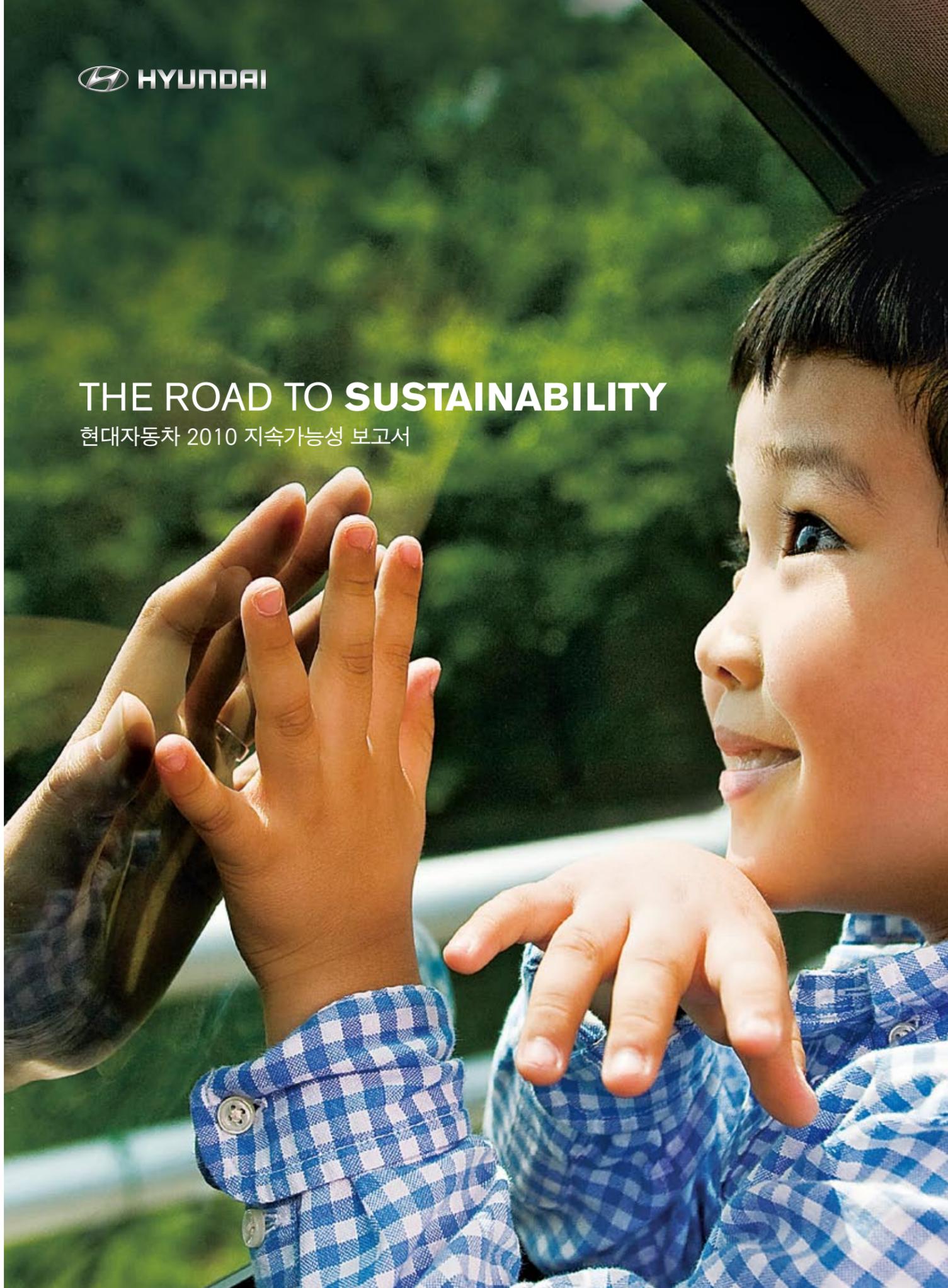




# THE ROAD TO SUSTAINABILITY

현대자동차 2010 지속가능성 보고서

THE ROAD TO SUSTAINABILITY 현대자동차 2010 지속가능성 보고서



## 주요 성과데이터

경제	2005	2006	2007	2008	2009
매출액(십억 원)	27,384	27,335	30,620	32,190	31,859
당기순이익(십억 원)	2,349	1,526	1,682	1,448	2,962
영업이익(십억 원)	1,384	1,234	1,946	1,877	2,235
영업이익률(%)	5.51	4.51	6.36	5.83	7.02
EBITDA(십억 원)*	2,339	2,331	3,111	3,197	3,649

※ 현대차 단독기준. \*EBITDA = 영업이익 + 유형자산 감가상각비 + 무형자산상각비

환경	2005	2006	2007	2008	2009
에너지 사용량(1,000GJ)	36,523	36,040	38,603	40,766	40,185
온실가스 배출량(1,000톤)	1,827	1,778	1,903	2,017	1,986
원자재 사용량(톤, 국내)	659,328	364,590	308,001	297,541	273,182
수자원 사용량(1,000톤)	14,799	16,852	14,793	16,800	16,987
유해화학물질 사용량(톤, 국내)	2,190	2,478	2,635	2,250	2,510
대기오염물질 발생량(톤, 국내)	1,151	884	639	654	599
수질오염물질 발생량(톤, 국내)	193	129	187	181	195
폐기물 발생량(톤)	223,155	223,242	337,224	438,540	490,630
환경비용(백만 원, 국내)	62,894	39,637	54,102	62,398	70,643

사회	2005	2006	2007	2008	2009	
임직원	국내사업장 임직원(명)	54,440	54,973	55,939	56,204	56,027
	해외사업장 임직원(명)	17,210	19,781	20,765	22,066	22,512
	여성채용 비율(% , 국내)	7.9	9.5	13.0	9.4	9.8
	산업재해율(% , 국내)	2.52	1.74	1.69	1.58	1.44
고객	신차품질지수* (미국 JD파워사 조사결과)	110	102	125	114	95
지역사회	임직원 자원봉사 인원 (명, 국내)	12,755	15,136	18,443	20,021	25,851
	사회공헌비용 (백만 원, 국내)	28,977	26,868	29,245	50,443	72,245

\* 점수가 낮을수록 품질이 좋은 것을 의미함.

## report profile

2003년부터 ‘The Road To Sustainability’라는 부제로 지속가능성 보고서를 매년 발간하고 있는 현대자동차는 지속가능성 보고서를 통해 지속가능경영에 대한 의지와 성과를 투명하게 공개함으로써 이해관계자가 현대자동차에 대한 균형적인 시각을 가질 수 있도록 도움을 주고 있다.

### 보고서 작성기준

‘현대자동차 2010년 지속가능성 보고서’는 GRI(Global Reporting Initiative)가 2006년 10월 발표한 지속가능성 보고서 가이드라인 개정 3판(G3)을 반영하여 작성되었으며 관련 내용은 86~87 페이지에서 확인할 수 있다. 이 외에도 2008년부터 중요성 분석 및 이해관계자 설문과 대화를 통해 이해관계자와 현대자동차에 영향이 큰 이슈들이 보고서 내에서 심도있게 다루어질 수 있도록 하였다.

### 성과데이터 취합 프로세스

이번 보고서 내에 도표로 구성된 경제, 환경, 사회적 성과지표는 해당 부서의 담당자가 정기적으로 관리하고 있으며, 이를 지속가능성 보고서를 작성하는 본사 환경전략팀이 사내 인트라넷을 활용하여 연초에 취합함으로써 전사적으로 관리하고 있다. 환경 성과지표의 경우 매년 ISO 14001 인증 심사를 통해 성과 관리 프로세스에 대한 외부 검토를 받고 있다. 그러나 주요 환경 성과지표인 온실가스, 에너지, 수자원, 폐기물에 대해서는 국내 및 해외사업장의 데이터가 포함되었으나 그 외의 지표는 국내사업장에 한정되었다. 사회의 경우도 많은 부문 국내사업장에 한정되었다. 향후 현대자동차는 해외사업장의 데이터가 충실히 반영될 수 있도록 데이터 취합 프로세스를 지속적으로 개선할 예정이다.

### 보고 범위

본 보고서의 정량적 성과 보고기간은 2009년 1월부터 12월, 정성적 성과 보고기간은 2009년 1월부터 2010년 4월이며 본사, 국내 영업지점, 서비스센터, 출고센터, 연수원, 생산공장, 연구소와 해외 생산법인 및 판매법인, 해외지역 본부, 해외사무소, 해외연구소, 기타 법인(수입법인, 할부금융법인, 광고법인) 등에서 시행된 지속가능성 활동내역을 포함하고 있다.

### 외부 검증

현대자동차는 지속가능성 보고서의 신뢰성을 높이기 위해 2003년부터 2006년까지 외부 감사인의 자문을 통해 보고서에 포함된 내용의 정확도를 검증받았으며 2007년에는 외부 검증과 동시에 지속가능성 분야의 전문가들로 구성된 외부 보고서 검토위원회를 운영한 바 있다. 2008년에는 투자자, 정부, NGO, 전문가, 협력사 등 대표성이 있는 이해관계자그룹과의 직접적인 대화를 통해 이해관계자들이 원하는 정보와 요구사항을 보고서에 최대한 반영하기 위해 노력하였다. 2009년과 2010년에는 이해관계자와의 대화와 환경, 사회, 경제 분야의 전문가로 구성된 보고서 검토위원회를 병행함으로써 보고서의 중요성(Materiality), 완전성(Completeness), 이해관계자 대응(Responsiveness) 정도를 검토 받았다. 또한 데이터 취합, 보고서 작성, 최종 검토 등 보고서 작성 단계별 보고서 작성 주관팀인 환경전략팀과 담당팀과의 협의를 통해 보고서 내용 전반에 대한 내부 검토와 감수를 진행하였다.



## The Road To Sustainability

2010년 현대자동차 지속가능성 보고서 'The Road To Sustainability'의 표지는 미래 세대를 아우르는, 이해관계자와의 소통과 협력을 통해 지속가능성을 실천하고자 하는 현대자동차의 의지를 표현하고 있다.

## contents

### sustainability management

기업개요	2
회장 인사말	4
이념체계	6
지속가능성 추진체계	8
윤리 및 지배구조	12
중요성 분석	14
주요 지속가능성 이슈	17
경영진 인터뷰	18

### 1 economy 20

1-1 글로벌 생산 및 판매	22
1-2 2009년 경영실적	24
1-3 경제적 성과배분	26

### 2 environment 28

2-1 기후변화	31
2-2 지속가능한 자원사용	43
2-3 유해물질	46
2-4 대기환경	48

### 3 society 52

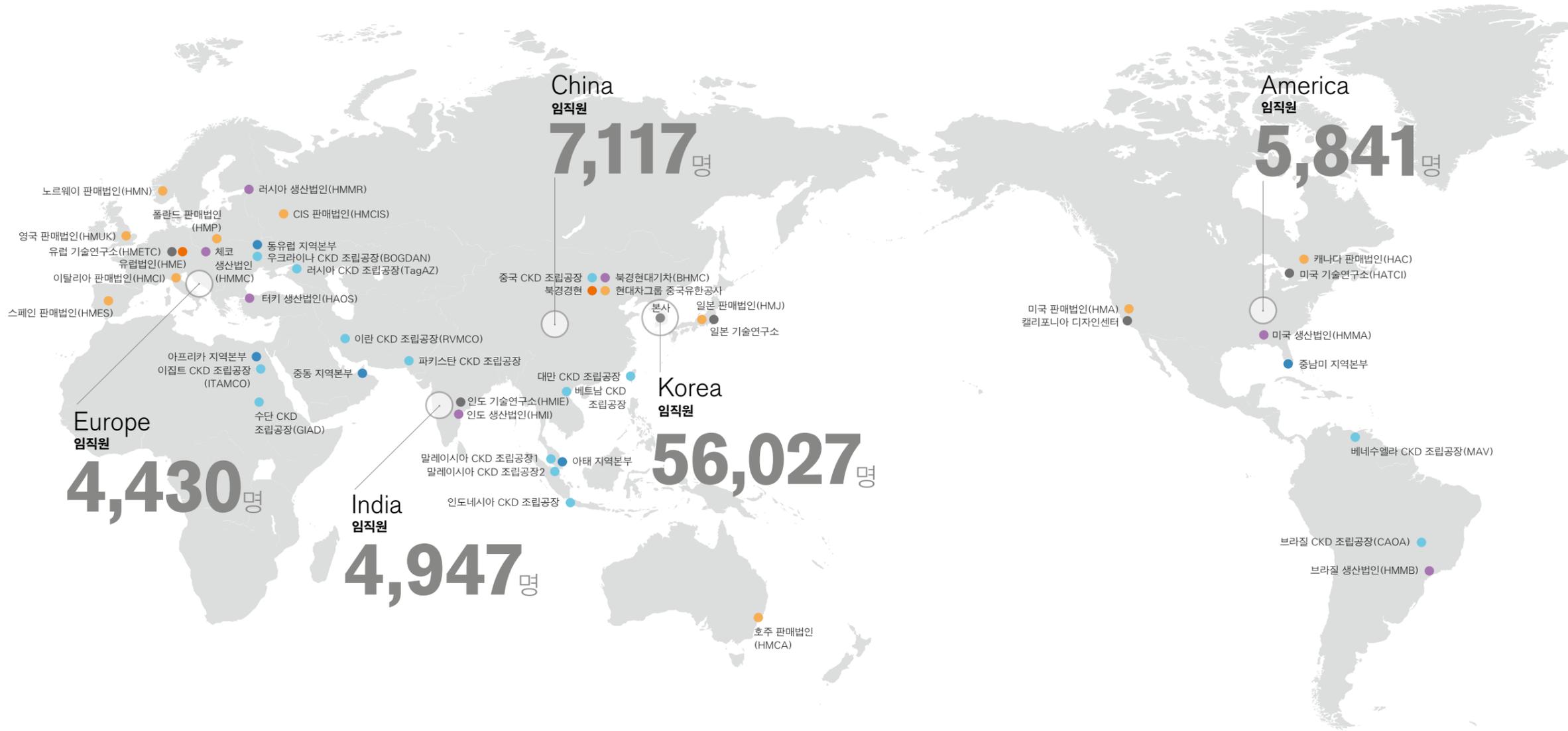
3-1 임직원	55
3-2 고객	64
3-3 협력사	71
3-4 지역사회	74

### appendix 82

검토위원회 의견서	82
GRI 인덱스	86
유엔글로벌콤팩트	87
참고자료	88
단체가입 및 수상내역	88

# Hyundai Motor Company in the world

- 현지 생산법인
- 현지 조립공장
- 판매법인
- 지역본부
- 연구소
- 기타



1967년 창립 이후 현대자동차의 40여 년 발자취는 새로운 것에 대한 도전의 연속이며 우리나라 자동차 산업의 발전사라고 할 수 있다. 자동차산업의 불모지에서 현대자동차는 1976년 국내최초 독자모델인 '포니'를 개발하여 국내외에 판매함으로써 한국 자동차 역사의 첫 장을 열었다. 1980년대에는 자동차의 본고장인 미국에 '엑셀'을 수출하여 자동차 수출 국가로서의 기반을 다졌으며 1991년 자동차 핵심 부품인 엔진과 변속기의 독자개발을 통해 한국 자동차산업의 기술 자립화를 선도해나갔다. 이후 현대자동차는 1997년 터키공장을 시작으로 주요 시장별 생산공장, 연구소, 판매법인을 설립하여 제품개발, 생산, 판매 등 핵심 부문의 현지화를 통해 지역에 맞는 창의적이고 혁신적인 제품을 제공하는 글로벌 경영으로 새로운 도약을 하였으며, 2003년에는 글로벌 환경이념 및 방침을 선포한 후 자동차산업 전 가치사슬(Value Chain)에 걸쳐 환경경영을 강화함으로써 지속가능경영의 기반을 다졌다.

현재 현대자동차는 승용차, RV, 상용차 등을 전 세계 190여 개국에 연간 300만여 대를 판매하고 있는 종합자동차회사로서 전 세계 8개 생산공장, 12개 연구소, 5,300여 딜러망 및 직영 판매법인, CKD 조립공장 등을 보유한 명실상부한 글로벌 기업으로 성장하였다. 질적인 면에서도 지속적인 품질 최우선 경영을 통해 품질이 가장 좋은 자동차로 전 세계 고객들에게 좋은 평가를 받고 있으며, 브랜드 측면에서도 세계 100대 브랜드에 한국 자동차업체 최초로 선정되었다. 앞으로 현대자동차는 이러한 성장을 기반으로 모든 기업활동에 있어서 환경적, 사회적 영향을 고려하는 사회책임경영을 통해 주주, 고객, 임직원 및 자동차산업 이해관계자와의 조화와 공영에 이바지하는 기업으로 성장, 발전하기 위해 전 임직원이 함께 노력하고 있다.

**회사명** 현대자동차주식회사  
**대표이사** 정몽구  
**본사 소재지** 서울시 서초구 양재동 231번지  
**업종** 제조업  
**주요 품목** 자동차(승용, RV, 상용차)  
 승용차 77%  
 RV 15%  
 상용차 8%

**임직원** 총 7만 8,539명  
**매출액** 31조 8,593억 원(현대차 단독기준)

**본사** 서울  
**공장** 아산, 전주, 울산

**Korea**  
서울 본사

**China**  
북경현대기차

**India**  
하이데라바드 기술연구소

**Europe**  
유럽법인

**America**  
모하비 주행시험장



현대자동차를 아껴주시는  
이해관계자 분들께 지속가능성을 향한  
당사의 성과와 노력을  
금번 지속가능성 보고서에 담아  
보여드리게 되어 기쁘게 생각합니다

## 지속가능성을 향한 도전과 책임

현대자동차는 작년 어려운 경제상황에도 공격적이고 창의적인 마케팅과 현지의 생산, 판매노력을 통해 세계시장에서 판매 점유율을 확대시키며 창사이래 처음으로 300만대가 넘는 판매신장을 이루었습니다. 또한 지속적으로 강화해온 품질경영으로 우수 평가기관의 좋은 성적과 함께 고객들로부터 호평이 이어지며 현대자동차에 대한 소비자의 인식이 바뀌는 등 의미있는 성과를 거두었습니다.

이러한 안정적인 경제성장을 기반으로 기후변화, 에너지고갈 등 글로벌 이슈에 선제적으로 대응함으로써 지속가능경영을 더욱 강화코자 합니다. 자동차 개발에 있어서 저탄소 녹색기술 전략인 블루드라이브를 기반으로 기존 차량의 에너지 효율화와 친환경자동차 개발을 병행 추진하고 있으며 특히 친환경자동차 개발에 많은 투자와 노력을 기울이고 있습니다. 하이브리드의 경우 2009년 독자 개발한 아반떼 LPi하이브리드를 시작으로 연비와 성능이 우수한 쏘나타 하이브리드를 2010년 하반기 미국시장에, 2011년 상반기 국내시장에 선보일 예정입니다. 무공해 운전을 가능하게 하는 전기자동차와 수소연료전지차도 시범운행을 토대로 조기 상용화에 지속적으로 노력하고 있습니다.

기업의 지속가능한 성장을 위해서는 기업을 둘러싼 이해관계자와의 협력과 상생 또한 중요합니다. 현대자동차는 중요한 이해관계자인 고객에게 고품질의 제품과 서비스를 제공하여 삶의 질을 높이고 사업의 파트너로서 협력사가 현대자동차와 상생할 수 있는 환경을 조성해나가고 있습니다. 아울러 전 세계 사업장을 중심으로 교통안전, 환경, 사회복지, 교육 등 주요 중점 분야에서 사회공헌활동을 전개함으로써 지역사회와 함께 성장, 발전하는 기업으로서의 역할과 책임을 다하고자 노력하고 있습니다.

앞으로도 현대자동차는 이해관계자와의 상생체제를 기반으로 경제적 가치와 환경적, 사회적 가치증진에 최선의 노력을 경주하여 지속가능한 기업, 책임있는 기업으로 성장해나갈 것을 약속드리는 바입니다.

2010년 7월

정몽구  
회장 정몽구

## 이념체계

현대자동차는 기업의 핵심가치를 반영한 경영이념을 기반으로 구성원들이 공유하고 나아갈 방향을 제시하는 비전, 그리고 실천을 위한 전략적 기반이 되는 경영방침을 수립하여 중장기적으로 이해관계자의 가치를 증진할 수 있는 지속가능경영을 추구하고 있다.

### 경영이념

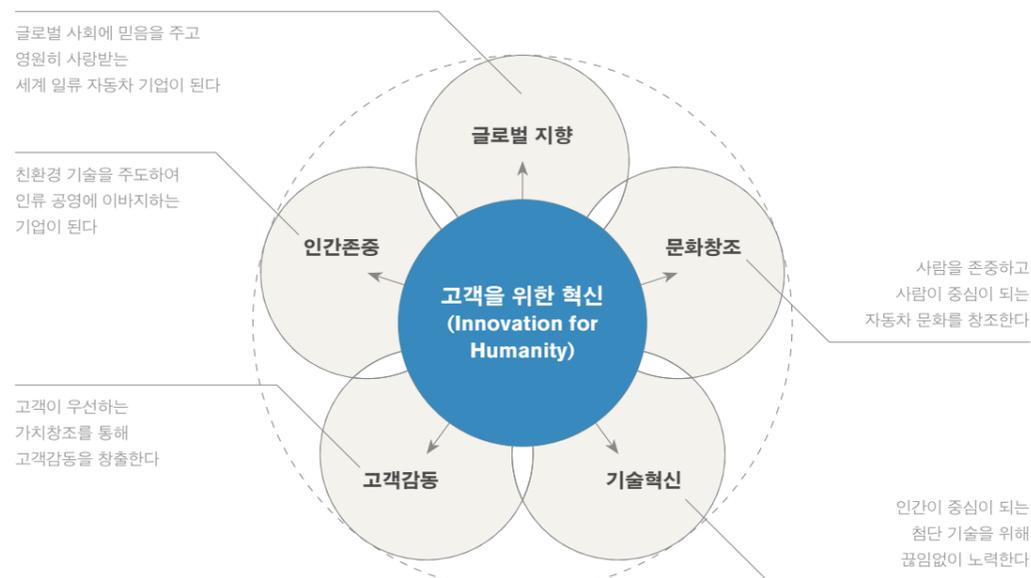
창의적 도전정신을 바탕으로 인류의 풍요로운 자동차생활을 창조하고 주주, 고객, 임직원 및 자동차산업 이해관계자와의 조화와 공영에 이바지한다.

‘창의적 도전정신’은 지난 40여 년간 현대자동차를 이끌어 온 원동력으로 경영환경 변화에 능동적으로 대응할 수 있는 창의적이고 자기혁신적인 사고를 지향하는 현대자동차의 영속적인 핵심정신이다. 현대자동차는 ‘창의적 도전정신’을 바탕으로 국내외 시장에 자동차 및 관련 서비스를 종합적으로 제공함으로써 경제적·사회적·환경적으로 인류생활 전반을 풍요롭게 하는 데 기여하며 주주, 고객, 임직원, 협력사, 지역사회 등 이해관계자들과의 신뢰를 기반으로 함께 성장, 발전하고자 한다.

### 비전

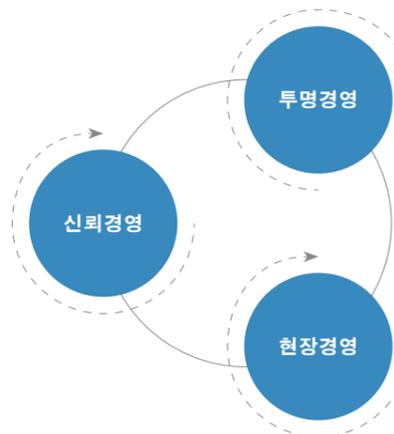
#### 고객을 위한 혁신 (Innovation for Humanity)

현대자동차는 ‘고객을 위한 혁신’을 중장기 비전으로 수립하고 글로벌 지향, 인간존중, 고객감동, 기술혁신, 문화창조라는 5가지 추진방향을 설정하였다. 인간이 중심이 되는 친환경 기술혁신을 통해 고객 최우선 가치를 실현하는 자동차 문화를 창조하여 사랑받는 글로벌 기업으로 성장하는 것을 목표로 하고 있다.



### 경영방침

3대 경영방침인 신뢰, 현장, 투명경영은 현대자동차가 추진하고 있는 글로벌 경영, 품질경영, 브랜드 경영 등 핵심 경영활동의 전략적 기반이 되고 있다. 현대자동차는 현장에서 투명한 경영활동을 통해 모든 이해관계자에게 신뢰받을 수 있는 기업이 되기 위해 노력하고 있다.



#### 신뢰경영

신뢰는 상대방을 존중하고 이해하는 데서 시작된다. 상대방을 이해하기 위해서는 폭넓은 커뮤니케이션이 전제되어야 하며 말과 행동이 일치할 때 신뢰는 굳건해진다. 현대자동차의 신뢰경영은 사내 직원간의 약속, 고객과의 약속, 사회와의 약속 등 모든 약속을 지켜나가는 것에서부터 출발한다. 현대자동차는 경영활동 시 주주, 고객, 임직원, 협력사, 지역사회 등 관련 이해관계자와의 의견과 관점을 존중하며 보다 개방적이고 투명한 소통을 통해 신뢰적 관계를 구축하기 위해 지속적으로 노력하고 있다.

#### 현장경영

현대자동차는 경영 전 부문에 있어 신속하고 원활한 의사소통을 위해 현장경영을 중요시하고 있다. 최고 경영자는 수시로 전 세계 판매, 생산현장을 직접 방문하여 자동차산업 현장에 대한 지식을 함께 공유하고 임직원들의 사기를 진작하고 있다. 현대자동차의 현장경영에 대한 강한 의지는 제품의 품질과 생산성을 제고하고 서비스의 질을 향상시켜, 나아가 고객만족도를 높이는 데 크게 기여하고 있다. 또한 현장에서 제기된 문제점과 제안사항이 원활히 보고되어 신속하고 심도있는 대응과 점검을 통해 실질적인 경영개선에 반영되도록 하고 있다.

#### 투명경영

투명경영은 신뢰경영과 현장경영의 실천을 위해서 선행되어야 하는 전제조건이다. 현대자동차는 개방적이고 투명한 경영활동을 통해 주주, 고객, 임직원, 협력사, 지역사회 등 자동차산업과 관련된 이해관계자들과 신뢰를 구축해 나가고 있다. 2003년부터 투명한 의사소통의 주요 수단으로 지속가능성 보고서를 발간하여 경제, 환경, 사회적 성과와 활동을 대내외 이해관계자에게 공개하는 등 기업정보를 이해관계자들과 공유하고 있다. 더불어 사업 파트너와는 투명한 거래조건에서 상호이익을 보장하는 공정한 거래관계를 유지하기 위해 노력하고 있다. 이러한 노력의 일환으로 기업시민정신을 바탕으로 한 윤리헌장 및 윤리실천강령 제정, 임직원 윤리행동지침서 발간, 유엔글로벌콤팩트 가입 등을 통해 임직원들이 업무 수행 시 윤리적 의사결정을 내릴 수 있는 가이드라인을 제공하고 있다.

## 지속가능성 추진체계

현대자동차는 사회적 책임을 다하는 적극적인 기업시민으로서, 기업활동에 있어 경제적 측면뿐 아니라 환경과 사회에 미치는 영향을 균형적으로 고려하기 위한 구체적 방안을 모색해왔다. 이러한 인식 속에서 2008년부터 사회책임위원회를 구성하여 사회책임경영을 체계화하며 내부 실행력을 높여가고 있다.

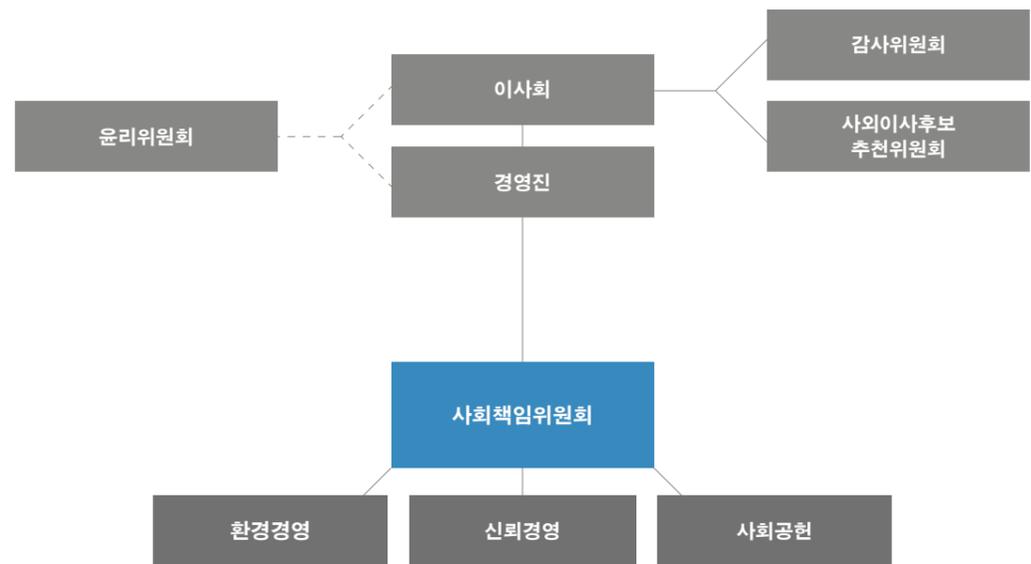
### 사회책임경영

현대자동차는 2008년 사회책임경영에 대한 인식을 강화하고 전사적 공감대를 형성하여 조직 내 실행력을 높이기 위해 사회책임위원회를 구성하였다. 사회책임위원회는 환경경영, 신뢰경영, 사회공헌 부문의 3가지 핵심 분야로 나누어 추진되고 있다. 현대자동차는 사회책임위원회를 통해 기후변화, 자원고갈 등 환경이슈와 규제에 선제·대응함으로써 녹색 경쟁력을 높이고 고객, 임직원, 협력사 등 관련 이해관계자들과의 신뢰를 기반으로 한 상호발전을 추구하고 있다. 또한 현대자동차가 진출한 지역사회를 중심으로 교통안전, 환경, 사회복지, 교육 등 다양한 분야에 걸쳐 사회공헌활동을 전개하고 있다.

2008년에는 사회책임위원회의 최우선 추진사항으로 유엔글로벌콤팩트에 가입하여 사회책임경영의 의지를 대내외에 공표하였다. 유엔글로벌콤팩트는 국제연합(UN)이 민간기업이나 조직들에게 세계화에 동반되는 여러 문제에 적극 대처하고 모든 사람에게 세계화의 혜택이 돌아갈 수 있도록 협력할 것을 요구하며 만든 선언적 협약이다. 이 협약에는 인권, 노동, 환경, 반부패 등 4가지 사회책임 분야의 10가지 원칙이 담겨 있다.

2009년 4월에는 유엔글로벌콤팩트와 함께 내부적으로 사회책임헌장을 새롭게 제정한 바 있으며, 2009년 말에는 그룹 차원에서 사회책임위원회 산하 태스크포스팀을 구성하여 사회책임경영에 대한 전략적 방향과 비전을 수립 중에 있다. 이와 함께 2010년에는 현대자동차뿐만 아니라 가치사슬로 연결된 협력사에도 사회책임경영이 확산될 수 있도록 유엔글로벌콤팩트의 공급망 지속가능성에 대한 자문그룹(UN Global Compact Advisory Group on Supply Chain Sustainability)에 참여하여 공급망 지속가능성 지침서(Supply Chain Sustainability Guidance) 개발에 적극 참여하고 있다. 향후 이번 지침서를 기반으로 현대자동차뿐만 아니라 협력사에서도 유엔글로벌콤팩트의 10가지 원칙이 실천될 수 있도록 지원할 예정이다.

사회책임위원회



### 환경경영

현대자동차는 2003년 글로벌 환경경영 이념과 방침을 대내외에 선포한 이래 환경경영을 지속적으로 강화하고 있다. 글로벌 환경규제를 만족시키는 소극적 환경경영이 아닌, 에너지 효율을 높이고 비용을 줄이고 새로운 시장을 창출하는 등 환경을 통한 경제적 성장을 추구하고 있다. 이를 위해 생산, 사용, 폐기 등 제품의 전 과정에서 환경적 영향을 최소화하는 것을 목표로 회사의 가치사슬 전반에 대한 환경경영 전략을 수립, 이행하고 있다.

특히 사용단계에서의 환경적 영향을 최소화하기 위해 저탄소 녹색기술 전략인 블루드라이브를 전개하여 단기적으로는 내연기관의 연료 효율성을 높이고 장기적으로는 무공해 차량의 개발 및 보급에 힘쓰고 있다. 뿐만 아니라 환경경영의 조직 내 실행력을 높이기 위해 환경 관련 최고 의사결정기구인 환경위원회를 운영하고 있으며 기존 환경기술연구소를 환경기술센터로 확대·개편하는 등 환경 관련 R&D 조직을 강화하고 있다.

#### ● 환경경영 이념 및 방침

현대자동차는 2003년 글로벌 환경경영 선포식을 통해 환경경영 이념과 방침을 대내외에 공표하였다. 이를 통해 국내외 현대자동차 조직 및 임직원에게 환경경영 추진과 관련하여 일관된 방향과 원칙을 제시하였으며 대외 이해관계자에게 환경경영을 통한 기업의 사회적 책임경영 의지를 분명히 하였다.

#### ● 환경경영 이념

인간, 환경, 사회가 조화될 수 있도록 환경보호를 통해 인간의 가치를 존중하며 기업의 사회적 책임을 다한다.

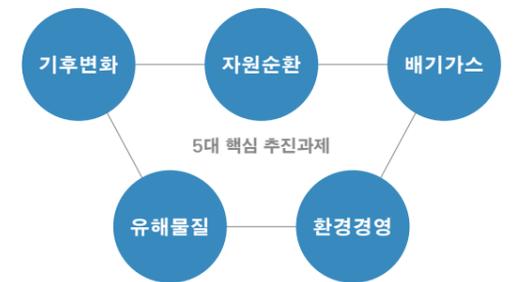
#### ● 글로벌 환경경영 방침

현대자동차는 기업시민정신을 바탕으로 인간의 가치를 존중하며 풍요롭고 지속가능한 사회를 만들기 위해 다음과 같은 글로벌 환경방침을 제정하여 지구환경 보전에 최선을 다한다.

1. 환경을 기업의 핵심 성공요소로 인식하고 능동적인 환경경영을 통해 기업가치를 창출한다.
2. 환경친화적 자동차의 개발과 보급을 통해 자동차 전문기업으로서 사회적 책임을 다한다.
3. 제품의 생산, 사용, 폐기에 이르는 전 과정에 걸쳐 자원과 에너지의 지속가능한 사용과 오염물질 배출 최소화에 적극 노력한다.
4. 전 임직원들에 대한 환경교육과 협력사의 환경경영활동을 적극 지원하여 사회공헌활동에 최선을 다한다.
5. 국내외 환경법규와 협약을 준수하며 환경경영 추진과 개선을 위해 노력하고 그 성과를 대내외에 공개한다.

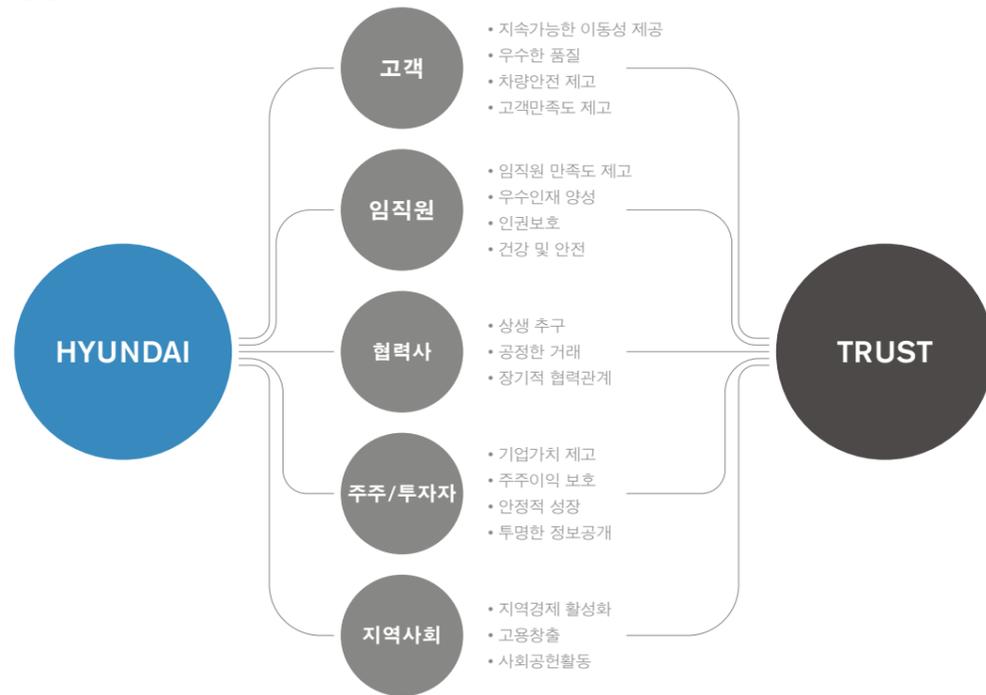
#### ● 환경경영 전략

현대자동차는 보다 명백한 목표와 일관된 방향성을 가지고 환경경영을 효과적으로 실행하고 글로벌 환경이슈 및 규제에 대해 종합적인 대응능력을 강화하고자 기후변화, 자원순환, 배기가스, 유해물질, 환경경영의 5대 핵심 추진과제를 선정하여 이행하고 있다. 특히 기후변화를 자동차회사가 적극적으로 해결해야 할 근본적인 과제로 인식하고 있으며 자동차의 CO<sub>2</sub> 감축은 물론 전 사업장의 온실가스를 줄이기 위해 노력하고 있다.



**신뢰경영**

기업은 다양한 사람들과의 관계 속에서 성장한다. 현대자동차는 신뢰적 관계를 기반으로 고객, 임직원, 주주, 협력사, 지역사회 등 이해관계자들과의 동반성장을 추구하고 있다. 이해관계자들에게 신뢰를 얻기 위해서는 이해관계자들을 존중하는 동시에 기업활동에 있어서 윤리성과 투명성을 확보해야 한다. 현대자동차는 신뢰경영을 통해 기업활동의 윤리성과 투명성을 높이고 고객, 임직원, 협력사, 지역사회 등 관련 이해관계자에게 지속가능한 가치를 제공하며 기업경쟁력을 높여나가고 있다.



**사회공헌**

현대자동차는 '자동차를 통한 인류의 행복추구'라는 경영이념을 바탕으로 사회공헌에 대한 확고한 철학을 통해 기업시민으로서 사회적 책임을 다하고 있다. 특히 '함께 움직이는 세상'이라는 사회공헌 슬로건 아래 이웃과 함께, 사회와 함께 더 나은 미래를 만들어 나가고자 노력하고 있다.

