2025

「오송국제K-뷰티아카데미」 수강생 유치 및 수익창출 방안연구용역 보고서

책임연구원: 박진현
연구원: 김은숙
이정주
보조연구원: 김민재

SINCE 1947
서경대학교
SEOKYEONG UNIVERSITY

Contents

01 서론

1. 연구배경 및 필요성 ·····
2. 연구범위 및 방법 ····· 12
3. 연구 추진 체계 및 방법론 ····· 6
4. 연구 추진일정 ····· 19

02 이론적·정책적 고찰

1. 뷰티산업 개념 및 발전과정 ····· 1
2. 국가직무능력표준(NCS)과 교육정책 동향 ····· 29
3. 정부 및 지자체의 뷰티서비스 산업 관련 정책 검토 ····· 3

03 뷰티서비스산업 국내 현황 분석

1. 국내 뷰티서비스산업 구조와 시장 규모 ····· 48
2. 산업체·교육기관·협회 현황 ····· 5
3. 기존 교육·훈련 프로그램 운영실태 ····· 64
4. 수요자 조사 결과 분석 ····· 7
5. SWOT 분석 및 시사점 ····· 8

04 K-뷰티아카데미 운영전략 및 지속 가능성 방안

1. 인프라 활용 및 확충 방안 ····· 8
2. 교육콘텐츠 혁신 전략 ····· 9
3. 디지털 기반 활용 ····· 98
4. 운영 리스크 및 대응방안 ····· 9
5. 핵심전략 제언 ····· 103

05 K-뷰티아카데미 설립 및 운영 모델 제안

1. K-뷰티아카데미 비전 및 목표 ····· 1
2. 운영모델제안 ····· 110
3. 조직 구조 및 기능 ····· 118
4. 재원 조달 및 운영 방안 ····· 12
5. 단계별 추진 로드맵 ····· 122
6. 성과관리 체계 ····· 124
7. 수탁기관 선정기준 ····· 126

06 K-뷰티아카데미 설립 기대효과 및 활용방안

1. 정책적 효과 ····· 129
2. 기술적 효과 ····· 129
3. 산업적 효과 ····· 130
4. 사회적 효과 ····· 130

07 결론 및 제언

1. 연구 요약 ····· 132
2. 정책 제언 ····· 133
3. 후속 과제 ····· 135

「오송국제K-뷰티아카데미」
수강생 유치 및 수익창출
정책연구용역 보고서

01 서론

1. 연구배경 및 필요성 ····· 2
2. 연구 범위 및 방법 ····· 12
3. 연구 추진 체계 및 방법론 ····· 16
4. 연구 추진일정 ····· 19

Ⅰ 서론

1. 연구배경 및 필요성

K-뷰티 산업은 지난 10여 년간 화장품 제조 중심의 성장 단계를 넘어, 서비스(미용)-디바이스(Beauty-Tech)-교육영역이 융합된 복합산업으로 발전해왔다.

특히 헤어, 피부, 메이크업, 네일 등 뷰티서비스 분야는 숙련기술과 고객경험이 결합된 고부가가치 서비스 산업으로 자리매김하고 있으며, AI 기반 진단, 스마트 미용기기, 개인 맞춤형 솔루션 등 디지털 전환(Digital Transformation) 이 빠르게 진행되고 있다.

그러나 국내의 뷰티 교육·연수 인프라는 여전히 민간학원 중심의 분절적 구조를 보이고 있다. 공공 차원의 교육 표준화, 국제 연계형 고급과정, 트레이너(강사) 양성 체계가 충분히 정착되지 못한 실정이다.

특히 외국인 연수 수요가 급증하고 있음에도 불구하고, 비자·언어·체류·안전 등 학습 전주기를 포괄하는 통합 지원 시스템이 부재하며, 현장 실습·평가·자격 연계를 통합한 직무 중심 교육모델 또한 제한적으로 운영되고 있다.

이러한 한계를 극복하기 위해서는, 민간이 주도해온 기술교육을 공공이 표준화·검증·국제화하는 모델로 전환할 필요가 있다.

특히 오송은 국가적 차원의 바이오·의료·시험평가 인프라가 집적된 지역으로, K-뷰티가 과학적 근거(피부·모발 진단, 위생·안전, 제품·기기 표준)와 직접적으로 연계될 수 있는 최적의 입지를 보유하고 있다.

이러한 특성은 단순 기능 교육을 넘어, 안전성·위생·과학 검증이 결합된 공공형 뷰티교육 표준모델로 발전할 가능성을 제시한다. 다만 수도권 대비 접근성의 제약이 존재하므로, 서울(브랜드·홍보·쇼케이스)-오송(실습·평가·수료)를 연계하는 하이브리드 운영모델이 필요하다.

또한 체류형 연수 프로그램과 관광자원을 결합한 지역 상생형 교육생태계를 조성함으로써, 수강생 유치뿐 아니라 지역 내 숙박·소비·관광 등 지역경제 파급효과를 창출할 수 있다.

따라서 오송국제K-뷰티아카데미는

① 국내외 뷰티서비스 인력양성의 공공거점이자,
② 지역 산업과 연계된 지속가능한 경제 플랫폼이며,
③ K-뷰티의 품질과 신뢰를 국제적으로 확산시키는 글로벌 교육 허브로서의 역할을 수행할 필요가 있다.

본 연구는 이러한 관점에서 오송국제K-뷰티아카데미의 수강생 유치 전략과 수익 창출 모델을 제시하고, 지자체 중심의 공공형 뷰티서비스 교육기관 설립의 타당성과 실행방안을 검토하는 것을 목적으로 한다.

가. K-뷰티 산업 현황

K-뷰티 산업은 지난 10여 년간 화장품 수출 중심에서 서비스(미용)·디바이스(Beauty-Tech)·교육이 결합된 융복합 산업으로 성장하였다.

대한화장품산업연구원(2024)에 따르면, 2023년 기준 한국 화장품 수출액은 103억 달러로 사상 최대치를 기록하였으며, 세계 3위 규모로 평가되고 있다.[1)]

이는 제조 중심 산업의 성공을 넘어, 서비스 및 교육 수요 확대의 파급효과를 보여준다. 반면 뷰티서비스업은 상대적으로 제도적 지원이 미흡하다. 통계청 「서비스업조사(2024)」에 따르면, 미용 서비스업(헤어·피부·네일·메이크업 등) 은 약 25만 개 사업체, 종사자 약 70만 명으로 추산되며, 전체 서비스업 중에서도 높은 자영업 비중(약 92%)을 보인다.[2)]

이 중 60% 이상이 여성 근로자이며, 청년층 비율(20~30대)은 48%에 달한다. 이는 뷰티서비스 산업이 여성·청년 중심의 지역 일자리 산업임을 의미한다.

1) 대한화장품산업연구원, 2024
2) 통계청, 2024

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

<표1-1> 국내 뷰티서비스 산업 주요 통계

구 분	사업체 수	종사자 수	여성 종사자 비율	자영업 비율	주요 업종
헤어미용업	156,000	440,000	88.2%	91.5%	헤어컷, 펌, 염색 등
피부미용업	41,000	110,000	94.5%	93.8%	스킨케어, 스파, 마사지
네일미용업	32,000	75,000	97.1%	95.2%	네일·페디, 손발 관리
메이크업업	10,000	35,000	93.6%	89.4%	방송·웨딩·행사용 메이크업
합 계	**239,000**	**660,000**	**92.9%**	**92.3%**	—

출처: 통계청, 「서비스업조사(2024)」; 한국산업인력공단, 국가기술자격 통계(2025).

나. 정책적 요구

K-뷰티 산업은 제조·유통 중심의 성장 국면을 지나, 헤어·피부·메이크업·네일 등 서비스 직종의 기술 숙련과 창의성을 경쟁력의 핵심요소로 삼는 시대로 전환하고 있다. 이에 따라 단순 기술습득을 넘어, 소비자 경험·감성서비스·디지털 미용기술을 포괄한 교육체계 구축이 산업 경쟁력 확보의 핵심 과제로 부상하였다.

그러나 현재 국내의 미용교육 체계는 대부분 민간학원 중심으로 분절화되어 있으며, 공공기관이 주도하는 직업훈련·연수·평가·트레이너(강사) 인증의 일원화된 구조는 미비하다.

특히 외국인 연수생의 국내 교육 수요가 빠르게 증가함에도 불구하고, 지자체 차원의 공공형 실습 인프라와 체류형 교육 시스템은 아직 부족하다. 이러한 구조적 한계는 지역 기반 인력양성의 불균형을 심화시키고 있다.

1) 국가 인적자원개발 및 직업능력정책의 변화

정부는 「국가직업능력개발 기본계획('23~'27)」에서'산업 맞춤형 현장중심 인재양성체계 구축'을 핵심과제로 제시하였다.[3)]
이는 지역과 산업이 주도하는 "훈련-평가-자격-고용 연계형" 직업능력 개발 거점을 구축한다는 내용이다.

미용서비스 분야는 대표적인 숙련기반 서비스산업으로서, 청년·여성층 고용 창출 효과가 높고, 기술력에 따라 임금격차가 큰 직종이기도 하다. 이에 따라 고용노동부는 뷰티서비스를 「서비스직 기반 고용성장산업」으로 분류하고,

3) 고용노동부, 2023

국가직무능력표준(NCS)과 연계한 미용사(일반·피부·네일·메이크업) 자격체계를 고도화하고 있다.[4)]

2) 뷰티서비스 교육의 표준화 및 품질관리 요구

현재 미용교육은 민간학원 중심으로 운영되며, 교육 품질, 강사 수준, 커리큘럼 구성 등에서 표준화가 이루어지지 않아 수강생 만족도 및 산업 현장 적응도가 낮다는 지적이 지속되어 왔다.[5)]

이에 정부는 직업훈련 품질관리 강화 정책(Q-Net 평가인증제)를 추진하고 있으며, 고용노동부는 2024년부터 '훈련기관 인증평가제'를 도입해 교육품질·교강사 역량·훈련성과를 종합 평가하고 있다.
뷰티서비스 분야에서는 이러한 품질관리 제도를 기반으로

① 실무 중심 훈련환경,
② 표준 커리큘럼(헤어·피부·네일·메이크업),
③ 강사 역량 인증제(Trainer Certification) 를 갖춘 공공형 모델기관 (뷰티 아카데미) 설립 시급

이 모델은 단순히 기술훈련을 제공하는 수준을 넘어, 국가직무능력표준(NCS)과 연계된 평가·자격체계를 현장에 구현하고 산학연계형 훈련생·강사·사업체 간 3자 협력 네트워크(Hub Model)를 구축하는 데 그 의의가 있다.

3) 외국인 대상 K-뷰티 연수 및 국제교육 수요 증가

보건복지부와 한국보건산업진흥원은 「메디컬 코리아 2025」를 통해 외국인 대상 뷰티·의료 연수 수요가 급격히 증가하고 있음을 보고하였다. 특히 일본·대만·태국·우즈베키스탄 등 아시아권 국가에서는 한국식 헤어·피부·메이크업 기술을 배우려는 전문인 연수생이 꾸준히 증가하고 있으며, 일부 민간 아카데미는 이미 자체 통역·자격과정을 운영하고 있다.

---

4) 한국산업인력공단, 2025
5) 김경열, 2013

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

그러나 현재 이러한 연수는 비자·체류·안전·실습환경·평가 기준이 불안정하여 공공기관 차원의 신뢰도 있는 국제교육 거점이 부재하다. 이에 정부는 「K-뷰티 글로벌 캠퍼스」 조성을 통해 국제 표준형 교육 인증제도를 검토 중이며, 이 정책 방향에 부합하는 지자체형 모델로서 오송국제K-뷰티아카데미가 실질적 추진 근거를 가진다.

4) 지자체 차원의 역할 변화와 오송의 전략적 필요성

지자체는 중앙정부의 지역인재양성 기조에 부응하여, 지역 산업과 연계된 직업훈련 거점을 구축하는 역할을 수행하고 있다. 특히 미용서비스 분야는 지역 내 소상공인, 자영업자, 청년창업 중심의 산업 구조를 지녀 지자체 주도의 현장형 실습 교육과 창업지원이 가장 실효적인 산업육성 전략으로 평가된다.

오송은 국가 바이오·의료 산업단지 및 공공시험평가기관이 집적된 지역으로, K-뷰티 산업이 과학적 근거(위생·안전·피부 진단·기기 표준)와 직접 연계될 수 있는 국내 유일의 교육 실증 인프라를 보유하고 있다.
이에 따라 오송국제K-뷰티아카데미는 국가정책의 지역 실행 모델로서,

① 지역 청년 및 외국인 대상 실습·평가 기반의 전문인력 양성,
② 강사 및 트레이너 인증체계 구축,
③ 산학연계 실습장 및 직무별 표준훈련과정 운영

을 통해 지자체가 주도하는 공공형 뷰티서비스 교육 허브 모델을 실현하는 데 정책적 정당성 확보는 물론 K-뷰티 서비스 교육의 공공 표준 플랫폼으로 발전할 수 있다.

5) 정책적 요구 요약

국가의 직업능력개발, 산업고도화, 국제교육 확대정책은 모두 “교육 중심의 뷰티서비스 산업 체계화”라는 공통 목표를 지향하고 있다.

이러한 흐름 속에서 오송국제K-뷰티아카데미는

① 중앙정부 정책의 지역 실현 모델이며,
② 지역 청년층의 고용·창업을 연결하는 직업훈련 거점이자,
③ K-뷰티의 품질과 신뢰를 국제적으로 확산시키는 교육기반으로서

정책적 타당성을 갖는다.

<표1-2> 국가 정책기조와 오송국제K뷰티아카데미 설립의 정합성 분석

구분	국가 정책방향	오송국제K-뷰티아카데미의 대응전략
국가 인적자원개발 정책	훈련-평가-자격-고용의 통합형 구조 구축	현장 실습·평가 기반 교육모델 구축
직업훈련 품질관리 정책	인증평가제, 강사 역량인증, 표준 커리큘럼 확산	Trainer Certification 체계 운영
국제교육 확대 정책	외국인 연수·글로벌 캠퍼스 조성	외국인 대상 K-뷰티 연수 프로그램 운영
지자체 역할 강화	지역산업 맞춤형 직업훈련 거점 구축	뷰티서비스 중심 공공교육 허브 설립

출처: 고용노동부(2023) 「국가직업능력개발 기본계획(2023~2027)」, 보건복지부(2025) 「메디컬 코리아 2025 추진전략」, 산업통상자원부(2024) 「K-뷰티 글로벌 혁신전략」 등 관련 정책 자료 재구성.

<표1-2>에서 살펴본 바와 같이, 국가의 직업능력개발 및 산업고도화 정책은 훈련-평가-자격-고용이 연계된 통합형 인재양성체계 구축을 지향하고 있다.

이에 따라 오송국제K-뷰티아카데미는 중앙정부 정책의 실현 기반으로서 뷰티서비스 분야의 표준화된 직업훈련·강사 인증·국제연수 거점 역할을 수행할 필요가 있다.

이는 단순한 기술교육기관을 넘어, 지역산업과 인재양성, 그리고 K-뷰티 글로벌화 전략을 연결하는 공공형 교육플랫폼 모델로서의 정책적 의미를 지닌다.

다. 글로벌 경쟁 환경

글로벌 뷰티서비스 산업은 2024년 기준 약 4,600억 달러 규모로, 교육·서비스·디지털 플랫폼을 결합한 융복합 산업으로 성장하고 있다.[6)]

주요 선진국은 미용을 단순한 기술직이 아닌 전문직(Professional Occupation)으로 규정하고, 교육·자격·고용이 연계된 공공품질보증형 직업교육체계를 구축하였다.

6) Statista, 2024

이들은 국가 또는 공공기관이 미용교육기관의 인가, 자격시험, 재인증을 통합 관리하며, 산업체와의 협업을 통해 현장 중심 교육을 강화하고 있다. 이에 비해 한국은 민간학원 중심의 시장구조로 인해 표준화된 자격인증, 국제교류, 외국인 연수체계 등이 제한적이라는 점이 한계로 지적된다.

1) 미국: 주(州) 면허 중심의 실무기반 교육체계[7)]

미국은 각 주(State)가 미용 면허제도를 관리하며, 주정부 산하 미용위원회(State Board of Cosmetology)가 교육기관 인가, 시험, 면허발급, 재교육을 담당한다.

일반적으로 1,000~1,500시간의 교육(약 9~12개월) 이수가 의무이며, 필기 및 실기시험을 통과해야 면허가 발급된다. 특히 미국은 살롱 실무·위생·고객 서비스 중심 교육으로 구성되어 산업 현장성과 서비스 품질을 동시에 강화한다.

최근에는 뷰티테크(Beauty Tech)·트리콜로지(Trichology)·에스테틱스 관련 고급 인증 프로그램이 민간과 대학을 중심으로 확산되고 있다.

- 시사점: 미국의 주 면허제는 서비스 품질과 고객안전을 보장하는 제도적 장치로, 오송국제K-뷰티아카데미가 "공공형 자격 인증 + 실무형 교육" 모델을 구축하는 데 실질적 참고 사례가 된다.

2) 영국: NVQ 기반의 역량중심 국가자격제도[8)]

영국은 City & Guilds 및 VTCT가 주관하는 National Vocational Qualification (NVQ) 체계를 통해 미용 분야를 Level 1~5로 구분하여 관리한다.

훈련기관은 정부의 인가를 받아야 하며, 과정평가·현장평가(Portfolio)·면담 평가로 구성된 성과기반 평가체계(Competency-based Assessment) 가 운영된다.

---

7) 미국 State Board of Cosmetology(2024)
8) 영국 VTCT(2024)

- 시사점: 영국의 NVQ 제도는 한국의 NCS와 구조적으로 유사하므로, 오송 아카데미가 국제적으로 인정받는 NCS-NVQ 연계형 과정을 설계하는 데 활용할 수 있다.

3) 독일: 듀얼시스템(Dual System)에 의한 산학통합형 직업교육[9)]

독일은 연방직업교육청(BIBB)이 관리하는 이원제 직업훈련 시스템을 운영한다. 미용사(Friseur)는 3년간 기업 실습과 직업학교 이론수업을 병행하며, 훈련 중·종료 후 상공회의소(IHK)가 실시하는 시험을 통과해야 자격이 부여된다.

자격 취득 후에는 마이스터(Meister)제도를 통해 교육자·경영자로 진출할 수 있다.

- 시사점: 독일의 사례는 산업체와 학교가 공동으로 인재를 양성하는 구조로, 오송 아카데미의 산학협력형 실습교육 모델 구축에 직접적인 벤치마크가 된다.

4) 일본: 국가 면허제 기반의 전문학교 중심 교육체계[10)]

일본은 1947년 제정된 「미용사법(美容師法)」을 통해 미용을 국가가 관리하는 전문 직업으로 제도화하였다.

전문학교(專門學校) 2년제 과정을 수료해야만 국가시험 응시 자격이 부여되며, 교육 과정에는 이론(기초과학·위생학)–실습–현장실습–자격시험의 체계적 단계가 포함되어 있다.

또한 후생노동성(MHLW)이 교육시설 인가제와 면허등록제를 병행 관리하며, 자격 취득 후에도 지속교육(Continuing Education)을 이수해야 면허 유지가 가능하다.

이러한 구조는 미용서비스의 품질관리와 사회적 신뢰를 동시에 확보하는 역할을 하고 있다.

9) 독일 BIBB(2023)
10) 일본 후생노동성(2024)

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

- 시사점: 일본의 모델은 국가가 직접 교육·자격 품질을 관리한다는 점에서 오송국제K-뷰티아카데미가 지향하는 공공 표준형 미용교육기관 모델의 제도적 근거와 유사하다.

5) 프랑스: 예술·문화 융합형 국가직업교육체계[11)]

프랑스는 미용을 "기술과 예술이 결합된 전문직(Artisan Profession)" 으로 규정한다.

교육은 교육부(MENJ) 산하의 직업학교(Lycée Professionnel)와 국가기술자격증(Brevet Professionnel, BP)을 중심으로 운영된다.

BP 및 BTS(고급기술자격) 취득자는 미용실 창업, 교육, 해외 진출이 가능하며, 과정 중 일정 비율의 현장실습(Apprentissage) 이 의무화되어 있다.

또한 프랑스 정부는 미용·패션·스파 등 문화기반 서비스산업을 국가브랜드("Made in France")로 육성하고 있으며, 국가자격을 국제기준(CEDEFOP, EQF)과 연계하여 유럽 내 상호인정 체계를 확보하였다.

- 시사점: 프랑스의 사례는 미용교육을 단순한 기술훈련이 아닌 문화·예술 콘텐츠 산업의 한 축으로 통합한 모델로, 오송 아카데미가 향후 K-뷰티의 "문화·감성 융합형 교육"을 추진할 때 중요한 참고 사례가 된다.

6) 싱가포르: 산업 주도형 국가인증체계(WSQ)[12)]

싱가포르는 SkillsFuture Singapore(SSG)를 중심으로 WSQ(Workforce Skills Qualification) 제도를 운영하며, 미용·피부·스파·메이크업 등 서비스직 전반을 국가직무단위별로 관리한다.

모든 교육기관은 정부 인증훈련기관(Approved Training Organisation, ATO)으로 지정되어야 하며, 훈련 과정 종료 시 국가가 직접 발급하는 WSQ Certificate/Diploma를 부여한다.

또한 뷰티서비스 종사자는 일정 기간마다 역량검증을 거쳐 재인증을 받아야 하며, 이수 실적은 국가 인력관리 시스템(SF-Portal)에 등록된다.

이 구조는 산업계–교육기관–정부가 삼위일체로 운영되는 품질보증 체계를 보여준다.

---

11) 프랑스 MENJ(2023)
12) 싱가포르 SSG(2024)

- 시사점: 싱가포르의 모델은 국가직무단위(NCS와 유사) 기반으로 자격-훈련-고용을 일원화한 구조로, 오송 아카데미가 NCS 기반 교육과정 및 평가연계 모델 운영 시 벤치마킹이 가능하다.

7) 호주: AQF 기반의 기술훈련·평가 연동체계[13)]

호주는 Australian Qualifications Framework(AQF) 를 통해 전국 직업교육훈련(VET, Vocational Education and Training) 체계를 통합 관리한다.

미용서비스는 Certificate II~IV → Diploma → Advanced Diploma 단계로 구성되며, 호주기술교육청(ASQA)이 훈련기관 인가 및 품질평가를 담당한다.

특히 호주는 Competency-based Training(CBT) 시스템을 도입하여 학습자의 수행능력에 따라 자격을 부여하며, 국제 학생 대상 CRICOS 인증과정을 통해 외국인 연수도 활발히 이루어진다.

- 시사점: 호주는 자격 체계의 투명성과 국제연수 시스템을 동시에 보유한 사례로, 오송 아카데미가 외국인 대상 공공연수체계 및 영어기반 자격운영 모델을 설계할 때 유용한 벤치마킹 대상이다.

<표1-3> 주요국의 뷰티서비스 인력양성 체계 비교

국가	제도 기반	관리 주체	교육 구조	자격 형태	품질 관리	국제 연계	주요 특징
미국	주(州)별 면허제	주정부 미용위원회	1,000~1,500시간 교육 후 필기·실기시험	면허 (License)	주정부 재인증제	제한적	실무·고객서비스 중심의 살롱교육
영국	NVQ 국가직무기준	VTCT / City & Guilds	레벨 1~5 단계별 훈련 + 성과평가	NVQ Level Certificate	정부 평가 포트폴리오 제출	EQF (유럽 자격프레임) 연계	역량기반 평가체계
독일	이원제 직업훈련	연방직업 교육청(BIBB) / 상공회의소 (IHK)	기업실습 + 직업학교 병행(3년)	국가공인자격 + Meister 제도	상공회의소 평가·인증	EU 상호인정	산학통합형 실무교육·평생직업 체계
일본	미용사법 기반 국가면허제	후생노동성	전문학교 2년 + 국가시험	국가면허	면허등록 및 재교육 의무	한일교류 중심	공공면허·교육시설 인가제 운영
프랑스	BP / BTS 국가기술자격제	교육부	직업학교 + 현장실습 (Apprentissage)	BP·BTS 자격	자격·시설 병행 인가	EU 상호인정 (EQF)	예술·문화 융합형 미용교육
싱가포르	WSQ 국가인증체계	(SSG)	정부 인증훈련기관 (ATO) 교육 후 평가	WSQ Certificate / Diploma	정부 품질평가 및 재인증	ASEAN 상호인정	산업참여형 품질보증 교육모델
호주	AQF 국가자격체계	ASQA / 교육부	Certificate II~IV → Diploma → Advanced Diploma	AQF Diploma / Certificate	ASQA 모니터링·기관평가	CRICOS (유학생 인증)	국제학생 연수·역량기반 자격부여
한국 (현황)	국가기술자격 (미용사)	한국산업인력공단(HRD)	민간학원 중심의 기술훈련	미용사 자격증	민간자율 중심	제한적	제도 표준화 미비, 국제연계 미흡

출처: 미국 State Board of Cosmetology(2024), 영국 VTCT(2024), 독일 BIBB(2023), 일본 후생노동성(2024), 프랑스 MENJ(2023), 싱가포르 SSG(2024), 호주 ASQA/AQF(2024), 한국산업인력공단(2025) 등 관련 기관 자료 종합 재구성.

13) 호주 ASQA/AQF(2024)

8) 종합 시사점

국제 비교 결과, 선진국의 공통된 특징은 다음과 같다.

① 공공 주도의 교육·자격 품질관리 체계 확립: 국가 또는 공공기관이 교육기관 인가, 시험, 자격·재교육을 통합 관리.
② 산업계 연계 및 현장 중심 실무교육 강화: 기업과 교육기관이 공동 운영하며, 실무 성과가 자격으로 연계.
③ 역량기반 평가 및 국가직무기준화 추진: NVQ, WSQ, AQF 등 직무기반(Competency-based) 평가 제도 보편화.
④ 국제 상호인정체계 구축 및 외국인 연수 활성화: EQF, ASEAN, CRICOS 등 지역 블록 단위의 자격 이동성 확보.

이러한 흐름 속에서 오송국제K-뷰티아카데미는

① NCS 기반의 모듈형 교육과정,
② Trainer Certification을 통한 강사 역량 인증,
③ 외국인 대상 영어·다언어 연수체계 구축

을 통해 국제표준형 공공 뷰티서비스 교육 허브로 자리매김할 수 있다.
이는 오송을 중심으로 한 충북권이 K-뷰티 서비스 인력양성·국제교류의 전략 거점으로 발전하는 데 기여할 것이다.

2. 연구 범위 및 방법

가. 연구 범위

1) 시·공간적 범위

본 연구의 공간적 범위는 K-뷰티 산업의 중심지로 부상하고 있는 오송 지역을 중심으로 하며, 국내 미용 산업 전반과 더불어 일본, 중국, 베트남 등 해외 주요 지역을 포함한다.

연구의 시간적 범위는 2025년 10월부터 12월까지 설문조사 및 연구가 실시된 기간을 기준으로 하였다.

조사 대상은 미용 관련 전공자, 산업 현장 종사자, 미용 교육기관 관계자 및 예비 종사자를 포함하였으며, 응답자는 수도권, 충청권, 호남권, 영남권, 강원권, 제주권 등 국내는 물론 일본, 중국, 베트남 등 해외 주요 권역에 분포되어 있다.

이를 통해 지역적 편중을 최소화하고, 전국적 미용 재교육 및 전공교육 수요를 균형 있게 반영하고자 하였다.

2) 내용적 범위

본 연구는 K-뷰티 및 뷰티서비스 교육·연수 시장의 현황을 진단하고, 국내·외 뷰티 산업과 교육·연수 수요의 변화 양상을 종합적으로 분석하는 데서 출발하였다. 이를 통해 미용 자격제도, 교육기관, 민간 연수과정의 구조와 특징을 비교 검토하고, 오송 국제 K-뷰티아카데미가 담당해야 할 역할과 정책적·산업적 포지셔닝을 설정하였다.

특히 공공 아카데미로서 오송 국제 K-뷰티아카데미가 기존 직업학교 및 민간학원과 경쟁하는 구조가 아니라, 표준·안전·국제과정 중심의 기능을 수행하며 상호보완적·틈새 특화형 관계를 형성해야 함을 제시하였다. 아울러 서울-오송 이원 캠퍼스 체계(서울: 브랜드·쇼케이스, 오송: 실습·평가·수료)를 기본 구상으로 하여, 국제 수요에 대응하는 교육 포트폴리오와 외국인 학습자 중심의 대상 세분화 전략을 제안하였다.

또한 학습 수준에 따른 단계별 교육 체계를 모듈화하고, K-Pop·아이돌 룩, 트레이너 양성, 단기 마스터클래스 등 K-콘텐츠 연계 고부가가치 교육 모듈의 방향성을 제시하였다. 나아가 수강생 유치 전략과 수익모델을 검토하고, 오송 바이오·뷰티 클러스터를 중심으로 충청북도-청주시-경제자유구역청-대학-산업체 간 협력 거버넌스 구축과 역할 분담 방향을 함께 제안하였다.

나. 연구 방법

본 연구는 오송지역의 산업·인력·교육 환경을 실증적으로 진단하고, 미용인 재교육 수요와 참여 의향을 분석하기 위해

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

① 문헌 및 통계분석
② 설문조사
③ 전문가 자문회의

의 3단계 방법을 적용하였다.

1) 국내외 문헌 및 통계 분석

먼저, 미용분야의 교육 및 직업훈련 관련 국내외 선행연구, 정책보고서, 산업 통계자료를 검토하였다.

국내 자료는 고용노동부, 교육부, 한국산업인력공단, 통계청(KOSIS) 등의 공공데이터를 중심으로 분석하였으며, 해외 사례는 일본, 미국, 유럽 등 주요 국가의 미용전문학교 및 직업훈련 시스템을 참조하여 비교·검토하였다.

이를 통해 국내 미용교육 체계의 현황과 한계를 파악하고, 오송형 교육모델 수립에 시사점을 도출하였다.

2) 설문조사

본 연구의 핵심 자료 수집은 설문조사(Survey Research)를 통해 이루어졌다. 설문지는 총 35문항으로 구성되었으며, 다음 네 가지 영역을 중심으로 설계하였다.

① 기본정보: 성별, 연령, 전공 및 경력, 자격증 보유 현황 등
② 현재 교육과정에 대한 인식: 이론·실습 비율, 교수자의 역량, 교육시설 수준 등
③ 재교육(직무교육) 수요 및 선호 형태: 필요한 교육 분야, 교육기간, 수업 형태,
④ 적정비용 등 오송K-뷰티아카데미 참여 의향 및 기대요인: 교육 참여 및 강사 참여 의향, 인증 형태 선호, 지역 분포 등

설문은 온라인과 오프라인 병행 방식으로 시행되었으며, 응답 결과는 빈도분석, 교차분석, 평균 비교 등을 통해 정량적으로 분석하였다.

또한 응답자의 개방형 의견을 내용 분석하여 교육체계 개선을 위한 정성적 시사점을 함께 도출하였다.

설문지 구성

<표1-4> 35개 문항 설문지 구성

구 분	문항수	세부항목 변수	비 고
기본 특성 및 배경	7	인구통계 및 일반사항	7개 문항
교육과정 인식 및 학습경험	10	교육과정 구성(3), 교수진 · 학습환경(4), 학습효과·자기개발(3)	3개 세부항목
재교육 수요 및 선호 형태	10	필요성 · 분야(3), 운영선호(6), 품질 · 효과요인(1)	3개 세부항목
참여 의향 및 선호도	8	운영형태 · 참여(3), 강사유형(2) · 인증선호(1), 지역 · 의견(1),참여의향(1)	5개 세부항목

3) 전문가 자문 및 회의

설문조사 결과의 타당한 해석과 정책적 시사점 도출을 위해, 미용산업 각 분야의 현장 전문가 및 교육전문가를 중심으로 전문가 자문회를 실시하였다.

자문회에는 헤어, 피부, 네일, 메이크업 분야 전문가와 미용교육기관 교수진, 그리고 산업정책 관련 전문가 등이 참여하였다.

이번 자문회는 설문조사 이후 단일 회의 형태로 진행되었으며, 다음과 같은 목적을 중심으로 운영되었다.

① 설문조사 결과의 해석 방향 검토 및 현장 반영성 점검
② 미용 산업 변화에 따른 재교육·직무교육의 우선과제 도출
③ 오송국제K-뷰티아카데미의 교육체계 및 프로그램 설계 방향 제안
④ 정책연계 및 산업협력 기반 구축 방안 논의

자문회의에서는 각 분야 전문가들이 설문결과를 기반으로, 미용인들의 교육 수요와 산업 현장의 현실적 제약을 종합적으로 검토하였다.

특히, 교육 운영 방식, 강사진 구성, 실습환경 개선, 국제교류 프로그램 도입 등 오송 K-뷰티아카데미의 발전 방향과 차별화 전략에 대해 다양한 의견이 제시되었다.

이러한 전문가 자문 결과는 향후 정책 제안 및 교육 프로그램 설계의 주요 근거자료로 활용되며, 오송K-뷰티아카데미가 국내 미용인 재교육의 허브로 자리매김하는 데 기여할 것이다.

4) 분석 및 종합

본 연구는 문헌 및 통계 분석, 설문조사, 전문가 자문회의 결과를 종합하여, 오송국제K-뷰티아카데미의 설립 타당성과 운영 방향을 다각도로 검토하고 교육체계 구축의 실질적 모델을 제시하였다.

우선, 오송 지역의 미용산업 환경과 인프라를 비교지역과 함께 진단하여 산업적·지리적 경쟁우위를 도출하였으며, 설문조사 결과를 통해 미용인 재교육 및 연수의 구체적 수요와 선호 형태를 분석하였다.

이를 기반으로 교육·연수 운영모델과 수익구조 시나리오를 단계적으로 설계하고, 수강생 유치 전략, 교육 포트폴리오, 재정·운영 시나리오, 거버넌스 체계를 하나의 통합 정책 패키지로 제시하였다.

본 분석 결과는 오송국제K-뷰티아카데미가 국가적 K-뷰티 교육 허브이자 지속가능한 산업인재 양성 플랫폼으로 성장하기 위한 정책적 기반을 마련하는 데 활용될 것이다.

3. 연구 추진 체계 및 방법론

가. 조사방법 및 분석 프레임

본 연구는 오송국제K-뷰티아카데미 설립의 타당성과 운영 방향을 다각도로 검토하기 위해 정량적·정성적 접근을 병행한 혼합형 연구(Mixed Method) 로 수행되었다.

연구는 크게 ① 문헌 및 통계 분석, ② 설문조사, ③ 전문가 자문 및 종합 분석 단계로 구성된다.

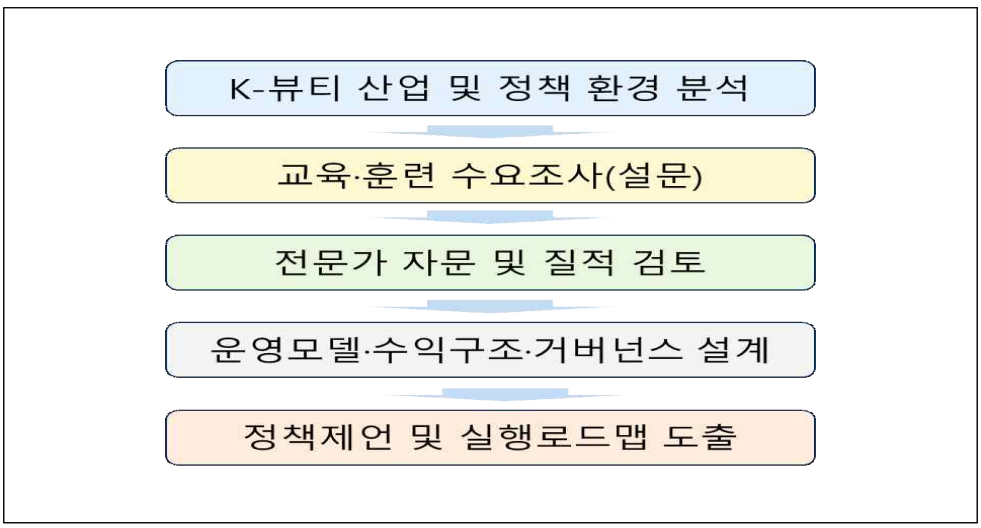
첫째, 문헌 및 통계 분석 단계에서는 국내외 뷰티산업의 구조, 직업훈련체계, 자격제도, 정책 방향 등을 검토하여 K-뷰티 교육 및 인력양성 정책의 동향을 파악하였다. 이 과정에서 한국산업인력공단, 통계청, 문화체육관광부, 일본 후생노동성 등 공신력 있는 기관의 최신 통계자료와 관련 선행연구를 분석하였다.

둘째, 설문조사는 미용 전공자, 산업 종사자, 교육기관 관계자를 대상으로 실시하여 현행 교육체계의 만족도, 재교육 및 전공교육 수요, 아카데미 참여 의향 등을 파악하였다. 총 35개 문항으로 구성된 설문은 Naver Form을 활용하여 실시하였으며, 응답 결과는 SPSS를 통한 기초 통계분석과 항목별 빈도분석으로 정리되었다.

셋째, 전문가 자문회의는 헤어·피부·메이크업·네일 등 4개 분야 전문가를 중심으로 구성하였으며, 설문결과의 해석, 아카데미 운영 모델, 교육 포트폴리오 구성 등에 대한 의견을 수렴하였다. 자문회의는 1차(설문 후 검토)와 2차(결과 종합 및 정책 제언) 회의를 통합 운영하였으며, 이를 통해 현장성과 실행 가능성을 높였다.

이상의 조사결과는 오송 및 비교지역(서울·대전·청주 등)의 산업환경 데이터를 종합하여 다음과 같은 분석 프레임(Analysis Frame)으로 정리되었다.

<그림1-1> 연구분석 프레임



나. 연구진 구성

본 연구는 오송국제K-뷰티아카데미 설립의 정책적 타당성, 운영 전략, 기대효과 등을 종합적으로 검토하기 위해 교육과 업계를 연계하는 전문가 협업 연구체계로 구성하였다.

연구진은 각 세부 연구영역별로 책임 연구자를 배정하여 효율적 역할 분담과 상호 검증체계를 구축하였으며, 뷰티서비스업의 교육·정책·산업 현장을 아우르는 실증 기반의 연구 수행을 목표로 하였다.

연구총괄은 박진현 서경대학교 미용예술학부 학장이 맡아 연구 전반의 기획, 조정 및 품질관리(QA)를 담당하였으며, 정책 분석, 산업 현황, 교육 운영 모델, 기대효과 및 활용방안 등 각 세부 영역은 <표1-5>의 연구진 구성 및 역할에서와 같이 분야별 전문가가 공동으로 수행하였다.

본 연구진은 뷰티산업의 현장성과 정책적 전문성을 동시에 확보하기 위해 다각적 협력 구조로 운영되었다.각 세부 연구책임자는 분야별 전문역량을 기반으로 독립적 분석을 수행하되, 정기 회의를 통해 결과를 통합함으로써 연구의 일관성과 객관성을 확보하였다.

<표1-5> 연구진 구성 및 역할

구분	성명	소속	주요 역할
책임연구원	박진현 학장	서경대학교 미용예술학부	연구 총괄 기획 및 조정, 오송국제K-뷰티아카데미 추진 체계 설계, 서론 및 정책 방향 총괄, 자료 통합 및 연구보고서 품질 관리
연구원 Ⅰ	김은숙 교수	서경대학교 미용예술학부	이론적·정책적 고찰, 법·제도 분석 및 설립 근거 검토 설립 기대효과 및 활용방안, 결론 및 제언 도출
연구원 Ⅱ	이정주 교수	서경대학교 미용예술학부	설문조사 수행, 통계분석 및 그래픽·표 작성 지원, 국내 뷰티산업 현황 및 산업 통계 분석, 지속가능성 전략 제안
보조연구원	김민재 대표	플로우인	문헌정리, 회의록 관리, 연구 행정지원

4. 연구 추진일정

본 연구는 2025년 10월부터 12월까지 약 3개월간 단계적으로 추진되었다. 전체 연구는 기초조사-현황분석-정책 및 교육방안 도출-성과보고의 흐름으로 구성되었으며, 각 단계별 주요 내용과 기간은 다음과 같다.

<표1-6> 연구 추진 일정표

구분	주요 내용	2025년 10월	2025년 11월	2025년 12월
1단계. 용역 발주 및 착수	용역 착수, 연구 기본계획 수립	●		
2단계. 기초조사 및 현황분석	연구 설계 검토, 사전 자료조사 및 관련 문헌 분석	●	●	
3단계. 국내 뷰티서비스 현황조사 및 교육방안 제안	종사자 설문조사, 통계분석, 산업별 교육수요 파악 및 개선방향 도출	●	●	
4단계. 효율적 운영체계 및 K-뷰티아카데미 모델 설계	전문가 자문, 사례분석, 운영체계 및 거버넌스 설계		●	●
5단계. 분야별 지속가능성 전략 및 홍보방안 수립	국가 분야별 교육수준 및 시장 분석, 홍보 및 유입전략 도출		●	●
6단계. 결과 보고 및 검증	중간보고, 최종보고, 자문결과 반영		●	●
7단계. 결과 정리 및 제출	최종 성과물 검토, 보고서 인쇄 및 납품			●

또한 본 연구는 단기간 내 실효성 있는 결과를 도출하기 위해 단계별 집중 수행 체계를 적용하였다. 특히 11월에는 설문조사와 전문가 자문을 병행하여 산업 현장과 정책 수요를 통합적으로 분석하였으며, 12월에는 교육 운영모델과 거버넌스 설계를 중심으로 최종보고서를 완성하였다.

02 이론적·정책적 고찰

1. 뷰티산업 개념 및 발전과정 ····· 21

2. 국가직무능력표준(NCS)과 교육정책 동향 29

3. 정부 및 지자체의 뷰티서비스 산업 관련
정책 검토 ····· 31

Ⅱ 이론적·정책적 고찰

1. 뷰티산업 개념 및 발전과정

가. 뷰티산업 개념 및 특성

뷰티산업은 인간의 신체적 외모를 아름답게 가꾸는 모든 제품과 서비스, 그리고 관련 산업 활동 전반을 포함하는 종합 산업이다.

