

ORION 2023

ORION

2023



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

ORION
KR



글로벌 식품·헬스케어 기업으로 도약!

오리온은 지난 1956년 설립 이후 '사람이 먹는 음식만큼은 가장 정직한 마음으로 만들어야 한다'라는 창업 정신 아래 수많은 히트 제품들을 선보이며 67년 동안 국내외 제과 산업을 이끌어왔습니다. 2023년은 오리온이 음료, 간편대용식, 바이오 등 3대 신규사업의 중장기 성장 동력을 마련하고 제품 경쟁력 강화를 통해 소비자 가치를 확대하여 글로벌 식품·헬스케어 기업으로 발돋움하는 해입니다. 오리온은 한 발 더 나아가 식품에 대한 올바른 철학을 바탕으로 세계를 향해 끊임없이 나아가며 글로벌 식품기업으로서 더 큰 도약의 발판을 마련할 것입니다.

또한, 그룹 경영방침인 윤리경영에 기반한 ESG 활동도 지속해 나가겠습니다.



Contents

- 2 경영방침
- 4 주요 연혁
- 8 사업 개요
- 10 윤리경영

법인별 사업 현황

- 26 한국
- 36 중국
- 40 베트남
- 44 러시아
- 48 인도

수출 및 신규사업

- 50 주요 판매 국가
- 51 바이오

자회사/테니스단

- 52 쇼박스
- 53 오리온 테니스단

인사말씀

오리온 고객 여러분 안녕하십니까.

오리온은 지난해 그 어느 때보다도 불확실한 경영환경 속에서, 경쟁력 높은 신제품 출시와 적극적인 시장 확대로 사상 최대 실적을 이뤄냈습니다. 연결기준 매출액은 전년 대비 22% 증가한 2조 8,732억 원을, 영업이익은 25.1%가 증가한 4,667억 원을 기록했습니다. 법인별 매출 성장률은 한국이 16.3%, 중국 15%, 베트남 38.5%, 러시아가 79.4%를 기록하여 전 법인이 큰 폭의 외형 성장을 달성했고, 영업이익 또한 효율과 수익성 중심의 경영을 지속하여 한국 7.1%, 중국 26.1%, 베트남 40.3%, 러시아 106.9%로 각각 높은 성장률을 시현했습니다.

올해에도 역시 지난해의 어려운 경영환경이 지속될 것으로 전망하고 있습니다. 여전히 원부자재 가격, 에너지비용 등 원가 상승 부담이 계속되고 있고, 국가 간의 크고 작은 갈등은 글로벌 경제의 불안정성을 더욱더 가중시키고 있습니다. 이러한 국제 경제의 불확실한 상황 속에서 올해에도 저희는 차별화된 제품력을 바탕으로 시장 상황에 맞는 영업활동을 강화하고, 효율적 투자관리 및 미래 신수종 사업의 경쟁력 확보에 최선의 노력을 다할 계획입니다. 특히 올해에는 지속적인 매출 증가에 발맞추어 각 사별로 대규모 투자가 계획되어 있습니다. 고성장을 지속하고 있는 베트남과 러시아 법인의 생산 능력을 증대시키고, 새롭게 진출한 잠재력 높은 인도 시장에서 또 다른 성장 기반을 구축하기 위해 라인 증설에 따른 설비 투자를 적극적으로 확대할 예정입니다.

한국 법인은 전년도의 고성장세를 유지하기 위해 가성비 높은 제품으로 소비자 가치를 제고하면서 보다 공격적인 영업전략을 전개할 계획입니다. 건강 지향형 닥터유 제품의 리브랜딩을 통해 미래 성장 시장을 선도하고, 간편대용식 마켓오네이처 오!그레놀라 제품의 시장 점유율 확대에도 배전의 노력을 기울이겠습니다.

중국 법인은 코로나 상황 종식에 따른 경기 회복이 예상되는 가운데, 스낵과 젤리의 시장 점유율 확대에 집중하면서 제품력과 영업력 중심의 성장 전략을 실행할 계획입니다. 또한 전년에 이어 간접영업체제가 더욱더 영업경쟁력을 제고할 수 있도록 만전의 노력을 할 것입니다.

베트남 법인은 급증하는 현지 수요에 선제적으로 대응하기 위해 호치민과 하노이 공장을 증축, 증설하고 제3공장 신축도 추진함으로써 지속적인 고성장 기반을 마련할 방침입니다. 제품 측면에서는 경쟁사와의 격차를 벌리기 위해 확실한 경쟁우위 제품의 라인업을 늘리는 한편, 제과 외 신시장 진출을 적극적으로 추진하여 현지 1등 식품기업으로서의 위상을 더욱더 공고히 해 나가겠습니다.

러시아 법인은 공급량을 늘리기 위해 올해에도 트베리 신공장에 초코파이 1개 라인을 증설하고 젤리 라인을 신설할 예정이며, 생산량 증대에 따라 딜러와 거래처 수를 적극 확대하여 고성장세를 이어 나가겠습니다.

그룹의 미래 성장동력인 바이오 사업은 대장암 체외진단 키트, 결핵백신, 치과질환 치료제 개발을 위한 임상 수행과 상용화에 주력할 방침입니다. 특히 조기에 상용화가 가능한 치과질환 치료제는 소비자 시장을 먼저 공략하기 위해 치약 제품 개발과 임상을 준비하고 있으며, 바이오 사업의 경쟁력을 높일 수 있는 투자 기회도 지속적으로 검토할 계획입니다.

소비자에게 제공하는 제품의 가치를 높이고 협력회사와 함께 성장하며, 임직원의 삶의 질을 향상시키고 사회를 보다 행복하고 건강하게 만들어 나가는 것이 저희 사업의 목적입니다. 이를 위해 8년여 동안 꾸준히 추진해 온 윤리경영의 수준을 올해에도 한층 더 제고하고 심화시켜 나가겠습니다.

경영방침

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

원칙과 기준을 지키는 윤리경영으로 고객, 협력회사, 주주에게 신뢰받으며 지속적으로 성장합니다.



효율적 투자관리를 통한 성장 가속화

- 효율적인 투자방안 수립 및 생산시설 확충
- 지속적인 우수 협력업체 발굴 및 육성
- 업체 선정 투명성 제고

2



신수종 사업의 중장기 성장 동력화

- 닥터유 Rebranding을 통한 건강 지향형 제품의 고속 성장
- 그레놀라 시장 점유율 확대
- 진단키트, 결핵백신, 치아치료제 등 3대 바이오 사업 Business 기반 구축

3



효율적인 그룹 통합 시스템 기반 구축

- 업무분석을 통한 사무 표준화 및 단순화
- 효과적 내부통제 및 효율적 사무처리
- 계층/직무별 경영정보의 효율적 지원

4

주요 연혁

창립 67주년, 제과를 넘어 글로벌 식품·헬스케어 기업으로 발돋움하는 오리온,

2023년 사업영역을 확대해 세계를 무대로 더 높이 도약합니다.

1956~1973

국가를 위한 제과업 시작

- 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
‘해파비스킷’, ‘오리온 크래커’ 출시
- 1968 캔디 자동 포장화 공정 시작
판 초콜릿 제조, 국내시장 석권
(‘넘버원 초콜릿’, ‘님에게 초콜릿’ 등)

1956

오리온 설립
(당시 동양제과)

1957

국내 최초 근대식
캔디 제조 시설 도입

1960

1960

현대식 비스킷
'마미비스킷' 출시

1968

캔디 자동 포장화
공정 시작

1974~1992

초코파이·포카칩 등 국민과자의 탄생

- 1974 '초코파이' 출시
- 1975 기업공개(IPO) – 166만 주
- 1976 '오징어땅콩' 출시
껌 수출 시작
- 1977 국내 최초 비스킷 자동 포장 도입
- 1983 '다이제' 출시
- 1988 생감자칩 '포카칩' 출시, 감자연구소 설립
- 1989 초코파이 광고 시리즈 시작
국내 최초의 구취 제거 기능 껌 '후라보노' 출시

1974

'초코파이' 출시

1976

'오징어땅콩' 출시

1988

생감자칩 '포카칩' 출시,
감자연구소 설립

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 꾸준하게 신제품을 개발하는 등 시작부터 남다른 모습을 보여주었습니다.



오리온 초코파이

오리온은 1974년 '초코파이'를 독자 개발하여 새로운 역사를 쓰기 시작했습니다. 초코파이는 출시 첫해부터 매년 100% 이상 성장하며 오늘날 오리온으로 발전할 수 있는 기틀을 마련하는 데 큰 역할을 했습니다. 2022년 초코파이는 전 세계에서 38억 개 이상 판매되며 글로벌 연 매출 사상 최대치인 5천 8백억 원을 달성. 누적 매출 6조 7천억 원을 돌파하는 등 K-스낵 대표 브랜드로서의 위상을 공고히 했습니다.

1993~2015

해외 진출 본격화

- 1993 중국 베이징사무소 개소
초코파이情 러시아 첫 수출
- 1995 **중국 법인 설립**
수출 1천만불탑 수상
- 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 미푹 공장 준공
러시아 트베리 공장 준공
- 2008 **'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 **윤리경영 선포**
베트남 누적 매출 1조 원 돌파

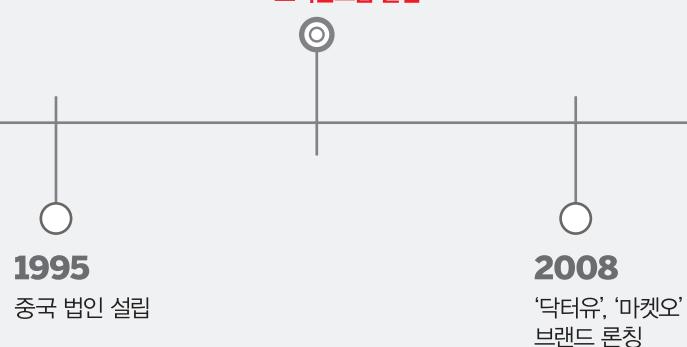
2016~2022

글로벌 종합식품·헬스케어 기업으로 제 2의 도약

- 2016 **오리온-농협 협작법인 설립**
베트남 연 매출 2천억 원 돌파
- 2017 4겹 스낵 '꼬북칩' 출시
- 2018 오리온농협 밀양 공장 준공
간편대용식 브랜드 '마켓오네이처' 론칭
제과업계 최초 환경부 '녹색 인증' 획득
인도 법인 설립
- 2019 오리온제주용암수 공장 준공
'닥터유 제주용암수' 출시
환경친화적 포장재 인쇄설비 플렉소 기기 도입
- 2020 '산동루캉하오리요우' 바이오 협자법인 설립
'닥터유 단백질바' 출시
- 2021 **인도 라자스탄 공장 준공**
초코파이 글로벌 연 매출 5천억 원 돌파
베트남 연 매출 3천억 원, 러시아 연 매출 1천억 원 돌파
중국 암 체외진단 제품 생산설비 구축
글로벌 탄소배출 통합관리체계 구축
- 2022 **러시아 트베리 신공장 준공**
연 매출 2천억 원 돌파
'닥터유 제주용암수 무라벨', '닥터유 면역수' 출시
ESG위원회 설립
환경경영시스템(ISO14001) 인증 획득

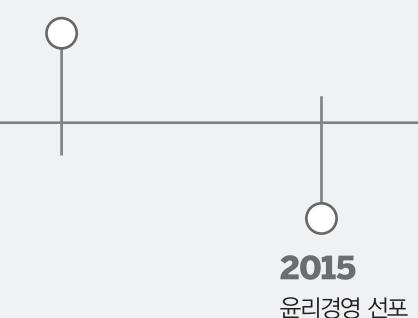
2001

오리온그룹 출범



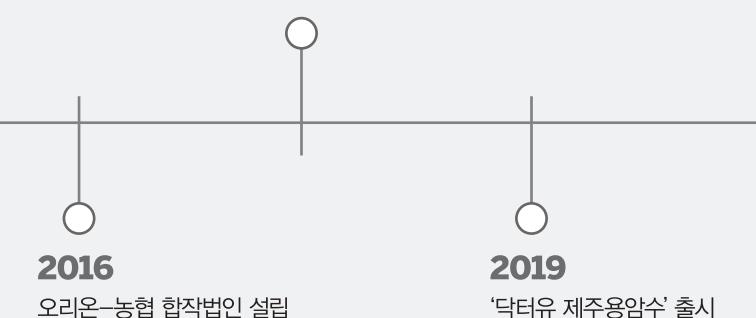
2013

중국 연 매출 1조 원 돌파



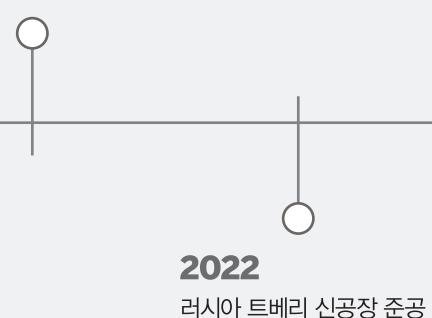
2018

간편대용식 브랜드 '마켓오네이처' 론칭



2021

인도 라자스탄 공장 준공



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 랑팡 공장을 설립하고 상하이, 텐진, 다롄 등으로 중국 시장 내 유통망을 넓혀 나갔습니다.

글로벌 식품·헬스케어 기업으로 도약

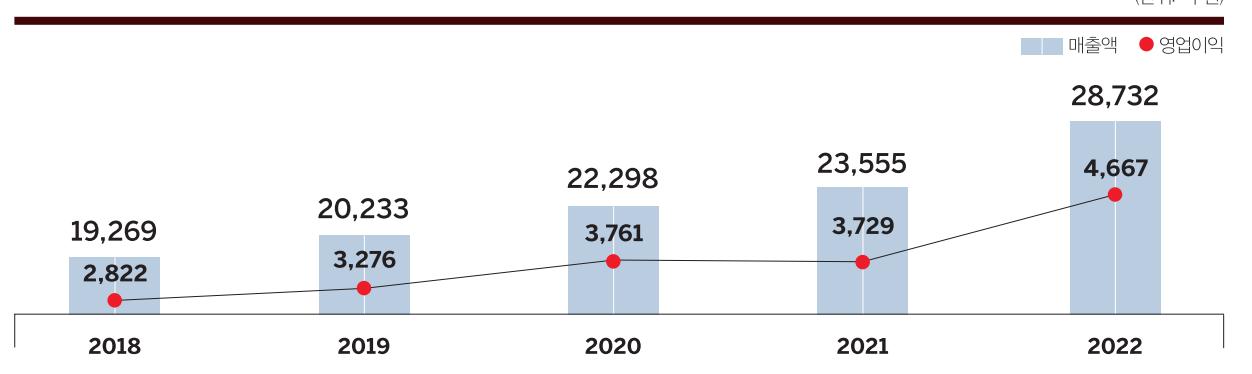
오리온은 2017년 '글로벌 종합식품기업 도약'을 선언한 이래 '음료', '간편식사대용식', '바이오' 등 신규사업을 본격화하며 제과 회사를 넘어 글로벌 식품·헬스케어 기업으로 변모하는 중입니다. 60년 넘게 쌓아온 제조 노하우와 중국, 베트남, 러시아, 인도 등 해외 법인의 탄탄한 글로벌 네트워크를 바탕으로 세계적인 식품기업들과 경쟁하며 지속 성장해 갈 것입니다.



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 생산공장을 가동하고 철저한 현지화 전략을 통해 전 세계 소비자들로부터 사랑받으며 지속 성장해가고 있습니다.

