



2022 고용영향평가 연구시리즈

공유미용실 제도화의 고용영향



본 보고서는 한국노동연구원 고용영향평가센터의 2022년 고용영향평가
사업으로 수행한 연구결과입니다.

연구주관 · 시행기관 : 한국노동연구원

연구진

연구책임자 : 박성재(한국노동연구원)

참여연구자 : 김우영(공주대학교 교수)

박상철(지역고용네트워크 대표)

연구보조원 : 김영빈(성균관대학교 박사과정)

신운철(한국기술교육대학교 기술연구원)

목 차

요 약	i
제1장 서 론	1
제1절 연구 목적 및 필요성	1
1. 연구 배경	1
2. 연구 목적	3
3. 용어의 정리	3
제2절 주요 연구 내용 및 방법	4
1. 연구 내용	4
2. 연구 방법	5
제2장 공유미용실의 현황 및 해외 사례	9
제1절 우리나라 미용업의 산업 및 노동시장 구조 분석	9
1. 미용업의 산업구조 분석	9
2. 미용업의 노동시장 구조 분석	11
3. 미용업의 일자리 질 분석	14
제2절 우리나라의 공유미용실 현황	17
1. 공유미용실 추진 현황	17
2. 공유미용실 유사 사례 : 공유주방	18
제3절 공유미용실의 해외 사례	21
1. 일 본	21
2. 영 국	24
3. 미 국	26
4. 공유미용실 해외 사례의 시사점	27
제3장 공유미용실 제도화에 대한 인식	31
제1절 이해당사자 심층 면담	31
1. 공유미용실 임대인과 입주미용사의 의견	31

2. 미용업 단체	32
제2절 공유미용실 인식 및 실태조사	34
1. 설문 대상	34
2. 설문 내용	34
3. 응답자 특성	35
4. 고용 형태별 특성	39
5. 창업 및 교육훈련	44
6. 근무조건	50
7. 미용업 업계 전망	54
8. 공유미용실 관련 의견	63
9. 실태조사 결과 소결	67
제4장 공유미용실의 고용 및 소득효과	71
제1절 분석 방법론	71
제2절 공유미용실의 고용효과	73
1. 공유미용실 자료 소개	73
2. 분석 방법	74
3. 공유미용실의 고용효과 추정 결과	78
제3절 공유미용실의 소득효과	93
1. 공유미용실과 인근 미용실의 미용사 설문자료 소개	93
2. 공유미용실의 소득효과 추정	95
3. 공유미용실 미용사의 매출액 및 소득 변화	97
제5장 공유미용실 제도화에 따른 자영업 미용사의 잠재적 고용 및 소득효과 ...	99
제1절 분석 방법론	99
1. 분석 개요	99
2. 가상가치측정법	99
제2절 분석 결과	104
1. 변수 및 기초통계	104
2. 공유미용실 제도화에 따른 자영업 미용사 고용효과	105

3. 공유미용실 제도화에 따른 자영업 미용사 소득효과	108
제6장 정책적 제언	113
제1절 연구 결과의 요약	113
1. 해외 사례 및 현장 조사 요약	113
2. 공유미용실 고용 및 소득효과 요약	114
3. 정책적 제언	116
4. 결 론	122
참고문헌	124
[부록 1] 설문지(Type A)	126
[부록 1] 설문지(Type B)	133

표 목 차

〈표 1- 1〉 미용 서비스원의 구인·구직 추이	2
〈표 2- 1〉 이·미용업의 조직 형태별 사업체 현황	9
〈표 2- 2〉 이·미용업의 사업체 규모별 사업체 현황	10
〈표 2- 3〉 이·미용업의 사업체 규모별 종사자 현황	10
〈표 2- 4〉 미용 관련 서비스종사자 추이	11
〈표 2- 5〉 미용 관련 서비스종사자의 연령별 비중	12
〈표 2- 6〉 미용 관련 서비스종사자의 종사상 지위별 비중(전체)	12
〈표 2- 7〉 미용 관련 서비스종사자의 종사상 지위별 비중(15~39세)	13
〈표 2- 8〉 미용 관련 서비스종사자의 종사상 지위별 비중(40~59세)	13
〈표 2- 9〉 미용 관련 서비스종사자의 월 평균임금 수준	14
〈표 2-10〉 미용 관련 서비스종사자의 월 평균임금 수준(연령별)	15
〈표 2-11〉 미용 관련 서비스종사자의 월 평균임금 수준(종사상 지위별) ..	15
〈표 2-12〉 미용 관련 서비스종사자의 평균 주당 근로 시간	16
〈표 2-13〉 공유주방 종류	20
〈표 2-14〉 일본의 의자 대여 방식과 미용 부스 대여 방식의 비교	22
〈표 3- 1〉 실태조사 설문 내용	35
〈표 3- 2〉 응답자 인적 특성	36
〈표 3- 3〉 미용사로 일한 경력 분포	37
〈표 3- 4〉 고용 형태별 평균 경력	37
〈표 3- 5〉 고용된 미용사로 일한 경험 여부	38
〈표 3- 6〉 고용된 미용사로 일한 경험이 있는 경우 경력 분포	38
〈표 3- 7〉 면허 없이 스태프로 일한 경험 여부	39
〈표 3- 8〉 면허 없이 스태프로 일한 경험이 있는 경우 경력 분포	39
〈표 3- 9〉 면허 취득 후 자영업자가 되기까지 기간	40
〈표 3-10〉 자영업 미용실 초기 설립비용	41
〈표 3-11〉 미용사 형태별, 창업형태별 창업비용	41

〈표 3-12〉 본인 외 고용인력 여부(자영업 미용사)	42
〈표 3-13〉 본인 외 고용인력 분포(자영업 미용사)	42
〈표 3-14〉 현재 미용실 고용 기간	43
〈표 3-15〉 본인 외 고용인력 여부(사업체 소속 미용사)	43
〈표 3-16〉 본인 외 고용인력 분포(사업체 소속 미용사)	43
〈표 3-17〉 근무했던 미용실 개수	44
〈표 3-18〉 창업계획 여부	44
〈표 3-19〉 향후 계획 중인 창업 기간	45
〈표 3-20〉 향후 계획 중인 창업 형태	45
〈표 3-21〉 창업 시 초기 예상 비용	46
〈표 3-22〉 미용사 면허 취득을 위한 교육훈련 경험 여부	47
〈표 3-23〉 교육훈련 참여 형태	47
〈표 3-24〉 자격증 취득에 걸린 훈련기간	48
〈표 3-25〉 미용사 자격 취득을 위한 교육훈련 향상 필요성	48
〈표 3-26〉 미용사 숙련 교육의 적합한 운영형태	49
〈표 3-27〉 일평균 근무 시간	50
〈표 3-28〉 고용 형태별 일평균 근무 시간 분포	51
〈표 3-29〉 주평균 근무 일수	51
〈표 3-30〉 고용 형태별 주평균 근무 일수 분포	51
〈표 3-31〉 월평균 매출액 분포	52
〈표 3-32〉 고용 형태별 월평균 매출액 분포	52
〈표 3-33〉 월평균 소득액 분포	53
〈표 3-34〉 고용 형태별 월평균 소득액 분포	53
〈표 3-35〉 고용 형태별 월평균 매출액과 소득액 간 차이	54
〈표 3-36〉 연도별 월평균 매출액 전망 분포	55
〈표 3-37〉 연도별 월평균 매출액 증가율 및 감소율 전망 : 응답자 전체	55
〈표 3-38〉 연도별 월평균 매출액 증가율 및 감소율 전망 : 공유미용실 미용사	56
〈표 3-39〉 연도별 월평균 매출액 증가율 및 감소율 전망 : 자영업 미용사	56
〈표 3-40〉 연도별 월평균 매출액 증가율 및 감소율 전망 : 일반 미용실 소속 미용사	57

〈표 3-41〉 연도별 월평균 소득액 전망 분포	58
〈표 3-42〉 연도별 월평균 소득액 증가율 및 감소율 전망: 응답자 전체	58
〈표 3-43〉 연도별 월평균 소득액 증가율 및 감소율 전망: 공유미용실 미용사	59
〈표 3-44〉 연도별 월평균 소득액 증가율 및 감소율 전망: 자영업 미용사 ...	59
〈표 3-45〉 연도별 월평균 소득액 증가율 및 감소율 전망: 일반 미용실 소속 미용사	60
〈표 3-46〉 연도별 미용실 고용인원 전망 분포	61
〈표 3-47〉 연도별 미용실 고용인원 증가 및 감소 전망: 응답자 전체	61
〈표 3-48〉 연도별 미용실 고용인원 증가 및 감소 전망: 공유미용실 미용사	62
〈표 3-49〉 연도별 미용실 고용인원 증가 및 감소 전망: 자영업 미용사	62
〈표 3-50〉 연도별 미용실 고용인원 증가 및 감소 전망: 일반 미용실 소속 미용사	63
〈표 3-51〉 공유미용실 인지 정도	63
〈표 3-52〉 공유미용실 입주 전 고용상태	64
〈표 3-53〉 공유미용실 입주 전 고용 여건	64
〈표 4- 1〉 서울과 대전 소재 공유미용실 현황	73
〈표 4- 2〉 고용효과 분석 대상 서울과 대전 소재 공유미용실 현황	74
〈표 4- 3〉 고용효과 분석을 위한 최종 선정 공유미용실	76
〈표 4- 4〉 공유미용실이 지역 미용업 수에 미치는 효과(서초동, 역삼동)	81
〈표 4- 5〉 공유미용실이 지역 미용업 수에 미치는 효과(논현동, 신사동, 압구정동)	84
〈표 4- 6〉 공유미용실이 지역 미용업 수에 미치는 효과(서교동, 서강동, 합정동)	86
〈표 4- 7〉 공유미용실이 지역 미용업 수에 미치는 효과(구의동, 광장동, 자양동)	88
〈표 4- 8〉 공유미용실이 지역 미용업 수에 미치는 효과(둔산동, 탄방동)	91
〈표 4- 9〉 공유미용실이 서울지역 미용업체 수에 미치는 효과	92
〈표 4-10〉 미용사 형태별 특성 및 근로 현황	94

〈표 4-11〉 미용사 형태에 따른 소득함수 추정 결과(OLS)	96
〈표 4-12〉 공유미용실 입점 전후 매출액과 소득 변화	97
〈표 5- 1〉 변수 기초통계량	104
〈표 5- 2〉 공유미용실 제도에 따른 자영업 미용사 고용효과에 대한 이중양분선택형 설문 제시액과 응답자 수	106
〈표 5- 3〉 공유미용실 제도에 따른 자영업 미용사 고용효과에 대한 이중양분선택형 설문결과 분석	107
〈표 5- 4〉 공유미용실 제도화 이후 응답자가 예상하는 자영업 미용사 고용 증가율 산출 결과	107
〈표 5- 5〉 공유미용실 제도에 따른 자영업 미용사 고용효과 산출 결과	108
〈표 5- 6〉 공유미용실 제도에 따른 자영업 미용사 소득효과에 대한 이중양분선택형 설문 제시액과 응답자 수	109
〈표 5- 7〉 공유미용실 제도에 따른 자영업 미용사 소득효과에 대한 이중양분선택형 설문결과 분석	110
〈표 5- 8〉 공유미용실 제도화 이후 응답자가 예상하는 자영업 미용사 소득 증가율 산출 결과	111
〈표 5- 9〉 공유미용실 제도에 따른 자영업 미용사 소득효과 산출 결과	111
〈표 6- 1〉 미용사의 훈련과정과 내용(안)	118
〈표 6- 2〉 공유미용실 표준계약서에 포함되어야 할 내용(안)	121

그림목차

[그림 1-1] 공유미용실 고용효과의 도식화	7
[그림 2-1] 공유미용실 운영 체계	17
[그림 2-2] 영국의 공유미용실 임대 계약서	25
[그림 3-1] 창업 의향이 없는 이유	46
[그림 3-2] 공유미용실 입주 결정요인	65
[그림 3-3] 공유미용실 정착 후 미용업계에 미치는 영향	66
[그림 3-4] 공유미용실 정착 후 미용사 일자리에 미치는 영향	66
[그림 3-5] 공유미용실 정착 후 미용사 고용 여건에 미치는 영향	67
[그림 4-1] 공유미용실 팔레트에이치 강남역 1호점의 처치지역	75
[그림 4-2] 공유미용실 운영 지역과 인접 지역의 미용업 점포 수 변화 ...	78
[그림 4-3] 서초동과 역삼동의 미용업 점포 수 변화	80
[그림 4-4] 논현동과 신사동의 미용업 점포 수 변화	83
[그림 4-5] 서교동과 합정동의 미용업 점포 수 변화	85
[그림 4-6] 구의동과 광장동의 미용업 점포 수 변화	87
[그림 4-7] 공유미용실 H 스타일 대전 시청점의 처치지역	89
[그림 4-8] 대전 둔산동과 탄방동의 미용업 점포 수 변화	90
[그림 5-1] 이중양분선택형 문항 예시	100
[그림 5-2] 이중양분선택형 질문형식	101
[그림 6-1] 공유미용실 고용효과의 도식화(재인용)	115
[그림 6-2] 미용사의 훈련체계(안)	117
[그림 6-3] 국민내일배움카드와 연계한 재직 미용사 훈련	120

요 약

1. 서 론

가. 연구 배경

- 미용사 간 양극화, 높은 미용실 창업비용 등 미용산업의 내생적 문제해결 방안으로 관심을 받는 것이 ‘공유미용실’임.
 - 공유미용실은 다수 미용사가 1개 미용실에 입주하여 공동 사용 가능한 시설 및 설비를 활용하는 것으로, 초기 창업비용 절감, 미용사의 일자리 질(소득, 근로 시간 등) 개선 등에 도움이 될 것이라 기대되고 있음.
- 현행 제도하에서는 공유미용실 운영이 불가능한데 「공중위생관리법」 제2조의 시설 및 설비기준에 따르면, ‘미용업을 2개 이상 함께 하는 경우 각각의 영업에 필요한 시설 및 설비기준을 모두 갖추었’을 명시하고 있기 때문임.
 - 즉, 현행 제도하에서는 미용실의 시설 및 설비를 공동으로 사용하는 것이 불가능함.
- 공유경제의 확산, 소자본 미용사의 창업 활성화 등을 위해 현행 「공중위생관리법」의 규제를 변경하자는 사회적 요구가 증가하고 있음.

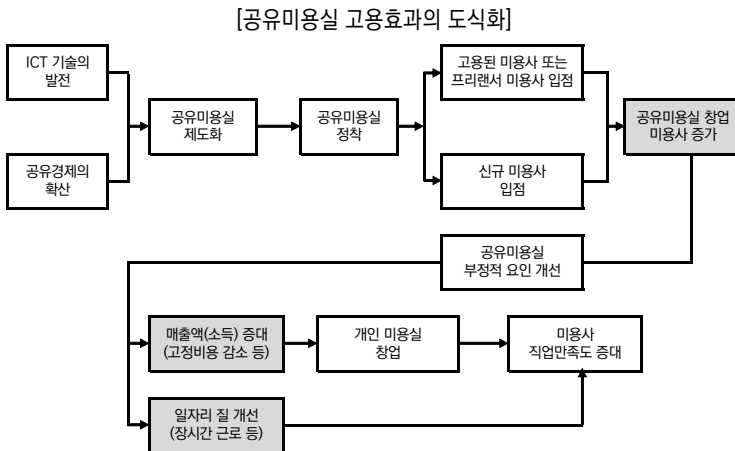
나. 연구 목적

- 본 연구의 목적은 공유미용실 제도가 이루어질 경우, 발생할 수 있는 고용효과(소득효과, 자영업 미용사 증가, 일자리 질 개선 등)를 분석·검증하는 데 있음.

- 구체적으로 ① 공유미용실 운영을 위한 제도화가 이루어질 경우, 고용에 어떠한 영향을 미치는지를 계량 분석, 실태조사 등을 통해 분석하고, ② 공유미용실이 고용 친화적으로 활성화될 수 있는 방안을 모색하고자 함.
- 특히 본 연구는 ① 규제 샌드박스를 통한 규제개선 효과 검증과 더불어 ② 사전적 고용영향평가라는 특징도 띠고 있어 규제개선 이후 공유미용실이 정착되었을 때의 고용효과도 전망함.

다. 공유미용실 고용효과의 도식화

- 본 연구에서 공유미용실 고용효과는 공유미용실 제도화에 따른 ① 창업 미용사 증대 효과, ② 매출액(소득) 증대 효과, ③ 일자리 질 개선 효과 등으로 범주화함.
- 이는 공유미용실이 기존 면허를 보유한 미용사의 창업 부담을 완화하는 것이 목표이기 때문이며, 따라서 일반적으로 일자리 창출로 인식되는 고용효과와는 다른 개념임을 인식할 필요가 있음.
- 공유미용실의 고용효과를 도식화하면 그림과 같음.



주: ■는 본 연구에서 설정한 고용효과임.

2. 공유미용실 현황

가. 우리나라의 공유미용실

- ‘공유미용실’이라는 사회적 요구에 따라 주무 부처인 보건복지부는 2020년 8월부터 2년간 ‘규제 샌드박스’를 통해 공유미용실 운영과 효과를 검증 중임.
 - 공유미용실 사업주는 공용시설(샴푸실 등), 관리솔루션(고객 예약 관리, 물품 구입 및 재고 관리 등)을 제공하고, 입주 미용사는 월 임차료와 관리비를 지불하고 개별적으로 영업하는 미용업 독립 사업자로 활동하고 있음.
- 공유미용실 규제 샌드박스는 고용효과보다는 1개 미용실에 다수 미용사가 입주해 시설 및 장비 등을 공동 사용하면서 발생할 수 있는 위생 등 안전성 검증이 핵심 목표임.

나. 해외의 공유미용실

- 해외에서 공유미용실은 렌탈 살롱 부스(rental salon booth), 체어 렌탈(chair rental), 셰어 살롱(share salon) 등으로 불리며 운영되고 있음.
 - 유럽, 미국, 일본 등에서는 공유미용실이 미용 서비스 운영 유형 중 하나로 자리매김해 왔으며, 미용사는 본인의 공간(경대와 의자 1세트)을 임대하여 고객에게 미용 서비스를 제공함.
 - 해외는 공통적으로 공간을 공유하는 부스 대여 방식(rental booth)과 의자만 공유하는 의자 대여 방식(rental chair)으로 운영되고 있으며, 부스 대여 방식(rental booth)의 공유형태가 더 큰 시장임.
 - 공유미용실 입점 미용사와 임대인과의 계약방식은 매우 다양하며, 협의를 통해 계약방식을 결정함.

- 해외 공유미용실은 미용업계의 일자리 창출, 미용사의 일자리 질 개선 등의 목적이 아니라, 공유경제 활성화, 앱 기반 미용 서비스 활성화 등 시대적 변화에 대응하기 위한 서비스 체계임.

3. 공유미용실에 대한 현장 조사

- 공유미용실 제도화에 대해 찬성하는 의견과 반대하는 의견이 있어 이를 정리할 필요가 있음.

가. 공유미용실 찬성 의견

- 첫째, 창업비용의 감소
 - 미용실 초기 창업비용 부담을 줄여 미용사 창업 장벽을 낮출 수 있음.
- 둘째, 고정비용의 절감
 - 공유미용실은 임대료, 관리비 등을 절감하여 일반 미용실에 비해 고정비를 감소할 수 있음.
- 셋째, 미용사 소득향상
 - 매출액 전체가 공유미용사 몫이기 때문에, 임대료 등을 지불하고도 미용사의 소득이 증가함.
- 넷째, 유연한 근무 시간
 - 고객이 없는 시간에는 자유롭게 활동할 수 있어 육아로 인해 미용사 면허를 취득하고도 활동하지 않는 미용사가 감소할 수 있음.
- 다섯째, 부당노동행위 근절
 - 미용업계에서 관행처럼 이어져 오던 열정페이 등 부당노동행위가 근절될 것임. 많이 개선되었지만, 여전히 숙련 습득을 이유로 부당한 대우, 노동 강요 등 불합리한 처우를 받고 있음.
- 여섯째, 미용 서비스 질 개선

- 미용사는 미용 서비스에만 집중하고 편의시설, 고객 응대 등은 임대업자가 하기 때문에, 집중화된 미용 서비스 제공이 가능함.

나. 공유미용실 반대 의견

- 첫째, 임대업자라는 새로운 이익집단의 출현으로 미용업계가 왜곡될 수 있음.
 - 기존에는 미용실 사업주와 구성원 간의 이익 배분 구조였으나, 제3자(임대업자)가 출현하여 아무런 노력과 책임 없이 이익분배를 받기 때문에 미용업계의 이익이 외부로 유출되는 것과 같음.
- 둘째, 공유미용실은 새로운 형태가 아니라 기존 현장에서 이루어지던 운영방식 중 하나임.
 - 기존에도 '개인사업자'인 일반 미용사는 본인의 영업매출액에 20~60%까지 정해진 비율에 의해 소득을 분배해 가는 방식으로 운영됨. 결국 미용실 경영자가 하던 역할을 임대업자로 교체하겠다는 것 외에 의미가 없음.
- 셋째, 대자본의 출현 시 영세 미용실은 생존이 어려움.
 - 예를 들어 대기업이 공유미용실을 운영하고 막대한 자본을 들여 편의시설을 갖춘다면 영세 미용실은 생존이 어려움.
- 넷째, 미용사 숙련 형성의 한계가 발생할 수 있음.
 - 미용사의 숙련은 미용실에서 경험을 통해 축적해 왔는데, 공유미용실을 통해 숙련도가 낮은 미용사도 창업을 쉽게 한다면 전체적으로 미용 서비스의 질을 하락시킬 수 있음.
- 다섯째, 현재 미용실의 폐업률이 높음.
 - 현재도 미용실 폐업률이 높은 상황에서 준비 없는 창업 미용사를 양산한다면 폐업률은 더 높아질 것임.
- 여섯째, 신규 미용사는 모객이 더 어려울 것임.
 - 공유미용실에 의해 미용실 간 경쟁이 심화되면 경력을 축적하지 못해 경쟁력이 취약한 신규 미용사는 모객이 어려워질 것임.

○ 일곱째, 미용 서비스에서 발생할 수 있는 문제에 대한 책임소재가 불명확함.

- 기존에는 미용실 경영자에게 무한 책임이 있었으나, 공유미용실에서는 입주 미용사와 임대업자가 책임을 떠넘길 수 있음.

4. 공유미용실 관련 인식 조사

가. 조사 대상 및 내용

○ 공유미용실 관련 인식 조사는 집단 3곳을 대상으로, 집단별 100명씩 총 300명을 조사함.

- ① 공유미용실 입주 미용사, ② 개인 미용실을 운영하는 미용사, ③ 일반 미용실에 소속(또는 고용)되어 있는 미용사

○ 조사 내용은 아래와 같음.

〈주요 조사 내용〉

		세부 내용
1. 응답자 특성	인적 특성 미용사 경력 관련	성별, 연령, 학력, 지역 직업경력, 관련 경험
2. 사업체 특성	공유미용실 및 자영업 미용실 사업체 특성	설립연도, 준비기간, 초기비용, 인력구성
	고용된 미용사의 소속 사업체 특성	설립연도, 고용 기간, 인력구성, 근무 경험, 계약기간
3. 창업 및 교육훈련	창업 의향 교육훈련	창업계획, 창업 형태, 창업 예상 비용 교육훈련 형태, 훈련기간, 훈련 필요성
4. 근무조건	현재 근무 시간 현재 매출 및 소득	일평균, 주평균, 월평균 근무 시간 월평균 매출액, 월평균 소득액
5. 미용업 업계 전망	매출 및 소득 전망 고용인원 전망	월평균 매출액, 월평균 소득액 전망 미용실 고용인원 전망
6. 공유미용실 관련 의견	공유미용실 인지	공유미용실 인지도
	공유미용실 입주 의견 공유미용실 인식 의견	공유미용실 고용 여건, 공유미용실 인지 경로, 입주 결정요인, 입주 후 장단점 공유미용실 정착 시 미용업계 영향, 일자리 영 향, 고용 여건 영향

나. 주요 조사 결과

- 다수의 미용사는 면허 취득 후 바로 창업하지 않고, 미용실 스태프로 일을 시작함.
 - 미용실 창업까지는 평균 5년 이상의 기간이 필요한 것으로 조사됨.
- 공유미용실로 창업을 계획하는 미용사가 많은 것으로 나타남.
 - 창업 의향이 없는 미용사의 주 원인은 고객 유치, 미용실 홍보 등에 대한 부담인 것으로 나타남.
- 자영업 미용사의 월평균 소득(5.3백만 원)이 가장 큰 것으로 나타나며, 이어서 공유미용실 소속 미용사(4.2백만 원), 일반 미용실 소속 미용사(3.3백만 원) 순으로 나타남.
- 공유미용실 입주를 고려하는 이유는 창업비용이 저렴하고 입주 전 보다 소득이 늘어날 것으로 예상되기 때문임.
 - 공유미용실이 정착될 경우, 미용사 간 영업 경쟁이 심화하지 않을지를 가장 우려하는 것으로 나타남.
- 공유미용실이 정착될 경우, 전체 미용업계 종사자 수가 늘어날 것이 전망함.
 - 공유미용실이 정착될 경우, 미용사의 고용 안정성 개선, 소득수준 향상, 직무만족도 향상 등이 이루어질 것으로 전망함.

5. 공유미용실 고용효과 분석

가. 분석 방법

- 규제 샌드박스로 운영 중인 공유미용실의 고용효과 분석은 공유미용실이 분포한 지역과 그렇지 않은 지역 간의 합성대조법을 활용하여 미용업체 수의 변화를 추정함.
- 공유미용실 제도화의 고용효과는 사전적 고용영향 분석의 특성이 있어, 실태조사를 통해 관련 당사자들의 고용 창출에 관한 진술

선호를 분석하는 가상가치측정법(CVM: Contingent Valuation Method)으로 정착 후의 고용효과를 추정함.

- 소득효과, 일자리 질 개선 효과 등은 설문조사로 수집된 자료를 토대로 분석함.

나. 고용효과 및 소득효과 분석

- (고용효과) 공유미용실로 인하여 해당 지역 내 미용업체 수가 감소하거나 증가하는 경향은 나타나지 않음.
 - 즉, 공유미용실이 운영되더라도 인근 지역의 미용실 수에는 영향을 주지 않기 때문에, 고용 규모에도 영향을 주지 않는다고 추정할 수 있음.
- (소득효과) 공유미용실 입점 미용사의 매출액은 감소하였으나, 소득은 오히려 증가한 것으로 나타나고 있음.
 - 이는 미용실을 공유하게 되면서 임대료, 시설 및 장비 등의 고정비용 절감 효과가 나타난 것으로 볼 수 있으며, 이러한 비용 절감 효과는 규모의 경제로서 발생하는 현상이라 할 수 있음.
 - 즉, 공유미용실은 입점 미용사의 고정비용을 절감시켜 전체적으로 소득향상을 가져오는 것으로 분석됨.
- (일자리 질 개선 효과) 일반 미용실 운영 미용사와 비교하여 비슷한 근로 시간 및 적은 수의 고객임에도, 공유미용실 입점 미용사의 소득이 증가한 것으로 나타남.
 - 즉, 공유미용실 입점 미용사의 낮은 노동강도에도 소득은 증가하여 일자리 질이 개선되었다 할 수 있음.
- (공유미용실 제도화 후 3년 뒤의 고용효과) 공유미용실이 제도화되고 3년 뒤, 자영업 미용사는 현재보다 8% 증가하고 미용사의 월 평균임금은 현재보다 46만 원 증가할 것으로 추정됨.
 - 즉, 공유미용실이 제도화된 후 3년 뒤 미용사의 고용 여건은 지금보다 개선될 것으로 전망됨.

6. 정책적 시사점

- 정책적 제언 1 : 미용사에 대한 교육훈련 강화
 - 공유미용실로 인하여 미용사의 숙련 습득 한계, 경영지식의 한계 등으로 공유미용실 미용사의 경쟁력 저하를 우려함.
 - 미용사의 경쟁력과 자생력 향상을 위해 미용 숙련 보수교육, 창업 미용사 대상 경영·회계·마케팅과 관련한 교육훈련 등을 강화할 필요가 있음.
 - 미용사의 숙련을 위한 교육훈련에 미용사 관련 협회와 단체의 역할이 중요함.
- 정책적 제언 2 : 공유미용실 표준계약서 개발 및 보급
 - 공유미용실이 안정적으로 정착하고 임대인이 우월적 지위로 임차인인 미용사에게 부당한 행위를 할 수 없도록 표준계약서를 개발하여 보급함.
- 정책적 제언 3 : 공유미용실 계약 악용 모니터링
 - 미용실 운영자에 대해 미용사가 위탁관계, 고용관계임에도 공유미용실 관계로 위장할 경우, 미용실 운영자는 미용사에 대한 사용자의 의무(4대 보험 납부 등)에서 벗어날 수 있어 미용사의 고용 여건이 더욱 악화될 가능성이 있기 때문에 이를 방지해야 함.

제1절 연구 목적 및 필요성

1. 연구 배경

- 삶의 질 개선에 따라 미용에 관한 개인의 관심과 지출도 증가하면서 우리나라 ‘미용산업’은 급성장 해옴.
 - 사업체 조사 기준 두발미용업 사업체는 2010년 79,535개에서 2019년에는 105,020개로 25,485개가 증가하였음. 종사자 수는 2010년 120,322명에서 2019년 162,257명으로 41,935명 증가함.
- 미용산업의 성장에도 불구하고 우리나라의 미용산업은 영세소상공인 중심으로 미용실 간 양극화(매출액, 소득 등) 등의 특징을 보임(강복희 외, 2021).
 - 즉, 1인 미용사가 운영하는 생계형 자영업 형태의 미용실이 큰 비중을 차지하나, 입지 조건, 미용사의 유명세, 고객관리 능력 등에 따라 몇몇 미용실은 기업으로 진화함.
- 미용실 창업을 위한 초기 시설자금(비싼 변화가의 건물 임대, 쾌적한 인테리어 등)이 많이 소요되기 때문에 창업자본이 부족한 미용사의 경우, 창업자본 축적을 목표로 고용된 미용사로 활동함.

- 창업자본을 축적하지 못한 미용사가 많다 보니 고용 미용사로 활동하는 것도 쉽지 않은데, <표 1-1>을 보면 미용 서비스원의 구인 인원과 구직 인원의 차이가 상당함.

<표 1-1> 미용 서비스원의 구인 · 구직 추이

(단위 : 명)

	2018	2019	2020	2021
구인 인원	3,387	2,672	2,370	4,236
구직 인원	48,821	46,365	54,106	76,763

주 : 취업알선직업분류의 미용 서비스원(직업코드 : 511)은 '고객의 머리카락을 자르고 다듬는 이·미용사, 피부 관리, 화장 등 고객의 용모를 개선하기 위하여 여러 가지 처리를 하는 피부미용 및 체형관리사, 메이크업 아티스트 및 분장사, 패션코디네이터 등 기타 미용서비스 종사자가 여기에 분류된다'라고 설명함.

자료 : 한국고용정보원, 노동 행정통계(EIS), 워크넷 구인 · 구직 각 연도.

- 이러한 미용사의 일자리 부족, 장시간 근로 등 열악한 일자리 질, 미용사 간 소득 양극화 등으로 인해, 미용사들은 스스로 운영할 수 있는 미용실 창업을 목표로 노력하고 있음.
- 고용 미용사의 낮은 일자리 질, 미용실 창업의 높은 자금 부담 등 미용산업의 내생적 문제 해결 방안으로 최근 관심을 받고 있는 것이 '공유미용실'임.
 - 공유경제 개념의 공유미용실은 다수 미용사가 1개 미용실에 입주하여 공동으로 사용할 수 있는 시설 및 설비를 활용함으로써, 초기 창업자금 부담을 줄여 미용사의 창업을 촉진하는 효과가 있을 것으로 기대되고 있음.
 - 특히 앱을 통한 미용 예약시스템이 발달하면서 미용사가 항상 상주하지 않고, 고객의 미용 서비스 요청 시 공유미용실을 활용하여 서비스를 제공할 뿐 아니라, 고객이 없을 때 발생하는 미용실의 유휴 공간을 최소화하여 고정비용을 절감할 수 있다는 점에서 공유미용실에 관한 관심이 높아지고 있음.
- 공유미용실에 관한 관심이 높아지면서 공유미용실이 운영될 수 있도록 '미용업소 시설·설비기준'에 대한 제도 변화가 필요하다는 의견들이 제기됨.

- 이에 주무 부처인 보건복지부에서는 2020년 8월부터 2년간 규제 샌드박스(실증특례)를 운영하며 공유미용실을 위한 제도 변경의 효과를 검증하고 있음.
- 2022년 6월 말 기준 17개 업체, 26개 공유미용실을 운영하고 있음.

2. 연구 목적

- 본 연구의 목적은 공유미용실 제도화가 이루어질 경우, 발생할 수 있는 고용효과(소득효과, 창업 증가, 일자리 질 개선 등)를 예측·분석하여, 공유미용실 운영을 위한 제도화의 효과를 검증하는 데 있음.
 - 좀 더 구체적으로 ① 공유미용실 운영을 위한 제도화가 이루어지면 고용에 어떠한 영향을 미치는지를 계량 분석, 실태조사 등을 통해 분석하고, ② 공유미용실이 고용 친화적으로 활성화될 수 있는 발전 방안을 제안하고자 함.
- 특히 본 연구는 ① 규제 샌드박스를 통한 제도화의 고용효과 검증과 더불어 ② 사전적 고용영향평가라는 특징도 띠고 있어 제도화 이후 공유미용실이 정착되었을 때의 고용효과도 전망할 것임.

3. 용어의 정리

□ 공유미용실

- 개인사업자인 다수의 미용사가 1개 미용실에 입주하여 일부 시설 및 설비를 공동으로 활용하고, 미용실 임대자에게 임대료, 시설 및 설비 사용료 등을 지급하는 형태의 미용실임.
 - 미용실 임대자는 임대업자, 미용실 운영 미용사(원장) 등 누구나 될 수 있으며, 특별한 자격조건이 있는 것은 아님.
 - 공유할 수 있는 시설은 고객 대기석, 중화 및 펌 기구 이용석, 샴푸시설, 약품 준비실 등이며, 설비는 열펌기구, 미스트 기구, 세팅 장비, 디지털펌기, 도포기 등임.

□ 미용사의 업무 범위

- 현행 「공중위생관리법 시행규칙」 제14조(업무 범위)에서 미용사는 미용사(일반), 미용사(피부), 미용사(네일), 미용사(메이크업) 등으로 구분됨.
 - 미용사(일반)의 업무 범위는 파마·머리카락 자르기·머리카락 모양내기·머리 피부 손질·머리카락 염색·머리를 감기, 의료기기나 의약품 사용하지 아니하는 눈썹 손질, 얼굴의 손질 및 화장, 손톱과 발톱의 손질 및 화장 등을 포함함.
 - 본 연구에서의 미용사는 미용사(일반)를 의미하며, 산업분류로는 두발미용업에 해당함.

□ 미용 사업자

- 「공중위생관리법 시행규칙」에 따라 미용사(일반)의 자격 및 면허 요건을 갖추고, 사업자를 등록한 미용사를 의미함.

□ 고용효과

- 본 연구에서의 고용효과는 공유미용실 제도화에 따른 ① 창업 미용사 증대 효과, ② 매출액(소득) 증대 효과, ③ 일자리 질 개선 효과 등으로 범주화함.
 - 따라서 일반적으로 일자리 창출로 인식되는 고용효과와는 다른 개념임을 인식할 필요가 있음.

제2절 주요 연구 내용 및 방법

1. 연구 내용

- 공유미용실의 고용효과 검증이라는 관점에서 본 연구는 다음의 연구 내용을 포함함.

□ 공유미용실 현황 분석

- 공유미용실 관련 제도 분석
- 공유미용실 유사 사례 분석(공유주방 등)
- 해외 공유미용실 사례 분석

□ 미용업 산업 및 노동시장 구조 분석

- 미용업 산업구조 분석
- 미용업의 노동시장 구조 분석
- 미용업의 일자리 질 분석

□ 공유미용실의 고용효과 분석

- 공유미용실의 경제적 효과 분석
- 규제 샌드박스 참여 공유미용실의 고용효과 분석(매출액 혹은 소득, 미용 사업자 증가, 일자리 질 개선 등)
- 공유미용실 허용 후의 고용효과 분석

□ 공유미용실의 이해당사자 면담 및 실태조사

- 공유미용실에 대한 인식
- 공유미용실 제도화에 따른 긍정적 효과와 부정적 효과
- 공유미용실 향후 전망 등

□ 고용 친화적 공유미용실 정책을 위한 개선 방안 제언

- 공유미용실의 한계 및 개선 방안 제시
- 공유미용실 고용효과 제고를 위한 제언

2. 연구 방법

- 공유미용실의 고용효과 검증을 위해 크게 정량적 분석과 정성적 분석을

나누어 수행

가. 정량적 분석

- ☐ 공유미용실 규제 샌드박스의 고용효과
 - 공유미용실 규제 샌드박스 추진에서 나타난 고용효과 분석
 - 공유미용실 규제 샌드박스 참여기업의 일자리 질 개선 효과 분석
- ☐ 공유미용실 제도화 이후
 - 공유미용실 제도화 이후의 고용효과 분석
 - 공유미용실 제도화 이후 일자리 질 개선 효과 분석

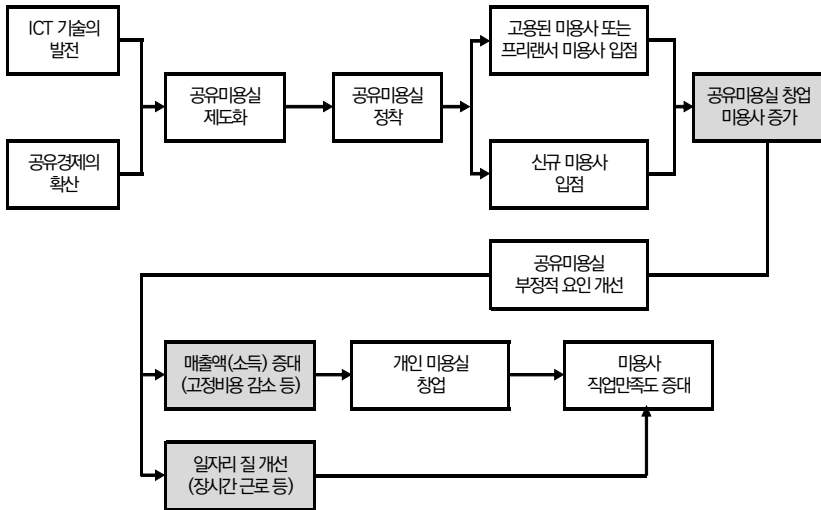
나. 정성적 분석

- ☐ 공유미용실 관련 심층 면담
 - 공유미용실 임대업자, 입점 미용사 등에 대한 면담
 - 기존 미용 관련 단체 면담
 - 공유미용실 제도화에 따른 긍정적·부정적 효과에 대한 의견 수집
- ☐ 공유미용실 관련 실태조사
 - 공유미용실 제도화에 대한 인식
 - 공유미용실 입점 미용사, 미용실 고용 미용사, 개인 미용실 미용사 등의 일자리 관련 비교분석
 - 공유미용실 제도화에 따른 환경 전망 등

다. 고용효과의 도식화

- 공유미용실의 고용효과는 [그림 1-1]과 같이 도식화할 수 있음.

