2026. 2. 2

소비재/플랫폼 Weekly

다이소 5천원 화장품도 충분히 괜찮은 시대

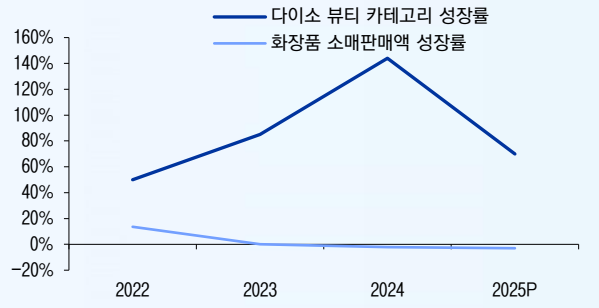
Analyst 오린아 _ 유통/화장품 lina.oh@ls-sec.co.kr

체크해야 할 업종 이슈

- ✓ 다이소 5천원 화장품도 충분히 괜찮다는 것을 全 연령이 학습 중
- ✓ 초저가 뷰티 확산은 다이소를 넘어 대형마트로 확대, 럭셔리 뷰티 소비 저변까지 잠식할 가능성 부각
- ✓ 시술 또한 럭셔리 화장품의 강력한 외부 경쟁자로 부상하며 럭셔리 뷰티 영역에 위협 전망

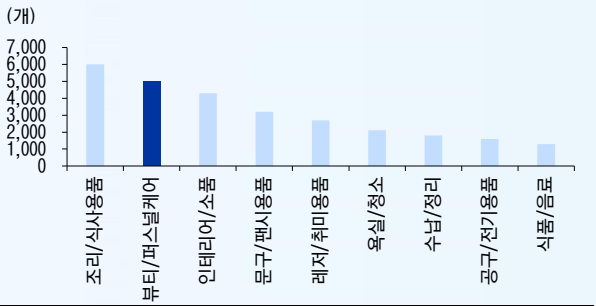
이번주 업종 코멘트/전망

그림1 다이소 2025 년 화장품 매출액 70% 이상 성장 추정



자료: 아성다이소, KOSIS, LS증권 리서치센터

그림2 다이소 카테고리별 품목수



자료: 공정위, LS증권 리서치센터

다이소 5천원 화장품도 충분히 괜찮다

다이소는 K뷰티 유통의 핵심 축으로 자리 잡은 가운데, 2025년 40대 매출 비중이 27%로 추정, 전 세대 중 가장 높아지며 소비 구조가 변화. 2024년 10월~2025년 9월 기준 40대 구매액은 전년동기대비 114% 증가해 20대 증가율을 크게 상회. 초저가 뷰티가 1020세대의 입문용 소비를 넘어 3040세대의 일상 소비로 정착한 모습. 아모레퍼시픽, LG생활건강 등 대형 브랜드 협업 확대와 다이소 전용 제품 출시가 신뢰도를 끌어올렸으며, 2024년 전년동기대비 144%, 2025년 전년동기대비 70% 이상 성장으로 고성장 지속. ODM 기반 품질과 기능성 중심 구성이 결합되며 기존 중저가 브랜드 수요를 직접 흡수하는 국면으로 판단

럭셔리 뷰티를 잠식하는 초저가 채널

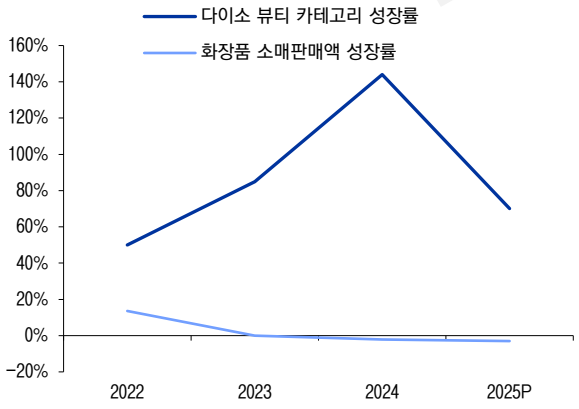
초저가 뷰티 확산은 다이소를 넘어 대형마트로 확대되며 럭셔리 뷰티 소비 저변까지 잠식할 가능성 부각. 롯데마트 가성비 뷰티존 매출은 직전 동기 대비 약 70%, 이마트 초저가 화장품 매출은 약 27% 증가. 이는 '기초·기능성은 합리적 가격으로, 프리미엄은 선택적으로' 소비하는 패턴이 4050세대까지 확산되고 있음을 시사. 당사가 2025년 10월 21일 발간한 시술 공격 X 매대 전쟁에서 분석했듯, 시술 또한 럭셔리 화장품의 강력한 외부 경쟁자로 부상하고 있음. 이에 단순히 저가 채널이 성장하는 국면을 넘어, 럭셔리 뷰티 영역이 구조적으로 축소될 수 있는 신호로 판단되며, 중장기적으로 가격 전략 및 브랜드 포지셔닝 재정립 압력 확대 전망

