

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

IMPACT REPORT

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

K-뷰티 글로벌화
상생
옴니채널

Overview

CEO Message
Our Company
Our Business
Our Business Philosophy
Our Sustainability Management
Our History
Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
K-뷰티 글로벌 시장 선도
파트너 상생경영
옴니채널 전략 강화

ESG Management

Social
Environmental
Governance

ESG Facts & Figures

경제
환경
사회
거버넌스
GRI Standards Index
UN SDGs Index
UN Global Compact Index
온실가스 검증의견서
제3자 검증의견서

2025

IMPACT REPORT

OLIVE YOUNG

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

About this report

보고 개요

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT는 씨제이올리브영(이하 올리브영)의 지속가능경영 이행 현황과 추진 방향을 이해관계자들에게 투명하게 공개하고, 이를 기반으로 소통을 강화하기 위하여 발간되었습니다. 앞으로도 올리브영은 연간 보고서 발간을 통해 지속가능경영 관련 활동 및 성과를 적극적으로 공유하겠습니다.

보고 기준

본 보고서는 지속가능경영 국제 보고 기준인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021을 준용하여 작성되었습니다. 또한, UN SDGs(UN Sustainable Development Goals), UNGC(UN Global Compact) 등의 지표들을 반영했습니다.

보고 기간 및 범위

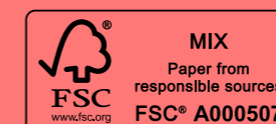
본 보고서는 2024년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지의 올리브영의 지속가능경영 활동 및 성과를 담고 있습니다. 올리브영의 국내 사업장을 대상으로 작성되었으며, 연결 재무제표상 종속회사는 보고 범위에 포함되지 않았습니다. 국내 사업장은 크게 본사 소재지인 KDB타워, 전국 매장, 도심형 물류센터(MFC), 일반 물류센터를 포함합니다. 정량적 성과는 재무보고기간과 동일하게 1년을 기준으로 하며, 2022년부터 2024년까지의 3개년 성과를 공개하고 있습니다. 또한, 회사가 중요하다고 판단한 일부 사업운영 활동 관련 정보는 2025년 3분기까지의 내용을 포함하고 있습니다. 보고 범위가 상이하거나, 구분이 필요하다고 판단된 항목에 한하여 주석을 달아 별도 표기하였습니다.

보고 검증

본 보고서에 담긴 정보는 보고서 작성 프로세스와 게재된 정보에 대한 신뢰 확보 및 품질 향상을 위해 독립된 인증 기관인 DNV Business Assurance Korea의 제3자 검증을 완료하였습니다. 본 검증은 AA1000의 4대 검증 원칙(포괄성, 중요성, 대응성, 영향성)을 충실히 반영한 검증 과정을 거쳤습니다.

보고서 발행처 및 문의처

- 발행처** 씨제이올리브영
서울 용산구 한강대로 372, 24층 (동자동, KDB타워)
- 발행월** 2025년 10월
- 문의처** 씨제이올리브영 지속가능경영팀
- E-mail** cjoy.sustainability@cj.net
- 홈페이지** <https://corp.oliveyoung.com/ko>



Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

Overview

Value & Impact

ESG Management

ESG Facts & Figures

CEO Message	14
Our Company	16
Our Business	17
Our Business Philosophy	18
Our Sustainability Management	19
Our History	20
Our Stakeholder Engagement	22
<hr/>	
올리브영이 실현하는 지속가능한 가치	26
K-뷰티 글로벌 시장 선도	28
파트너 상생경영	40
옴니채널 전략 강화	56
<hr/>	
Social	78
Environmental	106
Governance	116
<hr/>	
	132

Contents

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

우수한 파트너사들의 성장을 지원하며 국내를 넘어 전 세계 고객이 시간과 공간의 제약 없이 쇼핑할 수 있는 자유로움과 자신을 가꾸는 즐거움을 선사하는 것이 올리브영이 추구하는 차별화된 아름다움이자, 건강한 사회를 만들어가는 특별한 방식입니다.

Intro

K-뷰티 글로벌화

상생

옴니채널

Overview

CEO Message

Our Company

Our Business

Our Business Philosophy

Our Sustainability Management

Our History

Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

올리브영이 실현하는 지속가능한 가치

K-뷰티 글로벌 시장 선도

파트너 상생경영

옴니채널 전략 강화

ESG Management

Social

Environmental

Governance

ESG Facts & Figures

경제

환경

사회

거버넌스

GRI Standards Index

UN SDGs Index

UN Global Compact Index

온실가스 검증의견서

제3자 검증의견서

K-뷰티 글로벌화

올리브영은 전 세계에 K-뷰티를 전파하는 뷰티&헬스 리딩 플랫폼으로서, 전 세계 150여 개국과 국내를 방문하는 외국인들에게 K-뷰티의 우수성을 알리고 있습니다. 떠오르는 K-뷰티 브랜드와 넥스트 트렌드를 가장 빠르게 제안하며, 대한민국의 우수한 화장품 브랜드들이 세계 시장에서 사랑받고 성장할 수 있는 환경을 제공합니다.



2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

올리브영은 파트너사들이 K-뷰티 시장의 주역으로 나아갈 수 있는 발판을 제공하고, 파트너사의 잠재력을 극대화 하기 위해 중소 브랜드사의 전 생애주기를 아우르는 체계적인 지원을 제공하고 있습니다. 앞으로도 K-뷰티의 미래를 함께 그려가는 신뢰의 동반자이자 브랜드와 소비자를 잇는 든든한 가교 역할을 하겠습니다.



Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

옴니채널

올리브영은 온·오프라인을 유기적으로 연결하는 옴니채널 플랫폼으로서, 고객에게 다양한 브랜드를 언제 어디서든 만날 수 있는 경험의 장을 제공합니다. 오프라인 공간이 전하는 중소 브랜드의 우수성과 극대화된 체험, 그리고 온라인의 속도와 편의성이 자연스럽게 이어지는 신뢰의 여정, 그 중심에는 언제나 올리브영이 함께합니다.



2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

- Intro
 - K-뷰티 글로벌화
 - 상생
 - 옴니채널
- Overview
 - CEO Message
 - Our Company
 - Our Business
 - Our Business Philosophy
 - Our Sustainability Management
 - Our History
 - Our Stakeholder Engagement
- Value & Impact
 - 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
 - K-뷰티 글로벌 시장 선도
 - 파트너 상생경영
 - 옴니채널 전략 강화
- ESG Management
 - Social
 - Environmental
 - Governance
- ESG Facts & Figures
 - 경제
 - 환경
 - 사회
 - 거버넌스
 - GRI Standards Index
 - UN SDGs Index
 - UN Global Compact Index
 - 온실가스 검증의견서
 - 제3자 검증의견서



연 매출 100억 달성 브랜드와 대표 상품을 소개한 올리브영N 성수 '100억 브랜드 로드'에서

CEO Message

안녕하십니까, 씨제이올리브영 대표이사 이선정입니다.

지난 1999년 서울 신사동에 첫 매장을 열고 국내 H&B 시장 개척을 시작한 올리브영은, 오늘날 뷰티&헬스 시장을 선도하는 대표 플랫폼으로 자리매김하기까지 수많은 파트너사와 고객, 그리고 다양한 이해관계자와 함께 성장해 왔습니다.

올리브영이 지난해 심혈을 기울여 선보인 혁신 매장 '올리브영N 성수' 5층에는 어떤 매장에서도 볼 수 없는, '100억 브랜드 로드'가 있습니다.

지난 2013년부터 2023년까지 올리브영에서 100억 원 이상의 매출을 달성한 100여 개 파트너 브랜드와 대표 상품을 소개하는 이 조형물은, 지난 20여 년간 제가 몸담아 온 올리브영과 함께 성장한 수많은 브랜드들의 성취이자 우리 올리브영 구성원 모두의 자부심입니다.

올리브영과 손잡은 소규모 K-뷰티 브랜드가 연 매출 100억 원, 나아가 1,000억 원 규모로 성장한 지금, 이제는 시야를 넓혀 '글로벌'이라는 더 넓은 시장을 파트너사들과 함께 바라보고자 합니다.

바야흐로 K-뷰티 전성기입니다.

올리브영은 지난 26년 간 끊임없이 혁신적이고 우수한 K-뷰티 브랜드를 발굴·육성했던 경험을 살려, 글로벌 시장에서 K-뷰티 브랜드들이 무한한 가능성을 펼칠 수 있도록 하는 조력자로서 그 역할과 책임을 더욱 강화해 나갈 것입니다.

이에, 올리브영은 '2025 임팩트 리포트' 발간을 통해 올리브영의 경영 활동 전반을 점검하는 한편, 파트너사부터 고객까지 전 가치사슬에서의 지속가능한 가치를 꾸준히 창출하고 실현하기 위한 책임을 다시 한번 되새겼습니다.

급변하는 글로벌 시장 환경 변화 속에서도, 올리브영은 지속가능경영을 주요 경영 가치로 인식하며 공급망 관리, 기후 위기 대응 과제도 성실히 수행해 나가겠습니다.

브랜드와는 '좋은 파트너'로 함께 성장하고, 고객에게는 K-뷰티의 가치를 제공하며, 사회와 환경에는 긍정적인 가치를 전하는 '착한 기업'으로서, 다양한 이해관계자와 적극적으로 소통해 나가겠습니다.

신뢰할 수 있는 동반자로서, 올리브영이 앞으로 만들어 나갈 지속가능한 여정에 많은 관심으로 함께해 주시길 부탁드립니다.

감사합니다.

씨제이올리브영 대표이사 이선정

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

- Intro
 - K-뷰티 글로벌화
 - 상생
 - 옴니채널

- Overview
 - CEO Message
 - Our Company
 - Our Business
 - Our Business Philosophy
 - Our Sustainability Management
 - Our History
 - Our Stakeholder Engagement

- Value & Impact
 - 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
 - K-뷰티 글로벌 시장 선도
 - 파트너 상생경영
 - 옴니채널 전략 강화

- ESG Management
 - Social
 - Environmental
 - Governance

- ESG Facts & Figures
 - 경제
 - 환경
 - 사회
 - 거버넌스
 - GRI Standards Index
 - UN SDGs Index
 - UN Global Compact Index
 - 온실가스 검증의견서
 - 제3자 검증의견서

Our Company

회사 개요		주요 성과 2024년 기말 연결 기준	
기업명	씨제이올리브영	구성원 수	4,504명 (2024년 전일제 임직원 기준)
설립연도	1999년	매출액	4조 7,935억 원
대표이사	이선정	영업이익	5,993억 원
본사 위치	서울 용산구 한강대로 372, 24층 (동자동, KDB타워)		

국내 25.6월 마감 기준		
오프라인 국내 오프라인 매장 수	오프라인 국내 도심형 물류센터(MFC) 수	오프라인 국내 일반 물류센터 수
1,393 개	17 개	3 개
온라인 온라인몰 MAU (Monthly Active Users)	온라인 온라인몰 운영 브랜드 수	온라인 전체 멤버십 회원 수
645 만 명	2,238 개	1,657 만 명
글로벌		
글로벌몰 운영 브랜드 수	글로벌몰 회원 수	글로벌몰 이용 가능 국가 수
1,122 개	336 만 명	150 개 국+

Our Business

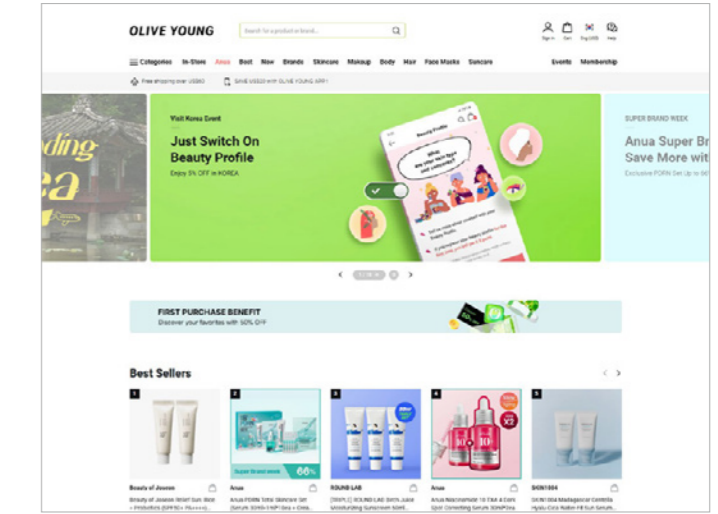
국내 옴니채널

- 오프라인 매장
- 온라인몰



글로벌 옴니채널

- OLIVE YOUNG GLOBAL (글로벌몰)
- OLIVE YOUNG 미국 1호점 (예정)



OLIVE YOUNG Private Brands

BOH BIO HEAL 바이오헬 보	IDEAL FOR MEN 아이디얼포맨	wakemake 웨이크메이크
>> BRINGGREEN 브링그린	colorgram 컬러그램	round around 라운드어라운드
CARE-PLUS 케어플러스	식물나라. 식물나라	tantan 탄탄
filliwilli 필리밀리	U Delight project 딜라이트프로젝트	ROOTECA 루테카

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

Our Business Philosophy

올리브영 경영철학

Vision	글로벌 뷰티&헬스를 선도하는 기업
Mission	고객 스스로 일상을 건강하고 아름답게 가꿀 수 있도록 끊임없는 에너지와 영감을 제공할 것입니다.
Slogan	ALL LIVE BETTER 오늘도 거울 앞에서 건강한 아름다움으로 빛나는 '더 나은 나'를 꿈꾸는 당신을 위해, 늘 올리브영이 함께 합니다.
Core Value	건강한 아름다움 나를 건강하게 하는 아름다움, 나를 아름답게 하는 건강함을 찾는 것 일상 속의 새로움 일상 속에서 내게 맞는 상품, 서비스, 콘텐츠를 발견하는 것
Brand Essence	건강한 아름다움
Positioning	Global Beauty & Health Trend Leading Company
Promise	건강한 아름다움을 큐레이팅하는 브랜드

Our Sustainability Management

지속가능경영 FRAMEWORK

CJ Group Vision	ONLYONE 제품과 서비스로 최고의 가치를 창출하여 국가사회에 기여한다.
OLIVE YOUNG ESG Vision	올리브영은 지속가능한 뷰티&헬스 산업의 발전과 이해관계자와의 상생을 위해 노력한다.
Management Pillars	파트너 동반성장 파트너사와의 상생을 바탕으로 성장을 지원합니다. 책임 있는 제품 및 마케팅 신뢰할 수 있는 제품을 제공하고 윤리적이고 투명한 마케팅 활동을 전개합니다. 지역사회와 상생 지역사회의 선한 영향력과 사회적 가치 창출에 기여합니다. 환경영향 저감 친환경 제품과 지속가능한 운영을 통해 탄소배출 감소와 자원 순환에 앞장섭니다. DE&I 증진과 인권경영 신뢰와 존중을 바탕으로 건강하고 포용력 있는 조직문화를 조성합니다.
Fundamentals	컴플라이언스 준수 및 정보보호 강화 투명한 거버넌스

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History**
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

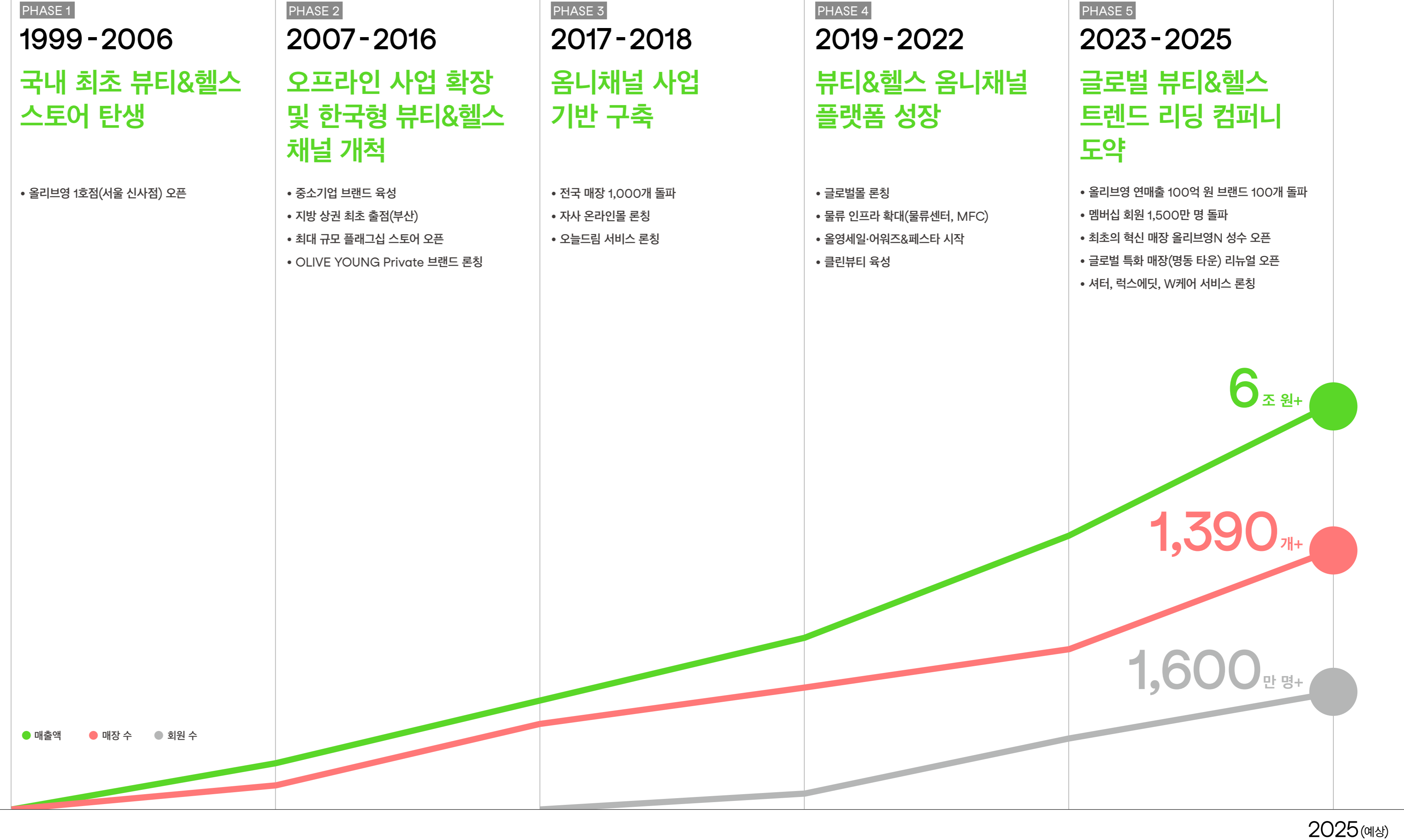
- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

Our History

올리브영 Strategy

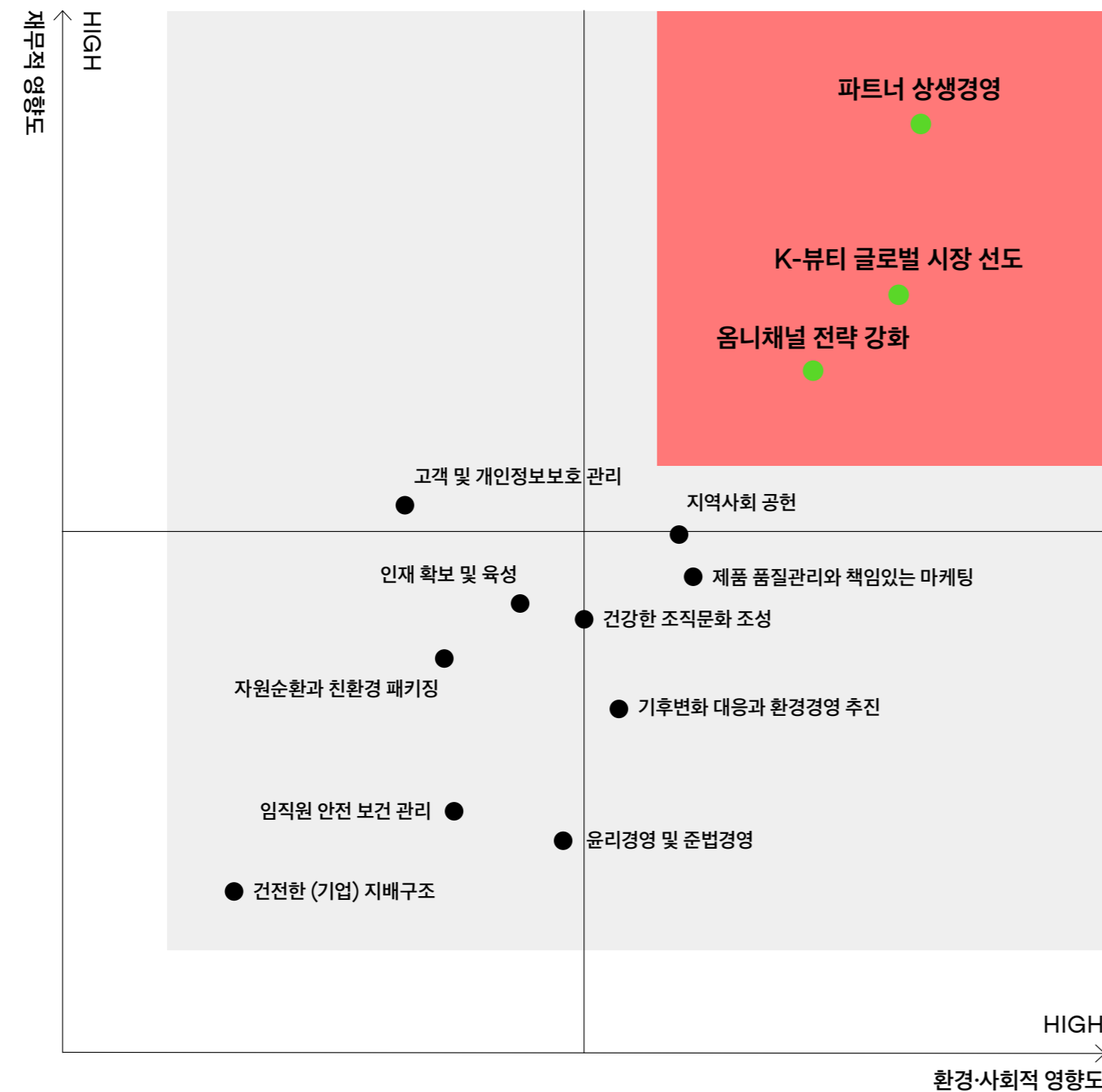


- Intro
 - K-뷰티 글로벌화
 - 상생
 - 옴니채널
- Overview
 - CEO Message
 - Our Company
 - Our Business
 - Our Business Philosophy
 - Our Sustainability Management
 - Our History
 - Our Stakeholder Engagement
- Value & Impact
 - 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
 - K-뷰티 글로벌 시장 선도
 - 파트너 상생경영
 - 옴니채널 전략 강화
- ESG Management
 - Social
 - Environmental
 - Governance
- ESG Facts & Figures
 - 경제
 - 환경
 - 사회
 - 거버넌스
 - GRI Standards Index
 - UN SDGs Index
 - UN Global Compact Index
 - 온실가스 검증의견서
 - 제3자 검증의견서

Our Stakeholder Engagement

이중 중요성 평가 목표, 프로세스 및 결과

올리브영의 지속가능경영 고도화 및 투명성 제고의 목표로, 올리브영은 지속가능경영에 필수적인 주요 핵심 요소들을 식별하고 내·외부 이해관계자들과의 소통을 통해 매년 중요 이슈를 선정합니다. GRI, SASB 등 주요 글로벌 공시 기준 및 평가체계를 바탕으로, 미디어 분석, 동종업계 ESG 전략 비교, 산업 특화 지표, 내부 전략 분석을 통한 지속가능경영 토픽 13개를 내·외부 이해관계자 심층 인터뷰 및 설문조사를 통해 평가하였습니다. 이슈풀 도출 단계부터 중요 토픽 도출까지의 전 과정에서, 내부 이해관계자로는 올리브영 내 지속가능성 관련 주요 부서, 외부 이해관계자로는 리테일 및 유통 전문가와 ESG 전문가 등이 참여하였습니다. 각 사업 활동이 환경·사회에 미치는 영향, 지속가능한 이슈가 회사에 미치는 재무적 영향의 두 가지 관점을 종합적으로 고려한 결과, 'K-뷰티 글로벌 시장 선도', '파트너 상생경영', '옴니채널 전략 강화'가 상위 3개 중요 토픽으로 선정되었으며, 해당 3개의 중요 토픽은 전년 중요 토픽에도 포함되었습니다.



중요 TOPIC별 위험과 기회 분석

올리브영은 도출된 3개의 핵심 중요 토픽에 대한 실제 및 잠재 위험과 기회를 분석함으로써, 올리브영이 영위하고 있는 비즈니스와 지속가능성과의 영향 관계를 파악하였습니다. 이번 이중 중요성 평가 결과를 기반으로 올리브영 뿐만 아니라, 파트너사를 포함한 뷰티&헬스 생태계 내 이해관계자와 함께 외부환경에 미치는 위험을 최소화하고 새로운 비즈니스 기회를 창출하겠습니다. 이를 바탕으로 더욱 효과적이고 실효성 있는 지속가능경영을 고도화하겠습니다.

TOPIC 1. K-뷰티 글로벌 시장 선도

구분	기회와 위험	환경·사회 영향	재무 영향	보고 위치
기회	글로벌 파트너십 확대로 매출 창출 채널 다변화 글로벌 시장 진출 통한 K-뷰티 위상 강화	■■■	■■■	28p
위험	해외 시장 선점 실패 시 사업 경쟁력 약화 현지화 실패 또는 문화적 차이로 인한 리스크 발생			

TOPIC 2. 파트너 상생경영

구분	기회와 위험	환경·사회 영향	재무 영향	보고 위치
기회	파트너사 역량 제고 및 상생 경영 통한 비즈니스 경쟁력 강화 뷰티&헬스 중소 브랜드 생태계 활성화 및 산업 다양성 확대	■■■	■■■	40p
위험	파트너사와의 갈등 또는 평판 리스크에 따른 비용 상승 및 실적 부진 공정성 부족 시 거래 불균형 구조 고착화			

TOPIC 3. 옴니채널 전략 강화

구분	기회와 위험	환경·사회 영향	재무 영향	보고 위치
기회	고객 데이터 기반 온오프라인 맞춤 서비스 제공으로 고객 만족도 향상 소비자 쇼핑 편의성 향상 및 접근성 제고	■■■	■■■	56p
위험	온오프라인 간 연계 실패 또는 불편한 UI/UX로 인한 소비자 이탈 디지털 격차로 일부 고객 소외 가능성			

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

Value & Impact

올리브영이 실현하는 지속가능한 가치	26
K-뷰티 글로벌 시장 선도	28
파트너 상생경영	40
옴니채널 전략 강화	56

Value & Impact

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

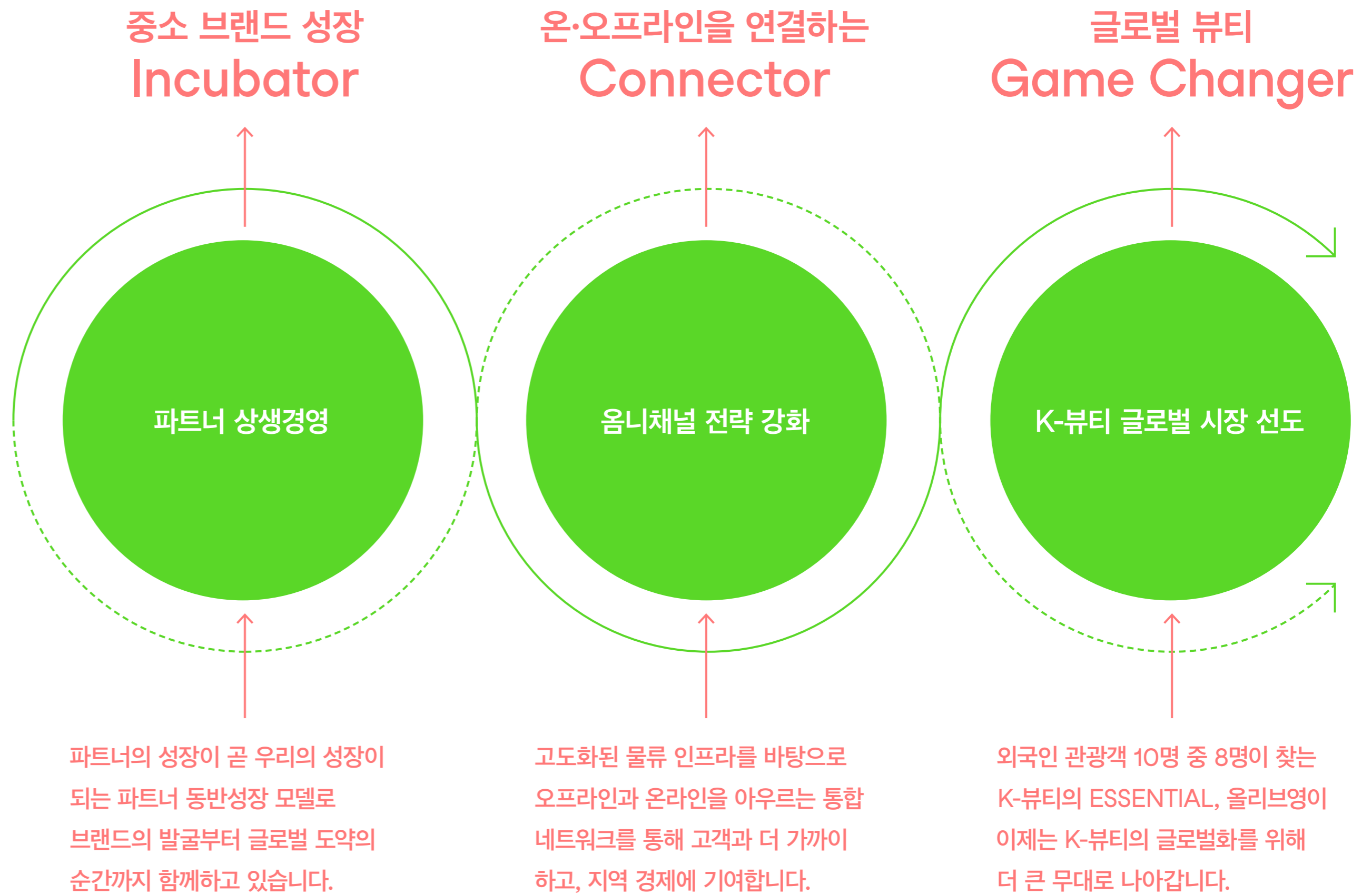
- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

올리브영이 실현하는 지속가능한 가치

올리브영은 앞서 도출한 세 가지 핵심 TOPIC을 기반으로, 세 가지 미래 목표를 향해 끊임없이 도전하고 있습니다. 올리브영만의 강점인 옴니채널 역량과 경쟁력 있는 파트너사와의 상생 협력을 통해 K-뷰티의 글로벌 시장 확장이라는 목표 달성을 위한 실행력을 더욱 강화하도록 하겠습니다.



Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도**
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

K-뷰티 글로벌 시장 선도

올리브영은 국내 대표 뷰티&헬스 리테일러에서 나아가, K-뷰티의 우수성을 세계에 알리는 선구자로서 글로벌 뷰티 시장의 새로운 패러다임을 이끌어가고 있습니다. 전 세계 150여 개국에서 만날 수 있는 크로스보더 플랫폼 ‘올리브영 글로벌몰’을 통해 1,100여 개의 K-뷰티 파트너사들이 해외 각지의 고객과 빠르게 소통하고 있습니다. 또한, 방한 관광객 10명 중 8명이 올리브영 매장에서 K-뷰티를 체험하는 등 글로벌 고객과 파트너사를 잇는 교두보의 입지를 확고히 하고 있습니다.

국내 중소 신진 브랜드가 세계로 뻗어 나갈 수 있도록 오늘도 올리브영만의 플랫폼 경쟁력과 물류 인프라, 마케팅 노하우를 활용하여 K-뷰티 혁신 성장을 만들어 나갑니다.

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

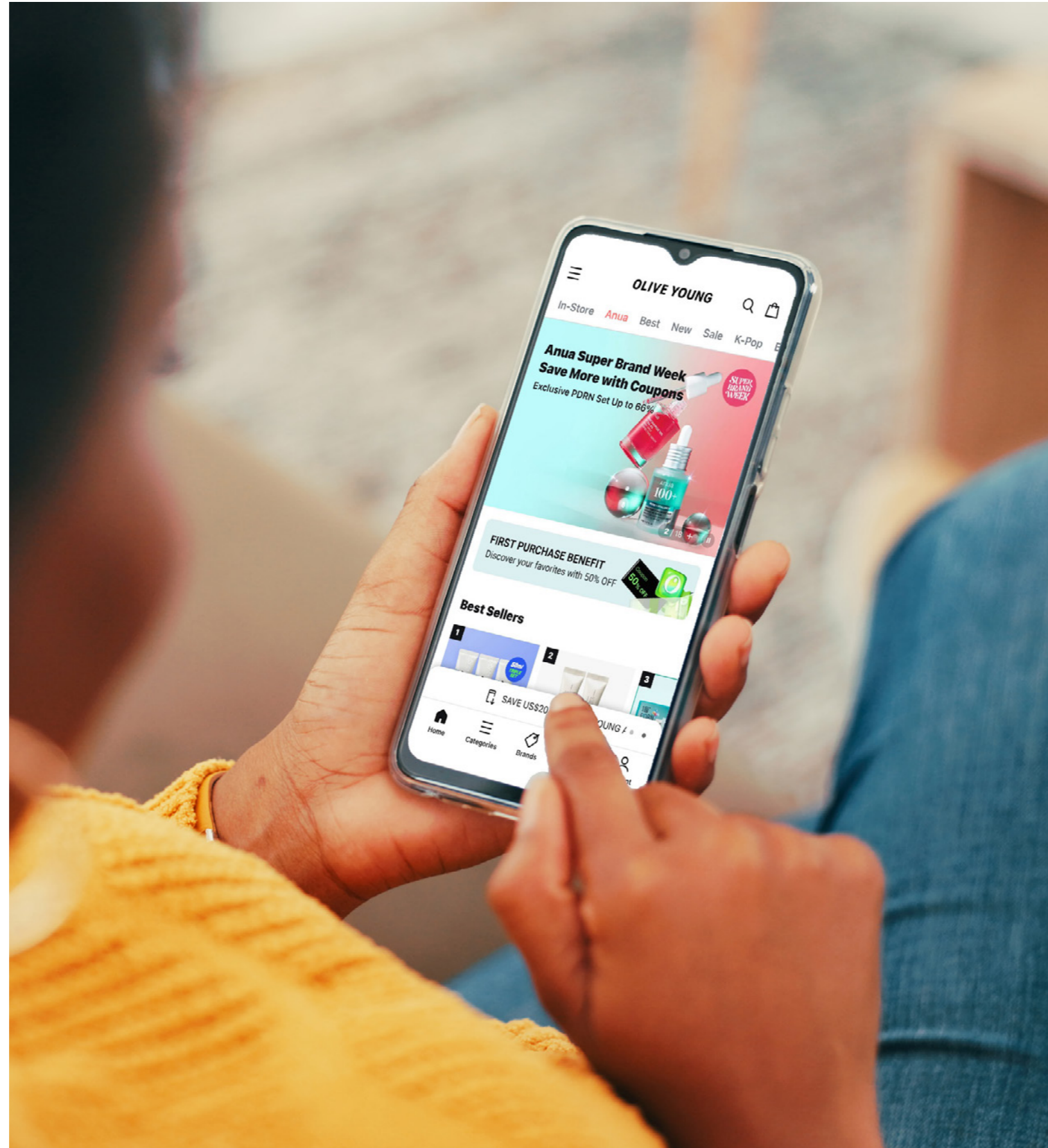
ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

글로벌로 도약하는 올리브영과 중소 브랜드



K-뷰티 크로스보더로 성장하는 OLIVE YOUNG GLOBAL(글로벌몰)

올리브영은 전 세계 고객들이 우수한 K-뷰티 브랜드와 최신 트렌드를 가장 빠르고 다채로운 방식으로 경험할 수 있도록, 150여 개국에서 이용 가능한 크로스보더 플랫폼인 'OLIVE YOUNG GLOBAL(글로벌몰)'을 운영하고 있습니다. 2025년 6월 기준, 글로벌몰 운영 브랜드 수는 1,122개이며, 글로벌몰 회원 수는 약 336만 명으로, 글로벌 각지에서 발생하는 K-뷰티 수요에 전략적으로 대응하고, 빠르게 고객 접점을 확대해 나가고 있습니다. 더 많은 고객들이, 더 많은 브랜드를 편리하게 경험할 수 있도록, 올리브영은 끊임없이 시장의 트렌드를 만들어 가며, 다양한 수요를 충족시키는 새로운 브랜드를 발굴하고 있습니다. 세계로 확산되는 K-뷰티 물결 속에서 국내 중소 브랜드의 우수한 제품력을 알리고, 뷰티&헬스 분야의 수출 경쟁력을 강화하겠습니다.

