

국내 프랜차이즈 미용실의 공간 특성에 관한 연구

- 세트부스를 중심으로 -

A Study on the Spatial Characteristics of Franchise Beauty Salon in Korea

홍승대* / Hong, Sung-Dae

이상호** / Lee, Sang-Ho

신은주*** / Shin, Eun-Ju

Abstract

The purpose of this study is to analyze the characteristics of set-booth in beauty salon as well as to suggest the basic design data for franchise beauty salon. The method of this research was based on field observation of the franchise beauty salon in Seoul. The results of this research are as follows:

- 1) In set-booth type analysis, set-mirror wall type and set-mirror partition type are mainly used, but set-mirror table type is not showed in this research.
- 2) In terms of scale, wall type and partition type are classified as large scale, wall type and partition type are used as medium scale. In shop front analysis, the result is shown in two things. If it is open type, they used partition type and if it is close type, they used wall type.
- 3) Set-mirror is consisted of mirror and drawer and it is classified by 4 types with combination method. In a result, most of them used separated mirror type because they want to emphasize the separation between set booth and its layout.
- 4) Lighting method has 4 types: cornice type, bracket type, pendant type and downlight type. Among them, downlight is showed as the most-used.

키워드 : 미용실, 세트부스, 프랜차이즈

1. 서론

1.1. 연구의 배경 및 목적

97년 행정자치부 통계에 의하면 전국의 미용실의 수는 74,192개 업소로 집계되고 있다. 이는 지난 96년 집계에 비해 약 4.11% (2,935개) 증가한 것이다. 90년도만 해도 5만 8천 3백 76개 업소였던 것이 96년도에는 이보다 1만 5천 8백여 업소가 늘어 약 27.01% 증가한 것으로 나타났다. 미용실의 증가율은 60년대 이후 매년 급격한 증가율을 보이다가 90년대에 들어서면서 약간 주춤세로 전환하게 되는데 이는 국내에 미용실의 수가 어느 정도 한계점에 이르렀다는 반증이다.

이와 같이 90년대에 들어 증가율이 주춤하게 된 원인은 90년 이후

대외시장이 개방되면서 대형 미용실이 증가하고 90년초 부터 외국의 미용실이 국내에 잠입하여 온 결과 국내의 중·소형 미용실의 입지가 약화되고 있기 때문이라는 것이 업계의 분석이다. 이러한 추세로 보았을 때 국내 미용계에서도 양적인 팽창에 치중할 것이 아니라 보다 전문적이고 체계적인 경영시스템과 마케팅 전략으로서 개방화 시대에 부응하는 국제경쟁력을 갖추고 있어야 하는 것이다. 이에 따른 현상으로서 점포의 대형화, 경영의 프랜차이즈화가 성행하고 있으며 그에 대응한 고객중심의 마케팅 개념 구축과 타 브랜드와의 차별화된 이미지 구축의 필요성이 크게 대두되고 있는 실정이다.

이러한 요구에 부응하기 위해서는 단순히 미용실 환경 시설 자체의 인상으로 차별화를 추진하는 국부적인 개성화가 아닌 고객 중심의 공간구성과, 고객을 위한 미용문화의 생활공간이 될 수 있는 기능적이고도 합리적인 실내계획을 전개하는 것이 필수적이다.

본 연구는 이와 같은 미용 문화 전반의 내용을 바탕으로 미용실

* 정회원, 동주대학 실내디자인과 전임강사

** 이사, 홍익대학교 건축공학과 부교수, 공학박사

*** 정회원, 안산공과대학 강사

공간 계획의 중심이 되는 세트부스의 특성을 규명함으로써 프랜차이즈화에 따라 요구되는 판매환경 동일화계획(Store Identity)의 매뉴얼 작성을 위한 기초 자료를 제시하는데 주된 목적이 있다.

