

# 시멘트業界의 海外 進出現況

企劃 調查 課

## 1. 개 요

기업의 세계화.

그것은 WTO출범으로 야기되는 국제무역경쟁에서 살아남기 위한 몸부림으로 이해해되도 좋을 듯하다. 최근 정부는 대통령의 강력한 의지에 힘입어 경제 및 산업은 물론 행정, 사회 등 전반에 대한 세계화정책을 추진하고 있다. 그것은 기업들만이 변화의 몸부림을 친다고 해서 선진국으로 도약할 수는 없다는 판단에 따른 것으로 생각된다. 우리나라에서 기업은 곧 경제이며 경제는 곧 일반국민들의 생활이기 때문이다.

현재 국내 주요재벌기업은 물론 중소기업에 이르기까지 세계화를 추진하려는 노력을 한창 기울이고 있다.

그렇다면 세계화란 무엇인가?

기업의 입장에서 세계화는 곧 국제경쟁력 강화와 직결된다. 국제경쟁력은 기업활동의 궁극적인 목표인 최대한의 이윤창출을 국내에서만 아니라 전세계를 무대로 이루어낸다는 말이다. 그러기 위해서는 점차 보호무역의 성격이 강화되고 있는 선진국의 기업들과 겨루어야 한다. 그리고 이겨야 한다. 그 과정이 바로 세계화이다.

사실, 우리 기업들은 정부가 '세계화'라는 지표를 설정하기 이전부터 실질적인 세계화를 추진하고 있었다. 물론 그 정도는 미약하지만 방향은 제대로 잡고 있었다는 이야기가 된다. 해외시장에의 투자는 물론 합작 등을 꾸준하게, 그리고 활발하게 추진해오고 있었다. 또, 사업의 다각화를 통해 경쟁력 배양도 아울러 꾀하는 중이다. 그리고 신제품, 신기술에 대한 연구를 지속하고 있다. 더이상 외국

의 기술을 베끼는 수준에 머물 수 없다는 판단에서이다. 또 한가지 중요한 세계화정책은 경영혁신이다. 불요불급한 비용 및 노력지출을 억제하고 투자에 대한 성과의 극대화를 위하여 생산성향상과 업무환경개선을 위한 노력이다. 이는 인재양성 등 보이지 않는 부문에 대한 투자의 증가에서도 잘 나타난다. 이 모든 움직임이 결과적으로는 세계화를 위한 노력이다. 세계속의 일류기업으로 성장해 가는 과정인 것이다.

'시멘트'지는 이러한 '세계화시대'를 맞아 시멘트 업계의 세계화전략을 널리 알리기로 하고, 이번호에는 그 첫회로 업계의 '해외진출현황'을 소개코자 한다. 이는 우리 업계내에 물론 관련기업 및 인사들의 시멘트업계에 대한 이해를 돕고자 함이다.

## 2. 일반 주요기업들의 동향

지금까지 국내기업들의 해외진출은 대부분이 수출증대를 위한 영업인력의 증파나 인건비절감을 위한 현지생산시설의 구축에 국한되었던 것이 사실이다. 따라서 수요창출보다는 비용절감의 측면이 더 강했다. 그러나 최근들어 해외로의 직수출에 애로요인이 증가하자 점차 현지생산·현지판매의 개념을 도입하였고, 국제무역시장이 점차 글로벌화 및 블럭화되면서 기업들의 해외생산 및 판매당도 이에 대응하여 하나의 네트워크화로 구성하여 유기적인 협조 및 지원체제를 갖추어 나가고 있다.

### 1) 삼성그룹

국내 재벌기업중 세계화의 대표주자인 삼성그룹은 전세계를 5개지역으로 구분하여 각 지역별로

본사를 두고 해당지역에 진출하는 계열기업들의 업무를 총괄지원한다는 전략이다. 즉, 기존의 '최고경영자가 상주하는 곳이 본사'라는 인식을 깨고 해외에 5개의 본사를 설치하여 이들로 하여금 세계 각지에 산재된 계열사들의 생산 및 영업 등은 물론 투자까지도 포함한 기업활동 전반을 책임지도록 서울본사의 기능과 권한, 그리고 책임을 대폭 이양한다는 것이다.

이미 일본, 동남아, 북미, EU, 중국 등으로 본사 소재지역을 구분하여 각각 동경, 싱가포르, 뉴욕, 런던, 북경 등지에 각각 본사체제를 설립하였거나 설립작업을 구체화하고 있다. 또, 이들 해외본사는 현지법인화하여 해당지역의 무역장벽을 극복할 수 있는 기본여건을 조성하였다.