2025년 6월 기준

2025 글로벌몰 회원 수

336만 명

2025 글로벌몰 이용 가능 국가 수

150개국

2025 글로벌몰 운영 브랜드 수

1,122개

2024년 글로벌몰 매출 성장률
(전년 대비)

76%

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

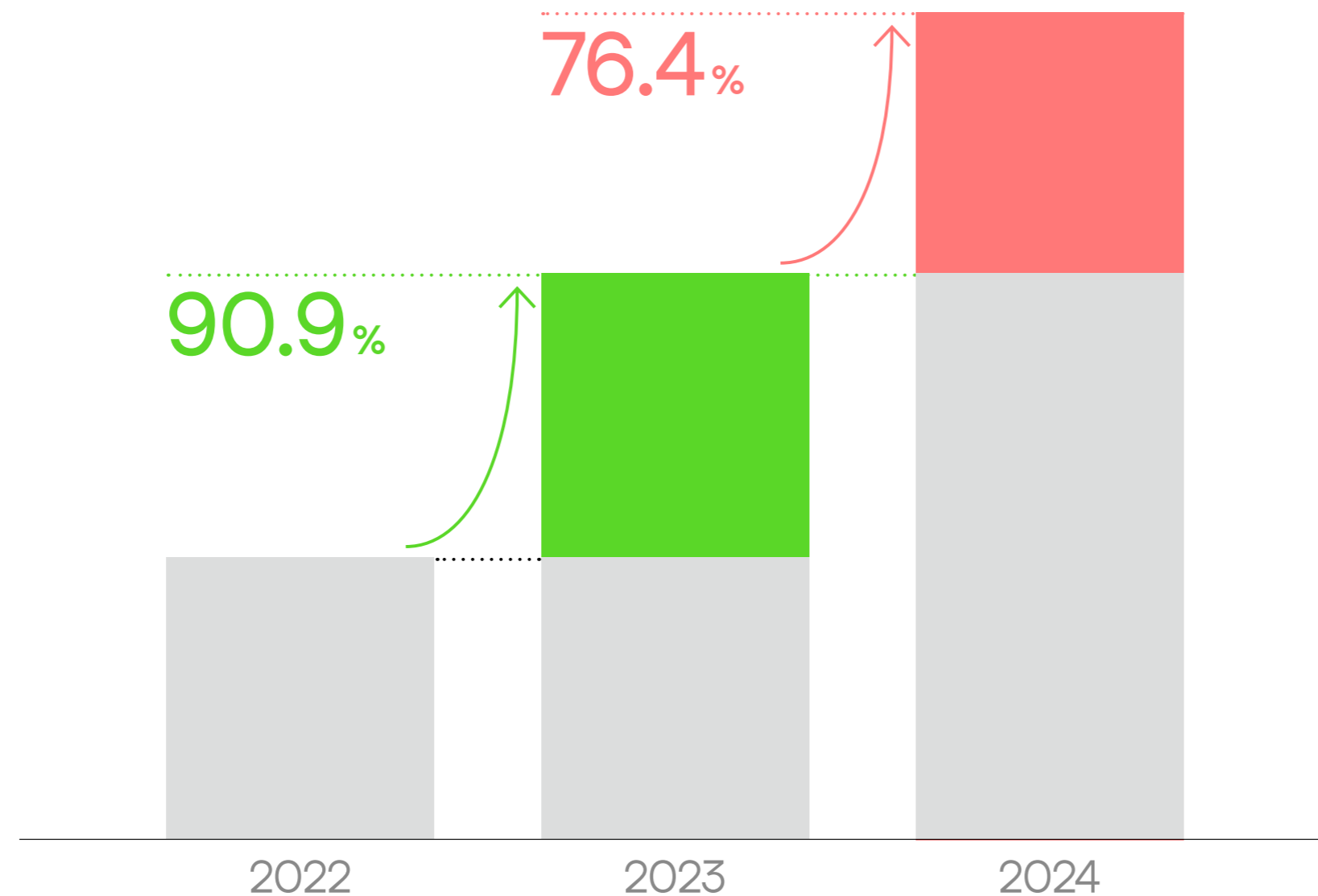
ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

전 세계에 전파하는 중소 브랜드 K-뷰티 경쟁력

올리브영은 국내 중소 브랜드가 글로벌로 뻗어 나갈 수 있도록 도와주는 페이스 메이커로 자리매김하였습니다. 올리브영 글로벌몰에서 운영 중인 중소 브랜드의 매출은 전년 대비 2023년 90.9%, 2024년 76.4% 성장하며 빠른 증가세를 보였습니다. 앞으로도 올리브영은 국내의 유망한 신진 브랜드를 끊임없이 발굴하고 육성하여, 이들의 글로벌 진출을 지원하며 전 세계에 K-뷰티 경쟁력을 전파하는 데에 앞장서겠습니다.

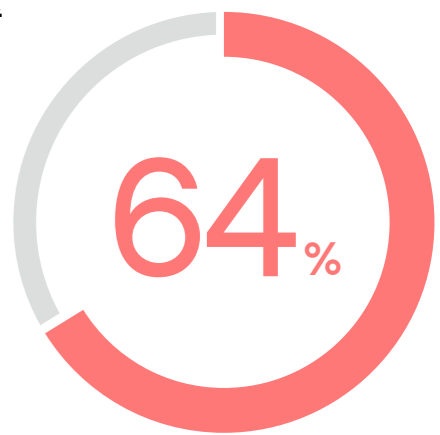
글로벌몰 중소 브랜드 매출액 성장 추이



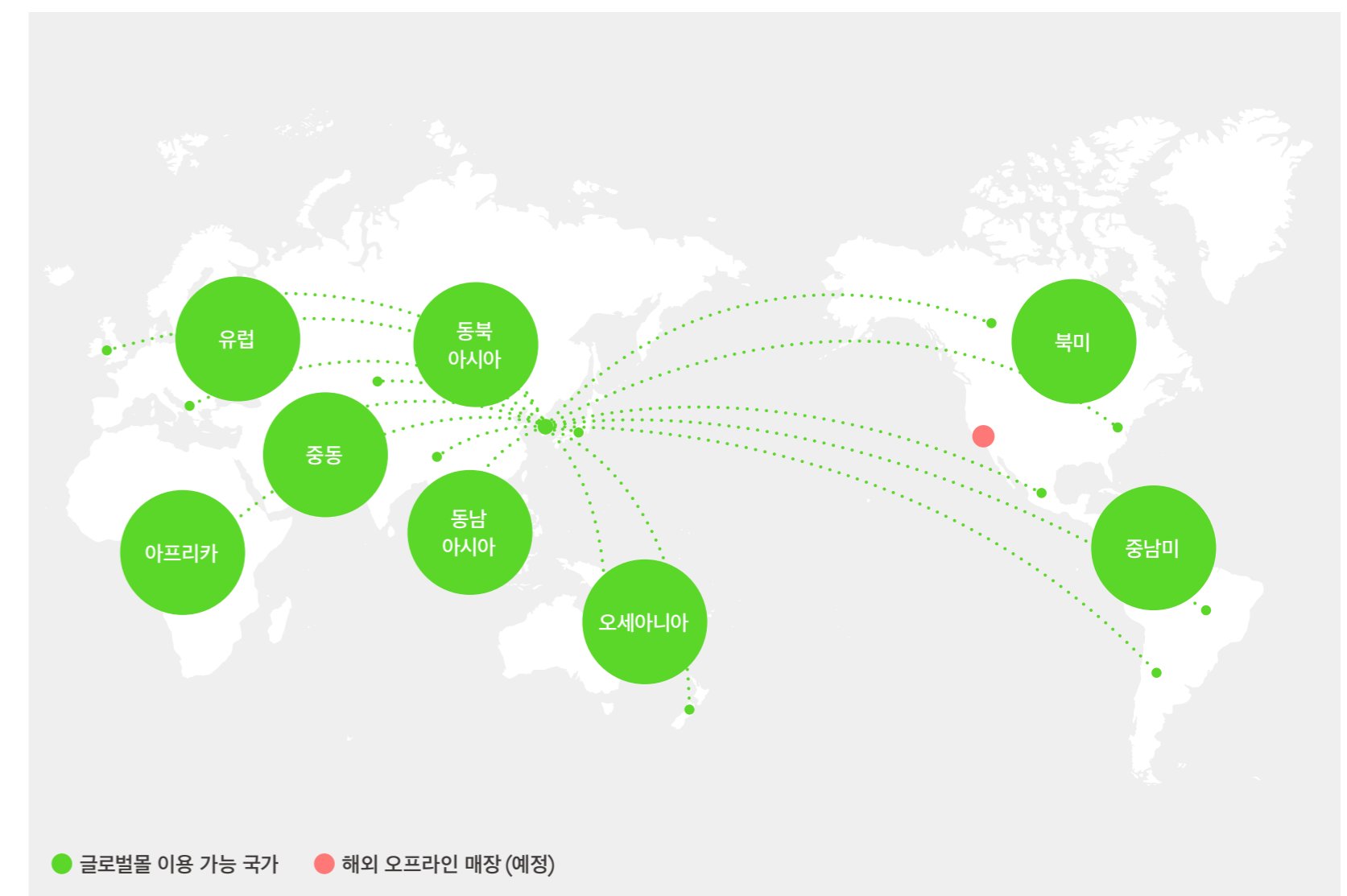
글로벌 시장으로 진출하는 K-뷰티 오프라인 플랫폼

이제 올리브영은 글로벌 K-뷰티 대표 플랫폼으로 나아가기 위한 새로운 도약을 시작합니다. 2025년, 세계 최대 뷰티 시장인 미국에 현지 법인을 설립하고, 내년부터 현지 오프라인 플랫폼 사업을 본격적으로 전개해 나갈 계획입니다. 글로벌몰 매출 가운데 67% 이상(24년 기준)이 북미 시장에서 발생한 만큼, 현지 고객의 니즈를 적중하는 올리브영만의 상품 구성과 매장을 구현하여 오프라인에서도 K-뷰티 진출 교두보로서의 역할을 다할 것입니다. 미국 뿐만 아니라 아시아, 유럽, 중동 등으로 다각화하고 있는 K-뷰티 수요를 적극적으로 대응하고, 새로운 시장을 개척하며 K-뷰티의 무한한 가능성을 열어 나가겠습니다.

글로벌몰 매출 중 미국 비중 (2024년 기준)



글로벌 진출 현황



Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

중소 브랜드의 발판, 올리브영의 글로벌 인프라

글로벌 쇼핑 경험을 전달하는 물류 인프라

올리브영은 전 세계 150여 개 국가에서 고객이 K-뷰티 제품을 빠르고 편리하게 경험할 수 있도록, 글로벌 물류 인프라 고도화에 지속적으로 투자하고 있습니다. 경기도 안성에 위치한 글로벌 배송 전용 물류센터에는 DHL, EMS 등 글로벌 물류 파트너별 맞춤 출고 설비를 갖추어, 해외 고객이 평균 5일 내 제품을 받아볼 수 있도록 지원합니다. 또한, 올리브영은 2025년 미국 진출을 준비하며, 글로벌 물류 기업 페덱스(FedEx)와 MOU를 체결하였습니다. 이를 통해, 미국 내 지상 운송망과 통합 이커머스 솔루션을 활용하여, 해외 고객들에게 실시간 배송 추적, 맞춤형 배송 옵션, 배송 완료 사진 확인 기능 등을 제공합니다. 이처럼 올리브영은 글로벌 배송 리스크를 최소화하고 신뢰 기반의 글로벌 물류 네트워크를 구축하고 있습니다.



올리브영은 글로벌 배송 전용 물류센터인 안성물류센터를 운영하며, 150여 개 국가에서 평균 배송 기간 5일의 원활한 배송 서비스를 제공하고 있습니다.

고객이 주목하는 글로벌 마케팅

온라인 소셜 미디어 기반 마케팅

올리브영은 K-뷰티가 전 세계인의 일상에 자연스럽게 녹아들 수 있도록 소셜 미디어를 적극 활용한 마케팅을 펼치고 있습니다. 글로벌 인플루언서와 협업한 영상 콘텐츠를 중심으로 상품 특성과 사용 후기를 실감나게 전달하고, 현지 고객들과 소통하며 K-뷰티의 매력을 효과적으로 전파하고 있습니다. 온라인의 감동은 오프라인 매장 방문과 체험으로 이어져 온-오프라인 간의 시너지를 극대화하고자 합니다.

오프라인 KCON

올리브영은 전 세계인이 모이는 K-컬처 축제인 KCON에 참여하여, 글로벌 고객과 직접 소통하며 중소 브랜드의 우수성을 알리는 데 앞장서고 있습니다. 올리브영 부스에서는 글로벌 인기 K-뷰티 브랜드를 소개하고, 대표 상품 체험과 이벤트를 제공하며 수만 여 명의 현지 고객들과 직접 소통하고 연결하는 기회를 제공하고 있습니다. 특히 올리브영과 함께한 브랜드들은 현지 고객의 실시간 피드백을 직접 청취하고, 해외 바이어와 만나는 등 글로벌 사업 확대를 위한 다양한 기회를 창출하고 있습니다.



올리브영은 KCON LA 2025에서 역대 최대 규모의 K-뷰티 부스를 운영하며 중소 브랜드에게 글로벌 고객을 직접 만나 제품을 소개하고, 체험할 수 있도록 하는 마케팅의 장을 제공하였습니다.

KCON LA 2025 참여 현황

브랜드 수

66개

상품 수

164개

관람객 수

36,000여명

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

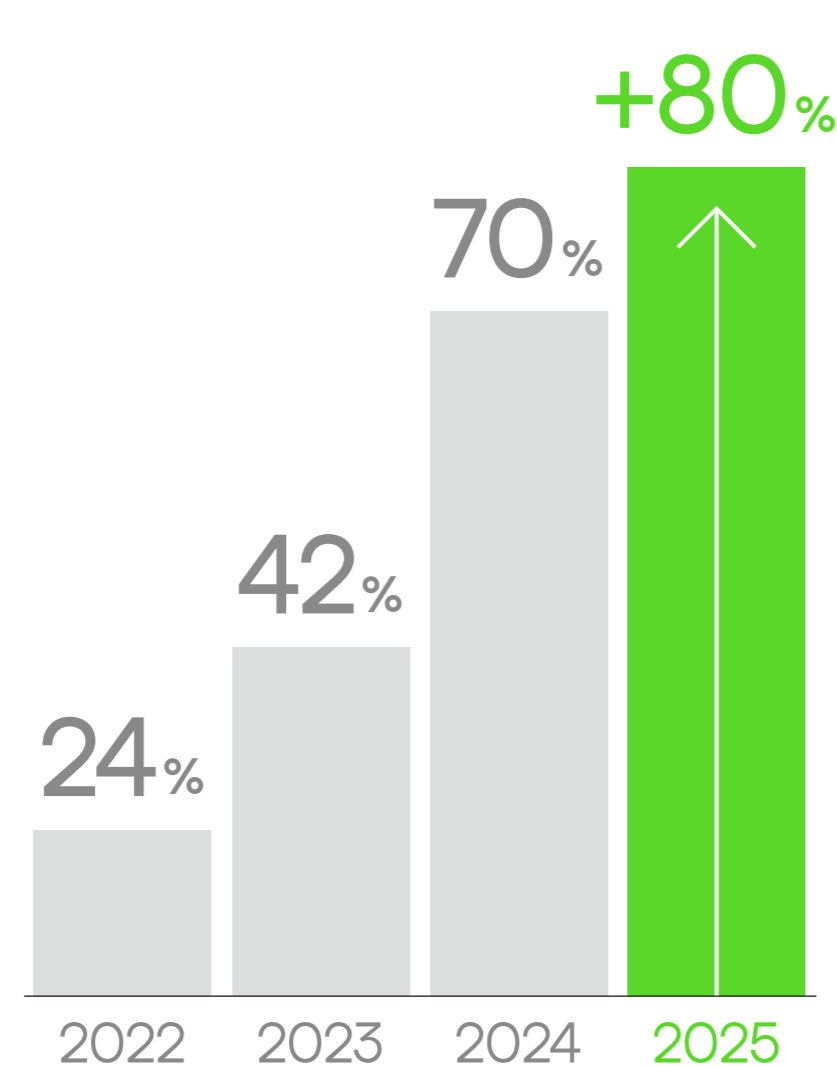
K-뷰티의 모든 것을 경험할 수 있는 올리브영

글로벌 K-뷰티 필수 코스, 오프라인 매장

국내 뷰티 시장에서 압도적인 입지를 확보한 올리브영은 한국을 방문한 외국인 관광객들 사이에서도 반드시 들러야 할 'K-뷰티 쇼핑 성지'로 거듭났습니다. 트렌디한 K-뷰티를 한 자리에서 만나고 체험해볼 수 있는 곳으로 입소문을 타며, 방한 관광객 급증과 함께 올리브영을 찾은 외국인 고객도 폭발적으로 증가했습니다. 2024년 기준, 올리브영에서의 외국인 구매 건수는 942만 건 이상으로, 전국 1,312개 매장을 방문하였으며, 전년 대비 매출은 151% 성장하였습니다. 올리브영은 다양한 국가에서 방문하는 외국인 고객이 더욱 편리하게 쇼핑할 수 있는 차별화 서비스를 확충하면서, 국경을 넘어 전 세계인에게 사랑받는 K-뷰티 대표 플랫폼으로서의 위상을 확고히 하고 있습니다.

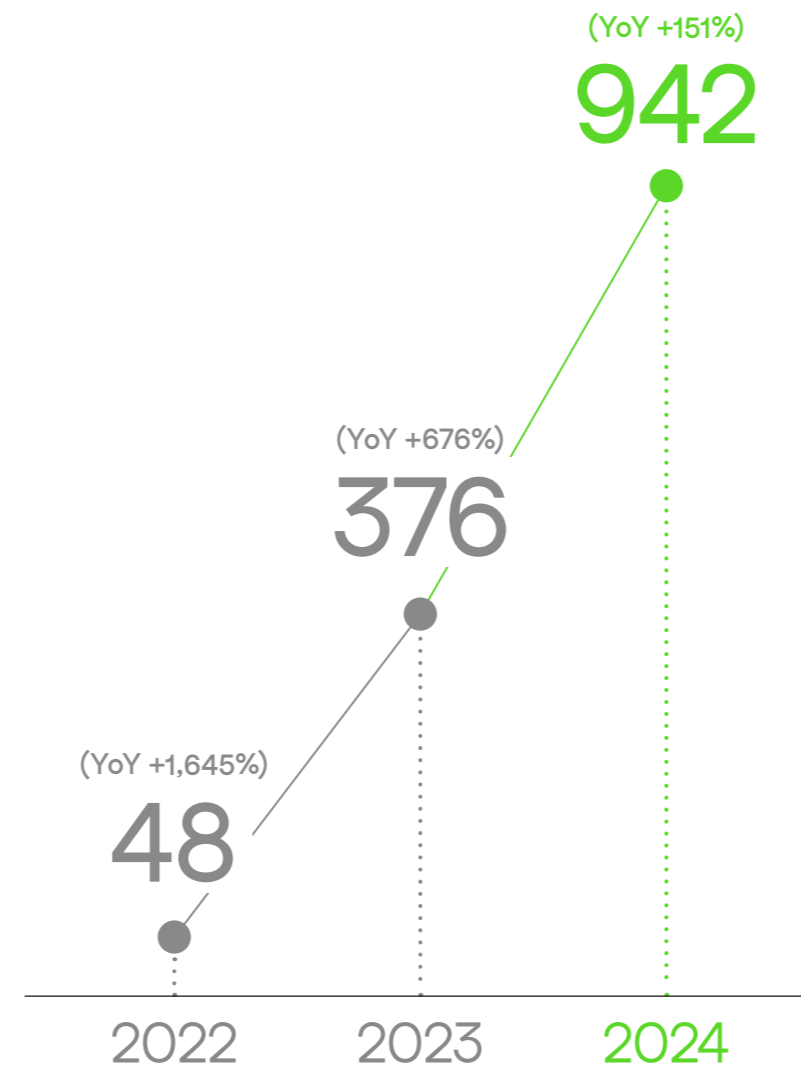
방한 외국인 중 올리브영 구매율*

* 구매율 = 외국인 올리브영 구매 건수 / 방한외국인 수 × 100

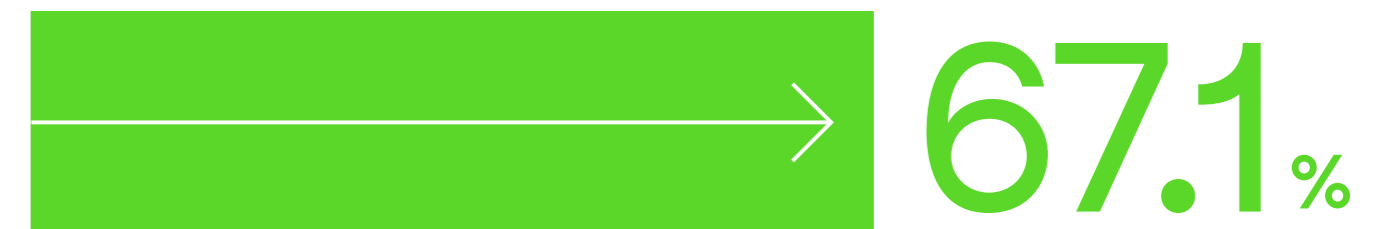


외국인 고객 구매 건수 추이

(단위: 만 건)



2024년 글로벌 관광 상권 매장 매출 증가율
(전년 대비)



Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

올리브영, 방한 관광객의 K-뷰티 성지

올리브영은 서울 명동·홍대·강남·성수 등 외국인이 주로 찾는 대표적인 관광 상권에 대형 매장을 지속적으로 선보이며, 글로벌 고객이 원하는 K-뷰티 니즈를 충족시키고 있습니다. 개인 맞춤형 제품 라인업과 다이나믹한 쇼핑 동선, 카테고리별로 특화된 매대 진열, 획기적인 프로모션과 서비스를 통해, 한국을 방문한 글로벌 고객들에게 한층 더 다채로운 뷰티 라이프스타일을 안내하고 있습니다.

더 나아가, 외국인 관광객 수요가 높은 지역에서 K-뷰티를 넘어 K-컬처까지 함께 경험할 수 있도록 지역 특색을 담은 특화 매장을 운영하고 있습니다. 각 지역 매장에서만 마주할 수 있는 특색 제품들을 통해, K-뷰티뿐만 아니라 K-컬처도 이해할 수 있는 기회를 제공합니다. 한국을 찾은 관광객들은 올리브영에서의 특별한 경험을 통해 한국의 건강한 아름다움을 느낄 수 있습니다.



올리브영 명동 타운

1 편리한 쇼핑을 위한 도슨트 프로그램

K-뷰티 최신 트렌드와 브랜드를 외국 관광객에게 소개하는 도슨트 프로그램으로 K-뷰티의 깊이 있는 이해를 가능하게 합니다.

2

개인 맞춤형 퍼스널 쇼퍼 서비스

피부 타입과 고민, 선호도 등을 파악해 1:1 맞춤형 컨설팅을 제공하고 다양한 언어와 효율적인 동선으로 제품 체험의 감동을 선사합니다.



올리브영 센트럴 강남 타운



올리브영 경주황남점

3 문화와 K-뷰티를 경험하는 특화 매장

한국의 문화와 결합된 다채로운 K-뷰티 제품과 지역의 미를 경험할 수 있는 매장 콘셉트로 오감을 만족시키는 뷰티 서비스를 제공합니다.

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영**
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

파트너 상생경영

올리브영은 신진 브랜드를 발굴하고 이들의 성장 단계에 맞춘 지원을 통해, K-뷰티 생태계의 성장 곡선을 함께 그려 나가는 ‘좋은 파트너’입니다.

26년간 축적한 경험 및 데이터에 기반한 ‘트렌드 센싱’ 역량과 ‘고객 인사이트’를 바탕으로, 유망한 신진 브랜드가 경쟁력 있는 브랜드로 도약하기까지 적극 지원합니다. 올리브영은 파트너사들이 더욱 효과적으로 고객들에게 닿을 수 있도록, 상품 기획부터 카테고리 개발, 큐레이션과 마케팅 인프라까지 전 생애주기적 육성 체계를 고도화하고 있습니다. 이와 더불어, 정부와의 협력을 통해 초기 창업 자금 지원, 온·오프라인 판로 개척, IP 보호 컨설팅 등 실질적인 경영 인프라 지원에도 앞장서고 있습니다.

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

- Intro
 - K-뷰티 글로벌화
 - 상생
 - 옴니채널
- Overview
 - CEO Message
 - Our Company
 - Our Business
 - Our Business Philosophy
 - Our Sustainability Management
 - Our History
 - Our Stakeholder Engagement

- Value & Impact
 - 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
 - K-뷰티 글로벌 시장 선도
 - 파트너 상생경영
 - 옴니채널 전략 강화

- ESG Management
 - Social
 - Environmental
 - Governance

- ESG Facts & Figures
 - 경제
 - 환경
 - 사회
 - 거버넌스
 - GRI Standards Index
 - UN SDGs Index
 - UN Global Compact Index
 - 온실가스 검증의견서
 - 제3자 검증의견서

올리브영과 파트너사가 만들어내는 동반성장

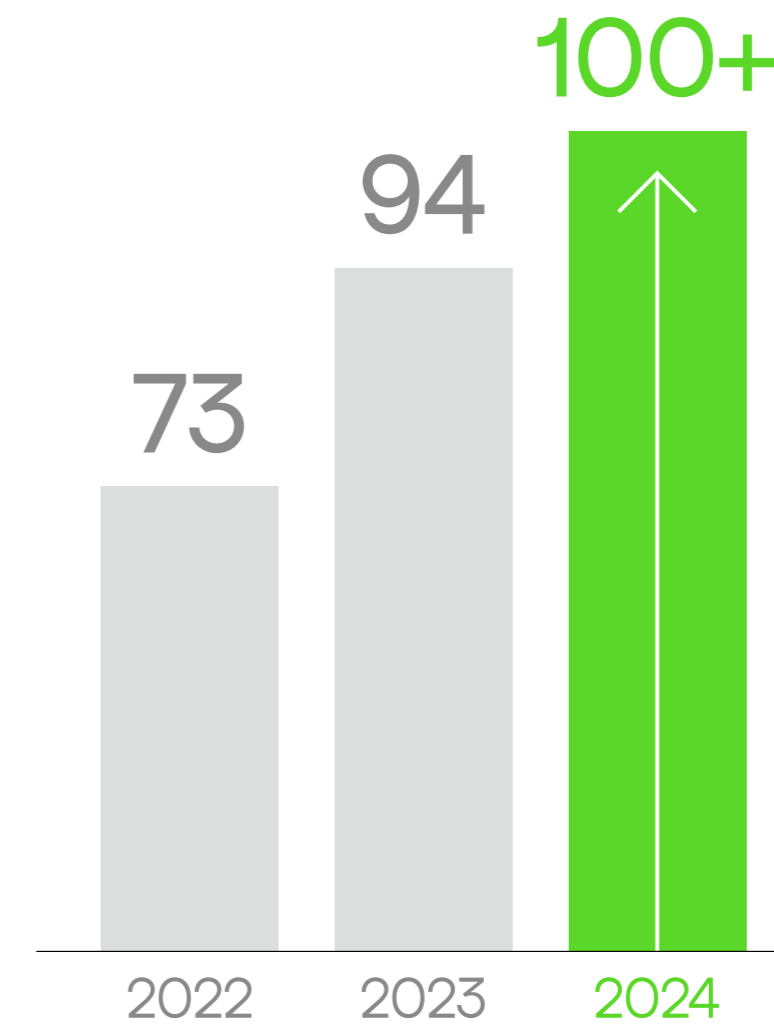


올리브영N 성수에는 100억 브랜드 로드라는 이름의 조형물이 있습니다. 100억 브랜드 로드는 2013년부터 약 10년간 올리브영과 함께 한 브랜드 중 연매출 100억 이상 달성한 브랜드를 소개하고 있습니다. 이 로드는 지속가능하고 건강한 뷰티 생태계를 만들어가는 올리브영과 협력 브랜드들의 동반성장을 상징합니다. 앞으로도 올리브영은 우수한 브랜드들이 더 많은 고객과 더 가까이에서 브랜드의 이야기를 전할 수 있도록 건강한 상생협력 환경을 만들어 가는 데 최선을 다하겠습니다.

100억+ 매출로 증명하는 중소 브랜드의 성장

올리브영은 '파트너 동반성장 모델'을 바탕으로 신규 브랜드 발굴과 전략적 협업을 통해 K-뷰티 산업의 지속가능한 혁신 성장을 이끄는 인큐베이터이자 동반자로 자리매김하고 있습니다. 올리브영의 성장 히스토리는 중소 브랜드의 성장과 궤를 같이합니다. 올리브영을 통해 판로를 넓힌 중소 브랜드들이 인지도 확대와 매출 성장을 이루며, 자생력을 갖춘 K-뷰티 대표 주자로 발돋움하고 있습니다. 2024년 기준, 올리브영과 함께하는 중소 브랜드는 2,400여 곳으로 전체 운영 브랜드 중 89%에 달합니다. 특히, 올리브영을 통해 연 매출 100억 원 이상을 달성한 브랜드 수는 100개 이상으로, 전년과 비교해 16% 증가하였습니다. 2024년 연 매출 1,000억 원 이상을 기록한 브랜드도 처음으로 등장하였습니다. 올리브영은 앞으로도 500억 원, 1,000억 원 돌파 브랜드를 지속적으로 배출하며, 파트너사와 함께 성장 곡선을 그려 가고자 합니다.

매출 100억 원 이상 달성 브랜드 수 성장 추이
(Private Brands 포함)



전체 운영 중소 브랜드 수
(2024년 기준)

2,391개

전체 운영 중소 브랜드 비중
(2024년 기준)

89%

2024년 메가 히트상품* 보유 중소 브랜드 수 증가 추이
(2022년 대비)

* 연도별 상위 5% 내 진입 상품 기준
(연 누계 3억 이상)

70%

- Intro
 - K-뷰티 글로벌화
 - 상생
 - 옴니채널
- Overview
 - CEO Message
 - Our Company
 - Our Business
 - Our Business Philosophy
 - Our Sustainability Management
 - Our History
 - Our Stakeholder Engagement
- Value & Impact
 - 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
 - K-뷰티 글로벌 시장 선도
 - 파트너 상생경영
 - 옴니채널 전략 강화
- ESG Management
 - Social
 - Environmental
 - Governance
- ESG Facts & Figures
 - 경제
 - 환경
 - 사회
 - 거버넌스
 - GRI Standards Index
 - UN SDGs Index
 - UN Global Compact Index
 - 온실가스 검증의견서
 - 제3자 검증의견서

파트너 발굴과 육성을 통한 K-뷰티 혁신 전략

올리브영은 중소 브랜드와의 동반성장 실현을 위해 핵심 전략을 추진합니다. 상품 기획과 데이터 분석, 기업별 맞춤 컨설팅을 기반으로 1위 브랜드로 나아갈 신진 브랜드를 발굴하고 지원합니다. 이후 트렌드 큐레이션과 신규 카테고리 육성을 기반으로 K-뷰티 시장의 새로운 판로를 함께 열어갑니다. 올리브영 페스타 및 어워즈, 세일 및 프로모션 등의 파워풀한 마케팅 전략으로 브랜드 가치를 상승시키며 파트너사의 동반성장을 이루고 있습니다.



파워 브랜드를 탄생시키는 발굴 전략

01

상품 기획

올리브영은 신진 브랜드 발굴 및 입점 초기부터 상품 기획 전반에 걸쳐 전략적 파트너로 함께 합니다. 올리브영 MD는 카테고리과 상품에 대한 깊은 이해와 노하우를 바탕으로, 파트너사들이 더욱 경쟁력 있는 상품을 기획할 수 있도록 적극적으로 제안하고 협업합니다. 브랜드 콘셉트부터 상품 성분과 효능, 패키지 디자인까지 두루 고민하며, 시장 트렌드와 고객 니즈에 적합한 상품을 기획합니다.

02

데이터 분석 지원

연간 1억 6,000만 건 이상의 국내외 고객 데이터를 축적하고 있는 올리브영은 중소 브랜드와 고객을 정교하게 이어 주는 플랫폼입니다. 급변하는 뷰티 트렌드와 고객 수요에 입점 파트너사들이 유연하게 대응할 수 있도록, 매출 분석부터 고객 구매 행동까지 다양한 데이터를 분석합니다. 올리브영은 데이터 자산을 지속적으로 고도화하여 파트너사에게 더욱 체계적인 인사이트를 제공할 것입니다.

03

기업별 전략 컨설팅

올리브영은 노하우나 경험이 부족한 신진 브랜드가 시장에 안착하고, 경쟁력을 갖추며 성장할 수 있도록 전문적인 전략 컨설팅을 제공합니다. 특히 카테고리별로 전문성을 갖춘 MD 조직은 파트너사의 브랜딩부터 상품 개발, 입점, 마케팅, 해외 진출 전략까지 밀착 지원하며, 실질적인 성장을 이끄는 인큐베이터로서의 역할을 수행합니다.

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

K-뷰티 성장을 주도하는 육성 전략

트렌드 큐레이션

올리브영은 누구보다도 빠른 트렌드 센싱 역량을 바탕으로, 국내 뷰티 시장의 흐름을 바꾸는 새로운 테마를 발굴하고 제안합니다. 운영 브랜드와 상품을 단순히 소개하는 것에서 그치지 않고, 고객 수요를 관통하는 테마 큐레이션을 선제적으로 기획하여 브랜드들이 고객에게 더욱 매력적으로 소구될 수 있도록 적극 지원하고 있습니다.

건강한 성분과 지속가능성 열풍을 주도한 '클린뷰티', 노화에 대한 인식을 전환하는 '슬로우에이징', 여성 건강에 대한 전문적인 솔루션을 제안하는 'W케어' 등이 대표적입니다. 올리브영은 주요 파트너사와 함께 큐레이션 테마에 적합한 상품을 선보이고, 시장 트렌드를 선도하면서 더욱 가치 있는 동반 성장을 만들어 나가고 있습니다.

슬로우에이징

노화를 자연스럽게 긍정적으로 받아들이며, 탄력·모공·안색·흉터 등 피부 고민에 맞춘 기능성 상품을 개발하고 제안합니다.



클린뷰티

올리브영 클린뷰티 기준에 따라 건강한 성분, 지구와 공존하려는 브랜드를 선정해 가치 소비 문화를 선도합니다.



W케어

여성들의 건강한 습관을 위한 생리, Y존, 성 건강, 바디 포지티브 등 다양한 솔루션과 상품군을 제공합니다.



2024년 슬로우에이징 카테고리 연간 성장률

60.6%

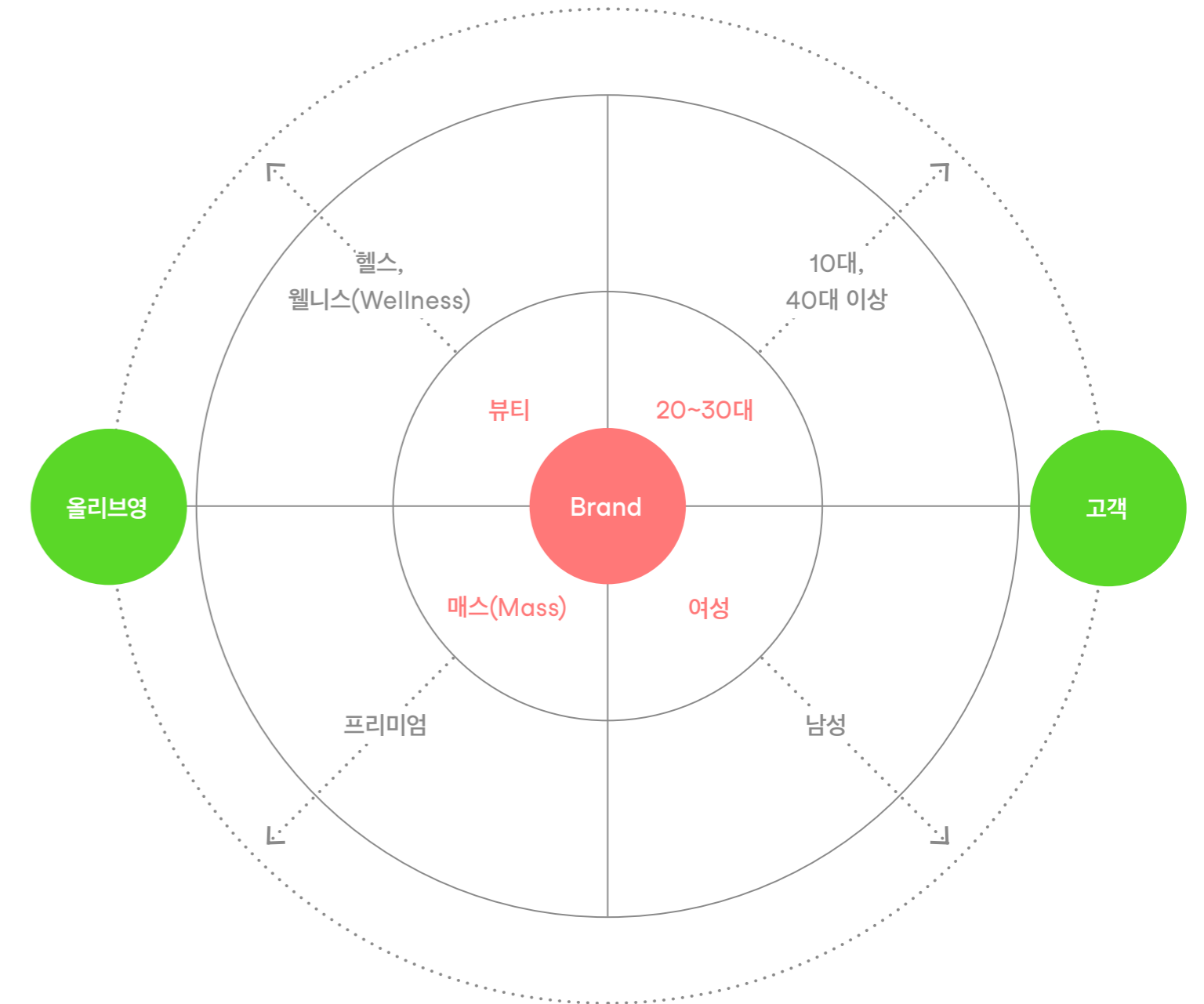
2024년 클린뷰티 카테고리 연간 성장률

37.5%

전략적 상품 포트폴리오 강화

올리브영은 뷰티&헬스 시장의 세분화와 다변화에 대응해 상품 세그먼트 전략을 고도화하고 있습니다. 전문 세그먼트를 지속적으로 발굴하고, 가성비 높은 매스 제품부터 고가 프리미엄 제품까지 가격대 전반에 걸쳐 촘촘한 상품 포트폴리오를 강화하고 있습니다. 또한 연령, 성별, 국적을 불문하고 모든 고객의 니즈를 충족시키기 위해 수요에 맞는 카테고리과 상품을 꾸준히 육성하고 있습니다. 이를 통해 올리브영은 전문성 높은 뷰티&헬스 플랫폼으로 진화하는 동시에, 신진 브랜드에는 시장 진입 기회를, 기존 브랜드에는 성장 방향성을 제시하고 있습니다.

