

회원사 소식

넥센타이어



● 넥센타이어, '2009 경영비전 발표 및 2008 연도상 대회' 개최

넥센타이어가 지난 3월 5일 서울 양재동 EL타워 그랜드 홀에서 '넥센타이어 2009 경영비전 발표 및 2008 연도상 대회'를 개최했다. 이번 행사는 올해의 경영계획과 내수시장 확대 전략 발표를 통해 회사의 공격적 마케팅에 대한 의지를 발표하고 지난 한 해 동안 판매 향상과 이미지 제고에 힘쓴 우수 대리점을 시상하는 행사로 넥센타이어의 임직원을 비롯해 전국 지점 및 200여개의 고객사 대표가 대거 참여해 최근의 시장상황과 업계정보를 교환하고, 09년 목표 달성의 결의를 다지는 교류의 장이 펼쳐졌다. 비전선포 및 연도상 시상 외에 리셉션과 신상품출시, 명예의 전당행사, 연예인 초청공연이 열렸으며, 특히 연예인 레이싱팀 '넥센알스타즈'가 소개되어 주목을 끌었다.

강호찬 사장은 "지난해 전 세계적인 불황기에도 넥센타이어의 매출 신장률이 33%에 달하는 등 경쟁사를 압도하는 실적성장을 거두었다. 이번 행사를 통해 올해 또한 공격경영에 대한 의지를 대내외에 알릴 예정이다"고 밝혔다.

한편, 넥센타이어는 08년 7,546억원의 매출을 달성해 괄목할만한 성과를 보였으며, 올해 들어서도 수출과 내수 실적이 양호하게 순항중이며, "최근 고성능 신제품의 잇따른 출시와 'RV 챔피언십 대회 개최' 등 마케팅 활

동 강화로 브랜드 인지도가 크게 높아져 앞으로 실적 호조세가 지속될 것"이라고 밝혔다.

● 넥센타이어, 2009 넥센타이어 RV 챔피언십 대회 스타트

넥센타이어가 후원하는 국내 최대 온로드 레이싱 대회인 '넥센타이어 RV 챔피언십'이 지난 4월 26일 강원도 태백 레이싱 파크에서 09년 시즌에 돌입하였으며, 개막전에서는 총 7개 클래스 100여대의 차량이 참가해 치열한 경쟁을 펼쳤다. '넥센타이어 RV 챔피언십'은 RV/SUV 차량이 순위경쟁과 랩타임 단축을 통해 선수들의 기량과 튜닝의 우수성을 알리는 자동차 경주대회로, 최근 차량 특유의 다이내믹한 역동성의 매력에 빠진 RV/SUV 자동차 매니아들의 급증으로 더욱 주목 받고 있다.



지난 06년 시작되어 올해로 4년차를 맞은 '넥센타이어 RV 챔피언십'은 연간 총 6회의 경기를 열어 국내 레이싱 저변 확대에 혁혁한 공헌을 하였으며, 넥센타이어가

07년부터 3년째 타이틀 스폰서로 참가해 안정적인 경기 운영을 하고 있다는 평가를 받고 있다.

넥센타이어 홍종만 부회장은 “4년차를 맞은 ‘넥센타이어 RV 챔피언십’이 세계적 수준의 명품 레이싱 대회로 자리 잡았다”며 “넥센타이어 브랜드를 국내외로 널리 알리고 국내 레이싱 참여 인구의 저변확대에 기여하는 모터스포츠로 성장시켜 나갈 것”이라고 강조했다. ‘넥센타이어 RV 챔피언십’은 오는 11월까지 6회 경기로 진행될 예정이다.

● 넥센타이어, 1분기 영업이익 사상 최대 달성

넥센타이어가 사상 최대 성적표를 달성하고 어닝 서프라이즈 실적을 발표했다. 시장 전망치를 크게 웃도는 1분기 실적을 발표하면서 넥센타이어는 불황을 오히려 성장의 기회로 만들었다는 평가를 받고 있다.

