

# ORION

2016



인사말씀

## Message from the Chairman



### 존경하는 오리온 고객 여러분, 안녕하십니까.

오리온은 전 세계적 경기둔화 속에서도 중국, 베트남 등 해외법인의 실적 호조와 쇼박스 영화 흥행 등으로 지난해 전년 대비 8.3% 성장하며 연결 기준 2조 3,824억 원의 매출을 기록했습니다. 사업구조 개선을 통한 수익성 증대로 영업이익도 20.3% 상승한 2,993억 원을 달성했습니다.

국내사업 부문은 내수경기 침체와 매尔斯 여파에 따른 전반적 소비경기 악화 속에서 '착한 포장 프로젝트'를 가속화하며 소비자의 큰 호응을 얻었습니다. 더불어 사업구조 개선에 따른 운영 효율화로 큰 폭의 영업이익 상승을 이끌었습니다.

해외사업 부문은 글로벌 경기둔화와 원화 강세의 어려운 대외 환경 속에서도 중국 시장을 필두로 매출과 영업이익 모두 성장하는 성과를 이루어냈습니다. 특히 중국에서는 지난해 매출액 1조 3,329억 원, 영업이익 2,004억 원을 올려 사상 최대 실적을 달성했습니다.

올 한 해도 해외사업 부문은 지속적인 성장 드라이브 전략을 펼쳐갈 계획입니다. 중국 법인은 지난해 베이징에 설립한 플레이크

오리온그룹 회장 담 철곤

## 창립 60주년, 새로운 시작

2016년은 오리온 창립 60주년임과 동시에 60갑자를 넘어 새로운 출발에 나서는 해라는 점에서 의미가 큽니다. 1956년 설립 이후 오리온은 '사람이 먹는 음식만큼은 가장 정직한 마음으로 만들어야 한다'는 창업정신 아래 수많은 히트 제품들을 선보이며 60년 동안 국내외 제과 산업을 이끌어왔습니다. 오리온은 올해를 새로운 출발의 원년으로 삼고 식품에 대한 올바른 철학과 전통, 윤리적인 기업문화를 바탕으로 세계를 향해 끊임없이 움직이며 한 단계 더 큰 도약의 발판을 마련할 것입니다.

### Contents

02 경영철학  
04 주요 연혁  
08 사업 개요

12 한국  
20 중국  
24 베트남  
28 러시아  
32 주요 수출 국가

34 쇼박스  
35 오리온 농구단

36 주요 재무 성과  
37 주가 정보

경영철학

## Management Philosophy

업의 본질을 지켜 오리온만의 신념을 실천합니다

‘사람이 먹는 음식만큼은 가장 정직한 마음으로 만들어야 한다.’ 오리온이 창업 이후 한결 같이 지켜온 업(業)의 본질입니다. 오리온은 정직한 마음으로 만든 건강하고 좋은 제품으로 고객의 삶에 행복을 더한다는 기업이념을 지속적으로 실천하고 있습니다.

**ONLY  
ORION**

‘남다름’은 오리온 가족들의 모든 생각과 행동에 대한 기본 철학입니다.



**FAIR  
QUALITY**

‘사람이 먹는 음식만큼은 가장 정직한 마음으로 만들어야 한다’는 창업정신입니다.

## ORION WAY

업의 본질을 중심으로 핵심역량을 강화하고 윤리적인 조직문화를 확립합니다. 미래 성장 기반을 구축하고 고객으로부터 신뢰 받는 글로벌 기업으로 도약합니다.

1

### 본질 중심의 핵심역량 강화

‘맛있고 품질 좋은 제품을 합리적인 가격으로 공급한다’는 오리온의 기본 정신을 바탕으로 차별화된 품질과 가격을 통해 고객가치를 높입니다. 오리온은 원칙과 기준을 지키는 효율적인 경영으로 고객에게 신뢰 받으며 지속적으로 성장합니다.

2

### 윤리적 조직문화 확립

준법경영과 투명경영을 기반으로 윤리적 조직문화를 확대·심화하고 구성원들이 상호 협력하고 건전하게 견제하면서 하나 되는 조직 문화를 만듭니다. 안으로는 성과에 대한 공정한 보상을 실현하고 밖으로는 사회공헌을 활발히 실천합니다.

3

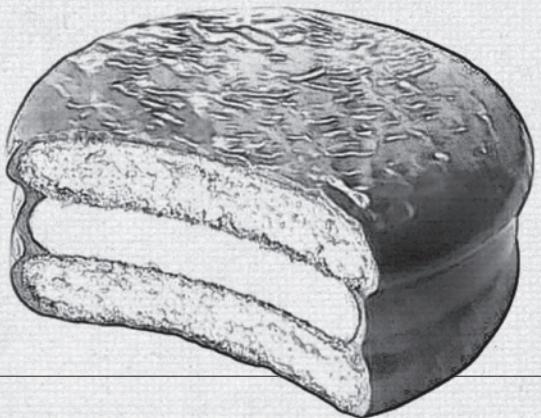
### 미래 성장 기반 구축

지속적인 신제품 개발과 기존 사업영역의 확장을 통해 미래 신 성장 동력을 확보하고, 비용 효율성을 제고해 경쟁력을 강화하겠습니다.

주요 연혁

## Corporate History

창립 60주년이자 60갑자를 넘어 새로운 출발에 나서는 오리온,  
2016년을 새로운 출발의 원년으로 삼고 한 단계 더 큰 도약의 발판을 마련합니다.



1956 — 2016

The Original Orion, a World-class Company

### Only ORION, ORION Way

오리온은 혁신적인 생각과 방법으로 오리온만의 격을 찾고, 스스로 그 격을 높임으로써 시장을 선도해 나가고 있습니다. 진정으로 고객을 생각하는 마음과 남다르게 새로운 가치를 창출해내는 Only ORION의 경쟁력으로, 오리온은 World-class Company를 향해 힘차게 도약하고 있습니다.

### 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 |

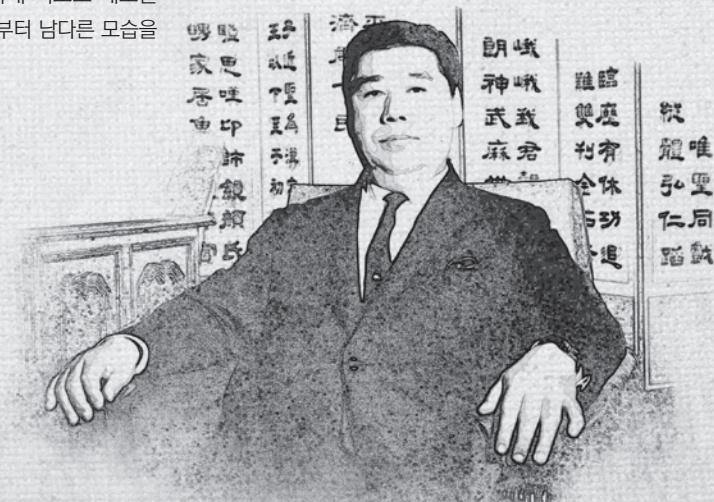
### 1960년대

#### 폭발적인 기술 개발

- |           |  |
|-----------|--|
| 1960.     | • 현대식 비스킷의 명품 '마미비스킷' 출시                         |
| 1962.     | • 천연과즙향의 '후로쓰드롭프스', 쫌이 소프트캔디 '츄낫캔디' 출시           |
|           | • '해피비스킷', '오리온 크래커' 출시                          |
| 1965.     | • 다양한 고급 신제품 개발 박차                               |
| 1967.     | • 캔디에 초콜릿을 주입한 '초코캔디' 출시                         |
| 1968. 08. | • 캔디 자동 포장화 공정 시작                                |
| 09.       | • 판초콜릿 제조하며 국내 시장 석권<br>('님버원 초콜릿', '님에게 초콜릿' 등) |

### 시작부터 남다른 오리온

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



**1970년대****위기와 극복**

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

**1974****오리온 초코파이**

오리온은 1974년 '오리온 초코파이'를 독자 개발하며 새로운 역사를 쓰기 시작했습니다. 오리온 초코파이는 출시 첫해부터 매년 100% 이상 성장하며 오늘날의 오리온으로 발전할 수 있는 기틀을 마련하는 데 큰 역할을 했습니다. 현재 오리온 초코파이는 전 세계에서 매년 20억 개 이상 판매되는 인기 상품이되었습니다.

**1980년대****준비, 제 2의 도약을 향해**

- 1983. • '다이제' 생산 시작
- 1985. • 업계 최초 마케팅부 신설
- 1987. 07. • 미국 팝시코와 합작회사 오리온프리토레이 설립
- 1988. • '포카칩' 출시
- 1989. • 초코파이 情 광고 시리즈 시작
- 국내 최초의 구취 제거 기능 껌 '후라보노' 출시
- 1989. 12. • 담철곤 사장 취임

**1988****오리온 포카칩**

오리온은 1988년 감자를 95% 이상 주원료로 사용한 감자 스낵인 '포카칩'을 탄생시켰습니다. 2000년 이후 감자칩 시장 매출 1위를 놓치지 않고 있는 포카칩은 대한민국 스낵의 대명사로 자리잡고 있습니다. 한편, 1989년 12월 창업자인 이양구 회장의 타계로 오리온은 담철곤 부사장을 대표이사로 선임하여 분위기를 일신하며 또 다시 발전을 도모했습니다.

