

심층분석보고서

대상-유산균실험

2026.05.15

1장: 산업(섹터) 분석

1-1. 프로바이오틱스 산업의 정의와 4세대 진화

프로바이오틱스는 FAO/WHO 정의에 따르면 "적정량을 투여할 때 숙주에게 건강상 이익을 주는 살아있는 미생물"입니다. 식약처는 이를 "장내 미생물 균형을 개선해 유익한 작용을 하는 살아있는 균"으로 규정합니다. 산업은 네 가지 카테고리로 진화해 왔습니다. 첫째는 살아있는 균 그 자체인 프로바이오틱스, 둘째는 균의 먹이가 되는 비소화성 성분인 프리바이오틱스, 셋째는 두 가지를 결합한 신바이오틱스, 넷째는 ISAPP가 2021년 정의한 사균체와 대사산물 기반의 포스트바이오틱스입니다.

국내 시장에서는 포스트바이오틱스를 '4세대 유산균'이라는 이름으로 마케팅하며, Akkermansia muciniphila 같은 차세대 프로바이오틱스(NGP)가 비만과 대사질환 영역에서 주목받고 있습니다. 이러한 카테고리 진화는 산업의 무게중심이 '살아있는 균을 얼마나 많이 넣었는가'에서 '어떤 기능을 과학적으로 입증했는가'로 이동하고 있음을 보여줍니다. 발효 바이오 산업은 유산균 산업의 상위 범주로서 효소, 아미노산, 바이오 소재까지 포괄하며, (주)대상의 핵심 사업영역과 상당 부분 겹칩니다. 대상이 유산균 영역에 진입하는 행보는 신사업 진출이라기보다 70년간 다뤄온 발효 기술을 인접 영역으로 확장하는 과정으로 이해할 수 있습니다.

1-2. 국내 시장의 정체와 양극화 신호

한국건강기능식품협회 집계 기준으로 국내 건강기능식품 시장은 2024년 약 6조 440억 원으로 전년 대비 1.6% 줄며 정체했습니다. 그중 프로바이오틱스는 7,777억 원으로 점유율 12.9%, 전년 대비 4.8% 감소하며 4위 카테고리로 후퇴했습니다. 정체의 결정적 원인은 구매 건수 감소입니다. 2022년 4,026만 건이던 구매 건수가 2024년 3,000만 건 미만으로 26.2% 줄었습니다.

다만 같은 기간 개별인정형(기능성) 프로바이오틱스는 26.4% 성장했습니다. 이 수치는 시장이 둘로 갈라지고 있음을 알려줍니다. 한쪽은 락토피트로 대표되는 가격 중심의 매스 제품이고, 다른 한쪽은 균주와 기능을 앞세운 프리미엄 제품입니다. 매스 제품군은 구매 건수 감소와 가격 경쟁의 직격탄을 맞은 반면, 기능성 입증 제품군은 오히려 성장했습니다. 이 양극화는 신규 진입 기업이 가격이 아니라 개별인정형 균주 연구개발로 승부해야 한다는 분명한 신호입니다. 후발주자가 매스 시장에서 기존 강자와 가격으로 맞붙는 전략은 수익성을 확보하기 어렵습니다.

1-3. 글로벌 시장의 두 자릿수 성장 전망

글로벌 프로바이오틱스 시장 규모는 조사기관마다 추정치 편차가 크지만, 모든 기관이 견조한 성장을 전망한다는 점은 일치합니다. Grand View Research는 2025년 1,139.7억 달러에서 2033년 3,011.7억 달러로 연평균 12.8% 성장을 전망합니다. Global Market Insights는 2024년 721억 달러에서 2034년 1,651억 달러로 연평균 8.5% 성장을 추정합니다. Fortune Business Insights는 2025년 약 731.3억 달러로 보면서 아시아태평양 지역이 48.35%를 점유한다고 분석합니다.

지역 구조를 보면 아시아태평양이 2025년 점유율 39.1%(Grand View Research 기준)로 가장 큰 시장이며, 그중 중국이 단일 국가로 48.4%를 차지합니다. 국내 시장이 정체하는 동안 글로벌 시장, 특히 아시아 시장이 성장하는 디커플링 현상은 한국 기업의 수출 드라이브를 가속하는 구조적 배경입니다. 내수에 머무는 기업은 정

심층 분석 보고서: 대상-유산균실험

체된 시장의 점유율을 두고 출혈 경쟁을 벌여야 하지만, 수출 역량을 갖춘 기업은 성장하는 시장에 올라탈 수 있습니다. 이 지점에서 글로벌 유통망을 이미 보유한 대상의 위치가 의미를 갖습니다.

1-4. 가치사슬 구조와 핵심 수익 지점

프로바이오틱스 가치사슬은 균주 발굴에서 시작해 스크리닝과 기능성 평가, 균주 개량과 은행화, 발효·배양·동결 건조, 소재화(코팅과 캡슐화), 완제품 제조, 유통으로 이어집니다. 진입장벽이 가장 높은 곳은 균주 발굴과 스크리닝 단계입니다. 이 단계는 특허와 임상 데이터, 5년 이상의 연구개발 기간을 요구하며, 라이선스와 로열티 기반의 수익성도 가장 높습니다.

개별인정형 완제품 역시 진입장벽이 큼니다. hy의 HY7017 사례를 보면 인체적용시험에 5년간 약 11억 원이 들었습니다. 반면 식약처 고시형 균주 19종을 활용한 일반 완제품은 가격 경쟁이 심한 레드오션입니다. 유통 단계에서는 약국 중심의 프리미엄 채널, 홈쇼핑, 온라인 D2C, 해외 수출이 네 가지 주요 채널을 이룹니다. 가치사슬 전체를 놓고 보면 B2B 균주 공급의 마진이 B2C 완제품 마진보다 높은 구조입니다. 글로벌 평균 시장은 2024년 1월 Chr. Hansen과 Novozymes가 합병해 출범한 연매출 37억 유로 규모의 Novonesis, 그리고 IFF와 Lallemand 같은 유럽계 기업이 과점하고 있습니다. 한국 기업이 이 가치사슬에서 부가가치가 높은 발굴·소재 단계로 올라서려면 자체 균주 라이브러리와 특허 자산이 필수입니다.

