

ORION

2022



제과를 넘어 글로벌 식품·헬스케어 기업으로 도약!

2022년은 오리온이 간편대용식, 음료, 바이오 등 3대 신규사업의 성장체제를 확립하고
글로벌 식품·헬스케어 기업으로 제2도약을 해나가는 해입니다.

지난 1956년 설립 이후 오리온은 '사람이 먹는 음식만큼은 가장 정직한 마음으로 만들어야 한다'라는
창업 정신 아래 수많은 히트 제품들을 선보이며 66년 동안 국내외 제과 산업을 이끌어왔습니다.

오리온은 한 발 더 나아가 식품에 대한 올바른 철학과 전통을 바탕으로 세계를 향해 끊임없이 움직이며
글로벌 식품기업으로서 한 단계 더 큰 도약의 발판을 마련할 것입니다.

또한, 그룹 경영방침인 윤리경영에 기반한 ESG 활동도 지속해 나갈 것입니다.



Contents

2	경영방침	신규사업 현황
4	주요 연혁	48 닥터유 제주용암수
8	사업 개요	49 마켓오 네이처
10	윤리경영	50 바이오

제과부문 사업 현황		자회사
26	한국	51 쇼박스
32	중국	
36	베트남	
40	러시아	
44	인도	

수출 현황	
46	주요 판매 국가

인사말씀

오리온 고객 여러분 안녕하십니까.

오리온은 지난 2021년 글로벌 경기의 불확실성이 지속되는 상황에서도
전 법인에서 경쟁력 높은 신제품 출시를 통해 성장세를 이어가며, 매출
액은 전년 대비 5.9% 증가한 2조 3,555억 원을, 영업이익은 3,729억 원
을 기록했습니다. 더불어 음료, 간편대용식, 바이오 등 신사업을 확대하
고 인도에 새롭게 공장을 가동하며 글로벌 종합식품기업으로 제2의 도
약을 위한 기반을 차근차근 다졌던 한 해였습니다.

국가별로 보면, 한국 법인은 원재료비 및 물류비 급등에 따른 어려운
상황에서도 효율 중심의 경영체제를 더욱 확고히 하고, 44종이 넘는 신
제품을 공격적으로 출시하면서 5년 연속 매출과 이익의 성장을 이어
갔습니다. 중국 법인은 간접 영업체제로 전환하고, 현지인 리더십을 강
화하는 등 체질 개선을 진행하며 재도약의 발판을 마련했습니다. 베트
남 법인은 스낵 시장 점유율을 높이고, 젤리, 견과류 등 신규 카테고리
를 지속 확대해 처음으로 연매출 3,000억 원을 돌파하며 명실상부한
베트남 대표 식품기업으로 자리매김했습니다. 러시아 법인 또한 13종
에 달하는 초코파이를 판매하는 등 다제품 체제를 바탕으로 연 매출액
1,000억 원을 넘어서며 역대 최고 실적을 달성했습니다. 향후 성장 가
능성이 높은 인도에도 본격 진출해 해외 신시장 개척에 나섰습니다. 쇼
박스도 코로나19로 인한 극장가의 어려운 상황 속에서도 화제성 높은
영화를 잇따라 선보이며 흑자 전환에 성공했습니다.

올해에는 글로벌 인플레이션과 국제정세의 불안정성으로 말미암아 각
종 원부재료비 및 에너지, 물류 비용의 급속한 상승이 지속될 것으로
보입니다. 이에 대비해 오리온은 먼저 전 그룹 차원의 총원가 절감 활동
을 전개할 방침입니다. 더불어 글로벌 소비자를 만족시킬 수 있도록 새
로운 카테고리를 개척하고 차별화된 신제품을 꾸준히 선보여 성장세를
이어 가겠습니다.

한국 법인은 차별화된 제품력과 가격 경쟁력을 바탕으로 시장점유율
을 공격적으로 확대해 나갈 예정입니다. 또한 커지고 있는 간편대용식
시장 내 지배력을 강화하는 한편, 영양과 건강이 강조된 기능성식품들
을 다양하게 출시할 계획입니다. 중국 법인은 제2도약을 위한 토대를
다지는 데 집중할 방침입니다. 지난해 말 R&D 전문가를 대표이사로 선
임하고 현지인들을 영업·마케팅 부문 리더로 발탁해 제품을 중심으로
한 실행력 강화 체제 기반을 마련한 만큼, 제품과 영업력 중심의 성장

전략을 집중적으로 펼쳐나갈 것입니다. 베트남 법인은 제과 외 사업영
역 확대를 가속화해 현지 1위 식품기업으로 도약해 가겠습니다. 러시아
법인은 러시아와 우크라이나 간 전쟁에 따른 불확실성이 커지고 있지
만, 한국·중국·러시아 법인이 유기적으로 협업해 영향을 최소화할 방
침입니다. 뜨베리주에 건설 중인 신공장 또한 목표했던 대로 상반기에
준공할 수 있도록 만반의 준비를 갖추고 있습니다. 신공장이 완성되면
초코파이, 비스킷 등 제품 공급량을 늘려 현지 시장점유율을 확대하고,
중앙아시아와 유럽 등 신시장을 공략해 러시아 법인을 그룹 신성장동
력의 또 다른 한 축으로 만들어 가겠습니다. 인도 법인도 오리온의 글로
벌 노하우를 바탕으로 공격적인 영업전략을 펼쳐 성공적으로 시장에
진입하고, 지속 성장 기반을 공고히 구축해 나갈 것입니다.

닥터유 용암수와 바이오 사업 등 신규 프로젝트의 성장체제도 착실히
다져가겠습니다. 닥터유 용암수는 올해 건강기능식품인 '면역수'를 출시
해 제품을 다양화한 만큼 한층 더 성장할 수 있을 것으로 기대하고 있
습니다. 바이오 사업은 지난해 중국에 대장암 체외진단 제품의 대규모
양산 설비를 구축한 데 이어, 올해 초 결핵백신 공동개발 계약을 체결
했습니다. 특히 결핵백신 공동개발 사업은 산동성 중점 추진 프로젝트
로 선정되어 추가적인 사업 추진 동력도 확보했습니다. 사업이 원활히
진행될 수 있도록 제품 개발, 인허가 등 후속 절차에 만전을 기하고, 신
규 유망기술도 지속 발굴해 가겠습니다.

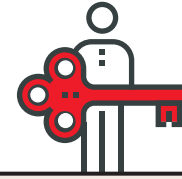
쇼박스는 기존 영화 투자배급사업 중심에서 멀티 콘텐츠 창작기업으로
전환을 이루어낼 계획입니다. 최근 부상하고 있는 OTT 채널용 콘텐츠
제작을 확대하고, 신작 드라마 제작에도 나서는 등 체질을 바꾸는 한
해가 될 것입니다.

이와 함께 오리온의 경영철학이자 기업문화로 자리잡은 윤리경영의 수
준을 한층 더 심화하겠습니다. 경쟁력 있는 협력회사를 발굴, 지원하고
대리점들과도 상생협력하며 동반성장을 한층 강화해 가겠습니다. 또한
글로벌 탄소배출 통합관리를 본격적으로 실행하고 친환경 경영도 지속
적으로 추구해가겠습니다.

올해도 오리온은 위기 속에서 기회를 찾고, 제품과 효율, 수익성을 중
심으로 매출과 이익의 건강한 성장을 이어가며 글로벌 종합식품 기업
으로 도약할 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

경영방침

'맛있고 품질 좋은 제품을 합리적인 가격으로 공급한다'는 업(業)의 본질을 바탕으로 차별화된 품질과 가격을 통해 고객가치를 높입니다. 오리온은 원칙과 기준을 지키는 윤리경영으로 고객에게 신뢰받으며 지속적으로 성장합니다.



2

소박스 사업의 혁신적 전환

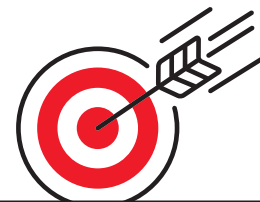
- 영화 투자배급 사업 → 멀티 콘텐츠 창작기업



3

글로벌 인플레이션 환경 아래 사별 전년수준 수익성 유지

- 비상적 총원가 관리체제 운영
- 원부자재, 설비 구매 효율성 제고



4

신수종 사업의 성공적 성장체제 확립

- 마켓오 네이처 : 공격적 외형 성장 및 그레놀라 시장 확대 선도
- 닥터유 제주용암수 : 외형 성장 및 브랜드 인지도 상향 (면역수 및 추가 신제품의 성공적 출시)
- 바이오 사업 : 대장암 진단키트 임상 및 인허가 조기 취득, 신규 유망기술 발굴 도입 지속

주요 연혁

창립 66주년, 제과를 넘어 글로벌 식품·헬스케어 기업으로 발돋움하는 오리온, 2022년 사업영역을 확대해 세계를 무대로 더 높이 도약합니다.

1950년대

국가를 위한 제과업 시작

- 1956. 07. **풍국제과** 인수
 - 09. 동양제과로 사명 변경
- 1957. 06. 국내 최초 근대식 캔디 제조 시설 도입
 - 12. '오리온 킹드롭프스' 출시
- 1958. 09. 소프트 비스킷 제조를 위한 자동 성형기 도입

1956

풍국제과 인수
동양제과로 사명 변경

1958

소프트 비스킷 제조를 위한 자동 성형기 도입

1965

비스킷, 소프트캔디, 판 초콜릿 등 다양한 신제품 개발

1968

캔디 자동 포장화 공정 시작

1974

'초코파이' 출시

1976

'오징어땅콩' 출시

1988

'포카칩' 출시

1989

초코파이情 광고 시리즈 시작

1980년대

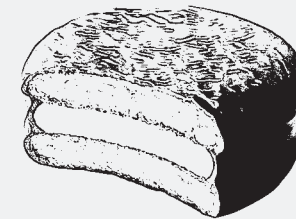
준비, 제2의 도약을 향해

- 1982. '다이제' 출시
- 1988. **'포카칩'** 출시
- 1989. 초코파이情 광고 시리즈 시작
국내 최초의 구취 제거 기능 겸 '후라보노' 출시

1970년대

위기와 극복

- 1971. 동양세멘트 법정관리 여파로 동양제과 부도 직면
- 1973. 재정 안정화, 경영 합리화 시작
- 1974. 04. **'초코파이'** 출시
- 1975. 06. 기업공개(PO) - 166만 주
- 1976. 08. '오징어땅콩' 출시
- 1977. 05. 국내 최초 비스킷 자동 포장



오리온 초코파이

오리온은 1974년 '초코파이'를 독자 개발하며 새로운 역사를 쓰기 시작했습니다. 초코파이는 출시 첫해부터 매년 100% 이상 성장하며 오늘날 오리온으로 발전할 수 있는 기틀을 마련하는 데 큰 역할을 했습니다. 2021년 초코파이는 전 세계에서 34억 개 이상 판매되며 사상 최대치인 글로벌 연 매출 5천억 원을 달성, 글로벌 누적 매출 6조 4천억 원을 돌파하는 등 K-스낵을 대표하는 브랜드로서의 위상을 공고히 했습니다.

시작부터 남다른 오리온

정직과 신용을 중시한 창업주 이양구 회장이 1956년 풍국제과를 인수하면서 탄생한 오리온은 캐러멜과 캔디를 시작으로 많은 히트 상품을 만들어내며 국내 제과 시장을 선도해 왔습니다. 오리온은 창립 초기부터 국내 최초로 새로운 제조 시설을 도입하고 꾸준히 신제품을 개발하는 등 시작부터 남다른 모습을 보여주었습니다.

1960년대

다양한 고급 신제품 개발 박차

- 1960. 현대식 비스킷의 명품 '마미비스킷' 출시
- 1962. 천연과즙향의 '후르뜨드롭프스', 츄잉 소프트캔디 '츄닛캔디' 출시
- 1965. **비스킷, 소프트캔디, 판 초콜릿 등 다양한 신제품 개발**
- 1968. 08. 캔디 자동 포장화 공정 시작
- 09. 판 초콜릿 제조하며 국내 시장 석권 ('넘버원 초콜릿', '남에게 초콜릿' 등)



1990년대

전환과 도약

- 1993. 02. 중국 베이징사무소 설립
- 09. 초코파이 러시아로 첫 수출
- 1995. **중국 현지 법인 OFC(ORION Food Co., Ltd.) 설립**
- 11. 수출 1천만불탑 수상
- 1996. 수출 300억 원 달성
농구단 창단
- 1997. 중국 량팡 1공장 설립

2000년대

글로벌 기업으로 성장

- 2001. **오리온그룹 출범**
- 2002. 중국 상하이 공장 설립
- 2003. (주)오리온으로 사명 변경
- 2006. 중국 량팡 2공장 설립
베트남 미퓌 공장 설립
러시아 뜨베리 공장 설립
- 2008. 러시아 노보 공장 설립
'닥터유', '마켓오' 브랜드 론칭
- 2009. 베트남 옌퐁 공장 설립
국내 제과업계 최초 전 공장 HACCP 인증

1995

중국 현지 법인 OFC 설립



2001

오리온그룹 출범



중국 진출

1993년 베이징사무소를 개설하며 중국에 첫발을 내디딘 오리온은 1995년 중국 현지 법인 OFC(ORION Food Co., Ltd.)를 설립했습니다. 이를 기반으로 1995년 수출 1천만불탑을 수상하고, 1996년에는 수출 300억 원을 달성했습니다. 오리온은 1997년 마침내 량팡 공장을 설립하고 상하이, 톈진, 다롄 등으로 중국 시장 내 유통망을 넓혀 나갔습니다.

오리온 포카칩

오리온은 1988년 감자를 95% 이상 주원료로 사용한 생감자 스낵 '포카칩'을 탄생시켰습니다. 2000년 이후 감자칩 시장 매출 1위를 놓치지 않고 있는 포카칩은 대한민국 스낵의 대명사로 자리 잡고 있습니다.



2016

사상 최초 그룹 영업이익 3천억 원 돌파 베트남 연 매출 2천억 원 달성



2013

중국 연 매출 1조 원 돌파

2019

'오리온 제주용암수' 출시

2020

'꼬북칩 초코츄러스맛' 출시

2021

인도 라자스탄 공장 준공

2010년 이후

창립 60년을 넘어 제2의 도약

- 2010. 중국 광저우 공장 설립
- 2013. **중국 연 매출 1조 원 돌파**
- 2014. 국내 제과업계 최초 '착한 포장' 실시
중국 셴양 공장 설립
- 2015. **베트남 누적 매출 1조 원 돌파**
윤리경영 선포
- 2016. **사상 최초 그룹 영업이익 3천억 원 돌파**
베트남 연 매출 2천억 원 달성
'바나나 초코파이(香蕉)' 출시
프리미엄 가공식품 생산을 위한 오리온-농협 합작법인 설립
'제주용암수' 인수
- 2017. '꼬북칩' 출시
글로벌 음료사업 진출 선언
- 2018. 간편대용식 브랜드 '마켓오 네이처' 론칭
'오리온농협' 밀양공장 준공
제과업계 최초 환경부 '녹색 인증' 획득
인도 현지 법인 설립
- 2019. 오리온 제주용암수 생산공장 준공
'오리온 제주용암수' 출시
환경친화적 포장재 인쇄설비 플렉소 기기 도입
- 2020. 베트남 누적 매출 2조 원 돌파
중국 국영 제약기업 '산둥루강의약' 바이오 사업 합작계약 체결
'꼬북칩 초코츄러스맛' 출시
'닥터유 단백질바', '닥터유 드링크' 출시
- 2021. **인도 라자스탄 공장 준공**
닥터유 브랜드 사상 최대 매출 달성
베트남, 러시아 법인 사상 첫 연 매출 3천억 원, 1천억 원 돌파
중국 압 체외진단 제품 생산설비 구축
글로벌 탄소배출 통합관리체계 구축

2020~

글로벌 식품·헬스케어 기업으로 도약

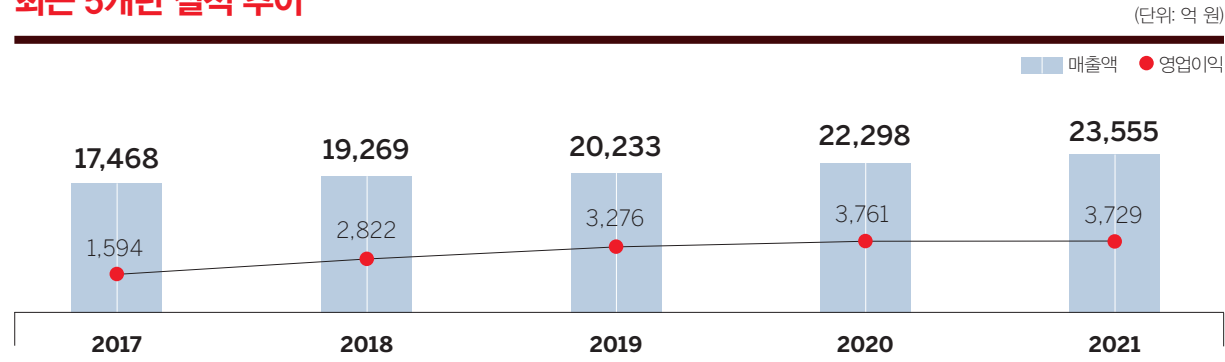
오리온은 2017년 '글로벌 종합식품기업 도약'을 선언한 이래 '음료', '간편대용식', '바이오' 등 다양한 신규사업을 본격화하며 제과 회사를 넘어 글로벌 식품·헬스케어 기업으로 변모하는 중입니다. 60년 넘게 살아온 제조 노하우와 중국, 베트남, 러시아, 인도 등 해외 법인의 탄탄한 글로벌 네트워크를 바탕으로 세계적인 식품기업들과 경쟁하며 지속 성장해 갈 것입니다.



