

# K-beauty 서비스산업 소비지출의 영향요인 분석

진정화<sup>1\*</sup>, 육현정<sup>2</sup>

<sup>1</sup>건양대학교 글로벌의료뷰티학과 교수, <sup>2</sup>Australasia International School 학생

## An analysis on the Factors of the Consumption Expenditure on K-beauty Service Industry

Chung-Hwa Chin<sup>1\*</sup>, Hyun-Jeong Yuk<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Professor, Division of Global Medical Beauty, Konyang University

<sup>2</sup>Student, Division of Remedial Massage, Australasia International School

**요약** 본 연구는 뷰티서비스 관련 소비실태를 분석하여 K뷰티 산업에 대한 발전 방안을 제시하였다. 통계청에서 제공하는 06'-16' 가계 동향조사 및 GDP 자료를 바탕으로 K-beauty 서비스산업 관련 소비지출 영향요인 분석을 실시하였다. 가구당 K-Beauty 관련 서비스 산업 소비지출 영향요인 분석 결과 이미용 서비스 소비지출과 위생 및 이미용용품 소비지출은 경상소득은 부(-)의 영향을 보여 엔겔지수의 변화와 유사한 소비 특성이 있음을 알 수 있었다. 소득분위별 이미용서비스 소비비중이 차이가 있음을 알 수 있었다. 1인당 국민소득의 증가는 K-Beauty 서비스산업 소비지출 증가에 정(+)의 영향을 나타냈다. 이상의 결과로 K-Beauty 산업의 소비는 가계수지 영향요인들의 영향하에 있음을 알 수 있었다. 국가기반산업으로 성장하기 위해서는 국가 경제동향과 소비패턴을 고려한 근시안적인 대안이 필요하다.

**주제어** : 미용서비스, 미용기기, 소득분위, 1인당국민총소득, 소비지출

**Abstract** This study aims to propose for the K-beauty industry by analyzing the consumption situation. The data used the household trend survey and GDP from 06' to 16' provided by the National Statistical Office. The analysis results of the influencing factors of expenditure on the K-beauty service industry per household resulted in the increase of expenditure on hair and beauty services and their goods when ordinary income decreased, it was possible to understand the similarities between the change of Engel's coefficient. It was difference in the proportion of consumption of beauty services account by income quintiles. The increase of the GNI had an effect on that of the consumption of K-beauty. The above results show that beauty service industry is relevant to the items of households' income and expenditure. Plans are needed to take into account national economic trends and consumption patterns.

**Key Words** : Beauty service, Beauty appliance, income quintile, GNI, Consumption Expenditure

### 1. 서론

전 세계적으로 서비스업의 고도화와 융합화가 이뤄지면서 서비스 경제가 적극적으로 진행 중이다. 세계 주요

국들은 세계 경제 및 산업 환경 변화에 따라 4차 산업혁명을 통해 서비스산업의 경쟁력 강화를 위해 노력하고 있다. 서비스 과학화, 서비스 엔지니어링 등 역량을 강화하여 기업의 활동을 서비스화와 고부가가치화로 추진하

\*Corresponding Author : Chung-Hwa Chin(jjinjh@naver.com)

Received June 10, 2020

Accepted July 20, 2020

Revised July 6, 2020

Published July 28, 2020

고 있다[1].

서비스산업은 이미 독일·일본·영국 등과 같은 주요 선진국에서 GNP의 70-80% 이상을 차지하고 있으며 고용율과 고부가가치의 증추적 역할을 하고 있다[2-4].

우리나라도 서비스 산업의 선진화를 다방면으로 추진하는 상황이다. 신성장 동력 산업 중 하나로 서비스산업을 지정하고 서비스 산업 활성화를 위해 많은 투자와 연구를 행하고 있다. 대한민국 정부는 서비스산업을 국가 경제에 있어서 제조업을 대체할 중요한 산업으로 인식하고 있다 [5]. 사회경제적 변화 및 소득수준의 향상과 함께 삶의 질이 더욱 증시됨에 따라 서비스 산업 중 뷰티산업은 그 중요성이 점점 커지고 있으며 한국 콘텐츠의 글로벌 확산과 함께 국내 화장품에 대한 수요가 확대되어 K-beauty라는 신조어가 부상하고 있다[6-8].

K-beauty란 어원은 확실하지 않지만 한국 뷰티산업 중 특히 화장품 산업의 해외 진출과 관련해 붙여진 이름이다. The Wall Street Journal(2017)에서는 한국에서 파생된 피부미용 제품의 포괄적 의미로 설명하고 있다[9].

뷰티산업은 인체를 건강하고 아름답게 관리하기 위해 제공되는 서비스와 서비스 제공에 사용되는 화장품, 미용용품 및 기기 등의 제조, 생산, 개발과 관련된 산업으로 정의된다[10]. 국내 뷰티산업은 헤어, 피부, 네일, 메이크업 등의 뷰티서비스산업과 화장품, 미용용품 및 기기 등의 뷰티 제조산업으로 구분할 수 있으며 이 밖에 의료, 관광, 패션, 식품, 문화 등 뷰티산업과 연계되어 새로운 부가가치를 창출할 가능성이 있는 뷰티연관 산업으로 구분할 수 있다[11,12].