올리브영 상품 세그먼트 확장



2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

- Intro
 - K-뷰티 글로벌화
 - 상생
 - 옴니채널
- Overview
 - CEO Message
 - Our Company
 - Our Business
 - Our Business Philosophy
 - Our Sustainability Management
 - Our History
 - Our Stakeholder Engagement

- Value & Impact
 - 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
 - K-뷰티 글로벌 시장 선도
 - 파트너 상생경영
 - 옴니채널 전략 강화

- ESG Management
 - Social
 - Environmental
 - Governance

- ESG Facts & Figures
 - 경제
 - 환경
 - 사회
 - 거버넌스
 - GRI Standards Index
 - UN SDGs Index
 - UN Global Compact Index
 - 온실가스 검증의견서
 - 제3자 검증의견서

브랜드 가치를 상승시키는 마케팅 전략



2025년 올리브영 페스타 글로벌 파트너사 초청 인원

524명

2024년 어워즈 평가 기준 구매 데이터 수

1.6억 건

올리브영 어워즈

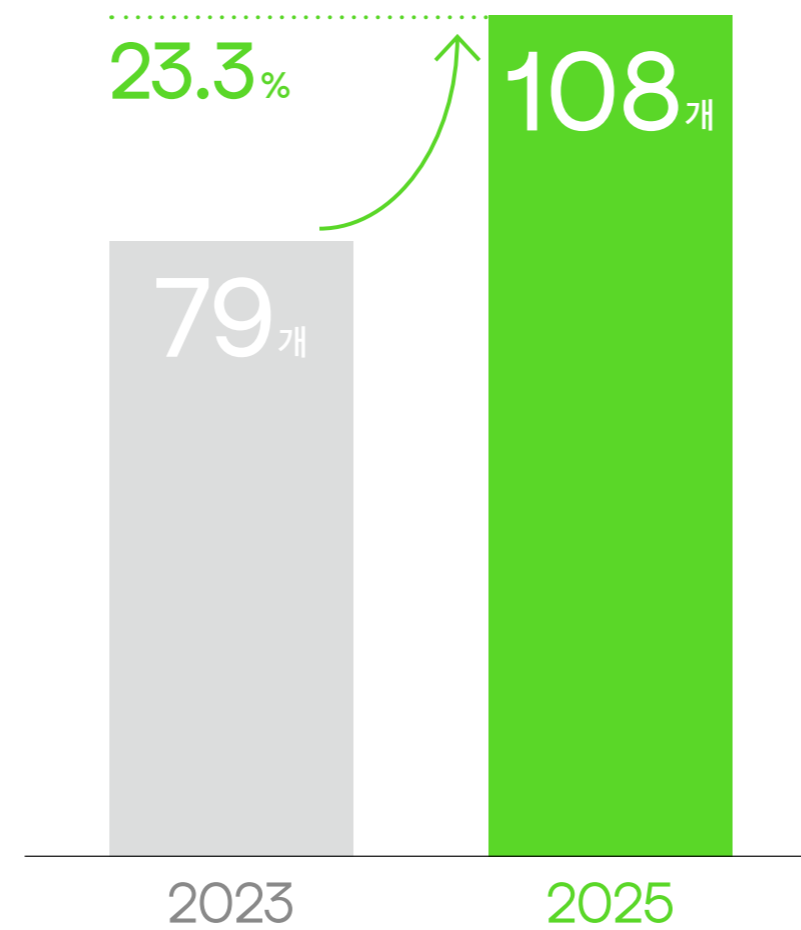
올리브영은 연간 1억 6천만 건의 구매 데이터를 바탕으로 한 해를 대표하는 뷰티&헬스 인기 브랜드와 히트 상품을 엄선하여 발표합니다. '2024 올리브영 어워즈'에서는 총 33개 부문에서 137개 상품이 영예로운 수상의 주인공이 되었습니다. 올리브영은 객관적인 데이터 기반의 어워즈를 통해 신뢰도 높은 트렌드 지표를 제공함은 물론, 유망한 파트너사의 경쟁력을 널리 알리는 긍정적인 시너지 효과를 창출하고 있습니다.

올리브영 페스타

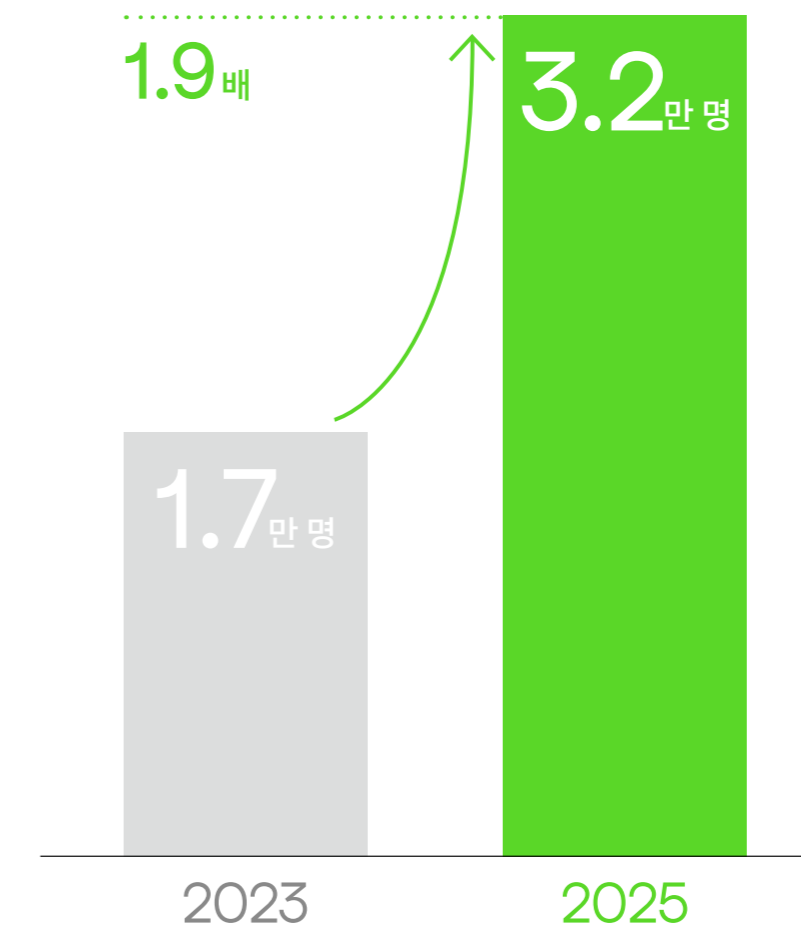
올리브영 페스타는 국내 최대 규모의 뷰티&헬스 페스티벌로, 올리브영이 발굴하고 육성한 인기 브랜드가 한 자리에 모여 고객과 만나고 업계가 소통하는 교류의 장으로 자리매김했습니다. 서울 노들섬에서 열린 '2025 올리브영 페스타'는 고객과 파트너사 뿐만 아니라, 해외 유명 리테일러, 정부기관 관계자, 투자사 등 K-뷰티 산업의 핵심 이해관계자들이 함께 어우러진 가운데 성황리에 개최되었습니다. 올리브영은 매회* 진화를 거듭하는 혁신적인 페스타를 선보이며, K-뷰티 산업 생태계의 다양한 주체를 긴밀히 연결하고 지속 가능한 성장을 견인하는 중추적 역할을 한층 더 깊이 실천하고자 합니다.

* 2024년은 올리브영 페스타 미진행

2025년 올리브영 페스타 참여 브랜드 수



2025년 올리브영 페스타 방문객 수



2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

올영세일 및 프로모션

올리브영 '올영세일'은 매 분기 정기적으로 진행되는 대규모 세일 행사입니다. 시즌별 트렌디한 상품을 특가에 소개하며, 파트너사의 인지도와 매출을 높이는 데에 기여하고 있습니다. 더불어, 올리브영만의 차별화된 기획력으로 완성된 다양한 마케팅 자산을 활용해 고객에게는 쇼핑의 즐거움을, 파트너사에는 지속적인 성장의 기회를 제공합니다.

올영세일

올리브영이 매 시즌 트렌디한 인기 상품을 최대 규모의 할인 폭으로 선보이는 시그니처 세일 행사



2024년 올영세일 누적 구매 고객 수

687만명

올영픽

올리브영만의 전략적인 상품 큐레이션을 바탕으로 매월 진행되는 정기 프로모션



올리브데이

올리브영 멤버십 회원인 '올리브 멤버스'를 대상으로 매월 25일부터 진행하는 프로모션



올영 블랙프라이데이

올리브영이 매년 블랙프라이데이 쇼핑 시즌을 맞아 진행하는 대규모 프로모션



올리브영 × 산리오 캐릭터즈 컬래버레이션



올리브영은 2025년 7월, 일본의 인기 캐릭터 브랜드 '산리오 캐릭터즈'와의 협업 캠페인을 온-오프라인 전 채널에서 성공적으로 전개했습니다. 이번 컬래버레이션은 단순한 플랫폼 차원을 넘어 운영 브랜드까지 협업 범위를 확장한 올리브영 최초의 사례로, 32개 브랜드와 함께 헬로키티, 마이멜로디, 포차코 등 인기 캐릭터를 활용한 200여 종의 상품을 동시에 선보였습니다.

올리브영은 참여 브랜드의 캐릭터 라이선스 비용을 전액 부담하며, 브랜드들이 상품 기획 역량을 강화하고 효과적인 마케팅 자원을 활용할 수 있도록 전방위적으로 협력하였습니다. 특히 2030 세대를 겨냥한 한정판 컬래버 상품은 매장 오픈 전부터 긴 대기 행렬과 빠른 품절을 기록하며 큰 호응을 얻었습니다. 올리브영은 혁신적인 공동 마케팅을 바탕으로 파트너사와의 협력 관계를 한층 강화하며 의미 있는 성과를 만들어갑니다.

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

파트너 요구에 최적화된 맞춤형 지원

파트너의 시선에서 설계한 지원 체계

올리브영은 파트너사의 경영 안정화와 경쟁력 강화를 위해 다방면의 지원을 아끼지 않고 있습니다. 안정적인 사업 운영을 위한 재무적·인프라적 기반은 물론, 브랜드 마케팅과 네트워킹을 위한 커뮤니케이션 지원까지 전방위적으로 제공하며, 파트너사가 성장에 집중할 수 있는 환경을 조성합니다.

안정적 경영을 위한 재무 지원

올리브영은 중소 파트너사의 경영 안정성과 지속적인 성장을 위해 실효성 높은 유동성 지원 정책을 운영하고 있습니다. 파트너사는 올리브영 상생펀드를 통해 최대 10억 원까지 저금리 자금 대출이 가능하며, 조성액은 24년부터 연간 1,000억 원으로 3개년 간 총 3,000억 원 규모입니다. 또한, 올리브영은 납품 대금 지급 기한을 법적 기준인 60일에서 30일로 단축하였습니다. 이와 같은 유동성 지원 정책은 파트너사의 원활한 자금 흐름을 지원하여 경영 불확실성을 낮추고, 브랜드 경쟁력 강화를 위한 투자에 집중할 수 있는 토대를 마련하는데 기여합니다.

2024년 상생펀드 이용 기업

85개사

2024년 상생펀드 대출 규모

709.4억 원

브랜드 마케팅을 위한 인프라 지원

올리브영은 파트너사의 성장을 위해 다각적인 인프라 지원 체계를 운영하고 있습니다. 중소 브랜드의 낮은 인지도를 극복하기 위해 파트너 라이브 채널을 통해 소비자와 직접 소통하며, 마스터 가이드 제작·배포, 담당 PD의 전문 교육, 성수 스튜디오 대여 등 다양한 지원을 제공합니다. 또한, 방송 기획과 프로모션에 대한 맞춤형 컨설팅을 통해 브랜드 인지도와 고객 경험을 동시에 강화할 수 있도록 지원하고 있습니다.



올리브영은 파트너사에 라이브 전용 인프라와 전문 지원을 제공하며, 중소 브랜드가 효과적으로 소비자와 소통하고 성장할 수 있도록 돕습니다.

자료 사진: 올영라이브 신상라디오

2024년 파트너 라이브 누적 시청자 수

189만 명

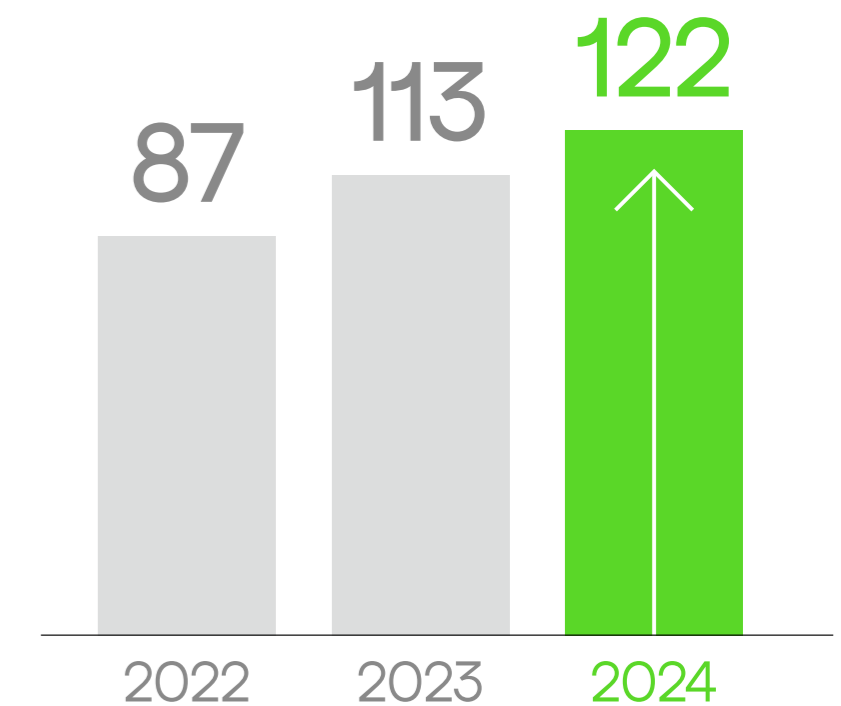
파트너사 커뮤니케이션

올리브영은 파트너사와의 긴밀한 협업을 위해 다양한 소통 및 네트워킹 채널인 '파트너스데이'를 운영하고 있습니다. 이는 중소 파트너사들이 K-뷰티 시장의 인사이트와 개선방안을 공유할 수 있는 네트워킹의 장이며, 파트너사와의 단순한 협력 관계를 넘어 상생과 공동 성장을 목표로 운영됩니다. 2024년 파트너스데이에는 122개 사, 약 300여 명을 초청하여 주요 전략을 공유하고, 시상식과 경영진과의 교류, 네트워킹 프로그램 등을 통해 파트너십을 강화하였습니다.



올리브영은 '파트너스데이'를 통해 파트너사 간 성과 전략을 공유할 수 있는 차별화된 소통 플랫폼을 제공하고, 함께 성장할 수 있는 기회를 만들고 있습니다.

연도별 파트너스데이 참여 파트너사 수 (단위: 개사)



Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

생애주기별 파트너 성장 지원

올리브영은 유망 중소 브랜드의 발굴부터 온·오프라인 판로 개척, 글로벌 시장 진출에 이르기까지 전 생애주기에 걸친 지원 프로그램을 통해 진정한 상생의 파트너로 함께 성장하고 있습니다.

올리브영은 26년간 쌓아온 K-뷰티 유통 노하우를 바탕으로, 브랜드 생애주기별 맞춤 프로그램을 운영하고 있습니다. 초기 단계에서는 창업 지원과 상품 기획, 입점 전략 컨설팅을 제공하며, 성장 단계에는 글로벌 진출 전략과 마케팅 컨설팅으로 성장을 가속화합니다. 성장한 브랜드에는 자생력 강화, 브랜드 가치 제고, 지적재산권 보호를 위한 인증 비용 지원과 전문 컨설팅을 제공합니다. 이를 통해 브랜드는 생애주기별 맞춤 지원을 기반으로 장기적인 경쟁력을 확고히 다지고, 올리브영은 지속가능한 성장의 길을 더욱 힘차게 걸어갈 수 있도록 기반을 제공하고 있습니다.

초기 창업 지원

Start Up

뷰티 스타트업 육성 지원

2025년부터 한국콜마와 업무협약을 체결하고 화장품 분야 유망 기업을 선정하여 육성하는 프로그램으로 고객 구매 데이터 및 MD 전문성을 활용한 맞춤형 상품 기획과 입점 전략 컨설팅을 제공합니다.

온·오프라인 판로 지원

Skill Up

K-슈퍼루키 워드 영

중소벤처기업부와와의 업무 협약을 통해 중소 인디브랜드 제품을 발굴 및 육성하여 글로벌 경쟁력 강화를 지원하는 프로그램입니다. 올리브영은 유망 중소 브랜드를 발굴해 온·오프라인 유통 채널과 맞춤형 글로벌 진출 컨설팅, 전략적 마케팅을 제공하며 브랜드의 성공을 촉진합니다.



K-슈퍼루키 워드 영 홍보 포스터

기업역량 강화

System Up

글로벌쇼핑몰 활용 판매지원 사업

중소벤처기업진흥공단과 함께 중소 브랜드 해외 진출을 위해 입점 파트너사를 대상으로 기획전, 퍼포먼스 마케팅 등 브랜드 인지도 제고와 자생력 확보를 위한 전략을 지원하는 프로그램입니다.

IP보호 협의체

특허청·중소벤처기업부 간 업무 협력을 통해 상생협력재단 '동반진출 지원사업'과 연계한 중소 K-브랜드 IP보호 협의체 지원사업으로 중소 K-브랜드 해외시장 안착을 위한 지식재산권 권리화 및 인증 비용 지원과 1:1 밀착 컨설팅 제공을 통하여 중소 파트너사 역량을 강화하고자 합니다.

2024년 중소 브랜드 글로벌 마케팅 지원 성과
(지원 사업 선정 기업 매출 기준)

미디어콘텐츠마케팅사업*

104억 원

공동물류사업*

159억 원

* 미디어콘텐츠마케팅사업과 공동물류사업은 2025년 글로벌쇼핑몰 활용판매지원사업으로 통합됨

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화**

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

옴니채널 전략 강화

올리브영은 옴니채널과 같은 O2O 서비스를 통해 브랜드와 고객이 언제 어디서나 빠르게 만날 수 있는 기회의 장을 넓혀 나가고 있습니다. 지역 특색과 최신 뷰티 트렌드를 담아낸 오프라인 매장의 색다른 체험과, 데이터 기반의 온라인몰에서 제공하는 초개인화 추천 서비스 및 라이프스타일 콘텐츠를 유기적으로 연결하여, 고객에게 차별화된 쇼핑 경험을 선사합니다.

전국 매장을 물류 거점으로 활용해 업계 최초로 3시간 내 배송하는 '오늘드림' 서비스를 도입하는 등, 실시간으로 연결된 스마트 물류 시스템을 통해 온라인과 오프라인을 효율적으로 통합하며, 브랜드와 고객 간의 쇼핑 거리와 시간을 획기적으로 단축하였습니다.

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

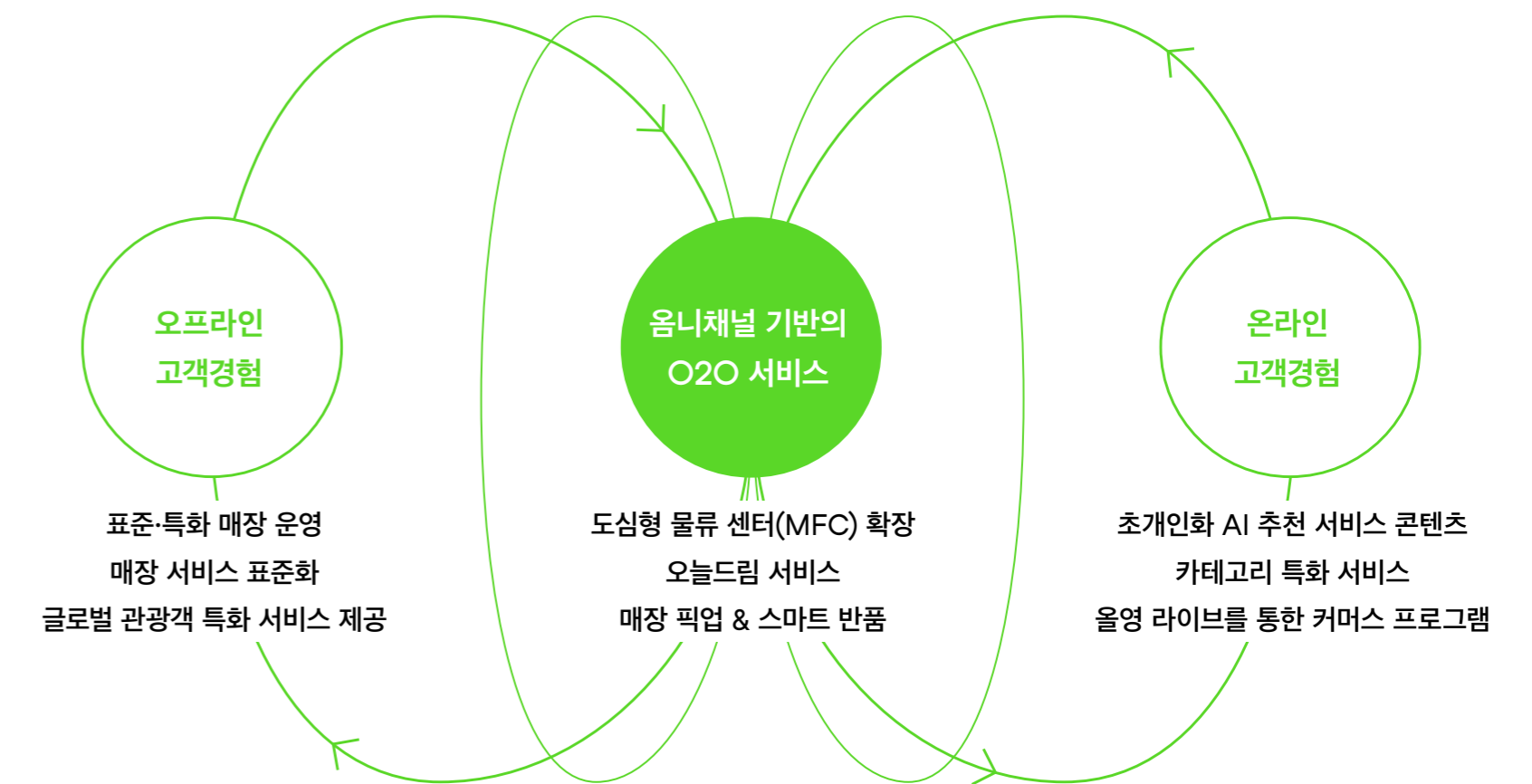
고객 경험 확장을 위한 옴니채널 전략



옴니채널을 통해 경험하는 쇼핑 혁신

올리브영은 오프라인과 온라인을 유기적으로 연결하는 O2O 서비스를 통해, 고객이 원하는 시간과 장소에서 더욱 편리하게 쇼핑할 수 있는 뷰티&헬스 플랫폼을 만들어가고 있습니다. 지역의 특성과 최신 트렌드를 반영한 오프라인 매장은 차별화된 체험 공간을 제공하고, AI 기반 데이터 분석을 활용한 온라인몰은 고객 맞춤형 제품 추천과 라이프스타일 콘텐츠를 선보이며 더욱 개인화된 쇼핑 경험을 선사합니다. 또한 앱인앱(App-in-app) 기능과 풍부한 온라인 콘텐츠를 지속적으로 강화하여, 브랜드의 가치를 고객에게 자연스럽게 전달하고, 디지털 쇼핑 경험의 새로운 기준을 제시하고 있습니다. 특히, 올리브영만의 스마트 물류 시스템은 전국 1,393개 매장과 17개의 도심형 물류센터(MFC)를 유기적으로 연결해 배송 시간을 단축하고 운영 효율을 획기적으로 높일 수 있었습니다. 앞으로도 권역별 서비스를 순차적으로 확대하고, 국내를 넘어 해외에서도 차별화된 고객 경험을 제공할 수 있도록 옴니채널 전략을 더욱 정교하게 발전시켜 나갈 계획입니다.

올리브영 옴니채널을 통한 고객 경험 확대



Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

브랜드와 고객이 가장 가까이에서 만나는 공간

브랜드와 고객을 연결하는 오프라인 매장

오프라인 매장은 K-뷰티 상품과 브랜드를 가장 다양하게 경험할 수 있는 공간이자, 전국 1,393개 매장을 통해 소비자와 빠르고 가깝게 소통하는 핵심 접점입니다. 특히, 온라인으로의 접점이 강화되고 있는 뷰티 환경에서 매력적인 상품 배치와 상품 큐레이션, 체험 중심의 서비스가 어우러진 공간인 오프라인 매장은 브랜드의 콘셉트와 가치를 효과적으로 전달하는 브랜딩 플랫폼입니다. 중소 브랜드에게는 고객과 직접 만날 수 있는 기회를 제공하여 시장 진입과 확대의 기반이 되며, 고객에게는 새로운 뷰티 트렌드를 직관적으로 체험하고 선택할 수 있는 몰입형 리테일 공간으로써 특별한 의미를 지니고 있습니다.



올리브영 오프라인 매장 수
(2025년 상반기)

1,393개

올리브영 글로벌 관광상권 오프라인 매장 수
(2025년 상반기)

122개

고객 몰입을 유도하는 K-뷰티 큐레이션

카테고리·테마별로 기획된 큐레이션 존은 K-뷰티 브랜드 고유의 특성과 가치를 돋보이게 하고 제품의 우수성을 다양한 고객에게 알리는 선별된 브랜드의 기획 공간입니다. 건강기능식품과 이너뷰티 제품 구매 수요에 맞춰 ‘웰니스에디션’ 존을 선보였으며, 남성 유동 인구가 높은 상권의 매장에는 남성 특화 공간 ‘맨즈에디션’ 존, 국내·외 고객에게 스킨케어 루틴을 소개하는 ‘데일리스킨케어’ 존을 조성해 한층 차별화된 쇼핑 환경을 제공합니다. 올리브영만의 공간 기획은 총별 상품 구성에 기반한 입체적 동선 설계와 전문 컨설턴트 배치를 통해 고객 편의를 높이고, 브랜드와 고객의 상호 몰입을 효과적으로 극대화하고 있습니다.



올리브영은 다양한 K-상품을 다채롭게 큐레이션하여 국내외 고객에게 선보이고 있습니다. ‘데일리스킨케어’ 존은 데일리 루틴으로 자리잡은 스킨케어 제품을 한자리에서 소개하면서 일상의 건강한 아름다움을 전하고 있습니다.

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

- Intro
 - K-뷰티 글로벌화
 - 상생
 - 옴니채널
- Overview
 - CEO Message
 - Our Company
 - Our Business
 - Our Business Philosophy
 - Our Sustainability Management
 - Our History
 - Our Stakeholder Engagement

- Value & Impact
 - 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
 - K-뷰티 글로벌 시장 선도
 - 파트너 상생경영
 - 옴니채널 전략 강화
- ESG Management
 - Social
 - Environmental
 - Governance

- ESG Facts & Figures
 - 경제
 - 환경
 - 사회
 - 거버넌스
 - GRI Standards Index
 - UN SDGs Index
 - UN Global Compact Index
 - 온실가스 검증의견서
 - 제3자 검증의견서

고객 경험 극대화하는 올리브영만의 체험 공간

올리브영은 브랜드와 소비자를 더욱 밀도 있게 연결하기 위해 '체험' 중심으로 초개인화된 쇼핑 환경을 지속적으로 확장해 나가고 있습니다. 퍼스널 컬러 진단, 스킨·두피 측정, 메이크업 시연 등 다양한 체험형 뷰티 서비스는 카테고리 큐레이션과 유기적으로 연결되어, 고객에게 몰입감 높은 쇼핑 경험을 제공합니다. 이러한 과정은 브랜드의 전문성과 차별성을 오감을 통해 전달하고, 개인의 니즈에 맞춘 최적의 제품을 제안하는 실질적인 컨설팅 역할을 수행합니다. 실제로 올리브영N 성수에서 '스킨스캔 프로'를 체험한 고객의 구매 전환율은 78%에 달해, 미이용 고객 대비 약 두 배에 이르는 수치를 기록하며 체험형 서비스가 구매 결정에 실질적인 영향을 미친다는 점을 입증하였습니다. 이를 바탕으로 올리브영은 해당 서비스를 전국 주요 매장으로 확대하고 있으며, 브랜드와 고객 간의 접점을 더욱 정교하게 설계해 오프라인 채널의 경쟁력을 높이는 한편, 지속적인 고객 가치를 만들어 가고 있습니다.



올리브영의 메이크업 컨설팅은 전문 뷰티 컨설턴트가 메이크업 스튜디오에서 고객의 피부 고민을 진단하고, 이에 맞는 홈케어 방법을 안내하는 형태로 진행됩니다.

올리브영 오프라인 매장 운영

올리브영의 오프라인 매장은 브랜드와 고객이 가장 가까이 만나는 공간이자, 젊고 트렌디한 K-뷰티 제품과 서비스를 누구나 자유롭게 경험할 수 있는 체험형 공간입니다. 상권별 특성을 반영하여 매장의 인테리어 및 지역 연계 제품 출시를 통해 고객의 다양한 니즈를 만족시킬 수 있는 매장을 유형별로 세분화하여 운영하고 있습니다.

혁신 매장

혁신 매장은 첨단 디지털 기술과 퍼스널 큐레이션을 접목한 미래형 매장으로, 젊고 트렌디한 '비전 랜드마크'로서 시장의 반응을 실험하고 고객의 기대를 뛰어넘는 차별화된 쇼핑 경험을 제공합니다.

타운 매장

타운 매장은 지역별 랜드마크 입지에 구축된 체험 중심의 복합 문화공간으로, 폭넓은 상품 스펙트럼에 기반하여 유동 인구를 집결시키고 상권 내 소비 트렌드를 선도하는 거점 역할을 합니다.

특화 매장

특화 매장은 지역 특색과 라이프스타일을 반영한 공간 설계와 전문 MD 기반의 카테고리 큐레이션을 통해, 지역 상권에 새로운 소비 흐름을 창출할 뿐 아니라 지역 뷰티 생태계의 자생적 성장에 기여합니다.

표준 매장

표준 매장은 고객 생활권에 최적화된 입지에서 일상 속 소비 접근성을 극대화한 공간입니다. 중소 브랜드들은 표준 매장 입점을 통해 전국 단위 고객 접점을 빠르게 확보하고 있습니다.



올리브영 '스킨 핏 스튜디오'는 홈케어 레슨부터 전문 스파 수준의 스킨케어까지 이어지는 체계적인 케어를 통해, 고객에게 차별화된 프리미엄 뷰티 경험을 제공합니다.



올리브영의 체험형 뷰티 케어 서비스 '스킨스캔 프로'는 두피·피부 진단을 기반으로 고객에게 맞춤형 상품을 추천하고 체험할 수 있도록 지원합니다.

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

- Intro
 - K-뷰티 글로벌화
 - 상생
 - 옴니채널
- Overview
 - CEO Message
 - Our Company
 - Our Business
 - Our Business Philosophy
 - Our Sustainability Management
 - Our History
 - Our Stakeholder Engagement

- Value & Impact
 - 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
 - K-뷰티 글로벌 시장 선도
 - 파트너 상생경영
 - 옴니채널 전략 강화

- ESG Management
 - Social
 - Environmental
 - Governance

- ESG Facts & Figures
 - 경제
 - 환경
 - 사회
 - 거버넌스
 - GRI Standards Index
 - UN SDGs Index
 - UN Global Compact Index
 - 온실가스 검증의견서
 - 제3자 검증의견서

글로벌 K-뷰티의 현재와 미래를 경험하는 올리브영 혁신매장



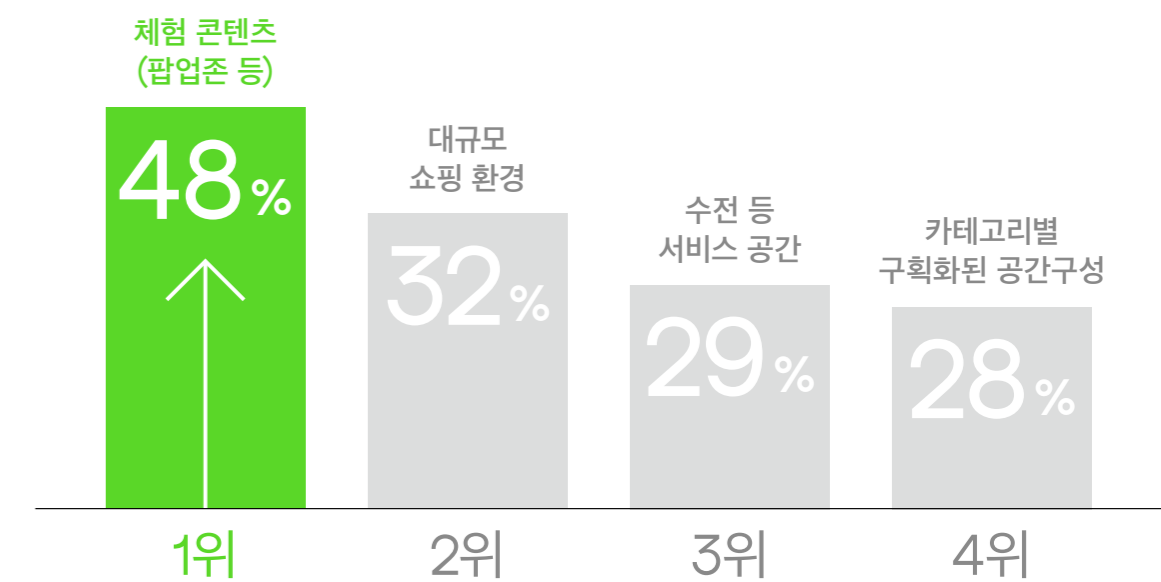
올리브영N 성수는 차별화된 리테일 경험을 선사하는 혁신매장으로, 외국인 관광객이 많은 성수 상권에서 다양한 공간과 체험 서비스를 통해 글로벌 고객에게 K-뷰티의 진수를 전파하고 있습니다.



올리브영N 성수 2층에 마련된 Men's Edit 공간에서는 남성 고객을 위한 최신 상품과 서비스를 경험할 수 있습니다.

올리브영은 관광객 및 외국인들의 메카인 성수에서 K-뷰티를 큐레이팅하여 고객 경험을 극대화할 수 있는 오프라인 혁신매장 '올리브영N 성수'를 운영하고 있습니다. 'NEW, NEXT, NEST, NETWORK'라는 4대 핵심 가치를 바탕으로, 고객의 다양한 라이프 스타일과 뷰티 니즈를 세분화하여, 단순한 상품 판매를 넘어 체험과 소통이 가능한 복합 공간을 구현하였습니다. 엄선된 트렌드를 담은 콘텐츠테이먼트 팝업 쇼룸과 올리브영 굿즈를 만날 수 있는 기념품숍, 최신 맨즈 뷰티를 경험할 수 있는 'Men's Edit', 1:1 전문 상담이 가능한 '스킨 핏 스튜디오', 그리고 디저트를 뷰티적으로 재해석한 메뉴를 선보이는 '올리브 멤버스 라운지'까지, 미식과 뷰티를 넘나드는 다채로운 경험을 혁신적으로 선보이고 있습니다.