최근 5개년 실적 추이



2022년 주요 이슈

1. 연결 기준 사상 최대 실적 달성

오리온은 원자재 가격과 에너지 비용이 상승하는 등 불확실한 경영환경이 지속됨에도 불구하고 2022년 연결기준 매출액 2조 8,732억 원, 영업이익 4,667억 원을 기록하며 사상 최대 실적을 달성했습니다. 매출액은 경쟁력 높은 신제품 출시 및 적극적인 시장 확대로 전 법인에 두 자릿수 이상의 성장률을 기록하며 22.0% 증가했습니다. 특히 베트남과 러시아 법인은 현지 수요가 급증하는 가운데 각각 생산라인 확대, 신공장 가동을 통해 적기에 제품 공급량을 늘리는 한편, 공격적인 영업활동을 펼쳐 각각 38.5%, 79.4% 성장을 이어갔습니다. 효율과 수익성 중심의 경영으로 영업이익이 25.1% 증가하면서 영업이익률은 16.2%를 기록했습니다.

2. 닥터유, 마켓오네이처 등 신수종 사업 고성장

'닥터유'가 '맛있는 건강'으로 브랜드 정체성을 강화하고 '닥터유 제주용암수', '닥터유 단백질바', '닥터유 드링크' 등 다양한 라인업을 구축한 이후 처음으로 연 매출 800억 원을 넘어섰습니다. 음료사업은 친환경 제품인 '닥터유 제주용암수 무라벨'과 식약처 인정 기능성 원료인 아연을 함유해 정상적인 면역기능에 도움을 줄 수 있는 건강기능식품 '닥터유 면역수'를 선보이며 높은 성장세를 이어가고 있습니다. '마켓오네이처'는 엄선된 원료를 사용한 차별화된 제품의 인기에 힘입어 2018년 출시 이후 4년 만에 매출이 3배 성장했습니다. '과일', '검은콩' 등 자연원물을 강조한 라인업부터 '단백질' 등 건강 콘셉트 제품, 대중적인 맛에 가벼운 식감의 팝 시리즈, 오리온 스테디셀러 과자와 콜라보한 '고래밥'과 '다이제' 등이 소비자에게 호평을 받고 있습니다.

3. 러시아 트베리 신공장 준공, 연 매출 2천억 돌파

지난해 러시아 법인은 매출액이 79.4% 성장한 2,098억 원 영업이익은 106.9% 성장한 348억 원을 기록했습니다. 하반기 트베리 신공장이 가동되면서 안정적인 제품 공급이 이뤄졌고 10만여 개의 거래처를 확보해 영업망을 확대하며 2003년 법인 설립 이후 최초로 매출 2천억 원을 돌파했습니다. 이 같은 성과는 현지인 입맛에 맞는 신제품 개발과 비스킷 라인업 확장 등 차별화된 제품력, 시기적절하게 확보한 생산능력, 그리고 지역별 세밀한 시장분석을 통한 영업 등 전반적인 회사 역량이 상향된 데 따른 것입니다. 올해에도 차별화된 제품력을 기반으로 생산라인을 늘리는 동시에, 딜러와 거래처를 확보해 영업 강화에도 주력하며 성장세를 지속할 방침입니다.

4. 그룹 차원의 ESG 활동 강화

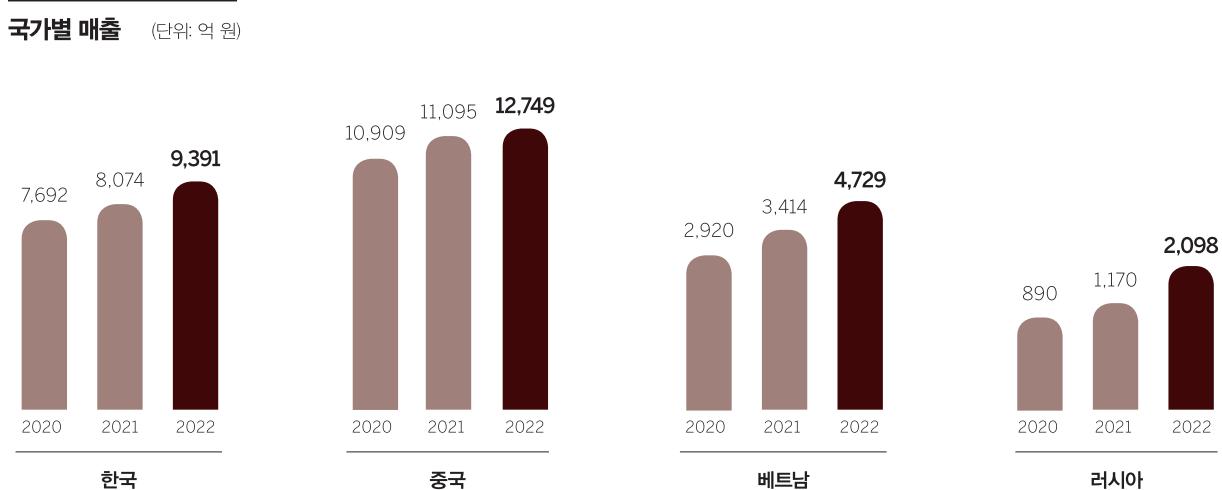
오리온은 지난 2015년부터 '윤리경영'을 경영방침으로 삼고 그룹 차원의 다양한 활동을 추진하고 있습니다. 지난해에는 국내 식품업계 최초로 '글로벌 탄소배출 통합관리체계' 시스템을 도입해 탄소배출 목표 설정, 데이터 통합 및 관리, 에너지 절감 등을 시행하고 있으며, 기업 환경영향에 관한 국제 표준인 'ISO 14001' 인증을 획득했습니다. 영업, CSR, 법무 3개 부서의 실무 담당자들로 구성된 '대리점 상생팀'을 신설하는 한편, '상생펀드'를 운영해 협력회사, 대리점과의 상생협력도 강화해 나가고 있으며 지역사회 취약 계층에 대한 후원도 지속하는 등 사회적 책임을 다하고 있습니다. 3월에는 자주회사인 오리온홀딩스와 사업회사 오리온의 이사회 산하에 각각 'ESG위원회'를 설립해 환경, 사회, 지배구조 등에 대한 주요 실적 및 계획을 심의하고 있습니다.

주요 재무 성과

	2020년	2021년	2022년
손익현황			
매출액	22,298	23,555	28,732
매출총이익	9,531	9,464	10,912
영업이익	3,761	3,729	4,667
순기타수익	172	-19	-37
순금융수익	34	76	232
지분법이익	6	5	6
법인세차감전순이익	3,974	3,790	4,867
당기순이익	2,746	2,637	3,983
재무현황			
자산총계	26,654	31,204	33,717
유동자산	7,975	11,462	14,704
비유동자산	18,679	19,742	19,013
부채총계	7,679	8,279	7,325
자본금	198	198	198
자본잉여금	13,887	16,158	16,564
미처분이익잉여금(결손금)	4,890	6,570	9,630
자본총계	18,975	22,926	26,392
주요 재무 비율(%)			
유동비율	230.8	219.6	264.4
부채비율	40.5	36.1	27.8
ROA	10.7	8.4	11.8
ROE	15.5	11.5	15.1

*사업회사 오리온 연결기준

국가별 매출



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

오리온그룹이 지향하는 윤리경영은 준법과 윤리에 기반한 경영활동을 통해 모든 이해관계자에게 기여함으로써 지속적으로 성장해 나가는 것입니다.

■ 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 상생협력을 도모함으로써 장기적 동반성을 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 사회적책임을 다하며 사회발전에 기여합니다.

임직원 기본윤리

1. 오리온인의 자세

우리는 오리온인으로서 긍지와 자부심을 가지고 주어진 역할과 책임을 다합니다.

2. 법규준수 및 윤리규범 실천

우리는 업무수행에 있어 제반법규 및 사내규정을 준수하며 회사의 윤리규범 및 실천지침을 실천합니다.

3. 공정한 업무수행

우리는 어떠한 경우에도 공정하고 투명하게 업무를 수행하며 회사의 이익을 최우선으로 생각하고 행동합니다.

4. 명확한 공사구분

우리는 공사구분을 명확히 하여 회사의 모든 자산을 소중히 여기고 업무 목적으로 맞게 사용합니다.

5. 내부정보 보호

우리는 업무상 취득한 내부정보를 해당 업무에만 사용하며 외부에 유출되지 않도록 철저히 보호하고 관리합니다.

6. 올바른 업무 지시/보고

우리는 임직원 간 올바르고 정당하게 업무를 지시하고 수행하며 업무와 관련된 모든 사항은 적시에 정확하게 보고합니다.

7. 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

윤리경영을 통한 기업문화 구축, 업무 방식 변화, 그리고 사회적 책임 이행을 위해 전 법인에 전담조직(CSR팀)을 두고 내·외부 이해관계자에게 기여할 수 있는 활동을 수행하고 있습니다.

글로벌 윤리경영 체계 구축

글로벌 운영기준 수립/운영('윤리실천지수' 측정 등을 통해 법인별 윤리경영 실천 수준을 점검/보완하는 등 전 법인이 윤리적 기업문화 정착을 위한 다양한 활동을 전개하고 있습니다.

윤리경영 전파 및 소통

윤리경영 전파 및 임직원 공감대 형성을 위해 전사 윤리경영 설명회, 계층별 윤리경영 교육, 최고경영층 타운홀미팅, 현장 윤리경영 소통 간담회 등을 정기적으로 실시하고 있습니다. 전 법인이 함께 윤리경영 실천사례를 발굴 및 전파하고 있습니다. 법인/조직별로 업무와 연계한 윤리경영 실행 계획을 수립/실천하고 우수 실천사례를 선정하여 매년 윤리 대상과 윤리인상을 시상하고 있습니다.

팀별 핵심인재로 선발된 윤리실천리더를 통해 협업 중심의 윤리경영 실행력을 강화하고 있습니다. 윤리실천리더들은 회사방침 및 직원 제안사항에 기반한 윤리경영 활동을 기획/실행하고 있습니다.

윤리경영 제도 및 시스템

이해관계자와의 투명하고 공정한 관계 구축을 위해 금품/선물수수신고, 지인거래신고 등 '자진신고제도'를 운영하고 있으며, 전 임직원이 윤리경영 활동 정보를 확인하고 참여 할 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.

부패방지



부패방지 원칙

'임직원 기본윤리' 및 '윤리적 의사결정 준수사항'을 제정하고 부패방지를 위한 원칙을 명시하고 있습니다. 내·외부 이해관계자와 금품/선물, 향응/접대, 편의 제공, 금전거래 등의 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.



부패방지 교육실적

2022년에는 신규 입사자 교육, 리더십 교육, 전사 교육을 통해 총 2,035명이 부패방지 교육을 이수했습니다. 신규입사자 교육은 공정·투명한 업무수행 등 부패방지를 중점으로, 파트장/영업소장 등 관리자 대상 교육은 부패방지에 대한 실사례 중심의 리더십 교육을 시행했습니다. 뿐만 아니라 전 임직원을 대상으로 '윤리적 딜레마 교육'을 시행하여 업무수행 시 부딪힐 수 있는 이해상충/공정거래/부패방지 등 딜레마 사례별 대처방안을 교육했습니다.



의명신고시스템

내·외부 이해관계자들이 비윤리적 행위에 대해 익명으로 신고할 수 있는 '의명신고시스템'(https://www.kbei.or.kr/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. 2022년 총 6건의 신고가 접수됐으며, 모든 신고사항은 절차에 따라 조치 완료됐습니다.

대외평가 및 수상

ESG 평가등급

지난 8년간 지속해온 윤리경영을 바탕으로 한 ESG 활동을 인정받아 한국ESG기준원이 시행하는 ESG 평가에서 오리온과 오리온홀딩스 모두 2년 연속 통합등급 'A'를 획득했습니다.

	통합등급	환경(E)	사회(S)	지배구조(G)
오리온	2022년 A	B+	A	A
	2021년 A	A	A	B+
오리온홀딩스	2022년 A	B+	A	A
	2021년 A	A	A	A

수상 실적

오리온의 윤리경영 활동 추진에 대한 공로를 대외적으로 인정받은 사례들입니다.

한국

- 전국품질분임조경진대회 / 산업통상자원부
 - 익산 공장, 탄소중립 부문 금상(2022년), 은상(2021년)
 - 청주 공장, 에너지/기후변화 부문 금상(2020~2021년)
 - 본사, 사업간접 부문 동상(2021년)
- 공정거래협약 이행평가 최우수 등급 표창 / 공정거래위원회(2019~2022년)
- 국가품질혁신상 탄소중립 부문 국무총리상 / 산업통상자원부(2021년)

중국

- CSR 모범기업상 / 주중대사관(2016~2022년)
- CSR China Education Award 100대 기업 선정, 최고 책임기업 브랜드 상 등 4개 부문 수상 / CSR 중국교육연맹(2021~ 2022년)
- 친환경 우수공헌기업상 / 중국 광동성 생태환경부(2021년)

베트남

- 산업안전 및 위생 분야 장관상 / 노동보훈사회부(2022년)
- 불우 아동 후원 관련 인민위원회상 / 빈증성 인민위원회(2022년)

지배구조

이사회 현황



기업지배구조

오리온은 투명하고 효율적인 경영활동, 전체 주주의 이익을 고려한 합리적 의사결정, 주주에 대한 책임을 다하는 투명경영을 원칙으로 이사회를 운영하고 있습니다. 2017년 6월 (주)오리온홀딩스로부터 인적분할하여 설립된 이후 전문경영인 체제 중심의 이사회를 구성/운영하고 있으며, 매월 정기이사회를 개최해 월별 주요 경영실적에 대해 보고하고, 의사결정이 필요한 안건을 상정해 이사회 중심의 공정한 경영활동을 전개해 나가고 있습니다. 2023년 1월에는 주주권익을 보호하고 공정하고 투명한 지배구조 체제를 확립하고자 '기업지배구조헌장'을 제정했습니다. 이를 통해 향후 주주, 임직원, 고객, 협력회사, 지역사회 등 이해관계자 보호를 중심으로 ESG 중심의 경영을 더욱더 강화해나갈 계획입니다. 보다 자세한 사항은 당사 홈페이지에 게시된 '기업지배구조헌장'을 참고하시기 바랍니다.



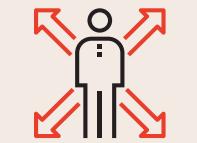
이사회 구성 및 운영

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 구성함으로써 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)을, 2022년에는 총 19회(정기 13회, 임시 6회) 소집하여 총 40개 안건(보고 19건, 결의 21건)에 대해 논의했습니다.



이사회 산하 위원회

이사회 산하 '감사위원회'와 '사외이사후보추천위원회', 'ESG위원회', '보상위원회(2023년 1월 신설)'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 설치된 이후, 매 반기 1회 정기위원회 개최를 포함, ESG 활동 실적 및 계획, 환경 관련 투자, 대외 기부 및 후원 등 ESG 관련 주요 이슈사항을 심의 진행했습니다. 2023년 1월에는 '보상위원회'를 신규 설치하고, 향후 이사보수 한도 및 경영진의 보수 지급수준 관리체계를 구축하는 등 보수의 적정성 및 투명성 확보를 위한 활동 또한 전개해나갈 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 ESG위원회, 보상위원회의 경우 3분의 2 이상을 사외이사로 구성하여 독립성을 강화했습니다.