이러한 뷰티연관 산업 중 주요 화장품 수출액은 2016년 기준 34억 4600만 달러(약 4조원)를 기록하며 2012년 대비 314.7%, 4배 이상 늘어난 규모이며 K-뷰티에 대한 높은 관심으로 온라인과 일반 매장을 막론하고 한국 화장품의 글로벌 시장 진출은 매우 빠르게 이뤄지고 있다. Table 1의 화장품 이외 뷰티산업의 해외진출 규모는 2015년 기준 약 17건이 진출하였고 기타미용업(손, 발톱관리)이 11건으로 가장 많은 비중을 차지한다[13].

대한민국의 K-Beauty 산업은 변화하는 4차산업 혁명의 주요 맥락을 파악하고 이로 인해 국내 뷰티산업에 미칠 영향과 변화를 진단하여 효과적으로 대응할 수 있는 방안을 수립해야 한다.

이를 위해서는 국내 경제 구조변화의 현상에 대한 정확한 정보의 확보가 중요하다. 이러한 점에서 서비스산업에 대한 통계의 중요성이 높아지고 있으나 뷰티산업에 해당 분야의 통계분석 및 정리가 다소 부족한 실정이다.

Table 1. Scale of the domestic beauty industry's overseas expansion

Classification of industries	reported cases (cases)	new corporatios (individuals)	Reported amount (\$1000)	Remittance count (count)	investment (\$1000)
Subtotal of beauty industry	17	10	1716	18	1332
Beauty related Service	4	3	556	5	304
beauty industry	7	4	513	8	510
Hairdressing	4	1	525	2	396
Beautytherapy	2	2	122	3	122

source : KOTRA

- 1) reported cases : Include an increase report other than a new report
- 2) new corporatios : Process the first remittance to a local corporation in one case
- 3) Remittance count: One case for each remittance; one case for two or more transfers within the same month.

따라서 본 연구에서는 통계청, 보건복지부 등 신뢰할 만한 국가 기관의 통계자료를 토대로 국내 뷰티산업의 현황 및 특징에 대한 전반적인 실태를 분석하여 어떠한 특징이 있는지를 살펴보고 향후 뷰티산업에 대한 비전 및 발전 방안을 제시하고자 한다.

## 2. 연구방법

### 2.1 자료수집

통계청에서 제공하는 2006년부터 2016년 조사된 가계 동향조사(신 분류), 한국은행 경제통계시스템으로부터 도출한 국내총생산 GDP 자료를 바탕으로 연구 자료를 수집하였다.

본 연구에서는 소득계층별 소비행태를 분석하기 위한 자료로 통계청의 2016년 「가계동향조사」자료를 이용하였다. 상기 자료는 매월 전국 가계의 소득 및 지출을 조사원이 가구단위로 개별 가구에게 가계부 형식으로 가장하도록 조사하여 이를 집계 후 분기별로 「가계동향」으로 발표하고 연간 단위로 「가계동향조사연보」를 통해 발표하고 있다. 「가계동향조사」의 목적은 가구의 수입과 지출을 조사하여 가구의 생활실태 변동사항을 파악하여 정책의 기초자료로서 활용하기 위해서 1963년 1월부터 통계청이 조사업무를 담당하기 시작하였다. 8차례에 걸쳐 표본개편을 한 후 현재에 이르고 있다.

이와 같이 2016년 자료를 사용한 것은 「가계동향조

사」가 2003년 까지는 도시지역의 비농가만 조사하는 「도시가계조사」로 운영되다가 2004년부터 조사대상은 읍면 지역의 2인 이상까지 확대하여 전국에 걸친 「가계조사」로 시작되었다.

2006년 부터는 1인 가구까지도 조사하여 발표하고 있어 1인 가구 이상의 기초자료를 활용하여 본 연구에서는 2006년부터 2016년까지 현재 발표된 자료를 기반으로 분석을 실시하였다. 최근 1인 가구의 급증 현상에 근거할 때, 1인 가구의 반영이 좀 더 연구 기초 자료로 의미가 있을 거라 판단하였다[14].

## 2.2 소비지출 항목의 구분 및 특징

본 연구는 가구별 가계수지, 소득5분위, 1인당 국민총소득별 K-beauty 서비스산업 관련 소비행태의 특성을 분석하기 위하여 「가계동향조사」자료의 12대 대분류 항목을 기준으로 세분류를 감안하여 지출항목을 구분하였다. K-beauty 서비스산업 관련 항목은 12. 기타상품·서비스 항목의 9개 세분류 중 이미용서비스, 이미용기기, 위생 및 이미용 용품 3개 세분류 항목의 자료를 활용하였다.

### 2.2.1 소득5분위별 가계경제구조에 관한 연구

소득5분위는 국민 소득을 5구간으로 나누어서 분류한 계층별 분류로 5분위는 최상위 20%, 4분위는 소득 상위 60~80%, 3분위는 소득 상위 40~60%, 2분위는 소득 하위 20~40%, 1분위는 하위 20%를 나타낸다(한경 경제용어사전 2016). 소득5분위별 소득격차가 K-Beauty 서

비스 산업 소비지출에 영향을 미치는지 분석하고자 전국 1인 이상 가구의 소득분위별 통계청 자료를 활용하였다.

## 3. 연구결과

### 3.1 K-Beauty 서비스산업 관련 가계수지

Table 2는 가구의 생활수준 실태와 변동사항을 파악하기 위해 통계청 자료를 바탕으로 2006년부터 2016년까지 가계의 수입과 지출을 나타낸 결과이다.