1-5. 식약처 규제 변화와 맞춤형 시장 개막

규제 측면에서 가장 큰 변수는 2024년 12월 시행된 식약처 고시 2024-79호와 맞춤형 건강기능식품 판매업 신설입니다. 2024년 1월 건강기능식품법 개정으로 맞춤형 건식 식품 판매업이 법제화됐고, 시행령과 시행규칙 입법 예고를 거쳐 2025년 정식 사업화가 시작됐습니다. 약사와 영양사 등 '맞춤형 건강기능식품 관리자'가 제품을 소분하고 조합해 판매하는 행위가 허용됩니다.

이 제도 변화는 개인 마이크로바이옴 분석 결과를 토대로 맞춤 균주 조합을 처방하는 신규 비즈니스 모델을 가능하게 합니다. 다양한 기능성 균주를 보유한 기업일수록 맞춤형 조합의 선택지가 넓어지므로, 균주 포트폴리오의 폭 자체가 경쟁력이 됩니다. 동시에 개별인정형 균주의 독점 사용권과 강화된 안전성 데이터 요구는 연구개발 역량을 갖춘 대기업에게 유리한 환경을 만듭니다. 규제가 높아질수록 자본과 인력, 시간을 투입할 수 있는 기업과 그렇지 못한 기업의 격차가 벌어집니다.

1-6. 산업 구조 변화의 종합적 해석

1장의 내용을 종합하면 프로바이오틱스 산업은 세 가지 동시 변화를 겪고 있습니다. 첫째, 국내 매스 시장이 정체하면서 개별인정형 기능성 제품으로 무게중심이 옮겨가고 있습니다. 둘째, 글로벌과 아시아 시장이 두 자릿수 안팎으로 성장하면서 수출 역량이 기업 운명을 가르고 있습니다. 셋째, 포스트바이오틱스와 차세대 프로바이오틱스라는 새로운 카테고리가 열리면서 과학적 입증 능력이 차별화 요소로 떠올랐습니다. 이 세 가지 변화는 모두 연구개발 역량을 핵심 변수로 지목합니다. 김치와 전통발효 식품에서 유래한 한국형 균주는 글로벌 시장에서 차별화 자원이 될 수 있으며, 이 자원을 가장 풍부하게 보유한 기업 중 하나가 종가 김치 자산을 가진 대상입니다.

2장: 주요 기업 비교 및 대상 회사 포지셔닝

2-1. 시장 1위 경쟁: hy와 종근당건강의 양강 구도

hy(에치와이, 옛 한국야쿠르트)는 2024년 별도 매출 1조 355억 원으로 전년 대비 4.7% 줄었고, 영업이익은

심층 분석 보고서: 대상-유산균실험

582억 원으로 14.9% 감소했습니다. 그럼에도 hy의 핵심 자산은 5,000종이 넘는 균주 라이브러리와 HY7714(피부), HY7601(체중), HY7712(면역) 등 다수의 개별인정형 균주입니다. 2025년 11월에는 인삼 뿌리에서 유래한 HY7017이 면역기능 증진 개별인정형 원료로 인정받았고, B2B 원료사업인 hyLabs는 2024년 147억 원에서 2025년 누적 470억 원으로 확장됐습니다. 다만 2026년 1월 '월 당벌런스' 제품에서 대장균이 검출돼 자진회수에 들어갔고 식약처가 품목제조정지 15일을 검토한 점은 단기 평판 리스크입니다.

종근당건강은 락토픽 단일 브랜드로 2024년 매출 4,973억 원을 기록하며 8.5% 반등에 성공했으나 영업적자가 발생했습니다. 모회사 종근당바이오는 2025년 매출 1,600억 원에 당기순손실 28.8억 원으로 적자 전환했습니다. 종근당 진영의 실적은 매스 시장에서 매출 규모를 키우더라도 가격 경쟁이 수익성을 갉아먹는다는 사실을 보여줍니다.

2-2. 프리미엄과 기술 차별화: CJ웰케어와 일동바이오사이언스

CJ웰케어는 2022년 CJ제일제당에서 분할된 건강기능식품 자회사입니다. 국내 최초의 개별인정형 유산균 CJLP133(피부면역)과 CJLP243(장 건강)을 무기로 삼습니다. 2025년 9월에는 단백질 21g에 CJLP243을 더한 'BYO 하이프로틴 유산균'을 출시했고, 2026년 초에는 170mg 크기의 초소형 상온 캡슐인 '바이오코어 피부면역 캡슐'을 내놓으며 고품량·고기능성 라인업을 빠르게 늘리고 있습니다.

일동바이오사이언스는 일동홀딩스 자회사로 2028년 기업공개를 목표로 합니다. 국내 최초로 포스트바이오틱스 개별인정을 받은 비피도박테리움 브레베 BBR4401을 중심으로 GRAS 인증 20종, 4종 코팅 기술, CDMO 역량을 보유하고 있습니다. 2026년 비타푸드 유럽 행사(바르셀로나)에 참가하며 글로벌 확장을 본격화하고 있습니다. 두 기업은 공통적으로 가격이 아닌 균주의 과학적 차별성과 제형 기술로 경쟁한다는 점에서 후발주자가 참고할 모델입니다.

