

# 심층분석보고서

CJ제일제당(BIO)-Global Sales

2026.03.31

## 1 장. 산업 분석

**1.1 산업 정의와 시장 구조:** CJ 제일제당 BIO 사업부문이 속한 산업은 **글로벌 아미노산 및 발효 바이오 제품 산업**으로 볼 수 있습니다. 이는 사료 영양용 아미노산(라이신, 메티오닌, 트레오닌, 트립토판 등)부터 조미 소재(글루탐산나트륨(MSG), 핵산류 등)와 프로바이오틱스, 바이오 소재(PHA 같은 생분해성 플라스틱)까지 포괄하는 분야입니다. 특히 사료용 아미노산 시장은 몇몇 선도 기업이 **발효 공법** 기반의 대량생산 기술을 보유하여 주도해 온 구조적 **과점 시장**입니다. 생산 공정은 주로 **옥수수나 당밀 등의 탄수화물 원료를 미생물 발효시켜 아미노산을 추출**하는 형태이며 [1], 높은 기술 장벽과 대규모 설비 투자가 필요해 **소수의 글로벌 플레이어**가 시장을 지배해왔습니다. 과거에는 일본, 미국 기업이 주도했으나, 최근 10 여년 간 중국 업체들이 대거 진입하여 산업 지형이 변화하고 있습니다. 전반적인 가치사슬을 보면, 상류에서는 **원재료 조달 및 발효 생산**이 핵심이고, 중류에서는 **제품 정제와 품질관리**, 하류에서는 **전세계 사료 제조사나 식품회사 등에 B2B 판매**가 이루어집니다. 이 중 가장 부가가치가 높고 핵심 경쟁력이 요구되는 부분이 **효율적인 발효 생산 기술 및 균주 개발 역량**이며, 글로벌 톱티어 기업들은 이 영역에서 우위를 점한 채 시장 지배력을 행사해왔습니다.

**1.2 최근 3~5 년 주요 트렌드:** 지난 몇 년간 이 산업에는 몇 가지 중요한 변화와 트렌드가 관찰됩니다. **첫째, 사료 효율화와 환경 규제 강화**입니다. 전세계적으로 축산업의 단백질 생산 효율을 높이고 질소배출 등을 줄이기 위해, 사료 내 단백질 함량을 낮추고 대신 아미노산을 보충하는 경향이 강해지고 있습니다 [2]. 예를 들어 베트남은 돼지 사육 시 암모니아 배출을 줄이기 위해 라이신 등 아미노산 활용을 권장하는 지침을 발표했고 [2], 유럽도 사료 내 단백질 규제에 대응해 아미노산 첨가가 사실상 필수적인 상황입니다. 이러한 규제 변화는 아미노산 수요를 구조적으로 지지하는 긍정 요소이며, CJ 제일제당 BIO 사업처럼 고품질 사료첨가제를 생산하는 기업에 **기회의 요인**으로 작용하고 있습니다. **둘째, 기술 혁신과 디지털화**입니다. 미생물 균주 공학과 발효공정 최적화에 AI 와 데이터 분석을 도입하는 등 **디지털 전환 노력**이 가속화되고 있습니다. 실제로 2024 년 CJ 제일제당이 개발한 신규 라이신 생산 균주는 **발효 수율을 6.2% 향상**시켜 단위 생산비용을 크게 절감하는 성과를 냈으며 [3], 주요 기업들은 이러한 **균주 개량 R&D** 에 투자해 원가 경쟁력을 높이고 있습니다. 또한 공정 자동화와 IoT 로 **실시간 생산 모니터링**을 도입하거나, 고객사를 위한 **디지털 영업 서비스**(예: 아미노산 요구량 계산 솔루션 등)를 제공하는 등 서비스 측면의 혁신도 나타납니다. **셋째, 시장 경쟁 구도의 변화**입니다. 2010 년대 이후 중국계 기업들이 대거 발효 아미노산 생산에 뛰어들며, 라이신과 트레오닌 등의 글로벌 공급량이 크게 늘었습니다. 그 결과 **일부 제품은 공급과잉으로 단가가 하락**하는 사이클이 발생했고, 고수익을 내던 특수 아미노산 시장에도 중국 업체들이 진입하면서 **경쟁 심화**가 두드러졌습니다. 실제로 2024~2025 년 CJ 제일제당의 고마진 제품군인 트립토판, 발린, 아르지닌, 히스티딘 등에서 **중국발 공급 증가로 수익성이 악화**되는 현상이 나타났습니다 [4]. 또한 유럽 시장에서는

경쟁사들의 증설과 재고 누적으로 **라이신 가격이 약세**를 보이며 한국 기업들의 실적에도 영향을 주었는데[5], 이는 전 산업에 걸쳐 **가격 경쟁 압력**이 커졌음을 시사합니다. **넷째, 지속가능성과 규제 준수**가 화두입니다. 발효 공정은 에너지와 물을 많이 사용하므로, 주요 업체들은 **탄소배출 감소와 친환경 생산**을 강조하기 시작했습니다. 예를 들어 독일 Evonik 사는 2024 년 자사 라이신 공정에 재생에너지를 활용하여 **탄소발자국을 17% 감축**했다고 보고하는 등[6], 환경 경쟁력도 기업 평판과 수주에 중요해지고 있습니다. 아울러 **Non-GMO(비유전자변형) 원료 사용**에 대한 요구도 유럽을 중심으로 늘어, 2023 년 독일에서는 비-GMO 라이신 수요가 전년대비 14.8% 증가하기도 했습니다[6]. 따라서 글로벌 영업 관점에서 각국 규제와 고객 요구에 맞춘 제품 포트폴리오가 중요해졌습니다. **다섯째, 수요 기반의 변화**입니다. 한편으로 아시아 등 신흥국의 육류 소비 증가로 **사료용 아미노산 수요는 꾸준한 성장세**이며[7][8], 동시에 **대체단백질이나 건강기능식품** 등 신시장에서도 아미노산 활용이 늘고 있습니다. 예를 들어 북미에서는 식물성 고기나 비건 식품에 **라이신 등 아미노산을 강화**하여 영양균형을 맞추는 사례가 늘고 (2024 년 미국 출시된 신규 비건 단백질 식품의 12%에 라이신 강화 표시[9]), 스포츠 영양제품, 의료용 영양식에도 특수 아미노산 수요가 부상하고 있습니다. 요컨대, **전통 사료용 수요 증가와 신규 용도의 출현**이 공존하는 것이 최근 5 년간의 트렌드이며, 이를 선제적으로 포착해 제품 다각화를 추진하는 것이 주요 기업들의 전략입니다.

**1.3 시장 규모와 성장률:** 글로벌 아미노산 시장은 **지속적인 성장세**를 보이고 있습니다. 그 중 라이신 시장을 예로 들면, 2024 년 약 **95 억 달러** 규모로 평가되었고 2033 년까지 약 7%대의 연평균 성장률로 **177 억 달러** 규모까지 확대될 것으로 전망됩니다[10]. 전세계 라이신 생산량은 2024 년 기준 약 **360 만 톤**을 넘겼으며[11], 이 중 85% 이상이 사료용으로 소비될 만큼 동물영양용 수요가 압도적입니다. 지역적으로는 **아시아**가 생산과 소비 모두 중심지로, 중국이 세계 생산의 ~68%를 차지하는 최대 생산국이고[12], 동시에 축산업 성장으로 인도, 동남아 등이 수요 견인을 하고 있습니다. 실제로 중국, 인도 등 아시아 신흥국의 돼지, 가금 사육 증가율이 두자릿수를 기록하며 라이신 수요를 끌어올리고 있고[13][2], 동남아 돼지사료 생산은 2022~2024 년 사이 15% 늘어났습니다. 이러한 동력에 힘입어 **글로벌 아미노산 시장 전체 규모**도 2024 년 약 290 억 달러에서 2033 년 580 억 달러 이상으로 성장할 것이라는 전망이 있습니다[14]. 한편, 부가가치가 높은 **특수 아미노산** (예: BCAA 류, 기능성 아미노산) 시장도 연 8% 안팎으로 성장하여 스포츠 영양, 의료 분야에서 규모를 키우는 추세입니다[15]. 요약하면, **전통 사료첨가제 시장은 중고속 성장, 신흥 응용 시장은 고속 성장** 국면으로, CJ제일제당 BIO 사업부문이 속한 산업의 파이는 지속적으로 커지고 있습니다. 다만 단기적으로는 경기 변동과 공급 증감에 따라 가격이 출렁이며 실적 변동성이 존재합니다. 예컨대 2021~2022 년 글로벌 물류 차질과 옥수수 가격 폭등으로 아미노산 가격이 급등했다가, 2023~2025 년에는 증설 물량 출하로 가격이 약세 전환하는 등 **주기적 사이클**이 나타납니다. **지원 전략 관점에서**, 산업의 성장 자체는 견조하나

단기 변동성 관리가 중요함을 인지하고, 이에 대응하는 전략적 통찰(시장 데이터를 읽는 능력, 리스크 완충 계획 등)을 갖췄다는 인상을 주면 좋을 것입니다.

**1.4 가치사슬 구조 및 핵심 수익 지점:** 아미노산 산업의 가치사슬은 **상류(raw materials) - 중류(production) - 하류(distribution & end-use)**로 크게 나뉩니다. 상류에서는 옥수수, 당밀, 대두박 등 **탄수화물 원료의 수급과 가격**이 핵심인데, 원료비는 전체 생산원가의 약 60%를 차지할 정도로 비용구조에 영향이 큼니다[16]. 여기에 발효 공정에 필요한 에너지 비용이 20~25%[16], 기타 부자재와 인건비가 나머지를 구성합니다. **중류 단계, 즉 발효 생산 및 정제 공정**이 가장 부가가치가 높고 핵심 수익 지점입니다. 균주 개발 기술, 공정 수율, 규모의 경제에 따라 같은 톤의 제품을 생산해도 원가 차이가 크게 벌어지기 때문에, **기술력과 대량생산설비를 갖춘 기업들이 높은 마진을 실현할 수 있습니다.** 실제로 **Tier 1** 업체인 일본의 아지노모도(Ajinomoto)는 100년 가까운 발효 노하우와 고효율 균주를 앞세워 이 분야를 개척했고, **Tier 2** 그룹에 속하는 CJ 제일제당, Evonik(독일), Meihua-Fufeng(중국) 등도 대규모 설비로 원가 경쟁을 벌이고 있습니다[17]. 한편 완제품을 고객에게 전달하는 **하류 단계**에서는, 글로벌 영업망이나 물류 역량이 중요합니다. 사료용 아미노산은 톤 단위의 벌크 화물이므로 **물류 비용 최적화와 각 지역 수요에 맞춘 재고 운영**이 수익성에 영향을 줍니다. 다만 이 단계 자체의 부가가치는 생산단계보다 낮으며, 상당수 선도기업들은 **Distributor(유통사)**나 현지 법인을 통해 판매하여 비용 효율을 추구합니다. 최근 CJ 제일제당이 **사료 완제품 사업(Feed & Care 부문)**을 매각한 것도 가치사슬상의 선택과 집중 전략으로 볼 수 있습니다[18]. 즉, 비교적 낮은 수익률의 하류(배합사료 제조 및 판매) 사업을 정리하고, 자사가 강점을 지닌 발효 아미노산 등 **중류의 본업에 자원과 투자를 집중**하여 수익성을 높이려는 포지셔닝입니다. 전반적으로 가치사슬에서 **핵심 수익 지점은 독보적 기술로 원가우위를 확보한 제품 생산**이며, 시장 지배력이 높은 기업일수록 상류 원재료를 대량으로 저렴하게 조달하고, 중류에서 규모의 경제를 실현해, 하류 단계에서는 폭넓은 글로벌 고객망에 안정 공급함으로써 **폭발적인 매출 성장보다는 안정적 마진 확보**를 전략으로 삼고 있습니다. 지원자는 이러한 산업 구조를 이해하고, **원가관리의 중요성, 규모 확장의 이점, 사업 포트폴리오 조정** 등의 관점을 자기소개서나 면접에서 언급하면 전문성과 통찰을 드러낼 수 있을 것입니다.

