

조사자료

2002 - 002

시멘트 메이저 기업의
일본 및 아시아 시장 전략

2002. 1

한국양회공업협회

메이저도 참가, 국제적 경쟁과 협조로

□ 향후 일본의 시멘트 업계는 수요 감퇴와 더불어 커다란 변화가 예상됨

- 특히 아시아에서 활발하게 활동하고 있는 시멘트 메이저의 움직임이 얹혀 있음
- 메이저 기업의 아시아 진출 배경
 - 97년의 아시아 통화위기가 계기가 된 경제혼란으로 시멘트 수요가 격감하였으며 그때까지의 생산능력 증강에 대한 투자부담이 가중되어 현지 메이커가 경영난에 봉착하게 됨
 - 이들 현지 메이커가 외자도입을 추구, 이에 대응하여 메이저가 **출자, 기업매수에 나섬**

1. 메이저 기업의 아시아 진출 현황

□ Lafarge(프랑스)

- 동남아시아 3개국(인도네시아, 말레이시아, 필리핀)에서의 생산능력 1,650만톤
 - 94년, 인도네시아에 진출

- Lafarge가 2001년 7월에 인수한 Blue Circle(영국)이 67년, 말레이시아 최대 메이커에 출자한 것을 필두로 98년부터 필리핀에 진출하여 양사가 8개사를 산하에 둠
- 한국에서 2개사, 1,670만톤의 생산능력 확보, 1위로 부상
 - 99년에는 한국에 진출하여 Halla시멘트(현 Lafarge Halla 시멘트)에 출자
 - 연이어 2001년에는 동양시멘트에 출자함
- 상기 아시아 4개국에서의 생산능력은 3,320만톤이며, 2001년 9월에는 일본의 麻生 시멘트에 출자하여 일본에서는 유일한 외자도입 선례를 남김

□ Holcim(스위스, 구 Holderbank)

- 동남아시아 4개국에서 2,870만톤의 생산능력 보유
 - 90년, 필리핀의 1개사에 출자
 - 97년, 베트남에 신공장을 건설
 - 98년, 필리핀에서 4개사를 산하에 두고 인도네시아, 태국의 유력 메이커에도 출자

□ Cemex(멕시코)

- 동남아시아 3개국에서 2,060만톤의 생산능력 확보
 - 97년, 필리핀에 진출 3개사를 인수
 - 98년, 인도네시아 최대 메이커인 Gresik 시멘트에 출자
 - 태국의 공장 또한 인수

□ 기 타

- Heidelberger(독일)
 - 2001년, 인도네시아 2위의 Indo Cement사를 인수
- Italcementi(이탈리아)
 - 태국의 2개사에 출자

□ 메이저 5개 그룹의 동남아시아에서의 생산능력 점유율

- 인도네시아 94%, 필리핀 90%, 말레이시아 47%, 태국 40%의 Share를 점하고 있으며, 베트남을 더한 5개국 전체 생산능력의 63%를 점하고 있음

시멘트 메이저 기업의 동아시아 진출 현황

(단위 : 만톤)

투자선	생산능력		생산능력					5사합계		太平洋 시멘트	
	생산능력	%	생산능력	생산능력	생산능력	생산능력	생산능력	%	생산능력	%	
인도네시아	4,260	100	860	100	1,560	1,480		4,000	93.9		
말레이시아	1,750	100		760		60		820	46.9		
필리핀	2,180	100	710	790	460			1,950	89.4	80	3.7
태국	4,300	100	1,160		40		520	1,710	40.0		
베트남	1,250	100	140					140	11.2	180	14.4
5개국계	13,740	100	2,870	1,650	2,060	1,540	520	8,660	63.0	260	1.9
중 국	58,600	100	340	20		260		620	1.1	410	0.7
한 국	6,130	100		1,670				1,670	27.2	1,460	23.8

(주) 2001년 12월 현재

% : 투자선국의 전생산능력대비 구성비

중국의 생산능력은 생산량

2. 페이지의 아시아 시장 전략

□ 아시아 시장의 현황

- 태 국
 - 현지 메이커인 Siam 시멘트가 생산능력 1위

- 말레이시아
 - 싱가포르 자본 및 국영기업이 시멘트 업계 장악

- 베트남
 - 국영기업이 커다란 Share를 확보하고 있음

- 대 만
 - 동아시아에서 유일하게 외자가 들어와 있지 않은 국가이지만 석회석 자원의 고갈로 인해 공장폐쇄가 잇달아 1위 메이커인 Taiwan시멘트가 압도적인 Share를 점하고 있음

□ 아시아 시멘트 산업의 전망

- 동남아시아 제국
 - 2000년부터 수요가 회복되고 있으나 신장율은 낮고, 수급의 갭을 해소하기엔 시간이 필요함

 - 2001년까지도 미국, 아프리카 등에 대량의 수출을 행해 왔지만 미국 건설경기의 위축으로 미국의 수요가 감소할 가능성이 있음

- 대미 수출이 감소할 뿐 아니라 구주메이커가 아프리카 시장에 관심을 갖고 있기 때문에 아프리카로의 수출 또한 영향을 받을 것으로 전망됨
- 일본 및 한국
 - 향후 일본 시장은 6,500만톤 수준으로 축소될 전망이지만 매력적인 큰 시장임
 - 한국 또한 5,000만톤의 대시장이며, 향후 6,000만톤으로의 회복은 무리라고 할지라도 점진적인 수요증가가 예상됨
- 일본, 한국을 포함한 동아시아 전체가 공급과잉 상황에 놓여있어, 국제적인 경쟁의 격화는 피할 수 없는 가운데 시멘트 물류체계 또한 변화가 예상됨

3. 메이저의 전략

□ 전술한 상황에서 메이저 기업들은 중국과 일본, 한국에 초점을 맞추고 있음

- 중 국
 - 내륙에 공장을 건설하는 등 국내에서의 수요확대에 대응하는 전략 추구
- 동아시아 제국
 - 각각의 거점에서 수익증대를 목적으로 하는 대책을 취함과 동시에 일본과 한국을 시야에 넣는 네트워크 구축을 꾀하고 있음

□ 일본에서의 메이저 전략

- 일본에서의 수입이 증가할 것으로 예상되지만 무역을 통한 수익증대는 기대하기 어렵다고 판단
 - 따라서 향후 일본 메이커로의 자본참가에 더욱 무게를 둘 것으로 보이며, 일본시장에서 직접 수익을 발생시키는 정책을 취할 것으로 예상됨
- 일본의 메이커로서도 국내는 물론, 수출시장으로서의 아시아도 중요하기 때문에 메이저업체들과 이해관계가 일치함
- 아시아 전체 규모를 볼 때 일본 메이커와 메이저 기업과의 경쟁 및 협조가 병행될 것으로 전망됨