

# 심층분석보고서

현대자동차-글로벌 대외협력

2026.03.31

## 1 장. 산업 분석 (자동차 섹터)

**1.1 산업 정의-시장 구조:** 자동차 산업은 승용차, 상용차 등 각종 차량의 개발·생산·판매·애프터서비스까지 포괄하는 거대 산업입니다. 전통적으로 소수 글로벌 완성차 기업이 시장을 과점하며, 거대한 자본과 공급망을 필요로 하는 **올리고폴리 시장 구조**를 보여왔습니다. 완성차 제조사가 가치사슬 상에서 핵심적인 조립·브랜드 역할을 수행하고, 수천 개의 부품사가 부품을 공급하며, 딜러·정비 네트워크가 유통과 서비스를 담당합니다. 최근에는 전기차(EV)와 자율주행 기술 등의 등장으로 **산업 경계가 IT·에너지 분야와 융합**되고 있으며, 스타트업도 일부 진입하는 추세입니다. 그러나 여전히 **규모의 경제와 기술력**이 중요해 상위 기업 중심의 구조가 유지되고 있습니다.

**1.2 최근 3~5 년 주요 트렌드:** 자동차 산업은 **"CASE"(Connected, Autonomous, Shared, Electric)**로 요약되는 대전환을 맞고 있습니다. 첫째, **전동화(Electrification)**가 핵심 트렌드로 부상했습니다. 글로벌 환경규제 강화와 탄소중립 기조에 따라 대부분 완성차 업체들이 내연기관에서 배터리전기차(BEV)·플러그인하이브리드(PHEV)·수소전기차로 제품군을 급속히 전환 중입니다[1]. 2020년대 중반 현재 전기차 판매 증가율은 약 20% 수준이며, 2024년 기준 신차 판매의 약 18%가 BEV+PHEV가 차지할 정도로 빠르게 확산되고 있습니다[1]. 둘째, **디지털 전환**이 가속되고 있습니다. 차량 내부에 소프트웨어와 통신을 융합한 **소프트웨어 정의 차량(SDV)**, 커넥티드 카 기술, OTA(무선 소프트웨어 업데이트) 등이 도입되며 자동차를 **"달리는 IT 기기"**로 만드는 변화가 진행되고 있습니다. 셋째, **자율주행 기술** 발전으로 완전 자율주행을 향한 단계적 혁신이 이루어졌습니다. 현재 일부 고급 모델에 레벨 2~3 수준의 부분 자율주행 기능이 적용되고 있으며, 글로벌 기업 간 **완전자율주행을 둘러싼 기술 경쟁**이 치열합니다. 넷째, **공유 모빌리티와 모빌리티 서비스**의 부상이 있었습니다. 우버, 디디추싱 등 플랫폼 기업 등장으로 차량 공유, 호출 서비스 시장이 성장하며 완성차 업체들도 차량 판매에서 **모빌리티 서비스 제공자**로 변신을 모색하고 있습니다. 다섯째, **규제 환경 변화**도 큰 흐름입니다. 각국 정부는 친환경차 보조금, 연비·탄소 배출 규제, 자국 산업 보호 조치 등을 통해 시장 판도를 바꾸고 있습니다. 예를 들어, 미국은 2022년 인플레이션감축법(IRA)을 통해 **북미산 전기차에만 보조금 지급**하는 정책을 시행하여 해외 제조사의 대응을 요구했고, 유럽연합은 2035년 내연기관 신차 판매 금지와 **탄소국경세** 도입을 추진하고 있습니다[2]. 이러한 규제 변화는 기업들의 **현지 생산·공급망 재편**과 대외 협력 전략에 직접적 영향을 미치고 있습니다. 마지막으로, **지정학적 리스크**와 공급망 이슈도 트렌드로 부각되었습니다. 미·중 갈등, 러시아-우크라이나 전쟁 등으로 반도체 공급난, 원자재 가격 급등이 발생하여 2021~2022년 차량 생산 차질이 빚어졌고, 기업들은 **공급망 다변화와 리스크 관리**의 중요성을 절감했습니다[3][4]. 이러한 복합적인 변화 속에서 자동차 산업은 단순 제조업이 아닌 **첨단 기술산업이자 국제정세에 민감한 산업**으로 재편되고 있습니다.

**1.3 시장 규모·성장률:** 전 세계 자동차 시장은 COVID-19 충격 후 회복세지만 저성장 국면입니다. 2024 년 기준 **글로벌 신차 판매 규모는 약 9,170 만 대**로 추정되며, 전년 대비 성장률은 약 +1.8%에 그쳤습니다[5]. 고금리로 인한 소비 부담, 전기차 수요의 일시적 둔화, 신차 가격 상승 등이 복합 작용하여 성장폭이 제한되고 있습니다[5]. 지역별로는 북미·유럽이 높은 물가와 금리로 완만한 회복세이고, 중국·인도 등 아시아 신흥시장 수요는 상대적으로 견조하나 지역 편차가 있습니다[6]. **한국 내수 시장**은 연 160 만 대 수준인데, 2023 년에 -6% 역성장 후 2024 년에 소폭 반등하는 등 정체 양상입니다[7]. **전기차 시장 규모**는 빠르게 커져 2024 년 세계 전기동력차(BEV+PHEV) 판매량이 약 **1,670 만 대**로 신차의 18%를 차지했고, 2025 년에는 1,800 만 대를 넘어설 전망입니다[7]. 다만 최근 **“전기차 캐즘(chasm)”** 현상이 언급될 만큼, 보조금 축소와 인프라 미흡, 경제 불확실성으로 전기차 수요 증가세가 2021 년 이후 다소 완만해진 상태입니다[8]. 예컨대 한국의 전기차 판매는 보조금 감소와 소비심리 위축으로 2 년 연속 감소하는 등 **일부 시장에서 성장 정체**가 나타났습니다[8]. **향후 5 년간 연평균 신차 판매 성장률은 낮은 한자리 수**에 머무르는 반면, 전기차 부문은 연 20~30%대의 고성장을 이어갈 것으로 예측됩니다. **시장 가치 측면**에서 전통 OEM 들의 시가총액은 부진한 반면, 테슬라 등 신흥 강자의 높은 기업가치가 부각되어 **산업 패러다임 변화에 대한 기대**를 반영하고 있습니다.

**1.4 가치사슬(Value Chain) 구조 및 핵심 수익 지점:** 자동차 가치사슬은 **상류**의 원재료·부품 → **중류**의 완성차 설계·제조 → **하류**의 유통판매·애프터서비스로 구분됩니다. 상류에서는 철강, 반도체, 배터리 소재 등 원자재 산업과 보쉬·현대모비스 등의 대형 부품업체부터 수많은 중소 협력사가 존재합니다. **완성차 제조 단계**에서는 OEM 이 연구개발(R&D)부터 조립생산, 공급망 관리, 브랜딩을 총괄하며 가장 부가가치가 높은 부분을 차지합니다. 하류에서는 국내외 딜러망을 통한 신차 판매, 금융사 통한 자동차 할부·리스, 그리고 수리·부품 공급 등의 애프터마켓 서비스가 이어집니다. **핵심 수익원**은 전통적으로 **신차 판매 마진과 금융/리스 수익**, 그리고 **애프터마켓(부품·정비)**에서 창출됩니다. 특히 **애프터마켓**은 차량 수명이 길어지면서 규모가 커지고 있으며, 전 세계적으로 2020 년대 중반 약 4 천억 달러대의 시장으로 연 3~5% 성장세를 보이고 있습니다. 완성차 업체들은 **캡티브 금융사**를 통해 차량 금융이용 고객을 확보하거나, 부품 자회사를 통해 **순정부품 공급**으로 안정적 이익을 거두어왔습니다. 그러나 **전기차 시대에는 가치사슬의 지각변동**이 예상됩니다. 배터리의 원가비중이 높아지고 소프트웨어 중요성이 커지면서, **배터리 셀 제조사나 소프트웨어 기업**의 역할이 전략적 핵심으로 부상했습니다. 실제로 전기차 확산은 리튬, 코발트 등의 원료 확보부터 배터리 생산까지 새로운 밸류체인 경쟁을 야기하고 있습니다[9]. 완성차 기업들은 LG 에너지솔루션, CATL 등 배터리 기업과 합작공장 설립이나 지분투자를 통해 **배터리 공급망 통제**에 힘쓰는 한편, 자체 **소프트웨어 역량 확보**를 위해 IT 기업과 협업하거나 소프트웨어 인재를 대거 채용하고 있습니다. 또한 **판매 채널** 측면에서도 온라인 판매, 구독 서비스 등 **유통 혁신**이 진행되어 딜러의 역할이 변화 중입니다. 요약하면, **기존**

내연차 시대에는 완성차-딜러-정비망이 이익을 주도했다면, 미래차 시대에는 배터리·소프트웨어·모빌리티 서비스 등 새로운 가치 지점으로 수익구조 다변화가 예상됩니다.

