

석사학위논문

한국과 일본 네일리스트의
직업만족도와 영업활동 조사 및 고찰

2018년

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

뷰티에스테틱전공

최민정

석사학위논문
지도교수 김도연

한국과 일본 네일리스트의
직업만족도와 영업활동 조사 및 고찰

A Study on the Job Satisfaction and Sales
Activities of Korean and Japanese Nailists

2018년 6월 29일

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

뷰티에스테틱전공

최민정

석사학위논문
지도교수 김도연

한국과 일본 네일리스트의
직업만족도와 영업활동 조사 및 고찰

A Study on the Job Satisfaction and Sales
Activities of Korean and Japanese Nailists

위 논문을 학 석사학위 논문으로 제출함

2018년 6월 29일

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

뷰티에스테틱전공

최민정

최민정의 석사학위 논문을 인준함

2018년 6월 29일

심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

국 문 초 록

한국과 일본 네일리스트의 직업만족도와 영업활동 조사 및 고찰

한 성 대 학 교 예 술 대 학 원
뷰 티 예 술 학 과
뷰 티 에 스 테 틱 전 공
최 민 정

삶의 질에 따른 미용산업의 수요에 따라 네일산업의 과잉 증가는 네일 종사자간의 과열경쟁과 타 미용업종간 마찰 등으로 치열한 산업 영역으로 변하고 있다. 증가하는 네일산업의 문제점 해결과 정책적인 보호를 받기 위한 개인의 노력에는 한계가 존재한다. 이에 따른 대안으로 비영리조직 네일협회가 다양한 네일산업의 문제점을 해결하기 위해 분쟁조정 규칙과 정책 제안 등을 제시할 수 있는 단합된 조직 체계화가 필요하다.

이에 따라 본 연구는 비영리조직 네일협회의 목적과 효율적인 운영에 대해서 연구하기 위해 우리나라와 유사한 체계로 협회를 운영하고 있는 일본네일리스트협회(JNA)의 활동과 경영 방법을 고찰하고 한·일 네일종사자간의 협회에 대한 의식과 필요성에 대해서 설문조사하였다.

고찰로 JNA의 조직 구조의 체계화, 프로젝트, 투명한 재정 공개 및 우수한 교육 자원에 대해서 수집 분석하여 한국 네일산업을 발전 방향성에 대해서 제안하였다. 그리고, 비영리 네일협회에 대한 의식과 필요성에 대

해서 총 359명(한국 239명, 일본 120명)을 대상으로 1차 예비조사를 거친 온라인 설문조사(22문항)를 2018년 3월 20일부터 5월 30일까지 실시하였다. 결과는 다음과 같다.

JNA는 단일 협회로 35년간 존치(存置)하여 왔으며, 협회 실무 운영분과를 세분화하여 전문담당이사를 편성하고 있고, 연중 여덟 번의 정기적인 대회를 국제화시켜 개최하고 있었다. 또한, 매 회기 지출된 경비를 외부에 공개하고 있으며, 여러 인증제도를 정립하여 교육 인프라(infra)를 확충하고 있다.

설문조사의 결과로는 다음의 사실을 확인할 수 있었다.

첫째, 한국과 일본의 현직 네일업 종사자는 협회가입 여부와 협회에 대한 인식차이에서 극명한 차이를 보였다. 협회를 통한 네일리스트의 조직된 힘은 일본이 한국보다 결속력이 강한 것으로 설문 결과를 통해 드러났다. 한국의 협회가입률은 18.4%에 불과하고 일본은 57.5%였다. 한국의 가입률이 낮은 이유로는 50.8%의 응답자가 협회에 대한 정보가 적어 가입을 하려해도 할 수 없다고 응답을 해 국내 협회의 미온한 협회 운영의 단면을 엿볼 수 있었다.

둘째, 협회에 가입하게 된 동기는 한국은 지인의 권유 및 친목도모가 34.2%이나, 일본은 11.5%였다. 그리고 한국은 기술과 정보를 얻기 위한 목적이 31.7%이나, 일본은 49.3%로 나타났다. 이는 한국 네일리스트의 저변 의식 속에는 협회의 본질적인 의미를 호도(糊塗)하고 있음을 알 수 있는 결과였다.

셋째, 한국과 일본의 협회활동을 보면 협회의 규모에 비해 한국의 경우 일반회원이 44.2%이고, 지부 및 임원활동은 55.8%로 역피라미드의 구조임을 알 수 있었다. 그에 반해 일본의 경우 일반회원이 66.7%, 지부 및 임원활동은 20.2%로 나타난다. 이를 종합하여 볼 때 일본의 네일리스트와 협회는 한국보다 활발히 협회에 가입하고 왕성한 활동을 하고 있으며, 안정적인 비율과 대칭 구조로 구성되어 있음을 확인할 수 있었다.

따라서 본 연구는 한·일 양국 네일리스트들의 직무와 관련한 여론 수렴 및 협회에 대한 의식조사와 JNA의 시스템적 특징을 통해, 한국의 네일

업체가 준수하여야 할 회원 유치 정책을 통한 회원수 증가, 전문화된 수평적 부서 재편 등의 조직의 구조 조정, 단일화된 협회 구성을 위한 목표의 통일, 그리고 직원간의 단결 및 통제 등과 같은 운영 제반 부분에 있어 효율적인 방향 제시를 위한 기초 자료를 제공하고자 한다.

【주요어】 네일, 네일리스트, 네일협회, 일본네일리스트협회(JNA), 비영리 조직, 미용서비스산업.

목 차

| | |
|--------------------------------------|----|
| 제 1 장 서론 | 1 |
| 제 1 절 연구의 필요성 및 목적 | 1 |
| 제 2 절 논문의 구성 | 2 |
| 제 2 장 이론적 배경 | 4 |
| 제 1 절 비영리조직의 정의 | 4 |
| 제 2 절 네일케어와 네일리스트의 정의 | 5 |
| 제 3 절 한국과 일본의 경제·문화적 유사성 | 7 |
| 제 4 절 일본의 네일산업 동향 및 JNA의 조직 개요 | 8 |
| 1) 설립이념 및 운영 취지 | 8 |
| 2) 조직 규모 | 10 |
| 3) 경영성과 및 사업방향 | 22 |
| 제 3 장 연구 방법 | 29 |
| 제 1 절 연구 설계 및 모형 | 29 |
| 제 2 절 문헌 선정 및 고찰 방법 | 30 |
| 제 3 절 조사 연구 | 31 |
| 1) 조작적 정의 | 31 |
| 2) 조사 도구 | 31 |
| 제 4 절 연구 대상과 자료 수집 | 32 |
| 제 5 절 자료 처리와 분석 방법 | 33 |

| | |
|---------------------------------|----|
| 제 4 장 연구 분석 결과 | 34 |
| 제 1 절 응답자 특성 | 34 |
| 1) 전체 응답자 특성 | 34 |
| 2) 지역별 응답자 특성 | 35 |
| 제 2 절 국가별 직업 및 직무활동 | 37 |
| 1) 국가별 직업 교차분석 | 37 |
| 2) 국가별 직원 수 | 38 |
| 3) 국가별 경력 | 39 |
| 4) 국가별 소득 | 40 |
| 5) 국가별 직업만족도 | 41 |
| 6) 국가별 직업 만족 이유 | 42 |
| 7) 국가별 직업 불만족 이유 | 43 |
| 8) 국가별 직무 필요 부분 | 44 |
| 제 3 절 국가별 조직/단체 활동 | 45 |
| 1) 국가별 협회 가입 여부 | 45 |
| 2) 국가별 협회 가입 이유 | 46 |
| 3) 국가별 협회 가입 년 수 | 47 |
| 4) 국가별 협회 활동 | 48 |
| 5) 국가별 협회 미가입 이유 | 49 |
| 6) 국가별 협회 가입 의사 | 50 |
| 7) 국가별 협회 존립 필요성 여부 | 51 |
| 8) 국가별 협회 필요 이유 | 52 |
| 9) 국가별 협회에 바라는 점 | 53 |
| 제 4 절 협회 가입 여부별 응답자 특성 분석 | 54 |
| 1) 협회 가입 여부별 직원수 | 54 |
| 2) 협회 가입 여부별 소득 | 55 |
| 3) 협회 가입 여부별 직원만족도 | 56 |

| | |
|--------------------------------|----|
| 4) 협회 가입 여부별 협회 필요성 | 57 |
| 제 5 절 국가별 조직/단체 활동 요약 | 58 |
| 1) 국가별 경력 주요 인식 차이 비교 | 58 |
| 2) 협회 가입 여부별 주요 인식 차이 비교 | 59 |
| | |
| 제 5 장 결론 및 제언 | 60 |
| | |
| 제 1 절 연구 요약 및 고찰 | 60 |
| 1) 한·일 네일리스트의 인식 차이 | 60 |
| 2) JNA의 운영상의 특징 | 61 |
| 제 2 절 제언 | 64 |
| | |
| 참 고 문 헌 | 69 |
| | |
| 부 록 | 71 |
| | |
| ABSTRACT | 79 |

표 목 차

| | |
|--------------------------------------|----|
| [표 2- 1] 10년간의 JNA 수지 실적 | 18 |
| [표 3- 1] 주제 관련 선행 논문 조사 결과 | 30 |
| [표 3- 2] 설문지 구성 | 32 |
| [표 4- 1] 전체 응답자 특성 | 34 |
| [표 4- 2] 지역별 응답자 특성 | 36 |
| [표 4- 3] 국가별 직업 교차분석 | 37 |
| [표 4- 4] 국가별 직원 수 교차분석 | 38 |
| [표 4- 5] 국가별 경력 교차분석 | 39 |
| [표 4- 6] 국가별 소득 기술통계 분석 | 40 |
| [표 4- 7] 국가별 직업만족도 교차분석 | 41 |
| [표 4- 8] 국가별 직업 만족 이유 교차분석 | 42 |
| [표 4- 9] 국가별 직업 불만족 이유 교차분석 | 43 |
| [표 4-10] 국가별 직무 필요부분 교차분석 | 44 |
| [표 4-11] 국가별 협회 가입여부 교차분석 | 45 |
| [표 4-12] 국가별 협회 가입이유 교차분석 | 46 |
| [표 4-13] 국가별 협회 가입 년 수 기술통계 분석 | 47 |
| [표 4-14] 국가별 협회 활동 교차분석 | 48 |
| [표 4-15] 국가별 협회 미가입 이유 교차분석 | 49 |
| [표 4-16] 국가별 협회 가입의사 교차분석 | 50 |
| [표 4-17] 국가별 협회 필요성 교차분석 | 51 |
| [표 4-18] 국가별 협회 필요 이유 교차분석 | 52 |
| [표 4-19] 국가별 협회에 바라는 점 교차분석 | 53 |
| [표 4-20] 협회 가입 여부별 직원 수 교차분석 | 54 |
| [표 4-21] 협회 가입 여부별 소득 평균 비교분석 | 55 |
| [표 4-22] 협회 가입 여부별 직업 만족도 교차분석 | 56 |
| [표 4-23] 협회 가입 여부별 협회 필요성 교차분석 | 57 |
| [표 4-24] 국가별 주요 인식차이 비교표 | 58 |
| [표 4-25] 협회 가입별 주요 인식차이 비교표 | 59 |

그림 목 차

| | |
|--------------------------------------|----|
| [그림 2- 1] 한국과 일본의 경제성장률 추이 비교 | 7 |
| [그림 2- 2] JNA 조직도 | 10 |
| [그림 2- 3] 2017년도 JNA 수입·지출 결산 | 16 |
| [그림 2- 4] 2017년도 JNA 대차대조표 | 19 |
| [그림 3- 1] 연구 설계 및 모형 | 29 |
| [그림 4- 1] 국가별 직업 분포 | 37 |
| [그림 4- 2] 국가별 직원 수 분포 | 38 |
| [그림 4- 3] 국가별 경력 분포 | 39 |
| [그림 4- 4] 국가별 월 평균 소득 비교 | 40 |
| [그림 4- 5] 국가별 직업만족도 분포 | 41 |
| [그림 4- 6] 국가별 만족 이유 분포 | 42 |
| [그림 4- 7] 국가별 불만족 이유 분포 | 43 |
| [그림 4- 8] 국가별 직무 필요부분 분포 | 44 |
| [그림 4- 9] 국가별 협회 가입 여부 분포 | 45 |
| [그림 4-10] 국가별 협회 가입 이유 분포 | 46 |
| [그림 4-11] 국가별 협회 가입 년수 평균 비교 | 47 |
| [그림 4-12] 국가별 협회 활동 분포 | 48 |
| [그림 4-13] 국가별 협회 미가입 이유 분포 | 49 |
| [그림 4-14] 국가별 협회 가입의사 분포 | 50 |
| [그림 4-15] 국가별 협회 필요성 분포 | 51 |
| [그림 4-16] 국가별 협회 필요 이유 분포 | 52 |
| [그림 4-17] 국가별 협회에 바라는 점 분포 | 53 |
| [그림 4-18] 협회 가입 여부별 직원 수 분포 | 54 |
| [그림 4-19] 협회 가입 여부별 월 평균 소득 비교 | 55 |
| [그림 4-20] 협회 가입 여부별 직업만족도 분포 | 56 |
| [그림 4-21] 협회 가입 여부별 협회 필요성 분포 | 57 |

제 1 장 서론

제 1 절 연구의 필요성 및 목적

문화적 소양 수준과 소득이 높아짐에 따라 한국도 미용에 관심이 높아지고 있다. 피부, 헤어(Hair), 메이크업(make-up), 그리고 네일(nail; 손·발톱)등에 이르기까지 소비자들의 아름다워지고 싶은 욕구가 높아지고 있다. 미용산업도 소비자의 욕구에 발맞추고 올바른 방향으로 이끌어가기 위해 제품(product), 기술(technique), 교육(education), 그리고 제도(system)등을 발전시키며 정비해 나가고 있다.

특히 네일산업은 다른 미용산업에 비해 공간과 인테리어(interior)가 자유롭고 창업 비용이 적을 뿐 아니라 고객들의 접근성이 용이하여 유망 미용산업으로 부상하였다.¹⁾ 이에 따라 매년 30% 이상의 성장이 기대되는 서비스 산업으로 현재 네일 산업 종사자와 네일샵(nail-shop)이 비약적으로 늘어났다.

그러나 현행 공중위생관리법 시행령 4조²⁾에 의하면 네일미용업을 ‘손톱과 발톱의 손질 및 화장’으로 규정하고 있다. 현장에서 네일샵은 손·발관리와 왁싱(waxing)을 병행하다가 이러한 법적 제약으로 인해 네일리스트(nailist)의 직무 범위가 한정되었다.

네일산업의 활성화와 네일 미용사의 시행으로 동종업계 간에 심화된 경쟁은 적절한 고객대응 방법, 악성 소비자 대처, 직원들의 교육 및 현실적인 네일산업과 맞지 않는 관리영역 설정으로 현장에 있는 네일리스트의 네일 시장의 과도한 영업권 잠식에 대한 우려가 커지고 있다.

네일산업의 규제 없는 비약적인 증가와 관리영역의 한계는 유망한 시장인 블루오션(blue-ocean)으로 분류되던 네일산업을 과잉 경쟁으로 발

1) 황순옥. (2009). 『네일 및 메이크업 관련 미용산업 선진화 방안 연구』. 한국보건산업진흥원. p 19.

2) 법제처 홈페이지 (<http://www.moleg.go.kr>) - 법령.

전 가능성이 낮은 시장인 레드오션(red-ocean)으로 변화시키고 있다.

네일산업이 많은 난관에 부딪히고 있지만 발생하는 제약들에 대해 적절히 대응하기에는 네일리스트들 개개인의 노력으로는 한계가 있다. 전문화와 자격을 요구하며 세분화 되어가는 현대의 서비스 경쟁에서 마찰은 동반되는 결과지만, 양질의 서비스를 위해서는 반드시 피하고 줄여야만 하는 업무 방해요인이다.

이런 업무 방해 요소를 해결하기 위해서 네일산업 영역과 네일리스트들의 권리보호를 위한 목적을 적절하게 수행 할 수 있는 협력된 구성체인 협회가 필요하다.

현재 한국에는 네일관련협회가 열 개가 있고, 그 중 사단법인으로 등록된 네일 협회는 다섯 개가 존재한다. 분산된 협회들은 네일리스트의 목소리를 한 데 모으기에 저마다 다른 주장을 하고 있다. 1997년도에 한국네일협회가 발기되었으나 이내 여러 개로 분파되었다. 네일산업이 증가하였지만 정체되어 있는 현재의 상황에서 네일협회의 중요성이 대두되는 가운데, 협회는 물론이고 협회운영에 도움이 될 조사나 연구 또한 부족한 실정이다.

이에 따라, 본 연구는 한국의 단일화된 네일협회의 필요성과 체계적인 운영 방안을 제시하기 위해 일본네일리스트협회(Japan Nailist Association, JNA)의 조직 체계화, 제도, 투명한 재정 공개 및 우수한 교육 자원에 대해서 고찰하였다. 적절한 협회의 역할과 목적에 부합하는 선진된 샘플로써 JNA를 분석하고, 현실적인 대안을 모색하는 창구로써 네일리스트가 당면한 애로사항을 수렴하였다. 취합된 의견은 네일리스트의 업무와 관련한 요구사항들과 협회에 대한 필요성, 이를 통해 한국 네일산업과 네일협회의 발전 방향을 제시하고자 한다.

제 2 절 논문의 구성

논문의 차례와 구성은 다음과 같다.

- 1) 서론은 본 논문을 통한 협회 운영방안에 관한 연구의 필요성과 목적, 그리고 논문의 구성에 대해 서술하였다.
- 2) 이론적 배경에는 비영리조직, 네일케어(nail-care)와 네일리스트, 한국과 일본의 경제적 유사성, 그리고 일본네일리스트협회의 조직 개요와 대내외적인 서비스(service)에 대해 서술하였다.
- 3) 연구방법에는 연구의 설계, 문헌의 선정 및 연구 분석 방법, 연구 대상과 논거 자료의 수집, 그리고 연구 기간 및 절차에 대하여 서술하였다.
- 4) 연구결과는 JNA의 조직 체계화, 제도, 투명한 재정 공개 및 우수한 교육 자원에 대해서 고찰한 결과로 정리한 후 설문 응답자의 특성, 직업 및 직무활동, 조직 및 단체 활동에 대한 조사결과를 정리하였다.
- 5) 결론 및 제언은 연구 목적, 방법 및 결과를 요약한 후 결론을 제시하였다. 본 연구의 한계점에 대한 부분은 제언에 서술하였다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 비영리조직의 정의

비영리 조직(非營利組織, Non-Profit Organization, NPO)은 소유주나 주주를 위해서 자본의 이익을 추구하지 않는 대신에 그 자본으로 어떠한 목적을 달성하는 단체³⁾를 말한다. 노조(勞組, trade unions), 자선단체(慈善團體, charitable organizations), 그리고 공공 예술 전시를 위한 단체와 같은 조직 등을 비영리기관(非營利機關), 또는 비영리단체(非營利團體)라고 부른다.

통상적으로는 정부조직은 포함시키지 않으며, 인가법인(認可法人), 특수법인(特殊法人) 등을 비롯하여 전국 각 지방자치단체에 등록된 종교단체(교단, 종단 등)와 공공 단체까지 포함한다. 보다 작은 의미에서는 비영리로 자선활동 또는 사회공헌활동을 하는 시민단체를 가리킨다. 비영리단체의 반의어는 영리단체이다.

비영리조직은 공익을 추구하며 크게 두 분류로 나누어지는데 동음이의어로, 공익(公益, 사회전체의 이익)⁴⁾성과 공익(共益, 공동의 이익)⁵⁾성으로 구분된다. 전자에 해당하는 공익적 성격에는 동창회나 경제인연합같이 실질적으로 공동의 이익을 목적으로 사단법인·재단법인 등으로 된 사례도 다수 존재한다. 본 연구에서의 비영리조직은 공동의 이익에 의해 조직된 비영리단체이다.

3) Gary M. Grobman, (2008). 『The Nonprofit Handbook: Everything You Need to Know to Start and Run Your Nonprofit Organization (Paperback)』. White Hat Communications. : 위키백과. ‘비영리단체’

4) 사회 전체의 이익을 목적으로 하는 단체 또는 조직. 예: 사회적지원활동 단체, 학교·병원·간호시설·직업훈련시설·묘지 등의 운영단체 등. 법인 예: 사단법인, 학교법인, 재단법인, 사회복지법인, 종교법인 등

5) 공동의 이익을 목적으로 하는 단체 또는 조직. 예: 동호회, 동창회, 사업단체 등. 법인 예: 의료법인, 사업조합 등

일본의 경우, 종래의 민법에 의해 설립된 공익법인은 특수재단법인으로 2013년 11월 30일까지 일반사단법인, 일반재단법인, 공익재단법인, 공익사단법인으로 이행한다는 확정 신청을 통하여 전환되었다. 또한, 비정부단체(非政府團體, Non Governmental Organization, NGO)와 혼동되는 경우가 있으나, 주로 국제 정치 현장에서 쓰이는 말일 뿐이며 NGO의 대부분은 비영리단체이지만 법인 회사등의 영리단체의 경우도 NGO가 될 수 있다.

피터 드러커(Peter Drucker)의 정의로 ‘조직은 그 자체로는 목적이 될 수 없고 오직 수단에 지나지 않는다.’⁶⁾고 할 수 있다. 드러커는 앞으로의 사회는 조직들의 사회가 되는데 공동체, 즉 지역 사회와 가족은 존속 그 자체가 목적이지만 각종 조직은 보다 넓은 의미의 사회를 구성하는 요소로서 사회적 필요에 따라 존재 의의를 부여받는다고 정의했다.

