

Dow, 계면활성제 생산 특화 추진

고신장률 예상품목으로 포트폴리오 재구성 ... 특수비중 60%

Dow Chemical이 세제성분에 범용 및 특수 계면활성제를 함께 공급하는 한편, 높은 신장률이 예상되는 틈새 생산제품에 특별한 관심을 기울이고 있다.

Union Carbide와의 합병 후 2002년 새로운 전략을 실행할 계획으로, 1위 또는 2위 기업으로 성장할 수 있는 특정 응용부문에 주력하는 한편, 강력한 포트폴리오가 구축되지 않는 기타 부문에 투자되는 시간과 노력을 줄일 방침이다.

계면활성제 시장이 지나치게 세분화되어 있기 때문에 전 부문에서 1위가 되고자 하는 것은 무모한 일이라고 지적하고 있다. 최대 생산기업조차도 전체 시장 점유율이 5%를 넘지 못하고 있다.

Dow의 계면활성제 생산제품은 특수가 60%, 범용이 40%로 구성돼 있다.

계면활성제 생산의 절반이 세제 생산에 사용되고 있고, 세탁은 언제 어느 때라도 필요하기 때문에 이러한 비중이 경기침체의 영향을 비교적 덜 받는 편이다. 계면활성제 수요의 나머지 절반은 페인트, 코팅, 직물, 산업용 세정제가 차지하는데, 외부의 영향에 매우 민감하다.

Dow의 계면활성제 사업은 세제 시장 신장률에 힘입어 2001년 공급물량 및 매출에 변동이 없었다.

자체 계면활성제에 관한 노하우와 1997년 Hampshire Chemical의 인수와 더불어 Union Carbide의 노하우가 결합돼 매출 3억달러의 계면활성제 사업부를 탄생시켰고, 보다 다양한 세정제 조성과 응용부문을 위한 신기술 개발에 박차를 가하고 있다.

Dow의 계면활성제 사업부는 페인트 및 코팅제 응용부문에 특히 강세를 보이고 있는 Dowfax 생산제품과 Tergitol 및 Triton 등 Union Carbide의 세제용 계면활성제 브랜드를 포함한다.

Uniqema도 저가 공략을 피하고 혁신을 강조하며 비누 생산기업에게 주문형 솔루션을 판매함으로써 계면활성제의 부가가치를 높이는데 집중하고 있다.

수요시장의 행방을 예상하고 필요한 Enabling 기술을 확보하는 것을 관건으로 보고 있다.

한편, 세제 첨가제 생산기업들은 살균제 및 향장 부문을 비롯해 시장 잠재력이 풍부한 것으로 분석하고 있다.

<Chemical Daily News 2002/ 07/ 24>