

2015

SUSTAINABILITY REPORT

이번 보고서는 현대자동차의 열세번째 지속가능성 보고서로서 현대자동차가 펼친 지속가능경영 활동 및 그 성과를 담고 있습니다

2014 HIGHLIGHTS

현대자동차의
2014년 10대 하이라이트 소개

CSV HIGHLIGHTS

경제적, 사회적, 환경적 가치에 있어서
공유가치 창출에 대한 주요 이슈

SUSTAINABILITY PERFORMANCE

제품책임 · 친환경 · 협력사
임직원 · 지역사회

지속가능성을 향한 길

현대자동차
2015 지속가능성
보고서



HYUNDAI | NEW THINKING.
NEW POSSIBILITIES.

Content

004 CEO 메시지

006 기업 개요

2014 HIGHLIGHTS

008 10대 하이라이트

01. 현대자동차, 2014년 글로벌 판매 4,963,456대
02. 세계가 인정한 '최고의 안전성', 신형 제네시스
03. 소상공인에게 '큰 희망을', 포터
04. 품질평가 최고 순위,
미국·중국 시장에서 이룬 고객중심경영 성과
05. 사막을 초원으로, 현대자동차의
신개념 사회공헌 '그린존 차이나'
06. 현지 소비자를 향한 글로벌 전략,
인도·브라질 시장의 전략차 우수성 입증
07. '더불어 사는 세상'을 향한 실천,
글로벌 사회공헌 활동 성과 인정
08. 친환경차 기술력의 새로운 도약,
수소연료전지 파워트레인 우수성 입증
09. 글로벌 최고 기술력이 이끈 승리,
WRC 첫 출전 첫 우승
10. '자동차 프리즘'으로 본 문화·예술의 공간,
현대 모터스튜디오

About This Report

보고서 범위

보고기간은 2014년 1월부터 2014년 12월까지이지만 보고기간 밖의 자료 및 정보도 일부 수록되어 있습니다. 보고범위는 국내사업장(본사, 국내영업지점, 서비스센터, 출고센터, 연수원, 생산사업장, 연구소) 및 해외사업장(해외생산법인 및 판매법인, 해외지역본부, 해외사무소, 해외연구소)입니다. 그 외 기타법인(수입법인, 할부금융법인, 광고법인)의 일부 성과도 포함하였습니다.

보고서 작성기준

이 보고서는 2013년 5월 새로 발표된 GRI(Global Reporting Initiative) G4 Core 가이드라인을 기준으로 작성되었습니다. 가이드라인의 요구사항에 따라 지속가능경영 이슈의 중대성 평가를 수행하고 중요한 이슈들을 도출했습니다. 성과지표는 2012~2014년까지의 3년간의 데이터를 함께 공개함으로써 그 간의 추세 변화가 나타나도록 하였습니다. 성과지표 관련 내용은 108~114 페이지에서 확인할 수 있습니다.

보고서 검증

기후변화 보고내용의 신뢰성 제고를 위해 독립적인 검증기관인 LRQA(로이드인증원)로부터 검증을 받았습니다. 검증결과에 대한 세부 사항은 119페이지에 수록된 외부 검증인의 검증보고서를 통해 기술하였습니다.

그 밖의 정보

2014년 6월 다양한 온라인 채널을 재구성하여 이해관계자들과의 소통채널을 마련하였습니다.



Homepage
www.hyundai.co.kr

Blog
<http://blog.hyundai.co.kr>



Facebook
www.facebook.com/hyundaimotorgroup

Youtube
www.youtube.com/user/HyundaiLive



Instagram
https://instagram.com/hyundai_company

Interactive PDF

본 보고서는 보고서 내 관련 페이지로의 이동과 연관 웹페이지 바로가기 등의 기능이 포함된 인터랙티브 PDF로 발간되었습니다.



목차 페이지



이전 챔터



다음 챔터



참조 페이지

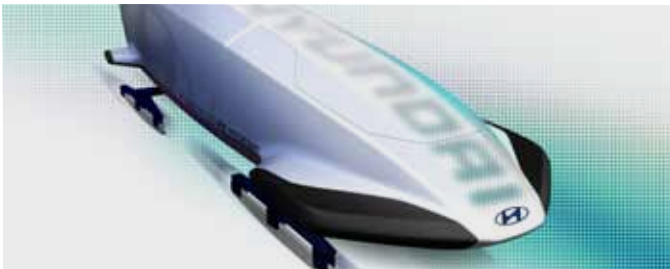


관련 링크

CSV HIGHLIGHTS

020 CSV 정책

022 현대자동차의 첨단 기술력과 봅슬레이가 만나 이루는 미래의 공유가치



027 사람을 위한 기술 혁신, 완벽한 안전성 — 자율주행 자동차



034 Clean Mobility로 에너지 정의 실현 — 2020년 친환경차 전략



SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

- 044 지속가능경영 체계
- 050 지배구조
- 052 경제적 가치창출과 배분
- 056 지속가능경영 중요성 평가

OUR VALUE

- 058 제품책임
Global Highlight _ 중국 및 아시아 (p.067)
- 068 친환경
Global Highlight _ 체코 (p.081)
- 082 협력사
Global Highlight _ 한국 (p.087)
- 088 임직원
Global Highlight _ 브라질 (p.097)
- 098 지역사회
Global Highlight _ 인도 (p.107)
- 108 지표 및 데이터

APPENDICES

- 116 GRI 인덱스
- 119 제3자 검증 보고서
- 120 쏘나타 연혁
- 122 지속가능성 보고서 발간 현황
- 123 연락처

CEO 메시지

현대자동차의 혁신기술은 최상의 이동성을 구현하고 인간의 삶을 더욱 편리하고 즐겁게 영위할 수 있게 합니다. 현대자동차는 모든 경영활동에 있어서 사회와의 공유가치를 창출하는 데 힘쓰겠습니다.



현대자동차에 지속적으로 보내주시는 성원과 사랑에 대해 감사의 인사를 드립니다.

2014년 어려운 시장여건에도 불구하고 현대자동차는 전 세계 시장에서 전년보다 4.9% 증가한 496만대를 판매하는 쾌거를 달성하였습니다. 글로벌 경기침체 상황에서도 고객과 시장의 요구에 능동적으로 대응하면서 다양한 친환경차와 현지 전략차를 출시하여 브랜드 가치를 높인 결과였다고 생각합니다. 앞으로도 현대자동차는 세계 최고의 품질경쟁력 확보를 목표로 브랜드 가치를 제고하기 위해 끊임없이 노력할 것입니다.

현대자동차가 꿈꾸는 자동차는 단순한 이동수단이 아니라 혁신 기술을 통해 최상의 이동성을 구현하고 인간의 삶을 더욱 편리하고 즐겁게 영위할 수 있게 하는 ‘삶의 동반자’ 혹은 그 이상의 가치를 갖는 것입니다. 자동차 산업 이면의 자원, 환경, 교통사고 등 다양한 사회이슈에 대해서도 이해관계자와 적극적으로 소통하며 해결해 나가고자 합니다. 현대자동차의 경영활동은 이 같은 인식을 바탕으로 사회와의 공유가치를 창출하는 데 초점이 맞춰져 있습니다.

제품 측면에서는, 운전자와 보행자 보호를 위한 차량의 안전성 분야의 투자를 더욱 확대해 나갈 예정입니다. 2014년에 출시한 신형 제네시스(III)는 미국 충돌테스트 중 가장 까다롭다는 고속도로안전보험협회(IIHS) 테스트에서 세계 최초로 전 항목 세부평가 만점을 받았습니다. 향후에도 ‘세계 최고의 안전’을 지향하는 현대자동차가 될 수 있도록 연구개발 및 안전성 강화에 매진할 것입니다. 더불어 미래 자동차의 최대 화두인 자율주행 기술 리더십을 갖고자 합니다. 자율주행 분야는 자동차 안전성 확보를 위한 중요한 해결책입니다. 현대자동차는 차세대 스마트카의 대중화 시대를 이끌어나가고자 대규모 양산화를 염두에 두고 연구개발을 진행하고 있습니다. 이미 ‘첨단 운전자 지원 시스템(ADAS)’ 등 자율주행 기술이 주요 양산차에 적용되고 있습니다.

아울러 지속가능한 미래 사회를 구현하고자 2020 친환경차 전략을 수립하였습니다. 현대자동차는 지난 20여년간의 연구개발을 통해 다양한 친환경 시스템의 독자 개발 및 핵심부품 내재화에 성공하였습니다. 현대자동차의 친환경차 혁신기술은 세계 최초로 양산에 성공한 투싼 수소연료전지차를 통해 입증되었습니다. 이 혁신기술을 전기차, 하이브리드차 등 전 분야, 전 라인업에 적극 확대할 계획입니다. 기존 내연기관 차량의 연비도 2020년까지 25% 향상시켜서 오염물질 배출 감소에 최선을 다하겠습니다.

이 모든 도전과 미래 경쟁력은 창의적인 인재를 어떻게 육성하는가에 따라 결정될 것입니다. 이를 위해 R&D 분야의 투자를 크게 확대해 첨단 연구시설을 늘리고, 우수한 연구 인력에 대한 채용과 산학 협력 활동을 더욱 강화할 계획입니다.

사회적 측면에서도, ‘상생의 철학’을 기반으로 ‘동반성장 3대 전략’을 수립하여 협력사와의 협력체계를 공고히 하고 있습니다. 또한 글로벌 지역사회와는 기술, 교육, 예술, 문화 등 다양한 분야의 협력과 지원을 통해 함께 미래가치를 창출해 나갈 것입니다.

앞으로도 현대자동차는 새로운 사고와 행동철학으로, 경제적 성과에 기반한 환경적·사회적 가치를 새롭게 창출하고 이를 고객과 함께 나누며 성장해 나갈 것을 약속 드립니다. 여러분의 변함없는 관심과 성원을 기대합니다.

감사합니다.

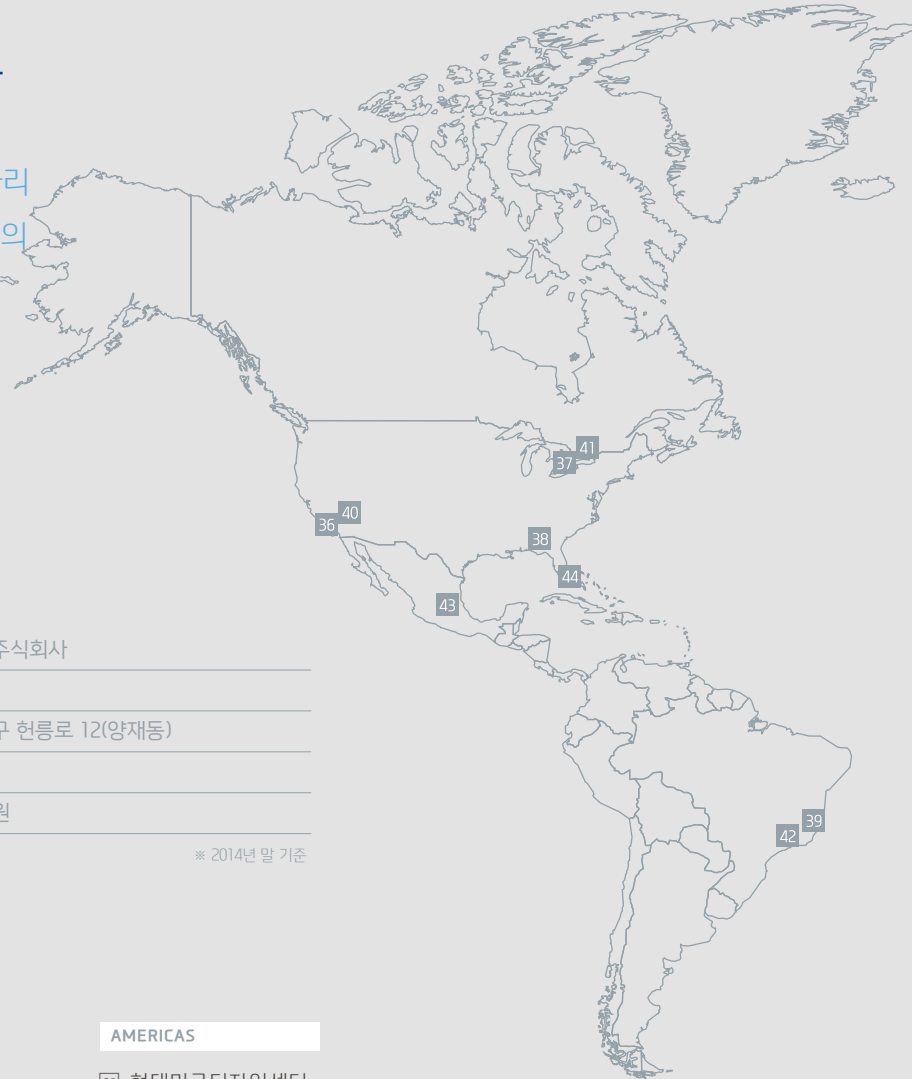


현대자동차 주식회사
대표이사 김 충 호

기업 개요

한국 자동차산업의 성장을 이끌어 온 현대자동차

현대자동차는 새로운 생각이 새로운 가치를 창조한다는 신념을 기반으로 글로벌 브랜드로 자리 잡았습니다. 앞으로도 현대자동차는 도전과 혁신의 발걸음을 멈추지 않을 것이며, 삶의 동반자로서 고객과 함께 성장하고 지역사회와 동행함으로써 보다 큰 가능성의 가치를 제공할 것입니다.



총자산

61,343 십억원

매출액

41,691 십억원

생산대수

4,955,536 대

회사 현황

회사명	현대자동차 주식회사
대표이사	정몽구
본사	서울시 서초구 현릉로 12(양재동)
임직원	109,748 명
자본	45,662 십억원

* 2014년 말 기준

글로벌 네트워크

ASIA PACIFIC

- 1 현대자동차 본사(HMC)
- 2 기술연구소(남양)
- 3 중국기술연구소
- 4 일본기술연구소
- 5 인도기술연구소(HMIE)
- 6 울산공장
- 7 아산공장
- 8 전주공장
- 9 중국생산법인(BHMC)
- 10 사천생산법인(CHMC)
- 11 인도생산법인(HMI)
- 12 인도판매법인(HMI)
- 13 일본판매법인(HMJ)
- 14 호주판매법인(HMCA)
- 15 아태지역본부
- 16 상용아태지역본부
- 17 아중동지역본부
- 18 상용아중동지역본부

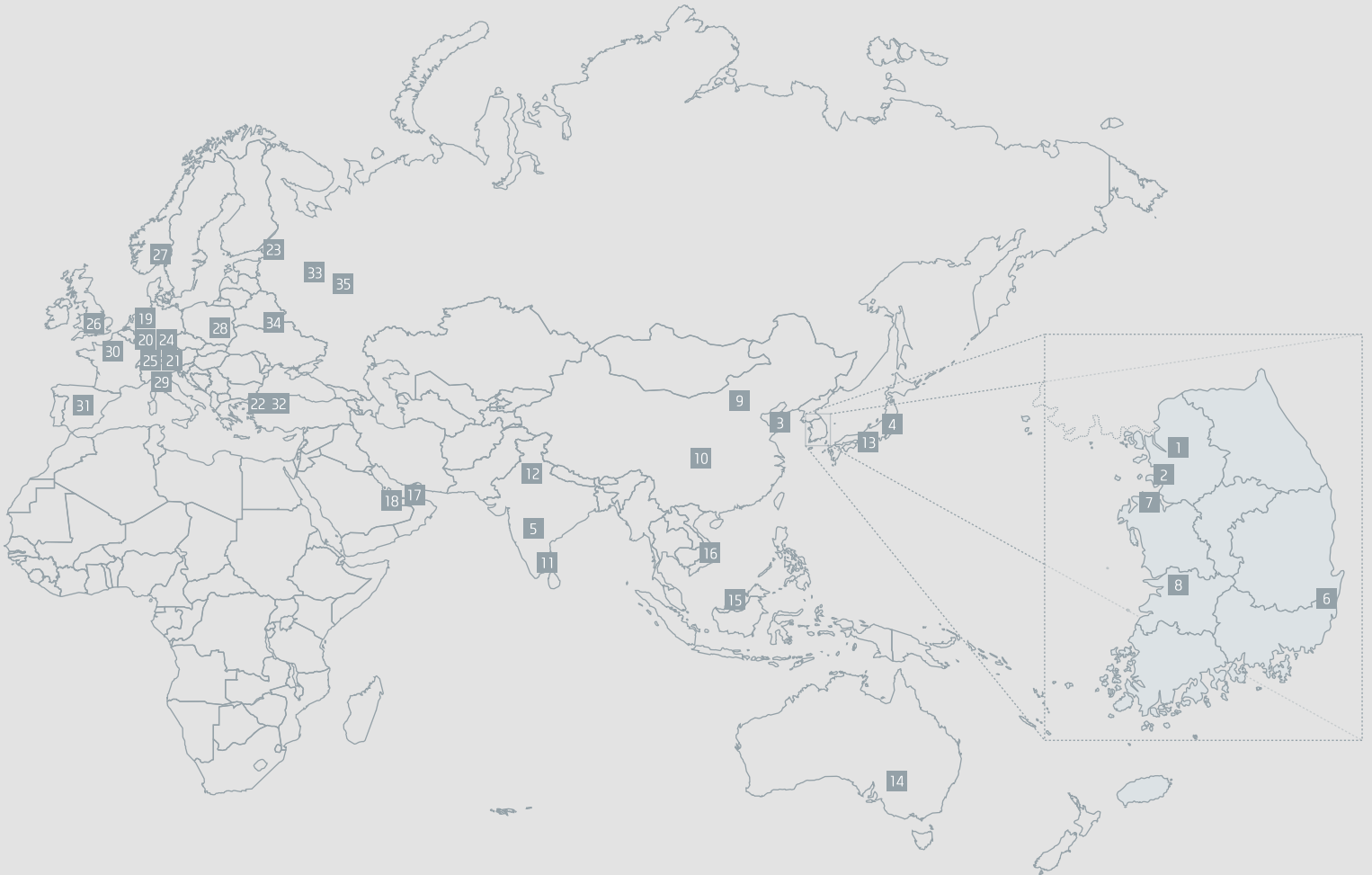
EUROPE

- 19 유럽기술연구소
- 20 유럽디자인센터
- 21 체코생산법인(HMMC)
- 22 터키생산법인(HAOS)
- 23 러시아생산법인(HMMR)
- 24 유럽판매법인(HME)
- 25 독일판매법인(HMD)
- 26 영국판매법인(HMUK)
- 27 노르웨이판매법인(HMP)
- 28 폴란드판매법인(HMP)
- 29 이탈리아판매법인(HMCI)
- 30 프랑스판매법인(HMF)
- 31 스페인판매법인(HMES)
- 32 터키판매법인(HAOS)
- 33 러시아판매법인(HMCIS)
- 34 동구지역본부
- 35 상용동구지역본부

AMERICAS

- 36 현대미국디자인센터
- 37 미국기술연구소(HATCI)
- 38 미국생산법인(HMMA)
- 39 브라질생산법인(HMB)
- 40 미국판매법인(HMA)
- 41 캐나다판매법인(HAC)
- 42 브라질판매법인(HMB)
- 43 멕시코판매법인(HMM)*
- 44 중남미지역본부

* 2014년 신설



928,438

709,505

540,202

471,711



글로벌 판매 상위 차종
(단위: 대)

아반떼

엑센트

투싼

쏘나타

※ 2014년 말 기준


2014 Highlights

현대자동차는 오늘의 ‘새로운 생각’이
보다 나은 내일을 위한 ‘새로운 가능성’이라고
믿습니다. ‘새로운 생각’이 ‘새로운 가능성’을
만듭니다. 남들이 불가능을 이야기할 때 우리는
무한한 가능성을 생각합니다. 글로벌 최고 수준의
생산력과 최상의 품질력을 지닌 글로벌 자동차
메이커로 성장할 수 있었던 이유입니다.

2014년 불확실한 글로벌 경제 상황 속에서도 현대자동차는 도전적인 정신으로
지속적인 성장을 이어 갔습니다. 현대자동차는 삶의 동반자로서 보다 많은
글로벌 고객에게 감동과 만족을 선사했으며 한층 더 큰 가능성의 가치를
제공하였습니다. 이로써 우리는 세계 자동차 시장에서 또 하나의 새로운 역사를
기록할 수 있었습니다.

new
thinking
new
possibilities





01 현대자동차, 2014년 글로벌 판매 4,963,456대

2014년 현대자동차는 신차 출시 및 적극적인 판촉, 마케팅 활동에 힘입어 국내 68만 5,191대, 해외 427만 8,265대를 판매해 전 세계 시장에서 총 496만 3,456대를 판매하였습니다. 이로써 전년 대비 4.9% 성장을 기록했습니다. 2015년에는 국내 69만 대, 해외 436만 대 등 총 505만 대를 판매할 계획입니다. 신형시장의 성장 둔화, 환율 변동에 따른 불확실성 증대 등 어려운 시장상황이 지속되고 있고 판매경쟁 또한 더욱 치열해지고 있지만 변화에 더욱 민첩하고 유연하게 대응하여 미래 성장 기반을 다질 계획입니다.



52~53 페이지

new milestones



02 세계가 인정한 ‘최고의 안전성’, 신형 제네시스

신형 제네시스는 ‘세계 최고의 안전한 차’를 목표로 개발되었습니다. 어떤 위급한 상황에서도 운전자를 보호할 수 있도록 설계되었습니다. 이를 입증하듯, 2014년 신형 제네시스가 전 세계에서 가장 엄격한 안전테스트 기준으로 알려진 미국 고속도로안전보험협회(IIHS, Insurance Institute for Highway Safety)의 충돌시험에서 승용차 세계 최초로 29개 부문 전 항목 세부평가 만점을 획득하면서 최우수 등급인 ‘탑 세이프티 픽 플러스(Top Safety Pick+)’에 선정되었습니다. 글로벌 시장에서 현대자동차의 첨단 안전기술을 인정받은 것입니다. 현대자동차는 앞으로도 고객의 안전보호에 최선을 다하겠습니다.

☞
61 페이지



ride of

03 소상공인에게 '큰 희망을', 포터



포터는 소상공인을 위한 대표 차종입니다. 포터의 생산과 판매 정책은 이들 소상공인을 위해 맞춰져 있습니다. 원자재나 부품가격이 상승하더라도 차 값을 인상하지 않도록 다방면의 노력을 기울이고 있습니다. 고객 주문 후 3개월이 넘게 걸리던 대기시간을 최대한 줄여보고자 공장의 생산능력을 키우고 특근을 실시하고 있습니다. 특히, 포터가 중요한 생계수단인 소상공인들이 생업에 지장이 없도록 '찾아가는 비포서비스'를 적극 추진하고 있습니다. 또, 사회공헌 활동 캠페인 '기프트카'와 '함께 움직이는 세상'을 통하여 어려운 이웃들에게 포터를 기증하여 창업활동을 지원하는 프로그램입니다. 현대자동차는 '포터'를 통해 소상공인들의 힘과 희망을 선물하고 싶습니다.

104 페이지





제네시스



아반떼(수출명 엘란트라)



04 품질평가 최고 순위, 미국·중국 시장에서 이룬 고객중심경영 성과

현대자동차는 글로벌시장조사업체인 제이디파워(J.D.Power)사가 실시한 각종 평가에서 최우수 평가를 받았습니다. 미국에서는 '2014년 신차품질조사(IQS, Initial Quality Study)' 및 '2014년 상품성만족도(APEAL, Automotive Performance Execution and Layout)' 조사에서 20개의 일반브랜드 중에서 1위에 올랐습니다. 품질만족도조사에서는 제네시스, 엑센트, 아반떼(현지명 엘란트라)가 각 차급에서 1위에 올라 '최우수 품질상(Segment Winner)'을 수상했습니다. 같은 해에 품질만족도조사와 상품성만족도조사에서 동시에 1위를 달성한 것은 일반브랜드 중 최초입니다. 중국에서는 '2014 중국 판매 만족도 평가(SSS, Sales Satisfaction Index)'에서 역대 최고 점수를 기록하며 총 54개 업체 중 1위에 올랐으며 '2014 중국 내구품질조사(VDS, Vehicle Dependability Study)'에서는 전년 대비 10단계 오른 2위를 기록하여 역대 최고 순위를 기록했습니다.



63, 65~66 페이지

live

05

사막을 초원으로, 현대자동차의 신개념 사회공헌 ‘그린존 차이나’

몽골과 중국 등 아시아 대륙에서 사막화가 진행되는 면적은 1년간 약 3,500km²로 서울 면적의 6배에 해당됩니다. 현대자동차는 2008년부터 중국 사막을 초원으로 되살리기 위한 환경 프로젝트 ‘현대 그린존 차이나’를 차칸노르에서 진행하고 있습니다. 1차 프로젝트 기간인 2008년부터 2012년까지 총 600만 위안을 지원했으며, 차칸노르 서쪽 호수 일대에 알칼리성 토양에도 잘 자라는 염생식물인 감봉을 심고 이들이 잘 자랄 수 있도록 사장(沙障)을 설치했습니다. 서쪽 호수 면적의 60%에 해당하는 5,000만㎡의 메마른 땅이 푸른 초원으로 변모되는 놀라운 성과를 확인할 수 있었습니다. 이러한 성공을 기반으로 현대자동차는 2017년까지 사막화 방지 2차 프로젝트를 실시할 계획입니다.



79, 102 페이지



‘그린존 차이나’ 활동으로 사막이 푸른 초원으로 변모된 모습

brilliant



FIFA 월드컵 후원
 65 페이지



인도 교통안전 사회공헌 캠페인
 107 페이지



06 현지 소비자를 향한 글로벌 전략, 인도·브라질 시장의 전략차 우수성 입증

현대자동차는 차량 개발의 초기 단계부터 글로벌 현지의 소비자 기호와 성향을 차량에 반영하고 있습니다. 신형 i20(현지명 더엘리트 i20, the Elite i20)가 인도 주요 언론사 및 평가단이 선정하는 '2015 인도 올해의 차' 수상의 영광을 안았습니다. 이 상은 인도 내 자동차 부문의 가장 권위 있는 상으로 소비자들의 신차 구매 결정에 중요한 역할을 하고 있습니다.

브라질 전용 모델 'HB20S'는 컴팩트카 부문 '2014 베스트 카'를 수상했습니다. 브라질 최초 현지생산 전략차종인 HB20은 2012년에 출시돼 '2013 브라질 올해의 차' 수상을 시작으로 브라질 주요 '올해의 차' 시상식에서 10관왕을 달성한 바 있습니다. 이번 'HB20S'의 '2014 베스트 카' 수상으로 총 11관왕을 달성하는 영예를 안았습니다.

today

07 ‘더불어 사는 세상’을 향한 실천, 글로벌 사회공헌활동 성과 인정

‘함께 움직이는 세상’을 슬로건으로 현대자동차는 세계 각국에서 적극적인 지역 사회공헌 활동을 추진하고 있습니다. 특히 2014년은 세계 각 지역에서 수행한 사회공헌 성과에 대해 인정을 받는 한 해였습니다. 러시아에서의 교육, 아동, 환경 분야에서의 CSR 활동을 인정받아 ‘대한민국 사랑 받는 기업 정부포상’ 산업통상자원부 장관상을, 중국에서의 사막화 방지 활동을 인정받아 ‘한중CSV경영대상’을 수상하였고, 가나의 드림센터 건립을 통한 CSV 활동의 우수성을 인정받아 CSV 개념을 만들어낸 마이클 포터교수가 직접 수여한 ‘제1회 CSV포터상(산업정책연구원 주관)’을 수상했습니다.



104~105 페이지



<http://csr.hyundai.com>





08 친환경차 기술력의 새로운 도약, 수소연료전지 파워트레인 우수성 입증

미국 자동차 권위지 워즈오토(Wards Auto)가 선정하는 '2015년 10대 최고 엔진(2015 10 Best Engines Winners)'에 투싼 수소연료전지차에 탑재된 파워트레인이 선정되었습니다. 수소연료전지 파워트레인이 선정된 것은 역사상 최초이며, 이는 현대자동차의 우수한 기술력을 입증한 것입니다. 워즈오토는 "최고 기술력의 파워트레인이 탑재된 투싼 수소연료전지차는 전 세계 친환경차 기술 수준의 새로운 도약을 알리는 중요한 모델"이라고 평가했습니다.

power

☰
39 페이지

09 글로벌 최고 기술력이 이끈 승리, WRC 첫 출전 첫 우승

세계 최고 자동차 대회 중 하나로 꼽히는 월드랠리챔피언십(WRC) 독일 랠리에서 현대자동차가 대회 참가 2년만에 처음으로 우승했습니다. 한국 자동차메이커가 세계 모터스포츠 대회에서 거둔 첫 번째 우승이기도 합니다. WRC의 출전 조건은 '양산차량을 기반으로 제작된 고성능 차량'입니다. 현대자동차는 이번 대회에 소형 해치백 i20를 개조한 'i20 WRC'로 출전했습니다. 'i20 WRC'는 현대자동차 남양연구소 레이싱 전담팀과 독일 현대모터스포트가 함께 개발했으며, 이 개발에 참여한 엔지니어만 100명이 넘습니다. 현대자동차는 세계 최고 수준의 모터스포츠 대회에서 거둔 기술 경쟁력을 향후 양산 제품의 성능 향상과 연계시켜나갈 계획입니다.



65 페이지



the world

10

‘자동차 프리즘’으로 본 문화·예술의 공간, 현대 모터스튜디오

삶의 공간으로서의 자동차를 이야기할 수는 없을까. 현대 모터스튜디오는 건물 외관부터 콘텐츠, 운영방식, 인프라까지 보다 더 실험적이고 창의적인 방법으로 소통할 수 있는 브랜드 공간을 지향하면서 만들어졌습니다. ‘현대 모터스튜디오 서울’의 경우, 지난 2014년 5월 개관 이후 10만 명이 넘는 고객이 다녀갔을 정도로 많은 사랑을 받고 있습니다.

러시아에서는 2015년 1월 ‘현대 모터스튜디오 모스크바’가 개관되었습니다. 러시아에는 현대자동차 현지 생산공장이 설립되어 있고 현지 전용모델 <솔라리스>가 판매되고 있습니다. ‘현대 모터스튜디오 모스크바’는 카 갤러리, 브랜드 콜렉션 존, 도서관 및 카페, 이벤트 존 등이 마련되어 있습니다. 현지 고객들에게 현대자동차 브랜드의 성과와 기술을 알리는 역할뿐 아니라 현지고객들과의 보다 친밀한 소통에도 기여하고 있습니다.



<http://motorstudio.hyundai.com>





& beyond

현대 모터스튜디오 서울

CSV Highlights

현대자동차는 기업의 성장과 사회의 공헌을 동시에 추구하는 CSV(공유가치창출, Creating Shared Value) 차원의 경영활동을 추구하고 있습니다. 현대자동차가 추구하는 CSV는 경제적 가치와 사회적 가치를 함께 창출하는 활동입니다. ‘두 가치’가 만나면 세상을 긍정적으로 변화시킬 동력이 된다는 것을 믿기 때문입니다.

CSV는 CSR(기업의 사회적 책임, Corporate Social Responsibility)에 비해 완전히 새로운 개념은 아니지만 CSR과는 달리 ‘비즈니스’에 초점을 둡니다. 기업경영 활동의 가치와 고객 및 지역사회의 가치를 함께 창출하면서 기업 경쟁력을 강화한다는 개념을 근본으로 하고 있습니다.

“경제적 성과를 기반으로 사회적 가치를 창출하고 이를 고객과 나누면서 성장하겠습니다.”

회장 정몽구
현대자동차 2014 지속가능성 보고서 CEO 메시지 중

“우리의 목표는 단순히 자동차를 많이 파는 회사가 아니라, 가장 사랑 받는 회사가 되는 것입니다.”

부회장 정의선
2015년 디트로이트 모터쇼 연설 중



Lifetime partner in automobiles and beyond

자동차에서 삶의 동반자로

인간중심적이고 환경친화적인 혁신기술과 포괄적 서비스를 기반으로 최상의 이동성을 구현하여 삶을 더욱 편리하고 즐겁게 영위할 수 있는 새로운 공간을 제공한다

평생의 동반자 고객의 라이프 스타이지에 맞춘 제품, 서비스 등을 제공	생활의 동반자 자동차와 관련된 모든 부문에서 최상의 고객경험을 제공	행복의 동반자 '자동차'를 생활의 확장된 공간으로서 최고의 편안함과 즐거움을 제공
--	---	---

CSV적 해석

기업의 가치 창출 자동차 산업 선도 입지 확보 및 고객의 다양한 생활 관련 서비스 창출	+	사회의 가치 창출 고객과 시민사회의 삶의 가치를 창조하고, 진정한 동반자로서 책임활동 수행
--	----------	--



MA⁺DE by

현대자동차가 만든 맞춤형 봅슬레이 썰매

HYUNDAI

현대자동차의 글로벌 기술력이 대한민국 봅슬레이 국가대표팀의 열정과
만날 때 ‘가능성의 레이스’가 시작됩니다. 현대자동차는 2018년
평창 동계올림픽에서 우리나라 봅슬레이 국가대표팀이 사용할 썰매를 국내 최초로
제작함으로써 우리 선수들의 새로운 가능성을 응원하고 있습니다.



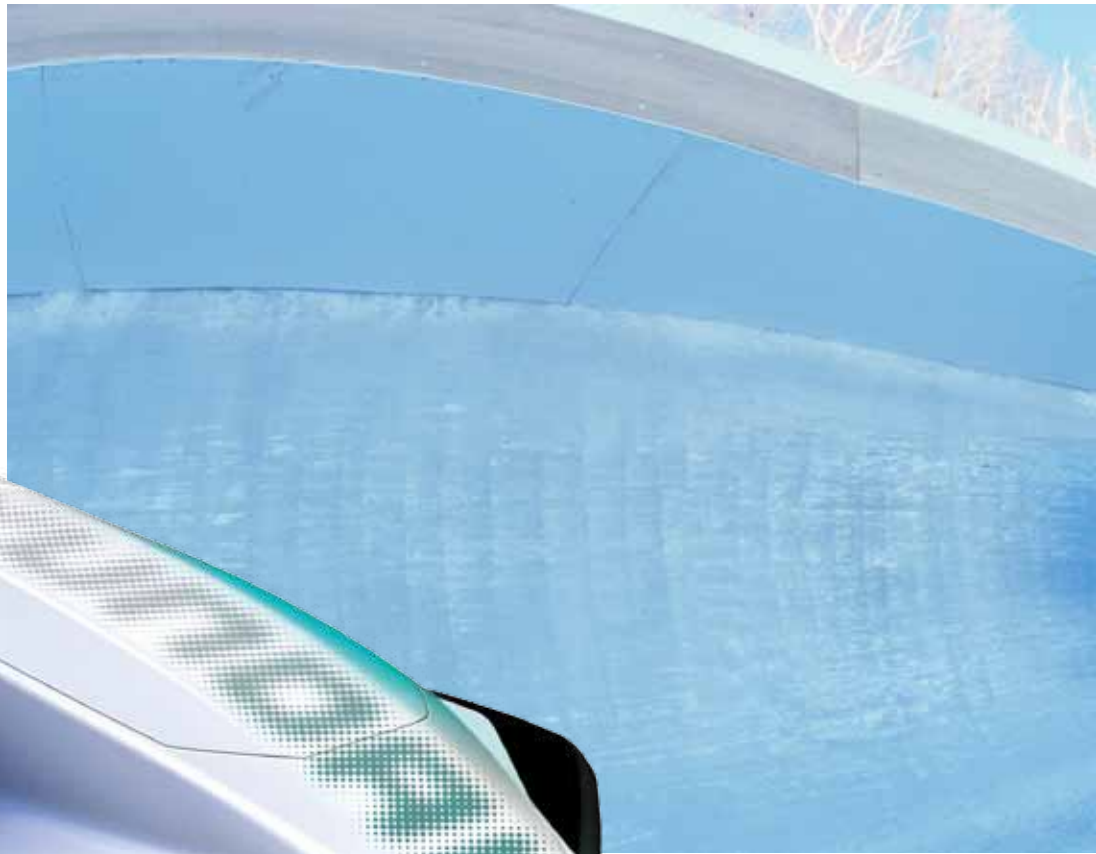
“자동차를 개발했던 기술과 경험을 바탕으로 공기저항을 최소화 할 수 있는 봅슬레이 해석 모델을 만들어 수백 차례의 시뮬레이션 과정을 통해 최종 썰매 모델을 선정하게 되었습니다.”

김석준 책임연구원, 현대자동차 R&D연구소



“대한민국의 기술력으로 만든 썰매를 타고 평창 올림픽에서 승리한다면 더할 나위 없이 좋겠죠.”

김식 코치(좌), 원윤종 선수(우), 봅슬레이 국가대표팀



'Concept Bobsleigh'(전장: 3,135mm, 전폭: 855mm, 전고: 700mm)는 2018년 평창동계올림픽 봅슬레이 국가대표팀이 사용할 썰매의 모델이다. 현대자동차의 CSV 활동은 미래형 고성능자동차 제작기술과 연결된다는 점에서 지속가능한 성장의 동력이다.



2014년 9월 봅슬레이 국가대표팀 후원 조인식을 마치고



**봅슬레이 썰매 제작의
CSV적 가치**

현대자동차의 가치

- 관련 분야 기술력 향상
- 자동차 개발기술 응용



사회적 가치

- 동계 스포츠 발전 기여
- 봅슬레이 경기 저변 확대



현대자동차의 첨단 기술력과 봅슬레이가 만나 이루는 미래의 공유가치

국가대표팀 봅슬레이 썰매 제작의 CSV 가치

이 봅슬레이 썰매는 2018년 평창동계올림픽에서 우리나라 봅슬레이 국가대표팀이 사용할 썰매의 콘셉트 모델입니다. 2014년 9월 현대자동차는 봅슬레이 국가대표팀과 협약을 맺고 2018년 평창 동계올림픽에서 한국 대표팀이 사용할 썰매를 제작하기로 하였습니다. 현재 남양연구소에서 봅슬레이 국가대표팀이 사용할 썰매를 개발하고 있습니다. 현대자동차의 첨단 기술력이 봅슬레이 썰매의 최고 속도와 최적의 안정감을 구현해 낼 것입니다. 현대자동차는 봅슬레이 국가대표팀의 노력이 알찬 결실을 맺을 수 있도록 최선을 다할 것입니다.

봅슬레이 대표팀은 그 동안 변변한 썰매 하나 없었습니다. 처음엔 경기 때마다 다른 나라에서 썰매를 빌려왔고, 2012년부터는 네덜란드와 라트비아 등에서 쓰던 중고 썰매를 구입해 사용했습니다. 몸집이 큰 서양 선수들이 타던 썰매는 우리 선수들 개개인의 체형과 맞지 않아 선수들의 잦은 부상의 원인이 되기도 했습니다.

봅슬레이는 빙상에서 펼쳐지는 스피드 경기로 0.01초 차이로 승패가 갈립니다. 경기장 여건, 선수의 신체 조건뿐 아니라 썰매가 이 0.01초의 차이를 결정짓습니다. 봅슬레이 국가대표팀은 경기장도 없고 맞춤형 썰매도 갖지 못한 열악한 환경 속에서도 2010년 밴쿠버 동계올림픽 4인승 경기에서 결선 진출의 쾌거를 이뤘고, 2012 아메리카컵 대회에서는 종합 3위에 올랐으며, 2013년 아메리카컵 8,9차 대회에서는 사상 첫 연속 금메달을 획득했습니다.



2014년 10월 현대자동차는 처음으로 봅슬레이 썰매를 국가대표팀에 제공하였고, 국가대표팀은 이 썰매로 월드컵 경기에 참가하였습니다. 2015 국제봅슬레이스켈레톤연맹 세계 선수권대회에서 남자 2인승 대표팀을 5위에 올려놓은 이용 감독은 우리 봅슬레이팀이 세계 정상권에 근접한 비결로 '장비 관리 능력'을 꼽았습니다. 현대자동차에서 봅슬레이와 장비전문가를 지원해 장비 관리의 전문성을 확보한 것이 우수한 성과를 얻은 비결이었다는 것입니다.

현대자동차는 국가대표팀 봅슬레이 썰매 제작을 통해 선수들의 경기력 향상뿐 아니라 국내 봅슬레이 종목의 저변 확대를 기대하고 있습니다.



봅슬레이 국가대표팀, 현대자동차 썰매 타고 빙상위의 감동을 만들다

자동차 제작의 첨단 기술을 봅슬레이에 적용하는 것이 "New Thinking, New Possibility"이다

현대자동차는 현재 새로운 봅슬레이 썰매를 개발 중에 있습니다. 2015년 세계 선수권대회를 마친 봅슬레이 국가대표팀과 함께 최고 성능의 썰매 제작에 필요한 테스트를 진행하였습니다.

경기력 향상에는 우리 선수들의 신체 조건이나 체형에 맞는 봅슬레이 제작이 핵심입니다. 그렇다면 국가대표팀 개인의 체형에 최적화된 맞춤형 봅슬레이 제작에는 현대자동차의 어떤 기술력이 접목되었을까요? 첨단 슈퍼컴퓨터를 통한 공력 해석, 윈드 터널 평가, 복합소재 적용 같은 기술이 적용되었습니다. 특히 공기저항 최소화와 카본 기술을 통한 경량화가 핵심인데, 이를 봅슬레이 선수들의 몸에 최적화시키는 것이 관건입니다. 현대자동차 R&D연구소 공력개발팀의 윈드 터널 시험(Wind Tunnel Testing)과 차량유동해석팀의 슈퍼컴퓨터를 활용한 데이터 시뮬

레이션을 거쳐 공력 최적의 동체를 개발하게 됩니다. 국가대표 선수단의 체형에 맞는 맞춤형 동체를 개발하는 데는 3D 스캐닝 기술이 적용됩니다.

현대 봅슬레이 컨셉모델 'Concept Bobsleigh(컨셉 봅슬레이)'가 우리나라 최대 자동차 전시회인 '서울 모터쇼'에 전시되어 눈길을 끌었습니다. 2018년 평창 동계올림픽 국가대표 봅슬레이팀이 사용할 썰매의 모델입니다. Concept Bobsleigh는 최적의 공기 흐름을 위해 동체 양 측면의 볼륨을 강조한 것이 특징입니다. 현대자동차 고유의 디자인을 바탕으로 현대자동차의 감성을 녹여낸 것이 눈에 띄는데, 전방 끝단에 현대자동차 고유의 형상이 디자인된 날개가 아름답습니다. 전·후방 블랙 범퍼의 형상과 전방 라인 등에 유니크한 디자인이 드러나 있는 것도 주목됩니다.

현대자동차는 이번 Concept Bobsleigh를 시작으로 순차적으로 발전된 모델을 제작해 2015년 10월에 개량된 경기용 모델을 선보일 예정입니다. 2015/16 시즌부터 국가대표팀이 개선된 봅슬레이 모델을 사용하게 되면 경기력을 한층 발휘할 수 있을 것으로 기대됩니다.

CSV 활동의 의미와 가치 — 미래형 고성능 자동차 제작 기술력과 응용력 확보

현대자동차가 기술력을 바탕으로 봅슬레이를 제작하는 것은 CSV 활동으로서 어떤 가치와 의미를 갖는 것일까요?

현대자동차의 봅슬레이 썰매 제작은 현대자동차의 글로벌 기술력 수준과 자동차 생산 분야 기술력의 수준을 가늠하는 활동의 하나입니다. 글로벌 자동차 탑 브랜드로서의 위상을 보여주는 활동인 것입니다. 현대자동차의 이 같은 실험적 시도는 봅슬레이 제작 그 자체로 끝나지 않고, 현대자동차의 미래형 고성능자동차 제작기술과 연결됩니다. 현대자동차의 CSV 활동은 기술적 진보를 무한히 열어가는 활동입니다.



TOWARD

사람을 위한 기술 혁신과 완벽한 안전성 — 자율주행 자동차

ZERO ACCIDENT

현대자동차가 추구하는 모든 기술 혁신의 중심에는 ‘사람’이 있습니다.
더욱 많은 사람들에게 보다 편리하고 안전한 이동성을 제공하기 위해
현대자동차는 끊임없이 변화하고 혁신합니다. ‘완벽한 안전성’을 가진
자율주행차는 자동차의 미래이자 현대자동차의 기술 혁신이
나아갈 목표입니다.



운전자 없이 주행하면서 위기상황에서는 정확히 멈춰 서는
 ‘The Empty Car Convoy’ 동영상을 통해 현대자동차의
 자율주행 기술력을 만나볼 수 있습니다.



“가족을 향한 마음까지 담은 자동차 개발을 위해 연구에 정진하고 있습니다.
 ‘시동을 켜 자동차의 최종 정점은 주차이다’라는 자동차 연구의 골격은 변하지
 않는 것 같습니다. 그 화룡점점에는 늘 ‘가족’이 있습니다. 맞벌이를 하는 부부의
 경우, 남편과 아내 각자 바빠 아무도 아이를 데리러 가지 못하게 되는 상황이
 닥치면 어떻게 될까요? 이럴 때 ‘도움이 자동차’가 있다면 얼마나 좋을까요?
 진정한 ‘자율주행 자동차’란 ‘또 다른 내가 되어 가족을 보호하고 사랑하는
 내 마음 그대로를 담아 목적지까지 안전하게 데려다 주는 자동차’가 아닐까요?
 이것이 제가 만들어야 할 미래의 자동차입니다.”

정익운 파트장, 현대자동차 인지기술평가개발 부문

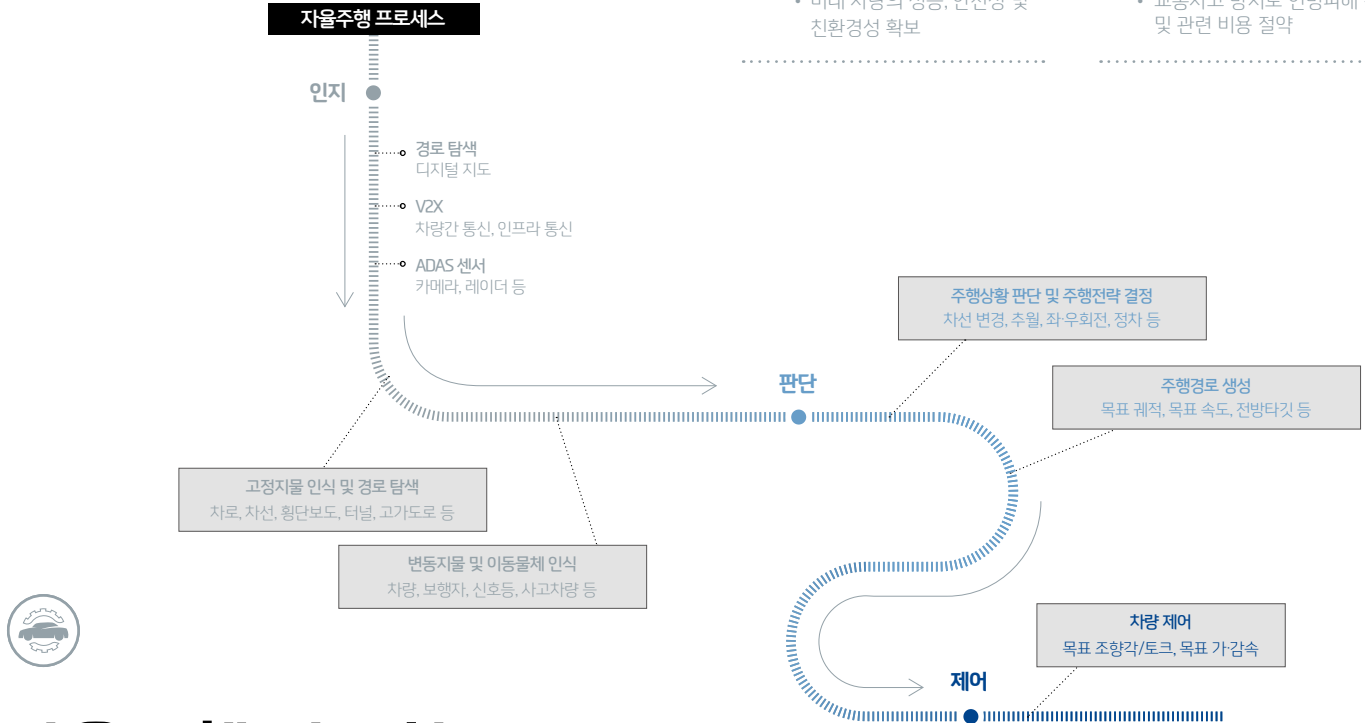
현대자동차의 가치

- 협력사 동반 기술력 상승
- 차세대 성장동력 확보
- 글로벌 시장에서의 기술 경쟁력 확보로 시장 선도
- 미래 차량의 성능, 안전성 및 친환경성 확보



사회적 가치

- 차량 운행 시간의 효율적 사용
- 시각장애인 등 사회적 약자의 복지 증진
- 교통정체 해소로 연료비용 절감
- 교통사고 방지로 인명피해 감소 및 관련 비용 절약



자율주행 자동차 — 완벽한 안전성과 최고의 기술력을 확보하는 그날까지

자율주행 자동차로 인류의 삶의 질 향상에 기여합니다

‘보다 빠르고 더 안전한 자동차’는 이미 우리 삶의 일부가 되었습니다. 이제 세계는 운전자 없이도 차량 스스로 주행환경을 인식해 목표 지점까지 운행할 수 있는 자율주행 자동차 시대를 눈앞에 두고 있습니다. 원격으로 시동이 켜지고, 스스로 도로 위 신호와 보행자를 인지하며, 순간적으로 장애물을 빠르게 인식해 능숙하게 차선을 변경하며 유유히 달려나가는 자동차! 현대자동차의 자율주행기술인 ‘ADAS(첨단 운전자 지원 시스템, Advanced Driver Assistance System)’가 이루어가는 현실 속의 자동차입니다.