비영리조직은 설립목적에 부합하는 몇몇 구체적인 분야를 측정해야 한다. 합당한 측정치는 성과가 되기에 경영의 한 부분으로서 구체화되지 않으면 안 된다. 따라서 비영리조직의 성과 역시 반드시 측정되어야만 한다.

제 2 절 네일케어와 네일리스트의 정의

네일은 손톱, 발톱 모두를 말하며 오닉스(onyx)라고도 한다. 손가락과 발가락 끝에 위치하며 보호, 장식, 공격, 방어 등의 역할을 하는데 현대인들에게는 장식의 의미로 관리되고 있다. 네일관리는 손·발톱의 건강을 위하여 불필요한 각질을 제거하고 혈액순환을 원활히 하여 피로를 풀어주는 것이다. 이로인해 정신적 힐링(healing)은 물론 건강까지도 증진시킨다.⁷⁾

우리나라는 조선시대의 사료(史料)로도 존재하는 방법인 봉숭아 꽃과 잎을 찼어, 그 액으로 손톱에 물을 들여 미를 과시하였고, 이러한 손끝 치장은 근현대로 까지 이어져 왔으며 개인의 맵시 완성에 있어 여성에게는

6) 피터드러커. (2002). 『피터드러커의 미래경영』. 청림출판. p 31.

7) 도윤희. (2016). 『UV젤네일 시술이 손톱건강에 미치는 영향에 관한 연구』. 숙명여대 원격대학원 향장미용전공 석사학위논문. p 16.

매우 중요한 관심사였다.

전 세계 각 나라만의 손톱 치장이 있었지만 본격적인 네일은 19세기 후반에 미국에서부터 시작되어 현대 네일과 네일케어, 네일산업이 시작되었다. 1980년대에는 한인교포들을 중심으로 여성네일리스트가 전문적인 직업으로 각광 받아 일시적인 호경기⁸⁾를 이룬 적도 있으며, 일본 역시 종교와 문화적인 부분의 영향 하에 1980년대에 현대의 네일이 본격적으로 도입되었다. 그 후, 1990년대 중반부터 활성화되어 꾸준한 성장세를 보이고 있는 실정이다.

네일리스트는 손톱이나 발톱을 정리하고 꾸미는 일을 하는 사람이다. 네일리스트는 손톱이나 발톱을 정리하고 그 위에 색의 조화를 고려하여 장식물을 붙이거나 무늬를 넣어 아름답게 꾸민다. 네일리스트는 꿈과 감동을 주고, 건강과 아름다움을 만들고, 예술이 깃든 감성으로 생활에 여유를 부여한다. 네일리스트가 갖고 있는 직업적 특성은 기술과 창의성이 접목된 일로서 예술이기도 하나, 동시에 고객을 대하는 서비스⁹⁾이기에 타 미용업종 서비스와는 달리 고객과의 상호작용 및 교감, 그리고 그로부터 오는 감정노동이 노동의 중요한 부분을 차지하게 된다. 복합서비스로 정의할 수 있는 네일케어와 기술·감정처리 노동자로서의 네일리스트라는 직업은 그 위치만큼이나 다른 미용 서비스와도 업무 영역이 겹칠 수 있다. 이에 개인의 노력으로는 부족한 부분에서 비영리조직을 결성하여 단합하는 것이 효율적일 것이다. 이러한 목적으로 만들어지는 조직, 비영리조직에 관한 학문적 정의나 우수한 경영사례 또한 이미 자리매김한 상황이다.

2014년도에 통계청에서 가장 최근에 실시한 전국 서비스업종에 관련한 총 조사에 따르면, 국내의 네일산업 관련 점포수는 7천 6백여 개이며 네일미용사는 13,175명¹⁰⁾에 달한다. 1만 명을 넘기는 네일리스트들은 하

8) 김정옥. (2013). 『젤 폴리쉬 시술에 따른 손톱 손톱 손상도에 관한 연구』. 영산대학교 미용예술대학원 미용예술학과(미용예술전공)석사학위논문. p 13.

9) 이예희, 박은정, 조은정. (2015). 『뷰티서비스산업 종사자의 노동에 관한 연구, 피부관리사와 네일리스트를 중심으로』. (사)여성노동법률지원센터. p 42.

10) 통계청. (2014). 『전국 산업 규모별 사업체수, 종사자수』. 통계청 전국사업체조사.

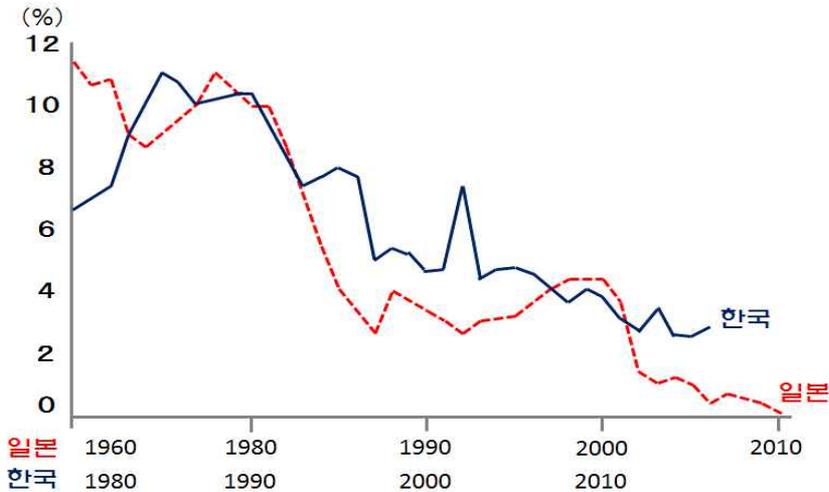
나의 통합된 발언장구를 가져야 한다. 조직된 협회를 운영함에 있어 한국과 적합한 형태의 경제 구조와 문화적 토대를 공유하고 있는 해외의 우수 운영 사례를 차용함으로써 운영에 효율을 기할 수 있다.

제 3 절 한국과 일본의 경제·문화적 유사성

한국은 근접한 지리학적 위치로 일본의 영향을 받아왔으며 산업근간과 문화·정서적인 부문에까지 한국과 일본은 공통분모를 가지고 있다.

본 연구에서 네일산업이 한국보다 세 배나 더 큰 시장가치와 오랜 역사의 미국이나, 신흥국이지만 이미 최대 시장이 되어버린 중국네일협회(China Professional Manicurist Association)가 있지만 일본의 JNA 연구이유는 양국의 공통분모 때문이다.

한국과 일본의 경제 성장 경로가 역사적 교집합으로 20년의 시차를 두고 유사성을 보이고 있으며 이는 [그림 2-1]을 통해 확인할 수 있다.



[그림 2-1] 한국과 일본의 경제성장률 추이 비교

그래프의 수치는 한국의 기획재정부와 통계청, 일본의 재무경제부와 통

계청이 매년 작성하여 고시하는 실질경제성장률을 정리한 것으로, 각 그래프는 한·일 양국의 경제성장률을 집계한 추이이다. 일본은 1960년부터 2010년까지의 경제성장률을, 한국은 1980년부터 2010년까지의 경제성장률을 정리한 후에, 일본의 지표를 한국의 지표와 비교해 보았다. 경제성장률의 수치만으로도 ‘현재의 일본은 20년 후의 한국의 모습’이라는 것을 확인할 수 있었다.

일본의 경제성장률은 1960년대 10%대에서 1970~1980년대 4~5%로 낮아진 바 있으며 1990년대 이후에는 평균 1% 미만으로 크게 떨어졌다. 우리나라는 1970~1990년대까지 7~9%의 고성장을 유지하다가 2000년대 4%, 2010년대 들어서는 평균 3%대로 성장률이 낮아졌다.

요약하면, 일본의 ‘잃어버린 20년’을 초래했던 경제의 발전 저해요인들이 상당 부분 한국에서도 나타나고 있으며, 한국도 앞으로 일본과 같은 장기침체를 겪는 것이 아닌가하는 우려가 커지고 있다. 과거에 일본의 불황 위험요소에 한국이 있었다면, 이제 한국에는 중국이라는 위험요소가 있다. 네일산업 또한 기술력으로는 일본, 노동력으로는 중국에 비해 낮아, 상대적으로 경쟁력에서 밀리고 있는 상황이다.

한국의 네일산업에 당면한 과제들을 풀 가장 큰 힌트(hint)가 될 수 있는 JNA는 일본내의 경제불황을 감내하며 꾸준히 성장해 왔기 때문에 적합한 연구 가치가 있다.

제 4 절 일본의 네일산업 동향 및 JNA의 조직 개요

1) 설립 이념 및 운영 취지

일본의 네일산업은 1965년 후반부터 새로운 뷰티산업으로 등장하였다. 뷰티에스테틱업의 도입에 이어 1975년 후반부터 본격적으로 육성된 네일산업은 미국에서 네일기술을 습득한 미용 선구자들이 선두에 서고, 이·미용 에스테틱(Aesthetic)과 연관된 메이크업이나 유통업자들이 활발히 지

원하는 형태로 발전하였다. 이 시기에 일본인의 미용의식은 매우 향상되어 이·미용업은 매우 가파른 발전 추세를 보인다. 이에 1985년 6월에 일본 네일산업계의 선구자인 게츠노 케이코(月乃 桂子)여사에 의해 임의단체의 형태로 일본네일리스트협회가 창립되었다. 일본네일리스트 임의체는 일본 네일의 국제적 인지도가 높아지며 그 성과를 확대시키기 위하여, 사회로부터 신뢰받을 수 있는 조직으로서의 요청에 부응하기 위해 2005년도에 특정비영리활동법인 JNA로 이행되었다.

법인 이행 후 JNA는 일본의 네일 산업 부흥을 모토(motto)로 소비자의 보호와 우수한 네일리스트의 육성, 네일 산업 종사자들의 사회적 지위 향상을 최우선 과제로 삼고 활동을 영위한다. 더불어 이·미용업계와 에스테틱업계 등 관련 분야와의 제휴를 통해 이들의 해외 교류를 적극 지원함에 따라 법인화의 필요성을 강하게 요구해 온 관련자들에게 높은 만족도를 이끌어 내었다.

기술자로서의 네일리스트가 활동의 주체가 되어 만들어진 조직답게 네일산업의 흥륭(興隆)은 물론, 미국을 롤모델(role-model)로 삼아 도입한 네일 문화를 일본 사회에 일반화시키고, 더 나아가 일본의 새로운 문화로 발전시키려는 강한 동기부여를 하고 있다. JNA는 협회 구성원의 공익과 일본 사회의 가치 향상의 실현까지를 목적에 두고 사업을 추진한다.

JNA는 네일산업과 관련한 우수한 인재 육성을 목표로 기술 강습을 주제로 한 기능 세미나(seminar)가 활발히 개최되고 있으며 세미나를 통해 제공되는 네일에 관한 이론이나 기술 체계에 관한 연구 개발은 대상 회원들에게 높은 만족도를 제공한다. 이를 통해 확보된 우수한 인력은, 누구나 이해할 수 있게 체계화하여 책정된 기술을 체득(體得)하게 됨과 동시에 높은 검증 수준의 자격 인정제도를 통하여 안팎으로 신뢰 받게 된다. 이를 뒷받침하는 기술의 표준 제시는 즉시 공표하여 조속히 시장 전반에 보급한다.

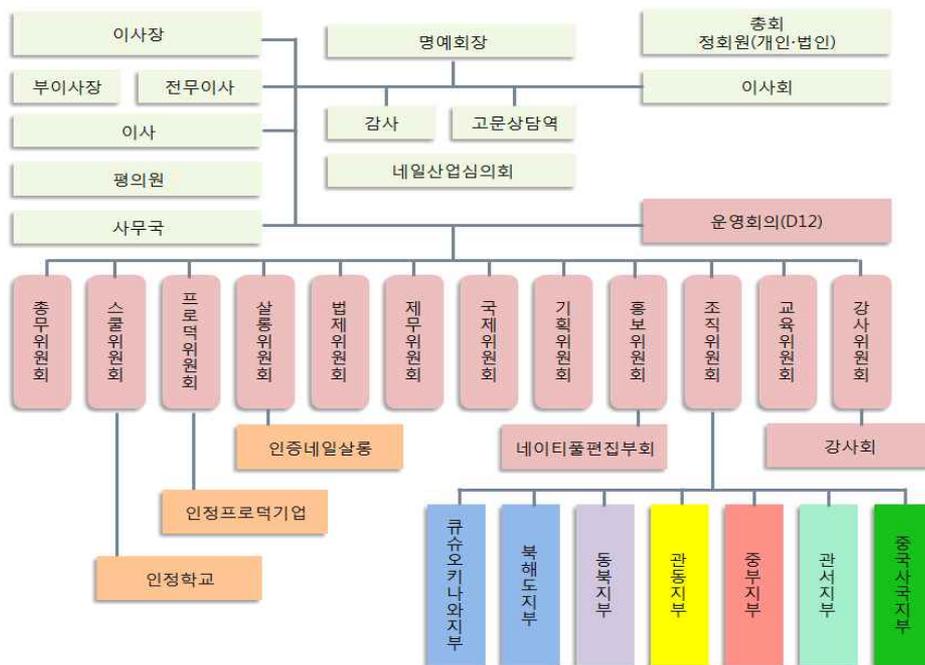
또한 회보와 다양한 미디어(media)를 통해 네일에 관련한 모든 종류의 최신 정보를 제공하는데 노력을 기울이고 있다. 최신 정보의 제공은 네일 산업 종사자만이 아닌 일반 소비자들에게도 네일의 매력을 어필(appeal)

하여 네일 이미지와 인지도를 높인다. 또한 관련 행정기관이나 연계 단체 등과의 협업은 물론 해외 교류 사업에도 힘을 쏟고 있다.

이 모든 것들이 JNA가 목표로 삼아 꾸준히 실행하고 있는 활동들이다. 네일에 관한 기능 강습과 자격인증을 통하여 네일문화와 네일리스트의 기능 향상을 도모하며 증진된 기술과 문화를 널리 보급하여 사회성, 공익성, 소비자 보호의 관점에서부터 적절한 정보를 제공하고 법령 엄수에 노력을 기한다. 일련의 활동들은 건전한 네일비즈니스(nail-business)의 발전에 기여하는 것을 기본으로 하는 JNA의 이념과도 맞닿아 있다.

2) 조직 규모

도쿄도 치요다구 나가타초에 본청을 두고 있는 JNA 협회 사무실에는 13명의 협회 직원이 근무하고 있다. 전문성을 가진 임원 및 이사회와 함께 업무들을 충실히 이행하고 있다. JNA의 조직 구성은 아래의 [그림 2-2]와 같다.



[그림 2-2] JNA 조직도

가) 조직도

우선 JNA의 조직구성을 개괄적(概括的)으로 살펴보면 여타 군소 분과 위원회가 다양하게 구성되어 있다는 점을 확인할 수 있다.

이는 네일서비스업의 전문성과 특수성을 오랜 운영 끝에 정확히 파악한 뒤에 구성한 분과 구분이다. 총 열두 종류의 운영회의는 전문가인 이사가 팀장이 되어 이끌고 있다. D12라고도 불리워지는 운영위원회는 사무국과 긴밀히 협력하여 사업을 진행시키는 JNA의 중추적인 세부 조직이다. 사무국과 D12는 기획과 입안, 업무 추진에 대한 주요 의제들을 이사회와 평의회에 상정하고, 상정된 의결과제들은 중요도와 전결권에 따라 연 1회 개최되는 정회원 총회와 반기마다 열리는 평의원의회의, 정기적으로 연 6회 개최되는 이사회회의에서 다루어진다. 충분히 논의되고 공론화되어 진의결 내용은 명예회장과 감사의 동의 및 두 명의 부이사장의 승인아래 이사장의 권한으로 결정된다.

이사회에 의해 2년마다 선출되는 이사장은 연임이 가능하며 부이사장은 동일한 절차로 두 명이 임명되는데, 현재 이들은 각기 재무를 총괄하며 감사위원회를 이끄는 수장으로 겸임하고 있다. D12의 이사를 포함하여 협회이사는 현재 16명으로 구성되어 있고 감사역은 세 명이 임명되어 활동하고 있다. JNA의 임원들은 한 자리에서 꾸준히 활동하며 전문성을 확보하고 있으며, 매회 공정하게 이루어지는 평의회나 회원총회를 통해 실적을 검증받고 연임을 하고 있다. 특히 회장은 JNA의 34년 역사를 통틀어 단 세 명밖에 선출되지 않았다. 그 중 최장기 역임자는 20년 9개월 간을 회장 임무를 수행하며 일본 네일산업계를 이끌었다.

JNA는 다양한 실무 분과로 나뉘어져 있다. 본부인증강사, 조직, 기획, 홍보, 재무, 법률, 교육, 학교, 회원매장, 국제협력, 프로덕트, 총무 등 열두 개의 전문파트로 세분화 되어진 운영회가 그것이다. D12가 하는 일은 독보적인 전문성을 가지며 저마다 특이한 사업 분야를 개척한다. 담당 사업부분은 다음과 같다.

(1) 강사위원회

강사위원회는 인증강사(ME ; Master Educator)제도를 재정립하고 인원을 재편하는 업무를 한다. 인증강사는 JNA가 규정하는 체계화된 기술을 전수하고 보급할 수 있는 전문 네일기술인으로, 강사위원회는 인증강사의 규정을 정립하거나 개정하는 업무를 맡는다. 또한 본부인증강사의 승격시험을 실시하고 해외에서의 네일 검정시험도 병행하는 업무를 한다.

(2) 조직위원회

조직위원회는 각 현이나 시 등 지자체에서의 대회를 개최하고, 대회마다 특화된 개별 이벤트(event)를 착안하여 새로운 형식의 대회를 도입하는 것을 주업무로 한다. 또한 네일 체험장을 적극적으로 제공하여 네일 시장의 유입인구를 넓히는 역할을 한다. 개최되는 이벤트 대회를 통하여 정확한 네일 관련 지식이나 기술을 보급하는데 주력하고 있다. 각 지부위원회가 중심이 되어 행하는 조직활동을 서포트(support)하는 임무도 부대적으로 수행하며 지부회와 업계 동향과 최신 정보를 공유하기도 한다.

(3) 기획위원회

기획위원회는 JNA의 웹사이트 리뉴얼(web-site renewal)을 통하여 일본 네일이 갖고 있는 브랜드(brand)를 통제·관리하고 사이트 유저빌리티(site usability)향상을 담당한다. 그리고 최신의 네일트렌드를 네일샵에서 구현할 수 있도록 촉진 방안을 강구하며 해외 미디어에의 정보 보급에도 촉각을 세우고 있다. 핑크리본¹¹⁾(pink-ribbon)활동을 전국적으로 확대하는 캠페인(campaign)을 벌이기도 하고, 각종 미디어와의 정보 교환의 장으로써 협회 활동을 직접적으로 홍보하고 있다.

(4) 홍보위원회

홍보위원회는 안전한 네일을 보급하기 위하여 효과적인 정보를 보급하고 홍보하는 업무를 한다. 협회의 인지도 향상을 위해 JNA가 활발히 구성

¹¹⁾ 유방암 인식의 국제적 상징. 유방암 관련 기관들은 핑크색 리본을 유방암과 함께 그들 스스로를 통합시키고 유방암 인식을 증진, 모금활동을 펼쳐 캠페인을 지지하는데 사용함.

하는 이벤트를 각종 미디어에 유치시키는데 중점을 두고 있다. 또, 각 회원에게 JNA의 회보지인 ‘네이티풀(NATIFUL)’을 제작하여 배포하고, 다양한 방법을 통해 미디어와 제휴하여 JNA의 서포트 사업인 인증네일살롱¹²⁾(nail-salon)의 인지도를 제고하고 있다.

(5) 재무위원회

재무위원회는 전년 회기에 계획된 JNA의 예산을 집행·관리하고 정기적으로 내역을 게시한다. 운영 경비를 절감하기 위한 감사를 하며 건전한 협회 운영을 위해 재정투명화를 꾀한다. 그리고, JNA 주최의 이벤트에 관한 운영비와 인건비를 측정하여 효율적으로 개정하는 업무를 하고 있다.

(6) 법제위원회

법제위원회가 담당한 업무는 네일 업계 및 네일리스트들에게 법령업무에 관한 정보를 보급하는 것이다. 그리고 무엇보다 중요한 업무는 협회 이해관계자를 위한 규정이나 규칙 등을 정비하여 입안하는 일을 맡아 한다. 또한 부대업무로 위생관리사 자격제도를 실시하고, 위생관리지도원을 위한 강습회를 주최하며 강습회와 관련한 기획을 실행한다.

(7) 교육위원회

교육위원회는 회보지나 세미나를 통하여 건전한 네일산업을 위한 바른 기술 및 이론교육 등의 정보를 전파한다. 네일리스트를 대상으로 하는 기술교육 뿐 아니라 인증네일살롱의 경영지도에까지 노력을 기울이고 있다. 최근에는 네일살롱 맨즈케어(mens-care)를 도입하는데에 노력을 기울이고 있으며, 1급 네일리스트검정기술시험(JNEC¹³⁾주최)의 시험요강을 변경하는 등의 일을 한다. 또한 시험관 추천 단체로써 네일리스트 기능검정시험을 운영하고 때로는 지원하는 업무를 한다.

12) 일본에서는 통상적으로 네일샵을 네일살롱이라 지칭함.

13) JNEC(Japan Examination Center)는 일본네일리스트시험센터의 약자로 일본네일리스트협회의 실제적 검정시험 업무를 위탁 및 양도 받아 검정시험의 운영과 자격인증을 전문적으로 행하는 기관이다.

(8) 스쿨위원회

스쿨위원회는 JNA인정교에 관한 전반적인 업무를 진행한다. 사회의 변화에 대응하는 JNA인정교 운영을 위한 적절한 제도 개선이나 운영관리 제도를 만들고 정비하는 일을 한다. 또한, JNA인정교가 국제화에 적응할 수 있도록 가이드라인(guide line)을 검증하고 인정교의 교사들에게 연수 회의 기회를 제공하며 전국적인 회의를 개최할 수 있도록 추진한다.