가구원은 주민등록 등재 여부와 상관없이 생계를 같이 하고 자산 또는 소득의 일부를 공동으로 사용하는 가구의 구성원으로 2006년 평균 2.99에서 2016년 평균 2.59명으로 13.4% 감소하였다. 가구주 연령은 2006년 평균 47.68세에서 2016년 10.5% 증가한 52.68세로 조사되어 가구주의 연령층이 점차 고령화되어 가고 있음을 알 수 있다.

소득은 가구를 구성하고 있는 모든 가구원의 수익을 합산한 금액으로 가구당 월평균 소득은 2006년 약 283만원에서 2016년 약 376만원으로 33.1% 증가하였다.

가계지출은 실질적으로 가계의 자산이 감소되는 지출로써 생계 또는 생활을 위해 소비하는 상품 및 서비스의 지출비용인 소비지출과 조세, 연금 및 보험과 같은 자산 구입이 아닌 금액을 의미하는 비소비지출로 구성된다.

총 가계지출은 2006년 월 평균 약 230만원에서 2016년 약 291만원으로 26.17% 상승하였다.

Table 2. Monthly average family income and outgo per household in relation to the service industry of K-beauty (nationwide, households with more than one person, net income)

	House-hold Number	House-holder Age	Income (won)	household expenditure (won)	household consumption expenditures (won)	Beauty Service (won)	Beauty Appliance (won)	hygiene & beauty product (won)
△'06-16	-13.4	10.5	33.1	26.1	21.4	9.1	47.8	40.2
2006	2.99	47.68	2,830,296	2,306,927	1,814,533	29,294	452	26,341
2007	2.93	48.33	2,973,003	2,405,291	1,877,926	28,621	532	28,080
2008	2.88	48.74	3,073,383	2,475,306	1,923,521	28,631	529	29,612
2009	2.86	49.27	3,060,891	2,491,809	1,926,432	26,451	547	31,198
2010	2.84	49.55	3,235,990	2,648,562	2,038,065	27,379	566	33,939
2011	2.83	50.2	3,420,963	2,770,859	2,121,649	28,427	681	35,565
2012	2.81	50.87	3,613,322	2,870,012	2,188,662	29,624	635	37,849
2013	2.78	51.46	3,675,004	2,895,993	2,203,064	30,138	710	36,433
2014	2.71	51.65	3,743,156	2,939,652	2,234,794	32,004	859	36,565
2015	2.64	52.16	3,776,796	2,933,430	2,224,061	31,666	738	36,311
2016	2.59	52.68	3,768,077	2,910,010	2,202,164	31,946	668	36,931

\*Statistics Korea: Calculation based on the overall average data in the household balance survey by household members

K-Beauty 관련 서비스산업의 중 이미용서비스 지출을 보면 2006년 대비 9.1% 증가되었고, 이미용기기는 47.8%, 위생 및 이미용 용품 40.2% 상승하였다.

이선재(2016)의 연구에 따르면 2010년부터 2015년까지의 뷰티관련 지출은 계절의 영향을 받아 분기별로 심한 편차를 나타내고 있으나 전체적으로 증가하는 추세를 보이고 있으며 이는 상기의 결과와 맥락을 같이 하고 있다[15].

### 3.2 가구원수별 K-Beauty 서비스산업 관련 지출 비중

이하에서는 가구원수별 K-Beauty 서비스산업 관련 지출항목의 소비지출 대비 비중 추이를 살펴본다. Table

3을 살펴보면 가구원수별 이미용 서비스 지출항목의 소비지출 대비 비중 추이를 살펴보면 1인가구를 제외하고 연도가 지날수록 현격히 하락하는 추세를 볼 수 있다.

전체평균 이미용서비스 지출항목의 소비 비중도 점차 하락하는 결과를 볼 수 있었으나 1인가구의 경우는 소비 지출 대비 이미용 서비스 지출항목의 비중이 지속적으로 증가 되는 결과를 보인다.

전기를 이용한 이미용 기구를 지칭하는 이미용기기 지출항목의 소비지출 비중을 살펴보면 가구원수별 전국 가구당 월평균 소비지출은 증가 하는 것을 알 수 있었다. K-Beauty 서비스 관련 사업 소비지출 항목 중 차지하는 소비지출 금액의 비율은 작지만 지속적인 증가를 보이고 있다.

치솔, 치약, 화장품, 세면비누 등 포함하는 위생 및 이

Table 3. The proportion of the consumption expenditure for beauty services by number of household members (nationwide, households with more than one person)

