

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

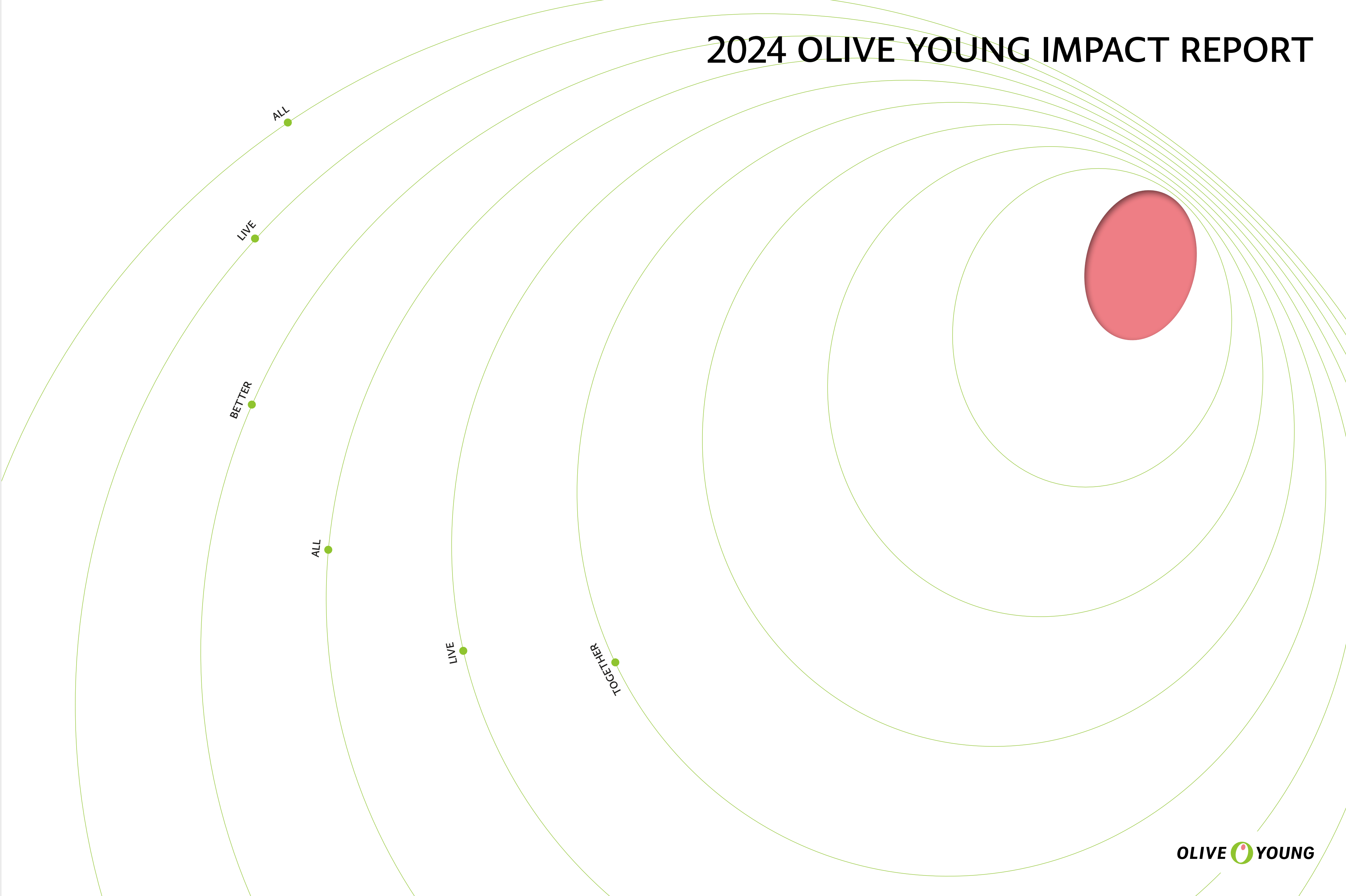
ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

2024 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT



INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

About this report

보고 범위

2024 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT는 CJ올리브영의 지속가능경영 성과를 담은 첫 번째 보고서로서 별도법인 CJ올리브영의 국내 사업장을 대상으로 작성되었으며, 연결 재무제표상 종속회사는 보고 범위에 포함되지 않았습니다.

보고 기간 및 주기

2024 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT는 CJ올리브영의 회계연도인 2023년 1월 1일부터 2023년 12월 31일까지의 지속가능경영 성과를 담고 있습니다. CJ올리브영의 창립 25주년을 맞아 처음 발간되는 본 보고서에는 이해관계자에 대한 영향과 관련하여 일부 의미 있는 2023년 이전의 성과와 히스토리를 포함하고 있으며, 보고 내용의 시의성을 고려하여 2024년 상반기 내용을 포함하고 있습니다. 정량 성과는 최근 3개년도(2021~2023년) 데이터를 공시합니다. CJ올리브영은 앞으로 매년 지속가능경영 성과를 이해관계자와 공유할 예정입니다. 2024 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT는 2024년 11월 발간되었습니다.

보고서 작성 기준 및 검증

2024 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT는 GRI Standards 2021 기준을 참조하여(with reference to) 작성되었습니다. 보고서의 작성 기준 준수 여부 및 지속가능경영 성과는 독립된 검증기관인 BSI로부터 Type 1 유형 및 Moderate 수준으로 독립 검증을 완료하였습니다.

보고서 문의

CJ올리브영 지속가능경영팀
oy.sustainability@cj.net

CONTENTS

JOURNEY TOGETHER	10
인디브랜드 육성	14
옴니채널	18
글로벌화 지원	22
OVERVIEW	26
CEO Message	28
OLIVE YOUNG History	30
About OLIVE YOUNG	32
APPROACH TO SUSTAINABILITY	36
Impact Highlights	38
가치창출 프로세스	40
지속가능경영체계	42
이중 중요성 평가	44
IMPACT TOPIC	46
협력사	48
고객	56
지역사회	68
임직원	74
환경	84
ESG FUNDAMENTAL	92
거버넌스	94
준법윤리	98
정보보호	102
품질경영	106
APPENDIX	110
이해관계자 소통채널	112
재무성과표	113
ESG Data	114
GRI Content Index	118
온실가스 검증의견서	122
제3자 검증의견서	124

2024
OLIVE YOUNG
IMPACT REPORT

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서



전 세계에 뿌려진 올리브영의 씨앗이
싹을 틔우고, 성장하고, 열매를 맺습니다.
씨앗들이 서로 연결되고 이어져
상생의 가치와 철학으로 피어납니다.

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

올리브영은 고객이 원하는
새로운 트렌드를 끊임없이 창출하고
신진 브랜드를 지속적으로 발굴 및 육성하며
협력사의 성장을 지원하고 있습니다.



INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

올리브영은 국내는 물론 글로벌 고객들까지
일상을 더욱 건강하고 아름답게 가꿀 수 있도록
다양한 K뷰티 제품과 새로운 콘텐츠를 선보이며
글로벌 뷰티&헬스 트렌드를 선도하겠습니다.



INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

JOURNEY TOGETHER

- 1 인디브랜드 육성
- 2 옴니채널
- 3 글로벌화 지원

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

All Live Better All Live Together

CJ올리브영의 상생 스토리

한국형 H&B의 시작

1999년 국내 최초 드럭스토어로 출발한 CJ올리브영은 해외 시장과는 다른 시장 구조와 법적 규제를 고려해 해외 드럭스토어와는 차별화된 한국형 H&B 아이덴티티를 개척했습니다.

인디브랜드 육성

25년간 CJ올리브영과 중소브랜드는 서로를 성장시켜 왔습니다. 일찍이 중소브랜드의 제품력과 성장 잠재력에 주목한 CJ올리브영은 차별화된 상품 기획력과 마케팅 전략을 통해 중소브랜드의 성장을 견인하면서 K뷰티 산업 생태계를 중소브랜드 중심으로 재편했습니다.

옴니채널

CJ올리브영은 한발 앞선 옴니채널 전략으로 온오프라인 간 시너지를 극대화했습니다. 옴니채널을 통해 고객은 차별화된 경험을, 중소브랜드는 새로운 기회를 만날 수 있었습니다.

글로벌화 지원

CJ올리브영은 중소브랜드와 글로벌 고객을 이어주는 플랫폼으로 성장했습니다. CJ올리브영의 브랜드 파워와 중소브랜드의 차별화된 제품 기술력으로 더 넓은 세상의 고객에게 K뷰티를 전파하고 있습니다.

INTRO

JOURNEY TOGETHER

인디브랜드 육성

옴니채널

글로벌화 지원

OVERVIEW

CEO Message

OLIVE YOUNG History

About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

Impact Highlights

가치창출 프로세스

지속가능경영체계

이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

협력사

고객

지역사회

임직원

환경

ESG FUNDAMENTAL

거버넌스

준법윤리

정보보호

품질경영

APPENDIX

이해관계자 소통채널

재무성과표

ESG Data

GRI Content Index

온실가스 검증의견서

제3자 검증의견서

인디브랜드 육성

과거 국내 뷰티 시장은 해외 명품 브랜드나 대기업 브랜드 위주로 형성되어 있었고 한때 원브랜드숍이 주목받기도 했습니다. 소비자의 선택권은 제한적이었고, 중소브랜드는 경쟁력 있는 제품이 있어도 소비자를 만날 기회를 갖지 못했습니다.

CJ올리브영의 히스토리는 중소브랜드의 성장사와 맞닿아 있습니다. 제품력은 있지만 유통망이 절실한 브랜드에게는 플랫폼의 역할을, 성장이 정체되었거나 퀀텀점프가 필요한 브랜드에게는 한발 앞서 트렌드를 제시하고 새로운 시장을 열어주면서 CJ올리브영도 함께 성장해 왔습니다.



INTRO

JOURNEY TOGETHER

인디브랜드 육성

옴니채널
글로벌화 지원

OVERVIEW

CEO Message
OLIVE YOUNG History
About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

Impact Highlights
가치창출 프로세스
지속가능경영체계
이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

협력사
고객
지역사회
임직원
환경

ESG FUNDAMENTAL

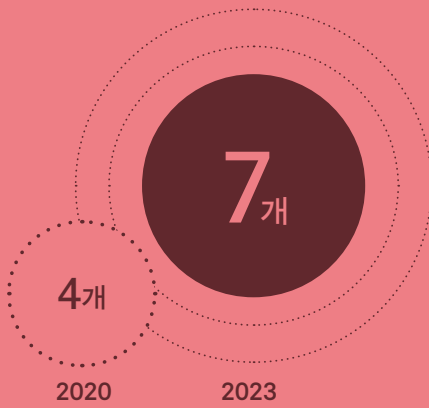
거버넌스
준법윤리
정보보호
품질경영

APPENDIX

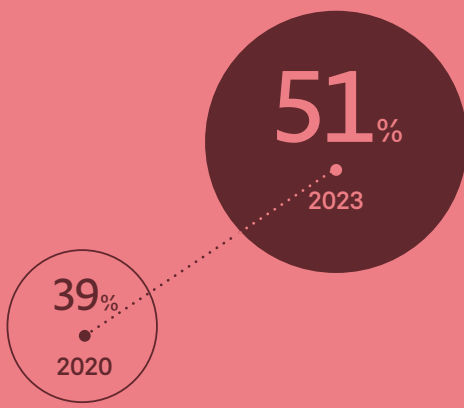
이해관계자 소통채널
재무성과표
ESG Data
GRI Content Index
온실가스 검증의견서
제3자 검증의견서

CJ올리브영의 인디브랜드 육성 성과

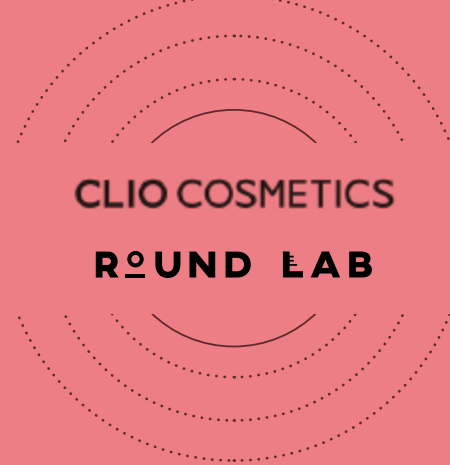
CJ올리브영 매출 상위 10개 브랜드 중
중소브랜드 수



CJ올리브영에서 100억 판매고 달성 브랜드 중
중소브랜드 비율



연매출 1,000억 달성 중소브랜드
(2023년 기준)

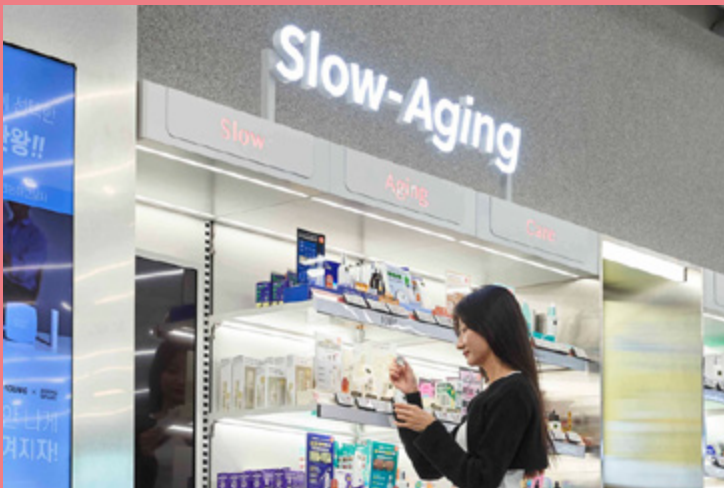


*중소브랜드: 대기업군 브랜드를 제외한 브랜드

CJ올리브영의 차별화된
큐레이팅으로 혁신적인 제품과
브랜드를 발굴합니다.



CJ올리브영은 협력사와 함께
트렌드를 리딩합니다.



새로운 카테고리를 창출하고
확장하는 과정을 통해
협력사와 함께 성장합니다.



클리오가 지금의 위치에 오기까지,
어떤 성장 스토리가 있었나요?

1993년 설립 당시 우리나라에서는 생소했던 색조 전문 브랜드로 시작했어요. 과연 이 시장이 성립할 수 있을지가 첼린지였지만, 높은 퀄리티의 해외 OEM 제품으로 시장에 빠르게 진입했고, 매년 바뀌는 시장과 고객의 니즈에 기민하게 대응하면서 현재는 토털 뷰티 기업으로 성장할 수 있었어요. 클리오가 올해로 31년을 맞는데요. 저희는 매년 창업을 하고 있다고 표현해요. (웃음) 31년간 도전과 위기를 매년 대응하면서 성장해 왔으니까요.

성장 과정에서의 가장 큰 도전 과제와
클리오의 해결 전략은 무엇이었는지
궁금합니다.

유통시장의 변화가 제일 큰 과제였어요. 국내시장의 경우 지난 20여 년간 전문점에서부터 원브랜드숍, H&B스토어, 이커머스까지 급격하게 유통 채널이 바뀌어 왔잖아요. 이에 따라 포트폴리오, 주력 제품, 브랜드 이미지, 고객과의 소통 방식까지 채널의 특성에 따라 전부 새로워져야 했어요. 게다가 코로나 팬데믹 상황에서 오프라인 채널이 매우 위축되면서, 자사 원브랜드숍을 철수하는 위기를 겪기도 했죠. 그 과정에서 저희는 시장을 빠르게 읽고, 과감하게 결단하려 노력했어요. 온라인과 오프라인 양 측면에서 올리브영과의 파트너십에 더욱 집중하며 유통 채널을 확보하려고 노력했고, 올리브영의 O2O서비스인 오늘드림과 같은 새로운 전략들이 시너지가 되면서 클리오의 위기를 기회로 만들 수 있었어요. 그게 오늘날 지속성장의 흐름을 이끈 원동력이 됐어요.

클리오에게 CJ올리브영은
어떤 파트너인가요?

입점 브랜드의 성장을 함께 고민하는 파트너라고 생각해요. 올리브영은 트렌드를 빠르게 읽고 제안해 새로운 카테고리를 만들어내면서 뷰티 시장을 리딩하고 있고, 올리브영을 신뢰하는 파트너로서 클리오는 올리브영의 전략에 적극적으로 참여해 왔어요. 그런 맥락에서, 토털 뷰티 기업으로 성장하기까지 올리브영과의 파트너십이 가장 중요한 역할을 했다고 생각해요. 이 파트너십에서 클리오의 역할은 올리브영이 제안한 트렌드와 연계해 차별화된 품목을 육성하는 겁니다. 앞으로도 클리오와 올리브영이 각자 역할 속에서 시너지를 내며 더불어 성장하길 기대합니다.

앞으로 클리오의 목표는
무엇인가요?

전 세계 모든 고객의 파우치에 우리의 제품이 하나씩은 있으면 좋겠어요. 그래서 K뷰티의 중심에 있는 올리브영과의 파트너십이 더욱 중요해졌습니다. 외국인들에게는 올리브영에서의 성적이 곧 K뷰티 성적표 같은 역할을 하거든요. 지금은 주로 역직구¹⁾ 형태로 글로벌 고객을 만나고 있지만, 앞으로는 해외 오프라인 매장까지 진출해서 전 세계 뷰티 시장에서 인정받는 강력한 글로벌 브랜드로 자리매김하기를 바라고 있어요. 올리브영과 함께 'EVERY POUCH ONE CLIO'를 실현하는 날이 오기를 기대합니다!

1) 역직구: 해외 소비자가 국내 온라인 쇼핑몰에서 상품을 직접 구입하는 쇼핑 방식

클리오 대표이사
한현옥 님



INTRO

JOURNEY TOGETHER

인디브랜드 육성

옴니채널

글로벌화 지원

OVERVIEW

CEO Message

OLIVE YOUNG History

About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

Impact Highlights

가치창출 프로세스

지속가능경영체계

이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

협력사

고객

지역사회

임직원

환경

ESG FUNDAMENTAL

거버넌스

준법윤리

정보보호

품질경영

APPENDIX

이해관계자 소통채널

재무성과표

ESG Data

GRI Content Index

온실가스 검증의견서

제3자 검증의견서

옴니채널

예상치 못한 팬데믹은 우리 생활 양식의 많은 부분을 바꿔 놓았습니다. 소비자들의 소비 패턴은 급격하게 변화했고 제조사, 오프라인 매장 할 것 없이 경영 위기를 겪었습니다.

CJ올리브영은 위기 속에서도 오늘드림 서비스를 선제적으로 구축하는 등 옴니채널을 통해 시장에 새로운 가능성을 제시했습니다. 이를 통해 팬데믹 상황에서도 중소브랜드들이 소비자와 만날 수 있는 창구 역할을 하였으며, 지속적인 제품 개발의 기회를 제공했습니다. 이러한 노력은 팬데믹 이후 K뷰티의 부흥을 이끄는 중요한 발판이 되었습니다.



INTRO

JOURNEY TOGETHER

인디브랜드 육성

옴니채널

글로벌화 지원

OVERVIEW

CEO Message

OLIVE YOUNG History

About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

Impact Highlights

가치창출 프로세스

지속가능경영체계

이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

협력사

고객

지역사회

임직원

환경

ESG FUNDAMENTAL

거버넌스

준법윤리

정보보호

품질경영

APPENDIX

이해관계자 소통채널

재무성과표

ESG Data

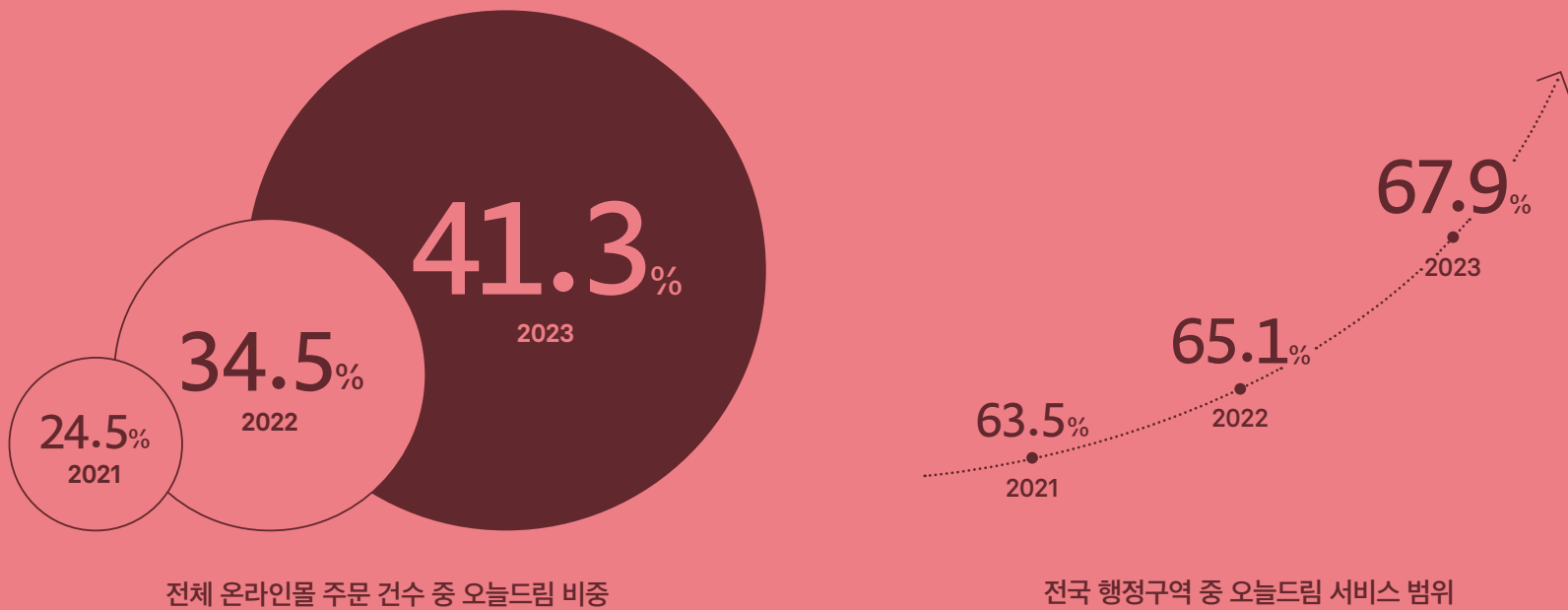
GRI Content Index

온실가스 검증의견서

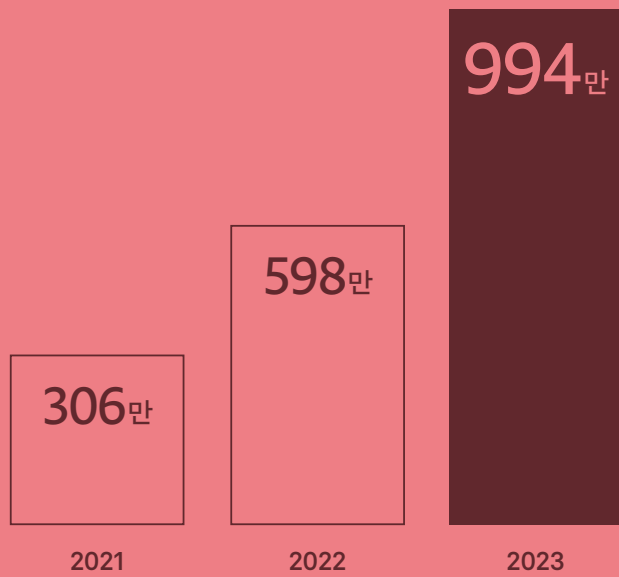
제3자 검증의견서

CJ올리브영의 옴니채널 성과

오늘드림 서비스 이용률

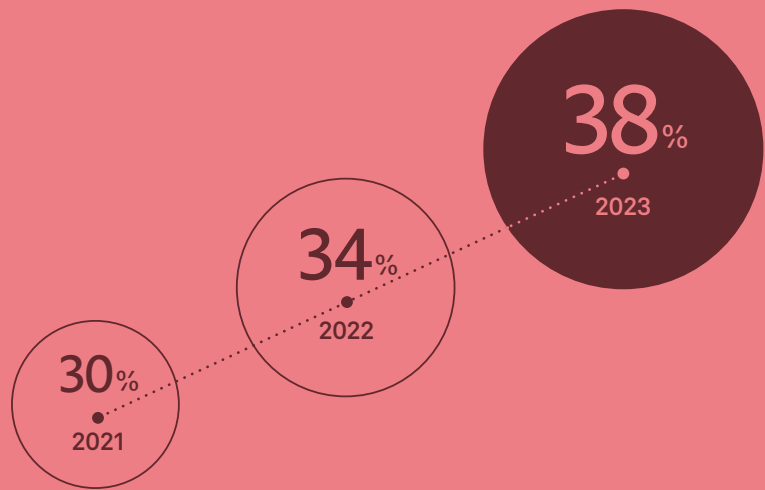


오늘드림 서비스 주문 건수 (단위: 건)



연간 옴니회원 수 비중

온오프라인에서 모두 구입 이력이 있는 회원 비율



올영세일

CJ올리브영의 최대 규모 정기 프로모션인 올영세일은 단순한 프로모션을 넘어 그 이상의 가치를 제공합니다. 온오프라인 통합 진행으로 고객들이 다양한 제품을 합리적이고 쉽게 접할 수 있는 기회를 제공하고, 협력사와는 협업을 통해 중소브랜드의 매출 성장을 지원하는 행사로 발전해 왔습니다. 올영세일은 고객과 협력사 모두에게 긍정적 가치를 제공하며, 연 600만 명 이상이 함께하는 성공적인 정기 세일로 자리매김했습니다.



스킨1004가 북미에서 좋은 성과를 거두는 비결도 궁금합니다.

2018년부터 과감하게 주력 상품만 남기고 브랜드를 전반적으로 뺀축하게 만들었죠. 그리고 동남아에서 브랜드 마케팅을 강화해 나가면서 서구권 확장으로 방향을 잡았습니다. 북미에서 좋은 성과를 거둘 수 있었던 이유는 현지 시장과 고객이 필요로 하는 마켓을 잘 포착했기 때문이라고 생각합니다. 북미 소비자들은 피부암의 위험성에 대해 잘 알고 있었지만 시장에는 뽁뽁한 제형의 선크림만 판매되고 있었어요. 그래서 가볍게 마무리되는 선크림이 있다면 고객의 선택을 받을 수 있겠다고 확신하고, 새롭게 출시한 선세럼 제품에 마케팅을 올인했어요. 결과는 성공이었죠. (웃음)

스킨1004의 성장에 있어 CJ올리브영은 어떤 파트너인가요?

올리브영은 단순한 판매처 이상의 의미를 지닌 파트너예요. 브랜드가 자체적으로 소화하지 못하는 마케팅, 광고, 물류 역량까지 갖추고 있기 때문이죠. 예를 들어, 유통사 관점에서 상품 USP¹⁾를 효과적으로 전달하는 디지털 광고라든지, 고객 편의를 극대화한 오늘드림과 같은 서비스는 브랜드사가 전담하기엔 어려움이 있었어요. 올리브영의 인프라와 노하우를 활용해 국내 시장 기반을 다지고, 나아가 글로벌에서의 입지를 확장할 수 있기를 기대합니다.

1) USP: Unique Selling Proposition의 줄임말로 타사 제품 대비 자사의 제품을 차별화하는 마케팅 전략

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

글로벌화 지원

K뷰티 브랜드가 전 세계적인 사랑을 받고 있는 가운데 CJ올리브영은 중소브랜드와 해외 고객을 잇는 가교 역할을 하고 있습니다. 한국을 찾는 외국인 관광객 10명 중 7명이 올리브영에 방문해 K뷰티 브랜드를 경험합니다.

CJ올리브영은 국내 매장에서 체험된 제품이 글로벌 매출로 이어질 수 있도록 전방위적인 마케팅과 유통파워로 지원하고, 궁극적으로 CJ올리브영과의 파트너십이 글로벌 소비자와 리테일사에게 품질과 신뢰의 보증수표가 될 수 있도록 노력하겠습니다.



INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

국내 화장품 산업 해외 수출 현황 (2023년)

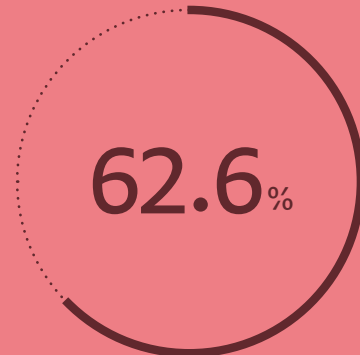
전체 화장품 수출액



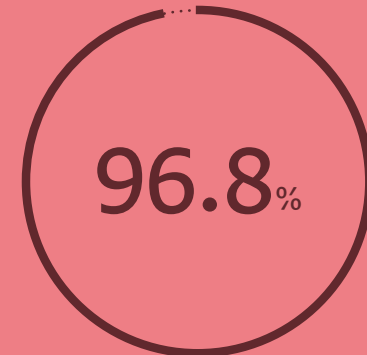
85.9억 달러

Source: 한국무역협회

화장품 수출액 중 중소기업 비중



화장품 수출기업 중 중소기업 비중



화장품, 중소기업 수출 품목 1위 등극

Source: 중소벤처기업부

협력사 글로벌화 지원 성과

글로벌몰 매출 성장률 YoY 2023년 말 기준
*취급고 기준으로 산정

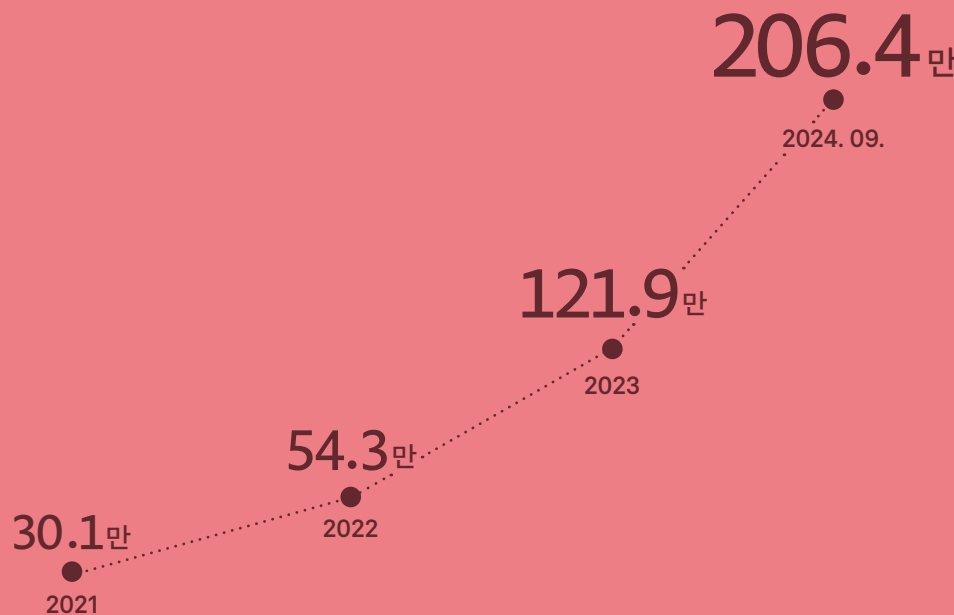


중소브랜드 글로벌 마케팅 사업 지원¹⁾ 성과 2023년 기준



1) 중소벤처기업진흥공단 주관

CJ올리브영 글로벌몰 누적 회원 수 (단위: 명)



K뷰티의 글로벌 진출 교두보로서
CJ올리브영의 역할은 무엇이라고 생각하나요?



라쿠텐 한국사업 시니어 매니저
오하라 마나미 님

라쿠텐은 일본 최대 규모의 이커머스 플랫폼으로서 CJ올리브영과 오랜 기간 협업 관계를 맺고 있습니다. 요즘 K뷰티의 인기가 정말 대단해서 많은 사람들이 한국 브랜드 제품을 찾고 있는데, CJ올리브영은 이런 흐름에서 큰 역할을 하고 있다고 생각합니다. 소비자들이 원하는 걸 잘 파악해서 트렌드를 만들고 중소브랜드의 숨은 보석 같은 제품을 소개하는 역할을 하고 있어요. 덕분에 올리브영에 입점한 브랜드는 더욱 신뢰가 갑니다. 앞으로도 CJ올리브영이 새로운 뷰티 트렌드를 만들어 나가고, 우리 라쿠텐과 함께 좋은 시너지를 낼 수 있기를 기대합니다.

CJ올리브영은 소비자의 니즈를
바탕으로 새로운 트렌드를 만드는
힘이 있어, 올리브영 입점 브랜드와
제품은 신뢰가 갑니다.

코리아중앙데일리 비즈니스 에디터
모니카 친 님

K뷰티의 글로벌 성공은 여러 요인이 결합된 결과겠지만, 많은 외국인들이 K뷰티 제품을 혁신적으로 본다는 게 인상적이에요. 특히 한국 브랜드들이 강조하는 여러 단계의 스킨케어 루틴으로 보습, 미백, 노화 방지 등 구체적인 피부 상태 개선에 효과를 봤다는 의견이 많아요. 게다가 품질이 뛰어나면서 가격이 합리적이라 부담 없이 쓸 수 있는 점도 매력적이에요. 특히 올리브영은 K뷰티 브랜드를 한 곳에서 만날 수 있는 공간을 제공하잖아요. 고객들에게는 온오프라인 플랫폼을 통해 다양한 선택지를 제공하고, 브랜드사에게는 글로벌 시장으로 확장할 수 있는 기회를 주고 있다고 생각해요. 앞으로도 K컬처, K뷰티가 올리브영과 함께 전 세계에서 더욱더 성장할 거라고 기대합니다.



한국 브랜드의 글로벌 성공 요인은
합리적인 가격과 높은 품질,
그리고 실제 피부 고민 해결에 효과가
있다는 점이에요.

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

OVERVIEW

- 1 CEO Message
- 2 OLIVE YOUNG History
- 3 About OLIVE YOUNG

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

CEO Message

- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

CEO Message



안녕하십니까, CJ올리브영 대표이사 이선정입니다.

1999년 100평 규모의 서울 신사점을 첫 매장으로 출발한 CJ올리브영이 올해로 25살 청년이 되었습니다.

