

심층분석보고서

26상_현대모비스_로보틱스사업실-기획-
로보틱스사업기획

마감일: 6월25일11시00분

| 노영우 컨설턴트 & 취업 플랫폼 '룩센트'

Executive Summary

현대모비스는 2026년 6월 현재, 창사 이후 48년간 이어온 '자동차 부품 회사'라는 정체성을 '로봇 부품 회사'로 넓히는 전환의 한복판에 서 있습니다. 이 전환의 신호탄은 2025년 7월 기존 로봇 관련 팀을 '실(室)' 단위 조직으로 격상한 '로보틱스사업추진실'(상무 오세욱) 신설이었고, 2025년 8월 27일 CEO 인베스터 데이에서 휴머노이드 로봇의 핵심 구동 부품인 액추에이터 시장 진출을 공식화하면서 본격화했습니다. 그리고 2026년 1월 7일 (현지시간) CES 2026에서 현대차그룹 로봇 계열사 보스톤다이내믹스의 차세대 휴머노이드 '아틀라스' 양산 시점에 액추에이터를 공급한다는 협력을 발표하며 첫 외부 고객을 확보했습니다. 본 보고서가 분석하는 '로보틱스사업실-기획-로보틱스 사업기획' 직무는 바로 이 신사업의 중장기 전략, 제품 로드맵, 사업성 분석과 투자 검토, 글로벌 파트너십과 합작·공동개발·공급망 계약을 설계하는 기획 기능에 해당합니다.

산업 측면에서 휴머노이드는 2026년 현재 가장 뜨거운 성장 테마입니다. 골드만삭스는 2024년 2월 휴머노이드의 2035년 시장 규모(TAM)를 기존 전망의 6배가 넘는 380억 달러로 상향했고, 모건스탠리는 2025년 4월 2050년 기준 하드웨어 4조 7,000억 달러에 서비스를 포함해 약 5조 달러 규모를 전망했습니다. 한국 산업통상자원부도 휴머노이드 시장이 2025년 15억 달러에서 2035년 380억 달러로 10년 만에 25배 커진다고 보았습니다. 이 시장의 가치가 모이는 지점이 바로 액추에이터입니다. 현대차그룹과 현대모비스의 공식 설명에 따르면 액추에이터는 제어기 신호를 실제 움직임으로 바꾸는 핵심 구동장치로, 휴머노이드 재료비의 약 60%를 차지합니다. 현대모비스가 이 부품을 첫 사업 품목으로 고른 이유가 여기에 있습니다.

현대모비스의 전략적 선택은 명확합니다. 로봇 본체나 인공지능을 만드는 회사가 되려는 것이 아니라, '부품 완성도와 대량 양산'이라는 자리를 차지하겠다는 것입니다. 이규석 사장은 로봇 사업의 성공 요소를 온디바이스 AI 역량, 그리퍼·액추에이터 같은 부품 완성도, 대량 양산 체계로 정리하면서 "모비스는 두 번째와 세 번째 역할을 한다"고 포지션을 분명히 했습니다. 차량 조향·제동 부품을 대량으로 설계하고 양산해 온 역량을 로봇 정밀 구동 부품에 활용한다는 논리이며, 그룹 안에 보스톤다이내믹스라는 안정적인 첫 고객이 있다는 점이 출발선의 강점입니다.

다만 2026년 6월 현재 시점에서 이 그림에는 여러 변수가 겹쳐 있습니다. 첫째, 보스톤다이내믹스의 나스닥 상장과 소프트뱅크 풋옵션 행사 기한이 바로 이번 달(2026년 6월)로 임박해 있어, 그룹 지배구조 재편과 맞물린 결정이 임박했습니다. 2026년 5월 7~8일 이 기대감만으로 현대모비스 주가가 하루 15.29% 급등하고 그룹 시가총액이 하루 약 21조 원 불어났습니다. 둘째, 경쟁 구도가 빠르게 재편되고 있습니다. 테슬라 옵티머스는 V3 공개와 양산 일정이 거듭 미뤄지는 반면, 아틀라스는 CES 2026에서 공장 활용성을 강조하며 진전된 시연을 선보였습니다. 국내에서는 삼성전자가 레인보우로보틱스를 자회사로 편입하고 미래로봇추진단을 가동했으며, 두산로보틱스는 엔비디아와 손잡고 산업용 휴머노이드로 전환하고 있습니다. 셋째, 휴머노이드 거품론과 상용화 지연 우려가 상존합니다. 시장조사기관

인터랙트애널리시스는 상업적 변곡점을 2032년으로 보며 보수적 전망을 유지하고, 현대모비스 스스로도 향후 2년 내 의미 있는 로봇 매출은 기대하지 않는다고 밝혔습니다. 여기에 현대차·기아 단독 매출 의존도가 2025년 상반기 75.6%에 이르는 캡티브 한계도 신사업으로 풀어야 할 숙제입니다.

이런 배경에서 '로보틱스 사업기획' 직무는 기술 이해와 사업 기획 역량(재무·계약·사업개발)을 한 사람이 연결하는 융합형 포지션입니다. 현대모비스의 최신 인재상이 협업(Collaboration)·도전(Challenge)·창의(Creativity)·융합(Convergence)의 4C로 정비된 것, 그리고 영어 회화 역량을 우대하는 것은 이 직무가 보스턴다이내믹스(미국)와 글로벌 고객·협력사를 상대로 일하는 자리라는 사실과 정확히 맞물립니다. 본 보고서는 1장에서 로봇·액추에이터 산업의 구조와 2026년 현재 지형을, 2장에서 경쟁 진영과 현대모비스의 위치를, 3장에서 회사의 사업 구조·실적·로보틱스 전략을, 4장에서 인재상과 조직 문화를, 5장에서 직무의 실체를 깊이 있게 풀어냅니다.

1장: 산업(섹터) 분석

1-1. 로보틱스 산업의 정의와 네 갈래 분류

로보틱스 산업을 이해하려면 먼저 '로봇'이라는 단어가 가리키는 대상이 하나가 아니라는 점을 분명히 해야 합니다. 산업 현장에서 로봇은 크게 네 갈래로 나뉩니다. 첫째는 산업용 로봇(Industrial Robot)으로, 자동차·전자 공장의 용접·도장·조립 라인에서 고정된 자리를 지키며 정해진 동작을 반복하는 대형 기계 팔입니다. 둘째는 협동로봇(Collaborative Robot, 줄여서 코봇)으로, 안전 펜스 없이 사람과 같은 공간에서 일하도록 설계된 비교적 가볍고 유연한 로봇 팔입니다. 셋째는 서비스로봇(Service Robot)으로, 청소·배송·안내·의료 보조처럼 산업 현장 바깥에서 특정 임무를 수행하는 로봇입니다. 넷째가 휴머노이드(Humanoid)로, 사람의 신체 구조를 본떠 두 팔과 두 다리, 손과 머리를 갖추고 사람이 쓰는 도구와 환경을 그대로 활용하도록 만든 인간형 로봇입니다.

이 네 갈래는 기술 난이도와 시장 성숙도가 크게 다릅니다. 산업용 로봇은 수십 년간 검증된 성숙 시장이고, 협동로봇은 2010년대 중반부터 빠르게 자리를 넓힌 성장 시장이며, 서비스로봇은 용도별로 편차가 큰 분화 시장입니다. 반면 휴머노이드는 오랫동안 연구실의 시연 대상에 머물다가, 2020년대 들어 인공지능의 비약적 발전으로 비로소 상용화 가능성이 거론되기 시작한 신생 시장입니다. 현대모비스가 진입한 영역은 이 네 갈래 가운데 특히 휴머노이드에 무게를 둡니다. 첫 고객인 보스턴다이내믹스의 아틀라스가 휴머노이드이기 때문입니다. 다만 현대모비스가 만드는 것은 로봇 본체가 아니라 그 안에 들어가는 핵심 부품인 액추에이터라는 점, 그리고 액추에이터 기술은 협동로봇·산업용 로봇에도 공통으로 쓰인다는 점에서, 회사의 사업 기반은 휴머노이드에 한정되지 않고 로봇 전반의 구동 부품으로 넓어질 수 있습니다.

1-2. 시장 규모와 성장률: 기관별 전망의 스펙트럼과 그 해석

로봇 시장의 규모를 말할 때는 어느 갈래를 가리키는지, 어느 기관의 추정인지를 함께 따져야 합니다. 같은 '로봇 시장'이라도 정의와 가정에 따라 수치가 크게 갈리기 때문입니다.

산업용 로봇은 비교적 안정적인 수치를 보입니다. 시장조사기관 그랜드뷰리서치는 2024년 약 340억 달러에서 2030년 605억 달러로, 연평균 약 9.9% 성장을 전망합니다. 국제로봇연맹(IFR)은 2024년 전 세계에서 가동되는 산업용 로봇이 14% 늘어 2018년 이후 가장 큰 증가폭을 기록했다고 보고했습니다. 협동로봇은 성장률이 더 가파릅니다. 마켓츠앤마켓츠는 2024년 약 12억 6,000만 달러에서 2030년 33억 8,000만 달러로 연 18.9% 성장을 전망하고, 에이비아이리서치(ABI Research)는 2024년 13억 달러에서 2030년 70억 달러 이상으로 연 27.5% 성장을 봅니다.

휴머노이드는 전망의 진폭이 가장 큼니다. 에이비아이리서치는 2025년 약 7,000만 달러 규모에서 2030년 65억 달러로 연 138%라는 폭발적 성장을 예상하지만, 2024년 기준 휴머노이드는 전체 로보틱스 시장의 2% 미만에 불과한 초기 단계입니다. 국제로봇연맹은 글로벌 휴머노이드 시장을 2023년 약 24억 3,000만 달러에서 2032년 660억 달러로 보았고, 삼정KPMG는 통계 플랫폼 자료를 근거로 글로벌 AI 로봇 산업 전체가 2020년 49억 8,000만 달러에서 2031년 2,220억 달러로 40배 넘게 커진다고 전망했습니다. 참고로 현대모비스가 회사 차원에서 인용하는 수치는 글로벌 로봇 시장이 현재 약 75조 원 규모이며 연평균 17% 가까이 성장해 2040년 약 800조 원대에 이른다는 것입니다.

이렇게 수치가 갈리는 이유는 휴머노이드가 아직 매출이 거의 없는 시장이어서, 전망이 '얼마나 빨리 상용화되는가'라는 가정에 좌우되기 때문입니다. 사업기획의 관점에서 중요한 것은 어느 한 숫자를 정답으로 외우는 일이 아니라, 전망치의 범위와 그 전망이 깔고 있는 가정(원가 하락 속도, 인공지능 성숙도, 노동력 대체 수요)을 함께 읽어내는 일입니다.

1-3. 휴머노이드 시장의 부상: 골드만삭스·모건스탠리의 추정과 가정

휴머노이드에 대한 기대를 끌어올린 두 보고서가 골드만삭스와 모건스탠리의 분석입니다.

골드만삭스는 2024년 2월 휴머노이드의 2035년 시장 규모(TAM)를 기존 전망 60억 달러에서 6배가 넘는 380억 달러로 상향하고, 연간 출하량을 140만 대로 보았습니다. 상향의 근거로 골드만삭스는 인공지능의 진보가 예상을 가장 크게 뛰어넘었다는 점과, 부품 원가가 당초 예상한 연 15~20% 하락보다 빠른 약 40% 하락을 보였다는 점을 들었습니다. 이에 따라 제조원가 추정도 저가형 5만 달러에서 고급형 25만 달러 범위가 3만~15만 달러로 낮아졌습니다. 골드만삭스는 가장 낙관적인 시나리오(블루스카이)에서는 2035년 시장이 1,540억 달러에 이를 수 있다고 보았는데, 이는 당시 글로벌 전기차 시장 규모에 근접하는 수치입니다.

모건스탠리는 2025년 4월 애덤 조나스가 이끄는 보고서에서 2050년 휴머노이드 하드웨어 시장을 4조 7,000억 달러, 서비스를 포함하면 약 5조 달러로 전망하고 보급 대수를 10억 대 이상으로 보았습니다. 조나스는 보급이 2030년대 중반까지는 비교적 더디다가 2030년대 후반과 2040년대에 빨라진다고 보았으며, 대당 가격은 2024년 약 20만 달러에서 2050년 5만 달러(중국 공급망을 활용하면 1만 5,000달러)까지 낮아진다고 추정했습니다. 모건스탠리는 별도로 2025년 2월 '더 휴머노이드 100(The Humanoid 100)' 보고서를 통해 휴머노이드

부품·기술 공급망을 100개 기업으로 매핑했는데, 최근 5년간 전 세계에 출원된 휴머노이드 관련 특허가 총 1만 546건이고 2024년 공개된 휴머노이드 51종 가운데 35종이 중국산이라는 점을 짚으며 중국의 우위를 경고했습니다.

