

심층분석보고서

대상-품질관리

2026.05.15

심층 분석 보고서: 대상-품질관리

심층분석보고서: 대상 품질관리 직무

1장: 산업(섹터) 분석

1-1. 한국 식품산업의 정의와 법·통계 체계

한국 식품산업은 「식품위생법」과 「식품산업진흥법」을 근간으로 운영되며, 식품의약품안전처(MFDS)와 한국농수산식품유통공사(aT)가 산업 통계의 두 기둥 역할을 합니다. 식약처 기준으로 산업은 식품 등(가공식품·식품첨가물·용기포장), 축산물, 건강기능식품의 세 업종으로 나뉘며, 한국표준산업분류(KSIC)에서는 중분류 10번 식료품 제조업이 중심에 놓입니다. 대상(주)의 사업과 직결되는 세분류는 절임류(10301), 장류(10741), 조미료(10742), 소스(10749), 전분당(10610), 아미노산 발효(10629)에 폭넓게 걸쳐 있습니다. 이처럼 산업 분류가 여러 갈래로 뻗어 있다는 사실은, 품질관리 직무가 한 가지 법령이 아니라 여러 법령과 식약처 고시를 가로지르며 동시에 적용해야 함을 뜻합니다. 절임류와 장류는 발효식품 고시를, 조미료와 소스는 식품첨가물 및 복합조미식품 기준을, 전분당과 아미노산은 식품원료 및 사료·제약 등급 기준을 각기 따르기 때문에, 한 회사 안에서도 적용 규범이 갈라집니다.

1-2. 시장 규모와 성장률의 실제

식약처가 발표한 국내 식품산업 생산실적은 2023년 108조 4,875억 원에서 2024년 114조 8,252억 원으로 5.8% 늘었으며, 이는 국내총생산의 약 4.5%, 제조업 부가가치의 약 16.8%에 해당하는 규모입니다. 가공식품을 카테고리별로 보면 즉석섭취·편의식품류가 5조 8,859억 원, 소스류가 4조 9,555억 원으로 1·2위를 형성하고 빵류가 3조 7,527억 원으로 뒤를 잇습니다. 식품산업이 거시경제에서 차지하는 비중이 견조하다는 점은, 경기 변동 속에서도 식품 제조 기반이 상대적으로 안정적인 수요를 확보하고 있음을 보여줍니다. 다만 성장률이 한 자릿수 중반에 머무른다는 사실은, 내수만으로는 외형 확대에 한계가 있고 수출과 신제품이 성장의 동력이 되어야 함을 시사합니다.

1-3. 즉석식품과 소스 시장의 팽창, 장류 시장의 정체

가정간편식(HMR) 시장은 2016년 2조 3,000억 원 규모에서 2024년 약 7조 원, 2025년 약 11조 원으로 5년 사이 다섯 배 가까이 팽창했습니다. 1인 가구 증가, 조리 편의 수요, 외식 물가 상승이 겹치며 즉석조리식품과 밀키트가 빠르게 자리를 넓혔습니다. 반면 장류 시장은 1조 2,000억~1조 3,000억 원 정점에서 약 9,900억 원 수준으로 내려왔으며 정체와 감소 국면에 들어섰습니다. 된장·고추장·간장의 1인당 소비량이 줄고 조리 패턴이 간편식과 소스 위주로 옮겨간 결과입니다. 장류는 대상(주)의 핵심 카테고리 가운데 하나이므로, 이 시장의 둔화는 회사가 장류를 소스로 변형하거나 글로벌 시장으로 외연을 넓혀야 하는 압력의 근거가 됩니다. 실제로 업계는 "장류의 세계화"를 변형 수용성이 높은 소스 형태로 풀어야 한다는 진단을 내놓고 있습니다.

1-4. K-Food 수출의 구조적 확산과 미국 시장의 부상

농식품부 기준 K-Food+ 수출은 2024년 130억 3,000만 달러로 6.1% 늘며 역대 최고를 기록했고, 식약처 통계 기준 식품 수출도 72억 6,000만 달러로 10% 증가하며 2년 연속 두 자릿수 성장을 이어갔습니다. 라면, 소스류, 김치, 쌀가공식품 등 14개 품목이 역대 최고 수출액을 달성했고, 특히 미국이 2024년 한국 식품의 최대 수출국으로 올라서며 일본과 중국을 앞질렀습니다. 미국향 식품 수출은 15억 9,000만 달러로 21.2% 늘었습니다. 김치 수출은 약 1억 5,000만 달러 규모이며, 이 가운데 대상 증가는 미국 김치 수출의 약 75%를 점유하는 압도적 1위입니다. 미국 정부가 2025년 발표한 '2025~2030 미국인을 위한 식이 지침'에 김치가 포함되면서,

심층 분석 보고서: 대상-품질관리

발효식품에 대한 미국 소비자의 인식 개선이 구조적 수혜로 이어지고 있습니다. 수출이 산업 성장의 견인차가 된 만큼, 수출국마다 다른 식품안전 규제를 충족하는 능력이 곧 기업의 성장 여력을 결정하는 변수가 되었습니다.

1-5. 식품 가치사슬과 마진 분포

식품 가치사슬은 원료조달, 1차 가공 및 소재 B2B, 2차 가공 및 완제품, 유통·물류, 마케팅·브랜드의 순서로 이어집니다. 원료조달 단계의 마진은 1~3% 수준으로 가장 낮고, 1차 가공과 소재 B2B는 5~15%, 스페셜티 소재는 20%를 넘기도 합니다. 2차 가공 완제품은 6~12%, 유통·물류는 8~15%의 마진대를 형성합니다. 고마진 영역은 알지닌·트립토판·알룰로스 같은 스페셜티 바이오 소재, 글로벌 브랜드 가공식품, 프리미엄 간편식이며, 저마진이거나 수익성 압박이 큰 영역은 범용 라이신, 전분당, 국내 장류입니다. 대상(주)는 원료에서 소재, 완제품, 수출까지 가치사슬 전 구간에 사업을 펼치고 있어, 품질관리 직무 역시 원료 입고부터 공정, 완제품, 수출 검증까지 전 주기를 가로질러 책임지는 구조를 갖습니다.