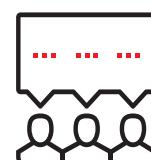
이사회 구성 현황(2023년 3월 기준)

구분	성명	전문 분야	주요 경력	최초 선임일	예정 만기일	감사 위원회	사외이사후보 추천위원회	ESG 위원회	보상 위원회
사내 이사	허인철	경영총괄 (전문경영인)	(주)오리온홀딩스 대표이사	2017. 06	2026. 03	-	위원	-	-
	이승준	R&D (전문경영인)	(주)오리온 대표이사	2022. 03	2025. 03	-	-	위원	위원
	노승권	법률	대구지방검찰청 검사장	2023. 03	2025. 03	위원	위원장	위원	-
사외 이사	이 육	감사	전) 감사원 공직감찰본부장	2020. 03	2024. 03	위원	-	위원장	위원장
	하용석	재무	전) 제23대 관세청장	2021. 03	2025. 03	위원장	위원	-	위원

주주가치 제고

주주권리 보호 및 공정한 정보 제공

오리온은 정관 및 관련 법령이 정하는 기준에 따라 주주의 권리 보장을 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 돋기 위해 분기보고서 공시 전, 월 잠정실적을 공정공시를 통해 제공하고 있습니다.



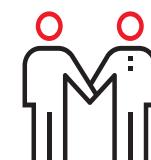
주주 의결권 행사 보장

- 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 포함 3개년 배당정책 공개(홈페이지)
- 연간 잉여현금 흐름의 20~60% 배당금 재원(~2024년 사업연도까지 유효)



주주와의 소통 확대

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

환경

환경경영 체계

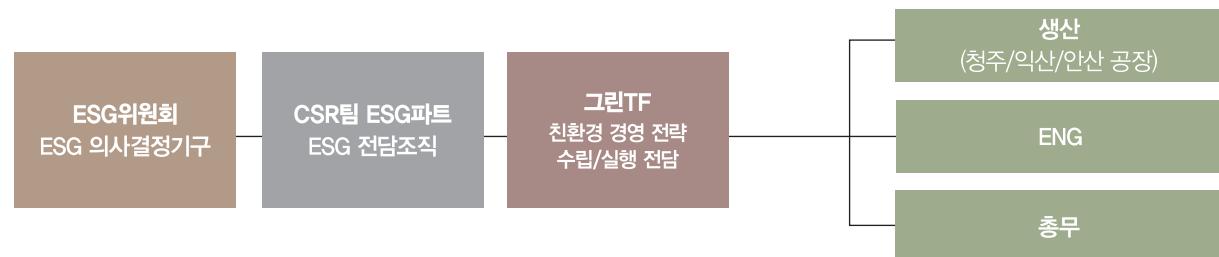
환경방침

오리온은 경영방침에 따라 '지속 가능한 친환경 경영'을 추구하며 '제품의 개발/생산/판매/폐기 전 과정에 걸친 친환경 활동 전개'라는 방향성을 가지고 다음과 같이 친환경 경영을 실천하고 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 ESG파트 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 진행했습니다. 그뿐만 아니라 ESG 경영 전반에 대한 이해를 높이고 실행방안을 탐구하기 위해 관련 직원들을 대상으로 ESG 개념 및 사례 등의 온/오프라인 교육을 실행했습니다.

환경 성과평가

그룹 차원의 윤리경영 활동 관리 및 평가를 위한 '윤리실천지수' 측정을 통해 에너지 사용량 절감, 탄소배출량 감축, 환경오염물질 감량, 환경법규 준수 및 사전예방활동, 환경영화활동 등의 항목에 대해 법인/조직별 친환경 경영 성과를 평가 · 관리하고 있습니다. 환경 관련 전담조직 및 담당자는 이와 연계하여 에너지 사용비용 및 산업폐기물 절감, 포장공간 효율화와 유해화학물질 비중 축소 등과 같은 환경 관련 성과목표(KPI)를 설정하여 친환경 목표 달성을 위한 노력을 기울이고 있습니다.

환경경영 목표 및 추진실적

오리온은 온실가스 배출을 2030년까지 30% 이상 감축하기 위해 매년 3% 이상의 감축을 목표로 다양한 활동을 추진하고 있으며, 그 결과 2022년에는 전년 대비 13% 감축했습니다. (국내 사업장, 원단위 기준)

글로벌 탄소배출 통합관리시스템 구축

2021년 한국표준협회로부터 중국, 베트남, 러시아 등 해외 법인 사업장들의 온실가스 배출량에 대하여 국제적 기준에 부합하는 제3자 검증을 완료했으며, 탄소배출 목표관리를 위해 전 법인 대상 글로벌 탄소배출 통합관리시스템을 국내 식품업계 최초로 도입했습니다. 이는 한국, 중국, 베트남, 러시아 등 국내외 사업장 및 생산공장의 온실가스 배출량, 배출권, 배출시설 현황 등 주요 데이터를 효율적으로 관리할 수 있는 시스템입니다. 국내외 사업장의 탄소배출량 및 감축목표를 데이터 기반으로 관리하고 감축 아이템을 발굴, 실행하는 등 통합관리를 실시하고 있습니다.

친환경 인쇄설비 '플렉소 기기' 도입

2019년부터 친환경 인쇄설비인 플렉소 기기를 도입해 운영하고 있습니다. 플렉소 인쇄는 기존 그라비어 방식과 달리 양각 인쇄를 통해 잉크와 유해화학물인 유기용제 사용량을 대폭 줄일 수 있는 포장재 생산 방식으로 총 120억 원(2019년 70억, 2021년 50억 원)을 투자해 2호기까지 도입을 완료했습니다. 현재 '초코파이', '포카칩', '와클' 등 38개 제품에 적용 중이며, 향후 전체 필름 포장 제품 중 80%까지 확대할 예정입니다. 잉크와 유해화학물인 유기용제 사용량을 기준 대비 연간 800톤까지 절감할 수 있어 환경보호에도 크게 기여하고 있습니다.

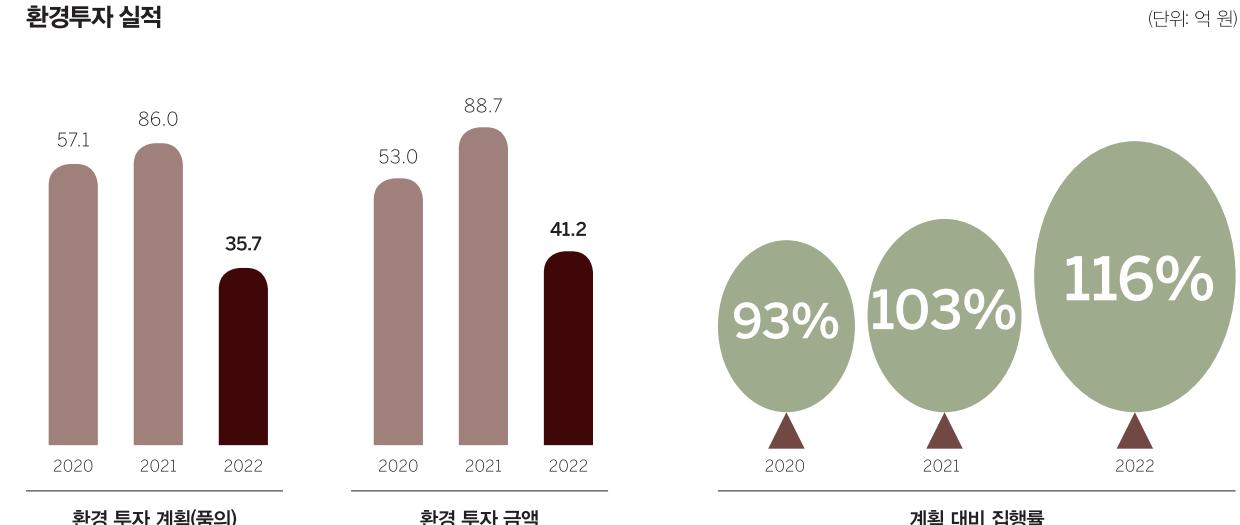
환경경영시스템(ISO14001)/에너지경영 시스템(ISO50001) 인증 획득

전 법인 중 가장 생산규모가 큰 중국 법인은 2018~2021년에 걸쳐 랑팡/상하이/광저우/센양 공장이 'ISO14001 인증'을 완료했으며, 에너지 절감 및 효율 향상 활동의 체계적 관리를 인정받아 전 공장이 'ISO50001 인증'을 획득했습니다. 한국 법인 또한 2022년 6월, 국내 모든 사업장에서 'ISO14001 인증'을 얻으며 친환경 경영에 앞장서고 있습니다.

영업용 전기차 도입

한국 법인은 영업용 1톤 차량 모두를 전기차로 전환하는 계획을 수립하여 실행해나가고 있습니다. 2021년 서울 금천영업소에 영업용 1톤 전기차 2대를 시범 도입했고, 2022년 부산영업소에 2대를 추가 도입했습니다. 기존 차량 대비 탄소배출량 감축 및 연료비 절감 효과뿐만 아니라 영업사원들의 만족도도 높은 것으로 나타나 전국 영업소를 대상으로 2025년까지 영업용 1톤 차량을 전기차로 전면 교체할 예정입니다.

환경투자 실적



기후변화 대응

전 세계 기후변화 대응을 위해 그룹 차원의 온실가스 감축 및 에너지 관리 노력을 지속적으로 강화하고 있습니다. 국내는 생산설비 개선 등 에너지 효율 향상 활동을 추진하고 있으며, 해외 법인에서는 신재생에너지 투자를 적극 확대해 나가고 있습니다. 뿐만 아니라 자회사 및 협력회사에도 에너지 절감 및 온실가스 감축 기술을 지원하고 있습니다. 이러한 노력들을 인정받아 '2021년 국가품질혁신상' 탄소중립 부문 참여기업 중 업계 내에서 유일하게 심사기준을 통과해 국무총리표창을 수상했습니다.

사업장별 주요 활동

- 청주 공장				
청주 공장은 '전국품질분임조경진대회' 에너지 · 기후변화 부문에 출전해 2년 연속(2020~2021) 대통령상 금상을 수상하는 쾌거를 기록했습니다. 2021년 전력 절감장치 설치, 냉각수 순환펌프 교체, 공조설비 개선 등을 통해 온실가스 배출 원단위를 기준 대비 9.3% 감축했으며, 2020년 꼬복칩 에너지 절감 스텀 공급 장치와 갑자 프라이어 기기 폐열 회수 설비를 설치해 온실가스 배출 원단위를 기준 대비 5.1% 감축하는 성과를 달성했습니다. 특히 폐열 회수 설비 사례는 식음료업계 최초로 농업기술진흥원의 에너지경영시스템(EnMS) 구축 지원사업에 선정돼 사업비 50%를 지원받아 2022년 12월 시스템 구축을 완료했습니다.				

- 익산 공장

익산 공장은 '전국품질분임조경진대회' 탄소중립 부문에 출전해 2년 연속 금상(2022), 은상(2021)을 수상했습니다. 2022년 츄잉캔디 제품인 '비틀즈'의 성형실 외기 공급설비 구축과 '눈을감자' 등의 주원료인 냉동감자 보관을 위한 창고 냉동기 개선을 통해 온실가스 배출 원단위를 각각 10.3%, 7.7% 낮추는 성과를 거뒀습니다. 2021년 고래밥 생산 시 사용되는 공기압축기 설비와 오징어땅콩 생산 시 발생하는 폐열을 회수해 재활용하도록 설비를 개선하는 등 연간 475톤의 온실가스를 감축하고 있습니다.

자회사 및 협력회사 지원 활동

2020년 오리온제주용암수를 대상으로 보일러효율, 진공 증발기 스텀 사용량, 압축공기 시스템 개선을 지원하여 연간 117.9톤에 달하는 온실가스 감축 효과를 이뤄냈습니다. 2021년에는 협력회사인 (주)삼아인터내셔널을 대상으로 보일러 배기가스 폐열회수, 오븐기 폐열회수 등 연간 43톤의 온실가스 배출량을 감축할 수 있는 방안을 지원했습니다.

해외 법인 신재생에너지 투자/개발

해외 법인은 신재생에너지 도입 및 운영에 중점을 두고 있습니다. 중국 법인은 2022년 광저우 공장과 상하이 공장에 태양광시스템을 설치해 운영하고 있으며, 연간 에너지 비용 1.6억 원 절감 및 탄소배출량 3천톤 감소가 예상됩니다. 베트남 법인 엔풍 공장은 우드칩을 연소시켜 발생한 열을 이용하는 바이오매스를 도입해 기존 LPG 보일러를 대체하고 있습니다. 바이오매스는 LPG 대비 열효율이 높고 탄소배출량 감소 효과가 뛰어나 연간 7억 원의 에너지 비용 절감과 4,200톤의 탄소배출량이 감소될 것으로 예상하고 있습니다.

온실가스 배출량

구분	단위	2020	2021	2022
직접배출량	톤CO ₂ e	26,860	25,822	27,090
간접배출량	톤CO ₂ e	41,087	39,307	40,613
총량	톤CO ₂ e	67,947	65,129	67,703

* 국내 온실가스 배출량 및 에너지 사용량 집계 범위: 국내 전체 사업장본사, 공장, 영업소, 물류센터 등)

에너지 사용량

구분	단위	2020	2021	2022
연료사용량	톤CO ₂ e	501	484	512
전기사용량	톤CO ₂ e	819	797	824
스팀사용량	톤CO ₂ e	15	14	15
총량	톤CO ₂ e	1,335	1,295	1,351

용수/폐기물 관리

제품 과정에 투입되는 수자원의 효율적인 사용을 위해 용수를 전년 대비 2% 절감하고자 노력하고 있습니다. 청주 공장은 갑자 세척에 사용된 용수를 100% 기타 세척용수로 재활용하여 친환경에 앞장서고 있습니다. 또한 폐기물을 전년 대비 3% 저감하는 목표로, 포장을 뜯기만 하면 진열할 수 있는 친환경 원스톱 패키지로 제작한 '간식이 필요해' 시리즈를 출시했고, 각 공장에서는 오니슬러지, 식물성 잔재물을 퇴비와 토질 개선을 위한 목적으로 100% 사용하고 있습니다.

용수 사용량 및 재이용률

구분	단위	2020	2021	2022
용수 사용량	톤	626,858	619,745	729,891
용수 재이용량	톤	100,000	42,200	14,241
배출량	톤	526,858	577,545	715,650
재이용률	%	16	6.8	2.0

* 용수 사용량 및 폐기물 배출량 집계 범위: 국내 주요 사업장본사, 청주, 익산, 안산 공장)

환경위험관리

사고 대응체계

오리온은 실질적인 위험관리를 위해 본사와 공장의 사고 대응체계를 사업장의 특성에 맞게 운영하고 있습니다.



화학물질 관리

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 저감 활동과 생물종다양성 보전 활동을 이행하고 있습니다.

환경영향 저감 활동



생물종다양성 보전 활동



합계 약 4억 원

사회

인권경영

인권경영 및 다양성 존중

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 보훈/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 수립했습니다.

또한 임직원이 행복한 일상을 보낼 수 있도록 통합 심리적 지원 프로그램인 '마음돌봄서비스'를 제공하고 있습니다. 직장인이 경험하는 다양한 원인의 스트레스에 대해 심리적 이슈를 해결하고 효율적 업무수행을 할 수 있도록 지원함으로써 직원들로부터 호응을 얻고 있습니다.

