

1956

ORION

2025



Contents

1 사업개요 및 재무성과



At a Glance

2 사업분야



식품 사업
바이오 사업
콘텐츠 사업

4

3 윤리경영



오리온 윤리규범
이해관계자별 실천사례

6
26
29

4 연혁



연혁

5 APPENDIX



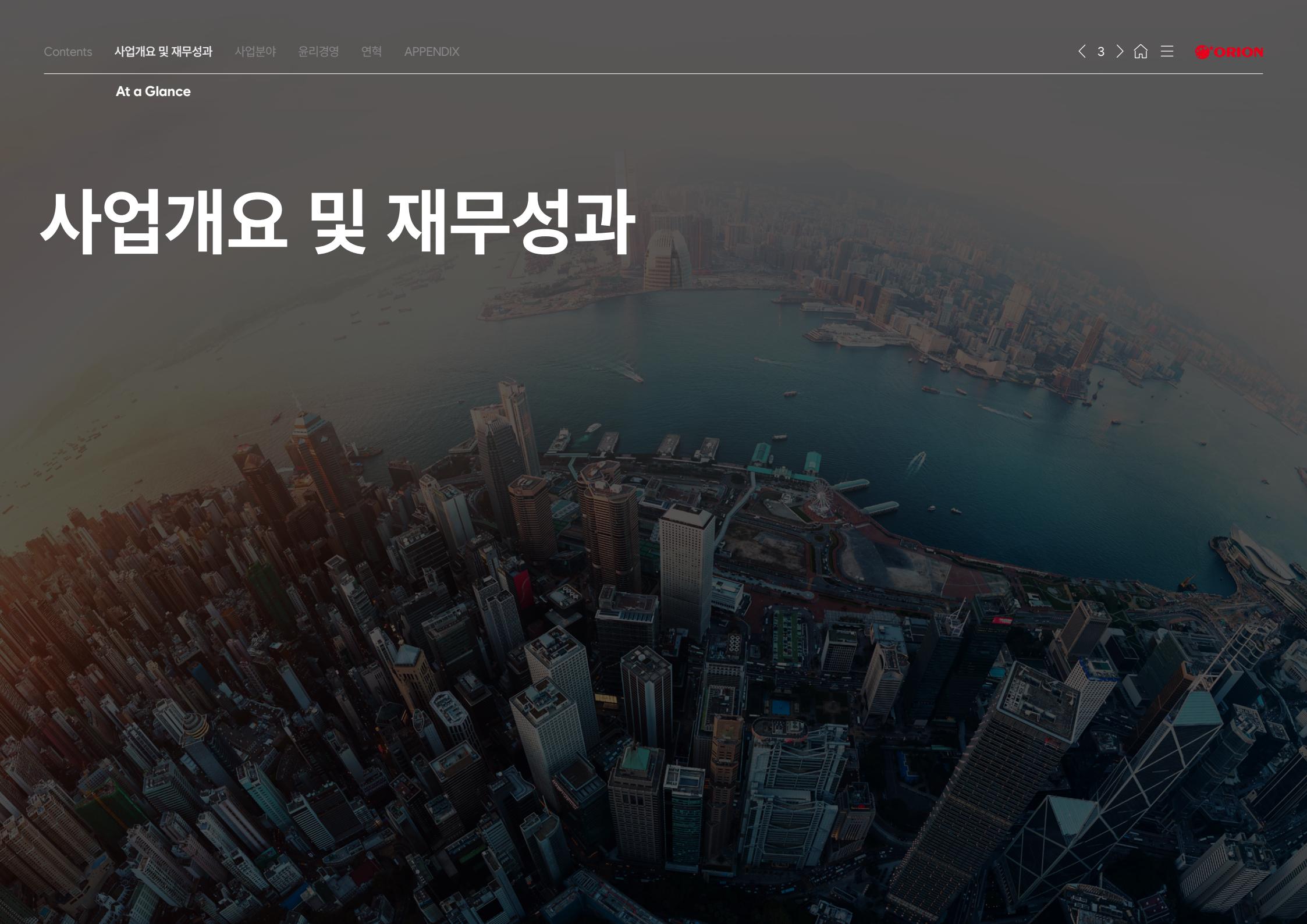
3개년 재무성과
패밀리 사이트

37

38

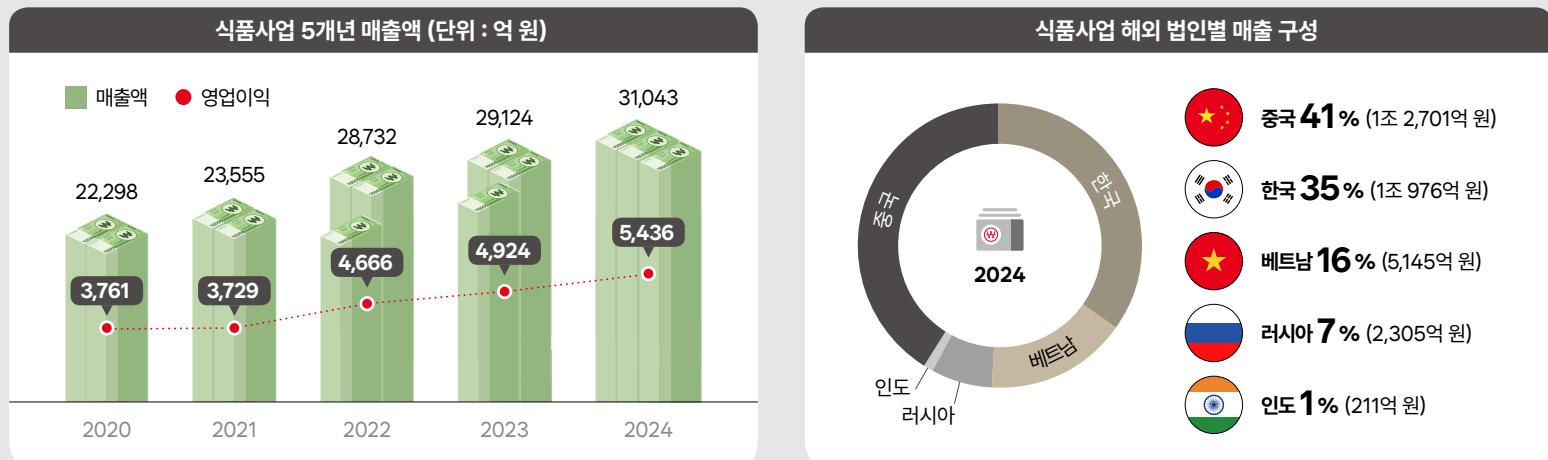
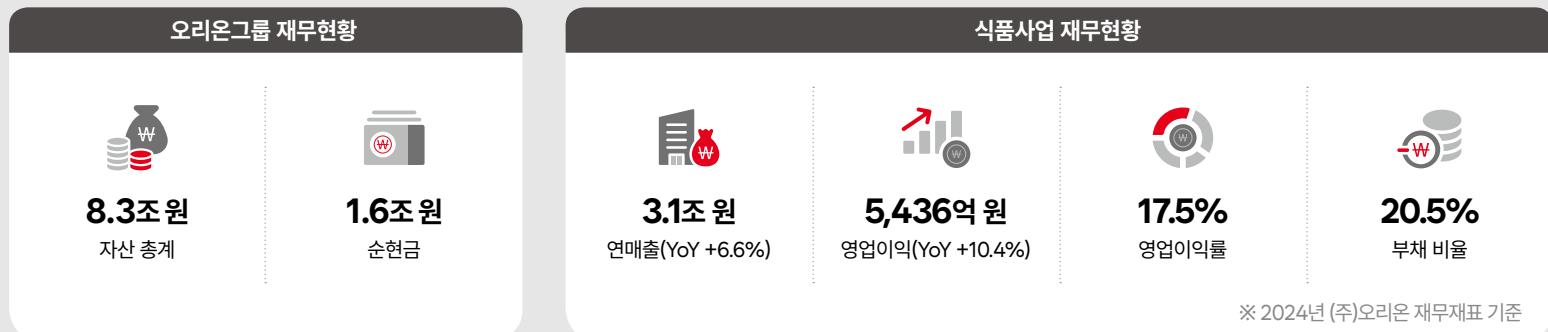
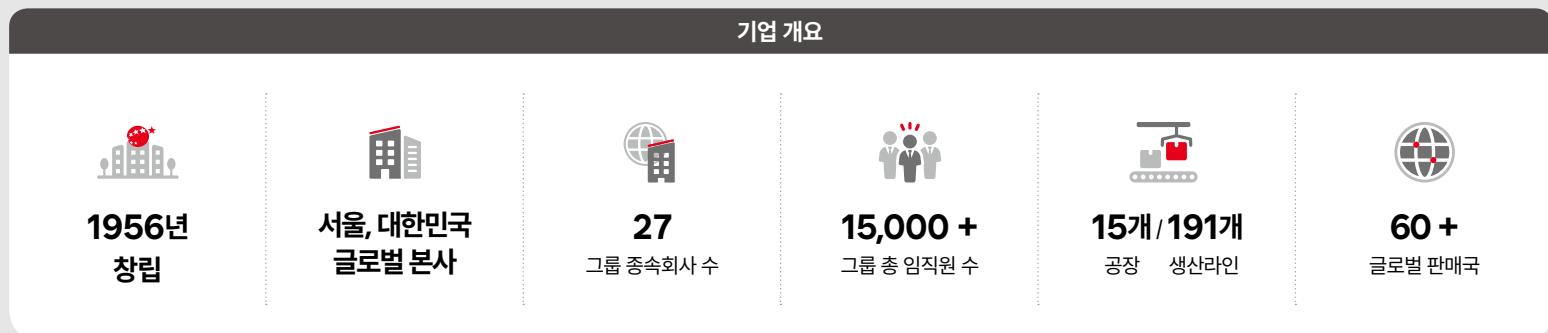
At a Glance