	Household Number	'06	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'14	'15	'16	증감
Beauty Service	Average	1.614	1.524	1.488	1.373	1.343	1.34	1.354	1.368	1.432	1.424	1.451	▽10.1
	1 person	1.759	1.713	1.599	1.732	1.807	1.802	1.825	1.898	2.116	2.082	1.986	△12.9
	2 persons	1.788	1.798	1.775	1.665	1.631	1.601	1.616	1.679	1.692	1.631	1.709	▽4.4
	3 persons	1.719	1.538	1.531	1.381	1.376	1.376	1.391	1.378	1.387	1.385	1.429	▽16.9
	4 persons	1.441	1.364	1.345	1.2	1.161	1.161	1.173	1.138	1.217	1.174	1.193	▽17.2
	5 or more persons	1.622	1.486	1.404	1.234	1.11	1.08	1.071	1.134	1.101	1.169	1.112	▽31.4
Beauty Appliance	Average	0.025	0.028	0.028	0.028	0.028	0.032	0.029	0.032	0.038	0.033	0.03	△20.0
	1 person	0.03	0.049	0.021	0.033	0.027	0.036	0.025	0.038	0.044	0.039	0.041	△36.7
	2 persons	0.027	0.035	0.032	0.025	0.031	0.037	0.029	0.05	0.052	0.036	0.034	△25.9
	3 persons	0.023	0.027	0.033	0.03	0.027	0.03	0.033	0.03	0.046	0.035	0.027	△17.4
	4 persons	0.022	0.023	0.025	0.03	0.028	0.031	0.029	0.026	0.029	0.031	0.029	△31.8
	5 or more persons	0.033	0.026	0.022	0.023	0.024	0.031	0.024	0.021	0.02	0.022	0.02	▽39.4
hygiene & beauty product	Average	1.452	1.495	1.539	1.619	1.665	1.676	1.729	1.654	1.636	1.633	1.677	△15.5
	1 person	1.828	1.706	1.677	1.963	2.064	1.9	1.94	1.746	1.69	1.933	2.066	△13.0
	2 persons	1.651	1.763	1.741	1.739	1.759	1.77	1.849	1.664	1.694	1.655	1.668	△1.0
	3 persons	1.525	1.542	1.655	1.717	1.796	1.808	1.869	1.805	1.813	1.724	1.735	△13.8
	4 persons	1.306	1.34	1.409	1.493	1.549	1.556	1.624	1.595	1.517	1.509	1.525	△16.8
	5 or more persons	1.288	1.359	1.355	1.398	1.346	1.466	1.412	1.399	1.444	1.402	1.544	△19.9

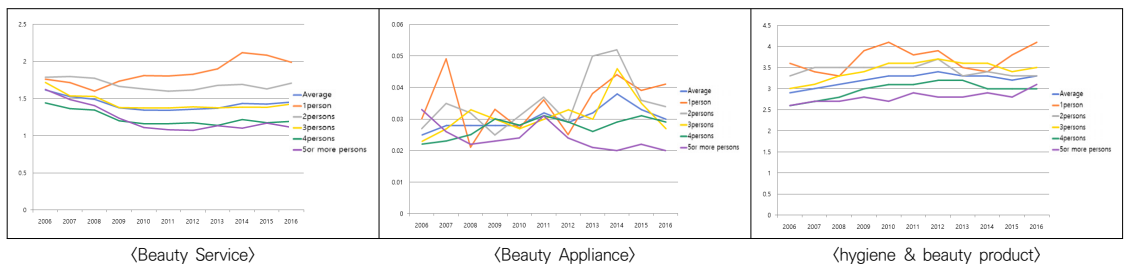


Fig. 1. The proportion of the consumption expenditure for beauty services by number of household members (nationwide, households with more than one person, net income)

미용 용품 지출항목의 소비지출 비중은 연도가 지날수록 지속적인 증가를 보이고 있다.

Fig. 1의 추세선의 위생 및 이미용용품 비중을 살펴보면 1인가구의 변화 정도가 다른 가구원수 가계들에 비해 변화 추이가 큼을 알 수 있다. Fig. 1을 살펴보면 이미용 서비스 지출항목은 1인가구와 2인가구의 소비지출 비중이 전체 평균보다 높은 비중을 보였다. 위생 및 이미용용품 지출항목의 경우도 1인가구와 2인가구가 전체평균보다 높은 소비지출 비중을 나타내었다.

### 3.3 가구당 K-Beauty 서비스산업 지출 영향요인

#### 3.3.1 이미용서비스 소비지출 영향

이미용 서비스 소비지출과 관련된 가구당 가계수지 영향력을 검증하기 위해 회귀분석을 실시한 결과는 Table 4와 같다.

F값은  $P=.000(p<.01)$ 에서 700.251의 수치를 보이며 회귀 설명력은 96.5%( $R^2=.965$ )이다.

가계수지 항목 중 가구원수의 유형에 따른 결과는  $t=-2.119$ ,  $p<.05$  값으로 나타났으며  $\beta=-0.206$ 로 가구원수와 이미용 서비스 소비지출은 유의미한 부(-)의 영향이 나타나 가구원수가 줄어들면 가구당 이미용서비스 소비지출 비중이 향상됨을 알 수 있다.

가구당 경상소득에 따른 이미용서비스 소비지출은  $t=-8.416$ ,  $p<.01$  값으로 나타났으며  $\beta=-2.664$ 로 경상소득 금액과 이미용 서비스 소비지출은 유의미한 부(-)의 영향이 나타나 경상소득이 줄어들면 가구당 이미용서비스 소비지출 비중이 향상됨을 보였다.

김승래(2012) 연구에서 통상적으로 소득이 낮아지면 앵겔지수가 올라가는데 이미용서비스 지출에서도 이와 같은 결과를 보인다[14].

가구당 소비지출의 경우  $t=8.044$ ,  $p<.01$  값으로 나타났으며  $\beta=1.445$ 로 소비지출은 이미용 서비스 소비지출에 유의미한 정(+)의 영향이 나타나 가구당 소비지출이 증가하면 이미용서비스의 소비지출이 향상됨을 알 수 있다.