설립 초기 '한국형 드럭스토어'를 꿈꾸며 유통혁신에 도전한 CJ올리브영은 초반 많은 어려움 속에서도 위기를 기회로 만드는 변화와 혁신의 노력, 그리고 많은 이해관계자분들의 신뢰를 토대로 이제 국내를 넘어 글로벌 고객에게도 사랑받는 플랫폼이 되었습니다.

CJ올리브영의 지난 25년은 한국 뷰티 산업 재편과도 궤를 같이합니다. 과거 대형 제조회사와 해외 유명 브랜드 중심이던 화장품 산업은 이제 중소기업이 주도하는 산업으로 완전히 탈바꿈하였습니다. 작년 기준 화장품 수출기업 8,600여 개 중 97%가 중소기업이며, 중소기업 수출액도 2015년 22억 달러에서 2023년 53억 달러까지 2배 이상 높아졌습니다. 한때 중국 중심이던 수출시장은 북미, 일본, 아시아를 넘어 유럽, 중동까지 전 세계로 확산되고 있습니다. 화장품이 소비자를 만나기까지 필요한 기획(브랜드사), 연구개발과 제조(OEM, ODM사), 유통(판매채널)이 각 영역에서 전문성과 역량을 발휘하며 오늘날 세계적 경쟁력을 갖춘 K뷰티 산업 생태계가 완성된 것입니다.

K뷰티 산업이 국내를 넘어 세계를 향해 뻗어 나가는 이 시기, CJ올리브영은 우리 사업의 현재를 진단하고 미래의 과제를 점검하는 첫 임팩트 리포트를 발간합니다. 이를 통해 CJ올리브영이 경영 활동에 있어 중요한 가치로 여기고 있는 준법윤리와, 투명성, 환경과 사회적 책임에 대한 성과를 공유하고, 우리가 나아가야 할 목표를 설정하여 실천해 나가려 합니다. 고객 만족과 파트너사의 성장을 최우선 가치로 여기는 상생 정책과 컴플라이언스 문화 정착 및 고도화를 통해 모두가 함께 성장할 수 있는 비즈니스 생태계를 구축하고 지속가능한 제품과 서비스를 제공하여 고객들에게 더 나은 소비 경험을 선사하기 위해 끊임없이 고민하겠습니다. 또한 제품 공급망에서부터 매장 운영, 포장재, 물류 등 다양한 분야에서 책임을 다하고, 지역사회에 신뢰받는 기업으로 자리매김하겠습니다.

CJ올리브영은 지난 25년간 국내 뷰티 분야에서 이뤄낸 성과를 토대로 이제 세계시장으로 시야를 넓히고 있습니다. 이미 2019년 글로벌을 구축하고 경쟁력 있는 중소기업 K뷰티 제품을 무기로 전 세계 다양한 고객들과 소통하고 있습니다. 오프라인 매장 역시 글로벌 고객향으로 다양한 쇼핑 편의를 제공하며 K뷰티 제품이 조금이라도 더 촘촘히 전 세계로 뻗어 나갈 수 있도록 심혈을 기울이고 있습니다. CJ올리브영은 우리의 경영 활동이 산업과 사회에 미치는 영향을 더 깊이 인식하고 K뷰티 브랜드들이 더욱 활발히 글로벌 시장에 도전할 수 있도록 돕는 조력자이자 게이트웨이 역할을 강화해 나갈 것입니다. 또한 지속가능성을 경영 전반에 더 깊이 내재화하고, 컴플라이언스 준수는 물론, 우리사회에서 기업의 책임과 역할을 다하며 주변의 소중한 가치를 놓치지 않는, 모든 이해관계자분들이 신뢰할 수 있는 기업이 되도록 노력하겠습니다.

CJ올리브영의 25년 도전의 역사를 함께 해온 수많은 협력사를 비롯한 외부 이해관계자분들, 그리고 임직원 모두에게 감사의 인사를 올립니다.

감사합니다.

2024년 11월
CJ올리브영 대표이사 이 선 정

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

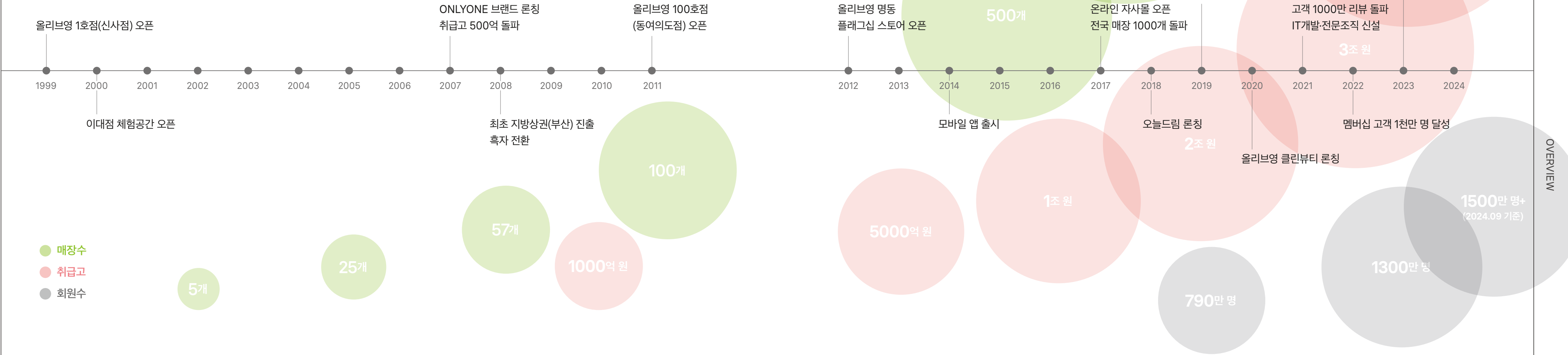
- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

2024 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

OLIVE YOUNG
History



외부 환경

1999년 의약분업 논의가 본격화되면서 드럭스토어 모델 국내 도입이 화두에 오르기 시작했습니다. 하지만 약사법 이슈 등으로 승인숍 형태의 약국 운영에 어려움을 겪자 올리브영은 과감하게 뷰티 카테고리에 집중하는 전략으로 선회했습니다.

CJ올리브영의 도전

- 한국 최초 드럭스토어 올리브영 1호점 오픈(1999)
- 드럭스토어에서 뷰티 카테고리 집중으로 전략 선회
- 해외 인기 뷰티 브랜드 소개
- 고객이 필요로 할 때 전문적인 설명을 제공하는 ‘하프서비스’ 도입, 체험공간 오픈 등 서비스 업그레이드

2008년 미국 투자은행 리먼브라더스의 파산으로 촉발된 금융위기와 함께 국내 소비심리도 급격히 얼어붙었습니다. 가성비 소비패턴이 확산됨과 동시에 미샤, 더페이스샵, 아리따움 등 원브랜드숍과 대기업 브랜드숍이 선풍적인 인기를 끌었습니다.

- 한국형 H&B Identity 정립
- 매장 확대, 소비자 친화적 인테리어 투자
- 중소기업 브랜드 확대, 더모 브랜드 등 육성
- 글로벌 진출, O2O 서비스 준비

2020년 예상치 못한 팬데믹으로 오프라인 매장들이 경영난에 시달리고 소비자들의 소비패턴도 급격하게 변화했습니다. 엔데믹 이후 CJ올리브영은 온오프라인을 넘나드는 O2O 서비스로 K뷰티 중소브랜드를 소개하고 글로벌몰을 통해 해외 고객에게 제품을 알리는 역할을 꾸준히 수행하고 있습니다.

- 옴니채널 구축
- 특화 매장 확대 (글로벌, 디자인, MD, DT 등)
- 지역 타운 매장 확대
- 글로벌몰 확대

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

About OLIVE YOUNG

기업 현황

기업명	CJ올리브영
설립연도	1999년
대표이사	이선정
본사 위치	서울특별시 용산구 한강대로 372
구성원 수	4,320명 (2024년 9월 전일제 근로자 수 기준)



사업장 현황

2024년 9월 기준

국내 오프라인 매장 수	국내 도심형 물류센터(MFC) 수
1,369개	13개
국내 물류센터 수	글로벌 글로벌물 배송 국가 수
3개소 · 양자센터 B2B센터, B2C센터, 반품센터 · 안성센터 브랜드센터, 글로벌센터 · 경산센터 B2B센터 (2024년 연내 오픈 예정)	150개국

재무성과

2024년 3월 연결감사보고서 기준

매출액	영업이익
3조 8,682억 원	4,607억 원

사업 영역

오프라인 플랫폼

표준 매장

가장 가까운 곳에서 가장 빠르게 트렌드를 전하며
고객의 쇼핑 가치를 향상시킵니다.



타운 매장

지역의 랜드마크에서 프리미엄 브랜드를 비롯한 다양한 상품,
차별화된 서비스를 통해 다채로운 고객 경험을 이끍니다.



INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

온라인 플랫폼

오늘드림

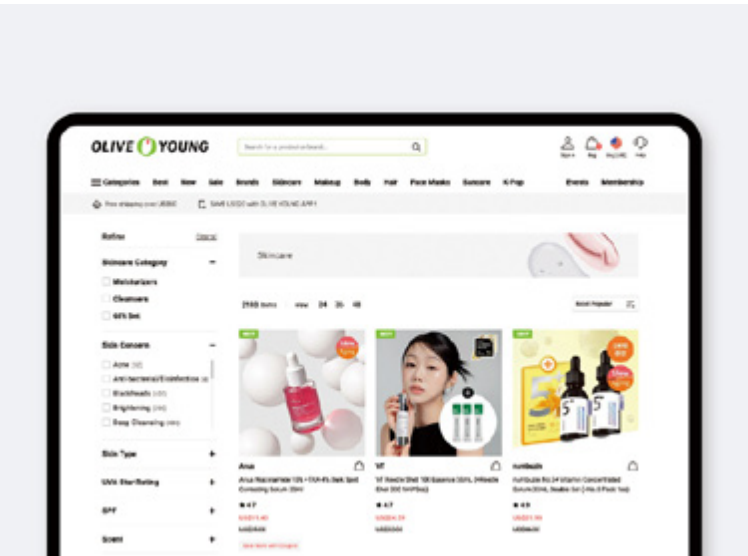
오늘드림은 CJ올리브영이 2018년 업계 최초로 도입한 O2O 서비스입니다. 고객은 온라인몰과 모바일 앱에서 주문한 상품을 빠른 시간 안에 받아볼 수 있습니다.



[O2O 서비스 바로가기 >](#)

글로벌몰

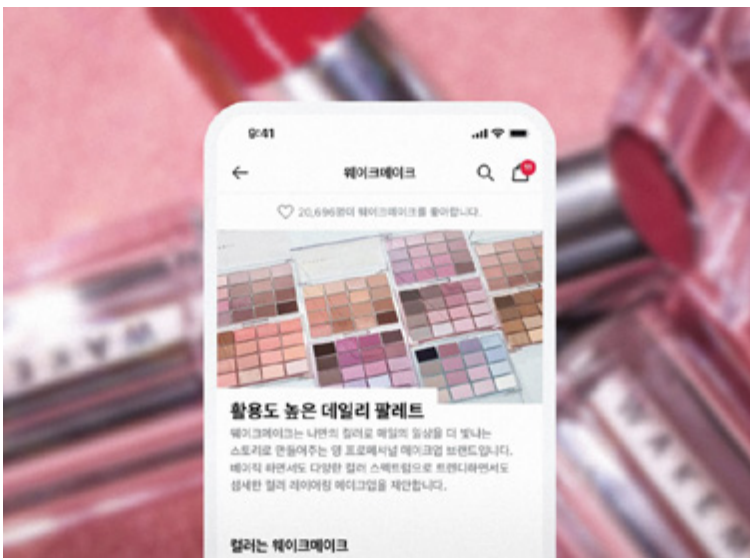
전 세계 150개국 고객들은 올리브영 글로벌몰을 통해 각자의 위치에서 편리하게 올리브영의 차별화된 MD 역량으로 엄선한 K뷰티를 만날 수 있습니다.



[올리브영 글로벌몰 바로가기 >](#)

온라인몰 & 브랜드관

올리브영의 브랜드관을 통해 고객은 2,400여 개의 헬스&뷰티 브랜드를 한눈에 확인할 수 있습니다.



[올리브영 온라인몰 바로가기 >](#)

ONLYONE 브랜드

CJ올리브영은 스킨케어, 메이크업부터 미용 소품까지 다양한 뷰티 솔루션을 제공하는 자체 브랜드를 선보이고 있습니다.



INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- 1 Impact Highlights
- 2 가치창출 프로세스
- 3 지속가능경영체계
- 4 이중 중요성 평가

INTRO

JOURNEY TOGETHER

인디브랜드 육성
옴니채널
글로벌화 지원

OVERVIEW

CEO Message
OLIVE YOUNG History
About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

Impact Highlights
가치창출 프로세스
지속가능경영체계
이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

협력사
고객
지역사회
임직원
환경

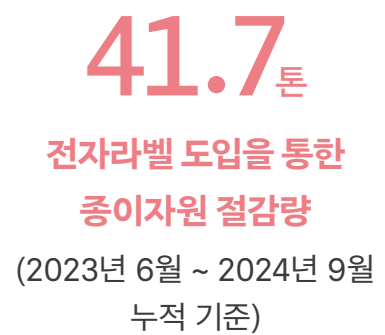
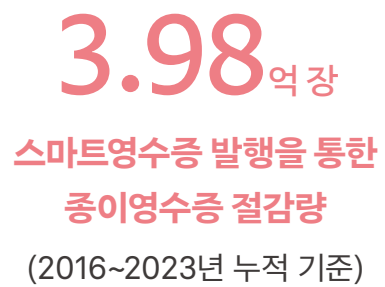
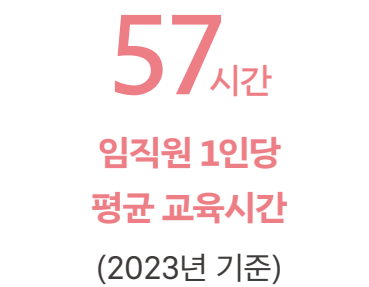
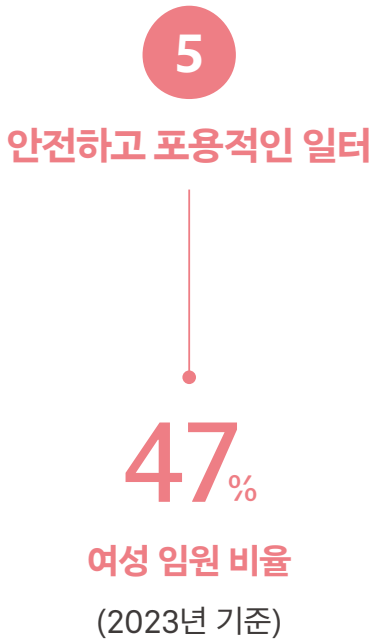
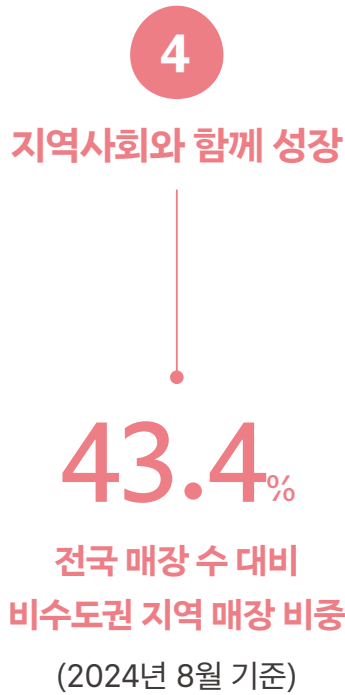
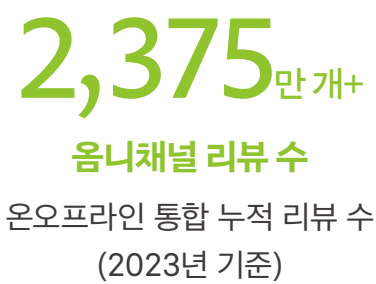
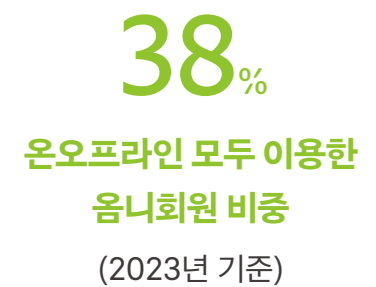
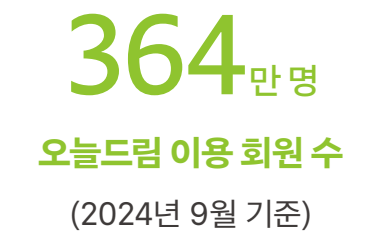
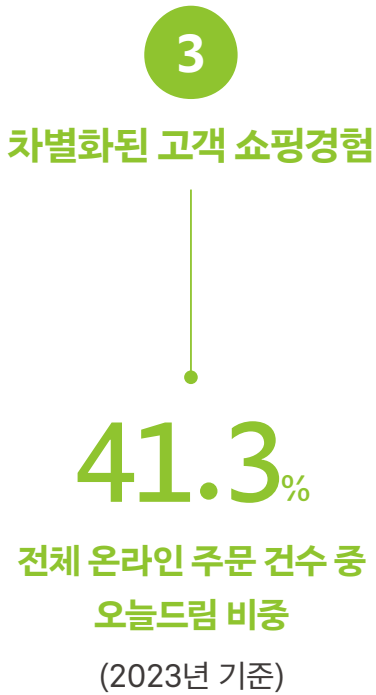
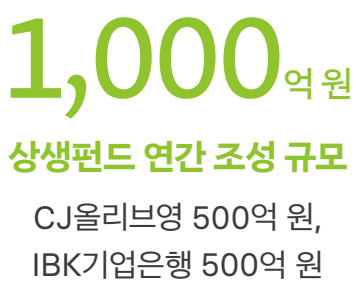
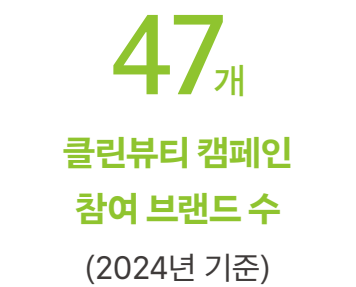
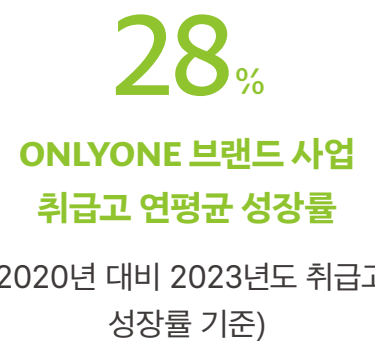
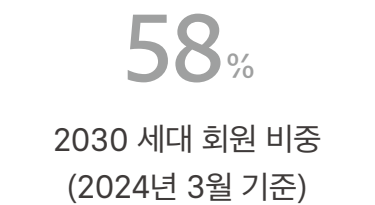
ESG FUNDAMENTAL

거버넌스
준법윤리
정보보호
품질경영

APPENDIX

이해관계자 소통채널
재무성과표
ESG Data
GRI Content Index
온실가스 검증의견서
제3자 검증의견서

Impact Highlights



INTRO

JOURNEY TOGETHER

인디브랜드 육성
옴니채널
글로벌화 지원

OVERVIEW

CEO Message
OLIVE YOUNG History
About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

Impact Highlights
가치창출 프로세스
지속가능경영체계
이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

협력사
고객
지역사회
임직원
환경

ESG FUNDAMENTAL

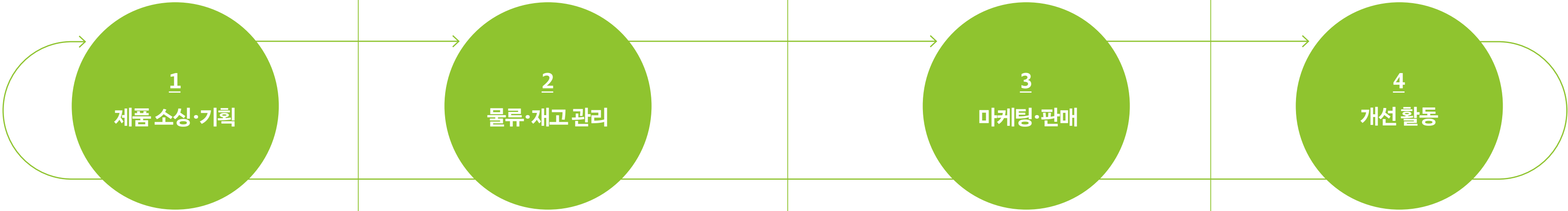
거버넌스
준법윤리
정보보호
품질경영

APPENDIX

이해관계자 소통채널
재무성과표
ESG Data
GRI Content Index
온실가스 검증의견서
제3자 검증의견서

가치창출 프로세스

Value Chain



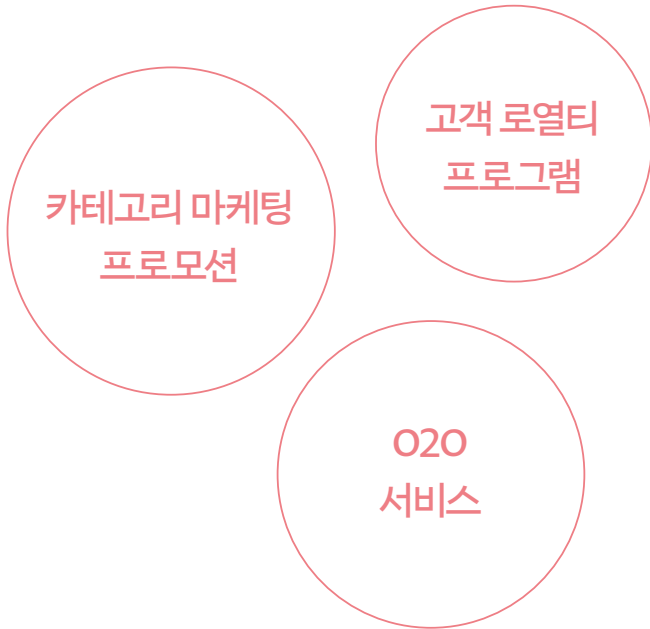
좋은 제품과 기획력으로 시장에 진출한 경쟁력 있는 신진 브랜드를 발굴하고 육성합니다. 새로운 시장과 카테고리를 통해 트렌드를 선도해 나가며 협력사와의 지속가능한 K뷰티를 추구합니다.

협력사의 경쟁력 있는 제품을 직매입합니다. 협력사에게는 풀필먼트 서비스와 신속한 유통망을 제공하며, 고객에게는 합리적인 가격의 제품을 제공할 수 있는 토대를 만듭니다.

온오프라인을 통해 고객과의 접점을 확장하며 차별화된 쇼핑 경험을 제공합니다. 또한 글로벌 특화매장은 해외 고객에게 K뷰티 브랜드에 대한 긍정적인 경험을 제공하고, K뷰티의 관심이 글로벌몰의 매출로 이어지게 하는 역할을 하고 있습니다.

고객의 피드백을 수집하고 분석하여 지속가능한 제품에 대한 요구와 기대를 이해하며, 이를 서비스 개선에 적극 반영합니다. 이를 통해 브랜드의 지속가능성을 강화하기 위해 노력합니다.

주요 활동



창출 가치

- 경쟁력 있는 신진 브랜드와의 파트너십을 통한 건강한 뷰티 생태계 구축
- 클린뷰티, 슬로우에이징, 헬스+ 등 카테고리 확대를 통한 신규 시장 개척
- 다양한 제품군을 통한 고객 선택의 폭 확대, 차별화된 경험 제공
- 빅데이터 분석 기반 Next Trend 발굴

- 대부분의 제품을 직매입해 신속한 국내의 풀필먼트 유통망 제공
- 풀필먼트 물류센터뿐 아니라 도심형 거점 물류센터와 전국 매장을 통해 고효율 배송 솔루션 제공

- O2O 서비스를 통한 차별화된 쇼핑 경험 제공
- 올영세일(국내), 빅뱅세일(글로벌) 등 프로모션 브랜드화 통한 신뢰도 높은 가치 제공
- 카테고리 마케팅 및 프로모션을 통한 협력사 임파워링 (empowering)
- 글로벌 특화 매장 내 체험존 운영 등 K뷰티 제품 접근성 향상
- 글로벌 특화 매장과 올리브영 글로벌몰과의 연계성 강화 및 프로모션 지원

- 제품 판매 데이터 기반, 시장 및 마케팅 전략의 유효성 분석
- 중소브랜드 제품의 고객 접점 공정성 검토를 위한 지표 모니터링
- AI기반 맞춤형 서비스 제공

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

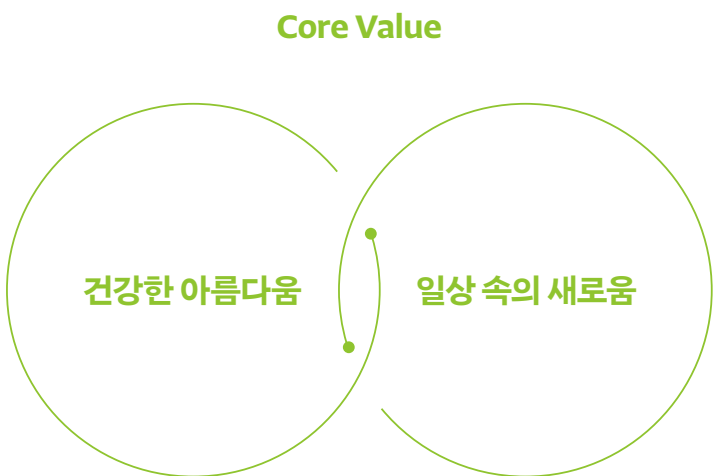
지속가능경영체계

CJ올리브영 경영철학

Vision 글로벌 뷰티&헬스를 선도하는 기업

Mission 고객 스스로 일상을 건강하고 아름답게
가꿀 수 있도록 에너지와 영감을 준다.

Slogan **ALL LIVE BETTER**
오늘도 거울 앞에서 건강한 아름다움으로 빛나는
‘더 나은 나’를 꿈꾸는 당신을 위해, 늘 올리브영이 함께합니다.



Brand Essence
건강한 아름다움

Positioning
Global Beauty & Health
Trend Leading Company

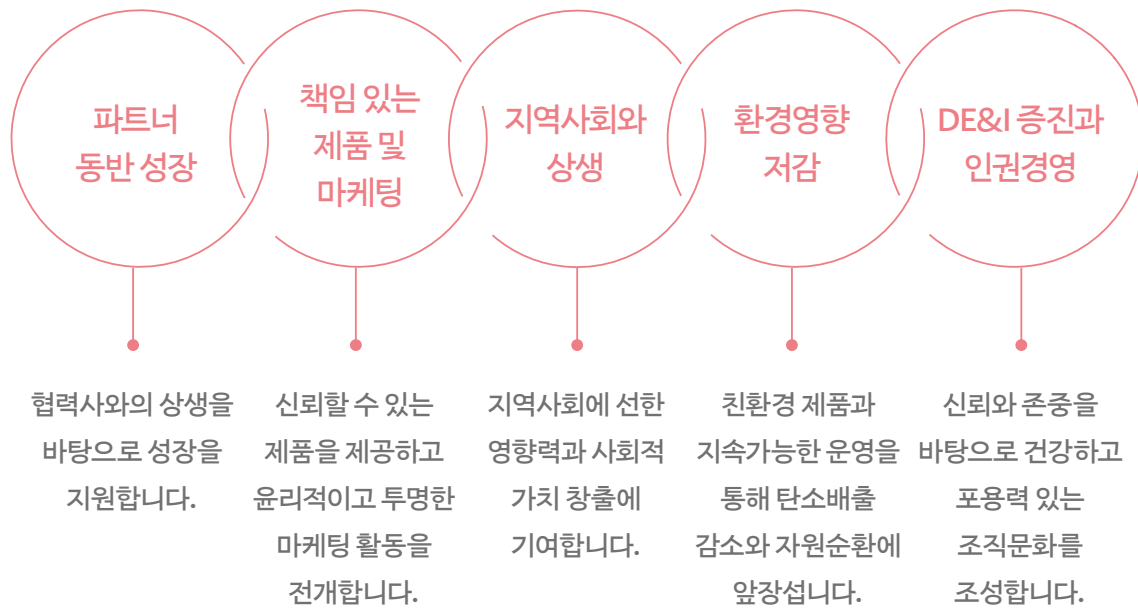
Promise
건강한 아름다움을
큐레이팅하는 브랜드

지속가능경영 FRAMEWORK

CJ Group Vision **ONLYONE** 제품과 서비스로 최고의
가치를 창출하여 국가사회에 기여한다.

OLIVE YOUNG ESG Vision CJ올리브영은 지속가능한 헬스&뷰티 산업의 발전과
이해관계자와의 상생을 위해 노력한다.

Management Pillar



Fundamental

컴플라이언스 준수 및 정보보호 강화

투명한 거버넌스

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

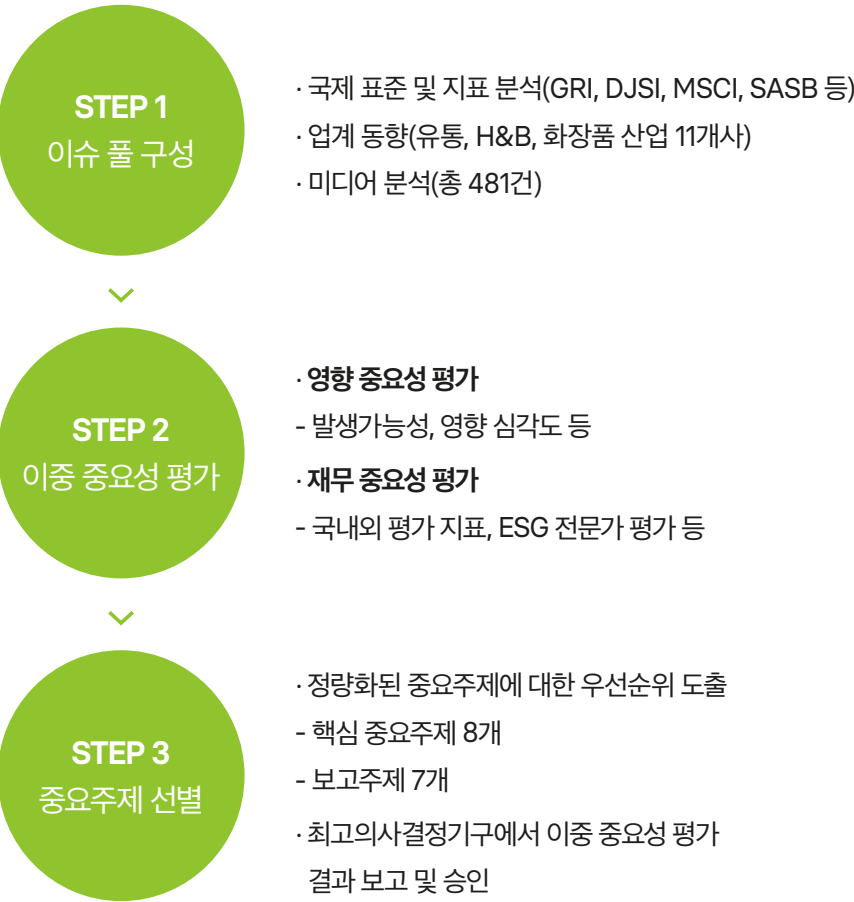
APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

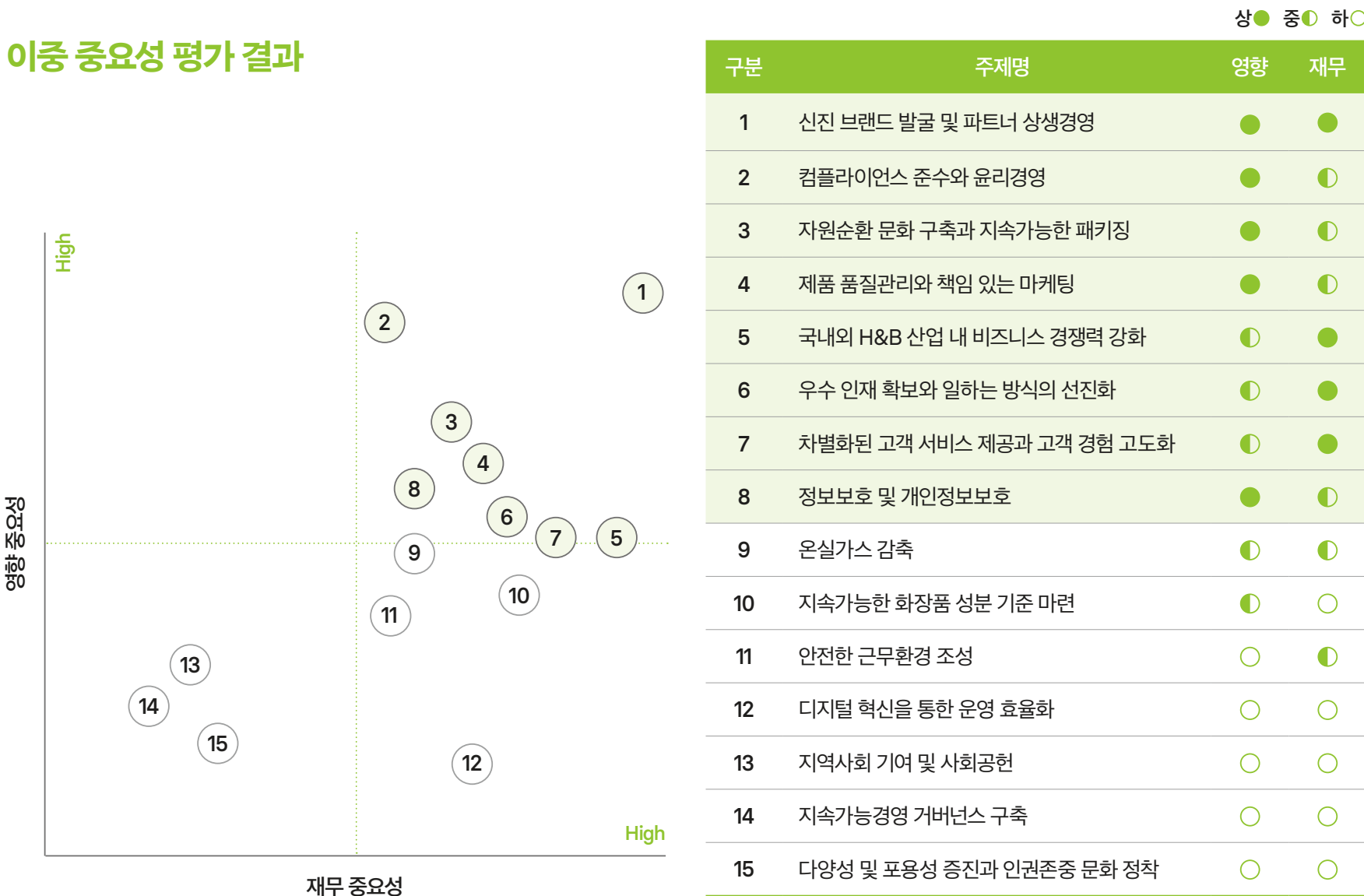
이중 중요성 평가

이중 중요성 평가 프로세스

CJ올리브영은 영향을 식별하고 중점관리 주제를 도출하기 위해 중요성 평가를 실시하였습니다. CJ올리브영의 사업활동과 연계된 이해관계자에게 미치는 영향을 종합적으로 분석하고, 이를 기반으로 전략적 의사 결정을 지원하기 위해 이중 중요성 평가를 실시했습니다. 이중 중요성 평가는 기업활동이 환경, 사회에 끼치는 영향뿐만 아니라, 비재무적 이슈가 기업가치 및 재무에 미칠 수 있는 영향을 함께 고려한 중요이슈 도출 프로세스입니다. 총 3단계를 거쳐 실시한 중요성 평가를 통해 당사의 핵심 중요주제 및 보고주제를 포함하여 15개를 도출했습니다. 이중 중요성 평가 결과는 최고의사결정기구에 보고 및 승인되었으며, 향후 회사의 지속가능경영 전략 수립에 적극적으로 반영될 예정입니다.