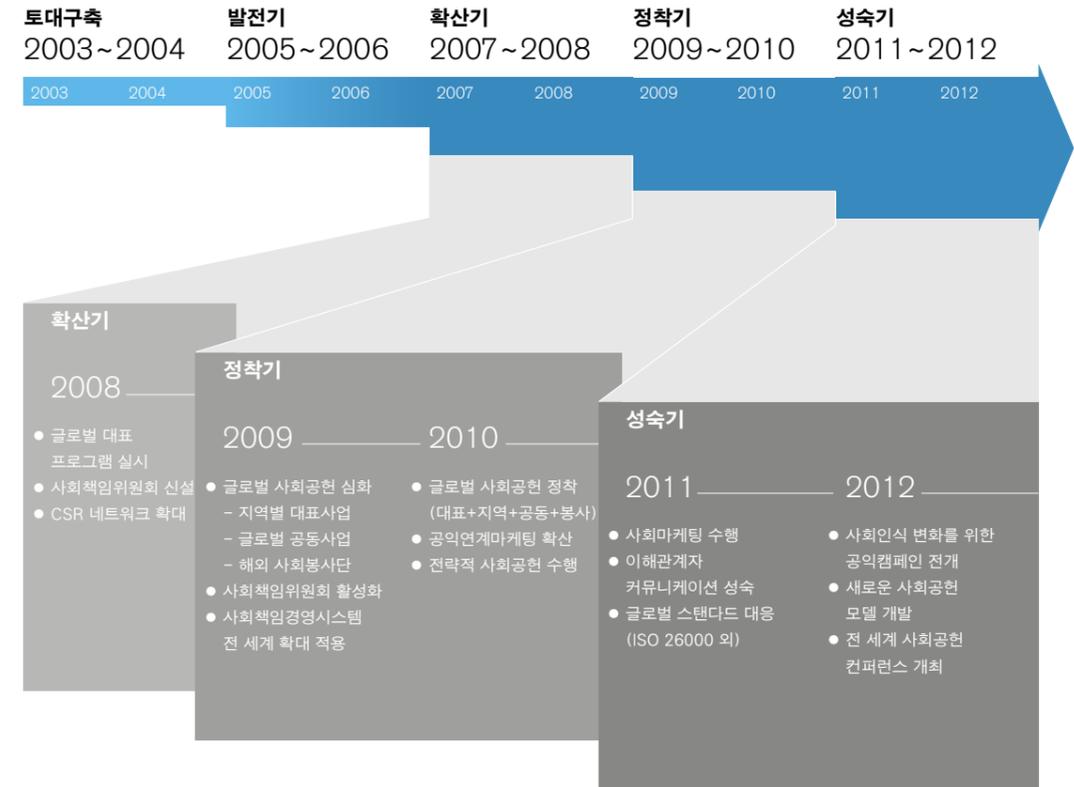
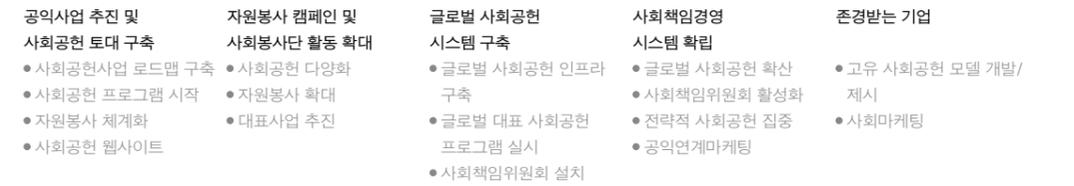
사회공헌 대표사업으로 2005년부터 '함께 움직이는 세상 공모사업'을 통해 맞춤형 사회복지사업을 지원하고 있으며, 자동차 전문기업의 특성을 살린 '이지무브(Easy Move)', '세이프무브(Safe Move)'를 비롯해 '그린무브(Green Move)', '해피무브(Happy Move)'로 이어지는 중점사업으로 사회공헌활동의 기반을 구축해나가고 있다. 이와 함께 사회복지, 교육·학술, 문화·예술, 스포츠 등 사회 각 영역에서 분야별 특성을 살린 사회공헌사업을 지속적으로 실행하고 있다.

현대자동차는 보다 효과적이고 실질적인 사회공헌활동이 이루어질 수 있도록 하기 위해 2003년부터 사회공헌 장기 로드맵을 설정하여 체계적인 사회공헌활동을 추진해오고 있다. 특히 사회공헌 각 프로그램에 내실을 기하고 자원봉사단 활동을 확대시킨 글로벌 사회공헌시스템을 구축하여 궁극적으로 글로벌 시장에서 존경받는 기업시민으로 그 역할을 다하고자 한다.

**사회공헌 장기 로드맵**

**사회공헌 5개년 계획 (2008~2012)**

2010년 4월에는 미국 보스턴대 기업시민센터(Boston College Center for Corporate Citizenship)에 가입하여 전문기관과의 협력을 통해 사회공헌활동은 물론 사회책임경영의 질적 향상을 추진하고 있다. 보스턴대 기업시민센터는 1985년 설립된 기업의 사회책임경영에 대한 연구 및 자문기관으로 현대자동차를 비롯해 IBM, 마이크로소프트, 코카콜라, 도요타 등 350여 개의 다국적 기업이 회원사로 참여하고 있으며 사회책임경영에 대한 기업간의 네트워크를 구축하여 사회책임경영의 성공사례는 물론 전문지식을 공유하며 사회책임경영이 나아가야 할 방향과 비전을 제시하고 있다. 이번 보스턴대 기업시민센터 가입을 계기로 현대자동차는 사회공헌활동은 물론 사회책임경영에 있어서도 한 층 더 성숙하고 발전할 것으로 예상된다.



## 윤리 및 지배구조

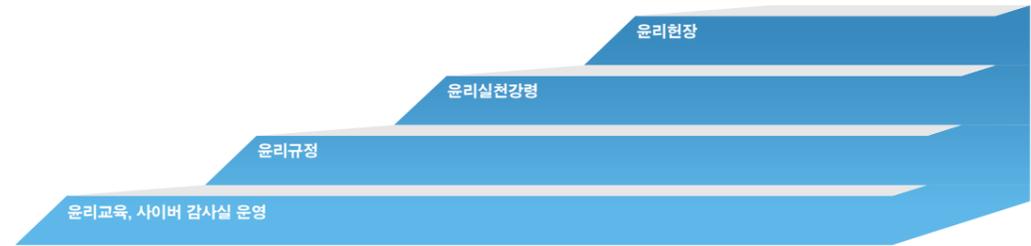
현대자동차는 이해관계자의 가치증진을 위해 경영과정 전반에 윤리경영을 정착시키고 있다. 이를 통해 모든 임직원들은 윤리적 기준을 공유하고 준수하여 책임있는 경영판단과 행동을 취할 수 있도록 하는 한편 고객, 임직원, 협력사, 주주 등 이해관계자와의 신뢰성과 기업의 투명성을 제고하고 있다.

현대자동차는 2001년부터 임직원들에게 윤리현장과 윤리실천강령, 윤리규정을 제공하고 있으며 2008년에는 유엔글로벌콤팩트에 가입하여 전 임직원들이 일상 업무에 있어서 법과 규제는 물론 사회적 통념으로 기대되는 윤리적 기준을 준수하도록 가이드라인을 제시하고 있다. 또한 공정거래, 반부패 등에 대한 지속적인 교육을 통해 윤리적 사고를 함양하고 윤리적 딜레마 안에서도 올바른 의사결정을 내릴 수 있는 풍토를 조성하고 있다.

2007년에는 의사결정과정에서 투명성을 높이기 위해 사외이사로 구성된 감독조직인 윤리위원회를 설치, 운영하고 있으며 2011년부터는 국제회계기준(IFRS:International Financial Reporting Standard)를 도입하여 회계의 투명성을 확보할 예정이다. 거래에 있어서도 2002년부터 공정거래 자율준수 프로그램을 자체적으로 도입하였으며 2008년에는 국내 최대규모의 하도급 공정거래협약을 체결하는 등 거래의 공정성과 투명성을 지속적으로 높이고 있다.

현대자동차는 이러한 윤리경영을 통해 기업경영의 비합리적 요소를 개선하고 경쟁력을 강화하며 경제적 부가 가치를 새롭게 창출하고 있으며 고객, 협력사 등 이해관계자에게 신뢰를 주는 동시에 거래에 소요하는 불필요한 시간과 비용을 줄이고 판매를 증가시키는 긍정적 효과를 거두고 있다.

내부 윤리지침 체계



### 법규 준수

현대자동차는 업무를 수행하는 모든 관할권 내의 법적, 규제적 의무사항을 준수하고, 국제적으로 보편타당하게 여겨지고 있는 국제 행동규범을 존중하는 것을 원칙으로 삼고 있다. 이러한 원칙을 토대로, 자발적 법규 준수와 불공정 행위의 사전 예방, 점검을 위한 공정거래 자율준수 프로그램(CP:Compliance Program) 및 사이버 감사실을 운영하고 있다. 이와 함께 정기적인 윤리교육을 통해 임직원이 일상 업무에 있어서 윤리적인 가치판단을 할 수 있도록 지원하고 있다.

### 공정거래법규 준수

현대자동차는 2002년부터 공정거래 자율준수 프로그램(CP:Compliance Program)을 자체적으로 도입하여 불공정거래행위를 사전에 예방하고 공정거래법규를 자율적으로 준수하기 위해 노력하고 있다. 2009년에는 CEO의 자율준수 의지 천명, 임원 및 현업 부문의 공정거래 교육, 공정거래 홈페이지 개설, 사내 '공정거래의 날' 선정 등을 통해 임직원의 공정거래의식을 제고하였다. 그리고 매 분기마다 CP 모범팀을 선정하여 인센티브를 제공하고 주요 현업 부문에 대한 CP 감사를 병행하여 실시하고 있다. 또한 사이버 감사실을 운영하여 윤리현장과 실천강령을 인터넷을 통해 제공함으로써 임직원에게 업무 수행 시 필요한 윤리적인 가치판단의 기준과 투명한 행동기준을 제시해주고 이를 고객과 협력사도 열람할 수 있도록 하고 있다. 특히 사이버 감사실 내에 인터넷 신고센터를 운영하여 사내외 이해관계자들로부터 불공정거래, 부정비리, 기타 불만사항 등을 여과 없이 수렴하여 제도와 경영개선에 활용하고 있다.

이러한 노력들의 결과로 2009년 공정거래위원회의 CP등급평가에서 국내업계 최고등급인 'AA'등급을 획득하였다. 이 외에도 2008년에 협력사와의 하도급 공정거래협약을 체결한 후 공정한 거래관계를 유지하는 것은 물론 2009년 한해 동안 1,300여억 원 규모의 상생협력자금을 조성하여 1차 및 2차 협력사 대상으로 지원 프로그램을 운영하고 있다. 그 결과 2009년 실시된 공정거래위원회의 하도급 공정거래협약 이행평가에서도 국내 최고등급인 '최우수' 등급을 획득하였다.

### 이사회

현대자동차는 기업의 이사회 구성 관련 법규에 따라, 이사회와 이사회 內 위원회인 감사위원회 및 사외이사후보추천위원회를 운영하고 있으며 이사회 外 위원회로 윤리위원회를 설치하여 운영하고 있다. 주요 경영사항은 이사회 심도있는 논의와 주주총회를 통한 주주의 승인에 의해 의결되고 있으며, 기업회계 및 업무전반에 대해서는 외부 감사인에 의한 독립적인 감사를 실시하고 있다.

현대자동차 이사회는 법령 또는 정관에 정해진 사항, 주주총회에서 위임받은 사항, 회사 운영의 기본방침 및 업무집행에 관한 중요 사항을 의결하고 이사 및 경영진의 직무집행을 감독하는 권한을 갖고 있으며 자동차산업 및 해당 분야의 최고 전문가인 사내이사 4명과 사외이사 5명으로 구성된다. 2009년 정기주주총회에서 승인받은 이사의 보수한도는 100억 원이었으며, 사내이사 및 사외이사의 2009년 1월 1일부터 12월 31일까지 보수는 총 71억 2,400만 원이었다. 이 중 사내이사의 1인당 평균 지급액은 17억 2,400만 원이었으며, 사외이사 1인당 평균 지급액은 4,800만 원이었다.

### 이사회 內 위원회

감사위원회는 사외이사 4명으로 구성되어 있다. 감사위원회의 직무는 회사의 회계와 업무를 감사하고 이사에 대하여 영업에 관한 보고를 요구하거나 회사의 재산상태를 조사하여 이사회에 보고하는 것이다. 사외이사후보추천위원회는 사내이사 2명과 사외이사 2명으로 구성되어 있으며 사외이사는 사외이사후보추천위원회의 추천을 받아 선임된다.

### 이사회 外 위원회

현대자동차의 내부거래 투명성 제고와 윤리경영 추진 등에 대한 검토를 목적으로 2007년 설치된 윤리위원회는 사외이사 5명, 경영진 1명, 자문역(외부인사) 2명으로 구성되어 있으며 공정거래법 등에서 정하는 내부거래, 윤리규범 제·개정과 이행실태 평가, 사회공헌활동 관련 주요 정책 등을 심의대상으로 하고 있다. 2009년에는 계열회사와의 거래, 계열 금융회사와 약관에 의한 금융거래, 현저법인 현저금융 지급보증, 공정거래 자율준수 프로그램 이행점검, 사회공헌활동 등이 주요 안건으로 선정되어 검토된 바 있다.

윤리위원회는 사외이사 중심의 회의체로서 윤리경영을 위하여 필요한 사안들에 대해 보다 독립적인 관점으로 검토하고 있으며 외부 전문가들을 초빙하여 심의안건들에 대한 자문을 받음으로써 기업의 외부 시각 또한 충실히 반영하고 있다.

### 이사회 현황

(2010년 3월 기준)

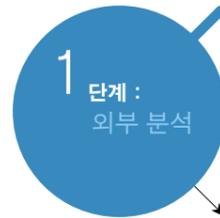
구분	성명	직위·소속	위원회 활동
사내	정몽구	대표이사 회장	사외이사후보추천위원회
	양승석	대표이사 사장	사외이사후보추천위원회
	강호돈	대표이사 부사장	-
	정의선	부회장	-
사외	김광년	법무법인 삼한 변호사	사외이사후보추천위원회, 감사위원회, 윤리위원회
	남성일	서강대 경제학부 교수	사외이사후보추천위원회, 감사위원회, 윤리위원회
	강일형	법무법인 태평양 고문	감사위원회, 윤리위원회
	임영철	법무법인 세종 변호사	감사위원회, 윤리위원회
	임영록	재정경제부 제2차관(前)	윤리위원회

이사회 구성현황 및 자세한 인적사항은 [http://pr.hyundai.com/lr/GI\\_DirectorsMatter.aspx](http://pr.hyundai.com/lr/GI_DirectorsMatter.aspx) 참조

## 중요성 분석

현대자동차의 지속가능경영은 이해관계자의 가치증진을 최우선으로 하고 있기에 경영활동을 통한 기업의 성장뿐 아니라 사회와 동반성장이 가능하도록 이해관계자의 목소리에 항상 귀 기울이고 있다. 중요성 분석은 이해관계자의 기대사항과 의견을 수렴하여 가장 높은 영향력을 갖고 있는 이슈를 우선순위화하고 이를 경영활동에 적극 반영함으로써 지속가능경영 성과를 제고할 수 있도록 한다.

### 중요성 분석 프로세스



#### 외부 중요성 분석

미디어 분석(국내 및 해외 미디어, 2009.1.1~2010.3.9), 동종업종 지속가능경영에 대한 벤치마킹, 지속가능경영 가이드라인(GRI, ISO 26000, DJSI 등)의 3가지 부문의 자료를 'HMC Materiality Test' 방법론으로 분석하였고, 48개의 지속가능경영 이슈와 이슈별 우선순위를 도출하였다.



#### 내부 중요성 분석

현대자동차 성과지표, 경영이념, 2009년 지속가능성 보고서에 대한 중요성 분석을 통해 18개 부문의 주요이슈를 선정하였다. 본사, 해외사업장, 공장 등을 포함한 전 부문의 내부 직원을 대상으로 설문조사한 결과를 'HMC Materiality Test' 방법론으로 분석하여 내부 주요이슈와 우선순위를 도출하였다.



#### 외부 및 내부이슈 맵핑

1단계의 외부 중요성 분석결과와 2단계의 내부 중요성 분석결과를 맵핑하여 이슈 매트릭스를 작성하였다.

**주요이슈 (내부 우선순위 ↑, 외부 우선순위 ↑)**  
내·외부 이해관계자들이 공통으로 중요하다고 생각하며 우선적인 대응이 필요한 이슈

**내부이슈 (내부 우선순위 ↑, 외부 우선순위 ↓)**  
현대자동차의 가치제고를 위해 내부 이해관계자들이 주목하고 있는 이슈

**외부이슈 (내부 우선순위 ↓, 외부 우선순위 ↑)**  
외부 이해관계자들이 중요하게 여기는 이슈로 내부 이해관계자들과 공유하고 향후 경영활동 시 고려해야 하는 이슈

**잠재이슈 (내부 우선순위 ↓, 외부 우선순위 ↓)**  
현대자동차가 지속적으로 관심을 가지고 모니터링해야 하는 이슈

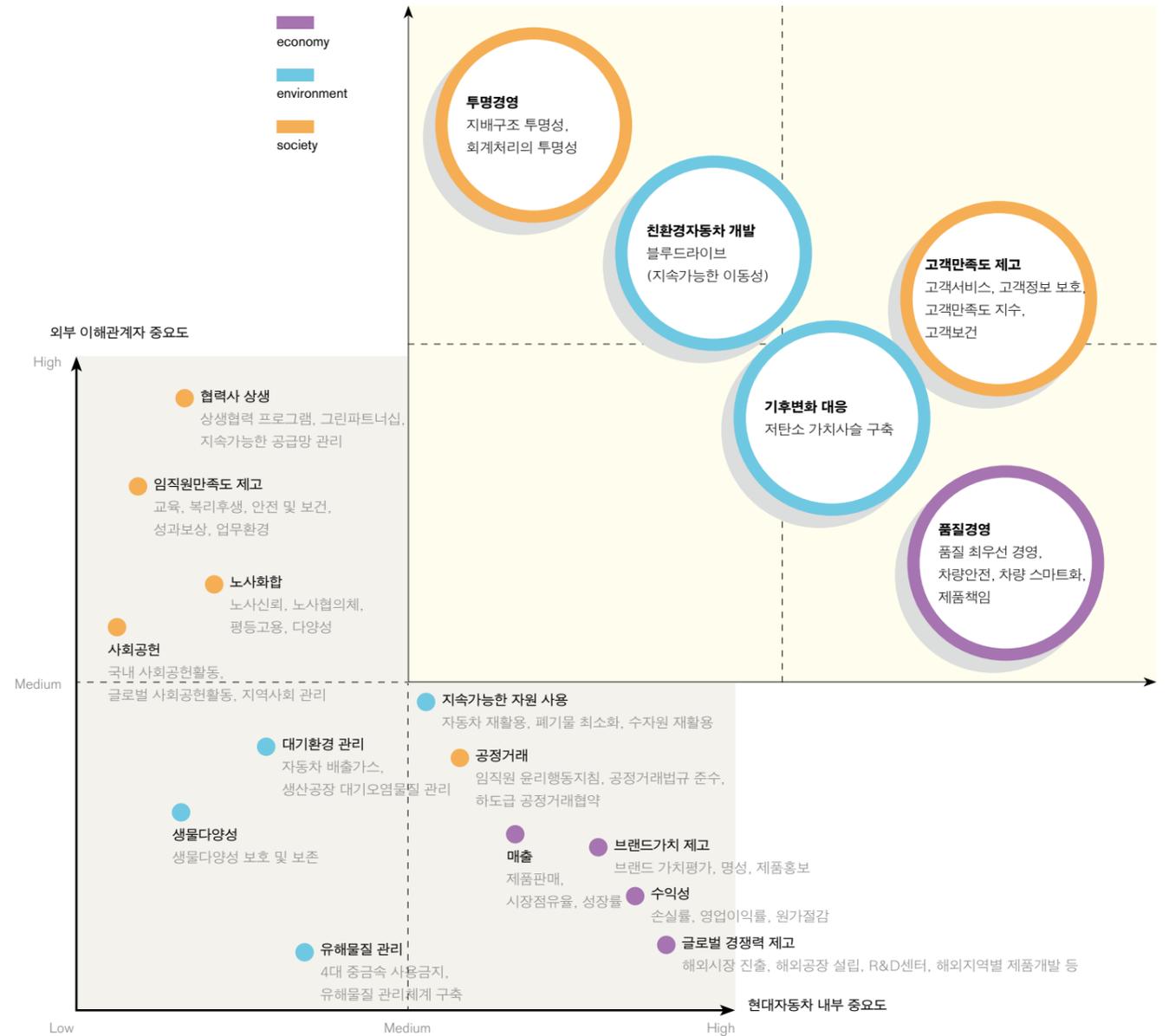


#### 이해관계자 검토

현대자동차는 투자자, 소비자, 협력사, NGO 등이 참여하는 이해관계자 대화를 통해 이해관계자 검토를 진행하였다. 중요성 분석결과에 대한 이해관계자 대화를 진행한 결과, 선정된 이슈 중에서 고객만족도 제고에 대한 우선순위가 낮다는 의견이 있었다. 이에 현대자동차는 이해관계자들의 의견을 내부에 공유하고 이슈의 내부 우선순위를 다시 논의하기 위해 공정거래, 대정부, IR 및 언론홍보, 상품 및 가격 관련 팀을 대상으로 개별 인터뷰를 실시하였다. 인터뷰 결과 고객만족도 제고(감성품질, 특히 국내의 경우)의 우선순위는 품질경영보다 비슷하거나 다소 앞서야 하는 것으로 나타났다. 또한 고객만족도 제고에 대한 의견을 냈던 이해관계자들에게도 개별적으로 인터뷰를 요청하여 의견을 듣고 기후변화 대응보다 앞선 우선순위를 가지는 것이 적절하다는 결론을 도출하였다. 최종적으로 외부 이해관계자 의견과 내부 이해관계자 의견을 반영하여 고객만족도 제고 이슈를 상향조정하였다.

### 중요성 분석결과

현대자동차는 이번 중요성 분석을 통해 18개 이슈를 도출하였으며 이 중 외부, 내부 중요성 분석을 통해 이해관계자와 현대자동차 모두에게 가장 중요한 이슈인 기후변화 대응, 친환경자동차 개발, 고객만족도 제고, 투명경영, 품질경영을 주요이슈로 선정하였다. 주요이슈는 2010년 지속가능성 보고서에 비중있게 내용을 구성하였으며 그 외의 이슈도 향후 주요이슈로 부각될 수 있는 점을 감안해서 보고서에 포괄적으로 담고 있다.



### 이해관계자 대화

현대자동차는 2008년부터 이해관계자 대화를 통해 지속가능경영과 관련된 다양한 이해관계자들의 의견과 기대사항을 수렴하고, 이를 지속가능경영 활동에 반영하기 위해 노력하고 있다. 이는 현대자동차가 이해관계자와의 소통과 협력을 통해 회사는 물론 이해관계자의 가치증진을 지속가능경영의 최우선 사항으로 추진하고 있기 때문이다.

### 참여 이해관계자



투자자	NGO	소비자	협력사
1 김영준 NH-CA 자산운영 본부장	4 안준관 기후변화행동연구소 선임연구원	7 김만호 한국소비자원 자동차팀 과장	11 전주영 경신공업주식회사 팀장
2 채경실 마이다스에셋 팀장	5 이주홍 녹색소비자연대 전국협의회 간사	8 손진희 서울대 CSR연구동아리 학생	<b>학계</b>
3 정원현 한국기업평가 전문위원	6 정희정 에너지시민연대 사무처장		12 이수열 전남대 교수
		<b>NPO</b>	
		9 양세영 기업사회연구원 원장	
		10 이준석 유엔글로벌콤팩트 한국협회 팀장	

### 운영 및 진행

이해관계자 대화는 독립적인 기관인 '지속가능경영원'이 진행하였다.

### 이해관계자 대화 주요의견

- 지속가능경영의 비전과 세부전략을 제시하고 달성 여부 공개 sustainability management
- 사외이사의 역할 및 윤리위원회 활동, 기여 명확히 언급 sustainability management
- 품질과 현대자동차의 이미지 사이에 괴리가 존재함 (극복 방안 연구 필요) economy
- 하이브리드에 대한 인식 제고 필요 (연비에 대한 정확한 정보 제공) environment
- 에코드라이빙에 대한 정보 전달, 교육으로 소비자 행동 변화 유도 필요 environment
- 공급사슬관리(SCM)의 역량 전수가 환경경영의 특징인 바 확산 필요 environment
- 전략적 사회공헌 제시 필요 (현대자동차만의 특화된 활동) society
- 고객만족 제고의 중요성을 재검토해야 하며 더 중요하게 다루어야 할 필요 있음 society

### 이해관계자 대화 결과 반영

이번 이해관계자 대화를 통해 2010년 중요성 분석결과에 대한 이해관계자 검토의견이 중요성 분석 최종결과에 반영되었다. 현대자동차는 이해관계자들의 의견을 보고서에 담고자 노력하였으나, 부족한 내용은 다음 연도 이해관계자 대화 때 공유하고 보완하도록 노력할 예정이다.

## 주요 지속가능성 이슈

기후변화, 투명성 등 주요 지속가능한 이슈는 기업에게 동전의 양면처럼 위기가자 기회요인이 되고 있다. 현대자동차는 중요성 분석을 기반으로 지속가능한 이슈의 잠재적 리스크를 관리함과 동시에 선제적인 대응을 통해 새로운 가치창출에 노력하고 있다.

### 기후변화 대응

자동차산업은 제품의 생산공정부터 소비자가 제품을 사용하고 폐기하는 과정까지, 제품의 전 생애에 걸쳐 온실가스를 배출하고 있으며, 특히 자동차가 화석연료를 기반으로 구동함으로써 소비자가 제품을 사용하는 단계에서도 CO<sub>2</sub>를 직접 배출하고 있다. 이러한 이유에서 자동차 CO<sub>2</sub>(연비) 규제 및 세계 각국의 온실가스 감축정책으로 우선적으로 시행되고 있으며 기후변화의 심각성이 부각되면서 저탄소 제품과 기업에 대한 소비자 선호도 지속적으로 상승하고 있다. 현대자동차는 생산공정에서 저탄소 녹색공장의 실현을 위해 국내공장을 대상으로 온실가스 배출량을 2020년까지 2005년 대비 10% 감축을 목표로 하고 있다. 제품에 있어서도 블루드라이브 전략을 기반으로 기존 가솔린과 디젤 차량의 획기적인 연비개선과 친환경자동차 개발을 병행 추진함으로써 기후변화에 적극적으로 대응하고 있다.

### 친환경자동차 개발

기후변화, 환경규제 강화, 화석연료의 고갈 등으로 인해 오늘날 글로벌 자동차업계는 하이브리드, 전기차, 수소연료전지 자동차 등 친환경자동차 개발에 총력을 기울이고 있다. 현대자동차는 2009년 7월 세계 최초 LPG 하이브리드 차량인 아반떼 LPI 하이브리드를 출시하는 등 하이브리드 분야에 독자적인 기술을 보유하고 있으며, 이를 바탕으로 2010년에는 쏘나타 하이브리드를 북미시장에, 2011년에는 국내에 출시할 예정이다. 또한 무공해 운전을 가능하게 하는 전기차, 수소연료전지차도 시범운행을 통해 상용화를 앞당기고 있다.

### 고객만족도 제고

자동차시장은 국내외를 막론하고 경쟁이 매우 치열하다. 이러한 경쟁 속에서 살아남기 위해서는 고객만족도를 높이고 충성도 높은 고객을 확보하는 것이 중요하다. 최근 전 세계적으로 급성장하고 있는 소셜미디어로 인해 고객의 요구와 불만이 직접적으로 표출되고 있어 이에 대한 신속한 대응이 중요한 과제로 부상하고 있다. 현대자동차는 정기적인 고객만족도 조사, 고객 상담서비스, 오토-프로슈머 등을 통해 점점 다양화되고 복잡해지고 있는 고객의 요구사항을 제품과 서비스는 물론 경영 전반에 반영하기 위해 노력하고 있다.

### 투명경영

중요성 분석결과에 따르면 투명성은 외부 이해관계자가 가장 중요하게 생각하는 이슈인 것으로 분석되었다. 이는 글로벌 기업에 대해 높은 투명성과 윤리적 행동을 요구하는 사회적 추세와 무관하지 않다. 2010년 말 발표될 사회적 책임 국제표준인 ISO 26000도 투명성과 윤리적 행동을 사회적 책임의 기본원칙으로 제시하고 있다. 특히 기업의 의사결정과정, 회계처리, 각종 거래에 있어서 높은 투명성이 요구되고 있다. 현대자동차는 2007년부터 의사결정과정에서 투명성을 높이기 위해 사외이사로 구성된 감독조직인 윤리위원회를 운영하고 있으며 2011년부터는 국제회계기준(IFRS:International Financial Reporting Standard)을 도입하여 회계의 투명성을 확보할 예정이다. 거래에 있어서도 2002년부터 공정거래 자율준수 프로그램을 자체적으로 도입하였으며 2008년에는 국내 최대규모의 하도급 공정거래협약을 체결하는 등 거래의 공정성과 투명성을 높이고 있다.

### 품질경영

품질은 제품의 기본적인 경쟁력이며 고객만족과 안전에 직결된 사항이다. 품질문제로 인한 자동차업체의 리콜이 증가하면서 품질관리에 대한 중요성이 더욱 강조되고 있다. 특히 수만 가지 부품으로 이루어진 자동차는 완성차업체만의 노력으로 완벽한 품질을 확보할 수 없다. 협력사의 부품품질이 완성차 품질관리에 있어서 매우 중요하다. 현대자동차는 다양한 상생협력 프로그램을 통해 협력사가 안정적인 경영환경에서 품질은 물론 기술경쟁력을 높일 수 있도록 지원할 뿐만 아니라 엄격한 품질평가제도를 도입하여 부품의 품질수준을 높이고 있다.

## 경영진 인터뷰

경제적 성과를 기반으로  
환경적, 사회적 가치를 창출하고  
이를 이해관계자와 함께 나누며  
성장해나갈 것입니다



양승석  
사장



경영지원본부  
김병준  
부사장

중장기적으로  
다양성 증진, 고령화 대응,  
조직문화 혁신 등에도  
많은 노력을 기울이고 있습니다

현대자동차는 '지속가능성 보고서 외부 검토위원회' 활동의 일환으로 보고  
서 검토위원들과 회사 경영진간의 인터뷰를 시행하고 있다. 이를 통해 지속  
가능성과 관련된 외부 전문가의 의견과 관점을 공유하고 각 부문별 지속가  
능경영의 현안과 성과를 짚어봄으로써 전사적으로 지속가능경영의 실행력  
을 높여나가고 있다.

### 지속가능경영에 있어서 현대자동차가 가장 중점을 두고 있는 것은 무엇입니까?

지속가능경영은 기업활동에 있어서 경제적 수익성, 환경적 건전성, 사회적 책임을 균  
형적으로 고려하여 장기적인 관점에서 기업과 관련 이해관계자의 가치를 높이는 경  
영활동입니다. 현대자동차는 경제적 성과를 기반으로 환경적, 사회적 가치를 창출하  
고 이를 이해관계자와 함께 나누며 성장해나갈 것입니다. 특히 기후변화, 에너지고갈  
과 같은 주요 지속가능한 이슈에 있어서 다양한 이해관계자와의 협력과 상생을 이끌  
어내며 지속가능성을 함께 실천할 수 있는 다자간 협력활동을 많이 전개하고자 합니  
다. 또한 이해관계자와의 적극적인 소통을 통해 이해관계자의 기대사항과 의견을 경  
영활동에 반영하여 동반성장할 수 있도록 내부체제를 개선하며 지속가능경영 성과  
를 제고해나갈 것입니다.

아울러 본업인 자동차의 CO<sub>2</sub> 배출을 줄이고 연료 효율성이 좋은 친환경자동차  
개발에도 지속적으로 노력하는 동시에 친환경자동차에 적용되는 녹색 신기술에 대  
한 국내 산업을 육성하고 발전시킴으로써 한국 자동차산업 전체가 지속가능한 성장  
을 할 수 있도록 중추적인 역할을 다할 것입니다.

### 회사의 인사정책에 있어서 지속가능성이 어떻게 반영되고 있습니까?

임직원은 현대자동차의 현재를 있게 한 원동력이며 지속가능한 성장을 이끌어 나갈  
중요한 자산입니다. 현대자동차는 기본적으로 임직원이 자신의 역량을 최대한 발휘  
할 수 있도록 지원하고 있으며 우수한 글로벌 인재를 육성하기 위해 노력하고 있습니  
다. 그러나 지속가능성 측면을 고려한다면 인력관리에 대한 중장기적 이슈에 대한 고  
민이 필요하다고 생각합니다. 사회적으로 볼 때 선진국은 물론 한국도 저출산과 고령  
화가 심화되고 있으며 이러한 현상을 반영하듯 인력의 고령화도 빠르게 진행되고 있  
습니다. 또한 현대자동차의 글로벌 경영이 가속화되면서 현지인력도 지속적으로 증  
가하고 있습니다.

이같은 대내외 변화에 대응하여 현대자동차는 단기적으로 성과보상체제의 합리  
화, 인력 현지화에 따른 통합적 인력관리, 글로벌 인재양성 등 3가지 분야에 집중하고  
있으나 중장기적으로 다양성 증진, 고령화 대응, 조직문화 혁신 등에도 많은 노력을  
기울이고 있습니다. 이러한 노력의 일환으로 2010년 초 조직문화 혁신을 위해 공유가  
치 태스크포스팀을 구성하여 2010년 하반기에 전 세계 임직원들이 공유할 수 있는 통  
합된 가치를 제시하고자 합니다.

온실가스 배출을 줄이고  
대기 및 수질오염, 폐기물 등  
각종 오염물질 배출을 최소화하는  
저탄소 녹색공장을  
구축해나가고 있습니다



울산공장  
강호돈  
부사장



재경본부  
이원희  
전무

이해관계자의 부가가치를  
극대화하는 것을 목표로 회사의  
전 부문이 지속가능한 가치를  
창출하고 증진할 수 있도록  
지원하고 있습니다

### 생산은 기업의 기본적이고 중요한 경영활동입니다. 이러한 활동 속에서 지속가능성이 어떻게 실천되고 있습니까?

울산공장은 단일공장으로 국내 최대규모의 사업장입니다. 규모만큼 회사는 물론 지  
역사회에 미치는 영향이 적지 않습니다. 저희 울산공장은 환경적인 측면에서 에너지  
효율을 극대화하여 온실가스 배출을 줄이고 대기 및 수질오염, 폐기물 등 각종 오염  
물질 배출을 최소화하는 저탄소 녹색공장을 구축해나가고 있습니다. 특히 온실가스  
와 관련하여 2007년에 온실가스 배출량을 2005년 대비 2020년까지 10% 감축한다는  
자발적 목표를 설정하여 생산과정에서 발생하는 온실가스를 지속적으로 줄여나가고  
있습니다.

사회적으로는 직원들이 안전한 작업환경 속에서 생산성을 높일 수 있도록 사고예  
방활동, 안전교육, 안전설비 확대 등 산업안전에 만전을 기하고 있으며, 과거의 불합  
리적인 노사관계를 개선하기 위해 노사간 상생을 위한 중장기 로드맵을 설정하고 정  
기적 경영설명회, 노사화합 행사 등을 통해 노사간의 신뢰를 쌓으며 상생적 노사문화  
를 구축해가고 있습니다. 또한 환경, 사회복지, 교육 등 다양한 분야에서 사회공헌활  
동을 전개하여 지역주민에게 사랑받는 기업으로 거듭나기 위해 노력하고 있습니다.

### 지속가능성 측면에서 재경본부의 역할과 책임은 무엇이라고 생각합니까?

지속가능경영을 실천하는 데 있어 각 부문의 역할과 책임은 서로 다르다고 생각합니  
다. 저희 재경본부는 주주, 투자자, 정부 등 이해관계자의 부가가치를 극대화하는 것  
을 목표로 회사의 전 부문이 지속가능한 가치를 창출하고 증진할 수 있도록 지원하고  
있습니다. 특히 친환경자동차 개발 등 막대한 투자가 필요한 사안에 대해서는 단기적  
인 수익성보다는 중장기적인 관점에서 경제적, 환경적, 사회적 측면을 고려하여 투자  
를 결정하고 있습니다.

그리고 이러한 재무적인 활동들이 윤리적이고 투명한 환경 속에서 이루어질 수  
있도록 내부체제를 지속적으로 개선하고 있습니다. 실제로 기업의 의사결정과정, 회  
계처리, 각종 거래에 있어서 투명성을 높이기 위해 2007년 윤리위원회를 신설하였  
으며 2002년에는 공정거래 자율준수 프로그램(CP: Compliance Program)을 자  
체도입하여 공정거래법규가 회사 내에서 자발적으로 준수될 수 있는 환경을 조성해  
나가고 있습니다. 이 외에도 2011년부터 국제회계기준을 도입하여 회계의 투명성도  
지속적으로 높여나갈 계획입니다.



economy  
environment  
society

글로벌 생산 및 판매  
2009년 경영실적  
경제적 성과배분

# 1

# economy

경제적 성과 창출은 현대자동차가 이해관계자의 가치증진을 통해 지속가능성을 추구할 수 있도록 가장 우선적으로 전제되어야 할 조건 중 하나이다. 이를 통해 현대자동차는 급변하는 세계시장에서 경쟁력을 제고하고 사회 및 환경적 가치를 균형있게 추구할 수 있다.

## 글로벌 생산 및 판매

현대자동차는 글로벌 경영을 통해 급변하는 세계자동차시장 변화에 유연하게 대응하며 시장경쟁력을 높여 나가고 있다. 뿐만 아니라 핵심 이해관계자인 전 세계 고객에게 고품질의 제품과 서비스를 제공함으로써 고객만족도를 제고하고 있다.

### 글로벌 생산

현대자동차는 1997년 터키공장을 시작으로 하여 글로벌 생산을 지속적으로 확대하고 있다. 미국, 유럽을 비롯한 세계 곳곳에 생산공장과 함께 연구소, 판매법인 등을 설립하여 제품개발, 생산, 판매 등 핵심 부문의 현지화를 통해 각 지역에 맞는 창의적이고 혁신적인 제품을 개발, 생산, 판매하고 있다.

현대자동차는 2009년 기준 해외생산이 전체 생산의 48%를 차지하고 있으며, 중국, 인도, 북미, 유럽 등 주요 시장별로 생산 거점을 구축하여 각 시장별 현지고객의 기호에 맞는 자동차를 신속하게 공급할 수 있도록 글로벌 생산체제를 강화하고 있다. 중국(북경), 인도(첸나이)에 각각 60만 대, 미국(앨라배마)에 30만 대, 터키(이즈미트)에 10만 대의 생산공장을 갖추고 있으며, 2009년에는 30만 대 규모의 체코공장(노소비체)을 완공하여 유럽 전략차종인 i30를 유럽시장에 안정적으로 공급하고 있다.

현대자동차는 최근 자동차 수요의 중심으로 부상하고 있는 신흥시장에 대한 현지생산을 지속적으로 확대하고 있다. 현재 러시아(상트페테르부르크)에 15만 대 규모의 생산공장을 건설 중에 있으며 2011년 완공을 목표로 하고 있다. 또한 글로벌 경제위기에도 불구하고 안정적인 경제성장을 보이고 있는 브라질(피라시카바)에 15만 대 규모의 생산공장을 구축할 예정이다.

### 글로벌 판매

미국 리만 브라더스 파산 이후 본격화된 세계 경제위기로 인해 2009년 초 미국시장 월별 판매량은 전년 동월 대비 40% 이상 감소할 정도로 위축되었고, 안정적 성장을 이어오던 신흥시장 판매도 마이너스로 돌아서는 등 자동차 시장은 급속도로 침체되었다.

2009년 현대자동차는 연간 국내시장에 701,469대, 해외시장에 2,403,674대 등 전 세계시장에서 전년보다 11.6% 증가한 3,105,143대를 판매하였다. 시장별 판매현황을 살펴보면 국내시장에서 전년보다 23.1% 증가한 701,469대를 판매했으며, 차종별로는 쏘나타가 신형 61,130대, 구형 84,969대를 합해 총 146,099대가 판매되어 내수판매 1위를 차지했다. 특히 신형 쏘나타는 2009년 9월 출시한 이래 월 평균 1만 5천 대 이상 판매되며 내수판매의 견인차 역할을 했다. 상용차 역시 전년보다 판매가 늘었는데, 소형상용차 부문에서 그랜드 스타렉스와 포터를 합하여 126,049대가 판매되어 전년보다 판매량이 19.9% 증가했다. 중대형 상용차 역시 트럭과 버스를 합하여 전년보다 8.3% 증가한 28,543대를 판매하였다.

이와 같은 판매증가는 자동차 내수 진작 정책 효과에 따른 교체수요의 증가와 주력 모델에 대한 신차 출시에 따른 대기수요가 실현되면서 가능했던 것으로 분석된다.