조나스는 2026년을 '휴머노이드 산업의 리셋' 시점으로 규정하기도 했습니다. 이는 그동안 시연 위주로 부풀었던 기대가 실제 양산과 수익이라는 현실의 잣대로 재조정되는 해라는 뜻입니다. 사업기획 담당자에게 이 '리셋'의 의미는, 화려한 시연 영상보다 양산 가시성과 단가·물량 계획이 시장 평가를 가른다는 신호입니다.

1-4. 글로벌 휴머노이드 플레이어 지형(2026년 중반 현재)

2026년 6월 현재 휴머노이드 본체 시장의 지형은 다음과 같습니다. 테슬라는 옵티머스로 가장 큰 주목을 받지만 일정이 거듭 밀리고 있습니다. 3세대 옵티머스(V3)의 양산용 프로토타입 공개가 2026년 1분기, 이어 3월 말에서 4월 초로 예고되었으나 4월 시점에도 공개되지 않았고, 머스크는 2026년 1분기 실적 발표에서 양산 시작을 7월 말에서 8월 초로 미루며 모델 S와 모델 X 생산 라인을 옵티머스로 전환하겠다고 밝혔습니다. 테슬라는 2026년 약 15만 대 생산을 목표로 내세우면서 최종적으로 연 100만 대, 기가팩토리 텍사스에서는 연 최대 1,000만 대 생산 능력을 설계 중이라고 했지만,뱅크오브아메리카가 실행 리스크를 들어 투자의견을 낮추는 등 일정의 신뢰성에 의문이 따라붙습니다.

반면 현대차그룹의 보스턴다이나믹스는 유압식에서 전기식으로 바꾼 차세대 아틀라스를 CES 2026에서 첫 실물로 시연하며 'Best Robot' 평가를 받았고, 2026년 5월 5일 공개한 아틀라스 개발형 모델 영상은 유튜브에서 37만 회 이상 조회되며 그룹 로보틱스에 대한 기대를 다시 끌어올렸습니다. 이 밖에 피규어AI(Figure)는 BotQ 공장에서 시간당 한 대 생산을 목표로 하며 자체 시각·언어·행동 모델 헬릭스(Helix)를 적용했고, 애플트로닉(Apptronik)은 메르세데스-벤츠 공장에서 아폴로(Apollo)를 시범 운용하며 전자기기 제조사 자빌과 양산을 추진합니다. 중국 유니트리(Unitree)는 2025년 5,500대 이상을 출하하고 G1 모델을 약 1만 6,000달러의 낮은 가격에 내놓으며 물량으로 시장을 흔들고 있으며, 2026년 5월에는 일본항공이 유니트리 기반 휴머노이드 2대를 수하물 적재와 기내 청소에 투입한 사례도 나왔습니다. 가정용을 노리는 1X의 네오(NEO)는 약 2만 달러, 물류용 어질리티(Agility)의 디짓(Digit)은 아마존·도요타와 협력하며 연 1만 대 규모 공장을 가동합니다.

이 지형에서 현대모비스의 위치를 이해하는 열쇠는, 위 회사들 가운데 상당수가 현대모비스의 잠재 고객이 될 수 있다는 점입니다. 현대모비스는 본체 경쟁에 뛰어드는 것이 아니라, 이들 본체 회사 모두에 부품을 공급할 수 있는 자리를 노립니다. 다만 테슬라처럼 부품을 자체 설계·생산하는 수직통합 모델은 현대모비스의 공급 대상에서 벗어나며, 유니트리처럼 중국 공급망을 활용하는 저가 모델과는 가격에서 경쟁해야 합니다.

1-5. 로봇 핵심부품 밸류체인과 액추에이터의 원가 비중

밸류체인(Value Chain)이란 원재료에서 최종 제품에 이르기까지 가치가 더해지는 단계들의 연결을 뜻합니다. 휴머노이드의 밸류체인은 크게 본체 설계·조립(완성품 회사), 핵심 부품

(액추에이터·감속기·모터·센서·반도체·배터리), 소프트웨어·인공지능(동작 제어와 학습), 그리고 데이터·운영 서비스로 이어집니다. 이 가운데 가치가 가장 많이 모이는 지점이 어디인가가 사업 전략의 핵심 질문입니다.

현대차그룹과 현대모비스의 공식 설명에 따르면, 액추에이터는 휴머노이드 재료비의 약 60%를 차지합니다. 한국경제의 분석에서도 관절·손·촉각을 담당하는 모듈이 로봇 제조원가의 60~70%를 차지하는 것으로 나타나, 자동차에서 제어 시스템이 차지하는 비중(약 5~6%)이나 전기차에서 배터리·구동·제어가 차지하는 비중(약 10~12%)과 비교해 압도적으로 높습니다. 한편 일부 보도는 액추에이터를 로봇 하드웨어 제작 비용의 약 40%로 보기도 하는데, 이는 모듈 전체가 아니라 액추에이터 단품만을 좁게 잡은 추정으로 이해할 수 있습니다. 어느 추정을 따르든, 액추에이터가 로봇 원가에서 가장 큰 비중을 차지하는 부품이라는 결론은 같습니다.

삼성증권 임은영 연구원은 로봇 시장의 가치가 자동차의 10배이며, 로봇 액추에이터 시장 규모는 자동차 제어 시스템 대비 100배의 성장 잠재력을 지녔다고 평가했습니다. 이 분석이 현대모비스의 선택을 설명합니다. 자동차 부품 회사가 로봇 산업에 들어갈 때, 가장 큰 가치가 모이고 동시에 자사의 기존 역량과 가장 가까운 품목이 액추에이터이기 때문입니다.

1-6. 액추에이터의 해부학: 모터·감속기·제어기·엔코더

액추에이터가 무엇인지 한 문장으로 풀면, 제어기에서 내려온 전기 신호를 받아 관절을 움직이는 '로봇의 근육이자 관절'입니다. 그런데 이 근육은 단일 부품이 아니라 여러 정밀 부품이 합쳐진 모듈입니다.

첫째 구성 요소는 모터입니다. 전기 에너지를 회전하는 힘(회전력, 토크)으로 바꾸는 장치로, 휴머노이드에는 작고 가벼우면서도 강한 힘을 내는 고풍력 모터가 필요합니다. 둘째는 감속기입니다. 모터는 빠르게 돌지만 힘은 약한 특성이 있어, 회전 속도를 낮추는 대신 힘을 키우고 동작을 정밀하게 다듬는 장치가 필요한데 이것이 감속기입니다. 셋째는 제어기입니다. 여러 관절의 움직임을 시간 단위로 조율해 사람처럼 매끄러운 동작을 만들어 내는 두뇌 역할의 전자 장치입니다. 넷째는 엔코더와 같은 센서로, 관절이 지금 어느 각도에 있고 얼마나 빠르게 움직이는지를 측정해 제어기에 알려 주는 부품입니다.

이 구성을 일상의 비유로 풀면, 모터는 우리 몸의 근섬유, 감속기는 빠른 근육 수축을 정교한 손끝 움직임으로 바꿔 주는 관절과 힘줄, 제어기는 동작을 명령하는 뇌, 엔코더는 지금 팔이 어디 있는지 알려 주는 고유감각에 해당합니다. 현대모비스가 액추에이터를 만든다는 것은 이 모든 요소를 통합해 하나의 완결된 구동 모듈로 설계하고 양산한다는 뜻이며, 이는 모터 제어와 정밀 기구 설계, 전자 제어를 한꺼번에 다뤄야 하는 종합 역량을 요구합니다.

1-7. 정밀 감속기 시장: 하모닉과 RV의 과점, 그리고 중국의 추격

액추에이터의 정밀도를 좌우하는 부품이 감속기이며, 이 시장은 오랫동안 일본 기업들이 과점해 왔습니다. 감속기에는 크게 두 종류가 있습니다. 하나는 하모닉 감속기(strain-wave

gear, 변형파 감속기)로, 얇은 금속 컵이 타원형으로 변형되며 맞물리는 독특한 방식 덕분에 소형·경량이면서도 백래시(기어 사이의 미세한 헐거움)가 거의 없어, 로봇 팔이나 휴머노이드의 작은 관절에 표준처럼 쓰입니다. 다른 하나는 RV 감속기(사이클로이드 방식)로, 큰 힘을 견디는 데 유리해 대형 산업용 로봇의 밀동 관절에 주로 쓰입니다.

하모닉 감속기 시장에서는 일본 하모닉드라이브시스템즈가 2023년 기준 약 85%까지 점유한 것으로 인용되며, RV 감속기 시장에서는 나브테스코가 약 60%를 점유합니다. 그러나 이 과점 구도가 흔들리고 있습니다. 중국의 그린하모닉(쑤저우), 저장쌍환(옴티머스와 유니트리에 공급, 2026년 쑤저우 신공장에서 연 50만 대 규모 생산 추진), Ningbo Zhongdali (피규어에 공급) 등이 빠르게 점유율을 잠식하고 있으며, 나브테스코는 이에 대응해 2026년까지 RV 감속기 생산 능력을 두 배로 늘리고 있습니다. 휴머노이드용 하모닉 감속기는 수요 급증으로 납기(리드타임)가 26주에 이른다는 보도까지 나왔습니다.

이 대목이 현대모비스 사업기획에 던지는 함의는 분명합니다. 액추에이터를 자체적으로 만들려면 그 안에 들어가는 감속기를 외부에서 사 오는 자체 개발하든 안정적으로 확보해야 하며, 일본 강자에 의존할지, 국산 협력사를 키울지, 자체 설계할지가 공급망 전략의 핵심 의사결정이 됩니다.

1-8. 국산 감속기와 부품 국산화 흐름

감속기 국산화는 한국 로봇 산업의 오랜 과제였습니다. 국내에서는 에스피지(SPG)가 국내에서 유일하게 유성형·하모닉형·RV형 세 종류 감속기를 자체 생산하며, 레인보우로보틱스는 자사 전 모델에 정밀 감속기를 100% 채택하고, 에스비비테크는 하모닉 타입 일곱종을 자체 개발해 국산화를 추진합니다. 현대차 로보틱스랩은 이동형 양팔 로봇 시제품에 일본 하모닉드라이브와 나브테스코, 그리고 국산 에스비비테크와 에스피지의 감속기를 함께 쓰며 국산 비중을 늘려 가는 방향을 잡고 있습니다.

매크로 환경도 국산화를 밀어 줍니다. 맥킨지 분석에 따르면 중국은 영구자석 가공의 약 90%, 정밀 베어링의 약 40%, 모터의 약 35%, 전력전자의 약 30%를 점유하고 있어, 휴머노이드 공급망이 특정 국가에 쏠려 있다는 우려가 큼니다. 크레인세어즈는 옴티머스 2 세대를 중국 공급망 없이 만들 경우 부품 원가(BOM)가 약 4만 6,000달러에서 13만 1,000달러로 약 3배 뛴다는 추정을 인용했습니다. 미국에서는 "미국은 액추에이터에서 로보틱스를 잃었다"는 제목의 칼럼이 나올 만큼 부품 자립이 화두입니다. 이런 흐름에서 현대모비스가 자동차 부품 양산 역량을 바탕으로 로봇 구동 부품을 자체 공급할 수 있다면, 이는 공급망 다변화를 원하는 글로벌 고객에게 매력적인 대안이 됩니다.

1-9. 피지컬 AI와 로봇의 결합: 상용화를 앞당기는 소프트웨어 변수

피지컬 AI(Physical AI, 물리 세계와 상호작용하는 인공지능, 임바디드 AI라고도 함)는 2026년 로봇 산업을 관통하는 핵심 개념입니다. 그동안 휴머노이드의 가장 큰 한계는 하드웨어가 아니라 '무엇을 어떻게 할지 스스로 판단하는 지능'이었습니다. 사람이 일일이 동작을 입력하지 않아도 로봇이 보고 이해하고 행동하도록 만드는 소프트웨어가 부족했던

것입니다.

이 한계를 인공지능의 발전이 풀어 가고 있습니다. CES 2026의 핵심 테마 자체가 휴머노이드와 피지컬 AI였고, 엔비디아의 로봇 파운데이션 모델 아이작 그루트(Isaac GR00T), 구글 딥마인드의 세미나이 로보틱스 같은 대형 모델이 상용화 촉매로 떠올랐습니다. 보스턴다이내믹스는 구글 딥마인드와 세미나이를 결합하는 작업을 추진하고 있으며, 딥마인드의 캐롤라이나 파라다이스 세미나이와 세미나이 로보틱스가 보스턴다이내믹스의 로보틱스와 결합해 하나로 통합되는 것이 목표라고 밝혔습니다. 산업 현장의 실증 사례도 쌓이고 있습니다. 피규어의 02 모델은 BMW 스파르탄버그 공장에서 약 11개월간 9만 개가 넘는 부품을 적재하며 약 1,250시간을 가동해, BMW X3 약 3만 대 생산에 기여했습니다.