넥센타이어는 지난 4월 29일 올 1분기 매출 2,302억원, 영업이익 341억원의 실적을 달성했다고 발표했다. 지난해 1분기보다 매출은 40%, 영업이익은 61% 증가한 것이며 분기 영업이익과 매출액이 사상 최대다. 1분기 순이익은 172억원으로 전년 동기대비 무려 217%가 증가했다.

그동안 예측에 따르면 넥센타이어는 1분기 실적 컨센서스(전망치 평균)가 매출 2,000억원선에 영업이익 220억원선으로 추정되었으나 예상을 크게 넘는 어닝 서프라이즈 실적치를 달성한 것이다.

넥센타이어 측은 “고환율 기조와 원재료 가격 안정의 영향도 있었으나 철저한 재고관리와 해외시장의 판매 호조, 그리고 지난해부터 가동에 들어간 중국법인의 손익이 최근 급속히 호전된 것이 큰 요인으로 작용했다”고 밝혔다.

넥센타이어는 지난 1분기 동안 제품 재고와 원재료를 효율적으로 관리하고 이에 따른 비용절감 효과가 영업이익에 즉시 반영되면서 수익성이 크게 높아졌다. 또 전세

계의 틈새시장을 찾아 영업부문을 전진배치 시킨 마케팅 전략이 주효해 극심한 불황을 겪고 있는 미국 시장에서 오히려 UHP타이어 등 고수익제품의 판매가 호조를 보였으며, 중동지역과 아프리카 등 신흥 해외시장의 매출 또한 크게 늘고 있는 것도 실적성장의 큰 요인이 되고 있다. 넥센타이어 홍종만 부회장은 “그동안 3~4년에 걸친 경영개혁이 이제 성과를 내고 있다”며 “경영시스템을 과감히 바꾸고 수익성 높은 제품을 위주로 실적 호조를 이어나갈 것”이라고 밝혔다.

● 넥센타이어, 넥센알스타즈와 2년 연속 타이틀 스폰서 계약

넥센타이어가 지난 5월 10일 강원도 태백 레이싱파크에서 연예인 카레이싱팀 넥센알스타즈와 2년 연속 타이틀 스폰서 조인식을 갖고 09년 시즌의 대장정에 박차를 가했다.

넥센타이어는 “작년 한 해 동안 회사가 추구하는 모터스포츠 중심의 스포츠 마케팅 전략과 국내 여러 레이싱 대회에서 보여준 넥센알스타즈의 활약이 어우러져 양사간 큰 시너지 효과를 거두었다”며 “올해도 국내 모터스포츠의 발전을 위해 함께 노력하고 싶다”고 조인식 소감을 밝혔다.

넥센알스타즈는 03년 탤런트 이세창씨가 감독으로 주축이 되어 창단된 연예인 레이싱 팀으로 흥행성은 물론 경기력에서도 전문성을 갖추었다는 평을 받고 있다.

넥센알스타즈는 올해 CJ슈퍼레이스에서 슈퍼3800(제네시스 쿠페), 슈퍼1600(뉴프라이드) 클래스에 출전하여 높은 수준의 레이싱 테크닉을 과시하고, 스피드페스티벌에선 클릭전, 세라토전에 출사표를 던져 일반인도 쉽게 접근할 수 있는 한국 카레이싱에 기여하겠다는 야심을 밝혔다. 이날 경기에서는 넥센-알스타즈 안재모 선수가 슈퍼 3800 클래스 부문에 출전하여 준우승을 차지해 손조로운 출발을 알렸다.

한국타이어 

① 한국타이어 '벤투스 S1 evo', 독일 자동차 전문지 성능 테스트에서 2위

한국타이어 '벤투스 S1 evo'가 독일의 자동차 전문지 「아우토 자이퉁(Auto Zeitung)」이 실시한 성능 테스트에서 9개의 참가 브랜드 중 2위에 올라 우수한 성능을 세계적으로 입증했다. 아우디 A4 콰트로 차량을 이용해 실시한 이번 성능 테스트에서 「아우토 자이퉁」은 '벤투스 S1 evo'에 대해 탁월한 안전성(safe to control)과 운전의 즐거움(much driving fun)을 선사한다는 평가와 함께, '최고 등급(Very Recommendable)'을 부여했다. 이로써 한국타이어는 09년 상반기에만 총 6개의 해외 유력 자동차 전문지 성능 테스트에서 최정상급 성적을 기록하는 등 세계적인 기술력을 입증했다.

