



# Road to sustainability

2019 지속가능성 보고서

# Content

# 1

## Introduction

1.1 CEO Message	003
1.2 Company Overview	004
1.3 Management Philosophy	006
1.4 Vision & Values	007



- homepage
- facebook
- youtube
- instagram
- twitter

# 2

## 2018 Highlights

2.1 New Milestones	009
2.2 New Forms of Mobility	014
2.3 New Values	023



# 3

## Materiality Report

3.1 CSV 전략체계	030
3.2 이해관계자 참여	031
3.3 지속가능경영 중대성 평가	032
3.4 핵심 보고주제 #1. 친환경 차량 생산	034
3.5 핵심 보고주제 #2. 고객·제품 안전	036
3.6 핵심 보고주제 #3. 사회적 가치 창출	038



## Sustainability Performance

OUR SYSTEM		OUR VALUE	
4.1 기업 지배구조	041	4.4 고객가치	045
4.2 윤리·준법경영	043	4.5 환경책임	059
4.3 리스크경영	044	4.6 상생협력	068
		4.7 인재존중	078
		4.8 지역사회	089

# 4

# 5

## Appendices

5.1 주요 영업성과 요약	104
5.2 지표 및 데이터	106
5.3 GRI 인덱스	118
5.4 제3자 검증의견서	122
5.5 보고서 개요	125



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



참조 페이지



관련 사이트



동영상

## CEO Message



李元熙

현대자동차 주식회사  
대표이사 이원희

### 현대자동차에 보내주시는 변함없는 관심과 성원에 진심으로 감사드립니다.

현대자동차는 지난해 이해관계자 여러분의 성원과 임직원의 노력에 힘입어 어려운 환경 속에서도 글로벌 메이커로서의 위상을 확보해 나가고 있으며, 동시에 새로운 미래를 향한 변화를 도모하였습니다.

글로벌 경제의 불확실성은 여전히 높고, 전동화, 디지털화, 모빌리티 서비스의 확산 등 자동차 산업의 급격한 패러다임 변화는 당사를 비롯한 자동차 업계에 새로운 도전을 요구하고 있습니다. 내부적으로는 신형시장에서의 지속적인 성장 기반을 마련하고 있음에도 불구하고, 미국, 중국 등 주요시장에서의 수익성 회복과 외부 변화에 신속한 대응을 요구하는 과제들에 직면해 있습니다.

이렇듯 대내외 경영 여건이 어려운 상황에서도, 현대자동차는 미국에서 제네시스 G70과 코나가 ‘2019 북미 올해의 차’로 선정되어, 최고의 제품력을 인정받았습니다. 뿐만 아니라 2018년 미국 제이디 파워(J.D. Power)의 신차품질조사(IQS)에서 최상위권 석권, 미국 워즈오토(WardsAuto)의 ‘세계 10대 엔진’에 2년 연속 수상, 영국 BBC 탐기어 매거진에서 올해의 자동차 메이커 선정, 독일 오토 트로피에서 가장 혁신적인 브랜드로 선정되는 등 명실상부한 글로벌 자동차 업체로서 위상을 굳건히 하였습니다. 또한 디지털 기술과 3세대 플랫폼이 적용된 8세대 쏘나타를 선보이며 편리함과 안전함은 물론 운전자에게 맞춤형 이동경험을 선사하고자 하는 당사의 고객만족 의지와 기술력을 입증하였습니다.

현대자동차는 모든 이해관계자의 관심과 맞닿아 있는 5대 지속가능성 가치(고객가치/환경책임/상생협력/인재존중/지역사회)에 따라 기존의 생각을 뛰어넘는 도전정신을 가지고 사회가 당면한 문제를 해결하는 글로벌 기업시민으로서의 사회적 책임을 실천하고 있습니다.

‘고객가치’ 분야에서는 대형 SUV 팰리세이드를 출시하면서 SUV시장의 라인업을 강화하였으며, 스마트 모빌리티 디바이스로 새롭게 진화한 신형 쏘나타를 출시하는 등 당사의 혁신성과 고객니즈를 반영한 새로운 차를 잇따라 선보이고 있습니다. 더불어 오픈 이노베이션 센터 현대크래들(Hyundai CRADLE)을 글로벌 거점(실리콘밸리, 텔아비브, 베를린 등)에 설립하여 다양한 이해관계자와의 협업을 통해 4차 산업혁명의 기술혁신을 주도하고 있습니다.

‘환경책임’ 이행 관점에서는 클린 모빌리티(Clean Mobility)로의 전환을 위해 하이브리드, 전기차, 수소전기차 등 전동화 모델의 개발 계획과 2025년까지의 목표를 발표하였습니다. 특히, 세계 최고 수준의 기술 경쟁력을 갖춘 수소전기차에 대해서는 2030년까지 대규모 투자 계획을 밝히며 다양한 산업과 융합을 통한 퍼스트무버(First Mover)로서 수소사회의 실현을 이끌어가고 있습니다.

‘상생협력’을 위해서는 장기적 관점에서 협력회사와 신뢰의 파트너십을 구축하고, 역량강화 지원을 통해 자동차 산업 발전과 일자리 창출을 도모하고 있습니다. 특히 2019년부터 그룹 차원에서 추진하는 1~3차 협력회사 대상 미래성장 펀드에 확대 출연하여 어려운 경영 환경에 놓인 협력회사의 경영 안정화와 신기술 투자를 지원함으로써 미래 자동차 산업의 경쟁력을 강화할 계획입니다.

‘인재존중’ 분야에서는 혁신적인 기업문화의 정착과 임직원 안전에 힘쓰고 있습니다. 상시채용 전환, 직무역량 중심 상시학습체계 구축 등 변화하는 산업 환경에 민첩하게 대응하고 실패를 두려워하지 않는 창의정신을 성장의 원동력으로 삼는 문화를 조성하고 있습니다. 또한 2018년 2년 연속 전 사업장 중대재해 사고 Zero를 달성하며 국내외 사업장에서 추진한 안전보건 활동의 결실을 거두었습니다.

마지막으로 ‘지역사회’와 함께 당사 보유 역량을 활용한 CSV 프로그램을 개발, 운영하고 있습니다. 아이오닉 포레스트 조성, 로보카폴리 교통안전 캠페인 등의 기존 활동과 더불어 2019년에는 두려움 없는 안전운전을 위한 드라이빙 플러스 프로그램을 런칭하는 등 새로운 사회적 가치를 지속적으로 창출하고 있습니다. 아울러 중국 현대 그린존 프로젝트, 요르단 페트라 세계문화유산 보존 활동 등 글로벌 지역사회에서 다양한 이해관계자들과 협력하며 전 세계적인 지속가능발전에 더욱 기여하고 있습니다.

**이해관계자 여러분,**  
현대자동차는 지금 이 순간에도 ‘창의적인 사고와 끝없는 도전’을 통해 새로운 미래를 창조함으로써 인류사회의 꿈을 실현하고자 하는 경영철학을 가슴에 품고 부단히 노력하고 있습니다. 그동안 현대자동차가 유례없는 성장을 통해 글로벌 자동차 업체로서 사업 기반을 강화할 수 있었던 것은 여러분의 아낌없는 신뢰와 관심 덕분입니다. 그러한 믿음에 보답할 수 있도록 현대자동차는 본연의 경쟁력을 강화하면서도 변화하는 세상에 선도적으로 대응하기 위해, 지속가능한 가치를 추구하여 이해관계자 여러분의 사랑과 신뢰를 받는 기업이 되도록 최선을 다하겠습니다. 앞으로도 이해관계자 여러분들의 변함없는 관심과 지지를 부탁드립니다.

감사합니다.

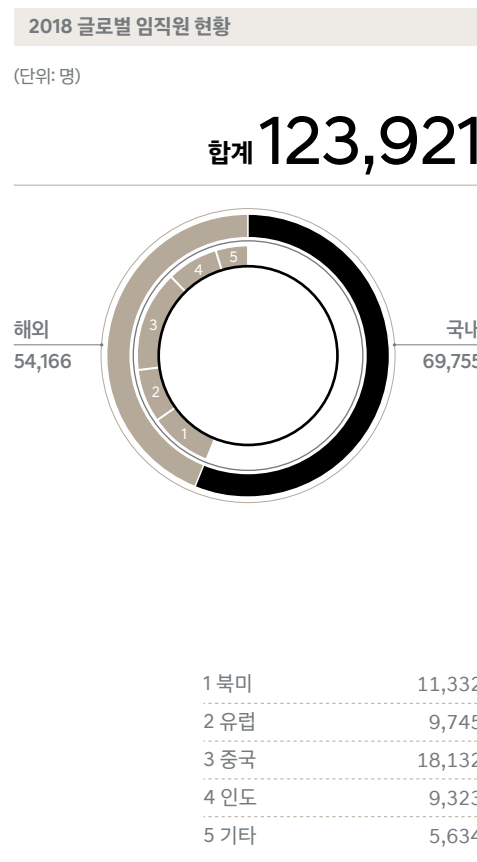
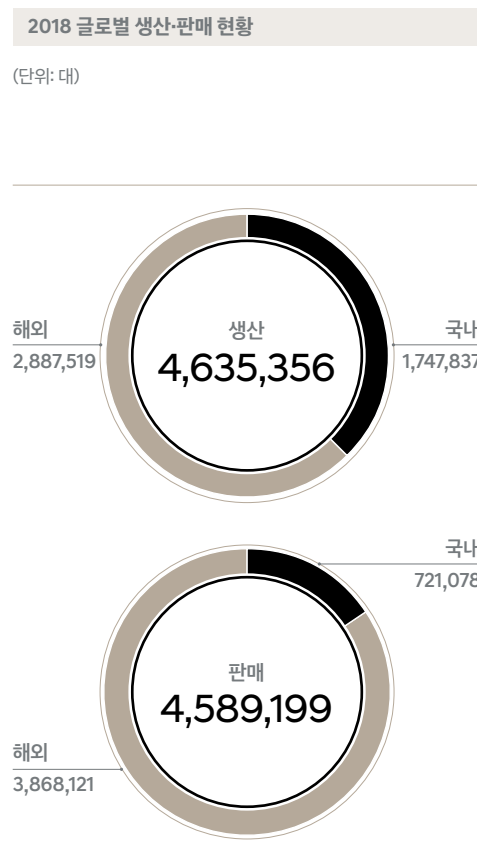
## Company Overview

# Smart mobility solution provider

현대자동차는 1967년 설립 이래 끊임없이 가능성에 도전하며 고객에게 새로운 경험과 가치를 제공하는 삶의 동반자로 함께 나아가고 있습니다. 대한민국을 대표하는 글로벌 브랜드로서 새로운 도약의 발판이 될 미래 혁신 기술 리더십을 확보하며 자동차 산업의 변화를 주도해 나가겠습니다.

### 현대자동차 소개

일반 현황	
회사명	현대자동차주식회사
대표이사	정몽구, 정의선, 이원희, 하연태
임직원	123,921명
업종	제조업 (자동차 제조 및 판매 등)
설립일 (상장일)	1967년 12월 29일 (1974년 06월 28일)
총자산	180조 6,558억 원
매출액	96조 8,126억 원
생산대수	4,635,356 대
신용등급	한국기업평가: AAA 나이스신용평가: AAA 한국신용평가: AAA Moody's: Baa1 S&P: BBB+



\* 2018년 말 기준, K-IFRS 연결재무제표 기준

### 2018 글로벌 판매 상위차종

(단위: 대)



투싼

577,662



아반떼

702,497



엑센트

362,315



쏘나타

315,507



싼타페

282,682

\* 2018년 말 기준

### Global Network

현대자동차는 해외 주요 시장에 생산공장과 기술연구소, 디자인 센터를 운영하고 있으며, 세계 200여 개국에 구축한 6,200여 개의 판매 네트워크를 통해 전 세계 고객에게 자동차와 함께하는 행복한 삶을 선사하고 있습니다.

\* 2019년 5월 기준

#### Asia & Pacific

- 1 남양 종합기술연구소/현대디자인센터
- 2 중앙연구소
- 3 마북 환경기술연구소
- 4 남양연구소 종합주행시험장
- 5 울산공장
- 6 아산공장
- 7 전주공장
- 8 현대자동차그룹(중국) 유한공사(HMGC)
- 9 중국생산·판매법인(북경현대기차: BHMC)
- 10 중국기술연구소(HMTC)
- 11 사천현대기차(CHMC)
- 12 사천현대제품개발연구센터
- 13 일본기술연구소(HMJ R&D)
- 14 일본판매법인(HMJ)
- 15 인도권역본부(HMI HQ)
- 16 인도기술연구소(HMIE)
- 17 상용베트남법인(HTCV)
- 18 승용베트남법인(HTMV)
- 19 호주판매법인(HMCA)
- 20 아태권역본부(HMAP HQ)
- 21 현대수선증고차
- 22 북경경현
- 23 대만사무소
- 24 중국금형법인
- 25 북경사무소
- 26 상해구매사무소
- 27 GMC(Genesis Motor China)

#### Middle East & Africa

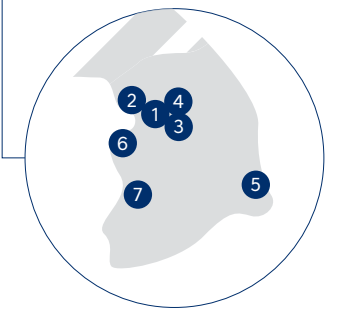
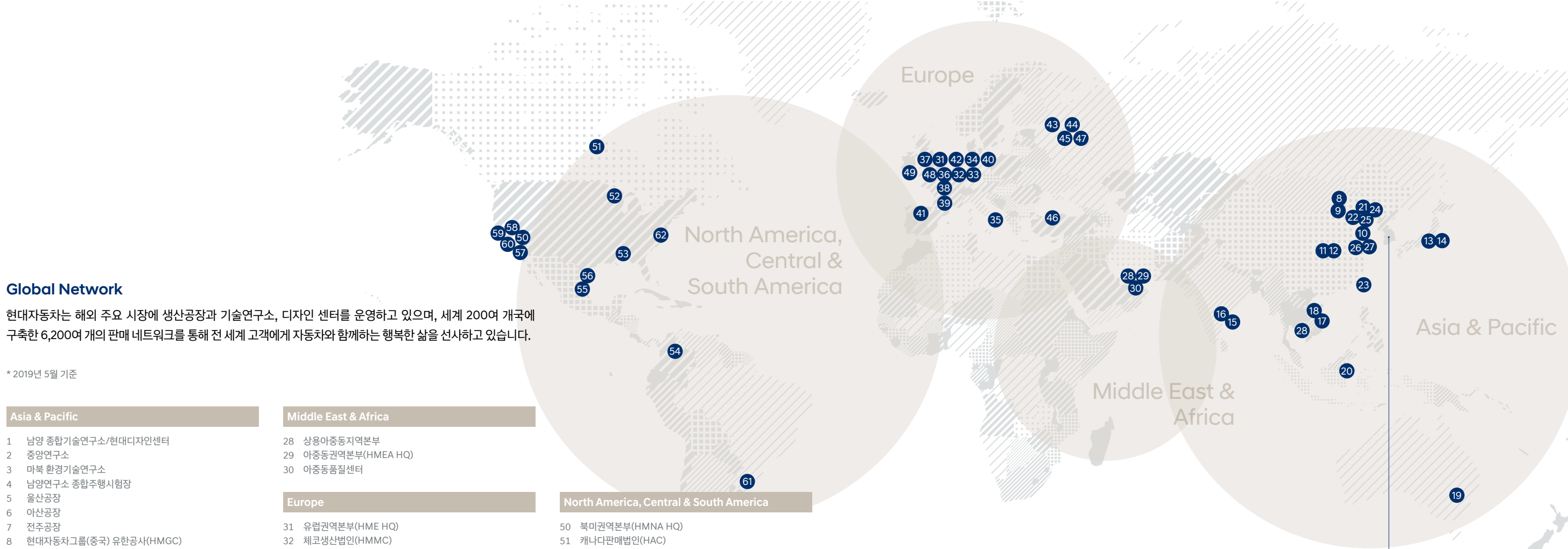
- 28 상용아중동지역본부
- 29 아중동권역본부(HMEA HQ)
- 30 아중동품질센터

#### Europe

- 31 유럽권역본부(HME HQ)
- 32 체코생산법인(HMMC)
- 33 체코판매법인(HMCZ)
- 34 현대모터스포츠편인(HMSG)
- 35 이탈리아판매법인(HMCI)
- 36 독일판매법인(HMD)
- 37 영국판매법인(HMUK)
- 38 프랑스판매법인(HMF)
- 39 유럽기술연구소(HMETC)/현대유럽디자인센터(HEDC)
- 40 폴란드판매법인(HMP)
- 41 스페인판매법인(HMES)
- 42 네덜란드판매법인(HMNL)
- 43 러시아판매법인(HMCIS)
- 44 러시아생산법인(HMMR)
- 45 상용러시아판매법인(HTBR)
- 46 터키생산법인(HAOS)
- 47 러시아권역본부(HMR&CIS HQ)
- 48 브뤼셀사무소
- 49 유럽품질센터

#### North America, Central & South America

- 50 북미권역본부(HMNA HQ)
- 51 캐나다판매법인(HAC)
- 52 미국기술연구소(HATCI)
- 53 미국생산법인(HMMA)
- 54 상용중남미지역본부
- 55 멕시코판매법인(HMM)
- 56 T/CHASSIS 멕시코생산법인(HYMEX)
- 57 T/CHASSIS 미국판매법인(HT)
- 58 미국기술연구소(주행시험장)
- 59 미국판매법인(HMA)
- 60 현대미국디자인센터(HADC)
- 61 중남미권역본부(HMCSA HQ)
- 62 현대와싱턴사무소



## Management Philosophy

### 경영철학

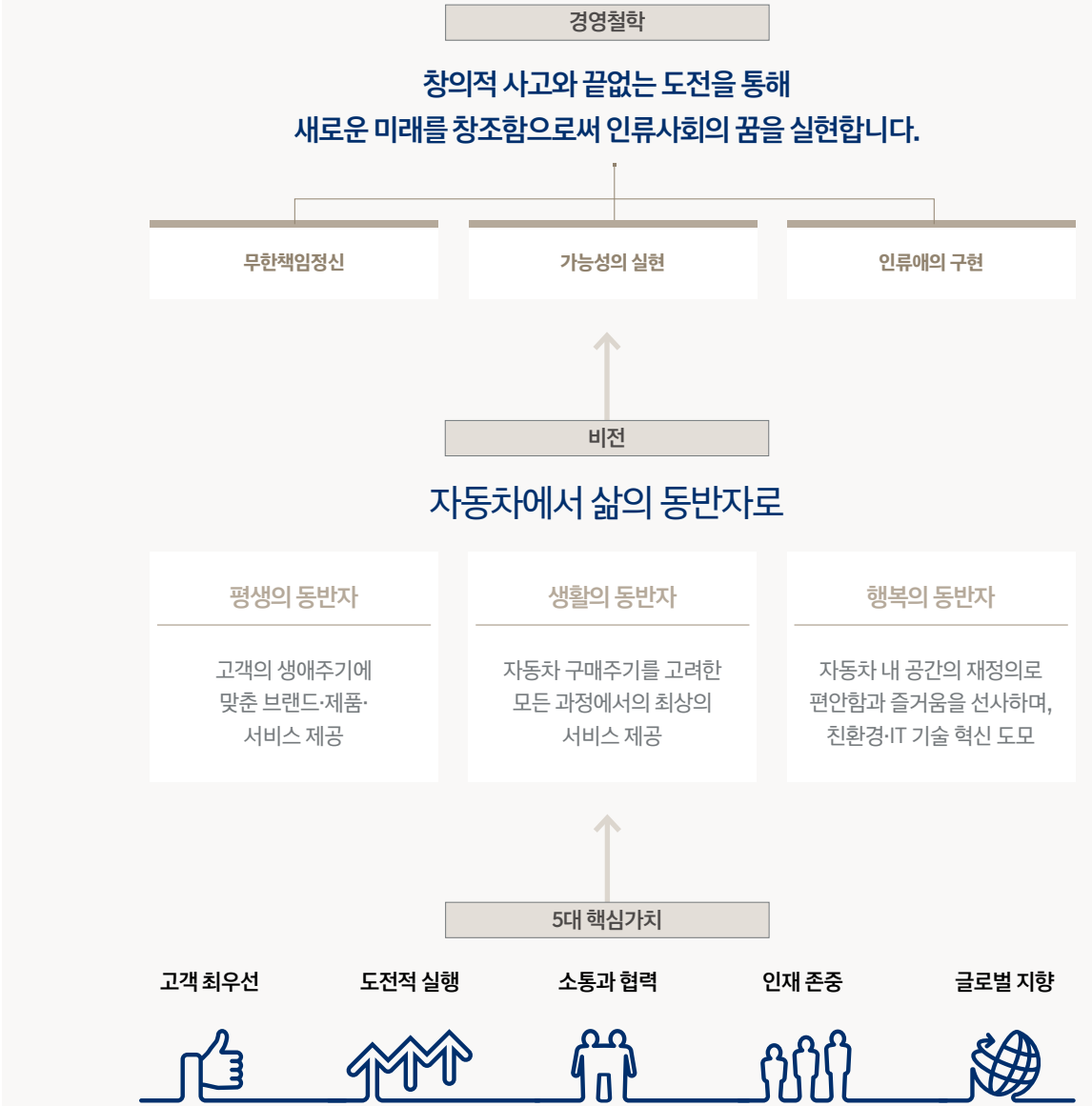
현대자동차는 “창의적 사고와 끝없는 도전을 통해 새로운 미래를 창조함으로써 인류사회의 꿈을 실현합니다.”라는 경영 철학을 세우고 이를 통해 경영활동을 영위하고 있습니다. 이는 그룹 차원에서 계승되어 온 정신과 가치인 ‘무한책임 정신’, ‘가능성의 실현’, ‘인류애의 구현’ 등 3가지의 핵심 키워드를 바탕으로 하는 것입니다.

### 경영철학

#### 3대 핵심 키워드



### 경영철학·비전·핵심가치 체계도



Vision & Values

# Lifetime partner in automobiles and beyond

비전

현대자동차는 '자동차에서 삶의 동반자로'를 핵심 비전으로 삼고, 이를 실천하기 위해 인간 중심적이고 환경 친화적인 혁신 기술과 포괄적 서비스를 기반으로 최상의 이동성을 구현할 것입니다. 이를 통해 더욱 편리하고 즐겁게 삶을 영위할 수 있는 새로운 공간을 제공하고자 합니다.

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



핵심가치

현대자동차는 임직원의 사고와 행동에 체화된 신념을 분석해 현대자동차 특유의 성공 인자를 추출해 내고, 여기에 미래지향적이며 지속가능한 가치요소를 포함시켜 고객 최우선, 도전적 실행, 소통과 협력, 인재 존중, 글로벌 지향의 5대 핵심가치를 선정하였습니다.

현대자동차는 구성원에게 제시된 구체적인 실천 규범인 5대 핵심가치를 중심으로 경영철학과 비전을 달성할 것입니다. 5대 핵심가치를 바탕으로 삼아 경영활동은 물론 임직원들의 의사 결정과 일상 업무를 행할 것입니다. 이를 통해 구성원들의 공동체 의식과 결속력을 높이고, 지속가능한 성장과 발전의 근간을 형성하고자 합니다.

- 

**고객 최우선**

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

**도전적 실행**

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

**소통과 협력**

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

**인재 존중**

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

**글로벌 지향**

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

# 2018 Highlights

# 2

변화가 일상화되고 업종간 경계가 사라진 오늘날, 자동차 산업도 제조업에만 머물 수 없습니다. 따라서 현대자동차는 2018년 스마트 모빌리티 솔루션 제공업체로의 전환을 결정하고 도시와 생활의 혁신을 이끌고자 다양한 노력을 경주하였습니다. 동시에 이해관계자 모두와 더불어 성장하는 공유가치 창출에도 만전을 기하며 새로운 미래를 준비하였습니다.



## New Milestones

### GLOBAL GROWTH

최근 급성장하는 브랜드들은 고객에 대한 깊은 이해를 바탕으로 대담하면서도 독창적인 활동을 전개하며 새로운 가치를 제안하는 특징을 갖고 있습니다. »

Interbrand

### OUR RESPONSE

고객의 시간을 가치있게 만드는 (Connecting people with quality time) 브랜드가 되겠습니다. »

글로벌 브랜드로서 이룬 성과가 지닌 CSV적 가치

- 글로벌 수상을 통한 브랜드 경쟁력 제고
- 중대재해율 0% 달성을 통한 사업경쟁력 고도화
- 신차 출시를 통한 성장 모멘텀 강화

현대자동차의 가치



사회적 가치

- 고객에게 고품질의 제품 및 서비스 제공
- 안전하고 쾌적한 근무환경 조성
- 고객 편의성 및 접근성 확대

# #COMPLETE PRODUCT LINE-UP

## SUV 라인업의 새로운 기준을 제시합니다

글로벌 경기 둔화와 자동차 시장의 치열한 경쟁 속에도 SUV의 성장세는 독보적입니다. 자동차가 이동수단을 넘어 일상을 함께하는 공간으로 재해석되면서 소비자들의 다양한 취향을 겨냥한 SUV가 사랑받고 있는 것입니다.

2018년 12월 출시된 대형 SUV 팰리세이드는 고급화된 디자인, 안락한 실내 공간, 다양한 편의사양과 커넥티비티 기술 등으로 궁극의 패밀리카를 지향합니다. 뛰어난 디자인과 상품성, 경쟁력 있는 가격에 힘입어 2019년 1분기에만 1만 8천여 대가 판매되며 국내 시장에서 대형 SUV 열풍을 이끌고 있습니다. 현대자동차는 2019년 하반기에도 엔트리 SUV 베뉴, 럭셔리 대형 SUV GV80를 출시할 예정입니다. 베뉴와 코나, 투싼, 싼타페, 그리고 팰리세이드와 GV80까지 SUV 전반을 아우르는 라인업을 구축하여 회사의 성장을 위한 동력을 확보하는 한편, 고객을 위한 새로운 라이프스타일을 제안하겠습니다.



**Beauchene 부부는  
도움이 필요한 아이들에게 가족이라는,  
가장 소중한 선물을 주었습니다.**

앞으로 그들이 만들어갈 추억, 새로운 모험에  
안전하고 편안한 팰리세이드가 함께할 것입니다.  
새롭게 결성된 이 가족에게 팰리세이드가  
최고의 선물이 되길 기대합니다.

**Dean Evans**

Chief Marketing Officer, 현대자동차 미국판매법인

6명의 자녀를 다 키우고 'Empty Nest'로 여유로운 삶을 준비하던 Michelle Beauchene, Don Beauchene 부부. Michelle이 일하는 어린이집에서 위탁아 Lily를 만나면서 계획은 완전히 바뀌었습니다. Lily를 입양하기로 결정한 그들은 Lily의 친모가 곧 낳을 동생 Lucy도 입양하기로 했습니다. 게다가 뉴스에 나온 Jamie가 Lily와 매우 닮아 알아본 결과, Jamie는 Lily의 언니였고 오빠 Jeremiah도 있었습니다. 부부는 이들과도 한 식구로 받아들였습니다. 6명의 자녀를 독립시키고 새로운 자녀 4명을 맞이한 축복의 가정에 현대자동차미국법인(HMA)은 미국을 달릴 첫 번째 팰리세이드를 선물했습니다.

# WORLD'S #BEST IN QUALITY

## 럭셔리 브랜드의 새로운 가능성을 열어갑니다

“A Star is born!” 세계적인 자동차 전문지인 모터트렌드는 G70를 ‘2019 올해의 차’로 선정하고 ‘신생 럭셔리 브랜드가 중앙 무대로 강력하게 파고들었다’는 기사를 게재하며 새로운 스타의 탄생을 알렸습니다. 1949년 창간 이래 한국 자동차를 선택한 것은 처음입니다. 제네시스 브랜드도 J.D.파워 ‘2018 신차품질 조사’ 2년 연속 고급차 부문 1위, 미국 컨슈머리포트 ‘2018 브랜드 성적표’ 1위를 달성하며 최고의 기록을 이어갔습니다.

2015년 11월 런칭한 제네시스가 비교적 짧은 역사에도 불구하고 글로벌 프리미엄 브랜드로 인정받을 수 있었던 것은 현대자동차의 세계적인 품질과 기술력, 그 정점에 선 브랜드이기 때문입니다. 제네시스는 또한 디자인과 상품성에서도 오랜 역사를 지닌 프리미엄 브랜드들과 대등하게 경쟁하며 성장 가능성을 입증해 왔습니다. 전통을 뛰어넘는 수작 제네시스, 럭셔리 브랜드의 새로운 길을 개척합니다.



J.D.파워 신차품질조사에서 2년 연속 최고의 성적을 낸 것은 제네시스가 소비자로부터 신뢰받는 브랜드로 성장하기 위해 끊임없이 노력한 결과입니다.

항상 고객을 최우선으로 두고, 최고의 품질을 위해 타협하지 않는 브랜드로 발전하겠습니다.

Manfred Fitzgerald  
현대자동차 제네시스사업부

### 2018년 품질 관련 수상 리스트\*

한국산업의 고객만족도(KCSI) 일반/RV 승용차 부문 1위	한국품질만족지수(KS-QEI) 준중형/중형/RV/자동차 AS 부문 1위	미국 J.D.파워 ‘2018 내구품질조사’ 일반브랜드 부문 3위	그린플릿 어워즈 선정 올해의 전기자동차 제조사
BBC 탑기어 선정 올해의 자동차 메이커	아웃도자이툰 오토 트로피 2018 선정 가장 혁신적인 브랜드	제네시스, J.D.파워 ‘2018 신차품질조사’ 고급차 부문 1위	제네시스, J.D.파워 ‘2018 신차 상품성 및 디자인 만족도 조사’ 1위

\* 제네시스 브랜드 포함

# LEADING #GLOBAL BRAND

## 고객들의 시간을 가치 있게 만들어 주는 브랜드로 거듭나겠습니다.

변화와 혁신이 일상화된 4차 산업혁명의 시대. 세계적인 브랜드라도 그 흐름을 따르지 못한다면 가치를 잃게 됩니다. 현대자동차는 2005년 글로벌 브랜드 컨설팅 업체인 인터브랜드(Interbrand)가 선정하는 '글로벌 100대 브랜드'에 처음 이름을 올린 이후, 지난 14년간 꾸준한 상승세를 유지하고 있습니다.

2018년에는 특히, 4년 연속 종합 브랜드 30위권 진입에 성공하였으며, 브랜드 가치 또한 역대 최고치인 135억 달러를 달성했습니다. 업계는 현대자동차의 브랜드 가치가 지속적으로 성장하는 요인으로 자동차 제조사를 넘어 모빌리티 서비스 공급자로서의 사업 영역을 확장해가는 점과, 2018 평창 동계올림픽 및 동계패럴림픽 기간 동안 '현대자동차 파빌리온(Hyundai Pavilion)'을 운영하는 등 기존에 시도하지 않은 방식으로 혁신적인 고객 경험을 제공하는 점을 주목합니다. 이제 현대자동차는 '휴머니티를 향한 진보'라는 비전 하에, 고객에게 가치 있는 시간을 선사하는 브랜드이자, 고객에게 가장 사랑받는 브랜드로 성장하겠습니다.

현대자동차는 상품 중심의 경험을 넘어 모빌리티를 둘러싼 전체 고객 경험의 차별화를 통해 더욱 혁신적이고 창의적인 브랜드로 성장하겠습니다.



현대자동차 파빌리온은 미래 모빌리티가 가져올 미래 사회를 체험하는 공간입니다. 무한한 에너지원인 수소를 '우주(Universe)'로 구현하기 위해 세상에서 가장 검은 특수 재료를 건축물 외관에 적용하였고, 내부는 미래 모빌리티의 새로운 씨앗을 물방울로 형상화한 전시관으로 이루어져 있습니다. 2018년 평창에서 올림픽과 패럴림픽이 열린 기간 동안 누구나 자유롭게 미래의 가능성을 오늘의 일상에서 체험할 수 있도록 운영된 현대자동차 파빌리온은 모든 이가 공정하고 평등하게 경쟁하는 올림픽 정신, 무한하고 평등한 수소에너지의 가능성과 그 맥을 같이 합니다.

# ACHIEVING #ZERO ACCIDENTS

## 안전문화의 새로운 지평을 열어갑니다

현대자동차의 혁신과 도약은 안전한 생산현장에서부터 시작됩니다. 2018년 현대자동차는 전 세계 사업장에서 중대재해 'Zero'를 목표로 안전 리더십 강화, 중대재해에 대한 선제적 예방활동 강화, 사업장 안전관리 책임 강화를 중점적으로 추진했습니다. '9대 안전 골든룰'을 지속적으로 추진하며 중대재해 재발을 방지하였고, 안전관리 핵심성과지표(KPI)를 보다 강화된 정부 정책 및 글로벌 스탠더드를 반영해 개정했으며, 사고 위험이 높은 공정·공사에 대해서는 특별안전점검을 실시하여 위험요인을 사전에 제거하였습니다.

이러한 노력에 힘입어, 현대자동차는 2017년에 이어 2년 연속 국내외 모든 사업장에서 중대재해율 0%라는 값진 성과를 거두었습니다. 특히 터키법인(HAOS), 브라질법인(HMB), 사천현대기차(CHMC)에서는 단 한 건의 산업재해도 발생하지 않았습니다. 이처럼 안전은 현대자동차의 기업문화이자 경쟁력으로 글로벌 사업장 곳곳에 자리잡고 있습니다.



터키에는 현대자동차를 비롯해 여러 글로벌 자동차 기업들의 생산거점이 있어, 이들 사이에 보이지 않는 경쟁이 치열합니다. 경쟁에서 앞서기 위해 빠른 성장보다 바른 성장을 택했고, 그 중심에 안전을 두었습니다. 그 결과, 2년 연속 무재해 사업장이라는 값진 기록을 세울 수 있었습니다.

**앞으로도 안전을 최우선의 가치로 더욱 세심하고 철저하게 관리함으로써 'Zero'의 기록을 이어가겠습니다.**

Samil Unlu

Safety & Environment Team Manager, 현대자동차 터키법인



# New Forms of Mobility

## GLOBAL CHANGE

글로벌 모빌리티 시장은  
기술의 발전과 함께 공유경제 확산에 따라  
급성장하며 기존과 확연히 다른  
근원적인 변화를 요구하고 있습니다. »

## OUR RESPONSE

스마트 모빌리티 솔루션 제공업체로의  
성공적 전환을 통해 미래 모빌리티 시장을  
선도하고 도시와 생활의 혁신을  
이끌겠습니다. »

미래 모빌리티 시장 선점을 위한  
노력이 지닌 CSV적 가치

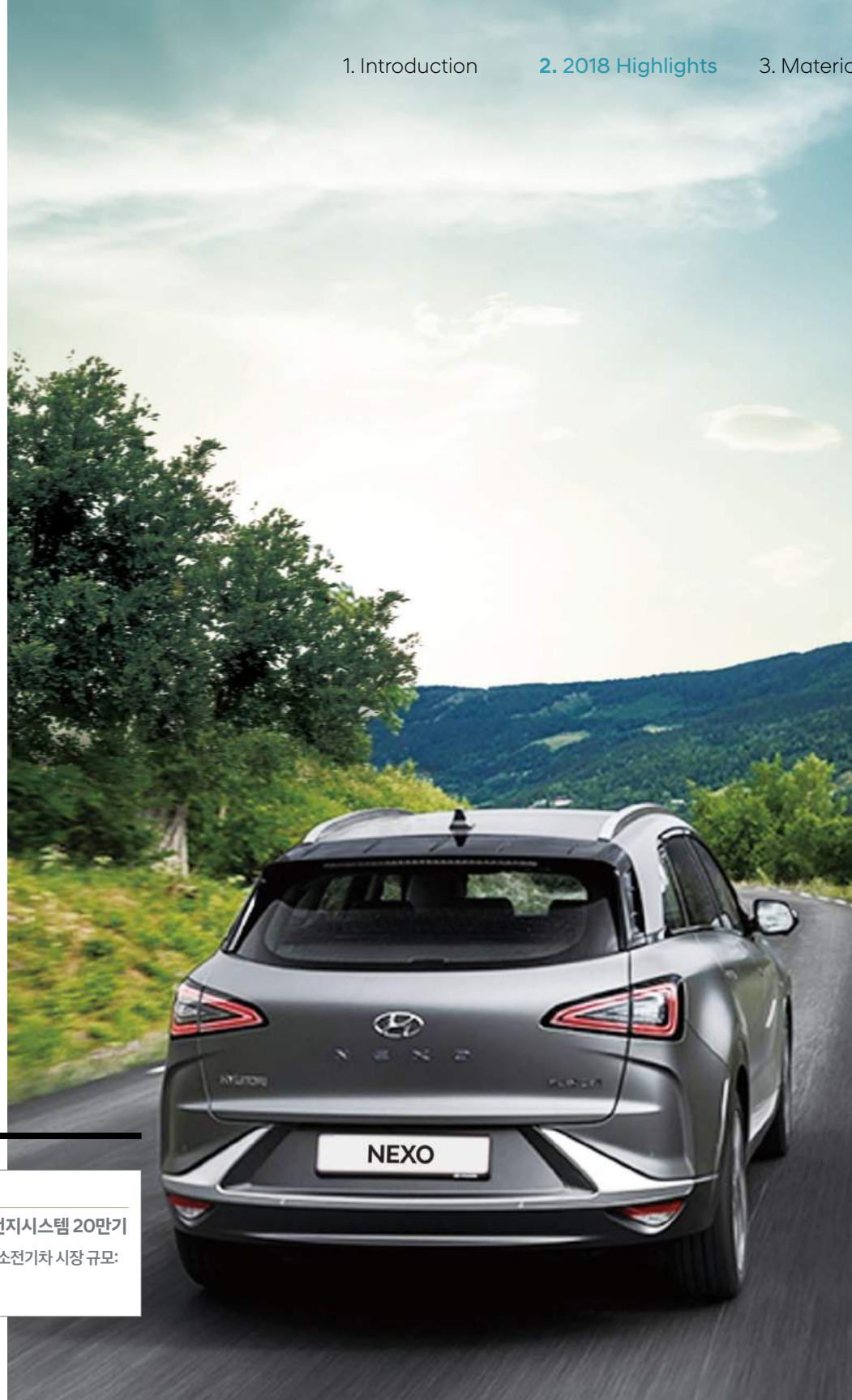
- 미래 성장동력 확보
  - 수소전기차 시장 선점 및 기술 주도권 확보
  - 제품의 안전성 및 편의성 증대
  - 오픈 이노베이션에 기반한 협력을 통한 성장
- 현대자동차의 가치



- 사회적 가치
- 미래 모빌리티 접근성 및 기회 제공
  - 환경 오염물질 배출 저감 및 신에너지 사회 실현
  - 교통약자의 이동성 개선 및 교통사고 예방
  - 혁신 스타트업 생태계 지원

# #GREEN

## Driven by hydrogen energy



### 수소로 움직이는 미래를 앞당깁니다

인간의 경제적 욕구를 충족시키기 위한 무분별한 개발은 혹독한 대가를 치르고 있습니다. 온실가스와 폐기물이 지구의 기능을 훼손시키고 있으며, 기후변화가 전 지구적인 이슈가 된 이때, 현대자동차는 고갈될 화석연료 대신 무한한 자연에너지인 수소에서 지속가능한 미래를 열 열쇠를 찾았습니다. 수소는 고갈될 우려가 없고 유해물질을 배출하지 않는 공극의 친환경 에너지입니다. 특히 수소전기차(FCEV)는 매연을 내뿜지 않을뿐더러 미세먼지 같은 공기 중 오염물질을 정화합니다. 달릴수록 공기가 깨끗해지는 기술은 이산화탄소를 흡수하고 산소를 배출하는 나무, 즉 자연의 섭리와 유사합니다.

2018년 12월 현대자동차그룹이 발표한 'FCEV 비전 2030'은 수소사회를 선도할 현대자동차의 로드맵입니다. 이에 따라 현대자동차그룹은 2030년까지 수소경제 연구개발 및 설비 확대에 약 8조 원을 투자하고 국내에 연간 50만대 규모의 수소전기차 양산체제를 구축하여 5만여 개의 신규 일자리를 창출할 것입니다. 최근 수소경제사회를 향한 움직임이 활발한 가운데, 2050년 전 세계적으로 수소와 관련된 산업 분야에서 연간 2조 5,000억 달러 규모의 시장 가치가 창출될 것으로 예상됩니다<sup>1)</sup>.

다양한 생명체가 공존하는 세상에서 인간의 책임은 결코 가볍지 않습니다. 깨끗하고 누구에게나 평등한 수소를 에너지원으로 움직이는 세상을 만들어간다는 신념으로 FCEV 비전 2030의 실현을 통해 수소사회의 새로운 장을 열겠습니다.

<sup>1)</sup>출처: 맥킨지 '수소경제 사회 구현을 위한 로드맵'

#### 현대자동차그룹 수소전기차 생산 계획

2020년 1.1만대	2022년 4만대	2025년 13만대	2030년 50만대 + 연료전지시스템 20만기 2030년 글로벌 수소전기차 시장 규모: 약 200만대
----------------	--------------	---------------	---

수소전기차 개발 연혁



수소전기차 분야를 선도하는 First Mover

누구도 쉽게 점칠 수 없는 성공이었지만 현대자동차는 멈추지 않았습니다. 1998년부터 20여년 동안 한결같이 수소연료전지 연구개발에 집중했고, 그 결과 2013년 세계 최초로 투싼ix 수소전기차를 양산했으며, 2018년 마침내 친환경과 미래기술이 집약된 차세대 수소전기차 '넥쏘'를 세상에 선보였습니다. 신규 수소연료전지 시스템을 기반으로 다양한 첨단기술이 적용된 넥쏘는 수소전기차 최초로 유로 NCAP(European New Car Assessment Programme)에서 가장 높은 '별 다섯(★★★★★)' 등급을 획득하는 등 이미 글로벌 시장에서 안전하고 효율적인 친환경 자동차로 각광받고 있습니다. 또한 미국의 자동차 전문 미디어 워즈오토(WardsAuto)가 선정하는 '2019 세계 10대 엔진'에 넥쏘의 수소전기 파워트레인이 선정되며 수소전기차 분야의 First Mover로서 앞선 기술력을 입증하였습니다.

현대자동차는 수소전기차의 대중화를 위한 인프라 구축에도 앞장서고 있습니다. 현재 국내 수소충전소는 주유소에 비하면 많이 부족한 상태입니다. 따라서 정부는 2022년까지 수소충전소를 310기로 확대한다는 계획을 세웠으며, 현대자동차가 힘을 더하고 있습니다. 2019년 4월 12일, 친환경 수소충전소인 'H 스테이션 2기'<sup>1)</sup>를 고속도로 휴게소에 건설한 현대자동차는 연말까지 도심<sup>2)</sup>과 고속도로 휴게소<sup>3)</sup>에 각 4기를 추가로 구축하여 총 8기의 H 스테이션을 구축할 예정입니다.

현대자동차가 직접 투자하고 구축한 H 스테이션 외에도 수소충전소 인프라 확대를 위한 특수목적법인 '수소에너지네트워크'에 출자해 수소충전소 건립을 위한 적극적인 지원을 이어가고 있습니다.

<sup>1)</sup> 안성(상행), 여주      <sup>2)</sup> 도심: 서울 영등포구(국회), 서울 강동구, 부산 사상구, 인천 남동구  
<sup>3)</sup> 고속도로 휴게소: 안성(상행), 여주, 함안, 하남



수소에너지네트워크는 2022년까지 수소충전소 100기를 구축한 뒤, 향후 10년간 운영을 맡아 수소충전소 구축 및 운영에 있어서 성공적인 비즈니스 모델을 수립할 계획입니다. 수소전기차의 새로운 역사를 쓰며 수소전기차의 대중화를 선도해 온 현대자동차. 편리하고 안전한 수소충전소 구축에서도 앞서 나가며 수소 에너지의 환경적·경제적 가치를 실현하겠습니다.

수소사회 실현을 위해 협력하는 Global Player

현대자동차는 수소사회 실현을 위해 글로벌 협력의 폭을 넓히고 있습니다. 2018년 6월, 현대자동차그룹은 수소전기차 시장의 주도권을 확보하기 위해 독일 폭스바겐그룹의 아우디와 수소전기차의 특허 및 주요 부품을 공유하고 향후 기술 협업을 확대하기로 합의했습니다. 2019년 4월에는 스위스 수소 에너지기업 H<sub>2</sub>Energy와 2019년부터 7년간 수소전기 대형 트럭 1,600대를 유럽 시장에 공급하는 계약을 체결했으며, 2018년 10월에도 프랑스의 세계적인 가스업체인 에어리퀴드(Air Liquide), 다국적 에너지기업 엔지(Engie)와 수소전기차 및 수소충전소 보급 확대를 위한 양해각서를 맺고 2025년까지 수소전기차 5천대를 프랑스에 수출하겠다는 목표를 제시했습니다.

현대자동차는 또한 2017년부터 수소에 대한 장기적인 비전을 제시하는 국제 협의기구인 수소위원회 공동의장사로 활동하고 있으며, 2019년 1월 정의선 현대자동차그룹 수석부회장이 공동의장으로 새로 선임되었습니다. 앞으로도 현대자동차는 글로벌 기업들과 협력하고 경쟁하며 수소 에너지로의 패러다임 전환을 선도해 나가겠습니다.





## 태양광으로 달리는 자동차 시대를 엽니다

자동차 산업은 세계 각국의 엄격한 환경 규제에 직면해 있습니다. 최근 국가별 자동차 배출가스 및 연비기준치가 상향 조정되고 있으며, 한국에서도 2020년까지 온실가스 배출 및 연비에 있어서 각각 97.0g/km, 24.3km/l의 기준을 충족해야 합니다. 고객도 변화합니다. 환경문제에 대한 우려와 관심이 커져감에 따라 '친환경'은 글로벌 트렌드이자 소비자의 지갑을 여는 키워드가 되었습니다. 특히 환경에 대한 인식이 강한 밀레니얼 세대를 중심으로 윤리적 소비의 움직임이 확산되고 있습니다. 따라서 기업과 사회의 지속가능한 성장을 위해 친환경 기술은 반드시 확보되어야 합니다. 그러한 노력의 일환으로 2018년 현대자동차는 솔라시스템 개발에 성공하며 다시 한번 환경 리스크를 새로운 성장의 기회로 전환하였습니다.

솔라시스템은 자동차에 설치한 태양광 패널로 배터리를 충전하는 기술입니다. 태양광을 자동차의 메인 동력으로 사용하지는 않지만 친환경 자동차의 배터리를 충전하거나 내연기관 자동차 동력을 돕는 보조 동력으로 활용합니다. 현대자동차는 친환경 차종에 적용하는 1세대 실리콘형 솔라루프를 시작으로 내연기관 자동차에도 장착될 2세대 반투명 솔라루프, 3세대 차체형 경량 솔라리드까지 양산할 계획입니다. 연비 향상과 연료 절약은 물론, 운전자 사용 편의성과 친환경 소비에 대한 욕구충족까지, 솔라루프는 고객에게 차원이 다른 혜택을 선사할 것입니다.

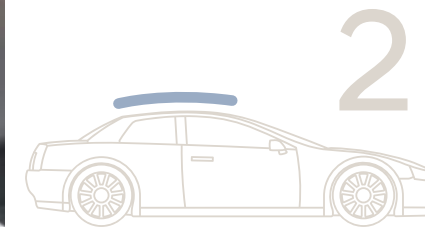


# #GREEN

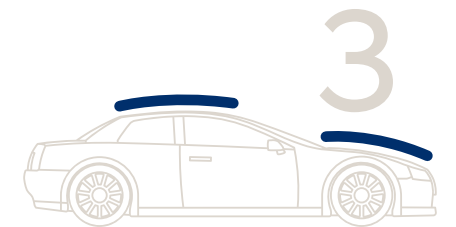
Powered by solar energy



**1세대**  
**실리콘형 솔라루프**  
친환경 자동차에 적용  
2019년 7월 신형 쏘나타 하이브리드에 적용 예정



**2세대**  
**반투명 솔라루프**  
내연기관에 적용  
세계 최초 양산 성공을 목표로 개발 중



**3세대**  
**솔라리드**  
친환경 자동차에 적용  
선행연구 단계

**솔라시스템 구성 및 기대 효과**

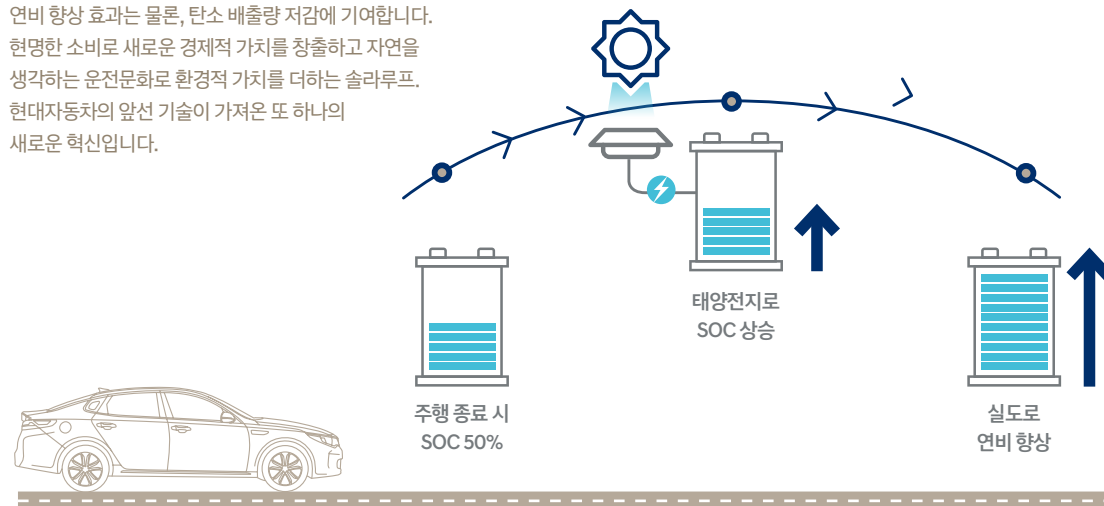


**태양광 에너지로 더욱 빛날 쏘나타 하이브리드**

1세대 솔라루프를 장착할 첫 주자는 새로운 디자인과 첨단기술로 2019년 7월 새롭게 태어날 쏘나타 하이브리드입니다. 현대자동차의 친환경 혁신기술이 대거 적용된 신형 쏘나타 하이브리드는 기존 모델 대비 10% 이상의 연비 향상을 목표로 하고 있으며, 나아가 차량의 지붕에 설치된 태양광 패널로 연료 효율성을 극대화한 것이 특징입니다. 신형 쏘나타 하이브리드는 솔라루프에서 생산되는 전력으로 1년에 약 1천 300km를 주행할 수 있습니다. 독자적 기술로 만들어 독보적 상품성을 갖춘 솔라루프. 1세대 솔라루프 양산을 계기로 2세대, 3세대로 발전해 나가며 태양광 자동차 분야에서도 'First Mover'의 진면목을 보이겠습니다.

**솔라시스템 연비 향상 효과**

1세대 솔라루프 시스템을 적용할 경우, 여름철에는 하루 58%까지, 겨울철에도 하루 30%까지 배터리 충전이 가능합니다. 태양광으로 충전된 배터리로 달리는 자동차는 연비 향상 효과는 물론, 탄소 배출량 저감에 기여합니다. 현명한 소비로 새로운 경제적 가치를 창출하고 자연을 생각하는 온전문화로 환경적 가치를 더하는 솔라루프. 현대자동차의 앞선 기술이 가져온 또 하나의 새로운 혁신입니다.



**태양광 발전으로 날개를 단 현대자동차 생산공장**

친환경 자동차 개발은 물론 생산도 친환경적으로! 현대자동차는 2018년 8월 울산시와 한국수력원자력, 현대커머셜과 다자간 협약(MOU)을 체결하고 대규모 태양광 발전 사업을 추진하기로 했습니다. 태양광 발전 시스템은 현대자동차 울산공장 내 완성차 대기장 등 약 8만 평(264,463m<sup>2</sup>) 부지를 활용해 구축됩니다. 기존 용도를 유지하면서 태양광 패널 지붕을 설치해 환경 훼손을 최소화하는 방식입니다. 2020년까지 2단계 공사로 27MW급 태양광 발전 시스템이 완공되면 연간 3,500만kWh의 전기 생산이 가능하며, 이는 1만여 가구가 1년간 사용할 수 있는 규모입니다. 2013년 아산공장에 연간 1,150만kWh 전력을 생산하는 지붕형 태양광 발전 시스템을 구축한 현대자동차는 울산공장에도 동일한 시스템을 도입하여 친환경 생산공장의 명성을 이어가고 있습니다.

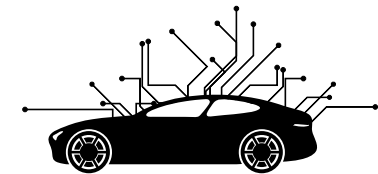


### 연결의 기술로 일상을 바꾸다



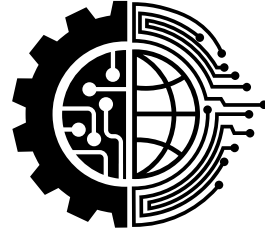
거주 공간과 이동수단을 연결하는 기술은 우리의 라이프스타일을 바꾸고 창조합니다. 그중 집에서 자동차 실내환경을 제어하는 홈투카(Home to Car), 자동차에서 집 안 기기를 제어하는 카투홈(Car to Home) 서비스는 끝없이 진화할 커넥티드 카의 첫 단추입니다. 2018년 현대자동차는 집에서 인공지능 스피커로 차량 시동을 걸고 내부 온도를 설정하는 홈투카 서비스를 신형 투싼 모델에 적용했습니다. 이어 2019년 3월에는 새롭게 선보인 쏘나타에 음성인식 대화형 비서 카투홈 서비스를 최초 적용했습니다. 편리하고 스마트한 자동차와 쾌적하고 안전한 집을 24시간 연결하는 최첨단 기술이 우리의 일상을 바꿉니다.

### 글로벌 IT기업들과 내일을 준비하다



업종간 경계가 사라지는 4차 산업혁명 시대. 현대자동차는 연결과 협력에서 보다 스마트한 성장의 답을 찾고 있습니다. 특히 자동차가 삶을 나누는 공간으로 진화하기 위해서는 첨단 ICT 기술로 무장한 글로벌 IT기업과의 협력이 반드시 필요합니다. 이미 2002년부터 한국·미국·중국·캐나다의 우수 통신기업들과 파트너십을 맺고 초연결서비스를 제공해온 현대자동차는 2018년 11월, 유럽 최대 통신기업인 보다폰(Vodafone)과 손잡고 2019년 유럽에서 커넥티드 카 서비스 런칭을 완료하였습니다. 다양한 산업이 만나 창조되는 미래 기술은 고객의 기대를 넘어선 새로운 가치를 전할 것입니다.

# #CONNECT



현대자동차 미래 혁신전략

초연결 사회를 준비하는 블루 프린트

현대자동차는 모든 사람이 이동의 자유를 누리는 미래를 꿈꿉니다. 경계도 한계도 없는 미래 모빌리티를 현실화하기 위해 사람 중심의 기술 개발에 주력하며, 비전을 발전시키고 실행 전략을 구체화하고 있습니다. 2019년 1월 미국 라스베이거스에서 열린 CES 2019에서 현대자동차는 '전동화, 커넥티드 카, 오픈 이노베이션' 3대 키워드를 중심으로 미래 모빌리티 비전을 고도화할 부문별 혁신 전략을 발표하며 스마트 모빌리티 솔루션 제공업체로의 전환을 위한 청사진을 제시했습니다.

특히 커넥티드 카 분야에서 고객의 라이프스타일을 더 자유롭게 확장·연결시키겠다는 비전을 담아 '연결의 초월성 (Transcend Connectivity)'을 제시했습니다. 이에 따라 현대자동차는 2023년 글로벌 커넥티드 카 서비스 가입 고객 1천만 명을 확보하고 현대자동차의 모든 모델에 커넥티드 카 서비스를 탑재할 계획입니다. 글로벌 완성차 업체 최초로 커넥티드 카 데이터를 기반으로 구축하게 될 오픈 플랫폼, 오픈 이노베이션 방식의 협업으로 완성하는 새로운 주행경험 등도 초연결사회의 허브가 될 커넥티드 카 분야의 글로벌 리더 전략입니다. 고객의 풍요로운 모빌리티 라이프와 함께 4차 산업혁명을 견인할 미래 기술 확보까지, 현대자동차의 역동적인 질주는 계속됩니다.



사람중심 스마트시티



CONNECTED MOBILITY

글로벌 커넥티드 카 서비스 확대 및 오픈 플랫폼 구축



OPEN INNOVATION

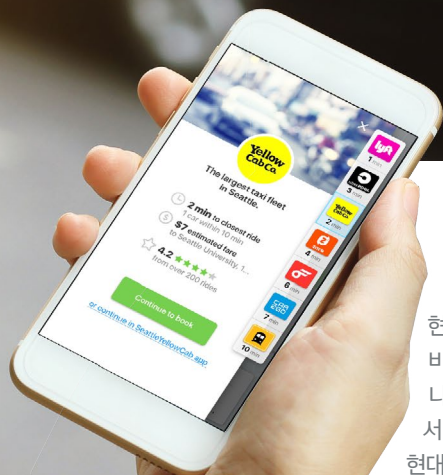
오픈 이노베이션 및 인공지능 혁신 거점 구축



ELECTRIC VEHICLE

전동화(EV) 기반의 개인 맞춤형 모빌리티 경험 제공





### 세계 최대 공유경제 시장 교두보를 확보하다

소유하지 않아도 소비할 수 있는 공유경제는 자동차 산업의 지형을 바꿉니다. 현대자동차는 2018년 9월 미국-유럽-아시아/태평양을 잇는 '모빌리티 비즈니스 벨트'를 구축하며 글로벌 차량공유 시장을 공략할 진영을 갖추었습니다. 세계 최대 공유경제 시장인 미국에서 스마트폰 앱으로 최적의 차량공유 서비스를 연결해주는 모빌리티 서비스 전문업체 미고(Migo)와의 협력을 통해 현대자동차는 미래 모빌리티 시장을 주도할 역량과 기술을 확보할 계획입니다.

### 유럽 도시생활의 친환경 트렌드를 이끈다

1회 충전으로 280km를 주행하는 아이오닉 일렉트릭은 이미 네덜란드 곳곳을 달리는 카셰어링 대표 차량입니다. 현대자동차는 2017년부터 공유경제 인프라를 잘 갖춘 도시인 암스테르담을 중심으로 아이오닉 일렉트릭을 활용한 전기차 카셰어링 서비스를 제공하고 있습니다. 뿐만 아니라 찾아가는 이동식 급속 충전 서비스 등을 제공하며 유럽 고객들에게 보다 큰 이동의 자유를 선사함으로써 선진시장인 유럽에서 기업 이미지를 제고해 나가고 있습니다.



# #SHARE

### 호주 소비자에게 차별화된 가치를 선보이다

현대자동차는 2018년 7월, 독특한 아이디어로 시장을 창출해 가는 카 넥스트 도어(Car Next Door)에 투자하며 호주 공유경제 시장에 본격 진출했습니다. 향후 IoT 기술을 활용한 카셰어링 사업을 추진할 예정이며, 특히 개인간의 거래(P2P)에 기반한 카 넥스트 도어의 비즈니스 모델에 현재 개발중인 '현대 오토 링크' 앱을 더해 현대자동차 고객의 경우, 스마트폰으로 손쉽게 차량공유가 가능한 환경을 구축하여 커넥티드 셰어링을 통한 남다른 고객경험을 선사하고자 합니다.



### 동남아시아 공유경제 생태계를 선도하다

현대자동차는 2018년, 동남아시아 최대 차량 호출 서비스 기업 그랩(Grab)에 대규모의 전략적 투자를 단행했습니다. 빠른 성장이 예상되는 동남아시아 차량공유 시장과 그랩의 가능성을 믿었기 때문입니다. 2019년 1월 시범 서비스를 시작으로 올해 상반기까지 싱가포르를 누빌 코나EV는 총 200대에 달합니다. 향후 동남아시아 내 추가 국가를 선정하여 서비스를 확장할 예정이며, 현지 유력 기업과 전략적 파트너십을 구축하여 시장을 선점할 계획입니다.





### 미래 모빌리티의 무한한 가능성을 제시하다

머지않아 현실이 될 미래 모빌리티는 어떤 모습일까요? 그 미래를 구체화하고 새로운 가능성을 제안하기 위해 현대자동차는 CES(Consumer Electronics Show) 2019에서 '엘리베이트(Elevate) 콘셉트카'를 공개했습니다. 현대자동차의 앞선 로봇 및 전기차 기술이 적용된 엘리베이트는 4개의 바퀴가 달린 로봇다리를 가진 걸어 다니는 자동차입니다. 현대자동차그룹의 오픈 이노베이션 센터인 현대크래들과 미국 디자인 컨설팅 회사 선드버그 페라(Sundberg-Ferar)의 협업으로 탄생한 엘리베이트. 자동차의 한계를 넘어 이동성의 개념을 무한 확장하며 미래 모빌리티의 새로운 지평을 열어갑니다.

▶ 걸어 다니는 자동차 엘리베이트 콘셉트카



### 앞선 기술로 미래 물류산업의 지형을 바꾸다



거대한 트레일러가 결착된 대형 트럭이 국내 최초로 고속도로 자율주행에 성공했습니다. 미국자동차공학회 기준 3단계<sup>1)</sup>의 자율주행기술을 탑재한 현대 엑시언트가 2018년 8월, 현대글로벌비스가 실제로 수출하는 차량부품을 싣고 의왕-인천간 약 40km의 거리를 완주하였습니다. 최소한의 안전 확보를 위한 운전자 개입 외에는 자율주행을 통해 복잡한 고속도로에서 약 1시간여 동안 안정적으로 주행한 것입니다. 자율주행기술의 혜택은 승용차에만 국한되지 않습니다. 특히, 상용차인 화물차에 자율주행 기술이 적용되면 정해진 시간 내 정확한 운송으로 물류산업의 경쟁력은 높아지고 대형 교통사고는 감소하며 대기환경은 개선될 것입니다. 전통 산업이 첨단기술 산업으로 거듭나는 혁신에서도 현대자동차가 또 한번 앞서 나가겠습니다.

▶ 현대자동차 자율주행트럭 시연 성공

<sup>1)</sup> 미국 자동차공학회(SAE: Society of Automotive Engineers)가 분류하는 총 5단계의 자율주행 기능 중 대부분의 주행을 시스템이 책임지고 특정 위험 시 운전자의 개입이 필요한 조건부 자율주행에 해당하는 Conditional Automation 단계



## New Values

### GLOBAL INITIATIVE

UN의 지속가능발전목표 (SDGs)는 빈곤에 마침표를 찍고 지구환경을 보호하며 더불어 행복하고 번영하기 위해 전 세계가 함께 추진해야 하는 목표입니다. »

United Nations Development Programme

### OUR RESPONSE

현대자동차는 지속가능한 미래를 만드는 UN의 노력에 동참합니다. 현대자동차가 추구하는 가치와 사회가 원하는 가치의 조화를 이루며, 글로벌 지역사회에 긍정적 임팩트를 확산합니다. »

지속가능한 발전을 위한  
사회공헌 활동이 지닌 CSV적 가치

모범적인 기업시민으로서의 이미지 제고

글로벌 자동차 기업으로서의 역량 활용

미래 우수인재 확보 및 고객 확대

현대자동차의 가치



사회적 가치

지역사회의 건강한 성장

사회문제 해결 및 지속가능한 기업 생태계 구축

미래 인재 양성 및 지원



# Innovation to #Change



여성 운전 허용에 따른 사회의 변화를 매우 긍정적으로 받아들이고 있습니다.

이를 기점으로 향후 여성들이 우리 사회에서 맡게 될 다양한 역할에 대한 기대가 큼니다.

[Link to UN SDGs](#)



#whatsnext 마이크로사이트

## 사우디아라비아 여성 운전자들의 안전한 출발과 함께

2018년 현대자동차는 사회이슈 해결 기반의 경영활동과 사회공헌 활동을 포괄하도록 CSV(Creating Shared Value, 공유가치 창출) 전략을 재정비하고 혁신, 소통, 성장을 최우선 가치로 삼았습니다. 이에 따라 현대자동차가 사업을 영위하는 글로벌 지역사회 곳곳에서 긍정적인 변화를 가져올 공유가치 창출에 주력하고 있으며, 사우디아라비아 여성들의 운전이 허용되는 혁신적인 변화의 순간도 함께 하였습니다.