올리브영N 성수 주요 혁신 요인



* Base: n=525명, Unit: % / 올리브 보이스 - 2025.02.20-23
올리브영N 성수 혁신성 관련 3점 이상 응답자(중복 답변)

2025
OLIVE YOUNG
IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

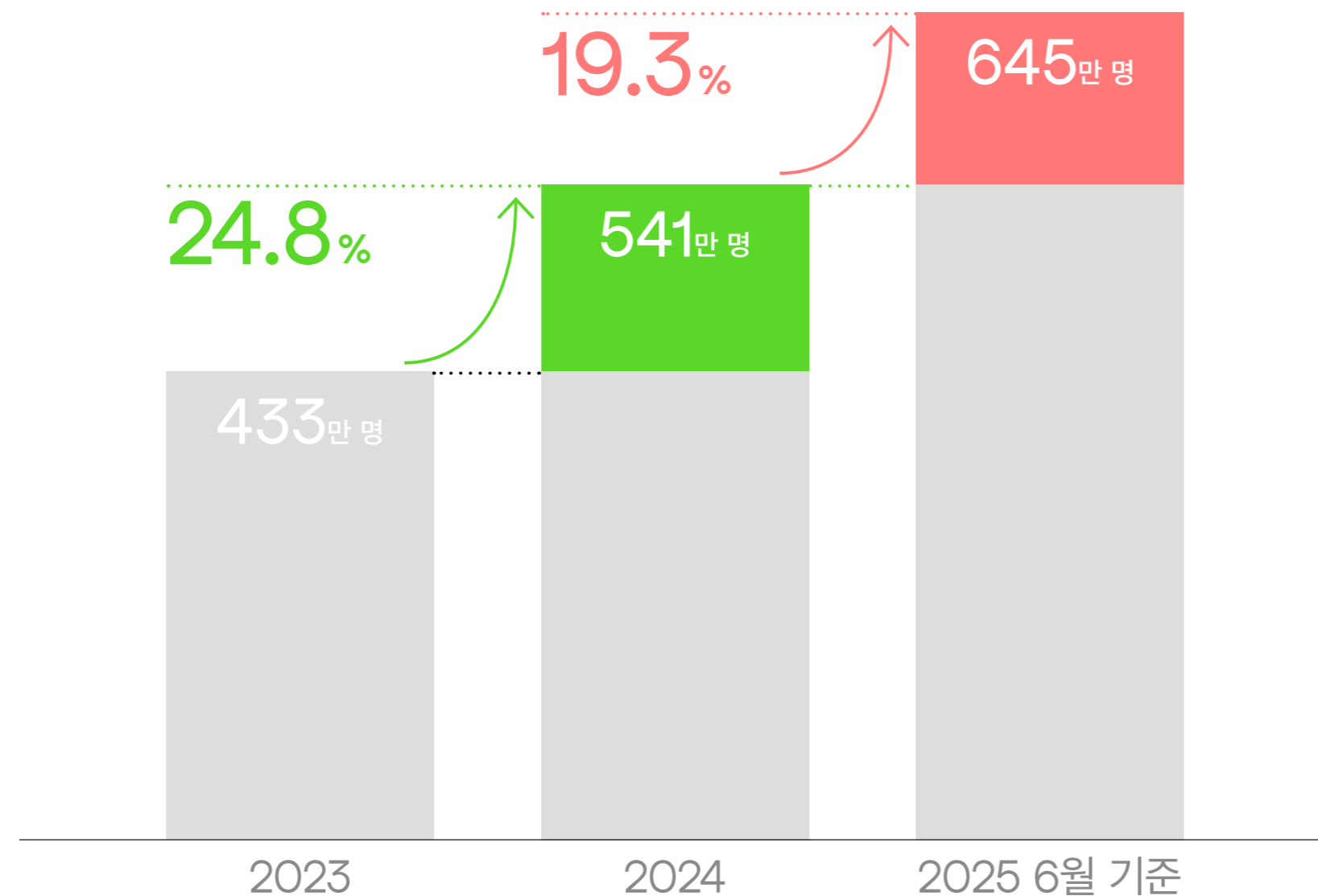
- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

쉽고, 편리하게 K-뷰티 브랜드를 만날 수 있는 온라인몰

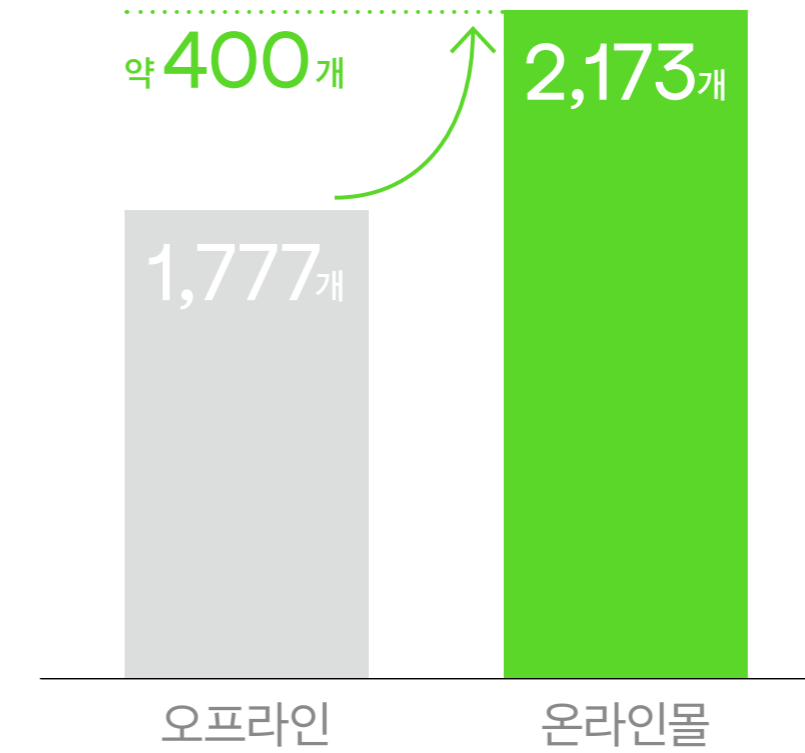
중소 브랜드의 빠른 성장 발판이 되는 온라인몰

올리브영 온라인몰은 한정된 오프라인 공간의 제약을 넘어 중소기업과 신진 브랜드에 더 폭넓고 실질적인 성장 기회를 마련합니다. 풍부한 고객 행동 및 상품 데이터를 세심하게 분석하여, 다양한 중소 브랜드의 제품을 소비자에게 신속하고 정확하게 연결하는 동시에, 빅데이터 기반 AI 추천 시스템으로 브랜드 인지도와 상품 노출 기회를 한층 넓혀줍니다. 이로써 올리브영 온라인몰은 실력과 잠재력을 지닌 중소 브랜드가 주목받고 성장할 수 있는 무대를 마련하며, 데이터 중심의 맞춤형 마케팅 전략과 실시간 트렌드 반영을 통해 브랜드와 고객 모두에게 혁신적인 가치를 전하고 있습니다. 나아가, 개별 고객의 니즈에 최적화된 경쟁력 분석을 바탕으로 중소 브랜드를 적극 포용하고 알리는 '기회의 허브'로 진화하고 있습니다.

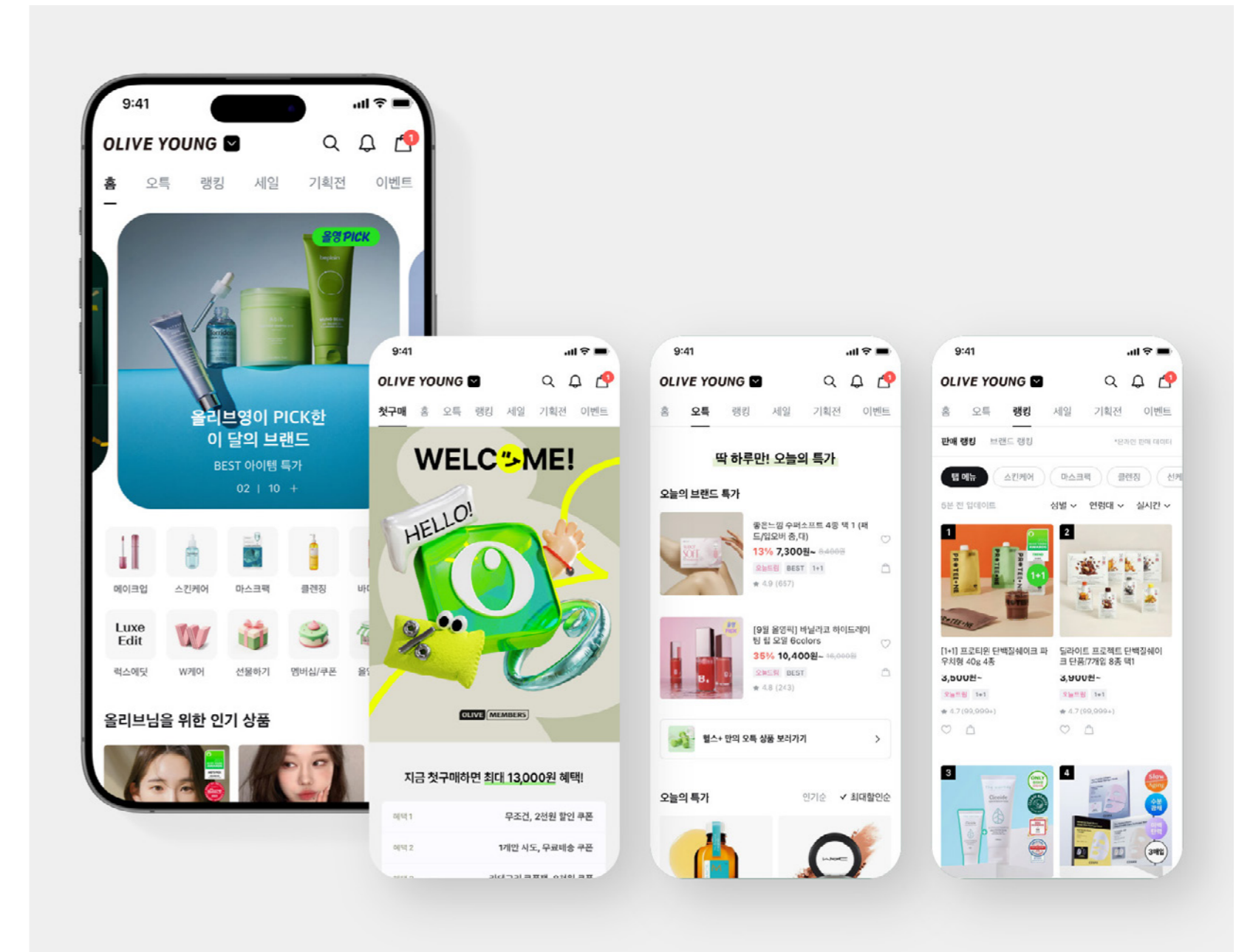
온라인몰 월간 활성 사용자 수(MAU)



2024년 오프라인 매장, 온라인몰 운영 브랜드 현황



2024년 온라인몰 운영 브랜드 중 중소 브랜드 비중



온라인몰 메인 화면에서 첫구매, 카테고리별 실시간 랭킹, 오프(오늘의 특가) 등의 테마를 통해 올리브영 상품을 언제 어디서나 만날 수 있습니다. 다채로운 뷰티&헬스 카테고리별 상품을 고객의 니즈에 맞게 선택할 수 있도록 구성되어 있습니다.

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

- Intro
 - K-뷰티 글로벌화
 - 상생
 - 옴니채널
- Overview
 - CEO Message
 - Our Company
 - Our Business
 - Our Business Philosophy
 - Our Sustainability Management
 - Our History
 - Our Stakeholder Engagement
- Value & Impact
 - 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
 - K-뷰티 글로벌 시장 선도
 - 파트너 상생경영
 - 옴니채널 전략 강화
- ESG Management
 - Social
 - Environmental
 - Governance
- ESG Facts & Figures
 - 경제
 - 환경
 - 사회
 - 거버넌스
 - GRI Standards Index
 - UN SDGs Index
 - UN Global Compact Index
 - 온실가스 검증의견서
 - 제3자 검증의견서

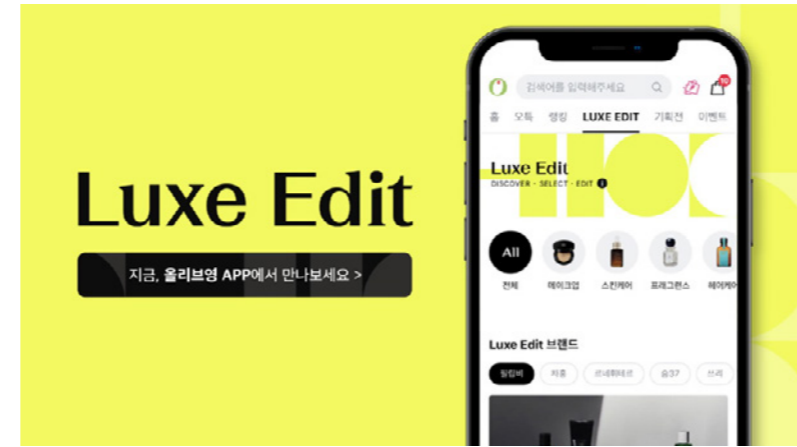
쇼핑, 그 이상의 경험을 제공하는 온라인 서비스

전문관

올리브영의 럭스에디션, 카테고리 전문관, 개별 브랜드관은 각 브랜드의 고유한 가치와 경쟁력을 깊이 있게 큐레이션합니다. 프리미엄 마켓 세그먼트, 카테고리, 브랜드별 경쟁력에 초점을 맞춰, 올리브영의 차별화된 뷰티 전문성이 담긴 큐레이션 서비스를 통해 고객의 특성과 니즈에 맞는 가장 설득력 있는 스토리로 브랜드와 제품을 전달합니다.

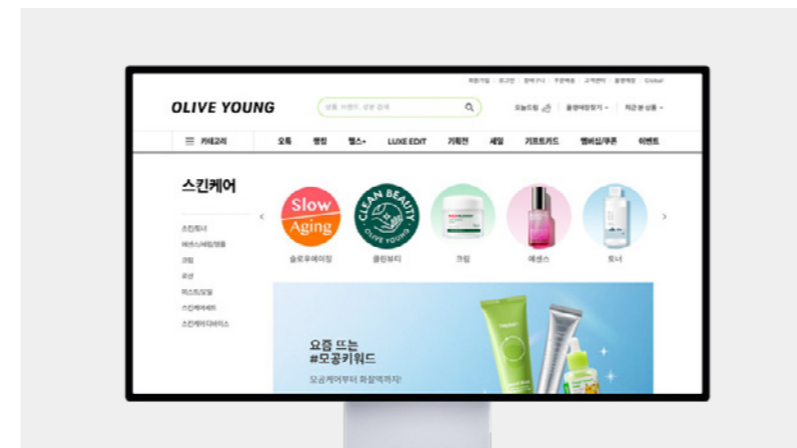
럭스에디션(Luxe Edit)

하이엔드 뷰티 콘텐츠 강화를 통해 올리브영만의 감각으로 신진 브랜드부터 하이엔드 브랜드까지 큐레이션하여 제안하는 전문관



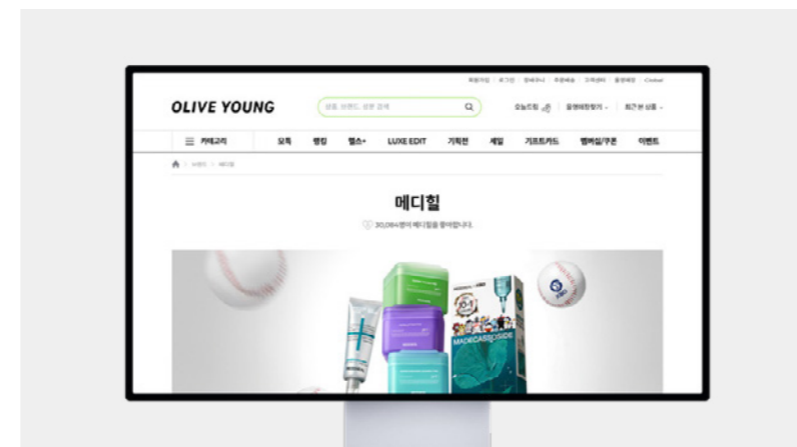
카테고리 전문관

실사용 리뷰를 기반으로 올리브영의 다양한 카테고리별 특성에 맞게 큐레이션한 전문관



개별 브랜드관

브랜드의 고유 스토리를 바탕으로 제품을 소개하고, 신제품과 베스트 상품의 리뷰를 함께 제공하는 전문관



개인화 추천 서비스

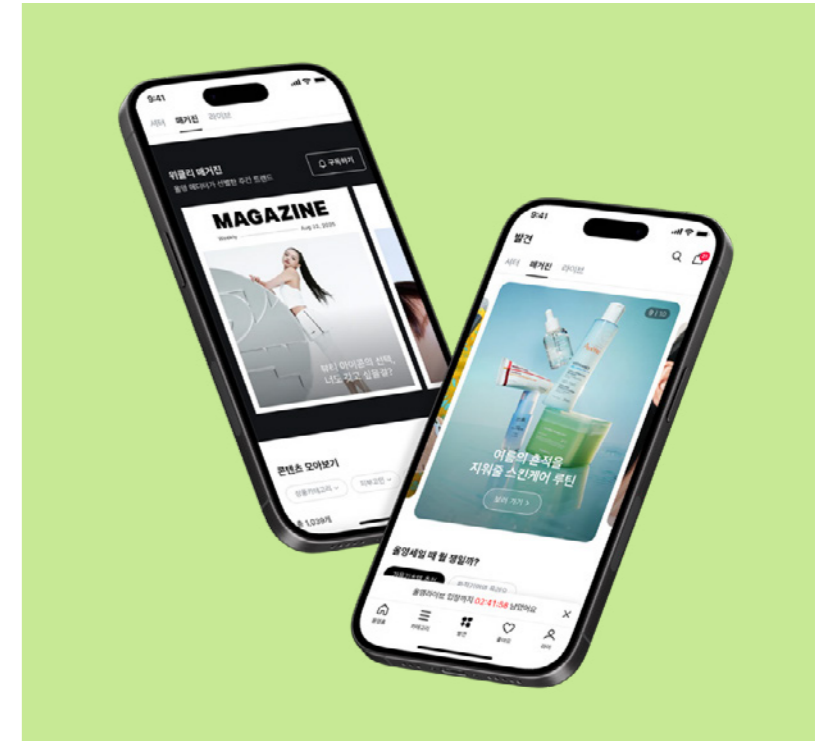
올리브영은 지속적인 UI·UX 고도화와 IT 인프라 투자, 빅데이터 분석을 통해 고객의 쇼핑 이력을 정밀하게 분석하고, 맞춤 상품 추천, 개인화 홈 화면, 테마형 전문관 등 차별화된 탐색 경험을 제공합니다. 이를 통해 브랜드가 원하는 정보와 제품을 고객 니즈에 맞춰 빠르게 노출할 수 있으며, 개인화 추천 쇼핑 콘텐츠로 고객의 몰입도를 높이고 브랜드와 고객 간의 유대감을 한층 강화합니다. 또한, 지속적인 투자를 통해 초개인화 추천 서비스를 더욱 고도화하며, 디지털 혁신 생태계를 구축해 경쟁력 있는 디지털 유통사로 거듭나고 있습니다.

콘텐츠와 커뮤니티

브랜드의 스토리와 매력을 고객에게 강렬하게 전달할 수 있도록, 고감도 영상·이미지부터 라이브 커머스, 서터, 매거진 등 다양한 콘텐츠를 기획·제작합니다. 고객이 오래 머물고 싶은 채널로 진화하고자 다양한 뷰티 정보와 콘텐츠를 제공하고 있습니다. 나아가, 뷰티&헬스 전문가의 인사이트 공유의 장이 되는 커뮤니티를 조성하여 고객 간 소통을 강화하고, 모두가 참여하는 뷰티 커뮤니티 문화를 만들어 가고 있습니다.

OLIVE YOUNG Magazine

전문 에디터가 기획한 뷰티 및 라이프스타일 관련 영상과 화보 등을 통해 2030 고객 대상 중소 브랜드 제품을 흥미롭게 전달하는 매거진 서비스

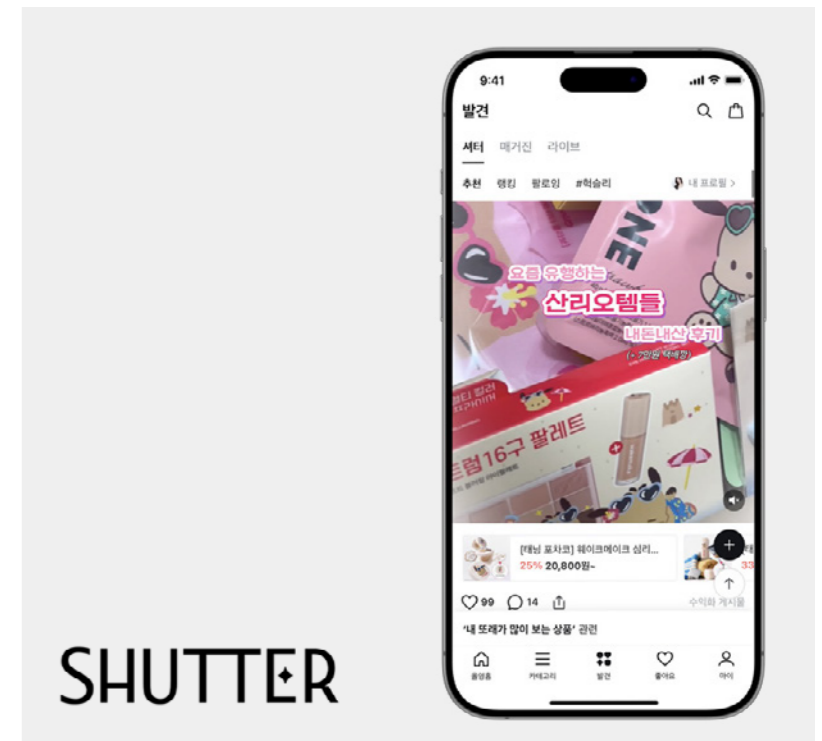


매거진 누적 조회 수
(2024년 기준)

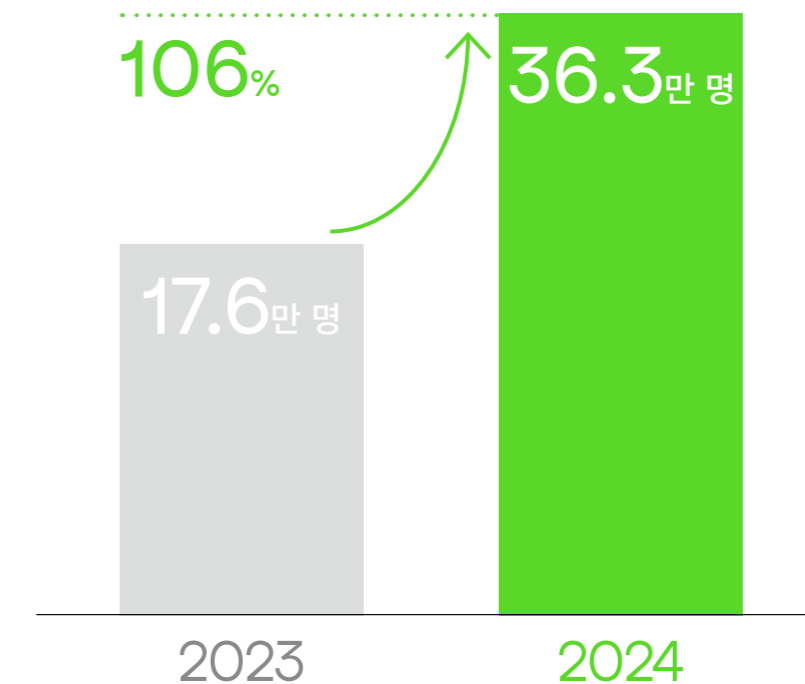
2,343만 뷰

SHUTTER

뷰티 트렌드, 코덕들의 일상, 메이크업 노하우 등 다양한 주제를 이미지와 함께 자유롭게 공유하고, 사용자 간 소통이 이루어지는 커뮤니티 중심의 앱인앱(App-in-app) 서비스



SHUTTER 평균 활성 유저 수 (월간)



Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

시간과 지역의 경계를 허무는 O2O 서비스

쇼핑 접근성을 향상시키는 편의 서비스

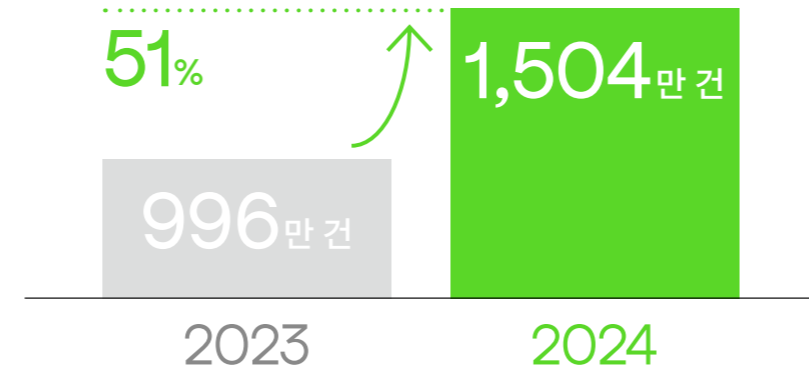
오늘드림 서비스

올리브영은 2018년 말 업계 최초로 온·오프라인 연계 배송 서비스인 '오늘드림'을 도입하여, 전국 1,393개 매장과 17개의 도심형 물류센터(MFC)를 기반으로 3시간 이내 신속 배송을 실현하였습니다. 고객이 오후 8시 이전에 주문하면 인근 매장에서 밤 12시 전까지 상품을 받을 수 있으며, 실시간 재고 연동과 시간대별 맞춤 배송 등 다양한 옵션으로 편의성을 한층 높였습니다. 2024년 '오늘드림' 빠른배송은 평균 55분의 빠르고 안정적인 배송 시간을 기록하며 높은 성과를 거두었습니다. 이와 같은 성과는 전국 오프라인 매장을 물류 거점으로 활용하는 혁신적인 전략과 배달 대행사와의 긴밀한 협력을 통해 극대화되었으며, 올리브영만의 차별화된 서비스로 자리매김하고 있습니다.

2024년 전체 행정구역 중 오늘드림 서비스 범위



2024년 오늘드림 서비스 주문 건수



<p>빠름 배송</p> <p>밤 8시까지 주문 시 주문 후 3시간 이내 도착</p> <p>20시 이후 주문 시 익일 13시 이전 도착</p>	<p>3!4! 배송</p> <p>낮 1시까지 주문 시 당일 낮 3~4시 사이 배송</p> <p>13시 이후 주문 시 익일 15~16시 사이 도착</p>	<p>미드나잇 배송</p> <p>밤 8시까지 주문 시 당일 밤 10~12시 사이 배송</p> <p>20시 이후 주문 시 익일 22시~24시 사이 도착</p>
---	---	--

* 다양한 오늘드림 서비스를 통해 고객이 원하는 시간에 상품을 전달할 수 있습니다. 고객은 타사 어느 곳에서도 경험하지 못한 만족도 높은 배송 서비스를 경험할 수 있습니다.

스마트반품 서비스

올리브영은 고객이 온라인몰에서 주문한 상품에 대해 반품이 필요할 경우, 구매한 온라인몰에서 반품을 신청하고 가까운 매장에 직접 방문하여 반품을 완료할 수 있는 '스마트 반품 서비스'를 운영하고 있습니다. 온라인 반품으로 인한 리드타임 없이 빠르게 반품을 처리하고 필요한 경우, 방문 매장에서 원하는 상품을 바로 구매할 수 있어 사용율이 매년 증가하고 있습니다.

픽업 서비스

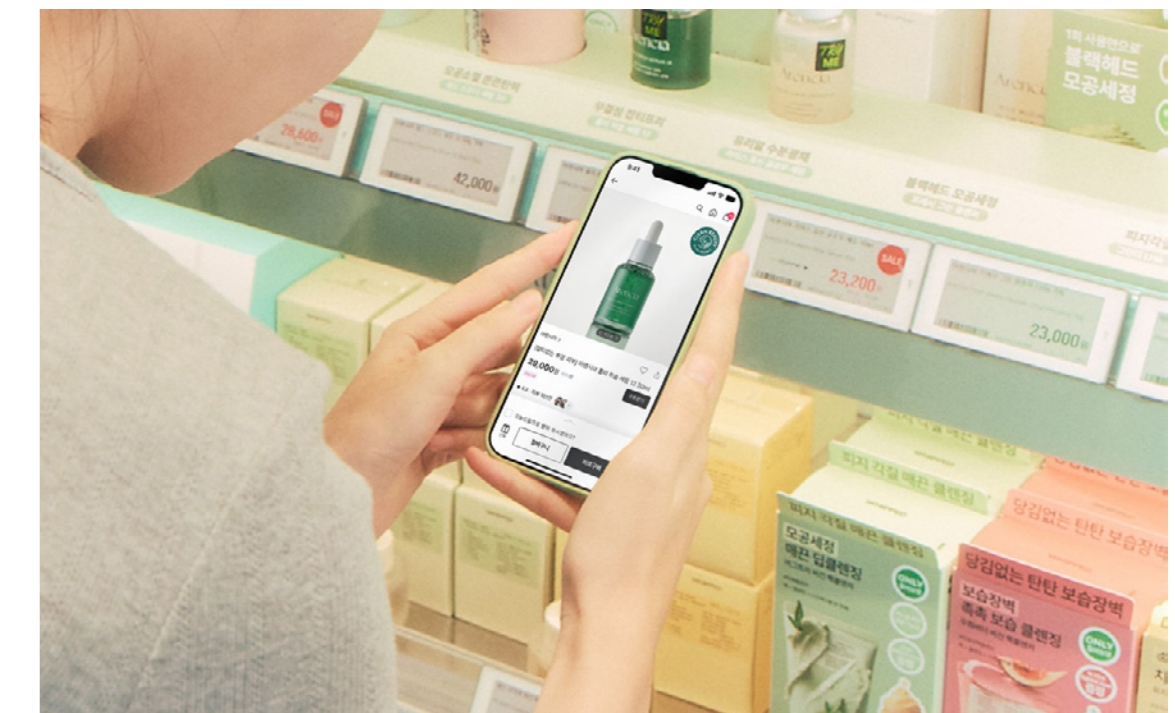
올리브영은 고객이 온라인몰에서 주문한 상품을 가까운 매장에서 직접 수령할 수 있는 '픽업 서비스'를 운영하고 있습니다. 전국 650여 개 주요 매장에서 제공되며, 별도의 배송비 없이 빠르게 상품을 받을 수 있어 시간과 장소에 구애 받지 않는 유연한 쇼핑이 가능합니다. 2024년에는 2023년 대비 픽업 이용 건이 74% 증가하였으며, 올리브영은 앞으로도 고객 편의를 높이는 동시에, O2O(Online to Offline) 기반의 매출 확대를 위한 서비스를 고도화할 계획입니다.



픽업 서비스는 고객이 원하는 시간과 장소에서, 언제든지 빠르게 상품을 직접 수령할 수 있는 쇼핑 경험을 제공하여, 고객 편의를 증대합니다.

전자라벨

올리브영은 전자라벨을 통해 매장을 방문한 고객이 상품 상세 정보를 즉시 확인하고, '올영매장' 서비스와 연동하여 발색 비교 및 인근 매장 재고 조회 기능을 이용할 수 있도록 하였습니다. 이를 통해 상품 정보 업데이트와 재고 관리가 신속하고 정확하게 이루어져, 고객은 보다 편리하고 신뢰도 높은 쇼핑 환경을 경험할 수 있게 되었습니다.



전자라벨은 직원에게는 효율적인 재고관리와 소비자에게는 더욱 다양한 제품에 대한 양질의 정보를 제공합니다.

- Intro
 - K-뷰티 글로벌화
 - 상생
 - 옴니채널
- Overview
 - CEO Message
 - Our Company
 - Our Business
 - Our Business Philosophy
 - Our Sustainability Management
 - Our History
 - Our Stakeholder Engagement

- Value & Impact
 - 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
 - K-뷰티 글로벌 시장 선도
 - 파트너 상생경영
 - 옴니채널 전략 강화

- ESG Management
 - Social
 - Environmental
 - Governance

- ESG Facts & Figures
 - 경제
 - 환경
 - 사회
 - 거버넌스
 - GRI Standards Index
 - UN SDGs Index
 - UN Global Compact Index
 - 온실가스 검증의견서
 - 제3자 검증의견서

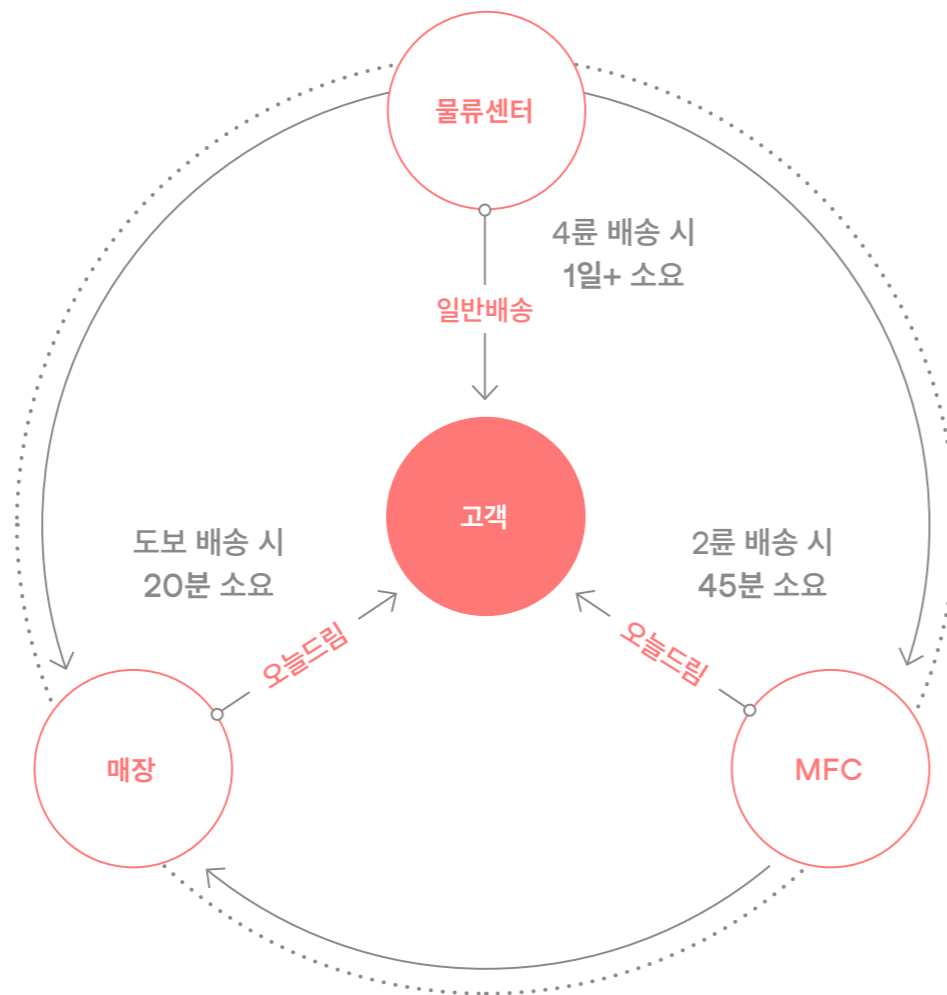
소비 여정을 완성하는 옴니채널

언제 어디서나 브랜드와 소비자를 연결하는 물류 인프라는 올리브영만의 경쟁력이자 차별화된 강점입니다. 전국 매장, 도심형 물류센터(MFC), 그리고 통합 물류센터로 연결된 촘촘한 물류 네트워크는 중소 브랜드의 성장 무대를 전국으로 확장하는 동시에, 수도권과 지방 간 쇼핑 격차를 해소합니다.

안성물류센터를 중심으로 글로벌 파트너별 맞춤 출고 시스템을 구축해 해외 주문에도 유연하게 대응하고 있으며, 2024년 10월, 지방 권역 물류 강화를 위해 경산물류센터를 새롭게 마련하였습니다. 특히, 2025년 1월, 경산물류센터는 고효율, 안전성, 친환경성 부문에서 우수한 평가를 받아 국토교통부로부터 스마트물류센터 1등급을 취득하는 쾌거를 이루어 냈습니다.

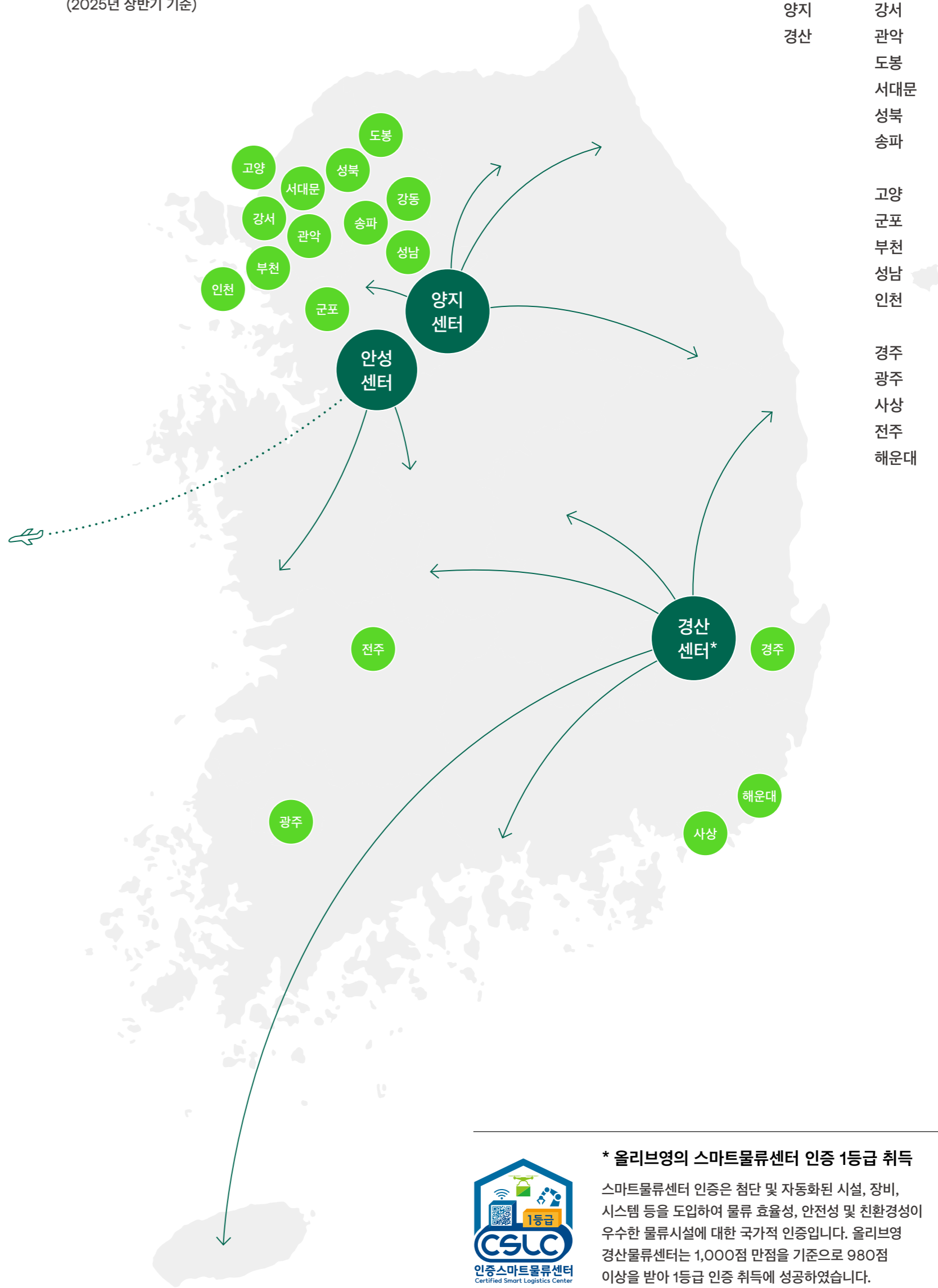
어느 유통사도 시도하지 않은 혁신적인 물류 운영 방식을 통해 올리브영은 국내외 고객을 시공간의 제약없이 연결하며, 유통의 새로운 가능성을 열어가고 있습니다. 빠르고 정교한 배송 인프라는 고객 만족도를 극대화하는 동시에, 지역 고용 창출과 지역 배송 파트너와의 협업을 통해 상생의 가치를 지속적으로 확장하고 있습니다.