① 한국타이어 실속형 타이어 '스마트' 출시

경기 불황 속에서 소비자들의 얇은 지갑을 고려해 한국타이어가 실속형 타이어 '스마트'를 출시했다. 타이어는 안전에 직접적인 영향을 주기 때문에 적시에 교체하는 것이 중요한데 요즘 같은 불황에는 타이어 교체 비용도 부담스럽다는 점에 착안, 차량 구입시 기본으로 장착돼 있는 타이어와 성능 면에서 동일하고 가격은 저렴한 스마트 타이어를 출시한 것이다. 이렇게 탄생한 스마트 타이어는 가격은 낮추면서 우수한 성능과 품질을 구현한 최적의 타이어로, 운전자들의 경제성과 합리성을 동시에 만족시키고 있다. 스마트 타이어 라인업 중 '스마트 K407'은 수막현상을 최소화함으로써 뛰어난 핸들링과 제동력을 자랑하며, 배수성도 탁월하다. '스마트 K706'은 젖은 노면과 마

른 노면에서 모두 최적의 성능을 제공하는 경제적인 타이어로, 강한 내구성이 강점이다. '스마트 RH03'은 SUV 차량에 최적화된 컴파운드를 적용, 뛰어난 견인력과 긴 수명, 탁월한 이상마모 방지 기능을 자랑한다.

① 한국타이어 '물의 날' 기념 제11회 금강 살리기 대청결운동 참여

3월 21일, 대전 대덕구 신탄진동 현도교 금강천변에서 (사)환경실천연합회 대전본부 주최로 열린 '제 11회 금강 살리기 대청결운동'에 한국타이어 직원들이 참여해 봉사활동을 벌였다. 이 자리에서는 봉사활동뿐 아니라 환경을 사랑하는 마음과 실천을 다짐하는 의미에서 지난 해 한국타이어 임직원들이 모금한 H-LOHAS 환경기금을 (사)환경실천연합회 대전본부에 전달했으며, 행사에 모인 지역 주민에게 H-LOHAS 캔식물 1,000여 개를 배포해 행사의 의의를 더했다.

한국타이어는 08년부터 환경을 보존하고 사회에 공헌하는 기업으로 거듭나기 위해 H-LOHAS 캠페인을 진행하고 있다. 특히 요즘과 같이 물 부족이 화두로 떠오르고 있는 시기에 '물의 날' 기념 행사에 직원들이 참여하는 것은 앞으로도 환경에 적극적인 관심을 갖고 실천하겠다는 다짐의 뜻이기도 하다.

① 한국타이어, 폴크스바겐에 OE 타이어 공급 확대

한국타이어는 독일의 세계적인 자동차 메이커인 폴크스바겐(Volkswagen)의 멕시코 푸에블라(Puebla) 현지 공장에서 생산되는 '뉴비틀(New Beatle)', '제타(Jetta)', '제타 스포츠와건(Jetta SportWagon)' 차량에 '옵티모(Optimo) H725A'를 OE 타이어로 공급한다. 한국타이어는 이미 폴크스바겐 차량에 OE 타이어를 공급해 왔으나, 미국과 캐나다 시장에서 판매되는 폴크스

바겐 '뉴비틀', '제타'와 '제타 스포츠왜건'에까지 OE 공급을 확대함으로써, 글로벌 시장에서 세계적인 OE 타이어 메이커로서의 입지를 더욱 강화하게 되었다.