**1.5 주요 플레이어와 경쟁 구도:** 글로벌 자동차 시장은 상위 몇 개 기업군이 대다수 점유율을 차지합니다. 판매량 기준 1위는 일본의 토요타 그룹으로 2024년 약 1,082만 대를 판매하여 5년 연속 세계 1위를 수성했습니다[10]. 2위는 독일의 폭스바겐 그룹으로 약 903만 대 수준이며[11], 3위는 현대자동차 그룹으로 723만 대를 기록해 2022년 처음 Top3 진입 후 3년 연속 '글로벌 빅 3' 자리를 유지했습니다[12]. 그 뒤를 GM, 스텔란티스(Stellantis, 푸조·피아트크라이슬러 등 통합), 르노-닛산 얼라이언스 등이 잇고 있습니다. **특기할 만한 변화는 미국의 테슬라와 중국 토종 업체들의 부상입니다.** 테슬라는 2020년대 전기차 시장을 선도하며 2022~2023년에 글로벌 시가총액 1위 자동차기업이 되었고, 2025년에도 **전기차 판매량 기준 BYD와 함께 양강 구도**를 형성했습니다[13]. 2025년 순수 전기차 판매는 중국 BYD가 약 225만 대로 세계 1위, 테슬라가 약 163만 대로 2위를 차지하며, 전기차 시장에서는 전통 완성차보다 신흥 강자가 앞서고 있습니다[14]. 전통 강자들도 반격에 나서고 있으나, **기술 경쟁의 무게추가 전기차·자율주행 스타트업으로 이동**하는 양상이 나타납니다. 한편, **중국 업체들(BYD, 지리자동차, 상하이차 등)**은 내수 시장을 바탕으로 전기차, 스마트카 분야에서 급성장하여 유럽 등 해외 공략을 시작, **글로벌 경쟁구도를 재편**하고 있습니다[15]. 국내 시장으로 좁혀보면, **현대차·기아가 압도적 1, 2위**로 2024년 기준 합산 92% 내수 점유율을 보이는 과점 체제이고[16], 르노코리아, KG 모빌리티(쌍용), 한국 GM 등은 각각 5% 미만의 틈새 점유율을 차지하는 상황입니다. 수입차는 벤츠, BMW, 테슬라 등이 주도하나 전체 15% 내외 비중으로 제한적입니다. **경쟁 구도**는 이제 단순 판매 경쟁을 넘어 **미래 기술 및 브랜드 이미지 경쟁**으로 이동하고 있습니다. 예를 들어, 토요타는 하이브리드 기술력과 품질신뢰를 강점으로 삼으나 전기차 전환이 더뎠다는 평을 받고 있어, 최근 **"하이브리드 최강자"**에서 **"차세대 EV 추격자"**로 전략 수정 중입니다. 폭스바겐은 다수 브랜드(Porsche, Audi 등)를 거느리며 전 차급을 포트폴리오화했고 전기차 플랫폼(MEB)을 활용해 EV 라인업을 확대하고 있지만, 소프트웨어 개발 지연으로 어려움을 겪고 있습니다. 테슬라는 뛰어난 **배터리 효율, 소프트웨어 OTA 능력, 자율주행 알고리즘**으로 차별화되어 있지만, 모델 라인업이 제한적이고 최근 품질 이슈, 경쟁 심화로 성장률이 둔화되고 있습니다. **현대자동차의 글로벌 위상은 이러한 경쟁 구도에서 "패스트 팔로어에서 퍼스트 무버로 전환 중"**이라고 평가됩니다. 2022년 처음 글로벌 판매 3위를 달성한 이후 현재 **폭스바겐과의 격차를 2023년 179만 대 → 2025년 171만 대로 축소**하며 추격하고 있습니다[17]. 특히 전기차 분야에서는 현대차그룹(기아 포함)이 2025년 약 57만 대 EV 판매로 **세계 8위권**을 기록, 전통 완성차 중에서는 선전하고 있으나 중국·미국 신흥세력과는 격차가 있는 편입니다[18][19]. 정리하면, 자동차 산업 경쟁은 기존 **규모 경쟁**에 더해 **전기차·배터리 기술, 자율주행 소프트웨어, 친환경 브랜드 이미지**를 선점하려는 **기술·혁신 경쟁** 국면으로 진입했습니다. 이로 인해 완성차 업체들은 경쟁자이자 때론 협업 파트너(예: 공동 기술개발, 표준화) 관계를 맺으며 **치열한 생존 게임**을 벌이고 있습니다.

## 2장. 주요 기업 비교 및 현대자동차 포지셔닝

**2.1 동종 업계 주요 회사 선정:** 현대자동차와 동종 산업에서 글로벌 경쟁을 벌이는 주요 회사로 **토요타(Toyota), 폭스바겐(VW) 그룹, 테슬라(Tesla), 제너럴모터스(GM)** 등을 꼽을 수 있습니다. 또한 친환경차 시대에 부상한 **BYD 등 중국 업체들과**, 현대차와 직접 제품군이 겹치는 **혼다, 포드, 스텔란티스** 등도 비교 대상입니다. 국내 관점에서는 **기아**가 같은 현대차그룹 소속이면서 주요 라인업을 공유하는 형제 기업이고, 이외에 한국 GM(쉐보레), 르노코리아, KG 모빌리티 등이 있으나 규모 면에서 현대차와 직접 경쟁이 어려운 상황입니다. 따라서 **글로벌 Top 플레이어들과의 비교**가 현대차의 전략 포지셔닝을 이해하는 데 중요합니다.

### 2.2 제품/서비스 포트폴리오 및 비즈니스 모델 비교:

- **토요타:** 세단(코롤라, 캠리)부터 SUV(RAV4), 픽업, 럭셔리(렉서스 브랜드)까지 **가장 폭넓은 제품 포트폴리오**를 보유한 세계 1 위 완성차 업체입니다. 강점은 **탁월한 품질관리와 하이브리드 기술**으로, 일찍이 Prius 등 하이브리드차를 대중화하며 친환경차 이미지와 내구성 있는 브랜드 신뢰를 구축했습니다. 비즈니스 모델은 전통적인 대량생산-글로벌 판매망 방식으로, **린 생산(Just-in-Time)**과 **규모의 경제**로 원가를 절감하고 **현지화 전략**으로 각 지역시장에서 강세를 보여왔습니다. 최근 토요타는 **전기차 전환**에 속도를 내며 2026 년부터 차세대 배터리 EV 생산을 대폭 확대하겠다고 선언했고, 'TNGA 플랫폼' 기반의 전동화 라인업을 준비 중입니다. 서비스 측면에서는 금융사 (토요타 파이낸셜 서비스)를 통한 할부/리스, 렌터카 사업 등도 운영하고 있습니다. 다만 자체 전기차(BZ 시리즈) 경쟁력이 테슬라 등에 뒤처진다는 평가와 함께, 소프트웨어/자율주행 분야 혁신이 다소 보수적이라는 약점이 지적됩니다.

- **폭스바겐 그룹:** 독일 기반 글로벌 2 위 완성차 그룹으로 폭스바겐, 아우디, 포르쉐, 벤틀리, 람보르기니 등 **다양한 브랜드 포트폴리오**를 거느리고 있습니다. **플랫폼 공유 전략**을 통해 폭스바겐 브랜드의 대중차부터 아우디/포르쉐의 프리미엄차까지 효율적으로 개발·생산하며 **범용성 + 프리미엄** 두 영역을 모두 커버합니다. EV 전환에서는 MEB 전기차 공용 플랫폼을 개발해 ID. 시리즈, 아우디 Q4 e-tron 등 다수 모델을 내놓았고, **2021 년 유럽 EV 판매 1 위**에 오르는 등 적극적인 투자를 했습니다. 그러나 최근 **소프트웨어 개발 지연**(그룹 내 소프트웨어 자회사 CARIAD 문제)으로 신차 출시가 늦어지고, 중국 시장 부진 등으로 도전에 직면해 있습니다[20]. 폭스바겐의 비즈니스 모델은 강력한 **R&D 능력과 엔지니어링 전통**에 기반한 품질이미지, 그리고 폭넓은 브랜드를 활용한 시장 세분화 공략입니다. 향후에는 **고성능 전기차(예: 포르쉐 전기 Macan), 자율주행 (아리 go AI 투자)** 등을 통해 기술 리더십을 이어가려 하고 있습니다. 다만 그룹의 거대 구조로 인한 **의사결정 비효율**, 디젤게이트 사태로 인한 **윤리 경영 이슈**를 극복하는 것이 과제로 꼽힙니다.

- **테슬라:** 미국의 전기차 전문 기업으로 업계 **게임체인저**로 불립니다. 모델 3, 모델 Y 등의 전기차만을 판매하며, 2020년대 초반 **EV 판매 1위**를 차지했고 현재도 BYD와 함께 세계 전기차 시장을 주도하고 있습니다 [13][14]. 테슬라의 포트폴리오는 비교적 단순(세단, SUV, 로드스터, 트럭 예정)하지만, **소프트웨어 생태계와 에너지 사업(태양광·저장장치)**를 결합한 새로운 비즈니스 모델을 구축했습니다. 판매 방식도 **온라인 직판 및 OTA 업데이트**로 기존 딜러망을 탈피했고, 슈퍼차저라는 자체 충전망을 구축해 **고객 락인 효과**를 높였습니다. 가장 큰 강점은 **배터리 기술(배터리 자체 개발, 파나소닉 협업)**, 차량 소프트웨어 및 자율주행 알고리즘(오토파일럿, FSD), 빠른 의사결정으로 혁신을 주도하는 기업문화입니다. 높은 이익률로 대규모 가격인하를 단행해 경쟁사를 압박할 정도로 **원가경쟁력**도 갖추고 있습니다. 약점으로는 완성차 업계 경험 부족에서 오는 **제조 품질 문제**(차체 도장/조립 이슈 등), 그리고 서비스 네트워크의 한계(급격한 판매 확대로 애프터서비스 부족 지적) 등이 있습니다. 또한 향후 모든 메이커가 EV 시장에 뛰어들어든 상황에서 **제품 라인업 다양화**와 **지속적인 혁신 유지**가 과제입니다.
- **현대자동차:** 현대차는 한국을 본거지로 글로벌 Top3 완성차 그룹까지 성장한 기업으로, 포트폴리오 측면에서 **제네시스(럭셔리)**, 현대(대중차, 친환경차), 상용차 등 다양한 라인업을 갖추고 있습니다. 현대차의 비즈니스 모델은 전통적인 내연차 생산·판매에서 시작했으나, 최근 **전동화, 신사업 다각화**로 빠르게 변화하고 있습니다. **전기차 분야**에서 현대차는 아이오닉 5/6, 기아 EV6/EV9 등의 성공으로 **글로벌 평판을 제고**했고, 800V 초고속 충전 기술, V2L 등 **차별화된 EV 기술**을 선보였습니다. 또한 세계 최초 수소전기차(투싼 ix35 FCEV, 이후 넥쏘) 양산, 수소트럭 수출 등 **수소연료전지 분야** 개척에도 앞장섰습니다. **자율주행**에서는 미 애플티브와 합작법인 **모셔널(Motional)**을 설립해 로보택시 기술을 개발 중이고, **UAM(도심항공모빌리티)** 자회사인 **슈퍼널(Supernal)**을 설립해 항공 모빌리티에도 투자하는 등 새로운 모빌리티 서비스 준비도 하고 있습니다. 현대차의 강점은 **기술 추격 속도**와 **제조 원가관리 역량**입니다. 그룹사인 현대제철, 현대모비스, 현대글로벌비스 등과 연계된 **수직계열화**로 안정적 공급망을 보유하고, 한국의 우수한 **엔지니어 인력 기반**으로 R&D를 확대해 품질을 향상시켰습니다. 2020년대 들어 현대차-기아의 제품 품질과 디자인은 글로벌 평가기관(J.D.Power 초기품질조사 등)에서 상위권에 오르며 **"가성비 좋은 차"**에서 **"기술과 디자인을 겸비한 메이커"**로 이미지를 변화시켰습니다. 비즈니스 모델도 **B2C 차량 판매 중심**에서 **모빌리티 서비스** (예: Carshare 앱 투자, 구독 서비스 '현대셀렉션'), **로보틱스** (보스턴다이내믹스 인수 [21], 제조로봇 개발) 등 **B2B2C 신사업**을 확장 중입니다. 약점이라면, 토요타 대비 짧은 역사로 일부 해외시장에서 브랜드 충성도나 내구성 이미지가 상대적으로 약한 점, 소프트웨어 경쟁력은 항상 중이나 테슬라 등에 비해 **ECU 통합 OS** 나 **완전 자율주행 솔루션**에서는 **후발주자**인 점을 들 수 있습니다. 또한 글로벌 3 위권에 올라서며 리콜

## 심층 분석 보고서: 현대자동차-글로벌 대외협력

등 품질관리 리스크와 다국적 운영에 따른 조직 복잡성이 높아져, 이를 선진적으로 관리할 필요성이 커지고 있습니다.