소프트웨어 변수가 중요한 이유는, 인공지능 성숙도가 휴머노이드 상용화의 속도를 좌우하고, 그 속도가 곧 현대모비스 액추에이터의 수요 시점을 결정하기 때문입니다. 본체의 두뇌가 빨리 똑똑해질수록 로봇이 빨리 팔리고, 그만큼 부품 주문도 빨리 들어옵니다. 사업기획은 이 소프트웨어 진척을 읽으며 부품 양산 준비의 시점을 조율해야 합니다.

1-10. 거시 변수: 미·중 기술패권, 관세, 노동력 부족

로봇 산업을 움직이는 거시 변수 가운데 첫째는 미·중 기술패권 경쟁입니다. 휴머노이드는 반도체에 버금가는 미·중 경쟁 영역으로 떠올랐으며, 중국은 제조 원가와 속도에서, 미국은 인공지능 소프트웨어에서 우위를 다투고 있습니다. 중국은 2023년 휴머노이드 개발 가이드라인을 내놓고 2025년 대량생산 체계, 2027년 국제경쟁력 확보를 목표로 정부 로봇펀드까지 동원하며 이른바 '로봇 굴기'를 밀고 있습니다.

둘째는 관세입니다. 현대모비스의 미국향 관세 부담은 분기 약 900억 원 규모로 추정되었으나, 원가 인하와 미국 생산 보조금(AMPC, 분기 약 400억 원), 부품 가격 인상으로 일부 상쇄되고 있습니다. 2026년 1분기 미국 관세로 약 590억 원이 발생했지만 판가 인상과 우호적 환율로 수익성을 지켰고, 2분기부터 관세율이 25%에서 15%로 낮아지며 부담이 줄어드는 흐름입니다. 관세는 로봇 부품의 생산 거점을 어디에 둘지, 공급망을 어떻게 짤지에 영향을 주므로 사업기획이 늘 주시해야 하는 변수입니다.

셋째는 노동력 부족과 자동화 수요입니다. 선진국의 고령화와 제조·물류 인력 부족이 로봇 도입의 근본 동인입니다. 일본항공이 2026년 5월 공항 업무에 휴머노이드를 투입한 사례, 아마존이 물류에 로봇을 늘리는 흐름이 이 수요를 보여 줍니다. 노동력이 귀해질수록 로봇의 경제성이 커지고, 그만큼 부품 수요의 토대가 넓어집니다.

1-11. 한국의 로봇 육성 정책과 K-휴머노이드 연합

한국 정부의 정책도 산업 환경의 한 갈래입니다. 산업통상자원부는 '제4차 지능형로봇 기본계획(2024~2028)'에서 2030년까지 로봇 100만 대 투입, 핵심부품 국산화율 80%, 전문인력 1만 5,000명 양성을 목표로 제시했습니다. 2025년 4월 출범하고 6월 창립총회를 연 'K-휴머노이드 연합'은 서울대 인공지능연구원장 장병탁 교수를 위원장으로, 2028년까지

공용 인공지능 모델을 개발하고 2030년까지 1조 원 이상의 민관 투자를 모아 휴머노이드 최강국으로 도약한다는 목표를 세웠습니다. 현대차그룹·삼성·LG 등 대기업과 부품·소프트웨어 기업들이 참여합니다. 안덕근 산업부 장관은 휴머노이드 시장이 2025년 15억 달러에서 2035년 380억 달러로 10년 내 25배 커질 것으로 기대된다고 밝혔습니다.

이런 정책은 부품 국산화와 인력 양성을 뒷받침하므로 현대모비스의 액추에이터 사업에 우호적 배경이 됩니다. 동시에 K-휴머노이드 연합은 현대모비스가 그룹 바깥의 국내 생태계와 협력할 통로이기도 하며, 사업기획이 글로벌 파트너십과 함께 살펴야 할 국내 협력 자원입니다.

1-12. 전략적 시사점: 부품에서 가치가 발생하는 산업의 구조

1장의 분석을 관통하는 결론은, 로봇 산업의 가치가 본체보다 부품, 그중에서도 액추에이터에 크게 모인다는 사실입니다. 휴머노이드 재료비의 약 60%가 액추에이터라는 구조는, 본체 경쟁의 승자가 누구든 부품 공급자에게 기회가 열린다는 뜻입니다. 본체 회사들이 서로 경쟁하며 늘어날수록, 모두에게 부품을 팔 수 있는 공급자의 시장은 오히려 넓어집니다.

다만 이 기회에는 두 가지 조건이 붙습니다. 하나는 가격경쟁력으로, 중국 공급망과 겨룰 수 있는 원가를 갖춰야 합니다. 다른 하나는 양산 능력으로, 본체 회사가 요구하는 물량을 정해진 시점에 안정적으로 공급해야 합니다. 이 두 조건은 모두 자동차 부품 양산 회사가 가장 잘 갖춘 역량입니다. 따라서 로봇 산업은 자동차 부품 회사에게 위협이라기보다 인접한 새 시장이며, 현대모비스가 이 시장을 자사의 강점이 통하는 영역으로 본 판단에는 산업 구조상 근거가 있습니다. 이 직무를 이해하려는 사람은, 로봇 산업을 'AI와 로봇 본체의 화려한 경쟁'으로만 보지 않고 '누가 부품을 안정적으로 싸게 많이 만드느냐의 게임'으로도 읽을 수 있어야 합니다.

2장: 주요 기업 비교 및 대상 회사 포지셔닝

2-1. 비교의 틀: 본체·부품·소프트웨어·양산

경쟁 구도를 정확히 보려면 누가 무엇을 두고 경쟁하는지를 갈래별로 나눠야 합니다. 휴머노이드 가치사슬에서 기업들은 서로 다른 자리를 차지합니다. 본체를 설계·조립하는 완성품 회사(보스톤다이내믹스·테슬라·피규어·유니트리 등), 핵심 부품을 공급하는 회사(하모닉드라이브시스템즈·나브테스코·에스피지·에스비비테크, 그리고 신규 진입한 현대모비스), 소프트웨어와 인공지능을 만드는 회사(엔비디아·구글 딥마인드), 그리고 이를 모두 묶어 양산하는 제조 역량을 갖춘 회사로 나뉩니다.

현대모비스의 자리는 '부품 공급 + 양산'입니다. 따라서 현대모비스의 경쟁자는 본체 회사가 아니라 부품 회사이며, 본체 회사들은 오히려 잠재 고객입니다. 이 구분을 흐리면 경쟁 분석이 어긋납니다. 예컨대 테슬라는 현대모비스의 경쟁자처럼 보이지만, 부품을 자체 설계·생산하는 수직통합 모델이어서 현대모비스의 고객도 경쟁자도 아닌 별개의 존재입니다. 반면 일본 하모닉드라이브시스템즈는 현대모비스가 같은 부품 시장에서 겨뤄야 할 진짜 경쟁자입니다. 아래에서는 각 진영의 핵심 기업을 따로 살펴봅니다.

2-2. 보스턴다이내믹스: 현대모비스의 첫 고객이자 그룹의 본체 자산

보스턴다이내믹스는 현대모비스를 이해하는 데 가장 중요한 회사입니다. 현대차그룹은 2021년 6월 소프트뱅크로부터 이 회사 지분 80%를 약 11억 달러(당시 약 1조 2,500억 원) 기업가치로 인수했고, 현대차 49.5%, 기아 30.5%, 현대모비스 20%가 중간지주 격인 HMG글로벌(56.5%)을 거쳐 보스턴다이내믹스를 지배하는 구조를 갖췄습니다. 여기에 정의선 회장(22%), 현대글로벌비(11%), 소프트뱅크(9.5%)가 지분을 보유합니다.

보스턴다이내믹스는 4족 로봇 스팟, 물류 로봇 스트레치, 휴머노이드 아틀라스를 보유하며, 아틀라스를 유압식에서 전기식으로 바꿔 CES 2026에서 첫 실물로 선보였습니다. 강점은 세계 최고 수준의 보행·균형 제어 기술과 브랜드 인지도이며, 약점은 인수 이후 이어진 적자와 양산 경험 부족입니다. 보스턴다이내믹스가 2028년까지 연 3만 대 아틀라스 양산을 계획하면서, 양산 경험이 풍부한 현대모비스가 핵심 부품 공급자로 합류한 구도입니다. 아틀라스 개발총괄 책임자 재코우스키는 현대모비스를 최적의 파트너로 꼽은 이유로, 중국 기업에 뒤지지 않으면서도 대량 부품을 성능·가격·신뢰도 면에서 잘 공급한다는 점을 들었습니다. 그는 또한 "현장에서 아무것도 하지 않고 걸어 다니거나 쿵푸만 선보이는 로봇은 경제적 효용이 없다"며 양산과 실제 노동 투입의 중요성을 강조했습니다.

2-3. 일본 하모닉드라이브시스템즈와 나브테스코: 정밀 구동의 전통 강자

현대모비스가 부품 시장에서 마주할 진짜 경쟁자는 일본의 두 회사입니다. 하모닉드라이브시스템즈는 하모닉 감속기에서, 나브테스코는 RV 감속기에서 각각 세계 시장을 과점해 왔습니다. 두 회사의 강점은 수십 년에 걸친 연구개발과 정밀 제조, 그리고 글로벌 로봇·공작기계 회사들과 맺어 온 오랜 공급 관계입니다. 약점은 휴머노이드라는 새 시장이 요구하는 대량·저가 공급에 대한 대응 속도와 가격이며, 중국 업체의 추격이 이 약점을 파고들고 있습니다.

현대모비스에게 이 두 회사는 경쟁자이자 동시에 벤치마크이며, 경우에 따라 감속기를 공급받는 협력사가 될 수도 있는 복합적 상대입니다. 사업기획의 공급망 전략은 이 일본 강자를 어떻게 다룰지(자체 개발로 대체할지, 일부를 공급받을지, 국산 협력사로 분산할지)를 정하는 일을 포함합니다.

2-4. 삼성전자-레인보우로보틱스: 국내 최대 경쟁 진영의 형성

국내에서 가장 강력한 경쟁 진영은 삼성전자와 레인보우로보틱스의 결합입니다. 삼성전자는 2023년 초 약 590억 원을 투자해 레인보우로보틱스 지분 10.22%를 확보한 뒤 같은 해 14.7%로 늘리고 콜옵션을 맺었으며, 2024년 12월 31일 콜옵션을 행사해 지분을 35.0%로 끌어올려 최대주주가 되고 자회사로 편입했습니다. 레인보우로보틱스는 국내 최초로 2족 보행 로봇 '휴보'를 개발한 KAIST 휴보랩 연구진이 2011년 세운 회사로, 협동로봇·이동형 양팔 로봇·휴머노이드 기술을 보유합니다.

삼성전자는 대표이사 직속으로 미래로봇추진단을 신설하고, 휴보 개발자인 오준호 KAIST

명예교수를 단장으로 앉혔습니다. 미래로봇추진단은 하드웨어 그룹과 인공지능 그룹으로 구성되며, 하드웨어 그룹은 기구·전장·액추에이터를 포함한 휴머노이드 전체 하드웨어 시스템을 개발하고, 별도로 로봇 손을 전담하는 핸드랩을 두었습니다. 노태문 삼성전자 대표는 CES 2026에서 로보틱스를 미래 성장동력으로 규정하며, 레인보уро보틱스와 DX 부문이 기반 기술부터 피지컬 AI 엔진까지 여러 프로젝트를 동시에 추진 중이라고 밝혔습니다. 2026년 5 월에는 미래로봇추진단 인력 확충을 위한 사내 채용을 진행했습니다.

다만 이 진영에도 변수가 있습니다. 레인보уро보틱스는 주요 임직원의 선행매매 의혹으로 주가가 급락하고 일부 ETF에서 빠지는 진통을 겪었으나, 2026년 3월 사옥·생산 설비 이전을 마치고 삼성과의 협력 내려티브로 다시 주목받았습니다. iM증권은 2026년 5월 19일 목표주가를 91만 5,000원으로 상향하며 방산용 휴머노이드 사업의 경쟁 우위를 짚었는데, 레인보уро보틱스가 2024년 현대로템과 방산용 4족 보행 로봇을 공동 개발해 육군에 시제품을 납품한 이력이 있으나, 현대차 계열 보스턴다이나믹스와 육군의 협력이 강화되며 추가 공급 가능성이 낮아진다는 분석도 함께 내놓았습니다. 현대모비스의 관점에서 삼성-레인보우 진영은 부품(특히 액추에이터)을 자체 개발하려는 강력한 경쟁자이자, 한국 로봇 산업의 양강 구도를 형성하는 상대입니다.

