

정책보고서 2010-

국민생활건강관리체계 개선방안 연구

조재국
원종욱
윤강재
김진우
한동운

한국보건사회연구원

제 출 문

보건복지부장관

본 보고서를 「국민생활건강관리체계 개선방안 연구」 과제의 최종보고서로 제출합니다.

2010. 12.

책임연구원 : 조 재 국

연구 원 : 원 종 욱
윤 강 재
김 진 우
한 동 운

요 약.....	1
제1장 서론.....	5
제1절 연구의 목적 및 필요성.....	5
제2절 연구수행 체계.....	11
제3절 연구방법 및 내용.....	13
제2장 공중위생업종 운영 현황.....	17
제1절 공중위생업종 산업통계 및 분석.....	17
제2절 공중위생업종 실태조사.....	25
제3절 공중위생업종 관련 협회 면담 결과.....	52
제3장 유사공중위생업종 운영 현황.....	71
제1절 유사공중위생업종 현황.....	71
제4장 국내·외 공중위생관리체계의 비교.....	75
제1절 우리나라 공중위생 관련 법령의 변천과정.....	75
제2절 현행 법령에 의한 공중위생영업 분류.....	79
제3절 우리나라 현 공중위생관리 체계의 문제점.....	85
제4절 일본 및 독일의 유사 위생관리의 현황.....	88
제5장 공중위생 관리체계 개선방안.....	113
제1절 신중서비스 수용 방안.....	113
제2절 복합서비스 수용방안.....	116
제3절 개별 업종 업무영역 구분의 개선방안.....	119
제4절 미용기기 관리방안.....	120
제5절 이용업과 미용업(헤어)의 구분 철폐 방안(증장기 방안).....	123

제6장 연구결과의 기대효과 및 활용방안	127
제1절 연구결과의 기대효과	127
제2절 연구결과의 활용방안	128
제3절 결론 및 정책제언	128
참고문헌	131
부 록	133

표 목 차

〈표 1- 1〉	현 국민건강관리체계	6
〈표 1- 2〉	미용업 업소당 종사자 수 및 매출액 현황	9
〈표 1- 3〉	국민생활건강제도 발전 T/F 명단	13
〈표 2- 1〉	시·도별 공중위생영업소 현황 (2010.6.30 현재)	17
〈표 2- 2〉	연도별 공중위생영업소 현황 (2008.12.31 현재)	18
〈표 2- 3〉	2010년 9월 기준 지역별·업종별 사업자 수 및 사업자당 인구 수	19
〈표 2- 4〉	보건복지부 통계와 국세청 통계의 예상 차이점	20
〈표 2- 5〉	연도별 미용업 신고 업소 수	20
〈표 2- 6〉	연도별 미용업(두발, 피부, 기타 포함)으로 분류되는 업종 현황	21
〈표 2- 7〉	국내 지역별 네일 미용 점포수 및 종사자수(2008)	21
〈표 2- 8〉	국내 네일미용 매출액 현황(2007)	22
〈표 2- 9〉	국내 지역별 메이크업 관련 업소수(2008년)	23
〈표 2-10〉	국내 메이크업산업 전체 시장규모(2008)	24
〈표 2-11〉	조사대상 업소 영업주 연령	25
〈표 2-12〉	조사대상 업소 영업주의 자격증 보유 현황	26
〈표 2-13〉	조사대상 업소 영업주의 종사 기간 및 업소 개설까지 소요 기간	26
〈표 2-14〉	조사대상 업소의 세무서 신고 형태	27
〈표 2-15〉	조사대상 업소의 영업 형태	27
〈표 2-16〉	조사대상 업소의 개설 형태	27
〈표 2-17〉	조사대상 업소의 임대 형태 및 임대 비용	28
〈표 2-18〉	조사대상 업소의 평균 의자 수	28
〈표 2-19〉	조사대상 업소의 요금표 게시 현황	29
〈표 2-20〉	메이크업 종사자의 출장영업 현황	30
〈표 2-21〉	조사대상 업소의 일반 매니큐어 및 메이크업 요금	30
〈표 2-22〉	조사대상 업소의 종사 인력 현황	31
〈표 2-23〉	조사대상 업소 계약직 종사자들의 업무내용(중복응답)	31

〈표 2-24〉 조사대상 업소 종사자들의 평균 연령	32
〈표 2-25〉 조사대상 업소 종사자의 자격 및 면허 현황	32
〈표 2-26〉 조사대상 업소 종사자들의 평균 근무기간 및 이직 이유	33
〈표 2-27〉 조사대상 업소들의 제공 서비스(중복응답)	34
〈표 2-28〉 조사대상 업소들의 판매 제품(중복응답)	34
〈표 2-29〉 조사대상 업소들의 판매 제품 월 매출액	35
〈표 2-30〉 조사대상 업소들의 컴퓨터 활용 분야(중복응답)	35
〈표 2-31〉 조사대상 업소의 1일 평균 고객 수	36
〈표 2-32〉 조사대상 업소들의 연평균 서비스 매출액	36
〈표 2-33〉 조사대상 업소들의 매출액 지출 구성	37
〈표 2-34〉 조사대상 업소들의 전년 대비 경영상태	37
〈표 2-35〉 조사대상 업소들의 전년 대비 매출액 증감 현황	38
〈표 2-36〉 조사대상 업소들의 전년 대비 매출액 증감 요인(중복응답)	39
〈표 2-37〉 조사대상 업소들의 향후 경영 상태 전망	39
〈표 2-38〉 조사대상 업소들의 향후 경영상태 악화 전망 이유	40
〈표 2-39〉 조사대상 업소들의 향후 경영악화시 대책	40
〈표 2-40〉 조사대상 업소들의 운영 과정에서의 애로사항(중복응답)	42
〈표 2-41〉 조사대상 업소들의 부채 현황	42
〈표 2-42〉 조사대상 업소들의 최근 3년간 기구·기기·시설·설비 투자액	43
〈표 2-43〉 조사대상 업소들의 기기 및 시설 설비 투자비용 마련 방법	43
〈표 2-44〉 조사대상 업소들의 기기 및 시설 설비 투자 대상 종류	44
〈표 2-45〉 조사대상 업소들의 대출거래시 주이용기관	44
〈표 2-46〉 조사대상 업소들의 향후 시설 및 설비 개·보수 계획 분야	45
〈표 2-47〉 조사대상 업소들의 창업 동기	45
〈표 2-48〉 조사대상 업소들의 창업과정에서의 애로점	46
〈표 2-49〉 조사대상 업소들의 창업 자금 조달 방법	47
〈표 2-50〉 조사대상 업소들의 업무능력향상 교육 및 직업훈련을 받지 못한 이유	47

〈표 2-51〉 조사대상 업소들의 교육훈련 장소	48
〈표 2-52〉 조사대상 업소들의 창업교육 및 직업교육훈련의 도움 정도	48
〈표 2-53〉 조사대상 업소들의 소독/비소독 기구 구분 용기 비치 여부	49
〈표 2-54〉 조사대상 업소들의 시설 소독 빈도	49
〈표 2-55〉 조사대상 업소들의 미용기구 및 메이크업도구 소독방법(중복응답) ..	50
〈표 2-56〉 조사대상 업소들의 기구 소독 빈도	50
〈표 2-57〉 조사대상 업소들의 정부 지원 희망사항(중복응답)	51
〈표 2-58〉 피부미용실에서 피부미용 목적으로 사용하는 의료기기의 종류	53
〈표 2-59〉 숙박업의 세부업태 및 관련 법 현황	56
〈표 2-60〉 네일 자격관리 현황(2008년 12월 현재)	57
〈표 2-61〉 네일전문샵의 서비스 종류 및 가격	58
〈표 2-62〉 국내 네일관련 협회	59
〈표 2-63〉 국내 네일관련 학원 및 대학 교육기관 수	60
〈표 2-64〉 국내 미용고등학교의 네일관련 분야별 학습내용	60
〈표 2-65〉 국내 미용고등학교의 네일관련 수업 시간(주 단위)	61
〈표 2-66〉 국내 대학의 네일아트과 교육내용	62
〈표 2-67〉 국내 대학의 뷰티과 교육내용(4학점)	63
〈표 2-68〉 한국일본미국 3개국의 메이크업 자격관리 현황(2008년 12월 현재) ·	64
〈표 2-69〉 국내 메이크업 서비스 평균 가격(2008)	65
〈표 2-70〉 국내 메이크업 관련 협회 현황	66
〈표 2-71〉 국내 메이크업 관련 교육기관 및 수	66
〈표 4- 1〉 공중위생영업의 개념 정의 연혁	82
〈표 4- 2〉 공중위생영업의 분류와 진입규제 연혁	84
〈표 4- 3〉 공중위생·생활건강·보건의료의 개념 비교	85
〈표 4- 4〉 서비스의 변천모습 예시	85
〈표 4- 5〉 최근 일본의 공중욕장 현황	101
〈표 4- 6〉 일본의 생활위생영업의 정의와 법적 규제 형식	103

〈표 4- 7〉 국내·외 네일 및 메이크업 관리현황 비교	108
〈표 4- 8〉 해외 피부미용기기 관리현황	109
〈표 5- 1〉 미용의 업무 영역 개정안	119
〈표 5- 2〉 피부미용기기 사용기준 제4안 안전인증 항목	122

그림목차

[그림 1-1] 업소 내 제공서비스 변화 예시 7

[그림 1-2] 이·미용업(헤어, 피부)의 매출액 증가 현황 9

[그림 5-1] 검증대상 서비스에 대한 분류 방안(안) 115

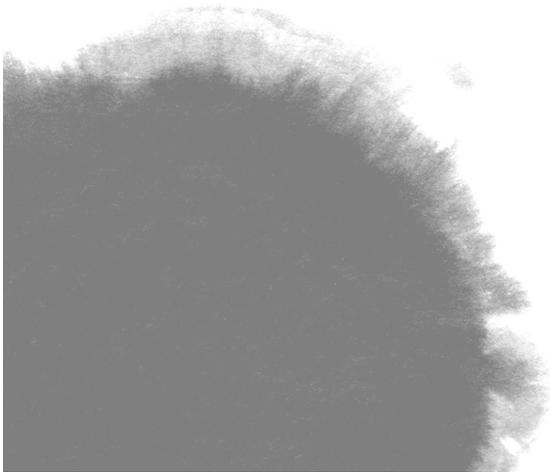
[그림 5-2] 생활건강서비스업의 복합서비스업 현황 117

요약

01

K
I
H
S
A

서론



제1장 서론

제1절 연구의 목적 및 필요성

1. 공중위생업종관리의 현황

가. 공중위생관리의 사각지대 발생

현재 국민건강관리체계는 다음과 같으며, 상대적으로 ‘의료’ 및 ‘보건’ 영역은 법적으로 주어진 자격에 따른 역할과 효과가 분명하여 법의 테두리 안에서 조직적으로 관리되지만, ‘생활건강’ 영역은 자격에 따른 역할과 효과를 분명히 구분해두었음에도 불구하고, 법으로 업무영역을 규정짓기 어려운 신종 및 변종 서비스 업소들이 늘어나면서 관리의 사각지대가 발생하고 있다.

‘의료’ 및 ‘보건’ 영역은 ‘국민보건을 유지·향상’시키는 업무의 특성상 특정 자격 소지자에 한하여 서비스를 제공할 수 있도록 하기 위해 ‘서비스를 제공하는 사람(면허)·장소 중심’으로 규정되어 있으며 이에 따라 자격에 따른 역할과 효과가 분명하여 신종 및 복합 서비스가 생겨나더라도 법의 테두리 안에서 조직적으로 관리되고 있다.

그러나 ‘생활건강’ 영역은 서비스의 종류 중심으로 업무영역이 규정되어 있어서 신종 및 복합 서비스가 생겨날 때마다 관리체계가 현 업종들을 포괄하지 못하는 실정이다.

〈표 1-1〉 현 국민건강관리체계

구분	생활건강	보건	의료
관련법	공중위생관리법	국민건강증진법 (모자보건법, 정신보건법, 전염병예방법 등 개별법)	의료법
제공 서비스	공중위생영업 (숙박, 목욕장, 미용업, 세탁, 위생관리용역)	질병예방, 영양개선, 건강생활 실천(금연·절주), 건강검진	의료서비스 (의과, 한의과, 치과)
서비스 제공자	1) 이용업, 미용업, 세탁업: 국가자격 소지자 2) 목욕업, 숙박업, 위생관리용역업: 제한 없음	의료인 보건교육사 기타(사회복지사 등)	의료인 의료기사 간호조무사 등
서비스 제공기관	이·미용실, 목욕탕 등 공중위생영업소	보건소, 의료기관 등	의료기관
제공형태	1) 제공자격 및 내용이 국가자격소지자에 한하여 제한된 업종: 이용업, 미용업, 세탁업 2) 민간에서 자율적인 형태로 제공되는 업종: 목욕업, 숙박업, 위생관리용역업	주로 의료인의 지도·처방 형태로 제공	제공자격 및 내용이 법으로 엄격하게 제한 (건강보험법, 의료법)

현 공중위생관리법은 숙박업·미용업·목욕장업 등 공중위생업종에 대한 기본적인 위생관리기준을 규정하고 있으나 업소에서 제공하는 서비스와 물품·기기 등이 시대 및 소비자 요구의 변화에 따라 빠르게 변화하면서 생겨나지만 공중위생관리법에는 이러한 ‘서비스’와 ‘물품’들의 안전성을 인증하는 장치가 없어 관리의 사각지대가 발생하고 있다.

[그림 1-1] 업소 내 제공서비스 변화 예시

	제공 서비스의 변화	현 공중위생기준	추가관리 필요사항(예시)
목욕장업	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">대중목욕탕: 목욕서비스</div> <div style="text-align: center;">↓</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> 찜질방: 목욕서비스+소금·숯·백반 석·자수정 등을 활용한 찜질 서비스+초단기 숙박+식사+피 부관리서비스 등 기타 휴식을 위한 부가서비스 </div>	*발한실 안전관리 사항 *목욕수의 수질기준 및 검사방법 *실내공기 위생관리 기준	*숯 등 연소제품의 선택기준 마 려운 또는 숯 등 연소설비 기준 마련 *특정재료를 활용한 찜질서비 스가 국민건강에 미치는 영향 검 증 *기타 서비스와 함께 제공되는 베개, 가운, 방석, 쿠션, 매트 등의 보건위생 관리
미용업	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">머리손질</div> <div style="text-align: center;">↓</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> 전신관리 (헤어미용, 스킨케어, 네일아트, 메이크업 등) </div>	*미용기구 소독 기준 *유사의료행위 금지 *의약품 및 의료기기 사용 금지	*새롭게 제공되는 미용서비스의 적정성 및 안전성 검증 *사용 가능한 미용기기 및 물품 의 범위설정 및 안전관리

나. 새로운 소비자 요구에 대한 대응체계 필요

국민소득수준의 향상에 따라 국민이 보다 행복한 삶을 위해 자신의 심신에 투자 하는 ‘미용’과 ‘건강’에 대한 관심이 고조되어 이들 분야에 지출하는 비용이 뚜렷하 게 상승하고 있다. 그러나 새로운 서비스에 대하여 현 공중위생법령은 서비스 제공 방식 및 영업 형태에 대한 일정한 틀을 규정해놓고 이에 맞지 않을 경우 불법으로 규정하고 있는 실정이다.

<p>공중위생관리법</p> <p>제2조(정의) ①이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.</p> <p>1. “공중위생영업”이라 함은 다수인을 대상으로 위생관리서비스를 제공하는 영업으로 서 숙박업·목욕장업·이용업·미용업·세탁업·위생관리용역업을 말한다.</p> <p>제3조(공중위생영업의 신고 및 폐업신고) ①공중위생영업을 하고자 하는 자는 공중위생영 업의 종류별로 보건복지부령이 정하는 시설 및 설비를 갖추고 시장·군수·구청장에게 신고하여야 한다.</p>
--

시대 변화나 소비자들의 요구에 따라 기존 서비스가 융·복합되거나 새로운 서비스가 등장하더라도 법 개정 없이는 제도권 내 수용이 불가능하고, 일부 서비스는 음성적으로 제공되어 국민 건강의 사각지대로 존재하고 있다.

시대적 변화에 따른 소비자 요구의 변화에 따라, 기존의 ‘공중위생’의 개념에서 ‘생활건강’이란 개념으로 관리범주를 확대하는 방안을 검토할 필요가 있는바 ‘생활건강’영역은 보건의료 이외의 영역을 모두 포괄하는 의미를 가진다고 할 수 있다.

다. 비의료인이 제공하는 공중위생(생활건강) 영역 서비스의 무분별한 확대로 보건의료영역과의 잦은 마찰

현재 보건의료서비스는 서비스를 제공하는 사람(면허)·장소 중심으로 규정되어 있어, 생활건강(공중위생)분야와 영역 충돌이 발생하고 있는데 보건의료기본법 제3조에는 보건의료서비스란 국민의 건강을 보호 증진하기 위하여 보건의료인이 행하는 모든 활동으로 정의하고 있다.

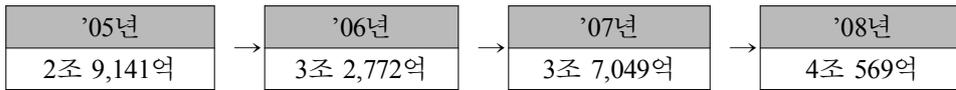
치료 이전 단계의 서비스라도 의료인이 제공하면 의료행위로 의료법의 적용을 받으나, 유사한 서비스를 비의료인이 제공하면(공중위생관리법 적용 사항이외에는) 불법 상태에 놓이게 되는 문제가 발생할 수 있다. 예를 들면, 피부관리업소에서 피부 상태를 확인 및 개선하기 위한 기기(의료기기)를 사용하고 이를 토대로 피부관리서비스를 제공할 경우 이는 의료법 위반으로 간주된다.

현 제도 내에서는 시장에서 국민건강에 큰 영향을 미칠 수 있는 신종 서비스가 발생했을 경우 이것이 보건의료영역의 서비스에 해당하면 ‘무면허 의료행위’로 규제를 적용하며, 이에 해당하지 않으면 공중위생(생활건강)서비스로서 관리가 되어야 함에도 불구하고, 그 구분기준이 모호하여 업종 간 잦은 마찰이 있다.

라. 성장잠재력이 크에도 불구하고 영세사업자 중심으로 운영되는 현실

생활건강 분야는 생활수준 향상, 건강·외모에 대한 관심 증가 등으로 인해 성장잠재력이 크고 많은 일자리 창출이 가능한 분야로서 이·미용업(헤어, 피부)의 매출액은 '05년 2조 9,141억원에서 '08년 4조 569억원으로 3년간 39.2%가 증가하였다.

[그림 1-2] 미용업(헤어, 피부)의 매출액 증가 현황



그러나 그동안 규제위주 정책으로 산업화를 위한 지원체계가 마련되어 있지 않아, 소규모 영세사업자 중심으로 운영되고 있는 현실이다.

<표 1-2> 미용업 업소당 종사자 수 및 매출액 현황

	업소당 종사자 수	업소당 매출액
미용업('08년)	1.57명	4,481만원
서비스업 평균('08년)	3.64명	45,410만원

2. 연구의 필요성

가. 관리의 사각지대는 다양한 측면의 위험성 보유

신종 또는 복합된 공중위생업종들은 특정한 법령에 의해 규제되는 업종이 아니므로, 법적 관리의 사각지대에 놓여있다. 따라서 시설관리와 이용을 불결하게 함으로 생겨날 수 있는 보건의료법규상의 위험이 있을 수 있으며, 건전한 성 풍속을 해할 수 있는 풍속영업규제법규상의 위험, 건축구조상의 결함으로 인한 건축법규상의 위험, 소방안전상의 결함으로 인한 소방법규상의 위험 등 다양한 측면에서 국민에게 위해를 끼칠 가능성이 있다.

‘미용’과 ‘건강’영역의 서비스에서는 사람의 신체에 직접 행하는 서비스가 점점 늘어나기 때문에 이러한 ‘새로운 서비스’ 및 ‘새로운 서비스에 사용되는 물품’에 대한 안전성 확보 문제가 시급한 실정이나, 현 공중위생관련법규상 이와 같은 ‘새로운 서비스’나 ‘새로운 서비스에 사용되는 물품’에 대한 안전성을 확보하는 수단이 부재한 실정이다.

나. 소비자 수요에 부응하는 대응체계 필요

기존의 공중위생관리법상 공중위생영업 외에도 소비자들의 요구에 부응해 새롭게 발생하는 다양한 서비스에 대해서도 엄격한 검증을 전제로 생활건강분야로 흡수해서 관리 추진할 필요성이 대두되고 있다.

신종 또는 복합된 공중위생서비스가 등장하더라도 법 개정 없이 유연성 있게 제도권 내에 수용할 수 있는 장치가 필요하다.

다. 업종간의 업무영역 침해관련 갈등 고조

기존 업종과 기존 업종에서 전문화되어 분화된 새로운 업종간의 업무영역 침해관련 갈등이 점점 고조되고 있으나, 이에 대하여 기존 법령을 적용하여 해결하는 것은 현실적으로 소비자 요구에 역행하게 되는 문제가 발생할 가능성이 높다.

‘미용’과 ‘건강’영역의 서비스에서는 사람의 신체에 직접 행하는 서비스가 점점 늘어나면서 ‘미용’ 및 ‘건강’ 서비스 영역과 ‘의료’ 서비스영역 간의 업무영역에 서로 교착되는 부분이 생겨나 마찰이 발생하고 있다.

라. 서비스의 산업화 기반 조성 필요

영세사업자에 대한 지원을 강화하면서 서비스 인증표준화 제도 마련 등 산업화 기반 조성이 필요하며, 또한 소비자가 질 높은 서비스를 제공받고 시장에서 고급인력을 판별할 수 있도록 인력양성체계의 선진화 방안 강구가 필요한 실정이다.

3. 연구의 목적

가. 공중위생 관리의 사각지대 해소방안 모색

새로운 유사 공중위생서비스 또는 복합된 공중위생서비스의 등장 시 각종 법규상의 위험을 효과적으로 예방하기 위한 법령 체계의 개선이 시급히 요구되는 현실이므로, 본 연구과제에서는 신종 유사 공중위생영업 및 복합된 공중위생영업의 현황과 문제점을 중심으로 과연 이들 유사 공중위생영업은 향후 공중위생관리법규체계에서 어떻게 관리되어야 할 것인지를 모색하는 데에 목적이 있다.

나. 업무영역간 마찰의 완화방안 및 새로운 서비스의 제도권 내로의 원만한 수용방안 강구

기존 공중위생업에서 새롭게 분화된 공중위생업종과 기존 공중위생업종 간의 업무영역을 새롭게 정립하고, 공중위생업과 의료업 간의 역할을 명확히 하여 업종간의 마찰을 줄이는 방안을 모색하고자 한다.

또한 새로운 서비스의 제도권 내 수용 방안 및 치료 효과가 있는 서비스의 보건 의료 영역 진입 방안을 연구하여 국민생활건강 관리체계의 정립 방안을 강구하고자 한다.

다. 공중위생서비스 산업의 발전을 위한 제도적 지원방안 강구

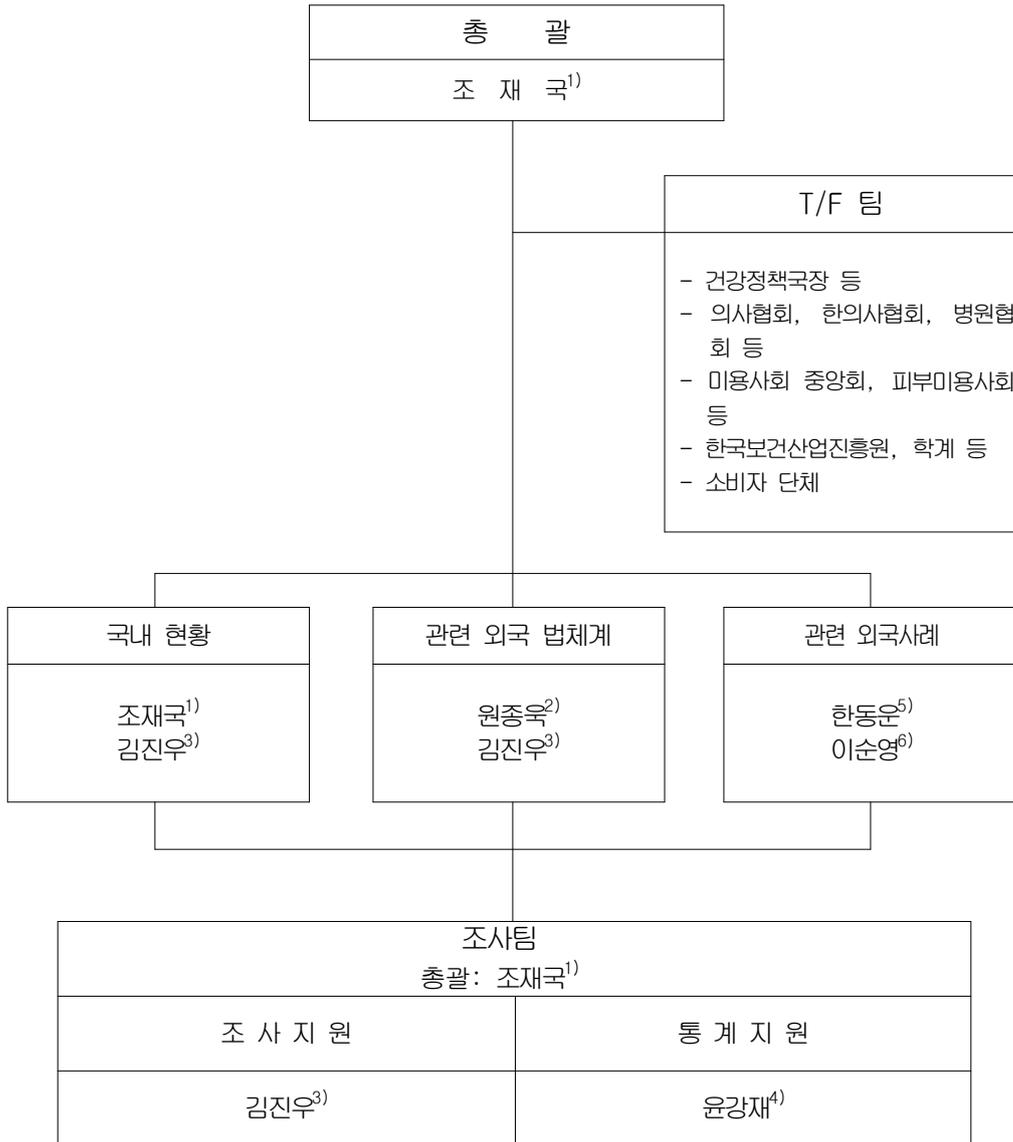
생활건강서비스의 인증·표준화 방안, 자격제도 선진화 및 전문인력 양성체계 검토를 통해 뷰티산업 등 생활건강분야의 산업화를 도모하고 뷰티산업 등 공중위생(생활건강)영역에 대한 기초 현황을 파악하고(업소 수, 고용현황, 의료기기 이용현황 등) 이에 따른 제도적 지원방안을 모색한다.

라. 새로운 관리방안 도출

현재 우리나라의 신종 및 복합 유사 공중위생업종의 영업현황을 평가하고 외국과 우리나라의 공중위생업종의 법적·제도적 관리 시스템을 비교 검토함으로써 우리나라의 유사 공중위생업종의 새로운 분류체계 및 관리방안을 도출하고자 한다.



제2절 연구수행 체계



※ 원내

- 1) 선임연구위원, 경제학 박사 2) 연구위원, 경제학 박사
- 3) 공중보건의, 한의사 4) 선임연구원, 보건학 박사 수료

※ 원외

- 5) 한양대 의대 교수 6) 아주대 의대 교수

제3절 연구방법 및 내용

1. 전문가 TF 구성

전문가 TF를 구성하여 국민생활건강제도 발전에 대해서 논의하기로 하며, 위원장은 보건복지부 건강정책국장이 담당하고 위원에는 보건복지부 관련 과장, 의사협회 등 관련 의료전문단체, 대한미용사회 중앙회, 한국피부미용사회 등 관련 협회, 녹색소비자연대 등 소비자 단체, 한국보건사회연구원 등 많은 인력이 참여하였다.

〈표 1-3〉 국민생활건강제도 발전 T/F 명단

이름	소속	직책	비고
임종규	보건복지부	건강정책국장	위원장
노홍인	보건복지부	보건의료정책과장	
정윤순	보건복지부	의료자원과장	
양동교	보건복지부	구강생활건강과장	간사
송우철	대한의사협회	총무이사	
정영호	대한병원협회	보험이사	
문병일	대한한 의사협회	법제이사	
김정자	대한미용사회	고문	
조수경	한국피부미용사회	회장	
고민정	녹색소비자연대	서울북부지회 사무국장	
윤 명	소비자시민모임	조사부장	
조재국	한국보건사회연구원	선임연구위원	* 연구용역 주관
이신호	한국보건산업진흥원	보건의료산업본부장	
한영숙	동남보건대학	피부미용과 교수	
한동운	한양대학교 의과대학	예방의학과 교수	

2. 실태조사 및 문제점 도출

공중위생업종 및 유관업종단체 운영 현황, 신종 유사공중위생업종 서비스 및 복합공중위생업종 서비스 현황, 뷰티관련 업종 자격시험 현황, 피부미용업소 피부미용기기(현 의료기기) 사용 현황, 메이크업 및 네일아트에 대하여 필요한 경우 실태조사를 실시하여 관련 현황 및 문제점을 파악하였다.

3. 협회 및 전문가 의견 수렴 및 검토

관련 현황, 문제점, 개선방안 등에 대한 협회 및 전문가들의 의견을 수렴하고 검토하였다.

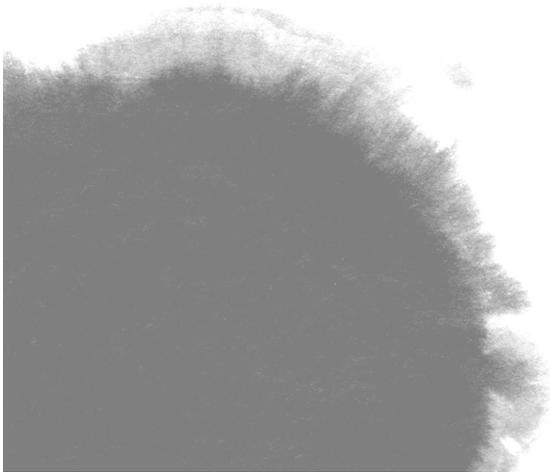
4. 개선방향 제안

우선 생활건강서비스의 개념에 대해 논의하고 생활건강서비스의 평가인증(안) 제시하여 생활건강서비스 관리체계의 도입에 대해서 대안을 제시한다. 생활건강서비스 업 분류체계 개선안을 제시하고 뷰티산업 진흥을 위하여 미용기기의 분류 등 제도적 개선안을 제시하였다.

02

K
I
H
A
S
A

공중위생업종 운영 현황



제2장 공중위생업종 운영 현황

제1절 공중위생업종 산업통계 및 분석

1. 시·도별 공중위생영업소 현황

〈표 2-1〉 시·도별 공중위생영업소 현황 (2010.6.30 현재)

(단위: 개소)

구분	총계	숙박업	목욕업	이용업	미용업	세탁업	위생관리 용역업	위생 처리업	세척제 제조업	기타 위생용품 제조업
합계	197,127	30,926	8,550	22,063	92,475	32,626	9,329	454	285	419
서울	34,913	3,614	1,290	3,588	17,217	6,652	2,483	35	5	29
부산	15,777	2,443	1,201	1,839	7,202	2,382	654	27	13	16
대구	10,254	1,083	460	1,254	5,119	1,910	394	14	11	9
인천	9,678	1,391	308	954	4,956	1,684	343	16	14	12
광주	6,740	909	271	682	3,198	1,368	281	11	6	14
대전	6,146	939	195	615	2,913	1,078	375	16	1	14
울산	4,664	768	249	511	2,272	631	216	12	2	3
경기	37,349	4,785	1,158	3,767	18,890	6,541	1,807	91	114	196
강원	8,174	2,313	349	841	3,241	1,060	328	22	9	11
충북	6,289	1,118	228	746	2,859	1,014	238	33	28	25
충남	8,953	2,213	297	1,142	3,573	1,356	310	27	19	16
전북	8,597	1,467	347	1,074	3,922	1,367	375	27	11	7
전남	9,285	1,782	406	1,364	3,908	1,407	367	27	10	14
경북	12,853	2,484	627	1,628	5,665	1,863	494	46	15	31
경남	14,234	2,841	992	1,732	6,279	1,740	570	41	21	18
제주	3,221	776	172	326	1,261	573	94	9	6	4

출처: 보건복지부 내부자료

2010년 6월 30일을 기준으로 업종별로 미용업소가 92,475개, 이용업소가 22,063개로서 이·미용업소 전체는 114,538개로서 전국 공중위생업소 중 가장 많은 58.1%를 차지하며, 그 다음으로 세탁업, 숙박업, 위생관리용역업, 목욕업 등 순이다.

