

효성-코오롱, 감정싸움 경쟁 격화?

나일론필름 사업 놓고 신경전 ... 정보통신 이어 수입자동차도 라이벌

화학섬유 라이벌인 효성과 코오롱이 나일론필름 사업을 놓고 신경전을 벌이고 있는 가운데 잇달아 상대방 사업과 겹치는 분야에 진출하겠다고 발표해 관심을 모으고 있다.

최근 코오롱은 디스플레이의 소재인 유기EL 사업 진출계획을 발표하고 2004년 6월부터 본격적인 생산에 들어간다고 밝혔다. 이를 위해 2000년 디스플레이 연구개발회사 네오뷰를 자회사로 설립해 2년 동안의 연구 끝에 유기EL 개발에 성공했다.

효성 역시 2001년부터 미국 제픽스에 대한 투자를 통해 질화갈륨을 응용한 발광다이오드, 즉 무기EL 사업을 육성중이다. 제픽스 설립 당시부터 지금까지 총 1500만달러를 투자했으며 앞으로 3년 동안 700만달러를 추가로 투자해 1년 내에 청색 발광 다이오드 시제품을 개발할 계획이다.

두 기업의 투자분야가 모두 디스플레이의 소재인 발광소자를 개발한다는 점에서 공통점을 갖고 있어 코오롱과 효성은 신사업 진출에서도 경쟁관계를 형성하고 있다.

효성과 코오롱은 정보통신 소재 분야와 함께 수입자동차 시장에서도 경쟁국면에 접어들었다.

효성은 최근 메르세데스벤츠 코리아와 딜러 선정을 위한 양해각서(MOU)를 체결해 1998년 아우디와 폴크스바겐 판매업을 접은 후 5년 만에 수입자동차 시장에 재진입했다. 코오롱은 1987년부터 계열사 HBC코오롱(옛 코오롱모터스)을 통해 BMW를 판매하고 있어 효성과 코오롱이 각각 벤츠와 BMW로 수입자동차 시장에서 맞붙게 될 것으로 보인다.

코오롱과 효성은 출발점이자 주력 분야인 화학섬유에서도 경쟁구도가 심화되고 있다.

코오롱은 최근 설비 증설을 통해 2003년 말까지 스판덱스 생산규모를 연간생산 1만톤으로 늘리기로 하는 등 스판덱스 사업을 확장하고 있어 스판덱스 시장 국내 1위를 차지하고 있는 효성과의 경쟁이 격화될 것으로 예상된다. 이와 함께 타이어코드 시장에서도 효성이 1위를 지키고 있는 상황에서 코오롱이 2003년 말 가동을 목표로 중국에 타이어코드 설비를 신설하는 등 효성에 대한 추격을 가속화하고 있다.

코오롱과 효성의 알력은 1963년 코오롱이 나일론 원사 생산에 나서자 동양나이론(효성의 전신)이 1968년부터 같은 부문에 뛰어들면서 시작됐으며, 그 후 상대방 사업과 겹치는 부문에 뛰어드는 등 거의 감정싸움에 가까운 모습을 보이고 있다.

또 월 매출 3억원대에 불과한 당진 나일론필름 공장 처리문제를 놓고 코오롱과 효성 사이의 갈등의 골이 점차 깊어지는 것도 경제적 실익을 찾기보다는 자존심 대결로 비쳐지고 있다.

<Chemical Journal 2003/04/24>