

심층분석보고서

현대자동차-디지털 엔지니어링

2026.03.23

1장. 산업 분석

1.1 산업 정의 및 시장 구조

현대자동차가 속한 완성차 산업은 **글로벌 올리고폴리** 형태로 소수 대형 제조사가 시장의 대부분을 차지합니다. 전통적으로 미국, 유럽, 일본, 한국 등의 **완성차 OEM** 들이 내연기관 기술과 대규모 공급망을 통해 경쟁우위를 구축해왔습니다[1]. 최근에는 중국 제조사들이 급부상하여 2024년 중국 자동차 생산이 2,700만대로 사상 최대를 기록하고 세계 최대 자동차 수출국이 되는 등 시장 지형이 재편되고 있습니다[2]. 산업 가치사슬 상으로 원재료(철강, 배터리 소재) → 부품 공급망(예: 전장부품, 새시 등) → 완성차 조립(OEM) → 유통/판매(딜러망) → 애프터마켓(정비, 부품교체)로 이어지며, 최근에는 차량 소프트웨어 업데이트, 모빌리티 서비스까지 범위가 확장되고 있습니다. 이 가치사슬에서 **핵심 수익 지점**은 전통적으로 **신차 판매**와 **금융/할부** 등 **자동차 금융**, 그리고 **애프터서비스** 부문이었는데, 전기차 시대로 전환하며 **배터리 공급망**의 중요성과 **소프트웨어 구독 서비스** 등의 새로운 수익원이 부각되고 있습니다. 각 단계별 주요 기업으로는 부품 분야에 보쉬, 덴소와 같은 글로벌 1차 벤더, 완성차 분야에 토요타, 폭스바겐, 현대차 등 OEM, 판매/서비스 분야에 지역별 딜러사 및 정비 네트워크가 존재합니다.

1.2 최근 3~5년간 주요 트렌드

지난 5년간 자동차 산업은 **"CASE"** 트렌드 - **커넥티드(Connected), 자율주행(Autonomous), 공유/서비스(Shared & Services), 전동화(Electrification)** - 가 급격히 진행되었습니다. 특히 **디지털 전환과 전동화**가 핵심으로, 2024년에는 전 세계 신차 판매 중 20% 이상이 전기차(BEV+PHEV)가 될 정도로 EV 보급이 가속화되고 있습니다[3]. 이러한 변화에 대응하여 완성차 업체들은 소프트웨어 역량을 강화하며 **소프트웨어 정의 차량(SDV)** 개발을 선언하고 있습니다. 현대차·기아도 2022년 '소프트웨어 에이지' 선언을 통해 2025년부터 모든 신차를 OTA 업데이트 가능한 SDV로 전환하겠다는 비전을 발표했고, 이를 뒷받침하기 위해 2023년 연구개발본부를 대대적으로 개편하여 차량 SW 담당 산하에 **디지털엔지니어링센터** 등을 편성해 **소프트웨어 중심 개발 체계**를 구축했습니다[4].

한편 **환경규제**와 정책 변화도 큰 흐름입니다. 유럽연합은 2035년부터 내연기관 신차 판매 금지를 추진하고 배출가스 규제를 강화하고 있으며, 미국도 연비 및 전기차 보조금(예: IRA 법안)을 통해 전기차 전환을 독려하고 있습니다. 이러한 규제는 완성차 업체들로 하여금 전동화 투자를 압박하는 동시에, 각국에서 **현지 생산**을 유도해 공급망 재편을 일으켰습니다. 현대차 역시 2025년 가동 목표로 미국 조지아주에 대규모 전기차 공장을 건설하고 LG 에너지솔루션 등과 합작으로 현지 배터리 공장을 설립하는 등 **현지 생산체계 구축**에 나서고 있습니다.

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

기술혁신 측면에서는 **자율주행 기술 발전**과 **커넥티드카** 대중화가 두드러집니다. 완성차 업체들은 자체 ADAS/자율주행 기술 개발 또는 테슬라처럼 소프트웨어 업데이트로 기능을 향상하는 전략을 구사하고 있습니다. 현대차그룹은 애플과의 합작사 모셔널을 통해 로보택시 기술을 개발 중이고, 2023 년 말 제네시스 G90 에 레벨 3 자율주행(HDP)을 일부 적용하는 등 단계적 도입을 모색하고 있습니다. 이와 함께 차량 내부를 하나의 **모바일 디바이스**처럼 만들기 위한 IVI(in-vehicle infotainment), 커넥티비티 강화도 중요한 트렌드입니다.

코로나 19 팬데믹 이후 **공급망 리스크**와 **원자재 가격 변동**도 부각되었습니다. 2020~2022 년 차량용 반도체 부족으로 생산차질을 겪은 바 있으며, 최근 리튬, 니켈 등 배터리 핵심자원의 수급과 가격 안정이 수익성의 핵심 변수가 되었습니다. 이에 완성차 업체들은 **배터리 내재화**(합작공장 설립, 장기계약)와 반도체 수급 다변화 등에 주력하고 있습니다.

또 하나의 변화는 **시장 구도**입니다. 과거 선진시장 중심 성장에서 벗어나 **중국, 인도 등 신흥시장**이 신차 판매의 절반 이상을 차지하게 되었고[5], 중국 업체들은 자국 내 거대한 수요를 바탕으로 규모의 경제를 이루어 전기차 경쟁력을 앞세워 유럽 등 해외시장에도 진출하고 있습니다. 실제로 2025 년 중국 BYD 는 글로벌 EV 판매에서 226 만 대를 넘겨 테슬라를 제치고 1 위에 올라섰으며[6], 유럽 시장에서도 중국산 전기차가 공격적인 가격과 디자인으로 빠르게 점유율을 높이고 있습니다[7]. 이러한 **신규 플레이어의 부상**은 전통 완성차 업체들에 큰 위협인 동시에, 협업과 경쟁의 구도를 복잡하게 만들고 있습니다 (예: 폭스바겐의 중국 EV 스타트업 투자 등).

1.3 시장 규모·성장률

글로벌 자동차 시장 규모는 연간 판매량 기준으로 코로나 이전 2019 년 약 9 천만 대 수준에서 2020 년대 초반 일시 감소하였으나, 2023~2024 년에 다시 **8 천만 대 중반** 수준으로 회복된 것으로 추정됩니다. S&P 글로벌에 따르면 2024 년 전세계 경차량(Light Vehicle) 판매는 약 **8,820 만 대**로 전망되며, 2025 년에는 8,960 만 대까지 늘어날 것으로 예측됩니다[8][9]. 이는 연평균 2~3% 미만의 완만한 성장률로, 성숙산업 단계의 특성을 보입니다. 다만, **세부 세그먼트별 성장률 격차**가 큰 편입니다. 전기차 부문은 2025 년에도 전년 대비 20~30%의 고성장을 지속하고 있고, 하이브리드차도 주요 시장에서 판매 호조를 보이는 반면, 디젤 승용차 등은 유럽을 중심으로 급감 추세입니다. 지역별로는 중국, 인도 등 아시아 신흥시장의 성장이 두드러지나, 중국은 2018 년 이후 자동차 내수 성장세가 둔화되고 수출로 돌파구를 찾는 모습입니다. 북미 시장은 대형 SUV/트럭 수요에 힘입어 안정적이며, 유럽은 친환경차 전환 정책 하에 EV 판매는 증가하지만 전체 시장은 정체에 가깝습니다. 한국 내수시장은 연 170 만 대 안팎으로 정체되어 있어 현대차는 **해외시장 매출 비중 80~85%**로 사실상 글로벌 기업이라 할 수 있습니다.

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

시장 가치 규모로 보면 2025년 글로벌 자동차산업 매출은 약 **2~3조 달러**(한화 3,000조원대) 규모로 추산되며, 2030년까지 연 3~4% 성장할 것으로 전망됩니다^[10]. 다만 이러한 금액에는 차량 판매뿐 아니라 부품, 애프터마켓, 모빌리티 서비스 등이 모두 포함된 값입니다. **수익성**은 업체별로 상이하나, 전통적으로 완성차 산업은 **영업이익률 5~10%**의 낮은 진입장벽 산업입니다. 2025년 기준 글로벌 Top5 완성차 그룹의 평균 영업이익률은 6~8% 수준이며, 고급차 중심인 벤츠, BMW 등이 10%대, 대중브랜드 중심인 GM, 포드 등이 5% 내외입니다^[11]. 이는 신차 한 대당 원가, 판매경비를 제한 순이익이 크지 않음을 의미하며, 향후 전동화로 **배터리 원가 부담**이 커지면서 수익률 관리가 주요 이슈가 되고 있습니다.

1.4 가치사슬과 핵심 수익원

자동차 가치사슬은 **폭넓은 연관 산업**으로 구성되며 각 단계마다 이익구조가 다릅니다. **상류부문**인 원재료(철강, 석유화학, 리튬 등)와 부품 제조사는 대량 공급을 하지만 완성차 OEM에 단가 압박을 받아 **마진이 박한 제조업**입니다. 예컨대 글로벌 최대 부품사 보쉬의 영업이익률은 5% 내외로 완성차 메이커와 비슷하거나 낮습니다. 부품 중에서도 반도체, 배터리처럼 기술집약적 분야는 예외적으로 높은 이익률을 내지만, 전반적으로 **부품업체는 규모로 승부하는 구조**입니다.

중류부문인 완성차 조립/판매 단계가 부가가치의 상당 부분을 가져가며, 전통적으로 **완성차 메이커의 수익원은 신차 판매**입니다. 하지만 차량 한 대 판매로 얻는 제조사 이익은 앞서 언급한 대로 5~10% 수준으로 제한적입니다. 대신 **다운스트림**으로 눈을 돌리면, **금융 및 애프터서비스**에서 짭짤한 수익이 발생합니다. 예를 들어 현대차는 현대캐피탈 등을 통해 차량할부·리스 금융을 제공하며 안정적 이자수익을 올리고 있고, 또한 판매 후 보증기간이 지난 차량의 **정비, 부품 교체 시장**에서 순정부품 공급을 통해 수익을 냅니다. 미국 등 선진시장에서는 딜러만이 차량 판매 및 AS로 수익을 올리고 제조사는 차량 공급에 집중하는 구조지만, 현대차그룹은 자체 정비망(H 시트 등)과 부품 계열사(모비스)를 통해 일정 부분 수익을 공유받습니다.

부가가치 측면에서 최근 중요성이 커진 것은 **소프트웨어와 데이터 서비스**입니다. 테슬라를 필두로 차량에 **OTA 소프트웨어 업데이트**를 적용하고 자율주행 소프트웨어를 유료 판매(FSD 등)하는 비즈니스 모델이 떠오르자, 전통 OEM들도 차량에 **커넥티드 서비스** 구독(예: 원격시동, 차량진단), 지도 업데이트, 인포테인먼트 콘텐츠 등의 **지속 매출원**을 마련하고 있습니다. 완성차업체가 **플랫폼화**를 지향하면서, 차량 판매 후에도 지속적으로 고객과 연결되어 서비스를 제공하고 수익을 얻는 구조로 전환하는 것입니다^{[12][13]}. 현대차도 BlueLink 커넥티드카 서비스를 운영 중이며 향후 **Features on Demand**(구독 기반 옵션 활성화) 등으로 새로운 수익 모델을 준비하고 있습니다. 이러한 서비스화로 인해 자동차

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

산업은 이제 단순 제조업이 아닌 **모빌리티 서비스 산업**으로 진화하고 있고, 수익의 중심도 제품 판매에서 **평생 고객가치(Lifetime Value)**로 이동하는 추세입니다[12].

1.5 주요 플레이어와 경쟁 구도

2020년대 중반 현재 **글로벌 Top 플레이어**로는 판매량 기준 **1 위 토요타(2025년 1,132만대)**, 2위 폭스바겐(898만대), 3위 현대자동차그룹(현대차+기아 총 727만대), 4위 GM(618만대) 순입니다[14]. 이 외에 스텔란티스(구 FCA+PSA 연합), 포드, 혼다, 르노-닛산 얼라이언스 등이 전통 강자입니다. **전기차 부문**만 따로 보면 순위가 달라지는데, 앞서 언급한 **BYD(중국)**가 연간 220만대 이상으로 EV 1위를 차지했고, **테슬라**는 2025년 약 164만대로 2위로 내려앉았습니다[15]. 폭스바겐 그룹은 2025년 약 83만대 EV 판매로 테슬라에 이어가는 추격자이며, 현대차그룹도 아이오닉, EV6 등의 선전에 힘입어 연간 50만대 안팎(EV+PHEV 포함 2025년 약 27만 5천대 BEV 판매[16])의 전동차 판매를 달성한 것으로 추정됩니다.

국내 시장으로 한정하면, 사실상 **현대자동차 + 기아의 과점**입니다 (승용차 기준 점유율 합계 ~80%). 한국 내 주요 완성차사는 현대차, 기아 외에 르노코리아, 쌍용(KG 모빌리티), 한국 GM 등이 있으나 내수 합산점유율이 10~15%대에 불과합니다. 최근 테슬라, 벤츠, BMW 등 **수입 전기차**도 점유율을 조금씩 늘리고 있으나, 정부 보조금 정책과 충전 인프라 영향으로 아직까지 현대차 아이오닉 5/6, 기아 EV6 등 국산 전기차의 판매량이 압도적입니다.

경쟁 구도는 기술 패러다임 전환으로 인해 **전방위 다각화**되고 있습니다. 예전에는 완성차 OEM 간 품질·가격 경쟁이 주를 이루었지만, 이제는 **신형 EV 전문업체(테슬라, 리비안 등)**, **ICT 기업(애플의 애플카 개발설, 구글의 웨이모 자율주행)**, **배터리 기업(배터리 리스 등 새로운 모델)**까지 모두 모빌리티 생태계 경쟁에 참여하고 있습니다. 특히 **테슬라**는 단순한 전기차 제조사를 넘어 **소프트웨어 회사**처럼 여겨지며 시가총액 기준 전통 OEM 을 압도하고 있고, 그 영향으로 OEM 들도 소프트웨어 개발 역량을 내재화하려 하고 있습니다. 다만 최근 테슬라의 판매 둔화와 모델 노후화로 유럽 등지에서 점유율이 하락하고 있는데[17][7], 이는 경쟁사들이 다양한 전기차 모델을 내놓으며 **테슬라의 기술우위 격차가 줄어든 결과**입니다.

전통 완성차 업체 간에도 연합과 제휴가 활발합니다. 예를 들어 **토요타**는 스바루와 EV 플랫폼 공동개발, **혼다**는 GM 과 EV 협력, **포드**는 폭스바겐과 MEB 플랫폼 공유 등의 협업을 통해 개발 비용을 절감하고 기술을 공유합니다. 현대차그룹의 경우 현재로서는 독자노선을 견지하며 자체 플랫폼(E-GMP 등)과 기술로 승부하는 편입니다.

완성차들의 포지셔닝은 각사 전략에 따라 차별화됩니다. 일부는 **럭셔리·프리미엄**(예: 메르세데스-벤츠, BMW) 시장에 집중하고, 일부는 **볼륨시장**(예: 토요타, 현대차)에서 대중차를 주력으로 합니다. 현대차는 제네시스 브랜드로 프리미엄 시장에도 진출했지만, 전체 포트폴리오는 경차부터 대형차, 상용차까지 포괄하는 **볼륨 메이커**입니다. 판매 채널 측면에서

테슬라는 **직판매(D2C)** 모델로 딜러 없이 소비자에게 판매하는 반면, 현대차 등 전통사는 **딜러망(B2C)**을 통해 판매하고 애프터서비스망을 운용합니다. 다만 현대차도 최근 온라인 판매나 구독형 모델 등 새로운 채널을 일부 도입하며 변화에 대응 중입니다. 고객 기반으로 보면, 현대차는 글로벌 시장에서 **가성비와 품질**을 앞세워 **대중층(B2C)**을 공략하는 동시에, 일부 **B2B(택시, 렌터카, 정부기관 차량 등)** 수요도 놓치지 않는 균형 전략을 씁니다. 반면 테슬라는 첨단기술에 열광하는 얼리어답터 및 프리미엄 고객을 주로 타겟팅하고, **BYD**는 중국 내 중산층을 기반으로 해외에서는 가성비 EV로 공략하는 식입니다.

