

碩 士 學 位 論 文

指 導 教 授 池 在 元

國 內 미 용 이 벤 트 實 態 分 析 에 관 한 研 究

- 1991년부터 2002년까지 미용이벤트를 중심으로 -

A Study on the trend-analysis of Korean beauty-events

- Centering around Korean beauty-events

from 1991 to 2002 -

2 0 0 3 年 12 月

漢 城 大 學 校 藝 術 大 學 院

패 션 예 술 학 과

패 션 이 벤 트 專 攻

徐 榮 敏

指導教授 池在元

## 國內 미용이벤트 實態分析에 관한 研究

- 1991년부터 2002년까지 미용이벤트를 중심으로 -

A Study on the trend-analysis of Korean beauty-events

- Centering around Korean beauty-events

from 1991 to 2002 -

2003年12月

위 論文을 藝術學 碩士學位 論文으로 提出함.

漢城大學校 藝術大學院

패션예술學科

패션이벤트專攻

徐 榮 敏

徐榮敏의 藝術學 碩士學位 論文을 認定함.

2003年12月

審査 委員長

印

審査 委員

印

審査 委員

印

## 국 문 초 록

국내 미용산업은 고부가가치 산업이라는 평가를 받으며 급성장하고 있는 분야이다.

국내 미용실 수가 지난 1961년 7천6백여 개에서 2000년 8만1천여 개로 늘어나면서 미용업계에 종사자 또한 미용사 45만명, 미용제품 제조업 종사자·유통업 종사자·미용 관련 구성단체 종사자 25만명 등 70여 만명으로 추산되고 있다. 우리나라는 인구 4천7백여만명에 미용실이 8만여 개로 인구 6백명당 미용실이 한 개 풀이며, 1990년대 들어 미용계는 각 전문대학에 미용과나 피부미용과가 신설되고 일부대학에서 개설한 최고 경영자 과정까지, 질적 양적 팽창을 거듭하고 있다.

이같은 미용분야의 발전에도 불구하고 헤어스타일에 대한 연구나 고객만족도, 시대별 헤어스타일의 변천사 등의 연구는 이뤄지고 있지만 미용산업의 발전과 불가분의 관계에 있는 미용이벤트에 대한 연구는 전무한 실정이다.

우리나라에서는 미용관련 메이커들이 신제품 출시나 브랜드 이미지를 제고할 위해 개최하는 헤어쇼와 미용관련 프랜차이즈에서 트렌드 발표회, 유명 디자이너의 헤어쇼, 대한미용사회중앙회가 개최하는 미용의 날 행사, 미용사회중앙회 산하 각 지회가 개최하는 각 도지사배·시장배 미용경기대회, 전국의 60여개 대학에서 개최하는 졸업작품발표회 등 다수의 미용관련 이벤트가 열

리고 있다.

1991년부터 2002년까지의 미용이벤트의 실태를 미용경기대회와 헤어쇼 중심으로 살펴보고 헤어쇼의 정확한 분석을 위해 헤어쇼를 구성하는 헤어쇼 대행사 종사자, 헤어쇼 출연 헤어디자이너, 헤어쇼 관람객을 대상으로 설문조사를 실시했다.

국내 경기대회의 경우 1백7개의 경기대회가 조사대상으로 경기대회의 주최자, 장소, 참가 인원, 경기 종목을 중심으로 실태를 분석했다. 국내 미용경기대회를 3년 단위로 나누어 분석한 결과 대한미용사회와 산하 기관이 주최한 경기대회가 1991~1993년 58.1%, 1994~1996년 91%, 1997~1999년 72.3%, 2000~2002년 75%로 높은 비율을 나타냈다.

설문조사 결과 국내 헤어쇼가 발전하기 위해서는 대행업체 종사자나 헤어디자이너, 관람객 모두가 공통적으로 헤어디자이너의 활발한 창작발표가 있어야 한다고 생각하는 것을 알 수 있었다. 아울러 헤어쇼가 발전하기 위해서 중요한 분야로는 헤어관련 업체의 적극적인 지원과 헤어쇼 인식 부족에 따른 적극적인 홍보의 필요성에 대해서 공감한다는 결론을 얻을 수 있었다.

본 연구의 한계점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 미용이벤트에 대해 학문적으로 참고할만한 선행연구가 없고 연구 대상으로 삼을 자료를 취합하기가 어려웠다는 점이다. 연구대상으로 1991년 창간된 화장품신문과 미용회보에 반영된 이벤트로 한정했다. 1991년 이전에도 국내 미용이벤트의 행사들이 있었음에도 관련 자료 및 정보가 보존되지 않아 연구 시점을 제한할 수밖에 없었다.

둘째, 헤어쇼에 대해서는 설문조사까지 실시했지만 미용경기대회, 졸업

작품전, 미용박람회에 대한 연구는 실태 파악 정도에 그치고 깊이있게 접근하지 못했다는 점이다.

셋째, 헤어쇼에 대한 저변확대가 아직까지 미흡하여 대행업체 종사자와 헤어디자이너의 설문 표본수가 부족한 것도 한계점이다.

향후 연구에서는 헤어쇼에 대해서 무대연출, 헤어디자이너의 시연, 모델의 동선 등등 보다 심층적 접근에 의한 연구가 이루어져야 할 것이다.

# 목 차

I. 서론 .....	1
1.1. 문제의 제기 .....	1
1.1. 연구의 목적과 의의 .....	3
II. 이론적 배경 .....	5
2.1. 이벤트의 개념 .....	5
1) 쌍방향성 .....	6
2) 현장성(Live) .....	8
3) 일과성(一過性) .....	8
4) 종합예술성 .....	9
5) 사회성·문화성 .....	9
2.2. 미용이벤트의 특징 .....	11
1) 미용경기대회 .....	12
2) 헤어쇼 .....	16
3) 미용박람회 .....	21
4) 졸업작품전 .....	23
III. 국내 미용이벤트의 실태 .....	24

3.1. 연구 범위와 방법 .....	24
3.2. 조사대상의 선정 .....	26
3.3. 국내 미용이벤트 연도별 현황 .....	28
1) 1991~1993년 국내 미용이벤트 현황 .....	28
2) 1994~1996년 국내 미용이벤트 현황 .....	38
3) 1997~1999년 국내 미용이벤트 현황 .....	50
4) 2000~2002년 국내 미용이벤트 현황 .....	59
3.4. 국내 미용이벤트 실태조사 분석 .....	71
1) 1991~2002년 국내 미용경기대회 실태조사 분석 .....	71
2) 1991~2002년 국내 헤어쇼 실태조사 분석 .....	73
IV. 헤어쇼에 대한 설문조사와 문제점 분석 .....	75
4.1. 국내 헤어쇼에 대한 설문조사 .....	75
1) 헤어쇼 대행업체의 실태 .....	76
2) 헤어쇼 출연 헤어디자이너의 실태 .....	82
3) 헤어쇼 관람객의 실태 .....	88
4.2. 국내 헤어쇼의 문제점 .....	94
1) 대행업체 측면 .....	94
2) 헤어디자이너 측면 .....	95
3) 관람객 측면 .....	97

V. 결론 .....	98
용어정리 .....	103
참고문헌 .....	105
ABSTRACT .....	107
부록 .....	110

# 표 목 차

<표 1> 1991~1993년 국내 미용경기대회 현황 .....	28
<표 2> 1991~1993년 국내 헤어쇼 현황 .....	36
<표 3> 1991~1993년 국내 졸업작품전 .....	38
<표 4> 1994~1996년 국내 미용경기대회 현황 .....	39
<표 5> 1994~1996년 국내 헤어쇼 현황 .....	45
<표 6> 1994~1996년 국내 졸업작품전 .....	49
<표 7> 1997~1999년 국내 미용경기대회 현황 .....	50
<표 8> 1997~1999년 국내 헤어쇼 현황 .....	55
<표 9> 1997~1999년 국내 졸업작품전 .....	58
<표 10> 2000~2002년 국내 미용경기대회 현황 .....	60
<표 11> 2000~2002년 국내 헤어쇼 현황 .....	64
<표 12> 2000~2002년 국내 졸업작품전 .....	70
<표 13> 헤어쇼 대행업체 대표자 인터뷰 설문 분석 .....	77
<표 14> 헤어쇼 대행업체 근무자 경력 .....	79
<표 15> 대행업체 종사자가 느끼는 헤어쇼진행시 어려운 점 .....	79
<표 16> 대행업체 종사자가 원하는 헤어쇼 준비기간 .....	80
<표 17> 대행업체 종사자가 생각하는 헤어쇼진행시 중요한 부분 .....	80
<표 18> 대행업체 종사자가 적당하다고 생각하는 헤어쇼 시간 .....	81
<표 19> 대행업체 종사자가 적당하다고 생각하는 시연 시간 .....	81
<표 20> 헤어디자이너 경력 .....	84

<표 21> 헤어디자이너로서 헤어쇼 준비과정의 어려움 .....	84
<표 22> 헤어디자이너로서 헤어쇼 참가과정의 어려움 .....	85
<표 23> 헤어디자이너가 원하는 헤어쇼 준비기간 .....	85
<표 24> 헤어디자이너가 선호하는 시연분야 .....	86
<표 25> 헤어디자이너의 헤어쇼 아이디어 얻는 경로 .....	86
<표 26> 헤어디자이너가 적당하다고 생각하는 헤어쇼 시간 .....	87
<표 27> 헤어디자이너가 적당하다고 생각하는 시연시간 .....	87
<표 28> 헤어쇼 관람객 특성분석 .....	89
<표 29> 관람객의 연평균 헤어쇼 관람 정도 .....	90
<표 30> 관람객이 생각하는 헤어쇼 중요 요소 .....	91
<표 31> 관람객이 적당하다고 생각하는 전체 헤어쇼 시간 .....	92
<표 32> 관람객이 선호하는 헤어쇼 시연시간 .....	92
<표 33> 관람객이 적당하다고 생각하는 헤어디자이너의 1회 헤어쇼 작품 수 .....	93
<표 34> 대형업체 종사자가 느끼는 헤어쇼의 문제점 .....	94
<표 35> 헤어디자이너로서 느끼는 헤어쇼의 문제점 .....	96
<표 36> 관람객으로서 느끼는 헤어쇼의 문제점 .....	97

