

K-뷰티, Gold Rush

[음식료/화장품] 권우정 책임연구원
20240006@iprovest.com

Summary

[화장품] K-뷰티, Gold Rush

2026년 들어 글로벌 유통 채널 전반에서 K-뷰티를 선점하려는 'Gold Rush' 진행 중. 글로벌 시장에서 K-뷰티는 기존 MZ세대 중심의 니치 카테고리에서 벗어나, 주요 리테일러들이 M/S 확보를 위해 반드시 확보해야 하는 핵심 카테고리로 부상.

미국에서는 오프라인 리테일러들의 K-뷰티 카테고리 확대가 가속화 중. ULTA는 25년 8월부터 K-뷰티 월드 론칭했으며, 대형마트 타겟은 북미 최초로 25년 2월 K-뷰티 상설 섹션을 오픈한 데 이어, 26년 1월 역대 최대 규모의 K-뷰티 라인업 확대 계획을 발표. 세포라 역시 26년 1월 올리브영 K-뷰티존 운영 파트너십을 발표.

한편, 유럽 리테일러도 K-뷰티를 적극적으로 확대 중. 영국 부츠는 K-뷰티 브랜드에 대한 현지 소비자들의 관심이 확대되고 있으며, K-뷰티를 통한 신규 고객 유입 효과 언급. 특히, 부츠는 스킨케어 뿐만 아니라 K-향수, K-헤어케어 등 카테고리 다각화에도 긍정적. K-뷰티 브랜드사들도 올해부터 유럽 현지 마케팅도 본격화 예정. 에이피알은 작년 말부터 영국 아마존, 틱톡샵을 공식 론칭했으며, 이후 프랑스/독일/스페인/이탈리아 중심으로 확대 예정.

반면, 화장품 업종은 연초 이후 코스피 대비 약 -14.4%p 언더퍼폼 시현 중. 업종 시가총액 1위 에이피알을 제외하면 대부분 종목의 연초 이후 주가 흐름이 부진. 국내 인디브랜드 업황을 대변해주는 화장품 ODM 3사도 12MF P/E(컨센서스 기준) 2월 15.6배까지 상승한 이후 최근 11.9배까지 하락한 상황으로 화장품 업종 밸류에이션 매력도 높아졌다고 판단.

I

화장품 업황 점검

... 4pg

II

K-뷰티가 바꾼 글로벌 스킨케어 트렌드

... 16pg

III

K-뷰티, 글로벌 리테일러들의 핵심 카테고리

... 19pg

IV

수출 확대는 여전히 Keep going

... 30pg

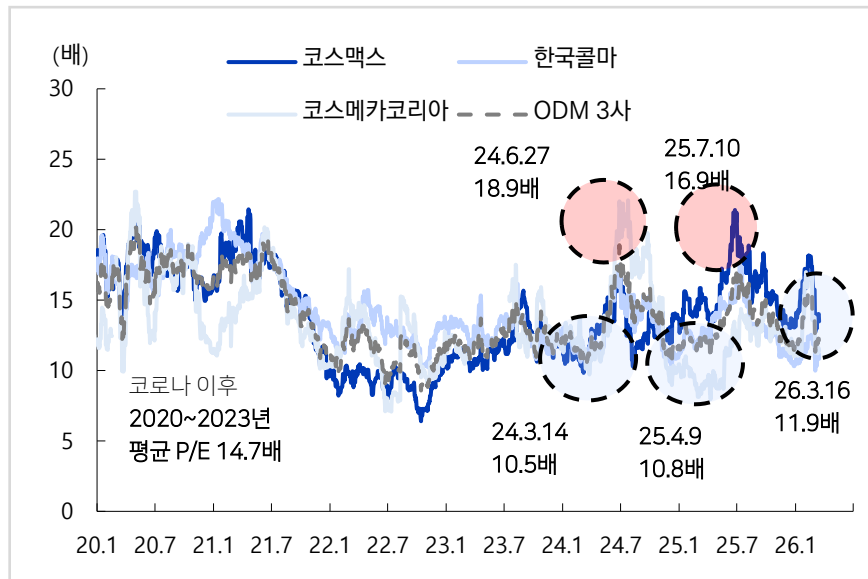
화장품 Part 01

화장품 업황 점검

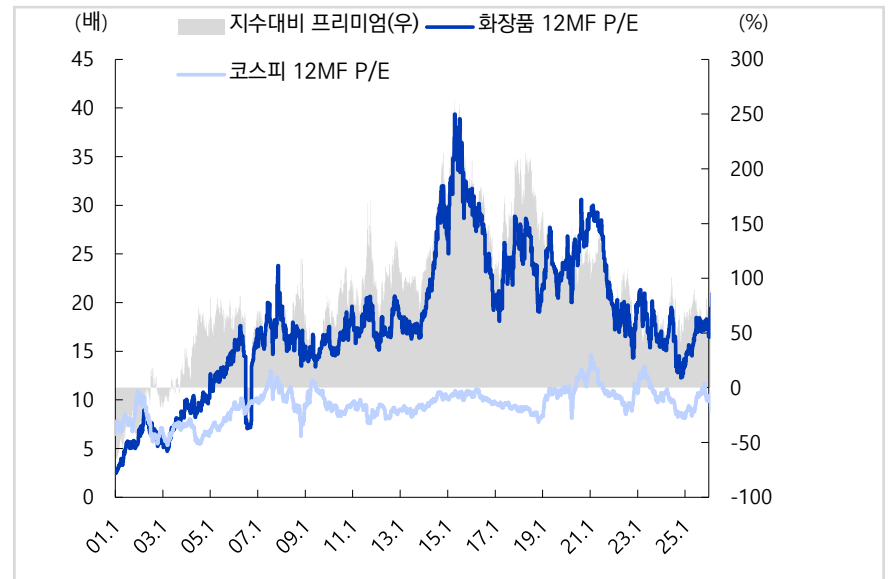
화장품 업종 주가 및 밸류에이션 현황

- 화장품 업종은 26년 YTD 수익률 17.3%(3/16 기준) 으로 코스피 대비 -14.4%p 언더퍼폼 시현 중. 종목별로는 에이피알 +42.2%, 코스맥스 +4.7%, 한국콜마 +11.9%, 코스메카코리아 +7.7%, 달바 -0.6%, 실리콘투 -8.9%, 아모레 +7.4%, LG생건 -7.0% 등 기록
- 화장품 업종 12MF P/E는 19.1배 기록 중. 화장품 업종 시가총액 1위 에이피알 이란 전쟁 발발 이후 상대적으로 주가 선방 기록 중. 에이피알의 12MF P/E는 2월 중순 22.4배 → 최근 25.4배까지 상승. 반면, ODM 3사 12MF P/E는 26년 2월 중순 15.6배 → 최근 11.9배까지 하락

ODM 3사 밸류에이션 현황



화장품 업종 밸류에이션 추이

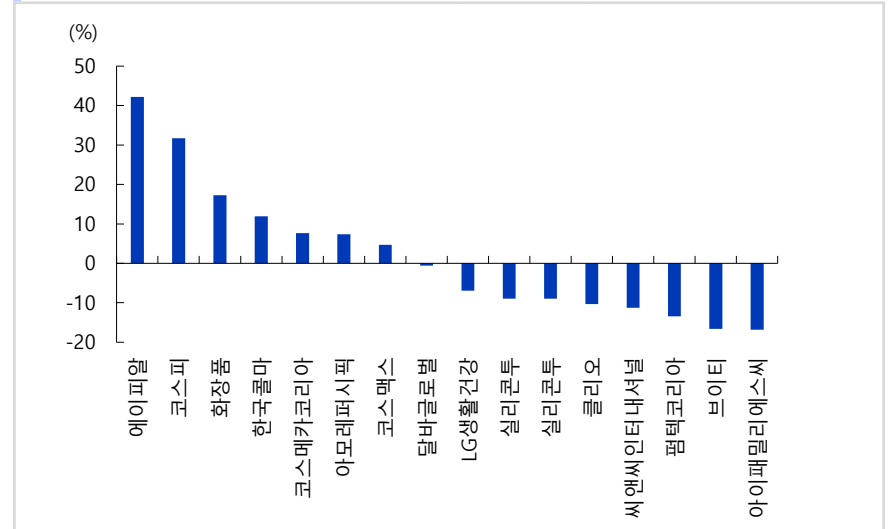


출처: 에프앤가이드, 교보증권

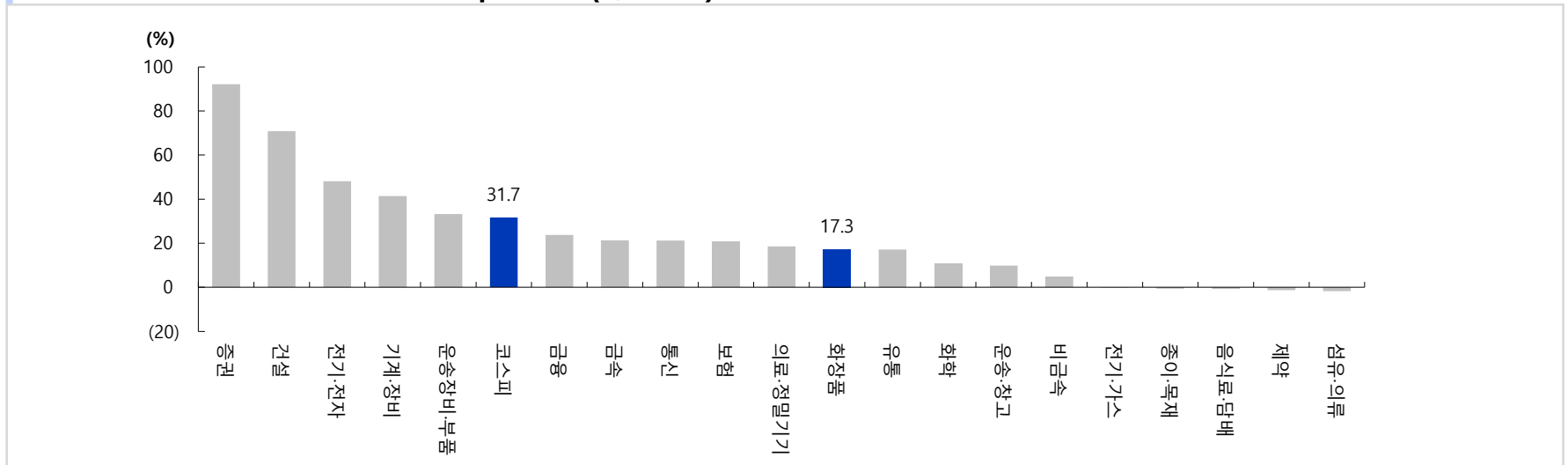
에이피알 제외 코스피 대비 언더퍼폼 시현

- IT 업종 수급 쏠림으로 화장품 업종 수익률 상대적으로 소외. 소외 업종 내에서는 상대적으로 중간에 위치하고 있으나, 이는 에이피알의 아웃퍼폼 영향
- 화장품 업종 내에서 대형주 에이피알 외 대부분 업체들은 화장품 업종 전체 수익률도 못 미치는 실적 기록

26년 주요 화장품 업체 YTD 수익률 (3/16 기준)



2026년 업종별 수익률: 코스피 대비 약 14%p 언더퍼폼(3/16 기준)

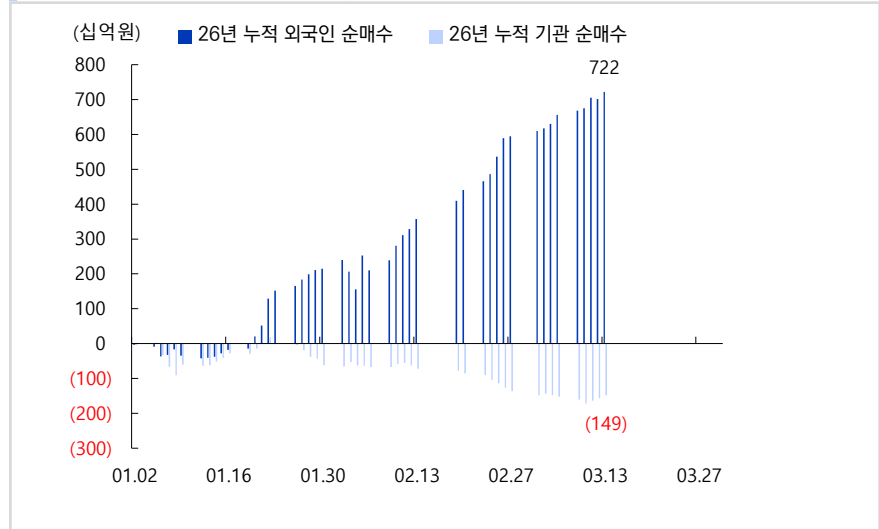


출처: 에프앤가이드, 교보증권

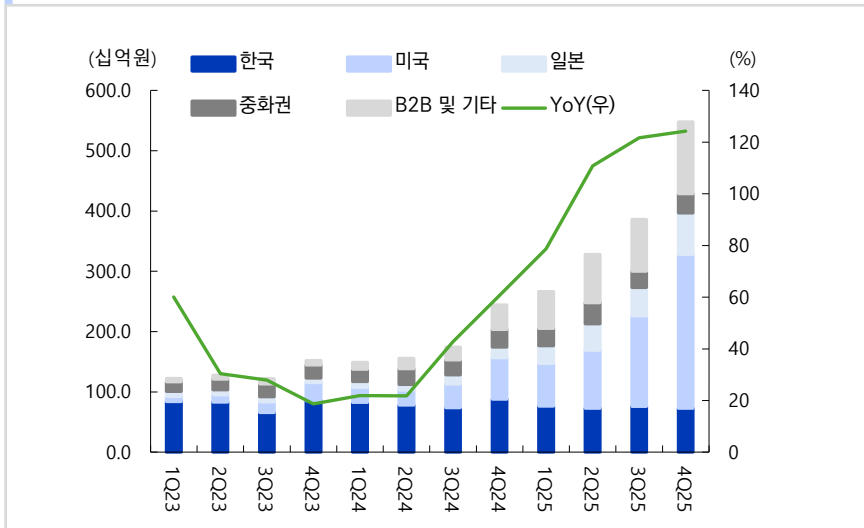
에이피알 실적 및 주가 호조, 외국인 PICK

- 2/4 4분기 영업이익이 시장기대치 +17% 상회했음에도, 주가는 당일 장중 한 때 +13% 상승했으나, -2.7% 하락 마감. 지난 3~4분기 실적 시즌 동안 변동성 이슈가 확대되는 모습이 나타났음.
- 다만, 최근 외국인 중심 수급 확대되며 에이피알 주가는 연초대비 +42% 상승. 외국인은 연초 이후 약 7천억원 순매수한 반면, 기관은 연초이후 약 1,500억원 순매도했음. 외국인 지분율은 연초 27.6% → 최근 34.2%까지 확대됨
- 4분기 지역별 매출액은 미국 YoY 270%, 일본 YoY 289%, B2B 및 기타 YoY 193% 등 글로벌 호실적 기록. 특히 4분기에 재고 부족 이슈 발생했으며, 해당 이슈 마무리 후 유럽 본격적 확대 전망

에이피알 26년 누적 외국인, 기관 순매수 추이

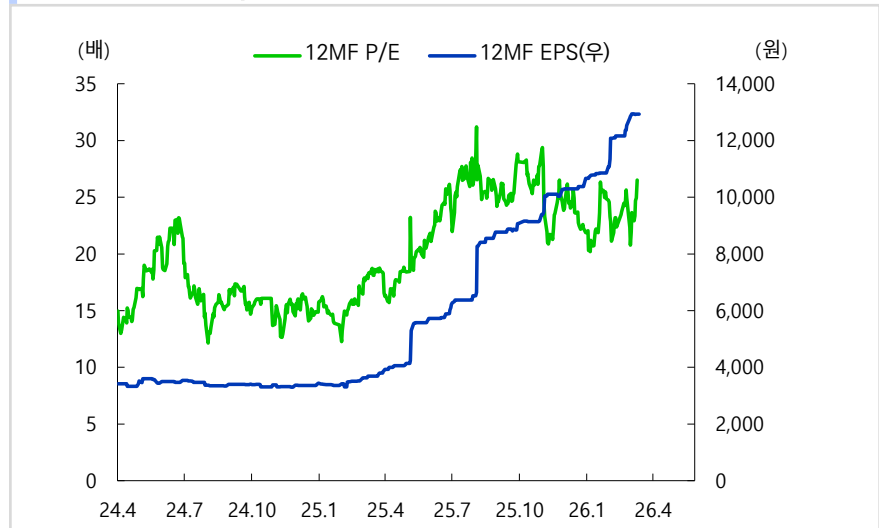


에이피알 분기별 매출액 추이



출처: 에프앤가이드, 교보증권

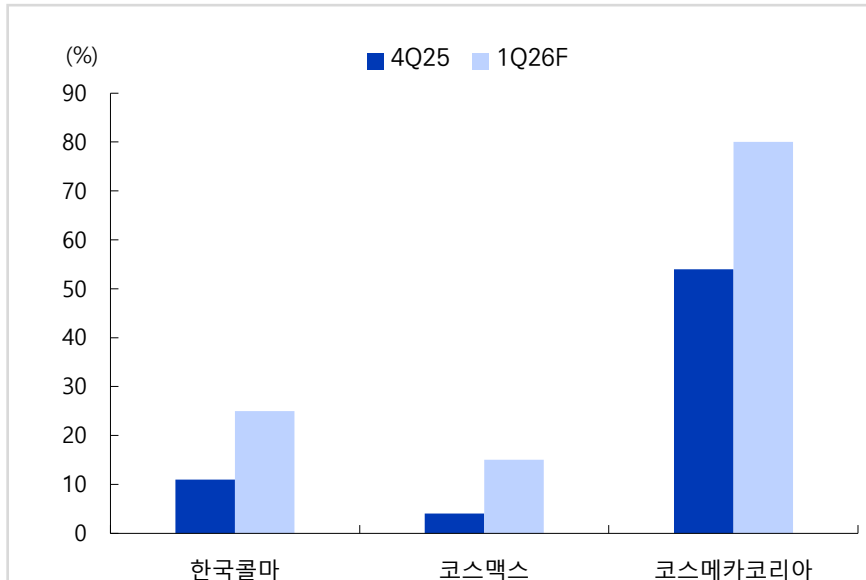
에이피알 12MF P/E와 12MF EPS



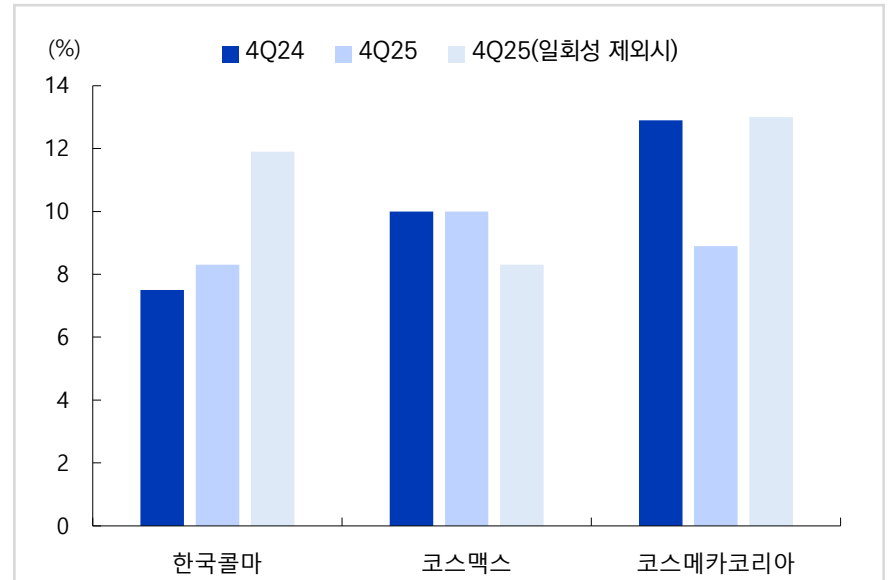
ODM 3사, 4분기 한국 법인 실적은 어땠나?

