

# >>> 회원사 소식

## 한국타이어



### ① 한국타이어, 독일 투어링카 마스터즈 공식 타이어 독점 공급

한국타이어가 세계 3대 투어링카 대회 중 하나이자, 유럽을 대표하는 프리미엄 명차(名車) 브랜드 간 자존심 대결로 유명한 '독일 투어링카 마스터즈(Deutsche Tourenwagen-Meisterschaft, 이하 DTM)'에 공식 타이어 독점 공급회사로 선정되며 세계 최고 수준의 기술력과 한층 높아진 브랜드 가치를 다시 한번 확인했다. 한국타이어는 연간 80만 명의 관중 동원 능력을 자랑하고 전 세계 175개국에 중계되는 세계 최고 수준의 모터스포츠 대회인 DTM 독점 공급을 계기로 한국타이어의 브랜드 가치 상승과 프리미엄 브랜드 이미지 구축이 더욱 가속화 될 것으로 기대하고 있다.



### ① 한국타이어, '2011 타이어 테크놀로지 어워드', '올해의 타이어 제조회사' 수상

한국타이어가 독일 쾰른에서 개최된 '2011 타이어 테크놀로지 엑스포(Tyre Technology Expo)'에서 영예의

'올해의 타이어 제조회사(Tyre Manufacturer of the Year)'로 선정되었다고 밝혔다.

이번 엑스포 기간 중 진행된 '2011 타이어 테크놀로지 어워드'에서 국제적인 타이어전문가로 구성된 심사위원단은 한국타이어가 지난 12개월 간 놀라운 성과(outstanding progress)를 보였다고 평가하며 '올해의 타이어 제조회사'로 선정했다.

한국타이어 마케팅본부장 조현식 사장은 "지난 1월 독일 DTM 공식 타이어 독점 공급회사에 이어 '올해의 타이어 제조회사 어워드'에 선정됨으로써 한국타이어의 기술력과 글로벌 지속가능경영에 대한 노력을 다시한번 인정받게 되었다"며 "앞으로 세계 최고 수준의 기술력 향상과 품질력 제고를 위해 더욱 노력할 것이다"고 전했다.

### ① 한국타이어, 대한민국 최고의 타이어 브랜드

한국타이어가 '한국 산업 브랜드 파워 조사 (K-BPI)'에서 제품 부문 9년 연속, 서비스 부문 3년 연속 브랜드 파워 1위를 차지하며 대한민국을 대표하는 타이어 브랜드임을 다시한번 인정받았다. 한국타이어는 이번 조사에서 최초인지도, 비보조인지도, 보조인지도를 포함하는 브랜드 인지 조사와 이미지, 선호도, 구입 가능성을 포함하는 브랜드 충성도 조사 등 전 항목에서 타이어 업계 중 가장 높은 점수를 획득하며 우수한 품질과 성능에 대한 소비자들의 확고한 신뢰를 다시 한번 확인했다.

뿐만 아니라 한국타이어는 한국생산성본부가 발표한 '2011 국가브랜드경쟁력지수(NBCI, National Brand Competitiveness Index)' 타이어부문에서 3년 연속 1위에 선정 되었다. 한국타이어는 이번 평가에서 마케팅 활동, 브랜드 인지도, 브랜드 이미지의 구성요소 등 모

든 부분에서 고르게 높은 점수를 획득하여 총점 75점으로 타이어부문 1위를 차지했다. 한국생산성본부는 한국타이어가 '드라이빙 이모션(Driving Emotion)'이라는 브랜드 슬로건을 통해 소비자들의 감성에 호소하는 다양한 마케팅 커뮤니케이션 활동을 전개하여 선도적 위위를 유지하였다고 이번 수상 배경을 설명하였다.

한국타이어 마케팅본부장 조현식 사장은 "한국타이어는 국내외 다양한 기업 및 브랜드 어워드에서 높은 평가를 받으면서 명실상부한 대한민국 대표 브랜드로 자리매김하고 있다."며 "앞으로도 좋은 상품개발을 통해 소비자 만족도를 극대화 시켜, 글로벌 대표 타이어 브랜드가 되도록 최선을 다하겠다."이라고 말했다.