현대자동차의 자율주행 자동차 개발에 대한 신념은 기술 혁신이라는 가치를 넘어 중요한 사회적 요구로부터 시작되었습니다. 지능화된 시스템으로 작동되는 자율주행 자동차는 교통흐름을 실시간으로 분석해 주행을 하기 때문

에 교통혼잡과 교통사고를 획기적으로 줄일 수 있습니다. 또한 불필요한 주행을 없애 혁신적인 연비 향상을 기대할 수 있고 그럼으로써 환경성을 높일 수 있습니다. 시각장애인 등 몸이 불편해 이동성에 제약이 있던 사회적 약자들에게도 분명한 해결책을 제시할 수 있는 기술입니다. 자율주행 자동차는 차로 이동하는 시간을 보다 효율적이고 가치창출적인 시간으로 바꾸어 놓을 것입니다. 따라서 자율주행 자동차는 궁극적으로 인류의 삶의 질을 향상시키는 데 기여하게 될 것입니다.

**판타지 영화가 아닙니다. ‘리얼’입니다
현대자동차 자율주행차의 도전적 장면들**

현대자동차는 2010년, 투싼ix 자율주행 자동차를 개발한 이후 본격적으로 자율주행 자동차 개발에 힘을 기울여 왔습니다. 현재는 자율주행의 기본이 되는 ADAS를 주요 양



현대자동차는 2010년부터 자율주행자동차의 시험주행을 실시하고 있다.

산차에 적용하고 있습니다. 2014년에는 이 기술이 적용된 신형 제네시스가 운전자의 개입 없이 부분적인 자율주행을 수행하는 동영상 ‘무인 호송차(The Empty Car Convoy)’가 인터넷 상에서 큰 화제를 모으기도 했습니다. 영상이 공개된 지 10여 일 만에 조회수 257만 건을 기록, 전 세계적으로 화제가 됐습니다.

현대자동차 자율주행 기술 개발 현황 — 인간의 몸에 최대한 가깝게

‘인간의 몸’을 한 운전자 보조 시스템 ADAS

자율주행 자동차의 핵심이 되는 자율주행 기술, 즉 ADAS는 크게 인지, 판단, 제어 등 세 분야의 기술로 구성됩니다. ‘인지’는 센서나 카메라를 통해 환경을 인식하는 것

로 사람에게 비유하자면 눈에 해당합니다. 반면 ‘판단’은 인간의 두뇌에 비유할 수 있으며 컨트롤러를 통해 신호를 처리하거나 주변상황에 따라 차량의 거동을 결정합니다. 마지막으로 ‘제어’는 인간의 혈관이나 근육, 신경계에 해당하는 것으로 가감속이나 조향 제어 등 직접적인 움직임을 관할합니다.

현대자동차의 자율주행 기술은 운전자가 직접 운전에 개입하는 것을 전제조건으로 개발되고 있습니다. 운전 본연의 목적과 재미를 유지하면서도 다양한 돌발상황에서 운전자의 안전을 최우선적으로 확보하는 데 초점을 맞춘 것입니다. 뛰어난 전자 및 제어 기술력을 바탕으로 국내 부품업체와 협업해 자율주행 기술의 내재화를 달성하고, 차세대 스마트카의 대중화 시대를 이끌어 나갈 계획입니다.



SPAS(주차 조향 보조 시스템, Smart Parking Assist System)은 운전자들의 고민인 주차 문제를 해결해 주는 스마트한 기술이다.



BSD(스마트 후측방 경보, Blind Spot Detection) 시스템은 차량 외부 사각지대의 다른 차량과 장애물을 감지해 운전자에게 알려주는 경보 시스템이다.



FCWS(전방 충돌 경보 시스템, Forward Collision Warning System)를 통해 차량 충돌이 예상될 때 운전자에게 경고 신호를 주어 사고 예방에 도움을 준다.

Q&A

자동차의 미래기술, 자율주행 자동차 테마토크

자율주행 자동차의 모든 것! 고객들이 현대자동차 연구원들에게 묻다 Tech&Talk Q&A
(2015 서울모터쇼에서 진행)

QUESTION 1

자율주행 기술은 언제쯤 상용화될 수 있을까요?

ANSWER

자율주행 기술은 ADAS 기능에서부터 시작되었습니다. 자동 긴급제동시스템, 주행조향 보조시스템, 주차조향 보조시스템 등은 이미 현대자동차의 차량에 적용되어 있는 자율주행 기술입니다. 자율주행 기술의 일부는 이미 상용화되었다고 할 수 있습니다. 운전자가 운전대에서 완전히 손을 떼 채 주행이 가능한 자율주행 기술의 상용화는 기술적인 어려움보다는 법규의 유권 해석, 사회제도 등의 변화추이에 따라 상용화 시점이 결정될 것 같습니다.

QUESTION 2

법적으로 자율주행차량이 도로를 다닐 수 있는 건가요? 만약 손을 놓고 갈 수 있다면 뒷좌석에 앉아 가도 되나요? 자율주행 시 앞에 장애물이 있으면 어떻게 되나요?

ANSWER

앞서 설명한 자율주행의 상용화는 법규적으로 유권 해석상 해결해야 할 부분이 있습니다. 뒷좌석에 앉아서 가는 것은 기술적으로는 가능합니다만, 법규적, 사회적으로 제도적 장치가 우선 마련되어야 가능할 것 같습니다. 예컨대, 워급 시 차량을 운전자가 다시 운전할 수 있는 장치가 마련되어야만 자율주행 상용화가 가능하다는 것입니다.

장애물에 대한 대응은 운전자가 하는 방식과 같습니다. 우선, 사람의 눈에 해당하는 카메라 등 센서로 장애물 유무를 인식하면서 장애물의 위치와 움직이는 방향 등을 인식합니다. 이를 기반으로, 어떻게 대응해야 하는지 차량이 판단하고요. 그리고 브레이크, 엑셀, 스티어링 휠을 조작하여 속도를 줄이거나, 차의 방향을 조절하여 대응하게 됩니다.

QUESTION 3

현대자동차의 자율주행 기술은 타사와 비교했을 때 어느 정도인가요?

ANSWER

현대자동차를 비롯해 자동차 회사들은 무인차(Unmanned Vehicle)가 아닌 자율주행차(Self Driving Car) 기술을 연구하고 있습니다. IT 회사와는 추구하는 개발방향도 조금 다르다고 할 수 있습니다. IT 회사는 양산 적용보다는 센서나 IT 기술을 활용하여 시스템을 개발합니다. 반면 현대자동차는 양산 적용을 목표로 합니다. 따라서 상용화된 센서와 차량 시스템을 기반으로 기술을 구현하고 신뢰성과 강건성을 확보하려고 노력합니다. 그래서 타사와의 기술 수준을 직접 비교하기는 힘든 부분이 있습니다.

QUESTION 4

기계적 이상이 생겨 위험한 부분은 없나요? 오작동 시 운전자가 바로 조치를 취할 수는 있나요? 제가 운전해볼 생각을 하니 무서운데요. 정말 잘 작동할까요? 스스로 알아서 멈추는 제네시스 차 광고를 봤는데요. 정말, 진짜로, 운전자가 제어 안 해도 차 스스로 멈추나요?

ANSWER

ADAS는 해당 기능의 동작 전과 동작 중에 차량 제어와 관련된 제동, 조향 장치 등의 상태를 모니터링 합니다. 만약 기계적 이상이 생겨 정상적으로 제어를 수행하기 힘들 경우, 해당 기능을 수행하는 제어가 경고등을 켜 운전자에게 인지시키고 운전자가 직접 조작할 수 있도록 안내합니다. 이 방식은 제어뿐만 아니라 주변 환경을 인식하는 센서에도 동일하게 적용되는데요. 자동화가 높은 시스템일수록 여러 개의 센서를 사용해 인식된 정보를 다중으로 확인하게 함으로써 환경 인식에 대한 신뢰도를 높이고 있습니다. ADAS를 개발하는 데 있어 기능적인 측면 외에도 환경조건을 포함한 다양한 시나리오에 대해서 대처할 수 있도록 많은 노력을 기울이고 있습니다. 자율주행 자동차 개발은 무엇보다 신뢰성 및 안전성이 최우선입니다.



ADAS A to Z

운전자 보조 시스템의 모든 것

1 고속도로 진입

2 고속 주행

HDA

고속도로 주행 지원

Highway Driving Assist

2015년부터 적용될 HDA는 차선유지 제어시스템, 어드밴스드 스마트 크루즈 컨트롤, 내비게이션 연동 기능 등을 통합해 고속도로에서 발생할 수 있는 다양한 주행상황에 대한 대처능력을 높여주는 시스템입니다. 앞차와의 간격을 감지해 거리를 자동으로 유지하고, 차선을 유지하면서 주행하며, 내비게이션과 연동하여 구간 별 최고속도와 과속위험 지역을 인지해 속도를 자동제어 할 수 있습니다.

3 지정 탑승 대기자 인지 및 정차

4 교차로 상황 판단 및 통과

TJA

혼잡구간 주행 지원

Traffic Jam Assist

HDA 상용화를 목표로 TJA를 개발해 2020년부터는 교통상황이 열악한 도심구간에도 적극 대응할 방침입니다. TJA는 저속구간에서도 구현이 가능하며 정지와 출발을 반복하는 도심구간에서 앞차와의 거리 유지 및 차선유지 주행이 가능할 뿐만 아니라, 차선 인식이 불가능한 경우에도 레이더와 카메라로 주변 차량과 사물을 종합적으로 판단해 부분적인 자율주행이 가능한 것이 가장 큰 특징입니다.

5 선행차량 추종

6 선행차량 낙하를 인지 및 정차

ASCC

어드밴스드 스마트 크루즈 컨트롤

Advanced Smart Cruise Control

이 시스템은 점차 진화해 왔습니다. 주행 중 일정 속도를 유지하게 하는 ‘크루즈 컨트롤’ 단계에서, 선행 차량을 추종하는 기능이 추가된 ‘스마트 크루즈 컨트롤’ 단계를 거쳐, 운전자가 페달과 브레이크를 밟지 않아도 레이더 센서를 통해 앞 차량과의 거리를 일정하게 유지시켜 주고 앞차가 정차하면 스스로 정지했다가 다시 출발해 선행차량을 추종해 주행할 수 있도록 업데이트된 단계가 바로 ‘어드밴스드 스마트 크루즈 컨트롤’입니다. 이 시스템에는, 정차 후 출발 시 운전자가 설정해 놓은 속도까지 가속되는 기능도 추가되어 있습니다.

FCWS

전방추돌 경보 시스템

Forward Collision Warning System

전방의 위험한 상황을 인지하고 알리는 LDWS(차선 이탈 경보 시스템, Lane Departure Warning System)가 탑재되어 있는 차량의 경우 윈드실드 글라스에 전방 감지 카메라가 달려 있습니다. FCWS는 LDWS에 사용되는 카메라에서 입력되는 신호를 이용해 차선 및 선행차량을 감지하고, 차량 추돌이 예상될 때 경보음과 스티어링 휠 진동으로 운전자에게 경고해 사고를 예방합니다.

AEB

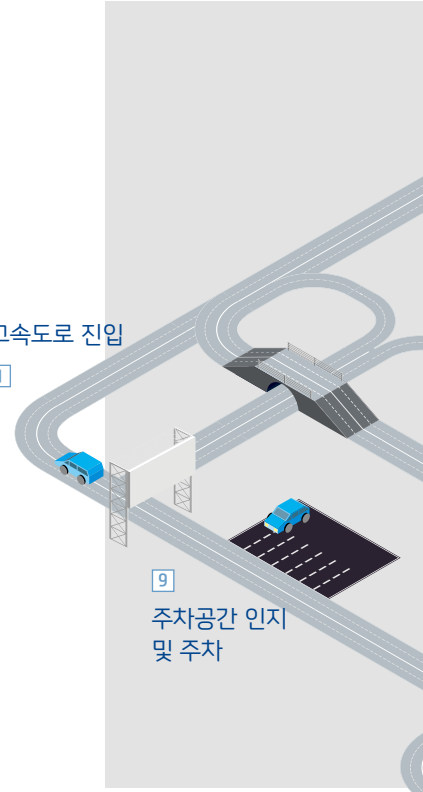
자동 긴급제동 시스템

Autonomous Emergency Braking

예기치 못한 급제동이 필요한 상황에서 당황한 운전자가 브레이크 페달을 밟아야 하는 타이밍을 놓친 경우 가동되는 시스템입니다. AEB 시스템은 운전자 부주의로 선행차량을 인지하지 못한 상태에서 차량 스스로 차간 간격과 주행 속도에 따른 충돌상황을 예측하고 브레이크를 작동시켜 추돌을 방지해 운전자를 보호합니다.

고속도로 진입

1



9

주차공간 인지 및 주차

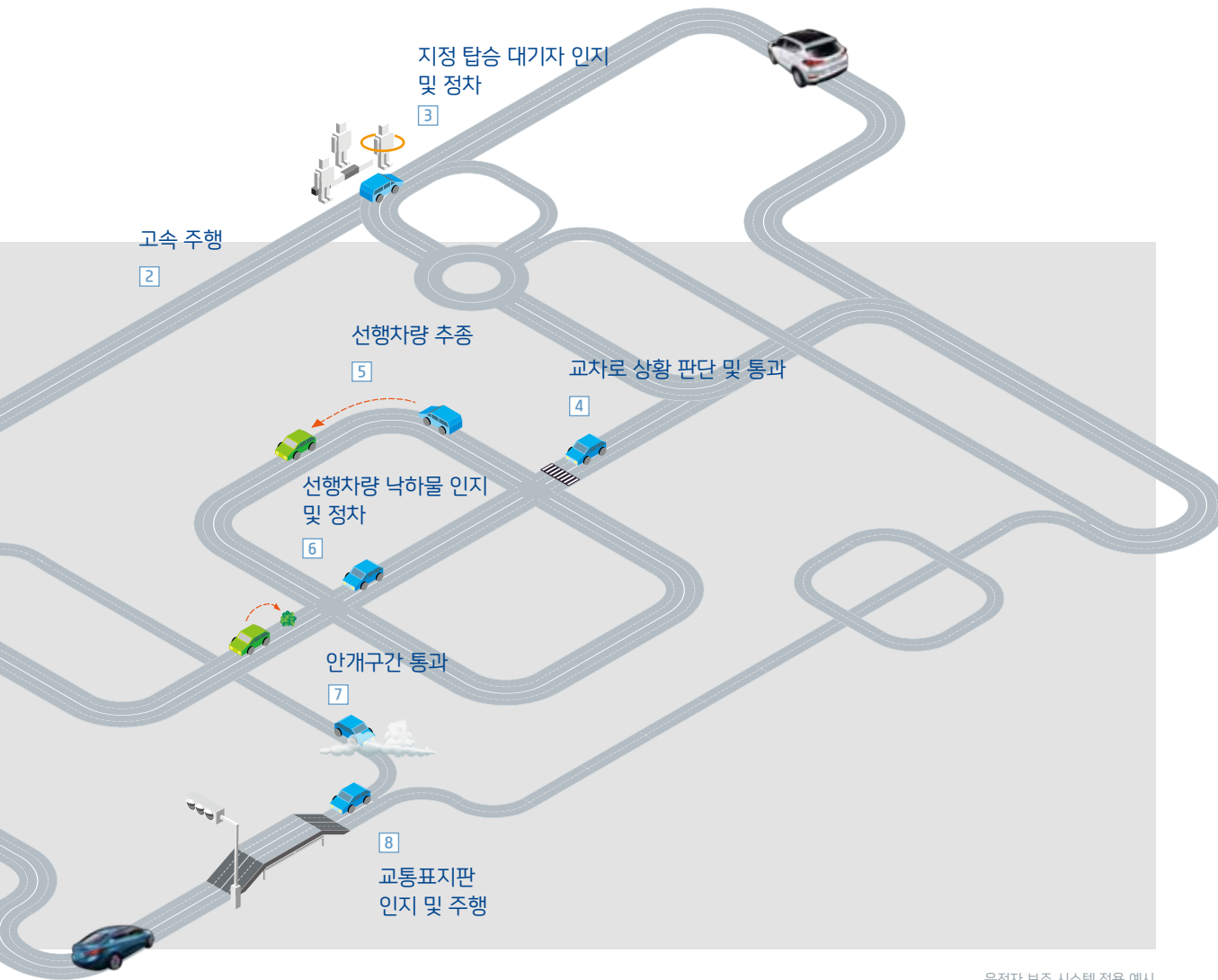
7 안개구간 통과

VSM

샤시 통합제어 시스템

Vehicle Stability Management

눈, 비로 인해 미끄러운 도로, 빙판과 아스팔트가 섞여 있는 비대칭길, 심한 곡선길 등에서 제동할 때 자동차가 균형을 잃는 경우가 있습니다. 이때 자동차가 어느 한쪽으로 기울거나 쓸리지 않고 안전하게 자세를 유지하도록 하는 시스템이 VSM입니다. 스피드 센서, 요잉 레이트 및 횡 가속도 센서, 조향각 센서 등이 주행상태를 파악해 위험상황을 인지하면 차량 자세 제어장치와 전자식 조향장치를 통해 차체의 균형을 바로잡는 능동적인 안전기술입니다.



운전자 보조 시스템 적용 예시

8 교통표지판 인지 및 주행

LKAS

차선유지 지원 시스템
Lane Keeping Assist System

LKAS는 윈드실드 글라스에 장착된 카메라로 앞 차선을 인식한 후 방향 지시등 작동 없이 차선을 이탈할 경우 스스로 차선을 인식해 올바른 방향으로 조향하는 시스템입니다. 운전자에게 경고등이나 경고음을 통해 알려주던 기존의 LDWS보다 개선된 기술로, 보다 능동적으로 운전자의 안전을 지켜줍니다.

BSD

스마트 후측방 경보 시스템
Blind Spot Detection

차량 오른쪽 후측방 사각지대로 접근하는 차는 아웃사이드 미러에서 잘 보이지 않아 사고 발생의 원인이 됩니다. BSD는 사각지대의 다른 차량 및 장애물을 감지해 운전자에게 경고하는 시스템으로 뒷범퍼 좌우 두 개의 레이더 센서가 후측방 접근 차량을 감지, 차량의 속도와 위치를 측정해 아웃사이드 미러에 경보로 알립니다.

HAC

경사로 밀림 방지장치
Hill Start Assist Control

오르막길에 잠시 정차했다 다시 출발할 때는 차가 뒤로 밀립니다. 이 때 밀리지 않기 위해서 액셀러레이터를 세게 밟아야 하는 경우가 종종 있습니다. HAC는 경사로에서 정차하였다가 출발할 때 운전자가 브레이크에서 발을 떼도 약 3초 동안 브레이크가 저절로 작동돼 차가 뒤로 밀리지 않도록 하는 최신기술입니다.

9 주차공간 인지 및 주차

SPAS

주차조향 보조 시스템
Smart Parking Assist System

SPAS는 자동차 외부에 설치된 센서를 통해 주변의 장애물을 감지하고 자동으로 스티어링 휠을 조작하여 주차를 돕는 시스템입니다. 운전자는 음성안내에 따라 브레이크만 조작하면 됩니다. 주차하거나 후진할 때 음향 신호로 운전자에게 주의를 환기시키는 기존의 주차 보조 시스템에서 한층 업그레이드된 것으로 평행주차와 평행출차, 직각주차까지 도와주는 스마트한 기술입니다.

CSV Highlights III



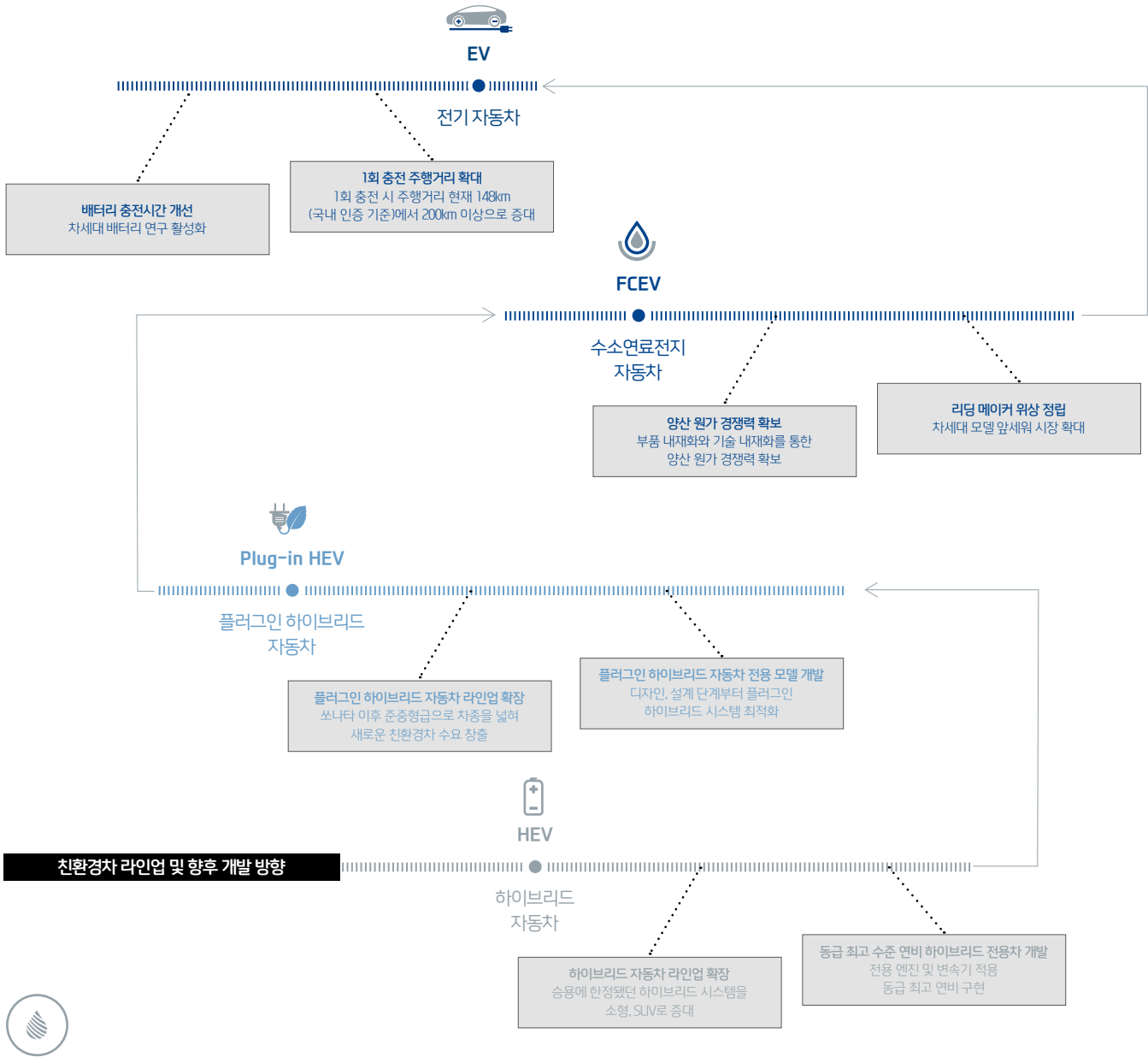
A dynamic splash of water in shades of blue and white, with many small droplets scattered around, set against a light blue background with faint geometric shapes.

EXPANDING

Clean Mobility가 가져올 미래 사회

H₂ORIZONS

현대자동차는 앞선 기술력과 혁신적 아이디어를 기반으로 친환경차 개발에 주력하고 있습니다. 미래를 살아갈 다음 세대들이 깨끗한 환경에서 살 수 있도록 지금의 환경을 보호하고 가꿔나가는 것은 기업의 임무입니다. 현대자동차는 깨끗하고 건강한 친환경 사회를 실현하기 위해 노력하고 있습니다.



Clean Mobility로 에너지 정의 실현 — 2020 친환경차 전략

현대자동차 친환경 자동차 전략 '2020.22.2'

기술의 혁신적 발전으로 상상했던 미래는 현실이 됩니다. 꿈은 경험이 됩니다. 하지만 석유 소비량 증대에 따라 이산화탄소 배출량 역시 증가돼 대기오염의 원인이 됩니다. 미래 세대를 위한 친환경차가 절실하게 필요한 이유입니다. 친환경차 시장은 연평균 20% 수준으로 성장하여 2020년에는 현재의 세 배 수준인 640만 대 규모가 될 것으로 전망됩니다.

지난 20여 년간의 지속적인 연구개발을 통해 현대자동차는 환경차 기술 신뢰성을 확보해 왔습니다. 2014년에는 친환경차 개발전략인 '2020.22.2 프로젝트'를 대내외에 공표하고, 2020년까지 22개의 친환경차 라인업으로 전 세계 친환경차 시장 2위로 올라서겠다는 비전을 제시했습니다. 구체적으로는 하이브리드 12개 차종, 플러그인 하이브리드 6개 차종, 전기차 2개 차종, 수소연료전지차 2개 차종을 개발하고, 소형자동차부터 SUV 차량에 이르기까지 친환경차 풀 라인업을 구축할 계획입니다.

Clean Mobility의 CSV적 가치

현대자동차의 가치

- 친환경차 확대 전개
- 수소사회 패러다임 선도
- 친환경 사회 지원



사회적 가치

- 친환경차 대중화
- 수소 생태계 구축
- 이산화탄소 배출량 감소



2020년까지 22개의 친환경차 라인업(12개 차종, 플러그인 하이브리드 6개 차종, 전기차 2개 차종, 수소연료전지차 2개 차종)을 구축하여 전세계 친환경차 시장 2위로 도약하는 목표를 상징화 한 비전 '2020.22.2' 도안 이미지



그랜저 하이브리드. 저토크로 주행 시에는 배터리와 모터의 힘만으로 주행하는 EV(전기차) 모드로 자동 변환된다.



쏘나타 하이브리드는 국내 친환경차 중 가장 높은 판매량을 기록하고 있다. 2015년 공개된 쏘나타 플러그인 하이브리드는 44km 이상의 EV 모드 주행거리를 확보하고 있다.



현대자동차 친환경차의 현재와 미래

현대자동차는 기술혁신을 통해 독자적으로 친환경차 전 분야의 대중화를 선도하고자 합니다. 모터, 인버터, 배터리 등 핵심부품 원천 기술을 선점하고 시장 패러다임을 주도하여 미래 시장에서 신 수요를 적극 창출하고자 합니다. 연비향상 위주의 개발에서 연비를 획기적으로 향상하는 방향으로 연구개발의 방향성을 선회해 나갈 계획입니다. 수소연료 자동차는 주행의 부산물로 100% 물을 발생시키는 친환경차입니다. 현대자동차는 수소연료 자동차 개발에 더욱 매진함으로써 탄소경제사회로부터 수소경제사회로의 패러다임을 전환하는 주체로서 그 변화의 중심에 서겠습니다.

'수소사회'를 선도하며

'수소사회'가 점차 현실이 되고 있습니다. 수소사회는 이산화탄소나 배기가스를 전혀 배출하지 않고 환경친화적인 수소에너지를 사용하며, 수소를 생산하고 생산된 수소를 활용해 차량의 연료 및 전력을 생산합니다. 수소의 에너지원은 물과 같은 청정한 에너지입니다. 자동차 연료로 수소를 사용하게 되면 공해물질이 발생하지 않을 뿐 아니라 가스나 액체형태로 수송 및 저장이 가능합니다.

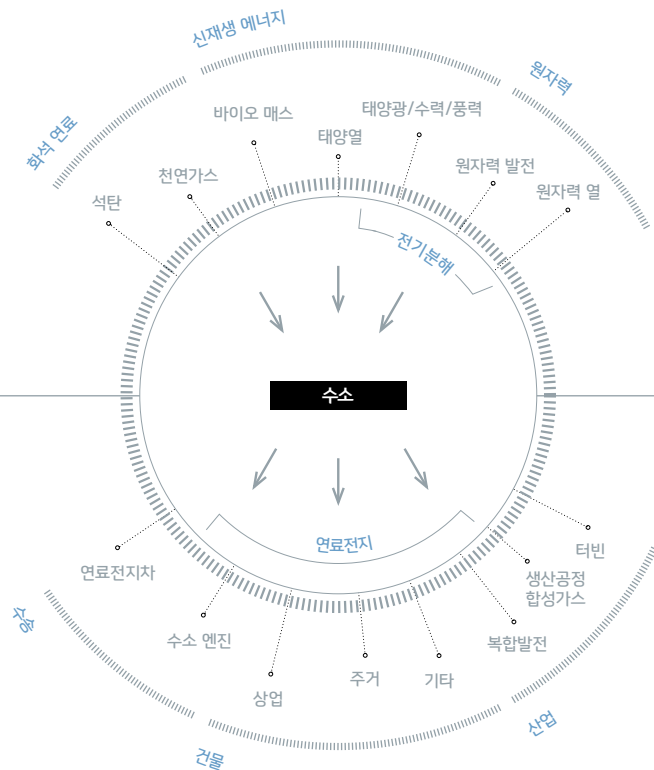
3,800 만톤

전 세계 수소 생산량 3,800만 톤, 국내 130만 톤 생산 중
(10만 톤 수소로 50만 대의 수소연료전지차 운영 가능)

130 만톤

수소사회

수소에너지로의 대전환과 통합



※ 출처: 과학과 기술



세계 최고의 기술력을 자랑하는 수소연료전지차 투싼ix. 수소연료전지 시스템 최초로 워즈 오토가 선정하는 10대 최고 엔진에 선정돼 그 기술력을 인정 받았다.



수소에너지 시대의 부상

에너지 패러다임 전환:
화석 연료에서 수소로





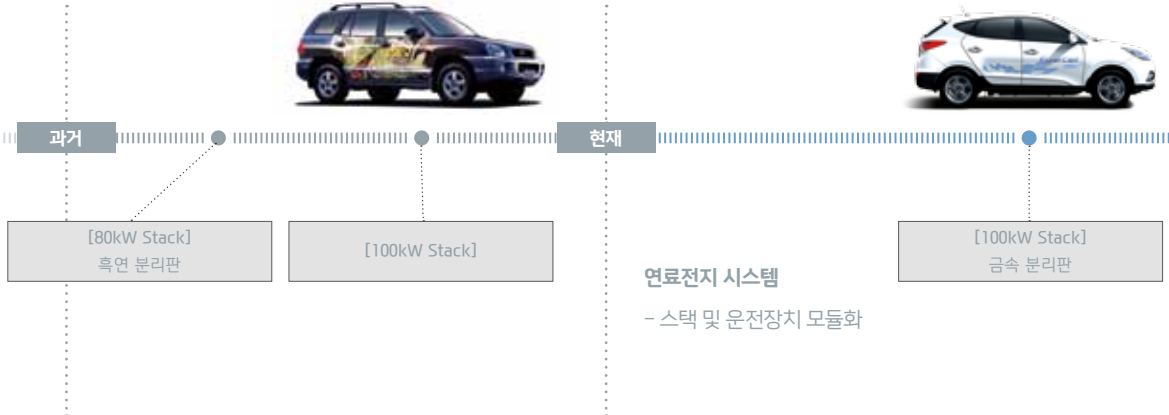
현대자동차의 FCEV 전용차 컨셉인 'Intrado'. 2018년 양산을 목표로 하고 있다.

현대자동차는 수소연료전지 기술 로드맵에 따라 다가올 수소사회를 준비하고 있습니다

수소연료전지 기술 로드맵

- 연료전지 기술 검증
- 350 기압/-10°C 냉시동

- 차량 안전성 확보
- 생산기술 개발 및 부품 공급체계 구축
- 700 기압/-20°C 냉시동



투싼 ix35 FCEV 판매 현황



- 상품성 개선
- 주행거리 증대, -30°C 냉시동
- 대량 생산체계 구축

미래



차세대 분리판 구조

연료전지 시스템

- 하이브리드/전기차와 부품 공용화
- 내연기관 동등 출력 밀도 구현

현대자동차의 수소연료전지차 세계를 누비다

투싼 ix35는 2013년 세계 최초로 양산을 시작해 현재 세계 15개국에서 판매 중입니다. 2012년 유럽 로드 투어 성공으로 주행성능과 친환경에 대한 기술력을 인정받고 본격적으로 유럽 시장에 진출했으며, 2014년에는 미국과 국내 시장에도 성공적으로 출시되었습니다. 투싼 ix35로 수소연료 자동차 시장을 선도한 현대자동차는 지속적으로 주요 판매국의 인프라를 확대하고 신규고객을 발굴하기 위해 노력하고 있습니다. 앞으로도 현대자동차는 수소연료 자동차의 가격경쟁력을 강화하여 친환경차의 대중화를 선도할 것입니다.

수소생태계를 만들어가다

미국, 유럽 국가 및 일본은 탄소배출 감축 정책과 함께 이미 수소연료전지차 확대를 위한 제도를 마련하고 있습니다. 미국의 경우, 친환경차량 지원법과 수소연료전지차 판매촉진 프로그램이 추진되면서 수소연료전지차 차량 증가와 인프라 확대가 예상되고 있습니다. 캘리포니아주는 저탄소 차량 전환을 위한 친환경차량 지원법안이 의회를 통과하여 수소 충전소 구축에 많은 예산을 할당하고 있습니다. 유럽에서는 수소산업을 대변하는 단체들이 있습니다. 일본은 정부 주도하에 수소사회 구축을 위한 다양한 실증사업 및 인프라 구축사업을 진행하고 있습니다. 한국에서는 2014년 1월 민간주도의 한국수소산업협회가 출범하였으며 현대자동차도 여기에 참여하고 있습니다.

국내 수소충전소는 서울 상암동을 비롯, 양재, 인천, 화성, 울산, 제주 등 총 13기가 있습니다. 가솔린, 디젤, 천연가스 및 전기자동차 충전소에 비해 수소충전소는 상대적으로 적은 편입니다. 하지만 수소연료전지차 1대를 충전하는 데 소요되는 시간은 단 3~5분 정도로, 가솔린이나 디젤 연료의 충전시간과 큰 차이가 없으며 충전소의 용량에 따라서는 하루에 400~1,000대까지도 충전이 가능합니다. 수소충전소 인프라가 늘어날수록 충전 편의성은 획기적으로 향상될 것으로 기대됩니다.

현대자동차가 추구하는 지속가능한 성장에 대한 개요와 지속가능경영의 성과를 담고 있습니다. 특히, 2014년 세계가 주목한 현대자동차의 지속가능한 가치창출에 대한 노력과 결과를 제품책임, 친환경, 협력사, 임직원, 그리고 지역사회로 나누어 보고하였습니다. 이 성과들은 현대자동차의 철학과 정책을 반영하고 있으며, 현대자동차가 추구하는 기술혁신의 궁극적 목표가 ‘함께하는 행복한 사회’를 만드는 데 있음을 보여줍니다.

SUSTAINABILITY PERFORMANCE



OUR SYSTEM

지속가능경영 체계	044
지배구조	050
경제적 가치창출과 배분	052
지속가능경영 중요성 평가	056

OUR VALUE

제품책임	058
Global Highlight _ 중국 및 아시아	067
친환경	068
Global Highlight _ 체코	081
협력사	082
Global Highlight _ 한국	087
임직원	088
Global Highlight _ 브라질	097
지역사회	098
Global Highlight _ 인도	107
지표 및 데이터	108

지속가능경영 체계

지속가능한 미래를 향한 목표와 방향을 명확히 세우고
인류사회의 지속가능한 성장과 꿈을 실현하고자 노력합니다.

경영철학 및 비전

현대자동차는 2011년 구성원들의 공유가치 정립에 기여하고 지속가능경영의 내실을 다지기 위해 이념체계를 재정립하였으며, 위기의 상황에서도 창의적인 도전정신으로 ‘새로운 생각과 가능성’을 선도해 나가고 있습니다.

경영철학

현대자동차는 그룹 차원에서 계승되어 온 정신과 가치를 ‘무한책임정신’, ‘가능성의 실현’, ‘인류애의 구현’ 등 3가지 핵심 키워드로 정리하고, 이를 기반으로 ‘창의적 사고와 끝없는 도전으로 새로운 미래를 창조함으로써 인류사회의 꿈을 실현한다’라는 경영철학을 정립하여 경영활동의 근간으로 삼고 있습니다.

‘무한책임정신’은 이해관계자에 대한 책임의식을 바탕으로 지속가능한 성장을 추구하는 정신을 의미하며, ‘가능성의 실현’은 현실에 안주하지 않고 끊임없이 새로운 영역에 도전해 온 현대자동차의 개척정신을 뜻합니다. 그리고 ‘인류애의 구현’은 인류사회 전반의 생활 수준 향상에 기여함으로써 인류애를 실천하겠다는 의지를 담고 있습니다. 현대자동차는 이 같은

무한책임정신	<ul style="list-style-type: none"> - 임직원과 그 가족은 물론 협력사의 임직원과 그들의 가족까지 책임지기 위한 지속성장 추구 - 고객의 안전과 행복을 끝까지 책임지고 최고의 품질 추구
가능성의 실현	<ul style="list-style-type: none"> - 무한한 성장과 발전을 추구하는 DNA - 안일과 현실 안주 거부, 실패의 위험을 무릅쓰고 신사업을 개척하는 사업가 정신 - 작은 가능성을 현실에서 실현함으로써 근원적인 부가가치 창출
인류애의 구현	<ul style="list-style-type: none"> - 최고 수준의 제품과 서비스를 보다 많은 사람들에게 제공해 인류사회 전반의 생활 수준 향상 - 환경 문제에 대한 능동적 대처 - 나눔활동을 통한 글로벌 지역사회 공헌

경영철학을 기반으로 전 세계인으로부터 존경 받고 인류사회에 공헌하는 기업으로 성장, 발전해 나갈 것입니다.

비전 2020

‘비전 2020’은 지속가능한 성장을 위한 그룹 차원의 명확한 목표와 현대자동차가 추구하는 미래를 제시합니다. 자동차는 이제 인간과 인간을 이어주는 이동수단을 넘어 삶의 가치를 실현하면서 그 의미와 가치가 점차 확대되고 있습니다. 비전 2020에는 변화된 자동차의 가치와 이념을 적극적으로 수용하고자 하는 현대자동차의 기업철학과 의지가 반영되어 있습니다. 이로써 현대자동차는 단순히 자동차를 생산하고 판매하는 기업이기보다는 새로운 삶의 가치를 창조하고 고객들의 일상을 공유하는 진정한 삶의 동반자가 되기를 원합니다. 고객들로부터 가장 사랑 받는 기업, 고객들의 일생을 함께 하는 기업으로 우리는 다시 출발하고 있습니다.

비전 및 3대 전략 방향

비전

Lifetime partner in automobiles and beyond
(자동차에서 삶의 동반자로)

인간중심적이고 환경친화적인 혁신기술과 포괄적 서비스를 기반으로
최상의 이동성을 구현하여 삶을 더욱 편리하고 즐겁게 영위할 수 있는
새로운 공간을 제공한다

3대 전략 방향

<p>최상의 고객경험 제공</p> <ul style="list-style-type: none"> - 고객 접점 서비스 혁신 - 완벽 품질 구현 - 브랜드 가치 제고 - 인간중심적 미래기술 개발 	<p>신성장 기회 발굴</p> <ul style="list-style-type: none"> - 지역 별 전략차 및 취약 판매채널 공략 - 후방사업 확대 및 강화 - 친환경차(친환경 기술) 및 신소재 개발 	<p>글로벌 운영의 최적화</p> <ul style="list-style-type: none"> - 규모의 최적화 (Smart Scale) 실현 - 해외거점 간 시너지 제고 - 사회책임 및 Globality 구현
--	--	--

지속가능경영 체계
지배구조
경제적 가치창출과 배분
지속가능경영 중요성 평가

현대자동차가 제안하는 ‘자동차’는 유년기부터 노년기에 이르기까지 인간의 생애와 함께 하는 ‘평생의 동반자’입니다. 집과 일터, 휴식과 만남의 장으로 확장된 공간으로서 최고의 편안함과 편리함을 제공하는 ‘행복의 동반자’입니다. 고객이 현대자동차 브랜드를 선택하는 순간부터 현대자동차는 ‘금융, 제품 경험, IT서비스와 중고차 판매’ 등 자동차와 관련된 모든 부문에서 최상의 고객 경험을 제공하는 자동차 ‘생활의 동반자’로서 고객에게 더욱 가까이 다가갈 것입니다.

평생의 동반자 유년기부터 노년기까지 고객의 라이프 스타일에 맞춘 브랜드, 제품, 서비스 등을 제공하고자 합니다. 생의 그 어느 순간에서도 고객들로부터 선택 받는 현대자동차의 미래를 그려 봅니다.

생활의 동반자 고객에게 더 많은 가치와 혜택을 제공하기 위해서는 서비스의 혁신이 필요합니다. 자동차 구매 전 단계부터, 구매, 보유, 재구매 단계까지, 자동차와 관련된 모든 과정의 서비스를 제공함으로써 고객에게 최상의 경험을 선사할 것입니다.

행복의 동반자 단순한 이동수단으로서만이 아닌 편안함과 즐거움을 상징하는 존재로 ‘자동차’의 개념을 새롭게 창안하고자 합니다. 자동차를 다양한 활동이 이루어지는 공간이 되게 하고, 보다 빠르고 편리하며 안전하고 즐거운 이동을 위한 서비스를 고객에게 제공할 것입니다. 친환경 및 IT기술을 대중화하는 기술 혁신으로 보다 고객에게 가까이 다가갈 것입니다.

핵심가치

현대자동차는 신경영철학과 비전을 실천하기 위해 고객 최우선, 도전적 실행, 소통과 협력, 인재 존중, 글로벌 지향의 5대 핵심가치를 선정하였습니다. 5대 핵심가치는 임직원의 사고와 행동에 체화된 신념을 분석해 현대자동차 특유의 성공인자를 추출해 내고, 여기에 미래지향적이며 지속가능한 가치요소를 포함시킨 것으로 구성원들의 구체적인 실천 규범을 제시한 것입니다. 이는 현대자동차의 경영활동은 물론 임직원들의 의사결정과 일상 업무를 행하는 데 있어서 행동규범이 될 것입니다. 또한 현대자동차 구성원들의 공동체 의식과 결속력을 높이면서 동시에 지속가능한 성장과 발전의 근간이 될 것입니다.



CUSTOMER

고객 최우선

최고의 품질과 최상의 서비스를 제공함으로써 모든 가치의 중심에 고객을 최우선으로 두는 고객감동의 기업 문화를 조성한다.



CHALLENGE

도전적 실행

현실에 안주하지 않고 새로운 가능성에 도전하며 ‘할 수 있다’는 열정과 창의적 사고로 반드시 목표를 달성한다.



COLLABORATION

소통과 협력

타부문 및 협력사에 대한 상호 소통과 협력을 통해 ‘우리’라는 공동체 의식을 나눔으로써 시너지효과를 창출한다.



PEOPLE

인재존중

우리 조직의 미래가 각 구성원들의 마음가짐과 역량에 달려 있음을 믿고 자기계발에 힘쓰며, 인재존중의 기업문화를 만들어 간다.



GLOBALITY

글로벌 지향

문화와 관행의 다양성을 존중하며 모든 분야에서 글로벌 최고를 지향하고 글로벌 기업시민으로서 존경 받는 개인과 조직이 된다.

사회책임경영

현대자동차는 글로벌 기업시민으로서 사회에 미치는 영향을 인식하고, 이에 따르는 책임을 성실히 이행하고자 2008년 출범한 사회책임위원회를 중심으로 환경경영, 신뢰경영, 사회공헌 등 핵심 부문별 사업을 추진하고 있습니다.

2020 사회책임 중장기 전략

사회책임 중장기 목표는 '지속 가능한 가치 제공자'이며, 이에 따라 더불어 발전하는 기업, 행복한 이동성 제공, 신뢰 받는 동반자, 투명한 기업, 확신을 주는 기업, 가장 일하고 싶은 회사, 기후변화 대응 리더 등의 7대 핵심 과제가 선정되었습니다. 현대자동차는 이러한 과제와 관련된 이해관계자와 지속적으로 대화하고 협력하면서 지속가능한 미래의 가치를 창조하고 공유하고자 합니다.

윤리경영

기업의 윤리적 책임은 법적 책임이나 경제적 책임 못지 않게 중요하게 인식되고 있습니다. 현대자동차는 정도경영, 투명경영 문화를 현대자동차 고유의 회사문화로 정착함으로써 윤리경영에 앞장서고 있습니다.

윤리경영 시스템

현대자동차는 2001년 제정된 윤리헌장, 윤리실천강령, 윤리규정을 바탕으로 윤리경영이 전 임직원에 공유되고 준수될 수 있도록 독려하고 있습니다. 또한 효율적인 커뮤니케이션을 위해 홈페이지에 관련 내용을 게재하여 업무에 필요할 경우 상시 열람할 수 있도록 하고 있습니다. 특히, 2013년 윤리경영 홈페이지를 전면 개편하여 이해관계자의 접근성을 높이고, 임직원들이 윤리지침 및 윤리 사이버 교육 내용을 업무시 참고할 수 있도록 하였습니다. 2002년부터는 협력사와의 거래에 있어서 공정성 및 투명성을 높이기 위해 자발적으로 CP(공정거래 자

사회책임 중장기 전략 체계도



지속가능경영 체계
지배구조
경제적 가치창출과 배분
지속가능경영 중요성 평가

을 준수 프로그램, Compliance Program)을 실시하고 있습니다. 2008년에는 유엔 글로벌 콤팩트에 가입해 대내외에 윤리 경영 활동을 구체적으로 선언하고 있습니다. 더불어 이사회 내 사외이사로 구성된 윤리위원회를 운영하며, 투명경영 실천에 노력하고 있습니다.

윤리현장

현대자동차 윤리현장은 임직원들이 업무 수행에 있어 윤리적인 판단을 할 수 있도록 돕는 것을 목적으로 하며, 현대자동차 전 임직원뿐 아니라 협력사에도 적용됩니다. 윤리경영에 대한 상세 정보 및 관련된 규정 전문은 현대자동차 공식 웹사이트인 기업정보에서 보실 수 있습니다.