- 한국콜마 한국법인 매출액 YoY 11%, 영업이익 223억원(YoY 24%). 일회성 비용 97억원 제외시 YoY 77% 시현했으며, OPM도 11.9%(YoY 4.4%p) 시현. 기존 사측의 4분기 매출 가이드نس(YoY MSD%) 대비 견조했는데, 이는 인디브랜드 수출 호조에 따른 물량 증가 영향이었음. 1분기 한국 법인 가이드نس YoY 20%로 제시했으며, 이는 글로벌 MNC 물량을 포함하지 않은 보수적인 수치로 추산됨
- 코스맥스 한국법인 매출액 YoY 4%, 영업이익 360억원(YoY 4%) 시현. 타 ODM사 대비 매출액 성장률 아쉬우나, 이는 24년 4분기 높은 기저(YoY 40%) 영향 컸음. 26년 1분기 매출 흐름은 긍정적인 것으로 파악됨
- 코스메카코리아 한국법인 매출액 YoY 54%, 영업이익 113억원(YoY 6%) 시현. 일회성비용 제외시 영업이익 160억원, OPM도 13% 수준으로 견조

ODM 3사 한국법인 4Q25, 1Q26 매출 성장률



ODM 3사 한국법인 4분기 OPM 추이

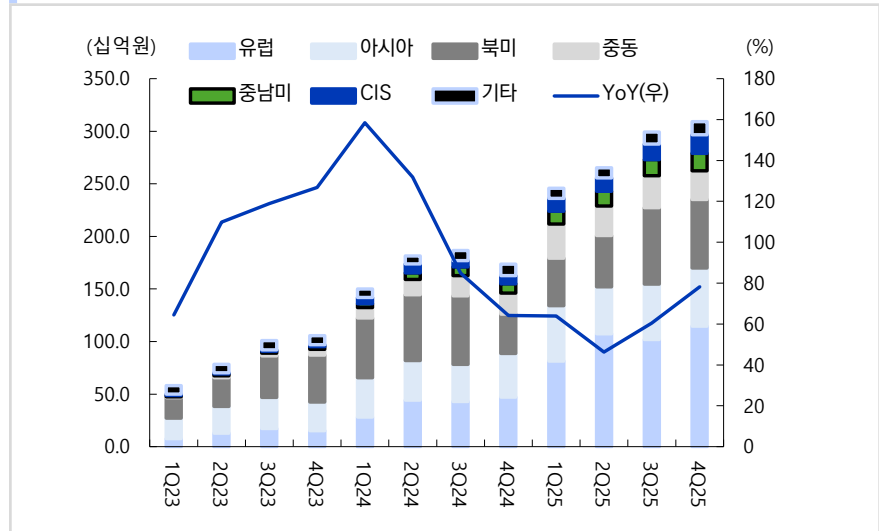


출처: 교보증권

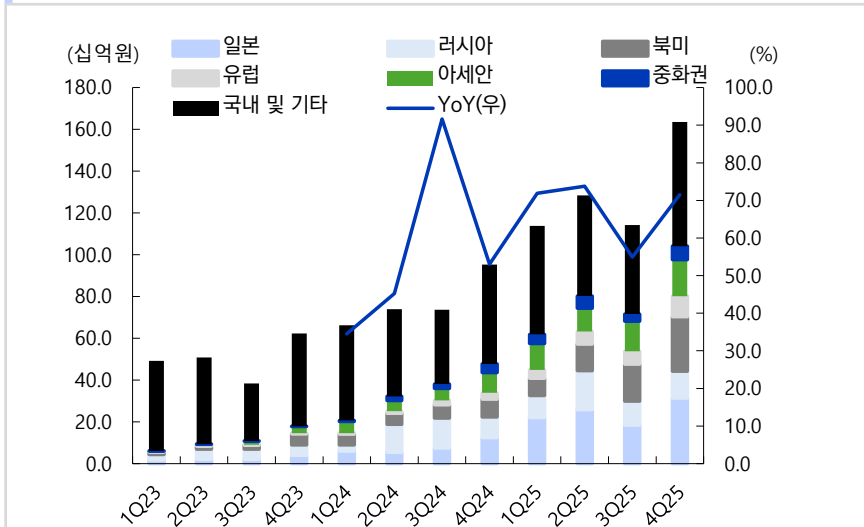
그 외 업체들 4분기 실적 동향은?

- 실리콘투: 매출액 3,093억원(YoY 78%), 영업이익 425억원 (YoY 60%)으로 영업이익 -12% 하회했으나, 매출액 컨센서스 +7% 상회. 특히 유럽 매출액 1,146억원으로 YoY 143%, QoQ +12% 증가. 브랜드 및 SKU 수 확대 긍정적
- 달바글로벌: 매출액 1,635억원(YoY 72%), 영업이익 252억원 (YoY 87%)으로 매출액 +12% 컨센서스 상회. 북미 YoY 207%, 유럽 230% 긍정적 성장 기록. 북미 오프라인 초기 반응 긍정적
- 펌텍코리아: 매출액 YoY -14%, 영업이익 YoY -36%로 시장기대치 하회. 다만, 이는 4공장 준공 이후 램프업 영향이며, 수주는 오히려 매우 견조한 상황으로 파악됨

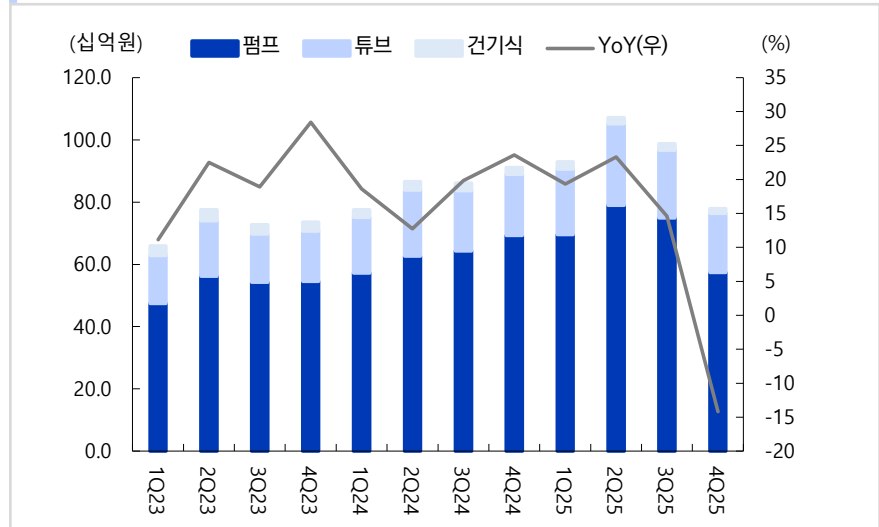
실리콘투 실적 추이



달바글로벌 실적 추이



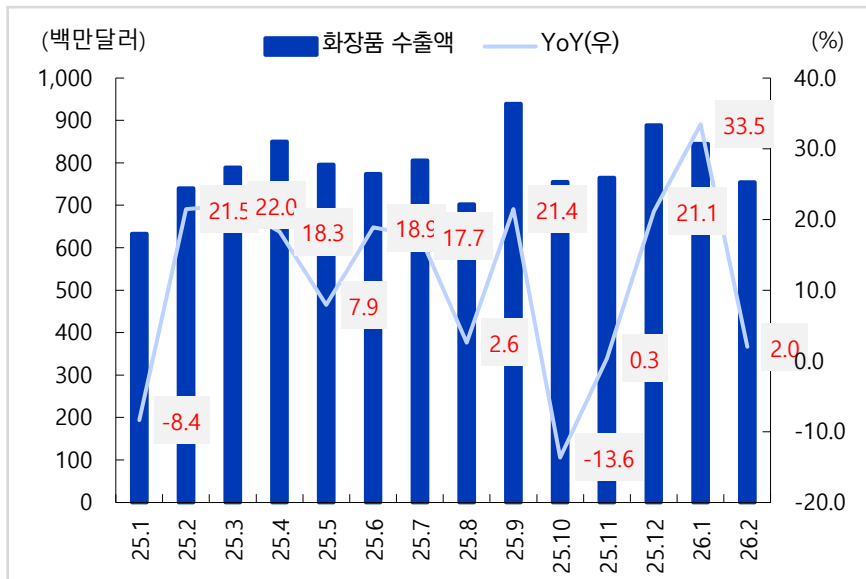
펌텍코리아 실적 추이



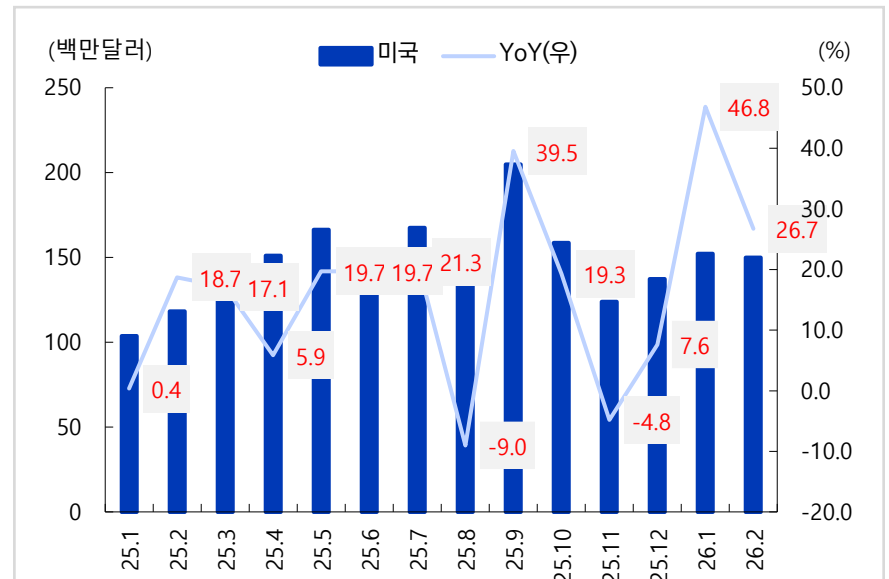
건조한 화장품 수출 데이터

- 25년 12월 YoY 21%, 1월 +34%, 2월 +2% 기록하며, 작년 말부터 회복세. 특히, 미국은 12월 +8%, 1월 +47%, 2월 +27% 기록하며 올해 들어 강한 반등. 한편, 26년 설날 캘린더 효과는 1월(+), 2월(-)이 작용. 25년은 1월 (-), 2월(+), 적용됨. 캘린더 효과를 감안하면, 26년 화장품 수출 성장률이 25년 대비 가속화되는 중
- 그 외 지역별로 폴란드 수출은 25년 10월 YoY 204%, 11월 +160%, 12월 +69%, 1월 +30%, 2월 +35%으로 건조한 성장이 진행됨. 영국 수출은 10월 +34%, 11월 +43%, 12월 +84%, 1월 +116%, 2월 +65% 기록

전체 화장품 수출액 추이



미국 화장품 수출액 추이

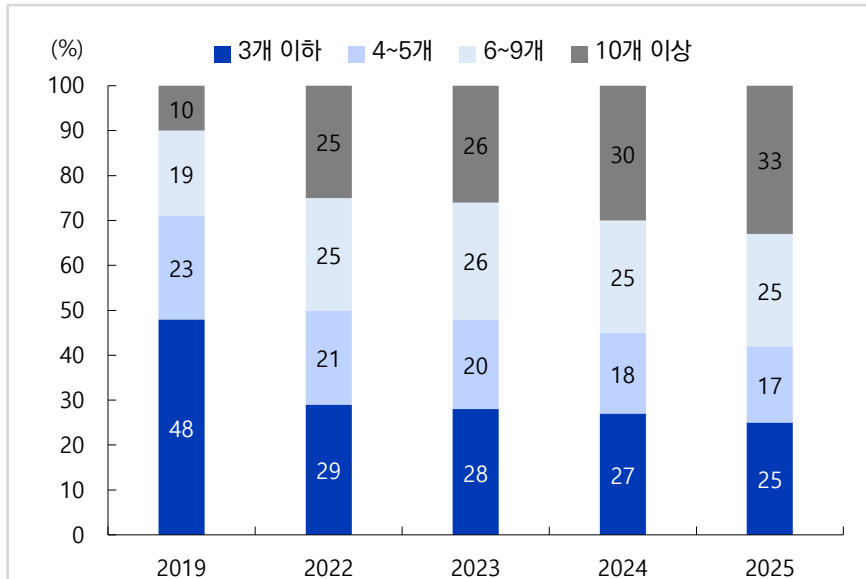


출처: Trass, 교보증권

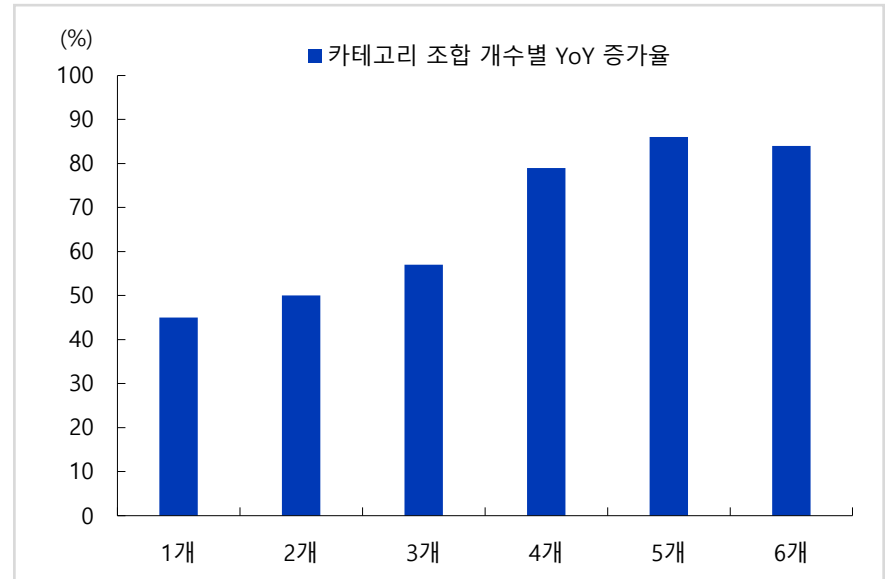
인바운드 관광객 증가 및 화장품 소비 패턴 변화

- 2025년 방한 외국인 관광객은 1,894만명(YoY 15%)을 기록. 정부는 26년 방한 외국인 2,300만명, 2029년 3,000만명 목표를 제시한 바 있음. 화장품은 외국인 여행객 쇼핑 품목 1위(68.3%)인 만큼 화장품 수혜도 긍정적
- 최근 외국인 쇼핑에서 트렌드 변화가 포착되는데, 1)다양한 브랜드 구매 니즈 확대: 기존 대표 소수 브랜드 구매에서 다수의 인디 브랜드로 분산 중임. 10개 이상 K-뷰티 브랜드 구매 비중은 2019년 10%에서 2025년 33%으로 증가. 10개 이상 K-뷰티 브랜드를 구매하는 외국인 수도 2019년 7.7만명 → 2025년 146만명으로 대폭 확대
- 2) 구매 카테고리 다양화: 올리브영 6개 카테고리 내에서 4개 이상 조합 구매 성장률이(4개 +79%, 5개 +86%, 6개 +84%)이 3개 이하 조합(1개 +45%, 2개 +50%, 3개 +57%)를 크게 상회함