이중 중요성 평가 결과



핵심 중요주제 위험과 기회

CJ올리브영은 도출된 8개 핵심 중요주제의 위험과 기회를 분석하여 중장기적으로 지속가능경영 활동에 미치는 영향을 파악했습니다. 이러한 결과를 통해 지속가능경영의 지향점을 명확히 하고, 고객과의 신뢰를 더욱 강화해 나갈 것입니다.

핵심 중요주제명		보고 위치	위험과 기회
신진 브랜드 발굴 및 파트너 상생경영	협력사		기회 + 위험 -
			+ 신진 브랜드와의 협업을 통해 상생 파트너십을 구축하고 마케팅 및 프로모션으로 시너지 효과 기대 + 신진 브랜드를 발굴하여 최신 트렌드를 선도하고 차별화된 이미지 구축 - 다양한 브랜드와의 파트너십에서 비롯된 자원 배분의 형평성 및 균형 있는 프로모션 참여 기회 제공 이슈 해결 필요
컴플라이언스 준수와 윤리경영	준법윤리		+ 공정거래 원칙 수립과 전 사업장 및 협력사 준수 권고를 통해 준법 문화 구축 - 산업 내 경쟁 심화로 인한 컴플라이언스 위반 행위 발생 가능성 존재로 중장기적 파트너십 위축 우려
자원순환 문화 구축과 지속가능한 패키징	환경		+ 뷰티사이클, 재활용 플라스틱 패키징 적용 등을 통해 친환경 브랜드로서의 이미지를 강화하여 소비자에게 긍정적인 인식 제공 - 친환경 패키징 솔루션 개발 및 도입하는 과정에서 초기 투자 비용 부담 존재
제품 품질관리와 책임 있는 마케팅	고객		+ 안전한 성분의 제품 판매 촉진과 협력사 참여 확대로 브랜드 신뢰도 향상 + 제품의 생산 및 판매, 유통 등 전 과정에서 제품의 안전성 강화 - 화장품 및 식음료, 의류기기 등 제품군에 대한 표시광고 규제 강화 & 환경성 표기 규제 강화
국내외 H&B 산업 내 비즈니스 경쟁력 강화	인디브랜드 육성		+ 글로벌 K뷰티 수출 규모 확대, 중소브랜드의 수출 비중 증대 & 수출 국가 다변화 - 외교 정세에 따른 대외 화장품 수출 시장의 축소 & 국내 화장품 산업 내 시장 점유율 경쟁에 따른 마케팅 비용 지출 심화
우수 인재 확보와 일하는 방식의 선진화	임직원		+ 우수 인재 확보 및 육성을 통해 조직 전반의 성과 향상 - 헬스&뷰티 산업 경쟁 심화로 인해 전문성을 갖춘 인재의 유출 리스크
차별화된 고객 서비스 제공과 고객 경험 고도화	고객		+ O2O 서비스를 통한 온라인과 오프라인 쇼핑 경험 연계로 고객 편의성 향상 + 고객 데이터 활용한 개인화 서비스 제공을 통해 고객 경험 향상 - 고객 경험 차별화 목적의 인프라/행사 운영비용 증가
정보보호 및 개인정보보호	정보보호		+ 정보보호 및 개인정보보호를 통해 소비자와 신뢰를 구축하고 컴플라이언스 리스크 저감 - 분사 및 물류창고, 매장 등 디지털화에 따라 외부로부터의 해킹 위협, 데이터 탈취 등에 대한 경계 범위 확대

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

IMPACT TOPIC

- 1 협력사
- 2 고객
- 3 지역사회
- 4 임직원
- 5 환경

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

협력사

CJ올리브영은 협력사와 함께 성장합니다.

협력사의 성장은 곧 CJ올리브영의 성장입니다.
CJ올리브영은 유망한 신진 브랜드를 발굴해
소비자와 만날 수 있는 기회를 제공하며,
브랜드가 성장하고 확장되는 모든 과정을 함께합니다.
CJ올리브영은 K뷰티 브랜드가 국내를 넘어 전 세계로
뻗어 나갈 수 있도록 동반성장을 위한 상생경영을
더욱 강화해 나가겠습니다.

주요 활동과 성과

- 상생펀드 및 대금지급기한 단축을 통한 유동성 지원
- 올영 파트너 라이브 지원
- 중소브랜드 글로벌 진출 지원 프로그램 참여:
KCON & 마케팅 및 유통 지원사업
- 동반성장 산업 컨벤션으로의 확대:
올리브영 어워즈&페스타
- 파트너십 및 네트워킹 구축 기회:
퓨처커넥트, 파트너스데이 등

중소브랜드 유동성 지원:
상생펀드 규모



2023년 중소브랜드 글로벌 마케팅
지원 성과



협력사 상생 및 육성 영역

CJ올리브영은 건강하고 지속가능한 뷰티 생태계를 만들어 나가기 위해 노력합니다. 앞으로도 협력사가 국내외 소비자와 만날 수 있는 다양한 기회를 창출하고 마케팅, 유동성 지원 등 협력사의 고민과 필요에 공감하며 적극적인 지원을 아끼지 않겠습니다.

CJ올리브영 협력사 상생 및 육성 영역

K뷰티 대표 브랜드 발굴과 육성, 지속가능한 뷰티 생태계 구축		
협력사 동반성장		
브랜드 성장 지원	해외 진출 지원	소통과 상생 플랫폼
상생펀드 & 대금지급기한 단축 카테고리 기획/컨설팅 지원 올영 파트너 라이브 지원	K컬처 페스티벌 KCON 참여 마케팅 및 유통 지원	올리브영 어워즈&페스타

협력사 동반성장 활동

CJ올리브영은 협력사가 적극적으로 고객과 만날 수 있도록 지원합니다. 기금 마련을 통해 이자 절감을 지원하고, 라이브 방송을 운영할 수 있도록 스튜디오를 제공합니다. 또한 해외 진출의 목표를 실현할 수 있도록 협력사를 지원합니다.

브랜드 성장 지원

유동성 지원·상생펀드 & 대금지급기한 단축

CJ올리브영은 상생펀드 조성과 대금지급기한 단축을 통해 협력사와의 동반성장을 지원하고 공정한 비즈니스 환경을 조성해 나가고 있습니다. 이를 통해 지속가능한 비즈니스 생태계를 만들어 가겠습니다.

상생펀드	대금지급기한 단축
· 협력사당 최대 10억 원까지 융통 · 연 2%대의 금리 우대 시 최대 2,400만 원의 연 이자 절감 가능	· 매입 대금 지급 시기를 60일 만기에서 30일 만기로 단축
· 펀드 규모 1,000억 원 (CJ올리브영 500억 원, IBK기업은행 500억 원)	· 기존 직매입 사 대상에서 자사 브랜드 협력사로 확대 적용

상생펀드 이용 기업
2024년 9월 기준

76개사

상생펀드 대출 집행
2024년 9월 기준

639억 원

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서



협력사 참여 확대를 위한 파트너 라이브

라이브커머스가 인기를 끌면서 CJ올리브영은 협력사가 직접 라이브 방송을 제작할 수 있는 환경을 제공하기 위해 올영라이브를 파트너 라이브 플랫폼으로 진화시켰습니다. 파트너 라이브를 통해 올리브영의 협력사는 전문적인 촬영 환경이 갖춰진 스튜디오에서 양질의 콘텐츠를 제작하고, 상품과 브랜드를 홍보할 수 있게 되었습니다.

제작	마케팅	품질관리
라이브 제작 역량 지원 및 스튜디오/장비 대여	유입 및 노출 구좌 확보 & 미디어 패키지 운영	고객 만족 증대 & 안정적 사업 확대 준비 지원
· 마스터 가이드 제작 및 배포 · 제작·연출 부문 지원 및 교육을 통한 라이브 역량 강화 지원	· 라이브 데이터 대시보드 제공 · 광고·프로모션 지원 · 온라인몰·라이브관 노출 구좌 지원	· 제작사 및 쇼호스트 Pool 제공 · VOC 대응 프로세스 지원 · 라이브 품질관리 가이드 지원 및 모니터링 체계 안내 · 교육 프로그램 운영

[올영라이브 소개 & 마스터 가이드 바로가기](#)



올영STUDIO와 CONNECT STUDIO는 올영라이브 방송 제작을 위한 전문 장비와 촬영 환경이 조성되어 있는 라이브 방송 스튜디오입니다. CJ올리브영은 미디어월, 호리존 등 콘텐츠 제작 환경을 전반적으로 지원함으로써 협력사가 라이브 방송을 성공적으로 완수할 수 있도록 지원합니다.

해외 진출 지원

KCON 참여 지원을 통한 글로벌 소비자 접점 확대

CJ올리브영은 KCON에 참여해 전 세계 소비자들에게 우리의 K뷰티를 소개하고 있습니다. KCON은 오프라인 누적 관객 수가 183만 명인 세계 최대 규모의 K-POP Fan & Artist Festival로, 올리브영은 중소브랜드와 함께 KCON에서 K뷰티의 최신 트렌드를 보여주는 것은 물론, 고객들이 제품을 체험하고 긍정적인 경험을 가져갈 수 있도록 다양한 시도를 펼쳐나가고 있습니다.



중소브랜드 글로벌 마케팅 지원 성과

CJ올리브영은 2022년부터 중소벤처기업진흥공단 주관의 글로벌 미디어콘텐츠 마케팅사업과 온라인수출 공동물류사업에 참여해 중소브랜드의 해외 진출을 지원하고 있습니다. 축적된 글로벌 진출 경험과 고객 행동 분석 데이터를 바탕으로 협력사들에게 최적화된 마케팅 전략을 제공해 왔습니다. 특히, 글로벌 메가 인플루언서와의 라이브커머스 협업, 콘텐츠 제작 등을 지원함으로써 브랜드들이 효과적으로 제품을 소개하고 판매할 수 있도록 협력하였습니다. 2023년 글로벌 미디어콘텐츠 마케팅 사업을 통해 총 168개 기업의 해외 진출을 지원했으며, 총 304억 원 이상의 글로벌 판매 성과를 달성했습니다. 그 밖에도 CJ올리브영은 글로벌몰을 통한 60달러 이상의 주문 건에 대해 무료배송을 제공함으로써, 글로벌 고객의 제품 접근성을 꾸준히 확대하고 있습니다.



2023년 중소브랜드
글로벌 마케팅 지원 협력사 수

168개사

2023년 중소브랜드
글로벌 마케팅 지원 성과

304.2억 원

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

CASE STUDY

시장 트렌드와 고객 니즈 분석을 통한 성장 기회 확대

CJ올리브영은 고객이 원하는 바를 빠르게 읽고, 잠재력 있는 카테고리의 기회를 포착해 협력사들에게 새로운 성장 기회를 제공합니다. 또한 매월 진행되는 올영PICK을 통해 올리브영이 추천한 제품들을 고객과 연결하고 반응을 살피며, 협력사와 함께 리뷰합니다. 더 나아가 올리브영의 연간 계획과 연계한 브랜드 세부 육성 전략을 수립하여 브랜드와 함께 더 큰 성장을 준비합니다.

클린뷰티 카테고리 육성

● Phase 1

브랜드 육성 트랙으로 클린뷰티 차용

- 가치소비 트렌드 등장
- 소비자의 니즈와 트렌드에 맞는 클린뷰티 개념 도입
- 클린뷰티 제품 개발 및 신규 브랜드 발굴
- 대표 협업 브랜드: 토리든, 라운드랩, 아비브 등

● Phase 2

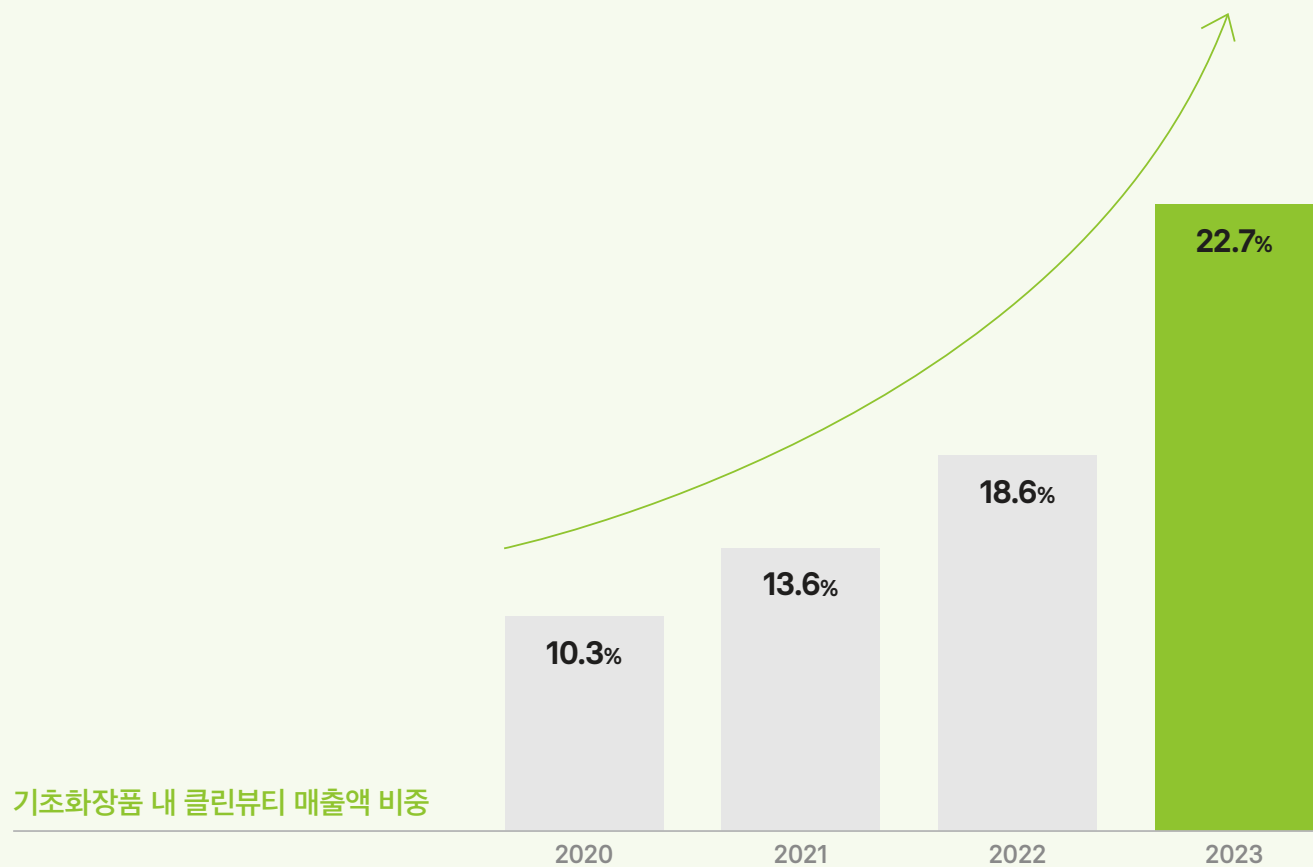
브랜드 육성 및 영향력 강화

- 카테고리 성장 리딩하는 대형 브랜드 육성
- 클린뷰티 고도화 동참 가능한 Next Generation 브랜드 육성
- 클린뷰티 가치 전파를 위한 활동 강화
- 대표 클린뷰티 협업 브랜드: 구달, 아누아 등

● Phase 3

클린뷰티 카테고리 대형화 성공

- 신규 브랜드 공격적 소싱 및 브랜드 Pool 확보
- 클린뷰티 누계 브랜드 수 43개(2023년 기준)
- 기초화장품 내 매출 비중 지속 확장



기초화장품 내 클린뷰티 매출액 비중

마스크팩 패드 소분류 발굴 및 육성

● Phase 1

마스크팩 내 신규 시장 발굴 필요성 증가

- K뷰티 인기 아이템 시트팩 소분류 시장 정체
- 닥토(닥아내는 토너) 트렌드 발굴, 고객의 숨은 니즈를 파악한 신규 세그먼트 발굴

● Phase 2

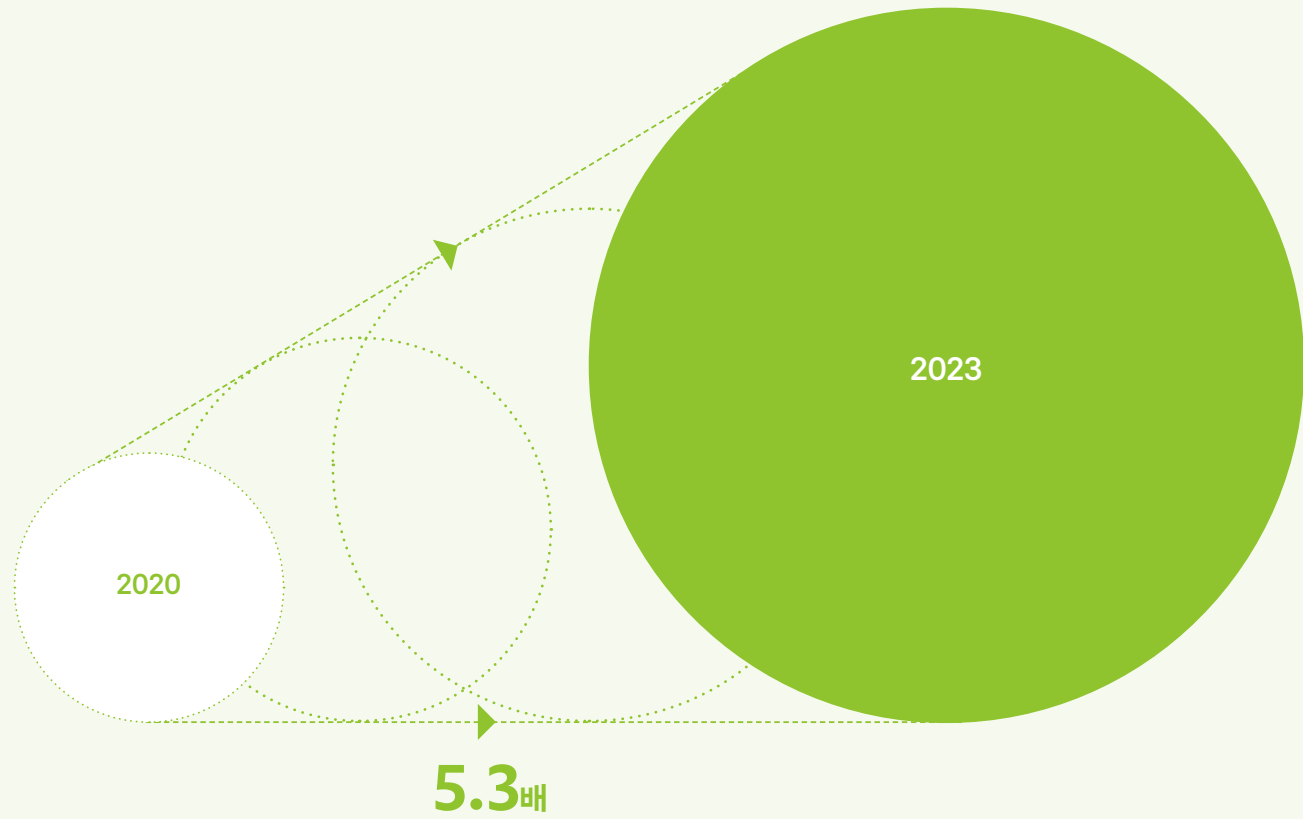
패드 카테고리 성장 전략 수립

- 패드 & 닥아내는 토너 제품군에 대한 재분류화
→ 분산되어 있던 패드 제품들을 세부 카테고리로 분류하여 제품 영역을 명확하게 제시
- 올리브영 어워즈 부문에 패드 영역을 신규 추가
- 스킨푸드, 더마토리 등 입점

● Phase 3

패드 소분류 대형화 및 신규 트렌드 대응

- 신규 패드 소분류 육성 통해 마스크팩 내 새로운 시장 수요 형성, 지속 성장 중
- 최근 슬로우에이징 전략 반영한 잡티/모공탄력/겔 패드 지속 출시하며 최신 뷰티 트렌드 지속 대응



마스크팩 내 패드 소분류 매출 성장¹⁾

1) YoY 기준 2021년 98% 성장, 2022년 59% 성장, 2023년 67% 성장 달성

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

소통과 상생 플랫폼

CJ올리브영은 협력사와 고객, 전문가를 한 자리에 모아 한 해의 트렌드를 공유하고 있으며, 공동의 비전을 가꾸어갈 수 있도록 협력사와의 소통의 자리를 마련하고 있습니다.

OLIVE YOUNG Awards & Festa

OLIVE YOUNG Awards & Festa(이하 어워즈&페스타)는 국내 대표 K뷰티 컨벤션으로 헬스&뷰티 트렌드와 MD 전략에 기반해 한 해 동안 소비자에게 가장 사랑받은 브랜드와 제품을 선정하는 'Awards'와, 브랜드와 소비자, 업계 전문가 등이 한 자리에 모여 제품을 경험하고 트렌드를 공유하는 'Festa' 형식을 결합했습니다. CJ올리브영은 어워즈&페스타를 통해 우수한 협력사의 제품들을 소비자에게 풍성하게 소개하고, 협력사에게는 내년 도 트렌드와 성장 전략을 소개하는 소통의 시간을 갖고 있습니다.



올리브영 어워즈 수상관은 연간 온오프라인에서 이루어진 1억 5천만 건의 구매 데이터를 바탕으로 34개 부문, 138개의 수상 제품을 전시하였습니다. 헬스, 클린뷰티, 슬로우에이징, 더모코스메틱 등을 모은 연합관, 카테고리별 브랜드 체험존, 여성 건강 상품을 큐레이팅한 W케어 서비스 부스까지 다양한 볼거리와 체험 공간을 마련하였습니다. 뷰티 브랜드와 소비자 간의 접점을 마련하기 위해 시작했던 어워즈&페스타는

점차 해를 거듭할수록 유망 브랜드에 대한 성장과 해외 진출 지원에 대한 가능성을 바탕으로 동반성장 산업 컨벤션으로 확대되었다는 점에 의의가 있습니다. CJ올리브영은 글로벌 플랫폼 B2B 유통업체 등 60여 개사의 관계자와 국내 정부 기관 관계자 등 총 200여 명을 초청하였고, 현장에서 K뷰티 수출을 위한 협업 방안을 모색할 수 있었습니다.

2023년 어워즈&페스타 방문자 수

16,975명

CASE STUDY

소통 및 네트워킹 채널 마련

CJ올리브영은 협력사와 지속적인 교류와 소통을 통해 신뢰를 구축하고 파트너십을 강화함으로써 CJ올리브영과 협력사 간의 지속가능한 성장의 기반을 마련하기 위해 노력합니다.

협력사와 공유하는 미래 전략, 퓨처커넥트

퓨처커넥트는 창업 초기 기업과 신진 브랜드 관계자들에게 인사이트와 성장 전략을 공유하는 뷰티 컨퍼런스입니다. CJ올리브영은 1,300만 회원의 구매 데이터를 기반으로 분석된 마케팅 인사이트를 공유하였으며, 참석자들은 상품 개발부터 마케팅 전반에 걸친 올리브영의 인사이트가 유익했다고 평가했습니다. 앞으로도 CJ올리브영은 협력사와 함께 성장할 수 있는 인사이트 공유에 적극 나서겠습니다.



협력사 파트너십 강화를 위한 파트너스데이

파트너스데이는 CJ올리브영과 함께한 베스트 협력사와의 협업에 감사를 표하는 연말 상생의 장으로 올리브영의 가장 큰 파트너 행사입니다. 2023년에는 115개사를 초청하여 중장기 비전과 주요 전략을 공유하고, 동종 협력사 간 네트워킹 기회를 제공하는 등 동반성장 기회를 모색하는 시간을 가졌습니다.



INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

고객

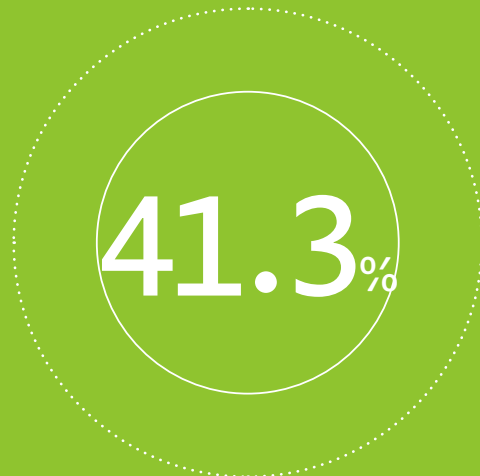
CJ올리브영은 고객 중심 경영 철학을 기반으로 고객 가치를 창출합니다.

CJ올리브영은 다양한 형태의 매장과 온오프라인 서비스를 통해 국내외 고객에게 다채로운 쇼핑 경험을 제공하고 있습니다. 독자적인 옴니채널 커머스 플랫폼으로 고객이 빠르고 편리하게 제품을 만날 수 있게 하고, 초개인화된 맞춤형 AI 추천 서비스와 양질의 리뷰로 고객에게 더 가까이 다가갑니다.

주요 활동과 성과

- 오프라인 매장 서비스 표준화
- 글로벌·디자인·MD·DT 표준 특화 매장 운영을 통한 차별화된 서비스
- O2O(Online To Offline) 기반의 ‘오늘드림’ 서비스
- 초개인화 AI 추천 서비스 제공
- 24시간 챗봇 운영을 통한 효율적 문제 해결 지원 서비스

전체 온라인 주문 건수 중
오늘드림 비중 (2023년 기준)



글로벌을 누적 회원 수
(2024년 9월 기준)



옴니채널 전략

CJ올리브영은 고객이 언제 어디서나 최상의 쇼핑 경험을 누릴 수 있도록 표준화된 서비스를 제공하고 옴니채널 전략을 통한 O2O 서비스, 빅 데이터 기반의 초개인화 추천서비스 등 특별한 쇼핑 경험을 선사하고 있습니다.

CJ올리브영 옴니채널을 통한 고객 경험 영역

오프라인 고객 경험	O2O 서비스 기반의 옴니채널	온라인 고객 경험
· 매장 서비스 표준화 · 표준 특화 매장 운영 · 글로벌 관광객 특화 서비스 제공	· 오늘드림 서비스 · 매장 픽업 & 스마트반품 · 도심형 물류센터(MFC) 확장	· 초개인화 AI 추천 서비스 컨텐츠 (리뷰, 매거진, 커뮤니티 등) 카테고리 특화 서비스 (헬스+, W케어 등)

오프라인

CJ올리브영은 고객과 가장 가까운 곳에서 고객이 언제 어디서나 최상의 매장 경험을 누릴 수 있도록 표준화된 고객 서비스를 제공합니다. 또한 지역 과 상권을 고려한 특색 있는 매장 경험을 제공합니다.

표준화된 서비스 제공을 위한 노력

CJ올리브영은 매장 운영 구성원인 메이트를 대상으로, 서비스 교육 및 실제 사례를 바탕으로 한 상황별 고객 응대 가이드를 제공합니다. 월평균 800명의 메이트에게 교육을 실시하고 있으며, 매장 운영 전반을 담고 있는 OLIVE YOUNG Manual 전파를 통해 전국 어느 매장에서나 고객에게 표준화된 서비스를 제공하고 있습니다.

CASE STUDY

표준화된 매장 운영 속 상권별 특색 있는 노하우 전파, HERE’O

HERE’O는 ‘Here(여기, 상권)’와 ‘O(올리브영)’의 합성어로, 전국 각지의 다양한 상권에서 고객을 직접 응대하는 현장 구성원들의 세일즈와 서비스 노하우를 담은 CJ 올리브영의 사내 간행물입니다. 이 매거진은 각 상권의 특성을 바탕으로 현장에 최적화된 세일즈 모델을 정의하고, 전문성을 갖춘 구성원의 역할 변화를 통해 고객 쇼핑 경험을 차별화하고자 하는 목표를 가지고 있습니다. 특히 대외 환경 변화 속에서 본부의 획일적인 접근보다는 고객 접점에 있는 현장 구성원들이 직접 고민한 결과를 바탕으로 도출한 바텀업 프로젝트라는 점에 주목할만 합니다. 현장 구성원들은 각기 다른 상권에서 다양한 고객을 만나며 쌓은 경험을 통해 고객의 특성과 니즈를 깊이 이해하고 있습니다. 예를 들어, 복합물에서는 유모차를 동반한 3040 가족 고객을 배려하는 서비스가 필요하며 쇼핑유형 상권에서는 잘파세대의 트렌드를 반영한 센스 있는 응대가 요구됩니다. 2024년 9월 기준으로 복합물과 쇼핑유형 편이 출간되었으며, 향후 오피스 및 대중교통시설 상권의 남성 고객, 글로벌 관광 상권의 외국인 고객 등 더욱 다양한 타깃을 중심으로 한 매거진을 제작해 내부에 전파할 예정입니다. 이를 통해 CJ올리브영은 구성원들이 현장의 고객으로부터 전략을 수립하고 전문성을 발휘해 최상의 오프라인 경험을 제공할 수 있도록 지속적으로 지원하고자 합니다.

HERE’O 주요 구성

- 상권 특성
- 상권별 고객에 대한 이해
- 구성원 페르소나와 모먼트
- 주력 카테고리의 카운슬링



INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

표준 특화 매장 운영

CJ올리브영은 디자인에 지역 특색을 반영하고 타깃 고객의 선호 카테고리를 확장한 표준 특화 매장을 통해 새로운 고객 경험을 제공합니다.

경주황남점
신라 문화재 토우를 중심으로 전통과 현대적 감성이 조화를 이루는 매장을 구성했습니다. 전통식품 특화존을 마련하여 지역 상권과의 연계성을 강조한 매장입니다.



제주중문점
하르방을 모티브로 한 캐릭터 올척이 등 지역 특성을 살린 디자인 특화 매장입니다. Beauty To Go 매대에는 관광객이 필요로 하는 물품을 비치해 고객의 필요에 더 가까이 접근합니다.



타운 매장 운영

지역을 대표하는 대형 거점매장인 타운 매장에서는 고객에게 단순히 많은 상품을 선보이는 것을 넘어, 방문 고객의 성향을 반영한 고객 체험 요소를 적극 도입하고 있습니다.

스타필드고양 타운
3040 가족 단위 고객의 니즈에 맞추어 매장 내 휴게 공간인 패밀리 라운지를 도입했으며, 매장에서 머무는 동안 셀프로 피부 컨디션을 진단해 볼 수 있는 SKIN SCAN 체험존도 운영합니다.



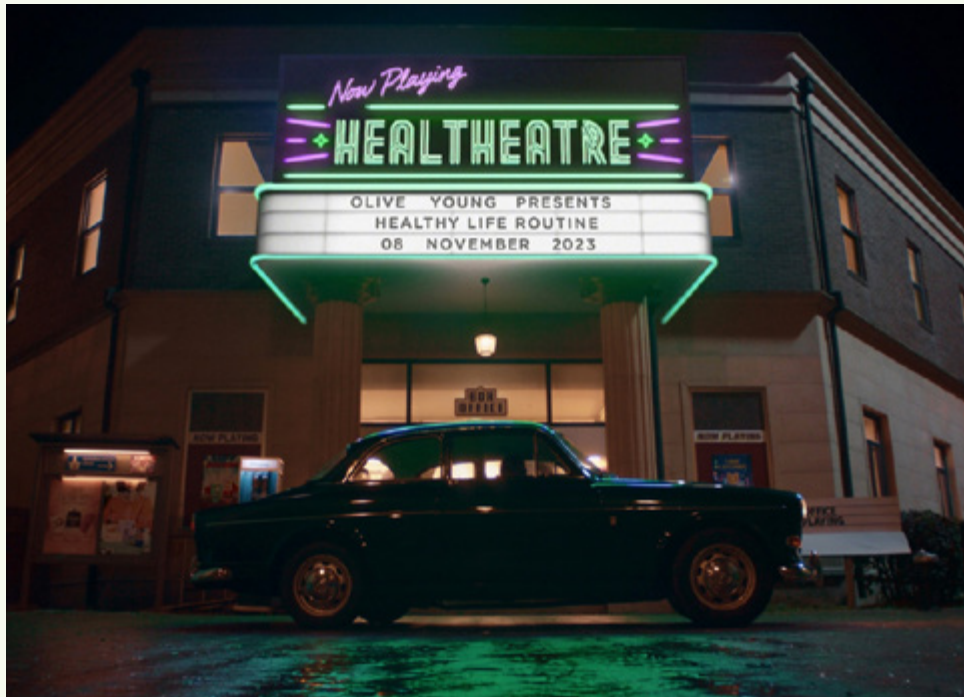
청주 타운
젊은 방문객이 많은 상권 특성에 맞춰 트렌드와 라이프스타일을 소비하고 싶은 고객 니즈를 반영해 퍼스널컬러 진단 체험존을 운영하는 등 쇼핑-여가-문화 공간의 역할을 강화했습니다.



