미용업의 동종업종 간 거리제한 도입의 필요성에 관한 연구

김신미¹ · 나명석^{2,*}

¹영남이공대학교 뷰티스쿨, 겸임교수

²광주여자대학교 미용과학과, 교수

A Necessity of Minimum Distance among Businesses in the Beauty Industry

Sin-Mi Kim¹ and Myung-Suk Na^{2,*}

¹Adjunct Professor, Dept. of School of Beauty, Yeungnam University College

²Professor, Dept. of Beauty Science, Kwangju Women's University

Recently, there has been a shift in beauty market from beauty salon-led market where demand was higher than supply to customer-driven market when demand is lower than supply. At present, beauty salons are already saturated. Under excessive competitions, furthermore, profitability has significantly decreased. Despite high competitiveness and great ripple effects, however, domestic beauty industry is undergoing some difficulties due to industry polarization and absence of a decent system. Considering a necessity of protecting right to life and goodwill for beauty businesses and establishing the ground for co-prosperity, therefore, this study targeted to minimize damages resulting from business overlapping and find a way for co-prosperity through a questionnaire survey on the awareness of model transactions against franchise chain and mom-and-pop beauty salon managers, and the results found the followings: According to detailed analysis on the current situations of beauty industry, 91.7% said that supply is now greater than demand. In addition, 80.6% understood a necessity of adopting minimum distance among businesses in beauty industry because of decrease in sales and difficulties in recruitment difficulties. Therefore, this study aimed to suggest such necessity and improve value orientation in beauty industry.

Keywords: Beauty market saturation, Minimum distance among businesses in the same industry, Model transaction guidelines, Win-win

I. 서 론

현재 우리나라는 고도의 경제성장을 통하여 생활 수준이 향상되면서 건강과 미에 대한 관심이 높아지게 되었고 미용업이 차지하는 비중 또한 증가하고 있다. 새로운 성장 동력 산업으로 발전하고 있는 뷰티산업의 영역은 계속해서 증대될 것으로 예상된다(You & Son, 2019).

근래에는 고학력자의 취업 곤란 현상으로 인하여 전문직종의 자격증 취득을 더욱 부추기고 있으며 특히 미용업은 면허증과 소자본만 있으면 누구나 쉽게 창업할 수 있어, 일자리 창출과 소자본 창업이 용이한 미용 서비스 시장은 지속적으로 확장되고 있다. Son & Yang(2019)의 연구에서도 현대인은 신체의 건강과 미적 추구는 개인의 경쟁력과 부가가치의 원천으로 삶의 절대적 우위를 차지하고 있기때문에 뷰티산업은 지속적인

로 확대될 전망이라고 하였다. 하지만 미용시장은 종래의 공급이 수요에 비해 부족하던 미용실 주도적인 상황에서, 공급이 수요보다 많은 고객 주도형 시장으로 변하고 있다. Lee & Kim(2010)의 연구에 의하면 우리나라 뷰티산업의 문제점을 영세한 규모의 기업체가 많은 반면, 1인당 매출액은 평균의 6분의 1수준이라고 하였고, 뷰티산업내의 양극화가 심화되어 소규모 및 대규모, 프랜차이즈의 확대로 매출과 영업이익 측면에서 서로 상생할 수 있는 대안이 필요하다고 하였다. 특히 현재 소규모 미용실의 수가 포화상태에 이르렀고, 과다경쟁 속에서 사업성마저 크게 떨어지고 있는 실정이다(Shin & Shin, 2010). 국가통계청의 서비스업 조사에 의하면 2018년 헤어미용 업체 수는 102,930개였으며, 2008년은 77,409개에서 2013년에는 87,126개로 업체 수가 계속 증가하여 업체 간에 경쟁이 더욱 치열해지고 불황으로 인하여 매출에 대한 관심이 고조되고 있다(Choi, 2020). 이와 함께 소비심리 위축, 내수경기 악화 등 경기 불황이 깊어지면서 2014년 인·허가 한 43개 업종 중 미용서비스업은 1년 이내 단기 폐업율이 11%로 타 업종에 비해 가장 높게 나타나고 있다(Joung, 2018). Park & Oh(2020)의 연구에서

*Corresponding author: Myung-Suk Na

Tel : +82-2-950-3716

E-mail : msra@kwu.ac.kr

접수일(2021년 12월 3일)/수정일(2022년 1월 13일)/채택일(2022년 2월 3일)