윤리경영 추진 내역

- 2001 > 윤리현장, 윤리실천강령 제정
- 2002 > CP 운영
- 2003 > 현대자동차 윤리경영/투명경영 선언
지속가능성 보고서 발간
- 2004 > 사이버 감사실 개편
- 2005 > 윤리행동지침 발간 및 배포
- 2006 > 협력사 상생협력 방안 발표, 신입관리자 윤리경영 교육
- 2007 > 이사회 산하 윤리위원회 신설
- 2008 > 유엔 글로벌 콤팩트 가입
국내 최대 규모 공정거래 협약 체결
현대자동차 사회책임경영 선포
- 2009 > 공정거래위원회 CP 등급 평가 'AA' 획득
현대자동차 사회책임현장 제정
- 2010 > 2기 협력사 공정거래 협약 체결
현대자동차 협력사 동반성장 선언
- 2011 > 국제회계기준 IFRS 도입
제 3기 하도급 공정거래협약 체결
- 2012 > 최고경영자 CP 자율준수 의지 선포 및
전사적 CP 교육 실시
- 2013 > 중국 윤리경영체계 강화를 위한 윤리규정 제정
선물/향응 규정 수립
사이버 감사실 운영
- 2014 > 전사적 CP 교육 강화

사이버 감사실

사이버 감사실을 통해 임직원의 직위를 이용한 부당한 요구 및 부정비리 사실에 대한 제보를 받고 있으며, 관련 절차에 따라 이를 처리하고 있습니다. 실명 접수가 원칙이며, 비공개방식으로 절차가 진행됩니다. 사이버 감사실에 접수되는 제보 유형은 학연, 지연에 의한 불공정 거래행위, 금전, 금품 또는 향응의 부당한 요구나 제공 사실, 직원 오남용 및 청탁 행위 및 기타 윤리실천 강령에 위배되는 행위가 있습니다. 사이버 감사실은 인터넷, 전화, 팩스 및 서신으로 제보가 가능하며, 관련 부서의 확인 등 필요한 절차를 거쳐 처리 결과를 통보합니다. 사이버 감사실을 통해 접수된 사건은 철저히 보호되며 제보자의 비밀 보호를 위해 비밀 보장, 신분보장, 책임감면의 3대 정책을 설정하고 있습니다.

 현대자동차그룹
윤리경영 홈페이지
<http://audit.hyundai.com>

준법경영

현대자동차는 모든 경영활동에 있어서 법과 규제를 준수하는데 만전을 기하고 있으며, 준법경영의 범위를 협력사까지 확대함으로써 준법의식을 확립하고 기업의 사회적 책임을 다하고자 노력하고 있습니다.

준법경영 목표

현대자동차의 준법경영 활동은 경영상의 비합리적인 요소를 제거, 개선하여 경쟁력을 제고하고 공정거래가 기업문화에 융화되어 법적 리스크가 현실화 되는 것을 방지하는 데 목적을 두고 있습니다. 이러한 노력의 결과 2014년에는 법률 및 규제 위반으로 인한 벌금 등 제재 건수가 단 한 건도 없었습니다.

준법지원 활동

현대자동차는 체계적인 준법지원 활동을 추진하기 위해 준법지원 로드맵을 수립하였습니다. 2014년에는 제도 도입 초기에 파악한 비즈니스와 연관된 주요 법적 리스크에 관한 준법 가이드라인을 제작하여 배포하였습니다. 또한 임직원을 대상으로 준법교육을 실시하였으며, 온라인 교육 프로그램 제공, 준법지원 전산시스템 개발 및 준법 자율점검 등 준법경영 기반 구축 작업을 수행하여 준법지원 활동의 확장 단계를 위한 발판을 마련했습니다. 2015년에는 전 임직원 대상으로 온라인 준법교육 및 준법자율점검을 실시하고, 해외 법인 등 글로벌 준법지원에 역량을 집중할 예정입니다.

공정거래 자율준수

현대자동차는 법 리스크 예방의 차원을 넘어 공정한 거래 문화의 정착 및 이를 통한 자동차산업 내에서 상생의 길을 모색하고 있습니다. 현대자동차는 2014년에 CEO의 공정거래 자율준수 의지를 대내외에 선언하였고, 신입 임원 및 신입사원 그리고 주요 부문을 대상으로 공정거래 교육을 실시하는 등 전사적인 공정거래 자율준수 문화를 조성하고 있습니다. 이와 더불어 모든 임직원들이 업무상 공정거래 자율준수를 위한 지침으로 활용할 수 있도록 공정거래자율준수 편람을 전면 개정 출간하여 전사에 배포하였습니다. 또한 지속적으로 주요 부문 별 특성을 고려한 교육을 추진하고 이에 대한 사전 모니터링 활동을 강화하고 있습니다. 현대자동차의 임직원들은 다음의 공정거래 자율준수 행동지침을 업무에 반영하고 있습니다.

공정거래 자율준수 행동지침

- 첫째, 공정거래 자율준수는 기업경영의 필수 불가결한 요소임을 명심해야 할 것입니다.
- 둘째, 임직원 각자는 자신의 업무와 공정거래법과의 관련성을 사전 체크해야 합니다.
- 셋째, 공정거래 사안이 의심될 경우에는 반드시 관련 부문의 사전 검토를 거친 후 업무를 추진해야 합니다.

준법지원 로드맵



리스크경영

현대자동차는 대내외 불확실한 리스크에 선제적으로 대응하고 대응 차원을 넘어 경쟁우위를 확보하여 기회요인으로 활용할 수 있도록 전사적 통합 리스크 관리체계를 구축하여 운영하고 있습니다.

선제적 리스크 관리

현대자동차는 대내외 현황에 대해 정기적인 점검과 함께 시나리오 분석 및 대응방향 수립으로 발생 가능한 리스크에 대해 선제적 대응을 추진하고 있습니다. 아울러 대응 결과에 대한 정기점검 및 보완조치를 통해 보다 효율적인 리스크 관리를 추진하고 있습니다.

2014년에는 특히, 지속적으로 강화되고 있는 미국 내 안전법규 및 리콜에 신속대응 하고자 관련 프로세스를 개선하여 리콜 의사결정 기간을 기존 3~4개월에서 5일 이내로 단축함으로써 대외적인 당사 신뢰도를 제고하고 과징금 부과 위험에 대비하였습니다.

리스크 관리 체계화

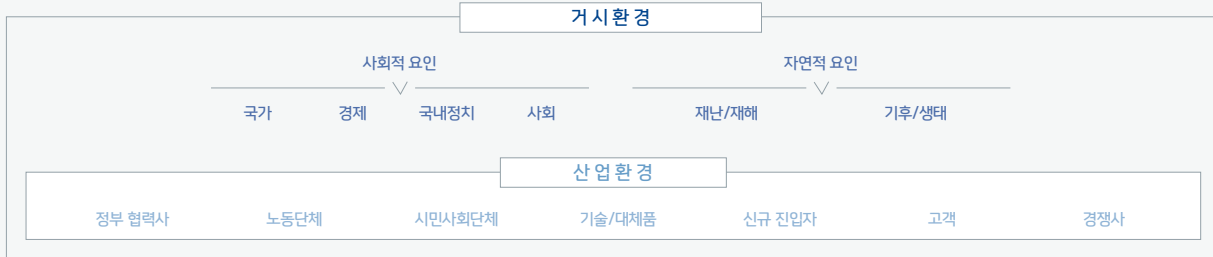
현대자동차는 점차 증대되고 있는 다양한 내·외부 리스크에 효과적으로 대응하기 위해 중요도/시급도/파급력 등을 고려하여 위험도의 등급 및 관리 기준을 정립하였으며, 사안별 대응 담당자를 선정하고 대응 매뉴얼을 보완하여 전사적 리스크 관리체계를 구축하였습니다. 또한 외부 리서치 기관 및 전문가 네트워크를 활용하여 전문성을 확보하였습니다.

리스크 관리 프로세스



지속가능경영 체계
지배구조
경제적 가치창출과 배분
지속가능경영 중요성 평가

리스크 구조



리스크 사전 예방

현대자동차는 리스크에 노출되면 그 동안 축적된 회사의 유형-무형의 자산이 훼손되고, 그것을 다시 회복하는 데 많은 자원이 소요된다는 것을 인식하고 있습니다. 이에 선별된 주요 리스크 요인을 사전에 예방하고 있습니다.

이해관계자 커뮤니케이션

기업은 다양한 사람들과의 관계 속에서 성장합니다. 현대자동차는 고객, 임직원, 주주, 협력사, 지역사회 등 이해관계자들과 신뢰관계를 구축하고 있으며, 이들과의 동반성장을 추구하고 있습니다.

이해관계자별 이슈

이해관계자들의 신뢰를 얻기 위해서는 그들을 존중하는 동시에 기업 스스로 활동의 윤리성과 투명성을 견지해야 합니다. 현대자동차는 관련 이해관계자들과 지속적으로 신뢰경영의 가치를 공유하면서 기업활동의 윤리성과 투명성 강화를 위해 노력하고 있습니다.

이해관계자	주요 이슈	커뮤니케이션 채널
고객	- 지속가능한 이동성 제공 - 우수한 품질 - 차량안전 제고 - 고객만족도 제고	- 모터쇼 및 신차발표회, 시승회, 스포츠 후원 및 스폰서십, 고객센터, 고객만족 설문조사, 동호회, 웹사이트, 온라인 커뮤니케이션, 보고서(재무보고서, 지속가능성 보고서, 사회공헌백서)
임직원	- 임직원 만족도 제고 - 우수인재 양성 - 인권 보호 - 건강 및 안전	- 노사협의회, 고용안전위원회, 사내보, 뉴스레터, 고충처리 상담실, 웹사이트, 보고서
협력사/딜러	- 상생 추구 - 공정한 거래 - 장기적 협력관계	- 딜러 세미나, 딜러대회, 딜러 관련 행사, 대리점 대회, 세미나 및 교육, 협력사 만족도 설문조사, 구매포탈사이트, 보고서
주주/투자자	- 기업가치 제고 - 주주이익 보호 - 안정적 성장 - 투명한 정보공개	- 주주총회, 기업설명회, 웹사이트
지역사회	- 지역경제 활성화 - 고용창출 - 사회공헌 활동	- 사회공헌 활동, 사업장 인근 지역사회 소통, 청년 활동 프로그램, 웹사이트, 보고서

지배구조

전문성과 효율성을 겸비한 이사회를 중심으로 한 현대자동차의 투명한 지배구조는 새로운 가능성의 실현을 위한 원동력입니다.

이사회 구성

이사회는 당사의 최고 의사결정 기구로서 법규에 따라 사내 이사 4명과 사외이사 5명, 총 9명으로 구성되어 있습니다. 주주와 이해관계자들의 이익을 대변하는 동시에 회사의 지속적인 성장을 목표로 법령과 정관에서 정한 사항 및 회사의 업무진행에 관한 중요한 사항을 결의하고 이사 및 경영진의 직무집행을 감독하고 있습니다. 이사회는 매 분기 개최되는 정기 이사회뿐 아니라 이사회의 의결이 필요한 사항이 발생 시 수시로 개최되며, 이사회 의장 또는 이사회에서 달리 정한 이사가 소집합니다. 결의는 관계 법령에서 달리 정하는 경우를 제외하고 이사 과반수의 출석과 출석이사 과반수의 찬성으로 하고 있습니다. 업무집행 및 감독기능 강화를 위해 업무를 세분화하고 일정한 업무를 위원회에 위임함으로써 의사결정의 전문성을 도모하고 효과적으로 그 기능을 수행하고 있습니다. 이사회 내 위원회로는 감사위원회와 사외이사후추천위원회, 그리고 투명경영위원회를 두고 있습니다.

감사위원회

감사위원회의 직무는 회사의 회계와 업무를 감사하고, 이사에게 영업에 관한 보고를 요구하며, 재산상태를 조사하여 이사회에 보고하는 것입니다. 4명 전원 사외이사로 구성함으로써 투명성과 독립성을 제고하고 있습니다. 또한 외부감사인과 재무제표 감사 계획 및 결과에 대하여 커뮤니케이션하며 감사 업무를 효율적으로 수행하고 있습니다.

사외이사후추천위원회

사내이사 2명과 사외이사 3명으로 구성되어 있습니다. 사외이사는 사외이사후추천위원회의 추천으로 주주총회에서 선임되는데, 총 이사회 인원 과반수의 찬성으로 결정됩니다.

투명경영위원회

2015년 현대자동차는 주주권익의 보호 등을 위해 기존 이사회 내 위원회인 윤리위원회의 명칭에서부터 구성 및 기능 등을 확대 개편하였습니다. 우선 명칭을 투명경영위원회로 변경하였습니다. 위원회를 사외이사 4인만으로 구성, 사내이사와는 독립적으로 운영하여 독립성과 투명성을 강화하였습니다. 투명경영위원회는 인수·합병(M&A), 주요 자산(지분)의 취득 및 처분 등 중요 경영사항과 기타 위원회가 중요하다고 판단하는 사안에 대해 사전심의를 통해 이사회가 주주의 권익을 반영하도록 하는 역할을 담당합니다. 또한 투명경영위원회 내 주주권익보호 담당위원을 설치함으로써 주주권익의 보호를 위한 이중장치를 마련하였습니다. 주주권익보호 담당위원은 특히 주주 입장에서 의견을 적극 피력하고, 국내 투자자 간담회 및 해외 투자자 대상 NDR(기업설명회, Non-Deal Roadshow) 등에도 참석해 이사회와 주주간 소통 역할을 담당합니다. 투명경영위원회는 각종 활동 내역을 매년 현대자동차 지속가능성 보고서 등 다양한 채널을 통해 주주들에게 공개할 방침입니다. 참고로 기존 윤리위원회는 2007년 내부거래 투명성 제고와 윤리경영에 대한 검토를 목적으로 설치·운영해오고 있었습니다.

이사회 현황

현대자동차는 이사회 및 위원회의 구성, 주요 의결사항, 이사의 이력, 참석 여부, 보수 등을 사업보고서 및 홈페이지에 공개함으로써 이해관계자들에게 투명하게 정보를 제공하고 있습니다. 또한 상법에 의거한 정기 주주총회와 관련하여 상법상 최소 기준인 2주보다 앞선 3주간 전에 공고함으로써 주주가 보다 충분한 시간을 가지고 안건을 심의할 수 있도록 하고 있으며, 1% 이하 주식을 보유하고 있는 모든 주주들에게도 주주총회 소집통지를 실시하는 등 주주의 권익 강화를 위해 힘쓰고 있습니다. 현행법상 이사회에서 결정할 수 있는 재무제표

지속가능경영 체계

지배구조

경제적 가치창출과 배분

지속가능경영 중요성 평가

의 승인 및 배당 결정에 대하여도 당사는 그 결정을 이사회에 위임하지 않고 주주총회에서 직접 결정함으로써 주주 중심의 기업문화를 구축하고 있습니다. 또한 관련 법규 준수를 통해

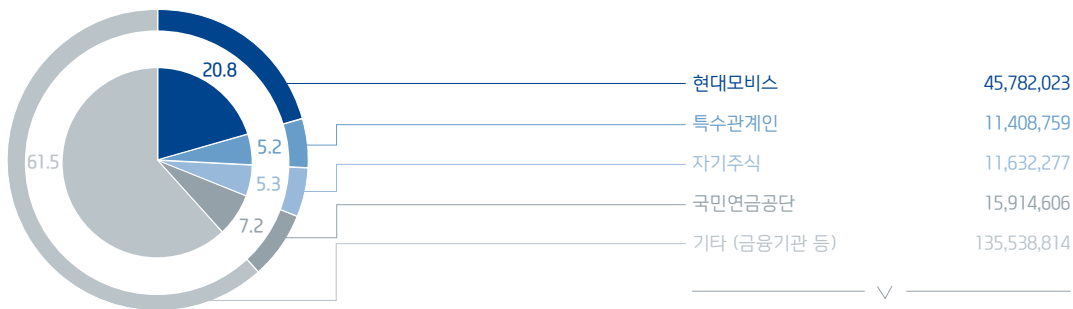
기업지배구조의 투명성을 제고하고 R&D 투자계획 발표 등과 같이 중장기 로드맵을 주요 이해관계자와 공유함으로써 시장과의 소통을 더욱 강화해 나가고 있습니다.

구분	성명	직위	소속	이사회 내 역할	선임일	임기
사내	정몽구	대표이사 회장	사외이사후보추천위원회	대표이사, 이사회 의장, 사외이사후보추천위원회 위원장	2014. 03. 14	3년
	정의선	부회장			2013. 03. 15	3년
	김충호	대표이사 사장	사외이사후보추천위원회	대표이사	2013. 03. 15	3년
	윤갑한	대표이사 사장		대표이사	2015. 03. 13	3년
사외	오세빈	사외이사	감사위원회, 투명경영위원회, 사외이사후보추천위원회		2014. 03. 14	3년
	남성일	사외이사	감사위원회, 사외이사후보추천위원회	감사위원회 위원장	2013. 03. 15	3년
	이유재	사외이사	투명경영위원회, 사외이사후보추천위원회		2013. 03. 15	3년
	이동규	사외이사	감사위원회, 투명경영위원회		2015. 03. 13	3년
	이병국	사외이사	감사위원회, 투명경영위원회		2015. 03. 13	3년

※ 2015. 04. 24 기준

주주 현황

(단위: 주, 보통주 기준)



※ 2014. 12. 31 기준

경제적 가치창출과 배분

글로벌경영, 품질경영, 그리고 브랜드경영을 기반으로 이룬 경제적 가치를 이해관계자와 나눔으로써 더 큰 가치를 창출하고 있습니다.

글로벌 성과

2014년 급격하게 변동하는 유가와 환율의 영향으로 자동차 시장 또한 세계 각지에서 불안정한 모습을 보였습니다. 그러나 이러한 환경하에서도 현대자동차는 균형 잡힌 글로벌 생산 포트폴리오와 향상된 브랜드경영을 통해 496만 대 판매라는 사상최대의 실적을 기록하며 성장세를 이어갔습니다. 또한 지속적인 품질경영 및 윤리경영을 통해 글로벌 자동차 시장에서 신뢰 받는 기업으로서 다양한 이해관계자들의 요구에 적극 부응하기 위해 노력하고 있습니다.

시장점유율

(단위: %)

	2012	2013	2014
국내	43.3	41.6	41.2
해외	4.9	5.1	5.1
글로벌	5.6	5.7	5.8

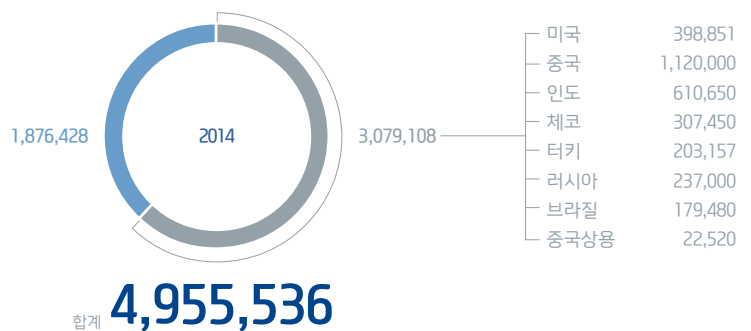
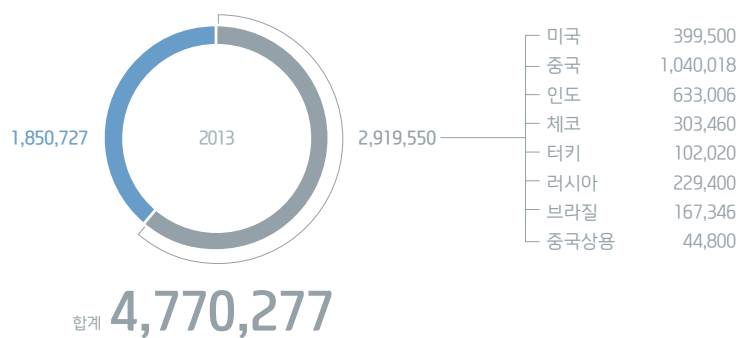
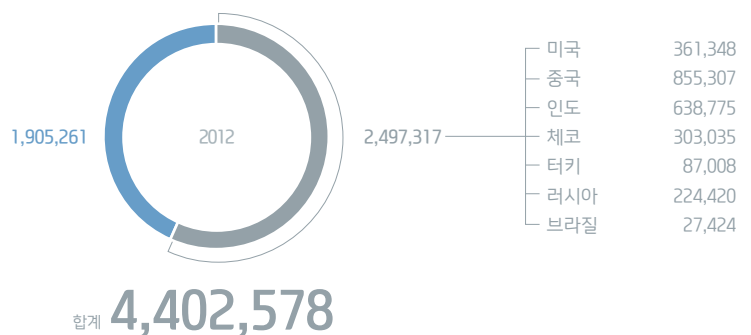
글로벌 생산

현대자동차는 1997년 터키공장을 필두로 인도, 중국, 미국 등 글로벌 주요 지역에 지속적으로 현지 생산을 확대하여 급속한 성장을 이루었습니다. 2010년 처음으로 해외 생산능력이 국내 생산을 추월하였으며, 2013년 해외 생산 비중이 60%를 넘어 명실상부한 글로벌 생산체제를 갖추게 되었습니다. 2014년에는 터키공장 3교대 전환으로 기존 연 10만 대 수준에서 20만 대 생산체제를 구축하였으며, 중국에서는 사천현대유한공사의 연 15만 대 규모 트럭 신공장이 준공되면서 상용차 부문에서도 글로벌 생산체제를 구축하였습니다. 2015년에는 중국 4/5공장 건설을 동시에 추진하여 지속적으로 성장하는 중국 시장에 대응할 계획입니다.

글로벌 생산 현황

■ 국내
■ 해외

(단위: 대)



지속가능경영 체계

지배구조

경제적 가치창출과 배분

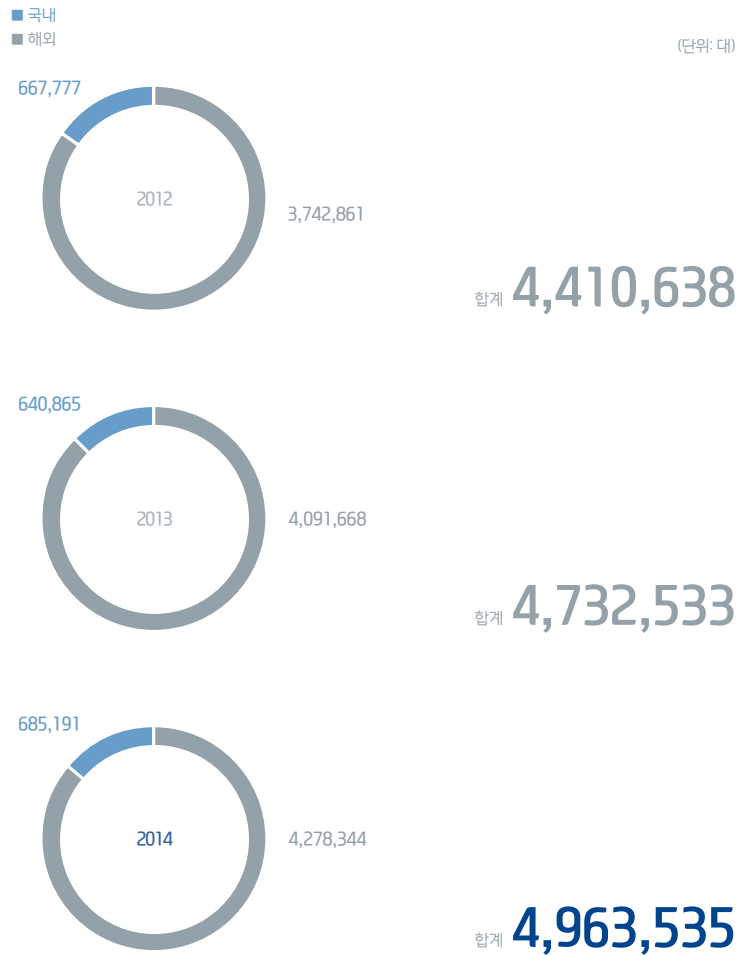
지속가능경영 중요성 평가

글로벌 판매*

선진 시장의 경기 회복세와 신흥 시장의 침체라는 양극화된 경제환경하에서 현대자동차는 지속적인 성장세를 이어 갔습니다. 2014년 당사의 글로벌 판매량은 4,963,535대로 전년 대비 4.9% 성장하였습니다. 2014년 국내 판매는 신형 제네시스 의 지속적인 판매호조와 신형 쏘나타에 대한 높은 호응으로 전년 대비 6.9% 증가하였습니다. 해외 판매는 4,278,344대로 전년 대비 4.6% 증가하였으며, 해외 판매 비중은 86%로 전년 과 동일한 수준으로 집계되었습니다. 지역 별로는 북미 시장 에서 저금리 기조 지속 등과 같은 구매여건 개선에 따른 수요 증가로 전년 대비 2.9% 증가한 923,522대를 판매하였으며, 서 유럽 시장에서는 경기회복세 지속 및 소비심리 개선 등으로 시장수요가 회복되면서 당사 판매도 436,853대를 기록하며 전년 대비 12% 증가하였습니다. 한편, 세계 최대 시장인 중국 시장은 SUV 차급 위주로 시장이 성장하였으며, 현대자동차는 소형 SUV인 ix25를 출시하는 등 고객 요구에 적극적으로 대응 한 결과, 전년 대비 10.4% 성장한 1,134,316대를 판매하였습 니다. 또한 최대 신흥 시장 중 하나인 인도에서도 신형 i10/i20 로 적극적인 현지화 전략을 전개하며 전년 대비 8.2% 성장한 411,471대를 판매하였습니다.

2015년은 전년 대비 1.7% 증가한 505만 대 판매를 계획하고 있습니다.

글로벌 판매 현황



* 선적 기준

경영 실적

2014년은 급변하는 유가 및 환율과 신흥시장 침체 등으로 인해 어려운 시장 여건이 지속되었습니다. 불투명한 경제 상황 속에서도 현대자동차는 적극적인 투자와 투철한 품질

관리로 생산 및 판매 영역의 목표치를 초과 달성하는 기록을 세웠습니다.

주요 재무지표

(단위: 십억 원)

	2012 ³⁾		2013		2014	
	연결	별도	연결	별도	연결	별도
매출액	84,470	43,162	87,308	41,691	89,256	43,046
영업이익	8,441	4,305	8,315	3,721	7,550	3,735
영업이익률 (단위: %)	10.0	10.0	9.5	8.9	8.5	8.7
당기순이익 ¹⁾	9,061	5,280	8,993	5,182	7,649	4,914
EBITDA ²⁾	10,965	5,960	10,867	5,341	10,100	5,349
자본총계	47,918	37,020	56,583	41,952	62,621	45,662

¹⁾ 연결당기순이익: 비지배지분 포함

²⁾ EBITDA = 영업이익 + 유형자산 감가상각비 + 투자부동산 감가상각비 + 무형자산 감가상각비

³⁾ 회계기준 변경에 따라 기존 지속가능성 보고서를 통해 공시한 2012년 경영실적 일부를 변동하여 보고

해외법인 별 매출액

(단위: 십억 원)

	2012	2013	2014
HMMMA	6,992	7,385	7,437
BHMC	14,519	19,433	19,756
HMI	5,097	4,737	4,637
HAOS	1,576	1,816	2,744
HMMC	5,311	5,450	5,398
HMMR	2,855	2,751	2,384
HMB	414	2,384	2,263

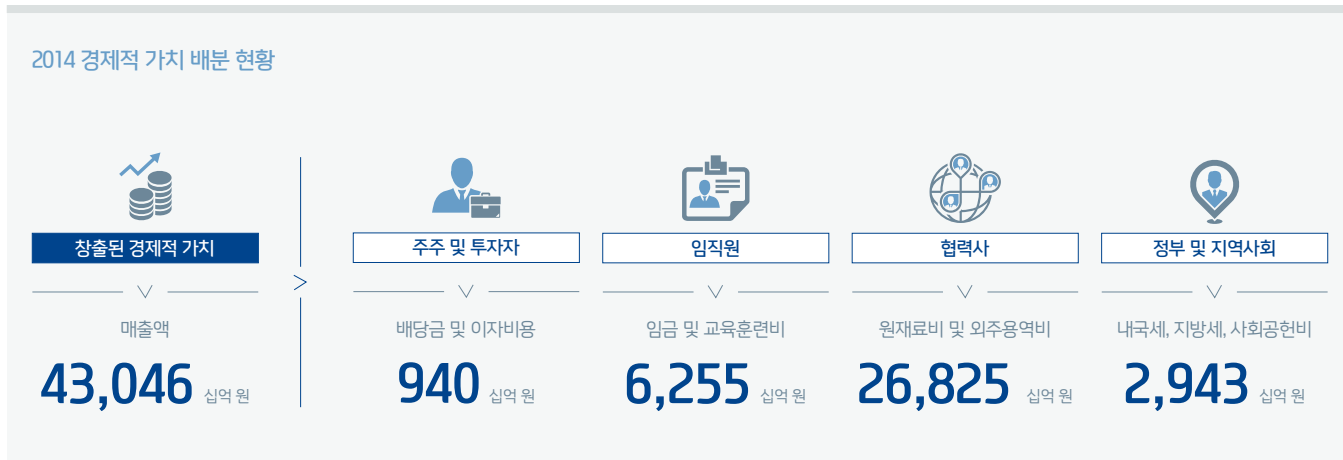
- 지속가능경영 체계
- 지배구조
- 경제적 가치창출과 배분**
- 지속가능경영 중요성 평가

경제적 가치 배분

현대자동차는 사업활동을 통해 창출한 경제적 가치를 주주 및 투자자, 임직원, 협력사, 지역사회, 정부와 지방자치단체 등 다양한 이해관계자와 공유하며 기업의 사회적 책임을 다

하고 있습니다. 향후에도 현대자동차는 지속적인 경제적 성장과 안정성을 기반으로 이해관계자와 더 많은 가치를 나누며 발전해 나갈 것입니다.

2014 경제적 가치 배분 현황



이해관계자 별 경제적 가치 배분 상세 현황

(단위: 십억 원)

구분		2012	2013	2014
창출된 경제적 가치	매출액	43,162	41,691	43,046
	배당금총액	521	534	817
주주 및 투자자	이자비용	203	121	123
	합계	724	655	940
	임금	5,587	5,994	6,211
임직원	교육훈련비	44	47	44
	합계	5,631	6,041	6,255
	원재료비	26,411	25,844	26,311
협력사	외주용역비	590	533	514
	합계	27,001	26,377	26,825
	내국세	2,106	2,046	2,606
정부 및 지역사회	지방세	176	175	272
	사회공헌비	74	75*	65
	합계	2,356	2,296	2,943

* 2013년 사회공헌비의 경우 내부 사회공헌 비용 취합기준 변경 적용, 재 산정하여 공개

지속가능경영 중요성 평가

다양한 이해관계자의 목소리에 귀 기울이고, 그에 따라 도출된 이슈에 따라 충실하게 보고하고 투명하게 소통합니다.

중요성 분석

현대자동차의 지속가능성 보고서는 기업 내·외부의 다양한 이슈 중 기업 경영에 영향력이 크고 이해관계자의 관심이 높은 이슈를 보고하고 있습니다. 특히 2014년에는 중요성의 정도를 측정하고 중요한 이슈를 도출하기 위해 지속가능경영의 주요 영역에 있는 담당자를 대상으로 설문조사를 실시하였습니다. 향후도 이해관계자의 입장에서 중요하다고 인식되는 이슈에 초점을 둔 보고서를 발간할 예정이며, 지속가능경영 활동 측면의 커뮤니케이션을 극대화하기 위한 자료로 활용할 것입니다.

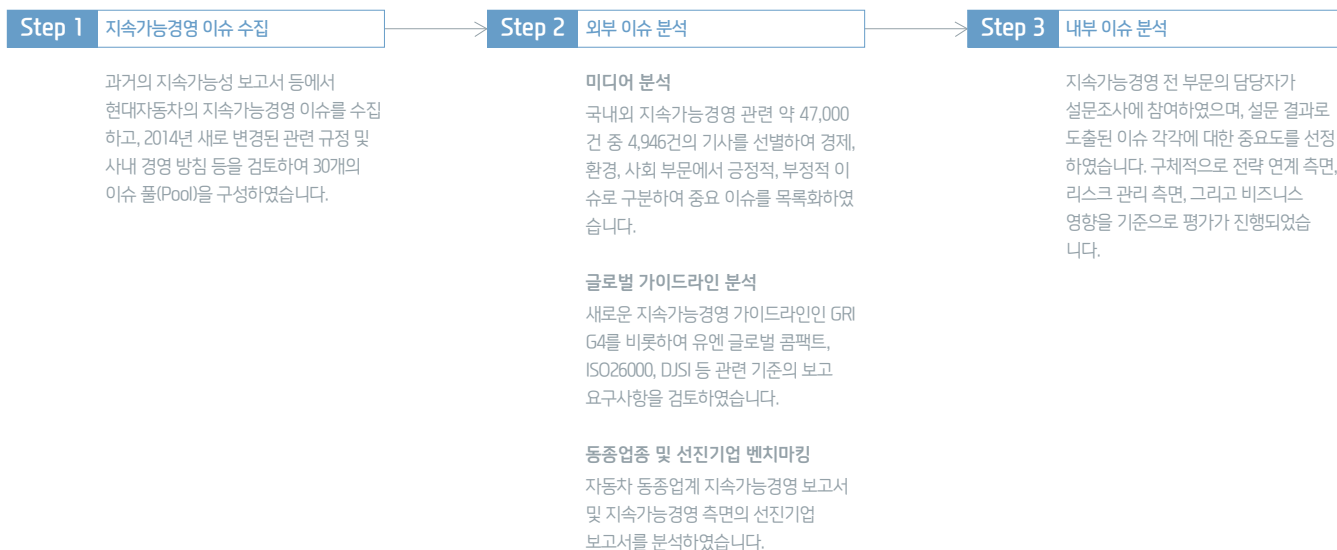
중요성 평가 결과

2014년도 현대자동차 지속가능경영 중요 이슈 선정은 비즈니스 영향과 사회적 관심도 등 두가지 요소를 고려하여 30개의 이슈 중 상위 30%에 속하는 이슈를 10개 'Priority 1'이라 선

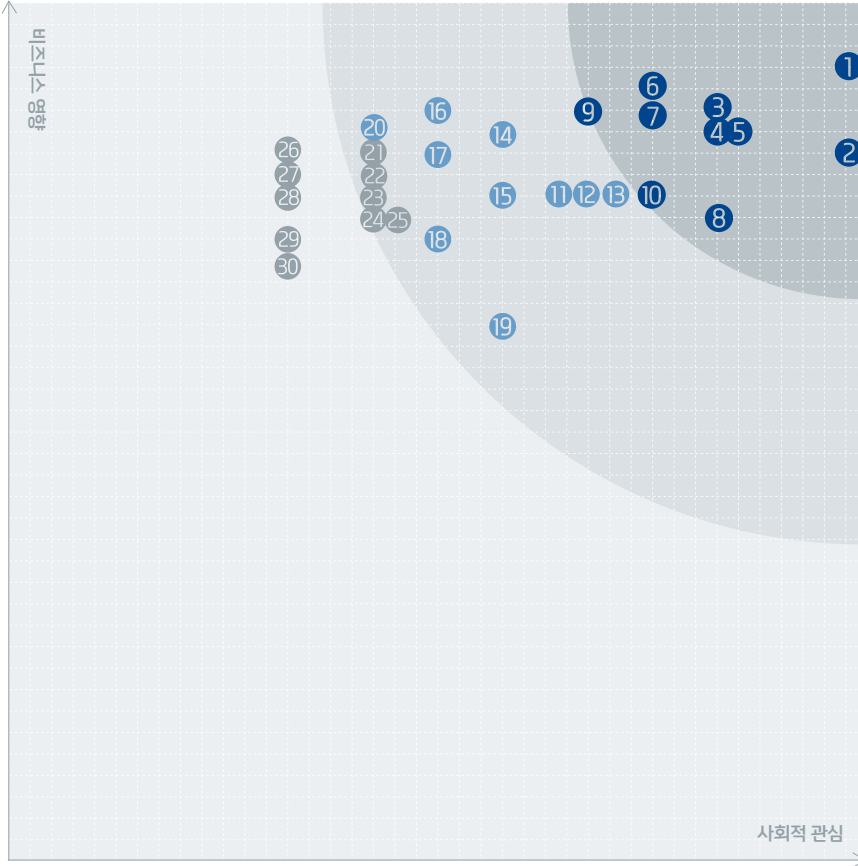
정하고 차상위 60%에 속하는 이슈를 'Priority 2'로 정의하였습니다. 이를 토대로 하여 현대자동차 지속가능경영 중요성을 평가한 결과, 'Priority 1' 이슈의 경우 협력사 관리 이슈가 중요 이슈로 평가되었고, 이를 제외하면 전년도와 같은 이슈들이 중요한 이슈로 평가되었습니다. 단, 외부 경영상황이 악화되면서 기업의 경쟁력의 근간이 되는 제품 및 서비스 품질과 내·외부 커뮤니케이션 이슈들의 중요성이 높아진 것으로 평가되었습니다.

현대자동차는 이와 같은 결과들을 경영 의사결정에 반영하고 'Priority 1'에 해당하는 이슈들에 대해서 GRI G4 가이드라인의 요건에 따라 DMA(경영접근방법, Disclosure on Management Approach)을 기술하였으며, 관련 성과 데이터를 보고하였습니다. 상세한 보고 위치는 57 페이지의 표를 참조하여 주시기 바랍니다.

중요성 평가 절차



- 지속가능경영 체계
- 지배구조
- 경제적 가치창출과 배분
- 지속가능경영 중요성 평가



중요 이슈_ Priority 1

- ① 제품 및 서비스 품질
 - 👤 임직원, 협력사, 고객, 주주/투자자
 - 📄 60
- ② 경제적 성과
 - 👤 임직원, 협력사, 정부, 지역사회, 주주/투자자
 - 📄 52
- ③ 노사관계
 - 👤 임직원, 정부, 지역사회, 주주/투자자
 - 📄 90
- ④ 친환경 제품 개발
 - 👤 고객, 정부, 주주/투자자
 - 📄 35, 70
- ⑤ 고용 창출 및 유지
 - 👤 임직원, 정부, 지역사회
 - 📄 90
- ⑥ 대외 이해관계자 커뮤니케이션
 - 👤 임직원, 고객, 협력사, 정부, 지역사회, 주주/투자자
 - 📄 49
- ⑦ 임직원 커뮤니케이션
 - 👤 임직원, 주주/투자자
 - 📄 90
- ⑧ 협력회사 관리
 - 👤 협력사, 지역사회
 - 📄 84
- ⑨ 임직원 인권 보호 및 다양성 확대
 - 👤 임직원, 정부, 지역사회
 - 📄 90
- ⑩ 사회공헌
 - 👤 임직원, 정부, 지역사회
 - 📄 100

중요 이슈_ Priority 2

- ① 정도경영
- ② 공공정책 참여
- ③ 에너지 사용 및 효율 향상
- ④ 임직원 보건/안전
- ⑤ 지역사회 환경영향 관리
- ⑥ 지속가능경영 체계
- ⑦ 성과 보상 및 복리후생
- ⑧ 지배구조
- ⑨ 지속가능경영 대외평가 대응 수상 및 협약
- ⑩ 임직원 교육 및 경력 개발

기타

- ① 자발적 국제기준 준수
- ② 재무/비재무 리스크 관리
- ③ 보안 관리 강화
- ④ 협력회사 지원
- ⑤ 환경경영체제 강화
- ⑥ 오염 및 유해물질 관리
- ⑦ 온실가스 배출 관리
- ⑧ 폐기물 배출 관리
- ⑨ 원부자재 관리 및 재활용
- ⑩ 수자원 관리

👤 이해관계자 영향 📄 보고위치 (페이지)

Step 4 중요 이슈 선정 및 이해관계자 파악

미디어 분석, 글로벌 가이드라인 분석, 동종업계 및 선진기업 벤치마킹을 통해 나타난 중요도 높은 항목과 담당자 설문조사를 통해 도출된 항목을 점수화 하여 1, 2 순위 이슈를 목록화 하였습니다. 또한 각각의 중요 이슈에 영향을 받는 이해관계자를 고려하여 보고범위를 파악하였습니다.

Step 5 중요성 이슈 보고

중요성이 가장 높다고 판단되는 'Priority 1' 그룹의 이슈에 대해서는 서술적 방법을 통하여 각 주제에 대한 경영접근 방법과 주요 데이터를 공개하여 심도 있게 보고하였습니다.

01

제품 책임



Management Approach

현대자동차의 모든 상품들을 고객을 'Caring'하고자 하는 목표로 만들어 집니다. 차량 기본성능의 경쟁우위성과 혁신기술 기반의 안전 및 편의성을 바탕으로 감성품질을 제공함으로써 고객이 가치와 자부심을 느끼며 현대자동차를 탈 수 있도록 하는 것입니다. 현대자동차는 고객들이 존중 받고 배려 받을 수 있는 차량을 제작하고자 합니다.

이를 위해 현대자동차는 급변하는 자동차 산업과 기술 환경에 능동적으로 대응하여 고객에게 새로운 가치를 제공할 수 있도록 안전편의 부분의 기술 리더십을 확보할 계획입니다. 표면적으로 드러나는 품질문제뿐만 아니라 잠재된 문제까지도 발굴하고 검증하여 최고의 품질(Quality Excellence & Customer Focus)을 실현함으로써 고객이 기대하는 품질 수준을 충족시키도록 하겠습니다.

차량 기본성능의 경쟁우위 및
혁신기술 확보를 통해
감성품질을 충족시키고 고객을
케어링(Caring)하는 제품 개발

2014 주요성과



세계에서 최고로 안전한 차 제작
(신형 제네시스, 세계 최초 IIHS
스몰오버랩 세부평가 만점)



JD파워사 '신차 품질', '상품성 만족도',
'중국 판매 만족도', '브라질 고객 만족도'
조사 1위



JD파워사 선정 제네시스, 아반떼, 엑센트
해당 세그먼트 최우수 품질상 수상

No.1

러시아, 터키 등 주요국 상담
만족도 업계 1위

사람과 기계의 상호 작용과 '모던 프리미엄'을
기본 개념으로 설계된 2세대 제네시스

01

안전편의 미래기술 개발

고객이 탈수록 만족하고 가치와
자부심을 느끼는 자동차 개발

p.060 안전기술 혁신

p.061 차량 IT기술

품질을 통한 브랜드 혁신

시장과 고객중심의 품질실현

p.062 선제적, 창의적 품질경영

p.062 고객 안전 최우선 대응을
위한 품질 확보

p.063 대외 품질 만족도 향상

고객가치 증진

고객과 소통하는 브랜드

p.064 능동적 고객 서비스 활동

p.064 스마트 서비스 개발

p.065 고객 마케팅 커뮤니케이션

p.066 고객정보 보호

2014 주요활동

- 차량의 기본성능 지속적 강화를 통한 프리미엄 기본성능 확보
- 초고장력 강판 전 차종 확대 도입을 통한 연비 및 충돌 안전 향상
- IT, 자율주행 기술 도입을 통한 운전자 편의 증대
- 전 글로벌 현지 대상 '글로벌서비스지원센터' 서비스 강화



지표 및 데이터

운전자에게 ‘프리미엄의 모든 가치’를 — 제네시스

현대자동차가 추구하는 프리미엄은 최첨단 기술을 바탕으로 고객에게 최적화된 디자인과 기능을 구현하는 것입니다. 이와 같은 ‘모던 프리미엄’이 적용된 2세대 제네시스는 사람과 기계의 상호 작용, 즉 ‘HMI(Human Machine Interface)’ 원칙에 따라 설계되어 운전자가 차량의 다양한 기능을 쉽게 인식하고 편리하게 이용할 수 있습니다. 내장재 또한 최고급 소재가 사용되어 프리미엄의 가치를 높였습니다.

사람과 기계의 상호 작용과 ‘모던 프리미엄’을 기본 개념으로 설계된 2세대 제네시스

안전편의 미래기술 개발

현대자동차는 미래기술 리더십을 확보하기 위해 자동차 안전편의 부문의 기술을 중점 개발하고 있습니다. 고속으로 움직이는 자동차는 거대한 인명 피해와 재산상의 손실을 야기할 수 있습니다. 이에 대비해 사고를 미연에 방지하는 사고 예방 안전기술과 사고 시 피해를 경감시키는 충돌안전 기술 개발은 매우 중요합니다. 현대자동차는 자동차와 IT가 융합된 텔레매틱스를 적용하여 자동차와 관련된 생활의 편의수준 향상을 이끌어 가고 있습니다.

안전기술 혁신

현대자동차는 실제 사고 상황에서의 상해를 저감하는 충돌 안전기술에 있어서 이미 글로벌 최고 수준의 기술력을 확보하고 있으며, 고객의 부주의한 행동을 인지하고 사고위험을 사전에 감지하여 예방할 수 있는 예방 안전 기술에 있어서도 “지능형 고안전차 기술 개발”을 목표로 다양한 운전자·교통상황 감지 및 사고 회피 기술을 통합하여 개발 중입니다.

지능형 안전차량



통합 안전 제어 시스템

사고 예방 기술 | 차량의 기본 성능인 운전 성능과 제동 성능 외에 안전 운전을 도와주는 각종 보조 장치 등을 개발하여 제공하고 있습니다. 그러나 사고를 피할 수 없는 상황을 대비하여 승객실 변형을 최소화할 수 있도록 차체를 강건하게 제작하고 최첨단 에어백과 안전 벨트를 적용하여 승객 상해를 최소화하고 있습니다. 또한 보행자 안전을 위해 차량 전단에서 많은 에너지를 흡수할 수 있는 구조 및 장치를 개발하여 적용하고 있으며, 사고발생 후에는 자동으로 구급 대원이 출동할 수 있는 긴급 구조 시스템을 운영하고 있습니다. 이와 같이 현대자동차는 충돌 사고의 전 과정을 제어할 수 있는 안전 시스템, 즉 통합 안전 시스템을 개발하여 인명과 재산을 보호하고 있습니다.

안전 제어 기술 긴급 운전 지원 시스템 | 전자제어 시스템이 장착되면서 센서의 정밀도와 차량의 성능이 동시에 향상되었습니다. 이제 운전자보다 먼저 위험 상황을 판단하고 효과적으로 안전 조치를 수행할 수 있는 전자제어 기술이 개발되고 있습니다. 현대자동차의 긴급 운전지원 시스템은 충돌이 임박한 긴급 상황에서 주변 차량들의 위치와 속도 정보를 분석하여 안전한 회피 경로를 생성하고 운전자가 차량 조작을 할 수 있도록 유도해 충돌 위험 상황을 벗어나도록 도와줍니다. 또한 차량 전·후방에 장착된 모든 센서 정보들을 융합하여 사고 방지 및 회피를 위한 최적의 루트를 계산합니다. 조향 및 제동 시스템은 운전자의 의지를 반영하여 보다 민첩하게 움직일 수 있게 하고 운전자의 잘못된 판단을 바로 잡을 수 있도록 돕습니다.

자동 긴급 제동 시스템 | 전 세계적으로 충돌·추돌 방지 시스템에 대한 관심이 높아지고 있습니다. 유럽의 신차 안전도 평가 기관은 2014년부터 단계적으로 자동 긴급 제동 시스템의 장착을 의무화하는 정책을 추진하고 있습니다. 현대자동차의 자동 긴급 제동 시스템은 차량에 장착된 센서의 정보를 통해 자동차가 스스로 사고 가능성을 감지하고 운전자에게 충돌 위험성을 알리는 기능을 합니다. 충돌을 회피할 수 없는 긴급상황에서는 브레이크가 자동으로 작동하여 운전자와 차량을 보호합니다. 이 시스템은 정지차량, 전방에 주행중인 저속차량, 그리고 보행자를 인식할 수 있으며, 저속에서는 충돌사고 자체를 방지하고 고속에서는 충돌 피해를 최소화 하는 능동 예방 안전 시스템입니다.