2. 연도별 공중위생영업소 현황

〈표 2-2〉 연도별 공중위생영업소 현황 (2008.12.31 현재)

(단위: 개소)

구분 년도	총 계	숙박업	목욕업	이용업	미용업	세탁업	위생관리 용역업	위생 처리업	세척제 제조업	기타 위생용품 제조업
2003	196,063	33,270	9,997	29,845	82,896	33,998	5,082	421	183	371
2004	193,730	33,642	9,845	28,196	82,207	33,311	5,484	446	203	396
2005	192,346	33,031	9,502	26,904	81,663	34,279	5,915	458	211	383
2006	191,027	32,658	9,315	25,566	81,585	34,139	6,681	450	218	415
2007	189,277	31,913	9,146	24,308	81,781	33,650	7,401	465	234	379
2008	189,639	31,563	8,852	23,189	82,551	33,233	8,150	459	248	394

출처: 보건복지부 내부자료

2003년 총 196,063개소에서 2008년 189,639개로로서 5년간 6,424개소가 감소하였으며 업종별로는 부침이 심한데 그 중 가장 큰 폭으로 증가한 업종은 위생관리용역업으로서 60.4%가 증가하였고, 가장 큰 폭으로 감소한 업종은 이용업소로서 22.3%가 감소하였다. 숙박업과 목욕업 등은 지속적으로 감소하고 있고 미용업은 감소하다 다시 증가세로 돌아서고 있으며 위생처리업과 세척제 제조업 등은 다소 증가하고 있다. 이용업소의 대폭적인 감소는 남자들이 이용업소를 이용하다가 미용업소를 이용하기 때문인 것으로 파악된다.

또한 2008년은 미국의 금융위기 상황이 우리나라에도 영향을 미친 연도이기 때문에 그로 인한 가구 소득 증대 차원에서 미용업소가 다소 증가한 원인일 것으로 추정된다.

3. 지역별·업종별 사업자 수 및 사업자당 인구 수

〈표 2-3〉 2010년 9월 기준 지역별·업종별 사업자 수 및 사업자당 인구 수

(단위: 개, 명)

지역	목욕탕	미용실	세탁업	여관업	이발소
강원	200(7,565)	2,573(588)	931(1,625)	1,998(758)	672(2,252)
경기	886(12,936)	14,558(788)	4,059(2,824)	3,694(3,103)	2,427(4,723)
경남	845(3,847)	4,175(779)	1,031(3,153)	2,583(1,259)	876(3,711)
경북	474(5,633)	3,740(714)	1,036(2,578)	1,962(1,361)	904(2,954)
광주	212(6,763)	1,766(812)	858(1,671)	660(2,173)	366(3,918)
대구	378(6,587)	2,812(886)	649(3,837)	975(2,554)	683(3,646)
대전	137(10,834)	2,185(680)	893(1,663)	742(2,001)	501(2,963)
부산	1,044(3,394)	5,781(613)	1,403(2,526)	1,881(1,884)	1,300(2,726)
서울	1,016(10,048)	13,746(743)	4,755(2,147)	2,825(3,614)	3,044(3,354)
울산	229(4,869)	1,687(661)	291(3,832)	653(1,708)	396(2,816)
인천	251(10,800)	3,426(792)	999(2,714)	1,051(2,580)	470(5,768)
전남	283(6,760)	2,197(871)	684(2,797)	1,354(1,413)	660(2,899)
전북	247(7,509)	2,330(796)	778(2,384)	1,074(1,727)	536(3,460)
제주	121(4,651)	900(626)	526(1,070)	465(1,211)	221(2,546)
충남	220(9,262)	2,830(720)	1,113(1,831)	1,980(1,030)	674(3,024)
충북	161(9,488)	2,053(745)	816(1,872)	899(1,700)	469(3,257)
합계	6,704개소	66,759개소	20,822개소	24,796개소	14,199개소

출처: 2010년 12월 9일 국세청 발표 자료

위의 표와 같이 2010년 9월 기준으로 2010년 12월 9일 국세청에서 발표한 사업자 등록증 자료를 살펴보면 공중위생업종 중에서 사업자 수가 가장 많은 업종은 미용실(66,759개소)이며, 가장 적은 업종은 목욕탕(6,704개소)이다.

<표 2-2>에서 살펴본 2008년 보건복지부 통계자료와 비교하면 목욕업은 2,148개소, 미용업은 15,792개소, 세탁업은 12,411개소, 여관업은 6,767개소, 이발소는 8,990개소가 각각 줄어든 것으로 나타났다.

이와 같이 보건복지부 통계자료와 업소 수에 차이가 나는 이유는 폐업 및 휴업과

도 관계가 있겠지만, 가장 핵심적인 원인은 업종별로 다음 표와 같은 것으로 추정된다.

〈표 2-4〉 보건복지부 통계와 국세청 통계의 예상 차이점

업종	통계상 차이의 예상 사유
목욕탕	찜질방 등의 유사 목욕업소가 국세청에는 “목욕탕”이라는 업종으로 등록되지 않은 곳이 있을 가능성
미용실	보건복지부 통계상의 미용업소는 미용업소와 피부미용업소를 모두 포함한 통계로서 사업자 등록증이 없는 경우가 많고, 국세청에는 실제 미용사 자격이 있으면서 사업자 등록을 한 경우에 한정되었을 가능성
세탁업	세탁관련업소 중에는 세탁물 세탁을 직접 하지 않고, 세탁물을 수거하고 배달만을 전문으로 하는 업소들이 많기 때문에 이들은 국세청에 “세탁업”으로 등록되어 있지 않은 곳이 있을 것 가능성
여관업	경영난으로 폐업하는 업소 증가 가능성
이발소	경영난으로 폐업하는 업소 증가 가능성

4. 연도별 미용업 신고 업소 수

〈표 2-5〉 연도별 미용업 신고 업소 수

(단위:개소)

년도 구분	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010.9
업소수	82,896	82,207	81,663	81,585	81,781	82,551	89,017	93,919

출처: 보건복지부 내부자료(시·군·구 영업신고 기준)로서 미용실 및 피부미용실 합계

2010년 9월 기준으로 미용실과 피부미용실의 합계는 93,919개소로 2003년 대비 13.3% 증가하였으며, 2003년부터 2008년까지 미용업 신고업소(미용실과 피부미용실)의 수는 매년 1% 내외의 증감을 반복하다가, 2008년 미용업에서 피부미용사의 업종분화를 실시한 후 2009년에 89,017개소(전년대비 7.8%증가). 2010년에 93,919개소(전년대비 5.5%증가)로 증가하였다.

5. 미용업 주요 통계 현황

〈표 2-6〉 연도별 미용업(두발, 피부, 기타 포함)으로 분류되는 업종 현황

구분	2005	2006	2007	2008
사업체 수 (전년대비 증가율)	79,088개소	82,494개소 (4.30% ↑)	87,435개소 (5.98% ↑)	90,518개소 (3.52% ↑)
종사자 수 (전년대비 증가율)	125,001명	130,660명 (4.52% ↑)	138,993명 (6.37% ↑)	142,567명 (2.57% ↑)
매출액 (전년대비 증가율)	2조 9,141억원	3조 2,773억원 (12.46% ↑)	3조 7,049억원 (13.04% ↑)	4조 569억원 (9.50% ↑)
업소당 매출액 (전년대비 증가율)	36.34백만원	39.72백만원 (9.30% ↑)	42.37백만원 (6.67% ↑)	44.81백만원 (5.75% ↑)

출처: 연도별 통계청 사업체 조사

2008년 기준, 미용관련 업종(두발, 피부 등)의 사업체 수, 종사자 수, 매출액, 업소당 매출액은 매년 증가하여 2005년 대비 각각 14.5%, 14.1%, 39.2%, 23.3% 증가하였으며, 매출액이 가장 큰 폭으로 증가하였으며 업소당 매출액도 지속적으로 증가하고 있다.

6. 국내 지역별 네일미용 점포수, 종사자수 및 매출액

〈표 2-7〉 국내 지역별 네일 미용 점포수 및 종사자수(2008)

지역별	로드샵		샵인샵	
	점포수(개)	종사자수(명)	점포수(개)	종사자수(명)
서울	1,510	7,500	500	1,200
인천, 경기도	618	3,000	470	1,100
대전, 충청도, 강원도	84	350	120	300
부산, 대구, 울산, 경상도	39	234	300	700
광주, 전라도	38	200	100	350
제주도	16	60	20	70
소계	2,205	11,344	1,510	3,720
총계	점포수		3,715개	
	종사자수		15,064명	

출처: 한국보건산업진흥원 설문조사 결과(2008)

한국보건산업진흥원(2008)의 설문조사 결과 2008년 9월 기준, 전체 네일업소는 3,715개소로서, 로드샵 2,200여개, 샵인샵이 1,510개로 조사되었으며, 네일 전문점 형태 업소 수 및 종사자 수는 로드샵(단독 살롱)의 경우 각각 2,205개업소 및 11,344여명, 샵인샵(미용실이나 찜질방내에 개설된 네일샵)의 경우 각각 1,510개업

소 및 3,720여명이었다. 이들 네일 전문점 종사자 중 미용사 자격증을 취득한 사람은 전체 종사자의 4%미만에 불과하였고 전문샵 운영자(사업자) 중 미용사면허를 가지고 사업자 등록증을 취득하여 미용업으로 신고를 하여 운영하고 있는 업소는 전체 업소 중 7%미만인 것으로 파악되었다.

지역적으로는 서울이 총 2,010업소로 전체의 54%를 차지하고 있으며 이어 인천 경기지역이 1,088업소인 것으로 조사되어 무려 전체의 83.4%를 차지하고 있었다.

한편 국내 네일미용 매출액 현황은 아래 표와 같다.

<표 2-8> 국내 네일미용 매출액 현황(2007)

업체명	내용	매출액(백만원)	비중(%)
네일학원	미용학원, 문화센터, 네일강좌	38,000	7.9
네일샵	로드샵, 샵인샵	370,000	76.6
유통업체	수입제품 유통사	40,000	8.3
쇼핑몰	도소매업체 및 인터넷몰	10,000	2.1
기타관련업체	네일관련 소모품 업체	25,000	5.2
총계		483,000	100

출처: 한국보건산업진흥원(2008) 조사자료

2007년 현재 국내 네일미용의 매출은 총 4,830억원 규모인 것으로 조사되었으며 이 중 서비스를 제공하는 로드샵 및 샵인샵 매출액이 전체의 76.6%를, 학원 등이 7.9%를 차지하여 전체의 84.5%를 차지하고 있다. 한편 관련 재화의 경우 수입제품 8.3%, 소모품 5.2%, 쇼핑몰 2.1%를 차지하여 전체 15.5%를 차지하고 있다.

7. 국내 메이크업 업소 수 및 시장 규모

〈표 2-9〉 국내 지역별 메이크업 관련 업소수(2008년)

지역	미용실	예식장	웨딩스튜디오	웨딩샵	화장품회사	
서울	17,225	328	1,221	934	- 국내브랜드 500여개 - 국외브랜드 200여개	
부산	7,057	107	393	605		
대구	5,183	52	321	628		
인천	4,231	74	275	139		
광주	3,134	51	249	233		
대전	2,736	53	232	267		
울산	2,063	22	179	148		
경기	16,286	312	1,256	607		
강원	2,906	97	361	184		
충북	2,506	91	295	266		
충남	3,217	158	302	125		
전북	3,459	103	398	188		
전남	3,509	132	383	241		
경북	5,092	105	485	498		
경남	5,517	114	498	539		
제주	1,174	17	161	117		
총계	85,2951)	1,816	7,009	5,719		700여개

출처: 한국보건산업진흥원(2008) 조사자료

메이크업 산업은 대부분 단독적인 로드샵의 형태보다는 미용실, 웨딩샵, 사진관 및 예식장에서 샵인샵으로 운영하고 있는 경향이 높으며 이밖에도 공연장과 방송국 등에서 스테이지 메이크업을 전문으로 하거나, 백화점, 화장품 회사 등에서 활동하는 프리랜서들이 많은 부분을 차지하고 있어, 현실적으로 업소 수 및 종사자의 정확한 통계를 파악하는데 어려움이 있다.

2008년 기준, 국내 메이크업 관련 업소 수는 8만 5천여개로서 이중 화장품회사에서 생산하고 있는 메이크업 브랜드가 약 700여개에 달하고 있으며 국내 메이크업산업 종사자는 약 4만 3백여명에 달하고, 미용실, 예식업체, 화장품 및 영상, 무대, 기타 이벤트 분야, 정치인 및 연예인 대상 서비스 제공, 광고, 영화, 교육현장 등에서 다양한 메이크업 업무를 수행하고 있는 것으로 나타났다.

위의 표에서 미용실에서의 메이크업으로 인한 매출이 발생한 업소수는 전체 미용실의 약 35%인 30,000개로 추정된다.

한편 메이크업 아티스트로서 미용실 종사자는 1만 6천여명, 화장품 브랜드 근무

자 6천여명, 교육기관 근무자 4천 8백여명, 웨딩업체 및 사진관련 분야 근무자 7천여명, 프리랜서 6천 5백여명으로 추정하고 있다.

국내 메이크업산업의 전체 시장규모를 살펴보면 아래 표와 같다.

〈표 2-10〉 국내 메이크업산업 전체 시장규모(2008)

영업형태	업소수(개소)	종사자(명)	연간 매출액(천원)	시장규모(억원)
미용실	30,000		33,280(업소당)	6,988.8
예식장	1,816		60,000(업소당)	1,089.6
웨딩스튜디오	7,009		60,000(업소당)	4,205.4
웨딩샵	5,719		60,000(업소당)	3,431.4
연예기획사의 프리랜서		6,500	24,000(인당)	1,560
교육자		4,850	17,280(인당)	838.1
합계				18,113.3

출처: 한국보건산업진흥원(2008) 조사자료

웨딩메이크업, 졸업발표회, 면접 등은 시기적인 영향을 많이 받아 꾸준한 매출이 없음을 감안하여 전체 매출액 9,984억원의 70%로 산정하여 추정하였다.

2008년 기준, 메이크업 서비스 종사자 중 미용사 자격증 소지자가 70~80%로 추정되고 있다. 이러한 이유로는 미용사의 자격증 없이 메이크업 개인샵, 로드샵을 오픈할 수 없기 때문에 샵을 오픈하기 위해서는 헤어미용을 공부하여 자격증을 취득하고 면허증을 교부받아 영업을 할 수 있기 때문이다.

산업현장에서 메이크업 아티스트로 활동하는데 있어서는 미용사 자격증을 요구하지 않으며, 메이크업 아티스트로서 자질이 된다면 별로 문제를 삼지 않기 때문에 20~30%의 서비스 종사자들은 미용사 자격증 없이 활동하고 있는 것으로 추정되고 있다.

한편 2008년 기준 국내 메이크업시장규모는 약 1조 8,000억원으로 나타났으며, 미용실에서의 매출이 가장 크고(전체의 38.6%) 다음 웨딩스튜디오, 웨딩샵 등의 순서이다.

제2절 공중위생업종 실태조사

새로운 공중위생업종으로 시장 규모가 확대되고 있는 네일아트업과 메이크업업의 경영실태를 파악하기 위한 기초조사를 실시하였다. 네일아트업의 경우 서울에 소재하는 112개 업소를, 메이크업업의 경우 전국에 소재하는 101개 업소를 대상으로 하였다. 주요 조사 내용은 업소의 일반 현황, 경영 동향, 창업 동향, 위생 동향 등 크게 네 가지였다.

1. 일반 동향

조사대상 업소들의 영업주 연령 구성을 조사하였다. 네일아트업의 경우 30대가 57.1%로 가장 많았으며, 20대(19.6%), 40대(17.0%) 등의 순으로 높았다. 영업주가 50대 이상인 업소는 전체의 6.3%였다. 메이크업업 업소 영업주들의 평균연령은 다소 양상이 달랐는데, 30대의 비중이 51.5%로 가장 높은 것은 동일하였으나 20대에 비해 40대(30.7%)의 비중이 높게 나타났다.

〈표 2-11〉 조사대상 업소 영업주 연령

(단위: %, 명)

업종	전체(N)	20대	30대	40대	50대 이상
네일아트업	100.0(112)	19.6	57.1	17.0	6.3
메이크업업	100.0(101)	8.9	51.5	30.7	9.0

업소 영업주들의 자격증 종류는 네일아트업의 경우 민간자격증 소지가 55.8%로 가장 많았으며, 국가자격(면허)증 소지가 39.4%였다. 반면 메이크업업의 경우에는 국가자격(면허)증 소지자가 71.7%로 가장 많은 것으로 조사되어 네일아트업과 상반되는 자격증 소지 현황을 보여주었다. 기타 자격증 보유 상황은 많은 빈도는 아니었으나 해외자격증이나 미용사자격증 활용, 다른 사람의 자격증을 함께 활용하고 있다는 응답 등이었다.

〈표 2-12〉 조사대상 업소 영업주의 자격증 보유 현황

(단위: %, 명)

업종	전체(N)	국가자격증	민간자격증	기타
네일아트업	100.0(104)	39.4	55.8	4.8
메이크업업	100.0(99)	71.7	23.2	5.1

영업주가 해당 업종에 종사한 기간과 자격증 취득 이후 업소를 개설할 때까지 소요된 기간을 조사하였다. 네일아트업의 경우 응답 업소 영업주들의 평균 종사기간은 66.0개월(약 5.5년)이었으며, 업소 개설까지 평균 소요 기간은 29.8개월(약 2.6년) 정도였다. 메이크업업의 경우에는 네일아트업에 비해 평균 종사기간과 업소 개설 소요 기간이 조금 더 긴 것으로 조사되었다. 메이크업업 응답자들의 경우 평균 종사기간은 118.9개월(약 9.9년), 업소 개설까지 평균 소요 기간은 46.3개월(약 3.9년)이 소요되었다고 응답하였다.

〈표 2-13〉 조사대상 업소 영업주의 종사 기간 및 업소 개설까지 소요 기간

(단위: 개월)

업종	업종 종사기간	업소 개설 소요 기간
네일아트업	66.0(±43.1)	29.8(±29.3)
메이크업업	118.9(±87.5)	46.3(±63.8)

업소의 관할 세무서 신고 형태는 네일아트업은 기타업종으로 신고했다는 응답이 52.4%로 가장 높았고, 미용업(공중위생업종)으로 신고했다는 응답이 45.6%, 세무서에 신고하지 않았다는 응답이 1.9%였다. 기타 의견의 대부분은 ‘네일아트’나 ‘네일서비스’가 많았으나 ‘네일재료도매’ 또는 ‘미용재료판매’ 등의 응답도 적지 않았다. 반면 메이크업업은 미용업(공중위생업종)으로 신고했다는 응답이 64.4%로 가장 많았으며, 기타업종으로 신고했다는 응답은 25.5%, 세무서에 신고하지 않았다는 응답은 6.1%인 것으로 나타났다. 기타 의견의 대부분은 ‘메이크업’으로 신고했다는 것이었다.

〈표 2-14〉 조사대상 업소의 세무서 신고 형태

(단위: %, 명)

업종	전체(N)	신고안함	미용업	기타
네일아트업	100.0(103)	1.9	45.6	52.4
메이크업업	100.0(98)	6.1	68.4	25.5

응답 업소들의 영업 형태들을 개인, 프랜차이즈 직영, 프랜차이즈 대리점 등으로 나누어 조사하였다. 네일아트업과 메이크업업 응답자들 모두 개인 차원에서의 영업이 88.4%, 90.0%를 차지하여 가장 높았으며, 프랜차이즈 형태의 영업(직영 및 대리점 포함)은 네일아트업 9.0%, 메이크업업 4.0% 정도인 것으로 나타났다.

〈표 2-15〉 조사대상 업소의 영업 형태

(단위: %, 명)

업종	전체(N)	개인	프랜차이즈 직영	프랜차이즈 대리점	기타
네일아트업	100.0(112)	88.4	4.5	4.5	2.6
메이크업업	100.0(100)	90.0	3.0	1.0	6.0

영업 형태와 함께 업소의 개설 형태를 질문하였다. 네일아트업의 경우에는 단독샵과 샵인샵(shop-in-shop)으로 나누어 조사문항을 구성하였으며, 메이크업업의 경우에는 별도의 업소를 개설하지 않고 프리랜서 형태의 출장영업을 추가하여 조사문항을 구성하였다. 조사 결과 네일아트업소들은 86.6%가 단독샵 형태로 개설되어 있었으며, 샵인샵 형태의 개설은 13.4%인 것으로 나타났다. 메이크업업의 경우에도 단독샵 형태의 개설이 응답업소의 70.3%로 가장 높았으며, 샵인샵 형태의 개설은 23.8%였다. 메이크업업 가운데 업소 개설없이 프리랜서 형태의 출장영업을 수행한다는 응답은 5.9%였다.

〈표 2-16〉 조사대상 업소의 개설 형태

(단위: %, 명)

업종	전체(N)	단독샵	숍인숍	프리랜서 출장영업
네일아트업	100.0(112)	86.6	13.4	-
메이크업업	100.0(101)	70.3	23.8	5.9

단독샵이거나 샵인샵 형태로 업소를 운영하는 경우 업소 건물의 임대 형태와 전·월세에 따른 보증금 및 임대료 수준을 조사하였다. 네일아트업소 응답자들에게서 가장 많은 임대 형태는 월세 임대가 85.1%로 가장 높았으며, 전세 임대와 자가 이용은 각각 4.0% 및 3.0%에 그쳤다. 월세 형태로 건물을 임대하여 영업하는 경우의 평균 보증금은 약 2,750만원, 평균 월세는 약 137만원이었으며, 전세 형태로 영업하는 경우의 평균 전세보증금은 약 4,333만원인 것으로 조사되었다.

메이크업업소 응답자들 역시 월세 임대가 79.5%로 가장 많았다. 전세 임대는 9.1%였으며, 자가 이용은 3.4%인 것으로 나타났다. 월세 형태로 메이크업업소를 운영하는 경우 평균 보증금은 약 5,580만원 수준이라고 응답하였으며, 평균 월세는 약 400만원 정도였다. 전세 형태인 경우 평균 전세보증금은 약 2,800만원으로 조사되었다. 한편, 네일아트 및 메이크업 양 업소 모두 기타 의견은 수입에 따라 가변적인 임대 형태를 택한다는 내용이 많았다.

〈표 2-17〉 조사대상 업소의 임대 형태 및 임대 비용

(단위: %, 명, 만원)

업종	전체(N)	전세		월세			자가	기타
		구성 비율	평균 전세보증금	구성 비율	평균 보증금	평균 월세		
네일아트업	100.0(101)	4.0	4,333	85.1	2,750	137	3.0	7.9
메이크업업	100.0(88)	9.1	2,800	79.5	5,580	400	3.4	8.0

업소의 일반적인 영업 현황을 파악하기 위하여 네일아트업의 경우에는 네일아트 의자의 수를, 메이크업업의 경우에는 메이크업 의자의 수를 조사하였다. 조사 결과 네일아트업소와 메이크업업소의 평균 의자 수는 각각 3.9개와 5.2개로 나타났다.

〈표 2-18〉 조사대상 업소의 평균 의자 수

(단위: 개)

업종	평균 의자 수
네일아트업(네일아트 의자)	3.9(±1.7)
메이크업업(메이크업 의자)	5.2(±6.0)

업소 내의 요금표 게시 여부에 대한 문항에서는 업종별로 차이가 있었다. 네일아트업의 경우에는 응답업소의 94.6%가 요금표를 게시하고 있다고 응답한 반면, 메이크업업의 경우에는 요금표를 게시하고 있다고 응답한 업소의 비율이 60.2%에 머무르는 것으로 나타나, 상대적으로 게시율이 떨어졌다.

〈표 2-19〉 조사대상 업소의 요금표 게시 현황

(단위: %, 명)

업종	전체(N)	게시	미게시
네일아트업	100.0(111)	94.6	5.4
메이크업업	100.0(93)	60.2	39.8

메이크업업의 경우 별도의 업소를 개설하지 않고 프리랜서 출장영업을 통해 활동하는 경우도 적지 않은 것으로 알려져 있다. 본 설문조사에서는 프리랜서 출장영업을 수행할 경우의 고객 확보 경로 및 출장 횟수와 요금 등을 조사하였다. 한편, 본 조사에서는 단독샵 또는 샵인샵 형태의 업소를 개설하고 있으면서 출장영업을 병행하고 있는 경우에도 출장영업 부분을 별도로 구분하여 순수한 프리랜서 출장영업을 수행하고 있는 응답자들과 함께 조사하였다.

먼저 출장영업의 고객 확보 경로에 대해서는 지인의 소개를 통한 확보가 48.3%로 가장 많았고, 다음으로 개인 홍보를 위한 인터넷 홈페이지를 통해서 확보한다는 응답도 35.0%로 높게 나타났다. 메이크업 아티스트 공고 등을 통한 고객 확보는 3.3% 정도인 것으로 조사되었다. 출장영업을 통한 1개월 평균 출장횟수는 월2회가 28.1%로 가장 많았고, 월3회 25.0%, 월1회 18.8%, 월4회 12.5% 등의 순이었다. 월5회 이상의 출장횟수는 응답자의 15.7%였다. 회당 평균 출장 메이크업 요금은 10만원이라는 응답이 27.5%로 가장 많았으며, 15만원은 22.5%, 20만원은 17.5%, 30만원은 15.0%인 것으로 조사되었다. 마지막으로 프리랜서 출장영업을 하면서 단독샵이나 샵인샵 형태로 개설하지 않는 이유에 대해서 질문하였다(중복응답 허용). 가장 많은 응답자들이 선택한 이유는 업소를 개설할 자본의 부족(35.7%) 및 출장영업 위주로 운영하는 것이 수익성이 더 좋기 때문(35.7%)으로 나타나서 주로 경제적인 이윤 획득에 유리하기 때문인 것으로 나타났다. 미용사자격증이 없이 때문에 출장영업을 한다는 응답은 4.8%에 불과하였으며, 기타 의견으로는 자유로운 근무 환경을

선호하기 때문이거나 적성에 잘 맞는 근무형태이기 때문이라는 것 등이 제시되었다.

〈표 2-20〉 메이크업 종사자의 출장영업 현황

(단위: %)

	구성비율		구성비율
고객 확보 방법		평균 출장 요금	
메이크업아티스트 공고	3.3	7만원 이하	12.5
인터넷 홈페이지	35.0	10만원	27.5
지인 소개	48.3	15만원	22.5
기타	13.3	20만원	17.5
		25만원	5.0
1개월 평균 출장횟수		30만원	15.0
월1회	18.8		
월2회	28.1	출장영업 이유(중복응답)	
월3회	25.0	개설자본 부족	35.7
월4회	12.5	미용사자격증 미보유	4.8
월5회 이상	15.7	수익성이 더 좋음	35.7

네일아트업소의 일반 매니큐어 요금과 메이크업 업소의 일반 메이크업 요금을 조사하였다. 응답 업소들의 평균 매니큐어 요금과 메이크업 요금은 각각 14,120원과 101,300원 수준인 것으로 나타났다.

〈표 2-21〉 조사대상 업소의 일반 매니큐어 및 메이크업 요금

(단위: 원)

업종	평균 요금
네일아트업(일반 매니큐어)	14,120(±3,053)
메이크업업(일반 메이크업)	101,300(±70,741)

네일아트업소와 메이크업업소의 종사자 수를 조사하였다. 두 업종의 종사자수는 유급종사자의 수와 무급가족종사자의 수(본인 제외) 및 계약직(비정규적으로 주 2~3회 업무 특성에 따라 근무하는 인력)으로 나누어 조사하였다.

조사 결과 네일아트업소에서 근무하는 평균 유급종사자의 수는 2.80명, 평균 무급가족종사자의 수는 1.36명, 평균 계약직 종사자의 수는 1.88명인 것으로 나타났다. 또한 응답 업소 전체의 평균 총종사자 수는 2.83명으로 조사되어 각 업소당 약 2~3명이 근무하는 규모인 것으로 조사되었다. 메이크업업소는 네일아트업소에 비해서

상대적으로 종사자의 규모가 컸다. 메이크업업소에서 근무하는 평균 유급종사자의 수는 4.39명, 평균 무급가족종사자의 수는 1.64명이었고, 평균 계약직 종사자의 수는 2.19명이었다. 메이크업업소 전체의 평균 총 종사자는 6.45명으로 조사되어 네일아트업소에 비해서 약 2.3배 많은 인력이 근무하고 있었고, 각 업소당 근무인력은 약 6~7명인 것으로 나타났다.

〈표 2-22〉 조사대상 업소의 종사 인력 현황

(단위: 명)

	네일아트	메이크업
총종사자	2.83(±1.84)	6.45(±10.52)
유급종사자	2.80(±1.77)	4.39(±5.98)
무급가족종사자	1.36(±1.12)	1.64(±2.25)
계약직종사자	1.88(±1.54)	2.19(±1.91)

계약직 종사자의 업무내용은 거의 대부분 각 업소의 고유한 업무 영역인 것으로 조사되었다(중복응답 허용). 네일아트업소의 계약직들의 주요 업무 내용으로 가장 많은 것은 ‘네일아트’로서 응답자의 88.0%가 관련 업무를 담당하는 것으로 조사된 반면, 피부관리미용이나 메이크업을 계약직 종사자가 담당하는 경우는 매우 적었다. 메이크업업소 역시 대부분의 계약직 종사자들이 메이크업(66.2%)과 메이크업 보조(33.8%) 업무를 수행하고 있는 반면, 피부관리미용(4.6%)이나 네일(1.5%)업무를 수행하는 경우는 상대적으로 매우 낮았다.

〈표 2-23〉 조사대상 업소 계약직 종사자들의 업무내용(중복응답)

(단위: %)

업종	피부관리미용	네일아트	메이크업	메이크업 보조
네일아트업	2.0	88.0	-	-
메이크업업	4.6	1.5	66.2	33.8

각 업소에서 현재 종사하고 있는 종사자들의 평균 연령은 주로 20대와 30대에 집중되어 있었다. 네일아트업소의 경우에는 종사인력의 평균연령이 20대라는 응답이 56.7%로 가장 많았고, 30대라는 응답이 41.3%였으며, 40대 이상은 1.9%에 불과하였다. 메이크업업소의 경우에도 큰 차이가 없었는데, 종사인력의 평균연령은 20대

(63.3%), 30대(30.0%)가 대부분이었고, 40대 이상이라는 응답은 6.7%인 것으로 조사되었다.

〈표 2-24〉 조사대상 업소 종사자들의 평균 연령

(단위: %, 명)

업종	전체(N)	20대	30대	40대	50대 이상
네일아트업	100.0(104)	56.7	41.3	1.9	-
메이크업업	100.0(90)	63.3	30.0	5.6	1.1

다음으로 응답한 업소들에서 근무하는 인력들의 자격증 및 면허 현황에 대하여 조사하였다. 자격 및 면허는 ①노동부장관이 시행하는 기술자격 검정에 합격하여 받는 ‘국가자격증’, ②2년제 이상의 대학 미용에 관한 학과 졸업, 교육부장관이 인정하는 고등기술학교에서 1년 이상 미용에 관한 소정의 과정 이수, 국가기술자격법에 의한 미용사의 자격을 취득한 후 지자체 담당부서에서 발급하는 ‘국가면허증’, ③네일아트 또는 메이크업 관련 협회에서 인정하는 소정의 과정을 이수하고, 해당 협회 자격시험에 합격한 후 협회에서 발급하는 ‘민간자격증’ 등으로 구분하였다.

조사 결과 네일아트업소의 경우 국가자격증을 보유한 인력은 평균 1.34명, 국가면허증을 보유한 인력은 평균 1.14명, 민간자격증을 보유한 인력은 평균 2.26명인 것으로 조사되었다. 네일아트업의 경우 아직까지는 공공기관(노동부 또는 지자체)이 발급하는 면허 또는 자격증에 비하여 네일아트 관련 협회에서 발급하는 민간자격증으로 업무를 수행하는 인력이 보다 많음을 알 수 있다. 메이크업업소의 경우에는 네일아트업소와 다소 상이한 경향을 보였다. 국가자격증을 보유한 인력이 평균 4.76명, 국가면허증을 보유한 인력이 3.00명, 민간자격증을 보유한 인력이 평균 3.14명으로 조사되어 상대적으로 국가자격증 보유 인력 비중이 높은 것으로 나타났다.

〈표 2-25〉 조사대상 업소 종사자의 자격 및 면허 현황

(단위: 명)

	네일아트	메이크업
국가자격증	1.34	4.76
국가면허증	1.14	3.00
민간자격증	2.26	3.14

업소에서 종사하는 근무인력의 평균 근무 기간은 네일아트업과 메이크업업 모두 2년이 되지 못하는 것으로 조사되어 근무인력의 이직이 매우 잦은 현실을 보여주었다. 네일아트업소의 경우 현재 종사자의 평균 근무 기간은 16.5개월이었으며, 메이크업업소의 경우에는 21.1개월이었다.

종사자들이 이직하게 되는 주요 원인에 대해서는 ‘낮은 임금’ 때문이라는 응답이 네일아트업(47.1%) 및 메이크업업(41.9%)에서 모두 가장 높았다. 다음으로 과로(네일아트업: 9.8%, 메이크업업: 11.6%), 대학 또는 대학원 진학(네일아트업: 3.9%, 메이크업업: 11.6%) 등으로 나타나서 종사자들의 열악한 근무환경과 처우가 잦은 이직의 원인인 것으로 조사되었다. 기타 의견도 상당히 많았는데, 구체적으로 이직 이유를 밝힌 경우 결혼 또는 육아, 이사, 종사자 개인의 개업 또는 동종업종간 경쟁에 따른 다른 업소로의 이직 등이 높은 비율을 차지하였다.