2018년 6월 24일 0시, 여성 운전 금지구역이 역사 속으로 사라졌습니다. 종교적 이유로 여성의 운전을 금지해온 사우디아라비아가 이를 허용한 것입니다. 현대자동차는 이동성의 자유를 얻게 된 사우디아라비아 여성들에게 SNS를 통해 응원 메시지를 전달하는 '#whatsnext' 캠페인을 전개하였습니다. '사우디 여성고객 케어 T/F'를 구성하는 한편, 전통의상인 아바야 도어 끼임 경보시스템 등 운전자의 안전과 편의를 고려한 차량 옵션을 마련했습니다. 수도 리야드에 디지털 기기를 통해

현대자동차 브랜드를 체험하는 디지털 쇼룸을 오픈하였고, 일부 사우디 딜러에 여성고객 전담 직원이 맞이하는 여성고객 전용 라운지를 운영 중입니다. 또한 교통안전 교육 프로그램인 '현대와 함께하는 안전의 날(Safety Day with Hyundai)'과 온라인 코나 디자인 대회인 '코나 컬러 드라이브(Kona Color Drive)' 등을 통해 여성 운전자들의 상식과 브랜드 관심도를 높이고 있습니다.

자동차를 이해하고 안전한 주행방법을 체득한 운전자가 늘어나는 것은 현대자동차가 좋은 고객을 만나는 길임과 동시에 사우디아라비아 여성들이 사회에 더 적극적으로 참여할 수 있는 방법이기도 합니다. 사우디아라비아에서 새롭게 탄생할 수백만 명에 달할 여성 운전자에게도 현대자동차는 좋은 동반자가 되겠습니다.



**Bayan Linjawi**

사업가, 현대자동차 브랜드 홍보대사



Welcome to the driver's seat



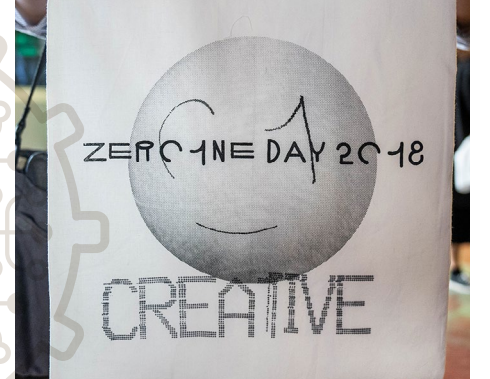
'마을'을 콘셉트로 디자인된 제로원. 네모로 가득한 평범한 사무실이 아니라 상상력이 살아있는 놀이터같은 공간으로 크리에이터와 스타트업이 자연스럽게 어울리며 창의 생태계를 구축해 나갑니다.



Link to UN SDGs



ZERO1NE 홈페이지



# Communication to #Connect

## 크리에이터와 스타트업과의 창의 활동 공간

현대자동차는 2017년 1월, 외부 역량을 활용하는 오픈 이노베이션 활동을 본격화하였습니다. 또한 글로벌 혁신 거점으로 2017년 11월 미국에 '현대크래들 실리콘밸리(Hyundai CRADLE-Silicon Valley)'를 오픈한 것을 시작으로 2018년 3월과 10월, 한국과 이스라엘에 '제로원(ZERO1NE)' 및 '현대크래들 텔아비브(Hyundai CRADLE-Tel Aviv)'를 연이어 런칭함으로써 현대자동차그룹의 글로벌 오픈 이노베이션 네트워크를 확장하고 유망 스타트업과의 협업 및 투자를 강화하며 미래 경쟁력을 확보해 가고 있습니다.

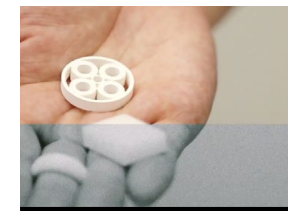
현대자동차그룹의 국내 혁신거점인 제로원은 창의적 아이디어를 보유한 크리에이터와 신기술 및 신사업 시드를 보유한 스타트업, 그리고 현대자동차그룹이 소통과 협력을 기반으로 함께 성장하는 공간입니다. 제로원에 모인 다양한 분야의 크리에이터와 스타트업은 서로 융합하여 새로운 아이디어를 발굴하고 실험적인 프로젝트를 수행하며 가능성을 모색하고 있습니다. 지난 10월 개최된 '제로원데이'는 크리에이터 프로젝트와 제로원 스타트업을 일반에 공개하고 창의 아이디어를 소통하기 위한 체험의 장이었습니다. '크리에이터 스튜디오'에서 크리에이터들은 관람객과 자연스럽게 프로젝트 결과물에 대한 아이디어를 교류하였고, 협업의 산물을 확인하며 영감을 얻은 관람객들은 '크리에이터 스페이스'에서 폐차에서 나온 1만여 개 부품으로 창작물을 제작하고 업사이클링에 도전하면서 자신의 상상력과 창의력을 발휘하였습니다.

제로원데이 슬로건 'Create your ( ), You can be the creator!'의 괄호에 들어갈 단어는 무한합니다. 누구나 자신의 경험과 역량으로 슬로건을 채우고 창조자가 될 수 있습니다. 각자의 아이디어가 연결되고, 그 실현 과정에서 새로운 가능성을 찾는 것. 그것이 현대자동차가 꿈꾸는 창의와 혁신의 생태계입니다.



### 제로원에서의 협업은 다양한 형태로 이루어집니다.

예를 들어 저희는 첨단소재를 다루는 사람들인데 도예를 담당하는 예술가와 함께 전통기법에서 소재기술을 업그레이드하는 방법을 찾고 있습니다. 제로원 덕분에 이전에는 생각하지 못했던 다양한 분야와 협업할 수 있었고, 새로운 시도를 해볼 수 있었습니다.



ZERO1NE DAY 2018

최형일 M.O.P 대표

\*3D프린팅 소재를 개발하는 스타트업



세잇클로버 찾기 홈페이지



Link to UN SDGs



# Growth to #Share

## 행복을 찾아가는 성장 드라마

불의의 교통사고는 사고 당사자의 정신적·육체적 문제일 뿐만 아니라, 그 가족의 고통과 시련으로도 이어질 수 있습니다. 가족의 교통사고로 인해 고통을 겪고 있는 사람들, 그 중에도 나이가 어려서 아픔을 제대로 이겨내지 못하는 청소년들에게 행복이란 너무 먼 단어입니다. 하지만 일상의 행복은 누구나 찾을 수 있고, 나의 미래를 꿈꾸는 것도 행복이며, 그것이 때로는 아픔을 치유할 수 있습니다. 이것이 바로 현대자동차가 교통사고 피해가족 청소년들을 위한 행복 찾기 캠페인을 펼치고 있는 이유입니다.

현대자동차는 세잇클로버의 꽃말이 '행복'이라는 것에 착안해 2005년부터 꾸준히 '세잇클로버 찾기' 활동을 시행하고 있습니다. 2018년에는 교통사고 피해가족 청소년 80명, 그리고 그들이 희망하는 진로·전공과 관련된 80명의 대학생 멘토를 선발해 1:1로 매칭했습니다. 7월 멘토링 캠프를 시작으로 6개월 동안 멘토와 멘티는 현대자동차 사업장 견학, 가족 초청 행사 등에 참여했고, 진로 탐색 활동을 함께하며 꿈 찾기에 나섰습니다.

지난 14년간 현대자동차는 총 1천 6백여 명의 교통사고 피해가족 청소년들을 만났습니다. 뜻하지 않은 사고가 남긴 고통을 대신 겪어줄 수는 없지만 그들의 고통을 공감하고 동행의 방법을 고민할 때, 우리는 더불어 성장할 수 있었습니다. 꿈꾸는 자의 행복을 경험하고, 나의 삶이 누군가의 이정표가 되고, 그 도전과 성장의 드라마를 써내려 갈 수 있도록 현대자동차가 함께 하겠습니다.



마음을 표현하는 게 서툴렀어요.  
말할 사람이 없기도 했고요.  
애리 언니와 하나의 팀이라는 생각이 드니까  
제 내면의 갈등과 고민도 자연스럽게 털어놓게 되더라고요.

**꿈에 다가간 것도 기쁘지만 좋은 언니를 만나게 되어서 행복합니다.**

김현희 멘티



어느 날 현희가 손을 흔들며 걸어오는데  
얼굴에 빛이 나는 거예요. 세잇클로버 찾기에  
참여하기를 정말 잘했다는 생각이 들었습니다.  
앞으로도 서로 응원하면서 함께 꿈을 이루고 싶어요.

**같이 간다면 어떤 어려움도 잘 이겨낼 수 있을 겁니다.**

이애리 멘토

Link to UN SDGs



해피무브 글로벌 청년봉사단 홈페이지

### 나눔으로 세상을 움직이는 해피무브 11년의 기록

“해피무브는 대학생들 사이에서 인생 대외활동으로 불립니다.”  
“사회에 나가도 해피무브의 가치와 정신, 관계를 이어갈 수 있는 것이 해피무브의 매력이죠.”

‘해피무브 글로벌 청년봉사단’은 현대자동차그룹이 운영하는 국내 최대 규모의 글로벌 청년봉사단입니다. 10년이 넘는 기간 동안 해피무브의 이름으로 22개국 113개 지역에서 봉사한 대학생 수는 1만 5백여 명<sup>1)</sup>. 세계 각지로 파견된 단원들은 건축, 환경, 교육, 문화 등 다양한 분야에서 봉사활동을 펼쳐 왔습니다.

2018년 해피무브는 10주년을 맞아 ‘해피무브 2.0’으로 더욱 새로워졌습니다. 단발성 파견의 한계를 넘어서고자 개발도상국 내 저개발지역 가운데 3년 이상 봉사단을 파견할 마을을 선정했으며, 단원 파견이 없는 기간에도 연중 마을 인근에 있는 현대자동차그룹의 법인이 마을의 발전을 지원하고 있습니다. 또한 단원들이 현지의 주민 대학생들과 함께 워크숍 등을 통해 마을의 문제를 개선하기 위해 고민하며 아이디어를 제안함으로써 단원들의 전인적 성장을 돕는 것은 물론, 현지 주민의 실질적 자립에도 기여하고 있습니다. 실제로 2018년 우즈베키스탄에 파견된 21기 봉사단이 제안한 ‘고려인 거주지역 재생을 위한 벽화마을 조성 계획’은 22기 봉사단까지 이어졌습니다. 21기와 22기는 아이디어와 노하우, 현장의 목소리 등을 함께 나누며 양국간 우호와 교류를 상징하는 벽화를 제작해 현지와의 인연을 이어갔습니다. 세상을 움직일 리더들을 배출한 해피무브 글로벌 청년봉사단, 앞으로의 움직임이 더욱 기대됩니다.

<sup>1)</sup> 2019년 2월 기준



#### 해피무브 글로벌 청년봉사단은 가슴 따뜻한 청년 리더들의 모임입니다.

특히 선발 과정부터 나눔과 봉사에 대한 진심을 강조하기에 마음의 결이 비슷한 사람들이 모이게 되는데, 단원들의 단단한 유대감이 연결고리를 만들고, 그것이 다시 사회에 미치는 선한 영향력으로 이어진다고 생각합니다. 가끔 그 유대감이 상대에 대한 사랑으로 발전해 저희처럼 부부의 연으로 맺어 지기도 하죠.



10기 김유정 단원, 11기 이승현 단원



1기  
중국, 인도, 터키, 태국, 헝가리



2기  
체코, 슬로바키아, 터키, 인도, 중국



3기  
중국, 인도



4기  
브라질, 중국, 인도



5기  
중국, 인도, 브라질



6기  
중국, 필리핀, 이집트, 인도, 브라질



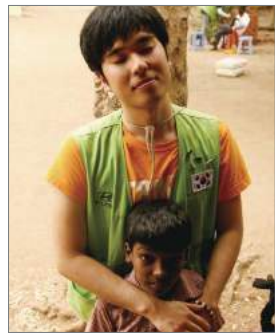
7기  
에티오피아, 태국, 브라질, 인도, 중국



8기  
라오스, 인도네시아, 브라질, 인도, 중국



9기  
베트남, 탄자니아, 중국, 인도, 브라질



10기  
가나, 말라위, 인도, 중국



11기  
말레이시아, 인도, 인도네시아, 중국



12기  
인도, 인도네시아, 필리핀, 중국

# And #Green

그들의 자립을 지원합니다.  
그곳의 색깔을 되살립니다.  
11년의 도전이 만들어낸 작지만 큰 변화.  
함께하기에 약속할 수 있는 푸르른 내일입니다.



13기  
필리핀, 라오스, 중국, 인도



14기  
캄보디아, 미얀마, 스리랑카, 인도, 중국



16기  
중국, 베트남, 인도



▶ 현대자동차의 10년간의 노력 - 현대 그린존 (내몽고 사막화 방지 사업)



17기  
인도네시아, 인도, 중국



18기  
라오스, 베트남, 인도, 중국



19기  
스리랑카, 인도, 캄보디아, 베트남



20기  
중국, 베트남, 인도, 인도네시아



21기  
중국, 인도, 우즈베키스탄



22기  
중국, 인도, 우즈베키스탄, 미얀마

# Materiality Report

# 3

현대자동차는 기업의 근원적 역할인 경제적 가치를 창출하기 위해 끊임없이 나아가면서 동시에 우리 사회의 지속가능한 미래에 대해 깊이 고민하고 이해관계자들과 함께 사회적 가치를 창출하고자 노력하고 있습니다. 그간 현대자동차가 축적해 온 기술과 자산을 중심으로 이해관계자와 공유하며 협력함으로써 새로운 가치를 더해 나갈 것입니다.

### 3. MATERIALITY REPORT

- 3.1 CSV 전략체계
- 3.2 이해관계자 참여
- 3.3 지속가능경영 중대성 평가
- 3.4 핵심 보고주제 #1. 친환경 차량 생산
- 3.5 핵심 보고주제 #2. 고객·제품 안전
- 3.6 핵심 보고주제 #3. 사회적 가치 창출

# CSV 전략체계

## CREATING SHARED VALUE

현대자동차는 2018년 수립한 CSV(Creating Shared Value, 공유가치 창출) 전략체계를 기반으로 사회적 임팩트 확산과 지속가능한 기업 생태계를 구축하고자 하는 CSV 미션 달성을 위해 노력하고 있습니다. 현대자동차의 공유가치 창출은 사회공헌 뿐만 아니라 기업의 사회적 책임을 다하고자 하는 전략적 CSR 활동과 비즈니스 연계를 통한 새로운 가치 창출까지 포괄하고 있습니다.

### CSV 전략체계

기업 경영활동에 대한 관점의 변화 과정에서 최근 주목할 점은 기업의 경영활동의 근원적 요소인 경제적 성과 뿐만 아니라 지속가능한 사회 발전을 위한 사회적 임팩트의 창출이 요구된다는 점입니다. 이러한 사회적 요구에 따라 기업 신용평가사에서도 ESG(Environment, Social, Governance)와 같은 비재무적 요소를 비중 있게 평가하는 움직임이 나타나며 기업에게는 경영 활동 전반에 걸쳐 지속가능한 경쟁력을 확보하고, 기업의 가치를 높이기 위해 사회적 가치 창출 체계를 수립하는 것이 필수적인 과제가 되었습니다.

현대자동차는 CSV 전략체계를 기반으로 경영활동을 실시하고, 이를 통해 사회적 가치를 창출하여 사회에 긍정적인 영향력을 전달하고 있습니다. 친환경, 이동혁신, 교통안전, 미래세대 성장, 지역사회 상생이라는 5대 영역을 중심으로 향후에도 더불어 지속가능한 기업생태계를 구축하고자 노력할 것입니다.

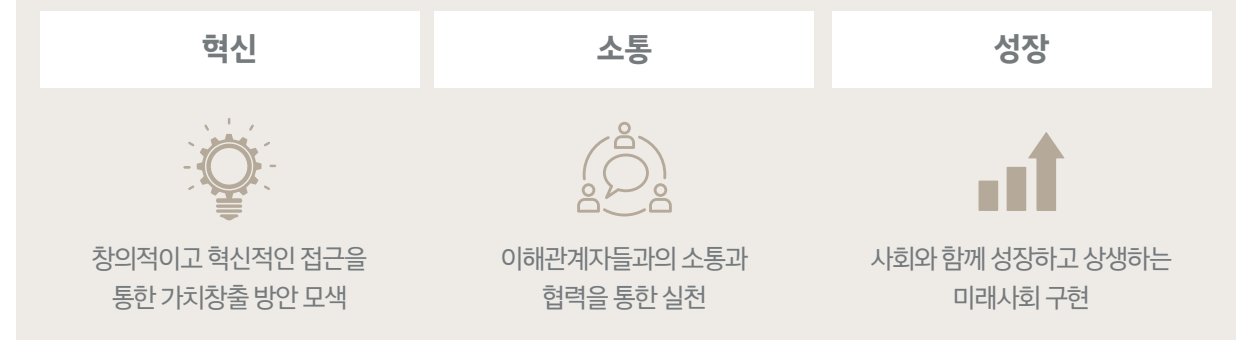
비전

자동차에서 삶의 동반자로  
Lifetime partner in automobiles and beyond

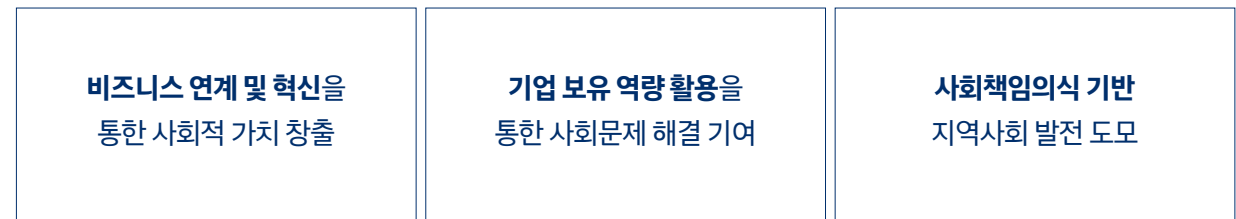
미션

공유가치 창출을 통한 사회 임팩트 확산과  
지속가능한 기업 생태계 구축

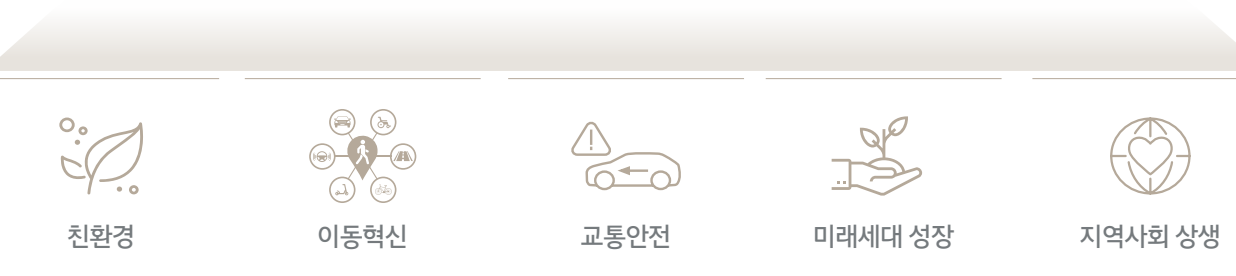
가치



전략



영역



1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

- 3.1 CSV 전략체계
- 3.2 이해관계자 참여
- 3.3 지속가능경영 중대성 평가
- 3.4 핵심 보고주제 #1. 친환경 차량 생산
- 3.5 핵심 보고주제 #2. 고객-제품 안전
- 3.6 핵심 보고주제 #3. 사회적 가치 창출







4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

5. APPENDICES

# 이해관계자 참여

## 이해관계자 커뮤니케이션

현대자동차는 이해관계자의 신뢰를 최우선으로 삼고 경영활동의 전 영역에서 커뮤니케이션을 강화하기 위해 노력하고 있습니다. 고객·딜러, 임직원, 정부, 주주·투자자, 협력사, 지역사회 등 6대 이해관계자 그룹을 명확히 구분하여 지속적으로 기대사항을 파악하고 반영함으로써 소통에 기반한 신뢰관계를 구축하고자 합니다. 이에 당사는 이해관계자가 주요하게 관심을 가지는 주요 지속가능성 이슈를 중심으로 본 보고서를 구성하였습니다. 중대성 평가 결과로 도출된 핵심 보고주제를 반영함은 물론 CSV 전략 체계와 5대 지속가능성 가치를 통해 현대자동차의 지속가능성 성과와 활동을 구체적으로 투명하게 보고하고 있습니다.

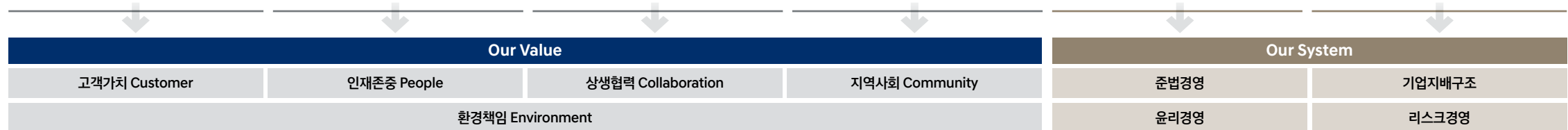
고객·딜러	임직원	협력사	지역사회	정부	주주·투자자
					
딜러는 고객에게 현대자동차의 제품과 서비스를 전달하고, 고객은 전달된 제품과 서비스에 대한 정보를 바탕으로 구매 의사를 결정합니다.	제품을 개발·생산·판매하는 활동 및 이를 지원하는 모든 활동의 주체가 되는 이해관계자로, 이들의 역할이 곧 현대자동차의 역량입니다.	현대자동차가 우수한 제품을 생산할 수 있도록 부품이나 자재를 공급하는 이해관계자로, 이들의 품질 경쟁력은 당사의 품질에도 영향을 미칩니다.	사업장 인근 지역 주민은 물론, 현대자동차의 활동에 영향을 받는 모든 글로벌 시민을 의미하며, 당사는 이들의 지속가능한 발전을 위해 노력합니다.	자동차 산업과 관련된 법규 제정 및 기업운영에 관한 규제 수준을 결정하는 등 현대자동차의 사업활동에 영향을 미칠 수 있는 이해관계자입니다.	현대자동차가 다양한 전략을 추진하거나 사업을 운영하며 성장 동력을 유지할 수 있도록 당사에게 재무 자본을 제공하는 이해관계자입니다.

### 주요 이해관계자 그룹별 커뮤니케이션 채널

<ul style="list-style-type: none"> <li>• 모터쇼 및 신차발표회</li> <li>• 시승회</li> <li>• 비포서비스</li> <li>• 고객만족도 조사</li> <li>• 동호회</li> <li>• 온라인(SNS)</li> <li>• 웹사이트</li> <li>• My Car Story 2.0</li> <li>• 스포츠 후원 및 스폰서</li> <li>• 딜러 세미나</li> <li>• 딜러대회</li> <li>• 딜러 관련 행사</li> <li>• 대리점 대회</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 노사협의회</li> <li>• 직원만족도조사</li> <li>• 각종 간담회, 행사</li> <li>• 고충처리제도</li> <li>• 산업안전보건 위원회</li> <li>• 직무 관련 교육·훈련</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 동반성장 및 공정거래 협약</li> <li>• 협력사 세미나 및 교육</li> <li>• R&amp;D 에너지 기술 교류회</li> <li>• R&amp;D 협력사 Tech-Day</li> <li>• R&amp;D 심포지엄</li> <li>• R&amp;D 모터쇼</li> <li>• 자동차부품산업 진흥재단</li> <li>• 구매포털사이트</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역사회 공헌 프로그램</li> <li>• 사업장 인근 지역사회 소통 활동</li> <li>• 채용 프로그램</li> <li>• 가족초청행사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정책수립 공청회</li> <li>• 정책 간담회 및 설명회</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주주총회</li> <li>• 기업설명회</li> <li>• IR미팅</li> <li>• 투명한경영위원회</li> <li>• 웹사이트</li> </ul>
--	---	--	--	--	---

### 주요 이해관계자 그룹별 관심 이슈

<ul style="list-style-type: none"> <li>• 친환경 차량 생산</li> <li>• 차량 연비 개선</li> <li>• 고객 및 제품 안전</li> <li>• 고객 커뮤니케이션</li> <li>• 생산품질 관리</li> <li>• 브랜드 평판</li> <li>• 제품 유해물질 최소화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인적자본 개발</li> <li>• 근로자 인권 보호</li> <li>• 직원 성과보상</li> <li>• 노사관계 관리</li> <li>• 사업장 안전보건</li> <li>• 온실가스/에너지 관리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 동반성장</li> <li>• 공급망 지속가능성</li> <li>• 원부자재 관리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고용 창출 및 유지</li> <li>• 사회공헌</li> <li>• 폐수/폐기물 저감</li> <li>• 수자원 관리</li> <li>• 생물다양성 보호</li> <li>• 사업장 유해물질 관리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 반부패/윤리경영</li> <li>• 인프라 구축</li> <li>• 대기오염 저감</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지배구조</li> <li>• 재무성과 창출</li> <li>• 지속가능성장전략</li> <li>• 기술 혁신</li> <li>• 리스크 관리</li> </ul>
--	---	--	--	---	--



1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

**3. MATERIALITY REPORT**

- 3.1 CSV 전략체계
- 3.2 이해관계자 참여
- 3.3 지속가능경영 중대성 평가**
- 3.4 핵심 보고주제 #1. 친환경 차량 생산
- 3.5 핵심 보고주제 #2. 고객·제품 안전
- 3.6 핵심 보고주제 #3. 사회적 가치 창출

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

5. APPENDICES

# 지속가능경영 중대성 평가

## 중대성 평가 프로세스

현대자동차는 글로벌 지속가능성 보고 가이드라인인 GRI(Global Reporting Initiative)의 원칙에 따라 보고 주제와 내용을 구성하고 현대자동차의 중요 이슈를 도출하기 위해 4단계에 걸쳐 중대성 평가를 진행하였습니다. 현대자동차의 지속가능성 주요 이슈 풀을 구성하고 이에 대한 우선순위를 파악하였습니다. 최종적으로 중요 이슈로 도출된 이슈를 중요 보고주제로 구성하여 상세히 보고함으로써 이해관계자들의 관심사항에 효과적으로 대응합니다.





1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

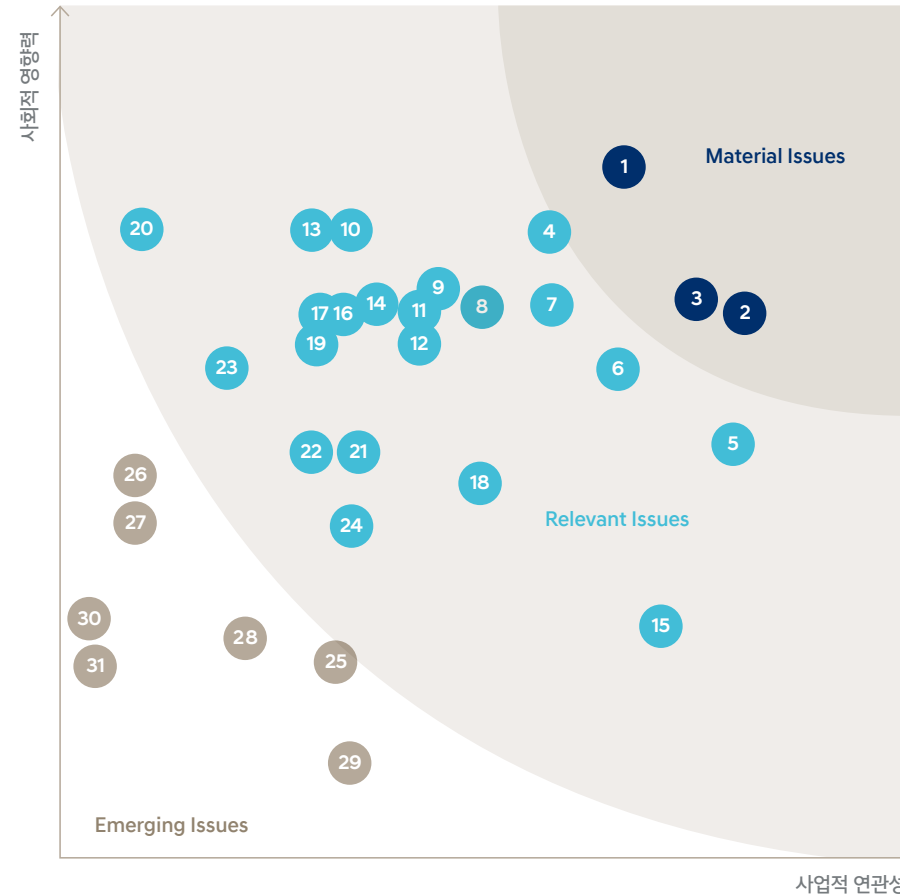
**3. MATERIALITY REPORT**

- 3.1 CSV 전략체계
- 3.2 이해관계자 참여
- 3.3 지속가능경영 중대성 평가**
- 3.4 핵심 보고주제 #1. 친환경 차량 생산
- 3.5 핵심 보고주제 #2. 고객·제품 안전
- 3.6 핵심 보고주제 #3. 사회적 가치 창출

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

5. APPENDICES

**2018년도 중대성 평가 결과**



**중대성 평가 결과**

- |             |              |             |               |
|-------------|--------------|-------------|---------------|
| ① 친환경 차량 생산 | ④ 고객 커뮤니케이션  | ⑮ 대기오염 저감   | ⑳ 수자원 관리      |
| ② 고객·제품 안전  | ⑤ 기술 혁신      | ⑯ 에너지 관리    | ㉑ 글로벌 진출      |
| ③ 사회적 가치 창출 | ⑥ 동반성장       | ⑰ 근로자 인권 보호 | ㉒ 직원 성과보상     |
|             | ⑦ 인적자본 개발    | ⑱ 원부자재 관리   | ㉓ 리스크 관리      |
|             | ⑧ 차량 연비 개선   | ⑲ 인프라 구축    | ㉔ 생물다양성 보호    |
|             | ⑨ 지배구조       | ㉚ 노사관계 관리   | ㉕ 사업장 유해물질 관리 |
|             | ⑩ 폐수/폐기물 저감  | ㉛ 공급망 지속가능성 | ㉖ 제품 유해물질 최소화 |
|             | ⑪ 생산품질 관리    | ㉜ 브랜드 평판    |               |
|             | ⑫ 고용 창출 및 유지 | ㉝ 재무성과 창출   |               |
|             | ⑬ 사업장 안전보건   | ㉞ 온실가스 감축   |               |
|             | ⑭ 반부패/윤리경영   |             |               |

**핵심 보고주제 정의**

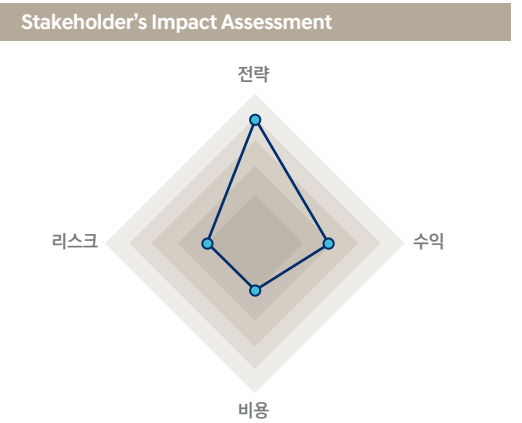
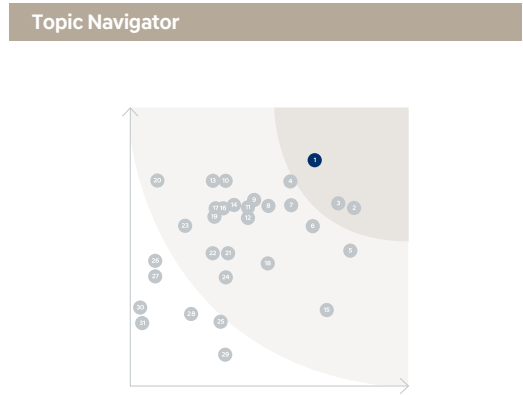
NO	핵심 이슈	Material Topic	GRI Topic	UN SDGs <sup>1)</sup>	Page
1	친환경 차량 생산	핵심 보고주제 #1. 친환경 차량 생산 (Producing Eco-friendly Vehicles)	배출 (GRI 305)	Goal 7 Target 7.1 Goal 13 Target 13.1	P. 34-35
2	고객·제품 안전	핵심 보고주제 #2. 고객·제품 안전 (Customer and Product Safety)	고객 안전보건 (GRI 416)	Goal 3 Target 3.6 Goal 11 Target 11.2	P. 36-37
3	사회적 가치 창출	핵심 보고주제 #3. 사회적 가치 창출 (Social Value Creation)	간접 경제효과 (GRI 203)	Goal 8 Target 8.3 Goal 17 Target 17.17	P. 38-39

<sup>1)</sup> UN SDGs(Sustainable Development Goals, 지속가능발전목표)는 2016년부터 2030년까지 글로벌 지속가능발전에 다양한 위험요인을 완화해 나가기 위한 국제사회의 아젠다로 17개의 목표와 169개의 세부목표를 제시하고 있습니다.

- 3.1 CSV 전략체계
- 3.2 이해관계자 참여
- 3.3 지속가능경영 중대성 평가
- 3.4 핵심 보고주제 #1. 친환경 차량 생산**
- 3.5 핵심 보고주제 #2. 고객·제품 안전
- 3.6 핵심 보고주제 #3. 사회적 가치 창출

# 핵심 보고주제 #1. 친환경 차량 생산

현대자동차는 환경의 가치를 생각하는 Clean Mobility로의 전환을 지향합니다.



**Link to UN SDGs**

**Goal 7. 모두를 위한 지속가능한 에너지의 접근 보장**

7.1 2030년까지 적정가격의 신뢰할 수 있고 현대적인 에너지 서비스에 대한 보편적 접근을 보장한다.

**Goal 13. 기후변화와 그로 인한 영향에 맞서기 위한 긴급 대응**

13.1 모든 국가에서 기후와 관련한 위험 및 자연재해에 대한 복원력과 적응능력을 강화한다.

## TOPIC BACKGROUND

지속가능한 미래 사회의 환경에 대한 불확실성이 높아지며 자동차 산업이 환경에 미치는 영향 및 책임과 관련된 세계 주요 시장의 규제와 이해관계자들의 요구는 강화되고 있습니다. 특히, 기후변화 문제의 해소를 위한 국제 사회의 대응 노력이 가속화되며 한정된 에너지를 다량 사용하고 있는 자동차 산업의 경우 에너지 절감 필요성과 새로운 미래 에너지로의 전환 시도는 급격하게 진행되고 있습니다.

한편, 자동차의 친환경을 새로운 기술 경쟁력으로 받아들이는 추세가 확산되며 글로벌 브랜드별 적극적인 전동화 전략이 발표되는 등 새로운 사업 영역으로서 대규모 투자가 이루어지고 있습니다. 이러한 움직임에 따라 글로벌 수요 예측기관은 전 세계 환경차 시장 규모를 2025년 2,000만 대까지 성장할 것으로 전망하여 글로벌 자동차 업계의 전동화 시장 선점을 위한 각축이 펼쳐지고 있습니다.

## OUR APPROACH

현대자동차는 경제적 성장과 환경적 가치의 조화를 이루는 성장을 지향하며 2025년까지 현대자동차그룹 환경차 44종 이상 운영, 연간 167만 대 판매 목표를 제시하였습니다. 하이브리드, 전기차, 수소전기차 등 모든 타입의 전동화 모델을 개발하여 글로벌 전동화 시장을 선도하고자 합니다. 특히 수소 연료 중심의 친환경 사회 구현을 위해 2030년까지 약 8조 원을 투자하여 수소전기차 기술 경쟁력 강화 및 대중화를 추진하고 있습니다. 2018년에는 환경차 라인업 확대와 차세대 시스템 적용을 진행하고 글로벌 환경차 판매 누적 100만 대 돌파, 코나 EV 동급 전기차 최장 주행 거리 기록 등의 성과를 창출하며 환경차를 통한 지속가능한 친환경 미래 사회 구현에 한발 더 다가서고 있습니다.

## 2018 KEY PERFORMANCE INDICATORS

환경차 글로벌 누적판매 100만 대 돌파  
(2009. 7~2018. 12)



코나 EV, 넥쏘 연료전지시스템, Wards Auto 10대 엔진상 수상  
(2018. 12)



코나 EV, 영국 WHAT CAR 전기차 평가시 최장 주행거리 417km 기록  
(2018. 10)



## OUR COMMITMENT

관리 항목	달성 목표	달성기한
<span style="display: inline-block; vertical-align: middle;">친환경차 개발</span>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2025년 현대자동차그룹 환경차 44종 이상 운영</li> <li>• 2025년 현대자동차그룹 연간 167만 대 판매 목표</li> </ul>	By 2025
<span style="display: inline-block; vertical-align: middle;">수소전기차 생산</span>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2030년 수소전기차 연간 50만 대, 수소연료전지시스템 70만 기 생산</li> </ul>	By 2030

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

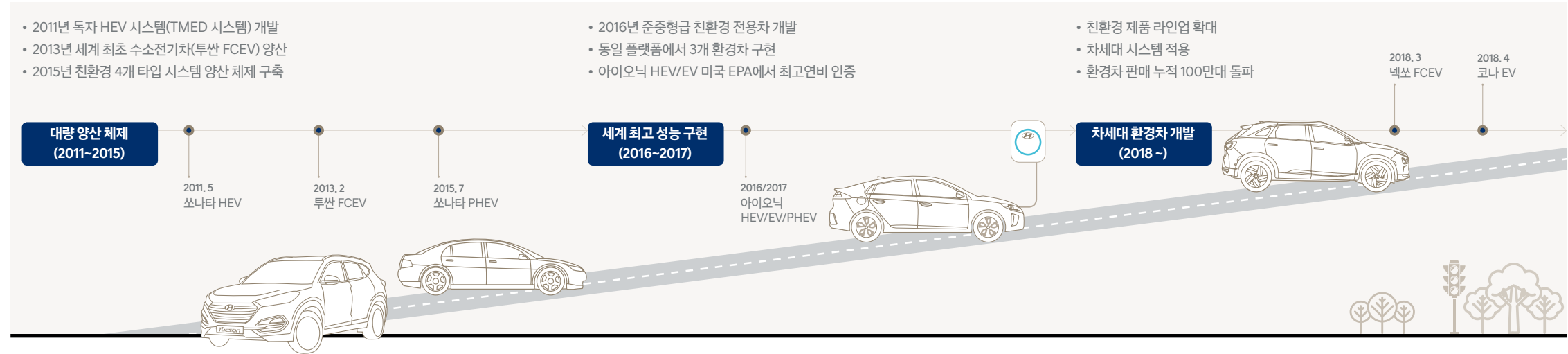
- 3.1 CSV 전략체계
- 3.2 이해관계자 참여
- 3.3 지속가능경영 중대성 평가
- 3.4 핵심 보고주제 #1. 친환경 차량 생산
- 3.5 핵심 보고주제 #2. 고객·제품 안전
- 3.6 핵심 보고주제 #3. 사회적 가치 창출

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

5. APPENDICES

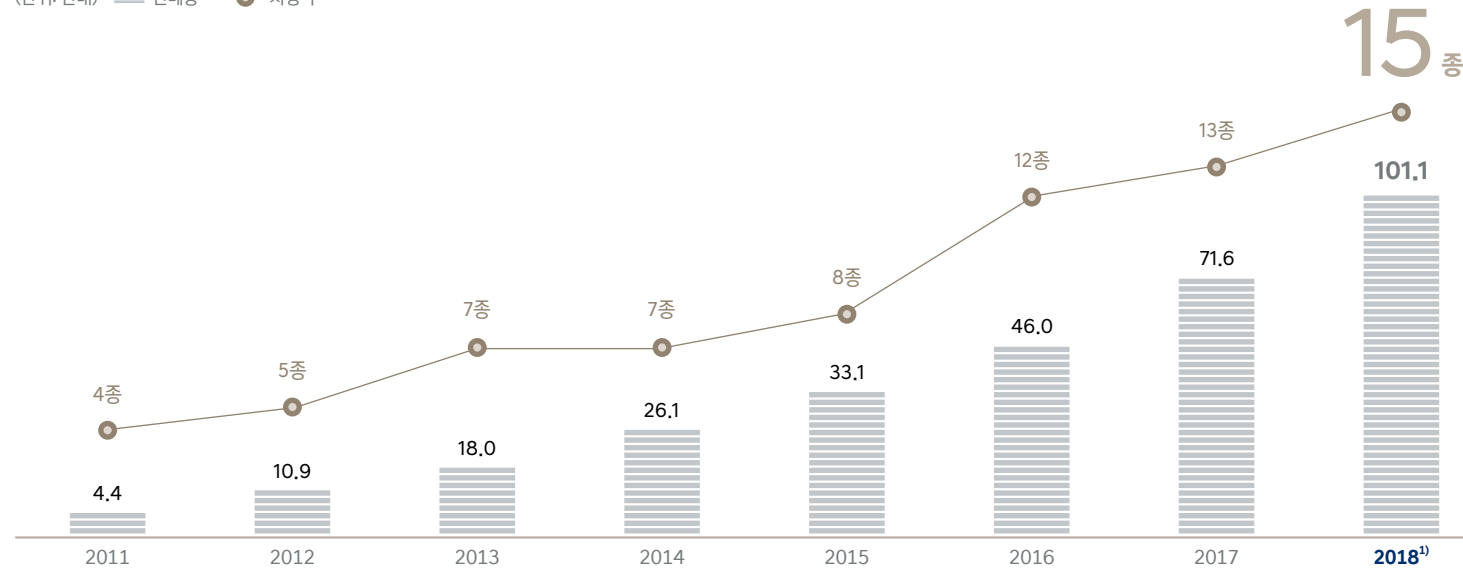
## 현대자동차 환경차 개발 및 양산

현대자동차는 미래 친환경 자동차 시장의 'First Mover'로 나아가기 위해 1997년부터 연구개발을 진행, 2009년 양산을 시작하여 2018년 환경차 누적 판매량 100만 대를 달성하였습니다. 지속적인 차세대 시스템 도입과 성능 향상을 위한 혁신을 토대로 보다 빠르게 친환경차를 경험할 수 있는 기회를 제공해 왔습니다. 향후에도 현대자동차의 미래 기술이 집약된 환경차를 선보이며 고객과 사회가 지향하는 환경적 가치를 달성하는데 앞장서겠습니다.



### 현대자동차그룹 환경차 누적 판매 현황

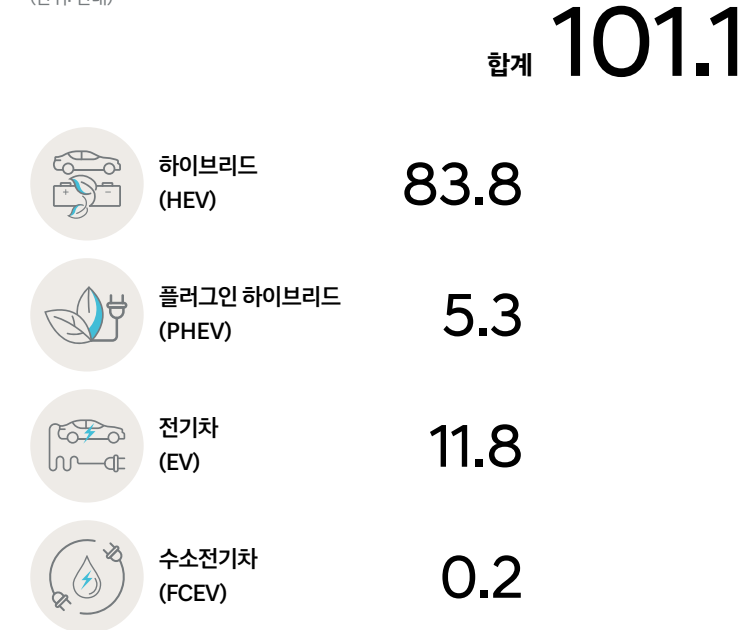
(단위: 만대)  판매량  차종수



\* 해외 판매는 선적 기준, 기간은 2011.01~2018.12 기준  
 1) 2018년 누적 판매량 101.1만대 가운데, 현대자동차의 누적 판매량은 53.2만대입니다.

### 환경차 타입별 판매 현황

(단위: 만대)

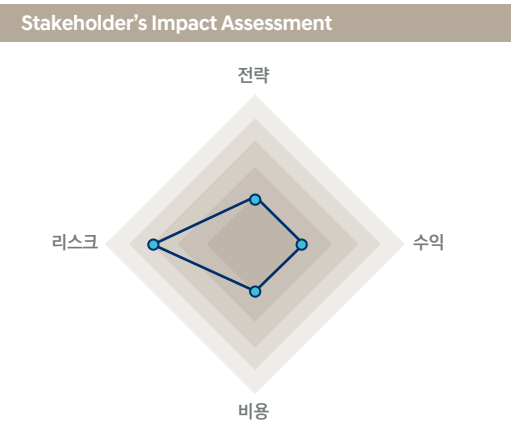
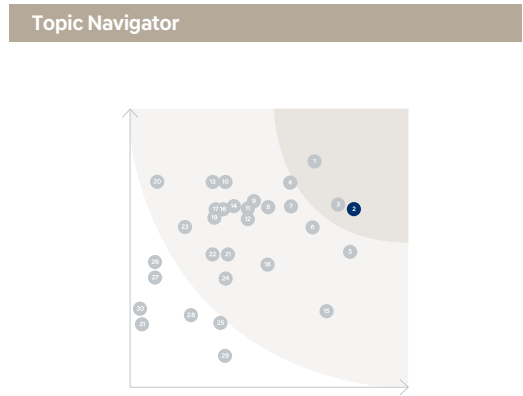


### 3. MATERIALITY REPORT

- 3.1 CSV 전략체계
- 3.2 이해관계자 참여
- 3.3 지속가능경영 중대성 평가
- 3.4 핵심 보고주제 #1. 친환경 차량 생산
- 3.5 **핵심 보고주제 #2. 고객·제품 안전**
- 3.6 핵심 보고주제 #3. 사회적 가치 창출

## 핵심 보고주제 #2. 고객·제품 안전

현대자동차는 고객 중심의 선제적인 안전품질 확보활동을 실천합니다.



**Link to UN SDGs**

**Goal 3. 3.6** **건강한 삶 보장과 웰빙 증진**  
2020년까지 세계적으로 도로교통사고로 인한 사망 및 상해를 절반으로 줄인다.

**Goal 11. 11.2** **지속가능하고 포용력 있는 도시**  
2030년까지 모두를 위한 안전하고 적정가격의, 접근이 용이하고 지속가능한 교통시스템을 제공하고, 특히 여성, 아동, 장애인, 노인 등 취약계층의 필요를 특별히 고려하여 대중교통을 확대함으로써 도로 안전을 향상한다.

#### TOPIC BACKGROUND

자동차는 “이동성(Mobility)”을 제공하며 많은 사람들의 삶을 윤택하고 풍요롭게 만들어주는 동시에, 안전사고가 날 경우 인명과 재산에 막대한 손해를 끼칠 수 있다는 위험요소를 갖고 있습니다. 이에 따라 자동차 제조사는 안전한 제품을 제공하기 위한 근본적인 품질 경쟁력을 바탕으로 지속적인 품질 향상을 위한 노력을 멈추지 않고 있습니다.

한편, 최근에는 자동차 기술 진화로 인한 새로운 위험요소의 등장, 고객의 변화 등과 함께 자동차 산업이 융복합형 미래 산업으로 고도화되며 자동차 제조사에게 요구되는 안전수준이 높아지고 있습니다. 이러한 변화 속 고객의 요구에 대응하여 품질 확보를 위한 긴밀한 협업을 진행하고, 운전자, 탑승자 그리고 보행자의 생명을 보호하기 위한 기술들을 계속해서 개발하는 것이 필요합니다.

#### OUR APPROACH

현대자동차는 ‘고장 없는 무결점 품질의 차’를 품질철학으로 세우고 이를 실현하기 위해 고객 중심의 품질경영활동을 전개하고 있습니다. 2016년 신설된 고객안전전략사업부를 중심으로 차량 개발 단계에서부터 선제적인 품질활동을 추진하고 있습니다. 판매 후에도 조기 감지, 조기 개선, 조기 조치 체계를 강화해 안전품질 문제의 대형화를 예방하고 적극적인 품질 서비스를 제공하여 고객의 만족과 신뢰에 보답하고자 노력하고 있습니다. 또한 차량 주변의 위험 상황을 인식하는 안전 기술인 첨단 운전자 보조 시스템 ADAS(Advanced Driver Assistance System)를 적용하며 능동적 안전 기술을 확보해 나가고 있습니다.

이러한 안전품질경영에 힘입어 당사가 2018년 미국 충돌 테스트 평가에서 최고 안전성 등급(Top Safety Pick+)에 7종이 선정되며 글로벌 업체 가운데 최다 선정되는 영예를 차지하였습니다. 2019년 현대자동차는 3세대 플랫폼 개발을 완료하여 8세대 쏘나타에 새롭게 적용하였습니다. 앞으로도 지속적인 안전 신기술의 개발과 적용을 통해 글로벌 최고 수준의 품질, 최첨단 안전 기능을 갖춘 자동차를 만들어갈 것입니다.

#### 2018 KEY PERFORMANCE INDICATORS

2018년 미국 고속도로안전보험협회 충돌 테스트 평가, 최고 등급 7종 선정 (제네시스 포함)

2018년 유럽 신차 안전도 평가(유로 NCAP), 넥쏘 최고 등급 및 최우수 차량 선정

2018년 국내 신차 안전도평가(KNCAP), 넥쏘 최우수 3관왕 달성



#### OUR COMMITMENT

관리 항목	달성 목표	달성기한
3세대 플랫폼 적용	• 2019년 3세대 플랫폼 적용 첫 차종 출시	By 2019
신차 안전도 평가	• 2019년 유럽 신차 안전도 평가 최고 등급	By 2019

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

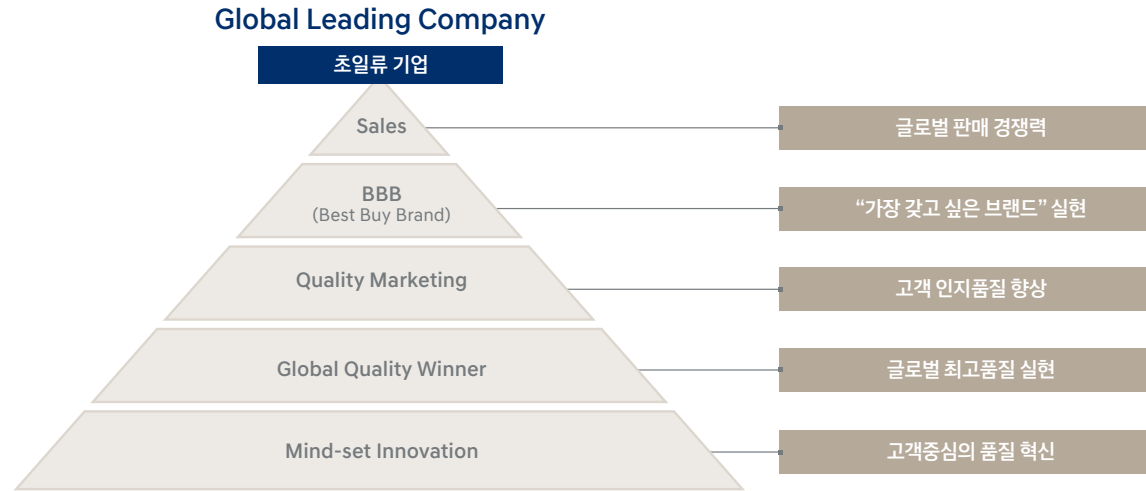
- 3.1 CSV 전략체계
- 3.2 이해관계자 참여
- 3.3 지속가능경영 중대성 평가
- 3.4 핵심 보고주제 #1. 친환경 차량 생산
- 3.5 **핵심 보고주제 #2. 고객·제품 안전**
- 3.6 핵심 보고주제 #3. 사회적 가치 창출

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

5. APPENDICES

## 현대자동차 품질 향상 체계

현대자동차는 선제적·창의적 품질경영(Proactive & Creative Global Safety Quality Management) 체계를 구축하여 시장과 고객에 초점을 맞춘 품질 실현을 위한 실행력 중심의 글로벌 품질경영 활동을 전개하고 있습니다. 개발·생산·지원의 품질경영 체인 전반에 대한 역량 혁신을 통해 고객이 가장 갖고 싶어하는 브랜드로서의 입지를 공고히 하고자 합니다.



### 3세대 플랫폼

자동차의 플랫폼은 하나의 골격으로 복수의 차량을 만드는 주요 부품들의 호환 패키지로 디자인, 주행성능, 안전성, 실내공간 등 자동차의 기본기와 필수요소를 결정하는 중요한 토대입니다. 현대자동차는 2008년 1세대 통합플랫폼을 개발한 이후, 2015년 2세대 통합플랫폼을 통해 업계 최고 수준의 충돌 안전성을 인정받았으며, 거듭된 연구개발로 2019년 3월 3세대 통합플랫폼 개발을 완료하였습니다. 8세대 쏘나타를 시작으로 현대자동차의 3세대 플랫폼을 선보임으로써 고객 중심의 관점에서 현대자동차가 추구한 디자인과 안전, 편리함의 가치를 실현하겠습니다.

디자인 친화적 플랫폼	안전성 강화 플랫폼	에너지 효율적 플랫폼	Fun To Drive 플랫폼
<ul style="list-style-type: none"> <li>엔진룸, 시트, 언더플로어, 레기저룸 등 하향 배치 → 넓은 실내공간 확보</li> <li>기존 플랫폼보다 전고 하향, 카울 포인트 후방 이동 → 역동적 디자인 비율 구현</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>최적화 설계를 통한 골격 구조 재배치 → 평균 강도 10% 상승, 평균 무게 55kg 이상 감량</li> <li>충돌 에너지 분산 위한 다중골격 엔진룸 구조</li> <li>초고강력 강판과 핫스탬핑 공법 확대 → 승객 공간의 강도 극대화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>스마트스트림 파워트레인 탑재 및 엔진룸 유동제어 기술로 동력/연비 향상</li> <li>언더바디 저상화, 편평화를 통해 공기 저항을 줄여 동력/연비 향상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>다양한 주행환경에서 운전자의 의도에 즉각 반응하는 핸들링과 안정감을 선사하는 액티브한 주행성능 구현</li> </ul>

### 로트 추적 시스템 운영

로트 추적 시스템은 제품 생산에 사용되는 부품 및 자재의 관리 단위인 로트(Lot)를 기반으로 문제가 발생한 제품의 원인을 파악하고 해당 부품과 같은 로트의 부품을 사용한 제품들의 위험성을 역으로 추적하는 안전 시스템입니다. 당사는 고객의 안전을 위해 잠재적으로 발생가능한 제품 문제를 부품에서부터 체계적으로 관리하여 사전에 예방하고자 합니다. 현재 국내에 적용되고 있는 본 시스템을 해외까지 확대 운영하여 전 사업장에 적용하고자 합니다.

### 전장 집중검사 시스템 개발

현대자동차는 첨단 기술이 적용된 제품의 품질 신뢰성 강화를 위해 2018년 11월 세계 최초로 단일 공정에서 협동 로봇을 활용하여 6가지 안전관련 시스템을 일괄 검사할 수 있는 기술을 개발하였습니다. 해당 기술은 지속적인 연구개발을 통해 2015년에 개발된 5가지 검사 시스템에 추가 기술을 도입한 것으로 전방/후측방 충돌방지 보조, 스마트 크루즈 컨트롤 등 자율주행 자동차 시대에 적용되는 첨단 운전자 보조 시스템(ADAS: Advanced Driver Assistance System)에 대해 로봇을 통한 자동적인 동시 병렬 검사·보정이 가능하게 되었습니다. 향후 생산 사업장 적용 확대는 물론 서비스센터까지 활용을 계획하고 있어 당사 품질 안전성에 대한 신뢰와 고객의 편의성을 향상시켜 나가겠습니다.

### CASE \_ 넥쏘 안전성 입증

현대자동차가 2018년 새롭게 출시한 넥쏘는 수소연료탱크의 설계 단계부터 생산 단계까지 국내외 수소탱크 안전인증 법규를 충족시키는 것은 물론 자체적으로 200여개의 항목의 별도 테스트를 진행하여 요구 기준보다 훨씬 엄격하게 안전과 내구성을 확보하였습니다.

이에 2018년 12월, 유럽의 신차 안전도 평가 프로그램인 유로 NCAP 테스트에서 최고 등급을 차지했고, 국내 신차 안전도평가(KNCAP)에서도 ‘중형 SUV 부문’, ‘친환경차 부문’, ‘어린이 보호 부문’ 최우수 3관왕을 기록하며 최고 수준의 안전성을 인정받았습니다.

### 2018년 국내 안전도 평가 프로그램(KNCAP) 결과

중형 SUV 부문 **1위** (총점 95.8점)

<b>총돌 안전성 99.7%</b>	<b>보행자 안전성 83.6%</b>	<b>사고예방 안전성 86.5%</b>

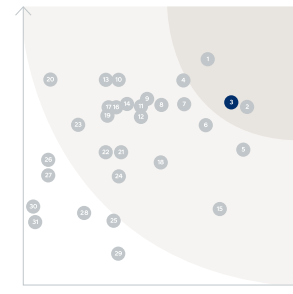
### 3. MATERIALITY REPORT

- 3.1 CSV 전략체계
- 3.2 이해관계자 참여
- 3.3 지속가능경영 중대성 평가
- 3.4 핵심 보고주제 #1. 친환경 차량 생산
- 3.5 핵심 보고주제 #2. 고객·제품 안전
- 3.6 **핵심 보고주제 #3. 사회적 가치 창출**

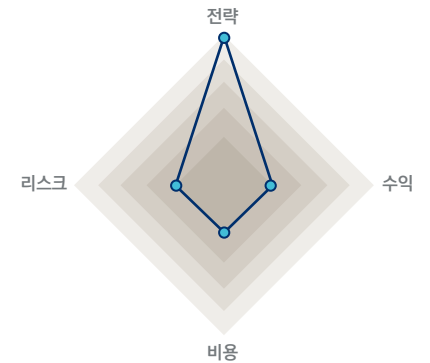
## 핵심 보고주제 #3. 사회적 가치 창출

현대자동차는  
지속가능한 미래를  
함께 꿈꾸는 진정한  
파트너를 지향합니다.

#### Topic Navigator



#### Stakeholder's Impact Assessment



#### Link to UN SDGs

**Goal 8. 지속가능한 경제 성장 및 양질의 일자리 증진**  
8.3 생산 활동, 양질의 일자리 창출, 기업가정신, 창의성과 혁신을 지원하고, 금융서비스에 대한 접근 확대를 포함하여 소규모 비즈니스 및 중소기업의 형성과 성장을 촉진하는 개발 정책을 증진시킨다.

**Goal 17. 지속가능발전을 위한 글로벌 파트너십 활성화**  
17.17 파트너십의 경험과 재원조달 전략을 바탕으로, 효과적인 공공-공공-민간-시민사회 파트너십을 장려하고 증진한다.

#### TOPIC BACKGROUND

21세기에 이루어진 기술 혁신과 산업 발전은 인류의 삶의 질을 향상시켰으나, 예기치 못한 불평등을 야기하기도 하였습니다. 기업이 제품과 서비스를 통해 창출하는 경제적 가치는 개인과 사회의 번영과 밀접히 연계되고 세계 경제의 저성장 기조의 장기화, 보호무역 장벽 확대 등 경제의 불확실성이 높아지며 기업의 사회적 책임에 대한 관심과 요구는 거세지고 있습니다.

또한 2015년 9월, UN의 전 회원국이 국제사회의 지속가능한 발전을 위해 2030년까지 추진해야할 공동의 아젠다로 UN SDGs(Sustainable Development Goals, 지속가능발전목표)가 채택되며 양극화, 불평등, 환경오염 등 다양한 사회문제를 포괄하는 17개 목표와 169개 세부 목표가 설정되었습니다. 이러한 전 지구적 차원의 목표를 이행하기 위해 국가와 기업, 시민사회를 포함한 모든 이해관계자들은 개방과 협력을 강화하고 있는 추세입니다.

#### OUR APPROACH

현대자동차는 자동차가 단순히 '이동의 수단'이 아닌 '삶의 동반자'임을 인식하고 인류와 지역사회의 보편적인 문제를 해결하기 위한 사회적 가치를 창출하고자 하며, 다양한 사회 이슈에 지속적으로 관심을 가지고 있습니다. 2019년 2월 사고운전자 트라우마 극복을 위한 신규 프로그램인 '드라이빙 플러스'를 새롭게 런칭하는 등 기업의 업(業) 역량과 전문성을 살린 CSV 활동을 확대해 나가고 있습니다.

한편, 현대자동차는 경영활동을 통해 발생되나 현재의 재무제표에는 반영되지 않은 사회적 비용과 편익을 인식하여 이를 정량적 관점에서 분석하고자 노력합니다. 이에 현대자동차는 친환경 차량 8종을 사회적 가치 측정 사례로 발굴하고 영향 측정을 시도하였습니다. 향후 당사는 중장기적으로 경영활동으로 인해 발생하는 포괄적인 영향을 측정하는 방법론을 고도화하고, 긍정적인 외부효과 극대화를 위해 지속적인 노력을 기울일 예정입니다.

#### 2018 KEY PERFORMANCE INDICATORS

로보카폴리 교통안전캠페인, 누적 참여인원 35만명 돌파 (2012~2018년)





아이오닉 포레스트 누적 15,250 그루 나무 식재 (2016~2018년)



H-Social Creator, 사회혁신가 총 110명 양성 (2015~2018년)



#### OUR COMMITMENT

관리 항목	달성 목표	달성기한
 페트라 세계문화유산 보존	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관광지 환경개선을 통한 방문객 편의 증진 (연간 방문객 약 100만명 수혜)</li> <li>• 전기버스 2대 및 충전시설 지원 등 친환경 관광인프라 구축</li> </ul>	By 2020
 아이오닉 포레스트 조성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인천 수도권 매립지 내 3만 그루의 나무 식재</li> </ul>	By 2021

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

- 3.1 CSV 전략체계
- 3.2 이해관계자 참여
- 3.3 지속가능경영 중대성 평가
- 3.4 핵심 보고주제 #1. 친환경 차량 생산
- 3.5 핵심 보고주제 #2. 고객·제품 안전
- 3.6 **핵심 보고주제 #3. 사회적 가치 창출**

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

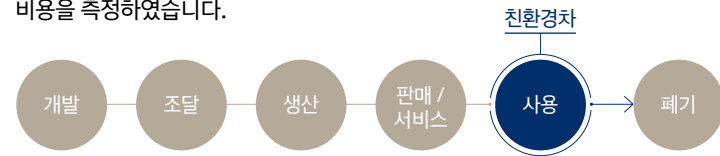
5. APPENDICES

사회적 가치 측정 사례 - 친환경 차량의 사회적 비용 절감

기후변화와 대기오염의 위협 속에서 친환경 차량에 대한 사회적 관심은 높아지고 있습니다. 현대자동차는 ‘Clean Mobility’를 지향하는 친환경 자동차메이커로서 하이브리드 차량부터 플러그인 차량, 전기차, 수소연료전기차까지 모든 친환경 라인업을 갖추고 있습니다. 현대자동차는 친환경 차량을 생산하고 판매함으로써 사회적으로 미치는 긍정적인 영향을 정량적으로 측정해 보았습니다.

측정 범위

제품의 사회적 영향 분석을 위해서는 개발, 조달, 생산, 판매 및 서비스, 사용, 폐기 등 가치사슬 상의 전과정평가(LCA, Life Cycle Assessment) 관점에서 데이터를 파악하는 것이 필요합니다. 현대자동차는 전과정 중에서 고객이 차량을 ‘사용’하는 단계에서 발생 가능한 환경적 영향에 주목하였습니다. 주행 시 발생하는 온실가스 배출량과 질소산화물, 미세먼지 등 대기오염 물질의 배출량을 중심으로 사회적 비용을 측정하였습니다.



측정 방식

현대자동차가 차량을 판매하는 다양한 지역별 실제 주행 환경의 다양성과 오염물질 배출에 대한 공통된 측정 기준을 설정하는데 어려움을 감안하여 제한적인 데이터를 적용하였습니다.

또한 현대자동차가 생산하는 친환경 차량 8종의 대기오염 물질의 배출량과 상대적인 사회적 가치를 측정하고자, 동급 가솔린 또는 디젤 모델<sup>3)</sup>을 비교군으로 선정 하였습니다. 아울러 측정 결과에 탄소 배출로 인해 발생하는 환경오염을 저감하기 위해 소요되는 비용의 개념(eco-cost<sup>2)</sup>)을 활용함으로써 잠재적으로 미칠 수 있는 영향을 반영하였습니다. 현대자동차는 측정의 범위 및 방식의 한계점에도 불구하고 앞으로도 지속적으로 친환경 차량이 미치는 실질적이고 포괄적인 사회적 영향을 측정하고자 노력을 다할 계획입니다.