2-5. 두산로보틱스: 협동로봇 1위의 휴머노이드 전환

두산로보틱스는 국내 협동로봇 시장 1위이자 글로벌 3~4위 회사입니다. 그러나 2025년 매출 330억 원(전년 대비 약 29.6% 감소), 영업손실 595억 원으로 협동로봇 수요 둔화의 직격탄을 맞았습니다. 이에 두산로보틱스는 미국 시스템통합 회사 원엑시아(ONExia)를 약 356억~374억 원에 인수해 로봇을 바로 설치해 쓰는 턴키 솔루션 역량을 확보하고, 복잡한 설정 없이 꽃아서 쓰는 방식으로의 전환을 추진하며 CES 2026에서 '스캔앤고'로 최고혁신상을 받았습니다. 나아가 엔비디아와 손잡고 피지컬 AI 기반 산업용 휴머노이드를 2028년 선보이는 방향으로 사업을 넓히고 있습니다.

두산로보틱스는 본체(협동로봇·휴머노이드) 회사이므로 현대모비스와 부품 시장에서 정면 경쟁하지는 않지만, 향후 휴머노이드 부품을 자체 조달할지 외부에서 살지에 따라 현대모비스의 잠재 고객이 될 여지도 있습니다.

2-6. 에스피지·에스비비테크: 국산 감속기의 도전

에스피지와 에스비비테크는 현대모비스의 액추에이터 사업과 가장 가까이 닿는 국내 부품 회사입니다. 에스피지는 국내에서 유일하게 유성형·하모닉형·RV형 세 종류 감속기를 자체 생산하며, 에스비비테크는 하모닉 타입 일곱 종을 자체 개발해 국산화를 이끕니다. 이들은 현대모비스가 액추에이터의 핵심 부품인 감속기를 어떻게 조달하느냐에 따라 협력사가 될 수도, 일부 영역에서 경쟁자가 될 수도 있는 복합적 위치에 있습니다. 사업기획이 부품 협력 생태계를 설계할 때 우선 검토할 국내 자원이기도 합니다.

2-7. 테슬라 옵티머스: 수직통합 모델과 일정 지연의 교훈

테슬라는 옵티머스를 통해 휴머노이드를 차세대 핵심 사업으로 내세우지만, 부품·칩·인공지능을 모두 자체 개발하는 수직통합 모델이라는 점에서 현대모비스와는 사업 구조가 정반대입니다. 테슬라의 강점은 자율주행에서 쌓은 인공지능, 대규모 자동차 제조 인프라, 자체 칩 설계 역량입니다. 약점은 일정의 신뢰성입니다. 2025년에 수천 대 생산을 약속하고 수백 대만 만든 전력이 있고, V3 공개와 양산이 거듭 미뤄지며 공급망 보고서들은 옵티머스 프로그램이 2025년 내내 혼란 상태였다고 전했습니다.

테슬라 사례가 현대모비스에 주는 교훈은 두 가지입니다. 첫째, 화려한 목표보다 양산 실행이 시장 신뢰를 가른다는 점입니다. 둘째, 수직통합은 통제력이 강한 대신 모든 부품을 스스로 개발해야 하는 부담을 지므로, 부품을 전문으로 공급하는 회사가 설 자리가 그만큼 남는다는 점입니다. 테슬라가 모든 것을 자체 개발하는 동안, 다른 본체 회사들은 현대모비스 같은 전문 부품사에 의존할 수 있습니다.

2-8. 피규어·애틀로닉·유니트리·1X: 글로벌 휴머노이드 신흥 세력

글로벌 휴머노이드 본체 시장에는 신흥 세력이 빠르게 늘고 있습니다. 피규어AI는 자체 시각·언어·행동 모델 헬릭스를 적용하고 BotQ 공장에서 시간당 한 대 생산을 목표로 하며, BMW 공장 실증을 거쳤습니다. 애틀로닉은 메르세데스-벤츠 공장에서 아폴로를 시범 운용하며 전자기기 양산 전문 자빌과 손잡았습니다. 중국 유니트리는 낮은 가격과 물량으로 시장을 흔들며 2025년 5,500대 이상을 출하했습니다. 가정용을 노리는 1X의 네오는 약 2만 달러대 가격을 제시합니다.

이들은 대체로 현대모비스의 잠재 고객 후보입니다. 본체 회사가 많아질수록, 그리고 이들이 부품을 자체 개발하지 않고 외부에서 조달할수록, 현대모비스가 진입할 공급 시장은 넓어집니다. 사업기획의 글로벌 파트너 발굴 업무는 이 신흥 세력 가운데 어디를 다음 고객으로 삼을지 살피는 일을 포함합니다.

2-9. 자동차 부품사의 로봇 전환: 보쉬·ZF, 그리고 소프트뱅크-ABB

현대모비스가 걷는 길, 곧 자동차 부품 회사가 로봇·모빌리티로 사업을 넓히는 흐름은 글로벌 동종 업계에서도 나타납니다. 독일 보쉬·ZF·콘티넨탈 등 대형 자동차 부품사들이 모빌리티 전환을 추진하고 있으며, 소프트뱅크는 2025년 스위스 ABB의 로보틱스 부문을 약 54억 달러에 인수하며 피지컬 AI를 차세대 영역으로 규정했습니다. 이는 현대모비스의 '차량 부품 양산 역량을 로봇에 활용한다'는 전략이 글로벌 흐름과 같은 논리 위에 있음을 보여 줍니다. 동시에, 같은 발상을 가진 글로벌 부품 강자들이 잠재적 경쟁자로 등장할 수 있다는 뜻이기도 합니다.

2-10. 현대모비스의 포지셔닝: 부품 공급자 + 대량 양산

이상의 비교를 종합하면 현대모비스의 포지셔닝은 분명합니다. 이규석 사장의 표현대로 로봇 본체나 인공지능이 아니라 '부품 완성도 + 대량 양산'을 차지하는 부품 공급자(B2B)입니다. 전략의 출발점은 그룹 수직계열 안의 첫 고객 보스턴다이내믹스로, 이 고객을 통해 검증

데이터와 양산 경험을 쌓은 뒤 그룹 바깥의 외부 고객(논캡티브)으로 넓혀 갑니다. 회사가 주목하는 것은 로봇 부품 시장에 아직 절대 강자가 없다는 점이며, 가격경쟁력과 대규모 양산, 규모의 경제를 무기로 삼습니다. 이는 본업인 자동차 부품에서 현대차·기아에 매출이 쏠린 캡티브 한계를, 처음부터 외부 고객을 노리는 신사업에서 풀어 보려는 시도이기도 합니다.

2-11. 베어 케이스: 휴머노이드 거품론과 현대모비스 고유의 약점

균형 잡힌 분석을 위해 비관적 시각도 함께 봐야 합니다. 첫째, 휴머노이드 상용화 지연론입니다. 시장조사기관 인터랙트애널리시스는 2026년 5월 보고서에서 상업적 변곡점을 2032년으로 보고, 2035년 출하량을 70만 대 남짓, 매출을 약 150억 달러로 보수적으로 전망했습니다. 같은 보고서의 연구원 마르코 왕은 체화 인공지능 역량의 공백, 심각한 데이터 부족, 하드웨어 내구성 미흡을 핵심 제약으로 꼽았습니다. 가트너는 기술적 성숙도 부족으로 시범 단계에 정체될 가능성을 경고하며 휴머노이드의 도입·유지 비용이 전용 로봇보다 몇 배 높으면서 생산성은 낮다고 지적했고, 바클레이스는 인간형 로봇 상용화까지 최소 10년 이상을 전망했습니다.

둘째, 수익화 지연입니다. 현대모비스 스스로도 향후 2년 내 의미 있는 로봇 매출은 기대하지 않는다고 밝혔습니다. LS증권은 아틀라스 3만 대 기준 로봇 매출을 약 1조 710억 원으로 추정하면서도, 이는 2027년 이후의 이야기라고 못박았습니다.

셋째, 캡티브 의존도입니다. 현대모비스의 현대차·기아 단독 매출 비중은 2024년 76.1%에서 2025년 상반기 75.6%로, 본업에서 외부 고객 확대가 더딘 상황입니다. 그룹 전체 기준으로는 2024년 약 82.6%로 인용되기도 합니다. 신사업에서 논캡티브를 늘리겠다는 목표가 본업에서의 한계를 얼마나 넘어설지가 관건입니다.

넷째, 후발주자 리스크와 본체의 불확실성입니다. 보스턴다이내믹스는 적자가 이어지고 있고, 테슬라·피규어에 비해 양산 로드맵과 플랫폼 구조가 불확실하다는 평가가 따라붙습니다. 모건스탠리 조나스는 준비되지 않은 기업에게 휴머노이드는 자산이 아니라 부채가 될 수 있다고 경고했습니다. 첫 고객의 양산이 미뤄지면 현대모비스의 부품 매출 시점도 함께 밀립니다.

2-12. 전략적 시사점: 경쟁 우위가 어디서 결정되는가

2장의 결론은, 현대모비스의 경쟁 우위가 '본체를 얼마나 잘 만드느냐'가 아니라 '부품을 얼마나 싸고 안정적으로 많이 만드느냐, 그리고 그룹 수직계열의 첫 고객을 발판으로 외부 고객을 얼마나 빨리 넓히느냐'에서 결정된다는 점입니다. 일본 감속기 강자는 정밀도와 관계의 깊이로, 중국 업체는 가격으로, 삼성-레인보우는 인공지능과 자본력으로 경쟁합니다. 현대모비스가 이들 사이에서 이기려면 자동차 부품 양산에서 다져 온 원가·품질·물량 대응이라는 강점을 로봇 부품에서 다시 증명해야 합니다. 이 직무를 이해하려는 사람은, 경쟁사 각각의 무기를 구분하고 현대모비스가 어느 지점에서 우위를 가질 수 있는지를 자기 언어로 설명할 수 있어야 합니다.

3장: 대상 회사 심층 분석

3-1. 사업 구조와 2025~2026년 실적의 결

현대모비스의 사업은 크게 두 갈래입니다. 하나는 모듈·핵심부품으로, 자동차 3대 모듈(새시·각핏·프론트엔드)과 전동화·전장·제동·조향 부품을 만들어 현대차·기아 등 완성차에 공급하는 사업입니다. 다른 하나는 A/S 부품으로, 전 세계에 팔린 현대차·기아 차량의 보수용 부품을 공급하는 사업입니다.

2025년 연결 실적은 사상 최대였습니다. 매출 61조 1,181억 원(전년 대비 6.8% 증가), 영업이익 3조 3,575억 원(9.2% 증가)으로 처음 매출 60조 원을 넘었습니다. 부문별로는 모듈·핵심부품이 47조 8,001억 원(5.9% 증가), A/S 부품이 13조 3,180억 원(10.2% 증가)이었습니다. 2024년에는 매출 57조 2,370억 원, 영업이익 3조 735억 원이었습니다.

2026년 들어 흐름이 다소 둔화했습니다. 1분기 연결 매출 15조 5,605억 원(5.5% 증가), 영업이익 8,026억 원(3.3% 증가)으로 외형은 늘었으나, 영업이익이 시장 기대치(약 8,430억 원)를 약 4.8% 밑돌았고 순이익은 8,831억 원으로 전년 동기 대비 약 14.4% 줄었습니다. 전분기(2025년 4분기) 대비로도 영업이익이 13.7% 감소했는데, 계절적 요인과 제조 부문의 비용 부담이 겹친 결과입니다. 증권가는 2026년 실적이 상반기 부진, 하반기 회복의 '상저하고' 흐름을 보일 것으로 보며, 회복 동인으로 미국 메타플랜트(HMGMA) 가동률 상승, 유럽 전기차 판매 증가와 신규 공장 안정화, 고객사 신차 출시 효과, 관세 부담 완화를 꼽습니다.

3-2. 부문별 손익 구조: A/S라는 캐시카우와 모듈·부품의 저마진

현대모비스의 손익 구조에서 핵심은 A/S 부문이 회사 이익의 큰 몫을 책임지는 '캐시카우'라는 점입니다. 2026년 1분기 A/S 부문은 매출 3조 5,190억 원에 영업이익 9,239억 원을 올려, 전사 영업이익(8,026억 원)을 웃도는 이익을 냈습니다. 이는 모듈·핵심부품 부문이 저마진 구조이거나 일부 손실을 안고 있다는 뜻이기도 합니다. A/S 부문은 이미 팔린 차량이 운행되는 한 꾸준히 보수 부품 수요가 발생하므로 경기 변동에 덜 흔들리고 수익성이 높습니다. 반면 모듈·핵심부품은 완성차 생산 물량과 단가 협상에 좌우되어 변동성이 크고 마진이 얇습니다.