〈표 2-26〉 조사대상 업소 종사자들의 평균 근무기간 및 이직 이유

(단위: %, 명, 개월)

업종	전체(N)	낮은 임금	진학	유해물질 노출	과로	기타	평균 근무기간
네일아트업	100.0(102)	47.1	3.9	2.0	9.8	37.3	16.5
메이크업업	100.0(86)	41.9	11.6	-	11.6	34.9	21.1

조사응답 업소들에서 제공하고 있는 서비스는 네일아트업소의 경우에는 네일아트 서비스가 98.2%로 가장 많았다. 그 외에 피부관리와 메이크업 서비스를 제공하는 업소가 각각 5.4%였으며, 머리미용(3.6%), 웨딩(1.8%) 서비스를 제공하는 업소도 있는 것으로 조사되었다. 메이크업업소의 경우에는 네일아트업소에 비해 상대적으로 다양한 서비스를 제공하고 있었다. 고유한 서비스라 할 수 있는 메이크업 서비스 제공이 93.9%로 가장 많았지만, 머리미용(50.0%), 네일아트(18.4%), 피부관리(12.2%) 등의 서비스를 제공한다는 응답도 높게 나타났다.

〈표 2-27〉 조사대상 업소들의 제공 서비스(중복응답)

(단위: %)

업종	머리미용	피부관리	메이크업	네일아트	웨딩
네일아트업	3.6	5.4	5.4	98.2	1.8
메이크업업	50.0	12.2	93.9	18.4	-

조사응답 업소들에서 판매하고 있는 제품에 대한 조사 결과도 앞서 제공 서비스 결과와 유사한 양상이었다. 우선 네일아트업소들의 경우 네일아트 관련 상품을 판매하고 있다고 응답한 업소는 조사대상 업소의 97.3%였고, 화장품 6.4%, 헤어 관련 상품 5.5%, 피부관리 관련 상품 4.5% 등의 순으로 나타났다. 반면 네일아트업소에서 판매하고 있는 제품이 없다는 업소는 단 한군데도 조사되지 않았다. 메이크업업소들의 경우에는 헤어 관련 상품을 판매하고 있다는 응답이 43.8%로 가장 높고, 화장품 25.0%, 피부관리 관련 상품 6.3% 등의 순으로 높았지만, 판매하고 있는 제품이 없다는 업소도 35.4%나 되는 것으로 조사되었다.

〈표 2-28〉 조사대상 업소들의 판매 제품(중복응답)

(단위: %)

업종	헤어 관련 상품	피부관리 관련 상품	화장품	네일 관련 상품	없음
네일아트업	5.5	4.5	6.4	97.3	-
메이크업업	43.8	6.3	25.0	5.2	35.4

업소에서 판매하고 있는 제품의 월매출액은 네일아트업소의 경우 월평균 50만원 미만이라는 응답이 56.7%로 가장 높았고, 50~100만원 미만이 16.3%, 100~300만원 미만이 14.3%로 나타났다. 메이크업업소의 경우에는 월평균 50만원 미만이 70.2%, 50~100만원 미만이 8.3%인 것으로 조사되었다. 앞서 판매 제품 현황에서 나타난 것과 같이 업소 운영에 있어서 네일아트업은 메이크업업에 비해 상대적으로 제품 판매에 의존하는 비중이 큰 것으로 분석된다. 메이크업업소들의 경우 관련 제품을 판매하지 않는 업소의 비율도 높는데, 이는 판매 제품의 월 매출액 수준에도 영향을 미치고 있는 것으로 사료되며, 네일아트업에 비하여 업소 경영에서 제품 판

매의 비중이 적을 것으로 예상되는 결과이다.

〈표 2-29〉 조사대상 업소들의 판매 제품 월 매출액

(단위: 명, %)

업종	100.0(N)	50만원 미만	50~100만원 미만	100~300만원 미만	300만원 이상	기타
네일아트업	100.0(104)	56.7	16.3	14.4	8.7	3.8
메이크업업	100.0(84)	70.2	8.3	7.2	2.4	11.9

응답 업소들의 일반 동향과 관련하여서는 마지막으로 업소 내의 컴퓨터 활용 분야를 조사하였다. 네일아트업소에서 컴퓨터를 가장 많이 활용하는 분야는 ‘일반적인 인터넷 활용(정보수집)’으로서 응답업소의 50.0%가 활용하고 있었다. 다음으로는 ‘고객 관리’ 분야에 활용하는 업소가 40.2%였으며, ‘예약’ 11.6%, ‘장부 등 경영수지 정리’ 8.9% 등의 순으로 활용빈도가 높았다. 업소에 컴퓨터가 없다는 응답은 25.0%로 나타났다.

메이크업업소에서 컴퓨터를 가장 많이 활용하는 분야는 네일아트업과 마찬가지로 ‘일반적인 인터넷 활용(정보수집)’으로서 응답업소의 53.5%가 이에 해당하였다. 다음으로는 ‘고객 관리’에 42.4%, ‘홈페이지 운영’에 33.3%, ‘예약’에 20.2%, ‘장부 등 경영수지 정리’에 17.2%의 업소들이 컴퓨터를 활용하는 것으로 조사되었다. 메이크업업소의 경우 업소에 컴퓨터가 없다는 응답은 14.1%였다.

〈표 2-30〉 조사대상 업소들의 컴퓨터 활용 분야(중복응답)

(단위: %)

업종	컴퓨터 없음	고객 관리	경영수지 정리	재고 관리	일반적 인터넷 활용	홈페이지 운영	예약	결제
네일아트업	25.0	40.2	8.9	6.3	50.0	8.0	11.6	2.7
메이크업업	14.1	42.4	17.2	10.1	53.5	33.3	20.2	9.1

2. 경영 동향

조사대상 업소들의 경영 동향을 알아보기 위하여 먼저 1일 평균 고객의 수를 조사하였다. 조사에 응답한 네일아트업소의 경우 1일 평균 고객이 약 10.9명인 것으로 조사되었으며, 평균 고객 수가 가장 많은 업소의 경우 하루에 50명까지 이용하는

것으로 나타났다. 메이크업업소의 경우에는 1일 평균 고객이 약 9.9명인 것으로 나타났다는데, 평균 고객 수가 가장 많은 업소의 경우 하루에 70명까지 이용하는 업소도 있었다.

〈표 2-31〉 조사대상 업소의 1일 평균 고객 수

(단위: 명)

업종	1일 평균 고객 수
네일아트업	10.9(±7.9)
메이크업업	9.9(±11.3)

업소 내에서 판매하는 제품의 판매 매출을 제외하고 순수한 서비스(네일아트서비스, 메이크업서비스)로 구성되는 연평균 매출액에 대해서 네일아트업과 메이크업업 모두 연간 2천만원 미만이라는 응답이 가장 많아서(네일아트업: 47.5%, 메이크업업: 50.6%) 업소 운영을 위하여 필요한 각종 비용지출을 고려하면 수익 규모가 열악한 편인 것으로 평가된다.

업종별로는 네일아트업의 경우 2천만원~4천만원 미만의 연평균 매출액을 가진 업소가 25.7%, 4천만원 이상의 연평균 매출액을 가진 업소가 26.8%로 나타났고, 메이크업업의 경우에는 2천만원~4천만원 미만의 연평균 매출액을 가진 업소가 13.8%, 4천만원 이상의 연평균 매출액을 가진 업소가 35.6%로 나타났다.

〈표 2-32〉 조사대상 업소들의 연평균 서비스 매출액

(단위: %, 명)

업종	전체(N)	2천만원 미만	2천~4천만원 미만	4천만원 이상
네일아트업	100.0(101)	47.5	25.7	26.8
메이크업업	100.0(87)	50.6	13.8	35.6

조사에 응답한 업소들의 매출액 지출구성을 임대료, 종사원 인건비, 재료비, 경상 운영비(공공요금, 보험료, 수리비 등), 순이익으로 구분하여 조사하였다. 조사 결과 네일아트업과 메이크업업 모두 인건비와 임대료에 매출의 절반 이상을 지출하는 구조를 가지고 있었으며, 매출 가운데 순이익이 차지하는 비중은 약 1/5 수준인 것으로 나타났다.

네일아트업소들의 경우 전체 매출액 지출 가운데 가장 높은 구성비율을 차지하는 분야는 종사원 인건비로 32.4%에 해당하는 것으로 나타났다. 다음으로는 임대료 지출 22.5%, 순이익 21.1%의 순으로 조사되었다. 메이크업업소들의 경우에도 네일아트업소들의 지출액 구성과 동일한 경향을 보여주었다. 종사원 인건비로 지출되는 비중이 30.2%로 가장 높았으며, 업소 임대료 지출이 25.7%인 것으로 나타났다. 순이익이 구성하는 비율은 20.2%였다.

〈표 2-33〉 조사대상 업소들의 매출액 지출 구성

(단위: %)

	네일아트	메이크업
임대료	22.5	25.7
종사원 인건비	32.4	30.2
재료비	14.5	13.7
경상운영비	11.1	11.3
순이익	21.1	20.2

전년 대비한 업소의 경영상태 평가에 대해서는 네일아트업과 메이크업업 모두 어려워졌다는 응답이 많았다. 네일아트업소들의 경우 전년도에 비해 경영이 어려워졌다는 평가는 80.2%(매우 어려움: 28.3%, 어려움: 51.9%)에 이르렀으며, 좋다는 응답은 0.9%에 불과하였다. 메이크업업소들의 경우에는 상대적으로 전년 대비 경영상태를 어렵게 보는 비율은 낮았으나(매우 어려움: 21.7%, 어려움: 41.3%), 역시 업소 10개소 가운데 6개소 이상이 경영상의 어려움을 호소하고 있었다. 메이크업업소의 경영이 지난 해보다 좋다는 응답은 1.1%에 불과하였다.

〈표 2-34〉 조사대상 업소들의 전년 대비 경영상태

(단위: 명, %)

업종	100.0(N)	매우 어려움	어려움	보통	좋음	매우 좋음
네일아트업	100.0(106)	28.3	51.9	18.9	0.9	-
메이크업업	100.0(92)	21.7	41.3	35.9	1.1	-

추가로 전년도에 비해 매출액 증감률을 조사하였다. 네일아트업과 메이크업업 모

두 전년도에 비해 연간 매출액이 감소했다는 응답이 많았다. 네일아트업소들은 매출액이 감소했다는 응답이 77.0%인 반면, 증가했다는 응답은 3.0%인 것으로 조사되었고, 메이크업업소들은 매출액 감소가 59.3%, 증가가 5.8%로 나타났다. 전년도와 비교하여 변화가 없다는 응답은 네일아트업과 메이크업업 각각 20.0%, 34.9%였다.

전년 대비 매출액의 증가·감소 수준에 대해서는 네일아트업소들의 경우 증가했다는 업소들의 증가율은 5.0%, 감소했다는 업소들의 감소율은 22.1% 수준이라고 응답하였으며, 메이크업업소들의 경우에는 증가율과 감소율이 각각 5.0%, 26.1% 수준인 것으로 응답하였다.

〈표 2-35〉 조사대상 업소들의 전년 대비 매출액 증감 현황

(단위: %, 명)

업종	전체(N)	증가		감소		변화 없음
		구성비율	전년대비 증가율	구성비율	전년대비 감소율	
네일아트업	100.0(100)	3.0	7.5	77.0	22.1	20.0
메이크업업	100.0(86)	5.8	5.0	59.3	26.1	34.9

전년 대비 업소의 매출액 증가 또는 감소의 원인에 대해서는 네일아트업소들의 경우 손님 수 증감을 지적한 경우가 응답업소들의 65.0%를 차지하여 가장 많았고, 메이크업업소들의 경우에도 같은 원인을 매출액 증감의 가장 큰 원인으로 선택하였다(72.4%). 그 외에 조사 응답자들이 매출액 증가에 영향을 미친 주요 요인으로 지적한 것은 네일아트업의 경우 동일업종의 증가(60.0%), 유사업종 과다(38.8%), 인건비 인상 또는 인하(30.0%) 등과 같이 주로 유사한 업종의 증가에 따른 과열경쟁이었으며, 메이크업업의 경우에는 손님 수의 증감 다음으로 인건비 인상 또는 인하(48.3%), 동일업종 증가(46.6%), 원재료비 인상 또는 인하(31.0%) 등 주로 비용 지출의 증가 요인들에서 원인을 찾는 경향이였다. 반면 공과금의 인상 또는 인하, 시설 재투자, 유류비 인상 등을 매출액 변동의 원인으로 지적한 경우는 그다지 높지 않은 것으로 나타났다.

〈표 2-36〉 조사대상 업소들의 전년 대비 매출액 증감 요인(중복응답)

(단위: %)

순위	네일아트업		메이크업업	
	증감 요인	비율	증감 요인	비율
1	손님 수 증감	65.0	손님 수 증감	72.4
2	동일업종 증가	60.0	인건비 인상·하	48.3
3	유사업종 과다	38.8	동일업종 증가	46.6
4	인건비 인상·하	30.0	원재료비 인상·하	31.0
5	원재료비 인상·하	25.0	유사업종 과다	22.4
6	주변여건 변화	17.5	요금 인상·하	19.0
7	공과금 인상·하	13.8	공과금 인상·하	17.2
8	요금 인상·하	6.3	주변여건 변화	13.8
9	시설 채투자	2.5	시설 채투자	8.6
10	유류비 상승	-	유류비 상승	5.2

향후 업소의 경영상태 전망에 대해서는 어려워질 것이라는 전망을 하고 있는 업소의 비율이 네일아트업 44.6%(매우 어려워질 것: 8.2%, 어려워질 것: 36.4%), 메이크업업 47.4%(매우 어려워질 것: 11.2%, 어려워질 것: 36.2%) 등으로 조사되었으며, 좋아질 것으로 전망한 경우는 각각 12.7%, 21.5%로 조사되었다. 지금의 경영상태와 큰 변화없이 비슷할 것이라는 응답은 네일아트업 42.7%, 메이크업업 30.6% 등으로 나타나, 많은 응답자들이 현상 유지 또는 경영 상태가 악화될 것으로 예상하고 있었다.

〈표 2-37〉 조사대상 업소들의 향후 경영 상태 전망

(단위: 명, %)

업종	100.0(N)	매우 어려워짐	어려워짐	비슷	좋아짐	매우 좋아짐
네일아트업	100.0(110)	8.2	36.4	42.7	10.0	2.7
메이크업업	100.0(98)	11.2	36.2	30.6	18.4	3.1

향후 업소의 경영상태가 어려워지거나 현재와 비슷한 수준일 것이라고 응답한 응답자들만을 대상으로 그 이유는 어디에서 찾을 수 있을지를 질문한 결과, 네일아트

업소 응답자들이 가장 많이 지적한 원인은 ‘동일업종의 증가에 따른 매출유지 어려움(58.1%)’이었으며, 다음으로 ‘인건비 인상으로 인한 경영상의 어려움(24.7%)’, ‘원재료비 인상으로 인한 경영상의 어려움(10.8%)’ 등의 순으로 응답하였다. 메이크업업소 응답자들이 지적한 내용도 크게 다르지 않았다. ‘동일업종의 증가에 따른 매출유지 어려움’을 지적한 응답자들이 50.0%로 가장 많았고, ‘인건비 인상(38.2%)’, ‘원재료비 인상(10.3%)’ 등의 순서로 나타났다.

〈표 2-38〉 조사대상 업소들의 향후 경영상태 악화 전망 이유

(단위: 명, %)

업종	100.0(N)	시설 노후화	인건비 인상	원재료비 인상	동일업종 증가
네일아트업	100.0(93)	6.5	24.7	10.8	58.1
메이크업업	100.0(68)	1.5	38.2	10.3	50.0

앞으로 업소의 경영상태가 악화될 경우의 대책에 대해서 질문한 결과, 네일아트업소의 경우에는 44.0%, 메이크업업소의 경우에는 52.6%가 ‘오히려 적극적으로 사업을 추진’할 것이라고 응답하여 공격적이고 능동적으로 대처해 나갈 계획임을 보여주었다. 폐업(네일아트업: 11.9%, 메이크업업: 14.7%)이나 업종변경(네일아트업: 9.2%, 메이크업업: 4.2%) 등 현재 종사중인 업종의 포기 또는 변화를 주는 방식의 대책을 선택한 경우는 상대적으로 낮았으며, ‘대책이 없다’라는 응답도 네일아트업소 22.0%, 메이크업업소 18.9%로 나타나서 5개 업소 중 1개 업소 비율로 경영 악화에 무방비한 취약성을 보여주었다.

〈표 2-39〉 조사대상 업소들의 향후 경영악화시 대책

(단위: 명, %)

업종	100.0(N)	대책없음	적극적 사업추진	폐업	업종변경	기타
네일아트업	100.0(109)	22.0	44.0	11.9	9.2	11.9
메이크업업	100.0(95)	18.9	52.6	14.7	4.2	9.5

향후 관련 업종에 대한 지원방안과 효과적인 정책 수립을 위하여 네일아트업소와 메이크업업소를 운영하면서 겪게 되는 애로사항을 조사하였다. 네일아트업과 메이크

업업 모두 유사하거나 동일한 업종이 과다하게 창업되고 있다는 점을 가장 큰 애로사항으로 꼽았다(네일아트업: 71.6%, 메이크업업: 59.8%). 미용에 대한 관심이 높아지면서 동일하거나 유사한 서비스를 제공하는 경쟁 업소의 증가에 따른 상권의 감소와 기득권의 축소를 가장 큰 문제점으로 인식하고 있는 것이다. 네일아트업소의 경우 경쟁 격화 다음으로 큰 애로사항으로 지적한 것이 ‘종사자 부족(38.5%)’이었다. 최근 미용 관련 업종에서 배출되고 있는 민간자격증 등을 감안한다면 이는 종사자의 절대적인 숫자의 부족이라기보다는 잦은 이직에 따른 원활하지 못한 인력 공급에 애로사항을 느끼는 것으로 해석된다. 다음으로 ‘인건비의 상승(37.6%)’, ‘점포 임차료 상승(33.9%)’ 등 경영상의 비용 증가도 네일아트업 운영에 있어서 중요한 애로사항으로 지적되었다.

메이크업업소의 경우에는 경쟁 격화 다음으로 지적된 것이 경영상의 비용 증가를 의미하는 ‘인건비의 상승(44.3%)’, ‘점포 임차료 상승(42.3%)’ 등이었다. 물론 메이크업업에서도 종사자의 부족은 중요한 애로사항 중 하나이나, ‘원재료 가격의 상승(30.9%)’과 함께 업소 운영을 위한 기본 비용의 증가가 경영상의 어려움을 가중시키는 것으로 인식하고 있었다.

〈표 2-40〉 조사대상 업소들의 운영 과정에서의 애로사항(중복응답)

(단위: %)

순위	네일아트업		메이크업업	
	애로사항	비율	애로사항	비율
1	과다한 동일 업종 창업	71.6	과다한 동일 업종 창업	59.8
2	종사자 부족	38.5	인건비의 상승	44.3
3	인건비의 상승	37.6	점포 임차료 상승	42.3
4	점포 임차료 상승	33.9	종사자 부족	32.0
5	정부의 비현실적인 규제단속	30.3	원재료 가격의 상승	30.9
6	원재료 가격의 상승	25.7	사업자금 용자의 어려움	16.5
7	상권변화 등으로 손님 감소	22.0	정부의 비현실적인 규제단속	15.5
8	사업자금 용자의 어려움	17.4	상권변화 등으로 손님 감소	15.5
9	시설·설비의 개·보수비 부담	7.3	시설·설비의 개·보수비 부담	14.4
10	업종의 사양화	5.5	특별히 애로사항 없음	9.3
11	업소설비의 노후화	4.6	경영개선을 위한 정보 부족	1.0
12	경영개선을 위한 정보 부족	4.6		
13	특별히 애로사항 없음	0.9		

조사대상 업소들의 평균적인 부채 상황을 조사한 결과 현재 부채를 가지고 있다고 응답한 경우는 네일아트업소가 38.0%였으며, 메이크업업소가 36.7%로 조사되었으며, 이들 업소들의 평균 부채액은 각각 2,914만원과 26,531만원 규모였다.

〈표 2-41〉 조사대상 업소들의 부채 현황

(단위: %, 명, 만원)

업종	전체(N)	증가	
		부채보유 업소비율	평균 부채액
네일아트업	100.0(112)	38.0	2,914(±2,639)
메이크업업	100.0(101)	36.7	26,531(±66,693)

최근 3년간 업소의 기구, 기기, 시설, 설비 등에 투자한 금액은 네일아트업소의 경우 500만원 미만인 경우가 36.2%로 가장 많았고, 1,000만원~3,000만원 미만을 투자한 경우가 26.7%, 500만원~1,000만원 미만을 투자한 경우가 18.2%, 3,000만원 이상을 투자한 경우가 12.4%인 것으로 나타났다. 최근 3년간 투자한 금액이 없

다고 응답한 업소는 6.7%였다.

메이크업업소의 경우에는 네일아트업소에 비하여 기기나 시설에 투자한 금액이 상대적으로 소액인 것으로 조사되었는데, 1,000만원 이상을 투자한 경우가 31.0%로 가장 많았지만, 투자가 없었다는 응답도 23.8%나 되었으며, 100~500만원 미만을 투자한 경우가 22.6%, 500~1,000만원 이하를 투자한 경우가 16.7%인 것으로 조사되었다.

〈표 2-42〉 조사대상 업소들의 최근 3년간 기구·기기·시설·설비 투자액

(단위: 명, %)

업종	100.0(N)	없음	500만원 미만	500~1,000만원 미만	1,000~3,000만원 미만	3,000만원 이상
네일아트업	100.0(105)	6.7	36.2	18.2	26.7	12.4
업종	100.0(N)	없음	100만원 미만	100~500만원 미만	500~1,000만원 미만	1,000만원 이상
메이크업업	100.0(84)	23.8	6.0	22.6	16.7	31.0

기기와 시설 설비의 투자비용 마련 방법은 업종별로 차이를 보였다. 네일아트업소의 경우 가장 많은 비용 마련 방법은 ‘자비’로서 53.8%의 응답율을 보였으며, 다음으로 높게 나타난 방법이 ‘은행대출’ 23.1%, ‘친구·친지로부터의 대출’이 15.4% 등의 순으로 나타난 반면, 메이크업업소의 경우에는 ‘은행대출’이 53.9%로 가장 높았고, 다음으로 ‘자비’ 36.8%, ‘친구·친지로부터의 대출’ 6.6% 등과 같이 나타났다.

〈표 2-43〉 조사대상 업소들의 기기 및 시설 설비 투자비용 마련 방법

(단위: 명, %)

업종	100.0(N)	대책없음	적극적 사업추진	폐업	업종변경	기타
네일아트업	100.0(104)	22.0	44.0	11.9	9.2	11.9
메이크업업	100.0(76)	18.9	52.6	14.7	4.2	9.5

개·보수한 시설과 설비, 기구·기기 가운데 가장 많았던 것은 실내 인테리어 부분으로서 네일아트업소의 72.5%, 메이크업업소의 56.1%가 이에 해당하였다. 다음으로는 실내 집기류를 보완한 경우가 각각 12.7%, 12.3%로 나타나서 대부분의 투자

가 실내 집기 또는 인테리어에 활용된 것으로 나타났다.

〈표 2-44〉 조사대상 업소들의 기기 및 시설 설비 투자 대상 종류

(단위: 명, %)

업종	100.0(N)	주차장	건물 외벽	실내 인테리어	실내 집기류	미용설비	화장품	기타
네일아트업	100.0(102)	1.0	2.9	72.5	12.7	6.9	-	3.9
메이크업업	100.0(73)	6.8	5.5	56.1	12.3	5.5	11.0	2.7

업소 운영을 위하여 대출거래를 할 경우 주로 이용하는 기관이 어느 곳인지를 조사하였다. 거의 대부분의 응답자들이 일반은행을 이용하는 것으로 나타났는데, 네일아트업소들의 경우 응답업소의 88.7%가, 메이크업업소들의 경우 응답업소의 92.9%가 일반은행을 대출거래의 주요 대상으로 삼고 있었다. 그 밖에 신용금고나 대부업체 등의 비중은 상대적으로 낮았으며, 정부지원센터를 통해 대출을 주로 받는 경우는 네일아트업과 메이크업이 각각 5.2%, 2.4%로서 낮은 수준이었다.

〈표 2-45〉 조사대상 업소들의 대출거래시 주이용기관

(단위: 명, %)

업종	100.0(N)	일반은행	신용금고	정부지원 센터	대부업체	개인사채
네일아트업	100.0(97)	88.7	5.2	5.2	1.0	-
메이크업업	100.0(85)	92.9	2.4	2.4	1.2	1.2

향후 업소의 시설 설비 개·보수 계획이 있는 경우는 네일아트업의 경우 응답업소의 62.3%가, 메이크업업의 경우 응답업소의 70.8%가 계획 중인 것으로 나타났다. 이들의 개·보수 계획을 구체적으로 살펴보면, 네일아트업소의 경우 실내 인테리어에 대한 투자계획을 가진 업소가 28.3%로 가장 많았고, 네일아트에 관련된 설비 투자에 대한 투자계획을 가진 업소도 25.5%였다. 메이크업업소의 경우에는 메이크업도구에 대한 투자가 31.5%로 가장 많았고, 실내 인테리어에 대한 투자가 25.8%로 그 뒤를 이었다. 건물 외벽이나 업소의 증축, 주차장 설치나 확장과 같은 업소 외부 환경에 대한 투자계획은 그리 많지 않았다.

〈표 2-46〉 조사대상 업소들의 향후 시설 및 설비 개·보수 계획 분야

(단위: 명, %)

업종	100.0(N)	계획없음	업종분야별 투자 ¹⁾	실내 인테리어	업소증축	집기류 교체	주차장	기타
네일아트업	100.0(106)	37.7	25.5	28.3	0.9	4.7	-	2.8
메이크업업	100.0(89)	29.2	31.5	25.8	2.2	4.5	2.2	4.5

주: 1) 네일아트업의 경우 ‘네일아트 설비투자’, 메이크업업의 경우 ‘메이크업도구 투자’임.

3. 창업 동향

네일아트업소와 메이크업업소의 창업과 관련한 항목들을 조사하였다. 본 조사에서도 응답자들의 대부분은 동종 및 유사업종의 과도한 창업이 경영상 가장 큰 애로사항으로 지적되고 있고, 미용과 외모에 대한 관심 및 민간자격증의 발급 등으로 향후 이들 업종의 창업은 지속적인 증가를 보일 것으로 전망되고 있으므로 현재 실제 업소를 운영하고 있는 운영자들의 창업 동기와 창업 과정 상에서의 문제점을 파악하는 것은 의미있는 작업으로 사료된다.

먼저 조사 응답자들을 대상으로 현재의 네일아트업소 또는 메이크업업소를 창업하게 된 동기를 질문하였다. 조사 결과, 가장 많은 응답자들이 답변한 창업 동기는 ‘생업을 위한 창업’이었다. 네일아트업 응답자의 46.8%, 메이크업업 응답자의 44.3%가 생업 때문에 창업에 나선 것으로 나타났으며, 명시적으로 드러나지는 않았지만 실제로는 대부분의 관련 창업이 생업에 직간접적 관련성을 가지고 있을 것으로 예상된다. 그 밖에 ‘장래성이 있는 업종이기 때문에’라는 응답이 각각 27.0%, 18.6%로 나타났으며, 네일아트업의 경우에는 ‘평소 하고 싶은 업종이기 때문에(15.3%)’, 메이크업업의 경우에는 ‘자신의 능력을 발휘하고 싶어서(16.5%)’ 등도 비교적 많은 사람들이 창업 동기로 지적하였다.

〈표 2-47〉 조사대상 업소들의 창업 동기

(단위: 명, %)

업종	100.0(N)	생업	장래성 있는/없음	평소 하고싶은 업종	자신의 능력발휘	부업	퇴직으로	관련 자격증 소지	기타
네일아트업	100.0(111)	46.8	27.0	15.3	5.4	0.9	-	2.7	1.8
메이크업업	100.0(97)	44.3	18.6	15.5	16.5	1.0	1.0	2.1	1.0

창업과정에서 가장 큰 애로점은 네일아트업 및 메이크업업 모두 ‘자금의 확보’였다. 네일아트업소의 경우 자금 확보가 가장 어려웠다는 응답이 38.2%였으며, ‘적당한 인력의 확보’가 32.7%였다. 그 밖에 ‘업소의 위치 선정(16.4%)’, ‘행정적인 절차(8.2%)’ 등도 창업시의 애로점으로 지적되었다. 메이크업업소의 경우에도 역시 자금 확보를 가장 큰 애로점으로 지적하였으며(61.1%), 다음으로 ‘적당한 인력의 확보(17.9%)’, ‘업소의 위치 선정(9.5%)’ 등의 순으로 나타났다. 상대적으로 신규 업종이라 할 수 있는 네일아트업의 경우에는 인력 확보와 업소 위치 선정, 행정적 절차가, 메이크업업의 경우에는 자금의 확보가 창업시에 보다 중요한 문제로 작용하고 있음을 보여주고 있다.

〈표 2-48〉 조사대상 업소들의 창업과정에서의 애로점

(단위: 명, %)

업종	100.0(N)	자금 확보	기술 확보	인력 확보	행정적 절차	업소 위치선정	기타
네일아트업	100.0(110)	38.2	3.6	32.7	8.2	16.4	0.9
메이크업업	100.0(95)	61.1	8.4	17.9	1.1	9.5	2.1

창업시 자금 조달 방법으로는 네일아트업의 경우에는 대부분의 응답자들이 본인이나 가족, 친지 등을 통한 조달(78.5%)이었다고 응답하였으며, 금융기관의 융자(13.1%), 동업자(4.7%) 등을 통한 자금 조달은 상대적으로 미약했던 것으로 나타났다. 반면 메이크업업의 경우에는 물론 본인이나 가족, 친지 등을 통한 조달이 55.2%로 가장 많았지만, 그 외에도 금융기관(30.2%), 개인 융자(4.2%), 정부지원(2.1%) 등 다양한 방법을 통해 자금을 조달하였다.

앞서 네일아트업의 창업 과정에서 가장 큰 애로점이 창업 자금의 확보라는 점과 실제 자금 조달이 본인과 지인(가족, 친지)을 통해 이루어지고 있다는 점은 향후 네일아트 관련 창업의 지원시 우선 순위가 다양하고 원활한 자금 흐름을 확보하도록 하는 것에 있음을 시사한다.

〈표 2-49〉 조사대상 업소들의 창업 자금 조달 방법

(단위: 명, %)

업종	100.0(N)	본인/가족/친지	동업자	금융기관 융자	개인 융자	사채업자	정부지원	기타
네일아트업	100.0(107)	78.5	4.7	13.1	-	-	-	3.7
메이크업업	100.0(96)	55.2	3.1	30.2	4.2	1.0	2.1	4.2

창업 및 운영과 관련하여 중요한 것이 직무능력교육이나 직업훈련을 통해 지속적으로 업무능력 향상을 도모하는 것이라 할 수 있다. 따라서 본 조사에서는 응답자들 가운데 업무능력 향상을 목적으로 하는 교육이나 직업훈련을 받은 경험이 있는 경우는 네일아트업소 응답자의 76.4%, 메이크업업소 응답자의 76.8%인 것으로 조사되어 두 직종 모두 비교적 많은 종사자들에게 교육과 훈련기회가 제공되고 있는 것으로 나타났다.

직무능력교육이나 훈련을 받지 못하였던 응답자들이 지적한 중요한 원인으로는 ‘교육실시에 대한 정보 부족’이었다. 네일아트업소 응답자의 37.5%와 메이크업업소 응답자의 35.0%가 이와 같이 교육실시 자체에 대한 정보가 없었음을 지적하였다. 또한 ‘교육기관에 대한 정보 부족’과 ‘교육/훈련에 대한 필요성이 없음’이란 응답도 높게 나타나서 전반적으로 교육/훈련에 대한 정보 부족이 가장 큰 문제인 것으로 나타났다.

〈표 2-50〉 조사대상 업소들의 업무능력향상 교육 및 직업훈련을 받지 못한 이유

(단위: 명, %)

업종	100.0(N)	필요성 없음	교육실시 정보 부족	교육기관 정보 부족	교육 비용	기타
네일아트업	100.0(24)	29.2	37.5	25.0	-	8.3
메이크업업	100.0(20)	15.0	35.0	30.0	10.0	10.0

업무능력향상교육과 직업교육훈련을 받은 장소로는 네일아트업의 경우에는 민간기관에서 실시한 경우가 39.7%로 가장 많았고, 다음으로 관련단체(협회 등)의 교육훈련을 받은 경우가 28.8%, 소속된 업소에서 시행하는 업무능력향상훈련을 받은 경우가 13.7% 등을 차지하였다. 메이크업업의 경우에는 관련단체(협회 등)의 교육훈련

이 41.5%로 가장 높았고, 민간기관 21.5%, 소속된 업소에서의 업무능력향상훈련 18.5% 등의 순이었다.