**1.5 주요 플레이어와 경쟁 구도:** 이 산업의 주요 플레이어로는 **일본 Ajinomoto(아지노모도), 독일 Evonik(에보닉), 중국 Meihua(메이화)-Fufeng(푸펑)** 그룹, **한국 CJ 제일제당, 그리고 미국 Archer Daniels Midland(ADM)** 등을 꼽을 수 있습니다[17]. 과거 MSG(조미료)로 출발해 오늘날 아미노산 종합기업이 된 아지노모도는 여전히 **글로벌 1 위 기술 리더**로서, 발효와 화학 합성 기술을 결합하여 식품조미료부터 사료첨가제, 제약용 아미노산까지 가장 폭넓은 포트폴리오를 보유하고 있습니다. **“Umami의 원조”**답게 품질과 연구개발에서 정평이 나 있고, 엔지니어링 플랜트 수출이나 고부가 기능성 소재 개발로 차별화합니다. Evonik은 화학기업으로 출발했으나 메티오닌(MetAMINO) 등

사료용 필수아미노산 분야 강자입니다. 메티오닌은 화학합성으로 제조하여 전세계 시장을 과점(60% 이상 점유)하고, 더불어 트립토판, 트레오닌 등도 발효 기술을 도입해 제품군을 보유합니다. Evonik 은 자본력과 글로벌 고객망을 바탕으로 공격적 증설과 M&A 를 통해 시장점유율을 높였고, 엄격한 품질관리와 지속가능 경영(탄소저감 노력 등)으로 유럽 시장 신뢰가 높습니다. 중국계 기업들은 Meihua, Fufeng, COFCO 생화 등 다수가 있는데, 이들은 정부 지원과 값싼 원가를 바탕으로 라이신, 글루탐산 등 대량생산에 주력해왔습니다. 예를 들어 Fufeng 과 Meihua 는 전세계 MSG(글루탐산나트륨)의 상당량을 공급하며 가격 경쟁을 주도했고, 라이신·트레오닌에서도 거대한 내수시장 덕에 규모 경쟁력을 갖추고 있습니다. 중국 기업들은 품질보다는 가격경쟁력으로 중저가 시장을 잠식하는 전략이 강하지만, 기술 격차가 줄면서 고품질 제품군에도 도전하고 있어 무시할 수 없는 경쟁자입니다. ADM(아처대니얼스미들랜드)는 미국의 곡물 메이저로, 과거 옥수수 가공의 부산물로 라이신 등을 생산하며 한때 시장 점유율이 높았습니다. 현재는 자사 생산 규모를 축소했지만, 곡물 조달부터 발효생산, 최종사료 제조까지 수직계열화된 모델을 가지고 있어 비용 최적화 면에서 강점이 있습니다. 한국의 대상도 이 분야 전통 기업으로, MSG 와 핵산 조미료에서는 글로벌 강자이며 과거 라이신 등 사료용 아미노산도 생산했었습니다. 현재 대상은 주로 식품조미소재와 특수 발효소재에 집중하고 있으며, CJ 제일제당과 국내 시장을 양분하거나 해외 틈새시장을 공략하는 관계입니다. 이처럼 경쟁구도는 아지노모도의 기술 리더십, Evonik 과 CJ 등의 종합 플레이어, 중국의 볼룸 플레이어, 기타 지역별 업체로 정리할 수 있습니다. CJ 제일제당 BIO 사업부문의 포지셔닝은 이 가운데 글로벌 Top-Tier 2 그룹에 속하는 종합 아미노산 기업입니다[17]. 라이신, 트레오닌 등 주력 제품의 생산량 기준으로 글로벌 1~3 위권을 차지하고 있고, 특수 아미노산과 조미소재까지 폭넓게 다루는 몇 안 되는 업체입니다. 또한 CJ 는 사료용 B2B 시장과 식품조미 B2B 시장을 모두 커버하는 독특한 포트폴리오를 가졌는데, 이는 식품사업과 바이오사업을 모두 영위하는 모회사 구조 덕분입니다. 이러한 이점으로 CJ 는 프리미엄 전략과 볼룸 전략을 병행합니다. 예를 들어 사료용 라이신 등 대량제품에서는 글로벌 물량 공세와 원가 경쟁을 펼치는 동시에, 핵산류나 자연조미소재(TasteNrich 등)에서는 차별화된 프리미엄 제품으로 높은 마진을 추구합니다[5][19]. 최근 CJ 제일제당은 Feed & Care 사료 자회사 매각을 통해 사업구조를 정비하면서, 자원을 BIO 사업의 기술혁신과 글로벌 확장에 집중하고 있습니다[18]. 또한 PHA 생분해 플라스틱(PHACT 브랜드), 마이크로바이옴 신약(CJ Bioscience) 등 신사업(Red/White Bio)에도 진출하여 "식품과 바이오 기술로 건강, 즐거움, 편리를 창조하는 글로벌 생활문화기업"이라는 비전을 그리고 있습니다[20]. 요약하면, CJ 제일제당 BIO 사업부문은 업계 선도기업들과 기술·원가 경쟁에서 맞서면서도, 그룹 역량을 활용한 신시장 개척과 프리미엄화로 자체적인 포지셔닝을 강화하고 있습니다. 이는 지원자가 CJ BIO 만의 강점\*\*(예: 식품사업과 연계한 솔루션 제공, 혁신 DNA 등)을 이해하고 자신의 역량을 연결 지어 어필할 때 중요한 포인트가 될 것입니다.

## 2 장. 경쟁사 및 대상 회사 포지셔닝

### 2.1 주요 경쟁사 비교:

- **아지노모도(Ajinomoto, 일본)** - 세계 최초로 글루탐산 발효에 성공한 이후 **아미노산 산업의 개척자**로 불립니다. 식품 조미료(미원)부터 의약품 원료까지 **폭넓은 아미노산 제품군**을 보유하고 있으며, 발효 공정 기술력이 탁월합니다. 높은 품질과 신뢰도로 글로벌 시장을 주도하여 **특수 아미노산 분야 Tier 1 리더**로 평가받고[17], Only-One 전략을 강조하는 CJ 와 달리 다각화된 사업으로 안정성을 추구합니다. 다만 제조원가가 비교적 높아 중국 기업의 가격 공세에 일부 시장을 내주고 있고, 최근에는 수익성 높은 바이오의약품 소재쪽으로 중심을 이동하는 추세입니다.

- **에보닉(Evonik, 독일)** - 화학기업 계열로, **메티오닌** 분야 세계 1 위 기업입니다. 메티오닌은 화학합성 공법으로 생산하여 진입장벽을 높였고, 에보닉은 유일하게 메티오닌을 대량 공급하는 업체로 **독점적 지위**를 갖고 있습니다. 또한 **트레오닌, 트립토판** 등도 프랑스 Adisseo 인수 등을 통해 포트폴리오화하여 CJ 등과 경쟁합니다. 유럽 소재 기업답게 **품질과 지속가능성**을 강조하여, 생산공정에 재생에너지를 도입하고 탄소배출 감축 노력을 선도합니다[6]. 금융체력이 탄탄하여 R&D 투자와 설비 증설에도 적극적이며, 최근 시장 변동에도 안정적인 영업이익을 유지해 CJ 제일제당이 벤치마크하는 경쟁자 중 하나입니다.
- **메이화(Meihua)·푸펑(Fufeng, 중국)** - 중국을 대표하는 거대 발효기업들로, **대규모 설비와 정부 지원**을 앞세워 **저가 전략**으로 성장했습니다. 메이화는 MSG 와 라이신에서, 푸펑은 핵산조미료(I+G)와 글루탐산 등에서 세계 최대 생산 규모를 자랑하며, 내부 거대한 수요(중국 축산 및 식품시장)를 바탕으로 규모의 경제를 실현했습니다. 이들 기업의 강점은 **원재료 조달의 이점(중국 옥수수 등 원료 공급이 용이)**과 인건비 등 저비용 구조입니다. 그러나 과거에는 품질과 글로벌 고객 대응 면에서 약점이 있었고, 환경오염 문제 등으로 공장 운영이 일시 중단되는 사례도 있었습니다. 최근 기술력을 끌어올리며 트립토판, 발린 등 고급 제품도 수출하고 있어 **CJ 등 기존 강자들의 가격 인하 압박 요인**으로 떠올랐습니다.
- **ADM(Archer Daniels Midland, 미국)** - 세계적인 곡물 메이저 회사로, **옥수수 가공부산물 활용**을 위해 라이신, 트레오닌 생산을 시작했던 기업입니다. 전성기에는 북미 라이신 시장을 과점했으나, 2010년대 중반 경쟁 심화로 일부 공장을 매각하는 등 현재는 생산 비중이 크지 않습니다. 그럼에도 **곡물 조달-발효-사료 완제품**까지 수직계열화하여 **원가 최적화 모델**을 구축한 점은 특징적입니다. 자회사로 글로벌 사료 브랜드를 보유하여 자체 수요를 소화하는 captive 전략을 쓰기도 했습니다. CJ 제일제당은 2017년 미국 ADM의 아이오와 공장을 인수하여 북미 생산거점을

확보하려 했지만, 실제 투자가 취소된 바 있습니다. 이는 ADM 이 여전히 쉽지 않은 경쟁자임을 방증합니다.

- **대상(Daesang, 한국)** - CJ 제일제당과 비슷한 시기에 발효산업을 시작한 국내 기업으로, 과거 **글루탐산(MSG) 세계 1 위**까지 올랐던 바 있습니다. 현재는 식품사업 비중이 더 크며, 아미노산 중에서는 **글루타민산, 알라닌** 등 식품/의료용이나 **발효소재(폴리글루탐산 등)** 개발에 주력하고 있습니다. 사료용 라이신/트레오닌 사업은 수익성 악화로 철수한 상태지만, **핵산계 조미료(I+G)**에서는 세계 시장점유율 2 위권을 유지하며 경쟁력 있습니다. 대상은 상대적으로 규모가 작아 글로벌 벌크시장에서 CJ 만큼의 위상은 아니지만, **제품 전문성과 기민한 틈새 전략**으로 국내외에서 존재감을 보이고 있습니다. 최근에는 미생물을 활용한 **PHA(생분해 플라스틱) 사업**에도 뛰어드는 등 CJ와 일부 영역에서 방향을 같이합니다.

**2.2 CJ 제일제당 BIO 사업부문 포지셔닝:** 위 경쟁사들과 비교했을 때, CJ 제일제당 BIO 사업부문은 **글로벌 Top 3 안에 드는 볼륨과 폭넓은 제품군**을 겸비하고 있다는 점이 핵심 포지셔닝입니다. 라이신의 경우 전세계 생산량의 약 20% 내외를 공급하며, 트레오닌, 발린 등도 선도적 지위를 갖고 있습니다. 특히 경쟁사들이 특정 품목에 강점을 두는 반면, CJ 는 **사료용 아미노산 플라인업부터 식품조미소재, 프로바이오틱스, 바이오농업, 바이오플라스틱까지** BIO 사업의 외연을 넓혀가고 있어 **"종합 바이오 솔루션 기업"**을 지향합니다. 이는 모회사의 식품 R&D 역량과 시너지를 통해 가능해진 것으로, 예컨대 CJ 의 **TasteNrich(자연발효 조미소재)**은 핵산과 펩타이드 기술로 탄생한 제품으로 글로벌 B2B 조미료 시장에서 프리미엄 포지션을 차지하고 있습니다[5]. CJ BIO 는 이러한 **고부가 제품 개발력**을 차별화 포인트로 내세우며, 단순한 원료 공급자를 넘어 **"솔루션 프로바이더"**로 거듭나고 있습니다. 또한 CJ 는 **글로벌 생산 및 영업 네트워크**를 다수 보유하고 있습니다. 국내는 물론 **미국, 중국, 인도네시아, 브라질 등지에 생산기지**를 운영하거나 파트너십이 있고, 영업 거점도 **미국, 유럽, 중국, 동남아** 등 전세계에 구축되어 있어 지역별 수요 변화에 기민하게 대응 가능합니다[21][22]. 예를 들어 중국 시장 수요 부진 시 인도네시아 공장에서 생산 물량을 유럽으로 돌린다든지, 환율 변동에 따라 수출 지역 믹스를 조정하는 등의 탄력적인 운영이 가능합니다. 이는 단일 국가에 생산이 몰린 경쟁사 대비 **공급 안정성과 리스크 분산** 측면의 강점입니다. 또한 CJ 는 **식품부문의 브랜드 파워와 시너지**를 통해 BIO 사업의 신뢰도를 높이고 있습니다. 모회사 CJ 제일제당이 한식 K-Food 붐을 타고 해외에서 이름을 알리면서, BIO 사업의 B2B 고객들도 **"한국 1 위 식품기업의 기술"**이라는 인식을 하게 되어 **브랜드 신뢰성** 측면에서 도움이 됩니다. 실제 CJ 는 BIO 사업 슬로건으로 **"World Best 식품 & BIO 기업"**을 표방하며, K-Food 글로벌화와 연계해 BIO 분야도 세계 1 등을 목표로 하고 있습니다[23]. 이러한 포지셔닝은 **프리미엄과 볼륨을 아우르는 균형 전략**으로 요약됩니다. CJ 는 한편으로 **규모의 경제**를 통해 단위당 원가를 낮추고 글로벌 시장점유율을 높이는 **볼륨 플레이어**이고, 동시에 **기술 혁신과 제품 차별화**로 경쟁사의 저가