**2.3 현대자동차의 포지셔닝:** 현대차는 시장 포지션상 '**볼륨+프리미엄 병행**' 전략을 취하고 있습니다. 현대차/기아 브랜드로는 중저가부터 중고급 볼륨차 시장을 공략하고, 제네시스 브랜드로 고급차 시장에 도전하는 **투-트랙 전략**입니다. 구체적으로, **현대차 브랜드**는 세단 아반떼·소나타부터 투싼·팰리세이드 SUV, 아이오닉 전기차 등 **대중시장 볼륨 모델**을 주력으로 하며, 상품성 대비 가격 경쟁력을 강점으로 삼습니다. 동시에 **디자인 혁신**(파라메트릭 디자인 등)과 **신기술 적용**으로 브랜드 가치를 높여, 최근에는 북미·유럽에서 현대차 SUV 나 EV 모델이 **동급 일본차 대비 우수한 평가**를 받는 등 **준프리미엄 이미지**를 확립해가고 있습니다. **기아 브랜드**는 스포티하고 젊은 감성의 디자인으로 글로벌 시장에서 차별화하며 현대차와 보완적으로 포지셔닝합니다 (예: 텔루라이드·EV6 등이 북미 올해의 차 수상). **제네시스 브랜드**는 2015년 출범한 후 G80, GV80 등을 통해 **럭셔리 세그먼트**에 안착, 미국 시장에서 독일 3사 대비 가성비 좋은 럭셔리로 자리매김했습니다. 이처럼 현대차그룹은 **볼륨(B2C 대중차)**과 **프리미엄(B2C 럭셔리)**을 모두 겨냥하고 있으며, 전장부품·모빌리티 서비스 등 **B2B 사업**도 일부 전개합니다. 현대차의 시장 지위는 글로벌 Top3 볼륨메이커이지만, 동시에 EV 나 수소 등 신기술 선도 이미지를 갖추려 노력하는 '**패스트 팔로어+선도자**' **혼합형 포지셔닝**입니다. 예를 들어 2023년 현대차그룹은 **전 세계 EV 시장의 약 4% 점유**(57만대 판매)로 8위를 기록했는데, 이는 전통 완성차 업체 중 선두권이지만 BYD(약 225만대)나 테슬라(163만대)에 뒤집니다[14][19]. 이를 극복하기 위해 2030년까지 전기차 21개 차종을 출시하고 연 200만대 EV 판매(시장점유율 12%)를 목표로 하는 등 **공격적 투자**를 진행 중입니다[22][23]. 또한 **수소전기차 누적 판매 1위** 기업으로서 친환경 포트폴리오 다양화에도 노력하며, **로보틱스, UAM 등 미래사업**에서 다각화 전략을 취합니다. 요약하면, 현대자동차는 "**글로벌 메이저 플레이어**"로서 규모의 경쟁을 벌이면서, 한편으로 **미래 모빌리티 분야의 선구자 이미지**를 구축해 **토요타, 폭스바겐 등과 어깨를 견줄 혁신적인 완성차 메이커**로 포지셔닝하는 전략을 취하고 있습니다[24][25].

**2.4 최근 3~6개월 주요 이슈:** 2025년 하반기부터 2026년 초까지 현대자동차 관련 굵직한 이슈들을 살펴보면 다음과 같습니다.

- **신사업 및 투자:** 현대차는 2025년 10월 뉴욕에서 '글로벌 투자자 대상 중장기 전략 발표(CEO 인베스터 데이)'를 열고, 2026~2030년 **R&D 30.9조 + CAPEX 38.3조 + 전략투자 8.1조 등 총 77.3조 원 투자 계획**을 발표했습니다[26]. 이를 통해 2030년 **글로벌 판매 555만대, 영업이익률 8~9%** 달성을 목표로 하고, 전기차 21종, 하이브리드 14종 출시 등 친환경 라인업 2배 확충 전략을 공개했습니다[27]. 또한 **미국 조지아주 전기차 전용공장, 국내 울산 EV 공장 신설, 인도 생산시설 증설 등 글로벌 생산 재편** 이슈가 있었습니다[28]. 이는 IRA 등 보호무역에 대응해 현지 생산을 늘리기 위한 전략으로, 2030년까지 전기차 생산능력 120만대 추가 확보를 추진 중입니다[29].

## 심층 분석 보고서: 현대자동차-글로벌 대외협력

- **전략 제휴 및 M&A:** 최근 6 개월 내 현대차그룹 차원의 대형 M&A 는 없었으나, **배터리 분야 협력**이 두드러졌습니다. LG 에너지솔루션, SK 온 등과 북미 합작 배터리 공장 건설을 진행했고, 삼성 SDI 와도 전기차 배터리 공급 협의를 하는 등 **멀티 벤더 전략**을 취하고 있습니다. 또한 **소프트웨어 역량 강화**를 위해 **글로벌 IT 업체와 파트너십**을 추진하고, **자율주행 합작사 모셔널**은 미국에서 Lyft 와 함께 로보택시 시범운행을 확대했습니다. 커넥티비티 분야에서는 2025 년부터 모든 차량에 **통합 통신제어기(제네시스 'Connected Car OS')**를 적용하고 OTA 업데이트를 기본화한다고 밝혔습니다.
- **제품 출시:** 2025 년 말~2026 년 초에 걸쳐 **아이오닉 7 티저 공개, 아이오닉 3(소형 EV) 개발 착수**, 제네시스 첫 전기 SUV GV90 출시 계획 등이 알려졌습니다[30]. 또한 수소전기차 신모델(넥쏘 후속) 개발과 상용 수소트럭 양산 계획도 진전되고 있습니다[31]. 기아는 EV5, EV1 등 **보급형 전기차**로 라인업을 넓히고 있어 그룹 전체적으로 전기차 포트폴리오 확장 이슈가 있습니다[32].
- **구조조정/조직개편:** 2025 년 초 현대차그룹은 **해외 정책 대응 조직(GPO: Global Policy Office)**을 회장 직속으로 격상시키고 외교관 출신 인사를 영입하는 등 **대외협력 조직 강화**를 단행했습니다[33][34]. 이는 각국의 통상·규제 리스크에 선제 대응하기 위함이며, 24 시간 글로벌 체제로 운영되는 GPO 는 주요 거점(워싱턴, 브뤼셀, 서울 등) 간 화상회의로 실시간 정보를 수집·대응하는 **기업 내 인텔리전스 유닛**처럼 기능합니다[35][34]. 인력 측면에서는 미래 차량 소프트웨어, AI 인재 채용에 적극 나서면서 전통 기계공학 인력에서 **SW·전기전자 인력 비중을 확대**하고 있습니다.
- **규제 및 외부환경 이슈:** 미국 IRA 시행에 따라 현대차의 아이오닉 5/6 등이 보조금 대상에서 제외된 데 대한 대응으로 **조지아 공장 조기 완공 및 임시 방안(리스 차량 보조금 활용)** 등을 추진한 것이 2025 년 큰 이슈였습니다. 또한 **EU 의 탄소국경조정제도(CBAM)** 도입 움직임과 중국의 전기차 수출 공세에 대비해, 현대차는 **유럽 전기차 역내생산 검토, 동남아 등 제 3 시장 진출 다변화** 등을 모색하고 있습니다[2][36]. 한편 2026 년 1 월 미국에서 현대차 팰리세이드의 전동시트 관련 리콜 사태가 발생하여, **품질·안전성 관리** 이슈가 다시 한번 부각되기도 했습니다.
- **신사업 진출:** 현대차그룹은 **로보틱스** 분야에서 보스턴다이내믹스 인수 후 해당 기술을 물류, 제조라인에 접목하고 있으며, 2026 년 CES 등에서 실제 응용 사례를 공개할 예정입니다[21]. **UAM(도심항공)** 사업에서는 미국 자회사 Supernal 이 2028 년 상용화를 목표로 eVTOL 개발을 지속 중이며, 국내에서는 항공모빌리티 테스트베드 구축에 참여하고 있습니다. **에너지 사업** 측면에서는 전기차 충전 자회사 설립, 충전 인프라 투자도 진행 중입니다. 이러한 새로운 영역 개척이 현대차의 미래 성장 동력 확보 차원에서 최근 강조되고 있는 부분입니다.

이러한 이슈들은 **현대자동차가 단순 자동차 제조사를 넘어 "스마트 모빌리티 솔루션 기업"으로 전환**하고 있음을 보여줍니다. 투자 확대와 신사업 진출, 글로벌 리스크 대응

등에서 공격적이고 선제적인 전략을 취함으로써, 토요타 등 기존 강자와 경쟁 구도를 재편하려는 의도가 엿보입니다.

### 3 장. 현대자동차 심층 분석

**3.1 사업 구조 (부문별/제품별 매출 비중):** 현대자동차의 사업구조는 완성차 판매를 중심으로 차량 금융, 부품, 기타 신사업으로 구성됩니다. 우선 **매출의 대부분(약 80% 이상)**은 자동차 제조 및 판매 부문에서 발생합니다. 지역별로 보면 **해외 매출 비중이 약 83%**로 높고[37], 특히 북미(미국)와 신흥시장(인도, 동남아, 러시아 중동 등)을 합친 비중이 큼니다. 2024 년 현대차 판매 414 만대 중 **국내 70 만대 (17%) vs 해외 343 만대 (83%)**로 해외 판매가 압도적이며[37], 미국-캐나다 약 80 만대, 유럽 50 만대, 인도/아세안 60 만대, 기타 지역으로 분산됩니다. **제품별**로는 SUV 의 매출비중이 지속 증가하여 현재 현대차 브랜드 내 판매의 절반 이상을 SUV 가 차지합니다 (예: 펠리세이드, 투싼 등 인기). **제네시스 브랜드**는 아직 물량 비중은 3~4% 수준이지만 매출 및 수익에 기여도가 높아지고 있습니다. 또한 **친환경차 판매 비중**이 빠르게 늘어나 2024 년 현대차(제네시스 포함) 전동화 차량 판매는 75.7 만대(하이브리드 포함 EV 등)로 전체의 약 18% 수준이며[38], 2030 년에는 50% 이상으로 목표하고 있습니다. **부품 및 기타** 부문 매출은 그룹 계열사인 현대모비스 등으로부터 받는 모듈공급 매출, 정비부품 판매 등이 있으며, **금융부문**은 주로 현대캐피탈 등이 담당합니다 (단, 현대차 본체 재무제표에는 연결 대상이 다소 복잡). 2025 년 연간 실적 기준으로 현대자동차(주)는 매출 약 150 조 원, 영업이익 10 조 원 내외를 기록할 전망이다, **영업이익의 상당 부분은 SUV·고급차 판매 증가와 환율 효과에서 발생한** 반면, 전기차 부문은 아직 초기 투자 비용으로 이익 기여도가 낮은 상황입니다. 향후 현대차는 **차량 판매 외에 소프트웨어 구독 서비스, 모빌리티 플랫폼 수익 등 새로운 매출원**을 발굴하고자 하고 있습니다. 예를 들어 2023 년 발표한 **Feature on Demand** 전략을 통해 차량 판매 후 소프트웨어 기능을 추가 구매하게 하는 등 **지속 매출 모델**을 모색 중입니다.

