

화장품

Jul 22 2026

K-뷰티, 오프라인 진출 확대의 함의

Overweight

유지

K-뷰티, 오프라인 진출 확대의 함의

최근 미국을 포함한 글로벌 시장에서 K-뷰티 브랜드의 오프라인 채널 진출이 빠르게 확대되고 있음. 오프라인 침투 확대는 1) 기존 고객층과 다른 신규 소비자를 확보할 수 있고, 2) 구매 의향이 높은 소비자가 모여 있어 구매 전환율이 높으며, 3) 최근 입점 중인 매스+뷰티 전문점 채널이 아마존 대비 2배 이상 크다는 점에서 의미가 큼.

1) 기존 K-뷰티 고객층과 다른 신규 소비자 확보: Beauty matter에 따르면, K-뷰티 브랜드 믹스는 미국 코스트코 입점 이후 기존 판매 채널과 전혀 다른 신규 고객층을 확보했다고 언급함. 클리오 역시 코스트코 입점을 계기로 기존 채널에서는 유입되지 않았을 소비자층까지 확보했다고 설명했는데, 이는 브랜드 인지도보다는 리테일러에 대한 신뢰를 기반으로 구매가 이뤄졌기 때문으로 분석됨. 아마존과 오프라인 소비자층은 서로 다른 특성을 보임. 기존 아마존의 K-뷰티 소비자는 트렌드에 민감한 고객 중심이었다면, 코스트코는 35~64세의 비중이 높으며, K-뷰티를 처음 접하는 소비자가 많고 실용성을 중시하는 특징을 보임. 즉, K-뷰티 브랜드를 알지 못했던 소비자에게도 '리테일러 큐레이션'에 대한 신뢰를 매개로 브랜드가 다가갈 수 있게 됨. 이는 기존 아마존 채널과의 카니발라이제이션 없이 신규 수요를 창출하는 효과로 이어짐.

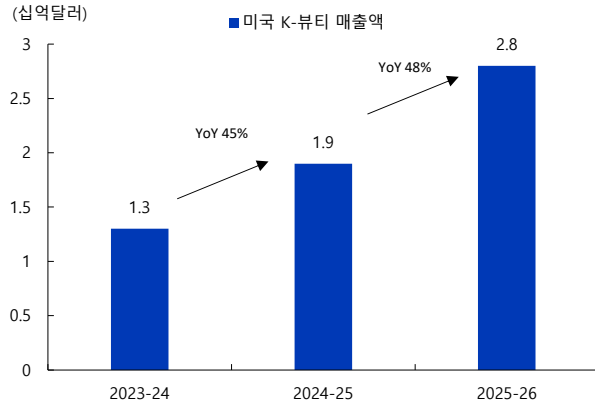
2) 구매 전환율이 높은 오프라인 채널의 중요성 확대: 오프라인 채널은 소비자가 해당 리테일러에 대한 신뢰와 구매 목적을 가지고 방문한다는 점에서 구매 전환율이 높음. 과거에는 온라인 마케팅 중심으로 고객을 확보했으나, 최근 마케팅 경쟁 심화로 고객 확보 비용 상승. 이에 따라 이미 구매 의향이 높은 소비자가 많은 오프라인 채널이 부각되며 긍정적.

3) 아마존 대비 최소 2배 이상 큰 시장: 닐슨에 따르면, 미국 화장품 시장에서 아마존 채널이 차지하는 비중은 20% 초반에 불과함. 반면, 뷰티 전문점 채널(얼타, 세포라 등)+매스 채널(타깃, 월마트 등)을 합산한 비중은 40% 이상으로 파악됨. 따라서 K-뷰티가 진입하고 있는 오프라인 시장은 기존 주력 채널이었던 아마존보다 최소 2배 이상 큰 시장임. 최근 화장품 업체들이 계절성이 완화되고 있다고 언급하는 배경 역시 이러한 판매 채널 다변화에 기인한 것으로 판단.

리테일러들의 적극적인 K-뷰티 확대 = 성장률의 가속화

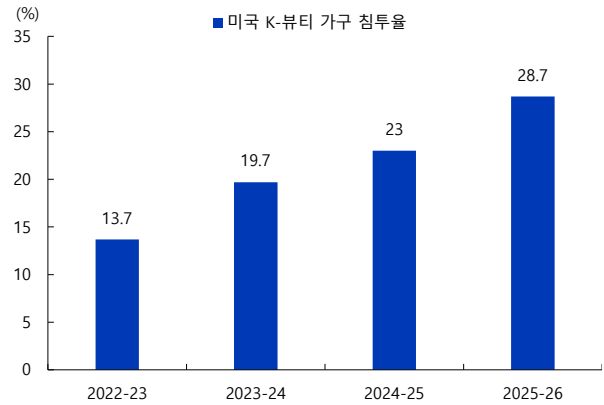
닐슨에 따르면, FY26(25.2~26.3) 미국 내 K-뷰티 매출액은 YoY 48% 증가한 것으로 추산됨. 이는 전년도 성장률인 45%보다 높은 수준으로, K-뷰티 성장세가 오히려 가속화되고 있음을 보여줌. 최근 성장률 가속화 배경에는 오프라인 확대도 영향을 주었을 것으로 판단됨. 미국 타깃은 올해 초 K-뷰티 SKU 수를 4배로 확대했으며, 세포라는 올리브영과 파트너십을 통해 K-뷰티 전용 존을 론칭 할 예정이며, 코스트코, 월마트도 K-뷰티 SKU를 적극적으로 확대 중인 것으로 파악됨. 이에 따라 미국 내 K-뷰티 침투율도 FY23 13.7% → FY25 23% → FY26 28.7%로 상승 중.