인력개발

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

임직원 교육 현황

구분	2020년	2021년	2022년
인원(명)	1,549	1,409	1,386
총 교육시간(시)	52,805	53,138	54,203
인당 교육시간(시)	34	38	39
총 교육비용(만 원)	40,300	39,500	54,100
인당 교육비용(만 원)	26	28	39

주요 교육 프로그램

교육 프로그램	대상	세부내용	시행월
임직원 법정교육	전 임직원	성희롱 예방, 직장 내 괴롭힘 금지, 장애인 인식개선, 안전보건 교육	연중
기본소양 교육	전 임직원	사내 어학과정/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/신임파트장	파트장 리더십 과정, 영업소장 리더십 과정, 신임파트장 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 업무 이해)	전 임직원	타 부서 업무 이해 및 협업 포인트 확인	3~1월
사이버연수원	전 임직원	기본소양/직무역량/외국어/독서통신	연중

안전보건

안전보건 방침

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.

안전보건 활동

2022년 산업안전보건교육 정기교육 대상자 전원이 100% 교육을 이수했으며, 유해 위험요인을 식별 및 평가하여 개선하는 사업장 위험성 평가를 시행했습니다. 또한 사전예방활동(Weak Point Management)을 통해 시설물 안전점검, 단체급식시설 위생점검 등 팀별/업무별 리스크 요소 발굴 및 자가점검을 전 사업장을 대상으로 실시하고 있습니다. 이 외에도 정밀안전진단, 작업 환경측정, 근골격계유해요인조사 등을 통해 임직원의 안전한 근무환경 조성에 힘쓰고 있습니다.

산업재해율

구분	재해율	재해자수	상시근로자수
2022년	0.410%	6명	1,465명

* 상시근로자수 : 신재보험 가입 상시근로자수 기준

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
 - 패밀리데이, 유연근무제, PC-OFF, 징검다리연휴, 특별휴가, 대체휴무제 등
- 임직원 소통
 - 직원들과 최고경영층이 소통할 수 있는 타운홀미팅
 - 윤리경영 / 경영실적 / 인사제도 설명회, 현장 소통 간담회 정례화



복리후생

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

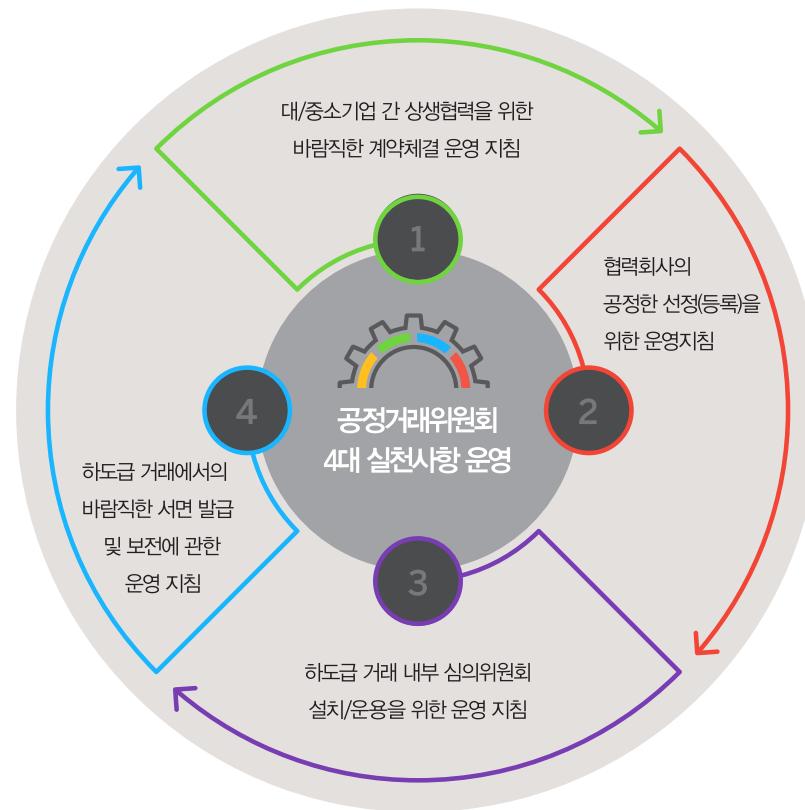
동반성장

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 도입했으며, 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, 4년 연속 공정거래 협약이행평가 '최우수' 등급을 획득했습니다.

동반성장 지원 프로그램

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

1) 금융지원



2) 생산성 향상 지원

프로그램	세부 지원 내용
판로 확대	• 해외시장 진출 및 수출을 위한 운송비, 샘플 통관비 지원
품질 개선	• 품질 개선 기계/설비 지원, 기술보호임차 등 기술 보호 지원
에너지 절감	• 에너지 절감 기계/설비 도입, 친환경 인증(ISO 등) 지원
교육/훈련	• 품질위생/기술지도/식품안전 교육, 온라인 교육 사이트 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 목표입니다.

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 펼치고 있습니다.

품질안전팀에서는 “Food Safety Calender”를 운영해 유통 제품 및 원료의 안전을 확보하고 있으며 2022년 한 해 동안 1,533건의 미생물, 이화학 분석을 수행했습니다.



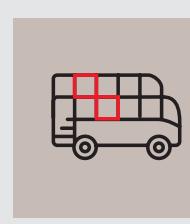
연구 개발

- 안전한 원료의 선정
- 협력회사 점검 및 개선 지원
- 위해 요소 사전 차단



생산

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



유통 판매

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

2022년 VOC 처리 현황

15,599 건
불만
4,782 건
의견

VOC

* VOC, Voice of Customers

고객응대 프로세스

고객 의견은 접수되는 즉시 소비자불만관리시스템(CCMS) 프로그램에 등록되고 공장에서는 개선방안을 모색합니다. 이후 품질경영부서에서 해당 내용이 재발하지 않도록 예방활동을 펼칩니다.



※ 소비자 피해보상기구 : 고객센터

식품안전 인증 현황

국가	대상 공장	인증
한국	2	FSSC22000, HACCP
중국	4	FSSC22000, HACCP
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 품질 향상에 적극 반영하여 고객의 만족도를 높이도록 지속적으로 노력하고 있습니다.

적극적인 고객 의견 반영

고객들의 취향과 니즈를 적극적으로 수집하여 제품에 반영하고 있습니다.

취식 편의성 강화



소비자들의 의견을 반영하여 소포장 대용량으로 취식 편의성을 높인 '과즙팡 꼬물탱 미니'를 선보였습니다. 박스형 타입으로 어디에나 쉽게 비치 가능한 패키지 안에 10g씩 소포장한 미니 젤리 55개를 담았고, 반원 형태의 입구도 만들어 소비자들이 쉽게 꺼내 먹을 수 있도록 패키지를 디자인했습니다.

신제품 출시



딸기송이, 초코파이♥ 해피베리 쇼콜라 2022년에는 가장 많은 요청이 있었던 초코송이의 새로운 맛인 '딸기송이'를 출시했으며, 공식 홈페이지와 고객센터 등에 접수된 소비자 요청을 반영해 2020년 출시했던 한정판 '초코파이♥ 해피베리 쇼콜라'를 다시 선보였습니다.

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

증량 및 포장재 축소/개선

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 소비자들에게 더 많은 가치를 제공하고자 노력하고 있습니다. 초코파이, 포카칩, 오!그레놀라, 촉촉한 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 유기화합용제를 사용하지 않은 환경친화적 잉크 개발에 성공하여 식품용 포장재로는 최초로 환경부

'녹색기술 인증'을 받았으며, 이 기술을 적용한 12개 제품 포장재와 관련해서 '녹색기술제품' 인증을 받았습니다.

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

2019년 12월 출시한 '닥터유 제주용암수'에 수분리성 라벨을 적용했을 뿐만 아니라, 2022년 무라벨, 무색캡, 무색병 등 3가지 친환경적인 요건을 모두 갖춘 '닥터유 제주용암수 무라벨'을 선보이며 분리배출 편의성과 페트병 재활용 효율성을 높였습니다.

사회공헌활동

사회공헌 정책 및 활동

오리온은 성장에 기반한 지속적인 사회공헌활동을 바탕으로 사회에 대한 책임을 실천하기 위해 노력하고 있습니다. 이를 위해 전 범인이 '정(情) 나눔'이라는 그룹 공통 테마 아래 업과 연계한 사회공헌활동을 전개해 나가고 있습니다. 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	
	그룹 공통 테마 : 정(情) 나눔	
방향	따뜻한 정 나눔	푸른 정 나눔
	취약계층 아동·청소년 지원	친환경/지역사회 사회공헌
활동	한국 <ul style="list-style-type: none"> • 아동·청소년 정서함양 지원 <ul style="list-style-type: none"> – 지역아동센터 과자세트 기부 – 소아병동 제품 기부, 장학금 지원 등 – 실종아동 예방 캠페인(서울 경찰청 협약) – 제품 패키지에 '지문 사전등록 제도' 홍보 디자인 삽입 	한국 <ul style="list-style-type: none"> • 제주도 지역 사회공헌 협약 <ul style="list-style-type: none"> – 해양환경/지역복지/인재육성 등 • 임직원/가족/고객 참여 플로깅 캠페인(서울시 연계) • 국방부 후원 협약(산병훈련소 제품 기부, 국군의 날 지원 등) • 오!김자립니다(국내 김자재 배송 지원)
	중국 <ul style="list-style-type: none"> • 아동·청소년 행복/건강 지원 <ul style="list-style-type: none"> – '행복한 학교 만들기' 시행(취미 운동회, 체육시설 개선 등) – '햇살 어린이 교실' 제작(빈곤지역) – 교내 식품안전 체험관 조성/교육 	중국 <ul style="list-style-type: none"> • 코로나 확산/봉쇄 지역 방역당국 제품 기부 • 홍수피해 지역 구호물품 기부 • 지역사회 영양교육 활동(영양학회 협약)
	베트남 <ul style="list-style-type: none"> • 교실에서 찾은 희망 캠페인(2020~2022년, 월드비전 협약) <ul style="list-style-type: none"> – 학교폭력 예방 및 즐거운 교실문화 조성 – 학교 화장실 환경개선(2022~2025년, 호치민시 청년단 협약) 	베트남 <ul style="list-style-type: none"> • 고향감자 프로젝트(2016~2022년) <ul style="list-style-type: none"> – 감자 재배농가 연계, 농기구/기술지원/지역복지 등

2022년 법인별 주요 사회공헌활동

구 분	내 용	수혜자	금 액
한국	지역아동센터 과자세트 기부(플로깅 연계), 임직원/가족/고객 참여 플로깅 캠페인, 태풍 헌남노 피해지역 제품 기부 재단 : 국군의날 행사 후원, 제주도 지역사회 상생기금, 김자재 배송 지원, 지역사회 후원	약 16만 2,000명	11억 9,000만 원
중국	행복한 학교 만들기 시행(취미 운동회, 체육시설 개선 등), 코로나 확산/봉쇄 지역 방역당국 제품 기부, 홍수피해 지역 구호물품 기부	약 21만 7,000명	9억 9,000만 원
베트남	교실에서 찾은 희망 캠페인(학교폭력 예방활동), 학교 화장실 환경개선 프로그램 (호치민시 청년단 협약), 고향감자 프로젝트(농가, 대학 지원)	약 2만 4,000명	3억 8,000만 원
	합 계	약 40만 3,000명	25억 6,000만 원

임직원 참여 장려 정책

임직원의 사회공헌활동 참여를 장려하기 위하여 업무시간 중 사회공헌활동에 참여할 수 있도록 조직/개인 평가 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

전 세계적으로 사랑받고 있는 글로벌 브랜드 '초코파이情'과 오리온 감자연구소만의 축적된 노하우로 생감자칩의 대명사가 된 '포카칩', 스낵 여러 개를 한 번에 먹는 듯한 풍부한 식감의 '꼬북칩'은 해외 소비자들의 입맛을 사로잡으며 오리온의 브랜드 가치를 높이고 있습니다. 더불어 진출하는 국가마다 아이들의 사랑을 끼逵 받는 '고래밥', 실제 과일 모양과 식감까지 리얼하게 구현한 'マイ구미' 등 오리온의 대표 제품들은 한국뿐만 아니라 세계 각지에서 뛰어난 제품력을 인정받고 있습니다.

오리온은 맛에 영양을 더한 '닥터유'와 자연원물 그대로의 정직하고 건강한 맛을 담은 간편대용식 '마켓오네이처'를 선보이며 글로벌 종합식품기업으로 도약하고 있습니다. 특히, 닥터유는 기존 '과자' 이미지를 '식품'으로 확대하고, '맛있는 건강'이라는 핵심 콘셉트로 한 차원 높은 브랜드 정체성을 확립해 나가고 있습니다. 건강에 대한 관심과 레저 인구 증가 트렌드를 반영해 언제 어디서나 간편하게 영양을 보충할 수 있는 뉴트리션바와 음료, 2022년에는 '닥터유PRO' 라인업도 확대하며 다양한 영역에서 '맛있는 건강'을 제공하고 있습니다. 오리온은 앞으로도 더 맛있고 품질 좋은 제품을 개발하여 오리온만의 브랜드 파워를 강화해 나가겠습니다.



2022년 한국 매출

9,391 억 원

영업이익

1,402 억 원

ORION in Korea

주식회사 오리온

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

의산 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 부북면 점령재로 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

한국 주요 제품

국민 과자를 넘어 세계인의 과자가 되다

초코파이情

오리온 초코파이情은 1974년 출시된 이래 큰 인기를 누리며 우리나라 식품을 대표하고 있는 국가대표 과자입니다. 초코파이는 뛰어난 맛과 품질을 바탕으로 국내뿐만 아니라, 세계 60여 개 나라에서 한 해 30억 개 넘게 팔리고 있습니다. 2015년에는 가격 인상 없이 개당 무게를 35g에서 39g으로 증량하면서 더 진하고 달콤한 초콜릿 풍미를 느낄 수 있도록 초콜릿을 약 13% 늘리고, 식감도 더욱 부드럽게 개선했습니다.

빠르게 변화하는 소비 트렌드에 발맞춰 최근에는 '딸기스케치', '수박', '해피베리쇼콜라' 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 불리으키며 국민 과자로 자리매김했습니다. 훌륭한 스낵 여러 개를 한 번에 먹는 듯한 풍부한 식감과 겹겹마다 양념이 배어들어 풍미가 진한 것이 특징으로, 과자를 천천히 씹을 때 입안에서 나는 재미있는 소리와 거북이 등을 낮은 귀여운 모양도 매력 포인트입니다.



꼬북칩은 고소한 옥수수 맛이 일품인 '콘스포맛', 한 겹 한 겹 입혀진 진한 초콜릿의 매력 '초코츄러스맛', 달콤 고소한 '달콤인절미맛' 그리고 '크런치즈맛'이 있습니다. 특히 초코츄러스맛은 2020년 9월, 선보이자마자 '품질 과자'에 등극하며 많은 사랑을 받았고 크런치즈맛은 진한 체다치즈맛으로 바삭한 식감을 즐길 수 있어 꼬북칩만의 독특한 식감 열풍을 이어가고 있습니다. 꼬북칩은 미국, 중국, 베트남, 인도 등 해외 시장에도 진출하며 대한민국을 대표하는 글로벌 K-스낵으로 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 메가 브랜드에 등극하는 등 지난 19년간 생감자스낵 시장 1위를 지켜오고 있습니다. 이는 성인 소비층의 확대와 제품 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.