〈표 2-51〉 조사대상 업소들의 교육훈련 장소

(단위: 명, %)

업종	100.0(N)	소속업소 훈련	정부기관	정부지원 민간기관	관련 단체 교육훈련	민간기관	기타
네일아트업	100.0(73)	13.7	4.1	6.8	28.8	39.7	6.8
메이크업업	100.0(65)	18.5	1.5	9.2	41.5	21.5	7.7

창업교육과 직업교육훈련이 실제 창업과정과 업소의 경영 과정에서 도움이 되었는지를 질문한 결과, 네일아트업의 경우에는 보통이라는 응답이 47.4%로 가장 높았던 반면, 메이크업업의 경우에는 도움이 되었다는 응답(매우 도움이 됨+도움이 됨)이 57.1%로 가장 높았다. 여러 교육들이 창업과 영업에서 도움이 되지 않았다는 응답은 네일아트업에서는 9.0%, 메이크업업에서는 7.1%인 것으로 조사되었다.

〈표 2-52〉 조사대상 업소들의 창업교육 및 직업교육훈련의 도움 정도

(단위: 명, %)

업종	100.0(N)	매우 도움안됨	도움안됨	보통	도움됨	매우 도움됨
네일아트업	100.0(78)	1.3	7.7	47.4	34.6	9.0
메이크업업	100.0(70)	-	7.1	35.7	45.7	11.4

4. 위생 동향

마지막으로 조사대상인 네일아트업소와 메이크업업소의 위생에 관련된 사항들을 간략하게 조사하였다.

먼저 각 업소에서 소독한 기구와 소독하지 않은 기구를 구분하여 보관하는 용기를 비치하고 있는지에 대해서 네일아트업소의 경우에는 거의 모든 업소(99.1%)가 구분 보관 용기를 비치하고 있다고 응답한 반면, 메이크업업소의 경우에는 82.1%의 업소가 구분 보관 용기를 비치하고 있다고 응답하여 상대적으로 소독/비소독 기구의 위생적 구분에서는 네일아트업소에 비해 낮게 나타났다.

〈표 2-53〉 조사대상 업소들의 소독/비소독 기구 구분 용기 비치 여부

(단위: 명, %)

업종	100.0(N)	비치	미비치
네일아트업	100.0(110)	99.1	0.9
메이크업업	100.0(95)	82.1	17.9

업소 내의 시설에 대한 소독 빈도는 월1회 실시한다는 응답이 네일아트업소의 경우 59.8%, 메이크업업소의 경우 87.6%로 가장 높았다. ‘기타’항목을 두어 조사한 네일아트업소의 경우 거의 모든 기타 응답이 ‘거의 매일 소독한다’는 것을 감안한다면 업소 내 시설에 대한 소독은 비교적 충실하게 이루어지고 있는 것으로 판단된다. 소독을 하지 않는다는 응답은 네일아트업소의 3.7%, 메이크업업소의 2.2%가 해당되었다.

〈표 2-54〉 조사대상 업소들의 시설 소독 빈도

(단위: 명, %)

업종	100.0(N)	월1회	분기1회	반기1회	연1회	소독안함	기타
네일아트업	100.0(107)	59.8	10.3	0.9	4.7	3.7	20.6
메이크업업	100.0(89)	87.6	7.9	1.1	1.1	2.2	-

업소에서 미용기구 및 메이크업도구를 소독하는 방법에 대하여 조사하였다. 조사 결과 네일아트업소들의 경우 미용기구 소독을 위해 가장 많이 사용하는 방법은 자외선 소독(91.9%)인 것으로 나타났으며, 에탄올 소독(64.0%)도 많은 업소에서 활용하고 있었다. 메이크업업소들에서도 메이크업 도구 소독을 위하여 자외선 소독(68.8%)과 에탄올 소독(31.2%)을 다른 방법들에 비해 상대적으로 많이 활용하고 있는 것으로 나타났다. 네일아트업소와 메이크업업소 모두 기구를 소독하지 않는다는 응답한 건도 없었다.

〈표 2-55〉 조사대상 업소들의 미용기구 및 메이크업도구 소독방법(중복응답)

(단위: %)

순위	네일아트업		메이크업업	
	미용기구 소독방법	비율	메이크업도구 소독방법	비율
1	자외선 소독	91.9	자외선 소독	68.8
2	에탄올 소독	64.0	에탄올 소독	31.2
3	건열멸균 소독	9.9	열탕 소독	18.3
4	열탕 소독	7.2	건열멸균 소독	10.8
5	크레졸 소독	4.5	증기 소독	3.2
6	기타	1.8	크레졸 소독	1.1
7			기타	11.8

네일아트 기구와 메이크업 기구의 소독 빈도는 네일아트업소와 메이크업업소 모두 ‘매일 소독한다’는 응답이 92.0%, 63.5%로 가장 높았다. 소독을 실시하지 않는다는 응답은 없었으나, 메이크업 기구들에 비해 네일아트 기구를 보다 자주 소독하는 것으로 나타났으며, 메이크업 기구를 주 1회 소독한다는 응답도 13.5%에 이르는 것으로 조사되었다.

〈표 2-56〉 조사대상 업소들의 기구 소독 빈도

(단위: 명, %)

업종	100.0(N)	매일	2일 1회	3일 1회	주 1회	기타
네일아트업	100.0(112)	92.0	0.9	1.8	1.8	3.6
메이크업업	100.0(96)	63.5	6.3	8.3	13.5	8.3

마지막으로 조사에 응답한 업소들에게 네일아트업 또는 메이크업업에 대해 정부가 지원해 주기 바라는 사항이 무엇인지를 조사하였다. 두 업종 모두 지원 희망사항으로 가장 많이 제기된 것은 ‘자격증 분리’로 나타나(네일아트업: 75.9%, 메이크업업: 42.5%), 자신이 종사하는 전문분야별로 별도의 자격증 제도를 운영해 줄 것을 희망하고 있었다. 특히 네일아트업 응답자들의 경우 자격증 분리에 대한 요구가 높았다.

네일아트업 종사자들은 자격증 분리 외에 ‘기술교육·훈련 제공(32.1%)’, ‘시설환경 개선을 위한 재정지원(29.5%)’, ‘세무·법률정보 제공 및 상담(29.5%)’, ‘경영활성화를 위한 정보제공(28.6%)’ 등의 순으로 요구정도가 높았으며, 메이크업업 종사자들은 ‘시설환경 개선을 위한 재정지원(38.5%)’, ‘경영활성화를 위한 정보제공(32.3%)’, ‘기술교육·훈련 제공(24.0%)’, ‘규제완화(19.8%)’ 등의 순으로 요구정도가 높았다.

〈표 2-57〉 조사대상 업소들의 정부 지원 희망사항(중복응답)

(단위: %)

순위	네일아트업		메이크업업	
	지원 희망사항	비율	지원 희망사항	비율
1	자격증 분리	75.9	자격증 분리	42.5
2	기술교육·훈련 제공	32.1	시설환경 개선을 위한 재정지원	38.5
3	시설환경 개선을 위한 재정지원	29.5	경영활성화를 위한 정보제공	32.3
4	세무·법률정보 제공 및 상담	29.5	기술교육·훈련 제공	24.0
5	경영활성화를 위한 정보제공	28.6	규제완화	19.8
6	규제완화	17.9	온라인지원 제공(홈페이지 등)	18.8
7	폐업시 지원대책 제공	12.5	세무·법률정보 제공 및 상담	16.7
8	온라인지원 제공(홈페이지 등)	5.4	업종변경시 재정지원	16.7
9	업종변경시 재정지원	4.5	폐업시 지원대책 제공	11.5
10	기타	0.9	기타	1.0

제3절 공중위생업종 관련 협회 면담 결과

1. 사단법인 한국이용사회 중앙회

과거 퇴폐이용업소 문제가 심각하였으나, 한국이용사회 협회차원에서 자체정화운동 결과 퇴폐이용업소가 사라졌으며, 현재 이용업과 미용업은 “이발”과 “머리카락 자르기”의 업권 영역 침해와 관련해서 마찰이 상당히 크고 특히 이용사회에서는 미용업에 대해 피해의식이 아주 큰 편이다.

한편 앞에서 살펴본 바와 같이 이용업소는 해마다 줄어들고 있어 이용사회 입장에서는 많은 고민을 하고 있다.

2. 사단법인 대한미용사회 중앙회

2008년도 피부미용업의 분리 이후 네일아트와 메이크업도 미용업에서 분화되려고 많은 노력을 하고 있고 준비도 하고 있는 실정에서 자격증의 공급이 곧 일자리 창출이 아니므로 정책적인 검토가 필요하다고 하나 원칙적으로 반대하는 입장을 견지하고 있다.

3. 사단법인 한국피부미용사회 중앙회

피부미용업에서 의료기기를 사용하지 못 하도록 하는 것은 세계적 추세에 맞지 않으며, 대학에서 피부미용학과를 개설시 시설기준에는 기기가 포함되어 있고 학생들에게 미용기기(의료기기)를 가르치고 있으나, 현재 피부미용업소에서 모든 의료기기의 사용은 위법인 상태이다.

아래 표에서 보는 바와 같이 피부미용업소에서 사용하고 있는 전체 의료기기의 종류는 18종 정도 있으나 현재 가장 많이 사용하는 기기는 대체로 저주파 자극기, 고주파 자극기, 초음파 자극기, 의료용 종합자극기 등 4종에 한하고 있다.

〈표 2-58〉 피부미용실에서 피부미용 목적으로 사용하는 의료기기의 종류

피부진단기기	안면피부관리기기	전신피부관리기기
확대경	후리마돌	진공흡입기(바디용)
우드램프	스티머	초음파기기
유분측정기	스프레이	엔터몰로지
측정기	갈바닉	바이브레이터 진공기기
pH측정기	고주파	프레셔테라피
	진공흡입기	저주파기
	리프팅기	

한편 피부미용사회와 의료기기협회 등에서 주장하는 의료기기에서의 피부미용기기 분리의 필요성을 다시 한 번 정리하면 다음과 같다.

기초 미용기기를 비현실적으로 의료기기로 분류하고 있어 의료기기의 시험검사비용(320만원), 기술문서비용(30만원) 등과 인허가 기간 등은 제품 원가에 그대로 반영되며, 행정력의 낭비를 초래하고 있다. 또한 미용기기의 수출입시 심사 후 의료용구로 재차 지정됨으로써 비용과 시간이 낭비되어 미용기기의 국제 경쟁력을 약화시키고 있다.

피부미용 전공 대학 및 석·박사 과정에서 피부미용기기학을 교과과정으로 편성하여 운영 중에 있으며 1991년도 전문대학 피부미용 전공학과 설비기준에 종합미용기기 5대 이상을 보유하도록 규정하고 있다.

또한 세계미용기능대회에서 미용기기의 사용에 대한 시험을 실시하고 있고 고용노동부의 국가기술자격시험에 ‘피부미용기기학’이 포함되어 있다.

그리고 현실적으로 거의 모든 피부미용실에서 피부미용기기를 사용하고 있으며, 국제화를 위한 피부미용 산업 및 기능의 선진화에도 미용기기 사용은 필수적이라 할 수 있다.

이에 반하여 피부 미용시 의료기기 사용에 대한 문제점을 지적하고 있는 의사회와 물리치료사회의 의견을 검토해 보면 다음과 같다.

의료기기 사용시 부작용의 발생 우려로 의료기관내에서 의사의 처방 및 관리·감독하에서만 시행해야한다고 주장한다. 의료기기 관련 부작용으로는 화상, 홍반, 감염 및 색소침착, 접촉피부염, 자극성 피부염 등이며 의료기사의 경우에도 의사의 관리·감독하에 의료기기를 사용하고 있는 실정이다.

한편 국내 미용기기 사용과 관련되는 주요 일지를 살펴보면 다음과 같다.

식약청 국정감사에서 당시 보건복지부위원이던 김홍신 전 의원이 의료기기 관련 질의를 통해 99년 10월부터 2000년 8월까지 수입된 의료용구가 3만건 중 허가 품목이 2만4천 건에 불과해 6천여 건에 대한 무허가 의료용구에 대한 문제를 제기 하였다(2000년 10월20일).

식약청이 관세청에 모든 의료용구를 세관확인물품으로 분류하는 협조공문을 발송 하였다(2000년 10월30일), 식약청에 대한 국정감사에서도 위와 같은 문제가 다시 지적되었다(2000년 11월).

식약청 의료기기과에서 피부미용기기에 대한 업무를 관리하면서 모든 피부미용 기기를 의료기기로 분류하여 미용기기 수입을 엄격히 제한하기 시작하였으며(2001년 2월), 식약청의 이와 같은 수입제한에 따른 영세수입업체들의 치명적인 경영손실로 인해 학회와 관련협회 차원에서 대응책을 모색하였다(2001년 2월).

식약청은 ‘질의 및 규제완화 요청에 대한 회신’이란 공문에서 ‘의료용구가 반드시 의료인이 의료행위를 하는데 사용하는 것으로 제한되어야 할 이유는 없다’고 답변하였다(2001년10월17일).

‘의료기기법’에 따른 ‘의료기기법 시행규칙’에 따라 4개 등급으로 분류하였으며 (2003년5월), 식약청은 ‘의료기기 등급확대와 품목추가’를 발표하여 1,010품목을 4 등급 분류체제로 전환하고 민원설명회 개최 등을 통해 효율적인 의료기기 관리체계를 마련한다는 방침을 발표하였다(2005년3월23일).

4. 사단법인 한국목욕업 중앙회

현행 목욕업에 대한 정의상 ‘물을 사용’하거나 ‘땀을 내는’ 업무는 목욕업에 해당함에도 불구하고, ‘체육시설’이나 ‘찜질방’의 소유주들은 공중목욕장을 개설해 놓고도 목욕업에 등록하지 않고 운영하고 있는 곳이 대부분이다.

업주는 목욕장 수질기준에 적합한 물을 공급하였으나, 손님이 입욕 전에 샤워를 하지 않고 욕조에 들어가기 때문에 생기는 수질악화 문제를 업주에게 책임을 지우는 것은 부당하다는 입장이며, 에너지절약을 위해서 목욕장의 조명밝기 기준을 불필요하게 밝은 수준인 70lux에서 20lux로 하향 조정해주기를 바라고 있다.

5. 사단법인 대한숙박업 중앙회

숙박업소들의 공실률이 70%에 달함에도 불구하고 TV수신료에 할인이 되지 않는다는 점이 경영의 심각한 걸림돌이 되고 있으며, 공중위생관리법에 ‘숙박업’에 대한 정의가 포괄적으로 내려져 있지 않기 때문에 숙박업으로 분류되지 않는 서비스드 레지던스, 고시원, 원룸, 민박, 펜션, 휴게텔, 게스트하우스 등의 업소는 공중위생시설 기준이 적용되지 않는 실정이다.

현재 교육과학기술부에서는 숙박업소를 환경유해업소로 치부하여 학교주변에 절대정화구역(학교정문50m이내)과 상대정화구역(학교담장200m이내)을 지정하여 이들 지역 내에 숙박시설이 있을 때 일정기간 유예기간을 둔 뒤 이전하지 않을 경우에 벌금 내지는 징역과 집행유예 처벌을 하고 있어서 숙박업이 피해를 입는 경우가 있다.

현재 숙박업소에서 외국인력을 활용할 때 45세 이상의 노동자를 사용해야 한다는 규정 때문에 업무 효율성이 낮은 실정이다.

‘성매매알선등행위의처벌에관한법률’, ‘풍속영업의규제에관한법률’, ‘청소년보호법’을 위반한 행위로 처벌을 받게 되는 경우에는 ‘영업정지처분’을 ‘과징금’으로 갈음하는데서 제외시키고 있는데 이러한 문제 적발시 업주의 의도와는 상관없이 소비자의 범법행동 때문에 ‘업무정지’처벌을 받게 되어 영세업자가 경제적으로 매우 어려운 처지에 놓이게 되는 경우가 많다. ‘업무정지’라는 처벌을 받는 업자들은 당장의 수익을 낼 수 없어지기 때문에 상당한 경제적 어려움에 처하게 될 뿐만 아니라, 기존에 예약을 받았던 고객들에게 돈을 환불해주어야 하는 상황에 놓이게 되어, 업주와 소비자 쌍방간에 피해가 돌아가므로, 처벌은 ‘과징금’ 형태로 시행할 수 있도록 하는 것이 바람직하다는 입장이다.

〈표 2-59〉 숙박업의 세부업태 및 관련 법 현황

영업	세부업태	관련법	관련부처	분류
숙박업	일반숙박업	공중위생관리법	보건복지부	
	관광숙박업	관광진흥법	문화체육관광부	*호텔업 - 관광호텔업, 한국전통호텔업, 가족호텔업 *휴양 콘도미니엄업 *관광펜션업
	펜션업	제주특별자치도설치및국제자유도시조성을위한특별법	제주특별자치도지사	휴양펜션업
	민박업	농어촌정비법	농림식품수산부	농어촌관광휴양사업의 세부사업으로서 -농어촌관광휴양지 사업(휴양 콘도미니엄 등 숙박시설과 음식 등을 제공하는 업) -관광농원사업(농어촌의 자연자원과 농림수산 생산기반을 이용한 숙박시설) *객실 8실 이상은 공중위생관리법에 의한 숙박업의 적용을 받음 ** 농어촌 민박의 경우 펜션이라는 이름으로 사업을 하는 경우가 많음
공원시설	자연공원법	환경부	공원시설로서의 호텔, 여관 등의 숙박시설	

6. 한국네일협회

네일아트 업종은 미용업으로부터 미용업(피부)이 분리될 때 함께 분리를 원하였으나 실현되지 않아 현재 미용사의 업무영역으로 되어 있기 때문에 개업시 불법영업으로 간주되며, 세무서에는 ‘네일서비스+화장품도소매’로 등록되어 있는 경우가 대부분이다. 아직 미용사 업무범위를 침해한 불법개업을 한 사람들에 대하여 단속이나 처벌이 가해진 적은 없지만, 앞으로 단속이나 처벌이 대대적으로 시작될 것을 우려하고 있다.

현재 네일아트협회에서 네일아트를 미용사의 업무영역에서 분화시키기 위한 노력 중에 있으므로, 네일아트업종을 개별로 인정받을 때까지는 ‘현행법’을 당장 그대로 적용하여 단속하기 보다는 이에 대한 결정이 날 때 까지 유예기간을 두고 단속을 자제해 주기를 바라는 상황이다.

〈표 2-60〉 네일 자격관리 현황(2008년 12월 현재)

국가	네일		비고
	관련법령	국가자격	
한국	공중위생 관리법	미용업(일반) - 손톱과 발톱의 손질 및 화장	헤어위주의 미용사자격 시험에 따라, 대부분 민간단체 또는 외국 유명브랜드의 디플로마 취득
일본	미용사법	-	미용사면허만 실시함에 따라, 네일미용, 메 이크업자격은 민간단체에서 실시
미국	개별법, 주법	주에 따라, Nail Technician, Nail Specialist, Manicurist 등의 면허제도	미국 대다수의 주에서 네일 개별 면허가 있 음

실제 미용실에 소속되어 네일아트를 담당하는 직원들은 미용사 자격소지자가 아
니라, 네일아트 민간자격증 소지자인 경우가 대부분이며, 네일아트 업종은 현 공중
위생관리법상 미용사의 업무영역에 속하는 공중위생 관리대상업종에 속함에도 불구
하고 실제 업소를 개설한 사람의 대부분은 민간자격증 소지자로서 공중위생관리의
대상에서 제외되고 있다. 그에 따라 여러 사람이 페디스파, 파라핀워머기, 수건, 네
일케어용품 등의 공동사용을 통한 교차감염 우려가 있으나 위생관리의 사각지대에
놓여 있다.

현재까지 미용업에서 네일아트 부문은 영업상의 비중이 적어 공중위생관리가 제
대로 이루어지지 않고 있어서 미용사가 합법적으로 운영하는 네일아트업소의 위생관
리상태도 민간자격증 소지자가 운영하는 네일아트업소와 별 차이가 없다.

미용업의 업무영역에서 미용업(네일)을 분화시켜 위생관리의 수준과 네일아트의
전문성을 제고시킬 필요가 있다.

아래 표에서 보는 바와 같이 네일전문샵의 서비스 종류와 가격이 있으나 서비스
의 종류와 난이도에 따라 가격차이가 크며, 주로 10회 시술권이나, 여러 서비스를
복합한 패키지로 판매하는 경우가 많다.

〈표 2-61〉 네일전문샵의 서비스 종류 및 가격

구분		평균가격(원)	비고
손발관리	네일케어	15,000원	양손
	페디케어	23,600원	양발
칼라링	원 칼라	5,700원	양손
	칼라 추가	3,000원	1색 추가당
	그라데이션	11,000원	양손
	칼라링 아트	17,800~	크기별 차등
	에어브러쉬 아트	13,800~	크기별 차등
손발톱 연장술	인조손톱(팁) 부착	56,000원	양손
	랩핑	5,300원	1개당
	아크릴	97,000원	양손
	젤	137,000원	양손
	원톤 스캐췌	103,000원	양손
	투톤 스캐췌	160,000원	양손
	디자인 스캐췌	193,000원	양손
	실크 익스텐션	104,000원	양손
네일미용		7,600~	1개당
페디큐어아트		9,000~	1개당
속눈썹염장		54,000원	양눈
약싱 및 제모	겨드랑이	20,000원	양팔
	팔	29,000원	양팔
	다리	40,000원	양다리
헤나아트		14,000~	크기별 차등
레인보우 아트		17,000~	크기별 차등

출처: 한국보건산업진흥원(2008) 조사자료

현재 국내 네일미용 관련협회는 모두 6개의 민간 협회가 있으며 2010년 7월에 6개 협회가 모여 대한민국 네일단체협의회를 결성하였다.

이들 각 협회에서는 민간 자격시험이 시행되고 있으며, 숙련도에 따라 등급을 구분하여 민간 자격을 부여하고 있으며, 시험은 각 협회별 자격 등급에 따라, 연 2회에서 6회 자격검정을 시행하고 있다.

국내 네일 관련협회 현황은 아래 표와 같다.

〈표 2-62〉 국내 네일관련 협회

구분	웹사이트	창립시기	자격 등급구분	자격검정 연간횟수
한국네일협회	www.nail.or.kr	1997.10	3급	4회
			2급	4회
			1급(인증강사)	4회
			기술강사	2회
한국프로네일협회	www.kpna.or.kr	2004.2	2급	6회
			1급	4회
			기술강사	2회
대한네일협회	www.konea.org	2004.7	기술2급	6회
			기술1급	6회
			기술강사	4회
			기술위원	2회
(사)한국네일예술 교류협회	www.knera.co.kr	2001	기술2급	6회
			기술1급	4회
			기술강사	2회
한국네일디자인협회	www.iknda.com	2009.1	기술2급	6~12회
			기술1급	4~6회
			기술강사	3~4회
(사)한국네일예술인협회	www.nail-in.or.kr	2010.3	기술2급	6회
			기술1급	4회
			기술강사	3회

한편 국내 네일 관련 교육기관의 현황을 살펴보면 네일전문학원, 네일강좌 개설 일반 미용학원, 네일강좌 운영 문화센터, 네일교육과정이 포함된 미용고등학교 및 미용과 개설 학교, 네일교육과정이 포함된 미용학과 설치 대학, 네일교육과정이 포함된 미용학과 설치 대학교 등이 있다.

정규 교육기관에서 수행하고 있는 교육내용을 살펴보면, 미용관련 전문대학의 경우 전체 교과과정에서 네일관련 학점이 차지하는 비율은 2.5%~5%정도로서 비율 자체는 크지 않은 실정이다.

〈표 2-63〉 국내 네일관련 학원 및 대학 교육기관 수

교육기관별	학교수
네일전문학원	152개
네일강좌개설 일반 미용학원	195개
네일강좌 운영 문화센터	98개
네일 교육과정이 포함된 미용고등학교 및 미용과 개설 학교	35개
네일 교육과정이 포함된 미용학과 설치 대학	133개
네일 교육과정이 포함된 미용학과 설치 대학교	26개

출처: 한국보건산업진흥원(2008) 조사자료

미용고등학교의 네일 교육과정을 살펴보면 헤어와 피부처럼 정규과목으로는 네일 과목이 없지만 미용의 특성상 공통적으로 기본 네일 수업을 진행하고 있는 실정으로서 ‘네일 아트 실습 및 관련 이론’으로, 매니큐어, 팁붙이기, 핸드마사지, 페디큐어, 네일아트, 공중보건, 소독학, 인체생리학 등을 가르치고 있다(표 2-17 참조).

기초과정으로는 매니큐어(습식매니큐어, 건식매니큐어, 핸드마사지), 인조네일(팁 위드 필러, 네일랩, 실크익스텐션), 네일아트(핸드페인팅, 에어브러쉬, 아크릴스캡취)를, 응용과정으로는 네일아트(아트의 이론, 실기), 핸드페인팅(위터마블, 마블, 스톤 아트, 라인테이프), 아크릴스캡취, 에어브러쉬 등이 있다.

교육과정을 통한 학습목표는 손 전체를 청결하고 건강하게 아름답게 관리하는 방법, 다양한 색상과 손톱모양을 선택하여 개인의 개성을 살릴 수 있도록, 상호실습함으로써 그에 따른 테크닉을 이해하고 익힐 수 있도록 지도함을 목표로 하고 있다.

〈표 2-64〉 국내 미용고등학교의 네일관련 분야별 학습내용

분야	교육내용
습식 매니큐어	피부타입과 계절, 연령 등을 고려하여 고객에게 적절한 매니큐어를 시술할 수 있게 함.
실크팁	인조손톱, 실크, 젤을 사용하여 손톱을 만드는 시술방법
실크 익스텐션	인조손톱을 사용하지 않고 실크와 글루, 젤을 사용하여 손톱길이를 늘여주는 방법
페디큐어	발톱길이를 정리하고 파일로 매끄럽게 갈아 준 뒤 마사지하여 색상 에나멜을 칠하는 전체과정
스캡취 네일	아크릴파우더를 이용하여 손톱을 만들어 주므로 정상적이지 못한 손톱의 고정효과
확성	털의 모근까지 제거되기 때문에 털이 다시 성장하는데 약 24주 정도 소요되므로 대중적으로 가장 많이 이용하는 제도방법임. 이에 관련된 내용을 가르치고 있음.
네일 디자인	디자인을 하기에 앞서 네일관리가 잘 이루어져야하며 고객에게 디자인관리방법을 알려주어 아름다움을 간직하도록 함

출처: 한국네일협회 내부자료(2010)

〈표 2-65〉 국내 미용고등학교의 네일관련 수업 시간(주 단위)

교과목	1학년		2학년		3학년		계
	1학기	2학기	1학기	2학기	1학기	2학기	
네일아트	-	-	2	2	-	-	4
공중보건	-	-	2	2	-	-	4
소독학	-	-	1	1	-	-	2

출처: 한국네일협회 내부자료(2010)

국내 대학에서의 네일아트 관련 과목의 교육내용을 살펴보면 <표 2-19>와 같은 데 네일에 관련된 것 뿐만 아니라 다양한 내용이 포함되어 있다.

2년제 대학의 경우 학교의 특성에 따라 보통 4학점~15학점까지 배정하여 교육을 하고 있으며, 4학점이 주어질 경우 ‘네일1’과 ‘네일2’로 나누어 2학기에 걸쳐 네일 교육을 하고 있다.

주요 교육내용은 네일디자인 관련 교과목인 네일케어1·2·3, 풋케어1·2, 타투&헤나, 네일&바디 트렌드 연구 등을 중심으로 네일·바디에 관한 이론과 실기를 익히며, 이와 더불어 헤어디자인, 메이크업·분장, 패션코디네이션, 신발디자인, 모델예술 관련 과목을 학습하고 있다.

〈표 2-66〉 국내 대학의 네일아트과 교육내용

구분	교과목명	1학년						2학년						계			
		1학기			2학기			1학기			2학기			학점	시간		
		학점	시간	강의 실습		강의 실습											
전공과목 선택	코디디자인 개론 및 실습	2		2											2		2
	헤어디자인 개론 및 실습	2		2											2		2
	패션코디네이션 개론 및실습	2		2											2		2
	메이크업-분장 개론및실습	2		2											2		2
	신발디자인 개론 및실습	2		2											2		2
	네일&바다트 개론 및 실습	2		2											2		2
	모델예술 개론 및 실습	2		2											2		2
	뷰티 트렌드 메이크업				2		2								2		2
	네일 케어 1				2		3								2		3
	코디디자인 1				2		2								2		2
	패션장식디자인 1				2		2								2		2
	패션디자인 1				2		2								2		2
	헤어디자인 1				2		2								2		2
	신발디자인				2		2								2		2
	환타지메이크업 1,2,3				2		2	2		2	2		2		6		6
	풋 케어 1,2				2		2	2		2					4		4
	졸업작품 연구							2		2					2		2
	바디 페인팅 1,2							2		2	2		2		4		4
	네일 케어 2,3							2		3	3		3		5		6
	코디디자인 2,3							2		2	2		2		4		4
	패션장식디자인 2,3							2		2	2		2		4		4
	패션디자인 2							2		2					2		2
	헤어디자인 2							2		2					2		2
타투 & 헤나										2		2		2		2	
무대 메이크업 1,2							2		2	2		2		4		4	
네일 & 바디트렌드 연구										2		2		2		2	
샵 마스터										2		2		2		2	
계	전공과목 총계	14		14	18		19	20		21	19		19	71		73	
	개설과목 총계	20	3	18	24	3	23	23	1	25	19		19	86	7	85	

출처: 한국네일협회 내부자료(2010)

〈표 2-67〉 국내 대학의 뷰티과 교육내용(4학점)

구분	교과목명	1학년				1학년				계	
		1학기		2학기		1학기		2학기		학점	시간
		학점	시간	학점	시간	학점	시간	학점	시간		
전공 과목 선택	헤어커트I	2	3							2	3
	헤어펌I	2	3							2	3
	헤어컬러링I	3	3							3	3
	해부생리학	2	2							2	2
	메이크업I	2	3							2	3
	화장품학개론	2	2							2	2
	미용색채학	2	3							2	3
	모발과학	2	2							2	2
	헤어커트II			2	3					2	3
	헤어펌II			2	3					2	3
	헤어컬러링II			3	3					3	3
	헤어스타일			2	3					2	3
	헤어응용실습I			3	3					3	3
	메이크업II			2	3					2	3
	헤어드라이·아이톤			2	3					2	3
	네일I			2	3					2	3
	헤어 업스타일					2	3			2	3
	두피와 모발관리					2	3			2	3
	도탈코디네이션					2	3			2	3
	헤어커트III					2	3			2	3
	헤어펌III					2	3			2	3
	공중보건 및 위생법규					2	2			2	2
	헤어응용실습II					3	3			3	3
	분장·아트메이크업					2	3			2	3
	네일II					2	3			2	3
	창작커트							2	3	2	3
	헤어커트IV							2	3	2	3
	헤어창작							2	3	2	3
	헤어응용실습III							3	3	3	3
	헤어트렌드 응용 및 분석							2	3	2	3
	창업과 경영							2	2	2	2
	바디페인팅							2	3	2	3
현장실습							2	0	2	0	
졸업작품							1	0	1	0	
계	전공과목 총계	17	21	18	24	19	26	18	20	72	91
	개설과목 총계	21	25	20	26	21	28	22	22	84	101

출처: 한국네일협회 내부자료(2010)

7. 한국메이크업협회

메이크업 업종은 미용업으로부터 미용업(피부)가 분리될 때 함께 분리를 원하였으나 실현되지 않아 현재 미용사의 업무영역으로 되어 있기 때문에 개업시 불법영업으로 간주되며, 현재 세무서에는 ‘화장품도소매’로 등록되어 있는 경우가 대부분이다. 현재 메이크업협회에서 메이크업을 미용사의 업무영역에서 분화시키기 위한 노력 중에 있다.

〈표 2-68〉 한국·일본·미국 3개국의 메이크업 자격관리 현황(2008년 12월 현재)

국가	메이크업		비고
	관련법령	국가자격	
한국	공중위생관리법	미용업(일반) -얼굴의 손질 및 화장	헤어위주의 미용사자격 시험에 따라, 대부분 민간단체 또는 외국 유명브랜드의 디플로마 취득
일본	미용사법	-	미용사면허만 실시함에 따라, 네일미용, 메이크업자격은 민간단체에서 실시
미국	-	-	메이크업의 경우, 마지막으로 개별면허로 관리되던 메릴랜드 주 발급 철회('08.10.1)

실제 미용실에 소속되어 메이크업을 담당하는 직원들은 미용사자격소지자가 아니라, 네일아트 민간자격증 소지자인 경우가 대부분이며, 메이크업 업종은 현 공중위생관리법상 미용사의 업무영역에 속하는 공중위생관리 대상업종에 속함에도 불구하고 실제 업소를 개설한 사람의 대부분은 민간자격증 소지자로서 공중위생관리의 대상에서 제외되고 있다. 그에 따라 여러 사람이 브러쉬, 화장품, 마스크라, 아이브로우 펜슬 등의 화장도구 및 분장도구의 공동사용을 통한 교차감염 우려가 있으나 위생관리의 사각지대에 있다고 할 수 있다. 메이크업 업소는 직업적 특성상 주로 웨딩홀, 연극무대, 드라마촬영지, CF 촬영지 등에 출장을 다니며 메이크업을 시술하고 있다.

현재 메이크업 업소는 약 1000여개에 이르는 것으로 추정되며, 백화점 직원으로 근무하는 메이크업 아티스트도 8000여명에 이르는 것으로 추정된다.