요약하면, 자동차 산업은 현재 **전동화·디지털화 전환기**로서 **기존 강자와 신형 강자가 혼재**한 복잡한 경쟁환경입니다. 이런 상황에서 현대자동차는 전통 강자로서의 제조역량을 유지하면서도, **신기술 트렌드**를 적극 수용하여 경쟁우위를 확보하는 전략이 요구됩니다.

2장. 주요 기업 비교 및 현대자동차 포지셔닝

2.1 주요 경쟁업체 선정

현대자동차의 동종 업계 주요 경쟁사로 글로벌 관점에서 **토요타(Toyota)**, **폭스바겐(VW)**, 그리고 신형 경쟁자인 **테슬라(Tesla)**를 선정해 비교해보겠습니다. 토요타와 폭스바겐은 각각 세계 1위, 2위의 완성차 그룹으로 제품 포트폴리오나 시장 범위 측면에서 현대차와 유사한 범주를 커버합니다. 테슬라는 전통 OEM은 아니지만 전기차와 소프트웨어 경쟁의 핵심 플레이어로 현대차의 미래 경쟁상대라 볼 수 있습니다. (추가로, 전기차 분야에서 부상한 **BYD(비야디)**도 중요하지만 지역적 편차가 크므로 언급에 그칩니다.)

2.2 제품 포트폴리오 및 서비스 모델 비교

토요타는 세계 최대 자동차 메이커로서 **폭넓은 제품 포트폴리오**를 갖고 있습니다. 소형차(Yaris)부터 대형 픽업(Tundra), 럭셔리 세단(렉서스 브랜드)까지 플라인업을 보유하고, 하이브리드 기술에 특히 강점이 있습니다. 전기차 전환에서는 비교적 신중하여 2025년 현재 순수 전기차(BZ 시리즈 등)는 소수이지만, **하이브리드/플러그인하이브리드**에서 글로벌 최다 모델을 운영합니다. 또한 모빌리티 서비스로 **승차공유 플랫폼(일본 JPN 택시 등)**이나 **연료전지 기술(수소차 미라이)** 등도 꾸준히 연구합니다. **비즈니스 모델** 측면에서 토요타는 **가치사슬 통제**에 능해, 자체 금융(TFS), 중고차 인증, 부품 유통망 등을 전세계에 구축한 상태입니다. 고객 충성도가 높고 “토요타 워런티, 애프터서비스” 등의 품질보증 서비스로 신뢰를 얻고 있습니다.

폭스바겐 그룹은 폭스바겐 브랜드 외에 아우디, 포르쉐, 스코다, 세아트, 람보르기니 등 **다수의 브랜드 포트폴리오**를 거느린 거대 그룹입니다. **브랜드 다각화 전략**으로 대중차부터 초고가 럭셔리까지 커버하며, 플랫폼 공유를 통한 규모경제를 추구합니다. 예를 들어

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

MQB(Modularer Querbaukasten) 플랫폼으로 엔진차 공용화에 성공했고, 전기차도 전용 MEB 플랫폼을 도입하여 ID. 시리즈(폭스바겐), Q4 e-tron(아우디) 등에 공통 적용했습니다. 폭스바겐은 디젤게이트 이후 전기차 전환에 적극 나섰고 현재 유럽 EV 판매 1 위를 차지할 정도로 **전기차 투자**를 확대했습니다[7]. 서비스 측면에서는 전통적으로 딜러망을 통한 판매에 강점이 있으며, **카셰어링(We Share)** 등 모빌리티 서비스도 일부 운영하나 토요타나 현대차 대비 두드러지진 않습니다. 폭스바겐의 비즈니스 모델 특징은 **다각화된 브랜드 관리와 지역별 현지생산**입니다. 중국 시장에서 합작법인(상하이 VW, FAW-VW)을 통해 시장 1위를 오랫동안 유지했고, 유럽에서는 자체 금융사와 촘촘한 딜러 네트워크를 통해 시장지배력을 행사해왔습니다. 다만 최근 디지털 소프트웨어 내재화(CARIAD 조직)에서 시행착오를 겪으며 개발 지연 및 비용 증가 등의 약점을 노출했습니다.

테슬라는 제품 포트폴리오가 타 OEM 대비 **슬림**합니다. 2025 년 현재 세단(Model 3, S), SUV(Model Y, X), 픽업(Cybertruck 출시 예정) 정도로 라인업을 구성하며, 세그먼트 다양화보다는 **핵심 모델의 글로벌 판매** 전략을 취합니다. 대신 모든 차량이 **순수 전기차**이고 자율주행 하드웨어를 기본 장착하여 OTA 로 기능을 업그레이드하는 **소프트웨어 중심 제품**이라는 차별점이 있습니다. **서비스 모델**에서도 테슬라는 독특하게 **딜러망을 거치지 않는 온라인 직판**을 하고, 차량 정비도 모바일 서비스 또는 소수의 서비스센터로 운영합니다. 수익모델 면에서 테슬라는 완성차 판매 이익 외에도 **소프트웨어 판매(FSD 자율주행 패키지), 충전 네트워크 수익(슈퍼차저 이용료), 탄소배출권 크레딧 판매** 등으로 다각화되어 있습니다. 이러한 혁신적 모델 덕분에 2020 년대 초반 높은 성장성을 보였으나, 최근 경쟁사 EV 의 증가와 수요 둔화로 2025 년 판매가 2 년 연속 감소하여 164 만 대 수준에 그치는 등 어려움도 나타났습니다[15]. 그럼에도 테슬라는 **강력한 브랜드 충성도**와 **소프트웨어/배터리 기술 내재화**를 통해 이익률(2022 년 17%→2025 년 10%대 하락 추정) 관리와 투자 지속력을 보유하고 있습니다.

현대자동차의 제품 포트폴리오는 토요타, 폭스바겐과 유사하게 **플라인 전략**입니다. 경형(캐스퍼)부터 대형 세단(그랜저), SUV(펠리세이드)까지 내연기관 차량을 망라하고 있고, 전기차 전용 모델(아이오닉 5, 6)과 수소전기차(넥쏘)도 보유하고 있습니다. 고급 브랜드로 **제네시스**를 운영해 세단 G70~G90, SUV GV 시리즈 등을 선보여 럭셔리 시장도 공략 중입니다. 최근 1~2 년 내 현대차는 **전기차 2 세대 플랫폼(예정된 IMA 플랫폼)** 준비와 함께 **하이브리드 라인업 확충**에도 나서고 있습니다[18]. 예컨대 쏘나타, 코나, 산타페 등의 하이브리드 모델을 내놓고 있으며, 친환경차 판매에서 현대차그룹은 **HEV 비중 확대** 전략을 병행합니다. **서비스 모델**로는 구독형 프로그램(현대 Subscribe), 모빌리티 서비스(대여/공유 플랫폼 제휴) 등을 시도하고 있고, 차량 판매 후 커넥티드 서비스를 5 년 이상 무료 제공하며 고객 락인(lock-in)을 꺾고 있습니다. 또한 정비는 전국 서비스센터와 블루핸즈 가맹망을 통해 신속 대응하여 한국시장 AS 만족도 1 위를 지속하고 있습니다[19]. 현대차의 **비즈니스 모델**은 전통적인 B2C 판매 중심이지만, 그룹 차원에서 **물류(현대글로벌로지스틱스), 철강(현대제철),**

금융(현대캐피탈) 등 관련 가치사슬을 내부화하여 **수직계열화된 비용 효율**을 내는 것이 특징입니다. 이러한 그룹 시너지는 강점인 동시에, 일감 몰아주기 규제 등 이슈가 될 소지가 있어 투명경영에도 신경 쓰고 있습니다.

요약하면, **토요타**는 “폭넓은 라인업+하이브리드 강점”과 안정적 품질로 **고객신뢰**를 쌓았고, **폭스바겐**은 “멀티브랜드+플랫폼 공유”로 **규모경제**를 달성했으며, **테슬라**는 “전기차전문+소프트웨어”로 **디스럽터** 역할을 해왔습니다. **현대자동차**는 이들에 비해 “신속한 모델 개발+가격 대비 품질”로 차별화해 **패스트 팔로어에서 퍼스트 무버로 도약**하는 전략을 구사 중입니다. 특히 전기차 디자인과 상품성 측면에서 아이오닉5, 아이오닉6가 세계 올해의 차를 수상하는 등 혁신 이미지를 확보하며, 단순 가성비 브랜드를 넘어 **기술·브랜드 가치 상승**을 이루고 있습니다.

2.3 강점 및 약점 비교

- **토요타**: 최대 강점은 **품질과 신뢰성**입니다. ‘**TOYOTA WAY**’로 대변되는 지속적 개선과 엄격한 품질관리로 결함률이 낮고 잔존가치가 높습니다. 또한 하이브리드 기술 선도로 각국 환경규제에 대비한 포트폴리오가 탄탄합니다. 금융자회사 등 **자금력**도 업계 최고 수준입니다. 약점으로는 보수적 문화로 **전기차, 소프트웨어 전환이 더디다**는 평가[18]가 있습니다. 실제 2025년 토요타의 BEV 판매는 3만대 남짓으로 테슬라 대비 현저히 낮습니다. 다만 최근 하이브리드 수요증가로 단기 실적은 양호합니다. 또 하나 약점은 미국, 중국 등에서 경쟁 심화 시 브랜드 충성도 외에 차별화 요소가 부족해 **젊은 층 선호도**가 떨어질 수 있다는 점입니다.
- **폭스바겐**: 강점은 **브랜드 포트폴리오**로 다양한 고객층을 확보하고 **대규모 생산체계**를 구축했다는 점입니다. 특히 아우디, 포르쉐 등의 고급 브랜드로 고마진을 올리고, 스코다, 세아트로 신흥시장 공략 등 **멀티브랜드 운영능력**이 탁월합니다. 또한 디젤게이트 이후 대대적 투자로 유럽 내 전기차 점유율 1위를 달성할 만큼 **전동화 추진력**을 보여줬습니다[7]. 약점은 **소프트웨어 개발 역량 부족**입니다. 자체 SW 자회사 CARIAD의 지연으로 자율주행 소프트웨어에서 어려움을 겪고 있고, 이로 인해 일부 경영진 교체와 프로젝트 리셋이 있었습니다. 또 그룹 규모가 크다 보니 의사결정이 다소 느리고 **복잡한 지배구조(피에히 가문, 주 정부 지분 등)**로 전략 일관성이 떨어질 수 있습니다.
- **테슬라**: 강점은 **혁신 이미지와 기술 리더십**입니다. 전기차 분야에서 배터리 관리, 차량 소프트웨어, OTA 업데이트, 자율주행 알고리즘 등에서 한발 앞선 모습을 보이며, 이러한 기술력을 바탕으로 소비자들에게 “최신 기술=테슬라”라는 브랜드 인식을 심었습니다. 또한 기획-설계-판매-서비스를 통합한 **수직 통합 모델**로 비용 절감과 고객 데이터를 직접 확보하는 구조를 가졌습니다. 약점으로는 **제품 라인업 협소와 품질 문제**가 지적됩니다. 모델 3/Y 중심의 판매로 소비자 선택지가 제한되고, 급격한

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

생산확대 과정에서 조립품질 이슈나 AS 네트워크 부족 문제가 나타났습니다. 또한 최근에는 경쟁 심화로 **가격인하 압박**을 받고 있어, 2023~2025 년 여러 차례 가격을 인하하며 마진 감소가 있었습니다[20]. **일론 머스크 리스크**(오너 리스크)도 존재해, 머스크의 대외 발언이 브랜드 이미지에 영향을 주기도 합니다[21].

- **현대자동차**: 강점은 **민첩한 개발력과 제조 혁신**입니다. 현대차는 통상 신차 개발에 3 년 정도로 업계 최단 수준의 사이클을 보이며, 이는 조직의 **속도와 실행력(Agility)**에서 비롯됩니다[22]. 또한 그룹 내 철강사를 통해 **고급 강종을 자체 조달**하여 원가 경쟁력이 있고, 최신 공법(예: 3 세대 플랫폼, 통합바디 등) 도입이 빨라 생산 효율이 높습니다. **디자인과 마케팅 역량**도 최근 부상한 강점으로, 2010 년대 중반부터 공격적인 디자인 혁신을 통해 아이오닉 6, 그랜저 등의 흥행을 이끌고 있습니다. 글로벌 브랜드가치도 2025 년 246 억 달러로 세계 30 위까지 상승[23]하며 브랜드 파워를 키웠습니다. 약점으로는 **전통 강자 대비 브랜드 파워 열세**가 아직 존재합니다. 특히 럭셔리 분야에서 벤츠·BMW 대비 제네시스의 인지도는 성장 중이나 격차가 있고, 신흥시장에서는 일본차 대비 내구성 신뢰도 측면 인식이 약간 부족한 면이 있습니다. 또 하나, 현대차는 **해외시장 중 미국과 신흥국 의존도**가 높고 유럽이나 중국 시장에서는 입지가 약한 편입니다. 중국에서는 한때 5 위권 점유율이었으나 최근 2~3% 미만으로 급락했고, 유럽도 전기차 전환기에도 폭스바겐, 스텔란티스, 르노 등에 밀려 점유율이 한 자릿수에 머물렀습니다. 이처럼 **시장 포트폴리오**가 쏠려있는 점은 리스크 요인이 될 수 있습니다.

요약하면, 현대차는 **품질/신뢰의 토요타, 규모/브랜드의 폭스바겐, 혁신/소프트웨어의 테슬라** 사이에서 각각의 강점을 참고하며 **밸런스 전략**을 취하고 있습니다. 지원자로서는 현대차가 **이 치열한 3 파전 속에서 어떻게 차별화**하려 하는지 이해하고, 현대차만의 강점(빠른 실행력, 그룹 시너지, 디자인 혁신 등)을 잘 활용하는 방향으로 접근 전략을 세우는 것이 중요합니다.

2.4 현대자동차의 시장 포지셔닝

현대자동차의 포지셔닝은 글로벌 시장에서 **미들 프리미엄(middle-premium)**으로 요약할 수 있습니다. 가격대와 제품 특성을 보면, 현대차 브랜드 자체는 메르세데스, BMW 같은 최상위 프리미엄은 아니지만 동급 일본/미국 차 대비 약간 더 세련된 디자인과 풍부한 사양을 갖춰 **가성비 뛰어난 준고급 브랜드** 이미지를 갖습니다. 이는 **"대중차 이상의 만족감"**을 주는 전략으로, 실제로 북미 시장에서 현대차그룹(현대+기아)은 2022~2023 년 J.D.파워 신차품질조사(IQS)에서 1 위를 차지하여 품질 경쟁력을 인정받았습니다. 또, 제네시스 브랜드를 통해 **럭셔리 세그먼트**를 커버함으로써 고객 생애 주기에 따라 상향 판매(업셀링)도 가능하게 구조를 짰습니다. 이러한 **투-브랜드 전략(현대/기아 - 제네시스)**은 토요타의 토요타-렉서스 모델과 유사하며, 현대차는 비교적 짧은 기간에 제네시스를 미국 시장 신뢰도 1 위 브랜드로 올려놓는 성과를 거두었습니다.

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

고객군 측면에서 현대차는 **B2C 개인 고객**이 매출의 주축이지만, **B2B-법인수요**도 적극 공략합니다. 택시나 관공서 차량으로 쏘나타/LPG 모델을 공급하고, 렌터카 회사들과 전략 제휴를 통해 신차 투입을 늘리는 등 **플릿 판매**도 일정 비중 차지합니다. 북미에서는 리스나 상업용 밴 시장에도 스타리아(유로스타) 등을 투입하며 저변을 넓히는 중입니다.

