

2026. 8. 31

소비재/플랫폼 Weekly

Ulta 2Q26 실적: 최애는 K뷰티, 썸타는 C뷰티

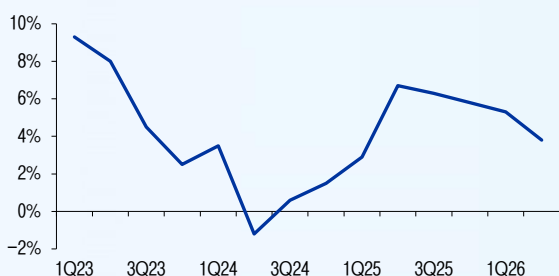
Analyst 오린아 _ 유통/화장품 lina.oh@ls-sec.co.kr

꼭 체크해야 할 업종 이슈

- ✓ Ulta Beauty 2QFY26: 매출액 YoY 8.9% 증가, 기존점 성장률은 3.8%로 객단가 상승이 성장 주도
- ✓ K-Beauty 카테고리는 Ulta 내 핵심 성장 카테고리 자리잡음: 2분기 매출액 YoY 두자릿수 성장
- ✓ Ulta, 중국 1위 스킨케어 브랜드 Proya 출시와 함께 C뷰티를 포함한 Global Beauty 전략도 확대 중

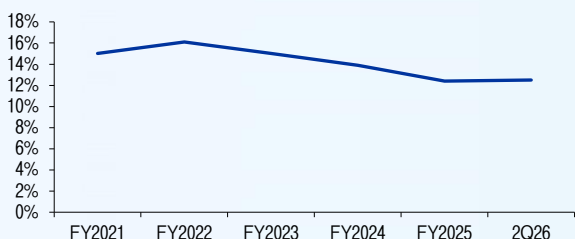
이번주 업종 코멘트/전망

그림1 Ulta Beauty sssg 추이



자료: ULTA Beauty, LS증권 리서치센터

그림2 Ulta Beauty OPM 추이



자료: ULTA Beauty, LS증권 리서치센터

Ulta Beauty, 시장을 상회하는 성장 지속

Ulta Beauty의 FY2026 2분기 매출액은 전년동기대비 8.9% 증가한 30억달러, 영업이익은 10.1% 증가한 3.8억달러를 기록. 기존점 성장률은 3.8%로 객단가 상승이 성장을 주도했고, 이커머스 매출은 high-teens 성장하며 6개 분기 연속 두자릿수 증가. Prestige Beauty 시장 점유율도 확대했으며, 생활비 부담과 경기 불확실성에도 뚜렷한 Trading down은 나타나지 않았음. 이에 FY2026 연간 매출 성장률 6.7~7.2%, 기존점 성장률 3.2~3.7%, EPS 성장률 11.9~13.1%를 제시하며 견조한 뷰티 수요에 대한 자신감을 유지

Ulta의 최애는 K뷰티, 썸타는 C뷰티

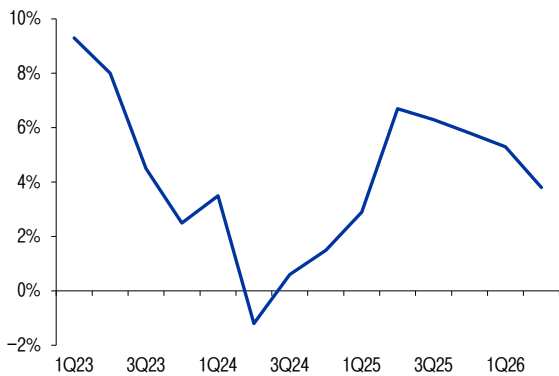
K-Beauty는 Ulta 내 핵심 성장 카테고리 자리잡으며 2분기 매출이 전년동기대비 두자릿수 성장. 신규 K뷰티 브랜드 5개를 추가했고, K뷰티 매출의 절반 수준이 Ulta 독점 브랜드 또는 독점 상품에서 발생해 단순 SKU 확대보다 독점성과 차별화를 강화하는 전략이 확인됨. 전체 스킨케어/웰니스 기존점 매출이 소폭 감소한 상황에서 Medicube, Anua, Peach & Lily 등 주요 K뷰티 브랜드의 성장은 지속돼 미국 스킨케어 시장 내 점유율 확대가 이어지고 있는 것으로 판단. Ulta 역시 지난 18개월 동안 K뷰티가 동사의 미국 시장 성장을 주도했다고 평가하며 장기 성장성에 대한 자신감을 드러냄. 다만 빠르게 늘어나는 K뷰티 브랜드를 모두 받아들이기보다 formulation, efficacy, quality를 기준으로 선별하겠다는 입장을 강조했고, 중국 1위 스킨케어 브랜드 Proya 출시와 함께 C뷰티를 포함한 Global Beauty 전략도 확대 중. 향후 미국 시장에서는 단순히 한국 브랜드라는 프리미엄보다 제품력과 차별화, 현지 대형 유통사의 큐레이션을 통과할 수 있는 브랜드력이 성패를 가를 가능성이 높음.