제품책임
친환경
협력사
임직원
지역사회

후측방 경보 시스템 | 현대자동차는 국내 최초로 레이더를 이용해 차선 변경 시 후측방 사각지역에서 접근하는 차량을 경보해 주는 시스템을 개발해 2012년 에쿠스에 적용하였습니다. 후측방 경보 시스템은 운전자 및 승객의 안전을 한층 향상시킬 수 있는 장치입니다.

충돌 시 상해 경감 기술

보행자 보호 기술 | 차량 대 보행자 사고 시 보행자의 충격을 최소화 하는 기술입니다. 현대자동차는 대표적인 보행자 충격 감소 기술인 능동적 후드 시스템을 독자 개발하여 제네시스, 아슬란, 울뉴 투싼 등에 적용하였습니다. 또한 보행자가 차량에 직접 부딪히는 범퍼와 후드 등에 에너지 흡수 구조 및 고에너지 흡수재를 적용하여 보행자 충격 시 인체 상해가 최소화 될 수 있도록 하고 있습니다.

강건한 차체구조 | 현대자동차는 중장기 플랫폼 전략을 세워 차급 별 특화된 차량에 최적화된 강건한 경량 차체구조 개발에 지속적인 노력을 기울이고 있습니다. 차량에 있어서 뼈대가 되는 차체구조는 주행 및 소음진동 성능을 결정하는 중요한 인자이면서 충돌사고 시 승객을 보호하는 아주 중요한 역할을 합니다. 이를 위하여 정면, 측면, 후방, 전복 등 전방위 충돌에 대응할 수 있는 강건한 차체 구조 개발에 매진하고 있습니다. 또한 초고장력 강판을 차체의 50% 이상 적용하고 알루미늄, 탄소 복합 소재 등의 경량 소재를 적극 채용하여 가볍고 튼튼한 차체구조를 개발하여 연비 및 충돌 안전 향상에 노력하고 있습니다.

인체상해 저감 구속 장치 | 충돌 시 강건한 차체로 승객실 변형을 최소화 했을지라도 일반적으로 승객은 높은 운동 에너지를 가지고 있기 때문에 실내에서 승객의 거동을 제어하지 못하면 치명적인 상해가 발생합니다. 따라서 승객의 머리·가슴·복부 상해를 줄이기 위해 충돌 초기에 안전 벨트를 강제로 되감아서 승객에게 전달되는 충격을 최소화 시키는 기술을 적용하고 있습니다. 그리고 동시에 6개의 에어백 시스템(운전석·동승석, 앞 좌석 사이드, 커튼, 전복감지센서 포함)이 작동하여 승객의 잔류 운동 에너지를 흡수하여 치명적인 상해를 최소화 시킬 수 있도록 하는데 이 때 충돌 조건에 따라 에어백 전개 시간 및 압력을 제어하여 승객의 안전이 최대한 확보 될 수 있도록 하고 있습니다. 또한 뒷좌석에 유아용 시트 고정장치를 기본 적용하여 유아 및 어린이 승객을 보호하는데도 앞장서고 있습니다.

안전성 제고를 위한 차량 안전도 평가

현대자동차는 국내외 각종 차량 안전도 평가에서 우수한 성적을 기록하고 있습니다. 국토교통부가 주관하는 신차 안전도 평가에서 신형 제네시스는 우수 경쟁차보다 높은 96.6점이라는 역대 최고 점수로 '2014 올해의 안전한 차' 평가에서 최우수상을 획득하였고, 호주 NCAP에서도 36.9점(37점 만점)이라는 역대 최고 점수로 '5★'를 달성하였습니다. 아울러 신형 제네시스는 미국 IIHS(고속도로안전보험협회) 평가에서도 전 세계 세단 최초로 스몰오버랩 충돌을 포함한 세부 전 항목 모두 최우수(Good) 등급을 획득하여 신형 쏘나타와 함께 TSP+(Top Safety Pick Plus) 로 선정되었습니다. 이는 안전성 높은 차를 만들고자 하는 현대자동차의 부단한 노력에 대한 실질적인 성과라 볼 수 있습니다.



지난 IIHS 평가에서 실시된 스몰오버랩 충돌 테스트 직후의 제네시스 차량의 전면부는 충격이 잘 분산되면서 파손되었지만 운전석은 전혀 손상을 입지 않아 운전자의 안전성이 확보되었음을 입증

차량 IT기술

차량 내에서 다양한 IT기기를 활용하고자 하는 고객의 니즈가 최근 증가하고 있습니다. 현대자동차는 정보, 통신, 지도, 인터넷 등 관련 기술을 융합하여 고객이 언제 어디서나 원하는 서비스를 제공받을 수 있는 “Connected Car” 기술을 지속적으로 개발 중입니다. 또한 차량에서의 사용자 행동 연구를 통해 차량과 사용자 그리고 IT기술을 서로 효과적으로 연결할 수 있도록 관련 기술을 개발하고 있습니다. 향후 IT기술로 인한 차량 지능화는 점차 가속화될 것으로 예상됩니다.

블루링크 서비스



‘블루링크’는 현대자동차를 상징하는 ‘Blue’와 연결성을 뜻하는 ‘Link’의 합성어로 위성을 통한 GPS(위치 파악 시스템, Global Positioning System)

과 이동통신 기술이 결합된 ‘글로벌 텔레매틱스’ 브랜드입니다. 자동차와 IT를 융합해 보다 안전하고 편리한 운전 환경을 제공한다는 기본 개념에서 출발한 것으로, 교통사고 혹은 재난 시 SOS 긴급출동, 도난추적 등 안전 지원, 차량 고장 시 상황 진단 후 정비 연계, 스마트폰을 이용한 원격 시동, 원격 공조, 주차위치 확인, 목적지 전송 등 각종 편의 기능을 제공합니다.

2003년 ‘모젠’이라는 브랜드로 첫 소개된 텔레매틱스 서비스는 2012년 스마트폰을 기반으로 업그레이드 된 블루링크가 출시하면서 본격화 되었고, 2013년에는 제 2세대 블루링크가 신형 제네시스에 적용되었습니다. 이에 따라 스마트 컨트롤, 안전/보안, 차량 진단 관리, 정보서비스 등과 같은 기존 서비스 외에 내비게이션 길 안내, 주기적인 차량상태 진단 후 현대자동차의 정비망까지 원스톱으로 연계해 주는 ‘컨시어지 플러스’ 서비스 등과 같은 보다 정교화된 서비스를 제공하고 있습니다. 2013년에는 국내 최초로 대형 트럭인 트라고 엑시언트를 위한 ‘블루링크 트럭&버스’ 서비스를 런칭하여 스마트폰을 통한 차량 진단, 안전/보안, 무시동 히터 및 에어컨 제어 등의 서비스를 가능하게 하였으며, 대형 트럭에 특화된 DTG(디지털 운행 기록계, Digital TachoGraph) 기반의 실시간 차량 관제 서비스를 2년간 무료로 제공합니다. 2014년에는 안전 5년 요금제를 아슬란에 최초 적용함으로써 고객의 안전을 강화하였습니다.

현대자동차는 블루링크 서비스를 2011년 북미 시장에 이어 2012년 중국에서도 성공적으로 런칭하며 그 영역을 확장하고 있습니다. 특히, 2013년 5월 이후 북미에서 블루링크가 적용된 차량은 ‘현대 어슈어런스 커넥티드 케어 프로그램’을 통해 충돌사고 자동 통보 지원, SOS 긴급상황 지원, 차량 정비 관리, 리콜 알림 등의 서비스가 제공됩니다. 나아가 승객의 안전을 보장하는 보다 강화된 기능 및 서비스를 제공하고 있습니다. 중국에서는 가격경쟁력을 갖춘 혁신적인 안전·보안·편의 서비스로 인식되며 성장가능성이 높은 SUV 및 중대형급 차량의 상품가치를 제고하는 데 기여하고 있습니다.

품질을 통한 브랜드 혁신

현대자동차는 성공한 글로벌 메이커의 전략을 좇기 보다는 현대자동차의 고유한 기업 문화에 적합한 방식으로 창의적인 품질경영을 추진해 가고 있습니다. 시장의 변화를 사전에 예측하여 선제적으로 대응하고, 어떠한 품질에 관한 불만 사항에도 즉각적으로 대응할 수 있도록 전사 차원의 품질관리 시스템을 지속적으로 개선해 나가고 있습니다. 이러한 노력은 국내외 다양한 품질 관련 수상으로 이어지고 있습니다. 현대자동차는 “Hyundai Way is the Quality Way”를 실천합니다. 현대자동차는 고객에게 자부심을 주는 브랜드, 고객이 가장 갖고 싶어하는 브랜드가 될 것을 기대합니다.

선제적, 창의적 품질경영

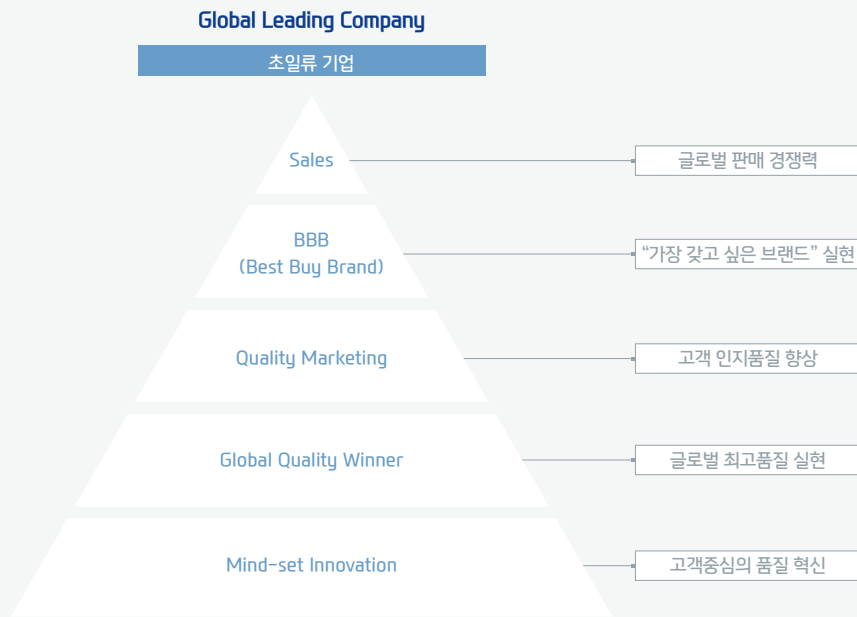
현대자동차의 품질경영은 ‘Proactive(선제적)’와 ‘Creative(창의적)’ 두 단어로 집약할 수 있습니다. 성공한 글로벌 메이커의 전략을 좇기 보다는 시장의 변화를 사전에 예측하여 선제적으로 대응하고, 현대자동차의 문화에 적합한 고유의 방식을 개발하여 창의적인 품질경영을 추진해 가고 있으며, 시장과 고객중심의 품질 실현을 위해 노력하고 있습니다. ‘품질에는 어떠한 타협도 없다’라는 최고 경영자의 품질철학을 꾸준히 실천해 온 현대자동차는 품질경영의 투명성과 윤리성을 한층 더 강화해 가고 있습니다. 실물과 도면을 동시에 검증할 수 있는 인프라와 첨단 설비를 갖추고 고객사용 극한조건 “WOW(Worst of Worst)”를 검증함으로써 고객이 기대하는 품질을 만족시키기 위해 표면적으로 드러나는 품질문제뿐만 아니라 잠재된 문제까지도 발굴, 검증하여 고객 중심의 최고 품질 실현(Quality Excellence & Customer Focus)에 한 발 더 다가서고자 노력하고 있습니다. 이렇듯 현대자동차는 앞으로도 고객이 가장 갖고 싶어하는 ‘Best Buy Brand’로 거듭나기 위해 품질 최우선 경영을 흔들림 없이 지켜갈 것입니다.

고객 안전 최우선 대응을 위한 품질 확보

최근 자동차 업계의 대형 리콜로 인해 고객들의 안전에 대한 요구가 높아지고 있습니다. 이에 대한 예방적 조치로 당사는 국내외 시장에서 적극적인 리콜을 수행해 왔으며, 이 외의 품질 문제가 제기되는 차량에 대해서도 지속적인 품질 개선 및 차량 수리를 시행하고 있습니다. 현대자동차는 앞으로도 소비자의 불만 사항에 대해서 즉각적으로 대응하고, 전사 차원에서 품질 관리와 개선에 만전을 기할 것입니다.

제품책임
친환경
협력사
임직원
지역사회

현대자동차 품질 향상 체계



대외 품질 만족도 향상

현대자동차는 2014년 JD파워사의 '초기 품질 조사'에서 산업 평균 대비 22점 우수한 94점을 받아 2006년, 2009년에 이어 세 번째로 일반브랜드 20개 회사 중 1위를 차지하였습니다. 본 조사는 구매 후 90일이 지난 차량을 대상으로 엔진, 변속기, 주행, 조향 등의 233개 세부 항목에 대해 자동차 100대 당 불만 건수를 점수화한 것으로 점수가 낮을수록 품질이 좋다는 것을 의미합니다. 조사기관인 미국 JD파워사는 1968년도에 설립된 자동차 관련 소비자 만족도 조사 전문기관으로 조사 결과는 미국 소비자들의 자동차 구매에 큰 영향을 미칩니다. 특히, 제네시스와 엑센트, 엘란트라(국내명 아반떼)는 각 부문에서 최우수상을 수상하였습니다. 또한 현대자동차는 2014년 미국 오토모티브리시 가이드(ALG)사의 최고 잔존가치상 1개 부문을 수상하였습니다. 오토모티브리시 가이드사는 미국 리시 시장에서 큰 영향력을 미치는 회사로 격월 별로 3년 뒤 차량의 중고차 가치를 발표합니다. 높은 중고차 가치는 보유비용 절감, 리스가격 하락 등 소비자의 구매 매력도를 높여 줍니다. 2012

년 엘란트라, 아제라, 신타페의 최고잔존가치상 수상, 2013년 엑센트와 신타페의 최고 잔존가치상 수상에 이어, 2014년 신타페가 최고 잔존가치상을 받아 구매 후에도 지속되는 현대자동차의 가치를 증명하였습니다. 그밖에도 미국 최대 고객구매 정보지인 컨슈머리포트지에서 신타페가 최고차량(Top Pick)에 선정되었고, 스트래티지비전사의 종합품질 만족도 조사에서 쏘나타(YF) 하이브리드와 투싼이 최우수 차량에 선정되었습니다.

고객가치 증진

현대자동차의 고객은 세계 전 지역에 걸쳐있고 그 수도 점차 증가하고 있습니다. 이에 따라 시공간을 초월한 고객중심의 서비스를 제공할 필요성이 대두되고 있습니다. 현대자동차는 “RIGHT HERE RIGHT CARE”라는 현대자동차 해외서비스 아이덴티티(Identity)를 선정하였습니다. 이를 바탕으로 고객 접점의 모든 직원들은 고객의 니즈를 신속하게 파악해 따뜻한 서비스를 제공합니다. 완벽하게 준비된 서비스로 고객 감동을 실현하고 있습니다.

현대자동차는 서비스 전 단계를 고객중심의 디지털 운영체제로 혁신하고 최대한 고객 가까이에서 제공 가능한 서비스를 개발하고 있습니다. 더불어 다양한 커뮤니케이션 활동으로 고객에게 현대자동차의 일관된 철학과 브랜드 이미지를 전하고 있습니다. 공유가치 창출의 관점에서 마케팅 활동과 예술, 문화 측면을 접목한 소통 활동도 전개하고 있습니다. 이 과정에서 발생하는 고객의 개인정보는 안전하게 보호하고 있습니다. 고객과 관련한 현대자동차의 모든 활동은 ‘고객 최우선’이라는 현대자동차 ‘핵심가치’에 기반합니다. 현대자동차의 고객 가치 실현의 궁극적 지향점은 현대자동차만의 차별화된 가치를 고객들에게 제공하는 데 있습니다.

능동적 고객 서비스 활동

해외 고객 접점 상담 서비스

현대자동차는 HCCC(콜 센터, Hyundai Customer Care Center)를 표준화하여 운영하고 있습니다. 전화, 홈페이지, 이메일, 팩스, SNS 등을 통해 차량에 대한 일반문의 및 불만사항을 접수하고 처리하는 고객 콜 센터가 각 지역 별로 운영되고 있었던 것을 HCCC 브랜드로 표준화함에 따라 콜 센터 인지도, 고객 접근 편의성, 대외 이미지가 획기적으로 개선되었습니다. 이에 따른 성과도 가시적으로 나타나고 있어 러시아, 터키 등 주요국의 상담 만족도는 업계 1위를 달성했으며, 그 외 지역에서도 지속적으로 만족도가 향상되고 있습니다. 양질의 고객 서비스는 브랜드 신뢰도 향상에도 기여하고 있습니다.

해외 딜러 서비스 직원역량 강화

해외 딜러의 경쟁력 강화와 고객 만족도 향상을 위해 현대자동차는 2013년 11월 딜러 관리자 교육 과정을 개발하였습니다. 딜러를 관리하는 지역 관리자(DPSM) 및 서비스 매니저를 대상으로 하는 이 교육 과정은 서비스 딜러의 수익성을 강화할 뿐 아니라 고객 응대 과정의 혁신을 통해 고객들의 만족도

를 지속적으로 높여나가는 데 초점이 맞춰져 있습니다. 앞으로 최신 학습 트렌드에 발맞춰 태블릿 PC, 스마트폰 등 스마트 기기 중심의 교육 프로그램도 도입하고 있습니다. 또한 1995년부터 격년제로 세계 정비사 및 서비스 어드바이저(Service Adviser) 경연대회를 개최하고 있으며, 전 세계 60여개 국에서 지역 예선을 통해 선발된 각 150여 명의 정비사 및 서비스 어드바이저가 참석하여 기량을 겨루고 있습니다.

비포 서비스

현대자동차는 글로벌 서비스 네트워크를 통해 전 세계 고객들에게 최상의 서비스를 제공하고 있으며, 그 대표적인 예로서 자동차 업계 최초로 ‘비포 서비스(Before Service) 프로그램’을 도입하였습니다. 이는 고장 전에 먼저 고객을 찾아가 예방 점검 및 준비를 무상으로 제공하는 서비스로서 전 세계 400만 명 이상의 고객이 이를 경험했습니다.

홈투홈 서비스

직접 서비스 거점에 방문해 차량을 인수하는 것도 고객의 입장에서 부담이 될 수 있습니다. 따라서 현대자동차는 고객이 희망하는 시간과 장소에 직접 고객을 방문해 차량을 인수하고 수리 후에 다시 가져다 주는 신개념 프리미엄 서비스인 ‘홈투홈(Home to Home) 서비스’를 2011년 도입하여 지속적으로 확대 적용하고 있습니다. 현대자동차는 이 밖에도 쇼룸 및 서비스센터 방문고객 대상 무상 세차 프로그램, 1시간 내 필요한 차량의 정기점검 및 오일 교환 서비스를 제공하는 킷 서비스 등 세심한 부분까지 배려하는 빈틈없는 고객만족 서비스를 제공하고 있습니다.

스마트 서비스 개발

고객 중심의 서비스 스마트화

현대자동차는 고객 신뢰도 및 정비 효율성을 높이기 위해 2014년부터 워크숍(정비소) 자동화 서비스를 글로벌 사업장으로 확대 적용했습니다. 이 서비스는 워크숍 방문고객이 예약하는 순간부터 차량 입고에서 출고, 그리고 사후관리까지, 고객이 접하게 되는 모든 서비스 단계를 고객중심의 디지털 운영 체제로 혁신하는 것입니다. 이 서비스를 통해 고객과의 원활한 소통이 가능해졌습니다. 현대자동차는 시간과 공간을 초월해 고객서비스를 제공할 수 있도록 IT와 접목된 첨단 장비 및 서비스를 개발하고 있습니다.

제품책임
친환경
협력사
임직원
지역사회

모바일 기반 차세대 진단

현대자동차는 시간과 공간을 초월해 고객서비스를 제공할 수 있도록 IT와 접목된 첨단 장비 및 서비스를 개발하고 있습니다. 2014년 세계 최초로 개발한 모바일 기반 차세대 진단 장비는 태블릿 PC 등을 이용하여 차량 상태를 진단할 수 있는 시스템으로 고장 진단속도 및 진단능력을 대폭 향상시킬 수 있게 되었습니다. 이를 통해 공간의 제약 없이 더욱 빠르고 정확한 서비스를 제공함으로써 고객 편의를 높였습니다.

원격진단 차량정비 서비스



현대자동차는 2010년부터 원격진단 서비스를 실시하며 고객과의 거리를 더욱 좁히고 있습니다. 이 서비스는 해외 각지의 난해한 수리 문제를 한

국의 GSSC(글로벌서비스지원센터, Global Service Support Center)로 연결해 실시간으로 지원하는 시스템으로서 당사는 GSSC의 운영을 더욱 강화해 전 세계 고객들에게 때와 장소를 가리지 않는 완벽한 차량 정비 서비스를 보장하고 있습니다.

고객 마케팅 커뮤니케이션

현대자동차는 2011년 브랜드 방향성인 ‘모던프리미엄(Modern Premium)’을 선포하고, 고객과 소통하는 모든 과정에서 현대자동차만의 프리미엄 가치를 제공하고자 노력해 왔습니다. 감성적이고 창의적인 커뮤니케이션을 통해 많은 고객들의 공감을 얻었으며, 임직원 모두가 브랜드 철학에 대해 공유하도록 함으로써 제품 개발, 마케팅, 서비스 등 전 부문에서 고객이 현대차 브랜드에 대해 일관된 메시지를 경험할 수 있도록 하였습니다.



현대자동차 브랜드 홈페이지
<http://brand.hyundai.com>

커뮤니케이션 원칙

현대자동차는 고객 마케팅을 위해 실시하는 다양한 커뮤니케이션 활동에 있어서 사생활 침해, 이중기준 적용, 어린이와 같은 취약계층에게 영향력 행사 등을 하지 않고 있습니다. 또한 세계 각 지역에서 실시하고 있는 마케팅 커뮤니케이션에 있어서 각 지역의 윤리적, 문화적 기준에 부합하도록 사전 검토 및 현지 의견 청취 과정을 거치고 있습니다. 이러한 노력의 결과, 2012년부터 지난 3년간 마케팅 커뮤니케이션과 관련해 발생한 규제 위반 및 부과된 벌금은 없습니다.

브랜드 활동

한국의 국립현대미술관을 후원하는 한편, 영국의 테이트 모던(Tate Modern), 미국 LACMA(로스앤젤레스 카운티 미술관, Los Angeles County Museum of Art)와 장기 후원 협약을 맺어 문화 예술을 통해 새로운 가치를 창출하고자 하는 현대차만의 브랜드 방향성을 확립해 나가고 있습니다. 또한 고객의 추억이 담긴 자동차를 예술작품으로 만들어 주는 ‘브릴리언트 메모리즈’ 캠페인, WRC(월드랠리챔피언십, World Rally Championship) 참가, FIFA 월드컵 후원 등 국내외 다양한 마케팅을 통해 현대자동차만의 새로운 경험과 가치를 제공하고 있습니다.



브랜드 내재화

현대자동차는 ‘모던프리미엄’을 내부적으로 더욱 확산하여 제품 경쟁력을 높이고 내실을 강화하고 있습니다. 특히, 고객 및 다양한 이해관계자들과의 접점에서 이루어지는 직원들의 대응 방식이야말로 현대자동차의 ‘모던프리미엄’이 구현되는 모습이라는 판단하에서 모던프리미엄 내재화 교육을 전사적으로 시행하였습니다. 이와 같은 브랜드 내재화 교육을 통해 임직원들은 모던프리미엄을 실제 업무에 구현하고 긍정적인 변화를 실천해 나가고 있습니다. 이러한 노력의 결과, 현대자동차는 2014년 미국 JD파워사의 신차 상품성 만족도 조사 1위, 중국 소비자 만족도 및 소비자 품질 만족도 1위, 브라질



뉴욕 맨하탄 타임스 스퀘어 광장의 옥외 광고판에 설치된 '현대 브릴리언트 인터랙티브 아트(Hyundai Brilliant Interactive Art)'

시장 고객 만족도 1위 등의 성과를 올리며 전 세계 고객들로부터 신뢰 받고 사랑 받는 브랜드로 자리매김하고 있습니다. 뿐만 아니라 인터브랜드가 선정하는 'Best Global Brands 2014'에서 글로벌 40위를 차지하며 104억 달러 가치의 글로벌 브랜드로서 위상을 굳건히 하였습니다.

고객정보 보호

현대자동차는 고객의 개인정보에 대해 개인정보보호법, 정보통신망법 등 관련 법령과 엄격한 사내 보안규정에 따라 철저히 관리·감독하며 사용 목적 및 범위에 따라 정보 사용을 엄격히 제한하고 있습니다.

개인정보 보호 관리

2011년 개인정보보호위원회를 구성하여 운영함으로써 개인정보 보호 경영체계의 기반을 구축하고 각 부문 별 CPO(Chief Privacy Officer, 개인정보관리책임자) 주관 하에 개인정보 보호 활동을 지속하고 있습니다. 개인정보 보호 자율점검을 통해 임직원이 보유한 불필요한 정보를 최소화하고 주기적인 교육을 통해 개인정보 보호의 중요성을 지속적으로 강조하고 있습니다.

개인정보 관리 시스템

현대자동차 전 임직원은 물론 외부 수탁업체가 고객정보를 처리할 시에도 관련 법령과 내규를 준수하도록 교육하고 점검하고 있습니다. 또한 고객정보의 전체 유통과정과 처리 후 단계까지 관리하는 PIS(개인정보 관리 시스템, Personal Information Security System)을 구축하여 고객정보 수탁사 관리, 통제 및 모니터링의 기술적 보호조치를 강화하여 고객 정보 유통의 안정적 체계를 마련하였습니다.

개인정보 보호 관리체계 인증

2013년부터 개인정보 보호 관리체계를 수립하고 공인력 있는 국가기관으로부터 관리체계의 적합성 심사를 통과하여 2014년 국내 고객 부문 PIMS(개인정보 보호 관리체계, Personal Information Management System) 인증을 획득하였습니다. PIMS 인증체계를 바탕으로 전사적으로 개인정보 보호 관리체계를 구축하고 개인정보의 수집에서 파기까지 전 과정에서 기술적·관리적 보호조치에 대한 법률 규정을 철저히 이행하고 있습니다. 현대자동차는 정기적으로 재심사 및 갱신심사를 추진하여 지속적으로 개인정보 보호 관리 수준을 높이고, 활동의 안전성과 연속성을 확보해 나가고 있습니다.

개인정보 보호 관리체계

2011년부터 시행된 제도로 개인정보 보호 활동을 체계적·지속적으로 수행하기 위해 필요한 보호조치 체계를 구축하였는지 점검하여 일정 수준 이상의 기업에 인증을 부여하는 제도입니다.

- 소관 부처: 방송통신위원회
- 인증 기관: 한국인터넷진흥원
- 법적 근거: 정보통신망법 제47조의 3
- 인증 기준: 124개 (세부점검항목 310개)

제품책임
친환경
협력사
임직원
지역사회

Global Highlight

현대자동차 첨단 기술, 대기오염으로부터 중국 소비자를 지켜내다

현대자동차가 추구하는 제품책임의 지향점은 고객입니다. 따라서 현대자동차는 단순히 잘 달리는 자동차를 만드는 것을 넘어 고객의 건강과 행복까지 세심하게 살피는 기술을 연구하고 개발합니다. 자동차 내부에 설치되는 ‘공기청정기’, 외부에서 유입되는 공기에 있는 먼지를 깨끗하게 걸러주는 ‘고효율 필터’는 고객감동을 위한 현대자동차의 노력과 기술혁신의 좋은 예입니다.

China & Asia



“악화되는 중국 대기환경 관련하여 소비자의 건강까지 케어할 수 있도록 대책을 마련할 것”
현대자동차 정의선 부회장 (2013년)



클러스터 이오나이저, 고효율 필터를 통해 외부 대기오염으로부터 고객을 보호

건강을 위협하는 미세먼지와 황사

황사는 중국 건조지대와 황토지대에서 편서풍을 타고 날아오는 흙먼지들로 자연현상 중 하나라고 할 수 있습니다. 과거에는 황사가 크게 문제되지 않았습다. 중국이 산업화 과정을 거치면서 사막화가 급격하게 진행되자 중금속과 같은 오염물질을 포함한 모래바람이 문제가 된 것입니다. 황사와 달리 미세먼지는 연소 작용에 의해 발생하는 현상으로 황산염, 질산염, 암소니아 등의 이온 성분과 금속 화합물, 탄소화합물 등 유해물질로 이루어져 있습니다. 이중에서도 특히 먼지 입자의 지름이 10µm 이하인 것들을 미세먼지(PM 10)라

고 부릅니다. 사람의 코는 50µm 크기의 먼지까지만 거를 수 있기 때문에 그보다 작은 미세먼지는 코를 통과해 폐 깊숙한 곳까지 침투할 수 있습니다.

제조업 공장, 생산설비, 디젤차 등이 주요 미세먼지 배출처로 알려져 있는데, 특히 한국, 중국 등 아시아 지역에서 이 미세먼지가 큰 문제로 대두되고 있습니다. 황사와 미세먼지 모두 장시간 노출된다면 면역력 저하로 인해 비염과 같은 호흡기 질환은 물론 심혈관, 피부, 안구질환 등 각종 질병에 노출될 수 있습니다.

악화되는 대기환경에 노출된 고객을 위한 현대자동차의 노력

미세먼지를 피하려면 실내에 있는 것이 가장 좋겠지만, 외출을 안 할 수는 없습니다. 그래서 현대자동차는 고객을 미세먼지와 황사로부터 보호할 수 있는 다양한 기술을 개발하여 상용화를 시작했습니다.

클러스터 이오나이저

근래에 생산된 현대자동차의 차량에는 공기정화장치의 일종인 ‘클러스터 이오나이저’가 장착되어 있습니다. ‘클러스터 이온 발생기’라고도 불리는 이 시스템은 ब्ल로워 모터와 에바포레이터 사이에 위치하여 음이온을 생성하며, 그 이온이 클러스터화되며 세균을 제거하는 역할을 합니다. 따라서 공조장치 작동에 따른 악취를 줄여주고 실내 공기를 깨끗이 합니다. 결론적으로 클러스터 이오나이저는 에어컨의 악취를 없애고, 자동차 실내 공기를 청정하게 합니다.

클러스터 이오나이저 시스템은 따로 별도의 작동 버튼이 존재하지 않습니다. 차에 탑승하여 시동을 키게 되면 동시에 작동되는 상시 작동 시스템입니다.

미세먼지 대응 고효율 필터

자동차에는 ‘필터’라는 부품이 있습니다. 사람이 쓰는 마스크와 비슷한 역할을 하는 부품으로서 외부 공기 중 해로운 물질을 걸러주는 역할을 합니다. 인간은 황사나 미세먼지가 심할 때만 잠시 마스크를 쓰지만, 자동차는 항상 마스크를 쓰고 있는 격이라고 할 수 있습니다.

자동차는 내기 순환모드를 제외하고는 공조장치를 통과한 외기가 항상 차내로 들어옵니다. 따라서 필터의 중요성은 대단히 높습니다. 미세먼지를 걸러내기 위해서는 미세먼지 포집율을 강화해야 하기에 새로운 고효율 필터의 개발이 필요합니다.

현대자동차는 1 년여의 연구개발을 거쳐 2014년 ‘고효율 파티클 에어필터’ 개발을 완료했으며, 미세먼지(PM 10) 포집율 99%, 초미세먼지(PM 2.5) 포집율 93%의 성과를 나타냈습니다. 고효율 필터는 중국 ix25와 국내 쏘나타에 우선적으로 적용되었으며 향후 적용 차종을 확대해 나갈 예정입니다.

02

친 환경



Management Approach

현대자동차는 ‘글로벌 환경경영 이념과 방침’을 대내외에 선포한 이래 ‘경제 발전’과 ‘환경 보전’이라는 두 가치가 조화를 이루면서 성장을 지속하는 친환경 성장을 추구해 왔습니다. 현대자동차는 자원사용과 폐기물의 순환을 제품설계 단계부터 고려하고 비즈니스 영향으로 인한 오염물질과 온실가스 배출을 최소화하도록 환경경영 시스템을 구축했습니다. 친환경 자동차 개발에 매진하는 것도 같은 이유입니다. 직접적으로 비즈니스 영향에 의한 환경영향에 대한 고려뿐만 아니라 생태계 복원활동에도 적극 참여하는 등 전 지구의 환경을 보존하기 위해 다양한 활동을 추진하고 있습니다.



환경영향을 최소화하면서
세계시민으로서의 의무를
성실히 이행하고 친환경차
기술 개발로 새로운 시장을
창출하는 적극적 환경경영 추진

2014 주요성과



친환경 자동차 제품환경인증 27종 획득
(차량환경성 국제표준 11종,
온실가스 배출량 인증 14종, 저탄소 인증 2종)



자동차 1대당 발생 온실가스 0.8% 감소



환경규제 및 법규 관련 위반건수 '0'



02

친환경 자동차 개발

능동적인 환경경영을 통해
기업가치 창출

- p.070 재활용이 용이한 설계
- p.070 차량 경량화
- p.071 유해물질 관리 강화
- p.072 자동차 배출가스
저감기술
- P.072 친환경 자동차 인증

자원순환체계 구축

전 과정에 걸친
자원의 지속가능한 사용

- p.073 폐자동차 자원순환
- p.074 수자원 재활용

기후변화 대응

온실가스감축전략 추진으로
지구온난화 방지

- p.074 기후변화에 따른 위기
및 기회 대응
- p.076 사업장 온실가스 저감
- p.077 이산화탄소 포집기술 개발
- p.078 탄소시장 참여

환경영향 최소화

자동차 전문기업으로서
사회적 책임 수행

- p.078 오염물질 관리
- p.079 환경복원 활동
- p.080 환경 회계

2014 주요활동

- 2020 친환경차 중장기 전략 수립
- 경량화 기술 개발을 통한 초고장력강판 적용비율 확대
- 중국사업장 및 국내 사업장 배출권거래제 정책 대응전략 수립
- 울산공장, 국내 자동차업종 최초로 차압발전설비 도입하여 전력 생산



지표 및 데이터



효율에 성능을 더하다 — 쏘나타 하이브리드

하이브리드차는 흔히 친환경성과 경제성은 높으나 성능은 상대적으로 낮다고 인식됩니다. 현대자동차는 우수한 연비와 향상된 성능의 친환경차를 개발하여 하이브리드차의 새로운 장을 열어가고 있습니다. 신형 쏘나타 하이브리드는 156마력의 직분사 2.0 GDI 하이브리드 전용 엔진과 51마력 수준의 모터가 장착되었습니다.ダイナミック하고 안정적인 주행 성능을 지녀 친환경차 개발의 변화를 선도하는 새로운 가능성으로 평가되고 있습니다.

친환경 자동차 개발

현대자동차는 단기적으로는 내연기관의 연료 효율성을 높이고 장기적으로는 무공해 차량을 개발하여 보급하고자 합니다. 이를 위해 제품설계 단계부터 재활용의 용이성을 고려합니다. 자동차 배출가스 제로화 기술을 개발하고 있으며 자동차 제조 시 사용하는 유해물질을 꾸준히 줄여나가고 있습니다. 그 결과 자동차 분야의 다양한 국제 환경인증을 획득했습니다. 현대자동차는 지속적으로 친환경 자동차 개발 시스템을 완성해 나갈 예정입니다. 2020년에는 친환경차 풀 라인업을 구축하게 될 것입니다.

재활용이 용이한 설계

디지털 재활용성 검증

현대자동차는 차량 설계 단계에서부터 차량의 재활용성을 우선적으로 검증하고 있습니다. 개발 차량의 3D 도면에서 부품 해체 및 재활용을 위한 해체 경로를 검토하고, 재활용성을 검증하여 문제점을 파악한 뒤, 설계자와 협의하여 재활용성이 우수한 차량이 되도록 합니다.

해체용이 구조 체결기술 개발

현대자동차는 차량에 사용되는 볼트, 너트, 패스너 등의 하드웨어도 해체용이성을 고려하여 해체용이 패스너, 밴드 케이블, 클립 등을 개발하여 차량에 적용하고 있으며, Snap-fit 방식의 체결구조 개선을 통해 해체용이성을 향상하고 있습니다. 또한 최근 적용량이 많아지고 있는 Si 등의 경량소재의 체결에도 해체성을 고려한 체결 방법에 대한 연구를 진행하고 있습니다.

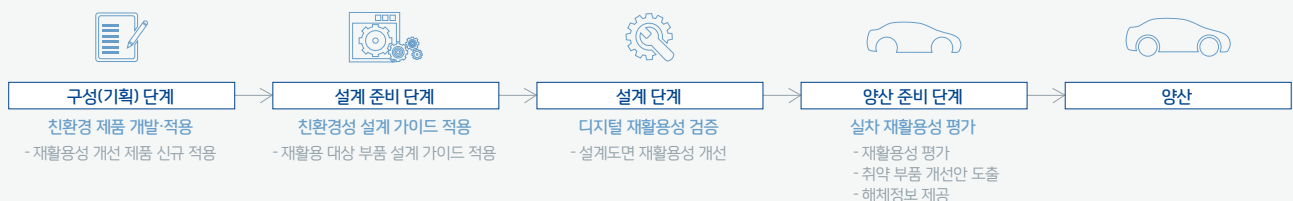
차량 경량화

현대자동차는 '고객 실용성 가치' 최우선의 경량화 전략을 수립하고 그 실현방안에 집중하고 있습니다. 고객 실용성 가치란 고객 입장에서 경쟁사 동급 차량 대비 수준 높은 기술효과를 경험할 수 있도록 하는 기술개발 방향으로 구조강성과 경량화를 동시에 만족하는 초고장력강 기술, 고강도 특수강 소재를 이용한 회전계 부품 경량화 및 연비개선 기술, 미래 상용화 및 보편화를 대비한 고강도 알루미늄과 탄소섬유 복합소재 선형연구를 의미합니다.

신소재 적용 확대

고강도 철강소재의 원가 경쟁력을 확보하고 알루미늄 및 마그네슘 소재, 탄소섬유 복합재료 등의 신소재 적용을 확대하여 차량을 경량화하고 있습니다. 철강재 고강도화를 통하여 AHSS(초고강도 강판, Advanced High Strength Steel) 적용율을 50%까지 확대하였고, 충돌 안전성을 한층 향상시키기 위한 핫스탬핑 부품도 확대 적용하고 있습니다. 알루미늄 소재의 경우, 기존 강도의 한계를 극복한 구조용 합금을 개발했으며, 이를 상용화 하기 위한 기술을 개발하고 있습니다. 또한 차세대 경량 소재인 마그네슘과 탄소섬유 복합재를 적용한 부품화 기술 개발을 지속적으로 진행하고 있습니다.

재활용을 고려한 설계 프로세스



제품책임
친환경
협력사
임직원
지역사회

신 공정 기술 개발

기존의 주철재 디젤엔진용 실린더 블록을 정밀사형 주조공법 등의 신공정기술 개발을 통해 알루미늄화하여 45% 이상 경량화했습니다. 크랭크샤프트를 지지하고 있는 베드플레이트 또한 고강도 알루미늄 인서트 주조공법을 통해 기존의 주철재 인서트 대비 약 30% 이상을 경량화하였습니다. 샤프트 철강 부품의 경우 중공 단조기술을 적용해 제품 내부를 중공 형태로 제작, 부품 중량을 획기적으로 감소시켰습니다. 신공정 기술은 기존 소재를 그대로 사용하면서도 차량 무게를 최소 10%, 최대 30%까지 경량화할 수 있다는 특징을 가지고 있습니다.

차세대 경량화 기술 개발

현대자동차는 정부 과제인 “Multi-Material Mix 초경량 차체 개발”을 수행하고 있습니다. 이 과제는 2010년 상반기부터 시작하여 2015년까지 총 135억 원(정부출연 67.5억 원, 민간부담 67.5억 원)의 사업비가 투입되고 있습니다. 이 기술은 차체의 경량화뿐만 아니라, 성능, 원가, 양산성을 고려한 최적의 소재 배치를 통하여 효율적으로 차체를 경량화하는 데 목적이 있습니다. 이는 향후 경량 차체 설계의 주도적 흐름이 될 것으로 예상됩니다. 현대자동차는 본 과제를 통해 고강도 스틸, 알루미늄, 마그네슘, 탄소섬유 복합 재료를 효과적으로 배치해 기존 차체와 성능은 동등하면서도 무게는 기존 차체 대비 30% 이상 경량화하는 것을 목표로 하고 있습니다. 세대별 쏘나타 초고장력강판 적용 비율은 NF 7%, YF 21%, LF 51%로서 지속적으로 향상되고 있습니다.

금속성형 연구소 운영

미래 경량소재인 알루미늄, 마그네슘 소재의 원천기술 확보를 위하여 금속성형 연구시설을 연구소 내에 구축하였습니다. 이를 활용하여 경량 신소재와 신 성형공정 개발에 R&D 역량을 집중하고, 연구 성과물은 현대자동차 계열사 및 협력 업체간의 기술 네트워크를 통해 차량 적용성을 높일 것입니다.

유해물질 관리 강화

GrEEn 글로벌 환경전문가 네트워크 협의체 운영

국내의 환경규제 대응 동향을 공유하고 환경 담당자간의 업무 협업을 통해 개선방안을 도출하고자 2012년부터 글로벌 환경 전문가협의체 ‘GrEEn’을 운영하고 있습니다. 2014년 4회째를 맞이한 워크샵에는 국내 본사 기획실과 구매, IT, 연구소, 울산, 아산, 전주공장 등 각 부문에서 약 70여 명이 참석해 지역

별 환경현안에 대해 정보를 공유하고 개선이 필요한 부문을 논의하였습니다. 23개의 주제에 대한 발표와 협의가 진행되었으며, 국가 별 유해물질 규제대응 진행 현황과 국내 화평법 제정 동향 및 기업에 미치는 파급효과 등에 대한 강의를 제공하였습니다. 협의체를 통해 참석자들의 전문지식을 공유할 뿐만 아니라 국내법규 대응 필요성에 대한 공감대를 형성하고 있습니다.

부품 유해 화학물질 관리

자동차에 적용되는 부품의 중량과 화학물질 정보를 전산화하고 이 자료를 국내외 각종 환경 규제에 대응하는 데 활용하고 있습니다. 2004년부터 IMDS(국제 재질정보 시스템, International Material Data System)*에 가입해 차량 개발 단계부터 부품에 대한 규제 만족 여부를 평가하고 유해물질 사용을 사전에 차단하고 있습니다. 2007년에는 e-CMS(화학물질 관리시스템, e-Chemical Management System)를 독자 개발하여 IMDS로부터 확보된 데이터를 기반으로 2005년 이후 생산되는 전 차종의 부품에 대한 화학물질정보를 데이터 베이스화하여 관리하고 있습니다.

* IMDS: 전 세계 주요 자동차 제조사가 공동으로 개발, 운영 중인 인터넷 기반의 부품 재질 중량 관리시스템



www.mdsystem.com

부품 화학물질 관리를 통한 환경규제 대응

환경규제 제·개정

- 규제 동향 모니터링
- 자동차 업계 정보 공유



협력업체

- 화학물질 정보 작성, 송부



IMDS

- 물질정보 수집
- 규제 만족 평가



e-CMS

- 물질정보 DB 구축
- 유해물질 사용 현황 파악



환경규제 대응

- 신고 등록정보 제공
- 친환경 대체품 적용

4대 중금속 사용금지 정책 추진

현대자동차는 2006년 '4대 중금속 글로벌 스탠더드'를 제정하여 국내외 전 생산 차량의 부품 및 재료에 4대 중금속을 사용하는 것을 금지하고, 이를 자율적으로 준수하고 있습니다. 2003년 7월 1일 이후 EU에서 판매되는 신차의 부품이나 재료에 4대 중금속이 사용되는 것을 금지하였으며, 2008년부터는 국내에서 판매되는 신차에 대해서도 이를 적용하였습니다. 2009년부터는 해외 사업장까지 그 정책을 확대하였습니다. 현대자동차는 지속적으로 대체물질을 개발하고 있으며 정책 관리 범위를 확대해 나가고 있습니다.

EU 신 화학물질 규제 대응 프로세스 구축

EU는 2007년부터 신 화학물질 관리 규제를 시행하고 있습니다. 현대자동차도 유럽화학물질청 지정 화학물질의 등록, 신고, 허가, 제한 등의 의무에 대응해야 하며 이를 위반할 경우 EU 시장에서 상품 유통이 불가능할 수 있습니다. 현대자동차는 규제위험을 최소화하기 위해 국내의 사업장의 생산 공정과 차량 부품에 사용되는 모든 화학물질의 정보를 데이터베이스화하여 관리하고 있습니다.

'화학물질의 등록 및 평가 등에 관한 법률' 대응 프로세스 구축

한국 환경부에서는 EU 신 화학물질 규제와 유사한 '화학물질(화학물질의 등록 및 평가 등에 관한 법률)'을 제정하여 2015년 1월 1일부터 시행하고 있습니다. 이에 따라 현대자동차도 환경부 지정 화학물질의 등록, 신고, 허가, 금지, 제한 등의 의무에 대응하기 위해 EU 신 화학물질 규제 대응 프로세스를 기반으로 화평법 대응 프로세스 구축을 완료하였습니다.

오존층 파괴 물질 사용 금지 정책 추진

1989년부터 미국은 오존층 파괴 물질 생산을 엄격히 금하고, 사용시 세금을 별도로 부과하고 있습니다. 우리나라도 2010년 이후 염화불화탄소(CFCs), 할론, 사염화탄소(CCl₄) 등의 사용을 금지하고, 2015년 이후 메틸클로로포름(1,1,1-TCE) 사용을 금지하는 등 오존층 파괴 물질을 사용하는 것을 중장기적으로 규제하는 정책을 확대하고 있습니다. 현대자동차는 국내외 사업장 및 협력사의 오존층 파괴 물질 사용을 금지하고 있으며, 현재까지 관련 법을 위반해 벌금을 내거나 비금전적 제재를 받은 적은 없습니다.

자동차 배출가스 저감기술

자동차 배출가스 저감 규제

유럽의 경우 차량의 질소산화물(NOx) 규제치를 기존 '유로 5(180mg/km)' 대비 56% 강화한 '유로 6(80mg/km)'를 시행하고 있습니다. 미국 캘리포니아주는 ZEV(무공해차, Zero Emission Vehicle) 의무 판매 비율을 지속적으로 높이고 있으며, 우리나라도 수도권 저공해차에 대해 엄격한 NOx와 PM 배출 기준을 적용하고 있습니다.

클린 디젤 엔진

디젤 엔진은 연비 효율은 우수하지만 NOx 및 PM을 다량 배출하는 단점이 있습니다. 현대자동차는 클린 디젤 엔진을 개발하여 전자제어를 통해 연료를 정밀하게 고압 분사하는 기술과 NOx 촉매 및 연소 개선 등의 기술을 적용하였고, 이를 통해 배출가스 문제를 개선했을 뿐 아니라 소음 측면에서도 우수한 것으로 평가됩니다. 또한 디젤차의 장점인 연소 효율성을 더욱 증대시켜 가솔린차 대비 연비를 20~30% 향상시켰으며, CO₂ 배출량을 약 20% 감소시켰습니다. 현대자동차는 2014년부터 유로 6를 충족시키는 클린 디젤 엔진 엔진을 준중형 승용 및 RV에 적용하고 있습니다.