[그림 1-1] 공유미용실 고용효과의 도식화



주 : ■는 본 연구에서 설정한 고용효과임.

- ICT 기술의 발전, 공유경제의 확산 등으로 인해 공유미용실에 대한 제도화 요구가 증가하고 있고, 이에 따라 공유미용실을 제도화함.
 - 공유미용실 입점은 주로 두 가지 형태가 있을 것으로 예상되는데, 기존 미용실에서 고용 또는 프리랜서로 활동하는 미용사가 입점하거나, 신규 미용사가 공유미용실에 입점할 수 있음. 이로 인해 전체 공유미용실 창업 미용사는 증가할 것임.
 - 공유미용실을 통해 창업한 미용사는 고정비용 등의 절감으로 매출액과 이에 따른 소득이 증가할 것으로 기대되며, 근로시간 유연성이 증가하면서 전반적으로 일자리 질이 개선될 것임.
 - 대부분 미용사는 개인 미용실을 운영하는 것을 목표로 하기 때문에, 공유미용실을 통해 자금을 마련한 미용사들은 개인 미용실로 전환 창업할 것으로 예상할 수 있음. 즉, 공유미용실은 개인 미용실 창업으로 가는 중간단계로서 기능할 수도 있음.
- 본 연구는 해당 도식 중 고용효과를 계량분석, 설문조사 등을 통해 분석하여 검증할 것임.

제2장

공유미용실의 현황 및 해외 사례

제1절 우리나라 미용업의 산업 및 노동시장 구조 분석

1. 미용업의 산업구조 분석

- 2020년 경제총조사 등록 기반 이·미용업 사업체 수는 총 170,488개이며, 이 중 두발미용업 사업체 수는 110,510개임. 조직 형태별로는 개인사업체 비중이 99.8~99.9%로 대부분을 차지하고 있음.

〈표 2-1〉 이·미용업의 조직 형태별 사업체 현황

(단위: 개 %)

	이용 및 미용업		두발 미용업	
	사업체 수	비중	사업체 수	비중
전 체	170,488	100	110,510	100
개인사업체	170,114	99.8	110,399	99.9
회사법인	348	0.2	98	0.1
회사이외법인	25	0.0	13	0.0
비법인단체	1	0.0		

자료: 통계청, 경제총조사(2020년, 등록 기반).

- 사업체 규모별 사업체 수는 이·미용업은 총사업체 170,488개 중 1인사업체가 152,599개로 약 89.5%를 차지하고 있으며, 2~4인 사업체는

약 8.4%, 5~9인 사업체는 약 1.6%를 차지함. 산업 특성상 소규모 영세 사업체 비중이 큰 편임.

- 두발 미용업 또한 1인 사업체 비중이, 전체 사업체의 약 88.6%를 차지하고 있으며, 2~4인 사업체는 약 8.6%, 5~9인 사업체는 약 2.1%임.

〈표 2-2〉 이·미용업의 사업체 규모별 사업체 현황

(단위: 개, %)

	이용 및 미용업		두발 미용업	
	사업체 수	비중	사업체 수	비중
전 체	170,488	100	110,510	100
1명	152,599	89.5	97,934	88.6
2~4명	14,262	8.4	9,478	8.6
5~9명	2,754	1.6	2,294	2.1
10~19명	708	0.4	651	0.6
20~49명	153	0.1	143	0.1
50~99명	8	0.0	6	0.0
100명 이상	4	0.0	4	0.0

자료: 통계청, 경제총조사(2020년, 등록 기반).

- 2020년 이·미용업의 총종사자 수는 218,210명이며, 이 중 1인 사업체 종사자는 152,599명으로 약 69.9%를 차지함. 2~4인 사업체 종사자는 총 34,021명으로 전체 종사자의 15.6%임. 두발미용업의 1인 사업체 종사자 비중이 66%, 2~4인 사업체 종사자 비중이 15.3%임.

〈표 2-3〉 이·미용업의 사업체 규모별 종사자 현황

(단위: 명, %)

	이용 및 미용업		두발 미용업	
	종사자 수	비중	종사자 수	비중
전 체	218,210	100	148,460	100
1명	152,599	69.9	97,934	66.0
2~4명	34,021	15.6	22,779	15.3
5~9명	17,674	8.1	14,896	10.0
10~19명	8,942	4.1	8,277	5.6
20~49명	3,949	1.8	3,699	2.5
50~99명	467	0.2	317	0.2
100명 이상	558	0.3	558	0.4

자료: 통계청, 경제총조사(2020년, 등록 기반).

2. 미용업의 노동시장 구조 분석

- 미용업 노동시장 분석을 위하여 통계청 지역별 고용조사를 이용함. 지역별 고용조사는 전국 단위로는 산업과 직업을 소분류 수준에서 제공하여, 미용, 욕탕 및 유사 서비스업(산업)에 종사하는 미용 관련 서비스업 종사자(직업)를 대상으로 분석함.

〈표 2-4〉 미용 관련 서비스종사자 추이

(단위: 명, %)

	취업자 수	증감률	여성	비중
2013	305,369	-	252,767	82.8
2014	304,628	-0.2	259,260	85.1
2015	284,629	-6.6	242,584	85.2
2016	284,577	0.0	235,784	82.9
2017	306,234	7.6	256,433	83.7
2018	298,707	-2.5	247,888	83.0
2019	328,335	9.9	272,950	83.1
2020	316,772	-3.5	265,531	83.8
2021	306,121	-3.4	249,210	81.4

자료: 통계청, 지역별 고용조사 원자료(각 연도 하반기).

- 미용 관련 서비스업 종사자 수는 2013년 약 30만 5천 명에서 2019년 약 32만 8천 명 수준으로 증가 추세에 있었으나, 코로나19의 영향으로 2020년과 2021년에는 소폭 감소. 2021년 총취업자는 약 30만 6천 명임.
- 산업 및 직업 특성상 여성 취업자 비중이 큰 편으로, 2021년 기준 여성 취업자 비중은 약 81.4%임.
- 연령별 비중을 보면, 2013년에는 15~29세의 청년층 비중이 약 24.8%였으나, 2021년에는 21.5%로 감소 추세. 30대 취업자 비중 또한 2013년 22.3%에서 2021년 20.3%로 줄어들음.
- 반면, 60세 이상의 고령층 취업자 비중은 2013년 7.1%에서 2021년 12.8%로 증가

〈표 2-5〉 미용 관련 서비스종사자의 연령별 비중

(단위 : %)

	15~29세	30~39세	40~59세	60세 이상
2013	24.8	22.3	45.9	7.1
2014	21.2	23.7	46.5	8.6
2015	19.8	23.1	48.6	8.5
2016	20.6	22.2	46.4	10.8
2017	19.8	23.0	46.7	10.5
2018	21.8	21.6	46.4	10.2
2019	20.7	23.8	45.1	10.4
2020	19.6	21.5	46.4	12.4
2021	21.5	20.3	45.4	12.8

자료 : 통계청, 지역별 고용조사 원자료(각 연도 하반기).

- 종사상 지위별 비중은 임금근로자보다는 비임금근로자 비중이 큰 편임. 2013년에는 고용원이 없는 자영업자가 약 47.7%, 고용원이 있는 자영업자가 약 9.1%였으며, 2021년에는 고용원이 없는 자영업자가 약 59.6%를 차지하고 있음. 고용원이 있는 자영업자 비중은 7.4%로 소폭 감소
- 임금근로자 중 상용근로자 비중은 2013년 전체 취업자 중 약 7.1%였으나 2021년 약 14.7%로 증가함. 반면, 임시근로자와 일용근로자 비중은 감소한 것으로 보아 괜찮은 일자리가 증가한 것으로 보임.

〈표 2-6〉 미용 관련 서비스종사자의 종사상 지위별 비중(전체)

(단위 : %)

	상용근로자	임시근로자	일용근로자	고용원이 있는 자영업자	고용원이 없는 자영업자	무급가족종사자
2013	7.1	30.3	2.5	9.1	47.7	3.3
2014	11.3	25.1	2.4	9.8	48.1	3.3
2015	12.8	23.1	1.7	10.6	48.7	3.2
2016	12.3	22.0	2.2	11.5	49.3	2.8
2017	15.5	17.1	1.6	10.7	52.6	2.6
2018	13.5	17.8	1.3	11.0	53.5	2.9
2019	15.4	18.8	1.7	8.4	52.7	2.9
2020	14.6	14.8	2.1	7.3	58.4	2.7
2021	14.7	15.2	0.7	7.4	59.6	2.3

자료 : 통계청, 지역별 고용조사 원자료(각 연도 하반기).

- 종사상 지위별 취업자 비중을 연령별로 나누어 보면, 15~39세의 청년층은 비임금근로자보다는 임금근로자 비중이 큰 편임.
- 2013년에는 임시근로자 비중이 약 48.8%에 달했으나 2021년에는 약 25.2%로 감소했으며, 상용근로자는 13.3%에서 30.6%로 증가함.

〈표 2-7〉 미용 관련 서비스종사자의 종사상 지위별 비중(15~39세)

(단위 : %)

	상용근로자	임시근로자	일용근로자	고용원이 있는 자영업자	고용원이 없는 자영업자	무급가족 종사자
2013	13.3	48.8	2.9	7.1	25.5	2.4
2014	21.4	42.0	3.8	6.6	23.5	2.7
2015	24.5	35.9	2.2	8.8	25.8	2.8
2016	23.8	36.9	2.2	8.7	25.7	2.8
2017	28.2	29.8	1.7	9.2	28.6	2.5
2018	26.1	29.8	1.1	9.7	30.7	2.6
2019	28.0	29.8	1.8	6.0	31.8	2.7
2020	29.1	24.4	2.4	5.7	36.5	1.9
2021	30.6	25.2	0.5	6.2	36.1	1.5

자료 : 통계청, 지역별 고용조사 원자료(각 연도 하반기).

- 40~59세 취업자의 종사상 지위별 비중을 보면, 자영업자 비중이 대부분을 차지함. 특히, 고용원이 없는 자영업자 비중은 2013년 64.5%에서 2021년 73.6%로 증가 추세

〈표 2-8〉 미용 관련 서비스종사자의 종사상 지위별 비중(40~59세)

(단위 : %)

	상용근로자	임시근로자	일용근로자	고용원이 있는 자영업자	고용원이 없는 자영업자	무급가족 종사자
2013	1.8	14.9	2.5	12.0	64.5	4.3
2014	3.5	12.0	1.5	13.6	65.6	3.9
2015	4.4	15.2	1.3	12.6	63.4	3.2
2016	4.0	11.9	2.1	15.7	63.8	2.6
2017	6.7	7.7	1.6	13.1	68.2	2.6
2018	4.3	10.4	1.4	13.6	67.4	2.9
2019	5.8	11.3	1.7	11.2	66.8	3.2
2020	5.5	8.4	1.8	9.2	71.2	3.8
2021	3.9	9.5	0.8	9.7	73.6	2.5

자료 : 통계청, 지역별 고용조사 원자료(각 연도 하반기).

3. 미용업의 일자리 질 분석

- 미용 관련 서비스종사자의 월 평균임금 수준은 2021년 약 187.8만 원이며, 서비스종사자 평균임금과 비슷한 수준임.
- 2013년에는 서비스종사자 임금수준 대비 92.9%에 불과했으나, 최근에는 평균임금을 상회하고 있음.
- 여성의 임금수준을 비교할 경우, 미용 관련 서비스종사자 임금수준은 전체 서비스종사자 임금수준의 약 120% 이상을 나타내고 있음.

〈표 2-9〉 미용 관련 서비스종사자의 월 평균임금 수준

(단위: 만 원, %)

	전체			여성		
	미용 관련 종사자	서비스종사자	서비스종사자 대비 임금수준	미용 관련 종사자	서비스종사자	서비스종사자 대비 임금수준
2013	138.3	148.8	(92.9)	136.0	117.2	(116.0)
2014	141.6	148.4	(95.4)	138.6	117.8	(117.7)
2015	146.7	149.3	(98.3)	144.5	119.9	(120.5)
2016	156.6	157.0	(99.7)	150.9	124.5	(121.1)
2017	169.9	164.4	(103.3)	161.2	132.1	(122.0)
2018	169.9	169.4	(100.3)	161.2	136.6	(118.0)
2019	177.1	173.8	(101.9)	171.3	143.4	(119.5)
2020	179.7	178.0	(100.9)	179.0	145.7	(122.9)
2021	187.8	185.2	(101.4)	184.6	149.3	(123.7)

자료: 통계청, 지역별 고용조사 원자료(각 연도 하반기)

- 연령별로 임금수준을 보면, 15~29세의 청년층 임금수준은 2021년 약 184.4만 원으로 전체 서비스종사자 임금수준의 약 124.8%로 나타남.
- 반면, 30대와 40대의 임금수준은 상대적으로 낮은 수준임. 전체 서비스종사자 임금수준과 비교할 경우, 2021년을 기준으로 30대는 약 86.3%, 40대는 약 81.2%에 불과함.

〈표 2-10〉 미용 관련 서비스종사자의 월 평균임금 수준(연령별)

(단위: 만 원, %)

	15~29세			30~39세			40~49세		
	미용 관련 종사자	서비스종사자	서비스종사자 대비 임금 수준	미용 관련 종사자	서비스종사자	서비스종사자 대비 임금 수준	미용 관련 종사자	서비스종사자	서비스종사자 대비 임금 수준
2013	127.8	114.4	(111.7)	170.6	195.0	(87.5)	136.6	168.6	(81.0)
2014	130.7	111.7	(117.0)	152.8	192.9	(79.2)	143.5	175.3	(81.9)
2015	132.3	115.2	(114.8)	167.7	195.2	(85.9)	154.4	179.8	(85.9)
2016	140.3	121.1	(115.9)	176.2	211.0	(83.5)	155.6	191.1	(81.4)
2017	156.8	127.5	(122.9)	197.1	217.4	(90.6)	174.9	201.1	(86.9)
2018	156.8	133.5	(117.5)	197.1	218.8	(90.0)	174.9	208.4	(83.9)
2019	171.9	139.4	(123.3)	191.1	219.2	(87.2)	185.6	217.1	(85.5)
2020	186.7	145.1	(128.6)	183.7	226.6	(81.1)	172.6	216.2	(79.8)
2021	184.4	147.8	(124.8)	203.9	236.2	(86.3)	184.3	227.1	(81.2)

자료: 통계청, 지역별 고용조사 원자료(각 연도 하반기).

○ 종사상 지위별 임금수준을 보면, 상용근로자의 임금은 2021년 약 206.6만 원으로 전체 서비스종사자 임금수준의 약 87%에 불과함. 다만, 이전에 비해 증가한 편임.

〈표 2-11〉 미용 관련 서비스종사자의 월 평균임금 수준(종사상 지위별)

(단위: 만 원, %)

	상용근로자			임시근로자			일용근로자		
	미용 관련 종사자	서비스종사자	서비스종사자 대비 임금 수준	미용 관련 종사자	서비스종사자	서비스종사자 대비 임금 수준	미용 관련 종사자	서비스종사자	서비스종사자 대비 임금 수준
2013	167.2	210.0	(79.6)	136.6	116.8	(117.0)	75.8	77.8	(97.4)
2014	165.3	211.5	(78.2)	133.5	112.9	(118.3)	114.4	81.8	(139.9)
2015	163.6	209.3	(78.2)	140.7	110.3	(127.6)	100.6	81.3	(123.6)
2016	187.9	219.0	(85.8)	140.7	111.4	(126.3)	140.2	84.9	(165.2)
2017	189.9	222.4	(85.4)	156.7	115.5	(135.7)	114.7	93.3	(122.9)
2018	190.2	231.5	(82.2)	160.6	116.3	(138.0)	95.7	91.3	(104.9)
2019	201.0	231.6	(86.8)	161.8	121.4	(133.3)	130.3	91.9	(141.7)
2020	199.9	231.1	(86.5)	167.7	115.8	(144.8)	123.1	99.2	(124.2)
2021	206.6	237.6	(87.0)	171.5	117.7	(145.7)	144.8	96.2	(150.5)

자료: 통계청, 지역별 고용조사 원자료(각 연도 하반기).

- 상용근로자와 달리 임시근로자와 일용근로자의 임금수준은 전체 서비스 종사자 임금수준과 비교하면 높은 수준임. 2021년 임시근로자는 약 145.7%, 일용근로자는 약 150.5% 수준임.
- 미용 관련 서비스종사자의 평균 주당 근로 시간은 2013년 약 53.3시간에서 2021년에는 약 45.6시간으로 줄어들긴 했으나, 여전히 장시간 근로를 하는 것으로 나타남. 전체 서비스종사자와 비교하면 평균 약 6시간 이상 긴 것으로 나타남.
- 상용근로자의 경우, 2021년 기준 근로 시간이 미용 관련 서비스종사자는 약 44.2시간, 전체 서비스종사자는 약 40.1시간으로 4.2시간의 차이를 보임.

〈표 2-12〉 미용 관련 서비스종사자의 평균 주당 근로 시간

(단위 : 시간)

	전 체			상용근로자		
	미용 관련 종사자	서비스종사자	차이	미용 관련 종사자	서비스종사자	차이
2013	53.3	47.7	5.6	52.7	46.6	6.0
2014	52.0	46.4	5.6	53.3	46.5	6.8
2015	51.9	45.8	6.2	51.9	46.5	5.4
2016	51.5	44.9	6.6	50.2	45.7	4.6
2017	50.7	44.7	6.0	50.9	45.6	5.3
2018	49.4	42.7	6.7	49.0	43.7	5.4
2019	48.1	41.4	6.7	48.2	42.4	5.8
2020	46.7	40.6	6.1	46.0	41.4	4.6
2021	45.6	39.2	6.4	44.2	40.1	4.2

자료 : 통계청, 지역별 고용조사 원자료(각 연도 하반기).

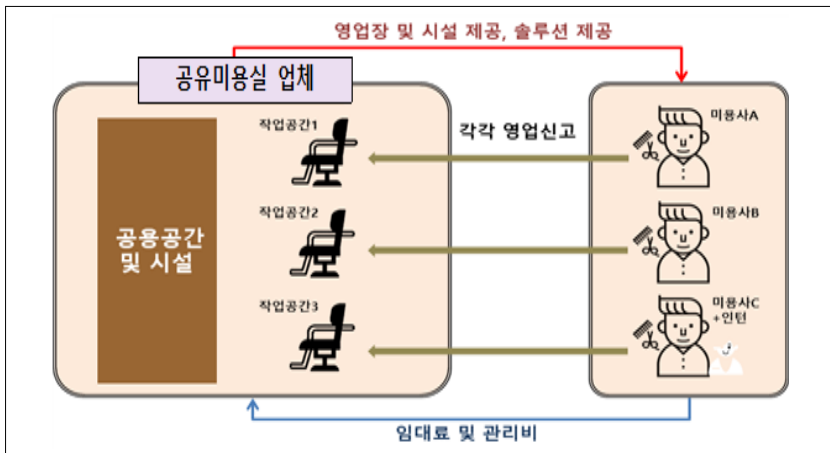
제2절 우리나라의 공유미용실 현황

1. 공유미용실 추진 현황

가. 공유미용실의 제도적 한계

- 공유미용실은 1개의 미용실에 다수의 미용 사업자가 입점하여 공유 가능한 시설 및 설비를 공동으로 활용하고, 임대업자에게 임대료, 시설 및 설비 사용료 등을 지급하는 형태의 미용실임.
 - 따라서 공유미용실 입점 미용사들은 미용 시설 및 설비를 별도로 구매할 필요가 없어, 초기 창업비용 부담이 완화되는 효과가 있을 것으로 기대됨.
- 현재 공유미용실은 제도적 한계로 운영할 수 없음.
 - 현행 「공중위생관리법」 제2조의 시설 및 설비기준에 따르면, ‘미용업을 2개 이상 함께하는 경우 각각의 영업에 필요한 시설 및 설비기준을 모두 갖추는 것’을 명시하고 있음.

[그림 2-1] 공유미용실 운영 체계



- 따라서 미용사가 미용실을 창업하기 위해서는 「공중위생관리법」 기준에 따른 시설 및 설비를 모두 갖추어야 해서, 시설 및 설비를 공유하는 공유미용실은 운영할 수가 없음.
- 공유경제의 확산, 소자본 미용사의 창업 활성화 등을 위해 현행 「공중위생관리법」의 이러한 규제를 변경하여 공유미용실을 제도화하자는 요구가 증가하고 있음.

나. 공유미용실 실증특례(규제 샌드박스)

- 공유미용실을 위한 규제개선에 대한 요구가 증가함에 따라, 주무 부처인 보건복지부는 2020년 8월부터 2년간 규제 샌드박스로 공유미용실 운영과 효과를 검증하고 있음(보건복지부, 2022).
- 1개 미용실에 다수 사업자(미용사)가 입주해 시설 및 장비 등을 공동 사용하여 영업하면서 발생할 수 있는 위생 등 안전성 검증이 핵심 목표임.
- 입주 사업자에게 공용시설(샴푸실 등), 관리솔루션(고객 예약관리, 물품구매, 재고관리 등)을 제공하고, 입주미용사는 월 임차료와 관리비만 지불하고 개별 영업하는 미용업 독립사업자로 활동하도록 함.
- 규제 샌드박스에는 2022년 6월 말 기준 17개 업체, 26개 공유미용실이 운영하고 있음.
- 규제 샌드박스 결과는 공유미용실 허용을 위한 법령 정비, 공유미용실 가이드라인 마련 등의 기초자료로 활용할 예정임.

2. 공유미용실 유사 사례 : 공유주방

가. 공유주방 제도화 현황

- 「식품위생법」에서는 음식점 등 영업자의 위생 안전 책임을 강화하기 위해 하나의 영업소(조리시설 등)에서 하나의 영업자만 영업할 수 있도록 허용함.

- 이에 따라 조리시설이 갖추어진 주방을 여러 영업자가 함께 사용할 수 있는 새로운 형태의 ‘공유주방’은 운영할 수 없었음.
- 공유주방에 대한 사회적 요구가 증가함에 따라 2019년 6월부터 신규 식품 영업자의 투자 비용 부담을 줄이고 창업 진입 장벽을 낮추고자 ‘공유주방’ 시범사업을 규제 샌드박스로 운영함(식품의약품안전처 보도 자료, 2022).
- 규제 샌드박스 운영 결과(공유주방 운영업체 26개, 공유주방 이용업체 270개) 위생적으로 안전관리가 가능할 것으로 실증되어, 「식품위생법」 개정을 통해 공유주방의 법적 근거를 마련하고 2021년 12월 30일부터 시행함.
- 공유주방은 식품의 제조·가공·조리 등에 필요한 시설 또는 기계·기구 등을 여러 영업자가 함께 사용할 수 있는 새로운 영업 형태임.
- 공유주방으로 가능한 영업 범위는 식품 제조·가공업, 식품첨가물제조업, 즉석판매제조·가공업, 식품소분업, 휴게음식점영업, 일반음식점영업, 제과점영업 등임.
- 식약처는 공유주방이 안전하고 위생적으로 운영될 수 있도록 제도적 장치를 마련하였음.
- 자격 기준을 갖춘 위생관리책임자를 선임하여 위생관리를 철저히 해야 함.
- 소비자에게 발생할 수 있는 손해를 배상하기 위해 책임보험에 의무적으로 가입함.
- 등록된 공유주방을 이용하고자 하는 사람은 공유주방 운영업자와의 계약을 거쳐 기존 방식대로 업종에 따른 영업 등록 또는 신고해야 함.

나. 공유주방 운영방식

- 공유주방 운영자는 식품의 제조·가공·조리·저장·소분·운반에 필요한 시설 또는 기계·기구 등을 여러 영업자가 함께 사용할 수 있도록 대여 시설을 갖춘 자를 의미함.
- 공유주방 이용자는 영업 등록 또는 신고를 하고 공유주방 운영업자와

계약을 통해 해당 시설을 이용하는 영업자

- 공유주방 운영방식은 크게 두 가지가 있는데, 하나는 시간 구분형, 다른 하나는 동시 사용형임.
 - 시간 구분형 운영방식은 하나의 주방을 주야간으로 구분하여 2개 업체가 번갈아 사용하는 방식임.
 - 동시 사용형 운영방식은 동 시간대에 여러 업체가 사용할 수 있는 방식임.
- 시간 구분형 공유주방은 한 개 식당을 서로 다른 시간대로 나눠 운영하는 것으로, 대표적으로 '나누다키친'이란 업체가 있음.
 - 한국도로공사의 고속도로 휴게소 공유주방 '나이트카페'도 시간제로 운영되는 공유주방으로, 휴게소 운영사가 모집을 통해 선발된 청년 공유주방 이용자가 주간(오전 8시~오후 8시)과 야간(오후 8시~자정)에 동일 공간에서 서로 다른 사업을 운영함.
- 동시 사용형 공유주방은 배달형 공유주방이라고도 하는데, 동 시간대에 여러 공간으로 나눠 배달 음식 제조부터 배송까지 운영함.
 - 1인 가구가 확대됨에 따라 배달 수요가 늘어나는 반면 가게의 임대료, 인건비 및 물가가 높아지는 경향에 따라 '배달형 공유주방'이 지속 성장할 것으로 예상되며, 국내 공유주방 업체는 배달형 공유주방 영역을 중심으로 운영하고 있음.
- 공유주방의 종류는 일반 공유주방, 인큐베이터 공유주방, 식품엑셀러레이터 등이 있음.
 - 특히 인큐베이터 공유주방, 식품엑셀러레이터 등은 자치단체 일자리 사업의(창업지원) 일환으로 추진되는 것이 대부분임.

〈표 2-13〉 공유주방 종류

	내용	운영 주체
일반 공유주방	- 외식업 운영자들이 공간 임대를 주목적으로 하는 공유주방	민간
인큐베이터 공유주방	- 주로 처음 외식업을 창업하려는 사람들이 공간 임대뿐 아니라 창업 및 운영의 효율성을 위한 다양한 지원 서비스 이용을 목적으로 하는 공유주방	지자체 (민간 위탁)
식품 엑셀러레이터	- 일반음식점이 아닌 식품이나 패키지 상품을 생산 및 판매하기 위한 목적으로 이용하는 공유주방	지자체 (민간 위탁)

제3절 공유미용실의 해외 사례

- 해외 공유미용실은 렌탈 헤어숍, 체어 렌탈 서비스숍, 셰어 살롱 등으로 불리며 운영되고 있음(강복희, 2020).
 - 유럽, 미국, 일본 등에서는 공유미용실이 미용 서비스 운영 유형 중 하나로 자리매김해 왔으며, 미용사는 본인의 공간(경대와 의자 1세트)을 임대하여 고객에게 미용 서비스를 제공함.

1. 일 본

가. 일본의 공유미용실 현황

- 일본은 다양한 유형의 미용실이 공존하며, 공유미용실도 이러한 서비스 운영 유형 중 하나로 잡고 있음(강복희, 2020).
 - 미용 사업자는 미용 공간을 임대하여 미용실과 업무 위탁 계약을 맺고 일하는 형식을 취하고 있는데, 매장이나 미용 사업자가 유치한 고객에 대해 서비스를 제공하는 형태임.
 - 이러한 업무위탁은 ‘정규직’과 ‘아르바이트’처럼 미용실이 미용사를 ‘직원’으로 고용하는 것이 아니라, 1대1의 독립적인 사업주로 계약을 맺고 거래하는 근무 형태임.
- 일본의 공유미용실은 시간 단위로 미용 공간을 대여하는 것도 가능하며, 개인 앱을 통해 고객을 유치할 수도 있음.
 - 미용 사업자가 유치한 고객에 대해서만 서비스를 제공하면 되기 때문에, 근무 시간이 상대적으로 자유롭고 발생된 매출에서 임대료와 세금 등을 제외하고 나머지를 지급받을 수 있다고 평가함.
- 일본의 공유미용실 증가 이유로는,
 - 첫째, 미용업계의 높은 경쟁률로 2020년 코로나19 감염증 이후 일본 이·미용업이 침체되면서, 미용실 운영비 절감이 절실했기 때문임.

- 둘째, 프리랜서 미용사 증가로 2018년에는 약 83,000명이 프리랜서 미용사로 일하고 있으며, 일-생활 균형이 중시되면서 프리랜서 미용사는 더 증가하리라 전망함(www.webjapan.co.jp).

나. 일본의 공유미용실 운영방식

- 일본의 공유미용실 운영방식은 ‘의자 대여 방식’과 ‘부스(booth) 대여 방식’으로 구분됨.
 - 의자 대여 방식은 미용실에서 ‘빈 의자’를 대여하는 방식임.
 - 부스(booth) 대여 방식은 우리나라의 공유미용실과 같이 미용 부스를 대여해 주는 운영방식임.

〈표 2-14〉 일본의 의자 대여 방식과 미용 부스 대여 방식의 비교

고객 특징	의자 대여 방식	미용 부스 대여 방식
	단골 고객	단골 고객이나 신규 고객
장점	<ul style="list-style-type: none"> - 높은 가격으로 서비스를 제공할 수 있음 - 고용되지 않아도 자신의 고객에게 서비스를 제공할 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> - 자기 브랜딩을 통해, 독립 미용사로서 활동할 수 있음 - 고객 유치 능력이 있다면, 자신이 결정한 가격으로 많은 고객에게 서비스를 제공할 수 있음
단점	<ul style="list-style-type: none"> - 단골 고객 중심이기 때문에 고객을 증가시키기 어려움 - 개인화된 서비스이기 때문에 높은 가격을 유지해야 함 	<ul style="list-style-type: none"> - 고객 유치 능력이 없다면 고객을 증가시키기 어려움 - 마케팅, 홍보 등의 활동을 해야 함
약품	- 대부분 살롱이 준비	- 자기 부담
가격 설정	<ul style="list-style-type: none"> - 상한은 없고 하한도 없음 - 기본 가격은 미용실에서 정함 	- 자유롭게 설정
예약 관리	<ul style="list-style-type: none"> - 미용사 개인 - 또는 미용실과 협의 	- 미용사 개인
이용하는 미용사 특징	<ul style="list-style-type: none"> - 독립 전까지 한시적으로 일하려는 미용사 - 미용실에서 프리랜서로 일하고 싶은 미용사 - 투잡으로 활동하고 싶은 미용사 	<ul style="list-style-type: none"> - 고객 유치 능력이 있는 미용사 - 독립적으로 근무하기를 원하는 미용사
비고	감소 경향	- 세련된 인테리어 등 최신 설비를 갖춘 공유미용실 증가

자료 : <https://kireibizmedia.jp>.

다. 시사점

- 일본 자료 등에서 제안하는 공유미용실의 장점은 다음과 같음.
 - 첫째, 적은 비용으로 창업할 수 있음. 일본의 미용실 개업에 필요한 자금은 1,200만 엔 정도로 고액이며, 개업 후 1년 안에 약 60%가 폐점하는 상황임. 공유미용실을 이용하는 경우 인테리어 공사 등의 비용이 소요되지 않고 바로 영업할 수 있어서 상대적으로 적은 비용으로 독립할 수 있음.
 - 둘째, 시간이나 장소에 얽매이지 않고 일할 수 있음. 휴업일이나 육아 등의 시간적 활용이 자유롭고 고객이 없는 동안 임대료나 상하수도 비, 인건비를 절약할 수 있음.
 - 셋째, 수입액이 상대적으로 높음. 공유미용실 이용요금은 ‘월액 고정 이용료’, ‘고정+보합료’, ‘시간료’ 중 하나를 선택할 수 있음. 어떠한 것을 선택하든 상대적으로 높은 수입을 얻을 수 있음.
- 일본 자료 등에서 제안하는 공유미용실의 단점은 다음과 같음.
 - 첫째, 미용사가 스스로 적극적 홍보를 통해 모객을 해야 함. 예약이나 문의 회신 등을 스스로 직접 해야 하며, 앱, SNS 등을 통해 모객 활동을 꾸준히 해야 함.
 - 둘째, 경영과 관련한 지식을 보유해야 함. 경비·매출의 기장이나 확정신고 등 경리·회계업무, 약제의 매입이나 SNS 관리 등 방대한 사무업무를 수행해야 함.
 - 셋째, 운영 초기 단골 고객이 없다면 수입이 안정적이지 않음. 지역 위치에 따라 공유미용실에서 자리 잡기까지 시간이 소요됨.
- 일본 공유미용실 운영에서 주목할 점은, 관리미용사가 있다는 것임.
 - 여러 미용사가 근무하는 미용실 개설자는 미용실 위생관리 책임자로서 관리미용사를 선임해야 함.
 - 관리미용사는 미용사 경력 3년 이상의 자로 도도부현 지사가 지정한 필수 교육을 이수한 미용사여야 함.
- 일본은 미용사 면허가 있어야 미용업을 할 수 있으므로 반드시 미용사 면허를 취득해야 함.

2. 영 국

- 영국의 살롱 부스 대여(Salon Booth Rental)는 공유미용실 임대인이 독립 미용사에게 부스나 의자를 대여하고, 개인 미용사는 미용실에 자신의 공간을 빌려 자신의 사업을 영위하는 것으로 우리의 공유미용실 개념임.
 - 미용사는 필요에 따라 시간, 일, 주, 월 단위로 대여할 수 있고, 수익은 모두 독립 미용사의 것이며, 계약 조건에 따라 공유미용실 임대인에게 대여료를 지불함.
 - 미용사는 스케줄을 스스로 관리하며, 대여 계약 조건과 대여료 지불을 제외하고 미용실에 대한 어떠한 책임도 지지 않음.
- 영국에서 독립계약자는 임대 사업자나 회사가 소유하고 운영하는 살롱 내에서 일반 대중에게 독립적인 미용 서비스를 제공하는 자영업자를 말함.
 - 살롱 내 독립계약자는 자영업자여야 하며, 피고용인은 고용주의 살롱에서 독립적인 사업을 할 수 없음.
 - 독립계약자의 사업은 살롱의 사업과 독립적이고 분리되어야 하며, 아래 상황을 독립적으로 운영해야 함.
 - ① 자체 회계장부와 계정을 갖추어야 함.
 - ② 세무 업무 및 보건 및 안전 절차에 대해 책임이 있음.
 - ③ 공공 책임보험을 포함한 자체 보험요건을 준수해야 함.
 - ④ 손실이 발생할 수도, 이익이 생길 수도 있으며, 모두 독립계약자의 몫임.
 - ⑤ 자체 서비스 가격과 개장 시간(공휴일 휴무 포함)을 자유롭게 설정할 수 있음.
 - ⑥ 소모품, 재고 및 제품을 구매해야 하고, 별도 제품을 판매할 수도 있음.
 - ⑦ 살롱 내부와 외부에서 고객을 위해 공개적으로 경쟁할 수 있고, 서비스 제공을 수락하거나 거부할 수 있음.
 - ⑧ 필요에 따라 대체 인력을 선정하여 운영할 수 있음.

- ⑨ 다른 공유미용실로 이전, 계약 해지 등은 자유로움.
- ⑩ 독립계약자의 이름과 주소를 공지해야 함.
- ⑪ 고객이 제기한 불만이나 의견에 대응해야 함.
- ⑫ 문서 수발신, 영수증 발급 등을 위해 자체 장비를 갖추어야 함.

○ 영국의 공유미용실 임대 방법

- 독립계약: 자신이 직접 고객을 유치하여 서비스를 제공하고 비용을 받는 형태. 이 경우 임대업자에게 임대료만 지불함.

[그림 2-2] 영국의 공유미용실 임대 계약서

Hair Salon Booth Rental Agreement

HAIR SALON BOOTH RENTAL AGREEMENT

THIS BOOTH RENTAL AGREEMENT (hereinafter "Agreement") is entered into this ____ day of _____, 20____, by and between:

The Lessor: _____ of _____
(hereinafter "Landlord")

and

The Lessee: _____ of _____
(hereinafter "Tenant")

In regards to the Commercial Space:

(Hereinafter "Space")

The Landlord and Tenant do hereby agree to abide by the terms set out in this Agreement. The terms of this Agreement are as follows:

1. The Space

The Space is described as: _____

2. Payment Schedule and Details

The Tenant agrees to pay a [circle one] monthly/weekly/yearly rate of \$ _____. Payments shall begin _____ 20____ and shall be paid each [circle one] month/week/year for the length of this Agreement. Payments shall be made at: _____, or at such other place as the Landlord and Tenant agree upon.

3. Late Charge

Tenant will, as additional rent, pay a late charge of _____% of the amount due for the rental period for which the payment was delinquent, when any installment of rent is not paid on or before the date it is due and payable.

- 복합계약: 자신이 직접 고객을 유치하여 서비스를 제공하거나 공유미용실의 하청 업체로서 공유미용실 고객에게 서비스를 제공함. 임대인에게 임대료를 지불하고 공유미용실 고객에게 제공하는 서비스에 대해서는 공유미용실로부터 비용을 받음.
- 계약 방법은 미용사와 임대인의 협의를 통해 이루어짐.
 - 독립계약은 미용사 개인의 영업력과 경쟁력이 있을 때 유리하며, 복합계약은 고정고객이 없는 미용사에게 장점이 있음.