2-3. 수출 강자와 B2B 균주 전문기업

셀바이오텍은 2025년 매출 533억 원으로 6.8% 늘었고 영업이익은 79억 원으로 16.4% 증가했습니다. 12년 연속 국내 프로바이오틱스 수출 1위 기업이며, 55개국 진출, 덴마크 자회사, FDA GRAS 11종 등 글로벌 인프라가 핵심 강점입니다. 2025년 9월 손석구를 모델로 한 '221배 강한 유산균' 광고로 내수 시장도 반등하고 있습니다.

메디오젠은 국내 최대 규모인 75톤급 GMP 생산설비를 갖춘 B2B 균주 공급사입니다. GLP-1 분비를 촉진하는 MG741(2025년 다낭성난소증후군 치료 특허 등록), 체지방 감소 MED-02, 구강 유산균 MG4717과 MG4722 등 특허 균주 포트폴리오가 강점입니다. 비피도는 2024년 매출 79억 원의 소형 코스닥 기업이지만, 자체 균주 BGN4, BORI, AD011이 세계 6번째로 FDA NDI와 GRAS를 동시에 인증받은 비피더스 특허 연구개발 강자입니다. 이들 기업은 완제품 브랜드 인지도보다 균주 자체의 기술력으로 시장에서 자리를 잡았습니다.

2-4. 대상의 상대적 포지셔닝

다섯 개 경쟁사와 비교하면 대상은 완제 건강기능식품 시장에서 마이너 플레이어입니다. 그러나 그룹 차원으로 시야를 넓히면 대상은 70년 발효 인프라와 종가 김치 글로벌 채널이라는 독보적 자산을 보유하고 있습니다. 종가 김치 수출액은 2025년 9,000만 달러로 국내 김치 수출의 55%를 점유합니다. 미국 LA 김치공장(2022년), 폴란드 합작법인(2023년), 인도네시아와 베트남 공장을 포함한 10개 해외 생산기지가 가동 중입니다.

포지셔닝 후보는 세 가지로 정리됩니다. 첫째는 메디오젠과 일동바이오가 자리한 B2B 균주·발효 원료 영역입니다. 둘째는 hy, CJ웰케어와 차별화되는 김치 유래 균주 기반의 K-발효 헤리티지 B2C 프리미엄 영역입니다. 셋

심층 분석 보고서: 대상-유산균실험

째는 쉐바이오텍을 추격하는 글로벌 K-유산균 수출 영역입니다. 종근당이 자리한 볼룸 시장이나 CJ·쉐바이오텍이 선점한 글로벌 프리미엄 시장보다는, K-발효 헤리티지를 기반으로 한 니치 프리미엄이 대상에게 합리적인 선택입니다. 이 포지셔닝은 회사가 가진 자산과 가장 잘 부합하며 기존 강자와의 전면 충돌을 피할 수 있습니다.

2-5. 최근 6개월 업계 이슈 흐름

2025년 9월부터 2026년 5월까지 업계는 격동기를 보냈습니다. 2025년 9월에는 쉐바이오텍의 손석구 캠페인, 메디오젠의 MG741 GLP-1 특허, CJ의 'BYO 하이프로틴' 출시가 잇따랐습니다. 11월에는 hy의 HY7017 개별인정형 인정과 메디오젠의 다낭성난소증후군 치료 특허 등록이 발표됐습니다. 2025년 12월 대상은 독일의 의약품 아미노산 기업 '아미노 유한회사'를 502억 원에 인수하며 의약 바이오로 영역을 넓혔습니다. 2026년 1월에는 hy의 '월 당밸런스' 대장균 검출 자진회수 사고가 발생했습니다.

같은 시기 검찰이 대상, CJ제일제당, 삼양사 등을 10조 1,520억 원 규모의 전분당 담합 혐의로 25명을 기소(2026년 4월)한 사건도 산업 전반의 평판 리스크 변수로 떠올랐습니다. 이 일련의 흐름은 업계 전반이 개별인정형 균주 확보, GLP-1·대사질환 같은 신기능성 영역 선점, 글로벌 확장이라는 방향으로 빠르게 움직이고 있음을 보여줍니다.

2-6. 포지셔닝의 종합 평가

대상은 hy, 종근당, CJ가 갖지 못한 김치와 종가 헤리티지를 보유하면서, 동시에 메디오젠과 일동이 갖지 못한 글로벌 김치 유통 채널을 보유한 드문 기업입니다. 이 두 자산을 결합하면 한국형 발효 균주를 글로벌 시장에 실어 보낼 수 있는 잠재력이 생깁니다. 다만 후발주자라는 위치는 분명한 과제도 남깁니다. 개별인정형 균주 라이브리리의 양적 확보, 포스트바이오틱스와 차세대 프로바이오틱스 같은 신영역에서의 추격 속도가 회사의 향후 경쟁력을 좌우합니다. 대상의 강점과 약점은 모두 연구개발 역량 한 곳으로 수렴하며, 이 점이 유산균 실험 직무의 전사적 중요도를 설명합니다.

3장: 대상 회사 심층 분석

3-1. 사업 구조와 식품·소재 두 기둥

(주)대상은 2025년 연결 매출 4조 4,013억 원으로 3.4% 늘었고, 영업이익은 1,693억 원으로 4.3% 줄었습니다. 2024년 별도 기준으로 식품 부문은 2조 8,364억 원으로 1.5% 늘었고, 소재 부문은 1조 4,187억 원으로 8.1% 성장했습니다. 소재 부문 영업이익은 478억 원으로 356.7% 급증했는데, 라이신에 대한 EU 반덤핑 관세 수혜가 컸습니다.