### ● 한국타이어, 독일 타이어테스트 통해 세계 최고 기술력 재입증

한국타이어가 자동차의 본고장 독일에서 실시한 타이어 성능 비교테스트에서 잇따라 최고등급을 획득하며 세계 최고 수준의 기술력을 다시 한번 입증했다.

한국타이어의 초고성능(UHP) 타이어 '벤투스 S1 에보(Ventus S1 evo)'는 독일의 권위 있는 자동차 전문지 '아우토 자이퉁(Auto Zeitung)'이 실시한 타이어 성능비교테스트에



서 최고 등급인 '강력 추천(Very Recommendable)' 상품으로 선정되었다. 이와 함께 세계적인 권위를 자랑하는 '독일 자동차클럽(Allgemeiner Deutscher Automobil Club, 이하ADAC)'의 타이어 성능 비교테스트에서도 한국타이어의 유럽 수출용 타이어인 '옵티모 K715(Optimo K715)'가 미쉐린, 컨티넨탈 등과 함께 우수 등급인 'Good'을 획득하는 성과를 거뒀다.

● 한국타이어, 2010년 4분기 매출 1조 5천억 원 달성  
한국타이어가 2010년 4분기 매출 1조 4,956억 원, 영업이익 1,086억 원을 달성했다. 매출의 경우 전년 동기 대비 13.9% 증가한 수치로 7분기 성장률(CQGR)은 2.94%에 달한다.

한국타이어 중국경영실적의 경우 급속한 경제 성장 및 자동차 시장 확대에 힘입어 3분기 대비 2.0% 증가해 중국 내수 시장점유율 1위를 이어갔으며, 헝가리경영실적도 지난 3분기 대비 매출 부문에서 4.3% 늘어나며 꾸준한 성장세를 보였다. 한국경영실적의 경우 수출과 내수판매 모두 3분기 대비 각각 5.2%, 17.3% 증가, 전체 9,147억 원의 매출을 기록하며 국내시장 1위를 공고히 하였다.

한국타이어 서승화 대표이사 부회장은 "원자재 가격이 지속적으로 상승하는 어려운 상황 속 임직원들의 많은 노력으로 2010년을 잘 마무리할 수 있었다"며 "올해는 한국타이어가 창사 70주년을 맞이하는 해로써 사회적 책임을 다하는 기업의 면모를 더욱 강화하는 동시에 고객과 함께 성장하고 지속 가능한 미래를 열어 나갈 계획"이라고 밝혔다.

### ● 한국타이어, 2011년 올-뉴 포드 익스플로러에 신차용 타이어 공급

한국타이어가 포드의 대표 스포츠유틸리티(SUV) 모델인 '2011년 형 올-뉴 익스플로러'에 신차용 타이어(OE)를 공급한다고 밝혔다. 이번 신차용 타이어로 공급되는 한국타이어의 '옵티모 H426(Optimo H426)'은 고성능과 저연비를 동시에 구현하는 초고성능(UHP) 친환경타이어 모델이다. 이번 '2011년 형 올-뉴 익스플로러' OE 타이어 공급은 한국타이어의 끊임없는 기술개발과 한층 강화된 브랜드 가치, 그리고 글로벌 네트워크, 안정적인 공급 능력 등의 경쟁력이 바탕이 되었으며, 한국타이어는 세계 3대 자동차 시장인 북미지역에서의 잇따른 성과를 바탕으로 글로벌 선도 타이어 기업의 입지를 더욱 강화한다는 계획이다.