공세를 피하며 부가가치를 창출하는 **프리미엄 플레이어**입니다. 예컨대 2025 년의 경우, 라이신 등 대량제품에서는 가격 약세로 고전했지만 신제품 TasteNrich 매출을 신규 고객 확보로 확대하여 손익 방어에 기여했습니다[5]. 더불어 CJ 는 2025 년 말 사료 자회사 매각으로 재무구조를 개선하여 Bio 부문의 투자 여력을 확보했고[18], 향후 고수익 분야 집중을 공식화했습니다. **지원 전략 측면에서**, 이러한 CJ BIO 의 포지셔닝을 잘 이해하고 있다면 자기소개서나 면접에서 *"CJ BIO 는 단순 원료 공급을 넘어 솔루션을 제공하는 기업"*, *"규모와 혁신 두 마리 토끼를 잡는 전략"* 등을 언급하며 본인이 기여할 수 있는 바를 연결 지을 수 있을 것입니다.

**2.3 최근 3~6 개월 주요 이슈:** 최근 CJ 제일제당 BIO 사업부문 및 관련 업계에는 몇 가지 굵직한 이슈들이 있었습니다. **가장 큰 이슈는 2025 년 10 월 CJ 제일제당이 사료 자회사인 CJ Feed&Care 를 네덜란드 De Heus 사에 약 1조 원에 매각한 것**입니다[24][25]. 이는 세 번째 시도 만에 성사된 거래로, CJ 제일제당이 **저수익 사업을 정리하고 식품·바이오 핵심 사업에 집중하는 구조조정**의 일환입니다. 증권가에서는 이번 매각이 CJ 제일제당의 **재무구조 개선과 운영 효율화**에 도움이 되고, **Food & Bio 중심 성장전략**에 힘을 실어줄 것이라고 평가했습니다[18]. 두 번째 이슈는 **실적 부진과 이에 따른 전략 조정**입니다. 2025 년 CJ 제일제당 BIO 부문은 시장 공급과잉과 가격 하락으로 영업이익이 전년 대비 36.7% 감소하는 어려움을 겪었습니다[4]. 특히 4 분기에 트립토판·발린 등 **고수익 제품군 수요 둔화**의 직격탄을 맞았고[4], 이로 인해 CJ 제일제당 전체가 1990 년대 이후 처음으로 **연간 순손실**을 낼 정도로 타격이 컸습니다[26]. 이러한 위기 속에서 CJ 제일제당 경영진은 **Bio 사업 구조 개선과 신규 수요 창출**을 통해 재도약 기반을 마련하겠다고 밝혔습니다[27]. 구체적으로 **고마진 특수제품 중심으로 생산포트폴리오를 최적화**하고, **원가 효율**을 극대화하며, 동시에 TasteNrich 같은 **프리미엄 제품의 신규 시장 개척**에 집중할 계획입니다[19]. 다시 말해, 저가 공세를 받는 범용품은 수익성 위주로 운영을 슬림화하고, 경쟁우위가 있는 분야로 **선택과 집중**을 강화하겠다는 전략적 방향이 최근 수립되었습니다. 세 번째, **신사업 추진 동향**으로 CJ 제일제당은 미래 성장을 위해 **레드바이오(제약바이오)와 화이트바이오(생물소재)** 투자를 이어가고 있습니다. 2022 년 인수한 CJ 바이오사이언스(구 천랩)의 **마이크로바이옴 신약 파이프라인**이 2025 년 유럽 소화기학회에서 전임상 데이터를 발표하며 2026 년 임상 진입을 목표로 하는 등[28], 제약바이오 분야에서 진전을 보이고 있습니다. 또한 **CJ Biomaterials** 를 통해 상용화한 **PHA 생분해 플라스틱(브랜드 PHACT)**이 2025 년 하반기 미국 브랜드와 협업 제품 출시를 추진하는 등, 기존 아미노산 비즈니스 외의 신성장동력에도 드라이브를 걸고 있습니다. 이 같은 신사업들은 아직 매출 기여는 미미하지만, **CJ BIO 사업부문의 포트폴리오를 다각화**하여 향후 수익구조를 개선할 잠재력으로 주목받고 있습니다. 마지막으로, **환율과 원자재 동향**도 최근 이슈입니다. 2024 년~2025 년 원/달러 환율이 1300 원대 이상으로 높게 형성되며 CJ BIO 의 수출 채산성에 긍정적으로 작용했지만, 동시에 옥수수·원당 등의 국제 곡물가는 러시아-우크라이나 전쟁 등의 영향으로 변동성이 컸습니다. CJ 는 **선물헤지와 구매 다변화**로 원재료 리스크를

관리해왔으나, 환율·원자재의 예측 어려움은 항상 존재하는 이슈입니다. **요약하면**, 최근 CJ BIO 는 **사업구조 재편과 수익성 회복**을 최우선 과제로 삼고 있으며, 지원자는 이러한 맥락에서 회사의 전략 방향에 부합하는 자신의 **문제해결 능력**과 **기여 방안**(예: 원가절감 아이디어, 신시장 개척에 필요한 글로벌 역량 등)을 고민해볼 수 있습니다.

### 3 장. 대상 회사 심층 분석 (CJ 제일제당 BIO 사업부문)

**3.1 사업 구조와 부문별 매출 비중:** CJ 제일제당의 사업 포트폴리오는 크게 **식품사업부문**과 **BIO 사업부문**으로 양분되며, 이 중 BIO 사업부문은 2025 년 기준 연 매출 약 **3.96 조 원** 규모로 회사 (물류 제외) 매출의 약 **22%**를 차지하고 있습니다[4]. BIO 사업부문 산하에는 다시 **그린바이오(Green Bio)**와 **레드바이오(Red Bio)**로 영역이 나뉘는데, Green Bio 가 곧 전통적인 **아미노산·조미소재·사료첨가제 사업**이고, Red Bio 는 **의약·헬스케어 소재 사업**을 의미합니다. 현재 매출의 대부분은 Green Bio 영역에서 발생하며, 라이신, 트레오닌, 식품조미소재 등 **발효 아미노산 제품군이 핵심 매출원**입니다. 품목별로 보면 **라이신**이 단일 품목 매출 비중 1 위로 추정되며(과거 IR 자료에 따르면 20% 내외), 이어 트레오닌, 핵산계 조미료(I+G 등), 트립토판 등의 순으로 매출 비중이 높은 것으로 알려져 있습니다. 최근에는 **발효 핵산 조미소재(TasteNrich 등)**와 **건강기능형 아미노산(예: 알지닌, 발린 등)**의 비중이 점차 높아지는 추세입니다[5]. 한편 **Feed&Care 사료 부문**은 2025 년 말 매각되었지만, 그 이전까지는 BIO 사업부문과 별도로 연 매출 2 조 원 내외 규모를 형성하며 (주로 동남아 사료 판매) CJ 제일제당의 한 축을 담당했습니다. 이제 Feed&Care 가 빠진 CJ BIO 는 **핵심 발효제품들**로만 구성되면서 수익성 변동성이 높아졌지만, 동시에 **균질한 사업 포트폴리오**로 전문성이 강화되었습니다. 영업이익 측면에서 보면, 2024 년 기준 CJ BIO 사업부문은 5255 억 원의 식품부문 영업이익에 비해 2034 억 원 가량을 기록하여[29][4], 이익 비중은 약 28% 수준이었습니다. 하지만 2025 년에는 이익이 크게 감소하여 비중이 축소되었습니다. 이는 **상품별 마진 차이**에서 기인하는데, 라이신 등 **대량제품은 마진이 낮고**(경쟁 격화), 트립토판·핵산 등 **특수제품은 마진이 높습니다**. 최근 특수제품 수요가 둔화되자 바로 수익에 타격이 온 것이 그 증거입니다[4]. 따라서 CJ BIO 내부에서도 **매출 구성 대비 이익 기여도가 품목별로 상이**하며, 이를 **균형 잡힌 구조**로 개선하는 것이 과제입니다. 향후 CJ 는 TasteNrich 같은 고부가 제품 매출을 늘리고, 일반 아미노산은 원가 혁신으로 수익률을 개선하는 **투트랙 접근**을 할 것으로 예상됩니다. 또한 신성장 레드바이오 분야(CJ 바이오사이언스의 마이크로바이옴 신약 등)는 현재 매출은 거의 없으나, 중장기적으로 성과가 나오면 BIO 사업부문의 포트폴리오에 변화를 줄 수 있습니다. 종합하면 CJ BIO 사업은 **전통 발효 아미노산 사업을 중심으로 꾸려진 현재형 사업**과 **신규 바이오 헬스 사업의 씨앗**이 공존하는 형태이며, 전자는 현금창출원, 후자는 미래성장옵션의 역할을 하고 있습니다.

**3.2 전략 방향 (중장기 비전):** CJ 제일제당은 스스로를 “끊임없는 도전과 혁신을 통해 글로벌 식품·BIO 기업으로 도약”하고 있다고 선언하고 있습니다[23]. 중장기 비전으로는 세계 1 등 K-Food & Bio 기업이 되는 것을 표방하며, 2030년까지 글로벌 매출 비중을 비약적으로 높이고 미래기술을 선도하겠다는 목표를 갖고 있습니다. BIO 사업부문의 구체적 전략 방향은 최근 IR 및 보도자료를 통해 엿볼 수 있습니다. 첫째, **사업 포트폴리오 고도화**입니다. 수익성이 낮거나 시너지 효과가 적은 사업은 과감히 정리하고 (Feed&Care 매각 등), 핵심 역량이 있는 사업에 자원을 집중합니다[18]. 특히 **발효 기반 소재사업**을 Foods & Bio 양쪽에서 강화하여, 글로벌 시장에서도 통할 OnlyOne 제품을 지속 출시하려 합니다. TasteNrich의 성공적인 안착에 이어, **차세대 조미소재, 천연색소, 기능성 단백질** 등 “Next OnlyOne” 발굴이 화두입니다. 둘째, **글로벌 시장 개척 가속화**입니다. CJ 제일제당은 이미 2025년에 **해외 식품 매출이 국내 매출을 최초로 추월할** 정도로 글로벌 비중이 높아졌는데[30], BIO 사업도 이에 맞춰 **글로벌 거점별 전략**을 세우고 있습니다. 예를 들어 **미주/유럽** 선진시장에는 고품질·친환경 제품을, **동남아/중남미** 신흥시장에는 가격경쟁력 제품으로 공략하는 식입니다. 회사측은 “해외사업가로서 K-웨이브를 이끄는 글로벌 확장에 박차를 가하겠다”는 포부를 밝히고 있으며[31], 실제로 유럽 법인 증설, 브라질 등 미개척 시장 개척 등의 플랜이 진행 중입니다. 셋째, **BIO 사업 구조 혁신 및 수익성 회복**입니다. 2025년 실적악화를 겪으며 CJ BIO는 “**근본적인 체질 개선**”을 언급했습니다. 이는 생산효율 극대화(공장 운영 최적화, 에너지 절감 등)와 제품 믹스 재편을 통해 **변동비 구조를 개선**하고, 경쟁사 대비 **우위 제품에 집중**하여 이익률을 높ی겠다는 뜻입니다[27]. 예를 들어 유럽 법인의 라이신 사업은 수익이 낮아 생산을 감축하고 대신 특수제품 생산을 늘리는 식의 조정이 예상됩니다. 넷째, **혁신기술 투자와 오픈 이노베이션 전략**입니다. CJ는 CJ 바이오사이언스를 통한 **AI 기반 신약개발 플랫폼(Ez-Mx®)**을 구축하고[32], CJ 바이오매테리얼즈를 통해 미국의 NatureWorks 등과 **바이오플라스틱 합작**을 논의하는 등 외부 기술과의 협업에도 적극적입니다. 이러한 기술 드라이브는 향후 5~10년을 내다본 투자로, 궁극적으로 기존 발효산업의 경쟁력을 유지하면서 **새로운 시장을 창출**하려는 포석입니다. 마지막으로, **지속가능경영 및 ESG** 측면에서도 중장기 전략이 있습니다. Bio 사업은 곧 환경과 직결된 산업이므로, CJ는 **2050 탄소중립** 목표 하에 공정 개선, 폐수재활용 등 친환경 투자를 진행하고 있습니다[33]. 이는 향후 글로벌 고객(특히 유럽 기업)들에게 어필할 수 있는 요소이기도 합니다. 정리하면, CJ BIO의 중장기 전략은 “**선택과 집중**”, “**글로벌 확장**”, “**수익성 중심 체질개선**”, “**혁신 신사업 투자**”, “**ESG 강화**”로 요약되며, 이를 통해 **글로벌 Top Bio 기업**으로 도약하려 하고 있습니다. 이러한 큰 방향을 지원자도 인지하고, 본인이 그 비전에 기여할 수 있는 부분(예: 글로벌 확장에 필요한 현지 네트워크 역량, 수익성 개선을 위한 생산기술 지식 등)을 매칭시킨다면 설득력을 높일 수 있을 것입니다.

