

# 심층분석보고서

CJ제일제당(식품)-구매

2026.03.31

## 1 장. 산업 분석

**1.1 산업 정의와 시장 구조:** CJ 제일제당이 속한 식품 산업은 농산물 등의 원재료를 가공하여 식품을 생산하고 유통·판매하는 분야입니다. 범위는 즉석밥·냉동식품 같은 가공식품, 조미료·소스 같은 식품 소재, 그리고 HMR(Home Meal Replacement) 등 간편식까지 포괄합니다. 이 산업의 가치사슬은 원재료 공급(농축수산물 생산) → 식품 제조(가공 및 품질관리) → 유통(물류, 도매·소매 유통망) → 소비자 판매로 이어지며, 각 단계별로 전문 기업들이 존재합니다. 가령 농가나 해외 원료 공급업체에서 원재료를 조달받아 식품기업이 제품을 만들고, 이를 대형마트나 편의점, 온라인몰 등을 통해 소비자에게 판매하는 구조입니다. 브랜드 파워와 유통망 장악력이 수익성을 좌우하며, 부가가치는 주로 가공·브랜드 단계와 최종 판매 단계에서 크게 창출됩니다.

**1.2 최근 3~5 년 주요 트렌드:** 국내 식품 산업은 최근 몇 년간 디지털 전환과 소비 트렌드 변화에 맞춰 빠르게 진화했습니다. 온라인 유통 및 이커머스의 급성장으로 식품 기업들은 자사몰 구축, 배달 서비스 연계 등 D2C(Direct to Consumer) 판매 채널을 강화하고 있습니다[1][2]. 코로나 19 이후 HMR 시장의 고속 성장도 두드러졌습니다. 실제로 가정간편식 시장 규모는 2017 년 약 3 조 4 천억 원에서 2023 년 6 조 5 천억 원으로 확대되었고, 2024 년에는 7 조 원에 육박한 것으로 추정됩니다[3]. 소비자들은 시간 절약과 편의를 중시하여 즉석밥, 냉동만두, 밀키트 수요가 크게 늘었고, 식품 기업들은 이에 맞춰 신제품 R&D 와 생산라인 투자를 확대해 왔습니다. 또한 건강 및 웰빙 트렌드에 따라 고단백·저탄수화물 제품, 비건 식품, 기능성 간식 등도 성장세입니다[4]. 기술 혁신 측면에서는 식물성 대체육, 배양육 등 미래식품 기술 개발이 활발하고, 스마트팩토리 도입으로 제조 공정 자동화와 효율화도 추진되고 있습니다[5]. 규제 측면에선 식품안전 기준 강화, 표시제도 개편 (예: 영양성분 표시 의무 강화) 등이 있었으며, 환경 이슈로 친환경 포장재 사용과 탄소배출 규제에 대응하는 움직임도 나타납니다. 전반적으로 전통 식품 기업들도 AI-데이터 활용 등 디지털 기술을 도입하여 소비자 반응을 분석하고 제품 개발 및 수요 예측에 활용하는 추세입니다[6].

**1.3 시장 규모와 성장률:** 국내 식품산업 시장 규모는 생산액 기준으로 2022 년 약 108 조 4,875 억 원에 달해 전년 대비 3.5% 성장하는 등 안정적인 증가세를 보이고 있습니다[7]. 가공식품 세부 분야별로는 음료, 라면·면류, 유제품, 조미료, HMR 등이 큰 비중을 차지합니다. 특히 간편식(HMR)은 연평균 두 자릿수 성장을 기록하여, 2025 년경에는 시장규모 10 조 원 돌파도 전망됩니다[8]. 글로벌 관점에서 보면 세계 식품·음료 시장은 2024 년에 약 9.78 조 달러(약 1 경 3 천조 원) 규모에 이를 것으로 추산되며, 자동차 산업보다도 큰 거대 시장으로 성장하고 있습니다[9]. 국내 시장 성장률은 연 3~5% 내외의 완만한 성장을 지속하지만, HMR·기능식품 등 신시장 영역은 연 10% 이상 고성장하는 양극화된 모습입니다. 전통적인

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(식품)-구매

장류·밀가루 등의 수요는 정체되거나 소폭 감소하는 반면, **고부가제품과 수출용 K-푸드**가 새로운 성장동력으로 부상하고 있습니다.

**1.4 가치사슬 구조 및 핵심 수익 지점:** 식품 산업의 가치사슬 상 **핵심 수익 지점**은 가공식품을 기획·제조하여 **브랜드 프리미엄**을 붙여 판매하는 단계입니다. 원재료 생산 단계(농어민, 1 차 산업)는 다수의 소규모 공급자가 존재해 교섭력이 낮고 가격 변동에 민감하여 **마진이 낮은 편**입니다. 반면 CJ 제일제당 같은 대형 식품제조사는 강력한 브랜드와 R&D 역량으로 부가가치를 높이고, **규모의 경제**를 통해 원가를 절감하여 안정적인 수익을 창출합니다. 유통 단계도 중요한 수익 지점인데, 대형마트나 편의점 체인, 온라인 플랫폼 등이 판매 마진을 확보합니다. 최근에는 제조사가 온라인 자사몰이나 구독서비스 등으로 **소비자 직접 연결**을 늘리며 유통 마진을 흡수하려는 움직임도 있습니다. 전체 가치사슬을 통틀어 **제품 기획력과 브랜드 마케팅**이 최종 가격과 마진을 결정짓는 핵심 요소이며, 소비자의 지불의사가 높은 프리미엄 제품일수록 기업이 가져가는 마진이 커집니다. 예를 들어 CJ 제일제당의 **비비고 만두**는 글로벌 히트상품으로 자리매김하며 높은 시장점유율과 이익률을 보이고 있습니다. 반대로 **곡물·설탕 등 원자재 가격 상승** 시에는 제조사 마진이 압박받기도 하므로, 원재료비 관리와 효율적 **공급망 관리**도 이익 확보의 관건입니다<sup>[10]</sup>. 요약하면, 식품 산업에서는 **제품개발(R&D) → 브랜딩/마케팅 → 채널 장악**으로 이어지는 부분에서 가장 높은 부가가치가 실현됩니다.

**1.5 주요 플레이어와 경쟁 구도:** 국내 식품 가공업계는 **다수의 종합식품 대기업과 전문 중견기업**이 경쟁하는 구조입니다. 업계 **1 위는 CJ 제일제당**으로, HMR·조미료·육가공 등 광범위한 포트폴리오를 보유하며 시장 전반에 걸쳐 선도적 지위를 차지합니다. 그 외 **오뚜기, 농심, 대상, 동원 F&B, 롯데제과푸드** 등이 각기 강점을 가진 분야로 시장을 분할합니다. 예를 들어 **농심**은 라면·스낵 분야에서 절대강자로 군림하고, **오뚜기**는 즉석식품과 라면, 소스류 등에서 꾸준한 인지도를 갖고 있습니다. **대상**은 종가집 김치, 청정원 브랜드로 **장류·김치 및 조미소재** 시장을 선도하고, **동원**은 참치캔 등 수산가공과 HMR 로 영역을 확장했습니다. 전반적인 경쟁 구도는 품목별로 **과점에 가까운 1~2 위 기업과 여러 도전자의 구도**입니다. 예컨대 냉동 HMR(가정간편식) 시장에서는 CJ 제일제당이 약 34%로 1 위, 풀무원이 약 11%로 2 위를 차지하며 성장 중입니다<sup>[11]</sup>. 라면 시장은 농심이 국내 점유율 50% 이상으로 1 위(신라면 등)이고, 그 뒤를 오뚜기, 삼양식품 등이 추격하는 형세입니다. 이러한 시장 지형에서 **브랜드 파워, 제품 차별화, R&D 기술**이 경쟁의 핵심 축이며, 각 기업은 신제품 출시와 마케팅, 유통망 확보를 통해 점유율 경쟁을 벌이고 있습니다. 또한 K-푸드의 글로벌 인기로 힘입어 해외 시장에서의 **한식 간편식 경쟁**도 가열되고 있어, 국내외를 아우르는 다차원적 경쟁 구도가 형성되고 있습니다.

## 2 장. 주요 기업 비교 및 CJ 제일제당 포지셔닝

**2.1 주요 경쟁사 선정:** 식품업계에서 CJ 제일제당과 동종 업계로 꼽히는 주요 기업으로 **오뚜기, 농심, 대상, 동원 F&B** 등을 들 수 있습니다. 각각 **종합식품 기업**으로서 사업 포트폴리오는 유사점도 있으나, **핵심 제품군과 강점**은 상이합니다. 아래에서는 이들 기업과 CJ 제일제당을 중심으로 제품/서비스, 비즈니스 모델, 강약점을 비교하고 CJ 제일제당의 **시장 내 포지셔닝**을 살펴보겠습니다.