## 금호타이어

KUMHO TIRES



### ● 금호타이어 도쿄오토살롱 2011 참가로 2011년 DRESS UP!

금호타이어가 2011년 1월 14일부터 16일까지 지바현 일본 컨벤션센터에서 열리는 일본 최대 부품전시회인 도쿄 오토 살롱(Tokyo Auto Salon 2011) 참가를 시작으로 2011년 본격적인 글로벌 행보에 시동을 걸었다. 금호타이어는 대표 레이싱 타이어 V700, 친환경 제품인 에코윙(ecowing)과



럭셔리 스포츠세단용 엑스타E 등을 전시했으며, 부스 내에는 투명 자동차를 연상케 하는 '상상의 자동차(invisible car)'라는 구조물을 설치하여 관람객들의 발길을 사로잡았다. 이 구조물은 바퀴만 보이는 투명 자동차처럼 타이어 4개와 그 중앙에 떠있는 운전자의 모습으로 타이어가 자동차의 핵심부품으로서 어떤 차를 선택하든 금호타이어를 선택하면 고객들이 만족할 수 있다는 의미를 상징화했다.

금호타이어는 전시 부스 운영 외에도 "트윗온에어(Twit on Air)"를 통한 도쿄 오토살롱 실시간 생중계로 국내외 소비자들과의 만남을 가졌다. 금호타이어는 이번 생중계를 통해 해외 모터쇼 참가가 어려운 국내 자동차 팬들의 아쉬움을 달래고 생생한 현장 영상으로 고객들로부터 좋은 반응을 얻었다.

### ● 2011년 타이어 '드레스 업', DRESS가 뜬다.

금호타이어는 올 한해 최근 타이어 업계 동향 및 관련 산업계 전망 등을 자체 분석해 업계 최초로 2011년 주목해야

할 타이어 시장 이슈를 선정, 1월 25일 발표했다. 자동차나 타이어의 외형 업그레이드를 뜻하는 '드레스업(DRESS UP)', 처럼 2011년 타이어 시장 이슈 및 트렌드를 'DRESS'로 선정하고, 기존 트렌드가 강화되거나 새롭게 제시될 것으로 분석했다. 'DRESS'는 자동차 및 타이어 업계의 2011년도 주요 키워드인 Design (디자인), Regulation(환경 규제), Eco & EV (친환경 & 전기차), SNS(소셜 네트워크 서비스), Saving (절약)의 앞 글자를 조합한 단어이다. 조동근 금호타이어 마케팅 담당 상무는 "한-미, 한-EU FTA 발효를 앞두고 있고, 글로벌 시장이 개방되는 환경에서 2011년에는 어느 때보다 스마트해진 소비자들을 만족시키기 위해 타이어 업계 역시 새로운 이슈를 발굴하고 이슈 및 트렌드를 전망하여, 고객들과 활발한 소통을 통해 한발 앞서 좋은 제품을 준비하는 민첩함이 필요하다"고 밝혔다.

### ● 금호타이어, 美 타이어랙에서 최고의 전천후 SUV 타이어 인정

금호타이어는 자사 SUV용 '로드벤처 SAT'(KL61)가 미국 최대 온라인 자동차용품 판매 사이트인 타이어랙(TIRE RACK)이 실시한 소비자 만족도 조사에서 '10년 기준' 전천후 타이어 부문 '1위'에 올랐다. 금호타이어 로드벤처 SAT는 전세계 타이어 회사들의 포장/비포장 전천후 제품(On/Off-Road All Terrain) 23개를 대상으로 한 소비자 만족도 조사에서 12개 항목 중 11개 항목에서 최고 등급인 최우수(superior) 등급을 받아 추천 제품 1위로 선정되었다. 특히 재구매율(Would you buy again?)에서도 1위를 차지해 소비자 만족도가 가장 높은 것으로 측정됐다. SUV용 19 규격과 소형트럭용 13 규격으로 구성된 로드벤처 SAT는 2009년부터 북미 지역에 판매되고 있으며 3D 블록 디자인 적용으로 자갈길, 진흙길 등 비포장도로에서 탁월한 성능을 보이는 것은 물론, 안과 밖을 서로 다른 피치로 배열하는 멀티피치 기술을 적용해 포장도로에서의 승차감과 저소음까지 우수한 제품으로 평가 받고 있다.