이는 단순히 미용 기술의 습득이나 시술 행위에 국한되지 않고, 창의성 · 감성 · 고객 서비스 역량이 결합된 고도화된 전문 서비스 산업으로 발전하고 있다(윤찬성, 2007). 뷰티산업은 제품(화장품 · 퍼스널케어), 서비스(헤어 · 에스테틱 · 의료미용), 유통(리테일 · 온라인 플랫폼), 마케팅(브랜딩 · 커뮤니케이션), 그리고 R&D 및 제도 · 규제 활동을 포괄하는 산업 생태계를 이룬다.

핵심은 '제품 · 서비스의 미적 · 심리적 가치 제공'과 '소비자 경험의 총체적 관리'의 결합이라 할 수 있다. 조직과 인적 자원의 측면에서, 뷰티산업은 직원 브랜드화(Employee Branding)와 서비스 품질이 경쟁력을 좌우한다(Dhiman & Arora, 2020).

즉, 인적 자원의 전문성 · 창의성 · 고객응대 능력이 브랜드 이미지와 산업 경쟁력의 핵심 요소로 작용한다. 또한 뷰티산업은 단순한 외모관리의 차원을 넘어, 감성 · 문화 · 기술이 융합된 복합 산업으로 진화하고 있다.

특히 소비자의 라이프스타일 변화와 미의식의 성숙, 그리고 소셜미디어 기반의 맞춤형 소비 확산은 산업 전반에 새로운 가치 창출 구조를 만들어내고 있다(위서현 & 정재우, 2022).

1) 뷰티산업의 세부 구성 영역

뷰티산업은 사람 중심의 서비스 산업으로, 제품 소비와 서비스 제공이 결합되어 높은 부가가치를 창출하는 특성을 지닌다(서언미, 2019).
이를 기능적 기준에 따라 다음 여섯 영역으로 구분하여 <표2-1>과 같이 구분하였다.

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

<표 2-1> 뷰티산업의 세부구성 및 범위

세부 영역	주요 내용	참고문헌
뷰티화장품 산업	스킨케어, 메이크업 등 개인의 피부 및 얼굴미 개선을 위한 제품군	박혜영(2024), 뷰티 산업 종사자의 분배 공정성..., 경희대 석사논문
퍼스널케어 산업	헤어·바디 등 신체의 청결 및 외적 아름다움을 유지·강화하기 위한 제품 및 서비스	서언미(2019), 미용 산업 종사자에게 최저 임금제 적용이 미치는 영향, 건국대 산업대학원
미용 서비스 산업	헤어살롱, 피부관리실, 성형외과 등 전문 서비스를 중심으로 한 산업	윤찬성(2007), 카리스마적 리더십이 성과에 미치는 영향에 관한 연구, 한성대 박사논문
미용기기 산업	헤어·피부관리용 전자기기 및 미용 기술 기반 장비	문미형·성백서(2012), 뷰티 산업의 수익률 제고를 위한 운영방안 개선 사례연구, 아시아 뷰티화장품학술지
디지털 플랫폼 산업	소셜미디어, 전자상거래, 온라인 콘텐츠 등 뷰티 관련 정보·상품의 유통 및 소통 채널	위서현·정재우(2022), 뷰티 뉴미디어 특성 변화에 관한 연구, 한국패션디자인학회지
교육 및 컨설팅 산업	미용 전문인력 양성, 자격·보수교육, 연구 및 컨설팅 영역	동천·활명진·양아청·오연수(2025), 뷰티 아카데미의 서비스스케이프가 교육만족도 및 행동의도에 미치는 영향, 한국미용학회지

나. 한국 뷰티서비스산업의 발전과정

1) 태동기(1930년대~1950년대): 미용의 산업화와 제도적 기반 확립

우리나라 뷰티산업은 1933년 국내 최초의 전문 헤어샵 '화신미용실' 개업을 계기로 본격적으로 출발하였다.

이 시기는 미용이 단순한 개인 서비스에서 벗어나 전문 직업으로 자리 잡기 시작한 초기 단계로, 화신백화점을 중심으로 한 근대적 소비 문화의 확산이 도시 여성들의 미적 욕구를 반영하였다.

해방 이후인 1948년 첫 미용사 자격시험 실시를 통해 정부는 미용업의 제도적 기반을 마련하였다. 이를 계기로 미용인을 전문 직업군으로 인정하고, 미용교육기관 설립 및 업소 등록제도를 도입함으로써 산업의 기초가 확립되었다.

2) 성장기(1960년대~1980년대): 산업 확대와 교육체계 정비

1961년 이용사 및 미용사법 미용사 면허제도 최초 도입이 되었다. 경제개발과 생활수준 향상에 따라 미용 서비스 수요가 급증하던 시기로, 퍼머넌트·헤어세팅·화장품 제조업이 본격화되었다.

미용실과 피부관리실이 전국적으로 확대되며, 미용사 면허제도와 직업훈련 제도가 정비되어 교육이 기술 중심에서 전문교육 중심으로 전환되었다. 1980년대에는 방송·연예산업의 성장과 함께 헤어·메이크업 전문인력이 등장하였으며, 이 시기를 통해 미용은 패션·예술·문화와 융합된 산업적 영역으로 발전하였다.

3) 전문화기(1990년대~2000년대): 서비스 세분화와 자격제도 확립

1990년대 이후 뷰티산업은 헤어·메이크업·네일·피부미용 등 세부 전문화가 본격화되었다. 1991년 전문대학 및 직업훈련기관에서 미용 관련 학위과정이 개설되었고, 정부는 국가기술자격법을 근거로 자격시험을 체계화하였다.

동시에 국산 화장품 브랜드 성장, 소비자 중심 트렌드, 뷰티 로드숍 확산 등이 맞물리며 산업이 급성장하였다. 인터넷 보급으로 뷰티정보의 공유가 활발해지며 소비자 주도형 시장 구조가 형성되었다.
2000년대 이후 4년제 대학 및 대학원과정으로 미용교육 확대 및 미용고등학교 개교를 하며 교육과정의 세분화 , 전문화 , 과학적 이론 기반 교육이 강화 되었다.

과거 '일반 미용사' 자격으로 포괄되었으나, 2008년 피부 미용사 국가자격이 분리되는 등 헤어, 피부, 네일, 메이크업 등으로 직무가 세분화되고 전문화되는 추세이다.

4) 글로벌화기(2010년대~현재): K-Beauty의 세계화와 융복합 산업 전환

2010년대 이후 한국 뷰티산업은 K-Beauty를 중심으로 세계화가 가속화되었다. 한류 콘텐츠, SNS 마케팅, 글로벌 전자상거래의 확산으로 한국의 화장품·헤어·메이크업 기술이 세계적으로 주목받으며, 뷰티산업이 문화 수출 산업으로 자리잡았다. 또한 4차 산업혁명 기술을 기반으로 AI·AR·VR 맞춤형 서비스, 스마트 미용기기, 디지털 교육 플랫폼이 등장하였고, 코로나19 팬데믹을 계기로 비대면 미용교육·홈케어·온라인 커머스가 급성장하였다.

최근에는 개인 맞춤형 뷰티, 친환경·지속가능 뷰티, 소비자 참여형 디지털 시장이 확대되며, 산업은 문화·기술·건강이 융합된 복합산업으로 진화하고 있다.

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

다. 한국 뷰티서비스산업의 인적자원 및 교육현황

국내 뷰티산업은 개인의 가치와 취향이 소비의 중심이 되는 고감도 산업으로 진화하고 있다. 워라밸 확산과 여가시간 증가로 소비자는 자기 표현·정체성 관리에 적극 투자하고 있으며, 이에 따라 산업은 기술 중심에서 감성·경험 중심 산업으로 전환되고 있다.

그러나 산업의 성장에 비해 인적자원 관리·교육체계의 체계성 부족, 산업-교육 간 연계 미흡, 사교육 중심 구조, 실습 기반 인프라 한계 등의 문제가 지속되고 있다. 이에 따라 산업 수요와 교육결과 간 역량 불일치(skill mismatch) 가 발생하고 있으며, 표준화된 재교육 시스템 구축이 절실하다.

또한 최근에는 기술적 숙련뿐 아니라 감성 리더십·창의성·고객 경험 설계 능력이 서비스 품질의 핵심 경쟁요소로 부상하고 있다.
이러한 변화는 단순 직무 교육을 넘어, 산업-교육-정책이 연계된 통합적 개선 전략을 요구한다.

1) 국가기술자격 응시 현황 및 연령·학력별 분포

한국산업인력공단(2025)의 「2025년도 국가기술자격수험자 기초통계」에 따르면, 기능사 등급에서 연령별 선호 종목은 다음과 같이 나타난다.

- ○ 10대에서는 '미용사(일반)'이 1위를 차지하였다.
- ○ 20대에서는 '미용사(네일)'이 5위를,
- ○ 30대에서는 '미용사(피부)'가 3위, '미용사(네일)'이 4위

<표 2-2>는 뷰티산업의 세부 종목 및 연령대별 응시 현황을 보여준다.

<표2-2> 뷰티서비스 산업의 세부 종목 및 연령대별 응시자 분포

응시자연령대 / 종목	10대(비율)	20대(비율)	30대(비율)	40대(비율)	50대(비율)	60대이상(비율)	총계
미용사(메이크업)	14,344 (64.5%)	3,828 (17.2%)	2,877 (12.9%)	1,037 (4.7%)	139 (0.6%)	14 (0.1%)	22,239 (100.0%)
미용사(일반)	28,437 (34.1%)	35,892 (43.1%)	9,138 (11.0%)	6,128 (7.4%)	3,321 (4.0%)	913 (1.1%)	83,431 (100.0%)
미용사(피부)	7,603 (13.9%)	13,471 (24.7%)	16,498 (30.3%)	12,490 (23.0%)	4,302 (7.9%)	1,531 (2.8%)	55,895 (100.0%)
미용사(네일)	10,019 (32.7%)	7,130 (23.3%)	6,283 (20.5%)	4,291 (14.0%)	1,631 (5.3%)	317 (1.0%)	30,651 (100.0%)

출처: 한국산업인력공단 「2025년도 국가기술자격수험자 기초통계」

이처럼 전 연령층에서 미용 관련 종목이 상위권을 차지하고 있으며, 특히 10대에서는 미용 분야에 대한 진로 선호도가 뚜렷하게 나타난다.

전체 국가기술자격시험 응시자의 학력별 분포는 고등학생(47~56%)이 가장 높게 나타났으며, 이는 미용 분야가 조기 진로교육 및 직업선택과 직접 연계되는 산업임을 알 수 있다.

- ○ 미용사(네일): 전체 30,651명 중 고등학생 48.0%
- ○ 미용사(메이크업): 전체 22,239명 중 고등학생 55.7%
- ○ 미용사(일반): 전체 53,431명 중 고등학생 59.5%
- ○ 미용사(피부): 전체 31,531명 중 고등학생 46.8%

<표2-3> 뷰티서비스 관련 국가기술자격 응시자의 학력별 분포

응시자학력 / 종목	중학교 이하	고등학교	전문대학	대학교	대학원	총계
미용사(네일)	6,684 (21.8%)	14,709 (48.0%)	3,778 (12.3%)	6,123 (16.7%)	367 (1.2%)	30,561 (100.0%)
미용사(메이크업)	5,633 (25.3%)	12,377 (55.7%)	1,677 (7.6%)	2,300 (10.3%)	252 (1.1%)	22,239 (100.0%)
미용사(일반)	11,296 (21.1%)	31,774 (46.8%)	4,319 (8.1%)	6,520 (13.0%)	623 (1.0%)	53,431 (100.0%)
미용사(피부)	5,399 (17.1%)	14,766 (46.9%)	4,736 (15.6%)	6,924 (19.1%)	620 (2.0%)	31,531 (100.0%)

출처: 한국산업인력공단「2025년도 국가기술자격수험자 기초통계」

또한 기능사 학력별 선호 종목을 보면, ‘중학교 이하’ 학력층에서도 ‘미용사(일반)’이 2순위로 나타나, 미용 분야가 다양한 학력 수준에서 접근 가능한 직업군임을 확인할 수 있다.

<표 2-3>에 따르면 대학교 이상 비율은 10~20% 수준으로, 전문대 이후 단계에서도 전문성 제고를 위한 지속적인 응시 수요가 유지되고 있다.
특히 ‘미용사(피부)’는 대학 이상 비율이 21.1%로 가장 높아, 피부관리 분야가 학문적 연구 및 교육과의 연계성이 상대적으로 강한 분야임을 보여준다.

2) 기능사 응시 목적별 선호 종목 및 특징

미용 관련 국가기술자격시험 응시자는 취업과 자기계발을 주요 목적으로 하고 있으며, 창업 및 재직자 역량 강화 목적의 응시도 꾸준히 증가하는 추세다. 특히 미용사(피부)와 미용사(일반) 종목은 취업 중심, 메이크업과 네일 종목은 자기계발 중심 경향이 뚜렷하게 구분되어 나타났다.

<표2-4> 뷰티서비스 관련 국가기술자격 응시자의 응시 목적별 분포

응시목적 / 종목	창업	취업	자기계발	전학	업무수행 능력향상	자격수당	기타	총계
미용사(네일)	3,171 (10.4%)	13,064 (42.8%)	8,851 (28.9%)	1,709 (5.6%)	1,046 (3.4%)	1,064 (3.5%)	1,646 (5.1%)	30,561 (100.0%)
미용사 (메이크업)	1,114 (5.0%)	9,926 (44.6%)	8,593 (38.6%)	664 (3.0%)	568 (2.6%)	657 (3.0%)	717 (3.3%)	22,239 (100.0%)
미용사(일반)	5,663 (10.6%)	24,966 (46.7%)	13,639 (25.5%)	2,118 (4.0%)	2,229 (4.2%)	2,337 (4.4%)	2,479 (4.7%)	53,431 (100.0%)
미용사(피부)	3,317 (10.5%)	14,646 (46.4%)	7,345 (23.3%)	1,417 (4.5%)	1,563 (5.0%)	1,631 (5.2%)	1612 (5.2%)	31,531 (100.0%)

출처: 한국산업인력공단 「2025년도 국가기술자격수험자 기초통계」

<표 2-4>에 따르면 미용 분야 기능사 응시자들의 자격취득 목적은 '취업'과 '자기계발'이 가장 높은 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

전체 응시자의 약 45%가 취업을 목적으로 응시하였으며, 이는 국가기술자격이 미용업 진입을 위한 필수 자격으로 작용하고 있음을 보여준다. 특히 '미용사(일반)'(46.7%), '미용사(피부)'(46.4%) 종목에서 취업 목적이 가장 높게 나타나, 이 두 자격이 산업 현장에서 실질적인 취업 자격증으로 인식되고 있음을 확인할 수 있다.
다음으로 높은 비중을 보인 것은 자기계발(평균 29%)로, 특히'미용사(메이크업)'(38.6%)과 '미용사(네일)'(28.9%) 종목에서 높게 나타났다. 이는 개인의 취미, 미적 표현 욕구, 자기 브랜드화 등에 대한 관심이 자격 취득으로 이어지고 있음을 시사한다.

즉, 미용 자격이 단순한 취업 자격을 넘어, 자기 표현과 정체성 확립을 위한 도구로 확장되고 있는 것이다. 또한 응시자의 약 10% 내외가 창업을 목적으로 자격시험에 응시한 것으로 나타났다.

‘미용사(일반)’(10.6%), ‘미용사(피부)’(10.5%) 등은 자격증이 소규모 창업 및 프리랜서 활동의 기반으로 활용되고 있음을 보여준다.
이와 더불어 자격수당(평균 4~5%), 업무수행능력 향상(3~5%) 등의 응답도 확인되어, 이미 현장에서 종사 중인 재직자들의 역량 강화형 응시도 일정 비중을 차지하고 있음을 알 수 있다.

<표2-4>를 통해 미용 분야 국가기술자격이 단순 기술 습득을 넘어, 직업교육·평생학습·진로개발을 포괄하는 종합적 교육 경로로 활용되고 있을 알 수 있으며, 이와 같은 응시 목적별 분포는 미용산업이 ‘고용 중심 산업’에서 ‘자기실현형 산업’으로 확장되고 있음을 보여준다.

취업과 자기계발이 전체의 약 70%를 차지한다는 점은, 미용 자격이 청년층의 진입 자격이자 성인층의 경력 확장 자격으로 이중적 기능을 수행하고 있음을 의미한다.
따라서 향후 미용 관련 재교육 및 자격 제도 설계 시에는 취업·창업 중심의 실무형 교육과 자기계발형 맞춤 교육이 병행되어야 할 것이다.

3) 미용교육기관의 경쟁 심화와 품질경영

최근 미용사 자격시험 응시자의 지속적인 증가와 청년층 중심의 참여 확대는 미용학원 및 교육기관 간 경쟁을 가속화시키는 주요 요인으로 작용하고 있다.
이에 따라 각 교육기관은 기존 수강생의 유지와 신규 학습자 유입을 위한 경쟁적 서비스 전략을 강화하고 있으며, 단순 기술 전수형 교육에서 벗어나 고객 중심의 학습경험 설계로 전환하는 추세이다.

김경열(2013)은 「헤어미용학원의 교육서비스 품질이 구전효과에 미치는 영향」(건국대학교 산업대학원) 연구에서, 미용학원 선택 시 학습자들이 교육 품질, 강사진의 전문성, 커리큘럼의 차별성, 시설 수준을 핵심 판단 요인으로 고려한다고 분석하였다.

특히 이러한 품질 요인들은 학습자의 만족과 긍정적 구전효과(Word of Mouth)를 유발하여 학원 경영성과에 직접적인 영향을 미치는 핵심 요인으로 나타났다. 따라서 미용교육기관의 경쟁력은 단순한 기술 교육의 수준을 넘어,

① 학습자 경험 기반의 교육 서비스 품질경영,
② 강사진의 전문성·브랜딩 강화,
③ 평가체계의 공정성 및 객관성 확보 등으로 확장되고 있다.

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

이는 미용교육기관이 산업 수요 변화에 능동적으로 대응하기 위해 지속 가능한 품질관리 시스템과 차별화된 교육 가치 창출 전략을 병행해야 함을 시사한다.

4) 시대별 산업 발전과 교육 패러다임 변화

한국 뷰티산업은 1961년 「미용사법」 제정을 계기로 법적 근거를 갖추며 본격적인 발전이 이루어졌다.
이후 시대별로 산업 구조와 교육체계는 다음과 같이 변화를 거듭하였다.

① 1970년대: 기술 중심의 미용교육과 현장 숙련형 훈련 체계 확립
② 1980년대: 미용실 시설 개선 및 전문학교 중심의 정규교육 확대
③ 1990년대: 서비스 메뉴의 세분화, 미용 관련 대학 등장, 미용경영 개념의 도입
④ 2000년대 이후: 정보화 및 고객 중심 경영 확산, 뷰티샵 창업교육 활성화

최근에는 고객 맞춤형 서비스, 프리미엄 브랜드 교육, 지속가능한 아름다움(Well-Beauty) 개념이 강화되며, 아름다움의 기준이 획일적 미(美)에서 개성·건강·감성 중심의 맞춤형 미학으로 변화하고 있다.

이는 강혜진(서울벤처대학원, 2013)의 연구에서도 확인되듯, 소비자의 가치관 변화가 미용교육과 산업 운영 전반의 전문화·차별화 전략으로 이어지고 있음을 보여준다.

5) 정책적 함의

뷰티서비스 산업은 숙련기술 기반의 청년 일자리 창출, 지역 인재 양성, 직업교육 품질 제고라는 세 가지 핵심 과제를 안고 있다.
이러한 구조적 특성은 단순 산업 육성 차원을 넘어, 지역 균형 발전과 K-뷰티 전문인력 공급체계 확립이라는 정책적 함의를 가진다.
따라서 향후 정책 추진은 교육·산업·고용의 연계성 강화와 공공직업교육의 내실화를 중심으로 추진되어야 한다.

① 제도권 교육기관과 미용 직업교육의 연계 강화
- 직업계고와 전문대학 간 학점·자격 연계 체계를 구축하여 교육의 단절을 줄이고, 현장 실무 중심의 공동 교과과정을 개발해 기술·서비스 역량의 연속적 성장을 지원한다.

- 이를 통해 학생들은 진학·취업 선택의 폭을 넓히고, 지역 산업은 안정적인 유입 인력을 확보할 수 있다.
- 장기적으로는 지역 기반의 미용 직업교육 생태계를 촘촘하게 강화하는 효과가 있다.

② 미용사 자격과 경력 기반의 연동형 인증체계 구축
- 자격 취득 이후 산업 현장 경력에 따라 상위 등급의 역량 인증을 받을 수 있는 경력인정형 국가자격 또는 민간협력형 인증 구조를 도입한다.
- 이러한 다단계 역량 인증체계는 숙련도를 객관적으로 검증하고, 현장 실무와 자격의 연계를 강화하여 산업의 전문성과 경력 개발 경로를 명확히 한다.

③ 미용학원·훈련기관 품질인증제를 통한 교육 표준화
- 민간 미용학원과 직업훈련기관을 대상으로 강사 능력, 시설, 교육성과 등을 평가하는 공식 품질인증 체계를 마련하여 교육 시장의 신뢰도와 투명성을 높인다.
- 이를 기반으로 지역 간·기관 간 교육 격차를 줄이고, 체계적으로 관리되는 표준화된 교육서비스 제공이 가능해진다.

④ 지역 단위 미용인력 양성 및 취·창업 지원 강화
- 지역 산업 특성에 맞춘 맞춤형 미용 교육과정을 개발하여 지역 내 기술 인력 수급 불균형을 해소하고 고용 기반을 넓힌다.
- 또한 지자체 창업지원센터·고용사업과 연계한 취업·창업 패키지를 구축하면 지역경제 활성화와 지속적인 인재 순환 생태계 조성이 가능해진다.

⑤ 글로벌 K-Beauty 교육 및 국제 강사 양성체계 구축
- K-Beauty의 국제적 위상을 기반으로 해외 미용인 대상 교육·연수 프로그램을 체계화한다. PBL 기반 교수법, 트렌드 기술 지도법 등 전문 강사과정을 개발하여 국제 수준의 교육 표준을 확립하고 해외 교육시장 진출 기반을 마련한다.
- 해외 미용학교와 MOU를 확대하면 '글로벌 K-Beauty 교육 허브'로서의 지자체 역할이 강화된다.

2. 국가직무능력표준(NCS)과 교육정책 동향

가. 국가직무능력표준(NCS)의 개요와 의의[14)]

국가직무능력표준(NCS, National Competency Standards)은 산업현장에서 직무를 수행하기 위해 요구되는 지식·기술·태도(KSA)를 국가가 표준화한 기준체계이다.

14) 한국산업인력공단(2024) 〈국가직무능력표준(NCS) 총괄운영 보고서〉

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

이는 산업 현장의 직무 수행 능력을 체계적으로 분석하여 교육훈련, 자격, 경력 개발 등과 연계함으로써 '현장 중심의 인력양성 체계'를 구축하는 데 목적이 있다.

NCS는 직무별로 세분화된 '능력단위(Unit)'로 구성되어 있으며, 각 단위에는 수행준거, 지식요소, 기술요소, 태도요소가 포함된다.

이 체계는 기존 학력 중심 교육의 한계를 보완하고, 산업계 수요를 반영한 성과 기반(Outcome-based) 교육훈련 설계를 가능하게 하였다.

미용 분야의 경우, NCS는 헤어, 피부, 메이크업, 네일, 분장 등 5대 직종을 중심으로 표준이 개발되어 있으며, 훈련기준, 평가기준, 학습모듈 등으로 구체화되어 직업훈련기관의 커리큘럼 설계에 직접적으로 활용되고 있다.

나. 미용 분야 NCS의 적용 현황15)

미용 분야는 NCS 기반 직업훈련이 가장 활발한 서비스 산업 중 하나로, 전문대학, 직업전문학교, 민간훈련기관 등에서 교육과정 개발·운영·평가의 표준 도구로 사용되고 있다.
특히 NCS 기반 훈련기준은

① 직무 분석에 따른 수행기준의 명확화,
② 훈련성과 평가의 객관화,
③ 산업체와의 연계성 강화 등의 효과를 가져왔다.

최근에는 PBL(문제기반학습), Blended Learning(혼합형 학습), AI 활용 실습 평가 시스템 등과 결합하여 단순 기술 습득 중심을 넘어, 직무 수행력 + 문제 해결력 + 고객 대응력을 통합적으로 평가하는 방향으로 발전하고 있다.

또한 NCS 능력단위가 국가기술자격 시험과 학점은행제 평가 기준에도 반영되면서 자격-교육-훈련 간의 일관된 품질관리 체계가 정착되고 있다.

다. NCS관련 최근 교육정책 동향

고용노동부와 교육부는 '직업능력개발훈련 혁신방안(2024)'을 통해 NCS 기반 맞춤형 직무훈련 고도화, 디지털 전환 대응형 직업훈련 확대, 지역거점형 K-스킬센터 구축 등을 추진하고 있다.

15) 교육부(2023) 〈평생직업교육 혁신대학 추진계획〉

이 중 미용 분야는 고용 창출 효과가 높은 산업으로 분류되어, NCS 기반의 맞춤형 재직자·청년 직업훈련이 중점 추진 분야로 선정되었다.

특히 최근 3년간(2022~2025) 추진된 「K-디지털 트레이닝」, 「산업계 주도형 도제학교」, 「평생직업교육 혁신대학」 등은 모두 NCS를 기반으로 설계된 교육 모델로, 산업수요 중심의 직무기반 역량 인증체계를 강화하는 방향으로 발전하고 있다.

이는 미용산업의 재교육 및 자격체계 설계에도 직접적 영향을 미치며, 향후 오송 국제K-뷰티아카데미 또한 NCS 기반의 표준교육모델을 중심으로 정규 교육-직무 훈련-자격 연계형 통합체계 구축이 요구된다.

라. NCS 기반 교육 정책의 시사점

NCS는 단순한 교육 기준이 아니라, 산업정책과 인재양성정책을 연결하는 핵심 플랫폼으로 기능한다. 따라서 뷰티산업의 교육정책 방향은 <표2-5>와 같이 정리할 수 있다.

<표2-5> NCS 기반 교육정책의 시사점

구분	주요내용	시사점
교육체계	학력 중심 → 직무능력 중심 전환	직무수행 기반의 실무형 교육 강화
평가체계	과정 중심 → 성과·역량 중심 전환	학습성과에 기반한 표준 평가 적용
정책방향	공급자 중심 → 산업수요 중심 전환	NCS 기반 맞춤형 교육과정 확산
미용분야 적용	5대 직종 중심 NCS 운영	교육-자격-현장 간 연계 강화

3. 정부 및 지자체의 뷰티서비스 산업 관련 정책 검토

가. 뷰티서비스 산업의 공공적 가치와 정책 필요성

뷰티서비스 산업은 단순한 외모관리 영역을 넘어 지역 일자리 창출, 청년 취업, 문화관광 연계 등 다양한 공공적 가치를 지닌 지역 기반 산업이다.

특히 헤어, 피부, 메이크업, 네일, 체형관리, 뷰티컨설팅 등 서비스 중심 직종군은 기술 숙련도와 고객 커뮤니케이션 역량을 기반으로 하며, 교육 인프라와 전문 인력 양성체계가 산업의 경쟁력을 좌우한다.

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

이에 정부와 지자체는 최근 뷰티서비스 산업을 보건·문화·직업교육이 융합된 신성장 서비스산업으로 인식하고, 산업 육성을 위한 제도적 지원과 전문 인력 양성기관 설립 필요성을 검토하고 있다.

나. 정부 차원의 정책 방향

1) 뷰티서비스 산업의 “포용성”과 “맞춤형 서비스” 기조

한국보건산업진흥원(2025)은 2025년 뷰티산업 키워드로 ‘포용성(Inclusivity)’을 제시하였다. 이는 특정 연령·성별·인종에 국한되지 않고, 모든 소비자가 자신에게 맞는 서비스를 선택할 수 있도록 하는 방향성을 의미한다.

뷰티서비스 분야에서는 이러한 포용성이 고객맞춤형 시술, 감성 커뮤니케이션, 고객 경험 중심 서비스 디자인으로 구체화되고 있다.

따라서 중앙정부의 지원정책은 단순 기술훈련에서 벗어나, 고객 다변화에 대응하는 감성·상담·서비스 품질 교육 체계 구축으로 발전하고 있다.

2) 직업능력개발 및 산업인력정책과 연계

고용노동부와 한국산업인력공단은 국가기술자격(NCS) 체계 내에서 미용사(일반·피부·네일·메이크업)를 대표적인 서비스직 기반 자격군으로 관리하고 있다.
최근 발표된 「국가기술자격제도 개편 로드맵(2024)」에서는 지역 인재 양성과 연계 가능한 지자체 단위의 직업훈련 허브형 모델을 추진 대상으로 제시하였다.

이와 같은 정책 기조는 ‘지자체 뷰티아카데미 설립’과 직접적인 연관이 있으며, 지방정부가 미용서비스 전문교육과 취·창업 지원을 통합한 직업능력개발 거점 기관 역할을 수행할 수 있는 근거가 된다.

3) 디지털 전환과 서비스 혁신

보건복지부는 「메디컬 코리아 2025」를 통해 AI 기반 헬스케어 혁신 전략을 제시하였다. 뷰티서비스 영역에서도 AI·AR 기반 피부 진단, 헤어 스타일링 시뮬레이션, 교육 자동화 플랫폼 등이 도입되며, 스마트 미용실, 디지털 학습센터와 같은 형태의 기술 융합이 가속화되고 있다.

이에 따라 향후 미용 서비스 교육과정에도 디지털 기술 활용 능력, 고객 데이터 이해, 콘텐츠 기획 역량이 포함되어야 하며, 정부 차원의 "뷰티테크(Beauty-Tech)" 인재 양성 프로그램이 필요한 시점이다.

다. 지자체 차원의 정책 및 사례

1) 지역기반 뷰티서비스 산업 육성 전략[16)]

최근 중앙정부와 지자체는 뷰티산업을 화장품 제조, 뷰티서비스, 의료·관광, 디지털 콘텐츠가 결합된 복합 서비스 산업으로 보고 지역전략산업으로 육성 중이다.

서울시는 「K-뷰티 글로벌 허브 프로젝트」를 통해 '명동 뷰티거리' 조성과 함께 외국인 대상 뷰티체험·교육·상담 서비스센터를 운영 중이며, 부산시는 해양뷰티·웰니스 뷰티 개념을 도입해 관광산업과의 융합을 시도하고 있다.

충북 오송, 대전, 광주 등은 K-뷰티 아카데미, 미용산업진흥센터, 지역산업육성사업(RIS) 등을 추진하여 지역 대학, 직업훈련기관, 중소 미용업체가 협력하는 산학연계형 교육플랫폼 구축을 시도하고 있다.

2) 지역별 뷰티서비스 산업 육성 전략

(1) 서울: 서울형 뷰티산업과 서울뷰티특별시 전략[17)]

서울시는 「서울비전 2030」 아래 '글로벌 뷰티산업 허브, 서울' 기본계획을 수립하고, 2026년까지 약 2,040억 원을 투입해 서울형 뷰티산업 육성을 추진 중이며, 핵심 내용은 다음과 같다.

○ 동대문 일대 글로벌 뷰티·패션 허브 조성
- 기존 패션 집적지에 화장품 기업, 연구기관, K-뷰티 체험공간, 아카데미 등을 결합한 뷰티산업 클러스터 구축.

○ 4대 분야 11개 핵심과제
- 글로벌 뷰티산업 거점·클러스터 조성
- 선순환 산업 생태계 및 고부가가치화
- 마케팅·수출·글로벌 진출 지원
- K-컬처·관광과 연계한 '뷰티도시 서울' 브랜딩

16) [서울특별시 공식자료(2025)], [오송엑스포 공식자료(2025)], [보건산업진흥원 보고서(2021)]
17) 서울특별시, 『2025 서울뷰티위크』 공식 보도자료, 2025
서울시 뷰티패션산업과, "서울뷰티위크 사업공고", 2025
서울경제진흥원, "2025년 서울형 뷰티산업 육성 지원사업 안내", 2025
서울시 관광정책 뉴스, "뷰티웰니스관광 100선 추진", 2025

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

○ 뷰티서비스 측면

- '서울뷰티위크' 개최, K-뷰티 체험·시술 프로그램, 메이크업·헤어 체험 부스, 관광상품 연계
- 서울창업허브 등과 연계한 뷰티테크·뷰티서비스 스타트업 육성, 대기업-스타트업 오픈 이노베이션 프로그램 운영

시사점: "동대문 허브+뷰티체험·관광+스타트업·인재육성"이 패키지로 설계되어 있고, 서비스·체험 프로그램을 도시 브랜드 전략 안에 넣은 사례로 볼 수 있다.

(2) 충북·오송: 화장품·바이오 기반의 K-뷰티 허브[18)]

충북도와 청주시는 오송바이오밸리를 중심으로 화장품·뷰티산업을 전략산업으로 육성하고 있으며, 이를 상징하는 대표 사업이 오송화장품뷰티산업엑스포다.

○ 오송화장품뷰티산업엑스포

- 2015년부터 매년 개최, 화장품·뷰티 중소기업 해외 바이어 유치, 수출 상담, B2C 판매, K-뷰티 홍보를 동시에 수행하는 국제행사.
- 2025년에는 청주 오스코(대형 전시·컨벤션센터)에서 개최되며, '오송 K-뷰티의 중심에서 세계를 잇다'를 슬로건으로 K-뷰티 허브 기능을 강조.

○ 뷰티서비스 측면

- 엑스포 내 메이크업·피부관리·헤어 스타일링 체험, K-뷰티 상담, 라이브 시연, 뷰티관광 프로그램 등을 결합해, 화장품 제조 중심의 산업 구조에 서비스·체험·관광 요소를 덧붙이는 방향으로 발전.

시사점: 오송은 바이오·화장품 제조 중심이지만, 엑스포·컨벤션을 매개로 K-뷰티 서비스 체험과 관광 프로그램을 함께 설계하고 있어, 향후 오송국제 K-뷰티아카데미와 연계한 교육·체험형 모델로 확장하기 좋은 기반을 갖추고 있다.

(3) 부산: 의료·웰니스·관광과 연계한 B-뷰티 전략[19)]

부산시는 의료관광·웰니스·뷰티서비스를 결합한 특수목적 관광도시 전략을 추진 중이다.

---

18) 오송화장품뷰티산업엑스포 공식 홈페이지(2025), InvestKOREA 공식 산업동향·투자자료(2025), 코인코리아 등 산업 전문 보도(2025)

19) THE K BEAUTY SCIENCE 산업정책기사, 공식 포럼 자료(2025), 부산시청 공식 발표(2025)

○ 부산 의료관광 활성화 기본계획(2025)

'의료관광 유치기반 강화(Strong)–융복합 차별화(Identity)–타깃 브랜딩(Targeting)' 3대 전략을 통해 의료·웰니스·뷰티서비스를 묶은 의료관광도시를 지향.

○ 의료관광 중점협력기관 선정 및 융복합 역량 강화

부산시와 부산관광공사가 '웰니스 · 의료관광 융복합 역량강화 설명회'를 개최하고, 의료·뷰티·관광 연계 기관을 중점협력기관으로 지정.

○ 뷰티 · 관광 스타트업 육성

'부산관광스타트업' 프로그램을 통해 뷰티콘텐츠 · 의료관광 플랫폼 · 체험형 서비스 등을 개발하는 스타트업을 지원, 해외 로드쇼 등으로 글로벌 시장을 공략.

○ 뷰티 · 화장품 산업 전략 포럼

'부산 뷰티화장품산업육성 전략 포럼'을 통해 지역 화장품·뷰티기업의 수출, 의료관광과의 연계 등을 논의하며, 해양 · 항만도시 이미지와 결합한 B-뷰티 브랜딩을 모색.

시사점: 부산은 의료 · 웰니스 · 관광 중심의 뷰티서비스, 스타트업과 연계한 콘텐츠 · 플랫폼 서비스가 특징이며, 뷰티서비스를 단독이 아니라 도시 관광 전략과 통합해 설계하고 있다.

(4) 대구: 메디시티 대구와 의료·뷰티 융합[20]

대구시는 '메디시티 대구' 브랜드 아래 의료 · 한방 · 바이오 · 뷰티산업을 연계한 의료관광 클러스터를 육성해 왔다.

○ 의료관광 클러스터사업 3년 연속 전국 1위(2017~2019)

– 문화체육관광부 의료관광 클러스터 공모에서 3년 연속 1위를 차지하며 국비를 확보, 의료관광 인프라·마케팅·서비스 고도화 사업을 추진.

○ 글로벌 의료특구 및 메디시티 협의회

– 대구 의료관광특구 지정 이후, 외국인 환자 유치 기반, 의료서비스 산업, 실버 · 중증질환 관광 등 4대 특화사업과 다수의 세부 사업을 수행.

– 최근에는 AI · 바이오와 결합한 의료관광·뷰티산업 재활성화를 모색 중.

○ 뷰티서비스 측면

– 피부 · 성형 · 미용 의료기관과 연계된 의료뷰티(메디컬 뷰티) 서비스, 한방 · 웰니스 프로그램, 쇼핑 · 숙박과 결합된 체류형 뷰티 · 의료 관광 패키지가 중심.

20) 영남일보(2025)[영남일보 +1], 주요 뉴스 및 대구시청 공식 정책자료, (Medicity Daegu 공식자료, 2025; 대구정보서비스, 2025; 영남일보, 2025)

- 시사점: 대구는 의료 기반의 뷰티서비스, 특히 메디컬 뷰티와 웰니스에 강점이 있으며, “메디시티” 브랜드를 통해 의료·뷰티·관광의 통합 패키지 모델을 보여준다.

(5) 광주: 조례 기반의 뷰티산업·뷰티서비스 중장기 계획[21]

광주광역시는 ‘광주 뷰티산업 육성에 관한 조례’를 제정하고, 5년 단위 기본계획을 수립하는 구조를 갖추고 있다.

○ 법 · 제도 기반
  - 조례에 따라 시장은 뷰티산업 기본계획을 5년마다 수립하고, 인력양성 · 창업 지원 · 국내외 교류 · 투자확대 등 세부 사항 포함.

○ 광주 뷰티산업 기본계획(2024~2028)
  - 광주연구원 연구를 바탕으로, 뷰티산업 실태와 수요조사, 가치사슬 분석, 육성 전략을 제시.
  - 뷰티산업 전담기관 설립, 통합 교육센터 구축, 수출주도형 의료뷰티사업, 청년 뷰티창업 지원, 지역 특화형 뷰티전문가 양성 등 정책 방향 제시.

○ 일자리 · 전시 · 의료뷰티 연계
  - 「K-뷰티서비스산업 차세대 일자리 육성 프로젝트」 등 일자리 프로그램 추진, 메디뷰티산업전 참가기업 지원을 통해 메디컬 · 뷰티 · 고령친화산업을 연계.

- 시사점: 광주는 조례+기본계획+전담기관 구조를 갖춘 “제도화된 뷰티산업 · 서비스 육성 모델”이고, 메디뷰티 · 고령친화·청년일자리를 결합한 점이 특징이다.

(6) 제주: 뷰티관광 · 스파 · 향장 산업과의 연계[22]

제주도는 천연 자원(자연환경·광물·수자원·생물자원·농산물 등)을 활용한 스파 · 웰니스 · 향장(향장품) 산업을 중심으로 뷰티산업을 키우면서, 뷰티관광과 연계하려는 시도를 계속해 왔다.

○ 뷰티관광 · 향장 허브 구상
  - 대한뷰티산업진흥원 등에서 뷰티관광을 활성화해 제주를 ‘글로벌 뷰티 향장 산업 허브’로 육성하자는 구상을 제안.

21) 2020 광주광역시 뷰티산업 육성에 관한 조례, 2024광주연구원 정책리포트, 2022·2023; 광주 청년정책포털, 2025; ET뉴스, 2025)
22) 2025 「화장품산업 기본계획(2025~2027)」, 혁신클러스터 및 융합 뷰티테크 기업 지원 사업(2025), 청년 · 여성 일자리 확대, 관광·웰니스 클러스터 및 뷰티/스파 명소 인증(2025)

○ 뷰티서비스산업 경쟁력 진단

– 제주지역 뷰티서비스(이·미용업)의 영세성, 교육·인증 부족 등이 지적되며, 관광객·시민을 대상으로 뷰티서비스 사업체 인증제도 도입 시 참여 의향이 70% 이상으로 나타났다는 조사 결과가 보고됨.

○ 스파·웰니스 산업 육성

– 제주의 향토자원을 활용한 스파산업 육성 방향 연구를 통해, 자연·수자원·민간요법 등 지역 자원을 활용한 웰니스·스파형 뷰티서비스 모델을 제시.

시사점: 제주는 자연·향장·스파 기반 뷰티서비스에 강점이 있으며, 관광객 대상 인증제·체험형 서비스 등으로 지역 뷰티서비스의 질과 브랜드를 끌어올리려는 흐름이 있다.

3) 지역별 뷰티서비스 산업 육성 제도 비교

국내 주요 지자체들은 지역 특성과 산업 기반에 따라 다양한 뷰티서비스 산업 육성 전략을 추진하고 있다. 서울은 한류·관광·스타트업과 연계한 글로벌 뷰티 허브 조성에 집중하고 있으며, 충북·오송은 바이오·화장품 산업 기반을 활용해 국제행사·전시·교육을 결합한 K-뷰티 클러스터를 구축하고 있다.

부산과 대구는 의료·웰니스·뷰티서비스를 통합한 관광 중심 전략을 강화하고, 광주는 조례 제정과 전담기관 설립 등 제도 기반을 중심으로 육성체계를 정비하고 있다.

제주는 천연 자원·향장 산업과 결합한 뷰티관광 모델을 발전시키고 있어, 지역별 차별화된 전략이 두드러진다.

해당 내용은 <표2-6>과 같다.