(9) 국제위원회

국제위원회는 해외에서 열리는 JNA 국제 네일 검정시험의 개최를 관리·통제·실시하는 일을 한다. 현재 세계 여러 나라로 확대되고 있는 일본의 네일검정제도를 국제화 시키는 부분에 대해 긴밀히 대응하고 협력을 하는 위원회다. 해외에서 개최되는 각종 이벤트에도 출전하며 일본 네일 살롱을 이용하는 외국인에 대한 서비스도 검토를 한다. 필요에 따라 해외 단체와 효율적인 제휴도 추진 한다.

(10) 살롱위원회

살롱위원회는 JNA가 인증한 인증네일살롱 제도를 보급하는 업무를 담당한다. 인증네일살롱만을 한정하는 전문 세미나를 개최·진행하며 협회가 주최하는 이벤트를 통해 인증네일살롱을 적극 피알(PR)한다. 또, ‘네일월간’ 캠페인을 통해 인증네일살롱의 인지도 확대를 꾀하며 인증네일살롱이 갖는 투명성을 통하여 사회에 공헌하는 일을 한다.

(11) 프로덕위원회

프로덕위원회를 운영하는 주목적은 유관 관청이나 협력 단체와의 관계를 밀접히 하여 네일업계의 발전을 도모하는 데 있다. 네일 제품 및 원재료의 품질향상과 유통적정화 계발 활동도 활발히 하고 있으며, 업계의 여론이나 제기되는 의견을 수렴하여 내부에 보고하는 일도 한다. 협회가 주최하는 이벤트나 입상대회에 출전 관계를 관리·감시하여 주최의 품위와 신용을 높이며 안전을 유지하는데 한 몫을 하는 역할을 한다.

(12) 총무위원회

총무위원회는 네일업계의 현상태를 조사하여 해마다 ‘네일백서(ネイル白書)’를 제작·발간하는 업무를 한다. 네일산업과 네일리스트의 사회적 가치 향상을 위하여 적합한 시책을 검토하고 있으며, 더불어 현 회원에게 주어질 수 있는 혜택과 그와 관련한 사업에 대한 준비를 한다. 신규 회원 유치를 위한 시책도 검토·시행하는 위원회이다. 총무위원회는 네일 산업과 관련한 정부 부처나 지자체를 필두로, 패션(fashion)계를 포함한 관련 조직 및 협회들과의 교류 업무도 맡고 있다.

JNA의 협회 조직 구성은 일본의 수직적 관료제의 특징과 미국식 테스크포스팀(task force team)¹⁴⁾의 효율적 특성을 함께 안고 있는 조직이다. JNA의 인사 이동이 지진해 보일 수 있으나 지도력이 검증되고 능력을 인정받아 신임을 얻은 인사에 대해서는 지속적인 기회를 제공하고, 신임된 인사는 자신이 담당할 전문 분야의 업무를 더욱 세분화하여 프로페셔널(professional) 집단으로 구성을 하여 최적의 효율로 이끌고 있다. 현재의 12개 분과는 앞으로의 사업 진행이나 새로운 트렌드의 도입 등으로 변모를 거듭할 테지만, 현 네일시장 내에서는 최적화된 세분화를 일구어 낸 것으로 보인다.

나) 자금 조달 및 예산의 운용

JNA는 회기 기간을 전년 4월 1일부터 당년 3월 31일까지로 산정하여 결산하며, 전년도 예산 집행 보고와 더불어 익년 회기에 책정된 예산안을 활동보고서를 통해 게재한다.

(1) 자금조달(수입)

¹⁴⁾ 정규조직과는 다르게 사업목표를 달성하거나 특정 업무를 해결하기 위해 전문가등으로 선발하여 임시 편성한 조직.

(단위 : 원(円))

| 지출 | | | | 수입 | | | |
|----------------|----------------------|----------------------|--------------------|-----------------|----------------------|----------------------|--------------------|
| 항목 | 예산액 | 결산액 | 차액 | 항목 | 예산액 | 결산액 | 차액 |
| [사업비] | 890,000,000 | 886,076,275 | ▲3,923,725 | [입회금수입] | 24,000,000 | 20,885,000 | ▲3,115,000 |
| 회보편집비 | 25,000,000 | 27,671,398 | 2,671,398 | 법인회원 | 2,500,000 | 11,730,000 | ▲770,000 |
| 개회비 | 31,000,000 | 26,194,660 | ▲4,805,340 | 개인회원 | 3,500,000 | 2,740,000 | ▲760,000 |
| 강사료 | 58,000,000 | 53,149,191 | ▲4,850,809 | 인종강사협회 | 14,000,000 | 11,565,000 | ▲2,435,000 |
| 대관료 | 105,000,000 | 111,540,650 | 6,540,650 | 인종학교입회 | 4,000,000 | 4,850,000 | 850,000 |
| 인쇄제본비 | 85,000,000 | 84,475,830 | ▲524,170 | [회비수입] | 138,000,000 | 134,973,000 | 3,027,000 |
| 보험료 | 1,500,000 | 759,710 | ▲740,290 | 법인회원 | 65,000,000 | 63,150,000 | ▲1,850,000 |
| 부담금지출 | 2,000,000 | 20,000 | ▲1,980,000 | 개인회원 | 73,000,000 | 71,823,000 | ▲1,177,000 |
| 조성금지출 | 2,000,000 | 141,185 | ▲1,858,815 | | | | |
| 기부금지출 | 500,000 | 0 | ▲500,000 | [사업수입] | 861,000,000 | 822,310,095 | ▲38,689,905 |
| 검정운영비 | 23,000,000 | 17,469,061 | ▲5,530,939 | 교재판매수입 | 150,000,000 | 132,000,263 | ▲17,999,737 |
| 검정운영비(교) | 90,000,000 | 87,834,780 | ▲2,165,220 | 검정료수입 | 345,000,000 | 139,818,480 | ▲25,181,520 |
| 이벤트운영비 | 160,000,000 | 164,635,406 | 4,635,406 | 검정지원료수입 | 30,000,000 | 28,773,710 | ▲1,226,290 |
| 제작위탁비 | 19,000,000 | 29,510,502 | 10,510,502 | 강습회수입 | 76,000,000 | 77,399,440 | 1,399,440 |
| 시스템위탁비 | 67,000,000 | 67,258,409 | 258,409 | 광고계제료 | 20,000,000 | 18,758,300 | ▲1,241,700 |
| 기타위탁비 | 15,000,000 | 19,106,532 | 4,106,532 | 대회수입 | 27,000,000 | 26,141,554 | ▲858,446 |
| 홈페이지위탁비 | 17,000,000 | 20,145,024 | 3,145,024 | 입장료수입 | 5,000,000 | 4,878,500 | ▲121,500 |
| 운영위탁비(교) | 33,000,000 | 31,818,500 | ▲1,181,500 | 출판료수입 | 193,000,000 | 200,712,008 | 7,712,008 |
| 광고선전비 | 17,000,000 | 14,617,534 | ▲2,382,466 | 참가료 | 1,500,000 | 972,000 | ▲528,000 |
| 교재비 | 8,500,000 | 8,743,990 | 243,990 | 홈페이지광고료 | 2,500,000 | 1,617,840 | ▲882,160 |
| 여행교통비 | 65,000,000 | 62,831,635 | ▲2,168,365 | 등록비 | 11,000,000 | 11,238,000 | 238,000 |
| 통신비 | 23,000,000 | 23,539,641 | 539,641 | | | | |
| 비품·소모품비 | 10,000,000 | 10,949,340 | 949,340 | | | | |
| 지급수수료 | 500,000 | 500,287 | 287 | | | | |
| 특별공로금출당 | 6,500,000 | 6,660,000 | 160,000 | | | | |
| 경조사비 | 10,000,000 | 8,054,761 | ▲1,945,239 | | | | |
| 회의비 | 4,500,000 | 4,832,894 | 332,894 | | | | |
| 재난대책비 | 10,000,000 | 3,102,000 | ▲6,898,000 | | | | |
| 잡비·예비비 | 1,000,000 | 315,355 | ▲684,645 | | | | |
| [관리비] | 158,000,000 | 155,107,421 | ▲2,892,579 | | | | |
| 인건비 | 86,000,000 | 86,136,052 | 136,052 | [장수입] | 5,000,000 | 3,278,149 | ▲1,721,851 |
| 통신비 | 7,600,000 | 7,261,406 | ▲338,594 | 이자소득 | 100,000 | 15,562 | ▲84,438 |
| 비품·소모품비 | 6,300,000 | 5,525,138 | ▲774,862 | 기타 | 4,900,000 | 3,262,587 | ▲1,637,413 |
| 수선비 | 200,000 | 0 | ▲200,000 | | | | |
| 고문료 | 8,000,000 | 8,137,200 | 137,200 | | | | |
| 지급수수료 | 2,800,000 | 1,349,115 | ▲1,450,885 | | | | |
| 수도광열비 | 600,000 | 463,050 | ▲136,950 | | | | |
| 월세 | 34,500,000 | 34,500,264 | 264 | | | | |
| 보험료 | 400,000 | 323,120 | ▲76,880 | | | | |
| 조세공과 | 7,500,000 | 7,382,400 | ▲117,600 | | | | |
| 리스료 | 1,000,000 | 952,982 | ▲47,018 | | | | |
| 값가상각비 | 1,500,000 | 1,451,209 | ▲48,791 | | | | |
| 잡비 | 1,500,000 | 1,553,106 | 53,106 | | | | |
| 법인·주민·사업 | 100,000 | 72,379 | ▲27,621 | | | | |
| 당기지출합계 | 1,048,000,000 | 1,041,183,696 | ▲6,816,304 | 당기수입합계 | 1,028,000,000 | 981,446,244 | ▲46,553,756 |
| [당기일어금] | 332,466,856 | 292,729,404 | ▲39,737,452 | [전기일어말예] | | | |
| 전기미할순자산 | 352,466,856 | 352,466,856 | 0 | 전기미할순자산 | 352,466,856 | 352,466,856 | 0 |
| 당기순자산증가 | 20,000,000 | 59,737,452 | ▲39,737,452 | | | | |
| 지출합계 | 1,380,466,856 | 1,333,913,100 | ▲46,553,756 | 수입합계 | 1,380,466,856 | 1,333,913,100 | ▲46,553,756 |

[그림 2-3] 2017년도 JNA 수입·지출 결산

JNA가 활동을 영위하는 운영 자금은 총 세 가지의 출처로 성격을 구분 할 수 있다. 입회금과 회원의 정기 회비, 각종 사업을 통해 구현되는 수익과 이자 등의 잡수익으로 나뉘어 진다. <그림 2-3. 2017년도 JNA 수입·지출 결산>은 2017년도 사업예산의 실제 집행 내역을 2018년 4월 발간한 활동보고서¹⁵⁾를 통해 협회 이해관계자들에게 보고한 자료이다.

첫째, 입회금수입은 당해연도에 가입한 법인회원과 일반회원의 입회금을 통해 확보한 운영자금이다. 당해에 선발된 인증강사와 신규 참가 인정교의 입회금도 포함된다. JNA의 예상 수입 중 1/4의 구성비를 보인다.

둘째, 기존 가입회원들의 정기적인 납부 회비에 의한 수입이다. 법인회원과 정회원의 회비 납부가 주구성이며, 총 예상수입의 10%에 불과한 부분이지만, 기존 회원들에게서 조성되는 수입으로 예상수입과 실제수입의 오차가 적어 협회 예산확정에 있어 기초가 되는 수입원이다.

셋째는 사업수입이다. JNA가 행하는 모든 대외 활동을 통해 벌어들이는 소득으로써 협회 운영 수입에서 80%를 차지하는 주요 수입원이다.

2017년 결산 자료를 보면, 책정 예산과 실제 수입간의 차액을 확인할 수 있다. 예상보다 부족한 수입은 전년에 이월(移越)된 당기잉여금이나 당해연도 타 수입의 차액분을 통해 충당되지만, 잉여금의 고갈을 막기 위하여 활발하고 적극적인 사업 활동을 전개하여야 한다. 회비에 의존하지 않은 협회 자립의 성격을 가진 수입원이기에 JNA로써는 현재의 위치에 안주하여 협회 운영을 방만히 할 수 없다.

정리하면 2017년에 JNA는 ¥1,028,000,000 엔의 수입을 기대했으나 실제 수입은 ¥981,446,244 엔에 그쳤고, 결국 ¥46,553,756 엔의 추경 예산은 다른 계정의 수입으로 치환되었다.

(2) 예산 운용

그에 반해 소요 지출 부분에서는 예산보다 씬뽀이를 줄였다.

¥1,048,000,000 엔을 지출할 것으로 예산을 책정했지만 실제로는

¹⁵⁾ NPO法人日本ネイリスト協會. (2016). 『ネイル白書』. NPO法人日本ネイリスト協會.

¥1,041,183,696 엔을 지출해 소폭으로 운영비를 절감했다. 이미 2천만엔의 적자를 예상하며 예산안을 기획했지만 적자폭은 2천 6백만엔이 더 늘어났다. 최근 10년간의 JNA의 연도별 수지실적은 다음과 같다.[표 2-1]

[표 2-1] 10년간의 JNA 수지 실적

| 년 도 | 수 입 | 지 출 | 수 익 (수입 - 지출) |
|------|---------------|---------------|------------------|
| 2006 | 572,149,271 | 568,196,605 | 3,952,666 |
| 2007 | 764,114,551 | 700,906,849 | 63,207,702 |
| 2008 | 895,654,984 | 887,472,815 | 8,182,169 |
| 2009 | 617,740,859 | 609,236,599 | 8,504,260 |
| 2010 | 800,141,370 | 792,395,132 | 7,746,238 |
| 2011 | 953,403,102 | 898,157,868 | 55,245,234 |
| 2012 | 1,038,555,725 | 995,462,045 | 43,093,680 |
| 2013 | 1,287,894,805 | 1,199,463,586 | 88,431,219 |
| 2014 | 1,148,583,933 | 1,146,908,037 | 1,675,896 |
| 2015 | 1,051,011,812 | 1,182,954,090 | - 131,942,278 |
| 2016 | 981,446,244 | 1,041,183,696 | - 59,737,452 |

(단위 : 엔(円))

꾸준히 흑자 경영을 하던 JNA는 최근 3년간 연속으로 적자를 기록하고 있다. 10년 전 발발한 미국발 악재인 서브프라임(subprime)사태¹⁶⁾에도 큰 폭으로 수입이 줄었음에도 불구하고 JNA는 흑자 경영을 했었다. 그러나 최근의 적자에도 불구하고 요 10년간 협회 자체의 유보금인 이월 잉여금은 누적 ¥88,359,334 엔에 달한다. 그러나 최근의 적자에도 불구하고 요 10년간 협회 자체의 유보금인 이월잉여금은 누적 ¥88,359,334 엔에 달한다.

발생한 수입·지출의 회계처리를 JNA는 매 회기 마다 단식부기¹⁷⁾의 방법으로 결산·보고하고 있다.

16) 2007년에 발생한 미국의 초대형 모기지론 대부업체가 파산하면서 시작된 국제 금융 시장의 신용경색으로 인한 연쇄적인 경제 위기.

17) 모든 거래를 수입과 지출의 한 측면만을 기록하는 방식. 작성은 간편하나 현금의 입출금만을 기록하기 때문에 전체 재산의 보유내역을 한 눈에 파악할 수 없다는 단점이 있음. 즉, 수입의 비중과 의미가 작은 비영리조직에서 주로 사용함.

아래의 [그림 2-4]를 보면 JNA는 자유로운 형태로 별다른 제약없이 예산집행에 따른 자산의 변동 사항을 기재하고 있다.

(단위 : 엔(円))

| 자산 | | | 부채 | | |
|---------------|------------|--------------------|--------------------|-------------|--------------------|
| 과목 | 내역 | 금액 | 과목 | 내역 | 금액 |
| 현금 | | 656,154 | 미지급금 | | 26,234,703 |
| 보통예금 | | 198,476,454 | | 검정운영위탁비 | 9,488,703 |
| | 미쯔비시은행(1) | 154,593,555 | | 검정회장비 | 7,470,731 |
| | 미쯔비시은행(2) | 4,664,067 | | 기타 | 9,274,955 |
| | 미즈이-스미은행 | 39,217,364 | 미지급법인세 등 | 확정신고분 | 70,000 |
| | 미즈오은행 | 1,448 | 미지급소비세 등 | 확정신고분 | 5,447,800 |
| 우편대체 | 유조은행 | 317,693 | 선수금 | | 82,227,080 |
| 우편예금 | 유조은행 | 191,382 | | 2017년도 회비 | 67,934,000 |
| 정기예금 | | 110,000,000 | | 기타 | 14,293,080 |
| | 미쯔비스은행 | 110,000,000 | 예치금 | | 5,543,224 |
| 미수금 | | 46,333,737 | | 임천소득세·주민세 | 883,171 |
| | 교재판매미수금 | 17,046,317 | | 단체보험료예치분 | 4,660,053 |
| | 기타 | 29,287,420 | 가수금 | 모입금분 | 1,000 |
| 미수회비 | 2016년도 회비 | 24,000 | 퇴직금부충당금 | | 18,000,000 |
| 선수비용 | | 14,802,462 | | | |
| | 사무국월세 | 2,875,022 | | | |
| | 2017년도 사업비 | 11,927,440 | | | |
| 가수금 | 여비가수금 | 40,000 | | | |
| 대손충당금 | | ▲310,000 | | | |
| 재고자산 | | 15,927,153 | | | |
| | 판매용 도서 등 | 15,927,153 | | | |
| 유형고정자산 | | 13,352,088 | | | |
| | 내부조작 | 17,900,399 | | | |
| | 기구비품 | 7,838,709 | | | |
| | 감가상각 누계액 | ▲12,387,020 | | | |
| 상표권 | 상표디자인료 | 2,888 | | | |
| 소프트웨어 | | 259,875 | | | |
| | 홈페이지제작비용 | 259,875 | | | |
| 전화가입권 | | 145,600 | | | |
| 차입보증금 | | 27,381,060 | 순재산 | | 292,729,404 |
| | 사무소보증금 | 27,381,060 | | 전기미월자산액 | 352,466,856 |
| 퇴직적립금 | | 2,652,665 | | 당기순자산증가액 | ▲59,737,452 |
| 자산합계 | | 430,253,211 | 부채 및 순자산 합계 | | 430,253,211 |

[그림 2-4] 2017년도 JNA 대차대조표

〈그림 2-3. 2017년도 JNA 수입·지출 결산〉의 지출 처리부분 항목을 출처까지 기입하고 있다. 지출 부분은 사업비 지출과 관리비 부분 지출이며 JNA의 규모를 감안할 때 관리비 부문에서는 ¥34,500,000 엔을 지불

하고 있는 월임대료를 제외하면, 협회 자체적으로 운영비 절감 운영에 노력을 기하는 것으로 보인다.

이월된 잉여금은 순자산으로 분류하여 여러 은행에 분산 예치를 하였고, 이는 차해년도의 예산집행액의 결원이 발생하였을 때 긴급 용통자금으로 사용되어질 것이다.

다) JNA의 협회 구성원

협회는 협력을 원하는 회원을 중심으로 구성되어 공익을 위해 존재하는 법인이다. 그리하여 JNA의 모든 활동의 중심점은 회원일 수 밖에 없고 회원의 권익은 협회 내에서 무한하다. 협회는 협회원을 많이 확보할수록 운영의 폭이 넓어지며 이를 위해 JNA는 회원 유치에 많은 노력을 기울이고 있다. 하지만 모든 네일리스트가 협회에 가입하여 활동할 수 있는 것은 불가능하다. 실제로도 가입하는 신규 입회원과 퇴회하는 기존 회원의 비율이 비등하다. 가입·탈퇴에 제한을 두지 않는 정책을 펴다보니 퇴회 사유를 확인하지 않는다. 협회는 협회원이 탈퇴하는 이유도 적극 파악하여야 회원 유지정책도 수정·보완할 수 있을 것이다.

현재 JNA의 회원 구성 구분은 다음과 같다.

(1) 개인정회원

개인정회원은 개인일반회원과 가입조건은 동일하다. 네일리스트이거나 미용산업종사자이거나 네일스쿨(nail-school) 재학생으로 장래에 네일리스트가 되기를 희망하는 준비생에 이르기까지 가입 자격에 제한은 없다. 하지만 ₩12,000 엔의 연회비에 더불어 ₩10,000 엔의 입회비를 납부하여야 하므로 정회원의 대부분은 현업으로 네일관련 분야에 종사하고 있는 경우가 많다. 현재 4,555 명인 개인정회원은 년 1회 개최되는 회원총회에서 의결권을 행사할 수 있다.

(2) 개인일반회원

JNA의 적극적인 대외 홍보 및 다채롭게 운영하는 프로그램(program), 네일에 대한 대중의 관심이 높아진 이유로 인해 개인도 많이 가입한다. 개인회원 가입자는 3,359 명이며 개인정회원과 같이 가입에 제한은 없다. 개인일반회원은 입회비가 없고 매년 6,000 엔의 회비를 납부하며 협회가 제공하는 네일 관련 편의를 제공받는다.

(3) 학생회원

현재 JNA의 학생회원은 8,990 명에 달하며 학생회원 유치는 JNA로서는 미래 일본 네일산업에의 투자와 같다. JNA와 협력하는 JNA인정교의 재학생을 포함하여 네일 관련 아카데미의 수강생에 이르기까지 네일을 공부하고 지망하는 모든 학생에게 입회의 자격을 부여한다. .