**3.3 차별화 포인트:** CJ 제일제당 BIO 사업부문이 갖는 차별화 요소는 여러 가지로 분석됩니다. 우선 **기술 역량** 측면에서, CJ는 자체 **Bio R&D 연구소(CJ 블로썬파크)**를

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(BIO)-Global Sales

중심으로 세계적 수준의 **균주 개발 및 발효공정 기술**을 확보하려 노력하고 있습니다. 이미 신규 라이신 균주 개발로 수율을 크게 향상시킨 사례가 있고[3], 핵산계 조미소재 분야에서는 **특허받은 효소기술**을 적용해 경쟁사 대비 맛 품질을 높였다는 평가를 받습니다. 또한 CJ는 식품연구소와 바이오연구소가 한 곳에 있어(경기도 수원시 CJ 블로섬파크) **다분야 융합 연구**가 가능하다는 강점이 있습니다. 이는 새로운 발효제품 아이디어를 얻고 사업화하는데 유리한 구조로, 라이신 생산 부산물로 기능성 비료를 만든다든지, 식품 사업 노하우로 사료 맛을 개선하는 첨가제를 개발하는 등의 **크로스오버 혁신**을 기대할 수 있습니다. 둘째, **제품 포트폴리오의 폭**입니다. CJ BIO는 단순히 한두 개 아미노산에 집중하는 것이 아니라, 앞서 언급한 것처럼 사료용 아미노산 8종 이상, 조미소재, 바이오농업(미생물 비료 등), 바이오엔자임(사료용 효소제)까지 아우르고 있습니다[34][35]. 심지어 PHA 생분해플라스틱 같은 소재 분야도 보유하고 있어[36], “균주 발효 기술”이라는 코어 역량을 다방면에 응용하는 **Diversification 전략**을 취합니다. 이러한 폭넓은 포트폴리오는 **고객사에 토탈 솔루션 제공**이 가능하다는 장점으로 이어집니다. 실제 CJ BIO는 사료업체를 대상으로 **아미노산+효소+기능성 첨가제**를 패키지로 판매하거나, 식품업체에는 **조미소재+식이섬유+단백강화소재** 등 통합 제안을 하면서 **Cross-selling**을 합니다. 셋째, **글로벌 운영 역량**입니다. CJ BIO는 한국 기업 중 드물게 글로벌 **생산기지 분산 전략**을 성공적으로 실행했습니다. 인도네시아, 중국, 미국 등에 생산 거점을 두어 **각 대륙별 거점 생산→현지 공급** 모델을 구축하여, 물류비 절감과 현지 밀착 영업을 실현했습니다[21][22]. 또한 10여 개 국가에 해외법인/사무소를 운영하며 90여개국에 제품을 판매하는 등, **글로벌 영업망**이 탄탄합니다. 이를 가능케 한 것은 CJ가 오랜 기간 축적한 **해외 시장 개척 노하우**(식품사업 글로벌화 과정에서 쌓은 경험 포함)와, 본사와 해외조직 간 긴밀한 협력 문화입니다. CJ BIO 해외영업팀은 각 지역법인과 매일 소통하며 국가별 수요와 가격 정보를 실시간 공유하고, 본사 생산계획에 반영하는 **기민한 공급망 관리**를 보여주고 있습니다[37]. 이러한 **Supply Chain Agility**는 경쟁사들이 따라오기 어려운 CJ만의 조직 역량으로 평가됩니다. 넷째, **디지털 및 서비스 지향**입니다. CJ BIO는 단순히 제품만 파는 것이 아니라, **고객 지원 서비스**에도 공들이고 있습니다. 예컨대 사료회사 고객 대상의 **영양설계 프로그램(BestAmino™ 등)**을 개발하여 적정 아미노산 배합을 제안해주고, 전담 기술팀이 고객사 현장을 방문해 **제품 적용 컨설팅**을 해주는 형태입니다. 이런 **솔루션 영업**을 통해 단가 경쟁을 넘어 **고객 Lock-in 효과**를 거두고 있습니다. 다섯째, **모기업 시너지와 브랜드 신뢰도**입니다. CJ제일제당은 국내 No.1 종합식품기업으로서 오랜 업력과 **견실한 재무기반**을 갖추고 있어, 글로벌 B2B 거래 시 **신용도가 높고 평판 리스크가 낮은 파트너**로 인식됩니다. 이는 중국 등 신흥 경쟁사와 대비되는 강점으로, 실제 글로벌 사료 대기업들이 신규 공급사를 고를 때 CJ를 선호하는 이유 중 하나입니다. 또한 모기업이 추구하는 **ONLYONE** 문화는 BIO 사업부문에 스며들어, 직원들이 **혁신과 최고 추구에 대한 강한 동기부여**를 갖는다는 점도 경쟁력의 원천입니다. 마지막으로, **지속가능성 측면의 리더십**도 차별화 포인트가 될 수 있습니다. CJ는 업계 최초로 “**녹색기술 인증**”을 받은 사료용 아미노산을 내놓고, **바이오매스**

기반 생산공정 연구 등을 주도하고 있습니다. 이러한 친환경 선도 이미지는 장기적으로 고객사(특히 다국적 축산기업들의 ESG 요구)에 부합하여 **프리미엄 브랜드 이미지**를 형성할 가능성이 큼니다. 정리하면, **CJ BIO의 차별화는 기술(균주·공정 혁신), 제품 폭(토탈 솔루션), 글로벌 운영(다거점 생산·영업), 서비스 지향(컨설팅 제공), 브랜드/ESG 신뢰**의 조합으로 요약할 수 있습니다. 지원자는 이러한 강점을 미리 파악하고, 자신의 강점(외국어 역량, 기술지식, 서비스 마인드 등)과 연결시켜 "이러한 CJ BIO의 차별화된 방향에 내가 어떻게 일조할 수 있는지"를 고민해두면 좋을 것입니다.

**3.4 리스크 요인:** 반면 CJ 제일제당 BIO 사업부문이 직면한 위험 요소도 다각도로 존재합니다. **첫째 위험은 시장 수급 변동에 따른 가격 변동성**입니다. 앞서 언급했듯이 아미노산 제품은 **공급과잉 시 가격 폭락**으로 수익성이 급감하는 사이클이 있습니다. 2024~25년 겪은 일레처럼, 경쟁사 증설과 수요 둔화가 겹치면 CJ 같은 리딩 기업도 버티기 어려운 수준의 판가 하락을 겪을 수 있습니다[38]. 특히 중국 업체들의 공격적 증산, 글로벌 경기침체로 인한 육류 수요 감소 등 외부 요인은 예측이 어려워 이에 대한 **리스크 관리(계약구조 개선, 선물거래 활용 등)**가 중요합니다. **둘째, 원재료·에너지 가격 리스크**입니다. 옥수수, 원당 등 발효 원료는 국제 곡물가에 연동되는데, 예컨대 옥수수 가격이 2023년 상반기부셸당 \$6.5까지 올랐다가 하반기 \$4대로 떨어지는 등[16] 큰 변동을 보였습니다. 이런 **원가 요인의 등락**은 곧바로 생산비에 영향을 미쳐 수익을 잠식합니다. 에너지의존도도 높아 유가나 천연가스 가격 상승 시 생산 원가 압박이 심해집니다[16]. CJ는 나름 장기구매 계약이나 헤지로 대응하지만, 전쟁이나 기후같은 변수에는 한계가 있습니다. **셋째, 환율 및 거시경제 리스크**입니다. CJ BIO는 매출의 상당부분이 수출/달러화 거래이므로 원화 환율에 영향을 받습니다. 원화 약세 시 수혜를 입지만, 반대로 급격한 원화 강세가 오면 가격경쟁력이 약화됩니다. 또한 글로벌 금리 상승, 신흥국 경기 둔화 등 거시 변수도 B2B 수요에 영향을 줍니다. **넷째, 규제 및 통상 리스크**입니다. 국가별로 수입 사료첨가제에 대한 관세나 통상 규제가 생길 가능성이 있습니다. 실제 과거 EU는 중국산 라이신에 반덤핑 관세를 부과했던 적이 있고, 향후 무역분쟁에 따라 CJ 제품이 **통상 장벽**에 직면할 수 있습니다. 또한 **환경/안전 규제**로 공장 운영이 제한될 가능성도 있습니다. 중국 내 환경 규제로 경쟁사 공장들이 가동을 중단한 전례가 있는데, CJ도 인도네시아나 기타 생산거점에서 환경규제가 강화되면 추가 투자나 생산차질이 발생할 수 있습니다. **다섯째, 기술 혁신의 위협**입니다. 현재는 미생물 발효가 최선의 제조법이지만, 미래에 합성생물학이나 효소공학의 급진전으로 더 저렴한 생산법이 등장할 가능성을 배제할 수 없습니다. 또는 육류 소비 감소 트렌드로 장기적으로 사료아미노산 수요가 정체/감소하는 구조적인 변화가 올 수도 있습니다. 예를 들어 대체육, 배양육 등이 주류화되면 전통 축산용 아미노산 시장은 위축될 수 있습니다. CJ는 이에 대비해 인간영양용 아미노산 시장 등으로 다각화를 도모하고 있지만, **시장 패러다임 변화**는 장기 리스크입니다. **여섯째, 인적자원 및 조직 리스크**입니다. 첨단 바이오 산업인 만큼 **우수 연구인력 확보**와 글로벌 인재 관리가 성과에 큰 영향을 줍니다. CJ 제일제당은 젊은 인재를 빠르게 흡수하고 있지만, 동시에 경쟁사나 스타트업으로의 인재

유출 위험도 존재합니다. 또한 조직문화 적응, 노사 이슈 등도 잠재적 위험요소입니다. 마지막으로 **평판 리스크**를 들 수 있는데, B2B 기업이라고 하더라도 **식품/사료 안전과 직결**되어 있기에 품질 문제나 협력사 이슈가 발생하면 브랜드 신뢰에 타격이 있을 수 있습니다. 예컨대 제품 오염이나 스펙 미달 사태가 생기면 글로벌 고객사를 잃을 위험이 있죠. 다행히 CJ는 지금까지 품질관리(Quality Assurance) 체계가 강점이라 큰 사고는 없었습니다. **요약하면, CJ BIO가 직면한 리스크는 시장/원가의 변동성, 규제/거시환경의 변화, 기술/수요의 장기 변화, 인적/평판 요인**으로 정리됩니다. 이러한 리스크에 대응하기 위해 CJ는 생산 효율 극대화 와 포트폴리오 조정으로 **변동성 완충력을 키우고, 신규 사업으로 미래 대비**를 하며, **ESG 경영과 내부통제**로 규제·평판 리스크를 낮추려 합니다. 지원자는 회사의 이런 노력과 Pain Point를 이해하고, 예컨대 *“저도 글로벌 영업 담당으로서 시장 데이터를 면밀히 모니터링하고 리스크 발생 시 유연하게 대안을 제시하는 역할을 하고 싶습니다”*와 같이 언급하면, 회사 입장에서 반가워할 것입니다.