<표2-6> 지역별 뷰티서비스 산업 육성 제도 비교표

지역	핵심 키워드	프로그램 특징
서울	동대문 허브, 서울뷰티위크, 스타트업	K-뷰티 체험, 관광·한류 연계, 뷰티테크·교육·스타트업 패키지
충북·오송	화장품·바이오 클러스터, 엑스포	수출상담+체험·시연, K-뷰티 허브 브랜딩, 향후 교육·연수와 연결 가능
부산	의료·웰니스·관광 융합	의료·뷰티·관광 패키지, 스타트업과 연계된 체험형 서비스
대구	메디시티, 의료특구	메디컬 뷰티·웰니스, 장기 체류형 의료·뷰티 관광
광주	조례·기본계획, 메디뷰티	제도화된 육성체계, 청년일자리·전문인력·메디뷰티 전시회
제주	뷰티관광·스파·향장	자연자원 기반 스파·웰니스, 관광객 대상 뷰티서비스 인증·체험

라. 지자체 뷰티아카데미 설립의 필요성

국내 뷰티서비스 산업은 고용, 소비, 관광, 의료, 문화 콘텐츠와 직접적으로 연결되는 고부가가치 산업으로, 지역경제 활성화와 도시브랜딩 측면에서 전략적 중요성이 지속적으로 확대되고 있다.
그럼에도 불구하고 지역 차원의 뷰티전문 인력 양성 체계는 여전히

① 사교육 중심의 파편적 구조
② 산업 현장과 교육기관 간의 낮은 연계성
③ 숙련 인력 부족과 기술 격차(스킬 갭) 심화
④ 지역 간 교육·기회 불균형

이라는 구조적 한계를 안고 있다.

따라서 지자체가 주도하는 공공 기반의 전문 뷰티아카데미 설립은 산업적 · 교육적 · 지역발전 측면에서 중요한 정책 과제가 된다.

첫째, 산업 수요 기반의 표준화된 직무교육 체계 구축이 필요하다. 뷰티서비스 분야는 직무별 · 세부기술별 숙련도가 기업 경쟁력에 직접 영향을 미치지만, 현재 교육은 민간 학원 중심의 비표준화된 구조에 의존하고 있다. 이는 기술 편차를 심화시키고, 산업 현장에서 즉시 활용 가능한 실무형 인력을 확보하는 데 어려움을 초래한다. 지자체 뷰티아카데미는 NCS 기반의 직무 표준을 토대로, 지역 산업 구조에 특화된 공적 교육 기준을 마련함으로써 기술 · 서비스 역량의 품질을 일정 수준 이상으로 끌어올릴 수 있다.

둘째, 지역 산업체와 연계한 현장기반 실무교육 플랫폼의 부재가 문제로 지적된다. 산업체는 현장에서 즉시 투입 가능한 실무형 인력을 선호하지만, 대학 · 학원 중심 교육은 최신 트렌드, 도구, 고객경험 기반 실습이 충분히 반영되지 않는 경우가 많다. 아카데미는 유명 헤어살롱, 스파, 네일살롱, 화장품 기업, 의료 · 웰니스 기관 등과 연계해 현장실습–멘토링–평가–채용을 일원화한 산학 연계형 기술훈련 플랫폼을 구성할 수 있다. 이를 통해 기업은 검증된 숙련 인력 양성프로그램을 더욱 성장할 수 있는 기회를 갖게되며, 학습자는 트렌드를 기반으로 한 실제 고객 경험 중심의 교육을 받을 수 있다.

셋째, 청년층 취 · 창업 지원과 지역 일자리 창출 효과가 크다는 점에서 정책적

타당성이 높다. 뷰티서비스는 자영업·프리랜서 형태의 일자리 비중이 높고, 창업 장벽이 비교적 낮은 산업이다. 따라서 전문 교육 → 자격 취득 → 실무경험 → 창업·취업 지원을 연계한 종합형 커리어 패스웨이가 지자체 차원에서 마련될 경우, 지역 청년층의 직업 선택 폭 확장, 경력 단절 예방, 재취업 기회 제공 등 지역 고용정책의 실효성이 높아진다. 특히 아카데미가 제공하는 창업지원(샵 운영, 고객관리, 세무·마케팅) 교육은 소규모 뷰티 비즈니스 활성화로 이어져 도시 내 경제 생태계를 확장하는 효과를 낳는다.

넷째, 지역 기반의 K-뷰티 허브 구축을 위한 핵심 인프라로 기능할 수 있다. 각 지자체는 관광·의료·바이오·향장·뷰티테크 등 다양한 산업과의 융·복합 모델을 강화하고 있지만, 이를 실행할 전문 인력이 없다면 지속 가능한 산업 생태계를 구축하기 어렵다. 따라서 뷰티아카데미는

① 국제 교육 프로그램
② 해외 연수
③ 글로벌 인증 교육
④ 국제 박람회·체험행사 연계 교육

등을 운영할 수 있어 지역의 K-뷰티 글로벌 경쟁력 강화에 직접 기여한다.
이는 지자체의 도시 브랜드 향상 및 국제교류 기반 확대로 이어진다.

다섯째, 민간 중심의 불균형한 교육시장을 보완하는 공적 교육 플랫폼이라는 점에서 의미가 있다. 현재 미용교육은 민간학원·세미나 위주의 시장구조로, 교육비 부담·교육 품질 편차·정보 불균형 문제가 지속적으로 제기되고 있다. 지자체 아카데미는 공공기관이 개입함으로써

① 교육비 경감
② 품질보증된 교육 제공
③ 누구나 접근 가능한 평생학습체계 구축

이라는 공공성을 확보할 수 있다. 이는 특히 지방·중소도시 거주자에게 중요한 의미를 갖는다.

여섯째, 지역 산업정책·도시전략과의 연계성 측면에서도 효과가 크다. 뷰티 서비스는 관광, 문화콘텐츠, 패션, 의료, 바디·웰니스 산업과 상호 강화적 관계를

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

가지며 도시 이미지와 서비스 경쟁력에 직접 영향을 미친다. 아카데미 설립은 지역의 전략산업과 연계된 인력공급체계를 구축해 도시 전반의 경쟁력 향상과 균형 잡힌 산업발전 구조를 만든다는 점에서 타당하다.

결국, 지자체의 뷰티아카데미 설립의 핵심 필요성은 다음과 같이 요약할 수 있다.

① 산업 기반 인력 미스매치 해소
② 현장 중심 실무교육 체계 구축
③ 청년 취·창업 및 지역 일자리 창출
④ K-뷰티 글로벌 경쟁력 확보
⑤ 민간 중심 교육시장의 불균형 보완
⑥ 지역 산업정책·도시전략과의 연계성 강화

마. 지차체 뷰티아카데미 설립의 정책적 시사점

지자체 차원의 뷰티아카데미 설립은 단순 교육기관 개소를 넘어, 지역 산업 생태계 혁신과 국가 차원의 뷰티산업 경쟁력 강화라는 전략적 의미를 가진다.

정부의 직업능력개발 정책과 연계하여, 지자체 중심의 뷰티서비스 전문교육·연구·국제협력 플랫폼으로 발전시킬 때 지역 경제 활성화와 국가 경쟁력 제고에 기여할 것이다. 따라서 정책적 관점에서 다음과 같은 시사점을 도출할 수 있다.

1) 지역 산업수요 기반 직무교육 표준화의 필요성 확대

현재 미용교육은 민간 중심으로 운영되어 교육 품질·커리큘럼·평가 기준이 지역별·기관별로 편차가 크다. 지자체가 공공 아카데미를 설립할 경우, NCS 기반의 표준 직무교육을 제공하여 지역마다 상이했던 교육 품질을 일정 수준 이상으로 끌어올릴 수 있다.

이는 산업현장에서 요구하는 숙련 인력을 안정적으로 공급하는 기반이 되며, 지역별 인력 미스매치 해소에 직접적으로 기여한다.

2) 지역 내 산·학·관 협력체계 구축을 통한 산업 생태계 강화

뷰티서비스는 다양한 산업(관광·의료·화장품·콘텐츠)과 결합하는 구조적 특성을 가진다. 아카데미 설립은 지자체가 산업체-교육기관-연구기관-공공기관을 연결하는 플랫폼을 구축함으로써 산업 생태계 전반의 협업을 촉진하는 효과를 낳는다.

또한, 이를 통해 신규 사업 창출, 혁신 서비스 발굴, 지역브랜드 가치 상승 등 중장기적 파급효과가 확대된다.

3) 지역 관광·도시브랜딩 전략과의 시너지 형성

서울, 부산, 제주 등 일부 지역은 이미 뷰티 · 관광 · 웰니스 산업을 결합해 도시 브랜드 가치를 높이는 전략을 추진하고 있다. 지자체 뷰티아카데미는

① 지역 특화 뷰티 체험 프로그램
② K-뷰티 관광 패키지
③ 국제 연수 · 해외 교육 협력

을 운영할 수 있어 지역의 관광 경쟁력 및 도시 이미지 제고에 기여한다.
특히 국제행사 · 박람회가 있는 지역은 아카데미와의 연계 효과가 매우 크다.

4) 국가 차원의 뷰티서비스 표준품질 확보 및 글로벌 경쟁력 강화

지자체 아카데미는 향후 국가적 K-뷰티 인력양성체계의 지역 거점 역할을 할 수 있다. 이는 K-뷰티 서비스의 기술 수준, 고객 경험, 위생 · 안전 기준을 국제 표준 수준으로 높이고 해외 관광객 · 국제시장에 대응하는 품질경영 체계를 강화하는 정책적 효과를 낳는다.

바. 해외 사례 고찰

해외 주요 국가들은 국가자격체계와 지역 기반의 직업훈련 시스템을 정교하게 구축하여 미용서비스 산업의 전문성 · 품질 · 고용 안정성을 동시에 확보하고 있다.

따라서 해외사례 고찰은 각국의 교육 · 자격 · 산학협력 구조를 비교함으로써 오송국제K-뷰티아카데미가 도입할 수 있는 운영모델, 제도 설계, 품질관리 기준을 도출하는 데 중요하다.

이는 단순 벤치마킹을 넘어, 지역 산업 특성에 맞는 최적의 인력양성 체계를 구축하기 위한 핵심 참고자료로 기능한다.

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

1) 미국[23]: 주(州) 면허제 + 지역 커뮤니티 칼리지·프랜차이즈 아카데미

미국은 주(州)별 미용·코스메톨로지 라이선스 제도를 운영하며, 각 주의 State Board가 교육시수·커리큘럼 기준을 정하고 시험·면허를 관리한다. 교육기관은 크게

- ○ 사립 뷰티 아카데미(Beauty Academy, Beauty College)
- ○ 지역 커뮤니티 칼리지의 Cosmetology 전공

으로 나뉜다.
예를 들어, 여러 주의 커뮤니티 칼리지들은 공인된 커리큘럼으로 주 이사회 인가 코스메톨로지 프로그램을 운영하며, 교내 살롱을 개방해 실습과 고객 서비스를 연계한다.

미국의 경우 지자체가 "○○시 뷰티아카데미"를 직접 세우는 사례는 국가 특성 상 어렵지만, 주(州) 차원의 규제 + 지역 커뮤니티 칼리지 + 민간 아카데미 프랜차이즈라는 삼각 구조의 형태로 운영되는 것이 일반적이다.
따라서 "지역 기반 아카데미"는 공립 커뮤니티 칼리지와 로컬 뷰티 컬리지들의 집합적 네트워크로 이해하는 것이 적절하다.

2) 영국[24]: NVQ·City & Guilds·FE College 기반의 분산형 아카데미

영국은 NVQ(또는 SVQ) 체계 아래에서 헤어·뷰티 관련 자격을 운영하며, 주요 진입 경로는

- ○ Further Education(후속교육) 칼리지에서 NVQ 취득
- ○ 살롱 고용 + Apprenticeship(견습)+ 데이 릴리즈 방식의 칼리지 수업: 뷰티 테라피 분야는 City & Guilds, VTCT 등 자격기관이 인증하는 레벨 2·3 디플로마를 통해 교육받으며, 런던 뷰티스쿨 등 전문 아카데미들이 해당 자격과정을 단기집중 혹은 통합과정으로 제공한다.

---

23) National Center for Education Statistics. (2025). Cosmetology programs (CIP 12.0401).
Central Piedmont Community College. (2025). Cosmetology AAS program information.
Cape Fear Community College. (2025). Cosmetology curriculum.

24) FE College, City & Guilds/VTCT National Qualification, FE College(후속교육 칼리지, Further Education College) 개설 과정 예시 (2025), VTCT Level 2·3 Diploma in Beauty Therapy (2025), City & Guilds Level 2·3 Beauty Therapy 공식 자격정보 (2025)

실제 운영 구조를 보면

- ○ 로컬 FE 칼리지(지역 공공대학) 가 “공공 뷰티 아카데미” 역할
- ○ 사립 트레이닝 아카데미 가 틈새·고급 과정을 담당
- ○ 지방 정부는 직접 아카데미를 소유하기보다, 칼리지·프로바이더를 통해 교육비 지원·훈련정책을 설계하는 방식으로 운영

즉, ‘자체 브랜드 아카데미 센터’보다는 지역 FE 칼리지 네트워크를 활용하는 모델이 강하다.

3) 독일[25]: 이원화 직업교육과 직능단체 중심 아카데미

독일은 이원화 직업교육(Ausbildung) 체계를 통해 미용·헤어·에스테틱 관련 인력을 양성한다. “Hairdresser (Friseur/in)” 및 Beautician(Kosmetiker/in) 등 직종은 공식적인 “훈련 직종(Ausbildungsberuf)”으로 인정되며, 보통 3년 과정의 도제훈련으로 구성된다. 독일의 미용서비스분야 교육 구조는

- ○ 현장(살롱 등) 고용+훈련계약
- ○ 지역 직업학교(Berufsschule) 수업
- ○ 상공회의소·장인회의(Handwerkskammer) 시험·자격관리

로 구성되며, 이 과정에서 상공회의소 산하 전문 아카데미[26]들이 기능성 교육을 제공한다.

독일의 특징은 ‘지자체가 직접 아카데미를 브랜드화’하기보다는, 주(州) 정부가 직업학교를 운영, 상공회의소·장인조직이 마이스터 과정과 고급훈련을 위한 아카데미를 운영하는 구조다.
따라서 “지역 기반 뷰티 아카데미”는 주로 직능단체·공공기관이 공동 운영하는 직업훈련센터 형태로 존재한다고 볼 수 있다.

25) 독일 공식 인정 포털 Anerkennung in Deutschland (2025), (Anerkennung in Deutschland, 2025; KCR Consultants, 2025)
26) 마이스터 학교(Weiterbildungszentrum)

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

4) 일본[27]: 국가자격과 '지방 분산형' 미용학교·공공 직업훈련

일본은 '美容師国家資格'(미용사 국가자격) 취득을 위해, 후생노동성이 지정한 '美容師養成施設'(미용사 양성시설) 졸업을 의무화하고 있다. 이들 양성시설은 대부분 2~3년제 전문학교 형태이며, 전국을 통틀어 수백 개가 각 도도부현 단위로 분포해 있다.

또한 하로워크(공공직업안정소)[28]를 통해 제공되는 '공공직업훈련(公共職業訓練)' 중 일부는 미용·이용 장기과정(2년)을 운영하며, "미용사 국가자격 취득과 산업 현장에서 요구하는 기술·지식·인간력(인성)을 갖춘 인재 양성"을 목표로 한다. 따라서 일본은

- ○ 중앙정부가 자격 · 커리큘럼 기준을 통합 관리
- ○ 실제 교육은 전국 각 지역의 전문학교 + 일부 공공직업훈련 기관이 맡는 구조

'지자체 이름을 딴 아카데미 브랜드'(예: "○○현 뷰티아카데미")가 전국적으로 통일되어 있는 것은 아니지만, 도도부현마다 복수의 미용전문학교와 공공훈련 과정이 '지역 기반 뷰티 아카데미' 역할을 수행하고 있다.

5) 프랑스[29]: CAP · BP 중심의 CFA(도제훈련센터) 네트워크

프랑스는 CAP Coiffure / CAP Esthétique(초급 자격), BP · BTS(상위자격) 등 국가공인 자격을 중심으로 미용서비스 인력을 양성한다. 이 자격들은 주로 CFA(Centre de Formation d'Apprentis, 도제훈련센터) 와 전문학교에서 제공되며, 지방별로 설립된 CFA들이 일종의 "지역 뷰티 아카데미" 역할을 수행한다.

예를 들어, "Académie de la Coiffure et de l'Esthétique Centre-Val de Loire"와 같은 기관은 한 지역(센트르-발 드 루아르)의 미용 · 에스테틱 도제교육을 전담하며, 지역 기업·살롱과 계약을 맺어 이론+현장실습을 결합한 훈련을 제공한다. 프랑스 모델의 특징은 다음과 같다.

---

27) 위키백과 일본어판 '美容師養成施設'(미용사 양성시설) 항목 (2025), 일본 고용노동성 '하로워크' 공식 홈페이지 (2025)
28) hellowork.mhlw.go.jp
29) CFA Coiffure-Esthétique 공식 웹사이트(2025년), Académie de la Coiffure et de l'Esthétique Centre-Val de Loire(2025년)

○ 국가가 자격·수준체계를 설계
○ 레지옹(광역자치)·상공회의소 등이 CFA를 설립·지원
○ 현장 도제 + 학교교육이 결합된 "지역 단위 아카데미" 구조로 운영

이는 "지방정부+직능단체+기업"이 함께 운영하는 공공-민간 혼합형 아카데미 모델로 볼 수 있다.

6) 싱가포르[30]: WSQ 국가역량체계와 민간 아카데미의 공공 인증

싱가포르는 WSQ(Workforce Skills Qualifications) 라는 국가 직업역량 체계를 중심으로, 서비스·미용·웰니스 분야를 포함한 다양한 산업의 성인교육을 운영한다. 뷰티·웰니스 분야는

○ Singapore Spa Institute
○ Aesthetics International Academy
○ SOQ International Academy
○ 기타 뷰티 아카데미

등이 SkillsFuture Singapore(SSG) 등록 교육기관(ATO)으로서 WSQ·국제디플로마 과정을 제공한다.
싱가포르 모델의 특징은 정부가 국가역량체계·품질보증·재정지원(수강보조금)을 담당하고, 실제 교육은 민간·전문 아카데미가 수행한다는 점이다.
따라서 "지역 직영 아카데미"라기보다는, 국가 차원의 표준체계 아래 민간 아카데미를 공공 파트너로 활용하는 방식이라고 볼 수 있다.

7) 호주[31]: TAFE 중심의 '주정부 공공 아카데미' 모델

호주는 국가 직무훈련 패키지(SHB Hairdressing and Beauty Services) 에 따라 미용·헤어·바버·메이크업·살롱매니지먼트 등을 자격화하고 있으며, 이를 TAFE (Technical and Further Education) 시스템을 통해 제공한다.
TAFE는 각 주정부가 운영하는 공공 직업교육기관으로,

30) Institute of Technical Education(ITE), SkillsFuture Singapore, 싱가포르 교육부(MOE) 공식자료.
31) TAFE NSW 공식 웹사이트, Australian Government Training.gov.au, The Guardian (2025).

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

○ TAFE NSW, TAFE Queensland 등 주별 법인이
○ 광역·지역 캠퍼스를 중심으로 헤어·뷰티 과정을 제공

최근에는 연방정부가 “Fee-free TAFE” 정책을 통해 우선직종에 대한 수강료 면제를 추진하며, 숙련인력 부족 해소와 취약계층의 교육 접근성 향상을 동시에 추구하고 있다.

호주는 7개국 중에서 지자체·주정부가 직접 운영하는 공공 뷰티 아카데미에 가장 가까운 구조로, 주정부 산하 TAFE 캠퍼스가 지역 뷰티 아카데미+공공 직업훈련 센터 역할을 수행한다는 점이 오송 모델 설계에 중요한 비교 사례가 된다.

03 뷰티서비스산업 국내 현황 분석

1. 국내 뷰티서비스산업 구조와 시장 규모 48
2. 산업체 · 교육기관 · 협회 현황 ····· 56
3. 기존 교육 · 훈련 프로그램 운영 실태 64
4. 수요자 조사 결과 분석 ····· 75
5. SWOT 분석 및 시사점 ····· 81

Ⅲ 뷰티서비스산업 국내 현황 분석

1. 국내 뷰티서비스산업 구조와 시장 규모

가. 산업 정의, 분류

한국보건산업진흥원에서 뷰티산업을"인체를 건강하고 아름답게 관리하기 위해 서비스 등을 제공하는 산업"으로 정의한 이후, 유사하게 적용되고 있는 실정이다.[32] 또한 한국보건산업진흥원은 퍼스널케어(뷰티서비스)[33]와 화장품 산업으로 분류[34] 하였다.[35]

서울시에서 뷰티 산업은 <표3-1>과 같이 제조 부문과 서비스 부문으로 분류 하였다.[36]

<표3-1> 뷰티산업의 분류체계

구분	주 내용	특징
제조 부문 (화장품 중심)	스킨케어, 색조, 기초 화장품, 기능성 제품 등 제조 및 유통	화장품 OEM·ODM 기업 중심, 대기업·중견기업 경쟁, R&D 역량 및 품질관리 경쟁이 핵심
서비스 부문 (미용·뷰티서비스)	피부관리, 헤어, 메이크업, 네일, 에스테틱숍 등	인력 중심, 소비자 접점, 지역 기반 사업이 많고 수익 구조가 불확실한 경우 많음

출처: 한국보건산업진흥원(2023),뷰티산업 분류체계 및 시장 동향 보고서.

나. 시장 규모 및 성장 추이

1) 국내 화장품 제조 및 유통 시장 규모

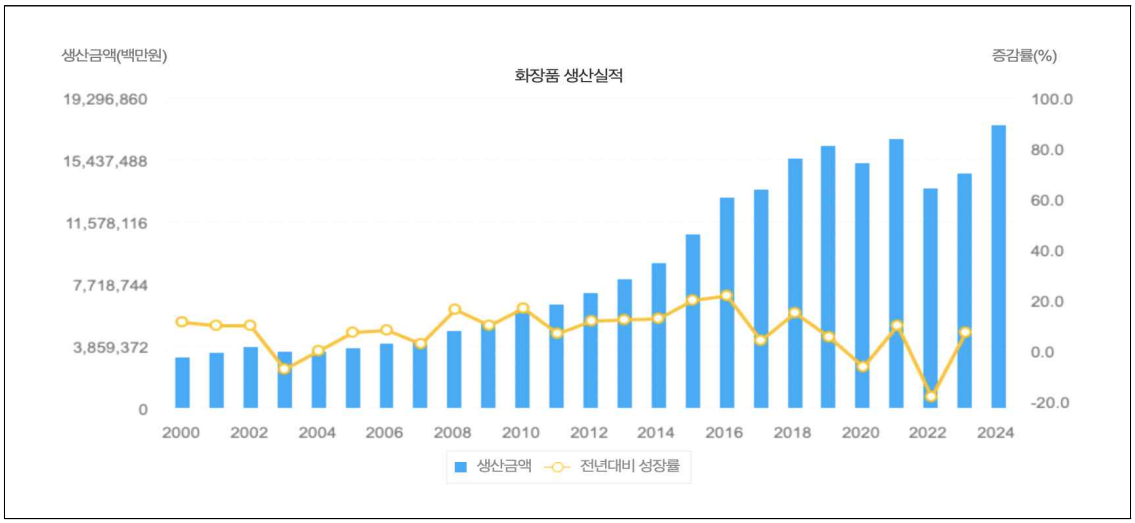
K-뷰티 산업 현황 및 회계·세무 가이드북 자료에 따르면, 2018년 국내 화장품 시장 규모는 약 111억 달러였고, 2022년에는 약 118억 달러로 성장하였다. 다만 연평균 성장률은 약 1.5%로 낮게 나타났고, 이는 이미 내수 시장이 성숙 단계에 진입했음을 시사하였다. 동일 자료에서는 2022년부터 2029년까지 국내 연평균 성장률을 약 4.0%로 예측하고 있으며, 이는 글로벌 시장 성장률(8.3%)보다 낮은 수준이다.[37]

32) 한국보건산업진흥원 (2007) 뷰티산업 발전방안, 보건산업리포트. p.37
33) 법적, 또는 공통적 정의가 있지는 않지만, 헤어, 피부, 메이크업, 네일, 스파 등 인체를 건강하고 아름답게 하기 위해 제공되는 일련의 서비스와 관련된 산업으로 정의됨
34) 한국보건산업진흥원 (2021.5) "화장품,뷰티서비스 산업 육성 및 동반성장 방안을 위한 기초조사"
35) 한국보건산업진흥원 (2021.5) 퍼스널 케어와 화장품산업은 다른 특성을 가진 산업이지만, 가치사슬 내 전,후방관계로 밀접하게 연결되어 있으며 양자 간의 융,복합화가 가능함
36) 서울특별시 (2022.3) 서울형 뷰티산업 육성 기본계획 수립을 위한 학술용역. p.26

2025년 전망 보고서(“2025 K-BEAUTY OUTLOOK”)에서는 국내 화장품 산업의 생산 금액과 시장 규모, 수출입 동향 등을 제시하고 있으며 미국 뷰티 시장 규모 대비 K-뷰티 침투율, 국내 기업의 OEM/ODM 구조 변화 등이 분석되고 있다.[38] 또한, 국내 저가 화장품 산업이 해외 시장으로 확장하고 글로벌 브랜드화를 모색하며, 해외 진출 전략, 현지화, 유통 채널 전략 등이 중요하다.[39]

종합하면, 국내 화장품 제조 시장은 규모 측면에서는 상당히 크고 글로벌 경쟁력을 지닌 분야지만, 내수 성장이 제한적이라는 제약을 가지며 수출 중심 전략이 중요해지고 있다. 이에 따른 실적 현황은 <그림3-1>, <표3-2>와 같다.

<그림3-1> 2000~2024년 화장품 생산실적



출처: 식품의약품안전처, 「화장품 생산·수입·수출 실적」(2000-2024), 식약처 화장품정보공개시스템.

<표3-2> 연도별 화장품 생산실적 현황

구 분	‘14년	‘15년	‘16년	‘17년	‘18년	‘19년	‘20년	‘21년	‘22년	‘23년	‘24년
업체(개)[40]	2,735	3,840	4,961	5,829	6,487	7,580	8,942	9,359	10,119	11,861	13,976
품목(개)	101,362	105,318	119,051	125,766	124,560	119,443	120,192	120,044	124,005	127,956	138,236
생산액 (억 원) (증가률,%)	89,704 (12.5)	107,328 (19.7)	130,514 (21.6)	135,155 (3.6)	155,028 (14.7)	162,633 (4.9)	151,618 (-6.8)	166,533 (9.8)	135,908 (-18.4)	145,102 (6.8)	175,426 (20.9)

출처: 식품의약품안전처, 2014-2024 「화장품 생산·수입·수출 실적」 연차보고서(Annual Report).

37) PwC Korea (2022) K-Beauty Industry and Accounting Guidebook. 삼일PwC.
38) K-BEAUTY OUTLOOK (2025)
39) 최은정외 (2021)「친환경 소비 트렌드가 화장품 산업에 미치는 영향」. 한국소비문화연구, 24(1), pp.33-52.
40) 식품의약품안전처: 생산실적을 보고한 책임판매업체 수 자료

2) 국외 화장품 제조 및 유통 시장 규모

글로벌 뷰티 서비스 시장 규모는 2022년 2,139억 달러 규모를 달성했다. 2023년부터 2032년 사이에 연평균 5%이상의 성장률을 기록할 것으로 예상되며, 스킨 케어 부문이 약 35%의 시장 점유율로 가장 큰 비중을 차지했다.

글로벌 뷰티·퍼스널케어 소매 시장은 2024년 약 5,930억 달러로 추산되며, 2023년(10% 성장)에 이어 2024년에도 6.7% 성장[41]했으며, 글로벌 코스메틱(화장품) 시장만 좁혀보면 2024년 3,359억 달러('25~'32년 CAGR 6.6%) 전망, 또는 2023년 2,959억 달러 추정치를 제시하고 있다.[42][43]

글로벌 뷰티 제조 산업 규모는 2025년 약 4,806억 달러로 추정되며, 2019~2024년 동안 연평균 1.7% 수준의 완만한 성장세를 보이고 있다.[44][45] 유통 측면에서 보면 전문 뷰티 리테일러가 여전히 주요 판매 채널이지만, 이커머스 성장세가 두드러져 일부 대형 브랜드의 경우 전체 매출 중 온라인 비중이 약 27~30% 수준에 이른다.[46][47]
지역별로는 아시아·태평양 지역이 프리미엄 시장 확대를 중심으로 최대 규모이자 핵심 성장 엔진 역할을 하고 있으며, 라틴아메리카와 중동·아프리카 지역에서도 높은 성장률이 지속되고 있다.[48]

(1) 북미 지역

북미는 2022년 기준 글로벌 전문 뷰티 서비스 시장의 32% 이상을 차지하며[49] 명실상부한 핵심 선도 시장으로 자리하고 있다. 탄탄한 소비자 기반과 강력한 경제력을 바탕으로 다양한 뷰티 니즈를 흡수하고 있으며, 특히 미국의 경우 2021년 뷰티 서비스 시장에서 헤어 서비스가 가장 큰 비중을 차지해, 헤어컷 및 스타일링 매출만 219억 달러에 이르는 것으로 나타났다.[50]
글로벌 경제위기 이후에는 비용 절감과 자기 관리 트렌드가 맞물리며 DIY(Do-

41) 유로모니터 (2024) "World Market for Beauty and Personal Care: 2024 sales USD 593bn, +6.7%".
42) Fortune Business Insights, "Global Cosmetics Market size USD 335.95bn(2024), CAGR 6.64% ('25-'32)".
43) Grand View Research(2023), "Global Cosmetics Market USD 295.95bn, USD 446.0bn by 2030, CAGR 6.1%".
44) IBISWorld(2025), "Global Cosmetics Manufacturing market size USD 480.6bn (2025, est.)".
45) IBISWorld(2024), "Global Cosmetics Manufacturing: 15,359 businesses, CAGR 1.7% ('19-'24)".
46) 맥킨지(2024), "E-commerce is the largest single channel; 2024 성장 +8%".
47) 로레알 2023 연차보고서, "E-commerce 매출 €11.2bn, 전체의 27%".
48) 유로모니터, "APAC 약 1/3 비중, 2023 반등(중국 +3%)".
49) Grand View Research, "Beauty & Personal Care Services Market (2022)"
50) IBISWorld, "Hair Salons in the US - Market Size" (2021)

It-Yourself) 뷰티가 확산되고 가정용 뷰티용품 시장이 성장하고 있고, 동시에 남성 미용을 중시하는 메트로섹슈얼 트렌드가 보편화되면서 북미 뷰티 서비스 수요 구조에도 변화를 가져오고 있다.[51]

(2) 아시아 지역

전 세계 뷰티·화장품 시장에서 아시아는 약 40% 내외의 비중을 차지하는 최대 성장축으로 보고된다.[52]
특히 중국·일본·한국을 중심으로 한 동아시아 시장은 제조·유통·서비스 전반에서 고부가가치 시장을 형성하고 있으며, 중국 미용서비스 시장은 2006년 기준 약 26조 원 규모와 연 30%대 성장률을 기록한 바 있다.[53] 한편 일본의 뷰티 서비스 산업은 2012년 2조 7,308억 엔에서 2016년 2조 6,794억 엔으로 소폭 축소되는 양상을 보이며, 고령화에 따른 실버 미용 서비스 중심 재편이 진행되고 있다.[54]

3) 국내 VS 국외 시장 규모[55][56][57][58][59]

- 규모 차이 압도적: 글로벌 시장은 수백 조 달러대 규모이며, 한국은 그 일부지만 수출 중심 구조로 글로벌 영향력이 크다. 성장률은 글로벌이 한국보다 다소 높은 성장률을 예측하는 보고서가 많지만, 한국은 이미 <표3-3>과 같이 고성장 시장 특성을 보인다.
- 수출 중심 구조: 한국 기업은 내수보다 수출 중심 전략을 많이 취하고 있으며, 글로벌 트렌드와 지역별 전략이 중요하다.
- 채널 전략 필요성: 한국은 온라인·모바일 채널 강세가 더 빠르게 진화했고, 글로벌 진출 시 그 전략을 현지화해야 한다.
- 위험 요인과 기회: 글로벌 경기 둔화, 환율, 규제 리스크는 양측 공통 리스크지만, 한국 기업은 브랜드 인지도, 유통망 확보, 현지화 전략 등이 관건으로 보인다.

51) Allied Market Research, “Men’s Grooming Market” (2023)
52) BDA Partners, The beauty sector is growing and glowing in Asia, (2024)
53) 보건복지부, 「뷰티산업 경쟁력 강화 방안」, 2010; 재인용: 인천연구원, 「인천 화장품산업의 현황 및 발전 방향」, (2011)
54) 정우성, 『한국과 일본의 뷰티서비스 시장동향』, 부크크, (2017)
55) Expert Market Research, “South Korea Cosmetics Market Report 2024 - 2025 Forecasts”, (검색일 2025.10.18.)
56) Precedence Research, “Beauty and Personal Care Products Market Size 2025-2034”, (검색일 2025.10.18.)
57) Mordor Intelligence, “South Korea Cosmetics Products Market Industry Report 2025”, (검색일 2025.10.18.)
58) Custom Market Insights, “Korea Cosmetic Market Report 2024”, (검색일 2025.10.18.)
59) Maximize Market Research, “Global Cosmetics Market 2024-2030”, (검색일 2025.10.18.)

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

<표3-3> 한국(국내) vs 글로벌 화장품·퍼스널케어 시장 규모 및 전망 비교표

구 분	한국 (국내)	글로벌 (국외)
화장품 / 뷰티·퍼스널케어 시장 규모	2024년 기준 한국 화장품 시장: 약 USD 17.45 Billion 수준으로 추정	글로벌 뷰티·퍼스널케어 시장: 2025년 약 USD 639.47 Billion으로 예측되며, 2034년까지 연평균 약 6.76% 성장 전망
한국 내 성장률 전망	2025 ~ 2034년 연평균 5.40% 성장 예상	글로벌 시장은 같은 기간 약 6.76% 성장 예상
한국 뷰티 + 퍼스널케어 전체	한국의 뷰티 & 퍼스널케어 시장: 2025년 기준 약 USD 13.66 Billion 수준으로 평가	글로벌 뷰티·퍼스널케어는 위의 수치 참조
화장품만 (코스메틱)시장	일부 보고서는 한국 화장품 시장을 2024년 기준 USD 5,178.3 Million (약 5.18 Billion 달러)로 추정	글로벌 화장품 시장 전체: 2024년으로 기준 USD 467.63 Billion 수준으로 평가

출처: Statista(2024), Euromonitor International(2024), GlobalData(2024), 한국무역협회(KITA) 무역통계, 산업통상자원부 화장품 산업 분석자료(2024)

다. 국내 뷰티서비스산업 시장

1) 헤어(이용 / 두발미용)

국내 미용실은 약 11만 개 수준으로 추정되며[60], 대부분이 4인 미만의 소형·영세 사업체 중심으로 운영되고 있다.[61] 최근에는 공유미용실 모델(예: 아데르, 위닛 등)을 도입하여 공간·장비를 공유하고 고정비를 줄이는 형태가 확산되고 있으며, 정부 차원의 규제 완화 논의도 진행 중이다.[62] 또한, 고객 맞춤형 서비스(두피·탈모 관리, 프리미엄 케어)와 예약 플랫폼 활용이 주요 트렌드로 나타난다.

2) 피부관리(에스테틱)

피부미용업 사업체 수는 연평균 약 11% 증가율을 보이며, 팬데믹 이후 비의료·웰니스 중심의 피부관리 서비스가 빠르게 확대되고 있다.[63] 특히 고주파·초음파·LED 등 미용기기 기반 관리가 대중화되면서, 단순 수기관리 중심에서 기기 융합형 관리 서비스로 구조가 전환되는 추세다.[64] 또한, 정액권·패키지형 매출 구조와 SNS 홍보 중심 마케팅이 병행되는 경향을 보인다.

60) 「비즈한국」, '미용실 11만개 시대, 10년 새 3만개 증가', 2023.
61) 한국노동연구원, 공유미용실 제도화의 고용영향 평가(KLI 연구보고서 2022-24), 2022.
62) 최은정외 (2021) 「친환경 소비 트렌드가 화장품 산업에 미치는 영향」. 한국소비문화연구, 24(1), pp.33-52.
63) 「이데일리」, '피부미용·네일 등 기타미용업 두 자릿수 증가', 2023.
64) 「뷰티누리」, '비의료 웰니스 중심의 피부관리 확대', 2023.

3) 네일

네일아트 및 손톱미용업체는 기타 미용업 중에서도 연간 약 11.2% 성장세를 보이며[65], 창업비용이 낮고 공간 제약이 적은 1인 창업 중심 구조가 두드러진다.[66] 고객 확보는 예약 플랫폼과 SNS 채널에 크게 의존하며, 빠른 트렌드 변화(컬러 · 아트 유행)에 따른 디자인 콘텐츠 경쟁력이 중요해지고 있다.

4) 메이크업 및 반영구(비의료 범위)

메이크업과 반영구 서비스는 웨딩 · 프로필 · 행사용 수요와 아카데미 · 교육시장이 결합된 구조를 보인다.[67] 반영구 분야는 특히 위생 및 안전관리, 의료행위와의 경계 구분이 중요한 이슈로, 사업 지속성의 핵심 리스크로 꼽힌다.[68] 또한, 반영구 화장 및 문신 합법화 추진에 2025. 09. 25 문신사법에 따라 비의료인의 반영구 화장 및 문신 시술 행위가 일정 조건하에 합법화되었다.

법 시행은 공포 2년 뒤로 예정되어 있으며, 최대 2년간 임시등록 또는 면허 유예 조항 등 과도기 조치가 포함된다.[69]

2020년부터 2025년까지 한국의 뷰티 산업(헤어, 피부관리, 네일, 메이크업, 에스테틱, 반영구 포함)은 꾸준히 성장하며 사업체 수 약 13만 개에서 17만 개 이상으로 증가한 것으로 추정되며,[70] 내용은 <표3-4>와 같다.

<표3-4> 뷰티서비스 업종별 사업체 증가 추세 및 주요 성장 요인

구분	2020년	2025년	변화율	주요 요인
미용실(헤어샵)	약 85,000	약 98,000	+15%	셀프 염색 확산에도 지역 생활밀착형 서비스 유지
피부관리실/에스테틱	약 33,000	약 56,000	+70%	홈케어→전문관리 수요 증가, 여성 창업 급증[2]
네일샵	약 15,000	약 21,000	+40%	MZ세대 중심 꾸밈소비 문화 확산[2]
메이크업, 반영구 포함기타	약 9,000	약 12,000	+33%	교육기관·프리랜서 기반 창업 확대[3]

출처: 통계청 전국사업체조사(2020), 산업통상자원부 『뷰티서비스산업 동향』, KB경영연구소 · 신용평가 보고서 등 종합 재구성

65) 「이데일리」, 전국사업체조사 잠정결과 보도자료, 2023.
66) 「뷰티누리」, '네일아트 시장, 1인 창업과 SNS 마케팅 확산', 2023.
67) 「뷰티누리」, '웨딩 및 프로필 시장 중심 메이크업 산업 동향', 2023.
68) 식품의약품안전처, '반영구화장 위생관리 지침', 2022.
69) 메디컬타임즈 (2025.09.25.) 문신사법 통과 잡음...의료인 시술자 범위 교육주체 놓고 갈등.
70) 삼일PwC, 『K-뷰티 산업 현황 및 Guide Book』, 2024.

국내 뷰티서비스 산업 시기별 특징으로는

① 2020~2021년: 코로나19 영향으로 오프라인 미용 서비스 위축, 대신 홈뷰티 및 온라인 판매 급증[71]
② 2022~2023년: 사회활동 재개로 피부관리와 미용 관련 업종 회복세 진입, 여성 창업 급증[72]
③ 2024~2025년: K-뷰티 시장 해외 확산 및 내수 회복 병행, 특히 뷰티·화장품 생산업체도 약 15만 → 18만 개로 증가[73]

요약하면, 2020년 대비 2025년에는 전 업종에서 약 30~70% 수준의 사업체 증가가 있었으며, 특히 피부관리와 에스테틱 부문이 성장의 핵심을 이루고 있다.[74]

2020년부터 2025년까지 국내 뷰티 서비스 시장의 종사자 수는 꾸준히 증가했으며, 특히 피부관리, 헤어, 네일, 반영구 등 개인 창업 중심의 업종이 성장세를 주도하였다.[75]

한국보건산업진흥원과 통계청, 산업 리포트 자료를 종합하면, 국내 뷰티 서비스 업계 종사자는 <표3-5>와 같이 2018년 약 22.9만 명에서 2025년 약 28만 명 내외로 성장한 것으로 나타났다.[76]

특히 코로나19 이후 1인 창업 형태의 소규모 에스테틱, 네일, 반영구 시술 샵이 급증하면서 고용 수가 증가했다.[77]

내용은 다음과 같다.

<표3-5> 국내 뷰티서비스산업 종사자 수

구분	2020년	2021년	2022년	2023년	2025년(추정)
전체 뷰티서비스	약 24만 명	약 25.2만 명	약 26만 명	약 27만 명	약 28만 명
헤어(미용실)	약 9만 명	9.3만 명	9.8만 명	10만 명	10.2만 명
피부관리(에스테틱)	약 4.5만 명	4.8만 명	5.5만 명	5.8만 명	약 6만 명
네일·속눈썹·반영구	약 3만 명	3.2만 명	3.5만 명	3.8만 명	4~4.2만 명
메이크업	약 2만 명	2.2만 명	2.4만 명	2.6만 명	약 2.8만 명

출처: 통계청 「전국사업체조사」, 「경제활동인구조사」 및 고용노동부 고용보험 통계(2020-2023)를 기초로 한 자체 추정치.