1-6. 디지털 전환과 제조 AI

정부는 2030년까지 인공지능 팩토리 500개 보급을 목표로 'M.AX 제조 AI 대전환' 전략을 추진하고 있습니다. 식품 제조 현장에서도 자동화와 데이터 기반 공정 관리가 빠르게 도입되고 있으며, 삼양식품 밀양2공장은 자동화율 90%와 생산성 30% 향상이라는 성과를 내놓았습니다. 디지털 전환은 품질관리 직무의 일하는 방식 자체를 바꾸고 있습니다. 종이 기록 중심의 점검이 센서 기반 실시간 모니터링과 통계적 공정관리로 이동하면서, 데이터를 읽고 해석하는 능력이 품질 담당자의 기본 소양으로 자리 잡았습니다.

1-7. 식품안전 규제의 강화 흐름

식품안전 규제는 최근 몇 년 사이 뚜렷하게 강화되었습니다. 2024년 4월 FSSC 22000 버전 6가 시행되면서 알레르겐 관리, 식품방어, 식품사기 예방, 식품안전문화가 인증 요건으로 명문화되었습니다. 식약처는 2024년 8월 152개 평가항목을 담은 글로벌 해썹을 도입해 미국 현대화법 및 GFSI 인증 기준과의 정합성을 높였습니다. 국내 가공식품 생산량의 91.2%가 HACCP 체계 아래에서 관리되고 있어, 인증 보유는 이미 기본 전제가 되었고 경쟁의 무게중심은 인증을 어떻게 운영하고 갱신하느냐로 옮겨갔습니다. 규제가 까다로워질수록 품질관리 조직의 부담은 커지지만, 동시에 규제 대응 역량이 곧 기업의 진입 장벽이자 경쟁우위가 됩니다.

1-8. 헬시플레저와 대체식품, 그리고 원자재 시장

건강을 즐겁게 추구한다는 헬시플레저 흐름과 대체식품 시장의 성장도 산업의 주요 변수입니다. 국내 대체식품 시장은 271억 원 규모에서 2026년 약 2,800억 원으로 커질 것으로 전망됩니다. 한편 라이신을 비롯한 글로벌 소재 시장은 변동성이 큰 영역으로, 유럽연합의 반덤핑 관세 부과가 한국 기업에 반사이익을 주기도 하고 반대로 가격 하락 국면에서는 수익성을 압박하기도 합니다. 옥수수, 타피오카, 대두, 배추, 고춧가루, 원당, 당밀 같은 원자재 가격의 출렁임은 식품·소재 양쪽 모두의 원가에 곧바로 반영됩니다.

1-9. 국내 경쟁 구도의 개관

국내 식품 생산액 상위 기업은 CJ제일제당, 농심, 롯데칠성, 오뚜기, 대상, 삼양식품 순으로 이어집니다. CJ제일제당이 2조 8,440억 원으로 1위, 대상은 약 1조 6,000억 원으로 5위권에 위치합니다. 그러나 카테고리별로 보면 1위가 분산되어 있습니다. 포장김치는 종가가 41%, 비비고가 37.5%로 맞붙고, 장류는 CJ 해찬들과 대상 청정원이 경쟁하며, 감칠맛 조미료는 대상 미원이, 만두는 CJ 비비고가, 라면 수출은 삼양 불닭이 선두를 지킵니다. 단일 절대강자가 없고 여러 기업이 각자의 카테고리를 과점하는 구조라는 점이 한국 식품산업 경쟁 구도의

특징입니다.

2장: 주요 기업 비교 및 대상 회사 포지셔닝

2-1. CJ제일제당

CJ제일제당은 2024년 별도 기준 매출 17조 8,710억 원, 영업이익 1조 323억 원을 기록하며 영업이익이 26% 늘었습니다. 식품 11조 3,000억 원, 바이오 4조 2,000억 원, 사료 2조 3,000억 원으로 사업이 세 부문에 걸쳐 있으며, 식품 매출 가운데 해외 비중이 49.2%인 5조 5,814억 원에 이르러 국내 식품사 가운데 가장 글로벌화된 기업입니다. 북미 매출이 4조 7,000억 원이며 북미 만두 시장 점유율이 42%로 1위입니다. 헝가리 신공장(2026년)과 미국 사우스다코타 신공장(2027년)으로 생산 능력을 더 키우고 있고, 라이신과 트립토판 등 바이오 부문은 가격 변동성에 노출되어 있습니다. 규모와 글로벌 침투력에서 CJ제일제당은 국내 식품업계의 명확한 선두입니다.

2-2. 농심과 오뚜기

농심은 2024년 매출 3조 4,400억 원, 영업이익 1,630억 원을 기록했습니다. 라면 단일 품목 의존도가 80%를 넘고 해외 매출 비중은 약 40%로, 신라면을 중심으로 한 글로벌 확장이 성장의 동력입니다. 오뚜기는 2024년 매출 3조 5,400억 원, 영업이익 2,220억 원으로 영업이익이 12.9% 줄었습니다. 원가 부담이 수익성을 누르는 가운데 글로벌 매출 비중이 경쟁사 대비 낮다는 점이 약점으로 지적됩니다. 두 회사 모두 특정 카테고리에 강하지만, B2B 소재 사업이 약하거나 없다는 점에서 대상(주)과 사업 구조가 다릅니다.

2-3. 풀무원

풀무원은 2024년 매출 3조 2,100억 원, 영업이익 918억 원으로 영업이익이 47% 늘었습니다. 미국 두부 시장 1위, 식물성 지향 식단 브랜드인 풀무원지구식단의 35% 성장 등 식물성·푸드서비스 영역에서 강자로 자리를 굳혔습니다. 건강과 지속가능성을 전면에 내세운 브랜드 포지셔닝이 풀무원의 차별점이며, 대상(주)이 상대적으로 후발인 대체식품 영역에서 풀무원은 앞서 있습니다.