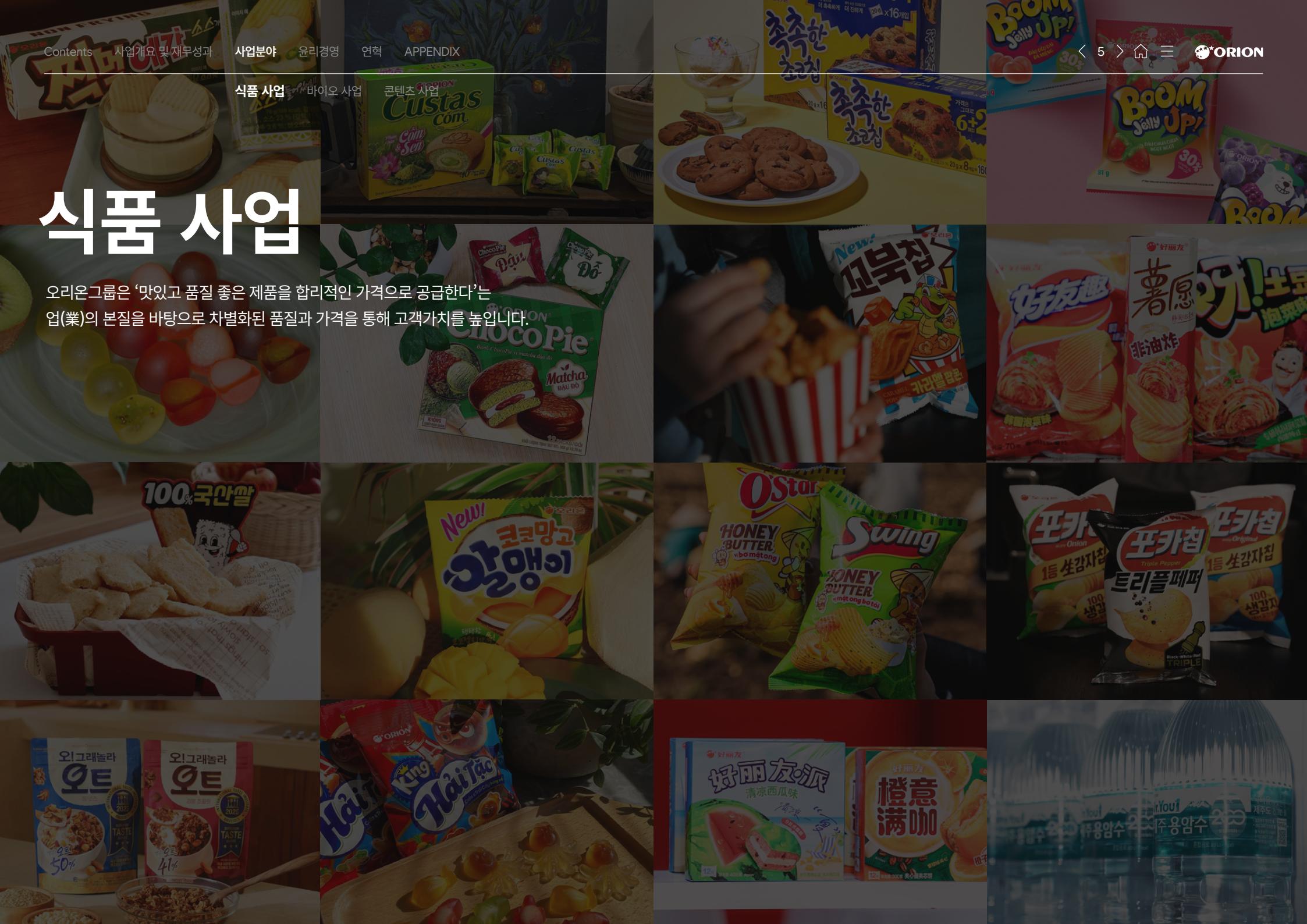
사업개요 및 재무성과



At a Glance

At a Glance





식품 사업

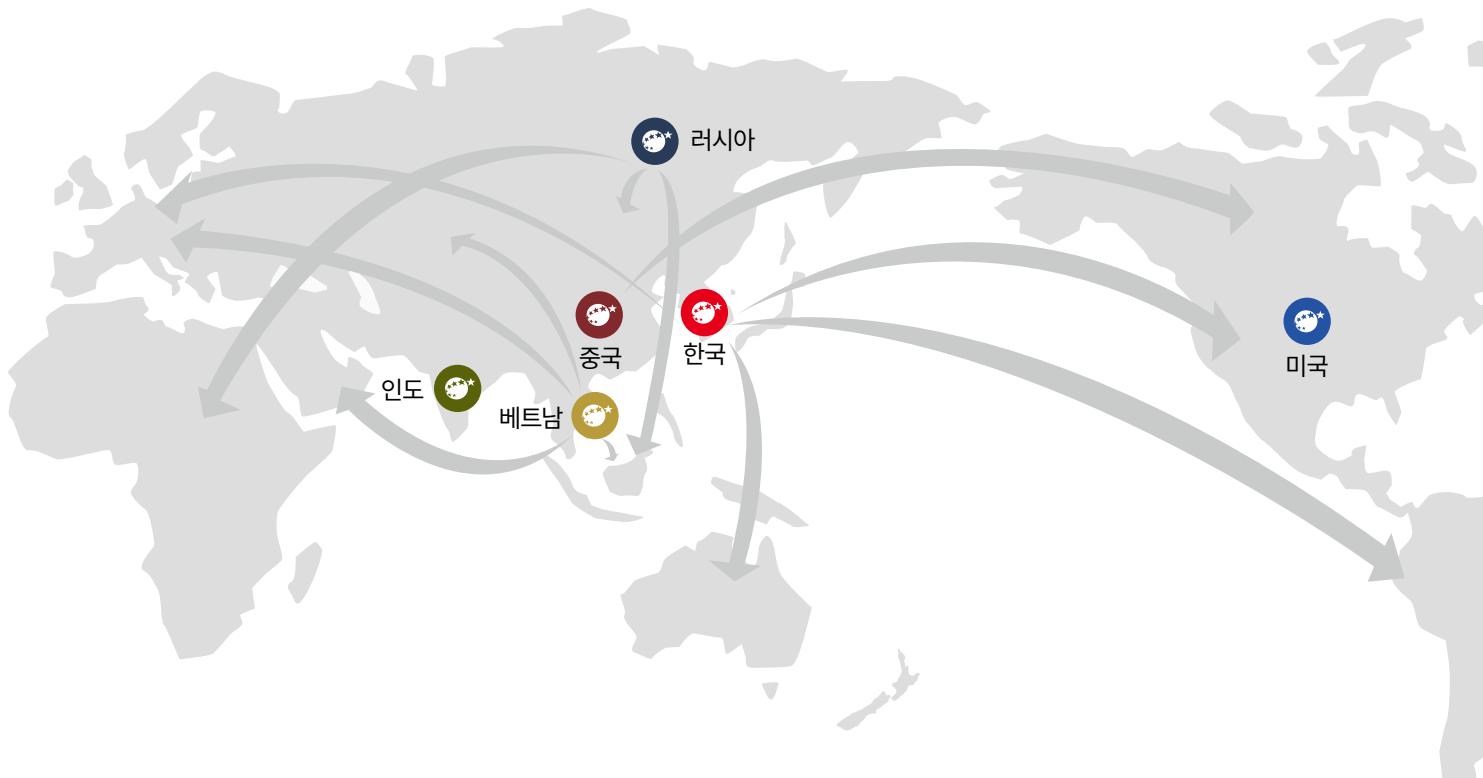
오리온그룹은 '맛있고 품질 좋은 제품을 합리적인 가격으로 공급한다'는
업(業)의 본질을 바탕으로 차별화된 품질과 가격을 통해 고객가치를 높입니다.