미용업의 업무영역에서 메이크업을 분화시켜 위생관리의 수준과 네일아트의 전문

성 제고를 검토할 필요가 있다.

국내 메이크업 서비스의 평균 가격을 살펴보면 아래 표와 같은데 이는 2008년 자료이기 때문에 2010년 현재 가격은 이 보다 다소 높은 수준일 것으로 추정된다.

〈표 2-69〉 국내 메이크업 서비스 평균 가격(2008)

구분	분야	평균가격
일반메이크업	혼주, 연주, 발표회, 돌, 회갑, 백일 등	3만원
웨딩메이크업	웨딩	20만원
스��이지메이크업	오페라, 뮤지컬, 연극, CF	150~200만원 - 별도로 재료비 및 작품비
	TV드라마, 영화(특수분장 포함)	300만원 - 별도로 재료비 및 작품비 기간에 따라 1~2억 상당의 프로젝트도 있음
아트메이크업	바디페인팅, 페이스페인팅 등	이벤트 시 80만원, 광고 시 150만원
기타	이미지메이킹, 정치인, 연예인 등	150만원

출처: 한국보건산업진흥원(2008) 조사자료

주요 수입은 웨딩·스테이지 등의 출장 메이크업에서 이루어지는 것으로 알려져 있으며 고액의 메이크업은 경력자에게만 지속적으로 기회가 주어지는 경우가 많으므로 실제 메이크업 종사자들의 소득 수준은 큰 폭으로 차이가 나고 있다.

수요가 많은 웨딩 메이크업은 주로 미용실에서 이루어지며, 이들 미용실에 고용된 메이크업 종사자들의 수익은 상당부분 미용업주에게 귀속되고 대체로 헤어 스타일링과 함께 견적에 포함되어 실제적으로 메이크업 단독의 가격을 책정하는 것에는 오차가 발생할 수 있을 것이다.

국내 메이크업 관련 협회 현황은 아래 표와 같은바 현재 국내에 메이크업협회는 모두 민간단체로 2000년 국내 최초로 설립된 한국분장예술인협회(Korea Makeup Artist Association), 2002년에 설립된 한국메이크업협회(Korea Makeup Association), 한국메이크업전문가협회(Korea Pro Makeup Association)의 3개 협회가 있다.

각 협회에서는 민간 자격시험이 시행되고 있으며, 숙련도에 따라 등급을 구분하여 민간 자격을 부여하고 있으며 시험은 각 협회별 자격 등급에 따라 연 1회에서 4회

시행하고 있다.

〈표 2-70〉 국내 메이크업 관련 협회 현황

구분	웹사이트	창립시기	자격 등급구분	자격검정 연간횟수
(사)한국분장예술인협회 (문화관광부 인정)	www.kmaa.or.kr	2000.4	3급	4회
			2급	4회
			1급	1회
한국메이크업협회	www.kmakeup.co.kr	2002.4	3급	4회
			2급	4회
			1급	2회
			기술강사	2회
한국메이크업전문가협회 (노동부 인정)	www.promakeup.or.kr	2005.7	3급	4회
			2급	4회
			1급	2회

출처: 한국보건산업진흥원(2008) 조사자료

국내 메이크업 관련 교육기관 현황은 아래 표에서 보는바와 같이 메이크업 전문 학원, 메이크업 교육과정이 포함되어 있는 미용고등학교, 메이크업 교육과정이 포함되어 있는 미용전문학교, 메이크업 교육과정이 포함되어 있는 미용전문대학, 메이크업 교육과정이 포함되어 있는 대학교 등이 있다.

〈표 2-71〉 국내 메이크업 관련 교육기관 및 수

교육기관별	학교수
메이크업 전문학원	825개교
메이크업교육과정이 포함되어 있는 미용고등학교	37개교
메이크업교육과정이 포함되어 있는 미용전문학교	41개교
메이크업교육과정이 포함되어 있는 미용전문대학	98개교
메이크업교육과정이 포함되어 있는 대학교	26개교

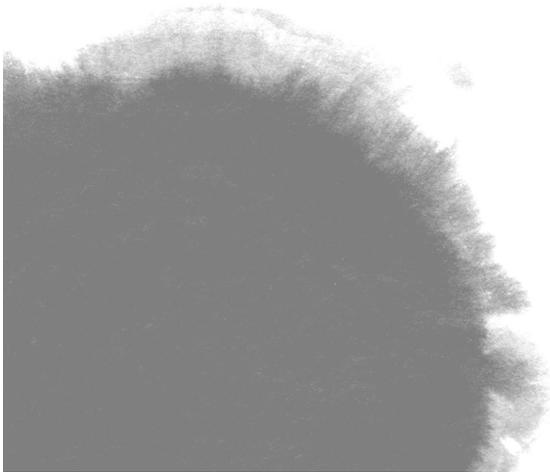
출처: 한국메이크업협회 내부자료(2010)

정규 교육기관에서 수행하고 있는 교육내용을 살펴보면, 지역별로 차이가 있지만, 전체과목에서 메이크업 과목이 차지하는 비율은 9.8%, 교과시간은 13.8%를 차지하고 있는 것으로 조사되었고 학점과 수업시간 모두 서울·경기지역이 높은 것으로 나

타났다.

미용사 시험 문제 중에 메이크업 문제는 1문제밖에 포함되지 않을 정도로 미용사들의 메이크업에 대한 전문성은 담보할 수 없는 상태이고 메이크업 종사만 할 경우 불필요한 시험준비를 많이 해야 하는 문제점이 있다.

유사공중위생업종 운영 현황



제3장 유사공중위생업종 운영 현황

제1절 유사공중위생업종 현황)

1. 찜질방

찜질방에서는 목욕서비스, 찜질서비스, 초단기숙박, 휘트니스, 식사, 피부관리 등 여러 가지 서비스를 제공하면서 공중위생업종 상 다양한 업종에 중복으로 해당됨에도 불구하고 복합서비스업인 만큼 어느 한쪽 공중위생업에 등록하기에 적합하지 않아 공중위생관리대상에서 제외된 상태이다.

2. 단식원

단식원에서는 단식 외에 단기숙박 및 각종 마사지, 월풀 욕조 등의 목욕시설, 선식제공 등 다양한 공중위생업종에 중복으로 해당됨에도 불구하고 복합서비스업인 만큼 어느 한쪽 공중위생업에 등록하기에 적합하지 않아 공중위생관리대상에서 제외된 상태이다.

1) 스포츠마사지, 타이마사지, 중국마사지 업소는 안마업과 관련이 있고 의료법에 저촉되는 업소이므로 유사 공중위생업에 포함시키지 않았음

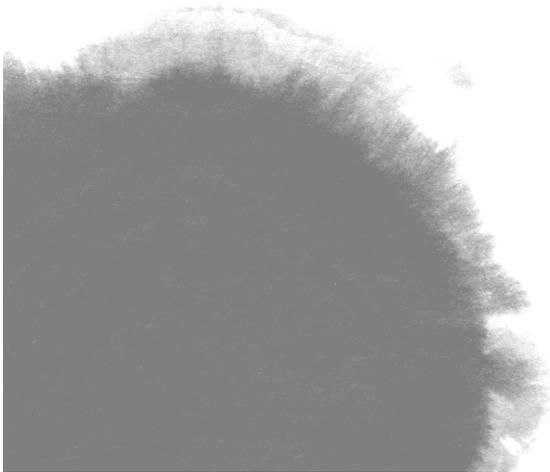
3. 셀프다이얼트업소

셀프다이얼트업소에서는 운동기구와 찜질, 마사지 기구 및 월플 욕조 등을 사용하면서 공중위생상 사용자간 교차감염의 위험이 있음에도 불구하고 특정한 업종으로 구분이 지어지기가 어려워 공중위생관리 대상에서 제외된 상태이다.

4. 두피관리업소

두피관리업소는 미용업 또는 피부미용업 등과 밀접한 관련이 있으며, 인체에 직접적으로 자극을 가할 뿐만 아니라 제품 사용자간 교차감염이 발생할 우려가 있는 등 공중위생에 밀접한 연관이 있음에도 불구하고 공중위생 업종에 포함되지 않아 체계적 위생관리가 이루어지지 않고 있다.

국내·외 공중위생관리체계 비교



제4장 국내·외 공중위생관리체계의 비교

제1절 우리나라 공중위생 관련 법령의 변천과정²⁾

우리나라에서 본격적인 공중위생영업 관련법이 등장한 것은 ‘이용사및미용사법’(법률 798호, 1961.12.5)이 제정된 1961년이다. 이어 ‘숙박업법’(법률 809호, 1961.12.6), ‘공중목욕장업법’(법률 808호, 1961.12.6), ‘유기장법’(법률 810호, 1961.12.6) 등이 제정되었으며, 현재 공중위생영업으로 분류되어 있는 세탁업은 1986년 ‘공중위생법’으로 통합되면서 편입되었고, 공중위생관련 영업법들은 개별법의 형태로 존재하였다.

공중위생 관련 영업법이 현재와 같이 하나의 법률로 통합된 것은 1986년 ‘공중위생법’(법률 3822호, 1986.5.10)이 제정되면서부터이다. 그 당시 ‘숙박업법’, ‘이용및미용업법’, ‘공중목욕장업법’, ‘유기장법’ 등 4개의 공중위생 관계 법률을 이 법에 흡수·통합하고 자유업으로 되어 있는 세탁업, 위생관리용역업, 위생처리업 등 3개의 공중위생 관련 영업을 이 법에 의한 신고 대상업종으로 추가함으로써 공중이 이용하는 위생접객업 기타 위생관련영업의 관리·운영의 적정을 기하고, 아울러 공중위생과 관련되는 위생용품 및 백화점 등 공중이용시설과 공동급수시설 등 음용수 위생관리에 관한 사항을 규정하였다.

그런데, ‘공중위생법’은 공중위생과 관련된 각종 영업과 공중위생시설 뿐만 아니라 음란·퇴폐 등 선량한 풍속을 저해하는 행위까지를 규제대상에 포함시킴으로써 풍속에 관련된 다른 법률과 규제의 중복을 초래하였던 점을 시정·개선하기 위하여

2) 보건복지부 상지대학교 산학협력단(2008) 내용을 참조하여 정리함.

진입규제 등 과도한 행정규제를 폐지 또는 완화하고자 새로운 법 개정이 시도되었으며 이로써 탄생한 것이 현재의 ‘공중위생관리법’(법률 5839호, 1999.2.8)이다. 이 법에서는 공중위생 관련 영업소의 위생관리에 관한 사항만을 규제대상으로 하며, 풍속 또는 식품위생과 관련된 사항은 해당 법률에서 규제하도록 하였다.

이 법률에서는 “공중위생영업”을 다수인을 대상으로 위생관리서비스를 제공하는 영업으로서 숙박업·목욕장업·이용업·미용업·세탁업·위생관리용역업으로 한정하고, 이외에 위생관리용역업과 공중위생시설을 이 법의 적용대상으로 하고, 이 법에 포괄시키지 못한 유기장업·위생처리업 및 위생용품제조업에 관한 경과조치를 두어 이 법 시행이후의 유기장업·위생처리업 및 위생용품제조업에 관하여는 관련 법률의 제정 또는 개정시까지 종전의 공중위생법을 적용하도록 하였다.

이하 각 영업의 개념정의는 각법의 제정당시의 법 규정에 규정된 것이다.

1. 이용업

‘이용사 및 미용사법’에서는 ‘이용이라 함은 이발(조발 및 삭발), 면도, 두피처리 및 염발 등의 방법에 의하여 용모를 단정하게 하는 것을 말한다’로 규정하였고, 그 이후 ‘공중위생법’에서는 ‘이용업은 손님의 머리카락 및 수염을 깎거나 다듬는 등의 방법으로 손님의 용모를 단정하게 하는 영업’이라고 규정하였다. 현행 ‘공중위생관리법’에서도 ‘공중위생법’과 같이 규정하고 있다.

2. 미용업

‘이용사 및 미용사법’에서는 ‘미용이라 함은 퍼마넨트 웨이브, 결발, 세발, 염발, 두피처리, 매니큐어 미안술 및 화장 등의 방법에 의하여 용모를 미려하게 하는 것을 말한다’라고 규정하였고, 그 이후 ‘공중위생법’에서는 ‘미용업은 손님의 얼굴, 머리, 피부 등에 손질을 하여 손님의 외모를 아름답게 꾸미는 영업’이라고 규정하였다. 역시 현행 ‘공중위생관리법’에서도 ‘공중위생법’과 같이 규정하고 있다.

3. 숙박업

과거 ‘숙박업법’에서는 ‘숙박이라 함은 침구를 사용하여 전각항의 시설을 이용함을 말한다’라고 규정하였고, 영업을 세분화하여 ‘호텔영업이라 함은 한국식 또는 서양식의 구조 및 설비로서 고급의 시설을 하여 숙박료를 받아 사람을 숙박하게 하는 영업을 말한다’, ‘여관영업이라 함은 한국식 또는 서양식 구조 및 설비로서 보통의 시설을 하여 숙박료를 받아 사람을 숙박하게 하는 영업을 말한다’, ‘여인숙영업이라 함은 숙박하는 장소를 주로 다수인이 공용하게 하는 구조 및 설비로서 시설을 하여 숙박료를 받아 사람을 숙박하게 하는 영업을 말한다’, 그리고 ‘하숙영업이라 함은 필요한 시설을 하여 1월이상의 기간을 단위로 하여 숙박료를 받아 5인 이상의 사람을 숙박하게 하는 영업을 말한다’라고 각각 규정하였다.

그 이후 ‘공중위생법’에서는 ‘숙박업을 숙박에 필요한 시설 및 설비를 갖추고 손님을 숙박시키는 영업’이라고 규정하였고, 현행 ‘공중위생관리법’에서는 ‘손님이 잠을 자고 머물 수 있도록 시설 및 설비 등의 서비스를 제공하는 영업을 말한다. 다만, 농어촌에 소재하는 민박 등 대통령령이 정하는 경우를 제외한다’라고 규정하고 있다.

4. 목욕장업

‘공중목욕장업법’에 의하면 ‘목욕장이라 함은 온수, 냉수, 해수, 온천수 기타를 사용하여 공중으로 하여금 목욕 또는 수영을 하게 하는 시설을 말한다. 목욕장업이라 함은 영업으로서 목욕장을 경영함을 말한다’라고 규정하였고, 그 이후 ‘공중위생법’에서는 ‘목욕장업은 목욕에 필요한 시설 및 설비를 갖추고 손님으로 하여금 목욕을 하게 하는 영업’이라고 규정하였다.

현행 ‘공중위생관리법’에서는 ‘목욕장업은 손님이 목욕을 할 수 있도록 시설 및 설비 등의 서비스를 제공하는 영업을 말한다. 다만, 숙박업 영업소에 부설된 욕실 등 대통령령이 정하는 경우를 제외한다’라고 규정하고 있다.

5. 유기장업

과거 ‘유기장법’에서는 유기장업에 대한 직접 개념 정의는 없으며 유기장에 대한 개념을 ‘유기장이라 함은 당구장, 탁구장, 베이비 골프장, 롤러스케이트장, 서풀보오드장, 투환장, 기원 또는 이와 유사한 공중유기시설을 말한다’라고 규정하였다.

‘공중위생법’에서는 ‘유기장업은 유기시설을 갖추고 손님으로 하여금 대중오락을 하게 하는 영업(다른 영업을 경영하면서 손님의 유치 또는 광고 등을 목적으로 유기기구를 설치하여 대중오락을 하게 하는 경우를 포함한다.)’이라고 정의하였다.

종전에는 보건복지부장관의 소관으로 되어 있던 유기(遊技)시설업(유원(遊園)시설업)을 문화관광부장관의 소관으로 이관하여 관광사업의 일종으로 규정하고 여기서 유원시설업의 관리에 필요한 사항을 정하기 위하여 「관광진흥법」으로 이관하였다.

6. 세탁업

앞[서도 살펴본 바와 같이 이전에는 자유업이었으나 ‘공중위생법’에서는 ‘세탁업은 세제, 용제 등을 사용하여 의류 기타 섬유제품이나 피혁제품 등을 원형대로 세탁하는 영업’이라고 규정하였고, 현행 ‘공중위생관리법’에서는 ‘세탁업은 의류 기타 섬유제품이나 피혁제품 등을 세탁하는 영업’이라고 정의하고 있다.

7. 위생관리용역업

과거 ‘공중위생법’에서는 ‘위생관리용역업은 건축물·시설물 등의 청결유지와 음용수 공급시설 등의 위생관리를 대행하는 영업으로서 대통령령이 정하는 영업’이라고 규정하였다. 현행 ‘공중위생관리법’에서는 ‘위생관리용역업은 공중이 이용하는 건축물·시설물 등의 청결유지와 실내공기 정화를 위한 청소 등을 대행하는 영업’이라고 규정하고 있다.

한편 음용수 공급시설에 대한 위생관리는 ‘먹는물 관리법’(법률 4908호, 1995.1.5)이 제정되어 이 법에서 관리하고 있다.

8. 위생처리업

‘공중위생법’에서는 ‘위생처리업은 보건위생에 직접 영향을 미칠 수 있는 물품에 대하여 소독, 살균 기타의 방법으로 위생적인 처리를 하는 영업으로서 대통령이 정하는 영업’이라고 정의하였고, 현행 ‘공중위생관리법’에서는 내용이 위와 같고 부칙에 의해 구법 규정이 그대로 적용되고 있다.

지금까지의 공중위생 관련 법령의 변천과정을 살펴보면 개별법으로 존재하던 시기의 업종구분 및 업종의 정의가 보다 구체적이고 자세하며, 통합법이 되면서 개념 정의가 추상화되고 포괄적인 형식을 띄고 있다. 사회발전과 더불어 점차 업종도 다양화되고 세분화된다는 점과 맞물려 업종의 개념정의가 추상화된 것으로 판단되며 입법기술적인 측면에서 보다 발달된 과정이라 판단된다. 그러나 새로운 업종을 포함시키는 작업은 쉽지 않다. 개념정의는 추상화하면서 그것을 포함시켜야 하나 하위 법령(시행령이나 시행규칙)에서 다시 이것을 구체화하는 과정이 어려운데 새로운 업종이 생길 때마다 여기에 추가해야 하기 때문이다. 따라서 하위 법령에서 구체화하지 말고 그 개념의 정의대로 규율하는 방식이 적당하다. 즉 개별행위대로 숙박을 시키는 행위면 숙박을 시키는 행위에 대한 위생관리를 받도록 하면 족하고, 목욕을 시키는 행위면 목욕을 시키는 행위에 대한 위생관리를 받게 하면 족하다. 이런 기본적인 행위 이외에 새로운 행위들이 등장한다면 그 때 새로운 입법이 필요할 것이다. 그러나 이와 같은 것도 한계에 부딪히면 법 체계 자체를 바꾸어야 할 것이다.

제2절 현행 법령에 의한 공중위생영업 분류

현재 ‘공중위생관리법’ 제2조(정의) 제1항에 명시된 공중위생영업 관련 분야는 숙박업, 목욕장업, 이용업, 미용업, 세탁업, 위생관리용역업, 공중이용시설의 7개 분야이며, 2005년부터 목욕장업이 새로운 형태인 찜질방업을 포함하고 있으며, 2008년(신설 2008.6.30 대통령령 제20890호)부터 미용업이 미용업(일반), 미용업(피부), 미용업(종합)으로 세분화되어 있다.

현행 법령 제1조(목적)에서 공중이 이용하는 영업과 위생관리 등에 관한 사항을

규정함으로써 위생수준을 향상시켜 국민의 건강증진에 기여하기 위한 공중위생영업 및 시설의 개념 정의를 제2조 제1항 제1조부터 살펴보면 다음과 같다.

1. “공중위생영업”이라 함은 다수인을 대상으로 위생관리서비스를 제공하는 영업으로서 숙박업·목욕장업,·이용업·미용업·세탁업·위생관리용역업을 말한다.
2. “숙박업”이라 함은 손님이 잠을 자고 머물 수 있도록 시설 및 설비등의 서비스를 제공하는 영업을 말한다. 다만, 다음 시설은 제외한다(시행령 제2조 제1항).
 - ㉠ 「농어촌정비법」에 의하여 농어촌에 설치된 민박사업용 시설
 - ㉡ 「산림문화·휴양에 관한 법률」에 따라 자연휴양림 안에 설치된 시설
 - ㉢ 「청소년활동진흥법」 제10조 제1호에 의한 청소년 수련시설
3. “목욕장업”이라 함은 다음 각목의 어느 하나에 해당하는 서비스를 손님에게 제공하는 영업을 말한다.
 - 가. 물로 목욕을 할 수 있는 시설 및 설비 등의 서비스
 - 나. 맥반석·황토·옥 등을 직접 또는 간접 가열하여 발생하는 열기 또는 원적외선 등을 이용하여 땀을 낼 수 있는 시설 및 설비 등의 서비스
 다만, 다음 시설은 제외한다(시행령 제2조 제2항).
 - ㉠ 숙박업 영업소에 부설된 욕실
 - ㉡ 「체육시설의 설치·이용에 관한 법률」에 의한 종합체육시설업의 체온 관리실
 - ㉢ 제1항 각호의 1에 해당하는 시설에 부설된 욕실
4. “이용업”이라 함은 손님의 머리카락 또는 수염을 깎거나 다듬는 등의 방법으로 손님의 용모를 단정하게 하는 영업을 말한다.
5. “미용업”이라 함은 손님의 얼굴·머리·피부등을 손질하여 손님의 외모를 아름답게 꾸미는 영업을 말한다. 미용업을 다음과 같이 세분한다(시행령 제4조).
 - ㉠ 미용업(일반): 파마·머리카락자르기·머리카락모양내기·머리피부손질·머리카락염색·머리감기, 손톱과 발톱의 손질 및 화장, 의료기기나 의약품을 사용하지 아니하는 눈썹손질, 얼굴의 손질 및 화장을 행하는 영업
 - ㉡ 미용업(피부): 의료기기나 의약품을 사용하지 아니하는 피부상태분석·피부

관리·제모·눈썹손질을 행하는 영업

㉔ 미용업(종합): 제1호 및 제2호의 업무를 모두 행하는 영업

6. “세탁업”이라 함은 의류 기타 섬유제품이나 피혁제품등을 세탁하는 영업을 말한다.
7. “위생관리용역업”이라 함은 공중이 이용하는 건축물·시설물 등의 청결유지와 실내공기정화를 위한 청소등을 대행하는 영업을 말한다.
8. “공중이용시설”이라 함은 다수인이 이용함으로써 이용자의 건강 및 공중위생에 영향을 미칠 수 있는 건축물 또는 시설로서 다음의 시설을 말한다(시행령 제3조)..
 - ㉑ 「건축법」에 의한 업무시설로서 연면적 3천제곱미터 이상의 업무시설과 연면적 2천제곱미터 이상의 건축물로서 2 이상의 용도 (「건축법」제2조 제2항의 규정에 의한 용도를 말한다)에 사용되는 건축물
 - ㉒ 「공연법」에 의한 공연장으로서 객석수 1천석 이상의 공연장
 - ㉓ 「학원의 설립·운영 및 과외교습에 관한 법률」에 의한 학원으로서 연면적 2천제곱미터 이상의 학원
 - ㉔ 「유통산업발전법」에 의하여 개설 등록된 대규모점포와 동법에 의한 상점가 중 지하도에 있는 연면적 2천제곱미터 이상의 상점가(다중이용시설 등의 실내공기질관리법의 적용을 받는 시설을 제외한다)
 - ㉕ 「건전가정의례의 정착 및 지원에 관한 법률」에 의한 혼인예식장으로서 연면적 2천제곱미터 이상의 혼인예식장
 - ㉖ 「체육시설의 설치·이용에 관한 법률」에 의한 체육시설로서 관람석 1천석 이상의 실내체육시설

지금까지 논의한 사항을 표로 정리하면 아래 표와 같다.

〈표 4-1〉 공중위생영업의 개념 정의 연혁

업종	근거 법률명	정의	
이용업	이용사및미용사법 (1961)	이발(조발 및 삭발), 면도, 두피처리 및 염발 등의 방법에 의하여 용모를 단정하게 하는 것	
	공중위생법 (1998법 기준)	손님의 머리카락 및 수염을 깎거나 다듬는 등의 방법으로 손님의 용모를 단정하게 하는 영업	
	공중위생관리법 (현재)	손님의 머리카락 및 수염을 깎거나 다듬는 등의 방법으로 손님의 용모를 단정하게 하는 영업	
미용업	이용사및미용사법	파마네프트웨이브, 결발, 세발, 염발, 두피처리, 매니큐어미안술 및 화장 등의 방법에 의하여 용모를 미려하게 하는 것	
	공중위생법	손님의 얼굴, 머리, 피부 등에 손질을 하여 손님의 외모를 아름답게 꾸미는 영업	
	공중위생관리법	손님의 얼굴, 머리, 피부 등에 손질을 하여 손님의 외모를 아름답게 꾸미는 영업, 미용업을 다음과 같이 세분한다(2008.6.30) ㉠ 미용업(일반): 파마·머리카락자르기·머리카락모양내기·머리피부손질·머리카락염색·머리감기, 손톱과 발톱의 손질 및 화장, 의료기기나 의약품을 사용하지 아니하는 눈썹손질, 얼굴의 손질 및 화장을 행하는 영업 ㉡ 미용업(피부): 의료기기나 의약품 사용하지 아니하는 피부상태분석·피부관리·제모·눈썹손질을 행하는 영업 ㉢ 미용업(종합): 제1호 및 제2호의 업무를 모두 행하는 영업	
숙박업	숙박업법	숙박이라 함은 침구를 사용하여 전각향의 시설을 이용함을 말하며, 숙박업은 다음과 같이 세분화 함. - 호텔영업: 한국식 또는 서양식 구조 및 설비로서 고급의 시설을 하여 숙박료를 받아 사람을 숙박하게 하는 영업 - 여관영업: 한국식 또는 서양식 구조 및 설비로서 보통의 시설을 하여 숙박료를 받아 사람을 숙박하게 하는 영업 - 여인숙영업: 숙박하는 장소를 주로 다수인이 공용하게 하는 구조 및 설비로서 시설을 하여 숙박료를 받아 사람을 숙박하게 하는 영업 - 하숙영업: 필요한 시설을 하여 1월 이상의 기간을 단위로 하여 숙박료를 받아 5인이상의 사람을 숙박하게 하는 영업	
		공중위생법	숙박에 필요한 시설 및 설비를 갖추고 손님을 숙박시키는 영업 * 숙박업의 세분화(공중위생법시행령1998.8.11 대통령령 제15864호 기준) 가. 호텔업 나. 관광진흥법에 의한 휴양콘도미니엄업 다. 여관업 라. 농어촌정비법에 의한 농원여관업 마. 여인숙업
		공중위생관리법	손님이 잠을 자고 머물 수 있도록 시설 및 설비 등의 서비스를 제공하는 영업을 말한다. 다만, 다음 시설은 제외한다. ㉠ 「농어촌정비법」에 의하여 농어촌에 설치된 민박사업용 시설 ㉡ 「산림문화·휴양에 관한 법률」에 따라 자연휴양림 안에 설치된 시설 ㉢ 「청소년활동진흥법」 제10조 제1호에 의한 청소년 수련시설
	공중목욕장법	온수, 냉수, 해수, 온천수 기타를 사용하여 공중으로 하여금 목욕 또는 수영을 하게 하는 시설을 경영하는 영업	
목욕장업	공중위생법	목욕에 필요한 시설 및 설비를 갖추고 손님으로 하여금 목욕을 하게 하는 영업 * 목욕장업의 세분화 (공중위생법시행령1998.8.11 대통령령 제15864호 기준)	

업종	근거 법률명	정의
		가. 일반목욕장업 1) 공동탕업 2) 가족탕업 3) 한증막업 나. 특수목욕장업 1) 사우나탕업 2) 증기탕업 3) 복합목욕탕업 (헬스클럽과 연계하여 운영되는 목욕탕업을 말한다.)
	공중위생관리법	* 목욕업: 물로 목욕을 할 수 있는 시설 및 설비 등의 서비스를 제공하는 영업 * 찜질서비스업: 맥반석·황토·옥 등을 직접 또는 간접 가열하여 발생하는 열기 또는 원적외선 등을 이용하여 땀을 낼 수 있는 시설 및 설비 등의 서비스를 제공하는 영업 다만, 다음 시설은 제외한다. ㉠ 숙박업 영업소에 부설된 욕실 ㉡ 「체육시설의 설치·이용에 관한 법률」에 의한 종합체육시설업의 체온관리실 ㉢ 제1항 각호의 1에 해당되는 시설에 부설된 욕실
유기장	유기장법	당구장, 탁구장, 배미볼포장, 롤러스케이팅장, 서포보오드장, 투환장, 기원 또는 이와 유사한 공중유기시설을 경영하는 영업
	공중위생법	유기시설을 갖추고 손님으로 하여금 대중오락을 하게 하는 영업(다른 영업을 경영하면서 손님의 유치 또는 광고 등을 목적으로 유기기구를 설치하여 대중오락을 하게 하는 경우를 포함한다) * 유기장업의 세분화(공중위생법시행령 1998.8.11 대통령령 제15864호 기준) 가. 컴퓨터 게임장업: 전자유기기구 또는 체련용 유기기구를 설치·운영하는 유기장업 나. 종합유원시설업: 공원, 유원지 또는 관광위락지 등에서 주행식 유기기구, 고정식 유기기구, 스포츠·관람형 유기기구를 각2종이상 설치·운영하는 영업 다. 기타유기장업: 주행식 유기기구, 고정식 유기기구, 스포츠·관람형 유기기구, 기타 놀이에 이용되는 유기기구를 설치·운영하는 영업. 다만, 종합유원시설에 해당하는 것을 제외한다.
	공중위생관리법	* 관광진흥법으로 이관
세탁업	공중위생법	세제, 용제 등을 사용하여 의류 기타 섬유제품이나 피혁제품 등을 원형대로 세탁하는 영업
	공중위생관리법	의류 기타 섬유제품이나 피혁제품 등을 세탁하는 영업
위생관리 용역업	공중위생법	건축물·시설물 등의 청결유지와 음용수 공급시설 등의 위생관리를 대행하는 영업으로 공중이 이용하는 건축물 기타 시설물의 청소, 급수 또는 배수시설의 위생적 관리, 실내공기의 위생적 관리 등에 관한 업무를 대행하는 영업
	공중위생관리법	공중이 이용하는 건축물·시설물 등의 청결유지와 실내공기정화를 위한 청소 등을 대행하는 영업
위생 처리업	공중위생법	보건위생에 직접 영향을 미칠 수 있는 물품에 대하여 소독, 살균, 기타의 방법으로 위생적인 처리를 하는 영업으로 물수건을 살균·소독 등의 방법으로 위생적인 처리를 하여 포장·공급하는 영업
	공중위생관리법	구법의 적용을 받으므로 위와 같음

한편 우리나라 공중위생업의 진입규제 방식을 살펴보면 숙박업, 공중목욕장업, 이용업, 미용업, 유기장업 등의 개별법 형태에서는 영업허가제 방식이었고, 이용사및미용사법(1976)에서는 허가제에서 신고제로 변경되었다. 1986년 공중위생법이 제정되면서 신고제에서 다시 허가제로 변경되었고, 1999년 공중위생관리법으로 개정되면서 신고제에서 통보제로 변경되었으며 2002년 공중위생관리법 개정으로 통보제에서 신고제로 변경되었다.

〈표 4-2〉 공중위생영업의 분류와 진입규제 연혁

법명	공중위생영업 분류	진입규제방식
개별법(1961)	숙박업, 공중목욕장업, 이용업, 미용업, 유기장업	영업허가제
이용사및미용사법(1976)		허가제에서 신고제로 변경
공중위생법(1986. 제정)	공중위생접객업(숙박업, 목욕장업, 이용업, 미용업) 위생관련영업(세탁업, 위생관리용역업) 공중위생관련영업(세탁업, 위생관리용역업, 위생처리업) 위생용품(수처리제, 세척제, 기타 위생용품)	신고제에서 허가제로 변경
공중위생관리법(1999. 개정)	숙박업, 목욕장업, 이용업, 미용업, 세탁업, 위생관리용역업, 공중이용시설	신고제에서 통보제로 변경
공중위생관리법(2002. 개정)		통보제에서 신고제로 변경
공중위생관리법(2005. 개정)	찜질서비스업 추가	
공중위생관리법(2008. 현재)	미용업(일반, 미용업(피부), 미용업(종합))으로 세분화	

제3절 우리나라 현 공중위생관리 체계의 문제점

1. 신종 서비스에 대한 관리의 사각지대 단속에 따른 음성화 문제

〈표 4-3〉 공중위생·생활건강·보건의료의 개념 비교

공중위생	생활건강	보건의료	
모든 국민 대상	건강한 국민	건강한 국민과 건강상의 위협에 노출될 가능성이 있는 국민 및 이미 건강상의 문제가 생긴 국민	
이미용, 피부관리 등	보다 아름답고 행복한 삶을 위해 투자하는 영역	예방, 건강증진 등	검진, 치료 등
공중위생관리법	관리체계 부재 (사각지대)	국민건강증진법, 정신보건법, 모자보건법 등	의료법

국민건강과 관련하여 사각지대에 놓인 새로운 서비스가 선보이고 있다. oo치료사, oo테라피, oo요법, oo관리, oo재활전문가 등 다양한 신종 서비스가 ‘치료 및 의료’라는 명칭을 달고 성행 중이나 이들을 관리할 수 있는 제도가 부재한 실정이다.

