

포스코, 신일철주금 경쟁

- 많은 나라들과 FTA를 체결하고 있는 멕시코의 이점을 활용하기 위해 세계 자동차업체들이 멕시코에 진출
- 포스코는 멕시코에서 일본 자동차업체들을 상대로 자동차용 강판 수출을 본격화
- 이에 일본 신일철주금은 세계1위 철강업체 아르셀로미탈과 제휴하는 등, 세계무대로 부상하고 있는 멕시코시장에서 한일간 경쟁이 격화되고 있음

□ 멕시코 시장에서 포스코와 신일철주금의 경쟁

- 아시아에서 패권을 겨루어온 세계 철강업체간 경쟁이 북미시장에까지 확산되고 있는데, 그 무대는 FTA의 요충으로서 자동차업체가 진출해있는 멕시코시장임
- 한국 포스코가 멕시코 자동차업체들과의 거래확대를 겨냥하여 선수를 치자, 일본 신일철주금이 최대 라이벌인 아르셀로미탈과 손잡고 대규모 공장을 매수하여 반격에 나서, 철강업체끼리 새로운 격전이 시작

□ 마쓰다, 자동차용 강판 60%를 포스코에서 조달

- 멕시코 중부 구아나파트주는 은광산 지역으로 미국과 일본의 자동차업체들이 대거 진출함에 따라 자동차 도시로 변모
 - ‘14.1월에 가동한 마쓰다의 자동차공장은 강판 60%를 포스코 제품으로 조달하고 나머지 40%는 신일철주금에서 조달
- 포스코는 ‘60년대 이후 신일철주금의 협력으로 성장하여 기술면에서도 일본을 바짝 추격하고 있지만, 일본에서 포스코 제품 사용은 이제 시작단계로, 일본계 공장에서도 포스코 제품을 60%나 사용하는 것은 극히 이례적이라는 지적
- 일본의 철강업체와 자동차업체는 개발단계부터 깊은 관계를 맺고 외국기업을 배제해왔으나, 이번 마쓰다의 생산혁신은 포스코가 크게 기여

- 마쓰다는 프레스기계 한 대로 12개의 부품을 동시에 가공할 수 있는 고도의 기술을 도입, 자동차와 철의 환상 연합으로 혁신을 일으킴

□ 포스코에 대한 일본계 자동차업체들의 높은 평가

- 일본계 자동차기업들의 포스코에 대한 평가는 멕시코에서 매우 높음
 - 아구아스카리엔테스시에 있는 닛산자동차의 공장에서도 가장 중요한 파트너로, 포스코가 멕시코에 가지고 있는 강판 창고 4개 모두 일본계 공장에 근접해있음
- 멕시코의 '13년 자동차 생산대수는 293만대
 - 멕시코가 구미 주요 국가들과 FTA를 체결함에 따라 독일의 폭스바겐 등이 멕시코에 진출
 - '17년에는 국내 생산이 400만대에 달할 전망이며, 이 중 절반이 일본차일 가능성이 높아, 멕시코가 세계 경쟁의 접전장이 될 전망
 - 이에 포스코는 멕시코에서 일본기업에 대한 공급루트를 구축하여 세계적인 사업으로 확장해 간다는 전략
- 포스코는 '09년 멕시코 연안 도시 알타미라시에 멕시코 최초의 자동차용 강판 전용공장을 설립
 - 제2공장 건설도 '14.1월 가동, 생산능력은 연간 90만톤으로 자동차 180만대분에 상당
 - 신일철주금도 아르헨티나의 대기업과 손잡고 '13.8월부터 생산을 개시했는데 생산량은 포스코의 절반 이하

□ 신일철주금의 반격

- 신일철주금도 반격에 나서고 있는데, 그 비장의 카드가 독일 티센그룹의 미국공장을 미탈과 공동으로 매수하는 것
 - 양사 합계 1,600억엔을 투자, 멕시코에 제품도 공급할 계획임
- 동 공장은 '10년에 가동, 신일철주금도 놀랄 정도의 최신설비를 갖추고 독일사양에 맞아, 기존의 해외거점과는 차별화

- 일본자동차업체들의 인증을 조기에 취득하여 '14년도 내에 풀가동할 계획임
- 유럽의 경기 부진으로 구조조정이 시급한 미탈도 부활의 기회를 얻게 되었음
- 미탈은 멕시코에 강판 반제품 공장이 있는데, 공동매수로 북미사업의 발판을 마련하게 되었음을 강조

□ 포스코의 대응

- 선두주자인 포스코도 멕시코 정부로부터 '13.6월 한국산 냉연강판에 60%이상 반덤핑관세를 부과 받아 이를 해결해야하는 입장
- 한국에서 냉연강판을 수입하여 멕시코에서 자동차용 강판으로 가공하고 있는 포스코에게는 뼈아픈 조치이고, 여기에 원화강세도 가세하여 채산이 맞지 않을 것이라는 전망도 있음
- 그러나 멕시코를 세계화전략의 요충지로서 설정한 포스코가 가속을 늦출 기미는 보이지 않고 있어, 그간 정체되어있던 철강의 세계적 재편이 멕시코를 기점으로 재점화될 가능성도 있다는 평가

□ 시사점

- 성장잠재력이 큰 멕시코시장을 놓고, 철강업계의 세계적인 경쟁이 본격화되기 시작했음을 의미하며 나아가 세계화전략의 중요성을 시사
- 일본의 자동차 생산대수는 '07년에 해외생산이 국내를 생산을 상회하였는데, '13년 신흥국에 특화한 조직을 발족시킨 도요타의 세계화전략이 한 몫
- 일본의 철강업체들은 해외에서 도전하지 않으면 성장기회를 잃게 된다고 판단하고, 도요타의 세계화전략을 벤치마킹하고 있음
- 닛케이신문도 “향후 세계가 무대”라는 신일철주금 무네오카쇼우지(宗岡正二)회장의 발언을 인용하면서 멕시코에서 살아남는 것이 제1차 관문이라고 멕시코의 중요성을 언급하고 있는 만큼, 세계화전략에 FTA 등 통상환경을 조성·활용할 필요

<참고자료>

닛케이신문(2014.4.8)