<sup>3)</sup> 동급의 가솔린 또는 디젤 모델: 위에 제시된 친환경 차량 모델순. 아반떼 1.6 가솔린(15" 타이어), 코나 1.6 가솔린 터보, 쏘나타 2.0 디젤 2WD(18" 타이어), 아반떼 1.6 가솔린(15" 타이어), 쏘나타(DN8) 2.0 가솔린(16" 타이어), 아반떼 1.6 가솔린(15" 타이어), 쏘나타(DN8) 2.0 가솔린(16" 타이어), 그랜저 2.4 가솔린

<sup>2)</sup> eco-cost는 EU의 후원을 받아 네덜란드 델프트 공과대학(Delft University of Technology)이 개발한 데이터 베이스로 오염물질 처리에 투입되는 사회적 비용을 계산하여 오염물질과 제품 및 원재자의 종류별로 단위당 환경비용을 매년 공개하고 있음

현대자동차 친환경 차량별 환경오염물질 배출량

	전기(EV)·수소(FCEV) 모델			플러그인(PHEV) 모델		하이브리드(HEV) 모델		
	아이오닉 Electric	코나 Electric	넥쏘	아이오닉 Plug-in	쏘나타 Plug-in	아이오닉 Hybrid (15" 타이어)	쏘나타 Hybrid (16" 타이어)	그랜저 Hybrid
이산화탄소(CO <sub>2</sub> ) 배출량 <sup>3)</sup>	0g/km	0g/km	0g/km	17g/km	25g/km	69g/km	78g/km	97g/km
질소산화물(NOx) 배출량 <sup>4)</sup>	0.000g/km	0.000g/km	0.000g/km	0.004g/km	0.001g/km	0.002g/km	0.003g/km	0.002g/km
미세먼지(PM) 배출량 <sup>5)</sup>	0.0000g/km	0.0000g/km	0.0000g/km	0.0006g/km	0.0002g/km	0.0002g/km	0.0003g/km	0.0002g/km

측정 결과

2018년 친환경 차량의 총 판매량은 14만 6천여 대입니다. 친환경 차량 8종별 가솔린 또는 디젤 모델의 판매량이 동일하다고 가정할 경우, 오염물질 배출량에 따른 연간 주행거리를 고려해보면, 연간 사회적 비용을 절감한 총액은 약 198억 원으로 추정됩니다. 즉 친환경 차량을 구매한 고객이 동급의 가솔린 또는 디젤 모델을 구매하여 사용하였을 경우 발생 가능한 사회적 비용은 약 341억 원이나, 친환경 모델의 경우는 약 143억 원으로 58.1%의 부정적 영향을 절감하는 효과를 볼 수 있습니다.

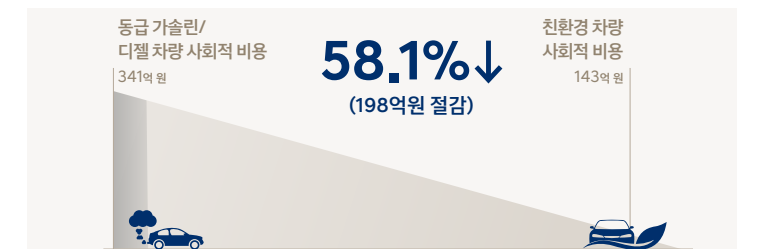
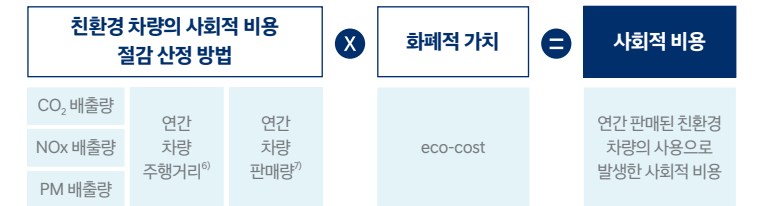
현대자동차는 자동차의 사용으로 인해 배출되는 부정적인 환경적 영향에 대해 깊게 인식하고 있습니다. 지속가능한 지구환경과 인류의 미래를 위해 환경에 미치는 영향을 감소시키는 자동차 친환경 기술을 적극적으로 연구·개발하여 보다 빠르게 고객에게 보급되고 사회에 자리 잡을 수 있도록 노력하겠습니다.

<sup>3)</sup> 이산화탄소 배출량: 에너지이용합리화법 제15조에 따른 정부공인 표준연비 및 등급 정보

<sup>4)</sup> 질소산화물 배출량: 대기환경보전법 제50조에 따라 측정하는 환경부 CVS-75 시험 결과를 사용함. 플러그인(PHEV) 모델은 CD모드 기준으로 산출함

<sup>5)</sup> 미세먼지 배출량: 대기환경보전법 제50조에 따라 측정하는 환경부 CVS-75 시험 결과를 사용함. 플러그인(PHEV) 모델은 CD모드 기준으로 산출함. 미세먼지는 PM10, PM2.5 등 모든 크기의 미세먼지를 포함함

산정 방법



<sup>4)</sup> 차량 주행거리: 한국교통안전공단의 「자동차주행거리통계 (2018)」, 국내 승용차 기준 일 평균 주행거리를 판매 차량의 지역과 상관없이 일괄 적용함

<sup>7)</sup> 차량 판매량: 현대자동차의 2018년 친환경 차량 8종의 판매량으로 해당 판매량은 차량에 적용된 엔진만을 고려하여 산출되어 타이어 크기 등 세부 사양별 판매량으로 적용되지 않음. 또한 차량 판매시기를 고려하지 않아 2018년 판매량을 기준으로 위의 차량의 주행거리를 연간으로 적용함

# Sustainability Performance

# 4

현대자동차는 자동차가 모든 생활의 중심이 되는 진정한 'Car to Life' 시대를 열어갑니다. 글로벌 자동차메이커이자 기업시민으로서 고객가치, 환경책임, 상생협력, 인재존중, 지역사회 등 지속가능경영 5대 가치를 바탕으로 자동차를 통한 의미 있는 변화에 주목하고 있습니다. 이해관계자들과의 지속가능한 미래를 꿈꾸며 나아가는 현대자동차의 의지와 성과를 소개합니다.



1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

## 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

4.1 기업 지배구조

4.2 윤리·준법경영

4.3 리스크경영

OUR VALUE

5. APPENDICES

# 기업 지배구조

## 이사회 중심의 책임경영

현대자동차는 회사의 지속적인 성장과 주주와 이해관계자의 이익 보호를 목표로 견제와 균형을 갖춘 이사회를 보유하고 있습니다. 2016년 제정한 기업지배구조 헌장을 근간으로 당사의 최고 의사결정기구로서 전문성과 다양성을 확보하며, 투명한 업무처리 기준 및 절차에 따라 이사회를 운영하고 있습니다. 이사회 중심의 책임경영 체제를 바탕으로 주주의 권익과 기업가치의 극대화를 실현하고 있습니다.

## 이사회 구성

현대자동차의 이사회는 사내이사 5명과 사외이사 6명으로 회의 운영과 의사결정 효율성을 고려하여 총 11명으로 구성되어 있습니다. 사외이사는 이사회 총수의 과반수 이상으로 유지하고 있으며 경영, 회계, 법률, 자동차 산업 분야의 전문성을 보유하고 있습니다. 이사회 구성 시 성별, 인종, 종교, 정치, 문화 등에 따른 차별은 없으며 독립성과 전문성, 다양성을 종합적으로 심사하고 있습니다.

구분	성명	직위/주요 경력	최초 선임일	비고
사내이사	정몽구	대표이사 회장	1999.02.26	이사회 의장
	정의선	대표이사 수석부회장	2010.03.12	사외이사후보추천위원회
	이원희	대표이사 사장	2016.03.11	사외이사후보추천위원회
	알버트 비어만	사장, 연구개발본부장	2019.03.22	
사외이사	하연태	대표이사 부사장, 울산공장장	2018.03.16	
	이동규	前 공정거래위원회 사무처장, 現 김앤장법률사무소 고문	2015.03.13	투명경영위원회 위원장, 감사위원회
	이병국	前 서울지방국세청장, 現 이촌세무법인 회장	2015.03.13	감사위원회 위원장, 투명경영위원회
	최은수	前 대전고등법원장 겸 특허법원장, 現 법무법인(유한) 대륙아주 고문 변호사	2017.03.17	사외이사후보추천위원회 위원장, 감사위원회, 투명경영위원회
	윤지원	前 UBS 아시아태평양 회장 겸 CEO, 現 UBS Wealth Management 부회장	2019.03.22	감사위원회, 투명경영위원회
	유진 오	前 Capital International Inc, 파트너	2019.03.22	사외이사후보추천위원회
	이상승	現 서울대학교 경제학 교수	2019.03.22	감사위원회, 사외이사후보추천위원회

## 이사회 운영

매 분기 정기 이사회를 개최하고 이사회의 의결이 필요한 사항이 발생할 경우 수시로 개최됩니다. 법령과 정관에서 정한 사항 및 회사의 업무 진행에 관한 중요한 사항을 결의하고 냉철한 평가와 감독을 수행하고 있습니다. 특히 사외이사에게 경영참여 기회를 제공하여 실질적인 모니터링과 견제 기능을 부여하고 있습니다. 이사회는 의장 또는 이사회에서 정한 이사에 의해 소집되며, 관계 법령에서 달리 정하는 경우를 제외하고 이사 과반수의 출석과 출석이사 과반수의 찬성을 얻어 결의하고 있습니다.

이사회 활동

(2018년 기준)

개회	의결사항	보고사항
11회	30건	13건

이사회 참석

(단위: %, 2018년 기준)

평균 참석률	사내이사 참석률	사외이사 참석률
78.6	54.0	98.2

## 이사회 독립성

이사는 회사의 운영의 견제와 균형을 위해 독립성이 검증된 사외이사로 구성되어 야 합니다. 현대자동차의 이사는 관련 법령에서 정한 자격 기준에 부합하는 것은 물론 모범적인 윤리의식과 직업의식 및 정직성을 가지고 있고 이해관계자의 권익을 대변할 수 있어야 합니다.

사외이사의 경우 경영, 회계, 법률 등 전문 분야에 대한 지식이나 실무적 경험이 풍부한 자로서 회사와의 중대한 이해관계가 없어야 하며, 독립적인 의사결정을 할 수 있어야 합니다. 아울러 상법 시행령에 따라 이해관계 충돌을 방지하기 위해 이사회의 사전 승인 없이 회사의 영업부류에 속한 거래를 하거나, 동종업계 다른 회사의 무한 책임사원 또는 이사가 되지 못하도록 제한하고 있으며, 사외이사 및 감사의 겸직을 2개 이하로 제한하고 있습니다.

**사외이사 독립성 결격 사유**

- 회사의 상무에 종사하는 이사, 집행임원 및 피용자 또는 최근 2년 이내 회사의 상무에 종사한 이사, 감사, 집행임원 및 피용자
- 최대주주 본인, 배우자 및 직계 존비속
- 최대주주가 법인인 경우 법인의 이사, 감사, 집행임원 및 피용자
- 이사, 감사, 집행임원의 배우자 및 직계 존비속
- 회사의 모회사 또는 자회사의 이사, 감사, 집행임원 및 피용자
- 회사의 거래관계 등 중요한 이해관계에 있는 법인의 이사, 감사, 집행임원 및 피용자
- 회사의 이사, 집행임원 및 피용자가 이사, 집행임원으로 있는 다른 회사의 이사, 감사, 집행임원 및 피용자 등

## 이사회 전문성

사외이사의 경영 전문성 및 효율성을 확보하기 위해서는 전문적인 지식과 경험을 갖춘 우수한 인력을 구성하는 것이 우선입니다. 현재 사외이사 6인은 경영, 회계, 법률 등 전문성을 보유하고 있습니다. 사외이사가 경영현황을 조기에 파악하고 사업에 대한 이해도를 갖출 수 있도록 세미나 개최, 국내외 공장 및 연구소 등 정기 방문 과정을 제공하며 사외이사의 원활한 역할 수행을 지원하고 있습니다.

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

# 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

4.1 기업 지배구조

4.2 윤리·준법경영

4.3 리스크경영

OUR VALUE

5. APPENDICES

## 이사회 성과평가 및 보수

사외이사에 의한 이사회 평가는 매년 연말 정기적으로 시행되고 있으며, 그 결과를 이사회 운영에 반영함으로써 효율성을 제고하고 있습니다. 사내이사의 보수는 회사 경영성과(재무, 판매, 미래성장 동력 확보) 및 기여도, 직무, 직급, 인재 육성 등을 고려한 임원보수 산정 기준과 주주총회에서 결정된 이사보수 한도 등을 종합 고려하여 지급되고 있습니다. 사외이사 보수는 주주총회에서 결정된 이사의 보수 한도 내에서 직무수행의 책임과 타사 보수수준, 사외이사의 독립성 등을 고려한 내부 기준에 의거 지급되고 있습니다.

이사회 보수 (단위: 백만 원, 2018년 기준)

구분	사내이사	사외이사	이사회	직원
인당 평균 보수액	2,990	102	1,386	92

\* 상세내용은 금융감독원 전자공시시스템에 공시된 2018년 사업보고서를 참조 바랍니다.

## 이사회 내 위원회

현대자동차의 이사회 내 위원회는 총 3개로 감사위원회와 사외이사후보추천위원회, 그리고 투명경영위원회가 있습니다. 각 위원회별로 규정에 따라 업무를 세분화하여 전문적인 의사결정을 도모하고 있습니다. 특히, 감사위원회와 투명경영위원회는 전원이 사외이사로 구성되어 있습니다.

이사회 산하 위원회

구분	역할 및 활동
<p>감사위원회 (사외이사 5인)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>내부회계 관리제도 운영 실태 평가</li> <li>주주총회 상정안건 승인 등 회사 업무와 회계 등의 감사활동 수행</li> <li>외부감사인과 재무제표 감사계획 및 결과에 대하여 커뮤니케이션 등</li> </ul>
<p>사외이사후보추천위원회 (사내이사 2인, 사외이사 3인)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>사외이사 신규 선임 시 후보 추천</li> <li>사외이사후보추천위원회 규정에 따라 후보에 대한 실질적 심사</li> </ul>
<p>투명경영위원회 (사외이사 4인)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>‘독점규제 및 공정거래에 관한 법률’에서 규정하는 특수관계인간 거래</li> <li>윤리경영 및 사회공헌과 관련된 주요 정책</li> <li>윤리강령 등 윤리규범 제개정 및 이행실태 평가</li> <li>주주권익보호에 관한 주요 경영사항 등에 주주 및 이해관계자 의견수렴을 통해 회사의 경영 방향성 논의</li> </ul>

### 감사위원회

감사위원회는 상법 상 사외이사가 전체의 3분의 2이상으로 하도록 하고 있으나, 당사는 감사위원 5인 전원을 사외이사로 구성하고 있습니다. 또한 최소 1인 이상의 회계·재무 전문가를 포함하고 정원의 3분의 2 이상을 당사와 거래 관계가 없는 독립적인 사외이사로 선임하여 투명성을 제고하고 있습니다.

### 사외이사후보추천위원회

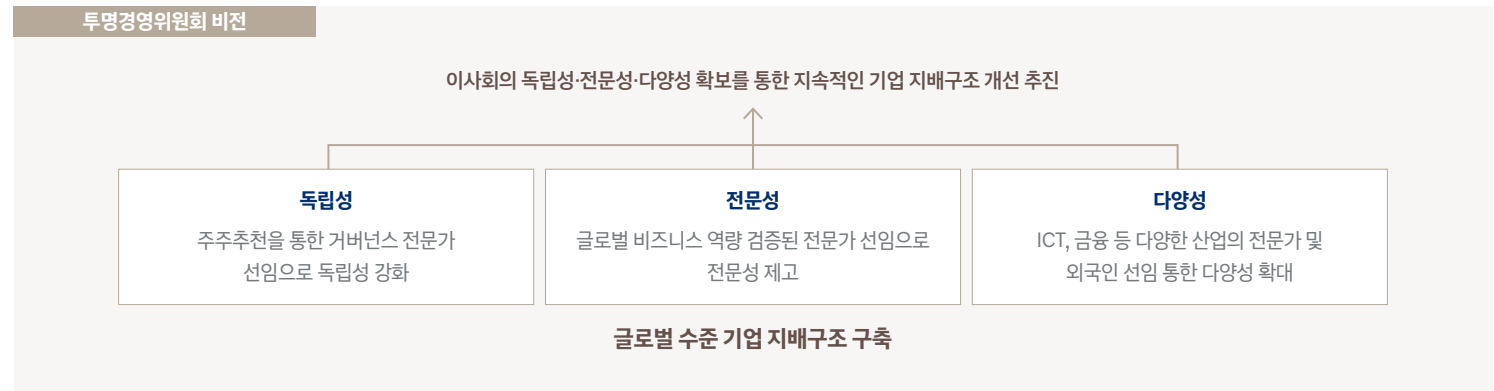
사외이사후보추천위원회는 과반수를 사외이사로 구성하도록 하는 관련 법령에 따라 사내이사 2인과 사외이사 3인으로 총 5인이 구성되어 있습니다. 본 위원회가 보유한 사외이사의 추천권을 통해 사외이사를 선임하고 있으며 법상 자격요건, 독립성 여부 등을 포함한 ‘사외이사 자격요건 확인서’를 한국거래소에 제출하고 있습니다.

### 투명경영위원회

현대자동차는 2015년 4월, 투명성과 주주 권익 제고를 위해 전원 사외이사로 구성된 투명경영위원회를 발족하였습니다. 내부거래 투명성 및 윤리경영 추진, 주주 권익의 보호 등을 목적으로 이사회 전에 개최되고 있으며, 이사회외의 투명성 강화를 통해 주주들의 권익 확대를 위한 다양한 활동을 하고 있습니다. 국내 투자자 간담회 및 해외 투자자 대상 NDR(기업설명회, Non-Deal Roadshow) 등에 참여하여 이사회와 주주 간 소통을 강화하고 주주 가치를 개선하고자 노력하였습니다.

특히, 투명경영위원회는 2018년 주주추천제를 도입하였으며, 2019년 3월 주주총회에서 주주추천을 통해서 주주권익보호 담당 사외이사를 선임하였습니다. 앞으로도 주주와의 적극적 소통을 통해 독립적인 기업 지배구조 구축의 핵심적인 역할을 담당해 가고자 합니다.

📄 투명경영위원회 활동 내역



**거버넌스 개선 활동** 투명경영위원회는 주주가치 개선을 위한 다양한 거버넌스 개선 활동을 추진하고 있습니다. 국민연금, 캐피탈그룹, APG 등 국내외 주요 주주와의 면담을 통해 회사의 거버넌스 개선 성과와 향후 계획을 공유하는 한편, 의결권 자문사 등 다양한 거버넌스 자문기관과의 면담을 통해 ESG 개선 등을 포함한 앞으로의 발전방향을 모색하고 있습니다. 또한, 당사 이사진의 거버넌스 관련 이해 증대와 전문성 제고를 목적으로 책임투자 등 다양한 거버넌스 이슈에 대한 세미나를 정기적으로 실시하고 있습니다. 앞으로도 주주소통 강화 및 전문성 제고를 통한 주주가치 개선 노력을 지속해 나가겠습니다.

## 주주의 권익 보호

현대자동차는 주주 중심의 기업문화 구축을 위해 다양한 주주 권익 보호 활동을 펼쳐 나가고 있습니다. 주주가 안건 심의에 충분한 시간을 할애할 수 있도록 정기 주주총회 공고와 관련한 상법상 최소 기준인 2주보다 앞선 3주 전에 공고를 실시하고 있으며, 1% 이하 주식을 보유하고 있는 주주에게도 주주총회 소집을 통지하고 있습니다. 이와 더불어, 주주총회 2주 전 감사보고서를 조기 공시하고, 외부 감사인 선임에 대한 결정사항도 주주총회에서 직접 보고하며 투명한 공시와 신속한 정보 제공을 진행하고 있습니다.

한편, 현대자동차는 재무제표의 승인 및 배당 결정에 대하여 이를 이사회에 위임하지 않고 주주총회에서 주주가 직접 결정하게 하고 있습니다. 또한 이사회에 관한 사항 및 임원의 보수 등에 대한 자세한 내용을 사업보고서를 통해 공시하여 투명성을 제고하고 있습니다. 아울러 주식 발행내역, 자기주식 보유 현황, 주식분포 현황 및 최근 3개년도의 배당에 관한 사항 등 주주에 관한 사항은 현대자동차 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

## 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

4.1 기업 지배구조

4.2 윤리·준법경영

4.3 리스크경영

OUR VALUE

5. APPENDICES

# 윤리·준법경영

## 윤리경영

현대자동차는 윤리경영을 통해서 조직 구성원들이 딜레마 상황에서 윤리적 의사 결정을 내릴 수 있는 환경을 조성하고자 합니다. 이를 위해 윤리경영 헌장을 비롯한 다양한 윤리 규정을 제정하고, 투명경영위원회를 설치하였습니다. 또한 사이버 감사실 설치와 공정거래자율준수 프로그램 시행을 통하여 윤리경영 실천에 필요한 체계를 조성하였습니다. 당사는 이러한 윤리경영체계를 향상시키기 위하여 기업운영에 영향을 주는 규제 및 법률의 변경 사항을 즉각적으로 반영하고 있습니다. 현대자동차는 이러한 윤리경영 시스템을 바탕으로 투명성과 신뢰성을 강화하여 글로벌 시장의 모범이 되는 기업이 되고자 합니다.

윤리경영 체계도



### 윤리경영 헌장

현대자동차는 2001년 윤리경영 헌장, 윤리실천강령, 윤리규정을 제정하여 구성원들이 업무 상황에서 윤리적 판단을 내릴 수 있는 근거를 마련하였습니다. 윤리경영 헌장은 현대자동차의 윤리경영 실천과 활동의 기본 원칙으로 사용되며, 윤리실천 강령은 윤리헌장 정신을 구현하기 위해 제정된 구체적 실천 강령입니다. 윤리규정은 윤리 실천과 관련하여 전 임직원에 대한 구체적인 절차와 내용을 규정한 것입니다.

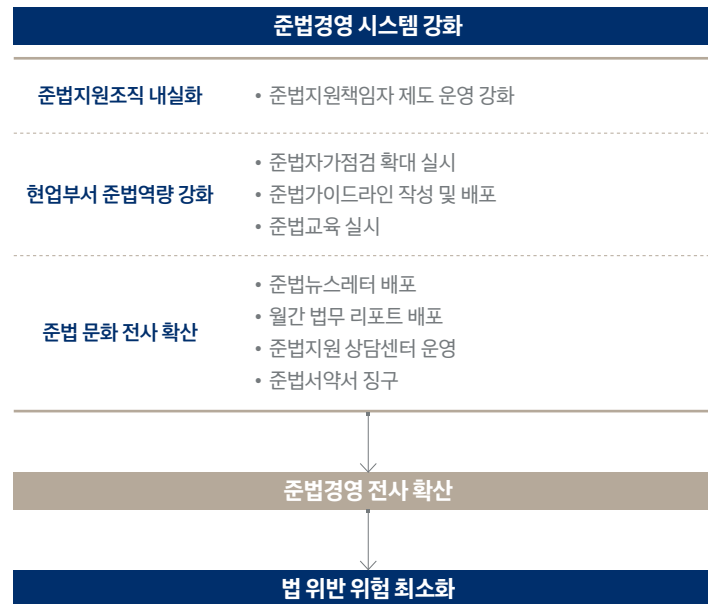
### 사이버 감사실

현대자동차는 투명경영의 정착과 실현을 목표로 사이버 감사실을 설치하여 운영하고 있습니다. 사이버 감사실은 불공정 거래행위, 금전·금품 또는 향응의 부당한 요구나 제공, 직권 오남용 및 청탁행위, 불합리한 관행에 대한 개선, 윤리실천강령에 위배되는 행위를 인터넷으로 제보 받아 처리하는 기관입니다.

## 준법경영

현대자동차는 2012년부터 준법지원제도를 도입하여 경영활동에 있어 발생할 수 있는 법적 리스크를 방지하고자 노력하고 있습니다. 준법경영 시스템은 조직적 측면에서 준법지원조직 운영을 내실화하고, 현업부서의 준법역량을 강화하며, 준법 문화의 전사 확산을 통해 법 위반 위험을 최소화하는 것을 목표로 하고 있습니다. 이를 위해 당사는 다양한 준법지원활동을 운영하고 있습니다.

준법지원시스템 전략체계 및 계획



### 준법지원책임자 제도 운영

현대자동차는 준법경영을 위하여 준법지원책임자 제도를 시행하고 있습니다. 준법지원책임자는 소속부서의 준법통제를 수행하여 회사가 관련 법률을 준수할 수 있도록 하는 담당자를 의미합니다. 당사는 2017년부터 각 부서의 장을 준법지원책임자로 지정하여 전 임직원이 외부 기업법률환경 변화를 인식하고, 관련 법률을 준수하여 업무를 수행하도록 하고 있습니다.

### 준법자가점검 실시

현대자동차는 준법자가점검을 실시하고 있습니다. 준법자가점검은 부서 맞춤형 체크리스트를 통해 개별 법 영역에 대한 점검을 시행하는 것입니다. 자가점검 이후 해설지 등을 제공하여 자체 개선 활동을 유도·지원합니다. 2018년에는 부패, 청탁금지, 고객개인정보 및 영업비밀 영역을 점검하였으며, 지점 맞춤형 체크리스트를 개발하여 전 지점 대상으로 일괄 점검을 시행하였습니다. 2019년에는 지식재산권, EU 개인정보보호법(GDPR) 등 점검 대상 법 영역 및 부서를 확대하여 시행하고 있습니다.

2018년 준법자가점검 실시 결과

	부패		청탁금지		고객 개인정보	영업 비밀	지점
시기	4월	9월	5월	10월	6월	8월	11월
점검 대상	647팀	642팀	254팀	237팀	36팀	271팀	470개
점검률	90%	86%	86%	84%	86%	93%	93%

### 준법가이드라인 제작

현대자동차는 법적 리스크의 현실화를 방지하기 위해 업무수행 시 알아야 할 관련 법령의 주요내용과 대응방안을 담은 준법가이드라인을 제작하여 배포하고 있습니다. 2018년까지 국내 9개 법 영역 39개 준법가이드라인을 발간, 배포하였으며, 해외 생산·판매법인에도 Global Compliance Handbook을 제작, 배포하였습니다.

### 준법교육 실시

현대자동차는 구성원의 준법의식 강화를 위해 준법 일반교육, 준법 전문교육, 온라인 준법교육을 실시하고 있습니다. 일반교육은 준법경영의 필요성, 자동차 산업 관련 주요 법 위반 위험에 관하여 신규 입사자·승진자 등을 대상으로 실시하고 있으며, 전문교육은 업무 현황 및 관련 법 쟁점을 반영하여 유관업무 담당자를 대상으로 실시하고 있습니다. 한편, 2018년에는 저작권 침해 방지 과정(국내)과 부패방지 과정(해외)에 대한 온라인 준법교육을 진행하였습니다.

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

# 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

- 4.1 기업 지배구조
- 4.2 윤리·준법경영
- 4.3 리스크경영

OUR VALUE

5. APPENDICES

# 리스크경영

## 글로벌 리스크 관리체계

자동차 산업에 대한 정책은 급격하게 변화하고 있으며, 이에 대응하는 것은 현대자동차에게 중요한 과제가 되었습니다. 이에 당사는 2014년부터 기업전략본부 산하에서 리스크 관리 업무를 수행하고 있으며 해외 사업장에서도 담당 직원을 선정하여 지속적인 리스크 관리에 노력하고 있습니다. 이러한 리스크 관리 체계는 본사와 해외 사업장의 리스크를 즉각적으로 대응할 수 있도록 설계되었습니다. 또한, 현대자동차는 매일 각 지역에서 발생할 수 있는 리스크 요인을 확인하고, 리스크 요인 중에 중요하다고 판단 되는 것에 대한 시나리오 분석을 통해 대응 방향을 수립하고 있습니다. 특히 주요 리스크가 발생하게 된 배경 및 원인을 분석하여 이에 체계적인 대응방안을 세워 리스크에 대응하고자 합니다.

### 주요 잠재 리스크 관리

현대자동차는 자동차 산업을 영위하는데 있어서 발생할 수 있는 다양한 잠재 리스크에 대하여 인지하고 있으며, 이러한 리스크에 사전적으로 대응하기 위하여 노력하고 있습니다.



#### 보호무역주의의 확산에 따른 통상환경 변화

##### Risk Context

글로벌 금융위기 이후 실업률이 급격히 증가하고, 중산층이 몰락하면서 사회 양극화가 심화되어 반세계화와 자국이익 우선주의 기조가 확산되고 있습니다. 이에 각국은 다자간 협상체계의 실효성을 평가절하하고, 보호무역주의를 강화하는 추세를 보이고 있습니다.

특히 보호무역주의에 있어서 반덤핑 관세 부과, 세이프가드 발동 등의 관세 장벽이 생성되거나, 원산지 규정 강화, 환율 조작국 지정 등의 비관세 장벽이 나타나고 있습니다. 그 외에도 반이민 정책이나 반난민 정책으로 외국인의 유입을 차단하거나 자국 업체 대상의 배타적인 보호 지원책이 생겨나고 있습니다. 자동차 산업은 지역별로 분업을 실시하는 글로벌 밸류체인 전략을 사용하고 있기에, 보호무역주의 확산에 따라 글로벌 밸류체인 전략을 유지하기 어려워지고 있습니다.

##### HMC's Approach

현대자동차는 보호무역주의 확산에 따른 통상환경 변화에 따라 다양한 방안을 강구하고 있습니다. 먼저 당사의 성장전략을 글로벌 밸류체인 전략에서 현지 완결형 체제로 변화시킬 예정입니다. 또한 각국의 다양한 정책 변화에 대한 대응 신속성을 높이기 위하여 통상환경의 변화가 미칠 경영 리스크의 분석 체계 구축 및 분석을 강화하고 본사 중심의 의사결정 구조에서 현지 중심 의사결정 구조로 변화시킬 것입니다. 이를 위해 현지로 의사결정 권한을 이양하고, 현지 전문 인력을 강화할 예정입니다. 이에 더하여 연구개발, 생산, 조달 각 과정의 현지화 수준을 높여 원자재 및 부품 조달의 현지화 수준을 제고할 것입니다. 더 나아가 관세 발생 지역에서 단기적으로 CKD 방식을 검토하고, 중장기적으로는 소규모 공장 운영 능력을 확보하여 생산 거점의 효율성을 높일 예정입니다.



#### 배출가스 및 연비 규제의 강화

##### Risk Context

EU의 CO<sub>2</sub> 규제는 2020년부터 95g/km로 변경될 예정으로 자동차 기업의 규제 충족 여부가 중요한 상황입니다. 특히 CO<sub>2</sub> 감축의 한 축을 담당하는 디젤차 판매가 디젤 규제의 강화 및 도심 운행 제한 확대로 급감하였고, 과도기적 친환경차라 할 수 있는 하이브리드 방식으로도 대응이 어려울 정도로 규제가 강화되고 있어 보다 효과적인 CO<sub>2</sub> 절감 대안을 모색하는 것이 필요합니다.

이와 함께 기존 배출가스 측정 절차 및 테스트 사이클이 NEDC(New European Driving Cycle)에서 WLTP(Worldwide harmonized Light vehicle Test Procedure)로 변화함에 따라 측정 CO<sub>2</sub> 배출량은 20~30%가량 증가할 예정입니다. 이러한 측정 기준의 변화는 배출 기준의 절대적 수치 하향과 함께 배출 규제를 더욱 강화시킬 전망입니다.

##### HMC's Approach

현대자동차는 배출가스 규제 및 연비 규제의 강화에 대응하기 위해 친환경 차량의 양산과 판매에 집중하고자 합니다. 이를 위해 제품, 생산, 브랜드, 사업 모델 측면에서의 새로운 전략이 필요합니다. 제품 측면에서 친환경차 라인업 확대와 함께 전기차 전용 모델 개발을 강화하고, 생산 측면에서 공정의 혁신을 가속화하며, 브랜드 측면에서 친환경 차량 관련 브랜드 포지션의 상향 등을 고려해야 합니다. 사업 모델 측면에서 재생에너지 이용 확대 및 충전 인프라 컨소시엄 참여 등의 실질적인 운영 방안을 수립하는 것이 필요합니다. 향후 글로벌 시장에 친환경 차량을 성공적으로 런칭하고 유럽 내 SUV 경쟁력을 친환경 차량까지 확대할 계획입니다.

## 조세 전략

현대자동차는 세법 준수와 세무 리스크 관리가 고객이익 확보, 주주이익 극대화, 국가재정 기여를 위한 중요한 요소이며, 지속가능경영을 위한 필수조건임을 인식하고 있습니다. 이를 기반으로 과세관청의 공평과세 원칙에 대응하여 납세자로서의 성실 납세 의무를 준수하기 위해 노력하고 있으며, 과세관청과 협조적인 상호신뢰의 관계를 구축하고 있습니다.

### 세무 리스크 관리

현대자동차의 세무 리스크 관리 핵심은 '엄격한 법규 준수'입니다. 과세당국과 투명한 관계를 유지하고, 요청에 따라 사실 관계 소명을 위한 증빙들을 제공하고 있습니다. 나아가 글로벌 기업으로서, 국가별 세법의 차이점을 인식하고, 세무 리스크를 사전에 방지하고자 노력하고 있습니다. 조세회피를 목적으로 기획된 자회사는 보유하고 있지 않으며, 조세피난처 국가에 소재한 해외 자회사에 소득을 이전하지 않습니다. 현대자동차는 이전가격 거래에 있어 과세당국간 과세권 경쟁으로 인한 이중과세 위험을 인지하고 있으며, 이를 해결하기 위해 '정상가격 범위' 내 거래를 원칙으로 하고 있습니다.

### 세무 활동 통한 지역사회 기여

현대자동차는 지역사회의 경제발전에 많은 기여를 하고 있습니다. 각 국가에서 주요 납세자, 투자자로서의 역할을 다하고 있으며 고용창출에도 힘쓰고 있습니다. 국가별로 각 법인의 소득에 대한 법인세를 적법하게 납부하고 있으며, 그 밖에 부가세, 원천세 등의 납부를 통해 세수 창출에 기여하고 있습니다.



# CUSTOMER

고객가치

All roads lead to  
the customers

현대자동차는 고객이 기대하는 것 이상의 새로운 가치와 경험을 제공을 약속합니다. 안전과 편리함을 강화하는 노력과 상상을 실현하는 미래 모빌리티 기술을 통해 글로벌 최고 수준의 품질, 모든 제약을 극복하는 자동차를 만들어갈 것입니다. 제품 개발에서부터 생산, 공급, 그리고 판매 이후 서비스까지 현대자동차는 언제나 고객의 삶과 함께 동행합니다.

# Our ways of satisfying customers

## 고객에게 차별화된 가치로 다가가겠습니다.

현대자동차는 고객에게 현대자동차만의 가치를 전달하기 위하여 급변하는 산업 환경에 발빠르게 대응하고 있습니다. 미래 대응력 강화를 위하여 5대 중점 분야로 MaaS(Mobility as a Service), 스마트시티, 에너지, 로봇, AI를 설정하고, 특히 모빌리티, AI 기반의 자율주행, 커넥티드 카 등 관련 사업의 초석을 다져 사업 범위를 확장해 나가고 있습니다. 또한, 고객에게 현대자동차만의 차별화된 브랜드 경험을 선사하기 위한 인프라 구축에도 힘쓰고 있으며, 브랜드 커뮤니케이션 결과에 대하여 다양한 국내외 어워드에서 성과를 거두었습니다.

아울러, 고객가치를 증진하고 고객과의 관계형성을 위하여 소통을 기반으로 한 서비스 제공을 중점적으로 추진하고 있습니다. 고객의 의견을 들을 수 있도록 VOC, H-옴부즈맨 등 창구를 마련하여 소통하고 있으며, 매년 고객만족도 조사를 실시하여 당사의 고객 관리 수준을 점검·개선하고 있습니다. 이 외에도 당사 제품 및 서비스를 구매한 고객이 최상의 서비스를 제공받을 수 있도록 서비스 제도를 운영하고 있으며, 꾸준히 신규 서비스를 도입해 나가고 있습니다. 마지막으로 당사는 고객 개인정보 보호, 제품에 대한 올바른 정보 제공 등 고객 권리 보호를 위한 엄격한 기준을 가지고 리스크 발생을 예방하고 있습니다.

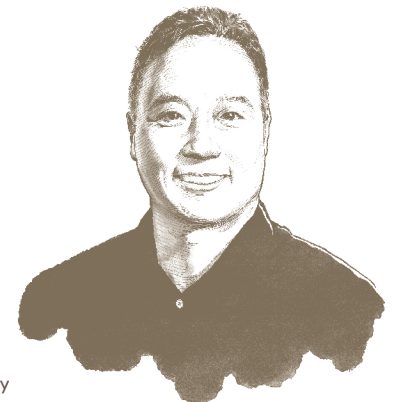
### 이해관계자 인터뷰



현대크래들의 엘리베이트 개발은 “만약 자동차에 다리가 있어 걷게 된다면 어떨까?”라는 궁금증에서 시작했습니다. 로봇공학자들이 만든 다리가 달린 로봇들은 이미 있었습니다. 우리는 바퀴 달린 자동차의 한계점을 극복하고자 이를 활용하여 자동차의 바퀴와 로봇의 다리를 합쳐보게 되었습니다. 우리는 개발 과정에서 역사, 공상과학 소설을 통해 영감을 얻고 협력할 수 있는 스타트업을 모색하였습니다. 특히 다양한 기능을 가지고 똑똑한 로봇을 만들어내고 발전시켜가는 탁월한 역량을 가진 스타트업이 많았습니다. 이에 우리는 스타트업 기업들이 센서, 구동장치, 배터리와 로봇을 만들기 위한 기술들을 개발하는 것을 직접 관찰했습니다.

엘리베이트를 상용화하기까지 해결해야 할 기술적인 과제들이 있습니다. 하나는 엘리베이트의 다리가 차량의 무게 뿐만 아니라 탑승자와 화물을 들 어올릴 수 있고, 오프로드 주행을 견딜 수 있도록 만드는 것입니다. 또한 다양한 지형과 상황속에서 보행동작을 제어하는 시스템을 디자인하는 것입니다. 마지막으로 가장 중요한 것은 운전자와 승객에게 편안한 승차감이나 운용 용이성과 같은 좋은 사용자 경험을 제공하는 것입니다.

현대크래들은 로봇이면서 자동차이기도 한 운송수단을 만들기 위해 더 많이 배우고 싶고, 잠재 고객들의 실제 요구사항도 알고 싶습니다. 엘리베이트 프로젝트를 통해 창의성과 결단력이 만났을 때 유용하고도 귀중한 이동수단을 만든다는 것을 보여주겠습니다.



**John Suh 상무**  
Hyundai CRADLE-Silicon Valley

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

**4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE**

OUR SYSTEM

OUR VALUE

- 4.4 고객가치
- 미래가치 전달
  - 고객만족 증진

- 4.5 환경책임
- 4.6 상생협력
- 4.7 인재존중
- 4.8 지역사회

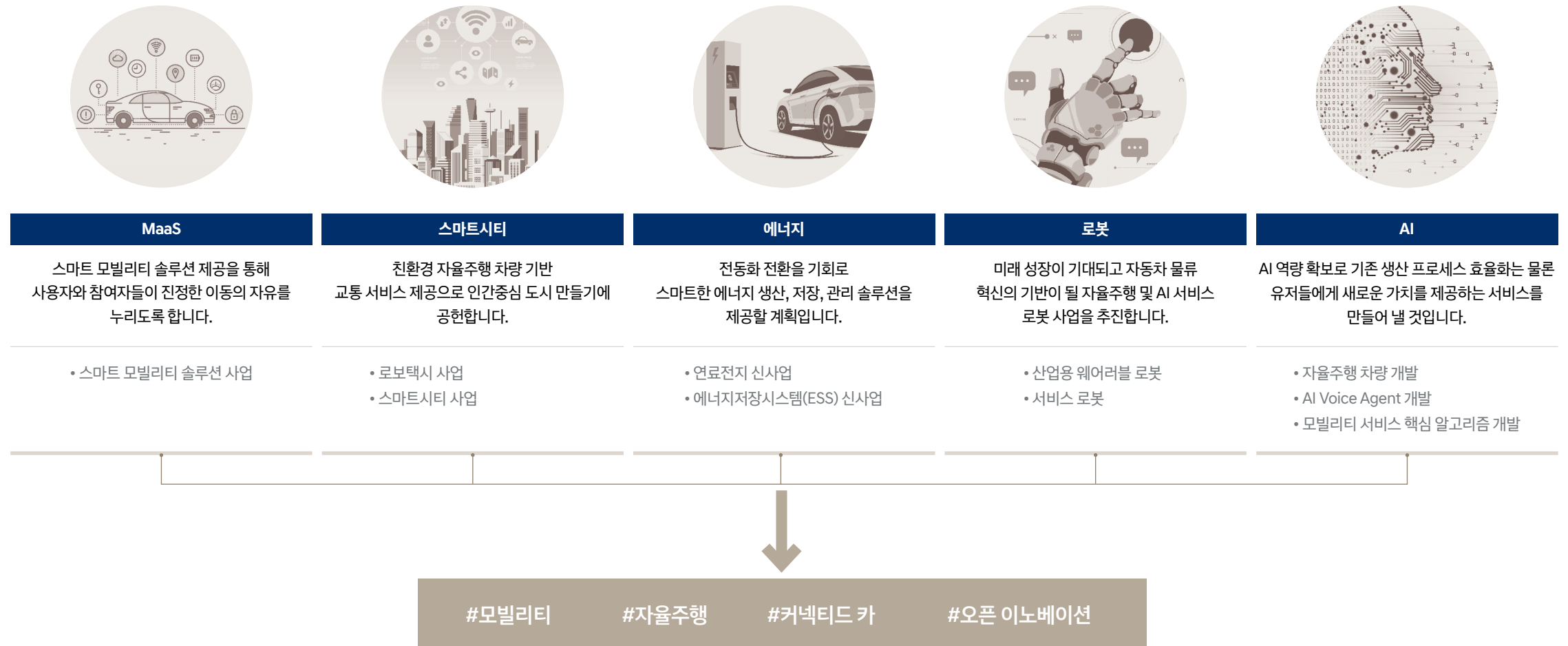
5. APPENDICES

# 미래가치 전달

## 미래 신기술 도입

현대자동차는 급변하는 산업환경에 대응하고 새로운 성장동력 확보를 위하여 전담 조직을 주축으로 미래 먹거리 탐색을 위해 노력하고 있습니다. 자동차 산업은 기존의 밸류체인인 개발, 생산, 판매 범위에서 더욱 확장하여 판매 이후의 영역인 금융 리스, Rent a car 등의 영역으로 뻗어 나가고 있으며, 당사 또한 이러한 변화에 발맞추어 미래 대응력 강화를 위한 방향성을 수립하고 관련 사업을 추진하고 있습니다. 이러한 5대 중점 분야를 토대로 현대자동차는 고객에게 새로운 가치를 전달하기 위해 모빌리티, 자율주행, 커넥티드 카, 오픈 이노베이션 등 다양한 미래 신기술 개발 및 투자 활동을 펼쳐나가고 있습니다.

### 미래 대응력 강화 5대 중점 분야



# #mobility

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

## 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

- 4.4 고객가치
- 미래가치 전달
  - 고객만족 증진

- 4.5 환경책임
- 4.6 상생협력
- 4.7 인재존중
- 4.8 지역사회

5. APPENDICES

### 인도 최대 카셰어링 업체 '올라(Ola)'와 협업

현대자동차는 2019년 3월 인도 최대 차량 호출 서비스(Car Hailing) 기업인 '올라(Ola)'에 투자하며 인도 모빌리티 시장에서 미래 경쟁력을 강화하고자 합니다. 올라는 인도 차량 호출 서비스 시장 1위이자 글로벌 125개 도시에 서비스를 제공, 등록 차량 130만 대 이상을 기록하고 있는 독보적 모빌리티 서비스 업체로 향후 당사와 모빌리티 3대 분야를 협력하며 인도 공유경제 가치사슬 전반에 대한 시너지 극대화를 도모할 계획입니다.

우선 이번 협력을 통해 현대자동차는 차량 호출 서비스에 활용되는 차량을 고객 니즈에 맞춰 최적화하고 이를 체계적으로 관리할 수 있는 통합 차량 관리 솔루션을 개발하여 모빌리티 성장환경에 걸맞는 사업역량을 갖춰 나가려 합니다. 또한 인도 정부의 친환경차 육성 계획에 맞춰, 인도전용 전기차 기반 차량 호출 서비스 프로젝트를 추진하며 전기차 충전 인프라 구축, 고객 서비스 개발 등을 통한 인도에 특화된 전기차 생태계를 조성할 계획입니다. 한편, 다양한 신규 모빌리티 서비스 개발에 협업을 추진하여 인도 시장 전반에 미래 모빌리티 영역을 넓혀 나가겠습니다.

### 인도 차량 공유업체 '레브(Revv)' 투자

스마트 모빌리티 솔루션 사업 기반 구축을 위하여 글로벌 기업 투자를 추진하고 있습니다. 대표적으로 2018년에는 인도 11개 대도시에서 카셰어링 서비스를 제공하고 있는 공유경제 업체인 '레브(Revv)'에 대한 전략적 투자를 진행하였으며, 이를 계기로 레브의 카셰어링 사업과 연계한 새로운 모빌리티 사업을 구상하고 더 나아가 미래 모빌리티 시장을 주도하는 역량과 기술을 확보하고자 합니다. 이번 투자를 통해 현지 소비자들이 현대자동차를 더욱 다양한 방식으로 경험할 수 있게 돼 향후 판매에도 긍정적인 영향을 미쳐, 현지 브랜드 이미지 제고 효과도 클 것으로 기대하고 있습니다. 현대자동차는 이 외에도 글로벌 주요 모빌리티 기업에 대한 전략 투자를 이어감으로써 미래 시장 환경 변화에 선제적으로 대응하고 있습니다.

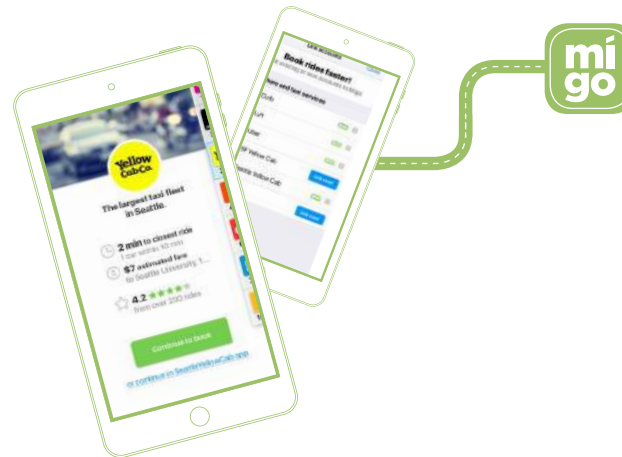


(좌측부터) 현대자동차 인도법인 구영기 법인장, 레브(Revv) 공동 창업자 아누팜 아가왈(Anupam Agarwal), 카란 제인(Karan Jain)



### 라스트 마일 업체와 협업

현대자동차는 최종 소비자에게 물품을 전달하는 라스트 마일 서비스 부분의 성장 가능성을 인지하고 국내외 라스트 마일 전문 기업에 투자를 추진하고 있습니다. 국내 기업으로는 이륜차 기반의 물류 플랫폼과 장거리 배송 기술 솔루션을 제공하는 스타트업인 메쉬코리아에 225억 원을 투자하였습니다. 자율주행 및 커넥티드 카 기술이 메쉬코리아 물류망과 융합되면 시너지 효과가 날 것으로 기대하고 있으며, 스마트카 기술을 접목한 혁신 서비스 제공도 계획하고 있습니다. 또한, 중국 스타트업인 임모터에도 투자를 진행하였으며, 임모터는 전동 이륜차와 같은 라스트 마일 모빌리티를 대상으로 배터리 공유 사업을 벌이고 있습니다. 임모터는 물류 배달원들의 이동 경로, 배터리 상태, 충전소 현황을 사물인터넷(IoT)과 스마트 배터리 기술로 연결해 적재적소에 충전 서비스를 제공하는 사업을 진행 중이며, 당사는 임모터의 기술을 활용해 중국 시장에 특화된 신규 사업 개발을 추진할 예정입니다. 라스트 마일 배송은 최근 IoT와 자율주행, 첨단 로봇 기술 등과 접목되며 새로운 혁신 비즈니스로 자리잡고 있으며, 당사는 이를 새로운 성장 동력 발굴의 기회로 삼고자 합니다.

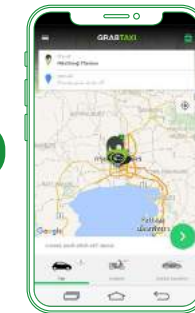


### 미국 모빌리티 다중통합 서비스 업체 투자

현대자동차는 미국의 모빌리티 서비스 전문업체 '미고(Migo)'에 투자하여 미국 공유경제 시장에 진출하는 발판을 마련하고 있습니다. 미고는 2017년 모빌리티 다중통합(Multi Aggregation)이라는 신개념 서비스를 미국 최초로 선보인 업체로 스마트폰 어플리케이션을 통해 고객에게 최적의 차량 공유 서비스를 연결해 주는 서비스를 제공하고 있습니다. 미주 주요 75개 도시를 대상으로 옐로우캡(Yellow Cab Co.), 커브(Curb), 카2고(Car2Go) 등 미국의 대표 택시 및 카셰어링 업체들을 비롯하여, 라임(Lime), 스피ن(Spin) 등 바이크셰어링과 대중교통 정보까지 제공하고 있습니다.

현대자동차는 미고에 대한 전략적 투자를 계기로 미국의 모빌리티 비즈니스 전반에 대한 노하우를 습득하고, 미고의 플랫폼을 통한 소비자의 차량공유 서비스 선호 정보를 얻을 수 있어 향후 미래 모빌리티 시장에서 경쟁력을 갖추는 데 활용할 것으로 기대하고 있습니다.

#모빌리티



### EV(전기차) 활용 혁신 카셰어링 프로젝트

동남아시아 최대 차량 호출 서비스(Car Hailing) 기업인 '그랩(Grab)'에 전략적 투자를 결정하였으며, 2019년 1월부터 싱가포르 내 코나 EV 파일럿을 시작으로 순수 전기차(EV) 기반의 혁신적인 모빌리티 서비스를 확대해나갈 예정입니다. 이는 그랩 드라이버가 현대자동차의 전기차를 활용해 차량 호출 서비스를 제공함으로써 수익을 창출하고, 배출가스를 전혀 배출하지 않는 동시에 내연기관 차량 대비 유류비 절감이 가능하다는 장점이 있어 드라이버나 승객 모두 이용 만족도가 높을 것으로 예상됩니다. 프로젝트 기간 동안 충전 인프라, 주행거리, 운전자 및 탑승객 만족도 등을 분석해 전기차 카셰어링 서비스의 확대 가능성을 확인하고 이후 인도네시아, 베트남, 말레이시아 등 동남아 주요 국가로 확대해 나갈 계획입니다. 더불어, 그랩이 싱가포르 전력 공급업체인 싱가포르 파워(Singapore Power)와 전기차 충전 인프라 구축을 위해 체결한 파트너십을 통해 2020년까지 충전기 총 1,000기 구축을 목표로 설정하여 2018년 급속 충전기 30기를 구축하였으며, 이에 따라 당사도 전기차 상용화를 위한 인프라 구축 협력에 힘쓸 예정입니다.



1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

**4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE**

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

- 미래가치 전달
- 고객만족 증진

4.5 환경책임

4.6 상생협력

4.7 인재존중

4.8 지역사회

5. APPENDICES

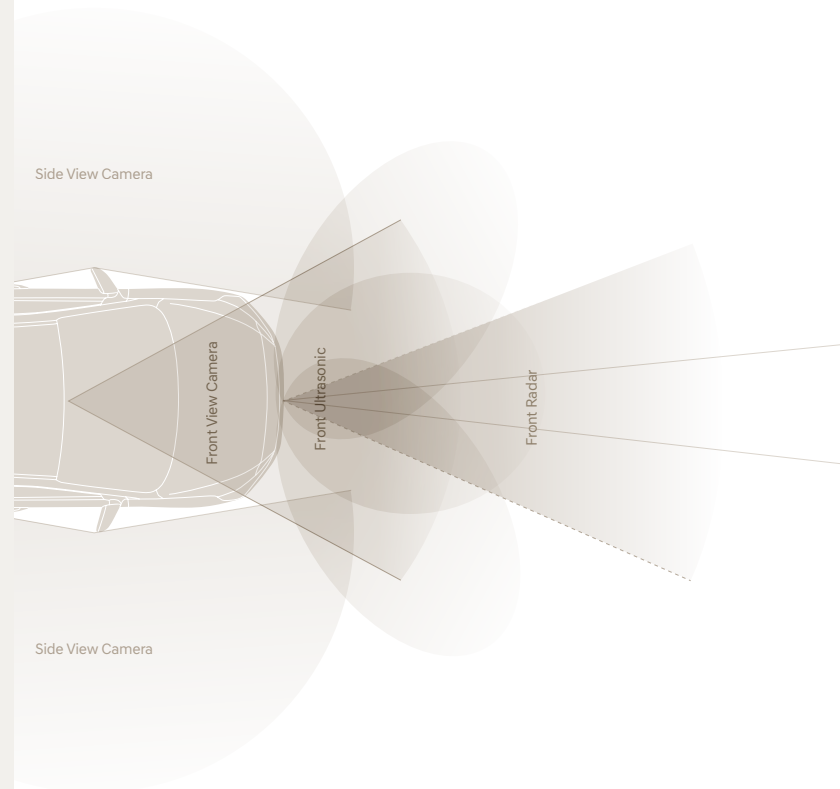
# #mobility+connected car

#모빌리티+커넥티드카

## 호주 카셰어링 업체와 커넥티비티 서비스 개발

현대자동차는 2018년 3월 호주 카셰어링 업체인 '카 넥스트 도어(Car Next Door)'에 투자하여, 첨단 ICT를 활용한 신개념 모빌리티 서비스를 제공하고자 합니다. '카 넥스트 도어'는 개인이 개인에게 시간 단위로 차를 대여해주는 P2P 방식의 비즈니스 모델을 통해 시드니, 멜버른, 브리즈번, 뉴캐슬 등 호주 5대 도시에서 운영되고 있는 호주 카셰어링 선도 업체입니다.

현대자동차는 고객의 차량과 스마트폰을 연결해 주는 '현대 오토 링크(Hyundai Auto Link)' 어플리케이션을 통하여 도어 개폐와 차량 시동을 걸 수 있는 폰 커넥티비티 기능을 탑재하여 소유자와 대여자 간에 차 키 전달이 필요 없는 편리한 P2P 차량 공유 환경을 만들었습니다. 현대자동차는 '카 넥스트 도어'와의 협업을 통해 2019년부터 해당 서비스를 선보였으며, 호주에서 인기를 끌고 있는 i30와 코나를 시작으로 싼타페, 아이오닉 등 전 차종에 확대하여 모빌리티 혁신을 가속화하고자 합니다.



# #autonomous driving

#자율주행

## 미국 자율주행 업체 '오로라(Aurora)'와 협업

현대자동차는 2018년 1월 자율주행 전문 기업 '오로라 이노베이션(Aurora Innovation)'과 협업을 시작하였습니다. 오로라(Aurora)는 자율주행차 전문가들이 2016년 설립한 스타트업으로 자율주행 소프트웨어 솔루션 개발을 주력으로 하고 있습니다. 현대자동차는 해당 협업을 통해 2021년 스마트시티 내 자율주행 시범운행을 실시하고, 2030년 자율주행차의 완전 상용화를 달성하고자 합니다. 2021년 도심형 자율주행 시스템은 레벨4 수준의 자율주행 고등 자동화 단계에 해당합니다.

현대자동차는 이러한 계획을 실현하기 위해 최적의 스마트시티 선정은 물론, 국내외 실도로 시험 운영을 통해 자율주행 상용화 과정에서의 안전성을 확보하고자 합니다. 특히, 실도로 시험 운영에는 당사의 차세대 수소전기차 넥쏘를 활용하며 미래 이동수단의 친환경성도 강화하고 있습니다. 현대자동차는 하드웨어와 소프트웨어를 포함하여 전방위적인 기술 협력을 통해 누구나 꿈꾸던 완벽한 자율주행을 실현하는 최상의 시스템을 만들어가겠습니다.

## AURORA

## 중국 '바이두(Baidu)' 아폴로 프로젝트 참여

세계 최대 시장으로 성장해가고 있는 중국 시장에서 자동차 미래 기술 선도기업으로 도약에 박차를 가하고 있습니다. 인공지능 전문 기업인 '바이두'와의 협업을 통해 글로벌 사업자 제휴 생태계 조성의 기틀을 마련하고자 합니다. 현대자동차는 2015년부터 바이두와의 협력 강화를 통해 빠르게 변화하는 자동차 기술 분야에서의 우위 선점을 도모하고 있습니다. 특히 현대자동차는 내비게이션, 음성인식, 인공지능 분야 등 다양한 분야로 협업 관계를 맺고 있습니다. 2018년에는 바이두의 자율주행 협력체계인 아폴로 프로젝트에 참여하여 바이두와의 협업 분야를 자율주행 기술 분야까지 확대해 나갈 계획입니다.



# #connected car

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

## 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

- 미래가치 전달
- 고객만족 증진

4.5 환경책임

4.6 상생협력

4.7 인재존중

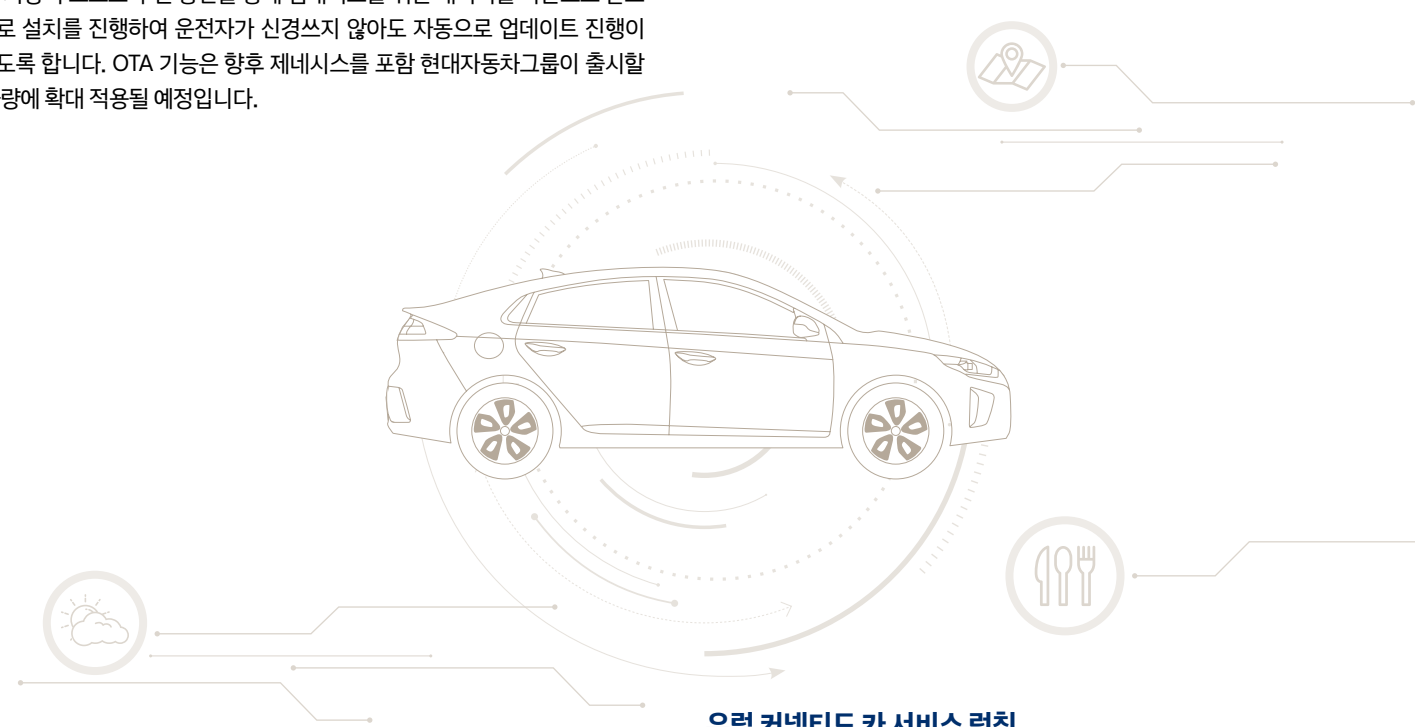
4.8 지역사회

5. APPENDICES

#커넥티드카

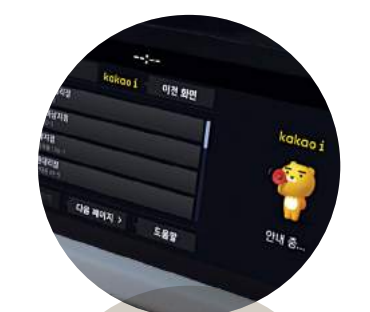
### 제네시스 G90, 내비게이션 자동 무선 업데이트 서비스 개시

제네시스 G90에 탑재한 내비게이션의 자동 무선 업데이트(OTA: Over The Air Update) 서비스를 시작하였습니다. 기존에는 운전자가 직접 별도 휴대용 저장 장치 등을 사용하여 수동으로 업데이트를 진행했어야 한다면, OTA 서비스가 적용된 G90은 차량이 스스로 무선 통신을 통해 업데이트를 위한 데이터를 다운로드 받고 자동으로 설치를 진행하여 운전자가 신경쓰지 않아도 자동으로 업데이트 진행이 가능하도록 합니다. OTA 기능은 향후 제네시스를 포함 현대자동차그룹이 출시할 주요 차량에 확대 적용될 예정입니다.



### 음성인식 서비스 '카카오 아이' 탑재 프로젝트

현대자동차는 음성 인식 기술을 활용한 커넥티비티 시스템 개발을 위해 2017년부터 IT 전문 서비스기업인 카카오와 협력을 시작하였습니다. 이에 2019년 3월 출시한 신형 쏘나타에 인공지능 플랫폼 '카카오 아이' 기술을 탑재하여 선보이며 차량 제어 및 다양한 비서 기능을 구현하였습니다. 음성 명령을 통한 차량 내 공기장치 제어 등 고객에게 안전하고 편리한 운행환경을 제공할 뿐 아니라, 뉴스·환율 등의 생활 정보를 포함한 다양한 콘텐츠를 인공지능과의 대화형 음성 인식을 통해 즐길 수 있도록 하였습니다. 현대자동차는 카카오와의 지속적인 협력을 통해 커넥티드 카 서비스를 고도화하고 적용 차량 범위를 확대할 계획입니다. 현대자동차는 자동차 안에서 고객 자유로움을 느끼는 새로운 경험을 제공하기 위해 미래 커넥티드 카 기술 혁신에 더욱 집중할 것입니다.



### 유럽 커넥티드 카 서비스 런칭

유럽 시장에 커넥티드 카 서비스 제공을 위하여 2018년 기아차, 보다폰(Vodafone)과 3사 간 MOU를 체결하였습니다. 보다폰은 약 1.2억 명의 고객을 보유하고 있으며, 유럽 전역을 중심으로 전 세계 총 51개국에 이동통신망을 구축하고 있는 유럽 주요 통신사로, 커넥티드 카 협력 파트너사로 최상의 조건을 갖춘 기업입니다. 2019년 하반기 출시될 현대자동차의 신차 엔트리 SUV 베뉴에 커넥티드 카 서비스인 '블루링크(BlueLink)'를 탑재하여 서비스 제공을 개시할 예정이며, 영국, 독일, 프랑스, 스페인 등 유럽 주요 8개국을 시작으로 이후에는 32개국 유럽 전역에 서비스를 확대할 예정입니다. '블루링크'는 주차장 위치 등 지역정보 서비스, 차량 도난 알림, 음성인식, 차량 위치 및 상태 확인 기능 등을 제공하며, 음성인식 분야 최고 기술력을 보유한 미국 업체 '뉴앙스(Nuance)'와 제휴해 영어, 프랑스어, 독일어 등 유럽 8개국 언어를 지원할 예정입니다.



(좌) 현대기아차 ICT기술사업부장 김지윤 상무, (우) 보다폰 엔터프라이즈 엔 앤 텐(Yen Yen Tan) 사장

# #open innovation

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

## 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

- 미래가치 전달
- 고객만족 증진

4.5 환경책임

4.6 상생협력

4.7 인재존중

4.8 지역사회

5. APPENDICES

#오픈 이노베이션

### 글로벌 혁신 거점, Hyundai CRADLE & ZERO1NE

현대자동차는 2000년 벤처 투자와 신사업 확장을 위한 전담 조직인 '벤처플라자' 설립을 기점으로 스타트업 발굴, 투자, 육성 활동을 시작하였습니다. 이후, 2011년에 혁신 기술 트렌드 센싱과 해외 스타트업 투자를 위해 실리콘밸리에 혁신 거점을 설립하였으며, 2015년에는 중소벤처기업부 스타트업 육성 프로그램인 TIPS(Tech Incubator Program for Startups) 운영사로 선정되는 등 국내외 벤처사업을 확대하였습니다. 2017년 현대자동차그룹의 미래 신성장 동력 및 신사업 추진 확대와, 외부 아이디어를 적극 활용하는 오픈 이노베이션을 활성화하기 위해 전략기술 본부를 출범하였습니다. 아울러 '현대크래들 실리콘밸리(HYUNDAI CRADLE - Silicon Valley)'와 한국의 '제로원(ZERO1NE)'에 이어 2018년 10월에 이스라엘에 현대크래들 텔아비브(HYUNDAI CRADLE - Tel Aviv)를, 2019년 4월 독일에 현대크래들 베를린(HYUNDAI CRADLE - Berlin)을 오픈하였으며, 연내 베이징에도 오픈 이노베이션 센터를 설립해 글로벌 5대 혁신거점을 완성하고자 합니다. 글로벌 5대 혁신거점은 역동적으로 변화하는 자동차 산업의 패러다임을 주도하기 위해 유망 스타트업을 발굴, 투자, 육성하는 동시에 이들과의 협업 활동을 강화하여 미래 경쟁력 확보를 적극 추진할 예정입니다.