일부 서비스는 무면허 의료행위 등으로 처벌하고 있으나, 이 경우 더욱 음성화되어 명칭을 변경하여 제공하는 등 관리가 더욱 어려워지는 문제가 발생있다(ex. 치료->지도 등).

2. 복합 서비스에 대한 관리의 사각지대 발생

하나의 업종으로 규정되지 않는 복합서비스업의 발생으로 인하여 관리의 사각지대가 발생하고 있다. 예를 들어 목욕서비스의 경우 찜질서비스, 초단기숙박, 휘트니스, 식사, 피부관리 등의 새로운 서비스를 제공하고 하고 있는 사례가 증가하고 있다.

〈표 4-4〉 서비스의 변천모습 예시

	기존 영업 내용	현재 영업 내용
대중목욕탕	목욕서비스	목욕서비스, 찜질서비스, 초단기숙박, 휘트니스, 식사, 피부관리 등
미용실	머리손질	머리손질, 두피관리, 스킨케어, 네일아트, 메이크업, 체형관리, 피부관리 등
단식원	단식 및 단기숙박	단식, 단기숙박, 피부관리, 피부마사지, 월풀마사지(목욕시설), 선식제공, 요가 등

단식원의 경우는 단기숙박 및 목욕서비스를 제공할 뿐만 아니라, 피부관리 및 피부마사지를 시행함에도 불구하고 지금까지 공중위생관리법주에서 제외되어 있었다. 뿐만 아니라 “단식요법은 중대한 합병증을 유발하여 국민들에게 피해를 줄 수 있고 국민보건에 중대한 위해까지 끼칠 우려가 있으므로 의사의 지도하에 이루어져야 한다(의제01254-70945, 85.10.16)”라는 보건복지부 유권해석에 따라 국민보건과 안전을 위하여 의사 및 한의사와 연계하여 단식에 대한 지도를 받도록 할 필요성이 있다.

3. 보건의료서비스와 공중위생(생활건강)서비스의 구분점 모호

보건의료분야와의 명확한 역할 구분을 토대로, 국민 건강에 크게 영향을 미치지 않는 서비스에 대해서는 최소한의 안전장치를 마련한 후 제도권내로 포함할 수 있는 제도 마련이 필요하다.

또한 신종 서비스가 보건의료영역의 서비스에 해당하는지 공중위생(생활건강)영역의 서비스에 해당하는지 공정하게 판단하고 관련법을 적용할 수 있는 기구의 마련이 필요하다.

4. 서비스와 제품의 안전성 확보 수단의 부재

현 공중위생관리법은 ‘위생수준을 향상시켜 국민의 건강증진에 기여함’을 목적으로 하여 다양한 위생수준 관리규정을 포함하고 있지만, 정작 실제 소비자에게 직접적인 영향을 미치는 ‘업소에서 제공하는 다양한 서비스’와 ‘서비스에 부가되어 제공되는 다양한 물품’에 대한 안전성을 평가인증하고 기준을 정하는 장치(기구)는 마련되어 있지 않다

예를 들어 마사지의 경우 업소에서 서비스를 받던 중 추간판탈출증이 발생하는 사고가 실제 종종 발생하고 있으나, 관련규정이 없어 안전사고 발생 후 개별업소차원에서 대응할 수밖에 없는 현실이다.

찜질방(숯가마)의 경우 국내에서 유통되는 숯의 절반이상이 참나무로 만든 숯이 아니라 폐자재로 만든 숯으로서, 이러한 숯에 불을 붙이면 폐자재에 붙어있던 접착제 성분이 연소되면서 유해물질을 방출하게 되는데, 이때 나오는 연기를 THC(공기

오염 측정기)로 측정해보면 일반 대기 중의 유해물질 성분의 10만배 정도로 인체에 매우 유해할 가능성이 있는 수치임에도 불구하고, 실내에서 숯에 불을 붙여놓고 그 앞에서 원적외선을 쬐는 형태로 영업하는 찜질방(숯가마)이 있으나 관련규정이 없어 소비자가 건강상의 위험에 노출되고 있다.

5. 특정 자격의 경우 교육-자격시험-산업 간의 부조화

가. 네일아트업과 메이크업업의 경우

미용사 시험에 네일케어에 관한 이론은 5%정도이고 실기시험은 없으며, 메이크업에 관한 문제는 1문제밖에 출제되지 않음에도 불구하고, 네일케어와 메이크업이 미용사의 업무영역에 속해있어서 각각의 전문성을 담보하기 어려우며, 네일케어업 또는 메이크업업만을 원할 경우에도 미용사 자격을 득하여야 하기 때문에 업종 진입장벽이 높고 사회적 비용이 발생하고 있다.

나. 피부미용업의 경우

대학에서 피부미용학과를 개설 시, 시설기준에는 기기가 포함되어 있고, 필기시험에 미용기기에 대한 내용이 출제되지만, 의료기기를 미용기기로 사용하지 못하는 현행법상 실기시험에는 기기사용에 대한 내용이 빠져있으며, 실제 현장에서는 18종의 의료기기를 미용기기로 암묵적으로 사용함으로써 ‘교육-산업-시험’의 제도가 분리되어 있는 현실이다. 현재 국내 피부관리업소에서 피부 상태를 확인하기 위한 기기(의료기기)를 사용하고 이를 토대로 피부관리서비스를 제공할 경우 의료법 위반 소지가 있다.

제4절 일본 및 독일의 유사 위생관리의 현황³⁾

1. 일본의 생활위생영업의 현황과 위생관리

가. 생활위생과 공중위생의 개념과 일본의 위생관리 체계

여러 사람이 이용하는 시설과 영업을 ‘생활위생’이라는 범주에서 함께 다루고 있다. 따라서 음식점, 식육판매업, 병설판매업, 식조육판매업 등과 같이 식품을 판매하고 이를 구입하기 위하여 여러 사람이 이용하는 영업도 생활위생에 의한 규율을 받게 된다. 즉 음식점에서 먹는 음식 자체는 식품위생법의 적용을 받되, 여러 사람이 이용하게 되는 영업장과 영업시설은 생활위생의 개념으로 포괄된다. 물론 조리시설은 식품위생법의 적용대상일 것이다. 사람이 직접접촉하는 것과 여러 사람이 모이고 접촉하는 것을 구분한 것이다. 합리적인 규율태도라고 생각된다.

정리하면 일본에서 생활위생이라는 용어는 우리나라의 공중위생과 식품위생의 영업 장소와 영업시설을 합한 개념이다. ²⁾ 공중위생은 음식처럼 그 자체로 시설과 영업서비스를 이용하는 것이므로 특별히 영업장소와 영업시설이라고 표현할 필요가 없다. 일본에서는 우리나라의 공중위생에 해당하는 것을 환경위생이라고 하여 구분하기도 한다.

나. 일본의 생활위생영업에 대한 위생관리 일반

생활위생영업 중 환경위생과 관련된 영업으로는 여관업, 공중욕장업, 미용업, 이용업, 흥행장업 등이 있다. 여관업은 다시 호텔영업, 여관영업, 간이숙소영업(캡슐호텔, 캠핑장, 방갈로 등이 여기에 해당함). 하숙영업(1월이상 기간의 단위로 하는 숙박시설로 현재 동경에는 거의 없다고 함)으로 세분되며, 다른 영업은 법적 세분화되어 있지 않다. 개별 영업에 관한 위생관리 현황을 살펴보면 다음과 같다.

3) 보건복지부 상지대학교 산학협력단(2008)에서 발췌 정리함.

1) 여관업 관련

① 정의: “여관업”은 숙박료를 받고 사람을 숙박시키는 영업이고, 숙박이란 침구를 사용하는 시설을 이용하는 것이라고 되어 있다(여관업법 제2조). 여기서는 숙박이란 “생활의 본거가 아닐 것”을 주된 개념요소로 한다. 숙박과 주거는 개념상 상반되는 것이어서, “주거의 목적성”이 없을 것을 요건으로 하게 된다. 즉 아파트나 셋방과 같은 임대업은 생활의 본거성 내지 주거의 목적성을 가지고 있기 때문에 숙박업으로 포함되지 못한다.

또 “숙박료”를 중요한 개념요소로 한다. 무료 숙박시설은 이 법의 적용을 받지 아니한다. 숙박료는 명목 여부를 불문하고 실질적인 침구나 방의 사용료로 간주되는 것이면 족하다. 예컨대 침구임대료, 침구세탁료, 광열수도비, 실재청소비, 휴게료 등도 숙박료로 본다. 숙박시설이 있는 연수시설(연수원, 세미나하우스)등도 연수비를 징수하는 경우에는 숙박료로 본다.

업종을 세분화해 보면 「호텔 영업」이란 서양식의 구조 및 설비를 위주한 시설을 설치하여 숙박료를 받고, 사람을 숙박시키는 영업으로 간이 숙소 영업 및 하숙 영업 이외의 것을 말하며, 「여관영업」이란 일본식의 구조 및 설비를 주로 한 시설을 설치하여 숙박료를 받고 사람을 숙박시키는 영업으로 간이 숙소 영업 및 하숙 영업 이외의 것을 말하며, 「간이 숙소 영업」이란 숙박한 장소를 다수인으로 공용한 구조 및 설비를 위주로 한 시설을 설치하여 숙박료를 받고, 사람을 숙박시키는 영업으로 하숙 영업 이외의 것을 말하며, 「하숙 영업」이란 시설을 설치하여 1월 이상의 기간을 단위로 하여 숙박료를 받고 사람을 숙박시키는营业을 말한다(이상 제2조). 따라서 ‘숙(宿)’을 목적으로 하는 휴게텔의 경우 간이숙소영업에 해당하며, 펜션, 산장, 유스호스텔, 캡슐호텔 등도 간이숙소영업에 속한다.

② 진입규제: 여관업을 경영하고자 하는 자는 도도부현지사(보건소를 설치한시 또는 특별구에서는 시장 또는 구청장)의 허가를 받아야 한다고 하여 허가제를 취하고 있다. 허가제의 사유로는 신청자가 1. 이 법률 또는 이 법률에 의한 처분에 위반하여 형을 받고 그 집행이 종료하였거나 또는 집행이 면제된 날로부터 기산하여 3년

을 경과하지 않은 경우, 2. 이 법률에 의해 허가가 취소되고 취소된 날로부터 기산하여 3년을 경과하지 않은 경우, 3. 신청자가 법인인 경우 그 법인의 임원 중에 앞의 두 사유에 해당하는 자가 있는 경우 등이다.

또 학교교육법(昭和 22년 법률 제26호)에 의한 학교(대학을 제외함), 아동복지법((昭和 22년 법률 제164호) 제7조 제1항에 규정한 아동복지시설, 사회교육법((昭和 24년 법률 제207호) 제2조에 규정한 사회 교육 시설로, 도도부현의 조례로 정한 것 등은 이 시설들이 위치한 대지의 주위 대략 100미터 구역내에는 여관업을 개설할 수 없다. 또 이들 시설의 대지의 주위 대략 100미터 구역내에서 여관업을 개설하기 위해서는 이들 시설의 교육 환경을 현저하게 해할 우려가 없는지 여부에 관하여, 학교에 관해서는 당해 학교가 대학 부설의 국립학교(학교교육법 제2종 제2항에서 규정한 국립학교를 말한다)인 때는 당해 대학의 학장, 고등전문학교인 때는 당해 고등전문학교의 교장, 고등전문학교 이외의 공립학교인 때는 당해 학교를 설치한 지방공공단체의 교육위원회, 고등 전문학교 이외의 사립학교인 때는 학교교육법에서 정한 관할청의 의견을, 아동복지시설에 관해서는 아동복지법 제46조에서 규정한 행정청의 의견을, 전항 제2호의 규정에 의하여 도도부현 조례로 정한 시설에 관해서는 당해 조례로 정한자의 의견을 구하여야 한다(법 제3조)

③ 영업자의 위생관리의무: 영업자는 영업의 시설에 관하여 환기, 채광, 조명, 방습 및 청결 그 밖에 숙박자의 위생에 필요한 조치를 강구하여야 하며, 기타의 ‘시설 기준’을 정령으로 정하고, 그에 따른 ‘조치기준’은 도도부현이 조례로 정하도록 되어 있다(법 제4조).

④ 여관업의 산업적 진흥을 위한 국가와 지방자치단체의 책무: 국가 및 지방 공공단체는 영업자에 대하여 여관업이 건전한 발달을 도모함과 아울러 여관업 분야에 있어 이용자의 수요의 고도화 및 다양화에 대응한 서비스의 제공을 촉진하기 위해 필요한 자금의 확보, 조언, 정보의 제공 그 밖의 조치를 강구하도록 노력하여야 한다는 규정을 두고 있다(법 제9조의3).

2) 목욕장업 관련

① 정의: 공중목욕업은 온탕, 조(潮)탕 또는 온천 그 외의 것을 사용하여 공중을 입욕시키는 시설이라고 하여(목욕장법 제1조), 물을 사용하든, 해수를 사용하든, 온천을 사용하든 간에 “입욕을 시키는 것” 을 핵심적인 개념요소로 한다. 따라서 입욕을 시키는 것이면 스포츠센터에 있는 것이든 숙박시설에 있는 것이든 이 법의 적용을 받거나 아니면 당해 적용법률에서 따로 정한 기준(그것은 이 법의 위생관리기준과 유사하게 되어 있다)의 적용을 받는다.

업종을 세분하면, 일반공중목욕탕은 지역주민의 일상생활에 필요한 시설로서의 입욕요금이 제한되는 목욕탕으로, 중중탕과 노인복지센터의 목욕탕이 있다.

그 외의 공중목욕탕으로는 용양, 휴양을 목적으로 하는 건강센터, 골프장이나 헬스클럽 등 스포츠 시설에 병설된 목욕탕, 공장 등에 복리후생시설로서 설치된 목욕탕, 사우나와 객실이 있는 목욕탕, 이동식 입욕차, 피부미용실에 진흙탕등이 있다.

다만, 노동안전위생법에 근거하여 작업장에 설치된 목욕탕과 노동기준법에 의해 사업소의 부속기숙사, 여관업법의 적용을 받는 숙박시설의 목욕탕 등 다른 법에 의하여 적용을 받는 경우는 제외하게 된다. 전술한 바와 같이 여기서도 그 위생관리를 위한 기준은 목욕장업의 그것과 유사하게 되어 있다. 또 병원이나 노인보건시설의 주간보호시설에서 사용하는 목욕탕은 허가대상에서 제외하며, 수영장 부대시설로서의 체온탕 등도 이 법에 의한 허가 대상은 아니다.

② 진입규제: 목욕장영업을 하는 경우에는 목욕장법에 근거하여 도도부현지사의 허가를 받아야 한다. 도도부현지사는 공중욕장의 설치의 장소 또는 그 구조 설비가 공중위생상 부적당하다고 인정하는 때 또는 그 설치의 장소가 배치의 적정을 결여한다고 인정하는 때는 전항의 허가를 하지 않을 수 있으며(단, 이 경우에 도도부현지사는 이유를 붙여 서면으로 그 취지를 통지하여야 한다),필요하다고 인정할 때에는 조건을 부가하여 허가할 수 있다. 그 설치의 장소의 배치의 기준에 관해서는 도도부현이 조례로 정한다.

③ 위생관리: 영업자는 공중욕장탕에 관하여, 환기, 채광, 조명, 보온 및 청결 그 밖에 입욕자의 위생 및 풍기에 필요한 조치를 강구하여야 한다. 위생관리를 위한 구체적인 조치기준에 관해서는 도도부현이 조례로 정한다.

3) 미용업 관련

① 정의: 미용이란 파마넨트웨이브, 결발(머리를 쪽짓는 것), 화장 등의 방법에 따라 용모를 아름답게 하는 것을 말한다. 대개의 미국의 주법은 토탈미용(cosmetology)와 헤어미용, 피부미용(esthetic), 손톱미용(manicure) 등으로 미용업이 세분화되어 있고 각각의 면허제를 두고 있는데 비해, 일본에서는 이러한 세부적인 구분을 두지 않고 있다. 다만 일본의 미용업진흥지침을 보면 피부미용이나 네일아트 등과 같은 최근의 발전적인 미용업의 세부형태를 수용하고 당해 영업에 대한 발전방향도 담고 있는 것으로 보아 이들 세부영업에 대해 법에서 인정하지 않는 불법영업으로 인식하고 있는 것 같지는 않다. 미용사가 파마넨트웨이브의 행위에 다른 미용행위의 일환으로 커트를 하는 경우 미용에 포함되며, 여성의 경우 파마넨트웨이브의 행위에 따른 미용행위이나를 불문하고 모든 커트가 미용행위에 포함된다.

업(業)이란 반복의 의사를 가지고 있으면 족하고 유료(有料)로 해야 하는 것은 아니다. 이 점은 숙박업이 숙박요금을 개념요소로 하고 있는 점과 다르다.

② 미용업법이 아니고 미용사법인 이유(위생관리의 주된 대상): 생활위생영업법으로 여관업법, 목욕장법, 흥행장법, 클리닝업법 등 다른 법들은 ‘00업법’으로 되어 있거나 ‘00장법’으로 되어 있는데, 미용사법과 이용사법만이 당해 영업자법으로 되어 있다. 그 이유는 이들이 생활위생 관련법으로 위생관리의 주된 대상이 여관업, 목욕장법, 흥행장업 등에서는 그 영업장소가 주된 위생관리의 대상임에 비해, 미용사와 이용사는 직접 인체에 손이나 기구를 접촉하는 영업이므로 영업자 자체에 대한 위생관리가 더욱 중요하기 때문이다.

③ 진입규제: 미용업에서의 진입규제는 미용사에 대한 진입규제와 미용업에 대한

진입규제로 구분할 수 있다. 먼저, 미용사의 직업을 갖기 위해서는 시험에 합격하여 미용사 면허를 취득해야 하며, 미용업을 개설하기 위해서는 후생노동 대신의 허가를 받아야 한다.

현재 우리나라는 자격과 면허의 이중규제를 두고 있어 최근 이 부분에 대한 개정이 심각하게 논의되고 있다. 여기에는 자격제로 일원화하는 방법, 면허제로 일원화하는 방법 등 몇 가지 논의가 있으나, 미용업이 인체에 위험한 기구나 손을 직접 접촉하는 행위라는 성격상 ‘기능의 숙달’ 을 의미하는 자격제보다는 강학상 허가의 의미를 지니는 면허제로 일원화하는 것이 타당하다.

미용업의 진입규제와 관련해서는 일본에서는 미용면허를 가지지 않은 자나법인도 미용업을 개설할 수 있도록 하고 있다(미용사법 시행규칙 제19조 제1항 참조). 이것은 미용업의 산업적 진흥을 위한 진입규제완화를 고려하여 법제 개선을 시도하고 있는 우리나라의 경우에 중요한 시사가 된다. 다만 기존의 미용업자등 이해관계인들로 부터의 강한 저항이 예상되기도 하므로 이해관계의 조정과 산업적 발전을 함께 도모할 수 있는 방안이 모색되어야 한다.

④ 위생관리: 미용소가 아닌 곳에서 미용행위를 할 수 없다. 다만 혼례, 질병으로 올 수 없는 경우 등 정령으로 정한 특별한 사정이 있는 경우에는 출장으로도 시행할 수 있다. 이 규정은 우리나라의 공중위생관리법의 규정과 같다. 최근 일본에서는 고령사회와 더불어 노인복지기관등에서의 출장미용이 성행하고 있으며, 이것이 하나의 영업형태로 발전하고 있다. 따라서 출장영업에 관한 위생관리지침을 각 지방별 조례로서 정하고 있다.

또, 미용사에 대해서 일반적인 위생관리기준으로 다음과 같은 조치의무를 두고 있다.

- 첫째, 항상 청결하게 유지할 것.
- 둘째, 소독 설비를 설치할 것.
- 셋째, 채광, 조염 및 환기를 충분히 할 것.

넷째, 기타 도도부현이 조례로 정한 위생상 필요한 조치

⑤ 특색: 기타 중요한 특색으로는 관리미용사제도를 두고 있다는 점이다. 미용사인 종업원의 수가 평상시 두 사람 이상인 미용소의 개설자는 당해 미용소(당해 미용소에 있어서 미용의 업무를 포함한다)를 위생적으로 관리시키기 위하여 미용소마다 관리미용사를 두어야 한다. 단, 미용소의 개설자가 관리미용사가 될 수 있는 요건이 되는 때에는 그 자가 스스로 주된 1개 미용소의 관리미용사가 될 수 있다. 관리미용사는 미용사의 면허를 받은 후 3년 이상 미용의 업무에 종사하고 또한 후생노동장관이 정한 기준에 따라 도도부현지사가 지정한 강습회의 과정을 수료한 자이어야 한다.

⑥ 기타: 일본의 미용업에서는 시설의 고급화 대형화와 더불어 미용약품, 화장품 및 각종 용기와 폐약, 모발 등 폐기물 처리가 문제되고 있다고 한다.

4) 클리닝업 관련

① 정의: 세탁업이란 용제 또는 세제를 사용하여 의류와 그 밖의 섬유제품 또는 피혁제품의 원형을 그대로 보존하면서 세탁하는 것을 말하며, 이것을 행할 수 있는 곳이 세탁소이다. 또, 직접적으로 세탁을 하지 않고 세탁물의 접수와 인계만 하는 중개점도 세탁소가 되며(클리닝업법 제2조), 의류를 대여하고 반환 받은 후 다시 대여하는 형태의 영업도 클리닝업법에 의한 적용을 받는다.

세탁업에 해당하는 것으로는 일반세탁소, 린넨 세탁소(호텔, 병원, 사업장, 음식점 등), 흘세일 세탁소(대량세탁소: 일반세탁소로부터 위탁을 받아 세탁물을 전문적으로 처리해 주는 대형 세탁소) 등이 있으며, 기계자동세탁영업소(동전 등을 이용한 셀프 세탁소)는 이 법에 의한 세탁소는 아니나 다른 법에 의한 규제를 받는다.

② 진입규제: 클리닝업소에는 업소당 1인 이상의 클리닝사를 두어야 하며, 클리닝사가 되기 위해서는 시험에 합격하여 면허를 받아야 한다. 시험의 관리와 시행권자

는 후생노동장관이다.

또, 클리닝업소를 개설하고자 하는 후생노동성령이 정하는 바에 따라 클리닝 업소의 위치, 구조설비 및 종사자수 및 클리닝사의 성명 그 밖에 필요한 사항을 도도부현지사에게 신고하여야 한다. 또, 클리닝업소를 개설하지 않고 세탁물의 수취 및 인도를 하는 것을 영업(세탁중개업)으로 하려고 하는 자는 후생노동성령이 정하는 바에 따라 영업 방법 종사자수 기타 필요한 사항을 미리 도도부현지사에게 신고하여야 한다.

③ 위생관리: 영업자는 클리닝업소 곳의 구조 설비에 관하여 도도부현지사의 검사를 받고, 그 구조 설비가 이 법의 규정 취지에 적합하다는 확인을 받았던 후가 아니면, 당해 클리닝업소를 사용할 수 없다.

또, 영업자의 위생 조치와 관련해서는 업무용의 기계로서 세탁기 및 탈수기를 각각 적어도 1대 구비하여야 하며, 다음과 같은 위생관리조치를 취하도록 하고 있다.

첫째, 클리닝업소 및 업무용의 차량 *(경차량은 제외한다), 업무용의 기계 및 기구를 청결하게 유지할 것

둘째, 세탁을 한 것과 세탁하지 않은 것을 구분해 둘 것

셋째, 세탁물을 용도에 따라 구분하여 처리할 것

넷째, 세탁장은 마루가 불침투성재료(콘크리트, 타일등 오수가 침투하지 않는 것을 말한다)로 축조되고, 적당한 경사와 배수구가 마련되어 있을 것

다섯째, 전염성의 질병의 병원체에 의한 오염이 우려가 있는 것으로 후생노동성령으로 지정한 세탁물을 다루는 경우에는, 그 세탁물을 다른 세탁물로 구분해 두고, 이것을 세탁할 때는 미리 소독을 할 것, 세탁이 소독의 효과가 있는 방법에 의할 때에는 소독하지 않아도 좋다.

여섯째, 그 밖에 도도부현이 조례로 정한 필요한 조치

다. 생활위생영업의 위생관리에 대한 법적 규율방법

영업활동의 기본 행위를 중심으로 하여 기본적인 영업을 설정하고, 이것을 응용하여 변종된 것이나 복합적인 것에 관해서도 그 기본행위를 충족하면 그 법의 적용을 받는다. 예컨대 여관의 객실안에 있는 목욕시설은 목욕장법에서와 같은 시설기준이 숙박업의 목욕시설기준으로 규정되어 있다. 또 목욕장법에서 정한 위생기준은 캠핑장, 스키장, 해수욕장등에서의 계절적 한정 숙박시설에도 적용된다. 다만 이들 계절숙박업소와 도시와 멀리 떨어져 있는 한지의 숙박업소에는 시설기준의 특례가 적용되기도 한다. 아무튼 숙박을 하는 업소나 시설이면 그것이 어떤 형태의 영업과 결합되어 있든 여관업의 위생관리 기준의 적용을 받는다. 러브호텔도 숙박업으로서 같은 위생관리를 받음은 물론이다.

2. 일본의 유사 생활위생영업의 현황과 법적 규율

가. 유사 생활위생영업의 현황

1) 이용·미용업

가) 이용소(미용소) 이외의 장소에서의 이용(미용)행위를 하는 영업

최근 고령화 사회가 도래하면서 노인복지시설 등 이용소 또는 미용소 이외의 장소에서 이용사 또는 미용사가 출장을 하는 방식으로 출장이용·출장미용이 성행하고 있다. 이러한 영업형태에 대해서도 위생의 확보를 도모할 필요가 있음은 물론이다. 따라서 행정규칙(통지)의 형식으로 「출장이용·미용에 관한 위생관리요령」을 정하여 이에 따른 위생관리를 하고 있다. 일본에서도 우리나라와 마찬가지로 미용실외에서의 미용업 행위는 법으로 금지하고 있으며, 다만 정령(우리나라는 보건복지부령)으로 정하는 특별한 사정이 있는 경우에는 제외사유로 하고 있는 점도 우리나라의 경우와 같다.

출장이용·미용이 성행하고 하나의 영업형태로 발전함에 따라 그에 대한 위생 관리기준을 요령(행정규칙)으로 정하여 위생을 확보하고자 하는 것이다. 이 요령의 주요내용은 제1 목적, 제2 작업환경(불특정다수인이 이용하는 시설에서는 작업 및 위

생에 지장을 받지 않도록 전용 작업실 등 구획을 정해서 할 것 기타 작업장 내의 위생관리 의무를 정하고 있다), 제3 휴대품 등(출장이용·미용시 휴대하여야 할 물품으로서 이용·미용도구와 이것을 위생적으로 안전하게 수납할 도구, 수건 등과 이것을 위생적으로 수납할 도구, 소독액, 외상에 대비한 구급처치 약품이나 위생재료에 관하여 규정하고 있다. 제4 관리(작업장의 청결 등 작업환경관리, 휴대품관리, 영업자 및 종사자의 위생관리), 제5 위생적 취급(작업실, 폐기물 등에 대한 위생관리의 의무), 제6 소독, 제7 자주관리체제(위생관리 책임자, 위생관리 요령의 작성과 주지) 등으로 되어 있다.

나) 에스테틱

일본의 미용사법에서는 미용은 파마넨트웨이브, 결발, 화장 등의 방법에 한정하도록 되어 있어 소위 전신미용을 목적으로 하는 에스테틱 행위는 그 방법 또는 대상이 현저히 다르기 때문에 현행 미용사법에 의한 미용에는 해당되지 않는다고 해석되고 있다. 따라서 에스테틱은 법적인 자격제를 두고 있지 않으므로 민간단체가 자주관리기준을 정하는 그 기준에 따라 위생수준을 확보하고 있다.

2) 여관업

가) 위클리맨션

기존의 아파트나 맨션의 빈방을 1 내지 2주 단위로 임차하는 형태이다. 우리나라에서 최근 문제되고 있는 레지던스와 유사한 형태의 변종숙박업이다. 우리나라에서는 레지던스는 공중위생관리법에 의해 숙박업으로 포섭되기 어려워 단속의 문제와 호텔업과의 영업 갈등 등이 있으나, 일본에서는 전술한 바와 같이 숙박을 하게 하는 경우는 모두 여관업에 의한 위생관리기준이 적용되므로 위클리맨션도 여관업법의 적용대상임은 말할 필요가 없다.

그러나 이 영업형태는 여관업과 임대업의 혼합된 형태여서 일본에서도 이것을 여

관업의 적용대상으로 하여야 할 것인가는 논란이 있었던 것 같다. 일본 후생노동성 생활위생국의 이에 대한 질의 응답을 살펴 보면 이해에 도움이 된다.(참조 昭和 63.1.29 한자제 23호 동경도위생국환경위생부장을 거쳐 후생성 생활위생국지도과장 회신)

위클리맨션의 영업형태와 내용을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 시설은 기존의 아파트, 맨션의 빈방 또는 전용으로 신축한 방을 임대함.

둘째, 이용일수 단위는 일주일 이상으로 최장 제한은 없으나, 실제로는 1~2주간 단기 용자들이 대부분임.

셋째, 이용자는 이용대금의 지불을 약속하고 입주시까지 물품보증금 및 이용료 등을 지불하고 임대계약을 체결한 다음 입주함.

넷째, 객실에는 일상생활에 필요한 설비(조리설비, 냉장고, 텔레비전, 욕실, 침구류 등)가 완비됨.

다섯째, 실내로는 전화기, 가구 등을 가지고 들어올 수 없음.

여섯째, 이용기간 중에 실내의 청소 등의 유지관리는 전적으로 이용자가 함.

일곱째, 시트, 베개 커버의 교체, 욕실 가운의 제공 등 린넨 서비스는 없음.

여덟째, 식사는 제공하지 아니함.

아홉째, 광열비, 수도요금은 개별 미터기 측정량에 따라 계약해제시에 별도 청산함.

열째, 본 시설의 이용자는 주로 회사의 단기출장자, 연수생, 수험생 등임.

문제는 여관업은 ‘사람을 숙박시키는 영업’이며, 사람을 숙박시키는 영업이란 첫째, 시설의 관리·경영의 형태를 총체적으로 보아 숙박자가 있는 방을 포함한 시설의 위생상의 유지관리책임을 영업자가 지며, 둘째, 시설을 이용하는 숙박자가 그 숙박하는 방을 생활의 본거로서 가지고 있지 않을 것을 원칙으로 하는 영업을 말하는데(昭和61.3.31. 후생성지도과장통지에 따름), 이 두 가지 조건을 가지고 판단해보면 첫째 계약상 이용기간 중에 실내의 청소 등의 유지 관리는 이용자가 하는 것이지만, 1~2주간 정도로 1개월이 되지 않는 짧은 기간으로 회사의 출장, 연수, 수험 등의 특정한 목적에서 불특정 다수의 이용자가 반복하여 이용한다는 점 등, 시설의 관리·경영의 형태를 종합적으로 판단해 볼 때 이용자 교체시의 실내 청소, 침구류의

교체 등 시설의 위생관리의 기본적인 부분에 대한 책임은 영업자에 있는 것이 확실하다고 볼 것이므로 이 시설의 위생상 유지관리책임은 영업자에게 있다 할 것이다. 또 생활의 본거의 유무에 관해서도 이용 기간, 목적 등에 비추어볼 때, 본 시설이 이용자의 생활의 본거지는 아니므로 이 시설은 여관업법의 적용대상인 시설이다.

나) 위장리브호텔

일본에서는 개업시에는 비즈니스호텔의 영업허가를 취득하였는데, 그 후 시설 개조 등에 의해 시설의 외관을 변형하거나 대면식 프론트를 사용하지 않는 등의 형태로 영업을 하는 소위 위장 리브호텔이 설치되고 있다. 일본 경찰청의 조사에 따르면 형태, 의장, 색채, 조명 기타 외관이 현저히 화려하거나 기묘한 형태를 하고 있는 것들이 2008년 현재 전국에 3,593개 시설이 영업을 하고 있다고 한다.

‘풍속영업등의 규제및 적정화등에 관한법률(이하 풍영법이라 한다)’에 규정하는 ‘점포형성풍속특수영업’의 대상이 되는 구조설비를 가지고 있지 않기 때문에 동법 또는 조례에서 영업을 규제하는 주택지나 학교주변에서도 건설되어 주위환경이나 교육환경에 악화를 초래하고 있다.

앞으로 여관 등의 외관을 규제하기 위한 구조설비기준에 관해서는 풍영법에서 규제하는 것이 적당하며, 향후 풍영법 소관기관인 경찰청등과 업무협조를 통해 조정하려고 하고 있다.

이와 같이 보면, 위장리브호텔은 기존법으로 규율이 어려워 새로운 법적 규제가 필요한 유사 생활위생영업 형태로 판단된다.

다) 클리닝업

일본에서는 세탁업은 세탁을 직접하는 영업뿐만 아니라 세탁물을 접수하고 인도만 하는 소위 세탁물중개업, 의류를 대여하고 반환받은 다음 다시 세탁하여 대여하는 영업도 세탁업의 적용을 받도록 클리닝업법에서 명문화하고 있다. 따라서 우리나라에서와 같이 세탁중개업이 단속의 저항을 가져오는 경우는 없다. 이하는 이것보다

더 발전한 형태의 변종 클리닝업이다.

