

CJ, 세제 · 화장품 사업부문 분사

식품 · 생명공학 · 유통 · 미디어에 역량 집중 ... 일본 라이온에 매각

CJ가 생활용품 사업에서 사실상 손을 뗄 방침이다.

CJ는 8월10일 “일본 라이온과 생활용품 사업부문 매각을 골자로 한 MOU를 체결했다”며 “연말까지 생활용품 사업부문을 분사한 뒤 지분의 81%를 389억원에 라이온에 매각하기로 했다”고 밝혔다.

신규법인 명칭은 <CJ-라이온(가칭)>으로 정했으며, 본 계약은 이르면 9월 중 체결할 예정이다.

CJ는 “식품, 생명공학, 신유통, 미디어 등 4대 핵심 사업에 역량을 집중하기 위한 것으로, 라이온은 한해 매출 3조원대의 일본 생활용품 2위 기업으로 CJ에 기술협력을 해주기도 했다”고 밝혔다.

CJ는 1990년 생활용품 사업을 시작해 농축세제 <비트>, 비누 <식물나라>, 주방세제 <참그린> 등의 판매를 통해 2003년 1600억원의 매출을 올렸다.

생활용품 사업을 매각하기로 함에 따라 4대 핵심사업을 중심으로 한 사업구조 재편도 가속할 것으로 보인다.

소재·가공식품과 생활용품을 주로 생산했던 CJ는 2000년 4대 핵심 사업군을 설정하고, 비핵심 사업의 비중을 축소해 왔다.

한편, CJ는 상반기 매출액 1조2525억원, 영업이익 973억원, 경상이익 1673억원, 순이익 1276억원의 실적을 올렸다고 8월12일 공시했다.

매출액은 전년동기대비 6.3%, 영업이익은 10.9%, 경상이익은 21.9%, 순이익은 17.9% 각각 증가한 것이다.

CJ는 “전반적인 경기침체에도 불구하고 설탕, 식용유, 밀가루 등 소재식품 사업부문 및 바이오 사업의 성장과 판매관리비 비중 감소, 환율하락으로 인한 외화평가의 증가 등에 힘입어 실적이 호전됐다”고 밝혔다.

<화학저널 2004/08/13>