(4) 법인정회원

법인정회원은 491개 사(社)이다. 대부분 네일 관련 산업 기업이며 관련 단체도 포함되어 있다. 입회금은 ¥100,000 엔이며, 연회비는 ¥120,000 엔이다. 법인정회원은 JNA가 주최하는 대회 등의 이벤트에서 꾸준한 광고 홍보를 할 수 있다.

(5) 법인찬조회원

법인찬조회원은 입회금으로 ¥10,000 엔, 연회비는 ¥60,000 엔을 납부한다. 가입 활동하고 있는 법인찬조회원 수는 21개 사(社)이다.

(6) 인증강사

인증강사는 협회의 최신 습득 정보와 네일 기술을 협회구성원 및 네일 산업 종사자들에게 전파하는 전문 네일 기술인이다. JNA만의 까다로운 검증을 통과하여야 하며, 인증강사에 도전하기 위해서는 1급 네일 자격과 더불어 경력 년수를 충족하여야 한다. 이들은 현재 총 2,777 명이 등록되어 활동하고 있다.

(7) JNA인정교

인정교는 네일을 전문으로 교육하는 학교와 학원 등의 전문 아카데미 중 JNA가 그 수준을 인정하고 연계협력을 맺는 것을 말한다. 시설, 커리큘럼, 교육자, 학칙 등 네일을 교육하는 시설로써의 필수요건을 충족하고 지식과 기술을 겸비한 프로 네일리스트를 육성하는 교육시설이다. JNA의 인정교는 전국에 걸쳐 402개 기관이 등록되어 있다.

(8) 인증네일살롱

JNA의 네일샵 표준을 모두 통과한 우수 점포에게 부여하는 인정 네일업소이다. 인증네일살롱은 전국적으로 956개의 매장이 인증을 받았다.

모든 회원들에게는 JNA의 회보지인 '네이티풀'을 구독할 수 있으며, JNA가 주최하는 이벤트에 초대받을 수 있는 특전이 주어진다. 또한, 협회가 개최하는 세미나를 회원가로 참가할 수 있고 JNA가 별도로 맺는 보험과 같은 특별상품에도 가입할 수 있는 혜택이 주어진다.

3) 경영 성과 및 사업방향

네일산업은 약 30년 전부터 시작된 미용관련 산업의 새로운 분야다. 타 패션업계와는 달리 전문 도구나 색감제품의 개발이 더뎠던 탓에 늦은 출발이 있었다. 네일 산업의 태동이 뒤쳐진 만큼이나 JNA도 다른 아·미용 협회에 비해 그 시작이 늦을 수 밖에 없었다. 2012년 4월에는 네일서비스업이 일본 표준산업 분류에서 신분류 산업으로 인정 받았고 촉망되는 산업으로서의 사회적 주목도 받았다. 일본의 네일산업의 규모는 2016년 3월 기준 2,223억엔인데, 최근 10년 간 두 배에 이른 수치이다.

네일산업의 양적인 증가는 물론, JNA와 협회원의 절치부심(切齒腐心)은 네일이 더 이상 패션만이 아닌 헬스(health)를 겸한 웰빙(well-being) 분야로 일본의 소비자들에게 높은 인지도로 다가갔다. 건강하고 아름다운 손끝을 만드는 기술은 원조국인 미국을 넘어 최근 동남아시아를 시발점으로 한 여러 나라에서도 일본의 네일은 높이 평가되고 있다. 해외에서의 인

기에 편승해 일본 자체적으로도 일본브랜드 ‘쿨재팬(cool-japan)’을 체현(體現)시킨 사실을 들어 일본의 이미지 향상에 큰 공헌을 하였다고 인정 받았다.

2016년에 JNA는 인정된 공로를 명예로서 보상받았다. 10여 년간 JNA를 이끌고 있는 현 JNA의 다끼가와 코우이치(瀧川 晃一)회장이 교쿠지츠쇼우(旭日小綬章)를 수여 받은 것이다. 교쿠지츠쇼우는 일본 최초로 1875년에 제정된 훈장이며, 국가나 공공에 쌓은 공적의 내용에 주목하여 현저한 공적을 올린 이에게 수여하는 훈장이기에 의미가 남다르다. 내각부 내 각총리대신의 명으로 수여되는데, 다끼가와 회장의 수상은 내일산업계에 서는 첫 훈장 수여였다.

가) 주요 사업영역

JNA는 협회원의 공익을 위한 활동과는 별도로 특정 사업도 실시한다. 다양한 대외적인 활동을 하고 있는데, 아래에 소개할 사업은 그 중 협회의 독립적이고 자율적인 경영을 위한 수익활동이 가장 활발히 일어나고 있는 분야이다. 수익활동은 협회원의 편의와 권익, 내일산업의 발전에 부합하는 사업일 경우이다. 중요한 사업들의 내용은 다음과 같다.

(1) 네일 이벤트 대회 및 엑스포(EXPO)

일본은 경도의 범위가 위도에 비해 매우 넓은 지형적 특성을 갖고 있어 역사적으로도 국토의 중심부인 간토와 간사이 지방을 중심으로 문화·경제의 확산이 시작되었다. 이러한 지리적 특성은 일반 산업에도 투영되었고, 내일산업도 마찬가지로 그간의 주요한 이벤트는 수도권 도쿄를 중심으로 편성해 왔다. 이와 같은 사실이 네일의 저변확대에 장애물이 된다고 판단한 JNA는 수도권이 아닌 지방 중점도시에서도 이벤트를 개최하여 내일산업의 전국적 균등확산을 꾀하는 정책을 폈다. 수도권보다는 규모가 작지만 네일리스트를 직업으로 꿈꾸거나 내일산업으로의 진출을 희망하는 많은 이들에게 네일의 정보를 직접 접할 수 있는 기회를 제공하게 된 것

이다. 또한 잠재소비자인 일반인들에게도 네일의 인지도를 높이는 계기가 된다. 네일이 네일아트처럼 화려한 것 만이 아닌 건강미 넘치는 단아함을 위한 것이라고 바뀌는 인식도 더불어 얻을 수 있는 효과이다. 2017년에 JNA 주최 대회는 총 여덟 개 있었는데, 그 중 네 번이 지방도시에서 개최되었다. 가장 큰 대회였던 엑스포(expo) 등은 도쿄와 오사카에서 개최되었지만, 센다이, 나고야, 후쿠오카, 삿포르에서도 대회를 개최하여 많은 사람들의 관심과 참여를 이끌어 냈다.

이러한 JNA의 대회는 내국인뿐 아니라 해외참가자도 적극적으로 유치하고 있다. 그런 면에서 JNA가 주최하는 대회는 더욱 더 규모가 커질 가능성이 갖고 있다.

(2) 대관업

JNA는 협회원들을 위해 사무공간을 열어 놓고 있다. JNA 사무국 건물 내의 별도의 공간을 개방해, 네일 관련 각종 세미나나 컨퍼런스(conference)를 할 수 있도록 컨벤션룸(convention-room)을 예약제로 대관하고 있다. 소정의 일정 금액을 받고 있지만 협회 사무국이 네일리스트의 소통 공간이며, 네일 정보의 공급자임을 자처하는 사업 영역이다.

(3) 인터넷TV

새로운 홍보매체 또한 적극 활용한다. 슈퍼라이브(super-live; 인터넷 TV)와 제휴를 맺어 네일 관련 이벤트와 국내외의 대회 상황과 정보를 홍보하여 네일인들과 일반인의 거리를 좁히고 있다. ‘Nail TV’라는 JNA의 자체적인 웹사이트를 만들어 관련 동영상이나 실시간 라이브채널(live channel)을 방송한다. 방송은 누구나 시청할 수 있다. 방송을 통해 일반 셀프네일러(self nailer)나 네일리스트들은 기본적인 기술부터 까다롭고 중요한 기술까지를 편안하게 시청하며 익힐 수 있다. JNA로써는 광고와 협찬도 확보할 수 있는 공익사업인 셈이다.

JNA가 주최하는 대회와 대외 홍보 등의 방법은, 가정으로 비유했을 때 가장과 같은 역할이라고 볼 수 있다. 가정을 대표하며 가장으로써 부여받

은 부양의 의무를 한다.

나) 협회원 대상 지원프로그램

반면 지금부터 소개할 JNA의 회원 서포트 프로그램은 반대의 성격을 갖고 있다. 회원을 챙기며 회원만을 위해 구성된 JNA의 가정 돌봄이라고 볼 수 있다. JNA만의 특별한 지원사업으로 뽑아본 것은 여섯 종류이며, 그것은 다음과 같다.

(1) 법률상담 프로그램

국가의 구성원으로써 근로의 의무를 이행하다보면 누구나 법률적 경계에서 난처한 상황을 겪게 된다. 네일리스트들은 사업체를 경영하거나 매장의 스태프(staff)로 활동하다보면 행정적 제재는 물론 경제에 관련한 법적 저촉을 받게 된다. 더욱이 시술과 서비스를 행하는데 있어서 화학제품과 기기들을 다루게 되는데, 화학제품은 사용법과 성분을 제대로 숙지하여야 하는데다가, 제품의 관리는 법령에 의해 관리되고 있다. 이러한 직업적 특수성은 소비자와의 분쟁을 자주 겪게 되는 상황을 만든다. 이를 위해 JNA는 회원들을 대상으로 해서 법령의 전파, 법률 지식 교육을 목적으로 한 프로그램을 운영한다.

격월로 발간되는 협회발행지 '네이티풀'에는 자주 접하게 되는 고충에 대해 법률 FAQ를 게재한다. JNA와 특정계약을 맺은 법률로펌이나 전문 변호사가 법령 엄수에 관련한 내용을 긴 지면을 할애하여 수록한다. 단순한 칼럼(column)의 형식을 떠나서 의뢰받은 질문에 대한 답변도 Q&A로 동시 게재하며, 심각한 사안에 대해서는 직접적인 법적 분쟁을 중계하기도 한다. 어떻게 보면 협회로써는 당연한 지원프로그램일 수 있지만, 협회의 꾸준한 배려로 인해 일본의 네일리스트들은 보다 더 많은 법률적 지식을 공급받으며 활동을 영위하고 있다.

(2) 의료상담 프로그램

네일은 사람의 피부나 손톱을 만지는 등 직접적인 신체접촉을 하게되므로 간혹 의학적 영역과 맞물리는 부분이 있다. 의료행위와 비의료행위의 구분은 명확해야하며 의사가 아닌 네일리스트는 진료 행위를 할 수 없기에, 네일샵에서는 피부와 손톱의 트러블(trouble)이나 심각한 문제의 손·발톱 환자인 경우에는 대처할 수가 없으며 의료행위와의 경계가 모호할 경우에는 상황의 대처방법이 미숙할 수 밖에 없다. 이런 경우를 위해 JNA는 지정 의료기관을 선정하여 카운슬링(counseling)을 받을 수 있도록 한다. 직접적인 의료서포트는 아니지만 저명한 관련 전문의나 전문 의료기관을 선정하여 해결 루트(route)를 열어 놓은 것으로도 훌륭한 상황 지원이라고 볼 수 있다. 실제로 많은 협회원들이 도움을 받고 있다.

(3) 위생관리사 검정시험

JNA는 위생을 위한 별도의 자격검증을 시행한다. 위생관리사가 그것인데, 검정시험을 거쳐 자격을 부여한다. 네일샵에서 다루는 기구들의 소독이나 취급하는 화학약품의 관리, 근무 환경이나 시술자의 청결 및 위생 등 업계 관련자라면 기본적으로 갖추어야 할 위생 지식을 세미나를 통해 교육한다. 일정 교육을 이수하면 검정시험에 응시할 자격이 주어진다.

그리고 JNA는 위의 사항들을 토대로 매뉴얼(manual)을 만들어 제시한다. JNA가 의학 및 공학박사, 변호사들과 공동 연구하여 만든 [네일샵 위생관리기준]은, 한국의 보건복지부에 해당하는 일본 원생노동성에 인정을 받아 JNA 홈페이지(home-page)를 통해 누구나 열람할 수 있도록 했다.

(4) 네일리스트기능검정시험센터(JNEC)

JNA는 네일리스트의 능력을 등급으로 구분하여 일반화한다. 일반화된 등급은 소비자는 물론 네일리스트들에게도 능력과 기술을 가늠하고 기준점을 삼는 데 중요한 역할을 한다. 이를 JNA로부터 위탁받아 테스트 하고 자격을 증명·발부 하는 곳이 네일리스트기능검정시험센터이다. 관련 산업의 발달에 발 맞춰 네일에 관련된 기술과 내용들도 조금씩 발전한다.

JNEC는 매년 관련 사항들을 검토하고 재수정하며, 시험채점기준을 네

일리스트와 인증강사에게 공지하고 공정한 심사를 위하여 교육하고 있다.

또한 JNA와 JNEC는 표준화에 노력하며, 제정된 기준을 인증강사는 정기적으로 연 2회 교육을 받아 일선에 전파한다.

JNA는 JNEC와 연계하여 별이는 사업으로 시험회의 감독·채점관의 파견이나 시험의 운영이며 교제를 위탁받아 발간하고 이는 수익으로도 이어져, 2017년에는 교제 판매와 관련하여 총 ₩132,000,263 엔의 수입을 거두었다.

(5) 인증살롱

JNA의 까다로운 네일샵 표준기준을 모두 통과한 우수 업소에게는 인증살롱이라고 명명한 보증을 한다. 선정된 업소는 일본 네일업을 대표하는 상징성을 갖는데, 인증서와 상징 마크를 발급하여 일반업소와는 차별성을 둔다. JNA는 인증살롱 선정에 있어 까다로운 선정요건을 두어 엄선한다.

(가) 업소의 대표자나 개설자가 반드시 JNA의 정회원이어야 하고,

(나) 위생관리사의 자격을 취득한 자가 매장 내에 상근해야 하고, 위생관리사는 위생관리기준을 반드시 엄수하여 근무해야 한다.

(다) 1급 자격을 가진 기술관리자 및 책임자가 매장에 있어야 하며,

(라) 의사법, 약제법, 특정상업법, 개인정보보호법에 있어 저촉되는 사실이 없어야 하고,

(마) 손해배상책임보험에 가입해야만 한다.

위와 같은 쉽지 않은 선정조건에도 불구하고, 일본의 높은 네일문화 때문인지 JNA의 인증살롱은 전국적으로 956개의 업소가 선정되어 활동하고 있다. 인증살롱으로 공인되어졌다는 프라이드(pride)와 더불어 소비자의 신뢰까지 덩으로 얻게 된다. 또한, 신뢰도는 엉뚱한 방향으로도 이어져 보험가입과 같은 부분에서도 소소한 비용혜택을 받는다.

(6) JNA인정교

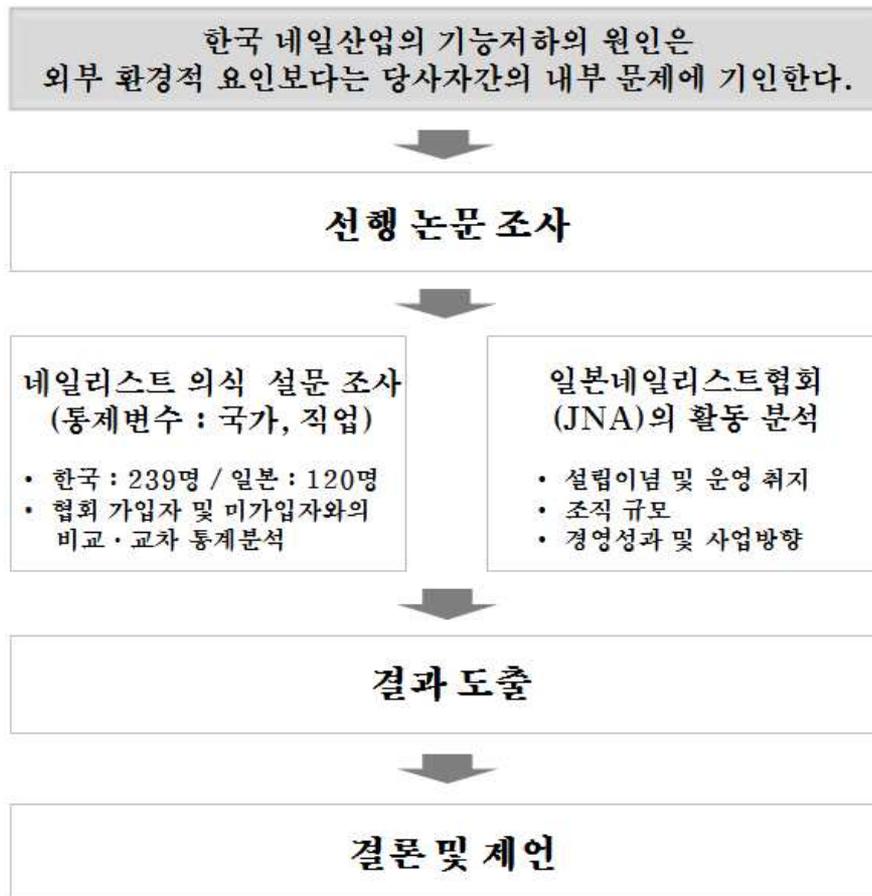
일본은 한 해 네일 관련 직종을 희망하여 진학하는 학생의 수가 2만 여명에 이른다. 네일 꿈나무들이 학습하는 학교 중 많은 수가 이미 JNA와 제휴를 맺은 학교이다. 이들을 JNA인정교라고 부르는데 희망하는 모든 학원과 학교에 인정을 해주는 것은 아니다. JNA인정교가 되기 위한 조건 역시 까다롭다. 우선 일정수준 이상의 시설을 확보했음이 실사되어야 하고, 내부교육자의 능력과 자질을 검증 받아야 한다. 그 후 이를 바탕으로 한 네일교육 커리큘럼(curriculum)이 체계적이라고 확인 되어야만 학칙을 재정비하여 협회의 인정교로서 인정을 받게 된다. 단순히 '세 불리기'식의 인정교 선정이 아니라 JNA는 이들 학교의 우수한 학생에게 장학금도 수여하고 있다. 장래가 촉망되는 후배들을 양성할 수 있는 JNA의 좋은 프로그램 중 하나이다.

JNA의 협회원을 대상으로 한 지원은 섬세하다. 작은 부분까지 신경쓰고 네일리스트와 관련업 종사자들이 안정적으로 활동할 수 있게끔 만든다. 기술 습득부터 위생, 고객응대, 경영정보를 아우르는 유연한 지원과 배려는 네일리스트를 더욱 직업에 매진하게 한다. 네일리스트의 열정은 소비자의 호응과 만족을 이끌어 내며, 결국 JNA의 비호(庇護)아래 네일리스트는 장인으로서 인정을 받는다.

제 3 장 연구 방법

제 1 절 연구 설계 및 모형

본 연구는 네일협회의 효율적인 운영방안을 제안하기 위해서 고찰과 설문조사를 병행하였다. 연구 설계 및 모형은 다음과 같다[그림 3-1].



[그림 3-1] 연구 설계 및 모형

제 2 절 문헌 선정 및 고찰 방법

본 논문의 주제로는 선행된 연구가 부족하였다. 유사한 연구 논문으로는 비영리조직의 회계에 대한 비교 연구(20 편), 비영리조직의 파트너십(partner ship) 유형에 관한 연구(1 편), 일본 비영리부문의 법률·제도적 변화 과정에 관한 연구(4 편), 비영리조직의 역할(10 편) 등 비영리조직의 연구에 대한 논문은 총 35편이 있었다. 하지만, 일본의 비영리법인 특히, 일본네일리스트협회를 조사한 연구는 아직 시도되지 않았으며, 더 넓은 영역으로서의 네일산업과 관련된 비영리조직을 연구한 사례 역시 첫 연구의 영역으로 남겨져 있다.

선행 주제의 설문 논문으로는 네일리스트의 직무만족도와 관련한 주제의 논문이 총 3편이 있으나, 이는 이직(移職)과의 관계(2 편), 작업환경과의 관계(1 편)에 관한 것이었다.[표 3-1]

[표 3-1] 주제 관련 선행 논문 조사 결과

| 주제 관련 논문 내용 | 편 수 |
|-------------------------------|-----|
| 비영리 조직 회계에 관한 연구 | 20 |
| 일본 비영리부문의 법률·제도적 변화 과정에 관한 연구 | 1 |
| 일본 비영리부문의 법률·제도적 변화 과정에 관한 연구 | 4 |
| 비영리조직의 역할 | 10 |
| 네일리스트의 직무만족도와 이직과의 관계 | 2 |
| 네일리스트의 직무만족도와 작업환경과의 관계 | 1 |

협회 및 단체의 이해 관계를 바탕으로 한 조사·통계 또한 존재하지 않았다. 그리하여 협회와 협회원간의 이해관계와 영향을 증명할 22문항의 새로운 질문을 만들어 설문하였다.

논조를 유지하기 위해 참고한 것은 용어와 개념을 설명함에 있어 타인의 반론이나 이견이 없는 정제된 정의를 내린 서적이었다. 또한 수집한 자료와 정보를 분석하는데 있어 기초가 되는 상식과 관련 지식은 다음의 논

문을 참고하였다.

일본의 비영리조직의 구조적 특수성과 자국내의 변화 요구 환경에 대하여는 ‘일본의 비영리부문 : 역사적 배경과 구조적 특성¹⁸⁾’을 참고하였다. 그리고 비영리조직의 회계에 대한 이해에 대하여는 ‘비영리조직(NPO) 회계의 문제점과 개선방안¹⁹⁾’을 참고하였다.

제 3 절 조사 연구

1) 조작적 정의

한국에서의 네일샵은 세계적 범용어로는 네일살롱으로 더 많이 불리운다. 이러한 실정을 고려하여 본 연구에서는 국내의 명칭과는 별도로 일본에서 언급되는 고유명사는 그대로 표기하였다. 예로는 네일살롱, 인정교, 프로덕위원회 등이 있다.