12. 연구의 방법 및 범위

본 연구에서는 미용실에서의 일반적인 방문목적과 이용 행태가 커트-퍼머넌트-드라이-염색의 순이라는 점과 미용실의 디자인 특성이 부각되는 부분이 세트 및 커팅공간이라는 점에 주목하여¹⁾ 헤어 서어비스(커트, 퍼머넌트, 드라이, 염색)의 중심이 되는 세트부스로 연구의 범위를 한정한다. 따라서 메이크업(Make-up), 네일케어(Nail Care), 스킨케어(Skin Care) 등의 부가 미용 서비스에 대한 고찰은 본 연구의 범위에서 제외시킨다.

본 연구는 현장 조사방법을 통하여 동일한 경영 체제하에 운영하고 있는 국내 프랜차이즈 미용실을 대상으로 하여 공간분석을 시도한다. 이는 본 연구의 목적상 동일한 브랜드와 경영시스템하에서 나타나는 디자인 특성을 고찰하기 위함이며, 이를 위하여 이론적 고찰을 통해 분석항목을 추출하고, 이에 기준하여 미용실의 계획에서 중심이 되는 세트부스의 특성을 분석한다.

2. 조사대상 및 분석항목

2.1. 국내 프랜차이즈 미용실의 현황

90년대 이후 대외 시장이 개방되고 외국계 미용실이 국내시장에 진출하면서 국내 미용업계에는 토탈 뷰티숍을 지향하면서 점차 미용실의 대형화와 프랜차이즈 경영 시스템을 도입하는 경향이 나타나고 있다. 다점포 영업망을 구축하고 있는 미용실들의 경영체제는 같은 경영 마인드 하에서 본사(경영 본부)의 지도 및 지원 체계로 운영되는 프랜차이즈 형태의 시스템으로서, 시설 측면에서는 동일 상호와 C·I의 적용을 기본으로 하고 있다.

프랜차이즈 경영기법을 도입한 국내 미용실의 현황을 도표로 정리하면 <표 1>과 같다. 이외에도 썬딸그 미용실, 새리 뷰티프라자, 가위소리, 헤어뱅크등 다수의 미용실들이 프랜차이즈 시스템을 도입한 다점포화를 추진하고 있으며, 앞으로도 대형화 추세와 함께 미용실 브랜드의 다점포화는 계속 증가 할 전망이다.

<표 1> 국내 프랜차이즈 미용실 브랜드

구분	브랜드명	가맹점 및 운영체제
국내 브랜드	박준미장	• 88년 개점을 시작으로 전국57개 지점망 확보 (해외지점 4개 / 서울18개 지점) • 직영체제는 2개 지점이며 그외는 가맹점 체제
	이기자 미용실	• 전국 36개 지점망 확보 (서울 20개 지점) • 직영점 + 가맹점
	준오헤어	• 83년 개점을 시작으로 88년 브랜드 차별화 선언 • 서울에만 12개 직영점 확보 • 본사에서 관리하는 직영체제로 운영

1)이유석, 한국여성의 두발화장품 소비행동에 관한 실증적 고찰, 고대 석론, 1989

구분	브랜드명	가맹점 및 운영체제
국내 브랜드	미용그룹 세종	• 전국에 11개 직영점 확보(서울 4개 직영점 확보) • 직영체제로만 운영
	헤어뉴스	• 89년 개점을 시작으로 서울에만 8개 점포망 • 직영체제로만 운영
	이철 헤어커커	• 88년 개점을 시작으로 전국 14개 프랜차이즈 지점망 • 기존 점포면적은 40평이상이며 직영점 + 가맹점 체제
	전덕현 뷰토피아	• 프랜차이즈 본부와 서울에만 6개 지점확보
	박승철 헤어스튜디오	• 전국 50개 지점망 확보 (서울 10개 지점) • 직영점 + 가맹점의 프랜차이즈 시스템
해외 브랜드	모즈헤어	• 프랑스에 본부를 두고 전세계 400여개의 체인망 확보 • 국내에는 15개 지점망 확보(서울 2개 지점)
	차끄대상주	• 93년 국내최초로 프랜차이즈 미용사업시작 • 전국 15개 지점망 확보(서울 7개 지점)