71) 한국보건산업진흥원, 「코로나 19 이후 화장품시장 변화 진단」, 2021.
72) 박현정, 「코로나19가 소비자의 뷰티 분야 카타르시스 소비에 미치는 영향」, 2021.
73) 삼일PwC 경영연구원, 「K-뷰티 산업 현황 및 회계·세무 Guide Book」, 2024.
74) DMC리포트, 「2025 뷰티/화장품 업종보고서_요약본」, 2025.
75) 한국보건산업진흥원, 2023년 뷰티 서비스 산업 동향 보고서, 2023.
76) 한국보건산업진흥원, 화장품·뷰티서비스산업 조사 자료, 2023.
77) CNC News, 한국 피부관리숍 및 미용실 현황, 2023.

라. 주요 특징 및 동향

2025년 기준 국내 뷰티 서비스 종사자는 약 28만 명 이상으로, 이 중 절반 가까이는 프리랜서 및 1인 창업자 형태다.[78] 미용실의 폐업률은 증가했으나, 신규 창업도 활발하여 점포 수는 10만 개 내외를 유지하고 있다. K-뷰티의 해외 확산과 맞물린 스타트업 및 화장품 브랜드사들의 채용 확대가 고용 성장에 기여했다.[79]

결론적으로 2020~2025년 한국 뷰티 서비스 시장은 산업 구조 다변화와 개인 창업 확산으로 종사자가 약 15~20% 증가했고, 이는 청년층과 여성 중심 자영업의 성장세와 일치하는 경향을 보였다.

국내 피부관리실, 에스테틱, 미용실, 반영구 메이크업, 네일 등 오프라인 및 서비스 분야를 포함한 뷰티서비스 산업 매출은 화장품 제조, 유통을 제외하면 약 4,295억 원 정도로 추정되며,[80] 피부관리실과 에스테틱, 미용실, 반영구 메이크업 등 서비스 부문은 대략 수천억 원대에서 조 단위까지 분야별로 구분[81]은 <표3-6>과 같다.

<표3-6> 뷰티서비스산업 분야별 매출규모 및 성장동향

분 야	매출액 추정 (2025년 기준)[82]	비고 및 성장 동향
피부관리실 (에스테틱)	약 4,295억 원(2020년 기준)	코로나19 후 2030대 여성 중심 회복세
헤어 (미용실)	전국 약 13만 개, 월평균 수백만~천5백만 원 매출	안정적 시장, 지역별 편차 존재
반영구 (메이크업)	약 1만 8천 개 영업점	꾸준한 성장, 시장 확대 추세

출처: 통계청 「전국사업체조사」, 산업통상자원부·식약처 산업통계, KB경영연구소·산업연구원 관련 보고서(2020~2023) 종합 재구성.

국내 뷰티서비스 산업 매출은 2025년 기준 약 4,000억~4,300억 원 수준이며, 이는 화장품 제조업 매출과는 별개로 산출된 수치이며, 특히 피부관리실 및 에스테틱 서비스가 산업 내 주요 영역이며, 미용실과 반영구 화장 분야도 안정된 매출을 창출 중이다.

78) 네이버 블로그, 2025년 미용실 창업과 폐업 동향
79) 뉴스이즈, K-뷰티 스타트업 채용 증가 보고서, 2025.
80) 삼성증권(2025, 3), 2025년 K-뷰티 현황과 전망, (검색일 2025.10.18.)
81) K-뷰티 산업 현황 및 회계·세무 Guide Book(2024.11.)
82) 육현정(2018), 「4차 산업혁명 시대의 K-beauty 서비스산업 분석 및 예측, 건양대학교 석사학위논문

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

마. 뷰티 서비스산업 구조

종사 구조는 소규모(1-4)인 사업체 증가가 뚜렷하다. 미용업 포함 전반에서 영세 다점포화 경향을 갖는다.[83] 샵 수 증가는 경쟁 심화, 단가 압박으로 연결되며 운영, 마케팅, 재방문 설계 역량이 실기와 동등하게 중요해졌다. 또한 동일 업종이라도 서비스 질의 격차가 있으며, 지역이 서울 및 수도권에 편중되어있어 지방의 서비스 제공 인프라가 약하다.

① 소규모 사업체 중심: 많은 미용업체가 1~4인 중심, 개인 운영 또는 소상공인 형태.
② 고정비 부담 높음: 임대료, 인건비 등이 매출 대비 비중이 높아 수익성 압박이 많음[84]
③ 포화 및 경쟁 심화: 특히 도심 중심지나 상권 밀집 지역에서는 경쟁이 매우 치열함.
④ 서비스 질 격차: 동일 업종이라도 매장 설비, 기술 수준, 서비스 브랜드력 차이로 소비자 인지도 및 단가 차이가 큼.
⑤ 지역 편중 / 접근성 문제: 서울·수도권 중심 사업체 밀집, 지방은 서비스 제공 인프라가 상대적으로 약함.

바. 국내 뷰티 서비스 산업 시사점

국내 뷰티 서비스 산업체들은 많이 존재하지만, 대부분 규모가 작고 자본 여력이 낮아 인재 교육·장비 투자 여력에 제한이 있다. 경쟁 과밀, 고정비 부담, 지역 격차, 서비스 질 차이 등이 구조적 도전 요인이며, 고급,전문화 서비스 수요가 증가하고 있다.

2. 산업체·교육기관·협회 현황

가. 산업체(제조, 서비스)

1) 뷰티 제조(화장품) 공공기관/연구원

국내 화장품 · 뷰티산업은 연구개발, 수출·인허가, 품질·안전성 검증 등을 중심으로 여러 공공 · 민간 지원기관의 체계적인 지원을 받고 있다. 대한화장품산업연구원과 한국보건산업진흥원은 글로벌 인허가 · 수출 컨설팅, 시장정보 제공 등 정책 · 연구

83) 뷰티누리(2023.10.05.), 미용업 청년창업 붐...작년 사업체 증가세 (검색일 2025.10.15)
84) KB자영업 분석 보고서6, 미용실 현황 및 시장여건분석

지원을 담당하며, 오송첨단의료산업진흥재단은 K-뷰티 클러스터를 기반으로 시험·실증·입주 지원과 네트워크를 제공한다.

중소벤처기업부는 제조업 전반의 자금·기술·판로 지원을 통해 뷰티기업을 간접 지원하고, 한국화장품시험연구원·한국건설생활환경시험연구원·KOTITI시험연구원 등은 화장품·미용기기에 대한 공인 시험·검사 서비스를 제공하여 제품의 품질과 안전성 확보에 핵심적인 역할을 수행하고 있다.

이를 정리하면 <표3-7>과 같다.

<표3-7> 국내 화장품·뷰티산업 관련 주요 지원기관과 역할

기관명	사업분류	지원 대상 및 내용
대한화장품산업연구원	연구 및 수출지원	글로벌 인허가·수출 컨설팅/시장정보(ALLCOS 포털 통해 공고·신청), 해외 인증·인허가 컨설팅, 안전관리·피부유전체 정보 플랫폼 등
한국보건산업진흥원	공공기관	해외 화장품 홍보 팝업부스, 해외 판매장 입점·운영 참여기업 모집(국가별 프로그램), 수출 다변화 패키지 등
오송첨단의료산업진흥재단	바이오·K-뷰티 클러스터·지원기관	글로벌 진출 연계, 시험·실증 인프라·네트워킹 등(클러스터 허브 역할) 등
중소벤처기업부	제조업 전반 지원	뷰티 제조업체들도 스마트공장, 기술혁신, 자금지원 프로그램의 대상이 될 가능성 있음 (제조업 범주로)
한국화학융합시험연구원	품질·안전성 검사	화장품 / 미용기기에 대한 공인 시험/검사 서비스 제공
한국건설생활환경시험연구원	품질·안전성 검사	화장품 / 미용기기에 대한 공인 시험/검사 서비스 제공
KOTITI시험연구원	품질·안전성 검사	화장품 / 미용기기에 대한 공인 시험/검사 서비스 제공

2) 뷰티 서비스산업 공공기관/연구원

국내 뷰티서비스 산업은 중앙정부, 지자체·민산 협력기관, 산업 재단 및 공공기관 등 다양한 주체로부터 정책·재정·인프라 지원을 받고 있다. 보건복지부·고용노동부·한국직업능력연구원은 공중위생 관리, 직업훈련·자격, NCS 연구 등 국가 차원의 제도 설계와 통계를 담당하며, 서울 뷰티 허브와 서울시 뷰티 비즈니스 아카데미는 공간·교육·컨설팅·브랜딩 등 지자체 기반의 현장 밀착형 지원을 제공한다.

이와 함께 소상공인시장진흥공단, 이프레시피 공공재단 등은 창업·경영·판로를 지원하고, 오송첨단의료산업진흥재단과 KTO Medical Korea는 K-뷰티·의료관광 연계를 통해 글로벌 진출과 비즈니스 네트워크 확대를 뒷받침하고 있으며 이를 정리하면 <표3-8>과 같다.

<표3-8> 국내 뷰티 서비스산업 관련 주요 정책·지원 기관 및 역할

구분	기관명	지원 대상 및 내용	비고
중앙정책 및 국책기관	보건복지부	매년 공중위생영업소 실태보고(업종·지역 현황 통계), 위생·안전 기준 고시·지자체 집행 총괄. 2024년 실태보고 공표	규제, 통계
	고용노동부/HRDK	NCS(국가직무능력표준) 기반 교육·과정 등록·지원, HRD-Net을 통한 미용 직무 훈련과정 운영·지원	직업훈련·자격
	한국직업능력연구원	뷰티 직종 NCS 연구/직업훈련 정책연구 수행(국무총리 산하 정부출연 연구기관)	국책연구
지자체 및 산업 진흥기관	서울 뷰티 허브	서울뷰티허브 공간·장비·교육·라이브커머스/콘텐츠 제작, 글로벌 인증·컨설팅 등 연중 프로그램('25 공지 다수). 서울뷰티위크로 서비스·브랜드 판로/네트워킹	지자체 산업진흥
	서울시 뷰티 비즈니스 아카데미	서울시가 운영하는 공공 인력양성 프로그램. 화장품 제조·마케팅·브랜드 창업 등 3개 분야별 정규 교육과정 운영(일반/경력자 과정). 2024년 취·창업률 51.7% 기록	공공교육 프로그램
산업 재단 형 기관	아모레퍼시픽 공감재단	기업 산하 공익법인으로, 뷰티산업 진입 희망 청년 대상 '뷰티 인재 실무자 양성 과정' 운영(메이크업 아티스트·헤어 브랜드 강사·쇼호스트). 교육생 지원금, 기자재 제공, 우수자 현장 실습 기회 부여	기업재단
기타 공공 및 지원기관	소상공인시장진흥공단	정책자금·성장지원·시설개선 등 통합 공고(2025), 소상공인24로 상시 신청창구 운영	소상공인 지원
	오송첨단의료산업 진흥재단	글로벌 진출 연계, 시험·실증 인프라·네트워킹 등 (클러스터 허브 역할) 등	바이오·K-뷰티 클러스터·지원기관
	KTO Medical Korea	외국인환자 유치·의료/뷰티 관광 홍보·플랫폼 운영, 피부·성형·헤어 등 카테고리 안내·연계)	의료·뷰티 관광 진흥

출처: 각기관 홈페이지 공지사항을 종합하여 재구성

3) 뷰티 서비스산업 민간 산업체

민간 산업체를 운영 주체로하여 다양한 뷰티서비스 산업도 진행되고 있다. 헤어, 피부, 메이크업, 네일, 반영구 등 세부 분야별 전문 브랜들르 중심으로 형성되어 있으며, 이들은 현장 중심의 실무교육과 자체 인재 양성 프로그램을 통해 기술력과 서비스 품질을 높이며 산업체의 경쟁력 강화에 기여하고 있다.

대표적인 대형 프랜차이즈 업체로는 헤어 분야의 준오헤어, 아이디헤어, 차홍, 피부분야의 약손명가, 글로벌 뷰티 브랜드인 샤넬 뷰티 등이 있다. 이들은 자체 아카데미, 인턴십, 멘토링 프로그램 등을 운영하며 실무 중심의 기술교육과 서비스 품질 향상을 위한 직무 훈련을 지속적으로 시행하고 있다.

나. 정기 교육기관

국내 뷰티 서비스 산업의 전문 인력 양성을 담당하는 교육기관은 대학, 전문대학, 직업훈련기관, 협회 등 다양한 형태로 운영되고 있다. 이 기관들은 사회의 변화에 대응하여 체계적이고 실무적인 교육과정을 제공함으로서 뷰티 서비스 산업의 성장 기반을 뒷받침하고 있다.

4년제 대학의 미용 관련 학과는 산업 경영, 과학적 연구, 서비스 융합 등 고급 전문인력 양성을 목표로 한다. 반면, 2년제 전문대학은 실무 중심의 교육과 교과 운영을 통해 기술 숙련형 인재 양성, 자격증 취득에 중점을 두고 있다. 또한, 직업훈련기관 및 협회는 단기 실무교육과 재직자 및 성인을 대상으로 재교육 및 기술 전환의 역할을 담당하고 있다.

1) 정규 교육기관(4년제)

① 정규 교육기관(4년제) 수: 전국 4년제 대학의 수는 총 44개교로 확인되며, 지역별로 살펴보면 서울 6개교(9개 학과), 경기 4개교(5개 학과), 경상 13개교(25개 학과), 강원 1개교(1개 학과), 충청 10개교(12개 학과), 전라 9개교(12개 학과), 제주 1개교(1개 학과)로 구분된다.

② 정규 교육기관(4년제) 운영 현황: 4년제 대학교의 뷰티 관련 학과 교육 목표를 살펴보면, 융·복합적 지식과 기술을 갖춘 글로벌 리더 및 산업 전문가 양성을 목표로 한다. 단순 기술 습득은 물론 연구, 기획, 경영 능력도 가능하도록 교육을 운영하고 있으며, 기초전공 -> 전공심화 -> 전공응용/현장연구 순으로 다층구조를 이루고 있다. 최근에는 산업 수요에 부합하는 현장중심 교육과정과 더불어, 창업· 브랜딩 관련 교과목도 확대되는 추세이다.

2) 정규 교육기관(2년제)

① 정규 교육기관(2년제) 수: 전국 2년제 대학의 수는 총 92개교로 확인되며, 지역별로 살펴보면 서울 5개교(7개 학과), 경기 20개교(41개 학과), 인천 2개교(2학과), 경상 33개교(61개 학과), 강원 3개교(3개 학과), 충청 11개교(15개 학과), 전라 16개교(23개 학과), 제주 2개교(2개 학과)로 구분된다. 이는 <표3-9>, <그림3-2>와 같다.

② 정규 교육기관(2년제) 운영 현황: 2년제 대학교의 뷰티 관련 학과 교육 목표를 살펴보면, 현장 실무 중심의 숙련된 기술 인력 양성을 목표로 한다. 국가직무능력표준(NCS)에 근거한 직무 중심 교육체계를 핵심으로 운영되고 있으며, 자격 취득 연계 교육이 중심을 이룬다. 이는 산업현장에서 즉시 활용 가능하도록 역량을 함양하는데 초점을 둔다.

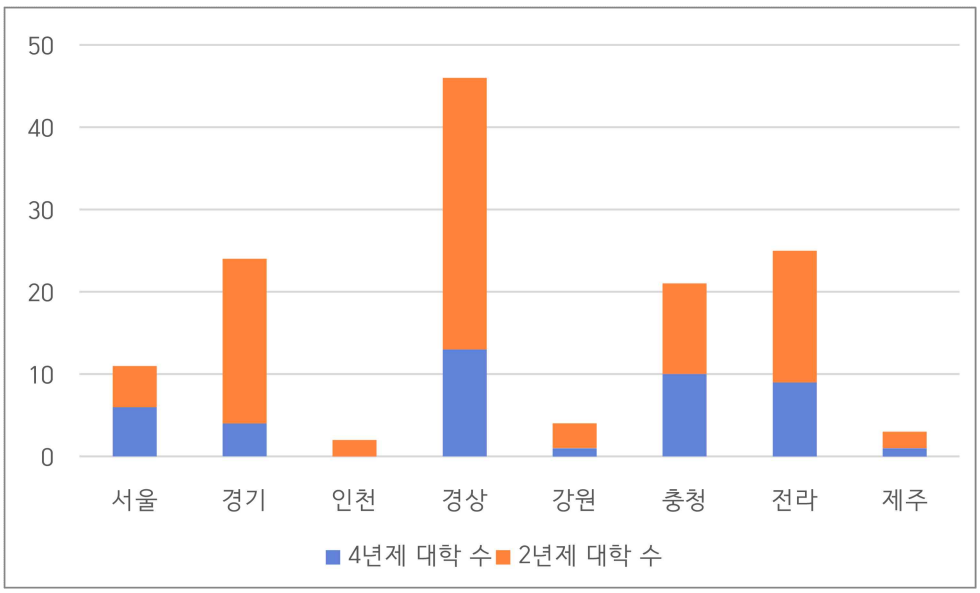
SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

<표3-9> 뷰티서비뷰티 정규교육기관 요약 표 (4년제 / 2년제)

대학구분	학교 수	지역 구분	교육 목표	교육체계 특징
4년제	44개교	서울(6), 경기(4), 경상(13), 강원(1), 충청(10), 전라(9), 제주(1)	연구·기획·경영을 포함한 고급 전문 인력 양성	기초전공 → 심화전공 → 응용·현장연구, 융복합·브랜딩 교육 확대
2년제	92개교	서울(5), 경기(20), 인천(2), 경상(33), 강원(3), 충청(11), 전라(16), 제주(2)	현장 실무 중심 기술인력 양성	NCS 기반 직무 중심 교육, 자격취득 중심, 빠른 현장 투입 가능

출처: 대학별 홈페이지에서 관련 정보를 수집하여 재구성

<그림3-2> 지역별 뷰티관련학과 보유대학분포



다. 직업훈련기관

1) 직업훈련기관 현황

직업훈련기관은 공공· 민간· 산학협력형으로 구분되며, 공공기관은 국가직무능력표준(NCS)에 기반한 취업연계형 기술훈련, 민간기관은 자격증 및 실무 중심의 단기 교육, 산학협력형 기관은 지역 및 산업 수요에 맞춘 융합형 직무훈련을 제공하고 있다.

직업훈련기관의 교육 과정은 취업에 필수적인 기술과 자격증을 단기간(3-6개월) 내에 습득하는 것을 목표로 둔다. NCS 기반의 미용사 국가자격증(헤어, 피부, 네일, 메이크업) 취득을 위한 기초 실무 중심의 교육 과정으로 구성되며, 이론보다는

실기의 비중이 높고 반복적인 기술 숙련에 집중한다. 또한, 최근에는 화장품 제조, 마케팅, 뷰티 비지니스 등 산업 실무 영역으로 교육 범위를 확장하고 있으며, 직업훈련기관 각 교과과정의 다양화가 이루어지고 있다. 해당 내용은 <표3-10>과 같다.

<표3-10> 뷰티서비스 교육기관 유형별 훈련 기관 사례 및 훈련 영역

기관형태	기관사례(기관명)	훈련영역
공공 기술교육 기관	서울특별시 기술교육원(남부캠퍼스)	국비 무료, 취업 연계, K-뷰티 / 미용 기술 교육 (외국인 대상 포함)
	서울특별시 기술교육원(중부캠퍼스)	국비 무료, 취업 연계, 헤어뷰티
미용직업 전문학교	뷰티패션중앙직업전문학교	NCS 기반, 자격증 중심 헤어미용 입문, 피부·메이크업 등 뷰티 기초 과정
	제일직업전문학교	NCS 기반, 자격증 중심, 미용 전 분야 자격증 중심
	국제미용직업전문학교	NCS 기반, 자격증 중심미용사(피부/메이크업/네일) 등
	경기미용직업전문학교	NCS 기반, 자격증 중심
미용 사설교육 기관	무궁화 미용 직업전문학교	헤어, 피부, 메이크업, 네일 등 실무 중심 교육
	렛츠헤어뷰티아카데미	헤어뷰티 전공 과정 실무 중심 교육
	라움뷰티미용학원	미용 자격증 및 실무 중심 교육
	차민뷰티 아카데미	미용 자격증 및 실무 중심 교육

라. 협회(서비스산업, 제조업, 서비스)

1) 뷰티서비스업 협회 현황[85]

국내 미용업계를 대표하는 가장 큰 협회는 대한미용사회중앙회로, 전국 약 75만 개 업소가 회원업소로 등록되어 있는 국내 최대 규모의 미용 서비스 직능단체이다.

대한미용사회는 미용업 종사자의 권익 보호, 표준 서비스 질 관리, 미용업 관련 제도 개선 활동을 주요 기능으로 수행하며, 정기 교육, 보수교육, 위생·안전관리 지침 제공 등을 통해 업계 전체의 전문성 향상과 서비스 표준화에 기여하고 있다.

대한미용사회는 전국 17개 지회에 230개의 지부로 구성된 조직 체계를 갖추고 있으며, 정부(보건복지부·고용노동부·지자체)와의 협력 창구 역할을 수행함으로써 미용업계의 정책 수요를 전달하는 중요한 연결 역할을 맡고 있다.

85) 서울특별시(2022.3). 서울형 뷰티산업 육성 기본계획 수립을 위한 학술용역. p.128,129

특히 최근에는 고령층 미용서비스 확대, 지역생활권 기반 서비스 향상, 미용업 종사자의 고용안정 및 재교육 체계 구축 등 산업정책 변화에 대응하는 다양한 사업을 추진하고 있다. 이 외에도 분야별 전문 협회가 존재하며 <표3-11>처럼 미용산업 전문성 강화에 기여하고 있다.

<표3-11> 뷰티서비스업종 협회별 특징

협회명	추정 회원·업소 수	주요 분야	특징
대한미용사회중앙회	약 7만5천개 회원사	헤어 중심 종합 미용	전국 지회·지부 조직망 보유 미용전문 기술강사1천명 보유 NCS 및 학습모듈개발, 도제훈련
한국피부미용사회	약 4만개 회원사	피부미용	전국 지회·지부 조직망 보유 위생관리 기준 영향력 큼 피부미용NCS 및 학습모듈개발 국제자격 씨데스코 교육
한국메이크업미용사회	확인불가	메이크업	자격검정, 트렌드교육 등
한국네일미용사회	약 3만 개 회원사	네일미용	신기술(드릴·젤) 안전 표준화
KMCA	전문가 중심(확인불가)	메이크업	국제대회·전문가 네트워크 강함
두피모발관리협회	수천~1만명(추정치)	두피·탈모케어	신성장 분야로 고속 성장
대한바버협회	수천명(확인불가)	바버, 전통이발	트렌드·문화 기반 산업 확장

출처: 협회별 홈페이지에서 관련 정보를 수집하여 재구성

공중위생법에 의거 관리받는 미용서비스분야의 각 직능별 단체는 위생·기술·서비스 품질 향상과 전문성 강화를 위해 적극적으로 교육사업을 전개하고 있다.

협회별로 실제 미용 현장에서 필요한 법정 위생교육 외에도, 최신 트렌드와 기술 습득, 고객서비스, 창의적 실무 능력 등 구체적 목표에 따라 자체 교육과정을 운영하고 있다.

특히, 인증·자격·심화교육 등 다양한 방법으로 회원의 현장 적응력과 경쟁력을 높이는 데 힘쓰고 있으며, 소속 회원 및 업계 전체의 업역 발전을 위해 지속적으로 교육 내용과 목표를 개선하고 있다.

각 협회의 교육목표와 주요 커리큘럼은 미용인의 실무역량 강화, 창의적 서비스, 공중위생 및 친절의식 함양, 트렌드 선도, 전문 자격취득 등으로 구체화되어 있으며, <표3-12>와 같이 각각의 협회는 고유의 교육목표에 따라 특화된 교육사업을 활발하게 전개하고 있다.

<표3-12> 뷰티서비스 교육기관 유형별 훈련 기관 사례 및 훈련 영역

기관명	주요교육사업	교육목표
대한미용사회중앙회	헤어, 두피, 반영구 등 현장기반의 다양한 재교육과정, 도제학생대상 입직교육, 강사양성 교육, 위생업소 대상 위생법규 교육 등	K-뷰티전문가역량 강화, 현장경쟁력 강화, 생애주기에 따른 재교육, 업계를 주도하는 강사역량강화
한국피부미용사회	피부국가자격 대비, 고급 테크닉(림프·등관리), 위생·법규 교육	전문 피부관리 역량 강화, 고객 응대 및 상담 능력 향상
한국메이크업미용사회	메이크업 국가자격 실기교육, 패션/광고/특수분장 교육, 메이크업 쇼 운영	창의 기반 메이크업 표현력 향상, 실무형 아티스트 양성
대한네일미용사회	네일 국가자격 대비교육, 살롱 실무·위생 교육, 트렌드 아트 세미나, 샵 경영교육	기술 숙련 향상, 위생·안전 준수, 트렌드 적용 능력, 살롱 운영 역량 강화
한국네일협회(KNA)	국제 네일 대회 운영, 글로벌 트렌드 아트 교육, 아티스트 인증제	국제 기준의 네일 디자인 역량 강화, 글로벌 전문가 양성
한국메이크업전문가직업교류협회(KMCA)	국제 메이크업 자격·경진대회, 글로벌 교류 세미나	국제 수준의 메이크업 디자인·무대 연출 역량 강화
대한반영구화장협회	반영구 기법(눈썹·아이라인·입술) 교육, 색소학·피부학 세미나, 위생·법규 교육	안정적 시술 능력, 색소 디자인 감각, 피부 구조 기반 전문성 확보
한국반영구화장사중앙회	반영구 실무 향상 과정, 창업·컨설팅 교육, 인증시험	표준화된 시술 프로세스 정립, 고객 안전 중심 서비스 역량 강화
한국타투협회	타투 기술 실무교육(라인·섀도우·색소), 감염·위생법 교육, 국제 워크숍	안전한 시술 문화 정착, 예술 표현력 강화
한국패션타투협회	패션 타투 디자인·바디페인팅 교육, 작품집 제작, 트렌드 교육	패션·예술 기반 장식 미용 역량 강화

2) 화장품 협회 현황

대한화장품협회는 약 300여 개 제조·유통·원료 기업이 가입한 최대 산업단체로, 정책 건의와 수출·제도 개선을 주도한다. 한국화장품전문가협회는 약 1만 명의 민간 자격 보유자와 현장 전문가를 대상으로 교육·컨설팅을 중심으로 활동한다.

대한천연향장학회는 천연·유기농 화장품과 원료 연구, 인증 및 기술 교류에 초점을 둔 전문 학술·산업 네트워크이다. 한국화장품중소기업수출협회와 한국의료기기산업협회는 각각 화장품 중소기업 8,922개사와 약 1,400개 의료기기 회원사를 기반으로 수출 지원, 품질·제도 개선, R&D 및 글로벌 진출을 지원하는 역할을 수행하고 있다. 이외에도 <표3-13>과 같이 다양한 협회가 업계발전을 위해 활동하고 있다

<표3-13> 화장품관련 협회별 특징

협회명	추정 회원·업소 수	주요 분야	특징
대한화장품협회	약 300개사	화장품 제조	정책 건의, 글로벌 수출/트렌드 선도, 제도혁신, 친환경 지속가능 등
한국화장품전문가협회	약 1만 명	화장품 민간자격증	전문가 양성, 트렌드 연구, 피부·맞춤형 상담전문가 등 뷰티 교육 중심
대한천연화장품협회	공식 통계 미확인	천연·유기농 화장품/원료 연구	환경·안전·친환경 인증, 천연화장품 시장 확대 및 기술 교류
한국화장품 중소기업수출협회	약 8,922개 회원사 (2025년 9월 기준)	화장품 중소기업 수출 지원	해외 진출, R&D, 현지 시장 개척 등
한국의료기기산업협회	약 1,400개 회원사	의료기기 제조·수입유통·품질관리	R&D, 산업정책 건의, 혁신의료기기(디지털 헬스, 체외진단 등) 트렌드 주도

출처: 협회별 홈페이지에서 관련 정보를 수집하여 재구성

3. 기존 교육·훈련 프로그램 운영 실태

국내 뷰티 분야의 교육· 훈련 프로그램은 공공기관, 정규 교육기관(대학 4년제, 2년제), 직업훈련기관, 협회 등 다양한 기관을 중심으로 운영되고 있다. 각 기관 유형별 운영 현황과 프로그램 특성을 분석하고, 한계점을 고찰한 내용은 다음과 같다.

가. 뷰티 서비스 산업체(공공· 민간 포함)

1) 산업체 운영 실태

뷰티 산업체는 자체 아카데미를 통해 현장 실무 중심의 단계형 직무교육을 운영하며, 기초 기술부터 트렌드 응용기술까지 체계적으로 교육한다. 헤어·피부·메이크업·네일 등 기술교육뿐 아니라 SNS 마케팅, 고객응대, 매장 운영, 브랜드 커뮤니케이션 등 비즈니스 역량까지 통합적으로 강화하는 것이 특징이다.

대형 프랜차이즈 기업은 인턴-멘토링-정규직 전환으로 이어지는 채용 연계형 모델을 구축해 내부 인재 육성 체계를 강화하고 있다. 또한 글로벌 브랜드는 제품 지식, 색채 트렌드, 서비스 윤리 등을 포함한 브랜드 기반 온보딩 교육, 실습 기자재 지원, 우수자 해외 연수 등 차별화된 성장 기회를 제공한다.

이러한 산업체 기반 교육은 단기간에 현장 투입 가능한 인재 양성을 목표로 하며, 동시에 브랜드 경쟁력과 서비스 품질 향상을 위한 핵심 전략으로 기능한다.

2) 산업체 한계점

① 교육 품질의 비표준화: 산업체별로 커리큘럼과 평가 체계가 상이하여, 교육 내용의 질적 수준과 일관성이 확보되지 못하는 경우가 많다. 이는 브랜드 규모나 운영 철학에 따라 교육의 깊이와 방향이 달라지는 구조적 한계를 초래한다.

② 단기성과 중심의 교육: 교육이 실무 투입 속도와 생산성 향상에 초점을 맞추다 보니, 장기적인 경력 개발이나 학문적 심화 교육은 상대적으로 부족하다. 이로 인해 근로자의 직업 지속성과 전문성 향상에 제약이 발생한다.

③ 학문적 연계 부족: 산업체 교육이 현장 중심으로 치우쳐 있어, 미용학·피부생리학·화장품학 등 이론적 기반과의 연계가 미흡하다. 이는 산업과 학문 간의 괴리를 심화시키고, 산업 전반의 기술 고도화에도 한계를 가져온다.

④ 근로환경 및 처우 문제: 일부 산업체에서는 인턴·교육생 신분을 이유로 저임금 또는 무급 실습 형태가 유지되는 경우가 있어, 교육의 실효성과 산업 내 인력 안정성에 부정적인 영향을 미친다.

⑤ 브랜드 종속 구조의 한계: 교육이 특정 브랜드나 제품 중심으로 설계되어 타 산업체나 프리랜서 영역으로의 기술 전이 및 범용성 확보가 어렵다.

3) 뷰티 산업체 프로그램

국내 주요 미용기업들은 자체 아카데미와 직무교육 체계를 구축하여 현장 중심의 실무형 인재를 양성하고 있다. 준오헤어, 차홍아르더, 샵벨, 약손명가 등 대표적인 산업체들은 학력·경력과 무관하게 입문이 가능하도록 개방형 교육 모델을 운영하며, 기초 기술 훈련부터 트렌드 기술, 고객 응대, 매장 운영까지 단계적으로 교육하는 커리큘럼을 제공한다.

특히 1:1 멘토링, 실습 중심 교육, 브랜드 특화 프로그램을 통해 현업 적응력을 강화하고 있으며, 교육 과정과 인턴 실무를 연계하여 채용까지 이어지는 구조를 갖추고 있다. 이러한 산업체 기반 교육은 기술 숙련과 서비스 역량을 함께 강화함으로써 안정적 인력 공급과 전문 인력 양성에 중요한 역할을 수행하고 있다. 해당 내용은 <표3-14>와 같다.

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

<표3-14> 국내 미용기업 아카데미 현황

기관명	분야	입사 조건	교육 내용	현장 실습
준오 헤어	헤어	학력/경력 무관	• 준오 아카데미 커리큘럼 (온·오프라인 혼합) • 본사/본부 기술교육 (커트 / 펌 / 컬러 / 응용 커트 등) • SNS 마케팅, 촬영 교육 포함 • 1:1 메인제 / 팀제 멘토 제도 • 어드밴스 과정 / 트렌드 반영 교육 • 온·오프 교육 + 실전 중심 커리큘럼	• 인턴 근무
차홍 아르더	헤어, 네일	학력/경력 무관	• 내부 교육 시스템 병행 (무상 교육) • 차홍 아카데미 교육 영상 콘텐츠 제공 • 스타일링, 드라이, 네일 기술 등 기초 + 심화 기술 교육 • 교육은 체계적 프로그램 형태로 제시됨	• 인턴 근무
샤넬 뷰티	메이크업 , 코스메틱	학력/경력 무관 경험자, 경력자 우대	• 브랜드 교육 프로그램 (신입자 온보딩) • 메이크업 기술 교육 (기초 → 고급) 및 전문 교육 프로그램 • 제품 / 스킨케어 / 색채 / 트렌드 교육 • 고객 응대 예절, 매장 운영 기준, 브랜드 서비스 Ritual 교육 • 내부 세미나, 직원 역량 개발 워크숍 • 직원 대상 역량 개발 프로그램, 멘토링, e-러닝 모듈 제공	• 이벤트 • 뷰티 부스 • 프로모션행사 참여 기회 • 멘토 제도
약손 명가	피부	학력/경력 무관	산업체 내에서 제공하는 관리 상세 정보 알기 어려움	• 인턴 근무

나. 정규 교육기관(4년제)[86][87]

1) 정규 교육기관(4년제) 운영 실태

일반·전공 교육을 8학기 체제로 운영하고 있다. 교육과정은 기초교양-전공기초-전공심화-캡스톤디자인 및 현장실습으로 이어지는 단계형 이수체계로 구성되어 있으며, 전공심화·복수전공·연계전공 등 다양한 학문 간 연계가 가능하다.

또한, 교육학·연구법·경영·브랜딩 등 이공계 및 경영학적 요소를 통합한 융복합 커리큘럼을 통해 학생들이 학문적 기반 위에서 산학·연구·콘텐츠 기획·브랜드 마케팅·교육자 양성 등 다양한 진로를 탐색할 수 있도록 지원하고 있다.

이와 함께, 4년제 대학은 단순 기술 습득을 넘어 테크놀로지·과학 등 이공계 지식과의 융합을 강화하고 있으며, 산학협력 프로젝트, 캡스톤디자인, 글로벌

86) 이세희&최은영 (2017). 4년제 대학 화장품관련학과 교육과정 현황 분석- 전문가 집단 심층 분석을 중심으로 -. 예술인문사회융합멀티미디어논문지, 7(6), 185-198

87) 채현호&김서희 (2023). 4년제 대학 미용학과의 교육과정과 마이크로디그리 분석 및 설계 방향성. 한국미용학회지, 29(6), 1450-1457.

인턴십 등 실무형 연구 활동을 통해 산업 현장에서 요구되는 복합적 문제 해결 능력을 배양한다. 또한 대학원 진학과 학문적 확장을 통해 연구원, 글로벌 기업, 교직원 등 고차원적인 진로로의 발전을 도모할 수 있는 체계적 교육 환경을 제공하고 있다.

2) 정규 교육기관의 교육과정 운영사례_서경대학교

본 연구에서는 국내 4년제 대학의 미용 관련 교육과정을 모두 열거하기보다는, <표3-15>와 같이 대표 사례 1개를 중심으로 심층 분석하는 방식을 택하였다. 그 중 서경대학교 뷰티 관련 학과를 단일 사례로 선정한 이유는 다음과 같다.

① 국내 4년제 미용교육의 '전형적 구조'를 잘 보여주는 사례: 서경대학교는 기초교양-전공기초-전공심화-캡스톤디자인·현장실습으로 이어지는 단계형 교육체계를 운영하고 있어, 현재 국내 4년제 미용교육의 일반적인 구조와 흐름을 설명하기에 적합하다.
② 헤어 · 메이크업 · 피부 · 네일 등 통합형 커리큘럼을 갖춘 종합 미용 교육기관: 단일 분야에 치우치지 않고, 헤어·메이크업·피부·네일·특수분장 등 다양한 트랙을 포괄하고 있어 K-뷰티 전반의 교육 흐름을 하나의 학교 사례로 설명할 수 있다는 점에서 효율성이 높다.
③ 산학협력 · 현장실습 · 콘테스트 참여 등 '현장 연계형' 교육 운영: 산업체 연계 현장실습, 캡스톤디자인, 각종 미용경진대회 참여 등 실제 산업과 맞닿아 있는 프로그램을 다수 운영하고 있어, 정규 대학 교육이 현장과 어떻게 연결되는지를 보여주는 대표 사례로 활용할 수 있다.
④ PBL · 융합교육 등 본 연구의 방향성과의 친화성: 서경대학교는 프로젝트 · 실습 중심 수업, 복수전공 · 연계전공 등을 통해 융합적 교육을 지향하고 있어, 본 보고서의 핵심 키워드인 PBL, 융합 교육, 현장성을 설명하는 데 적합하다.
⑤ 자료 접근성 및 분석의 실효성: 교육과정, 교과목 편성, 산학협력 현황 등에 대한 공개 자료와 실무 정보 확보가 용이하여, 다른 대학들과 비교했을 때 보다 구체적이고 실증적인 분석이 가능했다.

이와 같은 이유로, 본 연구에서는 서경대학교를 국내 4년제 미용교육의 대표적인 사례로 선정하여 교육과정 구조와 특징을 분석하고, 그 결과를 바탕으로 K-뷰티 인재 양성을 위한 정규 교육기관의 개선 방향을 도출하고자 한다.

<표3-15> 서경대학교 미용예술학부 학과별 교육목표 및 교과목 구성예시

학과	내용	
코스메틱뷰티 매니지먼트학과	교육목표	- 창의적 문제 해결력과 기획력 강화 - 산업 맞춤형 실무경험과 네트워킹 확대 - 직업윤리와 사회적 책임감 함양
	교과목 구성	1학년 : 전공 기초 과목 Facial gromming, Aromachology, 피부과학, 화장품학 등 2학년 : 전공 발달 과정 뷰티웹디자인, 디지털뷰티콘텐츠, 향료학, 미용기기학, 기능성화장품, 화장품상품기획, 화장품 상품개발, Beauty design thinking 등 3학년 : 전공발달 및 심화 교육과정 코스메틱마케팅, 코스메틱브랜드매니지먼트, 뷰티광고홍보, 화장품 브랜드패키지디자인, 헤어스타일링, 모발과학, 네일미용 등 4학년 : 전공심화 교육과정 졸업 프로젝트, 코스케틱창업전략, Consumer behavior and trend forcasting 등
메이크업디자인 학과	교육목표	- 전문지식을 창의적으로 활용할 수 있는 인재 - 윤리적 소양을 갖춘 인재 - 소통능력의 실용적 가치를 갖춘 자기주도형 학습
	교과목 구성	1학년: 기초공통, 기초전공 교육과정 Basic Make-up, beauty illustration 등 2-3학년: 전공 심화 교육과정 Advanced Make-up, Media Make-up 등 4학년: 현장실무 교육과정 졸업작품, Final work, 뷰티서비스 커뮤니케이션, The Business of Freelance Makeup Artistry 등
헤어디자인학과	교육목표	- 창의적이고 창조적인 전문 미용인 - 안목을 갖춘 진취적 글로벌 리더 - 직업윤리, 용기, 실천력 겸비
	교과목 구성	1학년: 기초공통, 기초전공 교육과정 basic hair styling, cutting, coloring 등 2-3학년: 응용 전공, 전공 심화 교육과정 Advance hair styling, cutting, barbering 등 4학년: 현장실무 교육과정 Course of hair designer, Hair trend, 헤어융합프로젝트
대표 프로그램 및 특성화 방향	- 글로벌 브랜드 교육 연계: 해외 유명 브랜드와 연계한 교육 과정 제공으로 실무 감각과 브랜드 이해도 향상 - 실무 중심 실습 공간 제공: 실제 살롱 환경에서 실전 교육을 받을 수 있도록 실습 환경 제공, 학교 내 뷰티샵 운영 - 산업 맞춤형 프로젝트, 경진 대회 시행: 결과물 중심의 프로그램 운영 - 기획 및 마케팅 교육: 산업 역량을 길러주는 교육 진행 - 글로벌 뷰티 인증 프로그램: 시데스코 연계 교육 진행	

출처: 서경대학교. 전공 과목 이수체계 공시. https://eh.skuniv.ac.kr/ 에서 재구성(검색일 2025-10-19)

3) 4년제 정규 교육기관 진단 및 향후과제

① 전문성 희석 및 로드맵 부재: 4년제 대학의 교육과정은 여전히 기초 실기 교육의 비중이 높아, 전문 이론과 학문적 연구 교육의 깊이가 다소 희석되는 경향이 있다. 또한, 졸업 후 현장 실무가, 연구원, 교육자, 경영인 중 어느 방향의 인재를 양성할 것인지에 대한 학과의 명확한 로드맵이 부족할 경우,

학생들은 4년간의 시간 투자 대비 기대하는 전문성과 진로 방향성을 확보하기 어렵다.

② 산업 트렌드 반영의 시차: 뷰티 산업은 트랜드 변화 속도가 매우 빠르고 세분화되는 산업임에도 불구하고, 대학 교육과정의 경우 이러한 변화에 신속하게 대응하지 못하는 한계가 있다.

③ 융합 교육 체계 미흡: 예술·문화·경영·AI 등 타 분야와의 융합 시도는 이루어지고 있으나, 마이크로디그리 형태의 유연한 교육체계가 충분하게 구축되어 있지 않아 학생들이 융합 역량을 체계적으로 이수하기에는 아직 제약이 크다 할 수 있다.