2) 조사 도구

설문지의 각 항목들은 응답자의 일반적 특성, 직업 및 직무, 협회 및 단체활동에 대한 인식의 항목으로 구성하였으며 총 22문항으로 구성하였다.

첫째, 설문자의 직업 및 직무활동에 대한 의견을 수렴하기 위해 경력, 소득, 직업 만족도, 직무에 관한 필요 사항에 대하여 주관식과 객관식을 혼합하여 8문항으로 구성하였다.

둘째, 설문자의 조직 및 단체활동에 대한 인식 조사를 위하여 협회 가입여부, 가입 및 미가입 사유, 협회에 대한 인식에 관련한 질문을 9문항으로

18) 이해경. (2001). 일본의 비영리부문 : 역사적 배경과 구조적 특성. 『동서연구원』, 13(1). 연세대학교 동서문제연구원.

19) 노태일. (2016). 비영리조직(NPO)회계의 문제점과 개선방안. 『대한경영학회지』, 29(11). 대한경영학회.

로 구성하였다.

셋째, 일반적 특성으로 연령, 최종학력, 거주지역, 소득 등에 관한 질문 5문항으로 구성하였다.

[표 3-2] 설문지 구성

| 측정 항목 | 문항 수 |
|------------|------|
| 직업 및 직무만족도 | 8 |
| 조직 및 단체활동 | 9 |
| 일반적 특성 | 5 |
| 총 문항 | 22 |

제 4 절 연구 대상과 자료 수집

본 논문에서는 타국의 선진화된 조직 시스템을 차용(借用)함으로써 뚜렷한 운영 기준 및 지침 제시의 목적으로 JNA의 활동을 연구하며, 한국과 일본의 네일리스트의 직무만족도 및 협회 활동 현황을 파악하는 설문 조사를 토대로 한다. 상대적으로 자료가 충분치 않고, 제공되는 자료가 각기 다른 데이터(data)를 갖는 등의 일관성이 결여된 국내 네일산업의 정보는 차치하였다. 재정과 활동에 있어 투명한 공개를 하고 있는 JNA와의 직접적인 비교는 이루어지지 않았다.

이를 위해 일본네일리스트협회를 직접 방문하여 조사한 조직 시스템의 실사와 통계청을 통해 공표된 수치를 자료로 활용했으며, 현직 네일리스트들의 반향과 의식을 알아보기 위해 자체 설문을 병행했다. 자료의 공정성과 객관성을 위해 JNA가 직접 작성·제공한 자료는 포함하지 않았다.

온라인 설문지를 이용하여 네일리스트의 의견을 수렴하고자 한국과 일본의 현직 네일리스트들에게 지역과 성별, 나이의 제한 없이 설문을 실시하였다. 설문조사는 2018년 3월 20일부터 2018년 5월 30일까지 총 70일

간 진행하였으며, 한국네일리스트 239명, 일본네일리스트 120명, 총 359명의 응답자에게 발신하여 전 부를 회수하여 분석 자료로 사용하였다.

제 5 절 자료 처리와 분석 방법

자료 분석 방법으로 수집된 자료의 통계 처리는 데이터 코딩(data coding)과정을 거쳐 IBM SPSS Statics 21.0 통계 패키지 프로그램을 활용한 후 분석하였다.

본 연구를 수행하는 데 있어 다음과 같은 통계처리 과정을 거쳤다.

첫째, 조사 대상자의 일반 사항을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 국가별 특성 및 협회 가입 여부별 특성의 통계 검증을 위해 교차분석을 실시하였으며, 통계의 검증은 카이제곱으로 제시하였다.

셋째, 국가 및 협회 가입 여부에 따른 연속형 자료의 검증을 위해서 T-Test를 실시하였으며, 통계 검증치로 T-value를 제시하였다.

넷째, 국가 협회 가입 여부별 연속형 자료의 검증을 위해서 일원배치분산분석(ANOVA)을 실시하였으며, 통계 검증치로 F-value를 제시하였다.

제 4 장 연구 분석 결과

제 1 절 응답자 특성

1) 전체 응답자 특성

[표 4-1] 전체 응답자 특성

(단위 : 명, %)

| 구분 | | 빈도(명) | 비율(%) |
|-------|-----------|-------|-------|
| 전체 | | 359 | 100.0 |
| 지역 | 일본 | 120 | 33.4 |
| | 한국 | 239 | 66.6 |
| 성별 | 여자 | 351 | 97.8 |
| | 남자 | 6 | 1.7 |
| | 무응답 | 2 | 0.6 |
| 최종 학력 | 고졸 이하 | 9 | 2.5 |
| | 고졸 | 124 | 34.5 |
| | 2년제 대졸 | 96 | 26.7 |
| | 4년제 대졸 | 115 | 32.0 |
| | 대학원 졸업 | 9 | 2.5 |
| 직업 | 무응답 | 6 | 1.7 |
| | 매장 운영 | 184 | 51.3 |
| | 매장 Staff | 109 | 30.4 |
| | 강사 | 41 | 11.4 |
| | 프리랜서 | 25 | 7.0 |
| 직원 수 | 1인샵 | 104 | 56.5 |
| | 2명~4명 이하 | 66 | 35.9 |
| | 5명 이상 | 14 | 7.6 |
| 경력 | 1년 미만 | 39 | 10.9 |
| | 1년~5년 미만 | 116 | 32.3 |
| | 5년~10년 미만 | 78 | 21.7 |
| | 10년 이상 | 125 | 34.8 |
| | 무응답 | 1 | 0.3 |
| 혼인 | 미혼 | 157 | 43.7 |
| | 기혼 | 199 | 55.4 |
| | 무응답 | 3 | 0.8 |

전체 응답자 특성을 살펴보면, 지역별로 한국이 239명(66.6%)으로 가장 높았고, 성별로는 여자가 351명(97.8%), 최종학력별로는 고졸 124명(34.5%), 직업별로는 매장 운영이 184명(51.3%), 직원 수별로는 1인샵이 104명(56.5%), 경력별로는 10년 이상이 125명(34.8%), 혼인 여부별로는 기혼이 199명(55.4%)이 가장 높게 나타났다.

2) 지역별 응답자 특성

지역별 응답자 특성은 최종학력별로는 일본의 경우 고졸의 비율이 47.5%로 한국에 비해 높게 나타났으며, 2년제 및 4년제 대졸은 한국에 비해 낮은 수준으로 나타났다.

직업별로는 일본의 경우 매장 Staff의 비율이 35.0%로 한국 28.0%보다 높게 나타났고, 한국은 매장 운영이 56.5%로 일본(40.8%)에 비해 높게 나타났다.

매장의 규모를 가늠할 수 있는 직원 수의 조사에서는 일본의 경우 1인샵이 61.2%로 한국에 비해 높았고, 한국의 경우 2~4명 이하가 41.5%로 일본에 비해 높게 나타났다. 각 지역별 응답자의 특성이 다소 다른 것으로 나타났으나, 통계적으로 한국과 일본간의 차이는 없는 것으로 나타났다.

[표 4-2] 지역별 응답자 특성

(단위 : 명, %)

| 구분 | 일본 | | 한국 | | |
|----------|-----------|-------|-------|-------|------|
| | 빈도(명) | 비율(%) | 빈도(명) | 비율(%) | |
| 전체 | 120 | 100.0 | 239 | 100.0 | |
| 성별 | 여자 | 115 | 95.8 | 236 | 98.7 |
| | 남자 | 4 | 3.3 | 2 | 0.8 |
| | 무응답 | 1 | 0.8 | 1 | 0.4 |
| 최종 학력 | 고졸 이하 | 7 | 5.8 | 2 | 0.8 |
| | 고졸 | 57 | 47.5 | 67 | 28.0 |
| | 2년제 대졸 | 25 | 20.8 | 71 | 29.7 |
| | 4년제 대졸 | 26 | 21.7 | 89 | 37.2 |
| | 대학원 졸업 | 0 | 0.0 | 9 | 3.8 |
| | 무응답 | 5 | 4.2 | 1 | 0.4 |
| | 직업 | 매장 운영 | 49 | 40.8 | 135 |
| | 매장 Staff | 42 | 35.0 | 67 | 28.0 |
| | 강사 | 19 | 15.8 | 22 | 9.2 |
| | 프리랜서 | 10 | 8.3 | 15 | 6.3 |
| 직원 수 | 1인샵 | 30 | 61.2 | 74 | 54.8 |
| | 2명~4명 이하 | 10 | 20.4 | 56 | 41.5 |
| | 5명 이상 | 9 | 18.4 | 5 | 3.7 |
| 경력 | 1년 미만 | 8 | 6.7 | 31 | 13.0 |
| | 1년~5년 미만 | 26 | 21.7 | 90 | 37.7 |
| | 5년~10년 미만 | 28 | 23.3 | 50 | 20.9 |
| | 10년 이상 | 57 | 47.5 | 68 | 28.5 |
| | 무응답 | 1 | 0.8 | | |
| 혼인 | 미혼 | 45 | 37.5 | 112 | 46.9 |
| | 기혼 | 73 | 60.8 | 126 | 52.7 |
| | 무응답 | 2 | 1.7 | 1 | 0.4 |

제 2 절 국가별 직업 및 직무활동

1) 국가별 직업 교차분석

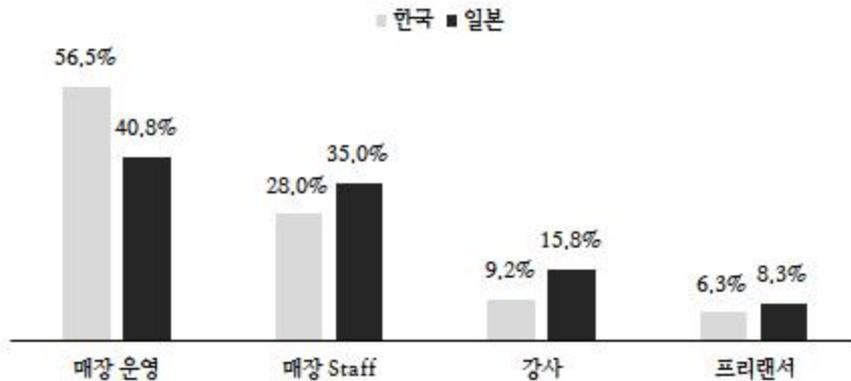
국가별 직업을 살펴보면, 한국과 일본 모두 매장을 운영하고 있다는 응답자가 높은 비율로 나타났으나, 일본은 한국에 비해 매장Staff(35.0%), 강사(15.8%)의 비율이 상대적으로 높게 나타났으며, 통계적으로도 유의한 것으로 나타났다.

[표 4-3] 국가별 직업 교차분석

(단위 : 명(%))

| 구분 | 매장 운영 | 매장 Staff | 강사 | 프리랜서 | χ^2 | p | |
|----|-----------|-----------|----------|----------|----------|-------|--------|
| 전체 | 184(51.3) | 109(30.4) | 41(11.4) | 25(7.0) | | | |
| 지역 | 한국 | 135(56.5) | 67(28.0) | 22(9.2) | 15(6.3) | 8.654 | .034** |
| | 일본 | 49(40.8) | 42(35.0) | 19(15.8) | 10(8.3) | | |

*>0.1, **>0.05, ***>0.01



[그림 4-1] 국가별 직업 분포

2) 국가별 직원 수

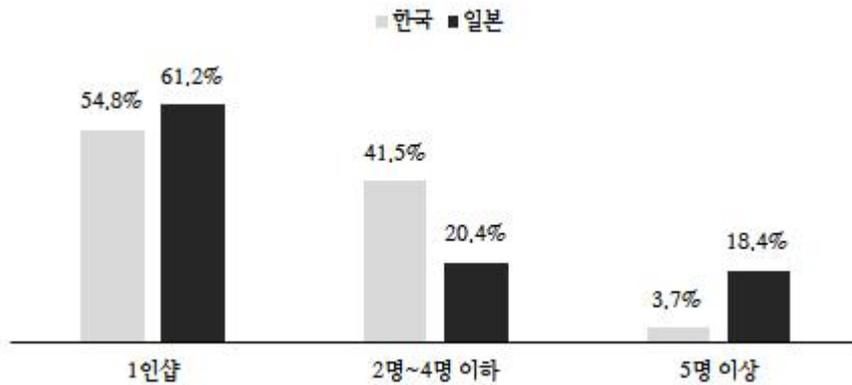
국가별 직원 수를 살펴보면, 한국과 일본 모두 1인샵이 높은 비율로 나타났으나, 한국은 일본에 비해 2~4명 이하(41.5%)규모의 매장 비율이 상대적으로 높게 나타났으며, 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

[표 4-4] 국가별 직원 수 교차분석

(단위 : 명(%))

| 구분 | 1인샵 | 2명~4명 이하 | 5명 이상 | χ^2 | p |
|----|-----------|----------|----------|----------|--------|
| 전체 | 104(56.5) | 66(35.9) | 14(7.6) | | |
| 지역 | 한국 | 74(54.8) | 56(41.5) | 14.872 | .001** |
| | 일본 | 30(61.2) | 10(20.4) | | |

*>0.1, **>0.05, ***>0.01



[그림 4-2] 국가별 직원 수 분포

3) 국가별 경력

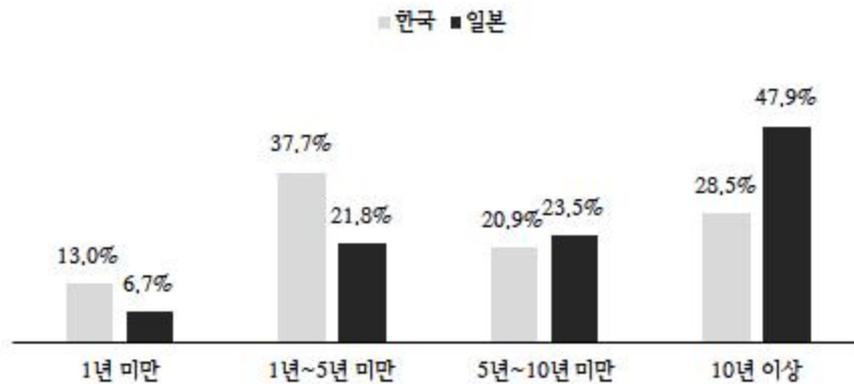
국가별 경력 기간을 살펴보면, 일본에서는 10년 이상(47.9%)이 가장 높은 비율로 나타났으며, 한국은 1년~5년 미만이 37.7%로 가장 높게 나타나서, 국가간의 경력 차이가 있는 것으로 나타났고, 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

[표 4-5] 국가별 경력 교차분석

(단위 : 명(%))

| 구분 | 1년 미만 | 1년~5년 미만 | 5년~10년 미만 | 10년 이상 | χ^2 | p | |
|----|----------|-----------|-----------|-----------|----------|--------|---------|
| 전체 | 39(10.9) | 116(32.4) | 78(21.8) | 125(34.9) | | | |
| 지역 | 한국 | 31(13.0) | 90(37.7) | 50(20.9) | 68(28.5) | 17.827 | .000*** |
| | 일본 | 8(6.7) | 26(21.8) | 28(23.5) | 57(47.9) | | |

*>0.1, **>0.05, ***>0.01



[그림 4-3] 국가별 경력 분포

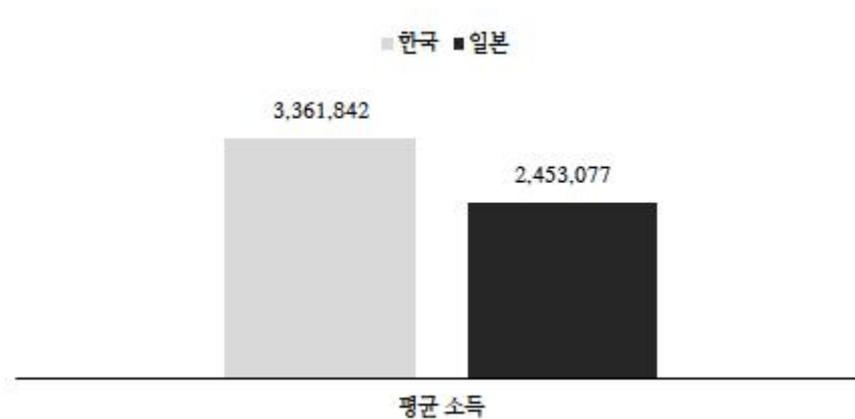
4) 국가별 소득²⁰⁾

국가별 소득 수준을 살펴본 결과, 일본의 최소값은 499,000원, 최대값 7,485,000원으로 나타났고, 평균은 2,453,076.92원으로 나타났다. 한국은 최소 300,000원, 최대 20,000,000원, 평균 3,361,842.11로 일본 보다 평균 월 평균 소득 수준이 높은 것으로 나타났다. 양국 네일리스트의 소득간의 편차는 3,175,488.677로 개인간의 소득 편차가 매우 큰 것으로 나타났다. 이는 일본의 경우 1인샵 위주의 소규모 가게를 운영하고 있기 때문에 다소 일정한 소득을 보이는 것으로 보이며, 한국은 네일리스트간 소득의 양극화가 심화된 것이라고 볼 수 있다.

[표 4-6] 국가별 소득 기술통계분석

(단위 : 원)

| 구분 | 최소값 | 최대값 | 평균 | 표준편차 | |
|----|-----|---------|------------|--------------|---------------|
| 지역 | 한국 | 300,000 | 20,000,000 | 3,361,842.11 | 3,175,488.677 |
| | 일본 | 499,000 | 7,485,000 | 2,453,076.92 | 1,449,237.390 |



[그림 4-4] 국가별 월 평균 소득 비교

²⁰⁾ 소득 비교를 위해 단위를 변경함, 3개월간 평균 환율을 적용하여, 1엔당 9.98원으로 환산함

5) 국가별 직업 만족도

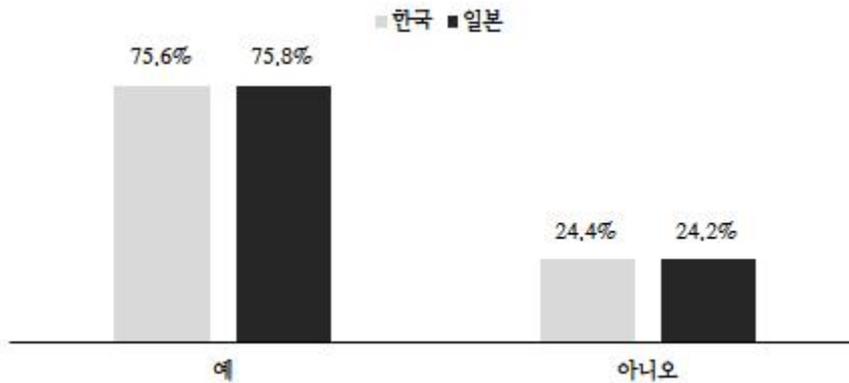
국가별 직업 만족도를 살펴보면, 일본의 네일리스트는 직무에 만족한다는 응답이 75.8%로 한국(75.6%)보다 높게 나타났으나, 통계적으로는 유의하지 않은 것으로 나타나 양국간의 큰 차이는 없는 것으로 판명되었다.

[표 4-7] 국가별 직업 만족도 교차분석

(단위 : 명(%))

| 구분 | 만족함 | 만족하지 않음 | χ^2 | p |
|----|-----------|-----------|----------|------|
| 전체 | 271(75.7) | 87(24.3) | | |
| 지역 | 한국 | 180(75.6) | .002 | .538 |
| | 일본 | 91(75.8) | | |

*>0.1, **>0.05, ***>0.01



[그림 4-5] 국가별 직업 만족도 분포

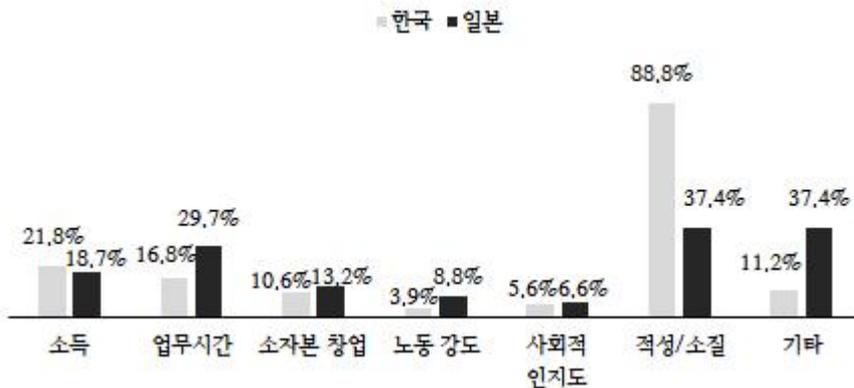
6) 국가별 직업 만족 이유

국가별 직업 만족의 이유를 살펴보면, 일본에서는 적성/소질이 37.4%, 업무시간 29.7%, 소득 18.7%, 소자본 창업 13.2%의 순으로 나타났고, 한국에서는 적성/소질이 88.8%, 소득 21.8%, 업무시간 16.8%, 소자본 창업 10.6%의 순으로 나타났다.