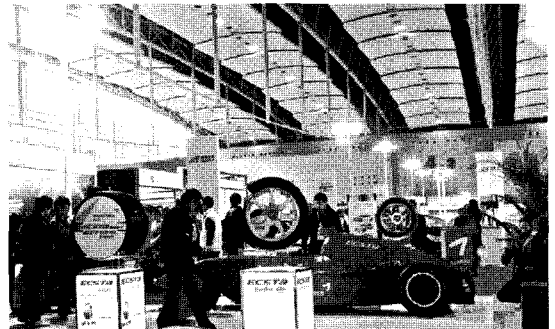
금호타이어 북미영업본부장 김재복상무는“제품을 사용중인 고객들로부터 받은 품질 평가여서 더욱 의미가 크다”면서, “스포츠 마케팅을 통한 브랜드 인지도가 향상되고 한미 FTA를 통해 제품 성능 대비 가격경쟁력도 갖출 경우 미국시장에서 판매 향상과 만족도가 더욱 높아질 것”이라고 밝혔다.

### ① 금호타이어 2010년 4분기 매출, 전년동기 대비 67.1% 증가

금호타이어는 2월 9일 발표한 2010년 4분기 실적 공시를 통해 4분기 매출액이 3분기 대비 6.6% 증가한 7,674억원, 영업이익률은 9.9%를 기록했다고 밝혔다. 금호타이어는 영업망 회복, 계절요인에 따른 판매량 증가 및 가동률 상승 등에 힘입어 내수 시장에서는 전년 및 전분기 대비 각각 26.1%, 18.8% 매출을 신장시키며, 기업개선작업 이후 4분기 연속 매출 증가세를 이어나갔다. 금호타이어의 4분기 영업이익은 매출액 증가에도 불구하고, 원재료 가격의 지속적인 상승 등으로 인해 전분기 대비 5.1% 하락한 763억원을 기록했다. 또한 대우건설 지분법 손실 영향 등으로 4분기 당기순이익은 551억원 손실이 발생한 것으로 나타났다. 다만 금호타이어는 채권금융기관의 출자전환 완료, 손익 개선 등 경영정상화 작업이 순조롭게 진행되고 있어, 전년대비 재무구조가 대폭 개선된 점은 주목할 부분이다. 금호타이어의 4분기 자기자본 총계는 5,679억원으로 기업개선작업 돌입 직전인 전년말 645억원에서 780.5% 증가했으며, 같은 기간 부채비율은 354.8%까지 낮아졌다. 금호타이어는 기업개선작업 돌입 이후 2010년 한 해 동안 매출액 2조7,020억원, 영업이익 2,449억원, 당기순이익 421억원을 달성하며, 경영정상화에 박차를 가하고 있다. 2008년 3분기 이후 계속 적자를 지속하다 6분기 만인 2010년 1분기에 영업이익 흑자로 전환한 이후에, 금호타이어는 생산량 위주에서 품질 향상 중심으로 생산 방식을 전환하고 국내 및 해외시장에서의 영업력 향상 등을 통해 경쟁력을 강화하고 있다.

### ① 금호타이어, 중국 최대 애프터마켓전시회(AAFTF)에 참가

금호타이어는 2월 20일부터 22일까지 중국 광저우에서 열린 '제7회 중국 자동차 애프터마켓 및 튜닝 국제 무역전시회'에 글로벌 타이어 업체 중 단독으로 참가했다. 중국 자동차 애프터마켓 및 튜닝 국제 무역전시회는 자동차 애프터마켓의 새로운 이익을 창출하고 세계 1위 자동차 강국으로 떠오르고 있는 중국 자동차 시장의 다양한 정보를 제공받을 수 있는 전시회로 올해에는 전세계 5,000개 자동차용품 및 튜닝 업체가 참가했으며 전시회 방문 인원은 약 20만 명에 이른다.