## 도 표 목 차

<도표 1> 1991~1993년 국내 미용경기 연륜 분석 .....	30
<도표 2> 1991~1993년 국내 미용경기대회 개최장소 분석 .....	31
<도표 3> 1991~1993년 국내 미용경기대회 참가인원 분석 .....	32
<도표 4> 1991~1993년 국내 미용경기대회 경기종목 분석 .....	32
<도표 5> 1994~1996년 국내 미용경기대회 개최장소 분석 .....	41
<도표 6> 1994~1996년 국내 미용경기대회 참가인원 분석 .....	42
<도표 7> 1994~1996년 국내 미용경기대회 경기종목 분석 .....	42
<도표 8> 1997~1999년 국내 미용경기대회 장소분석 .....	52
<도표 9> 1997~1999년 국내 미용경기대회 참가인원 분석 .....	53
<도표 10> 1997~1999년 국내 미용경기대회 경기종목 분석 .....	53
<도표 11> 1997~1999년 국내 헤어쇼 개최장소 분석 .....	56
<도표 12> 2000~2002년 국내 미용경기대회 개최장소 분석 .....	60
<도표 13> 2000~2002년 국내 미용경기대회 참가인원 분석 .....	61
<도표 14> 2000~2002년 국내 미용경기대회 경기종목 분석 .....	62
<도표 15> 2000~2002년 국내 헤어쇼 주최자별 특징 분석 .....	66
<도표 16> 2000~2002년 국내 헤어쇼 참가인원 분석 .....	66
<도표 17> 관람객의 헤어쇼 개최정보 인지 경로 .....	90
<도표 18> 관람객의 헤어쇼 티켓 취득 방법 .....	91

# 그림 목 차

<그림 1> 미용경기대회 장면과 심사 장면 .....	15
<그림 2> 헤어쇼에서 모델의 워킹과 헤어디자이너의 시연 .....	19
<그림 3> 미용박람회장 부스 모습 .....	22
<그림 4> 미용박람회장의 미용제품 부스 .....	22
<그림 5> 미용박람회장의 미용기기 성능 체험 부스 .....	23

# I. 서론

## 1.1. 문제의 제기

오늘날 우리 생활과 밀접한 실용예술 분야의 발전은 빠르게 진행되고 있다. 패션 디자인 등 실용예술 분야는 해당 분야에서 산업 발전의 견인차 역할을 하며 학문적으로 연구대상이 되고 있다.

패션 분야만 하더라도 대규모 이벤트인 서울컬렉션을 비롯해 수많은 패션 쇼가 열리고 있으며, 실용예술로 인정받으면서 관련 섬유산업은 우리나라 중요 수출품목 중에 하나로 자리잡고 있다.

넓은 의미에서 패션의 한 부분인 미용 분야도 실용예술로 발돋움하는 과정에 있으며 80여개 대학에서 관련 학과가 개설되어 학문적으로 연구되고 있다.

한국통계연감에 따르면 국내 미용실 수는 지난 1961년 7천6백여 개에서 2000년 8만1천여 개로 늘어났다. 미용업계에 종사자 또한 70여만명으로 추산되고 있는 가운데 미용사가 45만명, 미용제품 제조업 종사자, 유통업 종사자, 미용관련 단체종사자 등이 25만명으로 추산되고 있다.<sup>1)</sup>

우리나라는 인구 4천7백여만명에 미용실이 8만여 개로 인구 6백명당 미용실이 한개 풀이고 프랑스의 경우 인구 5천여만명에 미용실이 5만여개로 인구 1천여명당 미용실이 한 개 풀로, 우리나라가 인구대비 미용실이 더 많은 실정이다. <부록 표 1, 도표 1 참조>

---

1) 이남길, 『뷰티닥터 Beauty CEO』, 정은문화사, 2002, p.p.23~25

국내 미용산업 발달은 국내 미용이벤트에 대한 수요를 증가시켜왔으며 미용이벤트의 체계적인 연구 필요성이 대두되고 있다.

1990년대 들어 미용계는 각 전문대학에 미용과나 피부미용과가 신설되고 일부대학에서 개설한 최고 경영자 과정까지, 질적 양적 팽창을 거듭하고 있다.<sup>2)</sup>

이러한 양적 팽창과 더불어 미용 분야가 실용예술로 인정받기 위해서는 헤어디자이너들의 창작활동을 객관적으로 인정할 수 있는 헤어쇼의 활발한 전개가 중요한 역할을 할 수 있을 것이다. 이미 국내 패션쇼에 관한 실태분석 연구<sup>3)</sup>는 지난 1988년에 있었지만 그동안 미용 분야는 헤어스타일에 대한 연구나 고객만족도, 시대별 헤어스타일의 변천사 등의 연구가 주종을 이뤘고 헤어쇼 등 미용이벤트에 대한 연구는 미개척 분야로 남아있다.

국내 미용산업의 발전은 물론 미용 분야가 실용예술로 인정받기 위해서도 국내 헤어쇼와 미용경기대회로 대표되는 미용이벤트에 관한 연구의 필요성이 제기되고 있는 것이다.

---

2) 김삼진, 『미용실 경영 따라잡기』, 헤어월드, 2002, p.p248~251.

3) 한정미, 「국내패션쇼에 관한 실태분석 연구」, 숙명여자대학교 대학원 석사학위 논문, 1988.

## 1.2. 연구의 목적과 의의

국내 이벤트사에서 1986년 아시안게임과 1988년 서울올림픽은 국내 이벤트 발전에 커다란 획을 긋는 대규모 이벤트로 기록되고 있다. 마찬가지로 국내에서 미용이벤트의 중요성을 일깨워 준 것은 지난 1998년 헤어월드 서울대회<sup>4)</sup> 개최를 꼽을 수 있다. 그 이전에도 다양한 미용이벤트가 꾸준히 개최되고 있었지만 헤어월드 서울대회가 국내 미용인들에게 국제적인 대규모 미용이벤트가 가능하다는 것과 수준 높은 헤어쇼와 경기대회를 경험하게 해주었다.

이후 미용이벤트에 대한 관심이 고조 되었으며 현재 미용이벤트 분야는 미용관련 메이커들의 신제품 출시나 브랜드 이미지 제고를 위해 개최하는 헤어쇼와 미용 프랜차이즈 브랜드의 트렌드 발표회, 유명 디자이너의 헤어쇼, 대한미용사회중앙회<sup>5)</sup>가 개최하는 미용의 날 행사, 미용사회중앙회 산하 각 지

---

4) 대한미용사회중앙회는 지난 98년 '헤어월드 98대회'를 유치해 서울 올림픽공원 제 1~3체육관에서 대회를 개최했다. 우리나라에서 열린 27회 헤어월드 대회에는 프랑스 등 이·미용 선진국을 포함, 모두 40여개국에서 3만여명의 헤어드레서가 참가했다. 헤어월드대회는 47년 국제 이·미용협회(CIC)와 국제 이·미용예술기구(OAI) 공동 주최로 프랑스 파리에서 처음 개최된 이래 2년마다 각 나라를 돌며 열리고 있으며, 아시아에서는 92년 일본에 이어 우리나라가 두 번째로 대회를 유치했다. 헤어월드 개최로 한국은 세계 미용계에서 이·미용기술이 세계수준에 도달했다는 평가를 받았다. 대회의 하이라이트는 단연 '월드챔피언십'으로 불리는 이·미용대회의 기술경연이며, 각 나라에서 여성부문 남성부문 각 3명의 국가대표들이 출전해 '글로벌 헤어드레서'를 놓고 경쟁한다. 헤어월드 대회기간 중에는 각종 헤어쇼가 열리며 서울대회의 경우도 헤어용품 화장품 향수 네일 케어제품 등을 생산하는 국내외 1백개 업체의 7백여개 부스가 마련돼 미용관련 제품의 현주소를 보여주었다.

5) 대한미용사회중앙회는 지난 1945년에 미용인들이 결성한 단체로 현재는 보건복지부 산하 사단법인으로 전국에 2백60여개의 지회지부를 갖춘 미용인들의 권익을 보호하기 위해 활동하는 단체이다. 1961년 5월10일 대한미용사연합회 법인체 설립, 1961년 7월 대한미용사연합회 해체 후 대한환경위생협회 미용분과위원회로 편입되었다. 이어 1980년 사단법인 대한미용사회 창립, 1982년 10월28일

회가 개최하는 각 도지사배·시장배 미용경기대회, 전국의 60여개 대학에서 개최하는 졸업작품발표회 등 크고 작은 다수의 미용관련 이벤트가 국내에서 활발하게 열리고 있다.

미용이벤트 중 헤어쇼와 미용경기대회에 대한 연구는 미용 분야가 실용예술로 인정받고 미용산업 발전에 크게 기여할 수 있다는 점에서 연구의 목적이 있는 것이다.

본 연구를 통해서 첫째 1991년부터 2002년까지 국내 미용이벤트가 발전해 온 과정과 실태를 조사하고자 한다. 둘째 이러한 조사를 바탕으로 국내 미용이벤트의 발전방향에 대해서 제언하고자 한다. 셋째 헤어디자이너의 창작활동을 고취시키는 헤어쇼에 대해서 헤어쇼 3대 주체인 헤어디자이너, 헤어쇼 대행사, 헤어쇼 관람객을 대상으로 실시하는 설문조사를 실시해 국내 헤어쇼의 문제점을 짚어보고 국내 헤어쇼가 나아가야 할 발전 방향을 모색하고자 한다.

---

사단법인 대한이미용사회가 해산되고 대한미용사회 중앙회로 창립돼 오늘에 이르고 있다.

## II. 이론적 배경

### 2.1. 이벤트의 개념

이벤트의 어원은 라틴어 e(out 밖으로)와 venire(to come 오다)라는 뜻을 가진 evenire의 파생어인 eventus에 어원을 두고 있다. 이벤트의 사전적 의미를 살펴보면 사건, 소동, 시합, 큰 경기 등을 뜻한다. 여기서 사건이라 함은 나쁜 의미의 사건이 아니다. 즉 이벤트는 발생하는 어떤 좋은 일로써 예를 들자면 생일, 결혼식, 시상식, 선발대회, 스포츠 경기 등을 의미한다. 이벤트는 천재지변이나 살인, 범죄, 교통사고 등 우연히 일어나거나 어떤 부정적인 사유로 인해 발생하는 사건과는 의미가 다르다.<sup>6)</sup> 이벤트란 용어 자체가 서구에서는 엔터테인먼트(entertainment 연회, 오락, 여흥), 퍼포먼스(performance 연기, 연주, 흥행), 패션쇼(fashion show) 콘서트(concert 연주회) 콘테스트(contest 경연회), 스포츠 이벤트(sports event) 등 단위 이벤트의 호칭으로 사용되고 있다. 마케팅적 관점에서는 이러한 단위 이벤트를 이벤트보다는 판매 촉진, 프로모션, 프리미엄 행사라고 지칭하는 경우가 많다. 이벤트란 용어사용이 일반화된 곳은 일본이라고 할 수 있는데 일본은 1964년 도쿄 올림픽과 1970년 오사카 박람회를 계기로 이벤트가 국가나 지역사회 발전에 무엇보다 중요한 사업임을 인식하고 발전시켰다.<sup>7)</sup>

6) 최재완, 『이벤트의 이론과 실제』, 커뮤니케이션북스, 2001, p.29.