## 4 장. 인재상·조직 문화·채용 특징

**4.1 공식 인재상 키워드와 해석:** CJ 그룹은 공통 인재상으로 **“역량 있는 반듯한 하고잡이”**를 내걸고 있습니다[39]. 여기서 **“하고잡이”**란 무언가를 **“하고자 하는 의지”**가 강한 사람을 의미하는 CJ만의 용어로, 단순히 주어진 일을 성실히 하는 것을 넘어 **스스로 몰입하여 최고의 성과를 내는 사람**을 가리킵니다[39]. 이를 실천하는 핵심 행동원칙으로 **정직, 열정, 창의, 존중**의 네 가지 키워드를 제시하고 있습니다[40]. **정직**은 바른 가치관과 윤리의식을, **열정**은 자부심을 갖고 즐겁게 일하는 태도를, **창의**는 새로운 발상과 도전을, **존중**은 동료와 고객을 배려하는 협업 자세를 뜻합니다. 결국 CJ가 찾는 사람은 **전문성 기반으로 도전하고 실질적 성과를 내며, 그 과정에서 핵심가치를 체화한 인물**입니다. 채용현장에서 이를 어떻게 해석하냐면, 단순히 스펙이 뛰어난 지원자보다는 **OnlyOne 정신으로 남다른 성과를 만들어본 경험**이 있는지를 봅니다[40]. 예컨대 학업, 대외활동, 프로젝트 등에서 **“최초, 최고, 차별화”**를 추구하여 임팩트를 낸 사례를 높게 평가합니다. 또한 지원자가 **진정성 있게 일에 몰입해본 경험**이 있는지를 중요하게 여기는데, 면접관들이 **“지원자가 자발적으로 몰입한 경험”**을 묻는 질문을 자주 하는 것이 이를 방증합니다[39]. BIO 사업의 경우, 여기에 **글로벌 역량**(외국어와 문화적 개방성)까지 더해져야 하므로, **열정을 갖고 새로운 환경에서 성과를 낸 경험, 문화를 넘어 협업한 경험** 등이 있다면 인재상에 부합하는 지원자라고 볼 수 있습니다. 한 마디로, **CJ 제일제당이 바라는 인재상**은 **“정직함을 바탕으로 창의적 도전을 즐기며, 열정적으로 최고의 결과를 만들어내고, 팀과 조직을 존중하며 함께 성장하는 자기주도적 인재”**라 요약할 수 있습니다. 이러한 키워드를 자기소개서와 면접 답변에 스며들게 하여, 본인이 **하고잡이 기질**을 지닌 인물임을 어필하면 좋겠습니다.

**4.2 조직 문화 (보도자료, 인터뷰, 후기 등에서 본 단면):** CJ 제일제당은 전통 제조업 기반이지만, 조직문화 측면에서는 **상당히 혁신적이고 젊은 분위기**를 가지려 노력하는 회사로

평가됩니다. 실제로 공개된 자료에 따르면 CJ 제일제당의 전체 임직원 중 **20 대 비중이 25.6%**에 달하며, 국내 100 대 기업 중 7 번째로 젊은 인력구성을 보입니다[41]. 이는 지속적인 신입 채용과 조직문화 개선 노력의 결과입니다. 회사는 **“젊고 유망한 인재를 유치하기 위해 혁신적 인사·조직 문화를 형성”**했다고 밝혔는데, 구체적으로 **자기주도적 경력개발 지원 제도(Job Posting), 탁월한 성과에 대한 파격 보상** 등을 운영합니다[42]. 또한 MZ 세대의 Work-life balance 요구에 맞춰, **선택근무제(탄력출퇴근)**와 **상시 재택근무제**를 도입했고, 전국 거점오피스인 **‘CJ Work-On’, 원격근무 시스템(Smart Working), 창의개발 휴가 ‘Creative Week’** 같은 제도를 마련하여 일하는 방식의 유연성을 크게 높였습니다[42]. 한 마디로, **“임직원에게 선택권을 주는 유연한 근무환경”**이 CJ 문화의 특징이라고도 볼 수 있습니다[43]. 이러한 노력 덕분에 CJ 제일제당은 한 설문에서 **내부 문화자본지수 1 위**를 차지하며, **“문화예술을 통해 임직원의 영감을 자극하고 창의적 업무환경을 조성”**하는 기업으로 평가받았습니다[44]. 실제 CJ 는 임직원 대상 **컬처데이(문화행사), 사내 동호회 지원, 복장 자율화** 등 비교적 개방적인 문화 프로그램도 운용합니다. 다만 한편으로는 제조업 특유의 **성과주의**도 강하게 남아 있습니다. 좋은 성과를 내면 파격 보상하지만, 목표 미달성 시 엄격한 피드백을 주는 등 **목표 지향적 분위기**가 뚜렷합니다. 특히 BIO 사업부문은 B2B 사업이라 **데이터와 실적 중심**으로 돌아가는 경향이 있으며, 해외법인과 시간대가 달라 야근/주말 대처를 해야 하는 경우도 있어 업무 강도가 높을 때도 있습니다. 그럼에도 불구하고 많은 직원들은 **“수평적이고 자유로운 토론 분위기”**를 CJ의 장점으로 꼽는데, 이는 최고경영진이 강조하는 OnlyOne DNA, 스피드, 열린 소통 등이 반영된 결과로 보입니다. 실제로 최근 입사자 인터뷰를 보면, 입사 전 **“보수적일까 걱정했는데 팀장님들이 생각보다 부드럽고 스피드토크에 능숙했다”, “OJT 선배가 팀 분위기가 좋다고 했는데 실제 겪어보니 기대 이상이었다”** 등의 언급이 있습니다[45][46]. 이는 **상명하복식 보다는 코칭형 리더십**이 자리잡아 가고 있음을 시사합니다. 또한 CJ 제일제당은 그룹 차원에서 **다양성 존중과 포용성**도 강조합니다. 직급보다 전문성을 중시하는 문화로 변모하고 있고, 여성 인재 비중도 꾸준히 늘리는 추세입니다. 요약하면, **CJ 제일제당의 조직문화는 “젊고 유연하며, 성과에는 냉정하지만 일하는 방식은 혁신적으로 지원하는”** 양면성을 지니며, 기본적으로 **구성원의 성장을 도모**하는 방향으로 진화 중이라 할 수 있습니다. 이러한 문화에서 일하려면 **자율과 책임의 균형**을 잘 맞추는 태도가 필요하며, 지원자도 자신의 경험 중 유연한 환경에서 자율적으로 목표를 달성한 사례 등을 어필하면 좋을 것입니다.

**4.3 최근 채용 공고 패턴:** CJ 제일제당은 대략 **연 2 회 (상/하반기)** 정기 공채로 신입사원을 모집하고, 수시로 경력직 채용도 진행합니다. 최근 3~6 개월 간 채용 트렌드를 살펴보면, **2025 년 하반기 신입 공채**를 9~10 월에 진행하여 Product Marketing, BIO Global Sales & Marketing 등 다수 직무를 뽑았습니다[47]. 공고를 보면 직무 소개와 자격요건을 매우 상세히 기술하고 있는데, 이는 **지원자가 자신의 역량과 매칭 여부를 정확히 판단**하도록 돕기 위함입니다[48]. BIO 사업부문 Global Sales 의 경우 공고상 요구역량으로 **“어학능력(영어**

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(BIO)-Global Sales

필수), 해외출장 및 근무 가능, 전공무관(이공계 우대), 분석적 사고와 커뮤니케이션 능력” 등을 명시하는 식입니다. 눈에 띄는 것은 **외국어 역량을 매우 중시**한다는 점입니다. 실제 2024 년 하반기부터 BIO Global Sales 직무는 채용과정에 **외국어 세일즈 면접**(영어 등)을 추가하여, 언어 활용 능력을 검증하고 있습니다[49]. 이는 서류상의 공인 점수보다 **실제 비즈니스 회화/설득 능력**을 보겠다는 의도로, CJ 가 글로벌 영업인재를 얼마나 필요로 하는지 보여줍니다. 또한 최근 공고의 **톤(tone)**은 상당히 **친근하고 도전적**입니다. 예를 들어 그룹 채용 사이트나 CJ 뉴스룸에서 *“하고잡이 여러분의 도전을 기다립니다”, “글로벌 사업가에 도전해보세요”* 등 지원자를 응원하는 문구를 사용하고, 직무 소개도 딱딱한 설명보다는 **현직자 인터뷰나 스토리**를 곁들여 젊은 감성에 어필합니다. 이는 **MZ 세대 지원자들과 소통**하려는 노력의 일환입니다. 또 다른 패턴은 **산업 트렌드에 맞춘 신규 직무 채용**입니다. 예컨대 디지털 전환이 화두가 되자 **데이터 사이언스, AI 분석** 등의 포지션을 신설해 뽑거나, ESG 경영 강화에 따라 **지속가능경영 담당** 채용을 진행하기도 했습니다. BIO 사업부문에서도 **Bioinformatics, 공정 자동화 엔지니어** 등 **첨단 직무** 채용이 종종 눈에 띕니다. 전반적으로 CJ 제일제당 채용은 **공개적이고 투명한 프로세스**를 강조하며, 모든 전형 결과나 일정 등을 채용 홈페이지에 공지하고 있습니다. 이는 구직자들 사이에 신뢰도를 높여주고 있으며, 최근 몇 년간 CJ 제일제당은 취준생들이 가장 입사하고 싶어하는 기업 순위 상위권에 오르기도 했습니다. **채용 트렌드 요약**: *“해외사업 강화에 맞춰 글로벌 역량 중심 선발, 직무적합성 꼼꼼히 확인, 지원자 친화적 소통 강화”*라고 볼 수 있습니다. 지원자로서는 회사가 무엇을 원하고 평가하는지 충분히 공개되어 있으므로, 공고를 면밀히 읽고 자기 역량을 맞춰나가는 전략이 필요합니다.