**1990년대****전환과 도약**

- 1993. 01. • 담철곤 부회장 취임
- 02. • 중국 북경사무소 설립
- 09. • 초코파이 러시아로 첫 수출
- 1994. 04. • 초코파이 20주년 '도서벽지 초등학교 책걸상 교체 캠페인' 교육부장관 공로패 수상
- 1995.** • 중국 현지 법인 OFC(ORION Food China) 설립
- 11. • 수출 1천만불탑 수상
- 1996. • 수출 300억 원 달성
- 농구단 창단

**1993****중국 진출**

1993년 북경사무소를 개설하며 중국에 첫발을 내디딘 오리온은 1995년 중국 현지 법인 OFC(ORION Food China)를 설립했습니다. 이를 기반으로 1995년 수출 1천만불탑을 수상하고, 1996년에는 수출 300억 원을 달성했습니다. 오리온은 1997년 마침내 북경 공장을 설립하고 상해, 천진, 대련 등으로 시장을 확대하면서 지방도시로까지 중국 시장 내 유통망을 넓혀 나갔습니다.

**2000년 이후****글로벌 기업으로 성장**

- 2001.** • 오리온그룹 출범
- 2002. • 중국 상해 공장 설립
- 2003.** • (주)오리온으로 사명 변경
- 2004. • 팝시코와 결별. OFL을 OSI(ORION Snack International)로 사명 변경
- 2006. • 중국 북경 공장 설립
- 베트남 미푹 공장 설립
- 러시아 뜨베리 공장 설립
- 혁신프로젝트 Step1. 트랜스지방 저감화
- 2007. • 혁신프로젝트 Step2. 포화지방 저감화
- 혁신프로젝트 Step3. Green Package
- '닥터유' 출시
- '마켓오' 출시
- 2008. • 러시아 노보 공장 설립
- 2009. • 베트남 엔퐁 공장 설립
- 국내 제과업계 최초 전 공장 HACCP 인증
- 2010. • 중국 광주 공장 설립
- 2012. • 중국 심양 공장 설립
- 2013.** • 중국 연 매출 1조 원 돌파
- 2014. • 국내 제과 업계 최초 '착한 포장 프로젝트' 진행
- 2015.** • 베트남 누적 매출 1조 원 돌파
- 중국 내 원료 생산기지(베이툰 공장) 가동
- 2016. • 42년 만에 초코파이 바나나 출시

**-2013~****지속적인 글로벌 매출 신장**

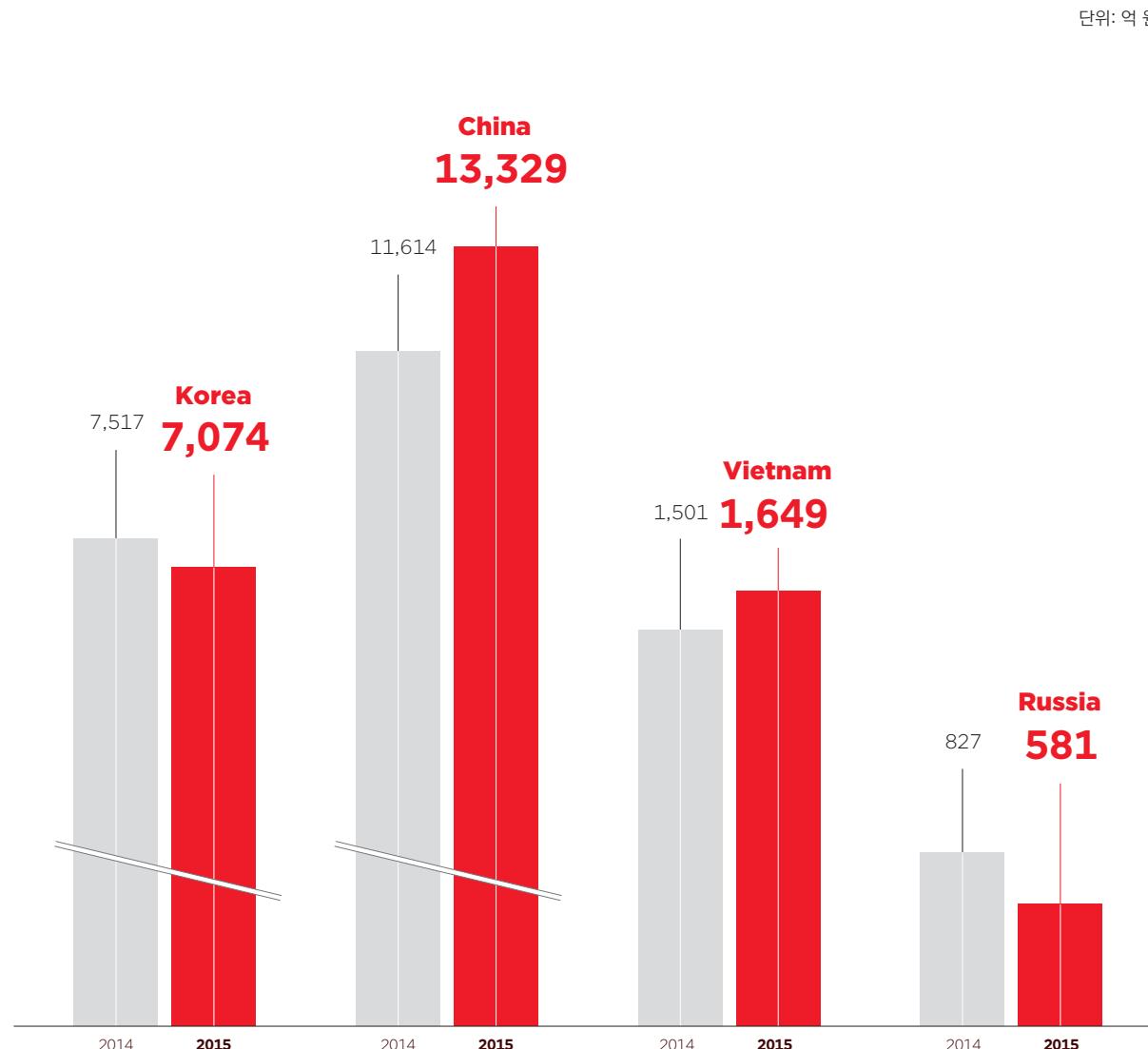
오리온은 2013년 중국 연 매출 1조 원을 돌파하며 글로벌 기업으로 발돋움했습니다. 본격적으로 해외 시장에 진출한 이후 2005년 해외 매출 1억 달러를 돌파한 오리온은 2009년에는 해외 매출이 국내 매출을 앞질렸습니다. 2015년 상반기에는 베트남 누적 매출 1조 원을 돌파했습니다. 베트남 매출의 고성장은 초코파이와 스낵 제품들이 이끌고 있으며, 성공 비결로는 제품 현지화, 정(Tinh) 영업 전략, 철저한 품질 관리 등을 들 수 있습니다.

## 사업 개요

# Business Overview

오리온은 한국 기업들이 내수 시장에만 집중하던 1990년대 중국 진출을 선언한 이래, 베트남과 러시아까지 진출에 성공하며 글로벌 기업으로 자리매김했습니다. 중국과 러시아, 베트남에 11개의 현지 공장을 가동하고 철저한 현지화 전략을 통해 글로벌 브랜드로 성장해 온 오리온은 이제 전 세계 소비자들이 찾을 만큼 높은 제품력을 갖추었습니다. 앞으로도 오리온만의 차별화된 품질과 전략으로 지속적인 성장 드라이브 전략을 펼쳐가겠습니다.

## 국가별 매출



## 공장 현황

## Korea

주식회사 오리온  
ORION Corporation

## 전북 익산

설립 1980. (2공장)  
1982. (3공장)  
생산라인 Pie, Biscuit, Chocolate

## 경기 안산

설립 1986.  
생산라인 Packing Materials

## 충북 청주

설립 1994.  
생산라인 Pie, Gum, Biscuit,  
Candy, Snack

## Vietnam

남부 미푹  
My Phuoc Factory  
설립 2006. 12.  
생산라인 Pie, Snack, Gum

## 북부 엔퐁

Yen Phong Factory  
설립 2009. 09.  
생산라인 Pie, Snack, Biscuit

## Russia

뜨베리  
Tver Factory  
설립 2006. 03.  
생산라인 Pie, Biscuit, Chocolate

## 노보

Novo Factory  
설립 2008. 04.  
생산라인 Pie, Biscuit, Chocolate

## China

하북 랑방  
ORION Food Co., Ltd.  
설립 1997. 05.  
생산라인 Pie, Gum, Biscuit

## 상해 청포

ORION Food (Shanghai) Co., Ltd.  
설립 2002. 09.  
생산라인 Pie, Snack, Biscuit

## 하북 랑방

ORION Food Co., Ltd.  
설립 2002. 11.  
생산라인 Packing Materials

## 하북 랑방

ORION Snack Co., Ltd.  
설립 2006. 05.  
생산라인 Snack, Biscuit

## 광동 광주

ORION Food (Guangzhou) Co., Ltd.  
설립 2010. 01.  
생산라인 Pie, Snack, Biscuit

## 요녕 심양

ORION Food (Shenyang) Co., Ltd.  
설립 2012. 01.  
생산라인 Snack, Biscuit

## 신장 베이툰

Orion (Bei Tun) Agro Processing Co., Ltd.  
설립 2014. 11.  
생산라인 Potato Flakes

## 2015년 주요 이슈

## 1.

## 오리온, 베트남 누적 매출 1조 원 돌파

오리온 베트남 법인 누적 매출이 1조 원을 넘어섰습니다. 오리온은 1995년 초코파이 수출로 베트남에 첫발을 내딛은 이래 호치민, 하노이에 현지 생산공장을 설립하며, 현지 최대 제과업체인 '킨도'를 제치고 베트남 제과 시장 점유율 1위를 달리고 있습니다. 베트남 성공 진출에는 철저한 현지화 전략과 엄격한 품질관리가 주효했습니다.