도 미용사업체 수와 종사자 수는 증가 되었으나 매출액은 감소하고 영업비용은 증가한 것으로 나타나 미용이 성장추세로 중요한 산업적 비중을 차지하고 있는 반면, 과다경쟁으로 인한 수익률 저조로 경영의 실패를 겪고 있는 실정이라고 하였다. Jo & Kim(2013)의 프랜차이즈 미용업 점포개발을 위한 방문객 특성 및 입지 특성에 관한 연구에서도 상업시설의 위치가 소비자들의 선택에 있어서 중요한 결정적 요인이 되며, 매출액에도 영향을 미친다고 하였다. 또 다른 선행연구를 살펴보면 경영성과에 중요한 요소로 판단되는 요인 중 점포의 입지요인과 가시성, 접근성이 경영성과와 관련이 있다고 하였다(Hwang & Ha, 2008). 이처럼 국내 뷰티산업은 그 경쟁력과 과급효과가 큼에도 불구하고 산업구조의 양극화와 제도적 측면의 미비함으로 어려움을 겪고 있다. 이와 유사한 사례로 주유소의 공정거래질서 확립과 무분별한 주유소 신설 자체에 대한 보완대책으로 1984년 6월 ‘석유사업법’에 주유소간 거리제한이 도입되어 1995년 11월 15일까지 행정정책이 시행되었고, 이 후 거리제한이 긍정적 효과를 가져온 것으로 평가되어 각종 보완대책을 수립, 시행해 나가도록 함으로써 주유소 거리제한의 기본목적이 달성될 수 있도록 추진해 나갔다(Yeo, 2013). 또 편의점 근접출점 실태 및 규제정책 연구(Sin et al., 2019)와 모범거래기준과 영업지역침해: 한국 커피 프랜차이즈 산업을 중심으로 한 You et al.(2018)의 연구 등에 나타난 것과 같이 다양한 산업 전반에서 업체 간 최소거리 설정에 대한 중요성이 명시되고 있고 영업지역보호 규제에 대한 연구가 활발히 진행되고 있다. Nam(2020)의 연구에서도 1994년 이후에 우리나라 미용시장이 개방되면서 미용업의 프랜차이즈, 대형화, 전문화 현상이 급속히 확산되어 미용실 간 양극화현상이 발생하였으며, 고객들의 뷰티샵 점포선택속성 지각에서 다점포간 경쟁환경이 점포선택과정에 영향을 주는 주요 요인의 인과관계를 규명하였다. 이처럼 다양한 분야의 소상공업체의 운영에 대한 연구는 활발히 이루어지고 있으나 미용산업의 시장규모에 대한 구체적인 운영의 문제점에 대해서는 연구가 매우 미비한 실정이다. 또 다른 연구에서는 미용산업의 급속한 성장과 동시에 경쟁이 심화되어 기존의 공급자 중심의 업체운영 방식에서 벗어나 고객중심의 점포운영으로 바뀌게 되는 계기를 마련해준 것에 대해서는 긍정적이라는 의견도 있었다. 하지만 이 연구에서도 점포속성이 사회교환이론에 바탕을 둔한 고객시민행동의 관계를 규명하여 구매의사결정에 영향을 미치는 것으로 판단되어 서비스 조직에 중요한 경제적 및 사회적 손실이 발생할 수 있다고 하였다(Park, 2020).

따라서 본 연구는 미용업 성장에 비해 제도적 장치가 미비한 가운데 미용업의 생존권과 영업권을 보호하고, 동반성장의 기반을 마련할 필요성이 있다고 사료 되었다. 대상은 전국의 프랜차이즈 및 독립미용실 관리자들을 대상으로 하여 미용업계의 동종업종 거리제한에 대한 기준 의식을 설문 조사하여 미용

업의 상권 중첩을 최소화하고 미용 업주 간에 서로 상생할 수 있는 방안을 찾고자 한다.

II. 내용 및 방법

1. 연구문제

본 연구는 미용실의 거리제한에 관한 의식 상태를 알아보기 위하여 인구통계학적 특성에 따라 미용직업군에 대한 인식과 동종업종간의 거리제한인 모범거래기준의 필요성에 대한 응답과 신뢰도를 알아보고, 이 후 미용업의 향후 전략과 방향에 따른 대응전략을 수립하고자 하는 것에 목적이 있다.

연구목적에 따른 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 인구통계적 특성과 미용실 운영실태를 알아본다.

둘째, 인구통계적 특성과 현재 미용직업군에 대한 인식을 알아본다.

셋째, 조사대상자의 미용업 거리제한의 필요성에 대하여 알아본다.

2. 조사대상 및 자료수집 방법

본 연구의 목적에 따라 전국에 거주하는 미용경영자를 대상으로 총 300부가 배부되었고 조사기간은 2018년 12월 13일 ~ 2019년 1월 23일까지 설문지를 배포, 회수하였으며 설문응답이 불충분 하거나 일부 누락된 경우를 제외한 289부의 설문지를 통계처리 분석하였다.

3. 설문 구성

설문의 구성은 아래의 내용과 같으며 일반적 특징과 미용 직업군에 대한 인식도 등에 관한 문항은 Jung(2012)의 소상공인 미용실의 점포 특성이 경영성과에 미치는 영향 연구와 Park & Min(2010)의 소자본 창업자의 특성과 인식에 관한 실증연구의 설문 문항을 본 연구에 맞게 수정하였고, 동종업종간의 거리제한의 필요성에 관련해서는 Shin & Shin(2010) 동종 및 이종 소매업종 간 공간상관관계에 관한 고찰과 Hwang & Ha(2008)의 미용서비스업체의 입지요인과 경영성과에 관한 실증연구, Jang & Joo(2004)의 미용환경변화에 대한 연구에서 사용한 구인난 및 경영난의 어려움에 대하여 미용업과 관련된 내용으로 재구성하였다.

1) 일반적 특성

연구대상자의 인구통계학적 특성을 살펴보기 위해 연령, 학력 2문항과 미용업 점포운영 운영실태에 관련한 8문항을 명목

척도로 구성하였다.

2) 미용직업군에 대한 인식도

점포를 운영함에 있어서 미용직업군에 대한 인식을 알아보기 위하여 미용직업군의 만족도 3문항, 현재 미용업의 실태와 관련된 3문항, 현재 미용업의 운영상태 및 노력 4문항으로 구성되어 있으며, 연구에 이용한 변수들을 측정할 목적으로 설문 문항에 대하여 ‘매우 아니다’는 1점, ‘아니다’는 2점, ‘보통이다’는 3점, ‘그렇다’는 4점, ‘매우 그렇다’는 5점 등으로 하는 리커트(Likert) 척도 방식으로 측정하였다.