7) 조달호, 『창조적 이벤트 전략』, 한국 이벤트 개발론, 1994, p.p.27~28.

이벤트 기획의 3요소로는 주최자와 프로그램, 표적 대상으로 나눌 수 있다.<sup>8)</sup> 이벤트 주최자는 실시목적과 목표를 파악하며, 주최자를 둘러싸고 있는 시장환경에 대한 상황 분석이 요구된다. 이벤트의 주최자가 누구냐에 따라서 이벤트의 성격과 내용이 확연히 달라질 수 있다. 이 경우 이벤트의 목적이란 목표를 달성하기 위해 이벤트가 해결해야 할 과제를 말하며, 목표란 이벤트 실시를 통해 달성 가능한 구체적인 영역을 말한다. 이벤트 프로그램은 고객이나 관객에게 감동을 주고 흥미를 끌며 공감할 수 있는 강렬하면서도 독창적인 내용이 연출되어야 한다. 주최자가 의도하고자 하는 중점 사항이 커뮤니케이션 수단을 통해서 원활히 전달될 수 있도록 컨셉과 전개방법을 설정해야 한다.

이벤트를 광의로 해석하면 기간 장소 대상을 제한하고 공통의 목적으로 이끄는 의도를 가진 일체의 행사를 의미하며 선거 데모 등의 정치관련 행사나 종교의식 등은 제외한다. 일본 이벤트 프로듀서 협회는 이벤트를 뚜렷한 목적을 가지고 일정한 기간동안 특정한 장소에서 대상이 되는 사람들에게 각각 개별적이고 직접적으로 자극을 체험시키는 미디어<sup>9)</sup>라고 정의하고 있다.

이벤트의 특성을 살펴보면 쌍방향성, 현장성, 일과성, 종합예술성, 사회문화성 등의 특징을 갖고 있다.<sup>10)</sup>

## 1) 쌍방향성

---

8) 김희진, 「IMC 시대의 이벤트 기획론」, 커뮤니케이션북스, 2001, p.p.211~213.

9) 조명환·장희정 공저, 「이벤트·컨벤션 관리론」, 형설출판사, 2002, p.p.12~13.

10) 최재완, 앞의 책, 2001, p.p.39~46.

현대는 정보가 흘러넘치는 사회이다. 누구든지 매일 각종 정보 소스로부터 수없이 많은 정보를 제때 얻지 못하면 어느새 조직이나 집단에서 도태되어 버리는 경우가 많다. 대중들은 정보를 얻는데 주로 매스미디어에 의존한다. 신문이나 텔레비전을 통해 지구 반대편에서 일어난 일도 거의 동시에 알 수 있고 주변에서 일어난 일도 거의 빠짐없이 전해 듣지만 매스미디어는 정보수용자인 대중들에게 정보를 일방적으로 전달하기 때문에 보내는 메시지가 균등화되어 있고 적절히 보편화되어 있다.

수용자들의 취향과 개성이 다양한 현대 사회에 적합한 미디어는 매스미디어와 같은 일방통행적인 채널이 아니라 쌍방향 채널의 미디어이다. 공업을 중심으로 하던 산업사회만 하더라도 효율적이면서도 균등화한 정보를 전달해주는 매스미디어가 기능과 효과 측면에서 적합한 미디어였다. 그러나 변화와 다양성 속도가 요구되는 후기 산업 사회에서는 정보가 대량으로 유통되는 것은 말할 것도 없고 수용자의 욕구가 보다 충실히 충족되는 미디어가 요구된다. 수용자들은 그들의 의견이 전혀 반영되지 않은 채 매스미디어가 일방적으로 보내주는 정보에 이미 식상해 있다. 이런 문제를 해결한 수단이 이벤트와 뉴미디어다. 이 두 가지 수단은 정보 유통에 쌍방향성을 유지하는 공통점을 갖고 있다. 이벤트는 특정한 장소 즉 현장을 통해서 쌍방향성을 유지하는 것이 특징이다.

완벽한 형태의 쌍방향성 미디어인 이벤트에서 참가자들은 서로 현장에서 개별적인 차원의 정보를 유통시킬 수 있는 커뮤니케이션을 진행할 수 있다. 이벤트를 퍼스널 커뮤니케이션 미디어(personal communication media)라고 말하고 이벤트에 참가한 사람은 특별히 의식적으로 행동하지 않고 그냥 참석하는 것만으로 쌍방향 커뮤니케이션의 당사자가 된다.

## 2) 현장성(Live)

쌍방향성을 가능하게 하는 미디어가 이벤트와 뉴미디어이지만 이들 양자간에는 뚜렷한 차이점이 있다. 이벤트가 갖는 현장성(live)이다. 이벤트는 반드시 특정한 장소에서 특정 시간에 참가자 모두가 함께 공감하고 느끼고 메시지를 공유하는 특성이 전제되지 않고서는 성립될 수 없다. 현장성은 이벤트가 가진 가장 큰 특성 중의 하나이다. 이벤트의 현장성은 수용자들이 현장에서 직접 정보를 받고 그것에 반응하기를 원하는 기대를 거의 완벽히 충족시켜 줄 수 있어야 한다. 현장에서 직접 보고 만지고 느끼고 먹어보고 마셔보고 대화하다 보면 자연스럽게 반응을 일으켜 행동이 유발된다. 그래서 즐거움을 느끼고 때로는 놀라움을 느끼고 행복감이나 만족감 등을 현장에서 즉각 느끼게 된다.

## 3) 일과성(一過性)

이벤트는 그 자체가 현장 커뮤니케이션의 수단이긴 하지만 수용자가 원한다고 항상 접할 수 있는 것은 아니다. 오히려 시간적인 측면에서 보면 이벤트는 상당히 제한된 미디어이다. 이벤트는 개최기간이 한정되어 있으며, 개최 날짜도 계절적 사회적 상황적 환경적 요인 등에 의해 제한받는다. 이벤트가 상시 열리는 행사가 아니고 특정한 기간에만 열리는 일과성 행사이기 때문이다.

수용자가 이벤트와 접촉할 수 있는 시간이 제한되어 있으므로 메시지 수용에 시간적 공간적으로 제한 받는다. 현장에서 같이 감동을 느끼고 살아 있는

메시지를 받아들이는 장점을 가진 이벤트는 이같이 시간적 제한이라는 단점도 가지고 있다. 그러나 이벤트는 시간적 제한에도 불구하고 항상 이벤트 제공자와 이벤트 수용자간의 커뮤니케이션이 이루어져야 한다.

#### 4) 종합예술성

이벤트의 하나인 헤어쇼만 하더라도 단순히 헤어모델의 워킹만 있는 것이 아니다. 헤어모델 각자에게 헤어작품과 조화를 이루는 의상이 준비돼야 하고, 헤어 작품을 돋보이게 할 수 있는 메이크업이 필요하다. 헤어쇼 연출자는 또 헤어쇼 성격과 관람객 특성을 고려한 무대디자인 장치를 해야 한다. 헤어쇼가 진행되기 전과 헤어쇼 진행시 모델의 워킹을 연출할 수 있는 배경음악과 조명의 준비는 헤어쇼 이벤트가 다양한 분야의 협력을 이끌어내야 한다는 사실을 알 수 있다. 이벤트는 이벤트 주최자가 이벤트 성격과 장소 관람객 특징 등을 감안해 동원할 수 있는 것들을 총동원해 이벤트 참가자들이 오감을 통해 느낄 수 있도록 하는 종합예술이기 때문이다.

#### 5) 사회성·문화성

이벤트 효과는 현장에 국한되지 않는다. 이벤트에 왔던 참가자들은 참가 후 이벤트에 대한 평가나 소감을 주위사람들에게 말한다. 이같은 구전(口傳) 효과는 이벤트의 사회성과 동시에 문화성을 높여준다. 이벤트는 구전에 의해서만 사회성이 제고되는 것이 아니고 이벤트 주최자 자신의 이미지 제고를 위하든 아니면 판매 촉진을 위해서 이벤트를 대외적으로 홍보한다. 이로 인해

많은 사람들이 이벤트를 알게 되고 이벤트 내용에 관심을 갖게 되는데 이럴 때 그 이벤트는 사회적 문화적으로 가치를 더하게 된다.

## 2.2. 미용이벤트의 특징

미용(美容)이라 함은 모발 및 두피관리, 헤어디자인, 피부미용, 메이크업 및 분장, 네일아트 등 신체의 일부를 아름답게 매만지는 일로 과학적이고 계획적인 토대 위에 기술적인 기능과 미적인 만족을 동시에 추구하는 실용예술이라고 할 수 있다. 이러한 미용의 개념은 용모를 아름답게 가꾸는 것으로 발전되어 현대에 이르러서는 아름다워지고자 하는 단순한 욕구와 개개인의 독특한 개성 뿐만 아니라 지쳐있는 심신의 상태를 개선시키고 호전시키는 'Care'나 'Therapy'의 개념으로까지 확대되고 있다.<sup>11)</sup>

미용이벤트는 일반적인 이벤트와 어떻게 다르고 어떤 특징을 갖고 있는지를 알기 위해서 미용이벤트에 대한 범위와 특징을 살펴보고자 한다.

포괄적 개념에서 미용이벤트는 다양한 형태로 나타날 수 있다. 본 논문에서 다루고자 하는 경기대회, 헤어쇼, 미용박람회, 졸업작품전 이외에도 미용관련 업체들이 만들어낸 미용기기나 제품의 프로모션이 있을 수도 있고, 각 미용실에서 매출증대를 위해 실시하는 판매촉진 이벤트도 있을 것이다.

패션쇼나 헤어쇼, 전시회, 비즈니스쇼, 물산전(物産展), 상품전 등은 주로 기업의 참가에 의해 실시되는 SP형 이벤트로 분류되는데 실시 목적이 상품에 대한 이해 촉진과 구매유도, 현장에서의 구매계약 체결, 구매상담 촉진 및 유도 등이 주요한 사항으로 꼽힌다.<sup>12)</sup>

이벤트를 진행하기에 앞서 컨셉과 테마를 설정하게 되는데 컨셉이란 사

11) 이효숙, 「미의식에 의해 반영된 동·서양 미용행위의 비교고찰」, 국제미용교육포럼학회지 발표논문, 2003, p.82.

12) 김희진, 앞의 책, 2001, p.p.298~300.