### 2.2 제품 포트폴리오 및 비즈니스 모델 비교:

- **CJ 제일제당:** “**종합 식품 & 바이오 기업**”으로 식품사업과 함께 사료·바이오 사업을 영위하는 것이 특징입니다. 식품 부문에서는 **HMR, 냉동식품, 조미료, 육가공, 당류/유지류** 등 풀라인업을 갖추고 있으며, **비비고, 햇반, 고메, 백설, 스펀** 등 **국민 브랜드**를 다수 보유하고 있습니다[12][13]. 또한 글로벌 사업 비중이 높아 미국, 중국, 일본 등지에서 현지 생산기지와 유통망을 운영하며 K-푸드를 수출합니다[14]. 바이오 부문에서는 **아미노산(라이신, 트립토판 등)**과 **조미소재(핵산 등)**를 생산하여 B2B 로 판매하고 있습니다. CJ 제일제당의 비즈니스 모델은 B2C 식품 판매에서 창출된 현금흐름을 바이오 등 신사업 투자에 재투입하며 **포트폴리오 다각화**와 **글로벌 확장**을 동시에 추구하는 형태입니다. 최근에는 식물성 대체식품(플랜테이블) 등 미래식품을 신성장동력으로 육성 중입니다[15].
- **오뚜기:** “**가정식 대체식품의 강자**”로 불리며 **즉석카레, 3분요리, 컵밥, 라면, 조미료** 등 가공식품에 집중된 포트폴리오를 갖고 있습니다. 오뚜기의 비즈니스 모델은 **내수시장 중심의 B2C 판매**로, ‘진라면’, ‘3분 카레’ 등 **가성비 좋은 제품**으로 꾸준한 수요층을 확보해왔습니다. 최근에는 **프리미엄 제품과 HMR 제품군 비중을 늘려** 평균판매단가(ASP)를 높이고, 제품 고급화 및 패키지 혁신으로 소비자 수요를 자극하는 전략을 취하고 있습니다[6]. 또한 **함태호 명예회장** 시절부터 이어진 **고객지향 경영** 문화로 CS 평가가 높고, ‘갯뚜기’라는 별칭을 얻을 정도로 **착한 기업 이미지**를 구축한 것이 강점입니다. 다만 해외 사업은 아직 미약하여, 2020년대 중반부터 **미국, 동남아 등에 법인을 설립**하며 글로벌 진출을 본격화하고 있습니다[16].
- **농심:** “**라면과 스낵의 절대강자**”로 잘 알려져 있으며 **신라면, 새우깡, 포테토칩** 등 간편식품과 스낵류 매출 비중이 매우 높습니다. 비즈니스 모델상 **제품 카테고리 집중 전략**을 통해 라면 시장 1위(점유율 ~50%)를 고수하고 있고, 히트상품 중심으로 **규모의 경제**를 실현하여 원가 경쟁력을 확보했습니다. 농심은 최근 국내 침체를 극복하기 위해 **해외 매출 확대**에 주력하고 있는데, 2024년 기준 전체 매출 중 해외매출 비중이 30.1%로 전년 27.9%에서 상승했습니다[17]. 미국, 중국에 현지

공장을 운영하며, 월마트 등 까다로운 유통망에 입점하여 **K-라면 수출**을 이끌고 있습니다. 향후 5년 내 해외매출 비중 60% 이상 달성을 목표로 하는 등 공격적인 글로벌 전략을 추진 중입니다[18]. 다만 제품군이 **면류와 과자에 편중**되어 있어 HMR 이나 종합식품 분야에서는 사업다각화가 제한적인 편입니다. 최근 농심은 백산수(생수) 사업, 신라면 건면 등 신제품으로 포트폴리오를 다변화하고 R&D 투자를 늘리고 있습니다.

- **대상:** “**발효식품과 소재 분야의 숨은 강자**”로서 **증가집 김치, 청정원 장류(고추장·된장), 조미료(미원)** 등 **전통 식품과 식품첨가소재**에서 두각을 나타냅니다. 대상의 비즈니스 모델은 B2C 와 B2B 를 겸하는데, 일반 소비자 대상으로는 김치·소스 등의 브랜드 판매를, 기업 대상으로는 조미소재, 전분당 등을 공급합니다. 최근 대상은 **천연 조미 소재, 기능성 감미료(알룰로스)** 등 **고부가가치 성분 사업**을 확대하고 있으며, 발효기술을 바탕으로 **하이엔드 아미노산** 제품군 강화에 나서는 등 바이오 분야에서도 경쟁력을 키우고 있습니다[5]. 또한 스마트팩토리 구축과 공정 자동화로 효율을 높이고, 폴란드·미국 등에 **김치 공장**과 **판매법인**을 세워 한식의 세계화 흐름에 올라탔습니다. 강점은 **발효기술 노하우**와 대한민국 1 위 김치 업체로서의 브랜드 신뢰도이며[19], 약점으로는 HMR 완제품 사업이 상대적으로 약해 성장성이 제한적이라는 점이 지적됩니다. 이에 따라 대상도 밀키트 시장 진출, 채식 전문 브랜드 론칭 등으로 신규 시장을 모색 중입니다.
- **동원 F&B:** “**수산식품 기반 종합식품 회사**”로, **참치 통조림**으로 유명하지만 현재는 **HMR, 유가공, 육가공, 음료** 등으로 사업을 확장했습니다. 비즈니스 모델은 식품 제조와 함께 자체적인 **유통채널(동원몰 등 온라인)**을 운영하는 것이 특징이며, 그룹 계열 물류망을 활용해 효율을 높입니다. 글로벌 홍보는 동원참치 브랜드로 해외 교포시장 위주 진출이 있고, 최근 미국에서 김치사업에 투자하는 등 K-푸드 수출에 관심을 두고 있습니다. 동원의 강점은 **수산물 조달부터 가공까지 수직계열화**된 공급망과 통조림 가공 기술력이며, 약점은 브랜드 파워가 몇몇 품목에 치우쳐 있는 점입니다. 이 외에도 **풀무원(신선/해ALTH 식품 전문, 냉동만두 등 약진), 삼양식품(불닭볶음면으로 해외 히트)** 등이 식품 시장에서 두각을 나타내는 플레이어로 존재합니다.

### 2.3 강점 및 약점 비교:

각 기업은 위와 같은 사업 특성에 따라 서로 다른 **강점(Strengths)**과 **약점(Weaknesses)**을 지닙니다. **CJ 제일제당**의 경우 강점은 업계 최대 규모로 인한 **R&D 투자 여력과 규모 경제**, 폭넓은 제품군으로 **시장 트렌드에 대응하는 유연성**, 그리고 **비비고** 같은 글로벌 브랜드를 앞세운 **세계 시장 개척력**입니다. 실제 CJ 제일제당은 만두, 가공밥, 김치 등 글로벌 전략제품(GSP)을 앞세워 유럽 등 신시장을 개척함으로써 해외 매출이 국내 매출을 처음으로 넘어서는 성과를 냈습니다[20]. 또한 바이오 부문 기술력이 있어 원재료

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(식품)-구매

아미노산 등을 자체 생산하거나 사업 다각화에 활용할 수 있다는 점도 차별적 역량입니다. 약점으로는 사업 구조가 방대해 **복잡성이 높고**, 최근 내수 소비 침체와 글로벌 원자재 가격 변동에 따라 **수익성 변동이 크다**는 점이 지적됩니다[21]. 실제로 2025년 식품부문 매출이 소폭 성장에도 불구하고 영업이익은 두자릿수 감소를 겪었는데, 이는 **국내 시장 부진과 원가 부담**이 영향을 미쳤습니다[10][22].

**오뚜기**의 강점은 안정적인 **내수 기반**과 폭넓은 상품 라인업(라면, 소스, 레토르트 등)에서 오는 **식탁 친밀도**, 그리고 보수적인 재무전략 덕분에 **탄탄한 재무구조**를 유지하고 있다는 점입니다. 또한 고객 목소리에 민감하게 대응하고 서비스 개선에 주력하는 **소비자 중심 경영**은 오뚜기의 이미지자산입니다. 반면 약점은 **해외 매출 비중이 낮아** 성장 한계에 직면할 수 있다는 것이며, 혁신 이미지가 다소 부족하여 MZ 세대 대상 브랜드 캠페인 등이 경쟁사 대비 약하다는 평가가 있습니다.

**농심**은 **신라면**으로 대표되는 브랜드 파워와 **품질 일관성**이 최대 강점입니다. 전 세계 어디서나 동일한 맛의 라면을 공급할 수 있는 표준화·대량생산 역량과, 오랜 기간 쌓은 글로벌 유통 네트워크는 농심만의 핵심 자산입니다. 하지만 농심의 약점은 매출 구조가 국내 라면시장에 아직 크게 의존하고 있다는 점입니다. 해외 비중을 40%까지 늘렸지만[23], 아직까지 영업이익률은 수출 비중 80%에 육박하는 삼양식품보다 훨씬 낮은 4~5%대에 머물러 **수익성 개선 여지**가 있습니다[24]. 이는 해외사업 투자비용과 내수 시장의 마케팅 비용 부담 등이 복합적으로 작용한 결과입니다. 또한 식품 외 신사업이 거의 없어 미래 성장동력 측면에서 CJ나 대상 등에 비해 다소 보수적인 편입니다.

**대상**의 강점은 **발효·숙성 기술력**을 바탕으로 한 **제품 품질**입니다. 장류와 김치 등은 시장점유율 1위 품목이 많고, 한국 식문화의 근간을 이루는 제품들을 공급하기 때문에 꾸준한 기본 수요가 있습니다. 또한 B2B 사업(조미료, 전분당 등)에서 쌓은 **산업 네트워크**도 강점입니다. 약점으로는 전통 식품 분야에 치중된 포트폴리오 탓에 **성장성이 정체**될 수 있다는 점입니다. 실제로 국내 장류 소비 감소와 식습관 서구화로 일부 주력제품 성장세가 둔화되고 있어, 대상은 이를 타개하기 위해 알룰로스 등 혁신소재와 **미트 프리** 등 신사업을 추진하지만 아직 성과는 가시적이지 않습니다.

**동원 F&B**는 **수산물 조달부터 가공, 유통까지** 계열화가 잘 되어 있어 원가 경쟁력이 높고, 참치캔처럼 카테고리 1위 제품을 확보한 것이 강점입니다. 약점은 **브랜드 포트폴리오의 한계**로, 종합식품 기업으로 발돋움했지만 CJ나 오뚜기처럼 국민적 인지도의 히트브랜드는 상대적으로 적다는 평가입니다.