법인 현황



오리온 본사

해외 법인



법인별 주요 수출국

한국 법인 : 미주, 동남아시아, 유럽, 오세아니아, 일본 등 25개국

중국 법인 : 캐나다, 태국 등 3개국

베트남 법인 : 중앙아시아 12개국, 유럽 5개국, 중동 8개국 등

러시아 법인 : 중동, 아프리카, 몽골, 인도네시아 등 32개국

※ (주)오리온(사업회사) 기준

제품 현황

BRAND 60+ | PRODUCT 200+

※ 2024년 12월 (주)오리온 기준



국제 인증

_halal 인증



베트남 초코파이, O!RICE 등

품질 안전



FSSC 22000

AIB

HACCP

파트너십

원료 공급

iff Givaudan

iff, Givaudan 등 300 +

유통

Costco Walmart Amazon Carrefour

Costco, Walmart, Amazon, Carrefour 등 2,000+

초코파이 情

전세계가 사랑한 오리지널의 품격

24



24종이 넘는 다양한 맛

60



60개국 판매

500



누적 판매량 500억 개 돌파
(Since 1974)



역사가 된 브랜드

오리온은 1974년, 세상에 없던 새로운 형태의 파이를 세상에 선보였습니다.

미국의 한 카페테리아에서 받은 영감을 바탕으로 수년간의 연구 끝에 탄생한 초코파이는 초콜릿, 마시멜로, 비스킷이라는 세 가지 원료를 조합한 당시 국내에는 전례없는 간식이었습니다. 출시와 동시에 큰 반향을 일으켰고 현재는 시대와 국경을 넘어 감성과 문화를 담은 브랜드로 자리 잡았습니다.

초콜릿, 마시멜로, 비스킷이 완성한 프리미엄 밸런스

오리온은 한국에서는 13%의 수분 조절 기술을 적용해 방부제를 사용하지 않고도 제품의 신선도와 촉촉한 식감을 구현했습니다.

글로벌 시장에서도 각 지역의 기후와 소비자 기호에 맞춰 최적의 수분율을 설계해 일관된 맛과 품질을 유지하고 있습니다. 현재 바나나, 말차, 라즈베리 등 24종이 넘는 다양한 맛으로 소비자들에게 끊임없는 새로움을 선사하고 있습니다.

초코파이를 구성하는 세 가지 원료의 조화는 단순한 기술이 아니라, 깊은 이해와 진정성에서 비롯된 결과입니다. 오리온 글로벌연구소 연구원들은 각 원료의 특성을 고려해 수천 번의 실험과 고민을 거듭하며, 초콜릿의 품미, 마시멜로의 부드러운 질감, 비스킷의 바삭함과 촉촉함 사이의 섬세한 균형을 완성해 냈습니다. 그렇게 탄생한 초코파이는 기술력, 품질, 감성을 두루 갖춘 정통 프리미엄 브랜드로 자리 잡았습니다.



초코파이 탄생



실험과 고민을 거듭하여 찾았던



수분 조절 기술

1974

3 가지 제과 기술 융합

13% 수분율



100년을 향한 글로벌 No.1 파이의 위상

초코파이는 지난 50년간 끊임없이 진화하며 세계인의 간식으로 성장해 왔습니다.

단일 제품으로는 누적 매출 8조 원을 돌파하며 유례없는 글로벌 성과를 기록했습니다.

이는 전세계인이 1명당 6개씩 먹은 양으로 500억 개 이상이 판매된 수치입니다.

오리온은 초코파이의 아이덴티티를 지켜나가며, 프리미엄 전략과 다양한 신제품을 통해 글로벌 시장에서의 입지를 더욱 확장해 나가고 있습니다.

앞으로도 오리온은 초코파이를 통해 변화와 도전을 멈추지 않으며, 세대를 뛰어넘어 모두가 즐길 수 있는 초코파이를 만들어 갈 것입니다.

‘초코파이’ 사람과 사람을 잇다 – 마음을 전하는 간식

단순한 제품을 넘어선 감성과 철학은 누구도 모방할 수 없는 초코파이만의 정체성입니다.

초코파이는 한국에서 ‘정(情)’의 상징으로 자리 잡으며, 가족에게 건네는 선물, 감사의 마음을 전하는 표현,

일상 속 따뜻한 순간을 나누는 간식으로 사랑받아 왔습니다.

중국에서 판매되는 초코파이 ‘하오리요우’는 10년간 파이 브랜드 파워지수 1위를 차지했습니다.

뿐만 아니라 소비자가 가장 신뢰하는 브랜드를 선정하는 고객만족도 지수에서 7년간 파이 부문 1위를 달성했습니다.

베트남에서는 명절 선물뿐만 아니라 제사상에도 올라가는 귀한 음식으로 여겨지고 있습니다.

러시아에서는 메드베데프 대통령이 티타임 간식으로 즐기는 모습이 언론에 소개돼 화제가 되었으며,

인도에서는 고유 문화를 고려한 식물성 마시멜로를 적용하는 등 세계인의 일상에 자연스럽게 녹아들고 있습니다.



초코파이 총 누적 매출 (Since 1974)



8조원

2024년 글로벌 초코파이 매출



5,827 억원

2024년 글로벌 초코파이 판매량



40.3억개

2024년 법인별 판매량

· 중국 법인 : 10.8억 개	· 베트남 법인 : 7억 개
· 한국 법인 : 4.2억 개	· 인도 법인 : 2.3억 개
· 러시아 법인 : 16억 개	



꼬북칩

‘네 겹 혁신’으로, 스낵의 상식을 깨다



8



8년의 제품 개발 기간

100



100억 원의 개발 투자 금액

30



30개국 판매

‘네 겹의 과학’이 만든 세상에 없던 바삭함, 글로벌 무대에서 입증된 브랜드 파워

오리온은 8년의 개발 기간과 100억 원 투자를 통해 2017년, 기존 스낵의 공식을 깬 제품을 세상에 선보였습니다.

꼬북칩은 단순히 바삭한 과자를 넘어, 한 입 베어물 때마다 겹겹이 부서지는 새로운 경험을 주는 독특한 식감의 스낵입니다.

0.7~0.8mm 얇은 층을 네 겹으로 쌓은 독창적인 구조는 입안에서 입체적으로 부서지며, 단순한 식감을 넘어 먹는 즐거움을 전달하는 제품입니다.

네 겹 구조는 수천 회의 테스트와 정밀한 조율을 거쳐 완성된 기술력의 결정체로, 식감 혁신의 상징이자 글로벌 스낵 시장에 새로운 기준을 제시하고 있습니다.

꼬북칩은 미국, 유럽, 아시아 등 전세계 30개국에 진출하며 글로벌 스낵으로 빠르게 성장하고 있습니다.

중국(랑리거랑, 浪里个浪), 베트남(마시타, Masita)에서는

국가별 브랜딩과 현지화 전략으로 생산라인을 구축해 각 나라별로 제품을 공급하고 있습니다.

한국에서 생산된 꼬북칩은 북미와 유럽, 일본, 호주 코스트코 및 미국 월마트, 아마존, 프랑스 카르푸 등 전세계 4,000여 개 매장에 입점했습니다.



꼬북칩 총 누적 매출 (Since 2017)



5,421 억원

2024년 글로벌 꼬북칩 매출



804 억원

※ 2024년 12월 기준



전세계 취향을 만족시키는 플레이버, 맞춤형 개발까지

꼬북칩은 국가별 입맛에 맞춘 플레이버를 개발해 미국의 코리안스타일치킨맛, 중국의 마라새우맛, 김맛, 베트남의 양념김맛 등 현지 식문화를 반영한 다양한 폭넓은 라인업을 선보이며 각국 소비자와 소통하고 있습니다.

