

日 완성차 업계의 협력관계 변화

산업분석실
이호 책임연구원

KATECH Insight

- ◆ 과거 日 완성차 업계는 빠르게 성장하는 中 자동차 시장에서 확대 전략을 전개하며 성과를 창출한 바 있으나, 최근 수년간은 미래차 트렌드 대응 지연 등의 원인으로 점유율이 급속도로 하락하고 있음
- ◆ Honda·Nissan·Mitsubishi는 연합 형성을 통해 재도약을 시도하고 있는데, 연합 형성이 현실화되면 日 국내 경쟁구도에는 상당 영향이 전망되나 글로벌 경쟁 구도에는 파급력은 미지수

» '24.3월 Honda·Nissan이 연합 형성 계획을 발표한 것에 이어, '24.8월 Mitsubishi가 동 연합에 합류할 계획임을 발표

- Honda·Nissan이 연합 형성 계획을 발표할 당시 Nissan이 대주주로 있는 Mitsubishi의 참여는 명시된 바 없었으나 이번 발표로 3社の 연합 형성 추진이 공식화되었음
 - Mitsubishi는 '16년 Renault·Nissan 연합에 합류했으나 협력이 크게 활성화되지 못한 상태에서 '26년 이후 Nissan과의 지분 및 협력관계의 변화 가능성이 제기되면서 Honda·Nissan 연합에의 참여가 불투명한 상황이었음
 - * FY23년말 현재 Nissan(日産自動車株式会社)은 Mitsubishi(三菱自動車)의 지분 34.01%를 보유. 해당 지분은 '26년까지 매매 금지(ロック업) 조항이 걸려있는 것으로 알려져 있음
- '24.3월 연합 형성을 발표한 Honda·Nissan은 차세대 SDV 플랫폼 개발 등으로 협력 내용을 구체화했으며, 새롭게 연합에 참여하는 Mitsubishi는 Honda에 PHEV, 픽업트럭 등을 주문자상표부착생산(OEM) 방식으로 공급하는 방안 등을 고려하는 것으로 알려졌으나 구체적인 협력 내용은 미정
 - * '24.8월 Honda·Nissan 양사가 공식적으로 발표한 내용과 별개로 '24.7월 Nikkei는 Honda·Nissan이 비용 절감을 위해 차량의 운영 시스템 등 SW 공용화 및 전기차 충전 인프라 부문에서의 협력을 논의 중임을 보도한 바 있음

Ⅰ Honda·Nissan의 전략적 파트너십 심화에 대한 양해각서 주요 내용('24.8월) Ⅰ

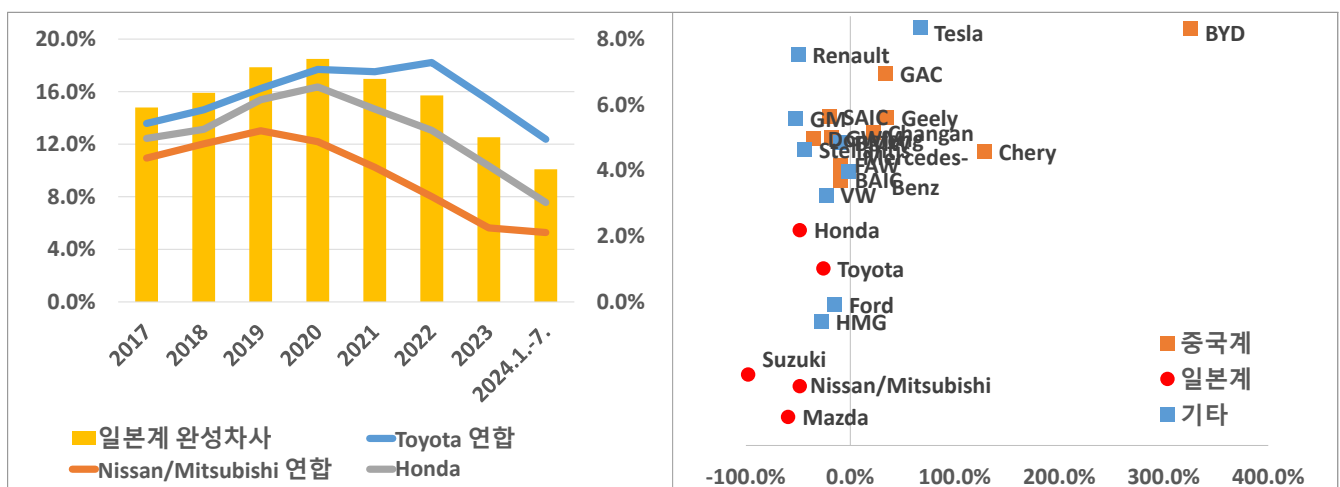
협력 분야	협력 내용
차세대 SDV 플랫폼	▶ 기초 요소기술 공동연구에 합의하여 연구를 시작했으며, 우선 1년간 기초연구를 완료하고 성과에 따라 양산 가능성도 검토
배터리	▶ 양사 간 규격 공통화, 상호 공급 등 협력 범위를 검토하며, 양사가 각각 공급 계획 중인 배터리를 상호 탑재할 수 있도록 셀·모듈 사양에 대한 중장기 공통화에 기본 합의 ▶ Honda-LGES의 합작사 L-H Battery에서 생산되는 배터리를 '28년부터 북미서 Nissan에 탑재하는 방안 검토
전기구동시스템(e-Axle)	▶ 차세대 전기차에 탑재되는 e-Axle의 사양을 중장기적으로 공통화하고, 이의 첫 단계로 모터 및 인버터를 공유하는 것에 합의
상호 보완	▶ 기술인 및 전기차에서 지역별 판매 모델을 중장기적 관점에서 상호보완하도록 조정 검토
에너지·자원순환(日 국내)	▶ 전기차 충전, 배터리 등을 활용한 서비스 및 자원순환 영역에서 협력 가능성 검토