ULTA Beauty 2Q26 실적: 최애는 K뷰티

Ulta Beauty, 시장을 상회하는 성장 지속

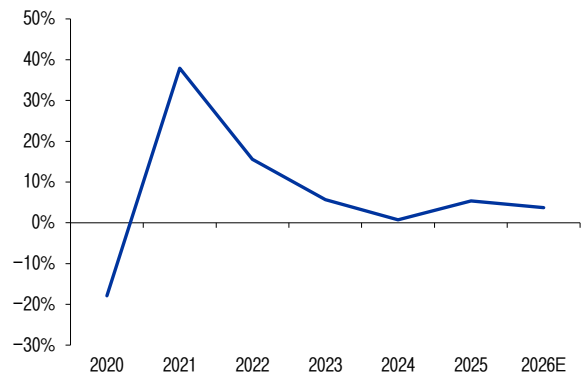
미국 뷰티 소비는 매크로 불확실성에도 상대적으로 견조한 흐름을 이어가고 있다. Ulta Beauty의 FY2026 2분기 매출액은 전년동기대비 8.9% 증가한 30억달러, 영업이익은 10.1% 증가한 3.8억달러를 기록했으며, 희석 EPS도 13.3% 증가한 6.55달러를 기록했다. 기존점 성장률은 3.8%로 객단가 상승이 성장을 주도했고, 객수는 전년 수준을 유지했다. 특히 이커머스 매출은 high-teens 성장하며 6개 분기 연속 두자릿수 증가세를 이어갔고, Prestige Beauty 시장 점유율도 확대했다. 올해 2분기 중 순증은 13개점으로, 소비자들이 생활비 상승과 경기 불확실성으로 가격에 민감해지고 있음에도 소득과 연령별 고객군에서 뚜렷한 Trading down은 나타나지 않았던 것으로 파악된다. 이에 Ulta는 FY2026 연간 매출 성장률 가이드스를 6.7~7.2%, 기존점 성장률을 3.2~3.7%로 제시했으며, EPS도 전년동기대비 11.9~13.1% 증가할 것으로 전망했다.