올리브영 배송 서비스 유형



물류센터, 도심형 물류센터(MFC*) 위치

* Micro Fulfillment Center (2025년 상반기 기준)



*** 올리브영의 스마트물류센터 인증 1등급 취득**
 스마트물류센터 인증은 첨단 및 자동화된 시설, 장비, 시스템 등을 도입하여 물류 효율성, 안전성 및 친환경성이 우수한 물류시설에 대한 국가적 인증입니다. 올리브영 경산물류센터는 1,000점 만점을 기준으로 980점 이상을 받아 1등급 인증 취득에 성공하였습니다.

Intro

- K-뷰티 글로벌화
상생
옴니채널

Overview

- CEO Message
Our Company
Our Business
Our Business Philosophy
Our Sustainability Management
Our History
Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
K-뷰티 글로벌 시장 선도
파트너 상생경영
옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
Environmental
Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
환경
사회
거버넌스
GRI Standards Index
UN SDGs Index
UN Global Compact Index
온실가스 검증의견서
제3자 검증의견서

ESG Management

Table with 2 columns: Category (Social, Environmental, Governance) and Page Number (78, 106, 116)

ESG Management

Intro

- K-뷰티 글로벌화
상생
옴니채널

Overview

- CEO Message
Our Company
Our Business
Our Business Philosophy
Our Sustainability Management
Our History
Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
K-뷰티 글로벌 시장 선도
파트너 상생경영
옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
Environmental
Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
환경
사회
거버넌스
GRI Standards Index
UN SDGs Index
UN Global Compact Index
온실가스 검증의견서
제3자 검증의견서

Impact Highlights



2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

Social

올리브영은 '건강한 아름다움'과 '일상 속의 새로움'을 지향하며, 지역사회, 고객, 임직원을 비롯한 다양한 이해관계자와 함께 더 나은 세상을 만들어가고자 합니다.

사회적 소외 계층을 세심히 살피고 고객의 목소리에 귀 기울이며, 임직원의 성장을 지원하고 안전한 근무환경을 조성하는 등 다방면에서 사회적 책임을 실천하고 있습니다.

앞으로도 모두가 건강하고 아름다운 삶을 누릴 수 있도록, 지속가능한 사회적 가치 창출에 앞장서겠습니다.

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

지역사회 공헌

올리브영은 '건강한 아름다움'을 추구하는 뷰티&헬스 생태계 리더로서, 다양한 분야에서 소셜 임팩트를 만들고 있습니다. 취약계층 청년들의 자립과 사회 구성원으로서의 성장을 지원할 뿐만 아니라, 지역사회와의 동반성장을 적극적으로 실천하고 있습니다.

올리브영의 사회공헌 비전 ME:RACLE

2025년 1월, 올리브영은 임직원 대상 사회공헌 비전 ME:RACLE를 선포하고, 전사 역량을 다하여 지속가능한 사회적 가치를 창출하는 기업으로서 다방면의 사회공헌 활동을 실천할 것을 선언하였습니다.

이에, 올리브영은 취약한 환경에 놓인 미래 세대 청년들에게 전달한 ME:RACLE BOX를 시작으로, '나로부터 시작하는 아름다운 변화'라는 비전과 더불어 '우리의 성장', '지구의 영속'으로 이어지는 활동을 펼쳐나가고 있습니다.

앞으로도 올리브영은 사회공헌이 단순 기부를 넘어 미래 가치를 함께 만들어가는 중요한 동력이 될 수 있다는 믿음이 사회적 성과로 실현될 수 있도록 ME:RACLE을 적극적으로 실천하겠습니다.



ME:RACLE 체계

Vision 나로부터 시작하는 아름다운 변화

핵심가치	O	L	I	V	E
	neself to ourselves	ead with love	Imagine our impact	alue for virtue	mpower everyone
	나로부터 우리 모두에게	모두를 아끼는 마음으로 앞장서며	올리브영다운 방식과 역량으로	선한 영향력과 가치를 나누고	우리 모두의 '건강한 아름다움'을 실현

ME:RACLE 세부 프로그램

올리브영은 사회공헌 비전 ME:RACLE 체계를 기반으로 해마다 증가하는 자립준비청년의 건강한 일상과 미래를 위해 중점적으로 지원합니다. 청년의 일상을 가꾸며 사회 구성원으로서 성장할 수 있도록 청소년기부터 성년에 이르기까지의 체계적인 프로그램을 마련하여 궁극적으로 경제적 자립을 실현하도록 적극적으로 지원합니다.

건강한 일상 지원 ME:RACLE BOX

- 연간 총 1만 명의 자립준비청년에게 'ME:RACLE BOX' 제공
- 기초 생활 지원을 위한 기초케어 제품과 뷰티 제품을 성별에 따라 맞춤형으로 구성

안정적 미래 지원 My First ME:RACLE

- 개인 역량 향상과 경제적 자립을 위한 직무교육 프로그램 런칭
- 해외트립을 통한 트렌드 탐방 기회 제공
- 장학금(생활비/교육비 등) 지원

기초 생활 지원 기초 물품 정기 기부

- 분기별 10억 원, 3년간 100억 원 규모의 뷰티·건강용품 지원
- 자립준비청년의 경제적 부담 완화



2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

지역 활성화 기여

올리브영은 지역사회의 일원으로서, 지역 관광 활성화와 지역 소멸 위기 해소에 기여하고자 다양한 지역상생 사업을 펼치고 있습니다. 부산광역시 및 부산관광공사와 협력해 ‘영(YOUNG)부산 프로젝트’와 ‘비짓부산패스’ 프로모션을 진행하며, 지역 고유 가치를 확산시키고 인바운드 관광객 유입을 촉진하였습니다.

‘영(YOUNG)부산 프로젝트’는 부산 청년 일러스트 작가와 협업한 부산의 명소를 담은 기프트카드 출시와 부산광역시 마스코트 ‘부기’를 담은 상품을 출시하였습니다. 이렇게 도시를 대표하는 자원과 연계한 소비 활동의 확장을 통해 도시 브랜딩 및 지역 경제 활성화에 기여할 수 있었습니다. 더불어 부산 청년들에게 ‘활력’과 ‘휴식’을 키워드로 하여, 부산에서의 하루를 응원한다는 의미를 담은 상품을 증정하고, 소비자와 가장 근접한 매장 인프라를 통해 부산 모든 매장의 연출물 및 LCD를 활용하여 ‘영(YOUNG)부산 프로젝트’를 알리고 지역 문제 해소에 앞장섰습니다. 나아가 부산관광공사와 협력하여 비짓부산패스 프로모션과 부산 특화상품 홍보를 추진하여, 외국인 관광객에게 부산만의 차별화된 경험을 제공함으로써 부산 내 외국인 구매 편의성 증대에도 기여하였습니다.

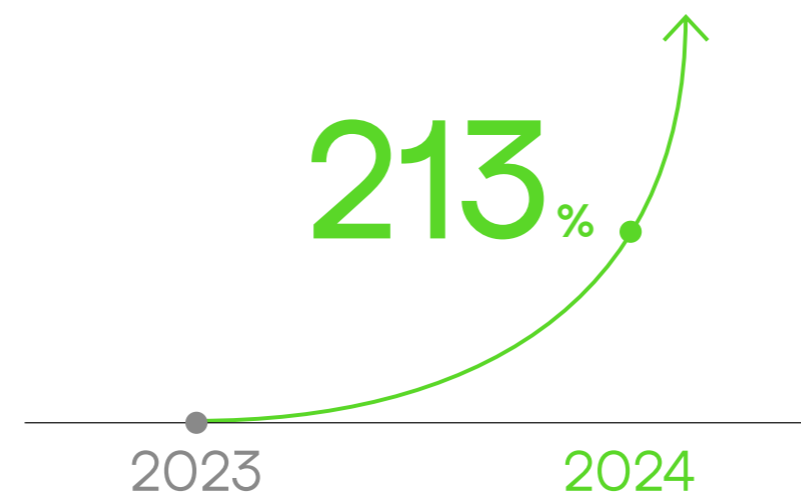
앞으로도 올리브영은 부산 외 지역과의 협력을 확대하며, 지역사회와의 상생 활동을 지속적으로 넓혀 나갈 계획입니다.

영(YOUNG)부산 프로젝트 ‘부산 기프트카드’ 출시



올리브영은 지방 최초 오프라인 매장을 오픈한 부산에서, 지역과 함께 성장하고 있는 청년을 응원하는 의미로 2024년 부산 청년 일러스트 작가와 협업하여 기프트카드를 출시하였습니다.

2024년 부산 지역 올리브영 매장 외국인 매출 (2023년 대비)



글로벌 사회공헌

올리브영은 2014년부터 유네스코와 협력하여 교육의 기회가 부족한 개발도상국 소녀들을 위한 ‘소녀교육 캠페인’을 전개하고 있습니다. 핑크영수증, ONLYONE 브랜드 제품 판매, 소녀교육 캠페인 위크 등 다채로운 방식으로 고객 참여형 기부 활동을 운영하며, 소녀교육의 의미와 중요성을 널리 알리고 있습니다. 이렇게 마련된 기금은 유네스코를 통해 베트남, 탄자니아 등 개발도상국 소녀들의 교육 환경 개선을 위한 사업에 활용되고 있습니다.



올리브영 소녀교육 캠페인은 베트남을 중심으로 점차 확대하여 전개할 계획입니다.

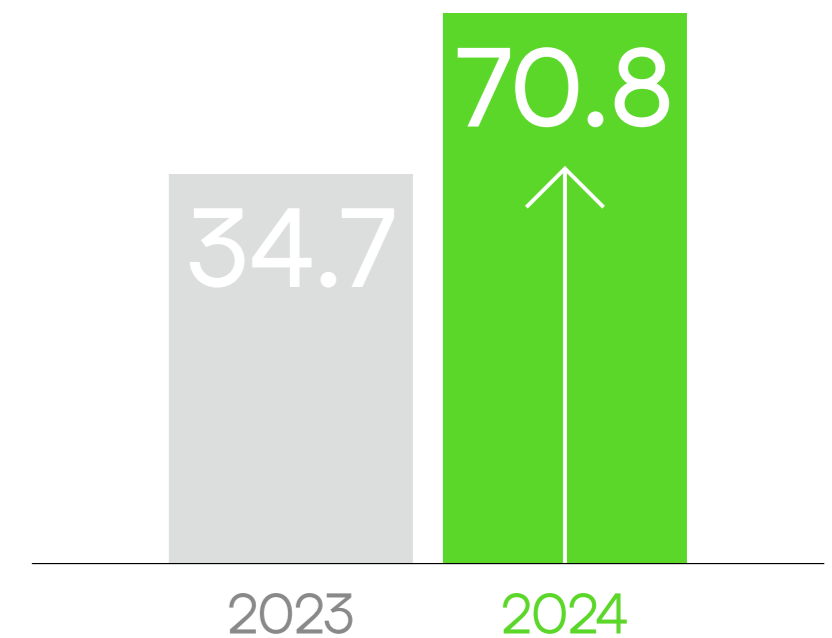
임직원 참여 활동 및 기부

올리브영은 임직원의 자발적 참여로 지역사회와의 소통을 위한 다양한 자원봉사 활동을 펼치고 있습니다. 매년 CJ나눔재단과 함께 꿈키움 원더워크, CJ도너스캠프 운동회 등 문화 사회공헌 프로그램에 참여하고 있으며, 사내 기부 키오스크 운영과 1:1 매칭그랜트 제도를 통해 임직원의 일상 속 기부 참여를 장려하고 있습니다. 2024년에는 17억 원의 현물 및 지역사회 활성화를 위한 온누리 상품권 기부를 통해 기부 규모를 전년 대비 2배 이상 확대하였습니다.

2024년 임직원 봉사 참여 시간



2024년 총 기부금 (단위: 억 원)



2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

- Intro
 - K-뷰티 글로벌화
 - 상생
 - 옴니채널
- Overview
 - CEO Message
 - Our Company
 - Our Business
 - Our Business Philosophy
 - Our Sustainability Management
 - Our History
 - Our Stakeholder Engagement

- Value & Impact
 - 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
 - K-뷰티 글로벌 시장 선도
 - 파트너 상생경영
 - 옴니채널 전략 강화

- ESG Management
 - Social
 - Environmental
 - Governance

- ESG Facts & Figures
 - 경제
 - 환경
 - 사회
 - 거버넌스
 - GRI Standards Index
 - UN SDGs Index
 - UN Global Compact Index
 - 온실가스 검증의견서
 - 제3자 검증의견서

제품 품질관리와 책임있는 마케팅

올리브영은 고객에게 좋은 제품만이 전해질 수 있도록 최선을 다하고 있습니다. 품질관리 시스템을 통해 파트너사에서 고객까지 이어지는 유통 전 과정에서의 안전성을 확보하고, 광고 및 표시 라벨링 리스크를 선제적으로 예방하여 신뢰도 높은 품질 생태계를 구축하고 있습니다.



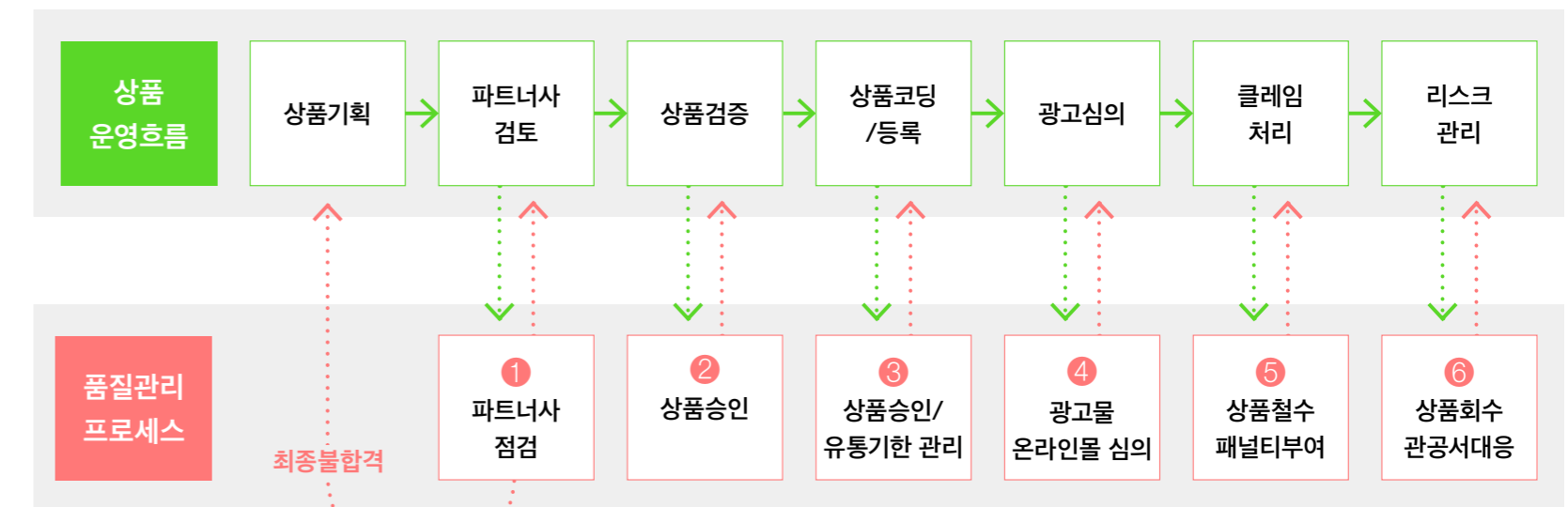
품질경영 체계 및 프로세스

올리브영은 품질경영 관리 프레임워크를 통해 제품의 모든 단계에서 안전성을 꼼꼼히 검증하고, 자체 브랜드는 물론 파트너사의 품질 관리까지 지원하며, 광고 모니터링과 품질 규제 대응을 포함한 체계적인 품질 관리 활동을 폭넓게 수행하고 있습니다. 특히, 상품 기획 단계에서의 파트너사 선정, 상품 도입에 이르는 사전 품질 검증과 함께, 표시·광고 제작, 클레임 대응, 대내외 리스크 대응 등 사후 품질 관리를 통해 제품 품질에 대한 관리를 더욱 강화하고 있습니다.

품질경영 관리 프레임워크

사내 품질관리 활동	파트너사 품질관리 지원	표시·광고 검증관리
<ul style="list-style-type: none"> 유통 과정 내 제품 품질 확보 매장 관리 및 서비스 품질 상향 평준화 	<ul style="list-style-type: none"> 파트너사 품질관리 역량 향상 지원 신규 제조 파트너사 대상 정기 품질 검사 	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 표시 광고 모니터링 표시 광고 정책 대응 및 리스크 관리

품질관리 프로세스



2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

- Intro
 - K-뷰티 글로벌화
 - 상생
 - 옴니채널
- Overview
 - CEO Message
 - Our Company
 - Our Business
 - Our Business Philosophy
 - Our Sustainability Management
 - Our History
 - Our Stakeholder Engagement

- Value & Impact
 - 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
 - K-뷰티 글로벌 시장 선도
 - 파트너 상생경영
 - 옴니채널 전략 강화

- ESG Management
 - Social
 - Environmental
 - Governance

- ESG Facts & Figures
 - 경제
 - 환경
 - 사회
 - 거버넌스
 - GRI Standards Index
 - UN SDGs Index
 - UN Global Compact Index
 - 온실가스 검증의견서
 - 제3자 검증의견서

사내 품질관리 활동

올리브영은 품질경영 관리 프레임워크의 사내 품질관리 활동에 기반하여 제품별 품질관리에서부터 매장별 품질 점검까지 고객을 만나는 전체 접점에 걸쳐 품질 관리 활동을 이행하고 있습니다. 이는 제품에 대한 안전성을 검증하는 일뿐만 아니라, 매장과 영업자에 대한 준수사항을 부여하는 수준의 광범위한 활동을 모두 포괄합니다.

사내 품질관리 활동

품질 이슈 상품 집중 점검

- 컴플라이언스 준수와 고객 안전 확보를 위해 '소비자 위해 우려 품목' 대상 2024년 집중 점검 실시
- 온-오프라인 표시 및 안전 기준 준수 검증프로세스 개선점 도출

제품 안전성 검증

- 외부 분석기관 협업 기반 자사 브랜드 신제품 대상 월별 안전성 검증 진행
- 자사 제품 대상 기능, 작동, 누액, 낙하, 관능 검사 등 연 평균 1만 건 이상의 다각적 품질 검사 실시를 통한 입고 단계에서의 부적합 제품 차단

매장 영업자 준수사항 제공

- 매장 내 임직원 대상 화장품, 의료기기, 일반식품, 건강기능식품 등 유통 단속 대상 제품 관련 '매장 영업자 준수사항 가이드' 제공
- 상품별 위반 사항과 제재 수준에 대한 현장 임직원 이해도 향상 교육 실시

매장별 품질 확인 실시

- 고객에게 안전한 상품을 제공하기 위해 정기적 매장 품질 점검 실시
- 연 1회 직영/가맹 대상 방문 점검 등을 통해 상품 청결/위생, 부당 연출물, 재포장 등 법적 준수사항 이행 현황 점검 이후 필요 시 유의사항 및 개선 가이드 제공

다각적 품질 검사 실시 횟수 **1만 건 이상** 직영/가맹 대상 방문 점검 주기 **연 1회**

파트너사 품질관리 지원

올리브영은 파트너사 제품이 유통되는 단계에서 나아가 파트너사가 높은 품질의 안전한 제품을 개발 및 생산할 수 있도록 화장품법을 포함한 유관 법률 및 정책들의 개정사항을 전달하고, 파트너사 제품 대상 품질 검사와 모니터링을 엄격하게 진행하고 있습니다.

파트너사 품질 관리 체계

파트너사 품질 역량 강화 지원

- 위법 상품 유통 방지를 위한 파트너사 준수사항 및 정책 개정사항 전파
- 전자상거래법, 화장품법 등 제 개정 여부에 따른 가이드라인 제공

파트너사 신상품 품질 모니터링

- 연간 약 1만여 건의 파트너사 신상품 대상 안전성 자료 모니터링
- 표시 적법성 위반사항 예방을 위한 확인 진행

신규 파트너사 대상 품질 심사

- 신규 파트너사의 제품 초기 생산 단계부터 품질관리 운영 전과정 심사
- 2025년 신규 제조 파트너사 대상 전수 실사를 통해 44개 사에 대한 품질 운영 역량 제고

가이드라인 제공 정보

- 전자상거래법 상품정보 제공고시 개정사항
- 화장품법 표시 광고 개정 사항
- 식품위생법/의료기기법 개정사항

파트너사 제공 가이드라인 예시

- 화장품 피부나이 관련 금지표현 안내
- 2025년 변경된 식품안전제도 안내
- 온라인몰 상품정보제공고시 가이드 안내

표시·광고 검증 관리

올리브영은 2025년 8월, 부당광고로 인한 소비자 피해를 예방하고, 원천적으로 차단하기 위해서 온라인몰 및 매장 광고에 대한 심의 프로세스를 개선하였습니다. 온라인몰 광고 사전심의를 확대하였으며, 온라인몰 상품 광고와 고객 리뷰 부분에서는 '스크리닝-적발-조치' 3단계로 구성된 모니터링 체계를 운영하고 있습니다. 또한, 매장 연출물 대상으로는 정기점검을 강화하고, 심의 전문인력을 2배 이상 확충하였음은 물론, 향후 시를 활용한 광고심의 시스템을 도입하여 더욱 정교한 심의 시스템을 구축할 계획입니다.

온라인몰 광고 심의 및 모니터링 체계

구분	상품 광고	고객 리뷰
사전 심의	심의전문인력을 통해 상품의 웹기술서 적법여부 심의	고객 리뷰 작성 시 작성 금지 키워드 운영
스크리닝	OCR*을 통해 상품의 웹기술서 이미지 판독 * Optical Character Reader	고객 리뷰 전문 심의 인력을 통한 리뷰 스크리닝
적발	블랙 키워드** 노출 광고에 대한 결과 조회 ** 법적 금지 키워드	금지 키워드 노출에 대한 리뷰 결과 조회
조치	블랙 키워드 수정 조치	리뷰 수정 조치

글로벌 품질 안전 관리 강화

올리브영은 사내 품질관리 조직을 확충하여 사전 품질관리 역량을 높이고, 전사적인 품질 신뢰도를 강화하고 있습니다. 글로벌 시장 확대에 대응하기 위해 한국, 미국, EU, 중국 등 주요 국가의 화장품 제도를 상시 모니터링하고, 국가별 성분 적합성 검토와 인허가를 전담하는 RA(Regulatory Affairs)팀을 신설하였습니다. RA팀은 안전성 기준이 강화되고 있는 미국과 유럽을 중심으로 제품 출시 이전의 선제적 대응 체계를 마련하고 있으며, 라벨링 가이드라인 준수, 제품 표시·광고 검증 등을 통해 글로벌 고객에게 투명하고 안전한 제품 정보를 제공합니다. 올리브영은 이러한 체계를 바탕으로, 고객이 안심하고 선택할 수 있는 제품과 서비스를 제공하며 글로벌 시장에서 신뢰받는 기업으로 자리매김해 나가고 있습니다.

주요 국가별 RA 규제 및 지원 현황

미국	미국 FDA 화장품 현대화법 준수 지원	MoCRA (Modernization of Cosmetics Regulation Act)
유럽	유럽 CPNP* 등록 지원 * Cosmetic Products Notification Portal	EU 화장품에 관한 규정 (Regulation (EC) No 1223/2009)
중국	중국 위생허가 지원	중국 화장품 감독 관리 조례

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

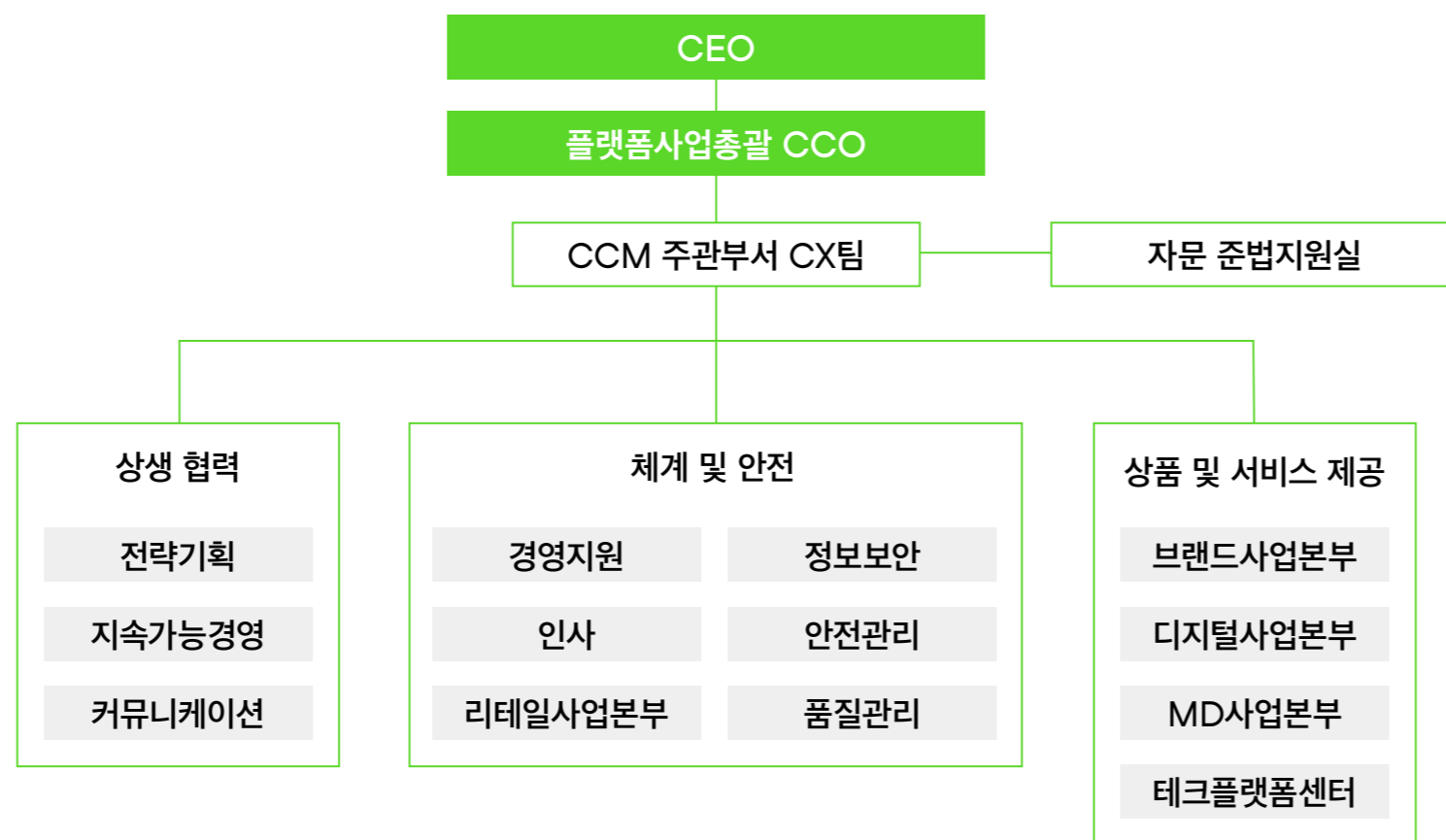
ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

고객중심경영

올리브영은 고객 만족을 최우선 가치로 삼고, 소비자 중심 경영을 핵심 원칙으로 실천하고 있습니다. 특히, 최고고객책임자(CCO)를 중심으로 전사 고객경험관리(CCM) 체계를 구축하여, 소비자 관점에서의 경영 활동을 총괄하고 실질적인 권한과 책임을 부여하고 있습니다. CCO 산하의 CCM 회의체를 통해 고객 불만의 원인을 정기적으로 분석하고, 신속한 개선 방안을 마련해 고객의 니즈를 경영 전반에 반영하고 있습니다. 올리브영은 이와 같은 체계적인 관리와 실천을 기반으로, 2025년 연내 소비자중심경영(CCM) 인증을 취득할 예정입니다.

고객경험관리(CCM) 운영조직



고객 만족도 조사 및 서비스 개선

올리브영은 2024년 고객만족도 조사를 실시한 결과, 87.8점을 기록하여 이전 차수인 2020년 대비 8.6점 상승하는 성과를 거두었습니다. 코로나 팬데믹으로 인해 약 3년간 조사가 중단되었으나, 2024년에는 전국 매장을 대상으로 재개하였습니다. 앞으로도 매장 운영 환경과 고객 구매 형태의 변화에 맞춰 정기적인 고객만족도 조사를 통해 고객의 니즈를 심층적으로 파악하고, 고객이 기대하는 서비스를 확충하여 매장 서비스 품질을 지속적으로 개선해 나가겠습니다.

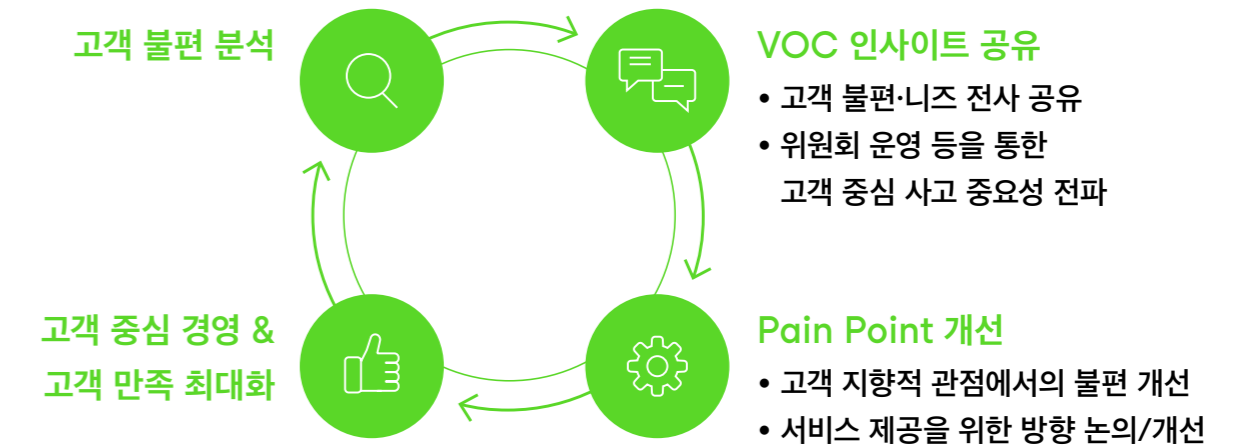
2024년 고객만족도 조사 점수

87.8점

VOC 관리 체계 및 대응 프로세스

올리브영은 고객의 목소리에 진정으로 귀 기울이기 위해 VOC(Voice of Customer) 관리 체계를 구축하여 운영하고 있습니다. 오프라인 매장, 온라인몰, 글로벌물 등 다양한 구매 채널에서 수집된 고객 의견은 표준화된 VOC 운영 프로세스를 통해 체계적으로 관리되며, 단순 응대에 그치지 않고, 근본적인 원인을 분석하여 실질적인 개선으로 이어지도록 노력하고 있습니다. 특히, 글로벌 고객에게도 동일한 수준의 고품질 서비스를 제공하기 위해 통합 상담 고객센터를 운영하며, 다양한 고객 요청에 신속하고 일관되게 대응하고 있습니다.

올리브영은 2025년, 비즈니스 확대와 더불어 고객 VOC의 지속적인 증가 추세에 따라 일관된 고객 응대와 실시간 인사이트 제공을 지원하는 차세대 고객센터 플랫폼을 준비하고 있습니다. AI를 활용한 New Customer Office 시스템 도입을 통해 보다 고도화된 고객 VOC 대응을 실현하고자 합니다.



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 기록
	분석 및 개선	VOC 분석 • VOC 현황 분석	고객 불편사항 공유 • VOC 현황 보고	개선 주제 선정 • 개선조치 이행
			고객 불편사항 개선 • 유관부서 공유	

2025년 글로벌물 고객 경험 여정 개선 사례

	글로벌물 고객 구매여정 개선	FAQ 개편
고객 불편	글로벌 국가상황에 따라 배송과정 중 세금 등 추가 비용이 발생할 수 있으나 해당 내용을 구매 전 인지하지 못한 고객들이 있었습니다.	FAQ 콘텐츠가 부족하여 고객센터 상담원 연결 없이 문의를 해결하고자 하는 고객 니즈를 충족하지 못하였습니다. 다빈도 VOC 문의유형을 분석하여 배송, 상품, 결제 관련 콘텐츠의 부족을 확인하였습니다.
개선 결과	글로벌물에서 상품을 구매하는 고객들이 사전에 내용을 인지할 수 있도록 장바구니/결제화면에 문구를 추가하여 가시성을 높였고, 관련 VOC가 약 30% 가량 감소하였습니다.	2025년 6월, 총 107건의 FAQ 콘텐츠를 개편 및 신규 등록하여 편리한 글로벌물 이용 환경을 구축하였습니다.

- Intro
 - K-뷰티 글로벌화
 - 상생
 - 옴니채널
- Overview
 - CEO Message
 - Our Company
 - Our Business
 - Our Business Philosophy
 - Our Sustainability Management
 - Our History
 - Our Stakeholder Engagement
- Value & Impact
 - 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
 - K-뷰티 글로벌 시장 선도
 - 파트너 상생경영
 - 옴니채널 전략 강화
- ESG Management
 - Social
 - Environmental
 - Governance
- ESG Facts & Figures
 - 경제
 - 환경
 - 사회
 - 거버넌스
 - GRI Standards Index
 - UN SDGs Index
 - UN Global Compact Index
 - 온실가스 검증의견서
 - 제3자 검증의견서

인재 확보 및 육성

올리브영은 구성원의 성장을 진심으로 고민하며 끊임없는 지원을 이어가고 있습니다. 러닝셀, 러닝픽, 러닝크루, 러닝CON 등 다양한 학습 프로그램을 통해 구성원의 자발적 참여를 이끌고, 함께 성장하는 학습 문화를 만들어 가고 있습니다. 개인의 직무 전문성을 강화하는 올리브영만의 인재 육성 전략은 전사적인 비즈니스 역량 확대를 견인하는 원동력입니다.



인재확보와 육성 통한 성장동력 강화

올리브영은 임직원의 성장을 위해 입문·직무·리더십 교육 등 구성원의 직무와 직급에 적합한 교육 프로그램을 제공하며, 우수 인재 확보를 위해 다양한 채널을 통해 소통을 강화하고 있습니다. 이러한 인재 육성 전략은 고객에게 차별화된 제품과 서비스를 제공으로 이어지며, 파트너사와 함께 성장하기 위한 핵심 성장 동력으로 작용합니다. 이에, 2024년 임직원의 총 교육 이수시간은 22만 시간을 넘어섰으며, 상품·영업·IT 등 핵심 역량 분야의 전문 인재 양성에 집중하였습니다.

올리브영 전문 인재 양성

상품 전문가	MD 및 상품개발자(BM)를 위한 전문 교육
영업 전문가	현장 직무 교육과 심화 전문가 과정 운영
IT 전문가	온라인몰 및 글로벌몰 성장을 견인할 IT 인재 양성

또한, 올리브영은 자발적 학습 문화를 기반으로 공유 학습 체계를 마련하여 다양한 사내 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 본사와 매장의 업무 연계 특성을 고려하여, 모든 구성원이 다양한 형태의 교육 프로그램에 참여할 수 있도록 기회를 확대하였습니다. 아울러 사업 성장을 구성원의 커리어 성장으로 연결하기 위해 '사내 직무 전환 프로그램(공모제)'을 운영하고, 임직원이 새로운 직무에 도전하면서, 커리어를 확장할 수 있는 장을 마련하였습니다.

올리브영은 이처럼 체계적 교육과 자발적 성장 문화를 바탕으로 임직원 개인의 전문성을 강화하고, 나아가 조직 전체의 지속가능한 성장 기반을 함께 만들어가고 있습니다.

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

직무별 인재 확보 및 전문성 강화

MD 인재 확보 및 전문성 강화

올리브영은 주요 핵심 역량인 국내·글로벌 MD 인재 확보를 위해 적극적으로 나서고 있습니다. MD아카데미를 중심으로 MD 육성체계를 갖추고, 데이터 분석, 전략·기획, 마케팅, 커뮤니케이션 등의 역량 강화를 위한 현업 특화 직무 교육을 시행하고 있습니다.

BM 인재 확보 및 전문성 강화

BM은 올리브영 자체 브랜드를 개발·관리하는 담당자로서, BM의 핵심역량을 강화하기 위한 총 10개 과정의 아카데미 체계를 구축하였습니다. 글로벌 시장 진출 등 대내외적인 역할 확대를 고려한 상품 개발자로서의 역량 강화를 위해 스터디형, 외부교육 연계 등 다양한 교육 형태를 계획하고 있습니다.

IT 인재 확보 및 전문성 강화

올리브영은 옴니채널 운영 확대에 따라 IT 역량 확보를 위한 인재 육성을 위한 투자를 확대하였습니다. 이에 2024년, IT개발 아카데미의 핵심 프로그램인 학습 플랫폼 ‘인프런’을 운영하는 등 시스템 개발 조직 주도의 육성 프로그램을 적극 지원하고 있습니다. 더불어, 테크블로그 및 사내 기술 세미나(올리티)를 통해 사내 커뮤니케이션을 활성화하고, 개발 인력의 동기부여를 위해 대외활동 지원 및 사내외 네트워크 구축을 제공합니다. 올리브영의 IT 전문 교육을 이수한 IT 인력은 AI 전담 조직 등을 구성하여 올리브영의 개인화 추천 서비스 고도화 등에 기여하고 있습니다. 또한, 2024년 12월, 산업별 클라우드 전략 및 기술 공유 컨퍼런스인 ‘AWS Industry Week 2024’ 행사에서 ‘CJ올리브영의 옴니채널 커머스 플랫폼 현대화’ 라는 주제로 오늘드림 통합 검색 시스템 구축 및 실시간 재고 관리 체계 도입 성과를 대외에 알리는 좋은 기회가 마련되기도 하였습니다.