**4.4 서류/면접에서 강조되는 키워드·역량**: 서류전형에서는 **직무적합성과 CJ 인재상 부합도**가 핵심 평가요소입니다. 앞서 말한 정직·열정·창의·존중의 가치에 부합하는 경험이 자소서에서 잘 드러나면 플러스 요인이 됩니다[40]. 예컨대 *“어려운 목표에 도전해 달성한 경험”, “팀워크로 성과를 낸 경험”, “창의적으로 문제 해결한 사례”* 등을 묻는 문항에 대해 구체적으로 서술하길 기대합니다. 또한 **지원 동기와 직무 이해도**를 매우 중시하기 때문에, 자기소개서 1번 문항으로 **“왜 CJ 제일제당이며, 왜 BIO 사업 Global Sales 인가”**를 묻고 있습니다[50]. 여기서 지원자는 **회사 산업에 대한 관심과 열의, 해당 직무를 잘 수행할 수 있는 역량과 준비**를 설득력 있게 써야 합니다. 막연한 동기가 아니라, CJ 제일제당 BIO 의 사업전략이나 제품에 대한 본인만의 인사이트를 담거나, 글로벌 세일즈 직무 관련 경험(어학, 해외교환, 글로벌 프로젝트 등)을 연결하면 좋습니다. 실제 합격자들은 *“지원 회사의 유튜브 채널 콘텐츠까지 모두 찾아보며 사업이해를 높였다”*고 밝히기도 했습니다[51]. 면접 전형에서는 **논리적 사고와 학습 능력, 그리고 태도**를 깊게 평가합니다. CJ 제일제당 인사담당자 말에 따르면, 면접 시 **어려운 질문을 일부러 던져서 지원자의 문제해결 접근방식과 유연성을 본다**고 합니다[52]. 정답을 말하지 못해도 괜찮으니, 질문에 대한 **논리적인 접근, 창의적인 아이디어, 침착한 태도**를 보여주는 게 중요합니다. 또한 **빠르게 캐치하는 학습 능력**을 중시하기 때문에, 전혀 모르는 용어나 상황이 주어져도 당황하지 않고 침착하게 핵심을

짚으려 노력하는 모습을 보이면 좋은 점수를 받을 수 있습니다[52]. 직무 지식에 대한 질문도 나올 수 있습니다. BIO 사업 글로벌세일즈의 경우 *“발효 아미노산 시장 동향을 어느대로 말해보라”*, *“영업사원이 이익률을 높이기 위해 할 수 있는 노력은 무엇인가”* 같은 반구조화된 질문이 나올 수 있습니다. 이에 대비하려면 앞서 정리한 산업 및 사업 이해를 활용해서 자기만의 견해를 준비하는 것이 좋습니다. **외국어 면접**은 해당 언어로 자기소개나 간단한 세일즈 시나리오를 묻는 식인데, 유창함보다는 **비즈니스 상황에서의 커뮤니케이션 능력**을 봅니다. 제품 설명을 영어로 해본다든지, 고객 클레임 상황을 영어로 어떻게 대응할지 연습하면 도움이 됩니다. 면접에서 빠지지 않는 또 다른 키워드는 **“Why CJ 제일제당인가”**입니다. 지원자가 여러 회사 중 굳이 CJ를 택한 **진정한 이유**를 알고 싶어하며, 형식적 답변을 넘어 **회사에 대한 애정과 공부 흔적**이 묻어나는 답을 기대합니다. 예컨대 *“CJ BIO의 R&D 중심 문화에 끌렸다”*, *“CJ의 OnlyOne 정신이 본인의 가치관과 맞는다”* 등 구체적인 이유가 있으면 좋습니다. 마지막으로 **인성 및 태도** 부분에서, CJ는 **밝고 적극적인 이미지를 선호**합니다. 실제 면접 분위기는 지원자를 배려하면서도 꼬리질문으로 깊이 파고드는 스타일인데, 이 때 **솔직하면서도 긍정적인 태도**로 임하는 것이 좋습니다. 압박면접보다는 **지원자의 생각을 끌어내는 토론형 면접**이 많으므로, 긴장하지 말고 자신의 의견을 조리 있게 밝히되 경청과 존중의 모습을 보이면 좋은 평가를 받을 것입니다. 요약하면, **CJ 제일제당 BIO Global Sales 채용**에서는 ①회사/직무에 대한 깊은 이해와 애정, ②논리적 문제해결 및 학습능력, ③글로벌 커뮤니케이션 역량, ④열정과 주도성, ⑤팀 협업 태도 등이 반복적으로 강조됩니다. 실제 신입사원들을 평가했던 팀장은 *“지원자의 개인적 경험이 이 직무로 이끈 동기를 중점적으로 확인한다”*고 했고[50], 다른 면접관은 *“면접 때 논리적 접근방식과 문제 대하는 태도를 본다”*고 했습니다[52]. 이러한 포인트들을 염두에 두고 대비한다면, CJ가 찾는 **하고잡이 인재**로서 자신을 효과적으로 보여줄 수 있을 것입니다.

## 5 장. 직무 분석: Global Sales (BIO 사업부문)

**5.1 직무 핵심 역할 (하루·한 달·일 년 단위):** CJ 제일제당 BIO 사업부문의 **Global Sales & Marketing**, 흔히 **BIO 해외영업**으로 불리는 이 직무는 한 마디로 **“해외사업가”**입니다[37]. 본사와 세계 각지의 CJ 해외법인 또는 대리점과 긴밀히 소통하며, **담당 국가와 제품의 A to Z를 책임지는 역할**을 합니다[37]. 구체적으로 하루 일과를 살펴보면, **오전**에는 보통 **해외 지사/고객들과 이메일 및 전화회의**로 시작합니다. 시차가 있는 유럽/미주 지역 담당자라면 이른 아침에 밤 사이 온 메일을 확인해 급한 주문이나 클레임에 대응하고, 동료들과 전날 글로벌 사항(경쟁사 동향, 가격 변동 등)을 공유합니다. **오전 중**에는 **본사 생산계획 팀과 미팅**을 가질 때가 많습니다. 예컨대 다음 달 인도네시아 공장의 라이신 생산량을 유럽, 동남아, 남미에 어떻게 배분할지 **공급/판매 계획 조율**을 합니다. 이때 해외법인에서 수집한 예측 수요와 현재 재고, 선박 스케줄 등을 고려하여 **최적의 공급계획**을 수립하는 것이 영업담당자의 핵심 임무입니다[37]. **점심 이후 오후**에는 본격적으로 **고객 대응 및 시장개발 업무**를 진행합니다. 예를 들어 **기존 고객사 관리**로서, 주요 고객(사료회사 등)의 구매

담당자와 정례 화상회의를 통해 **제품 사용 만족도**를 묻고 향후 수요를 예측합니다. 새로 출시된 제품 (예: 조미소재 TasteNrich)을 고객사가 테스트 중이라면, 그 **피드백을 수렴**하여 R&D 팀이나 마케팅팀과 공유하고 필요한 개선이나 추가 자료 제공을 약속합니다. **신규 고객 발굴**도 중요한 업무입니다. 시장조사 데이터를 보며 **잠재 고객 리스트업**을 하고, LinkedIn 등으로 해당 업체 담당자에게 연락하거나, 현지 법인 영업사원과 함께 방문 약속을 잡습니다. **하루 일과 예시**로, “오전 9 시에 미국 고객이 긴급 주문변경을 요청하여 물류팀과 협의해 선적 일정을 조정하고 답신 -> 11 시에 본사 수급회의 참석, 유럽 수요 증가에 맞춰 생산 할당 변경 논의 -> 오후 2 시에 일본 담당자와 화상회의, 신제품 IMP(핵산조미료) 제안 프레젠테이션 진행 -> 4 시에 다음 달 판매 예측 리포트 작성 및 팀장 리뷰 -> 퇴근 전 베트남 주요 고객에 다음주 출장 관련 일정 확인” 등의 다채로운 업무를 소화하게 됩니다. **월간 단위로 보면, 보통 월말/월초에는 실적 및 계획 점검**이 있습니다. 전월의 국가별 판매 실적, 손익(매출·마진)을 정리해 보고하고, 문제 발생 원인을 분석합니다. 동시에 이 정보를 바탕으로 **익월 판매 전략**을 세웁니다. 예를 들어 *“유럽에서 경쟁사가 가격을 5% 인하했으니, 우리도 일부 대응하되 신뢰관계가 깊은 A 사에는 가격 유지하면서 추가 기술서비스 제공으로 붙잡자”*와 같은 세밀한 전략을 수립합니다. 또한 **분기별로는 해외 출장이 잦습니다**. 주요 권역별로 열리는 **사료산업 박람회나 식품소재 전시회**에 참석하여 시장 트렌드를 파악하고 고객 네트워킹을 합니다. 6 개월~1 년 단위로는 **연간 사업계획(Budget) 수립** 작업에 참여합니다. 담당 국가의 내년도 판매목표 (금액, 물량)을 예측하고, 필요한 마케팅 활동이나 할인을 정책 등을 기획합니다. 이를 위해 시장 성장률, 경쟁사 동향, 환율 전망까지 폭넓게 분석하여 **“어느 지역에 얼마나 판매하고 이익률은 얼마를 달성할 것인가”**를 계획하게 됩니다. 요컨대 Global Sales 직무는 **단기적으로는 수주/출하 관리와 고객 대응, 중기적으로는 시장 개발과 전략 수립, 장기적으로는 지역 비즈니스 성장 견인**이라는 여러 시간축의 역할을 모두 수행합니다. **1 년을 돌아보면**, 수시 출장과 여러 시간대의 파트너들과 협업하느라 다소 고된 일도 많지만, **전세계 사업을 무대로 스스로 작은 CEO 처럼 움직이는 보람**이 큰 직무라고 할 수 있습니다[37].

**5.2 내부/외부 이해관계자 맵:** Global Sales 담당자는 **회사 내부적으로는** 다양한 부서와 협업하며, **회사 외부적으로는** 해외 고객 및 파트너와 긴밀히 소통합니다. 먼저 **내부 이해관계자**를 살펴보면, 가장 밀접한 협업 부서는 **생산관리/수급팀**입니다. 영업담당자는 수요 예측과 주문 정보를 이들과 공유하고, 공장에서 생산량 및 재고를 적절히 조정해 고객 납기와 재고비용 사이 균형을 맞춥니다[37]. 예를 들어 유럽 주문이 급증하면 수급팀과 협의해 다른 지역 물량을 조정하거나 생산 증량 여부를 검토합니다. 두 번째 주요 파트너는 **물류팀(해외물류/무역)**입니다. 해외 거래 특성상 **선적 스케줄, 통관 서류, 운임** 등이 사업 성패에 직결되므로, 영업담당자는 물류담당과 함께 선박 예약, 통관 이슈 해결, 운임 협상 등을 챙깁니다. 세 번째로 **마케팅팀(제품/시장 마케팅)**과도 협업합니다. 특히 CJ BIO 의 Global **Marketing 팀**은 각 제품군의 마케팅 전략과 브랜딩을 담당하는데, 영업은 현장 고객 피드백과 시장 요구를 전달하여 **마케팅 전략 수립에 인풋**을 주고, 마케팅이 제작한 **제품**

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(BIO)-Global Sales

카탈로그, 샘플, 데모 영상 등을 활용해 고객을 설득합니다. 신제품 론칭 시에는 마케팅과 영업이 함께 고객사 세미나를 열거나 프로모션을 기획하기도 합니다. 네 번째로 **R&D/기술지원팀**도 중요한 파트너입니다. 고객이 제품 기술질문(예: 아미노산 순도, 효능 등)을 하면 영업담당이 1 차 대응하고, 심층 기술 이슈는 기술지원팀의 도움을 받아 해결합니다. 대형 고객사를 대상으로는 기술지원 인력이 동행방문하여 **제품 적용 테스트**를 도와주므로, 영업은 R&D 와 고객 사이 **가고** 역할을 합니다. 다섯째, **해외법인/지사 직원들**입니다. CJ 제일제당은 주요 시장에 현지 법인이 있고, 영업사원이 상주하는 곳도 많습니다. 본사 Global Sales 는 현지인 매니저들과 **영업 전략을 공동 수립**하고 목표를 쉐어하며, 수시로 현지 상황을 보고받습니다. 어떤 국가에서는 현지 딜러(대리점)를 활용하는데, 이 경우에도 본사 영업담당이 딜러를 관리/지원합니다. 이 외에도 **경영관리/재무팀**과 협업하여 고객 신용한도를 설정하거나 채권 관리(미수금 회수 등)를 체크하고, **품질관리(QA)** 부서와 함께 제품 불만/클레임 발생 시 원인 분석과 시정조치를 진행하는 등, **사내 다기능 부서와 크로스펑션 협업**이 일상적입니다.