외국인 이용 브랜드 개수별 비중



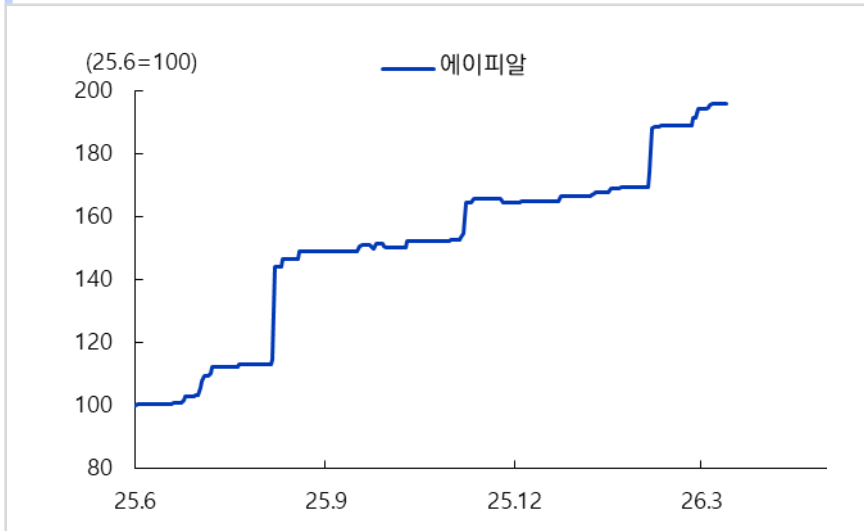
카테고리 조합 개수 별 YoY 증가율



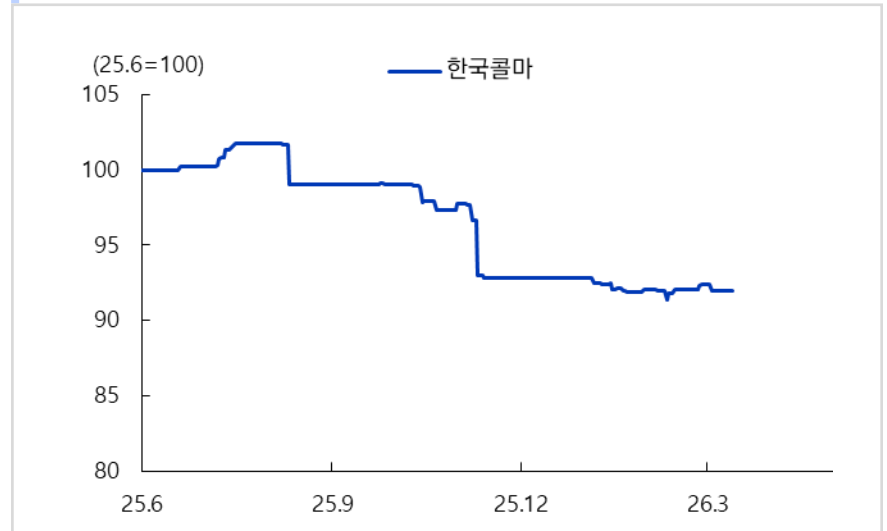
출처: 올리브영, 교보증권

주요 화장품품 업체 26년 영업이익 컨센서스 추이

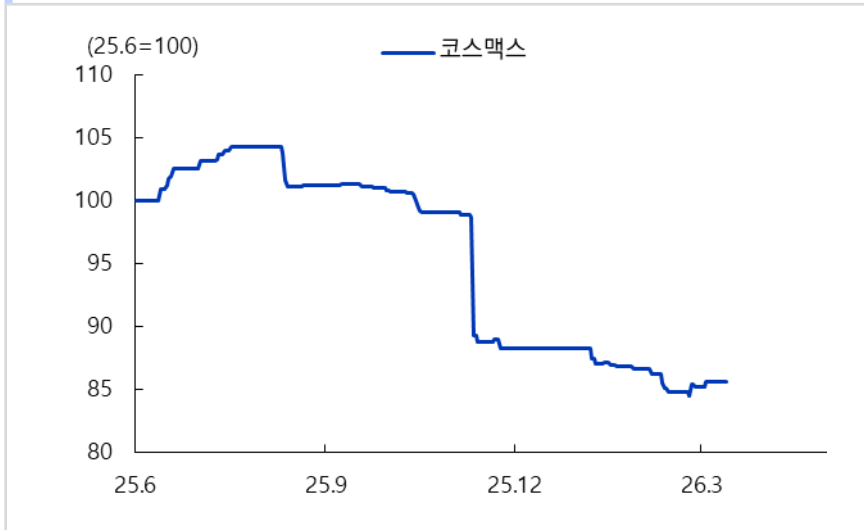
에이피알



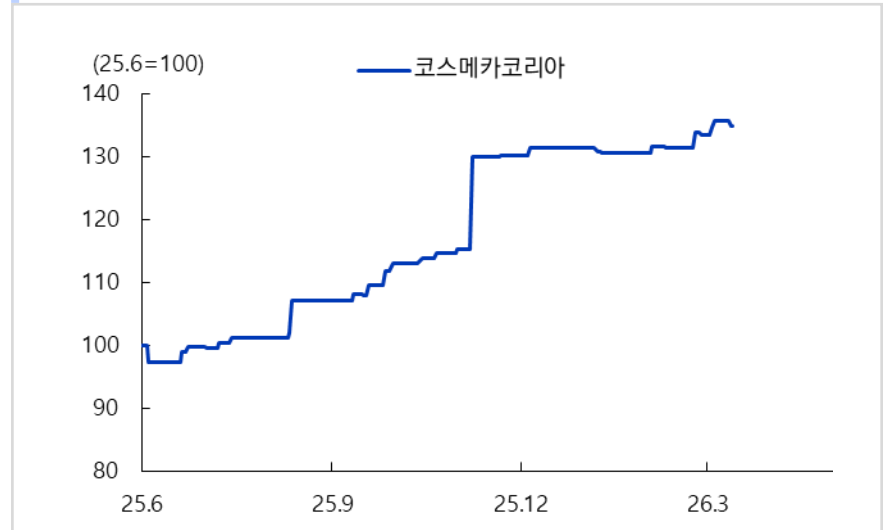
한국콜마



코스맥스

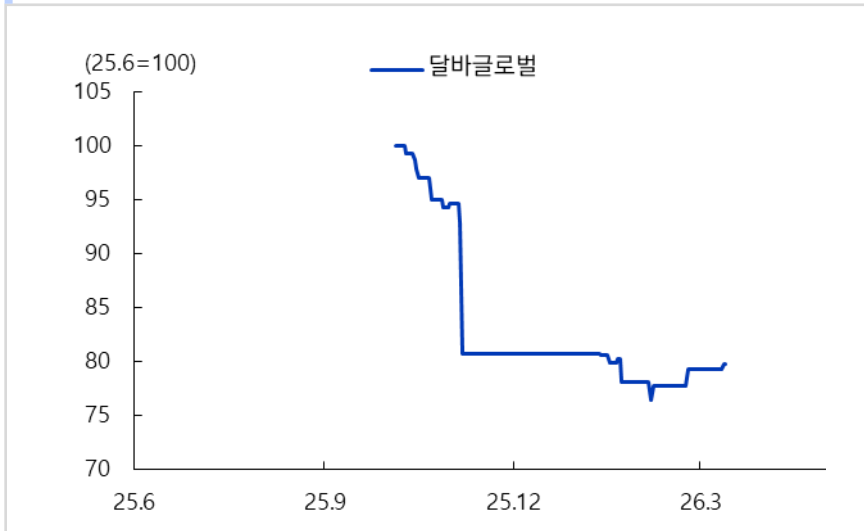


코스메카코리아

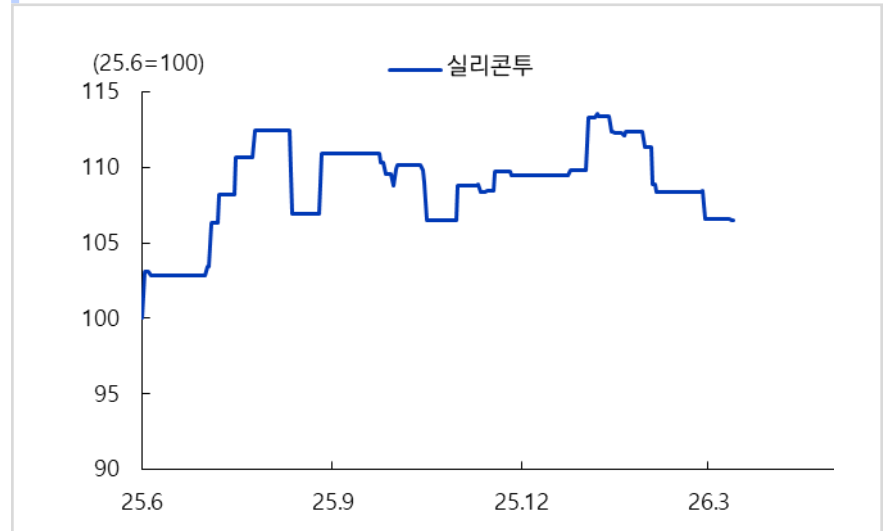


주요 화장품품 업체 26년 영업이익 컨센서스 추이

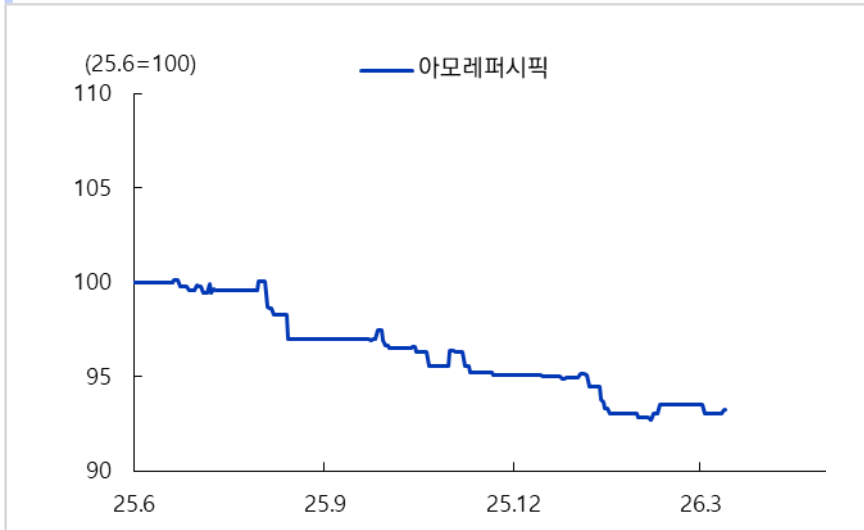
달바글로벌



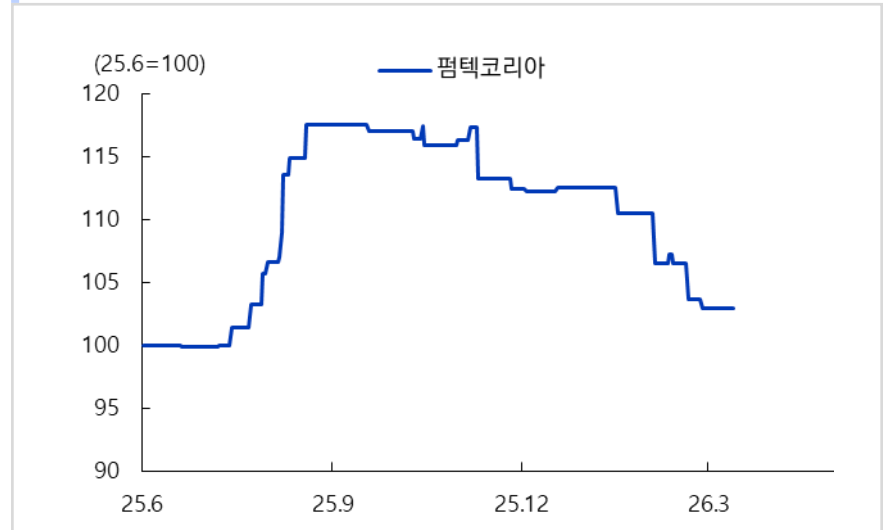
실리콘투



아모레퍼시픽

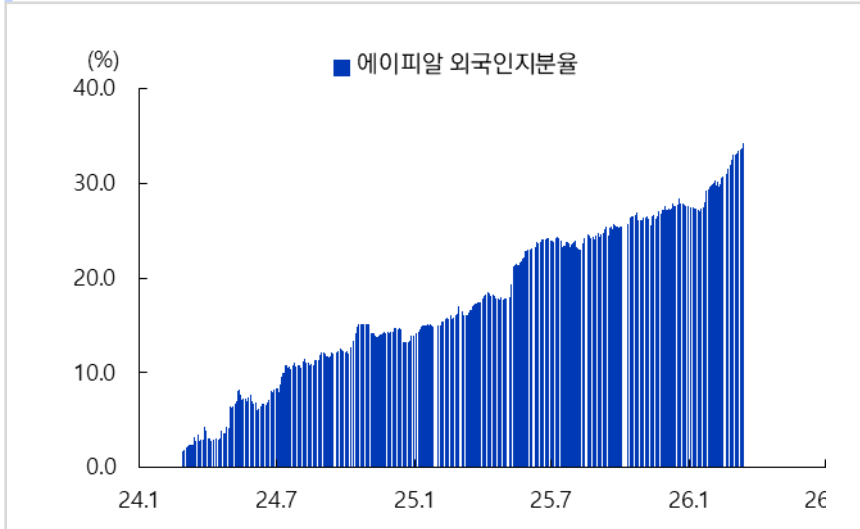


팜텍코리아

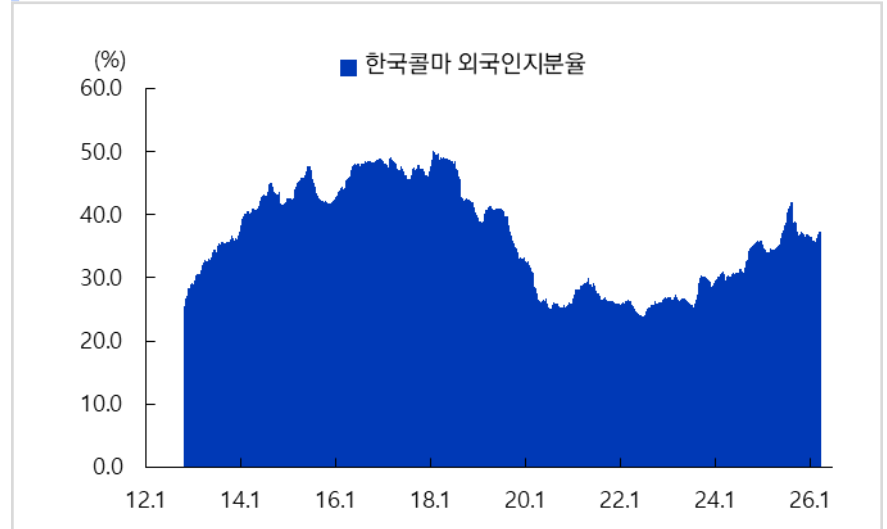


주요 화장품 업체 외국인 지분율 추이

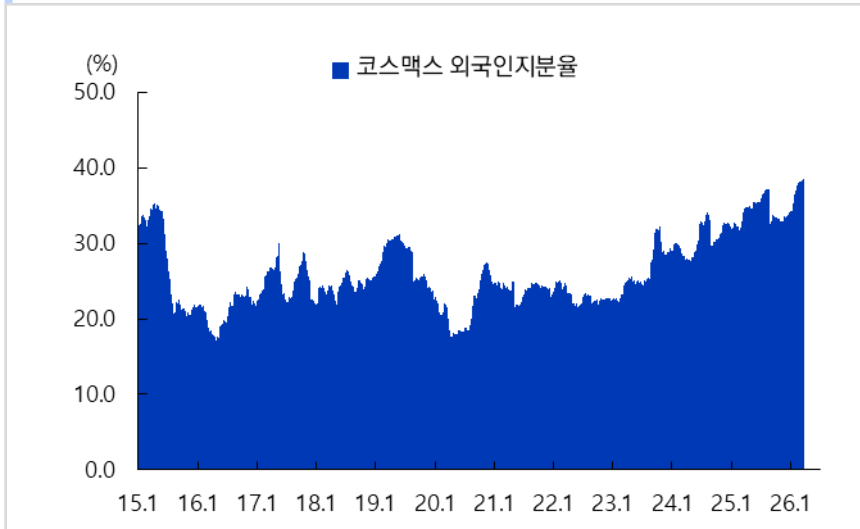
에이피알



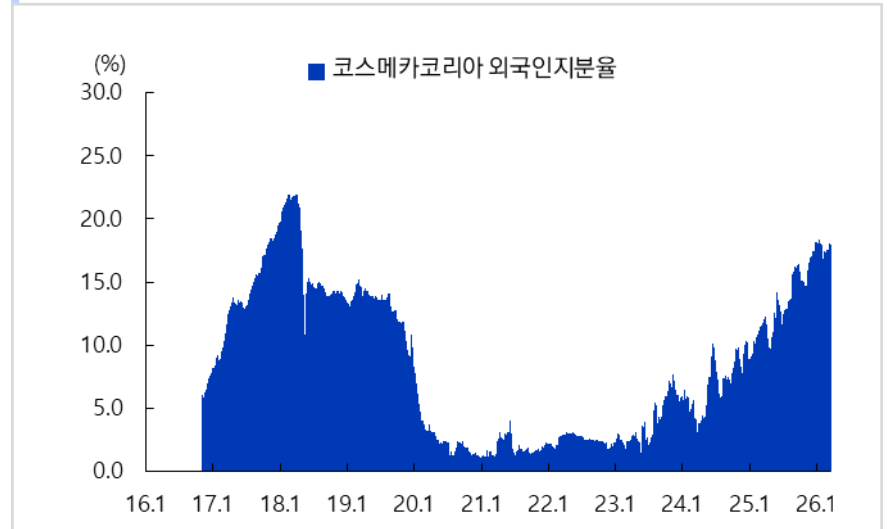
한국콜마



코스맥스

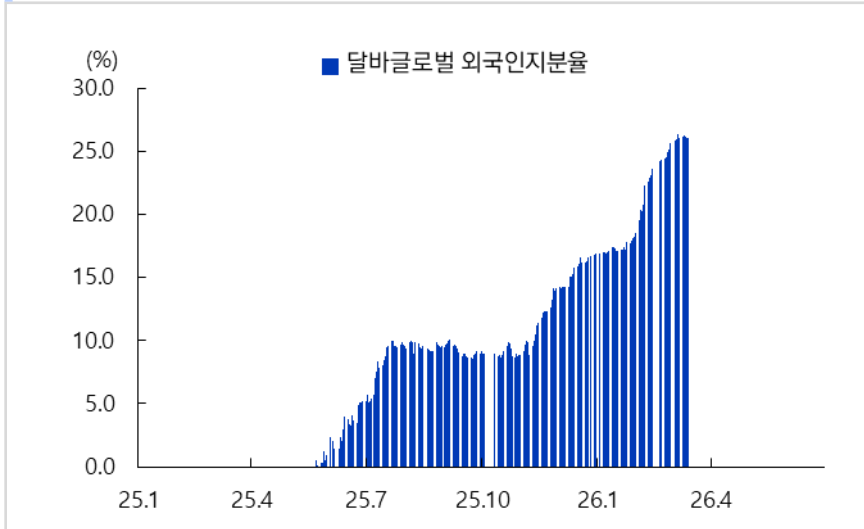


코스메카코리아

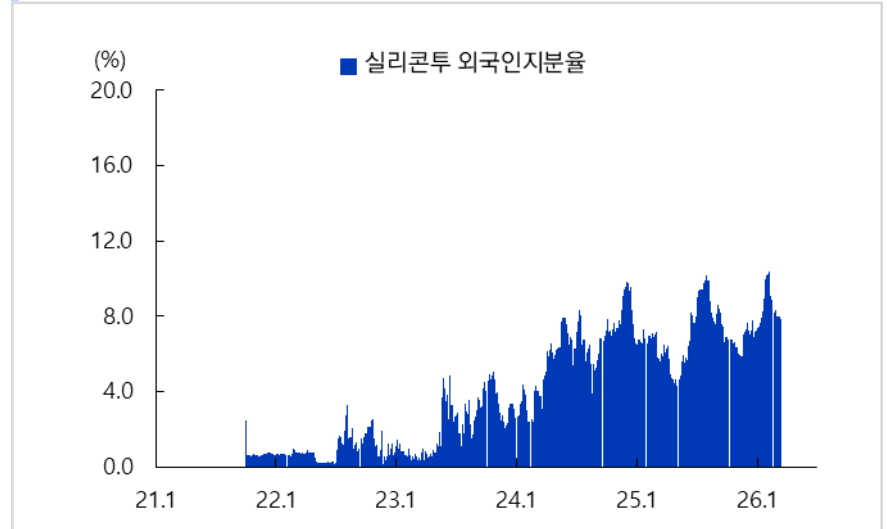


주요 화장품 업체 외국인 지분율 추이

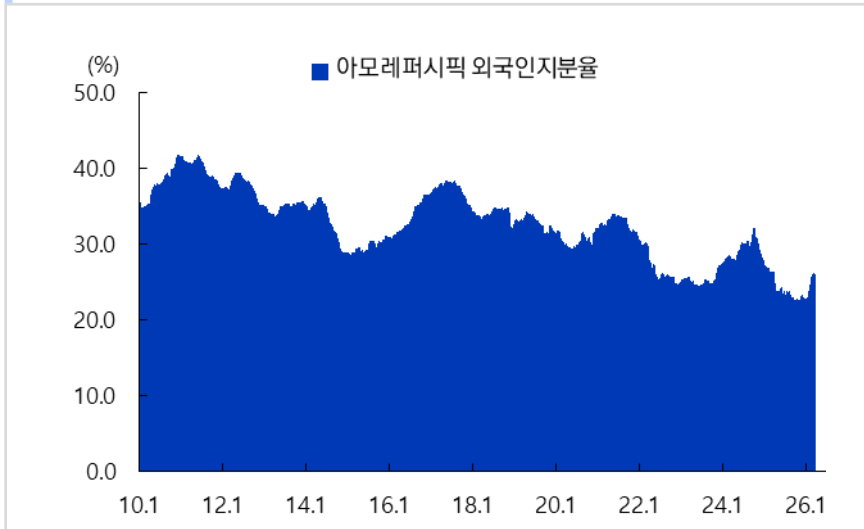
달바글로벌



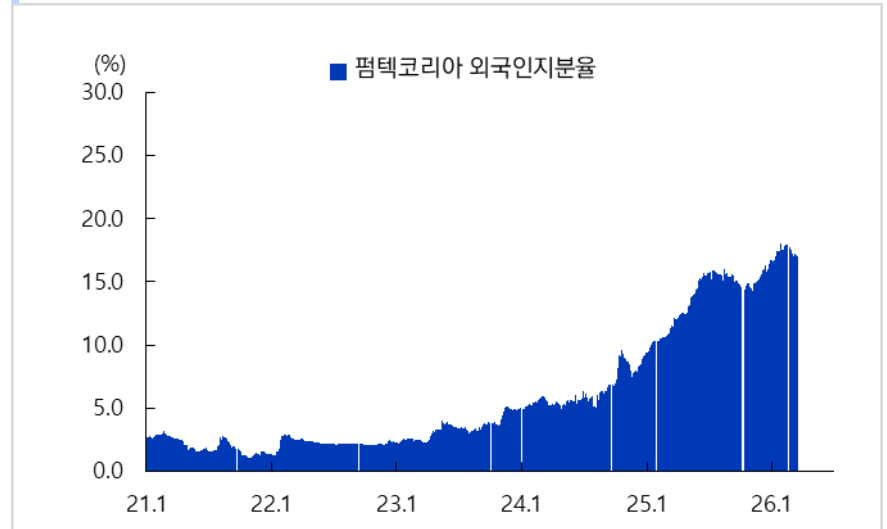
실리콘투



아모레퍼시픽



펄텍코리아



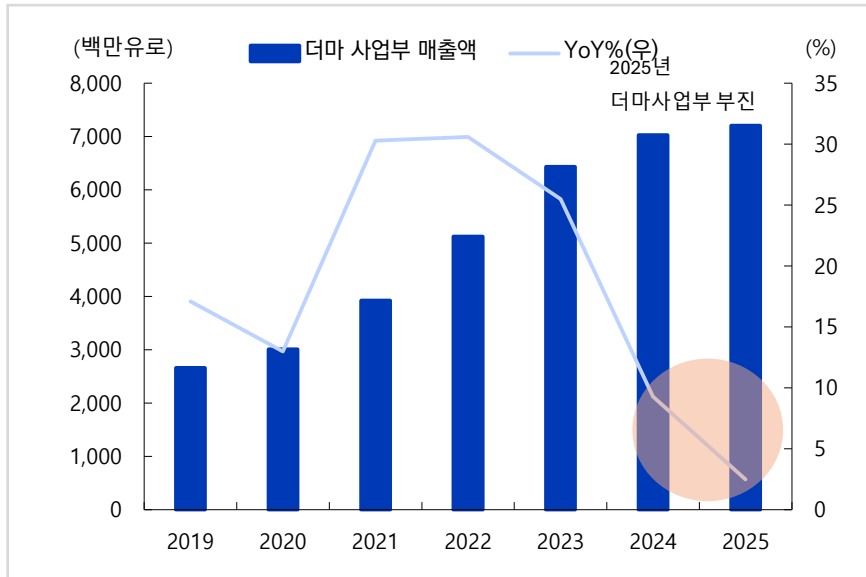
화장품 Part 02

K-뷰티가 바꾼 글로벌 스킨케어 트렌드

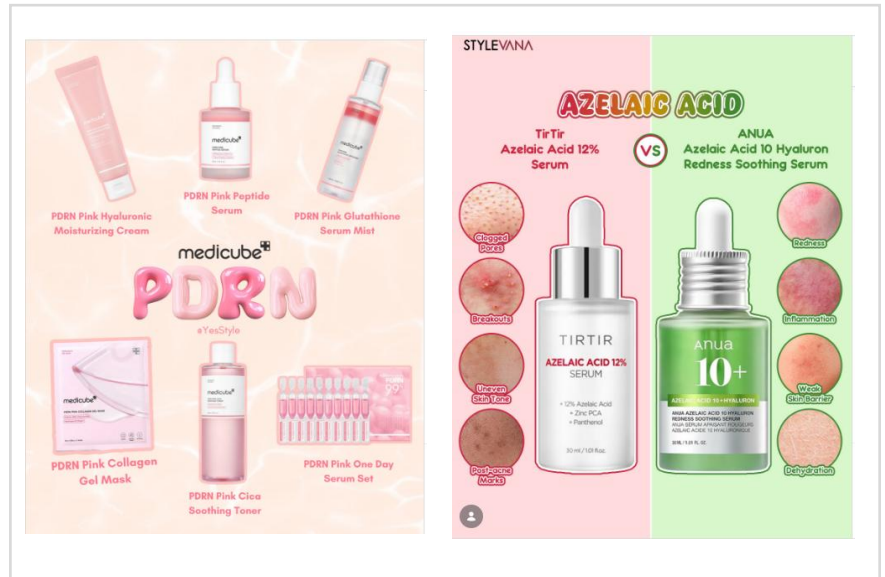
글로벌 브랜드의 반성문, 2025년 스킨케어 부진 배경은 K-뷰티

- 최근 글로벌 화장품 브랜드들의 스킨케어 부문이 부진한 가운데, 주요 요인으로 스킨케어 트렌드 변화, 특히 인디브랜드 부상 이 주목되고 있음. K-뷰티 약진이 글로벌 브랜드의 실적 둔화로 이어졌으며, 동시에 이들의 전략 수정까지 이끌어내고 있는 상황임
- 로레알 CEO는 26년 2월 어닝콜에서 "스킨케어 사업부는 지난 8년간 강한 아웃퍼폼을 이어왔지만, 2025년은 로레알의 기준에 미치지 못했다"고 언급함. 특히, 스킨케어 부진 요인으로 ① **핵심 제품 라인 중심 성장**에서 **효능 중심 인디브랜드** 중심으로 트렌드가 변화한 점, ② **로레알의 스킨케어 혁신 강도가 충분하지 못했던 점을 지적함**
- 로레알이 스킨케어 부진을 공식적으로 인정하고, 그 배경으로 '인디브랜드 확산'을 명확히 언급한 것은 이번이 사실상 처음이라는 점에서 상당히 이례적임

로레알 더마 사업부 실적 추이



효능 중심 K-뷰티 브랜드 사례

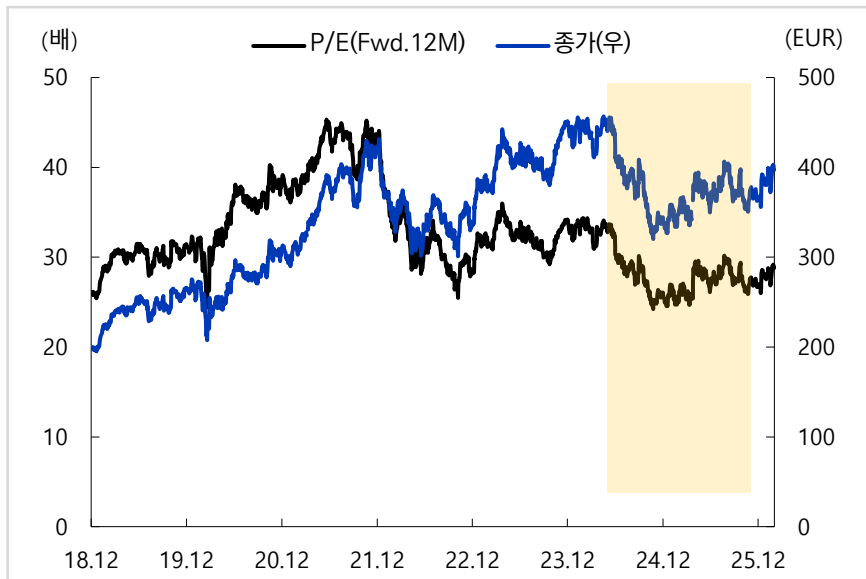


출처: 로레알, stylevana, yesstyle, 교보증권