## 2) 현대그룹

그동안 국내의 제반 여건으로 인하여 잔뜩 움추렸던 현대그룹은, 그동안의 세계 각지역에 대한 연구결과를 토대로 그룹차원보다는 각 계열사별로 개별진출도둑 한다는 계획이다. 현대는 특히 현지생산시설구축에 중점을 두고 있으며 AT&T그룹으로부터 비메모리부문을 인수하는 등 일부 첨단기술을 보유한 기업의 인수(기업매수합병, M&A)를 통한 현지법인화 및 기술축적을 꾀하고 있다. 현대그룹의 주요진출은 주로 중국, 러시아, 베트남 및 동유럽지역 등 그동안 서방세계의 투자가 부진했던 지역을 위주로 하고 있으며, 아울러 이들 지역의 잠재수요를 감안 장기적인 투자를 지속할 방침이다. 이와함께 개발 및 생산, 판매 및 사후관리 등 상품의 라이프사이클에 관련한 모든 관리를 현지에서 직접 관장하는 방안을 강구중이다.

## 3) LG그룹

최근 기존상표의 기득권포기라는 위험에도 불구하고 럭키금성이라는 이름을 버린 LG그룹은 해외진출의 역량을 중국에 집중시키고 있다. 사회주의 경제체제에서 탈피하여 부분적이거나 시장경제체제로의 진입을 꾀하고 있는 인구 12억의 중국이야말로 다가오는 21세기에 최대의 수요시장으로 부상할 것이라는 예측에 의한 것이다. 지리적으로 가까우므로 물류비용도 타 지역에 비해 상대적으로 낮을 뿐만 아니라 소비재, 생산재 등 거의 모든 물자면에서 그리고 기술적인 면에서 잠재수요가 거의 무한하다고 보고 있는 것이다. 따라서 LG는 중국을 제2의 내수시장화한다는 전략을 세우고 있다. 즉, 전자, 석유화학, 부동산개발 등 전산업에 걸쳐

다양한 투자를 전개함으로써 중국에서의 매출액을 현재의 6배수준인 60억달러까지 확대시킨다는 계획이다. LG는 이러한 계획의 추진을 위하여 북경에 대규모 첨단사옥을 건립키로 하고 실무작업을 추진중이다.

특히 기존의 금성(Gold-Star)이라는 브랜드로 가전부문에서 쌓아온 이미지를 바탕으로 현지에 적합한 제품 및 모델을 개발하여 새로운 LG의 이미지를 심는데 노력함으로써 향후 시장경쟁에서 우위를 점한다는 장기계획도 가지고 있다.

## 4) 대우그룹

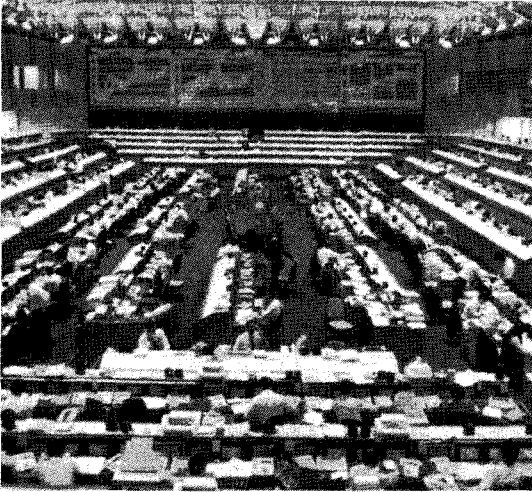
93년부터 '세계경영'이라는 슬로건아래 과감한 해외사업분야의 확장과 조직개편으로 국내 그룹사들 중에서는 구체적인 세계화를 지향한 것으로 평가되는 대우의 해외진출은 전략적이라기보다는 전투적이다. 다시 말해서 대단위 프로젝트나 본사의 권한이양 등 타사와 같은 업무분화의 형식이 아닌 해외지사 및 현지법인의 설립을 통한 수적공략이다. 93년 이후 해외지사 21개, 해외현지법인 87개사를 설립한데서 그 예를 볼 수 있다. 그리고 2000년까지는 650개의 해외사업거점을 만들겠다는 계획이다. 즉, 철저하게 판매를 전제로 한 진출이다. 수요가 있으면 어디든지 가리지 않고 진출하는 것이다.