□ 시사점

- 살롱 부스라는 명칭에서 알 수 있듯 영국은 순수 공간만을 대여하는 비중이 높고, 이러한 경우에 미용업을 수행하기 위한 모든 장비를 미용사가 구비해야 함.
 - 다만 의자 대여(Rent A Chair)는 시설이 구비된 의자를 대여하는 것임.
- 영국은 미용사 면허가 없어도 일정 위생 기준에 적합한 공간이면 미용실을 개설할 수 있어, 미용업에 대한 규제가 완화된 형태임.

3. 미 국

- 미국에서 살롱 부스 대여는 현재 펜실베이니아를 제외한 모든 주가 합법임.
 - 다만, 주에 따라 임대업자에게 미용사 면허를 요구하는 곳도 있는데, 뉴저지는 임대업자에게 의자 또는 부스 임대에 대한 면허를 요구하고 있음. 이에 반해 워싱턴 주는 면허를 요구하고 미용업을 하려는 미용사에게만 면허를 요구할 뿐 임대인에게는 면허를 요구하지 않음.
- 임대료 책정 방법은 세 가지 유형으로 나누어짐.
 - 첫째는 미용사 수입의 일부를 청구하는 방법, 둘째는 월정액 요금으로 청구하는 방법, 셋째는 이 두 가지 조합으로 청구하는 방법임.
- 미국의 'ZOIMI'는 비즈니스 플랫폼인데, 이곳에서 공유미용실 임대인에 대한 가이드를 제공하고 있음.

- 위 플랫폼에서 제시하는 공유미용실 임대인의 장점은 다음과 같음.
 - 첫째, 공간 임대가 유연하다는 것임. 공간 관리 방법, 임대 대상, 각 공간에 대해 원하는 조건 및 가격 등을 선택할 수 있음.
 - 둘째, 책임이 감소됨. 미용실 임대인은 일반 점포 운영자보다 책임이 적음. 직원 관리, 일정 관리, 마케팅, 온라인 예약시스템 관리 및 웹 사이트 게시물 업데이트 등은 입주미용사가 해야 하므로 미용실 임대인의 책임은 적음.
 - 셋째, 미용실을 직접 운영하는 것보다 수익 감소에 대한 부담이 적음. 예를 들어, 헤어 및 미용 서비스를 제공하는 일반 미용실은 고객을 유치하고 매일 서비스를 판매하여 수익을 내야 함. 반면 공유 미용실 임대인은 고객의 수와 관계없이 고정적인 수익을 얻을 수 있음.
 - 넷째, 일반 미용실보다 적은 운영비임. 미용사 건강 관리, 세금 및 퇴직금 등과 같은 책임이 없으므로 운영비 부담이 적음.
- 위 플랫폼에서 제시하는 공유미용실 임대인의 단점은 다음과 같음.
 - 첫째, 수익 증가가 어려움. 미용실의 의자나 공간을 임대한 후에는 임대 비용을 높이는 것 외에 수익을 늘릴 수 있는 추가 방법이 없음.
 - 둘째, 미용 제품 판매를 위해 노력해야 함. 임대인의 수익이 될 수 있는 것은 미용 제품 판매임. 다만 이는 미용사와의 경쟁이 될 수 있음.
 - 셋째, 미용사와의 유대감이 없음. 일반 미용실은 시간이 지남에 따라 직원과 유대감을 형성할 수 있고 미용실에 대한 충성도가 높아질 수 있으나, 공유미용실은 미용사와 임대인 간의 유대감이 형성되기 어려움.
 - 다섯째, 공유미용실 브랜드 구축이 어려움. 미용사가 독립적이고 자유롭게 이동하기 때문에, 일관되게 공유미용실을 브랜드화하기 어려움.

4. 공유미용실 해외 사례의 시사점

- 공유미용실 해외 사례를 토대로 몇 가지 시사점을 얻을 수 있음.

- 첫째, 미용사의 일자리 개선보다는 사회적 변화에 대응하기 위해 공유 미용실을 정착시킴.
 - ICT 기술의 발전에 따른 서비스 거래방식의 변화, 공유경제 개념의 확산으로 자원 활용에 대한 관점 변화 등이 미용업계에 도입되면서 공유미용실에 대한 사회적 요구를 수용한 결과임.
 - 즉 ICT 기술 발전으로 서비스 거래방식이 '고객-매장'에서 '고객-미용사'로 급격히 전환되었고, 공유경제 확산으로 자원을 소유하지 않고 공유하여 자원의 효율적 활용에 관한 관심이 증가하였음.
 - 해외 공유미용실은 이러한 사회적 변화에 미용업계가 대응하기 위한 하나의 산업적 전략으로 볼 수 있음.
- 둘째, 임대업자 - 미용사 간에 다양한 공유방식, 계약 방식 등을 활용하고 있음.
 - 해외는 공통적으로 공간을 공유하는 부스 대여 방식(rental booth)과 의자만 공유하는 의자 대여 방식(rental chair)으로 운영되고 있음.
 - 계약 방식도 완전 임대료 방식, 수익 배분 방식, 둘 간의 혼합방식 등 임대업자와 미용사 간에 다양한 계약 방식을 활용하고 있음.
- 셋째, 공유미용실에 대한 별도의 위생 관리방식을 적용함.
 - 공유미용실에 일정 수의 미용사가 입점하면 전체 공유미용실의 위생을 관리할 역력이 있는 위생관리 미용사를 선임하고, 위생관리 미용사의 책임하에 공유미용실의 위생을 관리함.
- 넷째, 정부의 개입을 최소화함.
 - 공유미용실의 위생관리는 정부가 개입하여 적절하게 관리하나, 그 외 공유방식, 계약 방식 등에는 정부가 개입하지 않고 있음.
 - 이는 시장경쟁을 지향하는 문화적 차이도 있으나, 영업방식은 미용사의 의사결정이기 때문에 개입하지 않는 것으로 보임.
- 다섯째, 임대업자는 미용사를 유치하기 위해 다양한 채널을 통해 공유 미용실에 대해 홍보함.
 - 임대업자들은 공유미용실에 미용사를 유치하기 위해 인터넷, SNS 등 다양한 채널을 통해 공유미용실을 홍보하고 있음.

- 홍보 시 주로 계약 방식에 따른 임대료 및 임대 조건, 제공하는 서비스, 공유미용실에 적합한 미용사 경력 등에 관한 정보를 제공하고 있음.
- 이는 공유미용실의 공실을 방지하는 것과 우수한 미용사를 유치하여 공유미용실의 인지도 향상을 위한 노력으로, 임대업자 간 경쟁이 발생하기 때문임.

공유미용실 제도화에 대한 인식

제1절 이해당사자 심층 면담

1. 공유미용실 임대인과 입주미용사의 의견

- 공유미용실 임대인과 입주미용사는 공유미용실 제도화에 찬성 입장임.
- 공유미용실 제도화의 찬성 입장을 정리하면 다음과 같음.
 - 첫째, 창업비용이 감소. 공유미용실 제도화에 가장 큰 긍정적 효과 중 하나는 미용실 초기 창업비용 부담을 줄여 미용사의 창업 장벽을 낮출 수 있음. 실증특례에서도 창업비용이 일반 미용실 창업비용의 1/30로 감소했다는 점을 강조함.
 - 둘째, 고정비용의 절감. 공유미용실은 임대료, 관리비 등을 절감하여 일반 미용실에 비해 20% 고정비가 감소한다고 제안함.
 - 셋째, 미용사 소득향상. 매출액 전체가 공유미용실 몫으로 임대료 등을 지불하고도 미용사의 소득이 증대된다고 제안함.
 - 넷째, 미용사의 일자리 질 개선. 서비스를 제공할 고객이 없는 시간에는 자유롭게 활동할 수 있어 육아 및 가사로 인해 미용사 면허를 취득하고도 활동하지 않는 미용사가 감소할 것이라 제안함.
 - 다섯째, 부당노동행위 근절. 미용업계에서 관행처럼 이어져 오던 열정페이 등 부당노동행위가 감소할 것임. 많이 개선되었지만, 여전히

숙련 습득을 이유로 부당한 대우, 노동 강요 등 불합리한 처우를 받고 있다고 제안함.

- 여섯째, 미용 서비스 질의 개선. 미용사는 미용 서비스에만 집중하고 편의시설, 고객 응대 등은 임대업자가 하므로, 집중된 상태에서 양질의 미용 서비스 제공이 가능함.

○ 공유미용실 제도화의 기타 의견은 다음과 같음.

- 첫째, 공유미용실이 제도화되더라도 미용사 자체의 고용 증대는 발생하지 않을 것임. 공유미용실은 창업 진입 장벽을 낮추는 것이기 때문에 신규 인력에 대한 고용 증대는 발생하지 않을 것임.
- 둘째, 공유미용실이 제도화된다고 하더라도 고객에 대한 서비스가 급격하게 향상되지는 않을 것임. 공유미용실 제도화는 고객 미용 서비스 질 향상이 목적이 아니라, 사회 변화에 맞게 서비스 거래 및 제공 방식의 변화를 목적으로 하기 때문임.
- 셋째, 공유미용실 임대업자의 특성은 다양함. 미용실을 운영했던 임대인, 전문 부동산 임대인 등 공유미용실 임대업자의 특징을 규정하기 힘들.
- 넷째, 공유미용실에 참여하는 미용사의 특징을 규정하기 힘들. 경력 이 높은 입주자도 있고, 그렇지 않은 입주자, 개인 미용실을 운영하다 입주한 미용사 등도 있어 특징을 규정하기 어려움.

2. 미용업 단체

○ 미용업 단체는 공유미용실 제도화를 반대하는 입장임.

○ 공유미용실 제도화의 반대 입장을 정리하면 다음과 같음.

- 첫째, 임대업자라는 새로운 이익집단의 출현으로 미용업계가 왜곡될 수 있음. 기존에는 미용실 사업주와 구성원 간의 이익 배분 구조였으나 제3가 출현하여 아무런 노력과 책임 없이 이익을 분배받기 때문에 미용업계의 이익이 외부로 유출되는 것과 같음.
- 둘째, 공유미용실은 새로운 형태가 아니라 기존 현장에서 이루어지던 운영방식 중 하나임. 기존에도 '개인사업 자격'인 일반 미용사는 본

인의 영업매출액에 20~60%까지 정해진 비율에 따라 소득을 분배해 가는 방식으로 운영됨. 결국 미용실 경영자가 하던 역할을 임대업자로 교체하겠다는 것 외에 의미가 없음.

- 셋째, 대자본의 출현 시 영세 미용실은 생존이 어려움. 예를 들어 대기업이 공유미용실을 운영하고 막대한 자본을 들여 편의시설을 갖춘다면 영세 미용실은 생존이 어려움.
 - 넷째, 미용사 숙련 형성의 한계. 물론 종종 숙련 습득을 명분으로 한 부당노동행위가 있었으나 현재는 거의 근절되었음. 미용사의 숙련은 미용실에서 경험을 통해 축적해 왔는데, 공유미용실로 숙련도가 낮은 미용사도 창업을 쉽게 한다면 전체적으로 미용 서비스의 질을 하락시킬 수 있음.
 - 다섯째, 현재도 미용실의 폐업률이 높음. 미용실의 폐업률이 높은 상황에서 준비 없는 창업 미용사를 양산한다면 폐업률은 더 높아질 것임.
 - 여섯째, 신규 미용사는 모객이 더 어려울 것임. 공유미용실에 의해 미용실 간 경쟁이 심화하면 신규 미용사에게 미용 서비스를 제공하여 숙련을 쌓을 기회를 제공하던 관례가 사라질 것임.
 - 일곱째, 미용 서비스에서 발생할 수 있는 문제에 대한 책임소재의 불명확화. 기존에는 미용실 경영자에게 무한 책임이 있었으나 공유미용실에서는 개별 미용사에게 책임이 있으므로, 이들이 책임을 소홀히 하며 회피할 가능성이 있음.
 - 여덟째, 공유계약서가 악용될 수 있음. 기존 업무위탁계약서나 근로계약을 공유계약서로 전환하여 악용될 소지가 있음.
- 미용업 단체의 공유미용실에 대한 기타 의견은 다음과 같음.
- 첫째, 미용사의 최종 목표는 개인 미용실을 운영하는 것인데, 공유미용실은 개인 미용실을 창업하기 위한 중간단계일 뿐이며, 결국 기존 위탁계약 등과 하등 차이가 없음.
 - 둘째, 공유미용실 등 창업 미용사를 양산하기 위해서는 창업에 필요한 역량을 향상할 수 있는 다양한 훈련프로그램 개발과 운영이 필요.
 - 셋째, 이처럼 예상되는 문제가 있음에도 굳이 법까지 개정하면서 급하게 추진하는 이유가 무엇인지 알 수가 없음.

제2절 공유미용실 인식 및 실태조사

1. 설문 대상

- 공유미용실 제도화에 따른 고용의 변화를 분석하기 위해 미용사 300명을 대상으로 하는 실태조사를 실시함.
 - 조사 대상은 현재 공유미용실에 입주해있는 미용사, 개인 자영업 미용실을 운영하는 미용사, 일반 미용실에 소속(또는 고용)되어 있는 미용사 3개 그룹을 고려했으며, 각각 100명씩 총 300명의 표본을 할당함.
- 조사 대상에 대한 정의는 다음과 같음.
 - 공유미용실 입주미용사는 공유미용실에 입주하여 본인 명의로 영업 신고한 미용사로 정의
 - 미용실 운영 미용사는 본인 명의로 영업 신고하고 미용실(프랜차이즈 미용실 포함)을 창업하여 운영하는 미용사로 정의
 - 고용된 미용사는 계약 방식(근로 계약, 프리랜서 계약 등)에 관계없이 미용실에 소속되어 근무하는 미용사로 정의

2. 설문 내용

- 설문의 주요 내용은 응답자 특성, 사업체 특성, 창업 및 교육훈련, 근무 조건, 미용업 업계 전망, 공유미용실 관련 의견으로 구성함.
 - 응답자 특성은 응답자의 인적 특성과 미용사 경력에 관련된 문항으로 구성했으며, 사업체 특성은 응답자들이 속한 사업체의 설립 연도, 인력구성, 계약기간 등의 문항으로 구성함.
- 창업 및 교육훈련은 향후 창업 의향과 교육훈련 수요 관련 문항으로 구성함.
 - 근무조건은 현재 근무 시간 및 매출, 소득에 대한 문항으로 구성함.
 - 미용업 업계 전망은 향후 매출 및 소득 그리고 고용인원에 대한 전망

을 질의하는 문항으로 구성함.

- 공유미용실 관련 의견은 공유미용실에 대한 인지도, 공유미용실 입주에 영향을 미치는 요인, 공유미용실 정착 시 미용업체에 대한 영향, 일자리 변화, 고용 여건의 변화 등의 문항으로 구성함.

〈표 3-1〉 실태조사 설문 내용

		세부 내용
1. 응답자 특성	인적 특성 미용사 경력 관련	성별, 연령, 학력, 지역 직업경력, 관련 경험
2. 사업체 특성	공유미용실 및 자영업 미용실 사업체 특성 고용된 미용사의 소속 사업체 특성	설립연도, 준비기간, 초기비용, 인력구성 설립연도, 고용 기간, 인력구성, 근무 경험, 계약기간
3. 창업 및 교육 훈련	창업 의향 교육훈련	창업계획, 창업 형태, 창업 예상 비용 교육훈련 형태, 훈련기간, 훈련 필요성
4. 근무조건	현재 근무 시간 현재 매출 및 소득	일평균, 주평균, 월평균 근무 시간 월평균 매출액, 월평균 소득액
5. 미용업 업계 전망	매출 및 소득 전망 고용인원 전망	월평균 매출액, 월평균 소득액 전망 미용실 고용인원 전망
6. 공유미용실 관련 의견	공유미용실 인지 공유미용실 입주 의견 공유미용실 인식 의견	공유미용실 인지도 공유미용실 고용 여건, 공유미용실 인지 경로, 입주 결정요인, 입주 후 장단점 공유미용실 정착 시 미용업체 영향, 일자리 영 향, 고용 여건 영향

3. 응답자 특성

가. 인적 특성

□ 성 별

○ 조사된 300명 중 남성은 17명으로 5.7%에 불과했으며, 반대로 여성은 283명으로 94.3%를 차지함.

- 남성보다 여성이 압도적인 비중을 차지함.

□ 연 령

○ 5세 단위 연령 구분 중 가장 비중을 많이 차지하는 것은 35세 이상~40

세 미만 그룹(22.7%)이며, 이어서 25세 이상~30세 미만(19.3%), 30세 이상~35세 미만(15.0%) 순으로 나타남.

- 40세 미만의 비중이 59.7%로 나타나며, 미용사의 평균적인 연령은 38.6세로 20~30대의 젊은 인구가 주요 구성원임.

□ 학 력

○ 학력별로는 고졸 이하가 50.7%로 가장 많으며, 이어서 전문대졸(40.3%), 4년제 졸업(9.0%) 순으로 나타남.

- 4년제 이상의 고학력 비율은 낮은 것으로 나타나며, 실무경력이 중요한 업종이라는 특성상 기능인력 배출이 용이한 고졸 또는 전문대졸 구성비가 높게 나타난다는 특징이 있음.
- 조사된 표본 중 서울 강남구(31.3%), 서울 마포구(24.0%)의 비중이 높게 나타났으며, 이외에 성동구(20.0%), 경기도 고양시(14.3%)에도 다수의 미용사가 위치하는 것으로 나타남.

〈표 3-2〉 응답자 인적 특성

(단위: 명, %)

		표본 수	구성비
성별	남성	17	5.7
	여성	283	94.3
연령대	25세 미만	8	2.7
	25세 이상~30세 미만	58	19.3
	30세 이상~35세 미만	45	15.0
	35세 이상~40세 미만	68	22.7
	40세 이상~45세 미만	36	12.0
	45세 이상~50세 미만	32	10.7
	50세 이상~55세 미만	28	9.3
	55세 이상~60세 미만	15	5.0
	60세 이상	10	3.3
학력	고졸 이하	152	50.7
	전문대 졸업	121	40.3
	4년제 졸업	27	9.0
미용실 지역	경기도 고양시	43	14.3
	서울 강남구	94	31.3
	서울 강북구	4	1.3
	서울 광진구	2	0.7
	서울 마포구	72	24.0
	서울 서대문구	25	8.3
	서울 성동구	60	20.0
전 체		300	100.0

나. 미용사 경력 관련

□ 직업경력

○ 미용사로 일한 경력은 5년 이상~10년 미만 그룹이 32.3%로 가장 많은 것으로 나타났으며, 이어서 10년 이상~15년 미만(17.3%), 20년 이상(13.3%), 3년 이상~5년 미만(12.7%) 순으로 많은 것으로 나타남.

- 가장 많은 경력이 분포하는 구간은 3년 이상~15년 미만의 중위 그룹
- 한편, 양 끝단인 1년 미만(3.7%)과 20년 이상(13.3%) 간의 격차는 매우 큰 것으로 나타나며, 이는 곧 은퇴 예정인 미용사에 비해 신규 미용사의 진입이 활발하지 않은 것으로 볼 수 있음.

〈표 3-3〉 미용사로 일한 경력 분포

(단위: 명, %)

	표본 수	구성비
1년 미만	11	3.7
1년 이상~3년 미만	30	10.0
3년 이상~5년 미만	38	12.7
5년 이상~10년 미만	97	32.3
10년 이상~15년 미만	52	17.3
15년 이상~20년 미만	32	10.7
20년 이상	40	13.3
전 체	300	100.0

○ 고용 형태별로 나누어 살펴보면, 자영업 미용사 그룹 16.3년, 공유미용실 입주미용사 10.0년, 일반 미용실 소속 미용사 4.0년 순으로 나타남.

〈표 3-4〉 고용 형태별 평균 경력

공유미용실 미용사	자영업 미용사	일반 미용실 소속 미용사
10.0년	16.3년	4.0년

□ 고용된 미용사로 일한 경험

- 응답자의 대부분은 고용된 미용사로 일한 경험이 있는 것으로 나타남.
 - 응답자의 98.7%가 고용된 미용사로 일한 경험이 있으며, 반대로 업
 력 초창기부터 바로 자영업으로 시작한 경우는 1.3%에 불과함.

〈표 3-5〉 고용된 미용사로 일한 경험 여부

(단위: 명, %)

		표본 수	구성비
고용된 미용사로 일한 경험	있음	296	98.7
	없음	4	1.3
전 체		300	100.0

- 고용된 미용사로 일한 경험이 있는 경우 경력 분포는 앞선 결과와 마찬
 가지로 5년 이상~10년 미만인 41.6%로 가장 많으며, 이어서 3년 이
 상~5년 미만(20.3%), 10년 이상~15년 미만(15.9%) 순으로 나타남.

〈표 3-6〉 고용된 미용사로 일한 경험이 있는 경우 경력 분포

(단위: 명, %)

	표본 수	구성비
1년 미만	20	6.8
1년 이상~3년 미만	42	14.2
3년 이상~5년 미만	60	20.3
5년 이상~10년 미만	123	41.6
10년 이상~15년 미만	47	15.9
15년 이상	4	1.4
전 체	296	100.0

□ 면허 없이 스태프로 일한 경험

- 미용사 면허 없이 스태프로 일한 경험이 있는 응답자는 40.7%이며, 반
 대로 면허 취득 후 일을 시작한 응답자는 59.3%로 나타남.

〈표 3-7〉 면허 없이 스태프로 일한 경험 여부

(단위: 명, %)

		표본 수	구성비
면허 없이 스태프로 일한 경험	있음	122	40.7
	없음	178	59.3
전 체		300	100.0

○ 미용사 면허 없이 스태프로 일을 한 경험이 있는 응답자 중 대부분은 2년 미만의 기간 동안 면허 없이 스태프로 일을 한 경험이 있다고 응답했으며, 2년 이상 장기간 면허 없이 스태프로 일을 한 경험이 있다고 응답한 비율은 15.6%(13.1%+2.5%)에 불과함.

- 다수의 미용사는 면허 취득 후 스태프로 일을 시작하는 경우가 많으나 그렇지 않은 일부 인원 중 다수는 1~2년 미만 동안 면허 없이 스태프로 일하는 경우가 많은 것으로 조사됨.

〈표 3-8〉 면허 없이 스태프로 일한 경험이 있는 경우 경력 분포

(단위: 명, %)

	표본 수	구성비
6개월 미만	23	18.9
6개월 이상~1년 미만	33	27.0
1년 이상~2년 미만	47	38.5
2년 이상~3년 미만	16	13.1
3년 이상	3	2.5
전 체	122	100.0

4. 고용 형태별 특성

가. 자영업 미용사(공유미용실 및 자영업자) 특성

□ 자영업 준비기간

○ 공유미용실 및 자영업 미용사 응답자는 총 200명이며, 공유미용실 소속

미용사 100명, 자영업 미용사 100명으로 구성됨.

- 해석상의 편의를 위해 이하 공유미용실 및 자영업 미용사를 자영업 미용사(또는 자영업자)로 통칭함.
- 미용사 면허 취득 후 자영업자가 되기까지 기간은 5년 이상~10년 미만 이 가장 많으며, 절반 가까이에 해당하는 46.5% 비중을 보임.
- 이어서 10년 이상~15년 미만이 24.5%, 3년 미만이 11.5%로 나타남.
- 대체로 자영업 미용실 창업까지는 5년 이상의 물리적 기간이 담보되어야 함을 알 수 있음.
- 한편, 3년 미만으로 응답한 23명 중 공유미용실은 12명, 자영업 미용실은 11명으로 조사되었으며, 이는 자영업자가 되기까지의 기간이 짧은 경우에 공유미용실로 창업하는 이들이 꼭 다수를 차지하는 것은 아님을 의미함.

〈표 3-9〉 면허 취득 후 자영업자가 되기까지 기간

(단위: 명, %)

	표본 수	구성비
3년 미만	23	11.5
3년 이상~5년 미만	28	14
5년 이상~10년 미만	93	46.5
10년 이상~15년 미만	49	24.5
15년 이상	7	3.5
전 체	200	100

□ 자영업 초기비용

- 자영업 미용사들의 초기비용은 500만 원 이상~1,000만 원 미만인 경우가 40.5%로 대다수이며, 이어서 5,000만 원~이상 1억 원 미만이 25.0%, 1,000만 원 이상~5,000만 원 미만이 16.0%로 나타남.
- 1,000만 원 미만이 50.5%로 나타날 만큼 자영업 미용실 설립은 소자본으로도 충분히 가능한 것으로 판단됨.
- 다만, 5,000만 원 이상 대규모 자본이 투입되는 경우는 서울 강남구, 마포구 등 지가(地價)가 높은 지역의 경우에 해당되는 것으로 판단됨.

〈표 3-10〉 자영업 미용실 초기 설립비용

(단위: 명, %)

	표본 수	구성비
500만 원 미만	20	10.0
500만 원 이상~1,000만 원 미만	81	40.5
1,000만 원 이상~5,000만 원 미만	32	16.0
5,000만 원 이상~1억 원 미만	50	25.0
1억 원 이상	12	6.0
무응답	5	2.5
전 체	200	100.0

○ 창업비용에 대해 미용사 형태별(공유미용실 입주 미용사, 미용실 운영 미용사, 고용된 미용사)로, 또 고용된 미용사의 창업 희망 형태별(개인 미용사 창업, 프랜차이즈 미용실 창업, 공유미용실 창업)로 구분하여 살펴봄.

- 먼저 공유미용실 입주미용사의 창업비용은 5.1백만 원, 미용실 운영 미용사의 창업비용은 59.3백만 원이며, 창업을 희망하는 고용된 미용사의 예상 창업비용은 61.4백만 원임. 공유미용실 창업비용이 가장 낮은 것으로 나타남.
- 고용된 미용사의 창업 희망 형태별로 예상 창업비용을 보면, 개인미용실 창업은 70.7백만 원, 프랜차이즈 창업은 102.9백만 원, 공유미용실 창업은 36.7백만 원으로 예상하고 있음. 고용된 미용사 중 창업을 희망하는 미용사가 예상하는 창업비용 중 공유미용실 창업비용이 가장 낮은 것으로 나타남.

〈표 3-11〉 미용사 형태별, 창업형태별 창업비용

	공유미용실 미용사의 창업비용	미용실 운영 미용사의 창업비용	고용된 미용사의 예상 창업비용			
			개인미용실 창업	프랜차이즈 미용실창업	공유미용실 창업	전체 평균
평균 (백만 원)	5.1	59.3	70.7	102.9	36.7	61.4
표본 수 (명)	97	99	22	7	20	49

□ 인력구성

- 본인의 사업체에 본인 외 고용인원이 있는 경우(35.0%)보다는 고용인원 없이 1인 체제로 운영하는 경우(65.0%)가 다수인 것으로 나타남.

〈표 3-12〉 본인 외 고용인력 여부(자영업 미용사)

(단위: 명, %)

		표본 수	구성비
본인 외 고용인원	있음	70	35.0
	없음	130	65.0
전 체		200	100.0

- 본인 외 고용인원이 존재하는 경우 미용사는 평균적으로 1명 정도 고용한 것으로 나타나며, 스태프는 대부분 없으나 고용하였을 때 1명가량을 고용한 경우가 다수인 것으로 나타남.

〈표 3-13〉 본인 외 고용인력 분포(자영업 미용사)

(단위: 명, %)

		표본 수	구성비
미용사	없음	20	28.6
	1명	45	64.3
	2명 이상	5	7.1
스태프	없음	40	57.1
	1명	28	40.0
	2명	2	2.9
전 체		70	100.0

나. 사업체 소속 미용사(고용된 미용사) 특성

□ 현재 미용실 고용 기간

- 사업체에 소속된(고용된) 미용사의 경우 1년 이상~2년 미만(49.0%), 2년 이상~3년 미만(26.0%)과 같이 낮은 경력의 미용사가 대부분인 것으로 나타남.

〈표 3-14〉 현재 미용실 고용 기간

(단위: 명, %)

	표본 수	구성비
1년 미만	7	7.0
1년 이상~2년 미만	49	49.0
2년 이상~3년 미만	26	26.0
3년 이상~5년 미만	14	14.0
5년 이상	4	4.0
전 체	100	100.0

□ 인력구성

- 사업체에 소속된 미용사의 현재 사업체 내에서 본인 외 고용인원이 존재하는 경우는 60%, 고용인원이 없는 경우는 40%로 나타남.

〈표 3-15〉 본인 외 고용인력 여부(사업체 소속 미용사)

(단위: 명, %)

		표본 수	구성비
본인 외 고용인원	있음	60	60.0
	없음	40	40.0
전 체		100	100.0

- 소속된 사업체 내 본인 외 고용인원이 있는 경우 미용사는 1명 정도 더 존재하며, 스태프도 1명 정도 존재하는 것으로 나타남.

〈표 3-16〉 본인 외 고용인력 분포(사업체 소속 미용사)

(단위: 명, %)

		표본 수	구성비
미용사	없음	21	35.0
	1명	29	48.3
	2명	10	16.7
스태프	없음	17	28.3
	1명	39	65.0
	2명 이상	4	6.7
전 체		60	100.0

□ 근무 경험

- 이전에 근무했던 미용실 수는 대부분 1~2개 정도로 이직이 매우 활발한 상황은 아닌 것으로 판단됨.
- 2개소 이하가 72.0%, 반대로 3개소 이상은 28.0%로 나타남.

〈표 3-17〉 근무했던 미용실 개수

(단위: 명, %)

	표본 수	구성비
1개소	32	32.0
2개소	40	40.0
3개소	25	25.0
4개소	3	3.0
전 체	100	100.0

5. 창업 및 교육훈련

가. 창업 의향

□ 창업계획

- 현재 자영업 미용사가 아닌 사업체에 소속된 응답자 중 향후 창업계획을 가진 응답자는 49%, 반대로 창업계획이 없는 응답자는 51%로 나타남.

〈표 3-18〉 창업계획 여부

(단위: 명, %)

		표본 수	구성비
향후 창업계획	있음	49	49.0
	없음	51	51.0
전 체		100	100.0

- 향후 창업계획이 있다고 응답한 49명 중 3~5년 안에 창업을 계획하고 있다고 응답한 이들은 40.8%로 가장 많음.

- 3년 안에 가시적으로 창업을 계획하고 있는 이들은 30.6%, 반대로 5년 이후 장기적으로 창업을 계획하고 있는 이들은 28.6%로 나타남.

〈표 3-19〉 향후 계획 중인 창업 기간

(단위: 명, %)

	표본 수	구성비
3년 미만	15	30.6
3년 이상~5년 미만	20	40.8
5년 이상~10년 미만	12	24.5
10년 이상	2	4.1
전 체	49	100.0

□ 창업 형태

- 향후 창업을 계획하고 있다고 응답한 49명 중 개인 미용실 창업을 계획하고 있는 이들이 44.9%로 가장 많은 것으로 나타남.
 - 이어서 공유미용실 형태로 창업을 계획하고 있다고 응답한 이들이 40.8%로 높게 나타났으며, 프랜차이즈 형태로 창업을 계획하는 경우는 14.3%로 낮게 나타남.

〈표 3-20〉 향후 계획 중인 창업 형태

	표본 수	구성비
개인 미용실	22	44.9
프랜차이즈	7	14.3
공유미용실	20	40.8
전 체	49	100.0

□ 창업 예상 비용

- 창업 시 초기에 예상되는 비용은 5,000만 원 이상~1억 원 미만이 44.9%로 가장 많으며, 이어서 1,000만 원 이상~5,000만 원 미만이 30.6%로 높음.
 - 자영업 미용사들의 실제 창업비용에 비해 창업을 계획하고 있는 이들이 예상하는 창업비용이 전반적으로 높은 것으로 나타남.

〈표 3-21〉 창업 시 초기 예상 비용

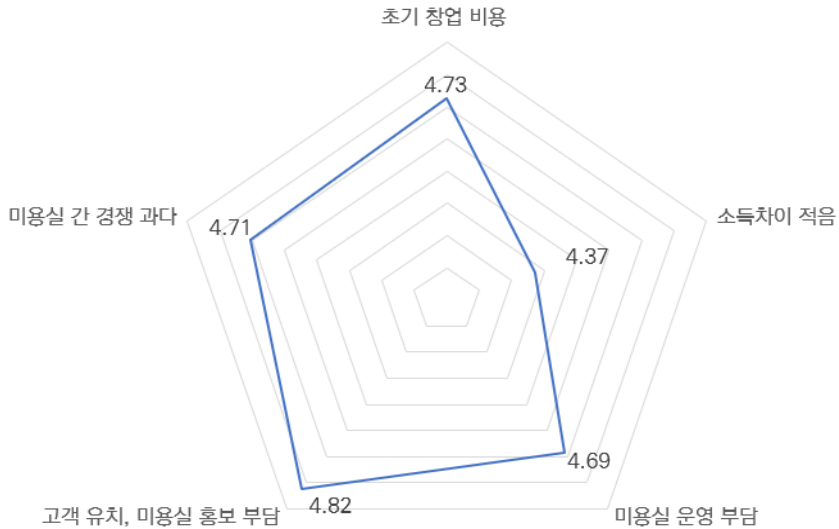
(단위: 명, %)

	표본 수	구성비
1,000만 원 미만	5	10.2
1,000만 원 이상~5,000만 원 미만	15	30.6
5,000만 원 이상~1억 원 미만	22	44.9
1억 원 이상	7	14.3
전 체	49	100.0

□ 창업 의향이 없는 이유

- 향후 창업 의향이 없는 대표적인 사유는 고객 유치, 미용실 홍보에 대한 부담이 크다는 것으로 나타남.

[그림 3-1] 창업 의향이 없는 이유



주: 그림 내 점수는 리커트 5점 척도에 대한 평균값.

- 미용실에 소속되어 미용사로 활동하는 경우 홍보 및 마케팅과 같은 사업경영 측면을 소속된 미용실에서 보조해주기 때문이며, 향후 창업 하는 데 가장 주저하게 하는 사유로 조사됨.

- 이어서 초기 창업비용이 많이 들어간다는 점과 주변에 수많은 미용실이 위치해 과당경쟁이 심화하고 있다는 점 또한 창업을 망설이게 만드는 것으로 조사됨.
- 한편, 소득 차이가 적다고 응답한 점수는 매우 낮게 나타나 미용실 소속 미용사와 자영업 미용사 간에는 충분한 소득 차이가 있는 것으로 판단됨.

나. 교육훈련

□ 교육훈련 형태

- 미용사 면허 취득을 위한 교육훈련을 경험한 응답자는 98.3%로 대부분 경험한 것으로 나타남.

〈표 3-22〉 미용사 면허 취득을 위한 교육훈련 경험 여부

(단위: 명, %)

		표본 수	구성비
교육훈련 경험 여부	있음	295	98.3
	없음	5	1.7
전 체		100	100.0

- 교육훈련 참여 형태는 민간학원이 53.3%로 가장 높으며, 이어서 공공직업훈련기관(31.5%), 미용실 내 도제교육(10.5%) 순으로 나타남.

〈표 3-23〉 교육훈련 참여 형태

(단위: 명, %)

	표본 수	구성비
정규 학교 교육	9	3.1
민간학원	157	53.3
공공직업훈련기관	93	31.5
미용실 내 도제교육	31	10.5
독학 및 기타	5	1.7
전 체	295	100.0

- 공공직업훈련기관에서 미용 기술을 습득한 경우가 적지 않은 것으로 나타난 것이 특징적

□ 훈련기간

- 교육훈련에 참여한 경험이 있는 응답자 중 대다수는 1~3년 이내에 미용사 자격증을 취득한 것으로 나타남.
 - 1년 이상~2년 미만으로 응답한 이들은 61.4%로 가장 많았으며, 이어서 2년 이상~3년 미만으로 응답한 이들이 22.4%로 나타남.
 - 1~3년 이내에 자격증 취득을 한 응답자는 83.8%에 이르는 것으로 조사됨.

〈표 3-24〉 자격증 취득에 걸린 훈련기간

(단위: 명, %)

	표본 수	구성비
6개월 미만	21	7.1
6개월 이상~1년 미만	19	6.4
1년 이상~2년 미만	181	61.4
2년 이상~3년 미만	66	22.4
3년 이상	8	2.7
전 체	295	100.0

□ 훈련 필요성

- 미용사 자격 취득을 위한 교육훈련에 대해서 현재 수준보다 더 개선할 필요가 있다고 응답한 이들은 90%에 이를 정도로 대부분 응답자가 교육훈련 향상 필요성에 공감하는 것으로 나타남.

〈표 3-25〉 미용사 자격 취득을 위한 교육훈련 향상 필요성

(단위: 명, %)

		표본 수	구성비
교육훈련 향상 필요성	필요	270	90.0
	불필요	30	10.0
전 체		100	100.0

○ 미용사 숙련 교육의 적합한 형태는 공공 훈련기관(28.5%)이 가장 높았으며, 이어서 민간학원(27.0%), 미용실 도제교육(25.2%) 순으로 높게 나타남.

- 교육훈련 참여 형태에서 공공 훈련기관은 민간학원에 이어서 두 번째 비중을 보였으나, 숙련 교육의 적합한 형태에서는 가장 큰 비중을 차지함.
- 민간학원의 경우 교육훈련 참여 형태 비중은 가장 컸으나, 숙련 교육의 적합한 형태에서는 상대적으로 비중이 작은 것으로 나타남.
- 이는 등록비, 실습비 등 비용 발생이 매우 크기 때문에 교육생 관점에서 재정적 부담을 느낄 우려가 있기 때문으로 판단됨.
- 주목할 만한 형태는 미용실 도제식 교육인데, 교육훈련 참여 형태에서는 약 10%의 비중만을 보였으나, 숙련 교육의 적합한 형태에서는 25.2%로 두 배 이상 비중이 높아짐.