2009년 체코공장 준공식



- 1 글로벌 생산 및 판매
- 2 2009년 경영실적
- 3 경제적 성과배분

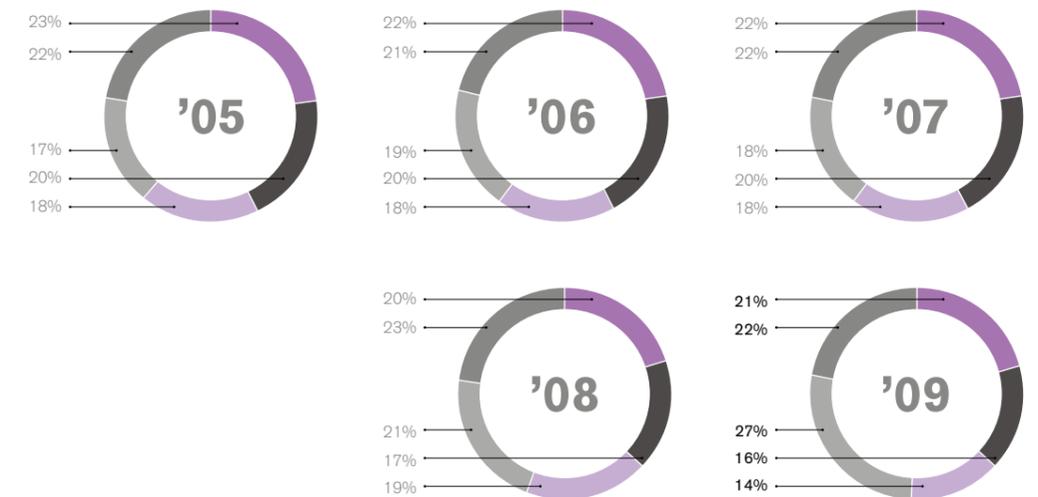
해외시장에서는 2009년 연간 국내생산 수출물량이 910,522대, 해외생산 판매물량이 1,493,152대로 총 2,403,674대를 판매하여, 전년 동기 대비 8.7% 증가한 실적을 올렸다. 작년 글로벌 자동차시장의 수요위축이 선진국을 넘어 신흥시장으로 번지면서 현대자동차의 국내 생산 수출은 전년보다 17.1% 감소했지만, 해외공장의 판매가 전년 대비 34.2%나 증가하면서 해외시장 판매도 함께 증가하였다. 특히 중국공장과 인도공장은 위에도,

i10 등 현지 전략차종이 현지시장에서 큰 인기를 끌면서 해외판매의 증가를 이끌었다. 중국공장은 전년보다 2배에 가까운 약 57만 대를 판매했으며, 인도공장 역시 약 56만 대를 판매해 성장세를 이어갔다.

2010년에는 세계 경제가 위기국면에서 벗어나는 양상을 보이고 있지만 여전히 불안요소가 잠재하고 있으며, 시장점유율 회복을 노리는 자동차업체들간의 경쟁으로 그 어느 때보다 치열한 한 해가 될 것으로 예상된다.

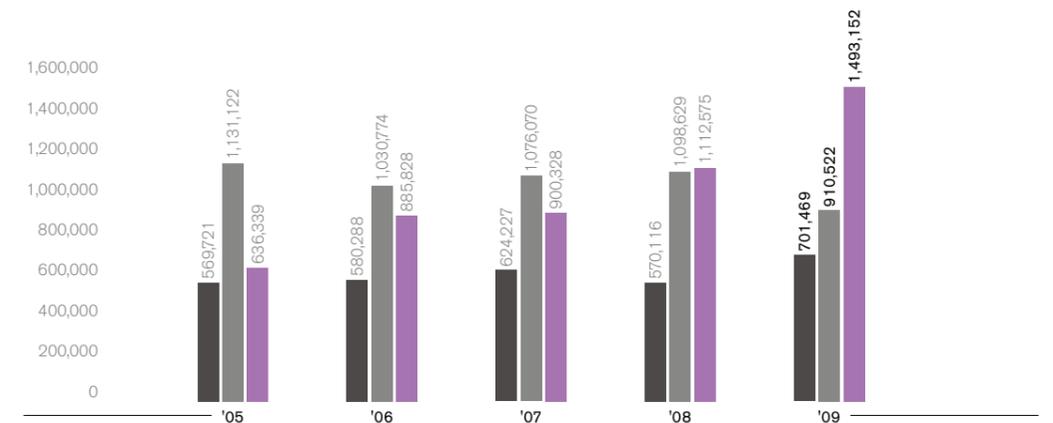
### 지역별 판매비율

- 한국
- 북미
- 유럽
- 중국과 인도
- 기타(아태,아중동 외)
- ※ 현지판매 기준(CKD 포함)



### 글로벌 판매현황 (대)

- 내수
- 수출
- 해외공장



# 1-2

## 2009년 경영실적

건전한 재무구조와 내실있는 성장은 기업이 지속가능경영을 추진하는 데 있어 전제되어야 할 조건 중 하나이다. 현대자동차는 2009년 어려운 경영환경에도 불구하고 내부역량 강화와 고객 최우선 경영을 통해 판매 성장세를 이어갔다.

2009년 현대자동차(해외공장 제외) 매출액은 내수 판매 증가 및 환율상승(전년 동기 대비 달러 15.2%, 유로 10.1% 인상)에도 불구하고 수출감소로 인해 전년 대비 1.0% 감소한 31조 8,593억 원을 기록했다. 매출 총이익은 전년 대비 2.2%가 감소한 6조 9,746억 원을 기록했으며, 매출원가율은 지속적인 원가혁신 노력에도 불구하고 판매감소 등의 영향으로 전년보다 0.3% 포인트 증가한 78.1%를 기록했다.

영업이익은 수출감소와 해외 우수딜러 육성 및 브랜드 이미지 개선 등 미래 경쟁력 확보를 위한 마케팅 비용의 증가 영향에도 불구하고 우호적인 환율환경과 원가절감 노력 등으로 전년 대비 19.1% 증가한 2조 2,349억 원을 기록했으며, 영업이익률도 7.0%로 전년(5.8%) 대비 1.2% 포인트 증가했다. 경상이익 및 순이익은 중국, 인도 등 해외공장의 실적개선에 따른 자본법 이익급증 영

향으로 전년 대비 각각 110.7%, 104.5% 증가한 3조 7,813억 원 및 2조 9,615억 원을 기록하였다.

현대자동차가 세계적 금융위기 이후 침체된 글로벌 시장에서 선전할 수 있었던 이유는 우수한 품질과 시장 다변화, 중소형차 경쟁력 등 구조적인 우위를 바탕으로 신차 및 전략차종의 적시 투입, 신시장 개척, 독창적이고 차별화된 마케팅 등에서 찾을 수 있다.

향후 현대자동차는 위기 이후 격변이 예상되는 세계 자동차시장의 변화에 대비하여 2010년 글로벌 346만 대 판매 목표를 달성하기 위해 지속적으로 내부역량을 강화하고 고객 최우선 경영을 더욱 가속화할 것이다.

### 2009년 해외공장별 경영실적

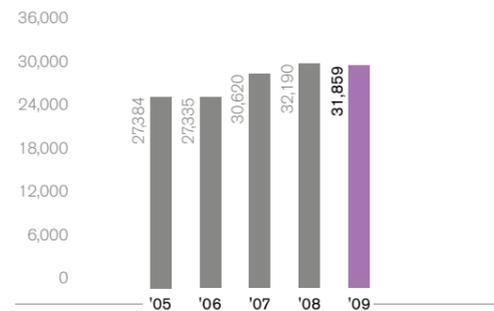
#### 중국공장 (BHMC)

● 설립년도 | 2002년 ● 생산차종 | EF쏘나타, NF쏘나타, 엑센트(국내명:베르나), 투싼, 엘란트라(국내명:아반떼 XD), 위에동, i30

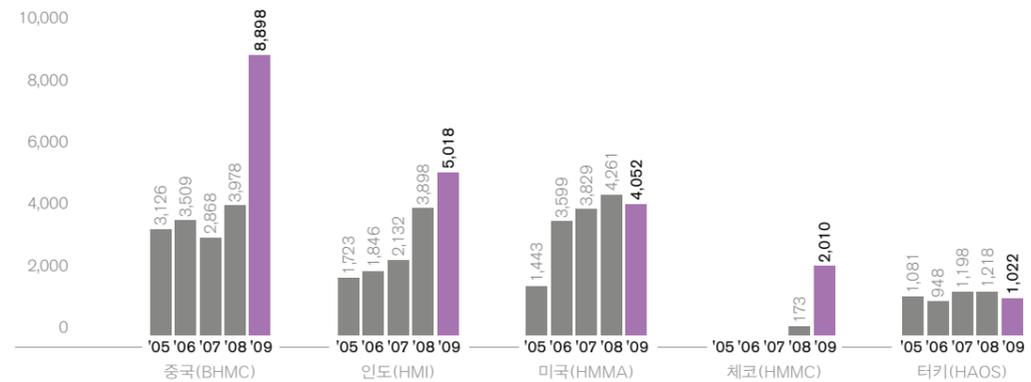
2009년 한 해 전년보다 94%가 늘어난 57만 309대를 판매하여 8조 9천억 원의 매출을 올렸으며 판매순위에서도 2008년 7위(시장점유율 5.5%)에서 4위로 올라서며 6.9%의 시장점유율을 기록했다.

중국시장의 판매 호조원인으로는 신형 엘란트라 '위 에동(悅動)' 등 중국에 특화된 상품 디자인 전략이 성공하였고, 준중형급 시장에서 엘란트라(아반떼)와 위에동의 병행 판매, 신차 i30 출시 등이 시장에서 좋은 반응을 일으킨 것으로 분석된다.

국내 매출액 현황  
(십억 원)  
※ 현대차 단독 기준



해외공장별 매출액 현황  
(십억 원)



- 1 글로벌 생산 및 판매
- 2 2009년 경영실적
- 3 경제적 성과배분

#### 인도공장 (HMI)

● 설립년도 | 1998년 ● 생산차종 | i10, i20, 겟츠, 상트로, 엑센트, 베르나, NF쏘나타

2009년 인도시장에서 내수 28만 9,863대, 수출 27만 7대 등 총 55만 9,870대(전년 대비 14.4% 증가)를 판매해 인도법인 출범이래 사상 최대실적을 기록했다.

인도공장은 전체 생산량 중 수출이 차지하는 비중이 48.7%로 생산물량의 절반을 수출하는 현대자동차의 글로벌 소형차 수출기지 역할을 하고 있다. 현재 유럽과 아프리카, 남미지역을 중심으로 110여 개국에 걸쳐 상트로, i10, i20 등 소형차를 수출하고 있다.

#### 미국공장 (HMMA)

● 설립년도 | 2005년 ● 생산차종 | 쏘나타, 싼타페

미국은 2008년 말에 시작된 금융시장 불안이 실물 부문까지 확대되면서 소비 부문의 침체로 이어져 자동차시장에 악영향을 미쳤다. 아울러 유가상승의 악재까지 겹치면서 소비자들은 소형 승용차를 선호하는 경향을 보였다.

미국공장은 이러한 시장 상황에서 전년 대비 18% 감소한 19만 5천 대를 판매했으나, 2009년 판매실적은 타 자동차업체 대비 비교적 마이너스 폭이 적은 것으로 나타났다.

#### 체코공장 (HMMC)

● 설립년도 | 2008년 ● 생산차종 | i30, 벤가

2008년 말 생산을 시작해 2009년 본격 가동에 들어간 체코공장은 유럽 전략차종인 i30의 본격적인 생산으로 전년 대비 판매량이 크게 증가했다. 체코공장의 판매량 증가는 2009년 유럽지역의 승용차 생산이 전년 대비 13% 감소했음에도 불구하고 이루어낸 성과로서 큰 의미를 갖는다.

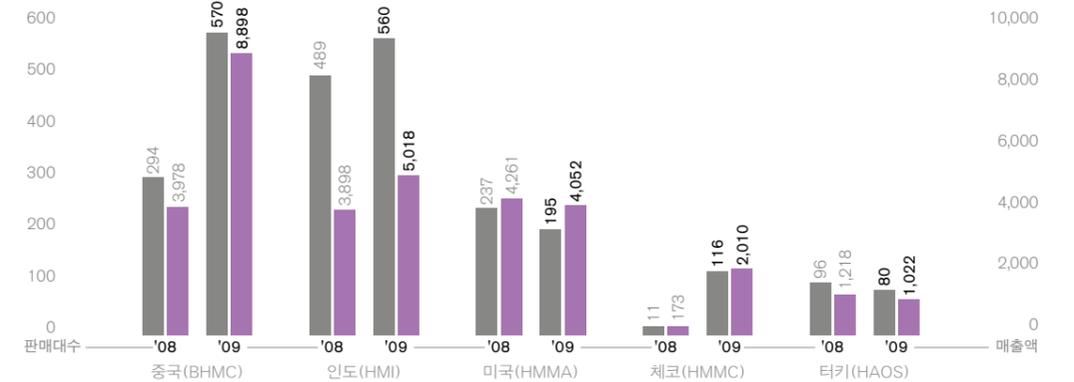
i30은 유럽스타일의 감각적인 디자인과 다이내믹한 핸들링, 뛰어난 주행성능 등을 갖추고 있어 유럽시장에서 판매가 지속적으로 증가하고 있다.

#### 터키공장 (HAOS)

● 설립년도 | 1997년 ● 생산차종 | 엑센트(국내명:베르나), 매트릭스

내수시장의 경우 2009년 터키정부의 특소세 인하정책에 힘입어 판매가 전년 대비 88% 증가한 6만 4천 대를 기록하였으며 특히 승용 부문에서 6만 1천 대를 판매하여 내수시장 점유율 1위에 올랐으나, 수출은 러시아를 포함한 동유럽의 경기침체로 인해 유럽지역의 수출이 급격히 감소하면서 전체 판매감소에 영향을 미쳤다.

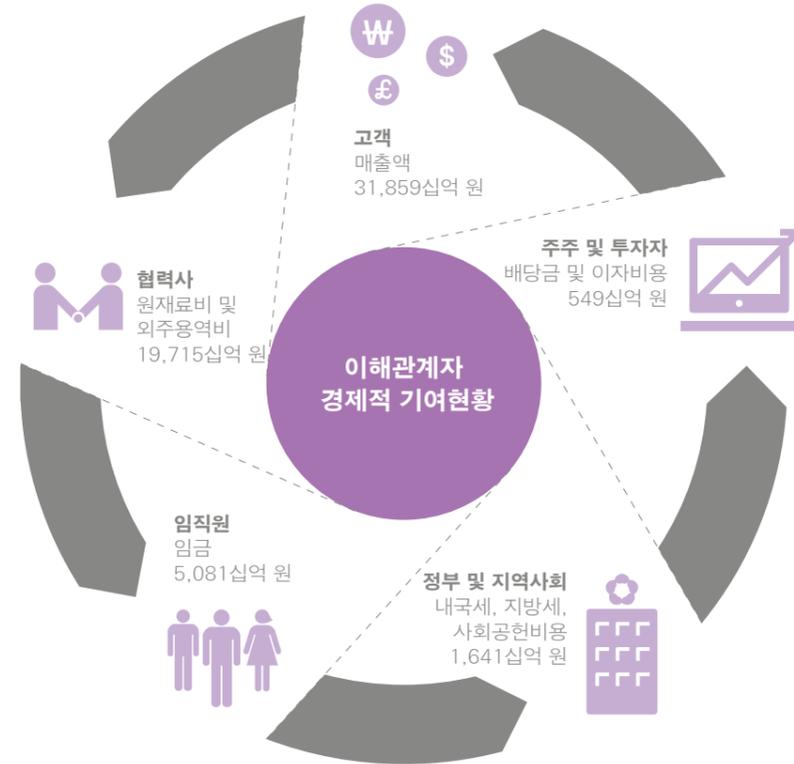
2009년 해외공장별 판매 및 매출현황  
■ 판매대수(1,000대)  
■ 매출액(십억 원)



# 1-3

## 경제적 성과배분

현대자동차는 재무적 경영성과를 통해 주주 및 투자자, 임직원, 협력사, 정부 등 다양한 이해관계자의 경제적 가치를 증대시키며 기업의 기본적인 책임을 다하고 있다.



### 재무실적

지난 해 현대자동차는 총 매출액 31조 8,593억 원을 기록하였다. 영업이익과 영업이익률은 각각 전년 대비 19% 증가한 2조 2,349억 원과 1.19%p 상승한 7.02%를 기록하였다. 2009년 당기순이익은 전년 대비 104.5% 상승한 2조 9,615억 원을 기록하였으며, 2009년 현대자동차

의 자본총계는 전년 대비 12% 증가한 22조 290억 원을 기록하였다. 2009년 납부세액은 내국세와 지방세를 합해 총 1조 5,684억 원으로 전년 대비 감소하였다. 이는 과세 표준과 법인세율이 낮아지고 R&D 투자 증가 등으로 세액 공제가 늘었기 때문이다.

재무실적	2007	2008	2009
매출액(십억 원)	30,620	32,190	31,859
영업이익(십억 원)	1,946	1,877	2,235
당기순이익(십억 원)	1,682	1,448	2,962
영업이익률(%)	6.36	5.83	7.02
ROE(%)	4.91	7.65	14.21
EBITDA(십억 원)*	3,111	3,197	3,649
자본총계(십억 원)	18,203	19,652	22,029

\* 현대차 단독기준, \*EBITDA = 영업이익 + 유형자산 감가상각비 + 무형자산상각비

- 1 글로벌 생산 및 판매
- 2 2009년 경영실적
- 3 경제적 성과배분

### 주주 및 투자자

현대자동차는 기업가치 개선을 통한 주주가치 극대화를 위해 지속적으로 노력해왔으며, 특히 회사의 이익을 주주에게 실질적으로 환원하기 위해 매년 꾸준히 현금배당을 실시해오고 있다. 현대자동차는 2009년 사업연도 배당

금에 대해 보통주 기준으로 주당 1,150원의 현금배당을 결정하였으며, 이는 전년 대비 34.6% 증가한 것이다. 이자비용은 전년 1,834억 원에서 2,321억 원으로 26.5% 증가하였다.

주주환원 현황	2007	2008	2009
주당배당금(원) (배당률)	보통주 1,000 (20%) 1우선주 1,050 (21%) 2우선주 1,100 (22%) 3우선주 1,050 (21%)	보통주 850 (17%) 1우선주 900 (18%) 2우선주 950 (19%) 3우선주 900 (18%)	보통주 1,150 (23%) 1우선주 1,200 (24%) 2우선주 1,250 (25%) 3우선주 1,200 (24%)
주당순이익(EPS)(원)	기본주당이익 6,207 희석주당이익 6,192	기본주당이익 5,325 희석주당이익 5,319	기본주당이익 10,890 희석주당이익 10,890
배당금 총액(백만 원)	275,997	235,715	317,199
이자비용(백만 원)	158,409	183,382	232,110

### 임직원

2009년 현대자동차의 부가가치 산정의 임금 총액은 제조원가와 판관비, 개발비, 영업외 비용상의 급여와 퇴직

급여, 복리후생비 등을 포함한 전년 4조 7,393억 원에서 7.2% 증가한 5조 805억 원이다.

임직원 관련 현황	2007	2008	2009
임금(십억 원)	4,522	4,739	5,081
교육비(억 원)	179	184	142

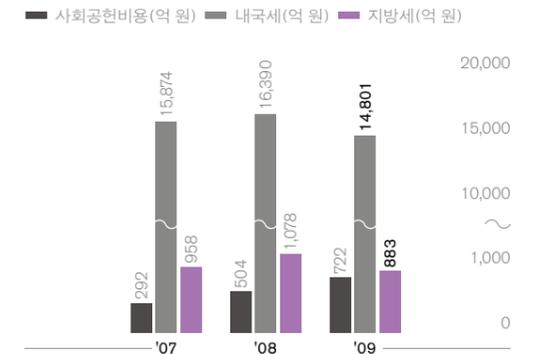
### 협력사

#### 구매비용



### 정부 및 지역사회

#### 세금납부 및 사회공헌비용 현황





economy  
environment  
society

기후변화  
지속가능한 자원사용  
유해물질  
대기환경

# 2 environment

기후변화, 에너지고갈 등 글로벌 환경이슈는 인류의 미래를 위협하는 심각한 문제로 인식되기에 이르렀다. 현대자동차는 친환경자동차와 녹색기술 개발을 선도하여 도래하는 녹색시장에서 경쟁력을 높이며 인류의 지속가능한 미래를 이끌어 나갈 것이다.



50%

**기후변화**

블루드라이브를 통해 2020년까지 차량 연비 50%개선(2008년 대비)



95%

**지속가능한 자원사용**

2015년까지 폐차 95% 재활용

- economy
- environment
- society

**유해물질**

2009년 납, 수은, 카드뮴, 6가크롬 사용금지

**대기환경**

2014년 시행 예정인 유럽 자동차배출가스규제 Euro6 조기 대응



4대 중금속



Euro 6

# 2-1

## 기후변화

친환경자동차 개발과 사업 전 부문의 저탄소 가치사슬체제 구축을 통해 현대자동차는 기후변화의 주원인인 온실가스 배출을 줄이는 동시에 인류의 미래가치를 제고하고 있다.

기후변화는 21세기의 가장 중요한 환경이슈로 인식되고 있다. 유엔산하 IPCC(기후변화에 관한 정부간 패널, Intergovernmental Panel on Climate Change)는 기후변화의 주원인이 대기 중 온실가스의 이상 증가에 있음을 밝혔고, 이에 온실가스를 줄이기 위한 국제사회의 노력이 유엔을 중심으로 본격화되고 있다.

2009년 말 코펜하겐에서 개최된 유엔 기후변화협약(UNFCCC) 당사국 총회는 2013년 이후 전 세계 온실가스 감축을 위한 법적 구속력 있는 합의를 도출하는 데는 실패했지만, '코펜하겐 합의문(Copenhagen Accord)'을 통해 지구온도 상승을 2°C 이내로 제한한다는 내용과 개도국 지원을 위한 자원공약, 의무감축 대상국들의 2020년까지 온실가스의 수량적 감축목표 달성에 대한 약속 등 중요한 진전을 이루었다.

한국정부는 코펜하겐 회의에 앞서 2020년까지 예상 배출량의 30%를 줄이겠다는 국가 온실가스 감축안을 발표하였으며, 온실가스 다배출 사업장을 대상으로 온실가스규제를 시행할 예정이다. 자동차는 생산단계뿐만 아니라 소비자가 자동차를 사용하는 단계에서도 온실가스를 배출하고 있다. 현재 자동차를 포함한 철도, 항공 등 수송 부문은 전 세계 온실가스 배출량의 20% 이상을 차지하

고 있으며, 특히 중국, 인도 등 신흥 경제국의 자동차 보급이 날로 확대되고 항공이동이 증가하면서 수송 부문에 대한 온실가스 감축 요구는 지속적으로 증가하고 있다.

유럽의 경우 2012년부터 2015년까지 순차적으로 신차 평균 CO<sub>2</sub> 배출량을 130g/km로 제한하는 법을 시행할 예정이며 2020년에는 이를 105g/km로 낮출 예정이다. 우리나라를 비롯해 미국, 중국 등 주요 국가들 역시 자국의 자동차 연비규제를 지속적으로 강화함으로써 수송 부문의 온실가스를 감축시키고자 하고 있다.

현대자동차는 지난 2005년 2월 교토의정서가 발효됨과 동시에 사내 기후변화협약 태스크포스팀을 구성하였으며 환경 관련 최고 의사결정기구인 환경위원회를 중심으로 지역별 온실가스규제 대응전략 및 감축계획을 수립한 바 있다. 2008년에는 환경기술연구소를 환경기술센터로 개편하였으며 생산공장의 에너지 효율을 높이기 위해 에너지기술센터를 신설하는 등 온실가스 감축을 위한 연구개발 조직을 지속적으로 강화하고 있다. 향후 현대자동차는 연구개발, 구매, 생산, 마케팅 등 전 가치사슬에 걸쳐 탄소를 감축하는 저탄소 가치사슬(Low Carbon Value Chain)체제를 구축해나갈 것이다.

저탄소 가치사슬



# 블루드라이브

자동차의 CO<sub>2</sub> 배출을 줄이고 연료 효율성을 높이는 저탄소 녹색기술 전략인 블루드라이브를 통해 현대자동차는 더 환경적이고 더 혁신적, 더 매력적인 자동차를 실현함으로써 이해관계자에게 지속 가능한 가치를 제공하기 위해 노력하고 있다.

블루드라이브는 자동차의 CO<sub>2</sub>를 감축하기 위한 현대자동차의 저탄소 녹색기술 전략이며, 이러한 기술이 적용된 친환경자동차에 대한 통합 브랜드명이기도 하다. 현대자동차는 블루드라이브를 통해 단기적으로는 내연기관의 연료 효율성을 높이고 중장기적으로는 CO<sub>2</sub>가 전혀 발생하지 않는 무공해차를 개발하는 데 주력하고 있다.

### 차량 고효율화

현대자동차는 자동차의 CO<sub>2</sub>를 감축하기 위해 동력을 생성하고 전달하는 파워트레인에 대해 연료 효율 극대화, 에너지 손실 최소화, 재생에너지 활용 등 3가지 방향을 중심으로 연비기술을 개발하고 있다. 파워트레인의 연료 효율을 극대화하기 위해 디젤의 커먼레일, 가솔린 직분사 엔진(GDI, 터보GDI), ISG(Idle Stop & Go), 다운사이징, 다단화 기술 등에 집중하고 있으며 공기저항 저감, 저구름 저항 타이어, 경량화 기술 등을 통해 차량의 에너지 손실을 최소화시키고 있다. 또한 정지 시 발생하는 제동에너지를 회생시키는 기술, 엔진 배기열과 냉각 시 배출되는 배기열을 재생하는 기술, 솔라셀 사용을 통한 태양에너지 재생기술 등 에너지 재생기술 개발에도 많은 노력을 기울이고 있다.

이러한 연비개선 기술과 함께 운전자가 주행 중 연료

를 덜 소모하여 실연비를 향상시켜주는 에코 드라이빙시스템과 최소연비 운행경로를 알려주는 에코 텔레메틱스의 차량 적용도 적극적으로 추진하고 있다.

에코 드라이빙시스템에는 운전자에게 경계운전영역을 클러스터 내에서 알려주는 에코 인디케이터에서 급가속을 자동으로 제어하는 E모드, 운전자가 연료소모를 최소화할 수 있는 운전환경을 구현해주는 운전지원시스템 등이 있다. 이러한 노력의 결과로 유럽에서는 2009년 신차 평균 CO<sub>2</sub> 실적이 1995년 대비 26% 감축한 137g/km를 기록하였으며 i30 차종의 CO<sub>2</sub>가 감축된 블루드라이브 모델(CO<sub>2</sub>:110g/km, 디젤)을 유럽시장에 선보였다. 향후 i10 블루(99g/km), i20 블루(98g/km), i30 블루(98g/km), 투싼 ix 블루(135g/km) 등 저CO<sub>2</sub> 모델을 지속적으로 출시할 예정이다.

미국에서도 2009년 모델 기업평균연비(CAFE)에서 승용 34.1mpg, 경트럭 25.9mpg를 기록하였으며 승용과 경트럭을 통합한 결합연비에서 31.9mpg로 1위에 올랐다. 또한 저마찰 타이어, ISG 등 연비기술이 적용된 엘란트라 블루(시내연비:26mpg, 고속도로:35mpg)를 미국시장에 선보였다.

국내에서는 클릭, 베르나, i30, 아반떼, 투싼(디젤), 싼타페(디젤)의 에너지 효율 1등급 모델(연비 15km/ℓ

블루드라이브  
5단계 기술개발 전략



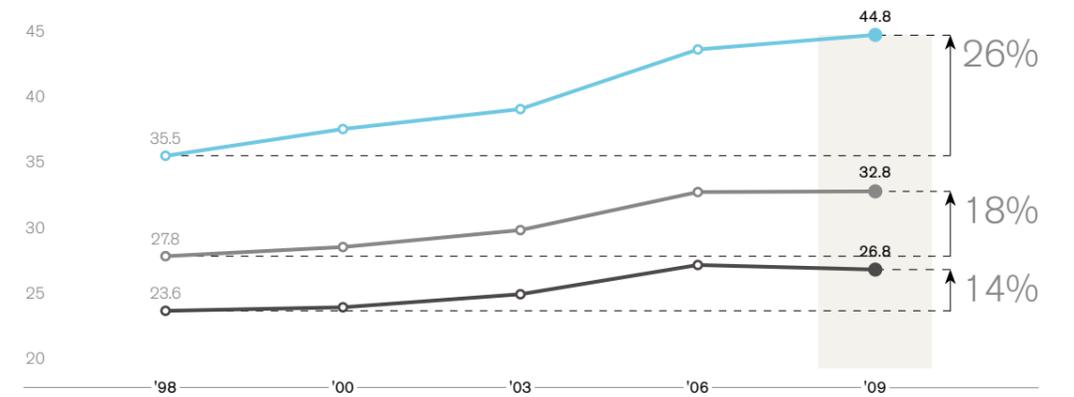
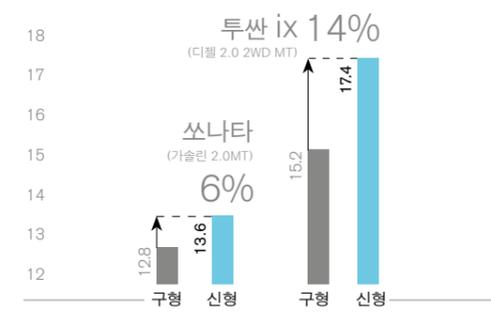
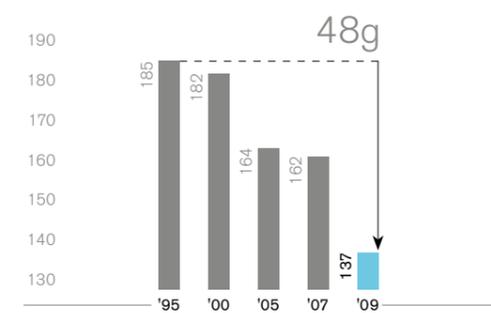
environment

- 1 기후변화
- 2 지속가능한 자원사용
- 3 유해물질
- 4 대기환경

이상)을 대거 출시하였으며 중형차급에서는 최초로 신형 쏘나타가 에너지 효율 2등급(연비 14.9~12.8km/ℓ)을 획득하였다.

### 바이오 연료

현대자동차는 지역별 연료 다양성에 대응하는 수준으로 바이오 연료차를 개발해오고 있다. 브라질 및 북미시장



쏘나타 미국 연비개선 현황 (mpg)  
 ■ 고속도로 연비  
 ■ 결합 연비  
 ■ 시내 연비  
 ※ 연비수치는 미국 에너지부 (Department of Energy)의 인증 수치임.

- 1 기후변화
- 2 지속가능한 자원사용
- 3 유해물질
- 4 대기환경

01



전기차 시범운행을 전개하여 2008년까지 1,400여 대의 하이브리드 전기차를 보급하였다. 시범운행을 통해 축적된 기술과 노하우를 기반으로 2009년에는 LPi 엔진에 하이브리드시스템을 탑재한 아반떼 LPi 하이브리드를 국내시장에 출시하였다. 아반떼 LPi 하이브리드는 CO<sub>2</sub> 배출이 99g/km인 국내 최저 CO<sub>2</sub> 배출 차량으로 동급 가솔린모델 대비 36% 적은 CO<sub>2</sub>를 배출한다.

### 쏘나타 가솔린 하이브리드

현대자동차는 국내 하이브리드 양산 기술력을 바탕으로 쏘나타 가솔린 하이브리드를 2010년 말 북미시장에, 2011년에는 국내시장에 출시할 예정이다. 쏘나타 하이브리드는 현대자동차의 첫 양산형 가솔린 하이브리드 모델이자 첫 해외 진출 하이브리드 모델로서, 하이브리드 전용 엔진과 6속 자동변속기를 기반으로 쏘나타의 제품력과 현대자동차의 친환경 기술력이 결합된 중형급 하이브리드 모델이다. 특히 쏘나타 하이브리드에 적용되는 블루드라이브시스템은 현대자동차만의 독자적인 하드타입 하이브리드시스템으로 경쟁사가 사용하는 복합형 하이브리드시스템과 다른 병렬형 하이브리드시스템이다. 병렬형 하이브리드시스템은 적은 모터용량으로도 동등 이상의 성능을 확보할 수 있어 연료 효율성 면에서 우수하다. 하드타입 하이브리드 차량으로는 세계 최초로 리튬이온 폴리머 배터리가 적용되어 니켈수소(Ni-MH) 타입에 비해 무게가 약 30% 정도 가볍고, 출력 밀도 및 에너지 밀도가 높을 뿐만 아니라 4중 안전설계로 안전성까지 높였다.

### 디젤 하이브리드

현대자동차는 2010년 제네바모터쇼에서 차세대 디젤 하이브리드 컨셉트카인 '아이 플로우(i-flow)'를 최초로 공개하였다. '아이 플로우'는 현대자동차 최초로 디젤 하이브리드 엔진이 적용된 중형차급 스포츠 세단 컨셉트카로, 최고출력 115마력(PS)의 1,700cc급 U2 디젤 엔진과 하이브리드시스템이 유기적으로 구동되며 6단 듀얼클러치 트랜스미션이 장착돼 연비와 성능을 크게 향상시켜

- 01 디젤 하이브리드 아이 플로우(i-flow)
- 02 플러그 인 하이브리드 블루윌(Blue-Will)
- 03 쏘나타 가솔린 하이브리드

03



- 1 기후변화
- 2 지속가능한 자원사용
- 3 유해물질
- 4 대기환경



i10 전기차

경제성과 친환경성을 높였다. 또한 세계 최대 화학회사인 독일 바스프(BASF)사와의 협업을 통한 친환경, 연비개선, 경량화 신기술이 대거 적용되어 CO<sub>2</sub> 배출량을 85g/km로 낮추었다.

### 플러그 인 하이브리드

현대자동차는 2012년에 플러그 인 하이브리드를 시장에 출시할 예정이다. 플러그 인 하이브리드는 외부전원 사용이 가능한 충전장치를 내부에 탑재한 하이브리드 전기차로, 배터리 충전 시에는 모터 단독 구동으로 주행하다가 배터리 소모 시 엔진과 모터를 동시에 구동하는 하이브리드 모드로 주행한다. 현대자동차는 2009년 서울모터쇼에서 플러그 인 하이브리드 전용 컨셉트카인 블루윌을 선보인 바 있다. 블루윌은 최고출력 154마력(PS)의 1,600cc의 감마 GDi HEV 엔진과 100kW 모터, 리튬이온폴리머 배터리가 탑재되었으며 1회 충전 시 모터만으로 최대 약 64km까지 주행이 가능하며, 배터리 전력 소모 후 하이브리드 모드로 주행 시에는 21.3km/l~23.4km/l의 연비로 주행이 가능하다. 뿐만 아니라, 솔라셀을 내장한 파노라마 글라스 루프를 적용해 냉난방 등으로 인한 동력 손실을 최소화했으며, 탄소섬유 강화 복합재료를 적용한 차체 경량화와 재활용 소재를 적용하였다.

### 전기자동차

전기자동차는 고전압 배터리로부터 전기에너지를 전기모터로 공급하여 차량에 구동력을 발생시킴으로써 화석연료를 전혀 사용하지 않는 무공해 차량이다. 그러나 아직까지 에너지원인 전기를 생성할 때 화석연료에 대한 의존도가 높기 때문에 이를 낮추는 것이 필요하다. 현대자동차는 2010년부터 국내 충전 인프라 구축을 위한 전기차 시범운행에 돌입할 계획이며, 정부 및 지자체 시범운행을 통해 양산 가능단계까지 빠른 시일 내 개발한다는 목

표로 연구를 진행하고 있다. 이 외에도 KEPCO(한국전력)와 전기자동차 및 전기차용 충전기 개발, 충전 인터페이스 통일 및 표준화를 위한 양해각서를 체결하는 등 전기자동차의 조기 보급을 위한 이해관계자와의 협력도 강화하고 있다.

### 경승용 전기자동차

현대자동차는 1991년 쏘나타 전기자동차의 개발을 시작으로 액셀, 엑센트 등의 많은 전기자동차를 지속적으로 개발해왔으며, 2000년에는 싼타페 전기자동차를 하와이에서 시범운행한 바 있다. 이와 함께 전기자동차의 핵심인 배터리 개발 역시 지속적으로 추진하여 전기자동차에 대한 기술적 노하우를 축적해왔다. 이러한 노하우를 기반으로 2010년 하반기부터 경승용 전기자동차(i10 전기차)의 모니터링 실증사업을 시행할 예정이다.

경승용 전기자동차는 도심운행에 최적화된 차량으로서 출퇴근 및 근거리 운행에 있어서 다양한 용도로 활용될 것으로 기대된다. 이 차량에는 최고의 성능을 발휘하기 위하여 고성능 리튬이온폴리머배터리와 신기술이 적용된 전기동력부품이 적용될 예정이며 핵심부품들은 모두 국산화하여 전기자동차 기술발전의 토대를 마련할 것이다. 또한 고전압 부품들은 복합적인 안전설계를 구현하여 안전성과 신뢰성을 동시에 만족시킬 것이다.

### 수소연료전지차

수소연료전지차는 차세대 에너지로 부각되고 있는 수소를 기반으로 전기를 발생시키는 무공해 차량이다. 현재 기술검증을 넘어 실제 사용환경에서의 검증단계에 도달하여 시범운행을 토대로 양산기술 축적 및 충전소 건설 등 소량생산체제를 구축해 나가고 있다. 수소는 태양열, 풍력, 원자력 등 다양한 에너지원으로 제조할 수 있어 화석연료의 의존도를 낮출 수 있으며, 에너지 안보 확보에도

- 1 기후변화
- 2 지속가능한 자원사용
- 3 유해물질
- 4 대기환경



투싼 ix 수소연료전지차

기여할 수 있다. 또한 기존 내연기관에 비해 효율이 2배 이상 높아 자연 에너지를 가장 효율적으로 사용할 수 있는 기술이기도 하다. SUV 차량에 연료전지 기술을 적용할 경우 그 효율은 가솔린차 대비 약 3.75배에 달한다.

수소연료전지차는 수소 인프라 구축 문제와 높은 차량 가격 등 해결해야 할 과제를 안고 있지만 현대자동차는 이를 극복하기 위하여 1998년부터 연료전지 기술개발을 시작하여 상품성 및 가격경쟁력을 확보하기 위해 꾸준히 기술개발에 투자한 결과 영하 20°C에서 시동 및 운전이 가능한 기술을 확보하였다. 또한 박판 금속을 스택 평하여 연료전지를 제작하는 기술을 통해 연료전지 스택 가격을 기존의 1/6로 낮추어 대량생산의 가능성을 보여 주었다. 특히 100kW급 연료전지 스택을 개발한 공로를 인정받아 2007년 '국가 핵심기술'로 지정되었으며 2008년 지식경제부로부터 '신기술 인증(NET:New Excellent Technology)'을 획득하기도 했다. 2010년 2월에는 제 1회 국가녹색기술대상에서 교육과학기술부장관상을 받아 저탄소 녹색성장을 선도할 녹색기술로 선정되었다.

### 투싼 수소연료전지차

현대자동차는 연료전지시스템 독자 설계기술을 확보하고 핵심부품을 국산화하는 데도 박차를 가해 90% 이상의 운전장치 부품을 국내업체들과 공동 개발하였다. 투싼 수소연료전지차는 최고속도가 155km/h에 이르며 12초 이내에 100km/h에 도달하는 가속성을 가지고 있다. 또한 3.7kg의 수소를 사용하여 한번의 충전으로 380km의 주행이 가능하며 가솔린 등가 연비로 환산할 때 27km/l에 해당하며, 저온 시동기술을 적용하여 기존 영하 20°C에서 2분 이상 걸리던 시동시간을 15초 이내로 단축시켰다. 순수한 현대자동차의 기술로 만들어진 투싼 수소연료전지차는 2009년 미국 '수소연료전지 로드투어 2009(Hydrogen Road Tour 2009)'에 참가해 미국 샌디에이고에서 캐나다 밴쿠버에 이르는 2,655km를 성공적으로 완주하여 뛰어난 내구성과 기술력을 입증받았다.