**3.2 전략 방향 (중장기 비전):** 현대자동차는 “**스마트 모빌리티 솔루션 기업**”으로의 전환을 중장기 비전으로 제시하고 있습니다. 정의선 회장 취임 후 발표된 ‘2025 전략’과 2025~2030 중기계획에서, 현대차는 **전동화, 자율주행, 모빌리티서비스, 수소사회 구현** 등을 핵심 축으로 삼았습니다[27]. 구체적 전략방향은 다음과 같습니다:

- **전동화 가속:** 2030 년까지 현대차그룹 연 **EV 200 만대 판매 및 21 종 전기차 라인업 구축**이 핵심 목표입니다[22]. 이를 위해 현대차 브랜드는 아이오닉 시리즈를 지속 출시하고, 기아 EV 시리즈, 제네시스 전기차까지 그룹 전체로 BEV 포트폴리오를 확대합니다. 또한 **하이브리드 차량**도 18 개 이상 모델로 늘려 지역별 친환경차 수요에 대응하고, **수소연료전지**는 승용 넥쏘 후속 및 상용 트럭 부문 확장을 통해 **수소 리더십**을 지속합니다[27]. 현대차는 전동화 달성을 위해 배터리 내재화(합작공장), E-GMP 및 차세대 IMA 모듈러 아키텍처 개발, **전용 EV 공장 건설** 등의 전략을 병행하고 있습니다[39][28].

## 심층 분석 보고서: 현대자동차-글로벌 대외협력

- **소프트웨어 및 SDV:** 현대차는 **소프트웨어 정의 차량(SDV)**을 미래 경쟁력의 핵심으로 보고, 2025년까지 모든 차종에 OTA 및 커넥티드 서비스를 탑재할 계획입니다. 이를 위해 **글로벌 소프트웨어 센터**를 설립하고 차량 통합 제어 OS 개발, 소프트웨어 인재 2만명 양성 계획 등을 추진 중입니다. 장기적으로 자동차를 **업그레이드 가능한 플랫폼**으로 만들어, 차량 판매 후에도 지속적으로 고객에게 서비스를 제공하고 부가수익을 창출하겠다는 전략입니다.
- **자율주행 및 모빌리티 서비스:** 현대차는 레벨 3 자율주행 (고속도로 주행 보조 II 등을 통해 부분 구현)을 넘어, **로보택시 상용화**를 2025~2026년 목표로 하고 있습니다. 합작사 모셔널은 미국 라스베이거스 등에서 시범서비스를 운영 중이고, 현대차는 자체적으로도 고속도로 자율주행 기술을 제네시스에 적용하고 있습니다. **모빌리티 서비스** 측면에서는 **카셰어링, 차량구독, 물류 플랫폼** 등 다양한 프로젝트에 투자하고 있습니다. 인도에서 차량 호출 OLA 투자, 동남아 Grab 투자, 한국에서 차량구독 현대셀렉션 런칭 등이 예입니다. 전략적으로 **B2C 판매 중심에서 B2B2C 서비스**로 비즈니스를 넓혀 **이동성 전체를 책임지는 기업**으로 진화하려는 것입니다.
- **지역별 현지화 전략:** 현대차는 **북미, 인도, 아세안**을 3대 중점 시장으로 설정했습니다[25]. 북미에서는 전기 픽업트럭 개발, 상용 EV 현지생산, 아마존과 온라인 판매 협력 등 **현지 소비자 맞춤 전략**을 발표했습니다[25]. 인도에서는 현지공장 증설(푸네 공장)과 소형차 라인업 강화로 시장점유율 확대를 노리고, 동남아/중남미 등 이머징 시장에서는 CKD(반조립 수출) 거점을 늘려 **가격 경쟁력**으로 공략합니다[29]. 중국 시장에서는 2022년부터 판매 급감으로 **사업 구조조정**을 진행, 공장 폐쇄 및 모델 라인업 축소 등 **수익성 위주**로 재편 중입니다.
- **친환경 에코시스템 및 ESG:** 현대차는 **2045년 탄소중립** 선언과 함께 생산공정부터 차량 운행, 폐기까지의 탄소 감축 계획을 세웠습니다. 재생에너지 전환(RE100 추진), EV 폐배터리 재활용 사업 (에너지저장장치 Second life)도 진행합니다. ESG 측면에서 공급망 인권·환경 관리 강화, 지배구조 투명성 제고 등을 강조하고 있습니다. 최근 **주주환원 정책**으로 자사주 매입·소각, 배당 확대 계획을 밝혀 글로벌 투자자와의 신뢰 구축도 도모하고 있습니다[40].

요약하면 현대자동차의 중장기 전략은 **전기차와 소프트웨어 혁신으로 제품 경쟁력을 높이고, 글로벌 생산·판매 체제를 최적화하며, 새로운 모빌리티 서비스 시장에도 진출함**으로써 "자동차 제조사에서 **미래 모빌리티 토탈 솔루션 기업**"으로 변모하겠다는 방향성입니다[24]. 이는 **기술선도 + 사업다각화 + 지역별 최적화**의 3박자를 노리는 것으로, **토yota 등 경쟁사 대비 빠르고 과감한 실행**으로 평가받고 있습니다.

**3.3 차별화 포인트:** 현대자동차가 글로벌 시장에서 가지는 차별화 요소는 몇 가지로 정리할 수 있습니다.

- **기술 및 제품 경쟁력:** 현대차는 과거 "**빠른 추격자**" 이미지였으나, 전기차(E-GMP 플랫폼 기반 800V 초급속 충전 기술), 수소전기차 분야 등에서 "**선도자**"로 평가받는 영역을 확보했습니다. 특히 아이오닉 5/6는 유럽, 북미에서 여러 올해의 차를 수상하며 디자인과

## 심층 분석 보고서: 현대자동차-글로벌 대외협력

기술력을 인정받았고, 세계 최초 양산 수소차 넥쏘는 현대차만의 기술 리더십 이미지를 구축했습니다. 또한 **N 고성능 브랜드** 육성(N Vision 74 수소 하이브리드 콘셉트 등)으로 기술력과 브랜드 이미지를 제고하는 등, **기술 혁신에 적극적인 모습**이 차별화됩니다.

- **제품 디자인과 상품성:** 현대차·기아는 2010년대 피터 슈라이어 영입 이후 디자인 혁신을 일구어냈고, 최근 제네시스의 고급스러운 디자인, 기아 EV 시리즈의 미래지향적 스타일 등으로 **디자인 경쟁력**이 뛰어납니다. 여기에 **제품 상품성 대비 합리적 가격(가성비)**이 글로벌 소비자들에게 매력으로 작용하여, **“합리적 프리미엄”** 포지션을 차지하고 있습니다. 예컨대 제네시스 G80은 동급 벤츠 E 클래스보다 저렴하면서도 품질·사양에서 뒤지지 않아 미국 시장에서 호평을 받습니다.

- **수직계열화와 비용 관리:** 현대차그룹은 철강(현대제철), 물류(글로벌비스), 부품(모비스 등)까지 아우르는 수직계열화를 통해 공급망 안정성과 원가절감 효과를 누리고 있습니다. 이는 글로벌 원자재 가격 변동이나 부품 조달 리스크에 대응하는 강점이며, 실제 2021~2022년 반도체 공급난 때도 상대적으로 타사보다 생산 차질을 덜 겪었습니다. 또한 자체 IT 서비스 계열사(현대오토에버)를 통한 시스템 구축 등으로 **운영 효율**을 높이고 있습니다.

- **브랜드 전략 (현대+기아+제네시스):** 단일 브랜드에 의존하기보다, **현대/기아 투톱 체제**로 다양한 시장 공략이 가능하고, 별도 **럭셔리 브랜드 제네시스** 운영으로 포트폴리오 확장이 용이합니다. 이러한 멀티 브랜드 전략은 토요타(렉서스)나 VW(아우디/포르쉐)도 쓰지만, 현대차는 그룹 내 두 메이커(현대, 기아)가 **경쟁적 협업** 관계로 혁신을 견인한다는 점에서 독특합니다.

- **미래 모빌리티 선행 투자:** 앞서 언급한 대로 로보틱스, UAM, 전기 수직이착륙기(eVTOL), 자율주행 합작 등 미래사업에 적극 투자하여 **“혁신 이미지”**가 강합니다. 예를 들어, 현대차는 2021년 **세계 최대 로봇기업 보스턴다이내믹스 인수**로 큰 화제를 모았고[21], CES 등에서 **MobED 로봇, 곤충로봇 등 혁신 기술 시연**을 통해 일반 완성차 OEM 과 차별화되는 모습을 보여주었습니다. 이는 투자의 회수 기간이 길지만, **시장에 현대차가 미래 준비가 잘 된 기업**이라는 신호를 주는 효과가 있습니다.

- **고객 중심 품질 개선:** 2000년대 초반까지 현대차는 품질에 약점이 있다는 평이 있었으나, 이후 **10년간 품질 혁신 활동**(예: 품질연구소 강화, 리콜 과감히 시행 등)을 통해 현재는 주요 품질지표에서 상위권입니다. JD 파워 신차품질조사에서 기아·제네시스가 1, 2위를 하는 등[41], 품질 측면의 차별화도 이뤄냈습니다. 또한 **워런티(현대 미국 10년/10만마일 파워트레인 보증)**를 업계 최장으로 제공해 신뢰를 쌓았습니다.

이러한 차별화 포인트 덕분에 현대자동차는 **“기술 혁신을 빠르게 흡수하면서도 고객이 원하는 가치를 합리적 가격에 제공하는 브랜드”**로 인식되고 있습니다. 다만 동시에 이러한 강점이 지속 유지되려면 **소프트웨어 분야** 등 약점을 보완해야 하며, **브랜드 고급화와 대중성 균형을** 잡는 과제도 남아 있습니다.