2-4. 샘표

샘표는 2024년 매출 4,003억 원의 비교적 작은 회사이지만 간장 시장 점유율 56.5%로 부동의 1위입니다. 글로벌 브랜드 연두(Yondu)를 통해 발효 조미료의 세계화를 시도하고 있으며, 충북 제천에 2028년 가동을 목표로 신공장을 준비하며 발효·바이오 영역을 넓히고 있습니다. 규모는 작지만 발효라는 핵심 역량에서 대상(주)과 정면으로 겹치는 경쟁자입니다.

2-5. 대상(주)의 시장 내 위치

대상(주)는 2024년 매출 4조 2,544억 원으로 3.6% 늘었고 영업이익 1,820억 원으로 47.1% 늘며 가공식품 2위 자리를 굳혔습니다. CJ제일제당 식품 부문(11조 3,000억 원)과는 약 3.5배의 격차가 있습니다. 그러나 장류, 조미료, 김치 카테고리에서는 1위이며 미원은 사실상 카테고리를 창출한 브랜드입니다. B2C 식품 약 70%와 B2B 소재 약 30%로 사업이 균형을 이루고, 프리미엄을 겨냥한 청정원, 대중성을 겨냥한 미원, 글로벌 틈새를 겨냥한 오푸드가 혼합 포지셔닝을 형성합니다. 1956년 창립 이래 70년 동안 쌓아 올린 발효 기술이 이 모든 포지셔닝을 떠받치는 자산입니다.

2-6. 최근 6개월의 주요 움직임

임정배 대표는 2026년 신년사에서 창립 70주년과 "100년 기업 준비"를 선언하고, 전략 방향에 맞지 않거나 수익에 기여하지 못하는 사업은 과감히 정리하겠다고 밝혔습니다. 회사는 폴란드 크라쿠프 김치공장을 11번째 해외 공장으로 추가했습니다. 현지 기업 ChPN과의 합작으로 대상(주)이 지분 76%를 보유하며 150억 원을 투자했고, 2025년 준공해 2030년 연 3,000톤 생산을 목표로 잡았습니다. 베트남 하이즈영과 흥옌 공장에는 300억 원을 들여 생산 능력을 늘렸고, 동남아 10개국 합산 매출을 2025년 7,900억 원에서 2030년 1조 원으로 키운다는 목표를 명시했습니다. 오푸드 김치라면은 2026년 1월 미국 코스트코·크로거·H마트·H-E-B에 입점했고, 일본 식품 박람회 SMTS 2026에서는 증가와 오푸드 부스 운영을 확대했습니다. 한편 라이신은 유럽연합 반덤핑 관세율이 예상보다 낮게 책정되면서 2025년 3분기 소재 부문 매출이 15% 감소했고, 이 영향으로 3분기 영업이익은 509억 원으로 1.3% 줄었으며 순이익은 40.9% 급감했습니다.

2-7. 지배구조와 자매 공동경영

대상(주)는 오너 일가의 자매 공동경영 체제로 운영됩니다. 차녀 임상민 부사장은 대상홀딩스 지분 36.71%를 보유하며 그룹 전략, 해외 사업, 바이오를 맡고, 장녀 임세령 부회장은 지분 20.41%를 보유하며 마케팅, 국내 식품, 인수합병을 분담합니다. 자산총액이 4조 4,383억 원으로 공시대상기업집단 기준인 5조 원 진입이 가까워지면서 지배구조를 둘러싼 환경이 변화하고 있습니다.

2-8. 경쟁우위와 열위의 정리

대상(주)의 경쟁우위는 김치 글로벌 1위, 미원의 카테고리 독점, 동남아 50년의 현지화 경험, B2C와 B2B의 균형 잡힌 사업 구성에 있습니다. 반면 열위는 CJ제일제당 대비 약 3.5배의 규모 격차, 라면이나 만두 같은 글로벌 메가 카테고리의 부재, 소재 사업의 가격 변동성, 대체식품 영역에서의 후발 위치입니다. K-Food의 미국 확산, 유럽연합 반덤핑 관세에 따른 반사이익, 100년 기업을 향한 체질 개선이 향후 3년의 기회 요인으로 꼽힙니다.

3장: 대상 회사 심층 분석

3-1. 사업 구조와 부문별 매출

대상(주)는 1956년 동아화성공업(미원)에서 출발해 현재 23개의 종속회사를 거느린 종합식품기업입니다. 식품 부문이 매출의 약 70%, 소재 부문이 약 30%를 차지합니다. 식품에는 종합 브랜드 청정원, 38년 김치 시장 1위 증가, 감칠맛 조미료 미원, 간장 브랜드 햇살담은, 글로벌 전용 브랜드 오푸드, 냉동 국물요리 시장 점유율 22.3%로 1위인 간편식 브랜드 호밍스, 마이밀, 그리고 건강 부문의 뉴케어가 포함됩니다. 소재에는 전분당, 군산공장에서 생산하는 라이신, MSG 원료, 핵산, 아스파탐, 트레오닌, 그리고 2023년 7월 군산에 300억 원을 투자해 국내 최대 규모로 설비를 갖춘 알룰로스가 들어갑니다. 식품과 소재가 한 회사 안에 공존하는 구조는, 품질 관리 직무가 완제품 안전관리와 소재의 등급별 품질관리를 모두 다뤄야 하는 환경을 만듭니다.