한편 2009년 5월부터 2개월 동안 전국 6개 지역에서 일반인을 대상으로 투싼 수소연료전지차 시승회를 실시하여 약 800여 명의 고객이 첨단기술의 집약체인 수소연료전지차를 직접 체험하기도 했다. 현대자동차는 국내와 미국에서 2010년까지 시범운행을 추진하여 상용화에 필요한 실차 테스트를 완료하고, 2012년부터는 소량생산을 통해 상용화할 계획이다.

### 연료전지버스

현대자동차는 승용 연료전지차뿐만 아니라 연료전지버스 개발에도 지속적인 노력을 기울여 제2세대 연료전지버스를 2009년 서울모터쇼에서 공개하였다. 제2세대 연료전지버스는 연료전지 출력을 기존 160kW에서 200kW로, 모터 출력을 240kW에서 300kW로 향상시켜 0→50km/h 가속성을 기존의 14.2초에서 8.4초, 최고속도를 기존의 74km/h에서 100km/h로 대폭 향상시켰다. 또한 2개의 100kW 연료전지 스택을 병렬 연결하여 전체적인 시스템 전압을 낮추고, 비상 시 하나의 스택만으로도 운전이 가능하게 하여 연료전지시스템의 안전성을 강화하였다. 제2세대 연료전지버스는 2009년 제3차 C40 세계도시기후정상회의와 세계요트대회에서의 시범운행을 통해 당사 연료전지버스의 기술력을 대내외 입증 받았으며, 현재 수소연료전지차 모니터링사업에 투입되어 시범운행 중에 있다.

## interview

현대자동차는 블루드라이브 전략을 통해 기존 내연기관 차량의 고효율화와 친환경자동차 개발을 병행 추진함으로써 친환경자동차시장을 선도해 나갈 것입니다



양응철 사장  
환경기술센터

현재 전 세계적으로 친환경자동차에 대한 소비자를 포함한 이해관계자들의 관심이 높는데, 향후 친환경자동차시장이 어떻게 전개될 것이라고 예상하십니까?

전 세계적으로 환경문제가 대두되고 원유의 수급 불균형으로 인한 중장기적인 고유가 문제가 가시화되면서 친환경자동차 기술이 자동차시장의 경쟁력을 좌우할 요소로 부각되고 있습니다. 현재 하이브리드시장은 일본의 발 빠른 시장 선점에 대응하여 미국, 유럽의 후발업체들이 속속 뛰어드는 가운데, 기존의 중소형차급에 국한되던 하이브리드화가 중대형차종까지 확대되고 있습니다.

세계적 금융위기 이후 자동차시장의 회복 기미가 뚜렷한 2010년부터 하이브리드시장은 급속히 성장할 것으로 전망되는데, 2012년에 200만 대, 2020년에 800~1,400만 대 수준의 시장수요가 예측되고 있습니다. 전기차의 경우 짧은 주행거리, 높은 가격, 전기충전 인프라 등 넘어야 할 장벽이 존재하지만, 주요 국가에서 전기차에 대한 지원정책을 꾸준히 발표하고 있어 단거리 출퇴근용 차량으로 일정 수준의 틈새시장을 형성할 것으로 예상됩니다. 연료전지차는 수소 인프라 구축 등 사회적 환경에 매우 의존적이어서 본격적인 시장 전개 시점은 다소 유동적이라고 볼 수 있으나, 대부분의 주요 업체는 그 시점을 앞당기기 위해 2015년 초기 양산을 목표로 기술개발 중입니다.

2009년 서울모터쇼에서 블루드라이브 전략을 발표하신 것으로 알고 있습니다. 블루드라이브는 무엇이며 어떠한 전략입니까?

블루드라이브는 기후변화라는 글로벌 이슈에 능동적인 대응을 통해 저탄소 녹색시장을 선도하는 것을 목표로 하고 있습니다. 현대자동차는 블루드라이브를 통해 단기적으로는 내연기관의 연료 효율성 향상과 연비개선에 주력하고, 중장기적으로는 바이오 연료, 하이브리드, 전기차, 수소연료전지차를 개발하여 궁극적으로는 CO<sub>2</sub>가 전혀 발생하지 않는 무공해차를 실현하는 것입니다. 이와 더불어 친환경 녹색기술이 적용된 차량에 '블루드라이브' 엠블렘을 부착해 현대자동차의 친환경 기술력을 널리 알리는 동시에 친환경성을 중시하는 그린 컨슈머들에게 지구환경 보존에 기여하고 있다는 자부심을 심어줄 계획입니다.

블루드라이브 차종에 대한 향후 개발계획은 어떠한가요?

블루드라이브는 내연기관 차량의 연비개선, 바이오 연료, 하이브리드, 전기차, 수소연료전지차로 구분할 수 있습니다. 먼저 내연기관의 연료 효율 극대화, 에너지 손실 최소화, 재생 에너지 활용을 통해서 차량 연비를 지속적으로 개선하고 있으며 지역별로 다양한 시장에 대응하기 위해 가변연료(가솔린에 에탄올 혼합), 바이오 디젤, CNG 등의 바이오 연료차를 개발하고 있습니다.

하이브리드의 경우는 2009년 아반떼 LPi 하이브리드를 시작으로 2010년 하반기에는 동급 최고 수준의 연비와 가속성을 갖춘 쏘나타 하이브리드를 북미시장, 2011년 상반기에는 국내시장에 출시할 예정입니다. 2012년에는 가정에서 배터리를 충전할 수 있고 일정 거리는 전기차 모드로 주행이 가능한 플러그 인 하이브리드도 상용화할 계획입니다. 또한 2009년 9월 프랑크푸르트모터쇼에 첫 선을 보인 i10 전기차를 기반으로 2010년부터 시범운행을 통해서 최단기간 내 양산을 목표로 연구를 진행하여 전기차시대를 대비해 나갈 것입니다. 수소연료전지차는 이미 2008년 11월 투싼 수소연료전지차가 북미대륙 동서횡단에 성공함으로써 기술검증을 마쳤으며 2012년 소량양산을 목표로 개발에 힘쓰고 있습니다. 현대자동차는 블루드라이브 전략을 통해 기존 내연기관 차량의 고효율화와 친환경자동차 개발을 병행 추진함으로써 친환경자동차시장을 선도해나갈 것입니다.

# 신차 탄소발자국 감축



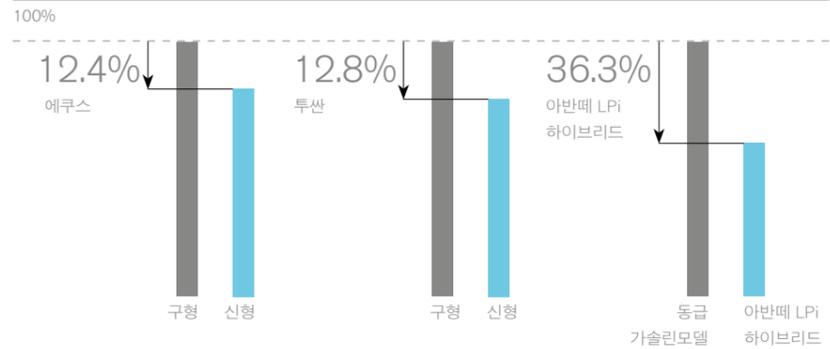
탄소발자국은 사람의 활동이나 제품의 생산, 사용, 폐기 등 전 과정에서 직·간접적으로 발생하는 온실가스 총량을 의미하며, 이를 대표적인 온실가스인 CO<sub>2</sub>로 환산해서 나타낸다. 현대자동차는 신차 탄소발자국을 산출해 지구 온난화에 미치는 영향을 평가하여 지속적으로 자동차의 탄소발자국을 줄이기 위해 노력하고 있다.

## 쏘나타, 탄소성적표지 인증

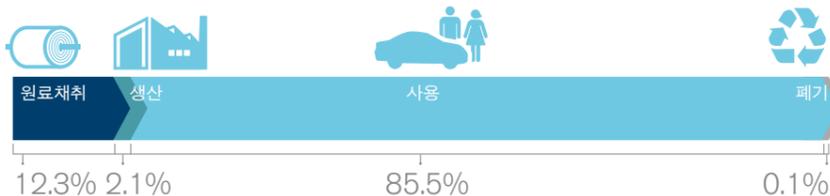
현대자동차는 2009년에 출시한 신형 쏘나타에 대한 탄소성적표지 인증을 취득했다. 이번 탄소성적표지는 환경부 산하 한국환경산업기술원이 제품의 원료채취, 생산, 사용, 폐기 등 전 과정에서 발생하는 온실가스를 이산화탄소로 환산해 산출한 배출량인 탄소발자국을 인증하여 제품에 표시하는 제도다. 이번 인증결과에 따르면 쏘나타의 탄소발자국은 총 24.9톤으로 원료 채취단계에서 12.3%, 생산단계에서 2.1%, 사용단계(12만km 주행기준)에서 85.5%, 폐기단계에서 0.1%의 이산화탄소가 배출되는 것으로 나타났으며, 이는 구모델 대비 1.4톤의 탄소발자국을 감축한 것이다.

현대자동차는 자동차의 탄소배출량의 대부분(85.5%)을 차지하고 있는 사용(운행)단계에서의 이산화탄소를 줄이기 위해 지속적으로 노력하고 있다. 특히 쏘나타에는 사용단계에서 차량의 연료 효율성을 극대화하는 저탄소 녹색기술인 블루드라이브 기술을 다수 적용하였다. 저마찰 엔진오일 적용 등을 통해 엔진 마찰을 최소화하고, 6속 변속기 등을 통해 에너지 생성 및 전달 효율을 극대화하였으며, 날렵하고 공기역학적인 디자인을 구현하여 주행 중 공기저항을 최소화하였다. 또한 운전자의 경제운전을 유도함으로써 실연비를 높일 수 있도록 하는 경제운전안내시스템도 적용하였다. 이 외에도 원료 생성과정에서 탄소를 적게 배출하는 바이오 및 재활용 소재의 사용을 확대하였으며, 사이드 실 몰딩에 세계 최초로 나노 복합재를 적용해 기존대비 약 20%의 부품 경량화를 실현했다.

2009년 신차 탄소발자국 감축현황  
(주행기준: 150,000km)



쏘나타, 탄소발자국 현황  
(주행기준: 120,000km)



## 사업장 온실가스 감축

온실가스 감축을 위한 자발적 노력을 생산공장뿐 아니라 전 사업장으로 확대하고 있는 현대자동차는 에너지 효율을 극대화하면서 중장기적으로는 신재생에너지를 도입하여 에너지원을 다변화할 계획이다.



현대자동차는 생산과정에서 발생하는 온실가스를 줄이기 위해 1998년부터 사용연료를 온실가스가 적게 배출되는 도시가스로 전면 교체하였으며, 교토의정서가 발효된 2005년에는 정부 및 산업계와 함께 기후변화 대책반을 구성해 자발적으로 국내공장을 대상으로 온실가스 인벤토리를 구축, 매년 지속가능성 보고서를 통해 배출량을 공개하고 있다. 2007년에는 자발적 온실가스 감축방안을 환경위원회의 주요 의제로 상정하여 감축목표와 전략을 수립하였다.

현대자동차는 2015년까지 국내공장을 대상으로 온실가스 배출량을 2005년 대비 5% 감축, 2020년까지 10% 감축을 목표로 하고 있다. 이를 위해 단기적으로는 에너지 절감, 각종 폐열 재활용, 에너지 저소비형 공법개발 및 적용 등 에너지 효율을 극대화하고 중장기적으로는 연료전지, 태양광 등 온실가스를 전혀 배출하지 않는 신재생에너지의 도입을 통해 에너지원을 다변화할 계획이다.

### 온실가스 배출현황

현대자동차는 각 사업장의 온실가스 배출량 산정을 위해서 타당성, 완전성, 일관성, 투명성, 정확성 등 일반원칙에 입각하여 운영상 통제하에 있는 조직경계를 기준으로 온실가스 직접 배출원인 영역 1과 온실가스 간접 배출원인 영역 2를 산정 범위로 정하고 있다. 생산공장, 연구소, 본사 등을 포함한 현대자동차 국내외 사업장의 2009년 온실가스 총 배출량은 198.6만 톤 CO<sub>2</sub>로 전년 대비 1.6%

감소했으나 원 단위로 환산할 경우 15% 감소한 것이다. 현대자동차 전체 온실가스의 69%를 차지하고 있는 국내 사업장의 온실가스 총 배출량은 2009년 전년 대비 8% 감소한 137.4만 톤 CO<sub>2</sub>이며, 이 중 직접 배출영역은 33%, 간접 배출영역은 66%이다. 앞으로 현대자동차는 지속적인 공정개선과 에너지 효율화 개선 등을 통해 에너지 사용량과 온실가스 배출량을 꾸준히 감축해나갈 것이다.

### 생산공장의 온실가스 감축활동

현대자동차는 국내 생산공장뿐만 아니라 연구소, AS센터, 출고센터, 본사 등 전 사업장을 대상으로 온실가스 배출량 현황 및 잠재적 감축역량을 파악하기 위한 온실가스 인벤토리를 구축하여 이를 바탕으로 온실가스 감축활동을 전개하고 있다. 특히 아산공장은 2008년 12월 환경관리공단으로부터 온실가스 배출량에 대한 검증을 받아 데이터 신뢰도를 향상시켰다. 2010년 하반기부터는 국내 3개 공장(울산공장, 아산공장, 전주공장)의 온실가스 배출량에 대한 온실가스 배출량에 대한 외부 검증을 추진할 예정이며, 해외공장의 경우 2010년 미국 앨라배마공장을 시작으로 온실가스 인벤토리의 외부 검증을 확대해 나갈 것이다.

### 각종 폐열의 재활용

일반적으로 자동차 생산과정 중에서 에너지 사용량이 가장 많은 단계는 도장 및 주·단조공정이다. 현대자동차

- 1 기후변화
- 2 지속가능한 자원사용
- 3 유해물질
- 4 대기환경

울산공장과 아산공장은 도장공장에서 페인트 공정을 거치는 과정 중 발생하는 고온의 폐열을 재활용하여 온수를 생산하거나, 공기의 온도를 상승시키는 폐열회수처리장치를 설치함으로써 기존의 스팀 사용량을 절감하는 효과를 얻고 있다. 또한 냉각탑의 폐열을 생산공정 및 공장난방으로 활용하는 시스템을 국내 자동차공장 중 최초로 도입하여 연간 약 4천 톤의 CO<sub>2</sub> 배출량 감축효과를 얻었으며 이를 국가 온실가스 감축 등록사업으로 진행하고 있다.

**조명에너지 절감**

2008년부터 2009년까지 생산공장의 조명을 기존 메탈 등(430Wh)에서 전력소비가 적은 무전극 램프(150Wh) 및 고효율 형광등(54Wh\*3구)으로 교체하여 6천 톤의 CO<sub>2</sub> 감축 효과를 얻고 있다.

**에너지 손실 최소화**

휴무일 전력손실을 줄이기 위해 전압을 조정하여 전력량을 줄이는 감축활동을 지속적으로 시행하고 있으며 생산설

비의 대기 시 에너지 사용을 최소화시켜 불필요한 에너지 낭비를 줄여나가고 있다.

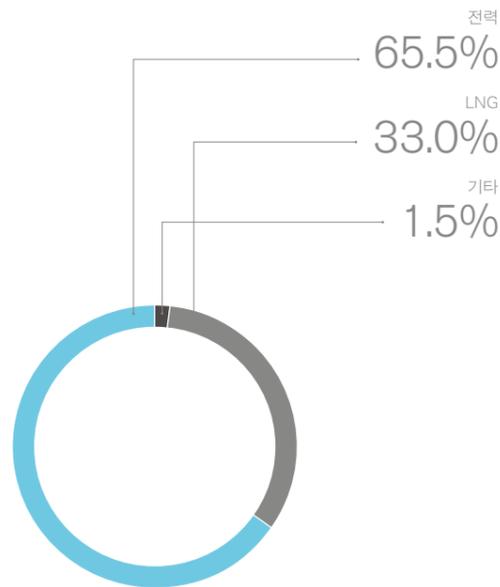
**온실가스·에너지통합관리시스템(GEMS) 구축**

현대자동차는 2009년부터 기존의 에너지 관리 중심이었던 통합에너지관리시스템(TEMS: Total Energy Management System)을 온실가스 관리 중심으로 전환하기 위하여 GEMS(Greenhouse Gas and Energy Management System)의 구축을 추진하고 있다. GEMS는 온실가스 목표관리 체계를 구성하여 모든 온실가스 배출 정보를 전산시스템에서 관리하여, 주요 유틸리티 설비에 대한 관리 표준화를 지원하도록 설계되어 있다. 이를 통하여 정확하고 신뢰성 있는 배출량 정보를 기반으로 온실가스 감축목표를 관리하게 될 것으로 예상된다.

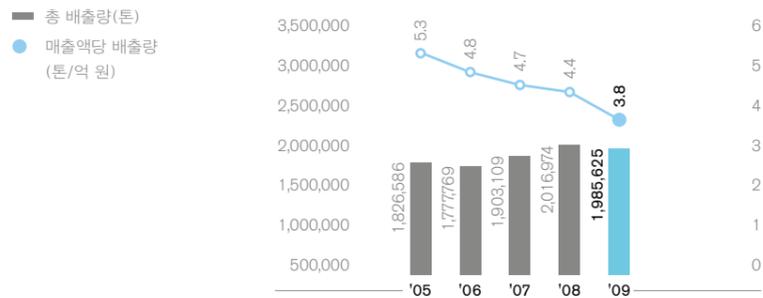
**건물 에너지 소비 감축**

현대자동차는 2008년부터 본사와 연구소 등 일반건물의 CO<sub>2</sub> 배출을 줄이기 위한 에너지 소비 감축활동을 적극

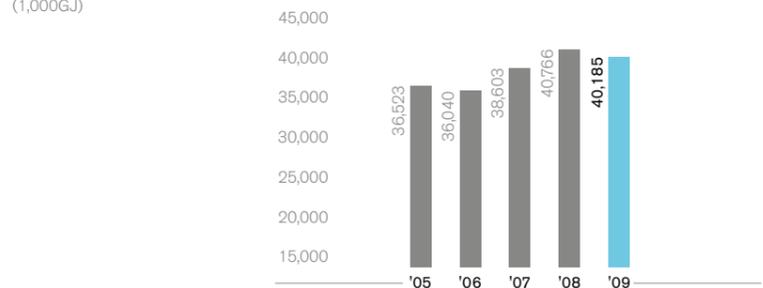
에너지원별 온실가스 배출량 구성비 (2009년, 국내)



온실가스 배출량(국내외)



에너지 사용량(국내외)  
(1,000GJ)



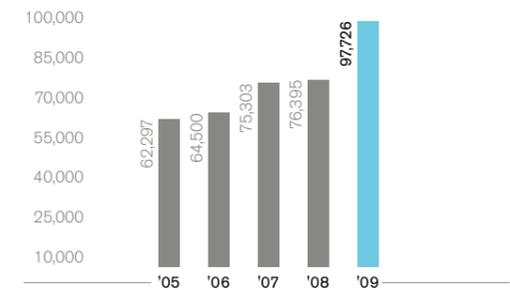
- 1 기후변화
- 2 지속가능한 자원사용
- 3 유해물질
- 4 대기환경

적으로 전개해나가고 있다. 여름철과 겨울철 실내온도를 기존보다 ±1°C 조정 운영하고 있으며, 불필요한 승강기 운행 제한 및 사무환경에 지장이 없는 범위 내에서 유휴전등의 소등(전체 소등률의 25%), 가로등과 전광판의 고효율 램프(LED) 적용, 중식과 야간시간에 사무실 조명 소등 및 PC, 사무기기 전원끄기 등을 추진하고 있다. 이를 통해 본사 사옥의 경우 월간 4,200만 원의 에너지 비용과 289,707kWh의 에너지 사용량을 절감하였다. 에너지 소비가 가장 많은 남양연구소의 경우 2009년에 최대 수요 전력 제어시스템을 도입하여 합리적으로 전력 수요를 관리함으로써 월간 4,500만 원 정도 에너지 비용을 절감하였고 고효율 보일러 우선 가동, 변압기 전원 공급 개선, 불필요한 조명에너지 절감 등으로 2009년 한 해 동안 총 18억 원의 에너지 비용을 절감하였다.

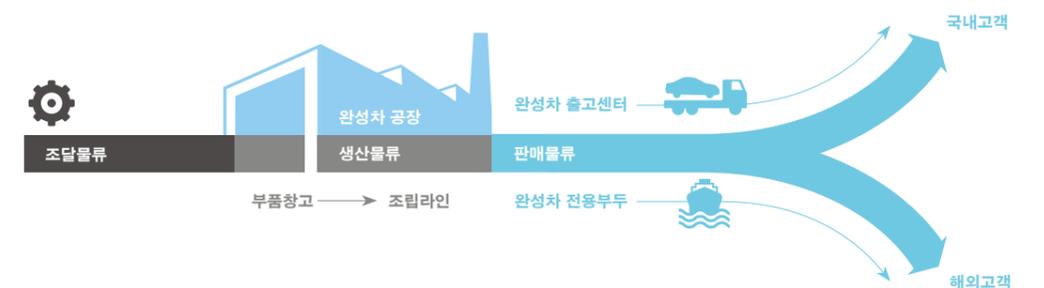
**물류 최적화를 통한 온실가스 감축**

자동차와 관련된 물류는 원자재 수송부터 부품과 신차운송, 임직원 출장에 의한 이동성 등 광범위하지만 통상적

물류비 현황(국내)  
(백만 원)



자동차 물류 프로세스



으로 크게 3가지의 체계로 분류한다. 협력사로부터 운송되는 각종 자동차부품과 관련된 조달물류(Inbound), 자동차 조립라인의 생산일정에 따라 필요한 부품을 적기에 공급하기 위해 공장 내에서 이루어지는 생산물류, 그리고 완성된 자동차를 고객에게 공급하는 과정, 즉 자동차를 출고센터로 운송하고 생산공장 및 지역 출고센터에 보관하는 판매물류(Outbound)가 이에 속한다. 2009년 말 기준 현대자동차는 전년 대비 28% 증가한 약 977억 원을 물류비로 지출하였으며 전체 물류비의 96%는 도로 운송에서 발생했다. 현대자동차는 국내 13개의 지역출고센터를 구축하여 구간거리 단축, 운송횟수 감축 등을 추진하는 한편, 향후 도로운송에 비해 CO<sub>2</sub>가 적게 배출되는 철도운송을 확대하고 운송루트를 최적화하며 적재 효율을 향상시키는 등 물류 부문의 CO<sub>2</sub> 배출량을 감축하기 위한 노력을 지속적으로 추진해나갈 것이다.

**임직원 출장**

현대자동차의 글로벌 경영이 가속화되면서 국내는 물론 해외출장이 늘어나고 있어 임직원 출장으로 인한 CO<sub>2</sub> 배출량도 함께 증가하고 있다. 현대자동차는 2009년 7월 아반떼 LPi 하이브리드 차종이 출시된 이후 직원들의 국내출장 시 지원되고 있는 업무용 차량을 연료 효율성이 상대적으로 좋은 아반떼 LPi 하이브리드로 교체하여 CO<sub>2</sub> 배출량 감소에 적극 동참하고 있다. 2009년 말 기준 총 159대가 아반떼 LPi 하이브리드로 교체되었으며, 2013년까지 업무용 차량의 50% 이상을 순차적으로 하이브리드 차종으로 교체해나갈 계획이다. 또한 에너지 소비가 많은 항공사용을 최소화하기 위해 불필요한 해외출장을

- 1 기후변화
- 2 지속가능한 자원사용
- 3 유해물질
- 4 대기환경

자제하고 화상회의를 활성화하고 있다. 이를 위해 2007년부터 과장급 이상 직원들에게 화상 회의용 웹캠(Webcam)의 무상 지급을 완료하였고 이후에도 요청하는 직원에 한하여 무상 지급하고 있다.

**부품 제조 시 온실가스 감축**

현대자동차는 생산공장 내 온실가스 감축에서 영역을 넓혀 부품을 생산하는 과정에서도 온실가스를 감축하기 위해 노력하고 있다. 이러한 노력의 일환으로 2008년 11월부터 협력사를 대상으로 탄소발자국 구축사업을 전개하고 있다. 이 사업은 부품 협력사가 부품을 제조하면서 발생하는 온실가스를 줄일 수 있도록 지원하는 저탄소경영 지원사업으로 지식경제부, 부품 협력사 등이 참여하는 다

자간 협력사업이다. 현대자동차는 이러한 협력사업을 통해 온실가스 감축 노하우와 저탄소경영 역량을 협력사에 확산시켜 협력사의 실질적인 온실가스 감축을 유도하고 이를 바탕으로 자동차산업 전반에 통합적인 탄소경영체제를 구축해나가고 있다.

실제로 1차년도 사업(2008년 11월~2009년 10월)에서 대림기업, 동서기공, 세종공업, 에스엘라이텍 등 10개 협력사를 대상으로 탄소경영체제 구축, 온실가스 공정 진단 및 개선, 부품 및 완성차 탄소발자국 산정 등을 수행하였으며, 이를 통해 연간 4천 톤의 CO<sub>2</sub>를 감축하였다. 1차년도의 성과를 기반으로 2010년에는 5개 협력사를 추가로 선정하여, 협력사에 대한 저탄소 경영지원과 온실가스 감축활동을 확대해나가고 있다.

**interview**

2011년 3월 말에  
첫 번째 온실가스 배출량을  
EPA에 보고할 예정이며  
이를 기반으로 온실가스를  
지속적으로 감축해나갈 계획입니다

**Mr. Sachin Ladkar**

미국 앨라배마공장(HMMA) 환경담당

**오바마정부가 들어서면서 미국 온실가스 감축정책이 가시화되고 있습니다. 이러한 미국정부의 기후변화 정책에 어떻게 대응하고 있습니까?**

미국 환경보호국(EPA:Environmental Protection Agency)은 2009년 9월 국가 온실가스 감축을 위한 사전단계로 사업장 온실가스 의무보고규제(Mandatory Reporting of Greenhouse Gases Rule) 시행을 발표한 바 있습니다. 이번 규제에 따라 온실가스 배출량이 연간 25,000톤 이상인 사업장은 매년 온실가스 배출량을 EPA에 보고해야 합니다.

2009년 기준 연간 약 35,000톤 정도의 온실가스를 배출하는 저희 앨라배마 공장은 이번 규제에 대응함과 동시에 향후 온실가스 감축을 위해 현재 영국의 환경 전문 컨설팅회사인 ERM(Environmental Resources Management)의 온실가스 인벤토리 구축에 대한 컨설팅을 받고 있습니다. ERM은 앨라배마공장의 온실가스 산정방법, 데이터 취합 프로세스, 데이터의 정확성 등을 평가하고 있습니다. 또한 온실가스 배출량 산정에 대한 신뢰성 확보를 위해 맥텍(Mactec)과 온실가스 인벤토리의 제3자 검증에 대한 업무계약을 체결한 바 있습니다. 향후 저희 앨라배마공장은 2010년 실적을 토대로 2011년 3월 말에 첫 번째 온실가스 배출량을 EPA에 보고할 예정이며 이를 기반으로 온실가스를 지속적으로 감축해나갈 계획입니다.



**2-2 지속가능한 자원사용**

자원고갈은 심각한 환경 및 경제문제를 넘어 인류와 지구의 미래를 위협하는 요인으로 부상하였다. 현대자동차는 자원의 효율적인 사용을 통해 자원순환형 사회를 실현하기 위해 함께 노력하고 있다.



자원고갈은 인류가 안고 있는 심각한 환경문제인 동시에 기업에게는 원자재 가격인상으로 이어져 제조원가를 상승시키는 원인이 되고 있다. 현대자동차는 자원의 지속가능한 사용을 통해 자원순환형 사회를 실현하기 위해 노력하고 있다. 우선적으로 자동차의 폐기단계에서 발생하는 폐기물을 최소화하기 위해 2015년까지 폐차중량의 95% 이상을 재활용하는 것을 목표로 삼고 재활용 소재 및 관련 기술개발을 지속적으로 노력하고 있다. 또한 생산공정에 투입되는 자원의 효율적 사용을 통해 폐기물을 최소화하고 자원의 재사용, 재활용을 통해 자원순환형 생산체제를 구축하고자 노력하고 있다.

**자동차 재활용**

현대자동차는 폐자동차의 70% 이상을 차지하는 금속류를 다시 자원으로 재활용하고 있으며, 플라스틱 부품 또한 기존의 매립, 소각방식에서 벗어나 재활용 기술을 적용하여 자동차로부터 발생하는 폐기물을 근본적으로 줄

여나가고 있다. 또한 자동차 폐기 시 재활용률을 향상시키기 위해 제품개발단계부터 재활용을 고려한 설계(DfR:Design for Recycling), 재활용 재료의 사용확대, 실시간 재활용률 모니터링을 실시하고 있다. 더불어 자동차 재자원화센터 운영을 통해 폐자동차의 친환경적인 처리방법 등을 강구하고 폐자동차처리업체 등과 협업을 통하여 차량분해 기술개발과 기술이전 등을 추진하고 있다.

**재활용을 고려한 설계 (DfR:Design for Recycling)**

현대자동차는 차량의 기획단계에서부터 양산단계까지 차량개발 전 단계에 걸쳐 친환경 개념을 적용하여 재활용이 용이한 차량개발에 노력하고 있다. 기획단계에서는 해체성, 재활용성, 정비성 등이 개선된 친환경 제품을 지속적으로 개발하여 적용하고 있으며, 설계준비단계에서 재활용 대상 부품의 친환경 설계 가이드를 제공함으로써 설계 이전에 충분한 환경성이 반영되도록 하고 있다. 설계도면

재활용을 고려한 설계 프로세스



- 1 기후변화
- 2 **지속가능한 자원사용**
- 3 유해물질
- 4 대기환경

이 출도되는 설계단계에서는 2007년 이후 전 차종에 대하여 디지털 검증을 실시하여 상세설계단계에서 재활용성을 사전에 향상시키고 있다. 마지막으로 양산준비단계에서는 양산될 실차의 해체실험을 통해 재활용성을 평가하고 취약한 부품에 대해서는 개선안을 도출하여 후속 차종에 반영해 지속적인 환경성 개선이 이루어지도록 하고 있다.

**시물레이션 활용 폐차공정 최적화**

현대자동차는 설계도면을 활용하여 전체 차량을 구성한 뒤 가상 폐차라인에서 시물레이션을 통해 폐차공정별 해체작업을 분석하고 있다. 이를 통해 부품형상 및 구조, 부품간 간섭 측면에서 해체취약 부품을 분석하여 설계개선 방안을 도출하고 있다. 아울러 해체성, 해체시간을 분석하여 공정별 작업 재분배 등을 통한 해체공정 최적화를 실현하고, 해체성이 미흡한 공정 중심으로 해체장비를 개발, 적용함으로써 최단시간 내 폐차를 처리하기 위한 연구를 지속적으로 수행하고 있다.

**폴리아미드(나일론)계 부품 재활용**

나일론 재료는 자동차에 가장 널리 적용되고 있는 플라스틱 고분자 재료 중 하나로서, 주로 유리섬유, 미네랄 섬유 등이 보강된 복합재료의 형태로 자동차의 심장인 파워트레인용 소재로 활용되고 있다. 나일론 재료는 재활용하려면 불순물 선별-분쇄 및 세척-물성보강-나일론 분자량 강성화 등의 공정을 거쳐야 하는데, 현대자동차는 이러한 각 개발단계에서 필요한 고효율 마찰회전 전용 세척기술, 열화된 나일론 고분자의 분자량 회복기술 등으로 효율성을 향상시켰으며, 동시에 양산 적용이 가능한 공정 구축을 완료하였다. 이렇게 제조된 재활용 나일론 복합재료는 자동차 라디에이터 팬-슈라우드 등의 소재로 적용되고 있으며, SUV 차량의 루프 랙 및 타이어 휠 커버 등과 같은 안전성과 고내구성이 요구되는 부품으로 확대 적용하기 위해 지속적인 연구개발이 추진되고 있다.

**고무 스크랩 재활용**

고무 재료는 열에 의해서 다시 형태를 변화시킬 수 없는 열경화 특성을 가지고 있기 때문에 플라스틱과는 다른 재활용 기술이 요구된다. 현대자동차는 고무 재료의 크기



를 상온 상태에서 마이크로미터 수준으로 작게 하는 고무 미세 파우더 제조기술과 이를 이용하여 부품 소재화할 수 있는 기술을 개발하였다. 현재 양산부품으로의 적용을 위해 이중합성고무를 이용한 실용화 기술개발 추진단계에 있으며, 개발된 재활용 고무 재료는 그로메트 및 플로워 매트 등의 부품 적용 여부를 검토하고 있다.

**PET병 이용, 기능성 재활용 복합소재 개발**

대표적인 생활 폐기물인 PET 용기는 우수한 기계적 강도, 내구성, 치수 안정성 등에도 불구하고 용기 종류별 다양한 색상, 금속 등의 불순물 유입, 수분에 의한 분해 현상 등으로 인해 비교적 재활용이 용이한 섬유 제품으로만 활용되어 왔다. 현대자동차는 고기능성의 발현이 가능한 PET 재료를 자동차 부품 용도로 활용하기 위한 재활용 기술을 개발하고 있다.

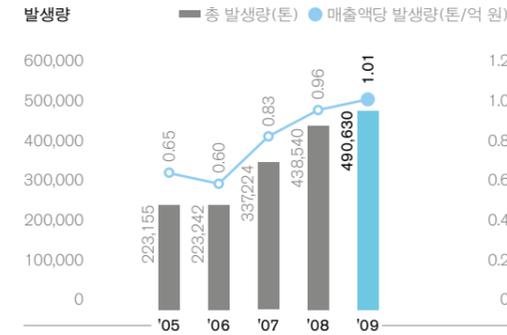
회수된 PET 용기를 분쇄, 세척, 선별 등의 단계별 표준화 전처리 공정을 거쳐 균일한 크기의 재활용 분쇄물을 제조하고, 표면 평활도 등 성형성을 조절할 수 있는 고품질 배합비 및 컴파운딩 최적화 기술을 개발 중에 있다. 또한 이를 기반으로 하여 스텝어시스트(Step assist) 등과 같은 고품질 자동차부품으로의 적용을 추진할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

**폐기물 최소화**

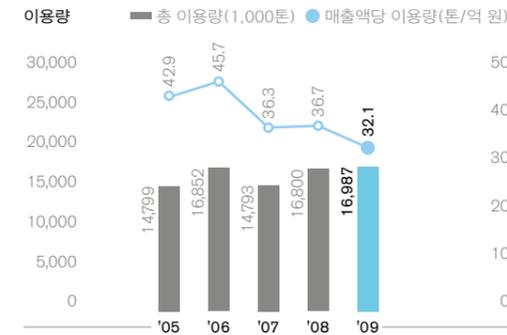
자동차 생산공정에서 발생하는 폐기물의 종류는 도장공정에서 발생하는 페페인트, 페신너를 비롯하여 부품입고 시 포장재로 사용되는 비닐, 종이, 나무 등 폐포장재, 그리고 주조공정에서 실린더 블록 등 주물의 형태를 만들기 위해 사용되는 모래 등이 주류를 이루고 있다. 금속류 스크랩의 경우 전량 재활용되고, 사내 및 타산업에서 100% 재활용 처리되고 있다. 현대자동차는 폐기물 발생

- 1 기후변화
- 2 **지속가능한 자원사용**
- 3 유해물질
- 4 대기환경

폐기물 (국내외)



수자원 (국내외)

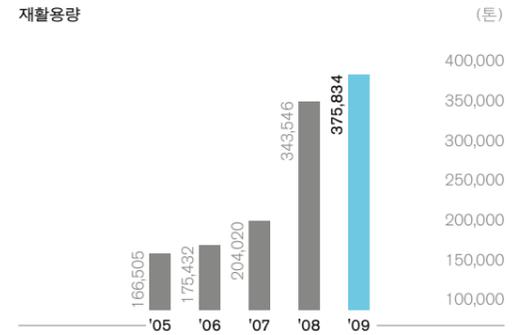


량 저감 및 재활용률 향상을 위하여 현장에서 발생된 폐기물이 폐기물 보관장으로 반입되는 방법을 동시 반입에서 시간대별 순차 반입으로 변경하여 재활용 폐기물 분리수거의 효율을 향상시킴으로써 소각 폐기되는 폐기물의 양을 줄여가고 있다. 전량 소각 처리되던 도장공정의 페인트 슬러지의 수분 함량을 70~40%까지 줄여 최종 슬러지 발생량을 40%까지 줄일 수 있는 탈수기술을 개발하여 적용하고 있으며 페페인트 압착설비 설치 등을 통해 폐기물을 줄이기 위해 노력하고 있다. 현대자동차의 2009년 전체 폐기물량은 해외공장의 생산량 증가로 인해 전년 대비 약 12%가 증가한 490,630톤으로 집계되었다.

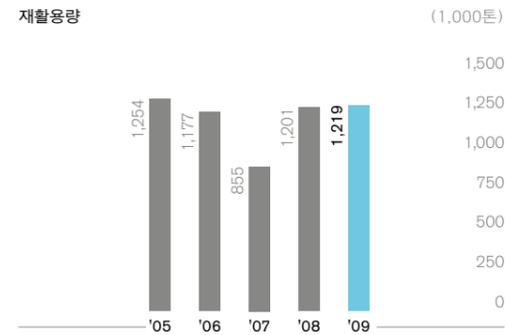
**수자원 재활용**

물은 사람뿐만 아니라 동식물 모두에게 필요한 자원으로, 대체재가 없어 그 중요성과 부족의 심각성이 더욱 대두되고 있다. 현재 전 세계 약 12억 인구가 깨끗한 물을 공급받지 못하고 있으며, 이러한 물 부족은 기후변화, 인구증가 등으로 인해 점점 더 악화되고 있는 실정이다. 특히 물

재활용량 (국내외)



재활용량 (1,000톤)



부족은 지역적 편차가 커서 해결이 쉽지 않아 앞으로 물 부족으로 인한 환경문제는 더욱 심화될 것으로 예상된다. 자동차를 생산하는 데도 많은 양의 물수가 사용되고 있어 물 부족 현상은 현대자동차가 관심을 가지고 노력을 기울이고 있는 환경이슈 중 하나이다. 현대자동차의 아산공장 과 인도공장은 무방류시스템을 통해 공장에서 사용하는 물을 재처리하여 다시 사용하고 있으며, 도장공정에 사용되는 물 사용량과 폐수 발생량을 줄이기 위해 전착수 세수 재활용시스템을 설치, 운영함으로써 전착도장공정 후 수세공정에서 사용된 고농도 전착수 세수 발생량을 줄여 전체 폐수 발생량의 33%를 감축하고 있다. 이 외에도 본사, 연구소 등 일반 건물의 위생설비에 절수기를 설치하여 물 낭비를 줄여가고 있다. 현대자동차의 2009년 국내외 수자원 사용량은 1,699만 톤으로 전년 대비 1% 증가하였으나, 매출액 1억 원당 수자원 사용량은 약 32.1톤으로 전년 대비 12.5% 감소한 것으로 나타났다. 국내외 수자원 재활용량은 2009년 총 수자원 이용량의 7%인 122만 톤에 달한다.

# 2-3

## 유해물질

유해화학물질 사용에 따른 피해를 최소화하기 위해 현대자동차는 원재료 채취부터 폐차에 이르는 전 과정에서 유해물질 관리체제를 구축하고 있다. 또한 다양한 연구와 협력사와의 공동노력을 통해 대체재료 개발에도 많은 노력을 쏟고 있다.