이를 위하여 인적자원개발에도 역점을 두고 있다. 또한 자금조달선도 구축해 놓았다. 원가절감면에서 일부 소비재의 경우는 해외현지생산도 적극 추진하고 있다. 전자부문에서 전체생산량의 약 50%를 현지생산방식으로 전환한다는 계획도 이의 하나이다.

## 5) 선경그룹

선경그룹에서는 세계화의 기본전략을 세계화와 현지화의 동시추진이라고 밝히고 있다. 선경은 국내에서 석유화학분야의 연결공정을 완성한 것처럼 해외에서도 이러한 계열화를 구축한다는 목표이다. 즉, 석유도입에서 정제, 가공, 판매 및 활용 등 관련분야를 유기적으로 연결하여 투자 및 가치생산의 극대화를 이룩한다는 것이다.

선경도 역시 주요투자지역으로 중국을 꼽고 있다. 또, 해외지사의 책임자급을 현지인으로 임명함으로써 사고 및 결정의 현지화를 추구하고 있다. 그리고 세계각지에 흩어져 있는 지사에서 독자적으로 운영하여 오던 기획, 정보, 운영, 판매 등의 기능도 각 지역별로 구심점이 되는 총괄본부에 집중시켜 그 효율을 극대화시키는 방안도 추진하고 있



다.

### 6) 한진그룹

항공과 해운 등 물류수송에 집중투자하고 있는 한진그룹은 해외진출의 최종목표를 세계적인 물류 전달체계 구축으로 정하고 주요지점에 거점을 확보하기 위해 노력하고 있다. 또, 선진국 물류업체와의 제휴를 강화하는 한편, 현지경쟁력 확충을 위하여 해외지점 및 영업소를 확충하고 있다.

## 3. 시멘트업계의 동향

시멘트업계에서도 해외진출을 위한 다각적인 노력을 기울이고 있다.

대표적인 장치산업으로써 공해업종으로 인식된 시멘트산업은 국내에서 새로운 공장건립이 갈수록 어려워지는 현실과 관련하여 시멘트플랜트를 필요로 하고있는 저개발국가로의 진출을 모색중이다. 시멘트생산을 위해서는 장치 및 설비에 막대한 투자가 필요하다. 따라서 중국이나 베트남 등 동아시아지역의 일부국가에서는 원료는 풍부하지만 자본이나 기술이 없어 시멘트산업을 일으키지 못하는 경우가 많은 것이 사실이다. 우리 시멘트업계에서는 이러한 점에 착안, 주로 공장설비나 기술, 그리고 운영자금 등을 투자하여 현지에서의 판매권을 확보하는 방안을 강구중인 것으로 알려졌다. 특히 우리보다 경쟁력이 뒤떨어지는 국가에 대해서는 합작투자를 통해 상대국의 기술 및 가동수준의 향상을 꾀하고, 선진국에 대해서는 단독투자로 판매망 확보에 주력하는 등 양면적인 전략을 보이고 있다. 현재 시멘트업계에서 진출을 적극 추진하는 지역은

중국과 베트남을 비롯한 동남아시아 국가들이다.

### 1) 동양시멘트

동양시멘트는 해외로의 본격진출에 상당히 적극적이며 활발한 투자계획을 추진하고 있다.

지난 87년 12월, 일본에 단독투자로 시멘트판매를 전담하는 사무소를 개설한데 이어 90년 10월에는 대만의 臺中에 300만달러를 투자, 합작기업의 형태로 판매를 전제로 한 시멘트가공설비를 갖추었다. 93년 2월에는, 중국진출을 위한 교두보로서 북경사무소를 개설하였고, 94년에는 중국내에 현지법인을 설립하여 이를 기반으로 북경인근지역에 연간 30만m<sup>3</sup>를 생산할 수 있는 레미콘공장을 건설중인데 95년 5월이면 본격가동이 가능할 것으로 보인다. 또한 북한을 대상으로 시멘트 및 레미콘생산과 시멘트유통기지건설 등의 투자계획을 의욕적으로 검토중이다.

현재 동양시멘트는 미국의 산호세와 시카고, 일본 동경, 중국의 북경 등지에 4개의 해외사무소가 있으며 일본(동양재팬), 대만(동양치아신인터내셔널), 북경(북경순동레미콘유회사) 등 3개의 현지법인을 운영하고 있다. 또, 최근에는 해외사업부문을 통합하여 동양글로벌(주)라는 독립회사를 설립, 해외투자 및 무역업에까지 사업을 확장하고 있다.

### 2) 쌍용양회

시멘트업계중에서 비교적 활발한 해외진출을 모색해온 쌍용양회는 주로 중국지역을 대상으로 진출을 모색중이다. 75년에 이미 싱가포르에 현지법인(쌍용싱가포르사)을 설립한데 이어 89년에는 미국에도 현지법인을 설립, 운영해오고 있다.