사업 개요

오리온은 한국 기업들이 내수 시장에만 집중하던 1990년대 중국 진출을 선언한 이래, 베트남과 러시아 진출까지 성공하며 글로벌 기업으로 자리매김했습니다. 중국과 러시아, 베트남, 인도에 총 11개의 해외 생산 공장을 가동하고 철저한 현지화 전략을 통해 전 세계 소비자들로부터 사랑받는 제품들로 지속 성장해가고 있습니다.

최근 5개년 실적 추이



*2016 오리온 연결 기준(분할 전) *2017-2021 사업회사 오리온 연결 기준(분할 후)

2021년 주요 이슈

1. 교복칩 열풍 지속, K-스낵 대표 제품으로 도약

2021년에도 교복칩 열풍은 계속됐습니다. 2020년 하반기 출시된 '교복칩 초코츄러스맛'이 '품질 대란'을 일으키면서 최고 히트 상품으로 자리 잡았습니다. 교복칩 초코츄러스맛 열풍이 브랜드 전체 매출 성장을 견인하며 교복칩은 초코파이를 잇는 글로벌 브랜드로 성장 중입니다. 교복칩의 인기는 해외까지 이어졌습니다. 스낵 본고장인 미국 시장에서도 맛과 품질을 인정받고 북미 3대 회원제 청고형 할인매장 중 하나인 샘스클럽에 입점하는 등 글로벌 입지를 넓히고 있습니다. 중국에서는 현지명 '링리거랑(浪里个浪)'으로 콘스프아웃, 마라새우맛, 초코츄러스맛 등을 현지 생산 판매하고 있습니다. 호주에서는 대형 유통 업체인 콜스에서 판매를 개시하고 호주 전역으로 분포를 확대하고 있으며 캐나다, 독일, 뉴질랜드 등 15개 국가에 수출하고 있습니다. 2022년 새해 첫 신제품으로 선보인 '교복칩 스윗바닐라맛' 역시 '초코츄러스맛' 열풍을 탄생시킨 개발팀이 만든 야심작으로서 소비자의 사랑을 받고 있습니다.

2. 건강 트렌드 속 닥터유, 마켓오 네이처 브랜드 고성장

건강 트렌드에 힘입어 '닥터유'와 '마켓오 네이처' 브랜드가 크게 성장했습니다. '닥터유'는 '맛있는 건강'으로 브랜드 정체성을 강화하고 '닥터유 단백질바', '닥터유 드링크' 등 다양한 라인업을 구축했습니다. 단백질바가 지난해 217억 원의 매출을 달성하며 히트상품으로 자리매김했고, 제주용암수를 '닥터유 제주용암수'로 리뉴얼하면서 닥터유 브랜드가 전년 대비 48% 성장해, 역대 최고 연 매출인 680억 원을 기록하기도 했습니다. 2022년 2월 식약처 인정 기능성 원료인 아연을 함유해 정상적인 면역기능에 도움을 줄 수 있는 건강기능식품 '닥터유 면역수'를 새롭게 출시하는 등 올해에도 '닥터유 제주용암수' 제품군을 다양화해 음료사업을 확대해 나갈 계획입니다. '마켓오 네이처'는 그래놀라 제품군 매출이 '오그래놀라 다이제', '오그래놀라 초코고래밥' 등 신제품 출시에 힘입어 전년 대비 43% 성장했습니다. 지속해서 변화하는 소비자 니즈에 따라 다양한 제품을 개발해 그래놀라 시장을 지속 성장시켜 나갈 계획입니다.

3. 베트남 법인 연 매출 3천억 원, 러시아 법인 연 매출 1천억 원 돌파... 사상 최대 실적 달성

지난 2021년 베트남 법인과 러시아 법인이 각각 연 매출 3천억 원과 1천억 원을 돌파하며 사상 최대 실적을 기록했습니다. 베트남 법인은 현지화 전략을 바탕으로 지속적인 신제품 개발과 새로운 시장 개척 노력을 통해 고성장을 이어가고 있습니다. 최근에는 감자스낵과 쌀스낵의 시장 점유율을 높이고, 신규 카테고리도 지속 확대해가며 명실상부 베트남 대표 식품 기업으로 자리매김했습니다. 2019년 이후 매해 두 자릿수의 고성장률을 이어가고 있는 러시아 법인은 지난해 연 매출 1천억 원을 돌파했으며 상반기에는 누적 매출액 1조 원을 달성하기도 했습니다. 특히, '국민파이'로 자리 잡은 초코파이는 현지 소비자들에게 친숙한 '잼'을 활용한 제품들로 현재 13종의 초코파이를 생산, 판매 중에 있습니다. 2022년 러시아 프베리주 크립썬바에 완공을 앞두고 있는 신공장이 가동되면 러시아뿐만 아니라 중앙아시아와 유럽 시장도 적극 공략해 나갈 계획입니다.

4. 글로벌 탄소배출 통합관리체계 구축

오리온은 그룹 차원의 친환경 경영 활동을 강화하기 위해 국내뿐만 아니라, 해외 법인 공장과 협업체 그룹 차원의 탄소배출을 관리하는 '글로벌 탄소배출 통합관리체계'를 구축했습니다. 이를 위해 생산, 설비, 관리 등 6개 부서의 실무 담당자들로 구성된 '그린 TFT'(Green Task Force Team)를 신설하고, 탄소배출 목표 설정, 데이터 통합 및 관리, 에너지 절감 방안 등을 실행하고 있습니다. 이러한 노력을 높이 평가받아 청주공장과 익산공장이 농림축산식품부의 '온실가스 감축지원 사업' 대상 사업장으로 선정되었으며, '제47회 전국품질분임조경진대회'에서는 청주공장 'Only 오리온' 부문조가 최고 상인 대통령상 금상을 2년 연속 수상했습니다. 또한, 2022년 1월에는 국내 식품업계 최초로 국내외 오리온 사업장 및 생산 공장의 탄소배출량을 통합 관리하는 주요 웹 기반의 글로벌 탄소배출 관리 시스템을 오픈했습니다.

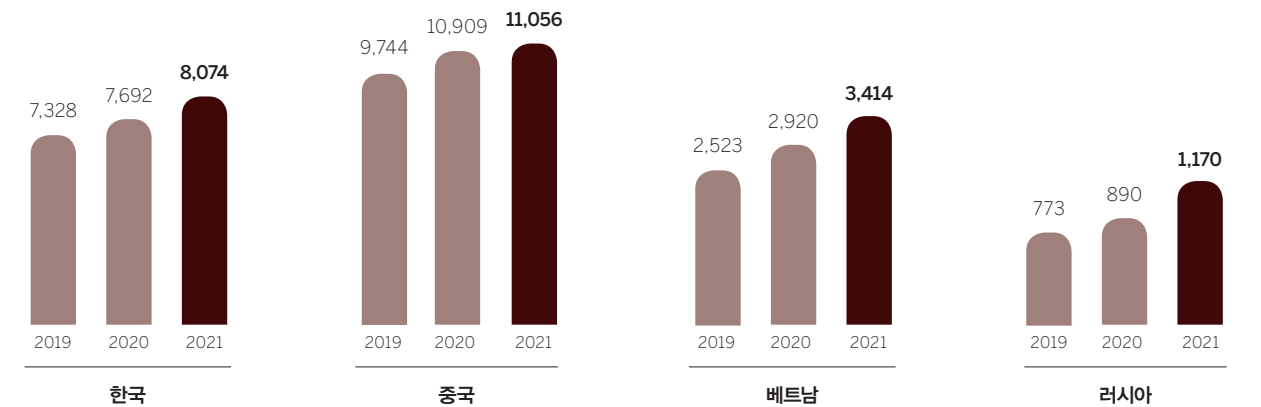
주요 재무 성과

(단위: 억 원)

	2019	2020	2021
손익현황			
순매출액	20,233	22,298	23,555
매출총이익	9,132	9,531	9,464
영업이익	3,276	3,761	3,729
순기타수익	-174	172	-19
순금융수익	-21	34	76
지분법이익	0	6	5
법인세차감전순이익	3,081	3,974	3,790
당기순이익	2,205	2,746	2,637
재무현황			
총자산	24,523	26,654	31,204
유동자산	5,963	7,975	11,462
비유동자산	18,560	18,679	19,742
총부채	7,848	7,679	8,279
자본금	198	198	198
자본잉여금	13,419	13,887	16,158
이익잉여금	3,058	4,890	6,570
총자본	16,675	18,975	22,926
주요 재무 비율(%)			
유동비율	128.4	230.8	219.6
부채비율	47.1	40.5	36.1
ROA	9.2	10.7	8.4
ROE	14.2	15.5	11.5

*사업회사 오리온 연결기준

국가별 순매출 (단위: 억 원)



윤리경영

그룹 윤리규범 및 실천지침

오리온은 윤리경영 지향점 및 이해관계자별 실천방향, 임직원 기본윤리로 구성된 '그룹 윤리규범 및 실천지침'을 제정하여, 전 법인 임직원이 이를 바탕으로 업무와 연계한 윤리경영 활동을 실천하고 있습니다.

오리온그룹 윤리규범	임직원 기본윤리
<p>오리온그룹이 지향하는 윤리경영은 준법과 윤리에 기반한 경영활동을 통해 모든 이해관계자에게 기여함으로써 지속적으로 성장해 나가는 것입니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 우리는 임직원의 행복과 발전을 중시합니다. 우리는 임직원을 최우선으로 생각하며, 상호 신뢰와 존중을 바탕으로 행복과 발전을 추구할 수 있는 환경을 조성합니다. ■ 우리는 고객의 만족을 추구합니다. 우리는 정직하고 안전하게 만든 양질의 제품을 합리적인 가격에 공급하며, 고객이 원하는 가치를 제공함으로써 고객의 만족을 추구합니다. ■ 우리는 협력회사와 동반성장을 실현합니다. 우리는 협력회사를 존중하며, 공정하고 투명한 거래관계를 바탕으로 상생협력력을 도모함으로써 장기적 동반성장을 실현합니다. ■ 우리는 주주가치를 증대합니다. 우리는 투명하고 효율적인 경영활동과 신성장 동력발굴을 통하여 기업가치를 극대화함으로써 주주가치를 증대합니다. ■ 우리는 사회에 대한 책임을 다합니다. 우리는 성장에 기반한 고용창출 및 지속적인 사회공헌활동을 통하여 기업의 사회적 책임을 다하며 사회발전에 기여합니다. 	<ol style="list-style-type: none"> 오리온인의 자세 우리는 오리온인으로서 긍지와 자부심을 가지고 주어진 역할과 책임을 다합니다. 법규준수 및 윤리규범 실천 우리는 업무수행에 있어 제반법규 및 사내규정을 준수하며 회사의 윤리규범 및 실천지침을 실천합니다. 공정한 업무수행 우리는 어떠한 경우에도 공정하고 투명하게 업무를 수행하며 회사의 이익을 최우선으로 생각하고 행동합니다. 명확한 공사구분 우리는 공사구분을 명확히 하여 회사의 모든 자산을 소중히 여기고 업무 목적에 맞게 사용합니다. 내부정보 보호 우리는 업무상 취득한 내부정보를 해당 업무에만 사용하며 외부에 유출되지 않도록 철저히 보호하고 관리합니다. 올바른 업무 지시/보고 우리는 임직원 간 올바르게 정당하게 업무를 지시하고 수행하며 업무와 관련된 모든 사항은 적시에 정확하게 보고합니다. 상호 존중 및 협력 우리는 상호 간 예절을 준수하고 존중하며 적극적인 협력을 바탕으로 업무성과와 효율을 높여 나갑니다.

윤리경영 주요 추진사항

오리온그룹은 2015년부터 윤리경영을 주요 경영방침으로 선포하고 지속적인 활동을 추진하고 있습니다.

전담조직 운영	윤리경영 전파 및 소통	윤리경영 제도 및 시스템
윤리경영을 통한 기업문화 구축, 업무 방식 변화, 그리고 사회적 책임 이행을 위해 전 법인에 전담조직(CSR팀)을 두고 내·외부 이해관계자에 기여할 수 있는 활동을 수행하고 있습니다.	윤리경영 전파 및 임직원 공감대 형성을 위해 전사 윤리경영 설명회, 계층별 윤리경영 교육, 최고경영층 타운홀미팅, 현장 윤리경영 소통 간담회를 정기적으로 실시하고 있습니다. 전 법인이 함께 윤리경영 실천사례를 발굴 및 전파하고 있습니다. 법인/조직별로 업무와 연계한 윤리경영 실행계획을 수립/실천하고 우수 실천사례를 선정하여 매년 윤리대상과 윤리인상을 시상하고 있습니다.	이해관계자와의 투명하고 공정한 관계 구축을 위해 금품/선물수수신고, 지인거래신고 등 '자진신고제도'를 운영하고 있으며, 전 임직원이 윤리경영 활동 정보를 확인하고 참여할 수 있는 'CSR활동참여시스템'을 운영하고 있습니다. 또한 '사건사고 보고 시스템'을 통해 전 법인 사건사고를 통합 관리하고 취약점에 선제적으로 대응하고 있습니다. 업무별 리스크 요소를 도출하여 이를 예방하기 위한 '사전예방활동'도 시행하고 있습니다.
글로벌 윤리경영 체계 구축 글로벌 운영기준 수립/운영('윤리실천치수' 측정 등)를 통해 법인별 윤리경영 실천 수준을 점검/보완하는 등 전 법인이 윤리적 기업문화 정착을 위한 다양한 활동을 전개하고 있습니다.	팀별 핵심인재로 선발된 윤리실천리더를 통해 현업 중심의 윤리경영 실행력을 강화하고 있습니다. 윤리실천리더들은 회 사방침 및 직원 제안사항에 기반한 윤리경영 활동을 기획/실행하고 있습니다.	

부패방지

	<p>부패방지 원칙</p> <p>'임직원 기본윤리' 및 '윤리적 의사결정 준수사항'을 제정하고 부패방지를 위한 원칙을 명시하고 있습니다. 내·외부 이해관계자와 금품/선물, 향응/접대, 편의 제공, 금전거래 등 행위는 이유를 불문하고 금지하고 있으며, 업무수행 시 발생하는 이해상충을 방지하고 회사의 이익을 최우선으로 생각하고 행동할 수 있도록 '공정·투명한 업무수행'에 대한 가이드라인을 제공하고 있습니다.</p>
	<p>부패방지 교육실적</p> <p>2021년에는 신규입사자 교육, 리더십 교육, 전사 교육을 통해 총 2,568명이 부패방지 교육을 이수하였습니다. 신규입사자 교육은 공정·투명한 업무수행 등 부패방지를 위한 기본원칙을 중점으로, 파트장/영업소장 등 관리자를 대상으로 한 리더십 교육은 부패방지에 대한 실사례를 중심으로 시행하였습니다. 뿐만 아니라 전 임직원을 대상으로 '윤리적 딜레마 교육'을 시행하여 업무수행 시 부딪힐 수 있는 이해상충/공정거래/부패방지 등 딜레마 사례별 대처방안을 교육하였습니다.</p>
	<p>익명신고시스템</p> <p>내·외부 이해관계자들이 비윤리적 행위에 대해 익명으로 신고할 수 있는 '익명신고시스템'(https://www.kbei.orion)을 운영하고 있습니다. 시스템을 통해 불법행위/불공정거래/공금횡령 및 유용/청탁/내부정보 조작 및 유출/인권침해/기타 비윤리적 행위 등에 대한 신고를 받고 있으며, 외부전문기관을 통한 시스템 운영으로 익명성을 철저히 보장하고 있습니다. 2021년 총 24건의 신고가 접수되었으며, 모든 신고사항은 절차에 따라 조치 완료되었습니다.</p>

대외평가 및 수상

ESG 평가등급

지난 7년간 지속해온 윤리경영을 바탕으로 한 ESG 활동을 인정받아 한국기업지배구조원이 시행하는 2021년 ESG 평가 결과, 오리온과 오리온홀딩스 모두 통합등급 'A'를 획득했습니다.