2.2. 조사대상의 개요

본 연구의 조사대상은 서울 지역에서 프랜차이즈 경영체제를 실시하고 있는 국내 브랜드 4개를 1차로 선정하였으며, 이들 브랜드의 직영점과 가맹점 13개를 조사대상으로 하였다. <표 2>

<표 2> 조사대상 (조사시점 1998. 12)

BRAND	운영체제	지점수	조사 지점수	지역	입점층	면적(㎡)	분류코드
박준미장	직영체제 + 가맹체제	전국(57) 서울(18)	4	청담동	2	208	PJ01
				논현동	1	172	PJ02
				반포동	4	248	PJ03
				방배동	4	224	PJ04
준오헤어	직영체제	서울(12)	3	대현동	2	148	JU01
				대현동	2	332	JU02
				대현동	2	197	JU03
박승철 헤어스튜디오	직영체제 + 가맹체제	전국(50) 서울(10)	3	양재동	2	139	CH01
				문정동	4	176	CH02
				청파동	1	109	CH03
미용그룹세종	직영체제	전국(11) 서울(4)	3	압구정동	1	198	SE01
				천호동	2	282	SE02
				둔촌동	1	204	SE03

2.3. 분석기준과 항목

미용실의 세트부스의 특성을 규정하는 상관요인에는 여러 가지 항목이 있을 수 있으나 본 연구에서는 평면의 유형, 스프로트의 형식, 조명방식, 규모측면의 4가지 항목으로 대별하고 이들을 각 항목 별로 세분류하여 분석의 기초로 활용한다.

(1) 평면 유형

미용실이 입점하게되는 건축물의 유형은 건물 전체를 사용하는 자가형과 건물의 일부층을 임대하여 영업하는 임대형으로 분류할 수

있다. 미용실의 세트부스와 각 기능공간들의 배치는 동일한 규모에 서도 평면의 시각적 형태와 건축적 조건에 따라 상이하게 출현할 수 있다. 이에 본 연구에서는 평면 형태에 관한 분류기준을 <표 3>과 같이 설정하고 관련 사례별로 적용한다.

<표 3> 평면형태 분석기준

구분	유형별	범례
평면형태	부정형	
	사각형(정방향)	
	사각형(장방향)	

(2) 규모

선행 연구에 따르면 미용실은 면적, 세트부스의 수, 샴푸대수, 직원의 수 등에 따라 소규모, 중규모, 대규모 미용실로 나눌 수 있으며, 2) 그 범주 내에서 면적 및 서비스의 유형에 따라 필요 기능공간이 구성된다. 이들 선행 연구에서 제시한 내용을 종합하여 그에 따른 미용실의 규모 분류의 기준을 정리하면 <표 4>와 같다.

<표 4> 미용실의 규모 산정 기준

분류	면적(㎡)	세트부스의 수	샴푸대수	직원의 수
소규모	99 이하	6면 이하	1	3인 이하
중규모	100~199	7~15	2	4~7인
대규모	200 이상	16면 이상	3대 이상	8인 이상

(3) 숍 프론트(Shop Front)의 형식

상업공간에 있어서 숍 프론트(Shop Front)의 형식은 내부 기능공간의 배치를 결정하는 중요한 요인으로 작용한다. 외부공간과 상점 내부와의 경계인 숍 프론트의 형식은 전면 유리로 되어 도로에 면하는 쪽을 전면적으로 개방시킨 개방형과 출입구 이외의 부분은 벽, 또는 장식장에 의해서 완전히 외부공간과 차단시킨 폐쇄형 그리고 이상의 2가지 유형을 조합한 혼합형으로 대별할 수 있다.

(4) 조명 방식

세트부스는 커트와 세트가 이루어지는 공간으로서 고객의 외모를 돋보이게 연출해야 하는 공간적 특성을 포함하고 있다. 이를 위해 세트부스의 디자인과 함께 중요한 것이 조명이라고 할 수 있다. 세트부스 내에서의 조명방식은 작업을 위한 조명과 연출을 위한 조명

방식을 동시에 요구하는 특성을 포함한다. 즉, 작업을 위한 조명은 고객의 두발의 모양과 색상이 미용사에게 정확하게 인식될 수 있도록 음영이 드리워지지 않는 방식으로 고려되어야 하며, 연출을 위한 조명은 고객의 얼굴 윤곽을 확연히 드러내기 위해 음영이 분명한 조명방식을 채택하는 것이 필수적이다.