[표 4-8] 국가별 직업 만족 이유 교차분석(다중응답)

(단위 : 명(%))

| 구분 | 소득 | 업무시간 | 소자본 창업 | 노동 강도 | 사회적 인지도 | 적성/소질 | 기타 |
|----|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|---------------|--------------|
| 전체 | 56 (20.7) | 57 (21.1) | 31 (11.5) | 15 (5.6) | 16 (5.9) | 193 (71.5) | 54 (20.0) |
| 지역 | 한국 | 30 (16.8) | 19 (10.6) | 7 (3.9) | 10 (5.6) | 159 (88.8) | 20 (11.2) |
| | 일본 | 17 (18.7) | 27 (29.7) | 12 (13.2) | 8 (8.8) | 6 (6.6) | 34 (37.4) |



[그림 4-6] 국가별 만족 이유 분포

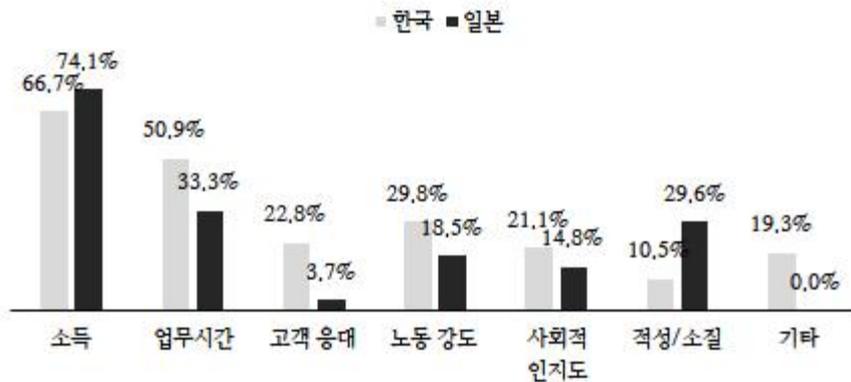
7) 국가별 직업 불만족 이유

국가별 직업 만족 이유를 살펴보면, 일본에서는 소득이 74.1%, 업무시간 33.3%, 소득 18.7%, 노동 강도 18.5%의 순으로 나타났고, 한국에서는 소득이 66.7%, 업무시간 50.9%, 노동 강도 29.8%, 고객 응대 22.8%의 순으로 나타났다.

[표 4-9] 국가별 직업 불만족 이유 교차분석(다중응답)

(단위 : 명(%))

| 구분 | 소득 | 업무 시간 | 고객 응대 | 노동 강도 | 사회적 인지도 | 적성/ 소질 | 기타 |
|----|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 전체 | 58 (69.0) | 38 (45.2) | 14 (16.7) | 22 (26.2) | 16 (19.0) | 14 (16.7) | 11 (13.1) |
| 지역 | 한국 | 38 (66.7) | 29 (50.9) | 13 (22.8) | 17 (29.8) | 12 (21.1) | 6 (10.5) |
| | 일본 | 20 (74.1) | 9 (33.3) | 1 (3.7) | 5 (18.5) | 4 (14.8) | 8 (29.6) |



[그림 4-7] 국가별 불만족 이유 분포

8) 국가별 직무 필요 부분

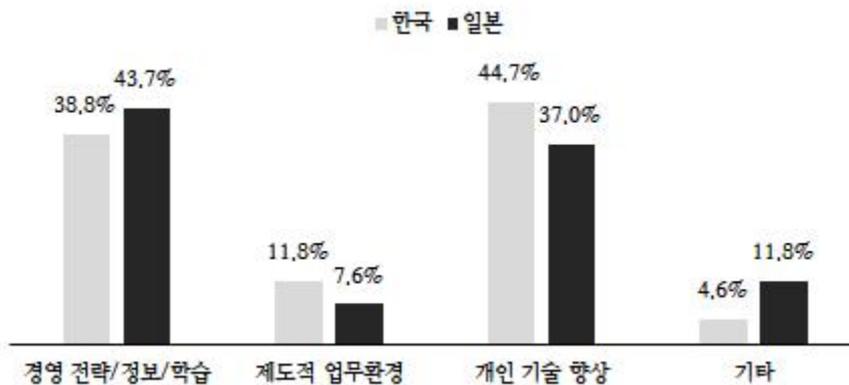
국가별 직무에 있어 네일리스트 개인이 필요로 하는 부분을 살펴보면, 일본에서는 경영 전략/정보/학습(43.7%)이 가장 높은 비율로 나타났으며, 한국은 개인 기술 향상이 44.7%로 가장 높게 나타나서, 국가간에 차이가 있는 것으로 나타났으며, 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

[표 4-10] 국가별 직무 필요 부분 교차분석

(단위 : 명(%))

| 구분 | 경영 전략/정보/학습 | 제도적 업무환경 | 개인 기술 향상 | 기타 | χ^2 | p | |
|----|-------------|----------|-----------|-----------|----------|-------|--------|
| 전체 | 144(40.4) | 37(10.4) | 150(42.1) | 25(7.0) | | | |
| 지역 | 한국 | 92(38.8) | 28(11.8) | 106(44.7) | 11(4.6) | 8.698 | .034** |
| | 일본 | 52(43.7) | 9(7.6) | 44(37.0) | 14(11.8) | | |

*>0.1, **>0.05, ***>0.01



[그림 4-8] 국가별 직무 필요 부분 분포

제 3 절 국가별 조직/단체활동

1) 국가별 협회 가입 여부

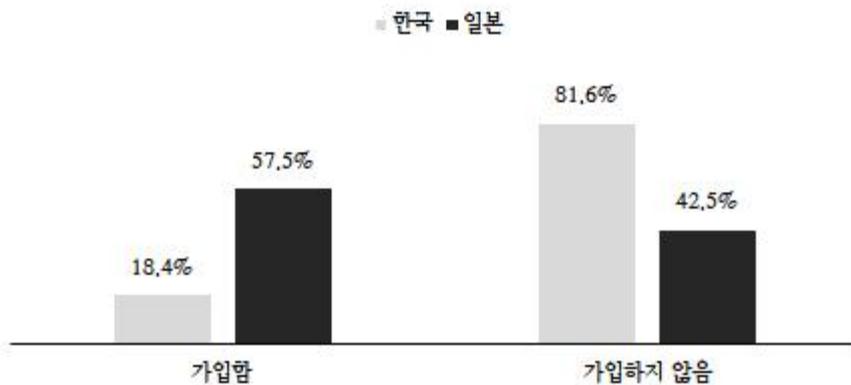
국가별 협회 가입 여부를 살펴보면, 일본에서는 가입함(57.5%)이 한국(18.4%)에 비해 약 39.1% 높은 비율로 나타나서, 가입 비율에 차이가 있는 것으로 나타났으며, 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

[표 4-11] 국가별 협회 가입 여부 교차분석

(단위 : 명(%))

| 구분 | 가입함 | 가입하지 않음 | χ^2 | p | |
|----|-----------|-----------|-----------|--------|---------|
| 전체 | 113(31.5) | 246(68.5) | | | |
| 지역 | 한국 | 44(18.4) | 195(81.6) | 56.597 | .000*** |
| | 일본 | 69(57.5) | 51(42.5) | | |

*>0.1, **>0.05, ***>0.01



[그림 4-9] 국가별 협회 가입 여부 분포

2) 국가별 협회 가입 이유

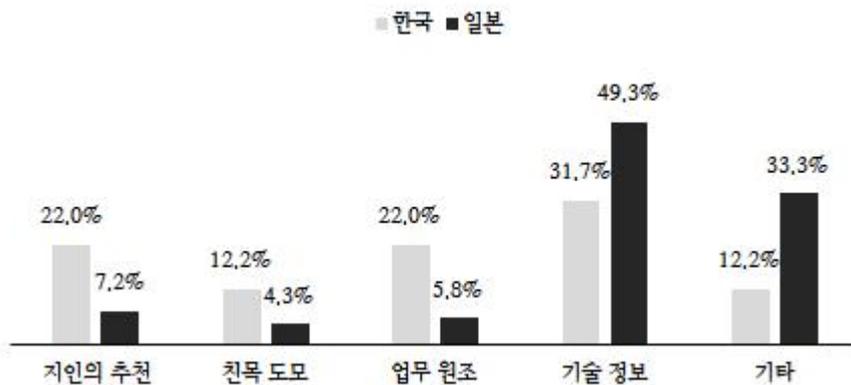
국가별 협회 가입 이유를 살펴보면, 한국과 일본 모두 기술 정보가 가장 높은 비율로 나타났으나, 한국의 경우 지인의 추천(22.0%), 업무 원조(22.0%)가 일본에 비해 높은 비율로 나타나서, 국가별로 차이가 있는 것으로 나타났으며, 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

[표 4-12] 국가별 협회 가입 이유 교차분석

(단위 : 명(%))

| 구분 | 지인의 추천 | 친목 도모 | 업무 원조 | 기술 정보 | 기타 | χ^2 | p |
|----|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|----------|--------|
| 전체 | 14 (12.7) | 8 (7.3) | 13 (11.8) | 47 (42.7) | 28 (25.5) | | |
| 지역 | 한국 | 9 (22.0) | 5 (12.2) | 9 (22.0) | 13 (31.7) | 18.598 | .001** |
| | 일본 | 5 (7.2) | 3 (4.3) | 4 (5.8) | 34 (49.3) | | |

*>0.1, **>0.05, ***>0.01



[그림 4-10] 국가별 협회 가입 이유 분포

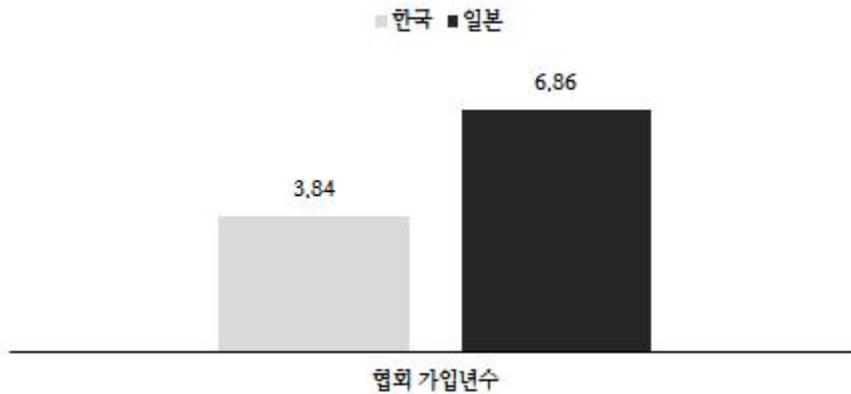
3) 국가별 협회 가입년수

국가별 협회 가입년수를 살펴본 결과, 일본의 가입년수 평균은 6.86년으로 한국의 가입년수 3.84년보다 평균 가입년수가 긴 것으로 나타났다.

[표 4-13] 국가별 협회 가입년수 기술통계분석

(단위 : 년)

| 구분 | 최소값 | 최대값 | 평균 | 표준편차 |
|----|-----|-----|------|-------|
| 지역 | 한국 | 1 | 3.84 | 2.949 |
| | 일본 | 1 | 6.86 | 3.219 |



[그림 4-11] 국가별 협회 가입년수 평균 비교

4) 국가별 협회 활동

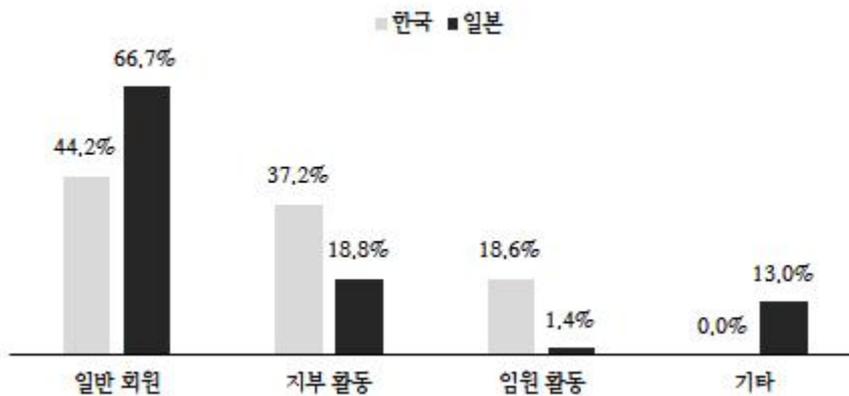
국가별 협회 활동을 살펴보면, 한국과 일본 모두 일반 회원의 비율이 높게 나타났으나, 한국은 지부 활동(37.2%), 임원 활동(18.6%)의 비율이 일본에 비해 높게 나타나서, 국가간의 활동의 차이가 있는 것으로 나타났으며, 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

[표 4-14] 국가별 협회 활동 교차분석

(단위 : 명(%))

| 구분 | 일반 회원 | 지부 활동 | 임원 활동 | 기타 | χ^2 | p | |
|----|----------|----------|----------|---------|----------|--------|---------|
| 전체 | 65(58.0) | 29(25.9) | 9(8.0) | 9(8.0) | | | |
| 지역 | 한국 | 19(44.2) | 16(37.2) | 8(18.6) | 0(0.0) | 21.070 | .000*** |
| | 일본 | 46(66.7) | 13(18.8) | 1(1.4) | 9(13.0) | | |

*>0.1, **>0.05, ***>0.01



[그림 4-12] 국가별 협회 활동 분포

5) 국가별 협회 미가입 이유

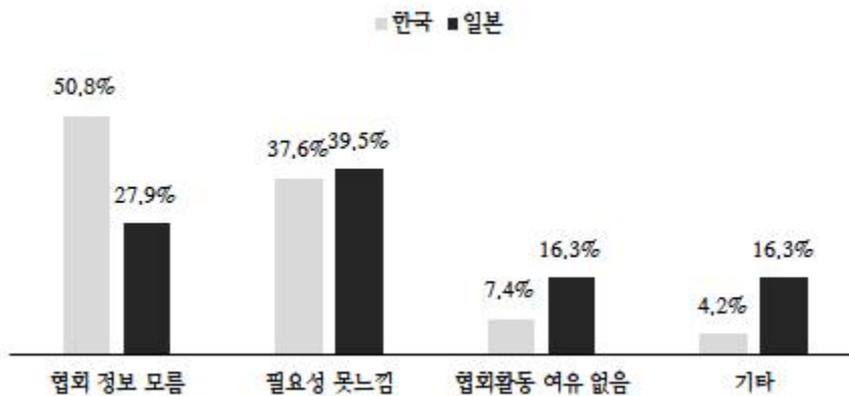
국가별 협회 미가입 이유를 살펴보면, 일본에서는 필요성 못느낌 (39.5%)이 가장 높은 비율로 나타났으며, 한국은 협회 정보 모름이 50.8%로 가장 높게 조사되서, 한국에서는 협회에 대한 정보 홍보가 부진한 것으로 나타났다. 통계적으로도 유의한 것으로 나타났다.

[표 4-15] 국가별 협회 미가입 이유 교차분석

(단위 : 명(%))

| 구분 | 협회 정보 모름 | 필요성 못느낌 | 협회활동 여유 없음 | 기타 | χ^2 | p | |
|----|-----------|----------|------------|---------|----------|--------|---------|
| 전체 | 108(46.6) | 88(37.9) | 21(9.1) | 15(6.5) | | | |
| 지역 | 한국 | 96(50.8) | 71(37.6) | 14(7.4) | 8(4.2) | 14.886 | .002*** |
| | 일본 | 12(27.9) | 17(39.5) | 7(16.3) | 7(16.3) | | |

*>0.1, **>0.05, ***>0.01



[그림 4-13] 국가별 협회 미가입 이유 분포

6) 국가별 협회 가입 의사

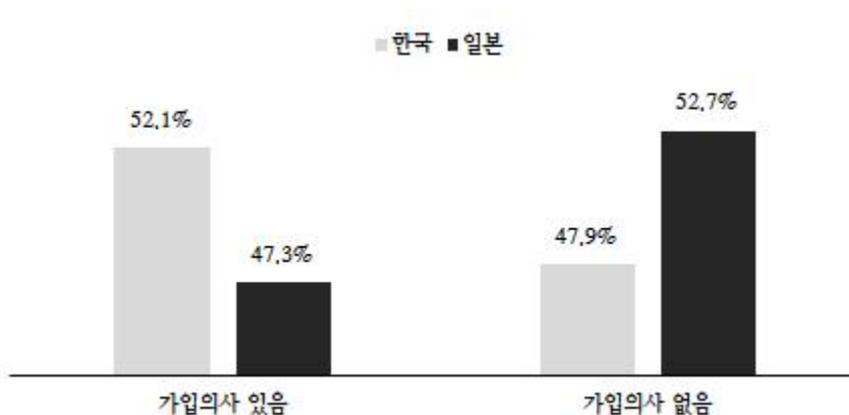
국가별 협회 가입 의사를 살펴보면, 현재 협회 활동을 하고 있지 않은 네일리스트 가운데 협회 가입의사가 있다는 한국의 네일리스트(52.1%)가 일본의 가입의사를 가진 네일리스트(47.3%)보다 높게 나타났으나, 통계적으로는 유의하지 않은 것으로 나타났다.

[표 4-16] 국가별 협회 가입 의사 교차분석

(단위 : 명(%))

| 구분 | 가입의사 있음 | 가입의사 없음 | χ^2 | p |
|----|-----------|-----------|----------|------|
| 전체 | 148(50.9) | 143(49.1) | | |
| 지역 | 한국 | 113(52.1) | .504 | .283 |
| | 일본 | 35(47.3) | | |

*>0.1, **>0.05, ***>0.01



[그림 4-14] 국가별 협회 가입 의사 분포

7) 국가별 협회 존립 필요성 여부

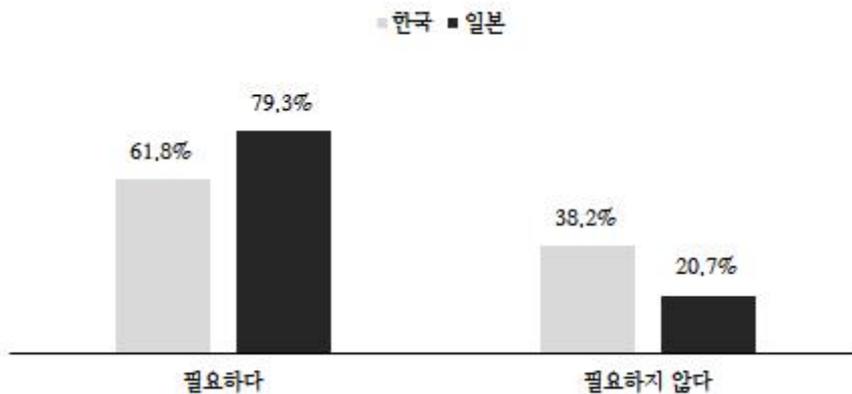
국가별 협회 필요성을 살펴보면, 일본에서는 필요하다(79.3%)가 한국(61.8%)보다 높은 것으로 나타났으며, 한국보다 일본에서 필요성이 높은 것으로 인식하고 있는 것으로 나타났으며, 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

[표 4-17] 국가별 협회 필요성 교차분석

(단위 : 명(%))

| 구분 | 필요하다 | 필요하지 않다 | χ^2 | p |
|----|-----------|-----------|----------|---------|
| 전체 | 232(67.4) | 112(32.6) | | |
| 지역 | 한국 | 144(61.8) | 10.458 | .001*** |
| | 일본 | 88(79.3) | | |

*>0.1, **>0.05, ***>0.01



[그림 4-15] 국가별 협회 필요성 분포

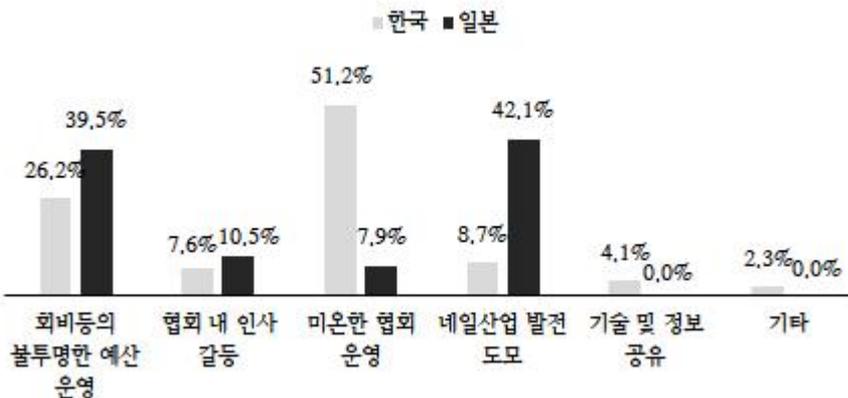
8) 국가별 협회 필요 이유

국가별 협회 필요 이유를 살펴보면, 일본에서는 네일산업 발전 도모 (42.1%)가 가장 높은 비율로 나타났으며, 한국에서는 미온한 협회 운영이 51.2%로 가장 높게 나타나서, 국가간에 협회에 대한 생각의 차이가 있는 것으로 나타났으며, 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

[표 4-18] 국가별 협회 필요 이유 교차분석

(단위 : 명(%))

| 구분 | 불투명한 예산 운영 | 협회 내 인사 갈등 | 미온한 협회 운영 | 네일산업 발전 도모 | 기술 및 정보 공유 | 기타 | χ^2 | p |
|----|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------|----------|---------|
| 전체 | 60 (28.6) | 17 (8.1) | 91 (43.3) | 31 (14.8) | 7 (3.3) | 4 (1.9) | | |
| 지역 | 한국 | 45 (26.2) | 13 (7.6) | 88 (51.2) | 15 (8.7) | 7 (4.1) | 41.64 | .000*** |
| | 일본 | 15 (39.5) | 4 (10.5) | 3 (7.9) | 16 (42.1) | 0 (0.0) | 4 | |



[그림 4-16] 국가별 협회 필요 이유 분포

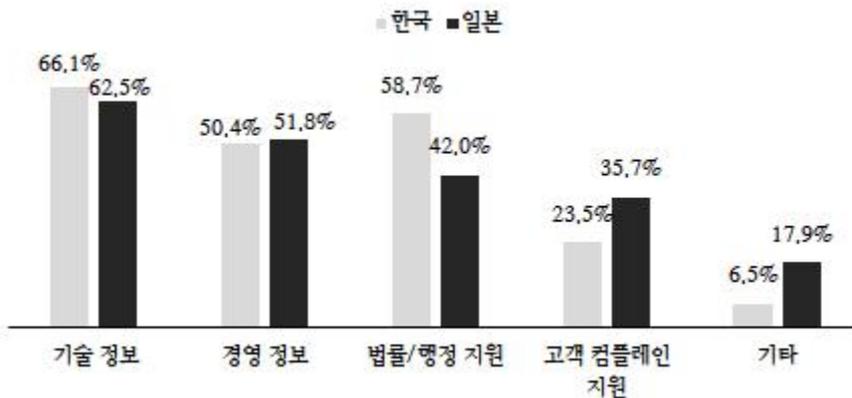
9) 국가별 협회에 바라는 점

국가별 협회에 바라는 점을 살펴보면, 한국과 일본 모두 기술 정보가 가장 높은 비율로 나타났으나, 일본에서는 경영 정보(51.8%), 한국에서는 법률/행정 지원(58.7%)가 높은 비율로 나타나, 국가간의 견해의 차이가 있는 것으로 나타났다.