식품 부문은 청정원(장류와 조미료), 종가집(김치와 반찬), 안주야(가정간편식), 호밍스로 이뤄집니다. 소재 부문은 전분당(국내 1위), MSG와 핵산(미원), 라이신, 알룰로스, 아미노산, 미세조류로 다각화돼 있습니다. 다만 2025년 3분기 기준 소재 부문 매출은 전년 동기 대비 15% 줄었습니다. 중국산 라이신이 재유입되고 주류·음료 같은 전방산업이 부진한 영향입니다. 소재 부문 실적이 외부 변수에 크게 흔들리는 구조는 회사가 변동성이 낮고 부가가치가 높은 새로운 수익원을 필요로 한다는 점을 알려줍니다. 유산균과 발효 소재는 그 후보군에 들어갑니다.

3-2. 글로벌화와 동남아 거점 전략

대상은 동남아 10개국에 진출해 2025년 동남아 법인 합산 매출 약 7,900억 원을 기록했습니다. 이는 2021년

심층 분석 보고서: 대상-유산균실험

대비 29% 늘어난 수치이며, 회사는 2030년 동남아 매출 1조 원을 목표로 제시했습니다. 베트남에서는 벳찌, 띠이닝, 하이즈영, 흥옌 4개 공장을 가동하며 2024년 김과 간편식 라인 증설에 300억 원을 투자했습니다. 인도네시아에서는 마마수카 브랜드가 김 시장 점유율 50%를 넘기며 200여 SKU를 운영합니다.

미국에서는 2022년 한국 식품기업 최초로 LA에 김치공장을 세워 가동하고 있으며, 종가 김치의 미국 수출은 2023년 이후 1위 시장 지위를 지키고 있습니다. 이 글로벌 채널은 향후 K-유산균을 함께 실어 보낼 수 있는, 사실상 완성된 유통 인프라입니다. 신규 균주나 발효 소재를 개발하더라도 이를 시장에 내보낼 통로가 없으면 사업화가 어렵지만, 대상은 그 통로를 이미 갖추고 있습니다.

3-3. 발효 헤리티지와 R&D 인프라

대상의 차별화 핵심은 70년 발효 노하우입니다. 1956년 미원(국내 최초 발효 조미료이자 한국 MSG 산업의 시 작), 1965년 전분당, 1973년 핵산과 라이신, 1987년 종가집 김치 1위, 2022년 미국 LA 김치공장으로서 이어지는 발효 산업의 원조 기업이며, 종가집은 세계 최초로 포장김치를 상업화한 기업입니다.

연구개발 본거지는 2022년 8월 문을 연 서울 마곡의 '대상 이노파크'입니다. 연면적 3.5만 제곱미터에 약 1,200억 원을 투자했으며, 식품연구소, 김치기술연구소(소장 이정성), BIO연구소(소장 박준현), 전분당연구소, 건 강연구소, 식품안전센터, Global연구실이 한 캠퍼스에 모였습니다. BIO연구소는 "글로벌 최고 수준의 산업 미생 물 개량 및 대량 발효 기술" 보유를 표방합니다. 마곡 이전은 우수한 연구개발 인력을 확보하고 인근 기업·대학 과 공동연구를 추진하기 위한 전략적 결정이었습니다. 서로 다른 연구소를 한곳에 모은 배치는 균주 발굴부터 김치 적용, 소재화까지의 협업을 빠르게 만드는 효과를 노립니다.

3-4. 유산균·마이크로바이옴 관련 활동

대상은 김치에서 추출한 특허 유산균 2종을 자체 개발해 '종가 생생유산균 포기김치'에 적용했습니다. 구체적으 로는 *Leuconostoc mesenteroides* 종가집김치아이(DRC1506, 2017년 김치발효종균 특허 출원), 항인플루엔 자 균주인 *Lactobacillus plantarum* DSR M2(튼튼 포기김치 적용), 김치 유래 식물성 유산균 발효액 항균제(특 허 10-2009-0018086) 같은 자산을 축적해 왔습니다. 또한 한국식품연구원, 세계김치연구소, 고려대 등과 공 동연구를 진행하며 김치 유산균의 과학화에 협력해 왔습니다.

THAIFEX 2025에서는 'probiotic-rich kimchi' 콘셉트로 유럽 시장용 김치를 선보였습니다. 이는 김치를 발효 식품이 아니라 프로바이오틱스 식품으로 자리매김하려는 글로벌 마케팅 행보입니다. 다만 정제나 캡슐 형태의 프로바이오틱스 단독 브랜드는 아직 약합니다. 이 빈 공간은 회사의 향후 성장 여지이자, 신입 연구 인력이 기여 할 수 있는 핵심 영역입니다. 김치라는 원천 소재와 글로벌 채널을 보유한 회사가 정작 정제·캡슐 완제품 라인업 이 약하다는 사실은, 균주 발굴과 기능성 평가, 인허가를 담당할 연구 인력의 역할이 그만큼 크다는 의미입니다.

3-5. 임정배 대표의 70주년 신년사와 전략 방향

2026년 1월 임정배 대표의 신년사는 '창립 70주년, 100년 기업 도약'을 키워드로 삼아 두 가지 방향을 명확히 했습니다. 하나는 글로벌 사업 성장이고, 다른 하나는 수익 중심의 질적 성장입니다. 특히 "전략 방향에 맞지 않 거나 수익적 기여를 하지 못하는 사업 영역은 과감히 중단한다"는 발언은, 신사업조차 수익성 검증을 거쳐야 한 다는 원칙을 알려줍니다. AI 도입을 통한 업무 효율화와 비용 구조 개선, 본사·기술원·사업부·해외법인을 잇는 원 팀 조직 재편도 함께 추진합니다.