〈표 3-26〉 미용사 숙련 교육의 적합한 운영형태

(단위: 명, %)

	표본 수	구성비
협회 운영	49	18.2
민간학원 운영	73	27.0
공공 훈련기관 운영	77	28.5
특정 미용실에서 도제식 운영	68	25.2
보건복지부 직영	3	1.0
전 체	270	100.0

- 즉, 공유미용실이 도입되고 활성화되는 과정에서 여전히 미용실에서 도제교육이 숙련 미용사 배출의 주요 경로로 자리할 수 있을 것으로 판단됨.

6. 근무조건

가. 현재 평균 근무 시간

□ 일평균 근무 시간

- 조사에 응답한 미용사들은 대부분 10시간 이상의 장시간 근로를 경험하고 있는 것으로 나타나며, 가장 많은 응답자가 분포하는 근무 시간은 10시간(38.7%), 11시간 이상(47.0%)으로 나타남.

〈표 3-27〉 일평균 근무 시간

(단위: 명, %)

	표본 수	구성비
8시간 미만	5	1.7
8시간	17	5.7
9시간	21	7.0
10시간	116	38.7
11시간 이상	141	47.0
전 체	300	100.0

- 일평균 근무 시간을 고용 형태별로 나누어 살펴보면, 공유미용실 및 자영업 미용사는 11시간 이상 장시간 근로가 가장 많은 것으로 나타나며, 미용실에 고용된 미용사는 10시간 근로가 가장 많은 것으로 나타남.
 - 일평균 근무 시간은 자영업 미용사가 10.6시간으로 가장 높으며, 공유미용실 소속 미용사와 일반 미용실 소속 미용사는 10.0시간으로 나타남.
 - 공유미용실 및 자영업 미용사의 경우 시술 시간과 전수가 매출 및 소득으로 이어지기 때문에 상대적으로 근무 시간을 길게 가져가는 것으로 판단됨.
 - 반면, 미용실에 고용된 미용사의 경우 일평균 10시간 근무뿐만 아니라 11시간 이상 장시간 근로가 만연하여 일자리의 질이 하락하는 것은 아닌지에 대한 점검이 필요할 것으로 판단됨.

〈표 3-28〉 고용 형태별 일평균 근무 시간 분포

(단위: 명, 시간)

	8시간 미만	8시간	9시간	10시간	11시간 이상	일평균 근무 시간
공유미용실 소속	4	5	15	31	44	10.0
자영업 미용사	0	1	2	35	63	10.6
미용실 고용자	1	11	4	50	34	10.0
전 체	5	17	21	116	141	10.2

□ 주평균 근무 일수

○ 조사에 응답한 미용사들은 대부분 주6일 근무(95.7%)를 하는 것으로 나타나며, 주5일 근무는 4.0%, 주7일 근무는 0.3%를 차지하는 것으로 나타남.

〈표 3-29〉 주평균 근무 일수

(단위: 명, %)

	표본 수	구성비
주5일 근무	12	4.0
주6일 근무	287	95.7
주7일 근무	1	0.3
전 체	300	100.0

○ 주평균 근무 일수를 고용 형태별로 나누어 살펴보면, 고용 형태와 상관 없이 주6일 근무가 다수인 것으로 나타남.

- 주평균 근무 일수는 공유미용실 소속 미용사가 5.9일, 자영업 미용사가 6.0일, 일반 미용실 소속 미용사가 6.0일로 차이가 거의 없는 것으로 나타남.

〈표 3-30〉 고용 형태별 주평균 근무 일수 분포

(단위: 명, 시간)

	주5일 근무	주6일 근무	주7일 근무	주평균 근무 일수
공유미용실 소속	7	91	1	5.9
자영업 미용사	0	101	0	6.0
미용실 고용자	5	95	0	6.0
전 체	12	287	1	6.0

나. 현재 매출 및 소득

□ 월평균 매출액

○ 월평균 매출액은 1,000만 원 이상~2,000만 원 미만인 52.0%로 가장 많은 것으로 나타나며, 이어서 500만 원 이상~1,000만 원 미만(30.7%), 2,000만 원 이상~3,000만 원 미만(9.3%) 순으로 나타남.

- 500만 원 이상~2,000만 원 미만 구간 비중은 82.7%에 달하는 것으로 나타남.

〈표 3-31〉 월평균 매출액 분포

(단위: 명, %)

	표본 수	구성비
500만 원 미만	11	3.7
500만 원 이상~1,000만 원 미만	92	30.7
1,000만 원 이상~2,000만 원 미만	156	52.0
2,000만 원 이상~3,000만 원 미만	28	9.3
3,000만 원 이상	13	4.3
전 체	300	100.0

○ 월평균 매출액을 고용 형태별로 나누어 살펴보면, 공유미용실의 매출액이 작은 편이며, 자영업 미용사와 일반 미용실에 고용된 미용사의 매출액 규모 및 분포는 비슷한 것으로 나타남.

〈표 3-32〉 고용 형태별 월평균 매출액 분포

(단위: 명, 백만 원)

	500만 원 미만	500만 원~ 1,000만 원	1,000만 원~ 2,000만 원	2,000만 원~ 3,000만 원	3,000만 원 이상	월평균 매출액
공유미용실 소속 미용사	10	60	29	0	0	8.6
자영업 미용사	1	17	65	14	4	15.0
미용실 고용자	0	15	62	14	9	16.1
전 체	11	92	156	28	13	13.3

□ 월평균 소득액

○ 월평균 소득액은 200만 원 미만의 저소득 구간을 제외하면 전반적으로

20% 내외의 비슷한 분포를 보이는 것으로 나타남.

- 200만 원~400만 원 수준의 중위소득 구간이 39.6%를 차지하며, 500만 원 이상의 고소득자 비중은 40.7%로 매우 높음.
- 이러한 고소득 경향은 근무 시간 및 근무 일수가 많다는 업종 특성이 반영된 결과로 판단됨.

〈표 3-33〉 월평균 소득액 분포

(단위: 명, %)

	표본 수	구성비
200만 원 미만	5	1.7
200만 원 이상~300만 원 미만	61	20.3
300만 원 이상~400만 원 미만	58	19.3
400만 원 이상~500만 원 미만	54	18.0
500만 원 이상	122	40.7
전 체	300	100.0

○ 월평균 소득액을 고용 형태별로 나누어 살펴보면, 자영업 미용사의 월 평균 소득(5.3백만 원)이 가장 큰 것으로 나타나며, 이어서 공유미용실 소속 미용사(4.2백만 원), 일반 미용실 소속 미용사(3.3백만 원) 순으로 나타남.

- 자영업 미용사에서 500만 원 이상 고소득자 비율이 높게 나타났기 때문에 전체 응답자의 월평균 소득액이 4.3백만 원으로 높게 나타난 것으로 보임.

〈표 3-34〉 고용 형태별 월평균 소득액 분포

(단위: 명, 백만 원)

	200만 원 미만	200만 원~ 300만 원	300만 원~ 400만 원	400만 원~ 500만 원	500만 원 이상	월평균 소득액
공유미용실 소속 미용사	0	8	32	26	33	4.2
자영업 미용사	0	0	9	22	70	5.3
미용실 고용자	5	53	17	6	19	3.3
전 체	5	61	58	54	122	4.3

□ 월평균 매출액과 소득액 간 차이

- 월평균 매출액과 소득액 간 차이가 가장 큰 고용 형태는 일반 미용실에 고용된 미용사로 나타나며, 공유미용실 입주미용사의 경우 월평균 매출액과 소득액 차이가 평균 4.4백만 원으로 매우 낮게 나타남.
 - 자영업 미용사의 경우 공유미용실과 달리 월평균 매출액과 소득액 간 차이가 큰 것으로 나타나는데, 이는 미용실 경영에 소요되는 대자본(시설투자, 임대보증금 등)의 지출이 크기 때문으로 판단됨.

〈표 3-35〉 고용 형태별 월평균 매출액과 소득액 간 차이

(단위 : 백만 원)

	공유미용실 입주미용사	미용실 운영 미용사	일반 미용실 고용된 미용사
월평균 매출액(A)	8.6	15.0	16.1
월평균 소득액(B)	4.2	5.3	3.3
차이(A-B)	4.4	9.7	12.8

7. 미용업 업계 전망

가. 매출 및 소득 전망

□ 월평균 매출액 전망

- 2022년 대비 월평균 매출액은 대체로 증가할 것이라는 응답이 지배적이나 감소할 것으로 응답한 비율이 점차 늘어나는 모습을 보임.
 - 2022년 대비 2023년 월평균 매출액이 늘어날 것으로 예상된다고 응답한 비율은 41.0%에서 2024년 54.3%, 2025년 48.7%로 늘어난 모습을 보임.
 - 반면, 변화 없을 것으로 예상된다고 응답한 비율은 2023년 58.3%에서 2024년 36.7%, 2025년 34.0%로 감소함.
 - 오히려 월평균 매출액이 감소할 것이라고 응답한 비율은 2023년 0.7%에 불과했으나 2025년에는 17.3%로 증가함.
 - 전반적으로는 향후 미용업 월평균 매출액이 늘어날 것으로 예상하지

만 일부에서는 인구감소, 경제환경의 변화 등으로 오히려 월평균 매출액이 감소할 것이라는 의견도 존재하는 모습을 보임.

〈표 3-36〉 연도별 월평균 매출액 전망 분포

(단위: 명, %)

		표본 수	구성비
2023	증가할 것으로 예상됨	123	41.0
	변화 없을 것으로 예상됨	175	58.3
	감소할 것으로 예상됨	2	0.7
2024	증가할 것으로 예상됨	163	54.3
	변화 없을 것으로 예상됨	110	36.7
	감소할 것으로 예상됨	27	9.0
2025	증가할 것으로 예상됨	146	48.7
	변화 없을 것으로 예상됨	102	34.0
	감소할 것으로 예상됨	52	17.3
전 체		300	100.0

○ 응답자 중 연도별 월평균 매출액이 늘어날 것이라고 응답한 이들은 2023~2025년 동안 2022년 대비 약 7.0%의 매출액 증가가 예상된다고 응답하였으며, 반대로 감소할 것으로 응답한 이들은 평균 7.7% 매출액 감소가 예상된다고 응답함.

- 해를 거듭할수록 감소할 것이라고 응답한 이들의 전망치가 높게 나타나면서 부정적 전망 의견이 차지하는 비중이 높아진다는 특징이 존재함.

〈표 3-37〉 연도별 월평균 매출액 증가율 및 감소율 전망 : 응답자 전체

(단위: 명, %)

	2023년 전망	2024년 전망	2025년 전망	3년 평균
평균 증가율	6.7	6.8	7.6	7.0
표본 수	123	163	146	177
평균 감소율	-4.0	-6.1	-8.3	-7.7
표본 수	2	27	52	51

- 연도별 월평균 매출액 증가율 및 감소율 전망을 고용 형태별로 나누어 살펴보면,
- 공유미용실 미용사의 경우 2023~2025년 동안 2022년 대비 약 7.3%의 매출액 증가가 예상된다고 응답하였으며, 반대로 감소할 것으로 응답한 이들은 평균 4.1% 매출액 감소가 예상된다고 응답함.
 - 다만, 감소율 전망의 경우 표본 수의 부족으로 인해 신뢰할 만한 수치가 아니므로 주의가 필요함.

〈표 3-38〉 연도별 월평균 매출액 증가율 및 감소율 전망 : 공유미용실 미용사

(단위: 명, %)

	2023년 전망	2024년 전망	2025년 전망	3년 평균
평균 증가율	7.3	7.3	7.8	7.3
표본 수	62	80	77	82
평균 감소율	-	-3.0	-5.4	-4.1
표본 수	-	2	5	5

- 자영업 미용사의 경우에도 2023~2025년 동안 2022년 대비 약 7.3%의 매출액 증가가 예상된다고 응답하였으며, 반대로 감소할 것으로 응답한 이들은 평균 8.8% 매출액 감소가 예상된다고 응답함.
 - 다만, 해를 거듭할수록 평균 증가율에 비해 평균 감소율을 높게 응답하였으며, 긍정적 전망보다는 부정적 전망이 더 큰 것으로 판단됨.

〈표 3-39〉 연도별 월평균 매출액 증가율 및 감소율 전망 : 자영업 미용사

(단위: 명, %)

	2023년 전망	2024년 전망	2025년 전망	3년 평균
평균 증가율	6.6	6.7	7.9	7.3
표본 수	31	52	41	82
평균 감소율	-	-6.6	-9.6	-8.8
표본 수	-	16	29	29

- 일반 미용실 소속 미용사의 경우 2023~2025년 동안 2022년 대비 약 6.1%의 매출액 증가가 예상된다고 응답하였으며, 반대로 감소할 것으로 응답한 이들은 평균 6.9% 매출액 감소가 예상된다고 응답함.
- 자영업 미용사의 응답과 마찬가지로 해를 거듭할수록 평균 증가율에 비해 평균 감소율을 높게 응답하였으며, 긍정적 전망보다는 부정적 전망이 더 큰 것으로 판단됨.

〈표 3-40〉 연도별 월평균 매출액 증가율 및 감소율 전망 : 일반 미용실 소속 미용사

(단위: 명, %)

	2023년 전망	2024년 전망	2025년 전망	3년 평균
평균 증가율	5.4	5.8	6.7	6.1
표본 수	30	31	28	41
평균 감소율	-4.0	-6.1	-7.0	-6.9
표본 수	2	9	18	18

□ 월평균 소득액 전망

- 2022년 대비 월평균 소득액은 대체로 증가할 것이라는 응답이 많으나 감소할 것으로 응답한 비율이 점차 늘어나는 모습을 보임.
- 2022년 대비 2023년 월평균 소득액이 늘어날 것으로 예상된다고 응답한 비율은 36.7%에서 2025년 41.0%로 늘어난 모습을 보임.
- 반면, 변화 없을 것으로 예상된다고 응답한 비율은 2023년 59.0%에서 2024년 43.0%, 2025년 41.7%로 감소함.
- 오히려 월평균 소득액이 감소할 것이라고 응답한 비율은 2023년 4.3%에 불과했으나 2025년에는 17.3%로 증가함.
- 전반적으로는 향후 미용업 월평균 소득액이 늘어날 것으로 예상하지만 일부에서는 인구감소, 경제환경의 변화 등으로 오히려 월평균 소득액이 감소할 것이라는 의견도 존재하는 모습을 보임.

〈표 3-41〉 연도별 월평균 소득액 전망 분포

(단위: 명, %)

		표본 수	구성비
2023	증가할 것으로 예상됨	110	36.7
	변화 없을 것으로 예상됨	177	59.0
	감소할 것으로 예상됨	13	4.3
2024	증가할 것으로 예상됨	141	47.0
	변화 없을 것으로 예상됨	129	43.0
	감소할 것으로 예상됨	30	10.0
2025	증가할 것으로 예상됨	123	41.0
	변화 없을 것으로 예상됨	125	41.7
	감소할 것으로 예상됨	52	17.3
전 체		300	100.0

○ 응답자 중 연도별 월평균 소득액이 늘어날 것이라고 응답한 이들은 2023~2025년 동안 2022년 대비 약 5.7%의 소득액 증가가 예상된다고 응답하였으며, 반대로 감소할 것으로 응답한 이들은 평균 7.3% 소득액 감소가 예상된다고 응답함.

- 해를 거듭할수록 감소할 것이라고 응답한 이들의 전망치가 높게 나타나면서 부정적 전망 의견이 차지하는 비중이 높아진다는 특징 존재

〈표 3-42〉 연도별 월평균 소득액 증가율 및 감소율 전망 : 응답자 전체

(단위: 명, %)

	2023년 전망	2024년 전망	2025년 전망	3년 평균
평균 증가율	5.6	5.5	6.4	5.7
표본 수	110	141	123	169
평균 감소율	-3.2	-6.1	-8.8	-7.3
표본 수	13	30	52	52

- 연도별 월평균 소득액 증가율 및 감소율 전망을 고용 형태별로 나누어 살펴보면,
- 공유미용실 미용사의 경우 2023~2025년 동안 2022년 대비 약 6.2%의 소득액 증가가 예상된다고 응답하였으며, 반대로 감소할 것으로 응답한 이들은 평균 4.2% 소득액 감소가 예상된다고 응답함.
 - 다만, 감소율 전망의 경우 표본 수의 부족으로 인해 신뢰할 만한 수치가 아니므로 주의가 필요함.

〈표 3-43〉 연도별 월평균 소득액 증가율 및 감소율 전망 : 공유미용실 미용사

(단위: 명, %)

	2023년 전망	2024년 전망	2025년 전망	3년 평균
평균 증가율	5.6	6.1	7.6	6.2
표본 수	52	60	50	62
평균 감소율	-5.0	-4.3	-4.9	-4.2
표본 수	1	3	9	8

- 자영업 미용사의 경우 2023~2025년 동안 2022년 대비 약 4.7%의 소득액 증가가 예상된다고 응답하였으며, 반대로 감소할 것으로 응답한 이들은 평균 8.4% 소득액 감소가 예상된다고 응답함.
 - 해를 거듭할수록 평균 증가율에 비해 평균 감소율을 높게 응답하였으며, 공유미용실 미용사들의 응답에 비해 긍정적 전망의 크기는 작고 부정적 전망 크기가 더 큰 것으로 나타남.
 - 특히, 2025년 전망의 경우 월평균 소득액 증가율은 4.8% 증가로 응답한 것과 달리 감소율은 10.6% 감소로 매우 부정적인 응답이 나타남.

〈표 3-44〉 연도별 월평균 소득액 증가율 및 감소율 전망 : 자영업 미용사

(단위: 명, %)

	2023년 전망	2024년 전망	2025년 전망	3년 평균
평균 증가율	5.2	4.0	4.8	4.7
표본 수	17	31	32	46
평균 감소율	-2.9	-6.8	-10.6	-8.4
표본 수	7	20	31	32

- 일반 미용실 소속 미용사의 경우 2023~2025년 동안 2022년 대비 약 5.9%의 소득액 증가가 예상된다고 응답하였으며, 반대로 감소할 것으로 응답한 이들은 평균 6.3% 소득액 감소가 예상된다고 응답함.
- 자영업 미용사의 응답과 마찬가지로 해를 거듭할수록 평균 증가율에 비해 평균 감소율을 높게 응답하였으며, 긍정적 전망보다는 부정적 전망이 더 큰 것으로 판단됨.

〈표 3-45〉 연도별 월평균 소득액 증가율 및 감소율 전망 : 일반 미용실 소속 미용사

(단위: 명, %)

	2023년 전망	2024년 전망	2025년 전망	3년 평균
평균 증가율	5.8	5.7	6.0	5.9
표본 수	41	50	41	61
평균 감소율	-3.2	-4.9	-7.0	-6.3
표본 수	5	7	12	12

나. 미용실 고용인원 전망

- 2022년 대비 미용실당 고용인원은 크게 변화하지 않을 것이라는 응답이 많으며, 증가 또는 감소할 것으로 응답한 비율이 소폭 늘어난 모습을 보임.
- 2022년 대비 미용실당 고용인원이 변화 없을 것으로 예상된다고 응답한 비율은 2023년 96.7%에서 2025년 84.3%로 감소함.
- 반면, 고용인원이 늘어날 것으로 예상된다고 응답한 비율은 2.7%에서 2025년 6.7%로 소폭 늘어났으며, 반대로 고용인원이 감소할 것으로 예상된다고 응답한 비율은 2023년 0.6%에서 2025년 9.0%로 늘어남.
- 전반적으로는 향후 미용실당 고용인원에 큰 변화가 없을 것으로 전망하고 있으나, 일부에서는 고용인원이 늘거나 줄어드는 등 변화가 발생하리라고 전망하는 것으로 나타남.

〈표 3-46〉 연도별 미용실 고용인원 전망 분포

(단위: 명, %)

		표본 수	구성비
2023	증가할 것으로 예상됨	8	2.7
	변화 없을 것으로 예상됨	290	96.7
	감소할 것으로 예상됨	2	0.6
2024	증가할 것으로 예상됨	11	3.7
	변화 없을 것으로 예상됨	283	94.3
	감소할 것으로 예상됨	6	2.0
2025	증가할 것으로 예상됨	20	6.7
	변화 없을 것으로 예상됨	253	84.3
	감소할 것으로 예상됨	27	9.0
전 체		300	100.0

○ 응답자 중 연도별 미용실당 고용인원이 늘어날 것이라고 응답한 이들은 2023~2025년 동안 2022년 대비 약 2.7명의 미용실당 고용인원 증가가 예상된다고 응답하였으며, 반대로 감소할 것으로 응답한 이들은 평균 1.4명 감소가 예상된다고 응답함.

- 해를 거듭할수록 변화(증가 또는 감소)할 것이라고 응답한 이들의 수가 늘어나고 있음.

〈표 3-47〉 연도별 미용실 고용인원 증가 및 감소 전망 : 응답자 전체

(단위: 명)

	2023년 전망	2024년 전망	2025년 전망	3년 평균
평균 증가율	2.7	4.0	2.9	2.7
표본 수	8	11	20	23
평균 감소율	-1.5	-3.2	-1.5	-1.4
표본 수	2	6	27	27

○ 연도별 미용실당 고용인원 전망을 고용 형태별로 나누어 살펴보았으나 표본 수의 부족으로 전반적인 수치를 신뢰하는 데 한계가 있을 것으로 판단됨.

- 연도별 세세한 수치보다는 3년 평균에 관한 결과만 참고하는 것을 권장함.
- 공유미용실 미용사의 경우 2023~2025년 동안 2022년 대비 약 2.5명의 미용실당 고용인원 증가가 예상된다고 응답하였으며, 반대로 감소할 것으로 응답한 이들은 평균 2.0명의 미용실당 고용인원 감소가 예상된다고 응답함.

〈표 3-48〉 연도별 미용실 고용인원 증가 및 감소 전망 : 공유미용실 미용사

(단위 : 명)

	2023년 전망	2024년 전망	2025년 전망	3년 평균
평균 증가율	2.3	2.8	3.2	2.5
표본 수	6	8	9	11
평균 감소율	-2.0	-5.0	-2.3	-2.0
표본 수	1	1	3	3

- 자영업 미용사의 경우 2023~2025년 동안 2022년 대비 약 2.3명의 미용실당 고용인원 증가가 예상된다고 응답하였으며, 반대로 감소할 것으로 응답한 이들은 평균 1.7명의 미용실당 고용인원 감소가 예상된다고 응답함.

〈표 3-49〉 연도별 미용실 고용인원 증가 및 감소 전망 : 자영업 미용사

(단위 : 명)

	2023년 전망	2024년 전망	2025년 전망	3년 평균
평균 증가율	-	-	2.3	2.3
표본 수	-	-	7	7
평균 감소율	-	-10.0	-1.7	-1.7
표본 수	-	1	13	13

- 일반 미용실 소속 미용사의 경우 2023~2025년 동안 2022년 대비 약 3.6명의 미용실당 고용인원 증가가 예상된다고 응답하였으며, 반대로 감소할 것으로 응답한 이들은 평균 1.0명의 미용실당 고용인원 감소가 예상된다고 응답함.

〈표 3-50〉 연도별 미용실 고용인원 증가 및 감소 전망 : 일반 미용실 소속 미용사

(단위: 명)

	2023년 전망	2024년 전망	2025년 전망	3년 평균
평균 증가율	3.5	7.3	3.3	3.6
표본 수	2	3	4	5
평균 감소율	-1.0	-1.0	-1.0	-1.0
표본 수	1	4	11	11

8. 공유미용실 관련 의견

가. 공유미용실 인지

- 응답자들은 대부분 공유미용실에 대해 충분한 인지를 하는 것으로 나타났다.
- ‘전혀 모른다’, ‘들어봤지만 잘 모른다’와 같이 공유미용실에 대해 인지하고 있지 않다는 응답은 각각 1.7%, 14.7%에 불과함.
 - 반면, ‘조금 알고 있다’, ‘매우 잘 알고 있다’와 같이 공유미용실에 대해 인지하고 있다는 응답은 각각 33.3%, 50.3%로 높게 나타남.

〈표 3-51〉 공유미용실 인지 정도

(단위: 명, %)

	표본 수	구성비
전혀 모른다	5	1.7
들어봤지만 잘 모른다	44	14.7
조금 알고 있다	100	33.3
매우 잘 알고 있다	151	50.3
전 체	300	100.0

나. 공유미용실 입주

- 공유미용실 입주 전 고용상태

- 공유미용실 미용사들은 입주하기 전에 고용된 미용사로 활동했다고 응답한 비율(64.0%)이 가장 높았으며, 다음으로는 개인 미용실을 운영했다고 응답한 비율(24.0%)이 높았음.
- 개인 미용실을 운영하다 공유미용실에 입주한 이들은 각종 설비 비용, 경영 비용 등 고정비용 측면에서 이점을 누리고자 공유미용실에 입주한 것으로 판단됨.

〈표 3-52〉 공유미용실 입주 전 고용상태

(단위: 명, %)

	표본 수	구성비
개인 미용실 운영	24	24.0
고용된 미용사로 활동	64	64.0
개인 미용실 창업 준비	8	8.0
일하지 않고 있었음	4	4.0
전 체	100	100.0

□ 공유미용실 입주 전 고용 여건

- 공유미용실 입주 전 미용사들은 월평균 11.3백만 원의 매출을 올렸으며, 월평균 소득은 2.7백만 원으로 조사됨.
- 응답자 전체 월평균 소득이 4.3백만 원임을 감안하면 공유미용실 입주 전 소득 수준이 매우 낮았음을 알 수 있음.
- 한편, 일평균 근무 시간의 경우 10.5시간, 주평균 근무 일수는 6.0일로 나타났으나, 이는 응답자 전체 일평균 근무 시간과 주평균 근무 일수와 큰 차이가 없이 비슷한 수준이었던 것으로 보임.

〈표 3-53〉 공유미용실 입주 전 고용 여건

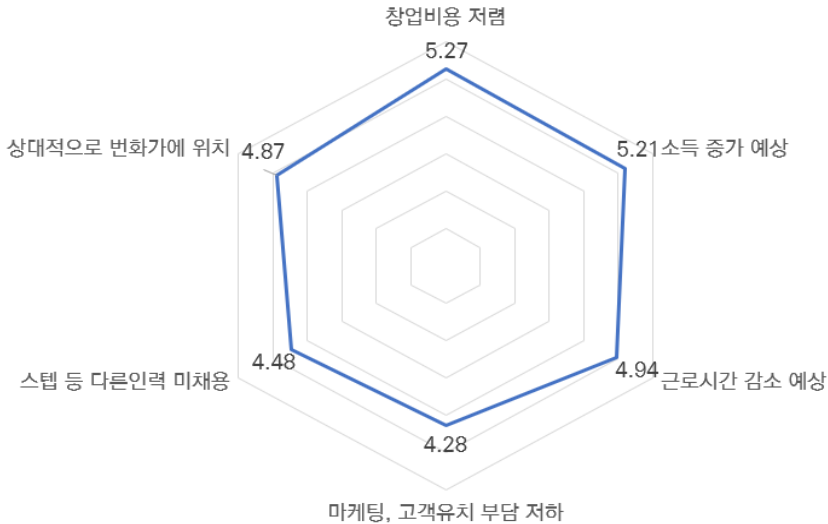
월평균 매출액 (백만 원)	월평균 소득 (백만 원)	일평균 근무 시간 (시간)	주평균 근무 일수 (일)
11.3	2.7	10.5	6.0

□ 공유미용실 입주 결정요인

○ 응답자들이 공유미용실에 입주하는 데 가장 중요하게 생각하는 것은 창업비용이 저렴하고 입주 전보다 소득이 늘어날 것으로 예상되기 때문이라 응답하였음.

- 반면, 마케팅, 고객 유치 부담이 적다고 응답한 이들의 평균 점수는 4.28에 불과해 경영 및 운영 측면에서의 이점을 중요하게 생각하지는 않는 것으로 보임.

[그림 3-2] 공유미용실 입주 결정요인



주: 그림 내 점수는 리커트 5점 척도에 대한 평균값.

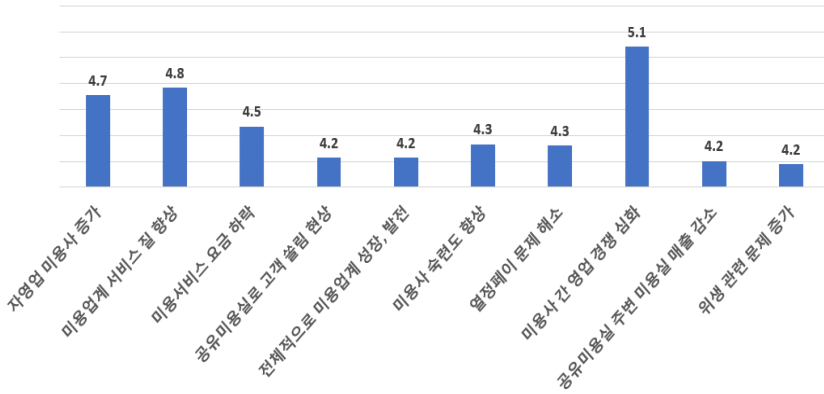
□ 공유미용실이 정착될 경우 미용업계에 미치는 영향

○ 공유미용실이 정착되면 응답자들은 미용사 간 영업 경쟁이 심화하지 않을지를 가장 우려하는 것으로 나타남.

- 이어서 미용업계 전반적으로 서비스 질이 향상될 것이라는 긍정적 전망이 평균 4.8점을 기록하였고, 자영업 미용사의 증가가 클 것이라는 전망이 평균 4.7점으로 뒤를 이었음.

- 반대로, 공유미용실로의 고객 쏠림 현상(4.2)이나, 주변 일반 미용실의 매출 감소(4.2), 위생 관련 문제 증가(4.2)와 같이 부정적으로 전망하지는 않는 것으로 나타남.

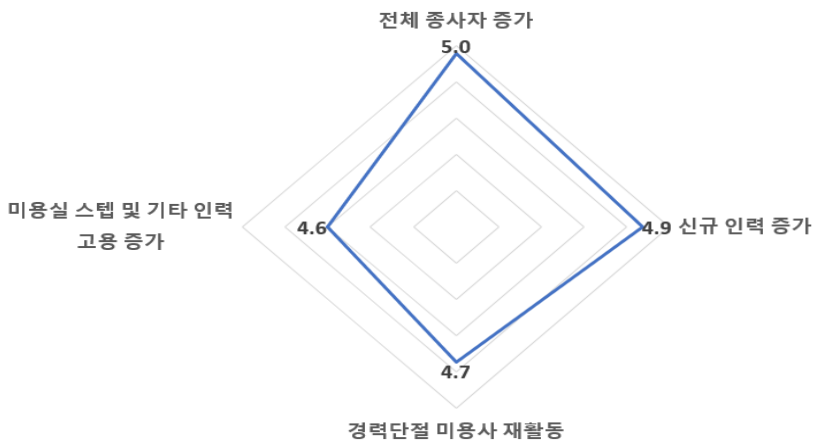
[그림 3-3] 공유미용실 정착 후 미용업계에 미치는 영향



주: 그림 내 점수는 리커트 5점 척도에 대한 평균값.

- 공유미용실이 정착될 경우 미용사 일자리에 미치는 영향
- 공유미용실이 정착될 경우 전체 종사자 수가 늘어날 것이라고 응답한 전망이 평균 5.0점으로 가장 높았으며, 이어서 신규 인력 증가라고 응답한 전망이 평균 4.9점으로 나타남.
 - 다만, 스태프 및 기타 인력, 현재 쉬고 있는 경력단절 미용사의 고용이 늘어나는 것에 대해서는 상대적으로 덜 긍정적인 응답을 보임.

[그림 3-4] 공유미용실 정착 후 미용사 일자리에 미치는 영향

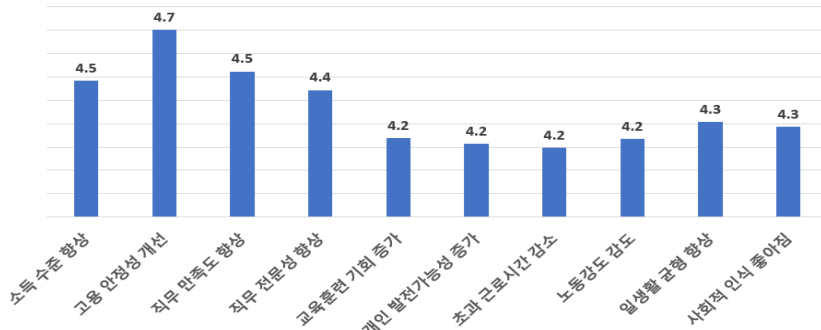


주: 그림 내 점수는 리커트 5점 척도에 대한 평균값.

□ 공유미용실이 정착될 경우 미용사 고용 여건에 미치는 영향

- 공유미용실이 정착될 경우 미용사의 고용 안정성이 개선될 것으로 기대한다는 응답은 평균 4.7점으로 가장 높았으며, 이어서 소득 수준 향상(4.5), 직무 만족도 향상(4.5)이 뒤를 이었음.
 - 반면, 교육훈련 기회 증가(4.2), 개인 발전 가능성 증가(4.2)와 같은 훈련 여건, 그리고 초과 근무 시간 감소(4.2), 노동강도 감소(4.2), 일-생활 균형 향상(4.3)과 같은 근무 여건이 개선될 것으로 전망한다는 응답은 낮은 수준을 보임.

[그림 3-5] 공유미용실 정착 후 미용사 고용 여건에 미치는 영향



주: 그림 내 점수는 리커트 5점 척도에 대한 평균값.

9. 실태조사 결과 소결

- 미용사는 성별로는 여성, 연령별로는 20~30대 젊은 층에 집중되어 있고, 학력별로는 실무경력이 중요한 업종이라는 특성상 기능인력 배출이 용이한 고졸 및 전문대졸이 주로 분포하는 것으로 조사됨.
- 직업경력에 경우 5~10년 구간이 가장 많으며, 반대로 양 끝단인 1년 미만과 20년 이상 간의 격차는 매우 큰 것으로 나타나 은퇴 예정인 미용사에 비해 신규 미용사 진입이 활발하지 않은 것으로 판단됨.
 - 고용 형태별 평균 경력은 자영업 미용사 평균 16.3년, 공유미용실 입주미용사 평균 10.0년, 일반 미용실 소속 미용사 평균 4.0년 순임.
- 다수의 미용사는 면허 취득 후 스태프로 일을 시작하는 경우가 많으나,

그렇지 않은 일부 인원 중 다수는 1~2년 미만 동안 면허 없이 스태프로 일하는 경우가 존재하는 것으로 조사됨.

- 자영업 미용실 창업까지는 평균 5년 이상의 물리적 기간이 필요한 것으로 조사되었으며, 만약 자영업자가 되기까지의 기간이 짧은 경우 공유 미용실로의 창업과 자영업으로의 창업 중 어느 한쪽에 치우치는 것은 아닌 것으로 조사됨.
- 일반 미용실에 소속된 미용사의 경우 1~3년의 낮은 경력의 미용사가 대부분인 것으로 나타남.
- 공유미용실 형태로 창업을 계획하고 있다고 응답한 이들이 다수로 나타났으며, 프랜차이즈 형태로 창업을 계획하는 경우는 상대적으로 낮게 나타남.
- 향후 창업 의향이 없는 대표적인 사유는 고객 유치, 미용실 홍보에 대한 부담이 크다는 것으로 나타남.
 - 미용실에 소속되어 미용사로 활동하는 경우 홍보 및 마케팅과 같은 사업경영 측면을 소속된 미용실에서 보조해주기 때문이며, 향후 창업하는 데 가장 주저하게 하는 사유로 조사됨.
 - 한편, 소득 차이가 적다고 응답한 점수는 매우 낮게 나타나 미용실 소속 미용사와 자영업 미용사 간에는 충분한 소득 차이가 있는 것으로 판단됨.
- 교육훈련 참여 형태는 민간학원이 53.3%로 가장 높으며, 이어서 공공직업훈련기관(31.5%), 미용실 내 도제교육(10.5%) 순으로 나타남.
 - 그리고 미용사 숙련 교육의 적합한 형태는 공공 훈련기관(28.5%)이 가장 높았으며, 이어서 민간학원(27.0%), 미용실 도제교육(25.2%) 순으로 높게 나타남.
 - 교육훈련 참여 형태에서 공공 훈련기관은 민간학원에 이어서 두 번째 비중을 보였으나, 숙련 교육의 적합한 형태에서는 가장 큰 비중을 차지함.
 - 민간학원의 경우 교육훈련 참여 형태 비중은 가장 컸으나, 숙련 교육의 적합한 형태에서는 상대적으로 비중이 작은 것으로 나타남.
 - 이는 등록비, 실습비 등 비용 발생이 매우 크기 때문에 교육생 관점

에서 재정적 부담을 느낄 우려가 있기 때문에 판단됨.

- 주목할 만한 형태는 미용실 도제식 교육인데, 교육훈련 참여 형태에서는 약 10%의 비중만을 보였으나, 숙련 교육의 적합한 형태에서는 25.2%로 두 배 이상 비중이 높아짐.
 - 즉, 공유미용실이 도입되고 활성화되는 과정에서 여전히 미용실에서 도제교육이 숙련 미용사 배출의 주요 경로로 자리할 수 있을 것으로 판단됨.
- 일평균 근무 시간을 고용 형태별로 나누어 살펴보면, 공유미용실 및 자영업 미용사는 11시간 이상 장시간 근로가 가장 많은 것으로 나타나며, 미용실에 고용된 미용사는 10시간 근로가 가장 많은 것으로 나타남.
- 공유미용실 및 자영업 미용사는 근로 시간이 곧 매출과 소득으로 연결되기 때문에 자발적 장시간 근로를 하는 것으로 예측되나, 일반 미용실에 고용된 미용사는 그렇지 않기 때문에 비자발적 장시간 근로에 노출될 우려가 있음.
- 공유미용실의 매출액은 작은 편이며, 반대로 자영업 미용사와 일반 미용실에 고용된 미용사의 매출액 규모는 상대적으로 큰 편임.
- 그러나 소득액의 경우 자영업 미용사의 월평균 소득(5.3백만 원)이 가장 큰 것으로 나타나며, 이어서 공유미용실 소속 미용사(4.2백만 원), 일반 미용실 소속 미용사(3.3백만 원) 순으로 나타남.
- 월평균 매출액과 소득액 간 차이가 가장 큰 고용 형태는 일반 미용실에 고용된 미용사로 나타나며, 공유미용실 입주미용사의 경우 월평균 매출액과 소득액 차이가 평균 4.4백만 원으로 매우 낮게 나타남.
- 자영업 미용사의 경우 공유미용실과 달리 월평균 매출액과 소득액 간 차이가 큰 것으로 나타나는데, 이는 미용실 경영에 소요되는 대자본(시설투자, 임대보증금 등)의 지출이 크기 때문으로 판단됨.
- 해를 거듭할수록 월평균 매출액이 감소할 것이라고 응답한 이들의 전망치가 높게 나타나면서 부정적 전망 의견이 차지하는 비중이 높아진다는 특징이 존재함.
- 전반적으로는 향후 미용업 월평균 소득액이 늘어날 것으로 예상하지만, 일부에서는 인구감소, 경제환경의 변화 등으로 오히려 월평균 소득액이

감소할 것이라는 의견도 존재하는 모습을 보임.