## 2.

## 포카칩, 초코파이 등 대표 제품 증량

오리온은 2014년 11월 마켓오 리얼브라우니 7개입 제품을 가격 변동 없이 8개입으로 늘리고, 리얼치즈칩, 눈을감자, 왕고래밥 제품의 증량을 단행한 바 있습니다. 오리온은 이에 그치지 않고 2015년에는 대표 제품인 포카칩, 초코파이는 물론 와우껌, 고래밥, 뉴팝 등 총 9개 품목에 대한 증량 작업을 진행했습니다. 이는 소비자 신뢰를 회복하는 계기가 돼 포카칩과 초코파이는 증량 이후 매출액이 전년 동기 대비 20% 이상 증가했습니다.

## 인원 현황

	단위: 명
한국	2,017
중국	6,967
베트남	3,692
러시아	438
쇼박스	51
합계	13,165

제과부문 사업 현황

# Confectionery Business

오리온은 1956년 설립 이후 ‘사람이 먹는 음식만큼은 가장 정직한 마음으로 만들어야 한다’는 창업정신 아래, 세계 곳곳에 맛있는 즐거움을 전하며 세계인의 건강하고 행복한 삶에 기여하고 있습니다.

오리온은 중국, 베트남, 러시아에 생산기지를 건설하고, 미주, 유럽, 동남아, 중동, 호주에 이르기까지 다양한 제품들을 수출하며 글로벌 기업으로 자리매김하고 있습니다. 오리온은 2016년을 새로운 출발의 원년으로 삼아 국내외에서 신제품들을 지속 출시해, 글로벌 시장을 확대하고 한 단계 더 큰 도약의 발판을 마련할 것입니다.



Confectionery  
Business:

# Korea

오리온은 1956년 제과 사업에 진출한 이래 수많은 히트 제품들을 선보이며 대한민국 대표 제과 브랜드의 자리를 지켜왔습니다. 올해 창립 60주년을 맞은 오리온은 대한민국 브랜드 가치 평가 제과부문 1위인 초코파이를 비롯해서 다양한 파워 브랜드 제품과 프리미엄 브랜드 닥터유, 마켓오 등을 통해 제과산업을 선도하고 있습니다.



2015년 한국 매출

**7,074** 억 원

## 지속적으로 사랑 받는 제품 'Power Brand'

Power Brand는 오랜 세월 동안 소비자들의 사랑을 받아온 오리온의 대표 제품을 말합니다. 고객만족과 식품안전을 최우선으로, 최고의 품질을 전하는 오리온의 집념과 자부심은 제품 하나 하나에 고스란히 담겨 있습니다. 이러한 노력을 오리온 제품이 전 세계인의 사랑을 받는 Power Brand가 되는 밑거름입니다.

모두가 인정하는 글로벌 브랜드 '초코파이'와 뒤기지 않은 감자칩이라는 차별화로 승승장구하는 '예감', 독특한 모양과 맛으로 중국인의 마음을 사로잡은 '오!감자', 진출하는 모든 국가에서 급격한 성장세를 보이는 '고래밥', 고소한 맛으로 카테고리를 대표하는 '고소미' 등 오리온의 Power Brand 제품들은 61개 이상의 국가에 수출되며 그 뛰어난 제품력을 인정받고 있습니다.

오리온은 앞으로도 더 맛있고 안전한 제품을 개발하여 오리온만의 브랜드 파워를 강화해 나가겠습니다.



초코파이

## 프리미엄 브랜드 'Dr. You'와 'Market O'

오리온은 맛에 영양을 더한 Dr. You와 자연 재료의 맛과 향을 살린 Market O를 통해 프리미엄 제과 시장을 이끌고 있습니다.

'닥터유'는 누구나 안심하고 선택할 수 있는 건강한 과자를 만들겠다는 오리온의 신념이 만들어낸 브랜드입니다. '과자로 영양을 설계 하다'라는 슬로건에서도 알 수 있듯이, 오리온은 건강을 중시하며 생활 스포츠를 즐기는 현대인의 트렌드를 반영해 언제 어디서나 즐길 수 있는 영양과자를 개발하여 고객에게 먹는 즐거움을 넘어 균형 잡힌 영양을 전하고 있습니다.

맛을 뛰어 넘어 새로운 라이프스타일을 제시하는 '마켓오'는 건강한 먹거리에 남다른 가치를 더하고자 하는 오리온의 철학을 레스토랑과 제과 제품을 통해 실현합니다. 마켓오 레스토랑은 지난 2003년 1호점을 오픈한 이래 현대인의 Well-being 트렌드를 선도하고 있으며, 마켓오 제과 제품은 자연 재료의 순수한 맛과 헤메이드 감성을 더한 프리미엄 제품으로서 입지를 굳히고 있습니다.

## ORION in Korea

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

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

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

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

안산 공장 Ansan Plant  
경기도 안산시 단원구 산단로 20번길 22(원시동 835-2)  
T. 031-489-2642 F. 031-492-5006



60년 동안 대한민국 대표 제과 브랜드로 자리매김해온 오리온은 먹는 즐거움에 건강한 맛과 영양까지 더하며 고객의 삶에 행복을 전하고 있습니다.



한국 주요 제품

# Products in Korea



## 42년 만에 신제품 출시, 초코파이

전 세계 60여 개국에서 연간 21억 개 이상 판매되며 세계인의 간식으로 사랑 받고 있는 초코파이. 오리온은 창립 60주년을 맞아 ‘초코파이 情 바나나’를 내놓았습니다. 초코파이 바나나는 1974년 초코파이 탄생 42년 만에 처음으로 내놓은 자매 제품입니다. 오리온은 60주년을 앞두고 지금의 오리온을 만든 주역인 초코파이의 새로운 제품을 개발하기로 결정하고, 20년 넘게 초코파이만 만들어 온 파이팀장을 중심으로 10여 명의 TF팀을 구성, 3년에 걸친 연구 개발 끝에 60년 노하우를 그대로 담은 초코파이 바나나를 만들었습니다. 초코파이 바나나는 오리온의 새로운 출발을 알리는 의미가 담긴 야심작으로, 특히 젊은 세대의 입맛을 사로잡을 것으로 기대됩니다.



## 국내 시장 최초 연 매출 1,500억 원 돌파, 포카칩

1988년 출시 이래 지속적인 투자와 노력으로 소비자의 입맛을 사로잡은 포카칩은 2015년 감자칩 최초로 연 매출 1,500억 원을 돌파하며 메가 브랜드에 등극하는 등 지난 14년간 감자스낵 시장 1위를 지켜오고 있습니다. 성인 소비층의 확대와 최근 진행한 가격 변동 없는 증량, 그리고 지난 27년간 축적해 온 오리온만의 생감자 스낵 노하우가 담긴 우수한 품질에 따른 결과입니다. 한편 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 고객 만족을 높이는 노력을 지속하고 있습니다. 최근에는 토마토의 상큼한 맛을 담은 ‘포카칩 토마토파스타맛’을 출시하며 생감자칩 1등 브랜드로서 스낵 시장 트렌드를 이끌어 가고 있습니다.



## 고래밥이 쫄~깃! 해졌다, 젤리밥

오리온은 고래밥의 바다 동물 캐릭터로 만든 신제품 ‘젤리밥’을 새롭게 출시했습니다. 젤리밥은 젤리와 고래밥의 합성어로 1984년 출시돼 ‘맛으로 먹고 재미로 먹는 과자’로 자리매김한 고래밥 본연의 편(fun) 콘셉트를 그대로 이어가는 제품입니다. 상큼한 과일 맛과 젤리의 쫄깃함을 함께 즐길 수 있는 디저트 간식으로 꼽히며 아이들뿐만 아니라 과일을 좋아하는 20~30대 여성들에게 인기가 높습니다.



## 감자칩이 지루할 때, 별난 감자 오!감자

오!감자는 가운데 구멍이 뚫린 스틱형 감자 스낵으로, 1999년 출시 이후 '맛도 모양도 별난 과자'라는 콘셉트로 꾸준한 인기를 얻고 있습니다. 국내뿐 아니라 중국, 베트남 등 해외에서도 제품력을 인정받아 2015년 한 해 동안 약 3,000억 원의 매출을 올렸습니다.



## 붕어빵의 현대적 해석, 참붕어빵

실제 붕어 모양을 형상화한 참붕어빵은 절은 부드러운 케이크가 감싸고 있고, 케이크 속에는 참쌀떡 경단과 단팥 초콜릿 크림을 넣어, 기존 붕어빵과는 다른 맛을 구현했습니다. 국내산 계란을 약 20% 정도 넣어 영양도 뛰어납니다.



## 튀기지 않은 감자칩, 예감

튀기지 않은 감자칩이라는 독창적인 제품인 예감은 염도는 낮추고 조직감을 보완하여 감자 본연의 맛을 강조한 스낵입니다. 2001년 출시와 동시에 월평균 최고 35억 원의 매출을 기록하면서 성공적으로 시장에 안착했습니다. 2008년 리뉴얼 후, 소비자들에게 꾸준히 사랑 받는 브랜드로 자리매김했습니다.