	통합등급	환경(E)	사회(S)	지배구조(G)
오리온	A	A	A	B+
오리온홀딩스	A	A	A	A

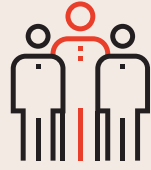
수상 실적

오리온의 윤리경영 활동 추진에 대한 공로를 대외적으로 인정받은 사례들입니다.

한국	중국
<ul style="list-style-type: none"> 국가품질혁신상 탄소중립부문 국무총리상 / 산업통상자원부 전국품질분임조경진대회_기후변화부문 금상(청주공장, 총무파트) / 산업통상자원부_기후변화부문 은상(익산공장, 총무파트)_사무간접부문 동상(익산/청주/안산공장, 총무파트) 제30회 다산경영상 수상(허인철 부회장) / 한국경제신문사 대한민국 식품대전 은탑산업훈장 수훈 / 농림축산식품부 공정거래협약 이행평가 최우수 등급 표창 / 공정거래위원회 	<ul style="list-style-type: none"> CSR 모범기업상 / 주중대사관 주최 CSR China Education Award 2021 100대 기업 선정, 지속가능발전부문 우수상 / CSR 중국교육연맹 친환경 우수공헌기업상 / 광둥성 생태환경부 국가급 녹색공장 / 심양시 공업정보화국

지배구조

이사회 현황



기업지배구조

오리온은 투명하고 효율적인 경영활동과 전체 주주의 이익을 고려한 합리적 의사결정으로 주주에 대한 책임을 다하는 투명경영을 원칙으로 이사회를 운영하고 있습니다. 2017년 6월 (주)오리온홀딩스로부터 인적분할하여 설립된 이후 전문경영인 체제 중심의 이사회를 구성 및 운영하고 있으며, 매월 정기이사회를 개최해 월별 주요 경영실적에 대하여 보고하고 의사결정이 필요한 안건을 산정하여 이사회 중심의 공정한 경영활동을 전개해 나가고 있습니다.



이사회 구성 및 운영

이사회 구성은 특정 경력과 직업에 편중되지 않도록 재무, 법률, 회계의 3개 전문 분야를 아우르는 이사들(사내이사 2인, 사외이사 3인)로 구성되어 있으며, 특히 경영진의 견제 기능을 실질적으로 행사할 수 있도록 이사회 총원 5명 중 사외이사를 3명으로 구성해 법률로 규정하는 의무비율인 25%를 초과하는 60%를 유지하고 있습니다. 이사회 운영은 매월 1회 정기이사회를 개최하고 있으며, 필요 시 임시이사회를 소집, 운영하고 있습니다. 2021년에는 총 15회(정기 14회, 임시 1회) 소집하여 총 31개 안건(보고 18건, 결의 13건)에 대해 논의하였습니다.



이사회 산하 위원회

이사회 산하 '감사위원회'와 '사외이사후보추천위원회', 'ESG위원회'를 운영하고 있습니다. 감사위원회는 전원 사외이사로 구성되어 재무 상태를 포함한 회사 업무 전반에 대한 감사를 진행하고 있으며, 사외이사후보추천위원회는 사외이사후보의 독립성, 다양성, 역량 등을 검증하여 후보를 추천하고 있습니다. ESG위원회는 2022년 설치하였으며, 매 반기 1회 정기위원회를 개최하여 ESG 활동 실적 및 계획, 환경관련 투자, 대외기부 및 후원 등 주요 이슈사항을 심의할 예정입니다. 보다 자세한 사항은 당사 사업보고서 및 기업지배구조보고서를 참고하시기 바랍니다.



이사회 내 사외이사의 독립성 강화

'감사위원회'와 '사외이사후보추천위원회'는 상법 제415조의 2 제2항, 정관 제44조, 이사회 규정 제12조, 상법 제542조의 8에서 정한 사외이사의 구성비율을 상회하고 있습니다. 감사위원회의 경우 위원 전원을 사외이사로, 사외이사후보추천위원회와 ESG위원회의 경우 3분의 2 이상을 사외이사로 구성하여 독립성을 강화하였습니다.

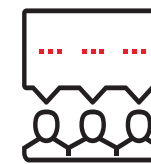
이사회 구성 현황(2022년 4월 기준)

구분	성명	전문 분야	주요 경력	최초 선임일	예정 만기일	감사 위원회	사외이사후보 추천위원회	ESG 위원회
사내 이사	허인철	경영총괄 (전문경영인)	(주)오리온홀딩스 대표이사	2017. 06	2023. 03	-	위원	-
	이승준	R&D (전문경영인)	(주)오리온 대표이사	2022. 03	2025. 03	-	-	위원
사외 이사	김홍일	법률	전) 부산고등검찰청 검사장	2017. 06	2023. 03	위원	위원장	위원
	이 욱	감사	전) 감사원 공직감찰본부장	2020. 03	2024. 03	위원	-	위원장
	허용석	재무	전) 제23대 관세청장	2021. 03	2023. 03	위원장	위원	-

주주가치 제고

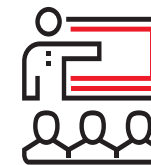
주주권리 보호 및 공정한 정보 제공

오리온은 정관 및 관련 법령이 정하는 기준에 따라 주주의 권리를 보장하기 위한 다양한 제도들을 마련하고 있습니다. 정관 제26조에 의거하여 모든 주주에게 1주 1의결권을 부여하는 원칙을 명시하고 있으며, 주주가치 환원을 위한 현금배당을 연 1회 실시하고 있습니다. 또한, 주주 및 잠재적 투자자의 이해를 돕기 위해 분기보고서 공시 전, 월 잠정실적을 공정공시를 통해 제공하고 있습니다.



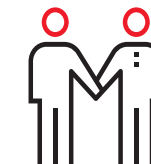
주주 의결권 행사 보장

- 주주총회 4주 전 소집 공고 공시
- 주주총회 분산 자율준수 프로그램 참여(전자투표제 도입, 의결권 대리행사 권유)
- 주주제안권 행사(발생주식 1% 이상 소유)



배당정책 공시

- 배당규모, 배당계획 등 배당정책 공개(홈페이지 공개)
- 연간 잉여현금 흐름의 20~60% 배당금 재원(~2021 사업연도까지 유효)



주주와의 소통 확대

- 주요 국가별 잠정실적 공정공시(월별, 분기별)
- 기관 및 투자자 대상 정기 실적 발표회 개최(월별, 분기별)
- 외국인 주주 및 투자자를 위한 영문공시 확대

환경

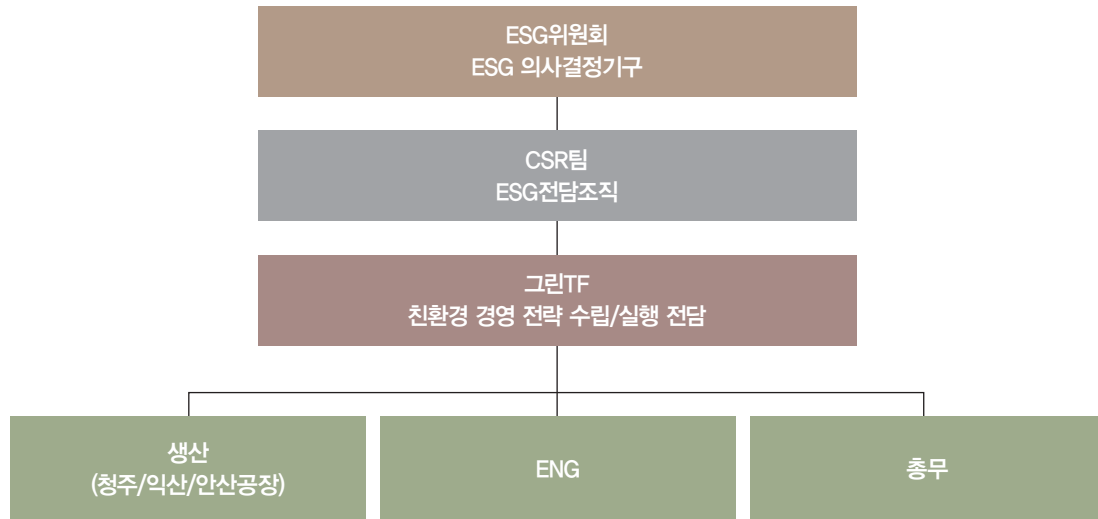
환경경영 체계

환경방침

오리온은 그룹 경영방침에 따라 지속 가능한 친환경 경영을 추구하고 있습니다. '제품의 개발/생산/판매/폐기 전 과정에 걸친 친환경 활동 전개'를 환경방침으로 삼고 있으며, 이를 바탕으로 전사 및 사업장별로 적용할 수 있는 친환경 활동을 수립, 실행하고 있습니다.

환경조직

이사회 산하 의사결정기구인 'ESG위원회'를 설치하여 환경 관련 투자 등 주요 ESG 이슈 및 추진사항에 대한 심의와 전사적인 의사 결정을 내리고 있으며, ESG 전담조직인 CSR팀 산하에 '그린TF'를 구성하여 전사 차원의 친환경 경영전략을 수립/실행하고 있습니다. 이렇게 세워진 친환경 경영전략은 생산(각 공장)/ENG/총무 조직에서 관련 친환경 활동을 전담하여 실행하고 있습니다.



임직원 환경교육

환경방침에 따른 친환경 경영이 실제 업무에 적용될 수 있도록 임직원을 위한 환경교육을 진행하고 있습니다. 공장별 친환경 담당자를 대상으로 온실가스 감축전문가 교육 및 분임조 교육, 에너지 절감 교육 등을 진행하였습니다. 뿐만 아니라 ESG 경영 전반에 대한 이해를 높이고 실행방안을 탐구하기 위해 관련 직원들을 대상으로 ESG 개념 및 사례 등의 온/오프라인 교육을 진행하였습니다.

환경 성과평가

그룹 차원의 윤리경영 활동 관리 및 평가를 위한 '윤리실천지수' 측정을 통해 에너지 사용량 절감, 탄소배출량 감축, 환경오염물질 감량, 환경법규 준수 및 사전예방활동, 환경정화활동 등의 항목에 대해 법인/조직별 친환경 경영 성과를 평가, 관리하고 있습니다.

환경경영 목표 및 추진실적

오리온은 2021년 온실가스 배출을 전년대비 3% 감축하는 목표로 다양한 활동을 추진하였습니다. 그 결과 4%를 감축하였습니다.

글로벌 탄소배출 통합관리시스템 구축

국내 식품업계 최초로, 2021년 한국표준협회로부터 해외법인 사업장들의 온실가스 배출량에 대하여 국제적 기준에 부합하는 제 3자 검증을 완료했으며, 탄소배출 목표관리를 위해 전 법인 대상 글로벌 탄소배출 통합관리시스템을 도입했습니다. 이는 온실가스 배출량, 배출권, 배출시설 현황 등 주요 데이터를 효율적으로 관리할 수 있는 시스템으로, 이를 통해 국내외 사업장의 탄소배출 감축목표를 설정하고 감축아이템을 발굴, 실행하는 등 통합관리를 본격화할 예정입니다.

친환경 인쇄설비 '플렉소 기기' 도입

2019년부터 친환경 인쇄설비인 플렉소 기기를 도입, 운영하고 있습니다. 플렉소 인쇄는 기존 그라비아 방식과 달리 양각 인쇄를 통해 잉크와 유해화학물인 유기용제 사용량을 연간 800톤까지 절감할 수 있는 포장재 생산 방식으로 총 120억 원을 투자해 2호기 까지 도입하였습니다. 이 방식은 현재 '초코파이情', 포카칩, 와글 등 38개 제품에 적용 중이며, 향후 전체 제품 중 80%까지 적용될 예정입니다.

환경경영시스템(ISO14001) 인증 획득

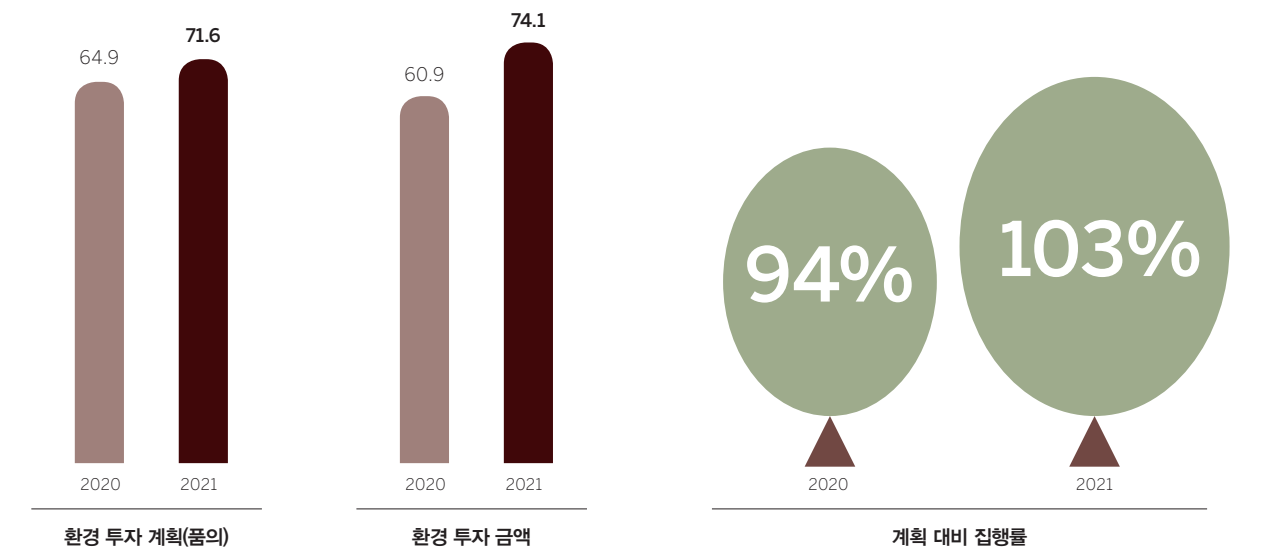
전 법인 중 생산규모가 가장 큰 중국 법인에서 ISO14001 인증을 2020~2021년에 걸쳐 획득 완료했으며, 한국 법인은 2021년 12월 착수, 2022년 상반기 내 ISO14001 인증 획득을 목표로 추진 중에 있습니다.

영업용 전기차 도입

한국 법인은 2021년 금천영업소에 영업용 1톤 전기차 2대를 도입하여 시범 운영하고 있습니다. 기존차량 대비 탄소배출량 감축 및 연료비 절감뿐만 아니라 영업사원들의 만족도도 높은 것으로 나타나, 2022년에도 전국단위 영업소를 대상으로 추가 검토하여 영업용 전기차 도입을 확대할 예정입니다.

환경투자 실적

(단위: 억 원)



온실가스/에너지 관리

사업장별 주요활동

청주공장과 익산공장은 2021년 '제47회 전국품질분임조경진대회'에 에너지·기후변화 부문에 함께 출전하여, 스낵 제조공정 설비의 에너지 소비량 정밀 분석 및 설비 개선 등을 통한 온실가스 감축 노력과 성과를 인정받으며 금상과 은상을 각각 수상했습니다. 특히 청주공장은 2년 연속 대통령상 금상을 수상하는 쾌거를 기록했습니다.

<p>- 청주공장</p> <p>감자 프라이어 기기에서 발생한 배기열을 회수하여 재활용하는 설비구축을 통해 온실가스 배출량을 감축하는 성과를 냈습니다. 이외에도 감자 저장창고 냉동기 성능을 향상시키고 공장용 스팀 생산 시 버려지는 온수를 재활용하는 등 친환경 활동을 통해 온실가스 배출량을 감축하는 성과를 냈으며 이러한 개선활동들을 통해 연간 528톤의 온실가스 감축이 예상됩니다.</p>	<p>- 익산공장</p> <p>오징어땅콩 생산 시 오븐에서 발생하는 폐열을 회수하여 반죽 속성에 적합한 실내 온도 유지를 위해 재활용하도록 설비를 개선하는 한편, 고래밥 생산 시 사용되는 공기압축기 설비를 개선하여 에너지 효율을 향상시켰습니다. 이외에도 냉방설비에 동절기 외기를 공급하는 시설을 구축하여 에너지 사용량을 절감했으며 이를 통해 연간 475톤의 온실가스 감축 효과가 있을 것으로 예상됩니다.</p>
---	--

자회사 및 협력회사 지원활동

2020년 오리온제주용암수를 대상으로 보일러효율, 진공 증발기 스팀 사용량, 압축공기 시스템 개선을 지원하여 연간 117.9톤에 달하는 온실가스 감축 효과를 거뒀습니다. 2021년에는 ㈜삼아인터내셔널을 대상으로 보일러 배기가스 폐열회수, 오븐기 폐열회수 등 연간 43톤의 온실가스 배출량을 감축할 수 있는 방안을 지원하였습니다.