3) 미용업의 동종업종간 모범거래기준법 도입의 필요성

현재 매장 운영과 관련하여 모범거래기준법 도입의 필요성에 대하여 구인난 및 경영에 대한 어려운 이유 5문항을 직접 선택하게 하여 상관관계를 분석하였다.

4. 통계분석방법

본 연구에서 수집된 자료는 IBM SPSS Statistics(Version 25)를 이용하여 통계처리 하였으며, 사용된 척도들에 대해서는 Cronbach's alpha를 산출하여 신뢰도를 검정하였다.

조사대상자의 일반적 특성은 빈도분석, 현재 미용업의 만족도와 안정성에 따른 직업군 인식도는 빈도분석 분산분석(ANOVA), 분산분석의 경우 통계적으로 유의한 차이가 있을 때에는 Duncan's multiple range test를 통하여 사후검정을 실시하였고, 현재 미용업의 실태와 동종업종간 거리제한에 대한 인식은 빈도분석을 실시하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 표본의 일반적 특성

다음 <표 1>은 조사대상자의 일반적 특성에 대해 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석결과 40대 123명(42.6%), 50대 92명(31.8%)으로 가장 많이 나타났고, 20대, 30대, 60대 순으로 나타났다. 최종학력은 초등학교 이하 3명(1%), 중학교 졸업 19명(6.6%), 고등학교 졸업 114명(39.4%), 전문대학 졸업 76명(26.3%), 4년제 대학 졸업 이상 77명(26.6%)으로 나타났다. 경력은 3년 미만이 40명(13.8%), 3~5년 18명(6.2%), 5~7년 17명(5.9%), 7~9년 15명(5.2%), 10년 이상 199명(68.9%)이었다. 이는 Han & Youn(2006)의 미용실 관리자 직무분석과 체계화를 위한 연구에서도 나와 있듯이 미용실 관리자는 기술직이기 때문에 많은 경험과 이를 통한 신뢰를 필요로 하는 자리이므로 연령분포에서는 40대 이상이 가장 많았고 경력도 10년 이상이 많음을 알 수 있었다. 영업장 위치에 따른 분포도를

Table 1. Subjects' General Characteristics

	Category	Frequency (N)	Percentage (%)
Age	20s	2	7
	30s	63	21.8
	40s	123	42.6
	50s	92	31.8
	60s or older	9	3.1
Education	Elementary school or below	3	1
	Junior high school	19	6.6
	High school	114	39.4
	Junior college	76	26.3
	4-year college or higher	77	26.6
Work Experiences	Less than 3 years	40	13.8
	3-5 years	18	6.2
	5-7 years	17	5.9
	7-9 years	15	5.2
	10 years or more	199	68.9
Business Structure	Sole proprietorship	261	90.3
	Franchise chain	11	3.8
	Under the direct control of the head office	8	2.8
	Shop in shop	1	3
	10 pyeong or smaller	85	29.4
Size of Shop	11-20 pyeong	113	39.1
	21-30 pyeong	51	17.6
	31-40 pyeong	20	6.9
	41-50 pyeong	12	4.2
	50 pyeong or larger	8	2.8
Average Monthly Income	Less than KRW 1 million	22	7.6
	KRW 1-2 million	85	29.4
	KRW 2-3 million	60	20.8
	KRW 3-4 million	52	18
	KRW 5 million or more	70	24.2
Location of Business	Residential area	73	25.3
	Apartment complex region	105	36.3
	Commercial area	92	31.8
	Industrial district	1	3
	Etc.	18	6.2

보면 일반주택 밀집지역이 73곳(25.3%), 아파트 밀집지역이 105곳(36.3%), 상가 밀집지역이 92곳(31.8%), 공업지역이 1곳(3%), 기타 18곳(6.2%)으로 나타났다.

영업장 형태는 개인샵이 261곳(90.3%), 체인점이 11곳(3.8%), 본사직영이 8곳(2.8%), 샵인샵이 1곳(3%)으로 나타났고 영업장 규모는 10평 이하가 85곳(29.4%), 11~20평이 113곳(39.1%),

21평~30평이 51곳(17.6%), 31평~40평이 20곳(6.9%), 41평~50평이 12곳(4.2%), 50평 이상이 8곳(2.8%)으로 나타났다. 월 소득은 100만원 미만이 22곳(7.6%), 100~200만원이 85곳(29.4%), 200~300만원이 60곳(20.8%), 300~400만원이 52곳(18%), 500만원 이상이 70곳(24.2%)으로 나타났다. 이처럼 소규모의 개인 미용실이 주를 이루고 있고, You & Son(2019)의 연구에서도 영세미용실이 대부분으로 이는 총 미용실의 약 88%를 차지한다고 보고된 바 있다. 이는 소상공인이 우리나라 미용업체에 미치는 고용창출 효과와 기여도가 매우 높다고 할 수 있다. 반면 프랜차이즈 미용실은 전체의 2.5%에 불과하지만 매출은 13.3%로 영세미용실에 비해 프랜차이즈 미용실이 점포 수 대비 시장점유율이 매우 높은 상황이라고 하였다. 이에 따른 선행논문을 살펴보면 소상공인 미용실의 애로사항 및 교육욕구 분석을 통한 활성화 방안연구(Ji & Kim, 2010)와 소자본 창업과 성과에 대한 탐색적 연구(Park & Min, 2009) 등 소규모 미용업체를 대상으로 한 연구가 진행되어 있으며, 우리나라 미용산업이 꾸준히 증가, 발달하고 있음에도 영세성과 미용산업 내의 양극화가 심화 되고 있음을 알 수 있다.