**3.4 리스크 요인:** 현대자동차가 직면한 위험 요인은 산업 전반의 구조적 리스크와 회사 특유의 리스크로 구분됩니다.

- **기술/제품 리스크:** 빠르게 변하는 **미래차 기술**에 뒤처질 위험입니다. 특히 소프트웨어, 반도체 등 **ICT 역량 부족**은 자율주행 AI, 차량용 소프트웨어 경쟁에서 약점이 될 수 있습니다. 현재 현대차가 이를 인지하고 SW 인재 영입, 소프트웨어 플랫폼 구축에 힘쓰고 있으나, 테슬라·구글(웨이모)·애플 등의 Big Tech 와의 **기술 격차**를 좁히지 못하면 미래 경쟁에서 어려움을 겪을 수 있습니다. 또한 **전기차 배터리 수급 리스크**도 큼니다. 배터리 원자재 가격 변동, 특정 공급사 의존 등에 따른 비용 상승 위험이 있고[9], 전고체배터리 등 차세대 기술 경쟁에서도 우위를 장담하기 어렵습니다. 아울러 전동화 전환 과정에서 내연기관 차량 수요 급변에 따른 **자산상각 리스크** (공장설비, 재고 등)도 존재합니다.

- **시장/경쟁 리스크:** 글로벌 경기둔화, 금리상승 등으로 **자동차 수요 탄력성이 위험요인**입니다. 고금리 시대에 차량할부 부담이 커지면 특히 **프리미엄차나 전기차 판매가 위축**될 수 있습니다[5]. 또한 **경쟁 심화**로 인한 가격 경쟁 압박도 큼니다. 최근 테슬라의 잇단 EV 가격인하로 글로벌 EV 가격전쟁이 벌어졌고, 중국 브랜드들이 **저가 공세**로 유럽, 동남아에 진출하면서 현대차의 **주요 시장에서의 가격경쟁력 유지**가 도전과제가 되었습니다[36]. 특히 **중국 시장 실패**로 현대차는 한때 5th 였던 중국 시장 점유율이 2023년 2% 미만까지 하락, 공장을 매각하는 상황이 되었는데, 이 중국 사업 부진을 다른 시장에서 만회해야 하는 부담이 있습니다.

- **정책/규제 리스크:** 자동차 산업은 각국 정부정책 영향이 크기에, 현대차도 **통상마찰과 정책변화**에 노출되어 있습니다. 대표적으로 **미국 IRA 법**으로 현대차·기아의 주요 EV 모델이 보조금 혜택을 못 받아 2023년 미국 EV 판매가 타격을 입었습니다. 유럽의 환경규제 강화로 2035년까지 내연기관 판매중단이 예정되어 현대차 라인업 전환을 압박하며, **EU의 대중국산 전기차 관세** 등 무역제재가 글로벌 밸류체인에 불확실성을 줍니다[2]. 현대차는 북미 투자 확대 등 **현지화**로 대응하고 있으나, 보호무역 확대 시 **생산비용 상승과 시장 접근 제한** 위험이 있습니다. 또한 **환율 변동** (원화강세 시 수출채산성 악화)도 상시적인 위험입니다.

- **인력/조직 리스크:** 현대차는 국내 완성차 업체 중 강성노조로 유명한 기업으로, **노사관계 리스크**가 존재합니다. 매년 임단협에서 파업 가능성이 있고, 전동화로 인한 생산직 인력 재배치, 국내공장 일감 유지 등이 노사 갈등 요인이 될 수 있습니다. 최근 몇 년간 비교적 큰 파업 없이 합의를 해왔으나, **구조적 변화기에 노사 마찰**은 언제든지 발생할 수 있습니다. 또한 대기업 조직문화 특성상 관료화, 의사결정 지연 등의 위험이 있어, 현대차가 추구하는 **스타트업식 민첩성**이 저해될 가능성도 있습니다. 이를 타개하려고 직급 단순화, 자유로운 복장/근무제 도입 등의 문화 혁신을 했지만[42][43], 전사적으로 완전히 정착하는 데는 시간이 걸릴 수 있습니다.

- **재무 리스크:** 현재 현대차그룹은 순현금 상태의 견실한 재무구조를 지녔으나, 향후 **막대한 투자 집행(앞서 언급한 5년 77조 투자)**이 이루어지면 재무부담이 증가할 수 있습니다[40].

전기차는 내연차 대비 **마진이 낮고 초기투자비용이 커서**, 단기적으로 수익성이 희석될 우려가 있습니다. 또한 **리콜 사태** 등 품질 이슈 발생 시 수천억 원대 비용이 들 수 있고, 2020 년 코나 EV 화재 리콜, 2023 년 미국 ABS 화재 관련 리콜 등이 재무적 리스크 사례입니다.

- **평판/브랜드 리스크**: 현대차는 글로벌 시장에서 브랜드 향상을 이루었지만, **일부 시장의 인식 개선**이 과제입니다. 예컨대 일본 시장에서는 현대 브랜드가 실패한 전례가 있고, 중국에서도 한한령 등 정치 요인으로 평판 타격을 입었습니다. 또한 **소비자 안전 및 윤리 경영** 측면에서 문제가 발생하면 평판 훼손 위험이 있습니다. 최근 미국에서의 안전 이슈 리콜 사례 등은 현대차가 글로벌 브랜드로서 **투명하고 신속한 위기대응**을 해야 함을 요구합니다.

- **기타**: 그 외에도 **신흥 경쟁 기술**(예: 애플카 혹은 ICT 업계의 자동차 진출) 등장 가능성, **전기차 후행시장(충전인프라, 전력망)** 미비로 인한 EV 확산 지연 등이 전반적인 리스크로 작용합니다.

현대자동차는 이러한 리스크 요인을 관리하기 위해 **위기 조짐을 조기 포착하고 대응책을 모색**하는 체제를 강화하고 있습니다. 특히 GPO 조직 운영처럼 **대외리스크 인텔리전스 기능**을 두고, 품질센터를 통해 글로벌 품질 이슈를 모니터링하며, 노사 상생협력 프로그램을 운영하는 등 적극적 노력이 이루어지고 있습니다[34][44]. 지원자 입장에서도 이러한 **리스크 관리 노력이 회사의 중요 전략임**을 이해하고, 자신의 역할에서 기여할 부분을 고민해볼 필요가 있습니다.

## 4 장. 인재상·조직 문화·채용 특징

**4.1 공식 인재상 키워드와 해석**: 현대자동차그룹의 공식 인재상은 **“도전, 창의, 열정, 협력, 글로벌마인드”**의 다섯 가지 키워드로 제시되어 있습니다[45]. 구체적으로, ① **도전(Challenge)**: 실패를 두려워하지 않고 신념과 의지로 적극적으로 업무를 추진하는 자세[46], ② **창의(Creativity)**: 문제를 새로운 시각에서 바라보고 창의적 사고와 행동을 적용하는 능력[46], ③ **열정(Passion)**: 주인의식과 책임감을 가지고 회사와 고객을 위해 헌신적으로 몰입하는 태도[47], ④ **협력(Collaboration)**: 개방적인 사고로 타인과 소통·협업하며 시너지를 내는 역량[48], ⑤ **글로벌 마인드(Globality)**: 다양한 문화에 대한 이해와 존중을 바탕으로 글로벌 네트워크를 활용하고 전문성을 개발하는 역량[49]을 뜻합니다. 이 다섯 가지는 현대차 임직원 모두에게 기대되는 공통 역량이자 행동원칙으로서, 자기소개서나 면접에서도 자주 강조됩니다. 특히 **“글로벌 마인드”**는 현대차가 해외사업 비중이 큰 만큼 어학능력, 다문화 이해, 글로벌 트렌드 파악능력을 중시한다는 의미입니다. 신입 지원자의 경우 **해외 교류 경험, 어학성적** 등이 이를 어필하는 요소가 될 수 있습니다. **“도전과 창의”**는 현대차의 혁신지향 문화를 나타내며, 지원자에게 **틀에 박히지 않은 문제해결 경험이나 실패를 극복한 사례** 등을 기대하게 합니다. **“열정”**은 현대차 특유의 **주인의식 문화**를 반영한 것으로, 자기 일에 몰입하고 책임지는 태도를 보여주는 것이 중요합니다. **“협력”**은 거대한 조직 내에서 팀워크를 중시하는 현대차의 업무 방식을 뜻하며, **관계 구축,**

**커뮤니케이션 역량**을 평가합니다. 이 공식 인재상 외에도 현대차는 **Hyundai Way** 라는 10 가지 행동가치를 소개하는데, 안전과 품질 최우선, 집요함, 민첩한 실행, 다양성 포용, 윤리준수, 데이터 기반 사고 등 구체적 지침들입니다[50]. 실제 채용에서 면접 질문이나 에세이 주제로 지원자가 이러한 가치와 부합하는지 살펴보므로, 지원자는 자신의 경험을 현대차 인재상 키워드와 연결 지어 **"나는 이러한 현대차 사람이 될 준비가 되어 있다"**는 점을 설득해야 합니다.

**4.2 조직 문화 (보도자료, 인터뷰, 직장 후기 등에서 추론):** 현대자동차는 전통적으로 제조업 대기업으로서 **위계질서와 효율을 중시하는 문화**가 강했지만, 최근 몇 년간 **스타트업식 혁신 문화**를 도입하며 변화를 추구하고 있습니다. 공식 홍보자료에 따르면 현대차그룹은 **"자율적이고 유연한 기업문화"**를 지향하며, **직급체계 단순화**(과거 대리·과장... 직급 대신 '매니저/책임매니저'로 통합)와 **호칭 파괴**(이름+님 호칭), **복장 자율화(완전 자율복장)**, **유연근무제(선택적 근로시간제)** 등을 시행했습니다[51][43]. 또한 최고경영층이 직원들과 직접 소통하는 **타운홀 미팅**을 정기 개최하고, 보고 방식도 대면 보고 대신 메일이나 협업툴을 활용하는 등 **"일 중심의 수평적 의사결정"** 문화를 도입했다고 합니다[52]. 이러한 변화는 4 차산업혁명 시대에 맞춰 과거의 경직된 문화에서 벗어나기 위한 노력으로 평가됩니다. 실제 직원 후기나 언론 인터뷰를 보면, **"젊은 사원들도 아이디어를 내기 편해졌다"**, **"호칭이 영어 이름 기반으로 바뀌어 부서장도 first name 으로 부른다"** 등의 변화 체감을 이야기합니다. 다만 완성차 개발·생산은 대규모 인력이 체계적으로 움직여야 하는 영역이어서, 여전히 **체계적 프로세스 준수와 보수적 의사결정** 경향이 남아있다는 의견도 있습니다. 예컨대 신차 개발은 수많은 Gate 를 거치는 관리시스템이 존재하고, 품질 이슈는 엄격한 보고체계로 다뤄지는 등, **제조업의 규율**이 살아있습니다. 그러나 동시에 현대차는 **사내 스타트업 공모, 크리에이티브 워크숍** 등을 통해 창의적 아이디어를 장려하고, 필요한 경우 **애자일 조직(프로젝트 태스크포스)**을 구성해 빠르게 실행하는 문화도 키워가는 중입니다. **조직 분위**기는 부서마다 다를 수 있으나, 전반적으로 과거 대비 **젊어지고 수평적으로** 바뀌어가며, 특히 소프트웨어·전동화처럼 새로운 조직일수록 자유로운 분위기가 강합니다. **워라벨** 측면에서는 주 52 시간 근무제 정착으로 이전에 비해 야근이 줄었으나, **차량 출시나 마감 시점에는 업무량이 많아지는** 경향이 있어 프로젝트 드라이브를 걸 때는 몰입이 요구됩니다. **연봉 및 복지**는 국내 대기업 상위권으로, 성과에 따른 인센티브와 승진기회도 비교적 공정하게 주어진다라는 평가가 있습니다. 한편 **강한 목표지향 문화**도 현대차의 특색인데, 매년 판매목표, 프로젝트 데드라인 등에 대한 압박이 존재하고 구성원들도 이를 달성하기 위해 **헌신적으로 일하는 문화**가 자리잡고 있습니다 (이를 긍정적으로는 열정 문화, 부정적으로는 압박 문화로 볼 수 있음). 전반적으로 현대자동차는 **"도전과 변화를 추구하는 조직문화"**로 탈바꿈 중이며, 지원자는 회사의 이러한 문화 혁신 방향(수평적, 자율적, 글로벌 지향)에 공감하고 자신의 **적극적이고 유연한 면모**를 어필하면 좋을 것입니다.