3. 세트부스의 유형과 특성

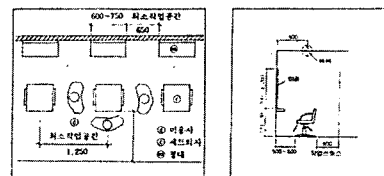
3.1. 세트부스의 유형

(1) 개요

세트부스는 헤어커트, 세팅, 퍼머먼트, 드라이, 염색, 브리치 등 미용실의 주된 서비스가 이루어지는 작업부문의 공간이며 미용실 공간 계획에 있어서 배치와 동선계획의 기준이 된다. 또한 세트경대는 공간의 시각적 특성을 결정짓는 핵심 요소이면서 미용실의 가장 중요한 장치라고 할 수 있다.

(2) 구성

세트부스의 구성 요소로는 세트경대 외에 세트의자 그리고 웨건이나 여러 가지 미용기구가 있는데 세트경대는 거울과 빗이나 미용용품 등을 수납할 수 있는 서랍장으로 구성된다. 세트의자는 전동식 의자와 자키식 의자로 분류되며 대부분 전동식 의자가 사용된다. 이와 같은 세트부스의 적정 크기는 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 세트부스의 치수

(3) 유형

세트부스의 유형은 배치방식에 따라 3가지로 분류할 수 있고, 분류된 각각의 유형은 세트경대의 구성 방식에 의하여 2가지 유형으로 구분할 수 있다.

배치방식에 따른 유형은 다음과 같은 3가지로 분류할 수 있는데 평면의 중앙에 마주보고 배치하는 세트부스 파티션형과 벽면을 따라 일자형으로 배치하는 형식의 세트부스 벽면형, 그리고 세트부스 테이블형으로 나눌 수 있다. 3) 이를 사례별로 구분하여 그 유형을 고찰하면 <표 6>과 같이 대부분의 조사대상에서 세트부스 벽면형과 세트부스 파티션형이 균등하게 출현함을 확인할 수 있다. 그러나 세트부스 테이블형은 13개 점포에서 그 유형이 출현하지 않는 것으로 조사되었다.

세트경대의 구성방식에 따른 유형은 거울과 서랍장의 구성형식에 따른 분류로서 거울 부착의 특성에 따라 연속형과 분리형으로 대별

2)유정환, 미용실의 유형별 특징과 실내계획에 관한 연구, 국민대 석론, 1996
김용규, 이우권, 점포 디자인의 실제, 효성, 1993

3)상업건축 기획설계 자료집성(2), 설계기초편, 집문사, 1971 p.183

<표 5> 세트부스의 유형

구분	배치방식	사진
벽면형		
파티션형		
테이블형		

<표 6> 사례별 세트부스의 유형

분류코드	벽면형	파티션형	테이블형	소계
PJ01	15	0	0	15
PJ02	8	10	0	18
PJ03	3	12	0	15
PJ04	5	16	0	21
JU01	21	0	0	21
JU02	8	22	0	30
JU03	11	0	0	11
CH01	0	14	0	14
CH02	0	14	0	14
CH03	10	0	0	10
SE01	11	0	0	11
SE02	10	14	0	24
SE03	14	10	0	24
계(%)	116 (51)	112 (49)	0	228 (100)