가구당 흑자액과 이미용서비스 소비지출의 영향을 보면  $t=9.812$ ,  $p<.01$  값으로 나타났으며  $\beta=1.775$ 로 가구당 흑자액은 이미용 서비스 소비지출에 유의미한 정(+)의 영향이 나타나 흑자액이 증가하면 이미용서비스의 소비지출이 향상됨을 알 수 있다. 가구당 가구원수의 감소와 경상소득의 감소는 이미용서비스 소비지출에 부(-)의 영향을 미치고 소비지출 증가와 흑자액의 증가는 정(+)의 영향을 나타내었다.

#### 3.3.2 이미용기기 소비지출 영향

이미용기기 소비지출과 관련된 가구당 가계수지 영향력을 검증하기 위해 회귀분석을 실시한 결과는 Table 5와 같다.

$F=107.681$ ,  $P=.000(p<.01)$ , 회귀 설명력은 81.1% ( $R^2=.811$ )로 나타났다. 가구당 비경상소득과 이미용서비스 소비지출의 영향을 보면  $t=2.399$ ,  $p<.05$  값으로 나타났으며  $\beta=0.229$ 로 지출 비중이 향상됨을 보였다.

가구당 비경상소득은 이미용기기의 소비지출에 정(+)의 영향이 나타나 비경상소득의 증가는 이미용기기 소비

Table 4. Regression analysis on the influencing factors of the consumption expenditure for beauty services (nationwide, households with more than one person)

Model Summary	R	R2	Revised R2	Standard Error of Estimate	DurbinWatson	
	.983 <sup>a</sup>	0.965	0.964	1906.501	1.734	
ANOVA		Sum of squares	degree of freedom	Mean Square	F	Significantprovability
	Regression	20361881676.493	8.000	2545235209.562	700.251	.000 <sup>a</sup>
	Residual	730583985.907	201.000	3634746.199		
	Total	21092465662.40	209.000			
Coefficients	Independent Variables	Non standardized		Standardized	t	Significantprovability
		B	Standard Error	$\beta$		
	(Constant)	28692.828	10644.347		2.696	0.008
	household members	-5027.775	2372.773	-0.206	-2.119	0.035*
	houseolder age	-30.446	94.505	-0.017	-0.322	0.748
	Current income	-0.014	0.002	-2.664	-8.416	0.000***
	Non-current income	0.004	0.005	0.033	0.814	0.417
	consumer's expenditure	0.017	0.002	1.445	8.044	0.000***
surplus amount	0.023	0.002	1.775	9.812	0.000***	

지출을 향상 시킬 수 있었다.

가구당 소비지출의 경우  $t=2.547$ ,  $p<.05$  값으로 나타났다.  $\beta=1.070$ 로 이미용기기의 소비지출에 유의미한 정(+)의 영향이 나타나 가구당 소비지출이 증가되면 이미용기기의 소비지출이 향상됨을 알 수 있다.

3.3.3 위생 및 이미용 용품의 소비지출 영향

Table 6은 위생 및 이미용용품 소비지출과 관련된 가구당 가계수지 영향력을 검증하기 위해 회귀분석을 실시한 결과이다.

$F=2343.83$ ,  $P=.000(p<.01)$ , 회귀 설명력은 98.9% ( $R^2=.989$ )이다.

가구당 경상소득과 위생 및 이미용용품 소비지출의 영향을 보면  $t=-2.155$ ,  $p<.05$  값으로 나타났으며  $\beta=-0.377$ 로 가구당 경상소득은 위생 및 이미용 용품의 부(-)의 영향이 나타나 경상소득의 감소는 이미용기기 소비지출 비중을 향상 시켰다. 이는 앞의 이미용서비스와 같이 엔젤지수의 변화 양상과 유사함이 나타났다.

가구당 소비지출의 경우  $t=14.915$ ,  $p<.01$  값으로 나타났다.  $\beta=1.483$ 로 소비지출은 위생 및 이미용용품 소비지출에 유의미한 정(+)의 영향이 나타나 가구당 소비지출이 증가되면 위생 및 이미용용품 소비지출이 향상됨을 알 수 있다.

Table 5. Regression analysis on the influencing factors of the consumption expenditure for beauty appliance (nationwide, households with more than one person)

Model Summary	R	R2	Revised R2	Standard Error of Estimate	DurbinWatson	
	.900 <sup>a</sup>	0.811	0.803	149.702	1.673	
		Sum of squares	degree of freedom	Mean Square	F	Significantprovability
ANOVA	Regression	19305716.650	8.000	2413214.581	107.681	.000 <sup>a</sup>
	Residual	4504551.107	201.000	22410.702		
	Total	23810267.757	209.000			
	Independent Variables	Non standardized		Standardized	t	Significantprovability
		B	Standard Error	$\beta$		
Coefficients	(Constant)	956.278	835.814		1.144	0.254
	household members	-247.051	186.315	-0.301	-1.326	0.186
	houseolder age	-7.297	7.421	-0.122	-0.983	0.327
	Current income	0.000	0.000	-0.348	-0.471	0.638
	Non-current income	0.001	0.000	0.229	2.399	0.017*
	consumer's expenditure	0.000	0.000	1.070	2.547	0.012*
	surplus amount	0.000	0.000	0.290	0.686	0.494