2. 현재 미용직업군의 인식도

대상자들의 미용업에 관한 인식을 살펴보면 월 소득에 차이가 있음에도 불구하고 미용업이라는 기술직에 만족하고 있다는 응답이 전체의 189명(65.6%)로 많았다. Kim(2013)의 연구에서도 미용업의 직업만족도가 높게 나온 이유가 미용이 전문직으로 각광을 받고 있고 자영업이 가능하기 때문에 타 직업에 비하여 만족도가 높다고 하였다. 하지만 미용업의 안정성과 추천 여부에 관해서는 68명(23.5%)가 보통이다 라는 응답이 나타났다. 미용업의 과다출몰로 인해 안정성에 대한 인식이 부정적으로 작용한 것으로 사료 된다. 또 현재 국내 미용실의 포화상태에 대해서는 수요보다는 공급이 많아짐으로써 갈수록 공급 쪽이 심화가 되어 어려워질 것이라는 예상하였다. 이러한 환경속에서 본인의 노력에 따라 극복할 수 있겠냐는 질문에는 그렇지 않다 라는 대답이 10명(3.5%)로 본인의 노력보다는 환경적인 제한이 큰 것을 알 수 있다. Park & Oh(2020)의 메타분석을 이용한 미용업 경영성과 영향요인에 관한 연구에서도 시장규모의 확대, 성장추세로 중요한 산업적 비중을 차지하는 반면, 과다경쟁, 수익률 저조 등의 환경적인 영향으로 영업비용의 감소가 경영의 실패를 겪고 있다고 하였다. 이에 따른 다른 직종의 직업을 생각해 봤다 라는 응답이 104명(36%)로 나타났고 변화하는 환경변화에 대해서 잘 대처 한다 라는 응답이 전체 응답자의 156명(54%)밖에 되지 않아 미래에 대한 부정적인 심리가 많은 것으로 나타났다. 이는 아직까지 미용업계의 환경변화에 적극적으로 대처하기 보다는 심리적인 불안감으로 나타나고 있는 실정이며, 이에 따른 적극적인 대응책이 필요하다고

Table 2. Degree of Satisfaction and Awareness

Category	Response	Frequency	Effectiveness N %
Satisfaction with Cosmetology Job	Very little	3	1.0%
	Little	14	4.9%
	Neither little nor much	82	28.5%
	Much	112	38.9%
Stability of Cosmetology Job	Very much	77	26.7%
	Very little	3	1.0%
	Little	30	10.4%
	Neither little nor much	68	23.5%
Willingness to Recommend Cosmetology Job	Much	131	45.3%
	Very much	57	19.7%
	Very little	19	6.6%
	Little	27	9.3%
Degree of Saturation of Cosmetology Job	Neither little nor much	59	20.4%
	Much	129	44.6%
	Very much	55	19.0%
	Very little	1	0.3%
Any Idea of Getting a Different Job	Little	4	1.4%
	Neither little nor much	19	6.6%
	Much	144	49.8%
	Very much	121	41.9%
Growth Potential with Efforts	Very little	66	22.8%
	Little	74	25.6%
	Neither little nor much	31	10.7%
	Much	104	36.0%
Response to Cosmetology Environments	Very much	14	4.8%
	Very little	1	0.3%
	Little	10	3.5%
	Neither little nor much	45	15.6%
Job Satisfaction	Much	151	52.2%
	Very much	82	28.4%
	Very little	4	1.4%
	Little	16	5.5%
Customer Management	Neither little nor much	76	26.3%
	Much	156	54.0%
	Very much	37	12.8%
	Very little	0	0.0%
Customer Management	Little	9	3.1%
	Neither little nor much	121	41.9%
	Much	107	37.0%
	Very much	52	18.0%
Customer Management	Very little	1	0.3%
	Little	28	9.7%
	Neither little nor much	143	49.5%
	Much	96	33.2%
Customer Management	Very much	21	7.3%

Table 3. Reliability Testing

Category	Mean when the Item is Deleted	Variance when the Item is Deleted	Edited Item-Total Correlation Coefficient	Cronbach's Alpha when the Item is Deleted	Cronbach's Alpha
Satisfaction with Cosmetology Job	32.51	16.035	0.586	0.599	0.673
Stability of Cosmetology Job	32.64	16.008	0.568	0.601	
Willingness to Recommend Cosmetology Job	32.76	15.674	0.488	0.614	
Degree of Saturation of Cosmetology Job	32.05	20.475	0.026	0.694	
Any Idea of Getting a Different Job	33.62	24.173	-0.372	0.815	
Growth Potential with Efforts	32.32	17.227	0.507	0.621	
Response to Cosmetology Environments	32.65	17.092	0.502	0.620	
Job Satisfaction	32.67	16.188	0.669	0.591	
Customer Management	32.99	17.589	0.451	0.631	
Increase in Sales	33.09	16.754	0.489	0.619	