그림1 Ulta Beauty sssg 추이



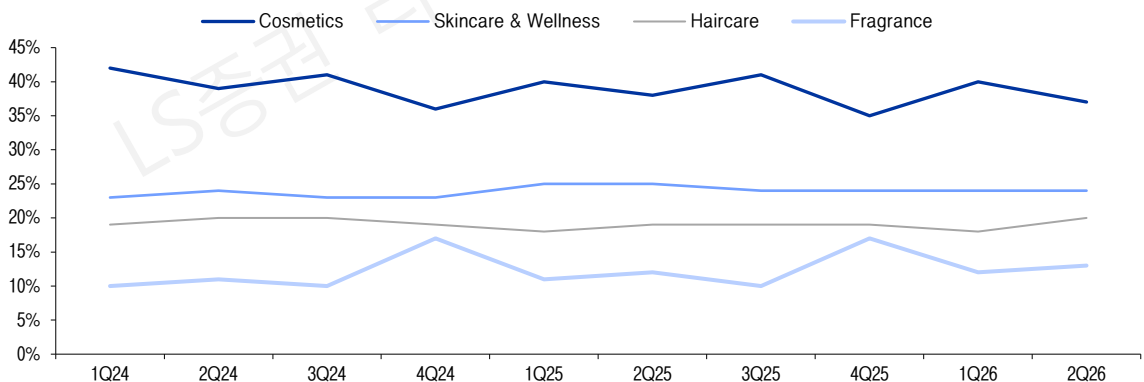
자료: ULTA Beauty, LS증권 리서치센터

그림2 Ulta Beauty 연간 sssg 추이



자료: ULTA Beauty, LS증권 리서치센터

그림3 Ulta Beauty 카테고리 믹스 추이: 헤어케어 상승



자료: ULTA Beauty, LS증권 리서치센터

최애는 K뷰티, 씬타는 C뷰티

K-Beauty는 Ulta 내 핵심 성장 카테고리 자리잡고 있다. 올해 2분기 K뷰티 매출은 전년동기대비 두자릿수 성장했고, Ulta는 5개의 신규 K뷰티 브랜드를 추가하며 구색을 다양화했다. 더욱 주목할 부분은 K뷰티 매출의 절반 수준이 Ulta 독점 브랜드 또는 독점 상품에서 발생했다는 점이다. 미국 내 K뷰티 브랜드와 유통 채널이 빠르게 늘어나는 가운데 Ulta는 단순히 한국 브랜드의 SKU를 확대하기보다는 독점 상품을 확보해 경쟁사와 차별화하는 전략을 강화하고 있다. 실제로 Ulta는 컨퍼런스콜에서 K뷰티 부문이 지난 18개월 동안 동사의 미국 시장 실적을 선도해 왔다고 평가했고, 이번 분기에도 K뷰티 성장이 시장점유율 확대에 기여했다고 설명했다. 전체 스킨케어/웰니스 기존점 매출이 소폭 감소한 상황에서도 Medicube, Anua, Peach & Lily 등 K뷰티 브랜드의 성장은 지속됐다는 점도 긍정적이다. 미국 스킨케어 시장의 성장을 둔화와 경쟁 심화에도 K뷰티가 카테고리 내 점유율을 가져오고 있음을 보여주는 지표로 판단된다.

다만 동사는 빠르게 바뀌는 K뷰티 유행을 무작정 따라가기보다 제품의 formulation, efficacy, quality를 검증해 좋은 브랜드를 선별하겠다고 강조했으며, 이와 관련 중국 1위 스킨케어 브랜드 Proya 출시를 언급하며 C뷰티를 포함한 Global Beauty가 중요하다는 입장을 밝혔다. 이에 미국 시장에 진입하는 K뷰티 브랜드 수 자체가 증가하는 만큼 향후 경쟁력은 단순한 한국 브랜드라는 프리미엄보다 제품력과 차별화, 현지 유통사의 큐레이션에 통과할 수 있는 브랜드력이 좌우할 가능성이 높다.