전적 의미의 개념으로 널리 사용되고 있으며, 눈에 띄게 강조되는 점 또는 경쟁회사와 비교하여 차별화될 수 있는 메시지 전략의 기본과 핵심 방향을 의미한다. 주최자 측이 이벤트를 통해 의도한 것을 전달하고자 하는 행사의 핵심적인 주제, 기본 방향을 통해 나타나는 이미지 등을 가리키고 있다. 테마란 컨셉과는 반대로 표적 대상의 입장에서 볼 때 의미있고 매력적으로 느낄 수 있는 이벤트의 핵심사항과 메시지를 집약시킨 것을 의미한다. 표적대상 즉 관람객이나 고객인 이벤트의 참가자는 이벤트의 외관적인 다양성 또는 아이디어를 보고 오는 것이 아니라 컨셉과 테마를 보고 이벤트에 참가하게 된다.

### 1) 미용경기대회

미용경기대회는 보통 국제적인 기준과 각 대회마다 규정을 달리 하는데 살롱커트, 테크니컬 컨슈머, 헤어바이나이트, 쉬농 온 헤어 등으로 종목을 나누어 경기가 펼쳐진다. OMC(Organisation Mondiale de le Coiffure 세계 이·미용협회)<sup>13)</sup> 체제 이후로 국제 경기 종목과 평가 방법들이 약간씩 변경되면서 발전하고 있는 상황이다. OMC 회원국의 경우에는 대부분의 국가들이 국내경기라 할지라도 국제 경기규정에 맞추어서 국내 경기를 실시하고 있다.

테크니컬 컨슈머(Technical Consumer)<sup>14)</sup>는 테크니컬 컨슈머 데이 스타

---

13) 프랑스 파리에 본부를 두고 있는 세계 이미용협회는 미용관련 국제적인 단체로 인정받고 있다. 회원이 전 세계 49개국 국가를 대표하는 미용단체로 구성되어 있으며 2년마다 국가대항전 성격을 띠는 헤어월드대회 개최를 결정한다.  
[www.omcweb.org](http://www.omcweb.org)

일을 연출하는 것으로 모델의 헤어는 반드시 경기장 입장 전에 물로 적시고 뒤로 빗어 넘긴 상태로 입장한다. 만일 규정을 지키지 않을 경우 예비심사에서 벌점을 받고 감시위원이 지시하면 모발에 물을 다시 적신다.

헤어 바이 나이트(Hair by Night) 경기<sup>15)</sup>는 우아한 이브닝 헤어스타일을 만드는 것이다.

시농 은 롱 헤어(Chignon on Long Hair)<sup>16)</sup>의 시농(Chignon)은 뒷머리에 땀아 붙인 쪽을 뜻하는데 모델들은 경기장에 헤어를 백으로 브러시한

---

14) 경기 때 모든 제품과 스타일링 도구의 사용이 가능하며 헤어 컬러의 선택은 자유이지만 반드시 상업적 컬러 범위 이내로 제한되며 네온컬러는 금지된다. 메이크업과 액세서리는 품위 있는 것으로 한다. 테크니컬 컨슈머의 경기시간은 대개 18분이다.

15) 모델은 테크니컬 컨슈머 헤어스타일을 변화하지 않고 경기장으로 입장한다. 선수들은 경기시작 전에 모델의 헤어를 백으로 빗어준다. 감시위원은 이 규정의 준수 여부를 확인한다. 선수들은 적시고, 모양을 만들고, 블로우 드라이나 스타일을 할 수 있다. 헤어피스는 반드시 모델의 헤어와 조화를 이루도록 한다. 완전 가발은 금지된다. 헤어피스, 리본 등등의 헤어스타일에 붙이는 모든 재료들은 반드시 테이블 위에 따로 놓아둔다. 헤어피스는 미리 완성하거나 손질하지 않은 상태인 세트(롤러, 클립, 핀)로 경기장에 가져온다. 하지만, 모델의 머리에 단순하게 붙어있는 1개의 피스는 허용된다. 이들 규정의 준수는 감시위원에 의해 확인된다. 최소 1개의 헤어피스는 사용해야 하며, 최대 3개까지 사용할 수 있다. 하지만 일단 작품이 완성되면, 헤어피스가 머리 표면의 40% 이상을 덮어서는 안된다. 이브닝 헤어스타일로 헤어스타일을 변형하는데 35분이 주어진다. 메이크업과 액세서리는 반드시 품위 있는 것으로 이브닝 파티에 참석할 때 입는 것으로 한다. 품위를 잃은 상스러운 의상이나 지나친 메이크업은 벌점을 받는다.

16) 예술적인 헤어스타일은 금지된다. 패셔너블한 시농 헤어스타일은 토탈 룩으로서 연출한다. 어느 경우에도 헤어는 막히지 않은 열려있는 느낌(오픈 임프레션)을 주도록 한다. 스타일을 완성했을 때 일반 고객들이 선호 할 수 있는 것이어야 한다. 가짜 헤어로 만든 것과 모든 컬러가 허용된다. 메이크업과 액세서리는 반드시 품위있는 것으로 일반적인 것들이 인정된다. 품위 없는 상스러운 것은 벌점을 받는다. 장식은 반드시 헤어스타일과 조화를 이루도록 한다. 헤어나 그와 비슷한 재료로 만든 장식은 금지된다. 규정을 준수하지 않는 선수들은 감시위원에 의해 벌점을 받는다. 경기시간은 30분이다.

상태로 입장한다.

살롱 컷 & 스타일 (Salon Cut & Style)<sup>17)</sup>은 트렌트 컬러를 이용하여 패셔너블하고 매우 내추럴하며 젊은 헤어스타일을 만든다.

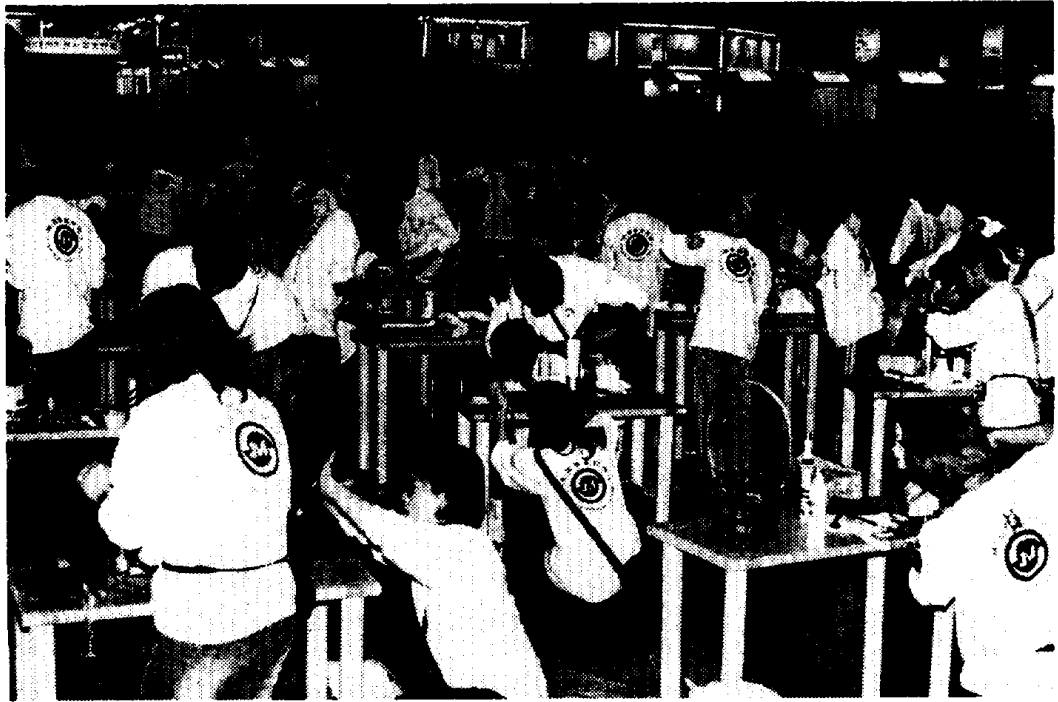
신부메이크업<sup>18)</sup> 종목은 메이크업 유행의 흐름을 응용하여 우아한 신부의 이미지를 최대한 살려내는 경기이다.

---

17) 모델의 특징을 강조해 주도록 헤어스타일을 커트하고, 완성시 헤어스타일은 패션 잡지 표지 작품과 같은 모습이어야 한다. 예술적인 헤어스타일은 금지되며, 모델의 헤어는(학생부의 경우 위그 사용) 반드시 경기장 입장 전에 물로 적시고 백으로 빗어 넘긴 상태로 입장한다. 만일 이 규정을 지키지 않는다면, 감시위원에 의해 3점씩 벌점을 받는다. 감시위원은 필요하면 헤어를 다시 적신다. 심사위원은 선수가 머리의 모든 부분을 4cm 커트했는가를 확인한다. 커트의 완성은 주어진 시간내에 마무리한다. 모든 제품과 헤어컬러는 허용되지만 드라이기 사용은 불가하다. 메이크업과 액세서리는 반드시 품위있는 것으로 한다. 품위를 잃은 상스러운 의상이나 지나친 메이크업은 벌점을 받는다. 경기 시간은 35분이다.

18) 경기장 입장시 헤어스타일은 완성을 하고 입장하며, 모델의 이미지를 최대한 살려주는 웨딩드레스를 입는다. 입장시 기초화장(스킨, 로션)만 가능하며 (위반시 3점 감점) 속눈썹을 사전에 붙이거나 심어오는 것은 허용되지 않는다. 경기시간은 30분이다.

<그림 1> 미용경기 대회 장면과 경기 후 심사 모습



OMC 회원국들은 국제 대회에 호름에 맞추기 위해서 OMC가 제시하는 국제경기대회 규정에 맞추어 경기를 치르는 것이 일반적이다. 경기 시작 전 모델(마네킹의 경우 모발 상태)의 모발 상태를 심사위원들이 검사하고 경기가 시작되면 선수들은 자신이 구상하는 작품을 만들어내기 위해 최선을 다한다. 경기 중간 중간에 심사위원들이 심사하며 경기가 끝나면 표현된 헤어스타일에 대해서 심사위원들이 경기시간과 거의 동일한 시간을 할애해 심사한다. 일반적으로 심사 기준은 창의성, 작품성, 예술성, 테크닉 등의 항목을 나누어 채점한다. 경기에 참가하는 헤어디자이너는 보통 모델을 자신이 확보하며 경기 규정에 맞게 모델의 헤어스타일의 형태를 미리 기준에 맞추어 놓아야 한다. 선수들의 복장은 통일하는 경우도 있고 그렇지 않은 경우도 있지만 경기하는 선수 식별을 위해서 반드시 선수와 모델이 일치하는 번호가 표기된 부착물을 달고 경기에 임하게 된다.