글로벌 고객의 다양한 요청에 맞춰 다채로운 맞춤형 맛 개발이 가능하다는 점에서 차별화된 경쟁력을 갖추고 있습니다.

모든 플레이버는 IFF, Givaudan 등 세계적 기업과 파트너십을 맺고 있어 전세계 소비자들의 입맛에 맞춘 제품을 제공할 수 있습니다.

“Variety in Every Bite” 네 겹의 기술, 다양한 맛, 그리고 끝없는 확장 가능성, 꼬북칩은 지금 이 순간에도 글로벌 스낵 시장의 경계를 넓혀 가고 있습니다.





꼬북칩만의 **14** 가지 다양한 플레이버



콘스프



초코츄러스



캬라멜팝콘



마라새우



페퍼치킨



우유치즈



양념김



플레이밍라임



김



트러플솔트맛



마라



코리안스타일
치킨



멕시칸
스트리트콘



스테이크
와사비



오리온 감자스낵

감자를 ‘디자인’하다
세계 식문화를 바꾸는 기술력

1

4

1988



한국&베트남
생감자 스낵 시장 점유율



자체 개발 감자 품종



감자연구소 설립



품종에서 시작된 오리온의 감자 철학

감자가 스낵이 되기까지, 그 모든 과정에는 오리온만의 철학과 기술이 담겨 있습니다.

“감자를 이렇게까지 연구한 기업이 있을까?” 오리온은 그 질문에 ‘네’라고 답합니다.

1988년, 국내 민간기업 최초로 감자연구소를 설립한 오리온은 수십 년간의 연구 끝에 4개의 감자 품종을 개발해 국내외 농가에 보급해 왔습니다.

좋은 감자 없이는 좋은 감자스낵도 없다는 확고한 신념 아래, 오리온은 감자의 품종 선정, 품질 관리, 식감에 이르기까지

전 과정을 정밀하게 설계하며 감자스낵의 새로운 기준을 만들어가고 있습니다.

오리온은 2024년 한 해 동안, 한국(강원도·충청남도 등 25개 시군), 중국(내몽고·길림 등 10개 성), 베트남(하노이·달랏 등)에서 계약 재배를 통해

공급받은 감자 포함 총 22만 3천 톤의 생감자를 제품 생산에 사용했습니다.

오리온은 생감자스낵은 물론, 감자 플레이크 기반 제품에서도 철저한 품질 관리와 차별화된 식감을 구현하고 있습니다.

감자를 가장 잘 아는 기업, 오리온. 이제는 감자를 통해 새로운 식문화 경험을 제안하는 브랜드로 도약합니다.

계약 재배 감자 사용량
 **22.3**만톤



계약 감자 농가 재배 면적
 **3,508** ha(35km²)



2024년 글로벌 감자스낵 매출
8,334억원

※ 2024년 12월 기준



Dip & Delight 찍어 먹는 '오!감자'

오!감자는 전세계 어디에서도 찾아볼 수 없는 가운데 구멍이 있는 스틱형 감자스낵입니다.

이 독창적인 구조는 오리온만의 '펠릿 성형 건조 기술'을 통해 구현되었습니다.

스틱 형태의 감자 반죽에 구멍을 유지한 채 성형·건조하는 고난도 공정을 거쳐,

기존 감자스낵과는 차원이 다른 형태와 식감을 완성했습니다.

바삭하면서도 입안에서 부드럽게 녹는 오!감자는 그 자체로도 깊은 풍미를 느낄 수 있으며,

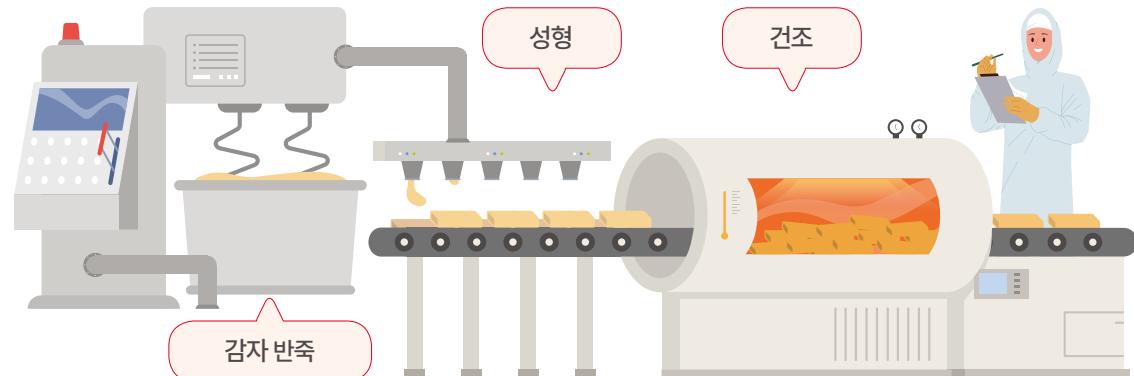
소스와 함께할 땐 취향에 맞춰 맛의 폭을 넓힐 수 있는 유연한 제품입니다.

단순한 맛을 넘어, '더 맛있게 먹는 방법'까지 설계한 감자스낵, 오!감자가 가진 차별성입니다.

오!감자는 오리온 중국 법인에서 판매되는 제품 중 매출 1위의 독보적인 브랜드입니다.

토마토, 치킨, 허니버터 등 혼자 먹거나 소스와 함께 즐기는 다양한 맛으로 2024년 한 해에만 2,600억 원의 매출을 기록했습니다.

펠릿 성형 건조 기술 공정



Oh! Real, Jelly Joy!

리얼한 맛과 식감, 젤리의 즐거움

1



베트남 젤리 시장 점유율 1위

30



30년 젤리 노하우

38%



3개년 글로벌
연평균성장률(2022~2024)



디테일을 담은 ‘오리온 젤리’

눈으로 먼저 느끼는 오리온 알맹이젤리는 기존 젤리의 틀을 넘어선 프리미엄 디저트입니다.

과일 속살같은 식감을 구현하고, 과즙을 담는 센터인(center-in) 방식으로 만들어 한 입 베어물면 과즙이 터지는 듯한 생생한 맛과 식감을 느낄 수 있습니다.

‘키위알맹이’는 치아시드로 키wi 씨앗 식감을 재현했으며,
‘리찌알맹이’는 오돌토돌한 질감을 통해 리치 껌질의 촉감을 구현해내어
진짜 과일과 같은 섬세하고 생생한 텍스처를 완성했습니다.

이러한 디테일은 단순한 재미를 넘어, 유럽과 미국에서도 찾아보기 어려운 프리미엄 젤리의 기준을 제시하며, 전세계 바이어와 소비자들에게 강렬한 인상을 남기고 있습니다.

중국에서는 ‘궈즈궈신(果滋果心)’, 베트남에서는 ‘붐젤리(Boom Jelly)’, 러시아에서는 ‘젤리보이(Jelly Boy)’ 등의 브랜드로 빠르게 시장을 확대하고 있습니다.

오리온은 30년간 천연과즙을 기반으로 한 마이구미 브랜드로 젤리를 만들어왔고, 그 중 ‘마이구미 알맹이젤리’는 30년간의 제조 노하우가 집약된 시그니처 브랜드입니다. 이외에도 ‘왕꿀틀이’, ‘아이셔 젤리’ 등 다양한 맛과 모양의 편(Fun) 젤리도 선보이며 전 세계 트렌드를 이끌고 있습니다.



참붕어빵, 안&뉴룽지

K-Food From Tradition to Trend



‘참붕어빵’ 한국의 전통 길거리 간식에서 글로벌 디저트가 되다

참붕어빵은 한국 전통 길거리 간식을 디저트로 재해석한 제품으로 전세계인의 입맛을 사로잡는 K-푸드로 성장하고 있습니다.

한국 전통의 쫀득한 찹쌀떡과 고소한 단팥 앙금, 달콤한 초콜릿을 촉촉한 봉어 모양의 케이크에 담아냈습니다.

참붕어빵은 맛, 재미, 문화가 어우러진 ‘스토리텔링 디저트’입니다.

작고 귀여운 봉어 모양, 손에 쑥 들어오는 크기, 함께 나누고 즐기고 싶은 순간까지 담아 먹는 그 자체가 한국을 경험하는 순간이 됩니다.

참붕어빵은 오늘도 전세계에 맛있는 경험과 한국의 문화를 함께 전하고 있습니다.

From Korea to the World

글로벌 시장에 본격 진출한 참붕어빵은 베트남에서는 ‘봉방(Bóng Bang)’이라는 이름으로 출시되었습니다.