**2.4 CJ 제일제당의 포지셔닝:** 이러한 비교 속에서 **CJ 제일제당**은 국내 식품업계에서 **가장 광범위하고 균형 잡힌 포트폴리오를 보유한 리더로 포지셔닝**됩니다. 프리미엄 vs 볼륨 측면에서 CJ 제일제당은 **프리미엄과 볼륨 시장을 모두 아우르는 전략**을 취합니다. 즉, Bibigo나 The 더건강한 같은 프리미엄 브랜드로 고급화 수요를 잡는 한편, **다시다, 햇반** 등

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(식품)-구매

대중적 제품으로 대량 소비시장을 선점하고 있습니다. 유통 채널 면에서도 **B2C 중심**이지만, **B2B2C** 모델도 일부 병행합니다. 예를 들어 자사 가공식품을 프랜차이즈 식당에 납품하거나, 바이오사업에서 생산한 조미소재를 다른 식품회사에 공급하는 등 **밸류체인 전반에 영향력**을 행사하고 있습니다. 또 **글로벌 사업 비중 50% 돌파**[21]로 CJ 제일제당은 더 이상 국내에 한정되지 않고 **글로벌 종합식품 기업**으로 자리매김하고 있습니다. 이는 경쟁사 중 해외매출 규모로는 단연 1 위에 해당하며, K-푸드 한류를 선도하는 역할이기도 합니다. 종합하면 CJ 제일제당은 “**국내 최대이자 세계 무대로 확장 중인 K-푸드 대표기업**”으로서, 폭넓은 제품군과 혁신 역량으로 시장의 **First Mover** 포지션을 차지하고 있다고 볼 수 있습니다. 한편, 최근 CJ 제일제당은 사업구조 재편을 통해 **핵심 식품사업 경쟁력 강화**에 집중하려는 움직임도 보입니다[25]. 이는 주력인 식품 부문과 글로벌 전략에 더욱 무게를 싣겠다는 뜻으로, 향후 CJ 제일제당의 시장 지배력이 **프리미엄 전략제품 + 글로벌 네트워크**를 기반으로 한층 강화될 것으로 전망됩니다.

**2.5 최근 3~6 개월 주요 이슈:** 식품업계 전반의 최근 이슈로는 원자재 가격 불안과 소비 둔화로 인한 **수익성 관리**가 화두입니다. 러시아-우크라이나 사태 이후 곡물·식용유 가격이 급등락했고, 물가 상승으로 국내 소비심리가 위축되면서 식품업체들이 제품 가격 인상과 프로모션 조절로 이익 방어에 나섰습니다. 이러한 가운데 **CJ 제일제당은 2025 년 말~2026 년 초 큰 변화**를 단행했습니다. **2025 년 12 월** 기존 강신호 대표 대신 **윤석환 바이오사업부문 대표**를 신임 대표로 발탁하여 식품과 바이오를 동시에 총괄하도록 했습니다[26][27]. 이는 흔들린 수익성을 개선하고 K-푸드 글로벌 전략을 가속화하기 위한 인사로 풀이되며, 전략통인 윤 대표가 식품-바이오 간 시너지를 복원하고 **수익성 중심으로 사업 구조를 재정비**할 책임자로 기대되고 있습니다[28]. 아울러 CJ제일제당은 **2026년 2월** 실적발표에서 **사료·축산 자회사(CJ 피드엔케어)** 등 14 개 비핵심 사업을 매각하기로 결정했다고 밝혔습니다[25]. 대규모 사업 구조조정을 통해 주력 식품과 바이오에 역량과 자원을 집중하려는 전략입니다. 이는 최근 몇 년간 이어진 바이오 시황 약화와 사료 사업 부진 등에 선제적으로 대응하고, 기업 가치를 높이기 위한 조치로 해석됩니다. 한편 **신사업 측면**에서는 CJ 제일제당이 2021년 말 출시한 **대체육 브랜드 ‘플랜테이블’**의 성장이 예상보다 더디다는 이슈가 있습니다. 국내 비건식품 시장의 성장세 둔화와 가격 경쟁 심화로 확장 속도가 느려지자, CJ 제일제당은 제품 라인업 확대와 수출 강화로 돌파구를 모색하고 있습니다[15][29]. **식물성 만두, 비건 김치** 등을 해외(미국, 호주 등)에 출시하며 3년 내 매출 2,000억 원, 해외매출 비중 70% 달성 목표를 세웠으나 아직 가시적 성과는 제한적입니다. 따라서 향후 이 부문의 반등도 과제가 되고 있습니다. 마지막으로, **유통채널 변화** 역시 최근 이슈입니다. 식품기업들은 편의점 전용 신상품 출시, 마켓컬리 등 온라인 전용 상품 운영 등 채널별 전략을 세분화하고 있습니다. CJ 제일제당도 국내에서는 **이커머스 강화**와 편의점용 소용량 제품 출시 등으로 침체된 내수에 대응하고, 해외에서는 **국가별 맞춤 전략**으로 시장 공략을 병행하는 **투트랙 전략**을 추진하고 있습니다[30][31]. 요약하면, 최근 식품업계와 CJ 제일제당은 **원가 관리, 포트폴리오 재편, 글로벌 시장 개척**을 키워드로 한

변곡점을 지나고 있습니다. 지원자는 이러한 업계 흐름과 회사 이슈를 면밀히 이해하고, 이를 기반으로 **위기 대응 능력, 전략적 사고**를 갖춘 인재임을 어필할 필요가 있습니다.

### 3 장. CJ 제일제당 심층 분석

**3.1 사업 구조 (부문별 매출 비중):** CJ 제일제당은 크게 **식품사업부문**과 **바이오사업부문** 두 축으로 이루어져 있습니다 (과거에는 사료/축산(FEED)과 물류(CJ 대한통운)도 포함되었으나, 물류는 연결 종속회사로 존재하고 사료사업은 매각 결정). **2025 년 별도 기준** 연간 실적을 보면, 식품사업부문 매출은 약 **11 조 5,221 억 원**으로 전체의 65%가량을 차지했고, 바이오사업부문 매출은 약 **3 조 9,594 억 원**으로 약 22% 수준이었습니다[32][22]. (나머지는 사료 등 기타 부문으로, 현재 중단영업으로 분류). 식품부문 내부에서도 다시 **국내 식품**과 **해외 식품**으로 나뉘는데, 2025년에는 해외 식품 매출이 **5조 9,247억 원(51.4%)**로 국내 식품 매출을 사상 최초로 앞질렀습니다[21][2]. 이는 CJ 제일제당 식품 매출의 절반 이상이 해외에서 발생했음을 의미하며, *Bibigo 만두, 햇반, 김치* 등의 글로벌 판매 호조가 견인한 결과입니다. 반면 **국내 식품 매출**은 2025 년 4 분기에 전년 대비 3.8% 감소하는 등 정체 또는 약보합세를 보였습니다[2]. **영업이익 기여도**를 보면, 식품부문 영업이익은 5,255 억 원으로 전년 대비 15.3% 감소하였고, 바이오부문 영업이익은 2,034 억 원으로 36.7% 급감하였습니다[22]. 이는 바이오 사업의 사이클에 따른 이익 변동성이 식품보다 크다는 점을 시사합니다. **요약하면, CJ 제일제당은 매출의 약 2/3 를 식품에서, 1/3 미만을 바이오에서 올리고 있으며,** 식품 내에서는 해외 매출이 빠르게 증가 중입니다. 이러한 구조적 특성을 이해하면, 지원자는 회사의 **글로벌 식품 매출 성장 추세**와 **바이오 사업의 보완적 역할** 등을 파악할 수 있습니다. 특히 구매 직무 입장에서선 식품 원재료의 국내외 소싱 비중이 높고, 바이오 원료(발효용 곡물 등) 수급도 중요함을 인식해야 합니다.

**3.2 중장기 전략 방향:** CJ 제일제당의 중장기 비전은 **"글로벌 No.1 K-푸드 회사"**로 도약하며 **지속가능한 성장**을 이루는 것입니다. 이를 위한 전략 방향으로 첫째, **해외 식품 매출 확대**가 최우선 과제로 제시됩니다[33]. 구체적으로는 **일본 생산기지 구축, 북미 밸류체인 강화, 유럽 등 신시장 개척**을 통해 글로벌 매출을 비약적으로 늘리는 계획입니다[14]. 둘째, **수익성 중심 경영**입니다. 최근 몇 년간 급변한 시장환경 속에서 일부 사업의 수익성이 흔들리자, CJ 제일제당은 **선택과 집중**을 통해 이익률 회복에 주력하고 있습니다[28]. 불필요한 사업은 과감히 정리하고(앞서 언급한 사료 등), 남은 핵심 사업은 **초격차 역량 확보**를 통해 **업계 1 등의 수익성**을 내는 것이 목표입니다[34]. 셋째, **신사업 및 미래기술 투자**입니다. 식품 분야에서는 **웰니스(건강) 트렌드**에 부응하는 제품 혁신과 **대체식품** 개발을 지속하고 있습니다. 예를 들어 식물성 단백질 식품(플랜테이블) 개발과 기능성 식품 라인 확장이 이에 해당합니다. 바이오 분야에서는 **스페셜티(amino acid 등 고부가)** 제품 강화와 **R&D 투자**로 글로벌 Top 티어 기술기업을 지향합니다[35][36]. 실제 강신호 前 대표이사는 2025 년 주총에서 "미래 성장 강화를 위한 시설투자과 R&D 투자를 과감히 이어가겠다"라고