임정배 대표는 별도로 종가 단일 브랜드의 매출을 2~3년 안에 1조 원으로 끌어올린다는 목표를 제시했습니다. 2024년 종가 매출이 약 5,000억 원이었던 점을 고려하면 공격적인 목표입니다. 경영 구조를 보면 임상민 부사

심층 분석 보고서: 대상-유산균실험

장이 전략을, 임세령 부회장이 마케팅을 맡는 자매 공동경영 체제가 신사업과 인수합병을 이끌고 있습니다. 2025년 12월 단행한 독일 아미노 인수(502억 원, 2026년 3월 거래 종결)는 의약품 세포배지와 부형제 시장 진입을 의미하며, 마이크로바이옴 신약 CDMO와의 시너지 가능성을 열었습니다. 회사 전략 전반이 '수익성 검증'을 통과한 글로벌 고부가가치 사업'으로 정렬되고 있으며, 유산균·발효 소재는 이 기준에 부합하는 영역입니다.

3-6. 리스크 요인 분석

가장 큰 단기 리스크는 2026년 4월 검찰의 전분당 담합 기소입니다. 10조 1,520억 원 규모, 25명 기소, 임정배 대표에 대한 영장 2차 기각 후 불구속 기소가 이어졌고, 가격 인하 단행과 과징금 부과 가능성이 남아 있습니다. 원자재 측면에서는 옥수수과 대두 가격, 환율, 중국산 라이신의 저가 공세가 변동성을 키웁니다. 2021년 CJ제일 제당이 제기한 라이신 균주 특허침해 100억 원대 소송(2022년 합의)에서 보듯, 균주와 발효 지식재산권 분쟁도 잠재 리스크입니다.

이러한 리스크는 한 가지 결론으로 모입니다. 소재 부문의 변동성을 줄이려면 외부 가격 변수에 덜 휘둘리는 고부가가치 균주·바이오 소재가 필요하다는 것입니다. 유산균 연구개발은 이 과제와 맞물려 있으며, 회사가 평판·재무 리스크를 안고 있는 시점일수록 차별화된 신성장 영역의 가치는 커집니다.

3-7. 회사 분석의 종합

3장의 내용을 종합하면 대상은 식품과 소재라는 두 기둥 위에 서 있으나, 소재 부문의 외부 변수 의존도가 높고 식품 부문의 성장은 완만합니다. 회사는 글로벌 김치 채널, 70년 발효 기술, 마곡 R&D 인프라, 독일 아미노 인수라는 자산을 빠르게 정렬하며 고부가가치 영역으로 이동하려 합니다. 유산균은 김치라는 원천 소재, 발효 기술, 글로벌 채널이 모두 만나는 지점에 있으며, 회사가 가진 자산을 가장 자연스럽게 연결하는 사업 영역입니다.

4장: 인재상/조직문화

4-1. 공식 인재상 TOP-IN의 의미

대상의 공식 인재상은 TOP-IN입니다. T는 Talented로 뛰어난 재능을, O는 Open-minded로 열린 사고와 의사소통을, P는 Passionate로 강한 책임감과 열정을, IN은 INnovator로 글로벌 식품업계를 선도하는 창의·혁신 인재를 뜻합니다. 공통역량은 주인의식, 열린 의사소통, 창의적 사고라는 세 가지 핵심가치이며, 창업이념은 "인간의 존엄과 자존을 중시하고 고객 만족과 가치를 창출"하는 것입니다.

채용과 평가에서 이 인재상은 구체적으로 해석할 수 있습니다. T는 전공 전문지식을 뜻하며, 연구개발 직무에서는 미생물학과 발효공학 도메인의 깊이를 의미합니다. O는 부서 간 협업과 글로벌 마인드로 나타납니다. P는 장기 프로젝트를 끝까지 완수하는 책임감으로 이어집니다. IN은 특허, 논문, 신균주 같은 혁신 결과물로 입증됩니다.

4-2. 능력주의 인사철학과 평가 체계

대상의 인사철학은 능력주의 인사제도, 차별적 보상, 과감한 발탁승격, 투명한 평가과정인 '열린 인사' 성과 배분제로 요약됩니다. 연공서열보다 업적과 능력을 기준으로 차등 보상을 한다는 점을 명시하며, 평가 결과를 피드백하는 열린 평가를 표방합니다.

연구개발 직무에서는 신균주 발굴 건수, 특허와 논문 산출, 식약처 등록 성과 같은 객관적 산출물 중심의 평가가 이뤄질 가능성이 높습니다. 신입 1~2년은 트레이닝 기간으로 선임 연구원을 보조하는 역할이 중심이며, 이후 독

심층 분석 보고서: 대상-유산균실험

자 프로젝트를 맡는 흐름은 일반적인 식품 대기업 연구개발 조직의 패턴과 같습니다. 능력주의와 차별적 보상이라는 원칙은, 연구 성과를 꾸준히 쌓는 사람이 보상과 승격에서 앞서가는 구조를 의미합니다.

4-3. 마곡 이노파크의 조직 문화

연구개발 본거지인 마곡 이노파크는 2022년 8월 26년 만의 서울 복귀와 함께 사내카페, 헬스장, 맘스룸, 피트니스 같은 복지시설을 강화했습니다. 잡플래닛의 대상중앙연구소 리뷰(11건, 평점 3.6)를 보면 장점과 단점이 함께 드러납니다. 장점으로서는 장기근속 분위기, 인턴도 연차를 사용할 수 있는 점, 오후 5시 30분 컴퓨터 자동 종료로 정시 퇴근 문화가 자리 잡은 점, 점심 만족도가 높은 점이 꼽힙니다. 단점으로는 팀에 따른 편차, 소규모 팀의 업무량 과중, 사수 눈치를 보는 문화가 일부 남아 있는 점이 지적됩니다.

연구개발 평균 월급은 약 411만 원으로 추정됩니다. 프로젝트 단위의 소규모 셀 조직과 주간 보고, 부서 간 미팅을 중심으로 한 비교적 수평적인 협업이 특징입니다. 이러한 문화는 연구원에게 자기 프로젝트에 대한 책임과 동시에 다른 부서와 자주 소통할 것을 요구합니다.

