호남 대표 기업 … 전기차용 타이어 시장 선두 달린다

정일택 금호타이어 사장

호남 대표 기업인 '기술의 명가' 금호타이어는 급변하는 전환기를 맞은 자동차시장 환경에서 끊임없는 연구개발에 나서며 더 나은 미래를 향해 달려가고 있다. 금호타이어가 세계시장에서 호평을 받고 있는 기아의 전기차 EV6에 신차용 타이어로 공급하고 있는 크루젠 'HP71'과 '엑스타 PS71'. 공명 소음을 획기적으로 줄인 '공명음 저감 타이어'로, 뛰어난 기술력을 보여주며 전기차용 타이어시장에서 두각을 나타내고 있다.

차별화된 기술·품질·경쟁력
전기차용 타이어 시장 두각
국내 시장점유율 1위 수성
세계 4대 디자인 어워드 석권
손흥민의 토트넘과 파트너십
축구=금호타이어 이미지 구축
야구 KIA와 유니폼 계약도
광주·곡성 공장 인근서 꾸준히
소외된 이웃사랑 캠페인 벌여
광주·전남 지역민을 위한
타이어 무상점검 캠페인 진행

최근 성숙기에 접어든 글로벌 완성차 시장은 저성장 추세 속에 미래형 스마트 자동차로의 전환기를 맞이하고 있다. 이런 흐름에 맞춰 시장을 선도하려는 글로벌 타이어 브랜드들의 혁신 경쟁은 해를 거듭할수록 치열해지고 있다. 금호타이어 역시 '기술의 명가'라는 칭호 답게 끊임없는 연구개발을 통해 더 나은 미래를 향해 나아가고 있다.

◇정성을 다해야 변화를 만든다…미래를 선도하는 금호타이어='유천하지성위능화'(唯天下至誠爲能化). '중용'(中庸) 23장의 한 구절이다. "오직 지극히 정성을 다해야 변화를 만든다"는 의미를 담고 있다.

지난해 3월 부임한 금호타이어 정일택 사장이 올해 임인년(壬寅年)를 맞아 신년사에서 꺼낸 말이다. 정 사장은 위 구절을 인용하면서 전 직원들에게 큰 변화를 위해서는 작은 일부터 정성을 다해야 함을 강조했다. 동시에 코로나19로 인한 어려운 상황을 극복할 수 있도록 함께 노력해 줄 것을 당부했다.

시대적 변화에 대응하며 미래를 선도하는 회사, 지속적으로 수익을 창출하는 회사를 만들기 위해 모든 역량을 집중하겠다는 강한 의지를 드러내기도 했다.

글로벌 시장 환경은 선임·선복 이슈, 재료비 상승 등 악재가 이어질 것으로 보인다. 이런 외부 환경을 극복하려면 수익성 기반의 생산·판매 체제로 재편해야 한다는 게 정 사장의 설명이다.

특히 금호타이어는 일생일대의 기로에 서있다. 바로 광주공장 이전이다. 회사의 명운이 걸려있다고 해도 과언이 아니다. 광주시 광산구 소촌동 일대 41만5000여㎡ 부지에 위치한 금호타이어 광주공장은 1972년 준공돼 지난 50여년 동안 지역사회와 함께 성장해 왔다. 현재 광주공장과 곡성공장에는 수급업체까지 포함해 5000여명의 지역민들이 근무 중이다.

하지만 설비 노후화 등으로 신규 설비투자 필요성이 높아졌다. 자동차 산업계에 전기차와 수소차 등 새로운 패러다임 변화가 찾아오면서 금호타이어는 신기술 개발과 제조 경쟁력을 높이기 위해 신공장 이전을 추진하고 있다.

2019년 1월부터 광주공장 이전작업을 추진해왔으며, 지난해 말 함평군 월야면에 위치한 빛그린산업단지 2단계 사업구역으로의 이전을 공식화한 상태다. 이제 광주시와 현 부지에 대한 용도변경 절차만을 남겨두고 있다.

최근 타이어 시장은 자동차 시장이 미래차로 격변하는 것과 맞물려 새로운 시장에 맞는 제품과 기술적인 변화가 요구되고 있다. 이에 따라 금호타이어는 빛그린산단에 전기차용 타이어를 생산하는 스마트팩토리를 건설해 미래시장에 대응하고 품질과 수익성 개선을 꾀하는 동시에 고용확대를 통해 지역사회에 기여한다는 계획이다.

◇기술의 명가…전기차용 타이어 시장의 선두주자=금호타이어는 북미·유럽 등 글로벌 시장에서 호평을 받고 있는 기아의 전기차 EV6에 신차용(OE) 타이어를 공급하고 있다. 이 타이어는 공명 소음을 획기적으로 줄인 '공명음 저감 타이어'로, 글로벌 시장을 선도하는 기술력을 보여주며 전기차용 타이어 시장에서 두각을 나타내고 있다.