해외법인 신재생에너지 투자/개발

오리온은 베트남 법인과 중국 법인 생산 공장에 태양광시스템을 설치/활용하고 있습니다. 2019년 하반기 베트남 법인은 베트남 미퓌공장의 태양광시스템 도입을 검토했고 2020년 6월에 설치 완료하여 가동 중에 있습니다. 2020년 6월부터 2021년 말까지 총 1,839,460kw를 생산했고 약 800톤의 온실가스를 감축했으며, 에너지 사용량도 1.14억 원 절감했습니다. 중국 광주공장과 상해공장에서도 탄소배출량을 감소시키고자 하는 중국정부의 기조에 발맞춰 태양광시스템을 도입했으며, 두 공장을 합산하면 연간 3,000톤의 온실가스 감축효과가 있을 것으로 예상됩니다. 향후에도 각 법인 공장별로 태양광시스템 투자를 확대해 나갈 계획입니다.

온실가스 배출량

구분	단위	2020	2021
직접배출량	톤CO2e	26,860	25,822
간접배출량	톤CO2e	41,087	39,305
총량	톤CO2e	67,947	65,127

에너지 사용량

구분	단위	2020	2021
연료사용량	톤CO2e	501	484
전기사용량	톤CO2e	819	797
스팀사용량	톤CO2e	15	14
총량	톤CO2e	1,335	1,295

용수/폐기물 관리

오리온은 제품과정에 투입되는 수자원의 효율적인 사용을 위해 용수절감을 확대하고 있습니다. 특히 청주공장은 감자세척에 사용된 용수를 100% 기타 세척용수로 재이용하여 친환경에 앞장서고 있습니다. 또한 폐기물 관리를 위해 2020년 포장을 뜯기만 하면 진열할 수 있는 친환경 '원스톱 패키지'로 제작한 '간식이 필요해' 시리즈를 출시했고, 각 공장에서는 오니(슬러지), 식물성 잔재물을 퇴비와 토질개선을 위한 목적으로 100% 사용하고 있습니다.

용수 사용량 및 재이용률

구분	단위	2020	2021
용수 사용량	톤	626,858	619,745
용수 재이용량	톤	100,000	42,200
배출량	톤	526,858	577,545
재이용률	%	16	6.8

폐기물 발생량 및 재활용률

구분	단위	2020	2021
폐기물 발생량	톤	7,021	7,405
폐기물 재활용량	톤	6,978	7,358
배출량	톤	43	47
재이용률	%	99.4	99.4

환경위험관리

사고대응체계
오리온은 실질적인 위험관리를 위해 본사와 공장의 사고대응체계를 사업장의 특성에 맞게 운영하고 있습니다.

본사

총무파트장
↓
각 팀 파트장
↓
부문별 근무자

관할경찰서
관할소방서

본사 내 방송


공장

사고대책위원장 (공장장)
↓
사고대책부위원장 (각 조직 파트장)
↓
안전사고 대책반 (업무파트) | 환경사고 대책반 (설비파트) | 소방사고 대책반 (설비파트)

화학물질관리
오리온은 취급하는 모든 화학물질 대상을 철저히 관리하고 있습니다. MSDS(물질안전보건자료) 기준을 통해 분석용 시약 530종을 관리하고 있으며, 법적 리스크 관리, 사용/보관시설 관리를 통해 환경위험관리를 하고 있습니다.


법적 리스크 관리

장외영향평가서, 설치 검사, 정기검사 완료



사용/보관시설 관리

보관소 내 시건 장치, 안전보호구함, GHS, 온·습도계, MSDS, 저장용기, 환풍기, 사용일지 유지관리



지역사회 환경영향 저감 및 생물종다양성 보전 활동

오리온재단에 기부금을 출연하여 아래와 같이 지역사회 환경영향 저감활동과 생물종다양성 보전 활동을 이행하고 있습니다.

환경영향 저감활동		생물종다양성 보전 활동	
 월드비전 GLOBAL 6K FOR WATER 1,500만 원 (2018~2020)	 제주테크노파크 제주 수자원 보호 1억 원 (2021)	 꽃자왈공유화재단 꽃자왈 생태보존 7,000만 원 (2021)	 WWF (재)한국세계자연기금 상괭이(토종돌고래) 보호 1,000만 원 (2021)
합계 약 2억 원			

사회

인권경영

인권경영 및 다양성존중

오리온은 임직원의 행복과 발전을 중시합니다. 이를 위해 임직원을 최우선으로 생각하며 인권경영을 적극적으로 이행하고 있습니다. 모든 임직원을 국적, 인종, 성별, 연령, 학력, 출신지역, 장애 등에 관계없이 공정하게 대우하여 직장 내 괴롭힘, 성차별, 성희롱이 없는 직장 내 문화를 조성하기 위해 노력하고 있습니다. 장애인 인식개선, 직장 내 괴롭힘 방지, 성희롱 예방교육을 정기 시행하고 있으며, 장애인 및 보호/국가유공자 고용에도 노력을 기울이고 있습니다.

임직원 고충처리제도

「직장 내 괴롭힘 금지법」에 따라 임직원을 보호하기 위해 2019년부터 그룹웨어 내 「직장 내 괴롭힘 신고센터」를 설치/운영하고 있습니다. 해당 신고센터를 통해 접수된 내용에 근거하여 조사가 이루어지며 피해자 보호조치 시행 및 행위자에 대한 합당한 조치를 취하도록 절차를 수립하였습니다.

또한 임직원이 행복한 일상을 향유할 수 있도록 통합 심리적 지원프로그램인 '마음돌봄서비스'를 제공하고 있습니다. 직장인이 경험하는 다양한 원인의 스트레스에 대해 심리적 이슈를 해결하고 효율적 업무수행을 할 수 있도록 지원함으로써 직원들에게 좋은 호응을 얻고 있습니다.

인력개발

오리온은 임직원의 업무수행능력 개발과 조직역량 제고를 위하여 체계적인 교육 프로그램을 운영하고 있으며, 조직과 개인의 니즈에 기반한 맞춤형 교육도 다양한 방법으로 적극 지원하고 있습니다.

임직원 교육현황

구분	2020년	2021년
인원(명)	1,549	1,409
총 교육시간(시간)	69,215	67,247
인당 교육시간(시간)	45	48
총 교육비용(만 원)	40,300	39,500
인당 교육비용(만 원)	26	28

주요 교육 프로그램

교육 프로그램	대상	세부내용	시행월
임직원 법정교육	전 임직원	성희롱 예방, 직장 내 괴롭힘 금지, 장애인 인식개선, 안전보건 교육	연중, 11~12월
기본소양 교육	전 임직원	사내 여학과정/시장 트렌드/비즈니스 예절 교육	3~12월
신입/경력 입문교육	신입/경력사원 입사자	신입/경력 입문교육(회사 이해/현장실습), OJT/멘토링	연중
리더십 교육	파트장/영업소장/ 신입파트장	파트장 리더십 과정, 영업소장 리더십 과정, 신입파트장 OT	연중
OBS (오리온 MBA)	과/차장급 핵심인재	전사적 경영 마인드 함양, 경영학 지식 습득	6~10월
승격자 교육	전 직군(승격자)	승격의 의미, 직급별 역할/책임, 직급별 역량 교육	3~4월
현업 직무교육	해당 직무수행자	영업/생산/연구소/마케팅/지원본부 등 조직/직무별 교육	연중
더-LINK (유관부서 업무이해)	전 임직원	타 부서 업무이해 및 협업 포인트 확인	3~11월
사이버연수원	전 임직원	기본소양/직무역량/외국어/독서통신	연중

안전보건

안전보건방침

오리온은 '임직원 안전문화 조성 및 쾌적한 사업장 환경구축을 통한 무재해 사업장 달성'이라는 방침 아래 임직원의 안전한 작업 환경 조성을 위해 각 사업장별로 작업 특성에 맞는 체계적인 안전보건 훈련과 환경 구축, 안전의식 제고에 힘쓰고 있습니다.

안전보건활동

2021년 산업안전보건교육 정기교육 대상자 전원이 100% 교육을 이수하였으며, 유해 위험요인을 식별 및 평가하여 개선하는 사업장 위험성 평가를 시행했습니다. 또한 사전예방활동(Weak Point Management)을 통하여 시설물 안전점검, 단체급식시설 위생점검 등 팀별/업무별 리스크 요소 발굴 및 자가점검을 전 사업장을 대상으로 실시하고 있습니다. 이 외에도 정밀안전진단, 작업환경측정, 근골격계유해요인조사 등을 통하여 임직원의 안전한 근무환경 조성에 힘쓰고 있습니다.

산업재해율

구분	재해율	재해자수	상시근로자수
2021년	0.255%	4명	1,568명

※ 상시근로자수: 산재보험가입상시근로자수

임직원 만족도 제고

임직원이 효율적이고 편안한 근무환경에서 일할 수 있도록 지원하고, 업무 만족도를 제고하기 위한 다양한 프로그램을 운영하고 있습니다.



만족도 조사

- 회사 전반에 대한 전 법인 임직원의 만족도 파악(연 1회 정기시행)
- 임직원 의견수렴 후 향후 회사 정책 및 윤리경영 추진계획 수립 시 반영



제도 / 프로그램

일과 삶의 균형

- 패밀리티미, 유연근무제, PC-OFF, 징검다리연휴, 특별휴가, 대체휴무제 등

임직원 소통

- 직원들과 최고경영층이 소통할 수 있는 타운홀미팅
- 윤리경영 / 경영실적 / 인사제도 설명회, 현장 소통 간담회 정례화

포상제도

- 윤리경영 실천 우수시상, 장기근속 포상/휴가, 신제품 개발포상, 공로포상

모성보호

- 맘스룸, 단축근무, 육아휴직, 임신부 재택근무 운영 등



복지후생

- 복지포인트/복지물, 학자금 지원, 의료비/건강검진 지원, 경조금/경조휴가 지원, 외식비 지원, 콘도 할인, 무료 사내식당, 자사제품 할인 등

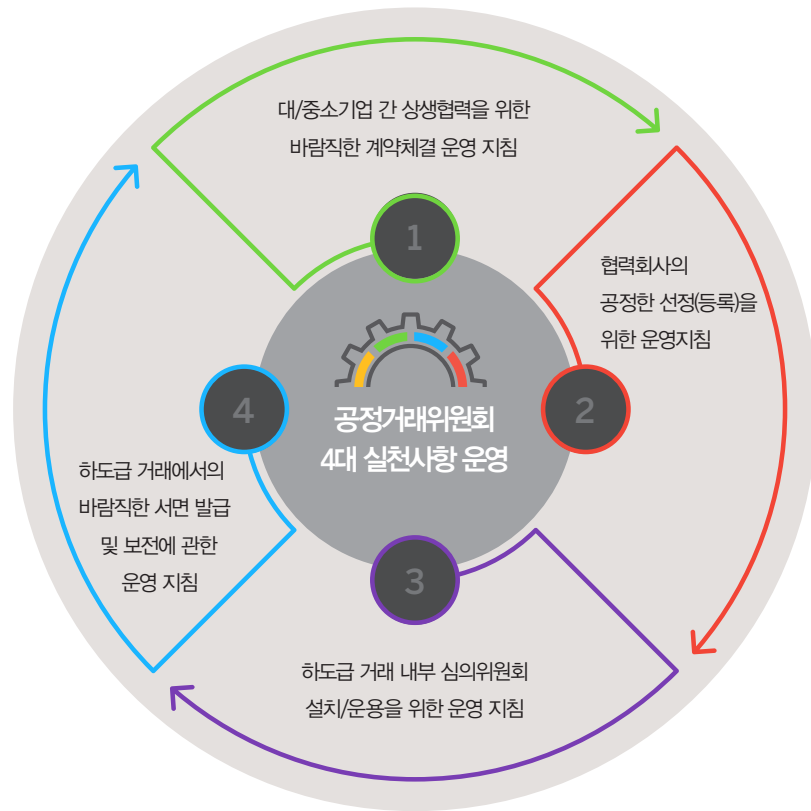
동반성장

지속가능한 공급망 관리체계 구축

오리온은 소비자에게 경제, 사회, 환경적으로 책임감 있는 제품을 제공하기 위해 지속가능한 공급망 관리체계 구축을 추진하고 있습니다. 모든 협력회사가 윤리경영의 중요성을 인식하고, 제반 법규와 윤리적 기준에 맞추어 업무를 수행하도록 '협력회사 행동 규범'을 제정하여 운영하고 있습니다.

공정하고 투명한 거래질서 확립

협력회사와 공정한 거래를 통해 공동의 발전을 추구하며, 산업 전반에 투명한 거래문화가 정착될 수 있도록 노력하고 있습니다. 2018년 제과업체 최초로 공개 입찰 시스템을 도입하였으며, 2021년에는 '협력회사의 공정한 선정(등록)을 위한 운영지침'을 개정하는 등 공정거래 체계를 지속적으로 보강하고 있습니다.



하도급 거래 내부 심의위원회 운영

협력회사 관련 주요 안건 및 활동에 대해 매월 정기적으로 동반성장 심의위원회를 통해 보고하고, 거래 전반의 공정성 및 적법성을 사전 심의하여 공급망에서 발생할 수 있는 리스크를 예방하고 있습니다.

소통을 통한 상생협력

상생협력포털 운영, 간담회/만족도 조사 시행 등 협력회사와 적극적인 소통을 통해 상호이익 증진과 건전한 발전을 도모하고 있습니다. 신뢰를 바탕으로 한 상생협력관계 구축에 노력한 결과, 2021년 공정거래협약 이행평가 '최우수', 동반성장지수 평가 '우수' 등급을 획득했습니다.

동반성장 지원 프로그램

공급망의 경쟁력 강화를 위해 협력회사에 실질적 도움이 되는 다양한 지원 프로그램을 운영하고 있습니다.



1) 금융지원: 상생펀드 100억 원 조성, 상생결제제도 운영

2) 생산성 향상 지원

프로그램	세부 지원 내용
판로 확대	• 해외시장 진출 및 수출을 위한 운송비, 샘플 통관비 지원
품질 개선	• 품질개선 기계/설비 지원, 기술보호임치 등 기술 보호 지원
에너지절감	• 에너지절감 기계/설비 도입, 친환경 인증(ISO 등) 지원
교육/훈련	• 품질위생/기술지도/식품안전교육, 온라인 교육사이트 운영

3) 성과공유제 운영: 공동 연구개발 및 성과 공유



식품안전

품질안전시스템 체계화

오리온은 제품의 개발, 생산, 유통 및 판매의 전 단계에서, 안심하고 먹을 수 있도록 안전한 제품을 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

국내 및 해외 공장은 엄격한 국제기준 식품안전 인증을 유지하고 있으며, 철저한 자사 식품안전감사 시스템을 통해 사전 예방 체계를 구축하고 있습니다.

GQAS(Global Quality Assurance System)는 식품안전에 대한 점검 및 개선활동을 통해 모든 생산현장의 안전성을 높이는 것이 목적입니다.

각 글로벌 사업장에서 풍부한 현장경험과 전문성을 가진 오디터(Auditor)를 양성하고, 오리온 전 공장의 식품안전에 대해 점검합니다. 매년 점검 결과에 대한 개선사항이 도출되며, 개선활동을 통해 오리온의 식품안전 수준을 높여가는 활동을 하고 있습니다.

품질안전팀에서는 "Food Safety Calender"를 운영하며, 유통제품 및 원료의 안전을 확보하고 있고 2021년 한 해 동안 1,403건의 미생물, 이화학 분석을 수행하였습니다.



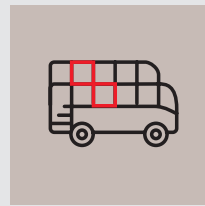
연구 개발

- 안전한 원료의 선정
- 협력회사 점검 및 개선지원
- 위해 요소 사전 차단



생산

- 생산현장 점검(GQAS)
- 식품안전 인증 획득
- 완제품 위해 요소 점검



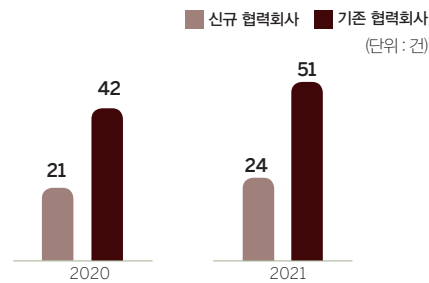
유통 판매

- 제품 유통 안전 관리
- 유통제품 수거 검사
- 올바른 정보의 제공

식품안전인증 현황

국가	대상 공장	인증
한국	2	FSSC22000, HACCP
중국	4	FSSC22000, HACCP, ISO14001
베트남	2	FSSC22000, HALAL
러시아	2	FSSC22000

협력회사 위생점검 현황



고객만족

고객의 소리(VOC) 운영

오리온은 다양한 채널을 통해 고객의 소리를 접수하여 이를 제품에 반영하고 있습니다. 단순한 문의에서 불만에 이르기까지 사소한 것들을 놓치지 않고 사내 유관부서에 전달하여 공유하고 있으며, 이를 신제품 개발 및 제품 품질향상에 적극 반영하여 고객의 만족도를 높이도록 지속적으로 노력하고 있습니다.