15만 제곱미터 부지의 총 10개 전시관 규모로 열린 이번 전람회에서, 금호타이어는 4S 대리점 전용관에 타이어 업체를 대표해 부스를 마련했으며, 승용 및 SUV 차량 50여대분 타이어를 전시했다. 중국에서 4S 대리점은 특정 브랜드의 자동차에 대해 판매(Sale)와 정비(Service), 부품 공급(Spare-part), 고객관리(Survey)를 한 곳에서 모두 수행하는 자동차 종합 대리점을 지칭한다. 금호타이어는 1996년 글로벌 타이어업체중 가장 먼저 중국에 진출해 현재 난징, 톈진, 장춘 공장에서 연간 3,500만 개 이상의 타이어를 생산하고 있으며, 금호타이어 특화유망인 18개의 '타이어프로' 브랜드샵을 통해 2천여 개의 소매상과 거래하고 있다. 베이징현대, 상하이GM, 창안포드 등에 장착용 타이어를 공급하며, OE(신차용 부문) 및 중국 승용차 타이어 시장에서 부동의 1위를 지키고 있다. 금호타이어는 “올해 현지 전시회 참가와 함께 지속적인 고객마케팅을 통해 교체용 타이어 시장을 지속적으로 확대할 계획”이라고 밝혔다.

## 넥센타이어



### ● '넥센타이어' 한국을 대표하는 투명경영기업, 12년 연속 최초 주주총회개최 주목받아

넥센타이어가 12년 연속으로 그 해 첫 주주총회를 개최하는 기록을 세웠다. 넥센타이어는 지난 2월 14일 오전 9시 경남 양산시 유산동 본사에서 제53기 주주총회를 열고 12월 결산법인 가운데 12년 연속 첫 주총 기록을 이어갔다.



넥센타이어는 이날 2010년 매출이 전년 보다 11.8% 증가한 1조803억원으로 처음 1조원을 돌파했으며 영업이익 1018억원, 경상이익 973억원 등 안정적인 수익을 달성했다고 밝혔다. 넥센타이어는 "지난해 환율하락과 원부재료 급등 등 여러 악재가 있음에도 내수판매 증가와 해외시장 판매호조 등에 힘입어 사상최대의 매출실적을 기록했다"고 설명했다. 내수부문은 신차용 타이어(OE) 시장에서 전년 동기 대비 63% 증가한 상승세를 기록했으며 교체용 타이어(RE) 시장은 전년 대비 32%의 높은 신장세를 기록했다. 같은 기간 수출부문도 전년 대비 4% 증가를 기록 실적 상승세에 힘을 보탤다.

넥센타이어는 또 액면가 500원 기준 보통주 45원(9%) 우선주 50원(10%)의 현금배당을 결의해 2000년 넥센타이어로 사명 변경 후 12년 연속 현금배당을 실시했다, 이현봉 넥센타이어 부회장은 "지난 한 해 동안 각 지역별로 차별화 된 마케팅 전략과 유통망 확충, 과감한 스포츠마

케팅 활동 등으로 넥센브랜드가 고객의 큰 사랑을 받았다"며 "올해도 향상된 브랜드력을 통해 완성차업체에 대한 공급확대와 내수 및 수출시장의 호조세를 계속 이어가 양적 질적으로 모두 성장하는 한 해가 될 것"이라고 강조했다.

### ● 넥센타이어, '2011 연도상대회' 제주도에서 개최

#### 2010년 매출 1조원들과 성과 우수 대리점 시상

넥센타이어가 지난 3월 24일 제주도 신라호텔에서 '넥센타이어 2011년 연도상 대회'를 개최했다. 25일까지 1박 2일로 진행된 이번 행사는 영업일선에서 뛰고 있는 우수대리점들을 초청해 지난해 경영성과를 전달하고 올해의 회사 주요 정책과 경영전략을 발표해 회사의 공격적 마케팅에 대한 의지를 알렸다. 이와 함께 지난 한 해 동안 판매향상과 성과달성에 힘쓴 우수대리점을 대상으로 시상식도 가졌다.

이날 행사는 넥센타이어의 임직원을 비롯해 130여개의 고객사 대표가 대거 참여해 최근의 시장상황과 업계정보를 교환하고, 2011년 목표 달성의 결의를 다지는 교류의 장이 되었다. 그 밖에도 총 50여개의 대리점을 선정, 채널별 매출 부문상과 특별상, 공로상 등을 시상하고 상금과 상장, 상패, 기념품을 증정했다.