되고 서랍장의 특성에 따라 서랍장일체형, 서랍장분리형으로 세분류할 수 있다. <표 7>

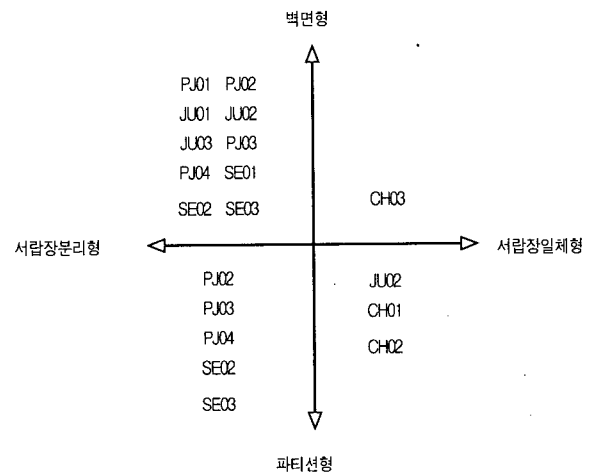
이를 각 조사대상별로 적용한 결과 <표 8>과 같이 대부분의 사례가 서랍장분리형을 알 수 있다. 특히 세트부스 벽면형의 경우에는 서랍장분리형에 대한 선호가 두드러지며, 세트부스 파티션형의 경우에는 서랍장분리형과 서랍장일체형의 분포가 고르게 출현한다.

<표 7> 세트부스의 구성유형

대분류	소분류	벽면형	파티션형
연속형	서랍장일체형		
	서랍장분리형		
분리형	서랍장일체형		
	서랍장분리형		

JU02 / CH01 / CH02 / PJ01 / PJ02 / JU01 / JU02 / JU03 / PJ03 / PJ04 / SE01 / SE02 / SE03 PJ02 / PJ03 / PJ04 / SE02 / SE03

<표 8> 사례별 분포도

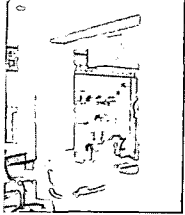
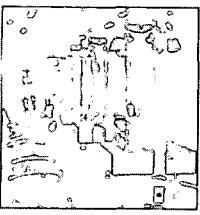
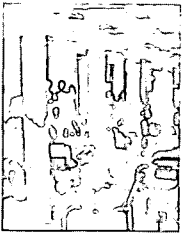



세트경대 벽면형에서 서랍장일체형은 1개 점포에만 그 유형이 출현하고 있어 적용의 빈도가 매우 낮음을 확인할 수 있다.

3.2. 조명방식

미용사의 효율적인 작업과 고객의 외모를 연출하기 위한 세트부스의 조명방식으로는 코니스형(Cornice Type), 브라켓형(Bracket Type), 펜던트형(Pendant Type), 천장직부형(Recessed Downlight)이 있으며, <표 9> 이를 관련 사례를 통하여 고찰하면 <표 10>과 같다.

<표 9> 세트부스의 조명방식

코니스형	브라켓형
	
펜던트형	천장직부형
	

조사결과 세트부스의 조명방식은 대부분 천장직부형으로 나타났으며 브랜드에 따라서 조명방식의 구분이 두드러짐을 확인할 수 있다. SE, PJ브랜드는 대부분 천장직부형인 반면 JU 브랜드는 모든 점포가 펜던트형으로 계획된 것을 알 수 있다.

<표 10> 사례별 조명방식

분류코드	코니스형	브라켓형	펜던트형	천장직부형
벽면형	CH03	PJ03 PJ04	JU01 JU02 JU03	PJ01
				PJ02
				SE01
				SE02
				SE03
				SE02
파티션형		CH01 PJ04	JU02	SE03
				PJ02
				PJ03
				CH02

3.3. 규모측면

앞서 고찰한 미용실의 규모적 특성을 기준으로 사례별 규모를 분류하면 <표 11>과 같다. <표 11>의 내용에 의하면 조사 대상 미용실의 규모는 대부분 중규모 이상이며, 점포의 면적 대비 세트부스의 평균비율은 약 8.1%이며⁵⁾ 이는 점포면적 3.8평당 1개씩의 세트