사료된다. 또 근접한 거리에 있는 동종업종으로 인해 영업의 어려움을 느끼는지에 대한 응답은 107명(37%)로 그렇다고 답하였고 미용업 개설 당시부터 매출은 하락세를 보인다는 응답자가 57명(19.7%)로 미용업종 간의 경쟁이 수익감소로 이어지는 문제로 발전할 가능성이 나타났다. Park & Min(2009)의 미용산업을 중심으로 한 소자본 창업과 성과에 대한 탐색적 연구에서도 경영성공요인을 크게 개인적특성, 경영관리, 입지특성, 자금조달로 나누어 설문하였는데 응답률이 가장 높은 요인이 사업장의 위치 및 입지선정이라고 응답하였다. 실제로 소규모 미용실이 많아 경쟁이 치열하고 매출이 불안정하여 운영상에 어려움을 겪고 있다고 하였다. 그럼에도 불구하고 철저한 고객 관리 및 마케팅 등 고객 유치에 대한 노력을 하고 있다는 응답은 96명(33.2%)로 생존을 위한 방안들을 구상하여 경영상의 어려움을 극복하고자 하였다. 이에 따라 미용 서비스산업의 현황과 구조를 파악하여 미용 서비스산업의 문제점을 도출하고 미용 서비스산업의 개선방안을 제시하고자 하는 연구가 활발히 진행되고 있다(Kim, 2010). 미용 서비스산업의 특성과 변화 양상을 통해 문제점을 파악하고 미용산업의 발전을 위해 개선방안이 모색되어야 할 것으로 사료된다.

1) 미용직업군에 대한 인식의 타당성 및 신뢰도 검증

미용 직업군에 대한 인식에 대한 측정 문항의 타당성 및 신뢰도 검증을 수행하였다. 크론바하 알파는 신뢰계수 값의 범위는 0과 1사이의 값을 가지며, 0.8~0.9이상이면 바람직하고 0.6~0.7이면 수용할 만한 것으로 여겨진다. 그러나 0.6보다 작으면 내적 일관성이 결여된 것으로 받아들여진다(Lee, 2009). 본 연구에서도 크론바하 알파값을 이용하여 신뢰성을 측정한 결과, 미용 직업군에 대한 인식에 관한 설문항목의 Cronbach's α 값은 0.743으로 나타났으며, 각 항목을 제거하였을 때 Cronbach's α 값이 크게 증가하는 항목이 없으므로 모든 항목이

신뢰성을 확보하였다.

2) 미용 직업군 인식 정도 차이

조사 대상자의 특성에 따라 미용 직업군에 대한 인식 정도가 차이 있는지를 분석한 결과는 <Table 4>와 같다. 그 결과, 연령대에서 유의한 차이가 나타났으나 Duncan 사후검정에서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 또한, 최종학력에서 유의한 차이가 나타났으나 Duncan 사후검정 결과 전문대학졸업과 4년제 대학 졸업 이상이 미용직업군에 대한 인식도가 유의하게 높게 나타나 학력이 높을수록 미용 직업군 인식의 만족도는 큰 것으로 나타났다. 아울러 미용실 개설 년 수가 오래된 영업장일수록 높게 나타났고 미용업의 종업원 수가 많은 큰 규모일수록 높게 나타났다. 또 영업장의 월 소득이 높을수록 미용직업군에 대하여 긍정적인 결과가 나타났다. Park & Kwon(2018)의 미용사의 직업존중감과 만족도의 연구결과에서도 학력이 높을수록 직업존중감 또한 높은 것으로 나타났으며, 연령이 높을수록, 또 급여가 높을수록 만족도가 높다는 결과와 일치하였다.

3. 미용업의 동종업종 간 거리제한 필요성 의식 조사

연구대상자들의 현재 미용업계의 동종업종 간 거리제한 필요성에 대한 인식을 조사한 결과 응답자의 233명(80.6%)이 동종업종간의 거리제한이 필요하다고 생각하였고 현재 구인란이 어려운 이유도 94명(32.6%)으로 미용실 과다출몰로 인한 인력 부족이 2위안에 속해 있었다. 그리고 현재 대상자들이 운영하고 있는 미용업의 위치와 미용업을 개설할 때 위치 선정 시 고려하여 선택하는 사항이 비슷하여 미용실이 한곳에 과다출몰할 수 밖에 없는 요소가 인지되었다. 또 영업주들의 경영상 어려운 부분으로는 소규모, 대규모 영업장과의 경쟁을 184명(63.7%)으로 1, 2순위로 들었고 다음으로 종업원의 불안정성

Table 4. Differences in Awareness of Cosmetology Jobs

(N=289)