4-4. 유산균 R&D 도메인이 선호하는 인재 특성

유산균 실험과 연구개발 직무가 일반적으로 선호하는 인재 특성은 다섯 가지로 정리할 수 있습니다. 첫째는 정밀성과 재현성에 대한 집착입니다. 미생물 실험은 오염이나 계대 차이가 결과를 좌우하므로, 같은 조건에서 같은 결과를 내는 능력이 연구의 신뢰도를 결정합니다. 둘째는 장기 인내심입니다. 균주를 발굴해 상용화에 이르기까지 5년에서 10년의 사이클이 걸립니다. 셋째는 상업화 마인드입니다. 식품 대기업의 연구개발은 순수연구가 아니라 산업 연구이며, 제품화와 매출 기여가 최우선 가치입니다. 넷째는 부서 간 협업 능력입니다. 마케팅, 생산, 품질관리, 식약처, 외부 임상시험기관과 끊임없이 소통해야 합니다. 다섯째는 문서화 역량입니다. 특히, 논문, 식약처 인허가 자료를 정확하게 작성하는 능력이 연구 성과를 자산으로 전환합니다.

이 다섯 가지 특성은 서로 연결돼 있습니다. 재현성 있는 실험이 신뢰할 데이터를 만들고, 그 데이터가 문서화를 거쳐 특허와 인허가 자산이 되며, 이 과정을 부서 간 협업으로 제품까지 끌고 가는 데 장기 인내심이 필요합니다.

4-5. 안전·위생·규제 의식이라는 기본기

유산균 실험은 GLP(우수실험실관리기준), GMP, HACCP 기준을 일상적으로 따릅니다. 식약처 개별인정형과 고시형 규제, FDA GRAS 인증 등에 필요한 자료 작성도 업무의 일부입니다. 따라서 무균조작, 혐기 배양, 오염 관리, 균주 안전성(항생제 내성과 독성유전자) 검증에 대한 기본 의식이 합격선의 전제가 됩니다.

신입 단계에서도 평가의 초점은 화려한 성과가 아니라 기본기에 있습니다. 실험 노트를 규율에 맞게 작성하는 태도, 시약과 균주를 정확히 라벨링하는 습관, 폐기물을 규정대로 처리하는 책임감이 그 예입니다. 이러한 기본기는 연구 결과의 신뢰성을 떠받치는 토대이며, 규제 산업에서 일하는 연구자에게 요구되는 최소 자격입니다.

4-6. 인재상과 조직문화의 종합 해석

4장을 종합하면 대상이 원하는 유산균 연구 인력의 모습이 그려집니다. TOP-IN 인재상은 전문지식(T), 협업과 소통(O), 책임감(P), 혁신 결과물(IN)을 요구하며, 이는 유산균 연구개발 도메인이 선호하는 정밀성, 협업, 장기 인내심, 문서화 역량과 일치합니다. 능력주의 인사제도는 객관적 연구 산출물을 보상과 연결하고, 마곡 이노파크의 수평적이고 협업 중심적인 문화는 부서 간 소통 능력을 일상적으로 요구합니다. 결국 대상의 인재상과 조직 문화는 '혼자 실험만 잘하는 사람'보다 '재현성 있는 연구를 부서 간 협업과 문서화로 제품까지 연결하는 사람'을

심층 분석 보고서: 대상-유산균실험

선호한다는 방향으로 수렴합니다.

5장: 직무 분석

5-1. 직무의 핵심 역할: 균주 분리부터 인허가까지

유산균 실험 직무는 여러 영역을 포괄합니다. 먼저 균주 분리와 동정 작업이 있습니다. 김치와 전통발효식품에서 균주를 분리하고 16S rRNA 시퀀싱, MALDI-TOF, 전장유전체 시퀀싱으로 종을 확인합니다. 다음은 균주 라이브러리 구축입니다. 후보 균주를 확보하고 균주 बैं크를 관리하며, 혐기성이거나 배양이 까다로운 균주도 다룹니다. 배양 조건 최적화도 핵심입니다. MRS 배지, 온도, pH, 산소 조건을 조정하고 발효조 스케일업을 진행합니다.

기능성 평가에서는 항균, 면역활성, 콜레스테롤 저하, 항노화 등의 효과를 검증합니다. 안정성 평가에서는 내산성, 내담즙성, 생존율(CFU), LIVE/DEAD 키트, Caco-2 세포 부착도를 측정합니다. 시험분석에서는 HPLC, GC, qPCR, ELISA, 플레이트리더를 활용합니다. 동물모델 실험과 임상시험기관 연계를 통한 생체 내 평가가 이어지고, 마지막으로 식약처 개별인정형·고시형 등록과 GRAS 자료 작성 같은 인허가 업무가 자리합니다. 이 영역들은 균주 발굴에서 시작해 인허가로 끝나는 하나의 긴 사슬을 이룹니다.

5-2. 시간 단위별 업무 사이클

하루 단위로는 배지 준비, 균주 계대 배양, 발효조 모니터링, 엑셀과 그래프를 활용한 데이터 정리, 무균조작이 반복됩니다. 주 단위로는 팀 주간보고, 발효 그래프 분석, 부서 간 미팅이 이뤄집니다. 월 단위로는 균주 스크리닝 라운드와 기능성 평가 마일스톤이 잡힙니다. 분기와 연 단위로는 신균주 보고, 특허 출원, 학회 발표, 사업부와의 제품화 협의가 진행됩니다.