① 2009 상하이 모터쇼에서 한국타이어 신상품 출시



4월 20~28일까지 중국 상하이에서 진행된 제13회 상하이 모터쇼에서 한국타이어는 옵티모 K415, 옵티모 K715, 다이나프로 ATm(RF10), 다이나프로 MT(RT03) 등 4종의 신상품을 선보이며, 중국 내 선두주자로서의 입지를 한층 강화했다. 이번에 발표한 옵티모 K415는 부드럽고 안전한 주행 성능을 자랑하는 중형 세단용 타이어이고, 옵티모 K715는 탁월한 디자인과 최고의 성능이 결합되어 젖은 노면에서도 우수한 제동 성능을 구현하는 제품이다. 다이나프로 ATm은 프리미엄 SUV 타이어로 우수한 파워와 안정감을 동시에 선사하고, 오프로드 전용 다이나프로 MT는 어떠한 도로 조건에서도 뛰어난 안전성과 강력한 주행성능을 자랑한다.

② 2009 서울모터쇼에서 다채로운 공동 마케팅 진행

4월 3~11일까지 일산 킨텍스에서 열린 2009 서울모터쇼에서 한국타이어가 현대자동차, GM대우, 르노삼

성, 소니컴퓨터엔터테인먼트코리아와 공동 마케팅을 펼쳤다. 국내 최대 모터쇼인 서울모터쇼는 올해 15개의 완성차 업체와 142개의 부품/용품업체가 참가하였으며, 한국타이어는 다양한 공동 마케팅 이벤트를 통해 관람객들에게 볼거리와 색다른 경험을 제공했다.

우선 현대자동차와 공동 마케팅의 일환으로, 한국타이어 CI가 들어간 제네시스 쿠페 '프로 드리프트 머신(Pro Drift Machine)'을 최초 공개했다. '프로 드리프트 머신'에는 벤투스 V12 evo의 오렌지색 전시 타이어가 장착돼 관람객들의 눈길을 끌었다. 한국타이어는 2009 CJ 슈퍼레이스(Super Race)에서 제네시스 쿠페 차량 원메이크 대회인 Super3800 클래스에 공식 타이어 공급업체로 선정, 타이어를 독점 공급한다. 또한, GM대우 부스에서는 한국타이어가 후원하는 GM대우 팀의 경주용 차량이 전시됐으며, 르노삼성의 컨셉트카eMX(eco-Motoring Experience)에는 친환경적인 디자인을 가미한 컨셉트 타이어를 장착해 관람객들과 만났다.

③ 한국타이어 KOCA 컨퍼런스에서 공로패 수상

지난 3월 3일, 대한상공회의소에서 제3회KOCA 컨퍼런스가 열렸다. KOCA(KOREA Certification body Association)는 한국을 대표하는 34개의인증기관들이 모인 한국인증기관협의회로, 인증 고객 및 이해 관계자들이 인증제도의 올바른 취지를 이해하고, 기업에 도움이 되는 품질경영시스템에 대해 설명하는 세미나를 해마다 개최하고 있다. 이날 KOCA 소속 인증기관 인원 및 기업 인원 약 250명이 참석한 가운데, 한국타이어는 ISO 품질경영시스템을 효과적으로 적용한 효성 울산공장, DAUM, 한화개발 서울 프라자 호텔 등 6개 업체 중 하나로 선정되어 발표를 함과 동시에 공로패를 수여 받았다.

금호타이어

KUMHO TIRES



① 금호타이어, 김종호 대표이사 체제 출범



금호타이어는 지난 5월 27일 오전 중구 남대문로 대한상공회의소에서 임시주총 및 이사회를 열고 김종호 사장을 대표이사로 선임한다고 밝혔다. 이로써 금호타이어는 본격적인 김종호 대표이사 체

제를 가동하게 되었다. 신임 김종호 대표이사는 48년 서울 출생으로 76년 입사하여 약 30년간 금호타이어에 근무하면서 싱가포르, 중동, 뉴욕 등에서 영업, 무역 등 판매일선을 담당한 글로벌 영업전문가이다. 그 후, 한국복합물류 사장 및 아시아나 IDT의 대표이사 사장을 지내면서, 조직과 인력의 조화를 최우선으로 한 기업 경쟁력 및 사업 확장에 큰 기여를 한 바 있다. 금호타이어는 특유의 해외 영업력과 추진력을 보유한 김종호 사장 체제를 가동하여 전략 경영 및 차별화된 글로벌 마케팅 활동으로 기업 가치를 높이고 글로벌 기업으로서의 입지를 굳건히 다져갈 전망이다.