시장 세분화 포지셔닝으로 보면, 현대차는 **친환경차 분야의 퍼스트 무버 그룹**에 속합니다. 일찍이 하이브리드(아반떼 LPi 하이브리드, 쏘나타 하이브리드) 개발을 시작했고, 순수전기차도 아이오닉, 코나 EV 를 선보였습니다. 2025 년 현대차의 글로벌 전기차 판매 27 만 5 천여 대는 전체의 6.6% 정도로 아직 낮지만, 하이브리드 포함 **전동화 차량 비중은 23%**에 이릅니다[16]. 이는 도요타(30% 이상)보다는 낮지만 포드, GM 등 미국 업체들보다는 높은 수준입니다. 현대차는 완전자율주행 기술이나 차량 공유 서비스 등 미래사업에서는 **팔로워** 위치에 있으나, **도심항공모빌리티(UAM)**나 **로보틱스** 등 신사업에는 비교적 과감히 진출하여 **틈새 선도자** 포지션을 노리고 있습니다 (예: 2020 년 미국 보스턴다이내믹스 인수로 로봇 기술 확보).

브랜드 이미지 측면에서 현대자동차는 과거 “싸고 무난한 차” 이미지에서 벗어나 최근 “**세련되고 혁신적인 브랜드**”로 거듭나는 데 성공했습니다. 이는 글로벌 광고 캠페인(BTS 와의 콜라보 등)과 전기차 디자인 혁신, 모터스포츠 참가(N 브랜드) 등을 통해 **젊고 진취적인 이미지를 어필**한 결과입니다. 다만 **브랜드 파워** 자체는 아직 역사가 깊은 토요타, 포드 등에 뒤져 일부 보수적 소비자나 럭셔리 수요층에게는 2 선으로 평가되는 경우도 있습니다. 지원자는 현대차의 이러한 이미지 변신 노력과 현재의 포지셔닝을 잘 이해하고, “**현대차다운 강점**”을 이야기함으로써 회사에 대한 적합성을 보일 수 있을 것입니다.

2.5 최근 3~6 개월 주요 이슈

현대자동차의 최근 몇 달간 큰 이슈로는 **전략 및 실적 관련 소식, 신차 출시와 신사업 진행, 대외 환경 변화** 등을 꼽을 수 있습니다.

- **중장기 전략 업데이트**: 2024 년 8 월 현대차는 투자자 DAY 를 통해 2030 년 연간 판매목표를 기존 592 만대에서 **555 만대로 하향 조정**하면서도, **영업이익률 목표 10%** 달성과 **주주환원 확대(자사주 4 조원 매입 등)** 방침을 밝혔습니다[24][18]. 이 자리에서 **전동화 전략 조정**도 있었는데, **2030 년 BEV 판매목표 200 만대**는 유지하되 **하이브리드 판매목표를 40% 상향(2028 년 133 만대)**한다고 발표했습니다[18]. 이는 최근 EV 수요 성장세 둔화에 대응한 현실적인 전략으로 해석됩니다. 정의선 회장은 “전기차 전환 속도가 지역별로 상이하므로, 하이브리드가 내연기관의 대안이 아닌 기본옵션화 되고 있다”고 언급하며 **병행 전략**을 공식화했습니다.

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

- **실적 및 글로벌 위상:** 현대자동차는 2025 년 실적을 발표하며 매출 186 조원(+6.3%), 영업이익 11.47 조원(마진 6.2%)을 달성했다고 밝혔습니다[25]. 다만 글로벌 경기와 미중 무역분쟁 등의 영향으로 영업이익은 전년 대비 19.5% 감소했는데[26], 특히 2025 년 4 분기 미국향 수출 차량에 대한 **15% 관세 부과** 영향으로 수익성이 악화되었습니다[27]. 그럼에도 **현대차그룹(현대차+기아)**은 2025 년 전세계 727 만대 판매로 폭스바겐을 추격하며 **글로벌 3 위** 자리를 지켰고, 영업이익 규모로는 20.5 조원으로 세계 2 위를 차지할 만큼 수익창출력도 인정받았습니다[28][29]. 미국 시장에서는 2025 년 사상 최초로 **현대차 브랜드+제네시스** 합산 연 100 만대 판매를 돌파하며 북미 입지를 강화했고, 국내 시장에서도 그랜저, 쏘나타 등의 신모델로 전년 대비 1.1% 판매 성장세를 보였습니다[30]. 이러한 맥락에서 **TIME** 지 '**세계 최고의 기업 2025**' 순위 **33** 위에 현대차가 오르는 등 글로벌 평가도 상승 추세입니다[31].
- **신차 및 제품 이슈:** 최근 6 개월 내 **신차 출시** 소식으로는 7 세대 그랜저(디 올 뉴 그랜저) 하이브리드 모델 투입, 전기차 아이오닉 5 N (고성능 버전) 공개 등이 있습니다. 특히 **아이오닉 5 N** 은 현대차가 처음 선보인 고성능 전기차로 2023 년 말 공개되어 2024 년 양산 예정인데, 600 마력급 모터와 N Drift 모드 등으로 화제가 되었습니다. 이는 현대차가 **모터스포츠 DNA** 를 전기차로 잇는 전략의 일환입니다. 또한 2024 년 하반기에는 소형 CUV 전기차 "**Kona EV 완전변경**" 모델이 출시되어 1 회충전 400km 대 실주행 거리를 보여주며 니로 EV 등과 경쟁하고 있습니다. **수소전기차 넥쏘 후속** 개발도 알려졌는데, 현대차는 2025~2026 년 차세대 넥쏘를 내놓아 수소차 기술 리더십을 지속할 계획입니다. 신사업 측면에서는 **도심항공모빌리티(UAM)** 시제기 개발에 진전이 있어, 미국 자회사 Supernal 이 2025 CES 등에서 컨셉을 선보였고 2028 년 상용화를 목표로 하고 있습니다. **로보틱스** 분야에서는 보스턴다이내믹스의 4 족 보행로봇(스팟)과 휴머노이드(아틀라스) 프로젝트가 계속 진행 중이고, 제조현장 자동화를 위한 로봇 개발도 현대위아 등과 협업하고 있습니다.
- **조직/인사 이슈:** 2023 년 12 월 현대차그룹 임원 인사에서 전동화 추진과 제조 혁신을 강조하는 개편이 있었습니다[32]. 특히 생산기술 분야 전문가를 승진시켜 **제조기술 혁신(스마트 팩토리화)**에 힘을 실었고, 연구개발본부를 유연한 **ATO(연합체)** 조직으로 바꾼 이후 후속 안착 작업에 집중하고 있습니다[33]. 또 눈에 띄는 것은 **소프트웨어 인재 채용 강화**로, 2024 년 초 미국 실리콘밸리에 SW 랩스를 설립하고 글로벌 우수 SW 인력을 영입하는 등 **인재 전쟁**에 뛰어든 것입니다. 이는 차량 소프트웨어 경쟁력을 끌어올리기 위한 적극적 조치로 평가받습니다.
- **대외 리스크 및 기타 이슈:** 현대차 울산공장에서 2023 년 말 **산소결핍 사고**로 연구원 3 명이 사망한 안타까운 일이 있었습니다. 이에 관계 당국 조사와 함께 전 공장

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

안전점검, 작업공정 개선 등이 진행되고 있습니다. 이러한 **산업안전** 이슈는 제조기업 평판과 노사관계에도 영향이 있어, 현대차는 안전투자 확대와 작업장 문화 개선 약속을 내놓았습니다. 노사 측면에서는 2025 년 임단협 협상이 비교적 평화적으로 마무리되어 최근 몇 년간 **무분규 타결** 기조가 이어지고 있는데, 이는 글로벌 공급망 불안 속 안정적 생산에 기여한 긍정 요소입니다. 다만 **IRA(미국 인플레이션 감축법)** 시행으로 미국내 현대차 전기차는 보조금을 받지 못해 아이오닉 5 판매에 어려움이 있었고, 이를 극복하기 위해 앞당겨 짓는 현지 공장이 2025 년말 가동 예정입니다. 이러한 **보호무역 기조**는 현대차에는 도전요인이나, 다른 한편으로 미국 내 생산 확대를 통한 시장점유율 상승 기회로 볼 수도 있습니다.

정리하면, 현대자동차는 최근 **전략 수정(하이브리드 병행 강화), 외형 성장 및 수익성 관리, 미래차 개발 박차**를 핵심으로 이슈들이 전개되고 있습니다. 지원자는 이러한 뉴스를 면밀히 파악하여 현대차가 당면한 과제를 이해하고, 본인의 지원 직무와 연결 지어 어떤 기여를 할 수 있을지 어필하는 것이 중요할 것입니다.

3 장. 현대자동차 심층 분석

3.1 사업 구조 (매출 구성 등)

현대자동차의 사업구조는 **완성차 제조 및 판매**가 중심이며, 여기에 **제네시스(고급차)** 브랜드와 **기타 부문(부품, 철강 등 일부 계열 연결)**으로 나뉩니다. **매출 비중**을 보면, 완성차 판매가 약 80% 이상, 금융 및 기타 부문이 10~15%, 제네시스 등 기타가 나머지를 차지하는 구조입니다. 2025 년 실적 기준 현대자동차(별도 기준) 매출 142 조원 중 국내 매출이 약 24%, 해외 매출이 76%를 차지하여 **해외 비중 3/4** 수준이며[34], 판매 대수로는 글로벌 413 만 대 중 국내 74 만 대, 해외 339 만 대 수준입니다. 지역별로는 **북미 28%, 중국 3% 미만, 유럽 12%, 인도/동남아 10%대, 중남미/러시아 등 기타**로 분포합니다 (중국 비중이 매우 축소된 것이 특징).

제품별로는 **승용차(Sedan/Hatchback)** 약 45%, **RV/SUV** 약 40%, **상용차(버스/트럭)** 3~5%, **제네시스 브랜드** 5~7% 정도로 추정됩니다. 최근 SUV 선호로 RV 비중이 늘었고, 2025 년 북미 판매의 78%가 SUV(픽업 포함)일 정도로 SUV 편중이 강해졌습니다[30]. 이에 따라 공장별 생산라인도 SUV 중심으로 재편 중입니다. **전동화 차량** 비중은 점차 상승하여 2025 년에는 **전체 판매의 약 23%가 전기차 또는 하이브리드**였습니다[16]. 구체적으로 현대차가 2025 년 판매한 친환경차는 하이브리드 63 만 5 천 대(+27.9% YoY), BEV 27 만 6 천 대(+?), PHEV 및 수소전기차 약 3 만 대 정도로 집계됩니다[16]. 이는 전년 대비 큰 폭 성장한 수치로, 현대차 사업 포트폴리오가 빠르게 친환경 중심으로 변화하고 있음을 보여줍니다.

수익성 측면에서 부문별 이익 기여도를 살펴보면, 제네시스와 SUV 차종이 높은 마진으로 영업이익의 상당 부분을 차지합니다. 예를 들어 2025년 4분기에도 제네시스와 전기차 등의 고부가가치 모델 판매 호조로 분기 매출이 사상 최대 46.8 조원을 기록했습니다[35]. 반면 국내 영업환경은 경쟁 할인, 인건비 부담 등으로 수익성이 낮고, 해외(특히 북미, 인도) 판매가 이익의 원천입니다. 현대차는 기아와 더불어 현대캐피탈, 현대모비스 등과 내부거래를 하므로 연결재무제표 상 부품 및 금융부문 기여 이익도 있습니다만, 지원자 입장에서는 핵심인 완성차 부문 사업구조에 집중하면 됩니다.

현대차의 연구개발 투자도 사업구조의 중요한 일환입니다. 매년 매출의 약 3~4%에 달하는 R&D 비용을 투입(2025년 약 8 조원)하고 있으며, 전동화와 소프트웨어에 집중하고 있습니다. 2026년 가이드로는 설비투자 포함 연간 17.8 조원 투자 계획을 밝혔는데[36], 이는 전년 대비 +40% 이상 증가한 규모로 공격적 투자 사이클에 들어섰음을 의미합니다. 대규모 투자가 진행되는 분야는 미국 전기차 공장 건설, 국내 전기차 공장 전환, 배터리 합작법인, 소프트웨어 센터 구축 등입니다. 이처럼 현대차는 현재 이익을 미래 전환에 재투자하는 구조로 움직이고 있습니다.

3.2 전략 방향 (중장기 비전 및 계획)

현대자동차는 2019년 선언한 “스마트 모빌리티 솔루션 기업” 비전을 바탕으로 중장기 전략을 추진하고 있습니다[37]. 이 비전은 단순히 자동차를 제조·판매하는 회사에 머무르지 않고, 전동화된 모빌리티 디바이스와 모빌리티 서비스를 결합해 인간의 삶에 혁신을 제공하겠다는 포부입니다. 구체적으로 몇 가지 전략 방향을 살펴보면:

- **전동화(Electrification) 가속:** 현대차는 2030년까지 전기차 17개 차종 이상 출시 및 연 200만대 BEV 판매를 목표로 하고 있습니다[18]. 이를 위해 전기차 전용 플랫폼(현행 E-GMP → 차세대 IMA)을 개발 중이며, 배터리 기술 확보를 위해 국내외 다수의 배터리사와 JV 설립 및 투자에 나서고 있습니다. 또한 수소연료전지 분야는 상용차(대형 트럭, 버스) 위주로 지속 투자하여 2030년대에 수소모빌리티 시장을 선도한다는 계획입니다. 2045년까지 제조과정과 제품 사용과정에서 탄소중립 달성이라는 환경목표도 공표한 상태입니다.
- **소프트웨어·자율주행 강화:** 현대차는 2022년 “소프트웨어로 모빌리티의 미래를 연다 (Unlock the Software Age)” 라는 슬로건 아래 모든 차량을 소프트웨어 정의 차량(SDV)으로 전환하겠다고 발표했습니다. 2025년부터 출시되는 현대차/기아 모든 차종에 무선 OTA 업데이트 기능과 통합 제어 아키텍처를 적용해 차량을 하나의 디지털 플랫폼으로 만들 계획입니다[38]. 이를 뒷받침하기 위해 차량 SW 플랫폼 개발, 통합 제어기 개발 등을 진행 중이며, 계열사 42dot을 통해 인포테인먼트 OS 및 모빌리티 플랫폼 기술도 흡수하고 있습니다. 자율주행은 앞서 언급한

모셔널(Motional)을 통해 미국에서 로보택시 시험운영(Lyft 와 함께 라스베이거스 운영) 중이고, 현대차 자체적으로는 ADAS 고도화를 거쳐 고속도로 자율주행(레벨 3)을 양산차에 탑재하기 시작했습니다. 중장기적으로 2030년대 초에는 완전 자율주행차 상용화도 목표하고 있습니다.