표1 국내 소비재/플랫폼 주간 수익률

	현재가 (pt, 원)	시가총액 (억원)	수익률 (%)							P/E			P/B		
			1W	1M	3M	6M	12M	YTD		2025	2026E	2027E	2025	2026E	2027E
코스피	6,789	55,966,209	-1.8	12.7	-17.1	8.7	112.4	61.1	-	-	-	-	-	-	-
코스피 대형주	7,403	51,410,290	-2.4	12.6	-17.6	11.2	130.5	69.1	-	-	-	-	-	-	-
코스닥	838	4,693,243	4.6	18.8	-24.1	-29.7	5.0	-9.4	-	-	-	-	-	-	-
코스피 중형주	4,184	3,592,678	6.4	14.9	-10.6	-10.4	20.7	12.4	-	-	-	-	-	-	-
코스피 소형주	2,428	917,376	4.3	11.9	-8.4	-16.4	-0.4	-3.5	-	-	-	-	-	-	-
유통															
코웨이	100,400	71,051	4.7	10.1	8.7	22.6	-4.2	15.5	11.8	9.9	8.4	1.9	1.7	1.5	
호텔신라	43,000	16,877	1.7	-7.3	-22.2	-10.3	-9.1	-3.6	-11.9	14.9	10.5	1.5	1.3	1.2	
BGF 리테일	147,000	25,407	4.0	18.6	18.8	17.8	24.5	40.3	13.6	10.9	9.7	2.0	1.7	1.5	
GS 리테일	26,650	22,281	3.3	8.8	5.1	21.1	62.5	32.6	15.1	9.9	8.9	0.7	0.6	0.6	
롯데쇼핑	102,100	28,883	5.6	-16.8	-32.5	-5.2	53.1	40.8	36.8	8.4	6.8	0.2	0.2	0.2	
신세계	405,500	38,300	1.3	-12.9	-22.2	10.0	143.5	64.2	37.8	9.2	8.2	0.8	0.7	0.7	
이마트	75,100	20,724	4.5	-5.3	-13.8	n/a	3.3	-7.6	6.4	-609.5	11.4	0.2	0.2	0.2	
현대백화점	93,400	20,142	0.0	-26.7	-14.5	-15.1	23.1	5.4	9.3	7.5	5.9	0.4	0.4	0.4	
SK 네트워크스	6,690	13,420	-1.8	-4.0	-44.2	16.4	51.0	48.0	27.6	11.8	19.2	0.6	0.6	0.6	
인터넷															
NAVER	220,500	335,329	-0.7	5.0	7.6	-13.4	1.4	-9.1	16.1	17.6	15.5	1.2	1.2	1.1	
카카오	36,850	163,239	2.9	3.4	-8.1	-40.9	-42.0	-38.7	30.4	27.9	17.7	1.5	1.4	1.3	
게임															
크래프톤	222,500	101,789	0.2	-8.8	-12.9	-10.5	-33.0	-9.6	12.0	11.1	8.3	1.3	1.2	1.1	
넷마블	37,450	31,143	1.1	1.9	-9.9	-28.8	-38.8	-22.4	10.2	6.3	10.4	0.5	0.5	0.5	
NC	225,000	48,474	0.2	0.0	-20.9	-2.6	10.0	11.7	13.5	10.4	9.6	1.3	1.2	1.0	
펄어비스	32,500	20,424	0.9	-2.8	-26.0	-39.4	-0.5	-13.1	-234.2	6.1	15.8	2.5	1.7	1.5	
카카오게임즈	8,260	8,817	-2.9	10.4	-12.9	-43.5	-50.2	-44.6	-5.5	-7.7	24.5	0.6	0.8	0.8	
더블유게임즈	59,200	12,535	-0.3	-1.5	-15.4	11.7	12.3	10.5	8.5	6.4	5.6	0.9	0.8	0.7	
NHN	69,700	22,829	-7.3	92.8	67.8	83.9	169.1	139.9	64.5	21.7	16.5	1.5	1.4	1.3	
웹젠	11,290	3,496	3.3	-6.0	7.5	-14.1	-21.3	-12.5	13.6	12.7	12.7	0.5	0.5	0.5	
컴투스	36,000	4,353	13.2	35.6	32.4	0.3	-9.1	23.9	91.3	35.7	10.9	0.4	0.4	0.4	
화장품															
아모레퍼시픽	150,600	88,090	9.1	26.8	30.5	-0.5	25.5	26.0	38.8	27.9	24.3	1.9	1.8	1.7	
LG 생활건강	318,000	47,622	1.6	24.5	28.2	19.1	6.5	23.0	44.0	23.4	18.8	1.0	0.9	0.9	
실리콘투	53,300	34,952	11.9	46.0	43.9	21.6	16.6	37.9	19.2	14.4	12.6	7.8	5.5	3.9	
아모레퍼시픽홀딩스	28,000	21,408	7.7	15.5	23.4	-10.7	2.2	4.3	17.2	n/a	n/a	0.8	n/a	n/a	
한국콜마	161,700	38,169	18.3	63.5	86.7	111.9	107.8	160.4	36.9	19.5	16.0	4.3	3.5	2.9	
코스맥스	303,000	34,389	11.8	64.1	73.0	59.5	38.4	85.9	59.6	20.3	16.6	6.9	5.0	4.0	
브이티	13,540	4,731	9.9	18.6	0.9	-21.7	-63.7	-22.7	7.9	10.5	7.2	n/a	1.6	1.3	
코스메카코리아	153,900	16,437	12.1	85.0	118.0	82.1	143.9	131.1	33.5	22.3	18.5	6.3	5.2	4.1	
씨앤씨인터내셔널	23,600	3,217	10.3	31.1	12.1	-23.1	-46.9	-20.4	14.3	n/a	n/a	1.5	n/a	n/a	
클리오	13,430	2,427	6.2	34.2	20.3	3.6	-9.3	3.1	17.6	11.7	10.1	n/a	0.9	0.9	
한국화장품제조	14,440	3,272	33.7	82.3	63.4	36.2	26.0	47.7	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	
아이패밀리에스씨	9,800	1,635	12.0	26.0	-2.5	-26.4	-60.2	-28.2	7.1	8.8	7.4	1.5	n/a	n/a	
마녀공장	17,890	2,933	1.5	13.0	18.7	34.2	7.6	30.7	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	

자료: Quantiwise, LS증권 리서치센터

주: 2026.8.28 종가 기준

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 리서치본부의 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 하시기를 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 3자에게 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	Buy (매수)	+15% 이상 기대	90.3%	2018년 10월 25일부터 당사 투자등급 적용기준이 기준 ±15%로 변경
	투자등급 3단계	Hold (보유)	-15% ~ +15% 기대	9.7%	
		Sell (매도)	-15% 이하 기대		
		합계		100.0%	투자의견 비율은 2025. 7. 1 ~ 2026. 6. 30 당사 리서치센터의 의견공표 종목들의 맨마지막 공표의견을 기준으로 한 투자등급별 비중임 (최근 1년간 누적 기준. 분기별 갱신)