

제일모직, 패션에서 화학으로...

화학제품 매출 44% ... 삼성SDI도 디스플레이에서 에너지로

변화하는 경영환경에서 살아남기 위해 국내기업들이 새로운 성장동력을 발굴해 나가면서 주력사업을 바꾸는 현상이 심심치 않게 나타나고 있다.

제일모직은 2012년 상반기 2조9414억원의 매출을 올렸다.

매출액 비중은 화학제품 43.8%, 패션 및 기타 29.5%, 전자재료 26.6%로 2011년 화학제품 43.3%, 패션 및 기타 29.0%, 전자재료 27.6%에 비해 화학제품의 비중이 높아졌다.

1954년 설립돼 한국 섬유산업의 성장을 주도해온 제일모직이 의류 사업을 통해 올리는 매출은 전체 매출의 30%에도 미치지 못하고 있다.

매출 중 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것은 화학사업으로 TV, 휴대전화, 컴퓨터, 냉장고 등에 사용되는 합성수지 및 건축내장재의 판매가 주 수입원이 되고 있다.

제일모직은 전자재료도 생산하고 있으며 디스플레이에 들어가는 편광필름, 반도체 페이퍼를 연마해주는 EMC(Epoxy Molding Compound) 등을 제조해 삼성전자 등에 납품하고 있다.

제일모직은 앞으로 전자재료 사업을 주력사업으로 키워 나갈 계획으로 머지않아 제일모직을 먹여 살릴 주력제품은 화학제품에서 IT로 바뀔 가능성이 큰 것으로 판단되고 있다.

삼성SDI도 생존을 위해 몸부림치는 과정에서 주력사업이 바뀌었다.

1970년 설립된 삼성SDI는 진공관과 브라운관 사업을 시작으로 LCD(Liquid Crystal Display)와 PDP(Plasma Display Panel), AM-OLED(Active Matrix-Organic Light Emitting Diode) 사업까지 진출했던 디스플레이 전문기업이었으나 새로운 성장동력으로 2차전지 사업에 뛰어들었고 2011년에는 새로 시작한 에너지 및 기타사업의 매출액 비중이 52%로 디스플레이 매출 48%를 넘어섰다.

2012년 상반기에는 에너지 및 기타 매출액 비중이 57%로 더 확대됐다.

시장 관계자는 “국내기업들이 산업 트렌드에 맞게 변화해 나가는 것은 시장에서 퇴출되지 않기 위한 몸부림”이라면서 “변화하는 환경에 선제로 대응하지 못하면 살아남을 수 없다”고 말했다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재·재배포 금지>

<화학저널 2012/09/10>