## 두껍게 썰어 더 바삭한 생감자칩, 스윙칩

1993년 11월 출시한 독특한 물결 모양의 스낵으로, 좋은 감자만을 골라 두껍게 썰어 감자맛이 풍부한 고급 감자칩입니다. 볶음고추장맛에 이어 최근 생감자칩에 국민간식 간장치킨 양념을 더한 스윙칩 간장치킨맛을 출시해, 독특하고 차별화된 향과 맛으로 감자 스낵 시장에 새바람을 일으키고 있습니다.



## 젤리데이

한 봉지에 비타민C 1일 권장량인 100mg이 들어있으며, 과육 식감이 살아 있는 쫀득쫀득한 맛이 특징인 젤리데이는, 쫀득쫀득한 느낌을 살려 '단역 받고 싶은 날엔 젤리데이'라는 콘셉트로 마케팅을 진행해 10대와 20대 여성들에게 인기가 높습니다.

## 와우껌

입안에서 칩이 톡! 하고 터질 때, 풍선이 빵 터질 때 느껴지는 즐거움을 감탄사로 표현한 풍선껌 와우는 탁월한 맛과 질감으로 풍선껌 대표 브랜드로 자리잡았습니다. 최근 리뉴얼을 통해 길이를 늘리는 한편 맛을 강화하고, 맛 지속시간도 두 배 늘렸습니다. 기존 포도맛, 플럼맛, 요구르트맛, 소다맛에 베리소다맛을 추가해 총 다섯 가지 맛으로 소비자 선택의 폭을 넓혔습니다.



## 핫브레이크

땅콩, 아몬드, 블랙쿠기로 꽉 채운 든든한 초코바인 핫브레이크는 아웃도어 활동 시 에너지 충전제 역할을 톡톡히 해주는 제품입니다.



## 고래밥

1984년 출시 이후 오랫동안 남녀노소의 사랑을 들통 받고 있는 국민과자 브랜드입니다. 볶음양념 맛, 허니밀크맛이 있으며 2007년에는 '왕고래밥'도 출시되었습니다.

과자로

설계



## Dr. You



1

### 닥터유 다이제

건강한 통밀, 커다란 크기와 정직한 포장으로 ‘든든함’을 전하는 닥터유 다이제는 2012년 닥터유로 브랜드 변경 후 2013년 월 매출 40억 원의 브랜드로 성장했습니다. ‘통밀로 설계한 든든함’을 표방하는 닥터유 다이제는 통밀 14%로 일반 밀가루 과자에 비해 칼륨, 무기질, 비타민E가 풍부하며 다이제 오리지널, 다이제 초코비스킷, 다이제 샌드 3종이 출시되고 있습니다.



2

### 닥터유 바(에너지바, 99라이트바)

일반 초코바보다 건강하고 맛있는 닥터유 바는 닥터유만의 영양 설계로 뉴트리션바 시장을 선도하고 있습니다. 에너지바는 에너지를 오래 지속시킬 수 있도록 견과류, 과일, 시리얼 등의 건강한 원료를 사용한 제품이며, 99라이트바는 슈퍼푸드인 오트와 베리 3종, 꿀 등으로 만든 상큼 달콤한 맛과 99kcal로 부담 없이 즐기는 저칼로리 시리얼바입니다.

영양을

하다



3

### 닥터유 민티

2015년 선보인 닥터유 민티는 목 건강에 좋은 도라지와 상쾌한 민트를 원재료로 사용하고 설탕을 첨가하지 않은 제품입니다. 에너지바는 에너지를 오래 지속시킬 수 있도록 견과류, 과일, 시리얼 등의 건강한 원료를 사용한 제품이며, 99라이트바는 슈퍼푸드인 오트와 베리 3종, 꿀 등으로 만든 상큼 달콤한 맛과 99kcal로 부담 없이 즐기는 저칼로리 시리얼바입니다.

4

### 닥터유 키즈

닥터유 키즈는 국내산 원료를 사용하고 성장기 아이를 위한 영양 설계를 통해 대한민국 아이들이 ‘안심하고 먹을 수 있는 영양간식’으로 소비자와 소통하고 있습니다. 알레르기를 유발할 수 있는 밀가루 대신 100% 이천쌀을 사용하는 닥터유 키즈는 임실치즈쿠키, 해남단호박쿠키, 청정목장 우유쿠키 등이 출시되고 있습니다.



자연이

좋은재료



주는

그대로

## Market O



1

### 마켓오 리얼브라우니

마켓오 대표 제품인 마켓오 리얼브라우니는 100% 리얼 초콜릿과 무항생제 계란으로 만드는 프리미엄 제품입니다. 한국 제과 시장에 브라우니 카테고리를 새롭게 창출하고 최고의 품질로 사랑 받고 있습니다.



2

### 마켓오 리얼치즈칩

체다치즈와 까망베르치즈를 감자 위에 토핑한 후 오븐에 구워낸 프리미엄 감자칩입니다. 치즈향이 아닌 ‘진짜 치즈’를 넣어 깊은 맛을 느낄 수 있어 소비자들로부터 많은 인기를 얻고 있습니다.



3

### 마켓오 리얼크래커 초코

마켓오 리얼크래커 초코는 양산과자 중 유일하게 천연발효종으로 만든 건강한 프리미엄 크래커입니다. 48시간 발효시킨 천연 발효종으로 크래커를 만들고 100% 카카오 버터를 사용한 리얼 초콜릿으로 건강한 달콤함을 더했습니다.

Confectionery  
Business:

# China

중국 시장에서 제과산업에 대한 수요가 미처 형성되지 않았던 1993년, 오리온은 북경사무소를 개설하며 대륙에 첫발을 내디뎠습니다. 그리고 1997년 하북 랑방 생산공장을 시작으로 상해, 광주, 심양에 연달아 현지 생산시설을 가동했습니다. 끊임없는 도전을 통해 2013년 중국 매출 1조 원을 돌파한 오리온은 계속해서 중국 시장에서 위상을 높여가고 있습니다.

2015년 중국 매출

1 조 3,329 억 원



Oh! 투도우

## 제품별 선택과 집중을 통한 매출 확대

2015년 현재 오리온은 중국 시장에서 매출 1,000억 원이 넘는 메가 브랜드를 6개 보유하고 있습니다. 특히 2015년에는 오!김자와 큐티파이의 매출 성장이 돋보였습니다. 오!김자는 중국 법인에서 판매 비중이 가장 큰 브랜드로 2015년 약 2,350억 원의 매출을 달성했습니다. 2015년에 새롭게 메가 브랜드로 등극한 큐티파이는 중국에서 독자적으로 개발·출시한 브랜드로 전년 대비 27% 성장하면서 약 1,100억 원의 매출을 기록했습니다.

오리온은 앞으로 중국 시장에서 집중 성장 전략 브랜드, 경쟁 전략 강화 브랜드, 잠재적 브랜드 등으로 제품을 세분화하여 8개의 메가 브랜드를 만들어 낼 계획입니다.

## 채널 세분화와 스낵 시장 지배력 강화

오리온은 2015년 중국 내 전통채널 공략을 가속화하며 매출을 끌어올렸습니다. 전통채널 매출은 전년 대비 23% 성장한 5,434억 원을 기록했으며, 매출 비중 면에서도 5%p 성장한 약 42%를 차지했습니다. 중국 내 전통채널이 절반 정도 차지하는 것을 감안했을 때 앞으로도 오리온의 성장 여력이 클 것으로 예상됩니다.

한편 오리온은 중국 북부 3급 도시 진출을 시작한 이후 최근에는 중국 2·3급 지역의 유통망 공략에 집중하고 있으며 상해, 광동, 중경 등 기존 경쟁사의 영향력이 커던 시장에서 오리온 제품의 시장 점유율을 제고시킬 계획입니다. 또한 중국 소비자의 입맛에 맞는 다양한 제품을 지속적으로 개발·출시하여 2016년에도 오리온의 성공 신화를 이어갈 계획입니다.



오리온은 높은 품질을 바탕으로 중국 시장에 대한 치밀한 마케팅 전략과 지역별·도시별로 세분화한 현지화 전략을 통해 지속적인 성공 신화를 만들어 가고 있습니다.

## ORION in China

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

오리온스낵유한회사 ORION Snack Co., Ltd.  
Number 8 Baihe Road, Langfang Economic & Technical Development Zone, Hebei 065001, China  
T. 86-316-5919-700 F. 86-316-5919-701

오리온식품(상해)유한회사 ORION Food (Shanghai) Co., Ltd.  
Number 5151 Waiqingsong Road, Qingpu Industrial Zone, Qingpu, Shanghai 201700, China  
T. 86-21-6921-1888 F. 86-21-6921-1889

오리온식품(광주)유한회사 ORION Food (Guangzhou) Co., Ltd.  
Xiandai Ave., Huadong, Huadu District, Guangzhou, Guangdong Province, China  
T. 86-20-8675-7777 F. 86-20-8675-7775

오리온식품(심양)유한회사 ORION Food (Shenyang) Co., Ltd.  
Number 15 Xiahahu Road, Shenbei New District, Shenyang, Liaoning Province, 110000, China  
T. 86-24-3162-1000 F. 86-24-3162-1001

오리온(베이툰)농업과기발전유한회사 Orion (Bei Tun) Agro Processing Co., Ltd.  
NO.1 Guangming Rd, Beitan Industrial Logistics Park, Altay, Xinjiang, China



## 중국 주요 제품

# Products in China

감자의 도,  
야! 투도우

중국 최초의 100% 감자로 만든 성형감자 스낵 '야! 투도우(呀!土豆)'는 소비자들에게 바삭하면서 살살 녹는 독특한 식감으로 인기를 얻고 있습니다. 재미있고 쉬운 제품명으로 2006년 출시 후 중국 시장에서 감자 스낵류 대표 브랜드로 성장하며 지속적인 사랑을 받고 있습니다. 생감자칩 이외의 감자 스낵류에서 시장점유율 1위를 차지하고 있는 야! 투도우는 토마토맛, 스테이크맛, 치킨맛, 허니밀크맛, 오리지널맛으로 출시되고 있습니다.