3-2. 재무 실적의 흐름

연결 매출은 2023년 4조 1,098억 원에서 2024년 4조 2,544억 원으로 늘었고, 영업이익은 같은 기간 1,232억 원에서 1,820억 원으로 47.1% 증가하며 영업이익률이 3.0%에서 4.3%로 개선되었습니다. 2025년 1분기는 매출이 8.2%, 영업이익이 20.1%, 순이익이 39.2% 늘며 강하게 출발했습니다. 그러나 2분기와 3분기에 라이신 시황이 부진하면서 흐름이 꺾였습니다. 3분기 매출은 1조 1,454억 원으로 3년 내 분기 최고를 기록했지만

심층 분석 보고서: 대상-품질관리

영업이익은 509억 원으로 1.3% 줄었고 순이익은 40.9% 감소했습니다. 2025년 연간 시장 전망치는 매출 약 4조 5,300억 원, 영업이익 약 2,327억 원 수준입니다. 식품 부문의 건조함과 소재 부문의 변동성이 실적의 두 얼굴을 만들고 있습니다.

3-3. 임정배 대표의 전략 메시지

임정배 대표는 9년차 전문경영인으로, 2025년 신년사에서 양적 성장에서 질적 성장으로의 전환, 품질 향상과 제품 차별화와 기술 혁신과 운영 효율화, 데이터에 기반한 철저한 분석과 의사결정, 그리고 익숙한 관행에서 벗어나는 탈 습관화를 핵심 키워드로 제시했습니다. 2026년 신년사에서는 100년 기업 준비, 과감한 사업 정리, 인공지능 도입을 통한 업무 효율 향상과 비용 구조 개선을 강조했습니다. 특히 "고객이 납득할 수 없는, 만드는 사람 기준의 품질 향상은 우리가 가야 할 길이 아니다"라는 발언은 품질의 기준을 회사 내부가 아닌 고객에 두어야 한다는 철학을 보여줍니다. 임상민 부사장은 꼼꼼한 성격과 세부적인 예산 운용, 실무형 리더십으로 평가받으며 해외 매출 비중을 11%에서 30%까지 끌어올린 성과를 가지고 있습니다.

3-4. 글로벌 거점망의 확장

대상(주)는 11개의 해외 생산 거점을 운영합니다. 미국 로스앤젤레스 공장은 2022년 200억 원을 투자해 연 2,000톤 규모로 가동을 시작했으며, 국내 식품업계 최초의 미국 현지 김치 생산기지라는 의미를 갖습니다. 2023년에는 380억 원을 들여 미국 김치 제조사 럭키푸즈를 인수했고, 2025년에는 폴란드 크라쿠프 공장을 준공했습니다. 베트남에는 4개 공장이, 인도네시아에는 PT Miwon이, 중국에는 렐원강 거점이 있습니다. 동남아 시장은 50년에 걸친 현지화의 결과로 미원이 일상 조미료로 자리 잡은 곳이며, 회사는 이곳을 제2의 내수 시장으로 키운다는 구상을 가지고 있습니다. 거점이 여러 나라에 흩어져 있다는 사실은, 품질관리 조직이 나라마다 다른 인증과 규격을 동시에 운영해야 함을 의미합니다.

3-5. 신사업: 알룰로스, 블루 바이오, 의약품 아미노산

대상(주)의 신사업은 세 갈래로 전개됩니다. 첫째는 알룰로스로 대표되는 스페셜티 감미료입니다. 설탕을 대체하면서도 칼로리가 거의 없는 알룰로스는 헬시플레이저 흐름과 맞물려 성장 잠재력이 큰 소재입니다. 둘째는 블루 바이오입니다. 회사는 2024년 산테라 바이오홀딩스에 21억 원, 란페이뤼에 20억 원을 투자하고 클로렐라 자회사인 대상마리비온에 250억 원을 출자하며 해양 바이오 영역에 진입했습니다. 셋째는 의약품 아미노산으로, 독일의 Amino GmbH를 502억 원에 인수하며 사료와 식품을 넘어 제약 등급 소재로 사업을 넓혔습니다. 세 신사업 모두 발효와 바이오라는 회사의 본원적 역량 위에서 있습니다.

3-6. 발효 기술과 R&D 인프라

대상(주)의 기술 자산은 70년에 걸친 발효 기술에 뿌리를 둡니다. 김치 발효 균주 연구, 미원의 MSG 발효, 1973년 국내 최초로 개발한 라이신이 그 계보를 이룹니다. 회사는 2022년 9월 서울 마곡에 1,200억 원을 투자해 대상이노파크를 준공하며 식품연구소, 김치기술연구소, 글로벌연구실, 식품안전센터, 전분당연구소, 바이오연구소, 건강연구소를 한자리에 모았습니다. 특히 식품안전센터는 2005년 10월 KOLAS 국제공인시험기관 인정을 획득해 유통기한, 중금속, 잔류농약, 미생물 검사를 수행하며 수출용 영양성분 분석으로 글로벌 품질 네트워크를 떠받치고 있습니다. 전분당에서 바이오, 식품으로 이어지는 수직계열화로 연간 100억 원 이상의 원가를 낮추는 구조적 강점도 갖추었습니다.

3-7. 리스크 요인의 점검

규제 측면에서는 FSSC 22000 버전 6, 미국의 카드뮴 기준, 유럽연합의 라벨링 규정, 인도네시아 MUI 할랄,

심층 분석 보고서: 대상-품질관리

중국 GB 표준 등 나라마다 다른 규제에 동시에 대응해야 하는 부담이 큼니다. 경쟁 측면에서는 CJ 비비고김치의 글로벌 추격이 핵심 위협입니다. 원자재 측면에서는 옥수수, 타피오카, 대두, 배추, 고춧가루, 원당, 당밀의 가격 변동이 원가를 흔들고, 라이신은 중국 청푸와 CJ의 공급, 돼지고기 수요 둔화에 따라 가격 사이클이 출렁입니다. 평판 측면에서는 2010년 청정원 멸치골드엑젯의 대장균균 검출 회수, 2018년 청정원 런천미트의 세균 검출 사건이 있었습니다. 멸균 제품에서 세균이 검출된 런천미트 사건은 사회적 파장이 컸으며, 이후 천안공장의 품질관리 강화로 이어진 계기가 되었습니다.