- **모빌리티 서비스 및 신사업:** 현대차는 차량 판매에서 서비스로의 비즈니스 모델 전환을 추구합니다[12]. 구독형 서비스(월 구독으로 차 이용) 시범, 차량 호출 및 물류 서비스 플랫폼 투자(예: 인도 Ola 투자), 커넥티드카 데이터 기반 보험/정비 서비스 등 다양한 시도를 하고 있습니다. 또한 **UAM(도심항공)**과 **로보틱스**를 미래 신성장축으로 삼아 각각 2028년, 2030년경 상용화를 바라보고 있습니다. 이러한 신사업들은 현대차를 **토탈 모빌리티 솔루션 제공자**로 변모시키기 위한 전략 방향입니다.
- **지역별 전략 최적화:** 현대차는 주요 시장별로 차별화 전략을 전개합니다. 북미에서는 전기 픽업트럭 출시(Hyundai IONIQ 7 기반 전기 SUV, 기아 EV9 등)와 현지 생산 확대를 통해 **미국 시장 Top3** 진입을 목표로 합니다. 유럽에서는 전기차 아이오닉 시리즈와 향후 소형 EV 로 **EU 배출규제 대응**과 브랜드 이미지를 높이는 전략입니다. 인도, 동남아 등에서는 적정 가격대의 SUV, MPV 차종을 현지화하여 **시장점유율 확대**를 노리고 있습니다. 중국의 경우 한때 전략 수정 중이었으나 현재는 EV 수출 중심으로 재편하고 현지공장 구조조정을 통해 **선택과 집중**을 하는 상황입니다. 이러한 지역별 미시전략을 글로벌 큰 축(전동화/디지털화)과 연동하여 시행함으로써, 한쪽에서는 하이브리드 판매를 늘리고 (북미), 다른 쪽에서는 빠르게 EV 로 전환(유럽)하는 **다층적 전략**을 구사합니다.
- **재무 및 파트너십 전략:** 현대차는 향후 5년간 109 조원의 대규모 투자를 발표했으며, 이 중 절반 이상이 전동화와 소프트웨어에 쓰일 예정입니다. 동시에 투명한 **주주환원** 정책으로 배당성향을 2025년부터 35%로 상향[24]하고 자사주 매입을 예고해 **글로벌 투자자 신뢰**를 높이고 있습니다. 또한 빅테크 및 스타트업과 전략 제휴에도 적극적입니다. 예를 들어 NVIDIA 와 차량용 SoC 협업, 아이온큐(IonQ)와 양자컴퓨팅 기반 배터리 재료 연구, 지리/렌 ault 와 수소동맹 (모터스포츠 수소엔진 개발) 등 **오픈 이노베이션** 전략을 취하고 있습니다.

요약하면, 현대자동차의 중장기 전략 방향은 **"전동화 + 소프트웨어" 투트랙**으로 압축되며, 이를 통해 2030년대에 **친환경 모빌리티 선도기업**으로 자리매김하는 것입니다. 동시에 기존 내연기관 비즈니스를 하이브리드화로 연명하며 **수익성 관리**, 미래 신사업으로 **사업 포트폴리오 다각화**를 추진하고 있습니다. 지원자는 이러한 큰 방향성(전기차, SDV, 모빌리티 서비스)을 이해하고 자기소개서나 면접에서 현대차의 전략에 발맞춘 개인의 목표와 아이디어를 제시하면 좋은 인상을 남길 수 있을 것입니다.

3.3 차별화 포인트 (경쟁우위 요소)

현대자동차가 내세우는 차별화 포인트는 크게 기술 역량, 브랜드/디자인, 비용/품질 경쟁력, 고객 접점 측면에서 정리해볼 수 있습니다.

- **기술/제품 역량:** 현대차는 특히 **전기차 기술과 플랫폼 설계**에서 경쟁우위를 주장합니다. 2021년 출시한 전기차 전용 플랫폼 **E-GMP**는 800V 고전압 시스템으로 **급속충전 18 분만에 10%→80%**를 달성하고, 1 회 충전 주행거리도 아이오닉 6 기준 400~500km 에 이릅니다. 이 기술력은 당시 테슬라 등 일부를 제외하면 동급 최고였고, **세계 올해의 차 수상**으로도 이어졌습니다. 또한 **디자인 혁신**은 현대차의 강력한 차별화 요소로, 파격적인 레트로 퓨처 디자인(아이오닉 5)이나 공기역학을 극대화한 스트림라이너 디자인(아이오닉 6) 등이 호평받았습니다. 제네시스의 경우 **두 줄 램프** 아이덴티티로 고급스러움을 각인시키며 독자적 디자인 언어를 구축했습니다. 현대차그룹 전체로는 **엔진/파워트레인 자체 개발 역량**도 강점이었습니다. 세타, 스마트스트림 엔진 등 자체 엔진과 8 단 자동변속기 등을 내재화하여 성능과 품질을 통제해왔고, 최근에는 엔진 신개발을 중단하고 그 자원을 전동화로 돌리는 과감한 전환을 했습니다. 이처럼 **미래 기술로의 신속한 전략 전환 능력** 또한 차별화 요인입니다.
- **브랜드 및 디자인:** 앞서 언급했듯 현대차의 브랜드 이미지는 최근 **세련됨과 혁신**으로 방향을 잡았습니다. **“현대=도전적이고 젊은 브랜드”**라는 이미지를 구축하기 위해 고성능 N 브랜드 출시, 전기차 기반 새로운 사용자 경험(예: 아이오닉 5의 무빙 콘솔, 실내 거주성 강조) 등을 내세웠습니다. 또한 고객 커뮤니케이션 측면에서 BTS 글로벌 홍보대사, 고종환(방탄소년단 RM)과 현대 x 글로벌 아트 프로젝트 등 **문화마케팅**을 적극 활용하여 브랜드 호감도를 높였습니다. 디자인은 펠리세이드 등 SUV의 웅장함, 아반떼 등 준중형의 스포티함 등 **차급별 차별화된 디자인 전략**으로 각 세그먼트에서 존재감을 확보했습니다. 결과적으로 현대차그룹은 2023년 미 JD 파워 디자인 만족도 조사에서 다수 차종이 1위를 차지할 정도로 디자인 경쟁력이 부각되고 있습니다.
- **비용 효율 및 품질:** 현대차의 생산 공장은 **높은 자동화율과 생산성**으로 유명합니다. 울산공장은 단일 공장 기준 세계 최대 규모(연 150만대 이상)이며, **모듈러 생산**과 **Just-in-Time 공급망**을 잘 구현해 원가우위를 가지는 것으로 평가됩니다. 또한 **그룹 계열사 협업**을 통해 철강 가격 안정(현대제철이 자동차강판 공급)과 물류 최적화(현대글로벌비즈니스 해상운송) 등을 이뤄 **밸류체인 통합** 강점을 누립니다. 품질 측면에서도 현대차는 과거 2000년대 품질 이슈(엔진 결함 등)를 딛고 **10년 16만 km 파워트레인 보증(미국)** 등 공격적인 품질보증 정책으로 신뢰를 쌓았습니다. 그 결과 2022~2023년 미국 JD 파워 **초기품질지수(IQS)**에서 현대차그룹이 전체 1위를 기록하며 품질 개선 성과를 입증했습니다. 또 다른 차별화 포인트는 **신속한**

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

현지화 대응입니다. 현대차는 러시아, 인도, 중국, 터키, 브라질 등 **신흥국 시장에 현지공장을 세워**, 해당 시장 수요에 맞는 전략차종(i10, 크레타 등)을 개발/생산함으로써 시장점유율을 빠르게 확보하곤 했습니다. 이러한 **글로벌 오퍼레이션 능력과 현지 소비자 이해** 역량은 동일한 일본 경쟁사보다 유연하다는 평가를 받습니다.

- **고객 기반/채널**: 현대차는 한국 시장에서는 **압도적 1 위 고객기반**을 바탕으로 안정적 수요를 확보하고, 이를 교두보로 글로벌 시장에서 규모를 키웠습니다. 국내시장의 높은 고객 충성도는 신차 테스트베드로 활용되기도 하고, 내수 판매 호조가 해외에서의 소비자 신뢰로 이어지기도 합니다. 또한 현대차는 **고객 서비스 혁신**을 통해 차별화를 꾀합니다. 예를 들어 업계 최초로 **디지털 쇼룸**을 도입해 온라인으로 차량 구매과정을 경험하게 하고, **블루링크** 앱을 통해 차량 원격제어, 진단, 정비예약 등 **차별화된 커넥티드 서비스를 무료 제공**하여 부가가치를 높였습니다. **현대 모빌리티튜더(모터스튜디오)**와 같은 브랜드 체험 공간을 서울, 베이징, 모스크바 등에 운영하며 고객 체험을 중시하는 것도 차별화 전략의 하나입니다.

정리하면, 현대자동차는 **기술/디자인 혁신을 빠르게 실현하는 실행력, 수직계열화를 통한 비용경쟁력, 품질 신뢰성 향상, 브랜드 이미지 제고**를 통해 종합적인 경쟁력을 강화해왔습니다. 지원자는 이러한 현대차의 강점을 잘 인지하고, 자기 역량을 해당 강점과 연결짓거나 이러한 강점을 더욱 살릴 아이디어를 제시하면 설득력을 높일 수 있을 것입니다.

3.4 리스크 요인 (위협 및 약점 분석)

현대자동차가 직면한 **리스크 요인**은 급변하는 산업 환경만큼이나 다양합니다. 이를 **외부 리스크**와 **내부 리스크**로 구분하여 살펴보겠습니다.

(1) 외부 환경 리스크:

- **규제 및 정책**: 각국의 환경규제 강화는 현대차에 양날의 검입니다. 전동화 선도에는 기회지만, 내부연소엔진 차량의 판매 감소와 남은 엔진재고, 설비상의 **좌초자산 위험**을 가져옵니다. 또한 각 지역의 **무역정책 변화**(관세, 보조금)는 현대차에 큰 영향을 미칩니다. 실제로 2025년 미국 IRA 법으로 현대차 전기차는 보조금을 못 받아 판매 타격을 입었고, 2025년 15% 미국관세로 7.2 조원의 추가비용이 발생했습니다[39]. 향후 유럽도 **탄소국경조정세(CBAM)** 등 무역규제를 강화할 움직임이어서, 현대차는 생산 거점을 현지화하거나 대응 로비를 해야 하는 부담이 있습니다.

- **경쟁 심화**: 전통 OEM 간 경쟁은 차치하더라도, **신규 플레이어**의 등장은 현대차에 구조적 위협입니다. 테슬라는 한때 현대차그룹 대비 시총 10 배 가까운 평가를 받으며 **인재 확보 전쟁**에서 우위에 있었고, 지금도 기술 트렌드를 선도합니다. 중국 BYD, 지리 등은 가격경쟁력을 앞세워 글로벌 시장에 진출하여 향후 현대차의 해외시장

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

점유율을 잠식할 가능성이 큽니다. 특히 전기차 가격 인하 압박은 현대차로서도 마진 희생을 감수해야 하는 어려운 선택을 강요합니다. 또한 애플카와 같이 **빅테크의 자동차 산업 진출**도 무시 못할 위협인데, 현대차는 2021년 애플카 협력설 해프닝 이후 이들과의 협업 내지 경쟁에 신중을 기하고 있습니다.

- **기술 변화 속도:** 미래차 기술은 누가 먼저 상용화하느냐에 따라 시장판도가 급변할 수 있습니다. 만약 **완전 자율주행 기술**을 어떤 기업이 먼저 상용화하면, 따라가지 못한 업체는 도태될 수도 있습니다. 현대차는 모셔널 등을 통해 노력하지만, 웨이모, GM 크루즈, 테슬라 등과 비교해 **기술 개발 속도가 느리다**는 평가가 있습니다. 또한 **배터리 기술**에서도 BYD처럼 LFP배터리 내재화나 CATL의 급속 교체형 배터리 등에 대응해야 하는데, 현재는 파트너 의존도가 높습니다. **소프트웨어 개발**도 리스크로, 현대차가 수천 명의 개발자를 총원하고 있지만, 소프트웨어 문화가 짧은 조직에서 효율을 낼지는 미지수입니다.
- **거시경제 및 시장 수요:** 자동차 수요는 이자율, 경기변동에 민감합니다. 2022~2023년 고금리로 미국, 유럽에서 차량 구매 여력이 줄고 신차판매 둔화 조짐이 나타났습니다. 만약 글로벌 경기침체가 오면 고가 내구재인 자동차 판매는 크게 위축될 것입니다. 현대차의 주력 시장인 미국도 2025년 이후 경기 불투명성이 커 위험요인입니다. 또한 환율 변동 (원/달러 환율 등)은 현대차 수익에 직격탄을 줍니다. 원화 강세 시 수출 채산성 악화, 약세 시 원자재 수입가 상승 등으로 항상 환리스크가 있습니다.

(2) 내부 리스크 (경영 및 조직):

- **노사 및 인력:** 현대자동차는 전통적으로 **강성 노조**로 유명합니다. 다행히 최근 5년간 무파업 협상 타결을 이어오나, 전동화 전환 과정에서 일부 인력 구조조정(엔진공장 등)이 불가피할 경우 노사갈등이 격화될 수 있습니다. 또한 제조 인력 고령화, MZ세대와 기존 노조 간 인식차 등 **조직 문화적 세대차**도 내재된 과제입니다. 한편, **소프트웨어 인재 부족**도 내부 리스크입니다. 현대차가 원하는 수준의 SDV, 모빌리티 서비스 구현을 위해서는 수천 명의 우수 개발자가 필요한데, 국내외 치열한 인재 확보 경쟁 속에서 얼마나 영입/육성할 수 있을지가 관건입니다. **조직문화** 측면에서 제조업 중심 기업문화가 창의적 IT 인재들을 끌어들이는 데 장애가 될 수 있다는 지적이 있습니다.

- **품질/신뢰 리스크:** 현대차는 품질향상을 이뤘지만, 과거 **세타 2 엔진결함 사태**나 **EV 배터리 리콜(코나 EV 화재)** 등 대규모 리콜 경험이 있습니다. 2015~2017년 세타 2 GDi 엔진결함으로 미국에서 10억 달러대 비용을 지출했고, 코나 EV 배터리 리콜로도 수천억 손실을 본 바 있습니다. 품질문제는 **브랜드 신뢰 훼손**으로 이어져 고객 이탈을 초래하므로 지속적인 리스크 관리 대상입니다. 최근에는 북미에서 과거 모델들의 도난 취약성 이슈(Kia Challenge)가 SNS에 퍼져 이미지 타격을 입고 소송을 당해 합의금

지출을 결정하기도 했습니다. 이처럼 **예기치 못한 품질 이슈**는 언제든지 발생할 수 있으며, 사전에 방지하거나 발생 시 투명하고 신속히 대응하는 체계를 갖추는 것이 중요합니다.

- **재무구조/투자 리스크:** 현대차는 현재 전동화 등에 막대한 투자를 쏟고 있어 **현금흐름 관리**가 필요합니다. 2025년 영업이익이 감소한 가운데 투자 규모는 늘어나 향후 몇 년간 **잉여현금흐름(FCF)**이 압박받을 전망입니다[26]. 만약 전동화 전환이 예상보다 느리게 진행되거나, 투자한 신사업의 수익화가 지연되면 재무적 부담이 커질 수 있습니다. 또한 해외 사업 중 부진한 사업(중국 합작사 등) 정리나 구조조정에 따른 손실 가능성도 있습니다. 현대차는 과거 기아차 부도(1998) 및 현대차 그룹 재건을 겪으며 비교적 탄탄한 재무를 유지해왔지만, 대규모 설비투자 사이클에서 **재무 리스크 관리**가 요구됩니다.
- **평판 및 윤리 리스크:** 글로벌 기업으로서 ESG 경영과 윤리경영도 필수입니다. 현대차는 2016년 납품 비리 사건, 2021년 엔진결함 은폐 논란 등에 이어, 최근에는 <소비자 보호> 이슈 (예: 전기차 화재 후 차량 훼손된 소비자 보상) 등에서 여론의 시험대에 오르곤 했습니다. 이러한 **평판 리스크**는 채용 브랜드에도 영향을 줄 수 있으므로, 회사 차원에서 적극적인 개선과 소통이 필요합니다.

요약하면, 현대자동차는 **기술 패러다임 전환, 글로벌 경쟁 심화, 규제 변화**라는 거시적 리스크와 **인력/조직, 품질/재무**의 미시적 리스크에 모두 대비해야 하는 상황입니다. 지원자는 이러한 리스크를 단순 나열하기보다는, **리스크를 어떻게 기회로 전환할지 또는 어떻게 관리할지에 대한 통찰**을 보여준다면 회사에 대한 깊은 이해와 주인의식을 드러낼 수 있을 것입니다. 예컨대 “전동화 전환으로 인한 인력 재교육과 재배치 전략”이나 “SW 인재 확보를 위한 현대차만의 EVP(Employee Value Proposition)” 등에 대한 본인 의견을 준비해두면 면접에서 좋은 인상을 줄 수 있습니다.