(1) 라커 등에 의한 세탁물의 취급

식료품점의 입구나 점포에서 떨어진 곳에 라커를 설치하고 이 라커를 통하여 세탁물을 수위하고 인도하는 영업이다. 이것에 대하여는 당해 라커등을 설치하고 있는 식료품점등을 세탁소로 보고 라커 등에 충분한 위생이 확보되도록 도도부현등을 지도하고 있다고 한다. 이 영업형태에 대해서도 단속상 의문이 있어 그에 대해 후생성이 회신한 내용이 있다. 그 내용을 살펴보면 ‘문제는 세탁물의 수취와 인도에 해당하는가 아닌가 여부이며 이것은 점포 내외 및 대면의 유무에 불구하고 실질적으로 세탁물의 수취 및 인도가 이루어지는가에 의해 판단해야 한다’ 고 하면서 세탁물 중 개업을 세탁업에 포함시키는 이상 식품점등에서 대면이 이루어지지 않지만 라커등을 매개로 실질적으로 세탁물의 수취가 이루어지므로 세탁업에 해당한다는 취지의 회신을 하고 있다.

(2) 택배를 활용한 세탁물의 취급과 인도

세탁소가 택배업자와 하물배송 계약을 맺어 택배업자의 수취 창구를 이용하여 고객으로부터 세탁물의 배송에 의해 수취가 이루어지는 영업이다. 이 영업에 대해서는 당해 하물을 개봉하지 않고서도 내용물이 세탁물이라는 것을 인식 할 수 있으며, 계속 반복적으로 일반 하물과는 달리 취급을 하는 경우에는 당해 택배업자에 대해서도 클리닝업에 해당한다고 하지 않을 수 없으며, 이에 대한 위생확보를 도모하고 있다.

나. 유사 생활위생영업에 대한 법적 규율

일본에서도 전형적인 공중위생업의 형태에서 변형된 새로운 형태의 공중위생업이 성행하고 있다. 다만 우리나라의 유사공중위생업과의 차이는 일본에서 등장한 새로운 형태의 공중위생업은 대부분 기존의 법체계로서 커버가 되기 때문에 새로운 공중

위생업일 수는 있어도 유사공중위생업이라고 하기는 어려운 점이 있다. 모두 법의 적용을 받는 영업형태인 만큼 전형적인 공중위생업은 아니라도 ‘유사’ 라는 수식을 붙이기도 어려우며, 정상적인 영업형태로 보는 것이 더 정확하다. 또 새로운 형태의 영업은 기존의 영업내용을 변화시킨 것(변종)도 있고, 여러 가지 업태를 합한 것과 같은 복합적인 것도 있다. 어떤 형태이든 마찬가지로 대부분 기존 법의 적용을 받아 규율되고 있다. 이와 같이 관리하기 때문에 기존의 법을 최대한 적용하기 때문에 신종 혹은 변종의 유사 공중위생영업이 등장해도 이것이 곧바로 새로운 입법을 마련해야 할 이유가 되지는 않는다.

〈표 4-5〉 최근 일본의 공중욕장 현황

구분 연도	공중욕장											영업허가 건수 (연중)
	총수	공영			사영							
		계	보통	기타	계	보통	객실부	헬스센터	사우나 온천	스포츠 시설	기타	
2004년	27,074	5,191	501	4,690	21,883	6,629	1,343	2,287	2,169		9,455	1,566
2005년	27,674	5,083	451	4,632	22,591	6,202	1,364	2,396	2,070	2,650	7,909	2,060
2006년	28,712	4,974	419	4,555	23,738	5,903	1,340	2,355	2,287	2,287	8,903	2,667

예를 들어 위 표에서 보는 바와 같이 목욕장업의 경우, 헬스센터 내에 있는 목욕 시설, 온천시설, 스포츠 시설 내의 목욕시설, 심지어는 별실로 되어 있는 soap land 와 같은 풍속영업시설에 까지 목욕장업법의 적용을 받고 있다. 위와 같은 영업 내용의 경우 우리나라에서는 목욕장업의 허가를 취득하도록 하지도 않고 공중위생관리법상의 목욕장업에 대한 규율을 받지도 않기 때문에 ‘유사공중위생업’ 으로 문제가 되나 일본의 경우는 그렇지 않다는 것이다. 위 시설 모두가 목욕장업법의 적용을 받는다. 또 호텔이나 여관내의 목욕시설에서도 여관업법에서 목욕시설 기준을 두는데, 이것이 목욕장업법상의 시설기준과 거의 유사하기 때문에 여기에도 결국은 목욕장업법이 적용되는 것과 마찬가지로서 새롭게 변형된 형태의 영업내용이 등장하여도 기존의법에서 적용할 수 있는 것은 최대한 적용하고 있기 때문에 유사공중위생업이 사회적으로 문제되는 사례는 현재까지 별로 없었다고 한다.

다만 일본에서도 기존의 공중위생 관련법을 적용하기 어려운 경우도 없는 것은

아니다. 예를 들어 미용업과 관련하여 네일아트나 전신미용업이 바로 그러하다. 이들 영업은 기존의 공중위생 관련법에서 포섭하지 못하고 있다. 얼굴미용은 기존의 미용업에서 얼굴 아래의 부분에 대해서는 기존의 맞사지업에서 다루어 왔으나, 전신에 대한 미육적 케어나 비만관리 없도등은 어느 법의 적용도 받지 않는 부분이다. 여기서 전신미용의 경우 영업자 협회에서 자율적 규칙을 만들어 규율하고 있다. 이러한 영업은 ‘유사’ 공중위생업이라고 이름을 붙일 수 있을 것이다. 그러나 일본에서는 이러한 유사 공중위생업이 사회적 문제가 된적이 없어 이것을 새로운 법적 규제대상으로 다룰 필요성을 특별히 느끼지 못하고 있다고 하는 것이 후생성 담당 공무원의 말이다.

3. 일본의 유사공중위생업종에 대한 법적 대응과 시사점

가. 유사공중위생업종에 대한 법적 대응

위에서 본 바와 같이 일본에서는 새로운 영업 내용을 갖춘 업소가 등장하더라도 그 영업내용을 포섭할 수 있는 기존의 법률을 최대한 활용하여 적용하기 때문에 새로운 유사한 영업형태가 등장하더라도 그것에 대한 대응을 문제 삼을 필요 없이 평상시대로 대응하게 된다.

이것은 본 연구진이 연구계획서에서 처음에 제시하였던 “영업행위별 규율”과 같은 내용이라고 판단된다. 좀 더 정확하게 표현하면 영업의 “업태별 규율”이다. 예컨대 찜질방에서 목욕을 하고 식사를 하고 게임을 하고 수면을 한다면 각 행위별로 법의 적용을 받는 것이다. 목욕에 대해서는 목욕장업법, 식사에 대해서는 식품위생법, 게임에 대해서는 게임업법, 수면에 대해서는 숙박업법의 관련 내용으로 규율하는 것이다.

요약하면, 일본에서의 공중위생업에 대한 법적 규율방식은 개별 공중위생영업법을 두고 있으나 주된 영업에서 다른 영업형태를 부수적으로 하는 경우 각각의 영업법의 규제를 받는다는 점이다.

따라서 당해 관리 업무의 주무부처를 정하는 데 있어서도 특별히 주무부처를 두기보다는 각각의 법의 관할 부처에서 다루게 하는 방식을 취한다. 다만 각각의 법의 관할 부처라고 해도 목욕장업법, 여관업법, 식품위생법 등과 같이 대개는 동일 혹은

인근 부서에서 관할하는 것이므로 주무부처와 관련된 갈등은 없다.

또 현재의 공중위생업의 형태는 일본에서도 단일 업태보다는 복합업태가 대중을 이루는데, 새로운 법을 구상하기 보다는 기존법의 적용가능성을 최대한 타진해 보며 (그에 대한 민원이 협회 등으로 제기되고), 기존법의 적용이 불가능 할 때 새로운 법의 신설을 도모하게 된다고 한다.

〈표 4-6〉 일본의 생활위생영업의 정의와 법적 규제 형식

업		영업의 정의혹은 형태	규제 형식 등
미용업	전형	‘미용’이란 퍼머넌트웨이브, 결발, 화장등의 방법에 의하여 용모를 아름답게 하는 것	-미용사법에 의한 규제
	신종·유사	전신미용(에스테틱)	-동업자단체에 의한 자율규제(에스테틱은 법적인 자격제를 두고 있지 않으므로 민간단체가 자주관리기준을 정하여 그 기준에 따라 위생수준을 확보함)
		네일아트	자유업
이용업	전형	이용이란 두발 자르기, 얼굴화장 등의 방법에 의하여 용모를 갖추는 것을 말함	-이용사법에 의한 규제
여관업	전형	<ul style="list-style-type: none"> 「여관업」이란 호텔 영업, 여관영업, 간이 숙소 영업 및 하숙 영업을 말한다. - 「호텔 영업」이란 서양식의 구조 및 설비를 위주로 한 시설을 설치하여 숙박료를 받고 사람을 숙박시키는 영업으로 간이 숙소 영업 및 하숙 영업 이외의 것을 말한다. - 「여관영업」이란 일본식의 구조 및 설비를 주로한 시설을 설치하여 숙박료를 받고 사람을 숙박시키는 영업으로 간이 숙소 영업 및 하숙영업 이외의 것을 말한다. - 「간이 숙소 영업」이란 숙박한 장소를 다수인으로 공용한 구조 및 설비를 위주로 한 시설을 설치하여 숙박료를 받고 사람을 숙박시키는 영업으로 하숙 영업 이외의 것을 말한다. - 「하숙 영업」이란 시설을 설치하여 1월 이상의 기간을 단위로 하여 숙박료를 받고 사람을 숙박시키는 영업을 말한다. - 「숙박」이란 침구를 사용하여 전각형의 시설을 이용하는 것을 말한다. 	-여관업법에 의한 규제 허가제(도도부현)
	신종·유사	「위클리맨션」기존의 아파트나 맨션의 빈방을 1내지 2주 단위로 임차하는 형태. 우리나라에서 최근	*여관업법의 적용을 그대로 받음(후생노동성의 행정해

업		영업의 정의혹은 형태	규제 형식 등
		<p>문제되고 있는 레지던스와 유사한 형태의 숙박업과 임대업이 결합한 변종숙박업.</p> <p>- 영업내용</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 시설은 기존의 아파트, 맨션의 빈방 또는 전용으로 신축한 방을 임대함. 2. 이용일수 단위는 일주일 이상으로 최장 제한은 없으나, 실제로는 1~2주간 단기 이용자들이 대부분임. 3. 이용자는 이용대금의 지불을 약속하고 입주시까지 물품보증금 및 이용료 등을 지불하고 임대계약을 체결한 다음 입주함. 4. 객실에는 일상생활에 필요한 설비(조리설비, 냉장고, 텔레비전, 욕실, 침구류 등)이 완비됨. 5. 실내로는 전화기, 가구 등을 가지고 들어올 수 없음. 6. 이용기간 중에 실내의 청소 등의 유지관리는 전적으로 이용자가 함. 7. 시트, 베개 커버의 교체, 욕실 가운의 제공 등 린넨 서비스는 없음. 8. 식사는 제공하지 아니함. 9. 광열비, 수도요금은 개별 미터기 측정량에 따라 계약해제시에 별도 청산함. 10. 본 시설의 이용자는 주로 회사의 단기 출장자, 연수생, 수험생 등임. 	<p>석상 여관업으로 봄)</p>
		<p>「위장러브호텔」개업시에는 러브호텔의 영업허가를 취득하였는데, 그 후 시설 개조 등에 의해 시설의 외관을 변형하거나 대면식 프론트를 사용하지 않는 등의 형태로 영업을 함. 형태, 의장, 색채, 조명 기타 외관이 현저히 화려하거나 기묘한 형태를 하고 있음.</p>	<p>*현재는 여관업법에 의한 규율 대상임.</p> <p>*풍속영업등의 규제및 적정 회등에 관한법률(이하 풍영법이라 한다)에 규정하는 ‘점포형성풍속특수영업’의 대상이 되는 구조설비를 가지고 있지 않기 때문에 동법 또는 조례에서 영업을 규제하는 주택이나 학교주변에서도 건설되어 주위 환경이나 교육환경에 악화를 초래함.</p> <p>위장러브호텔은 기존법으로 규율이 어려워 새로운 법적 규제가 필요한 유사 생활위생영업 형태로 판단됨.</p>
<p>목욕장업</p>	<p>전형</p>	<p>「공중목욕업」온탕, 조(潮)탕 또는 온천 그 외의 것을 사용하여 공중을 입욕시키는 시설을 경영하는 영업</p> <p>「일반공중목욕탕」: 지역주민의 일상생활에 필요한</p>	<p>*목욕장법에 의한 법적 규제 허가제(도도부현지사)</p>

업		영업의 정의혹은 형태	규제 형식 등
		시설로서의 입욕요금이 제한되는 목욕탕, 공중탕과 노인복지센터의 목욕탕이 있다. 「그 외의 공중목욕탕」: 요양, 휴양을 목적으로 하는 건강센터, 골프장이나 헬스클럽 등 스포츠 시설에 병설된 목욕탕, 공장 등에 복리후생시설로서 설치된 목욕탕, 사우나와 객실이 있는 목욕탕, 이동식 입욕차, 피부미용실에 진흙탕	
클리닝업	전형	「클리닝업」용제 또는 세제를 사용하여 의류와 그 밖의 섬유제품 또는 피혁제품의 원형을 그대로 보존하면서 세탁하는 것을 말하며, 이것을 행할 수 있는 곳이 세탁소임. 직접적으로 세탁을 하지 않고 세탁물의 접수와 인계만 하는 중개점도 포함.	*클리닝업법에 의한 규제
	신중·유사	「라커등에 의한 세탁물의 취급」: 식료품점의 입구나 점포에서 떨어진 곳에 라커를 설치하고 이 라커를 통하여 세탁물을 수취하고 인도하는 영업	*클리닝업법에 의한 규제
		「택배를 활용한 세탁물의 취급과 인도」: 세탁소가 택배업자와 하물배송 계약을 맺어 택배업자의 수취 창구를 이용하여 고객으로부터 세탁물의 배송에 의해 수취가 이루어지는 영업	*클리닝업법에 의한 규제

나. 시사점

영업장에서의 개별 업체별 규율은 우리나라 법제하에서도 대체로는 수용이 가능하다. 예컨대 숙박업과 관련하여 문제가 되는 펜션이나 민박 등도 숙박시설적 측면에서는 숙박업의 적용을 받거나 특칙을 두어 조금 수정한 형태의 기준을 설정하면 될 것이다.

그러나 문제는 우리나라 법이 현실과 괴리되어 있는 부분이 있어 이것을 완전히 수용하기는 어렵다는 점이다.

예를 들어 우리나라에서 숙박업은 공중위생관리법뿐만 아니라 건축법, 학교 정화법 등에 의한 규제를 받게 된다. 이것은 숙박시설이 숙박만 하는 것이 아니라 그곳에서는 풍속을 해치는 성매매 기타의 행위들이 이루어지고 이것이 건전한 성윤리 기타 사회적 법익을 해치기 때문에 도시계획적, 교육법적 차원에서 규제를 하는 것이

다. 이런 유유로 예컨대 우리나라의 경우 레지던스업은 국토계획법상의 기준을 맞추지 못해 숙박업으로 포섭할 수 없어 공중위생관리법에 의한 숙박업의 적용을 받지 못한다. 즉 건축법령과 국토계획법령에 따르면 숙박시설은 상업지역에만 건축할 수 있도록 되어 있어, 일반주거지역에 있는 오피스텔을 임대하여 영업하는 레지던스의 경우 숙박업으로 포섭하기가 어렵다. (관련법: 「건축법 시행령」별표 1 제15호, 국토의 계획 및 이용에 관한 법률시행령 별표9 제1호 차목.)

따라서 위와 같은 업태별 규제를 적용하기 위해서는 위의 예에서 건축법 등과 같은 다른 법에 의한 규제를 풀지 않으면 안되는데, 다른 법과의 관계의 조정이 선행되지 않으면 안된다.

4. 독일의 공중위생업종 분류체계

가. 독일에서의 공중위생업종 분류

독일에서는 공중위생 관련 전문기능업종으로 분류되는 것으로는 미용업, 세탁업, 양초제조업, 안경점, 보청기, 정형기술, 특수용도용 신발제작업, 식물광택업, 치기공업 등으로 구분되어 있다.

나. 독일에서의 공중위생업의 법적 규율체계와 연구방향

독일에서 공중위생법을 규율하는 법률로는 영업법, 수공업자법, 공중접객업법등이 있으며, 이들 3개 법률은 모두 상호보완형 법률이다. 즉 영업법이 이익추구라는 개념요소에 의거하여 일반적으로 직업의 자유를 구현하는 법률이라고 한다면, 수공업자법은 수공업의 범위로 한정하여 일정한 기술이나 위해방지 조치가 필요하여 특별한 면허를 필요로 하는 직업에 대한 규율법률이고, 공중접객업법은 다수 고객을 상대로 영업한다는 요소에 의거하여, 영업이나 수공업이 일정한 재산이나 급부를 제공하는 측에서 규정한 것이라면, 이는 오히려 재산이나 급부를 수수하는 측에서 규정한 것으로서 그와 같은 영역에 대한 특별규율이다.

이들 3개 법률의 규율대상은 상호 중복되는 부분이 상당히 크게 존재하지만 법률의 목적이나 규율시각이 저마다 다르면서 서로 보완하므로 중복 자체가 전면적으로

이들의 분류를 부정할 이유가 된다고 할 수는 없다.

결론적으로 이들 3개 법률은 모두 공법에 속하는 법률로서 입법의 목적이라는 측면에서 보면 이들은 영업질서, 기술 내지 위해방지 질서, 공공안녕과 건전한 윤리의 보전을 위한 고양된 질서 등의 공적 이익을 추구한다고 크게 나누어 정리할 수 있다. 이들은 모두 직업유형 중의 하나로서 헌법상 직업의 자유를 방어권적 기본권으로서 어떻게 제한하며, 객관적 법질서로서 어떻게 구현하고, 사실상 제한을 어떻게 규율하는지 등의 측면에서 헌법적 검토를 거치지 않을 수 없다.

최근에 독일에서 수공업자법에 대하여 과도하게 엄격한 자격을 일정한 한도 내에서 해제해야 한다는 주장이 개정 법률로 구현되었다. 게다가 유럽연합의 지침으로 독일 자체의 고유한 전통을 일반적으로 관철할 수 없게 되었다. 그러나 이러한 추세에는 원칙적으로 일정한 한계가 설정되어 있다. 왜냐하면 종래 각 법률의 목적이었던 영업질서, 기술 및 위해방지, 일반 공중의 고양된 보호 등의 목적을 그대로 모두 포기할 수는 없기 때문이다.

오늘날 산업적 육성 내지 자본의 투하를 통한 영리추구 가능성을 활용하여 해당 영역을 자율적으로 합리화의 흐름에 따르게 하려는 추세가 존재하는 것을 부인할 수 없다. 그러나 과도한 자율화는 부작용 역시 크다.

독일에서의 공중위생법의 법적 규율에 대한 포인트는 다음과 같다.

- 첫째, 일정한 하위기준을 하나씩 개발하는 점진적이며 개방적 자세가 필수적이다.
- 둘째, 주관부서를 개인, 협회, 지자체, 국가 등으로 분류하여 적절한 기준과 권한을 배분한다.
- 셋째, 일반 법률에서 정한 일정한 기준 아래 고시 내지 협회의 규약을 통한 참여적 입법의 분야를 개척한다.
- 넷째, 새로운 유형의 영업, 수공업, 공중접객업 등에는 일반적 지표에 의거하여 판별하고, 행정입법인 고시를 수단으로 일정한 범위와 수준에서는 행정청이 즉각적으로 대응할 수 있도록 탄력성을 부여하여야 한다. 다시 말해서 법률과 명령을 유기적으로 결합할 가능성을 일정한 수준과 범위 내에서 확보해야 한다.
- 마지막으로 특정한 유형으로 발달한 법분야는 그것대로 발전시키면서 보완적으로 기본법을 확립하여 법의 개정이나 제정으로 혼란이 일어나지 않게 한다.

5. 국내·외 네일 및 메이크업 산업관리 현황 비교

한국, 일본과 미국의 네일 및 메이크업 관리현황을 비교해 보면 우리나라는 공중 위생관리법에서 관리를 하고 있으나 헤어위주의 미용사자격 시험에 따라, 대부분 민간단체 또는 외국 유명브랜드의 디플로마를 취득하고 있다. 일본의 경우 개별법인 미용사법에서 관리를 하고 있고 미용사면허만 실시함에 따라, 네일, 메이크업자격은 민간단체에서 실시하고 있다.

미국의 경우 주에 따라 다르며 개별법으로 관리를 하는 경우도 있으며 메이크업의 경우, 마지막으로 개별면허로 관리되던 메릴랜드 주가 발급을 철회하였다('08.10.1).

이를 표로 나타내면 다음 표와 같다.

〈표 4-7〉 국내·외 네일 및 메이크업 관리현황 비교

국가	네일		메이크업		비고
	관련법령	국가자격	관련법령	국가자격	
한국	공중위생 관리법	미용업(일반) -손톱과 발톱의 손질 및 화장	공중위생 관리법	미용업(일반) -얼굴의 손질 및 화장	헤어위주의 미용사자격 시험에 따라, 대부분 민간단체 또는 외국 유명브랜드의 디플로마 취득
일본	미용사법	-	미용사법	-	미용사면허만 실시함에 따라, 네일미용, 메이크업자격은 민간단체에서 실시
미국	개별법, 주별법	주에 따라, Nail Technician, Nail Specialist, Manicurist 등의 면허제도	-	-	메이크업의 경우, 마지막으로 개별면허로 관리되던 메릴랜드 주 발급 철회('08.10.1)

또한 피부미용기기를 국가별로 관리하는 방식을 살펴보면 대부분의 나라가 의료 기기가 아니고 미용기기로 분류하여 사용하게 하고 있다.

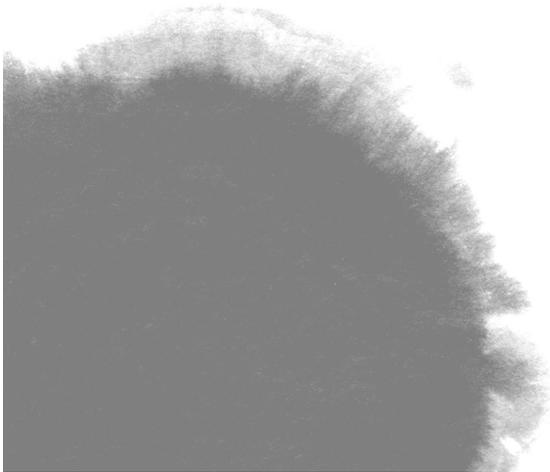
〈표 4-8〉 해외 피부미용기기 관리현황

품목	사용범위	사용원리	기기분류	제조국
저주파	얼굴, 전신	미용이 필요한 부위에 도자를 부착해 전기적 펄스를 이용하여 관리	미용기구 의료용구 아님	독일 스페인
초음파	얼굴, 전신	미용이 필요한 부위에 화장품을 바르고 마사지, 온열, 진동작용	미용기구 의료용구 아님	독일 스페인 프랑스
석션기기	얼굴, 전신	오일을바르고컵을이용하여물리적자극을주어마사지효과	의료용구 아님	독일
스티머 종합미용	얼굴, 전신	1)확대경: 미용이 필요한 부위 확대 2)후리마들,석션: 피부세척, 불순물이나 피지제거 3)스티머, 스프레이: 스팀, 제품분사	미용기구	독일 스페인
고주파	얼굴	두피, 피부에 고주파 유리봉을 스치듯이 마사지	미용기구	독일 스페인
선텐기기	얼굴, 전신	인공자외선을 이용한 피부미용기기	미용기구	독일
고주파온열	전신	미세전류를 이용한 고주파 심부열마사지기기	미용기구	스페인
이온투입기	얼굴	미세전극을 이용하여 영양성분의 침투를 도와주는 기기	미용기구	이탈리아
리프팅기	얼굴	미세전극을 이용한 탄력기기	미용기구	독일 스페인

05

K
I
H
S
A

공중위생 관리체계 개선방안



제5장 공중위생 관리체계 개선방안

제1절 신종서비스 수용 방안

1. 생활건강서비스의 개념 정립(공중위생관리에서 생활건강으로 개념전환)

공중위생관리에 관한 사항을 규정함으로써 위생수준 향상을 통한 국민건강증진에 기여한다는 현행 법령의 목적 조항(제1조)에서 최근의 다양하고 새로운 영업(또는 서비스)과 시설을 포괄하는 생활건강서비스라는 개념을 도입하여 보다 광범위한 법령의 목적을 제시할 수 있을 것이다. 여기서 생활건강서비스란 국민이 아름답고 건강한 일상생활을 영유하기 위해 필요하거나 제공받는 서비스 중 국민건강 및 생활위생에 밀접한 관련이 있어 일정 수준 관리가 필요한 서비스라고 정의할 수 있다. 그러나 ‘보건의료기본법’ 상 “보건의료서비스”와 ‘의료법’ 상 “의료인의 임무” 및 다른 부처 소관 서비스는 제외하기로 한다.

제1조의 목적 조항에서 생활건강서비스 개념의 도입과 관련하여 현행 법령의 ‘공중위생관리법’이라는 명칭도 ‘국민생활건강관리법’이라는 명칭으로 변경하는 것이 바람직할 것이다.

생활건강서비스 개념을 도입한 제1조(목적)와 제2조 제1항 제1호의 개정안을 제시하면 아래의 예시와 같다.

공중위생관리법 개정안(예시)

제1조(목적) 이 법은 국민의 생활건강에 밀접한 서비스와 영업, 시설의 관리 등에 관한 사항을 규정함으로써 국민의 건강증진에 기여함을 목적으로 한다.

제2조(정의) ①이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. “생활건강서비스”라 함은 국민이 아름답고 건강한 일상생활을 영유하기 위해 필요하거나 제공받는 서비스 중 국민건강 및 생활위생에 밀접한 관련이 있어 일정 수준 관리가 필요한 서비스를 말한다. 다만, 보건의료기본법 제3조 제2호의 보건의료서비스와 의료법 제2조 제2호의 의료인의 임무 및 다른 부처 서비스는 제외한다.

2. 생활건강서비스와 보건의료서비스 구분 방안(안) 제시

앞으로 지금보다 더욱 다양하고 새로운 영업 또는 서비스가 개발될 수 있는 상황에서 영역간 논란이 발생하는 분야이거나 그 경계에 있는 분야에 대해서는 법률로 보장되는 독립적인 사회적 논의 기구(가칭 ‘국민생활건강심의위원회’)에서 자율적 심의를 통해 영역을 구분 결정하는 방안이 강구되는 것이 좋을 것이다.

그 동안의 관행, 판례, 유권해석, 학계 및 학회 의견 등을 토대로 해당 서비스의 성격에 대한 심의의 기초자료로 활용할 수 있는 매뉴얼 작성이 필요하다.

새로운 서비스에 대하여 사회적 논의 기구에서 “생활건강서비스”에 해당하는 서비스인지, “보건의료서비스”에 해당하는 서비스인지 방향을 결정 후 “보건의료서비스”에 해당하면 보건복지부장관은 의료법 제55조~제57조에 의거 대통령령으로 정하는 바에 따라 “신의료기술평가”를 실시하도록 한다.

사회적 논의 기구에서 방향성을 결정하면, 시행규칙 또는 고시 등을 통해 세부적 행위까지 명확하게 규정하여 영역간 논란 발생을 차단하도록 한다. 예를 들어 ‘수지침업소’, ‘쑥뜸방’, ‘체형교정업소’ 등의 신종 서비스 업소는 의료법, 대법원 판결 및 유권해석 상 ‘무면허 의료행위’로 간주되므로 해당 법령에 의하여 관리해야 하며, ‘탈모관리’, ‘스파테라피’, ‘아로마테라피’ 등의 신종 서비스 업소는 보건의료영역이 아닌 공중위생(생활건강)영역으로서 공중위생관리를 받도록 해야 할 것이다.

한편 국민 생활건강에 미치는 생활건강서비스에 대해서는 사회적 논의기구의 심

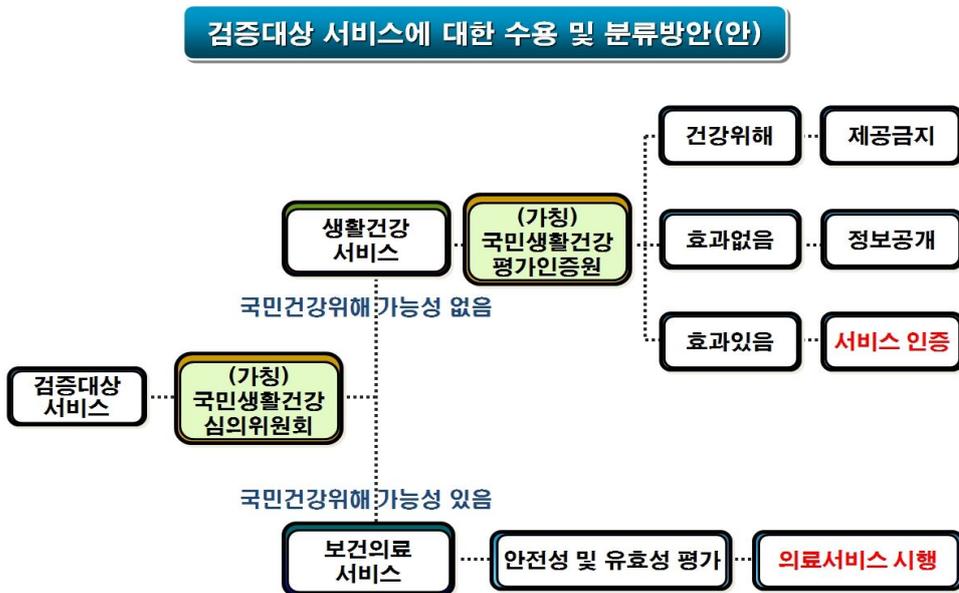
의(보건의료/생활건강 영역구분)와 서비스의 안전성에 대한 과학적 검증 절차(국민생활건강 위해성 여부 검증)를 거친 후 제도권에서의 수용 여부에 대한 결정을 추진할 수 있을 것이다.

따라서 서비스의 안전성에 대한 과학적 검증과 서비스 인증 등을 위해 임상연구 등이 가능한 독립적 연구기관인 (가칭) ‘국민생활건강평가인증원’을 설립하거나 지정할 필요가 있을 것이다. 이 경우 직접적으로 가칭 ‘국민생활건강평가인증원’을 설립하는 데는 시간과 예산이 소요될 가능성이 높으므로 그 중간 단계에서 현존하는 기관을 인증기관으로 지정하여 운영하는 방안도 검토할 수 있으며, 인증기관에서는 검증 결과를 공개하고 그 결과에 따라 제도권에서의 수용 여부를 판단하면 될 것이다.

즉, 평가인증 단계에서 새로운 서비스가 건강에 위해가 된다는 결과가 나올 경우 해당 서비스는 제공이 금지되며, 만약 효과가 없다고 하면 정보를 공개하여 소비자들의 피해를 줄일 수 있고, 효과가 있다면 해당 서비스는 인증을 받게 될 것이다.

지금까지 논의한 과정을 그림으로 설명하면 아래와 같다.

[그림 5-1] 검증대상 서비스에 대한 분류 방안(안)



제2절 복합서비스 수용방안

1. 공중위생업 분류체계의 개선

향후 다양하고 새로운 공중위생업 또는 생활건강서비스업이 개발될 경우 동일한 장소(또는 건물)에서 동일한 개인 또는 법인이 법령에서 규정하는 두 가지 이상의 업종의 영업을 할 가능성이 높아질 것이다.⁴⁾ 사실 이 경우는 현행 제도에도 적용될 수 있을 것으로서 복합서비스업을 신설하여 법 제2조(정의)에 추가할 필요가 있다. 따라서 법 제3조(신고)의 경우에도 개별 영업 또는 서비스의 종류별로 신고할 필요가 없이 하나의 복합서비스업으로 신고하면 될 것이다.

다만 개별 영업 또는 서비스와 관련되는 시행규칙 상의 각종 시설 및 설비기준은 개별 영업 또는 서비스에 해당하는 기준을 적용하도록 한다.

즉, 앞에서 제시한 개정안을 그대로 활용할 경우 법 제2조제1항2호에서 업종 또는 서비스를 현행 제1호에 복합업을 추가하고, 현행 제2호부터는 제3호로 순연되어 수정되고 현행 제8호를 제10호로 변경하고 제9호에서 “복합서비스업”을 제3호 내지 제8호 업종 또는 서비스를 동일한 장소에서 동시에 제공하는 경우라고 규정한다.

법 제2조제2항도 제1항이 수정되었으므로 역시 수정되어야 할 것이다.