통곡물의 고소함과 중독적인 양념 맛의 조화

태양의 맛, 썬

썬은 통곡물의 고소함과 바삭한 식감, 중독성 강한 양념 맛 등 특유의 맛과 식감으로 2022년 매출이 전년 대비 15% 증가하며 인기를 얻고 있습니다. 매콤달콤한 양념 맛이 일품인 '핫스파이시맛'과 갈릭바게트 풍미를 리얼하게 구현한 '갈릭바게트맛' 2종이 있습니다. 특히 갈릭바게트 맛은 중독성 강한 '단짠(단맛+짠맛)' 맛과 바삭한 식감으로 사랑받고 있습니다.



통쾌한 식감과 고소한 땅콩의 조화, 대한민국 대표 장수 브랜드 오징어땅콩

고소한 땅콩과 깊은 해물 맛이 어우러진 볼 타입 과자로 '심심풀이 오징어땅콩'이란 말까지 유행시키면서 40년 넘게 꾸준한 사랑을 받고 있는 제품입니다. 땅콩에 28번에 걸쳐 원재료 반죽옷을 얇게 입혀 굽는 방식으로 독특한 그물망 구조가 형성되어 오징어땅콩만의 독특한 식감이 살아있습니다. 바삭한 코팅층과 함께 땅콩이 만들어내는 '통쾌하게 와작한 식감'이 오징어땅콩만의 매력입니다.

구명송송 바삭사르르한 식감의 감자스낵

오!감자

'오!감자'는 기존 감자 스낵과 차별화된 모양과 식감을 가진 브랜드로, 과자 가운데 구멍이 뚫린 독특한 모양이 주는 바삭함과 이후 사르르 녹는 식감이 매력적인 제품입니다. 고소하고 담백한 '감자그라탕맛'은 1999년에 첫 출시되어 많은 사랑을 받고 있으며, 2004년 소스를 넣어 찍어 먹는 재미와 풍부한 맛을 즐길 수 있는 '찍먹소스'로 제품 라인업을 확장했습니다. 2021년에는 과자 크기를 2배 키워 더 풍성한 식감과 풍부한 맛을 즐길 수 있는 '대왕 찍먹 오!감자 크리미칠리소스맛'을 출시했습니다. 부드럽고 매콤한 중독적인 맛의 '대왕 찍먹 오!감자 크리미칠리소스맛'은 찍먹소스 대표 제품인 '찍먹 오!감자 양념바베큐 소스만큼 소비자들에게 많은 사랑을 받고 있습니다. 앞으로도 오!감자 브랜드는 다양한 원료의 확장과 차별화된 소스를 찍어 먹는 재미를 통해 소비자에게 먹는 즐거움을 주는 편(FUN) 브랜드로 제품 라인업을 지속 확대해 나갈 것입니다.



껍질째 두툼하게 썰어 맛과 식감이 풍부한 생원물 스낵

무뚝뚝감자칩 & 무뚝뚝고구마칩

'무뚝뚝감자칩'은 껍질째 두툼하게 썰어 기존 감자칩과는 다른 와그작한 식감과 풍부한 감자 맛을 즐길 수 있는 제품입니다. 2016년에 첫 출시돼 맥주 앤주로 사랑받고 있으며, 감자 본연의 풍미를 살려주는 통후추 소금맛 시즈닝이 특징입니다.

무뚝뚝고구마칩은 고구마를 껍질째 살려 기분 좋게 똑똑 부러지는 바삭한 식감의 원물 스낵입니다. 진한 고구마의 풍미가 살아 있어, 고구마의 달콤함과 고소함으로 온 가족이 즐길 수 있는 제품입니다. 다양한 원물을 똑똑 썰어 원료 본연의 맛을 느낄 수 있는 무뚝뚝 라인업을 확대해 나갈 것입니다.



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. 부담 없이 즐길 수 있는 짭짤고소한 볶음 양념맛이 매력적인 고래밥은 어른부터 아이까지 모두가 좋아하는 오리온의 대표 비스킷으로 자리매김했습니다.



촉촉하고 부드러운 온 가족 영양 간식

카스타드

카스타드는 부드러운 빵 속 달콤한 커스터드 크림을 채워 넣은 소프트케이크 브랜드입니다. 달걀을 듬뿍 넣어 완성한 촉촉함과 부드러운 맛으로 온 가족이 즐겨 먹는 대표 간식입니다. 또한, 부담 없는 맛으로 식사 대용 수요가 높다는 점에 착안하여 대용량 제품을 운영하는 등 소비자의 다양한 수요를 충족시키고 있습니다. 카스타드는 초코파이·과 함께 오리온의 대표 파이 브랜드로서 남녀노소 모두에게 사랑받고 있습니다.



과일의 풍부한 과즙이 그대로

マイ구미

1992년 첫선을 보인 마이구미는 과일 모양을 형상화한 맛과 모양, 풀깃한 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, 2022년에는 '자두알맹이'와 '리찌알맹이'를 선보이며 소비자 선택의 폭을 넓혔습니다.

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 쑥 먹을 수 있는 '다이제 미니', 부담 없이 가볍게 즐기는 '다이제 씬', 동글동글 초코볼로 새롭게 즐기는 '다이제 볼', 통밀 비스킷 사이에 부드러운 밀크 크림이 듬뿍 들어있는 '다이제 샌드' 등이 있습니다.



차와 함께 즐기는 밀크 비스킷

마리비스킷

마리는 1874년 영국 왕실의 결혼을 축하하기 위해 신부의 이름 '마리'를 새겨 만든 특별한 비스킷입니다. 담백하고 풍미가 좋아 대표적인 티 비스킷으로 알려진 마리는 지금까지도 여러 나라에서 사랑받고 있습니다. 마리비스킷은 생크림과 우유가 들어가 부드러운 밀크 풍미를 더한 비스킷으로 진한 커피나 차와 함께 즐기기 좋습니다.



트렌드를 선도하는

Market O

마켓오 브라우니

마켓오의 대표 제품인 '마켓오 브라우니'는 카페나 디저트 전문점에서 즐길 수 있었던 브라우니를 언제 어디서나 맛있게 먹을 수 있도록 마켓오만의 레시피로 재해석한 제품입니다. '마켓오 브라우니'는 진한 초콜릿 풍미와 브라우니 특유의 꾸덕한 식감을 살려 국내뿐 아니라 해외 소비자에게도 많은 사랑을 받고 있습니다.



비스킷 사이 초콜릿이 통째로!

비초비

비초비는 비스킷 사이 초콜릿을 통째로 넣은 샌드위치 비스킷입니다. 통초콜릿과 크래커가 입안에서 조화롭게 어우러져 달콤하면서 바삭한 식감을 즐길 수 있으며, 초콜릿 속 헤이즐넛 원물이 들어가 고소한 풍미를 함께 느낄 수 있습니다.



톡톡! 다양한 토피ng 가~득

톡핑 초콜릿

톡핑은 다채로운 토피ng 재료와 초콜릿이 조화를 이룬 수제 스타일 초콜릿입니다. 초콜릿 속부터 외관까지 토피ng을 가득 채워 한 조각을 먹어도 풍부한 맛과 식감을 느낄 수 있으며, 바삭바삭 고소한 아몬드&그래놀라, 부드럽고 진한 헤이즐넛&그래놀라 두 가지 맛으로 취향에 따라 즐길 수 있습니다.



마켓오 감자톡 & 오징어톡

얇고 길쭉한 제형의 오도독 톡! 바삭한 식감, 원물 그대로의 감칠맛을 살린 자연주의 스낵입니다. '마켓오 감자톡'은 감자를 곱게 갈아 만들어 감자 풍미를 극대화했고, '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.

닥터유



닥터유 전체 제품

닥터유는 '영양설계' 콘셉트로 2008년 론칭한 오리온의 대표 브랜드입니다. 2021년에는 기존 '과자' 이미지를 '식품'으로 확대하고, '맛있는 건강'이라는 핵심 콘셉트로 한 차원 높은 브랜드 정체성을 재정립하여 '닥터유 제주용암수', '닥터유 단백질바' 등 차별화된 제품 라인업을 갖췄습니다. 2023년에는 론칭 15주년을 맞아 한국인 기호에 맞는 미네랄·단백질 시장을 선도하며 오리온의 미래 성장을 이끌어갈 브랜드로 자리매김해 갈 계획입니다.

닥터유 제주용암수

오리온은 2019년 8월 제주시 구좌읍 용암해수산업단지 30,000m² (9,075평) 부지에 건축면적 14,985m²(4,533평) 규모로 생산공장을 준공하고 같은 해 12월 '제주용암수'를 출시했습니다.

닥터유 제주용암수의 원수인 제주 용암해수는 40만 년 전 화산 폭발로 생성되어 청정 제주 깊은 곳에서 태초부터 자연 그대로 간직되어 온 물입니다. 외부 환경으로부터 차단된 제주만의 희귀 수자원으로 천혜의 자연 필터인 현무암층을 천천히 통과해 안전하고 깨끗합니다. 또한 칼슘과 마그네슘 등 다양한 천연 미네랄 성분과 현무암층의 희귀 미네랄까지 더해진 건강한 물로 대한민국이 가진 세계적인 자원입니다. 용암해수는 하와이, 오키나와, 제주도 화산섬에만 존재하며 이 중 제주도가 유일하게 산업화에 성공했습니다.

닥터유 제주용암수의 제품 영양정보에는 2L 기준 칼슘 132mg, 칼륨 44mg, 마그네슘 18mg이 들어있으며, 경도(물에 녹아있는 칼슘, 마그네슘 함량)가 200mg/L입니다. WHO 기준 경도 120mg/L 이상은 경수(硬水, Hard Water)로 분류되며, 이를 활용한 뛰어넘는 닥터유 제주용암수는 기존 연수 중심의 국내 물 시장에서 경수 시장 개척에 앞장서고 있습니다.

또한 닥터유 제주용암수는 독일, 스위스 등에서 최첨단 설비와 신기술을 도입했으며, 미네랄 블렌딩 및 물맛과 관련해 미네랄 추출기술 권위자인 일본의 우콘 박사, 국가대표 워터소믈리에 고재윤 교수 등 최고의 연구진들이 참여해 제품력을 높이고 먹는 물 수질 기준에 따른 54개보다 훨씬 많은 104개의 수질검사로 깐깐하게 관리하여 신뢰 역시 높이고 있습니다.

현재 우수한 제품력을 기반으로 베트남, 러시아 등으로 수출하며 글로벌 시장에도 진출해 세계적 명수들과 경쟁해 나가고 있습니다.

오리온은 제주용암수 공장에 건강기능식품 제조시설 인증인 'GMP

인증'을 획득하고 2022년 2월 오리온 최초의 건강기능식품인 '닥터유 면역수'를 출시하며 라인업 확장에 나섰습니다. 최근 건강에 대한 관심이 커지면서 '정상적인 면역기능'에 필요한 아연을 간편하게 섭취할 수 있는 제품으로 브랜드의 '건강' 이미지를 강화해 나가고 있습니다. 이에 힘입어 2022년 음료사업 매출은 전년 대비 43% 성장하며 브랜드 입지를 넓혀 나가고 있습니다.

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



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 251억 원의 매출을 달성하는 등 히트상품으로 자리매김했습니다.



운동 전후 간편한 단백질 충전!

닥터유 단백질 드링크

닥터유 단백질 드링크는 간편하게 마시는 것만으로도 달걀 2개 분량의 12g 단백질과 18종의 아미노산을 간편하게 섭취할 수 있는 제품입니다. 또한, 신경과 근육 기능 유지에 필요한 칼슘도 210mg이 들어있습니다. 닥터유 단백질 드링크는 일반적인 단백질 강화 식품과 달리 오리온의 제과 기술을 활용하여 맛에도 심혈을 기울여 초코, 바나나 두 가지 맛을 운영 중이며, 최근 성장하고 있는 건강 트렌드에 힘입어 소비자들의 꾸준한 사랑을 받고 있습니다.

맛있게 즐기는 단백질!

닥터유 단백질볼

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

오래 지속되는 에너지!

닥터유 에너지바

닥터유 에너지바는 영양바의 취식 목적에 맞추어 에너지를 오래 지킬 수 있도록 설계된 대한민국 대표 뉴트리션바입니다. 견과류, 과일, 시리얼 등 엄선된 원료로 남녀노소 누구나 좋아하는 맛을 완성시켰습니다. 2021년 4월에는 닥터유만의 영양설계로 고소한 맛을 더하고 당 함량은 낮춘 '닥터유 에너지바 호두'를 선보였습니다. 에너지바 호두는 남녀노소 좋아하는 호두와 함께 아몬드, 땅콩 등 견과류 함량을 41%까지 높여 고소한 맛을 극대화한 것이 특징으로, 이소말토올리고당, 프락토올리고당 등 두 가지 올리고당을 사용해 은은한 단맛을 내는 동시에 당 함량을 낮출 수 있는 최적의 비율을 적용했습니다.

전문가를 위한 영양설계!!

닥터유PRO



닥터유PRO는 건강을 위해 전문적으로 운동하는 소비층을 타겟으로 한 고함량 단백질 제품입니다. 닥터유PRO는 취식 TPO에 맞춰 섭취할 수 있도록 바, 드링크, 파우더 3가지 형태의 제품으로 구성되어 있습니다. 50여 년의 초콜릿 기공 기술을 보유한 오리온 글로벌연구소의 식품 R&D 노하우로 초콜릿 풍미는 강화하고 당 함량은 낮춘 맛있는 고함량 단백질을 구현했습니다. '닥터유PRO 단백질바'는 동·식물성 단백질을 1:1로 배합한 제품으로 70g당 달걀 4개 분량의 단백질 24g이 함유되어 있습니다. 음식을 통해서만 섭취할 수 있는 필수아미노산 BCAA(류신, 이소류신, 발린) 2,000mg, 단백질 합성과 신진대사에 관여하는 영양소인 아르기닌 500mg을 더하면서 CVS TOP 3 단백질바 대비 당 함량을 40% 낮춰 홈트레이닝, 레저스포츠 등 운동 전후에 먹기 좋습니다. 쪼득한 초콜릿 속에 단백질 네기를 넣어 바삭한 식감을 구현하는 등 맛과 식감도 차별화했습니다.

'닥터유PRO 드링크 단백질'은 250ml 1병 기준 달걀 4개 분량의 단백질 24g이 함유되어 있으면서 당 함량은 1g 미만에 불과한 고단백 저당 제품입니다. 천천히 소화·흡수되면서 오랫동안 포만감을 유지할 수 있는 우유 단백질과 18종의 아미노산이 함유되어 있습니다. 그중에서도 근육 효과에 도움을 주는 BCAA 5,000mg, L-카르니틴 300mg이 함유되어 있으며, 근육 기능 유지에 필요한 칼슘도 550mg 함유되어 있습니다.

'닥터유PRO 단백질 파우더'는 1스쿱당 달걀 5개 분량의 단백질 30g이 함유되어 있으며 소화가 잘되는 분리유청 단백질 WPI를 사용하여 운동 직후 빠른 흡수를 돋는 것이 특징입니다. 여기에 근육 효과에 도움을 주는 BCAA 7,000mg, 류신 3,500mg, L-카르니틴 300mg을 더했습니다.