CASE STUDY

POP-UP STORE

CJ올리브영은 주요 마케팅 모멘텀에 따라 감각적인 팝업스토어를 운영하고 있습니다. 다채로운 체험 공간을 마련해 고객과 적극적으로 소통하며 고객에게 특별한 즐거움을 선사합니다.



헬시아터 (2023. 11)

헬시아터는 건강(Health)과 극장(Theatre)을 합친 단어 로, CJ올리브영은 건강에 대한 고객 인식이 능동적으로 변 화한 트렌드를 반영하여 마치 영화를 관람하듯 CJ올리브 영이 제안하는 건강한 생활 습관을 체험하는 팝업스토어를 기획했습니다. 각 상영관에서는 건강 루틴과 연계된 고객 경험을 제공하고, 온라인몰에서도 동일한 캠페인을 진행해 보다 폭넓은 고객에게 색다른 경험을 제공했습니다.

헬시아터 팝업스토어
방문자 수

28,396명

온라인몰 헬시아터
방문자 수

349만명



슬로우에이징 (2023. 10)

시간이 천천히 흐르는 도심 속 쉼터에서 고객의 피부 고민 을 종결해준다는 콘셉트로 운영된 '올리브영 슬로우 스테 이션'은 남녀노소 누구나 경험할 수 있는 이색적인 공간으 로 사랑 받았습니다.

슬로우에이징 팝업스토어
방문자 수

13,020명

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

글로벌 관광객
고객 경험 증진 활동

외국인 관광객을 위해 다양한 프로그램을 운영하며 K뷰티와 K컬처 체험 기회를 제공합니다. 먼저 글로벌 특화 매장을 찾은 글로벌 고객 대상으로 도슨트 프로그램을 마련해 최신 트렌드를 소개하고 K뷰티에 대한 이해를 도왔습니다. 그 밖에도 전국 모든 매장에 16개국 언어 지원 번역기를 도입해 글로벌 관광객의 쇼핑 장벽을 낮추고 있습니다. 글로벌 특화 매장인 명동 타운은 3개 국어를 구사하는 직원이 상시 응대하며, 모든 상품의 전자라벨에 한글과 영어를 병기하고 있습니다. 또한 매장 내 사후 면세 서비스를 제공하고 트립닷컴, 알리페이 등과 제휴해 할인 혜택을 제공함으로써 쇼핑 편의를 강화하고 있습니다.



글로벌몰 신규 회원가입

CJ올리브영은 글로벌 관광객들이 손쉽게 올리브영 글로벌몰에 가입하고 웰컴 기프트를 받아볼 수 있는 밴딩 머신을 글로벌 관광상권 주요 매장에 설치했습니다. 명동 타운에서만 하루 평균 800여 명의 글로벌 관광객이 밴딩머신을 통해 글로벌몰 회원가입을 할 정도로 많은 인기를 얻고 있습니다.



글로벌몰 신규 회원 중
오프라인 매장 가입자 수
(2023년 11월~2024년 9월까지)

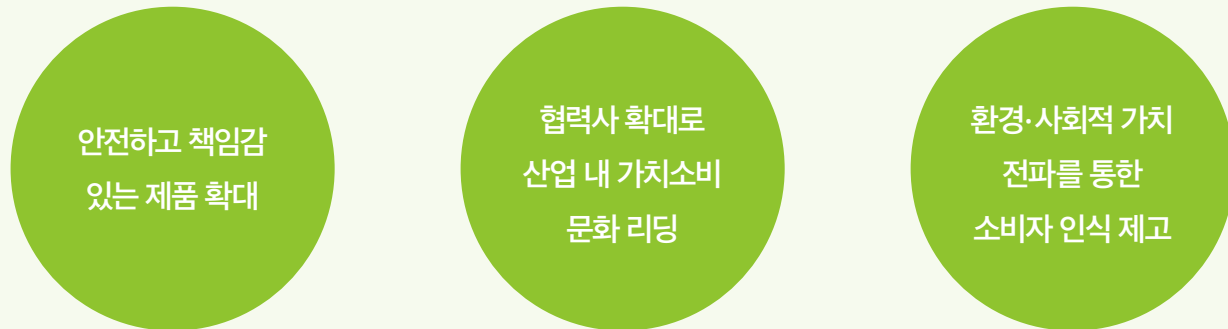
232,834명

CASE STUDY

올리브영 클린뷰티

CJ올리브영은 국내 유통사 최초로 클린뷰티를 론칭해 카테고리를 육성해 왔습니다. 올리브영 클린뷰티는 착한 성분, 친환경 가치 추구 등 고객에게 지속가능한 아름다움을 고민할 수 있도록 기준을 제시하고 있습니다. 2020년부터 꾸준히 클린뷰티를 전개해 오며, 적용 범위를 리필제 품 및 FSC 재활용 등급 획득 제품으로까지 확대하고 성분 기준을 강화했습니다. 2024년 기준 참여 브랜드 수가 47개로 증가했습니다.

클린뷰티 추구 방향



클린뷰티 엠블럼



CJ올리브영은 지속가능경영 관점에서 정립한 클린뷰티 기준을 운영하고 있습니다. 사람과 환경에 안전한 제품을 위해 성분 배제 기준을 마련하고, 이를 충족한 제품에 엠블럼을 부여하고 있습니다. CJ올리브영은 컨서스 뷰티로의 진화를 위해 클린뷰티 기준을 고도화해 나갈 예정입니다.

2024 올리브영 클린뷰티 기준 (총 27종 배제)

- 식약처 기준 유해 성분 24종
- 해양 생태계에 영향을 줄 수 있는 자외선차단제 성분 3종

클린뷰티 진화 과정

Phase1 성분 중심 클린뷰티 (2020-2021)	Phase2 실천적 클린뷰티 (2022-2023)	Phase3 지속가능한 클린뷰티 (2024)
#국내 최초 클린뷰티 기준 수립 #유해 성분 배제 #가치소비 전파	#브랜드 참여 확대 #클린뷰티 가치 전파 활동 확대 #뷰티사이클 연계	#글로벌 트렌드 #성분기준 객관성 확보 #Next Gen. 브랜드 육성



Next Phase 컨서스 뷰티
#올리브영 그린워싱 가이드라인 기반 #생명존중 & 윤리기준 강화 #가치실천

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

O2O 서비스

CJ올리브영은 온오프라인 채널을 연계한 O2O 서비스를 통해 고객 경험을 더욱 풍성하게 만들고 있습니다. 오늘드림 서비스를 바탕으로 CJ올리브영은 독자적인 옴니채널 커머스 플랫폼을 구축해 나가며 퀵커머스로서도 입지를 다지고 있습니다.

오늘드림 서비스

오늘드림 서비스는 온라인몰과 오프라인 매장을 연계하여, 고객에게 새로운 쇼핑 경험을 제공하는 O2O 기반의 퀵커머스 서비스입니다. 2019년 말부터 전국 서비스로 확대되었으며, 고객은 오늘드림으로 주문한 상품을 3시간 이내에 받을 수 있습니다.¹⁾ 온라인몰과 연계되어 있기 때문에 고객 주문지와 가장 가까운 도심형 물류센터(MFC)나 매장에서 즉시 포장, 배송되며 주말과 공휴일에도 당일 배송이 가능합니다. CJ올리브영은 전국 오프라인 매장을 물류 거점으로 활용하고, 다양한 배달 수단과 배달 대행사와 긴밀하게 협업하며 오늘드림 서비스를 고도화할 수 있었습니다. 소비자들의 많은 사랑을 받는 서비스인 만큼 더 빠르고 정확하게, 더 많은 고객이 누릴 수 있도록 서비스 역량을 지속 향상하겠습니다.



1) 2024년 데이터 기준, 평균 배송 시간 55분

올리브영의 O2O 서비스

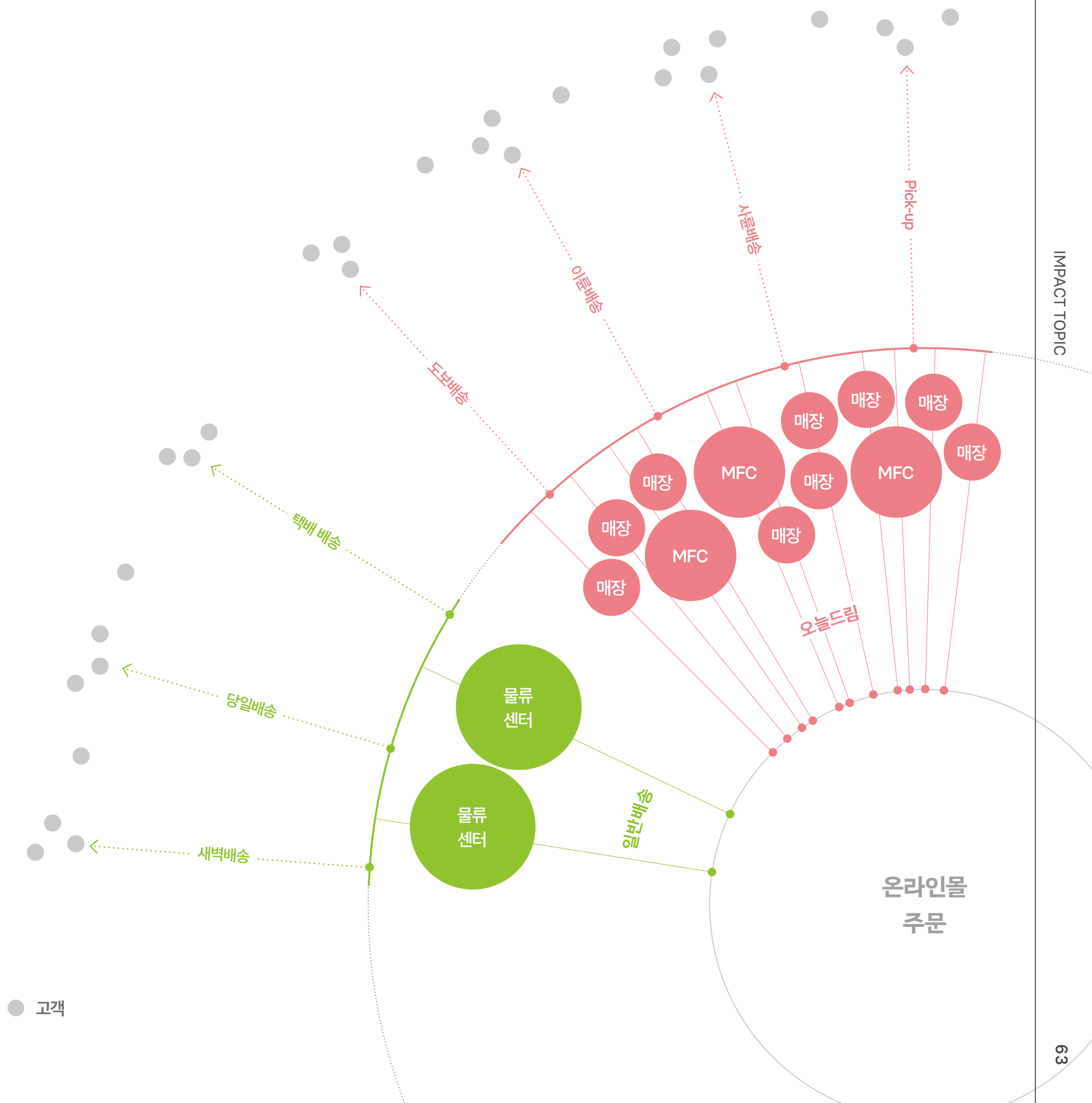
오늘드림	매장 픽업	스마트반품
· 빠름 배송: 밤 8시까지 주문 시 3시간 이내 도착 · 3!4! 배송: 낮 1시까지 주문 시 낮 3~4시 사이 도착 · 미드나잇 배송: 밤 8시까지 주문 시 밤 10~12시 사이 도착	· 오후 8시까지 주문 시 당일 매장 픽업 가능 · 온라인에서 주문하고 원하는 매장에서 직접 상품을 수령, 온라인몰 제공 혜택 동일 적용	· 온라인에서 구입한 상품을 오프라인 매장에서 반품할 수 있는 서비스 · 택배 회수 없이 원하는 시간에 오프라인 매장에 방문하여 반품 가능 · 오늘드림 이용 상품에 대해 모든 회원이 서비스 이용 가능

도심형 물류 거점 확대

도심형 물류센터(MFC, Micro Fulfillment Center)는 오늘드림을 비롯한 빠른 배송 서비스를 위해 구축되었습니다. MFC는 24H 서비스를 가능하게 하며, 이를 활용해 오후 4시까지 주문 시 당일 자정까지 상품을 배송하고 있습니다. CJ올리브영은 2025년까지 전국에 20개 이상의 MFC를 단계적으로 구축해 주요 광역시 및 지방 중소도시까지 퀵커머스 경쟁력을 강화해 나갈 계획입니다.

CJ올리브영 물류 경쟁력

올리브영은 물류센터뿐 아니라 도심형 물류 거점인 MFC와 전국 매장을 통해 고객에게 최적화된 배송 방식으로 빠르게 제품을 배송합니다.



INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

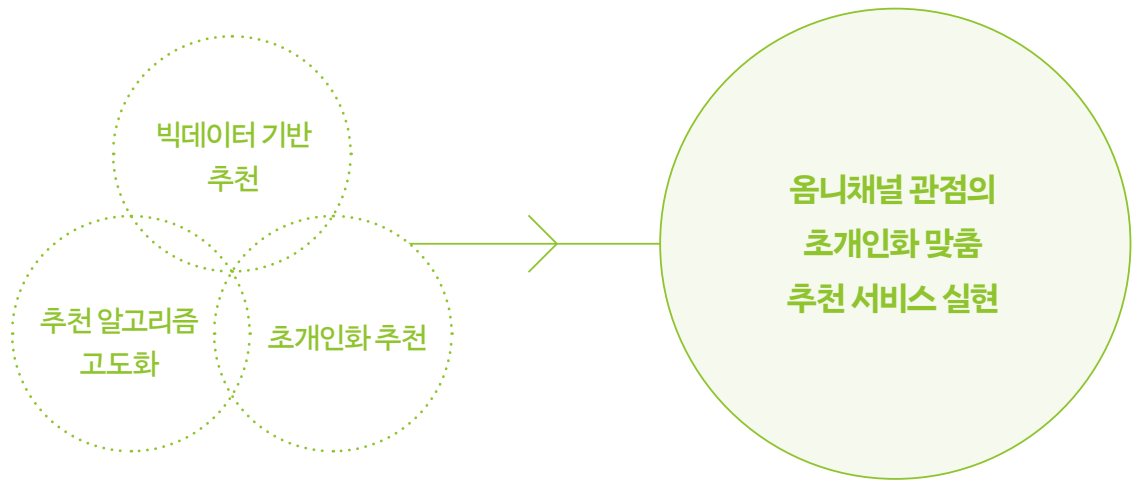
온라인

CJ올리브영은 오프라인 매장뿐 아니라 온라인몰에서도 차별화된 서비스로 고객에게 최고의 쇼핑 경험을 제공합니다.

AI 기반 추천

CJ올리브영은 제품과 고객에 대한 빅데이터를 바탕으로 개인 맞춤형 추천 서비스를 제공합니다. 상품 속성 정보를 데이터베이스화하고 온오프라인 통합 데이터를 기반으로 고객 세그먼트를 세분화해 소비자 개개인이 필요한 정보를 쉽게 검색하고 추천받을 수 있도록 서비스를 고도화해 나가고 있습니다. CJ올리브영은 더욱 정교한 상품 추천과 함께 스토리텔링을 결합한 검색 결과를 제공해 소비자들이 더 큰 쇼핑 만족감을 느낄 수 있도록 노력하겠습니다.

AI 추천 서비스 프로세스



CASE STUDY

W케어 서비스

W케어는 월경 주기 관리부터 맞춤형 상품 추천까지 제공해 주는 여성 건강관리 서비스입니다. 우리(We), 여성(Woman), 웰니스(Wellness)의 뜻을 함축한 W케어는 여성 고객의 일상을 더 편안하고 건강하게 하고, 궁극적으로 여성의 삶의 질을 높이기 위해 기획되었습니다. 산부인과 전문의가 검토한 스마트 예측 주기 시스템을 통해 정확한 월경일을 예측하고, 나의 기분과 몸 상태를 관리할 수 있습니다. 또한 W뉴스, W 생활백서 등을 통해 여성의 생애주기별 건강 관리에 도움이 되는 각종 콘텐츠와 상품을 제공하고 있습니다. 향후 CJ올리브영은 W케어를 통해 여성 고객의 건강 고민을 해결하기 위한 상담 서비스를 제공하고 고객별 개인화 모드 등을 도입할 계획입니다.



W케어만의 차별점

- 하나의 앱에서 월경 주기 관리부터 주기별 관련 상품 제안, 구매까지 모두 가능
- 전문의 검수를 마친 신뢰도 높은 정보 제공
- 정확한 월경 예측 서비스뿐 아니라 기분 상태까지 점검

W케어 서비스 누적 가입자 수
(2024년 10월 기준)

24만 +

정보 교류의 플랫폼

온오프라인 통합 누적 리뷰 개수
(2023년 기준)

2,375만 개

전체 리뷰 중 포토리뷰 비율
(2023년 기준)

19.5%

리뷰는 고객의 구매 의사결정에 중요한 영향을 미치는 요인입니다. CJ올리브영은 옴니채널을 기반으로 고객이 다양한 정보를 주고받을 수 있는 양질의 리뷰 환경을 조성해 정보 교류 플랫폼의 역할을 수행하고 있습니다.

온오프라인 통합 리뷰 제공

옴니채널 통합 리뷰 서비스를 활용해 소비자들은 오프라인 매장에서 제품을 구매해도 온라인몰에서 리뷰를 작성할 수 있습니다. 이를 통해 더 많은 리뷰가 축적되어 다양한 정보 공유가 가능해졌습니다.

빅데이터 기반 맞춤 리뷰 제공

리뷰를 데이터화하여 개인이 원하는 피부유형, 피부 고민, 피부톤 등 키워드에 따른 리뷰 필터링 기능을 지원합니다. 소비자들이 보다 실질적으로 도움이 되는 리뷰를 확인할 수 있도록 노력하고 있습니다.

타브리뷰어 선정 & 포토리뷰 활성화

리뷰 작성 수, 도움 수, 최근 활동 지수 등을 바탕으로 1,000명 타브리뷰어를 선정하고 있습니다. 또한 정보 전달력이 높은 포토리뷰를 확대하는 등 신뢰할 수 있는 양질의 리뷰를 활성화하기 위해 노력합니다.

리뷰 블라인드 시스템

리뷰 어뷰징, 왜곡된 정보 제공 등 리뷰 건전성을 해치는 리뷰를 모니터링하고 있습니다. 리뷰 운영정책을 공개하고 있으며, 고객에게 혼선을 주는 리뷰라고 판단될 경우 블라인드 처리됩니다. 나아가 반복적인 정책 위반 시 이용 제한 조치를 취하는 등 믿을 수 있는 리뷰 커뮤니티를 만들기 위해 힘쓰고 있습니다.

CASE STUDY

셔터 & 셔터브리티

셔터(Shutter)는 올리브영 앱에서 제공하는 뷰티 특화 커뮤니티로 고객이 자신의 일상을 공유하는 앱인앱(App-in-App) 서비스이며, 셔터브리티(Shutterbrity)는 셔터에서 활동하는 인플루언서를 의미합니다. 셔터를 통해 고객들은 서로 간의 일상을 엿보고 헬스&뷰티 트렌드 상품 정보를 얻을 수 있습니다. 고객은 자신과 같은 피부 타입의 이용자를 팔로우하거나 해시태그로 원하는 키워드의 게시글을 쉽게 찾을 수 있습니다. 또한 CJ올리브영은 주간 베스트 게시글을 맞춤형으로 추천하고, 셔터 이용자에 대한 콘텐츠 보상을 확대하는 방안을 검토하고 있습니다.



INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

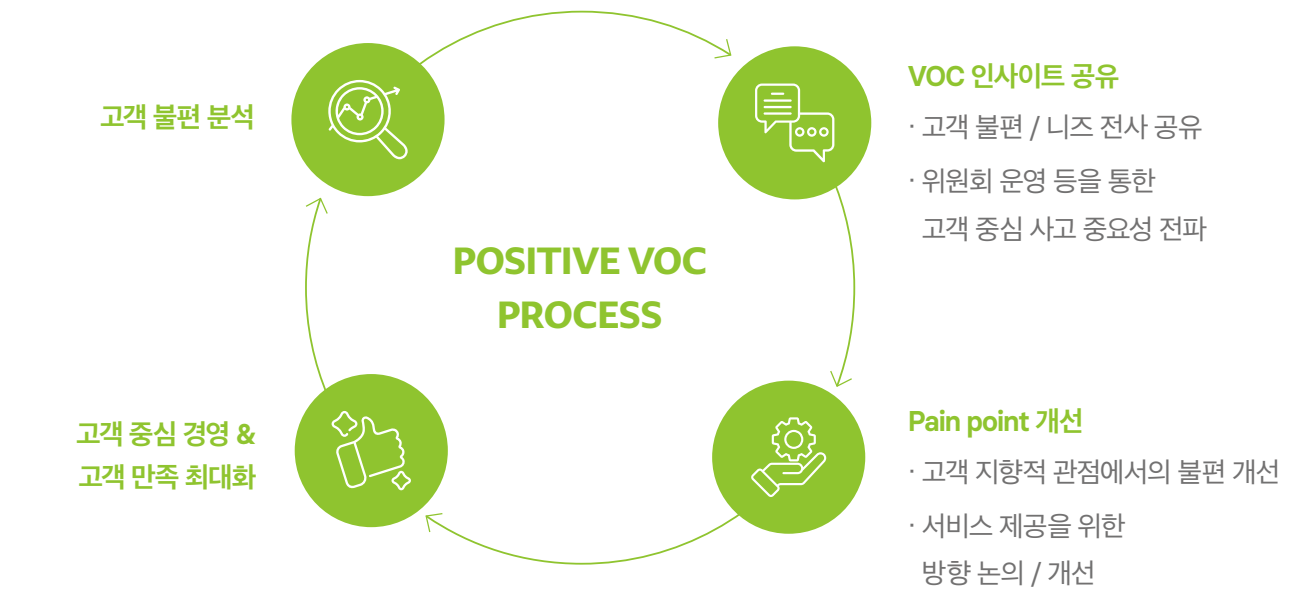
- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

고객 경험 관리

CJ올리브영은 고객의 의견에 귀를 기울이고 서비스 향상과 고객 가치 창출을 위한 다양한 제안 사항을 반영하려 노력합니다.

VOC 관리 체계

CJ올리브영은 고객의 만족을 최우선 가치로 삼고 고객의 목소리에 귀 기울이기 위해 VOC(Voice of Customer) 관리 체계를 구축하여 운영하고 있습니다. 여러 채널로 접수된 고객의 불편사항과 요구사항을 분석해 정기적으로 전사에 인사이트를 공유하며 이슈사항을 개선하고 있습니다. 앞으로도 CJ올리브영은 고객의 목소리에 귀 기울여 더 나은 올리브영을 만들어가겠습니다.



VOC 대응 및
관리 프로세스

고객응대	VOC 접수 · 채널별 인입	접수 내용 확인 · 유형 확인 · 유관부서 공유	원인파악 및 조치 · 중대성 판단 · VOC 원인 규명	VOC 처리 · 고객 안내 · 대응결과 데이터 축적
분석 및 개선	VOC 분석 · VOC 현황 분석	고객 불편사항 공유 · VOC 현황 보고	개선 주제 선정 · 개선조치 이행	고객 불편사항 개선 · 유관부서 공유

VOC 접수 채널 운영

고객센터 운영 CJ올리브영은 다양한 채널(전화, 1:1게시판, 이메일 등)을 통해 고객의 문의, 불만, 칭찬 등에 신속하게 대응하고 있습니다. 소중한 고객의 목소리를 데이터로 관리, 분석하여 전사에 공유하고, 개선을 위한 자료로 활용하고 있습니다.	글로벌 고객 상담 시스템 구축 국내와 글로벌 고객에게 일관된 고품질의 서비스를 제공하기 위해 통합 상담 고객센터를 운영합니다. 통합 창구를 통해 다양한 언어와 채널로 들어오는 고객 요청에 정확하게 대응하고 있습니다.
24시간 핫봇 응대 채널 운영 24시간 운영되는 챗봇 서비스는 고객이 자주 묻는 질문에 빠르게 답변을 제공해 문제 해결의 효율성과 고객 만족도를 높이고 있습니다. 향후 실시간 채팅 상담 등 고객 불편에 더 빠르게 대응하기 위한 기능을 강화해 나가겠습니다.	대외기관 접수 VOC 관리 강화 추진 한국소비자원으로 인입되는 VOC 항목을 직접 열람하고 해결할 수 있는 프로세스를 도입, 올리브영 채널 외에서 제기되는 고객 목소리까지 적극적으로 청취하여 서비스를 개선해 나가고 있습니다.

온라인 VOC 접수율
(2023년 국내 기준)

3% 이내

주문 건수 대비 VOC 인입수 비율

고객 만족도 분석

CJ올리브영은 전국 매장을 대상으로 고객 만족도 조사를 실시합니다. 고객의 실제 경험을 기준으로 서비스 품질을 평가하고 과제를 도출해 매장 환경, 상품 관리, 직원 응대 등을 개선해 나갑니다. 이외에도 고객의 의견을 효과적으로 관리할 수 있도록 VOC 인입 현황, 고객센터 응대, 불만 PPM 등의 다양한 지표를 모니터링하고 있습니다.

고객 만족도(CSI)

전국 매장 대상 정기적인 고객 만족도 조사를 통해 고객 접점에서의 불편사항을 점검하여 고객 경험과 서비스 품질을 개선하기 위한 중요한 자료로 활용하고 있습니다.

미스터리쇼퍼 매장 점검

표준화된 매장 운영 매뉴얼 준수 여부를 정기적, 객관적으로 점검하여 고객 만족을 실현하고자 노력하고 있습니다.

서비스 및 품질 지표 관리

고객 수 대비 고객 불만 비율을 나타내는 불만 PPM (Parts Per Million) 지표를 통해 매장 내 서비스와 제품의 품질, 성능에 대한 불만 수준을 모니터링하고 있습니다.

VOC 활용

실제 VOC 사례를 바탕으로 고객의 불편사항을 전사에 공유하고자 매월 CX(Customer Experience) 레터를 발행하고 있습니다. VOC 해결 과정을 학습하고, 재발을 방지하며 더 나은 서비스를 제공할 수 있도록 VOC를 활용하고 있습니다.

CASE STUDY

VOC 분석 기반 고객 경험 개선 사례

CJ올리브영은 VOC 분석을 통해 고객의 목소리를 실제 현장에 반영하기 위한 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

	매장 서비스 개선 사례	프라이버시 품목 노출 개선 사례
고객불편	오늘드림 서비스로 빠르게 픽업 주문을 했지만, 정작 오프라인 매장에서 긴 결제 대기 줄을 서야 했습니다. 신속한 서비스 이용을 위해 픽업 서비스를 이용했던 고객도 대기시간으로 인해 큰 이점을 누리지 못했습니다. 이와 관련된 VOC는 2023년 69건으로 전년 대비 97%가 증가하였습니다.	일부 상품은 여성 거주 표시이 될 수 있어 안전과 프라이버시 보호에 대한 요구가 제기되었습니다. 이와 관련된 VOC가 2023년 약 1백여 건에 달하였고, 1,500명 고객 대상 조사 결과 상품명 표기로 인한 고객 정보 노출 관련 불만이 있다는 점을 확인하였습니다.
개선결과	픽업 주문이 접수된 상품을 분리 보관하고, 픽업 고객이 이용할 수 있는 전용 카운터를 마련함으로써 결제 대기 없이 신속하게 상품을 수령할 수 있도록 가이드를 마련하였습니다.	특정 카테고리의 택배 송장 출력 시 '배송상품 기타'로 표기함으로써 누구든 안심하고 주문할 수 있도록 프라이버시를 강화하였습니다.

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

지역사회

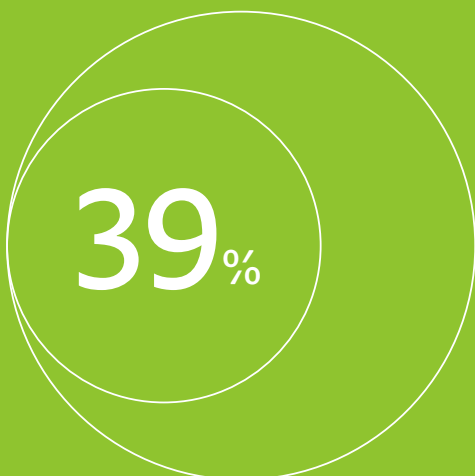
CJ올리브영은 지역사회와 상생하는 동반자입니다.

건강한 아름다움은 누구나 누릴 수 있는 권리입니다. CJ올리브영은 전국 모든 올리브영 고객이 건강한 아름다움을 누릴 수 있도록 비수도권 지역 투자를 확대하고 있습니다. 또한 우리 주변의 건강한 권리를 누리지 못하고 있는 청소년 지원에 앞장서고 있습니다. CJ올리브영은 앞으로도 지역사회와 함께 건강한 성장을 이어 나가겠습니다.

주요 활동과 성과

- 비수도권 매장 확대 & 고유 서비스 출시
- 글로벌 관광객 혜택 제공을 통한 관광상권 활성화
- 지역 농산물을 원료로 한 ONLYONE 브랜드 상품 제작
- 핑크박스 나눔 캠페인
- 개발도상국 소녀들의 교육환경 개선활동 지원
- 취약계층 청소년 지원

오늘드림 주문 건수 중
비수도권 지역 비중 (2023년 기준)



올리브영, CJ-유네스코
소녀교육 캠페인 고객 참여



지역사회 상생 추진 영역

CJ올리브영은 대한민국의 균형 있는 지역 발전에 기여하고 건강한 아름다움을 전할 수 있도록 노력합니다.

CJ올리브영 지역사회 상생 추진 영역

비수도권 지역 투자를 확대하고 지역 상권과 상생하며 소외계층에게 선한 영향력을 전파			
비수도권 지역 인프라 및 서비스 활성화		저소득 및 소외계층 대상 기초생활 및 교육 지원	
지역 상권 활성화를 위한 협업 강화		임직원 참여 활동 전개	

지역사회 상생

CJ올리브영은 비수도권 지역의 오프라인 매장 수를 확대하고, 지역별 고객 특징에 맞는 서비스를 제공해 전국 모든 올리브영 고객들이 건강한 아름다움을 누릴 수 있도록 힘쓰고 있습니다.

비수도권 지역 투자 확대

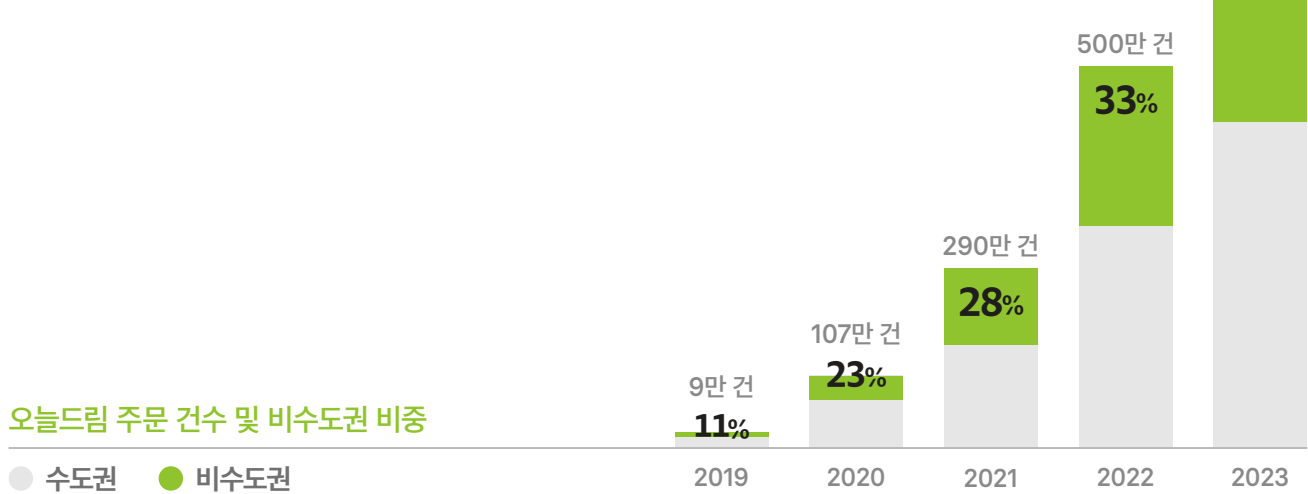
비수도권 매장 확대

CJ올리브영은 비수도권 지역 매장을 지속 확대해 나가고 있습니다. 전국 모든 고객들이 동일한 쇼핑 편익을 누릴 수 있도록 앞으로도 투자를 이어 나가겠습니다.



비수도권 지역 O2O 운영 현황

CJ올리브영은 제주·도서산간을 포함한 비수도권 지역 고객들에게도 올리브영의 O2O 서비스를 고루 제공하기 위한 인프라를 확대해 나가고 있습니다.



전국 매장 수 대비
비수도권 지역 매장 비중
2024년 8월 기준

43.4%

제주 지역 오늘드림 주문 건수
(2023년)

9.9만 건

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

지역 활성화 기여

CJ올리브영은 시들해진 지역상권에 젊은 고객층을 불러모으고, 글로벌 관광객들이 다양한 관광지를 방문하는 데 기여하고 있습니다.