Charac- teristics	Category	Mean	N	Standard Deviation	F	Significance Probability	Duncan
Age	30s	3.4808	65	0.53044	2.799	0.040	
	40s	3.7144	123	0.60215			
	50s	3.7279	92	0.64431			
	60s or older	3.5139	9	0.71656			
Education	Elementary school or below (a)	3.0833	3	0.14434	3.500	0.008	d,f > a
	Junior high school (b)	3.4803	19	0.70743			
	High school (c)	3.5918	114	0.55580			
	Junior college (d)	3.6349	76	0.60510			
	4-year college or higher (e)	3.8523	77	0.63600			
Business Structure	Sole proprietorship	3.6699	261	0.61718	1.292	0.273	
	Franchise chain	3.8068	11	0.50733			
	Under the direct control of the head office	3.5469	8	0.47216			
	Shop in shop	2.7500	1				
	Etc.	3.3594	8	0.54869			
Work Experiences	Less than 3 years (a)	3.4156	40	0.52071	5.162	0.000	b<a,c,e<d,e
	3-5 years (b)	3.3056	18	0.52898			
	5-7 years (c)	3.4779	17	0.67638			
	7-9 years (d)	3.8917	15	0.60663			
	10 years or more (e)	3.7391	199	0.60356			
No. of Employees	5 or less	3.6278	252	0.59316	1.417	0.228	
	10 or less	3.8690	21	0.73045			
	20 or less	3.8611	9	0.75892			
	30 or less	3.8750	5	0.46771			
	40 or less	4.0625	2	0.79550			
Size of Shop	10 pyeong or smaller (a)	3.4731	85	0.56127	3.996	0.002	a<c,f
	11-20 pyeong (b)	3.6615	113	0.59520			
	21-30 pyeong (c)	3.9069	51	0.60096			
	31-40 pyeong (d)	3.6063	20	0.72805			
	41-50 pyeong (e)	3.8229	12	0.46910			
	50 pyeong or larger (f)	3.9375	8	0.70076			
Location of Business	Residential area	3.5988	73	0.59217	0.388	0.817	
	Apartment complex region	3.6643	105	0.64611			
	Commercial area	3.7092	92	0.58399			
	Industrial district	3.3750	1				
	Etc.	3.6458	18	0.63774			
Average Monthly Income	Less than KRW 1 million (a)	3.2443	22	0.68081	13.962	0.000	a<b,c,d<e
	KRW 1-2 million (b)	3.4761	85	0.52759			
	KRW 2-3 million (c)	3.5813	60	0.61273			
	KRW 3-4 million (d)	3.7067	52	0.52328			
	KRW 5 million or more (e)	4.0464	70	0.54306			
Scope of Responsi- bility	Solely responsible	3.7232	90	0.66666	0.758	0.519	
	Partially responsible	3.6118	161	0.59336			
	Not responsible	3.7212	26	0.54921			
	Etc.	3.6979	12	0.51527			
Short-term Plan (Within 5 Years)	To open a shop (a)	3.7110	93	0.60595	4.784	0.000	g,c<a,e,b,f
	To establish an academy (b)	3.8824	17	0.63040			
	To get a job in other cosmetology fields (c)	3.1719	8	0.48152			
	To get a job in other business fields (d)	3.4625	10	0.63478			
	To study abroad (e)	3.7500	5	0.63738			
	To get a teaching job (e.g. professor, instructor, etc.) (f)	3.9318	44	0.50682			
	To shut down the business (g)	3.1135	14	0.56402			
	No specific plan (h)	3.5842	98	0.58843			

80명(27.7%), 생산성의 한계 12명(4.2%) 순으로 나타났다. Ji & Kim(2010)의 연구에서도 정부가 개인이나 법인에 의한 미용실 중복개설을 허용하겠다는 규제완화정책을 내놓았으나 현재는 보류중이며, 미용업 진입규제 완화를 위한 법적, 제도적 장치가 필요하다고 하였다. 이러한 경쟁속에서 대상자들의 생존전략으로는 미용요금조정이 82명(28.4%)으로 가장 많았으며, 그 다음 미용실 홍보, 광고, 판촉활동이 32명(11.1%)로 많았다. Ryou & Lee(2006)는 점포의 물리적 환경에 영향을 받음에도 미용업이 ‘가격경쟁력’이 아닌 ‘가치경쟁력’을 높이기 위한 노

력이 필요하다고 하였다. 미용업이 변화하고 있지만 대처 방법으로는 고객마케팅을 위하여 가격을 낮추는 소극적인 자세를 취하고 있었다. Park(2020)의 연구에서도 헤어미용 산업 관련 시장의 경쟁이 확대 심화되어 공급자 중심의 업체운영에서 고객중심의 점포운영에 대하여 연구한 바가 있다. 이처럼 미용실이 포화상태가 되고 경쟁이 심해질수록 미용업의 동종업종 거리제한에 대한 법적, 제도적 장치가 필요하며, 앞으로도 이러한 현상이 계속 지속된다면 미용업의 양극화 현상과 뷰티산업의 경쟁력 또한 심화될 것으로 예상된다.

Table 5. Necessities of Best Practice Standards

Category	Responses	Frequency	Effectiveness N %
Necessity of Distancing Restrictions	Very positive	130	45.0%
	Positive	103	35.6%
	Neither positive nor negative	50	17.3%
	Negative	4	1.4%
	Very negative	2	0.7%
Reasons for Difficulties in Recruiting New Employees (1st Reason)	Too much emphasis on the amount of pay	38	13.2%
	There are too many beauty salons	94	32.6%
	Lack of patience	66	22.9%
	Long working hours	44	15.3%
	Poor working environments	23	8.0%
	Poor understanding of profession	23	8.0%
Reasons for Difficulties in Recruiting New Employees (2nd Reason)	Too much emphasis on the amount of pay	37	12.8%
	There are too many beauty salons	37	12.8%
	Lack of patience	74	25.6%
	Long working hours	40	13.8%
	Poor working environments	42	14.5%
	Poor understanding of profession	58	20.1%
What is Most Important for Opening Beauty Salon	Etc.	1	0.3%
	Close to my home	78	27.0%
	Business district	63	21.8%
	Apartment complex	110	38.1%
	Around the residential area	6	2.1%
	Near the entertainment district	1	0.3%
	District with easy access to transport links	31	10.7%
What is Second Most Important for Opening Beauty Salon	Close to my home	53	18.3%
	Business district	42	14.5%
	Apartment complex	82	28.4%
	Around the residential area	33	11.4%
	Near the entertainment district	10	3.5%
	District with easy access to transport links	68	23.5%
	Etc.	1	0.3%

