타이어 3사, 공격경영 강화

타이어 3사가 국내외 신증설을 통해 생산량을 확대하며 공격적인 경영에 나서고 있다.
한국타이어, 금호타이어, 넥센타이어 등 타이어 3사는 세계 타이어 시장을 양분하고 있는 중국과 미국 공략을 강화하고 있으며, 규모화를 실현해 세계시장 점유율을 높이고 있다.
미국에서는 경쟁기업들에 비해 뛰어난 가격경쟁력을, 중국에서는 선점 효과를 내세워 적극 공략하고 있다.
한국타이어는 2014년까지 생산능력을 1억1000만본으로 확대하기 위해 중국 제3공장 및 인도네시아 공장을 신설할 예정이며, 넥센타이어는 6월 경남 창녕에서 2100만본 공장의 기공식을 가졌고, 금호타이어도 워크아웃으로 중국 및 베트남 공장 신증설 계획을 변경했지만 상황이 개선되면 대규모 투자를 재개할 예정이다.
국내 타이어 생산기업들은 구매 · 제조 · 판매 각 단계에서 규모화를 추구하고 있다.
성숙기에 접어든 북미 및 유럽 지역은 전체 타이어 수요의 57%를 차지하고 있고, 중국을 포함해 급성장하고 있는 아시아 시장이 29%로 3개 지역 투자가 주류를 이루고 있다.
중국도 세계 최고수준의 성장률을 보이며 매력적인 시장으로 부상하고 있다.
최근 자동차 등록대수가 급증하면서 유통망을 통해 판매되는 타이어 교체 수요가 늘어나고 있기 때문이다.
그러나 중국은 중소기업 70여사가 난립하고 있고 글로벌 상위기업의 생산능력도 1000만본 안팎에 그치고 있어 규모화를 확보하지 못하고 있다.
반면, 국내기업들은 1990년대 중반부터 중국에 진출해 2009년 한국타이어의 현지 생산능력이 2800만본, 금호타이어 3035만본, 넥센 600만본 등 6435만본에 달하고 있다.
여기에 미국이 중국산 타이어에 징벌성 관세를 부과하는 세이프가드를 발동함으로써 중국기업들의 내수 경쟁이 심화되면서 구조조정을 촉진시킬 것으로 예상돼 중국 내수시장을 선점한 국내기업들의 중장기 전망이 밝아지고 있다.

<화학저널 2011/1/3>