CJ올리브영 지역 타운 매장과 상권 활력 제고

지역 타운 매장을 중심으로 비수도권 지역 매장들이 큰 성장을 하고 있지만, CJ올리브영은 이러한 매장의 성과에만 주목하지 않고 인근 지역사회 상인들과의 협력을 통해 지역 상권을 활성화하기 위해 힘쓰고 있습니다. 올리브영 광주 타운은 광주충장상권 상권활성화 추진단과의 정기적인 소통을 추진하고 있으며, 체험형 관광안내소인 ‘충장의 집’에서 운영하는 ‘골목 투어’에 참여하여 로컬스토어마케팅 (LSM) 활동도 함께 전개하고 있습니다. 앞으로도 올리브영 광주 타운은 지역사회와 협력하여 젊은 세대 유동 인구를 늘리기 위한 노력을 지속할 예정입니다.



지역 글로벌 관광객 유치 지원

CJ올리브영은 글로벌 관광객들에게 긍정적인 쇼핑 경험을 제공함과 동시에 지역 상권과의 상생을 위해 다양한 방안을 마련하고 있습니다. 2024년 부산시와 부산관광공사가 주관하는 ‘비짓 부산패스’와 연계해 오프라인 매장 방문 혜택을 제공하는 프로모션을 운영, 지역 관광 산업에 기여하고 있습니다. 또한, 부산을 방문하는 일본인 관광객을 대상으로 K뷰티 체험과 관광 경험을 확장하기 위해 한국관광공사 후쿠오카 지사와 협업을 진행하고 있습니다. CJ올리브영은 지역 관광 산업에 긍정적인 영향을 미치기 위해 노력해 나가겠습니다.

지역 농산물을 활용한 ONLYONE 브랜드 상품 기획

CJ올리브영은 우수한 지역 특산물을 널리 알리는 데 기여하고자 지역 농산물을 활용한 ONLYONE 브랜드 제품을 소비자들에게 지속적으로 선보이고 있습니다.

브링그린

영천 사철쭉, 제주 토종 레몬

·영천 약초마을 브링그린 필지에서 사철쭉 수급

·국내 첫 토종 레몬 3종(제라몬, 한라몬, 미니몬)을 제주자연식물연구소 전용 필지에서 재배하여 슈퍼레몬 라인 제품의 원료로 사용



라운드어라운드

하동 녹차, 제주 감귤 에디션

·유기농 인증받은 하동녹차를 ‘녹차추출물’, ‘녹차수’, ‘녹차파우더’ 형태로 다양하게 개발하여 제품에 적용

·제주 감귤 농장에서 남은 껍질 업사이클링한 귤수를 미스트 성분으로 활용

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

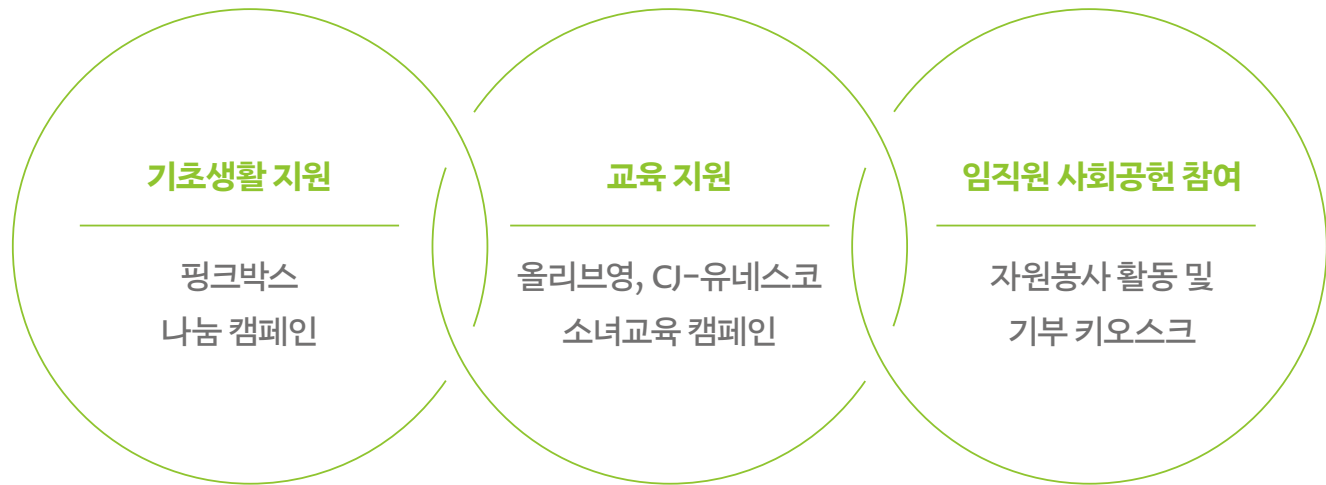
- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

사회공헌 활동

CJ올리브영은 건강하고 아름다운 삶의 방식에 대해 진정성 있게 고민하고 있습니다. CJ올리브영은 국내외 소외된 청소년을 위한 다양한 사회공헌 활동을 추진하고 있으며, 임직원과 함께 나눔의 가치를 실천하는 등 모두가 건강한 아름다움을 누릴 수 있도록 사회적 책임을 다하겠습니다.

사회공헌 추진 영역

CJ올리브영 업의 특성을 기반으로 국내외 취약계층의 건강하고 아름다운 삶을 지원합니다.



핑크박스 나눔 캠페인

CJ올리브영은 2016년부터 지난 8년간 '핑크박스 나눔 캠페인'을 통해 약 1만여 명의 저소득층 여성 청소년에게 핑크박스를 전달했습니다. 핑크박스는 일상생활에서 반드시 필요한 생리대 등 위생용품과 기초케어 제품 등으로 구성되고 있습니다. 또한 올영라이브를 통해 핑크박스 캠페인을 소개하고 협력사와 고객이 직접 기부에 동참할 수 있는 기회를 마련하는 등 캠페인의 의미를 널리 전파하는 활동도 병행하고 있습니다. 향후 핑크박스의 수혜 대상을 지속 확대해 더 많은 청소년의 건강한 성장을 지원해 나가겠습니다.



핑크박스 누적 지원 개수

9,590개

올리브영, CJ-유네스코 소녀교육 캠페인

CJ올리브영은 2014년부터 유네스코와 함께 소녀교육의 중요성을 알리고 고객이 동참할 수 있는 다양한 형태의 캠페인을 전개하고 있습니다. N서울타워 기부트리, 샤인 브라이트 다이어리, 핑크영수증, ONLYONE 브랜드 제품 판매 및 오늘드림 서비스 연계 등은 물론 소녀교육 캠페인 워크를 운영하여 고객들에게 캠페인을 알리고자 노력하였습니다. 나아가, 올리브영 어워즈&페스타와 연계하여 온라인 티켓 판매 수익금과 오프라인 현장 이벤트를 통해 기부금을 조성하였습니다. 기금은 유네스코에 기부되어 베트남, 탄자니아, 나이지리아 등 개발도상국 소녀들의 교육 환경 개선 활동에 쓰이고 있습니다.



올리브영, CJ-유네스코
소녀교육 캠페인 고객 참여

2,261만 명+

임직원 참여 활동

CJ올리브영은 면 생리대, 아동도서 등을 제작하여 기부하는 등 임직원의 자발적인 참여로 지역사회와 소통하고 사회적 책임을 다하기 위한 다양한 자원봉사 프로그램을 진행하고 있습니다. 또한 CJ나눔재단과 함께 꿈키움 원더워크, CJ도너스 캠프 운동회 등 문화사회공헌에 참여해 지역아동센터의 아이들의 신체적, 정서적 건강 증진을 지원했습니다. 더불어 임직원들이 언제든지 기부에 참여할 수 있도록 2024년 5월부터 CJ도너스캠프 기부 키오스크를 운영하고 있습니다. 사원증으로 간편하게 기부할 수 있으며, 1:1 매칭그랜트 방식으로 기부 키오스크를 통해 모금된 임직원의 기부금만큼 회사도 함께 기부하게 됩니다. 앞으로도 임직원과 함께하는 다양한 사회공헌 활동을 통해 봉사와 기부 문화를 확산해 나갈 계획입니다.



임직원 자원봉사 참여 시간
(2023년 기준)

1,229시간+

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

임직원

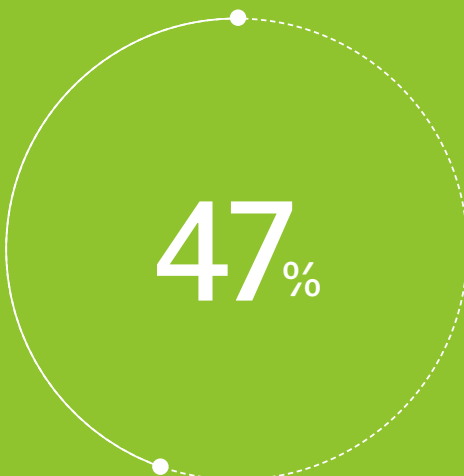
CJ올리브영은 임직원과 함께 더 나은 내일을 만들어 갑니다.

CJ올리브영은 모든 임직원이 안전한 환경에서 최고의 능력을 발휘할 수 있는
조직문화를 조성하기 위해 힘쓰고 있습니다. 상호 존중과 배려를 바탕으로
다양성을 포용하며, 지속가능한 성장을 위해 유연한 소통을 이어가는 것.
이것이 바로 CJ올리브영의 ‘올리브영다운’ 조직문화입니다.

주요 활동과 성과

- 전문성 강화를 위한 직무별 교육 진행
- IT, MD 직무 인재 확보를 위한 컨퍼런스, 블로그 운영
- 올리브영의 조직문화를 반영한 일하는 방식 정립
- 안전보건 리스크 관리를 통한 안전한 근무 환경 조성

2023년 여성 리더 비율(임원급)



2023년 안전보건 위험요인 개선율



인재 확보와 육성

CJ올리브영은 임직원 성장 지원을 위해 입문교육, 직무 교육, 리더십 교육 등 체계적인 교육을 제공하고 있으며 우수한 인재를 확보하기 위해 다양한 채널을 통해 소통하고 있습니다. 인재 확보와 육성은 고객에게 차별화된 제품 및 서비스를 제공하고 협력사와 함께 성장하기 위한 필수 조건이며 미래의 성장 동력입니다.

직무 전문성 강화 및 인재확보

매장/영업 직무 전문성 강화

CJ올리브영은 매장 채용/승격 시 신임과정과 리더 직급 대상의 리더십 교육, 구성원의 지식과 노하우를 공유하는 러닝P!CK을 중심으로 교육을 진행해 세일즈 전문가를 육성하고 있습니다.

매장/영업 전문가 육성 교육

신임 과정	리더십 과정	러닝P!CK
신입 채용 및 승격자 대상 역량강화	리더십 역량 강화 및 육성	구성원 간 업무 전문성 및 노하우 공유

메이트 전문성 강화

CJ올리브영은 고객 최접점에 위치한 메이트가 전문성을 바탕으로 서비스를 제공할 수 있도록 올리브영의 서비스 철학과 고객 응대 가이드를 지속적으로 교육하고 있습니다. 또한 정기적인 신상품 교육을 통해 트렌드를 반영한 제품 추천 역량을 강화, 고객 만족도를 높이고 매장별 편차 없는 표준화된 서비스를 제공합니다.



매장 임직원 어학 교육 지원

CJ올리브영은 글로벌 고객과의 원활한 소통을 위해 매장 임직원을 대상으로 어학 교육 프로그램 GLC(Global Store Language Course)를 제공하고 있습니다. 이를 통해 직원들의 역량을 강화하여, 글로벌 고객에게 현장에서 자신감 있게 최고의 서비스를 제공할 수 있도록 지원합니다.



INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

테크블로그 2024년 활성 사용자 수
(2024년 9월 기준)

59,860명

테크블로그 2024년 콘텐츠 조회 수
(2024년 9월 기준)

10.1만 건

IT 직무 인재 확보

O2O 서비스 기반의 고객 편의 서비스를 강화하고 있는 CJ올리브영은 우수한 IT 인재 확보에 집중하고 있습니다.

IT 직무 인재 유치 활동

테크블로그 운영 및 외부 기고

AI 기술 도입을 통한 솔루션 개발기, 고도화된 서비스 모니터링 등 올리브영이 기술 조직으로서 보유한 기술 역량과 혁신 사례를 소개하며 외부 개발자 생태계와 소통하고 있습니다. [테크블로그 바로가기](#)

대외 컨퍼런스 참여

업계 최고의 개발자들과 기술 협력 및 네트워킹하며 인재 유치 기회를 확보하기 위해 노력하고 있습니다. 국내외 다양한 개발자 컨퍼런스에서 올리브영의 개발 문화와 옴니채널 성공 기술 사례를 소개하고 있습니다.

사내 기술 세미나 운영

매월 '올리티(Olive Young + IT)'라는 기술 지식 공유 세미나를 통해 최신 개발 트렌드와 주요 현안 및 레슨런을 공유하며 IT 개발 인사이트를 함양하고 협업을 강화합니다.

사내 개발자 육성

CJ올리브영은 IT 인재들이 서로의 사례와 고민을 공유하고 교육을 통해 전문성을 배가할 수 있도록 다양한 프로그램을 실시하고 있습니다. 또한 개발자들의 건강한 조직문화를 위한 제도를 별도로 운영하고 있습니다.

임직원 IT 교육

- 신규 입사자 직무 훈련(Engineering Common Training)
- 외부 전문가 초청 기술 세미나
- 코드리뷰, 회고, 분기 플래닝 등 OLIVE YOUNG Way 교육

개발자 커뮤니티 활동 지원

- 개발자 커뮤니티 발표 및 밋업(meet up) 운영 지원
- 외부 기고 지원

IT 문화 및 제도 개선

- 해피아워, 팀워크 강화 프로그램
- 개발자 헬스체크
- 개발자 타운홀미팅
- 개발자 친화 제도 개선 사항 발굴 및 개선



MD직무 인재 확보 및 육성

고객에게 가치있는 새로운 트렌드를 선제적으로 제시하는 CJ올리브영은 국내/글로벌 MD 인재 확보에 적극 나서고 있습니다. MD 전문성 확대를 위한 MD아카데미, MD글로벌액션러닝 등 다양한 교육 프로그램을 통해 MD 육성 체계를 강화하고 있습니다.

MD 직무 설명회 개최

- 올리브영 국내/글로벌 비전 공유
- MD 직무 이해도를 높힐 수 있는 직무 설명 및 Q&A 세션 운영

MD아카데미

- MD 역할 단계별 차별화된 커리큘럼 운영 (직무 기본 과정, 직무 심화 과정 내 17개 과정)
- 연간 수료 기준 운영으로 자기주도적 학습 문화 형성
- 교육/강의, 사례 연구워크숍 등 다양한 교육 시행

MD글로벌액션러닝

- 글로벌 박람회 참관
- 해외시장 조사 통한 글로벌 트렌드 및 인사이트 확보 (트렌드 캐칭 및 실무 연계한 인사이트 공유)

MD커뮤니티

- MD 업무 공유/노하우 전파
- MD 선/후배간 인사이트 공유회 시행 통한 전문 지식 전파



INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

일하는 방식의 선진화

CJ올리브영은 올리브영만의 일하는 방식을 통해 최고의 인재가 효과적으로 일하고 성장의 경험을 이어나갈 수 있도록 합니다. 또한 임직원 간 소통을 활성화하기 위한 다양한 채널을 운영하고 일과 삶이 균형을 이룰 수 있도록 제도적으로 지원합니다.

올리브영이 일하는 방식

CJ올리브영은 성장을 견인한 올리브영만의 고유한 일하는 방식을 ‘올리브영이 일하는 방식’으로 정의했습니다. ‘트렌드 리딩’, ‘강한 실행력’, ‘협업·소통’, ‘함께 성장’이라는 올리브영만의 일하는 방식의 구체적인 기준이 될 수 있는 행동 키워드와 문장도 정리했습니다. 이를 기반으로 임직원들과 소통하며 올리브영답게 일하는 문화를 발전시켜 나가고 있습니다.

트렌드 리딩	강한 실행력	협업·소통	함께 성장
●	●	●	●
고객 최우선	신속한 실행	우리의 목표	나의 성장
새로운 시도	명확한 결론	책임과 주도	동료의 성장
민첩한 대응	비효율 제거	열린 소통	회사의 성장

일하는 방식의 내재화

‘올리브영이 일하는 방식’을 전파하고 인지를 강화하기 위해 디지털 콘텐츠와 포스터를 사무공간에 배포하고, 사무기기 및 개인 사무용품용 스티커 굿즈도 제공하여 임직원들이 이를 쉽게 실천할 수 있도록 지원합니다. 또한 조직 내 폭넓은 공감대 형성을 위해 다양한 임직원 참여 이벤트를 실시하고, 일하는 방식 사례 공모전을 진행해 구체적인 실천 방안들을 모색해 나가고 있습니다.

CASE STUDY

임직원 참여형 공유학습제도 운영

CJ올리브영은 함께 성장하는 문화 실현을 위해 자발적 학습 생태계를 구축하고자 사내 전문가 중심의 지식 공유, 구성원 간 자발적 스터디 등 다양한 자기주도형 교육 프로그램을 운영하고 있습니다.

● 러닝크루
같은 성장 목표를 가진 구성원들이 모여 직무 관련 관심 주제를 함께 학습하고 지식을 공유하는 스터디형 자발적 학습조직입니다. 4~8명 이내로 크루원을 구성할 수 있으며 교육비, 도서구매비, 세미나 참석이 가능한 예산도 지원하여 학습을 독려하고 있습니다.

● 러닝셀 · 러닝PICK¹⁾
다양한 분야의 사내 전문가들이 주도적으로 지식과 노하우를 공유하는 자발적 학습 제도입니다. 신규 시스템 사용법, 리더십 교육, 퍼실리테이션 스킬 등 매월 새로운 과정으로 운영되며 임직원들은 원하는 과정을 자유롭게 신청하여 수강하고 있습니다.
1) 러닝셀과 러닝PICK은 각 본사, 매장 구성원 대상으로 진행

● 러닝CON
구성원들이 강사와 학습자로 참여하여 지식과 경험을 나누는 사내 컨퍼런스&콘서트입니다. 2024년 처음으로 개최되어 올리브영이 일하는 네 가지 방식을 주제로 다양한 실무 경험, 노하우, 산업 트렌드 등을 공유하였습니다. 구성원 모두가 함께 올리브영의 일하는 방식을 실현할 수 있는 교육 행사로 구성되어 운영하고 있습니다.

임직원 소통 강화

급변하는 대외 환경에 민첩하게 대응하고 사업 경쟁력을 지속적으로 확보해 나가기 위해서는 조직 내 원활한 소통과 유기적인 협력이 중요합니다. CJ올리브영은 전사 구성원들의 의견을 청취하고 소통하기 위해 다양한 채널을 운영하고 있습니다.

올리브라운지

올리브라운지는 임직원 전문성 강화, 사내 소통 및 협업을 위해 도입된 웹, 모바일 소통 플랫폼입니다. 매장 운영, 상품, 최신 트렌드 관련 교육을 제공하고 있으며, 임직원은 회사 전략, 사내 소식, 매장 운영 팁 등을 자유롭게 공유할 수 있습니다. 아울러 레볼루션 제도를 통해 회사에 혁신적인 아이디어를 제안할 수 있습니다.

전사 타운홀 미팅

대표이사 및 주요 경영진은 전사 타운홀 미팅을 통해 회사의 사업 현황과 비전을 공유하고 있습니다. 전국 매장 직원들도 화상으로 참여하고 있으며 실시간 질의응답을 통해 경영진과 구성원들이 소통하며 회사의 목표에 대해 공감하는 시간을 가지고 있습니다.

복리 후생

CJ올리브영은 임직원들의 일과 삶의 균형을 중요시하며, 이를 지원하기 위한 다양한 복리후생 제도를 운영하고 있습니다.

Lifestyle & Refresh

- 카페테리아 포인트 제공(영화, 쇼핑 등 문화생활 지원)
- 계열사 제품 및 서비스 할인 제공
- 국내/해외 여행 지원(숙박 및 패키지 여행)
- 근속연수에 따른 Creative Week 2주 제공
- 율영세일 할인 및 임직원 트렌드 쿠폰 지급

Health & Wellness

- 의료비 지원(치료비 본인부담금)
- 본인 및 직계가족 1인 건강검진 지원
- 대학병원 진료 협약

Family Care

* 법정 기준 이상의 별도 지원

- 난임 시술 지원 및 휴가/휴직 지원*
- 배우자 출산 휴가 및 근로시간 단축*
- 육아휴직 제도(법정 육아휴직 1년 포함 총 2년)*
- 장애인 자녀양육비 지원
- 본인 및 자녀 심장병 진료비 지원
- 경조사 지원
- 주택자금 지원(유이자 및 무이자)
- 자녀 학자금 지원

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

DE&I 실천과 인권 존중

CJ올리브영은 모든 임직원이 차별 없는 근무 환경에서 존중받으며 일할 수 있도록 이해관계자 존중 원칙 바탕의 인권경영을 선언하였으며, 다양성 증진, 모성보호 제도 등 다양한 제도를 지속적으로 도입하고 실천하고 있습니다.

CJ올리브영
인권경영 선언

CJ올리브영은 고객 일상의 아름다움을 실현하는 글로벌 헬스&뷰티 트렌드 리딩 기업으로서, 세계인권선언, UN 기업과 인권 이행원칙, 국가인권위원회 인권경영 가이드라인 등 국내외 규범을 존중하고 사업장 소재 지역의 인권 및 노동 규정을 준수합니다. CJ올리브영은 정직, 열정, 창의 그리고 존중의 행동원칙을 바탕으로 임직원, 고객, 협력사, 지역사회 등 다양한 이해관계자의 인권을 존중하는 원칙을 담은 인권경영 규정을 수립하고, 사내 임직원을 대상으로 인권선언문을 전파했습니다.

인권 리스크 모니터링 및 개선활동 실천	사업장 내 인권 존중 문화 구축	온라인 제보 시스템 소통 채널 운영	이해관계자 소통 기반 인권 존중 문화 전파
--------------------------	----------------------	------------------------	----------------------------

인권경영 활동 및
다양성 증진 노력

CJ올리브영은 인권경영 규정과 CJ그룹의 DE&I 정책에 기반하여 인권경영 활동을 수행하며, 다양한 인재를 확보 및 육성하고 모든 임직원에게 공정한 성장의 기회를 제공합니다.

인권영향평가	CJ올리브영은 인권경영 규정 내 수립한 내용에 근거하여 인권영향 평가를 계획하고 있습니다. 먼저 매장 및 물류센터를 대상으로 표본조사를 실시하고, 해당 평가 결과를 바탕으로 인권 관리 방안을 수립해 나갈 예정입니다.
인권 교육	CJ올리브영은 성희롱 및 직장내 괴롭힘 예방, 장애인 인식 개선 등 인권 보호와 존중 문화를 강화하기 위한 교육을 실시합니다. 이를 통해 상호 간 이해도를 높이고 평등하고 존중받는 근무 환경을 만들어가고 있으며, 더 나아가 문제 상황에 따라 대응할 수 있는 구체적인 지침을 제공합니다.
여성 리더 육성	CJ올리브영은 2023년 기준 여성 리더 비율이 약 47%, 여성 관리자 비율이 약 52%로 여성 고용 규모 및 리더십 비중이 높은 기업입니다.
장애인 임직원 고용	CJ올리브영은 장애인 임직원이 겪는 출퇴근의 불편함을 줄일 수 있도록 재택근무 제도를 도입하여 유연한 근무 환경을 제공하고 있습니다.

2023년 여성 리더 비율(임원급)

47%

2023년 여성 관리자 비율(팀장급)

52%

출산 및 자녀 돌봄
지원

CJ올리브영은 임신부터 출산, 초등학교 자녀 육아 기간까지 임직원이 일과 가정의 균형을 잃지 않도록 휴직, 근로시간 단축 등의 제도를 운영하고 있습니다.

임신 및 출산 지원

- **육아휴직 외 임신휴직 운영**
임신 중 여성 임직원 대상 휴직 제도입니다.
최대 10개월 사용 가능합니다.
- **임신 위험기 근로시간 단축**
임신위험기 여성 임직원에게 1일 2시간 근로시간 단축을 지원합니다.
임신 12주 이내, 12주 이후 36주 이내(기간 내 8주), 36주 이후에 사용 가능합니다.
- **신생아 돌봄 근로시간 단축**
신생아 돌봄 지원을 위해 자녀 생후 3개월 동안 1일 2시간의 근로시간을 단축하여 근무할 수 있습니다.

자녀 돌봄 지원

- **초등학교 입학 자녀 돌봄 근로시간 단축**
자녀 초등학교 입학 후 1년간 1시간 근로시간 단축을 지원합니다.
- **입학 자녀 돌봄 휴가**
초등학교 입학 자녀를 둔 임직원에게 입학일 포함 최대 4주(유급·무급 각 2주) 자녀 돌봄을 위한 휴가를 제공합니다.
- **긴급 자녀 돌봄 근로시간 단축**
육아 또는 자녀 돌봄 공백 등의 이슈가 발생한 경우 1일 2시간의 근로시간을 단축할 수 있습니다.
(연간 30일)

CJ Whistle

CJ올리브영은 임직원과 외부 이해관계자가 인권 관련 고충 사항을 신고할 수 있는 채널을 운영하고 있습니다. 직장 내 괴롭힘, 폭력, 성희롱, 차별 등 조직문화를 저해하는 행위에 대한 제보가 가능하며, 제보자는 보호 정책에 따라 어떠한 차별이나 불이익도 받지 않습니다.

고충 처리 채널

 CJ Whistle CJ그룹 부정행위 신고 시스템 외부 이해관계자 제보 채널 케이휘슬 운영	 마음디톡스 직장생활, 개인 심리, 가족 등 임직원 심리상담
 열린협의회 사원 대표를 통한 고충 청취	 고충처리위원회 조직문화팀 담당자

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

안전한 근무 환경 조성

CJ올리브영은 효과적인 안전관리체계를 구축하기 위해 안전보건경영방침을 수립하고 모든 사업장에 적용하고 있으며, 협력사에도 이 원칙을 준수할 것을 권고하여, 고객, 임직원, 협력사를 위한 진정성 있는 안전제일 문화를 만들고자 노력하고 있습니다.

안전보건경영원칙

CJ올리브영은 안전한 근무 환경을 조성하기 위해 네 가지 원칙을 기반으로 안전보건경영 활동을 수행하고 있으며, 이를 통해 안전한 작업 환경을 지속적으로 유지하고 있습니다.

실효성 있는 예방 활동 강화	안전제일 문화 실천	임직원/협력사 참여 확대	안전보건 법규 준수
--------------------	------------	------------------	------------

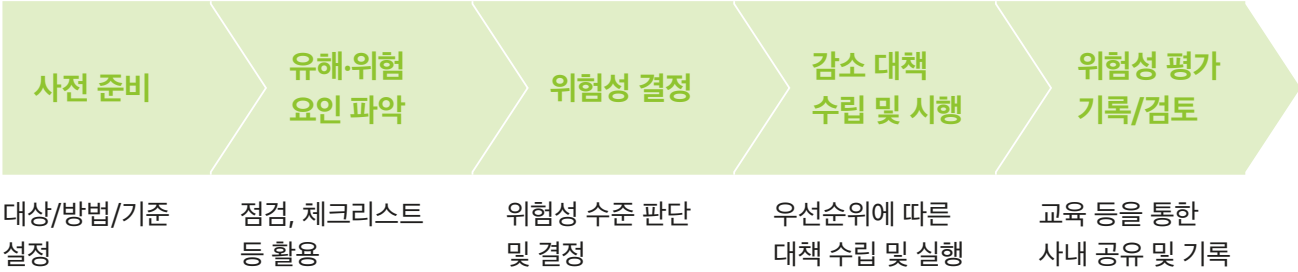
안전보건 리스크 관리

CJ올리브영은 안전보건 전담조직 주관하에 전국 사업장, 매장, 물류 거점을 대상으로 다양한 예방활동을 전개하여 리스크를 관리하고 있습니다.

위험성 평가

CJ올리브영은 모든 임직원이 안전한 작업 환경에서 근무할 수 있도록 관계 법령에 따라 정기적으로 위험성 평가를 실시하고 있습니다. 본사 및 전국에 분포된 매장과 물류거점에서 발생할 수 있는 유해·위험 요인을 체계적으로 발굴하고 개선하여 사업장 자기 규율 예방 체계를 정착시키기 위해 노력하고 있습니다. 2023년에는 전국 약 1,100개 사업장에서 규모와 형태에 따라 위험성 평가를 실시하여 총 1,524건의 리스크를 사전에 식별해 개선했습니다.

위험성 평가 프로세스



2023년 안전보건 법규 위반 건수

0건

안전보건 법규 준수

CJ올리브영은 안전보건 관련 법 위반 리스크를 사전에 예방하기 위해 안전보건 전담부서 주관으로 반기별 법률 의무 이행평가를 실시하고 있습니다. 이행평가 점검을 통해 법과 기준 준수에 최선을 다하고 있습니다.

안전보건 예방활동

근골격계 유해 요인 조사	CJ올리브영은 본사, 매장, 물류센터 등 전 사업장 대상으로 근골격계에 부담을 줄 수 있는 유해 요인을 조사하고 식별된 요인을 개선합니다. 2023년에는 본사 및 매장, 도심형 물류센터(MFC), 물류센터의 임직원을 대상으로 조사를 실시하였습니다.
전기 안전진단	CJ올리브영은 모든 매장에 대하여 감전, 화재 등의 안전사고를 예방할 수 있도록 상시 전기 안전진단을 실시하고 있으며, 화재 확산 방지를 위한 소방설비의 작동 이상 여부도 주기적으로 점검합니다.
시니어 메이트 건강 관리	장년 근로자의 인지·감각·작업 능력 변화에 따른 적절한 작업 환경 검토와 건강상 위험 요인 모니터링을 반기 1회 실시하며, 사내 간호사가 직접 시니어 메이트의 건강 상태를 상시 점검합니다.

안전제일 문화 실천

안전보건교육	 CJ올리브영은 매장의 AM(Area Manager)을 관리감독자로 지정해 안전보건 교육을 주기적으로 실시하고 있습니다. 또한 안전보건 전담 조직 주관으로 법정 안전보건교육을 정기적으로 실시하고 있으며 통일된 안전 기준으로 임직원 안전 의식 강화에 힘쓰고 있습니다.
CPR 교육	 CJ올리브영은 응급 상황 시 신속 정확한 처치를 통해 소중한 생명을 구할 수 있도록 임직원을 대상으로 심폐소생술 교육을 주기적으로 실시하고 있습니다.
재난 대비 교육	 CJ올리브영은 자연재난으로 인한 피해를 최소화하기 위하여 철저한 사전 점검을 실시하고 관리 및 점검 가이드를 임직원에게 전파합니다. 재난 관련 안전 수칙에 대한 교육은 물론 재난 발생 전후 행동 요령을 상세히 문서화하여 재난 대응력을 높였습니다.
위기 대응 지침	 CJ올리브영은 사업장에서 업무상 발생할 수 있는 재난 예방과 위기 대응 절차를 수립해 급박한 위험을 사전에 예방하고 상황 발생 시 신속한 대응으로 인적, 물적 피해를 최소화하고자 위기 대응 지침을 제작 및 배포했습니다.

CASE STUDY

임직원·협력사 참여 확대

임직원 참여 확대 사례	협력사 참여 확대 사례
안전브리핑	협력사 안전보건 지원
CJ올리브영은 안전관리팀에서 정기적으로 발행하는 안전브리핑을 통해 매월 중점 관리 요소와 안전 관련 최신 소식을 전달함으로써 임직원의 자발적 안전관리 활동을 정착시켜 가고 있습니다.	CJ올리브영은 공사 협력사를 대상으로 올리브영의 안전보건 목표를 공유하고, 협력사가 자율적으로 안전보건체계를 확립할 수 있도록 매년 정기적으로 회의체 활동을 시행하고 있습니다. 또한 산업재해 예방을 위한 매뉴얼 제공, 합동점검, 리스크 개선사례 전파를 통하여 안전한 현장 조성을 위한 활동을 지속적으로 시행하고 있습니다.

환경

CJ올리브영은 지속가능한 미래를 위해 환경을 생각합니다.

CJ올리브영은 환경을 보호하며 지속가능한 아름다움을 실현하기 위해 노력합니다. 환경영향을 최소화하기 위해 제품 패키징, 유통, 소비 전 과정에서 실천 가능한 활동을 전개하고 있습니다. 앞으로도 고객, 협력사, 지역사회 등 다양한 이해관계자와 함께 환경경영을 실천해 나가겠습니다.