2021년 VOC 처리 현황



12,503 건

불만



4,553 건

의견



* VOC, Voice of Customers

고객응대 프로세스

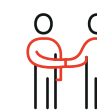
고객 의견은 접수되는 즉시 소비자불만관리시스템(CCMS) 프로그램에 등록되며 공장에서는 이를 확인하여 개선방안을 모색한 뒤 품질경영부서에서 해당 내용이 재발하지 않도록 예방활동을 펼칩니다.



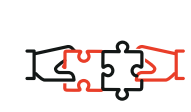
의견 접수



고객 상담



상담 해결



전사 공유



개선/제품 반영

※ 소비자 피해보상기구 : 고객센터

적극적인 고객 의견 반영

고객들의 취향과 니즈를 적극적으로 수집하여 제품에 반영하고 있습니다.

단종제품 재출시



와클

고객센터 게시판을 통해 2020년에만 150여 건이 넘게 재출시 요청이 있었습니다. 이를 반영해 2021년 '와클'을 15년 만에 다시 선보이게 되었습니다.

신제품 출시



민초단 4종, 말기송이

지속적으로 이어진 소비자들의 민초초코 맛 과자 출시 요청에 따라 2021년, 초코파이, 초코송이, 다이제션, 다이제블에 민트를 넣은 여름 한정판 '오리온 민초단' 4종을 선보였습니다. 2022년에는 초코송이의 새로운 맛으로 가장 많은 요청이 있었던 '말기송이'를 출시하기도 했습니다.

고객 상담 역량 강화를 통한 만족도 제고

고객센터 담당자들이 고객에게 쉽고 명확한 상담을 할 수 있도록 사내 전문가들로부터 제품에 대한 정기 교육을 받고 있습니다. 또한 고객과의 소통 및 서비스 향상을 위해 정기적으로 외부 전문상담 평가를 실시하고 있습니다.

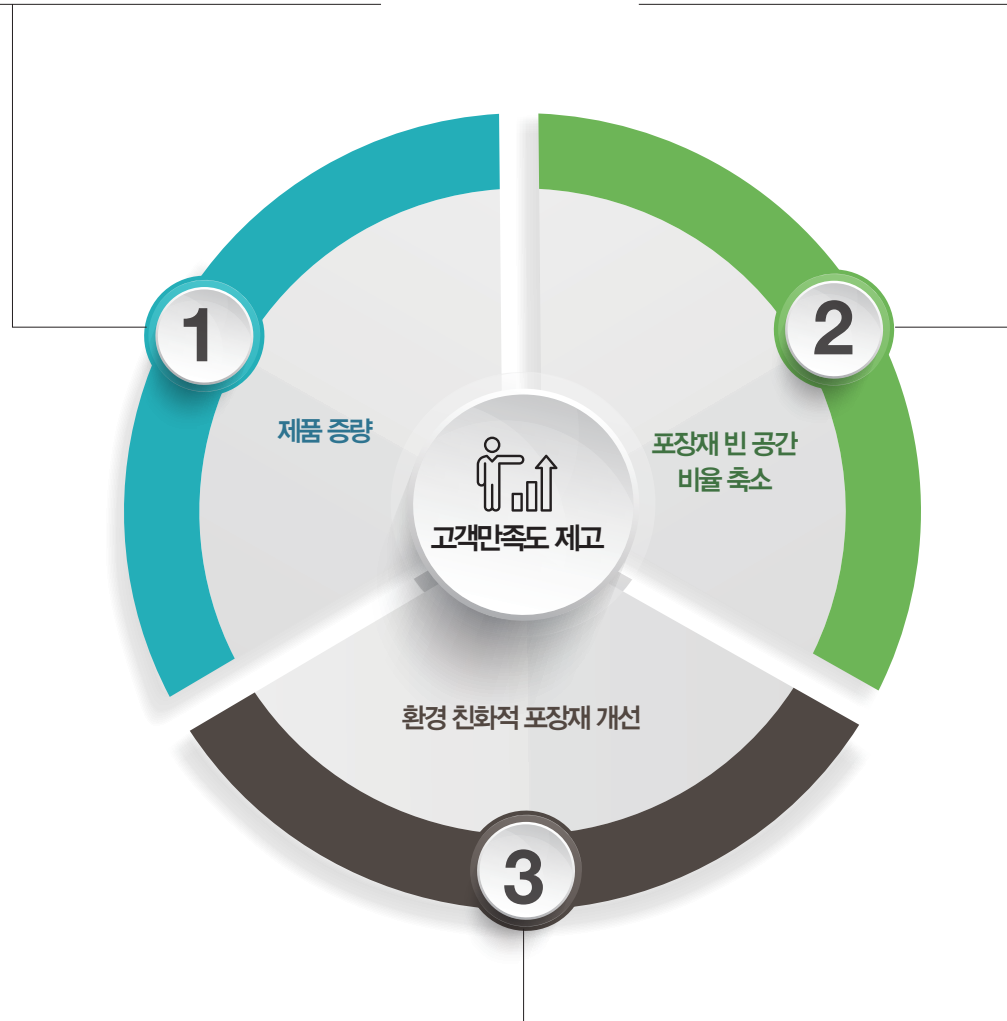
사회적 책임을 고려한 제품

착한 포장

오리온은 윤리경영의 일환으로 제과 업계의 과대 포장이 사회적 관심사로 부각된 지난 2014년부터 제품의 포장재 크기와 잉크 사용량을 줄여 환경을 보호함과 동시에 제품의 양을 늘려 소비자에게 더 많은 가치를 제공하고 있습니다.

가격 인상 없이 제품의 양을 늘려 소비자에게 더 많은 가치를 제공하고자 노력하고 있습니다. 초코파이, 포카칩, 오징어땅콩, 축축한 초코칩 등 다양한 제품들의 증량에 힘쓰고 있습니다.

2015년부터 포장재 규격 축소를 단행했습니다. 포카칩, 오징어땅콩, 스윙칩 등 주요 스낵 제품의 빈 공간 비율과 포장재 면적을 환경부 기준보다 훨씬 낮게 줄였습니다.



2015년 22개 브랜드의 포장지 인쇄도수를 줄여 연간 88톤의 잉크를 절감했습니다.

2017년 인체에 유해한 휘발성 유기화합물제를 사용하지 않는 환경친화적 잉크 개발에 성공하여 식품용 포장재로는 최초로 환경부 '녹색기술 인증'을 받았으며, 이 기술을 적용한 12개 제품 포장재와 관련해 '녹색기술제품' 인증을 받았습니다.

2019년 7월부터 11월까지 순차적으로 총 10개 브랜드의 포장재 디자인을 단순화하고 인쇄도수를 줄였습니다. 2020년 3월 잉크 사용량을 기존 대비 50%가량 절감할 수 있는 '플렉스' 방식 인쇄 설비를 도입했습니다.

2019년 기존 수분리성 라벨을 없애 비닐 사용량을 대폭 줄이고, 분리배출 편의성과 페트병 재활용 효율성을 높인 '닥터유 제주용암수'를 출시했습니다. 이는 환경부 고시 페트병 재활용 용이 우수등급 기준을 적용한 것입니다.

아울러 2022년 '닥터유 제주용암수 무라벨'을 출시하며 무라벨, 무색캡, 무색병 등 3가지 친환경적인 요건을 모두 갖추게 되었습니다.

사회공헌활동

사회공헌 정책 및 활동

오리온은 성장에 기반한 지속적인 사회공헌활동을 바탕으로 사회에 대한 책임을 실천하기 위해 노력하고 있습니다. 이를 위해 전 법인이 '정(情) 나눔'이라는 그룹 공통 테마 아래 업과 연계한 사회공헌활동을 전개해 나가고 있습니다. 이 활동들은 취약계층 아동·청소년을 지원하는 '따뜻한 정 나눔'과 친환경/지역사회 봉사활동인 '푸른 정 나눔'이라는 두 가지 방향성에 맞춰 진행됩니다.

목표	업(業)과 연계한 사회공헌활동으로 비즈니스 친화적 환경 조성	
방향	그룹 공통 테마 : 정(情) 나눔	
	따뜻한 정 나눔	푸른 정 나눔
활동	취약계층 아동·청소년 지원	친환경/지역사회 사회공헌
	한국	<ul style="list-style-type: none"> 아동·청소년 정서함양 지원 <ul style="list-style-type: none"> 전국 지역아동센터 대상 '코로나19 극복 공모전' 개최 유튜버 랜선 팬미팅을 통한 직업 간접체험 기회 제공 고객이 기부하면 오리온도 기부하는 매칭 기부 진행 장학금 지원, 조손가정 아동지원
중국	<ul style="list-style-type: none"> 아동·청소년 건강/교육 지원 <ul style="list-style-type: none"> '행복한 학교 만들기' 시행 교내 식품안전 체험관 조성 및 빈곤지역에 '햇살 어린이 교실' 제작 	<ul style="list-style-type: none"> 지역사회 영양교육 활동 (영양학회)
베트남	<ul style="list-style-type: none"> 아동·청소년 행복 지원 <ul style="list-style-type: none"> 학교폭력을 예방하고 즐거운 교실 문화를 조성하기 위해 월드비전과 함께 '교실에서 찾은 희망' 캠페인 진행 	<ul style="list-style-type: none"> 고향감자 프로젝트 <ul style="list-style-type: none"> 감자계약농가 연계, 농기구/기술지원/지역복지 등

2021년 법인별 주요 사회공헌활동

구분	내용	수혜자	금액
한국	전국 지역아동센터 '코로나19 극복' 공모전, 지역사회 기부 재단 : 국군의날 행사 후원, 제주도 지역사회 복지기금, 전국 코로나19 선별진료소 제품 후원	약 16만 9,000명	12억 9,000만 원
중국	행복한 학교 만들기(급식시설 개선, 운동회, 건강교육) 지역사회 영양교육, 홍수피해지역 구호물품 기부	약 22만 7,000명	11억 원
베트남	교실에서 찾은 희망, 고향감자 프로젝트(농가, 대학 지원) 호치민시 코로나 백신 기금 후원, 지역 아동보호재단 지원	약 2만 4,000명	3억 3,000만 원
합계		약 42만 명	27억 2,000만 원

임직원 참여 장려정책

임직원의 사회공헌활동 참여를 장려하기 위하여 업무시간 중 사회공헌활동에 참여할 수 있도록 하고 조직/개인평가 시에도 사회공헌 활동 참여실적을 반영하고 있습니다. 또한 홈페이지 및 CSR 활동참여시스템에 우수 참여후기를 공개하여 사회공헌활동의 의미를 나누고, 참여한 임직원들이 보람을 느낄 수 있도록 동기부여하고 있습니다.

KOREA

지속적으로 사랑받는 오리온의 브랜드 파워

모두가 인정하는 글로벌 브랜드 '초코파이'와 오리온 감자연구소만의 축적된 노화로 생각자칩의 대명사가 된 '포카칩', 풍부한 식감으로 해외 소비자의 입맛까지 사로잡으며 K-스낵의 위상을 높이고 있는 '꼬북칩', 진출하는 국가마다 아이들의 사랑을 듬뿍 받는 '고래밥' 등 오리온의 대표 제품들은 한국뿐만 아니라 세계 각지에서 뛰어난 제품력을 인정받고 있습니다.

이와 함께 맛에 영양을 더한 닥터유와 트렌드를 선도하는 마켓오 제품으로 프리미엄 제과 시장을 선도하고 있습니다. 특히, 닥터유는 2019년 기준 '영양 설계 과자'에서 기능성 원료를 넣은 '기능성 표시 식품 브랜드'로 브랜드 정체성을 재정립하고 제2도약에 나섰습니다. 건강에 대한 관심과 레저 인구 증가 트렌드를 반영해 언제 어디서나 간편하게 영양을 보충할 수 있는 뉴트리션바와 단백질 제품, 그리고 음료까지 다양한 영역에서 '맛있는 건강'을 제공하고 있습니다. 오리온은 앞으로도 더 맛있고 안전한 제품을 개발하여 오리온만의 브랜드 파워를 강화해 나가겠습니다.



ORION in Korea

주식회사 오리온
서울특별시 용산구 백범로 90다길 13(문배동 30-10)
T. 02-710-6000 F. 02-718-4825

익산 2공장
전라북도 익산시 서동로 23길 11(신흥동 813-2)
T. 063-830-6114 F. 063-833-4654

익산 3공장
전라북도 익산시 동서로 317(영등동 273-1)
T. 063-830-6114 F. 063-858-2218

청주 4공장
충청북도 청주시 흥덕구 월명로 249(봉명2동 404)
T. 043-279-6000 F. 043-276-6548

청주 5공장
충청북도 청주시 흥덕구 월명로 183(봉명동 362-5)
T. 043-279-6600 F. 043-279-6691

안산 공장
경기도 안산시 단원구 산단로20번길 22(원시동 835-2)
T. 031-489-2642 F. 031-492-5006

밀양 공장
경상남도 밀양시 북북면 점필재로 229-1
T. 055-802-5000 F. 055-802-8034

제주 공장
제주특별자치도 제주시 구좌읍 일주동로 2706-27
T. 064-729-9900 F. 064-729-9999

2021년 한국 매출

8,074 억 원

영업이익

1,310 억 원

한국 주요 제품

국민 과자를 넘어 세계적인 과자가 되다

초코파이情

전 세계 60여 개 국에서 연간 23억 개가 넘게 팔리는 초코파이는 한국을 대표하는 세계적인 간식입니다. 지난 2016년 오리온은 창립 60주년을 맞아 초코파이 탄생 42년 만에 처음으로 자매품 '바나나 초코파이情'을 선보이며 식품업계에 바나나 열풍을 불러 일으켰습니다. 2019년에는 출시 45년 만에 처음으로 새로운 식감을 시도해 촉촉하고 부드러운 빵 속에 떡을 넣어 쫄득한 '찰 초코파이情'을 출시했습니다.

빠르게 변화하는 소비 트렌드에 발맞춰 최근에는 '딸기스케치', '민트초코' 등 시즌별 색다른 맛과 콘셉트의 한정판 제품을 선보이는 등 새로운 시도를 지속하며 젊은 소비자층의 호응을 얻고 있습니다.



국내 최초 네 겹 스낵

꼬북칩

2017년 3월 국내 제과 시장 최초의 '네 겹 스낵' 꼬북칩이 탄생했습니다. 출시되자마자 '식감' 열풍을 불러일으키며 국민 과자로 자리매김했습니다. 홑겹의 스낵 여러 개를 한 번에 먹는 듯한 풍부한 식감과 겹겹마다 양념이 배어들어 풍미가 진한 것이 특징으로, 과자를 천천히 씹을 때 입 안에서 나는 재미있는 소리와 거북이 등을 닮은 귀여운 모양도 매력 포인트입니다.

꼬북칩은 고소한 옥수수맛이 일품인 '콘소프트', 달콤 고소한 '달콤인절미맛', 한 겹 한 겹 입혀진 진한 초콜릿의 매력 '초코츄러스맛' 그리고 2022년 신제품 '스윗바닐라맛'이 있습니다. 특히 초코츄러스맛은 2020년 9월, 선보이자마자 '품질 과자에' 등극하며 많은 사랑을 받았고 뒤를 이어 출시된 꼬북칩 스윗바닐라맛도 부드럽고 달콤한 맛과 더욱 풍성한 식감으로 꼬북칩 열풍을 이어가고 있습니다. 꼬북칩은 미국, 중국 등 해외 시장에도 진출하며 K-스낵을 대표하는 글로벌 인기과자로 발돋움하고 있습니다.



감자칩 최초 메가브랜드 등극! 1등 생감자칩 포카칩

1988년 출시 이래 지속적인 투자와 노력으로 소비자의 입맛을 사로잡은 포카칩은 2012년 감자칩 최초로 연 매출 1천억 원을 돌파하며 메가브랜드에 등극하는 등 지난 19년간 생감자스낵 시장 1위를 지켜오고 있습니다. 성인 소비층의 확대와 증량, 그리고 30년 넘게 축적해 온 오리온만의 생감자스낵 노하우가 담긴 우수한 품질에 따른 결과입니다. 오리온은 2015년 9월 포카칩을 가격 변동 없이 기존 60g 규격은 66g으로, 124g 규격은 137g으로 각각 증량했습니다. 뿐만 아니라 큰 부피에 비해 내용물이 적어 보인다는 불만을 해소하기 위해 제품 내 빈 공간 비율을 환경부 기준인 35%보다 훨씬 낮은 25% 미만까지 낮추는 등 고객만족을 높이는 노력을 지속하고 있습니다. 2021년 출시된 '과삭칩'은 '극세로 얇게 썰어 크리스피하게 씹히는 차별화된 식감을 강점으로 많은 소비자들에게 사랑받고 있습니다.