로레알의 스킨케어 부문 전략 변화

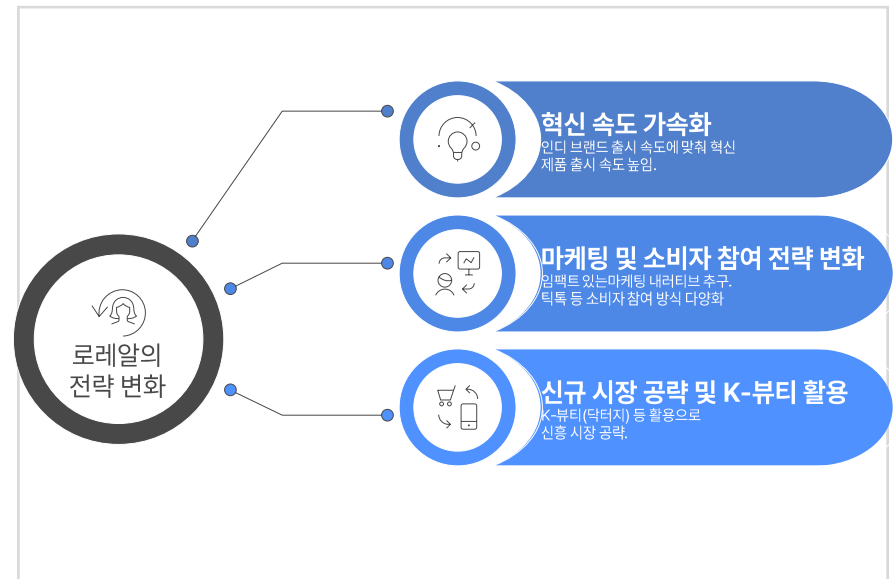
- 이에 대해 로레알은 전반적인 플레이북(전략)을 전면 변경 언급
- ① 혁신 제품 속도 가속화: 과거 '장기적인 베스트 셀러' 전략에서, 인디 브랜드들의 빠른 유행 주기에 맞춰 혁신 제품 속도를 대폭 높임. '뷰티 스티물러스 플랜(Beauty Stimulus Plan)'으로 혁신 속도 가속화
- ② 마케팅 변화: 인디브랜드 공세에 대응하기 위해 미디어 집행 전략을 수정하고, 소비자 참여 방식 다양화할 것
- ③ 신규 시장 공략 및 K-뷰티 활용: K-뷰티 트렌드에 대응해 닥터지(Dr.G)를 활용해 글로벌 확대를 노력할 것이라고 언급함

로레알 12개월 Fwd P/E 및 주가 추이



출처: 에프앤가이드, 교보증권

로레알 스킨케어 전략 변화 3가지



화장품 Part 03

K-뷰티, 글로벌 리테일러들의 핵심 카테고리

주요 글로벌 리테일러별 K-뷰티 현황

글로벌 리테일러 K-뷰티 강화 중

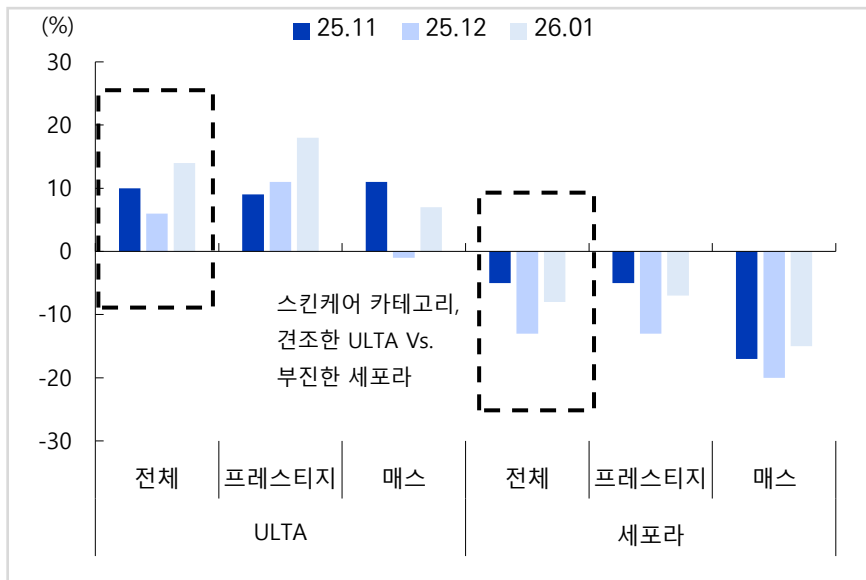
리테일러	국가	K-뷰티 스킨케어 SKU (개)	K-뷰티 스킨케어 비중 (%)	전략 포지셔닝	비고	K-뷰티 별도 카테고리 분류 여부
ULTA	미국	1,261	22%	25년 8월 K-뷰티월드 론칭	26년 2월 ULTA CEO 방한	O
Sephora	미국	280	11%	26년 하반기 K-뷰티존 론칭 예정	26년 1월 올리브영 파트너십 26년 하반기 북미/아시아 이후 중동/영국/호주 등 글로벌 확대	△(예정)
Target	미국	454	6%	25년 2월 K-뷰티 상설 섹션 론칭	북미 최초 K-뷰티 전용 상설 섹션 운영 26년 1월 역대 최대 규모 K-뷰티 확대 발표	O
Walmart	미국	210	20%	-	26년 1월 월마트 부사장 및 구매 담당 임원 12명 방한	O
Costco	미국	35	24%	-	-	X
Boots	영국	397	10%	25년 10월 K-뷰티 존 론칭(영국 전 점포)	25년 6월 부츠 뷰티 총괄 디렉터 방한	O

출처: 각 사, 교보증권 / 주: 리테일러 온라인몰 SKU 기준으로 오프라인 SKU 와 상이할 수 있음

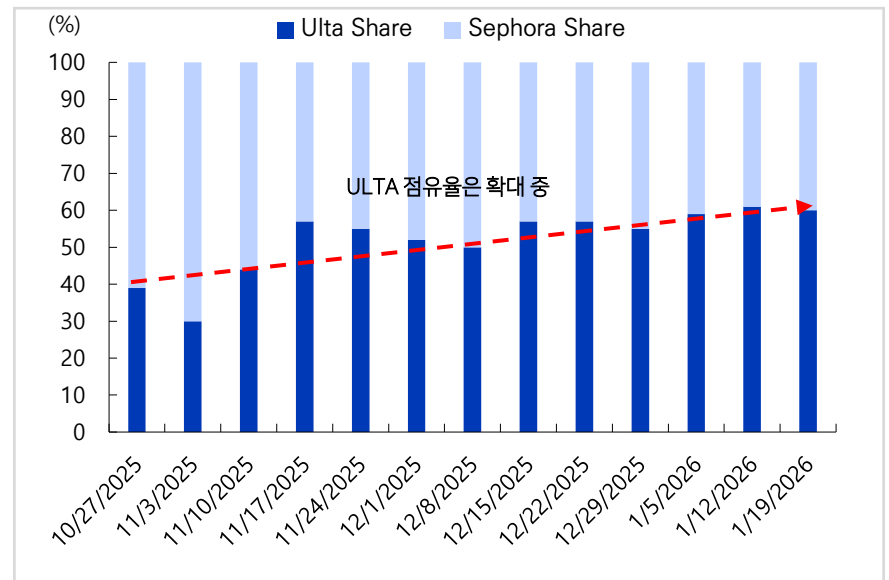
미국: ULTA, 세포라부터 마트 채널까지. 핵심 카테고리 부상한 K-뷰티

- 미국 시장에서 K-뷰티는 리테일러들의 핵심 경쟁 카테고리 부상 중임. 기존 MZ세대·니치 마켓 중심에서 대중화로 전환되는 구간으로 판단. K-뷰티 포트폴리오 공백이 곧 M/S 하락으로 직결되는 구조로, 미국 주요 오프라인 리테일러들은 K-뷰티 카테고리를 지속 확대하는 상황
- ULTA는 작년 8월 벤더사 랜딩인터내셔널과 'K뷰티 월드' 플랫폼을 론칭해, K-뷰티 포트폴리오를 적극 확대했음. 최근 ULTA는 스킨케어 카테고리 성장률이 견조한 견조한 반면, 경쟁사 세포라는 스킨케어 부진을 겪고 있음. ULTA는 최근 실적 컨퍼런스콜에서 스킨케어 약진으로 'K-뷰티'를 언급한 만큼, 미국 시장에서 K-뷰티는 시장 지배력을 확보하기 위한 필수적인 수단으로 부상
- 이에 따라 대형 리테일러 최고 경영자들의 한국 방문도 이어지고 있음. 26년 2월 ULTA CEO는 직접 한국을 방문했으며, 월마트의 고위 구매 담당자들도 K-뷰티 포트폴리오 확대를 위해 한국을 방문한 것으로 확인됨