2024년 직무별 아카데미 과정 현황

교육	과정	수료인원
MD아카데미	고객행동 분석 툴 및 데이터 분석 시스템 교육, MD 사례 연구(카테고리 육성 및 진화 전략), 마켓 센싱 등	542명
BM아카데미	고객행동 분석 툴 및 데이터 분석 시스템 교육, 화장품 GMP 기본/심화 과정 등	114명
IT아카데미	개인에게 적합한 학습 콘텐츠의 자율선택이 가능한 학습 플랫폼(인프런) 도입 → 직무에 맞는 초개인화된 업무 스킬 육성 지원	106명

영업 인재 확보 및 전문성 강화

올리브영은 트레이너 선발 단계부터 잠재력과 역량을 갖춘 인재를 선발하며, 2025년에는 글로벌 전형을 포함한 특화 인재 채용 프로세스의 고도화를 추진할 예정입니다. 이를 위해 외부 전문 진단기관을 통한 실질 어학 역량 검증을 도입하고, 국내 거주 외국인까지 지원 자격을 확대하여 글로벌 인재 풀을 넓혀가고 있습니다. 또한, 글로벌 고객 응대를 강화하기 위해 GLC(Global Store Language Course) 프로그램을 운영하고 있습니다. 글로벌 관광 상권 전 매장의 필수 교육으로 지정된 이 과정은 영어·일본어·중국어 교육을 통해 특화 상권의 핵심 인재를 양성하고 있습니다.

이와 더불어 GLC+ 프로그램을 통해 영업 전 구성원을 대상으로 자기주도적 어학 학습 콘텐츠를 제공하고, 고객 접점 상황별 외국인 응대 영상 교육을 시행하여 서비스 품질을 높이고 있습니다.



한편, 올리브영은 전문성을 갖춘 뷰티 인력 양성에도 힘쓰고 있습니다. 스킨케어 뷰티컨설턴트와 메이크업 뷰티컨설턴트로 구분된 교육 과정을 운영하며, 국가 자격증 취득을 지원해 신뢰도 높은 뷰티 전문가를 육성하고 있습니다.

2025년 상반기 누적 GLC(Global Store Language Course) 프로그램 수료 인원

642명

2025년 5월 누적 뷰티컨설턴트 인원

38명

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

자발적 참여형 공유학습제도

러닝셀 (본사)

러닝셀은 사내 구성원이 직접 강사가 되어 본인의 지식과 노하우를 공유하는 공유학습제도입니다. 2024년에는 26명의 임직원이 강사로 나서 45회에 걸쳐 과정을 운영했습니다. 2024년 수강인원 1,170명을 누적한 러닝셀은 전사 사업과 밸류체인에 대한 이해, 업무 Skill·Tool 학습, 현장 체험형(매장, MFC 등) 과정 등 매월 다양한 주제로 새로운 과정이 개설되고 있으며, 임직원들은 원하는 과정을 자유롭게 신청하여 수강할 수 있습니다.

2024년 러닝셀 운영 회차

45회

2024년 러닝셀 누적 수강 인원

1,170명

러닝픽 (영업)

러닝픽은 자신에게 필요한 교육을 직접 선택하고, 학습하여 매장 구성원이 '영업 전문가'로 성장할 수 있도록 돕는 자기주도적 학습 프로그램입니다. 2024년에는 매장 관리, 비즈니스 인사이트, 디지털 과정을 통해 영업 현장에서 필요로 하는 직무 교육을 실시하였으며, 2025년에는 전사 전략과 방향성이 연계된 글로벌 및 세일즈&서비스 카테고리별 신설하여 구성원의 업무 역량 향상을 도모할 계획입니다.

2024년 러닝픽 운영 회차

73회

2024년 러닝픽 누적 수강 인원*

6,599명

* 1회 이상 교육 참여 인원 2,060명

러닝크루

러닝크루는 동일한 성장과 학습 목표를 가진 4~8명의 사내 구성원이 모여 자율적으로 학습하고 지식을 공유하는 스터디형 학습조직입니다. 업무 관련 지식과 정보를 학습하는 '지식습득형', 기술과 툴을 익히는 '업스킬링형', 업무에 필요한 지식과 스킬 관련 자격증 취득에 도전하는 '자격취득형', 업무 상 필요한 과제를 해결하는 '사이드 프로젝트형' 총 4가지 유형으로 구성되어 운영되고 있으며, 2024년에는 총 22개 러닝크루에서 126명이 과정을 수료하며 자발적 학습 문화를 이어가고 있습니다.

2024년 러닝크루 총 개수

22개

2024년 러닝크루 수료 인원

126명

러닝CON

러닝CON은 올리브영이 일하는 방식을 집대성한 사내 최대 교육 행사로, 다양한 부서의 구성원들이 강연자로 나서서 지식과 경험을 나누는 사내 컨퍼런스 겸 학습 콘서트를 의미합니다. 2024년 처음으로 개최되어 '화장품 성분학개론', '퍼실리테이션 스킬' 등을 주제로 운영된 러닝CON은 누적 참여자 1,139명, 총 88개의 부서에서 참여하였습니다. 또한, '2024년 대한민국 인적자원개발 대상 - 교육프로그램 대상'을 수상하며 대외적으로 인재 육성 효과를 인정 받는 쾌거를 이루었습니다.

2024년 러닝CON 누적 참여 인원

1,139명



올리브영 본사에서 진행되는 '러닝CON' 행사는 임직원 인사이트 공유의 장이 되며, 임직원 스스로가 강사이자 수강생으로 참여하는 배움의 축제입니다.

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

- Intro
 - K-뷰티 글로벌화
 - 상생
 - 옴니채널
- Overview
 - CEO Message
 - Our Company
 - Our Business
 - Our Business Philosophy
 - Our Sustainability Management
 - Our History
 - Our Stakeholder Engagement
- Value & Impact
 - 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
 - K-뷰티 글로벌 시장 선도
 - 파트너 상생경영
 - 옴니채널 전략 강화
- ESG Management
 - Social
 - Environmental
 - Governance
- ESG Facts & Figures
 - 경제
 - 환경
 - 사회
 - 거버넌스
 - GRI Standards Index
 - UN SDGs Index
 - UN Global Compact Index
 - 온실가스 검증의견서
 - 제3자 검증의견서

건강한 조직문화 조성

올리브영은 '건강한 아름다움'이라는 브랜드 가치 아래 끊임없는 진화와 혁신을 통한 건강한 조직문화를 구축하고 있습니다. '올리브영이 일하는 방식'을 기반으로, 평균 연령 30.6세의 젊은 구성원들이 실시간으로 소통·협업할 수 있는 통합 플랫폼 '올리브 라운지'를 고도화 하며, 변화와 성장을 지속하고 있습니다.



'올리브영이 일하는 방식' 내재화

올리브영은 '올리브영이 일하는 방식'을 '트렌드 리딩, 강한 실행력, 협업·소통, 함께 성장' 4가지로 정립하고, 각 방식에 대한 구체적인 기준이 될 수 있는 3대 행동 키워드를 도출하여 구체화하였습니다. 올리브영은 전사 구성원 참여를 기반으로 모두가 공감할 수 있는 '올리브영이 일하는 방식'의 내재화 및 전파를 위해 자발적이고 주도적인 젊은 구성원의 특성을 반영하여 구성원이 직접 참여하고 체험할 수 있는 다양한 프로그램을 시행하고 있습니다.

올리브영이 일하는 방식

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

2024년 체험형 조직활성화 프로그램

체험형 팝업 운영	올리브영이 일하는 방식 + GYM	MZ세대의 최대 관심사인 '운동'과 연계한 연례 프로그램	3일간 800여 명 구성원 참여
일하는 방식 학습 게임 개발	올리브영이 일하는 방식 타자런	타자게임을 통해 일하는 방식과 구체적 기준 습득	구성원 참여횟수 1,151회
협업·소통 프로그램	올림픽(올리브영+올림픽)	'협업·소통 프로그램'의 일하는 방식 체화 프로그램	100여 개 팀 참여 (팀 단위 조직의 50% 이상)
올영세일 송(Song) 콘테스트	올영 세일 기간 매장에서 송출되는 음원을 구성원 목소리로 녹음	전사 구성원 참여, 임직원 투표를 통해 선정	9일간 113개 팀 참여
구성원의 건강한 신체 형성 지원	H(Health) 챌린지	임직원의 건강한 신체 형성을 위한 인바디 챌린지	8주간 500여 명 참여, 50% 이상 인바디 목표 달성
가정의 달 가족 초청 행사	올영 패밀리	구성원의 가족을 초대해 감사의 마음을 전하는 프로그램	참여 구성원 287명

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

TEAM OLIVE YOUNG, 함께 만드는 혁신

2025년 올리브영은 모든 구성원을 ‘YOUNG MAKER(영메이커)’로 명명하고, 이들이 모여 하나의 방향으로 나아가는 TEAM OLIVE YOUNG(팀올리브영)을 선포하였습니다. 이는 ‘구성원이 곧 올리브영’이라는 강한 소속감과 자부심을 바탕으로, 혁신을 향한 원동력을 함께 만들어 간다는 의미를 담고 있습니다. 올리브영은 브랜드 가치인 ‘건강한 아름다움’을 기반으로, 구성원 개개인 YOUNG MAKER(영메이커)로서 이 가치를 실현하며 성장할 수 있도록 적극 지원합니다. YOUNG MAKER(영메이커)들은 TEAM OLIVE YOUNG(팀올리브영)의 일원으로서 하나의 목표를 향해 나아가며, 조직의 결속력과 자부심을 높이고 있습니다.

올리브영 구성원 브랜드 가치 내재화

올리브영 브랜드 가치	건강한 아름다움
YOUNG MAKER	건강한 아름다움을 실현하는 구성원 개개인
TEAM OLIVE YOUNG	YOUNG MAKER들이 모여 한 방향으로 나아가는 전체 구성원
기대효과	구성원의 소속감 및 자부심 제고, 조직의 통합과 성장 강화

임직원 소통 강화

올리브영은 사업의 성장에 따라 구성원 규모 및 역할도 확대·진화되며 조직 내 급격한 변화를 경험하였습니다. 무엇보다 조직 내 원활한 소통 및 협력의 중요함을 인식하고 있으며, 구성원이 한 방향으로 공감하고 소통할 수 있도록 다양한 채널을 운영하고 있습니다.

조직문화 포털 ‘올Thing’

2020년 6월 오픈한 올리브 라운지는 전국 오프라인 매장과 본사의 협력을 강화하고 물리적 거리를 극복하기 위해 마련된 구성원 소통 플랫폼으로, 2024년 10월에는 비전과 조직문화를 아카이빙하고 전파할 수 있는 조직문화 포털 ‘올Thing’을 도입하였습니다. ‘올Thing’에서는 사내 소셜 미디어 ‘올영로그’를 통해 구성원 간 유기적 상호작용을 지원하고 있습니다.

타운홀 미팅

올리브영 중장기 전략 공유 및 경영진과 구성원 간의 소통을 통한 사업 경쟁력 강화를 위한 ‘타운홀 미팅’은 본사와 전국 모든 매장에 온-오프라인으로 생중계됩니다. 2024년 하반기 ‘타운홀 미팅’에서는 사업 현황, 비전 등을 전사 구성원에게 공유하였습니다. 해당 영상은 모바일 사내 소통 플랫폼 ‘올리브 라운지’에 게시돼 전국 어디서나 재시청할 수 있습니다.

일과 삶의 균형

올리브영은 구성원들의 일과 삶의 균형이 곧 회사가 지속적으로 성장하고, 혁신할 수 있는 방안이라고 믿고 있습니다. 구성원들이 희망하는 삶이 제공될 수 있도록 자기계발, 여가생활, 건강관리, 가족돌봄 등의 다양한 주제의 복리후생 제도를 마련하고 있습니다.

아름다운 물입을 돕는 올리브영의 특별한 복지혜택

ENJOY OLIVE YOUNG

- 올리브영 이용 할인
- Life & Healthcare 포인트
- 올리브영 임직원 트렌드 쿠폰

REFRESH YOUR LIFE

- CJ그룹 프리미엄 리조트
- 국내외 숙박시설 지원

ALL LIVE BETTER

- 의료비 및 헬스장 비용 지원
- 서울대학교병원 진료협약
- 주택자금대출

GROW YOUR CAREER

- 외부 교육 지원
- 어학시험 응시료 지원
- Job posting*

DESIGN YOUR WORK

- 선택근무제
- 시간 연차
- 워크온**

FOR YOUR FAMILY

- 육아돌봄 및 가족돌봄휴가
- 자녀학자금
- 난임 지원

* Job posting: 사내/그룹 내 직무 전환

** 워크온: CJ그룹 전용 거점 공유 오피스(서울역, 일산, 동대문, 용산, 강남 등)

CREATIVE WEEK

재직 중인 장기 근속자에게 부여되는 유급휴가로, 임직원에게 Career 개발, 경험 확대, 자기계발 기회 부여를 위해 만들어진 제도입니다.

대상자	3, 5, 7, 10년차 근속자 (10년 이상자 5년 주기)
휴가기간	최대 총 4주

임직원 전용 구독 서비스

올리브영의 임직원들이 본연의 업무에 더욱 집중하고, 피로감을 덜 수 있도록 재직 중인 임직원을 대상으로 전용 구독 서비스를 2025년 신규 도입하였습니다.

구독 제공 서비스 항목		
청소	세탁	긴급 자녀돌봄

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

- Intro
 - K-뷰티 글로벌화
 - 상생
 - 옴니채널
- Overview
 - CEO Message
 - Our Company
 - Our Business
 - Our Business Philosophy
 - Our Sustainability Management
 - Our History
 - Our Stakeholder Engagement

- Value & Impact
 - 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
 - K-뷰티 글로벌 시장 선도
 - 파트너 상생경영
 - 옴니채널 전략 강화

- ESG Management
 - Social
 - Environmental
 - Governance

- ESG Facts & Figures
 - 경제
 - 환경
 - 사회
 - 거버넌스
 - GRI Standards Index
 - UN SDGs Index
 - UN Global Compact Index
 - 온실가스 검증의견서
 - 제3자 검증의견서

인권경영

올리브영은 임직원은 물론 고객, 파트너사, 지역사회 등 다양한 이해관계자의 인권을 존중하기 위해 2024년 ‘올리브영 인권경영 선언문’을 제정했습니다. 올리브영은 선언문을 통해 세계인권선언, UN 기업과 인권 이행원칙을 존중 및 지지하고 있으며, 사업장이 위치한 각 국가 또는 지역의 인권, 노동관계 법규를 준수하고 있음을 알리고 있습니다. 또한, 인권 리스크 모니터링 및 개선 활동 실천, 사업장 내 인권 존중 문화 조성, 온라인 제보 시스템 운영, 이해관계자와의 소통을 기반으로 한 인권 존중 문화 확산 등의 실천 의지를 담고 있습니다. 올리브영은 이를 바탕으로 2025년 인권영향평가를 시행할 예정입니다.

인권영향평가

올리브영은 인권경영 선언문을 바탕으로 기업 활동 전반에 걸친 인권 리스크를 체계적으로 인식하고, 모니터링과 개선을 통해 인권경영을 확립하고자 2025년 하반기부터 인권실사를 시행하였습니다. 매장별 대표성과 유형을 고려해 선정된 총 20개 사업장을 대상으로 진행되는 인권실사는 ‘인권경영 인지, 고용상 비차별, 인도적 대우, 산업안전 보장, 직장 내 괴롭힘 방지, 고객 인권 보호, 공급망 관리’ 7개 영역으로 구성된 체크리스트를 기반으로 실시됩니다. Self-Audit 결과를 바탕으로 하위 5개 사업장에 대해서는 현장 실사와 인터뷰를 병행하여 인권경영 개선과제 및 대응방안을 도출하고, 운영상 문제점과 체크리스트 항목을 보완하여 인권경영 체계의 고도화를 추진하고 있습니다.

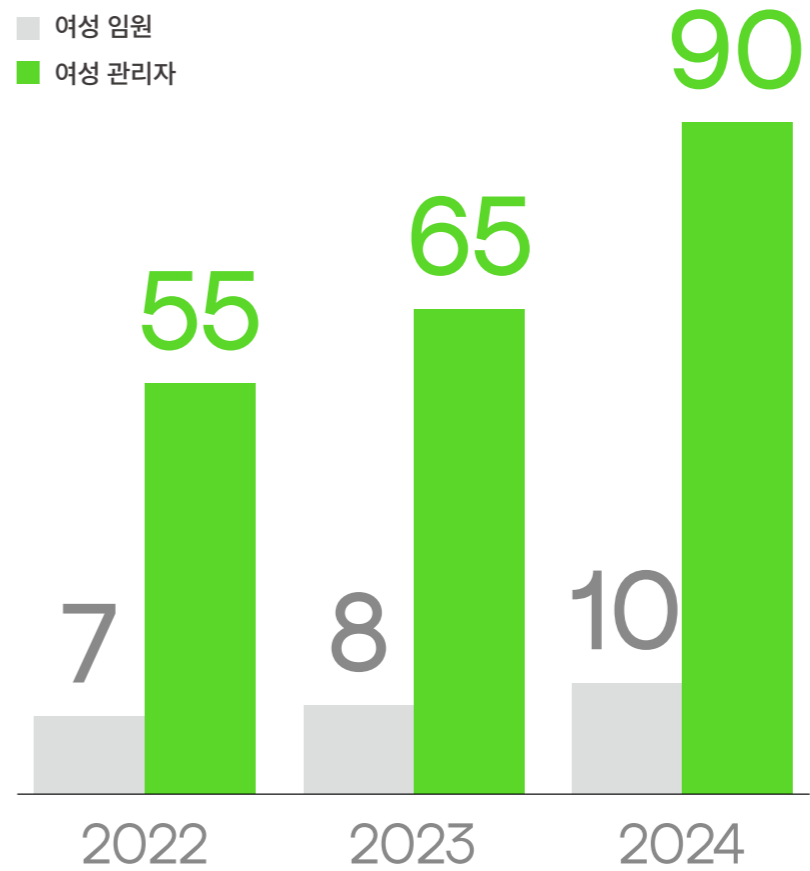
2025년 올리브영 인권실사 시행 계획

과제	세부 내용	예상 일정
인권 실사 계획 수립 및 체크리스트 개발	올리브영의 비즈니스 특성을 반영한 인권 실사 주요 항목 체크리스트 개발 시행	2025년 6월
Self-Audit 시행	체크리스트 기반 Self-Audit 시행 • 매장 유형을 고려하여 총 20개소 선정 (대형매장 5, 중형매장 6, 소형매장 4, MFC 3, 물류센터 2)	2025년 7월
Self-Audit 기반 현장 실사 및 인터뷰 시행	체크리스트 기반 현장실사 및 인터뷰 시행 • Self-Audit 결과 기반 하위 사업장 대상	2025년 9월
실사 결과 기반 개선과제 및 대응 방안 도출	실사 결과 기반 단기 및 중장기 개선과제 및 대응방안 도출 • 2026년 인권경영 이행계획 및 사항 반영	2025년 10월

다양성 증진

올리브영은 인권경영 선언문과 CJ그룹의 DE&I 정책을 기반으로, 다양한 인재를 포용하고 모든 임직원에게 동등하고 공정한 성장 기회를 제공하고 있습니다. 특히, 2024년 기준 총 65명의 장애인 임직원이 근무 중이며, 다양한 직무에서 본인의 역량을 발휘하고 있습니다. 또한, 올리브영은 여성 인재의 고용과 성장에도 적극적으로 나서고 있으며, 2024년 기준 전체 관리자 중 여성 비율은 50%, 여성 임원 비율은 41.67%를 기록하고 있습니다. 여성 관리자 및 임원 수는 매년 증가하고 있으며, 앞으로도 여성 리더 육성과 조직 내 다양성 확대에 힘쓸 것입니다.

여성 관리자·임원 수 증가 추이 (단위: 명)



출산 및 자녀 돌봄 지원

올리브영은 임직원이 일과 가정의 균형을 유지하며 업무에 몰입할 수 있도록, 임신부터 출산, 자녀 육아에 이르는 전 생애 주기에 걸친 지원 제도를 운영하고 있습니다. 대표적으로 난임 지원, 모성보호 지원, 육아 돌봄 지원, 가족돌봄휴가 및 휴직 등 다양한 제도를 통해 임직원의 삶의 질 향상과 안정적인 근무 환경을 제공하고 있습니다.

모성보호 지원

임신 중인 구성원의 정기 검진 시간을 보장하고, 임신 위험기, 신생아 돌봄 등 근로 시간 단축 근무를 지원하는 제도

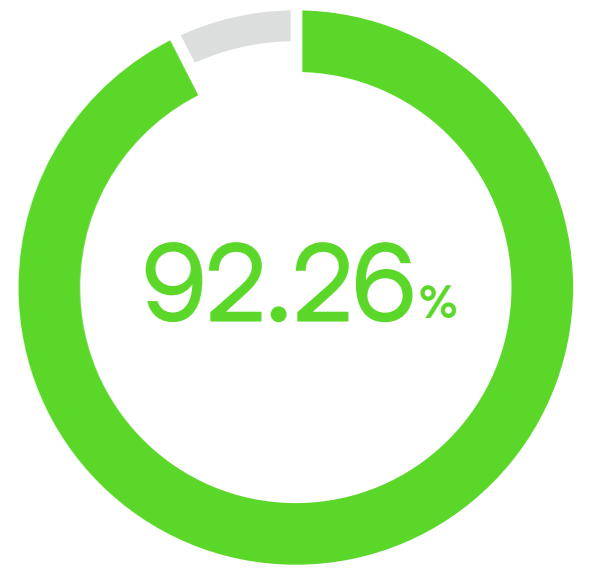
육아돌봄지원

배우자의 출산휴가를 지원하고, 최대 2년까지 육아 휴직 사용이 가능하며, 육아기, 긴급 자녀 돌봄 등 상황에 따라 근로시간 단축 근무와 초등학교 입학 자녀를 둔 경우 돌봄 휴가까지 신청 가능

가족돌봄휴가/휴직

질병, 사고, 노령 또는 자녀 양육 등의 사유로 가족 돌봄이 필요한 경우, 연간 최대 10일 휴가와 최대 90일의 돌봄 휴직 신청이 가능한 제도

2024년 육아휴직 복귀율



- Intro
 - K-뷰티 글로벌화
 - 상생
 - 옴니채널
- Overview
 - CEO Message
 - Our Company
 - Our Business
 - Our Business Philosophy
 - Our Sustainability Management
 - Our History
 - Our Stakeholder Engagement
- Value & Impact
 - 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
 - K-뷰티 글로벌 시장 선도
 - 파트너 상생경영
 - 옴니채널 전략 강화
- ESG Management
 - Social
 - Environmental
 - Governance
- ESG Facts & Figures
 - 경제
 - 환경
 - 사회
 - 거버넌스
 - GRI Standards Index
 - UN SDGs Index
 - UN Global Compact Index
 - 온실가스 검증의견서
 - 제3자 검증의견서

임직원 안전보건 관리

올리브영은 고객들이 더욱 편안하고 안전한 환경에서 쇼핑하고, 임직원들이 더욱 건강한 환경에서 일할 수 있도록 노력하고 있습니다. 안전보건 경영원칙을 기반으로 일상적인 위험요소를 선제적으로 관리함으로써 고객과 임직원을 위한 안전한 사업장 환경을 제공합니다.



안전보건 경영방침 및 원칙

올리브영은 전사 안전보건 문화 확산의 바탕이 되는 안전보건 경영방침 및 원칙을 제정하여 실천하고 있습니다. 4대 원칙 및 방침으로 구성되어 올리브영의 전체 사업장에 적용되고 있습니다.

매년 이사회 보고를 통해 안전보건에 관한 계획을 승인 받아 안전보건 관리체계를 지속적으로 개선하고 있습니다. 또한 산업안전보건위원회를 정기적으로 개최하고 있으며, 전사 안전보건 담당조직인 안전관리팀은 안전보건관리책임자 산하 팀으로써 반기별 위험성평가, 안전보건교육, 공사현장 안전점검 등의 업무를 수행하고 있습니다. 올리브영은 산업안전보건법, 중대재해 처벌 등에 관한 법률 등을 준수하며, 이를 바탕으로 2025년 ISO 45001(안전보건경영시스템)을 취득하여 안전보건 경영을 강화할 예정입니다.

안전보건 경영방침

- ❶ 올리브영은 고객과 임직원의 안전과 건강을 최우선 가치로 한다.
- ❷ 올리브영은 안전보건 법규와 기준, 사회적 요구사항을 성실히 준수한다.
- ❸ 올리브영은 사업장 위험요인을 조기 발굴하고 신속하게 개선한다.
- ❹ 올리브영은 임직원과 파트너(가맹점주·협력사)가 함께 참여하는 안전 제일 문화를 만들고 가치를 공유한다.

안전보건 경영원칙

- ❶ 안전 제일 문화 실천
- ❷ 실효성 있는 예방활동 강화
- ❸ 임직원·파트너 참여 확대
- ❹ 안전보건 법규 준수

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

안전보건 리스크 관리

올리브영은 안전관리팀을 중심으로 전국 사업장, 매장, 물류센터를 대상으로 체계적인 안전보건 리스크 관리 활동을 수행하고 있습니다. 매장과 물류센터에서는 비상상황 대응 훈련을 정기적으로 실시하고, 본사에서는 전사 안전보건 교육과 임직원 대상 안전의식 설문조사를 통해 구성원의 안전 인식을 강화하고 있습니다.

모든 사업장을 대상으로 유해·위험 요인을 사전에 발굴하고 개선하는 ‘위험성 평가’를 실시하고 있습니다. 위험성 평가는 근무 및 작업환경에서 발생할 수 있는 유해 위험요인을 발굴하고, 선제적으로 개선하여 보다 안전한 공간을 만들기 위한 리스크 관리 활동입니다. 올리브영은 안전보건 리스크를 평가하는 과정에서 본사 임직원, 매장 메이트 뿐만 아니라 고객들의 안전까지도 고려하고 있습니다. 2025년 상반기에는 약 1,160개소에서 총 735건의 이슈를 식별해 관리 조치를 완료하였습니다.

2025년 위험성 평가 실시 비율*

100%

* 가맹점 제외, 물류센터 및 사무실 포함

위험성 평가 프로세스

① 사전 준비	위험성 평가 대상 및 진행방식 설정
② 유해 위험요인 파악	체크리스트 기반 점검 실행
③ 위험성 결정	위험성 수준 파악 및 최종 결정
④ 감소 대책 수립 및 시행	식별 리스크 대상 우선순위 선정 리스크별 대책 수립
⑤ 위험성 평가 기록 및 검토	담당자 교육 및 전사 지식 공유

안전보건 예방 및 관리 활동

올리브영은 다양한 안전보건 예방 및 관리 활동을 이행하고 있습니다. 특히, 불시에 발생할 수 있는 응급상황에서 활용 가능한 대응능력을 확보하기 위해 정기적인 심폐소생술 교육을 진행하고 있습니다. 또한, 올리브영 매장에서의 감전 및 화재 등의 전기사고를 예방하기 위해 전기 안전진단을 실시하고 있습니다.

안전보건 예방 및 관리 활동

CPR 교육	사업군별 임직원 대상 정기 심폐소생술 교육 시행
안전보건교육	산업안전보건법에 기반하여 법정 안전보건교육 시행
전기 안전진단	전기사고 예방을 위한 설비진단 실시
위기대응지침	업무상 발생가능한 재난 예방 및 위기대응지침 수립 및 배포



올리브영은 매장, 물류, 본사 등의 사업군 단위에서 정기적인 심폐소생술 교육을 진행하고 있습니다.

심폐소생술 교육 누적 수료 인원
(2025년 6월 기준)

168명

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental**
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

Environmental

올리브영은 지속가능한 미래를 향해 환경 활동의 범위를 꾸준히 넓혀가고 있습니다.

온실가스와 에너지 저감을 위한 실천을 이어가며, 환경 보호와 지속가능한 뷰티 생태계 조성에 앞장서고 있습니다. 특히, 전국 매장을 거점으로 고객과 함께 자원 순환에 동참하고, 공병을 재질별로 분리하여 원료로 재활용함으로써 업계의 공병 재활용 문화를 선도하고 있습니다.

앞으로도 올리브영만의 방식으로 환경을 위한 실천을 지속하며, 모두가 함께 만들어가는 지속가능한 아름다움을 실현하겠습니다.

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

기후변화 대응과 환경경영 추진

올리브영은 환경경영 원칙과 전략을 바탕으로 기후변화에 적극적으로 대응함으로써 지속가능한 뷰티 생태계를 구축하고 있습니다. 특히, 올리브영이 갖추고 있는 물류 인프라 속에서 온실가스 배출량을 감축하기 위한 도보 배송, 합배송, 픽업서비스 등의 다양한 활동을 이어 나가고 있습니다.



환경경영 추진 전략

올리브영은 순환경제 실천과 기후변화 대응을 중심으로 한 환경경영 추진 전략을 수립하여 이행하고 있습니다. 이를 통해 매장 운영 및 유통과정에서의 환경영향 최소화를 목표로 하고 있습니다.

올리브영 환경경영 추진 방향

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

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

온실가스 및 에너지 감축

온실가스 배출량 모니터링

2022년, 올리브영은 온실가스 인벤토리를 구축하여 2020년부터 Scope 1,2 배출량을 산정 및 관리하고 있으며, 향후 배출량을 지속적으로 모니터링하여 중장기적 관리 전략을 수립할 계획입니다. 온실가스 인벤토리 구축 범위에는 본사를 비롯하여 오프라인 매장 및 도심형 물류센터(MFC) 등 전국의 소규모 다수 사업장을 포함하며, 2024년은 9월에 운영을 시작한 경산물류센터를 포함하여 산정하였습니다.

구분	온실가스 인벤토리 구축 범위
일반 사업장	본사, 아카데미
소규모 다수 사업장*	오프라인 매장(직영/PS), 지방사무소, 도심형 물류센터(MFC), 경산물류센터

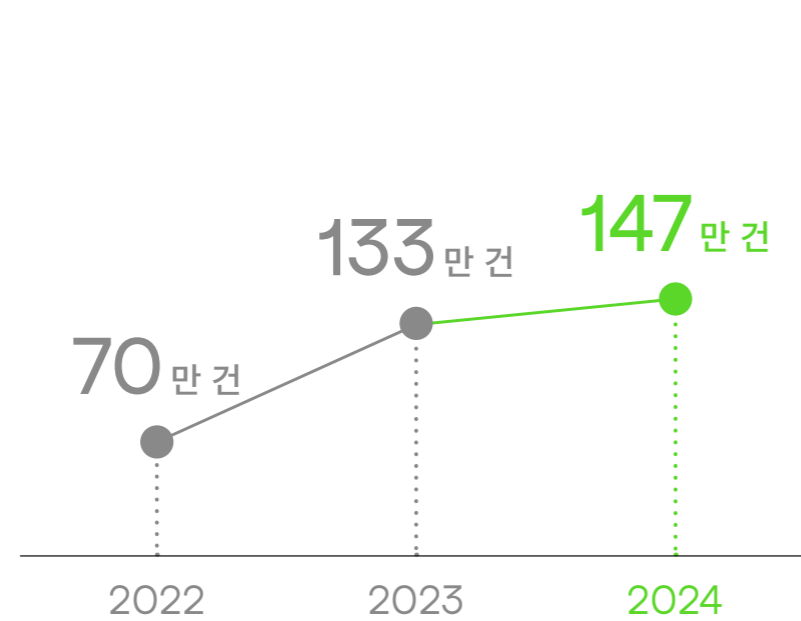
* 양지물류센터와 안성물류센터는 CJ대한통운의 조직경계에 포함되어 있으며, 계열사 내 중복 산정 방지를 위해 올리브영 조직경계에서는 제외하였습니다.

합배송 원칙 및 O2O 서비스를 통한 탄소발자국 감축

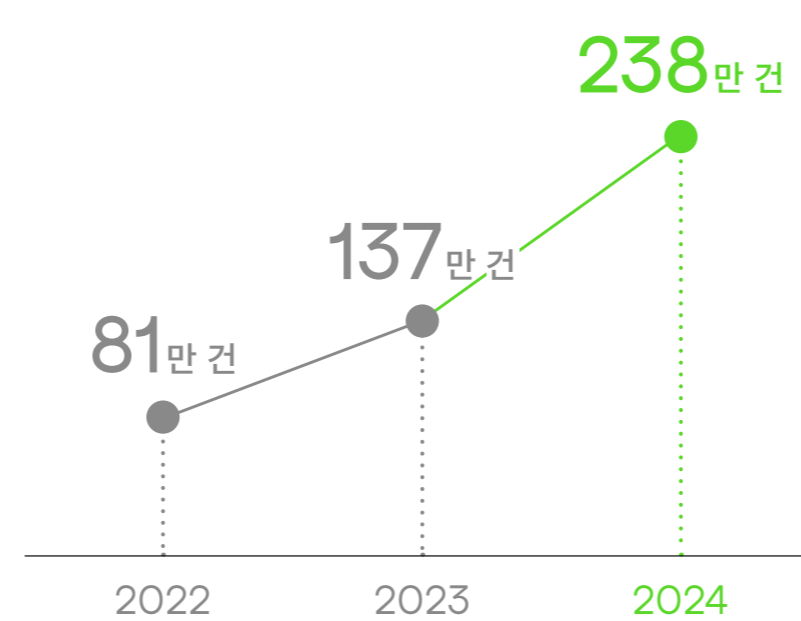
올리브영은 제품 배송과정에서 발생하는 탄소 배출량을 줄이기 위해 물류센터에서 출고되어 고객에게 전달되는 모든 배송 건(일부 취급주의가 필요하거나, 합포장이 어려운 상품 제외)에 대해 합배송 원칙을 준수하고 있습니다. 이를 통해 개별 포장으로 인한 자원 낭비를 줄이고 운송수단으로 인한 탄소 배출량을 절감하고 있습니다.

또한, 도보 배송 및 픽업서비스를 적극 확대 운영 중입니다. 도보 배송은 오늘드림 배송 건 중 배송거리 1.5km 이내의 건에 대해 실시되며, 픽업서비스는 주문은 온라인몰에서 하되, 고객이 매장을 직접 방문하여 상품을 수령하는 옴니채널 특화 서비스입니다. 도보 배송과 픽업서비스는 배송을 위해 사용되는 이륜 또는 사륜차의 사용량을 줄여 운송수단으로 인한 탄소 배출량을 감축하고 있습니다. 지속적으로 확대 중인 도심형 물류센터(MFC) 또한 먼 거리의 물류센터에서의 배송 거리를 단축시켜 탄소 발자국을 줄이는 데 기여하고 있습니다.

2024년 픽업서비스 건수 증가 추이



2024년 도보 배송 건수 증가 추이



지속가능한 항공유 사용

2024년 7월, 올리브영은 DHL코리아와 업무협약을 맺고, 지속가능한 항공유(SAF, Sustainable Aviation Fuel)를 활용한 '고그린 플러스 (GoGreen Plus)' 서비스를 도입하였습니다. 이를 통해 글로벌물 주문 상품 배송 시, 폐식용유와 동·식물성 기름을 원료로 한 대체 항공 연료를 사용하고 있습니다. 이는 올리브영의 직접적인 온실가스 감축 활동은 아니지만, 글로벌 배송 특성을 고려한 기후변화 대응 노력의 일환입니다.

2024년 지속가능한 항공유 사용으로 인한 온실가스 감축량*

112.66 tCO2eq

* 2024년 7월~12월 기준 산정

친환경 건축물 인증 (LEED)

올리브영 본사의 사옥으로 사용 중인 KDB타워는 2023년 11월, 건축물의 에너지 효율성, 재활용 자재 사용 등을 고려하여 평가하는 글로벌 친환경 건축물 인증인 LEED(Leadership in Energy and Environmental design) GOLD 등급을 획득하였습니다. 해당 인증은 5년 마다 재인증이 필요하며, 올리브영은 친환경 건축물에 대한 꾸준한 기준 관리를 통해 지속적으로 환경 영향을 저감할 계획입니다.



- 인증 유형: LEED O+M(Operations and Maintenance)
- 취득시기: 2023.11.27
- 유효기간: 5년
- 취급등급: GOLD

- Intro
 - K-뷰티 글로벌화
 - 상생
 - 옴니채널
- Overview
 - CEO Message
 - Our Company
 - Our Business
 - Our Business Philosophy
 - Our Sustainability Management
 - Our History
 - Our Stakeholder Engagement
- Value & Impact
 - 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
 - K-뷰티 글로벌 시장 선도
 - 파트너 상생경영
 - 옴니채널 전략 강화
- ESG Management
 - Social
 - Environmental
 - Governance
- ESG Facts & Figures
 - 경제
 - 환경
 - 사회
 - 거버넌스
 - GRI Standards Index
 - UN SDGs Index
 - UN Global Compact Index
 - 온실가스 검증의견서
 - 제3자 검증의견서

자원순환과 친환경 패키징

올리브영은 화장품 공병 재활용 캠페인 '뷰티사이클'을 비롯해, 매장 운영과 물류 배송 등 주요 사업 과정에서의 발생하는 폐기물에 대한 감축 활동을 실천하고 있습니다. 특히, 올리브영은 물류 패키징 최적화 등을 통해 친환경성을 높이는 물류 방식 구축에도 앞장서고 있습니다.



올리브영 뷰티사이클

올리브영은 화장품 공병을 자원으로 되살리기 위해 고객 참여형 캠페인 '뷰티사이클'을 운영하고 있습니다. 2021년 29개 매장에서 시작된 이 캠페인은 현재 전국 모든 매장으로 확대되었으며, 2025년 상반기 기준 누적 공병 수거량은 9,338kg에 달합니다.

대부분의 화장품 용기는 뚜껑, 펌프, 본체 등 각기 다른 재질로 제작되어 재활용이 어렵지만, 올리브영은 전국 매장을 통해 수거한 공병을 정기적으로 선별 업체에 전달해 재질별로 분류하고 분쇄, 세척 등의 별도 공정을 거쳐 원료화 합니다. 이 과정에서 재활용 가능한 소재는 올리브영의 추적 관리 하에 가전제품, 건축자재 등 다양한 자원으로 재탄생하며, 일부 재활용이 어려운 소재는 열에너지로 사용 가능하도록 처리됩니다. 이러한 과정은 뷰티 산업에서 필연적으로 발생할 수 밖에 없는 폐플라스틱의 재자원화를 위한 올리브영의 노력이자 자원순환성을 높이는 활동으로, 뷰티 생태계 내 재활용 체계 구축에 기여하고 있습니다.