밝혔고[37], 현재까지도 연구개발에 대한 투자는 꾸준히 증가 추세입니다. 넷째, **디지털 전환과 ESG 경영**입니다. 제조공정 스마트화, 빅데이터 기반의 수요예측 시스템 도입 등으로 **Operational Excellence** 를 추구하고 있고, 환경 측면에서는 **2050 탄소중립** 목표, 친환경 패키징, *지속가능한 공급망* 구축 등을 추진하고 있습니다. 다섯째, **인수합병(M&A)**과 **파트너십** 전략입니다. CJ 제일제당은 과거 슈완스(Schwan's) 인수로 미국 시장에 진출한 바 있고, 향후에도 유망한 해외 브랜드나 기술기업 M&A 를 통해 성장 기회를 모색할 가능성이 높습니다. 중장기적으로 CJ 제일제당은 **"OnlyOne"**이라는 CJ 그룹 철학 아래 *남들이 하지 않은 새 길*을 개척함으로써, **2030년경 글로벌 식품 매출 비중을 70% 이상**으로 끌어올리고, 바이오 사업에서는 친환경 솔루션 기업으로 변모해 **지속가능 혁신기업**이 되는 것을 지향합니다[38]. 지원자는 이러한 큰 방향성 - *글로벌화, 수익성 강화, 혁신 투자, ESG* - 을 이해하고 자기소개서나 면접에서 본인이 어떻게 기여할 수 있을지 연결 지어야 할 것입니다.

**3.3 차별화 포인트:** CJ 제일제당이 경쟁사 대비 갖는 차별화 요소로는 다음 몇 가지를 들 수 있습니다. 첫째, **기술 기반 경쟁우위**입니다. CJ 제일제당은 약 60여 년간 축적한 **발효공학 및 식품가공 기술**을 보유하고 있어, 라이신 같은 아미노산 대량생산, 햇반 무균포장 공정, 냉동만두 품질 유지 기술 등에서 남들이 따라오기 어려운 노하우가 있습니다. 이러한 **R&D 역량**은 새로운 제품 개발 속도나 품질에서 앞서나가는 원천입니다. 둘째, **강력한 브랜드 파워와 마케팅 능력**입니다. *비비고, 햇반, 고메, 백설* 등 다수의 브랜드가 각 카테고리에서 **Top 브랜드**로서 소비자 신뢰를 얻고 있습니다. 특히 *비비고*는 글로벌 한식 대표 브랜드로 성장하여 해외 매출을 견인하고 있습니다[39]. 광고·프로모션 측면에서도 한식의 트렌디한 이미지를 심는 데 성공했고, K-팝·영화 등 한류와 연계한 마케팅으로 젊은 소비자에게 소구하고 있습니다. 셋째, **방대한 제품 포트폴리오와 유통채널 장악력**입니다. CJ 제일제당은 **상품 다각화**를 통해 *"집 밥상부터 해외 레스토랑까지"* 아우르는 제품군을 갖춰, 특정 품목의 부진을 다른 품목 성장으로 커버할 수 있는 구조입니다. 또한 CJ 프레스웨이(급식)나 CJ 올리브영(리테일) 등 그룹 내 연관 계열사와 시너지를 통해 **채널 파급력**을 극대화합니다. 넷째, **규모의 경제와 원가경쟁력**입니다. 국내 최대 생산규모를 바탕으로 원부자재 공동구매, 생산 효율화 등을 실현하여 단위당 원가를 낮출 수 있습니다. 이를 통해 가격 경쟁 상황에서도 마진을 확보하거나, 반대로 투자 여력을 높여 시장을 선도합니다. 다섯째, **글로벌 네트워크**입니다. CJ 제일제당은 미국, 중국, 동남아, 유럽 등에 생산거점과 판매법인을 운영하며 현지화 전략을 펼칩니다[33]. 글로벌 시장에서 다양한 규제와 소비자 기호에 대응한 경험치는 경쟁사가 단기간에 모방하기 어려운 자산입니다. 여섯째, **인적자원과 조직역량**도 차별화 포인트입니다. CJ 제일제당은 CJ 그룹의 인재 철학 아래 **도전적인 인재**들을 확보·육성하고 있으며, 사내에 식품 전문가, 글로벌 인재들이 많아 *의사결정의 전문성*과 *추진력*이 높다는 평가입니다. 요약하면 **"기술+브랜드+글로벌 운영능력"**의 삼박자가 CJ 제일제당의 남다른 경쟁력입니다. 예를 들어 2020년 완공된 충북 진천 **'CJ 블로섬 캠퍼스'**는 식품 통합생산기지로서 자동화·효율화된 스마트팩토리를 구현했는데, 이러한 선진 생산인프라도 동사의 경쟁우위 요소입니다[40].

**3.4 리스크 요인:** 물론 CJ 제일제당도 여러 가지 사업 리스크에 노출되어 있으며, 이에 대한 관리가 중요합니다. **가장 큰 리스크는 원자재 가격 변동과 공급망 이슈**입니다. 곡물, 육류, 유지 등의 국제 시세가 급등하면 제조원가가 올라 수익성이 훼손됩니다. 실제 2022~2023년 글로벌 곡물가 급등 시, CJ 제일제당은 원가 부담으로 영업이익이 감소한 바 있습니다[10]. 구매 부문의 전략적 소싱과 **선제적 가격 헤지** 등이 없으면 이러한 원가 리스크에 취약할 수밖에 없습니다. **둘째, 내수시장 포화 및 소비 트렌드 변화**입니다. 인구 정체와 1인 가구 증가 등으로 국내 식품 소비량 증가가 정체되거나, MZ 세대의 소비 패턴 변화로 전통 제품 수요가 줄어드는 등 **시장 구조적 위험**이 있습니다. CJ 제일제당의 경우 헛반이나 장류 등에서 이미 높은 가구침투율을 보이고 있어 추가 성장이 어렵다는 지적이 나옵니다. 이를 극복하려면 **신시장 개척(해외, 새로운 카테고리)**이 필수적입니다. **셋째, 경쟁 심화와 가격 압박**입니다. 앞서 언급한 경쟁사들과의 시장 쟁탈전이 지속되어 판촉비용이 상승하거나, 대형 유통채널의 PB 상품 등으로 가격 경쟁이 일어날 수 있습니다. 특히 HMR 분야는 후발주자들의 혁신 제품들이 나오면서 CJ도 지속적인 **제품 혁신과 마케팅 투자**가 필요합니다. **넷째, 기술 리스크**로, 바이오사업은 글로벌 공급과잉 등 사이클 영향으로 가격이 급락할 수 있습니다. 실제 라이신 등은 중국 경쟁업체들의 증설로 시황이 나빠지며 CJ 바이오부문 수익성을 흔들었습니다[36]. 이를 극복하려고 CJ는 트립토판, 알지닌 같은 고수익 스페셜티 제품 비중을 높이고 있지만, **기술 경쟁 우위 유지**가 관건입니다. **다섯째, 인력 및 조직 리스크**입니다. 대기업 전반의 문제인 우수인재 유치 경쟁, 사내 조직문화 경직 가능성 등이 해당됩니다. CJ 제일제당은 비교적 유연한 문화 구축에 힘쓰고 있으나, 높은 성과압박으로 인한 번아웃이나 이탈을 경계해야 합니다. **여섯째, 규제 및 평판 리스크**입니다. 식품업은 **식품안전 사고**가 발생하면 브랜드 신뢰가 치명상을 입을 수 있고, 정부 정책(예: 가격 동결 압박, 건강세 도입 논의 등)에 영향을 받습니다. ESG 측면에서는 플라스틱 포장 사용, 탄소배출 등에 대한 사회적 요구도 커지고 있어 이에 미진하면 평판 리스크가 있습니다. CJ 제일제당은 **ISO 품질인증, 환경경영 시스템** 등을 통해 품질안전과 친환경 경영을 강화하고 있습니다만, **예기치 못한 이슈**는 항상 잠재합니다. 지원자는 이러한 리스크 요인을 미리 파악하고, “입사 후 내가 이런 리스크 대응에 어떻게 기여할 수 있을지”를 고민해 보면 차별화된 답변을 준비할 수 있을 것입니다.

## 4 장. 인재상·조직 문화·채용 특징

**4.1 공식 인재상과 그 의미:** CJ 제일제당을 포함한 CJ 그룹의 공식 인재상 키워드는 **“역량있는 반듯한 하고잡이”**입니다[41]. 여기서 ‘하고잡이’란 쉽게 말해 **무엇이든 해보고자 하는 강한 의지**를 가진 사람을 의미하는데, CJ는 이를 더욱 발전시켜 **“뛰어난 전문성을 바탕으로 자부심을 갖고 즐겁게 일하며 최고의 성과를 내는 사람”**이라고 정의합니다[42][43]. 즉, 단순히 열심히 하는 것을 넘어 **창의력과 열정을 갖고 스스로 몰입하여 일할 줄 알고, 그 결과 탁월한 성과를 만들어내는 인재**를 찾는다는 뜻입니다. 이를 실현하는 행동 원칙으로 **정직, 열정, 창의, 존중** 네 가지를 강조하고 있습니다[44]. 정직은

기본적인 도덕성과 신뢰, 열정은 일에 대한 에너지와 의욕, 창의는 새로운 방식으로 문제를 해결하는 혁신성, 존중은 동료와 파트너를 배려하는 팀워크 정신을 뜻합니다. 한마디로 CJ의 인재상은 **전문성(역량) + OnlyOne 정신(남다른 성과 창출) + 바른 인성**을 모두 갖춘 사람이라 할 수 있습니다[45]. 실제 채용 현장에서 CJ는 지원자의 직무역량뿐 아니라 이러한 **태도와 가치관**을 깊이 평가합니다[46]. “그저 열심히 하겠습니다”라는 추상적 다짐보다는, **전문성을 기르기 위해 노력한 과정, 주도적으로 도전하여 성과를 낸 경험**, 그리고 그 과정에서 발휘된 **정직·열정·창의·존중**의 태도를 구체적으로 보여주는 지원자가 CJ가 말하는 ‘반듯한 하고잡이’에 부합합니다[47]. 따라서 자기소개서와 면접 답변에서도 본인이 얼마나 주인의식과 열정으로 목표를 이루었는지, 팀워크를 존중하며 새로운 시도를 했는지를 어필해야 할 것입니다. CJ 그룹은 **OnlyOne 정신**도 자주 언급하는데, 이는 “남들과 똑같이가 아니라 **일등 혹은 최초로 도전하는 차별화 정신**”입니다[48]. 요컨대 CJ 제일제당은 “**전문성을 바탕으로 탁월한 성과를 만들어내는 자기주도적 인재**”를 원하며, 지원자는 이에 맞춰 자신의 경험을 해석하고 표현해야 합니다.