- 전반적으로는 향후 미용실당 고용인원에 큰 변화가 없을 것으로 전망하고 있으나, 일부에서는 고용인원이 늘거나 줄어드는 등 변화가 발생하리라 전망하는 것으로 나타남.
- 응답자들이 공유미용실에 입주하는 데 가장 중요하게 생각하는 것은 창업비용이 저렴하고, 입주 전보다 소득이 늘어날 것으로 예상되기 때문이라 응답하였음.
 - 반면, 경영 및 운영 측면에서의 이점을 중요하게 생각하지는 않는 것으로 판단됨.
- 공유미용실이 정착될 경우 응답자들은 미용사 간 영업 경쟁이 심화하지 않을지를 가장 우려하는 것으로 나타남.
 - 이어서 미용업계 전반적으로 서비스 질이 향상될 것이라는 전망과 자영업 미용사의 증가가 클 것이라는 전망이 뒤를 이음.
- 공유미용실이 정착될 경우 전체 종사자 수가 늘어날 것이라고 응답한 전망이 많았으며, 이어서 신규 인력 증가라고 응답한 전망이 뒤를 이음.
- 공유미용실이 정착될 경우 미용사의 고용 안정성이 개선될 것으로 기대한다는 응답은 가장 높은 평균 점수를 보였고, 이어서 소득 수준 향상, 직무 만족도 향상 등이 뒤를 이음.
 - 반면, 교육훈련 기회 증가, 개인 발전 가능성 증가와 같은 훈련 여건, 그리고 초과 근로 시간 감소, 노동강도 감소, 일-생활 균형 향상과 같은 근무 여건이 개선될 것으로 전망한다는 응답은 낮은 수준을 보임.

제4장

공유미용실의 고용 및 소득효과

제1절 분석 방법론

- 경제가 발전하면서 다양한 종류의 서비스에 대한 욕구가 발생하고 있고, 이에 따라 서비스 산업의 비중은 증가하는 추세임. 특히, 본 연구의 대상인 미용업의 경우, 다른 서비스 산업(숙박업, 목욕장업, 이용업, 세탁업 등)과 비교하여 빠른 속도로 증가해 왔음(보건복지부 · 한양대학교, 2022).
- 한편, 기술 발전, 환경보호, 규제 개혁 등에 힘입어 공유경제에 대한 관심이 커지면서 다양한 분야에서 공유경제가 확산되고 있음. 대표적인 공유경제로서 우버(Uber)와 에어비앤비(Airbnb)가 있으며, 우리나라에서도 공유숙박의 영향에 대한 연구(홍성준 · 이창무, 2022), 공유주방이 이용 만족도에 미치는 영향(이소미, 2020) 등 공유 서비스 확산에 따른 연구가 진행되고 있음.
- 본 연구에서는 공유미용실이 고용과 소득에 미치는 영향을 분석하고자 함. 미용에 대한 수요가 증가함에 따라 미용사의 공급도 증가하고, 이에 따라 미용사 간의 경쟁도 심화하고 있음. 또한, 미용업을 창업하기 위해서는 미용업소 시설·설비기준을 충족시켜야 하는 등의 어려움이 따르고 있음. 이런 이유로 정부에서는 미용실에 대한 규제 샌드박스를 적용하여 공유미용실 운영이 가능해지도록 하였고, 본 연구에서는 현재 운영

되고 있는 공유미용실의 영향을 살펴보고자 함.

- 공유미용실의 도입은 미용실(업) 창업자 수에 영향을 미칠 수 있음. 공유미용실을 허용함으로써 창업비용이 줄어들고, 미용실 사용 비용을 다른 미용사와 분담하기 때문에 창업하기 어려운 미용사가 창업하기 쉬워지는 효과가 발생. 이 경우 공유미용실 내 창업자 수는 증가할 가능성이 있음. 또한, 공유미용실로 인하여 지역경제가 활성화된다면 새로운 미용업의 창업도 증가할 수 있을 것임.
- 하지만 공유미용실이 대형화됨에 따라 인근의 영세한 다른 미용실이 폐업할 가능성도 발생함. 또한, 기존에 창업하고 있던 미용사가 공유미용실로 이전하는 현상도 나타날 수 있음. 이 경우 창업자 수는 감소할 것임.
- 또한, 공유미용실은 미용사의 소득에도 영향을 줄 수 있을 것임. 미용실을 공유하게 되면 우선적으로 비용 절감을 생각할 수 있음. 미용실 시설을 공유함으로써 사용 비용이 줄어들고, 임대료를 분담함으로써 비용이 감소할 수 있음. 이러한 비용 절감 효과는 규모의 경제로서 나타나는 현상이라고 볼 수 있음. 이와 같은 비용 절감 효과는 청주시와 청원군의 통합에 관한 연구에서도 언급되고 있음(장인수·손호성, 2021).
- 공유미용실로 인해 미용실이 대형화된다면 더 많은 손님을 유인할 수 있고, 결과적으로 매출의 증가로도 나타날 수 있음. 따라서 공유미용실로 인하여 소득(매출액-비용)은 증가할 가능성이 크다고 보임.
- 하지만 공유미용실로 인하여 인근 영세 미용실에서 고객을 잃게 된다면 지역 내 다른 미용사의 소득은 감소할 수도 있을 것임. 따라서 공유미용실로 인한 미용사의 소득효과는 공유미용실에서 일하는 미용사와 인근 미용실 미용사의 소득을 함께 고려해야 할 것임.
- 본 연구에서는 현재 공유미용실로 운영되고 있는 곳 중 서울과 대전 지역에 소재한 미용실을 대상으로 고용 및 소득효과를 추정하고자 함. 고용효과 분석은 지역을 대상으로 하는 것이기 때문에 이를 위해서는 공공 데이터와 KOSIS의 인구자료를 사용할 것이며, 소득효과 분석을 위해서는 공유미용실 미용사와 인근의 일반 미용실 미용사를 대상으로 한 설문조사에서 얻어진 자료를 사용할 것임.

제2절 공유미용실의 고용효과

1. 공유미용실 자료 소개

○ 보건복지부 자료에 따르면 2022년 6월 현재 우리나라 공유미용실은 17개 업체 25개인데 서울 벤틀스페이스 로위 이수점은 일반 미용실로 전환되었으며, 헤어펠리스 사당점과 엔키크퍼니 사당점은 휴업 중인 것으로 나타남. 따라서 이들을 제외하면 서울은 15개 매장, 대전은 2개 매장이 됨. 이들에 대한 정보는 <표 4-1>과 같음.

<표 4-1> 서울과 대전 소재 공유미용실 현황

운영매장명	미용실 개업일	미용실 주소
팔레트에이치 강남역 1호점	2020-08-21	서울 서초구 서초대로78길 22, 4층
팔레트에이치 도산점	2021-02-27	서울 강남구 도산대로 323 CGV 청담 씨네시티 4층
로위 합정점	2021-03-08	서울 마포구 양화로 64 제일빌딩 지하 1층
로위 신촌점	2022-01-03	서울 서대문구 신촌로 77 대창빌딩 4층
로위 홍대입구점	2022-01-03	서울 마포구 양화로 125, 4층
로위 강남점	2022-03-15	서울 강남구 강남대로 328 강남역 웨르빌 2층
로위 L7 홍대점	2022-05-13	서울 마포구 양화로 141, 3층
로위 7호점	2022-07-29	서울 성동구 성수동2가 314-5번지 2층 202호
H 스타일 강변점	2021-02-01	서울 광진구 구의강변로 52, 1층
아데르 홍대점	2021-04-05	서울 마포구 홍익로 25, 2층
아데르 역삼점	2021-07-01	서울 강남구 테헤란로 142 아크플레이스빌딩 B1층
아데르 신사점	2021-12-01	서울 강남구 강남대로 652 신사스퀘어 2층
아데르 성수점	2022-02-11	서울 성동구 아차산로 104 스타릿성수 지하 1층
아데르 신촌점	2022-03-21	서울 마포구 신촌로16길 29 에피소드 신촌
아데르 수유점	2022-04-18	서울 강북구 도봉로 315, 3층
H 스타일 대전시청점	2021-02-01	대전 서구 둔산중로46번길 10, 2층
웨어에비뉴 대전본점	2021-06-02	대전 서구 도안북로118번길 65

주: 보건복지부 내부 자료.

- <표 4-1>을 보면 로위 신촌점, 로위 홍대입구점, 로위 강남점, 로위 L7 홍대점, 로위 7호점, 아데르 성수점, 아데르 신촌점, 아데르 수유점 등 2022년에 영업을 시작한 것으로 나타나기 때문에 이들이 창업한 이후 지역 고용에 어떤 영향을 미쳤는지를 살펴보는 데는 너무 시간이 짧다고 볼 수 있음. 또한, 쉐어에비뉴 대전본점의 경우 최근 도안지역의 행정구역 변경이 많이 이루어져 대조군에 속하는 지역의 미용업 수와 인구수에 대한 일관성 있는 정보를 찾기가 어려움. 따라서 2022년 시작한 공유미용실과 쉐어에비뉴 대전본점은 분석 대상에서 제외하기로 함.
- 결과적으로 고용효과 분석을 위해서 사용된 공유미용실은 아래 <표 4-2>와 같음. 즉, 서울에서는 7개의 공유미용실, 대전에서는 1개의 공유미용실이 분석 대상으로 선정됨.

<표 4-2> 고용효과 분석 대상 서울과 대전 소재 공유미용실 현황

운영매장명	미용실개업일	미용실 주소
팔레트에이치 강남역 1호점	2020-08-21	서울 서초구 서초대로78길 22, 4층
팔레트에이치 도산점	2021-02-27	서울 강남구 도산대로 323 CGV 청담 씨네시티 4층
로위 합정점	2021-03-08	서울 마포구 양화로 64 제일빌딩 지하 1층
H 스타일 강변점	2021-02-01	서울 광진구 구의강변로 52, 1층
아데르 홍대점	2021-04-05	서울 마포구 홍익로 25, 2층
아데르 역삼점	2021-07-01	서울 강남구 테헤란로 142 아크플레이스빌딩 B1층
아데르 신사점	2021-12-01	서울 강남구 강남대로 652 신사스퀘어 2층
H 스타일 대전시청점	2021-02-01	대전 서구 둔산중로46번길 10, 2층

주 : 보건복지부 내부 자료.

2. 분석 방법

- 공유미용실의 고용효과를 분석하는 방법은 다음과 절차로 이루어짐.

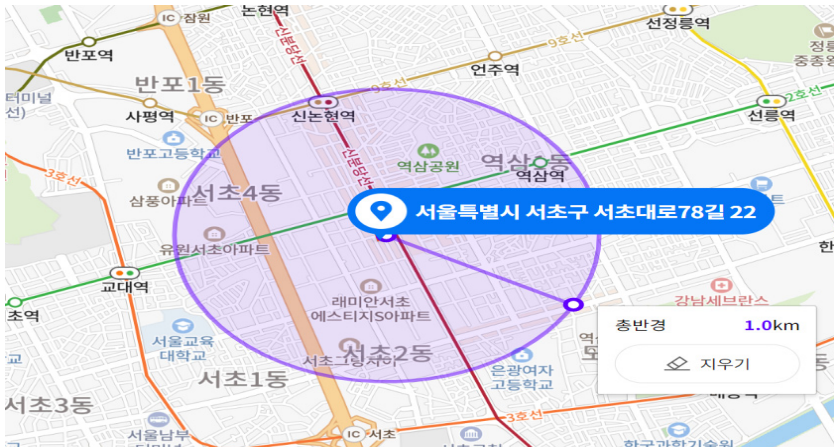
- 1) 공유미용실이 있는 주소의 반경 1km 이내 지역(동)의 미용업 수를 파악함.¹⁾ 즉, 공유미용실이 있는 곳의 반경 1km 이내 지역이 처치

1) 미용업이 아니라 미용실 수를 파악하는 것이 적절할 수는 있으나 공공 데이터에서는 미용업 자료만을 제공하고 있고, 이 자료에서 미용실을 구분하는 것은 불가능함. 또한, 미용실에서 마사지, 네일케어 등을 제공하는 곳도 있기 때문에 미용업에서 미용실을 구분하는

집단(treatment)이 됨. 예를 들어, 팔레트에이치 강남역 1호점은 서울 서초구 서초대로78길 22, 4층에 있는데, 이곳의 위치는 서초1동에 속하지만, 반경 1km 이내는 서초 1동, 2동, 4동과 역삼 1동을 모두 포함하고 있음. [그림 4-1]을 통해 이를 확인할 수 있음. 즉, [그림 4-1]은 공유미용실이 있는 서초동만을 처치군으로 설정하여 공유미용실의 효과를 추정할 경우 잘못된 결과에 도달할 수 있음을 보여줌. 한편, 미용업 수는 공공 데이터를 통하여 파악되며, 공공 데이터에서는 허가일과 폐업일이 나타나 있기 때문에 이 정보를 이용하여 공유미용실이 영업을 시작하기 이전과 이후의 미용업 수를 파악할 수 있음.

- 2) 하지만 공공 데이터에 나타난 미용업의 주소는동에 대한 자세한 정보를 제공하지 않고 있음. 예를 들어, 서초동의 경우 1, 2, 3, 4동을 구분하지 않고 서초동으로만 미용업의 주소가 나와 있음. 따라서 위에서 제시한 바와 같이 자세하게 공유미용실의 처치군을 설정할 수는 없으며, 팔레트에이치 강남역 1호점의 경우 처치지역을 서초동과 역삼동으로 설정할 수밖에 없는 한계를 가짐.

[그림 4-1] 공유미용실 팔레트에이치 강남역 1호점의 처치지역



주: 네이버 지도 이용.

것이 적절하지 않을 수도 있음. 따라서 분석에서는 미용업 수를 추정 단위로 정함. 또한, 반경 1km를 정한 것은 근접지역으로 많이 사용되고 있기 때문임(Faggio, 2019).

- 3) 원칙적으로 공유미용실의 효과를 추정하기 위한 비교집단은 공유미용실이 위치한 지역과 유사한 지역이 선정되어야 함. 많은 연구에서 비교집단을 인근 지역으로 삼고 있음. 예를 들어 Black(1999)은 좋은 학교의 가치를 평가함에 있어 그 학교가 위치한 지역의 집값과 인접 지역의 집값을 비교하고 있음. 여기서는 비교집단 지역을 공유미용실이 있는 곳의 반경 1km 이내 지역과 인접한 지역(동)을 비교집단으로 선정하는 것을 원칙으로 함. [그림 4-1]에서 보면 반포동 등이 인접 지역으로 나타나고 있음.
- 4) 마지막으로 처치지역과 비교지역이 확정되면, 공유미용실의 효과는 Abadie, Diamond, Hainmueller(2010, 2015) 등에 의하여 개발된 합성 대조군 방법(synthetic control method)과 이중차분법(Difference in Difference)을 함께 사용하기로 함.²⁾

○ 공유미용실이 위치한 지역의 1km 반경을 기준으로 처치지역과 비교지역을 지도에서 찾아서 선정한 결과는 <표 4-3>과 같음.

<표 4-3> 고용효과 분석을 위한 최종 선정 공유미용실

운영매장명	미용실 개업일	반경 1km 이내 지역	인접 지역
팔레트에이치 강남역 1호점	2020-08-21	서초동, 역삼동	반포동, 논현동, 도곡동
팔레트에이치 도산점	2021-02-27	신사동, 압구정동, 청담동, 논현동	잠원동, 삼성동
로위 합정점	2021-03-08	서교동, 망원동, 합정동, 서강동	성산동, 연남동, 신수동
H 스타일 강변점	2021-02-01	구의동, 자양동, 광장동	화양동, 능동
아데르 홍대점	2021-04-05	성산동, 합정동, 서강동, 노고산동, 창천동, 연남동	망원동, 신수동, 대흥동, 연희동
아데르 역삼점	2021-07-01	역삼동, 서초동, 논현동	도곡동, 삼성동, 대치동, 반포동
아데르 신사점	2021-12-01	신사동, 잠원동, 논현동, 압구정동	반포동, 청담동, 삼성동, 서초동, 역삼동
H 스타일 대전시청점	2021-02-01	둔산동, 탄방동	월평동, 갈마동, 만년동, 용문동, 괴정동

주: 네이버 지도 이용.

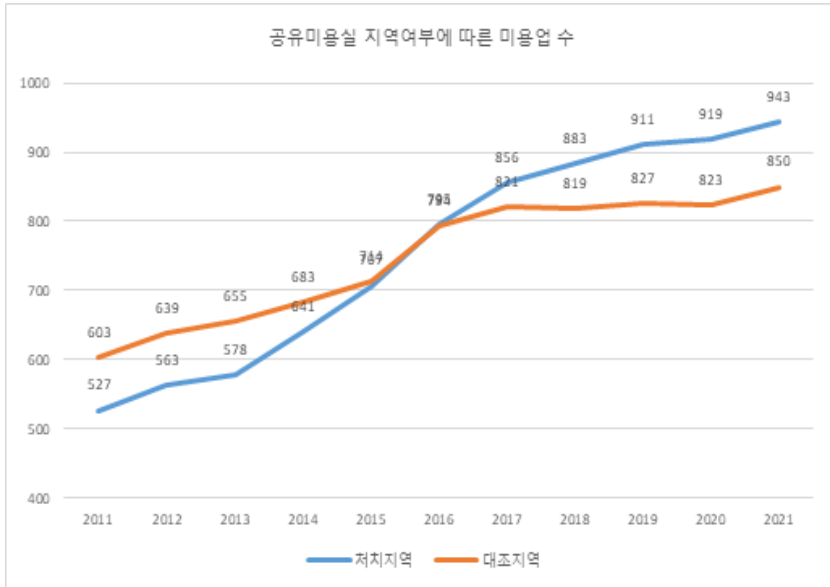
2) 자세한 방법론은 Abadie, Diamond, & Hainmueller(2010, 2015) 등을 참조하기 바람. 합성 대조군을 활용한 최근의 연구로는 김우영(2019), 김우영·김만규(2020) 등이 있음.

- 한 지역의 인접 지역이 대조군으로 사용될 경우에는 이들 지역이 다른 공유미용실이 위치한 처치군에 속해서는 안 될 것임. 예를 들어 논현동은 팔레트에이치 강남역 1호점의 대조군이지만, 이 지역은 팔레트에이치 도산점과 아데르 신사점의 처치군이기 때문에 논현동은 팔레트에이치 강남역 1호점의 대조군에서 제외되어야 할 것임. 하지만 이 경우 대조군이 너무 작아지는 상황이 발생함. 따라서 경우에 따라서는 인접 지역뿐 아니라 같은 구에 속하는 다른 동도 대조군으로 사용할 필요가 있음.
- 합성 대조군 분석에 앞서 개업일이 가장 빠른 팔레트에이치 강남역 1호점의 개업 전후 처치군의 미용업 수와 대조군의 미용업 수의 변화를 살펴 비교기로 함. 팔레트에이치 강남역 1호점의 처치지역은 서초동과 역삼동인데 이 지역은 아데르 역삼점의 처치지역이기도 함. 따라서 대조지역으로는 반포동, 도곡동, 삼성동, 대치동으로 정함.
- [그림 4-2]는 팔레트에이치 강남역 1호점과 아데르 역삼점의 반경 1km 이내에 있는 서초동과 역삼동을 처치지역으로 하고, 인접 지역인 반포동, 도곡동, 삼성동, 대치동을 대조지역으로 하여 해당 지역에서 미용업으로 영업하고 있는 점포 수가 2011~2021년 동안 얼마나 변화하였는지를 보여주고 있음.³⁾
- 우선, 처치지역인 서초동과 역삼동이 대조지역에 비하여 미용업 점포 수가 빠르게 증가하고 있음을 알 수 있음. 2016년을 기점으로 점포 수가 역전하고 있으며, 그 이후에도 점진적으로 증가하고 있음. 한편, 대조지역에서도 미용업 점포 수가 증가하고 있으나, 2020년 코로나19 기간에는 다소 줄어들고 있고, 2021년에는 회복되고 있음.
- 한편 처치지역에서는 2020년 공유미용실이 영업을 시작하였는데, 이 시기가 코로나19 기간임에도 불구하고 이 지역의 미용업 점포 수는 약 8개 증가한 것으로 나타나고 있음. 또한, 2021년에는 2020년보다 24개의 점포가 추가로 증가하고 있음.
- 하지만 [그림 4-2]만으로는 공유미용실이 해당 지역의 상권을 활성화했는지 아니면 위축시켰는지를 판단하기는 어려움. 우선 처치지역에서

3) 해당 연도의 점포 수는 그해에 조금이라도 운영되었으면 생존한 것으로 계산함.

2020년 이전부터 미용업 수는 증가하고 있었으며, 2019~2020년에 처치지역이 대조지역보다 약간 더 미용업 수가 증가한 것으로 나타나지만, 2020~2021년에는 두 지역 모두 비슷한 양상으로 증가하고 있음(그래프의 기울기가 아주 유사함). 따라서 좀 더 면밀한 방법으로 공유미용실 효과를 분석할 필요가 있고, 이를 위하여 합성 대조군과 이중차분법을 활용하기로 함.

[그림 4-2] 공유미용실 운영 지역과 인접 지역의 미용업 점포 수 변화



주: 서울시 공공 데이터 이용.

3. 공유미용실의 고용효과 추정 결과

- 추정에 앞서 합성 대조군과 이중차분법 모형에 대해서 간략한 설명을 제시함. 합성 대조군(synthetic cohort) 방법은 여러 지역을 대상으로 적절한 가중치를 부여하여 처치지역과 처치 시점 이전에 유사한 동향(trend)을 유지하도록 하는 방법임. 본 연구의 경우에는 공유미용실이 운영되기 이전에 처치지역과 대조지역의 미용실 수가 유사하도록 대조군을 만드는 것임.

- 한편, 이중차분법은 주로 제도 변경이나 사건 발생 후에 생기는 효과를 추정하는 방법인데 본 연구의 경우 다음과 같은 모형을 추정함.

$$\ln Hairshop_{it} = \beta_0 + \beta_1 D_i T_t + \beta_2 D_i + \beta_3 T_t + X_{it} \Gamma + \mu_i + \tau_t + \epsilon_{it} \quad (1)$$

- 위에서 $\ln Hairshop_{it}$ 는 i 지역(동), t 연도의 미용업 수에 로그를 취한 것이며, D_i 는 공유미용실이 있는 지역이면 1, 아니면 0인 더미변수, T_t 는 공유미용실이 운영되고 있는 해이면 1, 아니면 0인 더미변수, X_{it} 는 해당 지역, 연도의 통제변수(인구, 여성 비중 등), μ_i 는 지역 더미, τ_t 는 시간 더미, ϵ_{it} 는 오차항을 각각 나타냄. 본 연구가 관심을 두는 계수는 β_1 인데 이 값이 이중 차분 값임. 즉, 공유미용실이 있는 지역이 그렇지 않은 지역에 비하여 상대적으로 미용업 수가 얼마나 증가 또는 감소하였는지를 나타냄. 이중차분법에 관한 자세한 내용은 Bertrand, Duflo, & Mullainathan(2004), Myoung-jae Lee & Yasuyuki Sawada(2020) 참조 바람.

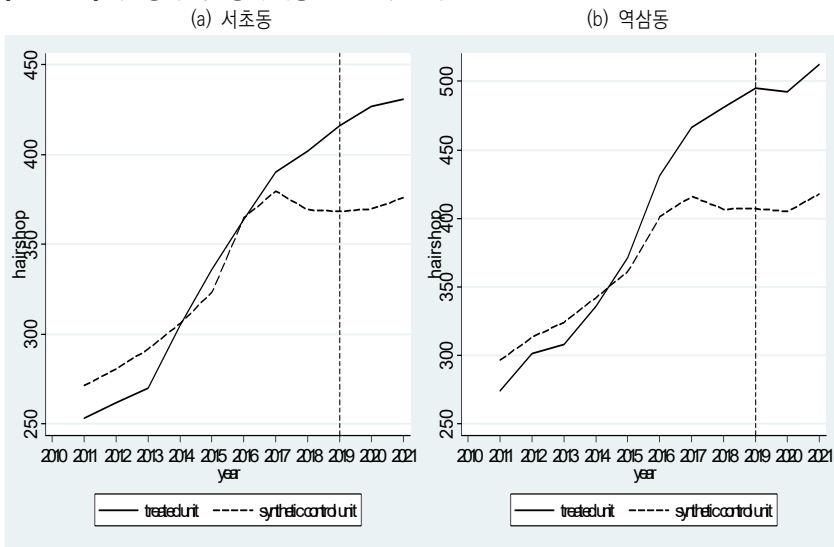
가. 팔레트에이치 강남역 1호점과 아데르 역삼점의 효과

- <표 4-2>에서 보듯 처치지역은 여러 지역(동)이 있으나 같은동이 복수의 공유미용실의 처치지역이 됨. 따라서 이를 고려하여 처치지역과 대조지역을 설정하기로 함.
- 팔레트에이치 강남역 1호점과 아데르 역삼점은 앞서 언급된 곳으로 이들이 위치한 지역은 서초동과 역삼동이고, 따라서 이들을 처치군으로 하고 인접 지역인 반포동, 도곡동, 삼성동, 대치동을 대조지역으로 함. 논현동은 처치지역이면서 대조지역이므로 분석에서 제외함. 또한 처치시점은 팔레트에이치 강남역 1호점이 시작된 2020년으로 하며, 따라서 앞의 식 (1)에서 T_t 가 2020년과 그 이후이면 1, 아니면 0이 됨.
- 우선, 합성 대조군 방법을 사용하기 위해서는 처치 시점 이전의 미용업 수가 유사하도록 대조군을 설정해야 하는데, 이를 위하여 통제변수가 필요함. 여기서는 통제변수로 지역의 인구, 여성 비중, 연령 비중 등을

사용하기로 함. 이에 대한 자료는 통계청 KOSIS에서 구함.

- 합성 대조군을 이용하여 서초동과 역삼동을 각각 처치집단으로 하고 미용업 수를 추정한 결과는 [그림 4-3]과 같음. 그래프의 실선은 실제 미용업체 수를 나타내고, 점선은 합성 대조군 지역의 가상적인 미용업체 수를 나타냄. 왼쪽 그래프는 서초동을 처치군(treated)으로 한 결과인데 2019년 이후 처치군과 대조군 사이에 미용업체 수의 격차가 커지고 있음을 알 수 있음. 또한, 역삼동의 경우에도 마찬가지로 나타나고 있어 이 두 지역이 대조군에 비하여 미용업체 수의 증가가 더 큰 것으로 나타나고 있음.
- 하지만 [그림 4-3]에 나타난 합성 대조군 추정 결과는 신뢰성이 떨어져 있음. 그 이유는 처치가 시작되기 직전인 2019년까지 처치군과 대조군에서의 미용업체 수가 일치해야 하는데, 2016년부터 두 집단 간의 차이가 벌어지고 있기 때문임. 다양한 인구변수를 이용하여 데이터 피팅(fitting)을 시도하였으나 만족할 만한 결과를 얻지는 못하였음. 이는 대조군의 수가 그리 많지 않기 때문에 적절한 합성 대조군을 형성하는 것이 어렵기 때문으로 사료됨.

[그림 4-3] 서초동과 역삼동의 미용업 점포 수 변화



- 따라서 서초동과 역삼동을 처치군으로 하고 2020년을 처치 시점으로 하는 식 (1)을 추정하기로 함. 그 결과는 <표 4-4>에 제시됨. 추정은 두 가지 방식으로 이루어졌는데, (a)열은 X_{it} 변수를 포함하지 않은 결과이며, (b)열은 해당 지역의 주민등록인구, 여성 비중, 30~54세 여성 비중을 포함한 결과임.⁴⁾
- <표 4-4>의 결과를 보면 통제변수를 포함하지 않았을 때는 DT 의 계수가 0.12로 통계적으로 유의하게 나타나고 있으나, 통제변수를 포함하면 0.044로 통계적 유의성이 사라지고 있음. 따라서 (a)열에서 나타난 DT 의 추정 결과는 해당 지역의 인구, 여성 비중 등의 차이로 나타난 것으로 보아야 함.

<표 4-4> 공유미용실이 지역 미용업 수에 미치는 효과(서초동, 역삼동)

VARIABLES	(a)		(b)	
	Inhairshop		Inhairshop	
	coef	se	coef	se
DT	0.120***	(0.025)	0.044	(0.045)
D	1.271***	(0.028)	1.246***	(0.119)
T	0.382***	(0.036)	0.453***	(0.042)
로그(인구수)			-0.035	(0.194)
여성 비중			0.022	(0.034)
30~54세 여성 비중			0.062**	(0.024)
상수	4.310***	(0.041)	0.892	(3.105)
지역더미	포함		포함	
연도더미	포함		포함	
관측수	66		66	
R-squared	0.9901		0.9914	

주 : *** 1%, ** 5%, * 10% 유의수준. 표준오차는 robust standard error임.

- 한편, 처치 지역(D)과 처치 기간(T)의 계수는 양수이며 모형 (a)와 (b)에서 여전히 통계적으로 유의하게 나타나고 있는데, 이는 서초동과 역

4) X 변수로 다양한 다른 변수(여성 인구수, 15~29세, 55~64세, 65세 이상 등)를 사용하였으나 결과에는 큰 차이를 보이지 않았고, 30~54세의 여성 비중이 가장 통계적으로 유의하게 나타났음.

삼동이 다른 대조지역보다 미용업이 활성화되어 있으며, 시간이 지남에 따라 미용업 수가 증가하고 있다는 것을 의미함.

- 결과적으로 <표 4-4>는 팔레트에이치 강남역 1호점과 아데르 역삼점의 영업으로 인하여 해당 지역의 미용업체 수가 통계적으로 유의할 정도로 변화하지 않았다는 것을 보여주고 있음. 앞서 [그림 4-2]와 [그림 4-3]에 나타난 차이는 서초동과 역삼동 자체가 원래 다른 지역보다 미용업이 활성화된 지역이기 때문에 나타난 결과로 보아야 할 것이며, 2020년 공유미용실 영업 시작의 효과로 보기는 어려움. 이러한 결과가 공유미용실로 인한 추가적인 미용업 활성화 효과는 없었다고 말할 수 있지만, 다른 한편으로는 우려했던 부정적 효과도 없었다는 것을 보여주고 있음.

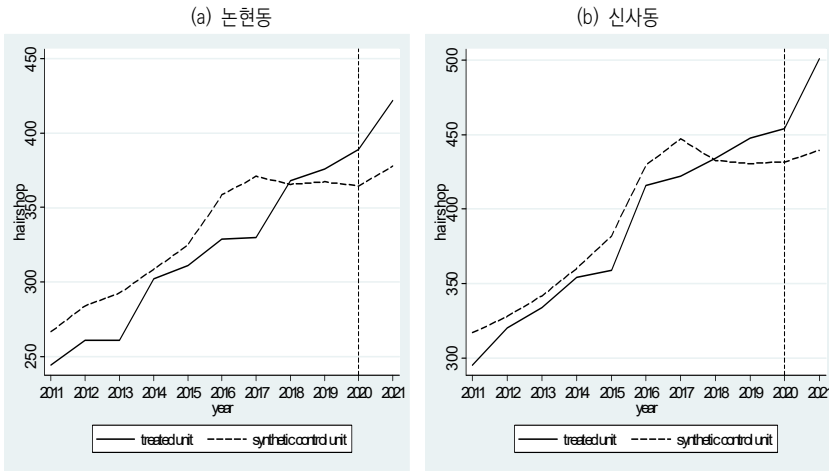
나. 팔레트에이치 도산점과 아데르 신사점의 효과

- 팔레트에이치 도산점의 반경 1km 이내에 있는 지역은 신사동, 압구정동, 청담동, 논현동이며, 아데르 신사점의 반경 1km 이내에 있는 지역은 신사동, 잠원동, 논현동, 압구정동임. 따라서 이 두 공유미용실은 신사동, 논현동, 압구정동을 공유하고 있음.
- 한편, 이 두 공유미용실의 인접 지역으로는 잠원동, 삼성동, 반포동, 청담동, 서초동, 역삼동인데, 이 중에서 잠원동, 청담동, 서초동, 역삼동은 다른 공유미용실이 속한 지역임. 따라서 이들은 대조군으로 사용할 수 없으므로 사용할 수 있는 대조군으로는 삼성동, 반포동만이 이용 가능함. 하지만 이 경우 대조군이 너무 적기 때문에 강남구에 속한 도곡동과 대치동도 대조군으로 포함하기로 함. 따라서 최종적으로 처치군은 신사동, 논현동, 압구정동으로 하고, 대조군은 앞서와 동일하게 삼성동, 반포동, 도곡동, 대치동으로 함.
- [그림 4-4]는 논현동과 신사동을 대상으로 합성 대조군 방법을 이용하여 미용업체 수의 변화를 추정한 결과임. 압구정동의 경우 미용업체 수가 대조군 지역에 비하여 너무 작아서 적절한 합성 대조군을 찾는 것이 어려우므로 이중차분법(DID) 분석에서만 포함하기로 함. 앞서와 마찬가지로

가지로 그래프의 실선은 실제 미용업체 수를 나타내고, 점선은 합성 대조군 지역의 가상적인 미용업체 수를 나타냄.

- 그래프를 보면 논현동과 신사동 모두 미용업체 수는 꾸준히 증가하고 있는 것을 알 수 있음. 이 두 지역의 공유미용실은 2021년에 영업을 시작하였는데 이때도 마찬가지로 지역 내 미용업체 수는 증가하는 것으로 나타나고 있음. 하지만 2020년과 2021년 사이에 합성 대조군 지역에서 미용업체 수가 증가하고 있으므로 논현동과 신사동의 증가가 공유미용실에서 기인한 것인지는 알 수 없음.

[그림 4-4] 논현동과 신사동의 미용업 점포 수 변화



- <표 4-5>는 앞서 서초동과 역삼동을 대상으로 한 것처럼 논현동, 신사동, 압구정동을 처치군으로 하고, 2021년을 처치년도로 하여 식 (1)을 추정한 결과를 보여주고 있음. 우선, DT 의 계수가 0.032-0.036으로 모형 (a)와 (b) 모두에서 통계적으로 유의하지 않게 나타나고 있음. 팔레트에이지 도산점과 아테르 신사점이 공유미용실로 영업을 시작한 이후 이 지역에서 통계적으로 유의미한 미용업체 수의 변화는 거의 없었다는 것을 의미함.
- 한편, 처치지역(D)의 계수는 음수이며 통계적으로도 유의하게 나타나는데, 이는 논현동, 신사동, 압구정동이 대조지역(삼성동, 반포동, 도곡동,

대치동)에 비하여 미용업이 덜 활성화되어 있는 지역임을 의미함. 처치 기간(T)의 계수는 양수로 나타나는데, 이는 2021년 이후 처치지역이든지 대조지역이든지 미용업체 수가 증가하고 있음을 보여주고 있음. 통제변수 중에는 여성 30~54세 비중이 매우 유의하게 나타나고 있음.

〈표 4-5〉 공유미용실이 지역 미용업 수에 미치는 효과(논현동, 신사동, 압구정동)

VARIABLES	(a)		(b)	
	Inhairshop		Inhairshop	
	coef	se	coef	se
DT	0.036	(0.025)	0.032	(0.066)
D	-2.664***	(0.028)	-3.602***	(0.585)
T	0.355***	(0.036)	0.374***	(0.061)
로그(인구수)			-0.706	(0.352)
여성 비중			0.004	(0.049)
30~54세 여성 비중			0.069***	(0.021)
상수	5.977***	(0.034)	11.135**	(4.967)
지역더미	포함		포함	
연도더미	포함		포함	
관측수	66		66	
R-squared	0.9964		0.9973	

주 : *** 1%, ** 5%, * 10% 유의수준. 표준오차는 robust standard error임.

- 결과적으로 〈표 4-5〉는 앞선 팔레트에이치 강남역 1호점과 아테르 역삼점과 마찬가지로 팔레트에이치 도산점과 아테르 신사점에서도 이들 공유미용실의 영업으로 인하여 해당 지역의 미용업체 수가 통계적으로 유의할 정도로 변화하지는 않았다는 것을 보여주고 있으며, 우려했던 부정적 효과도 없었다는 것을 재확인하여 주고 있음.