① 금호타이어, 'MU 마케팅'으로 글로벌 타이어 비즈니스 강화

세계 최고의 명문 축구팀 맨체스터 유나이티드(이하 MU)를 후원하는 금호타이어가 공식 스폰서십을 적극 활용하며, 그 실질적인 비즈니스 효과를 확산시키고 있

다. 지난 5월 10일(한국시간), 맨체스터 유나이티드가 연고지 맞수 맨체스터 시티(이하 맨시티)와 가진 2008-2009 잉글랜드 프리미어리그 36라운드 홈 경기에서, 금호타이어는 “금호타이어 빅매치 데이(KUMHO TIRES' Big Match Day)” 행사를 성공적으로 개최하여 전세계 축구팬들에게 금호타이어를 각인시켰다.

작년에 이어 두 번째로 개최된 '금호타이어 빅매치 데이'는 MU의 홈구장인 올드 트래포드에서 열렸다. 경기장 안팎뿐 아니라, BBC Sports, MUTV, SKY Sports 및 MBC ESPN의 TV중계를 통해 경기를 시청하는 전세계 축구팬에게 금호타이어의 브랜드를 각인시켰다. 참고로 2008년 '빅매치데이'의 경우 광고 및 PR을 포함하여 전체 약 700억원의 광고 효과를 거둔 것으로 자체 추산하고 있다.

또한, 이번 행사에서는 단순히 브랜드를 노출하는 차원을 넘어, 실질적인 비즈니스 효과를 극대화하는 데에 집중하였다. 세계 각국의 VIP 및 딜러, 미디어 관계자 등 약 100여명을 초청하여 본 행사를 진행했다. 특히 금년에는 작년 대비 두 배 이상의 딜러들을 초청하고 금호타이어에 대한 신뢰도를 쌓아, 각국의 타이어 시장에서 뛰고 있는 그들과의 비즈니스 파트너십을 더욱 공고히 했다.

금호타이어는 기술력으로 승부하는 자사의 경영철학을 기반으로 올해도 프리미엄 브랜드 구축의 MU스폰서십과 기술력으로 대변되는 모터스포츠 후원 등 적극적인 글로벌 스포츠 마케팅을 지속할 계획이다. 이를 통해 자사 품질과 기술력을 홍보함은 물론 글로벌 시장에서의 브랜드 가치 향상을 위해 총력을 기울여 나간다는 방침이다.

① 2009 F3유로시리즈에 금호타이어 출격!

금호타이어는 자사가 후원하는 F3대회와 최고 권위인 F3유로시리즈가 09년 시즌을 개막했다고 지난 5월

22일 밝혔다. F3유로 시리즈는 지난 16일, 독일 호켄하임에서 열렸던 1전을 시작으로 영국, 프랑스, 스페인, 네덜란드 등 유럽 총 5개국에서 10월까지 총 10전이 열리게 된다. F3 유로시리즈는 독일 F3 시리즈와 프랑스 F3를 통합해서 03년부터 시작된 시리즈로 현재 F1이나 DTM이 자랑하는 루이스 해밀턴, 니코 로즈버그, 제이미 그린 같은 최고의 선수들을 배출해낸 드라이버의 산실이라고 할 수 있다.

김주상 금호타이어 홍보팀장은 “유상 공급을 통해 기술력에 대한 가치를 인정받는 오피셜 타이어(Official Tire:대회 공식타이어) 제도는 투자되는 마케팅 비용을 상쇄시키는 최고의 마케팅 툴이고, 모터스포츠로 축적된 UHP(초고성능)타이어 기술을 일반 제품에 적용하여 고부가가치 시장에서 브랜드의 제고와 매출을 증대시킬 수 있다”고 말했다. 현재 금호타이어는 금호타이어는 세계 최대 규모인 F3 유로시리즈 이외에도 마스터즈 F3, 호주 F3대회의 공식타이어 공급업체로 F3 타이어 시장의 약 30%를 점유하는 세계 F3시장 넘버원 브랜드다. 또한 최근 지식경제부가 선정하는 세계 일류 상품으로 선정되어 국가 경쟁력을 한 단계 끌어올리는데 일조했다는 평가를 받고 있기도 하다.