Table 5. Continued

Category	Responses	Frequency	Effectiveness N %
What is Most Difficult in Business Management	There are too many small competitors.	126	43.6%
	There are too many large competitors.	58	20.1%
	Unstable employees	80	27.7%
	Shop renovation costs to meet customer needs	13	4.5%
	Limit of productivity (skills, services)	12	4.2%
What is Second Most Difficult in Business Management	There are too many small competitors.	44	15.2%
	There are too many large competitors.	67	23.2%
	Unstable employees	65	22.5%
	Shop renovation costs to meet customer needs	51	17.6%
	Limit of productivity	61	21.1%
What Efforts Have you Made for the Growth of your Shop (Most Important)	Etc.	1	0.3%
	Price adjustment	82	28.4%
	Promotional activities including ads	32	11.1%
	Skill development	129	44.6%
	Computerized customer management	6	2.1%
	Interior improvements and equipment & facility installations	10	3.5%
	Staff training	18	6.2%
	New menu development	12	4.2%
	Etc.	0	0.0%
What Efforts Have you Made for the Growth of your Shop (Second Most Important)	Price adjustment	41	14.2%
	Promotional activities including ads	41	14.2%
	Skill development	56	19.4%
	Computerized customer management	12	4.2%
	Interior improvements and equipment & facility installations	28	9.7%
	Staff training	58	20.1%
	New menu development	51	17.6%
	Etc.	2	0.7%

IV. 결 론

본 연구는 미용업을 운영하는 업주들을 대상으로 현재 미용업의 만족도와 향후 전망, 동종업종 거리제한을 위한 모범거래기준법 도입의 필요성 인식에 대해 살펴보았다. 목적에 따른 연구문제의 결론은 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 인구통계적 특성에 따른 미용실 운영실태에 대해서는 40대와 50대의 연령대가 가장 많았고, 학력은 고등학교 졸업이 39.4%, 전문대 졸업(26.3%)과 4년제 대학 졸업(26.4%)로 나타났다. 산업체의 운영경력에 대해서는 10년 이상이 가장 많았고 점포속성에 대한 문항에서는 아파트 밀집지역이 가장 많았고 다음으로 상가 밀집지역, 일반주택 밀집지역 순으로 나타났다. 영업장의 규모는 11~20평인 소규모 매장이 가장 많았으며 다음으로 10평 이하의 영업장이 우세하게 나타

났다.

둘째, 연구 대상자들이 현재 일상에서 느끼고 있는 내, 외적인 미용직업군의 만족도를 수치화 하여 살펴본 결과 미용직업군에 대하여 만족한다는 응답이 189명(65.6%)로 높았지만, 안정성과 추천 여부에서는 적극적인 성향을 보이지 않았다. 또 타 직종의 이직 여부에 대해서도 104명(36%)이 긍정적인 생각을 한 것으로 나타났다. 또 조사대상자의 특성에 따른 인식정도의 차이를 알아본 결과, 연령에서는 30대와 40대가 비교적 높게 나타났으나 연령에 따른 유의한 차이는 나타나지 않았고 그 외 미용업의 개설 년수가 높을수록 미용직업군의 인식도 높게 나타났고 직원수가 많은 대형규모의 미용실과 월 소득이 높은 영업장이 만족도 또한 높게 나타났다.

대체적으로 미용직업군에 대한 만족도는 높은 것으로 나타났다지만, 환경적인 변화에 따른 어려움으로 부정적인 심리도 동

시에 작용하는 것으로 나타났다.

셋째, 미용업계의 동종업종 간 거리제한 도입에 대한 인식을 살펴보면 이 제도가 필요하다는 전체 응답자의 233명(80.6%)로 많은 지지율을 보였다. 그 세부적인 이유로는 매출의 감소로 인한 불안정한 경제력과 인력수급의 난항이 있었다. 이에 따른 미용업의 환경변화에 대한 인식과 대처방안을 살펴본 결과 현재 미용시장이 수요보다는 공급이 포화상태로 많아졌다는 응답이 265명(91.7%)로 높게 나타났다. 하지만 체인형태의 미용업종을 제외하고 개인 소규모 영업점을 환경대처 의식이 부족하고 방법에 대한 확실성이 부족해서 변화하는 환경과 경쟁 속에서의 생존전략을 소극적으로 대처하고 있었다. 미용은 서비스 제공자이면서 미를 창조하는 기술직이기 때문에 미용업 모두 경쟁력을 갖추고 고객에게 실질적인 만족과 충성도를 높이는데 강화하여야 할 것이다.

이와 같이 본 연구에서는 현재 실전에서 영업장을 운영 중인 업주들을 대상으로 하여 실험에 대한 객관성을 높이고 설문지를 통하여 미용업 실태에 대해서 보다 구체적으로 분석하였다. 본 연구에 나타난 동종업종간의 거리제한에 대한 필요성을 통해 뷰티산업의 가치 지향성을 높이고자 하며, 향후 미용사법 개정 시 참고자료로 유용하게 사용될 것이라고 사료된다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 갖고 있다. 지역별로 분포상 이미 포화상태의 미용업의 재정비는 어려운 실정이며 설문 대상이 전국이라고 하더라도 아니라 전체 미용업 대상자를 표본화하지 못하였으며 미용 업주간의 재교육과 홍보 등 자구적 노력도 필요하며, 소비자들의 선택할 수 있는 권리가 침해될 수도 있다는 점 등이 있다.