물고기가 나오는 전래동화 ‘띤깜’을 모티브로 해 현지의 뜨거운 반응을 얻고 있습니다.

중국의 참붕어빵 ‘사오위누어누어’는 부를 상징하는 봉어 모양을 본떠 만들어져 프리미엄 선물 간식으로 각광받고 있습니다.

K-컬처, K-푸드 인기에 북미 코스트코 입점을 시작으로 전세계 바이어들의 문의가 지속되고 있습니다.



먹는 그 자체로
한국을 경험하는
스토리텔링 디저트
참붕어빵



‘안&뉴룽지’ 한국과 베트남이 빚은 쌀과자

아시아 전통 식재료인 ‘쌀’이 글로벌 건강 디저트로 진화하고 있습니다.

오리온의 쌀과자 브랜드 ‘안(An, 베트남)’과 ‘뉴룽지(한국)’는 건강함을 담은 글루텐프리 쌀과자입니다.

‘안(An)’은 베트남 자포니카 햅쌀로 만든 담백하고 고소한 쌀과자입니다.

한자로 편안함을 뜻하는 이름처럼 튀기지 않아 아이 간식, 다이어트용으로 인기를 얻고 있습니다.

김 맛, 미트플로스 맛 등 베트남 소비자 입맛에 최적화된 플레이버로 현지 쌀과자 시장 점유율 1위 달성이 기대되고 있습니다.

또한 ‘할랄 인증’ 제조 공정을 갖추고 있어 동남아·중동 시장까지 영역을 넓혀가고 있습니다.

뉴룽지는 한국 전통 간식 ‘뉴룽지’를 현대적으로 재해석한 브랜드입니다.

100% 국산 쌀을 열풍 공법으로 구워 뉴룽지의 고소한 맛은 살리면서 기름에 튀기지 않고도 바삭한 식감을 구현했습니다.

쌀과자는 자연 식재료를 활용한 건강 간식으로 전세계에서 주목받고 있습니다.

아시아 식문화를 담아낸 K-쌀과자, 이제는 미국과 유럽을 향해 나아갑니다.



닥터유 마켓오네이처

Smart Nutrition, Great Taste



운동 전문가를 위한 영양설계 ‘닥터유PRO’

닥터유PRO는 건강을 위해 운동이 일상화 된 소비층을 타깃으로 한 고함량 단백질 제품입니다. 바, 드링크, 파우더 3가지 형태의 제품으로 구성되어 있어 목적과 TPO에 맞게 선택이 가능합니다.

오리온 글로벌연구소의 초콜릿 가공기술 노하우를 활용해 맛과 풍미를 강화하고 당 함량은 낮춘 고단백 제품으로 호평받고 있습니다.

2024년, ‘닥터유PRO 단백질드링크 40g’을 출시하며 초고함량 단백질 시장을 선도하고 있습니다.



‘닥터유 제주용암수’ 제주에서 세계로

닥터유 제주용암수는 청정 제주의 칼슘, 마그네슘 등 천연 미네랄이 풍부한 ‘용암해수’로 만들어집니다. 용암해수는 제주도가 탄생한 40만 년 전부터 바닷물이 화산암반층에 의해 자연 여과되는 과정에서 만들어진 세계적인 수자원입니다.

닥터유 제주용암수는 독일과 스위스의 최첨단 설비와 일본의 미네랄 추출 기술을 통해 생산되며, 국내외 최고 수준의 연구진들이 미네랄 블랜딩과 물 맛 연구에 참여해 제품 완성도를 높였습니다. 물에 녹아있는 칼슘, 마그네슘 함량을 의미하는 경도가 200mg/L인 경우로 104개의 꼼꼼한 품질검사를 통해 제품의 신뢰성을 높였습니다.

한 끼는 가볍게 영양은 꽉 차게 '마켓오네이처'

마켓오네이처는 바쁜 현대인을 위한 프리미엄 간편식사대용식 브랜드입니다. 곡물·과일·견과류를 원물 그대로 구워낸 오!그래놀라는 건강하고 영양 가득한 한 끼를 제공합니다. 국내에서는 12종의 그래놀라와 3종의 그래놀라바로 그래놀라 시장의 성장을 주도하고 있으며, 2023년 중국에 진출, 코스트코·OLE·하마센성 등 주요 유통 채널에서 'K-그래놀라'로서 입지를 넓하고 있습니다.



그래놀라도 맛있다를 증명한 브랜드 '오!그래놀라'

오!그래놀라 저당 통보리는 한 끼(30g) 기준 방울토마토 2개 분량인 1g대로 당 함량을 낮춰 부담없이 즐길 수 있는 제품입니다. 저온에서 천천히 구워 원물의 고소함을 살리고 발효곡물당을 활용해 자연스러운 단맛을 구현했으며, 국산쌀·통보리·귀리 등 9가지 원물을 두텁게 둉쳐 식감과 영양을 모두 강화했습니다. '마켓오네이처'의 오트 특화 제품 오!그래놀라 오트 '통넛츠', '리얼초콜릿' 2종은 2025 ITI 국제식음료품평회에서 국내 최초로 최고 등급인 3스타를 수상, 세계시장에서 제품력을 인정받았습니다.



바이오 사업





K-푸드에서 K-바이오로

오리온그룹은 2018년 지속 성장을 위한 미래 성장동력으로 바이오 사업을 선정한 이래로, 항암제, 결핵 백신, 대장암 진단키트, 치과질환 치료제 분야에서 사업을 펼치고 있습니다. 글로벌 식품기업으로서의 성장 기반과 축적된 경쟁력을 바탕으로 향후 식품과 바이오를 양대 축으로 삼아 지속 성장을 이어갈 계획입니다.

진단, 예방, 치료를 잇는 3단 헬스케어 전략

대장암 체외진단

2021년 3월 오리온홀딩스와 중국 국영제약기업 산동루캉의약은 합자법인 '산동루캉하오리요우'를 설립하고, 중국에서 대장암 체외진단 키트 사업을 시작했습니다. 대장암 체외진단 제품 양산을 위한 인프라(실험실, 생산시설)를 구축하고 환자를 대상으로 한 병원 임상을 완료했으며, 현재 대장암 체외진단 키트의 상업화를 준비하고 있습니다.

결핵 백신

오리온홀딩스는 2024년 10월 '상해 안라이 백신법인'을 세우고, 빠른 임상을 위해 임상용 실험실을 구축하는 등 중국시장 내 결핵백신 상용화를 추진하고 있습니다. 현재 전 세계에서 상용화된 결핵백신은 영유아용 BCG백신이 유일하며, 개발 중인 청소년, 성인용 결핵백신이 상용화될 경우 글로벌 시장을 선도할 가능성이 매우 높을 것으로 기대됩니다.

치과질환 치료제

2022년 11월 치과질환 치료제 사업 추진을 위한 '오리온바이오로직스'를 설립했습니다. 시린이, 충치, 치주질환 등 치과질환 전문치료제의 상용화를 위한 제품 개발 및 임상 인허가를 추진하고 있습니다. 현재 시린이 치료제의 국내 임상 2b상을 완료했으며 미국 임상 2b상을 진행 중입니다. 이와 함께 치과질환 치료제 기술을 기반으로 한 기능성 치약의 개발을 완료하고, 동남아시아를 중심으로 제품을 선보일 계획입니다.



리가켐바이오

오리온그룹은 2024년 3월 리가켐바이오 지분 25.73%를 인수해 최대주주로 올라서며, 전세계가 주목하고 있는 차세대 항암제인 ADC(항체-약물 복합체) 분야에 진출했습니다.

2006년 설립된 리가켐바이오는 ADC 신약 연구 개발을 통해 글로벌 바이오텍으로 성장하고 있는 회사입니다.

ADC는 항체에 약물을 결합해 정상세포가 아닌 암세포에서만 선택적으로 약효를 보여 전통적 항암제의 한계를 극복하는 차세대 항암 치료제입니다.