공병 재활용 프로세스



뷰티사이클 누적 공병 수거량
(2021~2025년 상반기)



2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

폐기물 감축활동

올리브영은 오프라인 매장 운영과 물류 프로세스 전반에서 발생하는 폐기물을 줄이기 위해 스마트영수증과 전자라벨을 도입하고, 물류센터 폐기물 저감 활동을 펼치고 있습니다. 올리브영은 이러한 친환경 서비스와 정책의 적극적인 확대를 통해 산업 생태계 내 환경 영향을 최소화하고 지속가능한 유통 구조를 구축하는 데 기여하고 있습니다.

오프라인 매장

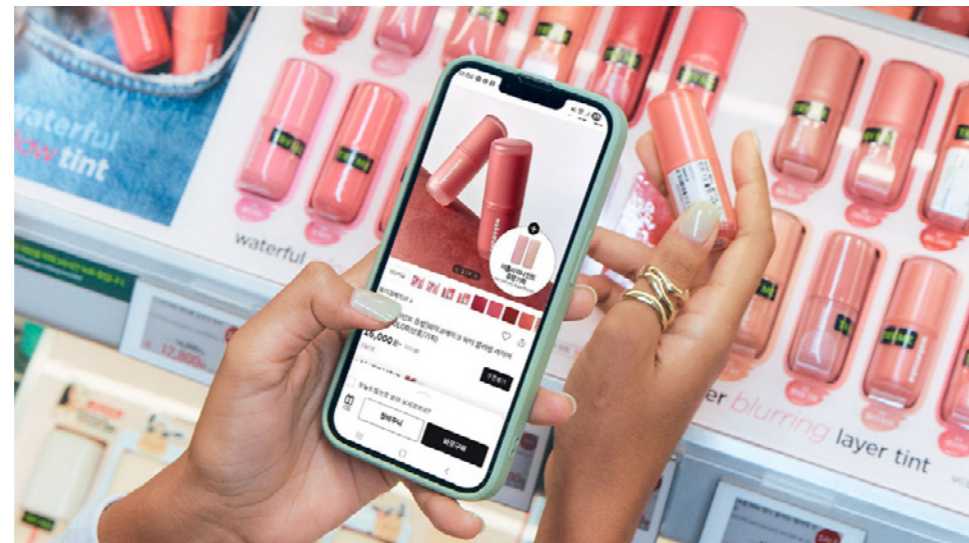
스마트영수증 발급 확대

올리브영은 지류 영수증 사용량을 감축하기 위해 스마트영수증 서비스를 운영하고 있습니다. 스마트영수증 발급 건수는 매해 증가하여, 2024년 8천 6백만여 건을 넘어섰으며 이는 전체 영수증 발급 건수의 62.18%에 달합니다.

전자라벨 적용 확대

올리브영은 자원 절감과 환경 보호를 위해 한 번 쓰고 버려지는 종이라벨 대신 전자라벨을 전면 도입하였습니다. 2025년 5월 기준, 직영 오프라인 매장의 전자라벨 도입률은 100%를 달성했으며, 이를 통해 불필요한 종이 사용을 획기적으로 줄이고 폐기물 저감에 기여하고 있습니다.

전자라벨은 환경보호 뿐 아니라, 고객에게는 NFC 기능을 통한 온-오프라인 연계 쇼핑 경험을 제공하고, 직원에게는 상품 정보 관리의 효율성을 높이는 등 오프라인 운영 효율화와 동시에 부정적 환경 영향을 다방면으로 최소화하는데 기여하고 있습니다.



올리브영 오프라인 매장의 전자라벨을 통해 올리브영 온라인몰 내 상세 상품 정보를 확인 할 수 있습니다.

2024년 스마트영수증 발급 건수

8,600만여 건

2024년 종이라벨 사용 절감량 (2023년 대비)

13.7%

물류센터

물류센터 폐기물 저감

올리브영은 제품이 소비자에게 배송되는 과정에서 발생하는 물류 폐기물을 최소화하기 위해, 2023년과 2024년에 걸쳐 재생지로 만든 종이 완충재, 원터치 박스, 재활용이 용이한 종이테이프를 도입하였습니다. 이러한 친환경 포장재 활용을 통해 불필요한 폐기물 발생을 줄이고, 자원의 순환을 촉진하고 있습니다.

2024년 종이 완충재 사용량

약 438 ton

2024년 원터치 박스 사용량

약 129 ton

2024년 종이 테이프 사용량

약 233 ton

상품

올리브영 클린뷰티 리필상품 운영 확대

올리브영은 클린뷰티 카테고리 상품 대상 화장품 본품 패키지 재사용이 가능하도록 파우치 형태의 리필 상품을 적극 확대하여 운영하고 있습니다. 이는 클린뷰티 파트너사와 화장품 플라스틱 용기 저감의 중요성에 대한 상호 공감을 바탕으로 뷰티 산업 내 환경영향 저감 활성화를 위한 노력의 일환입니다. 올리브영은 전국 타운 매장과 온라인몰의 리필상품을 통해 화장품 용기 재사용과 자원순환 관련한 인식 개선 활동을 추진하고 있습니다.

재생 플라스틱 패키징 전환 추진

올리브영은 플라스틱 폐기물 저감의 일환으로 자체 브랜드(PB)의 친환경 패키징 전환을 추진하고 있습니다. '라운드어라운드'의 17개 제품에는 PCR 30~50%가 적용된 용기를 사용하고 있으며, 2025년에는 '브링그린'의 대표 라인인 티트리 시카 제품군에 100% 재생 원료로 제작한 패키지를 도입하고, 2025년 GRS 인증* 취득을 준비하고 있습니다. 이를 통해 순환경제 실현에 적극 동참하며, 자원 효율화를 선도하고자 합니다.

* GRS(Global Recycled Standard): 재활용 원료를 사용한 제품의 투명성과 지속 가능성을 증명하는 국제 인증



올리브영의 PB 브랜드 '브링그린'의 티트리 시카 제품군은 100% 재생원료로 제작된 패키징을 사용하고 있습니다.

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance**

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

Governance

올리브영은 투명하고 공정한 지배구조를 기반으로 책임 있는 경영을 실현하며, 지속가능한 성장을 위한 견고한 기반을 다져 나가고 있습니다. 수많은 파트너사와의 신뢰를 바탕으로 정직한 아름다움을 추구하고, 준법윤리 경영을 한층 강화하였습니다.

또한, 고객의 소중한 개인정보와 파트너사의 정보보호 수준을 높이기 위해 아낌없는 투자와 노력을 지속하며, 모두가 안심할 수 있는 믿음의 기업으로 나아가고자 합니다.

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

건전한 (기업) 지배구조

올리브영은 독립적인 이사회 구성과 다양한 배경의 사외이사 선임을 통해 지속가능한 성장과 사회적 책임을 실현하고 있습니다. 또한 전문성 있는 의사결정을 위해 핵심 기능을 가진 위원회를 운영하고, 컴플라이언스 역량 강화를 위한 교육도 정기적으로 실시하고 있습니다.

이사회 구성과 운영

2025년 상반기 기준, 올리브영 이사회는 총 5명의 이사로 구성되어 있으며, 이 중 2명은 경영전략과 법률 분야의 전문성과 경험을 갖춘 사외이사로, 이사의 독립성과 객관성을 확보하고 있습니다. 이사회는 성별과 전문성을 고려한 균형 있는 구성으로 효과적인 의사결정을 지원하고, 올리브영의 지속가능한 성장을 도모하고 있습니다. 이사회는 정기 및 임시 이사회로 개최되며, 2024년에는 총 8회의 이사회가 열려 26건의 안건을 심의하였고, 전체 이사의 참석률은 98%를 기록하였습니다. 올리브영의 지속가능성 관련 보고는 그룹 ESG경영추진단을 통해 주 1회 이상, 주기적으로 보고하고 있습니다.

이사회 구성

구분	성명	성별	이력사항	임기	소속 위원회
사내이사	이선정	여	씨제이올리브영(주) 대표이사 ¹⁾	2023.01.18 – 2026.03.18	사외이사후추천위원회, 보상위원회
	장지민	남	씨제이올리브영(주) 경영지원담당 경영리더	2025.03.31 – 2028.03.18	감사위원회, 보상위원회
기타비상무이사	이종화	남	씨제이(주) 포트폴리오전략 2실 경영리더	2023.01.18 – 2026.03.18	보상위원회
사외이사	장금주	여	서울시립대학교 경영대학 교수	2025.03.31 – 2028.03.18	감사위원회, 사외이사후추천위원회, 보상위원회
	허성욱	남	서울대학교 법학전문대학원 교수	2025.03.31 – 2028.03.18	감사위원회, 사외이사후추천위원회, 보상위원회

1) 뷰티&헬스 산업에 대한 높은 이해도를 바탕으로, 효율적인 기업 운영 및 일관된 전략 추진을 위해 대표이사가 이사회 의장을 겸직

이사회 산하 위원회

올리브영은 이사회 산하에 사업활동 과정에서 핵심적인 기능을 수행하는 감사위원회, 사외이사후보 추천위원회, 보상위원회를 설치하여 운영하고 있습니다. 지배구조 투명성 확보를 위해 모든 위원회의 위원장은 사외이사가 맡고 있습니다.

감사위원회 위원장: 장금주 사외이사	사외이사후보추천위원회 위원장: 허성욱 사외이사	보상위원회 위원장: 허성욱 사외이사
<ul style="list-style-type: none"> 회사의 회계 및 업무 감시 회사의 재산 상태 조사 권한 보유 재무 상태와 내부 통제 시스템의 적정성 점검, 법적 및 윤리적 기준 준수 감독 	<ul style="list-style-type: none"> 객관적이고 공정한 기준에 따라 주주총회에서 선임하기 위한 사외이사 후보 추천 독립성과 전문성을 갖춘 사외이사가 선임될 수 있도록 의사결정 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 임원 보상 정책 및 장기 인센티브 지급을 위한 성과 평가의 공정성·투명성 확보 임원 보상 제도의 수립과 변경, 임원 성과지표의 평가를 통해 장기 인센티브 지급에 관한 기준 설정 및 관리
2024년 감사위원회 사외이사 참석률	2024년 보상위원회 사외이사 참석률	
100%	* 사외이사후보추천위원회는 기준일 내 개최되지 않음	100%

이사회 전문성 교육

2024년 10월, 올리브영은 이사회 구성원의 준법경영 인식을 제고하고 내부 통제 시스템 구축을 지원하기 위해 사외이사를 대상으로 컴플라이언스 교육을 실시하였습니다. 해당 교육에서는 '사외이사의 준법감시의무와 내부통제시스템 이해'라는 주제 아래 준법경영의 개념과 관련 판례, 효과적인 준법통제 시스템 구축을 위한 주요 요소, 준법감시 의무 이행을 통한 기대 효과 등에 대해 다루며 이사회 컴플라이언스 역량 강화에 매진하였습니다.

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

윤리경영 및 준법경영

올리브영은 글로벌 비즈니스를 안정적이고 투명하게 운영하기 위해서 준법경영 체계와 거버넌스를 갖추고 있습니다. 리스크 관리 체계 뿐만 아니라 다양한 윤리 및 준법경영 교육을 통하여, 자율준수 프로세스를 확립하였습니다.

리스크 관리 체계

올리브영은 주요 리스크를 재무, 인권, 안전 등 분야별로 구분하여 담당 실무 조직이 사전에 식별하고 평가한 뒤, 경영진과 대표이사에게 보고하는 사전 대응체계를 운영하고 있습니다. 또한, 주요 임원이 참여하는 전사 회의체를 통해 대응 전략을 수립·실행하며, 리스크 관리 현황 및 결과는 정기 또는 수시로 이사회 및 산하 위원회에 보고하고 있습니다. 2024년 10월, 올리브영은 ISO 37301(준법경영시스템) 인증을 취득하였으며, 매년 사후심사 대응을 통해 글로벌 뷰티 유통기업으로서의 컴플라이언스 기준을 충족하고 있음을 대외적으로 증명할 계획입니다.

리스크 관리 조직



리스크 관리 활동

전사 준법점검 실시

올리브영은 법적·사업적 리스크를 사전에 식별하고 예방하기 위해 정기적으로 전사 대상 준법 점검을 실시하고 있습니다. 2024년에는 공정거래법 위반 가능성을 선제적으로 확인하고, 공정거래 전반에 개선 사항을 점검하였습니다. 특히, 올리브영의 비즈니스와 연계성이 높은 대규모유통업법 중점의 리스크 검토도 동반되었습니다.

파트너사 행동가이드 제정

올리브영은 파트너사와의 동반성장을 위한 리스크 관리의 일환으로 윤리, 품질, 환경, 인권, 안전보건의 5대 핵심 영역을 중심으로 ‘파트너사 행동 가이드’를 제정하였습니다. 고객의 삶에 직결되는 제품과 서비스를 제공하는 기업으로서, 파트너사와 함께 책임 있는 공급망 운영을 실현하고, 고도화하고자 합니다.

대규모유통업법 MD 교육 진행

올리브영은 국내 중소 브랜드와의 상생을 위해 실무 부서를 대상으로 연간 정기적인 MD 커뮤니케이션 교육을 실시하고 있습니다. 해당 교육은 대규모유통업법의 주요 유의사항과 파트너사 커뮤니케이션 사례를 중심으로 구성되어, 구성원의 규제 이해도와 준법의식을 제고하고 있습니다.

리스크 관리 프로세스

<p>01 리스크 식별 및 평가</p> <p>내·외부 환경 분석 통한 리스크 도출 및 원인 파악</p>	<p>02 리스크 대응 전략 수립</p> <p>리스크 발생가능성 및 사업 영향도 고려 우선순위 설정 및 개선과제 수립</p>	<p>03 이사회 및 경영진 보고</p> <p>이사회와 경영진 보고 개선과제 실행관리</p>
--	--	--

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

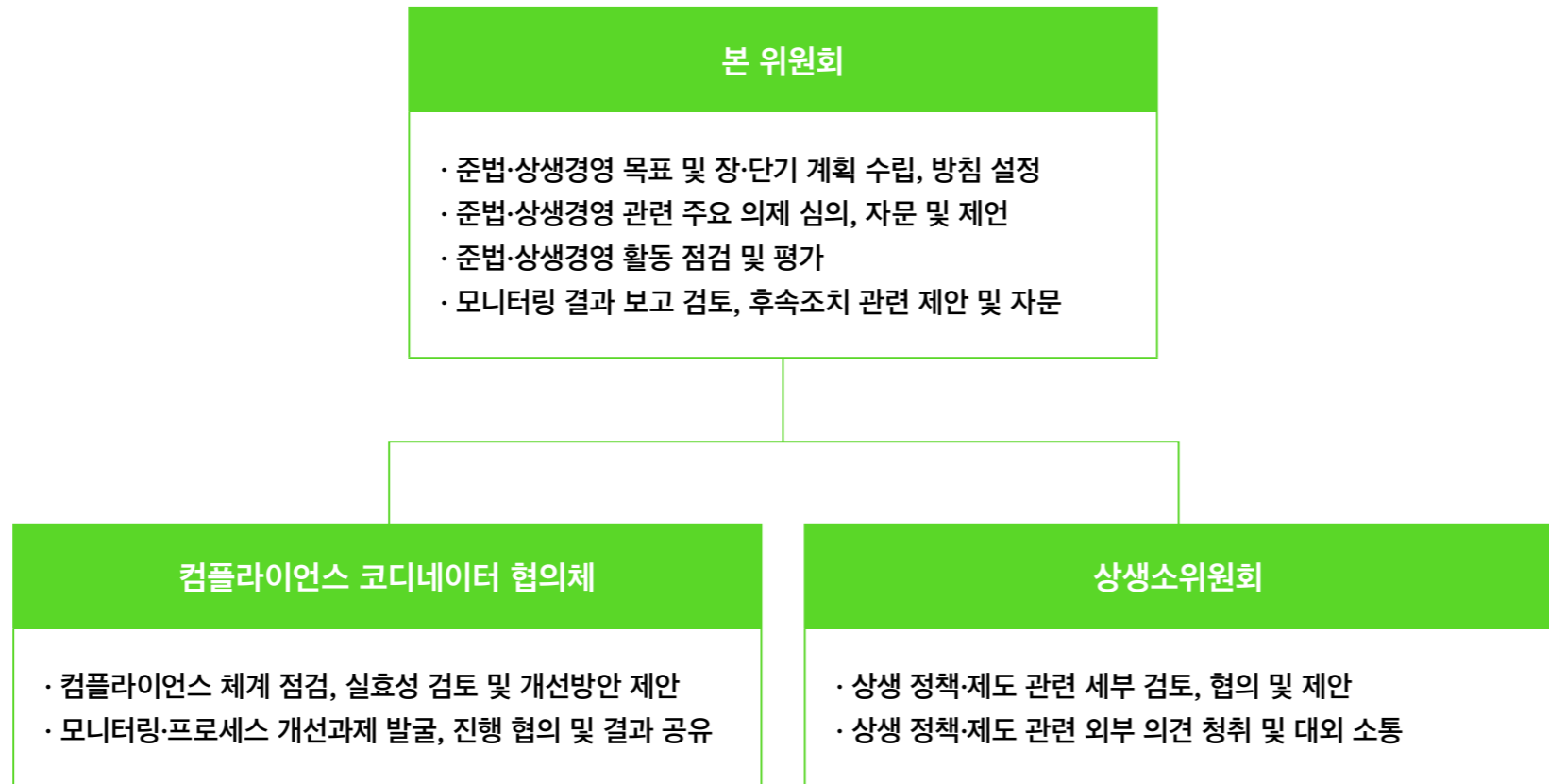
준법경영 체계 및 정책

올리브영은 고객, 주주, 동료, 글로벌 공동체와의 올바른 관계 형성을 위해 행동강령을 마련하고, 사회·경제 발전에 기여하고자 노력하고 있습니다. 또한, CJ그룹의 글로벌 공정경쟁정책에 따라 모든 사업 지역에서 담합, 정보 교환 등 불공정 행위를 방지하고 있으며, 준법지원인 선임 및 준법통제기준 제정을 통해 전사적 컴플라이언스 문화를 강화하고 있습니다.

준법과상생경영위원회

올리브영의 준법경영위원회는 2019년 7월 처음으로 설립되어, 정기 회의를 통해 내부감시체계가 적발한 준법경영 위반자에 대한 징계, 컴플라이언스 프로그램의 향후 업무 계획과 개선 방향을 포함하여 준법경영 관련 주요 사항을 심의·의결하는 역할을 수행하고 있습니다. 2025년에는 준법경영위원회를 ‘준법과상생경영위원회’로 확대 개편하고, 산하에 소위원회(컴플라이언스 코디네이터 협의체, 상생소위원회)를 신설하였습니다. 나아가, 2025년 9월 위원회 정기회의를 통해 올리브영의 준법 및 상생경영활동, ISO 37301(준법경영시스템) 심사 관련 사항을 보고하고, 각 소위원회의 위원장을 임명하였습니다.

올리브영 준법과상생경영위원회



윤리·준법경영 활동 및 교육

올리브영은 전사적으로 윤리·준법경영의 중요성을 인식하고, 임직원이 적극적으로 컴플라이언스 활동에 참여할 수 있도록 다양한 교육과 실천 활동을 전개하고 있습니다. 모든 임직원은 매년 윤리경영 실천 서약서를 작성하여 준수사항을 숙지하고 있으며, 정기·수시 발간되는 컴플라이언스 뉴스레터를 통해 주요 규제 동향과 사례를 공유받고 있습니다. 배포되는 뉴스레터에는 그린워싱 제재 강화, 소비자 기만적인 표시·광고 심사지침 개정 등 임직원이 반드시 알아야 할 산업 연계 관련 이슈를 공유하여 준법의식을 제고하고 있습니다. 또한, 정기적인 온·오프라인 교육을 통해 컴플라이언스, 공정거래법, 표시광고법, 대규모유통업법 등 핵심 법규를 구성원의 역할에 따라 맞춤형으로 안내하고 있습니다. 올리브영의 모든 경영진 또한 반부패 교육을 수료하여 임직원 윤리·준법경영 인식 제고에 솔선수범하고 있습니다.

2024년 반부패 교육 수료 경영진 비율

3년 연속 **100%**

자율준수 프로그램

올리브영은 법규 위반으로 인한 경영 리스크 예방을 위해 자율준수 프로그램(Compliance Program, CP)을 운영하고 있습니다. 자율준수 프로그램은 공정거래법을 포함한 관련 법령을 기업이 스스로 준수하기 위해 마련한 준법 시스템이자 행동 규범으로, 올리브영은 이를 ‘자율준수 체계 구축’과 ‘운영 및 안정화’의 양 단계로 나누어 8대 요소 중심으로 실행하고 있습니다. 또한, 사업 활동과 관련된 법령을 바탕으로 임직원이 반드시 준수해야 할 자율준수편람을 제정하고, 이를 누구나 열람할 수 있도록 게시해 임직원의 준법의식 내재화와 자율준수 인식 제고에 힘쓰고 있습니다.

올리브영 자율준수 프로그램 8대 요소

- STEP 1.**
올리브영 자율준수 체계 구축
- 1 CP 기준과 절차 마련 및 이행
 - 2 최고경영자의 자율준수 의지
 - 3 자율준수 관리자 지정·운영
 - 4 자율준수편람 제작·활용

- STEP 2.**
운영 및 안정화
- 1 자율준수 교육 실시
 - 2 내부감시체계 구축
 - 3 법규 위반 임직원 제재
 - 4 CP 효과성 평가와 개선 조치

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance






ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

윤리 제보시스템 운영

올리브영은 임직원 및 모든 이해관계자가 ‘부정 및 비리, 파트너사 고충 및 불공정거래행위, 조직문화 저해 행위, 제품 품질 및 서비스 개선 사항, 안전경영 관리 사안’에 대해 신고할 수 있도록 온라인 제보 시스템을 운영하고 있습니다. 특히, 제보자 보호에 대한 3대 원칙을 마련함으로써 임직원 및 이해관계자가 제보로 인한 불이익과 보복 등의 상황에 놓이지 않도록 보호하고 있습니다. 접수된 제보는 담당자가 내용을 검토하고 필요한 경우 보완 요청 후, 순차적으로 조사를 진행하고, 그 결과를 안내합니다. 유효 제보에 대해서는 경영진단팀 또는 관련 부서로 이관하여 적절한 조치를 취하고 있습니다. [Link →](#)

윤리 제보시스템 제보 대상

부정·비리 행위 	파트너사 고충 및 불공정 거래행위 	조직문화 저해 행위 
제품 품질 및 서비스 개선 사항 	안전경영 관리 사안 	

윤리 제보자 보호 및 포상 정책

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

제보 처리 절차

1 제보 접수	제보 내용 익명 또는 실명 접수
2 담당자 접수 및 제보 내용 검토	담당자의 접수 처리 및 추가 필요 부분 보완 요청
3 조사 진행	순차적 조사 진행을 통한 사실 여부 확인
4 조사 결과 확인	조사 처리 결과를 홈페이지 혹은 케이휘슬 사이트에서 확인

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

고객 및 개인정보보호 관리

올리브영은 글로벌 플랫폼 기업으로서 수많은 고객정보와 협력사 데이터들을 다루고 있으므로 정보보호 역량이 매우 중요합니다. 정보보호 관리체계를 기반으로 개인정보보호 관리체계 인증(ISMS-P)을 취득하는 것은 물론 협력사까지 보안점검을 확장하여 정보보안 리스크를 최소화하기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

정보보호 체계 및 정책

올리브영은 옴니채널 플랫폼으로서의 사업 특성을 고려하여 정보보안을 조직 전반의 핵심 과제로 인식하고, 체계적인 관리체계를 운영하고 있습니다. 대표이사 직속의 전담 조직인 정보보안센터를 중심으로, 센터장이 CISO(정보보호 최고책임자) 및 CPO(개인정보보호 책임자) 역할을 겸임하고, 전사 차원의 보안 관리 활동을 총괄하고 있습니다. 또한, 전사 경영진이 참여하는 주간 회의체를 통해 주요 정보보안 업무와 이슈를 지속적으로 공유하며, 관련 부서와의 수시 협업을 통해 실질적인 보안 리스크 저감과 전사적 보안 인식 제고에 힘쓰고 있습니다.

올리브영은 개인정보보호법에 따른 내부관리계획을 수립하고 기술 환경 및 서비스 변화를 고려하여 연 1회 이상 정기 검토를 통해 정책과 기준을 개선하고 있으며, 방대한 고객 데이터를 안전하게 보호하기 위해 '정보보호 및 개인정보보호 관리체계 인증(ISMS-P)'을 유지하고 있습니다. 또한, 2025년 ISO 27001(정보보호경영시스템) 인증을 취득하여 글로벌 표준에 부합하는 정보보호 관리체계를 구축하고 지속적으로 개선할 예정입니다.

정보보호 조직 체계

CEO
<ul style="list-style-type: none"> · 정보보호 활동 계획 및 예산 심의 · 정보보호 규정에 대한 검토 및 승인 · 주요 정보보호 이슈 및 사고에 대한 대응책 결정

정보보안센터
<ul style="list-style-type: none"> · 정보보호책임자(CISO) 및 개인정보보호책임자(CPO) 겸직 · 대표이사 직속 조직으로 보안 이슈 및 현안 CEO 보고 · 정례 경영진 회의를 통해 전사 경영진 대상 보안 현안을 주기적 공유 · IT 및 개인정보 유관 사업의 CEO 보고 시 의사결정 참여

정보보호 및 개인정보보호 관리체계 인증

- 범위: 온라인 쇼핑물 운영(올리브영 온라인몰, 글로벌몰)
- 유효기간: ~2026.12.05



정보보호 관리 활동

올리브영은 전사적인 사이버 보안 대응 역량 강화를 위해 연 2회 이상 다양한 보안 위협 시나리오를 기반으로 한 모의훈련을 실시하고 있습니다. 특히, 랜섬웨어 감염이나 개인정보 유출 등 사고 유형별 대응 매뉴얼과 프로세스를 구축하고 사내에 전파하여, 보안사고에 철저히 대비하고 있습니다. 전 임직원을 대상으로 정보보호 서약서를 작성하고 연 1회 이상 정보보호 교육을 실시합니다. 개인정보를 취급하는 개발자 등에게는 법령 변경 사항과 보호조치를 포함한 전문 교육을 추가로 제공합니다.

개인정보 처리를 포함하는 외부 거래는 법무 검토 이외에 보안 관점에서의 검토를 병행하고 있습니다. 특히, 개인정보 처리를 위탁하는 경우에는 개인정보보호법에서 정하는 요건을 포함하는 표준 협약서를 기반으로 계약하도록 '개인정보보호 지침'에서 정하고 있으며, 개별 계약에서 사용하는 협약서 내용의 적정성 검토를 요청하고 승인하는 프로세스를 운영하고 있습니다.

2024년 개인정보보호교육 참여 비율*

100%

* 교육 시점 재직 임직원 4,115명 기준

모의훈련 프로세스

임직원 악성 메일 피해 예방 위한 악성메일 모의 훈련 실시(연 2회 이상)

① 모의 공격 및 사고 발생	다양한 위협 시나리오 적용
② 사고 대응 훈련	유관 부서 참여, 필요 대응 절차 경험
③ 훈련 결과 분석	개선 필요사항 도출, 차기 훈련에 반영

개인정보 유출 사고 대응 프로세스

개인정보 유출 사고 발생시 신속한 조치와 대응으로 피해 최소화 수행

① 개인정보 유출 사고 인지	보안사고 식별, 신고 접수
② 개인정보 유출 사고 대응	규제 기관 신고, 정보주체 통지, 피해 최소화 조치 시행
③ 사후 조치	사고 원인 분석, 재발방지 대책 수립

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

사전 보안성 검토

올리브영은 '사전 보안성 검토 프로세스'를 운영하고 있습니다. 개인정보 처리 시스템 변경 시 개인정보 영향평가를 통해 법적 위험을 사전 점검하며, IT 시스템 개발 단계에서는 보안 설정 미흡에 따른 사이버 공격 위험을 검토하여 리스크를 예방합니다. 또한, 사내 협업툴과 신규 업무기기 도입 시 정보 유출 위험을 집중 진단해 안전한 환경을 유지합니다. 단계별 보안 점검으로 잠재 리스크를 선제적으로 식별하고 체계적으로 관리하고 있습니다.

검토 유형	검토 목적
개인정보 영향평가	<p>개인정보 처리 시스템 변경 또는 도입 시, 개인정보보호 관련 법령 요구사항 준수 검토</p> <ul style="list-style-type: none"> · 온·오프라인 이벤트 시, 개인정보 처리 동의 및 방침 공개 검토 · 제3자(협력사) 개인정보 처리 위탁 시, '개인정보처리 수탁사' 협약체결 및 협력사 사전보안 평가
IT 시스템 보안 검토	<p>IT 시스템 개발/도입 시 구성 및 설정 미흡에 따른 외부 사이버 공격 리스크 검토</p> <ul style="list-style-type: none"> · 서비스 신규 오픈 및 리뉴얼(특정 메뉴-페이지 기능 추가) 시, 모의 해킹 및 취약점 점검 수행 · 신규 인프라 및 리소스 생성 또는 구성 변경 시, 해당 자산·리소스별 보안 취약점 점검
사내정보 보안 검토	<p>사내 협업 Tool 또는 신규 업무기기(PC, PDA 등) 도입 시, 정보 유출 리스크 검토</p> <ul style="list-style-type: none"> · 전사 협업목적의 클라우드 서비스 등 도입·활용 시 정보유출 리스크 검토 · 신규 업무기기(Mac OS PC/PDA/태블릿 등) 도입 시의 보안요건 분석 및 적용 가이드

협력사 정보보호 지원

올리브영은 협력사의 정보보호 역량 강화를 위해 교육 및 보안 점검을 실시하고 있습니다. 개인정보를 취급하는 협력사 임직원을 대상으로 개인정보 처리 원칙과 안전성 확보 조치 교육을 진행하며, 개인정보보호협회(OPA, Korea Online Privacy Association)와 협력한 관리 현황 점검을 통해 점검의 신뢰성과 객관성을 높였습니다. 또한, 위탁 계약 시 협력사의 보안관리 현황을 확인하여 조치하도록 가이드하고 있으며 계약 종료 시 기존에 처리했던 개인정보를 안전하게 파기하도록 관리하고 있습니다.

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

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

개인정보보호조치 수준 평가 및 가이드 제공	
주기	수시
대상	입점 협력사 등
내용	협력사와 개인정보 처리 위탁 계약 체결 시 협력사의 보안 수준 평가 및 조치 지원 계약 종료 시 처리했던 개인정보 파기 확인

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

올리브영은 K-뷰티의 물결로 건강한 아름다움을 일깨우기 위해, 국내 브랜드들을 발굴하고 육성합니다. 브랜드와의 동반성장부터 고객에게 선사하는 차별화된 경험까지, 함께 성장하는 지속가능한 생태계를 만드는 것이 곧 올리브영의 책임이자, 사명입니다.

**2025
OLIVE YOUNG
IMPACT REPORT**

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

ESG Facts & Figures

ESG Facts & Figures

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

경제

연결 재무상태표*

구분	단위	2022년 (제4기)	2023년 (제5기)	2024년 (제6기)
자산총계	천 원	1,611,380,701	2,010,840,929	2,266,431,321
유동자산	천 원	721,472,448	1,011,931,757	1,019,747,228
비유동자산	천 원	889,908,253	998,909,172	1,246,684,093
부채총계	천 원	887,151,118	1,034,519,017	1,269,106,813
유동부채	천 원	518,061,076	633,124,092	776,852,407
비유동부채	천 원	369,090,042	401,394,925	492,254,406
자본총계	천 원	724,229,583	976,321,913	997,324,508

연결 포괄손익계산서**

구분	단위	2022년 (제4기)	2023년 (제5기)	2024년 (제6기)
매출액	천 원	2,780,913,860	3,868,243,653	4,793,475,983
매출원가	천 원	-1,460,048,387	-2,006,907,346	-2,481,467,798
매출총이익	천 원	1,320,865,473	1,861,336,307	2,312,008,186
판매비와관리비	천 원	-1,049,493,838	-1,400,640,689	-1,712,699,491
영업이익	천 원	271,371,634	460,695,618	599,308,695
기타수익	천 원	6,623,111	6,576,789	6,780,459
기타비용	천 원	-12,669,995	-8,772,434	-27,122,900
금융수익	천 원	15,811,877	31,359,844	81,076,841
금융비용	천 원	-14,861,869	-17,562,974	-26,833,191
지분법손익	천 원	-19,590	39,322	-355,837
법인세비용차감전순이익	천 원	266,255,167	472,336,175	632,854,067
법인세비용	천 원	-60,606,755	-111,775,900	-156,854,706
당기순이익	천 원	205,648,413	360,560,275	475,999,361

경제적 가치 창출과 이해관계자별 배분 내역

구분	단위	2022년	2023년	2024년
수익	백만 원	2,808,683	3,897,530	4,875,001
영업이익	백만 원	271,372	460,696	599,309
파트너사	구매 등	백만 원	1,950,509	2,694,651
임직원	급여, 복리후생비 등	백만 원	361,413	488,857
정부	법인세 등	백만 원	72,882	129,259
투자자	이자, 배당금 등	백만 원	42,199	114,500
지역사회	기부금 등	백만 원	2,764	3,473
기타 운영비용	무형자산상각비 등	백만 원	192,523	223,348
유지된 경제적 가치	백만 원	186,393	243,442	403,038

*, **: 연결 기준 재무 보고 내용을 기술하고 있으나, 2025년 올리브영 Impact Report의 보고 범위는 국내 사업장(KDB타워, 전국 매장, 도심형 물류센터, 일반 물류센터)에 한정하고 있음.

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경**
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

환경

온실가스

구분		단위	2022년	2023년	2024년
온실가스 배출량	온실가스 배출량 (Scope 1+2)	tCO2eq	25,691	27,129	32,161
	Scope 1	tCO2eq	241.41	323.39	366.22
	Scope 2	tCO2eq	25,449.94	26,809.83	31,798.02
온실가스 배출 집약도 1)		tCO2eq/억 원	0.92	0.70	0.67

1) 별도기준 보고연도 매출액 기준 산정

에너지

구분		단위	2022년	2023년	2024년
에너지 사용량	총 에너지 사용량	TJ	536.14	564.93	671.07 2)
	총 비재생 에너지 사용량	TJ	536.14	564.93	671.07
	총 재생 에너지 사용량	TJ	0	0	0
에너지 사용량 집약도 1)		TJ/억 원	0.02	0.01	0.01

1) 별도기준 보고연도 매출액 기준 산정

2) 지주사 가이드라인에 따라 검증의견서가 발행되며, 해당 의견서 내 데이터를 기반으로 공시

폐기물

구분		단위	2022년	2023년	2024년	
폐기물 배출량	총 폐기물 배출량	Ton	2,435.29	2,956.11	3,223.46	
	지정 폐기물 총량	Ton	0	0	0	
	일반 폐기물 총량 1)	Ton	2,435.29	2,956.11	3,223.46	
폐기물 배출량 집약도 2)		Ton/억 원	0.09	0.08	0.07	
폐기물 처리량	일반 폐기물	재활용량	Ton	1,937	2,169	2,496
		소각 처리량 (에너지 미회수)	Ton	244.18	385.71	607.85
	소각 처리량 (에너지 회수)	Ton	254.15	401.46	119.84	
	매립 처리량	Ton	0	0	0	
	기타방식 처리량	Ton	0	0	0	

1) 재고 폐기량과 물류센터 파지 재활용량을 더하여 산정한 값임

2) 별도기준 보고연도 매출액 기준 산정

친환경 포장재

구분		단위	2022년	2023년	2024년
포장재 사용량 (1, 2차 패키징)	총 포장재 사용 총량	Ton	1,816.53	2,252.20	5,941.91
	종이 1)	Ton	-	-	589.50
	플라스틱	Ton	1,639.23	1,963.85	4,433.08
	금속	Ton	32.08	73.65	228.96
	유리	Ton	145.21	214.69	690.37
	기타 재료	Ton	0	0	0
재활용된 재료로 생산된 포장재	총 재활용된 재료 사용량	Ton	7	13	27
	총 재활용된 재료 사용 비율	%	0.39	0.58	0.45
	종이	Ton	0	0	0
	플라스틱	Ton	7	13	27
	금속	Ton	0	0	0
	유리	Ton	0	0	0
	기타 재료	Ton	0	0	0

1) 종이 포장재에 대한 데이터 2024년부터 산정함.