3-8. 품질·안전 인프라의 실체

군산, 이천, 논산, 천안, 청주, 황성 등 주요 공장은 HACCP, FSSC 22000, ISO 22000 인증을 보유하고 있습니다. 마마수카는 전 제품이 MUI 할랄 인증을 받았고, 미국 로스앤젤레스 공장은 FDA와 SQF 기준에 대응하며, 대상라이프사이언스 천안 2공장은 GMP, HACCP, FSSC 22000, 할랄을 순차적으로 취득하고 있습니다. 본사 품질안전부문, KOLAS 공인 식품안전센터, 종합기술원, 공장 단위 품질관리팀, 협력사 품질감사가 다단계 구조를 이루며 회사의 안전망을 형성합니다. 2018년 런천미트 사건 이후 강화된 멸균공정과 다중 방어막 설계는, 회사의 품질문화가 한 차례 분기점을 지났음을 보여줍니다.

4장: 인재상/조직문화

4-1. 공식 인재상 TOP-IN

대상(주)의 공식 인재상은 "열린 의사소통과 주인의식을 바탕으로 글로벌 식품업계를 선도하는 창의와 혁신의 Top인재"이며, TOP-IN이라는 약어로 운용됩니다. T는 Talent로 뛰어난 재능을, O는 Open으로 열린 사고와 의사소통을, P는 Passion으로 책임감과 열정을, IN은 Innovation으로 창의와 혁신을 뜻합니다. 인사제도는 능력주의, 과감한 발탁 승격, 투명한 평가, 피드백에 기반한 열린 인사로 이 인재상을 뒷받침합니다. 네 가지 요소가 모두 개인의 전문성뿐 아니라 조직 안에서의 소통과 변화 추진 능력을 함께 요구한다는 점이 특징입니다.

4-2. 그룹 가치체계 Respect Tree

대상홀딩스는 2022년 창립 66주년에 '존중(Respect)'이라는 새 브랜드 아이덴티티를 선포하고 'Respect Tree' 체계를 정립했습니다. 나무의 뿌리에는 인간존중, 고객존중, 미래존중이라는 경영이념이 자리하고, 가지에는 가능성과 다양성 존중, 창의성과 도전 존중이라는 행동방식이 놓이며, 미션은 '사람과 자연 모두가 건강한 세상'입니다. 이 체계는 ESG, 다양성, 식품안전 철학을 하나로 묶는 상위 가치로 작동합니다. 고객존중과 미래존중이라는 이념은 소비자 보호와 미래세대의 안전을 책임지는 품질관리 직무의 본질과 정확히 연결됩니다.

4-3. 경영진 메시지의 일관성

임정배 대표의 2025년과 2026년 신년사를 관통하는 메시지는 질적 성장, 고객 관점의 품질, 데이터에 기반한 의사결정, 탈 습관화, 글로벌 현지화입니다. 특히 고객이 납득할 수 없는 만드는 사람 기준의 품질 향상이나 비용 축소는 회사가 가야 할 길이 아니라는 발언은, 품질의 기준점을 고객에 두는 일관된 철학을 보여줍니다. 임상민 부사장의 꼼꼼함과 세부적인 예산 운용, 실무형 리더십, 임세령 부회장의 청정원 리뉴얼과 안주야 출시, 럭키푸즈 인수 성과는 모두 디테일에 대한 집중과 글로벌 확장을 함께 추구하는 메시지로 읽힙니다.

4-4. 조직 문화의 현재

대상(주)는 식품 대기업 특유의 위계적 보고 문화와 장기근속 중심의 인적 구성을 바탕에 두고 있으나, 2022년

심층 분석 보고서: 대상-품질관리

Respect Tree 도입 이후 수평적 소통과 다양성 존중으로 의도적인 전환을 진행하고 있습니다. 회사의 자체 채용 사이트에 실린 현직자 인터뷰는 서로의 역할과 전문성을 존중하는 분위기, 직급과 무관한 자유로운 의견 교환, 문제를 개인의 책임으로 돌리지 않고 원인 분석과 해결책에 집중하는 태도를 강조합니다. 2021년 종로플레이스로의 본사 이전, 2022년 마곡 이노파크 준공, 사내 벤처 프로그램 'we대한상상' 운영, 2025년 한국과 일본을 잇는 글로벌 위케이션 협약 등이 조직 문화 변화를 뒷받침하는 인프라입니다.

4-5. 보상과 복지 수준

채용 정보 플랫폼 기준 대상(주)의 평균 연봉은 약 5,400만 원, 초봉은 3,500만~4,500만 원으로 식품업계 중 상위권에 해당합니다. 자녀 학자금 지원, 사내근로복지기금, 사택 지원 등 전통적인 대기업 복지 제도를 충실히 갖추고 있습니다. 보상이 업계 평균을 웃돌고 복지가 안정적이라는 점은 장기근속 중심의 인적 구성과 맞물려 있습니다.

4-6. 품질관리 도메인이 선호하는 인재 특성

식품 품질관리는 직무 특성상 일관되게 요구되는 인재상이 있습니다. 첫째는 식품안전을 가장 앞에 두는 사고방식으로, 문제가 생긴 뒤 수습하기보다 사전에 예방하는 체계를 운영하려는 태도입니다. 둘째는 데이터에 기반한 사고로, HPLC와 GC 같은 분석 장비, 통계적 공정관리, 측정불확도 개념을 다루는 능력입니다. 셋째는 꼼꼼함과 세심함으로, 자가품질검사 기록과 법적 서류 작업의 정확성을 지키는 자세입니다. 넷째는 여러 부서와 협업하는 능력으로, 협력사 감사와 소비자 불만 응대에서 발휘됩니다. 다섯째는 규제 대응 역량으로, HACCP, FSSC 22000, 식품위생법, 할랄, 코셔, 미국 현대화법, 유럽연합 식품기본법을 가로지르는 이해입니다. 여섯째는 문제 해결력으로, 5 Whys와 특성요인도, FMEA, 근본원인분석 기법을 활용하는 능력입니다. 일곱째는 현장 작업자부터 경영진까지 다양한 상대와 소통하는 능력입니다. 여덟째는 무결성으로, 검사 결과를 조작하지 않고 식품안전 문화를 지키는 윤리입니다. 아홉째는 글로벌 마인드로, 영어로 진행되는 감사에 대응하는 역량입니다. 열째는 지속적인 학습 의지로, 식약처 고시 개정을 추적하고 식품기사, 품질경영기사, FSSC 22000 심사원 자격을 갖추려는 자세입니다.