**4.2 조직 문화 (실제 근무환경과 분위기):** CJ 제일제당은 모토로 “**Talent First**”, 즉 **인재를 최우선으로 한다**는 경영철학을 내걸고 있습니다[49]. 이는 최고 인재를 모아 치열한 도전과 경쟁을 통해 성과를 창출하는 문화를 지향한다는 뜻입니다. 실제로 CJ 제일제당은 **성과주의와 성장 지원**을 조화시킨 조직 문화를 만들어가고 있습니다. 예를 들어 **PMDS+ (성과관리·개발 시스템)**라는 자기주도형 성과평가제도를 운영하여, 연초에 조직·개인의 KPI를 설정하고 정기적으로 피드백을 주고받습니다[50]. 연말에 최종 평가를 하되 동료 간 **360도 피드백**도 실시하여 협업과 성장에 도움이 되도록 하고 있습니다[51]. 이는 직원들이 스스로 목표를 관리하면서 동시에 동료와 함께 발전하도록 유도하는 장치입니다. 또한 2005년부터 매년 “**CJ Voice ON**”이라는 전사 조직문화 설문을 시행해 직원들의 만족도와 의견을 수렴하고, 결과를 투명하게 공유한 후 개선 활동을 추진합니다[52]. 이러한 데이터 기반 문화 개선 노력이 직원 만족도와 몰입도를 높이는 역할을 하고 있습니다. 한편, **수평적이고 창의적인 소통**을 강조하는 분위기도 있습니다. CJ 그룹은 비교적 **호칭 파괴(님 호칭), 캐주얼 복장, 자유로운 제안 문화** 등을 일찍부터 도입하여 경직된 분위기를 완화하려 노력했습니다. 식품사업부문은 젊은 마케터·연구원들도 많아 비교적 활발한 토론과 아이디어 공유가 이루어진다는 후기가 있고, BIO 사업부문은 기술중심 조직으로 전문성을 존중하는 분위기가 강하다고 합니다. **워라벨** 측면에서는, CJ 제일제당이 공식적으로 **유연근무제와 PC 오프제** 등을 도입하여 주 52시간제 준수와 직원 휴식을 보장하려고 합니다[53]. 특히 코로나 이후 부분 재택근무나 거점오피스(허브오피스) 활용도 허용하며 업무 효율을 높이고 있습니다[53]. 다만 식품업 특성상 마케팅 프로모션 시기나 생산 차질 등 **일시적 업무 피크**가 있을 수 있어, 프로젝트 상황에 따라 바쁜 기간에는 추가근무도 발생할 수 있습니다. 전반적으로 “**일은 프로답게, 조직은 사람답게**”라는 기조 하에, 성과에는 엄격하지만 구성원의 성장과 다양성은 존중하는 문화라고 요약할 수 있습니다. 실제 CJ 제일제당은 **DE&I(다양성·형평·포용) 정책**을 운영하며 배경에 관계없이 공평한 기회를 주고 있는데[54], 이는 여성 리더 발탁이나 외국인

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(식품)-구매

인재 채용 등에서 나타나고 있습니다. 조직문화 평판 조사에서도 CJ 제일제당은 **“도전적인 업무를 배울 기회가 많다”**, **“글로벌 감각을 키울 수 있다”**는 긍정적 평가와 함께 **“성과압박이 존재한다”**는 현실적 의견이 공존합니다. 하지만 이러한 **높은 목표 지향 문화**는 성장 욕구가 큰 지원자에게는 오히려 매력으로 다가올 수 있습니다. 요컨대 CJ 제일제당의 조직문화는 **“성과를 중시하되, 직원의 성장과 몰입을 구조적으로 뒷받침하는 문화”**로 볼 수 있으며, 지원자는 자신의 가치관이 이와 어떻게 부합하는지 어필하면 좋겠습니다.

**4.3 채용 특징 (최근 채용 동향):** CJ 제일제당은 **대졸 신입공채**와 **수시경력채용**을 병행합니다. 신입의 경우 최근까지 **상·하반기 공개채용**을 통해 뽑았으며, 2025년 하반기에도 9월에 신입공채를 진행했습니다[55]. 특이점은 식품사업부와 BIO 사업부로 나누어 채용을 실시한다는 점입니다[56][57]. 예컨대 식품 부문에서는 R&D(식품), 생산기술, 마케팅, e 커머스, 영업(B2C/B2B), 구매, SCM, 경영지원 등 다양한 직무를 동시에 모집하고, BIO 부문에서는 별도로 R&D(발효/정제 등), 글로벌영업, SCM 등을 모집합니다[57]. 이는 지원자가 **식품 vs 바이오** 중 자신의 관심 분야를 선택하도록 명확히 경로를 제시하는 것으로, **CJ 제일제당 채용 지원 전에는 본인이 식품사업 쪽인지 바이오사업 쪽인지 결정해야** 합니다. 최근 채용공고의 **직무 세분화 경향**을 보면, 데이터 분석과 디지털 역량을 갖춘 인재를 찾는 모습이 두드러집니다. 2025년 하반기에도 **데이터 서비스 기획, ESG 기획** 등의 직무가 공채에 포함되어 있어, 식품기업도 **디지털 트랜스포메이션과 지속가능경영 역량**을 중요시함을 알 수 있습니다[58][59]. 또한 **Global** 키워드가 많은데, 글로벌 영업/마케팅, 해외사업관리 등 **외국어 능통자와 해외 경험자**를 우대하는 포지션이 늘고 있습니다[60][61]. 이는 앞서 본 회사 전략과 연계되어, 해외 매출 증대에 기여할 수 있는 인재를 적극 선발하는 것으로 풀이됩니다.

채용 프로세스 측면에서, **CJ 그룹 통합 채용홈페이지**를 통해 지원서를 접수한 후 **AI 역량검사 → 서류전형 → CJ 그룹 문화적합도(CJ CFT) 검사 → 1차 면접 → 2차 면접**의 순서를 거칩니다[62]. AI 역량검사는 온라인 게임이나 질문으로 인지능력·성향을 평가하는 전형이며, CJ CFT는 **CJ의 핵심가치와 인재상을 기반으로 지원자의 가치관·태도를 검증**하는 심리검사입니다[63]. 이후 면접에서는 **직무면접과 인성면접**으로 지원자의 역량과 조직 적합성을 다각도로 평가합니다. 일부 직무의 경우 **PT 면접**이나 **토론면접, 영어면접** 등이 추가될 수 있습니다. CJ 제일제당은 경우에 따라 **인턴십**을 활용한 채용도 병행하며, 공채에서 **직무수행능력평가(인턴십)**를 실시하기도 합니다[64]. 이는 일정 기간 인턴으로 업무를 경험하게 한 뒤 최종평가를 통해 정규직 전환하는 방식으로, 최근 채용 트렌드인 **채용연계형 인턴** 개념입니다. 지원자 입장에서는 스펙 자체보다는 **실제 역량과 잠재력**을 중시하는 전형으로 이해할 수 있습니다.

**4.4 자소서/면접 자주 언급되는 키워드·역량:** CJ 제일제당 지원 과정에서 강조되는 키워드는 앞서 인재상에서 살펴본 **전문성, OnlyOne 정신, 도전, 주인의식, 팀워크, 글로벌역량** 등입니다. 자기소개서 문항도 이러한 요소를 묻는 방식으로 출제됩니다. 예를 들어 “본인이

가진 역량을 통해 어떤 성과를 이끌어낸 경험"이나 "창의적으로 문제를 해결했던 사례" 등을 묻고, 지원동기에서는 "CJ 제일제당이 지향하는 OnlyOne 정신을 자신이 어떻게 실현할 것인가"를 묻는 경우가 많습니다[46][43]. 따라서 자신의 경험을 이야기할 때 '내가 어떻게 남들이 안 한 새로운 시도를 했는지', '어떤 성과를 구체적으로 창출했는지'를 수치와 함께 설명하면 좋습니다. 또한 CJ 제일제당은 식품기업이므로 **식품산업에 대한 애정과 관심도** 중요합니다. 면접에서 지원동기를 물을 때 단순히 "귀사의 성장성이 좋아서" 보다 "어릴 적부터 식품에 관심이 많았고, CJ 제품 개발자가 되는 것이 꿈이었다", "K-푸드를 세계에 알리는 일에 기여하고 싶다"처럼 **열정과 스토리**를 담는 편이 좋습니다. 실제 면접 후기들을 보면 면접관들이 **지원자의 진정성**을 많이 본다고 합니다. 한 팀장은 면접 때 지원자의 자소서를 읽으며 "글만 봐도 이분은 엄청난 열정을 가지고 있다는 게 느껴졌다"라거나 "자소서에서부터 관심과 진심이 묻어났다"는 인상을 받았다고 언급했습니다[65]. 이는 결국 **진심 어린 열정과 직무에 대한 간절함**이 중요함을 보여줍니다. 또한 CJ 제일제당은 글로벌 사업이 크기 때문에, 면접에서 **영어 질문**이나 해외 관련 경험을 묻는 경우가 있습니다. 준비해둔 자기소개나 강점에 대한 답변을 영어로도 해볼 수 있도록 대비하면 좋습니다. 마지막으로, CJ 는 그룹 차원에서 "**하고잡이 DNA**"를 언급하며, 실패를 두려워하지 않고 도전하는 자세를 높이 평가합니다. 그래서 면접에서 어려운 경험이나 갈등 경험 등을 물으면, 이를 **회피하지 않고 개선한 스토리, 그 경험을 통해 배운 점**을 강조하는 게 좋습니다. 그리고 협업 문화도 중요하므로, **본인이 팀 내에서 어떻게 역할을 했는지, 동료들 존중하며 목표를 이룬 사례**도 준비해두길 권장합니다.