4 장. 인재상·조직 문화·채용 특징

4.1 공식 인재상 키워드와 해석

현대자동차는 “**Hyundai Way**”로 명명된 10 가지 핵심가치를 인재상의 근간으로 삼고 있습니다[40]. 이는 현대차 모든 임직원이 지향해야 할 일하는 방식이자 평가 기준으로 작용하며, 채용과정에서도 중요하게 고려됩니다. 10 가지 현대자동차 인재상 키워드를 요약하면 다음과 같습니다.

1. **고객 최우선 (Customer First)** - “*최고 수준의 안전과 품질*”. 고객 감동을 최우선 의사결정 기준으로 삼고, 안전과 품질에 절대 타협하지 않는 자세[41]. 이는 지원자가

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

소비자 관점에서 생각하고 자신의 업무 품질에도 끝까지 책임지는지를 본다는 뜻입니다.

- 2. 집요한 노력 (Tenacity)** - *“적당하라는 것은 없다”*: 과제가 어렵고 복잡할수록 핵심을 끝까지 파고드는 집념과 몰입을 중시합니다[42]. 면접에서는 어려운 목표를 어떻게 달성했는지, 실패를 극복한 경험 등을 통해 이 집요함을 갖췄는지 평가받게 됩니다.
- 3. 시도와 발전 (Progress)** - *“수많은 시도와 도전이 혁신을 만든다”*: 작은 실패를 두려워하지 않고 끊임없이 시도하며 학습하는 태도를 의미합니다[43]. 현대차는 **도전적 실행**을 강조하므로, 지원자는 새로운 것에 도전한 사례, 기존 방식에 안주하지 않은 경험을 자기소개서와 면접에서 제시하면 좋습니다.
- 4. 민첩한 실행 (Agility)** - *“완벽 준비보다 때로는 빠른 실행”*: 불확실한 환경에서 100% 준비를 기다리기보다 빠르게 행동하며, 실행 중 피드백을 통해 완성도를 높이는 민첩성을 뜻합니다[22]. 이는 현대차가 빠른 의사결정과 실행을 중시하는 문화로 나아가고 있음을 반영하며, 실제 업무에서도 **속도감 있게 일하는 인재**를 선호함을 보여줍니다.
- 5. 소통과 협력 (Collaboration & Alignment)** - *“한 방향을 바라보며 협업”*: 다양한 사람·조직과 원활히 소통하고 공동의 목표 달성을 위해 힘을 모으는 것을 강조합니다[44]. 현대차는 프로젝트 단위로 크로스펄링 협업이 많기 때문에, 지원자가 팀 내 역할을 조율하고 의견 차이를 극복한 경험 등을 묻곤 합니다.
- 6. 회복탄력성 (Resilience)** - *“시련은 있어도 실패는 없다”*: 한번에 성공하기 어려운 도전에서도 실패에 좌절하지 않고 다시 일어서는 조직/개인의 태도를 중시합니다[45]. 따라서 면접에서 실패경험 질문이 나온다면, 이를 통해 배운 점과 재도전한 사례를 이야기하여 본인이 **끈기 있게 끝까지 성과를 낸 사람**임을 보여주는 것이 좋습니다.
- 7. 다양성 포용 (Diversity & Inclusion)** - *“서로 다름을 인정하고 존중”*: 현대차는 글로벌 기업으로서 여러 문화·배경의 구성원이 함께 일합니다[46]. 따라서 편견 없이 경청하고 다양성을 팀의 창의 원천으로 삼는 인재를 원합니다. 지원자는 협업 경험 시 **상대의 의견을 존중하고 갈등을 조율한 사례** 등을 제시해 이 역량을 어필할 수 있습니다.
- 8. 전문성 (Expertise)** - *“깊이 있는 지식 + 넓은 시야”*: 자기 분야의 전문지식을 꾸준히 연마하면서도 기술과 시장 트렌드까지 통합적으로 이해하는 **T 자형 인재**를 지향합니다[47]. 면접에서 직무 전문성 관련 질문(전공, 프로젝트 경험 등)에 답변할 때 단순 암기 지식이 아니라 실제 적용해본 깊이나, 관련 업계 흐름까지 파악한 폭넓음을 보여주는 것이 중요합니다.

- 9. 윤리 및 투명성 (Integrity) - “옳은 일을 옳은 방식으로”:** 현대차는 고객의 안전한 이동을 돕는 일을 한다는 자부심으로 정직하고 원칙적으로 일하는 윤리의식을 강조합니다[48]. 이는 부정행위, 안전규정 위반 등을 용납하지 않는 문화를 뜻하며, 지원자는 자신의 **정직함, 준법정신**을 드러낼 수 있는 에피소드(예: 작은 일이라도 원칙 지킨 경험)를 언급하면 좋습니다.
- 10. 데이터 기반 사고 (Data-driven Thinking) - “데이터로 분석하고 판단”:** 직관이나 과거경험에만 의존하지 않고 신뢰할 만한 데이터를 활용해 문제를 분석하고 인사이트를 도출하는 태도를 의미합니다[49]. 이는 현대차가 **디지털 전환**을 추진하면서 중요해진 가치로, 실제 업무에서 의사결정에 데이터 활용을 강조합니다. 따라서 지원자는 학업/업무상 데이터를 통해 의사결정하거나 개선한 사례를 준비해두면 도움이 됩니다.

이상 10 가지가 현대자동차 인재상의 골자이며, 채용 공고와 면접 질문에도 직간접적으로 녹아 있습니다[40][50]. 예컨대 현대차 자기소개서 문항에는 **도전적 목표를 수행한 경험, 팀으로 협업하여 성과 낸 경험, 지원 직무의 전문성을 발휘한 사례** 등을 묻는 경우가 많은데, 이는 현대차 인재상 요소들을 확인하려는 의도입니다. **공식 인재상과 실제 평가 포인트**는 일치하는 편이므로, 지원자는 현대차의 핵심가치를 자신의 언어로 해석하고 본인의 경험과 연결 지어 어필하는 것이 중요합니다.

4.2 조직 문화 (보도자료, 인터뷰, 후기 등에서 추론)

현대자동차의 조직문화는 과거 **전통 제조업 문화**에서 최근 **유연하고 혁신적인 문화**로 변화하려는 과도기에 있다고 볼 수 있습니다.

전통적 측면: 현대차는 국내 굴지의 대기업으로서 **위계질서와 시스템**이 체계화된 문화가 있었습니다. 보고체계가 다단계이고, 의사결정이 탑다운(Top-down)으로 이뤄지며, 야근이나 주말 특근도 불사하는 **헌신**이 미덕이던 시절도 있었습니다. 특히 2000년대까지는 “오너 결정 - 직원 실행”의 속도가 중요해 수직적 문화가 강했고, 제조현장에선 군대식 상명하복, 정해진 규정과 프로세스를 엄격히 따르는 분위기가 있었다고 합니다. 그러나 이는 **노사갈등**을 격화시키는 요인이기도 해서 2010년대 이후 변화의 필요성이 대두되었습니다.

변화와 현재 문화: 정의선 회장 체제(2020년대) 들어 **수평적이고 창의적인 문화** 정착에 노력을 기울이고 있습니다. 직급 체계를 기존 대리·과장 등의 호칭 대신 매니저/책임 등으로 단순화하고, 영어 이름이나 닉네임 사용 등 **호칭 파격**을 도입한 사례가 있습니다. 또한 **복장 자율화**로 정장 대신 캐주얼 복장을 허용하였고, 유연근무제, 재택근무제도 도입하여 MZ 세대의 선호를 반영했습니다. R&D 본사가 있는 남양연구소는 예전엔 폐쇄적 분위기였으나, 최근 일부 부서를 서울 삼성동 등으로 이전하고 강남에 **소프트웨어 개발 거점**을 마련하는 등 **업무 환경**도 개선하고 있습니다[51].

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

스타트업식 조직 실험도 주목됩니다. 2023 년 R&D 조직개편에서 ATO(독립적 연합체) 조직으로 바꾸어, 작은 스타트업 단위 팀들이 자율적으로 협업하는 구조를 도입했습니다[33][52]. 이는 관료주의를 타파하려는 실험으로, 부서 간 경계를 허물고 프로젝트 중심으로 인력을 유동적으로 운영하는 방식입니다. 실제 구성원들의 피드백에 따르면, 예전보다 **의사소통이 활발**해지고 결재 프로세스도 간소화되는 등 긍정적 변화가 있다고 합니다. 다만 오랜 관행을 바로 바꾸는 데 한계가 있어 완전한 수평문화 정착까지는 시간이 걸릴 것으로 보입니다.

인재 육성과 평가: 현대차는 최근 **성과주의 인사평가**를 강조하며, 역량 있는 인재에게 빠른 승진과 보상을 부여하려 합니다. 과거 연공서열식 승진에서 벗어나 젊은 임원도 배출되고 있으며, **평가 등급**도 객관화해 고성과자에게 성과급을 차등 지급합니다. 그러나 동시에 현대차는 고용안정 전통이 있어, 성과가 낮다고 쉽게 인력을 내보내진 않습니다. **평균 근속연수**가 17 년을 넘을 정도로 직업 안정성이 높고 이는 장점이지만, 반대로 저성과자 관리나 조직 유연성 면에서는 도전이 있습니다.

노사문화: 현대차 노조는 강경하지만, 최근 사측과 “상생” 분위기를 내며 **워라밸 개선**을 위한 합의를 도출하기도 했습니다. 예컨대 주간연속 2 교대제 도입, 준법 생산(정시퇴근) 등을 시행하여 근로여건이 과거보다 나아졌습니다. R&D 부문에서는 별도로 **연구직 노조(현대자동차 연구직지회)**도 활동 중인데, 이들은 창의적 연구환경, 승진 구조 개선 등을 요구하며 회사와 소통하고 있습니다. 이는 과거 제조업 중심 노조와는 다른 지향으로, 회사도 연구직 처우개선에 일부 응답하는 추세입니다.

사내 분위기: 직원 후기에 따르면 현대차는 최근 **“오픈 이노베이션”**을 장려하면서 아이디어 제안 활성화 프로그램, 사내 스타트업 공모, 해커톤 등을 운영하고 있습니다. 젊은 사원들도 경영진 앞에서 제안 발표를 할 기회가 늘었고, 실패해도 큰 불이익 없이 시도 자체를 인정받는 문화가 퍼지고 있다는 전언입니다. 다만 **큰 조직인 만큼 부서별 편차**도 존재해, 혁신적 분위기의 조직이 있는 반면 여전히 보수적인 조직도 있습니다. 예를 들어 신사업 부문(모빌리티, SW 개발)은 자유로운 문화인 반면, 생산본부나 구매본부 등은 규정과 절차가 강조되는 편입니다.

학습과 성장 기회도 강조되는 부분입니다. 현대차그룹은 그룹 통합 온라인 러닝플랫폼(HU, HMG Uni 등)을 통해 임직원이 자유롭게 교육받도록 지원하며, 해외 석박사 연수, 사내대학원(현대차정몽구재단) 등 **자기계발 기회**를 제공합니다. 이런 부분은 직원 만족도를 높이는 요인이 되고 있습니다.

조직 문화 키워드로 핵심을 정리하면, **도전, 소통, 젊음, 팀워크**가 현대차 문화의 지향점입니다. 공식적으로도 현대차는 “글로벌 원팀(Global One Team)”을 슬로건으로 내세워 전세계 임직원이 한 팀으로 협업하는 문화를 강조합니다[53]. 이런 문화 덕분에

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

현대차는 2025 년 한국 서비스품질지수 등 각종 고객만족·품질 지표에서 1 위를 휩쓸며[54], 내부적으로도 “할 수 있다”는 **자신감 문화**가 자리잡고 있습니다.

지원자는 현대차의 조직문화를 이해하고, **본인이 이 문화에 잘 적응할 수 있는 인재임**을 보여줄 필요가 있습니다. 예컨대 팀 프로젝트에서 **수평적으로 소통**했던 경험, 글로벌 환경에서 **다양성과 협업**을 경험한 사례, **아전에서 문제해결**을 한 일 등을 어필하면 현대차의 문화와 맞는 인물이라는 인상을 줄 수 있을 것입니다.

4.3 최근 채용 경향 (3~6 개월 채용 공고 패턴)

현대자동차는 2020 년대 들어 **정기공채를 폐지**하고 **수시채용(상시채용)**으로 전환했습니다. 분기별로 모집분야를 묶어 채용하긴 하지만, 기본적으로 **직무별로 필요시 공고**를 올려 뽑는 방식입니다[55]. 최근 3~6 개월간의 채용공고 추이를 보면 몇 가지 특징이 나타납니다.

첫째, **모집직무의 기술편중 현상**입니다. 예전에는 영업, 경영지원 등 비기술 직군도 대규모로 뽑았지만, 최근 공고를 보면 **연구개발(R&D), 소프트웨어, ICT, 제조기술** 등의 비중이 매우 높습니다[56][57]. 실제로 2025 년 3 월 신입 채용에서는 SW 개발, 배터리 개발, 자율주행, 로보틱스 등 첨단 분야 위주로 채용하고, 전통적 지원부문 채용 규모는 축소되었습니다[57]. 이는 현대차 채용이 **“소프트웨어 역량 중심 채용 강화”** 방향으로 가고 있음을 보여줍니다[58]. 지원자 입장에서는 비기술 직군이라도 자동차산업 이해와 IT 소양을 갖추는 것이 유리해졌습니다.

둘째, **채용 프로세스의 변화**입니다. 현대차는 온라인 AI 역량검사(HMAT 인성검사와 AI 면접)를 도입하여 1 차 서류 합격자들을 **AI 화상면접**으로 2 차 거르는 단계를 추가했습니다[59]. 이어 **PT 면접(프레젠테이션 면접)**과 **역량면접** (기존의 대면 1 차면접)이 진행되고, 최종 임원면접으로 마무리됩니다[59]. 특히 PT 면접은 주어진 자료를 30 분~1 시간 분석해 발표하는 방식으로, 지원자의 **논리적 사고와 전문지식, 커뮤니케이션**을 종합 평가합니다. 최근 면접 경향을 보면, PT 주제는 지원 직무와 연관된 현대차의 실제 과제나 업계 이슈로 출제되고, 지원자가 **데이터 기반으로 해결책을 도출**하길 기대합니다. 이는 현대차가 **데이터 기반 사고와 문제해결 능력**을 중시함을 반영합니다. 또한 AI 면접에서는 게임형태의 인지테스트, 상황 대처 질문 등이 활용되어 지원자의 성향을 현대차 **핵심역량모델**과 매칭시킵니다.

셋째, **채용공고 작성 방식**입니다. 현대차 채용 홈페이지 공고를 살펴보면, **조직 소개 - 담당 업무 - 자격 요건 - 우대 요건 - 전형 일정** 순으로 상세히 기재됩니다. 조직 소개에는 해당 팀/부서가 하는 일과 비전이 쓰여 있어 지원자가 직무 맥락을 이해하는 데 도움을 줍니다. 예컨대 “[제조AI] 제조 비전 AI 모델 운영 및 최적화” 공고를 보면 “우리 조직은 자동차 제조 현장에 AI 비전 모델을 적용하는 데이터 인프라와 표준을 수립하는 업무를 수행”한다고 안내합니다[60]. 이는 지원자에게 **회사 실제 업무 현장**을 미리 보여주어 자기 적합도를

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

판단하게 하는 친절한 구성입니다. 또한 공고의 **우대 요건**에는 구체적 기술스택이나 경험이 언급되는데, 예를 들어 "C++ 기반 임베디드 SW 개발 경험, AUTOSAR 경험자 우대"처럼 명시하여 **경력직 채용 수준의 요구**를 신입에게도 기대합니다. 이는 신입이라도 관련 프로젝트/인턴 경험을 쌓은 즉시전력감을 선호한다는 의미입니다. 최근 6 개월 공고들을 보면, 이런 **스펙요건 상세화** 경향이 두드러집니다.