Table 6. Regression analysis on the influencing factors of the consumption expenditure for hygiene & beauty product (nationwide, households with more than one person)

Model Summary	R	R2	Revised R2	Standard Error of Estimate	DurbinWatson	
	.995 <sup>a</sup>	0.989	0.989	1547	1.716	
		Sum of squares	degree of freedom	Mean Square	F	Significantprovability
ANOVA	Regression	44885387528.452	8.000	5610673441.056	2343.830	.000 <sup>a</sup>
	Residual	481154853.363	201.000	2393805.241		
	Total	45366542381.814	209.000			
	Independent Variables	Non standardized		Standardized	t	Significantprovability
		B	Standard Error	$\beta$		
Coefficients	(Constant)	-11808.405	8638.262		-1.367	0.173
	household members	1088.177	1925.588	0.030	0.565	0.573
	houseolder age	43.975	76.694	0.017	0.573	0.567
	Current income	-0.003	0.001	-0.377	-2.155	0.032*
	Non-current income	-0.007	0.004	0.041	1.828	0.069
	consumer's expenditure	0.026	0.002	1.483	14.915	0.000***
	surplus amount	0.002	0.002	0.119	1.184	0.238

### 3.4 소득5분위별 K-Beauty 서비스산업 지출영향 요인

#### 3.4.1 소득분위별 K-Beauty 서비스산업 소비지출

Table 7은 소득분위별 K-Beauty 서비스산업 관련 지출항목의 분산분석을 통해 소득분위 집단별 지출 금액의 차이를 검정해 본 결과이다.

Table 7. The expenditure proportion for K-beauty Service Industry by income group

		dependent variable					
		n	Mean	±Std	F	p	Duncan
Beauty Service	1group	28	1.70	0.19	10.06	0.00	b,c,d,e(a)
	2group	28	1.51	0.21			
	3group	28	1.45	0.21			
	4group	28	1.40	0.21			
	5group	28	1.43	0.19			
Beauty Appliance	1group	28	0.02	0.01	4.54	0.00	a(b,c,d,e)
	2group	28	0.03	0.01			
	3group	28	0.03	0.01			
	4group	28	0.03	0.01			
	5group	28	0.03	0.01			
hygiene & beauty product	1group	28	1.42	0.17	7.22	0.00	a(b,c,d,e)
	2group	28	1.52	0.14			
	3group	28	1.54	0.12			
	4group	28	1.55	0.10			
	5group	28	1.59	0.09			

\*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

이미용서비스 소비지출의 경우 F= 10.06, P<.001로 유의한 차이가 있음을 보였다. Duncan의 사후분석 결과를 보면 1분위의 이미용서비스 지출항목의 비중이 나머지 다른 소득분위보다 더 큼을 알 수 있다.

이미용 기기 소비지출의 경우 F=4.54, P<.001로 유의한 차이가 있음을 보였다. Duncan의 사후분석 결과를 보면 1분위의 이미용 기기 지출항목의 비중이 나머지 다른 소득분위보다 더 작았다.

위생 및 이미용 용품의 소비지출은 F=7.22, P<.001로 집단간 차이가 있음을 알 수 있었다. Duncan의 사후분석 결과를 보면 1분위의 위생 및 이미용 용품 지출항목의 비중이 다른 소득분위보다 더 작았다.

이미용서비스 지출항목의 경우는 소득1분위의 비중이 다른 소득분위에 비해서 더 큰 비중을 보였고 위생 및 이미용 용품의 경우는 소득1분위가 다른 소득분위에 비해 작은 비중을 나타내어 두 지출항목간 소득분위별 영향이 있음을 알 수 있었다.

#### 3.4.2 소득분위별 K-Beauty 서비스산업 소비지출 비중

Fig. 2는 소득분위별 K-Beauty 서비스산업 소비금액을 소비지출 대비 비중 추이를 나타낸 것이다. 이미용서비스 지출항목에 대해 상술했다면 전반적으로 모든 소득분위에서 연도가 지날수록 지출비중이 감소하는 추세를 보였다.

제시된 추세를 보면 소득분위가 낮을수록 이미용서비스 지출비중이 더 높아 소득분위가 높다고 이미용서비스 지출비중이 더 높지 않다는 결과를 확인하였다.

이미용기기의 지출항목은 다른 지출항목에 비해 금액의 비율은 작지만 소득분위별 지출 비중은 점진적 증가 양상을 보이고 있다.

위생 및 이미용용품은 모든 소득분위에서 연도 지나며 증가하는 추세를 나타내고 있다.

그리고 위생 및 이미용 용품은 소득분위가 높을수록 더 높은 지출비중을 나타낸다. 이미용 서비스와 위생 및 이미용용품은 소득분위별로 다른 양상을 보이고 있다

### 3.5 1인당 국민총소득(GNI)과 K-Beauty 서비스산업 소비지출 영향 관계

Table 8은 1인당 국민총소득과 K-Beauty 서비스산업 지출의 영향력을 검증하고자 회귀분석을 실시하였다. F=54.905, P=.000(p<.01), 회귀 설명력은 86%(R<sup>2</sup>=.860)