## 2) 헤어쇼

헤어쇼의 경우 기술세미나와 헤어쇼의 구분이 쉽지 않을 때가 있다. 모델과 헤어디자이너가 등장한다는 것에는 별다른 차이점이 없지만 기술세미나의 경우 관람객들에게 헤어디자이너가 작품을 만들어 가는 과정에서 자신이 시술하는 과정을 설명하는 경우가 기술세미나이다. 쇼의 전체시간 대부분이 헤어디자이너의 시술 설명으로 이뤄진다는 점이 미용기술세미나의 특징이다. 미용기술세미나의 경우도 작품이 완성되면 모델이 관객들을 위해 워킹하는 점은 헤어쇼와 같다.

이에 반해 헤어쇼는 모델의 워킹에 전체 쇼 시간의 대부분을 할애하고,

쇼의 중간 중간에 헤어디자이너가 무대에 올라와 직접 모델의 헤어스타일을 시연하는 과정을 보여준다. 일반적으로 헤어디자이너의 시연 시간이 전체 쇼 시간의 1/3~1/5이며, 헤어디자이너가 작품의 특징에 대해 간단히 설명하기도 하지만 대부분 빠른 배경 음악이 흐르는 가운데 멀티화면을 통해 헤어디자이너의 프로페셔널한 손놀림을 클로즈업시킨다.

헤어쇼는 패션쇼와 비교할 때 헤어디자이너가 쇼 중간에 무대에 등장해 직접 시연을 보여준다는 점이 특징이고 헤어쇼가 끝나고 커트 모델의 경우 모발의 형태를 원상회복시켜 줄 수 없기 때문에 모델 확보가 쉽지 않다는 점이 차이점이다. 패션쇼에서는 동일한 모델이 여러 작품을 소화할 수 있지만 헤어쇼에서는 동일한 모델이 여러 작품을 소화하는 것이 쉽지 않다. 특히 커트 모델의 경우 시연과정을 위해서 쇼를 준비하는 무대설치팀은 반드시 대형 멀티비전을 준비해 관람객들이 헤어디자이너의 손놀림을 볼 수 있도록 장치해야 한다. 패션쇼 모델의 경우 패션디자이너가 패션쇼를 위해 준비한 의상을 갈아입고 워킹하는 형태를 띠게 된다.<sup>19)</sup> 헤어쇼도 헤어디자이너 스텝(초보 헤어디자이너), 미용관련 언론종사자, 미용관련 업체 종사자, 소비자 등을 대상으로 준비된 헤어스타일을 완성해 헤어쇼에서 모델의 워킹으로 관람객들에게 보여준다. 그러나 헤어쇼의 경우는 헤어디자이너가 직접 시연하는 과정이 포함되기 때문에 커트모델의 경우 모델 확보가 쉽지 않다. 커트 모델의 경우는 모발을 무대에서 직접 자르거나 무대에 오르기 전에 자르기 때문에 헤어스타일의 원상회복이 불가능하기 때문이다. 패션쇼나 헤어쇼 모델들에게 헤어스타일은 자신이 모델로 활동하는데 중요하고 한번 자른 모발이 원상회복되려면 개인적인 차이는

---

19) 한정미, 앞의 논문, p.3.

있지만 보통 몇 개월이 걸려 커트하기를 꺼리는 경우가 많다.

퍼머 모델이나 컬러링 모델도 모델과 헤어디자이너가 쇼 몇 시간 전에 만나서 준비를 해야 한다. 컬러링과 퍼머를 시술하는데는 적게는 몇 시간이 걸리기도 하며 심지어는 헤어쇼가 열리기 며칠 전에 컬러링과 퍼머를 해야 하는 경우도 있다. 쇼가 끝나고 모델이 원할 경우 퍼머나 컬러링을 원상태로 복구해주고, 손상모발 회복을 위해 모발 크리닉까지 해주어야 하기 때문에 많은 시간과 노력이 필요하다. 이러한 특수성 때문에 패션쇼에 비해 헤어쇼의 모델은 확보하기가 어렵다.

헤어쇼에서 돋보이는 헤어스타일은 모양, 유형, 유행이란 뜻을 가지며 일정한 양식 또는 유행에 따라 디자인하거나 장식품을 만든다는 의미이다. 헤어스타일은 머리의 모양이나 형태를 일정한 양식 또는 그 시대의 유행양식에 따라 디자인하는 것이다. 헤어 스타일링은 헤어의 아름다움을 강조하기 위해 부가하는 형상 또는 행위로 이미 존재하는 모발을 커트나 퍼머먼트, 염색 등의 인공적인 기술을 통해 무엇인가를 가감함으로써 아름답게 하려는 자연스러운 욕구를 표현하는 것이다. 헤어스타일링 기법은 헤어커트로 길이를 조절하거나 모발의 단차와 질감을 표현하는데 있으며, 퍼머먼트로 부피를 조절하여 작은 부피를 웨이브를 넣어 크게 하기도 한다. 염색은 색감의 표현으로 확대 또는 축소시키고 커트선을 명확히 보이도록 형태를 강조시키는 역할을 한다.

헤어커트는 가위나 빗 등의 도구를 이용하여 모발의 양을 조절하고 길이를 정리하거나 단순히 모발의 길이를 자르는데 목적이 있는 것이 아니라 모발의 길이가 얼마만큼 남아 있고 그것으로 무엇을 표현하고자 하느냐에 목적이 있다. 커트를 통한 헤어스타일을 하기 위해서는 간결성, 예술

적인 감성, 상상력과 기술의 조합, 통제력이 요구된다.

<그림 2> 헤어쇼에서 모델의 워킹과 헤어디자이너의 시연 장면



웨이브에 의한 헤어스타일은 퍼머넌트 웨이브라는 일정한 화학적 반응을 거치거나 블로우 드라이를 통해서 일시적이거나 일정기간 동안 직선의 모발을 웨이브로 만들어 변화시키는 것을 의미한다. 웨이브를 통한 스타일의 다양화로 개인의 감성과 질감을 통해 표현하는데 웨이브를 활용하거나 전체 마무리로 정리된다. 웨이브는 선과 움직임, 인상이나 느낌들의 미적인 공감을 기본으로 헤어스타일링의 통합적인 부분을 형성한다.

컬러링에 의한 헤어스타일링이란 모발 염색을 뜻하며, 화학적인 방법에 의한 머리 질감의 표현이라 할 수 있다. 이는 시각적으로 색을 통해 광택, 윤기를 주며 명도의 높낮이에 의해 무게감을 조절하거나 확대, 축소하는 효과를 거둘 수 있다. 컬러링을 통해 커트된 모발의 형태에 색채를 부가함으로써 형태를 강조하는 효과를 준다. 커트에서 볼 수 없었던 질감을 표현할 수 있고 감동의 깊이를 더해줄 수 있다.<sup>20)</sup>

헤어쇼 작품의 헤어디자인의 원리는 조화, 통일, 변화, 균형, 비례, 율동 등을 들 수 있다.<sup>21)</sup>

헤어스타일에서 조화란 두 개 이상의 요소 또는 부분의 상호 관계에 대해서 살펴볼 수 있는데 모델과 헤어스타일의 전체적인 조화가 중요하다. 통일은 헤어스타일 구성원리 중 상위 개념으로 어떠한 헤어디자인에 있어서 한 요소를 반복함으로써 얻어질 수 있으며, 이러한 노력은 모든 요소를 똑같이 만들어 정형화시키기 위한 것이 아니라 디자인에서 전하고자 하는 테마를 명확하고도 효과적으로 전달하기 위한 것이다.

특정한 부분을 집중적으로 강조하는 과정에서 변화가 일어나며, 변화는

---

20) 강선영·강주아, 「비달사순 작품의 이해와 분석에 관한 연구」, 국제미용교육포럼지 발표 논문, 2002, p.p.165~166.

21) 강선영·강주아, 앞의 논문, 2002, p.p. 166~167.

잇달아 일어나는 시간적 요소를 내포한다. 헤어스타일에서 균형은 형태, 질감, 색채, 위치, 방향으로 얻어지는 개념으로 대칭과 비대칭으로 표현된다. 비례는 헤어스타일의 크기와 사용된 색의 양, 공간구조, 형태들, 결, 감촉 등이 있다. 헤어쇼에서 헤어스타일의 중요한 요소가 율동으로 헤어쇼 형식에서 모델의 워킹과 유기적인 관계를 갖는다. 연속적으로 흐르는 선의 운동, 방사상의 팽창, 그리고 서서히 진행되는 변환에 의해서 헤어스타일의 율동이 얻어진다.

### 3) 미용박람회

미용박람회는 화장품박람회처럼 각종 미용기자재와 미용재료 등을 전시하는 컨벤션센터에서 헤어쇼(Hair show), 전시회(Exhibition), 헤어세미나 등이 복합적으로 이뤄진다.

경우에 따라서 헤어쇼와 미용경기대회가 같은 장소에서 열리기도 하지만 순수한 전시회 성격의 행사도 가능하다. 아직까지 국내에서는 미용박람회가 활성화되지 않고 있어 발전가능성이 높은 분야로 평가되고 있다.

미용박람회는 전시회장을 이용해서 개최하는 이벤트로 전시장 내의 배치계획 및 관람객 동선의 설정 등 치밀한 기획이 요구된다. 건축기준법 및 소방법에서 규정하고 있는 피난구와 관람객과 피난구의 거리, 동선의 폭 및 양방향 피난 원칙, 부스의 천정 및 지붕을 설치할 경우 기존 박람회장 자체 건물에 설치해 놓은 화재경보기 및 스프링클러의 조정 및 증설 등 꼼꼼한 점검이 요망된다.

장내 전시공사에 사용되는 재료의 제한(불연재 등) 등이 있을 수 있으

므로 사전에 점검하고 조사해야 한다.22)

<그림 3> 미용박람회장 부스



<그림 4> 미용박람회장의 미용 제품 부스



22) 장영렬·이시혁 공저, 『이벤트 계획 실무론』, 사민서각, 2001, p.p.147~148.

<그림 5> 미용박람회장의 미용기기 성능 체험 부스



#### 4) 졸업작품전

지난 91년 영동대학과 동주대학에 미용관련학과가 처음 만들어진 이후 미용관련 학과는 폭발적으로 늘어나고 있다. 2002년 현재 70여개의 전문대학의 미용관련학과에서 한 해 8천여명의 졸업생들을 배출하고 있다.

<부록 표 2,3,4, 참조>

미용 전문대학은 물론 4년제 대학, 대학원 과정, 사회교육기관들중 많은 학교들이 '졸업작품전'이라는 이름으로 졸업시즌에 미용이벤트를 개최하고 있다. 이들 졸업작품전의 헤어쇼 수준은 천차만별이지만 다양한 형태의 헤어쇼가 펼쳐진다는 점에 의의를 둘 수 있다.