통곡물의 고소함과 중독적인 양념 맛의 조화 태양의 맛, 썬

2016년 공장 화재로 불가피하게 생산이 중단됐던 썬은 소비자의 지속적인 요청으로 2018년 4월 재출시 됐습니다. 통곡물의 고소함과 바삭한 식감, 중독성 강한 양념 맛 등 대체 불가능한 제품력으로 단종 이전 대비 70%가량 높은 월평균 매출액을 올리고 있습니다. 썬은 매콤달콤한 양념 맛이 일품인 '핫스파이시맛'과 갈릭바게트 풍미를 리얼하게 구현한 '갈릭 바게트맛' 2종이 있습니다. 특히 갈릭바게트맛은 중독성 강한 '단짠(단맛+짠맛)' 맛과 바삭한 식감으로 사랑받고 있습니다.



통쾌한 식감과 고소한 땅콩의 조화, 대한민국 대표 장수 브랜드 오징어땅콩

고소한 땅콩과 깊은 해물맛이 어우러진 불타임 과자로 '심심풀이 오징어 땅콩'이란 말까지 유행시키면서 40년 넘게 꾸준한 사랑을 받고 있는 제품입니다. 땅콩에 28번에 걸쳐 원재료 반죽 옷을 얇게 입혀 굽는 방식으로 독특한 그물망 구조가 형성되어 오징어땅콩만의 독특한 식감이 살아 납니다. 바삭한 코팅층과 함께 땅콩이 만들어내는 '통쾌하게 외작한 식감'이 오징어땅콩만의 매력입니다.



재미로 먹고 맛으로 먹는 고래밥

1984년 출시 이후 국내뿐 아니라 해외에서도 많은 사랑을 받고 있는 브랜드입니다. 바삭한 식감에 다양한 해양생물 캐릭터가 주는 '편(fun) 콘셉트가 인기 비결입니다. 2021년에는 '고래밥 초코범벅'이 출시돼 고래밥 특유의 바삭한 식감과 진한 초콜릿 풍미로 사랑받고 있습니다. 2022년 들어서는 딸기 우유 크림 코팅과 딸기 시즈닝을 통해 색다른 맛을 선사하는 '딸기 고래밥'을 봄 한정판으로 선보이기도 했습니다.



비교해보세요! 부드러움과 착한 가격 카스타드

카스타드는 부드러운 빵 속 달콤한 커스터드 크림을 채워 넣은 소프트 케이크 브랜드입니다. 달걀을 듬뿍 넣어 완성한 촉촉함과 부드러운 맛으로 온 가족이 즐겨먹는 대표 간식이 되었습니다. 또한, 대용량 제품 운영을 통해 가성비까지 인정받으며, 꾸준한 성장세를 이어가고 있습니다. 카스타드는 남녀노소 모두에게 사랑받으며, 초코파이청과 함께 오리온 대표 파이 브랜드로 자리매김 중입니다.

통밀로 설계한 든든함 다이제

1982년에 출시한 다이제는 통밀 특유의 거칠고 고소한 맛이 특징인 대한민국 대표 비스킷입니다. 고소한 통밀 맛의 '다이제 오리지널', 달콤한 초콜릿을 더한 '다이제 초코', 한입에 쏙 먹을 수 있는 '다이제 미니', 부담 없이 가볍게 즐기는 '다이제 썬', 동글동글 초코볼로 새롭게 즐기는 '다이제 볼', 통밀 비스킷 사이에 부드러운 밀크 크림이 듬뿍 들어있는 '다이제 샌드' 등 6종이 있습니다.





과일의 풍부한 과즙이 그대로 마이구미

1992년 첫선을 보인 마이구미는 과일 모양을 형상화한 맛과 모양, 쫄깃한 식감으로 어린이는 물론 젊은 여성층에 이르기까지 폭넓게 사랑받고 있습니다. 2019년에는 탱글한 식감을 업그레이드하고, 소포장 대용량으로 취식 편의성을 높인 '더 탱글 마이구미'를 출시했습니다. 2021년에는 과일 속살 식감을 그대로 구현한 '포도알맹이'를 선보이며 소비자 선택의 폭을 넓혔습니다.

27지 맛 & 27지 식감의 만남, 귀여운 애벌레 젤리 꼬물탱

한입에 쏙 들어가는 앙증맞은 사이즈의 꼬물탱은 귀여운 꼬마 애벌레 모양 젤리입니다. 공기를 주입한 폭신한 에어레이션 젤리 위에 쫄깃한 일반 젤리를 더해 재미있는 이중 식감을 느낄 수 있습니다. 상큼 특특한 과일과 음료를 조합한 애플사이다와 레몬콜라 두 가지 복합 맛을 구현해 먹는 재미도 더했습니다. 한 봉지 안에 6개씩 소포장한 대용량 패키지로도 구성해 아이들 간식으로 좋고 휴대성 또한 높은 제품입니다.



다채로운 토핑이 특 특핑 초콜릿

특핑은 다채로운 토핑 재료와 초콜릿이 조화를 이룬 수제스타일 초콜릿입니다. 바삭바삭 고소한 아몬드&그레놀라, 부드럽고 진한 헤이즐넛&그레놀라 2가지 맛으로 풍부한 맛과 식감을 즐길 수 있습니다.



맛있는 건강 Dr. You

오래 지속되는 에너지! 닥터유 에너지바

닥터유 에너지바는 영양바의 취식 목적에 맞추어 에너지를 오래 지속시킬 수 있도록 설계된 대한민국 대표 뉴트리션바입니다. 견과류, 과일, 시리얼 등 엄선된 원료로 남녀노소 누구나 좋아하는 맛을 완성시켰습니다.



맛있게 즐기는 단백질! 닥터유 단백질볼

초코볼 타입의 영양 간식으로 오도독 씹히는 통아몬드를 바삭한 단백질 크런치와 초콜릿으로 감싸 경쾌하면서도 고소한 식감을 즐길 수 있습니다.



트렌드를 선도하는 Market O

마켓오 리얼브라우니

마켓오 대표 제품인 '마켓오 리얼브라우니'는 초콜릿과 버터, 국내산 달걀로 제대로 만든 홈메이드 스타일 브라우니입니다. 최고의 품질로 많은 사랑을 받고 있는 마켓오 리얼브라우니는 2019년 8월 리뉴얼을 통해 가격 변동 없이 25% 증량하여 가성비를 높였습니다. 또한 브라우니의 특징인 진한 초콜릿 풍미와 꾸덕한 식감을 살려 제품을 개선하는 등 최고의 품질로 소비자 만족을 높이기 위해 노력을 지속하고 있습니다.



운동 전후 간편한 단백질 충전! 닥터유 단백질바

달걀 2개 분량의 단백질 12g을 간편하고 맛있게 섭취할 수 있는 영양바입니다. 풍부한 견과류에 식이섬유가 가득한 렌틸콩을 더했습니다. 웰빙·건강·운동에 대한 관심을 기반으로 지난해 217억 원의 매출을 달성하는 등 히트상품으로 자리매김했습니다.



운동 전후 간편한 단백질 충전! 닥터유 드링크 단백질

닥터유 드링크는 영양이 우수한 '우유 단백질'을 사용해 18종의 아미노산이 포함된 단백질 12g을 간편하고 맛있게 섭취할 수 있는 제품입니다. 또한 신경과 근육 기능 유지에 필요한 칼슘도 300mg이 들어있습니다. 초코, 바나나, 커피 등 '맛'에도 심혈을 기울여 꾸준한 사랑을 받고 있습니다. 특히, 2021년 5월 출시한 닥터유 드링크 카페라떼는 기호 식품으로 성인들에게 가장 인기가 높은 '커피'를 통해 단백질 음료를 대중적으로 확장해 나가고 있으며, 1병(240mL) 기준 10g 이하의 당 함량으로 부담 없이 즐길 수 있습니다.



마켓오 감자톡 & 오징어톡

얇고 길쭉한 제형의 오도독 톱! 바삭한 식감, 원물 그대로의 감칠맛을 살린 자연주의 스낵입니다. '마켓오 감자톡'은 감자를 곱게 갈아 만들어 감자 풍미를 극대화 했고, '마켓오 오징어톡'은 오징어채를 잘게 썰어 넣어 바다 향 가득한 오징어의 맛을 느낄 수 있습니다. '톡' 특유의 씹는 재미에 원물의 깊은 향이 더해져 소비자들에게 사랑받는 대표 스낵으로 자리매김하고 있습니다.



CHINA

제2 도약을 위한 효율 경영 강화

오리온 중국 법인은 제2 도약을 위해 경소상(중간상인)과 매장의 제품 재고일수를 낮춰 신선도를 높이는 한편, 건강한 영업조직 구축, 물류 부문 신설 등 업무효율화 및 체질 개선에 회사의 모든 역량을 집중하고 있습니다. 더불어 초코파이 바나나, 송송 로우송단가오, 참봉어빵, 귀즈귀신 등 지속적인 신제품 출시를 통해 성장을 도모하고 있습니다.

오리온은 중국 대표 브랜드 평가 기관인 'Chnbrand'가 발표하는 '2021년 중국 브랜드 파워 지수(China Brand Power Index)' 파이 부문에서 6년 연속 1위에 오르며 변함없는 브랜드 파워를 재확인했습니다.

변화하는 중국 소비자 니즈에 맞는 제품 개발 지속

오리온은 급속 성장 중인 이커머스 채널에도 맞춤형 제품을 출시, 비대면 소비가 증가하는 코로나 이후 시장 변화에 대응하고 있습니다. 아울러 중국 시장의 절반 정도를 차지하는 전통채널 공략을 가속화하는 한편, 새로운 채널을 통한 성장 동력의 기반을 만들어 가고 있습니다. 오리온은 2022년에도 차별화된 신제품을 지속적으로 선보이며 성장을 이어가겠습니다.

ORION in China

오리온식품유한회사

Number 11 Quanxing Road, Langfang Economic & Technical Development Zone, Hebei 065001, China
T. 86-316-607-7888 F. 86-316-608-8964

오리온식품(상하이)유한회사

Number 5151 Waiqingsong Road, Qingpu Industrial Zone, Shanghai 201700, China
T. 86-21-6921-1888 F. 86-21-6921-1889

오리온식품(광저우)유한회사

No.15 Xiandai Avenue, Huadu District, Guangzhou 510890, China
T. 86-20-8675-7777 F. 86-20-8675-7775

오리온식품(셴양)유한회사

Number 15 Xiahuah Road, Shenbei New District, Shenyang 110127, China
T. 86-24-3162-1000 F. 86-24-3162-1001

2021년 중국 매출

1조 1,056 억 원

영업이익

1,678 억 원

중국 주요 제품



사람과 사람을 이어주는 인(仁) 하오리요우 파이

중국 제과 시장에 파이(派)라는 새로운 카테고리를 최초로 선보인 '하오리요우 파이(好丽友·派)'는 중국 시장에서도 오리온을 대표하는 제품입니다. 중국 진출 초기 좋은 친구를 뜻하는 '하오리요우(好丽友)'라는 이름으로 소비자들에게 신뢰와 친근감을 주면서 많은 사랑을 받았습니다. '정(情)' 대신 중국 소비자에게 익숙한 공자 사상에 맞춰 '인(仁)'을 강조하고 제품에 인성을 불어넣어, 공감대를 형성하며 파이 시장에서 독보적인 브랜드로 자리매김했습니다. 2021년에는 바나나우유맛을 출시하여, 소비자에게 다양한 맛을 제공하고 있습니다.

쫄득한 새로운 식감 샤오위누어누어

2020년 출시한 '샤오위누어누어(小鱼糯糯)'는 귀여운 물고기 모양과 쫄득한 식감으로 출시 첫 해부터 현지 시장에서 뜨거운 호응을 불러 일으켰습니다. 중국 소비자들에게 찹초코파이와 함께 '쫄득한 파이'라는 새로운 식감과 맛을 제공하며 또 하나의 성장 동력으로 자리매김하였습니다. 2021년에는 중국 소비자가 평소 즐기는 식재료이자 쫄득한 찹떡과 잘 어울리는 대추맛을 출시하여, 중국 시장에서 큰 호평을 얻고 있습니다.



놀라운 감자 야투도우

'야투도우(呀!土豆)'는 바삭하면서 살살 녹는 독특한 식감과 재미있고 쉬운 제품명으로 2006년 출시 후 중국 시장에서 감자스낵류 대표 브랜드로 성장하며 지속적인 사랑을 받고 있습니다. 토마토맛, 스테이크맛, 허니버터맛, 치킨맛 등이 있으며, 별 모양 감자스낵에 달달한 설탕 코팅을 추가한 '야투도우 추이추이씽(呀!土豆脆脆星)'과 '야투도우 홍슈 추이슈티아오(呀!土豆红薯脆薯条)'를 출시해 제품 라인업을 확대했습니다.



감자의 소원, 튀기지 않은 감자칩 슈웬

슈웬(薯愿)은 튀기지 않고 구운 신개념 감자칩으로 감자칩 시장의 새로운 장을 개척했습니다. 슈웬은 '네 소원을 말해봐'와 '감자의 소망'이라는 중의적인 뜻을 내포하고 있으며, 기존의 감자칩과는 확연히 다른 깔끔한 맛으로 젊은 소비자들에게 사랑받고 있습니다. 중국 젊은층이 감자 본연의 담백함과 자극적이지 않은 신선한 맛을 선호한다는 것에 착안해 '오이맛'을 새롭게 선보이기도 했습니다.



재미와 맛을 동시에 하오뚜어위

감자를 주원료로 사용한 '하오뚜어위(好多鱼)'는 다양한 물고기 모양과 바삭한 식감을 즐길 수 있어 중국인들이 즐겨 찾는 제품입니다. '물고기가 많다'라는 재미있는 제품명과 바삭한 식감, 다양한 맛으로 주부들과 아이들에게 큰 호응을 얻고 있습니다.

간편 영양 충전 닥터유 견과바

오리온은 2020년 닥터유 단백질바(蛋白坚果棒), 에너지바(能量坚果棒) 2종을 출시하며, 중국 영양바 시장에 진출했습니다. 경쟁사 대비 높은 견과류 함량과 가성비로 현지에서 좋은 반응을 얻고 있습니다. 건강, 영양을 중시하는 소비자 트렌드에 발맞춰 제품 라인업을 확대해 나가면서 시장 점유율을 높여갈 계획입니다.



다층 초콜릿 케이크 큐티

2004년 출시된 디저트용 초콜릿 케이크 '큐티(Q蒂)'의 제품명은 귀엽다는 뜻의 영어 'Cute'를 의역한 것입니다. 진한 초콜릿으로 감싼 부드럽고 촉촉한 케이크와 향긋한 모카 & 헤이즐넛 크림이 듬뿍 들어있는 큐티는 먹을수록 진한 초콜릿 풍미와 부드러움을 즐길 수 있는 프리미엄 디저트입니다. 2018년에 출시된 '큐티파이 레드벨벳' 역시 상큼한 딸기 크림과 달콤한 초콜릿의 조화로 소비자의 사랑을 듬뿍 받고 있습니다.



상상력을 키우는 모구리

버섯과 초콜릿의 합성어인 '모구리(蘑古力)'는 비스킷과 초콜릿이 결합된 버섯모양의 제품입니다. 2004년 출시 이후 귀여운 초콜릿 버섯 머리와 바삭한 비스킷으로 소비자들에게 꾸준한 인기를 얻고 있습니다. 2020년에는 리얼 초콜릿으로 품질을 업그레이드해 소비자들에게 더 맛있는 제품을 제공하고 있습니다.



웨이브 해서 더 맛있는 하오요우취

기존 생감자칩과 달리 굴곡이 있는 모양(Ridged-cut)과 바삭한 식감, 생감자 본연의 맛과 양념이 잘 어우러진 색다른 생감자칩 '하오요우취(好悠游)'는 중국어로 '재미있다'는 뜻인 '하오요우취(好有趣)'와 같은 발음으로 소비자에게 '재미있는' 식감과 맛을 제공하고 있습니다. 2020년부터는 기존과 같은 가격에 중량은 20% 늘려 질 좋은 제품을 보다 저렴한 가격으로 소비자에게 제공하고 있습니다.