화학물질의 사용이 늘어나면서 이에 대한 폐해도 가시화되고 있다. 이에 따라 유럽연합, 미국, 캐나다 등 선진국을 중심으로 유해화학물질의 사용을 제한하는 움직임이 가속화되고 있다. 유럽연합(EU)은 2003년 7월부터 자동차 부품이나 재료에 납, 카드뮴, 6가크롬, 수은 등 4대 중금속에 대한 사용을 전면 금지하기 시작했고, 2007년 6월부터는 연간 1톤 이상 사용하는 화학물질에 대해서 제조사가 유해성을 입증하고 이에 따라 등록, 신고, 허가 등의 의무를 부여하는 신화학물질관리(REACH:Registration, Evaluation, Authorization, and Restriction of Chemicals)규제를 시행하고 있다. 또한 캐나다의 유해화학물질 신고, 미국의 오존층파괴물질 사용금지 및 화학물질규제(Green Chemistry Initiative), 중국의 자동차 관련 유해물질(4대중금속+브롬계 난연제)규제 등 유해물질규제는 지역에 상관없이 전 세계로 확산되고 있다. 국내에서도 자동차산업과 관련하여 4대 중금속의 사용을 금지하는 등 유해화학물질을 줄이기 위한 정부의 규제가 시행되고 있다. 현대자동차는 전 세계적으로 전개되고 있는 유해물질규제에 대비하여 설계단계부터 생산단계까지 전 과정에 대하여 사용금지 유해물질의 미사용 여부 및 규제 예정 물질의 대체재료 적용 등을 지속적으로 관리할 수 있는 체계를 구축하고 있으며, 자동차 부품을 공급하는 협력사와도 대체재료 개발을 위한 공동연구를 확대하는 등 유기적인 협력관계를 강화하고 있다.

### 4대 중금속 사용금지

현대자동차는 자동차 생산 전 과정에 사람의 건강과 환경에 유해한 4대 중금속(납, 수은, 카드뮴, 6가크롬)의 사용을 전면 금지하고 있다. 2002년부터 4대 중금속을 대체할 수 있는 재료를 개발하여



적용하고 있으며 2006년에는 국내외 전 생산 차량, 부품 및 재료에 4대 중금속의 사용 금지를 자발적으로 준수하는 '4대 중금속 글로벌 스탠다드' 방침을 제정하여 단계별 계획을 통해 4대 중금속의 사용을 금지하고 있다. 1단계로 2008년까지 국내에서 판매되는 모든 신차에 4대 중금속 사용을 금지하였으며 2009년에는 해외공장으로 확대하여 모든 차량에 4대 중금속의 사용을 전폐하였다.

### 신화학물질관리규제 대응

유럽연합(EU)은 연간 1톤 이상 사용하는 화학물질에 대해서 사전에 등록해야 하고 등록 정보가 없으면 EU시장에서 판매할 수 없도록 하는 이른바 'No Data, No Market' 정책이라 불리는 '신화학물질관리규제'를 2008년부터 시행하고 있다. 현대자동차는 이에 대응하기 위하여 화학물질관리시스템을 구축하고 사용물질 정보를 데이터베이스화하여 관리하고 있다.

### 오존층 파괴물질(ODC) 사용금지

오존층 파괴물질(ODC:Ozone Deplete Chemicals)은 오존과 반응해 오존층을 파괴시키는 물질로 오존층의 자외선 흡수능력을 약화시켜 피부암 유발, 지구생태 파괴 등 인간과 환경에 악영향을 미치기 때문에 엄격히 규제되고 있다. 오존층을 보호하기 위하여 1987년 9월 오존층 파괴물질 사용을 규제하는 몬트리올의정서가 체결된 후, 미국은 1989년부터 오존층 파괴물질 사용을 엄격히 규제하고 사용 시 세금을 별도 부과하고 있다. 한국도 2010년 이후 염화불화탄소(CFCs), 할론(Halon), 사염화탄소(CCl<sub>4</sub>) 등의 생산을 금지하고, 2015년 이후 메틸클로로포름(1.1.1-TCE) 생산을 금지하는 등 오존층 파괴물질 사용을 장기적으로 규제하는 정책을 견지

environment

- 1 기후변화
- 2 지속가능한 자원사용
- 3 유해물질**
- 4 대기환경

하고 있다. 현대자동차는 국내공장 및 협력사의 제조공정에서 오존층 파괴물질 사용을 금지하고 있으며, 더 나은 대체재 사용을 위해 노력하고 있다.

### 유해물질관리체계 구축

현대자동차는 유해물질규제에 효율적으로 대응하기 위하여 2004년 국제재질정보시스템(IMDS:International Material Data System)에 가입하여 자동차 부품의 유해물질 현황을 신속하게 파악하여 관리하고 있다. 2005년에는 국내공장의 법규적용 대상 신차종부터 본격 적용하여 차량개발단계에서부터 협력사 부품의 재질정보 데이터베이스를 구축하고 있으며, 축적된 개별부품의 물질정보는 현대자동차가 독자 개발한 화학물질관리시스템 e-CMS(e-Chemical Management System)를 통하여 자동차 부품이나 재료의 유해물질 사용현황 파악 및 대체재료 개발을 위한 자료로 활용하고 있다.

이와 함께 협력사의 유해물질 사용관리를 위해 매년 전 협력사를 대상으로 IMDS 운영현황, 시스템 변경사항

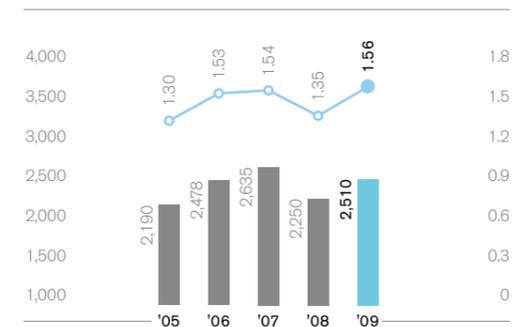
및 신규 환경규제, 당사 대응현황 및 협력사 대응 필요사항 등에 대한 교육을 실시하고 있다. 이를 통해 급변하는 국내외 환경정보를 공유하고 관련 법규의 이해도를 높여 법규에 공동대응할 수 있도록 하는 한편 협력사 환경경영 이전확산사업 추진 등을 통하여 협력사 자체 관리체계 구축에도 힘쓰고 있다. 또한 생산단계에서도 각 공장별 유해물질 사용현황을 주기적으로 확인할 수 있는 정기검사체계를 구축하여 신차 사전점검, 부품 입고 검사 시 법규 만족 여부 확인, 생산차종 정기점검 등의 활동을 지속적으로 시행하고 있으며, 특히 생산과정에서 수산화나트륨(NaOH), 황산(H<sub>2</sub>SO<sub>4</sub>), 질산(HNO<sub>3</sub>) 염산(HCl) 등의 사용을 철저히 관리하고 있다. 2009년 유해화학물질의 사용량은 신차의 도장품질을 제고하기 위해 배수관 산세정이 늘면서 폐수의 pH 변화에 따른 수산화나트륨의 사용이 증가함에 따라 전년 대비 늘어난 2,510톤으로 집계되었으나, 이후 도장품질의 안정화를 통해 수산화나트륨의 사용을 예전 수준으로 낮추었다.

화학물질관리시스템



유해화학물질 사용량(국내)

■ 총 사용량(톤)  
● 생산대수당 사용량(kg/대)



# 2-4

## 대기환경

자동차의 생산과 사용단계에서 필연적으로 발생하는 대기오염물질과 배기가스는 대기환경에 영향을 주고 있다. 현대자동차는 대기오염물질과 배출가스를 저감시키는 기술을 지속적으로 개발, 적용하여 대기오염을 최소화하는 데 최선의 노력을 경주하고 있다.

자동차는 주행 중에 대기환경에 영향을 주는 배기가스를 배출하고 있으며 생산단계에서도 대기오염물질을 배출하고 있다. 현대자동차는 자동차 배출가스로 인한 대기환경 악화를 최소화하기 위해 자동차 배출가스 감축에 지속적인 노력을 기울이고 있으며, 생산공장의 대기오염물질을 줄이기 위해 법적 기준치보다 엄격한 사내 관리기준을 설정하여 오염물질 배출원에 대한 철저한 관리와 사전감축 활동을 펼치고 있다.

### 자동차 배출가스

자동차의 배출가스는 많은 부문이 개선되었지만 자동차의 절대량 증가와 인구 집중현상의 심화로 인해 도심의 대기질은 개선되지 않고 있다. 유럽연합(EU)을 중심으로 한 선진국은 자동차배출가스규제를 지속적으로 강화하고 있는데, 유럽의 경우 2009년부터 디젤 차량의 입자상 물질(PM), 질소산화물(NOx)의 규제치를 강화한 유로 5를 도입하여 2009년 9월부터 신차를 대상으로 시행하고 있다(기존 운행차는 2011년 1월부터 시행). 이에 그치지 않고 오는 2014년에는 유로 5 대비 NOx를 56% 강화한 유로 6을 시행할 예정이다. 미국 캘리포니아주에서는 무공해차 의무판매(ZEV)비율을 지속적으로 높이고 있으며, 우리나라도 수도권 저공해차 공급 시 유종에 따라

NOx와 PM 배출 기준을 대폭 강화하였다.

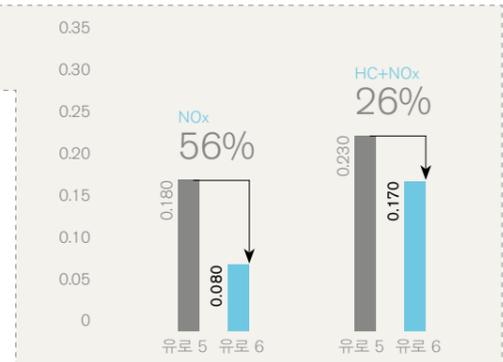
현대자동차는 자동차 배출가스 제로화를 목표로 관련 기술개발에 지속적인 노력을 기울이고 있다. 일반적으로 가솔린차에 비해 NOx와 PM이 많이 배출되는 디젤차의 경우 전통적으로 유럽에서 많이 판매되고 있는데 현대자동차는 2009년 말 기준 유럽에서 판매되는 디젤차의 89%가 유로 4를 만족하고 있으며 신규 출시된 차량 등 일부 차량은 유로 5를 만족하고 있다. 앞으로도 현대자동차는 지속적인 자동차 배출가스 저감 기술개발 및 적용을 통해 유로 6에 조기 대응하여 경쟁력을 높여나갈 것이다.

### 차세대 클린 디젤 R엔진

R엔진은 고성능, 고연비, 친환경성을 만족시키는 배기량 2,000cc급(2.0 및 2.2리터) 차세대 클린 디젤엔진이다. 지구 온난화 등 글로벌 환경이슈, 배출가스 감축, 고유가 등에 대비한 연비개선이라는 세계 자동차시장의 요구에 효율적으로 대응하기 위해 개발된 엔진으로 2009년부터 싼타페, 투싼, 쏘나타 등에 적용되고 있다. 출력은 2.2리터가 200마력, 2.0리터는 184마력으로 성능도 우수하고 연비도 좋아 자동차 배출가스를 적게 배출시키는 강점을 가지고 있다. 또한 소음과 진동을 대폭 줄였으며, 자가진단 기능의 전자제어식 가변 터보차저, 엔진 직장착 산화촉매

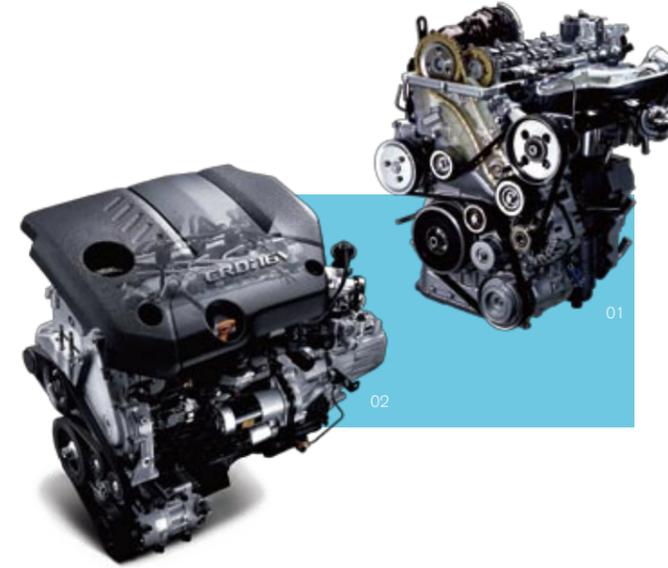
EU 자동차배출가스규제 (승용/소형상용 부문)

	유로 5	유로 6
시행연도	2009년 9월	2014년 9월
CO(g/km)	0.500	0.500
<b>NOx(g/km)</b>	<b>0.180</b>	<b>0.080</b>
<b>HC+NOx(g/km)</b>	<b>0.230</b>	<b>0.170</b>
PM(g/km)	0.005	0.005



environment

- 1 기후변화
- 2 지속가능한 자원사용
- 3 유해물질
- 4 대기환경



01 R엔진 (2,200cc)

02 U엔진 (1,600cc)

및 디젤매연정화장치, 급속 예열기능, 엔진 리사이클링을 고려한 플라스틱 재질 등을 적용하였다. R엔진은 U엔진과 함께 유럽 배출가스규제인 유로 5를 만족하고 있다.

### 질소산화물 정화장치(DeNOx시스템)

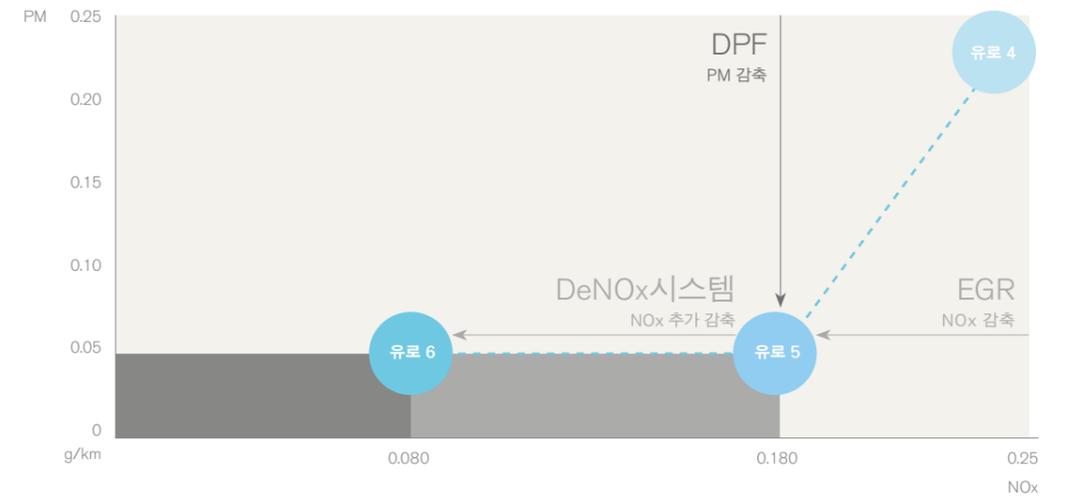
디젤엔진은 가솔린엔진에 비하여 질소산화물(NOx)과 입자상물질(PM)이 상대적으로 많이 배출된다. 일산화탄소(CO), 탄화수소(HC), PM 중의 유기성 용해물질(SOF)은 디젤산화촉매에 의해서 정화되고 PM은 디젤매연정화

장치(DPF)에 의해 대부분 정화된다. 문제는 NOx를 정화하는 것인데, 현재 현대자동차는 NOx를 획기적으로 정화하는 시스템의 개발을 본격화하여 차량 적용을 준비 중에 있다. 대부분의 NOx 저감은 엔진에서 연소개선, 배출가스재순환장치(EGR:Exhaust Gas Recirculation) 등을 통해 이루어지고 있으나 2014년부터 시행예정인 유로 6에 대응하기 위해서는 질소산화물을 획기적으로 저감시킬 수 있는 배기후처리시스템의 추가 적용이 필요하다. 질소산화물 정화장치를 추가 장착할 경우에는 70~90%의 NOx 저감이 가능하다.

### 생산공장의 대기오염물질

자동차는 생산과정에서 대기환경에 영향을 주는 물질을 배출한다. 특히, 도장공정의 차체 외관 도장작업 시 발생하는 휘발성유기화합물과 페인트 입자 그리고 주물사를 사용하는 소재공장의 분진 등이 가장 많은 부분을 차지하고 있다. 일산화탄소(CO), 질소산화물(NOx), 황산화물(SOx)을 줄이기 위해 울산 주철주조공정을 경합금주조 공정으로 전환하여 용선로를 폐쇄하였다. 또한 미세먼지(PM)를 개선하기 위해 국내공장에 집진설비 설치를 확대하고 법적 규제치보다 훨씬 엄격한 수준의 대기오염물질 관리기준을 설정하는 등 대기오염물질 발생을 최소화하

EU 자동차배출가스규제 대응기술 개발현황



- 1 기후변화
- 2 지속가능한 자원사용
- 3 유해물질
- 4 대기환경

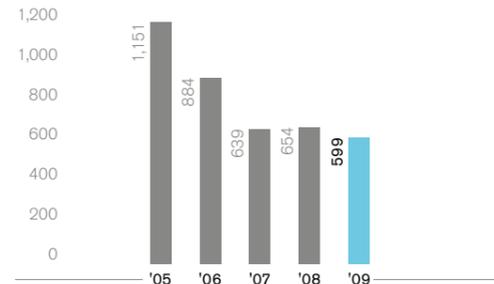
기 위해 다각도로 노력하고 있다. 또한 울산 주조공장에서 코아경화제인 이산화황(SO<sub>2</sub>)의 반응효율을 높이고 경화시간을 단축하는 시스템을 신규 적용하여 인체에 유해한 악취유발물질인 SO<sub>2</sub> 사용량을 줄여가고 있다. 이러한 노력의 결과로 2009년 국내 대기오염물질 배출량은 599톤으로 이는 전년 대비 8.4% 감소한 수치이다.

**휘발성유기화합물질**

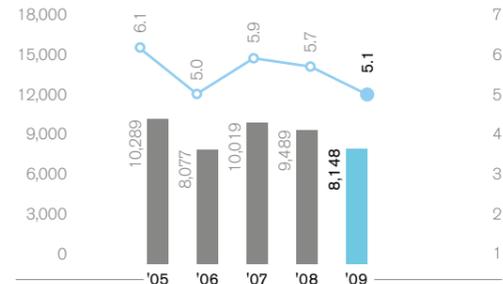
휘발성유기화합물질(VOCs: Volatile Organic Compounds)은 자동차 외관도장 시 효과적인 도장을 위해 페인트 희석 또는 도장기 세정용으로 도료에 반드시 들어가는 물질이다. 현재로서는 자동차 생산공정에 있어 필수 불가결하지만 환경과 건강에 악영향을 미쳐 현대자동차는 그 사용량을 줄여나가기 위해 노력하고 있다. 울산 제

네시스 신도장공장은 환경친화공장으로 설계하여 페인트 및 신너 사용량을 최소화하고, 오븐 배기가스 처리를 위해 축열식산화장치(R.T.O)를 설치하여 VOCs 성분을 완전 소각하여 배출하는 시스템을 갖추었다. 이 밖에도 자동차용 도료를 친환경 수용성도료로 교체함으로써 자동차 전착면적당 사용하는 유기용제의 양을 저감하고, 도포시 부스를 통해 대기 중으로 배출되는 VOCs 양을 대폭 감소시켰다. 2009년 현대자동차 국내사업장의 VOCs 발생량은 전년보다 14% 감소한 8,148톤이며 대당 VOCs 발생량은 5.1kg/대다. 보통 회수되는 유기용제의 대부분은 세척용 신너로 사용량이 많을수록 회수량도 함께 증가하게 되는데 2009년 유기용제 회수량은 전년 대비 27% 감소한 228만톤이고 유기용제 회수율은 전년 대비 4%p 감소한 37%이다.

대기오염물질 발생량 (국내) (톤)

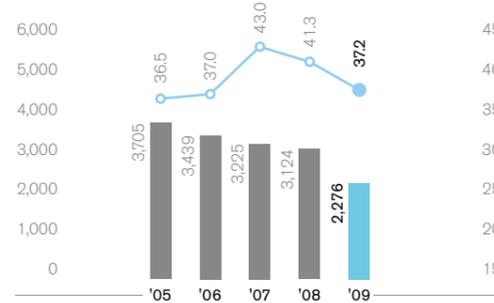


VOCs 발생량(국내) ■ VOCs 발생량(톤) ● 생산대수당 VOCs 발생량(kg/대)



유기용제 회수량 및 회수율 (국내)

- 유기용제 회수량(1,000톤)
- 유기용제 회수율(%)



# 생물 다양성

**인류의 경제활동으로 인해 동·식물의 서식지가 점점 줄고 있다. 유엔에 따르면 종의 감소는 자연적 속도보다 천 배 빠르게 진행되고 있다고 한다. 현대자동차는 모든 사업활동에 있어 생물다양성을 보호하고 존중하는 것을 기본방침으로 하고 있다.**

유엔은 종의 급격한 감소를 막기 위해 2010년을 '국제 생물다양성의 해(2010 International Year of Biodiversity)'로 정하고 지구 생명의 다양성을 보전하기 위한 노력을 전 세계로 확산시켜 나가고 있다. 현대자동차는 공장시설 및 종설 시 부지를 선택하고 개발함에 있어 주변환경에 대한 영향평가를 시행하고 있으며 동식물의 서식지를 보호하기 위해 노력하고 있다. 일례로 2006년 체코공장을 준공할 때 공장부지로 확정된 지역에 오랫동안 서식한 나무들을 보호하기 위해 대대적인 수목이식 작업을 시행한 바 있다. 이 외에도 국내지역 및 중국에서 '현대 그린존(Hyundai Green Zone)'이라는 생태보호 및 복원사업을 추진하고 있다.

**그린존 프로젝트**

지구환경을 배려하고 지켜나가려는 현대자동차의 노력은 현재 진행형이다. 생태보호 및 복원사업인 그린존 프로젝트를 통해 인간과 함께 공존해온 다양한 생물들을 보호하고 보존하기 위한 노력을 계속하고 있다.

**그린존 코리아**

자동차, 조선 등 대형공장들이 위치한 우리나라의 대표적인 산업도시인 울산시는 2005년부터 생태도시(에코폴리스)로의 전환을 위한 공공정책을 대대적으로 시행하고 있다. 현대자동차는 울산시의 공공정책에 적극 참여하고 울산지역의 생태계 복원을 위하여 울산공장을 중심으로 멸종 위기에 처한 생물들을 복원하는 '그린존 코리아' 사업을 전개하고 있다. 1단계 사업으로 꼬리명주나비 복원사업을 추진하여 울산권역 6개지역에 자연형 서식지를 조성하여 복원하는 데 성공하였으며, 2단계 사업으로 태화강 생태 복원사업을 전개하고 있다.

태화강 생태 복원사업을 통해 2010년까지 수중 생태계의 청소동물로 건강한 하천을 유지하는 생물자원으로 유명한 동남참게를 시작으로 한국의 특산종이며 태화강의 깃대종으로 지정된 각시붕어, 하천 생태환경의 지표종으로 불리는 멸종위기의 풀날나비 등을 차례로 복원할 예정이다. 복원사업과 함께 생태 복원과정을 함께 참여하고 관찰할 수 있는 생태체험행사를 개최하는 등 환경의 중요성을 알리는 교육행사도 함께 시행하고 있다.

**그린존 차이나**

현재 중국은 가장 빠르게 사막화가 이루어지고 있는 지역이다. 국토의 20% 이상이 이미 사막화되었으며 매년 이 수치가 증가하고 있다. 유엔환경계획(UNEP)에 의하면 이상기후나 기상조건의 변화 등 자연적 원인에 의한 사막화는 13% 정도이고, 나머지 87%는 사람의 인위적인 영향에 의한 것이라고 한다. 중국의 사막은 대부분이 북부지역이며 그 중에서 내몽고자치구에 집중되어 있으며 해가 거듭될수록 확대되고 있다. 중국의 사막화는 동북아시아의 황사현상을 심화시키며, 호흡기 질환 유발 등 사람의 건강과 환경에 나쁜 영향을 주고 있다.

현대자동차는 2007년부터 중국의 사막화 방지를 위하여 '현대 그린존 차이나(Hyundai Green Zone China)' 사업을 추진해왔다. 이 사업은 2012년까지 약 5년간 중국 사막화의 중심인 내몽고 쿤산티크 사막 차간노르 지역의 총 1,500만 평을 초지로 조성하여 사막화를 방지하고 생태계를 복원하는 것을 목표로 하고 있다. 1단계 사업으로 2008년부터 알카리성 토양에서도 잘 자라는 현지 토종식물인 감봉을 대량으로 파종하였다. 그리고 이에 그치지 않고, 파종된 풀씨가 바람에 날아가지 않고 제대로 발아하여 땅에 뿌리를 내릴 수 있도록 마른 나뭇가지를 여러 줄로 병풍처럼 심는 작업을 시행하였다.

01 그린존 코리아

02 각시붕어

03 그린존 차이나



economy  
environment  
society

인직원  
고객  
협력사  
지역사회

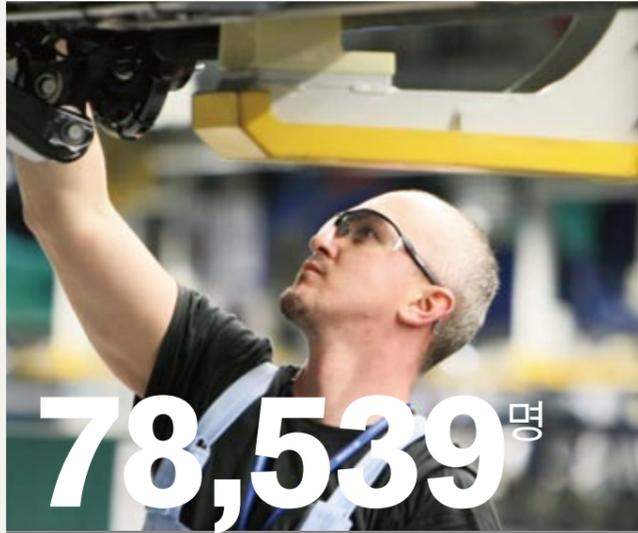


LOVE

3

society

다양한 이해관계자들과 더불어 발전하는 기업만이 지속가능한 성장을 실현할 수 있다. 현대자동차는 사회의 구성원으로서 이해관계자와의 소통과 협력을 통해 이해관계자의 가치증진에 노력하고 있다.



78,539명

**임직원**  
전 세계 임직원  
78,539명

**고객**  
95점으로 미국 JD파워  
신차품질조사 1위 기록

**협력사**  
협력사 상생협력펀드  
1,300억 원 지원

**지역사회**  
국내 25,851명의 임직원  
자원봉사활동 참여



1,300억 원



**지역사회**  
국내 25,851명의 임직원  
자원봉사활동 참여



25,851명

# 3-1

## 임직원

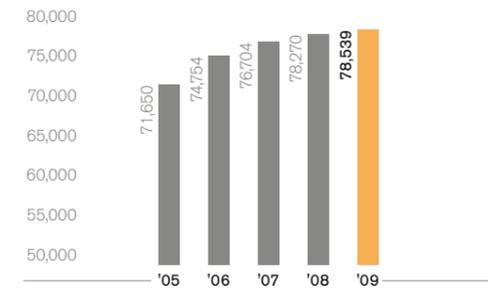
현대자동차는 인권보호를 위한 국제적 규범을 준수하는 것은 물론, 직원들의 다양성과 창의성을 존중하고 기회와 보상의 공정성과 합리성을 강화함으로써 보다 만족스러운 일터를 만들어가기 위해 노력하고 있다.

현대자동차는 단계적으로 성과보상체제의 합리화, 인력 현지화에 따른 통합적 인력관리, 글로벌 인재양성 등 3가지 분야에 집중하고 있으나 중장기적으로 인력의 다양성, 인구 통계학적인 변화 대응, 조직문화 혁신 등에 노력을 기울이고 있다. 특히 생산 근로자의 고령화에 따른 건강 관리를 강화하고 있으며 여성에 대한 차별해소, 장애인 및 외국인 채용확대 등을 추진하고 있다. 또한 조직문화 혁신을 위해 2010년 초 공유가치 태스크포스팀을 구성하여 2010년 하반기에 국내는 물론 전 세계 임직원들이 모두 공유할 수 있는 통합된 가치를 제시할 예정이다.

### 인력현황

2009년 말 기준 총 임직원의 수는 전년 대비 다소 증가한 78,539명이다. 주요 지역별로는 한국 56,027명, 북미 5,841명, 중국과 인도에 12,064명, 유럽 4,430명으로 분포되어 있다. 현대자동차의 글로벌 경영이 가속화되면서 현지인 고용도 증가하고 있는 추세이며, 2009년 말 기준 현지 임직원 수는 전체 임직원의 28.7%인 22,512명으로 전년 대비 2.0% 증가하였다.

임직원 현황(국내외)  
(명)



여성인력 및 채용현황(국내)  
■ 여성인력 현황(명)  
● 여성채용 비율(%)



### 여성인력 현황

2009년 말 기준 국내 여성 임직원은 국내 임직원의 4.04%에 해당하는 2,261명으로 전년 대비 다소 감소하였다. 국내 여성의 신규채용은 2006년부터 9%선을 유지하고 있으며 2009년에는 총 채용의 9.8%를 차지하였다. 현대자동차는 여성의 근무환경 개선을 위한 제도적 장치로서 월 1회 여성휴가 및 90일간의 산전·산후 휴가제도를 실행하고 있으며 사업장에 따라 직장보육시설 등을 운영하고 있다.

### 인력관리

현대자동차는 인력선발에서부터 인력개발에 이르기까지 공정하고 합리적인 인사정책을 기반으로 인종, 나이, 성별 등에 의한 어떠한 차별도 받지 않도록 관리하고 있다. 또한 성과·보상제도의 합리화, 직장 내 인권보호에도 지속적으로 노력하고 있으며 직원 간의 커뮤니케이션 활성화를 통해 창의적이고 열린 조직문화를 만들어 가고 있다.

### 열린 채용

현대자동차의 신규채용은 공개채용을 원칙으로 하며 모든 채용과정은 회사의 채용 매뉴얼과 심사기준에 의거하여 공정하게 실시하고 있다. 또한 신입사원의 경우 사원 연수기간 동안 여러 차례의 배치면담을 통해 상호이해를 바탕으로 부서배치를 결정하고 있다. 해외사업장에 근무하는 현지인 임직원에도 평등한 인사기준을 적용하고 있다. 현대자동차는 임직원의 인종, 나이, 종교, 성별, 출신 국가 및 지역, 신체적 특징 등으로 인해 채용, 부서배치, 평가, 보상, 교육, 직급 및 승진 등 일련의 인사관리에서 어떠한 차별도 받지 않도록 관리하고 있다.

### 성과·보상제도의 합리화

공정한 평가와 보상이 이루어질 수 있도록 경영성과와 연계한 능력, 성과 중심의 보상제도를 운영하고 있다. 직원 개인의 업무성과를 평가하고 있으며 이 외에도 역량평가, 다면평가 등을 통해 직원들의 능력과 업적을 공정하고 객관적으로 평가하여 그 결과에 따라 차등적 보상을 실시하고 있다. 특히 연구직의 경우 연구원·선임연구원·수석연구원을 연구원·책임연구원으로 단순화하여 기존 연공서열식(年功序列式, 근속연수나 나이가 늘어감에 따라

- 1 임직원
- 2 고객
- 3 협력사
- 4 지역사회



지위가 올라가는 방식) 인사방식을 능력 및 성과 위주로 대폭 개편하였다. 이번 직제개편을 통해 팀장 등의 책임자를 근속연수보다 실력과 성과 위주로 선임하더라도 조직 내 갈등이 최소화되고 연구원들이 직급에 따른 승진·누락 부담을 덜 받아 연구개발 업무에 집중할 수 있게 되었다.

● 연구원제도

2008년부터 현대자동차는 연구개발의 전문성을 강화하고 기술전문가의 발굴과 육성을 위해 연구원제도를 시행하고 있다. 연구원제도는 연구개발 인력 중 해당기술 분야의 최고 전문가를 선발해, 관리업무를 배제하고 개발과 선행기술 관련 업무에 몰입할 수 있도록 지원하는 제

도다. 선발된 연구원은 최고 수준의 기술전문성을 갖춘 실무형 중역으로, 개인 연구실과 프로젝트 수행 시 필요한 인원 및 예산을 지원받는다. 현재 하이브리드, 해석, 디젤엔진 분야 등에서 연구원들이 선발되었으며, 이들 연구원들은 각자의 분야에서 깊이 있는 연구활동을 통해 현업과제와 미래 기술과제를 발굴·수행하고 있다. 또한 기술교육과 내부 컨설팅 등도 병행해 회사의 기술역량을 한 단계 발전시켜 나가는 데도 도움을 주고 있다.

임직원 만족도 제고

현대자동차는 2008년부터 임직원종합만족도지수(ESI: Employee Satisfaction Index)를 개발하여 매년 임직원 만족도 조사를 시행하고 있다. 임직원 만족도 조사는 직무, 평가, 보상, 근무환경 등 13개의 영역에 걸쳐 사내 인터넷을 통해 설문형태로 조사가 이루어지고 있으며 조사결과는 인사제도 및 근무환경 개선의 기초자료로 활용되고 있다. 향후 현대자동차는 조사대상을 지속적으로 확대하여 현재의 샘플 조사에서 전 임직원을 대상으로 한 조사로 확대하여 실시할 계획이다.

인권보호

현대자동차는 세계인권선언을 존중하고 각 국가가 정하는 노동 관련 법규 및 ILO, 유엔글로벌콤팩트 등 국제 규

지역·직군별 인원현황 (명)

		2005	2006	2007	2008	2009
국내사업장	일반 사무직	10,839	11,003	11,118	11,239	11,179
	연구직	5,382	5,725	5,931	6,069	6,224
	생산/정비	31,466	31,553	32,227	32,260	32,036
	영업	6,453	6,407	6,365	6,341	6,304
	기타	300	285	298	295	284
	총 인원	54,440	54,973	55,939	56,204	56,027
해외사업장	북미	7,570	8,421	6,961	6,596	5,841
	유럽	2,250	2,461	3,184	5,101	4,430
	중국	4,127	4,311	5,074	5,457	7,117
	인도	3,033	4,187	5,314	4,694	4,947
	기타	230	401	232	218	177
	총 인원	17,210	19,781	20,765	22,066	22,512

- 1 임직원
- 2 고객
- 3 협력사
- 4 지역사회

범을 준수하고 있다. 현대자동차의 전 세계 사업장은 국가별 법규가 제시하는 취업 최저 연령 미만인 자를 채용하지 않고 있으며 모든 임직원은 자율의지에 의해 현대자동차에 고용된 인원으로 구성되어 있다. 또한 사업장에서 발생하는 모든 임직원의 노동과 이에 대한 보상은 사업장별 근무지침과 임금정책, 국가별 관련 법규에 의거하여 공정하게 실시되고 있다. 이 외에도 임직원 개인의 인권을 존중하는 내용의 윤리헌장을 기반으로 성희롱 예방교육 등 인권 관련 교육을 정기적으로 시행하고 있고, 임직원이 겪는 어려움을 신속하고 공정하게 해결하기 위해

고충처리위원회와 고충처리상담실을 함께 운영하고 있다. 해외사업장의 경우도 국가별 인권 관련 법규를 준수함은 물론 임직원이 겪는 고충을 처리하는 제도를 운영하고 있다. 더불어 2010년부터 유엔글로벌콤팩트 한국협회(UNGC KN)가 주관하는 인권실무그룹(Human Right Working Group)에 참여하여 인권과 노동 분야의 다양한 이해관계자와의 협업을 통해 인권경영에 대한 성공사례 연구 및 발굴, 한국기업에 맞는 인권경영의 가이드라인 개발 등을 추진하고 있다.

opinion

향후 기업활동의 전반에 인권요소를 적절히 포함시키는 것이 21세기의 글로벌 시장에서 승자로 남는 길의 하나가 될 것입니다

주철기 사무총장

유엔글로벌콤팩트 한국협회

인권존중은 국제사회가 지향하는 가장 주요한 가치입니다. 국제사회는 유엔과 각 정부를 중심으로 세계인권선언과 시민적, 정치적 권리장전 그리고 경제, 사회적 권리장전의 양대 인권헌장의 이행을 추진해왔습니다. 그 결과 인권향상과 민주주의 실현에 큰 진전을 이루었습니다. 세계화의 진전에 따라, 이제는 글로벌 기업들도 인권신장에 적극 동참하라는 사회적 요구를 받고 있습니다. 유엔글로벌콤팩트 10대 원칙 중 제1, 2항이 인권의 창달에 관한 문헌이며, 아동노동 금지, 강제노동 금지와 같은 노동인권준수도 주요 가치로 제시되고 있습니다. 또한 2010년 말 출범될 사회책임 표준규범인 ISO 26000도 인권보호에 큰 비중을 두고 있습니다.

이제 기업은 경영전략에 인권문제를 통합적인 가치로 포용하는 것이 불가피한 시대가 되었습니다. 현대자동차와 같은 글로벌 기업은 특히 공급망, 자회사, 지역사회, 사업파트너를 포함하여 경영정책상 인권의 통합관리와 회사의 영향력 권 내에서 인권이 존중될 수 있도록 제도적인 장치를 마련하는 것이 필요합니다. 각 사업을 추진함에 있어 인권침해가 발생하지 않도록 예방할 필요성이 있으며 나아가 인권이 기업경쟁력 강화에 도움을 주도록 인권통합경영의 묘를 발휘하여야 할 때입니다. 이와 더불어 인권존중 원칙이 회사 조직원 전체로 확산되어 기업 내에 자리잡도록 하는 것이 바람직합니다. 향후 기업활동의 전반에 인권요소를 적절히 포함시키는 것이 21세기의 글로벌 시장에서 승자로 남는 길의 하나가 될 것입니다.



- 1 임직원
- 2 고객
- 3 협력사
- 4 지역사회

**노사협력**

현대자동차는 결사의 자유와 단결권, 단체행동 및 단체교섭의 권리를 보장하고 있다. 현대자동차 국내사업장의 경우 현대자동차(주) 노동조합이 구성되어 있다. 금속노조 이하 현대자동차지부, 그 산하에 사업부 및 지역위원회 등으로 이루어져 있으며 해외공장의 경우 중국 생산법인(BHMC)의 공회, 인도 생산법인(HMI) 노동조합과 노사협의회 등의 임직원 대표기구가 운영되고 있으며 2008년에 공장을 가동한 체코 생산법인도 체코 금속노조(OS KOVO)의 현대차 지부의 설립 및 노사협의회 운영을 통해 단체교섭 및 단체협약 체결, 임직원들의 의견수렴, 주요 현안에 대한 노사간의 협의가 이루어지고 있다.

현대자동차 노동조합은 국내 최대사업장이라는 노동계의 대표성으로 인해 회사와 연관성이 적은 사회문제에도 영향을 받아온 것이 사실이지만 불합리적인 노사관계를 개선하려는 노사간의 노력이 가시화되면서 상생적 관계로 발전해나가고 있다.

현대자동차는 노사관계 개선의 중장기 로드맵을 설정하고 노사간의 정기적 경영설명회, 노사화합 행사, 노동조합과의 현안에 대한 성실한 협의, 대내외 노사전문가로 구성된 노사전문위원회 운영 등을 통해 노사간의 신뢰를 쌓으며 상생적 노사문화를 구축해가고 있다.

이러한 노력의 가시적인 성과로 2009년 임금 단체협약에서 노사 양측이 파업 없이 기본금을 동결하는 안에 합의하면서 상생적 관계로 전환하는 계기를 마련하였으

며 전 세계적으로 자동차 품질과 안전에 대한 고객의 요구가 증가되고 있는 것과 관련하여 노사간의 품질 강화는 물론 생산성과 유연성 제고 등에 공감대를 형성하였다. 앞으로도 현대자동차는 이러한 공감대를 기반으로 급변하는 경영환경과 심화되는 시장경쟁에 공동대응체제를 굳건히 할 것이다.