정리하면, **CJ 제일제당의 채용 키워드**는 "열정적 도전", "탁월한 성과", "전문성", "팀워크", "글로벌 마인드"로 압축되며, 지원자는 자신의 경험을 이 키워드와 연결 지어 설득력 있게 전달해야 합니다. 또한 CJ 제일제당에 입사하려는 **진정한 동기와 비전**을 보여준다면 면접관들에게 깊은 인상을 남길 수 있을 것입니다.

## 5 장. 직무 분석 - 구매 (Procurement)

**5.1 구매 직무의 핵심 역할:** 구매 직무는 한마디로 "회사의 필요한 재화와 서비스를 적시에, 적절한 비용으로, 적절한 품질로 조달하는 것"이 핵심 역할입니다. 식품기업의 구매는 원재료 수급부터 포장자재, 설비, MRO 자재까지 폭넓은 범위를 다룹니다. **CJ 제일제당 식품사업부문의 구매**를 예로 들면, 쌀·밀·옥수수·대두 등 **농산 원료**, 설탕·전분·조미소재 같은 **식품소재 원료**, 햄·어묵 등에 들어가는 **축산물·수산물 원료**, 캔·병·포장필름 등의 **포장재**, 그리고 공장 유지보수에 필요한 **부품 및 서비스** 등이 모두 구매 대상입니다. 구매 담당자는 **일일 단위**로는 생산계획에 맞춰 **발주 및 납품 일정 조율**, 입고 자재의 **검수와 재고 관리** 등을 신경 씁니다. 생산라인이 멈추지 않도록 **적기 공급(Just-In-Time)**이 이뤄지는지가 중요하기에, 매일 **원부자재 재고 상황**을 모니터링하고 필요 시 긴급 발주하거나 대체품을 확보하는 일이 발생합니다. **한달 단위**로는 공급업체의 **정산 및 대금 처리, 가격 협상**(예: 이번

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(식품)-구매

달 국제 곡물가 인상에 따른 단가 조정) 등이 이루어지고, **분기·반기 단위로**는 주요 원재료의 **계약 갱신 및 전략 수립**이 이뤄집니다. 예컨대 연간 계약으로 거래하는 포장재의 경우, 분기별로 **가격협상 미팅**을 진행하고 시장 상황을 반영해 단가를 조정합니다. **연간 주기**로는 주요 원자재의 **장기 계약**(해외 곡물의 수입 계약 등)과 **새로운 공급업체 발굴, 예산 수립** 등이 큰 이벤트입니다. 특히 CJ 제일제당처럼 곡물 수입 비중이 높은 회사는 년초에 연간 옥수수, 밀 등의 물량을 글로벌 곡물메이저와 계약하거나, **선물헤지 전략**을 세워 가격 변동 리스크를 관리합니다.

구매 직무의 핵심은 **"5R"**, 즉 **적정한 품질(Quality)의 자재를, 필요한 시기(Time)에, 적정 수량(Quantity) 만큼, 최적의 가격(Price)으로, 적합한 공급처(Source)로부터** 조달하는 것입니다. 이를 위해 **시장 정보 파악, 공급망 관리, 내부 수요 파악, 협상** 등의 업무를 일상적으로 수행합니다. 예를 들어 CJ 제일제당 구매 담당자는 국제 곡물 시세와 환율 동향을 늘 주시하고, 식품 원료의 **산지 작황, 수출 제한 등의 이슈**에도 민감해야 합니다. 상황에 따라 **수급 위기 대응**도 구매팀 몫입니다. (예: 어느 해 조미용 고추 수급이 부족하면, 해외 대체산지에서 긴급 수입하거나 재고 전략을 조정하는 등). 또한 구매담당자는 내부적으로 제품개발/R&D 부서와 협업하여 **신제품에 필요한 신규 원료**를 찾아내고 **샘플 테스트**를 진행하며, 품질부서와 함께 **원료의 규격 및 안전성**을 검증하는 역할도 합니다.

**5.2 내부/외부 이해관계자 맵:** 구매 업무는 **사방팔방 커뮤니케이션**이 필요한 직무로 유명합니다. 우선 **내부 이해관계자**로는, **생산공장(생산관리팀)**이 가장 밀접합니다. 생산 측은 "이 날짜에 어떤 원료가 몇 톤 필요하다"는 **자재 소요계획**을 제공하고, 구매는 이를 충족시키는 역할이므로 일일이 소통합니다. **물류팀(SCM)**과도 협력하여 물류센터의 재고 수준, 입고 스케줄을 조율합니다. **R&D 팀**은 새로운 공급원이나 신소재 도입 시 함께 **supplier audit** 을 하거나 시제품 테스트를 하기 때문에 협업 상대입니다. **품질관리(QA/QC)팀**은 납품된 원재료의 품질검사 결과를 공유하고, 만일 규격 미달품이 오면 공급사 클레임 처리에 같이 대응합니다. **영업/마케팅팀**과도 간접적으로 연관이 있는데, 예를 들어 마케팅에서 원가를 고려하여 목표 소비자가격을 설정하면, 구매는 그 목표를 맞추기 위해 **원재료 단가 절감** 방안을 찾기도 합니다. **재경(회계/원가)** 부서와는 원가 관리, 예산 집행 면에서 긴밀합니다. 월말에 구매 실적을 결산하고, 원재료 가격변동이 제품 원가에 미치는 영향을 분석해 공유합니다. **경영기획** 조직은 전사 원가절감 프로젝트나 SCM 혁신 프로젝트 등을 추진할 때 구매팀이 핵심적으로 참여합니다. 또한 **해외법인**과도 커뮤니케이션이 있는데, CJ 제일제당처럼 해외 생산거점이 있는 경우, 현지에서 구매하는 것과 본사 공동구매 하는 것을 전략적으로 나눠 시너지를 내기도 합니다.

**외부 이해관계자**로는 무엇보다 **공급업체(벤더)**가 핵심입니다. 쌀이면 농협 RPC 나 산지농가, 유지류면 해외 곡물상·트레이더, 포장재면 화학/포재회사 등 각 원자재별로 협력사가 있습니다. 구매담당자는 이들과 **Win-Win 관계**를 맺어야 하므로, 일상적으로 가격협상뿐 아니라 **납기관리, 품질 이슈 논의, 기술 정보 교류** 등을 합니다. 때로는 **벤더 개발** 차원에서

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(식품)-구매

새로운 업체를 방문·심사하여 공급망에 편입시키기도 합니다. 식품 안전상 이슈 발생 시에는 공급업체와 함께 **원인 분석 및 대책**을 세워야 하고, 심각할 경우 공급선을 교체하거나 법적 분쟁까지 갈 수도 있어 대외 협상력이 중요합니다. 이밖에 **물류회사**(운송사, 해운사 등)도 중요한 파트너입니다. 해외원료 수입 시 포워드나 선사와 선복 예약, 통관 일정 협의 등이 필요하기 때문입니다. 정부 및 공공기관도 간접적 이해관계자인데, 예를 들어 수입 검역기준이나 통상마찰 이슈로 어떤 원료의 수급이 제한될 경우 식품업계 협회나 관세청 등과 조율하기도 합니다. 한편 **타사 구매 담당자 네트워크**도 유용한 정보원입니다. 업계 동향 공유나 공동구매 논의 등을 위해 친분을 쌓아두면 도움되는 경우가 많습니다.

요약하면 **구매 직무의 관계자 맵**은 회사 내부로는 **생산, 개발, 품질, 물류, 재무** 등 거의 모든 부서와 연결되고, 회사 밖으로는 **원료/자재 공급사, 물류업체, 정부/협회** 등과 얽혀있는 **허브 역할**이라고 볼 수 있습니다. 따라서 구매담당자는 **의사소통 능력과 조율력**이 매우 중요합니다.