**4.3 최근 3~6 개월 채용 공고 패턴:** 2025 년 말부터 2026 년 3 월까지 현대자동차의 채용 공고를 살펴보면 **미래 신사업 및 글로벌 분야 채용이 활발한 것**이 특징입니다. 예컨대 **2026 년 3 월 신입 채용**에서는 모집 부문으로 연구개발, 디자인, 제조뿐 아니라 **사업/기획 분야**에서 “**글로벌 SDV 전략, 글로벌 대외협력, 글로벌 상용&LCV 사업, 글로벌사업, 미래사업전략 기획/개발, 브랜드경험, 에너지&수소사업**” 등 매우 다양한 **글로벌·신사업 직무**를 모집했습니다[53][54]. 이는 현대차가 전통적인 생산직/엔지니어 외에 **글로벌 전략, 신사업 개발 인재**를 대거 필요로 하고 있음을 반영합니다. 또한 IT 직군에서도 **데이터 엔지니어링, 보안, SW 아키텍트, SW 개발 등 디지털 인재 채용**을 강화하고 있습니다[55]. 채용 공고의 톤을 보면 “**새로운 내일을 향한 여정, Team Hyundai 와 함께하세요**” 등의 문구를 사용하며, **도전적이고 혁신적인 인재상을 부각**하고 있습니다[56]. 채용 과정은 서류→인적성(HMAT)→직무면접→종합면접 순으로 예년과 비슷하나, **직무적합성**을 매우 강조하여 서류전형 단계부터 **직무별 필요역량**을 세부적으로 명시하고 해당 경험을 묻습니다. 예를 들어 글로벌 대외협력 공고에는 “**해외 산업 정책 개편 제안 및 현지 대외협력 부문 지원**”, “**국내외 주요 기관 및 인사 네트워킹 전략 수립 및 대응**”, “**해외 사업 대외협력 지원**” 등의 상세 업무가 적혀 있었습니다[57]. 지원자격에는 **OPic IH 또는 토익스피킹 Lv.7 이상** 어학성적을 요구하여 글로벌 커뮤니케이션 역량을 필수로 보았고[58], 우대사항으로 **정부 부처, 협회 등 공공기관 근무 경력**이나 **정책 지원 업무 경험** 등을 언급해 해당 직무에 특화된 역량을 찾는 모습을 보였습니다[59]. 다른 직무들도 유사하게 각 영역에 전문지식을 갖춘 인재를 원하며, 이를 갖추지 못한 지원자는 합격이 어려울 정도로 **직무별 세분화, 전문화된 채용**이 이뤄지고 있습니다. 또한 채용공고를 통해 본 현대차 인재상은 “**What drives you forward?**”와 같이 **동기와 열정**을 묻는 경향이 강합니다[56]. 지원자에게 **자기주도적 커리어 비전**과 **현대차에서 달성하고픈 목표**를 묻는 질문이 나올 수 있으므로, 공고의 키워드들(글로벌, 미래, 혁신 등)을 면밀히 읽고 대비해야 합니다. **채용 트렌드**로는, 신입공채 외에도 **상시 경력 채용**이 활성화되어 데이터사이언스, UX 디자인 등 분야별 수시채용 공고가 자주 올라옵니다. 이는 현대차가 필요인재를 적시에 확보하려는 전략으로, 구직자는 현대차 채용홈페이지를 수시로 체크하며 기회를 잡아야 합니다. 마지막으로 **채용 콘텐츠** 측면에서, 현대차는 **유튜브 라이브 채용설명회(Team Hyundai Talk)** 등을 열어 MZ 세대 소통을 강화하고 있습니다[60]. 이런 자리를 통해 면접팁, 직무소개를 상세히 공유하므로 지원자들은 활용하면 좋습니다.

**4.4 서류/면접에서 강조되는 키워드·역량:** 현대자동차는 서류와 면접 단계에서 **직무적합성과 현대차 인재상 부합 여부**를 핵심적으로 평가합니다. 먼저 **서류전형(자기소개서)**에서는 **지원 직무에 대한 이해도와 역량 보유**를 가장 강조합니다. 예컨대 ‘**왜 해당 직무에 관심을 가지게 되었는가?**’, ‘**그 직무를 잘 수행할 준비를 어떻게 해왔는가?**’를 묻고, 지원자의 학습경험, 프로젝트, 인턴십 등을 상세히 기술하도록 요구합니다. **실제 직무와 연관성 없는 추상적 답변**은 좋은 평가를 받기 어렵고, **자동차 산업에 대한 관심과 지식**, 해당 직무의 최신 트렌드 이해 등을 드러내야 합니다. 또한 **현대자동차의 핵심가치**에 연관된 질문이 나옵니다. 예를

들어 “Team Hyundai 의 일원이 되기 위해 노력한 경험” 등을 통해 협업, 열정 등의 가치를 묻거나, “어려운 목표에 도전하고 달성한 경험” 등으로 도전정신과 집요함을 평가합니다. 지원자는 자신의 경험을 현대차의 5 대 인재상 혹은 Hyundai Way 10 가지 가치 중 몇 가지와 연결시켜 **구체적인 사례**로 작성하는 것이 좋습니다[61][62]. 특히 **안전-품질 의식, 윤리의식** 등도 중요하게 보는 바, 자동차와 관련된 프로젝트에서 품질을 개선하거나 규정을 준수했던 경험 등을 써넣으면 어필이 가능합니다. 면접에서는 **실무역량과 인성** 모두 평가됩니다. **직무면접(1 차)**에서는 지원 직무 관련 전공지식, 최근 이슈에 대한 의견, 상황 대처능력을 묻습니다. 예를 들어 글로벌 대외협력 직무라면 “미국 IRA 조치에 현대차가 어떻게 대응해야 한다고 보는가?”, “어떤 산업정책 변화를 주시하고 있으며 현대차에 기회/위협이라고 생각하는가?” 같은 **시사/전략형 질문**이 나올 수 있습니다. 지원자는 평소 산업 뉴스와 정책 동향을 꾸준히 공부하고 자신의 견해를 논리적으로 말하는 연습이 필요합니다. 또 영어 면접이나 제 2 외국어 활용 가능 여부를 확인할 수 있으므로 **영어 자기소개, 해외 파트너와 협업 사례** 등에 대한 준비도 필요합니다. **인성 면접(종합면접)**에서는 현대차의 팀워크 문화에 잘 녹아들 수 있는지, 스트레스 대응이나 열정, 성장가능성을 평가합니다. 예컨대 “팀 갈등 상황을 겪어봤고 어떻게 해결했는지”, “어려운 과제를 포기하지 않고 완수한 경험” 등을 물어 지원자의 **협업능력, 회복탄력성**을 확인합니다[50]. 또한 지원 동기에서 **현대차에 대한 애정과 산업에의 열망**을 진정성 있게 표현하는 것을 중시합니다. 현대차 면접관들은 지원자가 “**자동차에 진심인지, 미래 모빌리티에 꿈이 있는지**”를 보는 경향이 있어, 피상적 답변보다 본인의 구체적 경험(동아리 자동차 제작, 관련 논문 연구, 해외 자동차 여행 등 무엇이든)을 통해 **진심과 열의를 전달**해야 합니다. 끝으로, 최근 현대차는 **창의면접 질문**도 종종 활용합니다. 가령 “미래 도시에서 자동차의 역할은?”, “전기차 보급을 늘리기 위한 창의적 아이디어는?” 같은 질문으로 지원자의 **창의적 사고와 논리 전개**를 살핍니다. 이러한 질문에는 제한된 지식 범위 내에서라도 **새로운 접근을 시도하는 태도**를 보이는 것이 중요합니다. 종합하면, 현대자동차의 채용에서 반복적으로 나오는 키워드는 **도전, 혁신, 글로벌, 팀워크, 고객, 품질** 등이며, 지원 전략으로 이 키워드들을 자기 경험과 연결 지어 **스토리텔링**하는 것이 효과적입니다.

## 5 장. 직무 분석 - 글로벌 대외협력

**5.1 직무의 핵심 역할:** ‘글로벌 대외협력’ 직무는 현대자동차의 **대외 관계 및 대관 업무를 국제적으로 수행**하는 역할입니다. 쉽게 말해 “**기업 외교관**”으로서 현대차의 해외 사업환경을 개선하고, 외부 이해관계자와 협력을 이끌어내는 것이 핵심입니다. **하루 단위로 보면**, 글로벌 대외협력 담당자는 **전 세계 각국의 정책 동향 파악**으로 업무를 시작합니다. 예를 들어 아침에 미국, EU, 중국 등의 **자동차 관련 입법이나 규제 뉴스**를 모니터링하고, 내부 관련 부서에 공유하거나 영향 분석을 합니다. 동시에 해외 지사나 법인에서 올라온 대관 이슈 (예: “인도 정부가 전기차 보조금 정책을 변경했다” 등)에 대해 본사 차원의 대응 방안을 검토합니다. **한**