[표 4-19] 국가별 협회에 바라는 점 교차분석(다중응답)

(단위 : 명(%))

| 구분 | 기술 정보 | 경영 정보 | 법률/행정 지원 | 고객 컴플레인 지원 | 기타 | |
|----|-----------|-----------|-----------|------------|----------|----------|
| 전체 | 222(64.9) | 174(50.9) | 182(53.2) | 94(27.5) | 35(10.2) | |
| 지역 | 한국 | 152(66.1) | 116(50.4) | 135(58.7) | 54(23.5) | 15(6.5) |
| | 일본 | 70(62.5) | 58(51.8) | 47(42.0) | 40(35.7) | 20(17.9) |



[그림 4-17] 국가별 협회에 바라는 점 분포

제 4 절 협회 가입 여부별 응답자 특성 분석

1) 협회 가입 여부별 직원 수

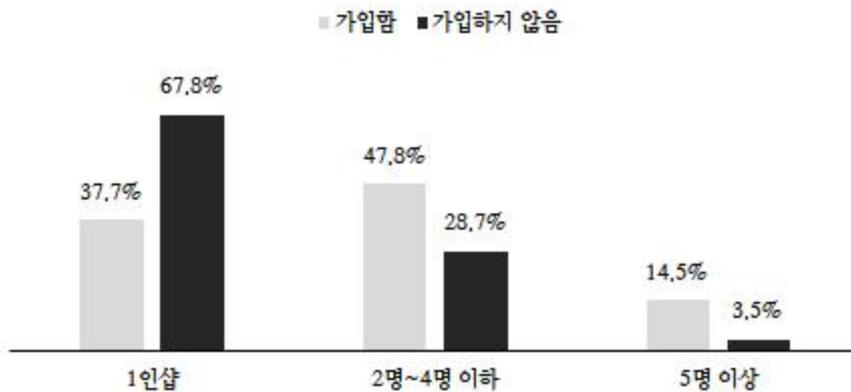
협회에 가입한 네일리스트의 직원수 규모를 살펴보면, 협회에 가입되어 있는 응답자는 2명~4명이하가 33명(47.8%), 5명 이상이 14(7.6%)로 1인샵이 67.8%인 미가입 응답자에 비해 규모가 큰 것으로 나타났으며, 통계적으로 유의미한 결과로 나타났다.

[표 4-20] 협회 가입 여부별 직원 수 교차분석

(단위 : 명(%))

| 구분 | 1인샵 | 2명~4명 이하 | 5명 이상 | χ^2 | p |
|------------------|-----------|----------|----------|----------|----------------|
| 전체 | 104(56.5) | 66(35.9) | 14(7.6) | | |
| 협 회 가 입 | 예 | 26(37.7) | 33(47.8) | 10(14.5) | 18.210 .000*** |
| | 아니오 | 78(67.8) | 33(28.7) | 4(3.5) | |

*>0.1, **>0.05, ***>0.01



[그림 4-18] 협회 가입 여부별 직원 수 분포

2) 협회 가입 여부별 소득

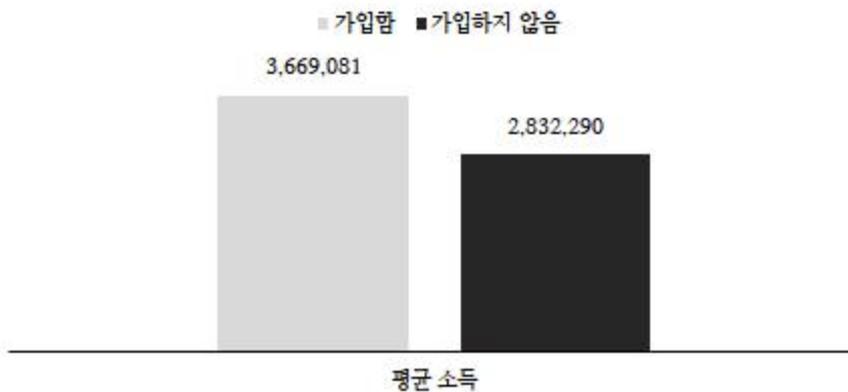
협회 가입 여부별 소득 수준을 살펴본 결과, 협회 가입 응답자의 월 평균 소득은 3,669,081원으로 미가입자의 월 평균 소득 2,832,290원 보다 높은 것으로 나타났고, 협회 가입 여부가 월 평균 소득에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 통계적으로 유의한 결과로 나타났다.

[표 4-21] 협회 가입 여부별 소득 평균 비교 분석(T-Test)

(단위 : 명(%))

| 구분 | 평균 | 빈도 | 표준편차 | t | p | |
|------------------|-----|-----------|------|-----------|-------|-------|
| 협 회 가 입 | 예 | 3,669,081 | 79 | 2,720,141 | 5.268 | .022* |
| | 아니오 | 2,832,290 | 202 | 2,757,860 | | |

*>0.1, **>0.05, ***>0.01



[그림 4-19] 협회 가입 여부별 월 평균 소득 비교

3) 협회 가입 여부별 직업 만족도

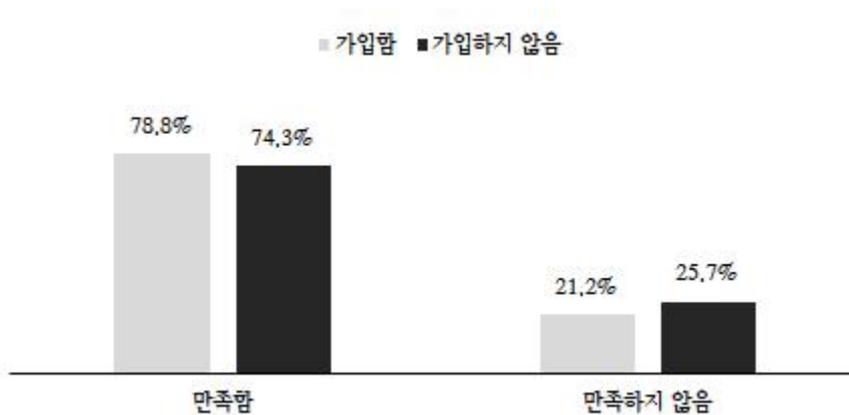
협회 가입 여부별 응답자 특성을 살펴보면, 협회에 가입한 응답자가 78.8%로 협회 미가입 응답자(74.3%)보다 직업에 대해 더 만족하고 있는 것으로 나타났으나, 통계적으로 유의한 차이는 나타나지 않았다.

[표 4-22] 협회 가입 여부별 직업 만족도 교차분석

(단위 : 명(%))

| 구분 | 만족함 | 만족하지 않음 | χ^2 | p |
|-------|-----------|-----------|----------|------|
| 전체 | 271(75.7) | 87(24.3) | | |
| 협회 가입 | 예 | 89(78.8) | .842 | .217 |
| | 아니오 | 182(74.3) | | |

*>0.1, **>0.05, ***>0.01



[그림 4-20] 협회 가입 여부별 직업 만족도 분포

4) 협회 가입 여부별 협회 필요성

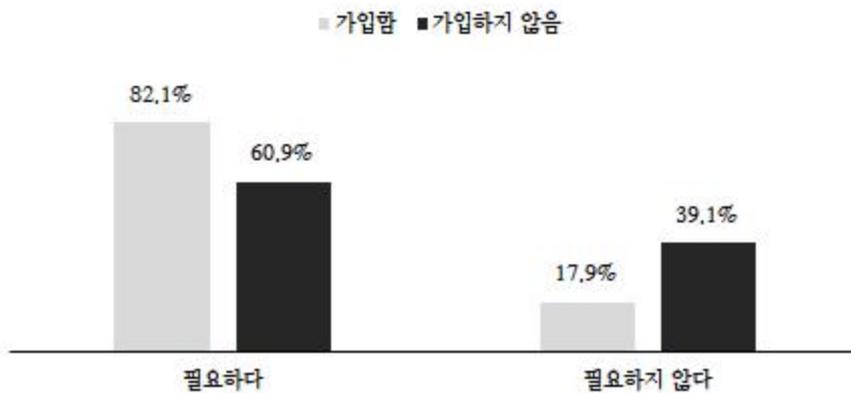
협회 가입 여부별 협회 필요성을 살펴보면, 협회에 가입한 응답자가 협회가 필요하다는 응답에 82.1%로 답해, 협회 미가입 응답자(60.9%)보다 협회의 필요성에 대해 긍정적인 생각을 하는 것으로 나타났으며, 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

[표 4-23] 협회 가입 여부별 협회 필요성 교차분석

(단위 : 명(%))

| 구분 | 필요하다 | 필요하지 않다 | χ^2 | p |
|------------------|-----------|-----------|----------|---------|
| 전체 | 232(67.4) | 112(32.6) | | |
| 협 회 가 입 | 예 | 19(17.9) | 14.942 | .000*** |
| | 아니오 | 93(39.1) | | |

*>0.1, **>0.05, ***>0.01



[그림 4-21] 협회 가입 여부별 협회 필요성 분포

제 5 절 국가별 조직/단체 활동 요약

1) 국가별 주요 인식 차이 비교

양국의 가장 두드러진 통계 유의점은 협회 가입여부로 일본이 57.5%, 한국이 18.4% 이었다. 일본은 협회 가입이유에 대해서 49.3%의 응답자가 기술정보의 수급이라 응답하였고 한국은 지인의 추천으로 가입했다는 의견이 22.0%였다. 한국은 협회가입 평균이 3.84년임에 비해 일본은 평균 6.86년으로 유의한 차이가 나타났다. 협회의 필요성은 한국이 61.8%, 일본이 79.3%로 단체의 중요성을 일본이 더 인식하는 것으로 나타났다.

국가별 인식의 주요 차이점은 아래의 [표 4-24]와 같다.

[표 4-24] 국가별 주요 인식 차이 비교표

| 구분 | 일본 | 한국 |
|-----------|---------------------------|-----------------------------|
| 직업 | 매장Staff 35.0% 강사 15.8% | 매장 운영 56.5% |
| 직원 수 | 1인샵 61.2% | 2명~4명 이하 41.5% |
| 경력 | 10년 이상 47.9% | 1년~5년 미만 37.7% |
| 협회 가입 여부 | 가입함 57.5% | 가입함 18.4% |
| 협회 가입 이유 | 기술 정보 49.3% | 지인의 추천 22.0% 업무 원조 22.0% |
| 협회 가입 년수 | 평균 6.86년 | 평균 3.84년 |
| 협회 미가입 이유 | 필요성 못 느낌 39.5% | 협회 정보 모름 50.8% |
| 협회 가입 의사 | 가입의사 있음 47.3% | 가입의사 있음 52.1% |
| 협회 필요성 | 필요하다 79.3% | 필요하다 61.8% |

2) 협회 가입 여부별 주요 인식 차이 비교

국가의 구분없이 협회의 가입 유무가 실제 네일리스트에게 어떠한 영향을 미치는가에 대한 결과도 설문을 통해 확인할 수 있었다. 가장 현실적인 차이는 소득이었으며, 협회에 가입한 네일리스트는 평균 약 370만원의 월 소득을 올리는 반면, 협회에 가입하지 않은 네일리스트들은 약 280만원의 소득을 올리는 것으로 조사되었다.

협회의 가입 여부가 직업의 만족도에 영향을 미치는가에 대한 결과는 두 군집간에 4%의 차이가 있었으나 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 협회 활동을 하고 있는 회원은 협회가 필요하다는 의견이 82.1%로 나타났고, 협회에 미가입한 네일리스트는 60.9%이지만 과반이 넘는 응답자가 협회의 필요성에 대해 인정하였다.

협회 가입 여부에 의한 차이를 비교한 표는 아래와 같다. [표 4-25]

[표 4-25] 협회 가입별 주요 인식 차이 비교표

| 구분 | 협회 가입 | 협회 미가입 |
|--------|---------------|---------------|
| 직원 수 | 2명~4명 이하 47.8 | 1인샵 67.8% |
| 소득 | 평균 3,669,081원 | 평균 2,832,290원 |
| 직업 만족도 | 만족함 78.8% | 만족함 74.3% |
| 협회 필요성 | 필요하다 82.1% | 필요하다 60.9% |

제 5 장 결론 및 제언

제 1 절 연구 요약 및 고찰

1) 한·일 양국 네일리스트의 의식 차이

본 연구의 설문을 통해서는 다음과 같은 사항을 확인하였다.

첫째, 한·일 양국 네일리스트간의 인식의 차이를 확인할 수 있는 부분은 협회에 가입되어 있는 네일리스트의 비율이었다. 일본의 협회 가입자는 10명중 6명의 비율인데 반해, 한국의 협회 가입 네일리스트는 10명 중 2명에 불과하다. 또한 일본은 단일협회로 운영되어 현재 19,681명의 개인 회원 가입자와 1,870개의 사업체 및 기관이 협력회원으로 등록되어 활동하고 있는 것이 정확한 통계치로 집계되어 있었다. 그러나 한국의 네일 관련 협회는 10개가 있는 상황이어서 중복 가입한 네일리스트를 감안해 볼 때 정확한 데이터를 추정할 수 없는 실정이다.

둘째, 협회 운영의 차이는 회원으로 등록된 네일리스트의 가입 활동기간으로 확인할 수 있다. 일본은 약 7년, 한국은 약 4년으로 협회 활동을 이어온 것으로 설문을 통해 조사되었다. 이는 협회와 회원의 상호보완적 관계를 상정하여 볼 때, 회원의 자발적인 참여와 협회의 활발하고 왕성한 지원활동이 서로에 영향을 주어 반영된 결과라고도 볼 수 있다.

셋째, 회원들의 협회활동은 실제로 네일리스트의 수익에까지 간접적인 영향을 미친 것으로 볼 수 있다. 한국과 일본의 협회가입 네일리스트는 미가입 네일리스트보다 약 80만원 가량의 소득을 더 올리고 있는 것을 확인할 수 있었다. 결국 질문[협회에 대한 인식]에서 보여지는 20%의 차이는 협회를 통해서 얻는 정보의 질의 차이라고도 해석할 여지가 있다.

본 연구의 설문 결과 현직 네일리스트들의 협회 참여와 협회 활동이

협회원에게 미치는 직무 및 소득의 차이를 확인할 수 있었다.

2) JNA의 운영과 활동상의 특징

현재 일본의 네일산업이 'World NO.1'에 위치하기까지가 순탄했던 것은 아니었다. 삼십 여년간 국·내외의 수많은 역경들이 일본 네일시장에 발전 저해요인으로 존재해 왔다. 경제적으로는 자국의 20년 간이나 계속 이어져 온 불황이 있었고, 해외에서부터 유입된 경제 공황도 두 차례나 있었다. 그로인해 소비심리는 얼어 붙었고, 소비 문화를 뒷받침 할 관련 산업의 부진도 계속 이어졌다. 침체된 자본의 흐름 속에서 제품도 미흡해서 사회적 파장을 일으킨 적이 있었다. 문화적인 부분에서도 예외는 아니었다. 미용에 대한 관심이 늘었지만, 늘어난 관심은 DIY²¹⁾로 이어졌고, 결국 네일샵의 영업성장보다는 셀프네일러의 비약적으로 증가하였다고 할 수 있다. 또한 컴퓨터의 키보드 작업으로 급속히 바뀐 사무환경도 네일에 대한 소비심리를 주저하고 움츠리게 만든 것이 사실이다. 격한 변화의 와류 속에서 JNA와 협회구성원들은 상황에 적절히 대응했다. 협회는 회원에 대한 존중과 신뢰를 바탕으로 다양한 새로운 시도를 할 수 있었다. JNA 협회 경영의 특징을 정리하면 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 우선 네일리스트가 원하는 기능을 구비하는데 중점을 두어 경영하였다. 위생에 관한 바른 기술과 지식을 평가하는 자격 검정제도를 실시하고 강화해 나아갔다. 제도 시행의 연착륙을 위해 필요했던 것은 네일리스트가 활동하는 산업시장의 행정·법률적 기틀 마련과 의료지식의 보급이었고, 이를 위해 [네일샵 위생관리기준]을 제정했다. 그리고 회원들의 영업 안전성과 신뢰 받는 네일서비스를 위하여 인정제도를 실시하였다. 높은 교육수준을 가진 네일스쿨을 확보하여 인정제도를 실시하고, 네일살롱의 기술관리에 관한 인정제도도 실시했다. 네일서비스에 대한 이미지를

21) Do It Yourself ; 제 2차세계대전 후 영국에서 물자와 인력부족의 상황 중에 자신의 일은 스스로 하여야 한다는 사회운동으로 생긴 문화임. 현재 미시적 의미로는 창작형 취미(주말목수, 가정자수, 도예, 셀프 미용 등)를 가리키지만 거시적 의미로는 일련 행동들의 제작에 필요한 물품을 제공하는 일까지 포함한다. DIY 시장은 여가의 증대, 인건비 상승, 소비자의 절약, 라이프 스타일의 변화 등을 배경으로 급속 성장함.

제고하며 동시에 소비 상승 유발 효과도 이끌어 냈다.

둘째, 축적된 제도의 노하우(know-how)는 이후에 이어지는 JNA의 각종 대외사업으로도 이어졌다. 네일의 매력을 전달하고 최신 테크닉과 트렌드를 발신하는 이벤트는 높은 참여율과 공정성으로 성공적이라 인정 받는다. 도쿄네일엑스포나 아시아네일페스티벌은 네일 정보 교류 시장의 세계적인 허브(hub)로 도약했다. 네일엑스포의 안착은 네일 기술의 향상을 촉진하는 활발한 국내 대회를 통해 가능하다. 개최되는 국내 대회 중 전일본네일리스트선수권과 세계네일리스트선수권은 네일 업계에서는 세계적으로 권위를 인정받는 대회이다.

셋째, 활동 영역을 공고(鞏固)히 한 이후에 필요했던 것은 협회의 내부 의견 수렴과정을 강화하는 것이었다. 조직에 한해서는 절대적 결정권자인 회장의 업무권한과 결정갈등은 평의원과 이사회를 통하여 분산하였다. 이사회를 구성하는 각각의 이사는 전문성을 확보하며 맡은 직무에 책임을 진다. 회장은 이사의 전문 제안을 숙고하며 최종 결정 전에 고문 및 감사의 조언을 경청한다. JNA의 조직 구성 재편과 임원간의 신임은 조직력 강화에 효과적이었다.

넷째, 내적·외적 부분의 조직의 역량 강화와 제반 산업시설의 안정이 갖춰지자 JNA는 네일리스트의 권위 신장 활동을 지원한다. 각종 지원프로그램을 추진·보완하고 기술과 정보를 공급하는 세미나는 고정적으로 편성하였다. JNA의 선도적 역할에 매년 신홍 네일리스트가 탄생하고 협회는 새로운 우수한 인력을 꾸준히 수급 받는다. 이와 같은 세분화된 활동들이 선순환이 되어 시너지 효과(synergy effect)를 발생하게 하는 것이다.

반면 JNA도 개선해야 할 문제점을 안고 있다.

우선, 인사이동과 신임(新任)이 원활하지 않다. 인사의 고착이 가져오는 가장 큰 문제점인 부패이다. 어느 조직을 막론하고 1인이 조직의 중책을 오래 맡고 있다 보면, 그 권한에 편승하려는 것은 유혹들에게도 노출될 수 있다. 이는 영리 활동을 위한 일반 사기업보다 공익을 목적으로 하는 비영리조직에서 더욱 부각된다. 적절한 인사 이동을 하게 되면 부패는 사

전에 견제할 수 있다. 그리고 구조에 탄력성을 주게 되면 안정이 가져다주는 폐해인 매너리즘(mannerism)이라는 비효율성도 옅어진다. 또한, 전문화와 분업화가 조직 전체에 퍼져 협회 임·직원 능력의 상향 평준화를 가져오게 된다. 이를 위해 JNA는 회원총회의 투표 권한을 증대하고 인사 추천 방안을 첨가해 인사제도의 문제점을 사전 점검하여야 할 것이다.

그 다음으로는 새로운 회계 시스템으로 전환을 하여야 한다. 이제는 영리를 목적으로 하지 않는 비영리조직이라 할지라도 부대적인 수익 구조를 가지게 된다. 그리고 산업간 연계 협력이 전반에 걸쳐 일어남에 따라 조직이 확대되고, 자산 또한 증대가 된다. 현재 JNA는 회계 처리를 단식부기로 하는데, 단식부기는 발생 시점의 현금 흐름만을 기입할 뿐이다. 복식부기 회계로 전환하여 자산 항목을 정밀하게 구성한 후, 보유자산 간의 연관성을 정립해 가치를 매기고 차후에 발생할 수입과 지출도 통제하여야 한다. 더욱이 앞으로의 JNA는 특허나 기술의 실용신안을 보다 폭 넓게 다룰 것이기에 무형자산의 관리와 그를 통한 이익의 정산도 겸할 수 있어야 한다. JNA의 협회장과 재무담당자는 이러한 가능성을 사전에 예측하여 협회의 회계 시스템을 복식부기를 통해 도입하고, 현재보다 더 투명한 재정을 구현하여야 한다. 네일 업계에서의 JNA가 갖고 있는 세계적 영향력을 감안해 볼 때에도 재무에 관한 선진시스템 도입은 선진 비영리 경영기법의 선도라고 할 수 있다. 복식부기회계를 도입함으로써 투입과 산출의 기능을 명확히 하고, 또한 하나의 사업에 투입되는 모든 비용을 일목요연하게 편성되며 성과관리 기능을 하여야 한다. 즉, 정책에 따른 성과목표·지표와 연계되어 성과평가와 사업에 대한 환류가 원활하게 됨은 물론, 비영리조직이 일관성 있는 회계의 집행과 결산서 작성으로 인하여 운영성과 파악이 용이할 것이다.²²⁾

마지막으로 JNA는 회원의 관리에 정밀함을 기하여야 한다. 협회는 회원의 권익을 위해 만들어진 것이라는 점을 간과하여서는 안 된다. 회원의 애로사항을 실시간으로 파악하여야 하는 것은 구성단체의 당연한 의무이고, 그러기에 협회는 회원의 만족보다는 불만족에 더 집중하여야 한다. 현

²²⁾ 노태일. (2016). 비영리조직(NPO)회계의 문제점과 개선방안. 『대한경영학회지』, 29(11). 대한경영학회. p 1689.