용기를 키우는,  
하오뚜어위

감자를 주원료로 사용한 '하오뚜어위(好多魚)'는 다양한 물고기 모양과 바삭한 식감을 즐길 수 있어 중국인들이 즐겨 찾는 제품입니다. '물고기가 많다'라는 독특하고 쉬운 제품명과 '바다=신비와 모험'이라는 모티브로 "고래밥 먹고 용기를 내요"라는 광고활동을 펼쳐 엄마와 아이들에게 좋은 반응을 얻고 있습니다. 하오뚜어위는 진한 맛을 좋아하는 중국인들의 입맛에 맞춰 해조류맛, BBQ맛, 허니밀크맛, 토마토맛 등으로 출시되고 있습니다.

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. 기존 초코파이의 제품 콘셉트인 '정(情)' 대신 중국인에게 익숙한 공자 사상에 맞춰 '인(仁)'을 강조하고 제품에 인성을 불어넣어 중국 소비자들의 공감대를 형성하며 파이 시장에서 독보적인 브랜드로 자리매김하고 있습니다.

감자의 소원, 튀기지 않은 감자칩,  
슈위엔

'슈위엔(薯愿)'은 튀기지 않고 오븐에 그대로 구운 신개념 감자칩으로, 감자칩 시장의 새로운 장을 개척했습니다. 기존의 튀긴 감자칩과 달리 덜 느끼하고 살찔 염려가 적은 슈위엔은 '네 소원을 말해봐'와 '감자의 소망'이라는 중의적인 뜻을 내포하고 있습니다. 기존 감자칩과는 확연히 다른 깔끔한 맛으로 젊은 소비자들에게 사랑 받고 있습니다.

상상력을 키우는,  
모구리

버섯과 초콜릿의 합성어인 '모구리(蘑古力)'는 버섯 모양의 비스킷과 초콜릿 복합 제품으로 2004년 출시 이후 소비자들에게 꾸준한 인기를 얻고 있습니다. '창의력'을 모토로 아이들의 상상력을 키워주는 다양한 프로모션과 광고 활동으로 어린이들에게 사랑 받는 제품입니다.

웨이브해서 맛이 제대로 나는,  
하오요우취

기존 생감자칩과 달리 굴곡이 있는 모양(Ridged-cut)과 바삭한 식감, 생감자 본연의 맛과 양념이 잘 어우러진 색다른 생감자칩 '하오요우취(好友趣)'는 좋은 친구 칩이라는 뜻입니다. 웨이브 모양의 올록볼록이라는 뜻인 '아우투 凹凸'를 강조한 하오요우취는 독창적인 김치맛, 진한 스테이크맛, 고소한 오리지널맛, 로스트치킨맛, 허니밀크맛 등이 있으며, 2014년 새로운 제조공법(마리네이팅)으로 바삭함이 한층 업그레이드된 '따아우투(Big Wave)'를 출시했습니다.

여자의 마음을 아는 다층 초코케이크,  
큐티

2004년 출시된 '큐티(Q蒂)'는 귀엽다는 뜻의 영어 Cute를 의역한 제품명으로 여성들을 위한 디저트용 다층 초코케이크입니다. 진한 초콜릿으로 감싼 부드럽고 촉촉한 초코케이크와 향긋한 모카크림이 듬뿍 들어 있는 큐티는 먹을수록 진한 초코 향과 부드러움을 즐길 수 있는 프리미엄 디저트이며, 2007년에는 헤이즐넛맛을 출시했습니다.

매일 하루 세 번 리프레시!  
자일리톨3+

무설탕 자일리톨로 만든 코팅껌 '자일리톨3+(木糖醇3+)'는 상큼한 과일맛 시리즈와 독창적인 펌프식 용기로 재미까지 더한 데일리 리프레시 껌입니다.



Confectionery  
Business:

# Vietnam

오리온은 2006년 베트남 호치민에 현지 생산시설을 첫 가동했습니다. 2009년에는 파이와 비스킷의 주요 시장인 북부 지역을 공략하기 위해 하노이에 제2공장을 가동하여 오리온은 베트남 내 입지를 더욱 강화했습니다. 오리온은 초코파이를 필두로 스낵, 비스킷 등으로 제품을 확장해 나가며, 단순히 맛있는 과자가 아니라, 정직한 제품으로 신뢰를 전하는 국민 브랜드로 베트남 사람들의 일상에 깊이 자리잡고 있습니다.

2015년 베트남 매출

**1,649** 억 원

## 굳건한 파이 시장 지배력 유지와 제품 다양화

2015년 초코파이는 'Coool Chocopie 5'C 캠페인'을 통해, 냉장고에 넣어 먹는 초코파이의 '시원하고 색다른' 맛을 소개하는 등 소비자 와의 소통을 강화했습니다. 글로벌 소비자 조사기관인 칸타월드패널(Kantar Worldpanel)에 의하면 2015년 베트남 전체 가구의 37%가 초코파이를 구매했을 정도로, 초코파이는 초콜릿 코팅 파이 시장에서 60%의 점유율로 1위를 차지하고 있습니다.

비스킷 시장에서 구떼는 연말연시와 구정 시즌에 틴케이스 재질로 된 가방모양의 선물용 제품을 선보임으로써 20대 여성들의 큰 호응을 얻었습니다.

2015년 스낵 시장에서 마린보이는 재미있는 모양과 맛으로 초등학생들에게 인기를 끌며 13%의 높은 신장률을 기록했습니다. 하반기에는 투니스가 인기 만화 드래곤볼 캐릭터와 협업을 통한 제품 디자인과 카드놀이를 선보임으로써 초등학생들에게 많은 사랑을 받으며 전년 대비 높은 성장을 이어갔습니다. 아울러 상대적으로 취약했던 지방 시장 진입의 교두보 확보를 위해 하반기에 콘칩 제품을 론칭하는 등 새로운 성장 기반을 마련했습니다.

## 제품 경쟁력 강화와 시장 확대

2016년 오리온은 베트남에서 소비자 변화와 새로운 요구에 기반한 제품 운영 전략으로 각 브랜드별로 두 자릿수 성장을 목표로 하고 있습니다. 초코파이는 베트남 진출 20여 년 만에 가격변동 없이 10% 증량하고, 메시멜로의 부드러움과 초콜릿의 풍미를 개선하여 국민 과자로서 또한번의 성장 모멘텀을 마련할 것입니다. 쿠스타스 역시 기존 커스타드 크림 외에 풍부한 영양과 맛에 기반한 우유맛 제품을 상반기에 론칭해 10% 이상 판매 신장을 예상하고 있습니다.

한편 구떼의 녹차(Matcha)맛 제품을 개선하고, 최초로 어린이를 위한 우유맛 쿠키인 '밀키스'를 상반기에 론칭해 비스킷 시장의 리더십을 강화 할 것입니다.

스낵 시장은 오스타, 투니스, 마린보이를 중심으로 소비 확대 전략과 소비자 선호도 분석 및 대응으로 시장 내 경쟁력을 강화할 것입니다. 또한 지금까지 도심권에만 집중했던 브랜드 운영에서 벗어나, 2015년에 출시한 콘칩을 통해 지방 시장 점유율 60%를 달성할 것입니다.



초코파이

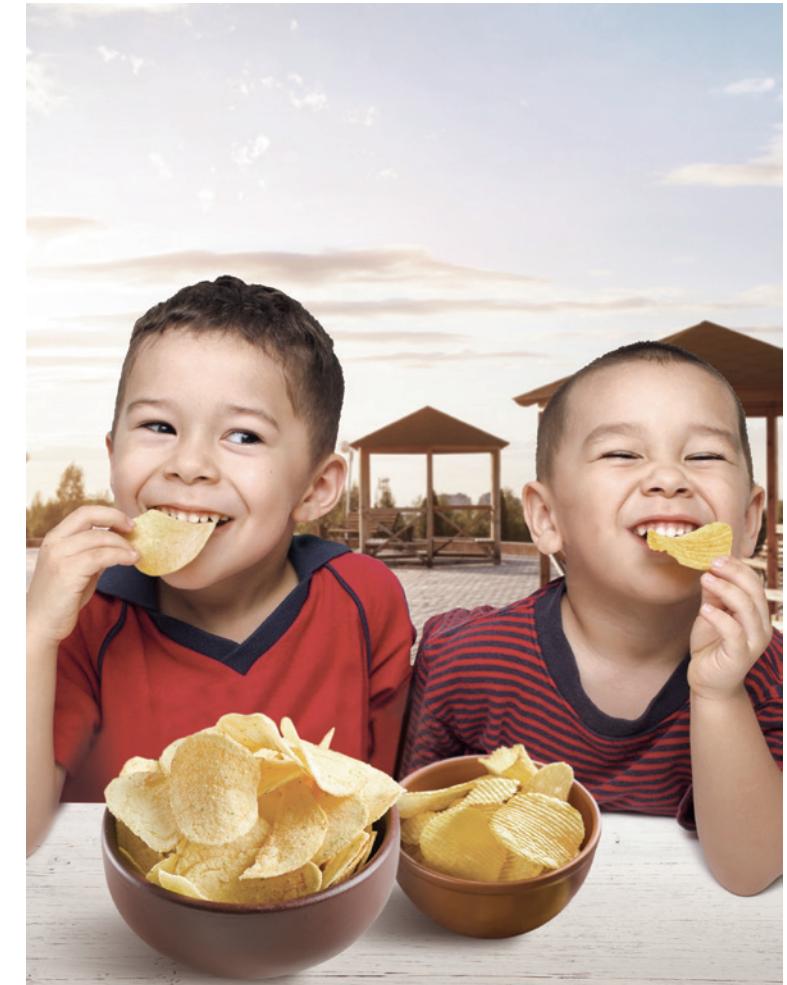


## ORION in Vietnam

오리온식품(베트남)유한회사 ORION Food Vina Co., Ltd.