네 겹 바삭 랑리거랑

오리온은 2018년 네 겹 스낵 '랑리거랑(浪里个浪)'을 출시하여 큰 사랑을 받았습니다. 랑리거랑은 전에 없던 독특한 제형으로 차별화되는 바삭한 식감과 고소한 옥수수맛이 특징입니다. 오리지널 콘스프맛에 이어 중국에서 유행하는 마라새우맛, 한국에서 큰 사랑을 받은 초콜릿맛을 새롭게 선보였습니다.



말랑말랑 귀여운 과일 젤리 귀즈귀즈 & 귀즈귀신

2019년 과즙 함량 50%의 진한 과일 맛과 쫄깃한 식감, 귀여운 모양이 특징인 과일 젤리 귀즈귀즈(마이구미)를 출시했습니다. 차별화된 제품력을 바탕으로 쾌속 성장을 이루었으며, 2021년에는 외피와 과육이 씹히는 이중식감 과일 젤리 '귀즈귀신'을 출시하여 중국 젤리 시장에서 과일 젤리의 대표 브랜드로 성장하고 있습니다.

VIETNAM

ORION in Vietnam

오리온식품(베트남)유한회사
 22 Floor, Pearl Plaza, 561A Dien Bien Phu St,
 Ward 25, Binh Thanh Dist, HCMC, Vietnam
 T. 84-28-35-123-123 F. 84-28-35-123-414

My Phuoc 공장
 Ho Chi Minh Road, NA 3,
 My Phuoc Industrial Park 2,
 Ben Cat District, Binh Duong Province, Vietnam
 T. 84-650-553-700 F. 84-650-553-720

Yen Phong 공장
 Yen Phong Industrial Park,
 Yen Trung Town, Yen Phong Dist, Bac Ninh Province
 T. 84-241-369-9000 F. 84-241-369-9111

위기 속에서도 신제품을 중심으로 지속 성장

세계적인 코로나 위기에서도 베트남 법인은 쌀과자 '안'과 아침대용식 '세봉'을 필두로 지속적인 성장을 이어가고 있습니다. 2021년에는 젤리 생산라인을 현지에 구축하여 최근 높은 성장세를 보이며 잠재력이 큰 젤리 카테고리를 새롭게 개척하고 있습니다. 여름 한정판으로 출시한 초코파이 단팻말차맛과 오스타 고향감자 시리즈는 현지 소비자의 입맛에 딱 맞는 제품으로 좋은 반응을 얻었습니다. 또한, 건강에 관심이 높아진 소비자의 눈높이에 맞추어 원물 견과와 오리온의 맛코팅 기술을 접목한 '썩포'를 출시하여 더욱 적극적으로 신시장 진출에 힘쓰고 있습니다.

신시장 개척 강화

오리온은 신제품에 대한 수요가 높은 베트남 시장에서 젤리와 견과 시장에 진출하며 새로운 성장동력을 만들어 가고 있습니다. 대표적인 '초코파이'와 감자칩 '오스타'를 비롯한 주요 브랜드는 2022년에도 차별화된 신제품 출시를 통해 시장 선도 브랜드의 입지를 강화할 것입니다. 프리미엄 수입 음료 시장을 창출하고 있는 제주용암수는 하노이와 호치민을 넘어 다낭, 하이퐁 등 주요 대도시를 중심으로 판매 지역을 확대하여 탄탄한 충성고객을 쌓아가고 있습니다. 또한, 빠르게 변화하는 이커머스 및 신유통의 소비자 니즈에 지속적으로 대응하여 현지 소비자에게 더욱 사랑받는 종합 식품 기업으로 성장해 갈 계획입니다.

2021년 베트남 매출

3,414 억 원

영업이익

642 억 원

베트남 주요 제품



베트남 국민 과자 오리온 초코파이

초코파이는 베트남 파이 시장 점유율 66%(2021년 기준)를 자랑하며 베트남 국민 과자의 자리를 더욱 공고히 해나가고 있습니다. 맛있는 간식일 뿐만 아니라, 존경과 사랑의 마음을 전하는 선물로도 변함없이 사랑받고 있습니다.

제대로 구운 쌀과자 안

쌀국수로 유명한 베트남은 연중 벼농사가 가능한 세계 5위의 쌀 생산 국가입니다. 쌀은 베트남인의 DNA라고 할 수 있을 정도로 친숙하고 신뢰도가 높은 재료입니다. 오리온 쌀과자 '안(安)'은 '간간하게 고른 햅쌀로 제대로 구운' 콘셉트로 소비자의 호평을 받고 있으며 브랜드명을 통해 '안심'이라는 브랜드 가치도 강조하고 있습니다.



내일 아침엔 뭘 먹지? 세봉

2019년 출시된 세봉은 소비자 라이프 스타일 변화에 맞춰 아침 대용식 시장을 겨냥한 제품입니다. 브랜드명 세봉은 프랑스어로 'it's good/delicious'라는 뜻으로 베이커리풍의 차별화된 제품 특징을 강조했습니다. 짭조름한 닭고기를 가미해 쫄깃쫄깃한 고기 식감으로 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 아침 대용식으로 자리매김했습니다. 2021년에는 치즈크림을 추가한 신제품을 출시했습니다.



생감자스낵 베트남 No.1
오스타 & 스윙

젊은층의 라이프 스타일 변화와 함께 모던한 스낵들이 떠오르면서 생감자스낵은 높은 성장률을 이어가고 있습니다. 원료용 감자 수급과 품질 관리가 핵심인 생감자스낵 시장에서 오스타와 스윙은 당당히 글로벌 경쟁자보다 앞서 시장을 이끌어가고 있습니다. 오스타 감치맛은 경쟁자가 따라올 수 없는 한국의 맛으로 소비자들의 사랑을 받고 있습니다. 두꺼운 감자 슬라이스에서 느껴지는 바삭함과 진하고 깊은 풍미가 일품인 스윙은 청소년들의 인기 감자 스낵으로 손꼽히고 있습니다.



엄마의 마음을 담은 따뜻한 영양 간식
쿠스타스

부드러운 케이크와 풍부한 크림으로 온 가족이 즐겨먹는 영양 간식으로 자리 잡으며 소프트케이크 시장에서 높은 점유율을 차지하고 있습니다. 엄마의 따뜻한 마음과 정성이 담긴 쿠스타스를 간식으로 아이들 가방에 넣어주는 모습은 베트남 가정에서 흔히 볼 수 있는 풍경입니다.

재미로 먹고 맛으로 먹는
마린보이 & 정글보이

아이들이 좋아하는 바닷속 세상과 공룡 세상을 다채로운 과자 모양으로 옮겼습니다. 튀기지 않고 구워 건강하게 즐길 수 있는 간식입니다. 2021년에는 정글보이 초코맛을 출시해 브랜드 라인업을 확장해 가고 있습니다.



뉴질랜드산 최고급 버터로 만든 플라워 쿠키
마리카

100년 역사와 전통을 자랑하는 세계적인 버터 'Anchor'만을 100% 사용하여 만든 수제 콘셉트의 꽃모양 쿠키입니다. 고급스런 풍미와 부드러운 식감이 기존 제품들과는 완전히 다른 마리카만의 격(格)을 느끼게 합니다. 선물용 철제 케이스는 선물을 주는 사람과 받는 사람 모두가 만족할 수 있는 고급스러운 이미지를 선사합니다.

입에서 터지는 새콤달콤 즐거운 맛
붐젤리

진짜 과즙 30%의 붐젤리는 베트남 어린이의 입맛과 건강을 고려한 제품입니다. 쫄쫄하고 부드러운 식감으로 소비자의 사랑을 받고 있기도 합니다. 최근 급성장하고 있는 젤리 시장에서 엄마가 안심할 수 있는 대표 젤리 브랜드로 성장이 기대됩니다.



한 봉지의 스트리트 푸드
츄츄

꼬치구이, 어포구이 등 베트남 길거리 음식의 친숙한 맛을 바삭하고 사르르 녹는 식감으로 즐길 수 있는 제품입니다. 푸짐한 양과 부담 없는 가격으로 주로 길거리 음식을 간식으로 즐기는 베트남 청소년들 사이에서 인기 과자로 자리 잡고 있습니다.

RUSSIA

초코파이, 러시아 국민 파이로 자리매김

제품 다각화 통한 경쟁력 강화

초코파이는 러시아를 대표하는 브랜드로서 전체 제과 시장에서 TOP 5 브랜드로 더 큰 도약을 하고자 합니다. 지속적으로 늘어나는 수요에 부응하기 위해 2017년에는 노보시비리스크에 생산라인을 증설해 공급량을 연간 7억 개 이상으로 확대했으며, 2022년에는 뜨베리에 신공장이 완공될 예정입니다.

신공장은 기존보다 6배 이상 큰 규모로 파이·비스킷 등을 추가해 총 7개 라인이 들어설 수 있는 규모입니다. 연간 최대 생산량은 2천억 원 이상이며, 초코파이의 공급량도 연간 10억 개 이상으로 확대할 수 있게 됩니다. 신공장은 11조 원 제과 시장을 보유한 러시아를 공략하는 전초기지이자 중앙아시아와 유럽까지 시장을 확대하는 초석이 될 것입니다. 이를 통해 유라시아 시장 공략을 본격화하여 글로벌 기업으로서 제2의 도약을 이뤄내고자 합니다.

오리온은 2021년 프리미엄 카테고리 진입을 위해 기존의 잼과는 차별화된 카라멜, 마크(양귀비씨), 코코넛맛을 론칭하여, 초코파이 블랙커런트, 망고, 크랜베리, 애플 시나몬, 다크, 초코칩, 라즈베리, 체리와 함께 13가지의 초코파이 브랜드 라인업을 구축, 높은 매출 성장을 견인했습니다.

오리온은 2022년에도 신규 파이 카테고리 진입을 위해 후레쉬 파이를 출시하여 러시아 시장 내 파이 No. 1 리더십을 공고히 하는 한편, 신공장 가동 이후에는 비스킷, 스낵 등 다양한 신제품을 선보여 다제품 체제로 성장을 이어갈 방침입니다.

ORION in Russia

오리온 인터내셔널 유로
108811, Russia, Moscow, Moskovsky settl.,
Kievskoe highway 22 km. area 6,
str. 1, 3rd floor, 2nd bld., office 18
T. 7-495-787-9909 F. 7-495-987-1480

Tver 공장
Kalininsky Municipal Dist., Nikulinskoye 170518,
Tver, Russia
T. 7-482-249-4828 F. 7-482-249-4831

Novosibirsk 공장
630088 St. Severny Pоеzd 35 (Kirovsky Rayon),
Novosibirsk, Russia
T. 7-383-344-7055 F. 7-383-344-0291

2021년 러시아 매출

1,170 억 원

영업이익

167 억 원

러시아 주요 제품



꾸준한 사랑을 받는 오리온 초코파이

1993년 러시아에 수출되기 시작한 초코파이는 현지에서 25년 넘게 지속적인 사랑을 받고 있습니다. 차를 많이 마시는 러시아인들의 문화에 잘 어울리는 초코파이는 지속적인 현지화 전략과 꾸준한 품질 향상 노력을 통해 일상에 깊이 뿌리내리며 꾸준한 인기를 얻고 있습니다.

품질향상 프로젝트의 일환으로 방부제와 합성 색소, MSG 등을 전혀 사용하지 않고, 오리온만의 기술과 개별 포장으로 방부제 없이도 오랜 기간 보관할 수 있도록 유통 품질을 개선하였으며, 영양 강화를 목적으로 비타민 B2/B6/E와 칼슘, 철, 요오드 등의 미네랄을 첨가했습니다. 2010년에는 러시아에서 자발적으로 초코파이에 대한 GMO를 검사하고 무첨가를 선언한 첫 번째 기업이 되었습니다. 또한 2011년에는 권위 있는 과학기관인 Russian Institute of Nutrition과 협력하여 아침에 적합한 영양 밸런스를 맞췄습니다. 2012년과 2014년에는 각각 Moscow State University of Food Production에서 트랜스지방 제로 실현 인증, Global Food Safety Initiative에서 FSSC (Food Safety System Certification) 인증을 받았습니다.

2019년부터는 기존 오리지널 맛 중심에서 벗어나 현지 소비자들에게 친숙한 '체리', '블랙커런트', '망고' 초코파이 등 '잼'을 활용한 차별화된 제품을 잇달아 출시해 소비자 선택의 폭을 넓혔습니다. 2021년에는 초코파이 다크에 카라멜을 넣은 다크 카라멜, 러시아 소비자들이 가장 즐겨 먹는 마크(양귀비씨)맛, 라파엘로 특유의 코코넛 크림맛을 새롭게 선보이는 등 현재 러시아에서는 오리온 법인 중 가장 많은 13종의 초코파이를 생산, 판매하고 있습니다.

앞으로도 품질에 대한 신뢰를 바탕으로 시장을 선도하는 대표 브랜드로서의 입지를 강화해 갈 계획입니다.

끝없는 상상력을 전하는
초코보이

'초코보이(Choco Boy)'는 버섯 모양과 재미있는 캐릭터, 밀크초콜릿과 바삭한 비스킷이 어우러진 독특한 맛으로 아이들에게 사랑받고 있습니다. 2021년도에는 기존의 밀크초콜릿맛과 캐러멜맛에 더해 블랙커런트 맛, 망고맛을 새롭게 선보였습니다. 쿠키 속에 달콤한 초콜릿이 들어있는 초코보이 사파리는 밀크초콜릿맛과 바나나맛 2종의 제품이 있습니다. 2022년에는 딸기맛 등 라인업을 더욱 다양화하여 브랜드를 지속적으로 확장해 나갈 계획입니다.



몸까지 가벼워지는 얇은 쿠키 크래커
구떼

'구떼(Goute)'는 얇은 쿠키 타입의 크래커로, 특유의 달고 짠 맛과 입에서 사르르 녹는 식감, 합리적인 가격대까지 갖춰 출시 초기부터 러시아의 젊은 여성 직장인을 중심으로 큰 인기를 끌고 있습니다. 또한 모카 커피 맛을 구현하는 데 성공, 구떼 오리지널과 함께 지속적으로 사랑받고 있습니다.



리얼 초콜릿 청크가 듬뿍
촉촉한 초코칩 (мягкое печенье ChoCoChip)

가족 또는 친구들과 함께 티타임을 즐기는 러시아 문화에 착안해 차와 곁들이기 좋은 촉촉한(мягкое печенье) 초코칩을 2019년부터 생산·판매하고 있습니다. 초콜릿의 명기인 벨기에 '카길 초콜릿'과 공동으로 러시아 소비자 입맛에 딱 맞는 100% 리얼 초콜릿 청크를 개발하는 데 성공했습니다. 고품질의 네덜란드 오렌지 필이 들어있는 자매품도 함께 출시했습니다.



입안에서 바삭, 사르르 녹는 식감
CRACK IT

바삭한 식감의 크래커 'CRACK IT'은 '입안에서 사르르 녹는 생크림맛'과 '코코넛을 듬뿍 넣어 고소한 코코넛맛' 2종으로 즐길 수 있습니다. 입안에 넣으면 바삭하면서 사르르 녹는 식감을 느낄 수 있으며, 5개씩 소포장해 가방에 쏙 들어갈 수 있도록 휴대성을 높였습니다.



구운 빵을 바삭하게 말려 독특한 식감
Mr. Bagetti

오븐에서 2번 구운 'Mr. Bagetti'는 와그작 씹히는 독특한 식감에 우유 고유의 맛이 일품인 '밀크맛', 구운 양파를 넣고 시즈닝으로 버무린 '양파맛'과 '갈릭버질맛' 3종이 판매 중입니다. 맥주, 음료와 함께 즐기기에 좋은 제품으로 소비자 선택의 폭을 넓히기 위해 80g과 180g으로 용량을 다양화했습니다.



INDIA

인도 시장 공략 확대, 오리온 제품 인지도 강화할 계획

오리온은 인도 시장의 특성을 고려해 현지 제조업체인 만 벤처스(Mann Ventures)와 위탁생산 관리 계약을 맺은 후 2021년 3월부터 본격적으로 초코파이를 생산, 인도 내 판매를 시작했습니다. 2021년 12월에는 초코파이 딸기, 초코칩쿠키를 생산하고 분포를 시작했습니다. 뿐만 아니라 베트남으로부터 카스타드, 쌀과자를 수입하여 판매함으로써 초기 시장에 진입했습니다. 유통업체들을 통해 인도 주요 대도시의 대형마트에 입점했고, 이커머스 시장이 점차 확대하는 추세에 따라 아마존을 비롯한 주요 채널에서도 판매를 시작했습니다.