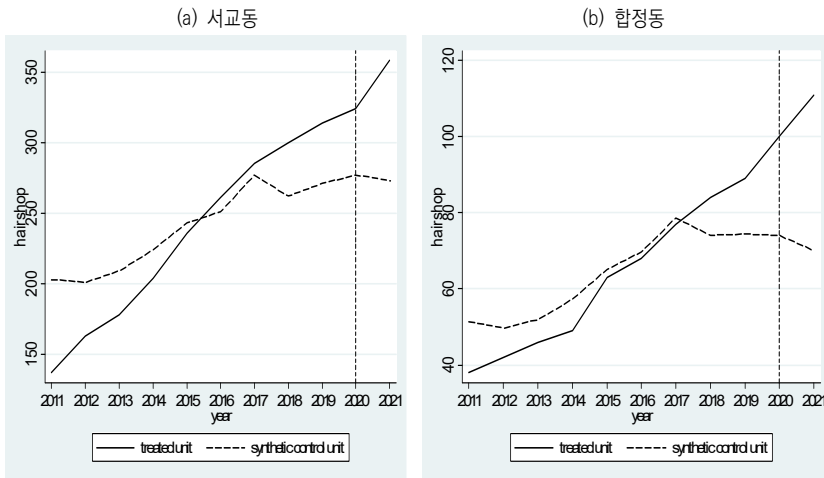
다. 로위 합정점과 아테르 홍대점의 효과

- 로위 합정점과 아테르 홍대점은 둘 다 마포구에 있는 공유미용실로서 반경 1km 이내에 서교동, 망원동, 합정동, 서강동, 성산동, 연남동, 청천동 등을 포함하고 있음. 따라서 상당히 많은 지역이 처치군에 속한다고 볼 수 있음. 하지만 이 두 공유미용실이 있는 곳에서 공동으로 반경

1km 이내에 있는 지역은 서교동, 서강동, 합정동으로 나타남. 따라서 이하에서는 이 세 곳의 고용효과를 살펴보기로 함.

- 한편, 이 두 공유미용실의 인접 지역으로서 다른 지역의 처치지역에 속하지 않은 동은 신수동, 대흥동, 연희동인데, 비교군의 수가 작기 때문에 마포구에 속한 아현동과 염리동도 함께 비교군에 포함시켜 분석하기로 함.
- [그림 4-5]는 서교동과 합정동을 각각 처치군으로 하여 합성 대조군 방법으로 미용업 수의 변화를 살펴본 결과임. 서강동의 경우 미용업체 수가 너무 작아서 적절한 대조군을 찾기 어려웠음. 서교동의 경우에도 처치군과 대조군의 피팅(fitting)이 잘 이루어지지 않고 있음. 따라서 합성 대조군보다는 이중차분법(DID)으로 분석하는 것이 더 적절하다고 판단됨.

[그림 4-5] 서교동과 합정동의 미용업 점포 수 변화



- 그림에도 불구하고 [그림 4-5]는 서교동과 합정동 지역에서 미용 업체 수는 꾸준히 증가하고 있는 것에 반하여 대조군 지역에서는 2017년 이후 정체를 보이며 2021년에는 다소 감소하는 것을 보여주고 있음. 따라서 [그림 4-5]는 공유미용실이 시작한 2020년 이후 해당 지역에서 미용 업체 수가 상대적으로 증가하고 있음을 보여줌.

- 앞에서와 마찬가지로 서교동, 서강동, 합정동을 처치군으로 하고, 신수동, 대흥동, 연희동, 아현동, 염리동을 대조군으로 하여 식 (1)을 추정하였으며, 그 결과는 <표 4-6>에 제시됨.

<표 4-6> 공유미용실이 지역 미용업 수에 미치는 효과(서교동, 서강동, 합정동)

VARIABLES	(a)		(b)	
	Inhairshop		Inhairshop	
	coef	se	coef	se
DT	0.250*	(0.126)	0.321**	(0.127)
D	0.753***	(0.068)	0.752***	(0.120)
T	0.395***	(0.097)	0.367***	(0.134)
로그(인구수)			0.411	(0.255)
여성 비중			0.037	(0.055)
30~54세 여성 비중			0.015	(0.029)
상수	3.139***	(0.082)	-3.499	(3.029)
지역더미	포함		포함	
연도더미	포함		포함	
관측수	88		88	
R-squared	0.9680		0.9724	

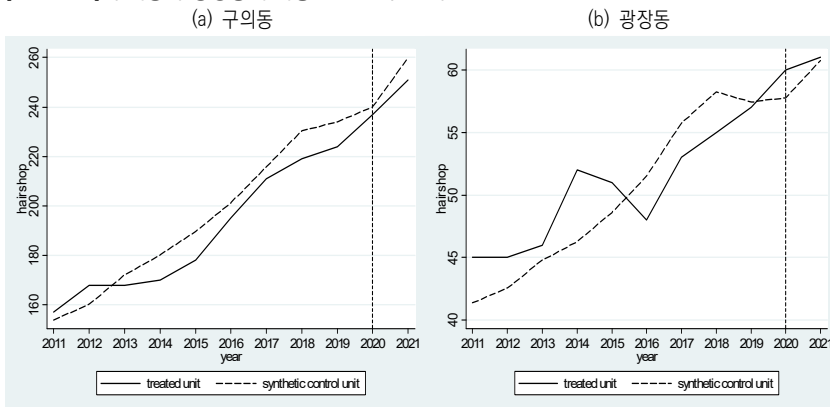
주 : *** 1%, ** 5%, * 10% 유의수준. 표준오차는 robust standard error임.

- 추정 결과, 이중차분효과인 DT 의 계수가 양수이면서 통계적으로 유의하게 나타나고 있는데, 이는 공유미용실이 해당 지역의 미용업체 수에 긍정적인 영향을 미쳤다는 것을 보여줌. 이러한 결과는 앞서 두 공유미용실의 경우에는 DT 의 계수가 통계적으로도 유의하지 않은 것과 대조적임. 처치군 더미(D)와 처치 기간(T)의 계수 역시 양수로 통계적으로 유의하게 나타나는데, 이는 서교동, 서강동, 합정동 지역이 미용업이 활발한 지역이며 2021년에 마포구 지역에서 미용업이 활발히 창업되고 있음을 보여주고 있음.
- 결과적으로 로위 합정점과 아데르 홍대점의 경우에도 공유미용실 영업으로 인하여 해당 지역의 미용업에 부정적인 영향은 없었으며, 오히려 공유미용실이 위치한 서교동, 서강동, 합정동 지역에서 미용업이 활성화된 것으로 나타나고 있음.

라. H 스타일 강변점

- H 스타일 강변점 공유미용실은 광진구에 위치하고 있는데 반경 1km 이 내에 구의동, 광장동, 자양동이 위치하고 있음. 한편, 이 공유미용실의 인접 지역으로는 화양동과 능동이 있는데, 이 역시 처지군의 수가 너무 작아서 인접 지역인 성수동과 송정동을 비교군에 추가하기로 함. 이들 비교지역은 다른 공유미용실의 처지군에 속하지 않음.
- 구의동, 광장동, 자양동 각각에 대해서 합성 대조군으로 고용효과를 추정하였으며, 그 중 구의동과 광장동의 추정 결과를 [그림 4-6]에 제시 함.⁵⁾ 자양동의 경우는 광장동과 유사하여 그림을 제시하지 않음.
- [그림 4-6]에 나타난 구의동을 보면 이전 그래프와는 달리 2020년 이후 오히려 H 스타일 강변점 공유미용실이 위치한 구의동에서 미용업체 수가 대조지역보다 더 작게 나타남을 알 수 있음. 한편, 광장동의 경우 2020년 이후 처지 지역 내 미용업체 수가 대조지역보다 더 많지만, 2021년에는 그 격차가 줄어드는 것으로 나타나고 있음. 하지만 2020년 이전 시기에 합성 대조군의 피팅(fitting)이 잘 이루어지지 않고 있으므로 [그림 4-6]의 결과만으로 공유미용실의 효과를 판단하는 데는 한계가 있음.

[그림 4-6] 구의동과 광장동의 미용업 점포 수 변화



- 5) 자양동의 경우는 광장동의 추정 결과와 유사함. 2020년에는 자양동이 비교군보다 미용업 수가 많았으나, 2021년에는 그 격차가 사라지는 것으로 나타남.

- <표 4-7>은 H 스타일 강변점 공유미용실의 반경 1km 이내 지역인 구의동, 광장동, 자양동을 처치군으로 하고, 화양동, 능동, 성수동, 송정동을 대조군으로 하여 식 (1)을 추정한 결과임. 본 연구가 관심을 가지는 이중차분계수(DT의 계수)는 음수로 나타나지만, 통계적으로는 유의하지 않은 것으로 나타나고 있음. 따라서 H 스타일 강변점 공유미용실이 역내 미용업 수를 줄인다고 말하기는 어려움. 다만, 앞서 강남지역의 공유미용실에 비하여 지역 내 미용업에 미치는 부정적 효과가 상대적으로 크다고는 볼 수 있음. 이는 상대적으로 덜 변화한 지역 내에 공유미용실이 운영될 경우 부정적인 효과가 발생할 수 있음을 시사함.
- <표 4-7>은 H 스타일 강변점 공유미용실의 반경 1km 이내 지역인 구의동, 광장동, 자양동을 처치군으로 하고, 화양동, 능동, 성수동, 송정동을 대조군으로 하여 식 (1)을 추정한 결과임. 이중차분계수는 DT의 계수인데 음수로 나타나지만, 통계적으로는 유의하지 않은 것으로 나타나고 있음. 따라서 H 스타일 강변점 공유미용실이 역내 미용업 수를 줄인다고 말하기는 어려움.

<표 4-7> 공유미용실이 지역 미용업 수에 미치는 효과(구의동, 광장동, 자양동)

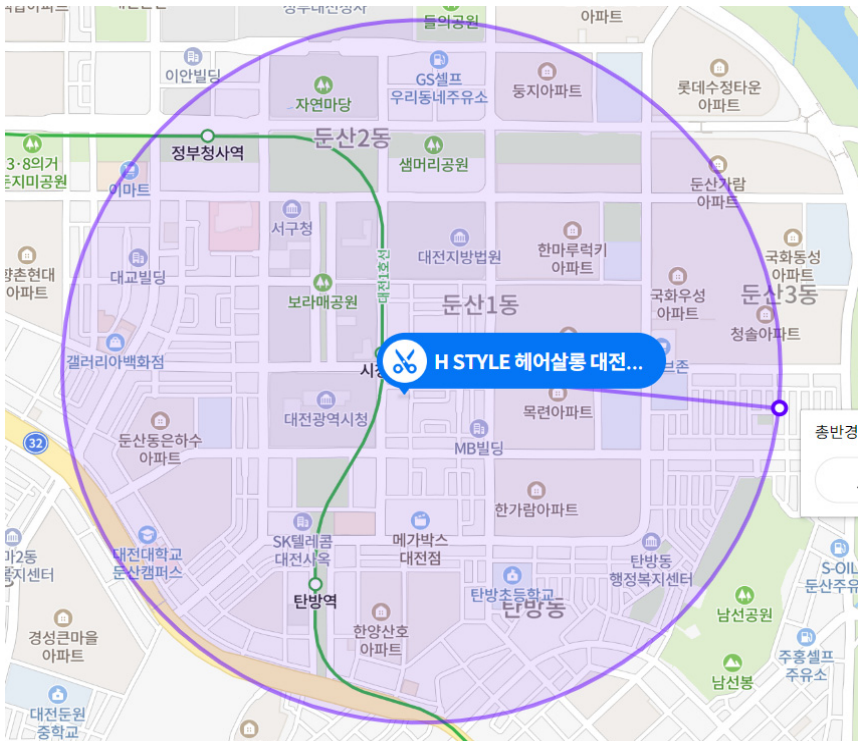
VARIABLES	(a)		(b)	
	Inhairshop		Inhairshop	
	coef	se	coef	se
DT	-0.037	(0.137)	-0.072	(0.073)
D	0.766***	(0.027)	0.696***	(0.121)
T	0.459***	(0.142)	0.570***	(0.082)
로그(인구수)			-0.506*	(0.296)
여성 비중			0.184***	(0.044)
30~54세 여성 비중			0.071***	(0.012)
상수				
지역더미	포함		포함	
연도더미	포함		포함	
관측수	77		77	
R-squared	0.9917		0.9962	

주 : *** 1%, ** 5%, * 10% 유의수준. 표준오차는 robust standard error임.

마. 대전 H 스타일 시청점

- 대전 H 스타일 시청점은 둔산동에 위치하고 있으나, [그림 4-7]과 같이 반경 1km 이내에는 둔산동 외에도 탄방동을 거의 다 포함하고 있음. 따라서 둔산동과 탄방동 모두를 처치군에 포함함. 한편, 둔산동과 탄방동의 인접 지역으로는 월평동, 갈마동, 만년동, 용문동, 괴정동이 위치하고 있음. 따라서 이들을 대조지역에 포함함.

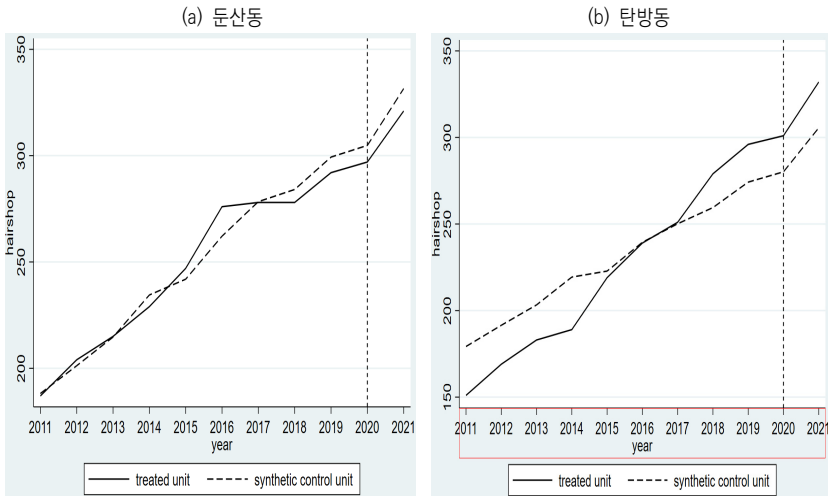
[그림 4-7] 공유미용실 H 스타일 대전 시청점의 처치지역



- [그림 4-8]은 둔산동과 탄방동 각각에 대해서 합성 대조군으로 추정한 결과를 보여주고 있음. 둔산동의 경우 모형의 피팅(fitting)이 상대적으로 잘 되고 있으나 탄방동의 경우 대조군을 찾기 어려워서 피팅(fitting)이 잘 이루어지지 않고 있음.

- [그림 4-8]에 나타난 둔산동을 보면 2021년에 미용업 점포 수가 대조군에 비하여 작게 나타나고 있음. 하지만 이러한 추세는 2019~2020년과 크게 다르지 않기 때문에, 2021년에 둔산동에서 미용업 수가 상대적으로 작은 것이 이 지역에서 공유미용실이 영업을 시작한 결과로 보기는 어렵다고 판단됨.
- 한편 탄방동을 처치군으로 한 추정 결과를 보면, 둔산동과는 반대로 2021년에 대조군에 비하여 탄방동에서 미용업 수가 증가한 것으로 나타나고 있음. 하지만 탄방동의 경우 대조지역을 찾기 어려운 관계로 합성 대조군의 피팅(fitting)이 잘 이루어지지 않고 있음. 따라서 이중차분법을 이용하여 공유미용실의 효과를 추정하는 것이 좀 더 바람직하다고 판단됨.

[그림 4-8] 대전 둔산동과 탄방동의 미용업 점포 수 변화



- <표 4-8>은 대전 H 스타일 시청점의 반경 1km 이내에 있는 둔산동과 탄방동을 처치군으로 하고, 월평동, 갈마동, 만년동, 용문동, 괴정동을 대조군으로 하여 이중차분모형을 추정한 결과임. <표 4-8>의 추정 결과를 보면, 공유미용실이 지역 내 미용업체 수에 미치는 효과는 모형 (b)에서 -4%로 나타나지만 통계적 유의성은 매우 낮게 나타남. 따라서 대

전 H 스타일 시청점이 지역 내 미용업에 미치는 효과는 거의 없다고 보아야 할 것임.

- 한편, 처치지역더미(D)의 계수는 양수이며 1% 수준에서 통계적으로 유의한데, 이는 둔산동과 탄방동 지역 자체가 미용업이 활발한 지역이라는 것을 보여 줌. 또한, 2021년 더미변수(T)의 계수 역시 양수이며 통계적으로 유의하게 나타나는데 이는 코로나19 이후 미용업이 다시 회복되고 있음을 시사함. 통제변수로 전체 인구 중 여성 30~54세 비중이 증가할수록 미용업체 수가 증가하는 것으로 나타나는데 이는 앞서 다른 지역을 대상으로 추정한 결과에서도 공통적으로 나타나는 현상임.

〈표 4-8〉 공유미용실이 지역 미용업 수에 미치는 효과(둔산동, 탄방동)

VARIABLES	(a)		(b)	
	Inhairshop		Inhairshop	
	coef	se	coef	se
DT	0.018	(0.064)	-0.040	(0.096)
D	1.542***	(0.034)	1.292***	(0.244)
T	0.593***	(0.052)	0.939***	(0.143)
로그(인구수)			-0.142	(0.373)
여성 비중			-0.049	(0.036)
30~54세 여성 비중			0.061**	(0.023)
상수				
지역더미	포함		포함	
연도더미	포함		포함	
관측수	55		55	
R-squared	0.9928		0.9942	

주 : *** 1%, ** 5%, * 10% 유의수준. 표준오차는 robust standard error임.

바. 서울지역 전체 공유미용실을 대상으로 한 이중차분법 추정 결과

- 지금까지 각각의 공유미용실이 속한 지역을 대상으로 합성 대조군과 이중차분법을 이용하여 공유미용실이 해당 지역의 미용업체 수에 미치는 효과를 추정하였음. 여기서는 서울지역을 대상으로 공유미용실의 반경 1km 이내에 있는 지역 모두를 처치군으로 하고, 인접 지역 모두를 대조

군으로 하는 이중차분법을 사용하여 공유미용실이 지역 미용업체 수에 미치는 효과를 추정하기로 함. 따라서 여기서 추정된 효과는 공유미용실의 평균적 효과라고 볼 수 있을 것임.

- 다만, 팔레트에이치 강남역 1호점은 분석에서 제외했는데, 그 이유는 다른 공유미용실과 달리 팔레트에이치 강남역 1호점만 영업 시작 시점이 2020년이기 때문임. 이 경우 처치 시점을 통일할 수 없으므로 팔레트에이치 강남역 1호점이 속한 지역은 분석에서 제외했음. 또한, 대전의 경우 지역적 성격이 다르므로 서울지역과 함께 분석하는 것이 무리라고 판단하여 제외했음.
- 결과적으로 처치군에는 신사동, 압구정동, 논현동, 서교동, 망원동, 합정동, 서강동, 구의동, 자양동, 광장동 등이 포함되며, 대조군으로는 반포동, 도곡동, 삼성동, 대치동, 신수동, 대흥동, 연희동, 아현동, 염리동, 화양동, 능동, 성수동, 송정동이 포함됨.
- 서울지역에 2021년 공유미용실이 시작된 지역을 대상으로 한 이중차분 모형의 추정 결과는 <표 4-9>에 제시됨. 공유미용실이 해당 지역의 미용업체 수에 미친 효과는 DT 의 계수인데 12.3%로 10% 수준에서 통계적으로 유의하게 나타나고 있음. 이는 적어도 공유미용실이 위치한 곳의 반경 1km 이내에 있는 지역 내 미용업체 수가 공유미용실이 시작한 이후 감소하였다고 보기는 어렵다는 것을 보여주는 결과라 할 수 있음.

<표 4-9> 공유미용실이 서울지역 미용업체 수에 미치는 효과

VARIABLES	(a)		(b)	
	Inhairshop		Inhairshop	
	coef	se	coef	se
DT	0.087	(0.072)	0.123*	(0.066)
D	0.923***	(0.033)	0.458**	(0.196)
T	0.402***	(0.061)	0.396***	(0.066)
로그(인구수)			0.191	(0.181)
여성 비중			0.085***	(0.028)
30~54세 여성 비중			0.027**	(0.011)
상수				
지역더미	포함		포함	
연도더미	포함		포함	
관측수	231		231	
R-squared	0.9884		0.9901	

주 : *** 1%, ** 5%, * 10% 유의수준. 표준오차는 robust standard error임.

- D 과 T 의 계수는 공유미용실이 위치한 지역이 미용업이 활발한 지역이라는 것과 2021년이 이전 기간보다 미용업체 수가 증가하고 있음을 다시 한번 보여주고 있음. 또한 지역 내 여성 비중과 30~54세 여성 비중이 높을수록 미용업체 수가 많다는 것을 보여줌.
- 지금까지 서울과 대전 시내의 공유미용실이 위치한 지역을 대상으로 공유미용실이 역내 미용업체 수에 미치는 영향을 살펴보았음. 공유미용실 각각의 효과를 추정한 결과나 서울지역 전체를 대상으로 한 결과 모두 적어도 공유미용실로 인한 부정적 효과는 발견되지 않았음. 즉, 공유미용실로 인하여 해당 지역 내 미용업체 수가 감소하였다는 증거는 발견되지 않았음.
- 또한, 공유미용실은 대부분 미용업이 활발한 지역에 위치하고 있다는 것도 확인하였음. 따라서 공유미용실이 운영될 경우, 이로 인한 부정적 효과가 나타날 가능성은 작다고 판단됨(이는 지역적 특성에 기인할 수 있음).

제3절 공유미용실의 소득효과

1. 공유미용실과 인근 미용실의 미용사 설문자료 소개

- 노동연구원에서는 2022년 11월에 공유미용실 입주 미용사, 일반 미용실 운영 미용사, 고용된 미용사 각각 100여 명을 대상으로 설문조사를 실시하였음. 설문조사에서는 미용사의 인적 사항, 고객 수, 매출액과 소득, 근로 시간 등에 관해서 묻고 있으며, 이외에도 향후 매출액과 소득 성장 가능성에 대해서도 질문하였음.
- 다음 <표 4-10>은 미용사 형태에 따른 변수들의 기초통계량을 제시하고 있음. 표를 보면 공유미용실에서 근무하는 미용사들의 여성 비중이 작으며, 평균연령은 37세로 일반 미용실 운영 미용사보다는 젊고, 고용된 미용사보다는 나이가 많은 것으로 나타나고 있음. 한편, 학력은 다른 형

태의 미용사보다 더 높게 나타나고 있음. 공유미용실의 면허 취득 후 기간이나 미용사 경력은 약 10년으로 일반 미용실 운영 미용사보다는 짧지만, 고용된 미용사보다는 긴 것으로 나타나고 있음.

- 하루 고객 수를 보면, 공유미용실 미용사의 경우 172명으로 다른 미용사의 284명, 301명보다 상당히 작은 것으로 나타나고 있음. 물론 다른 미용사의 경우 최댓값이 극단적인 값을 갖는 것으로 나타나지만, 이들을 제거하여도 여전히 공유미용실 미용사의 고객 수보다는 많게 나타나고 있음. 따라서 공유미용실의 매출액도 상당히 낮을 것으로 나타나고 있음. 하지만 월 소득에 있어서는 큰 차이를 보이지 않고 있는데 공유미용실은 월 420만 원, 일반 미용사는 월 530만 원, 고용된 미용사는 월 330만 원을 받는 것으로 나타나고 있음. 이러한 현상은 공유미용실의 미용 가격이 높게 나타나는 것으로 설명될 수 있음.

〈표 4-10〉 미용사 형태별 특성 및 근로 현황

	공유미용실 입주 미용사				일반 미용실 운영 미용사				고용된 미용사			
	평균	표준편차	최소	최대	평균	표준편차	최소	최대	평균	표준편차	최소	최대
여성	0.909	0.289	0	1	0.960	0.196	0	1	0.960	0.197	0	1
연령	37.1	6.852	25	58	48.0	7.761	28	63	30.4	5.196	23	46
전문대졸	0.434	0.498	0	1	0.356	0.481	0	1	0.420	0.496	0	1
대졸	0.111	0.316	0	1	0.089	0.286	0	1	0.070	0.256	0	1
면허취득후경력(년)	10.7	5.3	2.5	28.7	17.7	8.1	4.5	34.7	5.4	2.7	1.4	14.8
미용사활동경력(년)	10.0	4.9	1.5	22	16.3	7.5	2	32.8	4.0	2.4	1	13
하루 고객 수	172.0	55.4	18	320	283.6	87.0	80	700	300.7	102.0	70	650
월 매출액(백만 원)	8.6	2.8	3	15	15.0	7.2	5	60	16.1	7.9	7	45
월 소득(백만 원)	4.2	1.1	2	7	5.3	1.3	3	12	3.3	1.4	1	7.6
남성 가격(만 원)	2.1	0.7	1.1	5	1.7	0.4	1	3	1.8	0.4	1.2	3
여성 가격(만 원)	6.1	1.7	3	15	5.3	1.2	2	8.5	5.4	1.3	3	8.5
하루 근로 시간	10.0	1.2	5	11	10.6	0.6	8	11	10.0	1.0	6	11
주당 근로일수	5.9	0.3	5	7	6.0	0.0	6	6	6.0	0.2	5	6
한 달 근로일수	27.1	2.4	20	30	26.0	0.5	24	30	25.7	1.7	11	28

자료 : 2022년 노동연구원 설문조사.

- 즉, 공유미용실의 경우 하루 이용객 수가 적어서 매출액도 작지만 미용 가격이 높아서 상대적으로 매출액의 차이를 줄이는 효과가 있는 것으로 보임(만약 공유미용실의 미용 가격이 높지 않았다면 매출액의 차이는

더 컸을 것임). 또한, 공유미용실과 일반 미용실 사이에 매출액의 차이보다 소득의 차이가 작은 것은 공유미용실의 경우 부대비용(임대료나 운영비 등)이 작기 때문으로 사료됨. 이러한 결과는 최근 보건복지부 실태조사(2022)의 결과와 일관성을 가짐.

- 한편, 하루 근로 시간, 일주일 근로일수, 한 달 근로일수에 있어서는 미용사의 형태에 따라 큰 차이를 보이지는 않고 있는데, 이러한 사실과 공유미용실 미용사의 하루 고객 수가 적다는 것을 결합하면 공유미용실 미용사가 상대적으로 노동강도가 낮을 수 있음을 시사함.

2. 공유미용실의 소득효과 추정

- 여기서는 공유미용실 미용사, 일반 미용실 미용사, 고용된 미용사 사이에 소득의 차이가 있는지를 회귀분석을 이용하여 분석하고자 함.
- 여기서는 공유미용실 미용사, 일반 미용실 미용사, 고용된 미용사 사이에 소득과 매출액의 차이가 있는지를 회귀분석을 이용하여 분석하고자 함. 회귀분석 모형은 식 (2)와 같음.

$$\ln income_i = \beta_0 + \beta_1 Share_i + \beta_2 Regular_i + X_i \Gamma + \mu_i \quad (2)$$

- 위에서 $\ln income_i$ 는 개인 i 의 소득에 로그를 취한 것이며, $Share_i$ 는 공유미용실 더미변수, $Regular_i$ 는 일반 미용실 더미변수임(기준변수는 고용된 미용사). X_{it} 는 성, 학력, 연령, 경력, 근로 시간, 지역 등의 통제변수를 나타내며, μ_i 는 오차항을 나타냄. 고객 수와 미용 가격은 공유미용실 여부에 따라 결정되는 것으로 내생변수라고 할 수 있음. 따라서 이들은 통제변수에 포함되지 않음.
- 식 (2)를 추정함에 있어서 문제가 될 수 있는 것은 오차항(μ_i)이 고용미용실 미용사 여부와 상관관계가 있을 수 있다는 것임. 즉, 공유미용실에 참여하기로 결정하는 사람들이 랜덤하게 이루어지지 않을 수 있으며 이 경우 표집 편향(sample selection bias)이 발생할 수 있음. 따라서 여기서는 이를 해결하기 위하여 공유미용실 미용사와 일반 미용실 미용사만을 대상으로 하여 Heckman의 선별모형(selection model)으로 추정하

기로 함.

○ 식 (2)를 OLS로 추정한 결과는 <표 4-11>에 제시됨.

<표 4-11> 미용사 형태에 따른 소득함수 추정 결과(OLS)

변수	계수	표준오차	계수	표준오차
공유미용실	0.266**	(0.053)	0.327**	(0.053)
일반미용실	0.484**	(0.067)	0.515**	(0.065)
여성더미	-0.023	(0.077)	-0.057	(0.077)
연령	-0.024	(0.018)	0.014	(0.019)
연령의 제곱	0.000	(0.000)	-0.000	(0.000)
전문대출	-0.010	(0.040)	-0.060	(0.040)
대출	-0.039	(0.062)	-0.084	(0.061)
경력	0.016	(0.011)	0.012	(0.011)
경력의 제곱	-0.001*	(0.000)	-0.001*	(0.000)
일일 근로시간	0.018	(0.020)	-0.001	(0.021)
주당 근로일수	0.386**	(0.093)	0.351**	(0.091)
상수항	-0.921	(0.578)	-1.457**	(0.601)
지역더미	불포함		포함	
관측수	300		300	
R-squared	0.388		0.544	

주: **는 5%, *는 10% 유의수준을 나타냄.

○ 표를 보면, 공유미용실에서 일하는 미용사가 고용된 미용사보다는 소득이 많은 것으로 나타나고 있으나, 일반 미용실 미용사보다는 소득이 낮은 것으로 추정되고 있음. 지역을 통제한 추정 결과를 보면 공유미용실 미용사가 고용된 미용사보다 약 32.7% 소득이 높으나 일반 미용실 미용사보다는 약 18.8%(51.5-32.7) 소득이 낮은 것으로 나타나고 있음. 또한 이러한 차이는 5% 수준에서 통계적으로 유의하게 나타남.

○ 식 (2)를 Heckman의 표본 선택을 고려하여 추정할 경우, 더이상 공유미용실 더미변수는 추정될 수 없고, 대신 공유미용실 미용사의 소득함수와 일반 미용실 미용사의 소득함수를 각각 추정하게 됨.

○ Heckman 표본 선택 모형을 이용하여 공유미용실 미용사와 일반 미용실 미용사의 소득함수를 추정한 결과 inversed Mill's ratio의 계수가 통계적으로 유의하지 않고, 대부분 소득함수의 계수 역시 통계적으로 유의하지 않게 나타남.⁶⁾ 이는 표본 수가 적기 때문일 수 있으며, 아니

면 sample selection의 문제가 심각하지 않기 때문일 수도 있음. 따라서 현재 설문조사 자료를 이용하는 것은 Heckman 표본 선택의 문제를 해결하는 데 한계가 있으며, OLS의 추정 결과에 의존할 수밖에 없음.

3. 공유미용실 미용사의 매출액 및 소득 변화

- 보건복지부 『공유미용실 실증결과 실태조사』(2022)를 보면 공유미용실 입점 후 오히려 매출액이 감소하였다는 비중이 더 크게 나타나고 있음. 구체적으로, 공유미용실 입점 후 매출액이 증가하였다는 비중은 28.9%, 감소하였다는 비중은 40.7%로 나타남. 또한, 평균 증가액은 181만 원, 평균 감소액은 360만 원으로 나타나고 있어 공유미용실 입점 후 매출액 감소 비중뿐 아니라 감소액도 증가액에 비하여 더 크게 나타남.
- 한편, 공유미용실 입점 후 순수익이 증가하였다는 비중은 36.2%, 감소하였다는 비중은 31.6%로 증가 비중이 다소 높게 나타나지만, 금액 면에서 보면 평균 순수익 증가액은 139만 원, 평균 순수익 감소액은 164만 원으로 감소액이 증가액보다 더 크게 나타나고 있음. 따라서 공유미용실 입점 후 매출액과 소득 면에서 더 좋아졌다고 보기는 어려울 것임.
- 노동연구원에서 실시한 이번 설문조사에도 공유미용실 입점 전의 매출액과 소득에 관하여 물어보았음. 이 자료를 이용하여 입점 전후의 매출액과 소득의 변동을 보면 <표 4-12>와 같음.

<표 4-12> 공유미용실 입점 전후 매출액과 소득 변화

(단위: %, 백만 원)

	매출액	소득
입점 전	11.4	2.7
입점 후	8.6	4.2
입점 후 증가(%)	23.6	93.9
입점 후 감소(%)	76.4	6.1
평균 증가액(백만 원)	4.0	1.6
평균 감소액(백만 원)	4.8	0.1

주: 매출액의 경우 공유미용실 입점 전 무응답을 제외한 결과임.

6) 자세한 추정내용은 저자에게 요청하면 제공될 수 있음.

- 〈표 4-12〉를 보면, 보건복지부 공유미용실 실태조사 결과와 유사하지만 다른 점도 나타나고 있음. 우선 매출액은 공유미용실 입점 후 감소하였다는 비중이 증가하였다는 비중보다 크며, 평균 감소액도 평균 증가액보다 크게 나타나고 있는데, 이는 보건복지부 실태조사 결과와 유사하다고 할 수 있음. 다만 평균 감소액과 증가액의 차이가 80만 원으로 차이는 크지 않게 나타나고 있음.
- 그러나 소득에 있어서는 다른 양상을 보임. 공유미용실 입점 후 소득이 증가하였다는 비중이 94%로 압도적으로 높게 나타나고 있으며, 평균 증가액도 평균 감소액을 약 150만 원 상회하고 있음. 결국, 공유미용실 입점 후 매출액은 다소 감소하였지만, 소득은 증가하였다고 볼 수 있으며 이는 공유미용실 입점 후 미용실 운영에 드는 임대료, 장비 구매 및 사용료 등 부대비용이 감소하였다는 것을 시사함.
- 결론적으로 공유미용실 미용사는 고용된 미용사보다는 높은 소득을 벌지만, 일반 미용실 미용사보다는 낮은 소득을 번다고 할 수 있음. 하지만 비슷한 근로 시간에 적은 수의 고객을 대상으로 서비스를 제공하고, 높은 미용비를 받고 있으므로 공유미용실 미용사의 노동강도는 상대적으로 낮다고 말할 수 있을 것임. 한편, 공유미용실 미용사는 입점 후 매출액은 다소 감소하였지만, 소득은 증가한 것으로 나타나고 있음. 이는 미용실을 공유하게 되면서 임대료 등 비용 절감 효과가 나타난 것으로 볼 수 있으며 이러한 비용 절감 효과는 규모의 경제로서 발생하는 현상이라 말할 수 있음. 따라서 공유미용실의 매출액, 소득에 대한 설문조사 결과는 공유미용실 제도가 의도했던 효과(비용 절감 효과)를 어느 정도 확인시켜준 것으로 볼 수 있음.

제5장

공유미용실 제도화에 따른 자영업 미용사의 잠재적 고용 및 소득효과

제1절 분석 방법론

1. 분석 개요

- 공유미용실 규제가 개선되고 시장에서 충분한 정착이 이루어진다는 가정하에 자영업 미용사의 고용 및 소득에 미치는 잠재적인 영향을 측정하고자 함.
 - 이는 현재 시점의 자영업 미용사 고용 및 소득의 효과가 아니라 응답자가 미래에 예상하는 잠재적인 자영업 미용사 고용 및 소득효과를 의미함.
 - 미래시점에 대한 예측은 기존 통계로 분석하는 것이 어렵기 때문에 응답자의 진술 선호를 계량화하는 방법인 가상가치측정법(CVM: Contingent Valuation Method)을 통해 잠재적 고용 및 소득효과를 파악하고자 함.

2. 가상가치측정법

- CVM을 이용한 경제적 가치 측정 연구는 공공정책을 비롯하여 자연환

경, 문화관광, 정보서비스 등 다양한 분야에서 연구되고 있음.

- 정부 공공정책사업의 예비타당성조사(KDI)에 적용(CVM 분석 가이드 라인), 국회입법조사처의 산업입법의 편익 측정,⁷⁾ 고용노동부 일자리 사업 고용영향평가⁸⁾ 등에서 활용되고 있음.
- CVM은 응답자의 지불의사(WTP: Willingness to Pay)를 직접적으로 확인 가능하다는 의미가 있어 경제학에서 Hicks의 보상수요함수를 추정하는 기법으로 알려져 왔음.
 - 진술 선호를 이용하여 응답자의 WTP를 추출하는 질문형식에는 경매법, 양분선택법, 직접 응답법(open question) 등이 있음.
 - 이 중에서 실증적으로 이중양분선택(Double-Bound Dichotomous Choice: DBDC)법이 많이 이용됨.
- DBDC의 질문 형식은 양분 선택 질문을 두 번 반복하는 것임.
 - 가령, 공유미용실과 관련된 제도가 개선된 후 관련 인력 수요가 얼마나 증가할지에 대해 특정 제시액을 응답자에게 제시하며, 이 금액이 초기 제시액임.
 - 다음으로 응답자가 초기 제시액에 대해 동의할 의사가 있으면 두 번째는 더 높은 금액을 제시하고 수용 의사를 유도하며, 초기 제시액에 대해 동의할 의사가 없으면 두 번째는 더 낮은 금액을 제시하여 수용 여부를 확인하는 과정으로 진행됨.
- 질문형식을 도식화하면 다음과 같음.

[그림 5-1] 이중양분선택형 문항 예시

문 1. 전체 미용업계 관점에서, 공유미용실이 3년에 걸쳐 미용업계에 정착된다면 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사(또는 미용사의 소득)가 현재와 비교하여 3년 동안 매년 X % 증가할 것으로 예상합니다. 이에 동의하십니까?

- ① 예, 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사(또는 미용사의 소득)가 매년 그 정도 증가할 것이다.
- ② 아니오, 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사(또는 미용사의 소득)가 매년 그 정도 증가하지 않을 것이다.

7) 이해춘·박경영·김남현·이은지(2015).

8) 오상훈·이해춘 등(2017).

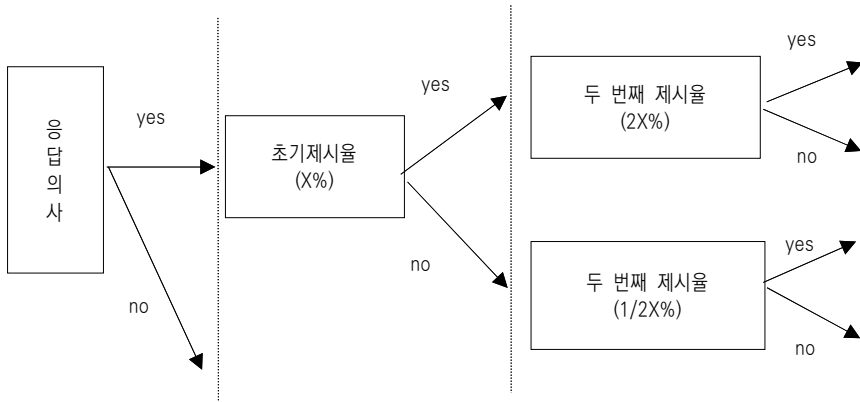
문1-1. (문1에서 ① 응답자) 그러면 연간 "2 X% 증가"할 것으로 예상합니다. 이 의견에 동의하십니까?