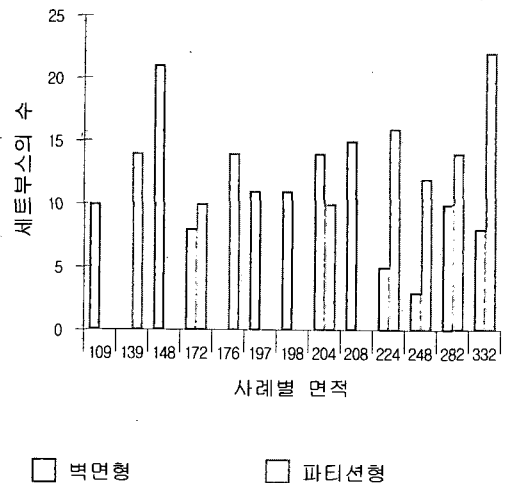
- 4)본연구에서 제시한 분류결과는 선행연구에서 제시한 규모 분류의 4가지 항목 중에서 면적 항목에 근거하여 분류한 것임을 밝혀둔다. 이는 분류기준의 나머지 3가지 항목들은 각 점포별 영업환경(입점위치, 고객층 등)에 따른 영향이 지대하여 동일한 기준을 적용하는데 한계가 있음에 기인한다.
- 5)유정환의 논문에 의하면 중규모와 대규모의 미용실의 경우 약 45평당 1개의 세트부스가 배치되는 것으로 연구되어 본 연구자의 결과와 다소간의 차이를 보이고 있다. 이는 선행 연구자의 연구대상에 해외사례가 포함되어 있어 나타난 결과이며, 본 연구의 결과 수치는 국내 미용실에 한정된 분석의 결과임을 밝혀둔다.

<표 11> 사례별 규모

분류코드	면적(㎡)	삼푸부스	종업원수	세트부스	면적대비 세트부스 비율(%)	규모
PJ01	208	3	7	15	7.2	대규모
PJ02	172	3	5	18	10.5	중규모
PJ03	248	3	10	15	6	대규모
PJ04	224	3	9	21	9.4	대규모
JU01	148	3	5	21	4.7	중규모
JU02	332	7	11	30	9	대규모
JU03	197	3	7	11	5.6	중규모
CH01	139	2	7	14	10.1	중규모
CH02	176	3	8	14	8	중규모
CH03	109	2	6	10	9.2	중규모
SE01	198	3	8	11	5.5	중규모
SE02	282	3	12	24	8.5	대규모
SE03	204	3	9	24	11.8	대규모
평균					8.1	

부스가 배치됨을 확인할 수 있다.

점포의 규모와 세트부스의 유형과의 관계를 고찰하면 <그림 2>에 나타난 바와 같이 중규모의 미용실은 벽면형이나 파티션형이 선택적으로 배치되고, 대규모 미용실의 경우는 대부분 2가지 유형이 동시에 배치됨을 확인할 수 있다. 또한 점포의 면적이 증가할수록 파티션형의 출현 빈도가 증가함을 확인할 수 있다.



<그림 2> 점포면적과 세트부스

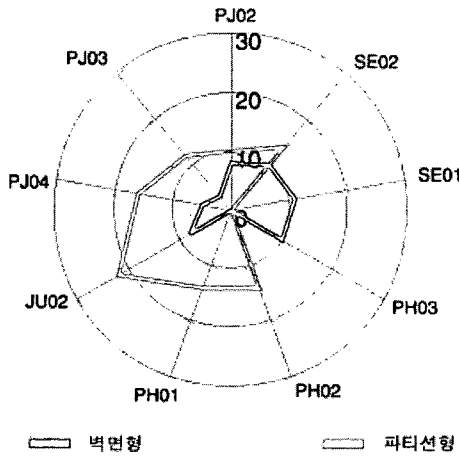
3.4. 숲 프론트(Shop Front)의 형식

본 연구의 사례를 숲 프론트(Shop Front)의 형식 측면에서 분류하면 <표 12>와 같다.