• My Phuoc Factory  
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 Factory  
Hanoi, Yen Phong Industrial Park, Yen Phong District, Bac Ninh Province, Vietnam  
T. 84-0241-369-9000 F. 84-0241-369-9111



오리온은 초코파이 외에도 파이, 스낵 등 강력한 브랜드를 바탕으로 2010년부터 현지 회사인 키도를 제치고 베트남 제과 시장에서 1위 자리를 공고히 하고 있습니다.

베트남 주요 제품

# Products in Vietnam

베트남인의 열렬한 사랑,  
오리온 초코파이

생일케이크나 웨딩반지처럼 마음으로 소비하는 초코파이는 전체 초콜릿 코팅 파이 시장의 60% 점유율을 차지하는 브랜드로 베트남 사람들 의 삶에 깊숙하게 자리잡고 있는 국민브랜드입니다. 2016년 10% 증량을 통한 가성비 개선으로 다시 한 번 카테고리 리더로서 새로운 가치를 소비자에게 전달하고, 계속해서 변화를 만들고 스스로 성장해 나가는 브랜드로 자리매김하고 있습니다.

어머니 집밥 같은 따뜻한 영양간식,  
쿠스타스

베트남에서는 영양빵, 또는 계란빵으로도 불리는 쿠스타스는 부드러운 케이크와 차별화된 크림맛으로 온 가족이 즐겨 먹는 가족간식으로 자리잡으며, 소프트케이크 시장에서 약 20%의 점유율을 차지하고 있습니다. 좋은 원료와 정성으로 만드는 어머니의 집밥과 비교될 정도로 인기 있는 가족간식인 쿠스타스를 아이들의 도시락에도 함께 넣어주는 모습은 베트남 가정에서 흔히 볼 수 있는 풍경입니다. 2016년에 쿠스타스는 우유맛 신제품을 통해서 영양빵으로서의 포지셔닝을 더욱 굳건히 다질 계획입니다.

맛, 멋 그리고 나,  
구떼

‘구떼(Goute)’는 2007년 베트남에 처음 소개될 당시, 크래커의 바삭한 식감은 물론, 달콤함으로 시작해서 짭짜름한 맛으로 이어지며 고소함으로 마무리되는 맛의 조화로 소비자들의 큰 관심을 받았습니다. 여성스럽고 고급스러운 패키지 디자인을 통해 젊은 여성들 사이에서 빠르게 입소문을 타면서 고속 성장을 이어왔으며, 2011년 말 현지 생산라인 구축을 통해 본격적으로 시장 지배력을 확대하고 있습니다. 2016년에는 녹차맛 신제품을 통해 새로운 트렌드를 선도해 나갈 것입니다.

베트남 최고의 감자칩,  
오스타

‘Be A Star!’, ‘최고의 감자칩을 먹고, 당신도 인생 최고의 Star가 되라’라는 슬로건과 함께 베트남 최고의 감자칩 브랜드로 자리잡고 있는 ‘오스타(O'Star)’는 베트남의 10대와 젊은이들에게 인기를 얻고 있습니다. 특히 김치맛 오스타는 경쟁업체가 절대 따라올 수 없는 한국의 김치 풍미와 맛 문화를 베트남 소비자들에게 제공함으로써 오리온 스낵의 위상을 높이는 데 기여하고 있습니다.

맛과 놀이 두 가지를 즐기는 스낵,  
투니스

2007년 베트남에 출시된 ‘투니스(Toonies)’는 현재 단일 스낵 브랜드 중 최고의 매출을 기록하고 있습니다. 베트남 스낵 시장에 처음으로 따조(In-pack Toy)를 소개한 투니스는, 놀잇감이 부족한 베트남 아이들에게 다양한 따조와 맛있는 콘스낵도 즐길 수 있는 일석이조의 제품으로 열렬한 사랑을 받고 있습니다.

맛으로 먹고, 재미로 먹는  
마린보이

‘마린보이(Marine Boy)’는 과자 자체가 재미있는 놀이와 학습 소재로 사용되면서 아이와 부모 모두에게 환영 받고 있습니다. 퍼핑(Puffing)기술을 이용한 바삭한 식감과 다른 스낵과 차별화한 맛을 통해 현지 고객들로부터 좋은 반응을 얻고 있습니다.

편하게 즐길수 있는  
콘칩

2015년 출시한 콘칩(Cornchip)은 옥수수 특유의 고소함은 그대로 살리면서, 베트남 소비자 입맛에 딱 맞춘 시즈닝까지 어울려 아이부터 어른까지 어느 세대나 편하게 즐길 수 있는 스낵으로 소비자들로부터 큰 호응을 얻고 있습니다.



Confectionery  
Business:

# Russia

오리온은 1993년 러시아에 진출해 현재 뜨베리와 노보에 생산 기지를 가동하고 있습니다. 최고의 맛과 영양을 통해 러시아 시장에서도 꾸준한 인기를 얻고 있는 오리온은 현지 시장에 대한 깊은 이해와 철저한 현지화 노력은 물론 '오리온은 다르다'라는 믿음을 전하기 위해 끊임없이 연구개발에 힘쓰고 있습니다.

2015년 러시아 매출

**581**  
억 원

## 불황에 더 강해진 초코파이의 힘

오리온은 초코파이 브랜드를 핵심으로 1993년부터 극동을 창구로 수출을 통해 러시아 시장을 개척하기 시작했습니다. 오리온 초코파이는 러시아 시장에서 프리미엄 제품으로서 지속적인 성장을 이루어내며 성공 신화를 만들어나가고 있습니다. 단계별 현지화로 러시아 시장을 확대해 온 오리온은 수출을 통해 CIS 국가, 동유럽, 서유럽까지 시장을 넓히고 있습니다. 2015년에도 초코파이는 믿을 수 있는 품질과 뛰어난 맛으로 경제불황으로 얼어붙은 러시아 소비자들의 구매심리에도 불구하고 20%의 성장을 보이며 국민파이로서의 위상을 높였습니다.

## 러시아 국민파이 '오리온 초코파이'

초코파이는 2016년 감성 마케팅 'Share your mind' 캠페인을 통해 품질 신뢰도 향상은 물론 '마음을 연결해주는 매개체'로 자리잡고자 합니다. 또한 러시아를 대표하는 브랜드로서 비스킷, 파이 카테고리만이 아닌 전체 제과 시장에서 TOP 5 브랜드로 도약할 것입니다. 한편 지속적으로 늘어나는 수요에 부응하기 위해 2017년 하반기에는 노보에 생산라인 증설을 통해 연간 7억 개 이상으로 공급량을 확대할 계획입니다.



초코보이

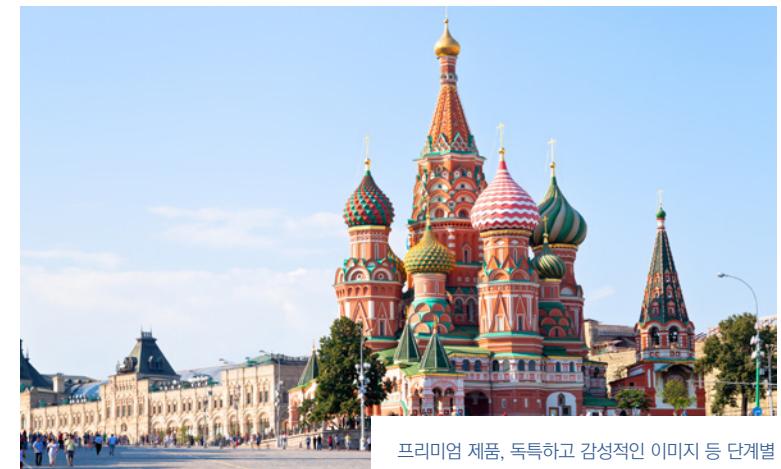
## New Kids Brand Frontier '오리온 초코보이, 마린보이'

오리온은 아이들에게 재미와 함께 꿈과 상상력을 키워줄 수 있는 독특한 브랜드가 러시아 시장에서 큰 기회라는 것을 포착하고, 1990년대 후반에 시작하여 2000년에 본격적으로 '초코보이' 브랜드 투자를 시작했습니다. 또한 2010년 이후 러시아 스낵 시장의 잠재 성장성을 보고 2012년 '해양 모험 이야기'를 테마로 한 '마린보이'를 출시하여 꾸준한 성장세를 유지하고 있습니다. 초코보이와 마린보이는 지속적인 'Fun' 제품 개발을 통하여 Kids 카테고리에서 대표 과자로서의 위치를 고수하며 두 자릿수 이상의 성장을 지속할 것입니다.