연도상 시상 외에도 리셉션과 신제품 전시, 연예인 초청 공연이 열렸으며 프로야구단 '넥센히어로즈' 팀의 축하영상 메시지 상영 등 다채로운 행사가 진행 되었다.

2000년 사명을 변경한 넥센타이어는 당시 2064억원의 매출액에서 지난해 5배가 넘는 1조 803억원의 매출액을 거둬, 창사 이래 최대실적을 기록했다. 특히 내수부문은 전년대비 42.3%증가하는 높은 상승을 보였다. 이는 유통채널 확대와 국내완성차업체로 부터 K5, 신형 그랜저 등의 신차타이어 공급(OE)수요 급증, 그리고 넥센히어로즈와 모터스포츠 등의 스포츠 마케팅을 통한 브랜드 인지도 상승 등이 주요 요인으로 꼽힌다.

넥센타이어 이현봉 부회장은 "지난해 지속된 전 세계적 인 불황기에도 넥센타이어는 양호한 실적을 거두었으며,



창녕공장 착공과 스포츠마케팅 등 공격경영으로 관련업계의 주목을 받고 있다"며 "올해는 내수시장 확대와 고객만족 서비스 강화를 위한 마케팅 활동을 더욱 강하게 펼쳐나갈 것"이라고 밝혔다.

**● 넥센타이어, '한국HRD대상' 교육프로그램 부문 대상 수상 - 체계화 된 교육분야투자 경쟁력 인정받아**

넥센타이어가 '2011년 한국 HRD대상' 교육프로그램 부문 대상을 수상했다. 넥센타이어는 지난 2월 23일 한국 HRD(Human Resource Development, 인적자원개발) 협회가 주관한 '2011 제9회 한국HRD 대상'에서 교육프로그램 부문 최고상을 수상했다고 24일 밝혔다.

1993년에 제정된 '한국 HRD대상'은 올해로 제9회째를 맞이했다. HRD분야의 발전과 저변확대를 위해 우수성과를 창출한 기업과 교육기관에 수여하는 국내 인적자원분야의 최고 권위의 상이며 HRD교육프로그램 대상을 비롯해 경영종합대상, 교육기관 대상 등 총 9개 부문을 심사해 시상한다. 특히 이번에 넥센타이어가 수상한 교육프로그램 대상은 체계화 된 교육프로그램으로 임직원들이 글로벌 인재로서 성장하기 위한 교육훈련시스템을 평가하는 분야다. 넥센타이어는 타이어 제조분야에서 기본역량을 갖추기 위한 기초 교육부터 직급별, 업무 분야별 전문성에 입각한 체계적인 교육훈련 프로그램을 운영함으로써 직무교육의 우수성을 선보여왔다는 평가를 받았다.

넥센타이어는 "대한민국 효자 수출 종목인 타이어 제조분야에서 다양하고 체계화된 교육프로그램을 통해 직원들에



게 자기계발의 기회를 부여하고, 회사의 글로벌경쟁력 강화에 힘을 쓰고 있다"며 "앞으로도 인적자원개발과 교육 관련 투자를 지속적으로 확대해 나갈 것"이라고 밝혔다.

**● 넥센타이어, 현대차 5G그랜저 신차타이어 공급기념 이벤트 실시 - 백화점상품권, 타이어 교환권, 영화예매권 등 푸짐한 경품 행사**

넥센타이어가 현대차가 새롭게 선보인 5G그랜저의 신차용타이어(OE) 공급 기념 이벤트를 실시했다. 지난 2월 23일부터 3월 말까지 진행된 이번 이벤트는 현대차 5G그랜저에 타이어 공급을 기념하고 고객들에게는 다양한 경품행사로 브랜드 이미지를 제고시킨 것으로 평가된다. 넥센타이어 홈페이지에 넥센타이어를 구매하고 받은 보증번호를 입력한 고객들을 대상으로 추첨을 통해 경품을 증정했으며 그 밖에도 홈페이지에 명시된 OE공급 관련 퀴즈를 푼 고객 대상 추첨을 통해 백화점 상품권, 타이어 교환권, 영화예매권 등 다양한 경품을 증정했다.