**5.3 필요 역량 (기술·지식·소프트스킬):** 구매 직무에는 **하드스킬과 소프트스킬이 고루** 요구됩니다. 기술/지식 측면에서, **해당 산업과 제품에 대한 지식**이 기본입니다. 식품 구매라면 식품 원재료의 종류, 특성, 계절별 수급 상황 등을 알아야 하고, 원산지별 품질 차이, 대체원료 가능성 같은 **소싱 지식**도 축적해야 합니다. 또한 **원가분석 능력**이 필요합니다. 원재료의 원가구조(예: 원물 가격 + 가공비 + 물류비)를 파악하고, 가격 협상 시 어느 부분에서 절감 여지가 있는지 계산할 수 있어야 합니다. **데이터 분석 능력**도 점점 중요해져서, Excel 등으로 구매 실적 데이터나 시장 가격 데이터를 분석하여 **트렌드 인사이트**를 도출할 줄 알아야 합니다. 큰 회사의 구매는 수천억 원 규모 예산을 다루므로, **재무 개념**(예: 환율 영향, 지급조건이 현금흐름에 주는 영향 등)과 **계약 법무 지식**(계약서 조항 검토 등)도 있으면 좋습니다. 식품의 경우 **식품위생 관련 법규**(식품원료 사용기준, 수입통관 절차 등)에 대한 이해도 중요합니다. 외국 거래가 많아 **비즈니스 영어**도 필수역량으로 꼽힙니다.

소프트스킬로는, **협상력(Negotiation)**이 핵심입니다. 가격 협상이나 계약 조건 협상에서 **상대방을 이해시키고 원하는 조건을 이끌어내는 설득력**이 요구됩니다. 동시에 **Win-Win**을 만들어야 장기적인 파트너십이 지속되므로, 무조건적인 단가 인하 요구보다 **관계 구축형 협상**을 할 줄 알아야 합니다. **커뮤니케이션 능력** 역시 절대적입니다. 앞서 언급한 다수의 이해관계자들과 원활히 소통하여 갈등을 조정하고, 필요한 정보를 제때 공유해야 하기 때문입니다. 특히 문제가 발생했을 때 **신속히 보고하고 대안을 제시**하는 소통이 중요합니다. **문제해결능력**도 필요합니다. 공급 지연, 품질 불량, 원가 급등 등 리스크는 피할 수 없는데, 이때 당황하지 않고 **대체 공급선 확보, 추가 물량 급조달, 계약 조건 재협상** 등의 해결책을 빠르게 찾아내는 기지가 요구됩니다. **계획 및 조직화 역량**도 구매 업무 효율에 큰 영향을 줍니다. 수백 개 자재 품목을 동시에 관리해야 하므로, 체계적으로 **스케줄 관리**하고 우선순위를 정해 일처리해야 합니다. 아울러 **윤리의식**도 중요한 소프트스킬/마인드입니다.

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(식품)-구매

구매 포지션은 금전이 오가는 거래를 다루기에 투명성과 공정성이 필수이며, CJ 제일제당 역시 **청렴윤리 준수**를 엄격히 요구합니다. 마지막으로 **학습 민첩성**을 들 수 있습니다. 시장 상황, 원료 트렌드가 수시로 변하기 때문에 새로운 정보를 빨리 습득하고 적용해야 하며, 처음 맡는 원자재도 빠르게 파악해야 합니다.

정리하면, 구매 직무는 **"비즈니스 감각을 갖춘 이과형 인재"**에 가깝습니다. 숫자에 강하고 분석적이면서, 동시에 사람을 다루고 협상하는 데 능해야 하죠. 지원자는 본인이 갖춘 역량(예: 해외 교류 경험으로 얻은 영어소통 능력, 동아리 운영으로 기른 협상/조율력, 전공 수업으로 익힌 원가분석 스킬 등)을 이러한 요구 역량과 연결시켜 어필하면 좋습니다.

**5.4 성과 지표(KPI)와 평가 포인트:** 구매팀의 성과는 주로 **원가절감과 안정조달**이라는 두 축에서 평가됩니다. 대표 KPI 로 **연간 구매원가 절감률** 혹은 **절감액**이 있습니다. 예를 들어 "전년 대비 kg 당 원료 단가 5% 절감" 또는 "연 10 억 원 예산 절감" 같은 목표입니다. CJ 제일제당처럼 원재료 규모가 큰 회사는 **소싱 혁신 프로젝트**를 정해서, 특정 원료의 국산화나 대체품 도입으로 비용을 절감하면 **성과 인센티브**에 반영하기도 합니다. 두 번째 축은 **납기준수율(Service Level)**입니다. 생산에 차질 없도록 필요한 시점에 재료가 들어왔는지를 측정하는 지표로, **자재결품률(Stock-out 율)**을 낮게 유지하는 것이 목표입니다. 가령 결품률 0%를 달성하면 우수한 것으로 평가받습니다. 또한 **재고관리 지표**도 있습니다. 너무 많은 재고를 쌓으면 자금이 묶이고 폐기 위험이 있으므로, **재고회전일(Days on Hand)**이나 **재고감모율** 등을 보며 효율적으로 적정재고를 유지했는지 봅니다. 품질 측면에서는 **납품된 원자재의 품질클레임 건수**나 **불량률**도 간접적인 KPI 입니다. 예를 들어 "원료 불량클레임 0 건 유지"처럼 목표를 세워, 구매팀이 사전에 공급업체 품질을 관리하도록 유도합니다.

이외에 **협력사 관리지표**로 **공급업체 평가등급**이나 **거래조건 개선** 등이 있습니다. 예를 들어 공급사들을 분기마다 평가해 등급을 매기고, 일정 수준 이상으로 유지되도록 하는 것이 팀 KPI 일 수 있습니다. 또 하나, **원가절감 아이디어 창출 건수**나 **VA/VE 활동 실적** 등을 성과로 보기도 합니다. VA(Value Analysis)/VE(Value Engineering)는 제품의 가치 향상을 위해 원가절감 또는 대체안을 찾는 활동인데, 구매팀 주도로 원료 사양 변경, 규격 최적화 등 제안을 하면 가점이 됩니다.

CJ 제일제당처럼 글로벌 소싱을 하는 경우, **환율 리스크 관리**도 중요한 평가 포인트입니다. 환 헤지 전략을 잘 실행하여 환율변동에 따른 손실을 최소화하면 좋은 평가를 받습니다. 또 최근 ESG 경영을 중시하면서, **지속가능조달 지표**도 부상 중입니다. 예컨대 "100% 지속가능 팜유 구매"나 "협력사 행동규범 준수율" 등이 장기 KPI 로 설정되기도 합니다.

개인 평가에서는, 이러한 정량목표 달성 외에도 **일처리의 정확성·커뮤니케이션 능력** 등이 상사 피드백으로 고려됩니다. 얼마나 부서 내외의 **신뢰를 얻고 협업**했는지, 팀 플레이를 했는지도 중요합니다[66][67]. 특히 CJ 제일제당은 360 도 평가를 실시하므로, 동료

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(식품)-구매

유관부서로부터 협조적이고 전문적이라는 평판을 얻는 것이 개인 성과평가에 긍정적 영향을 줄 수 있습니다[51].

**5.5 대표 업무 시나리오 (예시):** 구매 직무의 실제 상황을 가상의 시나리오로 예를 들어 보겠습니다.

### 시나리오: "신제품 출시와 원가 절감 프로젝트"

CJ 제일제당 식품개발팀은 곧 출시할 HMR 신제품을 기획하고 있습니다. 해당 제품에는 **특수 향신료 A**와 **신규 원료 B**가 들어가는데, 아직 국내에 조달선이 확립되지 않은 상황입니다. **구매담당자 김프로**는 개발 초기 단계부터 프로젝트에 참여하여, R&D로부터 신제품 컨셉과 필요한 원료 사양에 대해 브리핑을 받습니다. 김프로는 **향신료 A**의 글로벌 주요 생산국과 업체 정보를 조사합니다. 회사 내 데이터베이스와 산업 보고서를 참고하고, 거래 중인 향신료 수입상과 연락하여 A 원료의 샘플과 견적을 받습니다. 한편 **신규 원료 B**는 기존에 회사가 써본 적 없는 소재라서, 김프로는 관련 업계 전시회에 참가하거나 인터넷을 통해 **잠재 공급사 리스트**를 만들어냅니다. 그 중 몇 곳에 연락해 **샘플 조달** 일정을 잡습니다. 동시에 **품질팀**과 협의하여 A와 B의 **시험분석 항목**(순도, 중금속 등)을 정합니다.

일정이 촉박한 가운데, 김프로는 며칠 내로 샘플을 공수해 R&D가 *파일럿 테스트*를 할 수 있도록 물류를 조율합니다. 샘플 테스트 결과 B 원료 중 한 공급사의 제품이 가장 적합하다는 결론이 나왔습니다. 이제 김프로는 해당 공급사와 본격적인 **거래 조건 협의**를 시작합니다. **년간 소요량**을 공유하고 가격 견적을 받는데, 초도 견적이 생각보다 높습니다. 김프로는 **비교견적**으로 다른 경쟁 공급사의 가격도 받아 본 후, 우선선정된 공급사에게 협상에 들어갑니다. "경쟁사 대비 귀사 제품이 품질은 좋으나 가격이 10% 높다"는 데이터를 근거로 가격 인하 여지를 묻고, **장기 파트너십**과 **물량 보장**을 조건으로 **할인 요청**을 합니다. 공급사와 몇 차례 메일·전화 교섭 끝에, 당초 대비 8% 낮은 단가에 **연간계약(Yearly Contract)**을 체결하기로 합니다. 김프로는 **계약서 조항**(납기, 품질하자시 패널티, 결제조건 등)을 법무팀 리뷰를 거쳐 마무리합니다.

이제 신제품 생산에 필요한 A와 B의 공급선이 확보되었습니다. 김프로는 **생산계획에 맞춘 발주**를 걸고, 납기일에 원료가 공장에 도착하도록 **물류팀과 일정**을 맞춥니다. 첫 생산날, 혹시 모를 문제에 대비해 공급사 담당자와 현장 QC 팀이 같이 원료 투입을 지켜보고, 이상 없음을 확인합니다. 신제품은 무사히 출시되고 김프로는 안도합니다.