④ 실무적용성의 한계: 이론 중심의 강의가 여전히 높은 비중을 차지하고 있어 학생들이 현장에서 즉시 활용 가능한 실무 능력을 충분히 축적하기 어렵다. 특히, 대학별 현장실습 규모와 질의 편차가 커 산업체와의 연계 강화 및 실습 교육의 내실화가 요구된다. 이러한 한계는 4년제 교육이 고급 인재 양성이라는 본래 목표를 달성하기 위해 반드시 보완해야 할 지점으로 평가된다.

다. 정규 교육기관_전문대학 과정[88][89]

1) 교육과정 운영 실태

2년제 대학의 뷰티 관련 교육과정은 직무 중심의 실무교육을 통해 산업 현장에 즉시 투입이 가능한 전문 기술인을 양성하는 데 중점을 두고 있다. 교육은 국가직무능력표준(NCS)에 기반하여 구성되며, 피부, 헤어, 메이크업, 네일 등 세부 전공별 직무기술을 체계적으로 학습할 수 있도록 설계되어 있다.

또한, 산학협력 프로그램 및 현장 실습을 병행하여 취업 경쟁력과 실무 적응력을 높이고, 졸업 후 산업체와의 연계 취업이 원활하게 이루어질 수 있도록 지원하고 있다. 이러한 실무 중심 교육체계는 단기간 내 기술 습득이 가능하다는 점에서 산업현장의 인력 수요에 즉각 대응할 수 있는 효율적인 구조로 평가된다.

2) 교육과정 운영사례_명지전문대학

본 연구에서는 2년제 정규 교육기관의 대표 사례로 명지전문대학 뷰티매니지먼트학과를 다음과 같은 이유로 선정하여 내용을 정리하였다.

88) 박춘란 (2019). NCS기반 2년제 뷰티미용과 교육과정 개편 연구 및 개편 교육과정에 대한 재학생의 만족도 연구 -C대 뷰티미용과를 중심으로-. 한국콘텐츠학회논문지, 19(8), 500-512

89) 박정원 (2017). 뷰티전공 대학생들의 삶의 만족도에 자아 탄력성, 사회적 지지, 자아 존중감이 미치는 영향 -삶의 질의 매개효과와 학년의 조절효과. 한국기초조형학회지, 18(5), 195-210.

① 수도권 기반 대표 미용전문대학: 명지전문대학은 서울·수도권에 위치한 미용 특성화 전문대학으로, 헤어·피부·메이크업·네일 등 주요 뷰티 전공을 모두 포괄하고 있어 2년제 미용교육의 전형적인 구조를 보여준다.

② NCS 및 실무 중심 교육체계 반영: 교육과정이 기초실습–전공심화–살롱 실무·포트폴리오 과목 등으로 구성되어 있어, NCS 기반 직무능력과 현장 실무 역량을 동시에 강화하는 2년제 교육 모델을 잘 대변한다.

③ 분야별 트랙 구성의 대표성: 스킨케어(스페셜케어 전공), 메이크업·네일 전공, 헤어 전공 등 세부 트랙을 운영하여, 현행 전문대 미용학과들이 채택하고 있는 '분야 세분화 + 실무 집중' 구조를 설명하기에 적합하다.

④ 산학연계 및 취업지향형 커리큘럼: 현장실습, 살롱 실무, 트렌드 뷰티 실습 등 산업체와 연계된 교과목 비중이 높아, 2년제 미용교육이 취업·창업 중심 인력양성을 목표로 한다는 점을 구체적으로 보여 줄 수 있다.

⑤ 4년제 사례(서경대학교)와의 비교 가능성: 이미 제시한 서경대학교 4년제 교육과정과 대비했을 때, 명지전문대학은 단기·실무집중형 2년제 모델을 대표하는 사례로서, 학제별 교육목표·과정 구성 차이를 비교·분석하기에 적합하다.

이와 같은 이유로, 명지전문대학 사례는 2년제 정규 교육기관의 특성과 장·단점을 분석할 경우, 오송국제K-뷰티아카데미 교육과정 설계 방향을 도출하는 데 유의미한 기준점을 제공한다. 해당 내용은 <표3-16>과 같다.

<표3-16> 명지전문대 뷰티매니지먼트학과 전공별 교과목 구성예시

학과	내용	
뷰티 매니지먼트학과	교육목표	- 전공분야 이론 및 실기능력을 바탕으로 창의적이고 봉사 정신을 갖춘 뷰티 전문인 양성 - 글로벌 시대에 기여할 지도자적 자질을 함양
	교과목 구성 (스킨케어 전공)	1학년: 피부미용학, 화장품학, 메디컬에스테틱기기, 살롱에스테틱, 왁싱 등 2학년: 아로마테라피&조향, 피부미용국가자격증, 미용의료코디네이터, CS교육, 트렌드뷰티케어 등
	교과목 구성 (메이크업 네일전공)	1학년: 기초메이크업네일케어실습, 무대공연기본메이크업, 네일국가자격증테크닉, 코스메틱브랜드실습 등 2학년: 네일아트작품, 메이크업아트작품, 바디페인팅, 특수분장, 메이크업현장세미나 등
	교과목 구성 (헤어전공)	1학년: 기초커트&드라이, 베이직샴푸, 베이직헤어컬러링, 아이롱실습, 업스타일테크닉 등 2학년: 어드벤스드커트, 뷰티컨텐츠제작, 미용진로취업설계, 실용업스타일, 헤어스타일연출 등

출처: 명지전문대학교. https://www.mjc.ac.kr 에서 재구성(검색일 2025-10-20)

3) 전문대 교육과정 진단 및 향후과제

① 전문성 확보의 어려움: 2년의 교육 기간 내에서 피부, 네일, 메이크업 등 다수의 공통 교육과정을 공유해야 하므로, 각 세부 전공의 전문성을 확보하기 어렵다.

② 표준화된 교육의 한계: NCS 기반의 표준화된 직무 중심 교육은 자격증 취득에는 용이하나, 창의성이나 능동적 문제해결 역량을 기르기에는 한계가 있다. 이에 따라 학습자의 개별 역량이나 차별화된 전문성 발현이 제한될 수 있다.

③ 만족도 및 장기비전 제시의 한계: 교육과정이 취업 후 지속 가능한 성장보다는 단기적인 현장 투입에 초점이 맞춰져있어, 학습자의 삶의 만족도 평균이 낮게 나타나고, 장기 성장 목표 제시가 미흡하다. 직업관과 진로 결정에 실질적 도움을 줄 수 있는 체계적 지도 및 관리가 부족하다는 한계가 존재하다.

라. 직업훈련기관[90][91][92]

1) 직업훈련기관 운영 실태

직업훈련기관은 단기간에 현장 투입이 가능한 실무형 인재 양성을 목표로 하며, 대학 교육에 비해 시간·비용 면에서 효율성이 높고 실습 비중이 큰 교육 구조를 갖추고 있다.

교육과정은 국가직무능력표준(NCS)을 기반으로 설계되며, 피부·헤어·네일·메이크업 등 세부 분야별 국가기술자격 취득을 위한 직무 중심 실무교육이 이루어진다. 산업 수요 변화에 따라 커리큘럼 개편이 비교적 용이하고, 반영구·속눈썹·디지털 뷰티기기 활용 등 최신 트렌드와 특화 기술을 신속하게 도입할 수 있다는 점도 특징이다.

최근 다수의 기관이 국비지원 직업훈련(국민내일배움카드, 국가기간·전략산업 직종훈련 등)을 중심으로 운영되면서, 청년층·경력단절자·재직자 등 다양한 계층이 저비용 또는 무상으로 교육에 참여할 수 있는 접근성이 크게 높아졌다.

국비과정은 취업 알선, 현장실습, 채용 연계형 과정과 결합되어 있는 경우가 많아 단기 취업 준비에 효과적이며, 일부 기관은 화장품 제조·마케팅·창업 과정

90) 김보경 등 (2022). 뷰티직업훈련기관 훈련생들의 만족도 및 추천의도에 영향을 미치는 구조적요인. 한국인체미용예술학회지, 23(4), 73-90.
91) 한국직업능력개발원(NCS). "국가직무능력표준(NCS) - 미용분야 직무정의 및 훈련기준." 서울, 2024.
92) HRD-Net(고용노동부). "NCS 기반 미용사 (피부/헤어/메이크업) 직업훈련과정 안내." 2025.

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

까지 확대하여 현장 실무 특강, 현장 견학, 산학 연계 프로젝트 등을 통해 수강생의 직무 적응력과 고용 가능성을 강화하고 있다.

이와 같이 직업훈련기관은 실무 능력 강화와 단기 취업을 중점으로 하는 현장 밀착형 인재 양성 거점으로 기능하고 있다.

2) 직업훈련기관의 한계와 보완 필요점

직업기관은 단기간 기술 습득에는 강점을 지니지만, 다음과 같은 구조적 한계를 안고 있다.

① 학문적 기반 및 원리 이해의 부족: 다수의 과정이 실기 위주로 편성되어 있어, 기술의 배경이 되는 해부생리 · 재료학 · 심리학 · 경영 등 이론적 · 학문적 토대를 충분히 다루지 못하는 경향이 있다. 이로 인해 수료 이후 새로운 기술이나 장비에 직면했을 때 응용·해석 능력이 제한될 수 있다.

② 기술 표준화 중심 교육에 따른 창의성 제약: 교육 목표가 주로 국가자격증 취득과 특정 기능 숙련에 맞춰져 있어, 학습자의 개성, 디자인 역량, 문제 해결력 등을 체계적으로 개발하기 어렵다. 결과적으로 현장에서는 비슷한 기술을 가진 인력이 다수 배출되지만, 차별화된 크리에이티브 인력을 키우기에는 한계가 있다.

③ 교육학적 전문성의 상대적 부족: 강사진이 현장 경력 중심으로 구성되는 장점이 있는 반면, 교수설계 · 평가 · 학습자 관리 등 교육학적 역량이 체계적으로 뒷받침되지 못하는 경우가 있다. 이로 인해 교육의 질이 기관 시스템보다는 개별 강사의 역량에 크게 의존하는 구조가 형성되기 쉽다.

④ 기술 편향과 트렌드 의존 위험: 트렌드 반영에는 비교적 빠르지만, 강사의 자기계발이 충분히 이루어지지 않을 경우 특정 살롱 스타일이나 한정된 유행 기술에 치우친 교육이 이루어질 수 있다. 이 경우 학습자는 보편적 직무역량보다는 특정 브랜드·시기·스타일에 편향된 기술만 습득할 위험이 있다.

⑤ 경력 확장성과 장기 성장 측면의 한계: 직업훈련기관은 단기 취업 및 이 · 재취업에는 효과적이나, 이후 교육자·경영자·연구자 등으로 경력을 확장하기 위한 학위 · 연구 경험 · 경영지식 등의 기반을 제공하는 데에는 한계가 있다. 이는 장기적인 커리어 설계 및 전문직으로의 성장 측면에서 보완이 필요한 지점이다.

마. 직능단체[93][94]

1) 협회 운영 실태

뷰티서비스 관련 협회는 산업 현장과 밀접한 실무 중심 교육과 전문 자격 인증 과정을 운영하며, 교육은 최신 트렌드, 신기술, 위생·안전 기준, 관련 법규 등을 빠르게 반영하며, 단기 집중형 실습 강좌를 통해 현장 직무 역량 강화를 지원한다.

국내 주요 협회는 분야별(헤어 · 피부 · 메이크업 · 네일 · 반영구 · 두피모발 등)로 각 협회별로 강사 및 지도자 과정, 경영자 과정, 전문가 과정 등을 구분 운영하고 있으며, 현직 종사자 또는 자격 취득자를 대상으로 직무 심화·갱신 교육을 제공한다.

또한, 미용기능경기대회, 산업전시회, 컨퍼런스, 세미나 등을 정기적으로 주최하여 회원 간 정보 교류, 최신 산업 동향 공유, 기술 네트워크 형성을 촉진하고 있다.

또한 일부 협회는 국제표준기구(CIDESCO 등)의 인증을 기반으로 국제 미용사 자격 취득 및 글로벌 역량 강화 프로그램을 운영하며,회원제 기반의 지속적인 보수교육 체계를 통해 전문성과 공신력 유지를 추구하고 있다. 이처럼 협회는 국가 및 산업계의 기술 표준화를 견인하고, 산학 간 연계를 통한 산업 전문인력 양성의 중추적 역할을 수행하고 있다.

2) 협회 한계점

① 이론 및 학문적 기반 부족: 실무 중심 위주로 운영되다 보니 기술 숙련도는 높으나, 이론적 체계성이나 학문적 심화 교육이 부족하다.
② 교육의 표준화 및 품질 관리 부족: 각 협회별로 교육 내용과 운영 방식이 상이하여, 교육 품질과 평가 기준의 일관성이 떨어진다. 협회 규모나 강사의 개인 역량에 따라 교육 수준 편차가 크게 나타난다.
③ 비용 부담 및 접근성 한계: 교육비와 자격검정비가 상대적으로 높게 책정되는 경우가 많으며, 지역별 교육 인프라가 불균형하여 일부 수강자는 접근성의 제약을 받는다.
④ 자격증·및 인증의 실질 효용성, 공신력 논란: 협회에서 발급하는 자격증이나 수료증이 실제 산업 현장이나 고용 시장에서 공식 자격으로 인정되지 않는 경우가 존재한다.

93) CIDESCO. Aesthetics Diploma Syllabus. Geneva: CIDESCO International, 2023.
94) Bronwyn Conroy College. CIDESCO Aesthetics Syllabus (800 hours minimum). Dublin, 2018.

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

⑤ 직종 간 연계성 부족: 면허로 분리된 직종간의 영업범위는 협회 교육이 내부 회원 중심으로 운영되는 구조가 되었다. 이런 현상으로 인하여 타 산업군과의 융합형 교육 및 산학 협력이 제한적이 되었다.

바. 뷰티 서비스산업 교육기관 비교

국내 뷰티 인재양성 체계는 산업체 아카데미, 대학(4년제 · 2년제), 직업훈련기관, 협회 등 다양한 주체가 병존하는 다층적 구조로 이루어져 있다. 각 기관은 교육 목표, 대상, 운영 방식, 성과가 서로 상이하며, 산업의 변화 속도와 직무 특성에 따라 서로 다른 강점과 한계를 드러낸다.

따라서 <표3-17>과 같이 기관별 역할과 교육 구조를 비교·분석하는 것은 오송국제K-뷰티아카데미와 같은 새로운 교육 모델을 설계하는 데 중요한 기초자료가 되므로, 국내 미용 인력양성 기관의 교육방향과 특징, 한계점을 체계적으로 정리하였다.

<표3-17> 미용 인력 양성 체계의 유형별 특징과 한계

구분	교육목표	교육대상	교육 방법	주요성과	한계점
산업체	현장 실무형 인재 양성 및 브랜드 경쟁력 강화	신입 직원, 현장 인턴	단계형 실무교육, 멘토링, 마케팅 · 매출관리 교육 병행	현장 적응력 강화, 서비스 품질 향상	브랜드 종속, 이론 미흡, 단기성과 중심
4년제 대학	학문 · 응용 · 융합 역량을 포함한 글로벌 고급 전문인력 양성	고등학교 졸업 이상, 전공심화형 학습자	8학기 체제, 기초교양-전공기초-전공심화-캡스톤·현장실습 단계형 교육	연구·교육·경영·브랜드 등 다양한 진로 확장 가능	실무 적응력 낮음, 산업 트렌드 반영 지연, 융합교육 미흡
2년제 전문대학	실무 중심의 기술형 전문인재 양성	실무형·취업지향형 학습자	실습 위주 NCS 기반 교육, 단기 집중형 실무 커리큘럼	높은 취업률, 자격증 취득 중심	전공 세분화 부족, 학문적 심화 미흡, 장기 비전 제시 한계
직업 훈련기관	단기 취업 및 자격증 취득 중심의 실무 인력 양성	청년층, 경력단절자, 실직자 등	정부 지원 NCS 기반 실습 교육, 단기(3~6개월) 집중 과정	자격 취득률·취업률 높음, 최신 트렌드 반영 빠름	교육 품질 편차, 창의성 제약, 학문적 기반 부족
협회	전문 자격 인증 및 기술 표준화, 산업 내 공신력 강화	현직 종사자, 지도자, 기술 숙련자	단기 집중형 실무강좌, 세미나, 자격검정, 국제 인증 병행	전문성 · 공신력 확보, 산업 네트워크 강화	교육 품질 불균등, 비용 부담, 자격 공신력 편차

사. 교육기관 비교를 통한 시사점

국내 뷰티서비스산업의 교육기관은 다층적으로 운영되고 있어 교육의 목표와 역할은 상이하지만, 산업 내 인재 양성과 전문성 제고라는 공통된 목적을 지니고 있다. 각 기관의 운영 특성과 한계를 비교함으로써 향후 뷰티서비스 교육기관이 나아가야 할 방향을 도출하고자 한다.

1) 시사점

① 교육체계의 분절성과 표준화 부재: 기관별로 교육목표와 운영방식이 달라 일관성이 부족하다. 국가 차원의 통합 인증 및 학점, 자격 상호 인정 시스템 구축이 필요하다.

② 학문-실무 연계성 강화: 대학은 이론 중심, 산업체 및 훈련기관은 실무 중심으로 편향되어 있다. 이를 해소하기 위해 이론과 실무를 결합한 융복합형 교육모델과 산학협력, 현장실습의 내실화가 요구된다.

③ 지속가능한 인재 양성 체계 미비: 단기 취업 중심의 교육 구조는 장기 성장과 창의성 개발에 한계가 있다. 교육-취업-창업-연구로 이어지는 경력개발형 순환 교육 시스템 구축을 통해 지속 가능한 인재 양성이 필요하다.

④ 산업 트렌드 반영 및 융합 교육 강화: 뷰티산업은 변화 속도가 빠르지만, 교육과정의 트렌드 반영은 상대적으로 느리다. AI, 디지털마케팅, K-뷰티 글로벌 등 신산업 분야와 연계한 융합형 교과 설계를 강화할 필요가 있다.

⑤ 기관 간 협력 네트워크 구축: 기관 간 역할이 분절되어 인재 순환이 원활하지 않다. 공공기관 중심의 산학협력, 자격인정, 교육연계 통합 플랫폼을 구축하여 상호보완적 교육체계를 마련해야 한다.

4. 수요자 조사 결과 분석 (설문조사, 심층면담, 통계자료 등)

가. 수요도 조사 목적

본 설문조사는 오송 K-뷰티아카데미 설립 및 운영을 위한 기초자료를 확보하기 위해 수행되었다. 구체적인 목적은 다음과 같다.

① 미용 교육 현황 및 만족도 파악: 현재 미용 분야 전공자 및 종사자들이 경험하고 있는 교육과정의 만족도와 한계를 분석하고자 하였다.

② 재교육 수요 및 선호도 분석: 추가 교육 필요성, 희망 교육 분야, 선호 수업 형태·기간·인원·규모 등 구체적인 재교육 수요를 파악하고자 하였다.

③ 교육 프로그램 개선 및 신규 교육 과정 설계 방향 도출: 실무 중심·트랜드 기반·창업/경영 교육 등 향후 K-뷰티 특화 교육 프로그램에 반영해야 할 핵심 요소를 도출하고, 커리큘럼 설계의 근거를 마련하고자 하였다.

④ 미용 교육 정책 수립을 위한 실증 자료 확보: 미용 인재 양성 정책, 재교육 지원 제도, K-뷰티 산업 육성 전략 등에 활용 가능한 실증 데이터를 제공하는 것을 목표로 하였다.

나. 조사 개요

1) 조사 기간 및 대상

① 조사 기간: 2025년 11월 12일 ~ 11월 24일

② 조사 대상 및 표본 수: 한국인 192명 / 중국인 75명 / 일본인 4명 / 총 271명의 미용 전공 학생, 졸업생, 산업체 종사자를 대상으로 조사하였다.

③ 조사 대상군: - 미용 관련 학과 재학생 및 휴학생 - 미용 분야 졸업 후 취업 준비생 - 미용 산업체(헤어, 피부, 메이크업, 네일, 병·의원 등) 종사자

2) 조사 방법

① 조사 방식: 온라인 설문조사

② 문항 구성

- 인구통계학적 특성(성별, 연령, 경력, 전공, 소속 등)
- 기존 교육 경험 및 만족도
- 추가 교육 필요성 및 희망 교육 분야
- 선호 교육 형태(기간, 인원, 운영 방식 등)
- 수강료 및 지원정책 인식
- 향후 아카데미 참여 의향 및 인증 선호도 등

③ 분석방법

- 기술통계 분석: 빈도, 비율, 평균을 활용하여 문항별 응답 분포를 파악하였다.
- 집단 간 비교 분석: 한국인 응답자를 중심으로 재학생/휴학생 vs 산업체 종사자, 경력 연차, 연령대(20대 vs 30대)에 따른 차이를 비교하였다.
- 국가별 비교 분석: 한국인과 중국인 응답자의 특성을 비교하여, 향후 국내·해외 교육 프로그램 차별화 방향을 검토하였다.

3) 응답자 인구통계학적 특성

(1) 한국인 응답자 특성(총 192명)

① 성별 및 연령: 여성 82.3%, 20대 72.4% → 젊은·여성 중심 수요
② 현재 소속 및 상황: 현업 종사자 76.6%, 경력 1-3년 51% → 초·중급자 비중 높음
③ 전공 및 담당 분야: 헤어 85% > 피부 8% → 헤어 중심 교육수요 확실
④ 경력 및 자격증 보유 현황: 경력 1~3년 51%, 자격증 평균 2.1개 보유 → 초급에서 중급으로 성장하는 단계, 자격 보유 보편화
⑤ 최종 목표 및 진로 희망: 샵·창업 65% > 강사 35% > 화장품기업 20%

(1) 중국인 응답자 특성(총 75명)

① 성별 및 연령:
② 현재 소속 및 상황: 재학생, 휴학생 97.3% → 예비 인력 중심
③ 전공 및 담당 분야: 헤어 85% > 피부 8% → 헤어 중심 교육수요 확실
④ 경력 및 자격증 보유 현황: 무경험 51%, 1년 미만 28%, 자격증 미보유 81% → 자격취득 지원 필요
⑤ 최종 목표 및 진로 희망: 에스테틱 60.8% > 메디컬뷰티 51.4% > 창업 47.3% > 화장품회사 29.7%

다. 주요 조사 결과

(1) 한국인 응답자 특성(총 192명)

① 교육과정 인식 및 학습경험

항목	긍정응답	해석 요약
이론 교육 평가	73%	기본학습 기여 높음
실습 교육 평가	72%	이론 대비 소폭 낮음
자격 취득 및 진로 지원	62.5%	개선 여지 있음
시설·장비 수준	63%	대체로 긍정
실습 인원 적정성	58.9%	소규모 운영 유리(10명 내외)
교수 역량 & 피드백	76.6%	강사 전문성, 피드백 우수
실무 도움	73%	실무 현장 연결 강화 필요
자발적 학습 수준	62.5%	학습 의욕 높음

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

② 재교육(직무교육) 수요 및 선호 형태

항목	결과
재교육 필요성	81.2%, 재교육 수요가 매우 높음
재교육 분야	**실무기술 78.6%** > 경영·마케팅·서비스 45.3% > 수익·고객 확보 28.1% **실무 중심 교육에 대한 수요 명확**
재교육 기대효과	**전문성 86.5%** > 트렌드 62% > 취·창업 38.5% > 네트워크 기회 18.2%
수업 형태	**단기 워크숍 51% > 주 1회 37.5%**
교육 기관	대학·전문대 66.7% > 협회·단체 21.9% 공신력 있는 기관에 대한 신뢰도가 높음
교육 인원	10명 이내 58.3%, 소규모 선호
교육 기간	1~2개월 27.1%, 단기~중기 교육 선호
교육 시간대	평일 주간 62.5% > 평일 야간 18.8% > 유연 운영 10.4% > 주간 8.3%
수강료	무료 73.9% > 10만원 이하 51% 정부 지원 교육에 대한 수요가 높음

③ 아카데미 참여 의향 및 교육운영형태 선호도

항목	선호도
운영 방식	오프라인 실습 78.6% > 이론+실습 62.5% > 현장 견학·워크숍 38.5%
교육 품질 요소	강사 전문성 82.8% > 교육내용 실용성 68.2% > 교육 비용 42.7%
강사 유형	현장 실무 전문가 78.1% > 교육 전문강사 42.7% > 유명 아티스트 38.5%
참여 의향	교육생 참여 86.5% / 교수자 참여 62.5%
인증 형태	국가 민간자격증 56.3%
거주 지역 분포	수도권 95%

(2) 중국인 응답자 특성(총 75명)

① 교육과정 인식 및 학습경험

항목	결과
이론 실습 비율	적정 70.3%
교육 효과성	전문지식 학습 만족도 4.1/5 기술 습득 만족도 4.0/5 자격증 민 진로 만족도 4.2/5
시설·장비 수준	긍정 81.1%
교수 역량 & 피드백	교수 실무 경력 및 교육능력 4.3/5 피드백 도움 4.2/5 실무도움 4.1/5

② 재교육(직무교육) 수요 및 선호 형태

항목	결과
재교육 필요성	85.1%, 한국인보다 높음
재교육 분야	실무기술 70.3% > 경영·마케팅·서비스 37.8% > 창업 43.2% > 자격증 심화 33.8%
재교육 기대효과	전문성 74.3% > 취·창업 64.9% > 트렌드 29.7%
수업 형태	2주1회 43.2% > 단기 워크숍 33.8%
교육 기관	대학·전문대 > 직업전문학교 > 협회
교육 인원	10명 이내 64.9%, 소규모 선호
교육 기간	1주일 이내 > 1~2개월 과정 > 1~2일, 고르게 분포
교육 시간대	평일 주간 78.4% > 유연 운영 16.2%
수강료	무료 가장 선호

③ 아카데미 참여 의향 및 교육운영형태 선호도

항목	선호도
운영 방식	오프라인 실습 64.9% > 이론+실습 56.8% > 현장 견학·워크숍 24.3%
교육 품질 요소	교육내용 실용성 82.6% > 교강사 전문성 50.6% > 인증 활용도 46.6%
강사 유형	현장 실무 전문가 70.1% > 대학 교수/연구원 51.4% > 해외 연수 경험자 37.8%
참여 의향	교육생 참여 90.5% / 교수자 참여 47+43%
인증 형태	글로벌 연합 인증서 78.4%
거주 지역 분포	수도권 98.6%

라. 집단 간 비교 분석

(1) 재학생 vs 산업체 종사자

① 교육 만족도

항목	재학생/휴학생	산업체 종사자	차이
이론 실습 비율	72.5%	66%	학생이 더 긍정적
전문 지식 습득	75%	72.1%	큰 차이 없음
기술 습득	70%	72.8%	현업 실무 효용
진로 설계 도움	57.5%	64%	실무자 체감효과

② 재교육 필요성 인식

실무종사자 집단이 재학생보다 재교육 필요성이 더 높음

직무 변화,트랜드 대응 니즈 → 재직자 중심 업스킬링 프로그램 적합

③ 교육 필요 분야

항목	재학생/휴학생	산업체 종사자
최신 실무 기술	72.5%	80.3%
자격증 심화	35%	32%
경영·마케팅	32.5%	49%
취·창업	27.5%	34%
수익·고객 확보	–	32%

두 집단 모두 실무 기술이 최우선, 산업체 종사자는 경영, 마케팅, 수익창출에 관심이 높음

④ 선호 수업 형태 & 기간

항목	재학생/휴학생	산업체 종사자	결론
수업 형태	단기 42.5%	단기 53.7%	실무자는 단기형 더 선호
	지속 40%	지속 36.7%	
교육 기간	중장기 선호	1주, 1~2개월	빠른 결과형 프로세스 필요
수강료	무료, 저비용 선호	일정 비용 지불 가능	가격 다층화 필요

(2) 경력·연령·자격별 수요 차이

① 경력 단계에 따른 관심 분야

경력	우선 니즈
0~1년	최신 기술 + 자격
1~3년	최신 기술 + 경영
4~7년	경영 + 수익
8년 +	지도 능력 + 창업

경력 상승 – 기술 → 경영 → 지도·창업으로 수요 이동

② 연령대별 선호

항목	20대	30대 이상
수업 형태	단기형 54%	지속형 46%
방식	실무 중심 81.3%	이론+실습 68%
정원	10명 이하 60.4%	10~15명 44%
비용	무료 선호 76.3%	10~30만원 42%

③ 자격증 보유량에 따른 교육 의지

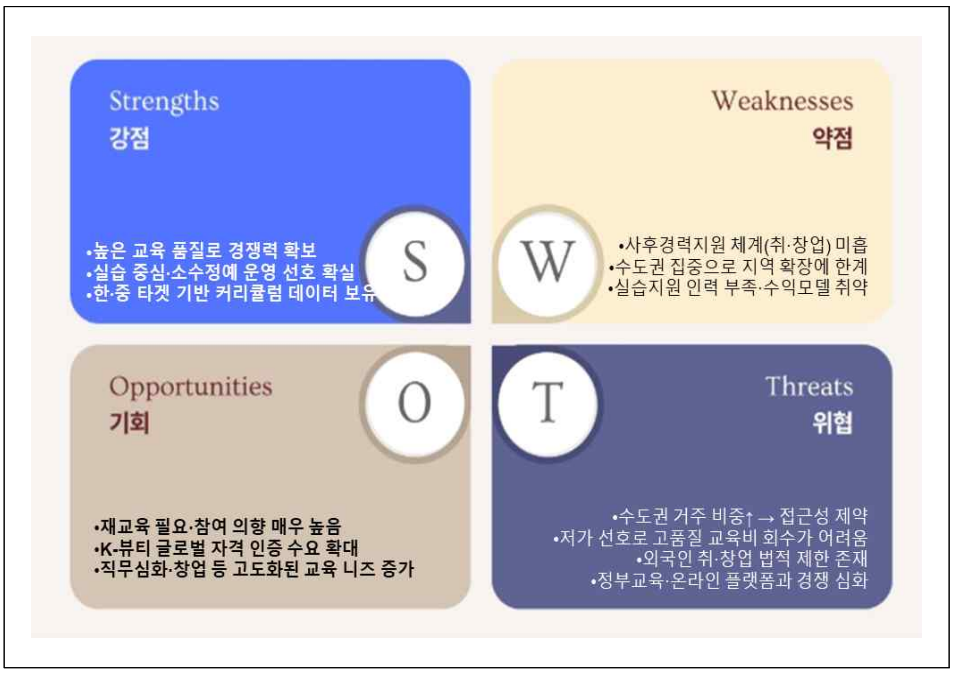
자격증 多 보유자일수록 추가 교육 수요가 높으며, 평생학습 및 업스킬 욕구가 강함

5. SWOT 분석 및 시사점

가. SWOT 분석

본 연구의 수요자 조사 결과를 기반으로 미용 교육과정 운영 및 아카데미 구축 가능성을 검토한 결과, <그림3-3>과 같은 강점(S), 약점(W), 기회(O), 위협(T)이 도출되었다.

<그림 3-3> 수요자 조사 결과 기반의 SWOT분석



(1) Strength

① 검증된 교육 품질: 교수진 역량 및 피드백 만족도가 76~78%로 높게 나타나, 경쟁력 있는 교육 퀄리티 보장이 가능하다.
② 실무 최적화 설계: 실습 중심 교육(70% 이상)과 소수 정예(10명 내외) 운영에 대한 선호도가 뚜렷하게 확인되어 집중도 높은 교육 운영이 가능하다.
③ 타겟별 데이터 및 교육 노하우: 한국/중국 타겟별 선호 커리큘럼(실무/창업/자격증)에 대한 명확한 데이터와 설계 방향성을 보유하고 있다.

(2) Weakness

① 사후 관리 시스템 미흡: 교육 내용의 실무 활용도는 긍정적(73%)이나, 진로·취업·창업으로 이어지는 연계 지원 만족도는 62.5%로 상대적으로 낮게 나타나, 교육 종료 후의 '경력 확장' 설계가 부족하다.
② 인프라 확장성의 한계: 수도권 거주자 위주의 데이터 및 운영 기반으로, 타 지역 확장 시 네트워크나 거점이 부족하다.
③ 실습 환경 및 수익 모델의 취약성: 실습 인원 적정성 만족도(58.9%)가 낮아 보조 인력 충원이 시급하나, 저가 선호 성향으로 인해 고비용 구조를 감당할 수익 모델 수립에 어려움이 있다.

(3) Opportunity

① 견고한 수요 기반 확보: 설문 결과, 재교육 필요성(한국 81.2%, 중국 85.1%)과 교육 참여 의향(86.5%~90.5%)이 매우 높게 나타나, 프로그램 운영을 위한 잠재 고객층이 안정적으로 확보되어 있다.
② 글로벌 자격 시장의 블루오션: 중국 학생들은 자격증 미보유자 비율(81%)이 높고 글로벌 인증 선호도가 높으므로 'K-뷰티 자격 인증 및 유학생 유치 기회'가 확대되고 있다.
③ 교육 니즈의 고도화: 단순 자격 취득을 넘어 '직무 심화'와 '창업' 등 구체적인 목적형 교육 수요가 증가함에 따라, 세분화된 전문 과정 런칭 시 시장 선점이 가능하다.

(4) Threat

① 지리적 접근성 제약: 잠재 수요층의 95% 이상이 수도권에 거주하고 있어, 접근성이나 교통비가 진입 장벽으로 작용할 가능성이 있다.

② 수익성 악화 리스크: 무료/저가 교육을 선호하는 시장 특성은 운영비, 시설 투자, 우수 강사 확보 등 퀄리티 유지를 위한 비용 투입을 어렵게 하여 장기적인 성장을 저해할 수 있다.

③ 취업 및 창업의 법적 제한: 외국인의 경우 미용 자격증을 취득하더라도 비자 종류에 따라 국내 취업이나 창업이 제한되는 경우가 많다.

④ 치열한 경쟁과 대체재: 이미 활성화된 온/오프라인 플랫폼 및 정부 무료 교육이 있어 차별화 전략이 필요하다.

나. SWOT 전략

(1) SO 전략

전략	실행방향	기대효과
글로벌 K-뷰티 캠프	높은 수요+실습강점 → 단기 합숙형 교육 상품화	오송 체류 유도 및 단기간 고수익 창출
엘리스 소수정예 클래스	10명 내외 집중 교육 → 고난도 기술 전수	프리미엄 이미지 구축
AI 스마트 뷰티 융합	뷰티 기술+ AI 활용 교육	차별화 교육
멘탈력 뷰티코칭	멘탈력 + 뷰티코칭	차별화 교육

(2) WO 전략

전략	실행방향	기대효과
졸업 후 케어	진로지원 약점 → 창업 또는 국내 샵 취업	취업/창업 연계 미흡 해소
실전 비지니스	단순 기술 교육 → 고객 응대/마케팅/매출관리 실전 교육	실무 역량 부족 해소
ON & OFF 교육	이론(ZOOM)+실습(오송) 병행	수도권 거주자의 접근성 한계 극복

(3) ST 전략

전략	실행방향	기대효과
강사 인증제	강사 인증 및 성과제 도입	강사 품질 확보
B2B/B2G 교육 모델	기업·병원· 파트너십 B2B 공급	가격 민감도 회피
오송 바이오 뷰티 산업 연계	실무 교육 + 오송 화장품 공장 결합	오송 차별화 포인트 제공

(4) WT 전략

전략	실행방향	기대효과
K-뷰티 디지털 노마드	뷰티 숏폼/ 라이브 커머스 교육 병행	온라인 창업/ 마케터 진로 확장
단계별 스킬 인증제	세부 기술별 자체 인증서 발급	단계별 성취감 부여 및 중도 이탈 방지

다. 시사점

본 연구는 한중 미용 전공자 및 실무자를 대상으로 한 조사를 통해 K-뷰티 재교육의 필요성과 성공 가능성을 확인하였다. 80% 이상의 높은 재교육 필요성과 90%의 참여 의향을 보여 잠재 수요는 견고한 것으로 나타났다.

특히'실습 중심, 단기 집중, 10명 소수 정예' 방식을 일관되게 선호하였으며, 이는 기존 장기·이론 중심 교육에서 벗어나 '현장 밀착형 부트캠프'모델로의 전환이 필수적임을 시사한다.

그러나 수요의 수도권 편중과 외국인 취업 비자 제한이라는 현실 장벽 또한 확인되었다. 따라서 본 아카데미의 성공은 단순한 교육을 제공하는 것을 넘어, 지리적 한계를 극복할 콘텐츠와 제도적 한계를 우회할 창업/글로벌 인증 솔루션을 얼마나 잘 결합하느냐에 달려 있다.

라. 향후 전략적 제언

(1) 오송 기반 '블렌디드 몰입형' 실습 부트캠프 구축

- 구조모델: 기존의 통학형 교육 한계를 극복하기 위해 온라인 이론 선행 학습 + 오프라인 집중 실습이 결합된 블렌디드 모델 도입.
- 콘텐츠: 단순 기능 교육을 넘어 헤어·메이크업·의상·촬영 등을 아우르는 'K-뷰티 토탈 코디네이션' 프로젝트를 시그니처 과정으로 운영하여, 화보 콘셉트를 기획하고 포트폴리오까지 완성하는 하이엔드 실무 역량 배양.
- 운영 방식: 1~3 단기 워크숍과 4~8주 프로젝트 심화 과정을 병행하여 현업 종사자와 학생층의 수요를 동시에 충족.

(2) 타켓별 니즈를 타격하는 '투트랙(Two-Track)' 전략

○ Track A: 현장 전문가 대상 '업스킬링 및 경영 솔루션'
- 국내: 정체된 매출과 기술의 한계를 돌파할 수 있도록 트렌드 기술 교육 뿐만 아니라 매장 진단(재무, 마케팅) 및 1:1 경영 컨설팅을 결합한 재도약 프로그램 제공.
- 해외: K-뷰티 스타일링을 배우고자 하는 수요에 맞춰, 글로벌 연수 프로그램과 연계한 다국어 실습 및 취업, 창업 루트 지원.

○ Track B: 교강사 대상 '티쳐스 트레이닝'
- 현장 실무자보다 트렌드 업그레이드와 교수법 교육이 시급한 강사 집중 공략.
- 최신 트렌드 강의법, 커리큘럼 설계, 평가 피드백 스킬을 전수하고 수료증을 제공하여 교육 전문가로서의 권위 강화.

(3) AI·디지털을 이용한 '스마트 뷰티' 역량 강화

○ 방향성: 마케팅, 상담 효율화 도구로서의 AI 활용 능력 배양.

○ 주요 교육: 생성형 AI를 활용한 고객 스타일 시뮬레이션(상담용), 홍보 영상 및 이미지 자동 생성(마케팅용)등 현장 커뮤니케이션과 브랜딩에 적용 가능한 교육 선도.

(4) 지속 가능한 성장을 위한 '인증 표준화 허브' 선점

○ 역할 정의: 파편화된 민간 기업, SNS 교육과 경쟁하는 것이 아니라, 이들을 검증하고 표준화하는 상위 플랫폼 허브로서의 위상 정립.

○ 인증 체계: '도지사 명의 수료증 → 아카데미 자체 인증 → 국가 국제 공동 인증'로 이어지는 다층형 인증체계를 설립하여 교육 이수자의 경력 개발 로드맵 제시.

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

04 K-뷰티아카데미
운영전략 및 지속 가능성 방안

1. 인프라 활용 및 확충 방안 ····· 87
2. 교육콘텐츠 혁신 전략 ····· 91
3. 디지털 기반 활용 ····· 95
4. 운영 리스크 및 대응방안 ····· 97
5. 핵심전략 제언 ····· 103

Ⅳ K-뷰티아카데미 운영전략 및 지속 가능성 방안

1. 인프라 활용 및 확충 방안

가. 교육시설 인프라

1) 인프라 활용 및 확충 방안

(1) K-뷰티 토탈 코디네이션 실습존

○ 헤어·피부·메이크업·네일을 분리된 공간이 아니라,“룩(LOOK) 단위”로 통합 코디네이션이 가능한 실습존으로 설계
- ex) 아이돌·컬렉션·영상 콘셉트를 정해 하나의 모델을 대상으로 헤어·메이크업·네일·스타일링을 동시에 완성하는 구조.

○ 수업은 10명 내외 소수 정예로 운영하여, 1명당 1모델 또는 2인1조 실습이 가능하도록 장비·베드·의자를 구성

(2) 스킨·헤어 사이언스 연구실(Research Lab)

○ 오송의 바이오·메디컬 인프라와 연계하여 피부장벽·두피·모발·성분·기기 효과를 다루는 응용 연구형 교육공간을 구축
- 안티에이징, 문제성 피부 관리, 메디컬뷰티 연계 프로그램 등을 개발
- 교육자·고급 재직자를 위한 심화 과정 및 연구 프로젝트형 교육을 운영

(3) 스마트 강의실(Smart Classroom)

○ 온라인 이론 + 오프라인 실습을 전제로 설계된 강의실로, 전자칠판, 자동 녹화·스트리밍 시스템, 다국어 자막 지원 환경을 갖춤

○ 국내 재직자·학생뿐 아니라 해외 학습자도 온라인으로 선행 학습 후, 오송 현장에 와서 집중 부트캠프·프로젝트에 참여하는 구조를 지원

(4) 디지털 콘텐츠 제작 스튜디오(Content Studio)

○ 숏폼·튜토리얼·강의 콘텐츠·라이브커머스 연습까지 가능한멀티미디어 스튜디오를 구축

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

○ 주요 활용

- 재직자·소상공인의 브랜딩·마케팅 콘텐츠 제작 실습
- 교육자의 강의콘텐츠·온라인 교육 영상 제작
- 외국인 대상 다국어 온라인 K-뷰티 과정 촬영

이를 통해 K-뷰티아카데미를 "오프라인 실습 + 온라인 콘텐츠 생산"을 동시에 하는 허브로 만듬

세부 과제	주요 전략 및 실행 방안	비고 (K-Beauty & Digitalization)
실습실, 연구실, 스마트 강의실, 디지털 콘텐츠 제작 스튜디오	[실습실] • 각 뷰티 분야별(헤어, 피부, 메이크업, 네일) 트렌드를 반영한 모듈형 실습 공간 구축. • 특히 뷰티 디바이스 및 코스메슈티컬 활용 교육을 위한 첨단 장비 도입.	• K-Trend Lab: K-Pop 스타일링, 특수 분장 등 한류 특화 교육을 위한 전문 실습 공간 마련.
	[연구실] • K-뷰티 원료(천연물 등 오송 특화 자원) 및 제형 연구를 위한 소규모 제조 실습실(Micro-Lab) 설치.	• 콘텐츠 스튜디오: 온라인 하이브리드 교육 및 국제 마케팅용 고화질 디지털 콘텐츠(강의, 시연, 트렌드 분석)를 자체 제작할 수 있는 스튜디오 확보.
	[스마트 강의실] • 실시간 쌍방향 소통 및 원격 교육이 가능한 클라우드 기반 스마트 강의 시스템 도입.	• VR/AR 교육 인프라: VR HMD (Head Mounted Display)를 활용한 시뮬레이션 실습 환경 구축 공간 마련.