4-7. 대상(주)과 품질관리 직무의 적합성

대상(주)의 인재상 TOP-IN은 품질관리 직무의 요건과 정합적으로 연결됩니다. Talent는 식품기사 자격과 미생물 분석 전문성으로, Open은 여러 부서를 가로지르는 협업으로, Passion은 식품안전에 대한 사명감과 클레임 처리에서의 무결성으로, Innovation은 통계적 공정관리와 디지털 품질관리, 통합분석연구소 활용으로 이어집니다. Respect Tree의 인간·고객·미래 존중은 식품안전의 본질 그 자체이며, 가능성과 다양성·창의성과 도전이라는 행동방식은 품질혁신 프로젝트와 6시그마, 디지털 품질관리 도입과 정합합니다. 발효·바이오 기업이라는 회사의 특성상, 미생물 발효공정에 대한 이해, 발효 부산물인 바이오제닉아민과 아플라톡신의 안전성 평가, B2B 고객사의 감사 대응, 나라별 현지화 품질기준 운영 등 일반 식품기업보다 한층 넓은 역량이 요구됩니다.

5장: 직무 분석

5-1. QA와 QC의 구분과 역할

식품업계에서 QC(Quality Control)는 제조 공정의 시험과 검사에 초점을 둡니다. 이화학 분석, 미생물 분석, 관능 검사, 검체 관리, 시험 장비 관리가 QC의 영역입니다. QA(Quality Assurance)는 품질 시스템 전반을 설계하고 운영하는 일에 초점을 둡니다. HACCP과 FSSC 22000 인증의 유지, 표준과 절차의 수립, 공급업체 평가,

심층 분석 보고서: 대상-품질관리

소비자 불만 관리, 인허가가 QA의 몫입니다. 일부 기업에서는 QM(Quality Management)을 QA가 겸하며 협력사 품질경영시스템 평가, 고객사 시스템 감사 대응, 성과지표 관리를 담당합니다. 동종 업계인 샘플식품의 QA 채용 공고는 HACCP 인증 유지(환경위생 점검, 중요관리점 검증, 위해요소 평가, 식품사기와 식품방어 평가), 현장 감시, 소비자 불만 관리, 인허가(품목제조보고), 분석 숙련도 관리, 품질 이슈의 근본원인분석과 개선조치를 표준 업무로 명시하고 있어, 식품기업 QA 직무의 보편적 윤곽을 보여줍니다.

5-2. 시간 단위로 본 업무 구조

품질관리 직무의 하루 업무는 원료 입고 검사로 시작합니다. 이화학과 미생물 표본을 채취하고, 공정 모니터링에서 온도와 pH, 수분활성도, 금속검출기를 점검하며, 중요관리점을 모니터링하고 기록합니다. 완제품 출하 검사와 위생 라운드가 하루를 마무리합니다. 한 달 단위 업무로는 살모넬라, 리스테리아, 황색포도상구균에 대한 정기 미생물 정밀분석, 중금속과 잔류농약과 곰팡이독소에 대한 이화학 정밀분석, 협력사 정기 평가, 클레임 분석, 성과지표 집계, HACCP 팀 회의가 있습니다. 분기와 연 단위 업무로는 식약처와 지방청의 정기 점검 대응, HACCP 연장심사, FSSC 22000 갱신, 거래처의 2차 감사 대응, 연간 품질계획 재검토, 신제품 품질 검증, 소비기한 설정 실험이 있습니다. HACCP은 유효기간이 3년이며 매년 자체평가가 의무이므로, 인증 유지는 연중 끊임없이 이어지는 일입니다.

5-3. 내부·외부 이해관계자

품질관리 직무는 회사 안에서 여러 부서와 협업합니다. 생산팀과는 중요관리점 위반이 발생했을 때 함께 대응하고, 연구개발과는 제품 규격 설정과 소비기한 실험을 함께 진행하며, 구매팀과는 공급업체 승인과 변경관리를 협의하고, 영업·마케팅과는 거래처 감사 응대와 표시기재 검증을 다루며, 물류와는 콜드체인을, 경영진과는 회수 결정을 협의합니다. 회사 밖에서는 식약처와 지방식약청, 한국식품안전관리인증원, BSI·DNV·SGS·LRQA·KFQ 같은 인증기관, 협력사와 OEM 업체, 월마트·코스트코·리들·까르푸 같은 글로벌 바이어, 그리고 소비자가 핵심 접점입니다. 소비자는 1377 신고나 사회관계망을 통한 확산으로 품질 이슈를 빠르게 공론화하는 이해관계자입니다.