NOx 저감기술 개발

현대자동차는 NOx를 획기적으로 줄이기 위해 LNT(NOx 촉매시스템, Lean NOx Trap), LP EGR(저압 배기가스 재순환 장치, Low Pressure EGR)을 개발하고 있습니다. LP EGR은 후처리 장치 후단의 저압 배기가스를 재순환하는 방식으로 NOx를 60% 이상 줄일 수 있습니다. 2012년에는 LNT를 탑재하여 유로 6 규제를 충족시키는 신형 R 엔진의 개발을 완료하여 신타페 후속 차량에 적용한 바 있습니다.

친환경 자동차 인증

현대자동차는 신차의 환경성 개선을 위하여 ISO 14040 시리즈에 근거한 전 과정 평가를 실시하고 있습니다. 전 과정 평가는 원재료 채취부터 생산, 사용, 폐기에 이르는 자동차의 전 생애 동안 환경에 미치는 영향을 정량적으로 파악하는 환경성 평가의 한 방법입니다. 현대자동차는 전 과정 평가를 통해 신차가 기존차에 비해 환경에 미치는 영향이 얼마나 감소하였는가를 평가해 왔으며, 이는 환경인증을 취득하기 위한 기반이 되고 있습니다.

제품책임
친환경
협력사
임직원
지역사회

차량 환경성 국제표준 인증

현대자동차는 “차량 환경성 국제표준” 인증을 2010년 TÜV NORD로부터 투싼ix(현지명: ix35), ix20에 대해 최초로 획득한 이후 2014년까지 11차종에 대하여 환경인증을 받았습니다.

2010	LM(유럽), JC(유럽)
2011	PB(인도), HA(인도)
2012	GD(유럽), DM(미국), MD(미국)
2013	LM FCEV(유럽), IA (유럽)
2014	LM FCEV(국내, 미국), GB(유럽), LF HEV(국내)

저탄소 차량 인증

현대자동차는 자동차가 12만km를 주행하는 동안 제품의 생산과 소비 전 과정에서 발생하는 이산화탄소 총량을 측정하고 관련 정보를 고객에게 제공하고 있습니다. 그랜저 하이브리드의 경우 보다 발전된 하이브리드 기술을 적용하여 자동차 전 과정에서 발생하는 온실가스를 5.3톤 저감하였습니다. 현대자동차는 하이브리드 기술, 환경친화 운전 유도 시스템, 바이오 재료 적용 등을 통해 탄소발자국 저감을 위한 지속적인 노력을 기울이고 있습니다.

자동차 생애 전 과정에서 발생하는 온실가스 총량

(단위: tCO₂e/대)

모델명	총량
제네시스 3.3 GDi	34.8
쏘나타 2.0 CVVL	26.1
그랜저 하이브리드	21.8
아슬란 3.0	32.8
싼타페 2.0	26.8
I40 1.7	25.1
쏘나타 하이브리드	17.6

* 상세 모델명 생략

자원순환체계 구축

자원과 에너지 고갈이라는 전 지구적 위기 앞에서 자원의 효율적 사용과 자원순환체계 구축은 기업시민으로서의 윤리이자 의무입니다. 현대자동차는 폐자동차에서 발생하는 플라스틱 및 고무, 유리 등의 재활용률 85% 및 재회수율 95% 달성을 목표로 설정했습니다. 폐차 처리 기술 및 리사이클 기술 개발에도 지속적으로 투자하여 자동차 자원순환 체계 구축에 앞장서고 있습니다. 특히, 수자원은 대체재가 없어 그 중요성과 심각성이 대두되고 있는데, 현대자동차는 수자원 재활용 시스템을 사업장 특색에 맞게 구축해 나가고 있습니다.

폐자동차 자원순환

자동차 플라스틱 재활용

자동차에 적용되는 내·외장 플라스틱 부품에는 PP 및 PA, ABS, PC 등 다양한 열가소성 고분자(Thermoplastic)가 적용됩니다. 이러한 플라스틱 부품은 자동차 사용환경에서 부품 표면이 오염되거나 노화로 인해 물성이 낮아지기 때문에 재활용을 하기 위해서는 오염 물질 제거 기술과 저하된 물성을 보강하는 기술이 필요합니다. 현대자동차는 자체 기술 개발 및 협력사와 기술 교류를 통해 자동차에서 발생하는 플라스틱을 재활용하여 휠기드 및 언더커버 등의 부품 양산에 적용하고 있습니다. 또한 경량화 등의 기술 도입을 통해 재활용 재료의 용도 다변화를 위한 기술을 지속적으로 개발해 나가고 있습니다.

자동차 시트폼 재활용

자동차의 시트에 사용된 폼은 열경화성 고분자인 발포우레탄으로서 다른 종류의 플라스틱 부품과는 달리 재활용이 쉽지 않습니다. 그러나 당사는 시트폼을 재활용하여 보드 용도의 부품 소재화가 가능한 기술을 개발하여 러기지 파티션에 양산 적용하고 있으며, 향후 다른 부품으로도 적용 범위를 확대해 나갈 것입니다.

친환경 자동차 재활용

하이브리드 차량은 내연기관 차량과는 달리 배터리가 탑재되어 있기 때문에 기존 차량과는 다른 재활용 시스템과 절차가 필요합니다. 현대자동차는 하이브리드 차량의 원활한 재활용을 위해 이들 차량에 장착된 고전압 리튬이온 배터리를 안전하게 처리할 수 있는 매뉴얼을 제작하여 폐차장에 배포하고 있습니다. 향후 개발되는 하이브리드 및 전기 자동차 등에도 안전성이 확보된 재활용 기술을 개발하고 적용해 나갈 예정입니다.

폐자동차 자원순환체계 선진화 시범사업 참여

폐자동차로부터 금속자원을 확보하고 냉매를 회수해 온실가스를 줄이는 “폐자동차 자원순환체계 선진화 시범사업”을 2012년 환경부와 체결하여 시행하고 있습니다. 시범사업의 운영을 위해서 전국의 폐자동차 재활용업체 및 폐차장과 협력 관계를 구축하였으며, 폐자동차 재활용 법규 요구 사항인 재활용률(재회수율) 95%를 달성하고 지속적으로 유지될 수 있도록 모니터링하고 있습니다.

자동차 재자원화 센터 운영

폐차의 친환경적인 해체와 재활용 기술을 개발하기 위해 자동차 재자원화 센터를 운영하고 있습니다. 자동차 재자원화 센터는 폐차 등록부터 압축 공정까지 총 8단계로 구성된 라인타입의 친환경 폐차 해체시스템으로 차량의 95% 이상을 재활용하는 다양한 해체 설비를 갖추고 있습니다. 연구용으로 사용된 연간 4,000대의 시험차가 이곳에서 친환경적으로 처리되었으며, 그 과정에서 폐차 재활용 기술 및 자원순환 시스템 구축과 관련된 다양한 연구개발 역량이 축적되었습니다. 개발된 기술들은 폐차 재활용업체에도 제공되고 있습니다.

수자원 재활용

2014년에는 국내외 수자원 사용량이 4.2% 증가하였으나, 우수 재이용 노력과 적극적인 오폐수 재활용 추진을 통하여 수자원 재이용 및 재활용량이 전년 대비 70% 증가하는 성과를 올렸습니다.

무방류 시스템

물 부족 국가로 분류되고 있는 인도의 현대자동차 사업장과 국내 아산사업장은 무방류 시스템을 설치하여 사업장에서 사용하는 물을 재처리하여 다시 사용하고 있습니다. 도장 공정

에 사용되는 물 사용량과 폐수 발생량을 줄이기 위해 전착수 세수 재활용시스템을 설치, 운영함으로써 전착도장 공정 후 수세 공정에서 사용된 고농도 전착수 세수 발생량을 줄여 전체 폐수 발생량의 약 33%를 감축하였습니다.

절수기 설치

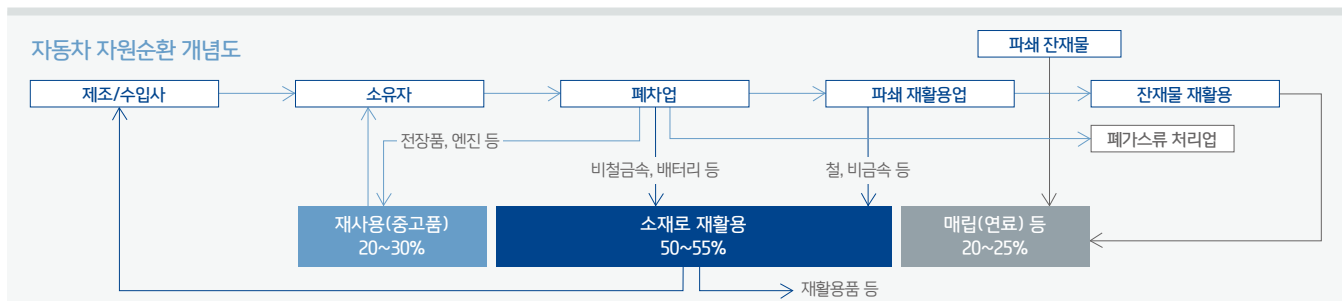
본사, 연구소 등의 일반 건물 내 위생설비에 절수기를 설치하여 물 낭비를 줄여가고 있습니다.

기후변화 대응

현대자동차는 친환경 자동차 생산은 물론 자동차 제조과정에서 발생하는 온실가스 저감을 위해 다양한 활동을 추진하고 있습니다. 기후변화 온실가스 TFT를 조직하여 각 사업장 온실가스 감축 목표 및 투자활동에 대한 의사결정을 지원하고 있습니다. 이사회회의 일원인 김중호 사장 산하 기획실에 사무국을 두고 기후변화 대응과 관련한 중요 사항을 경영진에게 수시 보고하여 경영현안에 반영하고 있습니다. 나아가 이산화탄소 포집기술 개발 및 국내외 배출권거래제 참여 등을 통해 온실가스를 감축하고자 노력하고 있습니다.

기후변화에 따른 위기 및 기회 대응

현대자동차는 기후변화와 관련한 위기와 기회요인의 재무적 영향을 파악하여 대응해 나가고 있습니다. 특히, 기후변화로 인한 물리적 위험에 따른 생산능력 저하, 운영비 증가와 자연재해로 인해 사업수행이 불가능한 상황에 대비하여 자연재해 비상대응체제를 구축하여 운영하고 있으며, 국내외 사업장의 안전방재 기능을 강화하고 있습니다. 또한 투자예산 항목에 ‘온실가스 감축’ 계정을 신설하여 경영상의 투자 의사 결정을 원활히 하기 위한 기반을 구축해 나가고 있습니다.



제품책임

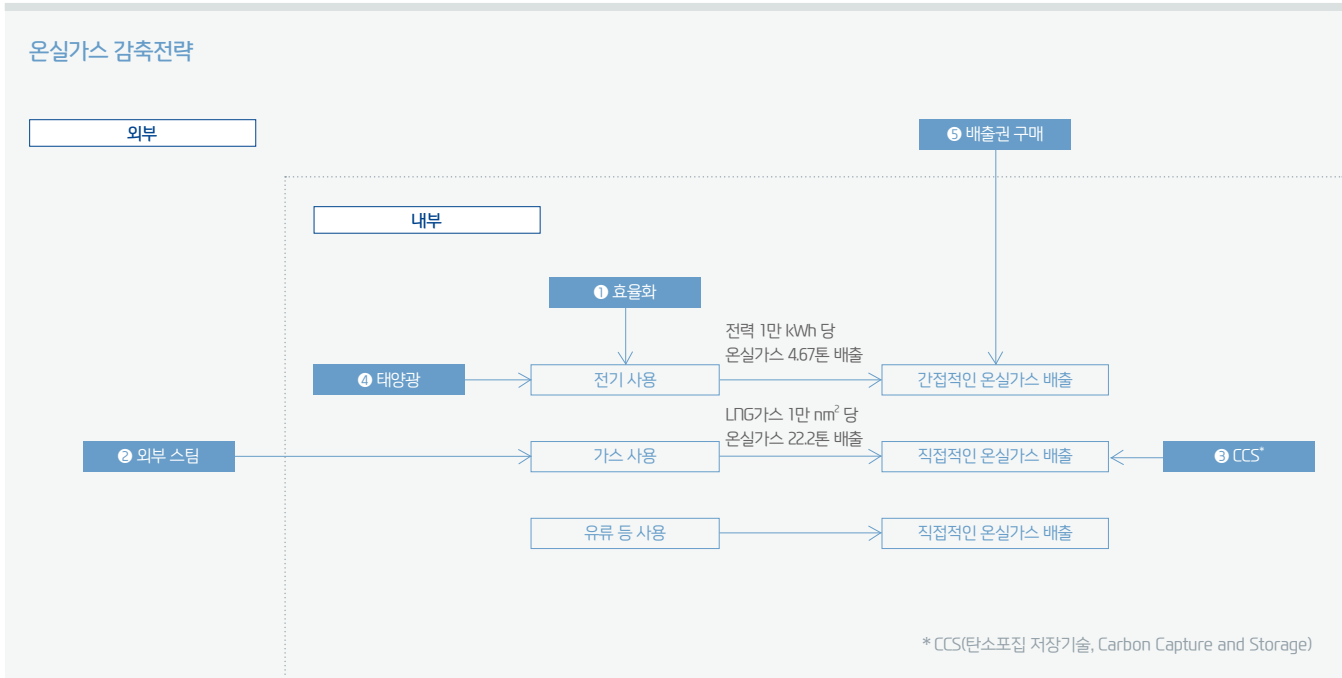
친환경

협력사

임직원

지역사회

온실가스 감축전략



기후변화 위기 및 기회 대응 현황

구분	현황	대응	
규제 위기	전 세계적 연비규제 강화정책	한국, 미국, 유럽, 중국 및 인도 등 글로벌 전 지역에서 연비 규제 및 배출량 규제를 시행	전 차종 연비향상 기술 및 친환경차 개발 추진
	연료 및 에너지 세제 규제	유럽 17개국에서 자동차 온실가스 세제 시행에 따른 세제 혜택과 패널티 정책을 추진	전 차종 연비향상 기술 및 친환경차 개발 추진
	냉매, 타이어, 연료 규제 강화	유럽 및 미국에서 신냉매대체 규제 시행 예정	냉매제 등의 기술 개발
	배출량 보고제도	국내외 대부분의 사업장에 온실가스 배출량 규제 적용	온실가스 배출 신뢰성 확보를 글로벌 지역으로 확대
규제 기회	제품효율성 규제	온실가스 규제 강화로 친환경차 판매량 증가	꾸준한 연구개발 활동을 통해 경쟁사 대비 연비 경쟁력 향상
물리적 위기	열대성 저기압	미국 사업장: 여름철 토네이도 위험	
	강수패턴 변화 및 가뭄	중국 및 한국 사업장: 폭우, 폭설, 가뭄, 황사노출 위험 체코 사업장: 겨울철 폭설 위험	
	이상 기온	한국, 터키, 체코 사업장: 여름철 온도 상승 위험	
	기타 기후 위험	인도 사업장: 쓰나미 위험 기타 기상이변으로 인한 공급업체 부품조달, 수출(해상물류) 등에 있어서의 차질 가능성	
물리적 기회	경쟁사가 입지한 곳의 기후변화 위험으로 인한 판매증대 기회		
경영상 기회	친환경 제품을 선호하는 소비자 행동 변화	유럽, 미국 등 선진국을 중심으로 한 친환경 자동차 지원정책으로 소비자의 친환경차 니즈 증대	친환경차 판매량 증가

사업장 온실가스 저감

현대자동차는 국내외 제조 사업장, 연구기관, 본사 등 전 사업장과 건물의 온실가스를 철저히 관리하고 있습니다. 특히, 전체 온실가스 배출량의 85% 이상을 차지하는 주요 제조 사업장을 대상으로 보다 효율적인 저감활동을 추진 중입니다. 이를

위해 단기적으로는 에너지 절감, 각종 폐열 재활용, 에너지 저소비형 공법 개발 및 적용 등을 통해 에너지 효율을 극대화할 것이며, 중장기적으로는 신재생에너지의 도입을 통해 에너지원을 다변화할 계획입니다.

국내외 사업장 온실가스 저감활동



제품책임
친환경
협력사
임직원
지역사회

울산사업장

울산사업장은 2014년 자동차 업계 최초로 차입발전설비를 도입하고 전기를 자체 생산하여 설비에 공급하고 있습니다. 2014년에는 에너지 공급설비의 고효율화, 공정 및 공법 개선, 에너지 저감형 설비 도입 등에 112억 원을 투자하여 온실가스 저감 활동을 실시하였습니다. 그 결과, 2014년 동 사업장의 자동차 생산량은 전년 대비 0.8% 증가하였으나 자동차 한대 당 발생하는 온실가스 배출량은 0.2% 감소하였습니다.

아산사업장

아산사업장은 각 SHOP 별로 에너지모니터링을 시행하여 온실가스 사용량을 월별로 분석하고 있으며, 각 부서별 에너지담당자를 선정하여 에너지 순찰 및 교육, 홍보를 실시하고 있습니다. 2014년 동 사업장의 자동차 생산량은 전년 대비 1.3% 증가하였으나, 목표 대비 14.7% 적은 141,145톤의 이산화탄소를 배출하였습니다. 2015년에는 사업장에 고효율 LED램프를 약 16,000개 설치하여 광효율 향상을 통한 품질 확보 및 에너지 효율 향상을 통한 온실가스 배출 감축을 추진할 계획입니다.

전주사업장

전주사업장의 경우 트럭 1교대(10시간/일)를 2013년 말에 2교대(8시간+9시간)로 전환함에 따라 생산에 필요한 작업 시간과 자동차 생산량이 증가하였고, 이는 온실가스 배출량 증가로 이어졌습니다. 2014년에 동 사업장에서 발생한 온실가스는 144,394톤으로 전년 대비 5.5% 증가하였지만, 자동차 한대 당 발생하는 온실가스는 8.9% 감소하였습니다. 전주사업장은 향후 Air Monitoring System을 도입하여 에너지 절감에 활용할 예정이며, 고효율 설비 도입, 공정 개선, 효율적인 에너지 사용 등을 지속적으로 추진할 계획입니다.

남양연구소

2014년 연구 목적의 각종 시험동을 기존 면적 대비 16% 증설하면서 장비도 함께 증가하여 불가피하게 연구소 전체 온실가스 배출량이 전년 대비 11.4% 증가하였습니다. 남양연구소는 건축물에 적합한 고효율 친환경 에너지 시설을 적용하고 온실가스 감축 활동을 전개해 왔으며, 2014년에도 옥상에 500kW급 태양광 발전설비를 구축하고 연간 64만kWh의 전력을 생산하여 자체 소비전력으로 사용하였습니다. 2015년 추가로 500kW급 태양광 발전설비를 설치할 예정이며, 10억 원을 투자하여 노후조명을 고효율 LED로 교체할 예정입니다.

임직원 출장

현대자동차의 글로벌경영이 가속화되면서 국내는 물론 해외 출장이 늘어남에 따라 이로 인한 온실가스 배출량도 증가하고 있습니다. 현대자동차는 2009년 7월 연료 효율성이 상대적으로 좋은 아반떼 LPI 하이브리드 차종이 출시된 이후, 직원들의 국내출장 시 지원되는 업무용 차량을 아반떼 LPI 하이브리드로 교체하여 온실가스 감축에 적극 동참하고 있습니다. 2014년 현재 업무용 차량의 50% 이상이 하이브리드 차종입니다. 또한 에너지 소비가 많은 항공 사용을 최소화하기 위해 불필요한 해외출장을 자제하고 화상회의를 활성화하고 있습니다. 이를 위해 2007년 과장급 이상 직원들에게 화상 회의용 웹캠을 무상 지급하였고, 이후에도 요청하는 직원에게 무상으로 지급하고 있습니다.

물류 최적화

현대자동차는 원자재 수송부터 부품 및 신차 운송, 임직원 출장에 의한 이동성 등에 있어서 최적화된 물류 체계를 가지고 있습니다. 도로운송이 전체 물류의 대부분을 차지하고 있으므로 도로운송 시 발생하는 온실가스를 감축하는 것이 물류 부문의 온실가스 감축에 관건이라고 할 수 있습니다. 따라서 당사는 국내에 13개 지역 출고센터를 구축하여 구간거리 단축, 운송횟수 감축 등을 추진하는 한편, 도로운송에 비해 온실가스가 적게 배출되는 철도운송을 확대하고 운송루트를 최적화하여 적재 효율을 향상시키고 있습니다. 또한 온실가스 감축 경영 내제화의 일환으로 임직원에게 통근버스와 대중교통을 이용한 출퇴근을 장려하고 있습니다.

이산화탄소 포집기술 개발

남양연구소는 온실가스 포집 및 자원화 기술의 양산화 검증을 위한 실증플랜트를 운영 중에 있습니다. 연간 18톤의 이산화탄소를 처리할 수 있는 실증플랜트는 굴뚝 배가스 중 온실가스를 포집하는 기술과 미세조류 이용 고부가가치 물질로 전환하는 기술, 두 단계로 구성되어 있습니다. 온실가스 포집기술은 2013년 이미 기술 검증을 완료하였고, 운용하는 데 발생하는 온실가스를 감안하더라도 연간 약 2만톤의 온실가스를 감축할 수 있습니다. 현대자동차는 온실가스 포집기술을 그룹 및 계열사 온실가스 저감 아이템으로 활용할 계획입니다. 또한 해당 기술을 활용하여 계열사 내 용접용 액화탄산가스로 활용하는 방안을 검토하고 있으며, 효율 개선을 통해 2015년 10월 검증을 완료할 예정입니다. 나아가 미세조류로부터 생산된 바이오 소재 원료물질을 자동차 부품에 적용하는 기술로 활용하여 다양한 부가가치 효과를 창출할 계획입니다.

탄소시장 참여

전 세계적으로 배출권거래제 도입이 확대되고 있습니다. 유럽에서는 이미 배출권거래제가 시행 중이며, 현대 체코사업장은 2013년부터 유럽 배출권거래제에 대응하고 있습니다. 중국은 6대 도시에서 배출권거래제를 2013년에 시범 적용한 데 이어 2015년부터 본격 시행하는데, 중국사업장 역시 이에 대응하고 있습니다. 국내에서도 2015년부터 배출권거래제가 시행됨에 따라 당사의 국내 사업장은 단기적으로는 2017년까지 3개년 대응 전략을 수립하고, 중장기적으로는 2025년 유상할당비율 10% 규제 목표를 효율적으로 대응할 수 있는 감축 전략을 검토하고 있습니다. 이와 같이 현대자동차는 국내외 배출권거래제에 효율적으로 대응할 수 있도록 안정적인 시스템을 구축하는 데 노력을 기울이고 있습니다.

환경영향 최소화

현대자동차는 사업장이 위치한 지역에 오염물질이 배출되지 않도록 관리합니다. 장기적 안목으로 생태계 복원 활동을 추진하고 있으며 관련 활동에 수반되는 비용과 투자에 대한 재무적 영향력을 확대해 나가고 있습니다. 사업장 주변 지역에 대한 환경영향을 고려하면서 동시에 전 지구에 미치는 부정적인 환경영향을 최소화하는 방향으로 현지 사업장을 구축합니다. 현대자동차의 친환경 활동에는 인간과 자연이 조화롭게 살아가는 환경을 만들기 위한 현대자동차의 철학이 담겨 있습니다.

오염물질 관리

현대자동차는 생산공정에서 발생하는 대기 및 수질 오염물질에 대하여 법적 기준치보다 엄격한 사내 관리기준을 설정하고 오염물질 배출량 모니터링 시스템을 운영함으로써 오염물질 배출원의 철저한 관리 및 사전 저감 활동에 주력하고 있습니다.

오염물질 배출 현황

대기 오염물질	수질 오염물질	폐기물
VOCs, 먼지, NOx	COD, BOD, Zn, T-N, T-P	폐합성수지, 폐주물사, 오니류, 페페인트, 폐유, 폐유기용제

대기 오염물질 최소화

자동차 생산공장에서 발생하는 대기 오염물질은 도장공정의 차체 외관 도장작업 시 발생하는 휘발성 유기화합물질과 주물사를 사용하는 소재공장의 먼지가 있습니다.

이 중 VOCs(휘발성 유기화합물, Volatile Organic Compounds)는 페인트 희석 및 도장기 세정용으로 도료에 들어가는 필수 물질입니다. 하지만 환경과 건강에 유해하기 때문에 사용량을 줄이기 위해 다양한 저감활동을 추진하고 있습니다. 울산의 제네시스 생산 공장은 페인트와 신너의 사용량을 최소화하도록 설계되었고, 오븐 배기가스에서 발생하는 VOCs를 처리하기 위해 RTO(촉열식 소각로)를 설치하여 운영하고 있습니다. 또한 전 공장에 친환경 수용성 도료를 사용하여 대기 중으로 배출되는 VOCs 양을 대폭 감소시키고 있습니다. 2014년 현대자동차 국내 사업장의 VOCs 발생량은 전년보다 2.8% 증가한 8,429톤으로 집계되었습니다.

수질 오염물질 최소화

자동차 제조공정에서는 상당량의 수자원이 이용됩니다. 현대자동차는 그 부산물로 발생하는 폐수의 효율적 관리를 중요한 과제로 인식하고 있으며, 수질 오염물질에 대해 법적 규제치보다 엄격한 사내 관리기준을 설정하여 생물학적 산소요구량(BOD), 화학적 산소요구량(COD), 부유물질(SS), 유분(n-H), 총질소(T-N) 총인(T-P), 등으로 구분하여 관리하고 있습니다. 현대자동차는 자동차 차체 수세공정, 도장 공장 페인트 입자 제거를 위한 집진과정, 엔진기어 부품 가공공정 등에서 주로 발생하는 폐수 및 사업장 내 생활오수 발생량을 줄이기 위한 개선 활동을 지속하고 있습니다.

울산공장의 경우 2개의 오폐수 병합처리장 및 1개의 폐수처리장, 7개의 보조처리장을 운영하고 있으며, 전착 수세수 재활용 설비를 설치하여 전착 폐수발생량의 33%를 감소시켰습니다. 2007년부터 환경부 정책에 따라 울산공장에서도 처리된 처리수를 울산시 방어진 하수종말처리장으로 유입처리하고 있습니다. 울산시 하수종말처리장에서의 효율적 폐수처리를 위해서는 유입되는 유기물의 농도가 어느 정도 상향 유지되어야 함에 따라 울산공장에서 적정 농도의 폐수를 유입시킨 결과 2007년 국내 수질 오염물질 배출량은 전년 대비 45% 증가한 187톤입니다. 2008년에 발생된 국내 수질 오염물질은 181톤으로 2007년 대비 약 3.3% 감소를 나타냈습니다.

제품책임
친환경
협력사
임직원
지역사회

사업장 폐기물 최소화

자동차 생산공정에서 발생하는 폐기물은 도장공정에서 발생하는 페페인트, 페시너를 비롯하여 부품 입고 시 포장재로 사용되는 비닐, 종이, 나무 등의 폐포장재, 그리고 주조공정에서 실린더 블록 등 주물의 형태를 만들기 위해 사용되는 주물사 등이 있습니다. 금속류 스크랩의 경우 전량 수거돼 사내 및 타 산업 분야에서 전량 재활용 처리되고 있습니다.

현대자동차는 폐기물의 발생량 저감 및 재활용률 향상을 위하여 현장에서 발생된 폐기물이 폐기물 보관장으로 반입될 때 시간대별로 순차 반입하여 재활용 폐기물의 분리 및 수거 효율을 높이고 있습니다. 또한 도장공정의 페인트 슬러지는 전량 소각하고 수분 함량을 40%까지 줄일 수 있도록 슬러지 함수를 저감기술을 적용하고 있으며, 페페인트 압착 설비를 설치하여 페페인트를 줄여 나가고 있습니다. 현대자동차의 2014년 폐기물 재활용률은 전년 대비 약 1% 증가한 5만 6,457톤으로 집계되었습니다.

환경복원 활동

현대자동차는 생태계 보호 및 복원 사업을 추진하고 있습니다. 장기적 관점에서 그린존 프로젝트, 숲보호 활동 및 멸종위기 보호 사업과 더불어 가깝게는 사업장 주변의 환경보고 활동을 추진하여 인간과 함께 공존해 온 다양한 생물들을 보호하고 보존하기 위한 노력하고 있습니다.

중국지역 사막화 방지 활동



현대자동차는 중국의 사막화 방지에 힘을 보태기 위해 2008년부터 ‘현대 그린존 차이나’ 프로젝트를 진행 중입니다. 동 프로젝트는 중국의 대표적인 사막화 지역인 네이멍구자치구 차칸노르 지역에서 추진되고 있습니다. 동서로 나뉜 거대한 호수였던 차칸노르는 이제 거의 말라버려 메마른 사막이 되어가고 있습니다. 현대자동차는 이곳을 푸른 초지로 만들기 위해 서쪽 호수 지역에 알칼리성 토양에도 잘 자라는 1년생 염생 식물인 감봉을 심었습니다. 또한 바람에 풀씨가 날아가지 않도록 나뭇가지로 장벽을 만드는 사장 작업도 진행했습니다.

단일 초지 조성 활동으로는 세계 최대 규모였던 1차 프로젝트가 끝난 후 서쪽 호수 면적의 60%에 해당하는 5,000만㎡의 땅을 푸른 초원으로 복원하여 도마뱀과 곤충들이 다시 서식할 수 있도록 생태계가 복원되었습니다. 앞으로는 감모초를 비롯해 사막화 방지에 유용한 다년생 식물을 심는 2차 프로젝트를 2017년까지 계속할 계획입니다. 생태계 복원으로 주민들의 생활도 더욱 개선되고 중국 내에서는 물론 한국의 황사 예방에도 큰 효과를 거둘 것으로 예상합니다.

인디아 숲 보호 활동



현대자동차는 인도 현지 NGO인 ‘TIST 인디아’와 함께 2011년부터 황무지에 티크 나무 숲을 조성하는 ‘GO GREEN HYUNDAI’ 프로젝트를 시작했습니다.

이 사업은 티루발루르와 칸치푸람 지역 282가구의 농가와 협약을 맺어 티크나무 묘목을 심은 후 향후 10년간 벌목하지 않고 유지·관리하는 사업입니다. 주민들은 2011년 10만 그루, 2012년 5만 그루에 이어 2013년 5만 그루 등 3년간 총 20만 그루의 묘목을 심었습니다.

인도를 비롯한 동남아시아에서 많이 자라는 티크는 팥창과 수축이 적을 뿐만 아니라 뒤틀어지거나 갈라지지 않으며 가공이 쉽고 병충해에도 강해 조림용 외에도 다양한 재료로 활용되는 나무입니다. 현대자동차는 이 사업을 추진하여 총 320만 에이커에 이르는 황무지를 녹지로 변환시켰으며, 토양, 지하수, 공기 개선으로 인해 숲속의 각종 동식물의 생태계를 보존할 수 있었습니다. 뿐만 아니라 지구온난화의 기여도를 인정받아 탄소배출권을 얻게 되었습니다.

꼬리명주나비 복원 사업



환경오염이 심해지고 기후변화가 진행되면서 멸종위기 동식물들이 점점 늘어나고 있습니다. 우리나라도 환경부가 지정한 멸종위기 야생생물이 246종에 이릅니다. 현대자동차는 ‘현대 그린존 코리아’라는 이름으로 멸종위기 희귀 동식물을 비롯해 자연생태자원을 보호하는 활동을 꾸준히 추진하고 있습니다. 그 동안 두루미

와 저어새, 갯쟁이풀, 물부추의 보호 활동을 지원하고, 동남참게, 각시붕어, 말조개 등의 치어를 방류했으며, 유해 귀화식물을 퇴치하고 지역 노거수를 보호하는 활동에도 참여했습니다.

특히, 산업화와 도시화의 과정에서 서식지 파괴로 멸종 위기에 처한 꼬리명주나비의 복원은 당사가 오랫동안 심혈을 기울여온 대표 사업입니다. 2005년 복원 작업을 시작한 이래 2006년 번식에 이어 2007년에 번데기가 다시 생겨나면서 최종적으로 꼬리명주나비 복원에 성공하였습니다. 본 사업을 수행함에 있어 현대자동차는 단순히 서식지를 복원하는 것에 그치지 않고 생태학습장을 조성하고 꼬리명주나비 교육용 교재를 제작해 더 많은 사람들이 자연생태자원 보존에 관심을 갖도록 했습니다.

사업장 주변지역 '1사 1하천 가꾸기' 활동



현대자동차는 사업장 주변 지역을 중심으로 지역사회 환경기관, 환경단체와 함께 민·관·기업 협력체계를 구축해 '1사 1하천 가꾸기' 활동을 추진

하고 있습니다. 하천수질 개선, 수생태계 복원을 통해 환경을 보전하고 지역주민의 삶의 질을 향상시키는 것이 목표입니다.

아산사업장의 경우 2012년부터 아산시, 아산시 새마을회와 협력하여 온양천에 친수문화공간인 생태공원 조성을 추진하고 있습니다. 2012년에는 수질오염 문제를 겪고 있던 온양천 주변 1,980㎡ 공간에 수질정화식물을 심고 생태학습공간으로 활용할 수 있는 생태공원을 조성하였습니다. 2013년에는 온양천 1,650㎡ 규모의 땅에 꽃창포를 비롯한 수질정화식물 1만 3,000주를 심고 2차 생태공원을 조성했습니다. 매달 1회씩 온양천과 곡교천의 정화활동도 추진하고 있습니다. 또한 민·관·기업 합동 온양천 가꾸기 행사 등을 통해 토종 물고기를 방생하고 악취 제거와 수질 정화를 추진하였습니다. 2014년에는 3차 생태공원을 조성하였으며 수질이 점점 개선되고 있습니다.

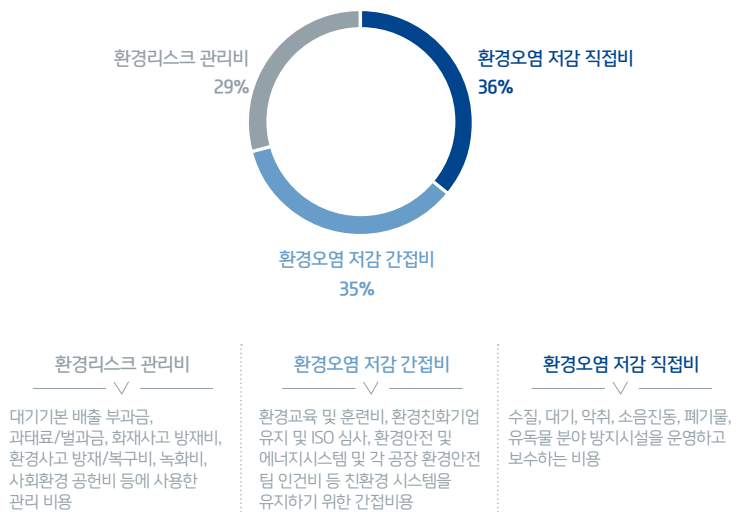
현대자동차는 또한 2013년부터 금강수계 생태복원 사업을 추진하고 있습니다. 2014년에는 5월부터 11월까지 옥천 출고장 인근에 있는 구일 소류지의 수생태 복원사업을 추진하여 삼지공원을 조성하고 수질 관리 활동을 정기적으로 지원하였습니다. 나아가 지역주민의 참여 확대를 위해 천연 살충제와 세제 등 친환경 제품을 보급하고 친환경 농산물을 구입해 소외계층을 지원하는 활동도 펼쳤습니다. 아울러 녹색마을 조성을 위한

컨설팅과 교육도 지원했습니다. 앞으로도 지역주민을 대상으로 환경교육과 친환경 제품 지원을 계속해 나갈 계획입니다.

환경 회계

현대자동차는 환경 비용과 투자 내역을 회계적 관점에서 분석하여 경영층의 의사결정을 지원하고 있습니다. 현대자동차는 환경 효율을 동시에 고려하여 개별 사업장의 합리적인 의사결정에 반영하며, 주주와 투자자, 지역주민 등 주요 이해관계자들에게도 환경정보 공개제도 대응 등 다양한 커뮤니케이션 방법을 통해 관련 정보를 제공하고 있습니다. 2014년 환경오염 저감을 위한 직·간접 비용과 리스크 관리 비용 등의 환경 비용으로 전년 대비 7% 상승한 약 1,200억 원을 사용하였으며, 이중 환경오염 저감을 위한 직·간접 비용의 비중이 70% 이상을 차지하고 있습니다.

환경 비용의 구성

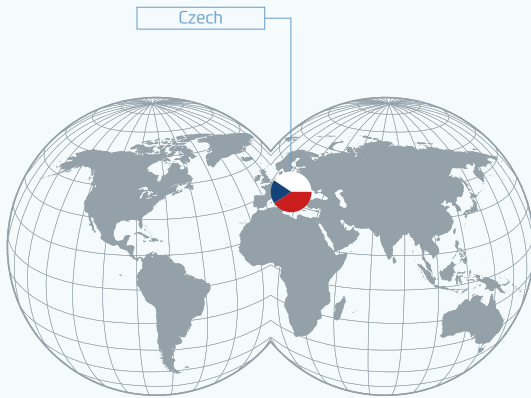


제품책임
친환경
협력사
임직원
지역사회

Global Highlight

환경경영 실천으로 유럽에서 녹색 경쟁력을 인정받다

현대자동차는 당사의 사업장이 위치한 환경영향을 최소화하면서 지역사회와 함께 성장할 수 있는 방법을 모색합니다. 현대자동차 체코사업장은 이와 같은 우리의 의지와 노력을 잘 보여줍니다. 체코사업장은 사업장 전체 면적의 40%가 녹지로 조성되어 있으며 글로벌 수준의 환경경영 시스템을 갖추고 체계적으로 환경목표를 달성하고 있습니다.



사업장 전체 면적의 40%가 녹지로 조성된 체코사업장 전경

유럽이 인정한 친환경 체코사업장

HMMC(현대자동차 체코사업장, Hyundai Motor Manufacturing Czech)은 환경경영을 실천하여 기업의 사회적 책임을 다하고 있으며, 그 일환으로 글로벌 표준의 환경경영 시스템 인증 취득을 추진해 왔습니다. 2012년에는 ISO14001을 재취득하였고, EU에서 운영하는 대표적으로 공신력 있는 환경경영 시스템 인증제도인 EMAS(Eco-Management and Audit Scheme)을 획득하여 2015년 재획득함으로써 글로벌 수준의 환경경영 시스템을 구축하였습니다.

HMMC는 환경에 끼치는 영향을 최소화하면서도 기존보다 5만대를 증대시켜 총 35만대의 차량 생산이 가능하도록 다양한 프로그램을 추진했습니다. 2014년 8월 체코 환경부로부터 환경영향평가 변경 승인을 받았습니다. 2015년에도 사업활동으로 인한 환경영향을 최소화하기 위한 노력의 일환으로 에너지 소비, 폐기물관리, 환경시스템 인증 3가지 분야의 환경목표를 수립하여 친환경 프로그램을 추진하고 있습니다.

환경성과 관리 현황

수자원 관리 HMMC는 수자원 소비량을 지속적으로 저감시키고 공정 운영상의 폐수 발생을 최소화하기 위해 노력하고 있습니다. 2014년에는 도장공정의 생산 최적화 및 기술 개선을 추진하여 17,478m³ 가량 수자원 사용량을 줄여 2012년 자동차 1대 제작 시 수자원이 1.83m³ 사용되던 것을 2014년 1.73m³로 줄여 5.8% 감소시켰습니다.

는 전체 폐기물 발생량 중에서 88%가 재활용되었으며, 유해폐기물 양은 점차 감소하고 있습니다.

폐수 처리 동 사업장에서 발생하는 생활오수 및 산업폐수는 지역 하수처리장으로 이송되어 처리되고 있습니다. 특히 산업폐수는 법적 배출 허용기준을 만족하도록 사내 폐수처리시설에서 1차적으로 처리됩니다. 우수의 경우에는 유수분리시설을 통과되도록 하여 유분이 포함되지 않도록 관리하고 있습니다.

에너지 효율 및 온실가스 관리 HMMC는 2013년부터 EU ETS(유럽연합 배출권 거래제, European Union Emission Trading Scheme) 대상으로서 온실가스 배출량을 할당 받고 있습니다. 온실가스 배출규제에 체계적으로 대응하고자 2009년부터 온실가스 인벤토리 시스템을 운영하고 있으며, 다양한 에너지 저감활동을 통해 온실가스 배출을 지속적으로 감소시키고자 노력하고 있습니다. 체코사업장이 사용하는 주요 에너지는 천연가스와 전력입니다. 공장 내 자연광 사용을 확대함으로써 에너지 소비 효율을 증가시키고 지속적으로 사용량을 감소시키고 있습니다. 이러한 노력의 결과, 2014년 공장 증설에도 불구하고 2013년 대비 온실가스 배출 원단위가 감소하였습니다.

대기 오염물질 관리 자동차 제작과정 중 도장공정에서 발생하는 VOCs로부터 대기를 보호하기 위해 연간 350톤의 VOCs를 소각하여 처리할 수 있는 RTO 설비를 구축했습니다. 이 시스템으로 VOC 발생을 지속적으로 감축하고 있습니다.

위험물질 관리 제조과정 중 불가피하게 유해화학물질을 사용하는 경우가 있습니다. 이 때도 체계적인 관리 절차를 마련하여 위험을 최소화 하고 있습니다. 화학물질 처리를 위한 위생 당국의 규정을 기반으로 공정 중 사용되는 유해화학물질 목록을 작성, 상시 업데이트하고 있으며 신규 화학물질을 사용하기 위해서는 관리부서의 승인 절차를 거치도록 하고 있습니다. 또한 임직원들은 관련 물질을 취급하기 위해 정기적인 교육 훈련을 받고 있으며, 위험 관리를 위해 비상 순찰 등에 참여하고 있습니다.

폐기물 관리 폐기물 종합관리 시스템인 "Complex Waste Management"를 구축하고 전문회사를 통해 폐기물을 관리하고 있습니다. HMMC는 재활용 가능성 여부에 따라 폐기물을 철저하게 분리하고 폐기물 재활용량을 증가시키기 위해 노력하고 있습니다. 동 사업장에서 발생하는 폐기물은 철, 종이, 플라스틱 등이 있으며 2014년에

03

협력사



Management Approach

자동차 산업은 대표적인 조립사업으로 협력사는 자동차를 구성하는 수만 개의 부품 중 95% 이상을 공급합니다. 현대자동차는 협력사를 포함한 기업군 전체의 경쟁력이야말로 현대자동차의 진정한 경쟁력이라 믿고 있습니다. 따라서 협력사의 R&D, 품질, 기술, 환경 등의 핵심 분야에 교육, 시스템, 인력 등을 지원하고 협력사와 동반성장을 추구합니다. 현대자동차는 상생협력추진팀, R&D기술지원단, 자동차부품산업진흥재단 등 협력사 전담 조직을 두고 있으며, 이 조직을 중심으로 글로벌 경쟁력 육성, 지속성장 기반 강화, 동반성장 시스템 구축이라는 동반성장 3대 추진전략을 실행하고 있습니다.



협력사의 경쟁력이 현대자동차의
경쟁력으로 이어진다는
믿음에 기반한 경쟁력 강화 및
지속성장 역량 확보 지원을 통한
동반성장 추진

2014 주요성과



2.5x

협력사 평균 거래기간 28년,
중소 제조업 평균수명의 2.5배



전 세계 동반진출 협력사 600여개 사



협력사 대상 품질·기술 교육,
누계 1,500여 개사 실시

17,510명

협력사 채용박람회를 통한 취업 인력 수,
17,510명



동반성장 및 공정거래 협약 참여 협력사,
293개사



03

글로벌 경쟁력 육성

협력사의 품질·기술 경쟁력을
글로벌 최고 수준으로 육성

- p.084 품질 경쟁력 육성
- P.084 생산성 향상 지원
- P.085 기술 개발력 육성

지속성장 기반 강화

협력사의 경영안정과
자생력 확보 지원

- p.085 경영안정 기반 강화
- p.085 글로벌 판로 확대
- p.085 성장 인프라 구축

동반성장 시스템 구축

투명거래 관행과
동반성장 문화 정착 지원

- p.086 협력 네트워크 강화
- p.086 2·3차 협력사 지원 강화
- p.086 동반성장 문화 조성
- p.086 협력사 환경안전
시스템 조성

2014 주요활동

- 협력사 전용 채용 웹사이트 구축 지원
- 협력사 기술지도 및 경영컨설팅 지속 실시
- 협력사 에너지 관리시스템 구축
- 협력사 투명구매 실천센터 운영



지표 및 데이터



상생을 논의하는 장 — 협력사 채용박람회

협력사 채용박람회는 협력사들의 인재 채용을 돕는 현대자동차그룹의 대표적인 동반성장 프로그램입니다. ‘협력사의 성장과 발전이 곧 모두의 성장과 발전으로 이어진다’는 현대자동차의 철학을 담아 박람회의 기획 및 운영부터 재정적 후원까지 전방위적인 후원과 지원을 하고 있습니다. 인재와 기업을 연결해 고용창출 확대에 기여함으로써 기업의 사회적 책임을 이행하는 기회도 됩니다.

※ 본 행사는 기자동차와 함께 주최됩니다.

글로벌 경쟁력 육성

협력사의 글로벌 경쟁력 육성을 위해서는 품질 경쟁력, 기술 경쟁력, 생산성 향상이 핵심입니다. 협력사 스스로 경쟁력을 갖출 수 있도록 현대자동차는 다양한 프로그램을 지원하고 있으며, 전담 조직을 구성하여 효율적으로 운영하고 있습니다.

품질 경쟁력 육성

협력사 역량 육성 세미나

협력사와 중점 추진 방향을 공유하고 협력사의 실천 역량 강화를 위해 지속적인 세미나를 대표 및 임직원 대상으로 실시하고 있습니다. 협력사 대상 세미나는 직급 별, 부문 별 과정으로 세분화하여 진행하고 있습니다. R&D 및 기술 역량 강화를 중심으로 관리자 및 실무자 관련 직무 세미나도 진행하고 있습니다.

생산성 향상 지원

현대자동차그룹은 2002년 공익법인인 자동차부품산업진흥재단을 설립하였습니다. 재단은 현대자동차와 기아자동차, 현대모비스가 공동출연하여 운영 중에 있으며, 협력사를 대상으로 품질 및 기술 교육과 경영일반 교육을 지원하고 있습니다.

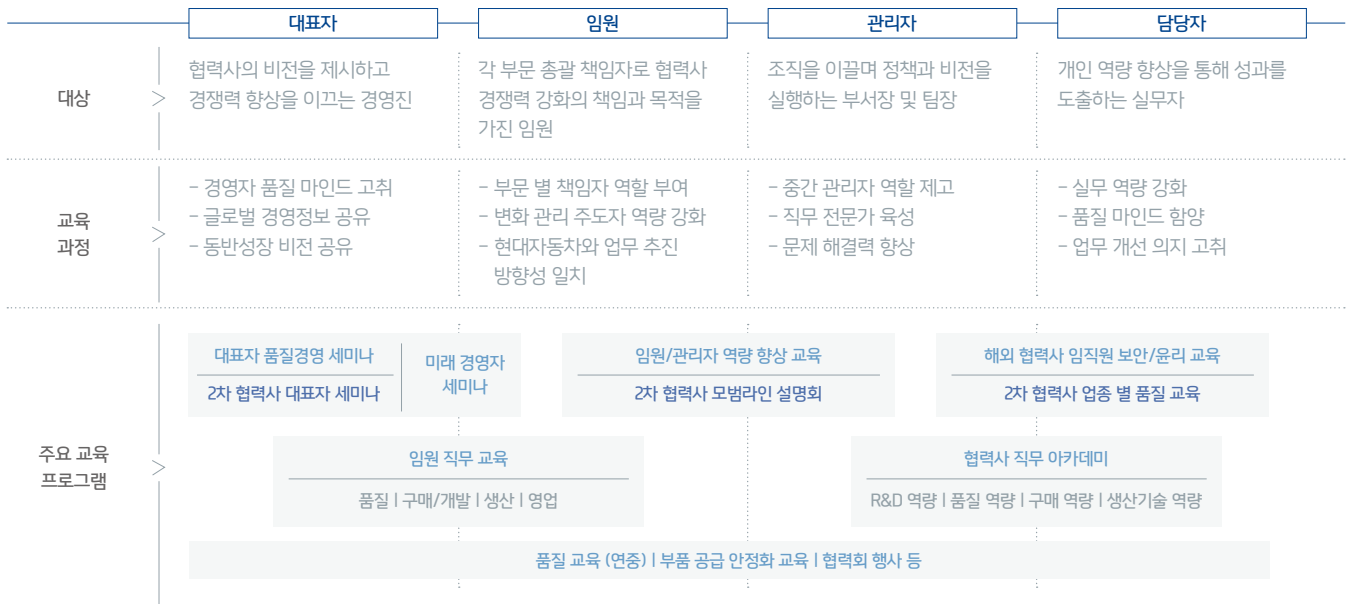
자동차부품산업진흥재단

자동차부품산업진흥재단 산하에 조직된 품질기술봉사단과 현대자동차그룹 퇴직 임원으로 구성된 협력업체지원단은 협력사에 짧게는 3개월에서 길게는 12개월까지 상주하며 지도 활동을 하고 있습니다. 이 프로그램은 1차 협력사는 물론 상대적으로 영세한 2차 협력사까지 대상으로 하고 있습니다.