나. 산업체 연계 인프라

1) 산학협력 공간, 기업 실습관, 공동 연구소

(1) 산학협력 라운지(Industry Collaboration Lounge)

○ 미용실, 피부·두피 클리닉, 네일숍, 화장품·미용기기 기업, 플랫폼 회사 등이상 시 드나들 수 있는 오픈형 협업 공간을 조성함

○ 브랜드 세미나, 신제품 시연, 채용 설명회, 현장 컨설팅, FGI(집단 인터뷰) 등을 진행하여 현장 수요-교육-연구를 실시간으로 연결함

(2) 기업 실습관(Brand & Clinic Training Studio)

○ K-뷰티 대표 화장품 브랜드, 메디컬뷰티 병·의원, 미용기기 회사와 협력해 "오송 공식 인증 브랜드 교육"을 운영함

○ 기존 파편화된 브랜드 교육을 K-뷰티아카데미의 품질 기준·커리큘럼 체계 안으로 편입해 이를 통해 기업은 교육 품질과 공신력을 얻고, 학습자는 브랜드별 심화 기술 + 공식 이수증을 동시에 확보함

(3) 오송 뷰티·바이오·메디컬 공동 연구소

○ 지역 특성을 살려, 오송의 제약·바이오·의료·화장품 기업과 함께
○ 문제성 피부·두피 관리
○ 기능성 화장품과 시술의 연계
○ 뷰티서비스와 헬스케어의 융합 모델을 연구함

이러한 연구 결과를

○ 교육콘텐츠(고급 재교육 과정, 외국인 심화 과정)
○ 정책 제안
○ 지역 산업 프로젝트로 다시 환류시키며 "연구-교육-산업-정책"을 묶는 플랫폼 역할을 수행함

세부 과제	주요 전략 및 실행 방안	비고 (Osong Cluster Integration)
산학협력 공간, 기업 실습관, 공동 연구소	[산학협력 공간] • 오송 뷰티 엑스포 참여 기업 및 충북 지역 화장품 제조사와의 정례적인 기술 교류를 위한 Co-Working Space 제공.	• **입주 기업 연계:** 아카데미 내에 소규모 뷰티 스타트업 또는 인디 브랜드의 팝업형 '기업 실습관'을 유치하여 교육생들이 실제 시장의 속도와 트렌드를 경험하도록 지원.
	[공동 연구소] • 오송첨단의료산업진흥재단 및 식약처 등 국책기관 인근의 이점을 활용, 'K-뷰티 안전성 및 효능 공동 연구소'를 설립하여 교육생 및 재직자에게 연구 참여 기회를 제공.	• **현장형 PBL 연계:** 산업체 수요 맞춤형 문제 해결 프로젝트(PBL)를 수행할 수 있도록 연구 및 실습 인프라를 상시 개방.

나. 국제 교류 인프라

1) 해외 자매학교·국제 컨퍼런스 참여 네트워크

(1) 글로벌 파트너십 네트워크

○ 중국, 일본, 동남아, 중동, 유럽 등 K-뷰티 수요가 높은 국가의 미용대학·전문학교와 MOU를 체결하고

○ 단기 K-뷰티 캠프
○ 1학기 연수
○ 1년 글로벌 마스터 과정 등을 운영

(2) 국제행사·대회 연계

○ K-뷰티 Expo, 국제 뷰티·코스메틱 박람회, 뷰티 콘테스트 등과 연계해 수료생들이 참가·시연·작품 발표를 경험하는"글로벌 쇼케이스 루트"를 제공

(3) 글로벌 인증·공동 수료증 체계

○ 해외 파트너와 공동으로
○ Joint Certificate
○ 공동 포트폴리오 심사
○ 국제 심사위원 양성 과정 등을 개발함

결과적으로 오송 국제K-뷰티아카데미를 "한국에서 배우고 세계에서 통하는 K-뷰티 교육 브랜드"로 포지셔닝함

세부 과제	주요 전략 및 실행 방안	비고 (Global Standard)
해외 자매학교·국제 컨퍼런스 참여 네트워크	[자매학교 네트워크] • 유럽(프랑스, 이탈리아), 북미, 아시아(일본, 태국, 베트남) 지역의 명문 뷰티 교육기관 및 대학과 MOU를 체결하고 복수 학위, 학점 교류 프로그램을 운영.	• **글로벌 인턴십/해외 취업:** KOTRA, 중소벤처기업진흥공단 등과 협력하여 교육 수료생을 대상으로 K-뷰티 기업의 해외 지사 인턴십 및 취업 지원 프로그램 마련.
	[국제 컨퍼런스 참여] • 오송 뷰티 엑스포와 연계하여 아카데미 주관의 국제 뷰티 트렌드 세미나 또는 컨퍼런스를 매년 개최하고, 해외 자매학교의 교수 및 학생을 초청하여 교류 활성화.	• **국제 표준 교육**: 국제 자격증(CIDESCO 등) 취득을 목표로 하는 교육 과정 운영 및 평가 기준 도입.

2. 교육콘텐츠 혁신 전략

가. 커리큘럼 차별화 : K-뷰티 특화 교육과정 (메이크업, 헤어, 피부, 네일 + 한류문화 융합)

1) K-뷰티 토탈 코디네이션 마스터 과정

○ 헤어·메이크업·네일·스타일링·촬영을 하나의 프로젝트로 통합해, 아이돌·드라마·컬렉션·SNS 룩을 완성하는 시그니처 과정으로 설계함

○ 이 과정은
- 국내 재직자에게는 "트렌드·업스킬링 과정",
- 외국인에게는 "K-뷰티 정체성을 체험하는 플래그십 과정"

2) 경력·진로 단계별 모듈 시스템

○ 기초-심화-전문-강사 양성으로 이어지는 4단계 모듈을 설계함

○ 기초: 실무 입문, 기본 테크닉·위생·기본 상담.

○ 심화: 응용 디자인, 문제 해결형 테크닉, 실제 고객 케이스 기반.

○ 전문: 특정 분야(두피, 트리콜로지, 메디컬뷰티, K-아이돌 메이크업 등) 집중 과정.

○ 강사: 교수법, 커리큘럼 설계, 평가, 콘텐츠 제작, 국제 교육 역량.

3) 한류문화 융합 모듈

○ K-팝, 드라마, 뷰티 인플루언서 트렌드를 소재로

○ 룩 분석 → 디자인 기획 → 실습 → 촬영 → SNS 게시까지 이어지는 완결형 커리큘럼을 구성함

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

세부 과제	주요 전략 및 실행 방안	비고 (K-Culture Fusion)
K-Beauty 특화 교육 과정 (메이크업, 헤어, 피부, 네일 + 한류문화 융합)	[K-트렌드 코스] •]K-Pop 아이돌 메이크업, K-Drama 속 스타일링, 한국 미의 기준(Korean Beauty Standard)에 대한 문화적 이해를 포함한 융합형 교육 과정 필수 도입.	• **퍼스널 브랜딩:** 뷰티 전문가로서의 소셜 미디어 활용, 디지털 콘텐츠 기획 및 제작 능력을 배양하는 'K-뷰티 인플루언서 마케팅' 과정 신설.
	[코스메슈티컬 및 디바이스 교육] • 오송 클러스터의 강점을 활용하여, 단순 시술을 넘어 화장품 성분(Ingredients) 및 뷰티 디바이스 활용법에 대한 심도 있는 이론 및 실습 과정 추가.	• **재직자 특화:** 현직 종사자의 경우, 최신 기술 및 경영 트렌드(샵 운영, 고객 관리 솔루션) 재교육 비중 확대.

나. PBL · 프로젝트형 학습 : 현장 기반 문제 해결형 수업 사례 제시

1) 살롱 경영·재도약 프로젝트(PBL)

○ PBL 과정은 결과물 중심이 아닌 과정 중심 평가를 원칙으로 하며, 문제 인식-정보수집-계획수립-계획확정-과제실행 및 발표-평가 · 성찰 · 피드백 등 전 단계에 걸쳐 형식 및 내용에 대한 전문가의 피드백 제공

○ 프로젝트(문제상황)는 실제 연계 산업체를 대상으로 다음과 같은 경영 · 운영 요소를 종합적으로 분석하고 개선안을 제안

- 서비스 콘셉트 및 메뉴 구성
- 가격 전략 및 고객 타깃 설정
- SNS 및 디지털 마케팅 전략 수립
- 온라인 예약 · 고객관리 시스템 설계
- 인력 운영 및 서비스 동선 개선 방안

○ 최종 산출물은 보고서, 발표 자료, 포트폴리오 형태로 정리되어 수료 이후 취업 · 창업 · 경력 개발에 활용이 가능하도록 연계함

○ 오송 국제 K-뷰티아카데미의 PBL은 단기 기술 습득을 넘어 표준 · 안전 · 품질 · 경영을 통합한 공공성 기반 프로젝트형 학습으로 운영

○ 이를 통해 교육생은 미용 기술자를 넘어 산업 구조와 시장 흐름을 이해하는 K-뷰티 전문 인재로 성장가능

2) K-뷰티 코디네이션 포트폴리오 프로젝트

○ 팀당 하나의 콘셉트를 정해

○ 모델 섭외 → 헤어·메이크업·네일·스타일링 → 촬영·편집 → 작품 발표까지 수행하는 완전 프로젝트형 수업을 시그니처로 함

3) 교육자용 티처스 트레이닝 PBL

○ 강의안 설계·샘플 강의·동료 평가·AI 기반 피드백을 포함한"Teach the Teacher" 프로젝트를 운영하여 기술중심이 아닌 가르치는 역량 중심의 PBL을 운영 국내외 미용교육자의 표준화 및 국제화를 동시에 달성

○ 교육자 대상 티처스 트레이닝 PBL 운영 프로세스는

① 문제 인식 및 과제 제시
② 강의안 재설계(PBL 기반)
③ 샘플 강의 시연(Micro Teaching)
④ 동료 평가 및 전문가 피드백
⑤ AI 기반 수업 분석 및 피드백
⑥ 강의 개선·포트폴리오 구축
⑦ 성과 공유 및 인증

○ 국내외 미용교육자·트레이너의 역량을 체계적으로 끌어올림

세부 과제	주요 전략 및 실행 방안	비고 (Field-Based Learning)
현장 기반 문제 해결형 수업 사례 제시	[산학연계 프로젝트] • 지역 중소 뷰티 기업의 신제품 개발 과정(품평, 마케팅 전략 수립)에 교육생이 직접 참여하여 현장 기반의 문제 해결 능력을 함양.	• **캡스톤 디자인:** 수료 직전, 팀별로 '해외 특정 시장(예: 할랄 시장) 맞춤형 K-뷰티 서비스/제품 기획' 프로젝트를 수행하고, 오송 엑스포 등에서 발표 및 평가.
	[고객 솔루션 프로젝트] • 실제 고객(국내외 유학생, 오송 지역 주민 등)을 대상으로 퍼스널 컬러 진단, 피부 분석 후 맞춤형 솔루션을 제안하고 서비스 만족도를 평가하는 실전형 수업 운영.	• **현장 실습 의무화:** 취업 교육생의 경우, 협약된 뷰티 살롱 및 기업에서의 현장 실습 시간을 필수 이수 요건으로 설정.

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

다. 자격·인증 연계

1) 국제 자격증, 민간 인증, 글로벌 스탠다드 반영

(1) 3단계 인증체계(Region-Academy-Global)

○ 1단계: 도지사 명 수료증(지역·정책적 공신력)

○ 2단계: 오송 국제K-뷰티아카데미 'K-Beauty Professional Certificate'

○ 3단계: 국가등록 민간자격, 국제 공동 인증(CIDESCO 등과의 연계)

(2) 인증 + 경력 로드맵 연계

○ 각 수료·자격 단계별로

○ 국내 취업

○ 해외 취업·연수

○ 창업

○ 교육자·트레이너 등 다양한 경력 경로를 제시하여 평생학습 루트를 설계

세부 과제	주요 전략 및 실행 방안	비고 (Quality Assurance)
국제 자격증, 민간 인증, 글로벌 스탠다드 반영	[국제 자격 연계] • CIDESCO(국제 뷰티 테라피스트), • ITEC 등 국제 미용 자격증 시험을 위한 특별반을 개설하고, 아카데미를 시험장 또는 교육 기관으로 인증받아 교육의 국제적 신뢰도 제고.	• **K-뷰티 산업 인증:** (사)K-뷰티산업협회 등 국내 공신력 있는 기관과의 연계를 통해 교육 수료 시 'K-뷰티 전문가 인증서'를 발급하여 취업 경쟁력 강화.
	[글로벌 표준 반영] • EU CPNP, FDA 등 주요 국가의 화장품 규제 및 위생 표준에 대한 이해 교육을 필수 포함하여, 글로벌 뷰티 산업 종사자로서의 윤리 및 법규 준수 역량을 강화.	• **마이크로 디그리:** 재직자를 위한 단기 전문 과정(예: 두피 관리 마스터, 비건 뷰티 컨설턴트) 수료 시, 별도의 마이크로 디그리 인증서 발급.

3. 디지털 기반 활용

가. 스마트 러닝 플랫폼

1) 온라인·오프라인 하이브리드 교육 시스템

(1) 블렌디드 몰입형 부트캠프 구조

○ 온라인(이론·트렌드·기초 실습 설명) + 오프라인(집중 실습·프로젝트) 병행.

○ 수도권·지방·해외 학습자 모두가 지리적 제한 없이 오송 국제K-뷰티 아카데미 과정에 접근할 수 있도록 함

(2) 학습 이력·포트폴리오 디지털 아카이브

○ 수강 이력·실습 기록·포트폴리오를 모두 플랫폼에서 관리해 학습자 개인의 커리어 패스·역량맵을 시각화·관리함

세부 과제	주요 전략 및 실행 방안	비고 (Hybrid Learning)
온라인·오프라인 하이브리드 교육 시스템	**[통합 플랫폼 구축]** • 학습 관리 시스템(LMS)과 실시간 화상 강의 시스템을 통합한 'K-Beauty Smart Campus' 플랫폼 구축. 이론 교육은 온라인(VOD/실시간 스트리밍)으로, 고난이도 기술 실습은 오프라인에서 진행하는 블렌디드 러닝 모델 정립.	• **접근성 확보:** 해외 학습자 및 재직자의 시간/공간 제약을 해소하기 위해 24시간 접근 가능한 멀티 디바이스 환경 구축.
	[상호작용 극대화] • 온라인 강의 시 퀴즈, 토론, 실시간 질의응답 기능을 강화하고, 오프라인 실습 후에는 디지털 플랫폼을 통해 개별 피드백 제공.	• **AI 튜터링 연계:** 플랫폼 내 학습 데이터(진도율, 퀴즈 성적, 접속 시간)를 AI 분석 시스템에 연동하여 맞춤형 학습 경로를 추천.

나. VR·AR 실습 시뮬레이션

1) 메이크업/헤어/피부 시술 체험형 콘텐츠 개발

(1) VR 살롱·클리닉 실습

실제 살롱·피부관리실의 고객 응대·서비스 플로우를 VR 환경에서 미리 훈련함으로써 현장 입문 전 실전 감각을 키움

(2) AR 스타일 시뮬레이션

고객 얼굴·헤어 사진에 다양한 스타일을AR로 입혀보며 상담·제안 연습을 하는 디지털 상담 훈련 모듈을 개발함

세부 과제	주요 전략 및 실행 방안	비고 (Immersive Practice)
메이크업/헤어/피부 시술 체험형 콘텐츠 개발	[AR 메이크업 튜토리얼] • Perfect Corp.의 YouCam 등 상용 AR 기술을 활용하거나 자체 개발하여, 다양한 인종 및 얼굴형에 맞는 K-Beauty 메이크업 스타일링 시뮬레이션 콘텐츠 개발.	• **시술 안전 교육:** 피부 관리(레이저, 마사지) 및 반영구 화장 등 위험도가 높은 실습에 VR 시뮬레이션을 우선 적용하여 교육생의 숙련도와 안전성을 동시에 확보.
	[헤어 스타일링 시뮬레이터] • 교육생이 가상 모델에 다양한 K-Trend 헤어 스타일링(커트, 펌, 염색)을 시도하고 결과를 즉각적으로 확인할 수 있는 3D 기반 시뮬레이터 도입.	• **반복 학습 지원:** 시뮬레이션 콘텐츠를 플랫폼에 탑재하여 교육생이 시간 제약 없이 무한 반복 학습 가능하도록 지원.

다. AI 기반 맞춤형 교육

1)학습분석(Learning Analytics), AI 튜터링 시스템

(1) 학습분석 기반 맞춤형 커리큘럼 추천

개인별 이수 모듈·실습 평가·포트폴리오 수준을 AI가 분석해다음에 수강해야 할 과정을 추천하는 개인 맞춤형 교육 경로를 제시함

(2) AI 튜터·상담 도입

용어 설명, 스타일 레퍼런스 제안, 상담 스크립트, 마케팅 문구 작성 등AI가 실시간으로 도와주는 학습·업무 보조 환경을 구축함

(3) 스마트 뷰티·디지털 노마드 트랙

AI 이미지·영상 생성, 숏폼·라이브커머스, SNS 운영 법 등을 별도의 교육 트랙으로 운영해 “온라인 기반 K-뷰티 창업·마케터·크리에이터”를 양성

세부 과제	주요 전략 및 실행 방안	비고 (Personalization & Efficiency)
학습분석(Learning Analytics), AI 튜터링 시스템	[AI 학습 분석] • 교육생별 학습 데이터(온라인 강의 수강 패턴, 실습 평가 결과, 자격증 모의고사 점수 등)를 분석하여 강점 및 약점을 정확히 진단하는 Learning Analytics 시스템 구축.	• **맞춤형 경로 추천:** 분석 결과를 바탕으로, 재직자에게는 트렌드 단기 특강을, 신규 교육생에게는 기초 실습 보강을 추천하는 AI 튜터링 시스템 운영.
	[취업 연계] • AI 기반으로 교육생의 강점과 희망 직무를 분석하고, 협약 기업의 인재상 및 필요 역량에 매칭하여 취업 성공률을 높이는 시스템 도입.	• **글로벌 고객 데이터 활용:** 해외 유학생을 대상으로 해당 국가의 뷰티 트렌드 및 스타일링 특성을 AI로 분석하여 교육 과정에 반영.

4. 운영 리스크 및 대응방안

오송국제 K-뷰티 아카데미의 운영 안정성을 저해할 수 있는 주요 리스크를 재정·수요·운영·기술·경쟁환경 관점에서 종합 정리하고, 이를 운영모델 자체에 내장하는 방식으로 대응전략과 출구전략을 제시한다. 특히 본 사업은 '교육기관 간 경쟁' 구도가 아니라, 교육 제공 주체(대학·학원·관광형 과정 등)가 달라도 역량 기준으로 평가·검증·인증을 수행하는 상위 플랫폼(Global Skill-Standard Hub)으로 포지셔닝함으로써 가격경쟁·단기기술 경쟁을 구조적으로 회피한다.

또한 '마이크로-크레덴셜(소규모 자격, 수료 인증)'은 4~8주 등 모듈 단위 실기·프로젝트·포트폴리오 심사를 통과한 학습자에게 부여하는 배지/인증으로 정의하며, 'PBL'은 강의 중심이 아니라 현장 과제와 성과물(포트폴리오·프로젝트 결과)중심으로 학습·평가하는 방식으로 운영한다.
아울러 운영 확장 전략은 대학 대상 서비스(B2U), 기업·브랜드·기관 위탁(B2B), 지자체·공공 공모·위탁(B2G)을 병행하고, 국제대회·포럼·심사·컨퍼런스(행사)와 교육·평가·인증을 결합한 MICE형 고급교육으로 고부가화를 지향한다.

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

가. 재정·재원 리스크

(1) 리스크 요인: 재원 변동 및 수익구조 편중

○ 지자체·공공재원 중심(단년도 사업 중심) 구조가 고착될 경우, 정책·예산 변동에 따라 과정 운영이 불안정해질 수 있다.

○ 수익이 교육비에 과도하게 의존하면, 단기·저가 과정 확산 등 경쟁 심화 시 매출 급락 가능성이 커진다(교육비 경쟁 프레임에 휘말릴 위험).

(2) 대응방안: 혼합 재정 + 수익 다각화

○ 혼합 재정 구조를 기본형으로 설계한다. 즉 공공재원(지자체 등)과 자체수익(유료 과정, 국제연수, B2B 위탁교육, 브랜드 세미나, MICE형 행사)을 결합하여 정부지원 변동 리스크를 분산한다.

○ 자체수익은 '공공성을 저해하지 않는 범위'에서 단계적으로 다각화한다. 구체적으로 (1) 단기 전문가 과정(Master Class) 및 기업 위탁교육, (2) 주말·비수기 시설(첨단 실습실·스튜디오) 교육목적 대관, (3) 해외 종사자·바이어 대상 1~2주 유료 집중연수, (4) 지역 뷰티기업·협회와의 파트너십을 통한 연구·기자재·장학금 형태의 협찬을 병행한다.

○ 공공연수·법정(또는 준법정) 재교육은 공공 단가·우대체계 적용 등 공공성 장치를 내재화하고, 국제연수·B2B·인증/심사·콘텐츠 라이선스 등 수익사업과는 회계·성과를 분리 관리하여 공공성 훼손 논란을 사전에 차단한다(운영규정에 반영).

(3) 지역 기반 재원 안정화 포인트

○ 중앙부처 통로에만 의존하지 않고, 충청북도·청주시 등 지자체와의 정책 연계 및 예산 확보 통로를 다변화한다.

○ 오송 바이오 기업, K-뷰티 기업·협회 등과 공동사업·기금 조성을 통해 민간 자립 기반을 강화하여 재원 충격을 완화한다.

나. 수요·모집 리스크

(1) 리스크 요인: 입지·시장 구조·국제수요 변동

○ 수도권 중심 수요 구조(교육시장 집중)와 오송의 물리적 접근성 한계는 상시적인 모집 리스크로 작동할 수 있다.

○ 해외 단기 수요는 환율·항공·비자·에이전시 채널 등 외생변수의 영향을 크게 받으며, 관광형 체험상품이 대중화될수록 교육과정이 대체될 위험이 커진다.

○ 온라인 플랫폼 확대로 이론·트렌드 영역이 '저비용/무료화'될 경우, 오프라인 실습만으로 과정 가치가 축소될 수 있다.

(2) 대응방안: 유입-전환-완주 구조로 모집 리스크 분산

○ 온라인 선행학습(입문/이론/트렌드) → 오송 집중 실습·평가·촬영(포트폴리오)로 이어지는 하이브리드 운영을 기본값으로 하여, 지역 한계를 '완주형 부트캠프'로 전환한다.

○ 모집 메시지는 '체험 관광'이 아니라 커리어형 교육(역량증명·포트폴리오·인증)으로 고정한다. 단기 과정이라도 평가·과제·포트폴리오·인증을 포함해 단순 체험과 차원을 분리한다(관광 대체 불가능 구조).

○ 국내 모집은 '현업·현장'(재직자·원장·실장·강사 재교육)을 기본값으로 하고, 지자체·협회·공공기관과 연계한 공공연수(현장 필수 영역: 위생·안전·소비자보호·분쟁예방·디지털 역량 등)를 연간 캘린더로 상시화하여 기본 수요를 확보한다.

다. 운영·품질 리스크

(1) 리스크 요인: 인력 수급, 품질 편차, 확장 시 운영 난이도

○ 실무 마스터(현장형)와 디지털(AI·XR·콘텐츠) 역량을 동시에 갖춘 복합형 강사 수급이 제한적이며, 유명 강사 쏠림은 강사비 상승·품질 변동을 유발할 수 있다.

○ 과정이 확대될수록 평가 기준이 느슨해지거나 기관·강사별 편차가 커질 경우, 인증/수료의 신뢰가 훼손될 수 있다(상위 플랫폼 모델의 근간 약화).

(2) 대응방안: '강사-평가-품질보증'의 표준화로 품질 고정

○ 강사진 운영은 산업체 마스터 + 대학/전문가 + 디지털·AI 전문가의 3중 구조로 역할을 분업하고, 내부적으로 티처스 트레이닝(강사 양성)과 강사 인증제를 운영하여 예비 강사 풀을 상시 확보한다.

○ 품질은 '교육내용'이 아니라 평가·검증 체계(루브릭·포트폴리오·현장평가)로 고정한다. 즉 PBL 성과물 기반 평가를 표준화하고, 최종 인증 심사는 오송이 수행하여 확장 시에도 신뢰를 유지한다.

○ 학원·대학·관광사 등 외부 채널이 교육을 일부 수행하더라도, 오송이 표준 커리큘럼·평가도구·콘텐츠를 제공하고 최종 인증을 담당하는 방식(B2U/B2B 라이선싱)으로 '잠식'을 '확장'으로 전환한다.

(3) 성과·리스크 통합관리: KPI 기반 상시 점검

○ 성과관리는 "모집-운영-수료-사후성과-수익" 전 과정을 지표로 연결하고, 교육성과(학습·만족·재참여) + 사업성과(매출·대관·B2B) + 파급성과(취·창업·글로벌·지역기여)의 3축으로 관리한다.

○ 운영 프로세스는 월간(과정 운영지표 점검)-분기(KPI 대시보드 리뷰 및 운영위원회 보고)-반기(과정 포트폴리오 조정)-연간(종합 성과평가 및 차년도 목표 재설정)으로 순환형 체계를 고정한다.

라. 기술·플랫폼 리스크

(1) 리스크 요인: 디지털 유지관리, 보안·개인정보, 콘텐츠 컴플라이언스

○ LMS·AI 분석·XR 실습 등 디지털 시스템 도입 이후 유지관리 부담이 증가하고, 장애 발생 시 교육 중단 위험이 존재한다.

○ 개인정보·저작권·콘텐츠 유통 등 컴플라이언스 리스크가 확대되며, AI·디지털 콘텐츠 활용이 늘어날수록 준수범위가 복잡해진다.

(2) 대응방안: 클라우드 기반 + 전담/외주 + 정기 감사

○ 교육 플랫폼(LMS), 콘텐츠·데이터는 공공/민간 클라우드 기반으로 운영하고, 전문 IT업체와 유지보수 계약을 통해 내부 기술부담을 최소화한다. 디지털 콘텐츠 개발·시스템 유지보수를 전담할 IT 전문 인력(또는 아웃소싱)을 지정하고, 매년 외부 전문기관을 통한 보안·기능 감사를 의무화한다.

마. 경쟁·시장 잠식 리스크 및 대응·출구전략

(1) 리스크 진단: 대학·미용직업훈련기관·관광업체

○ 오송국제 K-뷰티아카데미 운영 과정에서는 기존 교육·관광 주체와의 경쟁에 따른 시장 잠식 리스크가 예상된다. 우선 대학은 학위·브랜드·비자 연계 측면에서 구조적 우위를 보유하고 있으며, 최근 수도권 대학과 평생교육원을 중심으로 단기 실습형 과정이 대량 개설되고 있어 잠재적 고위험 요인으로 작용한다.

○ 미용직업훈련기관의 경우 '단기완성·단기합격' 중심의 마케팅, 유명 강사 중심의 콘텐츠 집중, 온라인·혼합형 교육 확장 등을 통해 가격 탄력성이 높은 시장을 빠르게 흡수하고 있다.
특히 이미 국비지원 직업훈련 과정을 통해 입직자 교육과 재직자 재교육 시장을 선점하고 있어, 공공 재정 기반 교육 수요의 상당 부분이 직업훈련기관 중심으로 고착화된 상태이다.
여기에 해외 수강생을 대상으로 한 2~4주 단기 인증 상품이 난립할 경우, 오송국제 K-뷰티 아카데미의 글로벌 과정이 가격 경쟁에 노출될 가능성도 존재한다.

○ 또한 관광업계는 1~7일 체험형 프로그램을 교육·문화·관광 패키지로 구성하고, 항공·숙박·통역·SNS 채널을 선점함으로써 교육 수요를 체험 수요로 대체할 위험성을 내포하고 있다. 이에 따라 교육과 관광의 경계가 모호해지는 시장 환경 속에서 오송 아카데미의 교육적 정체성과 차별화 전략이 중요하게 요구된다.

(2) 대응전략: 차별화 포인트 설계

오송국제 K-뷰티아카데미는 대학·미용학원·관광상품과의 직접 경쟁을 지양하고, 역할 전환과 구조적 분업을 통해 차별화된 위치를 확립한다.

○ 대학과는 경쟁이 아닌 B2U(Business to University) 모델로 전환하여, 교·강사 재교육, PBL 교수법, AI 기반 평가·포트폴리오 시스템을 제공하는 교육 인프라 공급자로 기능한다.

○ 미용직업훈련기관과는 가격 경쟁을 회피하고, 강사 인증·품질 보증·고급 트랙 설계를 통해 학원의 상위 교육 수요를 흡수하는 프리미엄 인증 허브 역할을 수행한다.

○ 관광업체는 경쟁자가 아니라 모객 파트너로 통제한다. 3~5일 캠프라도 평가·과제·포트폴리오·인증을 포함하여 단순 체험과 구분하고, 성과지표(KPI)를 관광사(참가자수·체류일수)와 오송(수료율·역량점수·재등록률)로 분리하여 수익배분을 성과연동 구조로 설계한다.

(3) 출구전략

○ 수익 안정형 출구전략
교육 수익이 안정화될 경우, B2B·B2U 비중을 확대하고 자격·라이선스·콘텐츠 구독 모델 중심으로 운영 구조를 전환한다.

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

○ 정책 연계형 출구전략

국가·지자체 정책사업과의 연계 비중이 높아질 경우, 아카데미를 공공 교육 플랫폼 성격으로 전환하여 직접 운영 부담을 축소한다.

○ 축소 운영형 출구전략

수요 감소 시, 직접 교육 운영을 최소화하고 평가·인증·강사 검증 기능만 유지하는 슬림형 운영 모델로 단계적 축소를 추진한다.

○ 전환형 출구전략

시장 환경 변화 시, 교육기관이 아닌 글로벌 K-뷰티 교육 표준·인증 플랫폼으로 기능을 전환하여 지속성을 확보한다.

<표4-10> 리스크-대응 전략

리스크 요인	주요 내용	대응 전략	KPI 관리 지표
대학 경쟁	학위·비자·정부사업 선점	B2U 전환, 교수·강사 재교육 패키지 제공	대학 계약 수, B2U 매출 비중
직업훈련기관 잠식	국비교육·단기합격 시장 선점	가격 경쟁 회피, 강사 인증·QA 모델 구축	인증 강사 수, 학원 제휴 수
관광상품 대체	체험형 교육 상품 확산	교육·체험 분리, 평가·인증 중심 운영	인증 수료율, 재등록률
가격 경쟁 심화	저가·무료 교육 확산	프리미엄·글로벌 인증 포지셔닝	평균 수강료, 해외 수강생 비율
운영 리스크	고정비·인력 부담	단계별 축소·전환 출구전략	고정비 비율, 손익분기점

바. 거버넌스·조직 리스크

○ 초기에는 원장/본부장을 중심으로 운영하고, 교육운영·마케팅·행정은 소수 전담 인력으로 시작한다.

○ 안정기에는 연구·품질·정책과 디지털·콘텐츠 기능을 독립 조직으로 확대해, 인증·국제연수·온라인 교육 등 신규 기능이 기존 운영을 압박하지 않도록 분리·전문화한다.

○ 운영위원회는 지자체-대학-산업체-협회-해외 파트너가 참여하는 다자 거버넌스로 구성해 재정·사업·성과(KPI) 점검과 과정 개편등 주요 의사결정을 수행한다.

종합하면, 오송국제 K-뷰티 아카데미의 운영 리스크는

① 재원 변동과 수익구조 편중
② 입지·수요 구조와 국제수요 변동
③ 인력 수급·품질 편차 및 확장 난이도
④ 디지털 시스템 유지관리와 컴플라이언스
⑤ 대학·학원·관광업체의 단기과정 확산에 따른 시장 잠식 위험

으로 구성된다. 이에 대한 대응은 혼합 재정과 수익 다각화, 하이브리드·PBL 기반 운영 및 평가·검증 표준(루브릭/포트폴리오)의 고정, KPI 기반 상시 성과·리스크 점검, 클라우드·정기 감사 중심의 기술 안정화, 그리고 Global Skill-Standard Hub로서의 상위 인증 플랫폼화 및 '역량검증기관' 전환 출구전략 내재화로 귀결된다.

5. 핵심전략 제언

오송국제 K-뷰티아카데미는 단순한 뷰티 교육기관을 넘어, K-뷰티 산업의 글로벌 경쟁력을 이끌어갈 디지털 융합형 인재 양성 허브로 기능해야 한다. 이를 위한 핵심 전략은 '오송 클러스터 연계'및 '디지털 기반의 국제화'에 있다.

가. 핵심 제언 요약

1) 수익 창출 기반 국제화

재정적 지속 가능성을 위해 해외 유료 연수 프로그램 및 기업 위탁 교육을 통한 수익 다각화에 집중해야 함

2) AI/AR 기반의 실습 표준화

고가 장비 및 재료 소모 문제를 최소화하고 교육 효과를 극대화하기 위해 VR/AR 시뮬레이션을 표준 실습 콘텐츠로 적극 도입해야 함

3) K-Culture 융합 특화

기존 뷰티 학원과의 차별성을 위해 K-Pop/K-Trend 스타일링, 코스메슈티컬 제조 등 K-문화와 과학기술이 융합된 특화된 재교육 커리큘럼을 개발해야 함

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

4) 정책적 건의 사항

○ 중앙-지방 연계 지원 강화: 오송 지역의 바이오 클러스터 인프라를 활용할 수 있도록 관련 정부 부처(산업부, 복지부)와 충청북도 간의 교육-연구-산업 연계 지원 사업 예산을 우선적으로 배정

○ 글로벌 인재 유치 지원: 해외 유학생 유치를 위한 비자 및 체류 지원 정책을 마련하고, 아카데미의 국제 자격 인증 취득을 위한 행정적 지원을 강화해야 함

○ 디지털 전환 촉진: 교육 시스템의 클라우드 전환 및 AI 학습 분석 플랫폼 구축을 위한 초기 투자 및 기술 지원을 최우선적으로 시행하여 교육의 디지털 전환을 가속화해야 함

05 K-뷰티아카데미 설립 및 운영 모델 제안

1. K-뷰티아카데미 비전 및 목표 ····· 106
2. 운영모델제안 ····· 110
3. 조직 구조 및 기능 ····· 118
4. 재원 조달 및 운영 방안 ····· 121
5. 단계별 추진 로드맵 ····· 122
6. 성과관리 체계 ····· 124
7. 수탁기관 선정기준 ····· 126

V K-뷰티아카데미 설립 및 운영 모델 제안

1. K-뷰티아카데미 비전 및 목표

비전: "오송을 거점으로 한 글로벌 K-뷰티 직업교육 허브,

숙련을 넘어 ' AI기반 미용분야 혁신 인재'를 양성하는 K-뷰티아카데미"

오송국제 K-뷰티아카데미는 국내 재교육 기능을 유지하되, 본 용역의 핵심 타깃을 해외연수생(단기·중기 체류형)으로 설정한다. 이에 따라 교육 포트폴리오는 'K-Beauty 기술' 단독 제공을 넘어 K-Culture(콘텐츠·스타일·소비문화) 융합형 과정으로 재편하고, 국제 수요에 맞춘 패키지형 상품(교육+평가·인증+투어·네트워킹)을 기본 단위로 설계한다.

가. K-뷰티아카데미 중장기 목표

앞서 수행한 환경·수요 분석 및 설문조사 결과를 바탕으로 K-뷰티아카데미의 중장기 목표를 다음과 같이 설정한다.

1) K-뷰티 융합인재 양성 거점 구축

헤어·피부·메이크업·네일 등 분야별 전문 기술과 서비스 커뮤니케이션, 경영·창업, AI 활용 역량을 통합한 융합형 직업교육 과정을 기본과정으로 한다.

대부분의 과정은 다음에 제시하는 것과 같이 NCS 기반 모듈과 PBL·프로젝트 수업을 결합해, 수료생이 현장에서 즉시 활용 가능한 실무 역량과 문제해결 능력을 함께 갖추도록 한다.

① 헤어미용 대표과정: K-Pop/아이돌 룩 디자인(커트·컬러·스타일링) + 촬영/포트폴리오 + 살롱 운영 노하우 등을 포함한 과정

- NCS(국가직무능력표준)를 기반으로 한 한국형 표준 커트 메커니즘과 모발 과학 이론 정립과정
- AI 두피·모발 분석 시스템을 활용하여 과학적 진단 데이터를 추출하고, 이를 기반으로 고객별 맞춤형 케어 솔루션 및 시술 레시피를 설계하는 디지털 상담 기법 습득과정
- PBL(Problem-Based Learning): 특정 K-Culture 테마(뮤직비디오, 시상식 컨셉 등)를 부여받아 연수생이 직접 헤어 디자인을 기획하고 모델에게 구현하는 팀/개인 프로젝트 수행과정

- 전문 스튜디오에서 완성된 작품을 촬영하여 SNS 마케팅, 글로벌 취업, 창업 포트폴리오로 활용 가능한 디지털 헤어 룩북(Look-book) 완성과정
- 한국형 프리미엄 살롱의 선진적 고객 관리(CRM) 시스템, 예약-상담-시술-사후 관리로 이어지는 K-Service Standard 운영 매뉴얼 과정
- 최종 성과 발표회(Hair Show 및 포트폴리오 전시)를 개최하고, 국내 유명 살롱, 헤어디자이 및 교육자들과의 네트워킹을 통한 산업 현장 매칭 프로그램

② 피부미용 대표과정: K-Skincare 프로토콜 + 고객상담·동의서·안전 + 코스메슈티컬 이해 과정

- AI진단 기반 맞춤형 관리: AI 분석기를 통해 도출된 데이터에 맞춰 오송 특화 앰플 및 솔루션을 1:1로 매칭하는 한국형 프리미엄 관리 과정
- 바이오 특허 소재 활용: 오오송 바이오 특허 성분을 이해하고, 코스메슈티컬 제품과 기기를 결합한 전문 시술 기법 전수 과정
- 고객 상담 및 동의서: 한국형 프리미엄 살롱의 상담 프로세스 및 법적·윤리적 안전을 보장하는 표준 동의서 작성 및 고객 응대 교육
- 위생 및 AI 윤리: 공공 아카데미로서의 신뢰성을 확보하기 위해 엄격한 위생·안전 교육과 함께 디지털/AI 기술 활용 시 지켜야 할 윤리 교육
- 임상 포트폴리오 제작: 시술 전·후 변화를 데이터·영상으로 기록해 해외 현장에서 즉시 활용 가능한 디지털 임상 룩북 구축 과정
- K-Culture 투어: 오송 바이오 단지 견학 및 한국의 랜드마크 방문을 통해 K-뷰티의 산업적 기반과 문화적 배경을 동시에 체험과정
- 외면과 내면의 통합 케어 (Holistic Beauty): 피부 개선과 함께 심리·스트레스 요인을 고려한 '심리-피부학' 기반 통합 케어 교육
- 오송만의 독점적 인증: 바이오 특허 기반 물질 솔루션과 멘탈 코칭을 결합한 '오송 에스테 스탠다드' 독점 인증 과정

③ 메이크업 대표과정: K-Pop 무대/방송 메이크업 + 컬러·조명 대응 + "Before/After 콘텐츠 제작" 제시

- AI 기반 퍼스널 비주얼 큐레이션: AI 기술을 활용하여 퍼스널 컬러 및 얼굴 골격을 분석하고, 최적의 K-Pop 아이돌 메이크업 룩 도출과정
- 글로벌 K-뷰티 트렌드 실전 테크닉: '글래스 스킨', '속광 베이스', '탕후루 립',

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

'가닥 속눈썹' 등 최신 K-뷰티 트렌드를 NCS 표준 기술과 융합는 실전 기법 마스터 과정

- 미디어 최적화 필터리스 메이크업: 4K/8K 카메라 및 무대 조명에 완벽히 대응하는 '필터리스' 및 '글로우 컨트롤' 피부 표현 과정
- K-Pop 퍼포먼스 메이크업 전문 기술: 격렬한 무대 활동에도 완벽히 유지되는 고정 기술과 조명에 따른 컬러 믹싱 기법
- 변신 숏폼 콘텐츠 기획 및 제작: 드라마틱한 Before/After 영상 제작 능력과 글로벌 플랫폼(틱톡, 인스타그램) 편집 기법 교육
- 디지털 룩북 제작 및 퍼스널 브랜딩: 뷰티전문 포토에게 룩북 제작 기법을 배워 자신만의 룩북을 제작하고, K-뷰티 전문가로서의 퍼스널 브랜딩 전략을 구축하는 과정
- 오송 인증 K-뷰티 멘탈 코칭: MTQ(정신력 지수) 기반의 심리 코칭 기법을 전수하고, 독점적인 'K-뷰티 멘탈 코치'자격과정
- K-뷰티 비즈니스 리더십 및 살롱 매니지먼트: 데이터 기반 고객 관리, AI 응대 시뮬레이션 등을 통해 효율적인 살롱 운영 및 비즈니스 리더십 과정
- K-뷰티 산업 현장 견학 및 네트워킹: 국내 유명 샵, 뷰티 페스티벌 등 산업 현장을 견학하고 전문가들과 교류하는네트워킹 프로그램
- 산·학·연 융합 K-뷰티 부트캠프: 대학, 산업체, 인플루언서 연계 교육을 통해 실전 경쟁력과 현장 밀착형 인사이트 체험과정

④ 네일미용 대표과정: K-Trend(시즌·컬러·텍스처) + 위생·안전 + 살롱 메뉴화/단가 전략 과정

- AI 퍼스널 컬러 기반 K-트렌드 네일 디자인 과정:AI 진단을 통해 고객의 피부톤과 라이프스타일에 최적화된 K-네일 디자인을 제안과정
- K-네일 텍스처 & 3D 아트 마스터 과정:엠보, 파츠, 시럽 컬러 등 한국 특유의 소재와 입체 아트 기법 과정
- 글로벌 위생·안전 표준 네일 전문가 과정:한국의 공중위생 기준을 기반으로 국제 수준의 위생·안전 관리와 문제성 손·발톱 케어 과정
- AI 기반 네일 살롱 메뉴 엔지니어링 과정:디자인을 시술 시간·원가·난이도로 구조화하여 수익성 높은 네일 메뉴판을 설계하는 경영 실무 중심 과정

- 디지털 네일 룩북 & 콘텐츠 제작 과정:고해상도 촬영과 AI 컬러 매칭을 활용해 귀국 후 즉시 마케팅에 활용 가능한 디지털 네일 포트폴리오 제작과정
- K-Pop & 아이돌 룩 네일 디자인 특화 과정:K-Pop 아이돌 스타일과 시즌 트렌드를 분석해 글로벌 시장에서 경쟁력 있는 네일 디자인 과정
- AI 스마트 CRM 기반 네일 고객관리 과정:시술 주기 예측과 디자인 선호도 데이터를 활용해 한국형 스마트 살롱 운영 역량 강화 과정
- NCS 기반 글로벌 네일 수행평가·인증 과정:국가직무능력표준(NCS)에 기반한 수행평가를 통해 국제적으로 신뢰 가능한 네일 전문 인증 과정
- 문제해결형 PBL 네일 프로젝트 과정:실제 고객 요구와 아티스트 콘셉트를 분석해 팀 · 개인 프로젝트로 네일 디자인을 기획·완성하는 실전형 과정
- K-네일 산업 연계 네트워킹 & 현장 연수 과정:국내 프리미엄 살롱 견학과 전문가 교류를 통해 글로벌 네일 산업 네트워크 구축 과정

공통모듈(필수): 표준 · 위생 · 안전 · 소비자보호 · 분쟁예방 · 표기/광고 준수 + 디지털/AI 윤리

→ "공공 아카데미로서의 차별성"을 해외미용인 대상 과정에서도 일관되게 진행한다.

