'타임 100대 기업' 에이피알, 1분기 영업이익 1523억 '역대 최대'

등록 2026.05.07 11:14:48

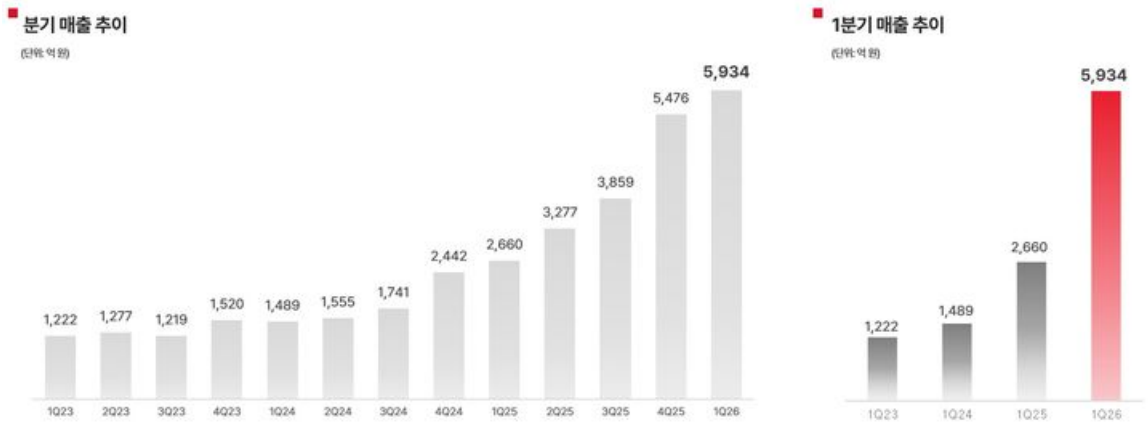
[서울=뉴시스]] 미국 타임스퀘어 내 메디큐브 옥외 광고.(사진=에이피알 제공) *재판매 및 DB 금지

[서울=뉴시스]오제일 기자 = K-뷰티 글로벌 확산세를 이끌고 있는 에이피알이 글로벌 성과와 주력 사업 부문의 고른 성장에 힘입어 역대 최대 분기 실적을 달성했다. 최근 미국 유력지 타임(TIME)이 선정한 100대 기업에 이름을 올린 데 이어 괄목할 만한 실적으로 또 한번 조명 받게 됐다.

7일 에이피알 잠정 실적 공시에 따르면 1분기 연결 기준 매출액은 5934억원, 영업이익은 1523억원이다. 전년 동기 대비 각각 123.0%, 173.7% 증가한 수치로, 매출액과 영업이익 모두 창사 이래 단일 분기 최대치다.

글로벌 시장에서 성장이 매출 신장을 견인했다. 1분기 해외 매출은 지난해 같은 기간보다 179.9% 늘어난 5281억원을 기록했다. 전체 매출에서 해외 매출이 차지하는 비중은 전년 동기 대비 18.1%포인트(p) 증가한 89.0%다.

세부적으로는 미국 매출이 250.8%로 큰 폭으로 성장했다. 매출액은 2485억원으로, 전체 매출의 41.9%에 해당한다.



에이피알 분기 매출 추이(자료=에이피알 제공) *재판매 및 DB 금지

에이피알은 온라인 채널 수요가 견조한 가운데, 오프라인 채널 확장을 본격화 해 상승세를 이어갈 것이라고 전했다.