이 구조가 로보틱스 사업과 연결되는 지점은, A/S에서 나오는 안정적 현금흐름이 신사업 투자의 재원이 된다는 사실입니다. 회사는 약 7조 원 규모의 순현금과 연 1조~2조 원의 잉여현금흐름을 보유하며, 2026년 연구개발 투자가 사상 처음으로 2조 원을 넘어 약 2조 1,000억 원에 이를 계획입니다. 풍부한 재무 여력이 로보틱스·소프트웨어 같은 신사업 투자와 주주환원을 동시에 떠받칩니다.

3-3. 사업 포트폴리오 재편: 램프·범퍼 매각과 전동화·소프트웨어·로보틱스로의 재배치

2026년 현대모비스의 두드러진 움직임은 사업 포트폴리오 재편입니다. 회사는 2026년 상반기 램프(전조등) 사업부 매각에 이어 범퍼 사업부 매각을 추진하며, 부가가치가 낮은 전통 부품을 정리하고 전동화·소프트웨어 중심으로 사업을 재배치하고 있습니다. 유진투자증권

이재일 연구원은 이렇게 확보한 자금이 인공지능과 로보틱스 같은 신사업에 투입될 것으로 보이며, 중장기적으로 미래 사업을 위한 구조 개편 효과가 기대된다고 분석했습니다. 회사는 주주환원도 이어 갑니다. 2025년 발표한 중장기 계획에 따라 2026년 약 5,000억 원 규모 자사주를 매입해 전량 소각할 예정이며, 배당은 전년 수준인 주당 6,500원 유지를 검토하고, 2027년까지 총주주환원을 30%를 목표로 합니다.

이 재편의 의미는, 로보틱스가 단발성 신규 진출이 아니라 회사 전체의 사업 구조를 바꾸는 큰 그림의 한 갈래로 자리 잡고 있다는 점입니다. 낡은 부품을 팔아 마련한 돈을 새 부품(로봇 구동 부품)과 소프트웨어에 옮겨 심는 흐름이며, 사업기획은 이 재편의 맥락 안에서 로보틱스 투자의 우선순위를 다투게 됩니다.

3-4. 로보틱스사업추진실의 신설과 조직 구조

로보틱스 사업의 조직적 토대는 2025년 7월 신설된 '로보틱스사업추진실'입니다. 회사는 기존에 로봇 관련 업무를 맡던 '팀'을 '실' 단위 조직으로 격상하고, 상무 오세욱을 책임자로 두었습니다. 이에 따라 현대모비스 연구소는 기존 네 개 개발실에 더해 로보틱스사업추진실 산하의 로보틱스개발팀을 포함하는 연구개발 체계를 갖추게 되었습니다. 회사는 2021년 정관을 고쳐 사업 목적에 로봇과 로봇 부품 제조·판매를 추가했고, 2025년 4월 기관투자자 설명회에서 휴머노이드용 부품(액추에이터) 사업화를 추진 중이라고 밝힌 뒤, 7월 조직 신설, 8월 인베스터 데이 공식화로 이어지는 순서를 밟았습니다.

본 보고서가 분석하는 직무 '로보틱스사업실-기획-로보틱스 사업기획'은 채용 포털상 명칭이 다소 줄여져 있으나, 실체는 이 로보틱스사업추진실의 사업기획 기능을 가리킵니다. 연구개발을 담당하는 로보틱스개발팀과 구분되는, 전략·기획·사업개발 성격의 자리입니다. 이 점을 분명히 해 두는 이유는, 같은 회사 안에 로보틱스 부품 구매나 감속기 설계 같은 다른 로봇 관련 직무도 존재하기 때문입니다. 이 직무는 부품을 사는 일(구매)도, 부품을 설계하는 일(개발)도 아니라, 사업의 방향과 수지를 설계하고 외부와의 협력을 맺는 기획 업무입니다.

3-5. 액추에이터 사업의 구체적 내용: 무엇을, 얼마나, 누구에게

현대모비스의 첫 로봇 부품 사업은 액추에이터입니다. 액추에이터는 모터, 회전력을 정밀하게 다루는 감속기, 움직임을 조율하는 제어기로 이뤄진 구동 모듈입니다. 휴머노이드 한 대에는 40개가 넘는 액추에이터가 들어가는데, 현대모비스는 이 가운데 로봇 몸통에 탑재되는 30여 종을 만드는 것으로 파악됩니다.

규모를 가늠할 단서도 나왔습니다. 증권가 분석에 따르면 현대모비스는 아틀라스 한 대당 메인 액추에이터 약 30개와 보조 액추에이터 약 10개, 합쳐 약 2만 5,500달러어치를 공급하는 구조이며, LS증권은 아틀라스 3만 대 생산 기준 로봇 매출을 약 1조 710억 원으로 추정했습니다. 다만 회사는 사업 초기인 만큼 현재로서는 보스턴다이내믹스 외의 공급 계획은 없다고 밝혔고, 공급이 안정화된 뒤 다른 로봇 고객사의 요청을 검토할 수 있다는 입장입니다. 액추에이터를 안착시킨 다음에는 로봇 손에 해당하는 그리퍼, 그리고 센서와 제어기로 사업 범위를 넓힐 계획입니다.

여기서 거듭 강조할 점은, 위에 인용한 단가·매출 수치가 모두 증권사와 언론의 추정·예측이라는 사실입니다. 회사가 공식 확정한 것은 '아틀라스 양산 시점에 액추에이터를 공급한다'는 협력의 사실까지이며, 구체적 납품 단가나 매출 목표는 공개되지 않았습니다. 사업기획의 사업성 분석은 바로 이 불확실한 수치들을 여러 시나리오로 따져 의사결정의 근거를 만드는 일입니다.

3-6. CEO 인베스터 데이와 3단계 로드맵

2025년 8월 27일 여의도에서 열린 CEO 인베스터 데이는 현대모비스 로보틱스 전략의 공식 출발점입니다. 회사는 창사 이후 처음으로 휴머노이드 핵심 구동 부품인 액추에이터 시장 진출을 공식화했습니다. 전사 재무 목표로는 2027년까지 연평균 매출성장률 8% 이상, 영업이익률 5~6%를 제시했고, 핵심부품의 비계열(논캡티브) 매출 비중을 현재 약 10%에서 2033년 40%까지 끌어올린다는 목표를 내놓았습니다. 액추에이터를 시작으로 센서·제어기·핸드그리퍼·배터리로 품목을 넓히는 방향도 함께 제시했습니다. 이규석 사장은 차별화된 기술력과 고도의 실행력에 기반한 속도전으로 미래 시장을 공략해 모빌리티 기술 선도 기업의 입지를 구축하겠다고 밝혔습니다.

회사가 그린 로드맵은 2030년까지 세 단계입니다. 1단계는 2026년까지로, 액추에이터 설계 역량을 갖추고 제어기·헤드모듈·그리퍼로 범위를 넓히며 보스턴다이내믹스라는 그룹 내 고객과의 협력으로 사업을 안착시키는 시기입니다. 2단계는 2028년까지로, 규모의 경제와 가격경쟁력을 확보하고 그룹 바깥 고객(논캡티브) 진출을 타진하는 시기입니다. 3단계는 2030년까지로, 핵심 부품 라인업을 완성하고 소프트웨어 등 부가가치를 더해 사업을 키우는 시기입니다. 이 로드맵은 사업기획이 다루는 중장기 전략의 뼈대이며, 각 단계의 목표를 시장 전망과 연결해 정량화하는 일이 사업기획의 핵심 과업이 됩니다.

3-7. CES 2026: 협력의 공식화와 그룹 밸류체인

2026년 1월 6일부터 9일까지 열린 CES 2026은 현대차그룹이 인공지능 로보틱스를 중심으로 그룹사 협업을 전면에 내세운 무대였습니다. 보스턴다이내믹스의 아틀라스를 중심에 두고, 물류·주차·모빌리티 로봇부터 구동 부품, 차세대 각핏과 제어 기술까지 그룹사 각자의 전문성이 하나의 생태계로 연결되는 모습을 보여 주었습니다.

현대모비스는 1월 7일(현지시간) 보스턴다이내믹스와 협력 체계를 구축하고 차세대 아틀라스 양산 시점에 액추에이터를 공급한다고 발표하며 첫 고객을 확보했습니다. 보스턴다이내믹스가 2028년까지 연 3만 대 아틀라스 양산을 계획하므로, 현대모비스는 고객 일정보다 한발 앞서 액추에이터 생산 준비를 마쳐야 하는 과제를 안았습니다. 같은 자리에서 현대모비스는 미국 쉘컴과 소프트웨어 중심 차량(SDV)·첨단운전자보조시스템(ADAS) 공동개발 양해각서를 맺으며 인도 등 신흥국 시장 공략 의지도 밝혔습니다. 부스에는 북미·유럽 고객사 관계자 200여 명이 방문했습니다.

CES 2026이 보여 준 그룹 밸류체인은 현대모비스의 사업기획을 이해하는 데 중요합니다. 본체는 보스턴다이내믹스, 제조 데이터와 적용 현장은 현대차·기아, 부품과 양산은

현대모비스, 소프트웨어는 현대오토에버, 물류는 현대글로비스로 역할이 나뉘는 수직 협력 구조가 형성되었습니다. 사업기획은 이 그룹 밸류체인 안에서 현대모비스의 부품 사업을 자리매김하고, 동시에 그룹 바깥으로 넓혀 갈 전략을 함께 설계합니다.

3-8. 보스턴다이내믹스 IPO와 소프트뱅크 풋옵션: 2026년 6월의 분기점

2026년 6월 현재 가장 뜨거운 변수는 보스턴다이내믹스의 나스닥 상장과 소프트뱅크 풋옵션 문제입니다. 현대차그룹은 2021년 인수 당시 소프트뱅크와 '4년 내 상장 추진' 조건을 맺었고, 상장하지 못하면 소프트뱅크가 잔여 지분을 되팔 수 있는 풋옵션(조기상환청구권)을 부여했습니다. 이 4년 시한은 2025년 6월에 만료되었고, 이후 1년의 유예기간 동안 소프트뱅크가 풋옵션을 행사할 수 있는데 그 기한이 바로 2026년 6월입니다. 후속 증자로 소프트뱅크 지분은 초기 20%에서 약 9.5%로 희석되었고, 2024년 하반기 약 1조 3,000억 원 유상증자를 거치며 보스턴다이내믹스 기업가치는 약 3조 원 이상으로 불어났습니다.

시장의 기대는 이미 주가에 반영되고 있습니다. 2026년 5월 7~8일 보스턴다이내믹스 상장 기대감으로 로봇 관련 그룹주가 일제히 급등해, 현대오토에버는 상한가(29.97%)를, 현대모비스는 15.29% 상승을 기록했고 그룹 시가총액이 하루 약 21조 원 불어났습니다. 5월 18~19일에는 현대차·보스턴다이내믹스·기아·현대모비스·현대오토에버·현대글로비스가 보스턴에서 열린 JP모건 글로벌 테크놀로지 콘퍼런스에 함께 참여해 그룹 로보틱스 밸류체인을 부각했습니다. 보스턴다이내믹스 기업가치 추정은 보수적으로 30조~40조 원, 공격적으로는 130억~140억 달러(약 130조~150조 원)까지 갈립니다.

상장 논의의 무게는 투자 회수를 넘어 그룹 지배구조 재편으로 이어집니다. 보스턴다이내믹스 상장이 현대차·기아·현대모비스로 얹힌 순환출자 성격의 지분 구조를 정리하고 정의선 회장으로의 승계 구도를 매듭짓는 지렛대가 될 수 있다는 분석이 나옵니다. 다만 이미 시장을 선점한 일본 화낙이나 스위스 ABB와 달리 보스턴다이내믹스가 양산 가시성과 확장성을 충분히 설득하지 못하면 희망 기업가치를 끌어내기 어렵다는 시각도 함께 존재합니다. 사업기획의 관점에서 이 IPO는, 첫 고객의 자금 조달과 양산 가속, 나아가 현대모비스 로봇 부품 매출의 시점과 직접 연결되는 사안입니다.

3-9. 차별화 포인트: 차량 부품 양산 역량의 활용

현대모비스가 로봇 부품 시장에서 내세우는 차별화 포인트는 자동차 부품을 대량으로 설계하고 양산해 온 역량입니다. 회사 설명에 따르면 액추에이터는 차량의 전자식 조향 장치와 구조가 유사해, 기존 역량을 활용하면 투자 비용을 줄이면서도 시장 진입 속도를 높일 수 있습니다. 차량용 부품에서 다져 온 원가 경쟁력과 품질 관리, 대량 양산 노하우를 로봇 구동 부품에 옮겨 적용한다는 논리이며, 여기에 그룹 수직계열의 안정적 첫 고객과 글로벌 생산·공급망이 더해집니다. 회사는 차량 부품 설계와 대량 양산 역량을 바탕으로 고신뢰·고품질 로봇 부품 공급 체계를 구축한다는 전략을 명시했습니다. 보스턴다이내믹스가 현대모비스를 파트너로 고른 이유도 바로 이 양산 신뢰도였습니다.