● 코리안 드라이버, 일본에 태극기 휘날리며

금호타이어가 일본 최대의 레이싱 대회인 슈퍼GT(Super GT) '09년 시리즈에 한국인 드라이버와 함께 출사표를 던진다. 슈퍼GT는 모터스포츠 선진국 일본을 대표하는 경기로 가장 많은 차종 및 타이어 메이커가 치열하게 경쟁하는 세계적인 레이싱 대회로 금호타이어는 04년부터 현재까지 6년째 대회 참가중이다. 금호타이어는 02년 슈퍼내구레이스(Super Taikyu;슈퍼다이큐)를 시작으로 일본에 입성했으며, 04년 슈퍼GT(前

JGTC)에 도전장을 내민 이후 05년에 도요타의 Works Team(개인팀이 아닌 기업참가팀)인 도요타 팀 세루모(Toyota Team Cerumo)와 파트너십을 이루었고, 06년에는 동대회의 제6전 포카1,000km(Pokka 1,000km) 내구레이스에서 폴투윈(예선,결승 모두 1위)을 차지해 우승의 쾌거를 이룬 바 있다. 이어 08년에는 렉서스의 신규 차량 IS350 레이싱카와 파트너가 되면서 끊임없는 변화와 발전을 이루고 있다.

올해 금호타이어의 전략은 ‘국내 드라이버의 풀시즌(Full-season) 출전’이다. 슈퍼GT는 매년 9차례의 경기가 펼쳐지는데 김한봉 선수(펠름스레이싱팀)가 금호타이어의 후원팀 중 하나인 아크텍모터스포츠(Ark-Tech Motorsports)팀의 포르쉐 복스터(Porsche Boxter) 차량의 드라이버로 풀시즌(전체 9라운드) 참가를 확정했다. 김한봉 선수는 다카르랠리(Dakar Rally)를 완주한 유일한 한국인 드라이버로 금호타이어와 약 18년간 레이싱 타이어 개발을 함께해 온 국내 최고의 드라이버이다. 김한봉 선수는 02년도에도 금호타이어와 슈퍼내구레이스(슈퍼 다이큐)에 출전하여 불과 3번의 출전에 시상대에 오르는 등 유감없이 실력을 발휘한 경험이 있다.

김주상 금호타이어 홍보팀장은 “20년 가까이 금호타이어의 연구진과 호흡을 맞춰온 드라이버로 세밀한 부분까지 협력이 가능하므로 레이싱 타이어 개발 및 기술력 향상에 큰 성과를 기대하고 있다. 김한봉 선수 개인적으로도 전체 시리즈를 경험함으로써 시야를 넓히고 대한민국 모터스포츠 발전에 기여할 수 있는 계기가 되기를 바란다”고 말한다. □

협회 소식

News 01 '타이어 마모한계 초과 타이어' 안전관리 강화

협회는 지난 4월 전국 자동차 검사소 57개소와 자동차검사정비사업조합 17개소에 과마모 타이어 사용에 대한 검사 강화를 서면으로 요청하였다. 이 같은 조치는 최근 경기침체가 지속되면서 타이어 사용 및 관리에 대한 운전자의 안전의식이 전반적으로 소홀해지고 있으며, 특히 타이어의 사용한계가 다 되었음에도 불구하고 경제적인 이유로 교체시기를 늦추는 운전자들이 늘어나면서 잠재적인 교통사고 유발요인으로서 상당한 우려를 야기하고 있다는 판단에 따른 것이다.