R&D기술지원단

R&D기술지원단은 연구개발업체 기술지원팀이 운영하고 있으며, 현대자동차가 보유한 기술개발 노하우를 전수하고 협력사의 현안을 파악해 필요한 부분을 지원합니다.

협력사 세미나 체계



제품책임
친환경
협력사
임직원
지역사회

기술 개발력 육성

공동협업 프로그램 운영

제품의 품질을 유지하면서 비용을 절감하기 위해 VE(가치공학, Value Engineering) 제도를 운영하여 수입품을 내재화하고 있으며, 신차 개발 단계에서 협력사 연구원과 공동으로 연구를 진행하는 게스트 엔지니어 제도를 운영하고 있습니다. 2014년 동 제도에 참여한 협력사 엔지니어는 월간 기준으로 평균 40여개 사 340여 명입니다.

지속성장 기반 강화

협력사의 경영안정과 자생력 확보는 글로벌 강소기업으로 발전하고 지속성장을 이어갈 수 있는 동력입니다. 협력사에 자금, 해외 동반진출, 성장 인프라 구축 등을 지원합니다.

경영안정 기반 강화

현대자동차는 협력사의 경영 안정을 목표로 중소·중견 협력사들에게 납품대금을 현금으로 지급하고 있으며, 협력사의 구매 비용 절감을 위해 공동구매를 진행하고 있습니다. 자금 운용에 어려움을 겪는 중소·중견 협력사들에게는 기업 운영과 품질 및 생산성 개선, 설비 투자 등의 필요에 따라 대출을 지원하고, 1차 협력사가 2차 협력사에 납품대금을 현금으로 지급하는 데 이용할 수 있는 패밀러네트워크론을 운영하고 있습니다.

글로벌 판로 확대

해외 시장 동반진출

해외 생산 공장에 부품을 공급하는 기업은 대부분 현대자동차와 동반진출한 국내 협력사들입니다. 총 8개 해외 공장에 동반진출한 600여 개 협력사들이 글로벌 강소기업으로 성장할 수 있도록 현대자동차는 적극적으로 지원하고 있습니다.

현대자동차는 1·2차 협력사의 현지 공장 설립을 지원합니다. 이를 통해 협력사는 안정적인 수요처를 확보할 수 있고, 당사는 품질이 검증된 부품을 안정적으로 공급받을 수 있어 동반진출과 상호 협력의 장점을 경영 성과로 흡수할 수 있습니다.

해외 시장 동반진출 성과

해외 시장에 동반진출함으로써 협력사들은 품질 경쟁력 확보와 매출 증대라는 긍정적인 성과를 거두고 있습니다. 특히, 현대

해외 시장 동반진출 협력사 지원

해외진출 컨설팅 지원	현지 인허가 지원	진출사 협력회 운영 지원
<p>▽</p> <p>해외진출을 희망하는 협력사들을 대상으로 사전 컨설팅을 실시하여 해외진출 관련 제반 절차 및 진출 시 고려사항을 자문하고 있습니다.</p>	<p>▽</p> <p>현지 공장 건설과 생산라인 설치 시 부지 선정 및 세제 혜택 등에 대해 현지 정부와 원만하게 협의할 수 있도록 각종 편의를 제공합니다.</p>	<p>▽</p> <p>진출한 협력사들 간의 협조체계 구축 및 정보 공유를 위해 해외 지역 별로 조직된 협력회의의 운영을 지원하고 있습니다.</p>

자동차 해외 공장에 부품을 공급하기 위해 진출한 협력사들이 해외 시장에서 품질력을 인정 받아 타 완성차 기업으로부터의 수주에 성공하는 등 그 성과가 더욱 확대되고 있습니다.

이와 같은 긍정적 효과들은 고용 확대 및 투자비 절감이라는 또 다른 시너지를 창출하고 있습니다. 결과적으로 현대자동차와 협력사의 해외 시장 동반진출의 성과는 협력사가 글로벌 부품기업으로 성장할 수 있는 디딤돌이 되고 있습니다.

성장 인프라 구축

협력사 우수인재 채용 지원

현대자동차는 우수인재 채용에 어려움을 겪고 있는 협력사들을 위해 2012년 국내 최초로 협력사 채용박람회를 개최하였습니다. 2014년에는 총 371개의 협력사들과 함께 권역 별로 실시하였습니다. 본 박람회는 현대자동차의 인지도를 활용하여 협력사의 인재채용 효과를 증대할 수 있어 긍정적인 반응을 얻고 있습니다. 또한 협력사 전용 채용 웹사이트를 구축하고 지속적인 인력 채용 및 협력사 홍보 활동을 지원하고 있습니다.

인적자원 개발 컨소시엄

현대자동차는 2004년부터 노동부, 협력사와 공동으로 운영하고 있는 인적자원개발 컨소시엄을 통해 협력사에 전문적인 기술 교육과 미래경영자 대상 세미나를 실시하고 있습니다.

벤처플라자

협력사에서 제안한 아이디어를 공동으로 기술 개발하거나 투자가 필요한 벤처기업을 지원하기 위해 2000년 벤처플라자를 설립했습니다. 협력사와 현대자동차가 공동 개발한 기술은 특허 소유권부터 제품 적용이나 사업화로 인한 수익까지 모두 공유하게 됩니다.

동반성장 시스템 구축

현대자동차는 협력사와의 동반성장 문화 조성, 협력 네트워크 강화, 1차 협력사 대비 영세한 2·3차 협력사 지원 강화 등 다양한 활동을 실시하고 있습니다. 현대자동차 기업생태계에서 투명 거래 관행과 동반성장 문화가 정착되도록 노력하고 있습니다.

협력 네트워크 강화

현대자동차는 구매 및 품질 정책들을 협력사에 전달하고 있습니다. 1차 협력사와 2·3차 협력사들간 합리적이고 공정한 거래문화가 정착될 수 있도록 1차 협력사 별 협력을 운영하고 있습니다. 협력회는 정책 및 공지사항을 교환하고 2·3차 협력사의 애로 및 건의사항을 수렴하는 커뮤니케이션 창구 역할을 하고 있습니다.

2·3차 협력사 지원 강화

현대자동차는 무상으로 중소기업에 전문위원 및 자문위원을 파견하여 자동차 관련 전문기술 및 노하우를 전수하여 품질 기술 및 생산성을 향상시키고 글로벌 경쟁력을 높이고 있습니다. 또한 협력사 대금 지급을 보조하기 위해 현대자동차의 무이자 예탁금과 금융기관의 특별 펀드를 기반으로 운영자금을 우대금리로 지원하고 있으며, 자금 규모는 400억 원 정도입니다.

동반성장 문화 조성

현대자동차는 매해 협력사와 '동반성장협약'을 맺고 다양한 지원을 실시하고 있습니다. 하도급 가이드라인 운영, 자금지원 프로그램, 2·3차 협력사 지원 강화, 원자재 가격인상 관련 가격 조정 협의 등의 지원을 실행하고 있습니다. 또한 투명구매실천센터를 현대자동차 홈페이지 내에 운영하여 협력사 윤리행동 규범 및 가이드라인을 공유하고 실천 건의를 받고 있습니다. 협력사 임직원 실천 강령을 통해 아동노동 및 강제노동을 금지하는 항목을 명시하고 있습니다. 나아가 매년 1·2차 협력사간 동반성장 사례를 공모하고 우수사례에 대하여 포상함으로써 동반성장 문화 조성을 위해 매진하고 있습니다. 2014년에는 3개사가 포상을 받았습니다.



투명구매실천센터

협력사 환경안전 시스템 조성

협력사 환경·안전·보건 관리

협력사와의 상생과 동반성장이라는 목표를 이루기 위해 울산

현대자동차 동반성장 시스템



공장은 환경·안전·보건 분야에 대한 협력사(영남지역 1차협력사) 교육 지원 프로그램을 추진하고 있습니다. 8년 차를 맞이한 2014년에는 총 180여 개사 200여 명의 실무관리자들을 대상으로 실시되었고, 총 93개사 97명의 관련 분야 실무자들이 자발적으로 교육에 참여하였으며, 환경·안전 사고에 대한 대처 방법, 기업의 폐기물 관리, 녹색기업 점검 결과 및 개선 사례 등을 소재로 교육이 이루어졌습니다. 현대자동차는 향후에도 협력사의 필요에 적합한 교육 프로그램을 개발하여 협력사의 환경·안전·보건 분야의 실무 대응능력을 향상시킬 계획입니다.

협력사 환경기준 수립 및 친환경부품 공급협정서 체결

환경을 기업의 핵심 성공요소로 인식하고 능동적인 환경경영을 통해 기업가치를 창출하고자 '현대기아 자동차 환경기준'을 수립하여 운영하고 있습니다. 협력사와 공동으로 사회공헌 및 친환경 미래사회를 구축하기 위해 모든 협력사가 준수해야 할 의무사항을 명기하였으며, 4대 중금속 관리 기준, 고위험 물질 목록 등을 공시하여 관리하고 있습니다. 2007년부터 세계 각 지역별 환경법규 대응과 지역사회 공헌을 위해 국내외 협력사와 친환경부품 공급협정을 체결하고 있습니다. 2012년에는 국내 협력사들과 체결을 완료하였고, 2013년 상반기에는 EU 지역 수출차 관련 해외지역 협력사와 협정을 체결하였습니다.

OHSAS 18001 인증

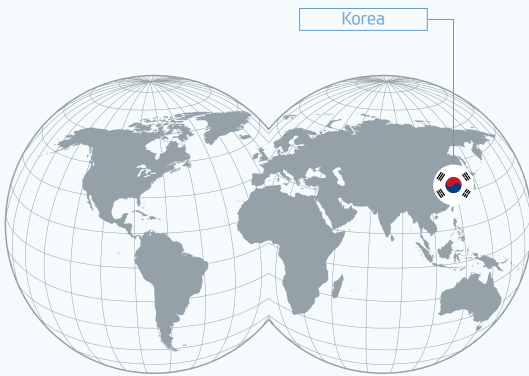
기업활동 과정에서 발생할 수 있는 위험을 사전에 예방, 관리하고 자율적인 안전·보건 관리 체계를 구축하기 위해 OHSAS 18001 인증을 획득할 것을 국내외 협력사들에게 권고하고 있습니다. 협력사들이 산업 안전 시스템 운영 체계를 확보하고 동시에 안전 사고 예방에도 주의를 기울이게 할 목적입니다. 2013년에는 국내 협력사 사업장이 인증을 완료했으며, 해외 지역의 협력사들의 인증이 진행 중입니다.

제품책임
친환경
협력사
임직원
지역사회

Global Highlight

상생으로 자동차 기술 축제의 장을 마련하다

현대자동차는 협력업체의 기술력이 곧 현대자동차의 성장동력이라 믿습니다. 따라서 협력업체와 신기술에 관한 정보를 공유하고 기술력 강화를 위해 적극적으로 교류합니다. 이러한 노력의 일환으로 현대자동차는 매해 ‘미래와 상생’이라는 주제로 ‘R&D 협력사 테크 페스티벌(Tech Festival)’을 개최하여 R&D 부문에서의 동반성장과 소통을 위한 장을 마련합니다.



기술력 상생의 장, R&D 협력사 Tech Festival

R&D 협력사 테크 페스티벌은 ‘R&D 협력사 테크 데이(Tech Day)’와 ‘R&D 모터쇼(Motor Show)’로 구성되어 있습니다. R&D 협력사 테크 데이에서는 협력사가 개발한 신기술을 전시하여 이를 홍보하고, 세미나를 진행하여 기술교류를 지원합니다. 그리고 R&D 모터쇼에서는 세계 각국의 완성차들을 비교 분석, 전시하고 있습니다.

R&D 협력사 테크 페스티벌은 협력사와 현대자동차의 R&D 지속성장 기반 조성에 중요한 역할을 할 것으로 기대됩니다. 현대자동차는 향후 더 많은 협력사들이 본 행사를 통해 신기술 개발에 대한 정보와 노하우를 공유하고, 함께 성장할 수 있도록 다방면으로 노력할 것입니다. 앞으로는, 자동차 관련 기업뿐 아니라 자동차에 관심이 있는 일반인들도 함께 참가할 수 있는 대표적인 ‘자동차 기술 축제의 장’으로 자리매김되도록 노력하겠습니다.

R&D 협력사 Tech Day

2014년 9회를 맞은 R&D 협력사 테크 데이에는 당사의 12차 협력사 36개사가 사시, 의상, 차체, 전자, 파워트레인, 환경차 등 다양한 분야에서 개발한 세계 최초 신기술 17건, 국내 최초 신기술 23건 등이 소개되었습니다. 특히 파워트레인 분야와 친환경차 분야 출품작이 2013년 5건에서 2014년 9건으로 크게 늘어난 것이 2014 R&D 협력사 테크 데이의 특징입니다. 현대자동차 또한 당사 최초의 신기술 7건을 선보였습니다.

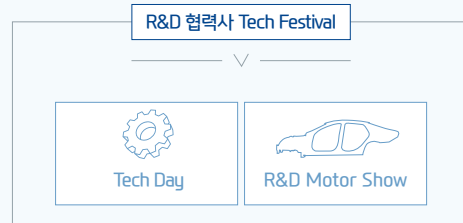
기아자동차와 공동으로 주관한 2014 R&D 협력사 테크 데이에서 현대·기아차는 신기술 관련 세미나를 열어 신기술 개발 정보와 개발 노하우를 공유하였습니다. 또한 우수 신기술, 디지털 차량 개발, 내구품질 개선 3개 분야에서 우수 협력사를 선정해 포상하였습니다. 이와 같은 활동을 통해 현대자동차는 협력사들의 신기술 개발과 R&D 역량 강화를 지원하는 파트너십을 강화해 나가고 있습니다.

R&D Motor Show

2014년 11회를 맞은 R&D 모터쇼는 ‘동반 성장과 소통’을 주제로 개최되었으며, 완성차 84대와 질개차량 및 차체골격 플랫폼 12대 등이 전시되었습니다. 특히, 그랜저 하이브리드, 투싼 수소연료전지차 등과 같은 친환경 자동차들을 절제한 뒤 각 해당 차종의 내연기관 모델과 비교할 수 있도록 전시하였습니다. 세타2 개선 2.4 GDI 엔진, R-2.2 유로6 디젤엔진, 탄소섬유 차체 프레임 등의 친환경 전시물을 공개하여 이목을 집중시키기도 했습니다. 주로 친환경차와 연비 관련 기술이 중심이 된 이번 전시에서 협력사와는 관련 정보를 공유할 수 있었으며, 일반 관람객들 또한 최신 기술 동향을 만나볼 수 있었습니다.



1 엔진룸을 관찰하는 협력사 직원
2 R&D 테크 페스티벌 행사장 전경



04

임직원



Management Approach

현대자동차는 적극적인 글로벌 경제활동을 통해 전 세계 수십만 명의 임직원과 함께 일하고 있습니다. ‘현대자동차의 미래 경쟁력은 창의적 인재육성에 있다’는 생각을 바탕으로 인간 존중의 문화 속에서 창의적인 글로벌 인재를 육성하고 있습니다. 인권 보호를 위한 국제적 규범을 준수하는 것은 물론 직원들의 다양성을 존중하고 기회와 보상의 합리성을 높이기 위해 노력하고 있습니다. 임직원이 자신의 잠재력을 최대한 발휘할 수 있도록 안전한 환경과 다양한 복지를 제공하고 일하기 좋은 일터를 조성함으로써 보다 행복한 삶을 영위할 수 있도록 지원하고 있습니다.

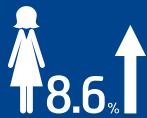


‘새로운 생각과 가능성의 실현’
 으로 현대자동차의 비전
 ‘자동차에서 삶의 동반자’를
 완성할 창의적 인재 육성

2014 주요성과



전 사업장 임직원 수 전년 대비 4.6% 증가,
 총 109,748명



여성인력 전년 대비 8.6% 증가,
 총 7,718명



장애인 고용 수 전년 대비 7% 증가,
 총 1,766명



임직원 만족도 2% 향상



노사 단체교섭을 통한
 미래발전전략 특별합의



04

인권 및 다양성 존중

임직원간 상호 이해와
존중의 문화 구축

- p.090 인권 보호
- p.090 임직원 고충 지원
- p.090 노사관계
- p.091 임직원 다양성

우수인재 양성

글로벌 업무수행 자질을 갖춘
유능한 임직원 양성

- p.092 인재육성 프로그램
- p.093 경력개발 제도
- p.093 성과보상 제도

일하기 좋은 일터 조성

안전하고 스마트한
업무환경 구축

- p.094 안전한 사업장 구축
- p.094 임직원 복지
- p.095 WorkSMART
- p.096 임직원 만족도 제고

2014 주요활동

- 국내외 안전업무조직 강화
- 인재육성 중장기 전략 기반 국내외 임직원 인재육성 체계 개선
- WorkSMART 강화
- 채용 시스템 다변화 - 상시 공개채용 도입



지표 및 데이터

현대자동차의 미래 경쟁력 — 인재 육성

현대자동차의 미래 경쟁력은 우리가 혁신적인 기술과 제품 개발 능력을 얼마나 확보하고 창의적인 인재를 어떻게 육성하는가에 따라 결정될 것입니다. 이를 위해 현대자동차는 R&D 분야의 투자를 크게 확대하여 첨단 연구 시설을 늘리고, 우수한 연구 인력에 대한 채용을 적극 추진하는 한편, 산학협력 활동을 더욱 강화할 계획입니다.



인권 및 다양성 존중

현대자동차의 인사 철학은 인재 존중을 바탕으로 구성원 신뢰를 강화하고 구성원에게 가치있는 미래를 제공하는 것입니다. 회사와 구성원 간 상호 이해와 존중이 바탕이 되어야 비전과 목표를 공유하면서 함께 성장할 수 있으며, 기업은 사회로부터 존경 받고 사회 발전에도 기여할 수 있기 때문입니다.

현대자동차는 글로벌 기업으로서 다양한 인재들을 포용하는 인사정책을 견지합니다. 대자동차는 세계 전 지역의 당사 임직원들의 인권과 문화적 다양성을 존중합니다.

현대자동차는 적극적인 커뮤니케이션 창구를 활용하여 건전하고 선진화된 노사문화를 구축하고 있습니다.

인권 보호

현대자동차의 기업 활동은 인권을 중시하고 인류애를 실현하는 데 기반하고 있습니다. 현대자동차는 임직원 개개인의 인권 존중을 천명하는 '윤리 헌장'을 제정·공표하였으며, '5대 핵심가치'에 '인재 존중' 항목을 포함해 인권 보호를 실천하려는 의지를 구체화 했습니다. 현대자동차는 전 세계 사업장의 각 국가 별 법규가 요구하는 인권 관련 사항을 준수합니다.

성희롱 예방 교육

2014년에는 직장 내 성희롱 근절 및 건전한 조직문화 구축을 목표로 전사 차원의 강력한 캠페인을 시행하였습니다. 사내 성희롱 고충 상담 전문가를 집중 육성하였으며, 지역 별 여직원 면담을 통해 현황 및 제언 등 다양한 의견을 수렴하였습니다. 특히, 연중 전화상담이 가능한 핫라인을 개설하였고, 상담자가 선호하는 여직원 및 전문가 등을 배정받을 수 있도록 고충 상담 프로세스 전반을 개선했습니다. 해외 사업장의 경우, 임직원 고충 처리 및 성희롱 예방교육 등은 각 국가의 관련 법규를 엄격히 적용하고 준수하면서 운영되고 있습니다.

임직원 고충 지원

임직원 고충 처리를 위해 각 지역 별로 직원상담실을 운영하고 있습니다. 본사는 'Talk Talk 센터', 남양연구소는 '마음+', 울산/아산/전주사업장은 '행복쉼터'라는 이름의 상담센터가 있으며, 전문 상담사가 임직원들의 직장생활 및 가정문제 등 다양한 고충해결을 지원하고 있습니다. 직접 방문이 어려운 직원들의 편의를 위해서 온라인 상담 시스템인 'One Click HR'도 함께 운영하고 있습니다.

노사관계

현대자동차는 단기적으로는 현장 안정화를 통한 생산성 및 품질 향상을 도모하고, 중장기적으로 노사간 상호 동반자적 관계에 대한 공감을 형성할 수 있는 노사관계를 지향합니다. 그리고 이를 바탕으로 이룬 기업발전을 통해 임직원의 근로조건 향상과 고용안정을 이루는 것이 노사관계가 나아갈 바른 방향이라고 생각하고 있습니다. 따라서 임직원의 안정과 발전이 다시 기업의 경쟁력 향상으로 이어지는 선순환 구조를 만들기 위해 노사가 협력하고 있습니다.

노동조합

현대자동차는 임직원의 자유로운 노동조합 활동의 단결권, 단체행동 및 단체교섭의 권리를 보장하고 있습니다. '전국급속 노동조합 현대자동차지부'가 있는 국내 사업장의 경우, 2014년 전체 임직원의 71.4%인 46,217명이 노동조합원으로 가입되어 있습니다. 현대자동차 노동조합은 상생의 노사관계를 추구합니다. 2014년에는 특히, 노사관계 패러다임 변화와 미래 발전전략을 위해 단체교섭 특별합의를 도출해냈습니다.

노사 단체교섭을 통한 미래발전전략 특별합의

2014년 단체교섭에서 현대자동차 노사 측은 기존의 임금 중심의 교섭관행을 탈피, 고객과 국민들로부터 신뢰 받는 기업으로 발돋움하기 위해 함께 노력한다는 내용의 특별합의를 한 바 있습니다. 임금만이 쟁점이 되는 교섭에서 벗어나 우리 직원들의 미래발전을 위해 진정으로 필요한 것을 노사가 함께 고민하고, 특히 직원들의 안전, 건강, 복지 향상에 집중하는 노사 패러다임 변화의 시발점 이라는데 의의가 있습니다. 아울러 현장 작업환경 개선과 품질 및 생산성 향상을 위한 공동 연구, 친환경차 연구위원회 활동 강화, 내수판매 확대를 위한 노사 공동 노력 등에 대한 미래발전전략을 합의했습니다.

이에 대한 결과로 노사는 2014년 12월 품질개선을 위한 노사공동과제를 모색하는 '노사합동 품질 세미나'를 개최하였으며, 올해 1월에는 서비스 센터와 고객센터, 남양연구소 등을 방문하여 '노사합동 고객품질 체험'을 실시한 바 있습니다. 아울러 현대자동차 노사관계에 대한 대외이미지 개선을 위해 노사합동 사회공헌 활동을 지속적으로 전개하고 있습니다.

노사 커뮤니케이션

현대자동차는 임직원 고충 처리를 위해 법률 및 단체협약 기준에 따라 노사협의회를 운영하고 있습니다. 노사대표가 참여하는 중앙 노사협의회는 2014년 2회 실시되었고, 총 21건의 직원 고충 처리, 후생복지 관련 사항 등에 대해 논의, 해결하였습니다. 또한 회사는 경영상의 중요한 변동이 있을 경우 법률 및 단체협약에 정해진 기준에 의거하여 노조에 사전 통지하고 있으며, 시장상황 및 실적을 함께 공유하기 위한 경영설명회를 개최하여 변화하는 경영환경에 노사가 공동으로 대응하고 있습니다.

제품책임
친환경
협력사
임직원
지역사회

해외 사업장 노사관계

중국생산법인(BHMC, CHMC)의 경우 공회, 인도생산법인(HMI)에는 정규 노동조합이 설치되어 종업원의 목소리를 대변하고 있습니다. 체코사업장(HMMC)에는 체코 전체의 평균 노조 가입 수준과 유사한 가입률을 보이는 노조가 설립되어 노사간 신뢰를 바탕으로 한 협의를 진행하고 있습니다. 브라질(HMB)의 경우에는 현지 노동법에 의거, 공장설립 초기부터 현지 상급단체 노동조합에 가입하여 합리적 노사관계를 유지하고 있습니다. 미국 남부지역에 위치한 미국사업장(HMMA)과 러시아공장(HMMR) 및 터키공장(HAOS)은 노조는 없으나 라운드 테이블 미팅, 각종 노사 분과위원회 활동 등을 주기적으로 실시하여 직원들의 고충이나 요청 사항을 선제적으로 해결, 처리하고 있습니다.

임직원 다양성

다양한 인재선발을 위한 프로그램 강화

현대자동차의 글로벌경영이 본격화되면서 글로벌 현지인 고용이 지속적으로 확대되고 있으며, 특색 있는 인재채용 프로그램을 운영하여 학력과 성적 위주의 선발보다는 창의력 있고 발전 가능성이 있는 다양한 인재를 선발하고 있습니다.

2014년에는 인터넷도 등과 같은 선(先) 선발 채널과 상시 채용 및 'THE H' 프로그램 등을 활용하여 인성과 잠재역량을 지닌 다양한 인재 발굴에 힘썼습니다. 특히, 채용 평가에 '역사 에세이'를 도입하여 단순 지식을 넘어 지원자의 역사관과 가치관을 고려하였습니다.

인재채용 프로그램

Global Scholarship	H Innovator	상시 채용	The H	Job Fair
개발도상국 인재 육성 및 해외 법인의 핵심 관리자를 안정적으로 확보	인턴 실습 제도를 활용해 채용 전형을 진행하여 실력 있는 인재 발굴	스펙 위주가 아닌 직무 전문성에 중점을 둔 실무형 인재 개발 (전략 지원 부문: 국내/해외영업, 경영지원, IT, 상품전략 등)	다양한 활동 프로그램을 통해 회사에서 필요로 하는 인성을 갖춘 인재 선발	학생들에게 PR 기회를 제공하고 직무분야 별 상담기회를 제공하는 취업상담 프로그램

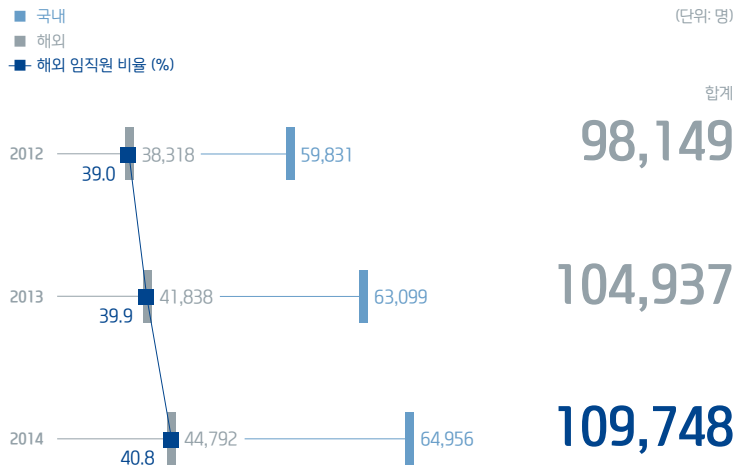
글로벌 현지채용 확대

국내 사업장에는 전체 임직원의 59.2%인 6만 4,956명이 근무하고 있으며, 나머지 4만 4,792명은 해외 사업장이 위치한 현지에서 고용된 임직원입니다. 해외 사업장의 경우, 해외 공장 생산량 증가, 멕시코 및 네덜란드 판매법인 설립 등에 따른 인원 확충으로 현지 고용이 전년 대비 약 7.1% 증가하였습니다.

현지 고위 경영진 확대

현대자동차의 해외 지사 임원은 주재원 89명, 현지인 162명으로 구성되어 있으며, 해외 지사의 임원 중 64.5%가 현지인입니다. 고위 경영진 중 현지인의 비율을 높임으로써 현지 시장 및 문화에 대한 이해도를 높이고 신속한 의사결정이 가능한 환경이 조성되고 있습니다.

국내외 사업장 인력 구성



여성인력 확대

현대자동차는 산업 특성상 전통적으로 여성인력 비율이 낮았으나, 신입 채용 인력을 중심으로 여성 임직원의 비율이 높아지고 있습니다. 이는 현대자동차가 조직 경쟁력 향상 측면에서 다양성 확보의 필요성과 중요성을 인식하고 여성인력 채용 및 육성을 위해 노력한 결과입니다. 2014년 말 당사의 국내 임직원 가운데 여성 수는 3,043명으로, 이는 전년 대비 약 13.1% 증가한 것입니다. 여성인력 확대와 함께 여성 임직원을 위한 제도도 확충해 나가고 있습니다. 국내 사업장의 경우 월 1회 여성 휴가를 비롯하여 90일간의 법적 산전·후 휴가 제도를 준수하고 있습니다. 사업장에 따라 직장 보육 시설을 운영하고 있으며, 보육 시설을 확충해 여성 임직원들의 육아 부담을 덜어줄 계획입니다. 한편 해외 사업장의 경우 4,672명의 여성 임직원들이 근무하고 있습니다.

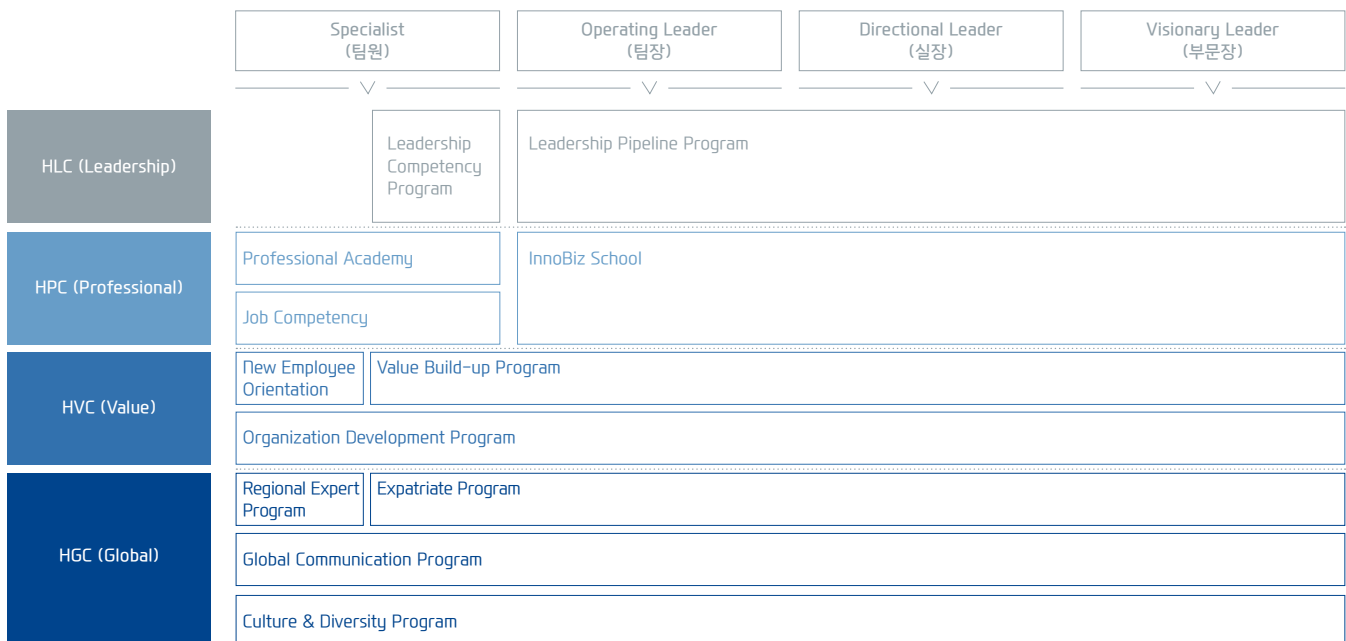
우수인재 양성

글로벌 기업으로서 성과 창출을 위해서는 글로벌 업무수행 자질을 갖춘 유능한 임직원의 양성뿐 아니라 미래의 성장동력이 될 수 있는 인력의 확보 및 육성도 중요합니다. 현대자동차는 미래를 대비하는 선제적 관점에서 인재육성 및 경력개발 체계를 지향하고 인사, 교육 및 조직문화 차원에서 다양한 접근 방법을 활용하고 있습니다. 특히, 인재육성 중장기 전략을 바탕으로 업무성과 향상을 위해 임직원 개인별 역량과 업무영역에 맞춰 최적화된 HRD(인적자원 개발, Human Resources Development) 프로그램을 제공하고 있습니다.

인재육성 프로그램

인재육성 체계는 리더 양성을 위한 리더십 프로그램, 직무 전문성을 높이기 위한 전문가 프로그램, 핵심가치를 내재화하고 실천력을 강화하기 위한 핵심가치 프로그램, 글로벌 역량 향상을 위한 글로벌 프로그램으로 구성되어 있습니다.

현대자동차 인재육성 체계도



제품책임
친환경
협력사
임직원
지역사회

리더십 프로그램

리더로서 현재 역할을 성공적으로 수행하고 미래 역할을 선제적으로 준비하기 위해 필요한 사항을 일, 관계, 교육을 통해 갖추도록 지속적이고 장기적으로 육성합니다. 직책 별 리더들의 리더십을 높이기 위한 과정과 함께 사전육성 과정을 마련하여 후보자가 리더 승진 전에 사전준비를 충분히 할 수 있도록 지원하고 있습니다.

전문가 프로그램

다양한 직무 역량을 향상시키고 다른 직무 영역간에 협업을 촉진하여 조직 시너지를 창출하기 위해 운영됩니다. 부문 별 직무전문가를 육성하기 위한 아카데미 과정과 경영 일반, 업무 스킬, 인문학 등 기본역량을 강화하기 위한 이러닝 과정으로 구성되어 있습니다.

핵심가치 프로그램

조직문화 구축을 주도하고 신규 직원들의 조직 적응력 강화를 지원합니다. 승진자 대상의 핵심가치 실천력을 강화하기 위한 과정과 신규 직원들의 핵심가치를 위한 과정이 운영되고 있습니다.

글로벌 프로그램

국내의 임직원들에게 가치, 문화, 리더십, 글로벌 커뮤니케이션 교육 등을 통해 글로벌 경쟁력을 향상시키고자 합니다. 글로벌 프로그램으로는 국내 직원들의 글로벌 소통 및 협업능력 강화를 위한 어학 및 인문학 교육과 해외 법인의 현지 인재 육성을 효과적으로 지원하기 위한 다양한 이러닝 과정이 있습니다. 이 외에도 글로벌 지역 전문가 과정을 운영함으로써 해외 법인 현지 우수인력들이 리더십과 비즈니스 역량을 갖춘 글로벌 리더로 육성될 수 있도록 지원하고 있습니다.

경력개발 제도

인재 육성 및 경쟁력 강화를 위한 대표적인 프로그램으로는 경력개발 프로그램이 있습니다.

자율적 직무 순환 제도

임직원 자신의 경력개발 목표와 계획에 따라 부서 이동을 신청할 경우, 조직 운영 계획과 개인의 니즈를 검토해서 직무가 순환될 수 있도록 지원하는 제도입니다. 제도가 시행된 이후 매년 2~3천여 명의 직원들이 지원하고 있으며, 부서를 이동하는 직원 수가 증가하고 있습니다. 자율적 직무 순환 제도는 조직 내 소통을 활성화하고 업무 효율을 향상시키는 효과가 있고

임직원의 역량 향상과 개인의 경력 비전 달성에 기여하고 있습니다.

우수인재 순환근무 프로그램

현대자동차는 2010년 우수인재 순환근무 프로그램을 신설하고 수혜자 범위를 넓혀 왔습니다. 지난 5년간 총 155명의 국내외 우수인재가 참여하였으며, 참여한 인력들은 약 8주간 국내외 각 사업장에 배치되어 업무역량을 향상시키고 타 법인 직원들과 협업하였습니다. 2014년에는 상·하반기 두 차례 실시되었는데, 해외 법인 우수인재와 국내 우수직원 35명이 프로그램에 참여하였습니다. 현대자동차는 프로그램을 지속적으로 확대하여 글로벌경영 체제를 확립하고, 국내 및 해외 법인의 성과향상을 도모하고 있습니다.

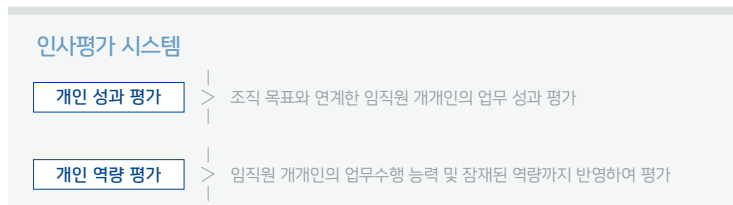
우수인재 순환근무 프로그램 참여 현황

(단위: 명)

	2010	2011	2012	2013	2014	합계 (2010~2014)
국내 직원	-	-	8	19	19	46
해외 직원	11	21	31	30	16	109

성과보상 제도

현대자동차는 성별에 따른 기본급의 차이를 두지 않으며, 성과보상 체계를 운영하는 데 있어 투명성을 견지하고 있습니다. 또한 공정한 평가와 보상이 이루어질 수 있도록 전사적으로 통일된 인사 평가 시스템과 성과 중심의 보상 제도를 운영하고 있습니다. 과장 이상 직원에게는 개인의 업무 성과에 따른 평가를 연봉에 반영함으로써 성과 향상을 유도하고 개인 역량을 계발하는 데 있어서 동기를 부여하고 있습니다. ‘승진 포인트’ 제도는 단순히 연공서열 순이 아니라 성과와 능력이 뛰어난 인재를 우선 발탁하는 데 초점이 맞춰져 있습니다. 상·하급자가 팀장 이상 보직자의 리더십을 평가하는 ‘다면평가제’는 리더들의 자기계발을 촉진함으로써 보다 책임 있는 리더로 발전할 수 있는 계기가 되고 있습니다.



일하기 좋은 일터 조성

현대자동차는 임직원의 안전을 보장하는 일터 조성을 기업경영의 최우선 가치로 인식하고 임직원 만족도를 제고하기 위해 다양한 복지정책을 추진하고 있습니다. 자동차 시장을 포함한 산업 전반의 끊임없는 변화 요구에 맞추어 업무의 생산성을 향상시키면서 동시에 임직원들의 업무와 삶의 균형을 맞추는 프로그램을 추진합니다. “똑똑하게 일하기”, 즉 “WorkSMART”는 임직원들이 일하기 좋은 일터를 만들기 위한 프로그램입니다.

안전한 사업장 구축

현대자동차는 ‘행복한 내일을 위한 안전한 동행’이라는 비전 아래 ‘안전 최우선으로 최고의 품질우수 공장 실현’이라는 안전 최우선의 경영방침을 확립하고 안전경영에 대한 강력한 의지를 표명하였습니다. 2014년에는 안전업무 조직을 강화하기 위해 1실 3개팀과 각 사업부에 8개 안전과의 조직 운영형태를 변경하여 1센터(사업부급) 6개팀과 사업부 8개 안전팀으로 조직을 정비하고 담당 임직원 300여 명을 배치하였습니다.

안전보건 조직체계

국내 사업장의 안전관리를 총괄하는 안전환경센터를 운영하고 있으며, 사업부 별로 안전보건팀이 있습니다. 또한 직원 건강검진과 진료를 담당하는 산업보건센터를 설치하여 근로자의 건강증진 업무를 수행하고 있으며, 전문인력으로 구성된 보건팀을 운영해 직원의 직업병 예방에 기여하고 있습니다. 나아가 회사의 안전보건에 관한 정책과 주요 사안을 심의, 결정하기 위해 노사간 동수로 구성된 산업안전보건위원회를 설치하여 산업재해 예방을 위한 실질적이고 구체적인 방안을 수립하고 관련 정책을 지속적으로 강화해 나가고 있습니다.

안전보건 경영시스템

국내 사업장은 ‘안전보건 경영시스템(KOSHA 18001, OHSAS 18001)’을 구축하여 운영하고 있습니다. 울산사업장은 2010년 최초 인증을 받은 이후, 2013년 4월 KOSHA/OHSAS 18001 공동으로 유효기간 연장을 위한 심사를 통과하였습니다. 아산사업장은 2000년 KOSHA 18001 인증을 획득한 데 이어, 2012년 11월 OHSAS 18001도 획득하였고, 전주사업장은 2002년 12월에 KOSHA/OHSAS 18001 공동인증 획득하였습니다. 또한 연구개발본부는 2012년 11월 KOSHA/OHSAS 18001 공동인증 획득하여 안전보건 관리 수준을 지속적으로 향상시키게 되었습니다.

안전보건 통합시스템

안전보건 통합시스템인 ‘i-ESH(<http://iesh.hmc.co.kr>)’는 국내 사업장의 안전, 보건, 환경 관리 현황 및 정보를 실시간으로 제공합니다. 제공된 정보들은 다양한 형태의 통계 자료로 재구성되어 관련 임직원의 업무에 활용되고 있어 안전, 보건, 환경 관리의 시너지 효과를 거두고 있습니다. 이러한 정보를 바탕으로 업무 및 작업 공정에 대한 위험성 평가를 매년 실시하고, 그 결과를 바탕으로 작업방법, 기술개발 변경 등 주변의 복합적인 환경 변화에 능동적으로 대처해 나가고 있습니다.

임직원 안전보건 강화

임직원 안전보건교육을 실시하고 시스템을 보강했습니다. 화재발생시 경보를 발령하고 즉시 화재를 진압하는 통합방제 시스템을 구축하였고, 근로자 건강증진을 위한 사업부 별 ‘안전보건센터’를 설치하여 응급처치 교육을 시행하고 기본 건강상태를 체크할 수 있게 하였습니다. 또한 근로자의 정신건강 및 심리상태 안정화를 위한 ‘행복센터’를 운영하고 있으며, 직원 자녀들의 교통사고 예방을 위해 안전 지킴이 활동을 실시하고 있습니다. 뿐만 아니라 안전하고 쾌적한 일터 조성을 위해 상시 점검반을 운영하고, 비상 상황 대응 매뉴얼을 수립하여 골든타임 대응력을 향상시키고 있으며, 울산 사업장에서는 “안전은 행복이다”라는 안전신문을 발행하여 안전인식을 제고하고 있습니다.

임직원 복지

임직원 가족 복지 지원

임직원의 경제적 부담을 덜어주기 위하여 자녀학자금 지원제도를 운영하고 있으며, 단체 상해보험 가입 및 암 진단 비용을 지원하고 있습니다. 나아가 임직원 본인뿐만 아니라 가족의 의료비를 지원하고 있습니다. 각 사업장에서는 문화센터 또는 스포츠센터를 운영하여 임직원 및 가족들이 건전하고 건강한 생활을 영위할 수 있도록 돕습니다. 또한 복지제도 종합 안내 사이트인 ‘휴포탈(HEW portal)’을 활용하여 임직원 및 가족에게 여가·문화에 대한 유용한 정보와 자기계발 및 자녀교육 강좌를 제공하고 있습니다. 임직원 포인트 제도인 복지포인트와 주간연속 2교대포인트는 지정된 온·오프라인 사용처에서 자유롭게 사용할 수 있습니다.

제품책임
친환경
협력사
임직원
지역사회

생활안정 및 편의 지원

무주택 직원 및 가족의 주거 안정을 위하여 지역 별로 사택과 기숙사를 운영하고 있으며, 장기 저금리의 주거지원금 대출 제도를 통해 임직원의 '내 집 마련' 실현과 생활안정에 기여하고 있습니다. 또한 임직원의 안전하고 편리한 출퇴근을 위하여 다양한 노선의 통근버스를 운영하고 있으며, 생활법률상담 지원센터를 운영하여 임직원들의 생활안정을 지원하고 있습니다.

여가 활동 지원

공통의 관심사를 가진 임직원들이 모여 활기찬 조직생활을 할 수 있도록 각종 동호회 활동 및 임직원 체육복을 지원하고 있습니다. 또한 부부강좌, 자녀 영어캠프 등을 통해 임직원뿐만 아니라 가족의 여가 활동을 지원하고, 장기 근속한 임직원에게는 배우자 동반 해외여행의 기회를 제공하고 있습니다. 임직원에게 재충전의 기회를 제공하는 'Refresh 휴가제'는 업무 생산성 및 직장 분위기를 향상시키는 계기가 되고 있습니다. 또한 전국의 우수한 서비스 품질의 콘도와 호텔을 확보하여 직원들이 저렴한 비용으로 휴가와 레저 활동을 즐길 수 있도록 지원하고 있습니다. 더불어 하계 휴가기간에는 임직원과 가족의 편안한 휴양을 위해 전국 주요 해수욕장과 휴양림에서 하계 휴양소를 운영하고 있습니다.

WorkSMART

현대자동차는 형식과 격식을 차리는 업무 관행에서 벗어나 합리적이고 창의적 업무환경을 마련하여, 신뢰와 소통을 기반으로 한 "Working DNA"가 내재될 수 있도록 기업 업무 문화의 혁신을 진행하고 있습니다. 이러한 DNA가 업무에 자연스럽게 적용된다면 임직원 개인의 가치 향상을 넘어 현대자동차의 지속가능한 발전의 동력이 될 것으로 기대하고 있습니다.

WorkSMART 추진 단계

WorkSMART를 체계적으로 추진하기 위해 장기적 관점을 가지고 WorkSMART 문화가 전사에 확산될 수 있도록 유도하고 있습니다. 2013년부터 2015년까지는 WorkSMART 실천을 위한 "실질적 변화" 단계로 일하는 방식의 변화를 실천하는 시기입니다. 2015년에는 업무 몰입도를 높여 WorkSMART가 내재화되도록 다양한 캠페인 및 개선 활동을 진행할 예정입니다.

WorkSMART를 위한 사무 공간

2014년 창의적 업무문화 조성과 일하는 방식의 효율성을 이끌어내기 위해 중장기 사무환경 개선 계획을 수립했습니다. 전동식 높낮이 책상 등 최신 사무가구를 제공하는 동시에 동선을 최적화하였으며, 회의, 휴게, 지식 공간을 확보하고 현대 자동차의 브랜드 아이덴티티를 반영하였습니다. 이와 같은 컨셉을 2014년 8월, 영동대로 사옥에 적용하였고, 이를 바탕으로 2015년에는 국내 다른 사업장까지 적용범위를 순차적으로 확대할 계획입니다.

WorkSMART 진단 지수 측정

현대자동차는 2013년부터 WSI(WorkSMART 지수, WorkSMART Index)를 개발하여 운영하고 있습니다. WSI는 WorkSMART 체제를 기반으로 조직 별로 일하는 방식에 대한 인지 수준을 진단하기 위해 63개의 지표로 구성되어 있으며, 조직의 전반적인 활동 현황을 점검하고 조직 별 강점 및 약점을 분석하여 개선 활동을 가능하게 하기 위한 목적으로 사용됩니다. 이와 같은 진단 조사를 비롯하여 앞으로도 WorkSMART 활동을 모니터링 함으로써 변화를 위한 노력을 지속적으로 전개할 방침입니다.