이와 함께 5G그랜저 동호회 사이트(<http://lovehg.kr>)에 넥센타이어의 OE제품이 장착된 5G그랜저 사진을 올린 소비자를 대상으로 100% 경품을 증정하기도 했다.

세계적 완성차 업체인 현대자동차가 지난 1월 시장에 내놓은 그랜저 HG(수출명: Azera)는 5세대 그랜저 차량으로 한국시장에서 뜨거운 반응을 얻고 있는 차량이다. 넥센타이어는 5G그랜저에 주력제품인 17인치 CP671제품 등을 장착해 그 화려한 디자인과 기능성을 자랑하고 있다.

한편 넥센타이어는 기아자동차가 지난해 야심차게 선보인 'K5'에 승용부문에 100% 장착되어 베스트 셀링카로 돌풍을 일으키고 있다.

넥센타이어는 "최근 중대형차종을 중심으로 완성차 업체에 대한 타이어 공급이 크게 높아진 것은 그만큼 넥센타이어의 브랜드력과 기술력이 시장에서 인정받고 있다는 것을 의미 한다"며 "앞으로도 고객이 요구하는 첨단 기술력의 제품들을 지속적으로 출시해 고객만족도를 더욱 높여 나갈 것"이라고 강조했다. **☐**



# >> > > 협회 소식

## News 01 대한타이어공업협회, 2011년 정기총회 개최

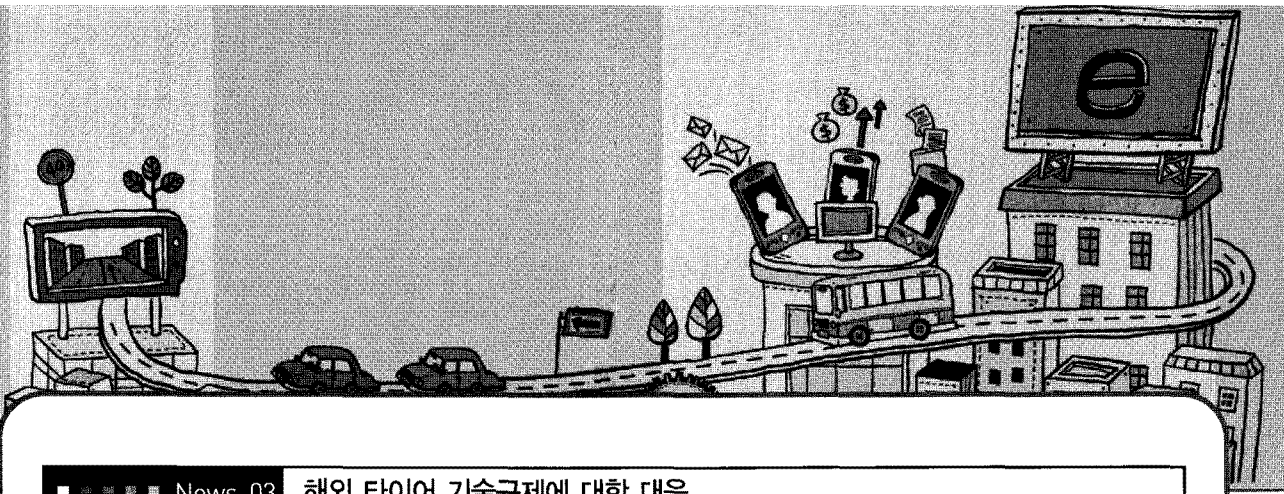
우리협회는 지난 2월 22일 손이태 회장(주식회사 흥아 부회장)을 비롯한 한국타이어 서승화 부회장, 금호타이어 김종호 사장, 넥센타이어 이현봉 부회장 등 회원사 임원 10여명이 참석한 가운데 코엑스 인터콘티넨탈 호텔 Maple Room에서 2011년도 정기총회를 개최하였다.



이날 총회에서는 2010년도 사업 및 결산이 보고되고, 2011년도 사업계획 및 예산 등이 의결되었다. 협회 손이태 회장은 인사말을 통하여 최근 천연고무를 비롯한 원재료 가격 급등에 따른 업계의 어려움에 대한 우려를 표하는 한편, 금년 한해도 회원사간 상호협력을 바탕으로 한 선의의 경쟁을 통하여 각사모두 나름의 사업목표들을 달성할 수 있었으면 하는 바람도 피력하였다.