달 단위로는, **대외 협력 프로젝트들을 기획·관리**합니다. 예컨대 “멕시코주 정부와 전기차 인프라 구축 MOU 체결” 같은 협력사업이 있다면, 사업 제안서 작성 → 내부 승인 → 외부 협상 → MOU 서명식 준비까지 전체 과정을 주도합니다[63]. 또한 **주요 오피니언 리더(정부 고위인사, 업계 리더) 면담** 준비도 중요한 업무입니다. 해외 유력 인사가 한국을 방문하면 공장 시찰 일정을 잡고 의견을 주관하거나, 반대로 현대차 경영진이 해외 정부인사와 만날 때 사전에 **브리핑 자료와 협의 의제**를 준비합니다[64]. **1년 단위**의 큰 그림에서는, **글로벌 대관(Government Affairs) 전략 수립**이 이루어집니다. 연초에 올해 주목해야 할 국제 통상 이슈, 환경규제 변화, 무역분쟁 가능성 등을 분석해 **대응 시나리오**를 만들고, 필요시 업계 공동 건의서 채택이나 정부와의 협력계획을 수립합니다. 또한 국제 컨퍼런스(예: UN 기후회의, 세계 자동차산업 포럼 등)에 참가하거나, 해외 사업을 위한 **입지 협상** (공장 신설에 인센티브 협의 등)에 참여하기도 합니다. 이렇듯 글로벌 대외협력 직무는 **상시적인 정보수집 및 대외창구 역할과 프로젝트 단위의 협상·협력 실행** 두 가지 축으로 돌아갑니다[64]. 한 가지 가상의 **워크플로우 예시**를 든다면: “현대차 미국 전기차공장 관련, 주정부 보조금 확보” 사례에서, 대외협력 담당자는 먼저 미국 IRA 법안과 주정부 투자유치 프로그램 자료를 조사합니다. 그 다음 현대차에 유리한 조건을 이끌어내기 위해 **주지사실 및 현지 대관팀과 협의** 일정을 잡고, **논리 개발** (현대차 투자로 지역 경제 효과 어필 등)을 합니다. 이후 경영진을 모시고 주정부와 미팅을 진행하며, 필요한 경우 주한 미대사관이나 한국 정부와도 공조합니다. 협상 타결 시 보조금 합의 내용을 내부 법무팀과 검토해 MOU를 체결하고, 이를 전사에 보고합니다. 동시에 언론 발표 자료를 작성해 기업 이미지 제고까지 신경씁니다. 이처럼 **프로젝트 매니저 + 외교관 + 정책분석가**의 역할을 모두 수행하는 것이 본 직무의 매력이고도 어려운 점입니다.

**5.2 내부/외부 이해관계자 맵:** 글로벌 대외협력은 **내부적으로는 임원진 및 관련 부서들과, 외부적으로는 정부 및 다양한 기관들과** 폭넓게 협업합니다.

- **내부 이해관계자:** 우선 최고경영진(회장, 사업부장 등)이 주요 의사결정자입니다. 대외협력팀은 경영진의 대외 활동(해외 출장, 국제행사 참여 등)을 지원하고, 필요시 의사결정을 상신합니다. 또한 **사업부서들과** 긴밀히 협력합니다. 예컨대 미국공장 사례에서 **전략기획/투자부서**와 투자계획 수립 공유, **생산부서**와 공장 운영계획 협의를 필수입니다. **해외법인(현지 법무·대관 팀)**도 중요한 내부 파트너입니다. 현지 직원들과 소통하며 로컬 정보를 얻고, 본사 방침을 전달합니다[65]. **법무팀**과도 협업하여 대외협력 과정에서 발생하는 계약·법률 검토를 맡기고, **커뮤니케이션팀(PR)**과도 연계하여 MOU 체결이나 대외 발표 사항을 언론에 공표합니다. **IR팀**과 연계해 투자자들에게 정책 대응 노력을 설명하기도 합니다. 이처럼 본사-해외법인-관련부서 **매트릭스 조직** 속에서 일하며, 내부 조율 능력이 중요합니다.
- **외부 이해관계자:** 가장 핵심은 **정부 기관**입니다. 대상은 다양하게, 해외의 중앙정부 부처(산업부, 교통부, 환경부 등), 입법부(의회), 규제기관(EPA 등), 지방정부(주정부, 지자체) 모두 상대가 됩니다. 이들과 **정책 협의, 투자 상담, 규제 완화 요청** 등의 활동을 합니다[64]. 다음으로 **산업단체/협회** 관계자가 있습니다. 국내에는 한국자동차산업협회(KAMA), 해외에는

## 심층 분석 보고서: 현대자동차-글로벌 대외협력

미국자동차협회(Alliance for Automotive Innovation)나 유럽 ACEA 등이 있어, 현대차는 회원사 자격으로 위원회 활동이나 공동 건의 등에 참여합니다. 또 **학계·싱크탱크 전문가**도 외부 파트너입니다. 특정 정책에 대한 연구용역을 맡기거나, 토론회 패널로 모셔 **우호적 여론 형성**을 돕습니다. **협력기업**들도 이해관계자입니다. 예를 들어 배터리 합작사의 모기업, 현지 딜러사, 부품 공급업체 등과 함께 규제 개선을 건의하는 등 **연합전선**을 펴기도 합니다. **언론 및 시민단체**도 간접 이해관계자인데, 대외협력 팀은 PR 부서와 공조해 현대차의 입장을 우호적으로 전달하거나, NGO 의 환경·안전 요구에 대응전략을 짜기도 합니다. 마지막으로 **모국 정부(대한민국 정부)**와의 관계도 특이점입니다. 현대차는 한국 대표기업으로서 정부의 통상교섭 과정 등에 자문하거나 협조를 구할 때가 있습니다. 예컨대 미국 정책에 대해 한국 정부와 정보공유 및 공동 대응을 모색하는 식입니다. 이처럼 **정부-업계-단체-전문가** 등 다양한 외부 이해관계자와 네트워킹하고 조율하는 것이 이 직무의 일상입니다[66].

**5.3 필요 역량 (기술·지식·소프트스킬):** 글로벌 대외협력 직무는 **정책, 경영, 커뮤니케이션 역량의 융합**을 요구합니다.

- **전문지식 측면:** 우선 **산업정책 및 법률 지식**이 필수입니다. 각국의 자동차 산업 정책(전기차 보조금, 배출가스 규제, 통상정책 등)에 대해 이해하고 있어야 하며, 주요 FTA나 무역규범 등에 대한 소양도 필요합니다. 전공으로는 정치외교, 행정, 법학, 경제 등을 한 인재들이 유리하며, 자동차 기술에 대한 기본 이해 (파워트레인 종류, 자율주행 Level 등)도 갖춰야 사안을 정확히 파악할 수 있습니다.

- **외국어 능력:** **비즈니스 영어 능력**은 사실상 필수로, 회의 참석, 문서 작성, 협상 모두 능통해야 합니다. 현대차 공고에서도 OPIc IH 등 높은 수준의 영어 회화 성적을 요구했습니다[58]. 추가로 제 2 외국어(중국어, 스페인어 등) 가능하다면 큰 강점입니다.

- **분석 및 기획력:** 복잡한 정책 정보를 **빠르게 분석하여 임팩트를 판단**하고, 회사 대응 논리를 **기획**하는 능력이 중요합니다. 예를 들어 미국에서 새로운 배출규제가 나오면, 해당 원문을 읽고 기업 영향(차종별 판매제한 등)을 정리하고, 사내에 **보고서**를 작성해야 합니다. 이때 논리적 문서작성 능력과 데이터 분석력도 필요합니다.

- **대인 커뮤니케이션 및 협상력:** 이 역할의 꽃은 **사람을 상대로 일하는 능력**입니다. 다양한 국가와 문화의 외부인사를 상대해야 하므로 **높은 수준의 의사소통 스킬과 에티켓**이 요구됩니다. 격식을 차려야 할 땐 외교관처럼 품위있게, 또 실무 협상 시엔 단호하게 주장을 펼칠 수 있어야 합니다. **설득력과 관계 구축 능력**이 곧 성과로 이어집니다. 내적으로도 임원과 협력부서를 조율해야 하므로 **조직 내 조정력, 협업능력, 발표력**이 필수입니다[64][59].

- **프로젝트 관리능력:** 여러 협력사업을 동시 다발로 다루기 때문에 **계획 수립, 일정 관리, 리스크 관리** 역량이 필요합니다. MOU 하나 체결에도 수십 가지 세부 단계가 있고 돌발 이슈가 생기기 마련이어서, 치밀하게 일정과 To-do 를 관리하고 우선순위를 판단하는 **PM 기량**이 중요합니다.

- **업무 관련 소프트스킬:** **신뢰성과 윤리의식**이 특별히 중요합니다. 대외협력 업무는 종종

## 심층 분석 보고서: 현대자동차-글로벌 대외협력

대외비 정보를 다루고, 기업의 대외 입장을 대표하므로, 정직하고 보안의식이 강하며 프로토콜을 준수하는 인물을 요구합니다. 또한 **신속함과 임기응변** - 국제정세는 시시각각 변하므로 긴급 상황에 빠르게 대응하고 임의로라도 결단을 내릴 수 있는 배짱도 필요합니다. **문화적 민감성**도 필수인데, 다문화 팀 및 외국 파트너와 일하며 문화 차이를 이해하고 존중하는 태도가 중요합니다[48].

- **학습능력과 호기심**: 끝없는 신규 이슈가 쏟아지므로 **지속적으로 공부하고 자기계발**하는 자세가 필요합니다. 국제경제, 친환경기술 등 관련 세미나도 쫓아다니며 배우고, 모르는 용어/약어(예: ZEV 규제, CAFÉ standard 등)가 나오면 바로 찾아 익히는 **학습 민첩성(learning agility)**이 요구됩니다.

신입으로 이 직무를 지원하는 분이라면, 모든 역량을 완벽히 갖출 순 없겠지만 **어학 능력 + 분석력 + 커뮤니케이션 역량** 3 가지는 특히 강조해서 준비해야 합니다. 그리고 관련 경험으로 모의 UN, 교환학생 시절 프로젝트, 정책 연구회 활동 등이 있다면 역량 어필에 큰 도움이 될 것입니다.