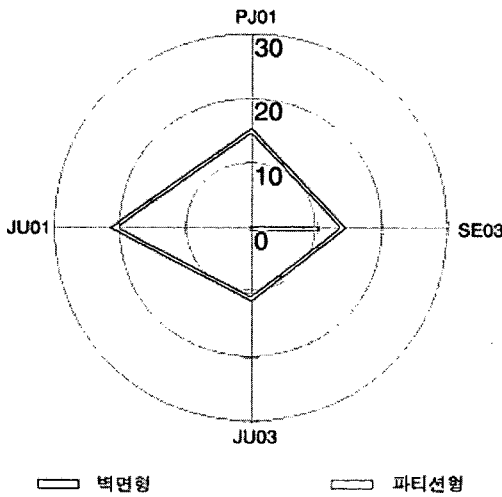
<표 12> 사례별 숲 프론트 형식

분류항목	사례	사례수
개방형	PJ02 / PJ03 / PJ04 / JU02 / CH01 / CH02 / CH03 / SE01 / SE02	9
폐쇄형	PJ01 / SE03 / JU01 / JU03	4
혼합형		0

<표 12>와 같이 조사대상 미용실의 70%가 개방형을 취하고 있으며 혼합형은 출현하지 않는 것으로 파악된다. 이를 세트부스의 유형과 비교하여 고찰하면 다음과 같다.



<그림 3> 숲 프론트 개방형



<그림 4> 숲 프론트 폐쇄형

<그림 3>과 <그림 4>에서 나타나는 바와 같이 개방형 숲프론트에서는 세트부스 파티션형이 우세하게 나타나고, 폐쇄형 숲프론트의 경우에는 세트부스 벽면형이 우세하게 나타남을 확인할 수 있다.

규모측면에서 대규모 미용실로 분류되는 PJ03, PJ04, JU02, SE02, SE03은 세트부스 벽면형과 세트부스 파티션형이 혼합되어 출현하나 그 비율은 개방형 숲프론트의 경우 세트부스 파티션형이 우세하고 (1:3), 폐쇄형 숲프론트의 경우에는 세트부스 벽면형이 우세한 것으로 나타난다.

3.5. 평면형태의 측면

조사대상별로 평면유형을 분류하면 <표 13>과 같다. 이를 세트부스의 유형과 비교 고찰하면 점포가 입점한 건축물의 평면형태와 세트부스의 유형과는 유의적 상관 관계가 없는 것으로 파악되었다 <표 14>. 단, 시지각적으로 장면과 단면의 비례 차이가 크고 점포의 규모가 대규모인 경우에는 세트부스 벽면형과 세트부스 파티션형이 동시에 사용되는 것을 확인할 수 있다.

<표 13> 사례별 평면유형

구분	유형별	해당 사례
평면형태	부정형	PJ01 / PJ03 / PJ04 / JU03 / CH02 / SE01 / SE02
	사각형(정방향)	PJ02 / JU01 / CH01 / CH03 /
	사각형(장방향)	JU02 / SE03

<표 14> 세트부스의 유형과 평면형태의 비교

분류코드	세트부스 유형			평면 형태		
	벽면형	파티션형	테이블형	부정형	사각형(정방)	사각형(장방)
PJ01	○			•		
PJ02	○	○			•	
PJ03	○	○		•		
PJ04	○	○		•		
JU01	○				•	
JU02	○	○				•
JU03	○			•		
CH01		○			•	
CH02		○		•		
CH03	○				•	
SE01	○			•		
SE02	○	○		•		
SE03	○	○				•

• ○ : 빈도수가 높음 / ○ : 빈도수가 낮음

이때 세트경대 벽면형과 세트경대 파티션형의 배치는 <표 15>와 같이 2가지 유형의 병렬형의 배치특성이 출현함을 확인할 수 있다. 이를 숲 프론트의 형식과 비교하여 고찰하면 유형-A의 경우는 숲프론트의 형식이 개방형일 경우이며, 유형-B는 폐쇄형일 경우에 나타나는 특성으로 볼 수 있다.

<표 15> 세트부스의 배치 특성

분류	유형-A	유형-B
배치특성		

• : 세트부스 벽면형 / : 세트부스 파티션형

4. 종합분석 및 결론

프랜차이즈 경영시스템을 적용하고 있는 국내 미용실 브랜드를 대상으로하여 세트부스의 특성을 분석한 결과, 세트부스 벽면형과 세트부스 파티션형이 주된 유형으로 출현하는 것으로 확인되었으며 세트경대 테이블형은 조사대상 사례 중 확인되지 않았다.