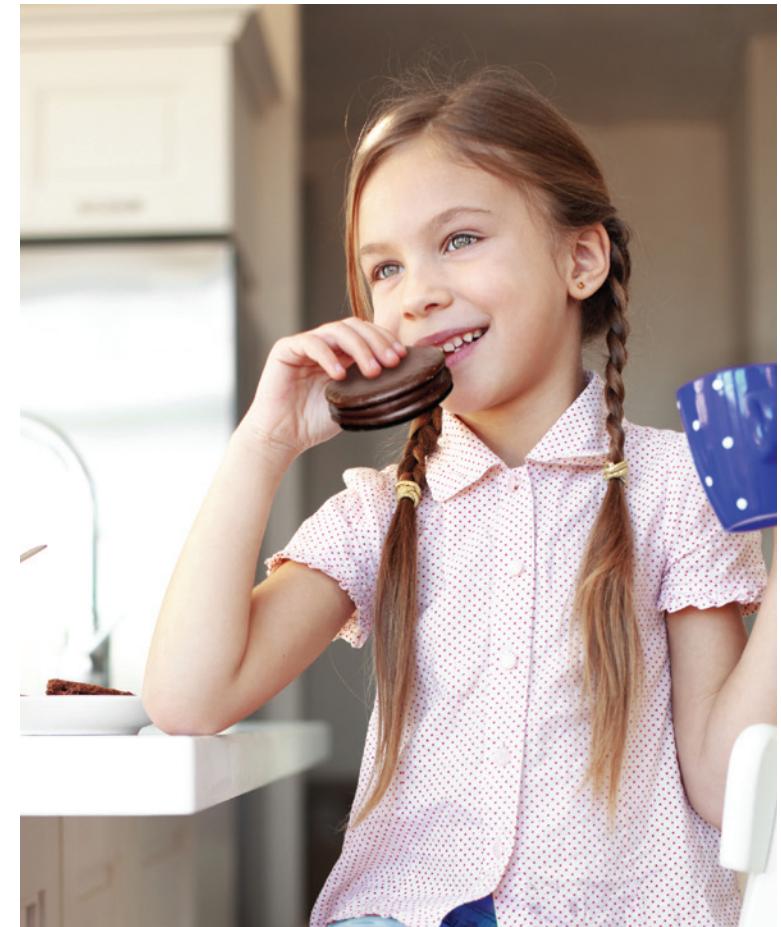


## ORION in Russia

오리온 인터내셔널 유로 ORION International Euro Co., Ltd.  
117574 Ul.Profsoyuznaya Blvd. 129A TK  
Prince Plaza 5th floor, Moscow, Russia  
T. 7-495-987-1485 F. 7-495-987-1480



프리미엄 제품, 독특하고 감성적인 이미지 등 단계별 현지화 전략을 통해 오리온은 러시아 시장에서 지속적인 성장을 이루어 가고 있습니다.



러시아 주요 제품

# Products in Russia

## 20년 넘게 사랑 받고 있는, 오리온 초코파이

비스킷과 초콜릿, 마시멜로가 어우러진 오리온 초코파이는 1974년 출시된 후 여러 세대를 이어 계속해서 인기를 얻고 있는 오리온의 대표 제품입니다. 1993년부터 러시아에 수출되기 시작한 초코파이는 현지 고객들에게도 20년 넘게 지속적인 사랑을 받고 있습니다. 초코파이는 차를 많이 마시고 마시멜로를 특히 좋아하는 러시아인들의 입맛을 사로 잡았을 뿐만 아니라, 철저한 현지화와 품질 향상 노력을 통해 현지인들의 일상에 깊이 뿌리내리며 많은 인기를 얻고 있습니다.

오리온은 2009년 제품의 단계적인 품질 향상 프로젝트를 시작했습니다. 초코파이의 경우 방부제와 합성 색소, MSG 등을 전혀 사용하지 않고, 오리온만의 기술과 개별 포장으로 방부제 없이도 오랜 기간 보관할 수 있도록 품질을 향상시켰습니다. 러시아에서는 품질 향상 프로젝트의 일환으로 제품에 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.

오리온 초코파이는 완벽한 품질에 대한 약속으로 러시아에서 최고의 브랜드로 인정받고 있습니다.



## 사워크림과 치즈맛 감자 스낵, 마린보이

'마린보이'는 100% 감자로 만든 스낵으로, 사워크림과 치즈맛이 어우러진 혁신적인 제품입니다. 기름에 튀기지 않고 구운 감자 스낵 마린보이는, 몸에 해로운 원료를 사용하지 않아 다른 스낵과 차별화된 건강한 맛을 자랑합니다. 또한 오리온이 가장 중요하게 생각하는 제품의 안전을 위해 MSG를 사용하지 않고 있습니다.

해산물 모양의 구운 감자 스낵인 마린보이는 러시아 국민들에게 감자칩을 대신할 수 있는 건강한 스낵으로 인정받고 있습니다. 8~12세 어린이들이 주요 고객으로 25~40세의 부모들이 많이 구입하고 있습니다. 100% 생감자를 사용하고 MSG와 GMO를 첨가하지 않은 스낵으로 차별화된 경쟁력을 확보하고 있는 마린보이는, 러시아인이 좋아하는 사워크림과 양파, 치즈맛을 조합하여 사워크림과 치즈맛이라는 완벽한 조합을 만들어냈습니다. 또한 제품에 '치즈 슬라이스'라는 재미있는 게임을 담아 고객들로부터 많은 인기를 얻고 있습니다.



## 끝없는 상상력을 전하는, 초코보이

'초코보이'는 버섯을 본뜬 모양과 재미있는 캐릭터, 밀크초콜릿과 바삭한 비스킷이 어우러진 독특한 맛으로 아이들에게 사랑 받고 있습니다. 초코보이는 두뇌 발달과 상상력을 키우는 데 중요한 오메가 3의 일종인 DHA가 들어 있어 부모들이 특히 더 좋아하는 제품입니다.



러시아에서 초코보이는 버섯 모양의 초코보이와 모험적인 그림이 그려진 초코보이 사파리 2종이 출시되고 있으며, 재미있는 모양과 귀여운 캐릭터로 아이들에게 인기를 끌고 있습니다.

## 주요 수출 국가

# Global Sales Network

명실상부한 글로벌 제과 브랜드로서 세계 곳곳으로 뻗어나가고 있는 오리온은 일본, 중동, 미주 등 61개 국가로 제품을 수출하고 있습니다. 품질 혁신과 제품 다양화에 힘을 쏟으며 브랜드 경쟁력을 더욱 강화하고 있는 오리온은 스테디셀러 ‘초코파이’ 외에도 ‘고래밥’, ‘오!감자’, ‘고소미’ 등을 수출품 대열에 올려 폭넓은 해외 고객층을 확보하고 있습니다. 또한 ‘닥터유’와 ‘마켓오’의 신제품을 지속적으로 선보이며 프리미엄 제품의 트렌드를 이끌고 있습니다.





쇼박스  
Showbox Inc.

#### 주요사업

영화 배급, 한국영화 제작/투자,  
외국영화 수입, 해외 상영관사업,  
온라인 비즈니스, 콘텐츠사업 등

#### 주소지

서울특별시 강남구 도산대로 310  
(논현동, 916빌딩)

#### 전화

02-3218-5500

쇼박스는 2015년 〈암살〉, 〈사도〉, 〈내부자들〉 등 총 7편의 한국영화를 투자·배급했으며, 이 중 5편이 2015년 개봉한 한국영화 흥행 TOP10에 랭크됐습니다. 또한, 한국영화 편당 관객수 1위를 유지하며 2012년 이후 4년 연속 정상의 자리를 지켰습니다. 한편 글로벌 진출의 교두보로 중국 최대 엔터테인먼트 회사 화이브라더스와 독점 파트너십을 체결했으며, 미국의 대표적인 장르 영화 스튜디오 블룸하우스와 공동제작 계약을 맺으며 사업다각화를 위해 노력했습니다.

역대 확장판 중 최대 분량인 50분을 추가해 전례 없는 시도를 한 〈내부자들: 디 오리지널〉이 2016년의 포문을 열며 지난해의 행보를 이어갔으며, 한국 버디영화의 새로운 장을 연 〈검사 외전〉 또한 많은 관객의 사랑을 받았습니다.

앞으로 쇼박스는 영화의 다양성에 집중해 끊임 없이 도전할 계획입니다. 김혜수 연기인생 최초로 ‘여배우’로 변신한 〈가족계획〉, 유해진의 첫 주연작 〈키 오브 라이프〉와 설경구의 〈살인자의 기억법〉은 배우들의 새로운 면모로, 신인감독 엠태화의 〈가려진시간〉과 죽은 사람이 살아 돌아오는 ‘RV현상’을 담은 〈부활〉은 독특한 소재로 관객들을 찾아갈 예정입니다.

#### 2016년 주요 작품

**1 터널** 영화 〈끝까지 간다〉로 관객들에게 눈을 뗄 수 없는 몰입과 긴장을 선사했던 김성훈 감독이 신작 〈터널〉로 2016년 관객을 만날 예정입니다. 〈암살〉 이후 하정우와 오달수가 다시 뭉쳤고, 배우나가 합세한 이 영화는 매일 지나던 터널이 한순간에 무너지면서 그 안에 갇히게 된 한 남자와 그를 구하려 고군분투하는 사람들의 이야기를 그린 휴먼드라마입니다.