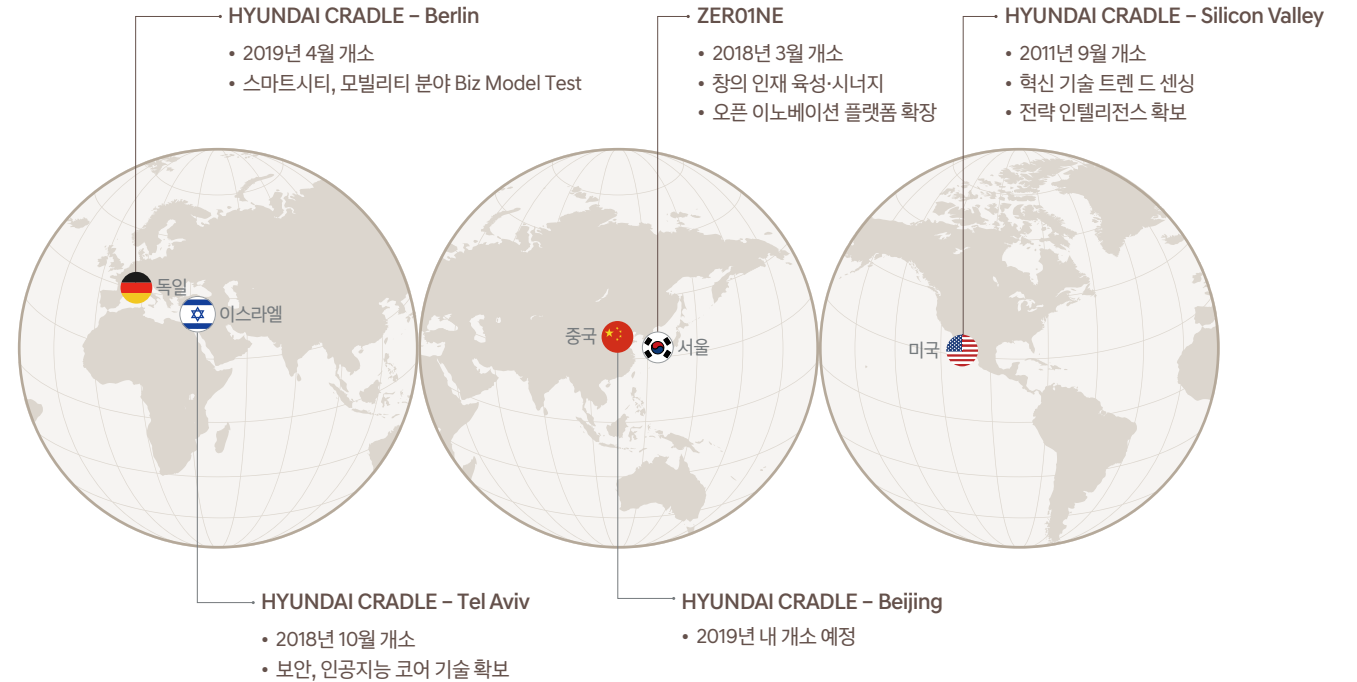


오픈 이노베이션 센터 'ZERO1NE'

엘리베이트 콘셉트카



#### 오픈 이노베이션 혁신 거점



### 엘리베이트(Elevate) 콘셉트카 공개

현대자동차는 2019년 1월 국제 전자제품 박람회(CES)에서 걸어다니는 자동차 '엘리베이트(Elevate) 콘셉트카'를 공개하며, 미래 모빌리티의 새로운 가능성을 제시하였습니다. '엘리베이트'는 현대자동차그룹의 오픈 이노베이션 센터 '현대크래들(HYUNDAICRADLE)'과 미국 디자인 컨설팅 회사 '선드버그 페라(Sundberg-Ferar)'의 협업으로 탄생하였습니다. '엘리베이트'는 일반 도로는 물론 4개의 바퀴 달린 로봇 다리를 움직여 기존 이동수단으로는 접근이 어려운 지역 및 상황에서도 유용하게 활용할 수 있는 신개념 모빌리티로서 상용화될 경우, 수색·구조, 교통약자 이동 편의 증진 등 다양한 공공 분야에 크게 기여할 것으로 기대하고 있습니다. 이와 같이 현대자동차는 오픈 이노베이션 센터를 통해 기존 모빌리티의 개념을 재정의하는 창조적 혁신을 지속하여 미래 모빌리티의 새로운 가능성을 다각도로 모색하고자 합니다.

### 사내스타트업 제도 운영

현대자동차는 2000년부터 새로운 아이디어 발굴과 이를 제품/서비스로 구현하기 위해 사내스타트업 제도를 운영하고 있습니다. 2019년 5월 기준 총 53개 사내 스타트업을 육성하고 분사/창업 프로세스를 통해 현재 12개 기업을 배출했습니다. (2019년 5월 신규 6개 사내스타트업 입주 및 3개 기업 분사/창업)

초기 주요 아이템은 본업과 연계된 차량 부품 생산이었지만 최근 블록체인, 사물인터넷, 친환경 소재 등 다양한 기술 분야와 모빌리티를 포함해 신규 서비스 영역으로까지 확대되고 있습니다. 특히, 2018년부터는 현대자동차그룹 계열사까지 공모 대상으로 확대하여 임직원들의 혁신적 기술 개발 및 기업가정신 함양을 위해 노력 중입니다.

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

**4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE**

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

- 미래가치 전달
- 고객만족 증진

4.5 환경책임

4.6 상생협력

4.7 인재존중

4.8 지역사회

5. APPENDICES

**브랜드 커뮤니케이션**

현대자동차는 “Connecting People with Quality Time”이라는 브랜드 방향성을 고객에게 명확하게 전달하기 위해, 품질, 주행성능, 내구성, 보유가치, 연비 등 기본적인 상품과 기술의 우수성을 강조하는 데 그치지 않고, 더욱 높은 차원에서 고객의 니즈를 충족시켜주는 활동을 감성적으로 표현하고자 합니다.

이제 Clean Mobility, Connected Mobility, Freedom in Mobility와 같은 미래 모빌리티의 고차원적인 담론을 논하며, 현대자동차 보다 감성적이고 실질적으로 고객에게 전달하고자 하는 가치를 전달하는데 초점을 맞추어 브랜드 커뮤니케이션을 전개할 계획입니다.

**브랜드 캠페인**

현대자동차의 Brand Purpose인 ‘Quality Time’을 효과적으로 전달하기 위해서 ‘Culture Station’과 ‘Reinventing your every time’이라는 2가지 브랜드 캠페인을 실시할 예정입니다. ‘Culture Station’은 폐점된 주유소를 새롭게 재생하여 Old Energy에서 New Energy로 바뀌는 세상의 변화를 선언하며, 사람들이 그 안에서 가치있는 시간을 경험할 기회를 제공하는 프로젝트입니다. 두번째 브랜드 캠페인 ‘Reinventing your every time’은 밀레니얼 세대들이 직면하고 있는 이슈들을 주제로 삼아, 그들의 소소한 일상이 당사 미래 모빌리티 기술을 통해 ‘Quality Time’으로 변화될 수 있음을 시간대별 총 24개의 영상을 통해서 보여주는 프로젝트입니다. 기존 광고 제작 방식에서 벗어나 필름 아카데미 학생들과 마이크로 인플루언서들이 스마트폰을 활용하여 자연스러운 일상의 Quality Time 경험을 촬영하고 양방향으로 소통하는 방식을 통해 제작하고자 합니다.

**현대 모터스튜디오**

현대 모터스튜디오는 자동차를 의미하는 ‘Motor’와 새로운 문화를 창조하는 ‘Studio’가 만나 탄생한 브랜드 체험 공간입니다. 창의적이고 혁신적인 콘텐츠로 자동차에 대한 새로운 경험을 제공하며 고객과의 문화적 소통을 이어가고 있습니다. 현대자동차는 2014년 현대 모터스튜디오 서울을 개관한 이래 국내에 현대 모터스튜디오 하남·디지털·고양을 해외에 현대 모터스튜디오 모스크바·베이징을 운영 중입니다. 현대 모터스튜디오에서는 자동차에 대한 해박한 지식인 구루(Guru)가 상주하며 관람객의 궁금증에 답해주며 자동차를 매개로 방문객들과 소통하고 있습니다.



현대 모터스튜디오



현대자동차 월드랠리팀  
(2019 WRC 아르헨티나 랠리 우승)



수소전기하우스 시즌2

**제네시스 강남**

고객이 제네시스 브랜드와 가장 가까워질 수 있는 공간인 ‘제네시스 강남’ 전시관을 오픈하였습니다. 제네시스 전 차종 전시를 감상하고 맞춤형 시승 체험부터 전문 구매 상담까지 제네시스의 모든 것을 경험할 수 있는 공간으로, 제네시스의 혁신을 가장 먼저 느껴볼 수 있는 최적의 공간입니다. 제네시스 차량 전문가인 큐레이터의 1:1 상품 안내 서비스를 제공 받을 수 있으며, 구매하지 않아도 부담없이 체험할 수 있는 브랜드 경험 공간을 제공하고 있습니다.

**고성능 자동차 N 브랜드**

현대자동차는 다년간 WRC(World Rally Championship) 참가를 통해 축적한 모터스포츠 경험과 노하우를 바탕으로 고성능 N 브랜드를 탄생시켰습니다. 고성능 N 브랜드는 단순 수치 상의 성능을 넘어 운전자의 가슴을 뛰게 하는 감성적 즐거움을 추구합니다. 고성능 N의 3대 DNA는 코너링 악동(Corner Rascal), 일상 속 스포츠카(Everyday Sports Car), 레이스 트랙 주행능력(Race Track Capability)입니다. 현대자동차는 2017년 i30 N 출시를 시작으로 2018년에는 벨로스터 N을 선보이며, 유럽과 한국 고객들로부터 큰 사랑을 받고 있습니다. 향후에도 당사는 더 많은 N 브랜드 자동차의 출시와 더불어 일반 차량에서 N의 감성을 느낄 수 있는 N 라인, 고객이 자신의 취향에 맞게 차를 꾸밀 수 있는 N 퍼포먼스 파츠 등의 확대를 통해 다양한 소비자들의 욕구를 충족시키고자 합니다.

**수소전기하우스 시즌2**

수소를 이용해 자동차를 움직이고, 그 자동차가 세상에 필요한 에너지를 만드는 친환경 수소사회를 구현한 ‘수소전기하우스 시즌2’를 개관하였습니다. 이는 수소전기자동차의 기술과 친환경 수소에너지가 만들어 갈 미래 수소사회를 체험해 볼 수 있는 공간으로, 수소전기차가 이동 수단을 넘어 에너지원으로 사용될 수 있음을 보여줌으로써 수소사회가 가까이에 다가왔음을 직접 느끼게 해 주는 공간입니다. 특히, 시즌2에서는 넥소의 공기 정화 기능 시연을 통해 유해 배기가스는 배출하지 않고 깨끗한 물과 전기만 생산하는 수소전기차의 특징을 살펴보고 미세먼지를 흡입 및 여과하는 공기 정화 기능을 확인할 수 있습니다. 아울러, 당사는 지자체와 연계해 수소전기차 및 수소 충전 관련 인프라 확대를 위한 노력을 지속적으로 추진하고 있습니다.

**FIFA 공식 후원**

세계에서 가장 인기있는 스포츠인 축구를 더 많은 사람들과 함께 즐길 수 있도록 월드컵을 비롯한 주요 축구 대회의 공식 후원사로 활동하고 있습니다. 1999년 FIFA(세계 축구 연맹)의 공식 후원사로 참가한 이래, 2002 한국·일본, 2006 독일, 2010 남아공, 2014 브라질, 2018 러시아 월드컵과 여자월드컵, 대륙간컵, 20세 이하월드컵 등 다양한 FIFA 주관 대회에서 브랜드 인지도를 높여 왔습니다. 2019년에는 프랑스에서 개최되는 FIFA 여자월드컵 등 4개 대회에서 공식 차량 공급, 경기장 A-보드, 시승회, FIFA 공동 디지털 마케팅 등 다양한 프로그램을 운영하여 현대자동차의 브랜드 가치를 더욱 높일 예정입니다.

## 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

- 미래가치 전달
- 고객만족 증진

4.5 환경책임

4.6 상생협력

4.7 인재존중

4.8 지역사회

# 고객만족 증진

## 고객 커뮤니케이션

현대자동차의 모든 활동은 고객으로 연결됩니다. 기존 고객과 더불어 잠재 고객의 의견에 모두 귀 기울이며, 당사 유관부서가 상호협력하여 문제를 해결하기 위해 노력을 경주합니다. 다양한 채널을 통해 고객과 소통하고 있으며, 단순 의견 청취와 개선 활동 수행이 아닌 당사의 사업에 고객의 의견이 반영될 수 있는 'H-옴부즈맨'을 운영하여 고객가치의 의미를 제고해 왔습니다.

### VOC 기반 고객 커뮤니케이션 활성화

현대자동차는 고객 커뮤니케이션을 전담하는 부서를 신설하여 고객의 불만과 고충을 돌아보고 의견을 가감 없이 수렴하기 위한 노력을 펼치고 있습니다. 전담 부서는 고객에게 접수한 애로사항을 지체없이 유관 부서로 전달하여 각 유관부서는 개선사항을 도출하고 제품 품질, 고객 서비스 개선에 즉각 반영될 수 있도록 전사적 체계를 갖추었습니다.

### 고객 만족도 조사

현대자동차는 매년 HCSI(Hyundai Customer Satisfaction Index)를 실시하여 경쟁사 대비 고객만족도 수준 및 고객 니즈를 파악하고 있으며, 고객 경험 측면의 경쟁력을 진단하여 개선 요소를 도출하고 있습니다. 2018년에는 전체 4,500 표본 중 3,900 표본은 국산차, 600 표본은 외산차로 비례 할당하여 정량 조사를 실시하였으며, 세부 개선 과제 도출을 위하여 포커스그룹 인터뷰를 병행하여 조사를 진행하였습니다. 주요 조사 내용은 보유 차량의 제품, 가격, 판매 서비스, 정비 서비스, 기업이미지 전반에 걸친 만족도에 대한 조사와 로열티 정도에 대한 조사입니다.

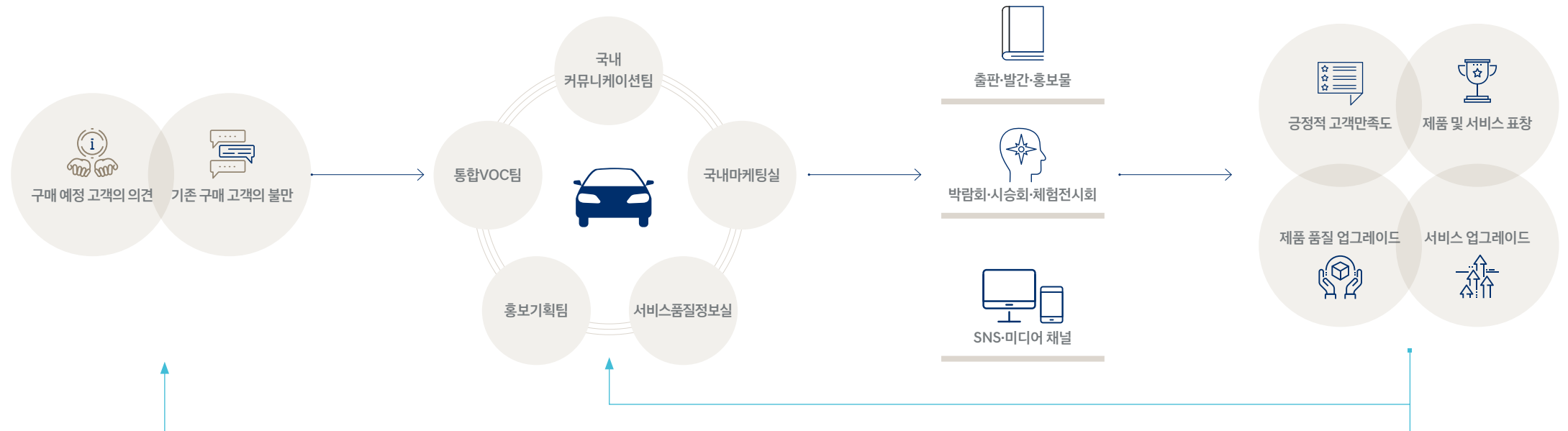
### 고객만족 관련 대외평가 결과

**NCSI** 국가고객만족도(NCSI): 6개 부문<sup>1)</sup> 1위

**KS-QEI** 한국품질만족지수(KS-QEI): 전 부문 1위

**KCSI** 한국산업고객만족도(KCSI): 전 부문 1위

<sup>1)</sup> 6개 부문: 소형, 준중형, 중형, 준대형, 대형, RV 부문



1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

- 미래가치 전달
- 고객만족 증진

4.5 환경책임

4.6 상생협력

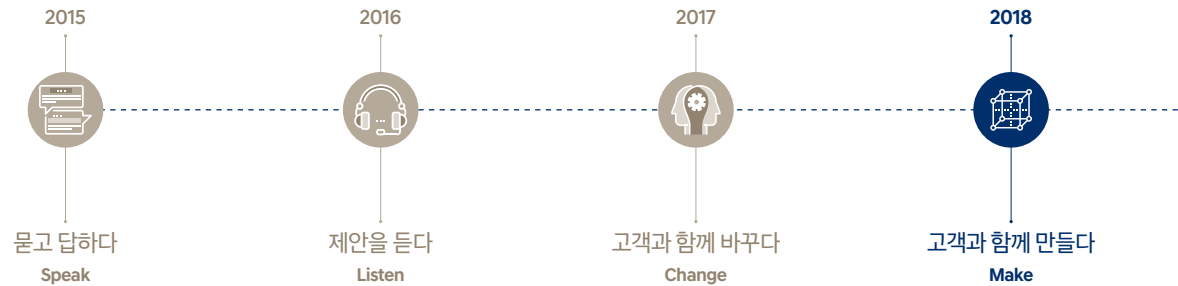
4.7 인재존중

4.8 지역사회

5. APPENDICES

H-옴부즈맨

H-옴부즈맨은 고객 의견을 경청하고 실현함으로써 소통하고 변화하는 기업 이미지 구축을 위한 대 고객 소통 프로그램으로, 2016년 시작하여 3회 째를 맞이하였습니다. 상품, 마케팅, CSV 등 다양한 부문에 대해 고객의 목소리를 경청하고 고객과 함께 개발 방향성을 만들어가는 고객 제안 프로그램이며, 고객의 목소리를 실제 제품에 반영할 수 있는 기회라는 점에서 의미가 있습니다. 상품 혁신, 고객가치 혁신, 사회 혁신 등 3개 분야에 대한 우수 아이디어를 선별하여 이를 실제 상품 개발, 고객 응대 서비스 및 마케팅, 현대자동차 CSR 및 CSV 관련 우수 아이디어 발굴 등에 반영하고자 합니다. 2018년에는 신규 활동으로 현대자동차 관심 이슈를 두고 옴부즈맨, 멘토, 당사 간 가감 없이 발언하는 'H-옴부즈맨 Talk'와 H-옴부즈맨 1, 2기 로열티 강화 프로그램인 'H-옴부즈맨 헤리티지', 소셜 크리에이터를 통한 행사 스케치 콘텐츠 제작 및 온라인 바이럴 실시 등을 추진하였습니다. 2019년 5월부터 H-옴부즈맨은 대고객 오픈커뮤니케이션 플랫폼 'H-ear'로 확대 개편되었습니다. H-ear는 현대자동차(H)의 귀(ear)가 되어 고객의 의견을 경청(hear)하겠다는 의미로 누구나 '패널'로 자동차와 서비스에 대한 의견과 아이디어를 주고 받는 공간인 랩(Lab)에 참여할 수 있습니다.



\* 2015년은 '마음드림'으로 활동, H-옴부즈맨은 2016년 발족

아이디어 제안 분야	상품 혁신	고객가치 혁신	사회 혁신
멘토	현대자동차 미래모빌리티개발팀 장동선 박사/책임 연구원	다음소프트 송길영 부사장	엠와이소셜컴퍼니(MYSC) 김정태 대표
참여 인원	총 30명 (5인 x 6개 팀)	총 40명 (5인 x 8개 팀)	총 30명 (5인 x 6개 팀)
반영 방안	상품 개발에 반영	고객 응대 서비스 및 마케팅, 프로모션에 반영	현대자동차 CSR·CSV 관련 우수아이디어 발굴 및 사회문제 해결
2018년 채택 아이디어	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 농촌 지역 대상 트럭 세어링 서비스</li> <li>• 현대자동차 맞춤형 및 개인화 편의 기능</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현대자동차 테마 거점 활용 프로그램</li> <li>• 고객 접점에서의 스트레스 최소화 위한 언택트(untact) 마케팅</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수소하우스와 넥소를 활용한 무더위 쉼터 노인 쉼터</li> <li>• 장애인과 비장애 예술인 협업을 통한 블라인드 전시회 개최</li> </ul> 



H-옴부즈맨 3기 개선 제안 발표회

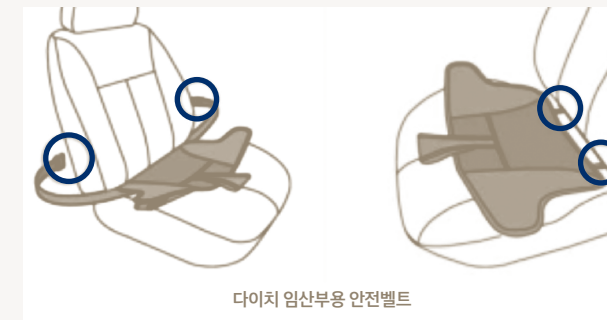
2018 H-옴부즈맨 제품 및 서비스 도입 검토 결과

1. 접촉과 비접촉의 재배치를 통한 당사 브랜드 이미지 제고

- 유/무인 응대 방식 Mix (고객가치 혁신 부문 6조)
- 유관 부문: 스페이스마케팅팀
- 검토 결과: Untact 서비스의 일환으로 현대 모터스튜디오 고양에 '고객 안내 로봇'을 도입하여 운영하는 계획을 수립하여 현재 개발업체 선정 완료 (2019년 중 도입 예정)

2. 교통약자 임산부의 안전과 편의를 위한 맞춤형 서비스

- 임산부용 안전벨트 (사회 혁신 부문 '장롱 밖으로')
- 유관 부문: 승객안전시스템설계팀
- 검토 결과: 임산부용 시트 벨트를 프리암 패키지에 적용 가능 (다이치 벨트)



다이치 임산부용 안전벨트

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

- 미래가치 전달
- 고객만족 증진

4.5 환경책임

4.6 상생협력

4.7 인재존중

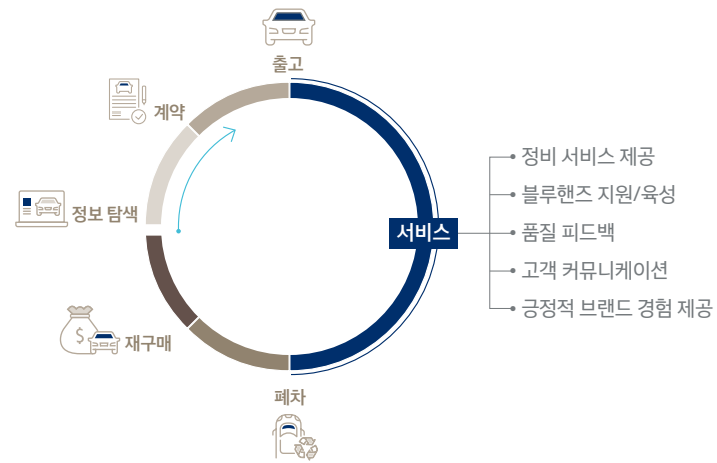
4.8 지역사회

5. APPENDICES

고객 서비스 가치 제고

현대자동차는 고객에게 최상의 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 전국 서비스 거점 인프라를 기반으로 고객이 안전하게 자동차를 사용할 수 있도록 만전을 기하고 있으며, 고객 차량 이용 및 관리의 편의성과 경제성을 향상시키기 위한 활동을 지속하고 있습니다.

현대자동차 서비스의 역할



서비스 거점

현대자동차는 고객과의 소통 창구로 서비스 거점을 구축하여 정비 서비스 외의 다양한 서비스를 제공하고 있습니다. 서비스 거점은 전국 직영서비스센터와 공식 서비스 협력사인 블루핸즈로 구성되어 약 1,400여 개의 전국적 네트워크를 형성하고 있습니다.

서비스 역량 강화 교육

국내 서비스센터, 블루핸즈 직원 및 해외 법인·대리점 강사를 대상으로 서비스 역량 강화 교육을 시행하고 있습니다. 신차, 친환경차, 제네시스 등 특정 차량을 비롯하여 ADAS/네트워크/편의안전/NVH/엔진 진단, 차체, 도장 교육을 통해 미래 신기술에 선제적으로 대응하는 서비스 인재를 육성하고 있습니다.

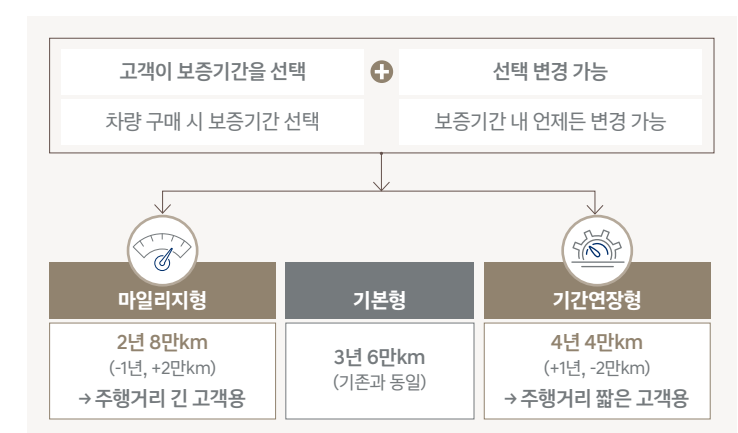
서비스 제도

현대자동차는 풍부한 서비스 거점을 바탕으로 고객에게 다양한 서비스를 제공하고 있습니다. 2018년에는 새로운 보증서비스인 '선택형 보증수리 프로그램'과 제네시스 1:1 서비스 매니저인 '제네시스 버틀러 서비스'를 신규 도입함으로써 현대자동차만의 고객 서비스 가치를 강화하였습니다.

서비스 제도	내용
찾아가는 비포 서비스	• 차량 안전 운행을 위하여 고객이 원하는 장소에 방문하여 차량점검 및 정비상담 서비스 제공
블루 기본점검 서비스	• 블루멤버스회원 대상 8년 8회 무상점검 및 케어 서비스 제공
긴급출동 서비스	• 현대자동차에서 판매한 차량 및 엔진이 시동 또는 운행 불가능한 상황 발생 시 현장 출동
One-Stop 서비스	• 정비 입고부터 고객 응대 및 상담, 수리 및 공정 관리, 수리 후 고객 설명까지 전문 담당자 전담 서비스 제공
흠투흠 서비스	• 거점을 방문하기 어려운 고객을 위해 원하는 시간·장소에서 차량을 인수, 수리 후 원하는 장소로 차량을 인도하는 서비스
과잉정비 예방 프로그램	• 수리비 과청구 금액에 대해 최대 300%까지 보상하고 수리내역에 대한 사전 안내를 강화하여 고객 신뢰 증대를 위한 프로그램
마이카스토리	• 스마트한 차량 관리의 시작, 고객 맞춤형 차량관리 어플리케이션
G90 고객만족점점	• 출고 2주 후 고객이 원하는 시간과 장소에 방문하여 케어하는 제네시스 G90만의 차별화 서비스
찾아가는 충전 서비스	• 전기차 특화 프로그램으로 고객이 희망하는 곳을 방문하여 44km 주행 가능한 7kWh를 무상으로 충전
대여차 서비스	• 보증수리 내 발생한 결함에 대하여 운행불가 기간 동안 차량 대여를 통한 고객불만 완화 및 편의 제공
선택형 보증수리 프로그램	• 고객 라이프 스타일에 따라 보증기간을 선택하여 사용하는 프로그램
제네시스 버틀러 서비스	• 제네시스 구매 고객 대상 1:1 전담 버틀러 지정 서비스

선택형 보증수리 프로그램

2018년 신규 운영 프로그램으로, 고객의 라이프 스타일에 따라 보증기간을 마일리지형, 기본형, 기간연장형 중 1개를 택하여 사용할 수 있습니다. 2018년 1월 1일 이후 출고된 현대자동차 전 승용 차종 구매 고객을 대상으로 하며, 출고 이후 보증기간 이내 언제든 변경 가능합니다.



제네시스 버틀러 서비스

제네시스 구매 고객 대상의 1:1 전담 버틀러 지정 서비스를 2018년 신규 도입하였습니다. 신차 출고 고객을 비롯하여 기출고 고객에게도 제공되는 서비스로, 차량 관리와 정비 관련 상시 안내를 받을 수 있습니다. 차량 관련 궁금증 상시 상담 서비스, 수리 입고 시 전담 응대, 고장 코드 발생 시 사전 안내콜 및 예약 대행, 보증기간 내 소모품 교환시기 도래 사전안내 서비스 등, 제네시스 고객에게 차별화된 서비스 경험을 제공합니다.



제네시스 버틀러 서비스

## 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

### OUR SYSTEM

### OUR VALUE

#### 4.4 고객가치

- 미래가치 전달
- 고객만족 증진

#### 4.5 환경책임

#### 4.6 상생협력

#### 4.7 인재존중

#### 4.8 지역사회

### 5. APPENDICES



#### 블루핸즈



블루핸즈는 현대자동차의 공식 서비스 협력사로서, 고객의 안전과 편의를 위한 환경 개선은 물론 신속한 차량점검을 통해 수리시간을 단축하고 있습니다. 방대한 네트워크를 기반으로 고객과 가장 가까운 곳에서 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

#### 블루멤버스



현대자동차 오너 대상의 서비스로, 고객이 보다 즐거운 자동차 생활을 영위하고 편안하게 서비스를 이용할 수 있도록 제공되는 멤버십 서비스입니다.

#### 블루링크



현대자동차의 커넥티드 카 서비스로, 고객은 블루링크를 통해 차량 원격제어, 안전 보안, 차량관리, 길안내 등을 사용할 수 있습니다.

#### 오토링크



2017년 신규 도입한 어플리케이션 기반 서비스로, 해외 고객을 대상으로 블루링크와 동일한 서비스를 제공합니다. 대표적으로 커넥티드 카 기반 '주유 할인 서비스'가 있으며, 이는 운전자의 위치를 기반으로 근거리 주유소 길안내를 도와줍니다. 또한, 운전자의 차량운전행태를 빅데이터 기반으로 분석하여 '보험료 할인 서비스'를 선보이며, 카셰어링·카헤일링 사업 등과 같은 공유 서비스 사업 진출을 지원하고 있습니다.



Service Innovation Conference

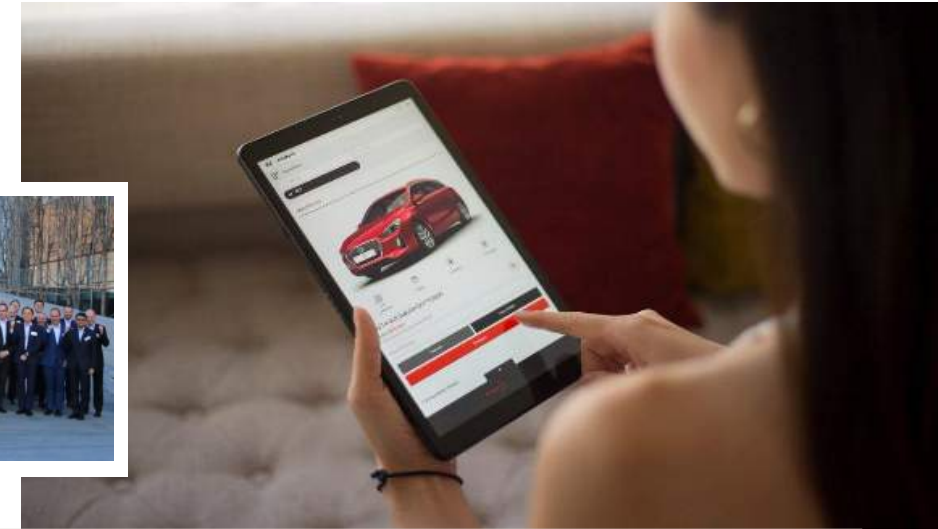
#### 글로벌 서비스 지원

'Right Here, Right Care'라는 슬로건 아래 글로벌 수준의 서비스 품질을 확보하고 있습니다. 글로벌 기업으로서 국내 고객이 누리는 수준의 서비스를 해외 고객에게도 동등하게 제공하고자 글로벌 서비스 전략을 수립하고 조직을 구축했으며, 다양한 서비스 방안을 도입하고 있습니다. 고객경험본부 출범과 함께, 글로벌 서비스 지원을 통한 고객 경험 제고를 위해 대리점 및 딜러 관리 체계를 강화하고, 친환경차 등 자동차 산업 패러다임 변화에 대응하는 디지털 서비스와 차량별 특화 서비스를 준비하고 있습니다.

2018년에는 글로벌 서비스 운영체계를 고도화 하였으며, 이를 기반으로 글로벌 판매와 지속적인 성장을 지원하고자 합니다. 국내에서 서비스 품질을 강화하고 있는 것과 마찬가지로 해외에서도 차량 입고부터 출고까지, 정비소 안에서 실시되는 모든 작업의 프로세스를 전산화·자동화한 시스템인 '워크샵 오토메이션'을 전 세계에 확산하여 고객 기반의 필드 서비스 정보를 수집하고, 수집된 정보들을 바탕으로 서비스 품질 향상 방안을 검토하여 적용하고 있습니다. 또한, 2018년에는 최초로 해외 법인 현지 서비스 총괄 책임자들을 본사로 초청하여 글로벌 서비스 전략 및 미래 방향성을 토론·협약하는 'Service Innovation Conference'를 개최하였습니다. 아울러, 해외 거점 권역본부화에 따라, 각 권역본부에서 지역별 특성을 고려한 글로벌 서비스 전략을 수립하고 전개할 수 있는 업무 체계를 정립하고 있습니다. 각 해외 사업장 별 환경과 문화, 사회 인프라가 모두 상이하므로, 이를 고려하여 지역별로 차별화된 판매 지원 프로그램을 개발·확산하여야 합니다. 글로벌 고객들에게 제공되는 서비스에 대한 반응은 자체적인 모니터링 뿐만 아니라, 초기품질·내구품질·신뢰성 지수와 고객만족 지수 등의 측정 결과를 참고하고 있습니다.

#### 온라인 판매 플랫폼

현대자동차는 빠르게 변화하는 고객 니즈에 발맞춰 온·오프라인 경험을 유기적으로 연결하는 온라인 판매 플랫폼 구축을 통해 보다 편리한 구매 경험을 제공하는데 앞장서고 있습니다. 기존 오프라인으로 국한된 판매채널의 한계를 극복하기 위해 온라인 판매사원의 1:1 컨시어지 서비스를 바탕으로 차량 탐색부터 재고 확인, 구매조건 협상, 금융·보험 신청 그리고 온라인 결제까지 자동차 구매를 위한 전 과정을 온라인에서 진행할 수 있는 서비스를 제공하고 있습니다. 이를 통해 고객은 언제 어디서든 간편하게 현대자동차를 구매할 수 있고 판매사원은 새로운 판매 기회를 창출하고 보다 효율적으로 양질의 고객경험을 제공할 수 있게 되었습니다. 2018년에는 싱가포르, 호주 시장에 온라인 판매 서비스를 런칭하였고 2019년 12월 인도를 시작으로 유럽, 중동 등 타 지역에도 순차적으로 서비스를 확장할 계획을 갖고 있습니다.





1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

# 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

- 미래가치 전달
- 고객만족 증진

4.5 환경책임

4.6 상생협력

4.7 인재존중

4.8 지역사회

5. APPENDICES

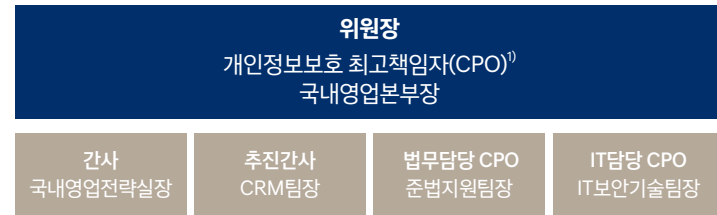
## 고객 권리 보호

현대자동차는 고객의 기본적인 권리를 보호하고 올바른 제품 정보를 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 특히 개인정보보호와 관련하여 지속적으로 강화되는 관련 법규 및 관계기관의 규제에 대응하고 사고 위험을 줄이기 위하여 보다 엄격한 관리가 필요합니다. 당사는 전담 위원회를 구성하여 개인정보 보호를 위한 리스크 예방 및 개선 활동을 추진하고 있습니다. 또한, 올바른 정보를 제공함으로써 고객의 알 권리를 보장하고 있으며, 위반 사건이 발생한 경우에는 보고서, 보도자료 등을 통해 정보를 투명하게 공개하고 있습니다.

### 고객 개인정보 보호

고객의 개인정보보호를 위한 계획수립과 실행, 점검, 개선을 위한 전사적 의사결정 기구인 개인정보보호위원회를 운영하고 있습니다. 개인정보보호 최고책임(CPO: Chief Privacy Officer)인 국내영업본부장이 위원장을 맡고 있으며, 각 부문별 CPO를 임명하여 개인정보 관리 프로세스를 총괄하도록 하였습니다. 정기적으로 본 회의를 연 2회 실시하며, 실무위원회는 연 4회 운영하고 있습니다. 필요 시에는 비정기 회의를 열어 정보보호 관련 이슈 대응을 하고 있습니다. 이 외에도 개인정보보호 시스템(PIS), 홈페이지 통합 개인정보보호 시스템(HTTPS), 개인정보 처리시스템 통합 모니터링(PIM), 이미지보관 시스템, 개인정보 자율검색 시스템(PF), 보안점검 시스템(SAMS) 등 고객 정보처리 시스템의 안전성 확보를 위한 관리 및 정보보호 시스템을 구축하여 운영하고 있습니다.

#### 개인정보보호위원회 조직도



부문	CPO <sup>2)</sup>	실무위원 <sup>2)</sup>
판매·회원 정보	국내영업전략실장	CRM팀장, 통합VOC팀장, 고객경험전략팀장
서비스고객 정보	서비스운영실장	서비스기획팀장
상용고객 정보	상용마케팅실장	상용고객가치팀장
블루링크회원 정보	커넥티비티실장	커넥티비티1팀장
직원 정보	인력운영실장	인력운영팀장
정보 보호	총무실장	보안관리팀장

\* 2018년 11월 기준

<sup>1)</sup> CPO(Chief Privacy Officer): 조직의 개인정보보호 관리·운영 업무 총괄 및 정책, 의사 결정을 담당하는 최고 책임자

<sup>2)</sup> CPO: 해당부문 임원 | 실무위원: 각 부서장

#### 개인정보보호 관련 주요 추진 업무

- 위원회 활동**
  - 개인정보보호위원회 본회의 및 실무자 회의를 통한 각 부문별 업무 계획 수립 및 연간 활동에 대한 평가, 개선사항 도출, 주요 법률 개정에 따른 업무개선 방안 수립
- 점검**
  - 전사 개인정보 처리시스템 안정성 확보조치 이행 여부 정기 점검 수행
  - 주요 사업장 및 거점(지역본부, 지점, 서비스센터, 출고센터, 시승센터) 실사 점검 수행
- 교육**
  - 각 직무·직군별 개인정보 취급자에 대한 필수 교육 수행
  - 온라인 교육을 활용한 주요 개인정보 취급자에 대한 교육 수행
- 수탁사 관리**
  - 개인정보 처리 수탁사 집체 교육 수행 (매년 상반기)
  - 개인정보 처리 수탁사 현장 실사 점검 (매년 하반기)
- 개선 활동**
  - 관련 법규 개정 및 유관기관 정책·지침 변경 시 당사 정책, 업무 프로세스, 시스템, 서식 등에 대한 신속한 개선 및 적용
  - 자체 정기점검 활동을 통한 개선사항 도출 후 업무개선 및 이행여부 재확인

## 마케팅 커뮤니케이션 및 제품 라벨링

현대자동차는 고객 마케팅을 위한 커뮤니케이션 활동에 있어서 사생활 침해, 이중 기준 적용, 어린이 등 취약계층에 대한 부정적 영향력 행사를 금하고 있습니다. 또한, 세계 각국에서 실시하는 마케팅 커뮤니케이션에 있어 현지의 윤리적, 문화적 기준에 부합하도록 사전 검토하고 현지 의견 청취 과정을 거치고 있습니다.

이를 통해 고객이 제품을 구매하거나 사용할 때 필요한 정보를 제공받을 수 있게 하고, 당사가 진출한 주요 시장에서의 라벨링 관련 의무사항을 준수하고 있습니다.

국가	라벨링 의무사항
한국	<p>제품 정보: 자기인증 라벨(제작 연도, 차량 총 중량, 차대번호, 차중, 차명, 타이어 등)</p> <p>연비(환경) 정보: 연비 라벨, 배출가스 관련 표시판</p> <p>제품 안전 관련: 에어백 경고 라벨 등</p> <p>제품 정보: ID 라벨, VIN(W/screen), 도난 방지 라벨</p>
중국	<p>연비(환경) 정보: 연비 라벨</p> <p>제품 안전 관련: CCC 라벨, CRS 경고 에어백 라벨</p> <p>제품 정보: ID 라벨(차량 중량, WVTA 인증번호 등), 각 종 단품 인증 E-마크(램프, 안전벨트, 경적기, 타이어, 미러, 글라스 등)</p>
유럽(EU)	<p>연비(환경) 정보: 냉매 라벨, 디젤엔진차량 스모크라벨 (흡수보정계수 값 표기: Corrected Absorption Coefficient), 배터리 리사이클링 라벨, 연료 라벨</p> <p>제품 안전 관련: 에어백 경고 라벨, 임시 스페어타이어(제공 시) 속도 브레이크액 라벨, ISOFIX CRS 앵커 라벨</p>
북미 (미국, 캐나다)	<p>제품 정보: MSRP(Manufacturer's Suggested Retail Price) 라벨(연비, NCAP 정보 등 기재)</p> <p>연비(환경) 정보: VECI 라벨(배출가스 인증정보 기재), 냉매 라벨</p> <p>제품 안전 관련: 타이어 공기압 정보 라벨, 안전 인증 라벨, 에어백 경고 라벨</p>

## 현대자동차의 고객가치

현대자동차는 급변하는 자동차 산업·기술 환경에 능동적으로 대응하여 고객에게 새로운 가치를 제공하고자 다양한 노력을 기울이고 있습니다. 또한 끊임없는 기술 진보와 고객과의 진정성 있는 소통을 통해 자동차를 넘어 고객의 삶에 스며드는 미래 모빌리티로 자리매김하기 위해 노력하고 있습니다. 중장기적으로 뛰어난 첨단 기술력을 확보하고, 제품·서비스와 관련된 모든 고객경험에 대해 소통하며 현대자동차만의 가치를 전달해 나가겠습니다.

### Major Performance & Plan

	2018년 성과	2019년 계획	중장기 계획
미래가치 전달	<ul style="list-style-type: none"> <li>첨단 운전자 보조 시스템(ADAS) 양산차 적용</li> <li>- 후측방 모니터(BVM), 내비게이션 기반 스마트 크루즈 컨트롤(NSCC, 곡선로), 차로 유지 보조(LFA), 후방 주차 충돌방지 보조(PCAB), 원격 스마트 주차 보조(RSPA)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2019년 하반기 고속도로 주행 보조 II (HDA II) 신형 제네시스 SUV 탑재</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2021년 레벨3 고속도로 자율주행 양산</li> <li>2023년 레벨4 도심 자율주행 플릿 양산</li> <li>2030년 레벨4 자율주행차 완전 상용화</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>EV 전략 방향 수립 및 가치 제안</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>개인 맞춤형 모빌리티 경험을 제공하는 '스타일 셋 프리(Style Set Free)' 전략 기반 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>전기차 전용 플랫폼 'E-GMP(Electric-Global Modular Platform)' 기반 구축</li> <li>'스타일 셋 프리(Style Set Free)' 전략 반영 및 자율주행차/전용전기차 확대 적용</li> </ul>
고객만족 증진	<ul style="list-style-type: none"> <li>2018년 H-옴부즈맨 총 95명 고객 참여를 통한 개선 제안 수렴 및 실현 검토</li> <li>'커스텀핏' 2개 차종으로 확대 (벨로스터, i30 N Line)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>대고객 오픈 커뮤니케이션 채널 H-ear 웹사이트 오픈</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>고객과의 양방향 소통을 통한 전사 정책·전략 수립 및 제품·서비스 개발의 근간이 되는 플랫폼으로 확립</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>2018년 10월, 레드닷 디자인상 올해의 브랜드 수상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>다양한 어워드 기관에서의 수상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>브랜드 인지도 및 경쟁력 향상</li> </ul>

### 국가고객만족지수(NCSI) 자동차 6개 부문 4년 연속 1위

현대자동차는 자동차 기업 최초로 경형 제외 전 부문(소형 승용차, 준중형 승용차, 중형 승용차, 준대형 승용차, 대형 승용차, RV 부문) 4년 연속 1위를 달성했으며, RV 부문에서는 13년 연속 1위 자리를 차지하는 성과를 달성하였습니다. 국가고객만족지수는 고객 기대수준, 인지 가치, 고객충성도 등 종합적 관점에서 고객만족을 평가하는 신뢰성 높은 지수이며, 현대자동차는 고객과 함께하는 혁신적인 소통 프로그램과 우수한 품질을 고객에게 인정받으며 명실상부한 국내 자동차 1위 기업의 위상을 확고히 하였습니다.



### 영국 BBC 탐기어 매거진, 2018 탐기어 어워드 '올해의 자동차 메이커' 수상

2018년 11월, 현대자동차는 영국에 BBC 탐기어 매거진의 어워드에서 '올해의 자동차 메이커'로 선정되며 다양하고 도전적인 상품 라인업의 런칭과 지속적인 성장세를 인정받았습니다. BBC 탐기어 매거진은 1993년 창간한 영국 4대 자동차 전문지로, 일반 소비자 대상 신차 및 경쟁모델 비교 평가, 시승기, 차량 구매 정보 등을 제공하는 저명한 매체입니다. 탐기어 매거진은 당사가 보유한 고성능 모델 i30N부터 친환경차 아이오닉, 코나 일렉트릭까지 꾸준히 정진하며 일구어 온 브랜드 구성을 높이 평가하였습니다.



### 브랜드 독립형 전용 전시관 '제네시스 강남' 오픈

현대자동차는 제네시스 브랜드의 첫 독립형 전용 전시관인 '제네시스 강남'을 2018년 1월 개관하며 제네시스 전 라인업에 대한 심도있는 체험을 제공하고 있습니다. 2층 건물 총 1,293.6㎡(약 392평) 규모로 조성된 '제네시스 강남'은 방문객에게 전체 구매 경험을 안내해주는 프로세스 디렉터와 고객 맞춤형 상품 및 시승 체험을 제공하는 전문 큐레이터가 고객을 1대 1로 전담해 응대하며 고객에게 제네시스의 가치를 온전히 전달하고자 합니다.



# ENVIRONMENT

환경책임

## Green innovation for the future

현대자동차는 인류에게 아름다운 자연환경과 지속가능한 미래를 선물하고 싶습니다. 친환경 자동차 개발과 탄소저감 노력은 환경오염에서 지구를 지키고, 지속가능한 발전을 이룩할 수 있는 원동력이 될 것입니다. 현대자동차는 친환경을 향한 끊임없는 노력을 통해 친환경 가치를 세우고, 미래의 청신호를 밝힐 것입니다.

# Greenlight for the sustainable future

## 친환경의 가치를 생각하며 생산하겠습니다.

현대자동차는 전 세계의 강도 높은 환경규제와 친환경차 시장의 빠른 성장에 대응하기 위하여 노력하고 있습니다. 당사는 이를 위해 친환경차의 생산 및 개발에 박차를 가할 뿐 아니라 내연기관의 연비를 개선하여 당사가 생산하는 완성차가 환경에 주는 영향을 최소화하고자 합니다. 또한 자동차 부품의 유해물질을 저감하고, 친환경 물질을 사용하며, 폐자원을 순환시키려는 노력을 통해 친환경 자동차 제작에 앞장서려 합니다.

이와 함께 자동차 산업은 제조산업의 특성에 따라 에너지 사용 및 온실가스 배출이 많은 사업으로서, 이를 줄이기 위하여 전 세계에서 규제를 실시하고 있습니다. 당사는 글로벌 환경 기준을 만족하는 친환경 생산을 하기 위해 글로벌 에너지 및 온실가스 관리 센터를 설치하고, 태양에너지 발전 확대 및 수소 인프라를 확대하는 등 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

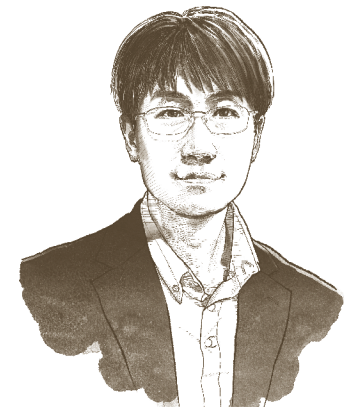
### 이해관계자 인터뷰



태양광 발전시설을 추가로 건립하는 것은 대규모 공간을 요구하기 때문에 산림 훼손 등의 환경문제를 유발합니다. 따라서 태양광 발전은 기존 인프라에 통합되어 설치되는 형태가 바람직합니다. 솔라루프는 태양광 발전 전력을 활용하여 자동차의 메인 동력을 보조하는 솔라시스템을 자동차 지붕에 통합시킨 기술입니다. 200W급 솔라패널 장착 시 1Sun 기준(여름철 정오, 1,000 W/m<sup>2</sup> 광량)으로 시간당 200Wh의 에너지를 생산/저장하는 것이 가능합니다. 솔라패널은 친환경 자동차는 물론 일반 내연기관 자동차에 장착되어 배터리를 충전할 수 있어 연비를 향상시키고 CO<sub>2</sub> 배출량을 저감합니다. 장착 이후에도 디자인적 요소를 고려하여 소비자 만족도와 상품성을 높임과 동시에 일반 차와 동일한 내구성을 구현하기 위해 노력하고 있습니다.

세계 최초로 선보일 2세대 반투명 솔라루프는 선행개발을 통해 차량 단위에서의 기술적 이슈를 검증 완료한 상태이며, 양산을 위한 생산공정 및 밸류체인 수립 이후 4~5년 내에 출시될 예정입니다. 3세대 솔라리드의 경우 선행연구 중으로 구현가능성을 확인하는 단계에 있으며 반투명 솔라루프에 이어 양산할 계획입니다.

앞으로 솔라시스템을 포함한 다양한 에너지 생성 기술이 자동차와 연결될 것으로 예상됩니다. 이에 자동차는 수동적으로 에너지를 소비하는 기계가 아닌 능동적으로 에너지를 생산해내는 발전소가 될 것이며, 차량 소유자 역시 단순한 에너지 소비자가 아닌 에너지 프로슈머로 변모할 것입니다.



김상학 책임  
현대자동차 환경에너지연구팀

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

# 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

- 제품 친환경성
- 기후변화 대응
- 환경영향 최소화

4.6 상생협력

4.7 인재존중

4.8 지역사회

5. APPENDICES

## 제품 친환경성

### 환경 친화적인 자동차

현대자동차는 급격한 성장이 예견되는 전기차, 수소전기차 등 친환경차의 개발과 생산 뿐만 아니라 당사가 글로벌 자동차메이커로서 시장을 선도해 온 내연기관 자동차의 친환경성에 대한 고민을 지속하고 있습니다. 제품 개발부터 생산과 사용, 폐기에 이르는 전 과정에서 다양한 기술과 시스템을 도입하여 많은 고객이 사용하고 있는 자동차가 환경에 미치는 영향을 감소시켜 나가겠습니다.

#### 차량 연비 개선

현대자동차는 점진적으로 강화되고 있는 글로벌 연비 규제에 대응하고 연비 경쟁력을 확보하기 위해 연비 개선 및 신기술 적용 활동을 추진하고 있습니다. 미국, 유럽, 중국 등 주요국가는 2020년 연비 규제 강화에 이어 2025년 규제치 상향 및 시험 모드 의무화 등 지속적인 규제 강화 동향이 예정되어 있습니다. 이에 현대자동차는 중장기 연비 개선 로드맵을 기반으로 연비 향상에 최적화된 제원 변경과 핵심 기술의 개발에 박차를 가하고 있습니다.

#### 차세대 경량화 기술

자동차 산업에서 경량화는 내연기관 자동차에서부터 이미 중요한 과제로 인식되고 있습니다. 차량의 무게가 엔진 성능과 연비에 중대한 영향을 미치기에 경량화 노력은 지속되고 있습니다. 최근 친환경차의 개발과 신소재 기술의 발전에 따라 고성형성 초고강도강판(3세대 강판), 알루미늄, 탄소섬유강화플라스틱(CFRP) 등의 첨단소재의 적용을 통한 경량화 움직임이 확대되고 있습니다.




이에 현대자동차도 다양한 소재의 조합에 따른 접합 방안을 구체화하고 양산 가능한 접합 기술 개발에 대한 연구를 수행하고 있습니다. 현대자동차는 아이오닉 차체의 53%에 초고장력 강판을 적용하고 후드와 테일게이트, 새시 등 주요 부품에 알루미늄 소재를 사용함으로써 차체 무게를 줄여 리터당 22.4km의 연비를 달성하였습니다. 현대자동차는 앞으로도 신소재 및 부품 경량화 기술을 지속적으로 발굴하여 차량에 적용함으로써, 차량의 친환경성을 높이고 차별화된 제품을 고객에게 제공할 예정입니다.

#### 솔라시스템 기술 개발

2018년 10월, 현대자동차는 자동차 지붕에 태양광 패널 설치해 배터리 충전하는 솔라시스템(Solar Charging System) 기술을 공개하였습니다. 솔라시스템은 메인 동력이 아닌 보조동력으로서 친환경 자동차의 배터리를 충전하거나 내연기관 자동차 동력 일부를 보조하는 형태로 개발되고 있습니다. 현재 1세대 실리콘형 솔라루프, 2세대 반투명 솔라루프, 3세대 차체형 경량 솔라리드 등이 차량 시스템별 차별화된 개발 전략을 기반으로 연구되고 있습니다.

현대자동차는 2019년 7월 출시될 신형 쏘나타 하이브리드에 1세대 솔라루프를 도입할 예정이며, 향후 세계 최초로 내연기관 차량에 솔라시스템 기술을 상용화하고자 개발에 박차를 다하고 있습니다. 솔라시스템에서 생성된 에너지는 주행거리 연장을 통한 운전자 편의 및 연비 향상 효과는 물론 온실가스 배출을 저감하는 친환경 성과를 창출할 것으로 기대되고 있습니다. 또한 지역별 탄소크레딧을 획득하게 되어 글로벌 환경규제에도 효과적으로 대응할 수 있을 것으로 예상됩니다. 현대자동차는 자동차가 더 이상 에너지 소비의 전유물이 아닌, 능동적으로 에너지를 생산하는 움직이는 발전소로 만들기 위해 기술에 혁신을 더해 나갈 것입니다.

#### 현대자동차 연비 개선 방향

 <p><b>차세대 파워트레인 개발 (스마트스트림)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 제원 변경을 통한 연비 최적화                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 연소실/피스톤 형상 최적화, 흡기포트 형상 변경, 엔진 전 영역 마찰저감</li> </ul> </li> <li>• 고효율 구현을 위한 핵심 기술 적용                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 통합 열관리 시스템, CVVD(가변밸브 듀레이션), 듀얼 포트분사기술</li> </ul> </li> </ul>	 <p><b>차량 연비 개선 및 신기술 적용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 타이어 구름저항, 공력 개선, 경량화                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 48V 마일드 하이브리드 등 전동화 기술 개발</li> </ul> </li> </ul>	 <p><b>실도로 연비 개선 (Off-cycle 기술)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 전력부하 감소를 위한 에코 기술 적용                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- LED 램프, 고효율 알터네이터, 태양광패널 등</li> </ul> </li> </ul>
--	---	---



1세대(왼쪽), 2세대(오른쪽) 루프패널



실차 장착 2세대 루프패널 성능 평가

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

- 제품 친환경성
- 기후변화 대응
- 환경영향 최소화

4.6 상생협력

4.7 인재존중

4.8 지역사회

5. APPENDICES

제품 유해물질 저감

현대자동차는 선제적인 제품 유해물질규제 대응을 위해 규제정보 모니터링부터 차량개발 및 양산까지 관련 전 단계별 규제 대응 체계를 구축하여 운영하고 있으며, 협력사가 효율적으로 관련 규제를 대응할 수 있도록 지원하고 있습니다.

또한, 2004년부터 글로벌 자동차 제조사가 공동 운용중인 '부품 화학물질 정보 DB시스템(IMDS: International Material Data System)'을 도입하여 제품 화학물질정보를 체계적으로 관리하고 있으며, IMDS로부터 수집된 제품 화학물질정보를 당사가 자체 개발한 '차량부품 재질분석 시스템(MAMS: Material Analysis Management System)'과 연계하여 당사 제품 내 유해물질 유입을 사전에 차단하고 있습니다.

이와 함께 고객에게 보다 안전한 제품을 제공하고자, 향후에는 인체에 위해도가 높고 사회적 관심이 높은 물질에 대하여 규제 여부와 상관없이 선제적으로 대체 물질 적용을 검토하는 등 사회적 책임을 다하기 위하여 노력하고 있습니다.

친환경 소재 적용

자동차에 적용되는 수많은 부품 가운데 금속류를 제외한 소재는 대부분 석유화학 원료를 기반으로 구성되어 있습니다. 현대자동차는 자동차 소재에서부터 비롯되는 환경 영향 문제를 인식하고 기존의 화석연료 기반의 소재가 아닌 미생물, 식물 등에서 유래하는 바이오 소재의 범위를 확대하고자 합니다.

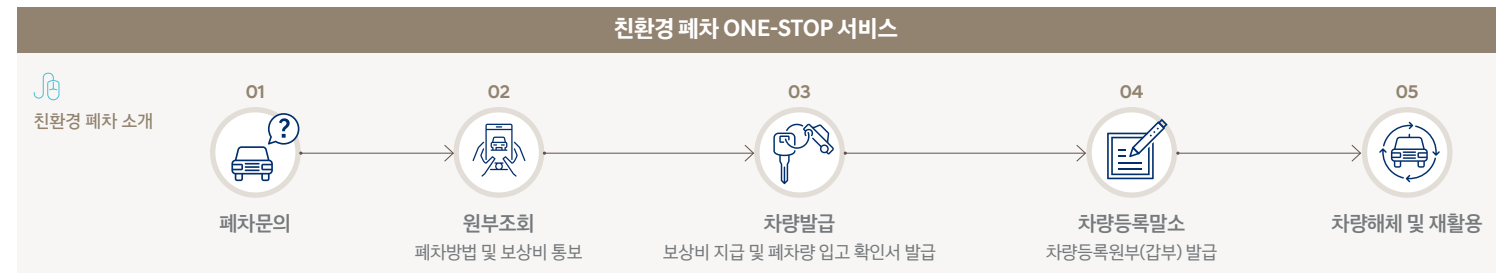
2018년 출시한 차세대 수소연료전기자동차(FCEV) 넥소의 경우, 인테리어 내장재로 사용된 소재 대부분을 식물성 인조가죽, 바이오 플라스틱과 패브릭, 식물성 도료 등 UL 인증 바이오 소재(UL Certified BIO Materials)를 사용하여 친환경성을 더했습니다. 향후에도 현대자동차는 친환경 소재에 대한 적용을 확대해 나가며 차량 실내 공기질, 내구성 및 안전성 등을 충분히 고려하며 고객에게 보다 나은 운전환경과 가치를 제공할 것입니다.



넥소 친환경 바이오 소재

폐자원 순환

현대자동차는 자동차에 사용되는 수많은 부품을 다시 활용하기 위해 자원순환형 재활용 체계를 구축하고 있습니다. 환경친화적인 폐자동차 처리 네트워크를 구축하여 폐자동차에서 재활용 부품을 회수하여 친환경 재활용 공정을 통해 신차 양산에 적용하여 가치를 더하는 자원 선순환을 추구하고 있습니다. 현재 철, 비철에 국한되어 있던 재활용 대상을 플라스틱, 고무, 유리, 시트 등 재활용되지 않는 품목에까지 적용 범위를 확대하여 폐자동차에 사용된 자원의 재활용률을 최대한 높이고자 합니다. 특히, 플라스틱의 경우 재활용을 통해 생산한 재생플랫과 신재를 혼합하여 휠가드, 언더커버, 슈라우드 등 기능성부품에 주로 적용하고 있습니다. 시트의 경우 부품 소재화가 가능한 기술을 개발하여 흡음재, 러기지파티션 등의 부품에 양산 적용하고 있으며, 향후 재활용 가치 제고를 위한 부품 재활용 기술의 개발을 통해 범위를 확대해 나갈 것입니다. 현대자동차는 폐자동차의 재자원화를 위한 기술 개발에 힘쓰고 친환경 자원순환 경제 구축을 위한 사회적 책임 이행에 앞장서 나가기 위해 최선의 노력을 다하겠습니다.



1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

# 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

- 제품 친환경성
- 기후변화 대응
- 환경영향 최소화

4.6 상생협력

4.7 인재존중

4.8 지역사회

5. APPENDICES

# 기후변화 대응

## 에너지 관리 및 온실가스 배출 저감

현대자동차는 국제사회와 정부의 기후변화 대응 노력에 발맞춰 온실가스 배출 저감을 위해 노력하고 있습니다. 기존 화석연료를 대체한 친환경차 개발과 동시에 생산공장을 비롯한 전 사업장에서는 고효율설비 도입, 공정개선 등 에너지 절감을 위한 체계적 관리를 실시하고 있습니다. 또한 전 사업장의 에너지 담당자로 구성된 온실가스협의체를 통해 지속가능하고 친환경적인 공장의 실현에 힘쓰고 있습니다.

2018년에는 태양광 발전시스템 구축, 열병합 발전시스템 적용 등 기존의 에너지 관리 노력은 물론 중장기적 관점의 온실가스 배출 저감을 위한 재생에너지 중심 친환경 에너지 토대 마련 등 다양한 활동을 펼쳐 나가고 있습니다.

### 글로벌 에너지 & 온실가스 관리시스템 구축

현대자동차는 국내외 전 사업장의 에너지를 실시간으로 모니터링하는 글로벌 에너지 & 온실가스 관리시스템(GEMS)을 운영하여 효과적인 에너지 사용을 도모하고 있습니다. 에너지 사용량, 온실가스 배출량, 에너지 비용 등 실시간으로 집계된 에너지 지표를 분석하여 우수한 에너지 효율을 나타내는 사업장의 기술을 공유하고 사업장 별 에너지 소비 및 온실가스 배출에 대한 개선 방안을 모색하고 있습니다. 현대자동차는 전사 차원에서 친환경적인 사업장에 대한 고민을 지속하며 향후 시스템의 고도화를 통해 관리 활동을 강화해 나가겠습니다.

### 기타 간접 온실가스 배출(Scope 3 GHG 배출) 저감

현대자동차는 에너지원을 연소시켜 에너지를 생산하는 과정에서 직접 배출하는 Scope 1과 외부로부터 공급된 에너지를 사용함으로써 간접 배출하는 Scope 2, 그리고 기업의 경계 외에 제품의 이동, 직원의 에너지 소비와 같이 제품 생산 전 후방의 관련 활동을 통해서나 기업이 투자하는 회사에 의해 간접적으로 배출하는 Scope 3를 관리하고 있습니다. 특히, 2018년도에는 아이오닉 일렉트릭, 코나 전기차 보급이 늘어나면서 Scope 3 온실가스 배출량이 전년 대비 27.6% 개선되었습니다. 현대자동차는 모든 직접, 간접적인 온실가스 배출을 측정하고 이를 저감하기 위한 노력을 지속하며 당사의 경영활동으로 인해 발생하는 온실가스를 체계적으로 관리하고 있습니다. 향후에도 대외 환경 성과를 투명하게 공개하며 이해관계자들과 소통에 최선을 다하겠습니다.