**인력개발**

현대자동차는 체계적이고 전문화된 교육 프로그램을 제 공함으로써 현대자동차의 핵심가치와 인재상에 부합한, 도전적이고 창의적인 글로벌 인재를 양성하기 위해 노력하고 있으며 모든 임직원의 개인적 역량을 키워줄 수 있도록 다양한 교육의 기회를 제공한다. 현대자동차의 교육 프로그램은 내적 성실성 함양(Integrity), 업무성과 지원(Achievement), 창의적 조직문화 확산(Creativity), 전문역량 개발 지원(Expertise) 등 4가지 기본방침을 토대로 기획, 운영되고 있으며 글로벌 경영이 가속화되면서 현대자동차 사업장이 진출한 지역의 언어는 물론 문화, 관습 등에 정통한 지역 전문가양성 및 현지 채용인력에 대한 일체감을 높이는 교육 프로그램 운영 등을 통해 회사의 글로벌 경쟁력을 제고하는 데 기여하고 있다.

**주요 교육과정**

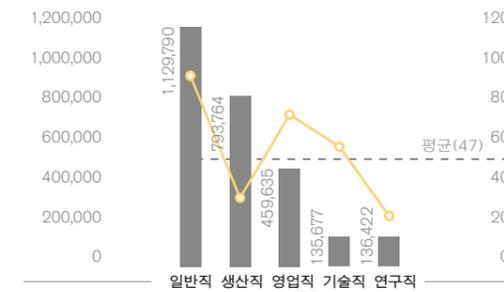
2003년 인재개발 분야를 통합해 출범한 현대·기아차 인재개발원은 파주, 오산, 천안, 남부 등 총 4개의 연수원

**인력개발의 비전체계**



- 1 임직원
- 2 고객
- 3 협력사
- 4 지역사회

**직군별 총 교육시간 및 1인당 연평균 교육시간**  
 ■ 직군별 총 교육시간  
 ○ 1인당 연평균 교육시간



을 운영하고 있다. 2005년부터 인터넷 기반의 교육시스템을 마련하고 2007년에는 역량 기반의 평가 및 교육제도를 도입한 신역량교육체계를 수립하여 시행하는 등 도전·창의·열정·협력·글로벌 마인드를 갖춘 인재를 육성하고 있다. 주요 교육과정으로는 직급 및 직군별 핵심역량과 업무능력을 함양하는 역량 및 직무교육, 차세대 리더를 육성하는 우수선발교육, 임원역량을 강화하는 임원교육 등 전사 공통과정과 일반직, 연구직, 생산직, 영업직, 정비직 등 직종에 따른 부문별 직무교육으로 이원화하여 운영되고 있다.

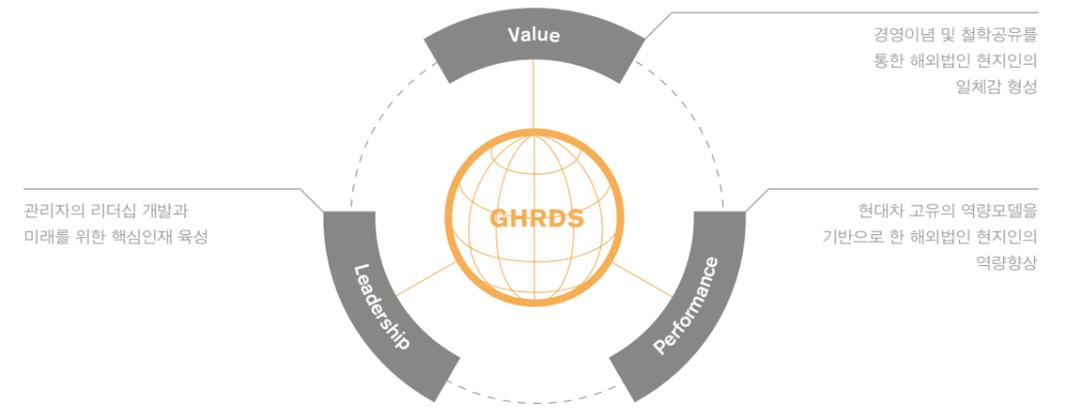
최근에는 글로벌 경영을 지원하기 위해 해외 근무직원의 교육을 확대·강화하고 있다. 해외파견 예정단계에서 복귀시점에 이르기까지 단계별로 주재원 교육과정을 운영하고 있으며 지역 전문가를 양성하기 위한 지역 전문가 과

정도 별도로 운영하여 글로벌 수준의 전문지식과 역량을 갖춘 인재를 육성하고 있다. 이러한 교육과정은 성장을 주도하고 있는 신흥시장에 지속적으로 확산시켜 나갈 예정이다. 2009년 임직원 1인당 평균 교육시간은 47시간으로 전년과 동일한 수준이며, 전년에 비해 생산직, 영업직종, 기술직종의 교육시간이 증가한 것으로 나타났다.

**글로벌 인력육성 강화**

2007년에는 글로벌 사업장의 체계적인 교육을 위해 글로벌 인력육성 표준체계(GHRDS:Global Human Resource Development Standard)를 수립하고 해외 주재원과 현지 고용인력에 대한 교육을 강화하고 있다. 글로벌 인력육성의 일환으로 2009년부터 해외 현지 채용인력을 대상으로 글로벌 온라인 학습시스템인 글로벌러닝센터(Global Learning Center)를 개설하고 e-Corporate Citizenship Program 과정을 운영하여 현대자동차의 경영방침, 핵심가치를 공유하고 있다. 향후 글로벌러닝센터를 통해 현지 채용인력의 역량진단시스템을 도입하고 핵심가치, 리더십, 직무역량 교육 프로그램을 추가로 제공할 계획이다. 또한 각 법인별 여건과 요구에 맞는 교육을 자체적으로 수행할 수 있도록 지원하고 이를 성과관리와 연계하여 실질적으로 업무성과에 도움을 줄 수 있는 교육포탈시스템으로 확대해나갈 예정이다. 이 외에도 현지의 우수인력을 중심으로 국내사업장 방문 프로그램을 운영하여 각 사업장 및 연구소 견학, 한국문화 체험 등

**글로벌 인력육성 표준체계 (GHRDS:Global Human Resource Development Standard)**



- 1 임직원
- 2 고객
- 3 협력사
- 4 지역사회

을 통해 일체감과 소속감을 높이고 있다.

해외시장 규모가 커지면서 국내임직원의 글로벌 역량강화를 위한 어학교육도 더욱 확대하고 있다. 사이버 학습과정에 영어과정, 중국어과정 등 어학교육을 대폭 늘리고 이와 함께 외국어 집중과정, 전화학습 등 별도의 집중 프로그램도 함께 제공하고 있다.

### 현대기아러닝센터

임직원에게 다양한 교육기회를 제공하는 사이버학습과정으로서 일반 사이버대학에 버금가는 규모와 양질의 콘텐츠를 자랑하고 있다. 주요 사이버 학습과정은 어학강좌, 직무강좌, 온라인 MBA강좌 등으로 운영되고 있으며 어학강좌의 경우 희망자 전원이 교육을 받을 수 있도록 하여 3만여 명이 수강하는 등 큰 호응을 얻고 있으며 학습 대상을 임직원, 그룹사, 해외법인으로 늘리고 교육내용 및 목적, 대상별 접근체계를 다각화하여 보다 체계적인 교육활동이 이루어지고 있다.

### 복리후생

전 세계적으로 일과 개인 삶의 조화를 유지하는 것이 중요한 과제로 부각되고 있다. 사회인으로서 능력을 인정받는 것도 중요하지만 가족과 개인의 생활을 중시하며 삶의 질을 높이는 것이 중장기적으로 업무의 몰입도, 효율성 및 창의성을 향상시킨다. 현대자동차는 임직원과 그 가족들이 건강하고 안정적인 삶을 영유할 수 있도록 복리후생 제도를 운영하고 있다. 법정 복리후생제도인 국민건강보험제도, 산업재해보험제도, 국민연금제도, 건강관리제도, 고용보험제도를 실시하고 있으며 자체적으로 운영하는 기업 복지 프로그램도 함께 시행하고 있다. 이 외에도 장기근속휴가, 가족사랑휴가 등 다양한 휴가제도를 운영하여 임직원이 가족과 함께할 수 있는 여유와 재충전할 수 있는 기회를 제공하고 있다.

### 여가활동지원

현대자동차는 임직원들의 동호회활동을 적극 지원하여 건전하고 활기찬 직장문화를 조성해 나가고 있다. 또한 직장생활의 재충전과 창의적인 기업문화 형성을 위하여 임직원의 다양한 문화활동을 지원하고 있다. 매년 전국 사업장을 순회하는 '행복엔진 콘서트'를 펼쳐 임직원들에

게 작은 음악회를 선사하고 있으며 기업 최초로 온라인 문학 콘텐츠 서비스를 제공하고 있다. 이 외에도 '양재 아트리움' 개관을 통한 미술관람의 기회를 제공하여 즐거운 직장문화를 만들어가고 있다.

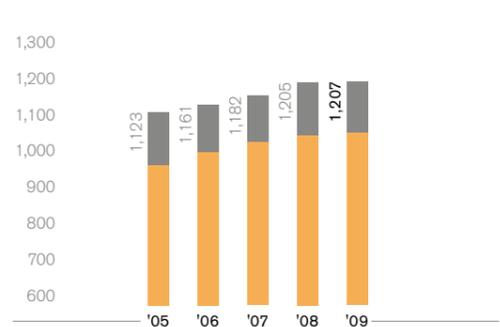
### 생활안전 및 편의지원

현대자동차는 무주택 임직원에 대하여 지역별 사택 및 기숙사를 제공하고, 장기 저금리의 주거지원금 대출제도를 실시하여 임직원의 내집마련과 생활안정을 지원하고 있다. 회원들의 저축으로 조성한 자금을 회원들이 편리하게 활용하도록 하는 한편 이익금은 회원들에게 배당금으로 환원하는 비영리 특별법인인 새마을금고도 운영하고 있다. 더불어 각종 행정서류 발급을 신속하게 하는 생활서비스센터와 법률 상담이 가능한 생활법률상담지원센터를 운영하여 임직원들의 생활편의를 지원하고 있다.

### 연금지원

사회가 점차적으로 고령화되면서 연금제도의 필요성이 높아지고 있다. 현대자동차는 임직원들의 노후 생활보장을 위해 1988년부터 사회적 보장제도로서 연금제도를 운영하고 있다. 연금제도는 국민연금과 단체개인연금으로 나뉘어 운영되고 있는데, 단체개인연금의 경우 회사가 매월 2만원 씩을 지원하고 국민연금은 평균 보수의 9%를 납부하고 있으며 이 중 50%를 회사가 지원하고 있다. 2009년 총 1,207억 원을 임직원 연금으로 지급하였으며 매년 지원금이 증가하고 있다.

연금지원 현황(국내) (억 원)



# 미래 인재 양성

현대자동차는 미래 경제성장의 주역인 청년들이 자신의 전공 분야에서 전문지식을 넓히고 더 넓은 세계를 경험해 대한민국 미래로 이끌어 나갈 수 있는 글로벌 인재로 거듭날 수 있도록 다양한 인재양성 프로그램을 제공하고 있다.

01 자동차기술공모전

02, 04 글로벌 마케팅공모전 본선캠프

03 해피무브 글로벌 청년봉사단



### 대학생인턴십 프로그램

현대자동차는 청년실업 해소 및 글로벌 기업의 실무경험을 제공하기 위해 매년 1,000여 명을 선발해 대학생인턴십 프로그램을 운영하고 있다. 프로그램에 참여한 대학생들은 마케팅·기획·홍보·연구개발 등 자신의 관심 분야에서 실제 업무를 경험할 기회를 갖게 된다. 2010년부터는 미래 글로벌 경영의 주축이 될 글로벌 지역 전문가 양성을 위해 해외 현지법인 근무 등을 포함한 '글로벌인턴십 프로그램'을 운영하고 있다. 글로벌인턴십 프로그램은 2010년부터 3년간 총 100명 이상을 선발하여 영어권 국가를 제외한 중국, 인도, 러시아, 체코 등의 해외사업장에서 영업·마케팅·기획·관리 등에 배치할 예정이다.

### 마케팅 및 기술공모전

현대자동차는 자동차에 대한 참신한 아이디어를 발굴하고, 대학생들에게 자동차 마케팅과 기술 개발 분야의 실무경험 및 전문지식을 향상시키는 기회를 제공하기 위해 매년 대학(원)생을 대상으로 글로벌 마케팅과 기술공모전을 개최하고 있다. 글로벌 마케팅공모전은 매년 3,000여 명이 참가하는 국내 최대규모의 대학(원)생 공모전으로, 대학생들에게 글로벌 마케팅실무 및 현장체험의 기회를 제공하고 미래의 자동차산업을 이끌어 갈 참신한 마케팅 아이디어를 개발하기 위해 지난 1998년부터 시작되었다. 2001년부터 시작된 기술공모전은 국내에서 유일하게 대학(원)생들이 직접 자동차기술 전 분야에 대해 아이디어를 겨루고 직접 실차 제작을 하는 자동차기술공모전이다. 2009년부터는 완성차 기반의 '무인 자율주행 자동차'라는 연구 테마를 부여하고, 주제와 기준에 맞게 실제 무인 자율주행 자동차를 제작하는 방식으로 진행되고 있다.

### 해피무브 글로벌 청년봉사단

현대자동차는 2008년부터 국제사회에 대한 기여를 높이고 미래를 책임질 글로벌 청년리더를 양성하기 위해 '해피무브 글로벌 청년봉사단'을 운영하고 있다. 매년 여름방학과 겨울방학 기간에 대학생 500명씩 총 1,000명을 선발하여 인도, 중국, 체코 등 현대자동차가 진출한 해외지역을 중심으로 지역봉사, 의료봉사, 문화교류 등의 글로벌 활동을 전개하고 있다. 이 프로그램은 대한민국 청년들이 글로벌 사고와 유연성, 글로벌 기업의 사회적 책임 등을 배울 수 있는 체험의 장이 되고 있다.



- 1 임직원
- 2 고객
- 3 협력사
- 4 지역사회

**안전 및 보건**

현대자동차는 임직원의 안전과 보건의 기업경쟁력의 필수요소인 동시에 기본적인 사회적 책임사항으로 인식하고 창사 이후부터 임직원들에게 안전하고 건강한 근무환경을 제공하기 위해 지속적으로 노력하고 있다. 특히 작업장에서의 안전은 최우선 사항으로, 산업안전에 대한 철저한 사전평가 및 사고예방활동, 안전시설 투자확대 등을 활발하게 추진하는 동시에 철저한 안전교육을 시행하고 있다. 이와 함께 산업안전보건센터 및 건강증진센터 운영, 무료 건강검진 등을 통해 임직원의 건강관리에도 만전을 기하고 있다.

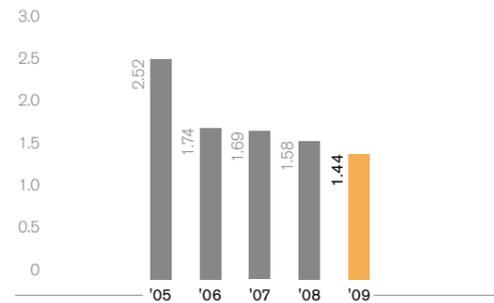
**안전**

현대자동차는 업종 특성상 직원들이 산재사고에 노출될 가능성이 높아 산업안전에 대한 철저한 사고예방 활동을 실시하여 사고의 위험을 줄여나가고 있다. 특히 각 사업장의 모든 작업자 안전을 위해 안전교육은 물론 설비안전도 향상 및 신체부담 공정 개선, 안전하고 쾌적한 작업환경 조성 등을 지속적으로 추진하고 있다. 이러한 노력의 결과로 현대자동차의 산업재해율은 2004년 이후 점점 감소하는 추세이며, 2009년 국내공장 산업재해율은 1.44%로 전년의 1.58%에 비해 감소하였으나 국내 제조업체 평균 산업재해율인 1.04%에 비해서는 여전히 다소 높은 편으로 개선의 여지가 남아 있다.

**환경안전보건통합시스템(i-ESH)**

현대자동차는 사내 인트라넷으로 환경안전보건통합시스템인 i-ESH(<http://iesh.hmc.co.kr>)를 제공하여 효

산업재해율 현황(국내)  
(%)



율적인 환경경영시스템(ISO 14001)을 운영하고 있다. i-ESH는 국내 각 사업장의 안전, 환경, 보건관리 현황 및 정보를 제공하며, 수록된 정보는 다양한 형태의 통계자료로 재구성되어 관련 임직원의 업무에 사용된다. 또한 각종 관련법규 및 기술표준 등의 환경안전보건정보와 교육 자료를 제공하여 전 임직원이 환경안전보건에 대한 정보를 쉽게 접할 수 있도록 하고 있다.

**철저한 안전관리체계 운영**

사업부별 안전관리 담당부서를 두어 철저한 안전관리가 이루어질 수 있도록 하고 있다. 또한 의사인 보건관리자를 선임하여 근로자의 건강상담 및 건강증진을 지도하고, 전문인력으로 구성된 안전보건팀을 운영하고 있다. 이 밖에도 회사의 안전보건에 관한 정책 또는 주요 사안을 심의·결정하기 위해 노사간 동수로 구성된 산업안전보건위원회를 설치·운영하는 등 산업재해 예방을 위한 안전보건정책을 지속적으로 강화하고 있다.

**보건**

임직원의 건강은 생산성은 물론 업무성과에도 큰 영향을 미친다. 현대자동차는 전 임직원을 대상으로 실시하는 건강검진을 통해 건강데이터를 분석, 사전에 질병을 관리할 수 있도록 하고 있으며 종합의료시설인 산업보건센터, 운동 시설이 갖추어진 건강증진센터 운영 등을 통해 임직원들이 건강한 삶을 유지할 수 있도록 지원하고 있다.

**건강검진**

건강검진은 일반직의 경우는 2년 1회, 생산직은 1년 1회 시행되고 있다. 일반 건강검진의 경우 국내기업으로는 최초로 한방검진 프로그램을 병행하고 있으며 35세 이상 임직원 및 직계가족을 대상으로 종합건강검진을 실시하고 있다. 이와 함께 사내 인트라넷을 이용한 온라인 검진센터인 온라인메드(Online Med)를 통해 임직원이 원하는 시간과 병원을 지정해 종합검진서비스를 신청할 수 있으며 각종 의료비 지원혜택도 받을 수 있다.

**선진화된 산재예방 및 의료지원 시설**

현대자동차는 국내공장 및 남양연구소 내에 선진화된 전문 의료시설인 산업보건센터 및 의무실을 운영하고 있다.

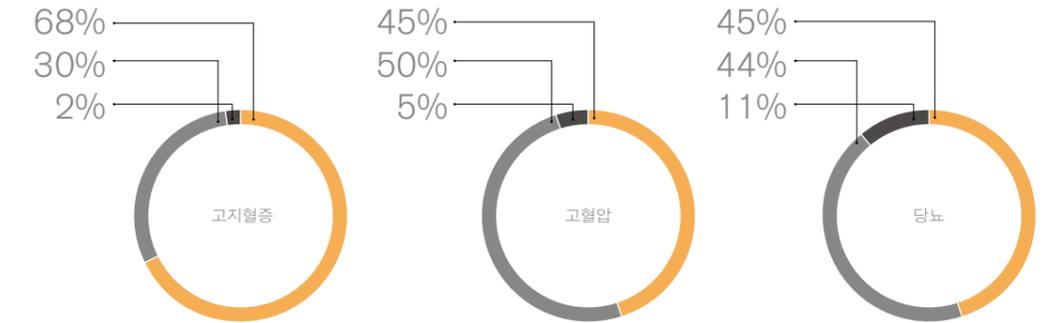
- 1 임직원
- 2 고객
- 3 협력사
- 4 지역사회

이를 통해 임직원의 건강증진을 통한 근본적이고 효과적인 산재예방 프로그램을 실시하고 있으며, 응급치료실을 365일 24시간 상시 운영하여 갑작스런 사고에 대비하고 있다. 울산공장의 산업보건센터는 물리치료실, 임상병리실, 방사선실 등의 의료시설을 갖춘 종합의료센터로서 임직원은 물론 협력사 파견 근로자들을 대상으로 각종 질환에 대한 예방, 진단 및 치료 등을 상시 실시하고 있다. 매년 일반건강검진 및 유해작업장에 근무하는 근로자를 대상으로 특수건강검진을 실시하여 적절한 조치와 함께 밀착 건강관리를 제공하며 평균적으로 매년 약 10만여 명의 직원들이 산업보건센터를 찾아 진료서비스를 받고 있다. 이 외에도 산재예방에 초점을 둔 건강진단 프로그램은 임직원 개개인의 건강유지는 물론 생활활동 및 생산성 증대에도 도움을 주어 건강에 대한 인식과 건강관리에 대한 동기부여 등 무형의 효과도 크다.

**● 임직원 고령화에 따른 건강관리 강화**

단일공장으로 최대규모인 울산공장은 생산근로자의 평균 연령이 증가함에 따라 고령의 근로자들 건강문제에 보다 능동적으로 대응하기 위해 고지혈증, 고혈압, 당뇨 등 뇌·심혈관계 질환의 원인이면서 고령 인구에 발병도가 높은 만성질환에 대한 체계적인 사후관리 프로그램을 운영하고 있다. 사후 프로그램에 참여한 직원들은 한 달에 한 번 정기적인 검진과 함께 적절한 의료상담과 처방을 받고 있으며, 회사 차원에서 특근과 잔업을 하지 못하도록 조치함으로써 만성질환에서 빠르게 호전될 수 있도록 하고 있다. 이러한 노력의 결과로 사후관리 프로그램에 참여한 직원들 90% 이상이 질병에서 호전을 보였으며

사후관리 프로그램의 질환별 호전율 현황 (2009년, 울산공장)  
 ■ 매우 호전  
 ■ 호전  
 ■ 호전되지 않음



이 외에도 2004년부터는 근골격계 통증을 호소하는 근로자를 대상으로 수시검진제도를 운영하고 있다. 2009년 말 기준 총 5,380명의 근로자가 수시검진을 받았으며, 검진 인원 중 97%가 근무 중 치료 또는 휴업 치료조치를 통해서 증세가 완화되었고 일부는 산업재해로 인정되기도 하였다.

**건강증진센터**

임직원들의 건강한 삶을 지원하기 위해 본사 및 울산공장 내에 건강증진센터를 운영하고 있다. 건강증진센터는 비만과 체지방을 측정할 수 있는 체력·체형 측정기를 비롯해 심폐기능 향상을 위한 유산소 운동기구, 근육의 유연성을 강화하는 근력강화 운동기구 등 최신식 헬스시설과 수영장을 갖추고 있으며 휴가 중인 질병 환자와 개인신병으로 요양 중인 직원을 대상으로 체계적인 재활지도는 물론 비만을 퇴치할 수 있는 비만탈출 프로그램 등을 실시해 임직원 건강을 증진하고 요양자의 빠른 건강회복을 돕고 있다.



# 3-2

## 고객

최고 품질의 제품과 서비스를 실현하기 위해서는 고객관점이 우선되어야 한다. 현대자동차는 고객 최우선 경영을 실천하면서 지속적으로 고객의 의견을 듣고 충실히 반영하며 전 세계시장에서 고객만족도를 높여가고 있다.



현대자동차는 창사이래 고객 최우선 경영을 통해 점점 다양화되고 복잡해지고 있는 전 세계 고객들의 요구와 기대 사항을 경영활동에 최대한 반영하여 고객에게 최고 품질의 제품과 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있다.

### 품질 최우선 경영

품질은 고객만족과 안전에 직결되는 가장 중요한 사항으로 현대자동차는 무결함의 자동차를 제공하는 것이 고객에 대한 기본적인 책임사항임과 동시에 고객만족도를 높이는 근본적인 요건이라는 인식을 가지고 품질 향상을 위한 노력을 지속적으로 전개하고 있다. 1999년부터 본격화된 현대자동차의 품질경영은 2002년 현대자동차와 기아자동차의 품질경영조직이 현대·기아 품질총괄본부로 통합되어 회장 직속체제로 개편되면서 더욱 강화되었다. 2003년에는 글로벌 고객의 품질만족도를 제고하기 위해 북미 품질과 해외 품질 담당조직을 신설하고, 정비와 품질 부문을 통합하여 운영하고 있다. 2004년에는 전세계의 다양한 품질문제를 실시간 대응할 수 있는 글로벌 품질상황실을 개설하여 24시간, 365일 운영하고 있다. 무엇보다도 품질 최우선 경영이 뿌리내릴 수 있었던 것은 최고경영자의 강력한 의지와 실천력 때문이다. 전사적으로 한 달에 두 번씩 최고경영층이 주재하는 품질회의를 통해 품질문제를 연구개발, 구매, 생산, 재경, 판매 등 전사적인 책임으로 만들어가면서 품질 최우선 경영을 실천하고 있다. 2008년에는 '실질품질 3년 내 세계 3위, 감성품질 5년 내 세계 5위'를 의미하는 'GQ(Global Quality)-3·3·5·5' 캠페인을 통해 품질개선의 새로운 전기를 마련

하였다. 2010년에는 퀄리티 마케팅을 통한 'Best Buy Brand(가장 갖고 싶은 자동차 브랜드)'로의 도약을 선언한 후 공장품질뿐만 아니라 고객관점의 품질관리 강화를 통해 감성적 만족도를 높이기 위해 노력하고 있다.

### 품질만족도 향상

미국 시장조사기관인 JD파워사에서 해마다 실시하는 신차품질조사(IQS:Initial Quality Study)에서 매년 상위를 기록하고 있는 현대자동차는 '2009년 신차품질조사'에서 지난 2008년(114점)보다 19점 향상된 95점을 획득하여 일반브랜드 부문에서 1위에 올랐다. 차급별로는 아반떼가 준중형차급 1위로 선정되어 세그먼트 워너상(Segment Winner)을 수상했으며, 베르나는 소형차급 2위에 선정되는 등 차급별 평가에서도 우수한 평가를 받았다. 또한 제네시스는 출시 첫 해에 '2009년 신차 및 개조차 부문'에서 84점을 기록하며 1위에 올랐다. JD파워의 신차품질조사는 2008년 11월부터 2009년 2월까지 미국에서 판매된 차량을 대상으로 실시됐으며, 차량 구입 후 3개월이 지난 고객들에게 228개 항목에 대한 초기품질 만족도를 100대당 불만 건수로 조사한 결과로 점수가 낮을수록 높은 품질만족도를 나타낸다. 이 외에도 차량의 내구성을 평가하는 내구품질조사(VDS:Vehicle Dependability Study)에서도 2008년의 200점보다 20%가 향상된 161점을 받아 일반 브랜드 중 6위를 기록하며 상위권을 유지하고 있다. JD파워의 내구품질조사는 구매 후 3년이 지난 차량을 대상으로 엔진, 변속기, 주행, 조향 등의 201개 세부항목에 대해 자동차 100대당 불만 건수

society

- 1 임직원
- 2 고객
- 3 협력사
- 4 지역사회

를 점수화한 것으로 점수가 낮을수록 품질이 좋은 것을 의미한다. 이번 조사를 실시한 미국 JD파워사는 1968년도에 설립된 자동차 관련 소비자만족도 조사전문기관으로, 조사결과는 미국 소비자의 자동차 구매기준으로 활용된다.

### 그랜드 품질 5스타

자동차의 품질 경쟁력은 완성차업체의 노력만으로는 한계가 있다. 수만 가지 부품 하나하나의 품질 기반 없이는 완성차 역시 품질향상을 기대할 수 없기 때문이다. 현대자동차는 세계 최고 수준의 부품품질을 육성하고 기술경쟁력을 확보하기 위해 2002년부터 협력사를 대상으로 품질평가제도인 품질 5스타 제도를 운영하고 있다. 2009년에는 기존 품질 5스타보다 더욱 강화된 품질기준을 통과한 협력사에게 수여하는 그랜드 품질 5스타 제도를 신설하였다. 이러한 품질평가제도는 부품 협력사의 품질관리시스템 및 부품 품질수준을 객관적인 절차와 기준을 통해 평가하고 결과를 공개함으로써 협력사의 품질 경쟁력을 높이고 업체간의 투명하고 공정한 경쟁을 유도하고 있다. 또한 부품의 품질 경쟁력을 바탕으로 완성차의 품질을 한 단계 높여 고객만족도를 향상시키는 데도 중요한 역할을 하고 있다.

### 고객만족도 제고

현대자동차는 1995년부터 고객불만사항을 상담하고 처리하는 고객센터를 운영하고 있다. 고객센터는 전화와 인터넷을 통해 차량에 대한 일반문의와 제품에 대한 불만

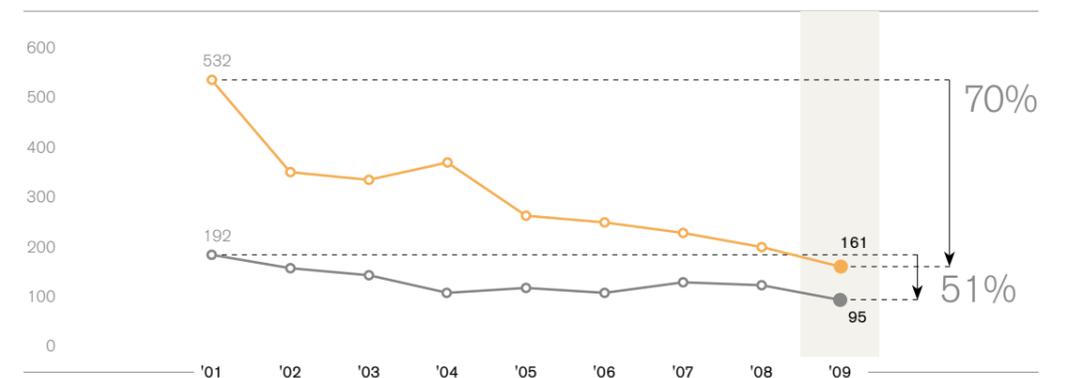
사항 등에 대한 전문가 상담서비스를 제공하고 있다. 고객센터에서 취합된 고객과의 상담내용(VOC:Voice Of Customer)은 자체분석을 통해 관련부서에 업무프로세스 개선으로 이어져 고객불만을 사전에 예방하는 데 활용하고 있다. 또한 이와 함께 정기적으로 신차 구입고객, 출고 고객, 고객서비스 등에 대한 CS 모니터링을 통해 고객불만사항을 파악하고 이를 기반으로 CS 개선을 활성화하고 있다. 모니터링을 통한 고객의 의견들은 CS 플래자를 통해 임직원은 물론 정비 협력사도 함께 열람할 수 있도록 하고 있으며, 매주 'VOC DAY'를 통해 고객불만사례를 전사적으로 공유하여 동일사항에 대한 고객불만이 많은 경우는 관련 부문에서 적절한 조치를 취하도록 하고 있다.

해외시장의 경우에도 각 국가별, 지역별로 고객 니즈 파악을 위한 VOC 채널을 운영하여 고객불만사항에 대한 신속한 상담 및 처리, 고객 니즈 충족을 위한 고객 맞춤형 서비스 지원 활동을 전개하고 있다. 이와 더불어 정기적인 고객만족도 조사를 실시하여 취약점을 분석하여 지속적으로 개선함으로써 해외 고객만족도를 제고하고 있다.

### 현대종합고객만족도지수

현대자동차는 1999년 고객만족도지수인 HCSI(Hyundai Customer Satisfaction Index)를 개발한 후 매년 고객만족도조사를 실시하고 있다. 상품, 판매서비스, 정비서비스, 기업이미지의 4가지 부문을 중심으로 각 부문의 항목·요소별 종합고객만족도를 조사, 분석하여 HCSI를 산출하고 있는데, 1999년 64.3점으로 시작하여 2009년

연도별 JD파워 신차품질지수 및 내구품질지수 점수 현황  
 ■ 내구품질지수  
 ■ 신차품질지수  
 ※ 점수가 낮을수록 품질이 좋은 것을 의미함.



- 1 임직원
- 2 고객
- 3 협력사
- 4 지역사회



북경현대  
위예둥  
(중국형 아반떼)

현재 77.6점으로 지속적인 만족도 향상을 보이고 있다. 또한 HCSI 조사결과를 토대로 부문별 개선과제를 도출하고 있으며, 이러한 개선과제는 단순히 업무프로세스의 개선뿐만 아니라 경영 전반의 정책을 결정하는 데 기초자료가 되고 있다. HCSI 외에도 소비자 인식 관련 자체조사와 KCSI(한국능률협회컨설팅 주관), NCSI(한국생산성본부 주관), KS-SQ(한국표준협회 주관)와 같은 외부 고객만족도 조사결과들도 적극 활용하고 있다.

**글로벌 시장에서의 고객만족도 향상**

현대자동차는 국내 한국능률협회컨설팅에서 주관하는 '한국산업의 고객만족도(KCSI)'에서 일반승용차 부문에서 16년 연속 1위를 차지한 데 이어 해외시장에서의 고객만족도 조사에서도 좋은 성과를 얻고 있다.

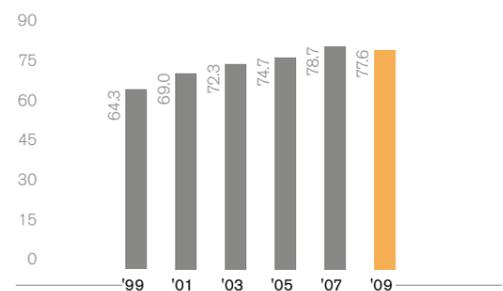
2009년 인도의 자동차 조사기관인 TNS가 발표한 '종합고객만족도조사'에서 'i10'과 '겟츠', '베르나' 등 3개 차종이 1위를 기록했다. 이번 조사는 인도 신차 고객 7,900여 명이 현지에서 판매 중인 47개 모델을 12개 차급별로 나눠 제품품질, 판매만족도, 고객서비스, 브랜드 이미지, 차량유지비, 성능, 디자인 등을 평가하는 방식으로 이루어졌으며, 조사결과에 따르면 'i10'이 프리미엄 소형차급에서 100점 만점에 92점, '겟츠(국내명 클릭)'가 상급 프리미엄 소형차급에서 92점, 베르나가 준중형급에서 90점을 각각 받아 1위를 차지했다.

또한 중국질량협회에서 발표하는 '2009 고객만족도 조사'에서는 위예둥(중국형 아반떼)과 투싼이 차급별 1위에 올랐다. 중국 고객만족도조사는 중국질량협회 전국고객위원회(中国质量协会 全国用户委员会)가 주관하며 매년 중국 산업의 전체 수준을 파악하기 위해 농업, 공업 등 다양한 업종에 걸쳐 실시된다. 특히 자동차 부문 고객만족도(CACSI:China Automobile Customer Satisfaction Index) 조사결과는 중국 주요 28개 도시 고객들에게 차량성능, 연비를 포함한 품질만족도 및 고객서비스에 이르는 종합적인 평가로서 그 권위를 인정받아 중국 소비자들의 자동차 구매에 큰 영향력을 끼치고 있다.

**고객서비스**

현대자동차는 2009년 말 기준 23개의 직영서비스센터와 1,500여 개의 우수한 정비 협력사로 구성된 전국 정비 네트워크를 구축하고 있으며 직영서비스 내에 하이테크센터 운영을 통해 최첨단 컴퓨터에 의한 과학적 진단을 기반으로 고난이도 정비서비스를 제공하고 있다. 2007년에는 모든 신차 구입 고객과 기존 보유 고객을 대상으로 윈스톱 차량관리, 포인트 서비스, 통합멤버십 혜택 등을 제공하는 토탈 프리미엄 멤버십 고객서비스인 '블루서비스(BLU Service)'를 도입하여 종합적이며 체계적인 차량 관리서비스를 제공하고 있다. 이 외에도 기존의 수동적인 고객서비스에 대한 고정관념을 깨고 고객에게 먼저 찾아가 고객의 불편을 미연에 방지하는 '찾아가는 비포서비스'를 2006년 업계 최초로 도입하여 연간 8,000회(2009년) 이상의 무상점검서비스를 실시하고 있으며, 태풍과 집중호우로 인한 피해차량 무상정비, 명절 및 여름

HCSI 고객만족도 추이(점수)



- 1 임직원
- 2 고객
- 3 협력사
- 4 지역사회

**오토-프로슈머**



하루가 다르게 신기술이 등장해 제품 간의 비교가 더욱 어려워지면서 기술만으로는 더 이상 시장에서 경쟁우위를 선점할 수 없다. 기술이 발전함과 동시에 소비자의 취향과 제품에 대한 기대치도 그만큼 높아지기 때문이다. 이는 곧 소비자의 '좋은 의견'이 시장에서 우위를 점할 수 있는 유용한 도구가 되고 있다는 것을 의미한다. 현대자동차는 고객만족 척도가 '고객의 필요를 얼마나 충족하는가'에서 '고객의 의견을 얼마나 충실히 반영하는가'로 바뀌어 가고 있는 현실을 인식하고 2006년부터 신제품이나 새로운 서비스의 기획 단계부터 고객의견을 적극 반영해 고객만족도를 극대화시키는 것을 목표로 오토-프로슈머 제도를 시행하고 있다. 생산자(Producer)로서의 자동차(Auto) 개발에 참여하는 소비자(Consumer)를 의미하는 '오토-프로슈머' 제도는 15,000명의 고객 패널로 구성되며 신차 차명 선정부터 디자인 평가, 제품의 사양운영, 새로운 시스템 적용여부, 광고반응 등 다양한 부문에서 의견을 제시하고 있어 신제품 개발, 마케팅 등에 중요한 자료로 활용되고 있다.

휴가 주요 도로 임시 서비스코너 운영, 장애우 단체 방문 점검, 전국 도서·오지 지역 방문점검서비스 등의 다양한 고객서비스를 시행하고 있다.

해외시장의 경우 2009년 말 기준 190여 개국에 최첨단 진단장비와 현대 인증 우수 정비인력을 보유한 6,200여 개의 글로벌 서비스 네트워크를 구축, 운영 중에 있으며 현지 서비스 네트워크 지원을 위한 글로벌 서비스 지원 센터 운영을 통해 차세대(원격) 진단 및 고난이도 수리 지원 서비스를 제공하고 있다. 2007년부터 시작한 비포서비스 프로그램은 연간 2백만 명(2009년 기준) 이상의 고객을 대상으로 무상점검서비스를 실시하였고 고객 접점에 있는 서비스 직원을 대상으로 고객현장을 제정하여 서비스 의식을 제고하고 있으며 해외교육관리 프로그램(Hyundai Academy)를 통해 정비기술 및 고객응대 부문에서 고객서비스 품질을 지속적으로 개선하고 있다.

국내 및 해외고객에게 지속적으로 발생하는 수리항목과 고객불만사항에 대해서는 자체 품질조사를 통해 제작결함이 발견되었을 경우 자발적 리콜을 시행하고 있다. 2009년에는 2006년 9월 20일부터 2006년 10월 25일에 생산된 베라크루즈, 신형 아반떼, 신형 싼타페, NF쏘나타, TG그랜저 등 5개 차종의 37,794대에 대하여 제동 등 스위치의 간헐적 접촉불량으로 브레이크 작동 시 제동

등이 작동하지 않는 문제가 발생할 수 있어 자발적 리콜을 시행하여, 81.8%(30,930대)의 차량을 조치·완료했다. 또한 2010년 신형 쏘나타 출시 이후 도어잠금장치에 대한 초기 고객불만사항에 대한 자체 품질점검을 실시한 결과, 도어잠금장치 부문에서 발생하는 간섭현상이 발견되어 해당 문제점을 즉시 개선하였으며 국내 및 미국지역에 판매된 문제차량에 한해서 자발적 리콜을 실시했다.