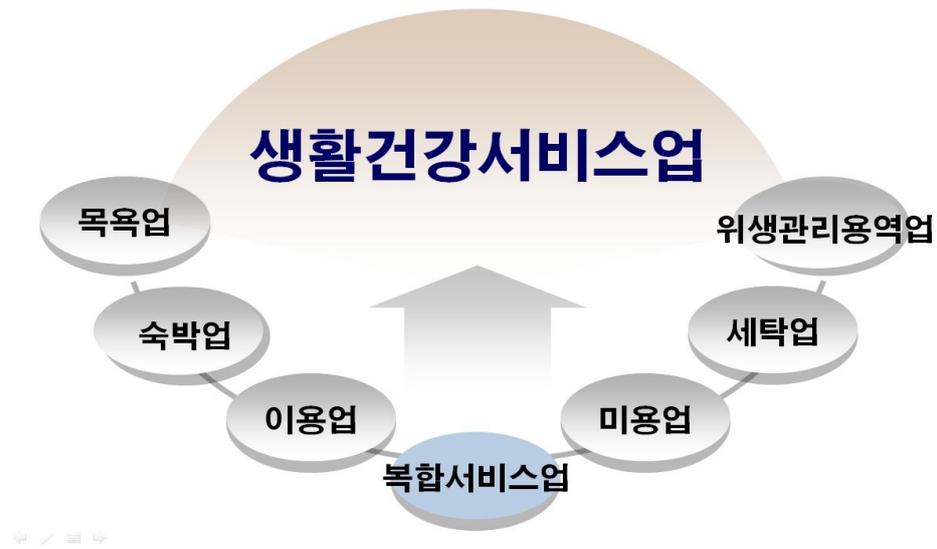
그리고 이와 관련되는 시행령 제3조(공중이용시설)에서는 “법 제2조제1항제8호에서”를 “법 제2조제1항제10호에서”로 수정하면 될 것이다.

한편 시행규칙의 신고 양식 등 각종 양식에서 영업의 종류가 복합서비스업일 경우에는 “복합서비스업(000업, 000업, 000업)”이라고 표기하여야 할 것이다.

지금까지 논의한 것을 정리하면 박스 안의 개정안 예시가 될 것이다.

4) 이 경우 면허가 필요한 이용업과 미용업에도 해당될 수 있을 것인바 예를 들면 이용업 또는 미용업 면허를 가진 사람이 목욕장을 동일한 건물에서 운영할 수도 있을 것임. 향후 더욱 다양한 업종이 개발될 경우 이와 같은 경우의 발생은 더 많아질 것임.

[그림 5-2] 생활건강서비스업의 복합서비스업 현황



법 개정안(예시):**제1절의 생활건강서비스 개념 도입과 연계한 개정안**

제2조(정의) ①이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. “생활건강서비스”라 함은 국민이 아름답고 건강한 일상생활을 영유하기 위해 필요하거나 제공받는 서비스 중 국민건강 및 생활위생에 밀접한 관련이 있어 일정 수준 관리가 필요한 서비스를 말한다. 다만, 보건의료기본법 제3조 제2호의 보건의료서비스와 의료법 제2조 제2호의 의료인의 임무 및 다른 부처 서비스는 제외한다.
 2. 생활건강서비스업은 숙박업·목욕장업·이용업·미용업·세탁관련업·위생관리용역업 그리고 복합서비스업을 말한다.
 3. “숙박업”이라 함은 손님이 잠을 자고 머물 수 있도록 시설 및 설비 등의 서비스를 제공하는 영업을 말한다. 다만, 농어촌에 소재하는 민박 등 대통령령이 정하는 경우를 제외한다. (현행 제2호와 동일)
 4. “목욕장업”이라 함은.....(현행 제3호와 동일)
 5. “이용업”이라 함은.....(현행 제4호와 동일)
 6. “미용업”이라 함은.....(현행 제5호와 동일)
 7. “세탁업”이라 함은.....(현행 제6호와 동일)
 8. “위생관리용역업”이라 함은.....(현행 제7호와 동일)
 9. “복합서비스업”이라 함은 제3호 내지 제8호 업종 중 한 개인 또는 법인이 동일한 장소에서 2개 업종 이상 영업을 하는 경우를 말한다. (신설)
 10. “공중이용시설”이라 함은 다수인이 이용함으로써 이용자의 건강 및 공중위생에 영향을 미칠 수 있는 건축물 또는 시설로서 대통령령이 정하는 것을 말한다. (현행 8호와 동일)
- ②제1항제3호 내지 제8호의 영업은 대통령령으로 정하는 바에 의하여 이를 세분할 수 있다.

시행령 개정안(예시)

제3조(공중이용시설) 법 제2조제1항제10호에서 “대통령령이 정하는 것”이라 함은 다음 각 호의 1에 해당하는 건축물 또는 시설을 말한다.

제3절 개별 업종 업무영역 구분의 개선방안

1. 미용업 업무영역 구분의 개선(안)

제2장에서 살펴본 바와 같이 현재 메이크업이나 네일을 전문으로 하는 종사자의 면허 취득의 경우 현행 제도가 헤어 위주의 수업, 시험과목으로 구성되어 있어 메이크업이나 네일 전문가로서 활동하기 위해서는 턱없이 부족한 교육시간과 기술로 구성되어 있고 또한 현실과 맞지도 않아서 불필요한 준비를 많이 해야 한다.

따라서 미용업의 분리를 통해 우리의 뛰어난 기술력과 우수한 제품, 그리고 국제적인 활동 성과와 국내 미용대학이 이루어 온 학문적 성과 등을 바탕으로 한다면 우리나라가 세계 메이크업 및 네일 분야를 이끌어 갈 중심국으로 발전할 가능성이 아주 높다고 할 수 있다.

미용 분야의 분리는 기존 면허취득자의 기득권을 보호하기 위하여 미용(종합), 미용(일반), 미용(헤어), 미용(피부), 미용(메이크업), 미용(네일)로 분류할 필요가 있다.

이 경우 아래의 표와 같이 업무 영역을 구분할 수 있을 것이며, 이와 같은 개정안이 '12년 1월 1일부터 효력을 발휘할 경우를 가정하여 미용(메이크업)과 미용(네일)의 취득기간을 예시해 보았다.

〈표 5-1〉 미용의 업무 영역 개정안

업무영역	헤어	피부미용	메이크업	네일케어	취득기간
미용(종합)	○	○	○	○	'97.12.31. 이전
미용(일반)	○		○	○	'98.1.1~'11.12.31.
미용(헤어)	○				'12.1.1. 이후
미용(피부)		○			'98.1.1. 이후
미용(메이크업)			○		'12.1.1. 이후(예시)
미용(네일)				○	'12.1.1. 이후(예시)

그리고 과거 미용업무 관련 법령인 공중위생관리법상 영업장 이외의 장소에서의 영업 행위를 인정하지 않는 조항은 다행히 2009년 9월 시행규칙 제13조가 전면 개정되면서 대부분의 서비스 행위가 지정된 장소 이외의 장소인 방송 현장, 영화촬영

장, 공연장 등 다양한 장소에서 이루어지는 메이크업의 특성이 잘 반영된 조치였다.

시행령 개정안(예시)

제4조(미용업의 세분) 법 제2조제2항에 따라 미용업을 다음과 같이 세분한다.

1. 미용업(일반): 파마·머리카락자르기·머리카락모양내기·머리피부손질·머리카락염색·머리감기, 의료기기나 의약품을 사용하지 아니하는 눈썹손질, 얼굴의 손질 및 화장을 행하는 영업, 손톱과 발톱의 손질 및 화장
2. 미용업(헤어): 파마·머리카락자르기·머리카락모양내기·머리피부손질·머리카락염색·머리감기
3. 미용업(피부): 의료기기나 의약품을 사용하지 아니하는 피부상태분석·피부관리·체모·눈썹손질을 행하는 영업
4. 미용업(메이크업): 의료기기나 의약품을 사용하지 아니하는 눈썹손질, 얼굴의 손질 및 화장을 행하는 영업
5. 미용업(네일): 손톱과 발톱의 손질 및 화장
6. 미용업(종합): 제1호 내지 제5호의 업무를 모두 행하는 영업

제4절 미용기기 관리방안

1. 국내 미용기기 선정 원칙

우리나라에서 실제로 미용업에서 사용되고 있으나 의료기기로 분류되어 있는 것들을 제2장에서 살펴보았다. 이와 같이 의료기기로 분류되어 있는 것들을 미용업 종사자들이 미용업을 위해 사용할 수 있는 기기(이를 미용기기라 한다)로 선정하기 위해서는 몇 가지 선정의 원칙이 있어야 할 것이다.

첫째, 미용업을 관리하는 공중위생관리법상에서 요구되는 기기들이어야 한다. 즉 공중위생관리법시행규칙 제5조(미용기구의 소독기준 및 방법)에 의한 별표3에서 정하고 있는 기준을 보면 자외선소독 건열멸균소독 증기소독 열탕소독 등의 방법들을 규정하고 있으므로 이와 같은 소독을 실시할 수 있는 기기들은 의료기기에서 제

외하여 피부미용실에서도 사용할 수 있도록 하여야 할 것이다.

둘째, 현업에서 피부미용에 필수적으로 사용되는 기기들이어야 한다. 즉 스파(spa)에 사용되는 기기를 비롯하여 의료용 진동기 등이 피부미용현장에서 빈번하게 사용되고 있다.

셋째, 대학의 미용 관련 학과에서 다루고 있는 기기들은 포함되어야 한다. 즉 교육현장에서 교육에 이용되는 기기들이 규제된다면 미용인력을 양성하는 교육기관에서 불법적인 기기사용을 조장하는 것이 되므로 이와 같은 기기들은 미용기기로 선정되어야 한다.

2. 피부미용기기 사용기준(안)

가. 제1안: ‘미용기기’의 법적근거 신설

미용목적으로 미용실이나 피부미용실에서 사용하는 기기를 미용기기로 분류하는 방법으로서 관련 법령(공중위생관리법 또는 신규법령)에 미용기기의 근거를 설정하고 하위법령에서 미용기기관리에 대한 세부사항(정의, 품목, 사용자의 자격, 기준규격, 관리기관 선정 등)을 마련하는 것이다.

이와 같이 법적인 근거를 신설하여 미용기기를 분류할 경우 앞에서 살펴본 선정 원칙에 포함되는 모든 기기들을 미용기기로 분류할 경우 의료계 등의 반발이 있을 수 있으므로 제2장에서 언급한 바와 같이 현업에서 많이 사용하는 저주파 자극기, 고주파 자극기, 초음파 자극기, 의료용 종합자극기 등 4종을 우선적으로 분류할 수 있을 것이다.

또한 현행 의료기기 품목분류상 인체에 위해 가능성이 적은 1, 2등급의 품목 중에서 특정 품목을 피부미용기기로 사용하게 할 수 있을 것이다

나. 제2안: 의료기기에 포함된 피부미용 관련기기의 공산품화

의료용 목적이 확실한 기기를 제외하고, 피부미용의 목적으로 사용하는 기기를 공산품으로 분류하는 것으로서 현재 ‘온열치료기’의 경우 “치료 효과”를 광고하지 않은 경우에는 일반공산품으로 분류되고 있다.

다. 제3안 안전인증을 받는 경우

미용기기는 ‘전기용품안전관리법’의 안전인증 대상 전기용품에 해당되므로 안전인증기관으로부터 안전인증을 받는 경우 구입할 수가 있다. 안전인증기관으로는 한국전기전자시험연구원, 산업기술시험연구원, 한국전자파연구원 등이 있다.

전기용품안전관리법 제2조 2항에 따라 안전인증을 받는데 “안전인증”이라 함은 동법 제5조 1상의 안전인증 대상 전기용품 제조업자가 판매를 위하여 생산, 조립 또는 가공한 전기용품을 시험하고 제조, 검사설비 등 생산체제를 평가하여 전기용품에 대한 안전성을 인증하는 것을 말한다.

전기용품안전관리법 시행규칙 별표2에 의해 안전인증 대상 전기용품에 해당되는 미용기기 품목들은 제7분류 ‘더’항목의 피부 및 모발관리기(전기머리인두, 모발건조기, 모발발개, 손건조기, 안면사우나기), ‘서’항목의 적외선·자외선방사 피부관리기, ‘터’항목의 전기맛사지기(전동기 또는 진동자를 이용하는 것에 한한다), ‘포’항목의 전기욕조(소용돌이욕조(독립적으로 사용가능한 욕조기포 발생기를 포함한다)반신욕조, 발욕조), ‘수’항목의 전기분무기, ‘우’항목의 전기소독기(살균 등에 사용하는 것에 한한다.) 등이 있다.

참고로 안전인증 항목을 살펴보면 아래 표와 같다.

〈표 5-2〉 피부미용기기 사용기준 제4안 안전인증 항목

<ul style="list-style-type: none"> - 적용범위 - 정의 - 일반요구사항 - 시험에 관한 일반조건 - 분류 - 표시 및 사용설명 - 충전부에 대한 감전보호 - 전동기 구동기기의 기동 - 정격입력 및 정격전류 - 온도상승 	<ul style="list-style-type: none"> - 운전시의 누설전류 및 절연내력 - 내습성 - 누설전류 및 절연내력 - 변압기 및 관련회로의 과부하 보호 - 내구성 - 이상운전 - 안정성 및 기계적 위험 - 기계적강도 - 구조 - 내부배선 	<ul style="list-style-type: none"> - 부품 - 전원접속 및 외부유연성 코드 - 외부전선용 단자 - 접지접속 - 나사 및 접속 - 연면거리 공간거리 및 절연물을 통한 절연거리 - 내열성 내화성 및 내트라키성 - 내부식성 - 방사선 유독성 및 이와 유사한 위험성
---	--	---

제5절 이용업과 미용업(헤어)의 구분 철폐 방안(중장기 방안)

1. 현행 법령상 아·미용업에 대한 정의 및 소비자 선호

현행 공중위생관리법 상 아·미용업에 대한 정의는 앞서서도 살펴보았으나 다시 한번 검토해 보면, 법 제2조제1항제4호에 의하면 “이용업”이라 함은 손님의 머리카락 또는 수염을 깎거나 다듬는 등의 방법으로 손님의 용모를 단정하게 하는 영업으로 규정하고 있으며, 동법 시행규칙 제14조제1항에 이용사의 업무범위는 이발·아이론 면도·머리피부손질·머리카락염색 및 머리감기로 되어 있다.

한편 법 제2조제1항제4호에 의하면 “미용업”이라 함은 손님의 얼굴·머리·피부 등을 손질하여 손님의 외모를 아름답게 꾸미는 영업으로 규정하며 미용업을 세분하고 있는데 그 중 머리(헤어)와 관련있는 내용은 미용업(일반)으로서 파마·머리카락 자르기·머리카락모양내기·머리피부손질·머리카락염색·머리감기 등이다.

법적인 해석은 별개로 할 수 있으나 이용업의 정의 중 수염을 깎지 않을 경우 머리카락을 다듬는 것인데 이는 미용업의 정의와 유사하다. 즉 그 개념의 정의를 따르다면 머리를 관리하는 행위로서 동일한 개별 행위인 것이다.

한편 소비자 또는 이용자의 입장(특히 젊은 남성들 입장)에서 살펴보면 머리(헤어) 관리서비스 제공자의 성별 여부도 관심이 있겠지만, 이용업소의 접근성 및 시설과 환경, 유행(패션), 서비스 제공 시간, 가격 등에 의해서 업소의 결정이 이루어진다.

최근 이용업소가 지속적으로 감소하고 있는 이유는 미용업소의 고객 뺏기라기보다는 소비자의 판단에 따라 결정되었기 때문일 것이다. 즉 소비자의 선택에 의해서 그와 같은 현상이 발생하고 있다고 보여진다.

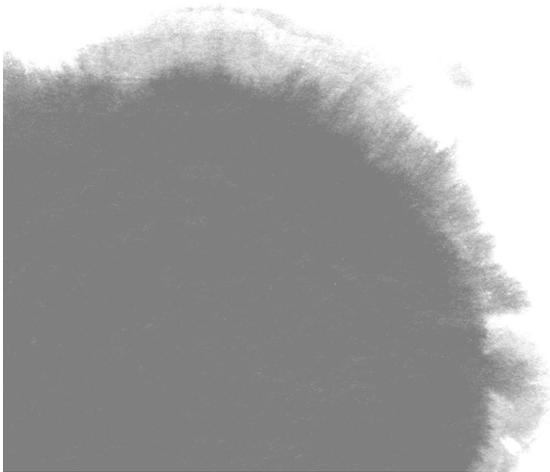
2. 중장기적인 관점에서 아·미용업의 구분 철폐

현실적으로 단기적으로는 두 업종의 구분을 없애기 어려울 것이며, 또한 현상 유지만 되어도 이용업소는 지속적으로 감소 추세를 보일 것이다. 문제는 이와 같은 상황에서 이용사회(또는 이용사)와 미용사회 중앙회(미용사) 간의 분쟁이 촉발될 수도

있을 것이며, 특히 이용사회의 입장에서는 상대적인 박탈감을 느끼고 있는 실정에서 분쟁의 발발 가능성도 간과할 수 없는 실정이다. 만약 그와 같은 분쟁이 발발할 경우에는 문제를 공개적으로 해결해야 할 것이고 그럴 경우 소비자의 의견이 중요하므로 소비자의 선택에 맡겨야 할 것이며, 그 결과는 이·미용업의 구분을 없애는 것일 것이다.

한편 현재의 공중위생관리법과 같이 영업별 규제 형태로는 새로운 영업을 생겨날 때마다 이것을 법 개정으로 통해 포함시켜야 하는 어려움이 있다. 현재와 같이 업종을 법률에서 정의하고 그에 해당하는 영업만을 규율 대상으로 삼는 법적 규율 방식은 언제나 사회적 문제가 발생한 다음에 법이 따라가야 하고 어떻게 규제할 것인가 고민해야 하는 악순환을 끊을 수 없다. 따라서 새로운 유사 업종이 생겨나더라도 현재의 법이 이것을 쉽게 포섭할 수 있는 방법은 업종별규제가 아니라 행위별 규제로의 전환이다. 예컨대 현재와 같이 머리카락을 다듬고 피부를 관리하는 영업을 미용업으로 정의하고 그 영업에서는 어떤 시설을 어떻게 갖추어야 할 것인지를 규제하는 방식에서 벗어나, 신체를 다듬는 행위와 관련된 영업행위에서는 어떤 위생적 기준에 따라 할 것인지, 목욕과 관련된 영업을 규율함에 있어서는 어떤 수질기준에 따를 것인지를, 또 몸을 닦는 수건의 위생기준으로는 목욕장의 것이든 이·미용소의 것이든 함께 규율하는 방식으로 유사한 행위에 대해서는 이를 통일적이고 종합적으로 규율하는 것이다. 물론 세부적으로는 개개 행위별로 특수성이 반영된 기준이 제시될 수 있을 것이다. 결국 공중위생영업과 관련된 행위를 어떻게 유형화하고 그 행위에 대한 통일적이고 체계적인 규율을 어떻게 정할 것인가가 본 연구의 중요한 과제이다.

연구결과의 기대효과 및 활용방안



제6장 연구결과의 기대효과 및 활용방안

제1절 연구결과의 기대효과

1. 법적·정책적 측면

우선 본 연구는 공중위생업 분야 관련 정책의 효율성 제고를 위한 정책방향을 제시하고 유사 공중위생업종으로 인한 영업 갈등 및 건강위해요인을 통제하는 방안을 제시하였다. 신종 유사 공중위생업의 제도권 편입 혹은 통제로 반사회적 부작용을 단축하고 신종 공중위생업의 제도적 규율을 가능케 하는 항구적 분류시스템을 마련하였다고 할 수 있다.

또한 공중위생업 분야 자격 및 면허관리제도, 산업활동 규율을 위한 기초자료를 제공하고 공중위생영업의 전문관리기구안 모델 제시와 관련 단체의 역할정립을 통한 관-민간 파트너십을 구축하는 계기를 마련하였다.

2. 기술적 측면

미용업의 업종 분화를 통한 자격별 전문성을 제고하고 신종 공중위생영업의 서비스 표준화를 통한 공중위생영업 서비스의 질을 향상시키는데 도움을 제공하였다.

3. 경제적, 산업적 측면

행정규율체계의 정비를 통해 공중위생 영업시장에서의 영업질서를 효과적으로 규율하고, 관련 단체와 전문관리기구의 창설을 통한 관-민간의 상호보완적 관계 방안

을 설정하고 모색하였다.

미용업의 업종분화를 통한 자격별 전문성 제고로 국가 뷰티산업의 경쟁력을 증진시키며, 공중위생 산업활동의 지원 및 촉진을 통해 기술수출이 확대되고 미용업의 업종분화에 따른 진입장벽 완화로 뷰티산업으로 자본의 유입이 확대될 것이다.

4. 보건학적 측면

국민보건 및 위생에 관련된 위험요인을 효과적으로 예방하고 관리하는 체계를 마련하고 신종 또는 유사 공중위생업소의 관리규정을 마련하여 새로운 건강 위험요인을 차단하려고 하였다.

제2절 연구결과의 활용방안

공중위생영업에 관한 보건복지부(구강생활건강과)의 관련 정책 반영시 기초 자료로 활용되고, 공중위생영업의 분류체계 마련을 통한 행정지도 및 감독의 범위를 명확히 설정하는 기초자료로 활용될 수 있다.

신종 또는 유사 공중위생영업에 대한 사전심의 및 제도화 절차 마련에 활용하고 공중위생영업종에 관한 자격관리제도 마련을 위한 기초자료로 활용되며 공중위생영업종 영업감독을 위한 행정처분기준 개정을 위한 기초자료로 활용될 수 있다.

제3절 결론 및 정책제언

1. 결론

현 공중위생관리법은 숙박업·미용업·목욕장업 등 공중위생영업종에 대한 기본적인 위생관리기준을 규정하고 있으나 업소에서 제공하는 서비스와 물품·기기 등이 시대 및 소비자 요구의 변화에 따라 빠르게 변화하면서 생겨나지만 공중위생관리법에는 이러한 ‘서비스’와 ‘물품’들의 안전성을 인증하는 장치가 없어 관리의 사각지대가 발생하고 있다. 또한 새로운 업종들도 생겨나고 있는데 이에 대한 적절한 심사 및 분류체계가 미흡한 실정이다.

따라서 이와 같은 현실에서 다양하고 새로운 서비스를 제도권으로 편입시킬 수 있는 장치를 마련할 필요가 있다.

또한 뷰티산업은 향후 발전 가능성이 높은 서비스 산업의 하나로서 현재 산업에 종사하고 있는 전문가의 자격에 관한 사항과 전문가 양성에 관한 사항이 현실과 괴리되어 사회적 비용을 지불하고 있다. 미용업을 더욱 세분화하여 그와 같은 비용을 줄이고 전문가를 양성하여 뷰티산업에서 중심국가로 발전할 수 있게 하여야 할 것이다.

뷰티산업에서 현실적으로 사용되고 있고 학교에서도 교과에 포함되어 있는 미용기기들이 의료기기로 분류되어 있어 현실과 제도가 유리되어 있으므로 이를 개정하여 적절한 교육과 훈련을 받은 전문가들은 미용기기로서 이를 사용할 수 있어야 한다.

2. 정책제안

(가칭) 국민생활건강관리법(안)의 주요 특징으로서는 ‘공중위생관리’의 개념에서 ‘생활건강관리’로의 확장된 관리개념을 도입하고, 새로운 업종분류체계를 도입하며 새로운 서비스의 제도권 내 수용방안을 도입하여야 할 것이다.

미용기기가 의료기기로 분류되어 있는데 관련 근거를 마련하여 학교는 물론 현업에서도 양질의 서비스를 제공하기 위하여 미용기기로 분류되어야 할 것이다.

참고문헌

- 보건복지부, 2010년도 공중위생관리 사업안내, 2010.
- 보건복지부·상지대학교 산학협력단, 새로운 유사 공중위생업종 실태조사 및 분류체계 개선방안, 2008.
- 보건복지부·한국보건사회연구원, 이·미용 관련 학교 학과 교과목 이수규정 연구, 2009.
- 보건복지부·한국보건사회연구원, 공중위생서비스평가 시범평가 및 추진체계 개선연구, 2009.
- 보건복지부·한국보건사회연구원, 지자체 공중위생업무 추진 성과평가를 위한 평가체계 구축, 2009.
- 한국소비자원, 소비자분쟁해결 기준(공정거래위원회 고시 제2010-1호), 2010.



부 록

지역		일련번호		

메이크업업 운영 및 경영실태 기초조사

안녕하십니까?

한국보건사회연구원에서는 보건복지부 용역과제로 「국민생활관리체계 개선방안 연구」를 수행하고 있습니다. 이번 실태조사는 현 공중위생관리체계의 개선을 위한 기초자료로 활용될 것입니다.

귀하께서 작성해주신 의견은 소중한 자료가 될 것이며 통계자료 목적 이외에는 다른 용도로는 사용되지 않습니다. 공중위생 제도개선 방안 마련에 여러분의 적극적인 협조를 부탁드립니다.

※ 본 설문조사 자료는 절대로 국세청 또는 세무서에 제공되지 않으므로, 매출액 등 경영과 관련한 실문에 정직하게 응해주시면 감사하겠습니다.

☞ 내용 문의:

한국보건사회연구원 선임연구위원 조재국 ☎ (02)380-8123

공중보건 의사 김진우 ☎ (02)380-8384, shampoo@kihasa.re.kr

Fax 02)353-0344

응답자	업소명	
	응답자명	직위: 성명 :
업소 전화번호	☎ : ()	



8-1. 단독샵 또는 샵인샵일 경우 귀 업소 건물의 임대 형태는 무엇입니까?

- ①전세(전세보증금: 만원)
- ②월세(보증금: 만원 월세 만원)
- ③자가
- ④기타 임대방식()

8-2 단독샵 또는 샵인샵일 경우 귀 업소의 메이크업 의자 수는 몇 개입니까?(개)

8-3. 단독샵 또는 샵인샵일 경우 귀 업소 내에 요금표가 게시되어 있습니까?

- ①게시하고 있음 ② 게시하지 않음

9-1. 프리랜서 출장영업을 할 경우 주로 어떤 경로를 통하여 출장고객을 확보합니까?

- ①메이크업아티스트 모집공고를 보고 지원
- ②개인 홍보를 위한 인터넷홈페이지 운영
- ③지인소개
- ④기타()

9-2. 프리랜서 출장영업을 할 경우 1개월간 평균 출장횟수는 몇 회입니까?

- ①월1회 ②월2회 ③월3회 ④월4회
- ⑤월5회 ⑥월6회 ⑦월7회 ⑧기타()

9-3. 프리랜서 출장영업을 할 경우 회당 평균 출장 메이크업 요금은 얼마입니까?

- ①5만원 ②7만원 ③10만원 ④15만원
- ⑤20만원 ⑥25만원 ⑦30만원 ⑧기타()

9-4. 프리랜서 출장영업을 할 경우 단독샵 또는 샵인샵 형태로 개설하지 않은 이유는 무엇입니까? (중복응답 가능)

- ①개설자본의 부족
- ②미용사자격증이 없어서
- ③출장영업 위주로 하는 것이 수익성이 더 좋기 때문에
- ④기타()

10. 귀 업체의 일반 메이크업 요금은 얼마입니까?(원)

11. 귀 업체에서 가장 많이 시행하는 메이크업의 종류와 그 대략적인 요금은 얼마입니까?

(가장 많이 시행하는 메이크업의 종류: / 회당요금 원)

(예시: 가장 많이 시행하는 화장술: 신부화장 / 회당요금 30만원)

12. 귀 업체에 종사하는 종사자 수는 몇 명입니까?

구분		명수
총 종사자 수		명
종사자	유급종사자수	명
	무급가족종사자수(본인제외)	명
	계약직(비정규적으로 주 2-3회 또는 업무 (네 일, 메이크업 보조 등)의 특성에 따라 근무하는 사람) ☞ 문12-1번)으로 이동	명

12-1. 귀 업체의 종사자중 계약직의 업무내용은 무엇입니까? (중복응답 가능)

- ① 피부관리미용 ② 네일 ③ 메이크업
 ④ 메이크업 보조 ⑤ 기타()

13. 종사자의 평균 연령은 어떻게 되십니까?

- ①20대 ②30대 ③40대 ④50대
 ⑤60대 ⑥70대 ⑦80대 ⑧기타()

14. 귀 업체의 종사자의 국가자격증 및 국가면허증 소지현황을 기입해 주세요.

구분		인원
종사자	국가자격증	명
	국가면허증	명
	민간자격증	명

국가자격증: 노동부장관이 시행하는 기술자격검정에 합격하여 받는 자격증

국가면허증: 2년제 이상의 대학 미용에 관한 학과 졸업, 교육부장관이 인정하는 고등기술학교에서 1년 이상 미용에 관한 소정의 과정 이수, 국가기술자격법에 의한 미용사의 자격을 취득 후 지자체 담당부서에서 발급 받음.

민간자격증: 메이크업 관련 협회에서 인정하는 소정의 과정을 이수하고, 해당 협회 자격시험에 합격한 후 협회에서 발급 받음.

지역		일련번호		

네일아트업 운영 및 경영실태 기초조사

안녕하십니까?

한국보건사회연구원에서는 보건복지부 용역과제로 「국민생활관리체계 개선방안 연구」를 수행하고 있습니다. 이번 실태조사는 현 공중위생관리체계의 개선을 위한 기초 자료로 활용될 것입니다.

귀하께서 작성해주신 의견은 소중한 자료가 될 것이며 통계자료 목적 이외에는 다른 용도로는 사용되지 않습니다. 공중위생 제도개선 방안 마련에 여러분의 적극적인 협조를 부탁드립니다.

※ 본 설문조사 자료는 절대로 국세청 또는 세무서에 제공되지 않으므로, 매출액 등 경영과 관련한 질문에 정직하게 응해주시면 감사하겠습니다.

☞ 내용 문의:

한국보건사회연구원 선임연구위원 조재국 ☎ (02)380-8123

공중보건 의사 김진우 ☎ (02)380-8384, shampoo@kihasa.re.kr

Fax 02)353-0344

응답자	업소명	직위:	성명 :
	응답자명		
업소 전화번호	☎ : ()		



10. 귀 업체의 일반 매니큐어 요금은 얼마입니까?(원)

11. 귀 업체 내에 요금표가 게시되어 있습니까?

- ① 게시하고 있음 ② 게시하지 않음

12. 귀 업체에 종사하는 종사자 수는 몇 명입니까?

구분		명수
총 종사자 수		명
종사자	유급종사자수	명
	무급가족종사자수(본인제외)	명
	계약직(비정규적으로 주 2-3회 또는 업무 (네 일아트 보조, 청소 등)의 특성에 따라 근무하는 사람) ☞ 문12-1번 으로 이동	명

12-1. 귀 업체의 종사자중 계약직의 업무내용은 무엇입니까? (중복응답 가능)

- ① 피부관리미용 ② 네일아트 ③ 메이크업
 ④ 기타()

13. 종사자의 평균 연령은 어떻게 되십니까?

- ①20대 ②30대 ③40대 ④50대
 ⑤60대 ⑥70대 ⑦80대 ⑧기타()

14. 귀 업체의 종사자의 국가자격증 및 국가면허증 소지현황을 기입해 주세요

구분		인원
종사자	국가자격증	명
	국가면허증	명
	민간자격증	명

국가자격증: 노동부장관이 시행하는 기술자격검정에 합격하여 받는 자격증

국가면허증: 2년제 이상의 대학 미용에 관한 학과 졸업, 교육부장관이 인정하는 고등기술학교에서 1년 이상 미용에 관한 소정의 과정 이수, 국가기술자격법에 의한 미용사의 자격을 취득 후 지자체 담당부서에서 발급 받음.

민간자격증: 네일아트 관련 협회에서 인정하는 소정의 과정을 이수하고, 해당 협회 자격시험에 합격한 후 협회에서 발급 받음.

15. 귀 업체 종사자의 평균 근무 기간은 어느 정도입니까?(년 개월)

16. 종사자들의 주된 이직이유는 무엇입니까?

- ①낮은 임금
- ②대학 및 대학원 진학
- ③네일아트 시술로 인한 유해물질에의 노출
- ④파로
- ⑤기타()

17. 귀 업소에서 제공하고 있는 서비스는 무엇입니까?(중복응답 가능)

- ①머리미용
- ②피부관리
- ③메이크업
- ④네일아트
- ⑤웨딩
- ⑥기타()

18. 귀 업소에서 판매하고 있는 제품은 무엇입니까?(중복응답 가능)

- ①헤어 관련 상품
- ②피부관리 관련 상품
- ③화장품
- ④네일아트 관련 상품
- ⑤기타()
- ⑥없음

19. 귀 업소에서 판매하고 있는 제품의 월 매출액은 얼마입니까?

- ①없음
- ②50만원 미만
- ③50만원~100만원 미만
- ④100만원~200만원 미만
- ⑤200만원~300만원 미만
- ⑥300만원~400만원 미만
- ⑦400만원~500만원 미만
- ⑧500만원~600만원 미만
- ⑨600만원~700만원 미만
- ⑩기타(만원)

20. 귀 업소에서는 컴퓨터를 어떻게 활용하고 있습니까?(중복응답 가능)

- ①컴퓨터가 없음
- ②고객 관리
- ③장부 등 경영수지 정리
- ④재고 관리
- ⑤일반적인 인터넷활용(정보수집)
- ⑥홈페이지 운영
- ⑦예약
- ⑧결제
- ⑨기타()