울산 수소연료전지 실증화센터

안성 수소충전소 H스테이션

### 태양광에너지 발전 확대

당사는 2018년 8월, 울산시, 한국수력원자력과 함께 울산공장에 대규모 태양광 발전시스템을 구축하기로 하였습니다. 지난 2013년 아산공장 지붕을 활용하여 도입한 태양광 발전설비에 이어 울산공장에도 주행시험장, 수출차 야적장 등 기존 부지에 태양광 발전시스템을 설치함으로써 재생에너지 생산을 확대하고자 합니다.

울산공장 내 약 27만㎡의 부지를 활용해 설치되는 태양광 발전시스템은 기존 부지 용도를 유지하되, 지붕 형태로 태양광 패널을 설치해 환경 훼손 없이 구축될 예정입니다. 2019년 9월 1단계인 주행시험장 설치가 완료될 예정이며, 2020년까지 2단계 공사를 거쳐 27MW급 태양광 발전 시스템이 완공되면 1만여 가구가 1년간 사용할 수 있는 규모인 연간 3천500만kWh의 전력을 생산할 전망입니다.

울산공장의 태양광 발전시스템 구축 사업은 국내 최초로 민간기업과 공기업이 공동 개발하는 협력사업으로 향후 추가 도입여부를 검토할 계획입니다. 현대자동차는 정부의 재생에너지 정책에 적극적으로 부응하고 사업장의 온실가스 감축에도 기여하며 친환경 생산공장으로 거듭나겠습니다.

### 수소연료전지 개발

현대자동차는 2018년 12월, 울산시와 발전용 연료전지 실증사업을 통한 수소인프라 확충 업무협약을 체결하였습니다. 울산 테크노산업단지 수소연료전지 실증화센터에서 500kW급 발전용 연료전지 시스템 실증사업을 통해 미래 수소사회 구현을 앞당기기 위해 노력하고 있습니다. 실증사업에 투입되는 발전용 연료전지는 현대자동차의 수소전기차 연료전지 기술을 활용하여 개발한 것으로 당시의 우수한 수소 기술을 보여주고 있으며, 2019년에는 1,000가구 이상 가정에 전력을 공급할 수 있는 1MW급 발전용 연료전지 시스템을 지역 에너지 업체들과 협력해 구축하여

시범사업을 진행할 계획입니다. 이 밖에도 건물용 수소연료전지 시범사업 참여 검토, 생산공장 내 수소연료전지 발전소 설치 등을 계획하고 있어 친환경적인 수소 생태계를 조성하고 새로운 에너지 사업 모델을 발굴하고자 합니다.

### 수소인프라 확대

현대자동차는 수소충전소 인프라 확대를 위해 2019년 5월 국회의사당을 시작으로 오는 2019년 9월까지 서울시 강동구와 부산시 사상구, 인천시 남동구 등 도심 지역 총 4곳의 충전소 개소 계획을 추진하고 있으며, 4월에는 안성에 국내 고속도로 첫 수소충전소를 오픈하여 적극적인 자체 수소충전소 네트워크를 구축하고 있습니다. 또한 에너지업계와 함께 2022년까지 수소충전소 310개소 건립을 목표로 하는 민간 특수목적법인(SPC) 수소에너지네트워크(주)에 2대 주주로 출자해 수소경제 활성화를 위한 인프라 확대를 이어가고 있습니다.

한편, 정부와 민간이 함께 수소에너지 확산 및 수소 산업 발전을 위한 창구 역할을 담당하는 '수소융합얼라이언스 추진단'의 이사회 회원으로 2016년 8월부터 활동하고 있으며, 수소 관련 글로벌 CEO 협의체인 '수소위원회'의 창립 멤버이자 공동의장사로 활동하며 범국가적 민간 협력을 강조하여 수소경제 확장에 앞장서고 있습니다.

이와 같이 향후에도 현대자동차는 수소전기차의 친환경성을 위한 기술개발은 물론, 수소전기차의 가능성을 넓히는 인프라 구축에도 매진하며 수소에너지를 통한 환경문제 해결을 추진해 나가겠습니다.

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

**4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE**

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

- 제품 친환경성
- 기후변화 대응
- 환경영향 최소화

4.6 상생협력

4.7 인재존중

4.8 지역사회

5. APPENDICES

**주요 사업장 에너지 관리-온실가스 저감**

현대자동차는 국제사회의 친환경 요구와 정부의 환경 규제가 강화됨에 따라 전사 차원의 에너지 고효율화 및 온실가스 배출 저감 강화를 위해 노력하고 있습니다. 각 사업장의 현황과 생산 활동에 적합한 에너지 사용 절감 활동과 실행 과제를 발굴하여 연간 추진 계획을 수립하고, 이행 현황을 관리함으로써 효과적인 개선을 추구하고 있습니다.

**울산공장**

현대자동차의 울산공장은 국내 자동차 업계 최초 열병합 발전 시스템을 도입하여 기존 디젤 비상발전기를 대체하고 있습니다. 이 발전 시스템은 LNG를 연소하는 가스터빈을 이용하여 공장에 필요한 전력과 스팀을 공급하는 방식입니다. 특히 FEMS 솔루션을 적용하여 발전 전 공정을 자동화하였고, 무인 운전이 가능하게 설계되었습니다.

이러한 열병합 발전시스템의 도입으로 연간 1,100만kWh의 전력이 생산되며, 동-하절기 전력 수요 피크 기간에 연간 에너지비용을 9억 원 가량 절약할 수 있게 되었습니다. 또한 외부스팀 사업을 추진하여 당사 폐기물 소각 시 발생한 열을 공정에 활용하여 환경적 영향을 감소시키고 있습니다.



울산공장 열병합발전소

**아산공장**

아산공장은 고효율설비 도입, 공정 최적화 등 다양한 에너지 절감활동을 추진하고 있습니다. 대표적으로 2013년부터 운영중인 태양광 발전 설비의 경우 연간 13,000MWh를 생산하여 대체 에너지 도입 방안을 모색하는 등 친환경 경영을 전 사업장으로 확대하기 위해 노력하고 있습니다.

2018년 주요 추진사항으로는 아산공장 에너지관리시스템을 구축하여 실시간 에너지 사용현황 관리 및 온실가스 배출량을 실시간으로 감시하여 효율적인 절감 활동과 비생산시간 에너지 낭비 요소를 제거하는 활동을 추진하고 있습니다. 주요 에너지 절감 활동으로는 고효율 모터 교체, 인버터 설치, LED 등 설치 등을 통해 연간 약 3,700톤을 절감하고 연간 9.6억 원의 에너지 사용비용을 절감하였습니다.



아산공장 에너지관리시스템

**남양연구소**

남양연구소는 자동차 개발 설계와 시험제작, 성능시험 등 다양한 연구활동을 시행하는 과정에서 배출하는 온실가스를 감축하기 위해 고효율 시설물 적용과 효율적 운영시스템 도입하고 있습니다.

연구소 내 노후 건물에 조명기구를 단계적으로 고효율 LED등으로 교체하고, 자동소등시스템을 도입하여 연간 332만kWh 1,547톤의 온실가스를 감축했습니다. 동절기 난방을 외부에서 소각하고 남은 폐열을 활용하여 2,377톤, 태양광 발전설비로 72만kWh의 전기를 생산하여 336톤의 온실가스 배출을 억제하였습니다.

기존 유틸리티 장비 보수와 교체, 노후 실험장비 교체, 운전 효율성 개선 등을 통해 에너지 효율성 개선에 힘쓰고 있습니다. 에너지 관리 시스템을 구축하여 에너지 사용량을 실시간 모니터링 및 제어하며, 온실가스 감축 실증 분석에 활용하고 있습니다.



남양연구소 태양광 발전설비

**전주공장**

전주공장은 에너지 사용으로 인한 온실가스 발생을 감소시키기 위해 생산설비 에너지 사용량을 최소화할 수 있는 공법을 적용하고 저효율 기기를 고효율 기기로 교체하는 등 다양한 활동을 통해 온실가스 감축에 노력하고 있습니다.

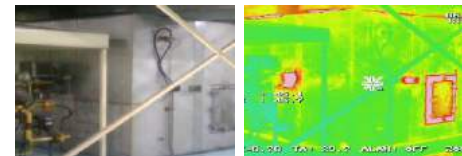
2018년의 경우, 도장공장 오븐에 단열도료를 적용하고 설비 운영시간을 표준화하였으며 고효율 공기압축기 교체, 형광등 1,500set LED 변경, 엔진 가공장비 28대 절전회로 구성 등의 노력으로 총 온실가스 배출량을 2,445톤 감축하였습니다. 특히, 기존의 저효율 모터 25대를 고효율 모터로 교체하여 도장공장 운영으로 인해 발생하는 온실가스 508톤의 CO<sub>2</sub> 배출을 저감하였습니다.

**구분**      **도장공장 오븐 단열도료 적용**

탈취로



열풍 순환로





1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

**4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE**

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

- 제품 친환경성
- 기후변화 대응
- **환경영향 최소화**

4.6 상생협력

4.7 인재존중

4.8 지역사회

5. APPENDICES

# 환경영향 최소화

## 사업장 환경영향 저감

현대자동차는 모든 사업 활동에서 환경에 미치는 영향을 줄이기 위해 노력하고 있습니다. 사업장 내 환경 오염물질 관리에 있어서는 국가별 법적 기준치 보다 엄격한 사내 관리기준을 적용하는 것은 물론 환경설비 통합 관제시스템을 운영하고 있습니다. 또한 환경사고를 사전에 방지하기 위한 전사적 캠페인, 모니터링 등 임직원의 인식 제고 노력을 지속적으로 추진하고 있습니다. 한편, 환경·사회적 이슈에 대한 내·외부 이해관계자의 요구에도 능동적으로 대응하여 중장기적 관점에서 사업장 주변의 환경 생태계 구축 등을 위한 다양한 활동을 이행하고 있습니다.

### 대기오염물질 최소화

자동차 생산과정에서 발생하는 오염물질을 줄이기 위한 설비투자과 공정개선 활동을 진행하고 있습니다. 2018년에는 도장 RTO(Regenerative Thermal Oxidizer) 1기를 추가로 설치하고 소재 집진기 개선 등의 투자로 휘발성 유기화합물(VOCs: Volatile Organic Compounds) 배출량 원단위 4%, 먼지 배출량 원단위 9%를 저감하였습니다. 2019년에는 도장공장 농축기 설치 등의 설비투자를 통해 사회적 이슈인 미세먼지 줄이기 활동에 적극 노력하고 있습니다.



울산 도장42공장 RTO

### 수자원 관리

글로벌 물 리스크 이슈의 증대와 더불어 사업장의 수자원 관리는 지역사회 환경에 매우 중요한 요소입니다. 당사는 각 사업장별로 수자원 관리정책 및 저감목표를 수립하고, 이에 걸맞은 대응전략을 실천해 나가고 있습니다.

울산공장에서는 수질오염물질 누출 사고를 방지하기 위해 엄격한 사내관리기준을 설정하여 원격 감시체계를 통해 자동적으로 모니터링하고 있으며, 하천 유류 유출 제로화를 위해 지속적인 비점오염원 관리 추진계획을 가지고 있습니다. 한편, 수질오염물질 배출 저감 뿐만 아니라 폐수 배출량 자체의 저감을 위해서도 노력하고 있습니다. 아산공장의 경우 무방류시스템을 통해 공장 및 주거지역 오폐수를 전량 재이용하고 있습니다.

향후에도 시스템을 기반으로 한 체계적인 오염물질 관리활동을 실시할 계획이며, 지역사회 하천 관리를 위해 전 임직원의 안전의식 제고 및 중대 누출사고 대응훈련 등 환경피해 최소화 활동도 수행해 나가고 있습니다.



아산공장 섬유디스크필터 설치

### 사업장폐기물 최소화

폐기물 발생을 줄이고 재활용 확대를 위한 설비투자 및 선별활동을 강화하고 있습니다. 울산공장은 폐수 슬러지 개량 및 탈수기 개선을 통해 폐수오니 발생량을 약 287톤 저감하였습니다. 2019년에는 폐수오니를 화력발전소 보조연료로 재활용하고, 고체 소각물 분리활동 강화로 재활용을 확대하고자 합니다.

### 유해화학물질 관리 강화

현대자동차는 사업장의 유해화학물질 누출사고로 인한 인명 피해와 환경사고를 예방하고자 고유해성 물질의 대체, 시설검사 기준 강화 등의 활동을 추진하고 있습니다. 2018년에는 도장공장의 염산, 소재공장의 황산을 대체하여 109톤의 유해화학물질 사용량을 저감하였습니다. 2019년에도 지속적인 대체활동과 UCC를 이용한 교육 및 홍보활동을 통해 안전한 유해화학물질 관리체계를 구축하도록 노력하겠습니다.



울산 폐수오니 탈수설비

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

# 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

- 제품 친환경성
- 기후변화 대응
- **환경영향 최소화**

4.6 상생협력

4.7 인재존중

4.8 지역사회

5. APPENDICES

## 친환경 사업장 경영 로드맵

현대자동차는 각 사업장의 주요 활동과 그에 따른 환경영향을 파악하고, 시기별 추진할 수 있는 환경영향 저감 노력을 추진함으로써 중장기적으로 전 사업장의 환경성을 보다 높이고자 노력하고 있습니다.

사업장별 환경영향 저감을 위한 활동 계획

	반복적, 단기 (3~5년)	중기 (5~10년)	장기 (10년 이상)
<b>본사</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미세먼지 저감과 연계한 온실가스 감축 노력 추진 - 임직원 의식 함양 및 다양한 채널을 통한 커뮤니케이션 등</li> <li>• 일상 생활 속 에너지 절감 활동 지속 추진 및 강화 - 전사 임직원 에너지 저감 지속 노력/캠페인 강화 - Go Together 중 Restart 운동을 통한 에너지절약</li> <li>• 협력업체 온실가스 사용량 모니터링</li> <li>• 사업장 대표로 구성된 온실가스협의체 운영</li> <li>• 출고센터 폐수처리설비 운영으로 세차 후 수질 개선</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 친환경 본사 건물(GBC) 신축/운영 추진 - GBC 신축 시 친환경 요소 적용 추진 - 친환경 연료 사용 및 발전(수소/태양광) 설치</li> <li>• 친환경차 메카인 제주도사업장 중심으로 에너지저장장치(ESS) 도입 추진</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 판매지점/서비스 센터 등 친환경 확대를 통한 친환경 사회에 기여 - 친환경 냉난방 적용 및 고효율 설비 도입</li> <li>• 건물 분야 신재생발전(수소/태양광) 확대</li> </ul>
<b>생산시설</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 친환경 에너지원로의 전환 시작 - 울산공장 내 대규모 태양광 발전 설치 (~2020년) - 전기와 열(스팀)을 함께 생산하는 열병합 발전 시설 구축</li> <li>• 공정 내 에너지 재활용 강화 - 현대중공업 소각장 폐열을 통한 공장 스팀 적용 - 스팀을 활용한 차압발전 가동</li> <li>• 생산시설 운영 중 발생하는 에너지 Loss 최소화 추진 - 노후 배관/선로/설비 교체 및 고효율 기기 적용 활동 - 임직원 의식 향상을 위한 지속적 캠페인 및 커뮤니케이션 - Go Together 운동을 통한 에너지절약 활동</li> <li>• 에너지절약 우수기업으로 다양한 활동 및 인증 획득</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미래 에너지 감축/관리 신기술 적용 및 확대 - 당사 공정 내, 수소연료전지 발전 도입 - 에너지저장장치(ESS) 확대 적용 - IoT를 활용한 에너지관리기법 도입</li> <li>• 자원 재활용 연계 친환경 활동 추진 - 폐기물 발전 도입 (공장 내 폐기물 활용) - 폐열 공급처(인근 공단 등) 확보 및 도입 추진</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 친환경 스마트팩토리 구현 - 에너지 자가진단, IoT 기법 활용 관리 확대 - 최적의 에너지 운영 효율화 기법 적용 (열병합 발전과 연계한 무정전 생산공장 구축 등)</li> <li>• “친환경차 생산은 친환경 공장에서 생산” 추진 - 생산라인의 친환경화 교체 - 신재생에너지 발전량 확대 - 전기자동차 폐배터리를 재생한 발전소 건설</li> <li>• 에너지 도입원의 다양화를 통한 에너지 소비자로서 역할 강화 - 가스 직도입에 따른 자체 발전소 운영 검토 - 신재생에너지 직도입에 따른 RE100 사회 기여 검토</li> </ul>
<b>연구소</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 에너지 Loss 요인 관리 강화 - 냉난방 운영 및 지속 캠페인 강화</li> <li>• 외부 폐열스팀 도입, 연료 사용 감축</li> <li>• 미세먼지 저감과 연계한 온실가스 감축 노력 추진 - 임직원 의식 함양 및 다양한 채널을 통한 커뮤니케이션 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 친환경 연구시설 구축 추진 - 건물 지붕 위 태양광 발전 확대 - 지능형 전력망 구축</li> <li>• 환경차 연구개발과 연계한 친환경 연구시설 확대 - 전기자동차 폐배터리를 활용한 ESS 도입 검토 - 수소연료전지발전 도입 검토 (소규모)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 연구개발시설, 친환경 에너지 사용 확대 - 수소연료전지 발전 도입 확대 - 태양광 발전-ESS 연계 추진 검토</li> </ul>

### 현대자동차의 환경책임

현대자동차는 친환경 기술을 통한 글로벌 환경규제 대응은 물론 지구 환경에 미치는 자동차 산업의 영향력을 인식하고 자동차 연비 개선, 온실가스 감축, 자원 순환 등 적극적인 친환경 경영을 통한 사회적 책임을 이행하고 있습니다. 중장기적으로도 자동차 제조사가 해결해야 할 중요한 과제 가운데 하나로 자동차의 친환경성을 제고하고 사업 운영에 따른 환경영향을 완화하기 위해 최선을 다하겠습니다.

#### Major Performance & Plan

	2018년 성과	2019년 계획	중장기 계획
제품 친환경성	<ul style="list-style-type: none"> <li>자원순환 네트워크 재활용 신규 업체 발굴을 통한 운송비 절감 및 운영 안정화</li> <li>네트워크 우수업체 평가 통한 상향 평준화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자원순환 네트워크 내 신규 재활용 처리업체 확대를 통한 자원순환 재활용률 향상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>EPR(생산자책임재활용제도) 도입 예정에 따른 폐자동차 자원순환 역량 지속 향상</li> </ul>
기후변화 대응	<ul style="list-style-type: none"> <li>온실가스 배출권거래제 정부 할당 목표 달성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>전사 온실가스 대응 협의체 운영 및 사업장 온실가스 감축 활동 강화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>온실가스 단계적 저감 및 해외 CDM 사업 확대 통한 글로벌 온실가스 감축 기여</li> <li>2030년까지 온실가스 배출량 (2017년 기준) 26% 감축</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>울산공장, 아산공장 등 기존 설치된 태양광발전시스템 지속 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2019년 9월까지 울산공장 내 주행시험장에 태양광발전단지 1단계 설치</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2021년까지 울산공장 내 27MW 규모의 태양광발전단지 조성</li> </ul>

#### 영국 'the Next Green Car Awards'에서 3개 부문 수상

'the Next Green Car Awards'는 영국에서 출시된 최고의 환경 친화적 자동차를 선발하는 상입니다. 이 상은 다양한 범위의 자동차, 제조사, 올해의 차를 시상하고 있으며, 환경적 성과와 비용을 포함한 다양한 측면을 고려하여 선정됩니다. 당사의 코나 EV는 2018년 'Car of the Year', 'Family Car of the Year', 2개 부문에서 수상을 하였고, 'Manufacturer of the Year' 부문에서는 현대자동차가 선정되어, 제조사가 선정된 것은 이번이 처음으로 현대자동차 전기차 개발 기술의 우수성을 인정받았음을 의미합니다.



#### CDP(Carbon Disclosure Project) '탄소경영 아너스 클럽' 수상

CDP는 전 세계 90여개국의 기업을 대상으로 온실가스 감축에 대한 활동을 평가하는 글로벌 프로젝트로 2003년부터 세계 주요 기업의 기후변화 관련 위험 및 사업기회, 탄소배출 저감 방법과 계획 등을 조사해 발표하고 있습니다. 2018년도 전 세계 CDP 응답 기업 6,800여개 중 'Leadership A' 등급으로 평가된 기업은 139개사입니다. 현대자동차는 2018년에 CDP Climate Change 부문 최고성적으로 'Leadership A'를 획득하고 '탄소경영 아너스 클럽'상을 수상하였습니다.



#### 워즈오토(WardsAuto) 10대 엔진상, 총 10회 수상

2009년 타우 엔진부터 현대자동차는, 지난 11년간 총 10회에 걸쳐 워즈오토 10대 엔진상 수상을 달성하였습니다. 2009~2011년 타우 엔진의 연속 3회 수상을 시작으로, 카파1.4 터보엔진, 람다3.3 터보 엔진 등 순수 내연기관 분야에서 6회 수상했을 뿐만 아니라 쏘나타 플러그인 하이브리드, 코나 전기차, 넥쏘 수소전기차와 같은 친환경 모델 분야에서 4회 수상하여 연비 및 환경규제에 대응하고 차량 성능에 대한 운전자의 요구를 충족시키고 있습니다.

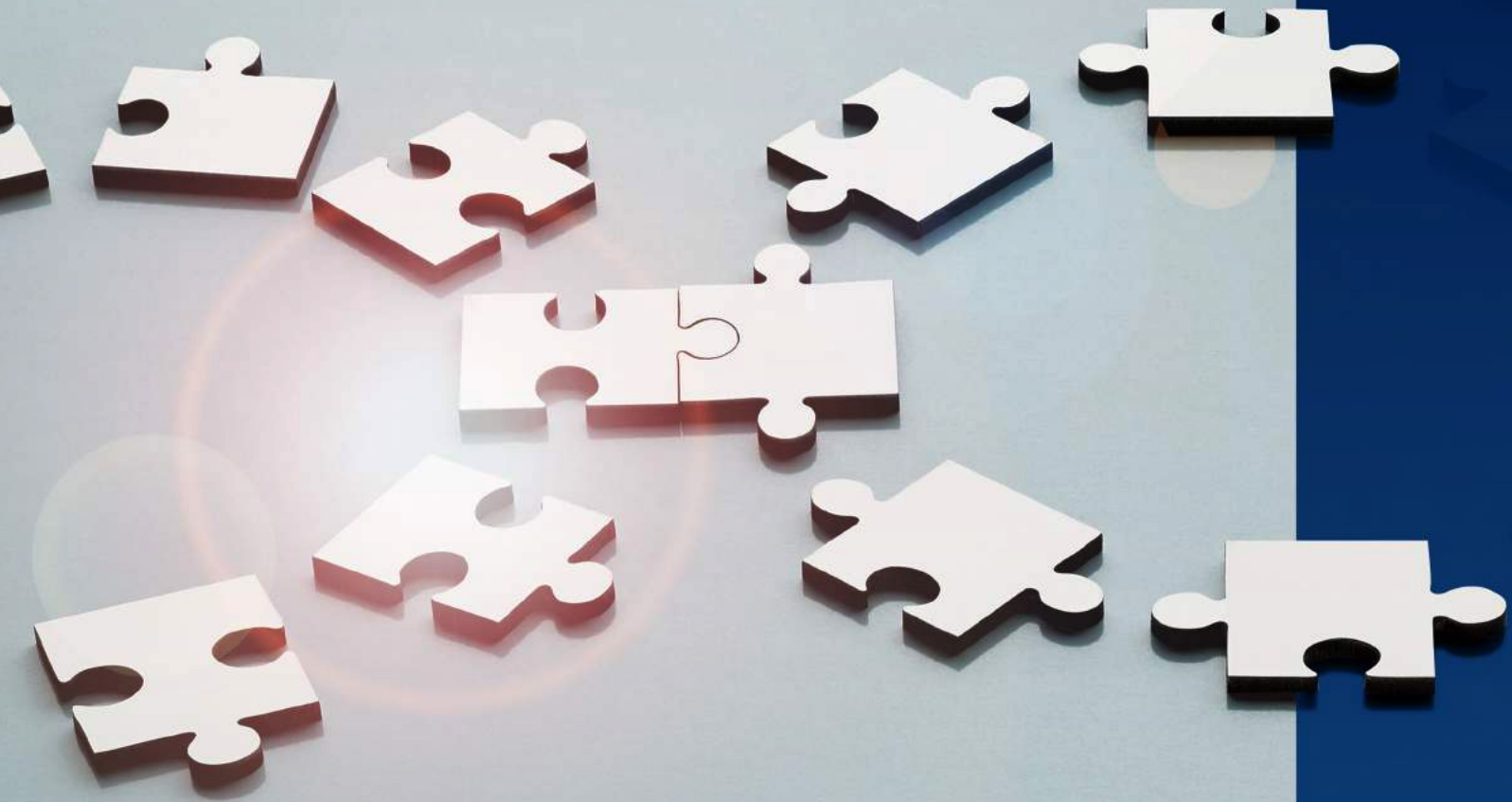




# COLLABORATION

상생협력

Shared challenges,  
shared growth



현대자동차는 협력사의 경쟁력이 바로 우리의 경쟁력이 된다는 사실을 믿고 있습니다. 자동차 산업이 마주한 거대한 변화의 흐름 속에서 현대자동차는 협력사와의 굳건한 파트너십을 통해 더 나은 미래를 향한 움직임을 만들어 낼 수 있다고 생각합니다. 공정한 거래질서를 바탕으로 더불어 성장하기 위한 지원을 아끼지 않음으로써 자동차 산업에 선순환의 동반성장 생태계를 조성해 나가겠습니다.

# Driven by a shared vision

## 협력사와 함께 성장하며 최고의 품질을 약속합니다.

현대자동차는 협력사와 함께 성장하는 것이 고객에게 더 좋은 품질의 자동차를 제공하는 것이라는 믿음을 가지고 있습니다. 이러한 신념 아래 현대자동차는 협력사와 투명하고 공정하게 거래하고자 노력합니다. 공정거래 자율준수 프로그램 및 공정거래 리스크 점검은 협력사가 당사와 거래하는 과정을 투명하게 만들고 있으며, 협력사와 함께 성장할 수 있는 발판을 마련합니다.

현대자동차의 협력사는 현대자동차와 함께 성장합니다. 당사는 협력사가 스스로 역량을 강화시킬 수 있는 다양한 프로그램을 지원하고 있습니다. 현대자동차와 함께 협력사는 글로벌 경쟁력을 육성할 수 있으며, 지속적으로 성장하고 있습니다. 당사와 협력사의 동반성장 생태계의 구축은 현대자동차와 협력사 모두 최고의 품질로 고객에게 다가갈 수 있게 만들어 줍니다.

### 이해관계자 인터뷰



현대기아자동차 협력사 협의회(약칭 현대기아협력회)는 현대자동차와 협력사 간의 원활한 협력관계 구축과 정보 교류의 목적으로 설립되었습니다. 최근 자동차 산업은 기술 융복합을 통해 제품 간의 창의적인 연결을 가속화하며 전방위적 혁신을 거듭하고 있습니다. 이에 3만 개에 달하는 부품 하나 하나의 혁신 또한 중요한 요소가 되고 있습니다. 그러나 최근 보호무역주의의 대두와 최저임금 인상, 근로시간 단축 등 국내 노동환경의 변화는 중소 부품협력사 뿐만 아니라 산업 전체에 큰 영향을 미치며 공급망의 경쟁력을 그 어느 때 보다도 중요하게 만들었습니다.

이러한 상황에서 현대자동차는 협력사와의 동반성장 범위를 2·3차 협력사까지 확대하고 지원규모도 늘리며, 자동차산업 전체의 건강한 생태계 유지를 위해 힘쓰고 있는 것으로 알고 있습니다. 자동차부품산업진흥재단을 설립하여 중장기적인 관점에서 부품협력사의 품질·기술 경쟁력 향상을 추진하는 한편, 최저임금 인상으로 인해 재정적 어려움을 겪는 2·3차 협력사에 대해 임금인상액 보상, 저금리 대출 프로그램 등 시의 적절한 지원을 제공하여 협력사의 지속성장에 기여하고 있습니다.

현대기아협력회는 현대자동차와 협력사 간 소통의 창구로 더욱 긴밀하고 다양한 방식으로 소통을 확대할 계획입니다. 배려와 존중을 기반으로 상호이해를 추구하며 변혁의 시대에 현대자동차와 함께 나아갈 길을 모색하겠습니다.



**엄수영 사무국장**  
현대기아자동차 협력사 협의회

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

**4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE**

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

4.6 상생협력

- 공정거래 자율준수
- 협력사 성장 지원
- 공급망 관리

4.7 인재존중

4.8 지역사회

5. APPENDICES

# 공정거래 자율준수

## 공정한 거래질서의 확립

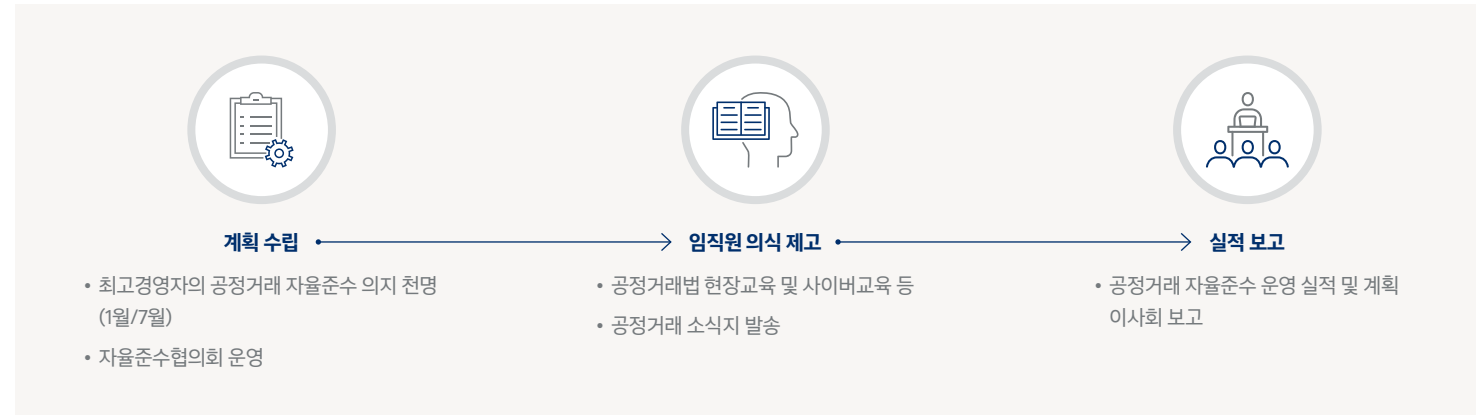
현대자동차는 이해관계자와 상호신뢰 및 협력관계를 기반으로 공동의 발전을 도모하기 위해 공정거래 자율준수 프로그램(CP: Compliance Program)을 운영하고 있습니다. 2002년 공정거래 관련 법규 준수를 위한 공정거래 자율준수 프로그램을 도입하며 전사 자율준수관리자에 의해 총괄적으로 CP를 관리하고 있습니다. 자율준수 관리자는 최고경영자로부터 관련 권한과 책임을 위임 받아 독립성을 확보하고 있으며, 다양한 내부 조직으로부터 활동을 지원받고 있습니다. CP 운영에 대한 결과는 이 사회에 보고되고 있습니다.

현대자동차는 공정한 거래를 시행하고 경쟁 질서를 준수하는 것이 기업이 지속적으로 성장하기 위한 필수 조건임을 인식하고 있으며, 앞으로도 협력사, 정부, 지역사회 등 다양한 이해관계자와 굳건한 파트너십을 구축하기 위하여 공정거래 실시 및 관련 법규의 엄격한 준수를 실천할 것입니다.

## 공정거래 자율준수 프로그램

현대자동차의 공정하고 투명한 경영은 매년 상·하반기에 전파하는 최고경영자의 공정거래 자율준수 의지에서부터 비롯됩니다. 경영층의 확고한 공정거래 의사를 전 임직원에게 전파하고 공정거래 자율준수 행동지침을 제작하여 실제 업무에 반영하고 있습니다. 더불어 전사적으로 다양한 공정거래 교육과 정기 소식지를 발송하며 공정거래 자율준수 문화를 조성하고 있습니다. 한편, 공정거래 자율준수 운영 실적과 차년도 계획을 이사회에 매년 정기적으로 보고하며 사업장별 책임과 의무를 강화해 나가고 있습니다.

### 공정거래 자율준수 운영 프로세스



### 자율준수 의지 천명

현대자동차의 공정하고 투명한 경영은 최고경영자의 공정거래 자율준수 의지에서부터 비롯됩니다. 현대자동차의 CEO는 매년 상·하반기 공정거래 자율준수 의지를 대내외에 선언하고 있습니다. 이를 통해 경영층의 확고한 공정거래 의사를 전 임직원에게 전파하고 공정거래 자율준수 행동지침을 제작하여 실제 업무에 반영하고 있습니다.

### 공정거래 교육 실시

현대자동차는 공정거래에 대한 인식변화를 위하여 공정거래 교육을 실시하고 있습니다. 입사 시부터 공정거래법 준수의 중요성을 알리고자 신입 임원 및 신입사원 교육 시 공정거래 교육을 실시하고 있으며, 공정거래법규 관련성이 높은 부문의 임직원을 대상으로 매년 자율준수 교육을 실시합니다. 또한 공정거래 관련 유의사항을 임직원이 숙지하고 실천할 수 있도록 매월 공정거래 소식지를 통해 지속적인 홍보활동을 진행하며 공정거래 의식을 전사 확산시키고 있습니다.



공정거래 교육

## 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

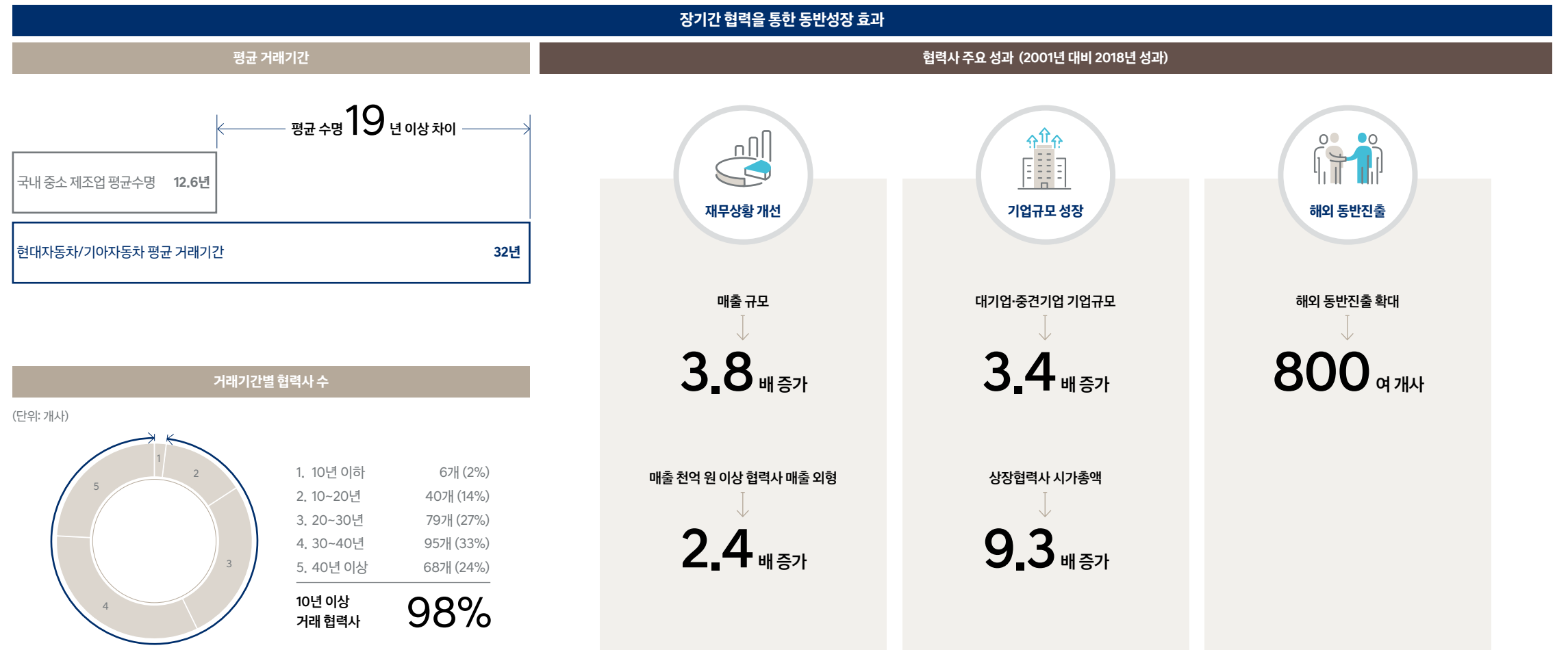
OUR VALUE

- 4.4 고객가치
- 4.5 환경책임
- 4.6 상생협력
  - 공정거래 자율준수
  - 협력사 성장 지원
  - 공급망 관리
- 4.7 인재존중
- 4.8 지역사회

# 협력사 성장 지원

## 협력사 역량 강화를 위한 지원 노력

현대자동차의 협력사는 직접 부품을 납품하는 1차 부품 협력사와, 1차 협력사에 부품을 납품하는 2차 협력사, 일반 제품을 구매하는 일반구매 협력사로 구분됩니다. 당사는 협력사와의 상생을 위한 정책을 동반성장 전담팀을 중심으로 추진하고 있으며, 협력사의 역량을 성장시키는 것이 곧 국내 자동차 부품산업의 경쟁력을 높이는 일이라는 확신을 가지고 있습니다. 이를 위해 장기간 동안 협력사에게 생산기술은 물론 연구개발까지 지원하고 있으며, 적극적인 협력사 지원을 통해 협력사의 경쟁력, 현대자동차의 품질 경쟁력, 나아가 대한민국 자동차 산업의 경쟁력을 높여가고자 합니다.



\*분석대상: 1차 부품 협력사 (계열사, 의존도 10%미만 부품 비전문업체 제외)

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

**4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE**

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

4.6 상생협력

- 공정거래 자율준수
- 협력사 성장 지원
- 공급망 관리

4.7 인재존중

4.8 지역사회

5. APPENDICES

**협력사 상생 운영 전략**

현대자동차가 추구하는 협력사와의 동반성장 운영 전략은 크게 협력사의 글로벌 경쟁력을 육성하고, 지속성장의 기반을 강화하며, 동반성장 시스템을 구축하는 것을 의미합니다. 협력사의 글로벌 경쟁력 확보를 위하여 당사는 품질 경쟁력을 육성하고, 생산성을 향상시키며, 기술 개발력을 육성하고자 합니다. 지속성장 기반 강화 측면에서는 협력사의 경영안정 기반을 강화하고, 글로벌 판로를 확대하며, 성장 인프라를 구축하고자 합니다. 동반성장 문화 정착의 측면에서는 협력사와 당사간의 협력 네트워크를 강화하고, 1차 협력사를 넘어 2·3차 협력사 지원을 강화하며, 동반성장 문화를 조성하려 합니다. 이를 통해 현대자동차와 협력사 간의 상생 성장을 지원하고 굳건한 파트너십을 바탕으로 선순환 생태계를 구축할 것입니다.

동반성장 운영 전략 및 프로그램

글로벌 경쟁력 육성	지속성장 기반 강화	동반성장 문화 정착
<p><b>품질 경쟁력 육성</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 자동차부품산업진흥재단</li> <li>• 5스타제도</li> <li>• 품질/기술학교 운영</li> <li>• 업종별 품질교육</li> <li>• 내구신뢰성 개선 활동</li> </ul> 	<p><b>경영안정 기반 강화</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 납품대금 현금지급</li> <li>• 원자재가격 조정</li> <li>• 자금지원 프로그램</li> <li>• 명절 납품대금 조기지급</li> <li>• 공동구매</li> </ul> 	<p><b>협력 네트워크 강화</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1차 협력사별 협력회 운영</li> <li>• 동반성장 포털 운영</li> <li>• 원자재가격 정보 공유</li> </ul> 
<p><b>기술 개발력 육성</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 협력사 R&amp;D 기술지원단</li> <li>• 게스트 엔지니어</li> <li>• 신기술 전시회·세미나</li> <li>• R&amp;D 협력사 테크데이</li> <li>• 선진기술 벤치마킹</li> <li>• R&amp;D모터쇼</li> <li>• 특허 및 기술 보호</li> </ul> 	<p><b>성장 인프라 구축</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 인적자원 개발 컨소시엄</li> <li>• 미래 경영자 세미나</li> <li>• 협력사 우수인재 채용 지원</li> <li>• 협력사 임직원 교육</li> </ul> 	<p><b>2·3차 협력사 지원 강화</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2·3차 협력사 품질기술 육성</li> <li>• 2·3차 협력사 자금지원</li> <li>• 1·2차 협력사 동반성장시스템운영</li> <li>• 상생결제시스템 운영</li> </ul> 
<p><b>생산성 향상 지원</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 산업혁신운동</li> <li>• 스마트공장 육성</li> <li>• 상주 기술지도</li> <li>• 상주 경영컨설팅</li> </ul> 	<p><b>글로벌 판로 확대</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외시장 동반진출</li> <li>• 협력사 수출확대 지원</li> <li>• 2·3차 협력사 수출마케팅 지원</li> </ul> 	<p><b>동반성장 문화 조성</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 동반성장협약</li> <li>• 투명구매실천센터</li> <li>• 협력사 윤리경영 지원</li> <li>• 동반성장 포상</li> <li>• 사회책임경영</li> <li>• 협력사 복지프로그램 운영</li> </ul> 



1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

## 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

4.6 상생협력

- 공정거래 자율준수
- 협력사 성장 지원
- 공급망 관리

4.7 인재존중

4.8 지역사회

5. APPENDICES

### 글로벌 경쟁력 육성

현대자동차는 품질 경쟁력이 궁극적으로 완성차에 사용되는 부품의 경쟁력에서 비롯된다고 생각합니다. 따라서 협력사 부품의 품질 및 기술은 소비자의 신뢰와 직결되는 것입니다. 당사는 이러한 믿음 아래 완성차의 결함을 줄이기 위해 협력사의 품질 경쟁력, 기술 개발력, 생산성 향상을 지원하고 있습니다.

### 품질 경쟁력 육성

#### 자동차부품산업진흥재단 설립

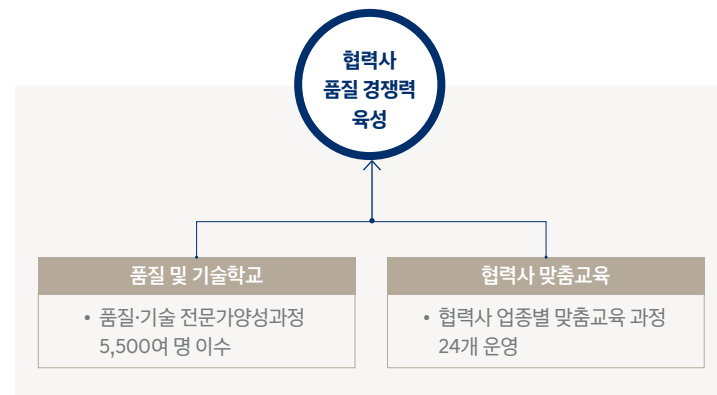
현대자동차는 2002년 기아자동차, 현대모비스와 협력하여 자동차부품산업진흥재단을 설립하였습니다. 당사는 매년 약 60억 원을 출자하여 협력사의 품질, 기술, 경영의 전반적인 향상에 기여하고 있습니다. 미시적인 측면에서도 협력사에 품질 및 기술 관련 컨설팅을 제공하기 위하여 품질기술 봉사단 및 협력업체 지원단을 파견하고 있습니다. 이를 통해 협력사 품질 및 기술 향상에 도움을 주고 있습니다.

#### 5스타 제도 (품질/기술/납입)

협력사의 품질경쟁력, 기술개발능력, 납입경쟁력 등을 정량적 방법을 이용하여 평가하고, 평가 결과를 바탕으로 점수가 우수한 협력사에는 인센티브를 제공하여 협력사 스스로 품질/기술/납입 경쟁력을 향상시킬 수 있도록 노력하고 있습니다.

#### 품질·기술 교육

현대자동차는 품질 및 기술학교를 설립하여 품질 전문가를 양성하고 있으며, 이를 통해 협력사 품질경영 시스템을 유지하고 개선하고 있습니다. 이에 더하여 업종별 특성에 맞추어 협력사 교육을 진행하여 대량 생산 부품 품질의 일관성을 유지하며 품질을 향상시키고 있습니다. 또한 협력사별 주요 필드 클레임 문제에 대한 해결 방안으로 근본 프로세스를 재정비하고 있습니다. 이를 통해 끊임없이 발생하는 문제를 진단하고 해결합니다. 이에 더하여 연구소 내구 부문의 근본 개선 프로세스를 협력사에게 알리고 있습니다.



### 기술 개발력 육성

#### 협력사 R&D 기술지원단

현대자동차는 업계 최초로 동반성장 프로그램인 협력사 R&D 기술지원단을 설립하였습니다. R&D 기술 지원단은 당사와 협력사간의 기술을 공유하고 품질 향상 추구하는 기관입니다. 이를 통해 협력사의 R&D 역량을 향상시키면서 협력사 스스로 기술 개선을 통해 고 품질의 제품을 생산할 수 있는 기반을 마련합니다. 현재 1차 협력사 기준 270개의 협력사가 기술지원단의 혜택을 받고 있으며, 이를 통해 당사와 협력사는 함께 성장하고 있습니다.

#### 게스트 엔지니어

협력사의 엔지니어는 게스트 엔지니어 프로그램을 통해 일정 기간 동안 현대기아자동차의 연구소에 상주합니다. 이 과정에서 신차 부품 설계에 참여함으로써 현대자동차의 기술을 습득하고 있습니다. 게스트 엔지니어는 향후 협력사로 돌아가 각자가 속한 소속사의 기술력 향상에 중추적 역할을 하게 됩니다.

#### 특허권 무상 제공

현대자동차는 제품의 기술력 향상 및 사업화에 협력사와의 기술 공유가 중요하다고 생각합니다. 이에 당사가 획득한 특허를 무상으로 협력사에게 제공하고, 협력사가 필요로 하는 특허를 이전하고 있습니다. 이는 매월 특허권 제공 리스트를 협력사에 공유하고, 협력사들의 특허권 이전 신청을 받은 후, 당사가 이를 검토하여 특허권을 제공하는 방식으로 진행되고 있습니다.

### 생산성 향상 지원

#### 산업혁신운동

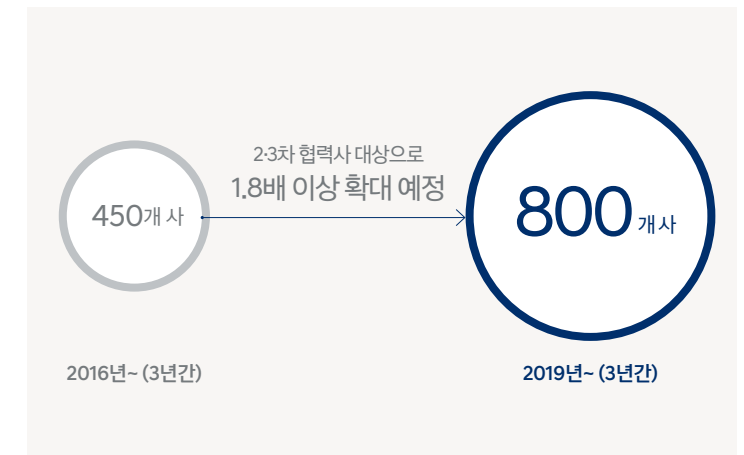
기술, 작업환경, 생산공정 재정비를 통해 대량으로 생산되는 부품의 품질을 관리하여 대기업, 1차 협력사, 전문가로 구성된 그룹이 산업혁신운동을 전개합니다.

#### 스마트공장 육성

생산 시스템에 ICT를 접목하여 로트 추적 관리시스템을 운영하고 체계적 시스템을 구현함으로써 부품의 하자과 제품의 문제를 사전에 방지하거나 문제를 역추적 및 확인하여 필요 시 해당 부품이 들어가는 전 차종의 생산을 일시 중단합니다.

스마트공장 육성을 위하여 2016년부터 450여 사를 지원하였고, 2019년부터는 2·3차사 경쟁력 강화를 위해 800개 사로 확대할 계획입니다. 스마트공장 적용 컨설팅 및 설비투자를 통해 협력사의 공정데이터 전산화, 리드타임 감소, 불량률 감소, 폐각비용 저감, 납기준수를 제고, 매출액 향상 등 협력사 경영활동 전반의 효율화를 제공하고자 합니다.

#### 스마트공장 육성 협력사



1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

**4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE**

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

4.6 상생협력

- 공정거래 자율준수
- 협력사 성장 지원
- 공급망 관리

4.7 인재존중

4.8 지역사회

5. APPENDICES

**지속성장 기반 강화**

현대자동차는 협력사의 품질 및 기술 경쟁력 향상을 지원하고 있습니다. 이와 함께 협력사가 경영상의 어려움을 겪지 않도록 부품의 안정적 수급에 힘쓰고 있으며, 기술개발 향상을 위해 성장 인프라를 구축하고 있습니다. 이에 더하여 글로벌 판로를 확대를 지원하여 협력사의 글로벌화를 추구하고 있습니다. 이를 통해 당사는 협력사가 안정적인 회사로 성장하는 토대를 강화하고자 합니다.

**경영안정 기반 강화**

**납품대금 현금지급**

2006년 5월부터 부품 및 일반자재 하도급 거래에 대해 중소기업 납품 대금을 전액 현금으로 지급하고 있습니다. 내수용 부품에 대하여 매출액 5천억 원 미만의 중소·중견기업은 주 1회 현금을, 5천억 원 이상 되는 대기업 및 중견기업은 주 1회 전자어음을 발행하고 있으며, 수출용 부품의 경우 월 1회 현금으로 지급하고 있습니다.



**원자재 가격 조정**

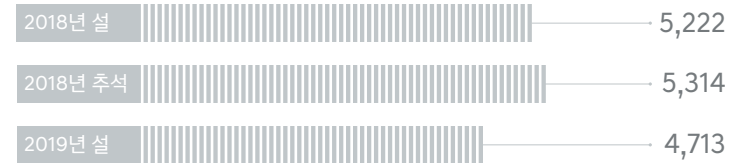
국제 경제 상황에 따라 원자재 가격은 변동되며, 수시로 인상될 수 있습니다. 이러한 가격 인상은 협력사가 부품을 충분히 수급하지 못하는 상황을 만들어 낼 수 있습니다. 이를 방지하기 위하여 현대자동차는 원자재가 인상 부담을 흡수하고 있습니다. 구체적으로 사급, 연동제, 시세 변동폭에 의해 가격이 조정되는 플라스틱, 알루미늄, 철판, 구리, 귀금속, 납의 경우 각 부품별 조정근거를 참조하여 부품 구매액을 지급하고 있습니다.

**명절 납품대금 조기 지급**

설, 추석 등 명절 기간 1차 협력사의 자금 해소를 위해 납품 대금을 조기에 지급하고 있습니다. 더 나아가 1차 협력사와 함께 2·3차 협력사에도 대금이 조기 지급될 수 있도록 유도하고 있습니다. 명절 납품대금이 2·3차 협력사까지 조기 지급될 수 있도록 1차 협력사 평가 항목에 납품대금의 지원 여부를 반영하고 있습니다.

**명절 납품대금 조기 지급 금액**

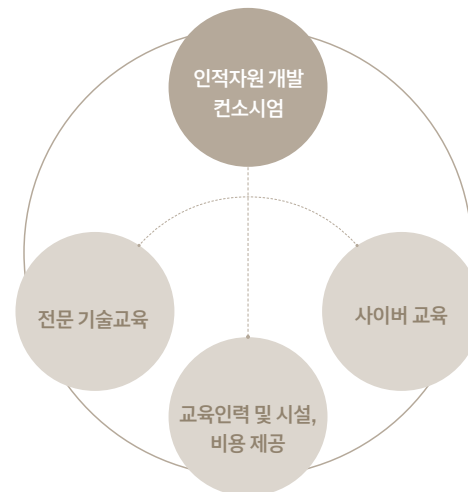
(단위: 억 원)



**성장인프라 구축**

**인적자원개발 컨소시엄**

노동부, 협력사와 함께 인적자원개발 컨소시엄을 구성하여 2004년부터 운영하고 있습니다. 협력사에 전문기술교육과 사이버교육을 시행하고, 교육인력 및 시설, 비용을 무료로 지원하고 있습니다.



**글로벌 판로 확대**

**해외 동반진출 활성화**

현대자동차의 해외 생산물량 확대를 통해 직접적 관계를 맺는 1차 협력사 뿐만 아니라 2·3차 협력사의 수출 증대에도 공헌하고 있습니다. 당사의 글로벌 진출이 협력사에 보다 많은 기회가 될 수 있도록 다양한 프로그램을 통해 지원하여, 국내에서의 동행을 해외로 까지 이어가고 있습니다.



**2·3차 협력사 수출마케팅 지원**

현대자동차는 2·3차 중소 협력사의 수출 마케팅 지원에도 적극 나서고 있습니다. 2·3차 협력사 경쟁력 강화 지원을 위한 사업으로 국내·외 자동차부품 산업전시회 참가를 지원하고, 해외 바이어를 매칭시켜주는 프로그램을 제공하고 있습니다. 2021년까지 매년 90여개 사, 3년간 총 270여개 사를 지원할 계획입니다.

국내의 경우 한국 자동차산업 전시회(KOAA SHOW) 부스 임차를 비롯해 해외 바이어와의 1대1 매칭, 상담장 운영 등의 비용을 지원하며, 해외의 경우 전시회 참가비를 포함, 항공 및 숙박 등의 제반 비용을 지원하였습니다.



상해 전시회

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

**4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE**

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

4.6 상생협력

- 공정거래 자율준수
- 협력사 성장 지원
- 공급망 관리

4.7 인재존중

4.8 지역사회

5. APPENDICES

**동반성장 문화 정착**

현대자동차는 동반성장의 시스템을 구축하는 것이 기업 경쟁력 향상에 필수적이라고 믿고 있습니다. 이에 현대자동차와 협력사 간의 커뮤니케이션을 강화하기 위해 협력 네트워크를 강화하고, 1차 협력사 외에 2차, 3차 협력사에도 품질, 기술 지원을 실시하고 있습니다. 이에 더하여 동반성장 문화를 조성하여 투명하고 공정한 거래가 이루어 질 수 있도록 노력하고 있습니다.

**협력 네트워크 강화**

1차 협력사별 협의회 운영

현대자동차의 정책과 공시사항을 협력사 별로 공유하고 2·3차 협력사의 문제 상황을 해결하고 생산과정에서 건의사항을 모으는 대화 채널로 1차 협력사 협의회를 운영하고 있습니다. 이를 통해 당사의 구매 및 품질 정책들을 협력사에 전달하는 장을 조성하고, 당사와 관련 있는 모든 협력사 간의 공정하고 합리적인 거래문화가 조성될 수 있도록 노력하고 있습니다.



1차 협력사 협의회



**2·3차 협력사 지원 강화**

품질 기술 육성

1차 협력사에 납품하는 2·3차 협력사의 품질 및 기술수준을 유지하고 향상시키는 것 또한 완성차의 품질 향상에 핵심적인 요소입니다. 이를 위해 현대자동차는 품질·기술 및 생산성을 향상시키고 글로벌 경쟁력을 높이기 위하여 중소기업에 전문위원 및 자문위원을 파견하여 자동차 관련 전문기술과 노하우를 무상으로 전수하고 있습니다.

품질·기술 봉사단	
• 구성	업종별 전문위원
• 기간	5~7개월 간 업체에 상주하며 무상 지도
• 지도분야	사출, 고무, 도장, 전기전자, 절삭가공, 열처리, 프레스, 용접, 금속도금, 주철주조, AL 주조, 단조 등

---

협력업체지원단	
• 구성	완성차 임원 출신 자문위원
• 기간	3~12개월 간 업체에 상주하며 경영 전반 무료 컨설팅
• 컨설팅 분야	연구개발, 생산, 생산기술, 품질, 경영관리, 해외영업, 기획 등

**동반성장 문화 조성**

동반성장 협약

현대자동차는 동반성장 문화 조성의 일환으로 매년 협력사와 ‘동반성장 협약’을 맺고 있습니다. 2008년 1기 협약체결 이래로 2018년에도 협력사와 10기 협약을 체결하여 원자재 가격 인상 관련 가격 조정 협의, 자금지원 프로그램, 하도급 4대 실천사항 운영, 2·3차 협력사 지원 강화 등을 실행하고 있습니다.

투명구매 실천센터

협력사에게 윤리적 행동을 위한 가이드라인을 제시하는 것은 당사와 협력사가 공정하고 투명하게 완성차를 생산하는데 중요합니다. 이를 실천하기 위하여 현대자동차 홈페이지 내에 투명구매 실천센터를 운영하고 있습니다. 특히, 협력사 투명·윤리 실천 건의함을 마련하여 협력사의 애로사항을 청취하고 다양한 제도개선 의견을 수렴하고 있습니다. 아울러 2·3차 협력사 소리함도 운영하여 공급망 전반의 공정한 거래 관행 구축과 투명성 강화를 위한 노력을 다하고 있습니다.

하도급 4대 실천사항

- 바람직한 계약체결 실천사항
- 협력사 신규등록 및 운용 실천사항
- 하도급 내부심의 위원회 운용 실천사항
- 바람직한 서면발급 및 보존 실천사항

투명·윤리 실천 건의함

- 건의함/신고함 운영 목적
- 건의 및 신고 방법(인터넷/ARS)
- 운영 방법(익명 가능 및 미공개 원칙)
- 조치결과 조회

**협력사 상생 포상**

2009년부터 1·2차 협력사간 대금지급조건 개선 등 동반성장 실적을 심사하고 포상하여 동반성장문화의 확산을 위해 힘쓰고 있습니다. 포상 시행부터 2018년까지 총 32개 사가 동반성장 우수회사로 포상을 받았습니다.

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

# 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

4.6 상생협력

- 공정거래 자율준수
- 협력사 성장 지원
- **공급망 관리**

4.7 인재존중

4.8 지역사회

5. APPENDICES

# 공급망 관리

## 지속가능한 공급망 조성

현대자동차는 안정적인 공급처 확보를 통한 경쟁력 제고와 협력사로 인한 리스크 대응을 위해 공급망 지속가능성 정책 및 절차를 보유하고 있습니다. 현대자동차는 사업 운영 과정에서 다양한 협력사와 협업하며 책임있고 경쟁력 있는 가치사슬을 구축하고 있습니다. 품질, 납입, 기술, 안전, 친환경, 상생협력 등 경제적 요인은 물론 비재무적 요인에 대한 리스크를 종합적으로 고려하여 공급망의 위험 요소를 완화하기 위한 노력을 다하고 있습니다.

### 공급망 관리 정책

현대자동차는 투명하고 공정한 거래환경 조성과 협력사 지속가능성 관리를 위해 2009년 구매본부 윤리헌장 및 강령과 협력사 윤리행동규범을 제정하였습니다. 당사의 협력사 윤리행동규범은 1. 투명경영, 2. 상생협력, 3. 환경경영, 4. 품질경영, 5. 정보보안, 6. 사회적 책임으로 구성되며 협력사에 대한 사회적 책임 준수 요건을 정의하고 있습니다. 현대자동차의 협력사 윤리행동 규범의 상세 내용은 투명 구매 실천센터 홈페이지를 참조하시기 바랍니다. 또한 구매시스템(VAATZ)을 활용하여 협력사 등록 및 평가, 구매계약관리 등 구매 프로세스 전반에 대해 체계적으로 관리하고 있습니다.

 현대자동차 투명구매 실천센터 홈페이지

### 공급망 현황

현대자동차는 당사에게 제공하는 핵심 부품, 안전/보안 품목 등 협력사의 제품의 대체 불가능성, 핵심기술 보유 여부 등과 해외 사업장 동반진출 가능성 등을 종합적으로 고려하여 핵심 협력사(Critical Supplier)를 분류하고 있습니다. 당사의 주요 핵심 협력사는 완성차 제조업의 업적 특성에 따라 핵심 부품(모듈, 파워트레인, 전장부품 등)을 공급하는 협력사로, 2018년 기준 전체 3,500여개의 협력사 중 100여개의 협력사를 핵심 협력사로 분류하고 있습니다. 특히, 부품 특성과 기술 수준에 따라 협력사 전환 장벽이 높은 협력사의 경우에는 거래 규모를 고려하여 2차 협력사(Non-Tier 1)까지 관리하며 공급망 지속가능성 향상을 위한 사전평가 및 모니터링, 시정조치를 실시하고 있습니다.

구분	지표	연간 평가 비율
사전평가	지속가능성 리스크 평가 대상 중 1차 협력사 비율	100%
	지속가능성 리스크 평가 결과 고위험 1차 협력사 비율	19%
모니터링	공급망 모니터링 대상 중 핵심 협력사 비율	100%
	공급망 모니터링 대상 중 고위험 협력사 비율	16%
시정조치	지속가능성 고위험 협력사 중 시정조치 계획 수립 비율	100%

### 공급망 관리


현대자동차는 신규 협력사를 비롯해 등록된 협력사에 대해서도 품질, 납입, 기술은 물론 안전관리, 친환경 부품, 상생협력 등에 대한 평가 및 모니터링을 진행하고 있습니다. 연 1회 실시하는 정기적인 공급망 평가결과를 경쟁입찰에 반영하며 협력사의 개선을 유도하고 있습니다. 2020년에는 대금지급 조건, 계약 공정성, 법규 준수, 상생협력 등 2차 협력사와의 상생협력 수준을 평가 가점으로 신규 반영하여 혜택을 제공할 계획입니다. 또한 품질문제 발생, 윤리 규정 위반, 담합, 동반성장 저해 행위 등 협력사 행동규범 위반 사실이 있을 경우 당사 내부 심의회를 통해 입찰 제한 등 제재를 실시하여 경각심을 고취시키고 있습니다. 특히 안전기준과 관련해서는 평가 기준을 충족하지 못한 협력사의 경우, 시정조치 요구를 비롯해 OHSAS18001 등 인증 취득 유도 등 다양한 조치를 통해 비재무적 리스크 요인을 함께 관리하고 있습니다.

#### 공급망 평가제도

구분	평가항목	평가 주기
품질	• 품질경영체계	1년
	• 입고불량율	
	• 클레임비용변제율	
	• 품질경영	
납입	• 생산라인 정지	1년
	• A/S 납입율	
	• KD 납입율	
기술	• 기초역량	1년
	• 수행능력	
	• 미래역량	
상생협력	• 대금지급 조건	1년
	• 계약 공정성	
	• 법준수 노력	
	• 상생협력 지원	
안전관리	• 안전관리 매뉴얼	1년
	• 안전관리 조직/인원	
	• 안전관리 교육 실태	
	• 안전사고 발생 현황	
친환경 부품	• 유해물질 금지	1년
	• 화학물질 정보 제공(IMDS)	
	• 내부 친환경 시스템 구축	
	• 환경경영	
협력사 행동규범 준수	• 투명경영(청탁/금품수수)	1년
	• 거래계약 준수	
	• 노동/인권/차별 금지	


#### 중장기 핵심 협력사 ESG 리스크 관리 지표

2022 목표




안전보건(OHSAS18001)/환경경영시스템(ISO14001)  
**인증 100%**

---



IMDS 등록-관리  
**관리 100%**

---



협력사 ESG 리스크 관리체계 구축  
**서면평가/협력사 확산 100%**

## 현대자동차의 상생협력

현대자동차는 협력사와 공정거래를 기본 원칙으로 건강한 파트너십에 기반한 동반성장을 추진하고 있습니다. 중장기적으로 글로벌 경쟁력 육성, 지속성장 기반 강화, 동반성장 문화 정착이라는 동반성장 3대 전략을 기반으로 협력사의 지속가능성을 지원하고 있습니다. 현대자동차는 공급망의 성장에 함께하며 그로 인해 창출된 가치를 다시 협력사에 환원하는 선순환 구조를 만들어 가겠습니다.

### Major Performance & Plan

	2018년 성과	2019년 계획	중장기 계획
	<ul style="list-style-type: none"> <li>협력사 인력채용 지원                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 채용박람회 총 6회 실시, 총 281개 사 참여</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>협력사 인력채용 지원                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현대자동차그룹 협력사 채용박람회로 확대운영 (완성차 협력사 외 계열사 및 계열사 협력사 참여)</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>글로벌 경쟁력 육성                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품질 경쟁력 육성, 생산성 향상 지원, 기술 개발력 육성</li> </ul> </li> <li>지속성장 기반 강화                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 경영안정 기반 강화, 글로벌 판로 확대, 성장 인프라 구축</li> </ul> </li> <li>동반성장 문화 정착                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 동반성장 문화 조성, 2·3차 협력사 지원 강화, 협력 네트워크 강화</li> </ul> </li> </ul>
협력사 성장 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>협력사 스마트공장 육성                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2016년~2018년 누적 총 450여개 사 지원</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>협력사 스마트공장 육성                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2·3차 협력사 확대 및 2019년~2021년 누적 총 800개 사 지원</li> </ul> </li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>협력사 수출마케팅 지원                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내외 자동차부품 산업전시회 참가 지원</li> <li>- 해외 바이어 매칭 프로그램 제공</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>협력사 수출마케팅 지원                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 매년 90여개 사 선정 및 2021년까지 누적 총 270여개 사 지원</li> </ul> </li> </ul>	

### 2018년 공정거래 자율준수 의지 천명

상·하반기 연 2회 CEO로부터 공정거래 자율준수 의지를 담은 선언문이 현대자동차 전 임직원에게 전해 집니다. 2018년에도 1월과 7월에 공정거래 자율준수 의지 선언문이 공유되었으며, 이 선언문에 기초하여 공정거래 행동지침이 모든 임직원들의 업무에 반영되었습니다.