2) AI · PBL 기반 차세대 미용교육 모델 확립

정부의 생성형 AI 직업교육 정책 방향과 연계하여, K-뷰티아카데미를 AI 활용 미용교육의 시범 · 선도 기관으로 육성한다.

이론 강의 비중을 줄이고, AI 도구를 활용한 디자인 기획, 고객 커뮤니케이션 시뮬레이션, 포트폴리오 제작 등 PBL 과제를 중심으로 한 교육 모델을 구축한다.

3) 지역 기반-산업 연계형 교육 생태계 조성

오송 · 충북 지역의 바이오 · 화장품 클러스터, 미용 산업체, 대학 · 직업훈련기관과 연계하여 지역 특화 K-뷰티 교육 벨트를 조성한다.

산학협력, 현장실습, 공동 프로젝트, 산업체 아카데미와의 연계 과정 등을 통해, 교육과 고용 · 창업을 잇는 지역 인재 순환 구조를 만든다.

4) 글로벌 K-뷰티 교육 · 교류 허브로의 도약

일본 · 중화권 등 핵심 수요국을 대상으로 단기 연수, 장기 인증과정, 강사양성과정을 운영하여, 오송을 K-뷰티 국제교육 플랫폼으로 육성한다.

해외 미용학교 · 협회와의 MOU, 공동 인증 프로그램, 온라인 · 하이브리드 과정을 통해 지속적인 해외 연수단 유치 및 국제 네트워크를 확대한다.

5) 지속 가능한 거버넌스 및 재정 모델 구축

중앙정부 · 지자체 · 산업체 · 대학 · 협회가 참여하는 거버넌스 체계를 구성하여, 사업의 공공성과 재정 안정성을 동시에 확보한다.

공공 재원(국비 · 지방비) + 산업체 후원 · 참여 + 교육 수익(연수 · 자격 · 콘텐츠)를 결합한 복수 재원 구조를 설계하여, 단기 사업이 아닌 중·장기 지속 가능한 K-뷰티 교육 플랫폼으로 자리 잡도록 한다.

2. 운영모델제안

가. 다양한 운영모델

오송국제 K-뷰티 아카데미는 국가 산업정책과 지역 전략에 연계된 공공형 교육 플랫폼으로서 민간 학원이나 대학과 차별화된 정체성을 지닌다. 공공 · 산업체 · 대학 · 협회가 참여하는 다자 거버넌스 구조를 통해 교육 품질과 현장 적합성을 동시에 확보하며, 글로벌 K-뷰티 네트워크를 기반으로 국제 인증과 해외 인재 교류를 추진하는 교육 허브를 지향한다.

1) 국가 · 지역 기반 공공성에 기반한 교육 플랫폼

민간 학원과 대학은 “영리 수요” 또는 “학위 중심”이라는 목표가 강한 반면, 오송국제 K-뷰티 아카데미는 국가 산업전략과 지역 산업발전 계획에 직접 연계된 공공형 교육 플랫폼으로서 다음과 같은 실행전략을 기반으로 차별화할 수 있다.

① 국책 R&D, 산업정책(뷰티+헬스 · 바이오 융합)과 연결된 교육과정 설계

② 지자체(충청권) 산업진흥 계획과 연계한 공공지원형 장학 · 수강 지원 구조

③ 국가자격(NCS) 및 정규 교육체계와의 상호 인증 · 연계 정책적 체계 구축

④ (핵심효과) “국가 산업인재 육성 플랫폼” → 민간영리 중심 학원과 구분되는 공공 · 정책적 정체성 확보

2) 공공 · 민간 · 학계가 결합된 운영 거버넌스

다수 민간 학원은 단일 기관 운영, 대학은 개별 학과 운영 중심이나, 오송K뷰티 아카데미는 공공(지자체/정부) + 산학(기업/협회) + 학계(대학/연구기관) 협력 거버넌스를 공식화하여 운영한다.

① 운영위원회에 정부 · 지자체 · 대학 · 산업체 · 협회 대표 참여

② 교육과정 자문위원회(Industry Advisory Board) 구축

③ 연계 산학프로젝트 및 공동 연구과제 기반 커리큘럼 운영

④ (핵심 효과) 다자간 협력 ↔ 교육품질 안정성, 정책 · 현장 요구 반영의 구조적 기반 확보

3) 글로벌 K-뷰티 네트워크 기반 국제화 전략

국내 대학/학원은 국제 교육 명목으로 단기 연수나 교환프로그램에 집중하는 반면, 아카데미는 글로벌 인증 · 인재 교류 · 해외캠퍼스/공동학위까지 포함하는 국제 허브 전략을 지향한다.

① 해외 미용기관 · 교육기관 MOU 체결

② 국제공인 자격인증(Co-Branded Certificate) 도입

③ 글로벌 현장 실습·인턴십, 해외 취업/창업 지원 프로그램

④ (핵심 효과) "글로벌 K-뷰티 교육 허브" → 해외 학생 유치 + 국제 수준 교육 경쟁력 확보

4) 디지털 생태계 기반 교육혁신

기존의 온라인 콘텐츠 및 이론 중심의 LMS를 오송국제K-뷰티아카데미에서는 AI/AR/VR + 맞춤형 학습분석을 접목한 미래형 디지털 교육 플랫폼을 구축한다.

① 생성①형 AI 기반 교육 콘텐츠 개발

② VR/AR 실습 모듈(헤어 컷, 제품 패키지 시뮬레이션)

③ 학습자 개인맞춤 분석 및 역량 진단 시스템

④ (핵심 효과) 현장성 + 혁신성 결합 → 미래형 교육 플랫폼 이미지 확보

5) 평생교육 · 재교육 · 경력개발 통합 플랫폼

오송국제K-뷰티아카데미는 교육생의 생애 주기 전반을 아우르는 평생교육 · 재교육 · 경력개발 통합 플랫폼을 지향한다. 변화하는 뷰티 산업 환경에 대응할 수 있도록 지속적인 트렌드 학습과 실무 중심 재교육을 제공하며, 수료 이후에도 경력 성장을 지원한다.

이러한 통합형 인재 양성 모델을 통해 K-뷰티 산업을 선도하는 미래형 교육 허브로 자리매김할 수 있다.

① 입문 → 전문 → 고급 → 재교육 → 경력전환 프로그램 라인업

② 빅데이터 기반 교육이력 관리 시스템(E-Portfolio)

③ 기업체 및 국내외 다양한 기관과 연계한 재교육/업스킬링 프로그램

④ (핵심 효과) 현장 실무 역량과 글로벌 경쟁력을 동시에 갖춘 K-뷰티 전문인재 양성 및 지속 가능한 평생학습·경력개발 기반의 K-뷰티 교육 생태계 구축

나. 수강생 유치방안

오송국제 K-뷰티아카데미의 수강생 유치는 단순한 모집 활동을 넘어, 타겟별 수요에 기반한 전략적 유치 구조를 구축하는 것이 핵심이다.

특히 해외연수생 유치는 ① 채널(모객)-② 상품(패키지)-③ 운영(리드타임)-④ 근거(설문 데이터)의 4단 구조로 설계한다.

따라서 해외연수생 유치 전략은 단기 체험형 방문이 아닌, K-뷰티 전문성 · 자격 · 경력 연계가 가능한 '목적형 연수' 수요를 핵심 타겟으로 설정하는 데에 초점을 둔다. 이는 설문조사 결과에서 확인된 바와 같이, 해외 응답자의 다수가 단순 체험보다 실무 중심 교육, 공식 수료 · 인증, 향후 경력 활용 가능성을 중시하는 경향과도 부합한다.

1) 타겟별 맞춤 유치 전략

아카데미의 수강생 유치는 학습 목적과 경력 단계에 따라 세분화된 타겟 전략으로 전개한다.

① 청년 · 예비 미용인: 취업 연계형 실무교육, 현장 실습, 자격 취득 중심 과정 제공

② 현직 미용 종사자(재직자): 트렌드 기술, 직무 심화, AI · 디지털 기반 재교육 과정 운영

③ 창업 희망자 및 경력 전환자: 살롱 운영, 브랜딩, 마케팅, 매출 관리 등 창업 특화 과정 제공

④ 해외 미용인 및 유학생: K-뷰티 전문 과정, 글로벌 인증, 단기 집중 연수 프로그램 운영

이를 통해 아카데미는 단일 연령·계층이 아닌 전 생애 주기형 학습자 풀(pool)을 안정적으로 확보할 수 있다.

2) 공공성 기반 신뢰 확보형 유치 전략

오송국제 K-뷰티아카데미는 지자체 및 공공기관이 참여하는 운영 구조를 기반으로 민간 학원과 차별화된 신뢰 중심의 수강생 유치 전략을 추진한다.

따라서 수강생 유치 전략은 타겟별 맞춤 설계, 공공성 기반 신뢰 확보, 글로벌 K-뷰티 수요 연계, 산업 연계 진로 지원을 통해 안정적이고 지속 가능한 교육 수요를 창출하는 데 목적이 있다.

① 지자체·공공기관 공동 명의의 교육 과정 운영

② 국비·지방비 연계 과정 및 수강료 지원 프로그램 확대

③ 공공 인증 기반 수료증·자격 연계로 교육 신뢰도 제고

3) 글로벌 K-뷰티 수요 연계 유치 전략

해외연수생 유치는 개인 단위 모집이 아닌 기관·조직 단위(B2B) 유치 구조를 기본으로 설계한다. 주요 채널은 다음과 같다.

① 해외 미용학교·전문대·사설 아카데미 및 직업훈련기관과의 교육 MOU 체결

- 해외미용교육기관 및 단체 예시
- 현지 뷰티 협회, 트레이너 단체, 프랜차이즈 본사 등과의 단체 연수 협약
- 해외 에이전시·교육 전문 여행사(B2B)와의 연계
- SNS·유튜브·틱톡 등에서 활동하는 현지 크리에이터 및 인플루언서 협업

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

<표5-1> 해외미용교육기관 및 단체

권역	국가	기관·단체명	성격	주요 특징	연계 가능성
아시아	일본	JABS 일본미용 살롱협의회	협회	일본 미용산업 발전 목적. K-뷰티 관심도 높음	일본 연수생 유치. 공동 세미나
		헐리우드 미용전문학교	전문학교	개교 100주년. 글로벌 미용교육 명문	단기 연수·교환 프로그램
		일본글로벌 미용협회	협회	해외 네트워크 기반 국제 교류	국제 공동 프로젝트
	중국	CHBA 중국이발 미용협회	국가단체	1990년 설립. 31개 성 지부 보유	대규모 중국 연수생 유치
		AHA 아시아 미용협회	국제협회	아시아 미용인 교류 플랫폼	아시아권 공동 연수
		WHC 세계미용대회협회	국제단체	60개국 미용인 네트워크 대회 중심	국제대회·인증 연계
	대만	THBA 대만 헤어·뷰티협회	협회	OMC 연계. 국제대회·네트워크 강점	국제 인증 연수생 유치
	베트남	베트남 스파·미용사협회	협회	산업 표준화. 분야별 전문화 운영	K-뷰티 연수 코스 홍보
	태국	태국 미용사 전문가 협회	협회	학술 연구 기반 미용 직능 강화	K-뷰티 연수단 유치 및 학술·연구 교류
	인도네시아	Tiara Kueuma 협회	협회	1만 명 회원. 전국 네트워크	단체 연수·B2B 유치
미주	미국	시네마 메이크업 스쿨	글로벌 교육기관	특수분장 교육기관	영화 및 TV. 패션 등 특수분장 연계
		OPI Education	기업 아카데미	네일 전문. 제품 기반 실무 교육	네일 특화 글로벌 과정 연계운영
유럽	비달사순	Vidal Sassoon Academy	브랜드 아카데미	글로벌 헤어 교육 표준	헤어 트랙 고급과정 연계
	영국	TONI&GUY Academy	브랜드 아카데미	글로벌 헤어 교육 표준	헤어 트랙 고급과정 연계
	프랑스	CNEP	직능단체	에스테틱·퍼퓨머리 국가 직능 연계	에스테틱 국제 기준 도입
기타	홍콩	HKHBMA	협회	지역 기반 산업·인력 양성	중화권 연계
		HKDI	교육기관	디자인·이미지 특화 교육	디자인 융합 과정 공동 운영
	러시아	하바로프스크 K-뷰티 교육	위탁교육	K-뷰티 트렌드 단기 교육	신흥시장 테스트 베드

② 해외상품 전략: 모듈형 패키지 + 마이크로 크레덴셜

· 해외연수 프로그램은 단기 1~2일 중기 3일 / 7일 / 2주 / 4주 등 체류 기간에 따라 선택 가능한 모듈형 패키지 구조로 설계한다.

각 패키지는 다음을 포함한다.

- K-뷰티 서비스 실습
- K-Culture 연계 콘텐츠(K-Pop 스타일링, 아이돌 룩, 코스메슈티컬 등)
- 위생·안전·표준 기반 공공 커리큘럼
- 프로젝트 결과물 및 포트폴리오

모든 과정은 수료증 + 마이크로 크레덴셜(디지털 인증) 발급을 기본으로 하여, 귀국 후에도 경력 활용이 가능하도록 한다.

이는 설문에서 확인된 해외 응답자의 "자격·인증이 있는 교육 선호" 경향을 반영한 구조이다.

③ 운영 전략: 정례 모집 + 성수기 집중 운영

· 해외연수는 연중 상시 모집이 아닌 분기별 정례 모집(연 2회) 체계를 기본으로 운영한다.

– 분기별 모집을 통해 행정·운영 부담을 최소화하고, 교육 품질을 안정적으로 유지

– 여름 · 겨울 방학 시즌에는 성수기 집중 운영 코스를 별도로 편성하여 단체 연수 유치를 확대

– 과정별 최소 · 적정 인원 기준을 명확히 설정하여 소수 정예 실습 중심 운영 원칙을 유지·

④ K–뷰티 국제 인증 과정 및 글로벌 공동 수료증 운영

⑤ 단기 집중형(1~4주) 글로벌 연수 프로그램 개발

4) 산업 연계 기반 실질적 유치 동기 강화

설문조사 결과, 교육 참여 의향은 높으나, 교육 이후 진로 연계에 대한 기대 충족이 핵심 변수로 나타났다. 이에 따라 아카데미는 '교육 이후'를 명확히 제시하는 유치 전략을 강화한다.

① 산업체 · 프랜차이즈 등을 연계한 채용 프로그램 운영

② 우수 수료생 대상 인턴십 · 현장 배치 연계

③ 창업 컨설팅 및 후속 멘토링 프로그램 제공

5) 디지털 기반 홍보 · 모집 체계 구축

수강생 유치의 효율성을 높이기 위해 온라인·디지털 채널을 활용한 상시 모집 체계를 구축하여 지역적 제약을 완화하고, 수도권 및 해외 수요까지 흡수할 수 있다.

① SNS, 숏폼 콘텐츠 기반 과정 홍보

② 실제 교육 장면 · 성과 중심 스토리텔링 마케팅

③ 온라인 설명회, 체험형 오픈 클래스 운영

다. 수익창출 모델

오송국제 K-뷰티아카데미의 수익모델은 "교육(핵심) + 인증(부가) + B2B(확장) + 플랫폼(장기)"의 4층 구조로 설계하는 것이 타당하다. 민간학원과의 가격 경쟁을 피하고, 공공형 신뢰(품질) · 국제화 · 산학연계를 통해 '지불 이유'를 만드는 방식이다.

1) Core: 교육과정 수강료(직접수익)

① 과정라인업:입문(기초)-심화(기술/트렌드)-전환(취 · 창업)-강사(Train-the-Trainer)

② 가격 전략: 단기(1~2일) 저가 경쟁 회피 → 모듈형 패키지(4~8주/집중 40~80H) 중심

③ 운영 포인트: 클래스당 20명 이내의 교육생으로 구성하는 것에 대한 선호가 확인된 만큼, 이를 기본값으로 설정

2) Add-on: 인증 · 평가 · 시험(부가수익)

① 수료증(지자체/기관), 민간자격(등록형), 아카데미 자체 인증, 국제 공동 인증 등 다층 인증 체계

② 인증비는 수강료와 분리해 (교육) + (평가/시험) + (인증발급) 구조로 투명화

3) B2B: 산업체 · 기관 대상 위탁/맞춤 과정(확장수익)

① 살롱/프랜차이즈/협회/지자체와 맞춤형 리스킬링 · 업스킬링 과정(단체 계약)

② 기업 HRD 예산, 각종 보수교육, 지자체 일자리 사업과 연계하면 수강생 확보가 안정적

4) Platform: 콘텐츠 · 라이선스 · 구독(장기수익)

① 강의안/실습매뉴얼/평가도구/영상콘텐츠 등을 디지털 패키지로 만들어

② 교육기관 납품(라이선스)

③ 강사용 구독(연간 멤버십)

④ 해외 파트너 공동운영(로열티)로 확장

5) 보조수익(현실적 옵션)

① 현장실습 연계형 채용 매칭 수수료(성공보수형), 브랜드 협찬, 장비·재료 키트(교육용) 판매/대여

② 단, 과도한 판매형 운영으로 보이면 공공성 및 신뢰성에 리스크가 발생하므로 "교육 품질 보조" 수준으로 제한 권장

③ 2층 공간을 대관 운영함으로써 시설 활용도를 높이고 안정적인 보조 수익창출

㉠ 산업·교육 연계형 대관

- 뷰티·화장품·바이오 기업의 연구소, 창업 인큐베이터, 각종 세미나, 신제품 설명회, 기술 워크숍 공간으로 대관
- 협회·산업체·교육기관의 단기 특강, 보수교육, 강사 연수 프로그램 유치
- 효과: 산업 연계 강화 + 아카데미 브랜드 인지도 제고

㉡ 공공·정책 활용형 대관

- 지자체·공공기관 회의, 정책 간담회, 일자리·창업 설명회 장소 제공
- 충북·오송 바이오클러스터 관련 포럼, 네트워킹 행사 유치
- 효과: 공공기관 협력 확대 + 안정적·정기적 대관 수요 확보

㉢행사·콘텐츠 활용형 대관

- 뷰티 쇼케이스, 포트폴리오 발표회, 촬영(교육·홍보·콘텐츠 제작) 공간 대관
- 해외 연수단·유학생 대상 오리엔테이션 및 교류 행사 운영
- 효과: 공간 활용 다양화 + 콘텐츠 기반 부가수익 창

라. 단계별 운영 로드맵

아카데미는 "개소-정착-확장-허브화"의 4단계로 운영하는 것이 실행가능성이 높다. 초기에는 과다한 과정 확장보다, 핵심 2~3개 대표 과정으로 성공 사례(성과지표)를 만들고 이후 확장한다.

1단계: 런칭(0~12개월) — "대표 과정 최소화 + 품질 고정"

① 대표 과정 2~3개(예: 트렌드 실무, 취·창업, 강사양성)로 집중 운영

② 표준 운영체계(출결·평가·안전·실습동선·만족도)와 인증 프로토콜 확정

③ KPI: 모집률, 수료율, 만족도, 재수강의향, 추천의향

④ 해외 연수생 유치를 위한 교류 및 홍보

2단계: 정착(12~36개월) — "트랙화 + 수료 이후 연계"

① 헤어/피부/네일/메이크업을 트랙(전공) + 공통(경영·고객·AI)로 모듈화

② 수료생 사후관리(포트폴리오, 멘토링, 취·창업 컨설팅) 최소 패키지 구축

③ KPI: 재수강률, 취업/창업 연계 건수, 파트너기관(산학) 수

⑤ 해외 연수생 유치및 단기 과정 연수 실시

3단계: 확장(3년차 이후) — "B2B 위탁 + 해외 수요 흡수"

① 산업체 위탁과정(단체계약) 비중 확대

② 해외 대상(중국/일본 등) 단기 집중 코스 + 국제 인증 옵션 탑재

③ KPI: B2B 매출 비중, 해외 수강생 비중, 과정당 원가율

4단계: 허브화(5년차~) — "거점·라이선스·플랫폼"

① 지역 거점(파트너 살롱/기관) 네트워크화, 공동 운영 모델로 확장

② 디지털 콘텐츠 구독/라이선스 매출을 본격화

③ KPI: 타지역 확장 수, 콘텐츠 매출 비중, 반복매출(구독) 비중

④ 글로벌 동문 및 강사 네트워크 운영(재방문 연수 및 마스터클래스 운영)

3. 조직 구조 및 기능

가. K-뷰티아카데미 거버넌스 구조(상위 의사결정)

1) 운영위원회

① 회원 구성

- 광역지자체(충북도 및 오송시) 대표
- 산업계 대표(헤어·피부·메이크업·네일·반영구 등)
- 학계 대표(대학/전문대)
- 직업훈련기관 및 협회 대표
- K-뷰티 정책·교육 전문가

② 주요 기능

- 중장기 비전·재정·사업계획 승인

– 대형 투자(시설·장비) 및 신규 사업 방향 결정
– 성과지표(KPI) 점검 및 외부 감사·평가 수용

2) 자문위원회(전문가 네트워크)

① 분과 : 교육·연구 분과 / 산업·현장 분과 / 국제·관광 연계 분과

② 역할

– 교육과정 개편 자문(PBL·AI·NCS 반영)
– 산업 수요·트렌드 반영 자문
– 해외 연수·MOU·공동 프로그램 기획 조언

나. 내부조직구조(5인체계 제안)

1) 5인 체계 조직구조

행사/대관/대형 교육기간에는 시간제 운영요원(안전·입퇴실·정리), 보조강사(실습)를 "필요 시 투입"하는 방식으로 고정인력 부담을 최소화한다.

① 원장(1)

– 아카데미 비전·정체성 확립, 대외협력 총괄(지자체·산업체·협회·해외기관)
– 주요 의사결정(예산 큰 틀, 핵심 사업 승인), 성과보고·정책연계
– 핵심 강사/파트너 유치, 대형 프로젝트·국제 협력 주도

② 운영총괄 본부장(1)

– 연간 운영계획/성과지표(KPI) 수립 및 모니터링
– 교육품질(QA)·고객만족·리스크(민원/안전/컴플라이언스) 관리
– 부서 간 조율, 일정·자원 배분, 운영 표준 매뉴얼 정착

③ 교육운영 팀장(1)

– 과정 기획(수요 반영), 커리큘럼 구성, 강사 섭외·관리
– 교육운영(출결/평가/수료/만족도 조사), 교재·실습 준비 총괄
– 교육 후 사후관리(포트폴리오, 재교육 연계, 코칭 프로그램) 기획

④ 마케팅·모집/대관 팀장(1)

– 수강생 유치전략(타깃/채널/캠페인), 모집·상담·등록 퍼널 운영
– 기업·협회·학교 등 파트너십(위탁교육, 단체연수, 산학 프로젝트) 발굴
– 브랜드/SNS/홍보물 기획, 설명회·오픈클래스 운영, 매출 목표 관리
– 2층 대관 상품화(대관 정책/가격/패키지/예약 운영) 및 부가수익 기획
– 매출(수강료·대관료) 파이프라인 책임(상담/예약/전환 관리)

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

⑤ 행정 · 재무/시설 담당(1)

- 예산 편성 보조, 집행/정산, 구매 · 계약, 문서 · 증빙 관리
- 회계 · 증빙 · 보고, 민원/서류 관리 및 처리
- 시설 · 장비 · 소모품 · 안전관리, 일정/공간 배정
- 2층 대관 운영(대관 규정, 견적 · 계약, 현장 운영, 사후정리, 수익 집계)

다. 조직 운영의 단계적 확장안(로드랩 연계)

오송국제 K-뷰티아카데미의 조직 운영은 초기 안정적 정착을 최우선으로 하여 소규모 · 고효율 운영체계로 출발하되, 수강생 수요 확대와 사업 영역 확장에 따라 단계적으로 조직을 확장하는 전략이 바람직하다. 이에 본 연구에서는 아카데미 운영 단계를 4단계 운영로드맵에 기반하여 각 단계별 조직 운영 방향을 다음과 같이 제안한다.

1) 1단계: 런칭(0~12개월) "대표과정 최소화 + 품질 고정"

① 핵심 운영 원리: 소수 인력으로도 품질 · 안전 · 운영 표준을 "고정"하는 단계

② 조직 운영(권장): 5인 체계의 핵심조직 + 강사진/보조인력(파트·시간제) 풀

- 운영총괄(원장) / 과정운영(교육) / 모집 · CS / 행정 · 정산 / 시설 · 안전 (겸직 가능)

③ 확장 포인트: KPI(모집률 · 수료율 · 만족도 · 재수강의향 · 추천의향) 모니터링 체계부터 구축

2) 2단계: 정착기(12~36개월) "트랙화 + 수료 이후 연계"

① 핵심 운영 원리: 과정이 늘어나는 만큼 "운영"과 "사후연계" 기능을 분리해 안정화

② 조직 확장(권장): 7~8인 체계(핵심 직무 분리)

- 교육기획/품질관리 전담(커리큘럼 · 평가 · 강사관리)
- 수료 후 연계 전담(포트폴리오 · 멘토링 · 취 · 창업 컨설팅 최소 체계)
- 모집 · 홍보 강화(SNS/기관홍보/CRM)

③ 확장 포인트: "교육-수료-연계" 파이프라인이 끊기지 않도록 기능을 명확히 구분하는 것이 중요

3) 3단계: 확장기(3년차 이후) “B2B 확대 + 해외 수요 흡수”

① 핵심 운영 원리: B2C 중심 운영에서 B2B · 해외 운영 추가로 매출 구조 다각화

② 조직 확장(권장): 10~12인 + 외부 협력(통 · 번역/해외에이전시/산업체)

- B2B 파트너십/영업(협회 · 기업 · 학교 · 지자체 연계) 전담
- 해외과정 운영(모집 · 비자/체류 안내 · 통역 · 국제인증 옵션) 전담

③ 확장 포인트: ‘협력 · 산업체 위원회(자문)’를 상설화해 과정 개발 · 유치가 반복되도록 설계

4) 4단계: 허브화(5년차 이후) “글로벌 거점+라이센스+플랫폼”

① 핵심 운영 원리: 직능단체 · 산업체 위탁과정 등 국내·외 단체 계약(B2B) 확대

② 조직 확장(권장): 12~15인 + 외부 협력(해외담당자 및 마케팅 전문가)

- 해외 담당자 및 마케팅 전담가 필요한 시기

③ 확장 포인트: 글로벌 동문 및 강사 네크워크 구축 및 글로벌 라이센스 운영, 콘텐츠 플렛폼 역할의 정착

4. 재원 조달 및 운영 방안

오송 국제K-뷰티아카데미는 공공재원(국비 · 지방비) · 민간 매칭 · 자체 수익사업을 결합한 혼합재원 모델 기반으로 운영하는 것을 기본으로 한다.

가. 국비(중앙정부)

○ 교육부: 고등 · 평생직업교육혁신지원사업, 전문대혁신지원사업, 직업계교 미용과 교사 대상 연수 등

○ 고용노동부: 국가기간 · 전략산업직종 훈련, 지역·산업맞춤형 인력양성 사업 직업훈련교육강사 보수교육사업 등

○ 중기부: 소상공인 역량강화, 창업지원 프로그램 등

○ 문체부 · 산업부: K-브랜드 글로벌 사업 연계

나. 지방비(지자체)

○ 지역산업 기반 뷰티 특화 프로젝트

ex) 서울시 미용예술경진대회, 제주 국제 아로마페어, 경기도 뷰티예술대회 등

○ 지역 청년·여성 인재양성 사업 연계

ex) 서울시 뷰티 비즈니스 아카데미, 서울 런

○ 지자체-지역기업-교육기관 산학협력 모델 구축

ex) 성북구-서경대‘ 청년 뷰티 아카데미 네일아트반’, 순천대-장흥군‘헤어 미용기능사’ 위탁 운영

다. 민간 매칭

○ 뷰티 브랜드·OEM/ODM 기업과 공동 투자

○ 기자재·제품 협찬, 교육·R&D 프로젝트 공동 운영

○ “기업 맞춤 프리미엄 교육 패키지” 공급 모델

라. 자체 수익모델

○ 자격·재교육·국제 과정 등 교육 프로그램 수익

○ 트렌드 리포트·산업보고서 판매

○ 스튜디오·랩·테스트베드 대관

○ 공동 제품 개발·로열티 수익

5. 단계별 추진 로드맵

운영 로드맵을 기반으로 초기에는 대표 과정 최소화와 표준 운영체계 구축을 통해 교육 품질과 성과 지표를 고정하고, 정착기에는 전공 트랙 세분화와 수료 이후 연계 프로그램을 통해 지속 수요를 확보한다.

이후 확장 단계에서는 B2B·해외 과정 확대와 라이선스·플랫폼 모델을 통해 안정적 수익 구조와 글로벌 경쟁력을 강화한다.

가. 1단계: 런칭기(0~12개월) — “대표 과정 최소화 + 품질 고정”

1) 핵심 방향: 초기에 과정을 늘리기보다, 대표 과정 2~3개를 중심으로 운영 품질과 표준을 먼저 고정한다.

2) 주요 과제

① 대표 과정 2~3개(예: 트렌드 실무, 취·창업, 강사양성) 집중 운영

② 표준 운영체계 확립: 커리큘럼·강사·평가·안전·실습동선·만족도 등 운영 프로토콜 고도화
③ 성과관리 체계(KPI) 설정·측정: 모집률, 수료율, 만족도, 재수강의향, 추천의향
④ 해외연수단 유치를 위한 해외교육기관 및 단체와 교류를 통한 섭외활동: 적극적인 홍보활동

3) 산출물(Deliverables): 표준 매뉴얼(운영·평가·안전), 대표과정 커리큘럼 패키지, KPI 대시보드, 해외교류기관 수

나. 2단계: 정착기(12~36개월) — "트랙화 + 수료 이후 연계"

1) 핵심 방향: 분야별 트랙을 만들고, 수료 이후 경력 연계 장치를 최소 패키지로 구축한다.
2) 주요 과제
① 전공 트랙 구성: 헤어/피부/네일/메이크업 + 공통(경영·고객·AI 등) 모듈화
② 수료생 사후관리 체계 최소 구축: 포트폴리오, 멘토링, 취·창업 컨설팅
③ 지속 참여 구조 설계: 단계형 재교육(업스킬) 코스와 연동
④ 해외 연수행 유치 및 단기과정 연수 실시를 위해 기획상품 개발

3) KPI: 재수강률, 취·창업 연계 건수, 포트폴리오/자격 연계 성과, 네트워킹 참여자 수
4) 산출물: 트랙별 모듈 맵, 사후관리 운영안(멘토풀/프로세스), 수료생 DB (기초), 해외연수생들을 위한 과정개발 리스트 및 유치연수생

다. 3단계: 확장기(3년차 이후) — "B2B 확대 + 해외 수요 흡수"

1) 핵심 방향: B2C 중심 운영에서 산업체·직능단체·기관 연계(B2B) 비중을 키우고, 해외 대상 단기 집중 과정으로 수요를 흡수한다.
2) 주요 과제
① 직능단체·산업체 위탁과정 등 단체 계약(B2B) 확대
② 해외 대상(중국/일본 등) 단기 집중 코스 설계 및 운영
③ 과정 내 국제 인증 옵션(공동인증·연계 인증) 탑재
3) KPI: B2B 매출 비중, 해외 수강생 비중, 과정당 원가율/마진, 인증 연계 건수
4) 산출물: B2B 상품(패키지) 카탈로그, 해외 코스 운영안, 파트너십 (MOU) 패키지

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

라. 4단계: 허브화(5년차 이후) — “글로벌 거점+라이센스+플랫폼”

1) 핵심 방향: “글로벌 거점+라이센스+플랫폼”

2) 주요 과제

① 직능단체·산업체 위탁과정 등 국내·외 단체 계약(B2B) 확대

② 과정 내 국제 인증 옵션(공동인증·연계 인증) 탑재

③ 글로벌 동문 및 강사 네크워크 구축(재방문 연수 및 마스터클래스 운영)

3) KPI: 타지역 확장 수·콘텐츠 매출 비중·반복매출(구독) 비중·해외 거점 수·해외 파트너 공동기수 운영 수

4) 산출물: 거점 운영모델(라이선스/QA)·콘텐츠 플랫폼/구독상품·해외 위성 거점 운영협약·글로벌 동문·강사 DB/연례 프로그램

<표5-2> 오송국제 K-뷰티아카데미 단계별 추진 로드맵(안)

단계	추진기간	단계목표	핵심 과제	주요 KPI	주요 산출물
1단계 (런칭)	0 ~ 12개월	대표 과정 최소화 및 품질 고정	• 대표 교육과정 2~3개 집중 운영 • 표준 운영체계(교육·평가·안전·만족도) 구축 • 교육 운영 및 인증 프로토콜 확립	• 모집률·수료율 • 만족도·과정 수익률	대표 교육과정 모델·표준 운영 매뉴얼·KPI 관리체계
2단계 (정착)	12 ~ 36개월	트랙 다각화 및 수료 이후 연계	• 전공 트랙(헤어·피부·네일·메이크업) 확장 • 공통 모듈(경영·고객·AI) 도입 • 포트폴리오·멘토링·취·창업 연계 패키지 구축	• 재수강률 • 취·창업 연계 건수 • 트랙별 수강생 수	전공 트랙 커리큘럼·수료생 관리 시스템(E-Portfolio)
3단계 (확장)	3년차 이후	B2B 및 해외 수요 확대	• 산업체·기관 위탁교육 확대 • 해외 대상 단기 집중 코스 운영 • 국제 인증 옵션 도입	• B2B 매출 비중· • 해외 수강생 비율· • 과정당 단가	B2B 교육 패키지·해외 연계 과정
4단계 (허브)	5년차 이후	거점, 라이센스, 플랫폼	• 지역 거점 네트워크(파트너 살롱/기관) 확장 • 디지털 콘텐츠 구독/라이선스 본격화 • 해외 ‘위성 거점(파트너 기관)’ 구축 및 공동 인증 운영(현지+오송 합동) • 글로벌 동문/강사 네트워크 운영(재방문 연수·마스터클래스)	• 타지역 확장 수 • 콘텐츠 매출 비중 • 반복매출(구독) 비중 • 해외 거점 수 • 해외 파트너 공동 기수 운영 수	• 거점 운영모델(라이선스/QA) • 콘텐츠 플랫폼/독상품 • 해외 위성거점 운영협약 • 글로벌 동문·강사 • DB/연례 프로그램

6. 성과관리 체계

오송국제 K-뷰티아카데미의 성과관리는 “모집-운영-수료-사후성과-수익” 전 과정을 지표로 연결하고, 단계별(런칭-정착-확장-허브화) 운영 로드맵에 맞춰 KPI를 상향 조정하는 방식으로 설계한다. 특히 교육의 공공성과 품질을 유지하면

서도 지속 가능한 수익구조를 확보하기 위해, 교육성과(학습·만족·재참여) + 사업성과(매출·대관·B2B) + 파급성과(취·창업·글로벌·지역기여)를 3축으로 관리한다.

가. 성과관리 원칙

○ 입력-과정-산출-성과로 구분하여 "원인-결과"가 노출되도록 설계
○ 지표는 최소 핵심(KPI) 중심으로 운영하고, 분기 단위로 점검
○ "만족도" 외에도 재참여·추천·전환(취업/창업/B2B) 같은 행동지표를 포함
○ 운영단계(1~4단계)에 따라 KPI의 목표치(기준선→상향)를 차등 적용
○ 개인정보·통계처리 원칙 준수(익명·집계) 및 데이터 품질관리(결측/중복 점검)

나. KPI 프레임 (3대 축)

1) 교육성과 KPI (품질·학습·운영)
① 모집·등록률: 정원 대비 등록률, 해외 비중 포함
② 수료·성과: 수료율, 수행평가(루브릭) 통과율
③ 만족·재방문: 만족도, NPS/추천의향, 재수강 의향
2) 사업성과 KPI (수익·고객·채널)
① 과정별 수익성: 과정별 매출(수강료) 및 원가율(강사·재료·공간)
② 채널 성과: 해외 파트너(B2B) 계약 건수/전환율(학교·협회·에이전시)
③ 부가수익: 국제 인증/심사·대관·콘텐츠(라이선스) 매출 비중
3) 국제화 KPI (해외유치·파트너·확장)
① 해외 수강생 지표: 해외 수강생 수/비중, 국가·권역 다변화
② 파트너십 지표: MOU/위탁계약 수, 반복계약률(재계약)
③ 국제 신뢰 지표: 국제 인증 선택 비율, 해외 만족도/후기 콘텐츠 확보량 (케이스·룩북)

다. 운영 단계별 성과관리 포인트

1) 1단계(0~12개월): "대표 과정 최소화 + 품질 고정"
○ 핵심: 충원율·만족도·이수율·원가 구조 파악
2) 2단계(12~36개월): "트랙화 + 수료 이후 연계"
○ 핵심: 재참여·포트폴리오·취/창업 연계 실적

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

3) 3단계(3년 이후): “B2B 비중 확대 + 해외 수요 흡수”

○ 핵심: B2B 매출·해외 수강생·국제 인증 선택

4) 4단계(5년 이후): “거점/라이선스/플랫폼”

○ 핵심: 파트너 거점 수·콘텐츠 판매(구독)·표준 확산

라. 성과관리 운영 프로세스

○ 분기: KPI 대시보드 리뷰(성과/리스크/개선안) + 운영위원회 보고
과정 운영지표(출석·이수·만족) 점검

○ 반기: 과정 포트폴리오 조정(폐지·개편·신설)

○ 연간: 종합 성과평가 및 다음연도 목표치 재설정(예산·인력·사업계획 연동)

7. 수탁기관 선정기준

오송국제K-뷰티아카데미 수탁기관은 공개 모집 후 서류·발표평가를 거쳐 선정하며, 운영 중에는 오송 아카데미가 평가·인증과 QA를 전담하여 과정 품질의 일관성을 확보한다.

수탁기관에는 교육 수행을 위탁하되, 성과지표(KPI)와 정산 기준을 계약에 명시하여 모객·운영·만족도·재계약률 등을 근거로 다음 연도 물량을 조정한다.

따라서 수탁기관은 산업체·대학·직업훈련기관·정부 유관기관·여행사 등과의 파트너십을 통해 교육-연수-유치 운영이 가능하고, 헤어·메이크업·피부·네일 등 뷰티 서비스 전 분야를 포괄하며, 국내외 미용서비스 산업체와의 폭넓은 네트워크를 보유한 기관이 가장 적합하다.