미국 리테일러(ULTA, 세포라) 스킨케어 매출액 YoY 트렌드 추이



미국 스킨케어 리테일러 GMV 점유율 추이 (ULTA와 세포라)

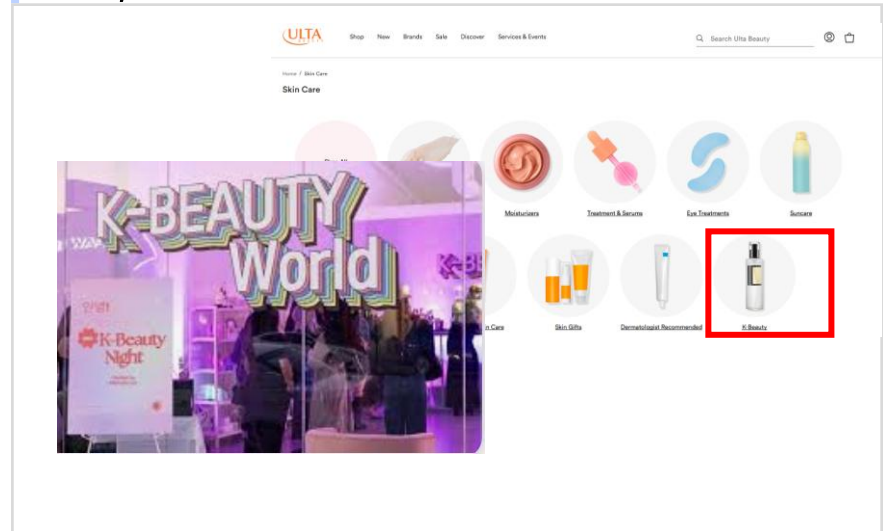


출처: YIPI DATA, 교보증권

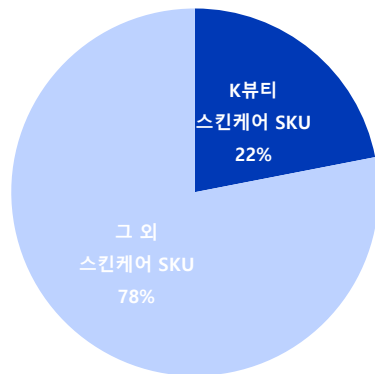
ULTA의 K-뷰티 사랑

- ULTA 스킨케어 부문에서 K-뷰티는 하나의 독립 카테고리로서 부상
- 현재 온라인 ULTA 내 K-뷰티 SKU는 약 1,200여개 수준으로 파악되며, 스킨케어 중 약 22%를 차지. 글로벌 브랜드 중심이었던 ULTA 스킨케어에서 K-뷰티 위상이 높아졌음을 시사
- 특히, 최근 주목할 점은 확대 속도임. K-뷰티 브랜드 중 SKU 수 1위인 메디큐브는 47개 SKU를 보유하고 있는데, 판매 개시 후 채 5개월도 지나지 않은 시점. 현재는 온라인 중심 SKU 확대 입점 단계인 만큼, 향후 오프라인 매장에서의 SKU 확대 여력 큼

K-뷰티, ULTA 스킨케어 내 하나의 카테고리로서



ULTA 온라인몰 스킨케어 카테고리 내 K-뷰티 비중



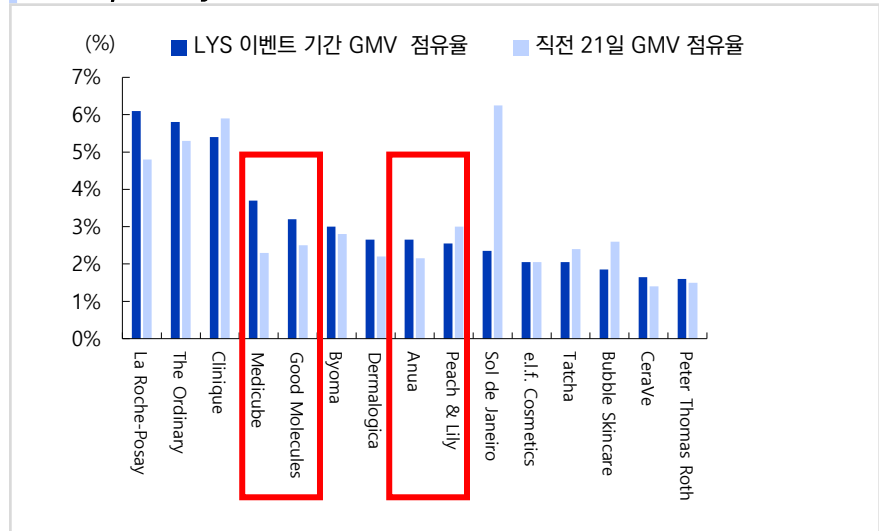
ULTA 온라인몰 브랜드별 입점 SKU 수

구분	브랜드명	SKU 수
1위	Clinique	130
2위	La Roche-Posay	77
3위	Dermalogica	77
K-뷰티	medicube	47
K-뷰티	COSRX	47
K-뷰티	ANUA	55
K-뷰티	PEACH & LILY	43
K-뷰티	Good Molecules	40
K-뷰티	SKIN1004	34

ULTA에서 존재감 확대 중인 K-뷰티

- ULTA Love Your Skin 행사 기간 내 K-뷰티 브랜드 점유율 상승 두드러짐. 메디큐브(+1.4%p), 굿몰레큘스(+0.7%p), COSRX(+0.6%p), 아누아(+0.5%p) 등 다수 브랜드가 점유율 상승 상위권 차지하며 존재감 확대 확인
- 특히, 메디큐브 약진 두드러짐. Top 5 Products GMV 중 3위 (Booster Pro), 4위(Zero Pore Pad) 기록하며 상위권 기록. 또한, 메디큐브는 직전 21일 대비 점유율 상승폭 1위(+1.4%p) 기록
- 또한, ULTA는 K-뷰티가 스킨케어 외에 메이크업 부문에서도 성장 가능성을 확인했다고 언급

ULTA, Love your skin 행사 기간 GMV 점유율 추이



ULTA 'Love your skin' 행사기간 Top 5 Products

Top 5 Skincare Products at Ulta by GMV
United States, Omnichannel, Love Your Skin Event Period

#1	#2	#3	#4	#5
Shark	The Ordinary	Medicube	Medicube	Estée Lauder
CryoGlow Under-Eye Cooling+LED Anti-Aging & Skin Clearing Face Mask	Hyaluronic Acid 2% + B5 Hydrating Serum	Booster Pro	Zero Pore Pad	Advanced Night Repair Multi-Recovery Complex Serum

ULTA 'LYS' 행사기간 중 점유율 상승 상위 브랜드

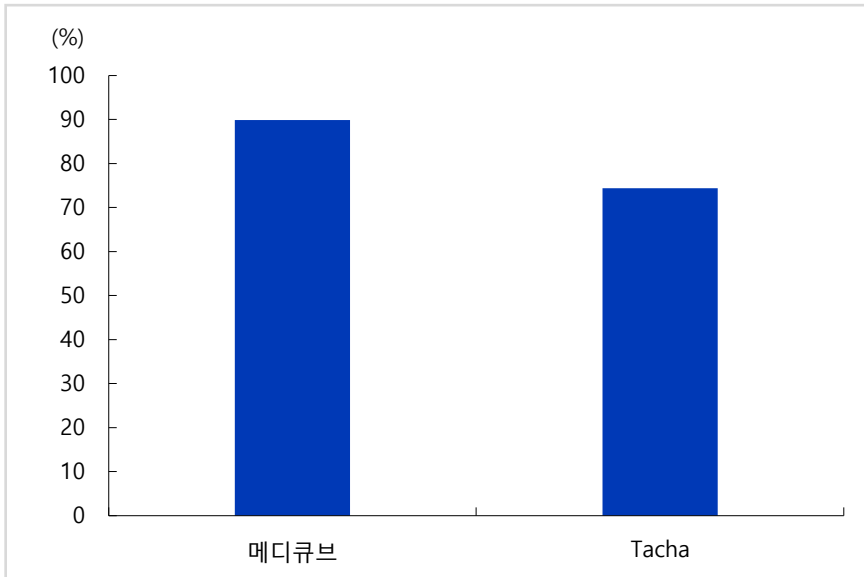
순위	브랜드	21일 대비 Share 변화	평균 할인률
1	Medicube	+1.4	15.6%
2	La Roche-Posay	+1.3	15.0%
3	DRMTLGY	+0.7	3.5%
4	Good Molecules	+0.7	9.4%
5	Murad	+0.6	24.5%
6	COSRX	+0.6	18.5%
7	Anua	+0.5	14.4%
8	The Ordinary	+0.5	11.8%
9	Dermalogica	+0.5	17.1%

출처: YIPI DATA, ULTA, 교보증권

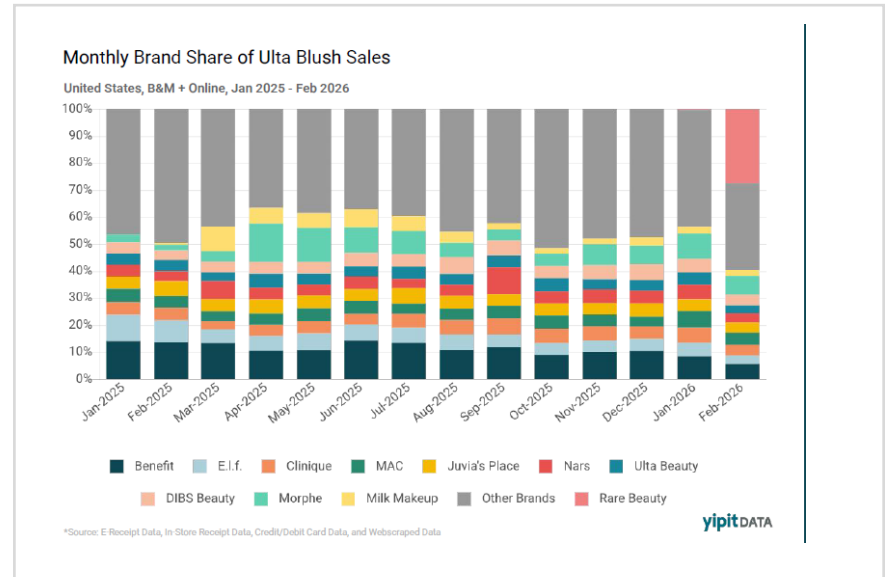
ULTA-신규 브랜드 윈윈 전략

- ULTA와 신규 브랜드는 서로 윈윈 전략 가능. ULTA는 신규 브랜드 론칭으로 이탈했던 소비자를 다시 유입시키는 데에 효과적. YipitData에 따르면, 26년 2월 론칭한 Rare Beauty를 통해 ULTA를 떠났던 소비자 일부가 다시 유입됨. Rare Beauty를 구매한 소비자 중 11%는 최근 2년간 ULTA에서 구매 이력이 없었던 고객으로 파악됨
- 한편 브랜드 입장에서도 긍정적임. Rare Beauty의 경우, ULTA에서 해당 브랜드를 구매한 소비자의 76%가 Rare Beauty를 처음 구매한 고객이었다는 것으로 나타났음. 또한 메디큐브 역시 ULTA 'Love Your Skin' 행사 기간 동안 Medicube 제품을 구매한 소비자의 89.9%가 해당 브랜드를 처음 구매한 소비자인 것으로 파악됨
- 즉 브랜드사 입장에서는 오프라인 리테일러 확장이 새로운 고객층을 확보할 수 있는 효과적인 채널로 작용하는 것으로 판단됨

Love your skin 행사기간내 신규 고객 유입 비중



ULTA 블러쉬 카테고리 내 레어뷰티 브랜드 점유율 현황



출처: YIPI DATA, 교보증권

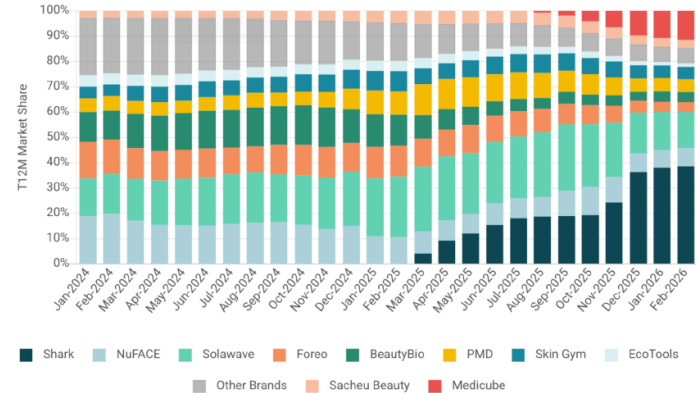
메디큐브는 ULTA 입점 디바이스 판매 기회 확대

- 오프라인 확대는 화장품 뿐만 아니라, 고단가 디바이스 판매에 유리. 고단가 디바이스는 정품 여부와 테스트 수요가 높아 오프라인 구매 선호도가 높음
- ULTA는 최근 Skincare Tools 카테고리 내 점유율 증가 중. 특히, 메디큐브는 작년 8월 ULTA에 디바이스 출시 이후 초기 반응 긍정적. ULTA 내 메디큐브 디바이스 점유율은 25년 8월 1% → 26년 2월 11%까지 확대
- 메디큐브 부스터프로는 2025년 Skincare Tools 내 판매 4위를 기록했는데, 25년 8월 출시일임을 감안하면 매우 고무적인 성과

ULTA Skincare tools T12M 브랜드별 점유율 추이

Skincare Tools | T12M Share by Brand at Ulta

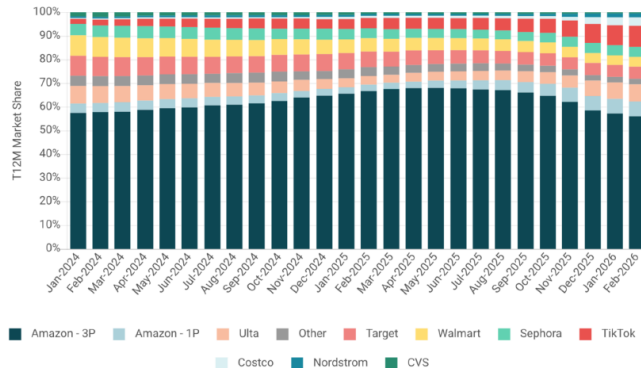
United States, B&M + Online, Jan 2024 - Feb 2026 (Data through 2/14/26)



Skincare tools 리테일러별 점유율

Skincare Tools* | Market Share by Retailer

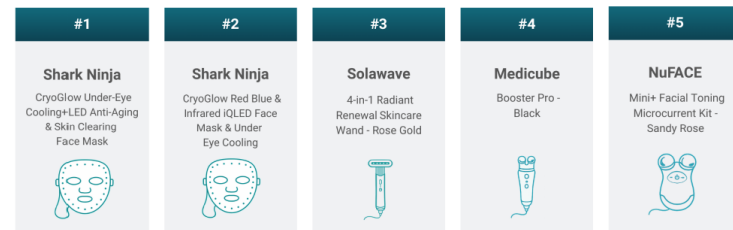
United States, B&M + Online, Jan 2024 - Feb 2026 (Data through 2/14/26)



ULTA Top 5 Skincare tools

Top Skincare Tool SKUs | Ulta

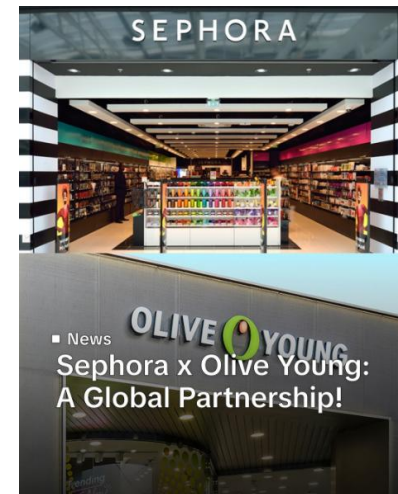
United States, B&M + Online, CY 2025



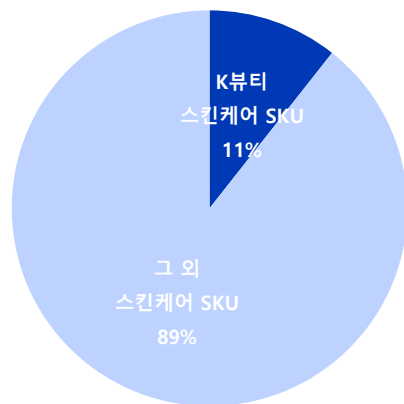
세포라도 K-뷰티 포트폴리오 확대 중

- 세포라도 K-뷰티 포트폴리오 확대 기조 명확. 세포라 스킨케어 SKU 중 K-뷰티 비중은 11%(약 280개)로 ULTA(22%) 대비 낮은 수준. ULTA만큼 K-뷰티가 메인에 전면 배치는 아니나, 향후 카테고리 격상 및 SKU 확대 여력 충분
- 특히 올해 1월 올리브영과 파트너십을 통해 'K-뷰티존' 운영을 발표해 K-뷰티 도입을 본격 확대 예정임. 26년 하반기 북미와 아시아 주요 국가에 선보이며, 향후 중동/영국/호주를 포함한 글로벌 세포라에 K-뷰티존을 운영할 예정임
- 한편, 25년 초 세포라는 연내 K-뷰티 포트폴리오를 두 배 수준으로 확대할 계획도 언급했던 바 있음