**5.4 성과 지표(KPI)와 평가 포인트**: 대외협력 직무는 정량화하기 까다로운 면이 있지만, 몇 가지 **KPI(Key Performance Indicator)**로 성과를 관리합니다. 대표적으로 **①정책 대응 성과**: 예를 들어 “정부 인센티브/보조금 확보 금액”이 수치로 잡힙니다. 해외 정부로부터 유치 인센티브를 얼마나 이끌어냈는지, 규제 완화로 비용절감 효과가 얼마인지 등이 성과 지표가 됩니다. **②협력사업 성과**: 체결한 MOU 나 협약 건수 및 이행률도 중요합니다. 예를 들면 1 년에 MOU 5 건 체결 목표라면, 그 중 실제 실행된 프로젝트 수와 진행 정도를 평가합니다. **③네트워크 지표**: 구축한 대외 네트워크의 폭과 깊이도 정성적이거나 평가됩니다. 예컨대 신규로 접촉한 정부 핵심인사 수, 주요 포럼 참석 횟수, 정부기관과 소통 빈도 등이 있습니다. **④내부 고객 만족도**: 내부 사업부서나 임원들이 체감하는 지원 수준도 평가 포인트입니다. “어느 부서에서 대외협력팀 도움으로 프로젝트를 원활히 했다”는 피드백이 있으면 긍정 점수입니다. 또한 **⑤위기관리 실적**: 돌발 이슈 발생 시 얼마나 신속히 대응했는가 (예: 갑작스런 수출 규제 이슈에 보고→대응안 마련 소요시간) 등이 KPI로 설정될 수 있습니다. **정성적 평가**로는 **전문성, 커뮤니케이션 스킬, 문제해결력** 등이 상사지표로 고려됩니다. 종합하면, “회사에 유리한 외부환경 조성에 얼마나 기여했는가”가 근본적인 평가 기준입니다. 따라서 본인 업무가 매출처럼 즉각 숫자로 환산되진 않지만, **성과 사례**를 잘 어필하는 것이 중요합니다. 예컨대 “우리 팀이 정부 조치 X 를 이끌어 내어 회사에 Y 억원 이익을 가져왔다” 또는 “중요 리스크를 사전에 막아 손실을 방지했다” 같은 스토리로 자신과 팀의 가치를 입증합니다. **인사평가**에서는 해당 사례의 임팩트, 역할 기여도를 면밀히 보며, 아울러 **협업태도(조직문화 적합성)**도 본 직무는 아주 중요시됩니다. 외부인과 협상하면서도 회사 내부 이해관계자와 갈등 없이 원만히 조율하는 “**부드러운 조정자**” 기질이 높이 평가됩니다. 가령 아무리 성과를 내도 내부에 불협화음이 크다면 좋지 않게 보일 수 있습니다. 그리고 글로벌 직무인 만큼 **어학/글로벌 매너**도 평가 요소입니다. 결론적으로,

## 심층 분석 보고서: 현대자동차-글로벌 대외협력

글로벌 대외협력 직무의 성과는 숫자+평판 두 가지로 측정되며, 자신이 맡은 프로젝트들을 통해 회사 전략에 기여한 바를 정리해두는 것이 커리어 관리에 필요합니다.

**5.5 대표 업무 시나리오 (가상의 예시):** 앞서 부분적으로 언급했지만, **가상 시나리오**로 직무 이해를 돕겠습니다.

### 시나리오: "유럽연합의 배터리 규제 대응 프로젝트"

- **상황:** EU 집행위가 2027년부터 EU 역내에서 생산되지 않은 전기차 배터리에 대해 환경규제를 강화하고 추가 관세를 부과하는 법안을 추진 중이다. 현대차는 향후 유럽에 전기차를 수출하거나 현지에서 생산할 때 이 규제가 부담이 될 수 있다.
- **목표:** 현대차에 불리한 조항을 완화하거나, 대응책을 마련하여 **유럽 전기차 사업의 불확실성을 제거**하는 것.
- **단계 1: 정보 수집 및 분석:** 글로벌 대외협력팀 내 유럽담당자는 유럽산업협회로부터 해당 법안 초안 정보를 입수한다. 이를 법무팀, 배터리개발팀과 함께 검토하여 **현대차에 미칠 영향**(원가 몇 % 상승 등)을 분석한다. 분석 결과, 특정 원재료의 출처 제한 조항이 현대차에 큰 부담임을 파악했다.
- **단계 2: 대응 전략 수립:** 대외협력팀은 **세 가지 대응방안**을 수립한다. (A) 한국 정부와 협조하여 EU 측에 양자 협의로 우려 전달, (B) 유럽 자동차협회(ACEA)에서 공동 의견서 제출 주도, (C) 현대차 자체적으로는 유럽 내 배터리공장 투자 검토로 규제 회피. 이 방안을 경영진 및 유럽법인과 논의해 승인받는다.
- **단계 3: 외부 협상 및 활동:** 우선 (A) 실행을 위해 산업통상자원부 및 외교부에 현대차 입장을 설명하고 정부 공식채널로 EU 측에 협의 요청을 건의한다. 이어 (B)를 위해 ACEA 회의에 참석하여 현대차가 작성한 의견서 초안을 회람시킨다. 여기에는 "과도한 원산지 규정은 글로벌 공급망에 지장 초래"라는 논리가 담겨 있다. 유사 입장의 일본 제조사, 독일 제조사들과 연합전선을 형성하고, 결국 ACEA 명의의 건의서가 EU 에 제출된다. (C) 안도 물밑에서 진행한다. 현대차 경영진 회의에서 "유럽에 배터리팩 조립공장 설립 검토" 안건이 올라가고, 대외협력팀은 이 투자 안이 규제 대응에 얼마나 효과적일지 분석 자료를 제공한다.
- **단계 4: 성과 및 후속조치:** 수개월 후 EU 최종 법안이 발표되는데, ACEA 의 건의 일부가 반영되어 원재료 규정이 완화되었다. 대외협력팀은 즉시 이 내용을 최고경영진에 보고하면서, "당사의 적극 대응이 규제 완화에 기여했다"는 평가를 받는다. 동시에 완화된 규제에 맞춰 **사내 관련 부서들에게 가이드**를 배포한다 (예: 구매팀에 특정 원재료는 EU 공인 인증 필요 등을 전달). 또한 이번 경험을 토대로

## 심층 분석 보고서: 현대자동차-글로벌 대외협력

---

“향후 EU 규제 대응 프로세스 개선” 제안을 내부적으로 한다 - 더 조기에 경고 시스템을 구축하자는 등.

- **성과:** 현대차는 잠재적 연간 수백억 원의 비용 상승을 막았고, 유럽 내 입지를 지키는데 성공했다. 대외협력팀은 사내 포상도 받고, 유사 사안으로 향후 **미국 배터리 원산지 규정**에도 선제 대응하는 등 업무가 이어진다.

위 시나리오에서 보듯, 글로벌 대외협력은 **국제 규제라는 큰 파도를 회사가 무사히 넘도록 돕는 조타수** 같은 역할을 합니다. 작은 수준에서는 개별 사업 협력, 큰 수준에서는 국제 통상 이슈까지 다루며, 결과적으로 **회사의 글로벌 성공을 조력**합니다[44][67]. 지원자로서는 이 직무가 **정책, 국제감각, 비즈니스**를 모두 경험할 수 있는 다이나믹한 자리인 동시에, **막중한 책임감과 전문성**을 요구하는 일임을 이해해야 합니다. 현대자동차의 글로벌 위상이 높아진 만큼, 글로벌 대외협력팀의 어깨도 무겁지만 그만큼 **보람과 성장기회**가 클 것입니다.

---

[1] [2] [5] [6] [7] [8] [15] [36] 2024 년 자동차 산업 평가 및 2025 년 전망 > 기고문 | 한국자동차산업협동조합

<https://kaica.or.kr/contribute/1377?page=1>

[3] [4] [34] [35] [44] [66] [67] [판커지는 기업외교]①현대차 24 시간 글로벌 대관체제 가동...'첩보기관 방불' - 아시아경제 CORE

<https://core.asiae.co.kr/article/2025031602001180531>

[9] [PDF] 전기자동차 핵심 밸류체인별 시장동향과 주요이슈 - KPMG International

[https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/kr/pdf/kr\\_im\\_ev%20value%20chian%20market%20trends%20s\\_201809.pdf](https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/kr/pdf/kr_im_ev%20value%20chian%20market%20trends%20s_201809.pdf)

[10] [11] [12] [20] 도요타그룹 지난해 세계 車판매 1 위...현대차그룹 3 년 연속 '빅 3'(종합) | 연합뉴스

<https://www.yna.co.kr/view/AKR20250130041251073>

[13] [14] [18] [19] [30] 2025 년 판매 1 위 전기차는?...테슬라·BYD 양강 구도 '굳건' < 모빌리티 > 기사본문 - 디지털투데이 (DigitalToday)

<https://www.digitaltoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=619548>

[16] 현대차·기아, 내수시장 성벽 더 높였다...지난해 점유율 91.77%

<https://zdnet.co.kr/view/?no=20250103171650>

## 심층 분석 보고서: 현대자동차-글로벌 대외협력

---

[17] 글로벌 톱 3 현대차그룹...2 위와 판매 격차 좁혔다 | 한국경제

<https://www.hankyung.com/article/2026011408441>

[21] [24] [25] [26] [27] [28] [29] [31] [32] [40] 현대차, 뉴욕서 글로벌 투자자 대상 중장기 전략 발표 : 다나와 자동차

<https://mauto.danawa.com/news/?Tab=N1&Category=&NewsGroup=&Work=detail&no=5889508>

[22] 현대차, 미국서 중장기 전략 발표한다...첫 해외 인베스터데이(종합)

<https://www.yna.co.kr/view/AKR20250903160551003>

[23] 2024 년 판매량 '날아 오름' 기아, '숨 고름' 현대차 - 더벨

<https://www.thebell.co.kr/front/newsview.asp?key=202501031459556000108569>

[33] 관세 위협에 '현지화'로 대응한 정의선 회장 - 월간중앙

<https://www.m-joongang.com/news/articleView.html?idxno=401002>

[37] 현대자동차, 2024 년 414 만 1,791 대 판매

<https://www.hyundaimotorgroup.com/ko/news/CONT0000000000167235>

[38] 2025 년 상반기 글로벌 전기차 시장, 중국 빠른 성장세 속 북미 '주춤'

<https://mauto.danawa.com/news/?Tab=N1&p=&NewsGroup=M&Work=detail&no=5849273>

[39] 현대자동차그룹, 독일 'IAA Mobility 2025'에서 중소협력사 해외 판로 ...

<https://www.hyundaimotorgroup.com/ko/tv/CONT0000000000187619>

[41] [42] [43] [45] [46] [47] [48] [49] [51] [52] 당신과 함께 세상을 움직입니다 - Hyundai Motor Group

<https://www.hyundaimotorgroup.com/ko/about-us/CONT0000000000000645>

[50] [61] [62] 현대자동차 인재상 | 핵심 가치 Hyundai Way 10 가지와 자소서 전략 - 링커리어 커뮤니티

[https://community.linkareer.com/employment\\_data/4742388](https://community.linkareer.com/employment_data/4742388)

[53] [54] [55] [56] [60] 채용공고

## 심층 분석 보고서: 현대자동차-글로벌 대외협력

---

<https://www.sungshin.ac.kr/math-statistics/17399/subview.do?enc=Zm5jdDF8QEB8JTJGYmJzJTJGbWF0aC1zdGF0aXN0aWNzJTJGNQ3OSUyRjE1MzA4MSUyRmFydGNsVmlldy5kbyUzRg%3D%3D>

[57] [58] [현대자동차] 글로벌 대외 협력 채용 | 기획\_전략\_경영 - 직행

<https://zighang.com/recruitment/0c62117d-a6d6-45e4-9cd0-58ca3c071588>

[59] [63] [64] [65] Hyundai Motor Company 대외협력(서울) 채용중 | LinkedIn

<https://kr.linkedin.com/jobs/view/%EB%8C%80%EC%99%B8%ED%98%91%EB%A0%A5-at-hyundai-motor-company-%ED%98%84%EB%8C%80%EC%9E%90%EB%8F%99%EC%B0%A8-4051513574>