주요 활동과 성과

- ONLYONE 브랜드 재활용 플라스틱 활용 패키징 도입
- 뷰티사이클 공병 수거를 통한 친환경 가치소비 선도
- 지속가능한 매장 운영 확대: 전자라벨, 리유저블 백 사용 등
- 물류 포장 시 종이 완충재와 종이 테이프 사용 & 합배송 원칙으로 물류 효율 증대
- 도보배송, 픽업서비스로 O2O 서비스를 통한 친환경 배송 & 지속가능한 항공유 해외 배송

뷰티사이클 캠페인 누적 공병 수거량
(2021~2024년 5월 누적 기준)



오늘드림 O2O 서비스를 통한
2023년 탄소발자국 감축량 추정치

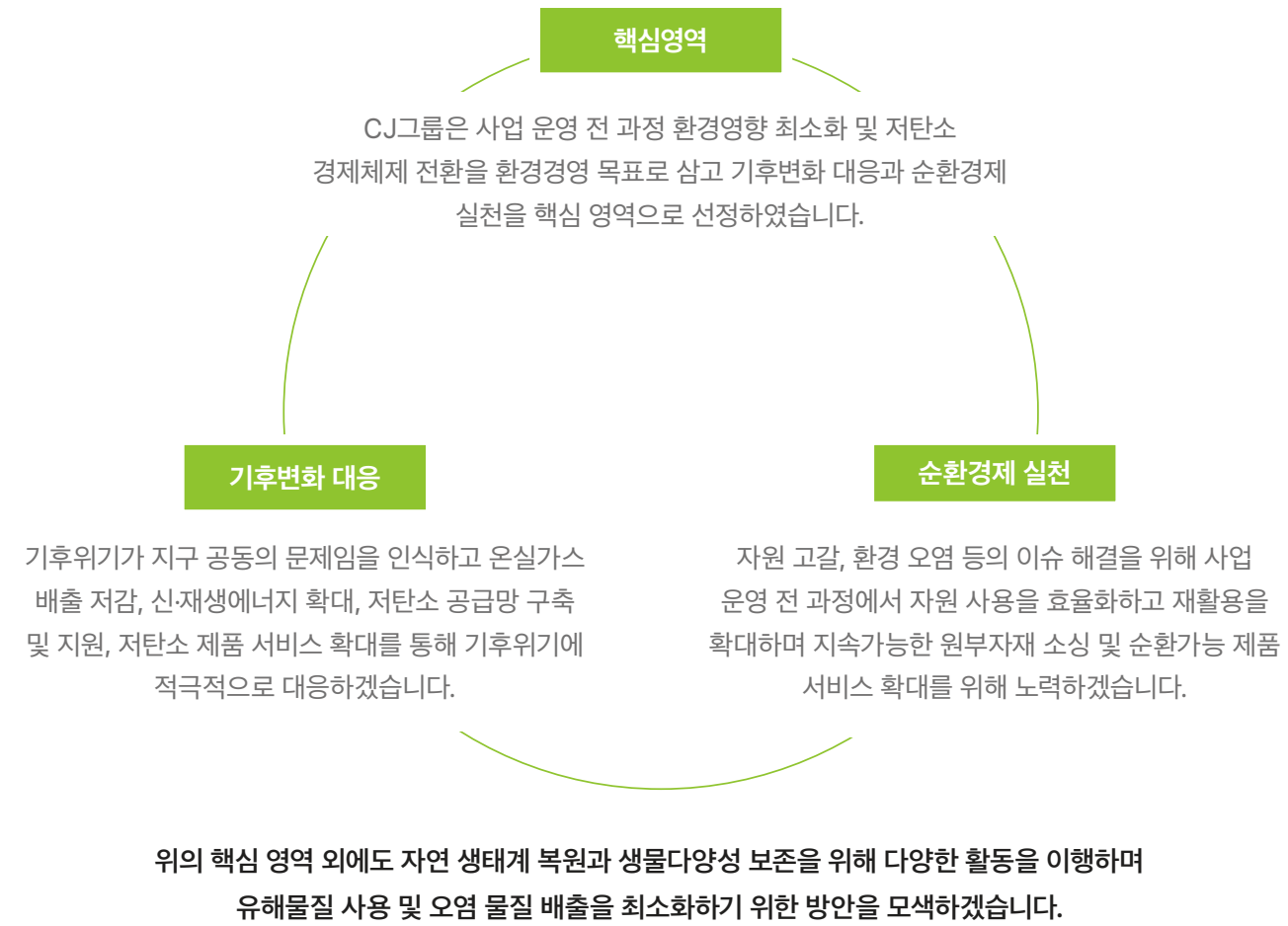


환경경영 체계

CJ올리브영은 고객에게 제품이 전달되기까지 여러 단계에서 발생하는 환경영향을 최소화하기 위해 노력하고 있습니다. CJ올리브영은 CJ그룹의 환경경영 정책을 준수하며 전사 차원에서 환경경영을 추진하고 있습니다.

환경경영 정책

CJ그룹은 기업의 사회적 책임을 다하고 기업의 지속가능한 가치를 창출하기 위해 다음과 같이 환경경영 정책을 수립하여 환경경영을 추진합니다.



[CJ그룹 환경경영 정책 전체본 바로가기](#)

환경경영 추진전략

CJ올리브영은 자원순환 실천과 기후변화 대응을 중심으로 환경경영을 추진하고 있습니다. 제품/물류 패키징, 매장 운영, 물류 과정에서 발생하는 온실가스 저감을 위해 노력합니다.

CJ올리브영 환경경영 추진 방향

유통 및 소비 전 과정에서 환경 영향을 최소화하는 지속가능한 뷰티 생태계 구축			
자원순환 실천		기후변화 대응	
패키징 환경영향 저감	지속가능한 매장	물류 폐기물 저감	온실가스 저감
· 재활용 플라스틱 패키징 · 공병 수거 캠페인 고도화	· 전자라벨 적용 확대 · 스마트영수증 & 리유저블 백 사용 확대	· 지속가능한 물류 패키징 적용 확대	· 온실가스 인벤토리 고도화 · 물류 탄소발자국 저감

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

자원순환 실천

CJ올리브영은 ONLYONE 브랜드 패키징부터 매장 운영, 배송 포장에 이르기까지 전 과정에서 플라스틱 사용량을 줄이기 위해 노력하고 있습니다. 또한 올바른 재활용 문화를 구축하기 위해 고객과 함께 뷰티사이클 캠페인을 진행하고 있습니다.

패키징 환경영향 저감

재활용 플라스틱 패키징

CJ올리브영은 ONLYONE 브랜드인 라운더아라운드 제품 총 17종(탈취제품 5종, 클렌징 제품 5종, 선제품 4종, 바디 제품 3종)의 패키징에 PCR(Post-Consumer Recycled) 플라스틱을 적용하고 있습니다. PCR 50% 1종 외 16종은 PCR 30%가 적용되어 있으며 CJ올리브영은 앞으로도 새롭게 생산되는 플라스틱의 발생량을 줄여 나가겠습니다.

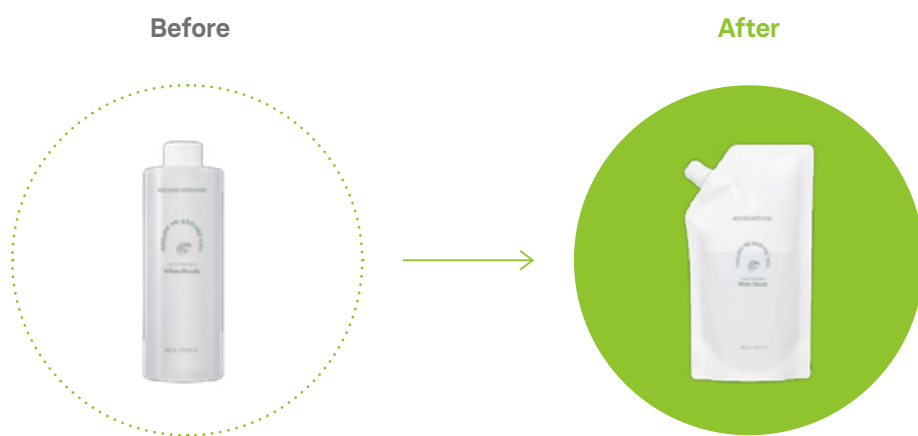


2023년 ONLYONE 제품
PCR 총 사용량

4,343 kg

플라스틱 사용량을 줄인 ONLYONE 패키징

CJ올리브영 ONLYONE 브랜드는 플라스틱 사용량을 줄인 패키징을 도입하였습니다. 기획 제품에 들어가는 플라스틱 트레이를 최소화하기 위해 패키징 규격을 최소화하고 종이로 단상자를 구성하였으며, 플라스틱 사용량을 저감하고 재활용이 용이한 파우치 형태의 용기에 내용물을 담아 제공하고 있습니다.



녹색기술제품 인증 포장재

CJ올리브영은 환경독성물질 저감 잉크를 사용한 포장재 제조 기술의 친환경성을 인정받아, 2021년 저탄소 녹색성장 기본법에 따른 녹색기술제품 인증을 획득하여 ONLYONE 브랜드 달라이트 프로젝트 일부 제품 포장재에 이를 적용하고 있습니다. 포장재의 친환경성을 높이기 위해 꾸준히 노력해 나갈 예정입니다.



CASE STUDY

화장품 공병 수거 활동, 뷰티사이클

화장품 용기는 복잡한 구조와 잔여물로 인해 재활용이 어려워 별도의 선별 과정과 처리 공정이 필요합니다. CJ올리브영은 버려지는 플라스틱 화장품 용기를 재자원화하기 위해 뷰티사이클 캠페인을 시작했으며 지속가능한 자원 순환을 위한 다양한 방안을 모색하고 있습니다.

뷰티사이클 히스토리

뷰티사이클 1.0 화장품 공병 재활용 체계 구축		뷰티사이클 2.0 업계 친환경 가치소비 선도	
2021	2022	2023	2024~
뷰티사이클 론칭 (29개 매장)	고객 커뮤니케이션 확대	전 매장 운영 확대	재생플라스틱 활용 업사이클링 고객 참여 독려 강화

뷰티사이클 성과(2024년 5월 기준)



공병 재활용 프로세스



뷰티사이클 참여 Tip

- 세척이 어려운 튜브형 용기는 반으로 잘라서 세척 후 모두 제출
- 쿠션, 팩트류는 케이스만 제출 (리필 부분은 일반쓰레기로 배출)
- 유리병, 철제 스프레이류, 일부 색조 화장품은 수거 불가능

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

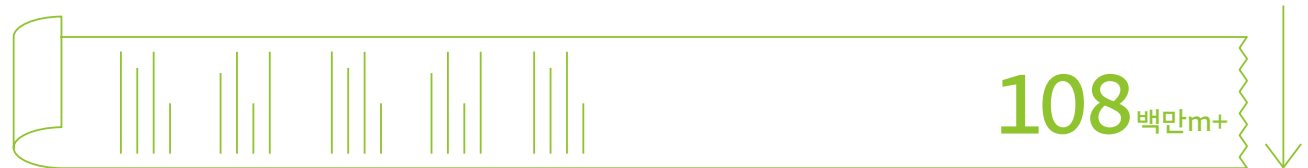


지속가능한 매장

CJ올리브영은 스마트영수증 발행, 전자라벨 대체, 리유저블 백 사용 등을 통해 고객의 쇼핑 경험에 밀착된 방법으로 환경을 보호하며 지속가능한 소비를 지향합니다.

스마트영수증

CJ올리브영은 2015년 지류 영수증 사용량을 줄이기 위한 CJ그룹 정책의 일환으로 스마트영수증 서비스를 도입했습니다. 고객은 올리브영 앱 및 CJ ONE 앱에서 스마트영수증을 확인할 수 있으며, 2016년부터 2023년까지 누적 약 4억 장의 스마트영수증을 발행했습니다.

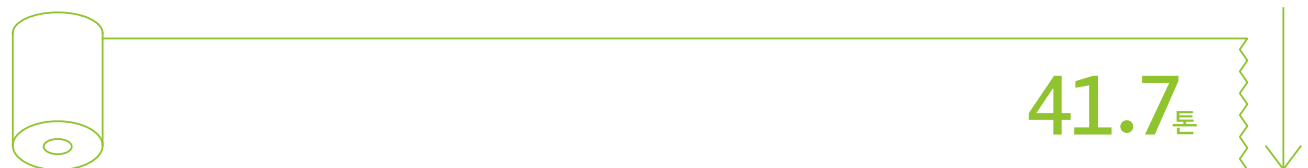


스마트영수증 발행을 통해 절감한 종이영수증 누적 길이¹⁾ 2016~2023년 기준

1) 40미터 길이의 종이영수증 1개 묶음 평균 147건의 영수증이 발급되며, 누적 398,339,799건의 스마트영수증 발행 수량을 기준으로 산정

전자라벨 도입

CJ올리브영은 올영세일, 할인 프로모션, 제품 교체 등으로 한 번 쓰고 버려지는 종이라벨을 전자라벨로 전환하여 자원 절감을 위해 노력하고 있습니다. 2023년 6월부터 2024년 9월까지 누적 기준, 477개 매장에 전자라벨이 적용되어 약 1,155만 장의 종이라벨을 저감하였습니다. CJ올리브영은 전자라벨을 전 매장으로 확대 적용하는 것을 목표로 폐기물 절감에 기여하고자 합니다.



전자라벨 도입을 통한 종이자원 절감량²⁾ 2023년 6월 ~ 2024년 9월 누적 기준

2) 65g의 종이라벨지 1장당 18개의 종이라벨이 출력되는 것으로 가정하고 산정

리유저블(Reusable) 백

CJ올리브영은 버려진 페트병을 재활용하여 여러 번 사용가능한 리유저블 백과 파우치를 제작해 신규 오픈 매장에서 제공했습니다. 특히, 2024년 4월에 도입한 리유저블 백과 파우치는 약 34만 개의 페트병(rPET)을 재활용한 것으로, 고객들은 이를 사용하며 자연스럽게 CJ올리브영의 자원순환 노력에 동참하게 됩니다.



물류 폐기물 저감

CJ올리브영은 제품이 소비자에게 전달되는 과정에서 발생하는 물류 폐기물을 최소화하기 위해 환경영향을 줄인 패키징을 도입하고 합배송 원칙으로 물류의 효율을 높이고 있습니다.

지속가능한 물류 패키징

CJ올리브영은 재생지로 만든 종이 완충재, 재활용 용이한 종이테이프, 원터치 박스 패키징을 도입하여 폐기물을 저감하고 있습니다. 특히 원터치 박스의 경우 2024년 9월 올영세일 주문부터 일부 적용되었으며, 향후 사용 비중을 확대해 나갈 계획입니다.



재활용 용이한 종이테이프

- 생분해 및 재활용 용이한 종이 소재 테이프 사용
- 천연 고무 접착제 사용



재생지로 만든 종이 완충재

- 비닐(합성수지)에서 종이(재생지)로 변경
- 비닐 완충재 사용량 기준 약 80t 절감 효과 (총 7,263롤, 10.9kg/롤 기준)



원터치 박스

- 하부 테이핑이 필요 없는 3면 접착 박스 사용



고객의 주문 체적 정보를 계산하여 최적의 상자 사이즈를 추천하는 시스템을 운영합니다. 적정 크기의 상자를 활용해 과도한 포장을 방지하고 완충재 투입 수량을 줄입니다.

합배송 원칙으로 물류 효율 증대

CJ올리브영은 취급에 주의가 필요한 물품이나 합포장이 불가능한 경우를 제외하고, 합배송 원칙을 적용하여 과도한 분할배송으로 인한 자원 낭비를 줄이고 있습니다. 과다 발생할 수 있는 박스, 완충재 등 포장 폐기물을 저감하고 적재 효율을 높여 배송 시 연료 사용량도 줄이고 있습니다.



온라인몰 합배송 비율 2024년 기준

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

기후변화 대응

CJ올리브영은 오늘날 기후변화의 심각성을 인지하고 있습니다. 우리의 사업 활동에서 비롯된 환경영향을 정확하게 모니터링하며, 온오프라인 플랫폼 서비스와 연계하여 탄소발자국 저감 활동을 전개합니다.

온실가스 배출량
모니터링

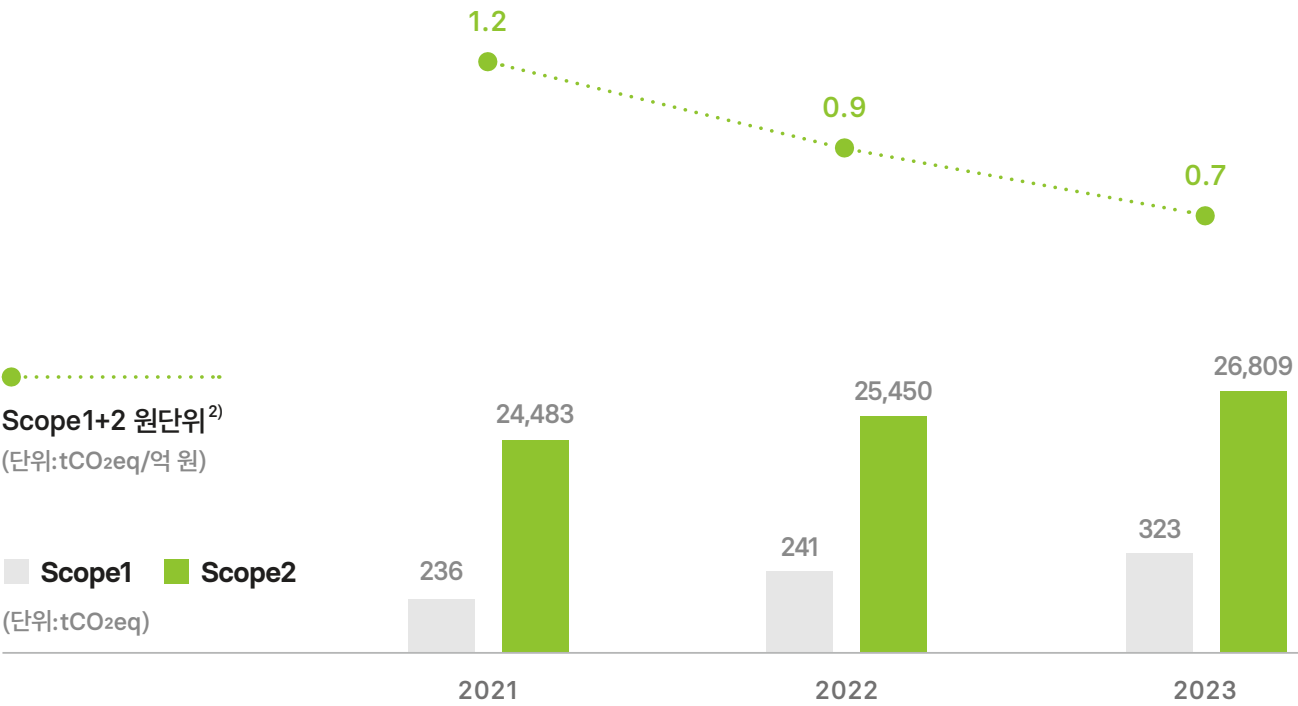
온실가스 인벤토리 구축

CJ올리브영은 2022년 CJ그룹의 온실가스 배출량 산정 가이드라인에 맞추어 온실가스 인벤토리를 구축하였습니다. 2021년부터 Scope 1, 2 배출량을 지속적으로 관리하고 있으며, 온실가스 배출량을 모니터링해 나가면서 추후 배출량 감축을 위한 목표를 세우고 구체적인 감축 전략을 수립할 계획입니다.

구분	내용
일반 사업장	· 본사, 아카데미
소규모 다수 사업장 ¹⁾	· 오프라인 매장(직영/PS) · 지방사무소 · 도심형 물류센터(MFC)

1) 양지 소재의 물류센터는 CJ대한통운의 조직경계에 포함되어 있으며, 계열사 내 중복 산정을 방지하기 위해 CJ올리브영의 인벤토리 조직경계에서 제외

온실가스 배출량



2) Scope1+2 원단위(집약도)는 연결기준 보고연도 매출액 기준으로 산출

물류과정 내
탄소발자국 감축

도보 배송을 통한
탄소발자국 감축량 추정치

118톤 ▼

픽업 서비스를 통한
탄소발자국 감축량 추정치

234톤 ▼

CJ올리브영은 오늘드림 등 O2O 서비스를 통해 라스트 마일(Last mile) 배송거리를 단축하고, 도보와 자전거 같은 친환경 배송 수단을 적극 활용합니다. 또한 DHL 코리아와의 협업을 통해 지속가능한 항공유를 활용한 해외 배송으로 탄소발자국을 저감해 나갑니다.

O2O 서비스를 통한 탄소발자국 감축³⁾

도보 배송

1.5km 이내의 오늘드림 건에 대해서는 도보 배송으로 이루어집니다. 2023년 기준 평균 배송 거리는 780m였으며, 도보 또는 자전거를 이용하여 배송이 이루어졌습니다.

픽업 서비스

고객이 매장에서 직접 물건을 수령하는 픽업 서비스는 이륜차 또는 사륜차로 이루어지는 배송을 대체합니다. 이륜차 배달 시 건당 평균 배송 거리는 1.5km이며, 해당 거리만큼 라스트 마일 배송의 환경영향을 저감할 수 있습니다.

도심형 물류센터(MFC)

MFC는 고객과의 접근성을 높이고 기존 물류센터에서 고객에게 도달하기까지의 거리를 크게 단축하였습니다. 2025년까지 지방 거점 도시와 중소 도시에 20개 이상의 MFC를 증설해 탄소발자국을 줄여나갈 계획입니다.

3) 도보 배송 또는 픽업 서비스에 한하여 2023년 주문 건수 대비 탄소발자국 감축량 추정치를 산출. 각 배송에 대해서 이륜차 배송을 대체하였다고 가정. 이륜차로 1km 주행 시 114g의 이산화탄소가 배출된다고 가정. (Source: Our World in Data, Carbon footprint of travel per kilometer, 2022)

고그린 플러스

CJ올리브영은 DHL 코리아와 지속가능한 항공유(SAF)를 활용한 고그린 플러스 서비스 이용 업무협약을 체결하여 전 세계 57개국 올리브영 글로벌몰 판매 상품 배송에 고그린 플러스 서비스를 적용하고 있습니다. SAF는 폐식용유와 동식물성 기름으로 만든 대체 연료로, 일반 항공유를 사용했을 때보다 이산화탄소 배출량이 최대 80% 적기 때문에, 매월 약 19.6톤, 연간 약 215톤의 온실가스 감축 효과를 거둘 수 있습니다.⁴⁾

4) 예상되는 온실가스 감축 효과는 DHL코리아에서 제공하는 SAF 이용을 통한 온실가스 배출량 감축효과 계산 방법론에 근거하며, 11개월을 기준으로 산정



INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

ESG FUNDAMENTAL

- 1 거버넌스
- 2 준법윤리
- 3 정보보호
- 4 품질경영

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

거버넌스

CJ올리브영은 건전한 지배구조를 통해 책임경영을 실현하겠습니다.

CJ올리브영은 이사회를 중심으로 지속가능한 경영 체계를 구축하며 투명한 경영 환경을 조성하고 있습니다. 이사 선임 시 독립성, 전문성, 다양성을 중시하며, 사외이사를 선임하여 이사회의 독립성을 강화하고 있습니다. 이를 통해 회사는 지속가능한 발전과 사회적 책임을 조화롭게 실현하고자 노력하고 있습니다.

이사회 활동

CJ올리브영은 연간 운영계획에 따라 정기적으로 이사회를 개최하고 있으며, 필요한 경우 관련 규정에 따라 임시 이사회를 소집할 수 있습니다. 2023년 기준 총 6회의 이사회를 개최하여 총 16건의 안건을 논의하였으며, 전체 이사진의 참석률은 97%를 기록했습니다.

2023년 이사회 개최 횟수

2023년 이사회 참석률



이사회

이사회는 지속가능경영과 관련된 최고 의사결정기구로서 기업의 중장기적 지속가능경영에 대한 리더십 역할을 하고 있으며, 회사 내 지속가능경영에 관한 주요 활동 보고 및 모니터링을 진행하고 있습니다.

이사회 구성

2024년 9월 기준, CJ올리브영의 이사회는 정관 제29조의 요건을 준수하여 5명의 이사로 구성되어 있으며, 이사 총 수의 4분의 1 이상인 2명의 사외이사가 포함되어 있습니다. 사외이사는 다양한 분야에서 전문지식과 경험을 갖춘 외부 전문가로서 이사회가 독립적인 기능을 수행할 수 있도록 합니다. 또한 이사회의 성별과 전문성을 다양하게 구성하여 효과적인 의사결정을 가능하게 하고 기업의 지속가능한 성장을 도모합니다.

CJ올리브영 이사회 구성					
구분	성명	성별	이력사항	임기	소속 위원회
사내이사	이선정	여	씨제이올리브영(주) 대표이사 ¹⁾	2023.01.18 - 2026.03.18	사외이사후보추천위원회 보상위원회
	이우진	남	씨제이올리브영(주) 경영지원실 경영리더	2024.03.22 - 2027.03.18	감사위원회 보상위원회
기타비상무이사	이종화	남	씨제이(주) 포트폴리오전략 2실 경영리더	2023.01.18 - 2026.03.18	보상위원회
사외이사	장금주	여	서울시립대학교 경영대학 교수	2022.04.01 - 2025.03.18	감사위원회 사외이사후보추천위원회 보상위원회
	허성욱	남	서울대학교 법학전문대학원 교수	2022.04.01 - 2025.03.18	감사위원회 사외이사후보추천위원회 보상위원회

1) 헬스&뷰티 산업에 대한 높은 이해도를 바탕으로 효율적인 기업 운영과 일관된 전략을 추진해 나갈 수 있도록 대표이사가 이사회 의장을 겸직

이사회 산하 위원회

감사위원회 위원장: 장금주 사외이사	회사의 회계 및 업무를 감시하며, 필요시 영업에 관한 보고를 요청하거나 회사의 재산 상태를 조사할 수 있는 권한을 갖습니다. 회사의 재무 상태와 내부 통제 시스템의 적정성을 점검하고, 법적 및 윤리적 기준 준수를 감독합니다.
사외이사후보추천위원회 위원장: 허성욱 사외이사	객관적이고 공정한 기준에 따라 후보자의 자격과 역량 평가를 기반으로 주주총회에서 사외이사를 선임하기 위한 후보를 추천합니다. 독립성과 전문성을 갖춘 적합한 사외이사가 선임될 수 있도록 의사결정을 지원합니다.
보상위원회 위원장: 허성욱 사외이사	임원 보상 정책 및 장기 인센티브 지급을 위한 성과 평가의 공정성·투명성을 확보합니다. 또한 임원 보상 제도의 수립과 변경, 임원 성과지표의 평가를 통해 장기 인센티브 지급에 관한 기준을 설정하고 관리합니다.

이사회 전문성 교육

2023년 12월, CJ올리브영은 이사회 내 준법경영 의식을 증진하고 내부 통제시스템을 구성해 나갈 수 있도록 모든 이사회 구성원 대상의 컴플라이언스 교육을 실시하였습니다. 구체적으로 준법경영의 의미와 관련 판례 사례, 준법통제 시스템 확립을 위한 요인, 준법감시 의무 이행을 통한 기대효과 등에 대해 교육하였습니다.

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

거버넌스

- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

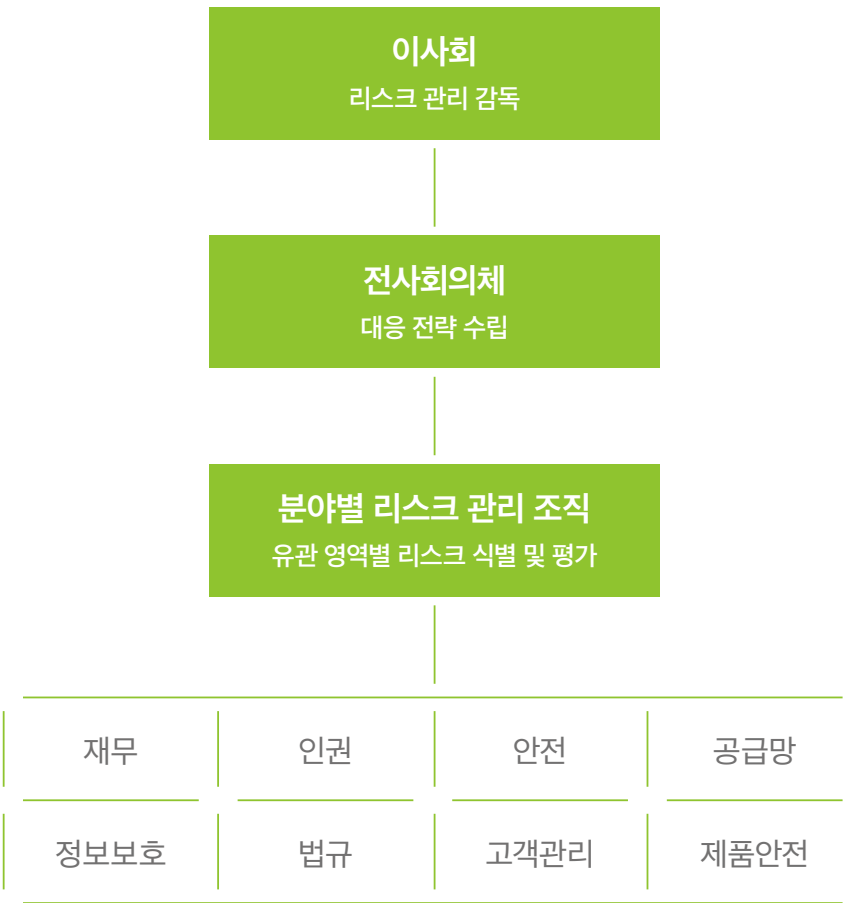
리스크 관리

CJ올리브영은 전사 리스크 관리 프로세스를 통해 사업과 운영에 영향을 미칠 수 있는 리스크를 통합적으로 모니터링 및 대응하고 있습니다.

리스크 관리 체계

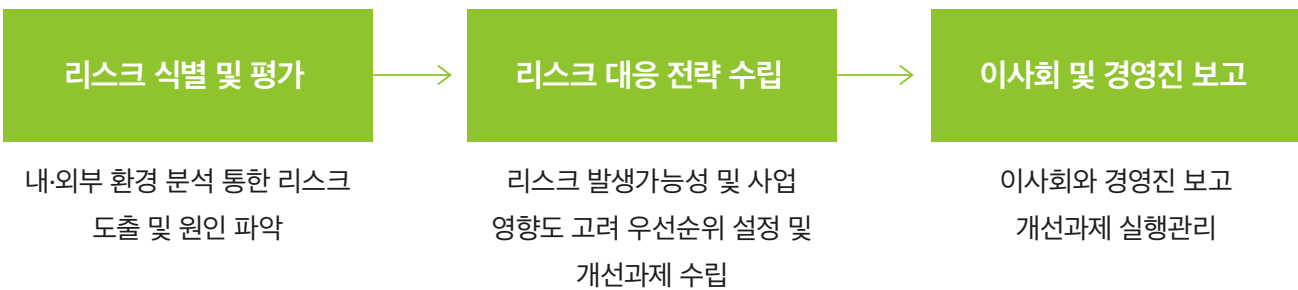
CJ올리브영은 재무, 투자, 사업·전략, ESG 등 리스크 관리 영역을 구분하여 담당 실무조직에서 리스크를 사전에 식별하고 평가하며, 이를 경영진 및 대표이사에게 보고하는 사전 대응체계를 운영하고 있습니다. 이후 경영진과 대표이사를 포함한 주요 임원들이 참여하는 전사 회의체에서 이에 대한 구체적인 대응 전략을 수립하고 실행하고 있습니다. 전사 리스크 관리 현황 및 결과는 담당 실무조직에서 정기 또는 수시로 이사회 및 산하위원회에 보고하여 리스크를 전략적으로 관리합니다.

리스크 관리 조직



리스크 관리 프로세스

CJ올리브영은 비즈니스 운영 단계에서 발생할 수 있는 리스크를 식별하고 발생가능성, 규모 등을 고려해 주요 리스크를 선정합니다. 리스크를 완화하기 위해 대응 전략을 수립 및 이행하며, 정기적으로 전략 이행 실적을 모니터링하여 이를 이사회와 경영진에 보고하고 있습니다.



리스크 관리 활동

CJ올리브영은 전사 리스크 관리 체계에 따라 리스크 관리 영역을 크게 비즈니스 리스크, 준법/컴플라이언스 리스크, 운영 리스크로 구분합니다. 각 리스크에 대한 적극적인 대응과 영향 완화, 예방을 위해 더 세분된 체계로 관리하고 있습니다.

리스크 대응 활동

리스크 유형	세부 리스크	주요 대응활동
비즈니스 리스크	사업운영	·사업환경에 대한 유연한 대응과 사업전략에 따른 신속한 전환을 위한 직영점 중심의 오프라인 매장 운영 ·글로벌 H&B 시장 진출에 대한 전략 수립 및 정부 기관과 연계된 협력사 지원정책의 실효성 검토
	내부거래	·그룹 차원의 내부거래위원회 결의사항 준수 ·정기적 내부거래심의 운영
	회계	·국제회계기준(K-IFRS)에 기반을 둔 회계정책을 엄중히 준수 ·외부감사인의 회계감사 수감절차를 통해 재무 공시 적정성 검토
준법/컴플라이언스 리스크	법/규제	·산업 내 규제 변화 모니터링 및 사내/공급망 전파 ·그린워싱 등 표시광고에 따른 리스크 사전 대응
	윤리/반부패	·윤리 제보 시스템을 통한 접수 및 처리 건 모니터링 & 윤리 제보자에 대한 보호정책 마련 및 실질적 운영 ·이해상충 방지 원칙 수립 및 무관용 원칙 적용
	공정거래	·공정거래 자율준수 프로그램 운영을 통한 내부 통제 시스템 강화 ·불공정 거래행위, 부당한 표시광고 행위 등에 대한 임직원 교육 강화
운영 리스크	자원순환	·재활용 플라스틱 패키징 제품 확대 ·뉴티사이클 캠페인을 통한 자원순환 고객 참여 확대
	제품/품질	·제품 기획, 생산, 유통 단계에서의 제품 안전성 검증 ·협력사 품질역량 평준화를 통한 리스크 예방 지원 ·신규 협력사 선정 실사를 통한 사전 스크리닝
	개인정보보호	·고객 데이터 암호화를 통한 개인정보 유출 예방 ·정기적인 보안 점검 및 침해 사고 대응 프로세스 강화
	환경	·물류센터에서 재생지 완충재 및 하부 테이핑이 필요 없는 종이상자 사용 ·합배송 비율 및 지속가능항공유 활용 국제배송 횟수 증대 ·전 매장 포함 온실가스 배출량 모니터링 및 탄소발자국 감축 활동 전개
	인권/다양성	·모든 이해관계자를 대상으로 한 인권원칙 및 선언문을 문서화 ·인권침해 사례 발생 시 사례 조치 및 신고자 보호 조치 실효적 운영 ·사업장 내 다양성 증진을 위해 시니어 메이트 및 장애인 구성원 채용
	안전보건	·위험성 평가 프로세스 기반 전국 사업장 대상 위험성 평가 시행 ·문서화된 지침을 통한 위기 대응 지침 전파 & 매장 임직원 대상 안전브리핑 교육자료 전파

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

준법윤리

CJ올리브영은 정직한 아름다움을 추구합니다.

정직한 경영에서 쌓이는 신뢰는 지속가능한 기업의 기본 원칙입니다.