친환경 활동

구분		단위	2022년	2023년	2024년	
환경 성과	친환경 물류 패키징	종이 완충재 사용량 1)	kg	0	60,158	437,700
		원터치 박스 사용량 2)	kg	0	0	128,838
		종이 테이프 사용량 3)	kg	0	0	232,596
	합배송 비율	%	69%	70%	69%	
	스마트 영수증 발행 수량	건	73,200,339	85,763,076	86,338,570	
	전자라벨 도입 매장 수	수	1	149	503	
	뷰티사이클 연간 공병 수거량	kg	560	1,769	4,181	

1) 종이 완충재: 2023년 11월부터 사용 시작

2) 원터치 박스: 2024년 9월부터 사용 시작

3) 종이 테이프: 2024년 1월부터 사용 시작

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

사회

임직원 현황

구분	단위	2022년	2023년	2024년	
총 임직원 수	명	10,036	12,896	15,410	
고용 형태별	기간의 정함이 없는 근로자 수	명	3,547	4,103	4,830
	기간제 근로자 수	명	6,475	8,776	10,556
	임원 수	명	14	17	24
근무 형태별	전일제(Full time) 근로자 수	명	3,290	3,858	4,504
	파트타임(Part-time) 근로자 수	명	6,746	9,038	10,906
연령별	30세 미만	명	8,005	10,508	12,560
	30세 이상 ~ 50세 이하	명	1,997	2,359	2,816
	50세 초과	명	34	29	34
성별	남성	명	1,027	1,206	1,476
	여성	명	9,009	11,690	13,934

신규 채용 및 이직률*

구분	단위	2022년	2023년	2024년	
신규 채용	총 신규 채용자 수	명	820	978	1,067
고용형태별	기간의 정함이 없는 신규 채용자 수	명	796	948	1,035
	기간의 정함이 없는 신규 채용자 비율	%	97.07	96.93	97.00
	기간제 신규 채용자 수	명	24	30	32
	기간제 신규 채용자 비율	%	2.93	3.07	3.00
	연령별	30세 미만	명	659	798
30세 미만 비율	30세 미만 비율	%	80.37	81.60	77.51
	30세 이상 ~ 50세 이하	명	161	180	239
	30세 이상 ~ 50세 이하 비율	%	19.63	18.40	22.40
	50세 초과	명	0	0	1
	50세 초과 비율	%	0	0	0.09
성별	남성	명	139	122	149
	남성 비율	%	16.95	12.47	13.96
	여성	명	681	856	918
	여성 비율	%	83.05	87.53	86.04
이직 및 퇴직	총 이직자 수	명	400	381	398
	자발적 이직자 수	명	361	365	388
	비자발적 이직자 수	명	39	16	10
	전체 이직률	%	12.16	9.88	8.84
	자발적 이직률	%	10.97	9.46	8.61
	비자발적 이직률	%	1.19	0.41	0.22

임직원 교육**

구분	단위	2022년	2023년	2024년		
교육 시간	총 교육 수료 임직원 수	명	3,290	3,858	4,504	
	성별	남성	명	1,027	1,206	1,476
		여성	명	2,263	2,652	3,028
	총 교육 수료 시간	시간	314,585	219,800	221,802	
	성별 1)	남성	시간	-	-	31,613
		여성	시간	-	-	190,189
1인당 교육 시간	시간	96	57	49		
교육 비용	총 교육 훈련비용	만 원	97,180	157,116	175,076	
	1인당 교육 훈련비용	만 원	29.54	40.72	38.87	

1) 성별 교육 수료 시간 측정 2024년부터 시행함

다양성·공정성·포용성(DE&I)

구분	단위	2022년	2023년	2024년		
사회적 소수자 구성원	장애인 근로자 수 1)	명	58	68	65	
	사회적 소수자 총 구성원 수	명	58	68	65	
육아휴직	육아휴직 사용자 수	전체	명	127	128	145
		남성	명	13	12	10
		여성	명	114	116	135
	육아휴직 후 복귀한 임직원 수	남성	명	11	12	13
		여성	명	103	121	130
	육아휴직 후 복귀 예정 임직원 수	남성	명	11	13	15
여성		명	112	125	140	
육아휴직 복귀 후 12개월 이상 근무한 임직원 수	남성	명	3	9	9	
	여성	명	62	80	81	
직전 연도 육아휴직 후 복귀한 총 임직원 수	남성	명	8	11	12	
	여성	명	74	103	121	
여성 관리자	여성 관리자 수	명	55	65	90	
여성 임원	여성 임원 수	명	7	8	10	
부서별 여성 임직원	STEM 부서 여성 임직원 수	명	52	70	102	
	STEM 부서 총 임직원 수	명	158	218	307	
	STEM 부서 내 여성 임직원 비율 2)	%	32.91	32.11	33.22	

1) 장애 급수와 상관 없이 장애인 임직원 1인당 1명으로 산정하였음.

2) STEM 부서를 규정하는 분류의 변경으로 2022년, 2023년 데이터 재산정하였음.

*, **: 전일제(Full time) 근로자 기준

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

안전 및 보건

구분	단위	2022년	2023년	2024년	
산업재해	산업재해 발생 건수	건	3	3	11
	임직원 산업재해율 ¹⁾	%	0.03	0.02	0.07
	직업성 질병 재해 건수	건	0	0	0
	임직원 직업성 질환 발생률(OIFR)	건/백만 시간	0	0	0
	중대재해 발생 건수	건	0	0	0
	중대재해 발생 비율	%	0	0	0
	사망사고 발생 건수	건	0	0	0
	사망사고 발생 비율	%	0	0	0
근로손실재해	임직원 근로손실재해 수	건	69	97	116
	임직원 근로손실재해율(LTIFR)	건/백만 시간	5.38	6.06	5.92

1) 총 임직원 수 기준

사회공헌

구분	단위	2022년	2023년	2024년	
기부	기부금 총액 (금전, 현물)	억 원	27.65	34.70	70.80

고객만족

구분	단위	2022년	2023년	2024년	
고객만족도 조사	고객만족도 조사 점수	점	82.5	82.6	87.8
	고객 의견 수렴 건수	건	782,174	667,648	826,289
	이슈 식별 건수 ¹⁾	건	-	-	3,049
	고객 의견 조치 건수 ²⁾	건	-	-	3,049

1), 2) 이슈 식별 2024년부터 시행함.

거버넌스

이사회 구성

구분	단위	2022년	2023년	2024년		
총 이사회 인원 수	명	5	5	5		
유형별	사내이사	남성	명	1	0	1
		여성	명	0	1	1
	사외이사	남성	명	1	1	1
		여성	명	1	1	1
	기타비상무이사	명	2	2	1	
	이사회 중 사외이사 인원 비율	%	40	40	40	
성별	여성 이사 수	명	1	2	2	
	여성 이사 비율	%	20	40	40	

이사회 산하 위원회

구분	단위	2022년	2023년	2024년	
사외이사후보추천위원회	사외이사후보추천위원회 위원 수	명	4	3	3
	사외이사후보추천위원회 내 사외이사 수	명	2	2	2
	사외이사후보추천위원회 내 사외이사 비율	%	50	66.67	66.67
	사외이사후보추천위원회 사외이사 후보군 관리 횟수	회	0	0	0
보상위원회	보상위원회 위원 수	명	5	5	5
	보상위원회 내 사외이사 수	명	2	2	2
	보상위원회 내 사외이사 비율	%	40	40	40
	보상위원회 내 여성이사 수	명	1	2	2
	보상위원회 내 여성이사 비율	%	20	40	40
감사위원회	감사위원회 위원 수	명	3	3	3
	감사위원회 내 사외이사 수	명	2	2	2
	감사위원회 내 사외이사 비율	%	66.67	66.67	66.67
	감사위원회 내 여성이사 수	명	1	2	1
	감사위원회 내 여성이사 비율	%	33.33	66.67	33.33

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

이사회 운영

구분	단위	2022년	2023년	2024년		
이사회 운영	이사회 개최 횟수	회	9	6	8	
	사외이사후보추천위원회 개최 횟수	회	1	0	0	
	보상위원회 개최 횟수	회	3	2	1	
	감사위원회 개최 횟수	회	1	1	3	
	이사회 상정 안건 수	건	20	16	26	
	이사회 심의 안건 수	전체	건	20	16	26
		가결	건	20	15	26
		부결	건	0	1	0
		보류	건	0	0	0
이사회 보고 안건 수	건	3	4	4		
사외이사 반대/수정 안건 수	건	0	1	0		
이사회 참석률	이사회 사내이사 참석률	%	100	100	94	
	이사회 사외이사 참석률	%	95	92	100	
	사외이사후보추천위원회 사외이사 참석률	%	100	0	0	
	보상위원회 사외이사 참석률	%	100	100	100	
	감사위원회 사외이사 참석률	%	100	100	100	

이사회 전문성

구분	단위	2022년	2023년	2024년	
이사회 전문성	사외이사 전문성 교육실시 횟수	회	0	1	1

윤리/준법경영 제보

구분	단위	2022년	2023년	2024년	
윤리/준법경영 관련 제보	총 제보 건수	건	37	68	77
	총 유효 및 조치 완료 제보 건수	건	29	35	59

컴플라이언스

구분	단위	2022년	2023년	2024년	
법규 위반 건수	마케팅 및 라벨링 관련 법규 위반 건수 (라벨링 및 마케팅 관련 법률 위반에 따른 제재 건수)	건	0	3 ^{1), 2)}	1
	개인정보 보호 위반 건수 (정보보호 관련 법률 위반에 따른 제재 건수)	건	1 ³⁾	0	1 ⁴⁾
	공정거래 관련 법률 위반에 따른 제재 건수	건	0	1 ⁵⁾	0
	반부패 관련 법률 위반에 따른 제재 건수 (부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법률 등)	건	0	0	0
	환경 법규 위반 건수	건	0	0	0

- 1) 2023년 8월, 한국건강증진개발원으로부터의 SNS 게시광고와 CJ올리브영 송출 광고에 대한 시정조치 완료함.
- 2) 2023년 11월, 방송통신심의위원회로부터의 PB 화장품 광고 문구에 대한 시정조치 완료함.
- 3) 2022년 5월, 방송통신위원회로부터의 대고객 대상 광고성 정보 오발송으로 인한 과태료 처분.
- 4) 2024년 8월, 개인정보보호위원회로부터의 시스템 변경 작업 과정 중 회원 개인정보 노출로 인한 과태료 처분.
- 5) 2023년 12월, 공정거래위원회로부터의 대규모유통업법 관련 과징금 처분.

윤리/준법경영 교육

구분	단위	2022년	2023년	2024년	
윤리/준법경영 교육	총 윤리/준법경영 교육 수료시간	시간	4,171	5,285	8,200
	총 윤리/준법경영 교육 대상인원	명	3,290	3,858	4,504
	총 윤리/준법경영 교육 수료인원	명	2,428	2,826	4,940

반부패 교육

구분	단위	2022년	2023년	2024년	
반부패 교육	반부패 교육 받은 경영진 수	명	14	17	24
	반부패 교육 받은 경영진 비율	%	100	100	100
	임직원 반부패 교육 대상자 수	명	2,827	3,272	3,893
	임직원 반부패 교육 이수자 수	명	2,827	3,272	3,893
	임직원 반부패 교육 이수자 비율	%	100	100	100

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

GRI Standards Index

Statement of Use	보고조직 씨제이올리브영은 2024년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지의 지속가능경영 활동 및 데이터를 GRI 표준 참조(with reference to) 보고 방식에 따라 보고하였습니다.
GRI 1 used	GRI 1: Foundation 2021
Applicable GRI Sector Standards	보고서가 발간되는 2025년 10월 기준, 씨제이올리브영에게 적용가능한 GRI Sector Standards는 발표되지 않았습니다.

Universal Standard (GRI 2: General Disclosures 2021)

Topic	No.	Disclosure	보고 페이지(p)
조직 및 보고 관행	2-1	조직 상세 정보	16
	2-2	조직의 지속가능성 보고서에 포함된 기업 목록	2
	2-3	보고기간, 보고 주기, 보고서 문의처	2
	2-4	정보의 재작성	134-143
	2-5	외부 검증	152-155
활동 및 근로자	2-6	활동, 가치사슬 및 기타 비즈니스 관계	6-15
	2-7	임직원	138
	2-8	임직원이 아닌 근로자	138
거버넌스	2-9	거버넌스 구조 및 구성	120-121
	2-10	최상위 거버넌스 기구 임명 및 선정	118, 120-121
	2-11	최상위 거버넌스 기구 의장	118, 120-121
	2-12	영향 관리에 대한 최상위 거버넌스 기구의 역할	118-123
	2-13	영향 관리에 대한 책임의 위임	118
	2-14	지속가능성 보고에 대한 최상위 거버넌스 기구의 역할	118, 122
	2-15	이해관계 상충	감사보고서 p.77 Link →
전략, 정책 및 관행	2-22	지속가능 발전 전략에 대한 설명	14-15
	2-23	정책 공약	100
	2-24	정책 공약 내재화	100, 122-123
	2-25	부정적 영향을 해결하기 위한 프로세스	124-125
	2-26	관심사항 제기 및 조인을 구하기 위한 매커니즘	124-125
	2-27	법률 및 규제 준수	143
이해관계자 참여	2-29	이해관계자 참여에 대한 접근방식	22

Universal Standard (GRI 3: Material Topics 2021)

Topic	No.	Disclosure	보고 페이지(p)
중요주제	3-1	중요 주제 식별/결정 과정	22-23
	3-2	중요 주제 목록	22-23
K-뷰티 글로벌 시장 선도	3-3	중요 주제 관리	28-39
	201-1	창출 및 분배된 직접경제가치	135
	Non-GRI	2025년 글로벌물 회원 수	31
	Non-GRI	2025년 글로벌물 이용 가능 국가 수	31
	Non-GRI	2025년 글로벌물 운영 브랜드 수	31
	Non-GRI	글로벌물 중소 브랜드 매출액 성장률	32
	Non-GRI	방한 외국인 중 올리브영 구매율	36
	Non-GRI	방한 외국인 고객 구매 건수	36
파트너 상생경영	3-3	중요 주제 관리	40-55
	Non-GRI	2024년 클린뷰티 카테고리 연간 성장률	46
	Non-GRI	2024년 슬로우에이징 카테고리 연간 성장률	46
	Non-GRI	올리브영 페스타 참여 브랜드 수	48
	Non-GRI	2024년 상생펀드 이용 기업 수	52
	Non-GRI	2024년 상생펀드 대출 규모	52
	Non-GRI	2024년 파트너 라이브 누적 시청자 수	52
	Non-GRI	파트너스데이 참여 파트너사 수	53
옴니채널 전략 강화	3-3	중요 주제 관리	56-73
	418-1	고객 개인정보 보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만사항	143
	Non-GRI	도심형 물류센터 수(MFC)	16, 73
	Non-GRI	2025년 상반기 올리브영 오프라인 매장 수	60
	Non-GRI	2025년 상반기 올리브영 글로벌 관광상권 오프라인 매장 수	60
	Non-GRI	온라인물 월간 활성 사용자 수(MAU)	66
	Non-GRI	2024년 오프라인 매장 대비 온라인물 운영 브랜드 수	67
	Non-GRI	2024년 온라인물 운영 브랜드 중 중소 브랜드 비중	67
	Non-GRI	2024년 매거진 누적 조회 수	69
	Non-GRI	2024년 서버 평균 월간 활성 유저 수	69
	Non-GRI	2024년 전체 행정구역 중 오늘드림 서비스 범위	70
	Non-GRI	2024년 오늘드림 서비스 주문 건수	70
Non-GRI	전자라벨 도입 매장 수	137	

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

GRI Standards Index

Topic Standards

Topic	No.	Disclosure	보고 페이지(p)
GRI 205 (Anti-corruption)			
반부패	205-2	반부패 정책 및 절차에 관한 커뮤니케이션 및 훈련	143
	205-3	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	142

GRI 206 (Anti-competitive Behavior)			
경쟁저해행위	206-1	경쟁저해 및 독과점금지 위반 관련 소송	143

GRI 302 (Energy)			
에너지	302-1	조직 내 에너지 소비	136
	302-3	에너지 집약도	136

GRI 305 (Emissions)			
배출	305-1	직접 온실가스 배출량(Scope 1)	136
	305-2	간접 온실가스 배출량(Scope 2)	136
	305-4	온실가스 배출 집약도	136

GRI 306 (Waste)			
폐기물	306-1	폐기물 발생 및 중대한 폐기물 관련 영향	112-115, 136-137
	306-2	중대한 폐기물 관련 영향 관리	113-115, 137
	306-3	폐기물 발생	136
	306-4	재활용 또는 재사용된 폐기물	136
	306-5	재활용/재사용 없이 폐기된 폐기물	136

Topic	No.	Disclosure	보고 페이지(p)
GRI 401 (Employment)			
고용	401-1	신규채용과 이직	138
	401-2	임시직 또는 시간제 근로자에게는 제공되지 않고 정규직 근로자에게만 제공되는 복리후생	99
	401-3	육아휴직	139

GRI 403 (Occupational Health and Safety)			
산업안전보건	403-1	직장 건강 및 안전 관리 시스템	103-105
	403-2	위험 식별, 리스크 평가 및 사고 조사	104
	403-3	사업장 보건 서비스	105
	403-4	사업장 안전 보건에 대한 근로자의 참여, 상담 및 소통	103-104
	403-5	근로자 사업장 안전 보건 교육	105
	403-6	근로자 건강 증진	99
	403-9	업무 관련 상해	140
403-10	업무 관련 질병	140	

GRI 404 (Training and Education)			
훈련 및 교육	404-1	구성원 1인당 평균 교육 시간	139
	404-2	구성원 역량 강화 및 전환 지원 프로그램	91-95

GRI 405 (Diversity and Equal Opportunity)			
다양성 및 기회균등	405-1	지배구조 기구와 직원의 다양성	139

GRI 406 (Non-discrimination)			
차별금지	406-1	차별 사례 및 이에 대한 시정조치	142

GRI 413 (Local Communities)			
지역사회	413-1	지역사회 참여, 영향 평가, 개발 프로그램을 동반한 운영	80-83

GRI 417 (Marketing and Labelling)			
마케팅 및 라벨링	417-1	제품/서비스 관련 정보 및 라벨링 요건	85-87
	417-2	제품 및 서비스의 정보 및 라벨링과 관련된 법규 위반 사례	143
	417-3	마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법규 위반 사례	143

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화


ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

UN SDGs Index

UN SDGs 목표	올리브영 주요 활동	보고 위치
 Goal 1 모든 곳에서 모든 형태의 빈곤 종식	- 올리브영의 사회공헌 비전 ME:RACLE 선포 - 자립준비청년 기초 물품 지원	80-81
 Goal 4 포용적이고 공평한 양질의 교육 보장과 모두를 위한 평생학습 기회 증진	- 직무별 전문성 강화 교육 지원 - GLC(Global Store Language Course) 프로그램 운영	92-93
 Goal 5 성평등 달성과 모든 여성 및 여아의 권익신장	- 개발도상국 대상 '소녀교육 캠페인' 진행 - 여성 임직원 고용 및 재직 활성화	83, 139
 Goal 8 지속적·포용적·지속가능한 경제성장, 완전하고 생산적인 고용과 모두를 위한 양질의 일자리 증진	- 지역특화매장 운영을 통한 특색상품 개발 및 지역 일자리 창출 - 부산 청년 일러스트 작가 협업 상품 출시	38-39, 82
 Goal 9 회복력 있는 사회기반시설 구축, 포용적이고 지속가능한 산업화 증진과 혁신 도모	- 상품 부가가치 창출을 위한 K-뷰티 글로벌 시장 선도 노력 - 뷰티 중소 브랜드 발굴 및 육성 지원	32-37, 42-55
 Goal 12 지속가능한 소비와 생산 양식의 보장	- 올리브영 뷰티사이클을 통한 공병 재활용 - 스마트영수증 및 전자라벨 적용 등의 폐기물 감축활동	113-115
 Goal 13 기후변화와 그로 인한 영향에 맞서기 위한 긴급 대응	- 온실가스 배출량 모니터링 및 감축	110-111
 Goal 16 평화로운 사회 증진과 사법 접근성 확보, 제도 구축	- 윤리경영 및 준법경영 체계 확립 - 전사 준법점검 실시	120-122

UN Global Compact Index

원칙	관련 제도 및 방침	주요 활동	보고 위치
인권			
원칙 1. 기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중하여야 하며,	- CJ사의 약속 - 5. 글로벌 공동체 - CJ올리브영 인권경영 선언문	- 인권경영 선언	100
원칙 2. 인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.	- 올리브영 인권영향평가	- 인권실사 및 자가검진 실시 - 사업장별 인권리스크 식별	100
노동			
원칙 3. 기업은 결사의 자유와 단체교섭의 실질적인 인정을 지지하고,	- CJ사의 약속 - 3. CJ 동료 - CJ올리브영 인권경영 선언문	- 타운홀 미팅 등의 노사 소통 강화	98
원칙 4. 모든 형태의 강제노동을 배제하며,	- CJ사의 약속 - 3. CJ 동료 - CJ올리브영 인권경영 선언문	- 근로자 대상 노동 강요 금지	-
원칙 5. 아동노동을 효율적으로 철폐하고	- CJ사의 약속 - 5. 글로벌 공동체 - CJ올리브영 인권경영 선언문	- 국가별 최저 고용 연령 준수	-
원칙 6. 고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.	- CJ사의 약속 - 3. CJ 동료 - CJ올리브영 인권경영 선언문	- 장애인 임직원 고용 - 출산 및 자녀 돌봄 지원	101
환경			
원칙 7. 기업은 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지하고,	- CJ사의 약속 - 5. 글로벌 공동체 - 올리브영 환경경영 추진 전략	- 자원순환 실천 및 기후변화 대응 방향 및 목표 설정	109
원칙 8. 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행하며,	- CJ사의 약속 - 5. 글로벌 공동체 - 올리브영 환경경영 추진 전략	- 온실가스 배출량 모니터링 - 친환경 건축물 인증	110-111
원칙 9. 환경 친화적 기술의 개발과 확산을 촉진한다.	- CJ사의 약속 - 1.고객 - 올리브영 환경경영 추진 전략	- 올리브영 뷰티사이클 - 재생플라스틱 패키징 전환 추진 - 전자라벨 적용 확대	113-115
반부패			
원칙 10. 기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.	- CJ 글로벌 부패방지 정책 - CJ 글로벌 공정경쟁 정책 - 올리브영 윤리제보시스템	- ISO 37301 인증 취득 - 준법과상생경영위원회 설립 및 운영 - 자율준수프로그램(CP) 운영	120-123

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

온실가스 검증의견서

EVC-25-009-08

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

- 보고대상: 본사, 아카데미, 지방사무소 대전, 지방사무소 광주, MFC, 안성물류센터, 매장
- 보고경계: 직접배출(Scope1), 간접배출(Scope2)
 - Scope1: 고정연소(LNG), 이동연소(휘발유)
 - Scope2: 외부 구매 전력
- 보고년도: 2024년 1월 1일 ~ 2024년 12월 31일

3. 검증 기준

한국표준협회는 ISO 14064-3:2019에 규정된 절차에 따라 검증을 수행하였습니다.

- 산정기준
 - KS I ISO 14064-1:2018
 - 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침 (환경부 고시 제2025-64호)
 - 2006 IPCC(Intergovernmental Panel on Climate Change) 가이드라인
 - 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

씨제이올리브영 주식회사의 인벤토리 보고서와 근거자료를 근거로 샘플링을 통해 검증을 수행하였습니다. 이에 따라 온실가스 배출량은 검증 범위의 데이터 한계, 불확실성 등 요인에 따라 영향을 받을 수 있으며 이에 따른 고유 한계가 존재할 수 있습니다.

6. 검증 결론

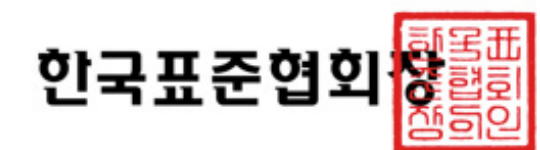
한국표준협회는 씨제이올리브영 주식회사의 온실가스 배출량 산정결과가 검증기준에 따라 보증수준과 중요성 기준(10% 미만)을 충족하며, 온실가스 데이터 및 정보가 공정하게 제시되지 않았다는 증거를 발견할 수 없었습니다. 씨제이올리브영 주식회사는 검증팀이 발견한 주요 사항에 대해서 적절하게 시정조치를 수행하였으며, 중요한 오류나 누락 등 검증 결과가 검증 기준 및 지침을 충족하여 '적정' 의견을 제시합니다.

• 부록. 온실가스 배출량 (Scope1, Scope2)

구분	온실가스 배출량(tCO2eq)			에너지 사용량(TJ)
	Scope1	Scope2	합계	
본사	364.073	650.225	1,014	20
아카데미	2.143	41.806	42	0.916
지방사무소 대전	-	16.653	16	0.348
지방사무소 광주	-	5.435	5	0.114
MFC	-	533.167	533	11
안성물류센터	-	181.576	181	3
매장	-	30,369.157	30,369	634
총계	366.216	31,798.019	32,161	669

※ 참고: 온실가스 배출량 및 총 배출량과 사업장 배출량 합계는 차이가 있음(사업장 단위 절사 배출량을 업체 단위로 합함)

2025년 05월 26일



2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

- Intro
 - K-뷰티 글로벌화
 - 상생
 - 옴니채널
- Overview
 - CEO Message
 - Our Company
 - Our Business
 - Our Business Philosophy
 - Our Sustainability Management
 - Our History
 - Our Stakeholder Engagement

- Value & Impact
 - 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
 - K-뷰티 글로벌 시장 선도
 - 파트너 상생경영
 - 옴니채널 전략 강화

- ESG Management
 - Social
 - Environmental
 - Governance

- ESG Facts & Figures
 - 경제
 - 환경
 - 사회
 - 거버넌스
 - GRI Standards Index
 - UN SDGs Index
 - UN Global Compact Index
 - 온실가스 검증의견서
 - 제3자 검증의견서

제3자 검증의견서

[PRJN-1022542-2025-AST-KOR]

(주)디엔비비즈니스어슈어런스코리아(이하 ‘DNV’ 또는 ‘당사’)는 씨제이올리브영(이하 ‘올리브영’)으로부터 2024년 12월 31일로 종료하는 사업연도에 대한 2025 Olive Young Impact Report(이하 ‘보고서’)에 대한 독립적인 검증 업무를 의뢰 받았습니다. 본 검증 의견서의 사용대상은 올리브영의 경영진과 이해관계자입니다.

검증 기준

검증 활동은 당사의 전문적인 경험과 국제감사인증기준위원회(IAASB)¹⁾가 제정한 국제인증업무기준(ISAE 3000)²⁾ 등 국제 규격을 반영한 DNV의 지속가능성 보고서 검증 프로토콜인 VeriSustain™ 6.0과 AccountAbility 사의 지속가능성 검증 기준(AA1000AS v3)에 따라 Type 1 제한적 수준의 보증 형태로 진행되었습니다. DNV는 보고서가 AccountAbility 원칙 기준(AA1000APS(2018))의 4가지 원칙과 VeriSustain의 신뢰성, 완전성 및 중립성 원칙을 준수하는지 검토하였습니다.

당사의 프로토콜은 당사가 윤리적 요구사항을 준수하고, 제한적 또는 합리적 보증을 얻기 위해 검증을 계획하고 수행할 것을 요구합니다.

제한적 검증 업무 절차의 성격과 시기는 합리적 검증 업무 절차와 차이가 있으며, 절차의 범위도 상대적으로 제한적입니다. 이에 따라 제한적 검증을 통한 보증 수준은 합리적 검증을 통한 보증 수준보다 상당히 낮습니다. 이에 DNV는 검증 의견을 제공함에 있어 근거가 된다고 판단되는 정보를 수집하기 위해 작업을 계획하고 수행함으로써 당사의 의견에 오류가 있을 위험을 줄였으나 완전히 배제되지는 않았습니다.

DNV는 이번 보고 기간 동안 보고서 외부 또는 회사 웹사이트에 게시될 수 있는 기타 정보에 대해 어떠한 검토나 작업도 수행하지 않았으며 어떠한 결론도 제시하지 않습니다.

검증 범위

당사는 보고서에 대한 독립적인 제한적 검증 업무 수행을 의뢰 받았습니다.

- 당사는 올리브영의 이중 중요성 평가를 통해 식별된 중요 주제(Material Topics)와 관련된 GRI 주제 기준(Topic Standards)과 올리브영에서 자체 개발한 지표(Non-GRI)를 검토하였습니다.

의견, 관찰 및 권고사항

검증 수행 결과, DNV는 AA1000APS (2018)의 4가지 원칙과 VeriSustain의 신뢰성, 완전성 및 중립성 원칙 측면에서 올리브영의 보고서에 수록된 정보 및 데이터가 부적절하게 기술되었다고 판단할 사항은 발견하지 못하였습니다. 성과 데이터의 신뢰성 측면에서, 보고된 데이터가 회사의 운영 중 관리된 실무 데이터와 적절히 대조되지 않았거나 적용된 가정이 부적절하다고 판단할 사항은 발견하지 못하였습니다. DNV는 회사의 보고서가 중대성 관점에서 GRI Standards의 ‘with reference to’ 기준에 부합한다고 판단합니다.

검증 의견에 영향을 미치지 않는 범위 내에서, ‘검증 범위’에 포함된 정보에 대한 DNV의 관찰 의견을 AA1000APS (2018) 원칙과 VeriSustain 원칙에 기반하여 다음과 같이 제공합니다:

포괄성: 이해관계자 참여 및 의견제시

올리브영은 고객, 파트너사, 임직원, 지역사회 등을 주요 이해관계자로 식별하고 이해관계자별로 주요 관심이슈 및 커뮤니케이션 채널에 대해 보고하고 있습니다. 올리브영은 다양한 소통채널을 통해 이해관계자의 관심이슈와 요구사항을 파악하고 관련 소통을 이어가고 있으며, 수렴된 이해관계자 의견은 이중 중요성 평가 과정에 반영되었습니다.

중대성: 중대한 지속가능성 주제에 대한 식별 및 보고

올리브영은 핵심 사업 활동이 미치는 환경·사회적 영향 및 재무적 영향을 종합적으로 고려하여 이중 중요성 평가를 실시했습니다. 이를 위해 주요 글로벌 공시 기준, 산업 분석, 내부 전략 분석 등을 기반으로 13개의 지속가능경영 토픽을 도출하고, 내·외부 이해관계자 심층 인터뷰 및 설문조사를 통해 평가했습니다. 그 결과 ‘K-뷰티 글로벌 시장 선도’, ‘파트너 상생경영’, ‘옴니채널 전략 강화’를 상위 중요 주제로 선정하고, GRI 지표와 올리브영에서 자체 개발 지표를 통해 중요 주제별 성과에 대해 보고하고 있습니다.

대응성: 중대한 지속가능성 주제 및 관련 영향에 대한 투명한 대응

올리브영은 이중 중요성 평가를 통해 ‘K-뷰티 글로벌 시장 선도’, ‘파트너 상생경영’, ‘옴니채널 전략 강화’를 중요 주제로 도출하고, 이를 기반으로 파트너사 지원, 글로벌 고객 경험, 옴니채널 서비스 등 이해관계자 관심사에 대응하는 다양한 실행 전략과 성과를 보고하고 있습니다. 또한, 그룹 경영진을 대상으로 지속가능성 관련 보고를 정기적으로 이행하고 있습니다.

영향: 조직 활동이 조직 및 이해관계자에 미치는 영향에 대한 모니터링, 측정 및 설명

올리브영은 주요 사업 활동이 미치는 영향을 모니터링하고 보고하기 위해 매년 이중 중요성 평가를 실시하며, 이 중 ‘K-뷰티 글로벌 시장 선도’, ‘파트너 상생경영’ 및 ‘옴니채널 전략 강화’를 핵심 이슈로 관리하고 있습니다. 각 주제별로 영향 관리 방향을 제시하고, 정성적·정량적 기준에 따라 지표와 성과를 보고하고 있습니다.

신뢰성: 보고서에 제시된 정보의 정확성, 비교 가능성 및 기본 데이터 관리 시스템의 품질

샘플링 기법을 통해 데이터 수집 및 가공 프로세스, 근거 문서 및 기록을 확인하였으며, 인증 결과로 판단하였을 때 보고서에 기재된 지속가능성 성과 정보에서 의도적인 오류나 잘못된 기술은 발견되지 않았습니다. 인증 과정 중 발견된 오류들이나 명확하지 않은 표현들은 최종 보고서 발간 전에 수정되었습니다. 향후 내부 데이터 관리 시스템을 강화할 경우, 성과 데이터 품질의 지속적 개선이 가능할 것으로 기대됩니다.

완전성: 조직과 그 이해관계자에게 중요한 정보로 확인된 모든 정보 중 보고되는 정보

올리브영은 식별된 운영 경계에 따라 적절한 GRI 주제별 기준 공시항목을 사용하여, 중요 이슈와 관련된 2024년 보고 기간의 성과를 기반으로 주요 비재무적 공시사항을 보고하고 있습니다.

중립성: 보고서가 조직의 성과에 대해 중립적인 어조로 균형 잡힌 설명을 제공하는 정도

올리브영은 보고 기간 동안 회사의 성과와 과제를 중립적이고 일관된 방식으로 보고하고 있으며, 이중 중요성 평가 결과를 통해 주요 기회와 함께 리스크 요인을 함께 제시하였습니다. 향후 이중 중요성 평가를 기반으로 식별된 리스크 사항에 대한 보고를 강화할 경우, 보고의 균형성이 보다 제고될 것으로 기대됩니다.

1) International Auditing and Assurance Standard Board
 2) International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 – ‘Assurance Engagements other than Audits and Reviews of Historical Financial Information’ (revised)

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

적격성, 독립성 및 품질 관리

DNV는 ISO/IEC 17029:2019³⁾ 적합성 평가에 따라 품질 관리를 위한 자체 관리 표준 및 규정 준수 정책을 적용함으로써 윤리적 요구사항, 전문적 기준, 해당 법률 및 규제 요구사항 준수에 관한 문서화된 정책 및 절차를 포함하여 포괄적인 품질 관리 시스템을 유지합니다.

DNV가 수립하고 있는 정책 및 절차는 DNV 및 그 임직원, 그리고 해당되는 경우 다른 모든 인원(DNV의 타법인 임직원 포함)에게 독립성 요건을 적용하고, 관련 윤리적 요구사항에 따라 독립성을 유지하도록 설계되어 있습니다. 본 검증 활동은 지속가능성 전문가들로 구성된 독립적인 검증팀에 의해 실시되었습니다. DNV는 2025 Olive Young Impact Report 검증에 대한 독립성이나 공정성에 영향을 미칠 수 있는 서비스를 제공하지 않았습니다.

한계점

검증은 DNV에 제공된 올리브영의 데이터 및 정보가 완전하고, 충분하며, 사실이며, 중요한 왜곡 표시가 없다는 가정을 기반으로 실시되었습니다. 한편, 표본추출(샘플링)과 내부 통제 절차 및 시스템에 대한 기타 내재적 제한들로 인해 중대할 수 있는 오류 또는 불규칙성이 감지되지 않았을 수 있는 리스크가 불가피하게 존재합니다.

보고서에 언급된 회사의 파트너(공급업체, 협력사) 및 제3자의 지속가능경영, 성과 및 보고 관행 등은 본 검증의 범위에 포함되지 않았습니다. DNV는 검증 활동 중 외부 이해관계자 면담을 실시하지 않았습니다.

DNV는 보고된 재무 데이터, 거버넌스 및 관련 정보가 별도의 독립적인 법정 감사 프로세스의 적용을 받는 법정 공시 및 감사된 재무제표를 기반으로 한다는 점을 이해합니다. 재무 공개 및 데이터는 검증 범위에서 제외되었으며, 검증은 정의된 보고기간 내의 범위에 있는 데이터 및 정보로 제한되며 해당 기간 이외의 데이터는 검증 범위에 포함되지 않습니다.

DNV는 본 의견서에 기반하여 의사결정을 한 개인 또는 단체에 대한 어떠한 배상 책임 또는 공동 책임이 없음을 밝힙니다.

올리브영 관리자 및 검증기관의 책임

올리브영은 보고서 내용에 모든 책임을 가지고 있으며, 여기에는 데이터 수집, 분석, 집계, 준비, 정보의 공정한 표시, 데이터에 중요한 왜곡이 없음을 보장하는 내부 통제의 설계, 구현 및 유지가 포함됩니다. DNV의 책임은 '검증 범위'에 기술된 관련 정보가 보고 요구사항에 따라 작성되었는지에 대한 제한적 확신을 제공하기 위해 업무를 계획 및 수행하고 이를 취합한 증거에 기반하여 독립적 검증의견서 형태로 회사에 보고하는 것입니다.

당사의 성명은 독립적 의견으로 간주되어야 하며, 회사의 경영진과 이해관계자에게 필요한 정보를 제공하기 위해 작성되었습니다. DNV는 본 의견서를 제외하고 보고서에 포함된 어떠한 진술이나 데이터의 작성에도 관여하지 않았습니다.

의견 판단 기준

본 검증 활동은 위험 기반 접근방식(Risk-based approach)에 따라 회사의 사업 및 주요 이해관계자들에게 관련성이 높은 중요 이슈들에 초점을 두고 진행되었으며, 제한적 검증 절차의 일환으로 다음 절차를 수행하였습니다.

- 보고 기간 동안 회사와 관련된 지속가능성 이슈를 식별하기 위한 피어 리뷰 및 미디어 검토 등
- 이중 중요성 평가 절차와 결과, 주제 기준과 관련된 관리 프로세스를 중심으로 요구사항에 따른 공시 내용 검토
- 보고서에 수록된 정보 및 KPI를 통합, 관리 및 보고를 위한 주요 시스템, 프로세스 및 통제에 대한 이해와 평가
- 보고 원칙 및 요구사항 준수를 뒷받침하는 문서에 대한 검토
- 정보 모니터링, 데이터 집계 및 보고 전반에 책임이 있는 올리브영 지속가능경영팀과의 인터뷰 수행
- 올리브영 본사(대한민국, 서울) 방문을 통해 지속가능성 데이터 샘플링 및 전략 이행 관련 관리체계 검토

(주)디엔비비즈니스어슈어런스코리아
대한민국 서울
2025년 9월 12일

Digitally signed by Kim, Jae Hee
Date: 2025.09.12 15:26:47 +09'00'

검증팀장 김재희

Digitally signed by Park sehee
DN: cn=Park sehee, o, ou, email=bagel32@naver.com, c=US
Date: 2025.09.12 15:58:05 +09'00'

검증팀원 박세희

Digitally signed by Kim, So Hyun
Date: 2025.09.12 16:09:01 +09'00'

기술검토자 김소현



3) Conformity assessment — General principles and requirements for validation and verification bodies

2025 OLIVE YOUNG IMPACT REPORT

Intro

- K-뷰티 글로벌화
- 상생
- 옴니채널

Overview

- CEO Message
- Our Company
- Our Business
- Our Business Philosophy
- Our Sustainability Management
- Our History
- Our Stakeholder Engagement

Value & Impact

- 올리브영이 실현하는 지속가능한 가치
- K-뷰티 글로벌 시장 선도
- 파트너 상생경영
- 옴니채널 전략 강화

ESG Management

- Social
- Environmental
- Governance

ESG Facts & Figures

- 경제
- 환경
- 사회
- 거버넌스
- GRI Standards Index
- UN SDGs Index
- UN Global Compact Index
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서

OLIVE YOUNG