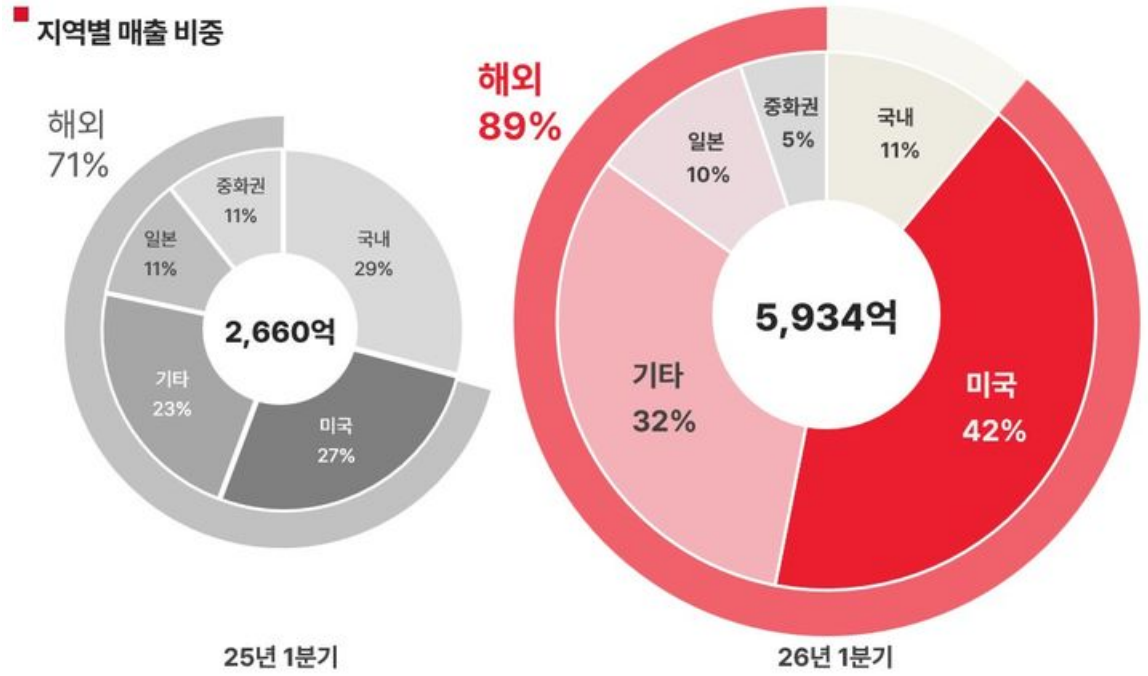
미국 시장조사업체 나비고 마케팅(Navigo Marketing)에 따르면 에이피알은 미국 아마존 뷰티 카테고리에서 2025년 연간 브랜드 점유율 7.1%로 3위를 기록한 데 이어, 2026년 1분기에는 점유율 14.1%로 1위를 차지했다.

대표 브랜드 메디큐브는 올 2분기부터 기존 얼타뷰티 외 복수의 미국 대형 오프라인 채널에 연내 순차 입점될 예정이다.

미국 외 글로벌 시장에서도 호실적을 거뒀다.

일본 매출은 589억원으로 전년 동기 대비 100.8% 늘었고, 기타 지역 매출 역시 601억원에서 1900억원으로 216.1% 증가했다.

일본에서는 오프라인 유통 채널 확대, 제품군 확장과 더불어 큐텐(Qoo10), 라쿠텐(Rakuten) 등 온라인 채널에서의 성장세가 돋보였다. 기타 지역 온·오프라인 매출 증가도 실적에 긍정적으로 반영됐다.



에이피알 1분기 지역별 매출 비중(자료=에이피알 제공) *재판매 및 DB 금지

사업 부문별로는 화장품 및 뷰티 부문의 가파른 성장이 이어졌다. 해당 부문은 지난해 같은 기간보다 174.3% 늘어난 4526억원의 매출을 기록했다.

메디큐브는 주력 제품이 연달아 매출 신기록을 써 내려가고 있다고 한다. PDRN 제품군은 출시 이후 약 20개월 만인 올 2월 글로벌 누적 판매량 5000만 개를 넘어섰고, 토너패드 제품군 역시 1분기 기준 글로벌 누적 판매량이 2000만개를 훌쩍 넘어섰다.

해외 시장에서도 의미 있는 성과를 거뒀다. 지난 3월 아마존 '빅 스프링 세일(Big Spring Sale)' 행사에서 메디큐브 제품 10개가 전체 뷰티 부문(Beauty & Personal Care) 베스트셀러 100위권 내에 이름을 올렸다.

뷰티 디바이스 부문은 전년 동기 대비 46.0% 증가한 1327억원의 매출을 시현하며 역대 최대 분기 매출을 달성했다.

이 같은 성과에 힘입어 에이피알은 미국 경제 전문 시사주간지 타임(TIME)이 선정한 '2026년 세계에서 가장 영향력 있는 100대 기업'에 올랐다. 올해 한국 기업으로는 유일하게 선정됐으며, 국내 뷰티 기업으로는 첫 사례로 꼽힌다.

특히 에이피알은 알파벳, 엔비디아, 메타, 스페이스X 등 글로벌 기업들과 함께 '거장' 부문에 선정됐다. 전 세계 K-뷰티 성장의 차세대 물결을 주도하고 있는 기업으로 평가됐다.

에이피알 관계자는 "에이피알의 차별화된 제품 경쟁력이 국내외 브랜드 인지도 상승으로 연결되고 있다"며 "기존 시장에서의 성공이 글로벌 전역으로 확산되며 신규 수요를 창출하는 '플라이휠 효과(Flywheel Effect)'가 발휘되고 있다"고 설명했다.

김병훈 에이피알 대표이사. (사진=에이피알 제공) *재판매 및 DB 금지

그러면서 "신규 시장 진출과 유통 채널 다각화로 지속적 외형 성장을 도모하는 한편, 고객과 시장의 트렌드를 반영한 신제품도 적극 출시해 퀀텀 점프를 이어갈 것"이라고 말했다.

◎공감언론 뉴시스 kafka@newsis.com

Copyright © NEWSIS.COM, 무단 전재 및 재배포 금지