- ① 예, 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사(또는 미용사의 소득)가 매년 그 정도 증가할 것이다.
- ② 아니오, 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사(또는 미용사의 소득)가 매년 그 정도 증가하지 않을 것이다.

문1-2. (문1에서 ② 응답자) 그러면 연간 "1/2 X% 증가"할 것으로 예상합니다. 이 의견에 동의하십니까?

- ① 예, 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사(또는 미용사의 소득)가 매년 그 정도 증가할 것이다.
- ② 아니오, 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사(또는 미용사의 소득)가 매년 그 정도 증가하지 않을 것이다.

[그림 5-2] 이중양분선택형 질문형식



○ DBDC의 추정 식 전개 과정은 다음과 같음.⁹⁾

- 응답자 i에게 제시한 초기 제시액을 B_i , 초기 제시액에 대해 수락 (yes)한 경우 제시한 두 번째 높은 제시액은 B_i^u , 초기제시액을 거부 (no)할 때, 제시한 두 번째 낮은 제시액을 B_i^d 라고 하면, 각 제시액에 대한 수락 여부에 따른 확률은 다음과 같음.

9) 아래 내용은 DBDC CVM 추정식 전개과정으로 정형화된 기술 방식이며, 선행연구인 이해 춘 · 김진현 · 이은희(2009)의 논문에 있는 내용을 인용하였음.

$$\begin{aligned}
\pi^{yy}(B_i, B_i^u) &= \text{Prob} \{B_i^u \leq WTP_i\} = 1 - F(B_i^u; \theta) \\
\pi^{yn}(B_i, B_i^u) &= \text{Prob} \{B_i \leq WTP_i < B_i^u\} = F(B_i^u; \theta) - F(B_i; \theta) \\
\pi^{ny}(B_i, B_i^d) &= \text{Prob} \{B_i^d \leq WTP_i < B_i\} = F(B_i; \theta) - F(B_i^d; \theta) \\
\pi^{nn}(B_i, B_i^d) &= \text{Prob} \{WTP_i < B_i^d\} = F(B_i^d; \theta)
\end{aligned} \tag{1}$$

○ 위의 식 (1)에서 $\pi^{yy}(B_i, B_i^u) : (B_i, B_i^u)$ 에 각각 (yes, yes)로 반응한 응답 확률, $\pi^{yn}(B_i, B_i^u) : (B_i, B_i^u)$ 에 (yes, no)로 응답할 확률, $\pi^{ny}(B_i, B_i^d) : (B_i, B_i^d)$ 에 (no, yes)로 응답할 확률, $\pi^{nn}(B_i, B_i^d) : (B_i, B_i^d)$ 에 대해(no, no)로 응답할 확률, WTP_i : 응답자 i의 잠재적 지불의사 금액, θ : 모수 벡터, $F(\cdot)$: 임의의 누적 확률 분포함수 식 (1)의 수락 확률에 대한 누적 확률 분포함수 $F(B; \theta)$ 는 다음과 같이 설정함.

$$F(B) = F(-\alpha - x' \beta) \tag{2}$$

○ 식 (2)에서 α 는 상수항, x_i 는 응답자의 특성 벡터, β 는 x_i 의 계수 벡터를 의미함.

$F(B)$ 는 임의의 누적 확률 분포함수

○ 위의 식 (1)과 (2)에서 모수를 조건부로 각 응답자의 응답 확률을 로그 변환하여 로그 확률함수로 만들면 특정 N명의 응답자에 의한 특정 응답 관측치(1, ..., N)가 관측될 확률은 다음과 같은 우도함수(likelihood function)로 나타낼 수 있음.

$$\ln L(\theta) = \sum_{i=1}^N \{d_i^y \ln \pi^y(B_i) + d_i^n \ln \pi^n(B_i)\} \tag{3}$$

○ 식 (3)의 우변에서 N은 관측치 수, d_i^y 와 d_i^n 는 더미변수로 그 값은 다음과 같음.

d_i^y : (yes)=1, 이 외는 0, d_i^n : (no)=1, 이 외는 0 임.

○ 모수 θ 의 최우 추정량은 식 (3)의 우도함수의 값을 극대화하는 θ 값으로서, 이는 로그 우도함수 $\ln L(\theta)$ 를 θ 에 대해 미분한 값을 '0'으로 놓고

그 최댓값을 구하는 방식으로 다음과 같이 구할 수 있음.

$$\partial \ln L(\theta) / \partial \theta = 0 \quad (4)$$

- 추정된 모수와 각 속성의 평균치로 구성된 벡터 x_i 를 식 (2)에 대입하면 평균적 응답자의 제시액 B에 대한 수락 확률을 구할 수 있음.
 - WTP의 평균값은 이 수락 확률함수를 모든 제시액(WTP)에 대해 적분하여 구할 수 있음.
- 그러나 이 함수가 '0'에 수렴하면 평균값이 발산할 가능성이 있으므로 절단 평균값을 취하는 때도 있음.¹⁰⁾
 - 평균적 응답자의 각 제시액 B에 대한 수락 확률을 $S(WTP)$, 최대제시액에 대한 수락 확률을 $S(WTP_{MAX})$ 라 하면, 절단 평균값은 다음과 같이 계산됨.

$$E(WTP) = \int_0^{WTP_{MAX}} \frac{S(WTP)}{1 - S(WTP_{MAX})} d WTP \quad (5)$$

- WTP의 중앙값은 $S(WTP)=0.5$ 의 해를 구하여 도출할 수도 있으나, (2)에서 가정한 함수가 '0'에 대해 대칭이므로 식 (6)과 같이 계산될 수 있음.

$$Me(WTP) = \exp\left[\frac{-(\hat{\alpha} + \bar{x}'\hat{\beta})}{\hat{\beta}_{bid}}\right] \quad (6)$$

- 본 연구에서는 상기와 같은 추정 방법을 이용하여 공유미용실 도입 및 활성화 이후 자영업 미용사의 고용 및 소득에 대해 응답자가 판단하는 내재적 변화를 추정하였으며, STATA 17.0의 doubleb 패키지를 활용하였음.
 - 추정 및 해석상 주의해야 할 점은 여기서 도출된 WTP가 응답자의 지불의사 금액이 아니라 응답자가 판단하는 내재적 변화라는 점임.
 - 한편, STATA 내의 doubleb 패키지를 통한 추정과 관련된 자세한 방법은 Lopez-Feldman & Alejandro(2012)를 참고할 수 있음.

10) Bishop, R.C., & Heberlein, T.A.(1979), Seller, Stoll, & Chavas(1985)는 평균값이 발산하는 문제를 해결하기 위해 절단평균치(truncated mean)를 제시함.

제2절 분석 결과

1. 변수 및 기초통계

- 분석에 이용된 독립변수로는 성별, 연령, 경력, 고객 수, 월소득, 학력, 지역을 고려하였으며, 연령, 경력, 고객 수, 월 소득의 경우 응답 간의 편차를 줄이고자 로그값을 이용함.
- 성별은 남성과 여성의 2개 범주로 구성하였음.
 - 연령은 응답자의 만 나이를 의미함.
 - 경력은 미용사 자격 취득 후 경력이 몇 년 되었는지를 의미함.
 - 고객 수는 응답자의 월평균 고객 수를 의미함.
 - 월 소득은 응답자의 백만 원 단위 월평균 순소득(매출-비용)을 의미함.
 - 학력은 고졸 이하, 전문대졸, 대졸의 3개 범주로 구성하였음.
 - 지역은 경기 고양시, 서울 강남구, 서울 강북/광진/성동구, 서울 마포구, 서울 서대문구의 5개 범주로 구성하였음.
 - 각 변수의 기초통계는 다음과 같음.

〈표 5-1〉 변수 기초통계량

독립변수	관측치	평균	중앙값	표준 편차	최소값	최대값
성별 (1=남성/0=여성)	300	0.0567	0	0.2316	0	1
연령(log)	300	3.6201	3.5972	0.2518	3.1355	4.1431
경력(log)	300	2.0145	2.0794	0.8457	0	3.4889
고객 수(log)	300	5.4418	5.5215	0.4526	2.8904	6.5511
월소득(log)	300	1.3919	1.3863	0.3648	0	2.4849
학력 (1=고졸 이하/2=전문대졸/ 3=대졸)	300	1.5833	1	0.6515	1	3
지역 (1=경기 고양/2=강남구/ 3=강북, 광진, 성동구/ 4=마포구/5=서대문구)	300	3.1300	3	1.6088	1	6

2. 공유미용실 제도화에 따른 자영업 미용사 고용효과

- 공유미용실이 제도화되고 3년간 시장에서 정착된다는 가정하에 응답자가 예상하는 자영업 미용사 고용효과 추정은 앞서 소개한 CVM 방식으로 분석함.

가. 이중양분선택형 설문 제시액과 응답자 수

- 응답자가 예상하는 자영업 미용사 고용효과 분석 결과를 제시하기에 앞서 이중양분선택형 설문 제시액과 응답자 수를 제시함.
 - 제시액의 범위는 미용사를 대상으로 한 사전 조사 결과를 바탕으로 함.
 - 사전 조사 결과를 바탕으로 초기 제시액은 4%, 6%를 각각 제시했으며, 각 제시액에 대해 150명씩 균등 분배함으로써 총응답자는 300명임.
- 응답 중 초기 제시액에 대해서 Yes로 응답하고, 두 번째 제시액에 대해서는 No로 응답한 사례가 가장 많은 것으로 나타남.
 - 초기 제시액을 4%로 제시한 경우, Yes - No로 응답한 표본은 60명(40.0%)으로 가장 많았으며, 이어서 Yes - Yes로 응답한 표본이 55명(36.7%)으로 나타남.
 - 초기 제시액을 6%로 제시한 경우, Yes - No로 응답한 표본이 48명(32.0%)으로 가장 많았음.
- 한편, 초기 제시액을 6%로 제시한 경우, No - No로 응답한 표본이 43명(28.7%)으로 상대적으로 높게 나타나 초기 제시율이 높을수록 제시된 고용 증가율에 대한 수락 확률(Yes라고 답할 확률)이 낮아질 수 있을 것으로 예상됨.
- 대체로 부정적인 응답보다는 긍정적인 응답이 더 많은 것으로 나타나 응답자가 예상하는 자영업 미용사 고용효과는 초기 제시액으로 제안한 고용 증가율보다 높을 가능성이 있는 것으로 판단됨.
 - 응답자가 예상하는 자영업 미용사 고용효과에 대한 추정은 다음 내용을 참고 바람.

〈표 5-2〉 공유미용실 제도화에 따른 자영업 미용사 고용효과에 대한 이중양분선택형 설문 제시액
과 응답자 수

(단위 : 명, %)

초기 제시액	두 번째 제시액	응답자 수
4%	If Yes & Yes(8% 이상)	55(36.7)
	If Yes & No(4% 이상~8% 미만)	60(40.0)
	If No & Yes(2% 이상~4% 미만)	15(10.0)
	If No & No(2% 미만)	20(13.3)
	4% 제시 합계	150
6%	If Yes & Yes(12% 이상)	28(18.7)
	If Yes & No(6% 이상~12% 미만)	48(32.0)
	If No & Yes(3% 이상~6% 미만)	31(20.6)
	If No & No(3% 미만)	43(28.7)
	6% 제시 합계	150
전 체		300

주: () 안의 숫자는 초기 제시액별 구성비를 의미함.

나. 자영업 미용사 고용효과 분석 결과

- 제시액에 따른 고용 증가율 추정 계수(δ)는 음(-)의 값으로 제시율이 높을수록 제시된 고용 증가율에 대한 수락 확률(Yes라고 답할 확률)이 낮아짐을 알 수 있음.
 - 즉, 공유미용실 제도화 이후 시장에서 정착된다는 가정하에 응답자가 예상하는 자영업 미용사 고용효과는 제시된 고용 증가율이 높을수록 보수적으로(부정적으로) 대답함을 의미함.
- 추정된 공유미용실 제도화에 따른 자영업 미용사 고용 증가율은 공유미용실 제도화 이후 시장에서 3년간 안정화된다는 전제하에 산출된 결과임.
 - 이는 달리 말하면 응답자가 예측하는 내재적 고용 증가율로 표현할 수 있음.

〈표 5-3〉 공유미용실 제도화에 따른 자영업 미용사 고용효과에 대한 이중양분선택형 설문결과 분석

독립변수		추정결과
성별 (1=남성/0=여성)		0.4735 (1.4019)
연령(log)		-0.3078*** (0.0539)
자격 취득 후 경력(log)		2.5264*** (0.6180)
월평균 고객 수(log)		0.0014 (0.0031)
월평균 소득(log)		0.0470 (0.2261)
학력	고졸 이하	기준더미
	전문대졸	-0.1370 (0.6751)
	대졸	-1.3170 (1.1063)
지역		통제
상수		6.7412*** (2.0235)
σ		4.8443*** (0.3166)
$\delta(-1/\sigma)$ 제시액		-0.2064
Log-likelihood		-380.2979
관측치		300

주 : () 안의 수치는 표준오차를 의미함. *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$.

- 응답자가 예측하는 공유미용실 제도화에 따른 자영업 미용사 고용 증가는 연간 약 8.0%로 추정됨.
- 즉, 공유미용실 제도화 이후 노동시장에서 3년간 정착된다는 가정하에 연간 자영업 미용사 고용 증가율로 이해할 수 있음.

〈표 5-4〉 공유미용실 제도화 이후 응답자가 예상하는 자영업 미용사 고용 증가율 산출 결과

고용 증가율(%)	표준오차	P-Value	95% 신뢰 하한	95% 신뢰 상한
8.0278	2.2985	0.000	3.5227	12.5328

- 추정된 자영업 미용사 고용 증가율을 전국 두발미용업 종사자 수에 적용하여 고용효과를 산출하면, 공유미용실 제도화에 따른 자영업 미용사 연간 고용효과는 약 13,025명으로 산출됨.

- 미용사 자격증을 보유한 인원 및 공유미용실 입주 인원 등 모집단 인원을 파악하기 어렵기 때문에 2019년 사업체 조사 기준 두발미용업 종사자 수를 모집단으로 고려하며, 2019년 기준 두발미용업 종사자 수는 162,257명으로 조사됨.
- 여기에 추정된 자영업 미용사 고용 증가율인 연간 약 8.0%의 고용 증가율을 적용하면 13,025명의 연간 자영업 미용사 고용효과가 산출됨.
- 다만, 이러한 잠재적 고용효과는 응답자의 추상적인 진술 선호를 계량화한 것이기 때문에 일반 미용실 및 자영업 미용실에서 공유미용실로의 이전 효과, 신규 창업 효과 등이 혼재된 것임에 주의해야 함.

〈표 5-5〉 공유미용실 제도에 따른 자영업 미용사 고용효과 산출 결과

(단위: 명, %)

2019년 기준 두발미용업 종사자 수 (A)	응답자가 예상하는 잠재적 고용 증가율 (B)	공유미용실 제도에 따른 연간 자영업 미용사 고용효과 (A×B)
162,257	8.0278	13,025

3. 공유미용실 제도에 따른 자영업 미용사 소득효과

- 공유미용실이 제도화되고 3년간 시장에서 정착된다는 가정하에 응답자가 예상하는 자영업 미용사 소득효과 추정은 앞서 소개한 CVM 방식으로 분석함.

가. 이중양분선택형 설문 제시액과 응답자 수

- 응답자가 예상하는 자영업 미용사 소득효과 분석 결과를 제시하기에 앞서 이중양분선택형 설문 제시액과 응답자 수를 제시함.
 - 제시액의 범위는 미용사를 대상으로 한 사전 조사 결과를 바탕으로 함.
 - 사전 조사 결과를 바탕으로 초기 제시액은 4%, 6%를 각각 제시했으며, 각 제시액에 대해 150명씩 균등 분배함으로써 총응답자는 300명임.

- 응답 중 초기 제시액에 대해서 Yes로 응답하고, 두 번째 제시액에 대해서는 No로 응답한 사례가 가장 많은 것으로 나타남.
 - 초기 제시액을 4%로 제시한 경우 Yes - No로 응답한 표본은 77명(51.3%)으로 가장 많았으며, 초기 제시액을 6%로 제시한 경우도 Yes - No로 응답한 표본이 46명(30.7%)으로 가장 많았음.
- 한편, 초기 제시액을 6%로 제시한 경우 No - Yes로 응답한 표본이 46명(30.7%)으로 상대적으로 높게 나타나 초기 제시율이 높을수록 제시된 소득 증가율에 대한 수락 확률(Yes라고 답할 확률)이 낮아질 수 있을 것으로 예상됨.
- 대체로 부정적인 응답보다는 긍정적인 응답이 더 많은 것으로 나타나 응답자가 예상하는 자영업 미용사 소득효과는 초기 제시액으로 제안한 소득 증가율보다 높을 가능성이 있는 것으로 판단됨.
- 공유미용실 제도화 이후 응답자가 예상하는 자영업 미용사 소득효과에 대한 추정은 다음 내용을 참고 바람.

〈표 5-6〉 공유미용실 제도화에 따른 자영업 미용사 소득효과에 대한 이중양분선택형 설문 제시액과 응답자 수

(단위 : 명, %)

초기 제시액	두 번째 제시액	응답자 수
4%	If Yes & Yes (8% 이상)	21(14.0)
	If Yes & No (4% 이상~8% 미만)	77(51.3)
	If No & Yes (2% 이상~4% 미만)	24(16.0)
	If No & No (2% 미만)	28(18.7)
	4% 제시 합계	150
6%	If Yes & Yes (12% 이상)	20(13.3)
	If Yes & No (6% 이상~12% 미만)	46(30.7)
	If No & Yes (3% 이상~6% 미만)	46(30.7)
	If No & No (3% 미만)	38(25.3)
	6% 제시 합계	150
전 체		300

주 : () 안의 숫자는 초기 제시액별 구성비를 의미함.

나. 자영업 미용사 소득효과 분석 결과

○ 제시액에 따른 소득 증가율 추정 계수(δ)는 음(-)의 값으로 제시율이 높을수록 제시된 소득 증가율에 대한 수락 확률(Yes라고 답할 확률)이 낮아짐을 알 수 있음.

- 즉, 공유미용실 제도화 이후 시장에서 정착된다는 가정하에 응답자가 예상하는 자영업 미용사 소득효과는 제시된 고용 증가율이 높을수록 보수적으로(부정적으로) 대답함을 의미함.

〈표 5-7〉 공유미용실 제도화에 따른 자영업 미용사 소득효과에 대한 이중양분선택형 설문결과 분석

독립변수		추정결과
성별 (1=남성/0=여성)		-0.8095 (1.0374)
		-0.1360*** (0.0406)
연령(log)		0.7337* (0.4698)
		-0.0086*** (0.0024)
자격 취득 후 경력(log)		0.1056 (0.1747)
월평균 고객 수(log)		기준터미
	고졸 이하	1.1029** (0.5211)
	전문대졸	1.0915 (0.8584)
월평균 소득(log)	대졸	
지역		통제
상수		8.6064*** (1.5672)
σ		3.8204*** (0.2223)
$\delta(=-1/\sigma)$ 제시액		-0.2618
Log-likelihood		-384.05258
관측치		300

주: 괄호 안의 수치는 표준오차를 의미함. *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$.

○ 추정된 공유미용실 제도화에 따른 자영업 미용사 소득 증가율은 공유미용실 제도화 이후 시장에서 3년간 안정화된다는 전제하에 산출된 결과임.

- 이는 달리 말하면 응답자가 예측하는 내재적 소득 증가율로 표현할

수 있음.

- 응답자가 예측하는 공유미용실 제도에 따른 자영업 미용사 소득 증가는 연간 약 10.7%로 추정됨.
- 즉, 공유미용실 제도화 이후 미용 시장에서 3년간 정착된다는 가정하에 연간 자영업 미용사 소득 증가율로 이해할 수 있음.

〈표 5-8〉 공유미용실 제도화 이후 응답자가 예상하는 자영업 미용사 소득 증가율 산출 결과

소득 증가율(%)	표준오차	P-Value	95% 신뢰 하한	95% 신뢰 상한
10.6859	1.7738	0.000	7.2093	14.1624

- 추정된 잠재적 소득 증가율을 미용사 평균 소득액에 적용하여 연간 소득효과를 추정하고자 함.
- 국내 미용사 모집단의 평균 소득액을 파악하기 어렵기 때문에 실태조사에서 파악된 미용사 월평균 소득액을 모집단으로 고려하며, 실태조사 기준 미용사 월평균 소득액은 4.3백만 원이고, 이를 연봉으로 환산하면 51.6백만 원임.
- 여기에 추정된 잠재적 소득 증가율인 연간 약 10.7%의 소득 증가율을 적용하면 5.5백만 원의 연간 소득효과가 산출됨.
- 이를 다시 월급여액으로 환산하면 0.46백만 원으로, 공유미용실 제도화 이후 자영업 미용사의 월평균 소득액이 약 46만 원가량 늘어날 것이라는 결과로 이해할 수 있음.
- 다만, 이러한 잠재적 소득효과는 응답자의 진술 선호를 계량화한 것이기 때문에 미래 경제환경 및 원자재 가격 변화, 미용 서비스 가격 변화 등을 모두 고려할 수 없었다는 한계점이 있음.

〈표 5-9〉 공유미용실 제도화에 따른 자영업 미용사 소득효과 산출 결과

실태조사 기준 미용사 월평균 소득액 (A)	실태조사 기준 미용사 연평균 소득액 (B)	응답자가 예상하는 잠재적 소득 증가율 (C)	공유미용실 제도화에 따른 자영업 미용사 소득효과 (연봉 기준) (B×C)	공유미용실 제도화에 따른 자영업 미용사 소득효과 (월봉 기준)
4.3백만 원	51.6백만 원	10.6859%	5.5백만 원	0.46백만 원

제1절 연구 결과의 요약

1. 해외 사례 및 현장 조사 요약

- 유럽, 미국, 일본 등에서는 공유미용실이 활성화되어 있으며, 그 특징을 요약하면 다음과 같음.
 - 첫째, 우리나라의 공유미용실 개념에서 더 나아가 의자 대여까지 가능하며, 공유 대상의 자유도가 큼.
 - 둘째, 해외 공유미용실은 미용업계의 일자리 창출, 미용사의 일자리 질 개선 등의 목적이 아니라, 공유경제 활성화, 앱 기반 서비스 활성화 등 시대적 흐름에 맞춰 제도를 개선하는 데 그 목적이 있음.
 - 셋째, 위생에 대한 책임 소재는 위생책임자 선임 등을 통해 발생할 수 있는 위생 문제에 대응함.
 - 넷째, 의자 대여(rental chair)보다는 부스 대여(rental booth) 시장 규모가 커지고 있으며, ICT 기술의 발전으로 공유미용실 시장이 확대 될 것으로 전망함.
- 우리나라 제도와 현장 조사를 통한 특징을 요약하면 다음과 같음.
 - 첫째, 현재의 공유미용실 규제 샌드박스는 고용효과를 검증하기 위한 것이 아닌, 위생상의 문제가 없는지 점검하는 것이 목적임. 따라서 공

유주방과 같이 위생상 문제가 없다면 제도화될 가능성이 큼.

- 둘째, 공유미용실 제도화에 대한 찬반 입장이 명확함. 찬성하는 입장에서는 창업 및 고정비용 절감, 소득 증대, 자유로운 시간 등을 제안하고 있음. 반대하는 입장에서는 공유미용실의 효과를 기존의 운영방식으로 달성할 수 있는데 이를 제도화하여 대자본 및 임대업자가 미용업으로 진출할 기회를 열어주는 것에 불과하다고 제안함.
- 셋째, 찬반 입장 모두 미용사의 경력 목표는 개인 미용실 창업이며 공유미용실이 그 중간단계 역할을 할 것이라 점은 인정함. 다만 찬성하는 입장에서는 공유미용실에서 경험을 쌓을 수 있다는 것을 제안하는 반면, 반대하는 입장에서는 혼자서 어떻게 경험하고 지식을 쌓을 수 있느냐는 입장임.
- 넷째, 찬성과 반대 입장 모두 ICT 기술의 발전, 앱 기반 발전 등으로 미용업계 변화가 있으리라는 것에는 공감함.

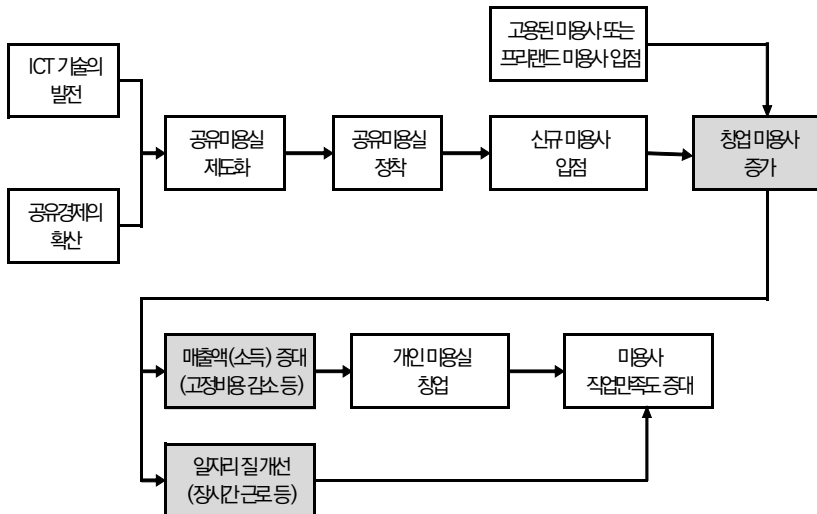
2. 공유미용실 고용 및 소득효과 요약

○ 공유미용실 고용 및 소득효과 결과를 요약하면 다음과 같음.

- 첫째, 공유미용실이 나타나면, 공유미용실에 쏠림 현상으로 전체적으로 인근 지역 미용실이 감소할 것이라는 증거는 발견되지 않음. 특히 공유미용실은 대부분 변화가에 위치해 골목상권의 미용실에는 영향을 미치지 않고 있음.
- 둘째, 공유미용실은 이용객 수가 적지만 미용 가격이 상대적으로 높아 일반 미용실과의 매출액 차이를 감소시킴.
- 셋째, 공유미용실의 운영비가 상대적으로 적어서, 일반 미용실과 공유미용실 간의 소득 차이가 크지 않음.
- 넷째, 공유미용실 미용사의 근로 시간, 일자리 근로일수, 한 달 근로일수 등이 일반 미용사와 큰 차이가 없음에도 고객 수가 적어서 노동강도는 상대적으로 낮음.
- 다섯째, 공유미용실 입점 후 매출액은 다소 감소하나 소득은 증가한 것으로 나타나, 운영비용 절감 효과가 있는 것으로 보임.

- 여섯째, 공유미용실이 제도화되고 3년 뒤에 자영업 미용사는 8% 증가하고, 전체 미용사의 월급 기준 현재보다 46만 원 증가하는 것으로 나타남. 따라서 자영업 미용사 증가와 소득효과도 확인됨.
- 이를 아래에 제시한 공유미용실 고용효과 도식화와 연계하여 분석함.
 - ‘창업 미용사 증가’는 공유미용실이 제도화된 후 3년 뒤에 현재보다 자영업 미용사가 8% 증가할 것으로 전망됨.
 - ‘매출액(소득) 효과’는 실증특례 참여 공유미용실 입점 미용사의 고정 비용 감소로 인해 개인 미용실을 운영하는 미용사와의 임금 차이가 크게 발생하지 않음. 공유미용실이 제도화된 후 3년 뒤에 전체 미용사의 월 평균임금이 46만 원가량 높아질 것으로 추정됨.
 - ‘일자리 질 개선 효과’는 근무 시간, 근무 일수 등이 일반 미용사와 차이는 없지만, 방문 고객은 상대적으로 적어 노동강도는 낮음.
 - 설문조사 결과 미용사들은 공유미용실이 정착될 경우, 미용사의 고용 안정 개선, 소득수준 향상, 직무만족도 향상 등이 이루어질 것으로 평가함.

[그림 6-1] 공유미용실 고용효과의 도식화(재인용)



- 전반적으로 공유미용실의 고용효과는 긍정적으로 추정됨.
 - 창업비용 절감으로 인한 자영업 미용사 증가, 고정비용 절감으로 인한 소득효과, 유연한 근무 시간과 낮은 노동강도 등은 계량 분석, 설문조사 등을 통해 확인됨.
 - 다만 제도화에 따른 몇몇 부정적 효과로 시장 왜곡에 대한 우려도 있는 것이 현실임.

3. 정책적 제언

- 본 연구는 공유미용실의 고용효과를 알아보는 것이 목적이므로, 위생이나 제도적 측면보다는 고용에 초점을 두고 정책적 제언을 하고자 함.
 - 정책적 제언은 공유미용실 제도화에 따라 발생할 수 있는 부정적 효과를 완화하여, 공유미용실의 고용효과가 증대될 수 있는 방안을 모색하는 것임.

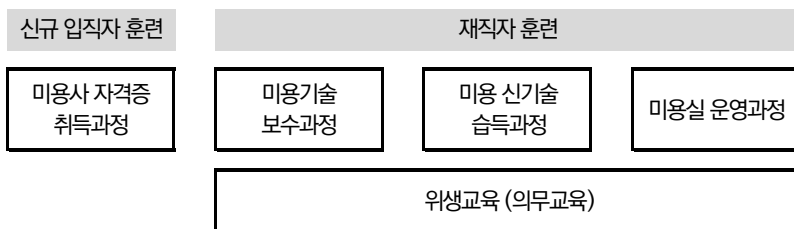
가. 미용사에 대한 교육훈련의 강화

- 미용사의 숙련 형성은 도제식 훈련이 중요한 부분을 차지함.
 - 즉, 미용실에 취업하여 견습생으로 일과 훈련을 병행한 후 숙련을 습득하고, 이를 통해 자격증 또는 면허를 취득하여 독립하는 형태임.
 - 공유미용실 반대 측에서는 공유미용실 미용사로 바로 독립할 경우 숙련도 형성이 미흡하여 고객이 감소하고, 결국 폐업하는 악순환이 될 것이라 제안함.
- 현재 미용사에 대한 훈련으로 의무적으로 이수해야 하는 위생교육, 자격증 취득을 위한 훈련 등은 활성화되어 있음.
 - 다만, 현업에 종사하는 미용사의 숙련도 향상을 위한 재직자 훈련은 공식적으로 이루어지지 않고 있음.
 - 몇몇 프랜차이즈를 중심으로 가맹점 미용사를 대상으로 한 숙련 향상 훈련을 제공하고 있으나, 미용 단체나 민간학원, 공공직업훈련 등에서 일반 미용사가 참여할 수 있는 숙련 향상 훈련은 매우 취약한 상

항입.

- 공유미용실 입점 미용사뿐만 아니라 전체 미용사의 숙련 향상 훈련을 활성화하여 전반적으로 미용 서비스의 질적 향상을 도모할 필요가 있으며, 창업 미용사의 숙련 향상으로 자생력을 제고할 필요가 있음.
- 미용사의 훈련과정은 다음과 같이 제안할 수 있음.
 - 먼저 미용사 훈련체계는 크게 신규 입직자 훈련과 재직자 훈련으로 구분할 수 있음.
 - 신규 입직자 훈련은 자격증 취득과정이며, 재직자 훈련은 미용 기술 보수 과정, 미용 신기술 습득 과정, 미용실 운영 과정, 위생교육 등으로 구성할 수 있음.

[그림 6-2] 미용사의 훈련체계(안)



- 미용사의 훈련과정은 다음과 같이 제안할 수 있음.
 - 현재 미용사 자격증 취득과정은 공공직업훈련기관, 민간학원, 미용실 도제 등에서 활발히 수행되고 있음.
 - 다만, 미용사 재직자(자영업 미용사 포함)에 대한 교육훈련은 상대적으로 활성화되어 있지 않은데, 이는 재직자 훈련과정의 부재와 더불어 자영업 미용사들은 미용실 운영으로 인해 훈련 참여가 어렵기 때문으로 보임.
 - 미용 서비스 질 개선을 통한 자영업 미용실 자생력 강화를 위해 교육 훈련 참여는 중요한 만큼, 상시적으로 운영되는 훈련체계 마련이 필요해 보임.

〈표 6-1〉 미용사의 훈련과정과 내용(안)

		주요 내용
신규 입직자 훈련	미용사 자격증 취득과정	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대상 : 미용사 입직을 원하는 구직자 및 학생 ○ 훈련내용 : 미용사 자격증 취득을 위한 이론 및 실습 ○ 비교 : 공공 교육 및 훈련기관에서 운영
재직자 훈련	미용기술 보수과정	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대상 : 자격증 취득 미용사(경력단절미용사, 초급미용사 등 중심) ○ 훈련내용 : 기존 미용기술에 대한 보수과정 ○ 비교 : 고용노동부의 재직자 훈련과 연계하여 운영
	미용 신기술 습득과정	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대상 : 자격증 취득 미용사(현재 활동하는 미용사 중심) ○ 훈련내용 : 미용 트렌드, 미용 신기술 및 신장비 운영 등의 습득 ○ 비교 : 고용노동부의 재직자 훈련과 연계하여 운영
	미용실 운영과정	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대상 : 자영업으로 활동하길 원하는 미용사 ○ 훈련내용 : 경영·회계·세무, 미용실 홍보전략, 고객 전략 등 ○ 비교 : 고용노동부의 재직자 훈련과 연계하여 운영
	위생교육	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대상 : 모든 미용사 ○ 훈련내용 : 미용사가 필수적으로 알아야 할 위생 관리사항, 법적 조치 등 ○ 비교 : 보건복지부의 의무교육, 위탁으로 운영 중

- 위생교육의 경우 주무 부처인 보건복지부가 미용 단체에 위탁하여 운영하고 있음.
 - 미용 단체는 미용 기술의 변화, 미용산업의 전망 등에 가장 통찰력 있는 기관으로, 미용사의 미용 기술 보수 과정, 신기술 습득 과정 등을 운영하는 데 적합한 기관으로 보임.
 - 특히 공유미용실 입주미용사, 개인 미용실 운영 미용사 등의 자생력 강화를 위해 필요한 경영, 세무회계, 마케팅 등을 효과적으로 운영할 수 있는 기관이기도 함.
 - 따라서 미용사 교육훈련에 있어 미용협회 및 단체의 적극적 참여가 필요한 상황임.
- 상시 운영되는 훈련체계 마련을 위해 실습이 필요한 재직 미용사 훈련은 고용노동부 국민내일배움카드와 연계하고, 시청각 훈련이 가능한 내용에 대해서는 온라인 훈련과정을 개발하여 상시적으로 접근할 수 있도록 함.
 - 특히 미용사를 위한 맞춤형 온라인 플랫폼을 개발하여, 미용사의 구인 구직, 미용실 임대 정보, 미용 제도 변경사항, 온라인 훈련 및 훈련정보 등의 서비스가 상시 제공될 수 있도록 함. 현재 미용협회나 단체를 통해 미용사들에게 미용 관련 정보가 전달되고 있으나, 회원 미용

사가 아닌 미용사에게 정보를 전달하는 것은 한계가 있음. 별도의 온라인 플랫폼 구축보다는 가능하면 기존에 미용사들이 이용하는 플랫폼과 연계하거나 통합하여 운영 가능함.

○ 재직자 훈련은 고용노동부의 국민내일배움카드 제도와 연계하여 추진이 가능할 것으로 보임.

- 국민내일배움카드는 국민 스스로 역량개발을 위해 직업능력개발훈련에 참여할 수 있도록 훈련비 등을 지원하는 제도임.
- 훈련비 지원대상은 근로자뿐 아니라 자영업자도 포함되는데 연 매출 1억 5천만 원 이상의 자영업자는 제외되기 때문에, 대형 미용실을 제외한 대부분의 미용사가 포함된다고 할 수 있음.
- 훈련비 지원과정은 고용노동부로부터 적합성을 인정받은 훈련과정에 참여하면 훈련비를 지원함. 현재 재직 미용사를 위한 훈련과정은 부재한 상황임.
- 훈련비 지원 한도는 1인당 300~500만 원까지, 훈련비의 45~85%까지 지원함.

○ 재직 미용사 훈련과 연계한 국민내일배움카드의 사업추진체계는 아래와 같음.

- 국민내일배움카드와 연계하기 위하여 먼저 재직 미용사 훈련기관은 훈련 인프라 구축과 더불어 다양한 전문가의 의견을 수렴하여 현실성 높은 훈련과정을 개발해야 함.
- 훈련 인프라, 훈련과정 등의 적정성이 인정되면, 재직 미용사가 내일배움카드를 발급받아 훈련에 참여하고 훈련비를 지급받는 형태임. 재직 미용사 훈련기관은 훈련비를 책정하여 훈련 참여 미용사에게 훈련비를 받을 수 있고, 훈련 참여 미용사는 고용노동부로부터 훈련비를 지원받을 수 있음.
- 언급한 바와 같이 재직 미용사 훈련기관은 미용협회나 단체가 담당하는 것이 적정해 보임.

[그림 6-3] 국민내일배움카드와 연계한 재직 미용사 훈련



나. 공유미용실 안정적 정착을 위한 기반 조성

- 공유미용실 제도화의 긍정적 효과도 있지만, 부정적 효과에 대한 우려도 있음.
 - 따라서 공유미용실이 미용업계에 안정적으로 정착하여 긍정적 효과를 발휘할 수 있는 정책적 개입도 필요함.

□ 공유미용실 표준계약서 개발 및 보급

- 공유미용실이 안정적으로 정착하고, 임대인이 우월적 지위로 임차인인 미용사에게 부당한 행위를 할 수 없도록 표준계약서를 개발하여 보급할 필요가 있음.
 - 물론 부동산 표준계약서는 국토부가 개발하여 보급하고 있으나, 이에 더하여 위생에서의 책임 소재, 공유가 가능하거나 불가능한 시설 및 장비의 지정 등 공유미용실에 적합한 표준계약서를 개발하여 보급할 필요가 있음.
 - 공유미용실 표준계약서에 포함될 수 있는 내용은 아래와 같으며, 표준계약서의 항목은 촘촘하게 제시하되 항목 내용은 최소화하여 자율적 운영에 저해되지 않도록 함.