(1) 수탁기관 선정기준(안)·심사기준(표)

평가방식: 서류평가(정량) + 발표/면접(정성) + 결격요건(P/F)

총점: 100점(가중치 합계 100)

선정 권고 기준(예): 70점 이상 + 핵심항목 최소점수 충족(예: 60% 이상)

<표5-3> 수탁기관 선정기준

평가영역	세부 평가항목(심사 포인트)	제출/검증자료 예시	배점
1. 사업이해도· 운영전략	·오송 아카데미설립 목적 -해외연수생 중심 -K-Culture 융합 -표준·품질·안전) 이해 ·운영전략의 구체성	·사업제안서 ·연간 운영계획(모집-운영-수료-사후관리 흐름)	15
2. 해외 연수생 유치전략	·해외 파트너 네트워크 세시 (학교·협회·에이전시·여행사) ·모집 채널 운영경험 ·모집·정원관리 프로세스	·MOU/LOI(의향서) 사본 ·협력기관 리스트 ·최근 2~3년 해외모집 실적	15
3. 교육과정 품질·현장성	·모듈형(3/7/14/28일 등) ·커리큘럼 설계력 ·강의안·실습·평가(루브릭) ·안전/위생 반영, 품질관리 체계	·표준 커리큘럼(안) ·평가도구(루브릭) ·QA 체크리스트 ·위생·안전 매뉴얼	15
4. 강사 경쟁력	·분야별(헤어/피부/네일/메이크업) 강사진 풀 ·K-Culture 융합 콘텐츠 (예: K-Pop 아이돌룩) 운영 가능성	·강사 이력서· ·강사풀 운영계획 ·콘텐츠 샘플(PBL 등) (커리큘럼/데모 계획)	10
5. 거버넌스 구축역량	·지자체·대학·협회·기업·클리닉·관광/MICE 등과의 역할분담 설계 ·협의체 운영(회의체·의사결정·성과공유) 실행력	·거버넌스 운영안 ·협력기관 참여확인(공문/이메일) ·공동운영 R&R 표	20
6. 운영관리 현장·안전·민원	·출결/만족도/민원/분쟁 예방체계 ·외국인 응대(통역·안내·보험·안전) ·운영 리스크 대응	·운영 매뉴얼 ·민원 처리 프로세스 ·안전관리 계획 ·통역/지원 인력 계획	10
7. 성과관리(KPI) 데이터관리	·KPI 설계(모객이 아닌 재등록/만족/수료/성과 중심) ·데이터 수집·보고 체계	·KPI 정의서 ·분기별 보고서 샘플 ·설문/데이터 관리 전략	5
8. 재무 건전성· 교육비 타당성	·수강료/패키지 구성 근거 ·원가 구조(강사비·재료·통역·운영) ·공공사업-수익사업 회계 분리 가능성	·수익·비용 산정표 ·교육비 산출근거 (패키지 단가 구성) ·회계 분리 운영(안)	5
9. 수행실적·신뢰성	·유사사업 (교육·연수·해외연수·자격/평가) ·수행실적, 행정처리 역량 ·컴플라이언스	·실적증명 ·계약서/완료보고서 가능 범위·조직도/전담인력 현황	5
합계			100

06 K-뷰티아카데미 설립 기대효과 및 활용방안

1. 정책적 효과 ····· 129
2. 기술적 효과 ····· 129
3. 산업적 효과 ····· 130
4. 사회적 효과 ····· 130

Ⅵ K-뷰티아카데미 설립 기대효과 및 활용방안

1. 정책적 효과

가. 국가 산업진흥 및 교육정책 반영

K-뷰티아카데미은 정부가 추진하고 있는 AI 기반 직업교육 고도화 정책(2026)과 NCS 기반 현장 중심 인력양성 체계를 직접 구현하는 대표 사례로 기능할 수 있다.

AI·디지털 기술을 접목한 실습교육, 재직자 직무전환 과정, 글로벌 자격인증 등은 정부의 중점 추진 과제와 정확히 부합하며, 이를 통해 국가 직업능력개발 정책의 실행력을 높인다.

또한, 그동안 산재되어 있던 민간 교육기관, 직업계고, 전문대학을 연결하는 국가 단위 K-뷰티 교육 생태계 형성이 가능하며, 국가가 추진하는 미용서비스 분야 고급 인재 육성 정책의 표준 모델로 활용될 수 있으며, 그 활용방안은 다음과 같다.

- ○ 정부 부처(고용부·복지부·문체부)와 연계한 국가 공인 교육·연수 허브 지정
- ○ 산업전환 직종 중심 AI 융합 교과 모델 개발 및 타 분야 확산
- ○ 국제 표준(K-Beauty Certification) 제정 및 국가자격 연계 추진

2. 기술적 효과

가. 디지털 교육콘텐츠 및 현장 적합성 강화

K-뷰티아카데미은 AI 기반 헤어·피부 분석 기술, 디지털 시뮬레이션 교육, VR·AR 실습, 스마트 실습 장비 등 차세대 기술 기반 교육환경을 갖추게 됨으로써 국내 뷰티교육의 혁신을 선도하게 된다. 이는 전통적인 실기 중심 미용교육의 한계를 극복하고, 정량적·데이터 기반 숙련 측정, 개인화 학습 피드백, 비대면/온-오프 하이브리드 운영 등 새로운 교육 방식의 확산을 이끌 수 있다.

또한 산업현장에서 요구되는 디지털 역량(고객 데이터 분석, SNS 마케팅, 온라인 브랜드 운영)에 대응하는 기술 융합형 실무 인재 양성이 가능하며, 이는 사업체의 인력난 해결과 생산성 향상에 직접적으로 기여하며, 활용방안은 다음과 같다.

- ○ AI 기반 실습평가 시스템 및 디지털 포트폴리오 구축
- ○ 온라인·모바일 기반 K-뷰티 교육 플랫폼 개발
- ○ 스마트 실습실(Smart Lab) 기반의 국가 표준 실습모델 확산

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

3. 산업적 효과

가. 고용창출 및 산업생태계 활성화

오송 국제 K-뷰티아카데미은 지역 및 국가 단위에서 신규 고용 창출 효과가 매우 크다. 교육 운영인력, 실습 보조 인력, 스타 강사진, AI · 디지털 콘텐츠 개발자, 행정인력 등 다양한 직무에서 직접적인 고용이 발생한다.

또한 교육 수료생의 창업 · 취업 · 브랜드 전환(경력 리스킬링)을 지원함으로써 산업 내 인력 수급 구조 안정화에 핵심적인 역할을 수행한다.

특히 기업 · 브랜드 · 병원 · 뷰티센터와의 산학연계 프로그램을 통해 현장 맞춤형 인재 공급체계가 구축되며, 지역 내 뷰티·헬스·관광 산업과 연계된 서비스 융합 생태계가 활성화될 수 있으며, 그 활용방안은 다음과 같다.

- ○ 지역 및 전국 단위 고용연계 컨소시엄 구축
- ○ 창업랩(Startup Lab)·브랜드 인큐베이팅 프로그램 운영
- ○ 글로벌 브랜드 · 병원 · 호텔과 연계한 해외 취업 pipeline 구축

4. 사회적 효과

가. 지역경제 기여 및 글로벌 경쟁력 제고

오송 K-뷰티아카데미는 오송 K-바이오 · 화장품 클러스터와 결합하여 지역 혁신성장 거점으로 기능할 수 있으며, 교육생 유입 · 체류형 교육 프로그램을 통한 지역 소비 · 관광 활성화 효과도 기대된다.

특히 해외 교육생 및 연수생 유치를 통해 지역 경제에 직접적인 외화 수입을 창출할 수 있으며, 지역 이미지를 “글로벌 K-뷰티 교육도시”로 재정립하는 역할을 수행한다.

또한 한국의 미용기술·서비스 표준을 체계화하여 해외로 확산함으로써, 한국형 뷰티교육 모델이 국제적인 신뢰성을 확보하고 K-뷰티 브랜드 가치 제고에 기여할 수 있으며, 활용방안은 다음과 같다.

- ○ 지역 호텔 · 상권 · 관광지 연계한 K-뷰티 체류형 프로그램 운영
- ○ 글로벌 연수 · 자격 인증을 통한 해외 교육생 정례 유치
- ○ 오송 K-바이오 클러스터와의 융합(스킨케어·화장품 R&D 연계)

07 결론 및 제언

1. 연구 요약 ····· 132
2. 정책 제언 ····· 133
3. 후속 과제 ····· 135

Ⅶ 결론 및 제언

1. 연구 요약

본 연구는 오송국제 K-뷰티아카데미의 지속가능한 운영을 위해, 단순 교육기관 확장 논리가 아니라 '오송만의 고유 정체성 확립-전문대학 수준의 운영모델 구현-혼합재원 기반의 리스크 흡수 구조'라는 3대 축을 중심으로 결론을 도출하였다.

가. 고유 정체성 및 포지셔닝

'교육기관'이 아닌 공공형 글로벌 직업교육 허브

(1) 오송국제 K-뷰티아카데미는 민간 학원·대학과 동일한 시장(기초기술·단기완성·자격취득 중심)에서 경쟁하기보다, 공공성을 기반으로 한 글로벌 직업교육 허브로서 '산업-정책-현장'을 연결하는 역할을 수행해야 한다. 즉, 단기 기술 전수 중심의 교육공급자가 아니라, 국가·지역의 산업전략과 연동되는 현장형 인재 양성 플랫폼으로 정체성을 고정할 필요가 있다.

(2) 이를 위해 교육의 성과를 '수료'가 아닌 현장 적용 가능한 역량(성과물)로 증명하는 체계가 전제되어야 하며, NCS 기반 직무역량 설계와 PBL, 디지털 역량을 결합한 운영방식이 정체성의 핵심 구성요소로 작동한다.

나. 교육 운영모델 및 수강생 기반

"전문대학 수준"을 트랙·프로젝트·학습이력으로 구현

(1) 오송의 전문대학 수준 교육은 '교육기간'이나 '강의량' 확대가 아니라, 트랙 기반 학습-현장 프로젝트(PBL)-포트폴리오(성과물) 평가의 결합을 통해 구현되어야 한다. 전공기술(헤어·피부·메이크업·네일)은 분절 운영이 아니라, 서비스 커뮤니케이션·디지털 활용·경영/창업 요소를 함께 결합한 융합형 직업교육 과정으로 구조화될 때 교육의 밀도와 차별성이 확보된다.

(2) 수강생 유치는 단일 집단(초급/청년) 중심이 아니라, 청년·예비인력-재직자-전환/창업-해외 미용인력으로 이어지는 '전 생애주기형 학습자 풀'로 설계되어야 한다. 특히 모집은 홍보 중심 접근이 아니라, 공공성 기반 신뢰 확보와 산업연계 진로지원, 글로벌 연수·인증과정 연계를 포함한 유치 구조(채널·과정·진로의 결합)로 작동할 때 지속성이 담보된다.

(3) 해외 확장과 관련해서는, 단기연수·장기 인증과정·강사양성 등 다층 프로그램과 함께 해외 기관과의 협력, 온라인·하이브리드 운영을 통한 국제 유입 경로의 제도화가 필요하며, 이는 오송의 국제화 역량을 운영성과로 전환하는 핵심 조건으로 정리된다.

다. 재정·거버넌스 및 리스크 흡수 구조

"혼합재원+다층 수익모델"로 지속가능성 확보

(1) 오송 아카데미의 핵심 운영리스크는 시장의 단기과정 과잉공급, 정부재원 변동, 모집·교수진·디지털 운영비 증가 등으로 요약되며, 이에 대한 결론은 수강료 중심 단일 재정 구조의 탈피에 있다. 즉, 국비·지방비 등 공공재원에 기반을 두되, 산업체 참여 및 교육수익을 결합하는 혼합재원 구조를 설계함으로써 공공성을 유지하면서도 운영 안정성을 확보해야 한다.

(2) 동시에 수익모델은 '교육비'에만 의존하지 않도록 (교육)-(평가/시험)-(인증발급)을 분리·투명화한 다층 구조로 설계하고, 기관·산업체 대상 B2B 위탁교육, 평가도구·매뉴얼·콘텐츠의 패키지화(확산 가능한 표준 모델)를 통해 장기적으로는 플랫폼형 확장 로직을 구축하는 것이 타당하다.

(3) 종합하면, 오송국제 K-뷰티아카데미는 '허브(정체성)-트랙/프로젝트(교육 운영)-혼합재원/플랫폼화(지속가능성)'의 3대 축을 동시에 구현할 때, 경쟁·잠식 환경에서도 가격경쟁을 회피하고 정책정합성과 산업수요를 함께 만족시키는 운영체계로 정착할 수 있다.

2. 정책 제언

오송국제 K-뷰티 아카데미는 '교육기관 추가 설립'이 아니라 직업훈련-평가-자격-고용을 연결하는 공공형 플랫폼으로서, K-뷰티 인재양성과 산업 고도화, 국제교육 확대라는 국가 정책기조의 지역 실현 모델로 설계·운영될 필요가 있다.

가. (제도·역할) "교육운영기관"을 넘어 '역량검증(인증)기관' 기능을 제도화

(1) 법·제도적 역할 정의를 선행하여, 오송의 기능을 교육 제공(Teaching)중심이 아니라 표준·평가·인증(Assessment/Certification)중심으로 상향 고정한다. 이는 교육기관(대학·민간학원·관광형 체험) 간 단기 경쟁을 피하면서도, 시장 수요 변동 시 인증/심사 기능으로의 전환(출구전략)이 가능하도록 만드는 핵심 장치이다.

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

(2) NCS 기반(직무능력 중심)으로 '표준화–성과평가–현장연계' 체계를 구축하여, 과정 중심이 아닌 학습성과 중심 평가로 전환한다. 이를 통해 오송이 "교육 품질관리(표준 평가)"의 상단을 선점하고, 각 기관의 교육을 동일 역량 기준으로 비교·검증할 수 있는 구조를 확립한다.

(3) 강사 역량인증(Trainer Certification)·표준 커리큘럼 확산을 정책 패키지로 구성하여, 대학·민간기관·현장기관이 오송의 인증체계를 활용하도록 유도한다(경쟁이 아니라 '상위 인증+분업' 구조).

나. (거버넌스) 지자체–대학–산업체–협회–해외 파트너 ' 협업운영 체계'를 상설화

(1) 정부지원 변동, 수요 급변, 시장경쟁 심화에 대응하기 위해 다자 협력 거버넌스(운영위원회)를 상설화하고, 교육과정·평가·국제협력·산학연계를 단년도 사업이 아닌 연속 사업으로 운영한다.

다. (재정·사업) '혼합재원(공공+민간매칭+자체수익)'을 기본 운영원리로 확정

(1) 오송 모델의 지속가능성은 공공재원(국비·지방비) + 산업체 후원·참여 + 교육수익(연수·자격·콘텐츠)을 결합한 복수 재원 구조를 제도적으로 설계하는 데서 확보된다.

(2) 특히 정부지원 변동 리스크를 분산하기 위해, 자체수익을 '학비'에 한정하지 않고 유료 단기연수(국제 포함)·B2B 위탁교육·시설/스튜디오 대관·MICE형 행사등으로 다각화한다.

(3) 국비·지방비 연계는 교육부·고용노동부·중기부 등과의 연동사업을 "훈련–평가–자격–고용" 통합 구조로 기획하여 주관 지위를 확보하고(컨소시엄 종속 최소화), 지자체는 지역 청년·여성 인재양성 및 지역산업 맞춤형 직업훈련 거점 예산과 연계한다.

라. (디지털 · 품질) 클라우드 기반 운영과 '상시 품질감사(QA)'를 운영 규범으로 채택

(1) 디지털 교육 플랫폼(LMS)과 데이터 · 콘텐츠 운영은 클라우드(PaaS/SaaS) 기반으로 설계하여 확장성과 안정성을 확보하고, IT 전문인력(또는 외부 유지보수 계약)으로 기술 리스크를 최소화한다.

(2) 개인정보 · 보안 · 운영안정성은 연 1회 이상 외부기관 감사(Audit) 의무화를 원칙으로 하여, 공공형 교육 플랫폼으로서 신뢰 기반을 제도적으로 확보한다.

마. (국제화 · 수출연계) '국제 연수-공동인증-네트워크' 3종 패키지로 해외시장에 진입

(1) 국제교육 확대 정책 흐름에 맞춰, 해외 학습자 대상 유료 'K-Beauty 집중 단기 연수(1~2주)'를 표준화하여 외화획득과 국제 인지도 제고를 동시에 달성한다.

(2) 국제 유치의 기반은 모집 · 비자 · 온 · 오프라인 병행 체계로 구축하고, 해외 유학원 · 자매학교 네트워크를 활용한 홍보 및 비자 지원 체계를 갖춘다.

(3) 국제 확장은 단순 '체험형 관광'이 아니라 수료-평가-포트폴리오-인증으로 이어지는 커리어형 구조로 설계하여, 관광형 상품과의 대체 가능성을 낮추고(역할 분업), 오송의 비교우위를 '검증된 결과물'로 고정한다(인증기관화와 직결).

3. 후속 과제

1) 운영조직 단계적 확장과 인력·역량 보강

① 초기에는 5인 체계로 최소 운영이 가능하나, 해외연수생 유치 · 과정 다각화 · 평가/인증 운영이 본격화되면 모객/파트너관리, 과정기획 · 운영, 품질 · 평가, 통역 · CS, 회계 · 정산 업무가 급증하므로 단계별 증원 로드맵이 필요하다.

② 이에 따라 핵심 직무별(모객 · 운영 · QA · 정산 · 대외협력) 최소 인력 기준, 외부 전문인력(통역 · 촬영 · 콘텐츠 · 법무 · 회계) 풀(pool) 운영, 성과연동형 인력 확보 방식(프로젝트 계약/위탁/시간제)을 후속 과제로 구체화할 필요가 있다.

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

2) 해외연수생 중심 “모객 체계”의 실증 설계

① 보고서에서는 채널과 상품구조를 제시했으나, 실제 성과를 위해서는 국가/타깃별(일본·중국 등) 리드 생성→상담→결제→입국→수료 전 과정을 측정하는 퍼널(전환) 지표 설계와 채널별 CAC(모객비용)·전환율 검증이 후속 과제이다.

② 특히 여행사·에이전시(B2B) 및 학교·협회(MOU) 채널의 수수료 구조, 최소 모객 보장, 책임 범위, 취소/환불 기준을 표준 계약서 수준으로 정리할 필요가 있다.

3) K-Culture 융합 프로그램의 “표준 모듈” 개발

① 해외연수생 중심으로 보완하려면, 분야별(헤어·피부·네일·메이크업) 기술 과정에 K-Pop/아이돌 룩, 한국식 살롱 서비스·매너, 콘텐츠 제작(촬영/숏폼), 한국 소비문화·현장견학을 결합한 K-Culture 융합 모듈을 “시간표 단위”로 표준화해야 한다.

② 후속 과제로 분야별 최소 2~3개 융합 모듈, 필수·선택 구성, 결과물(포트폴리오) 규격을 확정하는 개발 작업이 필요하다.

4) 평가·인증(공공성) 체계의 정교화

① 오송의 차별성인 표준·안전·품질·윤리 기반의 평가/인증은 운영단계에서 민감도가 높아, 후속 과제로 루브릭, 합격 기준, 재평가 규정, 이의신청 절차, 심사위원 자격·윤리 규정을 문서화해야 한다.

② 또한 해외연수생 대상 인증은 국가별 수요(선호 인증 형태)와 충돌하지 않도록, 마이크로-크레덴셜(디지털 배지) + 수료증 + 포트폴리오 심사의 조합을 실제 운영 기준으로 확정할 필요가 있다.

5) 재정·회계 구조와 성장률(30% 기준) 재정렬

① 중간보고회 시 오송시의 피드백처럼 성장률이 저조할 경우 정책 신뢰도가 떨어지므로, 후속 과제로 회계보고 기반의 보수적 성장 시나리오(20~30%)를 기준으로 수요·매출·원가·인건비·대관수익을 재정렬할 필요가 있다.

6) 법·제도·체류(비자) 연계의 현실 검증

① 해외연수생은 교육 자체보다 체류 목적·기간·활동 범위에 의해 실제 유치 가능성이 좌우되므로(취업·창업 제한 포함), 후속 과제로 국가별·유형별 체류 요건 체크리스트, 모객 문구/상품 설계 시 법적 리스크 점검, 협력기관 역할(여행사/학교/대학)의 책임 범위를 정리해야 한다.

가. 지역 거버넌스 구축

1) 운영 거버넌스 상설화

「오송 K-뷰티 인재양성·평가·인증 운영협의체」를 상설 기구로 구성하여, 연간 교육 트랙 편성(마이크로 크레덴셜·프로페셔널·강사/심사위원 과정), 교육 파트너(대학·학원·기업·클리닉·관광·MICE 등) 선정, 공공연수 물량 및 예산 배분, 품질관리(QA) 기준을 종합적으로 심의·의결하는 체계로 운영한다.

2) 교육 수행과 평가·인증의 기능 강화

오송이 승인한 표준 커리큘럼·모듈·PBL프레임을 활용하여 지역·대상·목적에 맞는 분산형 교육을 수행하고, 평가·인증은 오송 국제 K-뷰티아카데미가 전담하는 역할 분리 구조를 확립한다.
이를 통해 지역 정책의 초점을 개별 교육기관 간 경쟁이 아닌, 표준·품질·인증을 중심으로 한 상위 교육 생태계 구축에 일관되게 두고 관리한다.

3) 글로벌 KPI 체계의 재설계

글로벌 성과지표(KPI)는 해외 연수생 유치 중심 지표에서 벗어나, 재교육 참여율 및 재등록률, 포트폴리오 합격률(루브릭 기준), 강사·심사위원 인증 발급 및 갱신률, 위탁교육 반복 계약률 등 역량 축적·신뢰 형성·재교육 지속성을 중심으로 재설계한다.

나. 공공연수·재교육 상시화

1) 지자체는 현업 종사자 대상 공공연수를 연간 일정에 따라 정례적으로 운영(연 2회 이상)하고, 위생·안전·소비자보호·분쟁예방·광고 및 표기 준수·AI/디지털 윤리 등 현장 필수 역량을 지역 표준과정으로 운영한다.

2) 협회 및 유관기관과의 협약을 기반으로 위탁형 재교육 패키지를 운영하고, 의무교육과 비의무교육을 구분하지 않고 현장 수요 중심의 교육 내용을 표준 모듈로 제공함으로써 지역 단위의 교육 규범을 구축한다. 위탁 운영의 세부 범위와 방식은 관계기관의 법·제도적 기준을 반영하여 단계적으로 확정·적용한다.

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

3) 공공연수는 우대단가, 바우처 및 수강료 감면 등 공공 지원 중심으로 운영하고, 해외 연수, B2B 교육, 인증·심사, 라이선스 사업 등 수익사업은 별도 체계로 분리하여 운영한다. 이를 통해 회계 및 성과 관리를 이원화함으로써 공공성과 수익성 간의 충돌을 방지하고, 공공연수의 정책적 목적과 신뢰성을 안정적으로 유지한다.

다. 파트너십 기반 확산

1) 대학(B2U)은 '경쟁자'가 아니라 '고객'으로 설계하여, 교강사 재교육(티처스 트레이닝), PBL 운영법, 평가루브릭, 공동 포트폴리오 심사 등 공동인증 패키지를 협약형으로 확산한다.

2) 직업훈련기관(B2B)은 수강료 경쟁을 회피하고, 표준 커리큘럼·평가도구 라이선싱과 강사 인증/QA를 공급하되 최종 인증은 오송이 수행하는 구조로 잠식을 확장으로 전환한다.

3) 관광업체는 모객 파트너로 관리하되, 3~5일 프로그램에도 과제·평가·포트폴리오·인증을 결합한 '인증 결합형 캠프'로 상향하고, 수익배분은 모객 수수료가 아닌 수료/인증 성과연동을 표준으로 적용한다.

4) 해외 연수단 유치를 위해서 해외 기관과의 교류 및 홍보는 절대적이다 해외 미용 단체 및 교육기관과의 직접적인 협력 관계를 구축하고, 오송의 전문화된 K-뷰티 교육 과정 및 독점 인증(K-뷰티 멘탈 코치 등)을 공동 브랜드화하여 홍보한다. 이를 통해 해당 기관의 교강사 재교육, 표준 교육과정 라이선싱 및 연수생 대상의 특화 프로그램을 개발하여 오송으로의 '목적형 연수' 유입을 확대한다.

[부록]

뷰티서비스산업의 재교육 및 전공교육에 관한 수요조사

안녕하십니까?

오송시는 2022년부터 K-뷰티의 확산과 위상 제고를 위해 '오송 K-뷰티 아카데미'의 설립을 추진해 왔으며, 현재 곧 개원을 앞두고 있습니다.

아카데미의 성공적인 운영과 지속 가능한 발전을 도모하기 위해 수강생 유치 및 수익 창출 방안을 다각도로 연구하고 있으며, 이에 대한 정책적 지원과 실질적인 교육 프로그램을 준비하고 있습니다.

저희 서경대학교 연구진은 오송 K-뷰티 아카데미의 오픈을 앞두고, 미용 분야 재교육 및 전공교육에 대한 현황과 수요를 체계적으로 파악하기 위한 설문조사를 실시하고 있습니다.

여러분께서 제공해 주시는 소중한 의견은 향후 실효성 있는 K-뷰티 교육과정 개발은 물론, 정책 방향 수립에도 매우 중요한 자료로 활용될 예정입니다.

바쁘시겠지만 본 조사에 적극적인 참여와 협조를 부탁드리며, 귀하의 참여가 오송 K-뷰티 아카데미의 더 나은 출발에 큰 힘이 될 것입니다.

귀하께서 응답하신 내용은 **통계법 제33조에 의거하여 비밀이 철저히 보장되며, 통계작성 이외의 목적으로는 절대로 사용하지 않을 것을 약속 드립니다.**

2025년 11월 10일

오송국제K-뷰티아카데미 정책연구 연구진 드림

오송국제K-뷰티아카데미 정책연구 연구진

▶ **정책연구진: 책임연구자** 서경대학교미용예술학부 박진현 학장

연구원 서경대학교미용예술학부 김은숙, 이정주 교수

보조연구원 플로우인 김민재 대표

※ 본 설문조사와 관련하여 문의사항이 있을 경우, 아래로 연락하여 주시기 바랍니다.

▶ 문 의 처 : 서경대학교미용예술학부 연구진 010-0000-0000

※ 본 조사에서 모든 설문응답과 개인적인 사항은 철저히 무기명으로 처리되며, 통계분석의 목적 이외에는 절대 사용되지 않습니다.

※ 응답자의 경우 회신내용 확인을 위한 연락시 필요한 사항이며, 외부에 공개되지 않습니다.

※ 본 설문은 뷰티서비스산업(헤어,피부,메이크업,네일) 교육을 받고 있는 학생 및 전공자와 뷰티 산업체 종사자를 대상으로 하는 설문입니다.

Ⅰ. 기본 특성 및 배경

Q01. 귀하의 성별 ( )

① 여성 ② 남성

Q02. 귀하의 연령대 ( )

① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대 이상

Q03. 귀하의 현재 소속 및 상황 ( )

① 미용 전공 재학생/휴학생 ② 졸업생(재직 준비자) ③ 미용 산업체 종사자
④ 기타(직접기입)

Q04. 귀하의 전공 및 담당 분야. (복수 응답 가능) ( )

① 헤어 ② 피부 ③ 네일 ④ 메이크업
⑤ 기타 :_____

Q05. 귀하(종사자)의 미용 분야 경력 ( )

① 없음 ② 1년 미만 ③ 1~3년 ④ 4~7년 ⑤ 8년 이상

Q06. 귀하께서 현재 취득한 미용 관련 국가자격증 수 ( )

① 없음 ② 1개 ③ 2개 ④ 3개 ⑤ 4개 이상

Q07. 귀하의 최종 목표 또는 주된 관심 분야 (복수 선택 가능) ( )

① 헤어샵 ② 피부샵/에스테틱 ③ 네일아트샵 ④ 메이크업샵
⑤ 병원/의료미용 ⑥ 뷰티 아카데미 강사/교육직 ⑦ 화장품 회사(연구/ 마케팅 등)
⑧ 창업 ⑨ 기타(직접 작성:)

Ⅱ. 교육과정 인식 및 학습경험(교육생 및 취업준비생용)

Q08. 현재 교육과정에 대한 이론과 실습 비율의 적절성 ( )

① 매우 적절 ② 적절 ③ 보통 ④ 부적절 ⑤ 매우 부적절

Q09. 현재 교육과정의 미용 전문 지식(이론) 습득에 대한 도움 정도 ( )

① 매우 적절 ② 적절 ③ 보통 ④ 부적절 ⑤ 매우 부적절

Q10. 현재 교육과정의 미용 전문 기술 습득에 대한 도움 정도 ( )

① 매우 적절 ② 적절 ③ 보통 ④ 부적절 ⑤ 매우 부적절

Q11. 현재 교육과정의 자격 취득 및 진로설계에 대한 도움 정도 ( )

① 매우 적절 ② 적절 ③ 보통 ④ 부적절 ⑤ 매우 부적절

Q12. 현재 교육 시설과 장비에 대한 산업현장 환경 수준 반영 정도 ( )

① 매우 적절 ② 적절 ③ 보통 ④ 부적절 ⑤ 매우 부적절

Q13. 현재 실습 인원 규모의 학습 효과에 대한 적절성 ( )

① 매우 적절 ② 적절 ③ 보통 ④ 부적절 ⑤ 매우 부적절

Q14. 현재 교수진에 대한 실무경력과 교육 역량 보유 수준 ( )

① 매우 높음 ② 높음 ③ 보통 ④ 부족 ⑤ 매우부족

Q15. 교육기관 교수자의 피드백에 대한 학습 향상 도움 정도 ( )

① 매우 높음 ② 높음 ③ 보통 ④ 부족 ⑤ 매우부족

Q16. 현재 교육내용에 대한 실제 직무 수행 도움 정도 ( )

① 매우 높음 ② 높음 ③ 보통 ④ 부족 ⑤ 매우부족

Q17. 최신 트렌드와 기술 습득을 위한 자발적 학습 여부 ( )

① 매우 높음 ② 높음 ③ 보통 ④ 부족 ⑤ 매우부족

Ⅲ. 재교육(직무교육) 수요 및 선호 형태(종사자용)

Q18. 현재 직무 수행을 위해 추가 교육의 필요성 ( )

① 매우 필요 ② 필요 ③ 보통 ④ 불필요 ⑤ 절대 불필요

Q19. 교육이 가장 필요한 분야 (2개 선택) ( )

① 최신 실무 기술 ② 경영/마케팅/서비스 ③ 심화이론 ④ 자격증 심화
⑤ 수익/고객확보 ⑥ 이직준비 ⑦ 창업준비 ⑧ 지도 능력 스킬업
⑨기타( )

Q20. 선호하는 수업 형태 ( )

① 집중형 단기 워크숍 ② 주 1회 지속형 과정 ③ 온·오프라인 병행
④ 기타( )

Q21. 교육의 효과성을 높이기 위해 적당한 교육인원 ( )

① 10명 이내의 소규모 ② 10~15명 ③ 20명 내외 ④ 기타( )

Q22. 재교육을 통해 기대하는 주요 가치 (2개 선택) ( )

① 전문성 향상 ② 트렌드 업데이트 ③ 취업/창업에의 실질적 도움
④ 네트워킹 및 협력 기회 ⑤ 공신력 있는 인증 취득 ⑥ 국제 교류 프로그램 참여

Q23. 직무역량 강화를 위해 적정한 교육 기간 ( )

① 1일~2일 ② 1주 이내 ③ 주 1회 1개월~2개월 ④ 주 1회 3~6개월
④ 주 1회 6개월~1년 ⑤ 1년 이상

Q24. 재교육 프로그램 품질을 높이기 위한 핵심 요소 (2개 선택) ( )

① 교육비용 ② 접근성 ③ 장비 수준 ④ 강사역량
⑤ 산업체 연계/취업

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

Q25. 재교육 시 선호하는 교육기관 형태 (　　)

① 대학/전문대　② 협회·단체　③ 직업훈련학교　④ 온라인교육센터

⑤ 기타

Q26. 재교육 시 선호하는 교육 시간대 (　　)

① 평일 주간　② 평일 야간　③ 주말　④ 유연 운영　⑤ 기타

Q27. 재교육에 적절한 수강료 수준 (2개 선택) (　　)

① 무료(정부/기관 지원) ② 10만 원 이하 ③ 10~30만 원 ④ 30~50만 원

⑤ 50만 원 이상　⑥ 상관없다

IV. 오송 K-뷰티아카데미 참여 의향 및 교육운영형태 선호도

Q28. 선호하는 교육 형태 (2개 선택)) (　　)

① 실습 중심 오프라인 ② 이론+실습 병행 ③ 온라인 실시간

④ 녹화형 온라인 ⑤ 현장견학·워크숍 ⑥ 프로젝트형 ⑦ 팀 토론·협동형

Q29. 아카데미에서 개설되길 희망하는 교육 유형 (2개 선택)　(　　)

① 최신 트렌드 과정　② 국제 자격 연계 과정

③ 실습 중심의 숙련도 향상 과정

④ 취·창업 연계 프로그램 ⑤ 교수법 중심의 강사양성과정

⑥ 기술 중심의 강사양성과정

⑦ 기타(　　)

Q30. 교육 참여 시 중요한 요소 (2개 선택) (　　)

① 강사의 전문성 ② 교육 내용의 실용성 ③ 시간·장소의 편의성

④ 수료 후 인증 및 활용도 ⑤ 교육비 및 지원정책

⑥ 네트워킹 및 교류 기회

Q31. 선호하는 강사 유형 (2개 선택) (　　)

① 현장 실무 전문가 ② 대학 교수/연구자 ③ 유명 아티스트

④ 교육 전문강사 ⑤ 해외연수 경험자 ⑥ 인플루언서 ⑦ 공동강의

Q32. K-뷰티아카데미 개설 시 교육생으로 참여 의향 (　　)

① 적극적 참여　② 참여　③ 보통　④ 불참　⑤ 절대 불참

Q33. K-뷰티아카데미 개설 시 교수자로 참여 의향 (　　)

① 적극적 참여　② 참여　③ 보통　④ 불참　⑤ 절대 불참

Q34. K-뷰티아카데미 교육 수료 후 원하는 인증 형태 (　　)

① 도지사 명의 수료증 (지방정부 공식 수료 인정)

② 한국직업능력연구원 등록 민간자격증 (국가등록 민간자격 형태)

③ 오송국제K-뷰티아카데미 자체 인증서 (기관장 명의 전문과정 인증)

④ 글로벌 국제공동 인증서 (해외 교육기관과 공동 발급 형태)

⑤ 기타 (　　)

Q35. 현재 귀하의 거주 지역과 K뷰티아카데미에 필요한 의견

① 수도권　② 충청권　③ 호남권　④ 영남권　⑤ 강원권　⑥ 제주권

⑦ 기타지역(　)

의견: _____

_____

♠끝까지 설문에 참여해주셔서 감사합니다♠

♠ 귀하의 소중한 의견은 K-뷰티 아카데미 발전에 소중한 자료로 활용됩니다.♠

SINCE 1947 서경대학교 SEOKYEONG UNIVERSITY

참고문헌

1. 대한화장품산업연구원. (2024). 화장품·뷰티산업 동향 및 통계자료.
2. 통계청. (2024). 전국사업체조사 및 산업통계.
3. 고용노동부. (2023). 직업훈련 및 고용통계 자료.
4. 한국산업인력공단. (2025). 직업자격 및 직업능력개발 정책자료.
5. 김경열. (2013). 뷰티산업 및 직업교육 관련 연구.
6. Statista. (2024). Global beauty and cosmetics market statistics.
7. United States State Board of Cosmetology. (2024). Cosmetology regulation and licensing requirements.
8. VTCT. (2024). Beauty therapy qualification standards.
9. Bundesinstitut für Berufsbildung(BIBB). (2023). Vocational education and training(VET) system in Germany.
10. 일본 후생노동성. (2024). 미용사 양성 및 직업훈련 제도 자료.
11. 프랑스 교육부(MENJ). (2023). 직업교육 및 미용교육 제도 자료.
12. SkillsFuture Singapore Agency(SSG). (2024). SkillsFuture 및 뷰티 직업훈련 체계 자료.
13. Australian Skills Quality Authority·Australian Qualifications Framework. (2024). 국가 직업자격체계 자료.
14. 한국산업인력공단. (2024). 국가직무능력표준(NCS) 총괄운영 보고서.
15. 교육부. (2023). 평생직업교육 혁신대학 추진계획.
16. 서울특별시. (2025). 뷰티산업 관련 공식자료.
17. 오송화장품·뷰티산업엑스포 조직위원회. (2025). 오송화장품뷰티산업엑스포 공식 자료.
18. 한국보건산업진흥원. (2021). 화장품·뷰티산업 관련 정책·조사 보고서.
19. 서울특별시. (2025). 2025 서울뷰티위크 공식 보도자료 및 사업공고.
20. 서울경제진흥원. (2025). 2025년 서울형 뷰티산업 육성 지원사업 안내.
21. 서울특별시. (2025). 뷰티웰니스관광 100선 추진 관련 정책자료.
22. InvestKOREA. (2025). 화장품·뷰티산업 투자동향 자료.
23. THE K BEAUTY SCIENCE. (2025). 뷰티산업 정책기사 및 공식 포럼 자료.
24. 부산광역시. (2025). 뷰티산업 관련 공식 정책발표 자료.
25. 영남일보. (2025). 뷰티산업 관련 보도.
26. 대구광역시. (2025). Medicity Daegu 등 뷰티·의료산업 정책자료.
27. 광주광역시. (2020). 광주광역시 뷰티산업 육성에 관한 조례.
28. 광주연구원. (2024). 뷰티산업 육성 정책리포트.
29. 광주광역시. (2025). 광주 청년정책포털 뷰티산업 관련 자료.
30. 관계부처. (2025). 화장품산업 기본계획(2025~2027).

31. National Center for Education Statistics. (2025). Cosmetology programs (CIP 12.0401).
32. Central Piedmont Community College. (2025). Cosmetology AAS program information.
33. Cape Fear Community College. (2025). Cosmetology curriculum.
34. Further Education College(UK). (2025). City & Guilds/VTCT National Qualification 과정 사례.
35. VTCT. (2025). VTCT Level 2·3 Diploma in Beauty Therapy.
36. City & Guilds. (2025). Level 2·3 Beauty Therapy Qualification.
37. Anerkennung in Deutschland. (2025). 독일 공식 자격인정 포털 자료.
38. 독일 마이스터학교(Weiterbildungszentrum). (연도 미상). 직업교육 제도 자료.
39. 위키백과(일본어판). (2025). 미용사 양성시설.
40. 일본 후생노동성. (2025). 하로워크(Hello Work) 공식 홈페이지.
41. CFA Coiffure-Esthétique. (2025). 프랑스 미용교육 공식자료.
42. Académie de la Coiffure et de l'Esthétique Centre-Val de Loire. (2025). 공식 교육과정 자료.
43. Institute of Technical Education. (연도 미상). 싱가포르 직업교육 공식자료.
44. 싱가포르 교육부. (연도 미상). 직업교육 정책자료.
45. TAFE NSW. (연도 미상). 호주 미용·헤어 직업훈련 과정 자료.
46. 한국보건산업진흥원. (2007). 뷰티산업 발전방안, 보건산업리포트.
47. 한국보건산업진흥원. (2021). 화장품·뷰티서비스 산업 육성 및 동반성장 방안을 위한 기초조사.
48. 서울특별시. (2022). 서울형 뷰티산업 육성 기본계획 수립을 위한 학술용역.
49. PwC Korea. (2024). K-뷰티 산업 현황 및 회계·세무 Guide Book.
50. K-BEAUTY OUTLOOK. (2025). K-뷰티 산업 전망 자료.
51. 최은정 외. (2021). 친환경 소비 트렌드가 화장품 산업에 미치는 영향.
52. 식품의약품안전처. (연도 미상). 책임판매업체 생산실적 자료.
53. Euromonitor International. (2024). World Market for Beauty and Personal Care.
54. Fortune Business Insights. (2024). Global Cosmetics Market Size and Forecast.
55. Grand View Research. (2023). Global Cosmetics Market.
56. IBISWorld. (2025). Global Cosmetics Manufacturing Market.
57. McKinsey & Company. (2024). Global beauty industry and e-commerce trends.
58. L'Oréal. (2023). Annual Report 2023.
59. Allied Market Research. (2023). Men's Grooming Market.
60. BDA Partners. (2024). The Beauty Sector Is Growing and Glowing in Asia.
61. 보건복지부. (2010). 뷰티산업 경쟁력 강화 방안.
62. 정우성. (2017). 한국과 일본의 뷰티서비스 시장동향.

63. Expert Market Research. (2024). South Korea Cosmetics Market Report 2024-2025.
64. Precedence Research. (2025). Beauty and Personal Care Products Market Size 2025-2034.
65. Mordor Intelligence. (2025). South Korea Cosmetics Products Market Industry Report.
66. Custom Market Insights. (2024). Korea Cosmetic Market Report.
67. Maximize Market Research. (2024). Global Cosmetics Market 2024-2030.
68. 비즈한국. (2023). 미용실 11만개 시대, 10년 새 3만개 증가.
69. 한국노동연구원. (2022). 공유미용실 제도화의 고용영향 평가.
70. 이데일리. (2023). 피부미용·네일 등 기타미용업 증가 관련 보도.
71. 뷰티누리. (2023). 비의료 웰니스 중심 피부관리 확대 보도.
72. 식품의약품안전처. (2022). 반영구화장 위생관리 지침.
73. 메디컬타임즈. (2025). 문신사법 관련 보도.
74. 한국보건산업진흥원. (2021). 코로나19 이후 화장품시장 변화 진단.
75. DMC리포트. (2025). 2025 뷰티/화장품 업종보고서 요약본.
76. 한국보건산업진흥원. (2023). 뷰티 서비스 산업 동향 보고서.
77. CNC News. (2023). 한국 피부관리숍 및 미용실 현황 자료.
78. 삼성증권. (2025). 2025년 K-뷰티 현황과 전망.
79. 육현정. (2018). 4차 산업혁명 시대의 K-beauty 서비스산업 분석 및 예측.
80. 이세희·최은영. (2017). 4년제 대학 화장품관련학과 교육과정 현황 분석.
81. 채현호·김서희. (2023). 미용학과 교육과정과 마이크로디그리 분석.
82. 박춘란. (2019). NCS 기반 2년제 뷰티미용과 교육과정 개편 연구.
83. 박정원. (2017). 뷰티전공 대학생 삶의 만족도 연구.
84. 김보경 외. (2022). 뷰티직업훈련기관 훈련생 만족도 및 추천의도 영향요인.
85. 한국직업능력개발원. (2024). 국가직무능력표준 미용분야 직무정의 및 훈련기준.
86. HRD-Net. (2025). NCS 기반 미용사 직업훈련과정 안내.
87. CIDESCO International. (2023). Aesthetics Diploma Syllabus.
88. Bronwyn Conroy College. (2018). CIDESCO Aesthetics Syllabus (minimum 800 hours).