쌍용양회는 우선 베트남에 대한 미국의 금수조치 해제와 베트남정부의 시장경제도입을 바탕으로 이 지역의 경제성장잠재력이 크다는 판단하에 베트남 국영시멘트사를 상대로 호안보지역에 연산120만톤 규모의 시멘트합작공장을 설립할 계획이다.

또 중국에 대하여는 93년말에 쌍용양회의 싱가포르현지법인을 통하여 상해시 산하 국영기업들과의 합작을 통해 연산60만톤규모의 상해크링카분쇄공장과 연산18만톤규모의 장흥크링카생산공장을 건설키로 합의하였고, 94년7월에는 상해시 포동신구내에 연산30만m<sup>3</sup>규모의 레미콘공장을 건립키로 하고 건설공사를 진행중이다.

이외에도 일본의 최대시멘트업체인 오노다시멘트와의 포괄적인 업무제휴와 중국의 건축재료과학연구원과의 기술교류 등을 성사시키는 등 일본과



중국을 포함한 동남아시아지역으로의 진출을 위하여 상당한 노력을 기울이고 있다.

### 3) 아세아시멘트

아세아시멘트는 중국의 대련시에 대련제2시멘트사와 합작으로 연산20만<sup>m</sup> 규모의 레미콘공장을 건설하고 있는데 이는 21세기의 최대시장이라고도 일컬어지는 중국시장에 대한 진출의 제1보로써 앞으로 시멘트공장 및 2차제품의 시장에도 진출하는 계기로 삼을 계획이다.

### 4) 한라시멘트

그룹차원에서 활발한 해외진출을 추진하고 있는 한라시멘트는 그룹계열사인 한라중공업과 함께 플랜트수출을 포함한 설비투자에 중점을 두고 있다. 주로 중국과 파푸아뉴기니아, 말레이시아 등 동남아시아국가에 진출을 모색하고 있는데, 우선 파푸아뉴기니아 정부와 합작으로 PNG-HALLA시멘트사를 설립하여 연간 60만톤의 시멘트를 생산하고 있으며, 말레이시아에서도 NSSDC사와 연간 120만톤 생산능력의 합작시멘트공장을 설립중이다. 이는 97년 5월 완공예정이다. 또, 중국의 대련시에 연산30만<sup>m</sup> 규모의 레미콘공장을 95년 5월까지 완공할 예정으로 건설중이다. 한라시멘트는 한라중공업과 함께 공장 및 설비에 대한 공동투자해 해당지역에서의 영업 및 생산기반을 구축하는 것은 물론, 그룹계열사의 진출을 위한 전초기지로서의 역할도 지니고 있는 것으로 보인다.

## 4. 전 망

이상과 같이 시멘트업계에서도 활발한 해외투자를 실행하고 있거나 할 계획이다. 그 대상지역의 대부분이 동남아시아국가들로 한정되어 있음은 이들 국가들이 그동안 우리나라의 시멘트수출물량을 대다수 소비하는 주요 수입국이었고 앞으로도 시멘트수요가 계속 증가할 것으로 보이기 때문이다. 또한 이들 국가들은 대부분이 산업화를 향한 개발도상국에 있는 국가들로서 날로 산업관련규제나 환경오염규제 등의 이름으로 생산여건이 악화되고 있는 국내를 비롯한 선진국들에 비해서 비교적 진출하기가 쉬운 까닭도 있다. 따라서 이들 지역에 대한 국내 시멘트사의 진출노력은 더욱 활발해질 것으로 보인다.

그러나 일부 회원사에 의하면, 이 지역에서의 생산활동도 WTO의 발족 및 환경오염규제의 본격화가 이루어지는 95년이후부터는 어려워질 전망이다. 이는 것으로 예견되므로 국내설비 못지않은 환경오염방지설비를 갖추고 현지근로자들에 대한 복지혜택을 더욱 확충하여야 할 것으로 보인다. 현지근로자들도 국제적인 추이를 감지하고 점차 건강 및 복지관련요구를 강화하고 있으며 해당국 정부에서도 역시 이러한 문제들에 큰 관심을 표명하고 있기 때문이다.

아무튼, 국내 시멘트사들은 동남아시아국가들에게 심어진 지금까지의 좋은 이미지를 바탕으로 앞으로도 진출을 적극확대할 계획이며 그 사업전망도 매우 밝다. ▲