자동차 검사소에서는 자동차 검사 시「자동차관리법시행규칙」규정에 의거, 타이어의 경우 "요철형 무늬의 깊이(마모한계)"에 대해 검사를 실시하게 되어 있으며, 한편, 협회의 타이어 정기적 안전검사의 결과에 따르면, 타이어 관리불량 유형 중 법정 마모한계(1.6mm) 규정을 초과한 '타이어 과마모'는 '공기압 부적합'과 함께 주요 정비불량 요인으로서 최근 몇 년간 지속적으로 각각 약 40%내외의 비중을 차지하여 왔다.

협회는 타이어 안전 사용 및 관리에 대한 중요성을 알리기 위하여 정기적인 타이어 무상안전 검사 및 교통 유관기관과 연계한 홍보활동을 지속적으로 실시하고 있다. 하지만 운전자들의 타이어에 대한 안전관리 인식은 여전히 부족한 상황으로 향후에도 지속적인 안전 홍보 및 서비스 활동을 실시할 계획이다.

News 02 중국 천진시 타이어협회의 우리협회 방문

지난 4월 16일 중국 천진시 타이어협회의 양세홍 상무가 우리협회를 방문하여, 양국의 폐타이어 재활용 관련 정보를 공유하는 자리를 가졌다. 동 방문 이후 천진시 타이어협회는 서면을 통하여 한국, 중국, 일본 타이어협회 등 3국 타이어협회 공동조합 구성 추진, 폐타이어 재활용 관련 연구 개발 및 기술 교류, 양국간 타이어협회 교류 MOU 체결 등의 제의와 이를 협의하기 위한 중국으로의 초청을 제안하였다. 협회는 효율적인 폐타이어 재활용을 위하여 동 제안에 대한 향후 방향을 긍정적으로 검토하고 있다.

유럽의 소음규제 관련 ECE Regulation 117에 따르면, 09년 10월을 시작으로 단계적으로 소음규제 마크인 "S"마크가 각인되어 있지 않은 제품은 유럽 내에서 판매 및 유통이 금지된다. 국내 타이어업체는 08년을 기점으로 하여 현재는 동 마크의 각인을 완료한 상태이나, 최근 2, 3년간의 급격한 타이어 수요 감소와 유럽지역의 따뜻한 겨울날씨에 따른 스노우 타이어 판매 감소 등으로 S마크가 각인되어 있지 않은 타이어가 상당 수 재고로 남는 문제가 야기되었다.

비단 국내업체 뿐 아니라 유럽, 일본 등 해외업체에서도 같은 문제로 어려움을 EU 집행위원회 측에 호소하여 왔으며, 협회는 동 규제 시행일을 타이어의 생산일자로 바꾸어 달라는 제안을 중심내용으로 지난해 말에 업계의 의견을 지식경제부로 하여금 EU측에 반영에 줄 것을 요청하였고, 올해 2월에 협회 자체적으로 EU측에 관련 의견을 전달하였다. 하지만 이러한 국내·외의 관련 요청에도 불구하고 EU측은 법규 개정과 관련한 사안에 대한 어떤 제안도 받아들일 수 없다는 입장을 완고히 고수하여 왔다. 최근 협회는 외교통상부를 통하여 유예기간 부여, S마크의 스티커식 표시, 관련 법규의 해석상 모호한 부분을 통한 해결책 등의 제안 내용을 중심으로 의견 개진을 모색하여왔으며, 현재 외교통상부는 지난 5월 23일 한-EU 통상 장관 회담 시 외통부 입장에서는 두 번째로 의견을 재차 전달한 상태이며, 현 상황으로 볼 때 문제해결은 쉬워 보이지 않으나 EU측의 반응을 주시하면서 일부 조건부 해결책에 대한 수락의 가능성을 기대하고 있는 상황이다.

지난 5월 25일 우리협회 이광복 부회장과 이성은 이사는 호주의 타이어공업회를 방문하고, 각국의 타이어산업 관련 현안에 대해 의견을 나누었다. 지난 07년에 이어 두 번째 개최되는 이번 회의에서는 최근 진행 중인 한-호주 FTA와 관련한 양협회간의 공조 의지를 확인하고 각국의 최근 타이어 산업 동향과 폐타이어 재활용 등에 관한 정보를 교류하였다. **K**