

미쓰비시자동차와 닛산·르노 간의 제휴 확대 - 세계 자동차업계의 재편 -

- 닛산·르노연합과 미쓰비시자동차 간의 제휴는 생산위탁과 공동개발을 통해 비용 절감과 자동차판매 대수 900만대 돌파 등 각종 시너지효과를 기대
- 향후 자동차업계의 국제적 재편은 도요타자동차, 닛산·르노 연합 등 4강을 축으로 이루어질 가능성이 높는데, 일본기업으로서는 스즈키, 마쓰다가 초점이 될 것임

□ 닛산자동차·르노연합이 미쓰비시자동차와의 제휴를 확대한다고 발표

- 닛산과 미쓰비시자동차가 일본 국내시장에서 경자동차 분야에 한정된 제휴를 세계 시장으로 확대하여, 전략 소형차와 전기자동차의 공동개발 등을 검토하고 르노의 한국공장도 활용할 방침
- 양사의 제휴 확대로 자동차업계의 국제적 재편 움직임에 박차가 가해질 것으로 보임
- 향후 자동차업계의 국제적 재편은 도요타자동차, 닛산·르노 연합 등 4강을 축으로 이루어질 가능성이 높는데, 일본기업으로서는 스즈키와 마쓰다가 초점이 될 듯

□ 자동차 생산량 세계 제4위 그룹으로 등장

- 닛산·르노연합과, 러시아의 최대 자동차업체 아우토와즈를 합친 2020년 세계판매 대수는 약 800만대, 여기에 미쓰비시자동차의 100만대를 합하면 900만대로 추정
- 닛산·르노연합과 미쓰비시 간의 제휴가 이루어지면 세계시장점유율 제1위인 도요타 자동차(975만대)에 이어 미국의 GE(929만대), 독일의 폭크스바겐(928만대)에 필적하는 규모의 그룹으로 등장

□ 미쓰비시자동차, 제휴확대로 돌파구 모색

- 미쓰비시자동차가 닛산·르노연합과 제휴하게 된 배경에는 세계판매 대수 100만대 규모로는 생존이 어렵다는 위기감이 작용했기 때문임
- 에코카 개발과 신흥국 등 성장시장에 신속하게 대응하기 위해서는, 세계 판매 1,000만대 규모가 필요한데, 이 수준에 달하고 있는 것은 도요타자동차, 미국의 GM, 독일의 폭스바겐 정도임

- 미쓰비시자동차는 제휴전략으로 돌파구를 찾았으나 연속 실패한 경험이 있음
- 2012년 말 중국의 자동차업체와 자본제휴 교섭을 비롯하여, 프랑스의 푸조-시트로엥 및 인도의 타다자동차와의 자본제휴 교섭이 불발로 끝났는가 하면, 독일 벤츠와의 자본제휴는 2005년에 종료됨
- 미쓰비시자동차는 닛산·르노연합과의 제휴로 효율적인 사업 체제 구축이 가능
- 11월 6일 발표한 중기경영계획에서는 세단은 축소하고 닛산·르노연합에 개발을 위탁하기로 되어 있는데 약 20개 차종은 20%정도 줄일 계획
- SUV와 플러그인 하이브리드카(PHV: Plug-in Hybrid Car)에 주력하여 2016년까지 2013년도 계획대비로 러시아와 북미지역에서 판매를 배로 늘리고, 동남아시아도 30% 늘릴 계획

□ 닛산·르노, 「1,000만대 클럽」 가입의 발판 구축

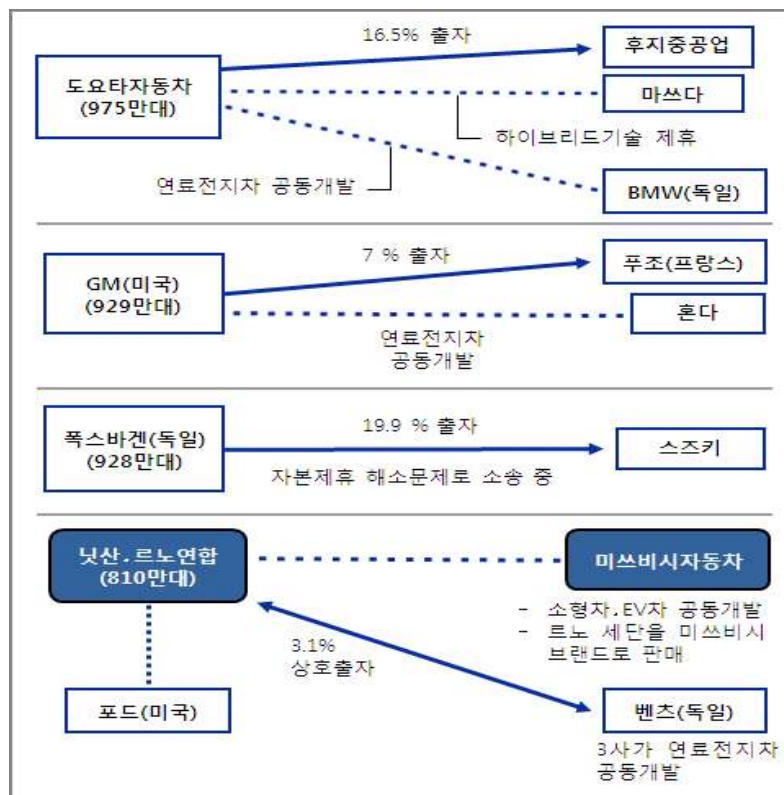
- 닛산·르노연합은 미쓰비시자동차와의 제휴로, 생존을 위한 하나의 지표가 된다는 세계시장 판매대수 1,000만대클럽에 들어가기 위한 발판을 구축