2022년에도 지속적으로 제품 분포 확대 및 출시를 통해 인도 시장을 넓혀나갈 계획입니다. 신규 유통 거래처 및 시장 분포 확대를 통해 매출을 증대하고 인도 내 오리온 제품의 브랜드 인지도를 높여나갈 예정입니다. 특히 기존 인도 북부 지역에서 판매를 더욱 확장하며, 신규 거래처 발굴을 통해 매출을 증대할 계획입니다. 또 인도 시장에 적합한 신규 제품군을 지속적으로 테스트하여 향후 인도 시장에 판매할 수 있는 다양한 제품군을 확보해 나갈 계획입니다.

ORION in India

오리온 뉴트리셔널스
7th floor, Paras downtown center, DLF Phase 5,
Golf course Road, Gurgaon, Haryana, India

Rajasthan 공장
Kamalpur, Rajasthan, India

인도 주요 제품



인도로 이어지는 파이로드 초코파이

2021년 3월부터 인도에서 현지 생산되기 시작한 초코파이는 채식주의자가 많은 인도 시장을 고려해 채식용 마시멜로우를 사용하여 제품을 만들고 있습니다. 비스킷과 스낵이 대부분을 차지하는 인도 시장에서 오리온만의 지속적인 현지화 전략과 품질 향상 노력을 통해 성공적으로 안착하는 중입니다.

2021년 11월에는 한국, 중국, 러시아 등에서의 경험을 바탕으로 인도 현지인이 가장 선호하는 맛을 구현한 결과 초코파이 딸기잼을 출시했습니다.

부드럽고 촉촉한 쿠스타스 컵케이크(Custas-Cup cake)

2021년 상반기부터 베트남으로부터 수입하여 판매하기 시작한 카스타드 제품은 뛰어난 맛과 식감으로 소비자들의 좋은 반응을 얻고 있습니다.



바삭하게 갇구어 낸 듯한 쌀과자 오라이스(O'rice)

2021년 상반기부터 베트남으로부터 수입하여 판매하기 시작한 쌀과자 오라이스는 기존 인도에서 볼 수 없었던 형태의 제품입니다. 특히 쌀을 사용하여 만든 건강한 제품이라는 점이 소비자들의 긍정적인 반응을 얻고 있습니다.



바삭함과 진한 초코칩이 듬뿍 초코칩비스킷(Chocochip Biscuit)

진한 채식용 리얼 초코칩이 26% 함유된 쿠키입니다. 바삭한 식감과 진한 초콜릿을 좋아하는 인도 소비자들에게 호평받고 있습니다.



주요 판매 국가

명실상부한 글로벌 제과 브랜드로서 세계 곳곳으로 뻗어 나가고 있는 오리온은 중국, 베트남, 러시아, 인도를 비롯해 미주, 동남아시아, 중동 등 60여 개 국가에서 제품을 판매하고 있습니다. 품질 혁신과 제품 다양화에 힘을 쏟으며 브랜드 경쟁력을 더욱 강화하고 있는 오리온은 스테디셀러 '초코파이' 외에도 '꼬북칩', '고래밥', '오!감자'를 비롯해 '닥터유 제주옹암수'를 수출품 대열에 올려 폭넓은 해외 고객층을 확보하고 있습니다.



신 규 사 업

닥터유 제주용암수



1 닥터유 제주용암수 제품을 생산하는 공장 전경
2 닥터유 제주용암수 전체 제품

오리온은 2019년 8월 제주시 구좌읍 용암해수산업단지 30,000㎡ (9,075평) 부지에 건축면적 14,985㎡(4,533평) 규모로 생산공장을 준공하고 같은 해 12월 '오리온 제주용암수'를 출시했습니다. 2021년 2월에는 '오리온 제주용암수'의 제품명을 '닥터유 제주용암수'로 변경하고 산뜻한 청녹색을 메인 컬러로 바다가 넘실거리는 듯한 라벨 디자인으로 리뉴얼했습니다. 3월에는 (사)한국국제소물리에협회가 진행한 '제5회 먹는샘물 품평회'에서 국내 시판 중인 74개 제품 중 89.75점으로 최고점을 받았습니다. 한국 대표 워터소물리에들로부터 '최고의 물'로 인정받으며 '물맛 좋은 경수'임을 다시 한번 확인했습니다.

닥터유 제주용암수는 칼슘, 마그네슘 등 미네랄이 풍부한 제주 용암해수를 원수로 사용해 만들어집니다. 제품 영양정보를 확인해보면 2L 기준 칼슘 132mg, 칼륨 44mg, 마그네슘 18mg이 들어있습니다. 물에 녹아있는 칼슘, 마그네슘 함량을 나타내는 경도는 200mg/L로 경도가 높은 물인 경수(硬水, Hard Water)에 해당합니다.

닥터유 제주용암수는 독일, 스위스 등에서 최첨단 설비와 신기술을 도입했으며, 미네랄 블렌딩 및 물 맛과 관련해 미네랄 추출기술 권위자인 일본의 우콘 박사, 국가대표 워터소물리에 고재운 교수 등 최고의 연구진들이 참여해 제품력을 높였습니다. 현재 중국, 베트남, 러시아로 수출하며 글로벌 시장에도 진출해 세계적 명수들과 경쟁해 나가고 있습니다.

오리온은 지난해 11월 제주용암수 공장에 건강기능식품 제조시설 인증인 'GMP 인증'을 획득하고 올해 2월 오리온 최초의 건강기능식품인 '닥터유 면역수'를 출시하며 용암수 라인업 확장에 나섰습니다. 최근 건강에 대한 관심이 커지면서 '정상적인 면역기능'에 필요한 아연을 간편하게 마실 수 있는 건강기능식품을 출시, 브랜드의 '건강' 이미지를 강화했습니다. 향후 여러 기능성 원료를 활용해 더 다양한 제품들을 선보일 예정입니다.

오리온은 지역경제 발전과 용암해수산업단지 활성화를 위해 힘쓰고 있습니다. ▶제주용암해수를 활용한 제품 판매 이익의 20%를 별도 기금으로 적립해 제주도에 환원 ▶제주지역 인력 우선 고용 ▶제주도 내 투자 확대 ▶제주 청정 이미지의 해외 홍보 ▶제주 지역특산물의 해외판로 개척에 대한 협력 등 지역 사회공헌에 적극적으로 앞장설 것입니다. 이 중 제주도 지역 사회공헌 기금은 제주도와 사전협의 후 환경보호를 위한 지원과 사회복지 분야, 제주바다 생태보전 활동, 지역인재 육성 장학금 및 제주 문화·예술·학술의 진흥 등을 위해 사용할 계획입니다.

닥터유 제주용암수와 닥터유 면역수는 가정 배송 서비스를 통해 편리하게 주문할 수 있습니다. 닥터유 용암수 공식몰(www.jejuyongamsoo.com) 및 구글 플레이, 애플 앱스토어 등에서 '닥터유 제주용암수' 애플리케이션을 다운로드하거나 홈페이지, 주문 전용 전화(080-023-5701) 등을 통해 쉽게 구매할 수 있습니다.

신 규 사 업

마켓오 네이처



1. 오그레놀라 콘셉트 이미지
2. 오그레놀라 전체 제품

오리온은 더 건강하고 더 맛있고 더 간편하게 즐길 수 있는 식품을 소비자에게 제공하기 위해 프리미엄 간편대용식 사업에 착수하고 2016년 9월 농협과 합작법인 '오리온농협(주)'을 설립했습니다. 오리온의 간편대용식 사업은 농협이 국산 농산물을 공급하고 오리온농협(주)에서 제품을 생산해 오리온이 판매하는 구조입니다. 이를 위해 경상남도 밀양시 부북면 제대 농공단지에 9,900㎡(3,000평) 규모의 공장을 건설하고 2018년 프리미엄 간편대용식 브랜드 '마켓오 네이처'를 론칭했습니다.

쌀, 사과, 검은콩 등 국산 농산물과 귀리 등으로 만든 오그레놀라와 오그레놀라바는 2021년까지 누적판매액 538억 원을 돌파하며 전년 동기 대비 판매액이 43% 이상 급증했습니다. 온 가족이 다 함께 즐길 수 있는 대중적인 맛과 가벼운 신식감의 '오그레놀라 팝', 오리온의 인기 과자와 콜라보로 맛과 재미를 더한 '오그레놀라 초코고래밥', '오그레놀라 다이제', 취식 간편성을 한층 더 높인 '오그레놀라바' 시리즈 등 타깃별 라이프 스타일을 반영한 제품을 선보이며 그레놀라 시장을 지속 확대해 가고 있습니다.

오리온은 지속적인 연구, 개발을 통해 다양한 신제품을 출시함으로써 국내 그레놀라 시장 확대를 선도해갈 방침입니다.

또한 중국, 베트남, 러시아 등 글로벌 영업망을 활용, 향후 해외시장을 적극적으로 공략해 우리 농산물 소비 및 수출 확대에도 기여할 계획입니다. 특히 중국의 경우 우리나라 생산 먹거리에 대한 신뢰도가 높고, 최근 건강식품에 대한 관심도 높아지고 있어 수요가 적지 않을 것으로 예상하고 있습니다.



2

신 규 사 업 바이 오



1. 루강하오리요우 생산시설

오리온홀딩스는 2020년 10월 중국 국영 제약기업 '산둥루강의약(이하 루강)'과 합자계약을 체결하고 160조 원 규모의 중국 제약·바이오 시장에 진출했습니다. 오리온홀딩스와 루강은 각각 65%, 35%의 지분을 투자하여 2021년 3월 '산둥루강하오리요우생물기술개발유한공사(이하 루강하오리요우)' 합자법인 설립을 마치고 본격적으로 사업을 추진하고 있습니다.

1966년 설립된 루강은 산둥성에 본사를 둔 중국 중견 국영 제약기업입니다. 중국 항생제 생산 규모 기준 'Big 4' 기업 중 하나로 의약품 및 의약품 중간체 500여 개 품목을 직접 생산하고 있으며 의약품 중간체, 동물용 의약품, 사료, 비료 등 13개 계열사를 보유하고 중국 32개 성 전역에 유통망을 갖추고 있습니다.

오리온홀딩스는 국내 우수 바이오 기업을 발굴하고, 중국 진출을 위한 파트너 역할을 담당하고자, 국내 금융권 제약·바이오 분야 최고 전문가들이 참여하는 '한·중 제약·바이오 발전 포럼'을 정기적으로 개최하고 있습니다. 포럼에서 발굴된 바이오 기술은 한국, 중국 등 국내외 제약·바이오 학계, 의료계 전문가들의 객관적인 기술 평가 및 시장성 검증 등을 거치게 되며, 최종 선정된 국내 바이오 기술은 루강하오리요우가 중국 내 임상, 인허가, 생산, 판매 및 마케팅을 추진합니다.

바이오 사업 초기에는 발병률이 높은 암 중증질환 등을 조기 발견하는 체외진단 분야를 중점 사업영역으로 선정하고 시장을 확대해 나간다는

계획입니다. 2021년 5월 국내 암 체외진단 전문기업인 '지노믹트리'와 대장암 조기진단 제품의 기술이전 본계약을 체결하였고, 2021년 10월 중국 현지에 바이오 사업 기반을 위한 인프라(실험실, 생산시설)를 구축하였습니다. 올해 2월에는 글로벌 백신 전문기업 '큐라티스와 결핵백신 공동개발을 위한 계약을 체결했습니다. 2022년에는 인프라를 통해 생산된 제품으로 중국 내 임상시험을 진행할 예정입니다.

오리온홀딩스는 초기 바이오 사업 역량을 키운 후 장기적으로 체외진단 분야와 더불어 예방, 치료, 제약(신약, 복제약) 분야에서도 지속적으로 우수한 기술을 발굴하여 루강하오리요우의 파이프라인을 확대해 나간다는 전략입니다.



SHOWBOX

쇼박스

쇼박스는 2021년 배우 차승원, 김성균, 이광수, 김혜준 주연의 영화 <싱크홀>로 극장 관객 219만 명을 모으며 코로나19로 침체된 극장가에서 큰 성과를 거뒀습니다. 나 흥진 감독이 기획하고 태국의 반종 피산다나쿤 감독이 연출을 맡은 한태 합작 영화 <랑중>은 청소년관람불가 영화임에도 불구하고 국내뿐 아니라 아시아 각국에서 기록적인 성적을 달성했습니다. 또한 2022년 개봉 예정작 <비상선언>을 제74회 칸 영화제에 선보이며 세계 영화계에 한국 영화의 저력을 다시금 입증했고, 배우 신세경을 주인공으로 한 시네마틱 리얼 다큐 '어나더 레코드'를 제작해 KT Seezn을 통해 선보이는 등 사업의 외연을 넓혔습니다.

2022년에는 한국 최초 리얼리티 항공 재난 영화이자 제74회 칸 영화제 비경쟁 부문 초청작 <비상선언>을 비롯해, 신분을 숨긴 채 자사고 경비원으로 살아가는 탈북한 천재 수학자 '학성'(최민식)과 수학 공부를 포기한 고등학생 '지우'(김동휘)가 만나 벌어지는 이야기를 다룬 <이상한 나라의 수학자>, 하늘에서 3일의 휴가를 받아 내려온 엄마가 딸의 곁에서 지내며 벌어지는 기적 같은 순간을 담은 판타지 드라마 <휴가> 등 다양한 장르와 메시지를 담은 영화를 선보일 예정입니다. 뿐만 아니라 플랫폼을 가리지 않는 다양한 콘텐츠 제작을 통해 '멀티 콘텐츠 창작기업'으로 체질을 전환해 갈 계획입니다.

•쇼박스 SHOWBOX Corp.

•주요사업

영화 배급, 영화 투자/제작, 외국영화 수입, 해외 상영관사업, 온라인 비즈니스, 글로벌 콘텐츠 사업, 드라마 제작 사업 등

•주소지

서울시 강남구 도산대로 310(논현동, 916빌딩)

•전화

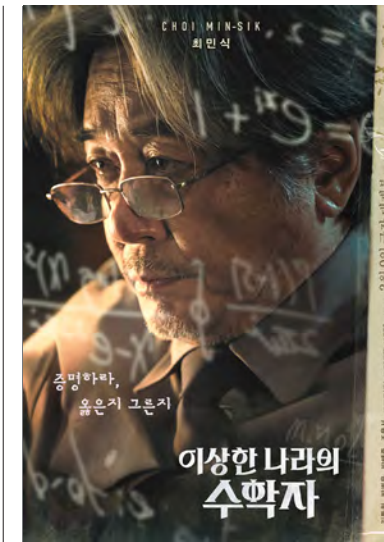
02-3218-5500

2022년 주요 작품



비상선언

한국 최초 리얼리티 항공 재난 영화인 <비상선언>은 송강호, 이병헌, 전도연, 김남길, 임시완, 김소진, 박해준 등 국내 최정상급 배우의 캐스팅과 <우아한 세계>, <관상>, <더 킹>으로 관객과 평단의 뜨거운 사랑을 받았던 한재림 감독의 연출로 제작 초기부터 큰 화제를 모았습니다. 2021년 제74회 칸 영화제 비경쟁 부문에 공식 초청돼 세계 관객들의 호평을 받은 작품으로, 항공 재난을 소재로 탄탄한 스토리와 압도적인 스케일을 예고하며 2022년 한국 영화 최고의 기대작으로 꼽히고 있습니다.



이상한 나라의 수학자

영화 <이상한 나라의 수학자>는 신분을 숨긴 채 자사고 경비원으로 살아가는 탈북한 천재 수학자 '학성'(최민식)과 수학 공부를 포기한 고등학생 '지우'(김동휘)가 만나 벌어지는 이야기를 다룹니다. 긴 설명이 필요 없는 대한민국 대표 배우 최민식, 총무로에 혜성처럼 등장한 신예 김동휘가 만나 신선한 연기 시너지를 선보입니다. 낯설고도 친숙한 '수학'이라는 소재를 통해 새로운 관계를 쌓아가는 두 주인공의 이야기를 다룬 영화로, 우리 주변을 돌아보게 만드는 따뜻한 메시지가 있는 작품입니다.



휴가

하늘에서 3일의 휴가를 받아 내려온 엄마가 딸의 곁에서 지내며 벌어지는 기적 같은 순간을 담은 판타지 드라마 <휴가>는 일상에 지친 관객들의 마음을 어루만져 줄 작품입니다. 한적한 시골 마을을 배경으로 펼쳐지는 이야기가 따뜻한 여유를 선사합니다. 장르를 가리지 않고 탄탄한 연기력을 선보여 온 배우 신민아, 섬 없이 새로운 연기를 보여주는 관객의 명배우 김해숙이 모녀 관계를 그려냅니다. 반목과 화해를 거듭하는 평범한 엄마와 딸의 모습을 그려낸 두 배우의 연기가 뜨거운 공감을 이끌어냅니다.

주식회사 오리온 | 서울특별시 용산구 백범로 90다길 13(문배동 30-10)

T. 02-710-6000 F. 02-718-4825