넷째, **홍보 및 브랜딩** 측면에서 현대차는 적극적입니다. 현대차 채용팀은 공식 유튜브 채널에 "**Team Hyundai**" 직무소개 영상, 신입사원 합격셀 등을 올리고, 대학 캠퍼스 대상 **현대차 토크콘서트(Job Fair)**도 개최합니다[51]. 이 영상들에서는 실제 해당 직무 선배들이 나와 조직문화, 일하는 방식 등을 소개하고 궁금증을 풀어줍니다. 이를 통해 지원자는 채용공고 문구뿐 아니라 **현직자 생생한 정보**를 얻어볼 수 있습니다. 현대차는 이러한 투명하고 열린 커뮤니케이션으로 **MZ 세대 지원자에게 친숙한 기업** 이미지를 구축하려 노력 중입니다.

다섯째, **채용 규모와 일정**입니다. 현대차는 통상 3,6,9,12 월에 대졸 신입 채용을 묶어서 진행해왔습니다[61]. 예년 대비 채용 인원은 코로나 시기 줄었다가 2023 년부터 다시 늘리는 추세입니다. 특히 **SW 인재 2 천명 채용** 발표 등 공격적 숫자를 밝히기도 했습니다. 다만 채용 난이도도 함께 높아져서 HMAT 인적성 통과율, 면접 경쟁률 등이 상당합니다. 지원자는 특히 **HMAT 준비**를 간과해선 안 됩니다. HMAT 는 언어/수리/추리/공간지각/인성으로 구성된 자체시험인데, 시간당 문항수가 많아 긴박합니다[62]. 사전에 기출유형을 연습해 시간관리능력을 보여줘야 합니다.

요약하면, 현대자동차의 최근 채용은 "**기술인재 중심, 직무적합성 평가 강화, 데이터와 역량중심 평가, 지원자와의 적극적 소통**"으로 특징지을 수 있습니다. 지원자는 현대차 채용공고와 자료를 면밀히 읽고, 거기에 담긴 **키워드** - 예컨대 도전, 협업, 전문성, 데이터 - 에 부합하는 자신의 역량을 강조해야 합니다. 또한 현대차의 **톤앤매너**에 맞게 자기소개서를 작성하는 게 중요한데, 지나친 미사여구보다 **사실과 근거에 기반한 어필**이 더 먹힌다는 후기가 많습니다. 가령 막연히 "열정이 있습니다"보다는 **구체적 수치와 역할**을 들어 "팀 프로젝트에서 3 개월간 200 개의 데이터를 분석해 15% 효율개선 방안을 도출한 경험이 있다"처럼 **MECE 하고 명료하게** 쓰는 것이 현대차 스타일에 맞습니다.

4.4 서류/면접에서 강조되는 역량과 키워드

현대자동차의 자기소개서와 면접에서는 반복적으로 등장하는 **핵심 키워드와 역량 요소**들이 있습니다. 이는 앞서 언급한 인재상을 실무 평가항목으로 구현한 것들로 볼 수 있습니다.

- **도전 정신 & 문제해결 역량**: "어려운 목표를 세우고 달성한 경험을 말해보세요"라는 질문이 대표적입니다. 지원자가 난관 속에서 어떤 **창의적 접근과 끈기**로 문제를 해결했는지 보고자 하는 것으로, **Tenacity(집요함)**와 **Progress(시도와 발전)** 가치에 대응됩니다. 실제 합격자 후기에서도 면접관이 "그 때 실패했다면 어떤 대안을 더

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

시도했겠느냐” 등 추가질문을 통해 **끝까지 답을 찾는 태도**를 많이 확인했다고 합니다. 따라서 자신의 **Problem-Solving 스토리**를 준비하되, STAR 방식으로 상황-목표-행동-결과를 논리있게 설명하고, 배운 점(발전)을 언급하는 것이 좋습니다.

- **팀워크 & 소통 역량:** 거의 모든 지원자에게 **“협업 경험”** 관련 질문이 주어집니다. “팀에서 갈등이 생긴 적은 없었는가? 어떻게 해결했나?”, “의견이 다를 때 어떻게 설득하는가?” 등을 물어 지원자의 **Collaboration(협업)** 및 **Diversity 존중** 수준을 봅니다. 현대차는 대형 프로젝트를 여러 부서가 함께 하는 경우가 많아, 팀 플레이를 매우 중시합니다. 따라서 자신의 협업 사례에서 **본인 역할**(리더/팔로워로서 조율한 경험 등)과 **성과**(팀 목표 달성) 및 **교훈**(앞으로 협업에 적용할 점)을 정리해 답하면 좋은 평가를 받을 수 있습니다. 한편 영어면접이 있는 경우, 팀워크 관련 질문을 영어로 받기도 하니 영문으로도 간략히 답변 구조를 연습해두면 도움이 됩니다.
- **전문성 & 열정 (직무 적합성):** 현대차 면접은 직무지식도 깊게 물어봅니다. 예컨대 “지원 직무 관련 최신 이슈가 무엇이며 본인 견해는?”이나, 전공 기반 기술질문(코딩 면접, 설계 과제 등)이 나오기도 합니다[63]. 이를 통해 **Expertise(전문성)**와 함께 **해당 분야에 대한 열정**을 확인합니다. 따라서 지원자는 지원 직무의 **핵심 키워드**(예: 디지털엔지니어링이면 “MBSE, 디지털 트윈, 데이터 표준화” 등)를 잘 숙지하고, 관련하여 공부하거나 프로젝트 한 내용을 자신감 있게 설명해야 합니다. 또한 “왜 자동차 산업인가?”, “왜 현대차인가?” 같은 **지원동기** 질문도 빠지지 않는데, 여기서 지원자의 **Passion** 과 회사에 대한 이해도를 평가합니다. 모범답안은 현대차의 **비전이나 최근 성과**를 언급하며 그에 공감하고 기여하고 싶다는 식으로 말하는 것입니다. 가령 “현대차의 스마트 모빌리티 비전에 매력을 느꼈고, 제가 데이터 분석 역량으로 디지털 엔지니어링 혁신에 기여해보고자 지원했습니다”처럼 **회사 전략 연계형** 답변이 좋습니다.
- **글로벌 마인드 & 도덕성:** 현대차는 글로벌 기업답게 어학역량(영어 등)을 간접적으로 보거나, 해외 경험 등을 물어보기도 합니다. “다문화 환경에서 일한 경험이 있나?” 등의 질문으로 **Globality** 와 **Diversity 수용력**을 살핍니다. 또한 현대차 채용에는 인성검사 결과나 면접 태도를 통해 지원자의 **윤리의식**과 **성실성**도 평가요소입니다. 이를테면 면접에서 압박질문으로 의도적으로 난처한 상황을 제시해 반응을 보거나, 꼬리질문으로 거짓이나 과장이 없나 파악하기도 합니다. 지원자는 **정직하고 겸손한 태도**로 임하며, 모르는 것은 솔직히 인정하고 대안을 생각하는 모습을 보이는 게 좋습니다.
- **현대차에 대한 이해:** 마지막으로 “입사 후 포부”나 “현대차를 한마디로 표현하면?” 같은 질문도 종종 나옵니다[64]. 이는 지원자가 현대차의 사업과 문화를 얼마나 이해하고 있는지, 그리고 **애사심**과 **주인의식**을 가졌는지 보려는 것입니다. 앞서

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

분석한 산업/회사 정보들을 토대로 현대차의 강점과 과제를 짚고, 그 속에서 **본인이 하고 싶은 일을** 명확히 피력하면 좋습니다. 예를 들면 “디지털 엔지니어링센터에서 MBSE 고도화를 추진해 개발기간 10% 단축에 이바지하고 싶습니다”처럼 **구체적인 기여방안**을 언급하면 면접관에게 강한 인상을 줄 수 있습니다[65].

요약하자면, 현대차가 바라는 인재를 “**도전적으로 문제를 해결하고, 협업을 통해 성과를 내며, 자기 분야에 전문성을 갖춘 동시에 회사의 미래비전에 공감하는 사람**”입니다. 서류와 면접에서 이런 면모를 구체적 사례로 보여주는 것이 합격의 열쇠입니다[66]. 이를 위해 지원자는 현대차의 핵심 키워드를 염두에 두고 자기소개서 문장을 구성하고, 면접 답변 역시 **핵심역량 용어**들을 자연스럽게 녹여내는 전략이 필요합니다. 예컨대 “저는 **집요함과 민첩성**을 가지고 문제를 해결했습니다. 프로젝트 당시 어려움이 있었지만 데이터 분석에 기반한 **Agile** 한 대응으로 해결했고, 팀과 **소통**하여 성공적으로 마무리했습니다”처럼 말입니다. 이러한 키워드 활용은 면접관에게 “현대차스러운 사람”이라는 무의식적 어필이 될 것입니다.

5 장. 직무 분석 – 디지털엔지니어링

5.1 직무의 핵심 역할

디지털엔지니어링 직무는 현대자동차 연구개발본부 내에서 **차량 개발 프로세스의 디지털화 및 최적화**를 담당하는 역할입니다. 쉽게 말해, 과거 사람이 수작업과 물리 실험에 의존하던 차량 개발 업무를 **가상 개발(Virtual Development)**과 **데이터 중심 프로세스**로 전환하는 “**R&D 디지털 트랜스포메이션**” 전문가라고 할 수 있습니다.

이 직무의 하루 일과 혹은 주/월간 업무 흐름을 그려보면 다음과 같습니다:

- **개발 데이터 관리:** 매일 엔지니어들은 차량 개발 단계에서 생성되는 방대한 데이터를 다룹니다. 예를 들어 설계 CAD 데이터, 해석(시뮬레이션) 결과, 시험 계측 데이터 등이 각 부서별로 쏟아지는데, 디지털엔지니어링 담당자는 이러한 데이터를 **중앙 데이터베이스(R&D 데이터 허브)**에 체계적으로 축적하고 관리하는 역할을 합니다[67]. 이를 위해 PLM 시스템(제품 수명주기 관리 소프트웨어)을 운영하고 데이터 표준을 정의하며, 매일 데이터 적재/품질 체크를 수행합니다. **일일 업무**로는 “전일 업로드된 해석 결과 데이터 메타정보 검증”, “CAD-CAE 연동 데이터 추적성 확인” 등이 있을 수 있습니다.
- **디지털 툴/플랫폼 개발 및 운영:** 디지털엔지니어링 조직은 현대차의 자체 가상개발 플랫폼인 “**버추얼 개러지**” 등의 시스템을 개발/운영합니다[68]. 가령 주단위로, 필요한 기능 모델(1D 시뮬레이션)과 3D 해석모델을 버추얼 개러지에 업데이트하고, 다른 연구원들이 쉽게 검색·활용할 수 있도록 UI/UX 를 개선합니다. 또한 사내

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

사용자들(설계자, 해석엔지니어 등)로부터 “시뮬레이션 모델 버전 충돌 문제”와 같은 문의가 오면 이를 해결하고 지원합니다. 정리하면, **사내 엔지니어들이 효율적으로 디지털 도구를 사용하도록 돕는 것이 이 역할의 핵심입니다.**

- **프로세스 혁신 프로젝트:** 월간/분기 단위로는 보다 큰 혁신 프로젝트들이 진행됩니다. 예컨대 “차량 개발 **디지털 스레드(digital thread) 구축 프로젝트**”가 있다면, 디지털엔지니어링 담당자는 각 부서의 산출물을 하나의 파이프라인으로 연결하는 프로세스를 설계합니다 [69]. 요구사항→설계→해석→시험까지 **데이터가 끊기지 않고 흐르도록** 시스템을 통합하는 작업입니다. 이를 위해 주간 회의를 통해 각 도메인 담당자(설계팀, 해석팀 등)와 협업하면서 표준 데이터 포맷 정의, 인터페이스 개발 등을 수행합니다. 이처럼 **Cross-functional 프로젝트**를 리드하거나 PM 역할을 하는 것이 주 업무입니다.
- **기술 검토 및 문제 해결:** 차량 개발 중 디지털 방식으로 전환되지 못한 영역이나, 시뮬레이션 결과와 물리 시험 결과 사이 차이가 큰 문제 등 **난제들이** 발생하면, 디지털엔지니어링 팀이 TF 에 참여해 원인을 규명하고 개선책을 마련합니다. 예를 들어, 자율주행 시나리오 검증에 필요한 **시나리오 생성 툴**이 부족하다면 관련 모델을 개발하거나 외부 솔루션 도입을 검토합니다. 또 예를 들어 충돌안전 해석 결과가 물리 테스트와 편차가 있다면, 해석모델의 경계조건이나 소재 데이터 정확도를 높이는 작업을 주관합니다. 이 과정에서 **외부 소프트웨어 벤더**와 협의하거나, 사내 각 분야 전문가 의견을 조율하는 일이 일상적으로 벌어집니다.
- **미래 기술 연구:** 1 년 단위로는 향후 도입할 신기술을 R&D 하는 업무도 있습니다. 디지털엔지니어링 조직은 새로운 **CAE/AI 기술 트렌드**를 모니터링하고 파일럿 적용을 시도합니다. 예를 들어 **AI 를 활용한 최적설계 자동화나 머신러닝 기반 시뮬레이션 가속** 같은 연구를 수행합니다 [70]. 1년 주기로 산학과제나 컨퍼런스를 통해 업계 최신 동향을 파악하고, 유망기술(예: NVIDIA Omniverse 기반 협업 환경 [71])을 현대차 환경에 테스트해보는 역할도 합니다. 성과가 나오면 이를 내부에 전파하고 도입 계획을 수립합니다.

결국 **디지털엔지니어링 직무는 “데이터에 기반한 프로세스 혁신, 차량 개발의 가상화”**라는 키워드로 요약되며, 하루하루 엔지니어들이 데이터를 잘 활용하게 돕고 장기적으로는 **개발 리드타임 단축과 비용절감**을 실현하는 것이 목표입니다 [72][73]. 이들은 컴퓨터 앞에서 소프트웨어와 씨름하기도 하지만, 동시에 각 부문 엔지니어들을 만나 의견을 듣고 조율하는 **컨설턴트/코디네이터 역할**도 수행합니다. 지원자로서는 이 직무가 단순한 IT 지원이 아니라 **차량 개발 과정 전반을 조율하는 전략적 역할**임을 이해해야 합니다.