신균주가 발굴돼 식약처 등록과 상용화에 이르기까지 통상 5년에서 10년이 걸립니다. 따라서 이 직무는 단기 성과보다 장기간에 걸쳐 쌓이는 누적 결과물이 중요합니다. 하루의 반복적인 실험이 주와 월의 마일스톤으로 모이고, 그것이 다시 연 단위의 특허와 등록 성과로 이어지는 구조를 이해하는 것이 직무 적응의 출발점입니다.

5-3. 내부·외부 이해관계자 지도

내부 이해관계자로는 마케팅(제품 콘셉트와 STP), 영업과 B2B(소재 영업), 생산(스케일업과 발효조), 품질관리·품질보증(품질과 안전성), 사업기획(원가와 투자 결정)이 있습니다. 외부 이해관계자로는 한국식품연구원, 세계김치연구소, 고려대 등 학계, 임상시험기관(CRO), 식약처(인허가), 한국미생물보존센터(균주 기탁), 글로벌 인증기관(FDA GRAS, EFSA, 할랄, 코셔), 그리고 베트남·인도네시아·미국·폴란드 해외법인의 연구 조직이 있습니다.

이 지도가 알려주는 사실은 유산균 연구개발이 협업 빈도가 매우 높은 직무라는 점입니다. 실험만 잘하는 사람보다 커뮤니케이션과 문서화까지 잘하는 사람이 성과를 내는 구조이며, 연구 결과를 다른 부서와 외부 기관이 이해할 수 있는 언어로 전달하는 능력이 실험 기술만큼 중요합니다.

5-4. 필요 역량의 세 가지 범주

필요 역량은 세 가지 범주로 나눌 수 있습니다. 기술과 지식 범주에서는 미생물학, 분자생물학, 발효공학, 분석화학, 식품공학, 생명공학 지식과 함께 무균조작·혐기 배양 기술, 통계와 실험설계(DOE), 데이터 분석(엑셀, R, Python) 역량이 필요합니다. 분석기기 활용 범주에서는 HPLC, GC, qPCR과 실시간 PCR, FACS, 플레이트리더, 스펙트로포토미터, 발효조, 원심분리기를 다룬 경험이 평가받습니다. 소프트스킬 범주에서는 정밀성과 재현성, 협

심층 분석 보고서: 대상-유산균실험

업과 커뮤니케이션, 문서화(특히, 논문, 보고서), 영어(논문 검색과 글로벌 협업) 능력이 중요합니다.

대상의 글로벌 전략을 고려하면 영어의 비중은 점점 커질 전망입니다. 해외법인 연구 조직과의 협업, 글로벌 인증기관 대응, 해외 학회 발표 같은 업무가 늘어날수록 영어는 부가 역량이 아니라 기본 역량에 가까워집니다.

5-5. KPI와 평가 포인트 추정

이 직무의 핵심성과지표는 여러 항목으로 추정할 수 있습니다. 신균주 발굴 건수와 한국미생물보존센터 등록 균주 수, 식약처 개별인정형 균주 등록과 기능성 인증 획득 건수, 특허 출원과 등록 건수, SCI급 논문과 학회 발표, 안정성·기능성 데이터 패키지 확보 시점, 그리고 상용 제품 적용 성공이 그것입니다. 상용 제품 적용은 증가 김치 종균 적용이나 청정원 발효 제품 적용 같은 형태로 나타납니다.

대상의 능력주의 인사철학과 차별적 보상 원칙을 함께 놓고 보면, 이러한 객관적 산출물이 성과급과 승격에 반영될 가능성이 큼니다. 평가가 객관적 지표 중심으로 이뤄지는 환경은 연구 성과를 꾸준히 기록하고 문서화하는 사람에게 유리합니다.

5-6. 가상 워크플로우 예시: 장 건강 기능성 신균주 개발

장 건강 기능성 신균주를 개발하는 가상 시나리오를 단계별로 정리하면 다음과 같습니다. 첫 단계에서는 증가 김치, 지역별 김치, 전통 발효 채소 같은 발효식품에서 균주를 분리해 라이브러리로 만듭니다. 두 번째 단계에서는 16S rRNA 시퀀싱으로 종을 확인해 *Lactobacillus*와 *Bifidobacterium* 후보를 선별합니다. 세 번째 단계에서는 내산과 내담즙 시험을 거쳐 위장관 통과 생존율이 높은 후보를 골라냅니다. 네 번째 단계에서는 Caco-2 부착도, NO 억제, 면역활성 같은 기능성 평가를 수행합니다.

다섯 번째 단계에서는 쥐 모델 동물실험으로 유효성을 확인합니다. 여섯 번째 단계에서는 항생제 내성과 독성유전자를 검증하는 안전성 평가를 진행합니다. 일곱 번째 단계에서는 발효 조건을 최적화하고 실험실에서 파일럿, 상용 단계로 스케일업합니다. 여덟 번째 단계에서는 식약처 개별인정형 등록 자료를 제출합니다. 아홉 번째 단계에서는 마케팅·영업과 협업해 증가 김치 종균이나 건강기능식품으로 제품화합니다. 마지막 단계에서는 특허 출원과 논문 발표로 지식재산권을 확보합니다. 이 워크플로우는 5년에서 10년 단위로 진행되므로, 장기 인내심과 단계별 마일스톤 관리 능력이 성공을 좌우합니다.

5-7. 직무가 회사 전략에서 갖는 위치

5장을 종합하면 유산균 실험 직무가 회사 전략에서 어디에 자리하는지 분명해집니다. 1장에서 살펴본 산업 변화는 개별인정형 균주와 포스트바이오틱스 같은 연구개발 결과물을 차별화 요소로 지목했습니다. 2장에서 본 경쟁 구도는 대상이 후발주자로서 균주 라이브러리와 신영역 추격이라는 과제를 안고 있음을 보여줬습니다. 3장에서 분석한 회사 자산은 김치 원천 소재, 발효 기술, 글로벌 채널이 모두 연구개발 역량으로 수렴한다는 점을 드러냈습니다. 유산균 실험 직무는 이 세 가지를 잇는 자리에 있습니다. 김치에서 균주를 발굴하고, 기능성과 안정성을 평가하며, 식약처 등록을 거쳐, 글로벌 채널에 실을 제품으로 만드는 일련의 과정이 곧 회사 차별화 전략의 실행 그 자체입니다.