2014 WSI 결과

2014년에는 6개 그룹사가 동시에 참여하였으며, 설문대상의 58.6% 인 12,967명이 설문에 응답하여 종합 지수는 61.0점으로 평가되었습니다. 이는 전년 대비 의미 있는 변화를 보여주는 수치로서 특히 일하는 방식 "Work"와 주체인 "People" 영역이 향상된 것으로 나타났습니다. '회의' 영역에서 가장 높은 향상률을 보였으며 이는 전년 대비 자유로운 발언 분위기에서 계획적인 회의가 진행되고 있으며 불필요한 자료 출력을 지양하고 회의를 통한 가치 창출 수준이 높아진 것을 의미합니다.

사내 웹툰 '일방침화'

임직원의 변화 마인드를 고취시키기 위한 사내 웹툰 “일방침화 - 일하는 방식에 꽃을 더하다”를 제작하여 매주 수요일 전사에 배포하고 있습니다. 단순히 교육적인 메시지를 전달하는 수준에서 벗어나 양재 본사, 남양연구소, 생산 공장, 국내 영업 현장에서 근무하는 캐릭터를 개발하여 더 나은 업무 방식에 대한 인식과 재미를 동시에 제공하여 임직원의 큰 호응을 얻었습니다. 앞으로도 지속적 인식제고를 위해 다양한 변화 관리 활동을 지속적으로 실시할 예정입니다.

SMART day

현대자동차는 매주 수요일을 ‘일하는 방식의 변화 실천의 날’인 “SMART day”로 정하고 사내 석식을 제공하지 않고 통근 버스의 시간을 조정하는 한편, 오후 6시 30분 이후에는 사무용 컴퓨터 전원을 차단하는 등 적극적인 실천을 유도하고 있습니다. 이는 단순한 정시 퇴근을 넘어 업무 집중도를 높이고 이를 통해 얻은 시간을 더 가치 있는 곳에 쓰도록 하는 캠페인입니다. 이를 위해 하루 2회 업무 집중 시간을 운영하여 불필요한 회의나 티타임 등을 축소시켜 나가고 있습니다. 더불어 빠른 의사 결정을 지원하기 위해 전자 결재 시간 단축을 유도하는 한편, 한 장짜리 보고서 활용 및 이메일 보고 등을 장려하고 있습니다. 향후 SMART day가 사내 대표 캠페인으로 자리잡을 수 있도록 사내 시스템 분석과 임직원 설문을 활용하여 지속적인 모니터링을 실시할 계획입니다.

임직원 만족도 제고

현대자동차는 사무직과 연구직을 대상으로 2008년부터 임직원 만족도 조사를 실시하고 있으며, 2014년에는 직무, 직급, 평가, 승진, 보상체계 및 복리후생 등 총 10개 영역, 75문항(과장 이상 81문항)에 대하여 설문을 실시하였습니다. 그 결과 임직원의 53.1%(11,051명)가 설문에 응답하였으며, 설문조사 시행 이후 가장 높은 만족도를 나타냈습니다.

세부적으로는 팀워크, 리더십 및 복리후생 항목에 대한 만족도가 높았습니다. 그 의미를 살펴보면, 의지할 수 있는 동료가 있고, 직속 상사가 합리적인 리더십을 가지고 있다고 생각하는 직원들이 많아 졌으며, 일과 삶의 균형 측면에서도 휴가 사용의 자율성이 전년 대비 향상되었다는 것으로 파악됩니다. 이는 현대자동차가 핵심가치 내재화 및 효율적인 조직문화 구축을 위해 지속적으로 실시해 온 팀간/팀내 경쟁력 세미나, WorkSMART 캠페인 등의 전사적인 노력이 긍정적인 변화를 이끌어 내고 있다는 것을 의미합니다. 직원 만족도 조사결과는 인사 제도 및 근무 환경 개선 사항에 적극 반영되며, 임직원 만족도 향상을 위한 프로그램 설계에 활용되고 있습니다.

직원 만족도 추이

(단위: 점)

2012	2013	2014
3.42	3.40	3.46

제품책임
친환경
협력사
임직원
지역사회

Global Highlight

브라질, 임직원 커뮤니케이션의 새로운 역사를 쓰다

회사가 구성원의 목소리에 귀 기울이고 구성원들이 서로 진솔하게 소통할 때 건강한 조직문화가 형성되고 기업과 구성원 모두의 지속가능한 성장도 가능할 것입니다. 대표적인 임직원 커뮤니케이션의 성공사례로서 HMB(현대자동차 브라질법인, Hyundai Motor Brasil)의 사내 커뮤니케이션 활성화 프로그램이 있습니다. 이 프로그램으로 HMB는 일하기 좋은 일터의 표본이 되고 있습니다.



Harmony Room

HMB는 직원들의 접근 편의성을 고려하여 공장 내에 두 곳의 “Harmony Room” 상담실을 설치하여 운영하고 있습니다. 경영지원실 직원들이 상담을 담당하는 Harmony Room A는 작업장에서 직원들이 겪는 고충을 접수하고 해소 방안을 마련하기 위한 창구의 역할을 담당합니다. Harmony Room B에는 상담 자격증을 보유한 전문 상담사가 정직원으로서 상주하고 있습니다. 직원들은 직장생활에 관련된 사항 외에도 가족문제, 사회관계, 재정문제 등과 관련된 심리적 고충 및 개인적 이슈 등을 상담할 수 있습니다. 2014년 연간 상담 건수는 1,856건에 달하며, 주요 상담 내용은 가족관계와 부부관계 425건, 건강 404건, 심리 101건, 약물중독 70건 등으로 나타났습니다.

HMB는 이 외에도 긴급한 불만사항을 위한 핫라인 제도를 운영하고 있습니다. 직원들은 사내 전용 번호로 전화하여 긴급건의 및 제보, 불만 사항 등에 대해 상담할 수 있습니다. 핫라인으로 접수된 사안은 현황 파악, 조사, 개선, 피드백까지 1주일 이내 해결되는 원칙에 따라 처리됩니다.

Roundtable Meeting

경영 관련 사항에 대한 임직원 커뮤니케이션을 위해 Roundtable Meeting을 운영하고 있습니다. 매월 정례적으로 현지 임원 및 간부사원이 직접 회의를 주관하며, HR부서장을 비롯하여 생산실장, 생산부장, 노무팀장 등이 함께 배석하여 각 부서별로 직원들과 직접 대면해서 직원들의 이슈들을 파악하고 궁금해 하는 경영정보를 제공합니다. 이를 통해 HMB 구성원들이 현대자동차 브라질 공장의 경영 상태와 운영 현황을 인지할 수 있습니다. 주 3회 실시되는 이 회의에 한해 동안 생산직 직원 전원이 한번씩은 참여할 수 있습니다. 브라질 정부 및 노동계에서도 우수 사례로 손꼽을 정도로 임직원 소통 프로그램의 모범이라 할 수 있습니다.

소통과 신뢰로 쌓은 ‘우리’라는 커뮤니티

Suggestion Box

Suggestion Box는 브라질 공장 내 9군데에 설치된 접수함입니다. 건의-제안-불만 사항 등에 대해 접수할 수 있습니다. 모든 직원들이 유기 또는 무기명으로 자유롭게 제보할 수 있으며, 2012년 9월 설치된 이후 365건에 달하는 다양한 건의-제안-불만 사항이 접수되었고, 약 90% 정도의 사항이 종결 처리되었습니다. HMB는 불만 사항에 대한 조기처리를 더욱 활성화하기 위해 이메일을 통한 제안도 가능하도록 제도를 정비하고 있습니다.

법인장배 전사 축구대회

브라질을 대표하는 스포츠인 축구를 통해 구성원간의 팀워크를 극대화하고 있습니다. HMB는 2012년부터 매해 4월, 각 부서별로 대표 선수들을 선발하여 조별 예선을 거쳐 상위 8개팀이 토너먼트로 우승팀을 가리는 전사 축구대회를 개최하고 있습니다. 선수들은 화려한 개인기와 뛰어난 팀워크는 어떤 축구 경기보다 흥미롭습니다. 경기에 참가하는 직원들은 물론 관람하는 동료와 직원 가족 모두가 하나 되어 통합의 장을 즐깁니다. 우승팀은 트로피와 명예를 동시에 얻게 됩니다.



브라질법인의 새로운 커뮤니케이션 방법, Roundtable Meeting



‘나’보다는 ‘우리!’ 뛰어난 개인기와 팀워크로 월드컵 못지않은 열기를 뽐내내는 브라질법인장배 전사 축구대회

05

지역 사회



Management Approach

‘함께 움직이는 세상’은 현대자동차가 지향하는 사회공헌 철학을 담은 슬로건입니다. 이웃과 함께 사랑과 실천으로 세상을 변화시키고자 하는 현대자동차의 의지를 담고 있습니다. 현대자동차는 사회적 책임을 다하는 글로벌 기업시민으로서 사회공헌에 대한 확고한 철학과 신념을 가지고 있습니다. 그룹 경영철학을 바탕으로 한 사회공헌 사명과 핵심 가치를 정립한 바 있습니다. 특히, 2014년 10월 전문인력으로 구성된 ‘CSV경영팀’을 신설하고 현대자동차의 경영전략과 연계해 글로벌 지역사회의 공유가치활동의 방향성과 전략을 체계적으로 모색하고 있습니다.



자동차문화를 선도하는
기업으로서 친환경적 경제활동과
적극적인 사회적 책임을
수행하고 인간의 행복과
지속가능한 사회 형성에 기여

2014 주요성과



사회공헌비 650억 원 지출



호프 온 휠스 기금 8,700만 달러 돌파 (누적)



해피무브 글로벌 청년 봉사단
연 1,000여 명 참여



테이트 모던 향후 11년간 후원
— The Hyundai Commission 개최

가나의 현대-코이카 드림센터

05

국내 사회공헌

4대 무브 기반,
함께 움직이는 세상 구축

p.100 Easy Move

p.101 Safe Move

p.102 Green Move

p.103 Happy Move

p.104 기프트카 캠페인

해외 사회공헌

지역 별 특화된
사회공헌 사업 실행

p.104 미국, Hope on Wheels

p.105 유럽, Skills for the Future

p.105 글로벌 사회공헌 활동

문화 예술 후원

한국 미술의 세계화

p.106 국립현대미술관
현대차 시리즈

p.106 영국 테이트 모던
현대 커미션

2014 주요활동

- 사회책임 활동 강화를 위한 CSV경영팀 신설
- 해외 사회공헌 활동의 지역 특화 추진
- 기프트카 셰어링 캠페인 진행



지표 및 데이터

CSR을 넘어 CSV로 — 현대-코이카 드림센터

현대자동차는 글로벌 자동차기업으로서 전문성과 책임감을 가지고 글로벌 CSV 사업을 추진해 왔습니다. 그 일환으로 지역사회 청년들에게 자동차 정비기술 교육을 제공하는 '현대-코이카 드림센터'를 설립하여 안정적인 일자리 창출과 지역경제 발전에 기여하고 있으며, 우수한 정비인력 확보를 통한 정비서비스의 품질 향상을 추구하고 있습니다. KOICA(한국국제협력단), 플랜코리아 및 현지 정부와 유관단체를 비롯한 다양한 관계자들과 협력하여 2013년 가나를 시작으로, 2014년 인도네시아에 현대-코이카 드림센터의 문을 열었고, 캄보디아 현대-코이카 드림센터가 2014년 착공되었습니다.



HYUNDAI-KOICA
DREAM CENTRE
(GRATIS Foundation)

가나의 현대-코이카 드림센터

국내 사회공헌

현대자동차는 장애인, 노인, 아동 등 다양한 계층과 세대를 위해, 그리고 다양한 분야 및 지역 별 특성에 맞는 사회공헌 프로그램을 운영하고 있습니다. 미래의 사회이슈를 적극적으로 발굴, 이를 해결하는 다양한 프로그램을 개발하고 있습니다. 현대자동차는 지속가능한 세상을 만들기 위해 지역사회와 함께 노력하고 있습니다.

Easy Move

장애인, 노인, 어린이, 임산부 등 이동이 쉽지 않은 교통약자들도 평등하게 이동의 자유를 누리는 것이 현대자동차가 지향하는 '함께 움직이는 세상'의 첫 걸음입니다. 따라서 현대자동차는 Easy Move(이지무브) 캠페인을 통해 다양한 이동편의 증진사업을 펼쳐 교통약자들이 편리하고 안전하게 움직이며 세상과 자유롭게 소통하고 사회와 어울려 살아갈 수 있도록 돕고 있습니다.

함께 움직이는 세상 공모사업

현대자동차는 2005년부터 매년 함께 움직이는 세상 공모사업을 통해 장애인, 노인, 아동, 청소년 분야에서 복지사업을 펼치고 있는 기관과 단체들의 전문적인 활동을 지원합니다. 예산 또는 인력 부족으로 원활한 수행에 어려움을 겪는 프로그램이나 대상자의 욕구에 맞는 새로운 프로그램의 개발을 지원함으로써 전문화된 서비스를 제공할 수 있도록 합니다. 또한 선정



된 사업이 성공적으로 수행될 수 있도록 정기적으로 사업을 관리할 뿐만 아니라 전문가의 자문 제공과 실무자간의 네트워킹을 통해 기관과 실무자의 역량을 강화함으로써 사회복지 서비스의 전문화에도 기여하였습니다. 또한 2014년을 마지막으로 시즌1을 마감하고 2015년부터는 '함께 움직이는 세상 시즌2'로 새로운 방식의 사업으로 발전시킬 예정입니다.

장애인 기관 이동편의 증진 기능보강 사업

현대자동차는 장애인이 안전하고 편리하게 시설이나 기관을 방문하거나 시설물을 이용하여 자활과 자립 훈련에 참여할 수 있도록 2006년부터 공모를 통해 이동편의 기능보강 사업을 지원하고 있습니다. 복지관, 생활시설, 단체 등 장애인들이 이용하는 시설에 자동문, 핸드레일, 경사로, 미끄럼 방지물, 점자블럭, 높낮이 조절 싱크대 등의 설치와 건물 외부 탄성공사, 건물 내부 고무블럭 시공, 장애인 화장실 개·보수를 지원하고 있습니다.

사회적 기업 (주)이지무브 지원

현대자동차는 2010년 8월, 사회적 기업 (주)이지무브를 출범시키고 운영을 지원하고 있습니다. (주)이지무브는 장애인과 노인들을 위한 보조·재활기구를 전문적으로 생산·판매하는 국

함께 움직이는 세상 공모사업 지원 현황

(단위: 사업)

구분	프로그램 사업비 지원				이동복지 차량 지원	합계	지원 금액
	장애인	노인	아동	기타			
2005	6	6	6	4	-	22	3억 원
2006	7	6	6	-	-	19	3억 원
2007	11	7	8	-	-	26	3억 원
2008	13	7	9	-	-	29	3억 원
2009	21	11	12	1	-	45	5억 원
2011	18	8	13	-	-	39	5억 원
2012	21	13	10	-	-	44	6억 원
2013	17	15	12	-	2	44	6억 원
2014	9	8	9	-	11	37	6억 원
합계	122	80	85	5	13	305	40억 원

제품책임
친환경
협력사
임직원
지역사회

내 최초의 보조기구 분야 사회적 기업입니다. 선진기술 개발과 제품의 내재화로 경쟁력을 확보하고 A/S를 강화해 제품 만족도를 높여가고 있습니다. 또한 영업이익의 3분의 2 이상을 사회적 목적에 사용하고, 취약계층 종업원 수를 점차 확대해 감으로써 사회적 책임을 다하고 있습니다.

Safe Move

자동차의 편리함과 즐거움을 누리기 위해서는 운전자와 보행자가 모두 안심하고 생활할 수 있는 환경이 조성되어야 합니다. 현대자동차는 안전하고 즐거운 교통문화를 만들어가기 위해 Safe Move(세이프무브) 캠페인을 펼쳐 교통사고 예방을 위한 교통안전 교육과 자동차 사전 점검 서비스를 실시하고 있으며, 교통사고 유자녀 지원에도 앞장서고 있습니다.

세잎클로버 찾기

네잎클로버의 꽃말은 행운이지만 세잎클로버의 꽃말은 행복입니다. 어쩌다 만나는 행운보다 가까이에서 느끼는 행복이 더욱 소중한합니다. 현대자동차의 세잎클로버 찾기는 이런 믿음에서 출발했습니다. 예기치 못한 사고로 부모님을 잃은 자녀들은 엄청난 슬픔 뒤에 또다시 경제적·정서적으로 어려움을 겪고 있습니다. 현대자동차는 교통사고 유자녀들이 어려운 환경 속에서도 용기를 잃지 않고 새로운 내일을 향해 꿈을 키워갈 수 있도록 교통사고 유자녀 꿈찾기 진로 멘토링인 ‘세잎클로버 찾기’ 프로젝트를 2005년부터 추진하고 있습니다.

로보카 폴리 교통안전 캠페인



교통 약자인 어린이들의 안전한 생활을 위해 시작된 ‘폴리와 함께하는 교통안전 이야기’는 현대자동차가 세계 속의 교통안전 문화기업으로서 역할을

수행하기 위한 글로벌 프로젝트입니다. 애니메이션 DVD 제작뿐만 아니라, 로보카 폴리 웹사이트 및 스마트폰용 어플리케이션 제작을 통해 어린이가 교통안전 문화를 더 널리 알리려 노력하고 있습니다. 또한 다국어로 더빙한 DVD를 제작하여 전 세계 어린이집, 유치원, 학교, 복지기관 등에 배포하여 어린이들이 교통사고로부터 안전한 생활을 할 수 있도록 힘쓰고 있습니다.

키즈 현대

키즈 현대는 현대자동차의 어린이 전용 사이트로서 자동차의 역사, 공정 과정, 미래 기술 등의 자동차 정보를 어린이들의 눈높이에 맞게 제공하며, 안전과 환경을 주제로 한 다양하고 유익한 교육용 콘텐츠를 전국 초등학교, 유치원에서 손쉽게 활용할 수 있도록 지원하고 있습니다. 또한 어린이 교통안전에 대한 대중적 이해와 공감의 폭을 넓혀 즐겁고 안전한 교통문화 정착에 기여하고 있으며, 어린이들이 마음껏 뛰어 놀 수 있는 깨끗한 지구를 만들기 위한 환경 관련 프로그램들을 정기적으로 진행합니다.

천사의 날개



현대자동차는 안전생활실천시민연합과 함께 어린이들이 유치원이나 어린이집 통학버스에서 안전하게 승·하차 할 수 있도록 도와주는 ‘천사의 날개’ 달아주기 캠페인을 전개하고 있습니다. 15인승 이하 어린이 통학버스에 스티커 재질의 교통안전 보호기를 달아 문이 열리면 ‘어린이가 내려요’라는 안내 문구가 적힌 천사의 날개가 돌출하여 뒤에서 오는 오토바이와 같은 이륜차로부터 승·하차하는 어린이들을 보호하는 기능을 합니다.

어린이 안전짱

어린이들이 꼭 알아야 할 안전 상식을 방학기간 동안에 학습할 수 있도록 현대자동차, 국민안전처, 안전생활실천시민연합이 제공하는 프로그램입니다. 어린이들이 유치원, 초등학교 때부터 안전을 체득하고 스스로 몸에 익힐 수 있도록 준비한 행사로서 이를 통해 교통 안전, 수상 안전, 가정 안전 등에서 자신의 몸을 스스로 보호하고 안전하게 생활할 수 있는 역량을 갖출 수 있게 됩니다. ‘안전짱 박람회’는 크게 체험, 관람, 전시관으로 구성되어 있으며, 어린이들은 총 30여 개의 다양한 교육 프로그램을 무료로 체험할 수 있고, 화재 등 재난 발생 시 대피 요령, 선박 및 항공기 안전 체험, 교통안전 체험, 심폐소생술 체험 등을 경험해 볼 수 있습니다. 또한 승·하차 보호기와 정지표시 장치 등이 설치된 안전한 어린이 통학버스, 미래형 운송기기, 현대차 콘셉트카 등이 전시되어 있습니다.

대한민국 어린이 안전 퀴즈 대회

현대자동차는 2009년부터 매년 ‘대한민국 어린이 안전 퀴즈 대회’를 통해 어린이 안전에 대해 쉽고 재미있게 학습할 수 있는 기회를 제공하여 사회 전반에 어린이 안전교육의 중요성을 알리는 데 기여하고 있습니다.

키즈오토파크

2009년 5월 현대자동차가 서울시와 손잡고 서울 능동 어린이 대공원내에 개장한 ‘키즈오토파크’는 오토가상 체험관, 주행 교육장, 오토부스, 면허시험장 등의 다양한 교육시설과 각종 부대시설을 구비하여 실제 교통상황에 가까운 교육환경으로 조성되어 있습니다. 6세에서 10세까지 어린이는 누구나 참여가 가능하며, 교통안전 교육과정과 간단한 시험을 통해 어린이 교통안전 면허증을 발급해 주는 등 흥미로우면서도 실질적인 프로그램을 구성하고 있습니다.

Green Move

환경을 보전하고 가꾸는 것은 우리 세대의 생활과 다음 세대의 터전을 지키는 중요한 일입니다. 현대자동차는 Green Move(그린무브) 캠페인을 통해 멸종위기 동식물을 보호하고 환경의 소중함을 일깨우는 교육을 진행할 뿐만 아니라 전기차, 하이브리드차 등 첨단 친환경 자동차를 개발하여 지구의 건강한 미래를 지켜가는 데 기여하고 있습니다.

현대 그린존 코리아 꼬리명주나비 생태학습장



‘그린존 코리아’ 사업은 멸종되거나 급격히 감소하는 종에 대한 복원사업입니다. 울산 지역을 중심으로 자연 생태자원의 복원과 보호활동을 꾸준히 전개

하고 있으며, 2005년부터는 멸종위기에 처한 꼬리명주나비의 복원작업을 추진하여 복원에 성공하는 성과를 거두었습니다. 또한 어린이들에게 자연과 생명체의 소중함을 알려주고 지역 주민에게 정서적 휴식 공간을 제공하기 위해 체험형 나비 생태 학습장을 추가로 전국 5개 지역(울산, 아산, 전주, 화성, 부산)에 조성하여 운영하고 있습니다.

현대 그린존 차이나



2008년부터 2012년까지 5년에 걸쳐 내몽골 쿤산타크 사막의 차칸노르 마른호수 지역 총 50km²를 푸른 초지로 조성한 사업입니다. 북경시에서

북쪽으로 660km 떨어진 이 지역은 중국 북부와 우리나라에 영향을 끼치는 황사의 주요 발원지로 알려져 있습니다. 현대 그린존 차이나 사업은 대외적으로도 인정받아 ‘2008년 CSR 중국 대상 생태문명상’을 수상하였으며, 중국 국가위원회 발간 잡지에 특집으로 소개되고 다큐멘터리로 제작되는 등 중국 현지에서 많은 관심을 받고 있습니다.

대한민국 어린이 푸른 나라 그림대회

현대자동차는 어린이들에게 환경의 소중함을 알려주기 위해 매년 국내 최대 규모의 어린이 그림대회인 ‘대한민국 어린이 푸른 나라 그림대회’를 개최하고 있습니다. 전국의 유치원생 및 초등학생들이 참여하여 환경에 대한 순수한 동심의 세계를 그려내고 있으며, 다양한 미술 및 환경 관련 체험행사들을 운영해 어린이들은 물론 학부모와 교사들로 부터도 큰 호응을 얻고 있습니다.

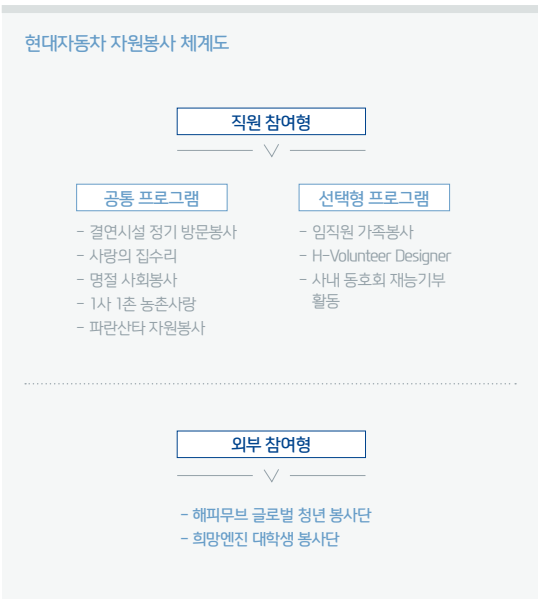
한국로드킬예방협회 설립 지원

올바른 교통문화 확립과 생태환경 복원을 위한 사회공헌 활동으로 2013년 7월에 출범한 한국로드킬예방협회의 운영을 지원하고 있습니다. 우리나라에서 연간 30만 마리 이상의 야생 동물들이 도로에서 무참하게 희생되고 있습니다. 한국로드킬 예방협회는 야생 동물들이 도로를 건너다 희생당하는 문제를 다루는 전문 환경단체입니다. 현대자동차는 자동차 회사로서 해마다 급증하고 있는 로드킬 문제와 이로 인한 2차 교통사고에 사회적 책임을 가지고 고객과 힘을 합쳐 로드킬 예방활동을 지속적으로 전개해 나갈 것 입니다.

제품책임
친환경
협력사
임직원
지역사회

Happy Move

이웃과 사회를 위해 따뜻한 마음과 성실한 열정을 나누는 자원봉사는 함께 움직이는 세상을 만드는 아름다운 에너지입니다. 현대자동차는 임직원과 가족, 대학생들과 함께 Happy Move(해피무브) 캠페인을 전개하여 국내외의 어려운 이웃들을 직접 찾아가 기쁘게 정을 나누고 기꺼이 땀을 흘리며 함께 어울려 살아가는 세상을 만들어 갑니다.



임직원 자원봉사 월별 프로그램

결연시설 정기 방문봉사 | 현대자동차 자원봉사단은 매월 결연시설을 방문하여 아동 및 노인을 대상으로 다양한 봉사활동을 펼치고 있습니다. 급식봉사, 청소 및 빨래 봉사, 아동대상 교육 및 기타 노력 봉사 등 다양한 활동을 실시하고 있습니다. 봉사활동에 소요되는 제반 비용은 임직원들의 자발적인 모금 활동과 회사지원금을 통해 충당되고 있습니다.

사랑의 집수리 | 현대자동차 자원봉사단은 결연을 맺고 있는 소외된 이웃의 집을 방문하여 수도시설 및 장판 교체, 도배 등을 돕는 하우스 리모델링 프로그램을 운영하고 있습니다.

임직원 가족봉사 | 현대자동차는 사업장 별로 임직원 및 그 가족이 함께 참여하는 봉사활동을 꾸준히 실시, 자녀들에게 나눔의 가치를 일깨워주고 공동활동에 의한 가족간의 우대감 강화를 위해 노력하고 있습니다.

H-Volunteer Designer | 임직원들이 자원봉사 활동의 디자인이 되어 대상, 내용, 일정 등을 스스로 디자인하는 프로그램입니다. 선정된 활동자에게는 적정 한도 내에서 활동 예산이 지원되고, 봉사활동 효과의 극대화를 위해 활동 멘토링도 제공됩니다. H-Volunteer Designer로서의 활동 영역은 재능기부, 테마 봉사활동, 노력 봉사활동 등 다양합니다.

임직원 자원봉사 연중 프로그램

명절 사회봉사 | 현대자동차 자원봉사단은 매년 설과 추석 명절을 맞아 소외된 이웃과 사랑의 떡을 나누는 행사를 진행함으로써 명절이 더 외로울 수 있는 사람들을 방문하여 떡, 과일 등을 전달하고 함께 시간을 보내면서 행복을 만들어가고 있습니다. 또한 재래시장상품권을 배포, 지역경제 활성화에도 도움을 주고 있습니다.

1사 1촌 농촌사랑 | 현대자동차 국내 사업장들은 각각 농촌 마을과 1사 1촌 결연을 맺고, 농번기 일손 돕기를 비롯해 각종 시설 보수 및 농산물 소비 촉진을 위한 활동 등을 실시하여 도·농 상생에 기여하고 있습니다.

해피무브 글로벌 청년 봉사단



현대자동차의 ‘해피무브 글로벌 청년 봉사단’은 국제사회에 대한 대한민국의 기여 확대와 미래를 책임질 글로벌 청년리더 양성을 위해 2008

년 7월 창설한 최대 규모의 민간 봉사단입니다. 연간 1천 명의 대한민국 청년을 선발하여 현재까지 7천 명의 대학생이 해피무브 글로벌 청년 봉사단원으로 활동하였습니다. 해피무브 글로벌 청년 봉사단원은 방학기간을 이용해 해외 각 국으로 파견되어 각 나라의 특성에 따라 지역봉사, 문화봉사, 환경봉사, 교통안전봉사 등의 봉사활동을 펼칩니다. 귀국 후에는 사후 커뮤니티를 통해 국내 활동 및 국제 교류활동 등에 참여함으로써 글로벌 청년 리더로서의 지속적인 활동을 이어가며, 현대자동차는 해피무브 글로벌 청년 봉사단원이 이러한 제반 활동을 통해 따뜻한 마음과 세계 시민으로서의 넓은 시야를 가진 진정한 글로벌 리더로 거듭날 수 있도록 지원합니다.

기프트카 캠페인



‘기프트카’ 캠페인은 창업할 능력과 의지가 있지만 최소한의 기반이 없어 안타까워하는 사람들에게 더 나은 미래에 대한 희망을 전하기 위한 현대자동차그룹의 사회공헌 프로그램입니다. 현대자동차그룹은 실직 가장, 영세 소상공인 등이 경제적 어려움을 딛고 일어설 수 있도록 생계형 자동차를 지원해 주고 있습니다. 경차, 1톤 트럭, 승합차 등 생계형 차량을 제공하는 것은 물론 차량 등록비, 자립 지원금, 창업 및 경영컨설팅 등을 지원하여 저소득층 가정들이 자동차를 기반으로 경제적 자립을 할 수 있도록 돕고 있습니다.

전 세계적으로 자동차를 필요한 시간에만 빌려 쓰는 ‘카 셰어링’ 열풍에 힘입어 2015년 현대자동차그룹은 기프트카 캠페인을 소유에서 대여의 개념으로 확대해 나갈 계획입니다. 즉, 기프트카 캠페인에 ‘기프트카 셰어링 캠페인’을 더해 추억을 만들어 공유하고자 하는 사람들에게까지 도움의 손길을 확대할 것입니다. 이는 꼭 창업이 아니더라도 보다 많은 사람이 함께 기프트카를 나누어 쓸 수 있도록 차량을 지원하는 캠페인으로서 일반인들도 쉽게 이용할 수 있으며, 나눔의 기쁨을 더 많은 사람들과 함께 하기 위해 기프트카 캠페인을 한 단계 더 확장시킨 것입니다.

전 세계적으로 자동차를 필요한 시간에만 빌려 쓰는 ‘카 셰어링’ 열풍에 힘입어 2015년 현대자동차그룹은 기프트카 캠페인을 소유에서 대여의 개념으로 확대해 나갈 계획입니다. 즉, 기프트카 캠페인에 ‘기프트카 셰어링 캠페인’을 더해 추억을 만들어 공유하고자 하는 사람들에게까지 도움의 손길을 확대할 것입니다. 이는 꼭 창업이 아니더라도 보다 많은 사람이 함께 기프트카를 나누어 쓸 수 있도록 차량을 지원하는 캠페인으로서 일반인들도 쉽게 이용할 수 있으며, 나눔의 기쁨을 더 많은 사람들과 함께 하기 위해 기프트카 캠페인을 한 단계 더 확장시킨 것입니다.

해외 사회공헌

현대자동차는 세계 이웃들의 행복한 변화를 이끌고 지역사회가 따뜻한 성장을 할 수 있도록 다양한 활동을 전개하고 있습니다. 복지, 교육, 의료, 고용, 문화 등에 걸쳐 각 지역의 니즈를 해결해 줄 나눔활동과 봉사활동을 적극적으로 펼치고 있습니다.

미국, Hope on Wheels

전 세계 소아암 환자는 갈수록 늘고 있고 미국에서도 해마다 수많은 소아암 환자가 새로 발생합니다. 소아암 치료에는 많은 고통이 따르고 의료비 부담도 크기 때문에 진단과 치료 과정에서 아이와 가족의 삶이 정신적·경제적으로 어려움을 겪습니다. 다행히 소아암은 조기 발견을 통해 적절한 치료를 받으면 완치될 수 있으며, 기술의 진보를 통해 1960년대에는 0%에 가깝던 소아암 생존율이 최근에는 약 80%로 증가하였습니다. 그러나 예산상의 문제로 소아암에 대한 미국 연방정부의 지원은 아직 많이 부족한 실정입니다. 현대자동차는 이러한 상황에 주목해 고객과 지역사회로부터 받은 사랑에 보답하는 방법으로 생명을 살리는 놀라운 기적을 만들기 위해 ‘Hope on Wheels(호프 온 휠스)’ 프로그램을 시작했습니다.

면 완치될 수 있으며, 기술의 진보를 통해 1960년대에는 0%에 가깝던 소아암 생존율이 최근에는 약 80%로 증가하였습니다. 그러나 예산상의 문제로 소아암에 대한 미국 연방정부의 지원은 아직 많이 부족한 실정입니다. 현대자동차는 이러한 상황에 주목해 고객과 지역사회로부터 받은 사랑에 보답하는 방법으로 생명을 살리는 놀라운 기적을 만들기 위해 ‘Hope on Wheels(호프 온 휠스)’ 프로그램을 시작했습니다.

Hope on Wheels는 자동차를 팔고, 사고, 타는 사람들이 정성을 모아 소아암 연구와 치료를 지원하는 현대자동차의 대표적인 사회공헌 프로그램으로서 현재 미국에서 진행되는 소아암 연구의 가장 큰 후원자 중 하나인 비영리 재단입니다. Hope on Wheels를 16년 동안이나 지속할 수 있었던 것은 이 활동에 담긴 진정성을 많은 사람들이 공감하고 지지했기 때문입니다. 시작은 HMA(현대자동차 미국판매법인, Hyundai Motor America)와 딜러들이 했지만 수많은 시민의 참여가 있었기에 희망을 실은 자동차가 환아와 연구자, 병원들을 위해 계속 달릴 수 있었습니다. 그래서 오늘도 현대자동차는 희망을 싣고 세상으로 힘차게 달려갑니다.

이 활동의 주요 목표는 치료법 연구활동에 대한 재정적인 지원과 질병에 대한 인식을 확산시키는 것입니다. 활동에 필요한 자원은 800개가 넘는 미국 전국의 딜러들이 새 차를 판매할 때마다 1대 당 14달러씩 적립해 조성한 펀드에 HMA와 임직원의 기부금을 더해 마련했습니다. 또한 일반 시민들도 각종 행사와 웹사이트를 통해 기부에 참여하고 있으며, 전체 기금의 4% 정도는 일반 시민들의 성금입니다. 1998년부터 2014년까지 16년 동안 소아암 연구자와 의료기관에 기부한 Hope on Wheels 기금은 총 8,700만 달러에 이릅니다. HMA 임원들과 딜러들로 구성된 이사회가 이 프로그램의 예산을 관리하며, 주요 의사들로 구성된 패널들이 회의를 거쳐 후원금 수상자를 선정합니다.

16년 동안 Hope on Wheels는 미국 사회에 의미 있는 변화를 만들어 왔습니다. 이 프로그램을 통해 소아암 환아와 가족들은 새로운 삶을 꿈꾸게 되었고, 학자와 의사, 병원들은 소아암 연구와 치료에 큰 힘을 얻었습니다. 또한 일반 시민들은 소아암에 대해 관심을 갖고 직접 지원에 참여하게 되었습니다. 이러한 성과는 HMA와 딜러들뿐 아니라 자동차를 구입하는 고객과 각종 행사에 참여하는 시민들, 소셜 미디어에 댓글을 달고 공감해준 네티즌들의 마음이 하나로 모여 이루어진 것입니다. 현대자동차는 앞으로도 Hope on Wheels 프로그램을 계속 발전시켜 생명을 살리는 기적, 변화를 만드는 희망을 더 많이 만들어 가겠습니다.



현대자동차 CSR 웹사이트 (<http://csr.hyundai.com>)에서 현대자동차의 다양한 사회공헌 활동을 볼 수 있습니다.



Hope on Wheels 홈페이지 www.hyundaihopeonwheels.org

제품책임
친환경
협력사
임직원
지역사회

유럽, Skills for the Future

유럽의 경기침체가 계속되면서 일부 국가의 청년 실업률이 25%를 넘어섰습니다. 현대자동차는 당사의 주요 사업 지역 중 하나인 유럽이 안고 있는 큰 사회적 문제인 청년 실업 문제를 해결하는 데 적극 기여하기 위해 유능한 기술인재 육성을 목표로 하는 범 유럽 사회공헌 활동인 ‘Skills for the Future(미래를 위한 기술)’을 기획했습니다.

HME(현대자동차 유럽법인, Hyundai Motor Europe)가 중심이 되어 2012년부터 유럽 각 나라에서 전개하고 있는 Skills for the Future는 실제 산업 현장에서 요구하는 역량과 일선 직업학교에서 시행하는 교육의 격차를 해소할 수 있는 실질적인 기술교육 프로젝트입니다. 2012년부터 4년간 15개 나라 400개 직업학교, 15~18세 재학생을 대상으로 연 인원 1만 명에게 맞춤형 직업 기술과 모의 창업 교육을 제공하여 청소년들의 취업 경쟁력을 강화하기 위해 노력하였습니다.

자동차산업 전문가들과 교육 전문가들이 함께 진행하는 이 프로젝트는 유럽의 잠재력을 깨우고 청소년들의 가능성을 키우는 획기적인 계기가 될 것입니다. 현대자동차는 일선 학교와 취업 현장의 기술 격차를 줄이는 실질적인 교육을 통해 청년 실업을 해소하고 우수 기술인력을 육성함으로써 궁극적으로 자동차산업을 포함한 유럽 전체의 경제 발전에 기여하고자 합니다. 유럽의 청소년들이 역량과 자신감을 가지고 더 빛나는 미래를 열어가길 수 있도록 현대자동차가 응원하겠습니다.

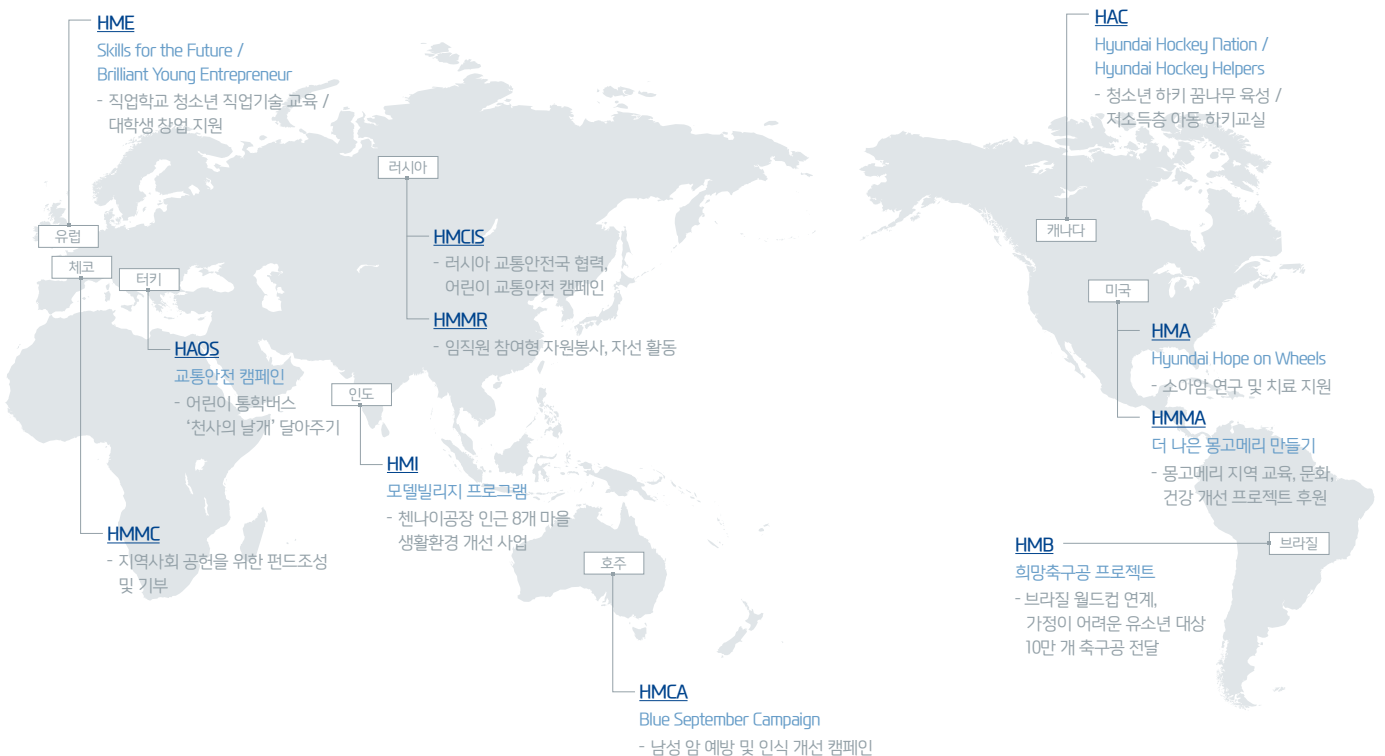


Skills for the future
홈페이지
<http://skillsforthefuture.eu>

글로벌 사회공헌 활동

현대자동차는 해외 법인 별로 글로벌 지역 전역에서 지역사회 공헌활동을 활발히 추진하고 있습니다.

해외지역 주요 사회공헌 활동



문화 예술 후원

자동차는 기술, 디자인, 그리고 인간에 대한 이해를 기반으로 다양한 장르가 협업해서 만들어진 종합예술과도 같습니다. 그래서 훌륭한 자동차가 만들어지는 과정은 예술작품이 창조되는 과정에 비유됩니다. 예술을 통해 배운 창의적인 가치와 새로운 시각을 보다 더 많은 고객들이 경험하고 느끼기를 원합니다. 현대자동차는 예술의 단순한 후원자로서가 아닌 예술계에 대한 이해와 존중을 기반으로 진정성 있고 본질적인 파트너십을 추구합니다. 현대자동차는 예술 생태계에 대한 충분한 관찰과 이해, 이를 기반으로 전 세대를 아우를 수 있는 소통 방법 구축, 그리고 트렌드를 쫓기보다는 미술계의 결핍을 찾아 채워주기 등 세가지 원칙과 철학을 견지합니다.

이를 위해 현대자동차는 2013년 이후로 한국 국립현대미술관, 2014년 영국 테이트 모던(Tate Modern), 2015년 미국 서부 LACMA(로스앤젤레스 카운티 미술관, Los Angeles County Museum of Art) 등 3대 미술관과 중장기 파트너십을 구축했습니다. 더불어 2015년 5월 개막한 세계적인 미술 축제인 제56회 베니스 비엔날레의 한국관을 후원하며 한국 현대미술의 깊이를 세계적으로 알리는 자리에 함께 했습니다. 서울대학교 미술대학과는 함께 미래 예술계를 이끌어 갈 인재들을 발굴하고 소통의 장을 만들며 전 세계 미술대학 학생들을 위한 네트워크인 'ART-UNI-ON(Art University Online)'을 시작했습니다. 보다 많은 신진·중진 작가들을 프로모션하기 위해 그들을 인터뷰하고 그들의 작업과정을 담은 영상 "brilliant 30" 제작 또한 2014년부터 진행해왔습니다. 또한 전 세계 예술가들의 독창적 생각과 작품세계가 특정 지역을 넘어 전 세계로 확산될 수 있도록 글로벌 미디어 그룹 블룸버그(Bloomberg)와 "Brilliant Ideas" TV 프로그램을 제작하여 2015년 5월부터 방영 중에 있습니다.

국립현대미술관 현대차 시리즈

“국립현대미술관 현대차 시리즈(MMCA Hyundai Motor Series)”는 국립현대미술관과 현대자동차가 한국 미술의 지평을 넓히기 위해 함께 기획한 중장기 프로젝트입니다. 현대자동차는 한국 미술계에 대한 면밀한 관찰을 통해 한국의 작가들이 충분한 역량을 가지고도 국제 수준의 전시 플랫폼을 제공받지 못했음을 깨달았으며, 기존 관습에서 벗어나 자유로운 창작활동을 추구하는 한국 현대미술 작가의 작품을 후원함으로써 한국 미술이 세계로 나아갈 수 있도록 지원하고 있습니다. 국립현대미술관 현대차 시리즈를 통해 작가들은 역대 최고 수준의 전시 플랫폼을 제공받게 되며, 세계 무대에서 역량을 발휘할 기회를 얻게 됩니다. 국내에서 좀처럼 만나기 어려

웠던 작가의 실험적인 작품 세계를 경험할 수 있는 이 프로젝트의 첫 전시인 “국립현대미술관 현대차 시리즈 2014: 이블”은 2014년 9월 30일부터 2015년 3월 29일까지 국립현대미술관 서울관에서 진행되었습니다.

국립현대미술관 현대차 시리즈는 한국의 역사와 문화를 중요시 생각하는 현대자동차의 경영철학을 반영하고 있습니다. 현대자동차는 전통의 가치를 재해석해 창조적 혁신을 이루고자 하는 소명을 가지고 10년간 한국의 중진작가를 지원하며 한국 현대미술의 새로운 가능성을 제시해 나갈 것입니다.

영국 테이트 모던 현대 커미션

화력발전소를 개조해 2000년 영국 런던에 문을 연 테이트 모던은 매해 500만 명이 넘는 관람객을 동원하는 명실상부 세계 최고의 미술관입니다. 20년간 방치된 오래된 건물이 런던의 랜드마크, 더 나아가 세계 현대미술의 발전소로 변신한 것입니다. 짧은 기간 안에 테이트 모던이 세계적인 미술관으로 자리잡을 수 있었던 까닭은 건물이 가진 독특한 구조적, 역사적 특성 때문만은 아닙니다. 이는 혁신적인 공간 운용, 교육 프로그램, 기획 전시가 이룬 성과라 볼 수 있습니다. 미술관 이름에서도 알 수 있듯이 테이트 모던은 20세기 이후의 미술을 다루며, 전시가 이루어지는 3개 층의 각 갤러리마다 뚜렷한 장르를 선보입니다. 근대부터 현대까지 명확한 기준으로 제시된 작품들은 그 자체로 근·현대 미술사의 모든 것을 말해주며 세계 현대미술의 발전소 역할을 하고 있습니다.

현대자동차는 2014년 문화 예술 지원사업의 일환으로 테이트 모던과 역사상 최장기간인 11년 간의 파트너십을 맺었으며, 이를 바탕으로 2025년까지 테이트 모던과 함께 다양한 전시를 선보일 계획입니다. 특히, 테이트 모던의 심장부라 불리는 1층 터바인홀에서 2015년부터 10년간 독창적 전시 시리즈인 “현대 커미션(Hyundai Commission)”을 진행합니다. 그간 터바인홀이 현대미술계에서 가장 기억에 남는 작품을 선보인 자리였음을 감안하면, 이 전시는 현대미술의 나아갈 길을 제시하는 역할을 할 것으로 기대됩니다. 이 협업을 통해 현대자동차는 단순한 후원을 넘어 우리 시대가 원하는 가치를 고민할 수 있는 프로젝트를 개발하고 더 많은 사람과 다양한 방식으로 공유할 수 있도록 할 것입니다.