# III. 국내 미용이벤트의 실태

## 3.1 연구범위와 방법

본 연구에서는 미용이벤트를 연구하기 위해 이벤트의 기본적인 개념을 정리하고 미용이벤트의 특징을 미용경기대회, 헤어쇼, 졸업작품전으로 나누어 살펴보았다. 미용이벤트의 실태분석을 위해 미용관련 언론매체에 의해 미용이벤트가 본격적으로 다뤄지기 시작한 1991년부터 2002년까지 국내에서 개최됐던 미용이벤트를 조사·정리 분석을 시도했다.

국내의 미용이벤트 실태를 조사하기 위해 1983년에 창간돼 1991년부터 월간으로 발행되고 있는 미용전문잡지인 월간 <미용회보>와 1992년에 창간된 화장품미용전문신문인 <화장품신문> 등에 나타난 미용이벤트를 조사 분석했다.

이들 매체에 나타난 미용이벤트를 3년 단위로 1991~1993년, 1994~1996년, 1997~1999년, 2000~2000년으로 4단계에 걸쳐서 유형별로 정리 분석하고 경기대회와 헤어쇼의 경우 개최자, 행사명, 개최장소, 경기종목 등의 항목을 분석하여 미용이벤트 특성과 실태를 규명했다. 졸업작품전에 대해서도 2개 매체에 반영된 행사를 정리 분석함으로써 미용관련 교육기관의 증가에 따른 졸업작품전의 증가를 살펴보았다.

미용이벤트 중 헤어쇼에 대해서는 12년 동안 개최됐던 헤어쇼를 정리 분석하는데서 나아가 설문조사를 실시했다. 헤어쇼를 개최하는 주체들인 헤어쇼대

행업체, 직접 헤어쇼 무대에 오르는 헤어디자이너, 헤어쇼 수용자인 관람객에 대한 설문조사를 실시했다. 대행업체에 대해서는 헤어쇼 대행을 전문으로 하는 3개사를 선택해 대행업체 대표자의 인터뷰 설문조사와 대행업체 종사자들을 대상으로 설문조사를 실시했다. 헤어쇼 출연 경험이 다양한 헤어디자이너와 헤어쇼를 관람하는 미용실에 근무하는 원장이나 디자이너, 미용관련 학과 학생, 미용관련 언론종사자, 미용관련 업체 및 유통업자 등을 대상으로 설문조사를 실시했다. 이러한 설문조사를 바탕으로 국내 헤어쇼에서 나타난 문제점을 대행업체, 헤어디자이너 관람객 측면에서 분석을 시도했다. 결론 부문에서는 1991년부터 2002년까지 실태분석한 미용경기대회와 헤어쇼에 대한 분석을 통해 발전방향을 제언하고자 했으며, 헤어쇼 구성 주체들을 대상으로 하는 설문조사를 통해 국내 헤어쇼의 문제점을 분석하고 국내 헤어쇼가 나아가야 할 발전 방향에 대해서 제언하고자 했다.

## 3.2 조사대상의 선정

국내 미용이벤트의 실태를 조사하기 위해 화장품신문<sup>23)</sup>과 미용회보<sup>24)</sup>를 중심으로 1991~2002년 동안 개최됐던 미용이벤트를 정리했다. 이같은 기준은 미용회보가 1991년부터 격월간에서 월간 발행으로 바뀌어 미용이벤트에 대한 정보량이 대폭 늘었으며, 1992년 창간된 화장품신문에서 화장품과 미용관련 기사를 제공하기 시작했기 때문이다.

미용계에는 다른 잡지와 신문이 20여종 발행되고 있으나 창간 시점이 조사대상인 1991년 시점보다 훨씬 후자인 경우가 많은 점이 고려됐다. 월간지로는 미용회보가 가장 오랫동안 발행되고 있어 2개 매체에 나타난 미용이벤트를 조사 대상으로 삼았다.

분류 대상의 미용이벤트를 선정하는데 있어서 우리나라 미용인들이 일부 참가했다하더라도 국외에서 열린 미용이벤트는 제외했으며, 국내에서 열린 미용이벤트 중에서 교육적 성격이 강한 기술세미나 등도 제외시켰다. 연도별 미용이벤트 현황을 분석함에 있어서도 조사대상의 매체가 주

---

23) 화장품신문은 지난 92년 9월7일 창간된 국내 최초 화장품미용전문 주간신문이다. 화장품 미용관련 뉴스를 다루는 전문신문으로 타블로이드 판형에 전면 컬러신문으로 창간 당시부터 40페이지에서 80페이지를 매주 발행하고 있다.

24) 1983년 7월(7월31일자)호로 창간된 미용회보는 대한미용사협회의 월간 협회보이다. 현재는 창간 20주년을 맞았으며, 창간당시 배판(182mm x 257mm) 판형에 90년도까지 격월간으로 발행됐으며, 91년 3월호부터 월간 발행되고 있다. 미용협회와 관련된 뉴스, 주로 미용관련업체들의 뉴스, 미용계 이벤트 행사, 해외 헤어트렌드 등 다양한 내용이 게재되고 있는데 창간당시부터 기사 분량이 80여 페이지에서 1백50여페이지로 운영되고 있다. 창간 이후 줄곧 고수해오던 배판을 1997년 국배판으로 판형을 변경했으며, 이때부터 부분컬러 발행에서 전면컬러 발행으로 전환했다.

간신문과 월간지라는 특성을 감안해 보도 시점보다는 행사 개최 순으로 정리 분석했다. 1991년부터 2002년까지 미용회보와 화장품신문에 나타난 미용이벤트를 3년 단위로 묶어서 4단계로 정리 분석하여 각 단계별로 미용이벤트가 어떠한 변화 과정을 밟았는지 살펴보고자 한다.

### 3.3 국내 미용이벤트의 연도별 현황

#### 1) 1991~1993년 국내 미용이벤트

표 1에서 나타나듯이 1991~1993년 사이에 31개의 미용경기대회가 개최됐다. 31개의 미용경기대회는 1991년도에 8회, 1992년도에 9회, 1993년도에 14회 등 매년 증가했다.

<표 1> 1991~1993년 국내 미용경기대회 현황

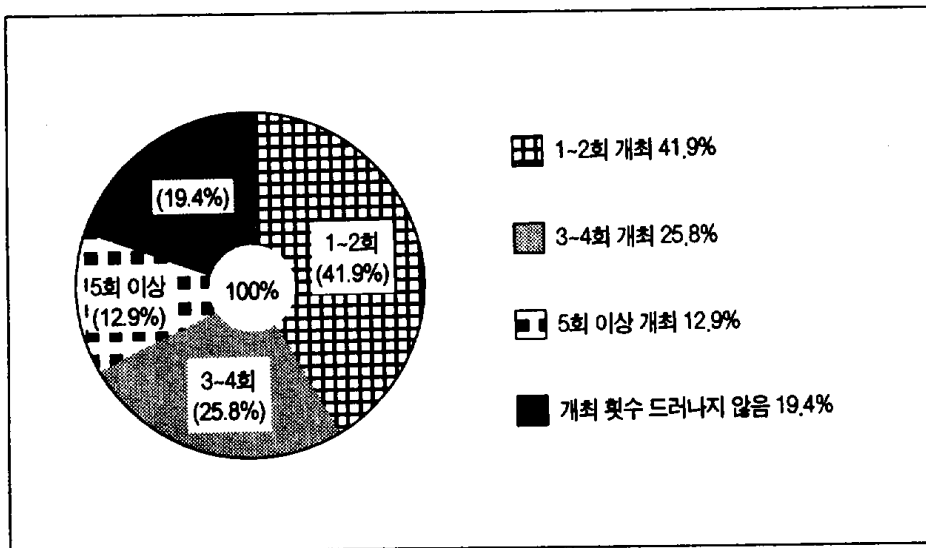
날짜	주최자	대회명	장소	참석인원	경기종목 (선수인원)
91.10. 17	구미시지부	1회 구미시장배 미용경연대회	상공회의소 대강당	4백50 여명	5종목
91.10. 22	부천시 남구중구지부	2회 부천시장배 미용경연대회	부천시민회관	1천여 명	4종목
91.10. 29	서울시 도봉구지회	제1회 중앙회장배 미용경연대회	올림픽아 호텔	1천1백 여명	4종목(42명)
91. 11. 5	대한미용사회 중앙회	제5회 아시아미용 기술 선수권대회	KBS 88체육관	3천 여명	4종목
91.11. 13	성북구지회	제1회 중앙회장배 미용경연대회	성북구민회관	8백여 명	5종목
91.11. 27	대전시협의회	제3회 대전시장배 미용경연대회	동아공고 체육관	7백여 명	8종목
91.12. 3	울산시지회	제2회 울산시장배 미용경연대회	KBS 울산홀		5종목
91.12. 11	대구시협의회	제5회 대구시장배 미용경연대회	금호호텔	1천여 명	6종목
92. 2. 26	경기도지회	제3회 경기도지사배	안양문화 예술회관	2천여 명	6종목 (1백52명)
92. 3. 4	서울시협의회	제1회 서울시장배 미용경연대회	하얏트호텔	1천5백 여명	4종목(97명)
92. 8. 25	광주시협의회	제4회 광주시장배 미용경연대회	광주 YMCA강당	6백여 명	6종목(57명)

92. 9. 5	전남동부지회	제3회 미용의 날	순천시 팔마체육관	1천3백 여명	3종목(41명)
92.10. 20	고양시지부	제1회 고양시장배 미용경연대회			4종목
92.10. 27	ICD 한국지부	제4회 미용대회	서울 팔레스호텔	4백명	6종목(87명)
92. 11. 5	안산시지부	제1회 안산시장배	올림픽기념관		5종목
92.11. 17	대구시협의회	제6회 대구시장배 미용경기대회	금호호텔	1천명	6종목 (1백16명)
92.11. 23		제4회 KBA컵 미용대회	대전리베라호텔	2백명	5종목(76명)
92. 12. 8	대한미용사회 중앙회	'93 IBS 뉴욕 파견선수선발	대전충무체육관	3천5백 명	6종목 (1백80명)
93. 3. 8	인천남동구지회	제2회 중앙회장배 미용대회	송도비치호텔	4백명	6종목(46명)
93. 3. 23	경기도지회	제4회 경기도지사배 회	경기도 문화예술회관	2천명	7종목
93. 5. 23	국제미용기술교류 한국디자인연맹	도쿄 야마노대회 출전선수선발대회	63빌딩 국제회의장	5백명	
93. 5. 31	서울강동구지회	제3회 중앙회장배 미용경연대회	위커힐 호텔	7백명	6종목(45명)
93. 5. 12	충주시지부	제1회 충주시장배 미용대회	충주문화회관	8백명	4종목(43명)
93. 7. 21	광주시협의회	제5회 광주시장배 미용경연대회	YMCA 강당	6백명	6종목(66명)
93. 7. 7	강원도지회	제2회 미용기술경연대회	춘천시립 문화회관	7백명	4종목(59명)
93.10. 13	전남동부지회	제2회 중앙회장배 미용경연대회	순천팔마체육관	1천2백 명	4종목
93.10. 20	서울동대문구지회	중앙회장배 미용경연대회	올림픽아호텔	7백명	5종목(69명)
93.10. 25	한국학원총연합회	제3회교육부장관 배 미용경연대회	광주염주체육관	9백명	(3백54명)
93.11. 15	충북도지회	충북도지사배 미용기술경연대회	충북문화 예술회관	1천명	4종목
93.11. 23	대한미용사회 중앙회	'94 IBS 파견 한국선수선발대회'	수원종합운동장 실내체육관	2천명	6종목 (1백45명)
93. 12. 5	그레이스 커팅클럽	제2회 그레이스 커트대회	역삼동 반도 아카데미호텔	2백명	

31개 미용경기대회의 역사를 알 수 있는 개최횟수를 살펴보면 1~2회 개최대회가 13개 대회로 41.9%를 차지하고 있으며, 3~4회 개최횟수가 25.8%, 5회 이상인 대회는 4개에 불과해 12.9%에 지나지 않았다. 개최횟수가 드러나지 않은 경우가 19.4%였다. 즉 이 시기는 미용이벤트가 시작되는 초창기였음을 알 수 있다.