〈표 6-2〉 공유미용실 표준계약서에 포함되어야 할 내용(안)

	주요 내용
표준계약서 포함 항목	<ul style="list-style-type: none"> ○ 일반적 부동산 임대계약서의 내용 ○ 공유 가능한 시설 및 장비 ○ 공유할 수 없는 시설 및 장비 ○ 위생관리의 책임 영역 ○ 임대인 유치 고객에 대한 수익분배 사항 ○ 임대인의 의무사항(시설관리, 공유공간 청결 유지, 부당한 노동 지시 금지 등) ○ 임대인에 제공할 수 있는 서비스(마케팅 등)와 그에 대한 비용체계 ○ 임대 방식과 임대료 산정 기준 등

□ 공유미용실 계약 악용 모니터링

- 미용실 운영자와 미용사 간에 미용 서비스 위탁계약, 근로계약 등으로 계약해야 함에도 편법으로 공유미용실 계약으로 대체하여 미용사가 고용 안전망에서 제외될 가능성이 있음.
 - 즉, 미용실 운영자와 미용사가 위탁관계, 고용관계임에도 공유미용실 관계로 위장할 경우, 미용실 운영자는 미용사에 대한 사용자의 의무(4대 보험 납부 등)에서 벗어날 수 있어 미용사의 고용 여건이 더욱 악화될 가능성이 있음.
- 이러한 악용을 방지하기 위해 주무 부처인 보건복지부는 고용노동부의

근로감독과 연계하여, 공유미용실 계약의 악용을 방지하는 방안을 마련해야 함.

- 미용사에 대한 부당노동 행위가 발생할 경우 법적 조치는 고용노동부가 수행할 것이며, 공유미용실 계약에 대한 악용일 경우 보건복지부에서 추가적 제재를 고려할 필요가 있음.
- 공유미용실 계약을 악용한 미용실에 대해 미용사 커뮤니티나 관련 인터넷 사이트에 공개하여 미용 관련 이해당사자에게 정보를 제공하거나, 미용실 위생 검사와 연계하여 일정 기간 추가적 관리·감독 사항으로 자료를 요구하고, 직접 방문하여 모니터링하는 것이 추가적 제재의 예가 될 수 있음.

4. 결 론

- ICT 기술의 발전, 공유경제 체제의 확산 등으로 우리나라 역시 공유미용실 제도화라는 사회적 변화에 대한 요구를 받아들여야 함.
 - 따라서 공유미용실을 제도화하고, 발생할 수 있는 역효과를 사전에 면밀히 예측하고 조망하여 안정적으로 정착할 수 있도록 하는 것이 중요함.
- 연구 결과는 공유미용실이 미용사의 고용에 긍정적 효과가 있을 것으로 추정되고 있는 만큼, 공유미용실에 대하여 전체 미용사의 인식 전환과 개선이 필요함.
 - 즉, 공유미용실 제도화가 기존 미용사와의 경쟁을 심화시켜 미용사 간 제로섬(ZERO-SUM) 게임이 될 것이라는 우려를 불식시킬 필요가 있음.
 - 실제 공유미용실은 대부분 변화가에 입점하고 있기 때문에, 골목상권 개인 미용실에는 영향이 없을 것으로 예상됨. 또한 변화가 입점 미용실은 경쟁력이 있는 미용실이기 때문에, 공유미용실로 인한 영향도 적을 것으로 판단되는데, 연구 결과에서도 개인 미용실 미용사보다 공유미용실 입점 미용사의 월 평균임금이 적었지만 임금 격차는 완화되어 긍정적이었음.

- 또한 공유미용실 미용사의 소득효과가 타 미용실 고객 유치에 의한 결과가 아닌, 고정비용 절감에 의한 효과라는 점은 공유미용실 제도화가 미용사 전체에 긍정적일 수 있음을 보여줌.
- 공유미용실 제도화에 따라 전통적 미용사 숙련 형성 체계가 변화된다는 점에서, 미용사 단체나 협회의 역할이 무엇보다 중요한 것도 사실임.
- 우리나라의 공유미용실은 미용사 경력 최종 목표인 개인 미용실 운영에 도달하기 위한 하나의 경로로써, 개인 미용실로 진입하기 위한 경로가 다양해질 수 있음.
- 다만 공유미용실에 대하여 타당한 부정적 효과도 공존하고 있는 만큼, 미용업계 주체들이 공유미용실에 대한 공감된 인식과 더불어 예견되는 부정적 효과를 완화하기 위한 노력도 함께 전개할 수 있는 협력적 관계를 형성하는 것도 필요함.

참고문헌

- 강복희(2020), 「공유형 미용실의 인식 및 발전 방안에 관한 연구」, 광주여자대학교 석사학위논문.
- 강복희 외(2021), 「공유형 미용실의 인식이 근무환경과 이직의도에 미치는 영향」, 『한국인체미용예술학회지』 22 (1), pp.89~100.
- 김우영(2019), 『혁신도시 지정의 인구 및 고용효과』, 혁신도시 조성 및 활성화 효과, 한국노동연구원.
- 김우영 · 김만규(2021), 「공공기관의 혁신도시 이전의 인구 및 고용효과: 진주시 사례를 중심으로」, 『한국지역지리학회지』 29 (2), pp.144~163.
- 보건복지부(2022), 『공유미용실 실증결과 실태조사』, 결과보고서.
- 오상훈 · 이해춘(2017), 『고용영향 자체평가 가이드라인 개선방안 연구』, 고용노동부.
- 윤석천 외(2016), 『신직업 규제완화 고용영향평가 연구』, 한국노동연구원.
- 이해춘 · 김진현 · 이은희(2009), 「CV를 이용한 찌찌가무시증 감염 회피의 지 불의사 추정」, 『보건경제와 정책연구』 15 (1), pp.131~154.
- 이해춘 · 박경영 · 김남현 · 이은지(2015), 『입법영향분석모형 개발: 「유통산업 발전법」에 따른 영업시간제한 사례를 중심으로』, 국회입법조사처.
- Abadie, A., A. Diamond, and J. Hainmueller(2010), "Synthetic Control Methods for Comparative Case Studies: Estimating the Effect of California's Tobacco Control Program", *Journal of the American Statistical Association* 105 (490), pp.493~505.
- _____(2015), "Comparative Politics and the Synthetic Control Method", *American Journal of Political Science* 59 (2), pp.495~510.
- Bertrand, Duflo, and Mullainathan(2004), "How Much Should We Trust Differences-in-Differences Estimates?", *The Quarterly Journal of Economics* 119, pp.249~275.

- Bishop, R. C., and T. A. Heberlein(1979), “Measuring Values of Extra-Market Goods : Are Indirect Measures Biased”, *American Journal of Agricultural Economics* 61, pp.926~930.
- Daunfeldt, S-O, O. Mihaescu, H. Nilsson, and N. Rudholm(2017), “What happens when IKEA comes to town?”, *Regional Studies* 51 (2), pp.313~323.
- Myoung-jae Lee, and Yasuyuki Sawada(2020), “Review on Difference in Differences”, *The Korean Economic Review* 36(1), Winter 2020, pp.135~173.
- Seller, Stoll, and Chavas(1985), “Validation of empirical measures of welfare change : A comparison of nonmarket techniques”, *Land Economics* 61 (2), pp.156~175.

부록 1

설문지(Type A)

공유미용실 고용영향평가 조사		본 조사는 통계법 제33조(비밀의 보호)에 따라 통계적인 목적에만 이용되며, 귀하의 응답내용은 절대 비밀로 보장됨을 알려드립니다.	
<p>안녕하십니까? 귀하의 무궁한 발전을 기원합니다.</p> <p>한국노동연구원에서는 「공유미용실 제도화에 따른 고용효과」 연구를 수행하고 있으며, 연구의 일환으로 자료 수집을 위한 실태 조사를 실시하고 있습니다. 본 조사는 공유미용실이 도입되었을 경우, 미용사의 일자리, 소득 등에 어떠한 영향을 미치는지 분석하고자 실시하고 있습니다.</p> <p>항후 본 조사의 결과는 공유미용실의 올바른 정착, 고용효과 제고 등을 위해 필요한 사항이 무엇인지 파악하여 반영하고자 하오니, 바쁘시더라도 적극적인 협조를 부탁드립니다.</p> <p>귀하의 응답은 통계적 목적 외에 활용되지 않음을 약속드리며, 성실한 답변 부탁드립니다.</p> <p style="text-align: center;">2022. 11..</p> <p style="text-align: right;">주관기관 : 한국노동연구원 조사기관 : ㈜MS리서치</p>			
* 본 조사와 관련된 문의사항은 조사기관 연락처로 연락하여 주시기 바랍니다.			
조사기관		조사원	검 증 원
개인정보제공 동의 여부*		예() / 아니오() → 무응답 처리 후 진행	
* 통계목적 이외의 내용들은 비밀이 보장되며, 「개인정보보호법」에 의한 동의 여부입니다.			
응답자 정보	성명		전화번호 TEL : Mobile :
	E-mail		
공유미용실 정책 이슈 <ul style="list-style-type: none"> ○ 공유미용실은 다수의 개인사업자를 가진 미용사가 1개 미용실에 입주하여 공동으로 시설 및 설비를 활용하고, 미용실 임대자에게 임대료, 시설 및 설비 사용료 등을 지급하는 형태의 미용실임. <ul style="list-style-type: none"> - 공유 가능한 시설은 고객 대기석, 중화 및 펌 기구 이용석, 샴푸시설, 약품 준비실 등이며, 설비는 열펌기구, 미스트기구, 섀팅장비, 디지털펌기, 도포기 등임. ○ 현행 「공중위생관리법」 제2조의 시설 및 설비기준에 따르면, '미용업을 2개 이상 함께하는 경우 각각의 영업에 필요한 시설 및 설비기준을 모두 갖추어야'를 명시하고 있음. <ul style="list-style-type: none"> - 미용사가 미용실을 창업하기 위해서는 「공중위생관리법」기준에 따른 시설 및 설비를 모두 갖추어야 하기 때문에, 시설 및 설비를 공유하는 공유미용실은 운영할 수가 없음. ○ 이에 공중위생관리법 개정을 통해 공유미용실 제도화를 논의 중에 있으며, 실태조사를 통해 위생 등에 문제가 없는지 검증하고 있음. 			

문0. 귀하는 공유미용실에 대해 어느 정도 알고 계십니까?

- ① 전혀 모른다 ② 들어봤지만 잘 모른다 ③ 조금 알고 있다 ④ 매우 잘 알고 있다

※ 다음 귀하 또는 귀하의 미용실(헤어샵)에 관한 사항입니다. 해당하는 것에 체크해 주십시오.

문1. 귀하의 인적사항을 기입해 주십시오.

1-1.성별	1-2.연령	1-3.최종학력	1-4. 현재 미용사 형태	1-5. 미용실 위치
① 남 ② 여	만 _____세	①고졸이하 ②전문대졸 ③대졸 ④대학원졸	①공유미용실 입주 미용사 ②미용실 운영 미용사 ③고용된 미용사	()광역시/도, ()시/군, ()읍/면/동

※ 공유미용실 입주 미용사: 공유미용실에 입주하여 본인 명의로 영업 신고한 미용사

※ 미용실 운영 미용사: 본인 명의로 영업 신고하고 미용실(프랜차이즈미용실 포함)을 창업하여 운영하는 미용사

※ 고용된 미용사: 계약 방식(근로계약, 프리랜서계약 등)에 관계없이 미용실에 소속되어 근무하는 미용사

문2. 귀하의 직업경력 사항을 기입해 주십시오.

문2-1. 미용사 면허 취득 년월: _____년 _____월

문2-2. 면허 취득 후 미용사로 활동한 직업경력: _____년 _____개월

문2-3. 고용된 미용사로 일한 경험: ①있음: _____년 _____개월 ②없음

문2-4. 면허 없이 미용실에서 스태프로 일한 경험: ①있음: _____년 _____개월 ②없음

문3. (공유미용실 입주 또는 미용실 운영 미용사만 해당) 귀하가 운영하는 미용실(또는 미용부스)에 관한 정보를 기입해 주십시오.

문3-1. 미용실 설립년도(또는 공유미용실 입주 년도): _____년 _____월

문3-2. 미용사 면허 취득 후 자영업 미용사가 되기까지 기간: _____년 _____개월

문3-3. 해당 미용실(또는 미용 부스)을 설립하는데 초기 비용은 어느 정도 소요되었습니까? _____백만원

문3-4. 본인 외에 고용된 인력이 있습니까?

- ① 있음: 미용사()명, 스태프 등 기타직 ()명, 총()명 ②없음

문4. (고용된 미용사만 해당) 귀하가 종사하는 미용실에 관한 정보를 기입해 주십시오.

문4-1. 미용실 설립년도: _____년 _____월

문4-2. 본 미용실에서 고용된 기간: _____년 _____개월

문4-3. 본인 외에 고용된 인력이 있습니까?

- ① 있음: 미용사()명, 스태프 등 기타직 ()명, 총()명 ②없음

문4-4. 본 미용실 포함하여 근무했던 미용실 개수: _____개

경험했던 미용실 중 가장 길었던 근무경력: _____년 _____개월

문5. 귀하의 운영하는 미용실(또는 미용부스)에 매출액과 관련한 사항입니다. 고용된 미용사께서는 귀하가 종사하는 미용실을 기준으로 작성하여 주십시오.

문5-1. 한달 평균 방문 고객 수: ()명, 남자 고객 ()% + 여자 고객 ()% = 100%

문5-2. 요일별 방문 비중

월	화	수	목	금	토	일	전체
%	%	%	%	%	%	%	100%

문5-3. 귀하에게 미용서비스를 받기 원하는 고정고객 수: 약 _____명

문5-4. 고객 1명당 평균 미용서비스 가격: 남자 _____만원, 여자 _____만원

문5-5. 귀 미용실(혹은 미용 부스)의 2022년 매출액과 월평균소득(임금)

- 월평균 매출액: 약 _____백만원, ■ 본인의 세전 월평균소득(임금): 약 _____백만원

문6. (고용된 미용사만 해당) 향후 개인 미용실을 창업할 생각이 있으십니까?

- ①있음: 향후 _____년 _____월 내에 창업 ☐ 문6-1 ②없음 ☐ 문6-3

문6-1. 어떠한 형태의 자영업 미용사로 창업하시길 원하십니까?

- ①개인 미용실로 창업 ②프랜차이즈 미용실로 창업 ③공유미용실로 창업

문6-2. 귀하가 원하는 형태로 창업하는데 예상하는 초기 비용은 어느 정도 입니까?: _____백만원

문6-3. 향후 개인 미용실을 창업할 의향이 없는 이유는 무엇입니까? 아래 각 문항에 대해 해당하는 번호를 표시해 주십시오.

구분	전혀 그렇지 않다	보통이다	매우 그렇다
1) 초기 미용실 창업 비용이 너무 많이 소요되서	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
2) 자영업 미용사와 고용된 미용사 간의 소득 차이가 크지 않아서	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
3) 창업 후 미용실 운영에 자신이 없어서.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
4) 고객 유치, 미용실 홍보 등에 자신이 없어서.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
5) 미용실 간 경쟁이 심해서.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		

문7. 귀하는 면허 취득을 위해 교육훈련을 받으셨습니까?

- ①예 ②아니오

문7-1. 어떠한 형태의 교육훈련을 받았는지 모두 체크해 주십시오.

- ①정규 학교교육 ②민간학원 ③공공직업훈련기관 ④미용실에서 도제 교육 ⑤ 독학 ⑥ 기타

문7-2. 미용사 면허 취득까지 전체 훈련 기간: _____년 _____개월

문7-3. 미용사 면허 취득 후 미용사 숙련 향상을 위해 교육이 필요하다고 생각하십니까?

- ①예 ☐ 문7-4 ②아니오 ☐ 문8

문7-4. 미용사에 대한 숙련교육은 어떻게 운영되는 것이 합리적이라 생각하십니까?

- ① 협회가 운영 ② 민간학원이 운영 ③ 공공훈련기관 운영 ④ 특정 미용실에서 도제 교육으로 운영
⑤ 보건복지부가 운영 ⑥ 기타()

문8. 귀하가 운영하는 미용실(또는 미용부스)에 근무여건과 관련한 사항입니다. 고용된 미용사께서는 귀하가 고용된 미용실을 기준으로 작성하여 주십시오.

문8-1. 하루 평균 몇 시간 동안 일을 하십니까? _____시간

문10-5. 공유미용실 입주 전과 후를 비교하여 나아진 점은 무엇입니까? 간략하게 작성바랍니다.

문10-6. 공유미용실 입주 전과 후를 비교하여 나빠진 점은 무엇입니까? 간략하게 작성바랍니다.

※ 다음은 공유미용실 도입에 따른 미용업계 전반의 영향에 관한 내용입니다. 해당하는 것에 체크 주십시오.

문9. 공유미용실이 정착될 경우, 전체 미용업계에 어떠한 영향을 미칠 것으로 생각하십니까? 아래 각 문항에 대해 해당하는 번호에 표시해 주십시오.

구 분	전혀 그렇지 않다	보통이다	매우 그렇다
1) 개인사업자를 등록한 자영업 미용사가 증가할 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
2) 미용사 간 영업 경쟁이 심화될 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
3) 미용업계 서비스 질이 향상될 것이다..	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
4) 미용서비스 요금이 낮아질 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
5) 공유미용실로의 고객 끌림현상이 심화될 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
6) 공유미용실 주변 미용실의 매출액이 감소될 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
7) 전체적으로 미용산업이 성장하고 발전할 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
8) 미용사의 숙련이 향상될 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
9) 위생과 관련한 문제가 증가할 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
10) 미용업계의 열정페이 문제가 해소될 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		

문10. 공유미용실이 정착될 경우, 미용사 일자리에 어떠한 영향을 미칠 것으로 생각하십니까? 아래 각 문항에 대해 해당하는 번호를 표시해 주십시오.

구 분	전혀 그렇지 않다	보통이다	매우 그렇다
1) 미용업계 전체 종사자가 증가할 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
2) 미용사가 되려는 신규 인력이 증가할 것이다..	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
3) 경력단절 등으로 활동하지 않았던 미용사의 재활동이 증가할 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
4) 미용사를 제외한 미용실 스태프 및 기타 인력의 고용이 증가할 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		

문11. 공유미용실이 정착될 경우, 미용사 고용여건에 어떠한 영향을 미칠 것으로 생각하십니까? 아래 각 문항에 대해 해당하는 번호를 표시해 주십시오.

구 분		전혀 그렇지 않다	변화없다	매우 그렇다
1)	미용사의 소득 수준(임금)이 향상될 것이다	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
2)	미용사의 고용 안정성이 개선될 것이다	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
3)	미용사의 직무 만족도가 향상될 것이다	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
4)	미용사의 직무 전문성이 높아질 것이다	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
5)	미용사의 교육훈련 기회가 증가할 것이다	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
6)	미용사의 개인의 발전가능성이 높아질 것이다	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
7)	미용사의 초과 근로시간이 감소할 것이다	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
8)	미용사의 노동강도가 감소할 것이다	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
9)	미용사의 일생활 균형(워라벨)이 향상될 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
10)	미용사의 사회적 인식(지명도, 평판)이 좋아질 것이다	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		

※ 다음은 전체 미용업계 관점에서, 3년에 걸쳐 공유미용실이 미용업계에 정착된다는 가정하에 응답해 주시기 바랍니다.

문12. 전체 미용업계 관점에서, 공유미용실이 3년에 걸쳐 미용업계에 정착된다면 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사가 현재와 비교하여 3년 동안 **매년 4 % 증가할 것으로 예상**합니다. 이에 동의하십니까?

- ① 예, 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사가 매년 그 정도 증가할 것이다. ☞ 문12-1
 ② 아니오, 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사가 매년 그 정도 증가하지 않을 것이다. ☞ 문12-2

문12-1. (문12에서 ① 응답자) 그러면 **매년 8 % 증가할 것으로 예상**합니다. 이 의견에 동의하십니까?

- ① 예, 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사가 매년 그 정도 증가할 것이다.
 ② 아니오, 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사가 매년 그 정도 증가하지 않을 것이다.

문12-2. (문12에서 ② 응답자) 그러면 **매년 2 % 증가할 것으로 예상**합니다. 이 의견에 동의하십니까?

- ① 예, 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사가 매년 그 정도 증가할 것이다.
 ② 아니오, 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사가 매년 그 정도 증가하지 않을 것이다.

문13. 전체 미용업계 관점에서, 공유미용실이 3년에 걸쳐 미용업계에 정착된다면 미용사 소득이 현재와 비교하여 3년 동안 **매년 4 % 증가할 것으로 예상**합니다. 이에 동의하십니까?

- ① 예, 미용사 소득이 매년 그 정도 증가할 것이다. ☞ 문13-1
 ② 아니오, 미용사 소득이 매년 그 정도 증가하지 않을 것이다. ☞ 문13-2

문13-1. (문13에서 ① 응답자) 그러면 **매년 8 % 증가할 것으로 예상**합니다. 이 의견에 동의하십니까?

- ① 예, 미용사 소득이 매년 그 정도 증가할 것이다.
 ② 아니오, 미용사 소득이 매년 그 정도 증가하지 않을 것이다.

문13-2. (문13에서 ② 응답자) 그러면 **매년 2 % 증가할 것으로 예상**합니다. 이 의견에 동의하십니까?

- ① 예, 미용사 소득이 매년 그 정도 증가할 것이다.
 ② 아니오, 미용사 소득이 매년 그 정도 증가하지 않을 것이다.

문14. **공유미용실이 정착된다면**, 공유미용실에 입주한 미용사의 향후 3년의 월평균 매출액, 월평균소득, 고용인원 등을 어떻게 전망하십니까? 2022년과 비교하여 전망해 주십시오.

구분	2023년	2024년	2025년
공유미용실의 월평균 매출액	① _____% 증가할 것이다 ② 변화없을 것이다 ③ _____% 감소할 것이다	① _____% 증가할 것이다 ② 변화없을 것이다 ③ _____% 감소할 것이다	① _____% 증가할 것이다 ② 변화없을 것이다 ③ _____% 감소할 것이다
공유미용실 미용사의 월평균소득	① _____% 증가할 것이다 ② 변화없을 것이다 ③ _____% 감소할 것이다	① _____% 증가할 것이다 ② 변화없을 것이다 ③ _____% 감소할 것이다	① _____% 증가할 것이다 ② 변화없을 것이다 ③ _____% 감소할 것이다
공유미용실의 고용인원	① _____% 증가할 것이다 ② 변화없을 것이다 ③ _____% 감소할 것이다	① _____% 증가할 것이다 ② 변화없을 것이다 ③ _____% 감소할 것이다	① _____% 증가할 것이다 ② 변화없을 것이다 ③ _____% 감소할 것이다

문15. 공유미용실 도입으로 예상되는 **부정적 측면**에 대해 자유롭게 기술해 주십시오.

문16. 공유미용실 도입으로 예상되는 **긍정적 측면**에 대해 자유롭게 기술해 주십시오.

문17. 공유미용실이 빠른 시일내에 미용업계에 정착되기 위해 무엇이 필요한지 자유롭게 기술해 주십시오.

문18. 공유미용실과 관계없이 향후 미용에 대한 사회적 수요는 어떠하리라 생각하십니까?

매우 감소할 것이다	변화없을 것이다	매우 증가할 것이다
① ----- ② ----- ③ ----- ④ ----- ⑤ ----- ⑥ ----- ⑦		

문19. 향후 미용업계의 변화를 고려했을 때, 공유미용실 도입은 적절한 정책이라 생각하십니까?

전혀 적절하지 않다	보통	매우 적절하다
① ----- ② ----- ③ ----- ④ ----- ⑤ ----- ⑥ ----- ⑦		

부록 2

설문지(Type B)

공유미용실 고용영향평가 조사	본 조사는 통계법 제33조(비밀의 보호)에 따라 통계적인 목적에만 이용되며, 귀하의 응답내용은 절대 비밀로 보장됨을 알려드립니다.
----------------------------	--

안녕하십니까? 귀하의 무궁한 발전을 기원합니다.

한국노동연구원에서는 「공유미용실 제도화에 따른 고용효과」 연구를 수행하고 있으며, 연구의 일환으로 자료 수집을 위한 실태 조사를 실시하고 있습니다. 본 조사는 공유미용실이 도입되었을 경우, 미용사의 일자리, 소득 등에 어떠한 영향을 미치는지 분석하고자 실시하고 있습니다.

향후 본 조사의 결과는 공유미용실의 올바른 정착, 고용효과 제고 등을 위해 필요한 사항이 무엇인지 파악하여 반영하고자 하오니, 바쁘시더라도 적극적인 협조를 부탁드립니다.

귀하의 응답은 통계적 목적 외에 활용되지 않음을 약속드리며, 성실한 답변 부탁드립니다.

2022. 11..

주관기관 : 한국노동연구원
조사기관 : ㈜MS리서치

* 본 조사와 관련된 문의사항은 조사기관 연락처로 연락하여 주시기 바랍니다.			
조사기관		조 사 원	검 증 원

개인정보제공 동의 여부*	예() / 아니오() → 무응답 처리 후 진행
---------------	-----------------------------

* 통계목적 이외의 내용들은 비밀이 보장되며, 「개인정보보호법」에 의한 동의 여부입니다.

응답자 정보	성명		전화번호	TEL :
	E-mail			Mobile :

공유미용실 정책 이슈

- 공유미용실은 다수의 개인사업자를 가진 미용사가 1개 미용실에 입주하여 공동으로 시설 및 설비를 활용하고, 미용실 임대자에게 임대료, 시설 및 설비 사용료 등을 지급하는 형태의 미용실임.
 - 공유 가능한 시설은 고객 대기석, 중화 및 펌 기구 이용석, 샴푸시설, 약품 준비실 등이며, 설비는 열펌기구, 미스트기구, 섯팅장비, 디지털펌기, 도포기 등임.
- 현행 「공중위생관리법」 제2조의 시설 및 설비기준에 따르면, '미용업을 2개 이상 함께하는 경우 각각의 영업에 필요한 시설 및 설비기준을 모두 갖추는 것'을 명시하고 있음.
 - 미용사가 미용실을 창업하기 위해서는 「공중위생관리법」기준에 따른 시설 및 설비를 모두 갖추어야 하기 때문에, 시설 및 설비를 공유하는 공유미용실은 운영할 수가 없음.
- 이에 공중위생관리법 개정을 통해 공유미용실 제도화를 논의 중에 있으며, 실증특례를 통해 위생 등에 문제가 없는지 검증하고 있음.

문0. 귀하는 공유미용실에 대해 어느 정도 알고 계십니까?

- ① 전혀 모른다 ② 들어봤지만 잘 모른다 ③ 조금 알고 있다 ④ 매우 잘 알고 있다

※ 다음 귀하 또는 귀하의 미용실(헤어샵)에 관한 사항입니다. 해당하는 것에 체크해 주십시오.

문1. 귀하의 인적사항을 기입해 주십시오.

1-1.성별	1-2.연령	1-3.최종학력	1-4. 현재 미용사 형태	1-5. 미용실 위치
① 남 ② 여	만 _____세	①고졸이하 ②전문대졸 ③대졸 ④대학원졸	①공유미용실 입주 미용사 ②미용실 운영 미용사 ③고용된 미용사	()광역시/도, ()시/군, ()읍/면/동

* 공유미용실 입주 미용사: 공유미용실에 입주하여 본인 명의로 영업 신고한 미용사

* 미용실 운영 미용사: 본인 명의로 영업 신고하고 미용실(프랜차이즈미용실 포함)을 창업하여 운영하는 미용사

* 고용된 미용사: 계약 방식(근로계약, 프리랜서계약 등)에 관계없이 미용실에 소속되어 근무하는 미용사

문2. 귀하의 직업경력 사항을 기입해 주십시오.

문2-1. 미용사 면허 취득 년월: _____년 _____월

문2-2. 면허 취득 후 미용사로 활동한 직업경력: _____년 _____개월

문2-3. 고용된 미용사로 일한 경험: ①있음: _____년 _____개월 ②없음

문2-4. 면허 없이 미용실에서 스태프로 일한 경험: ①있음: _____년 _____개월 ②없음

문3. (공유미용실 입주 또는 미용실 운영 미용사만 해당) 귀하가 운영하는 미용실(또는 미용부스)에 관한 정보를 기입해 주십시오.

문3-1. 미용실 설립년도(또는 공유미용실 입주 년도): _____년 _____월

문3-2. 미용사 면허 취득 후 자영업 미용사가 되기까지 기간: _____년 _____개월

문3-3. 해당 미용실(또는 미용 부스)을 설립하는데 초기 비용은 어느 정도 소요되었습니까? _____백만원

문3-4. 본인 외에 고용된 인력이 있습니까?

- ① 있음: 미용사()명, 스태프 등 기타직 ()명, 총()명 ②없음

문4. (고용된 미용사만 해당) 귀하가 종사하는 미용실에 관한 정보를 기입해주시십시오.

문4-1. 미용실 설립년도: _____년 _____월

문4-2. 본 미용실에서 고용된 기간: _____년 _____개월

문4-3. 본인 외에 고용된 인력이 있습니까?

- ① 있음: 미용사()명, 스태프 등 기타직 ()명, 총()명 ②없음

문4-4. 본 미용실 포함하여 근무했던 미용실 개수: _____개

경험했던 미용실 중 가장 길었던 근무경력: _____년 _____개월

문5. 귀하의 운영하는 미용실(또는 미용부스)에 매출액과 관련한 사항입니다. 고용된 미용사께서는 귀하가 종사하는 미용실을 기준으로 작성하여 주십시오.

문5-1. 한달 평균 방문 고객 수: ()명, 남자 고객 ()% + 여자 고객 ()% = 100%

문10-5. 공유미용실 입주 전과 후를 비교하여 나아진 점은 무엇입니까? 간략하게 작성바랍니다.

문10-6. 공유미용실 입주 전과 후를 비교하여 나빠진 점은 무엇입니까? 간략하게 작성바랍니다.

※ 다음은 공유미용실 도입에 따른 미용업계 전반의 영향에 관한 내용입니다. 해당하는 것에 체크 주십시오.

문9. 공유미용실이 정착될 경우, 전체 미용업계에 어떠한 영향을 미칠 것으로 생각하십니까? 아래 각 문항에 대해 해당하는 번호에 표시해 주십시오.

구 분	전혀 그렇지 않다	보통이다	매우 그렇다
1) 개인사업자를 등록한 자영업 미용사가 증가할 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
2) 미용사 간 영업 경쟁이 심화될 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
3) 미용업계 서비스 질이 향상될 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
4) 미용서비스 요금이 낮아질 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
5) 공유미용실로의 고객 쏠림현상이 심화될 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
6) 공유미용실 주변 미용실의 매출액이 감소될 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
7) 전체적으로 미용산업이 성장하고 발전할 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
8) 미용사의 숙련이 향상될 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
9) 위생과 관련한 문제가 증가할 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
10) 미용업계의 열정페이 문제가 해소될 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		

문10. 공유미용실이 정착될 경우, 미용사 일자리에 어떠한 영향을 미칠 것으로 생각하십니까? 아래 각 문항에 대해 해당하는 번호를 표시해 주십시오.

구 분	전혀 그렇지 않다	보통이다	매우 그렇다
1) 미용업계 전체 종사자가 증가할 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
2) 미용사가 되려는 신규 인력이 증가할 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
3) 경력단절 등으로 활동하지 않았던 미용사의 재활동이 증가할 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
4) 미용사를 제외한 미용실 스태프 및 기타 인력의 고용이 증가할 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		

문11. 공유미용실이 정착될 경우, 미용사 고용여건에 어떠한 영향을 미칠 것으로 생각하십니까? 아래 각 문항에 대해 해당하는 번호를 표시해 주십시오.

구 분		전혀 그렇지 않다	변화없다	매우 그렇다
1)	미용사의 소득 수준(임금)이 향상될 것이다	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
2)	미용사의 고용 안정성이 개선될 것이다	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
3)	미용사의 직무 만족도가 향상될 것이다	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
4)	미용사의 직무 전문성이 높아질 것이다	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
5)	미용사의 교육훈련 기회가 증가할 것이다	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
6)	미용사의 개인의 발전가능성이 높아질 것이다	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
7)	미용사의 초과 근무시간이 감소할 것이다	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
8)	미용사의 노동강도가 감소할 것이다	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
9)	미용사의 일생활 균형(워라벨)이 향상될 것이다.	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		
10)	미용사의 사회적 인식(지명도, 평판)이 좋아질 것이다	① -- ② -- ③ -- ④ -- ⑤ -- ⑥ -- ⑦		

※ 다음은 전체 미용업계 관점에서, 3년에 걸쳐 공유미용실이 미용업계에 정착된다는 가정하에 응답해 주시기 바랍니다.

문12. 전체 미용업계 관점에서, 공유미용실이 3년에 걸쳐 미용업계에 정착된다면 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사가 현재와 비교하여 3년 동안 **매년 6 % 증가할 것으로 예상**합니다. 이에 동의하십니까?

- ① 예, 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사가 매년 그 정도 증가할 것이다. ☞ 문12-1
 ② 아니오, 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사가 매년 그 정도 증가하지 않을 것이다. ☞ 문12-2

문12-1. (문12에서 ① 응답자) 그러면 **매년 12 % 증가할 것으로 예상**합니다. 이 의견에 동의하십니까?

- ① 예, 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사가 매년 그 정도 증가할 것이다.
 ② 아니오, 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사가 매년 그 정도 증가하지 않을 것이다.

문12-2. (문12에서 ② 응답자) 그러면 **매년 3 % 증가할 것으로 예상**합니다. 이 의견에 동의하십니까?

- ① 예, 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사가 매년 그 정도 증가할 것이다.
 ② 아니오, 본인 명의로 영업 신고한 자영업 미용사가 매년 그 정도 증가하지 않을 것이다.

문13. 전체 미용업계 관점에서, 공유미용실이 3년에 걸쳐 미용업계에 정착된다면 미용사 소득이 현재와 비교하여 3년 동안 **매년 6 % 증가할 것으로 예상**합니다. 이에 동의하십니까?

- ① 예, 미용사 소득이 매년 그 정도 증가할 것이다. ☞ 문13-1
 ② 아니오, 미용사 소득이 매년 그 정도 증가하지 않을 것이다. ☞ 문13-2

문13-1. (문13에서 ① 응답자) 그러면 **매년 12 % 증가할 것으로 예상**합니다. 이 의견에 동의하십니까?

- ① 예, 미용사 소득이 매년 그 정도 증가할 것이다.
 ② 아니오, 미용사 소득이 매년 그 정도 증가하지 않을 것이다.

문13-2. (문13에서 ② 응답자) 그러면 **매년 3 % 증가할 것으로 예상**합니다. 이 의견에 동의하십니까?

- ① 예, 미용사 소득이 매년 그 정도 증가할 것이다.
 ② 아니오, 미용사 소득이 매년 그 정도 증가하지 않을 것이다.

문14. **공유미용실이 정착된다면**, 공유미용실에 입주한 미용사의 향후 3년의 월평균 매출액, 월평균소득, 고용인원 등을 어떻게 전망하십니까? 2022년과 비교하여 전망해 주십시오.

구분	2023년	2024년	2025년
공유미용실의 월평균 매출액	① _____% 증가할 것이다 ② 변화없을 것이다 ③ _____% 감소할 것이다	① _____% 증가할 것이다 ② 변화없을 것이다 ③ _____% 감소할 것이다	① _____% 증가할 것이다 ② 변화없을 것이다 ③ _____% 감소할 것이다
공유미용실 미용사의 월평균소득	① _____% 증가할 것이다 ② 변화없을 것이다 ③ _____% 감소할 것이다	① _____% 증가할 것이다 ② 변화없을 것이다 ③ _____% 감소할 것이다	① _____% 증가할 것이다 ② 변화없을 것이다 ③ _____% 감소할 것이다
공유미용실의 고용인원	① _____% 증가할 것이다 ② 변화없을 것이다 ③ _____% 감소할 것이다	① _____% 증가할 것이다 ② 변화없을 것이다 ③ _____% 감소할 것이다	① _____% 증가할 것이다 ② 변화없을 것이다 ③ _____% 감소할 것이다

문15. 공유미용실 도입으로 예상되는 **부정적 측면**에 대해 자유롭게 기술해 주십시오.

문16. 공유미용실 도입으로 예상되는 **긍정적 측면**에 대해 자유롭게 기술해 주십시오.

문17. 공유미용실이 빠른 시일내에 미용업계에 정착되기 위해 무엇이 필요한지 자유롭게 기술해 주십시오.

문18. 공유미용실과 관계없이 향후 미용에 대한 사회적 수요는 어떠하리라 생각하십니까?

매우 감소할 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	매우 증가할 것이다
------------------	---	---	---	---	---	---	---	------------------

문19. 향후 미용업계의 변화를 고려했을 때, 공유미용실 도입은 적절한 정책이라 생각하십니까?

전혀 적절하지 않다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	매우 적절하다
------------------	---	---	---	---	---	---	---	------------

공유미용실 제도화에 따른 고용효과

- | | |
|-----------|--|
| ▪ 발행연월일 | 2022년 12월 26일 인쇄
2022년 12월 30일 발행 |
| ▪ 발 행 인 | 김 승 택 원장직무대행 |
| ▪ 발 행 처 | 한국노동연구원
30147 세종특별자치시 시청대로 370
세종국책연구단지 경제정책동
☎ 대표 (044) 287-6080 Fax (044) 287-6089 |
| ▪ 조판 · 인쇄 | 창보문화사 (02) 2272-6997 |
| ▪ 등 록 일 자 | 1988년 9월 13일 |
| ▪ 등 록 번 호 | 제2015-000013호 |

※ 본 보고서의 내용은 한국노동연구원의 사전 승인 없이 전재 및 역재할 수 없습니다.

ISBN 979-11-260-0651-9 (비매품)

공유미용실 제도화의
고용영향

