

# 계면활성제, 인력 줄여 코스트 절감

Akzo · Goldschmidt, 인력감축 위주 구조조정 ... 북미 수요는 강세

계면활성제 생산기업들이 코스트 압박으로 인력감축을 시도하고 있다.

Goldschmidt는 2004년 1월 초 위스콘신주 Jamesville 및 일리노이주 Mapleton 소재 Oleochemical 유도제품 플랜트에 대한 구조조정에 착수해 전체 인력의 25%에 달하는 약 80명을 감원할 계획인 것으로 알려졌다. 또한 플랜트 효율성을 높이기 위해 800만-900만달러를 투자할 계획이다.

Cognis는 2003년 뉴저지주 Hoboken 소재 계면활성제 플랜트를 일리노이 Kankakee로 이전했다. Kankakee 플랜트는 Cognis의 북미 2위 플랜트이다.

Akzo Nobel은 2003년부터 계면활성제 사업을 중심으로 세계적 구조조정 프로그램에 들어갔으며 약 250명을 감원했다.

주로 마진압박에서 벗어나기 위한 대책으로 최근 몇 개월 동안 유지가격이 폭등세를 나타내면서 심각한 코스트 압박을 받은 것으로 나타났다. 이에 Akzo는 2004년 2월1일 유지를 원료로 하는 Nitrogen계 계면활성제 가격을 약 5% 인상했다.

Akzo는 앞으로도 계면활성제 사업 확장에 투자할 계획이다. 2003년 10월 아시아 세제 시장을 타겟으로 하는 싱가포르 계면활성제 플랜트의 가동에 들어갔으며 주로 Quaternary Ammonium 컴파운드를 생산하고 있다.

싱가폴 플랜트는 2002년 Crompton의 Industrial Specialty 사업 인수와 함께 Akzo의 세제 시장 진출을 확대하는 계기가 됐다.

Akzo는 Crompton 인수를 통해 미국 Houston 및 싱가포르 특수 비이온계 계면활성제 플랜트를 보유하게 됐으며 스웨덴 Stenunsund 소재 특수 비이온계 계면활성제 플랜트는 보완하고 있다.

한편, 북미 소비재 분야의 계면활성제(Surfactant) 소비량은 2002년 약 43억7500만파운드에 판매액이 36억달러에 달했으며 2010년까지 연평균 3% 증가할 것으로 예상되고 있다.

CAHA(Colin A. Houston & Associates)에 따르면, 2002년 계면활성제는 북미 소비재 시장에서 255억파운드 가량 소비됐으며 판매액은 약 425억달러로 나타나고 있다.

미국은 255억파운드에 북미 소비재 시장의 81% 이상을 차지하고 있으며 가정용 계면활성제 소비 신장률이 소비재를 앞서고 있다. 최근에는 고농축 계면활성제를 사용하는 Ultra 세탁 및 주방용 세제 시장이 강세를 나타냄에 따라 계면활성제 소비가 급증하고 있다.

세탁용 세제는 미국 가정용품 시장의 약 54%를 점유하고 있으며 최근 액체세제가 강세를 보임에 따라 2010년에는 90%까지 확대될 전망이다.

그러나 퍼스널 케어 시장은 성숙기에 이미 진입했으며 바(Bar) 타입 비누 소비가 감소함에 따라 수요가 둔화될 것으로 예상된다. 반면, 바디 워시, 노화방지 스킨 케어, 남성용 화장품 및 에스닉(Ethnic) 헤어 케어 시장은 강세를 나타낼 전망이다.

<화학저널 2004/08/27>