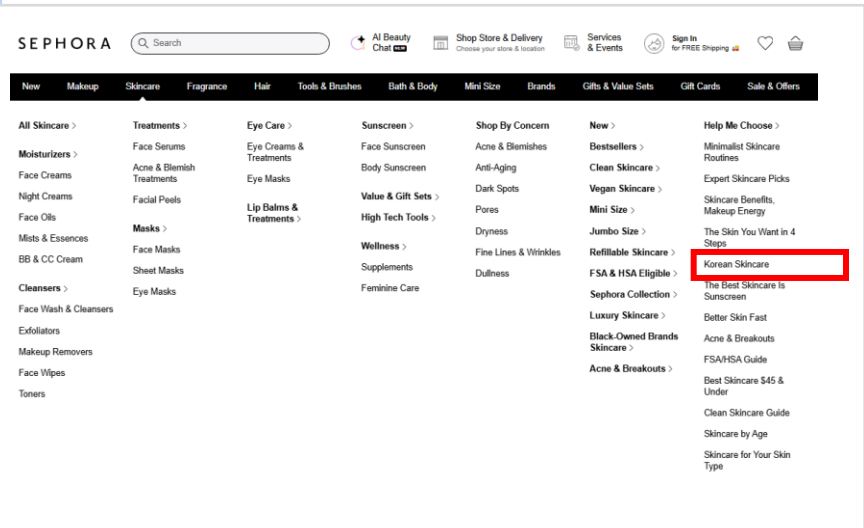
세포라-올리브영 파트너십



세포라 온라인몰 스킨케어 카테고리 내 K-뷰티 비중



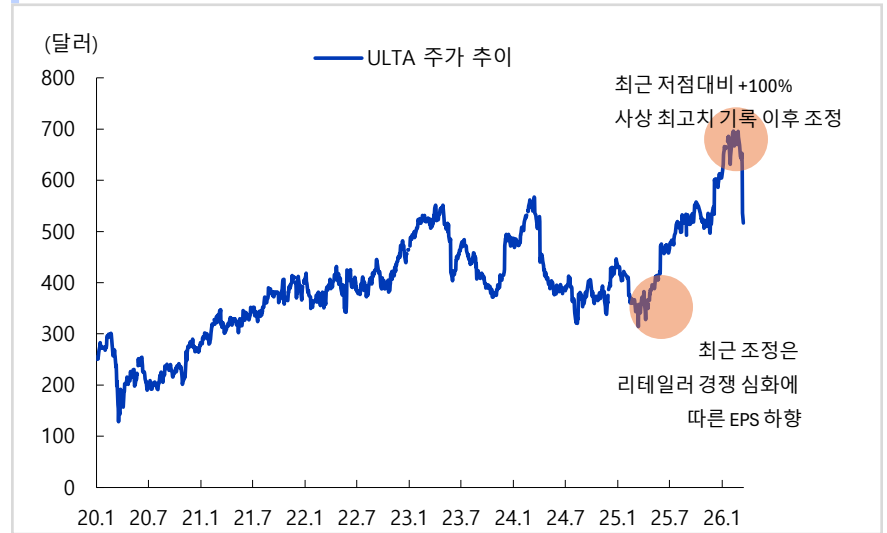
세포라 내 Korean skincare



참고) ULTA 공급률 50% 가정시 매출액 추정

- 엘타 주가는 25년 저점 대비 +104% 상승, 12MF P/E는 25년 초 13배 → 22배까지 상승한 바 있음
- ULTA 내 스킨케어 브랜드 상위 Top 5 브랜드 기준 셀인 매출은 클리닉, 라로슈포제 약 2천억원 내외 / 더말로지카 약 1천억원 내외/ 세라비 800억원 내외 수준으로 추산됨
- 메디큐브는 ULTA 내 프레스티지 브랜드 2위, 전체 스킨케어 브랜드 4위 기록 중임
- 참고로, 최근 ULTA 조정은 뷰티 리테일러간 경쟁 심화 영향. ULTA 스킨케어 내 K-뷰티가 성장 견인 중임

엘타 주가 추이



ULTA 공급률 50% 가정시 셀인 매출액

	FY26(백만달러)	FY26(십억원)	공급률 50% 가정시 셀인 매출(십억원)
전체 매출액	12,291	17,453	
스킨케어 매출액	3,006	4,269	
1위 클리닉 (8.8%)	265	384	188
2위 라로슈포제 (8.6%)	259	375	187
3위 더말로지카 (4.9%)	147	214	107
4위 세라비 (3.7%)	111	161	81
5위 디오디너리 (3.7%)	111	161	81

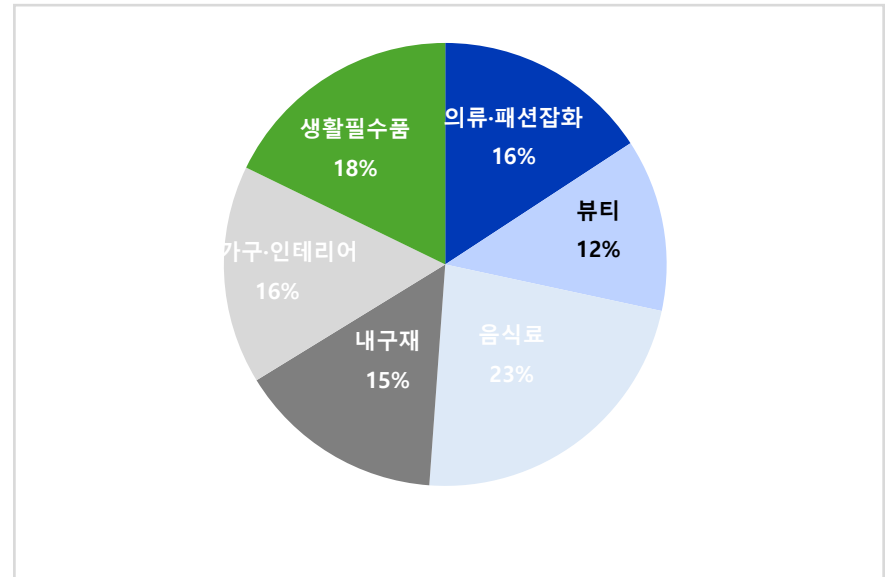
타겟, 공격적인 K-뷰티 확장 중

- 미국 대형마트 타겟은 2026년 1월 역대 최대 규모의 뷰티 리뉴얼을 공개함. 약 3,000개의 신제품과 60개 이상의 브랜드를 신규 도입하였으며, 이는 2025년(2,000개 신제품, 50개 신규 브랜드) 대비 크게 확대된 규모임. ULTA와 샵인샵 파트너십 종료 이후 타겟뷰티스튜디오를 통해 뷰티 카테고리를 더욱 확대할 예정임. 참고로 현재 타겟 매출 중 뷰티 매출 비중은 12%
- 특히 타겟은 금번 리뉴얼에서 K-뷰티를 뷰티 핵심 트렌드 중 하나로 선정함. 타겟은 25년 2월 1,600개 점포에 북미 최초로 K-뷰티 코너를 오픈한데 이어, 같은 해 가을 K-뷰티 라인업을 80% 확대한 바 있음. 2026년에는 역대 최대 규모의 K-뷰티 확장을 발표하며, 기존 스킨케어 중심에서 메이크업/헤어케어까지 전방위로 카테고리를 넓히고 있음

타겟, 뷰티 부문 리뉴얼 25년 VS. 26년

	2025년 봄	2026년 봄
신제품 수	2,000개 이상	약 3,000개
신규 브랜드 수	약 50개	60개 이상
가격대	90%가 20달러 미만, 최저 1.29달러	90%가 20달러 미만, 절반 이상이 10달러 미만

타겟 부문별 매출 비중

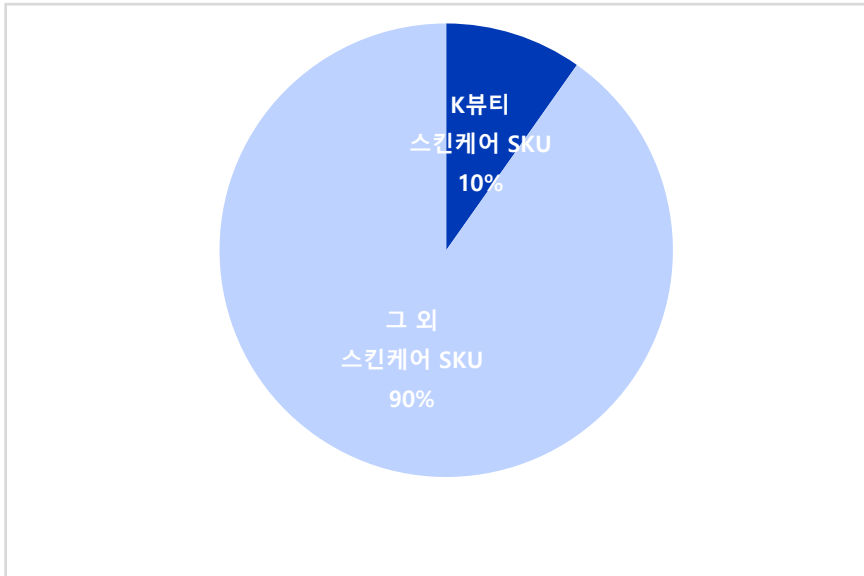


출처: 타겟, 언론보도, 교보증권

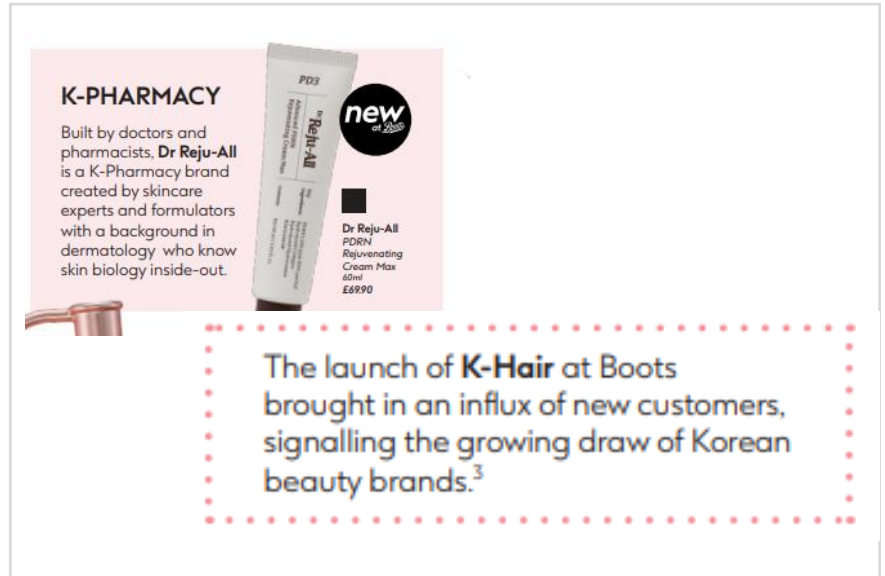
영국 부츠, K-뷰티를 직접 발굴하고 키우는 중

- 영국 부츠 내 'Korean Skincare' 독립 카테고리화 및 SKU 확장 가속. 부츠 스킨케어 SKU 4,059개 중 약 400개가 K-뷰티(약 10%)이며, 메디큐브·아누아·라네즈·이니스프리·바이오던스·조선미녀·COSRX·메디힐 등 총 36개 브랜드 입점. '메디힐'은 2025년 7월 직접 발굴 후 10월 론칭, 12월 100개 점포 입점 등 신속 온보딩 사례 확인됨
- 최근 영국 화장품 시장 내 K-뷰티의 영향력이 빠르게 확대되는 중. PDRN, 센텔라, 엑소좀 등 K-뷰티 대표 성분들은 이미 대중화되며 소비자 일상에 자리잡은 것으로 파악됨. K-향수, K-헤어케어, K-파마시 등 신규 카테고리에 대한 영국 소비자들의 관심도 확대되는 추세임. 이러한 흐름 속에서 부츠 내 K-뷰티 매출은 1년 만에 5배 이상 증가했으며, 특히 부츠에서 K-헤어케어 론칭 이후 신규 소비자 유입이 발생하며 K-뷰티 브랜드의 고객 유인력이 주목받고 있음

영국 부츠 온라인몰 스킨케어 카테고리내 K-뷰티 비중



영국 부츠 2026 트렌드 리포트 중 K-뷰티 언급 발췌



출처: 부츠, 교보증권

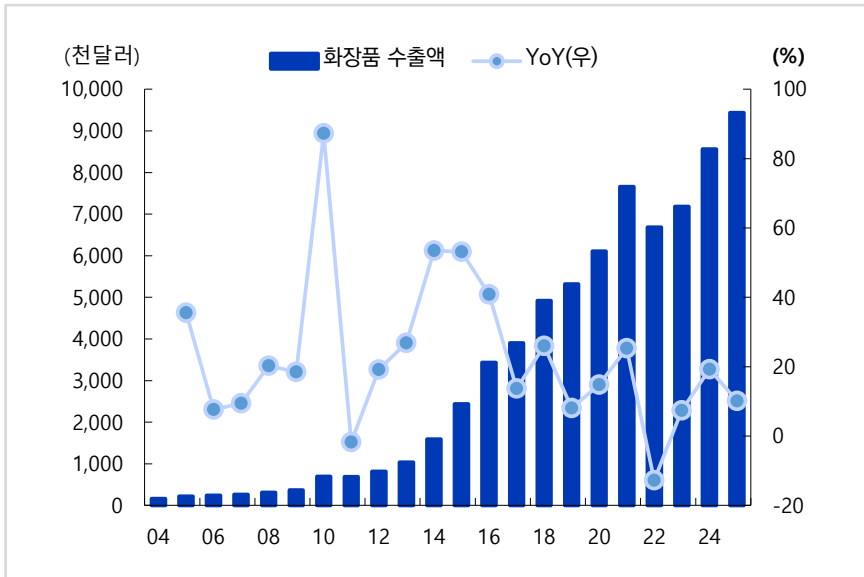
화장품 Part 04

수출 확대는 여전히 Keep going

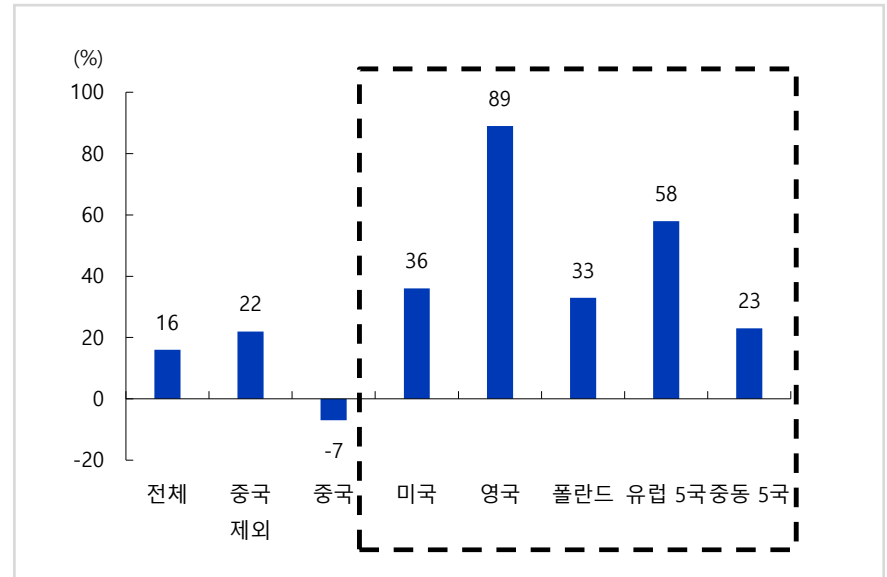
26년에도 수출은 Keep going

- 26년 1~2월 누계 화장품 수출액은 YoY 16% 증가했으며, 중국 제외시 YoY 22% 시현. 특히, 작년 수출 성장 둔화 우려 요인이었던 미국은 YoY 36% 증가하면서 성장세 가속화. 그 외 유럽 5국 YoY 58%, 중동 5국 YoY 23% 시현하며 견조한 성장세 시현 중
- 참고로, 25년 전체 화장품 수출액은 YoY 10% 증가했으며, 중국 제외시 YoY 22% 시현. 국가별로는 미국 +13%, 일본 +5%, 폴란드 +119%, 동남아 5국 -1%, 유럽 5국 +64%, 중동 5국 +44% 시현

화장품 수출액 추이 (연간)



26년 2월 누계 화장품 수출액 추이 (지역별)

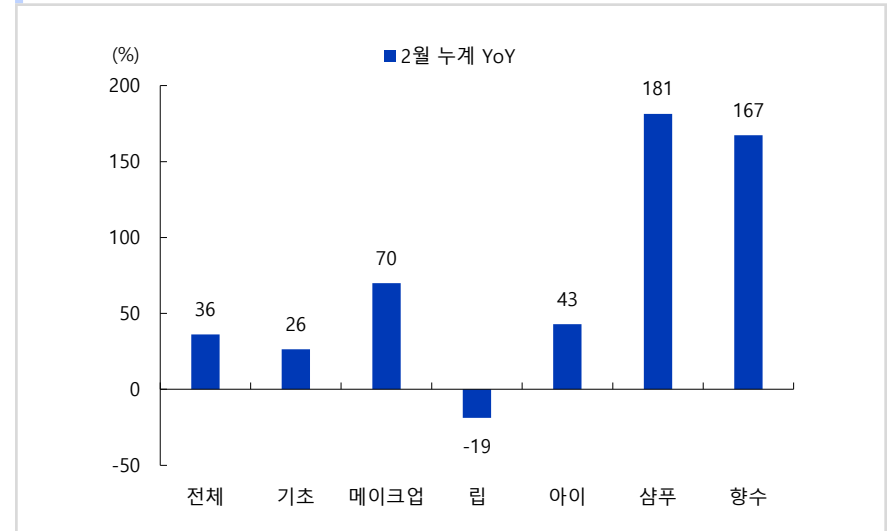


출처: Trass, 교보증권

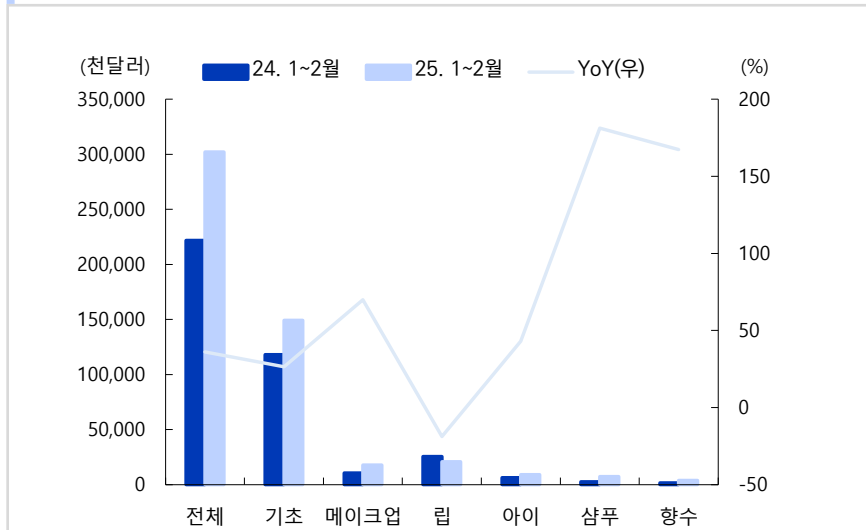
아직 규모는 작지만, 최근 K-메이크업 K-헤어, K-향수도 부상 중

- 절대 수출 규모는 작으나, 미국을 중심으로 K-메이크업·샴푸·향수 카테고리 고성장세 중임. 26년 2월 누계 기준 샴푸 +181%, 향수 +167%로 화장품(HS 3304) 전체 성장률 +36%를 크게 상회하는 수준 기록 중임
- 기초 중심에서 헤어·향수 등으로 수출 포트폴리오 다변화 진행 중이며, 카테고리 다각화 측면에서 긍정적. 중장기적으로 추가 성장 모멘텀으로 작용할 가능성 높다고 판단