CJ올리브영은 윤리경영을 실천하기 위한 조직 체계와 준법윤리 정책을 수립하고

이를 임직원들의 가치 판단의 준거로 삼고 있습니다. 준법윤리 정책에 어긋나는

행동에 대해서는 단호한 조치로 책임을 묻고 향후 유사한 사례가 발생하지

않도록 개선 조치를 이행하는 등 윤리경영을 강화해 나가겠습니다.

규범준수경영시스템 ISO 37301

CJ올리브영은 컴플라이언스 문화를 전사에 내재화하고 글로벌 수준에 부합하는 준법경영 체계를 확립하기 위하여 ISO 37301 인증을 2024년 9월에 취득하였습니다. 변화하는 국내외 법규 및 규제를 지속적으로 모니터링하고, 조직 단위별 컴플라이언스 코디네이터를 선정하여 준법경영 시스템을 고도화해 나가고 있습니다. 이를 통해 글로벌 수준에 부합하는 준법경영 체계를 확립해 나가겠습니다.



준법경영 체계

CJ올리브영은 기업의 근간이 되는 준법윤리 가치를 토대로 내부 기준을 수립하고 자율준수 체계를 고도화해 나갑니다.

CJ올리브영 준법경영 추진 영역

기업 윤리를 실천하는 투명하고 신뢰받는 기업	
1 준법윤리 정책	2 자율준수프로그램
행동강령 글로벌 공정경쟁 정책 글로벌 부패방지 정책 글로벌 경제제재 정책 글로벌 개인정보보호 정책	자율준수 체계 구축 준법경영위원회 운영 자율준수편람 마련 내부감시체계 운영 윤리 제보시스템 운영

준법윤리 정책

CJ올리브영은 임직원의 올바른 가치판단의 기준을 마련하고 준법윤리 경영의 가치를 내재화하고 있습니다.

행동강령

CJ올리브영은 고객, 주주, 동료, 동반자, 글로벌 공동체와의 관계에서 올바른 행동과 가치판단을 내리고 사회, 경제 발전에 핵심적인 역할을 수행할 수 있도록 행동강령을 마련하였습니다. CJ경영철학을 반영한 행동강령을 바탕으로 글로벌 시장에서 지속적으로 성장하여 존경받는 기업, 사랑받는 기업이 되기 위해 윤리경영을 적극 실천하겠습니다.

[올리브영 행동강령\(CJ인의 약속\) 바로가기](#)

글로벌 공정경쟁정책

CJ올리브영은 CJ그룹의 글로벌 공정경쟁정책의 내용을 기반으로, 사업활동을 전개하는 모든 지역에서 시장 경쟁제한 행위와 담합, 정보 교환, 시장지배적 지위 남용과 같은 불법적 행위를 방지하기 위한 원칙을 준수하고 있습니다. 경쟁사는 물론 함께하는 협력사와의 관계에서 경쟁을 제한할 수 있는 행위를 명시하고 있으며, 이를 경계하고 협력사와의 건전한 관계를 만들어 나가겠습니다.

CJ그룹 글로벌 공정경쟁정책	[비즈니스 파트너와의 관계] 조항
	· 재판매가격 유지 행위 비즈니스 파트너에게 재판매가격을 지시하여 이를 준수하게 하거나 최저 또는 최고 재판매 가격을 설정하는 모든 계약 또는 관행
	· 끼워팔기 비즈니스 파트너에게 자기의 재화나 서비스를 공급하면서 그 조건으로 다른 재화나 서비스를 자기 또는 자기가 지정하는 사업자로부터 구매하도록 하는 계약 또는 관행
	· 기타 제한 행위 비즈니스 파트너의 자유로운 의사결정을 제한하는 아래와 같은 계약 또는 관행
	- 비즈니스 파트너에게 CJ와 독점적으로 거래할 것을 요구하는 행위 - 비즈니스 파트너에게 CJ의 경쟁사와 거래하는 것을 제한하는 행위 - 특정 지역 또는 고객으로 비즈니스 파트너의 사업을 제한하는 행위 - 비즈니스 파트너에게 동일한 재화나 서비스를 같은 기간 동안 다른 가격이나 다른 조건으로 특정 고객에게 판매하도록 강제하는 행위

자율준수 프로그램

CJ올리브영은 윤리경영을 실천하고 법 위반으로 발생 가능한 경영 리스크를 예방하기 위해 자율준수 프로그램(Compliance Program, CP)을 운영하고 있습니다.

자율준수 체계 구축



준법경영위원회 운영

CJ올리브영은 2019년 7월 준법경영위원회 규정을 제정 및 시행하고 2019년 8월 대표이사의 준법경영 강화 선언을 통해 자율준수 시행 의지를 대외적으로 천명하였습니다. 준법경영위원회는 연 1회 정기회의를 개최하여 준법경영 주요 사항을 심의 및 의결하고 있습니다. 또한 2024년에는 준법경영을 위한 실질적 논의 및 정책확대, 소위원회 신설을 통한 상생경영 추진 등 위원회 활동을 강화할 계획입니다.

준법경영위원회 개최 현황

구분(개최 시기)	추진 내용
1회(2019.07)	공정거래 자율준수 프로그램 도입 등
2회(2020.09)	CP 이행 실적 보고, 컴플라이언스 WEEK 진행 등
3회(2021.11)	CP 리스크 식별 실시 점검 결과 보고, CP 실무협의체 진행 재개 등
4회(2022.11)	경영 주요 사항으로 세부 내용 미공개

[준법경영위원회 규정 바로가기 >](#)

자율준수편람 및 교육

CJ올리브영은 사업 활동에 관련된 법령에 근거하여 임직원이 준수해야 할 자율준수편람을 제정하였고, 이를 임직원 누구나 상시 열람할 수 있는 곳에 게재하고 있습니다. 또한 정기적으로 전사 및 부서별 컴플라이언스 교육을 실시함으로써 단순한 자율준수 선언으로 그치지 않고 임직원이 준법의식을 체화할 수 있도록 자율준수 인식 제고에 노력하고 있습니다.

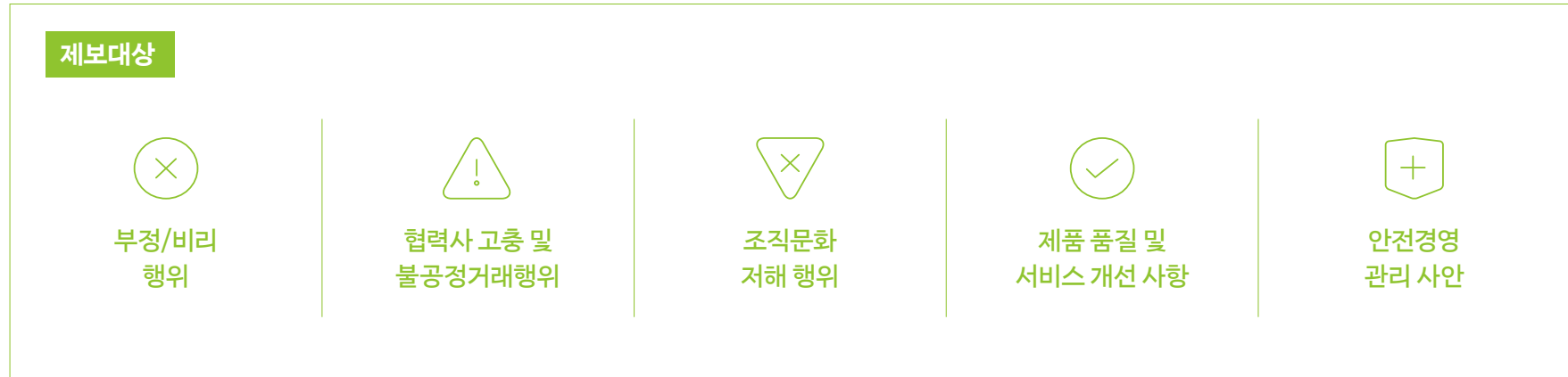
내부감시체계

컴플라이언스 전담 조직은 윤리 리스크 발생 가능성이 높은 취약 부서 및 항목을 상시 또는 정기적으로 모니터링합니다. 이슈 발생 시 빠르게 대응하며 이슈의 원인과 결과를 분석하여 재발방지에 노력합니다. 준법경영위원회는 내부감시체계가 적발한 준법경영 위반자에 대한 징계 및 컴플라이언스 프로그램의 향후 업무 계획과 개선 방향을 심의, 의결하고 있습니다.

윤리 제보시스템 운영

CJ올리브영은 임직원 및 모든 이해관계자가 부정 및 비리, 협력사 고충 및 불공정거래행위, 조직문화 저해, 제품 품질 및 서비스 개선, 안전경영에 대해 신고할 수 있는 온라인 제보 시스템을 제공합니다. 제보자의 신분은 철저히 보호되며 제보자에게 어떠한 불이익도 부과되지 않습니다. 나아가 신고자의 제보로 회사의 경영 활동 및 부정행위 근절에 기여한 경우 내부 심의위원회의 의결을 거쳐 포상금을 제공하는 제도를 운영 중입니다. 온라인 제보는 외부 기관인 한국기업윤리경영연구원의 '케이휘슬' 시스템을 통해서도 가능합니다.

[온라인 제보 바로가기 >](#)

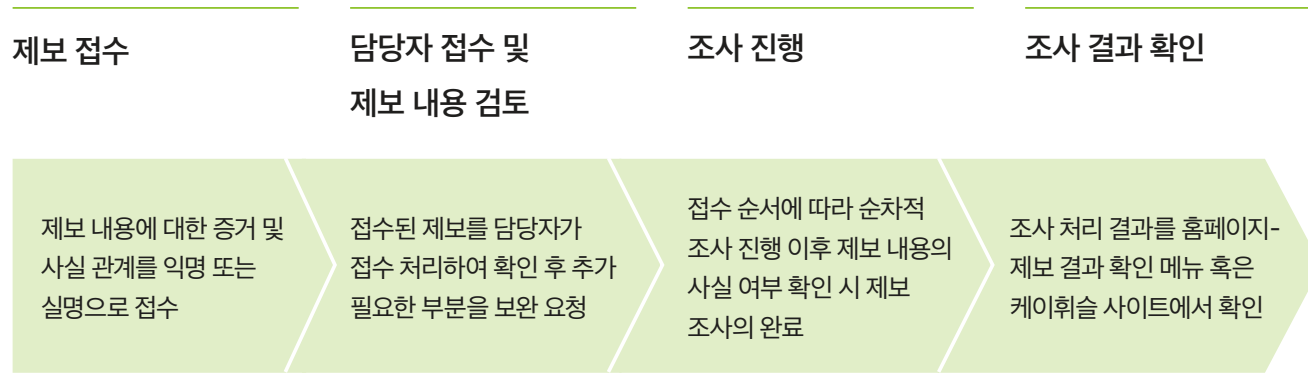


제보 관련 정책

CJ올리브영은 내부 제보에 대한 원칙을 마련함으로써 임직원 및 이해관계자가 제보로 인한 불이익과 보복 등의 상황에 놓이지 않도록 보호하며 제보에 따른 기여에 포상 기준을 마련하였습니다.

제보자 보호 정책	제보자 불이익 조치 금지	포상 정책
제보자의 신분 및 비밀을 철저히 보호합니다. 제출한 입증자료에 대해서는 철저히 보안을 준수합니다. 제보자의 신분을 알기 위한 탐문 행위 등을 철저히 배제합니다.	제보자는 제보와 관련하여 어떠한 차별, 불이익 등을 받지 않습니다. 제보와 관련하여 불이익을 받았을 경우 이에 대한 원상회복 등의 조치를 요구할 수 있습니다.	제보의 결과로 회사의 경영활동 및 부정행위 근절 등에 기여한 경우 내부 심의위원회의 의결을 거쳐 포상금을 지급할 수 있습니다.

제보 처리 절차



윤리준법경영 제보 건수 및 처리 실적

구분	단위	2021	2022	2023
윤리준법경영 관련 총 제보 건수	건	53	37	68
유효 및 조치완료 제보 건수 ¹⁾	건	44	22	31

1) 윤리 제보시스템을 통해 접수된 사안 중, 단순 문의 등의 사유로 종결된 제보 건수 제외한 유효 조치 사례

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

정보보호

CJ올리브영은 고객 개인정보와 주요 데이터를 철저히 관리합니다.

CJ올리브영은 고객의 개인정보보호와 사내 업무정보 보호의 중요성을 명확히 인식하고 있습니다. 고객의 개인정보보호를 위해 전사 차원에서의 노력을 다하고 있으며, 사내 데이터 보호를 위한 체계를 발전시켜 나가고 있습니다. 더 나아가 협력사의 정보보호 수준을 높이기 위한 지원을 아끼지 않고 있습니다.

정보보호 투자 현황 자발적 공시

CJ올리브영은 정보보호의 중요성을 인지하고 정보보호 투자 활성화 및 수준 향상을 위해 노력합니다. 자발적 차원에서 정보보호 관련 정보를 대외 공개하고 있으며, 중장기적으로 투자를 확대해 나갈 계획입니다.

추진 조직



정보보호 관리 영역

CJ올리브영은 정보보호와 개인정보보호의 중요성을 명확히 인지하고 있으며, 고객의 개인정보를 최우선으로 보호하기 위해 전사적인 정보보호 관리 체계를 구축하여 운영하고 있습니다.

CJ올리브영 정보보호 관리 영역

견고하고 안전한 정보보호 체계로 신뢰할 수 있는 서비스 제공	
정보보호 관리 활동	협력사 정보보호 지원
정보보호 및 개인정보보호 관리체계 인증 유지, 정보유출로 인한 사고 예방과 대응 프로세스 마련	협력사의 정보보호 수준을 향상시키기 위한 점검 및 교육 지원

정보보호 관리 활동

CJ올리브영은 사내 정보보호 수준을 고도화하고 전사적 차원에서 보안에 대한 경각심을 고취할 수 있도록 사내 정보보호 및 개인정보보호를 위한 예방 활동을 추진해 나가고 있습니다.

정보보호 정책 및 개인정보 처리방침

CJ올리브영은 국내외 개인정보보호 관련 법령을 준수하며 사업환경과 조직 문화에 반영할 수 있는 정보보호 및 개인정보보호 정책을 마련하였습니다. 정보보호 규정과 실무에 적용 가능한 13종의 영역별 지침서를 포함하고 있으며, 연 1회 이상 정기적으로 검토하여 개정합니다. 또한 고객이 개인정보 처리방침을 언제나 쉽게 열람할 수 있도록 서비스별 홈페이지에 공개하고 있으며 더 나아가 개인정보보호 원칙을 기반으로 고객의 개인정보를 최우선으로 보호합니다.

정보보호 인증

CJ올리브영은 정보보호 및 개인정보보호 관리체계 인증(ISMS-P)을 획득했습니다. 올리브영 온라인몰, 글로벌몰, D.PLOT 등 온라인 쇼핑몰을 운영함에 따라 정보보호 수준을 제고하고 개인정보보호 활동을 강화해 왔으며, 지속적으로 관리 수준을 고도화하고 있습니다.

[개인정보 처리방침 바로가기 >](#)

정보보호 예방활동		
데이터 암호화 · 개인정보를 처리하는 모든 단계에서 암호화 기술 적용 · 안전한 암호화 알고리즘을 활용한 개인정보 저장	데이터 백업 · 개인정보 등 주요 데이터 정기적 백업, 데이터 손실에 신속히 복구할 수 있도록 대비 · 정기적 백업 현황 점검	
주요 데이터 접근통제 · 업무 목적과 중요도에 따라 네트워크 분리 · 침입차단시스템 운영 및 24시간 모니터링	서비스 보안성 검토 · 서비스 오픈 전 모의해킹 및 시스템 취약점 진단 실시 · 보안 취약점 해결 후 서비스 오픈	



·범위: 온라인 쇼핑몰 운영
(올리브영 온라인몰, 글로벌몰, D.PLOT)
·유효기간: ~2026년 12월 05일

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

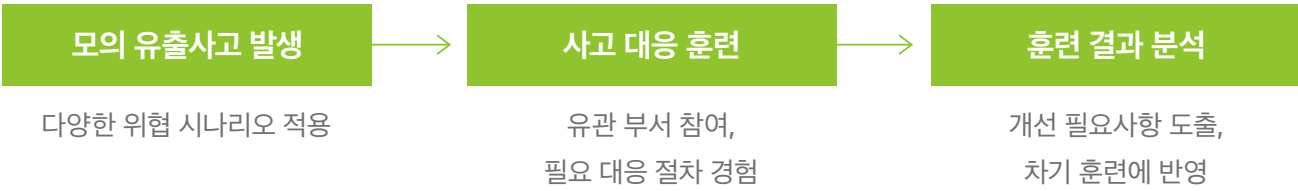
- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

정보유출 사고
예방 및 대응

정보유출 사고 대응 모의훈련

CJ올리브영은 전사 사이버 보안 대응 역량 강화를 위해 다양한 보안 위협 시나리오 기반의 모의훈련을 연 1회 이상 주기적으로 실시하고 있습니다. 모의훈련은 보안사고에 대한 전 임직원의 경각심을 높이고, 실제 상황에서 신속히 대응하는 경험을 제공합니다. 또한 조직의 사고 대응 능력을 지속적으로 향상하기 위해 훈련 결과에 따라 분석된 개선 사항을 다음 훈련에 반영하고 있습니다. 지난 2024년 6월에 실시된 악성 이메일 대응 훈련을 통해 악성 이메일 수취 시의 안전한 대응 가이드를 안내하였습니다.

모의훈련 프로세스

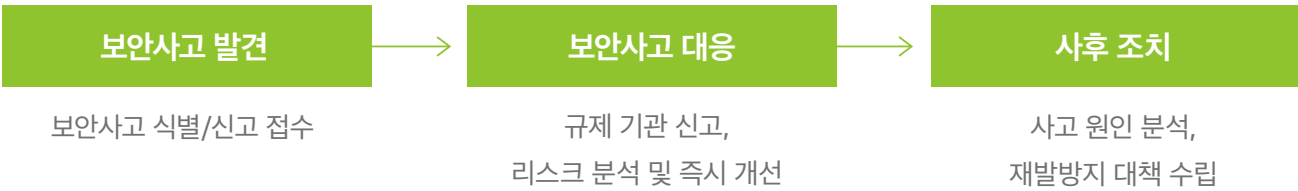


사고 대응 매뉴얼

CJ올리브영은 보안사고에 대비한 철저한 사전·사후 통제 활동과 더불어 잠재 보안사고에 대비하기 위해 침해 사고, 개인정보 유출 사고, 랜섬웨어 감염 등 사고 유형별 대응 매뉴얼을 마련하고 사내 전파하고 있습니다. 예를 들어 개인정보 유출 사고 대응 매뉴얼에는 규제기관 신고, 피해 고객 통지 방안 등 법령에 기반한 구체적인 절차와 유출로 인한 피해를 최소화하기 위한 구제 절차를 명시함으로써 임직원의 신속하고 효과적인 대응을 돕습니다.

개인정보 사고 대응 프로세스

CJ올리브영은 개인정보 유출 사고 대응 프로세스를 지속 고도화하고 있습니다. 앞으로도 철저한 고객 개인정보 관리를 통해 유출 사고를 예방하고 고객과의 신뢰를 유지하겠습니다.



임직원 정보보호 교육

CJ올리브영은 경영진을 포함한 모든 임직원을 대상으로 정보보호 서약서를 작성하고 연 1회 이상 정보보호 교육을 실시하며, 개인정보 취급자에게는 법령 변경 사항과 개인정보보호조치를 포함한 전문 교육을 추가로 제공합니다. 실제로 다크웹 및 텔레그램을 통한 개인정보 유출과 금전거래로 인한 피해사례가 증가함에 따라 개인정보 취급부서를 포함하여 관심 있는 구성원을 대상으로 관련 사례와 피해 현황을 인지하고 리스크에 대비할 수 있도록 대응 사례 중심의 교육을 실시하였습니다.

임직원 정보보호 교육 참여율
2023년 기준

100%

협력사 정보보호 지원

CJ올리브영은 협력사의 정보보호 관리 수준을 높이기 위해 다양한 활동을 실시하고 있습니다.

협력사 보안 교육

협력사 직원 대상의 정기적 정보보호 교육을 실시합니다. 개인정보를 취급하는 협력사 임직원들이 개인정보 처리 원칙과 기술적 보호조치를 이해할 수 있도록 지원합니다. 참여한 협력사는 정보보호 서약서를 작성하여 교육받은 내용을 성실히 준수할 것을 약속합니다.

- 주기 연 1회 이상
- 대상 개인정보 처리 협력사 직원
- 내용 - 개인정보의 개념과 처리 단계별 보호 원칙
- 정보보호 서약서 작성

협력사 보안 점검

CJ올리브영은 온라인 쇼핑 분야 자율규제 활동의 일환으로 입점 판매자를 포함한 협력사 대상 개인정보 관리현황을 점검하고 있습니다. 개인정보보호협회(OPA)와의 협력을 통해 보안점검의 객관성과 신뢰성을 확보하였으며, 협력사의 개인정보 보호 수준을 향상하기 위해 지원합니다.

- 주기 연 1회 이상
- 대상 190여 개 입점 협력사 등
- 내용 - 개인정보보호협회(OPA) 개인정보 관리 현황 점검
- 점검결과 미흡사항 개선 조치 지원

개인정보보호조치
수준 평가 및 가이드 제공

CJ올리브영은 개인정보 처리위탁 계약 시 협력사의 정보보호 및 개인정보보호조치 수준을 평가하여 미흡한 부분에 대해 개선 조치를 지원합니다. 또한 법령 내 개인정보 안전조치 의무 사항에 대한 교육은 물론 불필요한 개인정보의 파기 점검 등을 통해 협력사가 보다 안전하게 개인정보를 처리할 수 있도록 가이드를 제공합니다.

- 주기 수시
- 대상 입점 협력사 등
- 내용 - 협력사와 개인정보 처리위탁 계약 시, 해당 협력사의 정보보호 및 개인정보보호조치 수준 평가
- 평가결과 미흡사항 개선 조치 지원

협력사 보안 점검 및 개선조치 이행을
2023년 기준

99.8%

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

품질경영

CJ올리브영은 언제나 믿을 수 있는 제품과 서비스로 고객 가치를 창출합니다.

CJ올리브영은 제품과 서비스로 고객에게 최고의 가치를 제공하기 위하여
품질경영 체계를 마련하였습니다. 유통 과정은 물론 고객에게 정보를 전하는
모든 순간에서 고객이 신뢰할 수 있는 기업이 되기 위해 노력합니다.

품질관리시스템

CJ올리브영은 법규와 글로벌 표준에 부합하는 품질관리
기준을 준수하며 소비자에게 안전한 상품을 제공하기 위해
통합 품질관리시스템(QMS, Quality Management
System)을 도입하였습니다. 제품 기획부터 판매까지 전
과정에서 품질 안전 위험 요소를 사전 예방하고 각 부서의
품질관리 프레임워크를 통해 제품 품질 보증 프로세스를
체계화합니다.

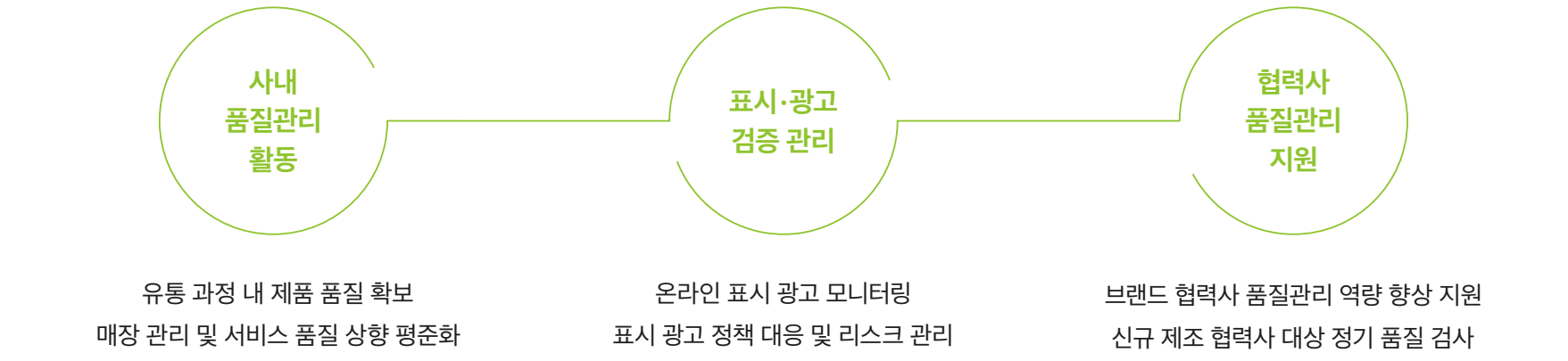
추진 조직



품질경영 관리 영역

CJ올리브영은 전 과정에서의 제품 안전성 검증, 자체 브랜드를 포함한 협력사 품질관리 지원 활동, 광고 모니터링 및 품질 규제 관리 등 체계적인
품질관리를 위한 다양한 활동을 전개하고 있습니다.

CJ올리브영 품질경영 관리 영역



사내 품질관리 활동

CJ올리브영은 소비자가 신뢰할 수 있는 서비스를 제공하고자 유통과정에서의 제품 품질을 확보하고 발생 가능한 법적 리스크를 사전에 대응하기
위해 노력합니다.

품질 이슈 상품 기획 점검

컴플라이언스 준수와 고객 안전 확보를 위해 '소비자 위해
우려 품목'을 대상으로 2023년 총 4회에 걸친 집중 점검을
실시하여 온오프라인 표시 및 안전 기준 준수 검증 프로세
스의 개선점을 도출하였습니다. 이와 관련한 품질 이슈 예
방을 위해 협력사 대상으로 표시 안전 준수 가이드를 배포
하였습니다.¹⁾

1) 생활화학제품(초/세정-제거제, 방향/탈취제 안전확인대상),
청소년위해우려상품, 생활용품 표시 안전 기준 준수 가이드
를 배포했습니다.

제품 안전성 검증 및 입고 검사

외부기관과 협업체 자사 브랜드 제품 대상 연 12회의 안전
성 검증을 진행했습니다. 뿐만 아니라 자사 제품 대상으로
기능, 작동, 누액, 낙하, 감각 검사 등 연간 1만 4백여 건의 다
각적 품질 검사를 실시하여 입고 단계에서의 부적합 제품을
차단하고 있습니다.

매장 품질 점검 실시

고객에게 안전한 상품을 제공하기 위해 정기적으로 매장 품
질 점검을 실시합니다. 연 1회 직영/가맹 대상 방문 점검 등
을 통해 상품 청결/위생, 부당 연출물, 재포장 등 법적 준수
사항 이행 현황을 점검하고, 필요시 유의사항과 개선 가이
드를 제공하고 있습니다.

매장 영업자 준수사항 가이드

매장 내 임직원 대상으로 화장품, 의류기기, 일반식품, 건강
기능식품 등 유통 단속 대상 제품에 대해 '매장 영업자 준수
사항 가이드'를 제공합니다. 상품별 위반 사항과 제재 수준에
대한 현장 임직원의 이해도를 높이고 있습니다.

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

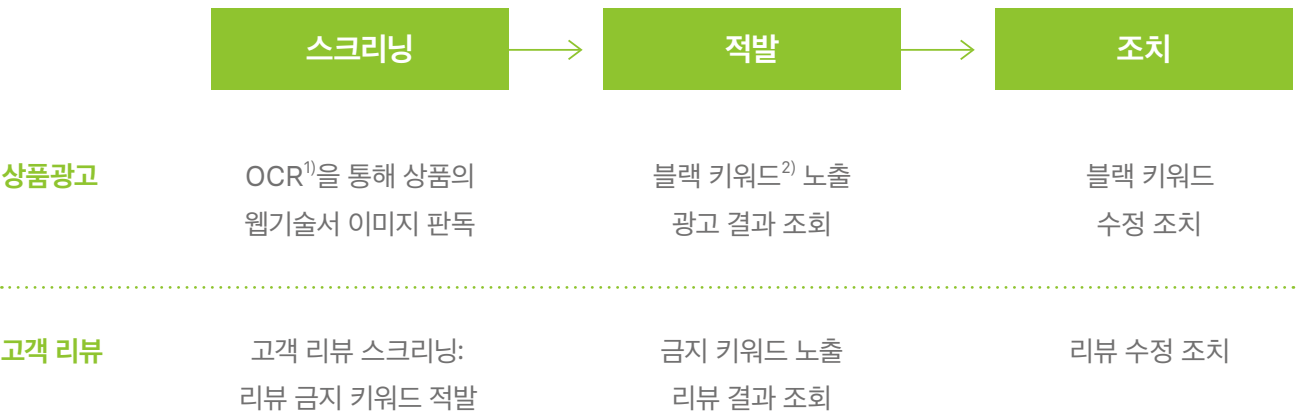
표시·광고 검증 관리

CJ올리브영은 규제의 변화는 물론 온라인물 광고에 대한 상시 모니터링 체계를 마련하여, 고객에게 신뢰할 수 있는 정보를 전달하고 안전한 제품을 제공하고 있습니다.

온라인물 광고
모니터링

CJ올리브영은 고객이 올바른 정보를 바탕으로 제품을 선택할 수 있도록 온라인물 광고 모니터링 체계를 운영 중입니다. 온라인물 상품의 법규 위반 광고를 예방하고, 믿을 수 있는 정보를 제공함으로써 고객과의 신뢰 관계를 강화하고자 합니다.

온라인물 광고 모니터링 프로세스



1) Optical Character Reader
2) 법적 금지 키워드

표시·광고 리스크
관리

신뢰 있는 표시 광고를 위해 규제 기관의 동향과 보도 이슈를 지속적으로 모니터링하며, 이를 신속하게 적용하고 있습니다. 예를 들어, 화장품법에 따른 마이크로니들 표방 광고 제한, 피부 나이 금지 표현 등의 지침을 신속하게 안내하고 조치하여 리스크를 최소화했습니다. 또한 그린워싱과 건강기능식품 광고 제작과 관련된 가이드를 수립해 사내에 배포함으로써 고객에게 정확한 정보를 제공하고 건전한 사업 성장을 도모하고자 합니다.

그린워싱 가이드라인 제작

환경부 및 공정거래위원회 지침, 주요 국가 규제 등을 참조하여 그린워싱 가이드라인을 제작하였습니다. 본 가이드라인은 환경 관련 표시·광고에 관한 심사 지침의 침해를 예방하고, 제품의 성분 표기나 가격, 프로모션 등과 관련한 표시 광고 법률을 준수할 수 있도록 마련되었습니다. 모든 임직원이 볼 수 있는 사내 게시판에 게시되어 있으며, 마케팅 관련 조직과 실무자를 대상으로 그린워싱 교육이 연 2회 진행될 예정입니다.

임직원 대상

품질 법령 관련 교육

CJ올리브영은 사내에 품질과 관련된 기본 역량 향상과 법규 준수에 대한 의식 수준을 높이고자 상품개발 신규 입사자를 대상으로 표시 광고 등 품질 법령 관련 교육을 연 2회 진행합니다.

협력사 품질관리 지원

CJ올리브영은 협력사 제품을 단순히 유통하는 것이 아니라, 개발 단계에서부터 리스크 없이 제품을 개발 및 생산할 수 있도록 협력사의 품질 역량 강화를 지원합니다.

협력사 품질 역량
강화 지원

불법 상품 유통을 예방하고 고객에게 안전한 상품을 제공할 수 있도록 협력사가 함께 준수해야 할 사항이나 정책 개정사항들을 상시 전파합니다. CJ올리브영은 상품별 법령³⁾의 제개정 여부를 상시 모니터링하여 필요시 가이드⁴⁾를 마련하여 제공합니다.

3) 전자상거래법 상품정보 제공고시 개정 사항, 화장품법 표시 광고 개정 사항, 식품위생법/의료기기법 개정사항 등

4) 매장 연출물 제작 시 유형별 표시 광고 가이드, 상품정보 제공고시 작성 가이드 등

협력사 신상품 품질
모니터링

CJ올리브영은 협력사의 신상품이 원활히 유통될 수 있도록 안전 인증, 시험 분석 등 안전성 자료를 철저히 모니터링하며, 표시 적법성 위반 사항이 없도록 확인합니다. 연 1만여 건의 모니터링을 실시하여, 안전한 상품을 제공하고자 노력하고 있습니다.

CASE STUDY

신규 제조 협력사 대상 품질 검사 실사

CJ올리브영은 국내 ODM 및 OEM 협력사의 품질관리 수준을 평가함으로써 품질 기준 충족 여부를 점검합니다. 또한 상품 불량 이슈나 리스크를 사전에 제거할 수 있도록 정기 및 수시 실사를 수행합니다. 특히 신규 협력사를 선정할 때는 초기 생산 단계부터 품질관리 운영 수준을 세밀하게 검증하는 선정 실사를 진행합니다. 2023년 초에는 15개사 실사를 진행해 이 중 품질 운영 수준을 충족하는 14개사를 신규 협력사로 선정하였습니다.