**외부 이해관계자**로는 우선 **고객사(B2B)**가 최우선입니다. CJ BIO 의 고객사는 *사료회사, 완제품 식품회사, 유통상사, 사료 프리믹스 업체, 제약회사(특수 아미노산의 경우)* 등 다양합니다. 영업담당자는 각 고객사의 구매팀, 연구소, 생산팀 등 **다양한 직무의 사람들과 소통**하며, 단순 주문받기가 아니라 **고객 관계관리(Key Account Management)**가 중요합니다. 주기적으로 방문/미팅하여 신뢰를 구축하고 고객사의 미래 수요나 어려움을 파악해 솔루션을 제시해야 합니다. 둘째로 **현지 파트너사(대리점/디스트리뷰터)**도 주요 이해관계자입니다. 모든 국가에 CJ 직원이 있지는 않기에, 일부 지역은 계약된 대리점이 판매를 대행합니다. 본사 영업담당은 이 대리점의 **교육, 동기부여, 성과관리**를 맡습니다. 필요시 함께 고객 방문도 하고, 목표 달성률을 모니터링하며 지원책(마케팅 자료 제공, 가격 정책 등)을 마련합니다. 셋째, **물류/통관 파트너들**입니다. 국제물류의 특성상 선사(船社), 포워더, 통관대행사 등의 외부 업체와도 긴밀히 협업합니다. 제품이 적시에 통관되어 고객 공장에 들어갈 수 있도록, 영업담당자가 포워더와 일정 조율이나 서류작업 확인을 직접 챙기기도 합니다. 넷째, **정부기관 및 산업단체**도 간접적인 이해관계자입니다. 예를 들어 어떤 국가에 신규 수출하려면 **현지 정부의 등록/인증**을 받아야 할 수 있는데, 이때 영업담당이 서류 준비를 주관하고 정부 관계자와 소통합니다. 또 사료/식품 관련 **국제 컨퍼런스나 협회 활동**에 참가하여 업계 네트워크를 형성하고 정보를 얻기도 합니다. 다섯째, **경쟁사 인력**은 공식적인 이해관계자는 아니지만, 시장 정보 수집을 위해 관찰해야 할 대상입니다. 전시회나 고객 피드백 등을 통해 경쟁사 가격, 서비스 수준 등을 파악하고 대응 전략을 세웁니다. 요약하면, Global Sales 는 **사내**로는 생산·물류·R&D·마케팅 등 전 부서를 허브처럼 연결하고, **사외**로는 고객·대리점·물류사 등 사업 생태계 전체를 조율하는 **조정자이자 추진자**라고 볼 수 있습니다. 협업 범위가 넓은 만큼 **커뮤니케이션 능력과 조율력**이 절대적으로 요구됩니다. 실제 현직자도 *“해외법인과 긴밀히 소통하며 공급/판매계획을 세우고 수익성 전략을 수립한다”*고 언급했듯이[37], 이 직무는 조직 내외의 많은 사람들을 하나의 목표로 움직이게

만드는 리더십도 발휘해야 합니다. 지원자는 본인이 과거에 다양한 이해관계자를 조율했던 경험이나 팀 프로젝트 리딩 경험 등을 강조하면 좋겠습니다.

**5.3 필요 역량 (기술·지식·소프트스킬):** Global Sales 직무를 잘 수행하려면 분야 지식, 비즈니스 기술, 소프트스킬 측면에서 고루 역량이 요구됩니다. 기술적/지식적 역량으로 먼저, 제품 및 산업 지식이 중요합니다. BIO 사업 특성상 최소한의 생물학/화학 기초 이해와 사료영양/식품과학 지식이 있으면 고객과 소통이 원활합니다. 전공 무관 지원도 가능하지만, 입사 후 OJT 등을 통해 라이신은 어떤 역할을 하는지, 사료 배합비는 어떻게 짜이는지 등을 학습하게 됩니다. 둘째, 글로벌 비즈니스 역량으로 외국어 능력은 필수입니다. 영어는 기본 업무언어이며, 제 2 외국어(중국어, 스페인어 등)를 구사하면 해당권역 담당 시 큰 자산이 됩니다. 단순 회화 수준을 넘어, 비즈니스 협상 영어와 이메일 작성 능력이 중요하며, CJ 가 별도로 외국어 면접을 볼 정도로 강조하는 부분입니다[49]. 셋째, 분석 및 데이터 활용 능력입니다. 글로벌 영업은 수요예측, 손익분석 등 숫자 감각이 필수라, 엑셀과 ERP 시스템을 다루는 역량, 통계를 읽는 능력이 필요합니다. 예컨대 매월 국가별 판매량과 가격 데이터를 분석해 추세를 파악하고, KPI 달성 여부를 점검하는 일은 일상적입니다. 넷째, 국제무역 및 계약 지식입니다. 무역 실무(인코텀즈, L/C, 관세 등)에 대한 기본 이해와, B2B 거래 계약서의 핵심 조항(가격조건, 신용조건 등)을 볼 줄 아는 능력이 요구됩니다. 이는 경력 쌓으며 배울 수 있지만, 미리 공부해두면 업무습득이 빠릅니다. 다섯째, PC 활용 및 문서작성 스킬입니다. 글로벌 세일즈는 제안서 작성, 제품 소개자료 만들기, 내부 보고서 작성 등이 많아 파워포인트, 워드 작성능력이 중요합니다. 복잡한 내용을 일목요연하게 문서로 정리하는 능력이 곧 커뮤니케이션 효율과 직결되기 때문입니다.

소프트스킬 및 태도 측면에서는, 커뮤니케이션 능력이 최우선으로 꼽힙니다. 다양한 국적의 사람들과 언어, 문화의 장벽을 넘어 소통해야 하므로, 명확하고 설득력 있는 의사전달과 동시에 경청과 공감도 필요합니다. 영업인으로서 관계 구축 능력도 필수인데, 이는 단기간에 신뢰를 쌓고 장기간 우호를 유지하는 스킬입니다. 둘째, 협상력과 설득력입니다. 가격 협상, 계약 조건 협의 등 상황에서 상대의 니즈를 파악하고 윈윈 해법을 제시해야 합니다. 무조건적인 양보가 아니라, 전략적으로 대안을 제시하며 회사를 위한 유리한 딜을 이끌어내는 능력이 뛰어난 인재가 돋보입니다. 셋째, 분석적 문제해결 능력입니다. 시장 트렌드 변화나 공급 차질 같은 문제 상황에서, 데이터를 근거로 원인을 파악하고 최적 해결책을 찾아내는 능력이 중요합니다. 면접 시 지원자의 논리적 접근법을 보는 것도 이러한 역량을 검증하기 위함입니다[53]. 넷째, 신속한 학습 능력과 적응력입니다. 빠르게 변하는 글로벌 시장과 기술에 대응하려면 새로운 정보나 문화를 재빨리 흡수해야 합니다. 실제 면접관이 지원자의 유연하고 빠른 적응력을 중요하게 본다고 밝혔듯이[53], 모르는 것이 나오더라도 금세 캐치해서 자기 것으로 만드는 Learning Agility 가 요구됩니다. 다섯째, 주도성과 책임감입니다. 해외영업 담당자는 본사 밖 시장을 개척하는 개척자이며 어느 정도 자율경영자처럼 일해야 합니다[37]. 상사가 일일이 지시하지 않으므로, 스스로 목표를 세우고

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(BIO)-Global Sales

추진하는 드라이브와, 결과에 대한 **오너십(ownership)**이 필요합니다. 여섯째, **문화적 민감성(cultural sensitivity)**입니다. 국가별 문화, 사업 관행을 존중하면서 비즈니스를 전개해야 하므로, 열린 마음과 유연한 대인관계 스킬이 중요합니다. 예를 들어 중동 파트너와 일할 땐 현지 의사결정 스타일을 이해하고 대응하는 식의 **글로벌 매너**가 성공을 좌우하기도 합니다. 마지막으로 **스트레스 관리와 끈기**도 언급할 만합니다. 영업은 실적 압박과 돌발 문제(클레임, 일정차질 등)가 많아 스트레스를 받기 쉽지만, 이를 잘 이겨내고 **끝까지 성과를 내는 끈기**가 중요합니다. 특히 BIO 사업처럼 사이클 영향을 받는 업계에서는 한 해 좋았다 다음 해 어려울 수 있어 **멘탈 관리**가 필요합니다.

요약하면, Global Sales 역할에는 **“국제 비즈니스 만능인”**이 요구된다고 해도 과언이 아닙니다. **Technical 한 제품지식 + Business sense + Soft skills** 의 조합이 필요하며, CJ 제일제당은 이런 역량을 키우기 위해 신입사원들을 OJT, 멘토링, 해외파견 등으로 체계적으로 육성합니다. 지원자는 자신이 가진 역량을 어필함과 동시에, 부족한 부분도 **학습 의지**를 보여주는 게 좋습니다. 예컨대 *“현재 영어 비즈니스 회화를 꾸준히 연습 중이며, 입사 후에도 중국어 등 추가 언어를 공부해 담당 지역의 전문성을 높ی겠다”*처럼 성장 마인드를 드러내면 인상적일 것입니다.

**5.4 성과 지표(KPI)와 평가 포인트:** Global Sales 직무의 성과는 **정량적 실적 + 정성적 기여** 모두로 평가됩니다. 주요 **KPI(Key Performance Indicator)**로는 **매출액과 판매 물량**이 기본입니다. 담당 국가/제품별로 연간/분기 매출목표가 주어지고, 이를 얼마나 달성했는지가 1 차적인 평가 지표입니다. 또한 **영업이익(Contribution Margin)**도 중요 KPI 입니다. 무작정 많이 파는 것이 아니라 **팔 때 얼마나 이익을 남겼는지가 핵심**이라, **매출총이익률(또는 공헌이익률)**이 목표치 대비 평가됩니다. 예를 들어 **“담당 지역 매출 100 억 원, 이익률 20% 목표”** 식으로 설정되어, 매출이 목표 미달이어도 이익률을 방어했으면 부분적으로 성과를 인정받고, 반대로 매출은 채웠어도 덤핑으로 이익이 낮으면 좋은 평가를 받기 어렵습니다. 그만큼 **수익성 중심의 영업**이 강조됩니다[37]. 세 번째 KPI 는 **신규 비즈니스 개발 실적**입니다. 이는 신규 고객 수 또는 신규 시장 진입 여부로 측정됩니다. 예컨대 *“올해 신규 거래선 5 개 개척”, “신흥국 X 시장 첫 수출 성사”* 등이 목표로 주어질 수 있습니다. 특히 CJ 가 전략적으로 미개척 지역을 공략할 경우, 해당 지역 담당자에게 **개척 성과**를 KPI 로 부여합니다. 네 번째 KPI 로 **수금 및 채권 관리**도 있습니다. B2B 거래에는 외상거래(credit)가 많기 때문에, 기한 내 미수금을 얼마나 효율적으로 회수했는지(DSO, Days Sales Outstanding 지표 등)가 성과평가에 포함됩니다. 건전한 **재무관리**도 영업의 책무인 것이죠. 다섯째, **Forecast Accuracy(수요예측 정확도)**를 KPI 로 보는 회사들도 있는데, CJ 제일제당도 **계획 대비 실제 판매 오차율** 등을 모니터링합니다. 이는 영업담당자의 시장 파악 능력을 나타내며, 정확한 수요예측은 재고 비용 절감과 직결되기에 중요합니다. 여섯째, **고객 만족도**가 정성 KPI 로 쓰일 수 있습니다. 예를 들어 글로벌 핵심 고객사를 대상으로 연 1 회 설문을 실시해 지원 서비스나 제품 만족도를 평가하고, 이를 개인 평가에

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(BIO)-Global Sales

일부 반영하는 방식입니다. 일곱째, **내부 협업 지표**도 간접 평가요소가 됩니다. 예를 들면, 영업-생산 협업 프로젝트 참여도나, CRM 시스템 입력 충실도 등이 포함될 수 있습니다.

CJ 제일제당의 평가는 **MBO(목표관리)**와 **역량평가**를 모두 적용합니다. 숫자 달성도(MBO)는 위 언급한 KPI 들로 측정하고, **역량/태도 평가는 상사와 동료 피드백**으로 이뤄집니다. 예컨대 “글로벌 커뮤니케이션 능력”, “주도적 추진력”, “CJ 핵심가치 실천” 등이 역량 항목으로 평가될 수 있습니다. 특히 BIO Global Sales 의 경우 **전략적 사고, 시장통찰, 고객관리 역량** 등을 상사가 면밀히 코칭/평가합니다. 또 CJ 는 **성과에 대한 보상과 피드백 문화**가 비교적 투명합니다. 분기별로 목표 대비 실적을 공유하고, 미흡하면 원인과 개선책을 함께 고민하며, 탁월하면 포상휴가나 인센티브로 보상합니다. 영업은 보통 **인센티브 제도**가 있어서, 목표 초과 달성 시 일정 퍼센트의 성과급을 받습니다. 이 부분은 개인 동기부여에 중요하지요.