5-4. 필요 역량: 기술과 지식

품질관리 직무의 기술적 토대는 식품안전경영시스템에 대한 이해입니다. HACCP의 7원칙 12절차, ISO 22000, 2024년 4월 시행되어 2025년 3월 전환이 완료된 FSSC 22000 버전 6가 필수입니다. 버전 6는 식품사기, 식품방어, 알레르겐 관리, 환경 모니터링, 식품안전문화를 강화했습니다. 여기에 BRC와 IFS 같은 글로벌 규격, 식품위생법, 식품표시광고법, 축산물위생관리법에 대한 지식이 더해집니다. 시험과 분석 영역에서는 일반세균, 대장균, 살모넬라, 리스테리아, 황색포도상구균, 바실러스 세레우스 같은 미생물 검사, pH와 수분과 산가와 과산화물가와 휘발성염기질소 측정, HPLC와 GC-MS와 ICP-MS 같은 기기 분석, 그리고 통계적 공정관리와 공정능력지수, 6시그마 개선 방법론이 핵심입니다. 글로벌 규제로는 미국 FDA의 식품안전현대화법과 그에 따른 해외공급자검증제도 및 예방관리적격자 요건, 유럽연합 식품기본법, 일본 후생노동성 기준, 할랄과 코셔 인증, 중국 GB 표준에 대한 이해가 요구됩니다.

5-5. 필요 역량: 소프트스킬과 성과 지표

품질관리 직무의 소프트스킬은 여러 부서와의 협업, 명료한 의사소통, 부적합 보고서와 시정예방조치 보고서의 작성, 5 Whys와 특성요인도를 활용한 근본원인분석, 회수 상황에서 24시간 안에 식약처에 보고하고 회수율 95% 이상을 달성하는 위기 대응, 그리고 FDA의 시정요구서에 대응하고 영문 심사를 진행할 수 있는 영어 역량입니다. 성과 지표로는 부적합률, 공정 불량률, 공정능력지수, 클레임률, 이물 클레임 건수, 외부 감사에서의 중대 부적합과 경미 부적합 건수, 인증 갱신 성공률, 자체평가 점수, 식품안전사고 건수, 회수 건수, 식약처 행정처분 건

심층 분석 보고서: 대상-품질관리

수, 협력사 적합률, 예방·평가·내부실패·외부실패로 구성되는 품질비용, 자가품질검사 누락 건수, 중요관리점 이탈 건수, 시정예방조치 종결률이 종합적으로 활용됩니다.

5-6. 대표 업무 시나리오

첫 번째 시나리오는 청정원 고추장 신제품 출시 과정입니다. 연구개발이 시제품을 만드는 단계에서 품질 담당자는 사전 위해요소 평가를 수행하고, 원료의 잔류농약과 아플라톡신을 검증합니다. 이어 25도, 30도, 35도 조건에서 가속실험을 진행해 품질안전한계기간을 산출한 뒤 유통기한 또는 소비기한 시점을 설정하고, HACCP 계획의 변경관리를 처리합니다. 알레르기 정보와 영양성분, 원재료명을 담은 표시기재를 검토하고, 시생산 3개 로트의 안정성을 확인한 다음, 식약처에 품목제조보고를 마치고 출시 후 90일 동안 모니터링을 이어갑니다.

두 번째 시나리오는 종가집 김치의 미국 수출입니다. 로스앤젤레스 공장은 FDA에 식품시설을 등록하고 2년마다 갱신하며, 식품안전현대화법의 예방관리 요건과 예방관리적격자를 갖춥니다. 영문 라벨에는 영양성분과 알레르겐 정보를 담고, 해외공급자검증제도와 사전신고 절차를 거칩니다. 본사는 위생증명서와 자유판매증명서를 발급하며, 비건김치·비트김치·양배추김치처럼 품목별로 미생물과 발효 규격을 별도로 관리합니다.

세 번째 시나리오는 라이신의 규격 이탈입니다. 발효 배치의 라이신 순도가 기준에 미달하면 해당 로트를 즉시 보류하고, QC가 HPLC로 재시험을 진행합니다. 이탈 보고서를 발행한 뒤 균주, 배지, 온도, 추출공정을 대상으로 5 Whys와 특성요인도를 활용해 근본원인을 추적하고, 시정예방조치를 수립하며 추세 분석을 이어갑니다. 사료·식품·제약 등급마다 다른 GMP 요건을 차등 적용하는 일도 포함됩니다.

네 번째 시나리오는 이물질 클레임입니다. 클레임이 접수되면 24시간 안에 식약처에 보고하고, 소비자에게는 공감과 진정성을 담아 응대합니다. 전자현미경과 성분 분석으로 이물질의 정체를 규명하고, 제조·유통·소비자 가운데 어느 단계에서 유래했는지 판정한 뒤 동일 로트를 추적합니다. 금속검출기와 엑스레이의 감도를 시험하고, 컨베이어 볼트의 풀림이 원인이었다면 점검 주기가 미흡했고 표준작업절차가 없었다는 식으로 5 Whys 근본원인분석을 전개합니다. 점검 주기를 단축하고 일일 체크리스트를 도입하는 시정예방조치를 시행한 다음, 3개월에 걸쳐 효과성을 검증합니다.

5-7. 대상(주) 특화 품질관리 이슈

대상(주)의 품질관리에는 발효·바이오 기업 특유의 과제가 있습니다. 김치는 살균하지 않는 생발효식품이므로, 유산균 같은 유익균을 살리면서 병원성균을 제어해야 합니다. 김치는 품질유지기한을 표시하는 식품으로 분류되며, 0도에서 10도 사이의 콜드체인 유지가 필수이고 운송 중 가스 발생과 용기 팽창이 관리 대상입니다. 장류는 아스페르길루스를 활용한 발효식품으로 아플라톡신과 바이오제닉아민 관리가 핵심입니다. 라이신과 바이오 소재는 사료 등급, 식품 등급, 제약 등급마다 다른 기준을 적용해야 하며 데이터 무결성 요건이 엄격합니다. 글로벌 인증 영역에서는 미국 공장의 FDA와 BRC-SQF, 유럽의 IFS와 BRCGS, 중국의 GB 표준과 위생허가, 일본의 잔류농약 포지티브 리스트, 동남아의 BPOM과 할랄을 동시에 운영하는 일이 일상이 되어 있습니다.