3-10. 차량 기술 자산과 로봇의 접점: 조향·제동·MEB

현대모비스가 로봇 액추에이터로 넘어갈 수 있는 기술적 토대는 차량 구동·제어 자산에 있습니다. 대표적인 것이 전자식 제동장치입니다. MEB(Mobis Electronic Brake)는 ABS와 차체자세제어(ESC)를 통합한 전자식 제동장치이고, iMEB(Integrated Mobis Electronic Brake)는 마스터실린더와 MEB를 일체화한 회생제동 통합 시스템으로 현대모비스가 세계 두 번째로 개발했습니다. 이 시스템은 원가와 중량을 30% 이상 줄였고 국내외 109건의 특허를 확보했습니다. 전동식 모터로 제동을 정밀하게 제어하는 이 기술의 정밀 구동·제어 노하우가 로봇 관절 액추에이터에 활용될 수 있는 기반입니다.

전자식 조향(EPS) 역시 모터로 조향력을 정밀하게 제어하는 기술이라는 점에서 로봇 관절 구동과 원리가 닮았습니다. 현대모비스가 차량에서 쌓아 온 모터 제어, 정밀 기구 설계, 전자 제어 통합 역량이 액추에이터라는 새 품목에서 다시 쓰이는 구조이며, 이것이 회사가 로봇 부품 가운데 액추에이터를 첫 품목으로 고른 기술적 이유입니다.

3-11. 회사 연혁과 전환점: 현대정공에서 현대모비스로

현대모비스의 역사를 정확히 보려면 사명 변경과 사업 재편의 시점을 구분해야 합니다. 회사는 1977년 현대정공으로 설립되어 초기에는 컨테이너, 공작기계, 철도차량, 겔로퍼·싼타모 같은 완성차를 만들었습니다. 1999년 철도·차량 사업을 다른 계열사로 넘기며 자동차 부품 회사로 성격을 바꾸었고, 2000년 11월 사명을 현대모비스(Mobile과 System의 결합)로 변경했습니다. 이후 자동차 3대 모듈과 현대차·기아 A/S 사업을 맡으며 종합 부품사로 자리를 잡았습니다. 2010년대에는 친환경차(회생제동, 수소연료전지)와 자율주행으로 영역을 넓혔고, 2021년 그룹의 보스턴다이내믹스 인수에 참여했으며, 2023년 모듈·부품 제조를 모트라스·유니투스로 분사하고 브랜드 정의를 'Mobility Beyond Integrated Solution'(통합 솔루션을 넘어서는 모빌리티)으로 바꾸었습니다.

연혁을 다룰 때 주의할 점은, 과거 현대정공 시절의 사업(완성차·철도차량 등)을 현재 현대모비스의 사실로 단정해서는 안 된다는 것입니다. 현재의 현대모비스는 자동차 부품과 A/S, 그리고 새로 더한 로보틱스·소프트웨어를 하는 회사이며, 완성차나 철도차량을 만들지 않습니다.

3-12. 리스크 요인의 서술적 분석

현대모비스 로보틱스 사업의 리스크를 무엇이, 왜, 발생 가능성과 영향도 측면에서 풀면 다음과 같습니다.

규제 리스크는 휴머노이드의 안전 표준·인증·책임 소재가 아직 정비되지 않았다는 데서 옵니다. 로봇이 사람과 같은 공간에서 일하다 사고가 나면 제작사와 구매자 사이에 책임 분쟁이 생길 수 있고, 부품 공급자도 그 사슬에 놓입니다. 발생 가능성은 중간, 영향도는 중장기적으로 큼니다.

경쟁 리스크는 일본 감속기 강자, 중국 저가 공세, 삼성-레인보우 같은 국내 경쟁자가 동시에 존재한다는 데서 옵니다. 발생 가능성이 높고 영향도도 큼니다. 가격과 양산 신뢰도에서

밀리면 후발주자로서 시장을 확보하기 어렵습니다.

기술 리스크는 체화 인공지능 성숙도, 부품 내구성, 양산 품질 같은 난제에서 옵니다. 발생 가능성은 중간, 영향도는 큼니다. 부품의 신뢰성이 로봇 전체의 성능을 좌우하기 때문입니다.

인력 리스크는 기술과 사업을 겸비한 융합형 인재 확보 경쟁에서 옵니다. 현대차그룹이 2026년 1월 테슬라 출신 밀란 코박을 그룹 자문역 겸 보스턴다이내믹스 사외이사로 영입한 것은 이 인재 경쟁의 단면입니다. 발생 가능성이 높고 영향도는 중간입니다.

재무 리스크는 신사업 초기의 수익화 지연과 연구개발·설비 투자 부담에서 옵니다. 영향도는 중간입니다. 다만 회사의 풍부한 현금 여력이 이 부담을 완충합니다.

평판·지배구조 리스크는 보스턴다이내믹스 상장을 둘러싼 논의와 사업부 매각 과정의 노사 갈등에서 옵니다. 램프 사업부 매각과 관련한 노사 현안은 2026년 상반기 봉합 수순을 밟고 있으나, 포트폴리오 재편기에는 조직 내부의 정서적 부담이 따릅니다.

3-13. 전략 옵션: 낙관·기본·비관 시나리오

만약 사업기획 담당자의 시선으로 전략 옵션을 그린다면 세 가지 시나리오로 나눌 수 있습니다.

낙관 시나리오는 휴머노이드 상용화가 예상보다 빨라지고 보스턴다이내믹스 양산이 2028년 계획대로 진행되며 외부 고객까지 확보되는 경우입니다. 이때 현대모비스는 액추에이터를 발판으로 그리퍼·센서·제어기로 품목을 빠르게 넓히고, 자동차 부품 양산 역량을 무기로 글로벌 부품 공급자의 자리를 선점하는 공격적 투자가 합리적입니다.

기본 시나리오는 상용화가 점진적으로 진행되고 보스턴다이내믹스 중심의 매출이 2027년 이후 서서히 발생하는 경우입니다. 이때는 첫 고객과의 협력을 안정화하면서 논캡티브 고객을 신중히 타진하고, 품목 확장의 속도를 시장 수요에 맞춰 조절하는 균형 전략이 적합합니다.

비관 시나리오는 휴머노이드 상용화가 크게 지연되고 첫 고객의 양산이 미뤄지는 경우입니다. 이때는 로봇 부품 투자를 단계적으로 관리하면서, 액추에이터 기술을 협동로봇·산업용 로봇 등 인접 시장으로 넓혀 수요 기반을 분산하는 방어 전략이 필요합니다. 사업기획은 이 세 시나리오를 동시에 준비하며, 시장 신호에 따라 투자의 강도와 시점을 조율하는 역할을 합니다.

3-14. 전략적 시사점: 신사업이 회사의 정체성을 바꾸는 방식

3장의 결론은, 로보틱스가 현대모비스에게 여러 신사업 가운데 하나가 아니라 회사의 정체성을 다시 정의하는 사업이라는 점입니다. 램프·범퍼 같은 전통 부품을 정리하고 그 자금을 전동화·소프트웨어·로보틱스로 옮겨 심는 재편, 차량 구동·제어 자산을 로봇 부품에 활용하는 기술 연결, 캡티브 한계를 신사업의 논캡티브 목표로 넘어서려는 시도가 모두 한 방향을 가리킵니다. 이 직무를 이해하려는 사람은, 현대모비스를 '자동차 부품 회사'로만 보지 말고 '구동·제어 기술을 자동차와 로봇 모두에 공급하려는 모빌리티 부품 회사'로 읽을 수 있어야

하며, 로보틱스 사업기획이 그 전환의 설계도를 그리는 자리라는 점을 분명히 인식해야 합니다.

4장: 인재상/조직문화

4-1. 현대모비스 공식 인재상의 최신 형태: 4C

2026년 현재 현대모비스의 공식 인재상은 네 가지 핵심가치, 곧 4C로 정리됩니다. 협업 (Collaboration, 시너지를 키우는 능동적 협업), 도전(Challenge, 한계를 넘는 도전), 창의 (Creativity, 세상을 선도하는 창의), 융합(Convergence, 성장 가능성을 넓히는 융합) 입니다. 회사의 공식 채용 페이지는 "내일의 모빌리티를 만들어 갈 도전적이고 협력적인, 창의적이며 융합적 사고를 갖춘" 인재를 기다린다고 명시합니다. 이 표현은 2026년 시점의 채용 페이지에서 확인되는 최신 메시지로, 네 가지 핵심가치를 그대로 담고 있습니다.

4-2. 과거 인재상과의 비교: 무엇이 바뀌었나

인재상의 최신성을 확인하기 위해 과거 표현과 비교하면 변화가 뚜렷합니다. 과거 현대모비스의 인재상은 '도전적 추진력으로 실행하는, 소통과 협력에 앞장서는, 글로벌 경쟁력을 갖춘, 고객 만족을 최우선시하는, 인재 존중의 기업문화를 실천하는' 다섯 가지 표현으로 제시되었습니다. 현재의 4C는 이 가운데 도전과 협력을 이어받으면서, 미래 모빌리티 전환에 맞춰 창의와 융합을 새로 전면에 내세운 형태입니다. 특히 융합(Convergence)이 핵심가치로 올라온 점이 의미가 큼니다. 자동차에 전자·소프트웨어·로봇이 결합하는 시대에, 한 분야에만 능한 사람보다 여러 분야를 연결하는 사람을 원한다는 신호이기 때문입니다. 과거의 다섯 가지 표현을 현재 인재상으로 잘못 인용하지 않도록 유의할 필요가 있으며, 2026년 기준으로 4C가 회사가 공식적으로 내세우는 인재상입니다.

4-3. 현대차그룹 핵심가치와의 관계

현대모비스의 인재상은 현대자동차그룹 핵심가치를 토대로 합니다. 회사의 인재 채용 페이지는 그룹의 핵심가치를 바탕으로 도전하고 협력하는 인재를 모신다고 밝힙니다. 현대차그룹의 핵심가치는 고객 최우선(Customer), 도전적 실행(Challenge), 소통과 협력 (Collaboration), 인재 존중(People), 글로벌 지향(Globality)의 다섯 가지로, 현대모비스의 4C는 이 그룹 가치의 토대 위에 회사의 미래 지향을 더해 재구성한 형태로 이해할 수 있습니다. 곧 그룹 차원의 가치(고객·도전·협력·인재·글로벌)와 회사 차원의 강조점(도전·협력·창의·융합)이 겹쳐 있는 구조입니다.

4-4. 조직 문화: 유연근무·사내 동아리·육성 체계

현대모비스의 조직 문화는 제조 기반의 안정감 위에 유연성과 미래 지향을 더하는 과도기적 성격을 띠입니다. 회사는 유연근무를 도입해 구성원이 가장 몰입할 수 있는 시간과 장소, 방식을 정해 일하도록 하고, 100여 개의 사내 동아리로 구성원 사이의 친밀한 관계를 뒷받침합니다. 신규 입사자에게는 1년 단위의 육성 체계와 멘토링을 제공하고, 사내 직무 전문가 제도를 운영합니다. 회사는 유연하고 스마트한 기업 문화 아래 일과 삶의 균형을 중시하며 구성원의 성장을

지원한다고 밝힙니다. 복리후생으로는 근속연수에 따른 차량 할인, 의료비·학자금·주거지원비, 휴가 제도 등을 갖추고 있습니다.

4-5. 사업 포트폴리오 재편기의 조직 정서

조직 문화를 입체적으로 보려면 재편기의 정서도 함께 봐야 합니다. 회사가 램프·범퍼 같은 전통 사업부를 정리하고 전동화·소프트웨어·로보틱스로 중심을 옮기는 과정에서, 매각 대상 사업부의 노사 현안 같은 긴장이 따랐습니다. 동시에 로보틱스·소프트웨어·반도체 같은 신사업 조직은 빠르게 인력을 확충하며 성장하고 있습니다. 이런 재편기의 조직은 안정과 변화가 공존하며, 신사업 부문에서는 새로운 역할이 만들어지고 빠른 의사결정과 실행이 요구되는 분위기가 형성됩니다. 로보틱스사업추진실처럼 신설된 조직은 이런 변화의 최전선에 있습니다.