다이소 5천원 화장품도 충분히 괜찮은 시대

전 연령이 초저가 뷰티를 학습 중

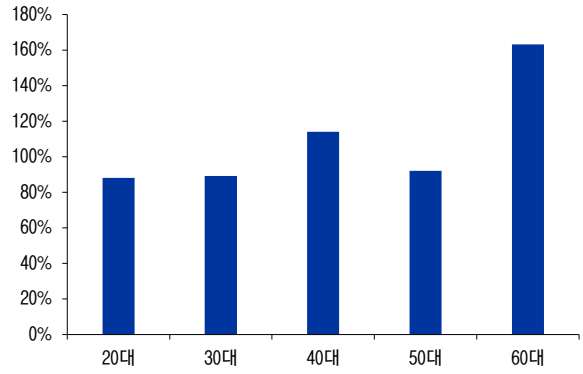
다이소가 K뷰티 유통의 핵심 축으로 자리 잡은 가운데, 최근에는 40~50대 소비자 유입이 본격화되며 수요 구조 자체가 바뀌고 있다. 2025년 다이소 뷰티 카테고리 연령대별 매출 비중은 40대가 27%로 가장 높았고, 30대 25%, 20대 22% 등으로 나타났다. 특히 2024년 10월~2025년 9월 기준 다이소 뷰티 제품의 40대 구매액은 전년동기대비 114% 증가해, 20대 증가율(+88.1%)을 25.9%p 상회했다. 이는 초저가 뷰티가 더이상 10~20세 세대의 '입문용 소비'에만 그치지 않고, 30~40대 세대의 일상적인 소비 카테고리로 정착했음을 의미한다.

그림1 다이소 2025년 화장품 매출액 70% 이상 성장 추정



자료: 아성다이소, KOSIS, LS증권 리서치센터

그림2 다이소 연령별 뷰티 제품 구매 추정액 신장률



자료: 엠브레인, LS증권 리서치센터

이 같은 변화의 배경에는 다이소 전용 브랜드 및 대기업 협업 라인업 확대가 있다. 초기에는 1020세대가 듀프 및 테스트 용도로 소비하며 다이소의 뷰티 카테고리가 성장했다. 이후 아모레퍼시픽, LG생활건강 등 대형 브랜드사가 성장 채널 위주로의 입점을 강화하면서 다이소 전용 제품이 출시되었고, 이에 다이소는 '유명 화장품 브랜드도 입점하는 채널'이 되면서 3040세대까지 확산됐다. 실제로 다이소 뷰티 매출은 2024년 전년동기대비 144% 성장한 데 이어 2025년에도 전년동기대비 70% 이상 증가하며 고성장을 이어가고 있다. 전통 채널과는 확연히 다른 양상이다. ODM 기반 품질 신뢰와 기능성 중심 상품 구성이 결합되며 기존 중저가 브랜드의 수요를 직접적으로 흡수하는 단계로 진입한 것으로 판단된다.

