

2025/12/08

화장품

권우정 책임연구원
20240006@iprovest.com

ULTA 3분기 실적 합의: 커져가는 K뷰티 존재감

3분기 시장기대치 대비 매출액 +5.4%, 희석EPS +11.5% 상회하는 호실적 기록
전략 카테고리 K뷰티 포트폴리오 언급. 1) K뷰티의 기초 부문 약진, 2) 색조 확장 가능성,
3) ULTA의 적극적인 K뷰티 브랜드 투자 지원 등 직접 강조한 것은 이례적

3Q25 Review: 시장 기대치 상회

3Q25 ULTA 매출액은 29억달러(YoY 13%), 희석EPS 5.14달러(YoY flat)으로 블룸버그 컨센서스 대비 각각 +5.4%/+11.5% 상회하는 호실적 기록하며, 시간외 주가 +6% 상승. 동일점포성장률은 6.3%(YoY +5.7%p)을 기록. 전 카테고리 및 채널에서 매출이 증가하는 호실적 기록. 매스 및 프레스티지 부문 내 시장 점유율은 지속 확대된 것으로 파악됨.

동일점포성장률 6.3% 증가는 구매액 +3.8%, 거래량 +2.4% 증가에 기인. 채널별로는 온라인이 Mid-teen%, 오프라인이 +MSD% 증가하며 견조한 성장 지속. 카테고리별로는 향수가 명품 브랜드 신제품 출시 및 연말 한정판 제품 판매 호조로 +DD% 성장. 스킨케어는 프레스티지 및 매스 모두 강세를 보이며 +HSD% 성장. 특히, 독보적인 K뷰티 제품군이 스킨케어 매출을 견인하며 성장 중. 메이크업은 +MSD% 증가했으며, 매스 신제품 출시 및 가격 인상 효과/기존 프레스티지 브랜드 강세/K뷰티 브랜드 강세 기인함.

OPM은 10.8%(YoY -1.8%p)을 기록했는데, 이는 매출원가율 -0.7%p, 판관비율 +2.4%p에 기인함. 매출원가는 재고손실 감소 및 관세 영향에 따른 가격 인상 효과-재고 인식 시점차이 효과에 따라 개선. 판관비율은 인센티브 증가, 인건비 증가, 클라우드 소프트웨어 상각비 증가 등 영향으로 증가했음.

사측은 25년 연간 가이드를 순매출 123억달러(기존 120억~121억달러), 동일점포성장률 4.4%~4.7%(기존 2.5%~3.5%), OPM 12.3%~12.4%(기존 11.9%~12.0%)으로 상향 조정함.

3분기 더 강해진 K뷰티 존재감

ULTA는 금번 실적에서 K뷰티 포트폴리오의 강력한 성과에 대해 긍정적으로 평가했으며, 향후 성장 동력으로 제시. 올해 초 ULTA는 신규 CEO 부임 이후, 미국 핵심 사업 강화 중임. 제품 포트폴리오 및 신규/독점 브랜드 역량을 강화 중이며, 이 과정에서 K뷰티를 적극적으로 활용하는 것으로 파악됨. 기존 실적 컨콜에서 K뷰티 약진을 언급한 적은 존재했지만, 전략 카테고리의 일종으로 K뷰티 포트폴리오 확장을 직접적으로 언급한 것은 이례적임. 특히, 1) 스킨케어 매출에서 K뷰티 약진, 2) 색조 부문에서 K뷰티 확장 가능성, 3) ULTA의 신규 K뷰티 브랜드에 대한 적극적인 마케팅 등 브랜드 인지도 제고 지원 등이 인상 깊었음. ULTA는 25년 아누아, 메디큐브, 티르티르, 뽀, 언리시아 등 신규 독점 브랜드를 론칭했으며, 모두 강력한 성과를 기록 중인 것으로 파악됨. 참고로, 최근 메디큐브는 10월 일타 온라인 스킨케어 브랜드 1위, 온오프라인 합산 스킨케어 브랜드 3위를 기록할 정도로 이례적인 성과 기록