주최자의 특성을 살펴보면 대한미용사회 지회지부 산하 조직에서 개최한 경기대회가 18회로 전체의 58.1%로 압도적으로 많은 점을 꼽을 수 있다.

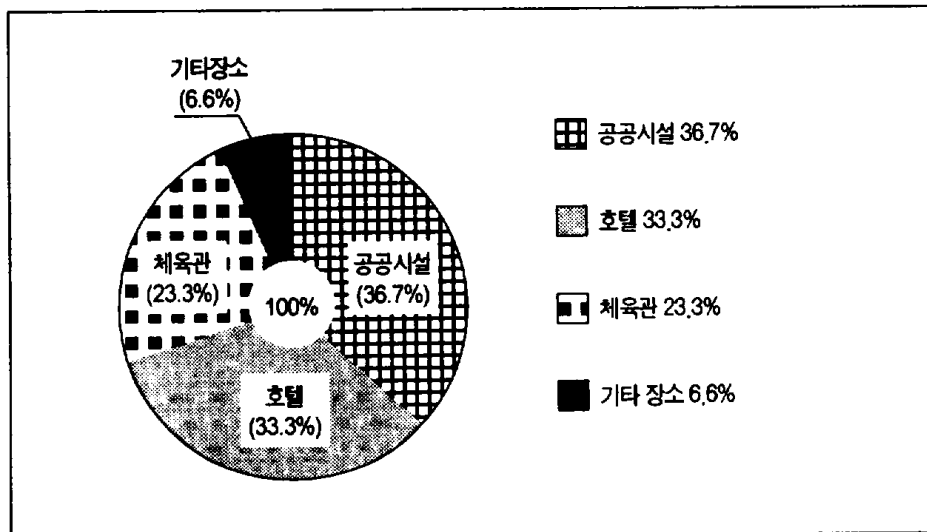
<도표 1> 1991~1993년 국내미용경기대회 연륜 분석



전체 31개 경개대회 중 해외대회 출전 선수 선발대회가 4회(12.9%)로 미용경기대회가 대한미용사회 지회지부가 개최하는 대회, 전국 단위 미용대회가 8개 대회(22.8%) 중 대한미용사회 주최(3개 대회, 9.7%)에서 나아가 국가대표들이 참가하는 세계대회 참가로 확대되고 있음을 보여준다.

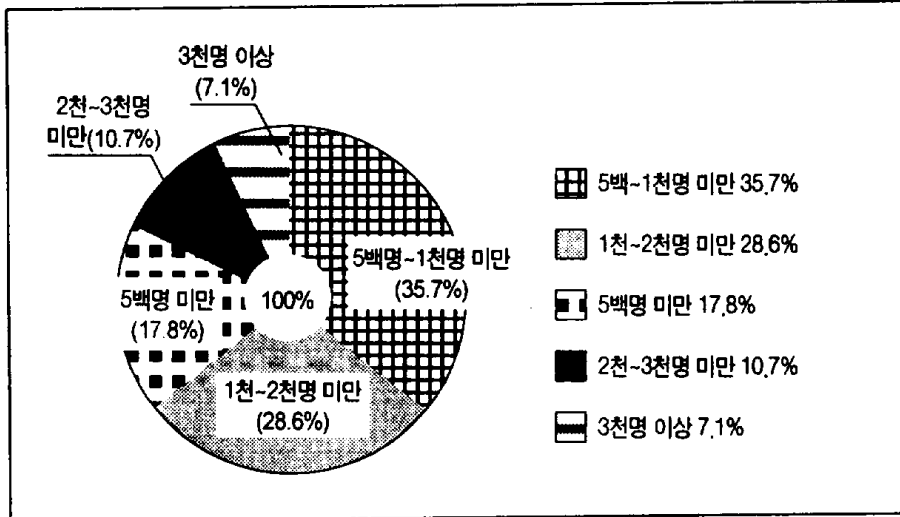
도표 2에서 미용이벤트가 펼쳐지는 장소별 특징을 살펴보면 장소가 밝혀진 30개 대회 중 공공시설(각 지자체 문예회관, 시민회관, 상공회의소 강당, YMCA 강당 등)에서 가장 많은 11개(36.7%) 대회가 열렸다. 다음으로 호텔에서 10개 대회(33.3%)가 개최됐고, 체육관에서 7개 대회(23.3%)가 열렸으며 기타 장소로 방송사 공개홀, 63빌딩 국제회의장에서 각각 1개 대회(각각 6.6%)가 개최됐다.

<도표 2> 1991~1993년 국내미용경기대회 개최장소 분석

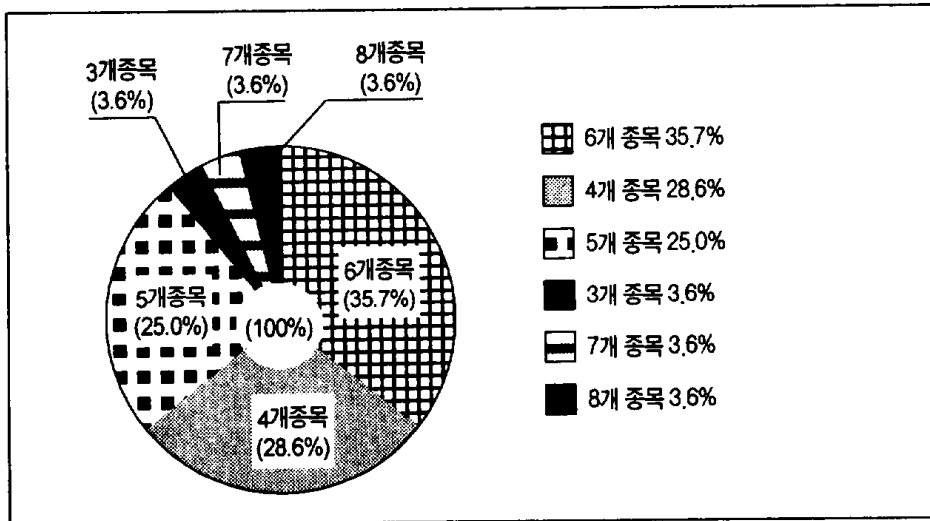


미용경기대회 이벤트의 참가 인원으로 본 규모는 인원규모를 밝힌 28개 대회를 분석한 결과 5백명에서 1천명 미만이 10개 대회(35.7%)로 가장 많았고, 1천명 이상 2천명 미만 8개 대회(28.6%), 5백명 미만 5개 대회(17.8%), 2천명 이상 3천명 이하 3개 대회(10.7%), 3천명 이상 2개 대회(7.1%) 비율로 나타났다.

<도표 3> 1991~1993년 국내미용경기대회 참가인원 분석



<도표 4> 1991~1993년 국내 미용경기대회 경기종목 분석



미용경기대회 경기종목은 조사대상 28개 대회를 분석한 결과 최소 3개 종목에서 최대 8개 종목으로 나누어 경기가 치러졌다. 3개 종목, 7개 종목, 8개 종목의 경기를 개최한 경우는 각각 1회씩(각각 3.6%) 밖에 되지 않았고 6개 종목 10개 대회(35.7%), 4개 종목 8개 대회(28.6%), 5개 종목

7개 대회(25.0%) 순으로 나타났다.

1991년부터 1993년까지 열린 미용경기대회 중 1991년 11월5일에 당시로서는 대규모 이벤트가 열리는데 대한미용사회가 주최하고 보건사회부와 MBC문화방송이 후원한 제5회 아시아 미용기술 선수권 대회가 KBS 88체육관에서 열렸다. 우리나라를 비롯해 태국, 일본, 자유중국(지금의 대만), 싱가포르 등 5개국 임원 선수들이 참석했으며, 미용인 3천여명이 참관했다. 미용경기 대회에 앞선 오프닝 쇼(opening show)에서는 우리나라와 일본의 전통 헤어스타일을 주제로 한 헤어쇼가 개최됐다. 이 대회에서는 태국, 싱가포르, 일본, 자유중국, 오스트리아(CIC, OAI<sup>25</sup>부회장) 등 각국 대표단이 심사위원으로 활동했다.

경기 종목으로는 세팅 블로우스타일, 커팅 블로우스타일, 종합(세팅스타일 + 커팅스타일), 신부메이크업 등 4개 종목이 열렸다. 태평양화학 후원으로 이날 함께 열린 '92 I.B.S.(International Beauty Show)<sup>26</sup> 뉴욕 파견 한국선수 선발대회가 이브닝 스타일, 자유형 커트 스타일, 퍼머넌트스타일 3개 종목의 경기가 열렸다.

1991년 11월27일에는 대전시 지회들의 모임인 대전시협의회가 제3회 대전시장배 미용경연대회를 개최했다. 동아공고 체육관에서 회원 7백여명이

---

25) C.I.C(Confédération Internationale de la Coiffure)와 O.A.I(Organisation Artistique Internationale)의 대표자들이 2000년 9월30일 베를린에서 열린 특별 총회에서 각 단체의 단합을 강화하고 혁신에 발맞추기 위해 1946년에 제정된 C.I.C-O.A.I 명칭을 OMC(Organisation Mondiale de la Coiffure)로 변경할 것을 만장일치로 결정했다. OMC 본부는 프랑스 파리에 있다.