전기차용 타이어는 일반 타이어와 비교해 낮은 회전저항, 저소음, 높은 접지력과 내마모성 등의 특성을 갖는다. 최근 고성능 전기차의 보급이 빠르게 진행되며 핸들링과 같은 드라이빙 퍼포먼스에도 더욱 초점이 맞춰지고 있다.

국내 교체용 타이어시장 점유율 1위를 지키고 있는 금호타이어는 국내를 넘어 세계 주요 자동차업체에 신차용 타이를 공급하는 등 글로벌 시장에서 기술력과 품질도 인정받고 있다.

금호타이어는 일찌감치 전기차 시장용 제품 개발에 돌입했다. 2년 여의 연구개발 끝에 2013년 4월 국내 최초로 전기차 전용 타이어인 '와트런'(WATTRUN)을 론칭하며 전기차 전용 타이어 개발을 주도했다.

최근 기아 EV6에 OE 타이어로 공급된 제품은 금호타이어의 올 시즌(All season) '크루젠 HP71'과 '엑스타 PS71' 2개 제품(규격 235/55R19)이며 모두 금호타이어의 흡음기술인 'K-Silent'가 적용된 공명음 저감 타이어다.

특히 기아 EV6에 공급 중인 크루젠 EV HP71의 경우 국내 에너지 소비효율등급제에서 회전저항계수 1등급을 획득한 고효율 제품으로 손꼽힌다. 주행 능력뿐 아니라 연비 감축을 통해 친환경적이며 경제적인 제품으로 인정받고 있다.

무엇보다 금호타이어는 2021년 세계 4대 디자인 어워드인 '독일 레드닷 디자인 어워드', '독일 iF 디자인 어워드', '미국 IDEA 디자인 어워드', '일본 굿 디자인 어워드'를 석권하면서 제품 성능뿐만 아니라 디자인에서도 우수성을 인정받았다.

◇국내 교체용 타이어 시장 '점유율 선두' 달리다=금호타이어는 국내는 물론 해외 8개 판매법인과 12개 지사·사무소를 거점으로 두고 있다. 180여개국에 연간 18억 달러 이상을 수출하고 있는 글로벌 타이어 기업이다. 국내 중앙연구소를 중심으로 미국, 독일, 중국 연구소의 글로벌 R&D 네트워크와 지속적으로 쌓아온 기술 역량을 토대로 국내외 8개의 공장에서 연 5600만개에 달하는 타이어 생산능력을 가지고 있다.

금호타이어는 2017년 교체용 타이어 시장 선두에 오른 이후 줄곧 자리를 지켜왔다. 2020년 코로나19로 인해 시장이 위축된 상황에서도 시장점유율을 유지했다.

국내뿐 아니라 유럽, 북미 시장 등 글로벌 시장에서 다임러 벤츠, 폭스바겐 등 주요 자동차 생산업체와 파트너십을 체결하고 신차용(OE) 타이어를 공급하고 있다.

해외 완성차 업체에 대한 OE 공급은 금호타이어의 기술력과 품질이 세계시장에서 인정받고 있음을 보여주는 사례라고 할 수 있다. 브랜드 인지도 제고와 함께 교체용(RE) 타이어 시장에서의 매출 확대로 이어질 수 있다.

최근 기술의 비약적인 발전과 함께 코로나19 영향으로 모빌리티 서비스는 빠르게 진화했다. 글로벌 완성차업계는 차량 구독과 장기 렌탈 서비스를 선보였고 전동식 킥보드로 대표되는 마이크로 모빌리티의 수요는 급증 추세에 있다.

금호타이어 역시 고객의 다양한 니즈를 충족하고 변화하는 시장 트렌드에 맞춰 타이어 렌탈 사업을 시작한 한편, 타이어프로가 보유한 전국의 유통망을 활용해 찾아가는 교체대행서비스를 진행하는 등 고객 서비스도 강화하고 있다.

◇스포츠로 팬들과 소통하다…세계로 뻗어 나가는 '글로벌 기업'=글로벌 타이어 브랜드 간 경쟁이 치열한 상황이다. 금호타이어는 축구 인기가 높은 유럽에서 각 리그 명문팀과의 파트너십을 체결해 브랜드 인지도와 신뢰도를 크게 높여오고 있다.

우선 2007년 국내 기업 최초로 영국 프리미어리그 소속의 세계적 구단인 맨체스터 유나이티드와 플래티넘 스폰서십을 체결해 시장을 놀라게 했다. 2011년에는 독일 분데스리가의 함부르크 SV, 오스트리아의 SK 라피드 빈과 스폰서십을 체결해 팬들과의 소통의 범위를 확장해왔다.

