 신차용 사이즈가 상대적으로 유지될 것인지 아니면 적어질 것인지 판단하는 것이며, 어떤 상황이 되든지 간에 신차용 타이어의 사이즈 변화는 교체용 타이어 시장에 영향을 미치게 마련이다. 더욱더 친환경적이고, 연료 효율성이 좋은 타이어에 대한 선호 추세는 법적 조치뿐만 아니라 한편으로는 고객에 의해서 주도되고 있다. 결과적으로, 신차용과 교체용 두 부문 모두에서 이러한 친환경, 고연비효율 타이어의 생산은 증가할 것이나, 동 2가지 요소가

고객들의 타이어 구매 결정에 얼마나 영향을 미칠지는 아직 두고 볼 일이다.

● **요코하마** : 자동차제조사들은 소비자들이 계속해서 소형자동차만 고집하지는 않을 것이라는 사실을 알고 있을 것이며, 소비자들은 제조사들이 모든 종류의 차량에서 연료절감 모델을 생산하도록 요구할 것이다. 향후 고객들의 선호는 소형차량에만 국한되지 않을 것이며, 이에 따라 우리는 계속해서 모든 종류의 차량에 대한 여러 가지 사이즈의 타이어를 생산할 것이다. 우리의 초점은 타이어의 사이즈가 아니라 '어떻게 만들고, 무엇으로 만들 것인가'에 맞춰져 있다.

〈질문 3〉 최근 대부분의 타이어 제조사들은 나름의 "그린(Green)" 프로젝트를 구상, 추진하고 있는 것으로 알고 있는데, 친환경과 관련하여 가장 영향력 있고 지속적이라고 판단되는 귀사의 방법은 무엇인가?

● **브리지스톤** : 폐기물과 에너지 사용 감축, 재활용 확대를 위한 지속적인 공정 및 시스템의 향상을 통하여, 우리는 친환경 측면의 많은 변화를 창출하고 있다. 03년부터 시작하여, 제품중량의 톤당 기준으로 전체 폐기물을 34%의 감축을 달성하였으며, 동시에 폐기물의 재활용을 25%까지 증가시켰는데 이는 연간 1만톤에 해당하는 감축량이다.

● **콘티넨탈** : 현재 그리고 앞으로도, 우리의 초점은 환경, 에너지 효율 그리고 사회공동체 부분을 수반하는 이른바 제조기업으로서의 '책임'에 있다. 우리는 폐기물과 에너지 수요 감축을 통하여

동사의 탄소 생태 파괴지수를 감소시키는데 목적을 두는 많은 전사적인 사업 계획을 시행해 왔다. 우리는 계속해서 지속적인 친환경 원재료 사용에 초점을 맞출 것이며, 제조공정을 줄이기 위한 조치에 투자를 집중 할 것이다.

● **쿠퍼** : 연료 효율이 높은 타이어 제품 자체뿐만 아니라 제조공정을 '친환경화' 하는데 초점을 맞추어 왔다. 이러한 노력으로 우리는 미국 에너지부로부터 'Energy Star Partner'로 지명되었으며, 이러한 영예를 안은 유일한 타이어 메이커로서 친환경 부문 리더로서의 자리매김을 확고히 할 수 있는 활동을 전개하여 나갈 것이다.

● **굿이어** : 우리는 복합적인 친환경 계획을 가지고 있으며, 이는 매장의 식용수 재활용부터 공장에서의 공업수 재활용, 에너지 보존, 제조 폐기물 지역에서의 '폐기물 제로' 계획 등을 포함하고 있다. 그러나 타이어 회사 입장에서 가장 영향력 있고 지속적으로 이용 가능해 보이는 방법은 차량 연료 사용을 줄이고자하는 고객들을 도울 수 있는 제품을 공급하는 것이다. 우리의 이러한 친환경적인 조치는 환경뿐만 아니라 비용을 절감하려는 운전자에게도 큰 이익이 될 것이다.

● **한국타이어** : 우리는 지난해에 다음 세대를 위한 환경 보호와 이에 대한 중요성 인식을 확대하는 동시에 회전저항과 배출을 줄이기 위한 책임을 인식하자라는 측면에서, 이른바 'Kontrol Technology' 개념을 도입하였다. 동 개념 하에서 우리는 원재료부터 제조공정, 유통, 그리고 물론 타이어 제품 자체까지 모든 면에서의 친환경 활동

을 추진해 나가고 있다. 타이어 성능에 있어서의 친환경과 안전 및 품질간의 성능향상은 상호 반비례적인 요인이 있긴 하지만, 우리는 3가지 부문 모두에서 만족할 만한 성능향상을 위해 최선을 다하고 있다.

● **미쉐린** : 우리가 달성하고 있는 친환경 측면에서의 가장 영향력 있는 진보는 타이어의 연료효율 향상 부분이다. 타이어가 환경에 미치는 영향의 86%가 사용 중에 일어난다는 사실을 알면 많은 사람들이 놀랄지도 모른다. 타이어의 회전저항에 기인한 승용차의 연료 소비는 20%까지 이고 상용자동차에 대해서는 30% 이상까지 일수 있다. 우리는 온실가스 배출과 도로교통이 환경에 미치는 영향을 줄이는데 있어 타이어 업체로서의 가장 중요한 것은 타이어의 다른 부문의 성능을 유지하면서 타이어 연료 효율을 최대화하는 것이라고 생각한다.

● **피렐리** : '그린'의 개념은 타이어의 디자인과 기술뿐만 아니라 타이어에 사용되는 원료(실리카를 대체하는 쌀겨와 같은 바이오 연료)와 타이어 공장에서 소비하는 연료와도 관계가 된다. 또한, 운전자들의 타이어 공기압의 적정 유지도 관련이 되며 타이어업계는 이를 위해 지속적으로 노력해야 할 것이다.

● **도요** : 우리는 기술과 환경 간의 조화를 추구하고 있다. 우리가 도입한 소위 'TECOLOGY' 개념 하에서 타이어 제조상의 처음부터 끝까지 이러한 조화를 달성, 적용함으로써 진정한 친환경 타이어를 만들 수 있다는 생각이다. 우리의 Vision 15 계획의 일환으로 장기적인 환경 액션플랜을 수

립해왔다. 이에는 평가와 변화가 포함되고, 필요에 따라 원재료, 제조공정, 타이어의 운송, 사용 중의 타이어 성능, 폐타이어의 처리가 포함된다. 타이어의 연료 효율 향상, 타이어 생산에 있어서의 재생원료의 사용, 그리고 CO₂ 배출의 감축 등이 우리가 현재 취하고 있는 활동들이다.

● **요코하마** : 우리는 타이어업계의 친환경 리더가 되기를 원한다. 우리는 동사 제품 하나하나가 환경에 미치는 영향을 어떻게 감소시킬 것인지를 개괄하는 친환경 계획을 가지고 있다. 현재, 우리는 일본의 모든 제조공장에서 '폐기물의 배출 제로'를 달성하였으며, 기타 지역 생산설비까지 확대하고 있다. 또한 심지어 미국사업부에서는 '종이 없는 사무실' 만들기 실천을 시행하고 있다. 이러한 친환경 노력은 기업으로서 가져야 할 사회적 책임의 일부이며, 따라서 우리 직원들이 재활용과 폐기물 감축에 대해 인식하게 하고 회사나 가정에서 생활화하도록 노력하고 있다.

(자료 : 미국「Tire Review」, 09.8월호) 