신규 제조 협력사 대상 품질 검사 실사 건수
2023년 기준

15건

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

APPENDIX

- 1 이해관계자 소통채널
- 2 재무성과표
- 3 ESG Data
- 4 GRI Content Index
- 5 온실가스 검증의견서
- 6 제3자 검증의견서

INTRO

JOURNEY TOGETHER

인디브랜드 육성

옴니채널

글로벌화 지원

OVERVIEW

CEO Message

OLIVE YOUNG History

About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

Impact Highlights

가치창출 프로세스

지속가능경영체계

이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

협력사

고객

지역사회

임직원

환경

ESG FUNDAMENTAL

거버넌스

준법윤리

정보보호

품질경영

APPENDIX

이해관계자 소통채널

재무성과표

ESG Data

GRI Content Index

온실가스 검증의견서

제3자 검증의견서

이해관계자 소통채널

구분	소통 채널	관심 주제
협력사	파트너스데이	· 상생협력 및 공정거래
	공동 마케팅 및 프로모션 기획	· 제품 혁신 및 차별화 전략
	표시 광고 및 품질관리 시스템	· 올리브영 MD 전략
	파트너 오피스(협력사 포털 시스템)	· 데이터 기반의 마케팅 전략
	국내외 전시 및 컨퍼런스(어워즈&페스타, 퓨처커넥트, KCON)	· 고객 리뷰 및 피드백 공유
	온라인 상품 페이지 및 데이터 분석 공유	· 품질관리 기준 및 지속가능한 공급망
고객	공식 홈페이지 및 소셜미디어(인스타그램, 유튜브, 카카오톡)	· 트렌드 반영 및 신제품 출시
	온라인 고객 리뷰 및 커뮤니티(서터)	· 건강한 뷰티와 웰니스 관련 정보 제공
	라이브커머스 및 실시간 채팅 상담	· 제품 품질 및 안전성
	오프라인 매장 및 팝업스토어	· 서비스 만족도와 신속한 응대
	고객센터(전화, 이메일, 1:1 상담)	· 온라인 쇼핑 편의성 및 배송 속도
	클린뷰티 캠페인 및 뷰티사이클 활동	· 고객 맞춤형 제품 추천 및 다채로운 경험
임직원	전사/조직별 타운홀 미팅	· 지속가능한 포장 및 친환경 배송
	CJ VOICE ON(조직문화 평가 서베이)	· 고객 개인정보보호 관리
	올리브라운지(사내 소통 플랫폼)	· 근무 환경 및 복지 제도
	열린협의회	· 공정한 평가 및 승진 기회
	고충처리 상담 채널	· 일과 삶의 균형(Work-life balance)
	지역사회 및 정부	· 교육과 경력 개발 기회
지역사회 및 정부	CSR 프로그램(핑크박스, 소녀교육 캠페인)	· 조직 내 소통과 팀워크 향상
	정부와의 정책 협력 및 간담회	· 직장 내 다양성과 포용성
	지역사회와의 협력 프로젝트(비짓 부산패스 등)	· 지역사회 기여와 사회적 책임
	Impact Report 발간	· 중소기업 육성 및 글로벌 진출 지원
	투자자	· 컴플라이언스 준수 및 윤리경영
	주주총회	· 환경 보호 캠페인 및 친환경 경영 활동
투자자	IR 활동 및 공시자료	· 청년 일자리 창출 및 지역 경제 활성화
		· 지속가능한 제품과 서비스 개발
		· 투명하고 건전한 지배구조 및 정보 공시
		· 지속가능한 헬스&뷰티 산업 성장과 글로벌 진출 성과
		· 기후변화, 순환경제 등 환경 영향 저감 전략

재무성과표

연결 재무상태표

구분	단위	2021년(제3기)	2022년(제4기)	2023년(제5기)
자산총계	천 원	1,302,854,042	1,611,380,701	2,010,840,929
유동자산	천 원	556,823,052	721,472,448	1,011,931,757
비유동자산	천 원	746,030,991	889,908,253	998,909,172
부채총계	천 원	759,683,600	887,151,118	1,034,519,017
유동부채	천 원	463,579,056	518,061,076	633,124,092
비유동부채	천 원	296,104,544	369,090,042	401,394,925
자본총계	천 원	543,170,442	724,229,583	976,321,913

연결 포괄손익계산서

과목	단위	2021년(제3기)	2022년(제4기)	2023년(제5기)
매출액	천 원	2,119,188,807	2,780,913,860	3,868,243,653
매출원가	천 원	-1,129,268,791	-1,460,048,387	-2,006,907,346
매출총이익	천 원	989,920,016	1,320,865,473	1,861,336,307
판매비와관리비	천 원	-852,164,069	-1,049,493,838	-1,400,640,689
영업이익	천 원	137,755,946	271,371,634	460,695,618
기타수익	천 원	5,492,322	6,623,111	6,576,789
기타비용	천 원	-9,988,984	-12,669,995	-8,772,434
금융수익	천 원	8,560,773	15,811,877	31,359,844
금융비용	천 원	-14,538,401	-14,861,869	-17,562,974
지분법손익	천 원	-	-19,590	39,332
법인세비용차감전순이익	천 원	127,281,657	266,255,167	472,336,175
법인세비용	천 원	-32,304,994	-60,606,755	-111,775,900
당기순이익	천 원	94,976,662	205,648,413	360,560,275

INTRO

JOURNEY TOGETHER

인디브랜드 육성

옴니채널

글로벌화 지원

OVERVIEW

CEO Message

OLIVE YOUNG History

About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

Impact Highlights

가치창출 프로세스

지속가능경영체계

이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

협력사

고객

지역사회

임직원

환경

ESG FUNDAMENTAL

거버넌스

준법윤리

정보보호

품질경영

APPENDIX

이해관계자 소통채널

재무성과표

ESG Data

GRI Content Index

온실가스 검증의견서

제3자 검증의견서

ESG Data

경제적 가치 창출 및 배분

경제적 가치 창출과 이해관계자별 배분 내역¹⁾

구분		단위	2021년	2022년	2023년
수익		백만 원	2,132,227	2,808,683	3,897,530
영업이익		백만 원	137,756	271,372	460,696
협력사	구매 등	백만 원	1,498,795	1,950,509	2,694,651
임직원	급여, 복리후생비 등	백만 원	274,351	361,413	488,857
정부	법인세 등	백만 원	43,947	72,882	129,259
투자자	이자, 배당금 등	백만 원	43,884	42,199	114,500
지역사회	기부금 등	백만 원	1,458	2,764	3,473
기타 운영비용	무형자산상각비 등	백만 원	70,924	192,523	223,348

1) 회계연도 2023년 연결재무제표에 대한 감사보고서를 기반으로 산출

환경

온실가스

구분		단위	2021년	2022년	2023년
온실가스 배출량	Scope 1+2	tCO ₂ eq	24,719.0	25,691.3	27,132.2
	Scope 1	tCO ₂ eq	235.7	241.4	323.4
	Scope 2	tCO ₂ eq	24,483.3	25,449.9	26,808.8
온실가스 배출 집약도 ²⁾ (Scope 1+2)		tCO ₂ eq/억 원	1.2	0.9	0.7

2) 연결기준 보고연도 매출액 기준 산정

에너지

구분		단위	2021년	2022년	2023년
총 에너지 사용량		TJ	515.8	536.1	564.9
비재생 에너지 사용량	전체 사용량	TJ	515.8	536.1	564.9
	연료 사용량	TJ	4.2	4.3	4.7
	전력 사용량	TJ	511.6	531.8	560.2
재생 에너지 사용량		TJ	0	0	0
에너지 사용량 집약도 ³⁾		TJ/억 원	0.02	0.02	0.01

3) 연결기준 보고연도 매출액 기준 산정

사회

임직원 현황

구분		단위	2021년	2022년	2023년
총 임직원 수		명	8,009	10,036	12,896
고용 형태별	기간의 정함이 없는 근로자 수	명	3,755	3,547	4,103
	기간제 근로자 수 ⁴⁾	명	4,244	6,475	8,776
	임원 수(등기+미등기 임원)	명	10	14	17
근무 형태별	전일제(Full time) 근로자 수	명	2,870	3,290	3,858
	시간제(Part-time) 근로자 수	명	5,139	6,746	9,038
성별	남성	명	852	1,027	1,206
	여성	명	7,157	9,009	11,690
연령별	30세 미만	명	6,394	8,005	10,508
	30세 이상~50세 이하	명	1,582	1,997	2,359
	50세 초과	명	33	34	29

4) 정규직, 무기계약직 및 임원을 제외한 계약 근로자(단기 계약직 포함)

신규채용 및 이직률⁵⁾

구분		단위	2021년	2022년	2023년
총 신규 채용자 수		명	445	820	978
성별	남성	명	64	139	122
	여성	명	381	681	856
연령별	30세 미만	명	347	659	798
	30세 이상~50세 이하	명	98	161	180
	50세 초과	명	0	0	0
이직 및 퇴직	이직률	%	12.8	12.2	9.9

5) 신규채용 및 이직률 데이터는 시간제 근로자 제외

임직원 교육 및 평가

구분		단위	2021년	2022년	2023년
인재육성	인당 교육 시간	시간	24.6	95.6	57.0
	인당 교육 비용	만 원	22.3	29.5	40.7
공정한 평가	정기 성과평가 받은 임직원 비율 ⁶⁾	%	96.3	95.4	95.1

6) 매장 승격 전형 인원을 포함한 전일제 근로자 기준이며 입사 3개월 미만 근로자, 장애인 재택 근로자 등 평가 미실시

INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

다양성·공정성·포용성(DE&I) 증진

구분		단위	2021년	2022년	2023년
양성평등	여성 임원 비율	%	30.0	50.0	47.1
	여성 관리자 비율	%	41.9	53.4	52.4
	STEM 부서 내 여성 임직원 비율	%	39.7	30.8	32.0
육아휴직 사용자 수	전체	명	126	127	128
	남성	명	12	13	12
	여성	명	114	114	116
육아휴직 복귀율	전체	%	86.3	92.7	96.4
	남성	%	88.9	100	92.3
	여성	%	86.0	92.0	96.8
육아휴직 복귀 후 12개월 이상 유지율	전체	%	88.9	79.3	78.1
	남성	%	80.0	37.5	81.8
	여성	%	89.7	83.8	77.7
장애인 근로자 수		명	92	114	93

인권

구분	단위	2021년	2022년	2023년
인권 관련 제보 건수	건	33	23	15
인권 관련 유효 및 조치 완료 제보 건수	건	29	15	6

안전 및 보건

구분	단위	2021년	2022년	2023년
임직원 산업재해율 ¹⁾	%	0.06	0.03	0.02
임직원 사망사고 발생 건수	건	0	0	0
중대재해 발생 건수	건	0	0	0

1) 산업재해 내 부상 및 질병 포함하여 산정하고 있으며, 3개년 간 질병성 재해 발병 건수는 0건

사회공헌

구분	단위	2021년	2022년	2023년
사회공헌비용: 기부금	억 원	14.5	27.7	34.7
자원봉사	참여 시간	1,513	1,213	1,229
	참여 인원	572	368	360

거버넌스

이사회 구성²⁾

구분		단위	2021년	2022년	2023년
이사회 총 인원 수		명	4	5	5
사내이사	남성	명	2	1	0
	여성	명	0	0	1
사외이사	남성	명	-	1	1
	여성	명	-	1	1
기타비상무이사	남성	명	2	2	2
	여성	명	0	0	0
이사회 내 사외이사 비율		%	-	40.0	40.0
감사위원회 내 사외이사 비율		%	-	66.7	66.7

2) 각 회계연도별 말 기준

이사회 운영

구분		단위	2021년	2022년	2023년
개최 횟수	이사회	회	13	9	6
	사외이사후보추천위원회 ³⁾	회	-	1	0
	보상위원회	회	1	2	2
	감사위원회 ³⁾	회	-	1	1
안전 수	이사회 상정 안전 수	건	25	20	16
	사외이사 반대/수정 안전 수	건	-	0	1
참석률	이사회(사내이사)	%	100	100	100
	이사회(사외이사)	%	-	95	92
	사외이사후보추천위원회(사외이사)	%	-	100	-
	보상위원회(사외이사)	%	-	100	100
	감사위원회(사외이사)	%	-	100	100

3) 감사위원회와 사외이사후보추천위원회는 2022년도부터 도입

GRI Content Index

Statement of use	보고조직 CJ올리브영은 2023년 1월 1일부터 2023년 12월 31일까지의 지속가능경영 성과를 GRI 보고 표준을 참조하여(with reference to) 보고합니다.
GRI 1 used	GRI 1: Foundation 2021

일반공시(General Disclosures)

영역	지표	지표명	보고 위치	비고
조직 및 보고관행	2-1	조직 세부사항	32	
	2-2	조직의 지속가능성 보고에 포함된 주제	2	
	2-3	보고 기간, 주기 및 문의처	2	
	2-4	정보의 수정	-	본 보고서는 첫 발간 보고서로 이전 보고에 대한 수정 사항 없음
	2-5	외부 검증	124, 125	
활동 및 구성원	2-6	활동, 가치 사슬, 사업 관계	40, 41	
	2-7	임직원	115	
	2-8	임직원이 아닌 근로자	-	고용형태공시제에 근거하여 고용노동부에 공시 중
	2-9	지배 구조 및 구성	95	
지배구조	2-10	최고의사결정기구의 임명 및 선정	95	
	2-11	최고의사결정기구 의장	95	
	2-12	영향 관리 감독에 대한 최고의사결정기구의 역할	94~97	
	2-13	영향 관리에 대한 책임의 위임	94~97	
	2-14	지속가능성 보고에 대한 최고의사결정기구의 역할	44, 95	
	2-16	중요 사안에 대한 커뮤니케이션	44, 95	
	2-17	최고의사결정기구의 집단지식	95	
	2-22	지속가능한 개발 전략에 대한 성명서	28, 29	
전략, 정책 및 관행	2-23	정책	80, 99	
	2-24	정책 명시	80, 99	
	2-25	부정적 영향 개선을 위한 프로세스	81, 101	
	2-26	자문 및 우려 제기에 대한 절차	101	
	2-27	법률 및 규정 준수	82	
이해관계자 참여	2-29	이해관계자 참여 정책	112	

중요주제(Material Topics)

영역	지표	지표명	보고 위치	비고
GRI 3: 중요주제 2021	3-1	중요 주제 결정 프로세스	44	
	3-2	중요 주제 목록	44, 45	

핵심 중요주제 1 신진 브랜드 발굴 및 파트너 상생경영				
영역	지표	지표명	보고 위치	비고
GRI 3: 중요주제 2021	3-3	중요 주제 관리	48~55	
간접 경제효과 (GRI 203 2016)	203-2	중요한 간접 경제 영향	12~25, 48~55	

핵심 중요주제 2 컴플라이언스 준수와 윤리경영				
영역	지표	지표명	보고 위치	비고
GRI 3: 중요주제 2021	3-3	중요 주제 관리	98~101	
반부패 (GRI 205 2016)	205-2	반부패 정책 및 절차에 관한 커뮤니케이션 및 교육	100	

핵심 중요주제 3 자원순환 문화 구축과 지속가능한 패키징				
영역	지표	지표명	보고 위치	비고
GRI 3: 중요주제 2021	3-3	중요 주제 관리	86~89	
원재료 (GRI 301 2016)	301-2	재생 원재료 사용	86	
폐기물 (GRI 306 2020)	306-1	폐기물 생산 및 폐기물 관련 주요 영향	86~89	
	306-2	폐기물 관련 주요 영향 관리대상	86~89	

핵심 중요주제 4 제품 품질관리와 책임 있는 마케팅				
영역	지표	지표명	보고 위치	비고
GRI 3: 중요주제 2021	3-3	중요 주제 관리	106~109	
마케팅 및 라벨링 (GRI 417 2016)	417-1	제품 및 서비스 관련 정보 및 라벨링 요구사항	108	

핵심 중요주제 5 국내외 H&B 산업 내 비즈니스 경쟁력 강화				
영역	지표	지표명	보고 위치	비고
GRI 3: 중요주제 2021	3-3	중요 주제 관리	12~25, 30~41	
경제성과 (GRI 201 2016)	201-1	직접적 경제가치 발생과 분배	114	

핵심 중요주제 6 우수 인재 확보와 일하는 방식의 선진화				
영역	지표	지표명	보고 위치	비고
GRI 3: 중요주제 2021	3-3	중요 주제 관리	74~79	
고용 (GRI 401 2016)	401-1	신규채용 및 이직	115	
	401-2	비정규직 근로자에게 제공되지 않는 정규직 근로자의 복리후생	78~81	
	401-3	육아휴직	116	
훈련 및 교육 (GRI 404 2016)	404-1	직원 1인당 평균 교육 시간	115	
	404-2	직원 역량 강화 및 전환 지원 프로그램	75~77	
	404-3	정기적 성과 및 경력 개발 검토를 받는 직원의 비율	115	

핵심 중요주제 7 차별화된 고객 서비스 제공과 고객 경험 고도화				
영역	지표	지표명	보고 위치	비고
GRI 3: 중요주제 2021	3-3	중요 주제 관리	56~65	
CJ올리브영 자체 지표	-	글로벌물 누적 회원 수	56	
CJ올리브영 자체 지표	-	전체 온라인 주문 건수 중 오늘드림 비중	56	

핵심 중요주제 8 정보보호 및 개인정보보호				
영역	지표	지표명	보고 위치	비고
GRI 3: 중요주제 2021	3-3	중요 주제 관리	102~105	
CJ올리브영 자체 지표	-	임직원 정보보호 교육 참여율	104	
CJ올리브영 자체 지표	-	협력사 보안 점검 및 개선조치 이행률	105	

중요주제 이외의 보고지표

영역	지표	지표명	보고 위치	비고
간접 경제효과 (GRI 203 2016)	203-1	사회기반시설 투자 및 서비스 지원	48~55, 68~73	
에너지 (GRI 302 2016)	302-1	조직 내 에너지 소비	114	
	302-3	에너지 집약도	114	
배출 (GRI 305 2016)	305-1	직접 온실가스 배출량 (Scope 1)	90, 114	
	305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	90, 114	
	305-4	온실가스 배출 집약도	90, 114	
	305-5	온실가스 배출량 감축	91	
산업안전보건 (GRI 403 2016)	403-1	작업장 보건 및 안전 관리 시스템	82	
	403-2	위해 인식, 위험 평가 및 사고 조사	82	
	403-3	작업장 보건 서비스	83	
	403-4	작업장 보건 및 안전 관련 노동자 참여, 자문 및 커뮤니케이션	83	
	403-5	작업장 보건 및 안전 관련 근로자 교육	83	
	403-6	근로자 건강 증진	83	
	403-7	작업장 보건 및 안전 영향의 예방 및 완화	83	
	403-9	업무관련 부상	116	
	403-9	업무관련 부상	116	
다양성과 기회 균등 (GRI 405 2016)	405-1	경영 조직 및 직원의 다양성	116	
	405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	116	
지역사회 (GRI 413 2016)	413-1	지역사회 참여, 영향 평가 및 발전 프로그램 운영 사업장	70~71	

씨제이올리브영 주식회사

서울특별시 용산구 한강대로 372

1. 검증 목표

한국표준협회가 진행하는 온실가스 배출량 검증(이하 ‘검증’이라 한다) 목표는 다음과 같습니다.

- 검증 범위 내 온실가스 배출량 검증에 대한 산정과 기준 및 절차와 적합성 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 관련 선언의 타당성 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 관리의 효과적 이행 여부 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 산정을 위한 실행, 관리 및 개선 프로세스 적합성 확인

2. 검증 범위

한국표준협회는 씨제이올리브영주식회사의 온실가스 선언에 대한 직접배출(Scope1), 간접배출(Scope2)에 대한 제한적 보증수준의 검증을 수행하였습니다.

- 보고대상: 씨제이올리브영 주식회사 본사, 아카데미, 지방사무소대전, 지방사무소광주, MFC, 매장
- 보고경계: 직접배출(Scope1), 간접배출(Scope2)
 - Scope1: 고정연소(LNG), 이동연소(휘발유)
 - Scope2: 외부 구매 전력
- 보고년도: 2023년 1월 1일 ~ 2023년 12월 31일

3. 검증 기준 및 지침

한국표준협회는 국제표준 및 국내 지침에 따라 검증을 수행하였습니다.

- KS I ISO 14064-1:2018, KS I ISO 14064-3:2019
- 온실가스 배출권거래제 운영을 위한 검증지침(최근호, 환경부)
- 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(최근호, 환경부)
- 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories
- WRI(World Resources Institute) Greenhouse Gas Protocol

4. 보증 수준 및 책임

한국표준협회는 귀 사의 온실가스 배출량에 대하여 온실가스 관리 강화를 위한 “제한적 보증 수준”의 검증을 제공합니다.

- 현장검증: 씨제이올리브영 주식회사 본사 방문
- 검증방법
 - 온실가스 배출량 담당자 및 현장 담당자 인터뷰
 - 보고기간 중 온실가스 배출량 산정에 사용된 관리시스템과 데이터 검토
 - 내부문서 및 기초자료의 추적 검토

씨제이올리브영 주식회사는 온실가스 배출량 관련 정보 및 증빙자료에 대해 공정하게 자료를 제공해야 하며, 한국표준협회는 온실가스 배출량에 대한 보증 업무에 한정합니다.

5. 검증 한계

온실가스 배출량은 검증 범위의 데이터 한계, 불확실성 등 요인에 따라 영향을 받을 수 있으며 이에 따른 고유 한계가 존재할 수 있습니다.

6. 검증 결론

검증범위에 한하여 ISO 14064-3 검증절차를 통해 검증한 씨제이올리브영 주식회사의 온실가스 배출량에 오류 및 허위사실이 발견되지 않았습니다.

• 부록. 온실가스 배출량 및 에너지 사용량

(단위: tCO₂eq)

구분	온실가스 배출량(tCO ₂ eq)			에너지사용량(TJ)
	Scope1	Scope2	총량	
본사	264.583	526.687	791	15
아카데미	58.811	41.287	100	2
지방사무소대전	-	29.915	29	-
지방사무소광주	-	4.820	4	-
MFC	-	242.989	242	5
매장	-	25,963.130	25,963	542
총계	323.394	26,808.828	27,129	564

참고: 최종 온실가스 배출량은 각 Scope별 배출량 합산 후 소수점 이하 절사하여 정수단위로 표기하였음.

2024년 05월 10일

한국표준협회장

INTRO

JOURNEY TOGETHER

인디브랜드 육성
온니채널
글로벌화 지원

OVERVIEW

CEO Message
OLIVE YOUNG History
About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

Impact Highlights
가치창출 프로세스
지속가능경영체계
이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

협력사
고객
지역사회
임직원
환경

ESG FUNDAMENTAL

거버넌스
준법윤리
정보보호
품질경영

APPENDIX

이해관계자 소통채널
재무성과표
ESG Data
GRI Content Index
온실가스 검증의견서
제3자 검증의견서

제3자 검증의견서
INDEPENDENT ASSURANCE OPINION STATEMENT

씨제이올리브영 주식회사 이해관계자 귀중

Overview

BSI(British Standards Institution) Group Korea(이하 ‘검증인’)는 씨제이 올리브영 2024 임팩트리포트(이하 ‘보고서’)에 대한 검증을 요청받았습니다. 검증인은 씨제이올리브영으로부터 독립적이며, 해당 검증 이외에 주요한 운영 상의 재정적 이해관계가 없습니다. 본 검증의견서는 환경, 사회 및 지배구조와 관련된 씨제이올리브영의 보고서에 대해 관련된 이해관계자들에게 관련된 정보를 제공하는 것에 목적이 있으며, 발행 목적 외 다른 용도, 목적으로 사용될 수 없습니다. 본 검증의견서는 씨제이올리브영이 제시한 정보와 주장에 대한 검증 결과에 근거하여 작성되었으며, 검증은 제시된 근거 정보와 데이터가 완전하고 정확하다는 가정하에 수행되었습니다.

씨제이올리브영의 책임은 검증 범위 내에 포함된 관련 정보를 관리하고, 관련된 내부 통제 절차를 운영하는 것에 있으며, 보고서에 포함된 모든 정보와 주장에 대한 책임이 있습니다. 본 검증의견서를 포함하여 보고서와 관련된 질의사항은 씨제이올리브영에게 요청되어야 합니다.

검증인의 책임은 명시된 범위에 대해 검증방법론을 적용하여 도출된 전문적 의견을 담은 독립적인 검증의견을 씨제이올리브영 경영진에게 제공하는 것에 있으며, 또한 씨제이올리브영의 모든 이해관계자들에게 해당 정보를 제공하는 데에 있습니다. 검증인은 검증의견을 제공함에 있어 씨제이올리브영을 제외한 제3자에게 법적 책임을 포함한 관련 기타 책임을 지지 않으며, 해당 검증의견이 사용될 수 있는 다른 용도, 목적 또는 이와 관련된 이해관계자들에게 책임을 지지 않습니다.

Scope

씨제이올리브영과 합의된 검증범위는 아래와 같습니다.

- 보고서에 수록된 2023년 1월 1일부터 2023년 12월 31일까지의 보고 내용 및 일부 성과는 2024년 포함
- 지속가능경영 정책, 전략, 목표 및 관련 사업 성과 등 보고서에 포함된 주요 정보 및 주장
- 정보 수집, 분석 및 검토를 위한 내부 프로세스 및 시스템의 적합성 및 견고성
- AA1000 Assurance Standard v3에 따라 지속가능성 검증의 유형에 따라 수행된 보고서의 AA 1000 AccountAbility(2018) 4대 원칙에 대한 준수 여부 확인

아래 사항은 검증범위에 포함되지 않았습니다.

- 보고서 Appendix에 제시된 재무정보
- 보고서 Appendix에 제시된 GRI를 제외한 기타 국제 표준, 규범 및 지속가능성 이니셔티브 관련 Index 항목
- 홈페이지, 사업보고서 등 기타 연계된 부가정보

Assurance Level and Type

검증수준 및 유형은 다음과 같습니다.

- AA1000 Assurance Standard v3에 따라 중간수준(Moderate Level) 보증 형태로 AA1000 AccountAbility Principles(2018) 의 4대 원칙 준수 여부를 확인한 검증유형 Type1

Description and sources of disclosures covered

검증인은 적용된 검증범위 및 검증방법론에 기반하여, 씨제이올리브영이 제공한 정보와 데이터의 샘플링(Sampling)을 토대로 아래의 공시지표(Disclosures)를 검토하였습니다.

- [공통표준(Universal Standards)]
2-1 to 2-5 (The organization and its reporting practices), 2-6 to 2-8 (Activities and workers), 2-9 to 2-14, 2-16 to 2-17 (Governance), 2-22 to 2-27 (Strategy, policies, and practices), 2-29 (Stakeholder engagement), 3-1 to 3-3 (Material topics disclosures)
- [주제표준(Topic Standards)]
201-1, 203-1~2, 205-2, 301-2, 302-1, 302-3, 305-1~2, 305-4~5, 306-1~2, 401-1~3, 403-1~7, 403-9, 404-1~3, 405-1~2, 413-1, 417-1

Methodology

검증인은 검증기준을 준수하며, 보고내용에 대해 오류를 낮출 수 있도록 관련 증거를 수집하기 위해 개발된 방법론을 활용하였으며, 다음의 활동을 수행하였습니다.

- 지속가능성 맥락 차원의 이해관계자로부터 제기될 수 있는 이슈에 대하여, 검증 우선순위 결정을 위한 최고 수준의 검토 및 중요성 평가, 내부 분석 프로세스의 정당성 확인
- 이해관계자 참여에 대한 담당자 및 관리자와의 논의
- 중요성 평가 결과 도출된 주요 이슈의 관리 책임이 있거나, 관련된 부서의 상위 관리자 인터뷰 수행을 통해, 보고한 주요 이슈 및 보고서 내 포함된 주장에 대한 근거의 적합성 확인
- 지속가능성 전략 이행 프로세스와 해당 프로세스의 실행을 위한 시스템 확인 및 각 성과 영역별 데이터의 생성, 수집 및 보고 과정 확인
- 데이터 수집 과정 및 내부통제절차, 관리 수단의 효용성 확인을 위한 씨제이올리브영의 본사 방문
- AA1000 AccountAbility Principles(2018)의 포괄성, 중요성, 대응성 및 영향성 등 4대 원칙에 대한 보고 및 관리 프로세스 평가

Limitations and approach used to mitigate limitations

검증인은 보고조직에서 제공한 데이터와 자료에 근거하여 한정된 기간 내에 제한적 검증을 실시하였으며, 이에 따라 검증 과정에서 중대한 오류가 발견되지 않고, 존재할 수도 있는 불가피한 위험과 관련된 한계성을 내포하고 있습니다. 검증인은 검증 과정 중 예측하거나 확인할 수 없는 발생가능한 미래 영향 및 이와 관련된 추가적 측면에 대한 보증을 제공하지 않습니다.

Competency and Independence

BSI(British Standards Institution)는 품질, 환경, 안전보건, 에너지 및 반부패, 컴플라이언스 등 경영시스템 분야에 전문성을 가지고 있으며, 1901년 설립되어 전 세계적으로 약 120년 동안 인증, 검증서비스를 제공해 온 독립된 전문 기관입니다. 검증인은 보고조직과 어떠한 비즈니스 관계도 맺고 있지 않으며, 독립적으로 검증을 수행하였고, 어떠한 이해상충도 없습니다. 본 검증을 수행한 검증팀은 환경, 안전보건 등 경영시스템 분야 및 사회, 기업윤리 등 지속가능성 분야에서의 오랜 경험과 BSI Group의 검증표준방법론에 대한 이해가 탁월한 AA1000 Assurance Standard 검증심사원으로 구성되었습니다.

Opinion Statement

본 검증은 AA1000 Assurance Standard v3에 따라 수행되었으며, 검증인은 씨제이올리브영의 AA1000 Assurance Standard에 대한 접근방식 설명과 GRI Standards 준수 자체 선언에 대한 확신을 위하여, 충분한 근거를 수집하기 위해 검증 절차를 계획하고, 해당 계획을 바탕으로 검증을 수행하였습니다. 검증을 수행한 결과, 검증인은 중요성 측면에서 씨제이올리브영의 보고서에 수록된 정보 및 데이터가 부적절하게 기술되었다고 판단할 만한 사항을 발견하지 못하였습니다. 검증인은 보고서 내 포함된 경제, 사회 및 환경 등 주요 지속가능성 성과 지표가 씨제이올리브영의 효과적인 내부 통제 절차에 의해 관리되고 있다고 믿습니다.

Conclusions

보고서는 GRI Standards를 참조하여 보고(Reporting with reference to the GRI Standards)되었다고 판단되며, AA1000 AccountAbility Principles(2018)의 4대 원칙에 대한 검증인의 의견은 다음과 같습니다.

포괄성Inclusivity

씨제이올리브영은 협력사, 고객, 임직원, 지역사회 및 정부, 투자자를 주요한 이해관계자로 선정하였습니다. 이해관계자별 의견을 수렴하기 위하여, 이해관계자별 소통 채널을 운영하고 있습니다. 이해관계자 의견은 내부적으로 검토되고 있으며, 씨제이올리브영의 경영 전략을 포함한 지속가능성 전략과 목표를 보고서를 통해 공개하고 있습니다.

중요성Materiality

씨제이올리브영은 지속가능성과 관련된 중요한 보고 이슈를 도출하기 위하여, 씨제이올리브영의 주요한 비즈니스 특성 및 운영 특성을 고려하여 고유의 중요성 평가 프로세스를 실행하였습니다. 동종업계의 지속가능성 중요주제 대상 분석을 실시하였으며, 내/외부 이해관계자 설문을 통해 재무적 영향도 및 사회/환경적 영향도를 파악하고 보고연도의 중요주제를 결정하였습니다. 씨제이올리브영은 해당 프로세스를 통해 8개의 핵심 중요주제를 도출하였으며, 핵심 중요주제와 연관성이 있는 GRI Topic Standards disclosures 및 고유의 지속가능성 성과 관리 KPI를 보고서를 통해 공개하고 있습니다.

대응성Responsiveness

씨제이올리브영은 중요성 평가를 통해 도출된 지속가능성 맥락 차원의 중요주제에 대한 관리 프로세스를 운영하고 있습니다. 관련된 주요 이해관계자의 기대사항을 효과적으로 반영하기 위하여 구축한 고유의 관리 방법론에 따라, 보고한 중요주제와 관련된 성과 및 개선 방안 등 주요한 대응 성과를 보고서를 통해 공개하고 있습니다.

영향성Impact

씨제이올리브영은 보고한 중요주제의 지속가능성 맥락 차원에서, 조직 및 주요한 이해관계자에게 미치는 범위와 정도를 식별하고 있습니다. 중요주제 영향의 분석 결과를 바탕으로 경영 전략과 목표를 수립하고, 해당 프로세스와 관련된 성과를 보고서를 통해 공개하고 있습니다.

Recommendations and Opportunity for improvement

검증인은 검증 의견에 영향을 미치지 않는 범위 내에서 다음의 의견을 제시합니다.

- 지속가능성 이슈와 관련된 Governance 구조를 구체화하고, 각 역할별 책임과 권한을 공개하는 것이 지속가능경영체계를 고도화하는 데에 도움이 될 수 있습니다.
- 중요성 평가 결과 도출된 중요 주제별 목표와 세부 과제 등을 구체화하고, 연도별 달성 현황 및 개선 방안 등을 공개하는 것이 지속가능경영체계를 고도화하는 데에 도움이 될 수 있습니다.
- 주요한 지속가능성 이슈별 성과와 더불어, 주요한 지속가능성 이슈의 부정적 영향 및 해당 영향의 저감을 위한 전략적 방향성 및 계획 등을 공개하는 것이 보고의 균형성을 확보하는 데에 도움이 될 수 있습니다.

GRI-reporting

씨제이올리브영은 자체적으로 GRI Standards의 참조 보고(with reference to)를 선언하였습니다. 검증인은 씨제이올리브영의 보고서가 GRI Standards를 참조하여 작성(Reporting with reference to the GRI Standards)되었음을 확인하였으며, 씨제이올리브영이 제공한 자료와 정보에 기반하여 공통표준(Universal Standards)과 주제표준(Topic Standards) 등 GRI Standards 준수 요구사항을 충족하고 있다는 주장에 오류를 발견하지 못하였습니다. 별도의 산업표준(Sector Standards)은 적용되지 않았습니다.

Issue Date: 30/10/2024

For and on behalf of BSI(British Standards Institution):

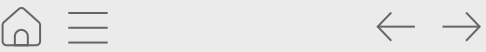
BSI representative


검증팀장 이정우,
Lead Assurer, ACSAP


대표이사 임성환,
Managing Director



2024
OLIVE YOUNG
IMPACT REPORT



INTRO

JOURNEY TOGETHER

- 인디브랜드 육성
- 옴니채널
- 글로벌화 지원

OVERVIEW

- CEO Message
- OLIVE YOUNG History
- About OLIVE YOUNG

APPROACH TO SUSTAINABILITY

- Impact Highlights
- 가치창출 프로세스
- 지속가능경영체계
- 이중 중요성 평가

IMPACT TOPIC

- 협력사
- 고객
- 지역사회
- 임직원
- 환경

ESG FUNDAMENTAL

- 거버넌스
- 준법윤리
- 정보보호
- 품질경영

APPENDIX

- 이해관계자 소통채널
- 재무성과표
- ESG Data
- GRI Content Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