정리하면, Global Sales 의 성과는 **“매출-이익-신규개발”** 세 마리 토끼를 잡는 것이 이상적입니다. 현실적으로는 시장 상황에 따라 달성 편차가 있으나, **회사에 기여한 바**를 다각도로 어필하는 게 중요합니다. 예를 들어 매출 목표는 90%였지만 **고객 불만 해결로 계약해지 위기를 방지했다**거나, **신제품 첫 수주**를 이끌었다면, 정성 평가에서 높은 점수를 받아 상쇄할 수 있습니다. CJ 제일제당은 **팀 성과**도 중시하기 때문에, 본인 국가 실적뿐만 아니라 BIO 사업 전체 성과에 어떻게 기여했는지도 피드백 시 언급됩니다.

지원자 입장에서 KPI 를 이해하는 것은, 면접에서 **“이 직무에서 성공을 어떻게 측정할 수 있을까요?”** 같은 질문에 답할 때 유용합니다. 숫자 중심으로만 말하기보다, **“양적 성과와 함께 고객 신뢰 구축과 같은 질적 성과도 중요하다”**는 식으로 균형 있게 답하면 성숙한 시각을 드러낼 수 있을 것입니다.

**5.5 대표 업무 시나리오 (가상의 워크플로우 예시):** 마지막으로, Global Sales 직무의 대표적인 업무 시나리오를 한 가지 예로 들어 보겠습니다. **시나리오: 유럽 시장 가격 급락에 대응한 판매 전략 조정.**

**배경:** CJ 제일제당 BIO 사업부문 유럽담당 Global Sales 매니저 A 씨는 라이신을 비롯한 아미노산 제품의 유럽 지역 판매를 총괄하고 있습니다. 최근 유럽 시장에서 중국산 물량 공세로 라이신 시황 가격이 급락하고 있다는 정보가 들려왔습니다. **문제 상황:** 주요 고객사인 독일 B사로부터 “경쟁사가 우리보다 10% 낮은 가격을 제시했다”는 연락이 왔고, B사는 가격 인하나 계약물량 조정을 요구하고 있습니다. 동시에 일부 중소 고객은 재고를 줄이기 위해 **주문 취소** 가능성까지 시사했습니다. 이대로 두면 **매출 손실과 고객 이탈**이 우려되는 상황입니다.

**A 씨의 대응:** 우선 A 씨는 **내부적으로 긴급 대책회의**를 소집합니다. 마케팅팀과 함께 경쟁사 가격 동향 데이터를 분석하고 [5], 유럽 재고 수준과 손익분기 가격을 점검합니다. 현재 CJ 의 유럽 창고에 2 개월치 라이신 재고가 있는데, 그대로 팔 경우 손실이 발생할 수 있다는

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(BIO)-Global Sales

판단이 쉽니다. A 씨는 **두 갈래 전략**을 마련합니다. 하나는 **주요 고객 방어 전략**, 다른 하나는 **잉여 물량 타지역 전환 전략**입니다.

먼저 **주요 고객 방어**를 위해, B사를 비롯한 Top 5 고객사별로 1대1 맞춤 대응을 준비합니다. B사에는 즉각 **독일 출장** 일정을 잡아 임원과 면담을 약속합니다. 출장 전, B사의 과거 구매량과 우리 제품 가치요소(예: 품질안정성, 기술지원 내역)를 정리한 **프레젠테이션 자료**를 준비합니다. 가격 직접 인하 대신 **"올해 말까지 기존 가격 동결 + 추가 물류비 지원 및 기술세미나 제공"**이라는 대안을 제시하기로 내부 승인도 받습니다. 한편 **중요도가 낮은 중소 고객사**에 대해서는, 가격 인하 요구를 수용하되 **수량 약정 조건**을 붙여 할인은 최소 6개월 물량 구매 시 적용하는 조건부 제안을 마련합니다. 이를 통해 단가를 낮춰줘도 **볼륨을 확보**해 총마진을 방어하려는 계산입니다.

다음으로 **잉여 물량 타지역 전환**을 위해, A 씨는 본사 수급팀과 협의합니다. 유럽향 생산 예정분 중 일부를 **남미와 동남아 시장으로 전환**하는 방안을 타진합니다. 마침 남미 쪽에서는 돼지사육 회복으로 수요가 늘고 가격이 안정적인 상황임을 글로벌 시장에서 파악했기에, 그쪽 영업담당과 연락해 **추가 판매 가능 물량**을 확인합니다. 다행히 **브라질 C사**가 물량을 더 배정받길 원한다는 답을 얻고, C사에는 유럽 잉여 물량 500톤을 할인 가격으로 특별 공급하기로 MOU를 진행합니다. 이를 통해 유럽 내 재고부담을 줄이고 글로벌 전체로는 판매량을 유지할 수 있게 됩니다.

*고객 커뮤니케이션:* 준비를 마친 A 씨는 독일 B사 방문 시, **"CJ 제품의 품질 우위와 안정 공급"**을 강조하며 단기 시장 교란은 곧 해소될 것이라는 점을 논리적으로 설명합니다. 또한 B사 전용으로 **기술 워크숍**을 열어 신제품(TasteNrich 등 연관제품 활용 방안)을 소개함으로써 **파트너십 강화**를 시도합니다. B사는 우리의 가격 인하가 제한적이지만, 대신 다양한 부가가치를 제공할겠다는 제안을 신중히 검토하겠다고 합니다. 한편 중소 고객들에게는 **이메일과 전화로 개별 연락**하여, 신규 할인조건(대신 일정 물량 이상 구매 조건)을 설명하고 주문 취소보다는 **재협상**으로 유도합니다. 이 과정에서 일부 고객은 경쟁사로 바꾸겠다고 했지만, A 씨는 **"경쟁사 중국 제품은 최근 품질 이슈가 있었다"**는 정보도 공유하며 신뢰를 심어줍니다.

*사후 관리:* 일련의 대응 후, A 씨는 본사에 **사후 보고**를 합니다. "유럽 라이신 가격 급락 관련 대응 결과: 주요 고객 5곳 중 4곳 유지 성공, 1곳 일부 물량 이탈. 유럽 잉여 재고 30%를 타지역으로 전환 판매 확정. 예상 매출 타격 -8%로 초기 예상(-15%) 대비 축소"라는 보고서와 함께, **교훈 및 향후 계획**도 정리합니다. 예를 들어 **"향후 비슷한 가격 출혈 경쟁에 대비해 프리미엄 제품(Tryptophan 등) 비중을 늘리는 전략이 필요"**, **"유럽 고객 대상 정기 기술세미나를 통해 가격 외적 충성도를 강화하자"** 등의 제언을 제시합니다.

이 시나리오는 Global Sales 매니저로서 **위기 상황에서 시장을 읽고, 내부 조율과 고객 협상을 통해 최적의 결과를 도출**하는 과정을 보여줍니다. 실제 업무에서도 이와 유사하게

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(BIO)-Global Sales

---

가격 경쟁, 공급차질, 품질 이슈 등이 수시로 발생하며, 영업담당자는 종합적인 판단과 실행력으로 문제를 해결해야 합니다. 중요한 것은, 이 과정에서 **회사 이익을 지키면서도 고객과의 신뢰를 잃지 않는 균형감각**입니다. CJ 제일제당은 이런 상황 대처를 잘하는 인재를 높이 평가하며, 지원자는 이러한 시나리오를 머릿속에 그리고 **본인이 그런 상황에서 어떻게 할지** 생각해보면 면접 준비에도 큰 도움이 될 것입니다.

---

[1] [3] [6] [8] [9] [11] [12] [16] Lysine Market Size, Share, Report By 2035

<https://www.marketreportsworld.com/market-reports/lysine-market-14716821>

[2] [7] [10] [13] [21] [22] Lysine Market to Reach US\$ 17.72 Billion by 2033 Driven by

<https://www.globenewswire.com/news-release/2026/02/05/3232905/0/en/Lysine-Market-to-Reach-US-17-72-Billion-by-2033-Driven-by-Rising-Livestock-Protein-Demand-and-Feed-Efficiency-Regulations-Astute-Analytica.html>

[4] [27] [29] [30] CJ CheilJedang operating profit falls 15.2 percent in 2025 as overseas food grows

<https://www.digitaltoday.co.kr/en/view/3414/cj-cheiljedang-2025-operating-profit-falls-15-2-percent-overseas-food-growth>

[5] [19] [31] Food Business Holds Steady but Bio Slumps... CJ CheilJedang's Q3 Operating Profit Down 25.6% - The Asia Business Daily

<https://www.asiae.co.kr/en/article/2025111108572282676>

[14] Amino Acids Market Size & Share | Industry Report, 2033

<https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/amino-acids-market>

[15] [17] Specialty Amino Acids Market | Global Market Analysis Report - 2035

<https://www.futuremarketinsights.com/reports/specialty-amino-acids-market>

[18] [38] KB Securities Lowers CJ CheilJedang Target Price to ₩300,000, Citing Weak Bio Segment

<https://alphabiz.co.kr/news/view/1065571225997203>

[20] [23] ABOUT US | CJ 제일제당

<https://www.cj.co.kr/kr/aboutus/cj-cheiljedang/overview>

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(BIO)-Global Sales

---

[24] Firms act on Korean USD854m livestock feed sale to Royal De Heus

<https://law.asia/cj-feed-and-care-sale/>

[25] CJ Cheiljedang to sell animal feed arm to Royal De Heus for \$854.5 ...

<https://www.kedglobal.com/mergers-acquisitions/newsView/ked202510010006>

[26] CJ Cheiljedang shifts to red in 2025 | Yonhap News Agency

<https://en.yna.co.kr/view/AEN20260209010200320>

[28] News - CJ BIOSCIENCE

<https://www.cjbioscience.com/en/press/>

[32] CJ Bioscience to Present Preclinical Data on Inflammatory Bowel ...

<https://www.biospace.com/press-releases/cj-bioscience-to-present-preclinical-data-on-inflammatory-bowel-disease-pipeline-candidate-cjrb-201-at-ecco-2025-clinical-entry-targeted-for-2026>

[33] 문화예술 기반 브랜드 파워 최고 기업은? 삼성·기아 - Daum

<https://v.daum.net/v/W2pyaoYCw5>

[34] [35] [36] GLOBAL NETWORK

<https://cjbio.net/ko/globalnetworks>

[37] [45] [46] [47] [49] [50] [51] [52] [53] CJ 제일제당 채용의 모든 것, 신입사원과 리더에게 묻다 - CJ 뉴스를

<https://cjnews.cj.net/cj%EC%A0%9C%EC%9D%BC%EC%A0%9C%EB%8B%B9-%EC%B1%84%EC%9A%A9%EC%9D%98-%EB%AA%A8%EB%93%A0-%EA%B2%83-%EC%8B%A0%EC%9E%85%EC%82%AC%EC%9B%90%EA%B3%BC-%EB%A6%AC%EB%8D%94%EC%97%90%EA%B2%8C-%EB%AC%BB%EB%8B%A4/>

[39] [40] 2025 CJ 인재상 '하고잡이'란? | 핵심가치 및 자소서 작성 방법 - 링커리어 커뮤니티

[https://community.linkareer.com/employment\\_data/4133809](https://community.linkareer.com/employment_data/4133809)

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(BIO)-Global Sales

---

[41] [42] CJ 제일제당, 직원 4명 중 한 명 20대...혁신적 조직문화·복지로 젊은 기업 유지 - CEOSCOREDAILY

<https://www.ceoscoredaily.com/page/view/2025071614493814035>

[43] "제주 한 달 살며 일해요"...CJ의 거점 오피스 혁신 - 매거진한경

<https://magazine.hankyung.com/business/article/202203169738b>

[44] 내부 문화자본은 CJ 제일제당, 브랜드 파워는 삼성전자 가장 높은 점수 ...

<http://www.ikoreanspirit.com/news/articleView.html?idxno=84129>

[48] 인적자원 - CJ 제일제당

<https://www.cj.co.kr/kr/sustainability/hr>