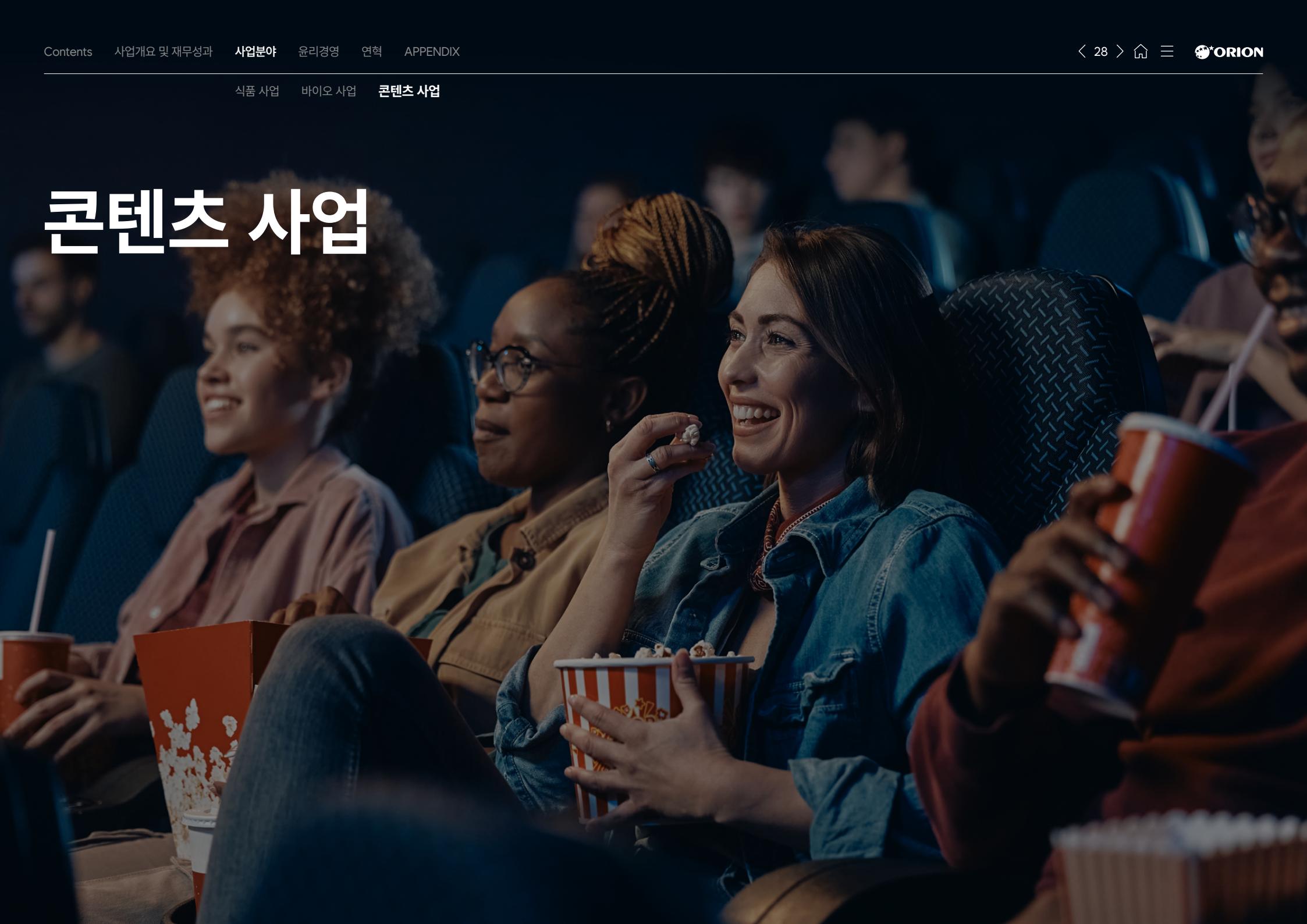
전세계에서 인정한 기술력, ADC 항암제

리가켐바이오는 현재 23개의 파이프라인을 개발·보유 중이며, 글로벌 제약사에게 약 10조 원의 기술 수출 계약을 성공시키는 등 세계적으로 기술력을 인정받고 있는 회사입니다.

기술개발 투자를 가속화하여 보다 속도감 있게 파이프라인을 개발하고, 보스톤 자회사를 통한 자체 임상능력을 확보하여 오리온의 미래 신성장 동력이자 한국을 대표하는 세계적인 빅바이오텍 기업으로 성장해 나갈 것입니다.



콘텐츠 사업





글로벌 콘텐츠 스튜디오

쇼박스는 오리온그룹 내 콘텐츠 스튜디오로서, 독보적인 기획력과 인사이트로 20여년 간 한국 영화 시장을 리드해 왔습니다.

시장 변화에 맞춰 적극적으로 도전하고 혁신하여 드라마를 비롯한 전방위 콘텐츠 사업으로 업의 영역을 넓혀 글로벌 역량을 키우고 있습니다.

천만 영화 <파묘>, 세계를 매료시키다

2024년, 쇼박스는 영화 <파묘>로 1,191만 관객을 동원하며 여섯 번째 천만 영화를 탄생시켰습니다.

<파묘>는 베를린국제영화제, 시체스국제판타스틱영화제, 홍콩국제영화제 등 세계 유수 영화제의 주목을 받았으며, 133개국에 판매됐고 인도네시아와 베트남에서 한국 영화 역대 흥행 1위를 기록하는 등 세계적 신드롬을 일으켰습니다.

다채로운 콘텐츠로 확장된 성과

<파묘>의 성공뿐 아니라 <시민덕희>는 실화를 바탕으로 사회적 메시지를 전하며 호평을 받았고, 애니메이션 <사랑의 하츄핑>은 123만 관객을 돌파하며 한국 애니메이션 역대 흥행 2위에 오르는 성과를 거두었습니다.

글로벌 시장으로의 드라마 K-콘텐츠 진출

영화뿐 아니라 시리즈물 제작에도 뛰어든 쇼박스는 첫 제작 드라마 <이태원 클라쓰>를 시작으로 2024년에는 인기 웹툰을 원작으로 한 <살인자o난감>을 선보였습니다.

<살인자o난감>은 공개 당시 넷플릭스 비영어권 TV 1위, 43개국 TV TOP 10을 기록하는 등 글로벌 K-콘텐츠 팬들의 큰 호응을 받았습니다.



윤리경영

오리온그룹은 2015년 「윤리경영」을 주요 경영방침으로 선포하고 준법과 윤리에 기반한 경영활동을 통하여 지속적인 성장과 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 전 법인이 함께 노력하고 있습니다.

오리온 윤리규범

ORION Global Code of Ethics

윤리경영 슬로건

Right Way, Better Life, Better Future

올바른 방식으로 만들어 가는 더 나은 삶과 미래



핵심 실천지침

- Do the Right Thing & Be the Best
- Make Life Better
- Move Forward Together

우리는 올바르게 일하며, 최고를 지향합니다.

우리는 사람들의 삶을 이롭게 합니다.

우리는 모든 이해관계자와 함께 성장해 나갑니다.

세부 실천지침

오리온인의 기본윤리

- Be Compliant & Ethical
- Be Transparent
- Be Reasonable
- Be Respectful
- Be Responsible

글로벌 법규 및 윤리규범을 준수합니다.

투명하고 정직하게 행동합니다.

회사를 위한 최선이 무엇인지 생각합니다.

모든 이해관계자를 존중합니다.

책임감을 갖고 일합니다.

이해관계자별 실천지침



Employees 임직원

Take care of Our Employees
임직원을 중시하며 보호합니다.



Customers 고객

Focus on Customer Value
고객가치 창출에 집중합니다.



World 사회 및 환경

Contribute to Society & the Environment
사회 및 환경에 대한 책임을 다합니다.



Business Partners 사업 파트너

Grow with Business Partners
사업 파트너와 동반성장을 추구합니다.



Shareholders 주주

Enhance Shareholder Value
주주가치를 제고합니다.