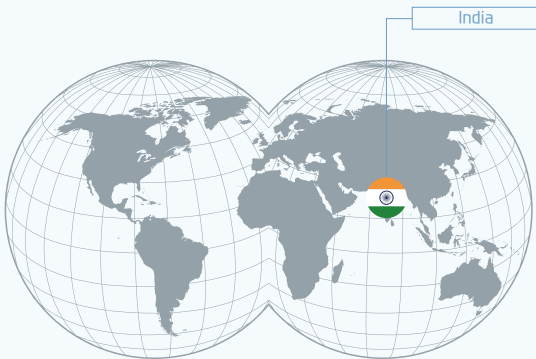
Turbine Hall © Tate Photography

제품책임
친환경
협력사
임직원
지역사회

Global Highlight

인도의 밝은 내일을 함께 만들어 가다

현대자동차는 단순 기부와 자선 중심의 활동에서 벗어나 공유가치를 창출할 수 있는 사회공헌 활동을 추구합니다. 현대자동차의 사회공헌 철학과 고유의 도전정신으로 인도를 비롯, 현대자동차 사업장이 있는 글로벌 지역사회에서 사회공헌 활동을 전개하고 있습니다. 현지 주민들의 삶 속으로 들어가 그들이 가장 필요로 하는 지원을 펼칩니다. 현대자동차는 글로벌 지역사회와 함께 더 나은 내일을 만들어갑니다.



교육으로 열어나가는 새로운 미래

인도 현지 CSR 활동 방향 및 전략

인도는 경제 저성장 및 사회 양극화 현상이 심화되면서 기업의 사회적 역할이 중요하게 부각되는 지역입니다. 인도 정부는 강력한 CSR 정책을 펼쳐 기업 순이익의 2%를 사회 공헌 활동에 지출하도록 규정하고 있습니다. 현대자동차는 인도에 CSR 활동을 전담하는 재단을 별도로 설립하여 적극적으로 사회공헌 활동을 수행하고 있습니다. 특히, 계층 및 지역 별로 차별화된 CSR, 제조업의 특성을 반영한 기술교육 CSR, 다양한 이해관계자의 참여를 유도할 수 있는 CSR, 지역사회 의식 개혁이 이루어지는 CSR 등의 방향성을 가지고 다양한 사회공헌 프로그램을 추진하고 있습니다.

인도지역 CSR 중점 추진 프로그램

드림 빌리지

현대자동차는 마을의 경제적 자립과 계몽에 역점을 둔 드림 빌리지(Dream Village) 사업을 추진하고 있습니다. 인도 여성을 대상으로 직업교육을 실시하고 이들에게 실질적인 도움이 될 수 있는 지원사업을 진행하고 있습니다. 현대자동차의 CSR 사업은 지역사회 일자리 창출 및 소득증대에 기여함으로써 지역의 경제발전과 지역 주민의 삶의 질 향상에 큰 도움이 되고 있습니다.

모델 빌리지

현대자동차는 2011년부터 약 4년간 첸나이공장 인근 8개 마을의 생활환경을 개선하는 프로젝트인 모델 빌리지(Model Village) 활동을 전개하고 있습니다. 위생 시설, 식수 탱크, 배수 정화시설, 가로등 등을 설치하고 학교 시설을 개선하였습니다. 또한 쓰레기통 배치, 놀이터 조성, 도서관 설립, 버스정류장 설치, 건강위생캠프 개최, 과실수 식재 등의 활동도 펼쳤습니다.

교통 자원봉사단 및 운전교육

2008년부터 교통이 혼잡한 뉴델리와 첸나이, 콜카타 지역에서 총 280명의 대학생 자원봉사자를 선발하여 교통경찰을 도와 교통정리 봉사활동을 하고 있습니다. 또한 첸나이공장 안에 '현대 운전학교'를 설립해 실업 청년들의 운전훈련을 지원하고 있습니다. 지금까지 520여 명의 운전자가 배출되었고 이 중 상당수가 취업에 성공했습니다. 2013년에는 첸나이에 '현대 운전교실'을 열어 청년층과 일반 시민을 대상으로 무료 운전강습을 제공하고 있습니다.

교육 지원

2007년부터 칸치푸람 지역 아동들의 교육 환경 개선을 위해 책걸상 기증사업을 벌이고 있습니다. 2013년까지 총 2만8,750세트의 책걸상을 기증해 약 8만 7,600명의 학생들이 혜택을 받았습니다. 또한 칸치푸람, 티루발루르 지역 소외계층 여성의 간호교육을 지원하여 총 210명이 간호사 자격증을 취득하고 취업했습니다. 기계·자동차 공학 과정을 운영하는 지역 대학에 중고 차량과 엔진을 기증하여 실습교재로 사용하도록 지원하고 있으며, 현지 NGO와 협력하여 칸치푸람 지역 480명의 소녀들을 대상으로 컴퓨터 교육도 제공할 계획입니다.

의료보건 지원

첸나이를 비롯해 타밀나두 주 내에 총 5개의 의료보건 센터를 건립하여 신생아와 아동의 선천성 심장병 선별 검사를 실시하고 있습니다. 또한 칸치푸람과 스리페럼부르의 국립병원에 의료장비와 외과수술 장비를 기증하였고, 스리랑감의 국립병원 개보수도 지원했습니다. 첸나이공장에서도 헌혈운동도 꾸준히 진행하고 있는데, 2013년 총 947명의 임직원들이 헌혈에 참가하였습니다.

나눔과 봉사활동

장애인 아동을 위한 스포츠 축제를 후원하고 있으며, 인도의 독립기념일을 맞아 첸나이공장 인근 마을 7개의 공립학교에 역삼투압 정수기를 기증하였습니다. 또한 첸나에서 개최된 환경인식대회와 청소년캠프에 임직원들이 참여하여 인근 해변과 호수를 청소하였으며, NGO에 차량을 지원하였습니다. 나아가 인도와 한국의 국제교류를 담당하는 인코센터(Indo-Korean Centre)를 지속적으로 후원하여 양국의 교류 증진에 기여하고 있습니다.

지표 및 데이터

글로벌 생산 판매

글로벌 생산 현황

(단위: 대)

	2012	2013	2014
국내	1,905,261	1,850,727	1,876,428
해외	2,497,317	2,919,550	3,079,108
합계	4,402,578	4,770,277	4,955,536

글로벌 판매 현황

(단위: 대)

	2012	2013	2014
국내	667,777	640,865	685,191
해외	3,742,861	4,091,668	4,278,344
합계	4,410,638	4,732,533	4,963,535

* 선적 기준

경영 실적

주요 재무지표

(단위: 십억 원)

	2012 ³⁾		2013		2014	
	연결	별도	연결	별도	연결	별도
매출액	84,470	43,162	87,308	41,691	89,256	43,046
영업이익	8,441	4,305	8,315	3,721	7,550	3,735
영업이익률 (단위: %)	10.0	10.0	9.5	8.9	8.5	8.7
당기순이익 ¹⁾	9,061	5,280	8,993	5,182	7,649	4,914
EBITDA ²⁾	10,965	5,960	10,867	5,341	10,100	5,349
자본총계	47,918	37,020	56,583	41,952	62,621	45,662

¹⁾ 연결당기순이익: 비지배지분 포함

²⁾ EBITDA = 영업이익 + 유형자산 감가상각비 + 투자부동산 감가상각비 + 무형자산 감가상각비

³⁾ 회계기준 변경에 따라 기존 지속가능성 보고서를 통해 공시한 2012년 경영실적 일부를 변동하여 보고

해외법인 별 매출액

(단위: 십억 원)

	2012	2013	2014
HMMMA	6,992	7,385	7,437
BHMC	14,519	19,433	19,756
HMI	5,097	4,737	4,637
HAOS	1,576	1,816	2,744
HMMC	5,311	5,450	5,398
HMMR	2,855	2,751	2,384
HMB	414	2,384	2,263

경제적 가치 배분

이해관계자 별 경제적 가치 배분 상세 현황

(단위: 십억 원)

구분		2012	2013	2014
창출된 경제적 가치	매출액	43,162	41,691	43,046
	배당금총액	521	534	817
주주 및 투자자	이자비용	203	121	123
	합계	724	655	940
임직원	임금	5,587	5,994	6,211
	교육훈련비	44	47	44
협력사	합계	5,631	6,041	6,255
	원재료비	26,411	25,844	26,311
정부 및 지역사회	외주용역비	590	533	514
	합계	27,001	26,377	26,825
정부 및 지역사회	내국세	2,106	2,046	2,606
	지방세	176	175	272
	사회공헌비	74	75*	65
	합계	2,356	2,296	2,943

* 2013년 사회공헌비의 경우 내부 사회공헌 비용 취합기준 변경 적용, 재 산정하여 공개

제품책임

고객가치경영 지수

항목	2012	2013	2014
내구품질 지수	125	141	169
신차품질 지수	107	106	94

GRI G4-PR8

광고, 판촉, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션 관련 법규 및 자발적 규칙 위반 사례의 횡수

과거 3년간 마케팅 커뮤니케이션과 관련해 발생한 규제를 위반한 사례가 없으며 부과 받은 벌금이 없습니다.

항목	2012	2013	2014
건수	0	0	0

GRI G4-PR7

고객 개인정보 보호 위반 및 고객 데이터 분실 관련 제기된 불만 건수

과거 3년간 고객 개인정보 보호 위반 및 데이터 분실과 관련하여 제기된 불만 건수가 없습니다.

항목	2012	2013	2014
건수	0	0	0

GRI G4-PR8

친환경

원재료 사용 현황

데이터 집계 범위는 해외 사업장에 한정되어 있습니다.

항목	2012	2013	2014
철 (사용량)	659,689	708,354	772,498
철 (스크랩)	210,239	253,987	257,339
알루미늄 (사용량)	25,160	4,781	30,170
알루미늄 (스크랩)	5,376	6,444	7,094

GRI G4-EN2

재활용자원 이용률

데이터 집계 범위는 해외 사업장에 한정되어 있습니다.

항목	2012	2013	2014
철 스크랩	24.2	26.4	25.0
알루미늄 스크랩	17.6	57.4	19.0

GRI G4-EN2

용수 사용량

2014년 용수 및 오·폐수 재활용량이 전체 용수 사용량 대비 3.8% 증가했습니다.

항목	2012	2013	2014
용수 사용량	26,780,769	28,581,973	29,794,243
용수 재이용량	109,674	253,294	458,017
오·폐수 재활용량	1,829,642	1,858,626	3,128,504
합계	28,720,085	30,693,893	33,380,764
재사용률 (%)	6.8	6.9	10.7

GRI G4-EN10

오존층 파괴물질 사용량

냉매 대체기술 개발 등을 통해 냉매 사용을 지속적으로 감소시키고 있습니다.

(단위: 리터)

	2012	2013	2014
냉매 (CFC, HFC, R135a)	66,569,968	48,721,499	39,571,473

GRI G4-EN20

대기배출 물질

일산화탄소를 제외하고 대기배출 물질이 전년 대비 감소했습니다.

(단위: 톤)

구분	2012	2013	2014
CO	250	272	345
SOx	65	78	40
NOx	337	413	399
PM	849	710	615

GRI G4-EN21

폐기물 발생 현황

(단위: 톤)

종류	2012	2013	2014
일반 폐기물	685,163	590,363	571,669
지정 폐기물	32,476	47,050	124,886
합계	717,639	637,413	696,555

GRI G4-EN23

폐기물 처리 현황

(단위: 톤)

처리방법	2012	2013	2014
매립	56,261	48,914	135,050
소각	34,260	71,979	68,209
재활용	647,955	558,747	564,571
기타	3,421	3,035	2,997
합계	741,897	682,674	770,827

GRI G4-EN23

중대한 유해물질(유독물) 유출 건수 및 유출량

유독물 관리 등을 철저히 하여 중대 유해물질이 유출된 사례는 없습니다.

(단위: 리터)

구분	2012	2013	2014
유독물 사용량	4,272	4,200	4,822

GRI G4-EN24

친환경 자동차 인증 획득 누적 모델 수

환경인증은 차량 환경성 국제표준 인증이며, 온실가스 배출량 및 감축량은 국내의 '저탄소 인증' 성과입니다. 데이터 집계 기준은 현재 탄소성적표지 인증을 취득한 차종에 한정된 것이며, 인증 유효기간이 지난 차종은 제외했습니다.

	2012	2013	2014
환경인증 (총)	7	9	11
온실가스 배출량 인증 (개)	11	12	14
온실가스 감축량 인증 (개)	1	1	2

GRI G4-EN24

환경 관련 과태료 및 벌과금

데이터 집계 범위는 국내 사업장 현황이며 2013년 국내 아산사업장, 2014년 아산 및 전주사업장에서 과태료 및 벌과금이 발생하였고, 납부를 완료하였습니다.

(단위: 원)

	2012	2013	2014
과태료 및 벌과금	0	480,000	61,388,000

GRI G4-EN29

조직내 에너지 사용량

액화연료는 LNG, 부탄 및 프로판으로 구성되어 있으며, 기체연료는 용접 시 사용하는 이산화탄소 연료 사용량입니다. 2014년 에너지 전체 사용량은 전년 대비 3% 증가 했습니다.

(단위: Mwh)

항목	2012	2013	2014
LNG	1,682,718	1,704,754	1,683,424
전력	3,283,126	3,428,001	3,595,979
디젤, 등유, 휘발유	104,174	98,784	111,087
액화연료	343	3,835	1,796
기체연료	4,096	2,172	2,914
합계	5,074,457	5,237,546	5,395,200

GRI G4-EN3, EN6

에너지 사용 집약도

조직 내 에너지 사용량은 증가하였으나, 자동차 한대 생산 시 사용되는 에너지 집약도를 나타내는 원단위 값은 전년 대비 0.8% 감소하였습니다.

(단위: Mwh/대)

항목	2012	2013	2014
자동차 1대 생산 시 사용되는 에너지량	1.15	1.10	1.09

GRI G4-EN5

온실가스 배출 현황

국내 사업장의 경우 생산량 1.4% 증대와 연구개발 시설 신축 급증에 기인하여 온실가스 배출량이 전년 대비 2.2% 증가하였으며, 해외 사업장은 생산량 5.5% 증가로 온실가스 배출량이 전년 대비 4.4% 증가하여 국내외 전체적으로 전년 대비 3.1% 증가하였습니다.

(단위: tCO₂e)

항목	2012	2013	2014
Scope 1	872,539	842,635	839,209
Scope 2	1,533,990	1,598,715	1,676,624
합계	2,406,526	2,441,348	2,515,833

GRI G4-EN15, EN16

온실가스 배출 집약도

온실가스 저감 활동을 지속적으로 추진한 결과, 자동차 생산량이 전년 대비 3.9% 증가했음에도 불구하고 자동차 1대를 생산하는데 배출되는 온실가스량은 0.8% 감축하였습니다.

(단위: tCO₂e/대)

항목	2012	2013	2014
자동차 1대 생산 시 발생하는 온실가스 배출량	0.547	0.512	0.508

GRI G4-EN18

온실가스 감축 현황

2012년부터 자동차 생산량은 증가하고 있으나, 전체 온실가스 발생량을 지속적으로 감축시키고 있습니다. 직접배출량(Scope 1)은 증가추세가 감소되었으며, 에너지 효율화 및 전략적 감축수단을 활용하여 적극적으로 감축활동을 추진하고 있습니다.

(단위: tCO₂e)

항목	2012	2013	2014
Scope1	51,165	-29,904	-3,426
Scope2	71,569	64,725	77,909
합계	122,734	34,821	74,483

GRI G4-EN19

환경보호를 위한 지출과 투자

환경보호를 위한 비용 지출과 관련 투자를 지속적으로 추진하고 있습니다. 전체 환경보호를 위한 지출과 투자 비용은 전년 대비 10.3% 증가했으며, 이 중에서 환경오염 저감을 위해 사용한 직·간접 비용은 약 14% 상승했습니다.

(단위: 십억 원)

항목	2012	2013	2014
환경오염저감 직접비	71.4	56.8	64.5
환경오염저감 간접비	26.6	39.1	44.9
환경리스크 관리비	13.8	13.2	10.9
합계	111.8	109.1	120.3

GRI G4-EN31

협력사

자동차부품산업진흥재단 지원 현황

(단위: 개사)

	2012	2013	2014	누계
품질기술봉사단	111	103	97	1,156
협력업체지원단	44	43	42	341

등반진출 누적 협력사 수

(단위: 개사)

	2012	2013	2014
1차 협력사	239	239	265
2차 협력사	360	360	343
합계	599	599	608

협력사 채용박람회 인력 채용 현황

(단위: 명)

	2012	2013	2014
채용 현황	14,531	17,215	17,510

등반성장 및 공정거래 협약 협력사

(단위: 개사)

	2012	2013	2014
협약 체결 협력사 수	203	301	293

임직원

지역 별 인력 현황

국내외 전체 임직원수는 전년 대비 4.6%가 증가하였으며, 해외 지역 임직원은 전년 대비 7.1% 증가하였습니다. 지역 별로는 북미 6,558명, 유럽 6,693명으로 전년보다 347명이 증가하였고, 중국과 인도의 고용 규모는 전년 대비 6.7% 증가한 2만 6,157명으로 북미와 유럽 시장을 앞지르고 있습니다.

(단위: 명)

구분	2012	2013	2014
한국	59,831	63,099	64,956
북미	6,211	6,873	6,558
유럽	5,991	6,031	6,693
중국	13,768	15,631	17,173
인도	8,816	8,893	8,984
기타	3,532	4,410	5,384
합계	98,149	104,937	109,748

GRI G4-HR1

직군 별 국내 인력 현황

(단위: 명)

구분	2012	2013	2014
임원	182	176	183
연구위원	10	12	12
연구직	8,240	8,742	9,161
사무직	11,359	11,453	11,668
기술, 생산, 정비직	31,563	32,990	33,337
영업직	6,225	6,237	6,199
기타직*	2,252	3,489	4,396
합계	59,831	63,099	64,956

* 특수업무 종사자, 승무원, 간호사, 헬기조종사 등이 포함됨

GRI G4-HR1

노사 현황

국내 임직원의 70% 이상이 노조에 가입되어 있으며, 노조가입 비율은 지속적으로 감소하고 있습니다.

	2012	2013	2014
노조가입자 수 (명)	44,351	45,576	46,217
노조가입 비율 (%)	74.1	72.2	71.2

GRI G4-HR4

이직 현황

전년 대비 이직자 수와 이직율이 대폭 감소하였습니다.

	2012	2013	2014
이직자 수 (명)	1,018	1,343	1,114
이직율 (%)	1.70	2.13	1.72

GRI G4-LA1

육아휴직 사용 현황

육아휴직을 사용하는 임직원 수는 지속적으로 증가하고 있으며, 남녀 각각 육아휴직 후 복귀를 장려하는 정책을 추진하고 있어 평균 95% 이상 인원이 육아휴직 후 업무에 복귀하고 있습니다.

	구분	2012	2013	2014
육아휴직 사용자 (명)	남	18	18	19
	여	69	96	150
육아휴직 후 복귀율 (%)	남	100	94	95
	여	94	97	97

GRI G4-LA3

재해율

재해율은 재해자 수를 상시 근로자 수로 나눈 비율을 의미합니다. 국내외 재해율은 지속적으로 감소하고 있으며, 전년 대비 10% 감소하였습니다.

(단위: %)

	2012	2013	2014
재해율	1.22	1.00	0.90

GRI G4-LA6

임직원 교육 훈련

체계적인 교육훈련을 추진함에 따라 임직원의 인당 교육시간이 증가하고 있습니다.

구분	2012	2013	2014
1인당 교육 비용 (만원)	74	74	67
1인당 교육 시간 (시간)	61	55	62
총 교육비 (억 원)	441	469	436

GRI G4-LA9

여성인력 현황

2012년 데이터의 경우 국내 여성인력에 한정하여 보고하고 있으며, 여성임원을 포함한 국내외 여성임직원 수는 증가하고 있습니다.

(단위: 명)

	2012		2013		2014	
	여성 임직원 수 (여성임원 수)	여성 임직원 비율	여성 임직원 수 (여성임원 수)	여성 임직원 비율	여성 임직원 수 (여성임원 수)	여성 임직원 비율
한국	2,576 (1)	4.31%	2,692 (1)	4.27%	3,046 (3)	4.69%
북미	-	-	927 (4)	13.50%	960 (4)	14.60%
유럽	-	-	1,082 (3)	17.90%	1,058 (3)	15.80%
중국	-	-	1,918 (0)	12.30%	2,044 (0)	11.90%
인도	-	-	84 (0)	0.90%	140 (0)	1.60%
기타	-	-	402 (0)	9.10%	470 (0)	8.70%
합계			7,105 (8)	6.76%	7,718 (10)	7.02%

GRI G4-LA12

장애인 고용 현황

장애인 고용률을 확대할 계획이며, 2014년에는 전년 대비 116명의 인원을 추가 고용하였습니다.

	2012	2013	2014
장애인 수 (명)	1,625	1,650	1,766
장애인 고용률 (%)	2.72	2.61	2.72

GRI G4-LA

준법경영 교육 현황

전체 임직원을 대상으로 성희롱 교육을 추진하고 있으며, 준법경영 교육 프로그램 안에 윤리교육 및 성교육 등의 인권과 연관된 교육 등이 일부 포함되어 있습니다. 2013년부터 준법경영 교육으로 통합된 교육을 집계하였습니다.

항목	2013	2014
국내 (회수/참석자수)	37/3,200	41/24,400
해외 (회수/참석자수)	10/637	14/765

GRI G4-HR2

우수인재 순환근무 프로그램 참여 현황

(단위: 명)

구분	2010	2011		2012		2013		2014		합계
		상	하	상	하	상	하	상	하	
해외 직원	11	14	7	17	14	14	16	8	8	109
국내 직원	-	-	-	-	8	10	9	9	10	46

지역사회

분야 별 사회공헌 비용

분야 별 사회공헌 전략을 수립하고 관련 비용을 집행하였으며, 사회적인 요구에 부합하여 교육학술, 의료보건 및 응급재난 분야의 사회공헌 활동 비용을 확대하여 집행하였습니다.

(단위: 백만 원)

구분	2012	2013	2014
사회복지	34,311	33,602	24,058
의료보건	350	14	102
교육학술	18,334	13,953	15,236
문화체육	12,389	14,970	9,722
환경보전	1,347	1,531	1,285
응급재난	1,557	883	4,662
국제교류	4,937	3,780	2,713
기타	1,001	6,267	7,422
합계	74,226	74,999	65,201

GRI G4-EC1

자원봉사 실적

	2012	2013	2014
봉사 횟수 (회)	2,998	2,982	2,691
봉사 인원 (명)	31,862	33,262	23,480
봉사 시간 (시간)	135,047	216,434	132,887

제3자 검증 보고서	118
지속가능성 보고서 발간 현황	122

GRI 인덱스	116
제3자 검증 보고서	119
쏘나타 연혁	120
지속가능성 보고서 발간 현황	122
연락처	123

APPENDICES



GRI 인덱스

G4 Core

GRI G4	No.	지표명	ISO 26000	현대자동차 보고서
1. 일반표준공시				
전략 및 분석	G4-1	지속가능성과 관련된 조직, 전략에 관한 최고 의사결정자의 선언	4.7, 6.2, 7.4.2	004~005
조직 프로필	G4-3	기업명	6.3.10, 6.4.1~6.4.5, 6.8.5, 7.8	006
	G4-4	주요 브랜드, 제품, 서비스		006
	G4-5	본사/본부 소재지		006
	G4-6	주요 사업장이 위치하고 있거나 지속가능경영과 관련된 중대한 활동이 이루어지고 있는 국가 수와 국가명		006
	G4-7	소유권의 성격과 법적 형태		006
	G4-8	서비스를 제공하고 있는 시장 (지리적 분포, 산업 분야, 고객 및 수혜자 형태 등 포함)		006
	G4-9	조직 규모 (종업원, 순매출, 총자산, 제품과 서비스 등)		006
	G4-10	형태별 근로자 수 (계약형태 및 성별, 고용형태 및 성별, 지역 및 성별 등), 고용 근로자 수의 중대한 변화		91, 112
	G4-11	단체협상 결과의 적용을 받는 종업원의 비율		90, 112
	G4-12	공급망		112
	G4-13	보고기간 동안 규모, 구조, 소유구조, 공급망(Supply Chain) 등의 주요 변화		006
	G4-14	예방 접근이나 원칙을 천명하고 있는지, 어떤 방식으로 언급하고 있는지에 대한 설명		048~049
	G4-15	자발적인 경제적, 환경적, 사회적 헌장과 일련의 원칙들, 또는 이니셔티브 중 참여하고 있는 내용		122
G4-16	주요 협회 가입 현황	122		
중대 이슈 및 보고 경계 도출	G4-17	조직의 재무제표 또는 그에 상응하는 문서에 포함되는 모든 기업 리스트 또는 조직의 재무제표 또는 그에 상응하는 문서에 포함되나 보고서에 포함되지 않은 기업 리스트	5.2, 7.3.2~7.3.4	002
	G4-18	보고 내용과 범위를 결정하는 프로세스 및 보고 내용을 정의하기 위해 시행된 보고 원칙		002
	G4-19	중대성 평가 결과 도출된 중대 이슈 리스트		057
	G4-20	조직 내 중대 이슈별 보고 범위		056~057
	G4-21	조직 외 중대 이슈별 보고 범위		056~057
	G4-22	이전 보고서에 제공된 정보를 수정보고한 효과와 수정보고한 이유		054, 055
	G4-23	이전 보고기간 이후의 범위 및 측면경계에 발생한 중대한 변화		006
이해관계자 참여	G4-24	참여 이해관계자 리스트	5.3	049
	G4-25	주요 이해관계자 파악과 선정에 대한 근거		049
	G4-26	형태별, 이해관계자 그룹별 빈도로 본 이해관계자 협의에 대한 접근 방식과 보고서 준비를 위한 참여 프로세스		049
	G4-27	보고서 발간을 포함하여 이해관계자 참여를 통해 제기되어 온 중대 이슈 대응 방법 및 결과 (이해관계자별 주요 이슈)		049
보고 프로필	G4-28	보고기간	7.5.3, 7.6.2	002
	G4-29	최근 보고서 발간일자		122
	G4-30	보고주기		122
	G4-31	보고서 또는 보고서 내용에 관한 문의처		123
	G4-32	GRI 인덱스 (선택 옵션, GRI Content Index, 제 3차 검증 보고서)		116~118
	G4-33	외부검증 관련 정책 및 활동, 검증 범위 및 기준, 보고 조직과 검증기관과의 관계, 지속가능경영 보고서의 신뢰성 확보를 위한 최고 의사결정기구 및 경영진의 역할		002, 119
지배구조	G4-34	위원회를 포함한 최고 의사결정 기구 조직도 경제·사회·환경 주제를 담당하는 위원회 리스트 (위원회별 대표 주제 명시)	6.2, 7.4.3	050~051
윤리 및 청렴도	G4-56	기업의 행동강령 또는 윤리강령	7.7.5, 4.4, 6.6.3	047
2. 특정표준공시				
경제				
경제성과	DMA	경영 접근방식	5.3	052
	G4-EC1	경제가치 창출과 분배		052~055
	G4-EC2	기후변화로 인한 조직의 재무적 영향 및 기회 또는 위험		074~075

GRI G4	No.	지표명	ISO 26000	현대자동차 보고서
시장지위	DMA	경영 접근방식		090
	G4-EC6	상급관리자의 현직인 비율	6.4.3, 6.8.1~6.8.2, 6.8.5, 6.8.7	091
간접 경제효과	DMA	경영 접근방식		055
	G4-EC7	공공이익을 위한 투자와 서비스 제공	6.3.9, 6.8.1~6.8.2, 6.8.7, 6.8.9	055, 114
	G4-EC8	간접 경제영향	6.3.9, 6.6.6~6.6.7, 6.7.8, 6.8.1~6.8.2, 6.8.5, 6.8.7, 6.8.9	055, 112, 113

환경

원료	G4-EN1	사용자원의 총 무게나 부피	6.5.4	109	
	G4-EN2	재활용 자원 이용 비율		109	
에너지	G4-EN3	조직 내 직접 에너지 소비	6.5.4	111	
	G4-EN5	에너지 원단위		111	
	G4-EN6	에너지 사용 절감량	6.5.4~6.5.5	111	
수자원	G4-EN8	공급원별 총 취수량	6.5.4	109	
	G4-EN10	재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율		109	
생물 다양성	G4-EN11	생물 다양성이 있는 서식지 및 보호지역 내 관리하는 소유, 임대, 관리하는 토지	6.5.6	079~080	
	G4-EN12	생물 다양성이 있는 서식지 및 보호지역 내에서의 사업활동, 제품, 서비스로 인한 중요한 영향		080	
	G4-EN13	보호 또는 복원된 서식지		080	
	G4-EN14	조직의 활동에 영향을 받는 국제자연보존연맹(IUCN) 지정 멸종위기종(Red List)과 국가지정 멸종위기종의 수 (지역별, 멸종위기 레벨별)		079	
온실가스	G4-EN15	직접 온실가스 배출량	6.5.5	111	
	G4-EN16	간접 온실가스 배출량		111	
	G4-EN18	온실가스 배출 원단위		111	
	G4-EN19	온실가스 감축		111	
	G4-EN20	오존층 파괴 물질 배출		6.5.3, 6.5.5	110
	G4-EN21	NOx, SOx 및 기타 주요 대기오염물질 배출		6.5.3	110
폐수 및 폐기물	DMA	경영 접근방식		071	
	G4-EN22	최종 배출지별 폐수 배출량 및 수질	6.5.3~6.5.4	078, 081	
	G4-EN23	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량		110	
	G4-EN24	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량	6.5.3	071~072, 110	
	G4-EN25	바젤협약 부속서에 규정된 폐기물의 운송, 처리량 및 해외반출된 폐기물 비율		해당 없음	
제품 및 서비스	DMA	경영 접근방식		070	
	G4-EN27	제품 및 서비스의 환경영향 저감 활동과 성과	6.5.3~6.5.5, 6.7.5	073, 110	
	G4-EN28	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율	6.5.3~6.5.4, 6.7.5	073	
규정 준수	G4-EN29	환경 법규 위반으로 부과된 금액 및 제재 건수	6.4.6	110	
물류	G4-EN30	제품 및 원자재 운송과 자원 이동의 중대한 환경 영향	6.5.4, 6.6.6	077	
전반	G4-EN31	형태별 환경보호 지출 및 투자 총액	6.5.1~6.5.2	080	
공급망 환경평가	G4-EN33	현재 또는 잠재적으로 부정적인 환경 영향을 가진 것으로 확인된 공급업체 비율 및 대응방법	6.3.5, 6.6.6, 7.3.1	086	

사회

노동관행 및 노동권

사원	DMA	경영 접근방식		090, 092
	G4-LA1	신규 채용 및 이직자 수 및 비율	6.4.3	113
	G4-LA2	상근직에게만 제공되는 혜택	6.4.4, 6.8.7	094~095
	G4-LA3	성별에 따른 육아휴직 후 복귀 비율	6.4.4	113

GRI G4	No.	지표명	ISO 26000	현대자동차 보고서
작업장 보건안전	G4-LA5	보건과 안전 프로그램 평가 및 개선을 돕는 노사가 공동으로 참여하는 안전 및 보건위원회로 대표되는 인력의 비율	6.46	094
	G4-LA6	지역별 및 성별 부상, 질병, 결근률과 작업관련 사상자 수	6.46, 6.88	113
	G4-LA8	노동조합과의 정식 협약 대상인 보건 및 안전사항	6.46	094
훈련 및 교육	G4-LA9	종업원 유형별, 성별 1인당 한해 평균 훈련 시간	6.47	114
	G4-LA10	지속적인 고용가능성 및 경력관리를 지원하는 기술개발 및 평생교육을 위한 프로그램	6.47, 6.85	092~093
	G4-LA11	정기적 성과 및 경력개발 리뷰를 받은 종업원의 비율 (성별, 종업원 유형별)	6.47	093
다양성 및 차별금지	DMA	경영 접근방식		090
	G4-LA12	성별, 나이, 소수자 등 다양성 지표에 따른 종업원과 지배기구의 구성 및 기타 다양성 관련 지표	6.23, 6.37, 6.3.10, 6.43	112~113
노동관행 고충 처리 매커니즘	DMA	경영 접근방식		090
	G4-LA16	노동관행에 따른 불만 수 및 공식적인 불만 처리 매커니즘을 통해 해결된 수	6.36	049, 090

인권

투자	G4-HR2	인권 정책 또는 운영과 관련된 인권 지표 고려 절차에 대한 사원 총 교육 시간 (교육받은 직원 비율 포함)	6.35	047~048, 114
차별금지	DMA	경영 접근방식		090
	G4-HR3	총 차별 건수 및 관련 조치	6.36, 6.3.7, 6.3.10, 6.43	090
아동노동	DMA	경영 접근방식		086
	G4-HR5	아동노동 발생위험이 높은 사업분야 또는 공급업체 및 아동노동 근절을 위한 조치	6.33~6.35, 6.3.7, 6.3.10, 6.6.6, 6.8.4	086
강제노동	DMA	경영 접근방식		086
	G4-HR6	강제노동 발생위험이 높은 사업분야 또는 공급업체 및 강제노동 근절을 위한 조치	6.33~6.35, 6.3.10, 6.6.6	086
인권 고충 처리 매커니즘	DMA	경영 접근방식		090
	G4-HR12	인권영향에 따른 불만 수 및 공식적인 불만 처리 매커니즘을 통해 해결된 수	6.36	049, 090

사회

지역사회	DMA	경영 접근방식		098
	G4-S01	지역사회에 대한 참여, 영향평가 및 개발프로그램을 실시한 사업의 비율	6.3.9, 6.5.1~6.5.3, 6.8	105
반부패	DMA	경영 접근방식		046, 086
	G4-S03	부패 및 중대한 리스크로 평가된 사업장 수 및 비율	6.6.1~6.6.3	086
	G4-S04	반부패 정책 및 절차에 대한 커뮤니케이션 및 교육	6.6.1~6.6.3, 6.6.6	046~047, 086
	G4-S07	부당 경쟁행위 및 독점행위에 대한 법적 조치건수 및 그 결과	6.6.1~6.6.2, 6.6.5, 6.6.7	관련사례 없음
제재	G4-S08	법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재 건수	4.6	108~109
사회 고충 처리 매커니즘	G4-S011	사회영향에 따른 불만 수 및 공식적인 불만 처리 매커니즘을 통해 해결된 수	6.3.6, 6.6.1~6.6.2, 6.8.1~6.8.2	086

제품책임

고객 보건안전	DMA	경영 접근방식		060
	G4-PR1	개선을 위해 보건안전 영향 평가를 고려하는 특정 제품 및 서비스 카테고리 비율	6.7.1~6.7.2, 6.7.4~6.7.5, 6.8.8	061
	G4-PR2	제품 및 서비스의 고객 건강과 안전 관련 법규 및 자발적 규칙 위반한 사례의 횟수와 형태	4.6, 6.7.1~6.7.5, 6.8.8	위반사례 없음
제품 및 서비스 라벨링	DMA	경영 접근방식		072
	G4-PR3	제품 및 서비스의 정보 및 라벨링 절차에 따라 요구되는 제품 및 서비스의 정보 유형과 이러한 정보요건에 해당되는 주요 제품 및 서비스 카테고리의 비율	6.7.1~6.7.5, 6.7.9	072~073
	G4-PR4	제품 및 서비스 정보 및 라벨링과 관련된 법규 및 자발적 규칙 위반 사례의 횟수와 형태	4.6, 6.7.1~6.7.5, 6.7.9	위반사례 없음
	G4-PR5	고객만족도 설문 조사 결과	6.7.1~6.7.2, 6.7.6	063
	G4-PR6	판매가 금지되거나 분쟁이 일어난 제품	-	관련사례 없음
마케팅	G4-PR7	광고, 판촉, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법규 및 자발적 규칙 위반 사례의 횟수와 형태	4.6, 6.7.1~6.7.3	108
고객 정보 보호	G4-PR8	고객 개인정보 보호 위반 및 고객 데이터 분실과 관련하여 제기된 불만 건수	6.7.1~6.7.2, 6.7.7	108
규제	G4-PR9	제품 및 서비스 공급에 관한 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금액	4.6, 6.7.1~6.7.2, 6.7.6	관련사례 없음

제3자 검증 보고서



Lloyd's Register
LRQA

현대자동차 2014년 온실가스 목표관리제 명세서 검증 의견서 (2015년 3월 온실가스 명세서의 온실가스 배출량에 대한 검증)

검증 범위

LRQA는 현대자동차(주)로부터의 요청에 따라, 2014년 현대자동차(주) 온실가스 배출량 및 에너지 사용량 명세서에 기록된 현대자동차(주)의 온실가스 및 에너지 사용 관련 자료와 온실가스 배출량을 검증하였습니다. 이 데이터에는 현대자동차의 울산공장, 아산공장, 전주공장, 연구시설, 판매거점, 서비스센터, 본사 자가건물 등 국내 전사업장의 온실가스 직접 배출량과 온실가스 간접 배출량을 다루고 있습니다.

LRQA의 검증방법

LRQA의 검증은 온실가스 에너지 목표관리 운영 등에 관한 지침에 따라 수행되었습니다. 현대자동차(주) 온실가스 보고서의 온실가스 데이터가 온실가스 에너지 목표관리 운영 등에 관한 지침에 따라 작성되었음을 합리적 보증 수준으로 검증하였습니다.

LRQA는 다음의 심사활동을 수행하였습니다:

- 주요 사업장 설비에 대한 현장 확인이 이루어졌으며 온실가스 배출 데이터 및 에너지 사용량 기록을 관리하는 관련 프로세스를 검토하였습니다.
- 온실가스 배출 및 에너지 사용 자료의 관리 및 유지에 책임이 있는 관련 직원과 면담을 하였습니다. 그리고
- 2014년 현대자동차(주)의 온실가스 배출량 및 에너지 사용량 명세서의 데이터 및 정보를 검증하였습니다.

보증 수준 및 중요성

이 검증 의견서의 검증 보증 정도는 합리적 보증이며, 2.5%의 중요성 기준에서 작성되었습니다.

LRQA의 의견

LRQA의 검증방법에 따라 심사한 결과, 온실가스 배출량 및 에너지 사용량 명세서의 온실가스 데이터가 중요성 측면에서 의심을 줄 만한 사항이 발견되지 않았으므로 '적정'하다고 사료됩니다. 이러한 결론의 전체 사항들은 다음과 같습니다:

- 법인 소유 건물에 타 관리업체가 입주하여 사용한 간접 배출량(외부 전기 사용)을 산정 명세서에서 제외하지 않았으나, 이러한 산정 부분이 미치는 영향은 미미한 것으로 판단되었습니다.
- 법인 소유 건물이 아닌 판매를 위한 임차거점의 소량 배출 사업장 배출량은 산정 명세서에 포함되지 않았으나, 이러한 누락 부분이 미치는 영향은 미미한 것으로 판단되었습니다.

2015년 3월 19일

유 상 근

로이드인증원

대한민국 서울시 영등포구 여의나루로 67 신승빌딩 17층 150-923

LRQA 참조번호: SEO6012382

검증 의견서

본 검증 의견서는 온실가스 에너지 목표관리 운영 등에 관한 지침에 따른 온실가스 배출량 및 에너지 소비량 명세서 검증 의견입니다.

제 3자 배상책임

LRQA, 그 관계사와 자회사 및 임직원 또는 대리인은, 개별적으로나 집단적으로 이 조항에서 'Lloyd Register Group'으로 나타냅니다. Lloyd Register Group은 누구에게도 이 문서나 기타의 방법으로 제공된 조연이나 정보에 대한 의존으로 인하여 야기된 어떠한 손실, 손상이나 비용에 대해서도 책임을 지지 않고 아무런 의무도 없습니다. 다만, 특정인이 관련 Lloyd Register Group의 일원과 이 정보나 조연의 제공에 대한 계약을 체결한 경우는 예외로 하며, 이런 경우 모든 책임과 보상은 전적으로 계약에 기술된 조건에 따릅니다.

쏘나타 연혁

1세대

1980년대 중반, 경제성장으로 우리나라는 조금씩 여가생활을 즐기기 시작했습니다. 이는 자동차산업에도 큰 영향을 주었고, 국내 최초로 우리 기술로 독자 개발한 쏘나타 출시로 이어졌습니다. 1세대 쏘나타는 현대 스텔라의 고급모델이라 할 수 있는데, 5단 변속기가 장착됐습니다. 초기 출시명은 '소나타'였다가 후에 '쏘나타'로 개명해 현재까지 이어지고 있습니다.



1985

~1988

2세대

서울올림픽이 열리던 1988년 여름, 수출 전략 차종으로 2세대 뉴쏘나타가 출시됐습니다. 뉴쏘나타는 이전과 다르게 곡선형 차체로 디자인되었으며, 눈과 빙판길이 많은 한국 지형과 기후를 고려해 국산 중형차 최초로 전륜구동 방식이 적용됐습니다. 1991년에는 부분 변경 모델인 뉴쏘나타를 선보였는데, 이 모델부터 현대자동차 CI와 더불어 새로운 엠블럼이 적용됐습니다.



1988

~1992

3세대

1990년대 초반은 급격한 문화의 변화를 겪었던 시대입니다. LP와 CD, 삐삐와 휴대폰이 공존했던 이 시기에 쏘나타2가 출시됐습니다. 쏘나타2는 접이식 사이드 미러와 SRS 에어백, ABS 등의 첨단기술이 적용됐고, 1993년 5월 출시 이후 33개월간 60만 대의 판매고를 올렸습니다. 1996년 2월에는 쏘나타2의 페이스리프트 모델인 쏘나타3를 선보였습니다. 쏘나타3는 당시 가장 한국적이면서도 세계적인 디자인이라는 찬사를 받았습니다.



1992

~1998

4세대

1998년에 출시된 EF쏘나타는 IMF로 인해 판매가 주춤했으나, 1999년 2월부터 이듬해 8월까지 19개월 연속 국내 판매 1위를 기록했습니다. 재미있는 점은 역대 쏘나타 모델 중 유일하게 뒷번호판이 트렁크가 아닌 범퍼에 부착되었다는 것입니다. 4세대 부분 변경 모델인 뉴EF쏘나타는 2004년 미국 JD파워사의 신차품질조사에서 중형차 부문 1위를 차지하기도 했습니다.



1998

~2004

5세대

2004년 9월 탄생한 NF쏘나타는 우리나라의 급속한 경제성장과 함께 출시된 차량입니다. NF는 현대자동차의 의지가 담긴 프로젝트명으로 'Never-ending Fame(불멸의 명성)'이라는 뜻입니다. 총 26개월의 개발기간 동안 2,900억 원의 개발 비용이 투입됐고, 첨단 안전장비 등 뛰어난 제품 경쟁력을 갖췄다는 평가를 받았습니다.



2004

~2009

6세대

2009년 9월 출시된 YF쏘나타는 현대자동차 디자인 정신인 '플루이드 스퀴프처(Fluidic Sculpture)'가 처음으로 적용된 모델입니다. 2.0 세타 II 엔진과 2.4 세타 GDi 엔진을 적용해 엔진 성능을 대폭 향상시켰으며, 6단 자동변속기가 탑재됐습니다. 이후 2.0 누우엔진, 2.0 세타 II 터보엔진으로 강화되며 더욱 강력한 모습을 선보였습니다. 2011년 5월에는 YF쏘나타 시리즈로 대한민국 최초의 가솔린 하이브리드 차량이 출시되기도 했습니다.



2009

~2014

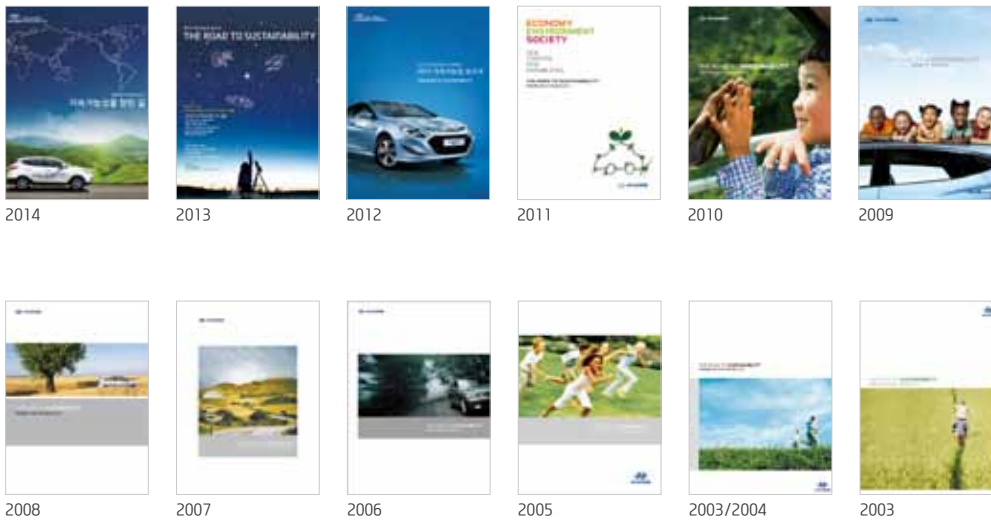
7세대

LF쏘나타는 YF쏘나타 출시 이후 5년만에 선보인 현대자동차의 야심작입니다. '본질로부터'라는 슬로건을 내걸고 이제 막 달리기 시작한 LF쏘나타는 'Run, Turn, Stop, Protect' 등 자동차의 본질에 충실한 것이 특징입니다.



~2014

지속가능성 보고서 발간 현황



UN Global Compact Index

현대자동차는 2008년 유엔글로벌컴팩트에 가입한 이래 원칙을 준수하며, 지속가능성 보고서를 통해 준수 여부를 공개하고 있습니다.

구분	원칙	보고위치 (페이지)
인권 Human Rights	원칙1. 기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중해야 한다.	090
	원칙2. 기업은 인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.	086, 122, 114
노동규칙 Labour Standards	원칙3. 기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 인정을 지지하고,	090
	원칙4. 모든 형태의 강제노동을 배제하며,	086
	원칙5. 아동노동을 효율적으로 철폐하고, 원칙6. 고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.	086 090
환경 Environment	원칙7. 기업은 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지하고,	078
	원칙8. 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행하며,	079~080
	원칙9. 환경친화적 기술의 개발과 확산을 촉진한다.	070~073
반부패 Anti-Corruption	원칙10. 기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.	046, 086

보고서 제작에 도움을 주신 분들

(가나다 順)

강민규	도경민	윤영수	정재호
강창희	류주형	이기성	정준모
고영덕	박민석	이대형	정창교
곽동호	박민영	이동욱	정해성
곽세종	박민준	이명로	정홍석
극장호	박상순	이상윤	조 속
김광수	박연실	이상철	조종래
김덕우	박용준	이상희	조찬형
김범수	박용희	이영길	주진구
김상협	박주용	이정환	최영은
김안강	방상근	이현주	최은진
김영표	배종곤	임헌덕	한남수
김정원	백현식	전대일	한상미
김주현	서진원	전은혜	한영덕
김준호	석은진	정교훈	허정욱
김진배	설한운	정낙승	홍석범
김태훈	손동혁	정대환	홍순재
김현재	송기범	정성운	황미진
김환일	신승윤	정순정	황윤복
나승원	신장호	정연만	황종욱
남수희	신준철	정인교	
남진모	안해호	정일상	

발행일 2015년 6월 15일

발행처 현대자동차 주식회사

제작 현대자동차 기획실 CSV경영팀

디자인 탈란톤 크리에이티브그룹

서울특별시 서초구 현릉로 12(양재동)

Tel: +82.2.3464.8614

Email: HMCSR@hyundai.com

Website: www.hyundai.com



현대자동차 2015 지속가능성 보고서에 사용된 용지 일부는 FSC(국제산림관리협의회, Forest Stewardship Council)이 인증한 ECF(무염소 표백펄프, Elemental Chlorine Free)를 사용한 중성지로서 친환경 제품입니다. 또한 환경에 미치는 영향을 최소화하고자 공기를 잉크로 인쇄했습니다.