### 동반성장지수 5년 연속 최우수 기업 선정

현대자동차는 2018년 동반성장위원회에서 평가하는 동반성장지수에서 5년 연속 최우수 명예기업으로 선정되었습니다. 동반성장지수는 180여 기업을 대상으로 '대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률 제 20조'에 따라 국내 매출액 상위 기업 중 파급효과가 큰 기업을 대상으로 선정되며, 최우수 명예기업에게는 정부 차원에서의 인센티브가 지원됩니다.

\* 주요 평가 항목: 계약의 공정성, 범위반 예방 및 법준수 노력, 상생협력 지원, 거래관계 및 협력관계 등



### 제7회 협력사 채용 박람회 개최

2012년부터 협력사 우수인재 채용을 지원하기 위한 '현대·기아자동차 협력사 채용박람회'가 2018년으로 7회를 맞이하였습니다. 2018년에는 2·3차 협력사 전용 채용박람회를 실시하여 인재확보에 어려움을 겪고 있는 중소 부품협력사 채용을 적극 지원하였습니다. 총 281개 협력사가 참여하였으며, 서울, 안산, 울산, 광주, 대구, 창원 등 전국 6개 지역에서 순차적으로 개최하였습니다.





# PEOPLE

인재존중

## Talents that realize core values

현대자동차는 지난 50년 간 열린 마음과 신뢰를 바탕으로 새로운 가치를 창조하고, 새로운 가능성을 실현하는 인재와 함께해 왔습니다. 도전, 창의, 열정, 협력, 글로벌 마인드를 갖추고 지속 가능한 성장과 비전을 실현해 가는 인재들과 함께 '자동차에서 삶의 동반자'로서 세상을 움직이기 위해 노력할 것입니다.

# Valuing talent who moves the world forward

## 더욱 다양한 인재들과 함께하며 존중할 것입니다.

4차 산업혁명 시대에서 자동차 산업은 정보통신기술의 발전과 친환경 에너지원 사용과 맞물려 다양한 변화를 맞이하고 있습니다. 새롭게 맞이하게 될 변화의 물결에 대비하기 위해서는 핵심 인재를 확보하여 시장의 흐름을 파악하고 관련 기술 개발을 위해 노력할 것입니다. 그리고 전문 역량 기반으로 각자의 역할을 충실히 수행할 수 있는 인재를 발굴해갈 것이며, 임직원이 자기주도적으로 역량 개발 목표를 수행하도록 육성할 것입니다.

아울러 임직원들이 노동과 관련하여 보장받아야 할 권리를 지키기 위해 협력하는 노사관계를 만들어갈 것입니다. 이를 위해 끊임없이 대화의 장을 개설하여 합리적이고 건설적인 해결책을 도출하겠습니다. 또한, 근로자가 안전하고 건강하게 근무할 수 있는 사업장을 조성하기 위해 안전보건 관련 목표를 지속적으로 세우고 설정한 목표는 끊임없이 모니터링과 개선 활동을 수행하도록 하겠습니다.

What  
makes  
you  
move?

2018 H-채용설명회

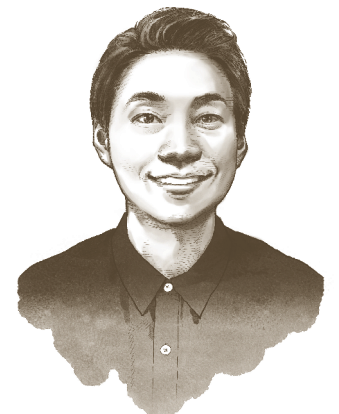
### 이해관계자 인터뷰



현대자동차는 산업간 융·복합이 가속화되고 급변하는 시장 상황 속에서 미래 모빌리티 컴퍼니로의 지속 성장 전략을 추진하고 있습니다. 시장과 고객 중심으로 민첩하게 상품과 서비스를 공급하기 위해서는 최신 역량과 기술을 가진 최적의 인재를 적시에 확보하는 전략이 필수적인데, 일년에 두 차례 시행되는 정기공채를 통한 방식으로는 한계가 있다고 판단하여 상시 공개 채용 체계로 전환하게 되었습니다.

또한 현업 주도로 채용을 기획하고 전형을 진행하고 있습니다. 현업 직무 전문가가 현업에서 고민하고 있는 이슈들을 중심으로 서류전형과 면접전형 평가 문항들을 개발하고 지원자의 직무 역량평가 면접 방식을 수시로 기획함으로써 직무 전문가를 선발할 가능성을 높일 수 있습니다. 더불어 현업에서 필요할 때마다 직접 채용을 기획하고 운영하며 적시성을 극대화할 수 있습니다.

이를 통해 지원자 관점에서는 채용의 기회가 넓어질 수 있으며 내실 있는 대학생활을 할 수 있습니다. 회사 차원에서는 상시채용시 직무와 근무지에 대한 구체적인 정보를 제공하여 지원자의 적합성을 높여 만족도를 높이고 퇴사율 감소를 기대할 수 있습니다. 사회적으로는 정기 채용으로 인한 졸업 유예, SPEC 경쟁, 취업에 들이는 막대한 시간과 비용 등 불필요한 비용이 감소될 것입니다. 최종적으로는 지원자-대학-기업간 우수인재 육성, 확보의 선 순환 효과를 기대할 수 있을 것입니다. 대학 취업 준비 중심의 대학 생활과 문화가 개선되어 직무 관련 전공 수업 중심의 교육과정 개편으로 인한 학생들의 깊이 있는 공부가 이루어질 때, 기업들은 자연스럽게 직무에 적합한 준비된 인재를 적시에 채용할 확률이 높아질 것입니다.



구성모 과장  
현대자동차 HR운영2팀

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

**4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE**

OUR SYSTEM

OUR VALUE

- 4.4 고객가치
- 4.5 환경책임
- 4.6 상생협력
- 4.7 인재존중
  - 글로벌 인재 확보 및 지원
  - 근로자의 권리 보장과 소통
- 4.8 지역사회

5. APPENDICES

# 글로벌 인재 확보 및 지원

## 글로벌 우수인재 채용

자동차 산업과 전자 산업의 경계가 허물어지고 있는 시대에서 현대자동차는 모빌리티 컴퍼니로 변화함에 따라 친환경, 자율주행, 커넥티드 카에 적합한 인재를 중점적으로 채용하고 있습니다. 2018년 상반기에 진행된 공개채용에서는 소프트웨어 분야의 신입 채용을 신설하였으며, 연구개발, 플랜트, 신사업 전략 등의 분야에서 다섯차례의 상시 채용을 진행했습니다. 현대자동차는 앞으로도 미래전략 부문의 성장과 직무 중심의 실무 인재 확보를 위해 인턴 및 경력사원 등 다양한 인재를 채용할 것입니다.

### 상시 채용 확대

현대자동차는 4차 산업혁명 시대에 효과적으로 대응하기 위해 신입사원 채용 방식을 혁신적으로 바꾸고 있습니다. 분야별 전문 인재 선발을 강화하기 위해 현업에서 필요한 전문 직무 역량을 갖춘 인재의 상시 채용을 확대해가고 있습니다. 현업에서 채용을 주도적으로 진행하는 상시 채용 과정에 따라 직무 특성에 맞춘 부문별 최적화된 채용 시스템을 도입할 예정입니다. 또한, 우수 인재 데이터베이스를 구축하고 다양한 인재 유치 프로그램을 통해 우수 인력을 적시에 확보하려는 노력을 기울이고 있습니다.

### 2018년 하반기 상시 채용 직무 분야

연구개발본부	차량 설계, 차량 평가, 재료/파워트레인/상용차 개발, 기술경영
전략기술본부	딥러닝 개발, 플랫폼 S/W 개발
경영지원본부/인사실	인사 지원, IT 보안
울산/아산/전주 공장	보전기술, 플랜트 운영
재경본부	원가회계

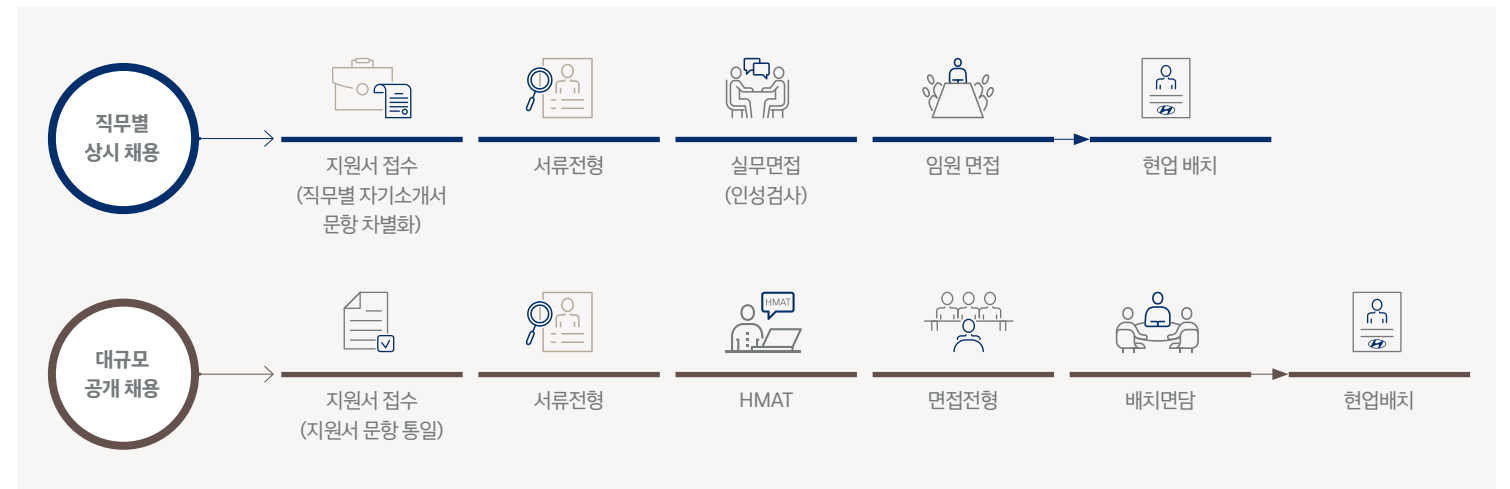


### 연구장학생-계약학과

현대자동차는 자동차 분야의 기술 발전과 기업 미래 경쟁력의 근간이 될 핵심인재를 육성하기 위해 연구장학생 제도와 계약학과를 운영하고 있습니다. 연구장학생 제도는 2003년에 도입되어 매년 이공계, 디자인 분야의 학사, 석/박사 과정의 우수한 인재를 선발, 멘토링 및 교육 등 다양한 학업활동을 지원하고 있습니다. 한편, 계약학과는 2015년부터 국내 우수 대학과 함께 융합형 교육 모델을 구성하여 ICT, 시스템 통합제어, 에너지 시스템, 전동화 등 4대 미래 연구분야 기술 개발에 역량을 갖춘 인재를 양성하고자 합니다. 계약학과 장학생에게는 산학협력 프로젝트를 기반으로 현업 밀착형 교육 프로그램을 제공하여 연구에 몰두할 수 있는 환경을 마련하고 예비 연구원으로서 성장할 수 있도록 지원을 아끼지 않고 있습니다. 현대자동차는 향후에도 지속적인 연구장학생 및 계약학과 제도 운영을 통해 차세대 자동차 기술에 중추적인 역할을 할 핵심인재를 육성하고 새로운 가치를 창출해 나갈 것입니다.

연구 분야			
<b>ICT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>AI, 빅데이터, 커넥티비티 (계약학과)</li> <li>융합기술, 로봇틱스 (연구장학생)</li> </ul>	<b>시스템 통합제어</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>자율주행, 차량/파워트레인 제어 (공통)</li> </ul>	<b>에너지시스템</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>배터리, 연료전지 (계약학과)</li> <li>미래 에너지 기술 (연구장학생)</li> </ul>	<b>전동화 핵심부품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>파워트레인 (공통)</li> </ul>

### 현대자동차 신입 채용 프로세스





1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

4.6 상생협력

4.7 인재존중

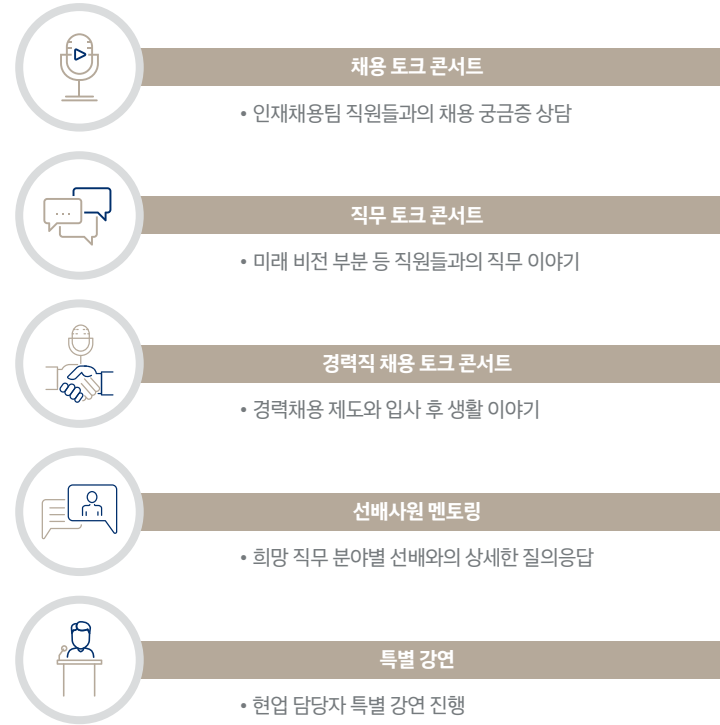
- 글로벌 인재 확보 및 지원
- 근로자의 권리 보장과 소통

4.8 지역사회

5. APPENDICES

H-채용설명회

현대자동차는 H-채용설명회를 운영하여 현대자동차 입사 지원 관련 정보와 채용 방향성을 전달하고, 신사업 및 미래신기술과 관련된 미래비전을 중점적으로 홍보하였습니다. 현장에는 약 200여명이 참가하였으며 온라인 생중계를 진행하여 총 6만 6천여 명에게 현대자동차 채용 정보를 제공하였습니다. 또한, '채용 토크 콘서트', '직무 토크 콘서트', '선배사원 멘토링' 등 다양한 프로그램을 진행하여 지원자들에게 실질적으로 도움이 되는 콘텐츠를 제공하였습니다.



Global Top Talent Forum

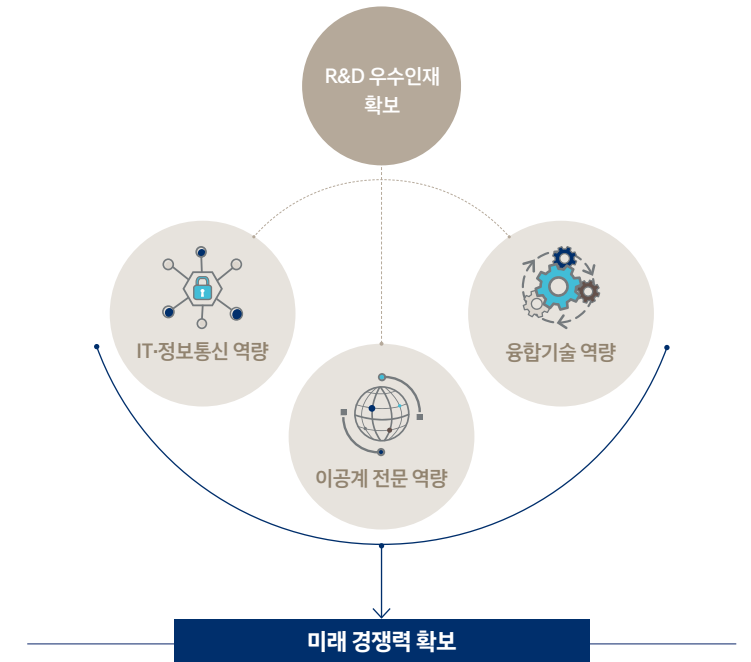
2018년 8월, 현대자동차는 미국 샌디에고에서 진행된 글로벌 톱 탠런트 포럼을 통해 해외 이공계 석·박사급 우수인재 발굴에 적극적으로 나섰습니다. 현대자동차는 이 포럼에서 AI 및 S/W 플랫폼, 자율주행, 커넥티드 카, 미래 모빌리티, 친환경차, 첨단경량소재, 차량기본성능 등과 관련된 7개의 세션을 진행했습니다. 포럼 참가자 전원에게는 소정의 발표료를 지급했으며, 세션별 최우수 발표자에게 포상금 지급과 함께 현대자동차그룹 입사자격 부여, 연구장학생 선발 기회 등 다양한 혜택을 제공했습니다. 미래 경쟁력을 확보하기 위해서는 다양한 분야와의 융합과 시너지가 중요합니다. 현대자동차는 이번 포럼에서 최근 중요성이 커지고 있는 소프트웨어 분야를 신설했습니다. 앞으로도 미래 산업의 이슈를 파악하고 핵심 기술을 개발하기 위한 우수인재 확보 노력을 강화해갈 것입니다.



2018 Global Top Talent Forum

R&D 우수인재 채용설명회

미래 기술 경쟁력 강화를 위해 이공계 우수인재 대상 채용 설명회를 실시하였습니다. 로봇·SI, 전동화, 친환경차, 첨단소재 각 부문의 연구원들이 참여하여, 직무상담을 진행하고 미래 비전에 대해 설명하였습니다. 총 848명의 인원이 설명회에 참석하였으며 623명의 인원이 직무 상담을 받았습니다. 또한, 상담 우수자에게는 서류 전형 합격권을 부여하여 우수 인재가 현대자동차에서 꿈을 펼치기 위한 기회를 제공하였습니다.



R&D 우수인재 채용설명회

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

**4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE**

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

4.6 상생협력

4.7 인재존중

- 글로벌 인재 확보 및 지원
- 근로자의 권리 보장과 소통

4.8 지역사회

5. APPENDICES

**인재 육성**

현대자동차는 직원의 성장이 회사의 성장으로 이어진다는 신념 하에 미래 경쟁력과 지속성장 동력 확보를 위해 현장주도의 인재육성 및 자발적인 학습 문화를 구축하고 있습니다. 이를 위해 리더십, 직무전문성, 학습문화 측면에서 인재육성 중장기 전략을 수립하여 세부과제를 추진 중에 있으며, 기존 회사 주도의 획일적 교육에서 벗어나 개개인이 전문가로 성장할 수 있는 자기주도 맞춤형 학습으로 교육의 패러다임을 변화시키고 있습니다. 특히, 지속성장 관점의 리더십 강화, 현장주도 상시학습 인프라 구축이라는 세부전략과 함께 구성원이 언제든지 원하는 시점/장소/방법으로 학습할 수 있도록 자율학습제 도입 및 다양한 상시학습 솔루션을 준비 중에 있습니다.

**지속성장 관점의 리더십 강화**

현대자동차의 리더 육성프로그램은 지속성장 관점에서 리더 개인의 성장에서 나아가 “조직의 변화(Organization Impact)”를 유도할 수 있도록 하였습니다. 대내외 환경 변화에 유연하게 대응할 수 있는 리더십을 개발할 수 있도록 육성기회를 확대하고 있으며, 시의성 있는 콘텐츠와 딜리버리 혁신으로 리더육성 프로그램의 질적인 혁신을 추구하고 있습니다.

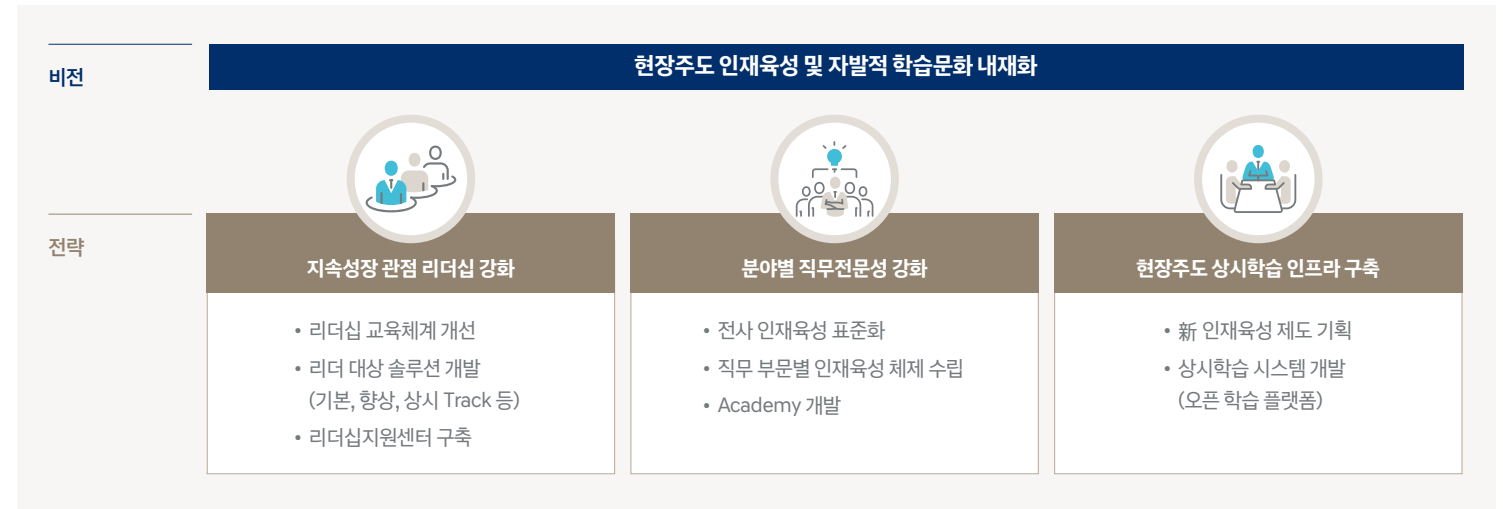
**분야별 직무전문성 강화**

현대자동차는 임직원의 직무전문성 강화를 위해 전 부문의 직무역량강화를 추진하고 있습니다. 직무 수행을 위해 필요한 역량을 구비하고, 각 구성원이 본인의 수준과 니즈에 따라 다양한 솔루션을 통해 역량을 향상시킬 수 있습니다. 이를 위해 교육부서와 각부문이 협업하여 부문별 Academy를 개발하고 있으며, 향후 사내·외 교육, e북, MOOC, 학습모임 등 다양한 상시학습 콘텐츠를 마련하여 임직원의 직무 전문성을 제고해 나갈 것입니다.

**현장주도 상시학습 인프라 구축**

현대자동차는 현장주도 인재육성 및 자발적 학습문화 내재화를 지원하기 위한 부문별 인재육성체제를 구축하고 있습니다. 전사 공통의 일반직무역량, 각 분야별 특화역량 뿐만 아니라, 타 부문까지 전문성의 범위를 넓힐 수 있는 기회를 제공하며, 이를 바탕으로 창의적 문제해결력을 길러낼 수 있는 토양을 조성하고 있습니다.

인재육성 중장기 전략



**新 교육제도 도입**

현대자동차는 임직원 개개인의 성장에 관심을 가지고, 전문가로서의 성장 (Employability)을 지원할 수 있는 자율학습제 도입을 준비하고 있습니다. 특히 직무 수행을 위해 필요한 역량을 구비하고 본인의 수준과 니즈에 따라 다양한 솔루션을 통해 역량을 향상시키는 것에 집중하고 있습니다. 언제 어디서나 원하는 지식·정보를 접할 수 있는 개방형 학습 플랫폼과 People Data 기반 학습 솔루션 추천은 전문가로 성장하기 위한 밑거름이 되어줄 것입니다.

**리더십 프로그램**

**Top Leader 대상 육성 강화** 신임 CEO, 본부장 변화·혁신 프로그램 등 Top 리더 대상 교육프로그램 신규 도입을 통해 Top Leader로서 자신의 역할 인식 및 미래 준비에 대한 중요성 공감을 목표로 진행하였습니다. 내용 측면에서는 미래 준비' 콘텐츠 강화로 그룹 리더들에게 필요한 지적 자극 제공하였고, 선발 임원 대상의 개별 맞춤형 프로그램으로 리더십역량 개발의 효과를 제고하였습니다.

**선발인재 육성 강화** 미래 경영자 Pool 준비를 목적으로 글로벌 비즈니스 안목을 갖춘 인재 양성을 적극적으로 시행하고 있으며, 향후 대내외 환경변화에 능동적으로 대응할 수 Top Talent 육성의 Tool로 지속적으로 변화, 발전시키고 있습니다.



프레스 교육



도장로봇(기본) 실습

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

4.6 상생협력

4.7 인재존중

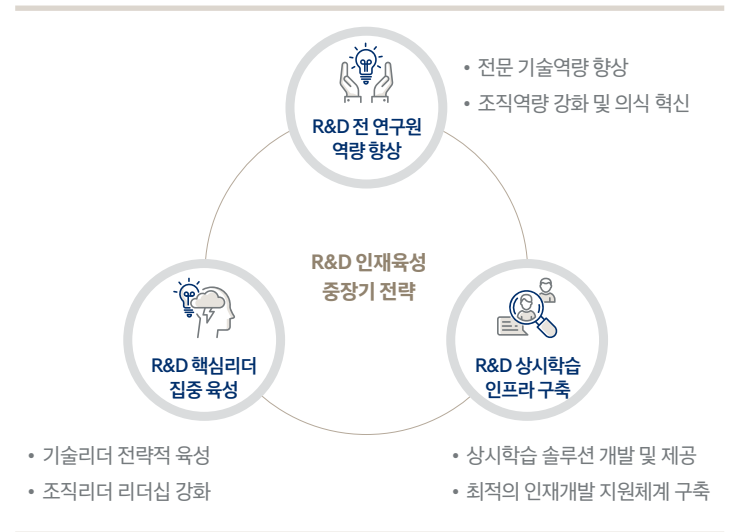
- 글로벌 인재 확보 및 지원
- 근로자의 권리 보장과 소통

4.8 지역사회

5. APPENDICES

R&D 인재육성

현대자동차는 미래 경쟁력 및 지속성장 동력 확보를 위해 전략적인 R&D 인재육성을 실시하고 있습니다. 이에 따라 전 임직원의 기술역량 개발을 추진하고 있고, 핵심 리더 집중 육성을 위한 교육 체계를 제공하고 있습니다. 또한 민첩한 연구개발 역량 강화를 위해 현장 중심 상시 학습 체계를 구축하고 있습니다. 이를 위해 제도, 시스템 등 상시학습 인프라를 구축하며, 최적의 교육 솔루션을 지속 확보하여 제공하고 있습니다.

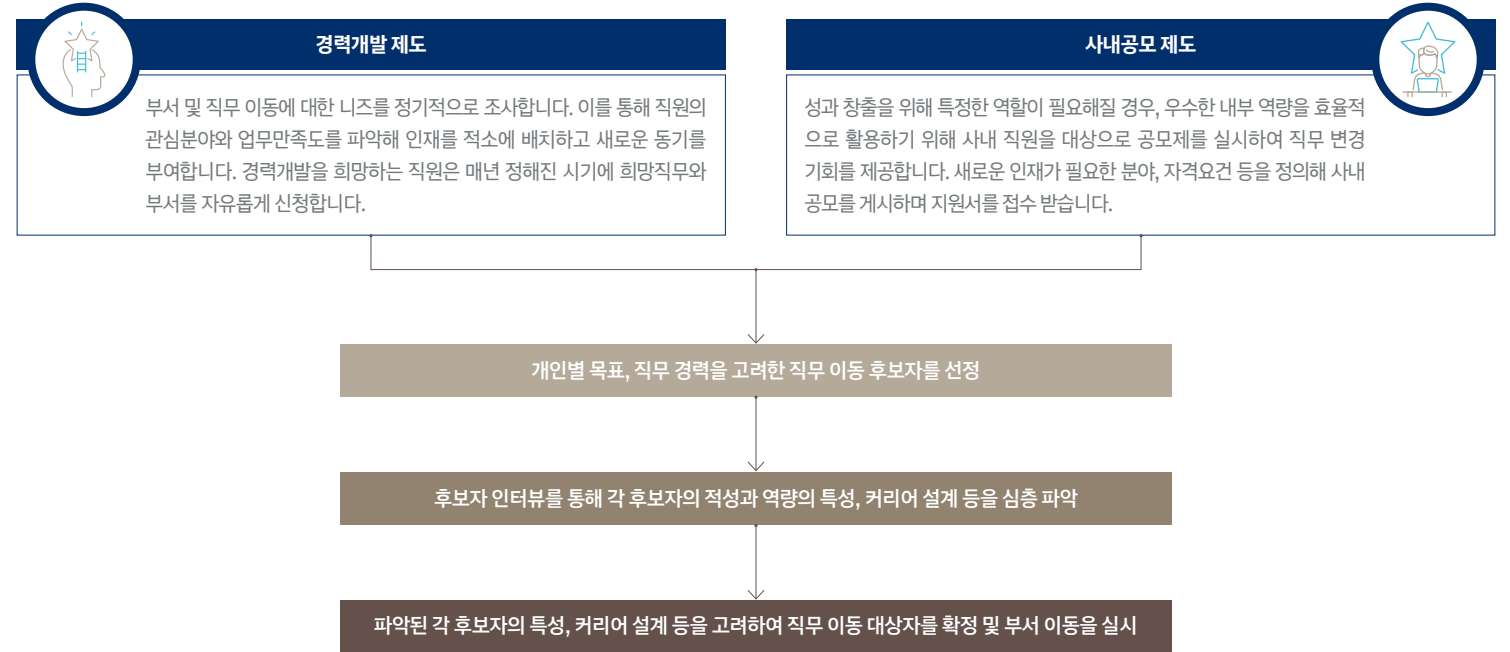


**해외법인 및 해외연구소 인재육성** 급변하는 글로벌 시장에서는 해외 지역의 상황을 파악하여 맞춤형 전략을 수립하는 것이 필수적입니다. 이에 현대자동차는 해외법인 및 연구소 직원의 리더십 및 직무역량 강화를 지원하고 있습니다. 우선 중국과 인도기술연구소에서 설계 및 차량시험 관련 개발 역량 강화를 위해 현지 인력을 채용하고, 체계적으로 육성하고 있습니다. 또한, 미국과 유럽기술연구소에서는 환경차, 차량 IT, ADAS 등 차량 관련 신기술 역량을 강화하기 위해 현지 인력 채용을 진행했습니다.



경력개발 및 사내공모 제도

현대자동차는 직원 스스로가 다양한 경험을 통해 자기주도적으로 경력목표를 달성하게 합니다. 기존의 전문 분야에서 축적한 경험 및 지식과 더불어 다른 관심 직무를 경험할 수 있는 기회를 통해 폭넓은 직무 전문성을 배양할 수 있게 지원합니다. 이를 통해 직원의 전문성을 확장할 뿐만 아니라 부문 간 이해와 소통을 강화하는데 기여하고 있습니다.



현대자동차 직군 및 직급체계

부장	책임연구원	기술수석	영업이사	정비수석기사
차장		기술선임	영업부장	정비선임기사
과장	연구원	기술주임	영업차장	정비주임기사
대리		기술기사	영업과장	정비4급기사
4급 사원		기술기사보	영업대리	정비5급기사
		기술사원	영업주임	
			영업사원	
<b>일반직</b>	<b>연구직</b>	<b>기술직</b>	<b>영업직</b>	<b>정비직</b>

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

4.6 상생협력

4.7 인재존중

- 글로벌 인재 확보 및 지원
- 근로자의 권리 보장과 소통

4.8 지역사회

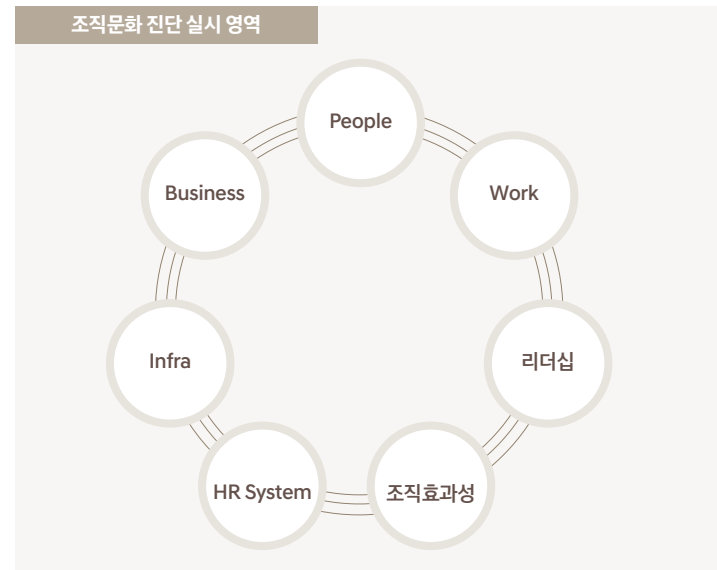
5. APPENDICES

조직 문화

현대자동차는 창의적이고 유연한 조직문화 조성을 위해 조직문화 혁신 플랫폼인 '변화관리 프로그램(CCP: Culture Change Program)'을 통해 다양한 변화활동 등을 전개하고 있습니다. 특히, 수평적 소통문화 구축, 조직내 상하간 신뢰 구축, 자율적이고 능동적인 업무분위기 조성을 통한 창의적/도전적 실행을 목표로 구성원의 공감대를 형성하고 있습니다. 또한, '일과 삶의 균형(Work & Life Balance)' 존중을 기반으로 다양한 프로그램을 운영하여 일과 가정의 양립을 지원하고 있습니다.

조직문화 진단

2018년 9월에 단위조직별 문화수준을 파악하기 위해 Business, People, Work, 리더십, 조직효과성, HR System, Infra 총 7개 영역, 76문항으로 구성된 조직문화 진단을 실시했습니다. 일반직과 연구직의 79.5%가 참여하였으며 앞으로도 지속적으로 진단하여 조직문화를 개선해가도록 하겠습니다.



변화관리 프로그램

현대자동차는 2017년부터 시행된 조직문화 진단과 연계하여 현업 리더가 주도하는 조직 단위의 능동적인 연 단위의 변화관리 프로세스인 변화관리 프로그램을 시행하고 있습니다. 공동 프로그램 이외에 조직의 필요에 따라 협업, 리더십, 창의, 소통 등을 주제로 한 특화 프로그램도 함께 운영 및 지원하고 있습니다. 2018년에는 81개 조직 대상으로 총 371건의 CCP(Culture Change Program) 활동과 188건의 특화 프로그램을 시행하였습니다.



R&D 여성 비전 컨퍼런스

R&D 여성 비전 컨퍼런스

현대자동차에서는 많은 여성 직원들이 연구개발, 엔지니어링, 정비 등 다양한 분야에서 자신의 역량을 발휘하고 있습니다. 현대자동차는 이러한 여성 인력이 조직 내 역할에 대한 정답이 아닌 방향을 찾을 수 있는 기회를 제공하고 상호 존중하는 연구문화를 구축하고자 합니다. 2018년에는 R&D 여성 비전 컨퍼런스를 개최하여 "현대 여성, 길을 묻고 길을 찾다"를 주제로 워크숍, 강연, 토크쇼를 진행했습니다. 향후에도 여성 임직원이 자신의 커리어 설계와 일과 삶의 균형을 맞출 수 있도록 다양한 프로그램을 진행할 예정입니다.

R&D 아이디어 페스티벌

활기찬 기술개발 풍토를 조성하고 상호 협력하는 R&D문화를 정착시키기 위해 2010년부터 매해 R&D 아이디어 페스티벌을 지속적으로 실시해오고 있습니다. 연구원들의 독창적인 미래 모빌리티 관련 아이디어를 실물로 제작하고 시연합니다.



2018년도 R&D 아이디어 페스티벌 대상 수상작 "나무(NAMU)" - 계단을 오르는 바퀴를 통해 Freedom in Mobility 구현



2018년도 R&D 아이디어 페스티벌 참가자 단체 사진

일과 삶의 균형 지원

현대자동차는 임직원들의 삶의 질을 개선하기 위해 다양한 복지제도를 운영하고 있습니다. 출산 및 육아에 대한 부담감을 덜기 위한 여행 지원 및 어린이집 운영을 통해 일상과 휴가 기간을 즐겁게 보낼 수 있도록 다양한 복지 프로그램을 운영하고 있습니다.



- 직원 자율에 따라 일일 의무근무시간(10시~4시) 외에는 출퇴근 시간을 자율적으로 선택 가능 (주 평균 40시간 충족 조건)



- 2013년부터 기혼 여직원 및 한 부모 자녀 등을 위한 사내 어린이집 지원
- 본사, 울산/아산/전주공장, 남양연구소 등 총 5곳 운영



- 장기근속해외여행: 장기근속 임직원 및 가족 대상 여행비 지원
- 아이행복여행: 임신 전후 일정 기간 대상 임직원 대상 호텔 숙박 제공



- 임직원 대상 맞춤형 운동처방, 수영강습 프로그램 등 제공
- 본사 및 주요 사업장 내에 위치하여 임직원 및 가족 대상 이용 편의 증진

퇴직연금제도

현대자동차는 임직원 퇴직 후 삶과 노후를 보장하기 위해 퇴직연금제도를 시행하고 있습니다. 퇴직연금 준비금 사외 적립을 통해 퇴직연금을 보호하며 가입자를 대상으로 상품에 대한 교육을 시행하여 퇴직 후 임직원의 안정적인 기반을 조성하는데 기여하고 있습니다.

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

**4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE**

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

4.6 상생협력

4.7 인재존중

- 글로벌 인재 확보 및 지원
- 근로자의 권리 보장과 소통

4.8 지역사회

5. APPENDICES

# 근로자의 권리 보장과 소통

## 근로자 안전보건

현대자동차는 단결권과 단체행동권, 단체교섭권 등 근로자로서의 권리를 보장받을 수 있도록 사업장이 위치한 모든 국가의 노동 법규를 준수합니다. 이에 더하여 주기적으로 근로자와 소통함으로써 고충 및 요청사항을 선제적으로 해결하기 위해 노력하고 있습니다.

현대자동차는 근로자의 안전과 건강을 지키기 위해 중대재해 Zero 안전보건경영 방침을 발표하고 매년 보완 및 발전시키고자 노력하고 있습니다. 2018년에는 2년 연속 중대재해 “ZERO”를 달성하여 그동안 안전재해 방지를 위한 노력의 결실을 맺었습니다.

### 사업장 안전리더십 강화

경영층의 사업장에 대한 안전리더십 활동 강화를 통한 안전경영 실천 및 중대재해 “ZERO” 달성을 지속적으로 추진하고 있습니다. 주요 안전리더십 활동인 경영층 안전회의와 점검은 안전관리 정책운영 실행력을 강화하고 현장의 위험요인을 신속하게 제거하여 사고를 예방하는 효과를 극대화하고 있습니다. 뿐만 아니라 본사 주관으로 운영되는 ‘국내 전사 안전회의’ 및 ‘해외 화상회의’를 통하여 국내/해외 동일한 안전정책을 운영하고, 각 사업장별 우수한 안전관리 사례를 수평 전개하여 전사 안전관리 수준 상향 평준화를 위하여 지속적인 활동을 추진 중에 있습니다.

### 중대재해 예방활동 강화

당사는 과거 국내/해외 사업장에서 발생하였던 중대재해를 분석해 사고를 예방하기 위한 핵심안전수칙을 도출하였으며, 이를 기반으로 “9대 안전 골든룰”을 제정·운영 하는 등 이러한 관리역량의 선택과 집중을 통해 2년 연속 중대재해 제로를 달성할 수 있었습니다. 뿐만 아니라, 해외 사업장 중 터키공장과 브라질공장은 2018년에 무재해를 달성하였으며, 특히 터키공장은 2017년에 이어 단 한 건의 산업재해도 발생하지 않아 당사 최초로 2년 연속 무재해 기록을 달성하였습니다. 앞으로도 당사는 근로자의 생명보호를 최우선 가치 삼아 안전관리 정책을 강화하여 추진하고 주요 성과지표(KPI)와 연계한 제도적 개선을 지속 추진하여 안전한 사업장을 구축하여 나아갈 것입니다.



HAOS(터키) 고소작업 시 추락사고 예방을 위해 작업 전 VR(가상현실) 체험



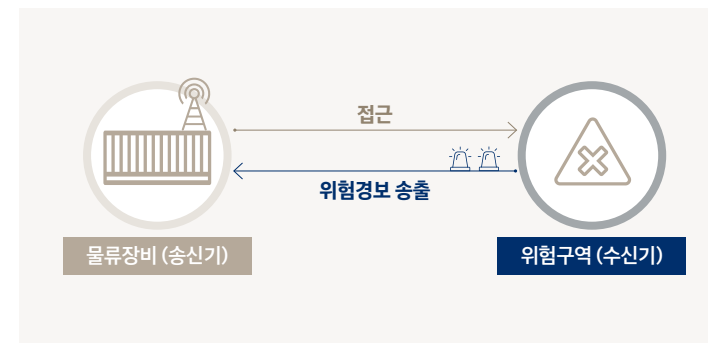
NFC 태그 활용 안전점검

### 안전점검 IoT 기술 도입

중대재해 ZERO 사업장을 조성하기 위해 NFC 태그를 활용하여 모바일 안전점검 체계를 구축하였습니다. 안전점검 부문에 IoT를 접목하여 설비 안전점검과 관련된 빅데이터를 구축했습니다. 빅데이터를 기반으로 한 위험요소 개선활동을 통해 중대재해 예방효과를 높일 것입니다. 2018년, 시스템의 안정화 및 조기정착을 시작으로 점차적으로 전사 현장 시스템에 정착하게 하여 안전점검의 신뢰도를 향상하겠습니다.

### 물류장비 안전경보 시스템 설치

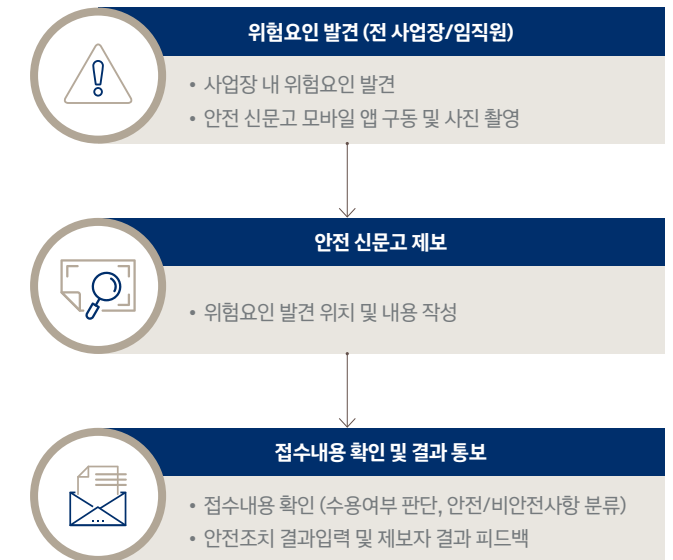
사업장에서의 추돌 및 협착에 의한 안전사고를 예방하기 위해 물류장비 운행 경로 내 위험구역에 안전 경보장치를 설치하여 사업장 안전성을 강화하였습니다. 스마트 경보장치를 활용하여 주요 위험구역에 시·청각 위험경보를 송출하여 작업자가 물류작업을 안전하게 수행할 수 있게 하였습니다.



### 안전 신문고

전 임직원 참여를 통한 전사 안전문제 인식, 공유 및 사전예방 활동 확산을 위해 안전 신문고를 개발하고 안전 시스템과 통합하여 운영하고 있습니다. 안전 신문고를 활용하여 실시간 불안전 요소에 대해 즉시 개선 조치를 시행하여 중대사고를 예방할 수 있습니다. 안전제보 우수자에게는 포상을 수여합니다.

#### 안전 신문고 운영 프로세스



### H-SAT 운영

사업장의 SHE 수준을 정량적으로 평가하고 분석하여 취약부문 개선을 통한 SHE 수준 상향 평준화를 위해 H-SAT(Hyundai - Safety Assessment Tool) 개발을 완료하여 시범 운영을 수행했습니다. H-SAT은 안전, 보건, 소방, 환경 분야의 수준에 배점을 부여하여 종합적으로 평가합니다. 현대자동차는 H-SAT을 SHE 정책과 전략을 리딩하고 SHE수준을 향상시키기 위한 프레임워크로 활용할 계획입니다.

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

**4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE**

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

4.6 상생협력

4.7 인재존중

- 글로벌 인재 확보 및 지원
- 근로자의 권리 보장과 소통

4.8 지역사회

5. APPENDICES

**해외 사업장별 안전관리 활동**

**미국생산법인**

- 근골격계 예방 및 생산직 신체 부하 경감을 위해 Wearable Vest(상지형) 시험 운영(4월)
- 근골격계 예방 및 생산직 신체 부하 경감을 위해 Wearable Chair(하지형) 시험 운영(7월)



**체코법인**

- 현장밀착형 안전관리를 위한 Safety Leader 확대 운영
- 교통사고 예방을 위한 차량운전자 졸음방지 장치 설치 및 착용



**러시아법인**

- 위험지역 A\_B\_C Zone 집중 관리를 통한 사고예방
- 근무 여건에 따른 맞춤형 화재 대응 훈련 실시



**중국법인**

- 주요 A급 위험공정 안전수준 지표관리 제도 운영
- 안전생산의 달(6~7월) 활동 (안전홍보, 응급훈련, 안전점검, 경연대회 추진)



**브라질법인**

- Intensive EHS Program 실시를 통한 사고예방 활동 강화
- 건기(7~9월) 중 화재사고 예방을 위한 집중점검 및 모의훈련 실시



**터키법인**

- 스크래퍼리장 집중 안전점검을 통한 사고예방활동 강화
- 안전의식 향상을 위한 특별 안전주간(The Safety Week) 캠페인 추진



**인도법인**

- 차체공장 협착사고예방을 위한 안전방호장치(레이저 스캐너) 개선
- 교통사고 예방을 위한 도로/시설물 개선 및 캠페인 실시



1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

**4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE**

OUR SYSTEM

OUR VALUE

- 4.4 고객가치
- 4.5 환경책임
- 4.6 상생협력
- 4.7 인재존중
  - 글로벌 인재 확보 및 지원
  - 근로자의 권리 보장과 소통
- 4.8 지역사회

5. APPENDICES

**근로자와의 소통**

현대자동차는 노동조합의 자유로운 단결, 단체행동 및 단체교섭의 권리를 보장합니다. 또한, 경영활동의 현황과 변경사항에 대한 직원의 이해 제고를 위해 경영설명회를 개최하여 노사간에 올바른 정보를 공유하며 소통하고 있습니다.

**국내 노동조합과의 커뮤니케이션**

현대자동차는 근로자의 단결권, 단체교섭권, 단체행동권 등 기본적으로 존중되어야 하는 권리를 보장받을 수 있도록 헌법과 관련 법규를 준수하고 있습니다. 또한, 관련 법률에 의거하여 단체교섭 협의체와 노사협의회를 구성하여 운영하고 있습니다. 이외에도 근로시간 변경을 협의하는 '근무형태변경 추진위원회', 통상임금과 최저임금을 논의하는 '임금체계 개선위원회', 4차 산업혁명 등 미래 시대 패러다임에 대비하기 위한 '고용안정위원회'를 구성하여 논의를 진행하고 있습니다.

**현대자동차 노사 사회공헌 활동**

현대자동차 노사는 국내 사업장 인근 지역사회 및 주민들을 대상으로 사회공헌 활동을 진행하고 있습니다. 2018년에도 지역사회 봉사활동, 키즈 오토파크 설립 추진 등 다양한 활동을 전개하였습니다. 또한 평일봉사단, 사업부봉사단, 동호회 봉사단 등 지역사회 봉사활동에 참여하고 있습니다. 현대자동차 노사는 앞으로도 기업의 사회적 책임 준수에 이바지하고 지속적으로 지역사회와 상생하며 지역 발전에 공헌하기 위해 사회공헌 기금 마련을 포함한 다양한 방법을 모색할 것입니다.



임금단체교섭 협의

**글로벌 노동조합과의 커뮤니케이션**

현대자동차 중국법인은 공회, 인도법인 및 체코생산법인에는 노동조합이 설립되어 있습니다. 또한 브라질법인은 현지 노동법에 의거하여 법인 설립 초기부터 현지 노동조합 상급단체에 가입하여 합리적 노사관계를 유지하고 있습니다. 노동조합이 설립되어 있는 법인은 현지 노동관련 법규에 따라 노동조합과의 단체교섭을 수행합니다. 이에 더해 임직원의 근로조건 개선과 처우(복지) 향상을 위해 노사간 정기·비정기 간담회를 실시하고 있습니다. 노동조합과의 단체교섭은 상호간 합리적이고 건설적인 안건 제시와 논의를 통해 대다수 임직원이 만족할 수 있는 방향으로 합의점을 찾고 있습니다. 미국 생산법인과, 러시아 생산법인, 터키법인은 노동조합이 설립되어 있지 않습니다.

해외법인은 노동조합 설립 유무와는 관계없이 종업원과의 직접적인 커뮤니케이션을 매우 적극적으로 다양한 방법으로 실시하고 있습니다. 본사 차원에서는 격년 단위로 전세계에 위치한 현대자동차 임직원들을 대상으로 한 설문진단 및 인터뷰를 실시합니다. 설문 및 인터뷰 결과를 바탕으로 임직원의 회사에 대한 만족도를 더욱 높이기 위한 개선활동을 시행하고 있습니다. 각 해외법인에서는 경영진과의 라운드테이블 미팅, 고충상담실 운영, 현장 순회 소통 등을 통해 종업원 고충과 요청사항을 선제적으로 해결하고 있습니다. 아울러, 현장 근로자가 일과 중 대부분의 시간을 함께 보내는 현장 관리자의 관리역량을 향상하기 위해 다양한 교육프로그램 운영하고 있습니다. 이에 따라 현장 근로자의 고충해결 등이 원활하게 이루어질 수 있도록 적극적으로 지원하고 있습니다.



중남미권역본부 리더십 합동 워크샵

**H-Mate 소통 앱**

임직원 간의 소통을 활성화하고 건전한 노사 관계를 만들기 위해 'H-Mate' 소통 앱을 개발하여 운영하고 있습니다. 2019년 2월 기준으로 총 23,400여 명이 가입하였으며 일 평균 4,400명이 접속하여 다양한 활동을 전개하고 있습니다. 회사 소식, 업무공지, 회사 관련 Q&A 기능을 수행하는 '궁금해요', 동호회 모집 기능을 하는 '함께해요', 설문조사 기능을 수행하는 '신청해요' 등 다양한 서비스를 제공하여 임직원 간의 소통을 넓히고 있습니다.



## 현대자동차의 인재존중

현대자동차의 지속성장 기반에는 임직원이 있습니다. 상시 채용을 통한 필요한 인재의 공정한 선발은 물론, 인재들이 잠재력을 발휘할 수 있는 육성 프로그램과 인사 제도를 갖추고 있습니다. 또한 임직원이 일하기 좋은 일터를 조성하고 행복한 삶을 영위하기 위해 권리 보장에서 나아가 다양한 지원 제도와 소통 창구를 운영하고 있습니다. 중장기적으로 임직원이 더할 나위 없이 만족하고 건강한 근로환경을 조성하기 위해 만전을 기할 것입니다.

### Major Performance & Plan

	2018년 성과	2019년 계획	중장기 계획
글로벌 인재 확보 및 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>미래비전 유관직무 대상 현업 H-Recruiter 15명 선발 및 6개월간 Pilot 실시</li> <li>주요 5개 본부 대상 하반기 신입사원 상시채용 Pilot 실시</li> <li>인재육성 방향성 재정립 및 전략과제 도출</li> <li>인재육성 체계 및 표준가이드 정비</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>전사 총 50명의 H-Recruiter 확대 실시를 통한 인재 확보 Pipe-line 구축</li> <li>현업 중심의 상시채용 제도 전사 확대 운영</li> <li>현장주도 상시학습 실태 파악 및 개선점 도출</li> <li>전사 차원의 상시학습 인프라 구축 및 변화동력 확보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>미래 기술 및 신사업 관련 조직 및 인적자원 적극 확보</li> <li>현업 중심의 Agile한 HR 운영체계 구축 및 구성원의 성과몰입의 지속 견인을 위한 인사제도 개선</li> <li>2020년 이후 新 인재육성 제도 런칭</li> <li>오픈학습 플랫폼 운영 및 지속적 변화 관리</li> </ul>
근로자의 권리 보장과 소통	<ul style="list-style-type: none"> <li>재해예방활동 점검을 통한 중대사고 Zero화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>중대재해/중대화재/교통사망 Zero 달성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>재해없는 안전한 사업장 구축을 통한 근로자의 안전과 건강 지속 보장</li> </ul>

### 통합 조직문화진단 실시

조직문화진단은 전 세계 현대자동차그룹 임직원을 대상으로 통합적 관점에서의 조직문화 수준을 파악하고, 리더 주도의 실질적인 개선 방안을 도출하기 위해 시행됩니다. Biz, People, Work 영역으로 구성된 문화 영역 외에도 조직효과성, 리더십, HR System, IT Infra 영역을 함께 진단하고 있습니다. 2018년 조사에서는 전년대비 종합지수(Culture Index)가 향상되어 조직문화에 대한 현대자동차그룹의 관심과 다양한 개선활동들이 효과를 보이고 있다는 점을 살펴볼 수 있습니다.



### 타운홀 미팅(Townhall Meeting) 진행

현대자동차는 유연한 조직문화를 통해 사고의 폭을 넓히고자 합니다. 이를 위해 2019년부터 임직원과 회사의 소통 창구로 '타운홀 미팅'을 진행하고 있습니다. 타운홀 미팅은 본사 1층 오프라인 장소는 물론 온라인 오픈채팅을 통해서 직원 누구나 참여할 수 있으며, 주요한 회사 정책과 이슈에 대해 자유롭게 의견을 제시하고 직접 질의응답 할 수 있는 자리입니다. 향후 현대자동차는 지속적인 타운홀 미팅을 통해 임직원과의 수평적인 소통을 활성화하고 정책 이슈에 대한 새로운 아이디어와 의견을 수렴하여 혁신적인 기업문화를 전파할 계획입니다.



### 전주공장, '2018년 산업통상자원부 주관 전국 분임조 경진대회(환경/안전부문) 동상' 수상

현대자동차 전주공장은 2018년 산업통상자원부 주관 전국 분임조 경진대회에서 액셀공정 위험요인 개선으로 위험도 감소라는 주제로 환경/안전품질부분 동상을 수상하였습니다.



### 브라질법인, '2018년 Brazil Health and Safety Award' 수상

현대자동차 브라질법인이 산업 보건·안전 부문 권위자인 Revista Proteção에서 주관하는 2018년 Brazil Health and Safety Award를 수상하였습니다.





# COMMUNITY

지역사회

## Adding value to our community

이웃과 사회의 문제를 함께 해결하고자 하는 현대자동차의 노력은 사업장이 위치한 지역사회에 머물지 않습니다. 현대자동차는 전 세계 곳곳에서 발생하는 지역사회의 중대한 문제를 해소하기 위해 다양한 이해관계자와 협력을 도모하고 현대자동차의 역량을 활용하고 있습니다.

# As a lifetime partner for a better tomorrow

## 지역사회 구성원과 상생하며 현대자동차의 가치를 실현합니다.

현대자동차는 글로벌 선도기업으로서 국내를 비롯한 다양한 지역사회 구성원과 함께 나아가고자 합니다. 제품 생산과 서비스 제공에서 한 발 더 나아가 지역의 니즈에 맞는 다양한 사회공헌 활동을 시행함으로써 지역사회 구성원들의 삶의 질을 높이고자 노력하고 있습니다.

현대자동차는 단순한 사회공헌을 넘어 친환경, 이동혁신, 교통안전, 미래세대 성장, 지역사회 상생이라는 다섯 가지 영역에서 각각의 특색에 맞는 사회공헌 활동을 실시하고 있습니다. 이러한 활동을 통해 지역사회에 현대자동차의 가치를 전할 뿐 아니라 지속가능 발전을 위한 전세계적 목표인 UN SDGs를 달성하는데 보탬이 되고자 합니다. 이러한 현대자동차의 노력은 지역사회의 소외된 이웃들과 미래세대에게 긍정적인 영향을 미칠 것이라 믿습니다.



### 이해관계자 인터뷰



현대자동차는 세계문화유산의 가치를 보존하고 지역사회와 전세계 관광객들에게 도움을 줄 수 있는 방안을 고민하고 있습니다. 그 노력의 하나로 요르단의 대표적인 세계문화유산인 페트라를 지원하는 일에 주도적인 역할을 하고 있습니다. 당사에서 설치한 무료 와이파이 덕분에 방문객들은 원활한 인터넷 연결을 통해 페트라에 대한 자세한 정보를 얻고 SNS에 현장의 생생한 감동과 경험을 공유할 수 있습니다. 또한 통신망을 통해 비상시 방문객의 안전을 확보할 수 있게 되었습니다. 실제 지난해 홍수 발생 당시 관계자들이 통신망을 사용하여 건축공원에 있는 사람들을 대피시켰습니다. 더불어 자세한 관광 정보를 담은 관광 안내판, 브로셔, 3D 실측 미니어처 개발 등의 도움을 주었습니다.

페트라와 주변지역은 도보와 동물을 사용한 운송수단으로만 이동 가능했습니다. 현대자동차의 친환경 셔틀 운행을 통해 환경에의 영향을 최소화하며 더 많은 관광객들이 페트라 곳곳을 여행하고 즐기게 될 것입니다. 모든 작업은 페트라 당국과의 세심한 협의와 유네스코, 세계문화유산의 승인을 받아 진행되었습니다.

현대자동차의 프로젝트는 도시시설, 방문객은 물론 지역사회에 직접적인 영향을 주고 있습니다. 프로젝트를 시작한 후 페트라 방문객 수는 두 배 가까이 증가하였으며 지역사회에 경제적인 혜택을 제공하고 있습니다. 우리는 방문객과 지역에 더 좋은 환경을 제공하면서, 방문객의 증가에 따른 영향을 책임감 있고 지속가능한 방법으로 관리해 나갈 것입니다.



Mohammad Badwan 과장  
아중동권역고객경험팀

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

4.6 상생협력

4.7 인재존중

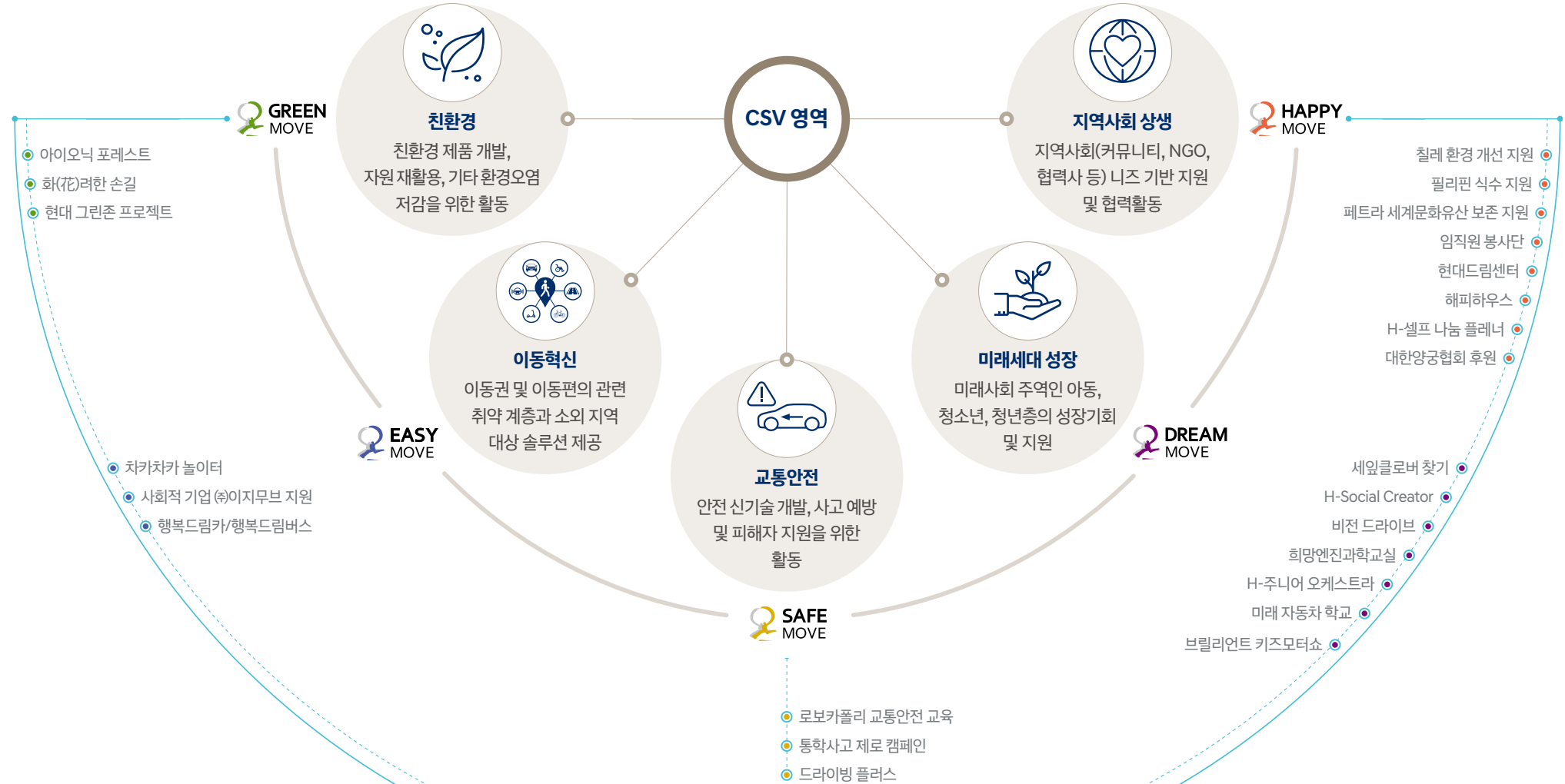
4.8 지역사회

- CSV 활동 영역
- 글로벌 CSV 활동
- 문화예술 지원

5. APPENDICES

# CSV 활동 영역

현대자동차는 CSV 전략체계에 기반하여 '친환경', '이동혁신', '교통안전', '미래세대 성장', '지역사회 상생'의 5대 영역을 정립하여 사회공헌과 CSV 활동을 전개하고 있습니다. 현대자동차는 각 영역의 목표에 따라 중장기 CSV 포트폴리오를 관리하여 각각의 특색에 맞는 효과적인 사회적 임팩트 확산을 위해 노력을 지속하고 있습니다. 아울러 각 영역별 CSV 활동은 현대자동차그룹의 중점 사회공헌 분야인 6대 무브(세이프무브, 이지무브, 그린무브, 해피무브, 드림무브, 넥스트무브)와 연계함으로써 다양한 이해관계자와 함께 사회적 가치를 전파하고 있습니다.



**NEXT MOVE** 현대자동차그룹의 6대 무브 중 'Next Move'는 기업역량 활동 영역으로서 현대자동차의 CSV 활동 전반에 해당합니다. ←

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

# 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

- 4.4 고객가치
- 4.5 환경책임
- 4.6 상생협력
- 4.7 인재존중
- 4.8 지역사회
  - CSV 활동 영역
  - 글로벌 CSV 활동
  - 문화예술 지원

5. APPENDICES



**친환경** 친환경 제품 개발, 자원 재활용, 기타 환경오염 저감을 위한 활동



**Goal 15. 지속가능한 산림 생태계 보호 및 생물다양성 보존**

15.2 2020년까지 전세계적으로 모든 유형의 숲에 대한 지속 가능한 관리를 이행하고, 삼림 파괴를 중지하며 황폐화된 숲을 복원하고 조림과 재식림을 대폭 확대한다.



**Goal 14. 지속가능한 해양 생태계 보존 및 사용**

14.1 2025년까지 모든 형태의 해양오염, 특히 해양폐기물, 영양분 오염 등 육상활동으로 인한 오염을 예방하고 현저히 감소한다.



**Goal 13. 기후변화와 그로 인한 영향에 맞서기 위한 긴급 대응**

13.1 모든 국가에서 기후와 관련한 위험 및 자연재해에 대한 복원력과 적응 능력을 강화한다.

**아이오닉 포레스트**

현대자동차는 2016년부터 트리플래닛, 수도권매립지관리공사와 함께 인천 수도권매립지에 미세먼지 저감 수종을 식재하는 아이오닉 포레스트 사업을 실시하고 있습니다. 아이오닉 포레스트 사업은 숲 조성 전문가, 아이오닉 구매 고객, 아이오닉 롱기스트 런 참가자들과 함께 2020년까지 약 3만그루의 나무를 심어 '미세먼지 방지 숲'을 조성하는 것을 목표로 추진되고 있습니다.