마켓오네이처



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

마켓오네이처는 바쁜 현대인들이 시간과 장소의 제약 없이 간편하게 한 끼 식사를 할 수 있도록 선보인 간편대용식 제품입니다. 통귀리, 통밀, 호밀, 국산 쌀 등 고소한 통곡물과 자연원물을 담은 '오!그래놀라' 11종과 '오!그래놀라바' 3종이 인기리에 판매 중입니다. 특히, 건강 트렌드가 지속되고 식사대용식으로 그래놀라에 대한 수요가 크게 늘면서 마켓오네이처는 출시 첫 해 연 매출 86억 원을 기록한 이후 지난해에는 220억 원을 달성하며, 출시 4년 만에 3배 가까이 성장했습니다. 국내 시리얼 시장 내에서 그래놀라의 점유율이 콘플레이크를 넘어선 가운데, 오리온은 엄선된 원료를 사용한 차별화된 제품들을 다양하게 선보이며 그래놀라 시장 성장세를 주도하고 있습니다.

오!그래놀라는 콘플레이크를 전혀 넣지 않고 오직 통곡물 그래놀라와 큼직한 자연원물만을 담은 것이 특징입니다. 오리온농협 공장에서 국산 쌀로 가공한 미분과 귀리, 통밀, 호밀 등 통곡물을 섞어 만든 그래놀라를 직접 생산하여 더욱 신뢰할 수 있으며, 소비자들의 기호에 맞춰 다양한 제품을 선보이고 있습니다.

변화하는 트렌드에 발맞춰 2021년 '마켓오네이처 오!그래놀라' 제품 4종을 가격 변동 없이 통곡물과 자연원물 함량을 늘리고 비정제사탕수수당을 사용하여 고소한 맛을 강화했습니다. 오!그래놀라 과일, 검은콩, 단백질 넛츠카라멜맛에는 국산 사과·콩·통아몬드 등의 함량을 높였으며, 오!그래놀라 카카오에는 유산균볼과 미쯔블랙 함량을 늘려 남녀노소 누구나 좋아하는 대중적인 맛을 구현했습니다.



이와 함께 한 끼 식사로 부담 없이 그래놀라를 즐기고 싶어 하는 소비자들을 타깃으로 '오!그래놀라 팝' 시리즈를 선보였습니다. 초코, 크랜베리, 현미와 같은 대중적인 맛에 가벼운 식감의 오곡볼을 더해 온 가족이 함께 즐길 수 있는 제품입니다. 올해에는 허니아몬드맛을 출시하며 소비자들의 선택 폭을 넓혔습니다.

'오!그래놀라 단백질 넛츠카라멜맛'이 건강과 체력 관리에 투자하는 소비자들로부터 큰 호응을 얻고 있는 가운데, 두 번째 라인업 '오!그래놀라 단백질 넛츠초콜릿'을 선보였습니다. 제품 50g과 우유 250ml를 함께 먹으면 달걀 3개 분량 단백질 18g을 섭취할 수 있어 간편하게 맛과 영양을 챙길 수 있는 제품입니다. 단백질 섭취에 대한 관심이 높아지고 있는 만큼 더 큰 인기를 얻을 것으로 기대하고 있습니다.

오!그래놀라와 함께 휴대성을 강화한 오!그래놀라바 '단백질바', '유산균바', '철분바' 3종도 호응을 얻고 있습니다. '밀크 단백질볼', '딸기 생유산균볼', '초코 철분볼' 등 영양볼을 각각 더해 제품별 특색에 맞춰 영양설계를 강화한 것이 특징입니다. 견과류와 함께 통귀리, 현미, 국산 쌀 등 통곡물을 비롯한 다양한 원물에 11가지 비타민과 무기질을 더했습니다. 언제 어디서나 간편하게 식사를 대신할 수 있어 학생, 직장인의 가방 속 필수템으로 주목받고 있습니다.

마켓오네이처는 앞으로도 다양한 신소재를 개발하고 영양설계를 강화한 신제품을 선보이며 자연원물을 그대로의 정직하고 건강한 맛을 전하는 대용식 브랜드로서 국내 그래놀라 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 커지고 있어 수요가 높을 것으로 예상하고 있습니다.

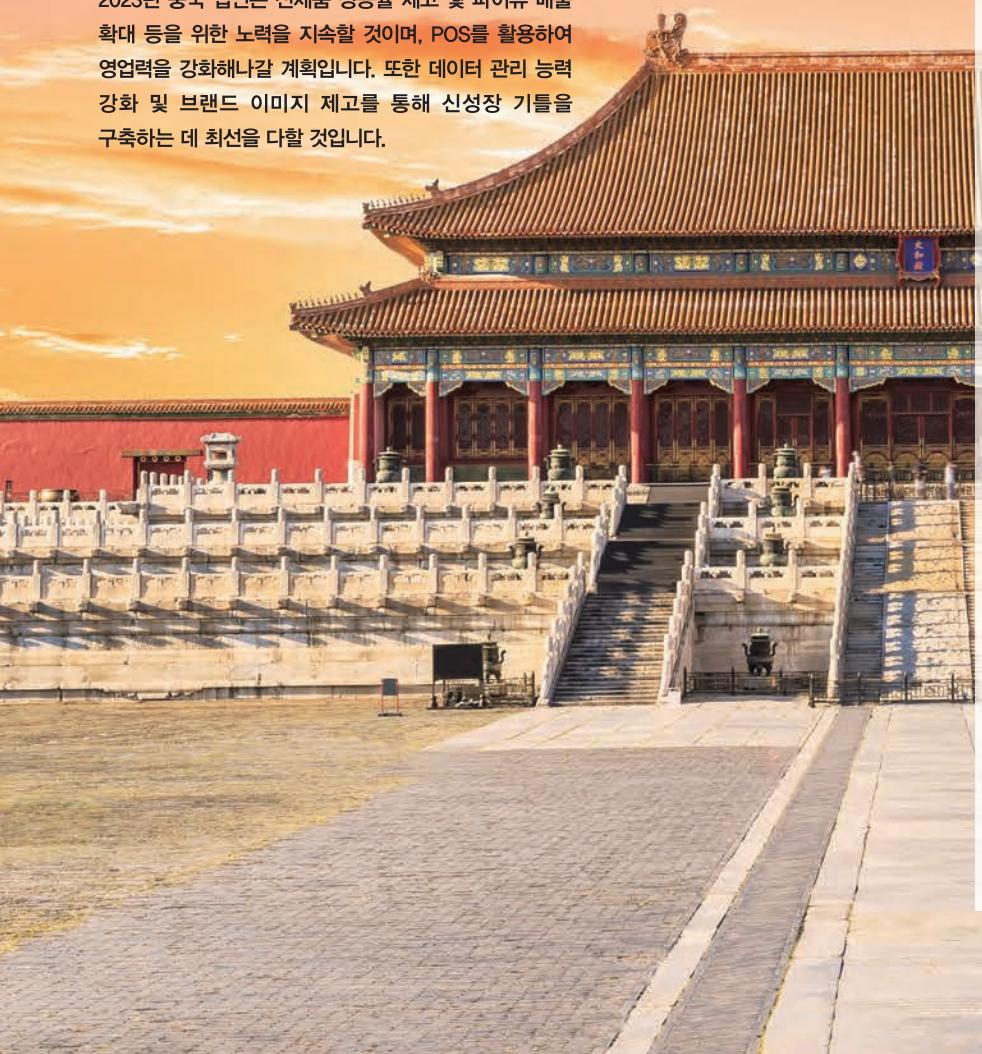
CHINA

중국 시장 수요에 맞는 제품 개발 지속

중국 내 파이류 시장 점유율 1위인 중국 법인은 지난해 사르르 녹는 차별화된 식감의 '우유맛(醇厚牛乳味)' 초코파이를 출시해 소비자의 많은 관심과 사랑을 받고 있습니다. 대용식 시장에 진출한 '송송 로우쏭단가오'는 슬트에 그맛을 선보이며 브랜드의 성장을 이끌고 있습니다. 특히, '돈횡' 박물관과 함께 중국 전통문화를 표현한 컬래버레이션은 주요 매체와 소비자들의 주목을 받았을 뿐만 아니라, 브랜드 호감도를 향상시키는 성과를 거뒀습니다. 스낵 제품은 경쟁사의 가격 인상을 기회로 입점률 및 진열 면적을 확대했으며, 가격경쟁력을 토대로 빠른 성장을 이뤄냈습니다. 인기 브랜드인 오감자, 예감, 스윙칩 등은 자연원물 시리즈를 출시하며 '건강'의 가치를 더한 스낵으로 호응을 얻고 있습니다. '껍질을 벗겨서 먹는 과일 젤리'로 젊은 소비자층에서 '왕훙(중국 온라인 인플루언서)' 제품으로 인기를 끌고 있는 귀즈궈신은 리치, 패션프루트 등 신규 플레이어 확장에 힘입어 2배 이상의 연 매출 성장을 기록했습니다.

지난해 중국 법인은 입점 수와 진열 면적 확대, 경소상 관리 개선, 채널관리 전문인력 양성 등 다방면의 노력을 통해 성장을 이끌었고, 전사 차원의 자원 집중과 데이터 활용을 통한 원가 상승 억제, 긍정 여론 조성 등의 성과를 달성했습니다.

2023년 중국 법인은 신제품 성공률 제고 및 파이류 매출 확대 등을 위한 노력을 지속할 것이며, POS를 활용하여 영업력을 강화해나갈 계획입니다. 또한 데이터 관리 능력 강화 및 브랜드 이미지 제고를 통해 신성장 기틀을 구축하는 데 최선을 다할 것입니다.



2022년 중국 매출

1조 2,749 억 원

영업이익

2,115 억 원

ORION in China

오리온식품유한회사

Bd. A, Tian Yuan Gang Center, C2, Dongsanhuabei Road, Chaoyang District, Beijing, 100027, China
T.86-10-8441-7999 F.86-10-8441-7599

오리온식품(랑팡)유한회사 1공장

No. 11 Quanxing Road, Langfang Economic & Technical Development Zone, Langfang, Hebei Province, 065001, China
T.86-316-607-7888 F.86-316-608-8964

오리온식품(랑팡)유한회사 2공장

No.8 Baihe Road, Langfang Economic & Technical Development Zone, Hebei, 065001, China
T.86-316-591-9700

오리온식품(상하이)유한회사

No. 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(센양)유한회사

No. 15 Xiahahu Road, Shenbei New District, Shenyang 110127, China
T.86-24-3162-1000 F.86-24-3162-1001

랑팡 그린 에코 패키징

No. 6 Yueyang Road, Langfang Economic & Technical Development Zone, Langfang, Hebei Province, 065001, China
T.86-316-597-6072

중국 주요 제품



좋은 친구 하오리요우 파이

중국 제과 시장에 파이(派)라는 새로운 카테고리를 최초로 선보이며 독보적인 브랜드로 자리매김한 '하오리요우 파이(好朋友·派)'는 중국에서도 오리온을 대표하는 제품입니다. 중국 진출 초기 좋은 친구를 뜻하는 '하오리요우(好朋友)'라는 이름으로 소비자들에게 신뢰와 친근감을 주면서 많은 사랑을 받았습니다. 2022년에는 초코파이 우유맛(好朋友·派醇厚牛乳味)을 출시하여 부드럽고 사르르 녹는 식감으로 젊은 소비자들의 호응을 얻고 있습니다.



놀라운 감자 애투도우

'애투도우(呀!土豆)'는 바삭하면서 살살 녹는 독특한 식감과 재미있고 쉬운 제품명으로 2006년 출시 후 중국 시장에서 감자스낵 대표 브랜드로 성장하며 지속적인 사랑을 받고 있습니다. 토마토맛, 스테이크맛, 허니버터맛, 치킨맛 등이 있으며, 별 모양 감자스틱의 '애투도우 주이주이씽(呀!土豆 脆脆星)', 달달한 설탕 코팅의 고구마맛 '애투도우 흉슈추이슈티아오(呀!土豆 红薯脆薯条)' 등 다양한 제품을 통해 경쟁력을 확보하고 있습니다. 2022년에는 새로운 원물 시리즈 제품인 김&로우쏭맛(로우쏭 肉松: 닭고기를 가공하여 분말이나 풀솜 모양으로 만든 식품)을 선보이며 제품 라인업을 확대했습니다.



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(好友趣)'는 중국어로 '재미있다'는 뜻인 '하오요우취(好有趣)'와 같은 발음으로 '재미있는' 식감과 맛을 제공하고 있습니다. 2022년에는 얇은 생감자칩 베이스에 산뜻한 맛을 입힌 소금맛, 김맛, 자몽맛 등 새로운 원물 시리즈 제품을 출시, 소비자들로부터 많은 사랑을 받고 있습니다.

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 소비자들의 사랑을 받고 있습니다. 기존 오리지널맛, 토마토맛, 스테이크맛 등이 인기를 끌고 있는 가운데, 건강 소비 트렌드를 반영한 장미맛(콜라겐 첨가)을 새롭게 선보였습니다.



재미와 맛을 동시에 하오뚜어위

감자를 주원료로 사용한 '하오뚜어위(好多魚)'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.



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. 상큼한 달기 크림과 달콤한 초콜릿이 조화된 '큐티파이 레드벨벳' 역시 소비자의 사랑을 듬뿍 받고 있습니다.



상상력을 키우는 모구리

버섯과 초콜릿의 합성어인 '모구리(蘑古力)'는 비스킷과 초콜릿이 결합된 버섯 모양의 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.

말랑말랑 귀여운 과일 젤리 궈즈궈즈 & 꿔즈궈신

2019년 과즙 함량 50%의 진한 과일 맛과 쫄깃한 식감, 귀여운 모양이 특징인 과일 젤리 '궈즈궈즈(マイガミ)'를 출시했습니다. 차별화된 제품력을 바탕으로 쾌속 성장을 이루었으며, 2021년에는 외피와 과육이 씹히는 이중식감 과일 젤리 '궈즈궈신'을 출시하여 중국 젤리 시장에서 과일 젤리의 대표 브랜드로 성장하고 있습니다. 2022년에는 기존 적포도맛, 청포도맛에 이어 리치맛, 패션프루트맛을 새롭게 내놓으며 제품 라인업을 다양화했습니다.



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 옥수수 맛이 특징입니다. 오리지널 콘스프맛과 함께 마라새우맛이 꾸준한 사랑을 받고 있습니다.