재 JNA는 퇴회 회원의 퇴회 사유를 확인하지 않는다. 협회는 회원과의 커뮤니케이션(communication)과 피드백(feed-back)을 반드시 수행하여야 한다. 그리고 회원도 불편·불만 신고에 주저함이 없어야 한다.

현재 세계 각 국의 네일업계 관련 단체 중, 가장 높은 조직 완성도와 왕성한 활동력이 JNA에게 있다는 것은 공인된 사실이며, JNA는 선두주자로서 자신들의 노하우를 여과없이 후발주자에게 보여주고, 협회 스스로도 네일산업의 지속가능한 영위에 끊임없이 매진하여야 한다.

제 2 절 제언

한국의 네일문화가 일본보다 많이 늦었던 것은 아니다. 도입에 있어 몇 년의 근소한 간격이 있었을 뿐이고, 시기로만 본다면 한국은 후발주자가 아닌 썸이다. 그 출발선은 일본과 다르지 않았다. 하지만 현재 네일의 선진 기술이나 인지도 측면에서 양국은 수준의 차이를 보인다. 사실 양국의 정상급 네일리스트가 갖고 있는 기술적인 면에서는 우열을 가리기가 힘들다. 패션트렌드(fashion trend)의 중심인 뉴욕(New York)에서 성공적으로 자리매김한 재미교포가 많고, 네일샵 스태프 가운데에도 많은 한인들이 있으며, 현지 한인 네일리스트의 인지도는 낮지 않다. 한국 네일리스트들의 능력은 결코 저수준이 아니다. 일본의 네일 산업과 네일리스트들이 확연한 재능과 기술 차이만으로 'World Top'이 된 것은 아닐 것이다. 그렇다면 지금의 차이는 어디에서 기인하는 것인지 되돌아 보아야 한다. 그러한 연유에서 한국 네일 산업의 상대적 부진의 기저 원인을 구성원과 구성원 단체의 자아 상실에서 찾았고 실제 설문결과로도 협회에 대한 차이점이 증명되었다. 개인적 노력으로는 한계가 있기에 협회를 구성하여 봉착한 난관을 마주하여야 한다. JNA는 개인이 아닌 단체의 미명하에 당면한 과제를 인식하고 신속히 대처하였다. 한국의 네일업계 종사자들은 이 부분을 간과하여서는 안 된다.

그렇다고 하여 단순히 협회만을 구성한다고 해결되는 것은 아니다. 구성한 협회를 결속하고 유지하는 것은 구성원 본인들의 과제이다. 이를 위하여 협회와 각각의 회원 개인이 반드시 유념해야 할 사항들이 있다.

첫째, 우선 본인들의 목적과 목표, 부족한 부분을 정확히 인지하고 파악하여야 한다. 과도한 목표 설정을 하여서는 안 되며 본인이 가진 목적 또한 시의적절하여야 한다. 여기에서 선행되어야 할 부분은 자신들의 부족한 부분을 가감없이 드러내고 자각해야 한다. 이러한 문제인식은 봉착한 난관을 헤쳐나가는 데에 가장 필요한 사항이다.

둘째, 문제인식 다음으로는 이것을 합당한 창구를 통해 정당하게 요구하여야 한다. 가장 적합한 통로란 바로 협회여야 한다. 적법한 협회를 통해 요청한 사항들을 관철시키고자 기대를 지속하는 것, 그리고 기대의 유지를 대립이 아닌 상호의존적 관계라는 인정하에 신뢰하는 것이 회원들에게는 요구된다. 요구가 더욱 조속히 실현되기 위한 가장 이상적인 방법은 지금보다 더욱 큰 힘으로 성원하고 결집하는 것이다. 협회는 회원의 요구에 의해 조직된 단체이므로 회원의 전폭적이고도 활발한 참여만큼 이상적인 것은 없다. 회원은 본인의 직무인 현장에서의 영업에 충실하는 것도 중요하지만, 공익을 위해 일하는 시간도 확보하여야만 한다.

셋째, 재정과 인사에 있어 투명해야 한다. 조직을 결성하는 이유는 어찌보면 개개인의 이익을 위한 것이라고도 할 수 있다. 구성원들이 지금보다 더 큰 이익과 목적을 위해 결합하는 것이기 때문이다. 하지만 생성된 조직이 조직원보다 조직 자체의 이익을 우선시 하거나, 만들어진 힘을 조직원에게 양도하지 않을 때에는 그 이익은 소멸되거나 축소 될 수 있다. 그래서 협회는 투명해야 한다. 수익의 결산과 예산 집행에 있어서 공정한 공개를 하여야 한다. 조직자체의 이익 앞에서도 회원의 이익을 우선시 하여야 한다. 협회구성원이 협회의 재정을 한 눈에 파악할 수 있을 때에 회원은 조직을 신뢰를 할 수 있다. 조직의 구성원은 누구나 자신이 속해 있는 조직의 구조를 알고 이해할 수 있어야 한다. 이를 위하여 협회는 의사결정과정에 있어서도 공정성과 투명성을 기해야 한다.

넷째, 조직을 수평적으로 개편하여야 한다. 조직에는 최종 결정을 내릴 권한을 가진 사람이 필요하며, 그 누군가는 조직이 위기에 봉착했을 때 분명하게 명령을 내려야만 한다. 권한에는 책임이 반드시 따라야 하기에, 구성원을 대표하는 협회장은 매우 중요하다. 여기서 중요한 점은 회장이 결정한 사항을 이행함에 있어 명령 계층의 수를 최소화해야 한다는 것이다. 조직을 가능한 수평적으로 구성하는 것이 합리적인 조직구조의 원칙이다. 오늘 날 많은 비영리조직들이 성공적인 도입을 하고 있는 제도로 운영이 사회가 있다. 일반 기업과는 다른 운영 제도인 이사회는 최고결정권자로 하여금 이사회운영과 그 성과에 대해 책임을 지도록 하고, 매년 이사회 산하의 소위원회에서 성과를 평가한다. 또한 이사회는 사전에 설정한 성과 목표에 따라 매 회기에 실적을 평가받는다. 즉, 운영이사회는 조직에 대해 적극적이고도 헌신적이기 때문에 최고경영자와의 관계에서 충돌을 일으키거나 갈등을 발생시킬 소지도 많다고 할 수 있다. 효과적인 이사회 운영을 위해서는 이사회의 역할에 대해 논의하는 데에 있지 않고, 그들의 설정 과업과 평가를 체계화하는 데에 있다. 그러기에 조직을 전문적으로 세부 구분할 필요가 있다. 회장과 이사회간의 견제와 성과 측정은 구성원들에게 항상 공개하여야 한다. 합당한 성과 측정 내에서 이루어지는 공평하고 투명한 인사가 뒷받침 되어야만 회원은 협회를 신뢰할 수 있다.

다섯째, 협회는 도덕적 책임과 함께 회원의 불편함을 적극 해소해 주어야 한다. 구성원의 애로사항은 협회에게도 장애물이다. 일례를 들면, JNA가 연간도서로 발매하는 ‘네일백서’에는 전국의 네일시술 가격의 평균 통계치가 있다. 그리고 아르바이트의 시급, 경력 연차와 급수별 숙련 직원들의 평균 급여액도 게재한다. 이는 회원들이 과다한 과열경쟁으로 위기에 내몰리는 것을 막기 위한 조치로, 회원들의 의견을 수렴하여 반영한 결과이다. 이를 통하여 일본 네일리스트들은 합리적 범위내에서 가격을 책정하고 소비자들은 안정적으로 가격을 지불을 하게 된다. 이렇듯 작은 불만의 해소만으로도 회원에게는 매우 유용한 결과를 가져다 준다.

마지막으로, 네일협회는 네일업계가 레드오션으로 변화하게 된 기저원인을 파악하여 해결하여야 한다. 타 미용서비스보다 늦은 시장진입으로

인해 발생하는 환경적인 제약들, 즉 업무 영역의 교차나 서비스의 위축보다 더 중요한 문제는, 네일산업이 갖고 있는 구조적 한계에 있다. 손쉬운 국가자격증 취득과 창업의 용이성이 갖는 장점의 이면에는 연쇄되어 발생하는 문제점이 있다. 설문 결과에서도 볼 수 있듯이 한국의 자영업자 비율은 응답자의 51.3%인데 반해, 일본의 자영업자 비율은 40.8%이다. 일본의 자격등급이 3등급으로 구분된 데 반해 한국은 국가자격증 한 개 등급으로 제정되어 있다. 이는 결국 서비스 경험과 네일기술력이 부족한 네일리스트 및 네일샵 다수를 양산하였고, 이들의 충분치 않은 서비스는 소비자들에게 기술에 대한 신뢰를 떨어뜨리며 네일리스트 스스로의 소득 양극화 문제로까지 이어진다. 네일협회는 네일리스트들이 자초한 본연의 문제를 인식하여야 한다. 네일리스트들의 대변인으로서 회원들을 중재하고, 이와 관련해 산적한 문제들을 정부나 타 협회와 논의를 하고 조율하여야 한다.

본 연구에 있어 심화(深化)하였을 부분인 한국 네일산업계의 동향 분석에 대하여는 관련 통계 자료의 부족과 선행 연구가 없어 참고할 만한 제언이 없었다는 점이였다. 2009년도에 한국보건산업진흥원에서 실시한 조사와 2014년도의 통계청 조사가 마지막 실측 조사였다. 더욱이 민간에서 행했어야 할 자료들에 대해서도 관련 협회의 통계와 설문과 같은 기초 자료에 대한 이해가 부족하고, 협회들의 의견이 일치하지 않아 자료에 통일성이 없었다. 기본 현황조사의 부실로 인해 한국 네일산업을 정확히 진단 할 수 없었다는 점에서, 본 연구에서 심화했어야 할 한국의 네일산업과 제도의 문제점 제시에 미흡하였다.

또한, 한국 네일산업에 가장 시사(示唆)할 바가 있는 JNA의 시행 착오와 시스템 도입 실패 사례들에 대한 조사에서도 자료 접근에 제한이 있어 연구에 부족한 부분이 있다.

그러나 본 연구는 현재 한국의 네일리스트가 안고 있는 문제점을 찾아내고 그에 대한 개선방안으로써 JNA의 활동을 조사하고 분석한 자료를 제시하여, 한국의 네일 관련 협회가 회원의 공익을 우선시하는 경영을 하

는 데 있어 근본적이고 효율적인 방법을 확보할 수 있도록 하는 근거를 제시하였다는데 공헌점이 있을 것이다. 본 연구의 기초조사와 고찰을 근거로 네일리스트의 업무 환경 개선에 관한 제도적 대책 연구와 네일협회의 다양한 운영·기획에 관련한 연구가 동반되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 공중위생관리법. [일부개정, 2008.3.28. 법률 제9026호]
- 공중위생관리법. 시행령. [일부개정, 2008.6.30. 대통령령 제20890호]
- 공중위생관리법. 시행규칙. [일부개정, 2008.3.28. 보건복지가복부령 제24호]
- 김정옥. (2013). 『젤 폴리쉬 시술에 따른 손톱 손상도에 관한 연구』. 영산대학교 미용예술대학원 미용예술학과(미용예술전공)석사학위논문
- 노태일. (2016). 비영리조직(NPO)회계의 문제점과 개선방안. 『대한경영학회지』, 29(11). 대한경영학회.
- 도윤희. (2016). 『UV젤네일 시술이 손톱건강에 미치는 영향에 관한 연구』. 숙명여대 원격대학원 향장미용전공 석사학위논문
- 이예희, 박은정, 조은정. (2015). 『뷰티서비스산업 종사자의 노동에 관한 연구, 피부관리사와 네일리스트를 중심으로』. (사)여성노동법률지원센터.
- 이혜경. (2001). 일본의 비영리부문 : 역사적 배경과 구조적 특성. 『동서연구원』, 13(1). 연세대학교 동서문제연구원.
- 임상균. (2016). 『도쿄 비즈니스 산책』. 한빛 비즈.
- 황순욱. (2009). 『네일 및 메이크업 관련 미용산업 선진화 방안 연구』. 한국보건산업진흥원.
- 통계청. (2014). 『전국 산업 규모별 사업체수, 종사자수』. 통계청 전국사업체조사.
- 피터드러커. (2002). 『피터드러커의 미래경영』. 청림출판.
- OECD. (2016). 『경제 주요국의 장기 경제전망』. OECD

2. 국외문헌

Gary M. Grobman. (2008). 『The Nonprofit Handbook: Everything You Need to Know to Start and Run Your Nonprofit Organization (Paperback)』. White Hat Communications.

NPO法人日本ネイリスト協會. (2016). 『ネイル白書』. NPO法人日本ネイリスト協會.

會報誌Naitiful. (2017). 『Naitiful Vol.122』. NPO法人日本ネイリスト協會.

3. 인터넷 자료

법제처 홈페이지 (<http://www.law.go.kr>)

일본네일리스트협회(JNA) 홈페이지 (<https://www.nail.or.jp>)

부 록

설문지

네일리스트의 직업 및 작업 만족도와
영업활동에 있어서의 애로사항에 관한 리서치

NO.

안녕하십니까.

본 설문지는 한성대학교 예술대학원 뷰티에스테틱 전공학생의 석사논문을 작성하기 위하여 만들어진 설문지입니다. 본 설문은 전문직종사자의 협회활동과 관련한 『행동력을 갖춘 조직이 조합원의 사회적 권위와 실질 영리활동에 미치는 영향』을 연구하기 위한 기초자료를 얻고자 작성되었습니다.

본 설문은 연구 목적으로만 사용하며, 개인적 사항은 익명처리를 함과 동시에 다른 용도로는 활용하지 않습니다. 각 문항에는 옳고 그른 답이 없으며 평소의 생각을 토대로 솔직하게 답변해 주시면 귀한 학문적 자료로만 활용하겠습니다.

본 설문에 응해주신 귀하께 진심으로 감사드립니다.

2018년 3월

한성대학교 예술대학원
뷰티예술학과 뷰티에스테틱 전공
지도교수 : 김 도 연
연구자 : 최 민 정

【문 17】 귀하께서 협회에 바라는 점은 무엇입니까? 가입하지 않으신 분은 회원이라 가정하고 답하여 주십시오.

- ① 기술정보 ② 경영정보 ③ 법률/행정 지원
④ 고객 컴플레인 지원 ⑤ 기타 (:)

3. 설문자의 기본 정보에 관한 질문입니다. (18번문항부터 22번문항까지)

【문 18】 귀하가 속한 연령대는 어떠합니까?

- ① 20대 ② 30대
③ 40대 ④ 50대 이상

【문 19】 귀하의 성별은 무엇입니까?

- ① 여자 ② 남자

【문 20】 귀하의 거주지역은 어디입니까?

- ① 특별시 ② 광역시
③ 일반시 ④ 지방도시 군구

【문 21】 귀하의 최종학력은 무엇입니까?

- ① 고졸 이하 ② 고졸 ③ 2년제 대졸
④ 4년제 대졸 ⑤ 대학원 졸업

【문 22】 귀하는 결혼을 하셨습니까?

- ① 미혼 ② 기혼

지금까지 바쁘신 중에도 설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다.

アンケート

ネイリストの職業および職業満足度と
営業活動での隘路事項に関するリサーチ

| | | | |
|-----|--|--|--|
| NO. | | | |
|-----|--|--|--|

こんにちは

このアンケートは漢城大学校芸術大学院ビューティエステティックの専攻学生の修士論文を作成する為に作らせたアンケートです。

アンケートは専門職者の協会活動に関連する「行動力を持った組織が組合員の社会的権威と実際営利活動に至る影響」を研究する為の資料として作成されました。

アンケートは研究目的のみ使用されますし、個人的事項は匿名処理します。違う用同としては活用されません。質問項目には正解、不正解はありません。普段の考えを土台として正直にこたえてくださいませ。貴重な学問的のみ活用するのを誓います。

アンケートに答えてくださるあなたに心を込めて感謝します。

2018年 5月

漢城大学校 芸術大学院
ビューティー芸術学科 ビューティーエステティック専攻
指導教授 : DO-YEON, KIM
研究者 : MIN-JEONG, CHOI

1. 回答者の職業および職務活動に関する質問です。（問1～問8）

【問 1】 あなたのネイリストとしての職業は何ですか？

- ① ネイルサロン運営 ② サロンスタッフ
③ 講師 ④ フリーランサー

【問 2】 あなたが運営するサロンのスタッフ人数は？

（問1で1番をチェックした方のみ答えてください。）

- ① 1人店 ② 2名以上 ~ 4名以下 ③ 5名以上

【問 3】 あなたの経歴年数はどのぐらいですか？

- ① 1年未満 ② 1年以上~5年未満
③ 5年以上 ~ 10年未満 ④ 10年以上

【問 4】 あなたの1ヶ月平均所得はいくらですか？（ 万円）

【問 5】 あなたは現在の職業に満足していますか？

- ① はい ② いいえ

<問 5の質問で 1番を選択した方のみ答えてください。>

【問 6】 現在職業に満足を感じてる理由は何ですか？

- ① 所得 ② 勤務時間 ③ 小資本金で創業
④ 労働強度 ⑤ 社会的認知度 ⑥ 適正/素質
⑦ その他（： ）

<問5の質問で 2番を選択した方のみ答えてください。>

【問 7】 現在職業に満足してない理由は何ですか？

- ① 所得 ② 勤務時間 ③ ご客応対
④ 労働強度 ⑤ 社会的認知度 ⑥ 適正/素質
⑦ その他（： ）

【問 8】 現在本人の職務にとって一番必要な部分は何ですか？

- ① 経営戦略/情報/学習 ② 制度的業務環境（法律/行政/税務情報）
③ 個人技術向上 ④ その他（： ）

ABSTRACT

A Study on the Job Satisfaction and Sales Activities of Korean and Japanese Nailists

Choi, Min-Jeong

Major in Beauty Aesthetic

Dept. of Beauty Art and Design

The Graduate School of Art

Hansung University

Due to the demand of the beauty industry according to the quality of life, the over-increase of the nail industry is changing into a fierce industrial area due to intense competition among nail workers and friction between other beauty industries. There is a limit to individual efforts to solve the problems of the increasing nail industry and to receive policy protection. As an alternative, a unified organizational system is needed to provide dispute settlement rules and policy proposals to solve problems in various nail industries.

The study examined the activities and management methods of the Japan Nailist Association (JNA), which operates a similar system to Korea, and surveyed the awareness and necessity of the association between Korea and Japan nail workers to study the purpose and efficient operation of the nonprofit organization nail association.

As a result of the review, we gathered and analyzed the systematic structure of JNA's organization, projects, transparent financial disclosure and excellent educational resources, and proposed the development direction of the Korean nail industry. And on the awareness and necessity of the nonprofit nail association, a total of 359 people (239 people in Korea, 120 people in Japan) conducted an online survey (22 questions) from March 20, 2018 to June 01. The results are as follows.

JNA has been a single association for 35 years, has been organizing professional directors by subdividing the association's practical operations division, and has been organizing eight regular conventions throughout the year. In addition, the expenses spent every session are disclosed to the outside, and various certification systems are established to expand the education infrastructure.

The results of the survey showed that the following facts were confirmed.

First, the current nail workers in Korea and Japan showed a clear difference in whether they joined the association or not. The organized power of the nail list through the association was revealed through the results of the survey that Japan is stronger than Korea. The membership rate of Korea was only 18.4% and Japan was 57.5%. The reason for the low participation rate in Korea was that 50.8% of the respondents answered that they could not join even if they had little information about the association, so they could get a glimpse of the lukewarm association operation of the domestic association.

Second, the motivation for joining the association was 34.2% for the recommendation and friendship of acquaintances in Korea, and 11.5% for Japan. And Korea has 31.7% purpose to obtain technology and information, but Japan has 49.3%. This was the result of the fact

that the Korean nailist's consciousness was misleading the essential meaning of the association.

Third, according to the activities of the associations in Korea and Japan, 44.2% of the general members in Korea and 55.8% of the branch and executive activities were found to be the structure of the reverse pyramid. On the other hand, 66.7% of general members and 20.2% of branch and executive activities are in Japan. In sum, Japan's nailists and associations have joined and actively participated in more active associations than Korea, and they have a stable ratio and symmetric structure.

Therefore, this study collects public opinion on the duties of nailists in both Korea and Japan, through the systemic characteristics of JNA, the number of members increased through active membership attraction policies that the Korean nail industry should comply with, the restructuring of organizations such as specialized horizontal department reorganization, the unification of goals for unified association formation, And we also want to provide basic data for effective direction in all aspects of operation such as unity and control among members.

【Keyword】 Nail, Nailist, Nail Association, Japan Nailist Association (JNA), Nonprofit Organization, Beauty Service Industry.