2018년에는 4월에는 나무심기 자원 봉사자들과 1,000그루를 식재하고, 이어 11월에 자원 봉사자와 더불어 아이오닉 롱기스트런 참여 고객 가운데 200명이 느티나무와 소나무 2,000그루를 심었습니다. 추가적으로 전문인력이 식재한 5,000그루를 더해 한해 동안 총 8,000그루의 나무를 고객과 함께 심어 2019년 4월 기준 누적 15,250 그루를 식재하였습니다.

또한 당사는 아이오닉 포레스트 홈페이지를 운영하고 관련 다큐멘터리 영상을 제작함으로써 쓰레기로 가득 찼던 매립지를 생명의 숲으로 재생하고자 하는 친환경 의지를 다양한 채널을 활용하여 지속적으로 커뮤니케이션 하였습니다.



[아이오닉 포레스트] 숲 다큐멘터리



화려한손길 아홉번째 이야기

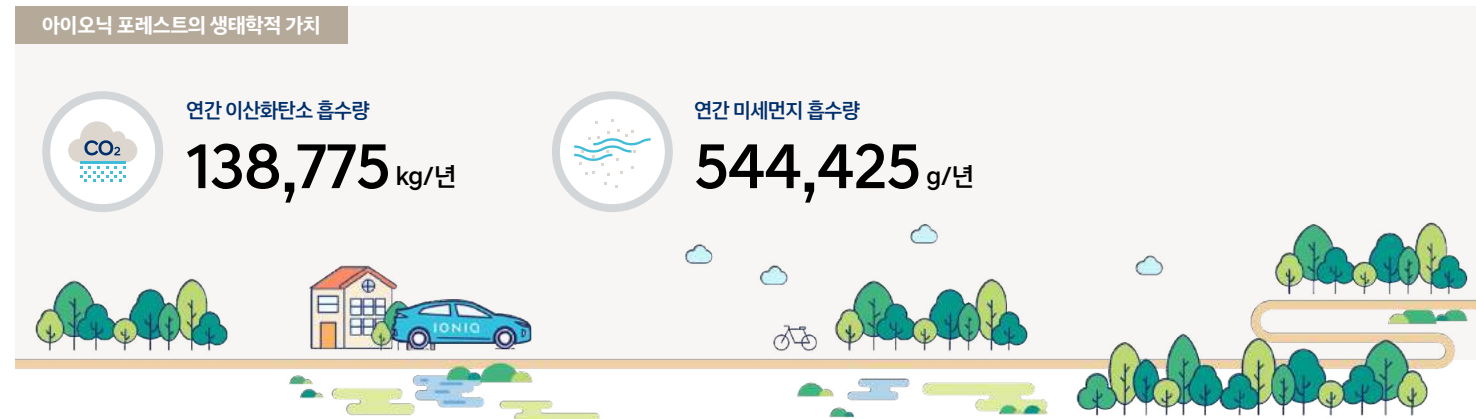
**화(花)려한 손길**

현대자동차는 서울시 내 노후된 도시 공간을 되살리기 위해 벽화 페인팅 및 공원 개선 사업을 실시하고 있습니다. 이 사업은 2014년부터 매년 2회씩 진행해 오고 있으며 2018년에는 서울 시민들에게 멸종위기 조류와 환경보호에 대한 관심을 불러일으키기 위하여 영등포구 여의도동 한강공원 마포대교 남단 교각에 벽화를 그리는 활동을 진행하였습니다. 현대자동차 서비스사업부 임직원과 전국 대학생 홍보대사 등 120여 명이 함께 노후된 공간을 새롭게 단장하였으며, 우리나라 강 하구에 서식하는 멸종 위기 조류를 그려 넣어 환경 보호의 메시지를 전달하였습니다. 2018년에는 신진 아티스트가 벽화 도안 기획에 참여하여, 환경개선에서 나아가 하나의 공공 미술작품으로서의 의미를 가졌습니다.

**현대 그린존 프로젝트**

'현대 그린존 프로젝트'는 현대자동차그룹이 2008년부터 운영하고 있는 글로벌 생태 복원 프로젝트입니다. 2008년부터 2013년까지 중국 내 대표적인 황사 발원지인 내몽고 아빠까지 차칸노르 지역 5천 만m<sup>2</sup>(약 1,500만 평)에서 현대 그린존 1차 사업을 진행했으며, 알칼리성 소금 사막을 풀이 무성한 초지로 개선시키는데 성공하였습니다. 또한 2014년부터 정란치 보샤오메노르 및 하기노르지역 4천 만m<sup>2</sup>(약 1,200만 평)를 내몽고 기후환경에 적합한 생태로 복원하는 활동을 펼치고 있습니다. 더불어 현대자동차그룹의 해피무브 글로벌 청년봉사단, 북경 대학생봉사단, 현대자동차와 합작사 북경현대 임직원 및 가족 봉사자 등 다양한 참여의 손길들이 모여 사막화 방지 활동을 이어가고 있습니다.

현대자동차그룹은 10년동안 운영한 현대 그린존 프로젝트 외에도 다양한 사회공헌 활동을 펼쳐 왔으며, 2018년 11월 중국사회과학원의 '중국 기업사회책임지수' 평가에서 자동차 업종 1위로 선정되었습니다.



\* 2018년 12월, 누적 15,250 그루 기준  
 \*\* 산출근거: 30년 된 나무 평균, 연간 이산화탄소 흡수량 9.1kg/그루. 40년 된 나무 평균, 연간 미세먼지 흡수량 35.7g/그루. 30년 뒤 기대효과

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

- 4.4 고객가치
- 4.5 환경책임
- 4.6 상생협력
- 4.7 인재존중
- 4.8 지역사회
  - CSV 활동 영역
  - 글로벌 CSV 활동
  - 문화예술 지원

5. APPENDICES



이동혁신 이동권 및 이동편의 관련 취약계층과 소외 지역 대상 솔루션 제공



Goal 11. 지속가능하고 포용력 있는 도시

11.2 2030년까지 모두를 위한 안전하고 적정가격의, 접근이 용이하고 지속 가능한 교통시스템을 제공하고, 특히 여성, 아동, 장애인, 노인 등 취약 계층의 필요를 특별히 고려하여 대중교통을 확대함으로써 도로 안전을 향상한다.

행복드림카

현대자동차는 노인과 장애인 등 이동이 불편한 소외계층의 이동편의 향상을 위하여 울산, 아산, 전주, 남양 등 사업장이 위치한 지역 복지기관과 NGO단체에 차량을 제공하는 행복드림카 사업을 진행하고 있습니다.

특히 울산공장은 2005년부터 14년간 꾸준히 차량 지원을 추진하여 2018년까지 누적 170대의 행복드림카를 복지단체에 전달했습니다. 아산공장도 전주공장 또한 정기적으로 차량 구입비를 전달하고 있으며, 남양연구소의 경우 카셰어링 시스템을 구축하여 복지기관 이용자가 자유롭게 행복드림카를 신청하여 사용할 수 있도록 하고 있습니다. 행복드림카는 단순한 이동 수단의 제공 뿐만 아니라 도시락 배달, 요양원 긴급구호, 인근 문화체험 등 다양한 복지 프로그램에 적극 활용되며 소외계층의 복지제감도를 높이고 있습니다.

사업장별 누적 지원 대수

사업장	시작 연도	행복드림카	행복드림버스
울산공장	2005	170대	247대
아산공장	2009	13대	-
전주공장	2015	3대	190대
남양연구소	2011	14대	40대
합계		200대	477대



Goal 10. 국가 내 및 국가 간 불평등 감소

10.2 2030년까지 연령, 성별, 장애, 인종, 민족, 출신, 종교, 경제 및 이외 지위와 관계없이 모든 사람의 사회적·경제적·정치적 포용을 증진하고 확대한다.

행복드림버스

현대자동차는 2015년부터 교통약자들의 세상 나들이를 돕는 행복드림버스 사업을 전개하며 보다 넓은 세상 속에서 보다 다양한 경험을 쌓을 수 있는 기회를 제공하고 있습니다. 특히 전주공장의 경우, 2015년부터 4년간 131개 기관에 190회에 걸쳐 버스 임차료 및 여행경비를 지속적으로 지원하고 있습니다. 현대자동차는 앞으로도 소외계층 전반을 아우를 수 있도록 다양한 기관을 공정하게 선정하고 지원함으로써 지역사회의 이동권 보장에서 나아가 행복한 삶에 기여하며 이웃의 연제나 든든한 교통수단이 되고자 더욱 노력하겠습니다.



Goal 9. 복원력 높은 사회기반시설 구축 및 지속가능한 산업화 증진

9.1 모두를 위한 접근성에 중점을 두고, 경제발전과 인류의 웰빙을 지원하기 위해 지역 및 초국경 차원에서 양질의 신뢰할 수 있고 지속가능하며 복원력 있는 사회기반시설을 구축한다.

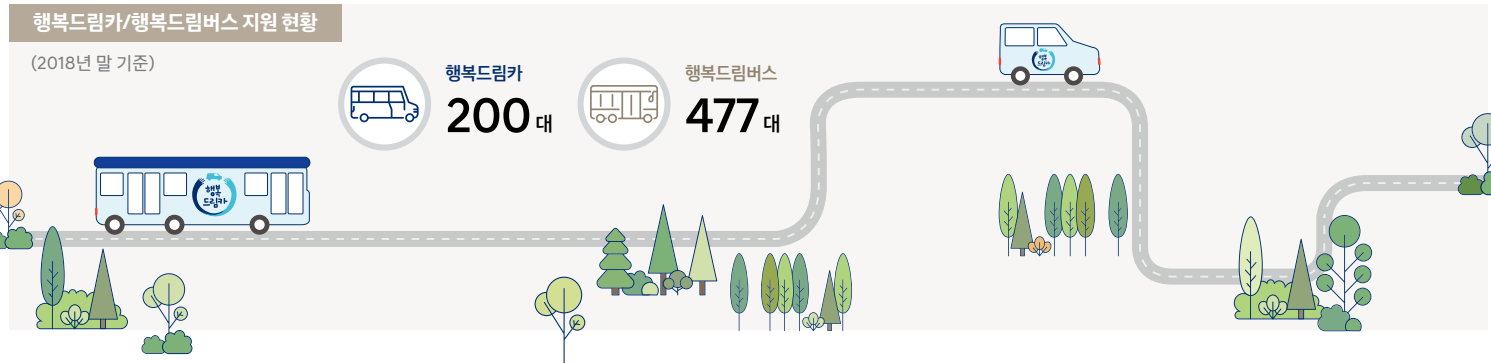
사회적 기업 ㈜이지무브 지원

현대자동차는 사회적 기업 ㈜이지무브를 지원하고 있습니다. 사회적 기업 ㈜이지무브는 현대자동차가 2010년에 출자하여 설립된 기업으로 장애인과 노인의 복지차 및 이동보조기구를 생산하고 판매하는 기업입니다. 현대자동차의 지원아래 독자적인 기술을 사용하여 이동보조기구를 생산하고 있으며, 기존의 제품보다 향상된 편의성을 제공하는 전동휠체어 등의 제품을 개발합니다. 현대자동차는 ㈜이지무브 제품과 함께 이동에 불편을 겪는 이웃들에게 이동 편의를 제공하고자 노력하고 있습니다.

차카차카 놀이터

현대자동차는 차카차카 놀이터를 2015년 개장하여 2018년까지 운영하였습니다. 차카차카 놀이터는 2015년에 당사 브랜드 '쏘나타' 출시 30주년을 기념하여 서울대공원 내에 설치한 자동차 테마 놀이터입니다. 차카차카 놀이터의 '미니쏘나타'는 현대자동차의 독자적인 기술을 이용하여 제작되었으며, 시각장애아동도 운전을 즐길 수 있도록 설계되었습니다. 이외에도 아동들이 좋아하는 놀이 구조물인 '자이언트 소나타', '동물이야기 산책로' 등의 휴식 공간으로 조성되었습니다.

차카차카 놀이터는 비장애인과 장애인이 모두 함께 즐길 수 있고, 이동편의를 증진시키는 다양한 기술의 체험을 제공하는 공간을 마련하고자 했던 현대자동차의 노력이었습니다.



1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

- 4.4 고객가치
- 4.5 환경책임
- 4.6 상생협력
- 4.7 인재존중
- 4.8 지역사회
  - CSV 활동 영역
  - 글로벌 CSV 활동
  - 문화예술 지원

5. APPENDICES



교통안전 안전 신기술 개발, 사고 예방 및 피해자 지원을 위한 활동



Goal 3. 건강한 삶 보장과 웰빙 증진

3.6 2020년까지 세계적으로 도로교통사고로 인한 사망 및 상해를 절반으로 줄인다.



Goal 11. 지속가능하고 포용력 있는 도시

11.2 2030년까지 모두를 위한 안전하고 적정가격의, 접근이 용이하고 지속 가능한 교통시스템을 제공하고, 특히 여성, 아동, 장애인, 노인 등 취약 계층의 필요를 특별히 고려하여 대중교통을 확대함으로써 도로 안전을 향상한다.



Goal 4. 양질의 교육 보장 및 평생학습 기회 증진

4.7 2030년까지 교육을 통해 모든 학습자들이 지속가능발전을 증진하기 위한 지식과 기술을 습득할 수 있도록 한다.

드라이빙 플러스

현대자동차는 운전에 두려움을 극복하고 자신감을 향상시키는 가상현실 운전체험 사회공헌 프로그램을 2019년 2월에 런칭하였습니다. 드라이빙 플러스 프로그램은 운전에 두려움을 느끼거나 어려움을 겪는 운전자들을 대상으로 1톤 탑차에 이동형 시뮬레이터를 장착하여 교통사고 유형별 대응 요령에 대해 교육하며 당시의 안전기술을 경험할 수 있도록 기획하였습니다. 한편, 현대자동차는 프로그램에 신청한 운전자 혹은 단체를 직접 찾아가 체험을 돕고 있으며, 교통사고 트라우마 보유자의 두려움 극복을 위한 지속적인 훈련을 지원할 계획입니다. 현대자동차는 드라이빙 플러스 프로그램을 통해 사고대처 능력 향상으로 인한 교통사고 예방은 물론, 사고 발생 이후 운전자의 자신감 회복에 기여함으로써 우리 사회의 행복한 운전 문화를 확산시켜 나가겠습니다.



현대자동차의 찾아가는 '드라이빙 플러스' 1



현대자동차의 찾아가는 '드라이빙 플러스' 2



교육 훈련자 화면 예시 - 사고발생

로보카폴리 교통안전교실

현대자동차는 로보카폴리와 함께하는 어린이 교통사고 예방 캠페인을 추진하고 있습니다. 교통안전 애니메이션은 전 세계 82개국에서 방영 중이며, 어린이와 부모가 함께 참여하는 다양한 교육 프로그램 및 상설 체험공간을 운영하고 있습니다. '교통안전교실'은 2018년 전국 3개 도시, 약 1만 명을 대상으로 개최되었으며, 국내·외 영업점에서는 '현대 폴리 교통안전 놀이터(한국, 연 3만명 방문)', '폴리 키즈존(중국 및 대만, 총 6곳)' 등을 운영하고 있습니다. 현대자동차는 미래 사회의 주역인 어린이들이 교통안전에 경각심을 가지고 안전한 미래를 꿈꿀 수 있도록 지속적으로 콘텐츠 및 운영 방식을 개선해 나갈 것입니다.



로보카폴리와 함께 배우는 교통안전 놀이터!

통학사고 제로 캠페인

현대자동차는 통학 시 어린이 교통사고 발생 방지를 위하여 안전 통학차량을 제공하는 통학사고 제로 캠페인을 시행하고 있습니다. 이 캠페인은 2016년 당사와 (사) 안전생활실천시민연합, 기술협력 파트너사가 함께 안전 기술을 장착한 통학 차량을 보육기관에 지원하며 시작한 사업으로 어린이 통학사고 감소를 위해 지속적으로 추진하고 있습니다. 2018년에는 슬리핑차일드체크 시스템 등 통학 차량내 새로운 안전 기술을 적용한 차량 14대를 기증하고 50개 기관에 안전기능 장착을 지원함으로써 어린이들에게 안전한 통학길 연 100만km(누적 200만km, 2016~2018년)를 지원하는 성과를 달성할 수 있었습니다.



현대자동차 어린이 통학사고 제로 캠페인



H-리스토어

현대자동차는 당시의 정비 역량과 사회공헌 활동을 융합하여 H-리스토어 사업을 추진하고 있습니다. H-리스토어는 당시의 노후 차량을 보유하고 있는 생계형 고객을 대상으로 차량 외형 복원 및 정비 서비스를 제공하여 지역사회에 차량 정비에 어려움을 겪는 고객이 필요로 하는 도움을 주고 있습니다. 2018년에는 당시의 전문 정비사 13명이 H-리스토어 드림팀으로 참여하였으며, 사연 접수를 받아 선정된 2007년식 아반떼HD와 2003년식 싼타페SM 차량에 대하여 판금도장 및 정비를 실시하였습니다. 이러한 활동을 통해서 당사 직원들의 재능 기부를 촉진함과 동시에 고객의 차량 가치를 제고하고 있습니다.



H-리스토어 포터편



H-리스토어 그랜저편





**미래세대 성장** 미래사회 주역인 아동, 청소년, 청년층의 성장기회 및 지원

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

**4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE**

OUR SYSTEM

OUR VALUE

- 4.4 고객가치
- 4.5 환경책임
- 4.6 상생협력
- 4.7 인재존중
- 4.8 지역사회
  - CSV 활동 영역
  - 글로벌 CSV 활동
  - 문화예술 지원

5. APPENDICES



**Goal 4. 양질의 교육 보장 및 평생학습 기회 증진**

4.a 모두를 위해 아동, 장애, 성별을 배려한 교육시설을 구축하고 개선하며 안전하고 비폭력적이며, 포용적이고 효과적인 학습환경을 제공한다.



**Goal 8. 지속가능한 경제 성장 및 양질의 일자리 증진**

8.3 생산 활동, 양질의 일자리 창출, 기업가정신, 창의성과 혁신을 지원하고, 금융서비스에 대한 접근 확대를 포함하여 소규모 비즈니스 및 중소기업의 형성과 성장을 촉진하는 개발 정책을 증진시킨다.



**Goal 10. 국가 내 및 국가 간 불평등 감소**

10.2 2030년까지 연령, 성별, 장애, 인종, 민족, 출신, 종교, 경제 및 이외 지위와 관계없이 모든 사람의 사회적·경제적·정치적 포용을 증진하고 확대한다.

**세잎클로버 찾기**

현대자동차의 세잎클로버 찾기는 대학생 멘토가 교통사고 피해가정 자녀를 대상으로 1:1 진로 멘토링을 실시하는 프로그램으로 2018년 교통사고 피해가정 청소년 80명을 대상으로 진행하였습니다. 2005년부터 시작된 이 프로그램은 초창기 희망 물품 지원 행사에서 대학생 연계 진로 멘토링으로 발전되어가며 누적 약 1,620명의 청소년들을 지원하였습니다. 교통사고 피해가정 자녀들은 이 프로그램을 통해 전문적인 진로 탐색의 기회와 정서적 지원을 얻을 수 있고, 대학생 멘토의 경우 청소년들에게 선배이자 후원자로서의 역할을 감당하며 재능 기부의 기회를 가지게 되었습니다. 현대자동차는 교통사고 피해가정 청소년의 성장 기회를 제공하고자 지속적으로 노력하며 교통안전과 관련된 사회적 책임 활동을 성실히 노력해 나가겠습니다.



세잎클로버 찾기 홈페이지

**H-Social Creator**

현대자동차는 2015년부터 친환경, 교통안전, 문화예술 등 사회문제 해결을 위한 대학생 참여형 혁신 프로그램인 'H-Social Creator'를 진행하고 있습니다. CSR 및 사회문제에 관심 있는 대학생(연 30명/누적 110명)을 대상으로 기초 워크샵, 디자인 캠프, 임직원 멘토링 등을 통해 사회혁신을 이루어 나갈 CSV 아이디어의 개발을 지원하는 사업입니다. 매년 6월부터 6개월 동안 진행되며 2017년부터 2년간 'H-옴부즈맨'과 연계하여 운영되었습니다. 2018년에는 아이디어의 실현 가능성을 강화하고, 디자인 캠프 시 해커톤 방식을 적용하여 다양한 사회문제 해결을 위한 논의에 집중하였습니다. 또한 '청춘, 그리고 시작'이라는 제목으로 단편 드라마 형식의 홍보영상을 제작하여, 다양한 SNS채널을 통해 공개하였습니다. 현대자동차는 참신한 아이디어를 가진 젊은 사회혁신가와의 오픈 이노베이션을 통해 매년 6건(누적 24건)의 CSV 아이디어를 발굴하였으며, 앞으로도 이들의 성장을 지원하며 사회 임팩트를 창출하기 위한 고민을 함께 이어 나가겠습니다.



H-Social Creator 단편 드라마 - 청춘, 그리고 시작



대학생 사회혁신 프로그램 현대자동차 H-Social Creator

**비전 드라이브**

현대자동차 남양연구소는 연구소 우수 인력의 전문 지식을 활용하여 지역사회 청소년에게 교육 기회를 제공하는 비전 드라이브 사업을 시행하고 있습니다. 2018년 9월, 연구소 직원들은 선생님이 되어 직접 학교에 방문하여 자동차, 공학, 디자인의 다양한 연구 분야를 주제로 강연을 진행하였습니다. 이와 함께 연구소 인근 중학교 학생 1,300여 명을 초청하여 모터스튜디오 고양 견학과 강연을 제공하였습니다. 현대자동차는 비전 드라이브 활동을 통해 학생들에게 자동차 연구와 제조 공정 등 전문 분야를 교육하여 자동차 산업에 대한 이해도를 높여 나가고 미래 진로 정보를 제공하고 있습니다.

**희망엔진과학교실**

현대자동차는 지역 어린이들에게 공학에 대한 관심을 불러 일으키기 위해서 희망엔진과학교실 프로그램을 진행하였습니다. 2018년 3월부터 12월까지 월 1회 현대자동차 아산공장 직원 및 지역 대학생 봉사단이 아산지역 6개 초등학교, 천안지역의 6개 지역아동센터를 방문하여 주니어공학교실 과학키트를 활용한 재능기부를 실시하였습니다. 현대자동차는 희망엔진과학교실을 통해 어린이들이 과학 원리에 쉽게 접근할 수 있게 돕고 창의적인 접근 방식을 통한 과학영재 발굴 및 육성하고자 합니다. 앞으로도 어린이들이 자신의 소질을 발견하고 개발하여 창의적이고 도전적인 인재로 자라나고 앞으로 더욱 중요해질 기술과학에 미래 세대가 보다 관심을 가질 수 있도록 다양한 학습 기회를 제공하겠습니다.

**미래 자동차 학교**

현대자동차는 청소년들을 위한 미래 자동차 학교를 운영합니다. 2016년부터 운영된 미래 자동차 학교는 청소년들이 이론과 실습, 체험을 통해 자동차 산업을 쉽고 재미있게 공부하면서 관련된 직업을 탐구해보는 자유학기제 특화 진로 교육 프로그램입니다. 2018년에는 미래 자동차 산업에 대한 이해도를 제고를 위해 수 소에너지와 미래 도시에 대한 내용을 강화해 프로그램을 구성했습니다. 이 프로그램은 진로교육 기회의 불평등 해소를 위해 농산어촌 학교와 특수 학교, 소규모 학교 등을 우선 선발하여 진행되어 왔으며, 2019년부터는 교육부와 연계해 국내와 더불어 다문화가정 대상인 베트남, 태국 등 아시아 8개국으로 확대하여 글로벌 청소년이 미래 자동차 산업의 변화와 진로 탐색에 기여하고자 합니다.

**H-주니어 오케스트라**

현대자동차 남양연구소는 열악한 교육 여건을 가진 소외 아동을 위한 오케스트라 활동 프로그램을 운영하고 있습니다. H-주니어 오케스트라 프로그램은 70여 명의 아동들을 모집하여 바이올린, 첼로, 플루트, 클라리넷 등의 악기를 지원하고 주 1회 연주 교육을 진행, 매년 정기연주회를 개최하고 있습니다. 2018년 1월에는 정기연주회 개최하였고, 2019년에는 6월에 정기 연주회를 개최하여 소외 아동들이 평소 쉽게 접하지 못하는 문화예술 활동을 지원하여 미래의 창의적인 인재로 자라나는 것을 적극 지원해 나갈 계획입니다.

**브릴리언트 키즈모터쇼**

현대자동차는 국립과천과학관과 국립부산과학관에서 '제3회 브릴리언트 키즈모터쇼'를 개최하였습니다. 키즈모터쇼는 아이들의 꿈으로 그려진 상상 자동차 그림을 모형으로 전시하여, 관람객이 직접 체험할 수 있는 전시 행사입니다. 접수된 2만여 점에 달하는 어린이들의 그림을 정성스럽게 다루어, 7개의 작품을 선정하였습니다. 이 작품을 고객과 교감할 수 있는 키오스크를 통해 관람객에게 한층 더욱 가까이 다가가는 장을 마련하였습니다. 현대자동차의 친환경차인 벡스의 구동원리를 과천과학관에 함께 전시하여 어린이 뿐만 아닌 부모 대상 친환경 모빌리티의 관심과 이해를 도모하였습니다.



브릴리언트 키즈 모터쇼 홈페이지



1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

# 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

4.4 고객가치

4.5 환경책임

4.6 상생협력

4.7 인재존중

4.8 지역사회

- CSV 활동 영역
- 글로벌 CSV 활동
- 문화예술 지원

5. APPENDICES



지역사회 상생 지역사회(커뮤니티, NGO, 협력사 등) 니즈 기반 지원 및 협력 활동



Goal 1. 모든 형태의 빈곤 해소

1.5 2030년까지 빈곤층 및 취약계층의 복원력을 구축하고 기후 관련 재해와 경제적, 사회적, 환경적 충격 및 재난에 대한 노출과 취약성을 경감한다.



Goal 12. 지속가능한 소비 및 생산문화 확립

12.b 일자리를 창출하고 지역의 고유 문화와 특산품을 알리는 지속가능한 관광과 지속가능발전에 미치는 영향을 모니터링 할 수 있는 수단을 개발하고 이행한다.



Goal 17. 지속가능발전을 위한 글로벌 파트너십 활성화

17.17 파트너십의 경험과 자원조달 전략을 바탕으로, 효과적인 공공-공공-민간-시민사회 파트너십을 장려하고 증진한다.

페트라 세계문화유산 보존 지원

페트라는 1985년부터 유네스코가 지정하는 세계문화유산이자 '신(新)세계 7대 불가사의' 중 하나로 많은 사람들의 관심을 받고 있는 고대 유적지입니다. 현대자동차는 매년 약 1백만 명의 관광객이 다녀가는 페트라 지역의 보존과 지역경제 활성화를 위해 현지 정부기관과 함께 2018년부터 2020년까지 3년간 활동 계획을 수립하여 추진하고 있습니다.

1차년도인 2018년에는 유적지 내 무료 와이파이 설치부터 관광 안내판 개선, 옥외광고 설치, 관광안내 APP개발, 안내지도 배포, 3D 실측 미니어처 개발 등 환경개선을 추진하여 관광 경쟁력을 갖출 수 있도록 지원하였습니다. 올해 2차 년도에는 친환경 전기버스를 활용한 관광루트를 개발하고, 이후 페트라 지역사회의 역량 개발과 인프라 구축을 통한 경제 활성화를 도모할 계획입니다. 현대자동차는 인류후손에게 전달해줄 문화유산의 중요성을 인식하고 그 가치를 지키기 위해 지역사회와 더불어 다양한 이해관계자와 협력할 것입니다.



Go Petra App (5개 언어)



무료 와이파이 로그인 화면



관광객 배포용 안내지도 (10개 언어)

임직원 봉사단

현대자동차는 임직원들의 자발적인 봉사활동을 실시할 수 있도록 사업장 조직별로 구성된 131개의 임직원 봉사단을 결성하고 있습니다. 대표적으로 울산공장에서 기술직 직원 970여 명으로 조직된 평일봉사단을 통해 소외계층을 향한 재능기부를 실천하고 있습니다. 아산공장에서도 주부봉사단을 운영하여 지역사회에 도움이 필요한 어르신을 대상으로 사회공헌 활동을 진행하고 있습니다. 이와 같이 현대자동차의 임직원들은 각 사업장별 특색에 맞는 봉사활동을 기획하고 수행하며 소외된 이웃에게 따뜻한 손길을 건네고 있습니다. 2018년에는 약 17,900명의 임직원이 활동에 참여하여 59,500시간의 봉사활동 시간을 기록하였습니다. 현대자동차는 향후에도 도움이 필요한 계층에게 임직원의 역량을 활용한 나눔 활동을 지속할 계획입니다.

현대드림센터

현대자동차는 개발도상국의 청년들이 기술역량을 기를 수 있도록 직업기술학교 '현대드림센터'를 운영하고 있습니다. 현대드림센터는 폴란드와 협력하여 진행하는 사업으로 당사의 선진 자동차 정비 기술을 개발도상국에 지원하는 공간입니다. 2013년 가나에 첫 현대드림센터가 개설된 이후, 인도네시아, 캄보디아, 베트남에 설립되었으며, 2018년에는 필리핀에 직업기술학교를 개설했습니다. 필리핀 현대드림센터에서는 연간 90여 명의 청년들에게 기술교육을 제공하였고, 최근 우수 수료생 78명이 당사의 현지 딜러샵에 취업하기도 하였습니다. 2019년 4월에는 페루에 6번째 현대드림센터를 개관했으며, 양질의 일자리를 얻기 어려운 상황에 처한 현지 저소득층 청년 63명(남성 43명, 여성 20명)을 선발해 3년 6학기 동안 다방면의 교육을 지원할 계획입니다. 현대자동차는 현대드림센터를 통해 개발도상국 청년들의 성장과 함께해 나갈 것입니다.

해피하우스

현대자동차는 복지사각지대에 있는 저소득층의 생필품 지원과 주거환경 개선을 위한 해피하우스 사업을 실시하고 있습니다. 남양연구소는 화성시사회복지협의회와 함께 화성시에 거주하는 수혜자를 모집하여 수혜자의 필요를 파악하고 그에 적합한 보일러 수리, 누수 지원 등을 실시하였습니다. 앞으로도 현대자동차는 소외된 이웃의 생활에 대한 관심을 지속하며 더 나은 삶을 향한 지원을 아끼지 않겠습니다.

H-지역동행

H-지역동행은 현대자동차의 임직원과 시민들이 함께 자원봉사 협의회를 구성하여 복지 사각지대에 놓여진 소외된 이웃을 지원하는 프로그램입니다. 당사 사업장 봉사단과 자매결연한 인근 8개 동 지역주민 구성원과 함께 정기적으로 정부 보조를 받기 어려운 저소득층을 위한 자원봉사 활동을 추진하고 있습니다. 2018년 한 해 동안 250여 명의 구성원이 20회가 넘게 반찬 배달, 어르신 택시 지원, 아동 아침 지원, 지역 아동 졸업식 지원, 경로잔치 지원, 주거환경 개선 등 크고 작은 지역 밀착 활동을 실시하였습니다. 향후에도 현대자동차는 임직원과 지역사회가 함께 소외계층을 위한 다양한 활동을 계획하며, 지역주민 간 교류 활성화에 기여하겠습니다.

H-셀프 나눔 플래너

현대자동차는 당사의 임직원이 자발적으로 봉사를 기획하고, 실행하는 것을 장려하기 위하여 H-셀프 나눔 플래너 사업을 실시하고 있습니다. 기존의 봉사활동은 봉사 대상과 기간이 정해져 있어 직원들의 아이디어가 반영되기 어려웠지만, H-셀프 나눔 플래너는 임직원의 자발적 기획으로 봉사활동이 실시되기 때문에 자기주도적 봉사활동이 가능합니다. 2018년에도 직원들의 창의적인 기획으로 지역 아동에게 제과 제빵, 미술 등 다양한 여가활동을 함께 하는 봉사활동, 초등학생들에게 '자동차 메이커' 취미 활동을 지원하는 봉사활동 등 총 10개 분야에서 800회의 봉사활동이 실시되었습니다.

대한양궁협회 후원

현대자동차는 1985년부터 대한양궁협회를 후원하는 사업을 하고 있습니다. 당사 연구소의 기술 역량을 이용하여 불량 화살을 선별하는 슈팅머신을 개발하고, 부품 이상을 확인하는 정밀 분석 기술의 적용을 통해 선수들의 수준 높은 역량을 뒷받침하고 기록 향상을 달성할 수 있도록 돕고 있습니다. 또한 양궁 월드컵과 세계 선수권대회 등을 대표적인 양궁 스포츠 대회를 후원함으로써 양궁의 대중화에도 기여하고 있습니다.



1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

# 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

- 4.4 고객가치
- 4.5 환경책임
- 4.6 상생협력
- 4.7 인재존중
- 4.8 지역사회
  - CSV 활동 영역
  - **글로벌 CSV 활동**
  - 문화예술 지원

5. APPENDICES

# 글로벌 CSV 활동



## 글로벌 기업시민으로서 역할을 다하는 현대자동차

현대자동차의 글로벌 운영은 2018년 권역체제로 변화되어 이에 맞는 체질 개선을 진행하고 있습니다. 이와 함께 CSV영역도 국가 중심에서 권역 중심으로의 변화를 추진중이며, 특히 2019년은 권역별 중장기 CSV전략 방향성 수립 및 지원체계를 마련하여, 체계적인 글로벌 CSV 활동 체계의 발판을 만들어 글로벌 기업시민으로서의 책임과 역할을 더욱 충실히 수행해 나갈 것입니다.



### 북미권역 주요 활동

#### Hope on Wheels

1998년부터 현대자동차 미국판매법인(HMA)에서는 현대자동차 딜러와 함께 Hope on Wheels 캠페인을 진행하고 있습니다. Hope on Wheels는 소아암 연구를 지원하는 캠페인으로 아이들이 더 이상 암으로부터 고통받지 않는 미래를 위해 시작되었습니다. 현재 미국 전역으로 확대되어 미국판매법인과 모든 딜러들이 참여하고 있으며, 2019년에는 “Minutes are Precious”라는 주제로 16만 달러의 보조금을 지원할 예정입니다.



### 유럽권역 주요 활동

#### ECO Parking

현대자동차 스페인판매법인(HMES)은 해양플라스틱 대응을 위한 혁신적인 친환경 활동을 실시하였습니다. 해당 활동은 해안 주차장을 이용하는 방문객 대상으로 해안가에 버려진 폐플라스틱을 수거하여 ECO Parking 기기에 투입하면 주차비를 정산해주는 방식으로 기부자의 참여 동기를 유발하면서도 환경보호에 기여할 수 있도록 도왔습니다. 당사는 ECO Parking을 통해 폐플라스틱 재활용 가능성을 높이고 해양 생태계 보호에 대한 사회적 관심을 확산시켜 나갈 계획입니다.



### 법인별 주요 활동

#### 미국생산법인(HMMA)

- 임직원 기부활동 (United ways of Alabama)
- 지역사회 아트축제/전시 후원 (Alabama Shakespeare Festival, Montgomery Museum of Arts 등)
- 생물다양성 보존활동 (Montgomery Area Zoological Society)

#### 미국판매법인(HMA)

- 미국 소아암 퇴치를 위한 연구 지원 (Hyundai Hope on Wheels Grants Program)
- 인권단체/행사 후원 (NAACP, CBCF, CHCI, TELACU, Women's Empowerment Expo 등)
- 현대다문화축제 (Hyundai Cultural Heritage Celebration)

#### 캐나다판매법인(HAC)

- 딜러 참여, 소아 불치병 환자 ‘소원 들어주기’ 캠페인 (Children's Wish)
- 법인 및 딜러 모금활동 (Boys and Girls Clubs of Canada, HACC Gives Back)

### 법인별 주요 활동

#### 터키법인(HAOS)

- 소외층 학생 교육 활동 및 장학금 지원
- 터키 경찰특공대원 가족 지원 재단 후원 (근무 중 부상 또는 사망 가족)

#### 이탈리아판매법인(HMCI)

- IONIQ 고객 참여형 친환경 기부 활동

#### 체코판매법인(HMCZ)

- 불우 어린이 재정 지원 및 봉사단체 차량지원 (SOS Children Villages)

#### 프랑스판매법인(HMF)

- 스포츠 교육을 통한 사회 통합활동 단체 (Sport dans la Ville) 후원

#### 체코생산법인(HMMC)

- 지역사회 발전 및 친환경 프로그램 (Hyundai Endowment Fund, HMMC Grants)
- 중학생 대상 수소 RC 전국 선수권 대회 후원 (Horizon Grand Prix)

#### 슬로바키아판매법인(HMSK)

- 암과 싸우는 부모 연합회 (Cancer Organisation) 후원

#### 영국판매법인(HMUK)

- Cancer Research UK 협업, 모금 캠페인 (Stand Up To Cancer) 후원

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

**4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE**

OUR SYSTEM

OUR VALUE

- 4.4 고객가치
- 4.5 환경책임
- 4.6 상생협력
- 4.7 인재존중
- 4.8 지역사회
  - CSV 활동 영역
  - **글로벌 CSV 활동**
  - 문화예술 지원

5. APPENDICES



**인도권역 주요 활동**

**Dream Village Project**

현대자동차 인도법인(HMI)에서는 드림빌리지 프로젝트를 실시하고 있습니다. 드림빌리지 프로젝트는 인도 지역의 마을 환경을 개선하고, 지역 주민들이 경제활동에 참여할 수 있도록 돕는 활동입니다. 2018년에는 인도 Kattrambakkam Village의 환경과 인프라를 개선하고, 지역 주민들의 더 나은 삶을 위해 고용, 축산, 보건, 교육의 분야에서 도움을 주었습니다.



**법인별 주요 활동**

**인도법인(HMI)**

- 경찰협력, 안전교통문화 캠페인 시행 (교통카메라, 보행자 교통안전, 교육책자 배포 등)
- Kattrambakkam Village 지역의 경제/보건/교육/환경 인프라 등 지역자립 활동 추진 (Dream Village)
- 자연재해 복구활동 (인도 대표적 기후 <몬순>에 의한 피해 복구활동)



**러시아권역 주요 활동**

**Safe Road Traffic Safety Program**

현대자동차 러시아판매법인(HMCIS)은 고객 및 지역사회를 위한 위한 교통안전 교육을 실시하고 있습니다. 모스크바, 상트페테르부르크, 레닌그라드 등 다양한 지역에서 교육을 진행하고 있으며 전문가를 대상으로 교통안전 교육 방법론 개발을 위한 콘테스트도 개최하였습니다. "Safe Road" 프로젝트 교육을 통해 미취학 아동 및 부모에게 안전한 도로행동에 대해 안내합니다.



**법인별 주요 활동**

**러시아판매법인(HMCIS)**

- 현대자동차 고객 및 가족 초청 '교통안전' 프로그램 (Hyundai Safe Road Traffic Safety)
- 성장세대 참여, 문화체험 프로그램 운영 (Great Music for Young Generation)

**러시아생산법인(HMMR)**

- 전문 직업교육 지원 (장비 및 HMMR 자원봉사자 및 장학금 지급)
- 임직원참여 거점 외 도시 자원봉사 및 기부 (Hyundai Dream Way)

**러시아권역본부(HMCIS)**

- H-Road 교통안전 인식개선 캠페인 (카자흐스탄, 세르비아, 우크라이나)

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

**4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE**

OUR SYSTEM

OUR VALUE

- 4.4 고객가치
- 4.5 환경책임
- 4.6 상생협력
- 4.7 인재존중
- 4.8 지역사회
  - CSV 활동 영역
  - 글로벌 CSV 활동
  - 문화예술 지원

5. APPENDICES



**중남미권역 주요 활동**

**Dental Trailer**

현대자동차 브라질법인(HMB)에서는 “Sorriso Cidadang(시민 미소)”라는 휴대용 트레일러 개발하여 노인, 어린이 등 지역 소외계층을 대상으로 무료 치과 치료 서비스 제공하고 있습니다. 브라질 법인은 2014년 6월부터 이 프로젝트를 시작하여 Piracicaba Metalworkers Union과 협력하여 Piracicaba 지역의 공립학교와 사회 기관에 방문하고 있습니다. 현대자동차 브라질법인은 지속적인 무료 치과 치료 서비스를 통해 지역사회의 건강 증진에 기여할 계획입니다.



**법인별 주요 활동**

**브라질법인(HMB)**

- Piracicaba시 최대 축제 ‘다문화축제(Multinational Festival)’ 후원 (2010년부터 매년 후원 중)
- 세계다문중후군의 날(3/21), 사회 인식개선 위한 Olga Kos Institute 달리기 대회 후원
- Social Opportunity Institute 협업, 16~24세 저소득층 학생들 대상 보완 교육훈련(기술훈련) 후원

**중남미권역본부**

- 에콰도르: 보건 의료 지원 프로그램
- 칠레: 발파라이소, 환경개선 및 아동 교육 지원 사업



**아중동권역 주요 활동**

**사우디 교통안전 캠페인**

현대자동차 아중동권역본부는 사우디 현지 딜러와 함께 대학교, 지역사회 등에서 교통안전 캠페인을 진행하고 있습니다. 2017년부터 진행된 “Hyundai Safety Campaign”은 안전을 지키기 위한 운전 방법, 법규 등에 대해 교육하며 운전에 대한 인식을 제고하고 있습니다. 더불어 교통 규칙 준수를 위한 인쇄물 배포, 광고 캠페인도 함께 실시하며 공동체의 안전한 교통 문화 정착을 돕고 있습니다. 특히, 2018년에는 여성 운전 허용으로 증대될 여성 운전자를 위해 교통안전 체험 교육을 실시하여 사우디 여성의 안전한 운전을 지원하였습니다.



**법인별 주요 활동**

**아중동권역본부**

- 사우디아라비아: 여성 운전자 교통안전 체험 교육
- 이집트: 교통안전 캠페인
- 남아공: 지역사회 도서관 건립 및 교육 지원
- 나이지리아: 빈곤아동 지원 및 교육 프로그램
- 모로코: 교통안전 및 환경 인식 개선 프로그램
- 쿠웨이트: 사회적 약자 지원 프로그램
- 팔레스타인: 빈곤아동 가정 태양광 설비 지원
- 요르단: 세계문화유산 페트라 지원사업



1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

- 4.4 고객가치
- 4.5 환경책임
- 4.6 상생협력
- 4.7 인재존중
- 4.8 지역사회
  - CSV 활동 영역
  - 글로벌 CSV 활동
  - 문화예술 지원

5. APPENDICES



아태권역 주요 활동

Ronald McDonald House Charities Australia

현대자동차 호주판매법인(HMCA)은 호주 전역의 중병에 걸린 어린이들과 그 가족을 돕기 위한 RMHC 프로그램을 후원하고 있습니다. 2018년에는 특별한 책 프로젝트를 진행하여 어린이가 만든 가상의 자동차를 실현하였습니다. Harry Hyundai는 “Hyundai Help for Kids”를 위해 만들어진 책의 주인공으로 2019년 동안 호주 전역의 Ronald McDonald House와 전국 로드쇼를 방문하며 활력을 불어넣을 예정입니다.



법인별 주요 활동

호주판매법인(HMCA)

- 호주 전역 시력/청각 장애 치료, 교육 기관(RIDBC) 후원 (가족에게 교육, 치료, 청각 및 달팽이관 이식 서비스를 제공)
- 어린이 질병 퇴치를 위한 NGO 후원 (Life Education Australia, KRI, Steven Walters Children's Cancer Foundation 등)
- Make-A-Wish Grants 후원 (중증 환자 어린이들의 소원 들어주기 캠페인)
- Bear Cottage (뉴사우스웨일스에 있는 세계 유일 어린이 호스피스) 후원

아태권역본부

- 베트남: 저소득층 아동 꿈찾기 프로그램 (Dreams come true)
- 필리핀: 빗물활용, 식수지원 사업 (빗물 정화시설 설치지원 및 지역사회 위생 교육)
- 네팔: 장애인/노약자 이동성 지원 사업 (주요 관광시설 취약계층 이동지원)



중국권역 주요 활동

현대 그린존(내몽고 사막화 방지)

현대자동차 중국법인(BHMC) 및 지주회사(HMGC)에서는 2008년부터 중국의 황사 발원지 차칸노르 지역의 사막화를 방지하고자 그린존 프로젝트를 실시하였습니다. 2018년에는 차칸노르에 이어 평란치의 보샤오메노르지역에서 마른 호수에 초지를 조성하는 두 번째 현대 그린존 차이나 프로젝트를 실시하였습니다.



법인별 주요 활동

중국법인(BHMC)

- 환경보호 자원봉사 활동
- 자동차대학과 협력, 지역 매장의 기술 인재 양성

중국지주(HMGC)

- 찾아가는 어린이 교통안전 캠페인 (다양한 체험식 교육, 교통안전 의식 제고, 위기상황 대처능력 향상 추진)
- 꿈의 교실 (빈곤 초등학교 도서/교육 기자재/체육 용품 등 지원, 회사 임직원 봉사 연계한 꿈의 강의 실시 등)
- 동심역 (심각한 사회 문제로 부상하고 있는 농촌 잔류 아동 보호 및 탈선 방지 활동: 방과 후 활동 시설 및 활동 지원)

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

# 4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

OUR SYSTEM

OUR VALUE

- 4.4 고객가치
- 4.5 환경책임
- 4.6 상생협력
- 4.7 인재존중
- 4.8 지역사회
  - CSV 활동 영역
  - 글로벌 CSV 활동
  - 문화예술 지원

5. APPENDICES

## 문화예술 지원

### 글로벌 문화예술 파트너십

현대자동차는 자동차와 예술을 연결하며 관점의 전환을 모색합니다. 국내외 문화예술 지원 사업을 펼쳐 나가며 자동차를 넘어 삶의 동반자가 되길 지향하는 현대자동차의 비전과 같이 누구든지 예술을 즐기고 새로운 문화를 창조할 수 있는 기회를 만들고자 합니다. 현대자동차는 다양한 시도를 하는 예술가들과 함께 하며 기존에 존재하지 않았던 새로운 가치와 경험을 대중들에게 선사하고자 합니다.

#### 국립현대미술관

현대자동차는 'MMCA 현대차 시리즈(MMCA Hyundai Motor Series)'라는 프로젝트를 함께하고 있습니다. 이 프로젝트는 국립현대미술관과 함께 한국 미술의 지평을 넓히는 프로젝트로 한국 현대미술 작가가 대규모 전시를 개최할 수 있도록 도움을 주고, 이와 연계하여 세미나와 출판 활동 등을 지원하면서 한국 미술이 세계로 나아갈 수 있는 기반을 마련합니다. 2018년에는 다섯번째 전시로 최정화 작가의 대규모 개인전 <MMCA 현대차 시리즈 2018: 최정화 - 꽃, 숲>이 국립현대미술관 서울에서 진행되었으며 8.4m 규모의 공공 예술 작품인 '민들레와 더 불어' 다양한 작품을 통해 관객의 관심과 공감을 이끌어 냈습니다.

#### 테이트 모던 미술관

매년 전 세계에서 500만 명 이상이 방문하는 런던의 현대 미술관 테이트 모던과의 장기 파트너십으로 진행 중인 '현대 커미션(Hyundai Commission)'은 2015년부터 10년간 매해 새로운 세계적인 작가가 터바인 홀에서 대형 전시를 선보이는 프로젝트입니다. 2018년에는 쿠바 출신의 세계적 예술가 타니아 브루게라(Tania Bruguera)가 전시를 진행했습니다. 열을 감지하는 특수 소재를 전시장 바닥에 설치해 여러 명의 관람객이 전시장 바닥을 만져야만 열이 전도되어 숨겨진 이미지가 드러나는 등 관객 참여형 설치 작품을 통해 이주, 인구 이동 등 오늘날 현대 사회가 직면한 문제를 입체적인 관점으로 해석했습니다.

#### LA 카운티 미술관

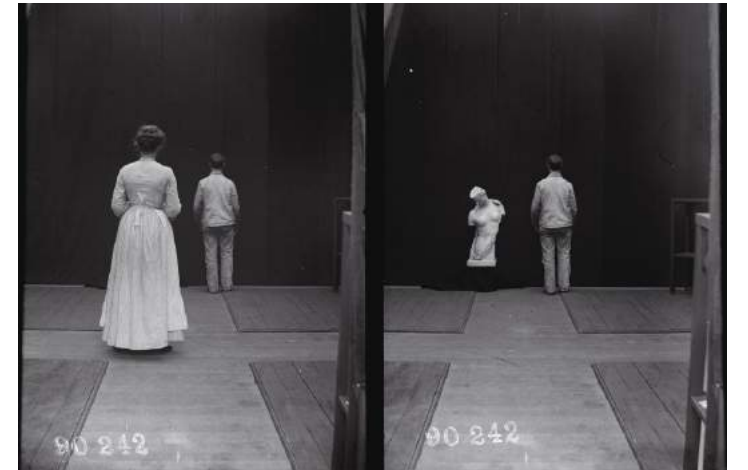
현대자동차는 LA 카운티 미술관과 함께 2015년부터 10년 파트너십을 맺고 기술과 예술의 융합 등을 통해 다양한 영감을 전달하는 '더 현대 프로젝트(The Hyundai Project at LACMA)'를 실시하고 있습니다. 'Art+Technology' 전시와 'Art+Technology Lab' 후원을 통해 과학기술과 예술이 접목된 글로벌 작가들의 혁신적인 전시를 선보이고 있으며, 한국 미술사 연구 및 전시 또한 지원하고 있습니다. 2018년에는 더 현대 프로젝트의 네 번째 전시인 '3D: Double Vision'을 통해 19세기 중-후반 빅토리아 시대의 입체 영상 작품부터 21세기 VR을 활용한 작품까지 175년의 3D 작품 전반을 총망라한 전시를 선보였습니다.



MMCA 현대차 시리즈 2018: 최정화 - 꽃, 숲



Hyundai Commission: Tania Bruguera © Ben Fisher



Joseph Jastrow, Experiments in Visual Perception, c. 1905, Stereographs from Glass Negatives, Keystone-Mast Collection, California Museum of Photography, University of California, Riverside, Photo courtesy California Museum of Photography, University of California, Riverside

## 현대자동차의 지역사회

현대자동차는 친환경, 이동혁신, 교통안전, 미래세대 성장, 지역사회 상생이라는 CSV 5대 영역을 중심으로 이해관계자들과 함께 지역사회에 긍정적인 가치를 창출하고 있습니다. 또한 현대자동차의 지역사회는 국내에 국한되지 않고 전 세계에 진출한 사업장의 지역사회를 대상으로 함께 성장하고 상생하고자 노력하고 있습니다. 자동차가 '이동의 수단'에서 '삶의 다양한 순간에 동행하는 동반자'로 역할이 확대됨에 따라 중장기적으로 현대자동차의 역량을 활용하여 CSV 활동을 고도화해 나갈 것입니다.

### Major Performance & Plan

	2018년 성과	2019년 계획	중장기 계획
CSV 활동 영역	<ul style="list-style-type: none"> <li>현대 폴리 교통안전놀이터 운영 및 누적방문자수 6만명 달성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>현대 폴리 교통안전놀이터 운영 및 누적 방문자수 9만명 달성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2022년까지 현대 폴리 교통안전놀이터 누적 방문자수 15만명 달성</li> <li>당사 영업점 내 사회공헌 시설 운영을 통한 중장기 판매 증대 기여</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>이동형 시뮬레이터 제작, 유형별 교육 및 안전기술 체험 콘텐츠 개발 등 드라이빙 플러스 런칭 준비</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>시뮬레이션 차량분리형 개발 등 국내 이동성 개선 추진 및 국내 솔루션 해외확장 검토</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>시뮬레이션 효과성 개선 및 교육 수요자 확대를 통한 새로운 교통안전 프로그램 정착</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>한-베 함께돌봄센터 1호 개관 (2018년 1월, 베트남 키티시)</li> <li>연간 2천명 이상의 결혼이주 예정자, 귀환여성, 한-베 자녀 교육 및 상담 수혜</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1호 운영 지속 지원 및 협력</li> <li>한-베 함께돌봄센터 2호 추진 부지 탐색 중, 임시사무소 연내 오픈 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 초 2호 개관 추진</li> <li>연간 수혜인원 총 4천명 (2개소 합산)</li> <li>한국의 다문화가정 해체 이슈, 베트남의 빈곤층 자립지원 등 연계 사회문제 해결 거점으로 육성</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>현대드림센터 5호 개관 (2018년 4월, 필리핀) - 1-2기 수료생 89명 중 72명 당사 딜러샵 취업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>6호 개관 (2019년 4월, 페루) - 저소득층 청년 63명 선발, 3년간 직업교육 지원 - 우수인재 대리점 채용 - 여성 청년 대상 멘토링·성평등 교육 제공 등 여성 권익 신장 기여</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>상용차, 전기차 등 기술교육 다양화 추진</li> <li>당사 우수 정비인력 확보 외 판매, 생산 인력 등 대상 확대</li> </ul>

### 통학사고 제로 캠페인 '어린이 안전대상' 수상

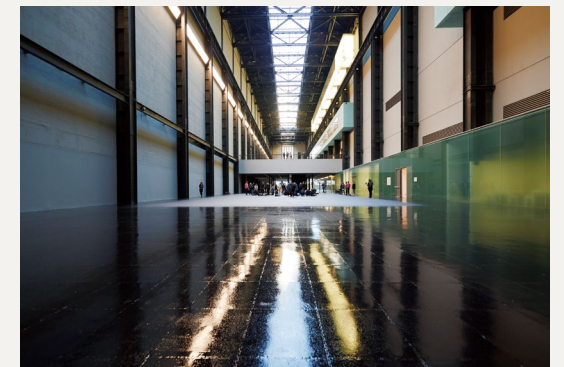
현대자동차는 2018년 11월 행정안전부와 내일신문이 공동으로 주관하는 '제8회 어린이 안전대상' 시상식에서 특별상 부문 장관상을 수상하였습니다. 현대자동차가 수상한 특별상 부문은 2018년 민간단체 및 개인을 대상으로 신설된 부문으로 민간단체 최초로 수상하였습니다. 현대자동차는 앞으로도 통학사고 제로 캠페인을 통해 어린이 안전에 대한 사회적 관심을 유도하고 사고예방을 위한 통학차량 기술지원을 지속할 계획입니다.



### 글로벌 미술관 파트너십 2018년 전시 개막

글로벌 미술관 파트너십을 바탕으로 2018년에는 국립현대미술관에서 <MMCA 현대차 시리즈 2018: 최정화 - 꽃, 숲> 전시, 테이트 모던에서 <현대 커미션: 타니아 브루게라(Tania Bruguera)> 전시, 그리고 LA 카운티 미술관에서 175년의 3D 영상 작품 전반을 총망라한 <3D: Double Vision>을 새롭게 선보이며 전세계 관객들이 완성도 높은 전시를 경험할 수 있는 기회를 제공했습니다.

Hyundai Commission: Tania Bruguera © Ben Fisher



### 신진 미디어 아티스트와 큐레이터 발굴 및 후원

한국 신진 미디어 아티스트를 발굴하는 'VH 어워드'와 중국 신진 큐레이터를 발굴하고 전시 기회를 제공하는 '현대 블루 프라이즈(Hyundai Blue Prize)'를 통해 작가들과 큐레이터들이 역량을 마음껏 펼칠 수 있는 발판을 마련했습니다.



# Appendices

# 5

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

5. APPENDICES

- 5.1 주요 영업성과 요약
- 5.2 지표 및 데이터
- 5.3 GRI 인덱스
- 5.4 제3자 검증의견서
- 5.5 보고서 개요

# 주요 영업성과 요약

## 영업의 개황

지난 2018년에도 글로벌 경제의 저성장 기조 장기화로 인해 경영환경의 어려움은 지속되고 있습니다. 또한 최근 각국의 반세계화, 보호무역주의 양상이 강화되며 글로벌 밸류체인 전략을 추진하는 자동차 산업에 미치는 영향력은 중장기적 성장 전략에 장애요인이 되고 있습니다. 이러한 거시적 흐름 속에서 현대자동차는 북미 권역, 유럽 권역, 아중동 권역 등의 시장에서 판매 실적이 부진하게 나타나 판매 목표를 달성하지 못하는 등 수익성 측면에서 아쉬운 성과를 거두었습니다. 그러나 당사는 어떠한 환경에도 대응할 수 있는 근본적인 경쟁력을 갖추고자 모든 구성원이 힘을 모았고, 글로벌 시장에서 의미 있는 성과를 창출할 수 있었습니다. 특히, 2018년에는 아이오닉 등 친환경 차량의 약진이 두드러지게 나타나 글로벌 판매량은 28.2만대로 전년대비 21%가 증가하여 국내외 고객들로부터 미래 모빌리티 경쟁력을 인정받았다는 점에서 유의미한 성과였습니다.

럭셔리 브랜드 '제네시스'의 경우 2015년 11월 브랜드 공식 출범 후 3년 만인 2018년 10월에 글로벌 시장누적 판매 20만 대를 돌파하며 국내외 시장에서 잇단 호평에 걸맞은 성공적인 안착이 이루어졌습니다. 향후 제네시스 라인업의 경쟁력을 강화해 나가며 수익성 향상과 브랜드 가치 제고에 크게 기여할 것으로 예상하고 있습니다.

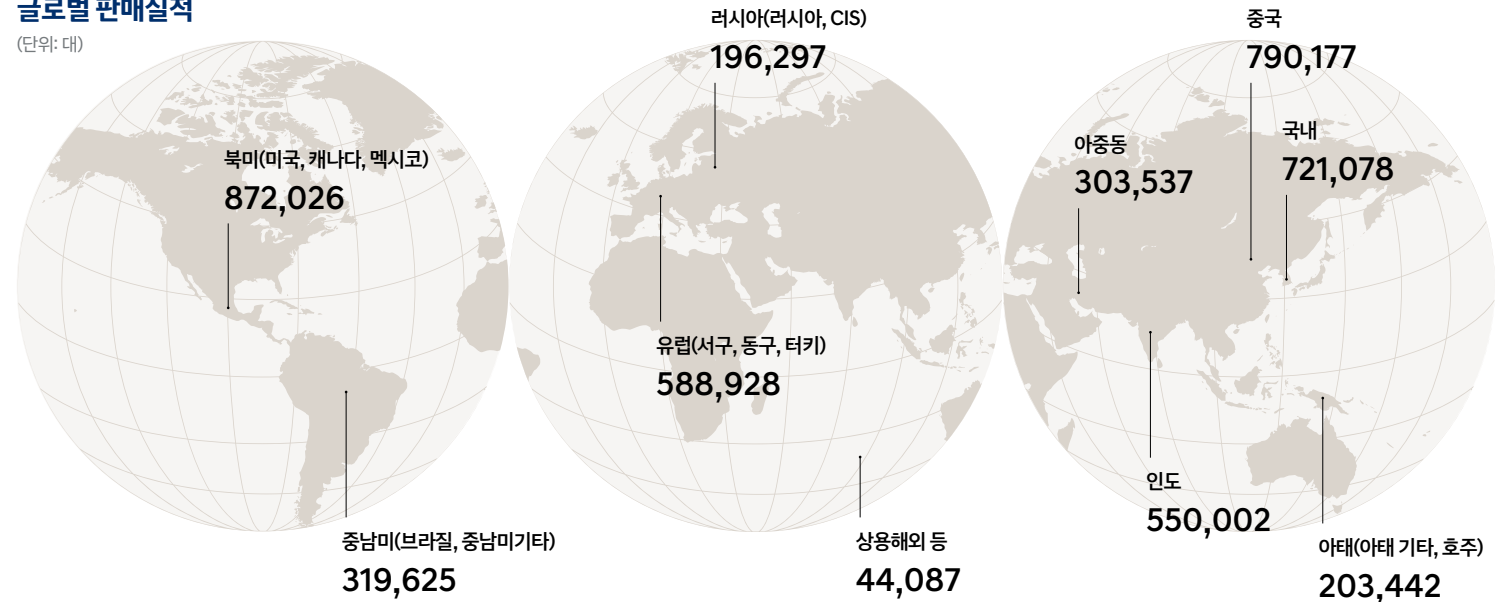
국내 시장에서는 고객의 다양한 니즈를 반영한 라인업 구성과 고객만족을 위한 다양한 서비스 및 커뮤니케이션을 통해 시장점유율 반등세를 이루어 냈으며, 러시아와 브라질 등에서도 회복세를 보이며 생산능력 확대 등 적극적인 시장 공략을 펼쳐 나가고 있습니다.

2018년 글로벌 제품 판매 (단위: 대)

<b>합계</b>	<b>4,589,199</b>
<b>국내</b>	<b>721,078</b>
승용차	691,827
상용차	29,251
<b>해외</b>	<b>3,868,121</b>
북미(미국, 캐나다, 멕시코)	872,026
인도	550,002
유럽(서구, 동구, 터키)	588,928
러시아(러시아, CIS)	196,297
중남미(브라질, 중남미기타)	319,625
아중동	303,537
아태(아태 기타, 호주)	203,442
중국	790,177
상용해외 등	44,087

## 글로벌 판매실적

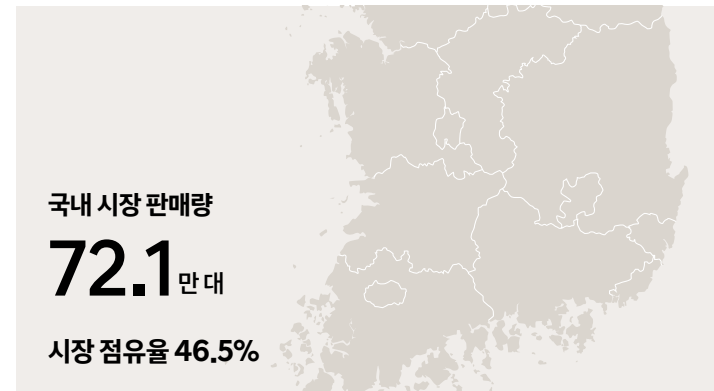
(단위: 대)



## 국내 시장 여건 및 영업의 개황

### 시장 여건

2018년 한국 자동차 시장에서는 소형 SUV와 중형 SUV, 고급 중형 차급의 판매 호조로 판매량이 10.0%, 51.6%, 123.7% 증가하였습니다. 중형과 준대형 차급은 판매가 각각 10.1%, 8.4% 감소하였으나, 전체 시장은 수입차 제외 시 총 155만 2천 대가 판매되어 전년 대비 8.8% 증가했습니다.



### 영업의 개황

2018년 한국 시장에서 현대자동차는 신형 코나와 싼타페의 판매 호조가 나타나며 전년 대비 13.5% 증가한 72만 1천 대의 판매실적을 올렸으며, 46.5%의 시장 점유율(수입차 제외)을 기록하였습니다.

현대자동차는 경쟁이 심화되는 어려운 상황에서도 상품 개발, 가격 정책과 서비스 등을 통해 고객만족을 실현하기 위해 노력하고 있습니다. 다양한 라이프스타일을 고려하여 i40 살론, 투싼 가솔린 모델 등 차종별 파생 모델을 출시하고 운전자의 즐거움을 극대화하는 벨로스터 N을 출시했습니다. 2018년에는 수소 전기차 넥쏘를 출시하여 친환경차 라인업을 강화했습니다. 아울러 당사 제품에 대한 접근성을 높이기 위해 중대형 인기 차종 및 고성능 4개 차종의 가격을 인하하는 '착한 가격' 정책을 진행했습니다. 또한 고객 서비스를 대대적으로 혁신하기 위해 당사 서비스 브랜드인 '블루멤버스(bluemembers)'를 확대 개편하였습니다.

한편 지속가능한 경영을 위해 친환경차 개발, 저탄소 사회 조성, 협력사 동반성장 등 환경적, 사회적 가치를 창출하기 위해 노력하고 있으며, 공모사업을 통해 37개 사회 복지 사업을 선정하여 다각적으로 지원하는 등 사회공헌 활동에도 힘쓰고 있습니다.



1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

5. APPENDICES

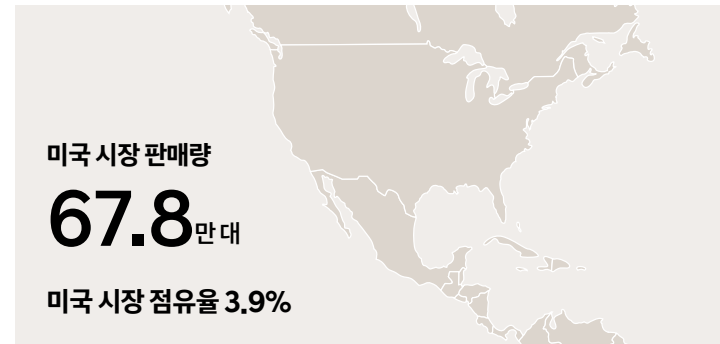
- 5.1 주요 영업성과 요약
- 5.2 지표 및 데이터
- 5.3 GRI 인덱스
- 5.4 제3자 검증의견서
- 5.5 보고서 개요

지역별 시장 여건 및 영업의 개황

미국 시장

시장 여건

2018년에는 소형 SUV와 픽업트럭의 판매 호조로 인해 소형 상용차 판매량이 전년 대비 7.4% 성장하였으나, 승용차는 전 차급의 판매가 부진함에 따라 13.4% 감소하였습니다. 미국 자동차 시장의 판매량은 전년보다 0.2% 증가한 1,726만 4천대를 기록하였습니다.