* 자료: Honda·Nissan 발표

» 과거 Honda · Nissan · Mitsubishi를 비롯한 일본계 완성차사는 성장하는 중국 시장에서 확장 전략을 전개하여 성과를 낸 바 있으나 최근 수년간은 미래차 트렌드 대응이 늦어지며 위상 악화

- 일본계 완성차사의 점유율은 '20년 정점을 형성한 이후 지속적으로 하락하는 추세를 보이고 있음
 - 업체별로는 Nissan-Mitsubishi가 가장 이른 시기인 '20년부터 점유율이 하락하였으며, Honda는 '21년, Toyota계 완성차사 점유율은 '23년부터 빠르게 하락 중으로 각 사의 판매 부진에 따라 중국 내 생산을 축소하는 등 구조조정을 진행하고 있음
 - * Honda, Nissan은 판매 부진의 영향으로 현지 합작 공장의 생산량을 축소하였으며, Mitsubishi는 '23.3월 중국 내 공장 운영을 중단하고, '23.10월 中 GAC(广汽集团)와의 합작투자에서 철수할 계획임을 발표
- 원인으로는 中 업체 역량 강화, 애국소비 외에도 COVID-19 이후 중국 시장이 NEV(BEV, PHEV, FCEV) 중심으로 빠르게 재편되는 과정을 따라가지 못한 결과라는 관점이 설득력을 가지는 것으로 판단
 - 일본계 완성차사의 위상 하락이 시작된 '21년부터 살펴보면, 일본 업체 외에도 NEV 판매량 비중이 일정 이하인 업체들을 중심으로 점유율 하락 다시 말해 위상이 떨어지는 경향성이 존재

Ⅰ 일본계 완성차사의 중국 점유율 변화(左) 및 NEV 판매비중과 중국 내 점유율 변화(右) Ⅰ



주1) 좌, 우 그래프 모두 중국 기업과의 합작사 판매량은 非중국 업체 판매량에 합산하여 산출함

주2) 우측 그래프의 가로축은 각 사의 중국 내 시장점유율 변화 비율('21년 → '24.1~7월)을 표기한 것이며, 세로축은 '21년~'24.7월까지 중국 내에서 판매한 자동차 중 NEV 비중(%)을 로그 단위로 표기한 것임

* 자료: MarkLines

» 3사 간 협력은 中 시장에서의 위축으로 촉발된 전기차, SW 등의 위기감이 반영된 결과로 해석

- Honda의 경우 그간 완성차사와의 관계 특히 자국 업체와의 관계에서 자체적인 노력을 기울이는 기조가 우세하였으나 협력을 강화하는 노선으로 선회
 - * Honda는 전기차 분야에서 '22년 GM과 저가형 전기차 개발 협력 계획을 발표하였으나 '23년 이를 포기한 바 있으며, '24년 CES에서는 Zero Series 중심으로 사업을 전개할 계획임을 발표한 바 있음
 - * 연료전지 분야에서는 '13년부터 GM과 협력하였으며 JV인 FCSM에서 '24.1월 연료전지 상업 생산을 시작하기도 하였으나, 초기 수준의 시장 규모 등으로 인해 의미 있는 성과 창출이 이뤄지지 못하고 있다는 평가가 있었음
 - Honda의 판매량 중 30% 이상을 차지하는 中 시장에서 영향력을 빠르게 상실한 것에 따른 위기감과 독자적으로는 미래차 전환에 성공하기 위한 임계 규모의 투자를 확보하기 어렵다는 판단 등이 변화의 배경인 것으로 추정됨