## News 02 국내 자동차타이어 안전기준 개정 활동 참여

협회는 지난 3월 9일 지식경제부 기술표준원이 개최한 국내 자동차용 타이어 안전기준 개정(안)에 대한 업체 의견 수렴 회의에 참석하였다. 이날 회의에는 국내 자동차용타이어 업체뿐만 아니라 미쉐린, 브리지스톤 등 타이어 수입업체 그리고 한국화학융합시험연구원이 참석하였으며, 개정(안) 입안예고 전 최종 검토 및 의견 수렴이 이루어졌다. 동 개정(안)은 저품질 제품으로부터의 소비자 안전성 향상을 위하여 전체적인 안전기준을 유럽 ECE 규정과 부합화하는 것을 골자로 하고 있으며, 그간 협회는 국내 자동차용타이어업체와 함께 동 개정(안) 마련에 적극참여 하여왔다. 이후 동 개정(안)은 3.11일자로 입안예고 되었으며, 3.31일까지의 입안예고 기간을 거쳐 금년 6월 경 고시될 것으로 보인다.



■ News 03 해외 타이어 기술규제에 대한 대응

협회는 지난 2.24일 지식경제부 기술표준원 주제로 개최된 화학세라믹 및 바이오환경 분야 무역기술규제(TBT) 대응 실무위원회에 참석하였다. 표준 및 기술규제 관련 정부 단체와 화학 관련 산업계 협회 및 조합 등이 참석한 이번 위원회에서는 해외 무역기술규제에 대한 효율적이고 신속한 대응 채널 마련을 위한 논의가 있었으며, 특히 타이어부문 인도 신규규제에 대한 대응이 본보기 사례로 발표되었다. 동 인도 신규규제의 경우, 인도는 2009.11월 타이어의 신규인증을 의무화하고 이에 따라 관련 마크의 타이어 옆면 각인을 강제화하는 훈령을 고시하였으나, 승인 절차 지연 및 내용상의 불합리성 등으로 우리나라를 비롯한 해외 주요국에서의 반발로 2차례 시행이 유예된 바 있다.

동 인도 규제 대응의 현재 진행사항을 보면, 이러한 시행 유예에도 불구하고 최근까지도 협회의 일부 회원사는 인도 측의 지속적인 승인 절차 지연과 불합리한 요구로 최종 시행일(2011.5.18일)까지 동 인증 이행에 있어 상당한 애로를 겪고 있다. 이에 대하여, 협회는 지식경제부와 외교통상부를 통하여 업계의 애로사항과 의견을 지속적으로 개진 요청하였으며, 현재 정부는 주인도대사관과 WTO/TBT위원회(제네바, 2011.3.24~25일)를 통하여 동 사안을 인도 측에 전달, 인도 측의 답변을 기다리고 있는 상황이다.

협회는 인도 기술규제를 비롯하여, 향후 해외 신규 기술규제 및 기존 규제의 강화 조치에 대하여 정부와의 긴밀한 협조를 통하여 계속적으로 업계의 원활한 대응을 적극 지원할 방침이다.

■ News 04 페타이어 재활용 실무위원회 구성 확대

협회는 매월 페타이어 재활용 실무위원회를 개최하여 페타이어 회수·처리비 지급 사정 및 주요 현안 사항에 대한 협의를 하고 있으며, 지난 2월 페타이어 재활용공제사업 운영에 있어서의 효율성과 객관성 제고를 위하여 동 실무위원회의 위원을 확대하였다. 이번 확대조치로 종전 타이어 제조업체(한국타이어, 금호타이어, 넥센타이어 실무담당자) 3인으로 구성되었던 실무위원은 재활용사업자(보광타이어, 부성리싸이클링 실무담당자) 2인이 추가, 5인으로 구성되어 2011.3.23일부터 실무위원회 개최 시 참석하여 활동을 시작하게 된다. 