**고객정보 보호**

현대자동차는 개인정보의 중요도가 높아지고 사회적으로 개인정보 유출 관련 문제들이 발생함에 따라 고객 개인정보 보호를 강화하여 신뢰도를 제고하고자 노력하고 있다. 고객정보는 엄격한 사내 보안규정에 따라 철저히 관리·감독하며 사용목적 및 범위에 따라 정보사용을 엄격히 제한하고 있다. 외부 위탁업체가 고객정보를 사용할 시에도 개인정보 보호지침을 준수하도록 하며, 위탁업무 종료 시 고객정보는 전면 회수하여 폐기하도록 하여 고객 정보가 누출되지 않도록 만전을 기하고 있다. 고객정보를 관리하는 담당부서와 운영시스템 사용자를 대상으로 분기별 1회 이상의 고객정보 보안교육을 실시하고, 인터넷 개인정보 보호체계를 한층 강화한 고객정보 보안시스템(DSS:Database Secure System)을 적용하고 있다.



주차가이드 시스템

지능형전조등 시스템

차선이탈감지 시스템



프리세이프 시트벨트



차량통합제어 시스템



**차량안전**

현대자동차는 자동차 개발 시 차량의 안전성을 최우선적으로 고려하고 있다. 현대자동차의 차량안전 기술은 고강성 차체, 에어백, 시트벨트 등 기존의 사고 당시 피해를 최소화하는 방어적, 수동적 안전기술에서 자동차가 스스로 사고 가능성을 인식하고 이를 사전에 예방하여 탑승자와 보행자를 보호하는 지능형 차량안전 기술로 발전하고 있다.

**지능형 차량안전 기술**

레이더 정보를 기반으로 앞차와 차간거리를 제어해주는 차간거리제어시스템(Smart Cruise Control)과 전방의 영상센서로 주행차선을 감지하여 차선이탈 가능성을 경보하는 차선이탈경보시스템(Lane Departure Warning)을 개발해 2008년 제네시스에 적용하였으며, 전방 장애물과 충돌·충돌 예측 시 자동으로 브레이크와 시트벨트를 작동시키는 프리세이프 시트벨트(Pre-Safe Seatbelt)를 개발하여 2009년 출시된 에쿠스에 적용하였다. 이 외에도 교통정체 시 운전자의 운전부담을 경감시켜주는 교통정체지원시스템, 후방주차 시 조향시스템을 제어하는 주차지원시스템, 야간 시계향상을 위한 나이트비전 등 다양한 지능형 차량안전 기술을 개발 중에 있다.

**에쿠스에 적용된 지능형 차량안전 기술**

● 프리세이프 시트벨트

긴급 브레이크, 미끄러짐 등의 위험상황 직전에 시트벨트를 당겨 충돌·충돌사고 시 탑승자를 보호하고 급제동·급선회 시에도 시트벨트를 감아 운전자의 전방 및 측면 쏠림을 방지한다. 또한 영상센서의 차선이탈 판단, 레이더

의 충돌위험 판단 등 위험상황 발생 전에도 시트벨트를 여러 번 되감아 축삭경고를 함으로써 사전에 사고를 예방할 수 있다.

● 차량통합제어시스템

기존 지능형 안전장치인 차체자세제어장치(VDC), 차간거리제어시스템(SCC), 전자식주차브레이크(EPB) 등을 통합적으로 제어하여 최상의 안전성을 제공한다. 레이더를 이용하여 주행상황을 인식하고 전방사고 위험도가 높은 경우 경보등, 경보음 및 시트벨트 진동으로 운전자에게 위험을 사전에 경고하며 위험도가 매우 높은 상황에서는 차량속도를 자동감속하고 브레이크 응답성과 제동력을 최적으로 제어하여 충돌 피해를 경감시키고 있다.

● 차선이탈감지시스템

차량에 내장된 컬러 영상센서를 이용하여 황, 백, 청색 차선을 인식하여 운전자가 의도하지 않았는데 차선이탈이 발생하는 경우 경보를 울려 운전자가 주의력을 되찾게 도와준다. 중앙차선과 일반차선을 구분하여 중앙차선을 이탈할 경우 경보음을 빠르게 울리거나 축삭경보로써 사고를 예방한다.

- 1 임직원
- 2 고객
- 3 협력사
- 4 지역사회

● 지능형 전조등시스템

야간주행 시 도로정보, 주행상태, 기후조건 등 여러 가지 운전상황 변화에 대해 전조등의 상하좌우 각도를 자동으로 조절, 최적의 조명 상태를 제공하여 사고를 방지한다.

● 주차가이드시스템

스티어링 휠의 조향각 센서와 후방 카메라를 이용하여 평행주차와 직각주차 시 각각 단계별로 주차 보조선과 스티어링 휠 조작에 따른 차량의 예상 진행궤적을 표시함으로써 안전하고 편리한 주차를 가능하게 한다.

**차량안전도 평가**

현대자동차는 차량개발 시 수많은 충돌테스트와 실차도 로테스트를 통해 최고의 차량안전도를 확보하기 위해 노력하고 있다. 이러한 노력의 결과로 전 세계 차량안전도 평가에서 좋은 성적을 거두고 있다. 2008년 차량안전도를 평가하는 국내 국토해양부의 신차평가(NCAP:New Car Assessment Program)에서 중소형차 부문의 i30, 중대형차인 제네시스 등이 최고 안전도를 기록한 데 이어 2009년에는 에쿠스가 정면, 측면, 옆셋 충돌평가에서 운전석과 조수석 모두 별 다섯 등급을 획득하였으며 좌석 안전성 평가에서는 운전석 별 다섯, 조수석 별 넷의 등급을 받았다. 유럽 전략차종인 i30는 2008년 유럽의 차량 안전성을 평가하는 유로 NCAP(유럽 신차평가 프로그램)에서 최고점인 별 다섯을 획득하였으며 i20도 2009 유로 NCAP에서 별 다섯을 획득하였다. 유로 NCAP 테스트 결과 i20는 정면과 측면 충돌 시 탑승자 안전, 어린이 탑승자 보호, 안전보조장비, 보행자 보호 등 4가지 평가

부문의 종합평가 결과 최고점인 별 다섯을 받아 차량 안전성을 인정받았다. 미국 고속도로교통안전국(NHTSA)에서 주관하는 신차평가에서는 신허 쏘나타가 정면 운전석 및 조수석 최고 점수를 획득하였으며 미국 보험협회(IIHS)가 주관하는 신차평가에서도 정면, 측면, 후방충돌에서 모두 우수(Good) 등급을 획득하여, 제네시스, 신타페, 베라크루즈, 앙트리지와 함께 가장 안전한 차량에 주어지는 'Top Safety Pick'에 선정되었다.

**자동차의 스마트화**

IT 등 첨단기술의 발전으로 사회 전 분야에서 스마트화 트렌드가 급속히 확산되고 있으며 자동차산업에서의 스마트화는 제품과 서비스에 긍정적인 영향을 주고 있다. 현대자동차는 세계 최고의 기술력을 자랑하는 국내 IT 및 전자제어 기술을 활용한 자동차의 스마트화를 통해 보다 안전하고 편리하며 환경친화적인 운전환경을 창조함으로써 고객만족은 물론 이동성의 질적 향상을 추구하고 있다.

**토털차량관리서비스 '모젠 오토케어'**

현대자동차는 차량진단 기술과 무선통신 기술을 이용한 토털차량관리서비스인 모젠 오토케어(Mozen Auto Care)를 개발하여 쏘나타에 적용하였다. 모젠 오토케어는 차량의 많은 시스템들로부터 각종 정보를 수집하여 고장 여부, 소모부품의 노후정도를 자가진단하여 운전자에게 알려줌으로써 고장을 사전에 예방하고 소모품의 적기 교체를 통해 운전 및 연료 효율성을 향상시킨다. 이 외에도 운전자에게 공회전시간, 운행정보 등을 분석해 알림으로써 보다 안전하고 환경친화적인 운전정보를 수시로 제공한다.

**지속가능한 마케팅**

지속가능성은 기업은 물론 소비자를 포함한 모든 이해관계자가 함께 추구해야 하는 가치다. 특히 기후변화와 같은 글로벌 이슈는 어느 한 부문만의 노력으로는 해결이 불가능하다. 현대자동차는 마케팅의 주된 주제를 기후변화, 실업 등 지속가능한 이슈에 초점을 맞추어 소비자와 문제를 공유할 뿐만 아니라 지속가능한 가치증진에 함께 노력하고 있다.



- 1 임직원
- 2 고객
- 3 협력사
- 4 지역사회

**블루드라이브 캠페인**

운전습관에 따라 주행 중 연료소비를 적게는 5%, 많게는 20%까지 줄일 수 있다. 현대자동차는 주행 중 연료소비를 최소화하여 CO<sub>2</sub>를 포함한 배출가스를 줄이는 친환경운전을 유도하는 에코 드라이빙시스템을 지속적으로 차량에 확대 적용하고 있으며, 이와 함께 고객을 대상으로 '블루드라이브 캠페인'을 통해 친환경 운전수칙에 대한 홍보책자 배포, 온라인 캠페인 등을 통해 운전자도 환경적 책임감을 갖고 운전을 할 수 있도록 하고 있다. 또한 친환경운전콘테스트인 '연비왕선발대회'를 개최하여 실제 고객이 친환경 운전전에 따른 연비 절감효과를 체험함으로써 평소 운전을 할 때에도 친환경운전을 실천할 수 있도록 유도하고 있다. 이 외에도 일반고객을 대상으로 하이브리드 전기차, 수소연료전지차 등 블루드라이브 차종

을 직접 운전할 수 있는 블루드라이버 행사를 지속적으로 개최함으로써 고객의 지속가능한 소비를 촉진하고 있다.

**어슈런스 프로그램**

2009년 초 미국은 금융위기로 인한 경기침체로 실업률이 급격히 증가했다. 현대자동차 미국법인(HMA)은 2009년부터 갑작스러운 경기침체로 불안정한 고용상태에 있는 미국 소비자를 대상으로 새로운 보증제도인 현대어슈런스 프로그램(Hyundai Assurance Program)을 시행하였다. 자동차를 구입한 후 1년 내 사고나 실직, 파산 등의 이유로 자동차 할부금 및 리스금 납부가 어려워진 소비자들에게 차량가격을 환불해주는 파격적인 보증 제도로, 경제위기를 함께 극복하자는 메시지를 전함으로써 소비자와 공감대를 형성하며 좋은 반응을 얻었다.

**opinion**

소비자들은 지금 당장의 가치보다는 미래의 가치를 종합하여 상품을 선택하는 것으로 나타나고 있으며 이러한 선택에 앞서 기업에서 제공하는 정확한 정보가 중요해지고 있습니다

**이주홍 간사**

녹색소비자연대 전국협의회

소비자들이 물품을 구매할 때 가장 먼저 보는 것은 품질과 가격입니다. 하지만 점차 그들이 구매하는 상품과 서비스가 지속가능한 방식으로 제공되는지, 즉 제품이 만들어지는 환경, 제품에 사용된 재료, 제품의 재활용 여부에 관심을 갖고 소비하기 시작했습니다. 특히 구입할 당시의 가격, 품질뿐만 아니라 기업이 주는 신뢰할 수 있는 정보에 대한 관심이 증가하는 현상들이 이러한 경향을 뒷받침해줍니다.

미국의 사회책임경영 컨설팅업체인 Cone사의 2009년 설문조사에 따르면, 미국 소비자들의 78%가 경제위기 전보다 환경친화적 제품을 구매하는 것으로 나타났습니다. 전 인류적으로 식량과 자원에 대한 문제가 이슈화되고 산업적 농업과 소비가 일반화되어 대량의 자원과 에너지를 필요로 하는 현재의 상황에서 지속가능한 소비가 절실한 것은 명약관화(明若觀火)한 일입니다.

이러한 상황에서 녹색소비에 대한 관심은 소비자나 기업 모두의 일이며 실천으로 옮겨야 할 때가 되었습니다. 소비자들은 지금 당장의 가치보다는 미래의 가치(지속가능한 소비)를 종합하여 상품을 선택하는 것으로 나타나고 있으며, 이러한 선택에 앞서 기업에서 제공하는 정확한 정보가 중요해지고 있습니다. 소비자들은 양질의 정보를 바탕으로 지속가능한 소비를 하고 해당기업의 제품에 대한 재구매를 통해 기업과 상생할 수 있을 것입니다.



**3-3**

**협력사**

다양한 상생협력 프로그램을 통해 현대자동차는 협력사와 함께 성장하는 체제를 강화하고 있다. 이를 통해 자동차산업 발전에 이바지하고 품질 경쟁력을 제고하며 공정하고 윤리적인 거래관계를 통해 지속가능한 가치제고에 힘쓰고 있다.

**상생협력 프로그램**

현대자동차는 경영안정 기반 강화, 핵심역량 강화, 글로벌 대응시스템 지원, 상생협력 관계 강화 등 크게 4가지 부분으로 나누어 상생협력 프로그램을 운영하고 있다. 사 내에는 상생협력추진팀을, 사외에는 자동차부품산업진흥재단, 조정기관으로 상생협력실무위원회를 두어 상생협력 프로그램이 차질 없이 시행되도록 하고 있다. 현대자동차는 앞으로도 협력사와 상생하고 협력할 수 있는 다양한 제도와 지원시스템 구축을 통해 한국 자동차산업은 물론 부품산업의 발전에도 기여할 것이다.

**경영안정의 기반 강화**

현대자동차는 협력사가 안정된 경영환경에서 품질과 기술개발에 힘쓸 수 있도록 운영자금 대출, 상생협력펀드 조성, 녹색설비 브릿지론, 상생보증 프로그램 등 다양한 자금 지원 프로그램을 운영하고 있다. 특히 자본이 영세하고 상대적으로 열악한 상황에 있는 2차 협력사를 대상으로 대금지급 조건을 개선하고 공동구매 참여를 확대하고 있다. 또한 협력사에 대한 정보화 지원을 위해 정보공유시스템(Vaatz)을 통해 생산계획, 도면정보 등 협력사에서 필요로 하는 정보를 실시간 공유하고 있으며 협력사들의 공동구매를 적극 지원함으로써 구매비용 절감에도 일조하고 있다. 협력사와의 공동구매는 2009년 1,054억

원 규모였으며, 일반자재 외에 스테인리스 등 원자재 부문까지 포함하여 그 범위를 확대했다.

**핵심역량 강화**

● **기술역량 육성 지원**

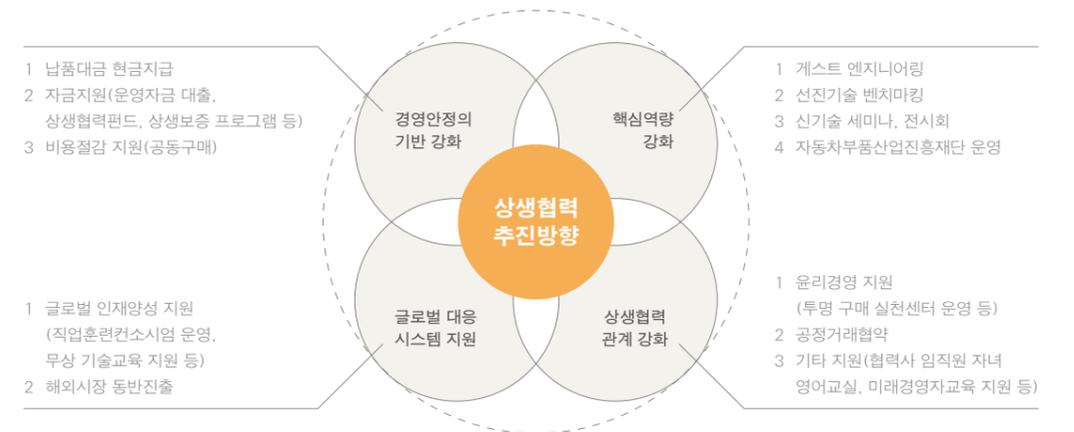
협력사 엔지니어가 현대자동차에 파견되어 공동설계, 공동연구를 수행함으로써 협력사 기술인력을 육성하는 게스트 엔지니어링 제도를 지속적으로 운영하고 있으며, 협력사와 공동으로 경쟁사의 신기술 동향을 파악하고 테어다운(Tear Down) 부품을 협력사에 무상으로 제공하고 있다. 또한 R&D 부문의 상생협력을 위해 2006년 이후 매년 'R&D 협력사 테크데이'를 개최하여 현대자동차와 협력사간의 기술 전문성을 향상시키고 있다.

● **자동차부품산업진흥재단**

자동차부품산업진흥재단은 자동차부품산업 육성을 위해 2002년 7월 현대자동차와 현대모비스 외 164개 협력사가 출연해 설립된 지식경제부 산하 공익재단으로, 협력사를 위한 품질기술봉사단, 협력사지원단 등의 활동을 하고 있다.

품질기술봉사단은 재단의 전문위원들로 협력사에 3~6개월 상주하며 품질 및 기술을 지도하고 있으며, 현대자동차 전직 임원으로 구성된 협력사지원단은 협력사

상생협력 프로그램



- 1 임직원
- 2 고객
- 3 협력사
- 4 지역사회

의 경영관리 전반에 대해 무상으로 자문을 실시하고 있다. 이 밖에도 재단은 각종 교육훈련, 학술세미나 개최, 부품산업DB 운영, 중고기차재 기증사업 등을 운영함으로써 부품산업의 경쟁력 강화에 기여하고 있다.

**글로벌 공동대응 시스템 지원**

현대자동차는 해외공장을 기반으로 협력사의 해외진출을 지원하고 있으며, 2009년 말 기준 245개사가 현대자동차와 함께 중국, 인도, 미국 등 세계 각지에 동반진출했다. 현대자동차는 우수 부품 협력사들과 글로벌 최적 조달을 이루고 협력사들은 지속적 성장과 글로벌 경쟁력을 확보하기 위한 발판을 마련함으로써 윈-윈 효과를 거두고 있다. 또한 협력사 임직원의 역량 증진 및 협력사 글로벌 경쟁력 향상을 목표로 인재양성 프로그램을 운영하고 있으며, 교육기회가 상대적으로 적은 협력사 임직원에게 품질, 기술, 노사, 보안, 윤리경영 등 다양한 분야의 전문적인 지식을 습득할 기회를 제공하고 있다. 2009년에는 협력사 임직원에 대한 전문기술교육 80개 과정에 5,077명, 사이버교육 18개 과정에 2,795명 등 총 95,000명이 교육 프로그램에 참여하였다.

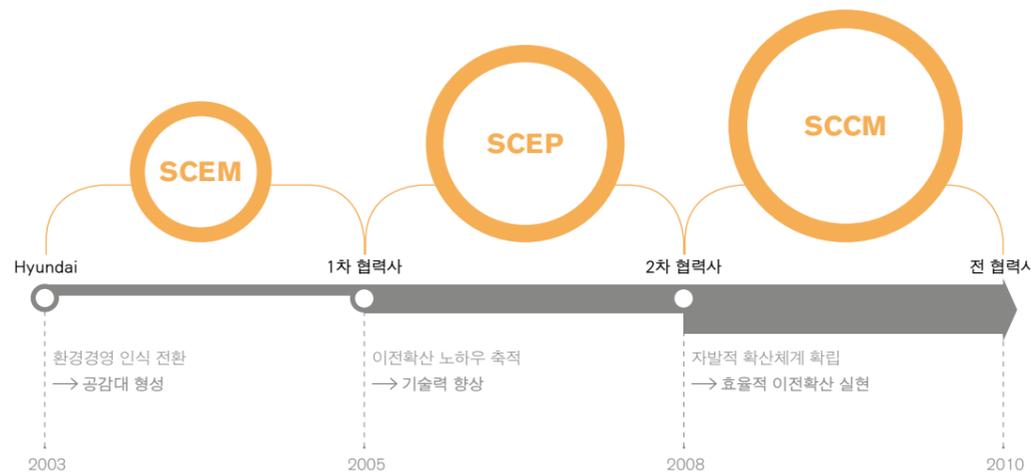
**상생협력 관계 강화**

2008년 9월 현대자동차는 약 2,400개 협력사와 공정거래협약 체결을 통해 장기적 상생협력을 위한 투명한 제도적 기반을 갖추었다. 국내 최대규모의 협약체결이 이루어진 협약식에서 현대자동차는 협력사들과 공정한 거래질서를 확립하고 상생협력을 통한 동반성장의 의지를 표명하였다. 현대자동차는 계약체결, 협력사 선정·운용, 내부심의위원회 운영 등 하도급 거래를 위한 3대 가이드라인을 도입하였으며 이러한 노력의 결과로 2009년 하도급 공정거래협약 이행평가에서 최고등급인 최우수 등급을 획득하였다. 이 외에도 협력사 경영진을 위한 미래경영자교육, 가족들을 위한 자녀 영어교실 운영 등을 통해 협력사와의 상생협력의 범위를 지속적으로 넓혀가고 있다.

**그린파트너십 프로그램**

현대자동차는 2003년부터 협력사와의 커뮤니케이션을 강화하고 있다. 재정적, 기술적 자원부족으로 환경경영 시행이 어려운 부품 협력사를 대상으로 환경에 대한 전반적인 경영시스템 구축을 도와주는 SCEM(Supply

그린파트너십 프로그램 사업 개념도



- 1 임직원
- 2 고객
- 3 협력사
- 4 지역사회

2010년 SCCM 워크숍



Chain Environment Management)와 SCEP(Supply Chain Eco-Partnership)사업을 진행했으며 2008년부터는 부품 협력사에 저탄소경영 지원사업인 SCCM(Supply Chain Carbon Management)를 시행하고 있다.

**협력사 에코파트너십 구축사업**

**(SCEP: Supply Chain Eco-Partnership)**

현대자동차, 정부(지식경제부), 협력사의 다자간 협력사업으로 2006년 4월부터 시작된 SCEP사업은 현대자동차의 1차 협력사가 2·3차 협력사에 환경경영을 이전, 확산하는 사업이다. 현대자동차는 환경경영체제 구축 지도, 유해물질 관리 지도, 공정개선 지도 및 에너지 관리 지도의 4개 부문으로 나누어 협력사의 환경경영 추진기반을 마련하였으며 기존 SCEM(Supply Chain Environmental Management) 네트워크시스템을 활용하여, 협력사 간 커뮤니케이션을 활성화하고 각 사의 환경경영 운영효율을 향상시키는 데 기여했다. 또한 유해물질 관리 자가진단 기능 등 유용한 기능을 추가로 도입하고 협력사가 이를 적극적으로 활용할 수 있도록 SCEM 네트워크시스템을 개선하였으며, 협력사별 환경경영 이전확산 모델을 개발하여 업종별(부품 및 소재), 규모별(대/중/소), 환경경영 수준별(상/중/하)로 각 특성에 맞는 기업 맞춤형 환경경영 모델을 제공함으로써 협력사 스스로 환경경영을 지속적으로 발전시킬 수 있도록 지원하고 있다.

**협력사 탄소발자국 관리체계 구축사업**

**(SCCM: Supply Chain Carbon Management)**

중소기업의 경우 전사적 온실가스 관리체제를 수립하고 실행하기는 쉽지 않은 일이다.

현대자동차는 에너지 및 자원순환 기술개발 보급사업의 일환으로 2008년부터 지식경제부와 함께 협력사를 대상으로 그린파트너십을 활용한 '탄소발자국 관리체계 구축사업'을 시행하고 있다. 우수 협력사 15개사를 선정하여 시행하고 있는 '탄소발자국 관리체계 구축사업'은 2010년 9월까지 진행될 예정이다. 협력사와 유기적인 협력관계를 유지하며 그린파트너십사업(SCEM, SCEP)을 성공적으로 수행한 경험이 있는 현대자동차는 부품 탄소발자국 관리체계를 시범 구축하여 협력사 차원에서 CO<sub>2</sub> 감축 및 관리체계 수립에 도움을 주고 있으며 협력사의 CO<sub>2</sub> 발생량을 원단위 5% 감축 및 전 과정 측면에서 온실가스 감축 전략 수립을 목표로 현대자동차의 탄소경영 노하우를 공유하고 있다.

이번 사업은 저탄소경영 체제 및 온실가스 인벤토리 구축 지원, 온실가스 공정진단 및 개선, 총량관리 맵(map) 및 감축테마 실행, 협력사 제품 탄소발자국 측정 등을 통해 협력사의 실질적인 온실가스 감축 및 경쟁력을 높이고, 저탄소형 자동차 개발에 기여할 것으로 기대된다.

**환경기준 가이드라인 제공**

현대자동차는 2007년부터 1차 부품 협력사를 대상으로 친환경 부품공급 협정을 체결하여 친환경적인 부품생산을 위한 환경경영 및 윤리경영의 실천을 위한 기준을 제시하고 있다. 이와 함께 전 부품 협력사의 글로벌 환경규제에 대한 능동적인 대응을 위해 부품 제조 시 반드시 준수해야 하는 환경 의무사항을 명기한 '현대자동차 환경기준 가이드라인'을 배포하고 있다. 이번 가이드라인은 4대 중금속(납, 수은, 카드뮴, 6가크롬)을 비롯한 사용금지 물질과 규제 대상 유해화학물질에 대한 정보를 제공하고 있으며, 글로벌 환경규제 준수를 위해 필요한 생산부품정보의 IMDS(International Material Data System) 입력지침, 신차 재활용가능률 산출시스템인 RAISH(Recyclability Assessment Information System for homologation) 서류제출지침, MSDS(Material Safety Data Sheet)관리지침 등을 포함하고 있다. 이 외에도 환경경영시스템의 글로벌 표준인 ISO 14001의 인증 취득을 권고하고 있는데 2009년 말 기준 1차 협력사의 99%가 ISO 14001 인증을 취득한 바 있다.

현대자동차는 자동차기업으로서 특화된 사회공헌활동 체계를 갖추고 국내 및 글로벌 지역에서 다양한 활동을 펼치며 기업시민으로서 역할을 다하기 위해 노력하고 있다. 이와 더불어 전 임직원이 사회공헌활동에 자발적으로 참여하며 ‘함께 움직이는 세상’을 만들어가고 있다.

### 국내 사회공헌활동

현대자동차는 자동차 전문기업의 특성을 살린 교통편의 증진, 교통안전에 비롯해 환경, 사회복지 분야에서 4대 무브사업을 지속적으로 발전시키고 있다. 특히 2005년부터 사회복지 분야에서 사회복지기관과 연계한 공모사업을 통해 전문화되고 체계화된 프로그램을 개발, 운영하고 있다.

### ‘함께 움직이는 세상’ 공모사업

현대자동차는 사회복지 분야에 대한 사회공헌활동을 전문적으로 시행하기 위하여 2005년부터 ‘함께 움직이는 세상 공모사업’을 실시하고 있다. 현대자동차의 사회복지 공모사업은 단순 기부차원의 사회공헌활동에서 벗어난 맞춤형 지원사업으로, 사회복지 핵심영역을 제시하여 제시된 영역에서 전문적인 사회복지 프로그램을 제안하도록 하는 공모형식을 취하고 있다. 장애인, 노인, 아동 및

청소년의 3개 분야에 걸쳐 각 분야 전문가로 구성된 심사위원단의 공정한 심사과정을 거쳐 사업내용의 실효성과 실천방안을 중점적으로 심사하여 사회복지 현장에서 꼭 필요한 프로그램을 발굴하여 지원하고 있다. 2009년에는 기존의 장애인, 노인, 아동 및 청소년의 3개 분야에 지역 사회복지기관들이 연계해 공동으로 수행하는 지역 네트워크 사업을 추가로 선정해 4개 분야에서 총 45개의 프로그램을 선정하고 사회복지공모사업 예산으로 5억 원 을 지원하였다.

### 이지무브(Easy Move)사업



장애인, 노약자 등 교통약자의 이동편의 증진을 위한 이지무브(Easy Move) 캠페인을 펼치고 있다. 교통약자를 위한 복지차량으로 휠체어 리프트, 회전·

승하강 시트 등을 장착한 ‘그랜드 스타렉스 이지무브’ 차량을 개발해 보급하였고, 국내최초로 초저상 시내버스 SE(Special Edition)을 개발하여 교통약자에게 이동의 자유를 누릴 수 있게 하였다. 또한 울산지역 최초로 장애인보장구 수리센터를 개소하여 장애인들의 보장구를 무상 또는 저렴한 가격으로 수리하고 있으며, 그랜드 스타렉스 이지무브 차량을 함께 기증하여 차량을 이용한 긴급출동서비스를 제공함으로써 장애인들의 외부활동을 돕고 있다. 이와 함께 이동수리차량서비스 에이블 디자인 카(Able Design Car)를 이용해 저소득 장애인 가구를 직접 방문하여 보조기구를 무상으로 수리하고 있다. 그 외에도 장애인 복지기관 이동편의시설을 설치, 개·보수하여 장애인들의 안전을 보장하고 실질적인 생활에 도움이 되는 기능을 보강하였다. 장애아동을 위한 서비스로는 안전성과 전문성을 갖춘 실내 놀이터 ‘아이마루’ 개선을 지원하고 있으며, 2007년 첫 번째 아이마루가 개관한 이래 전국에 걸쳐 2009년 현재 총 14곳의 종합복지관에 추가 건립, 운영되고 있다.

### 세이프무브(Safe Move)사업



세이프무브(Safe Move) 캠페인은 어린이들이 마음껏 뛰어 놀 수 있는 세상을 목표로 한다. 교통사고 유자녀 지원을 위한 ‘세이프클로버 찾기’는 교통사고

사회공헌 사업구조



- 1 임직원
- 2 고객
- 3 협력사
- 4 지역사회



Easy Move  
01  
그랜드 스타렉스 이지무브

Safe Move  
02  
현대자동차 세이프클로버 행복찾기 캠프

Happy Move  
03  
전주공장 사랑의 집수리

로 어려움을 겪고 있는 가정 자녀들의 소원을 이뤄주는 프로그램으로, 2009년 현재 200명이 소원을 이루게 되었다. 저소득 가정의 교통사고 유자녀 대학생에게는 ‘천사랑 운동기금’을 통해 장학금을 지원하고 있으며, 교통사고 피해자들에게 의료비 및 재활보조용품을 지속적으로 지원하고 있다. 또한 어린이 교통사고 예방을 위한 ‘어린이 교통안전 캠페인’의 일환으로 교통안전 뮤지컬 ‘노노이 아기’ 후원, 어린이 교통사고 제로(Zero)운동 실천대회, 어린이 교통안전 체험교실 운영, 교통안전 교육용 교재 및 실습 교보재 배포 등의 프로그램을 운영하여 어린이들에게 안전의식을 심어주고 있다. 2009년에는 국내 최대 규모의 어린이 교통안전 체험관 ‘키즈오토파크’를 설립하여 체험 위주의 교통안전 교육을 실시하고 있다.

### 그린무브(Green Move)사업



다음 세대에게 깨끗하고 아름다운 미래를 물려주기 위한 그린무브(Green Move) 캠페인도 지속적으로 시행되고 있다. 자동차 본연의 가치와 깨끗한 환경의 조화로운 공존을 목표로 친환경차량 개발에 앞장서고 있으며, 그 성과로 국내최초 친환경 하이브리드인 아반떼 LPI 하이브리드를 출시하였고, 제2세대 수소연료전지차를 서울시에 전달해 지자체 운영을 준비 중에 있다. 또한, 글로벌 사회공헌프로젝트 ‘현대 그린존(Hyundai

Green Zone)’을 통해 환경보호를 위한 체계적인 활동을 펼쳐 생태환경을 복원하고 오염된 자연을 정화하는 환경정화활동을 함께 진행하고 있다. 그 일환으로 2005년부터 울산시와 공동으로 태화강 자연생태환경 복원사업을 시작하여 꼬리명주나비 복원사업을 성공시켰고, 동남참계와 각시봉어 복원사업에도 힘을 쏟고 있다. 이를 기반으로 2009년에는 꼬리명주나비 서식지를 중심으로 하는 체험형 나비생태학습관을 조성하였다. 이 외에도 ‘쌍쌍이 푸른나라 그림대잔치’를 매년 개최하여 어린이 환경 교육에 앞장서고 있으며, 2009년에는 에너지 절감과 환경보호를 위한 ‘제1회 대한민국 자전거 축전’ 행사를 통해 총 4백 대의 자전거를 지방자치단체에 기증하여 녹색성장에 동참하고 있다.

### 해피무브(Happy Move)사업



현대자동차는 본사, 각 공장 및 연구소 등 전 사업장에서 구성된 총 119개의 자원봉사단을 통해 해피무브(Happy Move) 운동을 펼치고 있다. 임직원 자원봉사단을 통해 총 137개의 사회복지기관과 자매결연을 맺어 각 사업장별로 지역사회에 공헌할 수 있는 맞춤형 봉사활동을 전개하고 있다. 특히 1사1촌 자원봉사결연을 통해 농촌마을을 지원에 앞장서고 있으며 이 외에도 소외계층을 위한 ‘사랑의 집수리’ 봉사 등을 실시하고 있다. 2007년부터

- 1 임직원
- 2 고객
- 3 협력사
- 4 지역사회



분야별 사회공헌사업

01 스포츠 분야 사회공헌활동

02 미소금융재단

터 대학생 자원봉사단 허브(HUV:Hyundai University Volunteer)를 조직하여 다문화가정 자녀, 장애인, 저소득층 노인 등 소외 계층을 대상으로 차별화된 봉사활동을 펼치고 있다. 2008년 창단된 '글로벌 청년봉사단'은 국내 최대 규모 민간 해외봉사단으로 중국, 인도, 터키, 태국, 헝가리, 슬로바키아, 브라질 등 세계 각지에서 지역복지, 의료, 환경, 요리 등 다양한 분야의 봉사활동을 펼쳐 대학생들에게 해외 봉사활동의 기회를 제공함으로써 글로벌 청년리더로서 성장하도록 지원하며 그와 동시에 국제사회에서 대한민국의 기여도를 높이고 있다.

분야별 사회공헌사업

현대자동차는 사회복지, 교육·학술, 문화·예술, 스포츠 등 사회 각 영역의 발전을 위한 분야별 사회공헌사업을 추진하고 있다.

사회복지 분야에서는 사회적 기업과 소외계층, 다문화가정 등을 지원하고 있다. 노약자, 저소득층, 장애인 등 사회취약계층에게 종합적 생활지원서비스를 제공하는 사회적 기업 '(사)안심생활'과 '두리반'을 지원하고 있으며, '희망엔진스쿨'을 통해 농어촌 분교에 교육 기자재를 제공하여 2009년에는 총 7개 산골 학교를 지원하였다. '드라이브 포 위시(Drive for Wishes)'는 난치병 어린이들의 소원을 들어주는 프로그램으로 한국메이크어워시재단과의 협약 아래 진행되고 있다. 소외계층 지원 프

로그램으로 무의탁 노약자 가정에 밥사랑 캠페인을 전개하고 있으며 사회복지 단체에 차량을 지원하였다. 외국인 노동자와 다문화가정에 의료서비스와 보육사업을 지원하고 있으며 다문화가정 아동을 위한 희망캠프를 후원하고 있다. 2009년 말에는 그룹사들과 협력하여 서민금융 지원 방안의 일환으로 마이크로크레딧을 확대한 미소금융재단을 설립하였다. 이 외에도 저출산 문제, 빈곤퇴치 문제, 헌혈 및 결핵 등 건강 관련 문제 등에 관심을 가지고 다양한 캠페인을 펼치고 있다. 교육·학술 분야에서는 주니어공학기술교실과 꿈나무과학교실 등을 운영하여 인재양성을 위한 다양한 교육 프로그램을 진행하고 있으며, 1사1교 자매결연을 통해 과학기자재를 후원하고 우수 과학인재를 포상하는 등 지역학교의 교육환경 개선에 앞장서고 있다. 문화·예술 분야에서는 현대자동차 문화브랜드 H.art를 런칭하여 음악, 무용, 미술, 영화 등 다양한 문화 분야에 걸쳐 공연, 전시 등을 폭넓은 지원을 하고 있다. 어린이를 위한 문화사업으로는 아트드림 프로젝트를 전개하고 있으며, 현대자동차 해피존을 운영하여 문화 소외지역 및 계층에게 공연문화 체험의 기회를 제공하고 있다. 또한 메세나활동을 통해 문화·예술단체를 지원하고 있으며 지역문화재 보존활동에도 동참하고 있다. 스포츠 분야에서는 대한양궁협회 및 K-리그 공식 후원을 비롯해 '2010 남아공 월드컵'을 후원하여 스포츠계 발전을 견인하고 있다.

Safe Move

해피웨이 드라이브 캠페인

해피웨이 드라이브 캠페인은 교통사고에 노출되어 있는 어린이집이나 유치원의 통학버스에 천사 날개 모양의 승·하차 보호기, 일명 '천사의 날개'를 부착해 줌으로써 어린이가 버스를 타고 내릴 때 발생할 수 있는 교통사고 위험을 사전에 예방하는 캠페인이다.



01 키즈오토파크

02 어린이의 안전한 보행을 위해 통학버스에 부착한 '천사의 날개'

한국은 OECD 국가 중 교통사고 사망률이 전체 6위를 기록하고 있다. 그 중에서도 어린이가 교통사고 사망률은 상대적으로 더 높은 편으로, 어린이 교통사고 사망자의 87%는 초등학교 이하 어린이라고 한다. 그만큼 어린이들의 교통 안전대책이 시급한 실정이다. 어린이집이 교육기관이 아닌 보육시설로 규정되면서 어린이 보호구역(스쿨존) 지정대상에서 제외되어 교통안전의 사각지대로 노출되고 있는 가운데, 특히 만 6세 이하 아동들이 주로 다니는 어린이집의 경우 교통사고 위험이 상존하고 있음에도 불구하고 무방비 상태로 방치되고 있다.

현대자동차는 이를 개선하기 위해 2008년부터 보건복지가족부, 안전생활실천시민연합과 공동으로 '해피웨이 드라이브 캠페인'을 시행하고 있다. 해피웨이 드라이브 캠페인은 교통사고에 노출되어 있는 어린이집이나 유치원의 통학버스에 천사 날개 모양의 승·하차 보호기, 일명 '천사의 날개'를 부착해 줌으로써 어린이가 버스를 타고 내릴 때 발생할 수 있는 교통사고 위험을 사전에 예방하는 캠페인이다. 2009년 말 기준으로 총 1,500여 개의 승·하차 보호기가 미취학 어린이의 통학버스에 부착되었다. 현대자동차는 이 캠페인에 참가하여 승·하차 보호기를 제공받은 어린이 보육시설들을 대상으로 어린이 교통안전 방문교육도 함께 실시하고 있다. 어린이 교통안전 방문교육은 안전생활실천시민연합 교통안전 어머니 지도자들이 직접 강사로 나서 어린이 교통안전 상식에 대해 쉽고 재미있게 설명하여 어린이뿐만 아니라 교사, 학부모들의 교통안전 의식을 높여주고 있다. 이 외에도 교통문화 캠페인 사이트인 '해피웨이 드라이브(www.happyway-drive.com)'를 개설해 온라인 만화, 그림통계, UCC영상, 퀴즈, 해외교통문화 소개 등 다양하고 유익한 교통안전 관련 콘텐츠를 제공하고 있다.

현대자동차는 2002년부터 해피웨이 드라이브 캠페인 외에도 다양한 어린이 교통안전 프로그램을 운영하고 있다. 안전생활실천시민연합과 함께 어린이 교통사고 예방을 위한 안전교육, 어린이 교통안전 캠페인, 25만 명의 스카우트 대원을 대상으로 교통안전 교육, 학교 및 가정 안전교육, 응급처치법 등 종합적인 안전교육, 전국 24개의 판매지역본부가 해당 지역의 교통안전 시범 초등학교와 자매결연을 맺고 실제 사고 사례 중심의 체험교육을 실시하는 현대자동차 어린이 교통안전교실, 키즈오토파크 등을 운영하고 있다.



- 1 임직원
- 2 고객
- 3 협력사
- 4 지역사회



2009  
글로벌 빈곤퇴치 캠페인

**글로벌 사회공헌활동**

현대자동차의 전 세계 사업장은 지역사회의 균형적인 발전을 위해 사회복지, 교육, 환경, 스포츠 등 다양한 영역에서 사회공헌활동을 전개하며 지역주민에게 사랑받는 기업으로 거듭나고 있다.