References

- Choi, E. J. (2020). Convergence Study on the Effect of Hair Beauty Salon Store Image, Price, Human Service, and Trust on Customer Satisfaction. *Journal of the Korea Convergence Society*, 11(6), 375-381.
- Han, H. J., & Youn, C. S. (2006). A Study on the Job Analysis and Systematization of the Beauty Shop Manager. *The Korean Society of Beauty Industry*, 1(1), 5-17.
- Hwang, B. Y., & Ha, K. S. (2008). Location Factors Determining Hair-Style Service Sales. *The Journal of the Korea Contents Association*, 8(11), 296-305.
- Jo, J. W., & Kim, J. (2013). The Study about the Characteristics of Customers and Location for the Expansion of Franchise Beauty Salons. *Korean Real Estate Academy*, (53), 212-223.
- Ji, J. H., & Kim, H. J. (2010). A Study on Promotion Plan by Analyzing the Bottleneck and Desire for Education in Beauty Shop of Small & Micro Businesses. *The Korean Society of Design Culture* 16(3), 578-592.
- Joung, J. S. (2018). The Effects of Entrepreneurship on Self-efficacy and Entrepreneurial Intention to Start a Cosmetology Service Business: Focusing on the moderating effects of social media activities. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 19(4), 157-174.
- Kim, C. N. (2013). Comparison of the Quality of Life in the Occupational Characteristics of the Hairdresser. *Beauty Industry Research*, 7(1), 61-75.
- Kim, Y. J. (2010). A Study on the Time-Series Status of Beauty Care Service Industry and Its Improvement Strategy. Master's. Daegu Haany University. Daegu. pp. 1-2.
- Lee, Y. J., & Kim, K. Y. (2010). A Study on Problems and Improvement Plan of Beauty Industry. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 16(3), 644-651.
- Lee, H. W. (2009). A Study on the Establishment System of Beauty Salon. *Asian J Beauty Cosmetol*, 7(4), 433-449.
- Nam, K. S. (2020). A Study on the Perception of Beauty Shop Attributes and Customer Satisfaction by Demographic Characteristics. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 26(4), 743-751.
- Oh, G. S., & Ryu, E. J. (2011). Research Paper : The Status of Teachers' Reeducation Course and Their Job Satisfaction According to Vocational Beauty High School Curriculum. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 17(5), 931-944.
- Oh, Y. K., & Kim, W. J. (2010). Operational Characteristics and Managerial Performance of Beauty Shops-Comparative Analysis of Hair, Skin and Nail Care Shops-. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 16(3), 885-893.
- Park, E. S., & Min, S. K. (2009). A Search for the Initiation and the Performances of the Small Capital Ventures; The Beauty Salon Business. *The Korean Society of Business Venturing and Entrepreneurship*, 4(3), 23-38.
- Park, E. J., & Kwon, H. J. (2018). Jop Esteem and Satisfaction of Estheticians. *Journal of industrial convergence*, 16(3), 17-22.
- Park, S. Y. (2020). Study on the Effects of the Store Attributes of Hair Salon on Customer Citizenship Behavior. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 26(4), 842-850.
- Park, S. Y., & Oh, Y. K. (2020). Influencn Factors on the Business Performance of Beauty Industry Using Meta-Analysis. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 26(1), 51-59.
- Park, S. Y. (2012). Study on the Effects of the Store Attributes of Hair Salon on Customer Citizenship Behavior. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 26(4), 842-850.
- Park, I. S., & Min, S. K. (2009). A Search for the Initiation and the Performances of the Small Capital Ventures: The Beauty Salon Business. *Asia-Pacific Journal of Business and Venturing*, 4(3), 23-38.
- Ryou, S. E., & Lee, Y. S. (2006). A Study on the Environment Factors Affecting Intentional Continuous Trips to Beauty Shops Triggered by Skill, Service and Customer Satisfaction. *Journal of the Korean Data Analysis Society*, 8(5), 2093-2103.
- Shin, K. D., Par, M. K., & Kim, H. S. (2019). Regulation Policy for Location of Convenience Stores in Gyeonggi Do. *Gyeonggi Research Institute*, 2019(66), 3-131.
- Shin, W. J., & Shin, W. H. (2010). Spatial Patterns among Homogeneous and Heterogeneous Retail Stores-Focused on the Uljiro 3 Suation and Yeoksam Subway Station in Seoul-Korea. *Seoul Studies*, 11(4), 131-150.

- Son, S. Y., & Jin, Y. M. (2021). Consumption Value of the Salon Stores, Selection Criteria and Purchase Impact on Behavior and Service Experience. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 27(1), 190-198.
- Son, J. S., & Yang, E. J. (2019). The Effect of Job Satisfaction and Quality of Life according to the Working Conditions of Hairdressers. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 25(4), 955-963.
- Yeo, Y. S. (2013). History of Changes in Petroleum Laws (3) Petroleum-related laws from enactment (1970) to July 25, 1975 (first full amendment). *KPA journal*, 289, 48-59.
- You, E. S., & Son, J. Y. (2019). The Effect of Service Quality of Hairdressers on Revisiting Intension -Focused on Franchise Hair Salons, Personal Hair Salons, and Self-employed Hair Salons. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 25(1), 162-172.
- You, M. H., Kim, J. Y., & Choi, Y. J. (2018). Radius Restriction and Franchise Encroachment in the Korean Coffee Franchise Industry. *Korea Society for Regulatory Studies*, 27(1), 157-192.