미용실의 규모면에서 대규모에 속하는 사례들은 이 2가지 유형이 동시에 사용되며 중규모에 속하는 사례들은 숲 프론트의 형식에 따라 벽면형과 파티션형이 선택적으로 사용되는 것으로 분석되었다. 특히 숲 프론트 형식과의 비교분석에서 숲 프론트 형식이 개방형일 경우에는 파티션형의 사용이 두드러지고, 폐쇄형일 경우에는 벽면형이 사용되는 것으로 파악되었다. 이는 보조세트부스(중화 및 와인딩 코너)의 배치가 대부분 쇼윈도우를 따라 배치된 특성에 기인한다고 볼 수 있다. 즉 대규모 미용실에 비해 공간적 여유가 불충분한 중규모 미용실의 배치 특성이라고 할 수 있다. 또한 조사대상의 대부분이 중규모 이상으로 파악되어 기준점포면적으로 간주됨을 확인할 수 있다.

세트부스에 있어서 세트경대의 구성은 거울과 서랍장으로 이루어지며 그 조합 방식에 의해 4가지 유형으로 분류할 수 있다. 조사결과 거울연속형의 사례는 확인되지 않았으며 대부분 거울분리형임을 알 수 있었다. 이 중의 대부분이 서랍장 분리형으로 나타나는데 이는 세트부스의 배치형식에 있어서 세트부스 상호간의 독립성을 강조한 데 기인한다고 할 수 있다.

세트부스의 조명방식은 코니스형, 브라켓형, 펜던트형, 천장직부형의 4가지 유형이 사용되는 것으로 나타났으며, 이 중 천장직부형이 높은 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 또한 각 브랜드별 조명방식은 상이한 반면 지점별 조명방식은 유사한 것으로 파악되었다. 세트부스의 조명은 기능적인 측면에서 고객과 미용사 모두를 고려한 조명방식이 요구되므로 기본 조명외에 1개 이상의 조명방식의 적용이 필수적이라 할 것이다. 이러한 관점에서 볼 때 브라켓형이나 코니스형의 조명방식을 사용하는 점포에서 보여지는 천장 다운라이트와의 조합이 바람직한 것으로 판단된다.

이상과 같은 연구결과를 통해서 세트부스의 특성이 미용실 실내 계획상의 여러 요인과 상관관계를 갖고 있음을 확인 할 수 있었으며 향후 미용실의 각 기능공간들과의 상관요인 규명 및 동선계획에 관한 연구가 지속되어야 할 것이다. 한편 본 연구는 대상의 범위가 광범위한 것을 고려할 때, 조사대상이 프랜차이즈 경영시스템을 적용하고 있는 국내 미용실 브랜드로 한정되어 있어 일반화하는데는 한계가 있음을 밝혀둔다.

참고문헌

1. 강도열, 이준용, 인테리어를 위한 전기와 조명, 동일출판사, 1995
2. 김용규, 이우권, 점포 디자인의 실제, 효성, 1993
3. 박상호, 색채계획, 효성, 1993

4. 양우창, 실내재료시공학, 기문당, 1996
5. 오인옥, 실내디자인 개론, 기문당, 1990
6. 이균호, 미용사 입문, 영림출판사, 1993
7. 이명영, 종합 미용이론, 청산문화사, 1962
8. 日本店舗設計家協會, 商業建築企劃設計資料集成(2), 商店建築社, 1971
9. 山口 智, 점포 디자인, CM 비즈니스, 1993
10. 유정한, 미용실의 유형별 특징과 실내계획에 관한 연구, 국민대 석론, 1996
11. 이유석, 한국 여성의 두발화장품 소비행동에 관한 실증적 고찰, 고대 석론, 1989
12. 신은주, 미용실 실내계획에 있어서 S.I 적용 가능성에 관한 연구, 홍익대 석론, 1998
13. 97 한국도시연감, 행정자치부, 1997
14. 월간 미용회보, 대한 미용사회, 1998.4
15. 94 한국인테리어연감, 플러스문화사, 1995
16. 商店建築, 商店建築社, 1996. 8 / 1996. 10

<접수 : 1999. 11. 1>