**2 살인자의 기억법** 베스트셀러 작가 김영하의 소설을 원작으로 한 〈살인자의 기억법〉은 일초하이머에 걸린 은퇴한 연쇄살인범이 딸의 목숨을 위협하는 현재의 연쇄살인범을 잡기 위해 사라져가는 기억을 불들며 마지막 살인을 계획한다는 내용입니다. 〈용의자〉 원신연 감독이 메가폰을 잡고, 설경구가 일초하이머에 걸린 살인범 ‘병수’로 분하며, 설현이 그의 딸 ‘은희’, 김남길이 현재의 연쇄살인범 ‘태주’ 역을 맡았습니다.

**3 가려진시간** 친구들과 함께 산에 갔다가 다음날 혼자 구조된 소녀 ‘수린’과 며칠 후 훌쩍 자라서 나타난 소년 ‘성민’ 사이에서 벌어지는 이야기를 그렸습니다. ‘어른 성민’ 역할은 강동원이, ‘성민’과 교감을 나누는 ‘수린’ 역에는 오디션을 통해 신인배우 신은수가 최종적으로 낙점됐습니다. 누구도 믿기 어려운 시간과 아무도 믿어주지 않는 진실, 그 속에서 소년과 소녀가 나누는 특별한 마음을 담은 〈가려진시간〉은 독립영화계에서 ‘괴물 같은 신인’으로 주목 받아온 엄태화 감독의 첫 상업장편 데뷔작입니다.

## 쇼박스



## 오리온 농구단



팬들을 즐겁게 하기 위해 코트에 모든 것을 쓰는다! 오리온 프로농구단은 1996년 3월 27일 창단했습니다. 창단 첫해 코리안리그 우승, 제77회 전국체전 준우승의 쾌거를 이뤘습니다. 1997년, 2시즌 연속 4강 플레이오프에 진출했습니다. 신흥강호로서의 면모를 유감없이 보여준 것입니다.

고양 오리온 오리온스  
Goyang Orion Orions Basketball Team

주요사업  
고양 오리온 오리온스 프로농구단 운영

주소지  
서울시 용산구 백범로 90다길 13  
(문배동 30-10)

전화  
02-705-5617

2001-2002시즌, 오리온은 ‘포기하지 않는 한, 꿈은 이루어진다’라는 새로운 각오를 다지고 창단 후 첫 정규리그 우승 및 통합 챔피언을 달성했습니다. 여세를 몰아 다음 시즌에는 정규리그 2연패·플레이오프 준우승을 거뒀고, 프로농구 최초 6년 연속 플레이오프 진출 기록을 세우며 명실상부한 강팀으로 자리잡았습니다.

2011년 6월 오리온은 연고지를 이전하며 선수 구성을 강화, 명문구단으로 발돋움할 수 있는 토양을 마련했습니다. 2015-2016시즌 오리온은 조직력을 앞세운 농구로 14년 만에 플레이오프 우승을 차지, 프로농구에 새로운 이정표를 제시했습니다. 4시즌 연속 플레이오프 진출, 프로-아마 최강전 우승, 시즌 개막 후 최다 연승, 개막 후 13경기 기준 역대 최다승률 등의 기록은 ‘오리온 시대’가 열리고 있다는 것을 증명하고 있습니다.

오리온은 스포츠를 통한 ‘오리온 정신’ 전파에 앞장서고 있습니다. 홈경기를 찾는 팬들에게 ‘보는 즐거움, 먹는 즐거움, 참여하는 즐거움’으로 차별화된 경험을 제공하고, 2시즌 연속 우승을 달성하기 위해 더욱 노력하겠습니다.

#### 2015-2016시즌 주요 성과

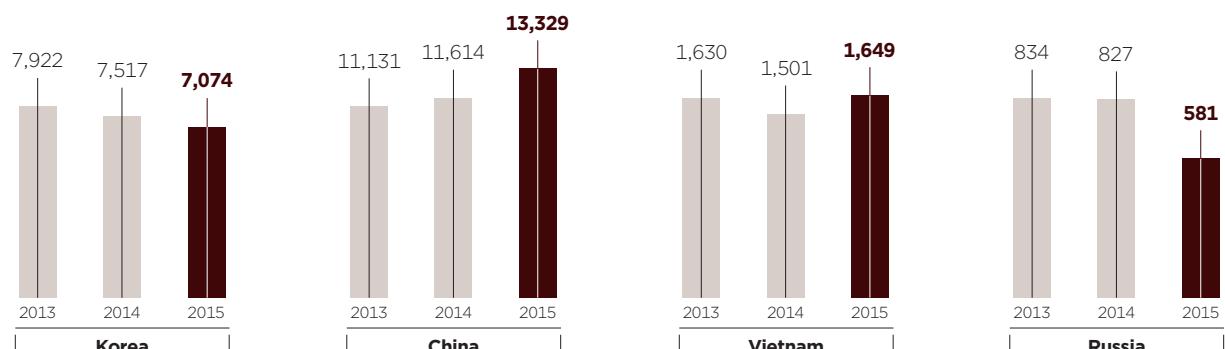
- 1 플레이오프 우승  
(2001-2002시즌 이후 14년 만의 우승)
- 2 고양 연고지 이전 후 정규리그  
역대 최고 성적 달성(3위)
- 3 개막 13경기 기준 최다 승률 기록  
(12승 1패, 0.923)
- 4 프로팀 사상 첫 프로-아마 최강전 우승

## 주요 재무 성과

**Financial Highlights**

	2013	2014	2015
<b>손익현황</b>			
순매출액	24,852	21,998	23,824
매출총이익	10,773	10,374	11,147
영업이익	2,595	2,489	2,993
기타수익	186	522	234
기타비용	252	258	306
금융수익	183	88	187
금융원가	442	552	590
법인세차감전순이익	2,270	2,289	2,518
당기순이익	1,602	1,743	1,771
<b>재무현황</b>			
총자산	29,736	29,325	29,988
유동자산	10,684	9,971	9,397
비유동자산	19,052	19,039	20,372
총부채	17,043	15,300	14,727
자본금	299	299	299
자본잉여금	1,835	1,723	1,665
이익잉여금	10,559	12,003	13,298
총자본	12,693	14,025	15,262
<b>주요재무비율(%)</b>			
유동비율	97.0	116.3	127.8
부채비율	134.3	109.1	96.5
ROA	5.4	5.9	5.9
ROE	12.6	12.4	11.6

## 국가별 순매출



## 주가 정보

**Stock Information**

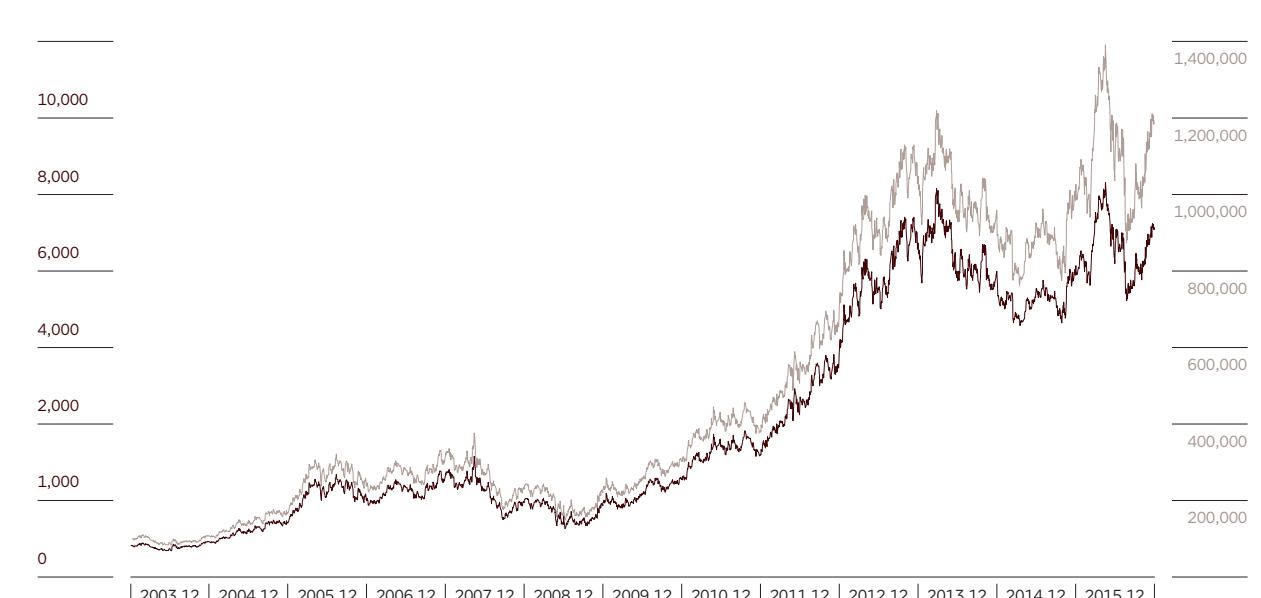
## 주식의 총수(2015년 말 현재)

	(단위: 주)
발행주식총수	5,976,091
자기주식수	724,834
유통주식수	5,251,257

## 주가 실적

	2013	2014	2015
평균일일거래량	15,921	14,649	15,402
주가(최고)	1,239,000	1,017,000	1,374,000
주가(최저)	867,000	763,000	857,000
연말종가	949,000	1,015,000	1,166,000
시가총액(조원)	5.7	6.1	7.0
주당 현금배당금	3,000	6,000	6,000
배당금총액(백만원)	15,786	31,594	31,508

## 주가 지수





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