이후 몇 달 뒤, 김프로는 별도로 맡고 있던 **원가절감 태스크**에서 성과를 냅니다. 기존 제품군에 사용되던 **포장 필름 C**의 소재를 변경하여 연간 5억 원 비용절감 아이디어를 낸 것입니다. 그는 포장재 시장조사를 통해 기능은 유지하면서 가격이 저렴한 대체필름을 찾아냈고, 품질팀 테스트를 거쳐 적용 가능함을 입증했습니다. 이에 따라 기존 공급사와의 재계약 때 이 대체필름 적용을 조건으로 단가를 낮추기로 합의합니다. 이 건으로 김프로는 분기 MVP 포상과 함께 **성과급**을 받았습니다.

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(식품)-구매

---

그러나 일은 순탄한 것만은 아닙니다. 어느 날 **국제 정세 악화**로 주 원료 중 하나인 **밀가루** 가격이 폭등합니다. 밀을 주원료로 하는 **햇반** 등 제품 원가에 비상이 켜집니다. 회사 경영진은 구매팀에 “원가상승 영향 최소화 방안을 마련하라” 지시합니다. 김프로와 곡물 담당 선배들은 긴급회의를 열어 **재고 활용, 대체원료 투입, 판가 인상 여부** 등을 검토합니다. 김프로는 “지난해 확보한 호주산 밀 재고 2 개월치를 최대한 활용하고, 그동안 미국산을 러시아산으로 일부 대체하는 방안”을 제안합니다. 또한 **선물환 계약**을 통해 환율 상승분을 어느 정도 상쇄할 수 있음을 보고합니다. 이러한 대응책을 마련하여 경영층에 보고하고 실행에 옮긴 덕분에, 실제 손익 타격을 절반 이하로 방어하는 데 성공합니다. 이 경험을 통해 김프로는 **리스크 관리 능력**을 인정받고 회사 내 구매 전문가로 더욱 신뢰를 얻게 됩니다.

위 시나리오는 가상이지만, CJ 제일제당 구매 직무의 현실을 잘 반영한 사례입니다. 즉, **신제품 개발 참여 → 공급사 발굴/협상 → 원료 조달/납품관리 → 문제 발생 시 해결**의 사이클이 반복되는 일입니다. 동시에 **원가혁신 프로젝트와 시장변화 대응**이 수시로 겹쳐서, 여러 과제를 멀티태스킹해야 하는 역동적인 자리이기도 합니다. 하지만 이러한 과정을 통해 회사를 **원가경쟁력 강화와 사업 성공**으로 이끄는 **숨은 주역**이 바로 구매 직무입니다.

실제로 **CJ 제일제당 구매팀**에서 근무한다면, 대한민국 식품산업을 움직이는 핵심 원료들의 글로벌 흐름을 읽고 조율하는 흥미진진한 경험을 할 수 있을 것입니다. 지원자는 이러한 직무 이해를 바탕으로, 자신이 어떻게 구매 직무에서 **가치 창출**을 할지 구체적으로 어필한다면 좋은 평가를 받을 것입니다.

---

[1] [2] [10] [20] [21] [22] [25] [32] [35] [38] CJ 제일제당, 해외 식품 매출 비중 '50%' 벽 깬다... 수익성은 '과제'

<https://v.daum.net/v/VkH098oMXF?f=p>

[3] "애슐리와 빙스가 집으로"...외식업계의 새 먹거리 'HMR' - 비즈워치

<http://news.bizwatch.co.kr/article/consumer/2025/09/09/0028>

[4] "전통 한식이라 더 좋아요"...글로벌 HMR 시장 달군 K 간편식

<https://www.asiae.co.kr/visual-news/article/2025052914242186056>

[5] [2025 연간실적] 대상, 영업이익 1706 억원...전년비 3.6% ↓ - 인더뉴스

<https://www.inthenews.co.kr/news/article.html?no=82508>

[6] 오투기, 안정적 내수 기반과 글로벌 확장 전략에 성장 기대감 고조

<https://www.hankyung.com/article/202509129600a>

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(식품)-구매

---

[7] 2023 년 식품산업 생산실적 108 조 4875 억원 - 한국식품기술사협회

[https://www.foodpe.or.kr/home/m\\_view.php?ps\\_db=news&ps\\_boid=223](https://www.foodpe.or.kr/home/m_view.php?ps_db=news&ps_boid=223)

[8] HMR 의 성패... 마케팅과 기술력에 달렸다 - 대한급식신문

<https://www.fsnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=39787>

[9] '2022-2023 한국식품연감'에 따르면 세계 식품시장 규모가 2024 년 ...

<https://www.newma.or.kr/board/referenceRoom/issue/view.do?bdUid=356&searchType=&searchValue=>

[11] [39] 확찐자의 필수품 된 냉동 HMR...절대 강자 CJ·신흥 강자 풀무원 격돌 | 매거진한경

<https://magazine.hankyung.com/business/article/202005267236b>

[12] [13] 실적발표자료 | CJ 제일제당

<https://www.cj.co.kr/kr/investors/ir-library/announcement>

[14] [15] [26] [27] [28] [29] [31] [33] [34] [36] [40] 새 수장 맞은 CJ 제일제당, 최우선 목표는 '글로벌'...'식물성식품'도 반등 꾀해야 - CEOSCOREDAILY

<https://ceoscoredaily.com/page/view/2025121014500788609>

[16] [핀포인트] [오뚜기] 미래연구센터 신설...해외사업 여전히 발버둥

<https://news.dealsitetv.com/articles/158947>

[17] 농심, 해외 매출 10% 늘었다... 일본·유럽 성장 견인 - 톱데일리

<https://www.topdaily.kr/articles/109159>

[18] 농심, 볶음면 앞세워 해외 진출 속도 낸다 - 뉴스톱

<https://www.newstopkorea.com/news/articleView.html?idxno=40269>

[19] 대상 , '2025 한국산업의 구매안심지수' 4 개 부문 1 위 쾌거

<https://kefm.co.kr/20361>

[23] [24] 농심 해외 부진에도 3 분기 '깜짝실적', 국내 '넘사벽' 라면왕으로 올라선 ...

[https://www.businesspost.co.kr/BP?command=article\\_view&num=420485](https://www.businesspost.co.kr/BP?command=article_view&num=420485)

[30] 강신호 CJ 제일제당 대표 "글로벌 사업 집중해 미래 성장 꾀할 것 ...

## 심층 분석 보고서: CJ제일제당(식품)-구매

---

<https://news.nate.com/view/20250325n10492>

[37] [2025 주총] 강신호 CJ 제일제당 대표 "초격차 사업 고도화해 글로벌 탑 ...

<https://www.inthenews.co.kr/news/article.html?no=70644>

[41] [64] CJ 그룹, 전문성 갖춘 신입사원 채용 ... "'반듯한 하고잡이'가 인재상" | Save Internet 뉴데일리

<https://biz.newdaily.co.kr/site/data/html/2025/03/17/2025031700046.html>

[42] [43] [44] [45] [46] [47] [48] 2025 CJ 인재상 '하고잡이'란? | 핵심가치 및 자소서 작성 방법 - 링크리어 커뮤니티

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

[49] [50] [51] [52] [53] [54] [63] Human Resources | CJ Cheiljedang

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

[55] [56] [57] [62] 2025 년 하반기 CJ 그룹 신입사원 채용 일정 총정리 - CJ 뉴스룸

[https://cjnews.cj.net/2025%EB%85%84-%ED%95%98%EB%B0%98%EA%B8%B0-](https://cjnews.cj.net/2025%EB%85%84-%ED%95%98%EB%B0%98%EA%B8%B0-cj%EA%B7%B8%EB%A3%B9-)

[%EC%8B%A0%EC%9E%85%EC%82%AC%EC%9B%90-](https://cjnews.cj.net/2025%EB%85%84-%ED%95%98%EB%B0%98%EA%B8%B0-cj%EA%B7%B8%EB%A3%B9-%EC%8B%A0%EC%9E%85%EC%82%AC%EC%9B%90-)

[%EC%B1%84%EC%9A%A9-%EC%9D%BC%EC%A0%95-](https://cjnews.cj.net/2025%EB%85%84-%ED%95%98%EB%B0%98%EA%B8%B0-cj%EA%B7%B8%EB%A3%B9-%EC%8B%A0%EC%9E%85%EC%82%AC%EC%9B%90-%EC%B1%84%EC%9A%A9-%EC%9D%BC%EC%A0%95-)

[%EC%B4%9D%EC%A0%95%EB%A6%AC/](https://cjnews.cj.net/2025%EB%85%84-%ED%95%98%EB%B0%98%EA%B8%B0-cj%EA%B7%B8%EB%A3%B9-%EC%8B%A0%EC%9E%85%EC%82%AC%EC%9B%90-%EC%B1%84%EC%9A%A9-%EC%9D%BC%EC%A0%95-%EC%B4%9D%EC%A0%95%EB%A6%AC/)

[58] [59] CJ 그룹 채용공고 - 2025 신입사원 모집 | 자소서 문항, 지원자 스펙 분석까지

<https://jasoseol.com/recruit/97247>

[60] [61] [65] [66] [67] CJ 제일제당 채용의 모든 것, 신입사원과 리더에게 묻다 - CJ 뉴스룸

<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-](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-](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-](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-](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-%EB%A6%AC%EB%8D%94%EC%97%90%EA%B2%8C-)

[%EB%AC%BB%EB%8B%A4/](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-%EB%A6%AC%EB%8D%94%EC%97%90%EA%B2%8C-%EB%AC%BB%EB%8B%A4/)