**공동 사회공헌활동**

● **세인트클로버 찾기 월드와이드**

현대자동차는 자동차회사로서의 의무와 책임을 다하기 위해 교통사고 유자녀 지원 사업인 세인트클로버 찾기를 전 세계로 확대 실시하고 있다. 아프리카, 중동, 동구지역본부 등을 통해 해당 국가INGO 등과 파트너십을 맺고 교통사고 유자녀 소원수행 및 지원, 교통여행 프로그램 등을 운영하였다. 이집트와 아제르바이잔에서는 교통사고 유자녀 및 피해가족의 소원행사를 실시하였고, 시리아와 요르단에서는 교통사고 유자녀들을 초청해 이슬람 성지 여행 등을 지원했다. 이란은 교통사고 유자녀와 가족들에게 교육·의료서비스를 제공하는 것을 비롯해 생활비를 지원하는 프로그램을 실시하였다.

● **글로벌 빈곤퇴치 캠페인**

현대자동차는 전 세계 주요 사업장에서 빈곤퇴치를 위한 '글로벌 빈곤퇴치 캠페인'을 동시에 실시했다. '세계 빈곤퇴치의 날(10월17일)'을 맞아 본사를 비롯해 미국, 독일, 중국, 인도, 체코 등 현대자동차 주요 사업장에서는 빈곤퇴치를 위한 '화이트밴드 캠페인'에 전 임직원이 참여했다. 각국의 임직원들은 손목에 화이트밴드를 착용하며 캠페인에 동참하였으며, 모금활동 및 빈곤국가 아동후원을 위한 결연활동을 전개했다. 캠페인에 참여한 주요 사업장에는 빈곤퇴치 슬로건을 포함한 대형 현수막을 설치하였으며, '세계 빈곤퇴치의 날' 모금활동 후원과 해피무브 글로벌 청년봉사단이 빈곤체험에 함께 나서는 등의 활동으로 전개되었다. 앞으로도 현대자동차는 세계 곳곳의 빈곤아동을 위해 기숙사 지원, 책걸상 기증, 장학금 지원 등의 활동을 지속적으로 펼쳐나갈 것이다.

**주요 국가별 사회공헌활동**

● **인도**

현대자동차 인도법인(HMI)은 2006년 현대모터재단(HMIF:Hyundai Motor India Foundation)을 설립하여 지역사회 발전을 비롯해 교육·문화예술 등 여러 분야에서 기부 및 자원봉사활동을 통해 사회공헌사업을 펼치며 인도 사회발전에 기여하고 있다. 지역공립학교에 교육기자재를 기부하여 인도 학생들을 지원하였고, 이동진료소를 운영하여 주민들에게 무료 의료서비스를 제공하고 있다. 또한 현대 교통봉사대와 현대 운전학교의 운영을 통해 젊은이들에게 일자리를 마련해줌과 동시에 인도 사회의 교통안전 활동을 돕고 있으며, 이 외에 정부산업연수시설의 기숙사를 건립하는 등의 사회공헌활동을 전개해나가고 있다. 특히 공립학교 책걸상 기증사업은 HMI의 기부활동에 큰 족적을 남겼다. 2009년 6월 스리페룸 부드르공립여자중학교에 400세트의 책걸상 기증을 시작으로 2007년부터 2009년까지 총 10,000세트를 전달함으로써 1차 사업을 완료하였다. HMI는 '친환경적 자원재생(Eco-Friendly Recycling)' 컨셉트를 바탕으로 CKD(Completely Knock Down) 자동차 부품을 포장하는 나무목재를 재활용하여 책상과 걸상을 제작하고 있다.

- 1 임직원
- 2 고객
- 3 협력사
- 4 지역사회



인도  
01  
공립학교  
책걸상 기증 사업

중국  
02  
사막 방지화 프로젝트  
'현대 그린존 차이나'

미국  
03  
소아암 어린이 후원  
'Hope on Wheels'

● **중국**

현대자동차는 환경, 교육 등의 분야에서 중국 지역사회를 후원하고 있다. 중국의 사막 방지화 프로젝트인 '현대 그린존 차이나'에 재정적 지원과 함께 임직원 자원봉사활동을 실시하고 있으며, 그 성과를 반영한 다큐멘터리 '사변' 제작을 지원했다. 또한 빈곤지역 어린이들을 위한 자선 바자회에 참여해 성금을 모금하였으며 컴퓨터 등을 기증하였다. 교육 분야에서는 초·중·고등학생들을 대상으로 하는 공익영화 상영을 후원하였고, 북경지역 주요 대학을 대상으로 연합 토론회를 개최, 후원하였다. 또한, 폭설 피해 지역인 감숙성 룡남시 지원을 통해 지구촌 재난극복에 동참하였으며 꽃 박람회 등 주요 행사에 의전용 차량을 협찬하였다.

● **미국**

소아암 어린이 후원 'Hope on Wheels' | 소아암 어린이를 돕기 위한 미국판매법인(HMA)의 'Hope on Wheels'는 1998년 처음 프로그램을 시작해 올해로 13년째를 맞이하였으며 780여 명의 미국 달러들이 참여하고 있다. 'Hope on Wheels'는 소아암과 싸우고 있는 어린이들을

위한 기금 조성 및 프로그램 홍보를 위하여 미국 전역에서 진행하는 'Hope on Wheels tour'와 소아암 연구 및 치료법 개발을 위해 소아암 분야의 연구원들에게 장학금을 지원하는 'Hyundai Scholars'를 주요 프로그램으로 진행하고 있다.

숲 조성 프로젝트 'Climate Grant' | 미국판매법인(HMA)은 제네시스가 판매될 때마다 그에 상응하는 이산화탄소 배출량만큼 숲 조성 기금을 제공하는 'Climate Grants' 프로그램을 발표하고 첫 수혜자로 페루와 모잠비크, 케냐를 선정해 이들 국가의 삼림파괴를 방지하고 식목을 통해 다시 숲을 조성하는 프로젝트를 실시하고 있다. 이 외에도 미주지역에서의 제네시스 출시에 맞춰 브라질 토칸틴스(Tocantins)지역에서 대규모 삼림조성 사업인 'Genesis Forest 프로젝트'를 추진하고 있다. 앞으로 40년간 지속될 이 환경사업은 약 3,000에이커 면적의 열대우림을 보호 및 조성하는 사업이다.

앨라배마 세익스피어 축제 후원 | 미국생산법인(HMMA)은 앨라배마 세익스피어 축제의 주요 스폰서로 앨라배마

- 1 임직원
- 2 고객
- 3 협력사
- 4 지역사회



터키  
01  
'Hyundai Torches'  
(현대햇불장학회) 장학사업

체코  
02  
국제 아이스 슬레지 하키  
선수권 대회

03  
성 니콜라스 데이 파티

지역의 문화발전에 기여하고 있다. 앨라배마 세익스피어 축제는 HMMA가 위치한 미국 앨라배마 주 몽고메리 시의 3대 문화행사 중 하나이며, HMMA는 2006년부터 후원활동을 하고 있다. HMMA는 '미녀와 야수', '피터팬', '삼총사' 등 어린이 명작의 제작을 지원하였고, 2009년에는 겨울 시즌 프로그램인 '크리스마스 이야기'의 제작을 지원하였다.

자선 걷기대회 참가 | 미국생산법인(HMMA)은 질병으로 고통받는 사람들을 돕기 위하여 자선 걷기대회에 참가하고 있다. 영유아들의 건강증진과 소아마비의 예방·치료를 위한 재단 'March of Dimes'를 후원하였고, 자선 걷기 대회인 'Walk for Babies'에 참여하였다. 또한 유방암 환자를 돕기 위한 'Walk of Life', 심장병 예방을 위한 'Heart Walk' 등 다양한 자선 걷기대회에 임직원이 함께 동참하였으며 이와 함께 기금 마련을 위한 모금행사 등을 펼쳤다.

Habitat for Humanity 후원 | 미국판매법인(HMA)과 미국생산법인(HMMA)은 무주택 시민들의 주거문제 해결을 돕고 있는 국제적인 시민단체인 'Habitat for Humanity'를 후원하고 있다. 재정적 지원을 비롯해 임직원과 그 가족들로 구성된 자원봉사자들이 직접 집 짓기 운동에 참여

해 장애인, 노인, 저소득 가정 등 집이 필요한 사람들에게 저렴하고 안락한 집을 제공하는 데 함께 동참하고 있다.

● 터키  
현대자동차는 교육후원사업을 통해 터키 사회발전을 위한 사회공헌활동을 펼치고 있다. 'Hyundai Torches'(현대햇불장학회)의 장학사업을 통해 터키의 우수학생들을 지원하고 있으며, 2009년 현재 총 80명의 학생들이 장학금 혜택을 받아 학업을 계속 이어가고 있다. 이 외에도 환경보호를 위한 프로젝트 'Memorial Forest'를 실시하여 재정적 후원과 함께 직원들이 식수활동에 자원봉사로 참여하고 있다.

● 체코  
현대자동차는 스포츠, 문화·예술, 교육 분야에서 다양한 활동으로 사회공헌사업을 실시하고 있다. 체코의 유소년 축구 클럽의 공식 파트너로서 축구 꿈나무들을 후원하고 있으며 체코의 민속문화축제를 비롯해, '체코-한국의 날' 행사를 지원하였다. 또한 체코의 크리스마스라고 불리는 '성 니콜라스 데이'를 기념하기 위해 직원들이 직접 지역 학교를 방문하여 아이들에게 학용품, 장난감 등의 선물을 전달하고 파티를 함께 즐겨 지역 주민들로부터 큰 호응을 얻었다.

## interview

북경현대는 향후에도 단계별 사회공헌활동을 통해 중국인민으로부터 사랑받고 지역사회와 함께 발전할 수 있는 기업이 되기 위해 지속적으로 노력할 것입니다



노재만 사장  
북경현대

중국은 세계 자동차 수요의 중심지가 되고 있습니다.  
현대자동차의 중국시장 진출경과는 어떠합니까?

2002년 10월 중국 북경기차그룹과 합작으로 북경현대를 설립할 당시 북경현대의 성공 가능성에 대해 부정적인 견해들이 많았습니다. 1990년대 초 유입된 대량의 한국산 자동차들의 부실한 고객서비스로 인해 '한국산 자동차는 품질이 안 좋은 차'라는 이미지와 40여년간 큰 발전을 하지 못한 합작사 북경기차그룹으로 인해 세계 유수 자동차회사가 모두 포진해있는 중국시장에서 빛을 제대로 보지도 못할 것이라는 전망이 우세했습니다.

그러나 북경현대는 회사 설립 2개월만인 2002년 12월 첫 차종인 EF쏘나타를 생산, 판매하며 초기 5만 대로 시작했던 생산규모가 2010년 60만 대로 늘어났습니다. 판매에서도 진출 첫 해인 2003년 쏘나타 한 차종으로 5만 2천 대 판매에서 2009년 기준 7개 차종, 57만 대를 판매하는 유수 자동차메이커로 성장했습니다.

북경현대에는 진출한 후 8여 년 만에 세계 유수 자동차회사와 어깨를 나란히 하고 있습니다. 빠른 성장의 비결은 무엇입니까?

북경현대의 오늘과 같은 성장요인은 제품, 품질, 브랜드, 판매 등 4가지 측면에서의 철저한 현지화 전략에서 찾아볼 수 있습니다. 우선 북경현대에는 후발주자로서 한국산 자동차에 대한 중국 소비자들의 부정적인 이미지를 쇠신하기 위해 현지시장에 맞는 제품개발에 많은 노력을 기울였습니다. 글로벌 시장에서 검증받은 쏘나타를 북경현대 첫 제품으로 선정하여 고급 브랜드 이미지를 구축한 후 중소형차인 엘란트라를 투입하여 2개 차종만으로 2004년에 14만 4천 대를 판매, 진출 2년 만에 업계 5위를 차지하였습니다.

또한 우수한 품질을 위해 협력사와의 동반진출, 철저한 품질관리 등 품질 최우선경영을 통해 제품에 대한 고객 신뢰도를 높여나갔으며, 중국의 수도인 북경에 소재한 기업, 즉 수도 '북경'이 주는 이미지가 단기간 브랜드 이미지를 높이는 데 도움이 되었습니다. 판매 측면에서는 4S(판매, 서비스, 부품 및 정보 피드백) 딜러에 대한 관리, 지원 등을 통해 딜러들의 자발적이고 적극적인 판매활동을 유도하였고 설립 초기부터 모든 딜러에 4S체제를 갖추게 함으로써 중국시장에서 서비스에 대한 불안감을 해소시켰습니다.

그러나 가장 중요한 성공비결은 북경현대를 현대자동차의 글로벌 경영의 전략적 중심지로 발전시키기 위한 전사적 지원과 중국 파트너와의 유기적 화합과 협력, 유연생산체제를 통해 시장수요에 탄력적인 대응을 가능하게 한 공회(노조)의 헌신적인 노력에 있습니다.

향후 더 큰 성장을 위해서는 지역사회와의 관계가 중요합니다.  
지역사회를 위한 사회공헌활동은 어떠합니까?

'중국인민의 행복한 생활을 창조하고 인민으로부터 존경받는 기업'이라는 사회공헌 목표 아래 교육, 환경, 재해구호 등 3개 중점 분야에 단계별 추진계획을 수립하여 사회공헌활동을 시행하고 있습니다. 교육 분야에서는 산학협동 장학금 지급, 빈곤 소학교 컴퓨터 및 교육용 차량기증 등의 활동을 진행하였으며, 급속한 산업화로 인해 훼손되어 가고 있는 환경보호를 위해 북경지역 나무심기, 내몽고 사막방지사업 등을 추진하고 있습니다.

유독 재해가 많았던 중국사회를 위해 재해구호에도 많은 활동을 전개하고 있는데 2003년 사스 조기퇴치를 위한 차량기증, 사천성 지진 피해지역 복구차량 및 성금지원, 칭하이 위수현 지진지역에 텐트지원 등이 그 주요 활동이라 할 수 있습니다. 북경현대에는 향후에도 단계별 사회공헌활동을 통해 중국인민으로부터 사랑받고 지역사회와 함께 발전할 수 있는 기업이 되기 위해 지속적으로 노력할 것입니다.

# 2010년 지속가능성 보고서 외부 검토위원회 검토의견서



현대자동차는 성과보고, 대화, 파트너십 등 다양한 수준의 이해관계자 참여활동을 지속적으로 강화해오고 있다. 2007년에는 국내최초로 '지속가능성 보고서(이하 보고서) 외부 검토위원회'를 운영하여 그 결과를 보고서에 담았으며, 2008년에는 '이해관계자 대화'를 진행하여 경영진과 이해관계자간의 소통의 장을 마련하였다.

또한 2009년에는 검토위원회의 역할을 강화하고 보다 체계적으로 운영하기 위해 '보고서 검증 목적을 위한 검토위원회'를 운영하였다. 이러한 노력의 연장선상에서, 2010년 두 번째로 '보고서 검증 목적을 위한 검토위원회(이하 위원회)'를 구성하여 운영하였다.

### 위원회 목적

위원회의 목적은 현대자동차 2010년 보고서 내용 및 연계된 모든 활동에 대한 포괄적이고 독립적인 검토를 수행하며 향후 개선을 위한 검토의견을 제시하는 데 있다.

### 위원회 검토원칙 및 중점사항

위원회는 상기 목적을 달성하기 위해 AA1000 AccountAbility Principles Standard (이하 AA1000APS) 원칙을 기준으로 하고 GRI G3 가이드라인을 고려하여 위원회를 운영하고 검토의견서를 작성하였다.

AA1000APS의 3대 원칙은 다음과 같다.

- 포괄성 근본원칙(the Foundation Principle of Inclusivity): 지속가능성에 대한 전략적 대응과 책임 전개에 이해관계자가 참여하고 있는가?
- 중요성 원칙(the Principle of Materiality): 조직과 이해관계자에게 중요하고 연관성있는 이슈를 다루고 있는가?
- 대응성 원칙(the Principle of Responsiveness): 지속가능경영 성과에 영향을 미치는 이해관계자 이슈에 대응하고 있는가?

### 검토범위

충분한 검토의견을 제시하기 위한 위원회의 검토범위는 다음을 포함한다.

- 2010년 보고서 내용
- 2010년 보고서 내용 선정 프로세스
- 보고서와 연계된 현대자동차의 지속가능경영 전략, 프로세스, 경영시스템 및 활동



### 위원회 운영 및 활동내용

위원회의 모든 활동은 위원회 운영가이드라인에 기반을 두고 있다. 위원회는 지속가능경영원에 의해 독립적으로 운영되었으며, 참여 위원들은 소속기관 대표로서가 아닌 개인 전문가 자격으로 의견을 제시하였다. 위원회는 보고서 작성 전반에 대한 검증을 수행하지는 않았으나 검증에 준하는 세심한 검토를 거쳤다.

위원회는 보고서 초안에 대한 내용을 검토하고 1차 위원회를 통해 의견을 제공하였다. 2차 위원회는 경영전략실, 재경본부, 영업기획사업부 등 9개 부문 25개 팀을 대상으로 본사, 울산공장, 연구소 등에서의 현장검증 실시와 경영진 및 실무자와의 인터뷰를 진행하였다. 현장검증 실시에서는 보고서 작성 프로세스와 일부 보고서 내용의 신뢰성과 정확성, 지속가능경영시스템 등을 중점적으로 검토하였다. 이후 3차 위원회를 개최하여 1차 및 2차 위원회에서 논의된 이슈를 중심으로 2차 초안을 검토하였고 최종 검토 의견서 초안을 작성하였다. 4차 위원회에서는 최종 검토의견서 초안에 대해 위원간의 토론을 거쳐 합의점을 도출하고 최종 검토의견서를 확정하였다.

### 위원회 검토결과 및 권고사항

#### 지속가능성 보고서 전반

현대자동차 2010년 보고서는 전반적으로 구성이 체계적이며, 회사가 지향하고 있는 지속가능경영의 방향성을 잘 표현하고 있다. 특히 작년에 이어 금번 보고서도 외부 전문가위원회를 구성하고 검증 수준의 검토를 의뢰한 것은 보고서의 신뢰성을 높이고자 하는 현대자동차의 진정성 있는 노력을 보여준 것이라고 평가한다.

금번 보고서는 여러 이해관계자와의 소통을 통해 주요이슈를 도출하고 이슈에 관한 활동을 잘 정리하고 있다는 점이 인상적이다. 그러나 중요성 분석을 통해 선정된 이슈가 현대자동차에 어떠한 영향을 미치며 회사의 지속가능성에 얼마나 중요한지에 대한 설명이 필요하다.

#### 지속가능경영 추진현황

유엔글로벌컴팩트 가입, 사회책임위원회 운영, 이해관계자 대화, 윤리위원회 운영 등 지속가능경영을 위한 거버넌스시스템이 잘 구축되어 있다. 그러나 일부 부문에서 지속가능경영에 대한 이해가 다소 부족한 것으로 보인다. 향후에는 이 점을 보완하기 위하여 지속가능경영 교육을 보다 강화할 것을 제언한다. 또한 사회책임위원회 설립이 갖는 사회적 의미를 고려할 때 위원회의 활동이 다음 보고서에는 보다 자세하게 실릴 수 있기를 기대한다.



### 경제성과

전 세계적인 경제불황에도 불구하고 현대자동차의 경제적 성과는 전반적으로 경쟁사 및 전년도 대비 호전된 것으로 평가할 수 있다. 수출감소로 인해 전반적인 외형은 아주 소폭 감소하였을지라도 기업의 수익성을 나타내는 영업이익률이 크게 개선되는 모습을 보였다.

무엇보다도 금번 보고서에는 글로벌 기업으로 도약하는 현대자동차의 경제적 위상을 상세히 설명하고 있다. 특히 글로벌 생산체제의 강화를 설명함에 있어서 해외 생산공장의 현황, 생산대수 및 비중 등을 담고 있으며, 글로벌 판매에 있어서도 지역별 판매비율 등을 도표화하여 상세히 보고하고 있는 점이 돋보인다. 또한 경영실적 보고에서도 실적 호전에 대한 개략적인 배경과 그 이유를 언급함으로써 이해관계자들의 이해를 돕고 있다.

다만 경영환경을 설명함에 있어서, 거시적이고 장기적인 관점에서의 전략 및 대응방향 등이 보다 구체적으로 언급되지 않은 점은 다소 아쉬운 부분이다. 즉 향후 2~3년여 동안의 글로벌 시장판도 변화에 대한 전망과 그 근거, 그에 상응하여 어떠한 시나리오와 전략 등을 갖고 있는지도 상세히 다뤄진다면 중장기적 관점에서 현대자동차의 경제적 성과를 이해하고 예측하는 데 매우 유익할 것으로 판단된다. 또한 품질경영은 고객 부문에서 다루고 있지만 내·외부 이해관계자들에게 공히 중요한 이슈이므로 구체적 추진현황에 대해 보다 자세히 설명할 필요가 있다고 판단된다.

### 환경성과

금번 보고서는 환경경영활동을 기후변화, 지속가능한 자원사용, 유해물질, 대기환경, 생물다양성으로 분리하여 체계적으로 설명하고 있다. 가장 중요한 글로벌 환경이슈인 기후변화에 대해서 충분한 분량으로 상세하게 정보를 제공하고 있다. 자동차의 전 과정 관점에서 각 단계별 온실가스 감축방안을 도출하고 현대자동차의 노력과 성과에 대해 정성적, 정량적으로 충실한 정보를 공개하였다. 특히 '블루드라이브'라는 현대자동차의 저탄소 녹색기술 전략 하에 체계적인 기술개발활동을 소개하고 전기차나 수소연료차와 같은 미래차량 개발현황을 소개한 것은 이해관계자에게 궁금증 해소를 넘어 현대자동차 미래에 대한 믿음을 줄 수 있을 것으로 생각된다. 향후에는 현대자동차의 연구개발이 국가 에너지시스템이나 소비활동에 미치는 영향을 폭넓게 설명하고 외부 기관이나 국가와의 공동개발과 같은 내용도 소개할 것을 제안한다.

환경은 글로벌 이슈인 동시에 지역적으로도 관심사항이다. 오염물질 배출량을 비롯한 환경데이터가 전사 총량으로 공개되어 있는데 향후에는 각 사업장별로도 보다 세분화하여 공개하는 것을 제안한다. 신뢰성 있는 환경정보를 얻기 위해서는 생산현장에서 많은 데이터가 정확하고 체계적으로 수집되고 축적되어야 한다. 이번 검증기간에 현장실사를 통해서 환경 관련 데이터가 체계적으로 관리되고 있음을 볼 수 있었다. 향후 보고서에서는 이러한 환경정보관리체계에 대해서도 소개해 줄 것을 기대한다.

### 사회성과

#### ● 인사조직 및 직원교육

인사의 공정성, 합리적인 성과보상제도 도입, 유엔글로벌콤팩트와의 협력을 통한 인권보호, 인재육성, 복리후생 증진, 건강과 안전향상 등을 위한 노력이 강화되고 있으며, 직원을 기업 발전의 중요한 자산으로 인식하고 있음을 알 수 있었다. 다만, 현대자동차 인사원칙과 지속가능경영과 어떻게 연계되어 있는지 설명한 후 성과를 보여주는 것이 내용 및 신뢰도 제고 측면에서 보다 바람직하다고 생각한다.

향후에는 생물다양성 뿐만 아니라 임직원 다양성의 추진상황도 정리하여 보여 주기를 기대한다. 즉 여성, 장애인, 고령자 및 낮은 성과를 낸 직원 등에 관한 여러 활동이 있음에도 불구하고 이에 대한 설명이 다소 부족해 보인다. 관련 활동을 사회적 다양성 추구라는 큰 틀에서 정리하고 지금까지의 업적과 향후과제 등을 잘 정리하여 보여 주기를 제안한다.

#### ● 상생협력

노사관계 개선을 위한 중장기 로드맵 설정, 노사간의 정기적인 경영설명회, 노사화합 행사, 노사전문위원회 운영 등을 통해 노사간의 신뢰회복 및 상생을 위한 노력을 적극적으로 하고 있음을 볼 수 있었다. 또한 현대자동차가 모범적으로 시행하고 있는 협력사와의 상생협력 활동 및 성과를 보다 구체적으로 보고하기를 기대한다. 그리고 합리적인 노조 집행부 구성을 통해 현재 노사간의 대화의 질이 크게 개선되고 있는 점을 보다 구체적으로 기술해주시기를 제안한다.

#### ● 사회공헌활동

사회공헌활동이 과거 단순기부 활동에서 수혜자의 니즈에 기반한 맞춤형 지원사업으로 전환한 것은 사회공헌활동이 수혜자의 삶의 질을 근본적이고 지속적으로 개선할 수 있는 방향으로 전환했다는 점에서 주목할 만하다. 또한 현대자동차의 국내 사회공헌활동과 글로벌 사회공헌활동에 대한 현황이 잘 정리되어 있다. 향후 현대자동차의 이념 및 비전과 연계된 사회공헌활동이 보다 활발히 추진되기를 기대한다.

### 결론

글로벌 자동차기업으로서 현대자동차의 브랜드가치와 명성이 최근 수 년간 지속적으로 높아지고 있는 만큼 이에 걸맞은 글로벌 수준의 신뢰성 확보도 중요하다. 해외사업장의 지속가능경영 활동현황 및 성과에 대한 보고범위를 지속적으로 확대하여 보고서의 신뢰성이 향상되기를 기대한다.

# GRI 인덱스

현대자동차는 2003년부터 GRI(Global Reporting Initiative) 가이드라인을 고려하여 지속가능성 보고서를 작성하고 있다. GRI 인덱스는 당사의 2010년 지속가능성 보고서의 내용이 GRI 가이드라인과 얼마나 부합되는지를 보여주고 있다.

지표	GRI 지표내용	페이지
<b>전략 및 분석</b>		
1.1	최고 의사결정권자가 지속가능경영을 밝힌 선언문	4~5
1.2	주요 위험 및 기회요소	17
<b>조직 프로필</b>		
2.1	조직명칭	2~3
2.2	대표 브랜드, 제품 서비스	2~3
2.3	조직의 사업 운영 구조	2~3
2.4	본사, 본부 소재지	2~3
2.5	해외사업장이 위치한 국가	2~3
2.6	소유구조 특성 및 법적형태	2~3
2.7	대상시장	2~3
2.8	조직규모	2~3, 24~25
2.9	조직구조, 자본구조상의 중대한 변화	—
2.10	보고기간 중 수상내역	88
<b>보고 매개변수</b>		
3.1	보고기간	표지, report profile
3.2	최근 보고서 일자	표지, report profile
3.3	보고주기	표지, report profile
3.4	보고서 및 관련 내용에 대한 문의처	89
3.5	보고서 내용의 정의 프로세스	표지, report profile
3.6	보고경계	표지, report profile
3.7	보고 범위 또는 보고 경계상의 제한사항	표지, report profile
3.8	합작회사, 자회사의 중요한 사항에 대한 보고 근거	표지, report profile
3.9	보고서 정보, 정보측정, 측정방법	표지, report profile
3.10	이전 보고서에서 제시된 정보에 대한 재기술 및 해당사유	표지, report profile
3.11	보고서 주요 변동사항	표지, report profile
3.12	GRI 인덱스	86~87
3.13	보고서에 대한 검증	82~85
<b>지배구조, 책임, 참여</b>		
4.1	기업 지배구조	12~13
4.2	이사회 의장의 임원 겸직 여부	12~13
4.3	이사회 구성원의 수	12~13
4.4	이사회에 대한 주주와 직원의 의견 메커니즘	12~13
4.5	임원의 보상과 조직 성과 관계	12~13
4.6	이사회 내의 이해관계 상충을 방지하기 위한 프로세스	—
4.7	이사회 구성원의 자격, 전문성을 결정하는 프로세스	12~13
4.8	경제, 환경, 사회 성과와 관련한 행동강령 및 원칙	8~11
4.9	이사회가 경제, 환경, 사회 성과를 파악 및 관리하는 절차	8~13
4.10	이사회가 경제, 환경, 사회 성과를 평가하는 프로세스	8~13
4.11	사전예방의 원칙과 접근방법	8~13
4.12	경제, 환경, 사회 관련 원칙 가입 여부 및 외부 이니셔티브	8~13
4.13	산업협회 등 국가별 또는 국가적 정책기구 가입	88
4.14	이해관계자그룹 목록	10, 14~17
4.15	이해관계자 식별기준	14~17
4.16	이해관계자 참여방식	14~17
4.17	이해관계자가 제기한 핵심이슈 사항 및 대응	14~17
<b>경제</b>		
5.1	경제 부문 경영방식에 대한 공시	21
EC1	직접적인 경제적 가치의 창출과 분배	22~25
EC2	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	31~42
EC3	연금지원 범위 등 직원들을 위한 퇴직 프로그램	60
EC4	정부 보조금 수혜실적	—
EC5	주요 사업장 법적 최저임금 대비 신입사원 임금비율	—
EC6	주요 사업장의 구매정책 관행 및 비율	71~73
EC7	현지 고용절차와 상급관리자의 현지인 비율	55~56
EC8	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원활동과 효과	74~81
EC9	간접적인 경제파급 효과	26~27

지표	GRI 지표내용	페이지
<b>환경</b>		
5.2	환경 부문 경영방식에 대한 공시	9
EN1	총량 또는 부피 기준 원료 사용량	표지, 주요 성과데이터
EN2	재생원료 사용 비율	45
EN3	1차 에너지원별 직접 에너지 소비량	40
EN4	1차 에너지원별 간접 에너지 소비량	40
EN5	절약 및 효율성 개선으로 절감한 에너지량	40
EN6	에너지 효율 사업을 통한 에너지 감축량	40
EN7	간접에너지 절약 사업 및 성과	39~42
EN8	공급원별 총 취수량	45
EN9	취수로부터 큰 영향을 받는 용수 공급원	—
EN10	재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율	45
EN11	생태계 보호지역의 전력 설비 면적	—
EN12	생태계 보호지역 내 생물다양성에 미치는 영향	51
EN13	보호 또는 복원된 서식지	51
EN14	생물다양성 관리 전략, 조치 및 계획	51
EN15	사업지역에서의 멸종위기 종의 수 및 멸종 위기도	—
EN16	직·간접 온실가스 총 배출량	39~40
EN17	기타 간접 온실가스 배출량	39~40
EN18	온실가스 감축사업 및 성과	39~42
EN19	오존층 파괴물질 배출량	46
EN20	대기 오염물질 배출량	50
EN21	폐수 배출량 및 수질	표지, 주요 성과데이터
EN22	형태별 폐기물 배출량	45
EN23	중대한 유해물질 유출건수 및 유출량	—
EN24	바젤협약서상의 유해물질 외부 반출량	—
EN25	수계 오염물질로 피해받은 취수원과 관련 서식지	—
EN26	제품 및 서비스의 환경영향 저감활동과 성과	32~38
EN27	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생비율	—
EN28	환경법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비금전적 제재건수	—
EN29	원자재 운송과 임직원 이동의 중대한 환경영향	41
EN30	환경보호 지출액 및 투자금액	표지, 주요 성과데이터
<b>노동여건 및 관행</b>		
5.3	사회 부문 경영방식에 대한 공시	10~11
LA1	고용유형, 고용계약 및 지역별 인력현황	55~56
LA2	직인 이직건수 및 비율	—
LA3	상근직 직원에게 주는 복지혜택	60
LA4	단체교섭 적용 대상 직원비율	58
LA5	중요한 사업 변동 사항에 대한 최소 통보기간	—
LA6	노사공동 안전 및 보건위원회로 대표되는 인력비율	—
LA7	부상, 직업병, 손실일수, 결근 및 업무 관련 재해건수	62~63
LA8	질병에 대한 직원 및 지역주민의 지원 프로그램	62~63
LA9	노동조합과의 협약 대상인 보건 및 안전사항	62~63
LA10	직원 형태별 일인당 연평균 교육시간	59
LA11	지속적인 고용과 퇴직 직원을 위한 평생학습 프로그램	60
LA12	정기 성과평가 및 경력개발 심사를 받는 직원비율	—
LA13	이사회 및 직원의 구성현황	55~56
LA14	직원 범주별 남녀 평균 임금비율	—
<b>인권</b>		
HR1	인권 조항을 포함하거나 인권 심사를 받는 주요 투자계약 비율	—
HR2	협력사 인권 심사비율	—
HR3	인권정책 및 교육을 받은 직원비율	57
HR4	총 차별 건수 및 관련 조치	—
HR5	결사 및 단체 교섭의 자유	58
HR6	아동노동 발생 위험이 높은 사업 분야 및 근절조치	57
HR7	강제노동 발생 위험이 높은 사업 분야 및 근절조치	57
HR8	인권교육을 받은 보안담당자 비율	—
HR9	원주민 권리 침해건수 및 관련 조치	—

지표	GRI 지표내용	페이지
<b>사회</b>		
S01	지역사회 영향을 평가하고 관리하는 프로그램 및 사례	74~81
S02	부패 위험이 분석된 사업 단위의 수 및 비율	—
S03	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원비율	12~13
S04	부패 사건에 대한 조치	—
S05	공공정책에 대한 입장, 공공정책 수립 및 로비활동 참여 (정치 자금 기부 금지)	—
S06	정당, 정치인 관련 기부금	—
S07	부담공정행위 및 독점행위에 대한 법적 조치건수	12~13
S08	법을 규제행위 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재	—
<b>제품책임</b>		
PR1	고객건강과 안전 유지정책	68~69
PR2	제품과 서비스의 보건, 안전 관련 규정 위반횟수	—
PR3	절차상 필요한 제품 및 서비스 정보유형	—
PR4	제품과 서비스 라벨링 관련 법규 위반건수	—
PR5	고객만족 관련 정책 및 절차	64~67
PR6	광고, 스폰서 등의 커뮤니케이션 관련 정책 및 프로그램	—
PR7	광고, 스폰서 등의 커뮤니케이션 관련 법규 위반건수	—
PR8	고객 개인정보 보호 위반 관련 제기된 불만건수	67
PR9	제품 및 서비스 공급 관련 법률 및 규제 위반건수 및 액수	—



지표	GRI 지표내용	페이지
<b>인권</b>		
원칙 1	기업은 국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중해야 한다.	<b>sustainability management</b> 지속가능성 추진체계 8~11 윤리 및 지배구조 12~13
원칙 2	기업은 인권침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.	
현대자동차는 세계인권선언을 존중하고 있으며 내부적으로 윤리헌장, 윤리실천강령(구체적인 내용은 윤리사이트 http://audit.hyundai.com 참조)에 인간존중, 인재양성에 대한 의지와 구체적인 내용이 포함되어 있다. 또한 경영이념, 사회책임헌장, 글로벌 환경이념에도 인류의 풍요로운 삶에 기여하고 모든 이해관계자와의 상생과 공영을 추구함이 명시되어 있다.		
<b>society</b> 임직원 55~63 고객 64~70 협력사 71~73 지역사회 74~81		
<b>노동</b>		
원칙 3	기업은 결사의 자유와 단체교섭권이 인정되도록 노력한다.	<b>society</b> 임직원 58
원칙 4	기업은 모든 형태의 강제노동을 배제한다.	
원칙 5	기업은 아동노동을 효과적으로 근절한다.	원칙 6 기업은 고용 및 업무에서 차별을 배제한다.
원칙 6	기업은 고용 및 업무에서 차별을 배제한다.	
기본적으로 현대자동차는 결사의 자유와 단결권, 단체행동 및 단체교섭의 권리를 보장하고 있으며 각 국가가 정하는 노동 관련 법규 및 ILO 국제규범을 준수하고 있다. 현대자동차의 전 세계 사업장은 국가별 법규가 제시하는 취업 최저 연령 미만인 자를 채용하지 않고 있으며 모든 임직원은 자율 의지에 의해 현대자동차에 고용된 인원으로 구성되어 있다. 사업장에서 발생하는 모든 임직원의 노동과 이에 대한 보상은 사업장별 근무지침과 임금정책, 국가별 관련 법규에 의거하여 공정하게 실시되고 있다.		
<b>환경</b>		
원칙 7	기업은 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.	<b>sustainability management</b> 환경경영 9  <b>environment</b> 28~51
원칙 8	기업은 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행한다.	
원칙 9	기업은 환경친화적인 기술의 개발과 확산을 촉진한다.	
현대자동차는 환경에 있어서 선제적, 능동적 대응을 원칙으로 하고 있으며 환경을 기업의 핵심 성공요소로 인식하고 있다. 당사의 이러한 원칙은 2003년 선포한 글로벌 환경경영 방침에 명시되어 있다. 이번 보고서의 환경 부문이 주요 환경이슈인 기후변화, 자원고갈, 유해물질, 대기환경에 대한 당사의 선제적 대응활동과 성과를 보여주고 있다. 또한 저탄소 녹색 기술 전략인 블루드라이브를 통해 환경친화적인 기술의 개발과 확산을 촉진하고 있다.		
<b>반부패</b>		
원칙 10	기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.	<b>sustainability management</b> 윤리 및 지배구조 12~13
현대자동차는 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패를 반대한다. 이러한 원칙은 윤리헌장, 윤리행동강령에 잘 반영되어 있으며 특히 구매본부의 경우 별도의 윤리헌장을 제정한 바 있다. 또한 2007년부터 사외이사 중심으로 구성된 윤리위원회를 설치, 운영함으로써 내부거래의 투명성, 법규 준수 등의 기업윤리 사안에 대한 보다 독립적인 감독을 받고 있으며 임직원에 대한 정기적인 교육, 사이버 감사실 운영 등을 통해 내부 윤리의식을 높이고 있다.  이러한 노력의 가시적인 성과로 2009년 공정거래위원회의 공정거래 자율준수 프로그램의 등급평가에서 국내업계 최고등급인 'AA' 등급을 받았으며 하도급 공정거래협약 이행평가에서도 국내 최고등급인 '최우수' 등급을 획득한 바 있다.		

**참고자료**



- 2002/2003 지속가능성 보고서
- 2003/2004 지속가능성 보고서
- 2005 지속가능성 보고서
- 2006 지속가능성 보고서
- 2007 지속가능성 보고서
- 2008 지속가능성 보고서
- 2009 지속가능성 보고서

**단체가입 및 후원내역**

- 유엔글로벌콤팩트, 유엔글로벌콤팩트 한국협회 가입
- 지속가능경영원 가입
- 한국 환경경영학회 가입
- 한국 전과정평가학회 가입
- 미국 보스턴대 기업시민센터 가입
- 제3차 C40 세계도시 기후 정상회의 후원
- UNEP 톤자세계어린이청소년환경회의 후원
- 2010 B4E(Business for the Environment) 후원
- 탄소공개프로젝트(Carbon Disclosure Project) 참여

**수상내역**

- 한국**
  - 2009년 공정거래위원회 '공정거래 자율준수 프로그램 및 하도급 공정거래협약 이행평가'에서 최고등급 획득
  - LP하이브리드시스템, '제1회 국가녹색기술대상 국무총리상' 수상(2010년 2월)
- 미국**
  - JD파워 '2009년 신차품질조사'에서 최고점수 획득
  - 컨슈머리포트 '가장 신뢰할 수 있는 자동차회사'로 선정
  - 제네시스, 북미국제오토쇼에서 '2009 북미 올해의 차' 수상
  - 타우엔진, 워즈오토 '2009 10대 최고엔진' 선정
  - 쏘나타, 에너지효율경제협회(ACEEE) 'Greener Choice'로 선정
  - 엘란트라, 쏘나타, 환경보호국(EPA) 'Fuel Economy Leaders'로 선정
- 영국**
  - i30, 위치(Which?) '가장 신뢰할 수 있는 차'로 선정
- 중국**
  - 위에둥, 투싼, 중국질량협회 '2009 차급별 고객만족도 1위'
- 인도**
  - 인도법인, NDTV Car & Bike India의 '2009 최고의 자동차회사'로 선정
  - i10, 겐츠, 엑센트, TNS '2009 차급별 고객만족도 1위'

**CONTACT INFORMATION**

**현대자동차주식회사**

경영전략실 환경전략팀

주소 서울특별시 서초구 양재동 231번지  
(우편번호 137-938)  
TEL 82-2-3464-2163~4  
FAX 82-2-3464-8796  
e-mail woogi@hyundai.com  
website www.hyundai.com



본 보고서는 FSC 인증을 받은 친환경 용지에 공기를 잉크로 인쇄되었습니다.