영양만점 폭신 케이 송송 로우쏭단가오

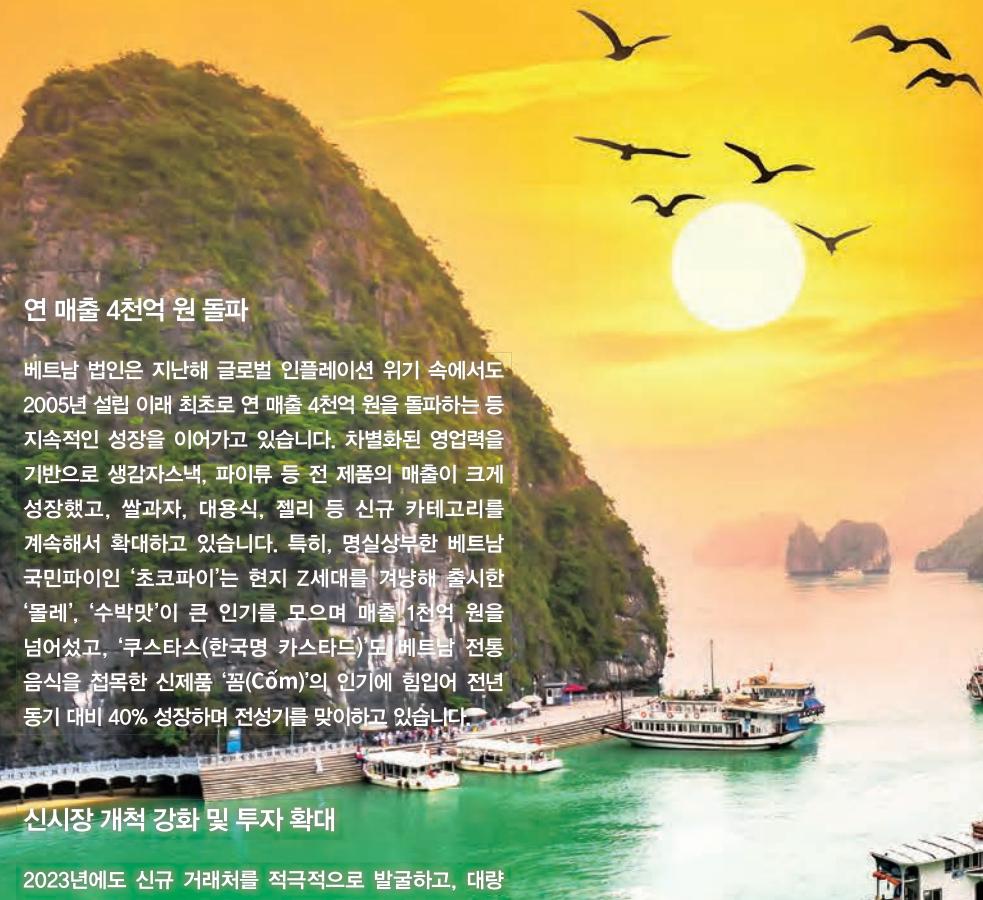
송송 로우쏭단가오는 중국인들이 사랑하는 식재료 로우쏭(肉松: 닭고기를 가공하여 분말이나 풀솜 모양으로 만든 식품)이 함유된 제품입니다. 차별화된 맛과 영양으로 간편대용식으로 인기를 끌고 있습니다. 2022년에는 기존 오리지널맛에 이어 솔트에그맛을 출시하며 제품 라인업을 확장했습니다.



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.

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



베트남 주요 제품



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 '깐깐하게 고른 햅쌀로 제대로 구운' 컨셉트로 소비자의 호평을 받고 있으며 브랜드명을 통해 '안심'이라는 브랜드 가치도 강조하고 있습니다. 2022년에는 '안 깨 쌀과자'를 출시하며 라인업을 확대했습니다.

베트남 국민 과자 오리온 초코파이

초코파이는 베트남 파이 시장 점유율 67.8%(2022년 말 기준)를 자랑하며 베트남 국민 과자의 자리를 더욱 공고히 해나가고 있습니다. 맛있는 간식일 뿐만 아니라, 존경과 사랑의 마음을 전하는 선물로도 변함없이 사랑받고 있습니다.



내일 아침엔 뭘 먹지? 쎄봉



2019년 출시된 쟌봉은 소비자 라이프 스타일 변화에 맞춰 아침 대용식 시장을 겨냥한 제품입니다. 브랜드명 쟌봉은 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 자리매김했고, 지난해에는 간편하게 찢어 먹으며 즐길 수 있는 치킨구이 샌드위치맛을 선보이며 소비자 선택의 폭을 넓혔습니다.

생감자스낵 베트남 No.1 오스타 & 스윙

젊은층의 라이프 스타일 변화와 함께 모던한 스낵들이 떠오르면서 생감자스낵이 높은 성장을 이어가고 있습니다. 원료용 감자 수급과 품질 관리가 핵심인 생감자스낵 시장에서 오스타와 스윙은 당당히 글로벌 경쟁자보다 앞서 시장을 이끌어가고 있습니다. 오스타 김치맛은 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 즐겨 먹는 영양 간식으로 자리 잡으며 소프트케이크 시장에서 높은 점유율을 차지하고 있습니다. 엄마의 따뜻한 마음과 정성이 담긴 쿠스타스를 아이들 가방에 간식으로 넣어주는 모습은 베트남 가정에서 흔히 볼 수 있는 풍경입니다.



베트남에 상륙한 고북칩 마시타(Masita)

한국, 중국, 미국, 호주 등에서 판매되며 글로벌 인기 스낵으로 자리매김한 고북칩이 2023년 3월 베트남에서 생산을 시작하여 '마시타(Masita)'라는 제품명으로 출시됐습니다.

한류 열풍에 맞춰 한국어 '맛있다'를 직관적으로 표현한 마시타는 바삭한 '네 겹 스낵'으로 훌겁의 스낵 여러 개를 한 번에 먹는 듯한 풍부한 식감과 겹겹마다 양념이 배어들어 옥수수의 고소한 풍미를 느낄 수 있는 것이 특징입니다.

현지에서 볼 수 없었던 차별화된 제품으로 젊은층의 입맛을 사로잡을 것으로 기대하고 있습니다.



프리미엄 비스킷 구떼 & 마리카 & 드마리

구떼는 차별화된 맛과 식감으로 큰 인기를 끌고 있으며 이 중 5가지 견과류를 넣은 '구떼 견과류' 라인업은 젊은 여성 소비자들로부터 좋은 반응을 얻고 있습니다. 마리카는 뉴질랜드산 최고급 버터를 사용해 만들어 선물용으로도 인기가 높습니다. 드마리는 19세기 유럽에서 첫 선을 보인 이후 세계적으로 인기를 끌고 있는 티 푸드 비스킷을 현지 소비자 취향에 맞춰 출시한 제품으로 진한 밀크 풍미가 특징입니다.

재미로 먹고 맛으로 먹는 마린보이 & 정글보이

아이들이 좋아하는 바닷속 세상과 공룡 시대를 디자인한 과자 모양으로 구현해 재밌게 먹을 수 있으며 뒤기지 않고 구워내어 건강하게 즐길 수 있는 간식입니다.



입에서 터지는 새콤달콤 즐거운 맛 붐젤리

과일 과즙 30%가 함유된 붐젤리는 베트남 어린이의 입맛과 건강을 고려한 제품으로 쫀득쫀득하고 부드러운 식감으로 많은 사랑을 받고 있습니다. 지난해에는 베트남 식문화를 반영해 칠리솔트 양념팩을 넣은 '붐젤리 그린망고 칠리솔트맛'이 현지 소비자들 사이에서 큰 화제를 모았습니다. 최근 급성장하고 있는 젤리 시장에서 엄마가 아이에게 안심하고 먹일 수 있는 젤리 브랜드로 성장하고 있습니다.



한 봉지의 스트리트 푸드 촘촘

촘촘은 꼬치구이, 어포구이 등 친숙한 베트남 길거리 음식 맛을 바삭하고 사르르 녹는 식감으로 만들어낸 스낵입니다. 푸짐한 양과 부담 없는 가격으로 베트남 청소년들 사이에서 인기 과자로 자리 잡고 있습니다.



RUSSIA

트베리 신공장 준공, 연 매출 2천억 원 돌파

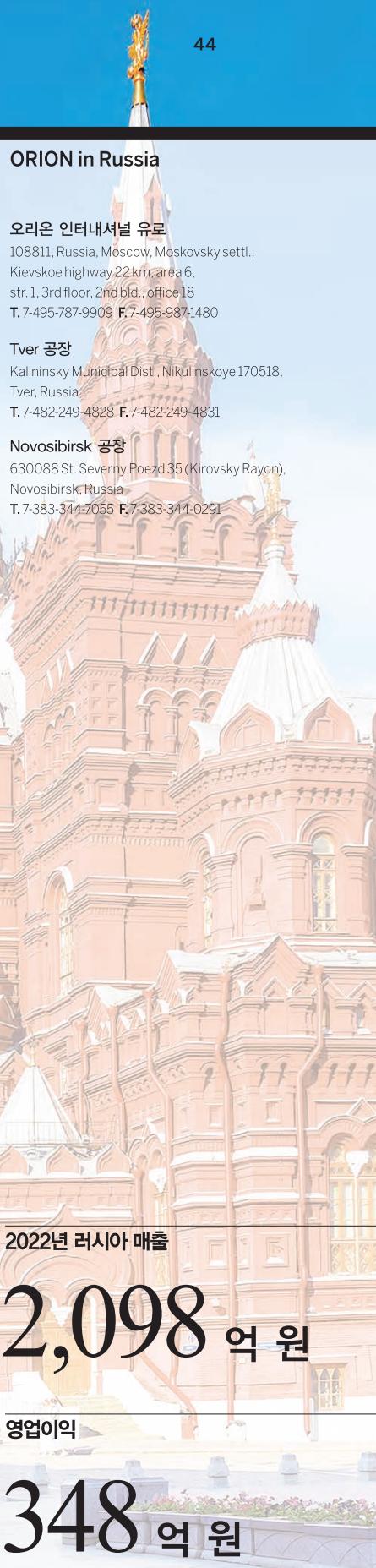
초코파이는 러시아를 대표하는 브랜드로서 현지 제과 시장에서 TOP 5 브랜드로 자리매김했습니다. 지속적으로 늘어나는 수요에 부응하기 위해 2022년 트베리 신공장을 완공하여 연간 430만 박스의 초코파이를 추가 공급하고 있습니다.

트베리 신공장은 기존보다 6배 이상 큰 규모로 연간 최대 2천억 원 이상의 제품을 생산할 수 있는 설비를 갖췄으며 초코파이의 공급량도 연간 10억 개 이상으로 확대할 수 있습니다. 신공장은 11조 원 제과 시장을 보유한 러시아를 공략하는 전초 기지이자 중앙아시아와 유럽 시장까지 확대하는 초석이 될 것입니다. 이를 통해 유라시아 시장 공략을 본격화하여 글로벌 기업으로서 제2도약을 이뤄낼 것입니다.

투자 확대 및 신규 카테고리 진출

러시아 법인은 2022년 프리미엄 파이 시장 진입을 위해 기존의 샘과는 차별화된 카라멜, 마크(양귀비씨), 코코넛맛을 론칭하여, 초코파이 블랙커런트, 망고, 크랜베리, 애플 시나몬, 다크, 초코칩, 라즈베리, 체리, 팔기맛과 함께 14종의 초코파이 라인업을 구축, 높은 매출 성장을 견인했습니다.

2023년에도 후레쉬 파이를 출시하여 러시아 시장 내 파이 No. 1 리더십을 공고히 하는 한편, 트베리 신공장에 젤리 라인을 신설해 신규 카테고리에도 진출하여 고성장세를 이어갈 방침입니다.



러시아 주요 제품



꾸준한 사랑을 받는 오리온 초코파이

1993년 러시아에 수출되기 시작한 초코파이는 현지에서 30년 넘게 지속적인 사랑을 받고 있습니다. 치를 많이 먹는 러시아인들의 문화에 잘 어울리는 초코파이는 지속적인 현지화 전략과 꾸준한 품질 향상 노력을 통해 일상에 깊이 뿌리내리며 꾸준한 인기를 얻고 있습니다.

품질 향상 프로젝트의 일환으로 방부제와 합성 색소, MSG 등을 전혀 사용하지 않고, 오리온만의 기술과 개별 포장으로 방부제 없이도 오랜 기간 보관할 수 있도록 유통 품질을 개선했으며, 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 됐습니다. 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 오리지널맛 중심에서 벗어나 현지 소비자들에게 친숙한 '체리', '블랙커런트', '망고' 초코파이 등 '잼'을 활용한 차별화된 제품을 잇달아 출시해 소비자 선택의 폭을 넓혔습니다. 2022년에는 초코파이 다크에 카라멜을 넣은 다크 카라멜, 러시아 소비자들이 가장 즐겨 먹는 마크(양귀비씨)맛, 라파엘로 특유의 코코넛 크림맛을 새롭게 선보이는 등 오리온 법인 중 가장 많은 14종의 초코파이를 생산, 판매하고 있습니다.

앞으로도 품질에 대한 신뢰를 바탕으로 시장을 선도하는 대표 브랜드로서 입지를 강화해 나갈 계획입니다.

끝없는 상상력을 전하는 초코보이

'초코보이(Choco Boy)'는 버섯 모양과 재미있는 캐릭터, 밀크초콜릿과 바삭한 비스킷이 어우러진 독특한 맛으로 아이들에게 사랑받고 있습니다. 2022년에는 기존 밀크초콜릿맛, 카라멜맛, 블랙커런트맛, 망고맛에 요구르트딸기맛을 새롭게 선보였습니다.

또한 쿠키 속에 달콤한 초콜릿이 들어있는 초코보이 사파리는 밀크초콜릿맛, 바나나맛에 코코넛, 딸기 요구르트 등 플레이버 2종을 추가하여 별도 브랜드로 육성할 계획입니다.



입안에서 바삭, 사르르 녹는 식감 CRACK IT

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



몸까지 가벼워지는 얇은 쿠키 크래커 구떼

'구떼(Gouté)'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 커피맛을 구현하는 데 성공, 구떼 오리지널과 함께 지속적인 사랑을 받고 있습니다.