4-6. 로보틱스 사업기획이 요구하는 인재 특성

로보틱스 사업기획 직무가 선호하는 인재 특성은 직무의 구조에서 자연스럽게 도출됩니다. 이 일은 로봇 부품의 기술 로드맵, 사업의 수지(원가·투자·수익), 글로벌 파트너십(사업개발·합작·공급망 계약)을 한 사람이 연결해야 하는 종합 업무입니다. 따라서 기술을 이해하면서도 사업을 설계할 수 있는 융합형 인재, 여러 부서를 가로질러 협업을 조율하는 능력, 글로벌 파트너와 일하는 소통 역량이 요구됩니다. 회사의 4C 가운데 융합과 협업이 이 직무의 핵심 가치이며, 도전(새 시장 개척)과 창의(전례 없는 사업 모델 설계)도 함께 필요합니다.

4-7. 융합형 인재가 필요한 구조적 이유

왜 융합형 인재가 필요한지를 좀 더 풀면 다음과 같습니다. 로봇 부품 사업은 기술만 알아서도, 사업만 알아서도 굴러가지 않습니다. 액추에이터의 모터·감속기·제어기가 어떻게 작동하는지 모르면 제품 로드맵을 그릴 수 없고, 사업성을 따지는 재무 감각이 없으면 어떤 품목에 투자할지 판단할 수 없으며, 계약과 협력의 언어를 모르면 글로벌 파트너십을 맺을 수 없습니다. 이 세 영역이 한 업무 안에서 끊임없이 만나기 때문에, 한 분야의 전문가보다 여러 분야를 잇는 사람이 성과를 냅니다. 현대모비스가 융합을 핵심가치로 올리고, 조직 소개에서 구성원을 '기술 전문성과 사업 기획 역량을 함께 갖춘 융합형 인재'로 규정하는 이유가 여기에 있습니다.

4-8. 영어 역량이 우대되는 맥락

채용 우대사항으로 영어 회화 역량이 제시되는 것도 직무의 성격에서 비롯됩니다. 첫 고객인 보스턴다이내믹스는 미국 회사이고, 잠재 고객과 협력사 상당수가 해외에 있으며, 합작·공동개발·공급망 계약이 영어로 이뤄집니다. 글로벌 파트너를 발굴하고 평가하며 협업 모델을 설계하는 일이 일상인 자리에서, 영어로 기술과 사업을 논의하고 협상할 수 있는 역량은 업무 수행의 기본 조건에 가깝습니다. 곧 영어 우대는 형식적 자격 요건이 아니라, 이 직무가 처음부터 글로벌 협업을 전제로 설계되었다는 사실의 반영입니다.

4-9. 전략적 시사점

4장의 결론은, 현대모비스가 원하는 인재가 시대에 맞춰 진화했다는 점입니다. 과거의 다섯 가지 표현에서 4C로 정비된 인재상, 특히 융합의 부상은 회사가 자동차에서 모빌리티·로봇으로 사업을 넓히며 요구하는 인재의 결이 바뀌었음을 보여 줍니다. 로보틱스 사업기획 직무에서 이 인재상은 추상적 구호가 아니라 업무의 실제 조건과 정확히 포개집니다. 기술과 사업의 융합, 부서를 가로지르는 협업, 글로벌 소통이 그것입니다. 이 직무를 이해하려는 사람은, 4C가 현대모비스의 최신 인재상이라는 사실과 그것이 이 직무에서 구체적으로 무엇을 뜻하는지를 함께 파악할 필요가 있습니다.

5장: 직무 분석

5-1. 직무의 정확한 좌표: 로보틱스사업추진실의 기획 기능

이 직무의 좌표를 정확히 짚는 일부터 시작합니다. '로보틱스 사업기획'은 현대모비스 로보틱스사업추진실 안에서 사업의 전략과 기획을 담당하는 자리입니다. 같은 회사, 같은 로봇 영역 안에도 여러 직무가 있습니다. 로봇 부품을 설계·개발하는 로보틱스개발팀, 로봇 부품을 사 오는 구매 직무, 생산을 맡는 생산기술 직무가 별도로 존재합니다. 이 직무는 그 가운데 부품을 설계하지도, 사 오지도, 만들지도 않는 대신, 사업의 방향과 수지를 설계하고 외부와의 협력을 맺는 기획·전략·사업개발 업무입니다. 회사 조직 소개가 밝히듯, 제품 기획, 기술 개발, 사업 전략, 프로젝트 관리, 영업·마케팅을 잇는 역할을 수행하며, 중장기 전략을 세우고 프로젝트를 총괄 관리합니다.

5-2. 사업기획·제품기획·전략기획의 실제 구분

'사업기획'이라는 말 안에는 여러 결의 일이 섞여 있어 구분이 필요합니다. 전략기획은 회사 또는 사업의 큰 방향을 정하는 일로, 어떤 시장에 들어가고 어떤 품목을 언제 키울지를 정합니다. 제품기획은 구체적 제품의 사양·로드맵·출시 시점을 설계하는 일로, 액추에이터 다음에 그리퍼를 만들지 센서를 만들지, 어떤 사양으로 만들지를 정합니다. 사업개발(BD)은 외부와의 협력을 만드는 일로, 고객·파트너를 발굴하고 합작·공동개발·공급 계약을 맺습니다. 로보틱스 사업기획은 이 세 결을 모두 포함하거나 인접해 있으며, JD가 제시하는 과업(중장기 전략, 제품 전략과 로드맵, 사업성 분석과 투자 검토, 협력 생태계 구축, 글로벌 파트너 발굴, 합작·공동개발·공급망 전략과 계약)이 정확히 이 세 결에 걸쳐 있습니다.

5-3. 시간 단위로 본 업무: 하루·한 달·1년

직무를 시간 단위로 그리면 업무의 결이 또렷해집니다. 하루와 한 주 단위로는 시장·경쟁사 동향을 살피고, 개발·생산·구매·법무 같은 내부 부서와 협업을 조율하며, 파트너 미팅 자료를 만듭니다. 한 달과 분기 단위로는 제품 로드맵을 갱신하고, 수요·원가·투자를 따지는 사업성 분석을 수행하며, 투자 검토 안건을 다루고, 새 파트너를 발굴·평가합니다. 1년 단위로는 중장기 전략을 세우고, 합작·공동개발·공급망 전략과 계약을 추진하며, 사업계획과 예산을 짭니다. 짧은 주기에는 실무 조율과 분석이, 긴 주기에는 전략 수립과 계약이 무게를 갖는 구조입니다.

5-4. 이해관계자 맵: 내부와 외부

이 직무는 수많은 이해관계자 사이에 놓입니다. 내부로는 로봇 부품을 설계하는 로보틱스개발팀(기구·전자·소프트웨어 설계), 양산을 맡는 생산 부서, 부품을 조달하는 구매 부서, 계약을 검토하는 법무 부서, 투자와 손익을 보는 재무 부서, 그리고 전동화·전장·소프트웨어 부문과 경영진(투자자 대응 포함)이 있습니다. 외부로는 첫 고객 보스턴다이내믹스, 잠재 고객인 글로벌 휴머노이드 본체 회사들, 감속기·모터·센서를 공급하는 협력사(국내외), 합작 상대, 퀄컴·엔비디아 같은 기술 파트너, 그리고 K-휴머노이드 연합 같은 산업 생태계가 있습니다. JD가 '개발·생산·구매·법무 조직 간 교차 기능 조율'과 '글로벌 파트너 및 협력사 발굴·평가·협업 모델 설계'를 함께 적은 것은, 이 직무가 내부와 외부로 가로지르며 이해관계를 엮는 자리라는 뜻입니다.

5-5. 핵심 역량 1 — 사업성 분석과 투자 검토(재무)

이 직무가 요구하는 첫 번째 역량은 사업성을 따지는 재무 감각입니다. JD가 명시한 '사업성 분석 및 투자 검토'는, 어떤 부품 사업에 얼마를 투자해 언제 얼마를 벌 수 있는지를 수치로 따지는 일입니다. 여기에는 시장 규모를 추정하는 작업(전체 시장 TAM, 진입 가능한 시장 SAM, 실제 확보 가능한 시장 SOM), 제품의 원가를 분석하는 작업(부품 구성과 원가, 곧 BOM 분석), 투자의 가치를 평가하는 작업이 포함됩니다.

투자 가치를 평가할 때 자주 쓰는 개념이 순현재가치(NPV)와 내부수익률(IRR)입니다. 순현재가치는 미래에 벌어들일 돈을 현재 가치로 환산해 투자액과 비교하는 방법이고, 내부수익률은 그 투자가 연 몇 퍼센트의 수익률을 내는지를 나타내는 지표입니다. 예컨대 아틀라스 3만 대 양산에 맞춰 액추에이터 생산라인을 짓는 데 얼마가 들고, 그 라인에서 몇 년간 얼마를 벌 수 있는지를 따져 투자 여부를 판단하는 식입니다. 회사가 공개 확정하지 않은 단가·물량을 여러 시나리오로 가정해 수지를 따지는 것이 이 역량의 핵심이며, 이는 사업기획 업무에서 가장 정량적인 부분입니다.

5-6. 핵심 역량 2 — 제품 로드맵과 전략 수립

두 번째 역량은 제품 로드맵과 전략을 세우는 능력입니다. JD의 '로보틱스 핵심부품 제품 전략 및 로드맵 수립'과 '중장기 전략 수립'이 이에 해당합니다. 로드맵이란 어떤 제품을 언제 어떤 사양으로 내놓을지를 시간 축에 배열한 계획입니다. 현대모비스의 경우 액추에이터를 먼저 안착시키고 그립퍼·센서·제어기·배터리로 넓혀 가는 순서와 시점을 설계하는 일이 로드맵 수립입니다. 전략 수립은 이 로드맵을 시장 전망과 연결해 정량화하고, 경쟁사 대비 포지셔닝을 정하며, 낙관·기분·비관 시나리오를 준비하는 일입니다. 시장 동향을 읽는 안목, 회사의 역량과 시장 기회를 맞춰 보는 분석력, 불확실성 속에서 우선순위를 정하는 판단력이 요구됩니다.

5-7. 핵심 역량 3 — 글로벌 파트너십과 계약(BD·JV·공동개발)

세 번째 역량은 글로벌 파트너십을 맺고 계약을 다루는 능력입니다. JD의 '글로벌 파트너 및 협력사 발굴, 평가, 협업 모델 설계'와 '합작(JV)·공동개발(Joint Development)·공급망 전략 수립 및 계약 추진'이 이에 해당합니다. 합작(Joint Venture)은 두 회사가 함께 자본을 대 새 회사를 세우는 방식이고, 공동개발(Joint Development)은 두 회사가 함께 제품·기술을

개발하는 협약입니다. 사업개발(Business Development, BD)은 이런 협력을 발굴하고 설계하는 일 전반을 가리킵니다.

이 역량의 실제 모습은 다음과 같습니다. 새 고객이나 협력사를 찾아 그들의 역량과 신뢰도를 평가하고, 어떤 형태로 협력할지(공급 계약, 공동개발, 합작) 모델을 설계하며, 계약 조건을 협상해 맺는 일입니다. 안정적인 부품 공급망을 짜고 공동개발 구조를 만드는 것도 여기에 포함됩니다. 글로벌 파트너를 상대하므로 영어 역량과 협상력, 그리고 계약의 기본 구조에 대한 이해가 필요합니다.

5-8. 핵심 역량 4 — 도메인 지식(부품·기술 이해)

네 번째 역량은 로봇 부품과 기술을 이해하는 도메인 지식입니다. 액추에이터가 모터·감속기·제어기로 이뤄진다는 것, 하모닉 감속기와 RV 감속기가 어떻게 다른지, 휴머노이드와 협동로봇·산업용 로봇이 어떤 부품을 요구하는지, 피지컬 AI가 상용화 속도에 어떤 영향을 주는지를 알아야 제품 로드맵을 그리고 사업성을 따질 수 있습니다. 기획 담당자가 엔지니어 수준의 설계 역량을 갖추는 필요는 없지만, 개발·생산 부서와 대화하고 고객·협력사와 기술을 논의하려면 부품과 기술의 작동 원리를 충분히 이해해야 합니다. 회사가 구성원을 '기술 전문성과 사업 기획 역량을 함께 갖춘 융합형 인재'로 규정하는 것은 이 도메인 지식의 중요성을 보여 줍니다.

5-9. 핵심 역량 5 — 교차 기능 조율과 영어

다섯 번째 역량은 여러 부서를 가로지르는 교차 기능(cross-functional) 조율 능력과 영어입니다. JD의 '개발·생산·구매·법무 조직 간 교차 기능 조율'이 이에 해당합니다. 사업기획은 스스로 부품을 만들거나 사 오지 않으면서도, 개발이 설계하고 생산이 양산하고 구매가 조달하고 법무가 계약을 검토하는 전 과정을 하나의 목표 아래 엮어야 합니다. 부서마다 다른 우선순위와 언어를 조율해 합의를 끌어내는 능력, 곧 권한보다 설득으로 일을 움직이는 능력이 핵심입니다. 여기에 글로벌 협업을 위한 영어가 더해집니다. 이 다섯 가지 역량(재무, 전략, 사업개발, 도메인, 조율·영어)이 한 사람 안에서 만나는 것이 이 직무의 본질입니다.