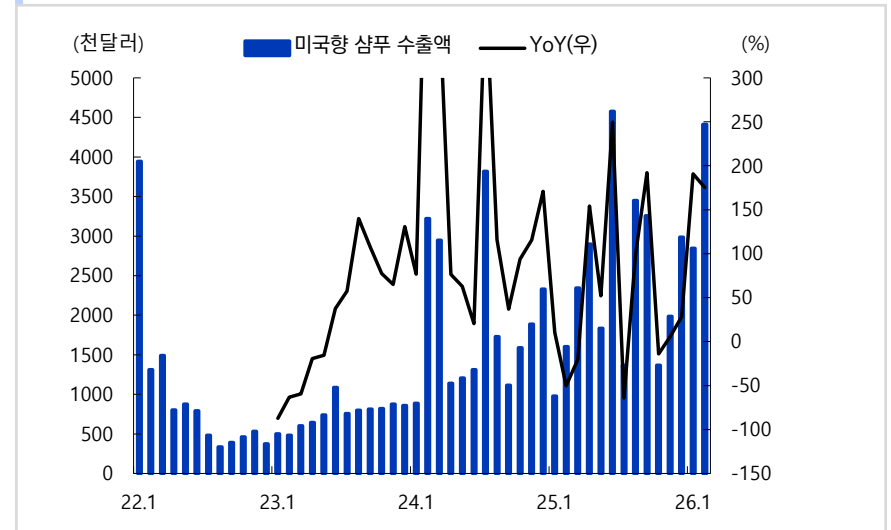
미국향 수출 증가율: 서브 카테고리별



1~2월 누계 화장품 서브 카테고리별 수출액 추이



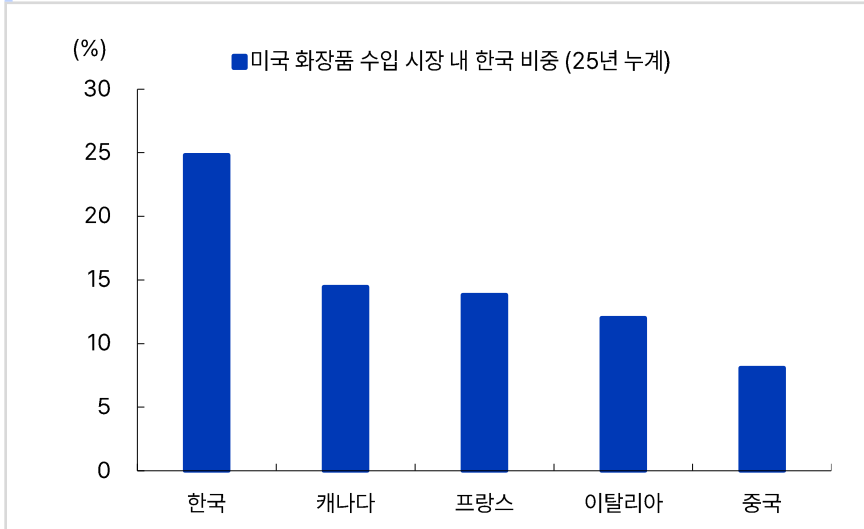
미국향 샴푸 수출액 추이



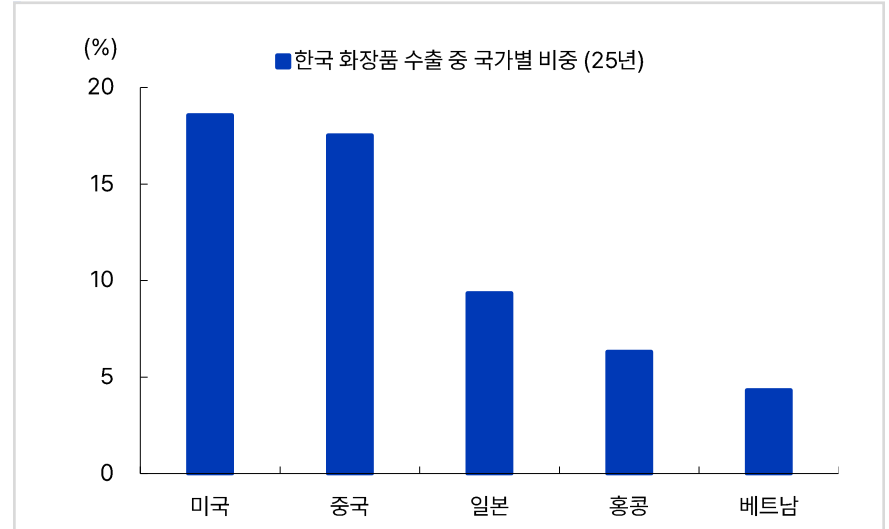
출처: Trass, 교보증권

글로벌 수출 내 한국 점유율 확대 중

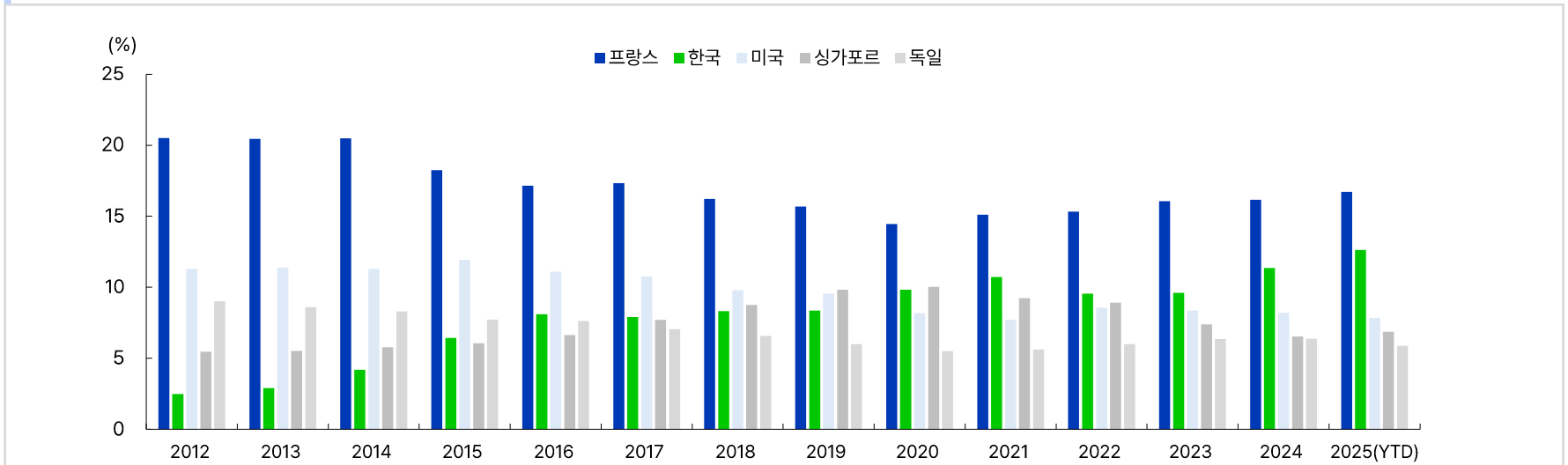
미국 화장품 수입 시장 내 한국 비중 (25년 누계)



한국 화장품 수출 중 국가별 비중 (25년)