구운 빵을 바삭하게 말려 독특한 식감 Mr. Bagetti

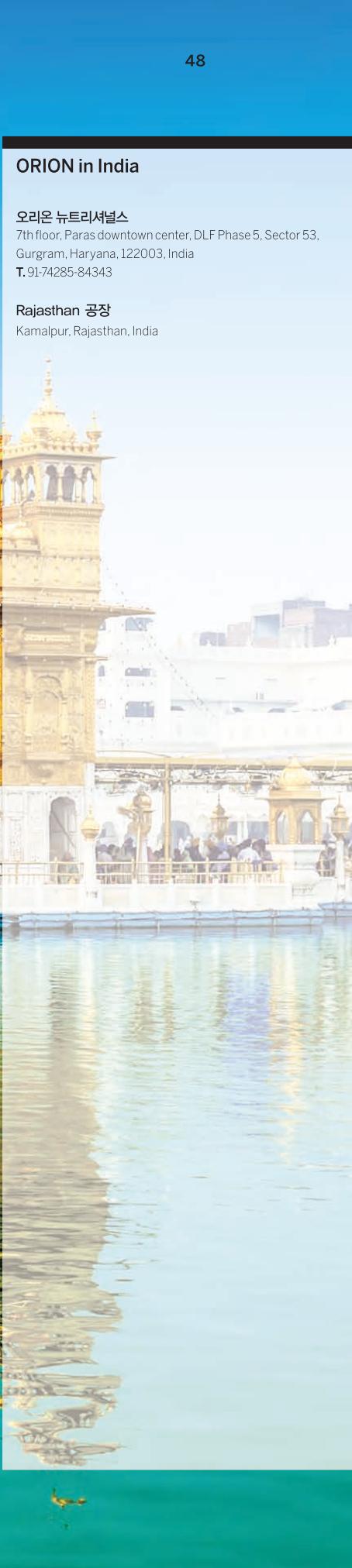
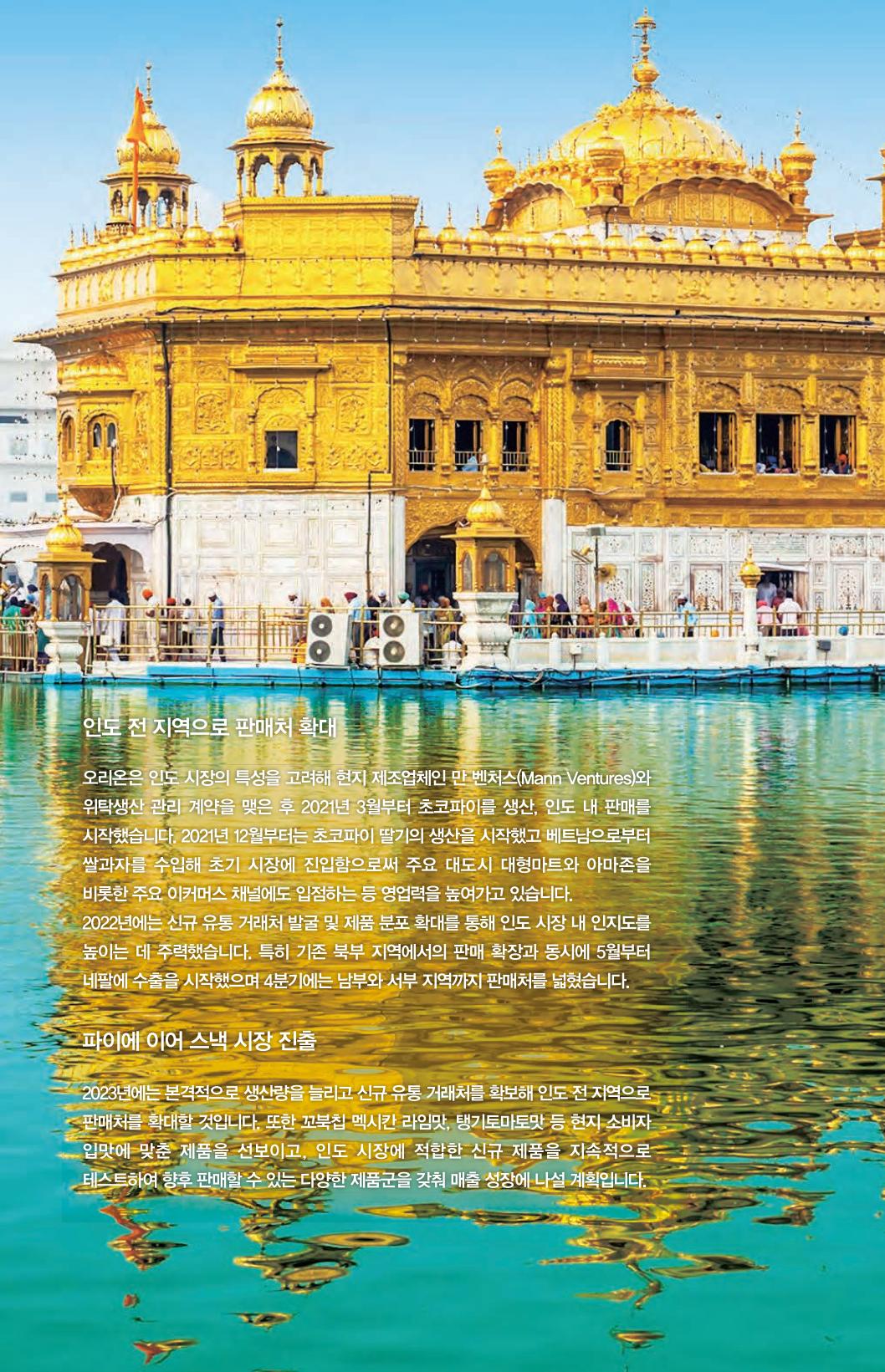
오븐에서 2번 구운 'Mr. Bagetti'는 와그작 씹히는 독특한 식감에 구운 양파를 넣고 시즈닝으로 버무린 '양파맛'과 '갈리바질맛' 2종이 판매 중입니다. 맥주, 음료와 함께 즐기기 좋은 제품으로 소비자 선택의 폭을 넓히기 위해 80g과 180g으로 용량을 다양화했습니다.



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 생산해 판매하고 있습니다. 초콜릿의 명가인 벨기에 '카길 초콜릿'과 공동으로 러시아 소비자 입맛에 딱 맞는 100% 리얼 초콜릿 청크를 개발하는 데 성공하고, 고품질의 네덜란드 오렌지 필이 들어있는 자매품도 함께 출시했습니다.

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 인도인이 가장 선호하는 맛을 구현한 초코파이 딸기를 출시했으며, 2022년 4월에는 인도가 전 세계 망고 생산량 및 소비량 1위인 점에 착안해 가장 친숙한 맛인 초코파이 망고를 선보여 현지 소비자들로부터 인기를 모으고 있습니다.



바삭하게 갓구어 낸 듯한 쌀과자 오라이스(Orice)

2021년 상반기부터 베트남으로부터 수입해 판매하기 시작한 쌀과자 오라이스는 기존 인도에서 볼 수 없었던 형태의 제품으로 쌀을 사용해 만든 건강한 과자라는 점에서 소비자들의 긍정적인 반응을 얻고 있습니다.



4겹의 특별한 식감 꼬북칩(Turtle chip)

2022년 12월부터 한국 법인에서 인도 시장에 맞춰 채식용으로 생산한 꼬북칩 핫리암물을 인도 법인이 수입해 판매를 시작했습니다. 2023년 2월부터는 현지 생산을 시작해 4겹으로 쌓인 모양과 바삭한 식감을 그대로 구현했으며, 현지 입맛을 고려해 멕시칸 라임맛, 사워크림&어니언맛, 탱기토마토맛, 마살라맛, 스파이시 데빌맛 등 총 5가지 맛을 출시했습니다.

주요 판매 국가

명실상부한 글로벌 제과 브랜드로서 세계 곳곳으로 뻗어 나가고 있는 오리온은 중국, 베트남, 러시아, 인도를 비롯해 미주, 동남아시아, 중동 등 50여 개 국가에서 제품을 판매하고 있습니다. 품질 혁신과 제품 다양화에 힘을 쏟으며 브랜드 경쟁력을 더욱 강화하고 있는 오리온은 스테디셀러 '초코파이' 외에도 '꼬북칩', '고래밥', '마이구미'를 비롯해 '닥터유 제주용암수'를 수출품 대열에 올려 폭넓은 해외 고객층을 확보하고 있습니다.



- 한국 본사
- 해외 법인 생산
- 한국 수출 국가
- 중국 수출 국가
- 베트남 수출 국가
- 러시아 수출 국가
- 인도 수출 국가

바이오

오리온홀딩스는 2020년 10월 중국 국영 제약기업 '산둥루캉의약이하루캉'과 합자계약을 체결하고 160조 원 규모의 중국 제약·바이오 시장에 진출했습니다. 오리온홀딩스와 루캉은 각각 65%, 35%의 지분을 투자하여 2021년 3월 '산둥루캉하오리요우생물기술개발유한공사이하루캉하오리요우' 합자법인 설립을 마치고 본격적으로 사업을 추진하고 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 검증을 거치게 되며, 최종 선정된 국내 바이오 기술은 루캉하오리요우가 중국 내 임상부터 인허가, 생산, 판매 및 마케팅까지 추진합니다.

대장암 체외진단 키트

오리온그룹은 루캉하오리요우를 통해 2021년 5월 국내 암 체외진단 전문기업 '지노믹트리'와 대장암 체외진단 기술도입 본계약을 체결하고, 지노믹트리가 중국 내 임상시험 및 인허가를 위한 기술 지원을 맡는 등 제품 상용화까지 지속적으로 협력해나갈 것입니다. 2021년 11월에는 중국 현지에 암 체외진단 제품 양산을 위한 인프라(실험실, 생산시설) 구축을 완료하고 중증 질환 체외진단 등 국내 우수 바이오 기업의 기술을 중국 시장에 성공적으로 선보이며 'K-바이오' 시대를 열어가겠다는 전략입니다.

결핵백신

루캉하오리요우는 2022년 2월 글로벌 백신 전문기업 '큐라티스'와 결핵백신 공동개발을 위한 계약을 체결했습니다. 7월에는 결핵백신 개발 관련해 중국 산둥성 지닝시와 '중국 백신 개발사업 지원·협력 계약'을 맺고 이를 기반으로 생산공장 부지 확보와 설비 구축 및 인허가에 대해 전폭적인 지원을 받고 있습니다. 특히 중국 정부는 결핵을 중점관리 전염성 질병으로 지정하는 등 국가적 차원의 관심이 높은 가운데,

성인용 결핵백신은 전무한 상황이라 결핵백신 개발사업이 큰 기대를 모이고 있습니다.

현재 2023년 말 완공을 목표로 900억 원을 투자해 최첨단 백신 공장을 구축하고 있으며, 공장이 완공되면 임상시험에 돌입할 예정입니다.

치과질환 치료제

오리온홀딩스는 2022년 11월 치과질환 치료제 개발 기업 '하이센스바이오'와 합작투자 계약을 체결하고 치과질환 치료제 사업 추진을 위한 합작회사 '오리온바이오로직스'를 설립했습니다.

오리온바이오로직스를 통해 하이센스바이오가 보유한 시린이, 충치, 치주질환 등 치과질환 전문치료제 기술을 도입하고 중국을 비롯한 아시아 시장 내 상용화를 위한 제품 개발 및 임상 인허가를 추진할 예정입니다. 향후 구강정결제, 치약 등 의약외품뿐만 아니라 식품 소재 영역까지 진출할 계획입니다.

하이센스바이오는 지난 2017년 세계 최초로 상아질 및 치주조직 재생 원천기술의 기반이 되는 '코핀7(CPNE7) 단백질 유래 펩타이드' 개발에 성공하고, 한국을 비롯해 중국, 미국 등 총 11개 국가에 특히 등록을 완료했으며, 현재 임상 2a상을 진행 중입니다. 특히 펩타이드가 신체 구조물질 중 하나인 만큼 인체에 무해하여 타 신약 대비 임상 기간이 짧아 초기 상용화가 가능할 것으로 기대하고 있습니다.



루캉하오리요우 생산시설



쇼박스

쇼박스는 2022년 최민식, 김동희 주연의 영화 <이상한 나라의 수학자>, 송강호, 이병헌, 전도연, 김남길, 임시완 주연의 영화 <비상선언>, 마동석, 정경호 주연의 <암꾸정>을 극장 개봉했습니다. 또한 베스트셀러 소설 및 인기 웹툰, 웹소설까지 무궁무진한 가능성을 갖춘 IP들을 확보하고 고마비 작가의 웹툰 '살인자○난감', 강풀 작가의 웹툰 '마녀' 등을 시리즈물로 제작하며 사업의 외연을 넓혔습니다. 다양한 유통 전략으로 국내외에 쇼박스의 콘텐츠를 성공적으로 선보이기도 했습니다. 해외 184개국에 판매되었던 <비상선언>은 쿠팡플레이를 통해서도 공개되며 안방 관객들까지 사로잡았고, 설경구, 박해수 주연의 영화 <야자>는 넷플릭스를 통해 전 세계 콘텐츠 팬들을 만났습니다. 쇼박스가 기획과 제작에 참여한 중국 영화 <독행월구>는 2022년 현지 박스오피스 2위(흥행 수익 31억 5천만 위안)를 차지하며 폭발적 흥행을 기록했습니다.

2023년에는 하정우, 주지훈 주연으로 1986년 레바논 베이루트에서 외교관이 납치되고 이를 해결하기 위해 나섰던 사람들의 이야기를 다룬 영화 <피립>을 비롯해 보이스피싱을 당한 시민 '덕희'(라미란)가 범죄 조직의 총책을 검거하기 위해 나서는 통쾌한 일망타진극 <시민 덕희>, 하늘에서 3일의 휴가를 받아 내려온 엄마가 딸의 곁에서 지내며 벌어지는 기적 같은 순간을 담은 판타지 드라마 <휴가> 등 다양한 색깔의 영화들을 소개할 예정입니다. 또한 넷플릭스를 통해 공개될 <살인자○난감>을 비롯, 매력적인 기획의 시리즈들을 다수 제작해 선보일 계획으로 글로벌 멀티 콘텐츠 스튜디오로서 한 폭 더 성장할 전망입니다.

2023년 주요 작품



피립

영화 <피립>은 1986년 레바논 베이루트에서 외교관이 납치되고 이를 해결하기 위해 나섰던 사람들의 이야기를 다릅니다. 영화와 시리즈, 예능을 오가며 활약 중인 톱스타 하정우와 주지훈이 주연을 맡고 김성훈 감독이 메가폰을 잡은 영화입니다. 김성훈 감독은 지난 2014년 개봉해 345만 관객을 동원하고 칸 국제영화제 감독 주간에 초청돼 작품성과 대중성을 모두 인정받았던 영화 <끝까지 간다>, 지난 2016년 712만 관객을 모으며 흥행에 성공한 영화 <터널>에 이어 쇼박스와 세 번째 호흡을 맞춰 기대를 얻고 있습니다.



시민 덕희

영화 <시민 덕희>는 보이스피싱을 당한 시민 '덕희'가 범죄 조직의 총책을 검거하기 위해 나서는 통쾌한 일망타진극입니다. 영화 <정직한 후보>를 통해 관객들에게 큰 웃음을 선사했던 배우 라미란이 주인공 '덕희' 역을 맡았습니다. 또한 <시민 덕희>에는 공명, 염혜란, 박병은, 장윤주, 이무생, 안은진 등 출중한 연기력으로 사랑받아 온 실력파 배우들이 출연해 탄탄한 재미를 예고합니다. 연출은 단편 <1킬로그램>으로 칸 국제영화제 시네파운데이션 부문에 초청돼 실력을 인정받았던 신인 박영주 감독이 맡았습니다.



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, 쉼 없이 새로운 연기를 보여주는 관록의 명배우 김해숙이 모녀 관계를 그려냅니다. 반복과 화해를 거듭하는 평범한 엄마와 딸의 모습을 그려낸 두 배우의 연기가 뜨거운 공감을 이끌어냅니다.

오리온 테니스단

주요 성과

- 2022년 8월 ATP 세계랭킹 포인트 획득(김장준)
- 2022년 8월 ITF M15 오리온 닉터유배 창원국제 남자테니스투어대회 후원
- 2023년 1월 ITF J2 뉴델리 국제주니어테니스대회 단식 우승, 복식 준우승(김장준)
- ITF J2 콜카타 국제주니어테니스대회 단식 우승 (김장준)

오리온은 2022년 7월 국내 스포츠의 균형 발전과 활성화를 위해 '오리온 테니스단'을 창단했습니다. 오리온 테니스단은 유망주 발굴 및 육성을 목표로, 선수들이 세계 무대를 경험하며 ATP 투어 선수로 성장할 수 있도록 아낌없는 지원과 기회를 제공하고 있습니다.

2023년 1월 열린 ITF J2 뉴델리, ITF J2 콜카타 대회에서 김장준 선수가 단식 우승 2회, 복식 준우승 1회를 기록하며 창단 7개월 만에 팀에 우승 트로피를 선사했습니다.

코칭 스태프

대한테니스협회 부회장을 역임하고, 아시안 게임에서 대표팀을 진두지휘하며 2개의 금메달을 획득했던 전영대 전 국가대표 감독을 단장으로, US오픈 16강 진출, ATP 투어 대회

우승, 아시안 게임 금메달 등 대한민국 테니스 랭킹 1위를 기록한 이형택 전 국가대표 선수를 감독으로, 주니어 호주 오픈 우승, 2021 주니어 국가대표 감독 출신 김선용 선수를 코치로 선임하며 국내외 경험이 많은 코칭 스태프를 구성했습니다.

선수단

지난해 테니스단 창단과 함께 2021 ITF J4 오산, 양구, J5 김천 국제주니어테니스대회에서 우승하며 대한민국 테니스의 '차세대 에이스'로 자리 잡은 김장준 선수를 영입했습니다. 올해에는 2022 ITF J4 자카르타, J5 양구 국제주니어테니스대회 우승자 정연수 선수와 2022 ATF 양구, 이형택에서 우승을 차지한 김동민 선수가 추가로 합류했습니다.