5-10. 성과지표(KPI)와 평가 포인트

이 직무의 성과를 가늠하는 지표를 추론하면 다음과 같습니다. 신규 고객과 수주 파이프라인의 확보, 사업성 분석의 정확성과 투자 의사결정의 질, 제품 로드맵의 실행률, 파트너십·계약 체결의 건수와 조건, 그리고 무엇보다 비계열(논캡티브) 매출 비중의 확대 기여입니다. 회사가 핵심부품 비계열 매출 비중을 현재 약 10%에서 2033년 40%로 끌어올린다는 목표를 세운 만큼, 그룹 바깥 고객을 얼마나 확보하느냐가 로보틱스 사업기획의 중요한 평가 잣대가 될 가능성이 큼니다. 이 지표들은 공식 공개된 것이 아니라 직무 성격과 회사 목표에서 추론한 것입니다.

5-11. 가상의 업무 흐름: 어느 분기의 사업기획 담당자

직무를 구체적 서사로 그리면 이렇습니다. 어느 분기, 사업기획 담당자의 아침은

보스턴다이내믹스와의 화상회의로 시작합니다. 아틀라스 양산 일정에 맞춰 액추에이터 사양과 납기를 조율하는 자리이고, 회의는 영어로 진행됩니다. 회의가 끝나면 새로 접촉한 글로벌 휴머노이드 본체 회사를 잠재 고객으로 검토하며, 그 회사에 공급할 경우의 사업성을 따집니다. 부품 구성과 물량, 가격 민감도를 가정해 수지를 그려 보고, 어느 가격대에서 수익이 나는지를 살핍니다. 오후에는 구매·법무 부서와 만나 합작 또는 공급 계약의 조건을 검토하고, 제품 로드맵 회의에서 그리퍼와 센서 가운데 무엇을 먼저 키울지 우선순위를 논의합니다. 하루의 끝에는 경영진 보고용 투자 검토 자료를 다듬습니다. 이처럼 하루 안에 글로벌 협업, 재무 분석, 부서 조율, 제품 전략이 모두 등장하는 것이 이 직무의 일상입니다.

5-12. JD 수행업무의 산업 맥락 해석

JD가 적은 수행업무를 산업 맥락에서 풀면 다음과 같습니다. '중장기 전략 수립'은 앞서 본 3단계 로드맵을 골드만삭스·모건스탠리의 시장 전망과 연결해 정량화하는 일입니다. '제품 전략 및 로드맵 수립'은 아틀라스용 액추에이터에서 그리퍼·센서·제어기·배터리로 넓혀 가는 순서와 시점을 설계하는 일입니다. '사업성 분석 및 투자 검토'는 연 3만 대 양산 시의 매출·이익 시나리오를 그리고 생산라인 투자를 따지는 일입니다. '교차 기능 조율'은 개발(설계)·생산(양산)·구매(공급망)·법무(계약)를 하나의 목표로 엮는 일입니다. '협력 생태계 구축'과 '글로벌 파트너 발굴'은 보스턴다이내믹스 외의 고객, 그리고 감속기·모터 협력사를 발굴·평가하고 K-휴머노이드 연합 같은 국내 자원을 활용하는 일입니다. '합작·공동개발·공급망 전략과 계약 추진'은 안정적 부품 공급망과 공동개발 구조를 설계해 계약으로 맺는 일입니다. JD의 문구 하나하나가 현대모비스 로보틱스 사업의 실제 과제와 정확히 대응합니다.

5-13. 전략적 시사점

5장의 결론은, 로보틱스 사업기획이 현대모비스 신사업의 설계도를 그리는 자리이며, 기술과 사업과 글로벌 협업이 만나는 융합형 직무라는 점입니다. 이 직무는 부품을 만드는 손이 아니라 사업의 방향을 정하는 머리에 가깝고, 권한보다 설득과 분석으로 일을 움직이며, 국내 부서와 글로벌 파트너를 동시에 상대합니다. 회사가 신설한 조직의 최전선에서 전례 없는 사업 모델을 만들어 가는 일이므로, 정해진 매뉴얼을 따르기보다 불확실성 속에서 판단하고 조율하는 성격이 강합니다. 이 직무를 이해하려는 사람은, 화려한 로봇 본체가 아니라 그 뒤에서 사업의 수지와 협력을 설계하는 일의 무게를 정확히 읽어야 하며, 재무·전략·사업개발·도메인·조율이라는 다섯 역량이 한 자리에서 요구된다는 점을 분명히 인식해야 합니다.

핵심 용어·개념 정리 (Glossary)

액추에이터(Actuator): 제어기 신호를 받아 관절을 움직이는 로봇의 구동 모듈로, 모터·감속기·제어기·센서로 이뤄집니다. 휴머노이드 재료비의 약 60%를 차지해 로봇 부품 사업의 가치가 가장 크게 모이는 품목이라 중요합니다.

하모닉 감속기(Strain-wave gear): 얇은 금속 컵이 타원형으로 변형되며 맞물려 소형·경량·고정밀을 구현하는 감속기로, 휴머노이드 작은 관절의 표준 부품입니다. 액추에이터의 정밀도를 좌우해 공급망 전략의 핵심 부품이라 중요합니다.

RV 감속기(Cycloidal gear): 큰 힘을 견디는 데 유리해 대형 산업용 로봇의 밀동 관절에 쓰이는 감속기입니다. 하모닉과 함께 정밀 구동 시장을 양분하며 일본 기업이 과점해 왔다는 점에서 경쟁 구도를 이해하는 데 중요합니다.

협동로봇(Cobot): 안전 펜스 없이 사람과 같은 공간에서 일하도록 설계된 비교적 가벼운 로봇 팔입니다. 액추에이터 기술이 공통으로 쓰여 현대모비스 부품 사업의 인접 시장이 된다는 점에서 중요합니다.

휴머노이드(Humanoid): 사람의 신체 구조를 본떠 사람의 도구와 환경을 활용하도록 만든 인간형 로봇입니다. 현대모비스 첫 고객(보스턴다이나믹스 아틀라스)이 이 범주여서 사업의 출발점이라 중요합니다.

피지컬 AI(Physical AI): 물리 세계와 상호작용하며 보고 이해하고 행동하는 인공지능으로, 임바디드 AI라고도 합니다. 휴머노이드 상용화 속도를 좌우해 부품 수요 시점에 영향을 주므로 중요합니다.

BOM(Bill of Materials): 제품을 이루는 부품과 그 원가의 목록입니다. 액추에이터가 로봇 BOM에서 차지하는 비중이 사업 기획의 크기를 말해 주므로 사업성 분석에서 중요합니다.

순현재가치(NPV): 미래에 벌어들일 돈을 현재 가치로 환산해 투자액과 비교하는 투자 평가 방법입니다. 신사업 투자 여부를 정량으로 판단하게 해 주므로 사업기획에서 중요합니다.

내부수익률(IRR): 어떤 투자가 연 몇 퍼센트의 수익률을 내는지를 나타내는 지표입니다. 여러 투자안의 매력을 비교하는 기준이 되어 투자 검토에서 중요합니다.

합작(JV, Joint Venture): 두 회사가 함께 자본을 대 새 회사를 세우는 협력 방식입니다. 글로벌 파트너십의 한 형태로 JD에 명시되어 사업개발 업무의 핵심이라 중요합니다.

공동개발(Joint Development): 두 회사가 함께 제품·기술을 개발하는 협약입니다. 부품 사업에서 고객·협력사와 기술을 함께 만드는 통로여서 중요합니다.

사업개발(BD, Business Development): 고객·파트너를 발굴하고 협력과 계약을 설계하는 업무 전반입니다. 로보틱스 사업기획의 글로벌 파트너 발굴·계약 추진이 이에 해당해 중요합니다.

수직계열화(Vertical Integration): 한 그룹이 가치사슬의 여러 단계를 계열사로 거느리는 구조입니다. 현대차그룹이 본체·부품·소프트웨어·물류를 계열로 묶어 현대모비스의 첫 고객을 그룹 내에서 확보한 배경이라 중요합니다.

캡티브 마켓(Captive Market): 계열사 등 고정된 내부 고객으로 이뤄진 시장입니다. 현대모비스의 현대차·기아 의존도가 높아 신사업에서 외부 고객 확대가 과제라는 점에서 중요합니다.

논캡티브(Non-captive): 그룹 바깥의 외부 고객을 가리킵니다. 현대모비스가 비계열 매출 비중을 2033년 40%로 늘리려는 목표의 대상이어서 사업 성공의 핵심 지표라 중요합니다.

심층분석보고서: 26상_현대모비스_로보틱스사업실-기획-로보틱스사업기획

MEB(Mobis Electronic Brake): ABS와 차체자세제어를 통합한 현대모비스의 전자식 제동장치입니다. 모터로 정밀 제어하는 노하우가 로봇 액추에이터에 활용되는 기술 자산이라 중요합니다.

전동화(Electrification): 차량의 구동·제어를 전기·전자 방식으로 바꾸는 흐름입니다. 현대모비스가 전통 부품을 정리하고 무게를 옮기는 핵심 방향이며 로보틱스와 함께 신성장 축을 이룬다는 점에서 중요합니다.

TAM·SAM·SOM: 전체 시장(TAM), 진입 가능한 시장(SAM), 실제 확보 가능한 시장(SOM)을 단계적으로 추정하는 시장 사이징 개념입니다. 신사업의 기회 크기를 가늠하는 사업기획의 기본 도구라 중요합니다.

규모의 경제(Economies of Scale): 생산량이 늘수록 단위당 원가가 낮아지는 효과입니다. 현대모비스가 대량 양산과 가격경쟁력을 무기로 삼는 전략의 근거여서 중요합니다.

체화 인공지능 데이터(Embodied AI Data): 로봇이 실제 환경에서 행동하며 학습하는 데 쓰는 데이터입니다. 데이터 부족이 휴머노이드 상용화의 제약으로 꼽혀, 산업의 한계와 기회를 이해하는 데 중요합니다.

참고 레퍼런스 (References)

골드만삭스 — 휴머노이드 로봇 2035년 380억 달러 전망 —

<https://www.goldmansachs.com/insights/articles/the-global-market-for-robots-could-reach-38-billion-by-2035X>

골드만삭스 — Humanoid robot: The AI accelerant —

<https://www.goldmansachs.com/insights/goldman-sachs-research/global-automation-humanoid-robot-the-ai-accelerantX>

모건스탠리(인베스팅닷컴 보도) — 휴머노이드 2050년 5조 달러 기회 —

<https://www.investing.com/news/stock-market-news/humanoids-seen-as-5-trillion-global-opportunity-at-morgan-stanley-4010886X>

맥킨지 — 휴머노이드 공급망 분석 —

<https://www.mckinsey.com/industries/industrials/our-insights/turning-humanoid-supply-chain-constraints-into-billion-dollar-winsX>

현대자동차그룹 뉴스룸 — CES 2026 AI 로보틱스 생태계 전략 —

<https://www.hyundaimotorgroup.com/ko/story/CONT0000000000199553X>

현대모비스(현대차그룹) — AI 로보틱스·SDV CES 협업 발표 —

<https://www.hyundaimotorgroup.com/ko/news/hyundai-mobis-ai-robotics-sdv-ces-partnershipX>

심층분석보고서: 26상_현대모비스_로보틱스사업실-기획-로보틱스사업기획

헤럴드경제 — 현대모비스·보스턴다이내믹스 CES 2026 인터뷰(오세욱 상무) —
<https://biz.heraldcorp.com/article/10651144X>

머니S — CES 2026 현대모비스 액추에이터 승부수 —
<https://www.moneys.co.kr/article/2026010807350319695X>

블로터 — 현대모비스 로보틱스 캡티브 마켓 돌파 과제 —
<https://v.daum.net/v/yM9jY9ZvW5X>

아시아경제 — 현대모비스 로보틱스사업추진실 신설 —
<https://www.asiae.co.kr/article/2025072316153996194X>

헤럴드경제 — 현대모비스 2026년 1분기 실적 —
<https://biz.heraldcorp.com/article/10724705X>

한국경제 — 보스턴다이내믹스 IPO 기대감과 그룹주 급등 —
<https://www.hankyung.com/article/2026050848491X>

인베스트조선 — 보스턴다이내믹스 IPO와 소프트뱅크 풋옵션 6월 임박 —
https://www.investchosun.com/site/data/html_dir/2026/05/19/2026051980151.htmlX

머니투데이 — 삼성전자-레인보우로보틱스 협업과 목표주가 —
<https://www.mt.co.kr/stock/2026/05/19/2026051908420757832X>

현대모비스 채용 페이지(인재상 4C·조직문화) — <https://careers.mobis.com/indexX>