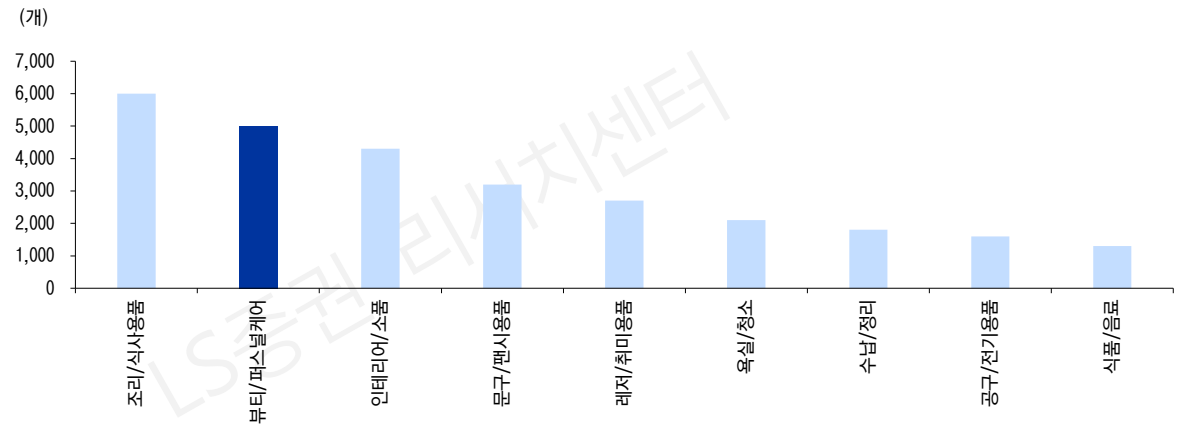
그림3 다이소 뷰티 대란템: 브이티 리들샷, 손앤박, 정샘물 등

자료: LS증권 리서치센터

럭셔리 뷰티를 잠식하는 초저가 채널

주목할 점은 이 흐름이 럭셔리 뷰티 소비의 저변까지 잠식할 가능성이다. 대형마트 역시 상대적으로 연령대가 높은 고객층을 겨냥해 기능성 중심의 초저가 뷰티를 강화하고 있으며, 롯데마트의 가성비 뷰티존 매출은 직전 동기 대비 약 70%, 이마트의 초저가 화장품 매출도 약 27% 증가했다. 이는 '기초/기능성은 합리적 가격으로, 프리미엄은 꼭 필요할 때만'이라는 소비 공식이 4050세대까지 확산되고 있음을 시사한다. 당사가 2025년 10월 21일 발간한 '시술 공격 X 매대 전쟁'에서 분석했듯, 시술 또한 럭셔리 화장품의 강력한 외부 경쟁자로 부상하고 있다. 이에 최근 트렌드는 단순히 저가 채널이 성장하는 것을 넘어서서, 럭셔리 뷰티가 구조적으로 축소될 수 있는 신호까지로도 해석된다.

그림4 다이소 카테고리별 품목수



자료: 공정위, LS증권 리서치센터

표1 국내 소비재/플랫폼 주간 수익률

	현재가	시가총액	수익률 (%)						P/E			P/B		
			1W	1M	3M	6M	12M	YTD	2024	2025E	2026E	2024	2025E	2026E
코스피	5,224	43,186,471	4.7	24.0	27.8	60.5	105.9	24.0	-	-	-	-	-	-
코스피 대형주	5,526	38,327,528	5.0	26.2	30.5	69.2	118.3	26.2	-	-	-	-	-	-
코스닥	1,149	6,305,225	15.7	24.2	29.0	43.0	57.7	24.2	-	-	-	-	-	-
코스피 중형주	4,154	3,605,905	2.3	11.6	11.1	16.9	48.4	11.6	-	-	-	-	-	-
코스피 소형주	2,650	1,037,597	2.6	5.3	7.7	6.6	23.6	5.3	-	-	-	-	-	-
유통														
코웨이	83,400	59,972	7.8	-4.0	-7.5	-24.5	8.0	-4.0	10.3	9.8	8.3	1.9	1.6	1.4
호텔신라	46,200	18,133	-0.2	3.6	-6.1	-2.0	17.1	3.6	-317.4	-12.8	23.0	2.9	1.6	1.5
BGF 리테일	121,400	20,983	3.6	15.8	16.6	5.7	17.3	15.8	11.0	11.2	10.5	1.8	1.6	1.5
GS 리테일	22,150	18,519	5.0	10.2	23.9	35.3	44.6	10.2	38.7	12.5	10.1	0.5	0.6	0.5
롯데쇼핑	84,000	23,763	6.5	15.9	28.2	17.0	55.0	15.9	41.3	30.3	9.5	0.3	0.2	0.2
신세계	319,500	30,816	10.2	29.4	81.1	85.7	141.0	29.4	15.0	28.9	12.5	0.6	0.6	0.6
이마트	91,000	25,112	4.4	11.9	24.0	1.1	43.8	11.9	-265.1	7.8	10.8	0.2	0.2	0.2
현대백화점	93,700	21,203	3.0	5.8	15.0	30.5	88.3	5.8	227.6	9.4	8.2	0.5	0.4	0.4
SK 네트웍스	5,600	12,392	19.3	23.9	23.1	21.7	32.5	23.9	10.8	22.9	19.1	0.5	0.5	0.5
인터넷														
NAVER	275,000	431,345	3.4	13.4	7.6	17.5	34.8	13.4	25.0	20.1	19.3	1.7	1.5	1.4
카카오	61,400	271,692	0.7	2.2	-3.3	9.1	71.8	2.2	86.1	50.3	40.7	2.7	2.5	2.4
게임														
크래프톤	254,000	120,406	6.5	3.3	-6.3	-22.2	-26.0	3.3	12.1	13.6	11.5	1.8	1.5	1.3
넷마블	52,800	45,383	1.9	9.4	-3.7	-11.6	21.2	9.4	27.2	14.4	13.7	0.9	0.8	0.7
엔씨소프트	234,500	50,521	3.3	16.4	5.9	20.9	36.2	16.4	154.2	14.1	15.3	1.5	1.3	1.2
펄어비스	57,200	36,750	30.2	52.9	67.3	50.5	103.2	52.9	622.9	-412.3	22.3	4.8	4.4	3.7
카카오게임즈	17,760	15,946	18.4	19.2	10.7	3.2	11.4	19.2	-78.3	-22.6	68.0	1.0	1.2	1.2
더블유게임즈	53,500	11,328	1.9	-0.2	6.8	-5.3	7.1	-0.2	6.8	7.7	6.4	1.0	0.8	0.7
NHN	32,300	10,579	3.2	11.2	16.0	12.5	81.1	11.2	-13.2	33.8	13.3	0.7	0.7	0.7
웹젠	17,310	5,989	36.6	34.2	43.5	18.7	25.8	34.2	10.5	19.3	11.7	0.8	0.8	0.7
컴투스	36,900	4,462	10.6	27.0	8.5	-3.8	-19.8	27.0	45.6	93.5	21.3	0.4	0.4	0.4
화장품														
아모레퍼시픽	138,800	81,188	4.1	16.2	14.1	3.9	10.2	16.2	13.9	35.2	27.0	1.8	1.8	1.7
LG 생활건강	262,500	40,169	-4.2	1.6	-8.5	-18.4	-11.8	1.6	16.4	36.3	31.6	0.8	0.8	0.8
실리콘투	53,000	32,421	7.5	37.1	16.1	5.4	66.9	37.1	26.6	19.0	14.9	12.6	7.7	5.0
아모레퍼시픽홀딩스	28,700	22,805	-0.2	6.9	10.8	-6.5	20.8	6.9	9.7	17.6	17.1	0.7	0.8	0.7
한국콜마	69,900	16,500	4.8	12.6	-8.5	-26.3	16.5	12.6	22.4	15.7	12.1	2.3	1.9	1.7
코스맥스	202,500	22,983	4.5	24.2	0.3	-17.0	23.6	24.2	24.8	33.4	17.5	5.1	4.6	3.8
브이티	20,600	7,198	17.4	17.7	-19.1	-45.3	-37.6	17.7	8.8	11.0	10.4	3.7	2.5	2.0
코스메카코리아	96,400	10,296	18.9	44.7	44.3	41.8	85.4	44.7	24.8	21.2	16.4	4.9	3.9	3.2
씨앤씨인터내셔널	38,050	5,186	17.4	28.3	-1.0	-5.5	9.0	28.3	12.1	23.0	16.2	1.8	2.2	2.0
클리오	13,260	2,396	0.9	1.8	-8.6	-12.2	-28.5	1.8	n/a	17.4	13.7	n/a	n/a	n/a
한국화장품제조	49,650	2,250	0.9	1.5	-11.3	-18.5	7.4	1.5	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
아이패밀리에스씨	15,040	2,605	-0.3	10.2	-16.4	-6.2	-36.0	10.2	8.3	10.8	8.4	2.6	2.3	1.8
마녀공장	14,390	2,358	0.8	5.1	-13.8	-19.1	-17.4	5.1	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a