[도표 1] 미국 K-뷰티 매출액



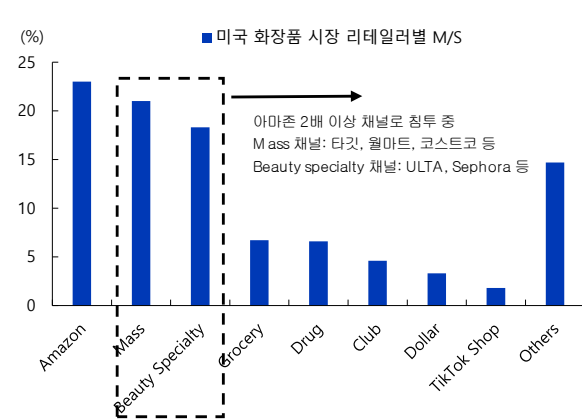
자료: 닐슨, 교보증권 리서치센터 / 주: 25.2월~26.3월 기준

[도표 2] K-뷰티 미국 가구 침투율



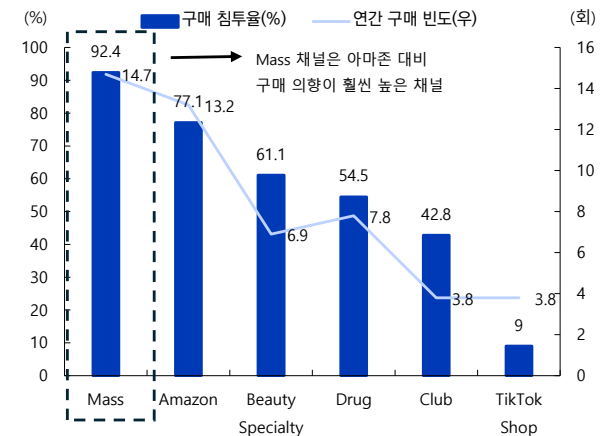
자료: 닐슨, 교보증권 리서치센터

[도표 3] 미국 화장품 시장 내 리테일러별 점유율



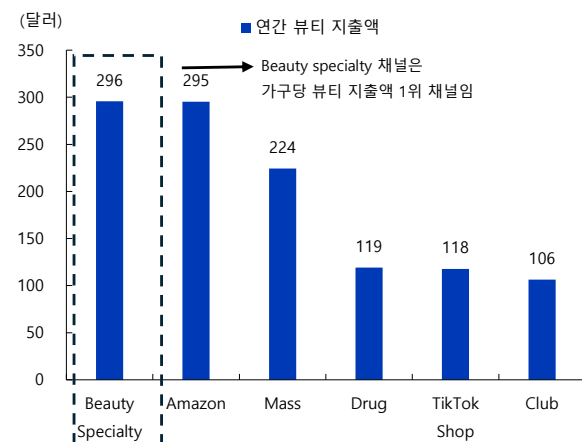
자료: 닐슨, 교보증권 리서치센터

[도표 4] 미국 화장품 채널별 구매 침투율 및 구매 빈도



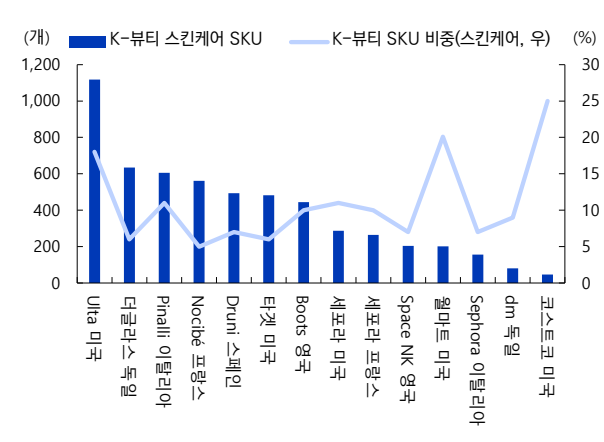
자료: 닐슨, 교보증권 리서치센터

[도표 5] 미국 소비자 연간 채널별 지출액



자료: 닐슨, 교보증권 리서치센터

[도표 6] 주요 리테일러별 K-뷰티 SKU 비중(온라인몰 기준)



자료: 각 사, 교보증권 리서치센터

■ 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.

당사 리서치센터 연구원은 고객에게 카카오톡 메신저 등으로 개별 접촉하지 않습니다. 당사 연구원 사칭 사기 등에 주의하시기 바랍니다.

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

■ 투자의견 비율공시 및 투자등급관련사항 ■ 기준일자_2026.06.30

구분	Buy(매수)	Trading Buy(매수)	Hold(보유)	Sell(매도)
비율	94.7%	4.6%	0.7%	0.0%

[업종 투자의견]

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

[기업 투자기간 및 투자등급] 향후 6개월 기준, 2015.6.1(Strong Buy 등급 삭제)

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