이해관계자별 실천사례

임직원 중시 및 보호

- 임직원 보호 : 윤리경영 제도/시스템, 윤리적 기업문화 조성
- 임직원 소통 : 정보공유(설명회), 의견청취(간담회), 윤리실천리더 선발/운영
- 삶의 질 향상 : 성과공유(PS/PI), 각종제도 개선/신설



고객가치 창출

- 고객만족 추구 : 착한 포장 프로젝트(제품증량, 포장재축소, 가격인상 최소화)
- 고객의견 존중 : 통합VOC시스템(고객의견/제안 반영)
- 식품안전 준수 : 식품안전점검(AIB/GSA), 식품안전인증(FSSC22000 등)



사업 파트너와의 동반성장

- 공정거래 체계 구축 : 공정거래 기준/제도/시스템(전자입찰 등)
- 소통 및 지원 : 협력회사/대리점 소통채널, 품질/기술/금융/교육 지원
- 동반성장지수 평가 2년 연속 '우수', 공정거래협약이행평가 6년 연속 '최우수'



주주가치 제고

- 기업지배구조 : 전문경영인 체계 중심의 이사회 운영, 기업지배구조 공시 우수 법인('22년)
- 주주권리 보호 : 의결권 보장, 주주제안권 행사(발행주식수 1% 이상 보유)
- 주주환원 확대 : 연결 재무제표 기준 배당성향 20% 이상 배당('24~'26년)



사회 및 환경에 대한 책임

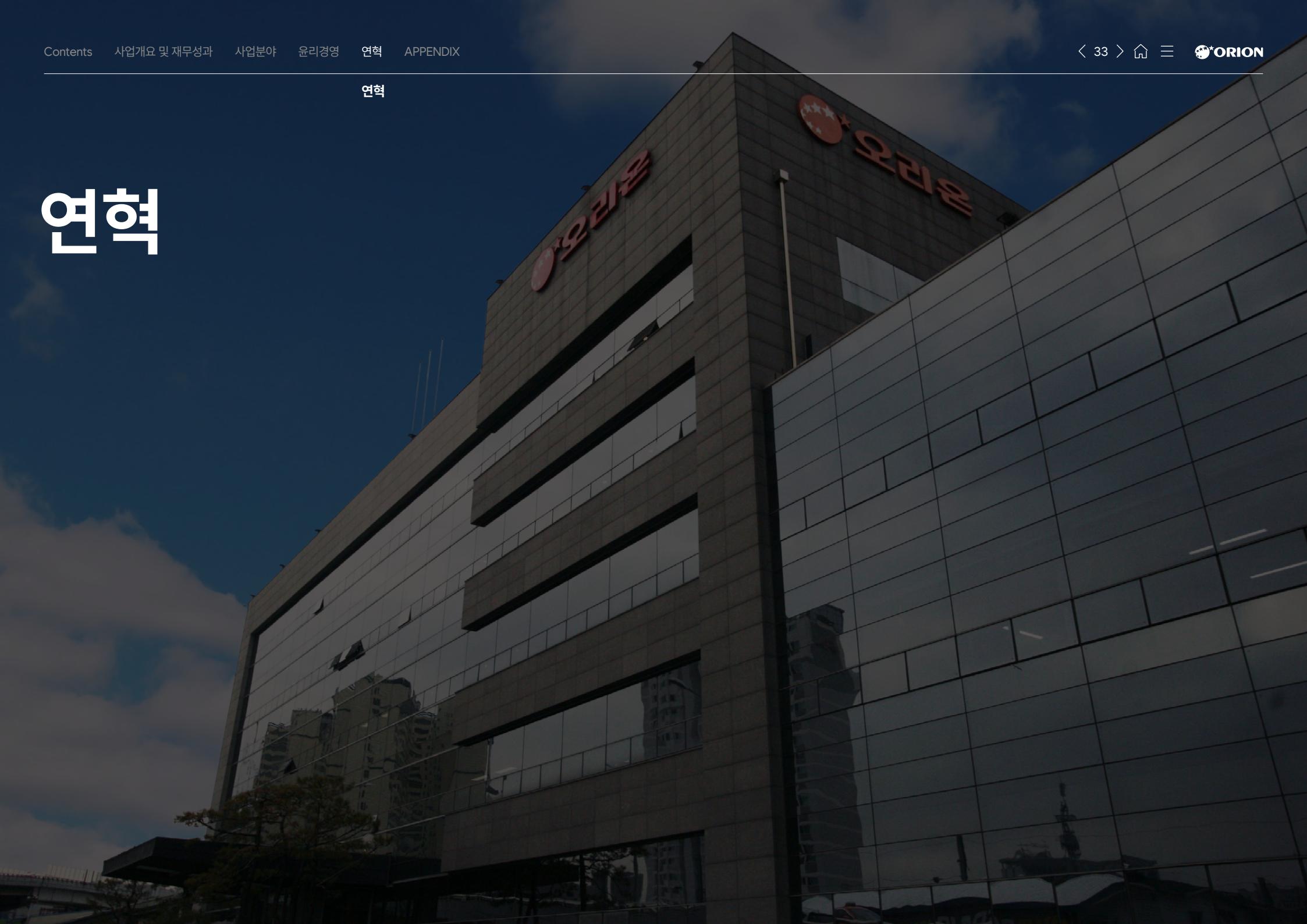
- 사회공헌활동 : 따뜻한 정(情) 나눔(아동/청소년 지원), 푸른 정(情) 나눔(친환경/지역사회 공헌)
- 친환경 경영 : 글로벌 친환경 경영체계 구축, 온실가스/에너지 감축, 친환경 포장 등
- 오리온, 오리온홀딩스 ESG 외부평가 4년 연속 'A등급'(한국ESG기준원)



(주)오리온-협력회사 동반성장 간담회
일시 : 2023년 2월 27일(월)



연혁



연혁

오리온 주요 연혁

69년 역사, 글로벌 식품·바이오 기업으로 성장하는 오리온

오리온은 1956년 창립 이래 “사람이 먹는 음식만큼은 가장 정직한 마음으로 만들어야 한다”는 창업 정신을 바탕으로

수많은 히트 제품을 선보이며, 69년간 국내외 식품 산업을 선도해 왔습니다.

글로벌 시장에서 성공적으로 사업 기반을 구축하고, 견고한 현금 창출력을 바탕으로 미래 성장을 위한 투자 기반도 마련해 왔습니다.

2024년, 오리온은 의약화학 기반 신약 연구개발 기업 ‘리가켐 바이오사이언스’ 인수를 통해

식품과 함께 바이오 산업까지 아우르는 투트랙 성장 체제를 구축했습니다.

이를 통해 단기 성과를 넘어, 지속 가능하고 장기적인 성장을 위한 사업 포트폴리오를 완성해 나가고 있습니다.

오리온은 식품과 바이오를 양대 핵심 축으로 삼아 글로벌 종합 식품·헬스케어 그룹으로 도약하고 있으며,

윤리경영을 바탕으로 한 ESG 활동 또한 지속적으로 실천해 나가고 있습니다.

1956 ~ 1968

사업보국(事業報國)
이념 기반으로

- 1956 · 오리온 설립(당시 동양제과)
- 1957 · 국내 최초 근대식 캔디 제조 시설 도입
 - ‘킹드롭프스’ 출시
- 1958 · 소프트 비스킷 제조를 위한 자동 성형기 도입
- 1960 · 현대식 비스킷 ‘마미비스킷’ 출시
- 1962 · 천연과즙향의 ‘후르쯔드롭프스’, 츄잉 소프트캔디 ‘츄낫캔디’ 출시
 - ‘해피비스킷’, ‘오리온 크래커’ 출시
- 1968 · 캔디 자동 포장화 공정 시작
 - 판 초콜릿 제조, 국내시장 석권 (‘넘버원 초콜릿’, ‘님에게 초콜릿’ 등)

1974 ~ 1992

초코파이情, 포카칩 등
국민과자의 탄생

- 1974 · 오리온 최고 히트상품 ‘초코파이情’ 출시
- 1975 · 기업공개(IPO) – 166만 주
- 1976 · ‘오징어땅콩’ 출시, 껌 수출 시작
- 1977 · 국내 최초 비스킷 자동 포장
- 1983 · ‘다이제’ 출시
- 1988 · 생감자스낵 ‘포카칩’ 출시, 감자연구소 설립
- 1989 · 초코파이情 광고 시리즈 시작
 - 국내 최초의 구취 제거 기능 껌 ‘후라보노’ 출시



연혁

1993 ~ 2015

해외 진출 본격화

- 1993 · 중국 베이징사무소 개소
· 초코파이 情 러시아 첫 수출
- 1995 · 중국 법인 설립
· 수출 1천만불탑 수상
- 1996 · 수출 300억 원 달성
- 1997 · 중국 랑팡 1공장 준공
- 2001 · 오리온그룹 출범
- 2002 · 중국 상하이 공장 준공
- 2003 · (주)오리온으로 사명 변경
· 러시아 법인 설립
- 2005 · 베트남 법인 설립
- 2006 · 중국 랑팡 2공장 준공
· 베트남 미쭉 공장 준공
· 러시아 트베리 공장 준공

- 2008 · 러시아 노보 공장 준공
· '닥터유', '마켓오' 브랜드 론칭
- 2009 · 베트남 엔퐁 공장 준공
· 국내 제과업계 최초 전 공장 HACCP 인증
- 2010 · 중국 광저우 공장 준공
- 2013 · 중국 연 매출 1조 원 돌파
- 2014 · 국내 제과업계 최초 '착한 포장' 실시
· 중국 선양 공장 준공
- 2015 · 베트남 누적 매출 1조 원 돌파
· 윤리경영 선포