자료: Quantiwise, LS증권 리서치센터

주: 2026.1.30 종가 기준

LS증권 리서치센터

Compliance Notice

본 자료에 기재된 내용들은 작성자 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인합니다(작성자: 오린아).

본 자료는 고객의 증권투자를 돕기 위한 정보제공을 목적으로 제작되었습니다. 본 자료에 수록된 내용은 당사 리서치본부가 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 참고자료로만 활용하시기 바라며 유가증권 투자 시 투자자 자신의 판단과 책임하에 최종결정을 하시기 바랍니다.
따라서 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

본 자료는 당사의 저작물로서 모든 저작권은 당사에게 있으며 어떠한 경우에도 당사의 동의 없이 복제, 배포, 전송, 변형될 수 없습니다.

_ 동 자료는 제공시점 현재 기관투자가 또는 제 3 자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.

_ 동 자료의 추천종목은 전일 기준 현재당사에서 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.

_ 동 자료의 추천종목은 전일 기준 현재 당사의 조사분석 담당자 및 그 배우자 등 관련자가 보유하고 있지 않습니다.

_ 동 자료의 추천종목에 해당하는 회사는 당사와 계열회사 관계에 있지 않습니다.

투자등급 및 적용 기준

구분	투자등급 guide line (투자기간 6~12개월)	투자등급	적용기준 (향후12개월)	투자의견 비율	비고
Sector (업종)	시가총액 대비 업종 비중 기준 투자등급 3단계	Overweight (비중확대) Neutral (중립) Underweight (비중축소)			
Company (기업)	절대수익률 기준 투자등급 3단계	Buy (매수)	+15% 이상 기대	88.7%	2018년 10월 25일부터 당사 투자등급 적용기준이 기존 ±15%로 변경
		Hold (보유)	-15% ~ +15% 기대	11.3%	
		Sell (매도)	-15% 이하 기대		
		합계		100.0%	투자의견 비율은 2025. 1. 1 ~ 2025. 12. 31 당사 리서치센터의 의견공표 종목들의 맨마지막 공표의견을 기준으로 한 투자등급별 비중임 (최근 1년간 누적 기준. 분기별 갱신)