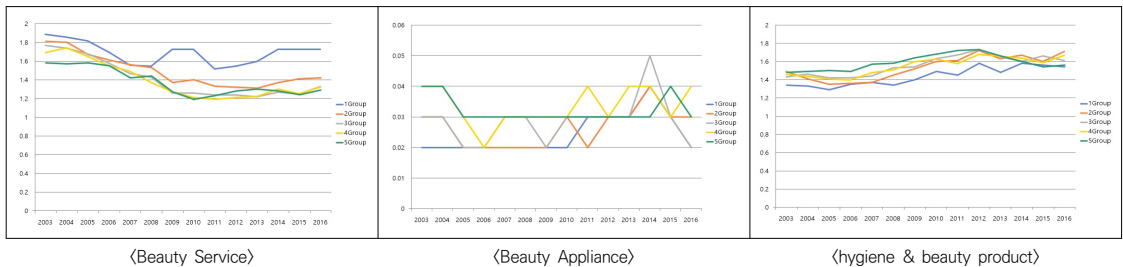


Fig. 2. The proportion of the consumption expenditure for K-beauty Service Industry by income group

Table 8. Gross national income per capita and the influencing factors of the consumption expenditure on the service industry of K-beauty.

Model Summary	R	R2	Revised R2	Standard Error of Estimate	DurbinWatson	
	.748 <sup>a</sup>	.860	.511	2943.205	1.691	
		Sum of squares	degree of freedom	Mean Square	F	Significantprovability
ANOVA	Regression	31872231.207	1.000	31872231.207	54.905	.000 <sup>a</sup>
	Residual	5224482.975	9.000	580498.108		
	Total	37096714.182	10.000			
	Independent Variables	Non standardized		Standardized	t	Significantprovability
		B	Standard Error	$\beta$		
Coefficients	(Constant)	-95.176	161.977		-588	.571
	Beauty Service	0.510	0.069	0.927	7.410	0.000
	Beauty Appliance	.029	.006	.829	4.445	.002
	hygiene & beauty product	.900	.266	.748	3.386	.008

이다.

1인당 국민총소득과 이미용서비스 지출의 영향을 보면  $t=7.410$ ,  $p<.01$  값으로 나타났으며  $\beta=0.927$ 로 1인당 국민총소득은 이미용서비스의 소비지출에 정(+)의 영향이 나타났다.

1인당 국민총소득과 이미용 기기의 지출 영향을 보면  $t=4.445$ ,  $p<.01$  값으로 나타났으며  $\beta=0.829$ 로 1인당 국민총소득 이미용기기의 소비지출에 정(+)의 영향이 나타났다.

1인당 국민총소득과 위생 및 이미용 용품의 지출 영향을 보면  $t=3.386$ ,  $p<.01$  값으로 나타났으며  $\beta=.748$ 로 1인당 국민총소득이 위생 및 이미용 용품의 소비지출에 정(+)의 영향이나타나는 결과를 보였다.

1인당 국민총소득의 증가는 이미용 서비스, 이미용 기기, 위생 및 이미용 용품의 소비지출 증가에 정(+)의 영향을 주는 것을 알 수 있었다.

#### 4. 결론 및 제언

뷰티산업은 보건, 의료, 문화, 예술, 과학, 생활, 감성 등과 연계되어 새로운 수요를 창출하고, 타 산업에 비하여 진입장벽이 상대적으로 낮은 노동 집약적 서비스산업으로서 고용창출 효과가 뛰어나다[16].

4차 산업혁명으로 인한 새로운 기술혁신은 사회경제적 변화 및 고용 환경에 큰 영향을 미칠 것으로 예상된다. 4차 산업혁명과 뷰티 서비스산업과의 접목은 고객 맞춤형 개인 서비스로 진화하여 새로운 가치를 창출할 뿐 아니라 뷰티 서비스업 종사자의 수요 및 공급에 긍정적으로 작용하여 지속적으로 증가할 것으로 전망된다.

본 논문에서는 변화하는 산업 환경에 효율적으로 대응하기 위하여 K뷰티 서비스산업의 현황 및 변화추이를 분석하고 발전방안을 위한 자료를 제시하고자 했다.

첫 번째, 가구원수별 소비지출대비 K-Beauty 관련 서비스 산업 소비지출 비중을 보면 이미용서비스 지출 비중은 1인가구를 제외하고 연도가 지날수록 현격히 하락하는 추세를 볼 수 있다. 전체평균 이미용서비스 지출 항목의 소비 비중도 점차 하락하는 결과를 볼 수 있었으나 1인가구의 경우는 소비지출 대비 이미용 서비스 지출 항목의 비중이 지속적으로 증가 되는 결과를 보인다.

이미용기기 지출비중과 위생 및이미용용품 지출비중은 년도가 지나며 모든 가구원수 가계에서 소비자 증가하는 것을 볼 수 있었다.

두 번째, 가구당 K-Beauty 관련 서비스 산업 소비지출 영향요인 분석 결과 이미용 서비스 소비지출은 가구당 가구원수의 감소와 경상소득의 감소는 부(-)의 영향을 미치고 소비지출 증가와 흑자액의 증가는 정(+)의 영향을 나타내었다. 통상적으로 소득이 낮아지면 엔젤지수가 올라가는데 경상소득의 감소가 부(-)의 영향을 미치는 결과는 엔젤지수의 변화와 이미용서비스 소비지출이 같은 맥락인 것은 매우 중요한 결과이다.

이미용기기의 소비지출에 유의미한 정(+)의 영향이 나타나 가구당 소비지출이 증가되면 이미용기기의 소비지출이 향상됨을 알 수 있다.