5.2 내부/외부 이해관계자 맵

디지털엔지니어링 직무는 **다양한 부서와 역할**을 가로지르는 허브 역할이기 때문에, 이해관계자(Stakeholder)가 넓습니다. 주요 내부/외부 협업 상대를 정리하면:

- **내부 이해관계자:**
 - **설계팀(디자인 엔지니어):** 차체, 샤프트, 전장 등 각 파트 설계 담당자들이 주요 고객입니다. 이들은 CAD 데이터를 생성하고 변경하며, 디지털엔지니어링은 이 CAD 데이터가 해석 및 후속 단계에 원활히 활용되도록 데이터 연계를 담당합니다. 예컨대, 설계 변경이 있으면 설계팀으로부터 공지받아 **디지털 스레드** 상에 업데이트하고, 영향도를 분석해 관련 해석모델에 반영합니다[69].
 - **CAE 해석팀:** 충돌해석, 열유동해석, NVH 해석 등 컴퓨터 시뮬레이션을 수행하는 엔지니어들입니다. 디지털엔지니어링 조직과 가장 협업이 많습니다. 해석팀은 **버추얼 개러지**에 필요한 모델과 결과를 올리고 활용하며, 디지털엔지니어링팀은 해석 프로세스 자동화, 시뮬레이션 정확도 향상 지원 등을 제공합니다[74]. 가령, 여러 해석 분야에서 공통으로 쓰이는 **재료 데이터베이스**를 구축해 제공하거나, 멀티피직스 연동 해석 환경을 만들어주는 것이 협업 예입니다.
 - **시험/테스트팀:** 실제 차량 및 부품 시험을 수행하는 부서입니다. 이들은 물리 시험 결과를 디지털 모델 검증에 활용해야 하므로, 디지털엔지니어링팀과 데이터 교류가 필수입니다. 예를 들어 충돌 테스트 데이터를 가져와 CAE 모델을 검증(상관성 확보)하거나, 차량 주행 테스트 데이터를 디지털 트윈 모델 업데이트에 사용하는 일이 있습니다[75]. 시험팀과의 협업으로 **실물-가상 간 오차를 줄이고** 프로토타입 제작 횟수를 줄이는 것이 목표입니다[76].
 - **소프트웨어/IT 부서:** 현대차 내 ICT 부서(예: 차량개발 SW 팀이나 ICT 개발팀, 오토에버 등)와도 긴밀히 일합니다. 디지털엔지니어링 프로젝트 중 PLM 개선이나 데이터 인프라 구축은 전사 IT 인프라와 연계되므로, 전산관리팀의 도움을 받아야 합니다. 또한 필요한 경우 현대오토에버(계열 IT 회사)에 개발을 발주하거나 협업할 수 있습니다. 결국 **IT 부서**는 디지털엔지니어링의 아이디어를 기술적으로 구현하는 파트너입니다.
 - **제품기획/PMO:** 차량의 플랫폼이나 모델 개발 일정과 요구사항을 총괄하는 기획/PM 조직과도 협력이 있습니다. 이들은 각 차종 개발 마스터 스케줄을 관리하는데, 디지털엔지니어링이 **개발 기간 단축**이나 **비용절감** 아이디어를 제시하면 이를 프로젝트 일정에 반영하거나 파일럿 적용을 허용해 줄 수 있는 의사결정권자입니다. 특히 경영층(CTO 조직)에서 **디지털 전환 KPI**를 관리하므로, 성과 리포팅 등으로 교류합니다.
- **외부 이해관계자:**

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

- **소프트웨어 공급업체** (Siemens, Dassault, Altair 등 CAE/PLM 소프트웨어사): 현대차의 디지털엔지니어링 활동은 외부 상용 솔루션을 활용하는 경우가 많습니다. 예를 들어 Siemens Teamcenter(PLM), Dassault 의 CATIA/Simulia, Altair HyperWorks 등. 디지털엔지니어링 엔지니어들은 이러한 벤더들과 연락하며 **커스터마이징**이나 **기능 개선**을 요청합니다. 새로운 기능이 필요하면 개발 로드맵을 논의하거나, 버그 발생 시 지원을 받습니다[77]. NVIDIA 같은 플랫폼 업체와의 협업으로 Omniverse 기반 디지털트윈 환경을 구축하는 일도 있을 수 있습니다[78].
- **부품 협력사** (1 차 벤더들): 차량 개발은 부품 협력사들과 공동으로 진행되기에, 협력사들도 디지털 개발 프로세스에 참여합니다. 예컨대 협력사가 자기 부품의 3D 모델과 해석결과를 현대차 시스템에 제공해야 하는데, 이때 디지털엔지니어링팀이 **데이터 인터페이스**를 구축해줍니다[79]. 또한 협력사와 실시간으로 설계변경 데이터를 주고받는 **공동 개발 플랫폼(가상 데스크톱 인프라)**을 제공하기도 합니다[79]. 따라서 부품사 R&D 담당자들과 기술회의를 하고 데이터 호환성 규칙을 정하는 등 **대외 조율** 역할도 필요합니다.
- **컨설팅/연구기관**: 가끔 내부에 없던 혁신을 위해 외부 **컨설팅 펌**이나 **대학 연구소**의 도움을 받기도 합니다. 예를 들어 모델 기반 시스템 엔지니어링(MBSE) 전면 도입 시 모 업체의 컨설팅을 받아 프로세스를 설계할 수 있습니다[80]. 또는 대학과 공동으로 AI 해석기술 연구 과제를 수행할 수도 있습니다. 이처럼 외부 전문가와 프로젝트를 진행하며 **최신 지식과 사례**를 끌어오는 것도 중요한 역할입니다.

정리하면, 디지털엔지니어링 직무는 **연구소 내부의 각 분야 엔지니어들과 폭넓게 협업**하고, **외부 SW 업체와 부품사까지 아우르는 연결고리** 역할을 합니다. 따라서 기술 지식뿐 아니라 **커뮤니케이션/조율 능력**이 필수적입니다. 이해관계자들마다 관점과 KPI 가 다르기 때문에, 이를 잘 이해하고 **win-win 솔루션**을 찾는 것이 성과의 열쇠입니다. 예컨대 설계팀은 사용편의를, 해석팀은 정확도를, IT 팀은 보안을 중시할 수 있는데, 디지털엔지니어는 이들을 조율해 **모두 수용 가능한 시스템**을 만들어야 합니다. 지원자는 이러한 협업 지형을 이해하고, 본인이 조정자/지원자로서 기여할 수 있음을 보여주는 것이 좋습니다.

5.3 필요 역량 (기술·지식·소프트스킬)

디지털엔지니어링 직무는 **공학적 지식과 IT 역량, 그리고 소프트스킬**의 복합체라 할 만큼 요구 역량이 다방면입니다. 크게 나누어 보면:

- **기술적/전문 지식:**
- **차량공학 전반 지식:** 해당 직무는 특정부품 설계 대신 개발 프로세스 전체를 다루므로, **자동차 공학의 폭넓은 이해**가 필요합니다. 예컨대 자동차 각 부품/시스템(엔진, 샤시, 전장, 바디 등)의 개발 순서와 주요 성능지표, 그리고 그에

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

필요한 해석 종류 등을 알아야 합니다. 또한 차량 개발 V-프로세스(요구사항 정의→설계→해석→검증 등)와 시스템엔지니어링 개념을 이해하고 있어야 합니다[80].

- **CAE 및 시뮬레이션 지식:** 디지털엔지니어링의 핵심 업무는 **가상시뮬레이션 활용 극대화**입니다. 따라서 FEA(유한요소해석), CFD(유체해석), MBD(멀티바디동역학), 1D 시뮬레이션, Optimization 등 다양한 CAE 기법에 대한 기본 지식이 필요합니다. 물론 각 해석을 직접 수행하지는 않더라도, 해석 모델 준비, 메쉬, 경계조건, 결과 해석 등의 개념을 알아야 해석 엔지니어와 소통이 가능합니다. 또한 **시뮬레이션 정확도 한계나 모델링 기법**(예: 구성요소 모형, surrogate model) 등의 지식을 갖추면, 시뮬레이션 프로세스 개선에 큰 도움이 됩니다[70].
- **PLM/데이터베이스 지식:** 제품 수명주기 관리(PLM) 시스템과 **데이터 아키텍처**에 대한 이해가 중요합니다. 현대차는 Teamcenter 등을 쓰는데, 어쨌든 **CAD/해석/시험 데이터의 구조와 연결**을 설계해야 하므로 **SQL, 데이터모델링** 지식, **시스템 통합** 경험이 있으면 유리합니다. 또한 Python, MATLAB 등의 툴로 데이터 처리 및 자동화 스크립트를 작성할 수 있어야 일 처리가 수월합니다.
- **프로그래밍/IT 기술:** 완전 개발직무는 아니지만, **간단한 소프트웨어 개발이나 스크립팅**은 필요합니다. 예를 들어 해석 프로세스 자동화를 위해 Python 으로 파라메트릭 스테디 코드를 짜거나, VBA 로 Excel 데이터들을 취합하는 프로그램을 만들 수도 있습니다. 또 각종 API (예: CAD SW API, simulation tool API)를 활용해 커스터마이징할 수 있어야 업무 효율을 높일 수 있습니다. 최근엔 **클라우드 컴퓨팅, GPU 컴퓨팅** 등도 접목되고 있어, 기본적인 IT 인프라 지식도 요구됩니다.
- **신기술 트렌드 이해:** 디지털엔지니어링은 최신 개념들이 속속 나오는 분야입니다. **Digital Twin, Big Data, AI/ML** 등의 기술이 R&D 에 어떻게 활용되는지 공부하고, 특히 **MBSE(Model-Based Systems Engineering)** 방법론에 익숙하면 매우 좋습니다[80]. 현대차는 MBSE 를 전면 도입 중이며, SysML 등 시스템 모델링 툴, 요구사항 관리 툴 등에 대한 지식이 큰 강점이 될 것입니다.
- **소프트 스킬:**
 - **커뮤니케이션 & 협업:** 이해관계자 항목에서 본 대로, 다양한 사람과 기술적 의견교환을 해야 하므로 **명확하고 설득력 있는 의사소통**이 필수입니다. 특히 기술용어를 각 부서 사람들이 이해하도록 풀어서 설명하거나, 반대로 현장의 피드백을 요약하여 경영진에 보고하는 **듣고 번역하는 능력**이 중요합니다. 또한 여러 부서의 일정과 우선순위를 조율하는 **프로젝트 매니지먼트** 역량도 요구됩니다. 갈등이 생겼을 때 중재하고 합의안을 이끌어내는 스킬 역시 필요합니다.
 - **문제해결 및 분석력:** 이 직무는 **복잡한 프로세스의 문제점을 찾아 개선**하는 일이 핵심이므로, 논리적 분석력과 창의적 문제해결력이 필수입니다. 예를 들어 “디지털 스레드 상에서 데이터 손실이 발생한다”는 문제가 있으면, 전체 데이터 흐름을

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

도식화해 어느 단계에서 문제가 생기는지 파악하고 근본원인을 밝혀내는 사고력이 필요합니다. 그리고 해결책을 제안할 때 단편적 수정이 아닌 **전반 최적화 관점**에서 접근해야 하므로 MECE 하게 사고하는 컨설턴트적 자질도 유용합니다.

- **학습 능력 (Agility in learning):** 도메인이 워낙 넓기 때문에, 새로운 툴과 기법을 빠르게 배워 적용하는 **학습 민첩성**이 중요합니다. 예컨대 빅데이터 분석이 필요하다면 파이썬 판다스를 독학해서 써야 할 수도 있고, 새로운 시뮬레이션 툴(예: 전자기해석)이 도입되면 그 사용법과 데이터 인터페이스를 빨리 익혀야 합니다. **모르던 분야도 빠르게 캐치업**하는 능력이 큰 자산입니다.
- **디테일과 꼼꼼함:** 데이터 관리와 프로세스 표준화 작업은 작은 실수나 누락이 큰 오류로 이어질 수 있습니다. 따라서 **치밀한 문서화, 버전관리, 품질검수** 습관이 필요합니다. 예를 들어, 해석 모델/결과 데이터마다 메타데이터 기입 규칙을 만들고 누락시 피드백하는 꼼꼼함이 요구됩니다. 또한 **보안 의식**도 중요해, 개발 데이터의 외부 유출을 막기 위한 접근권한 관리 등을 세심히 다루어야 합니다.
- **열정과 인내:** 변화관리자(Change Agent) 역할이다 보니, 보수적인 조직에서 저항에 부딪히기도 합니다. “왜 굳이 새로운 툴을 써야 하나”라는 반발이나 “지금도 잘 되고 있는데 바꾸지 말자”는 태도를 접할 수 있습니다. 이럴 때 **끈기있게 설득하고 시범사례를 통해 이점을 보여주는 열정과 인내심**이 필요합니다. 또한 **Continuous Improvement** 마인드로 지속적으로 개선점을 찾고 노력하는 자세가 중요합니다.

한마디로, 디지털엔지니어링 엔지니어는 **“엔지니어링 도메인 이해 + IT 능력 + 컨설팅/PM 역량”**을 두루 갖춘 융합형 인재상을 지향합니다[81]. 지원자는 이러한 다면적 요구에 부합하는 자신의 역량을 어필해야 합니다. 예를 들어 “학부 Formula SAE 동아리에서 CAD/CAE 플랫폼을 구축했고, 팀원들을 교육하는 역할을 맡아 협업했다”는 경험이 있다면 매우 직접적으로 연관 역량을 보여줄 수 있을 것입니다. 또, “데이터 분석 프로젝트에서 Python 으로 자동화 툴을 만들어 시간 30%를 줄였다”거나 “A 업체 시뮬레이션 툴을 B 업체 것으로 교체하는 태스크를 주도했다”는 식의 경험도 어필 포인트입니다. 이런 사례로 현대차 **디지털엔지니어링 직무**에서 요구하는 기술/지식/소프트스킬을 입증해 보이는 것이 합격의 지름길입니다.

5.4 성과 지표(KPI)와 평가 포인트

디지털엔지니어링 직무는 일종의 **Staff/Staff-개선 부서** 성격이라 전통적인 판매량이나 비용지표 대신, **프로세스 개선 성과**를 KPI 로 삼습니다. 추론컨대 주로 아래와 같은 지표들이 활용될 것입니다:

- **개발 리드타임 단축:** 가장 큰 목표는 차량 개발 기간을 단축하는 것입니다[82]. 예를 들어 과거 4 년 걸리던 신차 개발을 3.5 년으로 줄였다면 이는 큰 성과입니다. 이를 세부 지표로 나누면, **프로토타입 제작 횟수 감소**(ex: 차량 시제 수 20% 감소)나

CAE 활용률 증가(성능 검증의 80%를 시뮬레이션으로 수행) 등이 될 수 있습니다. 혹은 **개발 단계별 걸리는 시간**을 측정해 시뮬레이션 덕분에 설계-검증 iteration 이 몇 회->몇 회로 줄었다는 식으로 KPI 를 잡을 수도 있습니다.

- **비용 절감 효과**: 디지털 프로세스로 인한 절감액을 KPI 로 볼 수 있습니다. 예컨대 “프로토타입 차량 제작비 연간 XX 억 절감”, “실물 시험 1 회 줄여 Y 억원 절약” 등이 구체 수치로 잡힙니다. 혹은 개발인력의 **생산성 지표**(엔지니어 1 인당 해석 수행 횟수 증가 등)도 고려될 수 있습니다. 경영진은 이런 수치에 관심이 높기 때문에, 디지털엔지니어링팀은 연말에 “금년 프로젝트로 약 X 억원 비용 절감 달성” 같은 식으로 성과를 보고할 것입니다.
- **품질 및 정확도 향상**: 시뮬레이션 기반 개발이 늘어날수록, 실제 양산차 품질(초기 품질문제 발생률 등)이 개선되는 것이 이상적입니다. KPI 로는 **초도 양산품의 목표 성능 충족률**(첫 시제품이 목표 충족하는 비율 상승), **결함 발견 시점 선행화**(개발 후반보다는 초반 가상개발 단계에서 이슈 발견) 등이 있을 수 있습니다. 예를 들어 “차량 중량 예측 오차를 5%→2%로 감소”하거나 “양산 후 결함건수 30% 감소” 등이 목표치가 될 수 있습니다.
- **디지털 자산 축적도**: 데이터와 모델은 중요한 자산입니다. KPI 로 **버추얼 개러지에 축적된 검증된 모델 수**, **디지털 시나리오 라이브러리의 사례 수**, **R&D 데이터 허브 사용 빈도** 등을 설정할 수 있습니다. 예컨대 “버추얼 개러지에 차량 가상모델 100 건 구축 및 활용” 또는 “R&D 데이터 허브 일일 접속자 300 명 달성” 같은 지표가 해당됩니다[83]. 이는 **내부 고객 활용지표**로 직무 성과를 가늠하는 것입니다.
- **프로세스 준수율/표준화율**: 새로 도입한 디지털 프로세스가 현업에서 얼마나 자리잡았는지를 나타내는 KPI 입니다. 예를 들어 “프로젝트의 90%에서 MBSE 프로세스를 적용”이라든지, “해석-시험 상관계수 기준 충족률 95% 이상” 등의 형태입니다. 또한 각 차량 개발 프로젝트마다 “디지털 엔지니어링 활용 평가”를 실시해 그 점수를 KPI 로 삼을 수도 있습니다.
- **사용자 만족도**: 시스템/프로세스 사용자들(설계, 해석 엔지니어 등)의 만족도를 조사해 성과지표로 삼을 수 있습니다. 이는 정량적이기보다 설문 등 정성평가지만, “사용자 만족도 5 점 만점 중 4 점 이상” 같은 목표를 설정할 수 있습니다. 이는 **사내 서비스 조직**으로서 품질을 나타내는 지표입니다.
- **교육/확산 실적**: 새로운 툴과 프로세스는 교육이 따라야 하므로, **교육 세션 수**, **교육 인원 달성율** 등도 부수적 KPI 가 될 수 있습니다. 예: “전사 300 명 대상 MBSE 워크샵 실시, 95% 이수” 등.