- Nissan과 Mitsubishi는 '16년부터 협력을 해왔으나 실질적인 협력 성과가 부족하고 Nissan이 보유한 Mitsubishi 지분 34.01%의 매매 금지가 '26년 해제되면 양사 간 관계가 변화할 것이라는 전망이 있었으나 이번 발표로 지속적인 협력 가능성이 높아진 것으로 평가됨
- 다만, 그간 장기적으로 연합을 구성해왔음에도 괄목할 성과가 부족하였고 Mitsubishi가 연합에 참여하면서 어떠한 시너지를 창출할 수 있을지 대해서 부정적인 견해도 존재하여 향후 협력 내용의 구체화 과정 확인 필요

» 3社 연합은 日 국내에는 상당 파급력을 가질 것으로 전망되나 글로벌 영향은 불투명 평가

- 연합이 성립되면 日 국내 경쟁 구도가 2개 연합으로 재편되어 큰 파급력을 가질 것으로 전망
 - 日 완성차 시장은 3강(Toyota, Honda, Nissan), 4약(Mitsubishi, Suzuki, Subaru, Mazda)이 90% 이상의 점유율을 차지하고 있는데, 이번 3社 간 연합을 통해 Toyota 연합과의 격차를 좁히고 일본 국내 경쟁 구도에도 영향을 줄 수 있을 것으로 예상됨
 - * FY23년말 기준 Toyota(トヨタ自動車株式会社)는 Suzuki 4.98%, Subaru 20.42%, Mazda 5.07% 지분 보유
 - * 日 국내 점유율('24.1~7월): Toyota 연합 62.6%(Toyota 39.9%, Suzuki 17.2%, Subaru 2.3%, Mazda 3.2%), 3社 연합 31.3%(Honda 17.2%, Nissan 11.4%, Mitsubishi 2.7%)
- 미래차 트렌드 대응 비용 저감 및 개발 기간 단축 등을 통해 경쟁력 확보에 기여할 것으로 예상되나, 글로벌 경쟁 구도에 큰 파급력을 가질지는 미지수
 - SW, 부품 공유 확대 및 공동연구 등이 원활하게 진행된다면 전기차, SDV 등의 트렌드 대응을 위한 비용을 절감하고 미래차 사업 전략 목표를 기간 내에 달성하는데 기여할 수 있을 것으로 예상되나, 각 사가 HW, SW 등을 공유하면서 제품 차별성을 확보해야 하는 것은 과제로 남음
 - * 제품의 차별성을 확보하는 것 외에도 3社가 Segment 및 판매 지역 등에서 높은 차별성을 가지지 못하는 상태로 진단하며 연합을 통해 상호보완성을 확보하기 어려울 것으로 보는 시각도 존재
 - 한편, 협력 내용 중 하나인 공통 OS 개발과 관련하여 약 800만 대 수준의 3社의 글로벌 합산 판매량이 응용프로그램 개발자에게 참여 유인을 제공하기에는 역부족이라는 시각*이 존재하는 등 연합 형성을 통해 미래차 부문의 명확한 경쟁우위를 확보하고 글로벌 경쟁 구도 변화를 유발할 수 있을지 의문이 남는 상태
 - * 차량용 OS 생태계 활성화를 위해서는 다양한 응용프로그램 개발자의 참여가 필수적인데, Google의 Android, Huawei의 HarmonyOS, Xiaomi의 HyperOS 등은 스마트폰, 가전제품과 연계가 가능하여 수억 개 이상의 기기로 구성된 잠재 시장이 존재하는 반면, 3社의 OS는 차량에만 적용되어 시장성에 차이가 있을 것이라 보는 관점임

Ⅰ Honda, Nissan·Mitsubishi의 전기차 사업전략 Ⅰ

업체명	전략 개요
Honda	▶ BEV 시장 둔화에도 '40년 ZEV(Zero Emission Vehicle) 100% 목표 유지 ▶ 이를 위해 '25년부터 BEV 글로벌 시장 진출을 본격화하고, '26년 이후 북미에서 차세대 글로벌 전략 BEV 모델인 Zero 라인업을 확대하고, '24년 2세대 FCEV를 일본 및 미국에서 출시 ▶ 차세대 BEV에서 Tesla의 기가캐스팅 방식을 도입하고 배터리 공급망 구축에도 집중
Nissan·Mitsubishi	▶ 지역별로 전기차 전환이 차등화됨을 고려하여 ICE부터 BEV, HEV, PHEV 등 균형 잡힌 라인업 구성 ▶ 다양한 차종 및 파워트레인 개발을 위해 Honda, Mitsubishi 등 연합과의 협력을 강화 (Mitsubishi) PHEV 개발 주도, (Nissan) BEV 기술 공유, (3社 간) 부품 공용화 확대 등 ▶ '27년까지 기가캐스팅을 도입하고, 전고체 배터리를 포함한 저비용·고성능 배터리 개발 등 추진

* 자료: Fourin 세계자동차기술조사월보 2024년 8월호