2016 ~ 2025

글로벌 종합식품·헬스케어 기업으로 제 2의 도약

- 2016 · 베트남 연 매출 2천억 원 돌파
· 프리미엄 가공식품 생산을 위한 오리온-농협 합작법인 설립
- 2017 · 4겹 스낵 '꼬북칩' 출시
- 2018 · 오리온농협 밀양공장 준공
· 간편대용식 브랜드 '마켓오네이처' 론칭
· 제과업계 최초 환경부 '녹색 인증' 획득
· 인도 법인 설립
- 2019 · 오리온 제주용암수 공장 준공
· '닥터유 제주용암수' 출시
· 환경친화적 포장재 인쇄설비 플렉소 기기 도입
- 2020 · 중국 국영 제약기업 '산동루캉의약' 바이오 사업 합자계약 체결
· '닥터유 단백질비' 출시
- 2021 · 인도 라스탄 공장 준공
· 초코파이 글로벌 연매출 5천억원 돌파
· 베트남, 러시아 법인 사상 첫 연 매출 3천억 원, 1천억 원 돌파
· 중국 암 체외진단 제품 생산설비 구축
· 글로벌 탄소배출 통합관리체계 구축
- 2022 · 러시아 트베리 신공장 준공
- 2023 · 한국 법인 연매출 1조원 돌파
· 닥터유몰 오픈
- 2024 · 리가켐 바이오사이언스 인수
· 초코파이 情 출시 50주년
· 연결기준 매출액 3조 1천억 원
· 영업이익 5천억 원 돌파
- 2025 · "그룹 매출 5조 영업이익 1조 도약 원년" 선언
· 글로벌 생산 확대에 8300억원 투자 계획 발표
· 진천통합센터 착공

1956 오리온 설립 당시 공장



1974 오리온 초코파이 첫 출시



1995 중국 법인 설립



2019 오리온 제주용암수 공장 준공



2024 오리온 리가켐 바이오사이언스 인수



APPENDIX



3개년 재무정보

내실있는 성장으로 새로운 도약을 준비하는 오리온, 주주와 함께 더 큰 기업의 가치를 만들어 가겠습니다.

1. 손익현황

(단위 : 억 원)

손익현황	2022년	2023년	2024년
매출액	28,732	29,124	31,043
매출총이익	10,912	11,274	11,962
영업이익	4,667	4,924	5,436
순기타수익	-37	-71	-290
순금융수익	232	342	1,822
지분법이익	6	6	-46
법인세차감전순이익	4,867	5,200	6,922
당기순이익	3,983	3,850	5,332

3. 주요 재무 비율

(단위 : %)

주요 재무 비율(%)	2022년	2023년	2024년
유동비율	264.4	408.2	306.4
부채비율	27.8	19.1	20.5
ROA	11.8	10.9	12.4
ROE	15.1	13.0	14.9

2. 재무현황

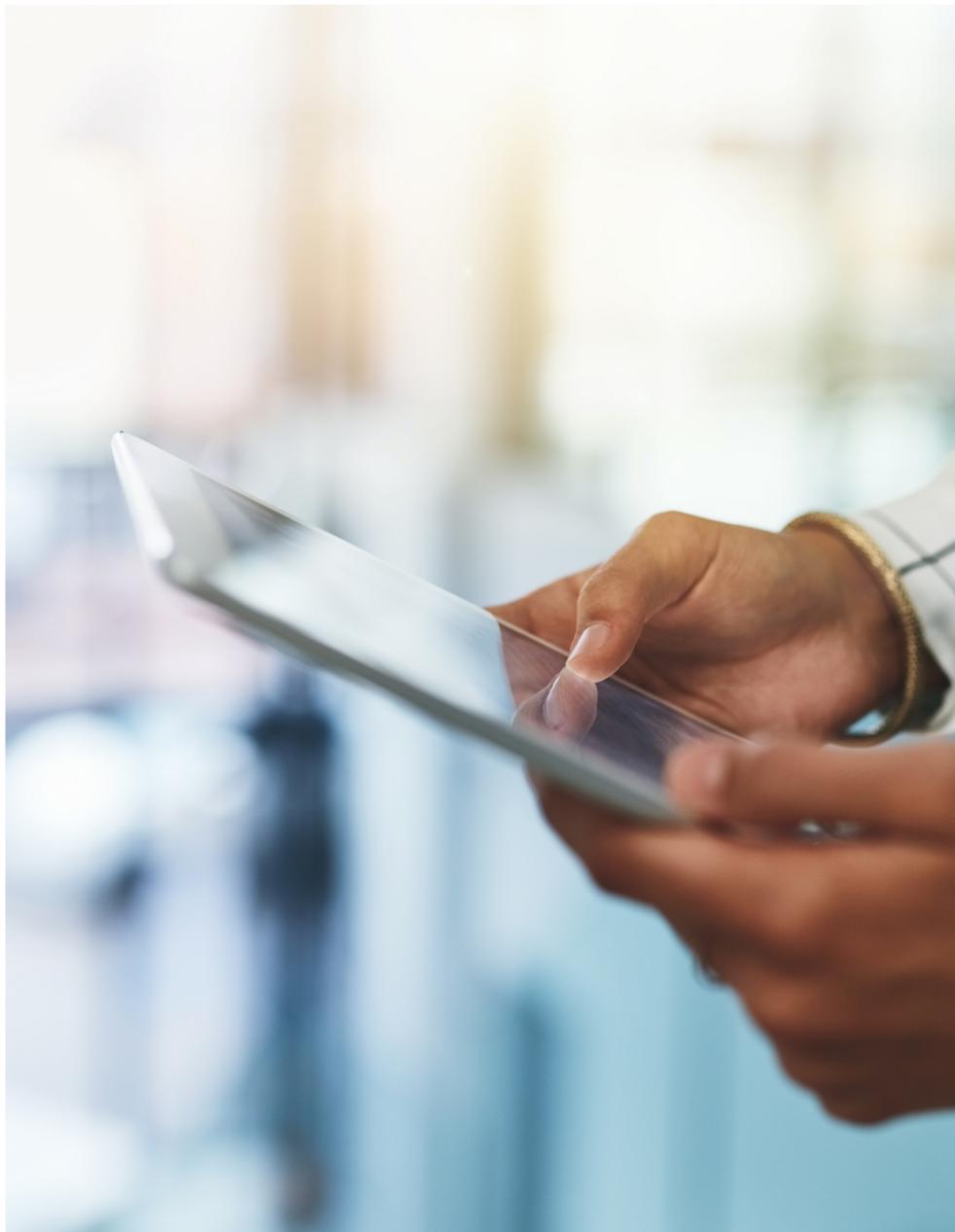
(단위 : 억 원)

재무현황	2022년	2023년	2024년
자산총계	33,717	35,214	43,084
유동자산	14,704	16,282	16,474
비유동자산	19,013	18,932	26,611
부채총계	7,325	5,659	7,334
자본금	198	198	198
자본잉여금	16,564	28,129	34,038
미처분이익잉여금(결손금)	9,630	1,228	1,504
자본총계	26,392	29,555	35,740

4. 국가별 매출

(단위 : 억 원)

국가별 매출	2022년	2023년	2024년
한국	9,391	10,700	10,976
중국	12,749	11,789	12,701
베트남	4,729	4,755	5,145
러시아	2,098	2,003	2,305



오리온 패밀리 사이트

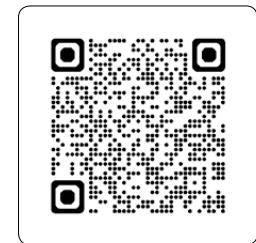
하단의 QR코드를 스캔하시면 오리온에 대한 더욱 자세한 정보를 확인하실 수 있습니다.



오리온 한국 법인



오리온 중국 법인



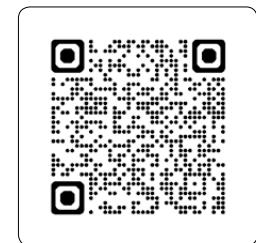
오리온 베트남 법인



오리온 러시아 법인



오리온 인도 법인



쇼박스

주식회사 오리온

서울특별시 용산구 백범로 90다길 13(문배동 30-10)

T. 02-710-6000 F. 02-718-4825 W. <https://www.orionworld.com>



주식회사 오리온

서울특별시 용산구 백범로 90다길 13(문배동 30-10)

T. 02-710-6000 F. 02-718-4825 W. <https://www.orionworld.com>