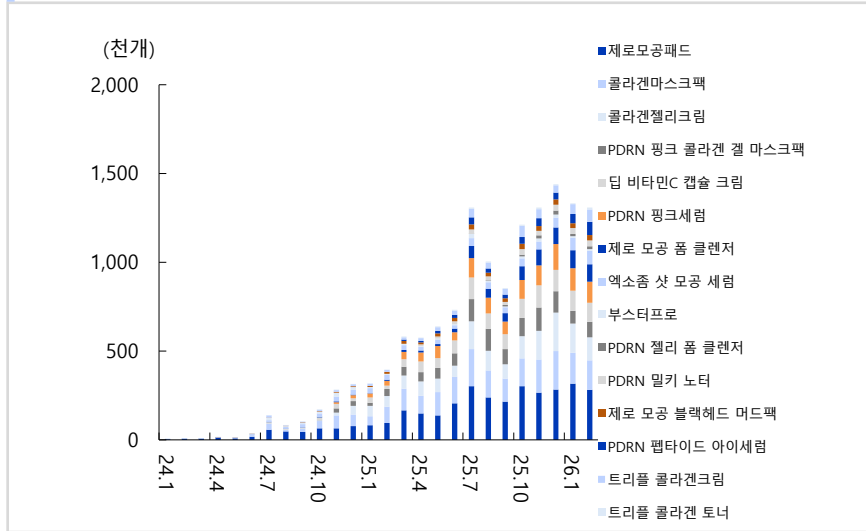


글로벌 화장품 수출 국가별 점유율

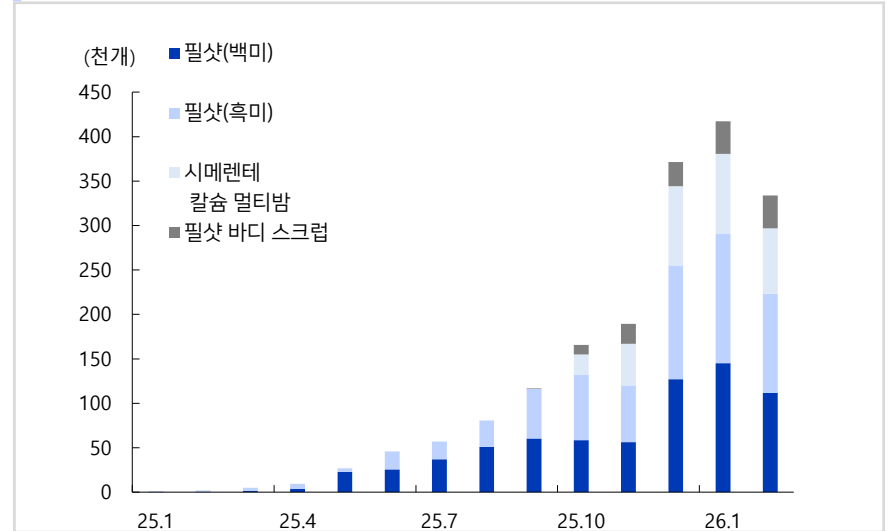


참고) 메디큐브 및 닥터멜락신 아마존/틱톡샵 판매량 데이터

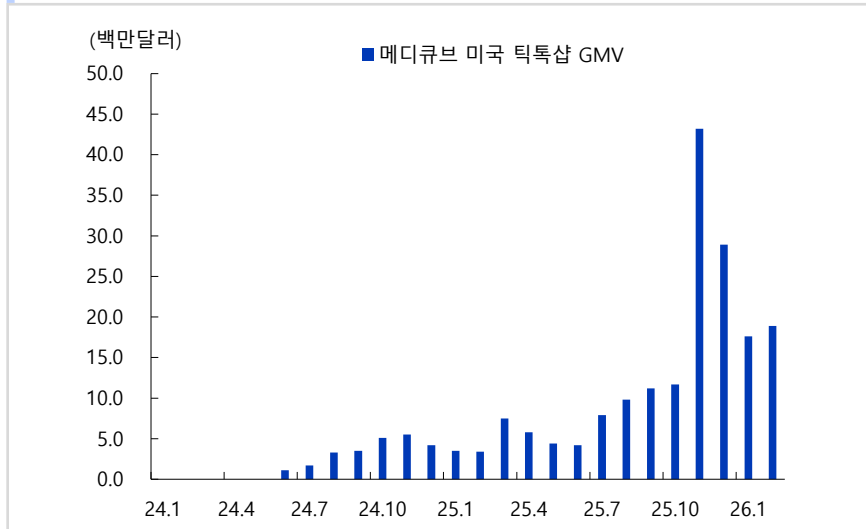
메디큐브 아마존 판매량 데이터



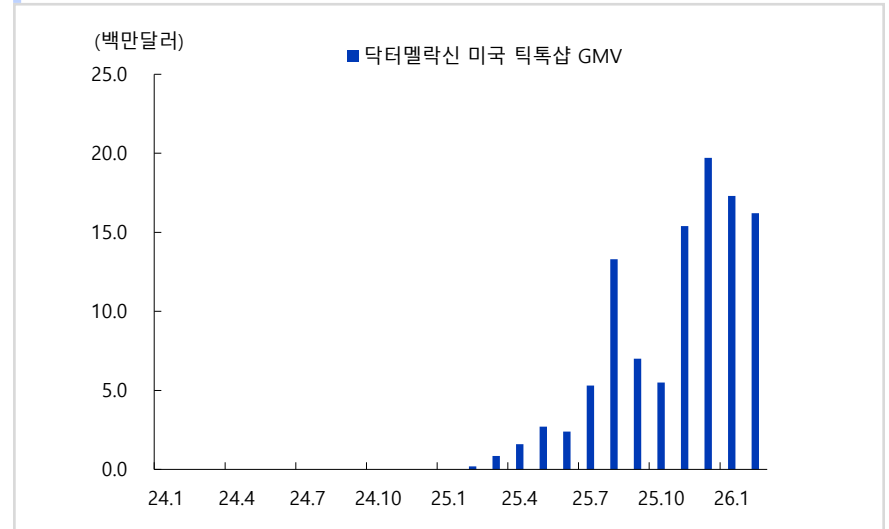
닥터멜락신 아마존 판매량 데이터



메디큐브 미국 틱톡샵 GMV



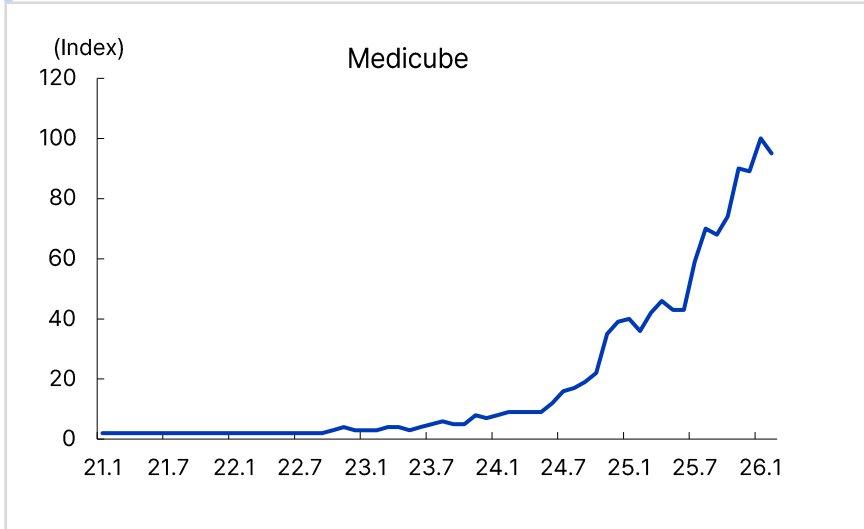
닥터멜락신 미국 틱톡샵 GMV



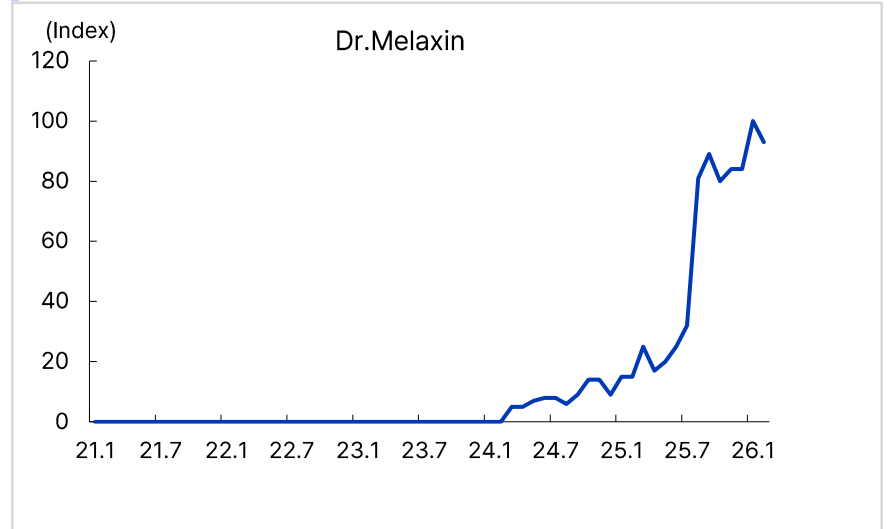
출처 : 정글스카우트, fastmoss, 교보증권

참고) 주요 화장품 브랜드 구글트렌드 추이

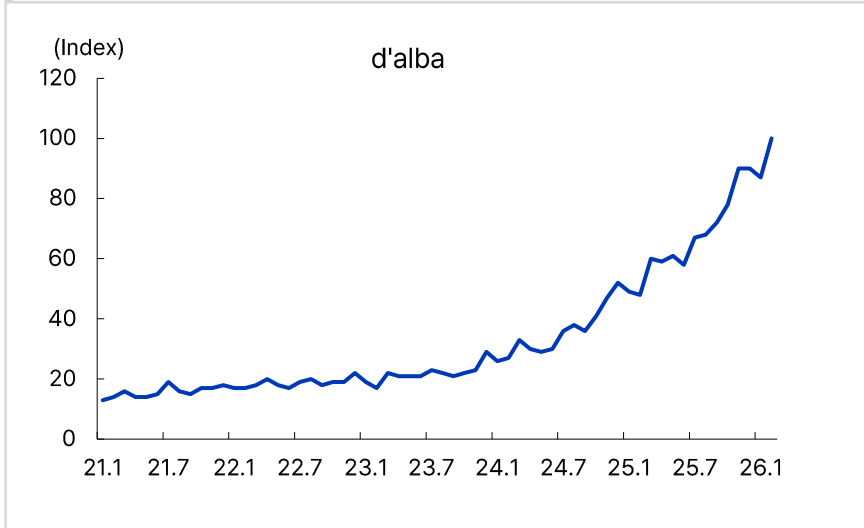
메디큐브 구글트렌드 추이



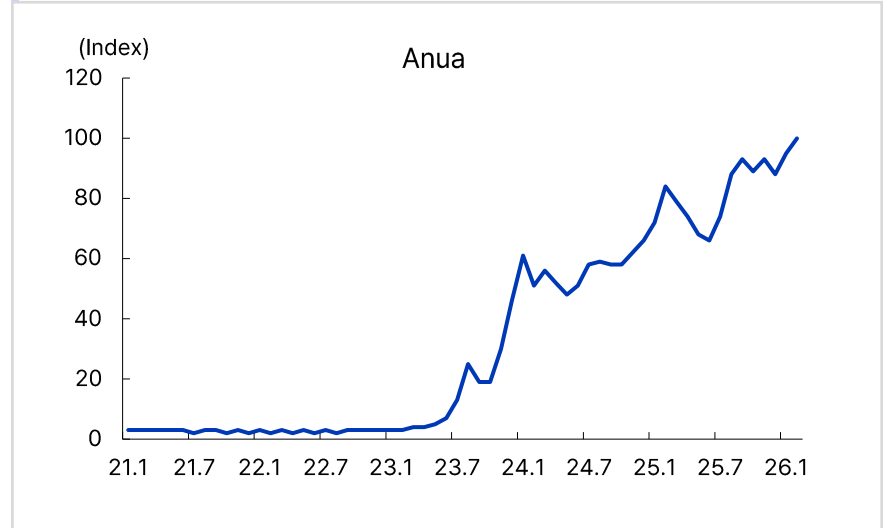
닥터멜락신 구글트렌드 추이



달바 구글트렌드 추이

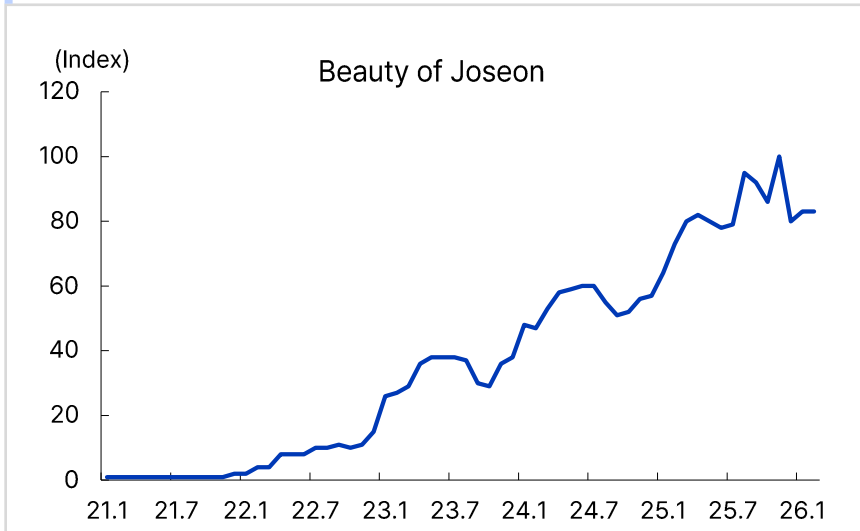


아누아 구글트렌드 추이

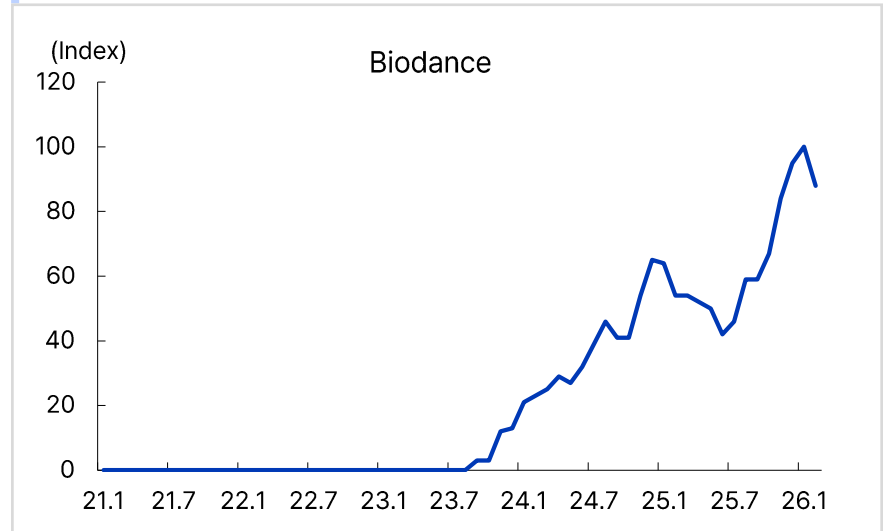


참고) 주요 화장품 브랜드 구글트렌드 추이

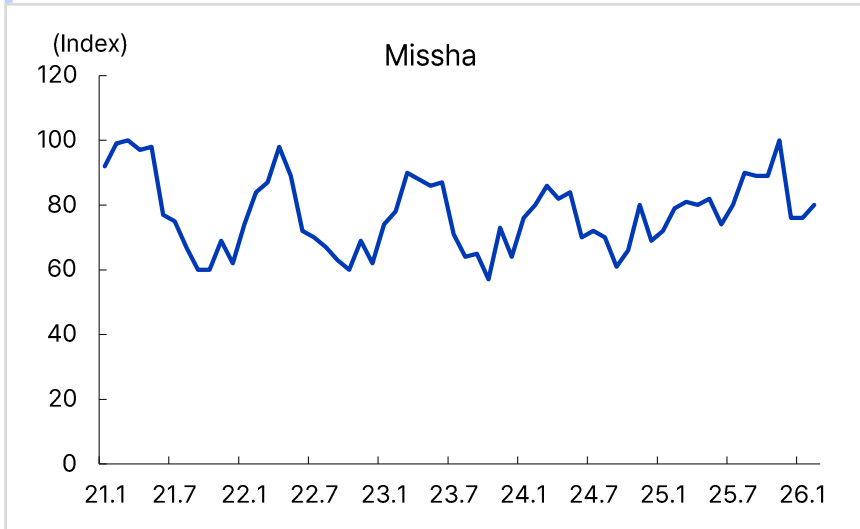
조선미녀 구글트렌드 추이



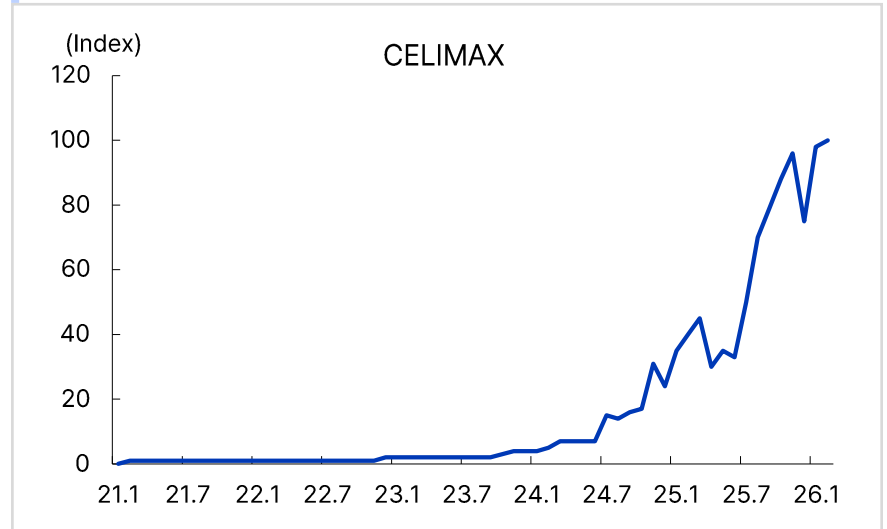
바이오던스 구글트렌드 추이



미샤 구글트렌드 추이



셀리맥스 구글트렌드 추이



참고) 미국 아마존 뷰티 Top 100 랭크 K-뷰티 SKU

미국 아마존 뷰티 Top 100 랭크 K-뷰티 SKU

순위	제품명	브랜드명
2	Medicube Toner Pads Zero Pore Pad 2.0	Medicube
4	Mighty Patch Original Patch from Hero Cosmetics	Hero Cosmetics
5	BIODANCE Bio-Collagen Real Deep Mask	BIODANCE
20	EQQUALBERRY Vitamin Illuminating Serum	EQQUALBERRY
25	Medicube Wrapping Mask Collagen Overnight Peel Off Facial Mask	Medicube
48	Medicube PDRN Pink Peptide Serum with Salmon DNA	Medicube
51	Medicube Jelly Cream with Collagen, Niacinamide	Medicube
55	Medicube Capsule Cream with Deep Vitamin C	Medicube
56	celimax The Vita A Retinal Shot Tightening Booster	celimax
57	ANUA PDRN Collagen Glow Facial Serum Spray	ANUA
66	Dr.Melaxin Peel Shot Glow Black Rice Peeling Ampoule 80ml	Dr.Melaxin
70	Dr.Althea 345 Relief Cream	Dr.Althea
73	Dr.Melaxin Cemenrete Calcium Multi Balm	Dr.Melaxin
88	Medicube Jelly Gel Mask with Salmon DNA PDRN Pink Collagen	Medicube
94	Anua Heartleaf Quercetinol Pore Deep Cleansing Foam	ANUA
	뷰티 Top 100 내 K-뷰티 비중	15%

출처: 아마존, 교보증권 / 주: 2026.03.16 기준

참고) 영국 아마존 뷰티 Top 100 랭크 K-뷰티 SKU

영국 아마존 뷰티 Top 100 랭크 K-뷰티 SKU

순위	제품명	브랜드명
1	Medicube Zero Pore Pads 2.0	Medicube
2	BIODANCE Bio-Collagen Real Deep Face Mask 4 Pcs	BIODANCE
5	Medicube Collagen Jelly Cream - Niacinamide & Freeze-Dried Hydrolyzed Collagen	Medicube
6	Medicube Salmon DNA PDRN Pink Peptide Serum	Medicube
7	Medicube Salmon DNA PDRN pink collagen jelly gel mask	Medicube
12	Medicube Collagen Night Wrapping Cream	Medicube
31	Beauty of Joseon Relief Sun Rice Probiotics SPF 50+ PA++++	Beauty of Joseon
37	d'alba Italian White Truffle First Spray Serum	d'alba
54	Medicube Triple Collagen Cream Hydrating & Firming Moisturiser	Medicube
56	COSRX Advanced Snail 96 Mucin Power Essence 100ml	COSRX
58	Medicube Deep Vitamin C Golden Capsule Face Moisturiser	Medicube
83	celimax The Vita A Retinal Shot Tightening Booster	celimax
87	Mighty Patch Original Spot Patches by hero Cosmetics	Hero Cosmetics
100	Anua Azelaic Acid 10 Hyaluron Redness Soothing Serum	ANUA
	뷰티 Top 100 내 K-뷰티 비중	14%

출처: 아마존, 교보증권 / 주: 2026.03.16 기준

참고) 독일 아마존 뷰티 Top 100 랭크 K-뷰티 SKU

독일 아마존 뷰티 Top 100 랭크 K-뷰티 SKU

순위	제품명	브랜드명
1	d'alba Italian White Truffle Double Serum All-in-One Multi Balm	d'alba
2	Biodance Bio-Collagen Real Deep Mask Pack of 4	BIODANCE
3	d'alba Italian White Truffle First Spray Serum	d'alba
5	Medicube Zero Pore Pads 2.0	Medicube
6	Beauty of Joseon Relief Sun	Beauty of Joseon
18	Medicube Salmon DNA PDRN Pink Peptide Serum	Medicube
21	Medicube Salmon DNA PDRN Pink Collagen Jelly Gel Mask	Medicube
24	COSRX PDRN Exosome Skinplaning Glaze Mask	COSRX
27	d'Alba Italian White Truffle Waterfull Tone-up Sunscreen SPF 50+ PA++++	d'alba
29	Mighty Patch Original Hero Cosmetics Pimple Patches	Hero Cosmetics
33	Cosrx Advanced Snail 92 All-in-One Crème	COSRX
49	Anua Azelaic Acid 10 Hyaluron Redness Soothing Serum	ANUA
55	COSRX 6 Peptide Collagen Serum	COSRX
64	Rael Miracle Anti Pimple Patch Invisible	Rael
67	Anua Niacinamide 10 + TXA 4 Serum	ANUA
69	Beauty of Joseon Aqua Fresh Relief Sun	Beauty of Joseon
85	Beauty of Joseon Revive Eye Serum with Retinal Niacinamide	Beauty of Joseon
95	celimax Vita A Retinal Shot Firming Facial Toner	celimax
		18%

참고) 스페인 아마존 뷰티 Top 100 랭크 K-뷰티 SKU

스페인 아마존 뷰티 Top 100 랭크 K-뷰티 SKU

순위	제품명	브랜드명
1	d'alba Double Serum Multi Balm	d'alba
2	BIODANCE Bio-Collagen Real Deep Mask	BIODANCE
3	d'alba First Spray Serum	d'alba
6	d'alba Waterfull SPF50+PA++++ Italian White Truffle	d'alba
16	Medicube Salmon Dna Pdrn Pink Peptide Serum	Medicube
22	ANUA Niacinamide 10 + TXA 4 Serum	ANUA
24	PURITO SEOUL Daily Soft Touch Sunscreen SPF50+ PA++++	PURITO
29	celimax Vita A Retinal Shot	celimax
35	Medicube Dna Pdrn Salmon Pink Collagen Gelatin Gel Mask	Medicube
55	Anua Azelaic Acid 10 Hyaluron Redness Soothing Serum	ANUA
59	Medicube Triple Collagen Moisturizing & Firming Cream	Medicube
62	Medicube Collagen Night Wrap Cream	Medicube
67	ANUA Heartleaf Pore Control Cleansing Oil	ANUA
68	d'alba Italian White Truffle Double Cream & Serum	d'alba
75	COSRX 6X Peptides Collagen Booster Serum Toner	COSRX
88	Medicube Deep Vitamin C Golden Capsule Facial Moisturizer	Medicube
97	Medicube Age-R Booster Pro Pink	Medicube
98	7 PEPTIDE BOOSTER SERUM	미즈온
100	d'Alba Air Fit Fresh Stick SPF50+ PA++++	d'alba
	뷰티 Top 100 내 K-뷰티 비중	19%

참고) 이탈리아 아마존 뷰티 Top 100 랭크 K-뷰티 SKU

이탈리아 아마존 뷰티 Top 100 랭크 K-뷰티 SKU

순위	제품명	브랜드명
4	d'Alba First Spray Serum with Italian White Truffle	d'alba
5	Medicube Siero Peptidico Rosa Salmon Dna Pdrn	Medicube
10	Medicube Salmon Dna Pdrn Maschera In Gel Di Collagene Rosa	Medicube
11	BIODANCE Bio-Collagen Real Deep Mask	BIODANCE
20	Medicube Collagen Night Wrapping Peel Off Facial Mask	Medicube
31	PURITO SEOUL Wonder Releaf Centella Daily Sun Lotion SPF50+ PA++++	PURITO
34	celimax Vita A Retinal Shot Tightening Booster	celimax
38	Medicube Crema Idratante Per Il Viso Deep Vitamin C Golden Capsule, Lisposomi	Medicube
42	Medicube Triple Collagen Moisturizing and Firming Cream	Medicube
81	PURITO Oat In Calming Gel Cream	PURITO
82	d'Alba Stick All-Purpose Balm All-in-One Italian White Truffle	d'alba
87	Medicube Zero Pore Pads 2.0	Medicube
98	Medicube Collagen Jelly Face Cream – Niacinamide and Lyophilised Hydrolyzed Collagen	Medicube
	뷰티 Top 100 내 K-뷰티 비중	13%

출처: 아마존, 교보증권 / 주: 2026.03.16 기준

참고) 프랑스 아마존 뷰티 Top 100 랭크 K-뷰티 SKU

프랑스 아마존 뷰티 Top 100 랭크 K-뷰티 SKU

순위	제품명	브랜드명
1	BIODANCE Bio-Collagen Real Deep Mask	BIODANCE
18	Medicube Zero Pore Pads 2.0	Medicube
32	Medicube Collagen Peel-Off Wrapping Night Mask	Medicube
33	Hero Cosmetics Mighty Patch Original Night Button Patch	Hero Cosmetics
51	Medicube Plumping Gel Cream with Collagen	Medicube
53	celimax Vita Retinal Shot Firming Care	celimax
54	Medicube Serum Con Péptido Rosa Salmon Dna Pdrn	Medicube
93	Medicube Salmon DNA PDRN pink collagen Jelly gel mask	Medicube
	뷰티 Top 100 내 K-뷰티 비중	8%

출처: 아마존, 교보증권 / 주: 2026.03.16 기준



감사합니다.

■ Compliance Notice ■

이 자료에 게재된 내용들은 작성자의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인합니다.

이 조사항목은 당사 리서치센터가 신뢰할 수 있는 자료 및 정보로부터 얻어진 것이나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보증하는 것이 아닙니다. 따라서 이 조사항목은 투자참고자료로만 활용하시기 바라며, 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 또한 이 조사항목의 지적재산권은 당사에 있으므로 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.

- 동 자료는 제공시점 현재 기관투자가 또는 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 전일기준당사에서 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.
- 추천종목은 전일기준 조사분석담당자 및 그 배우자 등 관련자가 보유하고 있지 않습니다.

■ 투자여건 비율공시 및 투자등급관련사항 ■ 기준일자_2025.12.31

구분	Buy(매수)	Trading Buy(매수)	Hold(보유)	Sell(매도)
비율	96.4%	2.9%	0.7%	0.0%

[업종투자의견]

Overweight(비중확대): 업종 펀더멘탈의 개선과 함께 업종주가의 상승 기대
Underweight(비중축소): 업종 펀더멘탈의 악화와 함께 업종주가의 하락 기대

Neutral(중립): 업종 펀더멘탈상의 유의미한 변화가 예상되지 않음

[기업투자기간 및 투자등급] 향후 6개월 기준, 2015.6.1(Strong Buy 등급삭제)

Buy(매수): KOSPI 대비 기대수익률 10% 이상
Hold(보유): KOSPI 대비 기대수익률 -10~10%

Trading Buy: KOSPI 대비 10% 이상 초과수익 예상되나 불확실성 높은 경우
Sell(매도): KOSPI 대비 기대수익률 -10% 이하