

2016년 3월

화학경제연구원  
컨설팅팀발간일: 2016년3월  
분량: 26페이지  
가격: 22만원

화학경제연구원

Phone: +822 6124-6660

Fax: +822 6124-6669

consulting@chemlocus.com

## Tier1과 협력체계 구축, 현지화 전략이 필수

국내 EP 수요는 2015년 기준 50만톤이고 향후 1.5% 성장해 2019년에는 53만톤 규모가 될 것으로 전망된다. EP 공급기업은 약 15개로 경쟁이 치열한 상태이며 상위 6개사는 PC와 PBT 위주로 공급하며 이외의 기업은 PA6/66 컴파운드 위주로 공급하고 있다.

### R&D 투자는 최종 제품과의 상용성에 초점

연구개발 단계에서부터 End-user인 자동차부품 업체와 컨택하여 채용가능성을 높여야 경쟁력을 키울 수 있는 것으로 파악되었다. 소재를 개발 하기에 앞서 최종 제품과의 상용성 여부에 중점을 두고 연구개발을 진행해야 고부가가치의 EP를 안정적으로 공급하며 협업체계를 갖출 수 있기 때문이다.

### 해외 현지화 전략은 필수

전방산업의 해외공장 이전시 관련 기업들의 공장 및 영업소가 함께 이전하는 것이 일반적이다. 이에 따라 해외 판매 전략은 현재 국내 거래선 이외에 현지인을 중심으로 한 신규 거래선을 확보하는 것이 핵심이다. 현재 4개사 매출구조가 내수판매 70%, 수출 30%의 수준을 보이고 있으나 향후에는 현지 자회사의 매출비중이 크게 증가할 것으로 예상된다.

### R&D 및 특허 M&A 진행

연구개발이 완료된 EP 컴파운딩 특허를 인수하여 기존 제품의 고급화를 통해 부가가치를 높이는 전략이 필요하다. 또한 국내 생산기업 이외에 해외 생산공장을 갖고 있는 기업을 인수하여 플랜트 투자비용을 절감함과 동시에 글로벌시장 진입절차를 축소하는 전술이 필요할 것이다.

글로벌기업과 대기업이 70%이상을 차지하고 있는 EP시장에서 코프라, 만도신소재, 신일화학공업, 데스코는 각자 생존경쟁력을 갖고 살아남았다. 각사의 사업포트폴리오, 판매전략, 기술개발동향을 살펴보고 EP시장에서 기업들의 성장전략에 대해 분석해 보았다.

Source) CMRI, EP Compounding기업 경쟁력 분석(4개사)

<EP-Compound 시장 점유율(2015)>