□ 생산위탁과 공동개발

- 닛산·르노연합과 미쓰비시자동차가 제휴를 확대하기로 함으로써, 르노는 취약했던 동남아시아시장에서 발판을 쌓게 될 뿐만 아니라, 하이브리드(HV)에 밀려있던 EV(전기자동차) 등 에코카 분야에서도 공동개발을 통하여 비용을 절감할 수 있게 됨
- 미쓰비시자동차는 르노차량을 베이스로 하여 미쓰비시브랜드의 신형 세단 2개 차종을 발매
 - 제1탄은 북미수출 수출용 중형 세단으로, 르노 산하의 한국·르노삼성자동차의 부산공장에서 생산, 한·미 FTA를 활용하여 북미지역에 수출하게 되는데, 수출차종은 북미지역에서 판매를 늘리고 있는 도요타자동차의 캠리와 혼다의 어코드 급
 - 제2탄은 세계전략 차종인 소형세단 발매로, 르노로부터 2개 차종을 공급받음으로써 신형차의 개발비용을 절감할 수 있게 됨
- 르노삼성은 가동율이 부진하여 닛산으로부터 다목적 스포츠차량(SUV)의 생산위탁을 받을 예정으로 재건중인데, 미쓰비시자동차로부터의 생산위탁에 더하여 동남아시아에서 호조를 보이고 있는 미쓰비시자동차의 판로를 활용할 계획

- HV 등에 비하여 보급이 늦어지고 있는 분야에서도 제후를 확대
 - 이미 닛산과 미쓰비시자동차는 2011년에 공동출자회사 NMKV를 설립하여 경자동차의 개발·생산 분야에서 제후하고 있으나, 경차의 차대를 기본으로 하여 새로운 EV(전기자동차)를 공동 개발할 계획
 - 처음 자동차를 구입하는 고객층을 대상으로 소형차도 개발, 세계 각국에서의 발매를 목표로 하고 있음

<그림> 제후를 통한 세계 자동차업계의 재편



출처 : 닛케이신문

□ 자본제후

- 자본제후와 관련해서는 닛산측은 현시점에서 검토하고 있는 것은 없다고 함
 - 그러나 과제로 남아있던 미쓰비시자동차의 우선주 처리문제가 해결될 전망에 따라 양사 간의 협력이 궤도에 오르게 되면, 닛산·르노 연합과 미쓰비시자동차의 자본제후가 부상할 가능성도 있음
 - 미쓰비시그룹 내에서는 장래 닛산·르노 연합과의 자본제후를 기대

□ 일본의 중견 자동차업체, 세계적인 업계재편의 초점

- 앞으로 세계적인 재편의 초점이 되고 있는 것이 일본의 중견자동차업체임
 - 세계 판매대수가 연간 73만대인 후지중공업은 2005년에 도요타에서 출자를 받아, 하이브리드 기술과 스포츠차량의 개발, 생산 등으로 제휴를 심화시키고 있음
- 마쓰다는 2010년에 미국 포드사와의 제휴를 대폭 축소, 현재 판매대수는 123만대 정도
 - 현재는 도요타와 하이브리드기술 공여 등으로 제휴. 이탈리아 피아트와도 스포츠차량의 공동개발·생산 분야에서 제휴
 - 피아트의 CEO는 마쓰다와의 제휴강화를 바라고 있음
- 스즈키는 19.9%의 출자를 받는 폭스바겐과 제휴해소를 둘러싸고 국제중재재판소에서 소송이 진행 중임
 - 동사의 세계판매대수는 연간 260만대이나 신흥국에 강한 기반을 가지고 있어 가령 제휴가 해소되는 경우, 폭스바겐이 가진 주식의 행방도 포함 재편의 불씨가 될 전망

□ 시사점

- 기업간 전략적 제휴의 동기와 목적은 여러 가지가 있지만 경쟁에서 유리한 위치 확보 등 경쟁에 대한 대응과 비용절감이 핵심임
- 이번 미쓰비시자동차와 닛산·르노 연합의 제휴확대도 공동개발과 생산위탁 그리고 양사 합계 판매대수 900만대라는 규모의 경제 실현을 통한 비용절감 효과를 겨냥한 것임
- 세계 자동차업계의 3강으로 불리는 일본의 도요타 자동차, 미국의 GM, 독일의 폭스바겐 등도 여타 자동차 업체와 기술제휴, 공동개발, 자본제휴 등 글로벌한 차원에서 제휴의 폭을 확대·심화하고 있음
- 기업간 전략적 제휴는 앞으로도 불확실성과 리스크 증대, 글로벌경쟁의 격화, 개발비용의 증대 등에 대응하는 데 유효한 경영전략임
 - 기업간 상호 핵심역량을 보완함으로써 경쟁에서 유리한 위치를 확보하고 비용을 절감할 수 있는 등 시너지 효과를 실현할 수 있는 여지는 큼
 - 다만, 전략적 제휴를 실시함에 있어서, 핵심역량이 전략적 제휴의 필수조건이라는 점과 아울러, 제휴업체와 제휴를 하지 않은 업체 간의 상호 니즈나 조건이 맞아 떨어지지 않거나 환경변화 등으로 인하여 불발로 끝나는 사례도 많다는 점에 유념할 필요가 있음

<참고자료>

日本經濟新聞(2013.11.6)