참고 레퍼런스 (References)

1. Grand View Research, Probiotics Market Industry Report 2033 — <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/probiotics-market>

심층 분석 보고서: 대상-유산균실험

2. Grand View Research, Probiotics Market Press Release
— <https://www.grandviewresearch.com/press-release/global-probiotics-market>
3. Grand View Research, Probiotic Dietary Supplements Market
— <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/probiotics-dietary-supplements-market>
4. Global Market Insights, Probiotics Market 2024-2034
— <https://www.gminsights.com/industry-analysis/probiotics-market>
5. Mordor Intelligence, 포스트바이오틱스 시장 보고서
— <https://www.mordorintelligence.kr/industry-reports/postbiotics-market>
6. KISTI ASTI Market Insight, 프로바이오틱스(2022)
— [https://repository.kisti.re.kr/bitstream/10580/17946/1/ASTI%20MARKET%20INSIGHT%20053\(0712\).pdf](https://repository.kisti.re.kr/bitstream/10580/17946/1/ASTI%20MARKET%20INSIGHT%20053(0712).pdf)
7. FoodNavigator, Novonesis 합병 37억 유로
— <https://www.foodnavigator.com/Article/2024/02/02/novonesis-chr-hansen-and-novozymes-merge-to-form-3.7bn-biosolutions-major/>
8. BioIN, 마이크로바이옴과 헬스케어 혁신 프로바이오틱스 산업 전망
— <https://www.bioin.or.kr/board.do?num=289602&cmd=view&bid=industry>
9. 한국건강기능식품협회, 2024 건기식 시장 6조 440억
— https://www.khff.or.kr/user/info/InfoBoardUserView.do?_menuNo=369&boardSeqno=10035&postsSeqno=119022
10. e-나라지표, 건강기능식품 생산현황(식약처)
— https://www.index.go.kr/unity/potal/main/EachDtIPageDetail.do?idx_cd=3051
11. 법제처, 건강기능식품 기능성 원료 인정 규정(식약처고시 2024-79호)
— <https://www.law.go.kr/LSW//admRullInfoP.do?admRulSeq=2100000250458&chrClsCd=010201>
12. 뉴스톱, 국내 성장세 꺾인 프로바이오틱스 해외서 숨통
— <https://www.newstof.com/news/articleView.html?idxno=26652>
13. 식품음료신문, 프로바이오틱스 11조 시장 아시아 절반
— <https://www.thinkfood.co.kr/news/articleView.html?idxno=101586>
14. 팜이데일리, 프로바이오틱스 시장 160조 전망
— <https://pharm.edaily.co.kr/news/read?newsId=03076646639083752>
15. 전자신문, 유산균 시장 프리미엄 경쟁(2025.4) — <https://www.etnews.com/20250421000142>
16. 헤럴드경제, hy HY7017 개별인정형 인정(2025.11)
— <https://biz.heraldcorp.com/article/10658703>

심층 분석 보고서: 대상-유산균실험

17. 벤처스퀘어, 쉐바이오텍 2025년 매출 533억 — <https://www.venturesquare.net/1040135>
18. 서울신문, hy 월 당밸런스 대장균 회수(2026.1)
— <https://www.seoul.co.kr/news/economy/2026/01/09/20260109500209>
19. 데일리팜, 종근당건강 2024년 매출 4,973억
— <https://m.dailypharm.com/newsView.html?ID=321534>
20. 한국경제, 메디오젠 PCOS 치료 MG741 특허(2025.11)
— <https://www.hankyung.com/article/202511177523i>
21. 한국경제, 대상 독일 아미노 인수 502억(2025.12)
— <https://www.hankyung.com/article/2025121823781>
22. 식품저널, 대상 2024년 연결실적·사업부문 매출
— <https://www.foodnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=113116>
23. 디지털투데이, 대상 2025년 연결실적 주총
— <https://www.digitaltoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=646667>
24. 서울경제, 임정배 2026 신년사 — <https://www.sedaily.com/NewsView/2K75B7V42J>
25. ZDNet, 임정배 2025 신년사 전문 — <https://zdnet.co.kr/view/?no=20250102134039>
26. 이데일리, 전분당 담합 25명 기소(2026.4)
— <https://www.edaily.co.kr/News/Read?newsId=03696566645419072&mediaCodeNo=257>
27. PRNewswire, Jongga 김치 probiotic-rich 글로벌 마케팅
— <https://www.prnewswire.com/news-releases/daesangs-jongga-concludes-2025-jongga-kimchi-cook-off-in-the-us-with-great-success-302573245.html>
28. 식품음료신문, 대상 이노파크 준공
— <https://www.thinkfood.co.kr/news/articleView.html?idxno=95730>
29. 대상 인재상 공식 페이지 — <https://www.daesang.com/kr/m/recruit/talented/talent.jsp>
30. 대상 인사제도 공식 페이지
— https://www.daesang.com/kr/m/recruit/talented/personnel_system.jsp
31. 대상 BIO 소재사업 공식 페이지
— https://www.daesang.com/kr/m/business/raw_material/bio.jsp
32. 대상 공식 채용홈페이지 — <https://daesang.recruiter.co.kr/career/home>
33. 잡플래닛, 대상중앙연구소 리뷰 — <https://www.jobplanet.co.kr/companies/319251/reviews>
34. 자소서닷컴, 대상 기업정보 — <https://jasoseol.com/companies/1140>