영업의 개황

2018년 미국 시장에서 현대자동차는 전년 대비 1.1% 감소한 67만 8천 대를 기록하여 3.9%의 시장점유율을 기록하였습니다. 투싼의 판매가 전년 대비 24.0% 증가하였으나, 엑센트 및 쏘나타의 판매가 각각 50.7%, 20.2% 감소하여 전체 판매는 감소했습니다.

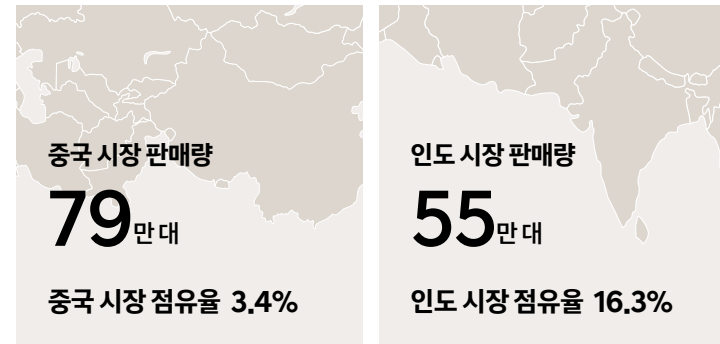
그러나 당사는 지속적인 품질경영을 추진하며 품질향상과 고객만족을 제고한 결과, 미국 시장조사 기관 제이디 파워(J.D. Power)의 '2018 미국 자동차 내구품질 조사(VDS)'에서 고급 브랜드를 제외한 일반 브랜드 부문에서 2년 연속 3위를 기록하였습니다. 이는 당사의 우수한 품질과 상품성을 바탕으로 한 브랜드 가치 성장으로 이어진 성과라고 할 수 있습니다. 아울러 글로벌 브랜드 컨설팅 업체 인터브랜드(Interbrand)가 발표한 글로벌 100대 브랜드에서도 당사는 2016년과 2017년 35위, 2018년 36위에 오르며 가장 빠르게 성장하는 자동차 브랜드로 평가 받고 있습니다.

또한 당사의 제네시스 브랜드는 2016년 8월 미국 시장에 진출하여 2018년 제이디 파워(J.D.Power)사가 발표한 2018년 신차품질조사(IQS)에서 전체 브랜드 중 1위, 프리미엄 브랜드 1위를 기록하였으며, 미국 자동차 전문 컨설팅 조사회사인 오토퍼시픽사가 발표한 '2018 차량 만족도 조사(VSA)'에서 고급 브랜드 부문 1위에 차지하며 현지 시장에서 우수성을 인정받고 있습니다.

아시아 시장

시장 여건

2018년 중국 시장에서는 최대 차급인 SUV 판매가 부진하여 전년 대비 4.2% 감소하였으며, 그 외 차종의 판매량도 5.0% 감소하여 전체 시장에서의 판매량은 4.7% 감소한 2,301만 6천대가 판매되었습니다. 한편, 인도시장에서는 전년대비 5.1% 증가한 337만 1천 대가 판매되었습니다. 선도 업체인 스즈키 마루티가 전년 대비 8.0% 증가한 173만 1천대를 판매하여 시장 성장을 이끌었으며, 로컬업체인 마힌드라와 타타도 1.5%, 26.3% 증가하여 22만 6천대, 21만 4천대를 판매했습니다.



영업의 개황

2018년 현대자동차는 중국 시장에서 전년 대비 0.7% 증가한 79만 대를 판매해 3.4%의 시장점유율을 차지하였습니다. 중국 시장에서는 고객만족도 향상에 힘쓴 결과, 북경현대는 시장조사 업체인 제이디파워(J.D.Power)사의 2018년 중국 신차 품질조사(IQS) 1위, 판매만족도 평가(SSI) 2위, 소비자만족도 평가(CSI) 3위를 차지하며 최상위권에 자리매김하였습니다.

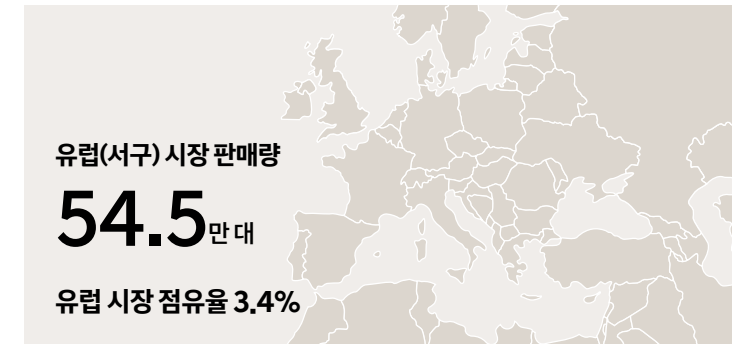
또한 중국의 축구 국가대표팀 및 베이징 국제 마라톤 대회 후원과 같은 스포츠마케팅, 어린이 교통안전 캠페인 및 교통사고 유자녀 후원을 위한 펀드 조성 등과 같은 사회공헌 활동을 강화함으로써 중국 기업공익발전지수에서 2017년과 2018년 2년 연속 1위를 차지하며 고객과 밀접한 브랜드 알리기에 힘쓰고 있습니다.

한편, 인도 시장에서는 2018년 판매량이 전년보다 4.3% 증가한 55만 대를 판매해 16.3%의 시장점유율을 차지하였습니다. 특히, 2014년 그랜드 i10, 2015년 엘리트 i20, 2016년 크레타(3년 연속)에 이어 2018년에는 신형 베르나가 ICOTY(Indian Car of The Year)를 수상하며 현지 고객의 기대에 부응하고 있습니다.

유럽(서구) 시장

시장 여건

2018년 유럽 시장은 WLTP 시행 등 강화된 CO<sub>2</sub> 규제로 인한 일부 업체 인증 지연 및 금융위기 이후 지속된 수요 회복력 소진으로 성장 정체기에 진입하여, 작년과 유사한 수준인 1,602만대가 판매되었습니다.



영업의 개황

2018년 유럽 시장에서 현대자동차의 자동차 판매는 아이오닉 전기차 및 코나의 신차 효과로 전년대비 3.6% 증가한 54만 5천 대를 기록하여, 전체 시장의 3.4%를 차지했습니다. 그러나 수익성 확보를 위해 차량 판매에 대한 과도한 인센티브를 지양하며 외형 확대보다는 내실 강화를 통한 질적 성장을 위해 노력하고 있습니다.

현대자동차는 보수적인 유럽 시장에서도 기술력과 디자인의 우수성을 바탕으로 입지를 다지고 있습니다. 2018년 8월, 스위스 'H<sub>2</sub>Energy'사에 수소전기 대형 트럭 1,000대 공급 및 10월, 프랑스 현지 회사와 공동으로 수소전기차 및 수소충전소 보급 확대를 위한 MOU를 체결하는 등 유럽에서 잇따른 수소차 공급 확대 노력의 성과를 거뒀습니다. 이에 더해 2014년에는 신형 제네시스와 i10, 2015년에는 i20와 쏘나타, 2016년에는 아이오닉에 이어 2018년에는 넥쏘, 코나가 세계 3대 디자인상인 레드닷 디자인 상을 수상하며 디자인 우수성을 인정받고 있습니다. 아울러 2018년의 i30 N의 성공적인 출시로 연간 목표 판매량을 상반기 만에 뛰어넘는 등 기대 이상의 성과를 기록했습니다. 향후에도 운전의 즐거움을 극대화한 고성능 'N' 시리즈를 지속적으로 선보일 계획입니다.

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

**5. APPENDICES**

- 5.1 주요 영업성과 요약
- 5.2 **지표 및 데이터**
- 5.3 GRI 인덱스
- 5.4 제3자 검증의견서
- 5.5 보고서 개요

# 지표 및 데이터

## CORPORATE PROFILE (생산 및 판매)

	구분	단위	2016	2017	2018	비고
일반 현황	총자산	억 원	1,788,359	1,781,995	<b>1,806,558</b>	연결 기준
	매출액	억 원	936,490	963,761	<b>968,126</b>	연결 기준
	생산대수	대	4,865,500	4,506,996	<b>4,635,356</b>	
글로벌 판매 상위차종	아반떼	대	875,275	669,663	<b>702,497</b>	연말 기준
	투싼	대	735,242	644,598	<b>577,662</b>	연말 기준
	엑센트	대	514,748	438,793	<b>362,315</b>	연말 기준
	쏘나타	대	354,838	430,752	<b>315,507</b>	연말 기준
	싼타페	대	354,838	373,032	<b>282,682</b>	연말 기준
글로벌 생산 현황	국내	대	1,679,905	1,651,718	<b>1,747,837</b>	
	미국	대	379,020	328,400	<b>322,500</b>	
	중국	대	1,142,000	800,000	<b>794,000</b>	
	인도	대	665,017	678,017	<b>713,108</b>	
	체코	대	358,400	356,700	<b>340,300</b>	
	터키	대	230,010	227,000	<b>203,000</b>	
	러시아	대	207,000	233,500	<b>246,500</b>	
	브라질	대	161,756	182,773	<b>192,855</b>	
	중국상용	대	37,881	27,941	<b>12,195</b>	
	베트남	대	-	16,617	<b>56,028</b>	2017년부터 위탁생산에서 합작투자로 전환
	위탁상용	대	4,511	4,330	<b>5,200</b>	
	베트남상용	대	-	-	<b>1,653</b>	2018년부터 위탁생산에서 합작투자로 전환
	러시아상용	대	-	-	<b>180</b>	2018년부터 위탁생산에서 합작투자로 전환
	합계	대	4,865,500	4,506,996	<b>4,635,356</b>	
글로벌 판매 현황	국내	대	658,642	688,939	<b>721,078</b>	
	해외	대	4,201,407	3,817,336	<b>3,868,121</b>	
	합계	대	4,860,049	4,506,275	<b>4,589,199</b>	

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

**5. APPENDICES**

5.1 주요 영업성과 요약

5.2 지표 및 데이터

5.3 GRI 인덱스

5.4 제3자 검증의견서

5.5 보고서 개요

**CORPORATE PROFILE**  
**(인력 및 공급망 현황)**

	구분	단위	2016	2017	2018	비고
인력 현황	국내	명	66,890	68,876	<b>69,755</b>	마지막 영업일 기준, 직접 고용인원 수 취합기준 조정하여 과년도 수치 변경됨
	해외	명	50,499	53,341	<b>54,166</b>	연말 기준, 정규직 및 비정규직 임직원 수
	해외 비율	%	43.0	43.6	<b>43.7</b>	
	합계	명	117,389	122,217	<b>123,921</b>	
지역별 인력 현황	국내	명	66,890	68,876	<b>69,755</b>	
	북미	명	9,886	10,942	<b>11,332</b>	
	유럽	명	6,625	9,955	<b>9,745</b>	
	중국	명	19,447	19,100	<b>18,132</b>	
	인도	명	9,284	9,318	<b>9,323</b>	
	기타	명	5,257	4,026	<b>5,634</b>	
	합계	명	117,389	122,217	<b>123,921</b>	
직군별 국내 인력 현황	임원	명	369	466	<b>442</b>	
	연구위원	명	19	22	<b>22</b>	
	연구직	명	10,037	10,565	<b>10,889</b>	
	사무직	명	11,756	12,659	<b>12,512</b>	
	기술/생산/정비직	명	35,439	35,669	<b>35,983</b>	
	영업직	명	6,185	6,190	<b>6,095</b>	
	기타직	명	3,085	3,305	<b>3,812</b>	자문역, 별정 임직원(특수직무 수행인원), 촉탁 등
	합계	명	66,890	68,876	<b>69,755</b>	
성별 인력 현황	국내	명	66,890	68,876	<b>69,755</b>	
	- 남성	명	63,454	65,471	<b>66,178</b>	
	- 여성	명	3,436	3,405	<b>3,577</b>	
	해외	명	51,430	53,341	<b>54,166</b>	
	- 남성	명	45,989	47,737	<b>48,271</b>	
	- 여성	명	5,441	5,604	<b>5,895</b>	

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

**5. APPENDICES**

- 5.1 주요 영업성과 요약
- 5.2 지표 및 데이터
- 5.3 GRI 인덱스
- 5.4 제3자 검증의견서
- 5.5 보고서 개요

**ANNUAL PERFORMANCE**

구분		단위	2016	2017	2018	비고
재무상태표 (연결 기준)	자산총계	십억 원	178,836	178,199	<b>180,656</b>	
	부채총계	십억 원	106,491	103,442	<b>106,760</b>	
	자본총계	십억 원	72,345	74,757	<b>73,896</b>	
재무상태표 (별도 기준)	자산총계	십억 원	69,851	70,131	<b>69,743</b>	
	부채총계	십억 원	17,271	15,906	<b>17,167</b>	
	자본총계	십억 원	52,580	54,224	<b>52,576</b>	
재무성과 요약	매출액	십억 원	93,649	96,376	<b>96,813</b>	
	영업이익	십억 원	5,194	4,575	<b>2,422</b>	
	당기순이익	십억 원	5,720	4,546	<b>1,645</b>	연결당기순이익 비지배지분 포함
	EBITDA	십억 원	8,552	8,104	<b>6,184</b>	블룸버그 기준 (영업이익, 유형자산 감가상각비, 투자부동산 감가상각비, 무형자산 감가상각비의 합)
손익계산서 (별도 기준)	매출액	십억 원	41,714	41,605	<b>43,160</b>	
	영업이익	십억 원	2,699	2,163	<b>-59</b>	
	당기순이익	십억 원	4,102	2,551	<b>415</b>	
	EBITDA	십억 원	4,913	4,467	<b>2,447</b>	블룸버그 기준 (영업이익, 유형자산 감가상각비, 투자부동산 감가상각비, 무형자산 감가상각비의 합)
수익성지표 (연결 기준)	매출액 영업이익률	%	5.5	4.7	<b>2.5</b>	
	매출액 순이익률	%	6.1	4.7	<b>1.7</b>	
수익성지표 (별도 기준)	매출액 영업이익률	%	6.5	5.2	<b>-0.1</b>	
	매출액 순이익률	%	9.8	6.1	<b>1.0</b>	

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

**5. APPENDICES**

5.1 주요 영업성과 요약

5.2 지표 및 데이터

5.3 GRI 인덱스

5.4 제3자 검증의견서

5.5 보고서 개요

**OUR SYSTEM**

	구분	단위	2016	2017	2018	비고
준법경영 교육 현황	국내 교육 횟수	건	83	34	26	온라인교육(3), 집합교육(23)의 합
	국내 참석자 수	명	27,470	25,089	24,959	온라인교육(23,236), 집합교육(1,723) 참석자의 합
	해외 교육 횟수	건	1	1	4	주재원 온라인 교육(1), 해외법무 집합교육(3)의 합
	해외 참석자 수	명	610	800	988	주재원 온라인 교육(728), 해외법무 집합교육(260) 참석자의 합
법규/자발적 규칙 위반	공정거래 관련 법적제재 건수	건수	0	0	0	담합 등 부당 경쟁 행위 및 독과점 행위 관련 위반
	국내 마케팅 활동	건수	0	0	0	광고, 판촉, 후원 등 관련 법규 위반 및 자발적 규칙위반 건수, 사업보고서 기준
	해외 마케팅 활동	건수	0	0	0	
	제품 정보 제공	건수	1	0	0	연비 등 소비자에게 제공되는 제품 성능/기능 정보 관련 법규 위반 및 행정처분 건수
	환경관련 과태료 및 벌과금	백만 원	5.9	73.4	17.0	2016년부터 해외생산법인을 추가하여 보고함
경제적 가치 배분 (연결 기준)	배당금총액(주주 및 투자자)	십억 원	1,080	1,080	1,066	
	이자비용(주주 및 투자자)	십억 원	272	333	307	연결재무제표 주식 중 '금융수익 및 금융비용' 참고
	종업원급여(임직원)	십억 원	8,878	8,921	8,894	연결재무제표 주식 중 '비용의 성격별 분류' 참고
	원재료비(협력사)	십억 원	52,102	53,039	56,845	연결재무제표 주식 중 '비용의 성격별 분류(원재료 및 상품 사용액)' 참고
	법인세(정부)	십억 원	1,587	-108	885	연결재무제표 주식 중 '법인세' 참고
	기부금(지역사회)	십억 원	76	69	85	연결재무제표 주식 중 '기타수익/비용' 참고
	합계	십억 원	63,995	63,334	68,083	
	배당금총액(주주 및 투자자)	십억 원	1,080	1,080	1,066	
경제적 가치 배분 (별도 기준)	이자비용(주주 및 투자자)	십억 원	129	191	156	재무제표 주식 중 '금융수익 및 금융비용' 참고
	종업원급여(임직원)	십억 원	6,265	6,266	6,127	재무제표 주식 중 '비용의 성격별 분류' 참고
	원재료비(협력사)	십억 원	25,001	25,828	29,025	재무제표 주식 중 '비용의 성격별 분류(원재료 및 상품 사용액)' 참고
	법인세(정부)	십억 원	841	526	295	재무제표 주식 중 '법인세' 참고
	기부금(지역사회)	십억 원	50	48	64	재무제표 주식 중 '기타수익/비용' 참고
	합계	십억 원	33,366	33,938	36,733	

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

**5. APPENDICES**

- 5.1 주요 영업성과 요약
- 5.2 지표 및 데이터
- 5.3 GRI 인덱스
- 5.4 제3자 검증의견서
- 5.5 보고서 개요

**OUR VALUE**

	구분	단위	2016	2017	2018	비고	
품질지수	미국 내구품질지수(현대)	순위(점수)	9위(158)	3위(133)	<b>3위(124)</b>	2019년 5위(124점) : 일반 브랜드 기준	
	(J.D. Power 설문조사 기준)	미국 신차품질지수(현대)	순위(점수)	2위(92)	4위(88)	<b>2위(74)</b>	일반 브랜드 기준
		미국 신차품질지수(제네시스)	순위(점수)	-	1위(77)	<b>1위(68)</b>	프리미엄 브랜드 기준(제네시스 프리미엄 브랜드 17년 첫 조사)
고객 가치	외부기관 평가 - NCSI(국가 고객 만족도)	등수	전 부문 1위	전 부문 1위	<b>전 부문 1위</b>	소형, 준중형, 중형, 준대형, 대형, RV	
	고객 만족도 조사	외부기관 평가 - KS QEI(한국품질만족지수)	등수	전 부문 1위	전 부문 1위	<b>전 부문 1위</b>	준중형, 중형, RV, 자동차AS
		외부기관 평가 - KCSI(한국산업의 고객 만족도)	등수	전 부문 1위	전 부문 1위	<b>전 부문 1위</b>	승용, RV

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

**5. APPENDICES**

- 5.1 주요 영업성과 요약
- 5.2 지표 및 데이터
- 5.3 GRI 인덱스
- 5.4 제3자 검증의견서
- 5.5 보고서 개요

	구분	단위	2016	2017	2018	비고
에너지 사용량	LNG	MWh	3,821,131	3,839,712	<b>3,975,889</b>	현대자동차 국내 사업장 및 해외 생산법인 기준 (국가 온실가스 종합관리시스템 제공 에너지 환산 계수 활용)
	전력	MWh	3,596,858	3,610,742	<b>3,721,273</b>	
	디젤, 등유, 휘발유	MWh	178,493	180,747	<b>153,458</b>	
	액화연료	MWh	1,585	1,673	<b>1,751</b>	
	기체연료	MWh	1,480	894	<b>1,929</b>	
	에너지 사용량 합계	MWh	7,599,547	7,633,769	<b>7,854,301</b>	
에너지 사용 집약도	자동차 1대 생산 시 사용되는 에너지량	MWh/대	1.562	1.694	<b>1.694</b>	'에너지 사용량' 합계 ÷ '글로벌 생산 현황' 합계
환경 책임	Scope 1	tCO <sub>2</sub> e	822,273	846,371	<b>831,180</b>	- CO <sub>2</sub> , CH <sub>4</sub> , N <sub>2</sub> O 배출량 기준 2016년부터 최근 3개연도에 대하여 Scope 3 배출량을 측정함
	Scope 2	tCO <sub>2</sub> e	2,032,654	1,872,132	<b>1,920,126</b>	- Scope3 세부 내용은 CDP를 통해 정보 공개
	Scope 3	tCO <sub>2</sub> e	7,209,437	7,166,053	<b>5,659,892</b>	- CDP 항목 중 업스트림 운송&물류, 업스트림 임차자산, 프랜차이즈 세 개 항목은 제외된 수치임
	온실가스 배출량 합계	tCO <sub>2</sub> e	10,064,364	9,884,556	<b>8,411,198</b>	- Scope 3 항목 중 "투자" 관련 배출량은 현대자동차 보유 지분을 25% 이상 기업들만 대상으로 산정함
	온실가스 배출 집약도	자동차 1대 생산 시 발생하는 온실가스	tCO <sub>2</sub> e/대	2.069	2.193	<b>1.815</b>
온실가스 배출량 전년대비 증감 현황	Scope 1 증감량	tCO <sub>2</sub> e	24,882	24,098	<b>-15,191</b>	
	Scope 2 증감량	tCO <sub>2</sub> e	132,711	-160,522	<b>47,994</b>	
	Scope 3 증감량	tCO <sub>2</sub> e	-471,336	-43,384	<b>-1,506,161</b>	
	온실가스 증감량 합계	tCO <sub>2</sub> e	-313,743	-179,808	<b>-1,473,358</b>	
원자재	철(사용량)	톤	1,249,939	1,148,388	<b>1,173,455</b>	
	철(스크랩)	톤	458,982	477,680	<b>453,788</b>	
	알루미늄(사용량)	톤	109,122	117,252	<b>108,399</b>	
	알루미늄(스크랩)	톤	30,593	30,132	<b>27,841</b>	

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

**5. APPENDICES**

5.1 주요 영업성과 요약

5.2 지표 및 데이터

5.3 GRI 인덱스

5.4 제3자 검증의견서

5.5 보고서 개요

구분		단위	2016	2017	2018	비고	
수자원 사용량	용수 취수량	톤	21,630,902	21,835,714	<b>22,184,515</b>		
	용수 사용량	톤	16,927,711	17,761,786	<b>17,865,478</b>		
	용수 방류량	톤	9,736,760	9,254,825	<b>9,836,345</b>		
냉매가스 사용량 (HFC, R135a 등)	냉매가스 사용량 합계	톤	621	1,062	<b>1,296</b>		
	- 국내	톤	4	3	<b>9</b>		
	- 해외	톤	617	1,059	<b>1,287</b>		
환경 책임	VOC 배출량	VOC 배출량 합계	톤	10,367	8,398	<b>7,719</b>	
		- 국내	톤	7,241	6,292	<b>6,707</b>	
		- 해외	톤	3,126	2,106	<b>1,012</b>	
대기오염물질 발생량	대기오염물질 발생량 합계		톤	1,172	1,256	<b>1,065</b>	
	- CO(종류별)		톤	275	384	<b>276</b>	
	- SOx(종류별)		톤	37	28	<b>17</b>	
	- NOx(종류별)		톤	460	399	<b>327</b>	
	- PM(종류별)		톤	400	445	<b>444</b>	
	- 국내(지역별)		톤	342	392	<b>419</b>	
	- 해외(지역별)		톤	830	864	<b>646</b>	



1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

**5. APPENDICES**

5.1 주요 영업성과 요약

5.2 지표 및 데이터

5.3 GRI 인덱스

5.4 제3자 검증의견서

5.5 보고서 개요

		구분	단위	2016	2017	2018	비고
수질오염물질 발생량	수질오염물질 발생량 합계		kg	683,350	649,860	<b>652,757</b>	
	- COD(종류별)		kg	173,092	174,193	<b>198,383</b>	
	- BOD(종류별)		kg	20,418	24,124	<b>22,743</b>	
	- SS(종류별)		kg	26,420	29,393	<b>42,399</b>	
	- n-H(종류별)		kg	166	515	<b>364</b>	
	- 기타(종류별)		kg	463,254	421,635	<b>388,867</b>	
	- 국내(지역별)		kg	33,355	34,726	<b>33,300</b>	
	- 해외(지역별)		kg	649,995	615,134	<b>619,456</b>	
환경 책임	폐기물 발생량 합계		톤	665,768	857,146	<b>573,123</b>	
	- 일반폐기물(종류별)		톤	619,751	810,992	<b>528,116</b>	
	- 지정폐기물(종류별)		톤	46,017	46,154	<b>45,007</b>	
	- 국내(지역별)		톤	332,225	542,106	<b>307,729</b>	
	- 해외(지역별)		톤	333,543	315,040	<b>265,395</b>	
폐기물 처리방법별 처리 현황	폐기물 처리량 합계		톤	559,091	784,219	<b>573,021</b>	
	- 매립		톤	27,275	34,404	<b>29,266</b>	
	- 소각		톤	33,765	34,633	<b>40,011</b>	
	- 재활용		톤	493,102	709,841	<b>496,992</b>	
	- 기타		톤	4,948	5,341	<b>6,752</b>	
유해화학물질 사용량	유해화학물질 사용량 합계		톤	4,583	3,930	<b>4,723</b>	
	- 국내		톤	900	458	<b>456</b>	
	- 해외		톤	3,683	3,473	<b>4,268</b>	
환경비용	환경비용 및 투자금액		억 원	1,560	1,366	<b>1,184</b>	

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

**5. APPENDICES**

5.1 주요 영업성과 요약

5.2 지표 및 데이터

5.3 GRI 인덱스

5.4 제3자 검증의견서

5.5 보고서 개요

		구분	단위	2016	2017	2018	비고
상생 협력	자동차부품 산업진흥재단 지원 현황	품질기술 봉사단	개사	101	107	108	현대기아 통합, 1차:6사, 2·3차:102사
		협력사 지원단	개사	50	48	54	현대기아 통합, 1차: 22사, 2차: 32사
	협력사 동반진출 현황	협력사 수	개사	700+	700+	800+	현대기아 통합, 1차: 300여 사, 2차: 500여 사
	동반성장 및 공정거래 협약 체결사	협약 체결 협력사 수	개사	298	285	273	현대기아 통합, 중소: 125사, 중견: 148사
	협력사 인력채용 현황	채용인원 수	명	13,000	11,300	11,500	
보안관행 (국내 기준)		보안 담당 인력 수	명	359	379	343	
		보안 담당 외주 인력 수	명	614	604	603	
		인권 교육을 받은 보안인력 수	명	933	962	925	
노동조합 가입 현황 (국내 기준)		가입인원 수	명	48,150	48,261	47,807	
		가입 비율	%	72.0	70.1	68.5	
신규 채용 현황 (국내 기준)		채용인원 수	명	5,301	4,370	4,154	
이직자 현황 (국내 기준)		총 이직률	%	1.23	1.75	3.62	당해년도 전체 퇴사자 중 의원면직 제외한 자발적인 퇴사자
		자발적 이직률	%	0.23	0.34	0.70	
인재 존중		조직문화진단 점수	점	(N/A)	58.7	61.7	- 전년도 보고서의 경우, 2017년 조직문화진단 내 직원만족도 지수를 기재함 - 조직문화진단 지속 시행에 따라 데이터를 변경
	조직문화진단 추이	직원만족도 점수	점	3.55	(N/A)	(N/A)	2017년부터 직원만족도 점수에서 조직문화진단 값으로 기준이 변경
		국내 여성 임직원 수	명	3,436	3,405	3,577	
지역별 여성 임직원 현황		국내 여성 임원 수	명	4	3	2	
		북미 여성 임직원 수	명	1,390	1,431	1,504	
		북미 여성 임원 수	명	6	6	5	
		유럽 여성 임직원 수	명	1,212	1,363	1,419	
		유럽 여성 임원 수	명	2	2	1	

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

**5. APPENDICES**

5.1 주요 영업성과 요약

5.2 지표 및 데이터

5.3 GRI 인덱스

5.4 제3자 검증의견서

5.5 보고서 개요

		구분	단위	2016	2017	2018	비고	
지역별 여성 임직원 현황		중국 여성 임직원 수	명	2,152	2,134	2,131		
		중국 여성 임원 수	명	10	10	8		
		인도 여성 임직원 수	명	160	155	177		
		인도 여성 임원 수	명	0	0	0		
		기타 지역 여성 임직원 수	명	527	521	664		
		기타 지역 여성 임원 수	명	-	-	-		
		여성 임직원 수	명	8,877	9,009	9,472		
		여성 임원 수	명	22	21	16		
		여성 임직원 비율	%	7.5	7.4	7.6	여성 임직원 수 ÷ 전체 임직원 수	
인재 존중	여성 관리자 현황	국내 관리자 수	명	14,509	14,883	14,115		
		국내 여성 관리자 수	명	331	399	461		
		해외 관리자 수	명	-	-	3,042	- 관리자의 범위는 과장급 이상을 의미하며 수석부회장, 자문역을 제외한 일반직, 연구직, 별정직, 임원을 포함함	
		해외 여성 관리자 수	명	-	-	493	- 해외 관리자 및 여성 관리자 데이터는 2018년부터 수합하여 보고함	
		관리자 수	명	-	-	17,157		
		여성 관리자 수	명	-	-	954		
		여성 관리자 비율	%	-	-	5.6		
		장애인 고용 현황 (국내 기준)	장애인 근로자 수	명	1,867	2,501	2,055	
			장애인 고용률	%	2.75	2.97	2.95	장애인 근로자 수 ÷ 국내 임직원 수
연령대별 임직원 현황 (국내 기준)		30세 미만	명	6,373	6,404	7,602		
		30세 이상 50세 미만	명	35,937	34,633	32,199		
		50세 이상	명	25,511	27,839	29,954		
		합계	명	67,821	68,876	69,755		
교육 현황 (국내 기준)		인당 교육비용	만 원	55	43	40		
		인당 교육시간	시간	56	45	38		
		총 교육비	억 원	369	293	260		

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

**5. APPENDICES**

5.1 주요 영업성과 요약

5.2 지표 및 데이터

5.3 GRI 인덱스

5.4 제3자 검증의견서

5.5 보고서 개요

	구분	단위	2016	2017	2018	비고
육아휴직 현황 (국내 기준)	육아휴직 사용(남자)	명	50	22	<b>93</b>	2018년 말 기준
	육아휴직 사용(여자)	명	212	123	<b>122</b>	
	복귀율(남자)	%	89.1	88.9	<b>92.5</b>	전체 복귀대상자 대비 복직자 비율
	복귀율(여자)	%	89.1	87.0	<b>97.5</b>	
	유지율(남자)	%	96	94.2	<b>100.0</b>	복직자 대비 12개월 이상 유지종인 자 비율
	유지율(여자)	%	85.6	96.4	<b>98.3</b>	
인재 존중	국내사업장 산업재해자 수	명	217	210	<b>286</b>	울산, 아산, 전주 사업장 기준
	국내사업장 산업재해율	%	0.55	0.53	<b>0.71</b>	
	해외사업장 산업재해자 수	명	38	41	<b>32</b>	해외생산법인 기준
	해외사업장 산업재해율	%	0.10	0.11	<b>0.09</b>	
	산업재해자 수	명	255	251	<b>318</b>	국내(울산, 아산, 전주 사업장) 및 해외생산법인 기준
	산업재해율	%	0.34	0.33	<b>0.42</b>	
근로손실재해율 (LTIFR)	국내사업장 LTIFR	%	1.87	1.96	<b>2.39</b>	- 근로손실재해율 (LTIFR, Lost-Time Injuries Frequency Rate) = (사고성재해건수×1,000,000) ÷ 연 근로시간  - 국내(울산, 아산, 전주 사업장) 및 해외생산법인 기준 - 단, 해외 협력사 LTIFR과 협력사 LTIFR 합계의 경우 브라질 생산법인(HMB)은 제외됨
	해외사업장 LTIFR	%	0.41	0.47	<b>0.33</b>	
	임직원 LTIFR 합계	%	1.16	1.28	<b>1.46</b>	
	국내 협력사 LTIFR	%	1.76	1.62	<b>2.46</b>	
	해외 협력사 LTIFR	%	0.12	0.04	<b>0.10</b>	
	협력사 LTIFR 합계	%	0.54	0.46	<b>0.67</b>	
직업성질병발생율 (OIFR)	국내사업장 OIFR	%	0.70	0.49	<b>0.86</b>	- 직업성질병발생율 (OIFR, Occupational Injuries Frequency Rate) = (질환성재해건수×1,000,000) ÷ 연 근로시간  - 국내(울산, 아산, 전주 사업장) 및 해외생산법인 기준
	해외사업장 OIFR	%	0.06	0.10	<b>0.11</b>	
	임직원 OIFR 합계	%	0.39	0.31	<b>0.52</b>	

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

**5. APPENDICES**

5.1 주요 영업성과 요약

5.2 지표 및 데이터

5.3 GRI 인덱스

5.4 제3자 검증의견서

5.5 보고서 개요

	구분	단위	2016	2017	2018	비고
사회공헌 분야별 투자 (국내 기준)	사회복지	백만 원	22,252	23,147	48,817	
	의료보건	백만 원	380	414	85	
	교육학술	백만 원	10,369	18,969	11,691	
	문화체육	백만 원	27,004	11,210	11,166	
	환경보전	백만 원	1,310	7,001	2,482	
	응급재난	백만 원	5,508	1,203	335	
	국제교류	백만 원	1,941	1,380	1,273	
	기타	백만 원	6,738	1,635	1,425	
	사회공헌 투자 합계	백만 원	75,502	64,959	77,275	
	사회공헌 유형별 금액(국내 기준)	현금 기부	백만원	50,242	42,554	62,663
현물 기부		백만원	11,511	8,297	2,705	
경영 비용		백만원	13,749	14,109	11,907	
지역 사회	임직원 자원봉사 실적 (국내 기준)	회	2,348	2,129	1,873	
	봉사인원	명	28,462	17,105	17,879	
	봉사시간	시간	144,697	125,093	59,508	
권역별 사회공헌 금액	미주 권역	USD	20,178,196	20,281,277	19,708,964	북미권역, 중남미권역
	아·중·아 권역	USD	2,360,678	3,343,664	3,902,344	아태권역, 아중동권역, 인도권역
	유럽권역	USD	1,587,648	1,703,200	1,338,128	유럽권역, 러시아권역
	중국권역	USD	285,065	372,181	756,000	
	권역별 사회공헌 금액 합계	USD	24,411,587	25,700,322	25,705,436	
협회 기부금	총액	백만 원	6,759	6,677	7,489	산업 유관 협회 비정치적 협회 후원 금액(국내 기준)
주요 후원 단체	자동차부품산업진흥재단	백만 원	2,750	3,124	3,300	
	한국자동차산업협회	백만 원	2,577	2,171	2,037	
	지능형자동차부품진흥원	백만 원	-	-	460	
	자동차부품연구원	백만 원	309	302	305	
	수소융합얼라이언스추진단	백만 원	-	-	200	

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

**5. APPENDICES**

- 5.1 주요 영업성과 요약
- 5.2 지표 및 데이터
- 5.3 GRI 인덱스**
- 5.4 제3자 검증의견서
- 5.5 보고서 개요

# GRI 인덱스

## Universal Standards

Disclosure			2019 Report	
No.	Core	Title	Page	Note
102-01	Core	조직 명칭	4	
102-02	Core	활동 및 대표 브랜드, 제품 및 서비스	4-5	
102-03	Core	본사의 위치	125	
102-04	Core	사업 지역	5	
102-05	Core	소유 구조 특성 및 법적 형태	4	
102-06	Core	시장 영역	5, 104-105	
102-07	Core	조직의 규모	4, 106-108	
102-08	Core	임직원 및 근로자에 대한 정보	4, 107	
102-09	Core	조직의 공급망	68-77	
102-10	Core	조직 및 공급망의 중대한 변화	-	중대한 변화 없음
102-11	Core	사전예방 원칙 및 접근	44	
102-12	Core	외부 이니셔티브	32-34, 36, 38, 93-97	
102-13	Core	협회 멤버십	117	
102-14	Core	최고 의사 결정권자 성명서	3	
102-15		주요 영향, 위기 그리고 기회	34, 36, 38	
102-16	Core	가치, 원칙, 표준, 행동강령	6-7, 43	
102-17		윤리 관련 안내 및 고충처리 메커니즘	43	
102-18	Core	지배구조	41-42	
102-21		경제적, 환경적, 사회적 토픽에 대한 이해관계자와의 협의	42	
102-22		최고의사결정기구와 산하 위원회의 구성	41-42	
102-23		최고의사결정기구의 의장	41	
102-24		최고의사결정기구 추천 및 선정	41-42	
102-27		최고의사결정기구의 집단지식	41	
102-28		최고의사결정기구의 성과에 대한 평가	42	
102-33		중요 사안에 대한 커뮤니케이션	41-42	
102-34		중대이슈의 특성 및 수	32-33	
102-35		보상 정책	42	
102-38		연간 총 보상 비율	42	

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

**5. APPENDICES**

- 5.1 주요 영업성과 요약
- 5.2 지표 및 데이터
- 5.3 GRI 인덱스**
- 5.4 제3자 검증의견서
- 5.5 보고서 개요

**Topic Specific Standards \_ Material Topics**

Disclosure			2019 Report	
No.	Core	Title	Page	Note
102-40	Core	조직과 관련 있는 이해관계자 집단 리스트	31	
102-41	Core	단체협약	87, 114	
102-42	Core	이해관계자 파악 및 선정	31	
102-43	Core	이해관계자 참여 방식	31	
102-44	Core	이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 주제와 관심사	31	
102-45	Core	조직의 연결 재무제표에 포함된 entities(자회사 및 합작회사)의 리스트	-	사업보고서 참고
102-46	Core	보고 내용 및 토픽의 경계 정의	32-33	
102-47	Core	Material Topic 리스트	32-33	
102-48	Core	정보의 재기술	125	
102-49	Core	보고의 변화	-	중대한 변화 없음
102-50	Core	보고 기간	125	
102-51	Core	가장 최근 보고 일자	125	
102-52	Core	보고 주기	125	
102-53	Core	보고서에 대한 문의처	125	
102-54	Core	GRI Standards에 따른 보고 방식	125	
102-55	Core	GRI 인덱스	118-121	
102-56	Core	외부 검증	122-124	

Disclosure			2019 Report	
Topic Name	No.	Title	Page	Note
간접경제효과	103-01	중요 주제와 그 주제의 경계에 대한 설명	38-39	
	103-02	관리 방식과 그 구성요소	38-39	
	103-03	관리 방식의 평가	38-39	
	203-01	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원활동	39, 63, 89-102, 117	
	203-02	중요한 간접적 경제 파급효과 및 영향	39, 63, 89-102	
배출	103-01	중요 주제와 그 주제의 경계에 대한 설명	34-35	
	103-02	관리 방식과 그 구성요소	34-35	
	103-03	관리 방식의 평가	34-35	
	305-01	직접 온실가스 배출량(scope 1)	67, 111	
	305-02	간접 온실가스 배출량(scope 2)	67, 111	
	305-03	기타 간접 온실가스 배출량(scope3)	63, 67, 111	

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

**5. APPENDICES**

- 5.1 주요 영업성과 요약
- 5.2 지표 및 데이터
- 5.3 GRI 인덱스
- 5.4 제3자 검증의견서
- 5.5 보고서 개요

**Topic Specific Standards \_ Non Material Topics**

Disclosure			2019 Report	
Topic Name	No.	Title	Page	Note
배출	305-04	온실가스 배출 집약도	111	
	305-05	온실가스 배출 감축	63-64, 67, 111	
	305-06	오존층 파괴 물질의 배출	112	
	305-07	질소산화물, 황산화물 그리고 다른 주요 대기 배출물	112	
고객 안전보건	103-01	중요 주제와 그 주제의 경계에 대한 설명	36-37	
	103-02	관리 방식과 그 구성요소	36-37	
	103-03	관리 방식의 평가	36-37	
	416-01	제품 및 서비스군의 안전보건 영향 평가	36-37	
	416-02	제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 규정 위반 사건	-	사업보고서 참고

Disclosure			2019 Report	
No.	Title	Page	Note	
201-01	직접적인 경제적 가치의 창출과 배분	109		
201-02	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	34, 63-64, 66		
201-03	조직의 확정급여형 연금제도 채무 총당	84		
201-04	정부 지원 보조금 수혜 실적	-		
202-01	사업장의 현지 법정최저임금 대비 신입사원 임금 비율	-		
202-02	주요 사업장의 현지 출신 고위 관리자 비율	-		
204-01	주요한 사업 지역에서의 현지 구매 비율	-		
205-01	사업장 부패 위험 평가	-		
205-02	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	43, 70, 109		
205-03	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	-	확인된 부패사례 없음	
206-01	경쟁저해행위, 독과점 등 불공정한 거래행위에 대한 법적 조치	109		
301-01	사용된 원료의 중량과 부피	111		
301-02	사용된 원료 중 재생 원료의 투입	62		
301-03	제품 및 포장재 재생 원료	62		
302-01	조직 내부 에너지 소비	111		
302-02	조직 외부 에너지 소비	-		
302-03	에너지 집약도	111		
302-04	에너지 소비 절감	63-64		
302-05	제품 및 서비스의 에너지 요구량 감축	61		



1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

5. APPENDICES

- 5.1 주요 영업성과 요약
- 5.2 지표 및 데이터
- 5.3 GRI 인덱스
- 5.4 제3자 검증의견서
- 5.5 보고서 개요

Disclosure		2019 Report	
No.	Title	Page	Note
303-01	공급원별 취수량	112	
303-02	취수로부터 큰 영향을 받는 용수 공급원	65, 112	
303-03	용수 재활용 및 재사용	-	
306-01	수질 및 목적지에 따른 폐수 배출	112	
306-02	유형과 처리방법에 따른 폐기물	113	
306-03	중대한 유출	-	유출 발생 사례 없음
307-01	환경 법규 위반	113	USD \$10,000 이상의 중대한 벌금 및 과태료의 경우 2017년 전주공장 1건 발생. 배출시설 내 외부공기 유입으로 대기환경보전법 제31조 위반 과징금 납부
401-01	신규채용과 이직	114	
401-02	비정규 직원 혹은 파트타임 직원에게는 제공되지 않는 정규직 직원 대상의 보상	84	
401-03	육아휴직	116	
403-02	부상 유형, 부상 발생률, 업무상 질병 발생률, 휴직일수 비율, 결근률, 업무 관련 사망자 수	116	
403-03	업무상 질병 발생률 또는 발생 위험이 높은 근로자	116	생산라인 근로자의 경우 근·골격계 질환 및 난청 위험이 있어 유해요인 조사를 실시하고 방지 프로그램을 운영함
404-01	임직원 1인당 평균 교육 시간	115	
404-02	임직원 역량 강화 및 전환 지원을 위한 프로그램	82-83	
405-01	거버넌스 기구 및 임직원 다양성	114-115	
406-01	차별 사건 및 이에 대한 시정조치	-	차별 사건 없음
407-01	근로자의 결사 및 단체 교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 사업장 및 협력회사	-	현저한 위험이 있는 사업장 및 공급업체 없음
408-01	아동 노동 발생 위험이 높은 사업장 및 협력회사	-	현저한 위험이 있는 사업장 및 공급업체 없음
409-01	강제 노동 발생 위험이 높은 사업장 및 협력회사	-	현저한 위험이 있는 사업장 및 공급업체 없음
410-01	사업과 관련된 인권 정책 및 절차에 관한 훈련을 받은 보안요원의 비율	114	
411-01	원주민의 권리 침해사고 건수와 취해진 조치	-	침해 사례 없음
413-01	지역사회 참여, 영향 평가 그리고 발전프로그램 운영 비율	92-100	
413-02	지역사회에 중대한 실질적/잠재적인 부정적 영향이 존재하는 사업장	-	중대한 부정적 영향을 미치는 사업장 없음
415-01	정치적 기부	-	정치자금 기부사례 없음
417-01	제품 및 서비스 정보와 라벨링	57	
417-02	제품 및 서비스 정보와 라벨링에 관한 법률규정 및 자율규정을 위반한 사건	109	
417-03	마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규정 위반	109	
419-01	사회적, 경제적 영역의 법률 및 규제 위반	109	

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

5. APPENDICES

- 5.1 주요 영업성과 요약
- 5.2 지표 및 데이터
- 5.3 GRI 인덱스
- 5.4 제3자 검증의견서
- 5.5 보고서 개요

# 제3자 검증의견서

## 서문

DNV GL 그룹의 일원인 주식회사 디엔브이제엘비즈니스어슈어런스코리아 (이하, “DNV GL”)는 현대자동차주식회사 (이하, “현대자동차”)의 ‘2019 지속가능성 보고서’ (이하 “보고서”)에 대해 독립적인 제3자 검증 수행을 요청 받았습니다. 현대자동차는 보고서 내용에 모든 책임을 가지고 있으며, 본 업무를 수행하면서 DNV GL 의 책임 내용은 계약 내용 및 합의된 업무 범위에 한정됩니다. 검증은 DNV GL에 제공된 데이터 및 정보가 완전하고, 충분하며 사실이라는 가정을 기반으로 실시되었습니다.

## 검증 범위 및 방법

DNV GL은 현대자동차로부터 생성된 2018년도 비재무 데이터 및 지속가능경영 관련 데이터를 토대로 AA1000 AP(2018)<sup>1</sup>에서 제시하고 있는 4대 원칙의 적용 정도에 대한 평가를 실시하였습니다. 중대성 평가 절차를 통해 도출된 중요 주제에 연결된 GRI Standards의 특정 세부 지표는 다음과 같음을 확인하였습니다.

	중요 주제	GRI 보고지표
1	친환경 차량 생산 (Producing Eco-friendly Vehicles)	305-1, 2, 3, 4, 5
2	고객 및 제품 안전 (Customer and Product Safety)	416-2
3	사회적 가치 창출 (Social Value Creation)	203-1, 2

검증 활동은 국제적 검증 규격을 반영한 DNV GL의 지속가능성 보고서 검증 프로토콜인 VeriSustainTM<sup>2</sup>과 AA1000AS (2008)<sup>3</sup>에 따라 Type1 방법 및 Moderate 수준의 보증 형태로 진행되었습니다. 검증은 2019년 4월부터 6월까지 실시되었으며, 현대자동차 본사에서 이루어졌습니다. 검증 활동은 샘플링을 기반으로 아래와 같이 실시되었습니다.

- 보고서 문구, 주장에 대한 확인, 보고서 작성에 활용된 데이터 관리 시스템, 정보의 흐름 및 통제의 견고성 평가
- 현대자동차 주요 부서의 담당자들과 면담
- 문서 검토, 데이터 샘플링, 보고서 작성에 활용된 데이터 베이스, 전산 관리 시스템 등의 테스트
- 중대성 평가 결과 검토

## 제한사항

보고서에 명시된 보고 경계 외의 자회사, 관련 회사, 협력사 및 제 3자의 성과 및 보고 관행 등은 본 검증의 범위에 포함되지 않습니다. DNV GL은 검증 활동 중 외부 이해관계자 면담을 실시하지 않았습니다. 현대자동차의 재무제표 및 금융감독원의 전자공시시스템(http://dart.fss.or.kr)에 공시된 자료, 그리고 홈페이지(www.hyundai.com)에 게시된 자료는 검증 범위에 포함되지 않습니다. 데이터 검증은 현대자동차에서 수집한 데이터에 대해 질의 및 분석, 그리고 제한된 형태의 표본추출방식을 통해 한정된 범위에서 실시 되었습니다. 검증팀은 경제 성과 작성을 위한 데이터 취합 및 산정 프로세스를 검토하였습니다. 또한 환경 및 사회 데이터의 경우, 취합된 데이터를 확인하는 형태로 검증을 진행하였습니다. DNV GL은 본 성명서에 기반하여 의사결정을 한 개인 또는 조직에 배상 책임 또는 공동 책임이 없음을 밝힙니다.

## 결론

검증을 수행한 결과, DNV GL은 중대성 측면에서 현대자동차의 보고서에 수록된 정보 및 데이터가 부적절하게 기술되었다고 판단할 만한 사항을 발견하지 못하였습니다. 추가적으로 AA1000AP(2018)에서 제시하고 있는 원칙에 대한 의견은 다음과 같습니다.

### 포괄성 원칙 (The Principle of Inclusivity)

현대자동차는 고객·딜러, 임직원, 정부, 주주·투자자, 협력사, 그리고 지역사회를 내외부 이해관계자 그룹으로 파악하고, 다양한 채널을 활용해 전사 차원 혹은 개별 부서 단위의 이해관계자 참여 활동을 실시하고 있습니다. 이해관계자 정의와 이해관계자별 참여 방식은 보고서 상에 설명되어 있습니다. 현대자동차는 친환경, 이동혁신, 교통안전, 미래세대 성장, 지역사회 상생의 5대 영역을 기반으로 한 CSV(Creating Shared Value) 전략 체계를 수립하고, 지역사회 문제 해결과 더불어 사업과 연계한 새로운 지속가능경영 성과 창출 활동을 추진하고 있습니다.

### 중대성 원칙 (The Principle of Materiality)

현대자동차는 보고서 작성을 위해 중대성 평가를 실시하였습니다. 다양한 글로벌 이니셔티브 및 표준에서 제시하고 있는 주제에 대한 분석, 동종사 벤치마킹, 미디어 분석을 통해 도출된 다양한 주제들에 대해 내·외부 이해관계자를 대상으로 설문 조사를 실시하고, 우선 순위화하는 평가를 실시하여 3개의 중요 주제를 선정하였습니다. 검증팀은 중대성 평가를 통해 선정된 중요 주제들이 보고서에 반영되어 있음을 확인하였습니다.

### 대응성 원칙 (The Principle of Responsiveness)

보고서는 현대자동차의 CSV 비전 및 3대 전략이 포함된 CSV 전략 체계를 소개함으로써 현대자동차의 지속가능경영에 대한 이해를 돕고 있습니다. 현대자동차는 이해관계자별 다양한 소통 채널을 통해 이해관계자들이 기대하는 지속가능성 측면 중요 이슈에 대한 회사의 의사결정 사항과 활동 성과, 그리고 향후 계획을 공개하고 있습니다. 아울러 보고서는 중대성 평가를 통해 파악된 중요 주제들(친환경 차량 생산, 고객·제품 안전, 사회적 가치 창출)을 이해관계자 관심 이슈로 구분하고, 각각의 관심 이슈별 경영접근 방식과 주요 성과를 제시하고 있습니다. 해외 시장의 매출 비중이 증가하고 공급망 관리 이슈가 높아지고 있는 만큼, 이해관계자 의견 수렴 시 해외 투자 기관의 의견과 공급망 관리 관련 국제 규격을 균형있게 포함시킬 것을 검토해볼 수 있을 것입니다. 또한, 지속가능성 측면에서 보다 중장기 관점에서의 측정 가능한 목표를 제시하고, 진행 경과를 공개할 것을 권고 드립니다.

<sup>1</sup> AA1000 AccountAbility Principles 2018: AccountAbility사가 제정한 보고서 발간 주체의 책임과 지속가능성 성과를 평가, 관리, 개선, 의사소통하는데 활용할 수 있도록 가이드하고 있는 4대 원칙

<sup>2</sup> VeriSustain protocol은 DNV GL 홈페이지 (www.dnvgl.com)에서 요청 시 확인 가능

<sup>3</sup> AA1000 Assurance Standard 2008: AccountAbility사가 제정한 보고서 검증 표준

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

5. APPENDICES

- 5.1 주요 영업성과 요약
- 5.2 지표 및 데이터
- 5.3 GRI 인덱스
- 5.4 제3자 검증의견서
- 5.5 보고서 개요

**영향성 원칙 (The Principle of Impact)**

보고서에는 중대성 평가를 통해 파악된 중요 주제들의 직간접 영향(전략, 수익, 비용, 리스크의 4개 관점)이 기술 되었습니다. 검증팀은 현대자동차가 중요 주제로 인한 이해관계자들에 대한 영향을 식별, 모니터링, 그리고 평가하고 있음을 확인 하였습니다. 특히 현대자동차는 제품의 환경, 안전 부문의 영향에 대해 주목하고, 친환경 연료 사용 차량의 개발 및 보급의 확대와, 첨단 안전 기술의 적용을 통한 영향을 설명하고 있습니다. 추후 현대자동차는가능한 범위 내에서 해당 영향을 보다 정량화된 형태로 공시할 수 있을 것입니다.

**특정 지속가능성 성과 정보의 신뢰성 (Reliability of Specific Sustainability Performance Information)**

DNV GL은 상기에 기술된 바와 같이 보고서 AA1000AP(2018)의 원칙을 따르고 있는지에 대한 평가(Type 1 검증)에 더해, 특정 지속가능성 성과 정보로서 용수 사용량, 폐기물 발생량, 산업재해율(LTIFR, OIFR), 온실가스 배출량(Scope1, 2, 3)에 대해서는 Type 2 검증을 실시하였습니다. 해당 정보 및 데이터의 검증을 위해 담당자와의 면담을 실시하여 데이터 처리 프로세스에 대한 설명을 들었으며, 샘플링 기법을 통해 데이터 수집 및 가공 프로세스, 근거 문서 및 기록을 확인하였습니다. 현대 1자동차의 개별 데이터 담당자는 상기에서 확인된 데이터의 출처 및 가공 프로세스에 대해 설명할 수 있어, 재추적이 가능한 것으로 판단됩니다. 검증 결과로 판단하였을 때, 보고서에 기재된 지속가능성 성과 정보에서 의도적인 오류나 잘못된 기술은 발견되지 않았습니다. 현대자동차는 신뢰할 수 있는 방식과 데이터로 지속가능성 성과의 출처와 의미를 설명할 수 있으며, 관련 데이터는 식별 가능하고 추적 가능하였습니다.

**적격성 및 독립성**

DNV GL은 ISO/IEC 17021:2011(경영시스템의 심사 및 인증을 제공하는 기관에 대한 요구사항)에 따라 품질 관리를 위한 자체 관리 표준 및 컴플라이언스 방침을 적용하고, 윤리적 요구사항, 전문 표준 및 관련 법규를 준수하기 위하여 문서화된 방침과 절차를 포함한 포괄적인 품질관리 시스템을 유지하고 있습니다. 검증팀은 검증 기간 중 DNV GL의 윤리행동강령<sup>4</sup>을 준수하였고, 관련 윤리적 요구사항에 따라 독립적으로 검증을 수행하였습니다. 본 검증 활동은 지속가능성 전문가들로 구성된 독립적인 검증팀에서 실시되었습니다. DNV GL은 본 성명서를 제외하고 보고서 작성에 관련된 업무를 수행하지 않았습니다. DNV GL은 검증 과정에서 인터뷰 대상자들에 대해 공정성을 유지하였으며, 보고서의 검증 업무에 독립성이나 공정성에 영향을 줄 만한 어떠한 서비스도 제공하지 않았습니다.

2019년 6월  
대한민국, 서울

대표이사 이장섭  
(주)디엔브이제이엘비즈니스어슈어런스코리아



<sup>4</sup> DNV GL 홈페이지 (www.dnvgl.com)에서 확인 가능

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

# 5. APPENDICES

- 5.1 주요 영업성과 요약
- 5.2 지표 및 데이터
- 5.3 GRI 인덱스
- 5.4 제3자 검증의견서
- 5.5 보고서 개요

## 검증의견서

이 검증의견서는 현대자동차(주)의 요청으로 작성되었습니다.

### 검증 범위

로이드인증원(Lloyd's Register Quality Assurance Ltd. : LRQA)은 현대자동차(주)으로부터 2018년 온실가스 배출량 및 에너지 사용량 명세서(이하 “명세서”라 한다)에 대한 독립적인 검증 제공을 요청 받았습니다. 본 검증의 검증기준은 “온실가스 에너지 목표관리 운영 등에 관한 지침”이었으며, “온실가스 배출권거래제 운영을 위한 검증지침”에 의거하여 수행되었습니다. 명세서는 온실가스 직접·간접배출 그리고 에너지 사용에 관한 내용을 다루고 있습니다.

### 경영진의 책임

로이드인증원의 책임은 현대자동차(주)에 대해서만 국한됩니다. 로이드인증원은 마지막 주석에서 설명한 것과 같은 사항과 관련하여 타인 혹은 타조직에 대한 의무나 책임이 없습니다. 명세서의 작성과 명세서에 포함된 데이터 및 정보에 대한 효과적인 내부 통제 유지에 대한 책임은 현대자동차(주)의 경영진에 있습니다. 궁극적으로 명세서는 현대자동차(주)에 의하여 승인되었고, 현대자동차(주)의 책임하에 있습니다.

### 로이드인증원의 검증방법

로이드인증원의 검증은 “온실가스 배출권거래제 운영을 위한 검증지침”에 의거하여 합리적 보증수준으로 수행되었습니다.

본 검증은 샘플링을 통해 이루어졌으며 증거 수집의 일환으로 다음의 활동들이 수행되었습니다.

- 사업장 설비에 대한 현장 확인이 이루어졌으며 온실가스 배출 및 에너지 사용 관련 데이터와 기록을 관리하는 체계를 검토하였습니다.
- 온실가스 배출 및 에너지 사용 관련 데이터와 기록의 관리에 책임이 있는 직원과 면담을 하였습니다.
- 2018년 온실가스 배출 및 에너지 사용 관련 데이터 및 기록에 대해 원시데이터 수준까지 검증하였습니다.


### 보증수준 및 중요성

이 검증의견서에 표명된 의견은 합리적 보증 수준의 검증을 바탕으로 한 것이며, 검증심사원의 전문가적 판단 및 2.5% 중요성 기준에 기초하여 도출되었습니다.

### 로이드인증원 의 의견

로이드인증원의 접근 방법에 기초한 검증 결과, 명세서의 “온실가스 에너지 목표관리 운영 등에 관한 지침” 준수 여부 및 표 1의 온실가스 배출량에 관하여 “조건부 적정”의견을 제시합니다. 이러한 의견의 전제 사항은 다음과 같습니다:

- 법인 소유건물에 타 관리업체의 온실가스 배출량 및 에너지 사용량(LNG, 외부 전기 사용)을 제외하여 산정하지 않았으며, 이러한 산정 부분이 미치는 영향은 정량적 중요성 미만으로 판단되었습니다.



2019년 3월 28일

유상근  
Lloyd's Register Quality Assurance Ltd.를 대표하여  
대한민국 서울특별시 영등포구 여의나루로 67 신송빌딩 17층

LRQA 참조번호: SEO 6012382

표 1. 현대자동차(주) 온실가스 보고서의 온실가스 배출량

범위 (온실가스 에너지 목표관리 운영 등에 관한 지침 정의에 따름)	2018년
직접 온실가스 배출량	521,020
에너지 간접 온실가스 배출량	1,060,382
온실가스 총 배출량	1,581,399

상기 데이터는 CO<sub>2</sub>의 환산 톤 수치에 해당함

로이드인증원, 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 조언이나 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 조언의 제공에 대한 계약을 체결한 경우는 예외로 하며, 이런 경우 모든 책임과 보상은 전적으로 계약에 기술된 조건에 따릅니다.

이 검증의견서는 국문 버전에만 한하여 유효합니다. 다른 언어로 번역된 버전에 대해서 Lloyd Register Group은 책임을 지지 않습니다.

이 검증의견서는 검증의견서에 언급된 명세서에 관해서만 유효합니다. 이 검증의견서는 수정이나 변경 없이 온전한 형태로만 재생산될 수 있습니다.

Copyright © Lloyd's Register Quality Assurance Limited, 2019. A member of the Lloyd's Register Group

1. INTRODUCTION

2. 2018 HIGHLIGHTS

3. MATERIALITY REPORT

4. SUSTAINABILITY PERFORMANCE

5. APPENDICES

- 5.1 주요 영업성과 요약
- 5.2 지표 및 데이터
- 5.3 GRI 인덱스
- 5.4 제3자 검증의견서
- 5.5 보고서 개요

# 보고서 개요

## 2019 지속가능성보고서 발간

현대자동차는 지속가능경영을 추진하려는 노력과 이에 대한 성과를 투명하게 공개하고, 이해 관계자와 소통하기 위하여 2003년 이래 매년 지속가능성보고서를 발간하고 있습니다. 2019 지속가능보고서는 당사의 경제, 환경, 사회의 전반적인 내용을 담고 있으며, 이를 통해 이해관계자와 적극적으로 소통하여 글로벌 선도 기업으로 사회적 가치를 실현하고자 합니다.

### 보고서 작성 기준

본 보고서는 지속가능경영 국제 보고 가이드라인인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards의 핵심적 부합 방법('in accordance' Core)에 따라 작성하였습니다. 또한, 지속가능경영 설명의무를 담고 있는 AA1000AP(AccountAbility Principles)의 4대 원칙인 포괄성(Inclusivity), 중요성(Materiality), 대응성(Responsiveness), 영향도(Impact)을 충족하고 있습니다.

### 보고 범위 및 경계

본 보고서의 보고 범위는 현대자동차가 운영하고 있는 본사, 국내외 생산공장 및 기술연구소, 디자인 센터, 판매법인 전체를 보고 범위에 포함하고 있습니다. 재무 데이터의 경우 한국채택국제회계기준(K-IFRS)상의 연결 기준과 일치합니다. 환경 및 사회의 비재무적 데이터는 국내와 해외 생산법인을 포함하였으며 이는 연결 기준 매출의 85% 이상의 보고 범위입니다. 일부 성과는 현대자동차그룹을 포함하고 있으며 데이터의 보고범위가 상이한 경우 해당 정보의 보고범위를 주석에 별도 표기하였습니다.

### 보고 기간

본 보고서의 보고기간은 2018년 1월 1일부터 2018년 12월 31일까지입니다. 일부 비재무적 성과의 경우에는 2019년 상반기를 포함하여 작성되었습니다. 또한 성과의 연속적인 추세 파악이 필요한 경우 최근 3개년도 데이터를 사용하였습니다. 본 보고서의 보고 주기는 1년으로 이전 보고서는 2018년 7월에 발간되었습니다.

### 보고서 검증

본 보고서의 작성 프로세스 및 제반 정보의 공정성과 신뢰성을 위해 독립적인 검증 기관인 DNV GL의 제 3자 검증을 받았습니다. 상세한 검증 결과는 p.122-123의 제3자 검증의견서에서 확인할 수 있습니다. 재무 정보는 독립 감사법인의 회계 감사를 거쳐 작성되었으며, 온실가스 배출량 및 에너지 사용량에 관한 검증은 '온실가스 에너지 목표관리 운영 등에 관한 지침'의 검증 원칙에 따라 수행되었습니다.

<b>발행처</b>	현대자동차 주식회사 본사 소재지: 서울특별시 서초구 현릉로 12(양재동)
<b>발행일</b>	2019년 6월
<b>보고서 제작 (문의처)</b>	현대자동차 CSV경영팀 전화: 02-3464-8618 이메일: hmcsr@hyundai.com
<b>보고 기준</b>	GRI Standards (Core Option)
<b>보고 경계</b>	현대자동차 주식회사 (일부 성과는 현대자동차그룹을 포함하고 있습니다.)
<b>보고 범위</b>	경제(K-IFRS 한국채택국제회계 기준), 환경 및 사회 전반
<b>보고 기간</b>	2018년 1월 1일 ~ 2018년 12월 31일, (일부 성과는 2019년 상반기를 포함합니다.)
<b>보고 주기</b>	매년(지난 보고서: 2018년 7월)
<b>보고 검증</b>	DNV GL
<b>보고서 디자인</b>	탈란톤 크리에이티브그룹

### 최근 3개년도 보고서



- 📄 2016 지속가능성 보고서
- 📄 2017 지속가능성 보고서
- 📄 2018 지속가능성 보고서

---

**보고서 제작에 도움을 주신 분들**  
(가나다 順)

강덕환	김범수	김재욱	남수희	배길웅	오창현	이종학	조복주	홍순상
강보라	김병찬	김정연	노가연	서성웅	우민재	이지연	조성희	홍혜란
강세진	김상범	김준식	노규승	서지은	유미돌	이지형	조영욱	황국연
강승만	김상학	김준호	노성중	성만제	유민상	이진아	진정문	황윤복
강희준	김성목	김진경	류진석	손지한	유창호	이현수	차재홍	황재운
고보곤	김수연	김태수	맹초룡	송용환	윤나영	임수향	채연주	Deniz Aydogan
공경률	김승대	김통영	목지화	송윤령	이가준	임윤선	최대민	John Suh
곽경호	김승태	김현수	민상기	송준호	이규호	장유진	최석규	Mohammad Badwan
곽수빈	김신재	김현재	박건혁	송준호	이덕형	장지혜	최원준	
곽지훈	김안강	김형섭	박민욱	송혜미	이동건	전대일	최창순	
구성모	김영봉	김혜원	박성규	신재경	이민호	전성민	최현지	
국장호	김영욱	김홍래	박정호	심민근	이보아	전제형	편광현	
김 솔	김영훈	김효진	박정희	양우람	이상범	정동운	한창구	
김국태	김완승	김희준	박진수	어호선	이상후	정영주	허진석	
김미숙	김원진	김희진	박호준	엄수영	이자영	정조영	현성원	
김범수	김유환	나미진	박효일	오원택	이정민	정태균	호덕수	