위생 및 이미용용품 소비지출은 가구당 경상소득은 위생 및 이미용 용품의 부(-)의 영향이 나타나 경상소득의 감소는 이미용기기 소비지출 비중을 향상시킴을 알 수 있었다. 이는 앞의 이미용서비스와 같이 엔젤지수의 변화 양상과 유사함이 나타났다. 가구당 소비지출은 위생 및 이미용용품 소비지출에 유의미한 정(+)의 영향이 나타나



가구당 소비지출이 증가되면 위생 및 이미용용품 소비지출이 향상됨을 알 수 있다.

셋째, K-Beauty 관련 서비스 산업 소비지출 차이 검토에서는 이미용서비스 지출항목의 경우는 소득1분위의 비중이 다른 소득분위에 비해서 더 큰 비중을 보였고 위생 및 이미용용품의 경우는 소득1분위가 다른 소득분위에 비해 작은 비중을 나타내어 두 지출항목간 소득분위별 영향이 있음을 알 수 있었다.

넷째, 1인당 국민총소득과 K-Beauty 서비스산업 지출의 영향력 검증에서는 GNI 증가는 이미용 서비스, 이미용 기기, 위생 및 이미용 용품의 소비지출 증가에 정의 영향을 주었다.

이상에서 제시된 결과들을 살펴보면 뷰티서비스 산업은 가계수지 항목들의 영향하에 그동안 많은 발전을 거듭해 왔다. 본 연구는 기존에 연구에서 행해지지 않았던 전국단위의 1인 가구를 포함한 가계수지, 소득분위 및 GNI를 고려한 영향 관계를 분석한데 의의가 있다. 전반적인 뷰티산업 관련 지표들의 통계 자료는 다른 산업분야에 비해 부족한 실정이지만 지속적인 분석을 통해 K-Beauty가 국가기반산업으로 대대적 전환을 이룰 수 있기를 기대한다.

## REFERENCES

- [1] H. O. Jeun. (2017). *A study on determinants of innovation performance in service industry*. Doctoral dissertation. Daejeon University. Daejeon.
- [2] N. W. Kang. (2009). *A Study on the Service Quality and the Customer Satisfaction in the Beauty Industry*. Master's dissertation. Hanyang University. Seoul.
- [3] Ministry of Science. (2017). *Ten years later, production and consumption during the Fourth Industrial Revolution in South Korea*. Seoul. Jisikgonggam.
- [4] M. S. Park & D. H. Lee. (2017). *Present state and implications of cooperation between manufacturing and service industries in major countries during the Fourth Industrial Revolution*. Sejong. KIET.
- [5] R. J. Seo. (2017). The Progress of R&D Expenditures and the Relation of the R&D Expenditures to the Firms' Performance in Service Industry. *Journal of finance and accounting information*, 17(1), 25-46.
- [6] KOTRA Globalwindow. (2016). *Changes in the beauty market through wearables*. <http://www.globalwindow.org>
- [7] K. S. Jeong. (1999). A Study on Modern Beauty Art's Formation and Transition in Our country. *Journal of cosmetic science*, 5(1), 317-339.

- [8] Y. H. Lee, Y. H. Park & E. J. Cho. (2015). *Beauty service industry workers Study on labor*. Seoul. Woman labor law support center.
- [9] J. Y. Kim. (2017). *K-Beauty Boom Sustainability checks and suggestions*. Seoul. IBK Economic research institute.
- [10] National Competitiveness Strengthening Committee. (2009). *For job creation for women Measures to strengthen the competitiveness of the beauty industry*. Seoul. National Competitiveness Strengthening Committee.
- [11] Korea Health Industry Development Institute. (2011). *Designated only for beauty theme (industry)*. Osong. KHIDI.
- [12] R. S. Kim. (2011). *Policy Networks Analysis about Nurture of Beauty Industry*. Doctoral dissertation. Hoseo University. Chungnam..
- [13] KOTRA. (2015). *Overseas investment statistics (industry industry standard industry classification standards)*. KOTRA. [www.kotra.or.kr](http://www.kotra.or.kr)
- [14] S. R. Kim, B. I. Lim & J. Y. Kim. (2012). *Education by income group-Welfare expenditure behavior analysis*. Seoul. The Korean association of public finance.
- [15] S. J. Lee. (2015). *A study on the states and the prospects of the beauty waxing industry*. Master's dissertation. Kwangwoon University. Seoul.
- [16] K. M. Kim. (2017). A Study on the Changes of the Fourth Industrial Revolution and Global Beauty Market. *Journal of cultural product & design*, 50, 221-231.
- [17] KOSIS . <http://kosis.kr/index/index.do>
- [18] ECOS.. <http://ecos.bok.or.kr/>

### 진 정 화(Chung-Hwa Chin)

[정회원]



- 2009년 2월 : 한양대학교 보건학 박사
- 2008년 3월 ~ 현재 : 건양대학교 글로벌의료뷰티학과 교수
- 관심분야 : 의료뷰티, 보건학, 대체의학
- E-Mail : jjinjh@naver.com

### 육 현 정(Hyun-Jeong Yuk)

[정회원]



- 2018년 2월 : 건양대학교 의료뷰티학 석사
- 2019년 7월 ~ 현재 : Australasia International School
- 관심분야 : 의료뷰티, 대체의학
- E-Mail : yhj5342510@naver.com