5-8. 직무의 전망

품질관리 직무는 K-Food 수출이 130억 달러를 넘어서고 대상(주)가 11개 해외 공장을 가동하는 환경에서 그 무게가 커지고 있습니다. 인증을 보유하는 것만으로는 차별화가 되지 않고, 여러 나라의 규격을 동시에 운영하며 인증을 안정적으로 갱신하는 운영 역량이 경쟁력의 본질이 되었습니다. 디지털 전환은 종이 기록 중심의 점검을 센서 기반 실시간 모니터링과 통계 분석으로 옮기고 있어, 분석 도구를 다루는 능력이 직무의 기본 소양으로 자리 잡았습니다. 임정배 대표가 2026년을 100년 기업 준비의 해로 규정하며 질적 성장을 강조한 만큼, 품질관

심층 분석 보고서: 대상-품질관리

리는 비용이 아니라 회사가 추구하는 질적 성장의 실체 그 자체로 이해될 수 있습니다.

참고 레퍼런스 (References)

1. 식약처 2024년 식품 등 생산실적 보도자료
— https://www.mfds.go.kr/brd/m_374/view.do?seq=30210
2. 농식품부 2024 K-Food+ 수출 130억 달러 보도자료
— <https://www.korea.kr/briefing/pressReleaseView.do?newsId=156669280>
3. aT 식품산업통계정보 FIS — <https://www.atfis.or.kr/home/index.do>
4. KREI 2024 식품외식산업 7대 이슈 리플렛
— https://www.krei.re.kr/namo/binary/files/000025/2401_Leflet.pdf
5. 푸드투데이 식품기업 생산액 톱10 (2024)
— <https://www.foodtoday.or.kr/news/article.html?no=194440>
6. 식품저널 대상 사업보고서 분석
— <https://www.foodnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=113116>
7. 씹크푸드 CJ제일제당 2024 실적
— <https://www.thinkfood.co.kr/news/articleView.html?idxno=102061>
8. 이코노미조선 삼양식품 불닭 수출 분석
— https://economychosun.com/site/data/html_dir/2025/02/28/2025022800024.html
9. 데일리메디팜 글로벌 해썹 도입
— <http://m.dailymedipharm.com/news/articleView.html?idxno=74182>
10. 삼일PwC Paradigm Shift 대체식품 리포트 — https://www.pwc.com/kr/ko/insights/insight-research/samilpwc_paradigm-shift-jul2023.pdf
11. Fortune Business Insights Lysine Market — <https://www.fortunebusinessinsights.com/lysine-market-109615>
12. 인더뉴스 대상 2024 연간실적 — <https://www.inthenews.co.kr/news/article.html?no=68998>
13. 하나증권 대상 2025년 3분기 리뷰 리포트
— <https://www.hanaw.com/main/research/research/download.cmd?bbsSeq=1285283&attachFileSeq=1>
14. 인사이트코리아 대상 동남아 2030 1조원 전략
— <https://www.insightkorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=246269>
15. 서울경제 임정배 대상 대표 2026 신년사 — <https://www.sedaily.com/NewsView/2K75B7V42J>
16. ZDNet 임정배 2025 신년사 전문 — <https://zdnet.co.kr/view/?no=20250102134039>

심층 분석 보고서: 대상-품질관리

17. 한국경제 대상 청푸그룹 인수 축소·라이선 — <https://www.hankyung.com/article/2024030878211>
18. 서울경제 대상 블루 바이오·산테라·마리비온 — <https://www.sedaily.com/article/20025441>
19. 식품음료신문 알룰로스 군산 300억 투자 — <https://www.thinkfood.co.kr/news/articleView.html?idxno=98428>
20. 대상홀딩스 식품안전센터(KOLAS) — <https://daesangholdings.com/child/sub/lab/rad/?rad=2>
21. 대상(주) 공식 인재상 — <https://www.daesang.com/kr/m/recruit/talented/talent.jsp>
22. 대상(주) 직종소개(품질관리) — <https://www.daesang.com/kr/m/recruit/talented/job.jsp>
23. 대상그룹 채용·현직자 인터뷰 — <https://careers.daesang.com/ko/jobinfo1>
24. 브랜드브리프 Respect Tree 가치체계 — <https://www.brandbrief.co.kr/news/articleView.html?idxno=5469>
25. 한국금융신문 임상민 부사장 경영 스타일 — https://www.fntimes.com/html/view.php?ud=202404262301546524dd55077bc2_18
26. 식품음료신문 대상이노파크 마곡 준공 — <https://www.thinkfood.co.kr/news/articleView.html?idxno=95730>
27. 한국식품안전협회 HACCP 7원칙 12절차 — <https://www.kafcc.net/kr/haccp/info.php>
28. DNV FSSC 22000 v6 안내 — <https://www.dnv.us/services/fssc-22000-food-safety-system-certification-scheme-5161/>
29. 한국품질재단 FSSC 22000 — <https://www.kfq.or.kr/standard-fssc-22000>
30. 한국일보 대상 종가집 미국 LA공장 — <https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2022032911030002787>
31. YTN 청정원 런천미트 회수 사례 — https://www.ytn.co.kr/_ln/0103_201810251153075551
32. 대한민국 정책브리핑 소비기한 표시제 — <https://www.korea.kr/news/healthView.do?newsId=148911057>
33. 식품음료신문 클레임 근본원인분석 칼럼 — <https://www.thinkfood.co.kr/news/articleView.html?idxno=82533>
34. 식품음료신문 대상라이프사이언스 천안 2공장 GMP — <https://www.foodnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=96322>
35. 코멘토 식품 품질관리 직무 정의 — <https://comento.kr/edu/learn/품질/품질관리-G657>
36. 자소설닷컴 대상 채용공고 — <https://jasoseol.com/recruit?ec=104050>
37. DART 전자공시 대상(주) — <https://dart.fss.or.kr/>

38. FnGuide

대상

기업개요

— https://comp.fnguide.com/SVO2/ASP/SVD_Main.asp?gicode=A001680