평가 포인트로 보면, 디지털엔지니어링 조직과 구성원은 **정량성과와 정성평가**를 함께 받을 것입니다. 회사 입장에서는 궁극적으로 **개발효율 향상**이 핵심이라 그 부분이 강조되고, 개인 평가에서는 **협업 기여도와 전문역량 발휘도** 등이 고려될 것입니다.

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

예컨대 개인 평가시 다음 항목을 볼 수 있습니다: - **프로젝트 기여도**: 맡은 디지털 혁신 프로젝트 목표 달성 여부와 그 사람의 기여. (예: A 씨 주도로 해석 자동화 툴 개발 완료 -> 기여 높음) - **문제 해결 실적**: 연중 발생한 개발 프로세스 문제들을 얼마나 창의적으로 해결했는지. (예: 시뮬레이션 결과 오차 이슈를 발견해 개선함) - **커뮤니케이션/고객만족**: 함께 일한 관련 부서로부터 피드백 (예: "B 씨 지원으로 우리팀 업무가 빨라졌다" 등). 혹은 PM 으로서 일정/자원 조율을 잘했는지. - **전문성 개발**: 새로운 기술 습득과 활용 노력 (예: 신기술 도입을 제안하거나, 최신 논문 스터디 등 지식공유를 주도). - **현대차 핵심가치 실천**: 앞서 언급한 Hyundai Way 10 가지를 얼마나 실천했는지 (도전과제 수행, 협업태도, 데이터 활용, 윤리 등).

특히 이 직무는 **정량화된 KPI** 도 중요하지만, **변화를 이끈 리더십과 태도**도 평가에서 크게 반영될 것입니다. "현업에서 싫어해도 포기하지 않고 끝내 도입했다"거나 "타부서 갈등을 원만히 해결했다"는 등의 사례가 있다면 좋은 평가로 이어지겠죠.

또한 현대차는 연말에 **성과발표회** 등을 통해 우수 개선사례를 공유하고 시상하기도 합니다. 디지털엔지니어링의 혁신 프로젝트가 사내 사례로 선정되어 임원들에게 호평받는다면, 그 팀과 개인은 높은 평가와 승진 등의 보상을 기대할 수 있을 것입니다.

따라서 지원자는 단순히 기술적 역할뿐 아니라, **자신이 이 직무에서 성과를 낼 수 있는 방향**까지 생각해두면 좋습니다. 예컨대 "입사 후 1 년차에는 작은 툴 개선으로 1 인당 5 시간 절약을 달성하고, 3 년 내엔 MBSE 정착으로 프로토타입 1 회 줄이는 것이 목표"라는 식으로 구체적 성과 이미지까지 갖고 있다면, 면접관에게 "준비된 인재"로 인식될 수 있습니다.

5.5 대표 업무 시나리오 (가상의 워크플로우 예시)

마지막으로, **디지털엔지니어링 직무의 실제 업무 시나리오**를 하나 가상으로 그려보겠습니다. 가령 현대차에 **차세대 전기 SUV 개발 프로젝트**가 있다고 합시다. 디지털엔지니어링팀의 A 씨(신입 2 년차)가 그 프로젝트에 어떻게 기여하는지를 시나리오로 묘사하면:

① 프로젝트 킥오프 단계:

차세대 전기 SUV 개발이 시작되면, A 씨는 디지털엔지니어링 담당 선배들과 함께 초기 **개발 계획 수립 회의**에 참석합니다. 여기서 차량 목표 성능, 개발 일정 등을 듣고, **디지털 개발 전략**을 제안합니다. A 씨는 "이번 프로젝트에서는 **디지털 트윈**을 적극 활용해 물리 프로토타입을 1 회로 줄이는 것을 목표로 하겠습니다"라고 제안합니다[76]. 구체적으로 **버추얼 개러지**에 이 차량의 가상모델을 구축하고, 주요 검증을 가상으로 선행하겠다는 계획입니다[68]. 이를 위해 A 씨는 **개발 각 단계별 디지털 활용 플랜** (설계단계선 MBSE 로 요구사항 관리, 설계-해석 병행, 가상충돌/가상주행 100% 실시, 생산공정도 VE 시스템으로 검증 등)을 문서화해 프로젝트 매니저(PM)에 제시합니다. PM 은 긍정적으로 받아들이고, 경영층도 "이번에는 시범 케이스로 완전한 디지털개발을 해보라" 지시를 내립니다.

㉔ 설계/해석 단계:

차량 설계자들이 CAD 로 프레임, 배터리팩 등을 설계하기 시작하면, A 씨는 **R&D 데이터 허브**에서 해당 설계 데이터가 잘 업로드되고 버전관리 되는지 실시간 모니터링합니다[67]. 어느날 새시 설계 변경이 있었는데 해석팀에 제때 공유되지 않는 이슈가 발생합니다. A 씨는 이를 캐치하고 설계팀 PDM 시스템과 해석팀 CAE DB 간 **디지털 스레드 연결**에 누락이 있음을 발견합니다. 알고 보니 파일명 규칙이 통일되지 않아 자동 매핑이 안 된 것입니다. A 씨는 곧바로 두 팀과 미팅을 잡아 **데이터 명명 규칙 표준**을 정하고, 스크립트를 수정해 실시간 연동을 복구시킵니다[69]. 이제 설계 변경이 생기면 해석팀에 자동 알림과 업데이트가 이루어져 **딜레이가 사라집니다**. 해석팀장은 이 대응에 만족하며 "A 씨 덕분에 재작업 시간을 줄였다"고 칭찬합니다.

동시에 A 씨는 **충돌해석 분야** 서포트를 맡았습니다. 차세대 전기 SUV 는 배터리 탑재로 중량이 커 기존 해석모델을 조정해야 하는데, 해석엔지니어들이 고충을 토로합니다. A 씨는 **충돌 해석 시뮬레이션 시간**이 너무 오래 걸리는 문제를 듣고, GPU 병렬화 옵션을 적용하거나, AI 기반 **시뮬레이션 가속 알고리즘**(대체 모델)을 도입해볼 것을 제안합니다[70]. 테스트 결과 기존 10 시간 걸리던 해석이 4 시간으로 단축됩니다. 해석팀은 개발기간 단축에 큰 도움이 된다며 기뻐하고, 이 결과를 사내 공유하기로 합니다.

㉕ 검증 단계:

이제 부품 시제품이 나오고 물리 시험이 진행됩니다. A 씨는 특히 **주행 테스트 데이터**를 **디지털트윈**에 반영하는 작업을 맡았습니다[84]. 예를 들어 실제 주행 중 모터 온도 데이터, 배터리 열관리 데이터 등을 실시간으로 수집해, 사전 구축한 **열관리 시뮬레이션 모델**과 비교합니다. 첫 시험 결과, 여름철 혹서 주행 시 배터리온도가 예상보다 높게 나와 시뮬레이션과 오차가 있습니다. A 씨는 테스트팀과 협력해 환경조건을 재현하고, 시뮬레이션 모델의 냉각계통 효율 파라미터를 조정해 오차를 5% 이내로 줄입니다. 이를 통해 **모델의 정확도를 향상**시켰고, 이후 추가 테스트를 시뮬레이션으로 대체 가능하게 합니다[73].

또한 충돌 테스트에서도, A 씨는 **물리 테스트와 CAE 결과 비교** 작업을 자동화했습니다. 고속카메라 영상과 가속도계 데이터를 분석해, CAE 결과와 곡선 비교 리포트를 자동 생성하는 툴을 Python 으로 짰습니다. 이를 활용하니 충돌 시험 후 1 일 걸리던 분석 리포트를 1 시간만에 뽑아볼 수 있게 되었습니다. 덕분에 **CAE 모델 보정이 신속**해졌고, 2 회 예정이던 추가 충돌시험을 1 회로 줄일 수 있었습니다.

㉖ 양산 직전 단계:

개발 막바지, A 씨와 팀은 이번 프로젝트의 **디지털엔지니어링 성과 보고서**를 작성합니다. 거기에 "디지털개발로 프로토타입 1 회 절감, 개발기간 1 개월 단축, 비용 5 억 절감" 등의 수치를 담습니다. 또한 **버추얼 개러지에 축적된 모델 자산** 목록을 정리합니다 (e.g. 전기 SUV

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

Virtual Prototype v1.0, 충돌/주행 통합모델 등). A 씨는 이 자산들이 추후 다른 프로젝트에 재활용될 것을 기대합니다[85].

양산 승인 회의에서, 경영진은 “이번에 디지털엔지니어링 덕을 톡톡히 봤다”고 평가하며, 핵심 기여자들에게 포상을 합니다. A 씨는 신입이지만 충돌해석 자동화와 데이터 연동 개선으로 공헌한 바 커 특별상과 함께 다음 프로젝트 **디지털 PM**으로 지명됩니다.

㊤ 사후 지식 공유:

출시 후 A 씨는 내부 세미나에서 이번 프로젝트 사례를 발표합니다. “디지털개발을 통해 어떻게 효율을 높였나”가 주제입니다. 이 발표는 사내 연구원들에게 좋은 반응을 얻어, 다른 차종 개발팀에서도 A 씨에게 협업 요청이 옵니다. A 씨는 자신의 역할이 회사 내 **디지털혁신 전도사** 같다고 느끼며 보람을 느낍니다.

결론적으로, 현대자동차 **디지털엔지니어링** 직무는 **자동차 개발의 패러다임 전환**을 이끄는 심장부 역할입니다. 지원자는 산업과 회사, 그리고 직무에 대한 깊은 이해를 바탕으로, 자신의 역량을 해당 역할에 맞춰 어필해야 합니다. 현대차와 자동차산업 전반에 대한 폭넓고도 깊은 통찰, 현대차가 직면한 도전과 전략, 그리고 지원 직무의 특성과 요구 역량까지 통섭하여 지원동기와 포부를 논리적으로 밝힌다면, 현대자동차가 찾는 “**도전, 소통, 창의의 인재**”상에 부합하는 것으로 강하게 어필될 것입니다.

[1] [2] [3] [5] What Next for the Global Car Industry – Analysis - IEA

<https://www.iea.org/reports/what-next-for-the-global-car-industry>

[4] [33] [38] [52] 현대자동차·기아 연구개발 조직 대규모 개편

<https://www.hyundaimotorgroup.com/ko/news/CONT0000000000095925>

[6] [15] [20] Tesla Loses Global EV Crown In 2025

<https://www.carpro.com/blog/tesla-loses-global-ev-crown-in-2025>

[7] [17] [21] Tesla struggles to course correct from sales skid | Reuters

<https://www.reuters.com/business/autos-transportation/tesla-struggles-course-correct-sales-skid-2025-11-26/>

[8] [31] Hyundai Motor Company Named One of 'World's Best Companies ...

<https://www.hyundainews.com/releases/4644>

[9] HYMKRX's Market share relative to its competitors, as of Q2 2025

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

<https://csimarket.com/stocks/competitionSEG2.php?code=HYMKRX>

[10] Global Motor Vehicles Growth Analysis - Size and Forecast 2024

<https://www.technavio.com/report/motor-vehicles-market-analysis>

[11] [14] [28] [29] [39] Hyundai Motor ranks 2nd in operating profit among global automotive peers in 2025 - The Korea Times

<https://www.koreatimes.co.kr/business/companies/20260311/hyundai-motor-ranks-2nd-in-operating-profit-among-global-automotive-peers-in-2025>

[12] [13] [37] [67] [68] [69] [70] [74] [77] [79] [80] [83] [85] [86] [포커스] 디지털 데이터와 연결된 프로세스가 자동차 개발을 혁신한다 - 캐드앤그래픽스

<https://www.cadgraphics.co.kr/newsview.php?pages=news&sub=news01&catecode=2&num=69700>

[16] [25] [26] [27] [30] [34] [35] [36] Hyundai Motor Announces 2025 Annual and Q4 Business Results

<https://www.hyundai.com/worldwide/en/newsroom/detail/hyundai-motor-announces-2025-annual-and-q4-business-results-0000001116>

[18] [24] Hyundai targets 30% rise in sales by 2030, as it doubles hybrid lineups | Reuters

<https://www.reuters.com/business/autos-transportation/hyundai-motor-targets-30-rise-sales-by-2030-it-expands-hybrid-lineup-2024-08-28/>

[19] [22] [42] [43] [44] [45] [46] [47] [48] [49] [53] [54] Values - 기업이념 - 기업정보 - 회사소개 | 현대자동차 - 현대닷컴 | 대한민국 대표 자동차회사 hyundai.com

<https://www.hyundai.com/kr/ko/info/ideology/main-value>

[23] Hyundai Motor Achieves Record Brand Valuation of \$24.6 Billion in ...

<https://www.hyundaimotorgroup.com/en/news/CONT0000000000189264>

[32] 현대차그룹, 2025년 연말 임원 인사 실시

<http://m.wsobi.com/news/articleView.html?idxno=299555>

[40] [41] [50] [64] [65] [66] 현대자동차 인재상 및 핵심 가치 | 자소서 작성 전략 - 링크리어 커뮤니티

심층 분석 보고서: 현대자동차-디지털 엔지니어링

https://community.linkareer.com/employment_data/3941722

[51] [60] [Team Hyundai Talk] 디지털엔지니어링, 디자인엔지니어링 - YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=GBnq1XtAKk8>

[55] [56] [57] [58] [62] [81] 2025년 현대자동차 채용 전략! 취준생이 꼭 알아야 할 핵심 정보

<https://eagerness.tistory.com/entry/2025%EB%85%84-%ED%98%84%EB%8C%80%EC%9E%90%EB%8F%99%EC%B0%A8-%EC%B1%84%EC%9A%A9-%EC%A0%84%EB%9E%B5-%EC%B7%A8%EC%A4%80%EC%83%9D%EC%9D%B4-%EA%BC%AD-%EC%95%8C%EC%95%84%EC%95%BC-%ED%95%A0-%ED%95%B5%EC%8B%AC-%EC%A0%95%EB%B3%B4>

[59] [현대자동차] 10 월 신입 채용 (연구개발) | 공모전 대외활동-링크리어

<https://linkareer.com/activity/272929>

[61] 신입 채용 프로세스 - 현대자동차 인재채용

<https://talent.hyundai.com/apply/applyProcess.hc>

[63] 현대차 입사자가 말하는 면접 비법...예상 질문 키워드로 암기 | 매거진한경

<https://magazine.hankyung.com/job-joy/article/202102189234d>

[71] [78] NVIDIA AI 와 Omniverse 로 차세대 모빌리티 혁신 나서는 현대자동차그룹

<https://blogs.nvidia.co.kr/blog/hyundai-motor-group-ces/>

[72] [73] [75] [76] [82] [84] [인터뷰] 박귀영 현대자동차 디지털엔지니어링센터 상무 - 캐드앤그래픽스

<https://www.cadgraphics.co.kr/newsview.php?pages=news&sub=new01&catecode=2&num=70498>