이어 2015년에는 분데스리가 샬케 04, 헤르타 베를린, 스페인 프리메라리가 레알마드리드, FC 바로셀로나의 홈구장 광고, 그리고 2016년 프랑스 올림피크리옹과 파트너십을 진행했다.

특히 축구 국가대표 손흥민 선수가 소속된 영국 토트넘 핫스퍼와의 지속적인 파트너십을 통해 구단과 금호타이어의 브랜드 가치가 함께 성장해 '축구=금호타이어'라는 이미지를 지속적으로 구축하고 있다.

2019년 이후 독일 명문구단 레버쿠젠 및 스위스 슈퍼리그의 최고 명문 구단인 BSC 영 보이즈의파트너사로 참여해 유럽 최고 인기 스포츠인 축구를 통한 마케팅을 활발히 진행하고 있다.

북미시장에서는 미국 최대 스포츠 시장인 NBA에 집중하고 있다. 최고 명문구단인 LA LAKERS를 오랜 기간 후원했던 금호타이어는 2019년부터는 NBA와 오피셜 파트너십 계약을 체결해 리그 전체로 그 영향력을 확대했다.

또 명문 구단인 ATLANTA HAWKS와의 파트너십을 지속적으로 이어오면서 지역주민과 소통하는 기회로 삼는 것은 물론, 브랜드 이미지를 제고하고 있다.

여기에 최근에는 2022 프로야구 시즌을 맞아 KIA타이거즈와 유니폼 스폰서십 계약을 체결하면서 본격적인 국내 야구 마케팅에도 나섰다.

KIA타이거즈 선수들은 올해 정규시즌 모든 경기에서 상의 우측 흉장에 금호타이어 로고가 부착된 유니폼을 입고 출전하게 된다. 또 타이거즈 홈경기와 원정경기 등 총 144개 경기를 비롯해 구단 홈페이지 및 유튜브, 입장권, 팬북 등 다양한 경로로 관중들을 만날 계획이다.

금호타이어 관계자는 "2017년 KIA타이거즈가 한국시리즈 우승을 차지했듯 4년만에 금호타이어와 KIA타이거즈의 스폰서십 체결로 올해 우승 기원에 힘을 실어주고자 한다"며 "금호타이어도 야구팬들과 좀 더 가깝게 소통할 수 있을 것으로 기대된다"고 말했다.

한편, 금호타이어는 첨단 기술력이 요구되는 모터스포츠 분야에서 F1 그랑프리 공식 후원을 목표로 다양한 활동을 전개하고 있다. 2020년 CJ슈퍼레이스 GT클래스의 공식 타이어 후원사로 활동하는 한편, 중국 최대 규모의 포뮬러 대회인 'Formula 4 Championship' 참여를 이어갔다. 엑스타 레이싱 팀은 4년 만에 더블 챔피언에 오르며 최고의 기량과 기술력을 입증한 바 있다.

◇지역민 관심과 사랑에 보답하는 지역 대표 기업=금호타이어는 올 설 명절을 맞아 광주·곡성공장 인근 독거노인과 소외된 이웃 200명에게 전달될 1000만원 상당의 제수용품과 식료품을 준비해 전달하는 '이웃사랑 캠페인'을 실시했다.

금호타이어 '이웃사랑 캠페인'은 주변의 어려운 이웃과 더불어 명절을 함께 나누자는 취지로 시작된 사회공헌활동으로, 2002년부터 매년 명절 때마다 이웃들에게 제수용품과 함께 사랑과 희망을 전달하고 있다.

올해 21년째를 맞는 '이웃사랑 캠페인'은 금호타이어의 대표적인 지역사랑 활동으로, 현재까지 약 1만여명의 이웃들에게 제수용품을 전달해왔다.

또 금호타이어는 2012년부터 지역 내 독거노인 및 소외계층을 돕기 위한 '이웃사랑 김장김치 나누기' 행사를 실시하고 있으며, 작년 연말에도 각 지자체를 통해 광주·곡성공장 인근 주민들에게 김치 120박스를 전달하기도 했다.

이밖에 매년 지역민을 위한 '타이어 무상점검 캠페인' 행사를 전개하고 있다. 행사 당일 현장을 방문한 고객들을 대상으로 밸런스 점검, 위치 교환, 마모 상태 및 공기압 점검, 워셔액 교체 등을 무상으로 제공하고, 타이어 특가 판매를 실시하는 등 지역민들에게 받은 관심과 사랑에 보답하기 위한 다양한 활동을 지속적으로 고민하며 실행하고 있다.

/박기웅 기자 pboxer@kwangju.co.kr

금호타이어의 캐릭터 또로. 금호타이어는 최근 KIA타이거즈와 유니폼 스폰서십 계약을 체결하는 등 프로야구 마케팅에도 돌입했다.