26) 해마다 세계 각국을 돌며 정기적으로 열리는 미용경기 국제대회로 2년에 한번씩 열리는 월드 챔피언십과 쌍벽을 이루는 대회이다. 92년 현재 44년의 역사를 자랑하고 있다.

참석한 가운데 자유형커트스타일, 민속머리스타일, 살롱업스타일, 퍼머넨트스타일, 신부메이크업, 핑거 웨이브스타일, 이브닝스타일, 마네킹 창작와 인딩 등 8개 종목의 다양한 경기가 열렸으며, 부대행사로 미인선발대회와 체육대회를 겸하기도 했다.

지회 행사로 대규모 이벤트였던 제3회 대회인 경기도지사배 미용경연대회는 1992년 2월26일 안양시 문화예술회관에서 개최됐는데, 회원 2천여명이 참석했다. 1992년 3월4일에는 서울시 지회들의 모임인 서울시협의회에서 하얏트호텔 그랜드볼룸에서 제1회 시장배 미용기술 경연대회를 개최했다. 회원 1천5백여명이 참석한 이 경기는 퍼머넨트스타일 커트스타일 신부메이크업스타일 업스타일 4개 종목에 97명 선수들이 출전해 경합을 벌였으며, 1부 개최식 및 축사가 끝나고 3부 경기대회에 앞서 2부에서 각 구 지회장들의 찬조 작품발표회가 열려 헤어쇼의 무대를 보여주었다. 이 시기의 헤어쇼는 경기대회와 함께 열리는 경우가 많았다.

전라북도지회는 1992년 9월2일 제3회 미용의 날 행사 이벤트를 전주 실내체육관에서 전주시재료상연합회<sup>27)</sup> 후원으로 회원 1천8백여명이 참석한 가운데 열었다. 지회 임원들이 출품한 미용작품 페스티벌(헤어쇼), 기술세미나, 회원들의 노래·장기자랑이 열려 지회 이벤트일 경우 경기대회와 노래자랑 체육대회가 함께 열리는 이벤트 형태를 볼 수 있다.

1992년 10월27일 ICD(International des Coiffures de Dames) 한국지부<sup>28)</sup>가 서울팔레스호텔 궁전홀에서 제4회 미용대회 및 페스티벌을 개최

---

27) 미용실에 퍼머약 미용기기 등등 미용재료를 공급하는 상인들의 단체. 각 지역별로 정보 교류와 친목도모를 위한 상인들의 자생적인 단체들이 있다.

28) 프랑스에 본부를 둔 헤어아티스트 씨클로 82년 국내에서 헤어아티스트들의 교류를 목적으로 창립 후 10년이 흐른 92년에는 3백여 헤어디자이너가 회원으로

했다. 이날 선수 등 4백여명의 미용인이 참석했으며, 커트 살롱퍼머스타일 마네킹세팅스타일 마네킹기본스타일 업스타일 신부메이크업 창작작품 등의 분야에서 87명의 선수들의 경합을 벌였다. 페스티벌에서 3명의 헤어아티스트가 창작작품을 선보였다.

1992년 12월8일에는 미용사회중앙회 주최로 '93 I.B.S. 뉴욕 파견 한국선수 선발대회'가 대전시 충무체육관에서 회원 3천5백여명이 참석한 가운데 열렸다. 이날 이벤트는 태평양화학과 MBC 대전문화방송이 후원했으며, 컨슈머패션, 신부메이크업, 자유형커트, 와인딩창작, 업스타일창작, 퍼머넌트 살롱스타일 6개부문에 1백80여명의 모델과 2백25명의 선수가 출전해 경기를 펼쳤다. 이 시기에 국가대표 선발대회는 규모면에서 가장 큰 미용이벤트였다.

1993년에 주목할 만한 경기대회는 1993년 5월23일 도쿄 야마노대회<sup>29)</sup> 출전 선수선발대회로서 국제미용기술교류 한국디자인연맹 주최로 63빌딩 국제회의장에서 선수 모델 관람객 5백여명이 참석한 가운데 열렸다. 1993년 9월5일 대한미용사회 주최로 제 4회 미용의 날 행사가 전국에서 미용인 5천여명이 참석한 가운데 KBS 88체육관에서 열렸다. 미용의 날 이벤트에서는 중앙회 기술강사 40명이 선보이는 작품발표회 헤어쇼가 개최됐으며 미용인 미인선발대회, 체육대회가 함께 열렸다.

1993년 11월23일에는 '94 뉴욕 I.B.S. 파견 한국선수 선발대회(국내선발대회 24회째)가 수원 종합운동장 실내체육관에서 열렸다. 태평양화학이 후원한 선발대회에 미용인 2천여명 참석했으며 컨슈머패션스타일, 자유형

---

가입했다.

29) 도쿄 야마노대회는 93년 대회가 43회째인 국제적인 미용경연대회로 우리나라에서는 89년 39회 대회 때 김용숙씨가 처음으로 메이크업 부문 은상을 수상했다.

커트스타일, 신부메이크업, 퍼머넌트 살롱스타일, 와인딩창작스타일 창작 업스타일 등 6개종목 1백45명 선수가 경합했으며, 5명의 헤어아티스트에 의한 헤어쇼가 개최됐다.

1991~1993년 헤어쇼의 가장 큰 특징은 헤어쇼가 독자적으로 열리기보다는 미용경기대회 등과 함께 열렸다는 사실이다. 표 2에서처럼 이 시기에는 아홉 번의 헤어쇼가 열렸는데 경기대회와 함께 열린 헤어쇼가 여섯 번으로 더 많고 순수하게 헤어쇼만 열린 경우는 세 번이다. 순수하게 헤어쇼만 열릴 경우에는 장소가 모두 호텔(하얏트, 반도유스호텔, 워커힐)에서 열렸다는 점이 순수헤어쇼 이벤트의 특징으로 드러나고 있다.

<표 2> 1991~1993년 국내 헤어쇼 현황

날짜	주최자	헤어쇼명	장소	참석인원	특징
91.11. 5	대한미용사회 중앙회	제5회 아시아선수권 대회		3천여명	한국.일본 민속헤어쇼
92. 3. 4	서울시 협의회	제1회 서울시장배 미용경연대회		1천5백여명	10명 헤어작품 발표
92. 9. 2	전북도지회	제3회 미용의 날		1천8백여명	
92.10.27	ICD 한국지부	제4회 미용페스티벌 (미용대회겸)		4백여명	3명 헤어작품 발표
92.11.4 ~5	한국화장품	'93 알렉산드르 드 빠리 헤어 및 의상쇼'	워커힐	3백여명	30여 작품 발표
93. 9. 5	대한미용사회 중앙회	제4회 미용의 날	KBS 88체육관	5백명	
93.10.29	HCF 코리아	HCF '93 헤어라인쇼	하얏트호 텔	2천여명	프랑스 헤어디자이너 2인 작품 발표
93.11.23	대한미용사회 중앙회	'94 IBS 파견 한국선수선발대회	수원종합 실내체육 관	2천여명	5명의 헤어아티스트 헤어쇼전개
93.12. 5	그레이스 커팅클럽	'93 헤어컬렉션	반포유스 호텔	2백여명	70년대 복고풍 헤어스타일 선보임

순수하게 헤어쇼만 열린 경우 관람객이 2백명, 3백명, 2천명으로 편차가 큰데 이 당시 헤어쇼의 경우 주최자의 관람객 동원 능력과 장소가 관람객 수를 결정하는 요인으로 작용했다.

1992년 11월4~5일 국내 미용인 3백여명이 초청된 가운데 서울쉐라톤 워커히호텔에서 열린 '93 알렉산드르 드 빠리 헤어 및 의상쇼는 의상쇼와 헤어세미나 형식이 결합된 최초의 헤어이벤트였다. 11월 4일은 주로 세미나 형식으로 이벤트가 전개됐으며, 11월 5일에는 1993년형 뉴모드를 바탕으로 한 업스타일과 다양한 테크닉과 머리장식 등 토탈패션을 선보였다. 이 대회는 로레알과 업무협약을 맺고 있던 한국화장품의 초청으로 알렉산드르 드 빠리의 수석디자이너인 장 록 미네띠, 헤어 아티스트 미셸 데르벵이 30여 작품을 무대에 올렸다.

1993년 10월14일 그레이스 커팅클럽 '93헤어컬렉션이라는 이름으로 서울 역삼동 반도유스호텔에서 최신 헤어커트스타일 헤어쇼를 선보였다. 회원 2백여명이 지켜보는 가운데 70년대 복고풍 커트스타일이 선보여졌다.

1993년 10월29일 HCF(Haute Coiffure Création)<sup>30)</sup> 코리아가 주최하는 HCF '93 헤어라인쇼가 서울 하얏트호텔에서 미용인 2천여명이 참석한 가운데 열렸다. 이날 초청된 자끄푸니옹과 마리오 두 라방두는 프랑스식 헤어커트와 업스타일 작품을 선보였다.

이밖에도 1991~1993년 시기에 졸업작품전 미용이벤트가 있었는데 1992년 11월29일 정화고등기술학교<sup>31)</sup> 제7회 졸업작품전이 LG 트윈타워내 강

---

30) 프랑스 파리에 본부를 두고 전세계 35개국 회원국에 1천1백여명의 헤어 아티스트들이 활동하고 있는 기술과 유행을 창조하는 단체.(93년 당시) 매년 2월에 봄여름 헤어라인, 9월에 가을 겨울 헤어라인을 발표한다. 1884년 3월21일 법적으로 설립되어 1927년 현대적인 단체로 변신을 시도했고, 1945년 프랑스 고급 미용창작협회라는 명칭을 얻게 됐다.

당에서 1백50여명이 참석한 가운데 개최됐다. 1993년 10월5일 제8회 졸업 작품전도 LG 트윈타워 강당에서 개최했다. 졸업생들은 1인의 모델과 2명의 선수가 한조가 돼 63명의 미용과 학생과 74명의 미용전공과 학생 1백37명의 졸업생들이 작품을 선보였다.

〈표 3〉 1991~1993년 국내 졸업작품전

날짜	주최자	졸업작품전명	장소	참석인원	특징
92.11.29	정화고등기술학교	7회 졸업작품전	LG 트윈센터	2백50명	1백50명 학생 작품발표
93.10.5	정화고등기술학교	8회 졸업작품전	LG 트윈센터	1백37명	1백37명 학생 작품발표

## 2) 1994~1996년 국내 미용이벤트 현황

표 4에서 보듯이 1994~1996년 사이에 34개의 미용경기대회가 개최됐다. 34개의 경기대회는 1994년 11회, 1995년 12회, 1996년 11회가 열려 큰 변화없이 꾸준하게 열리고 있다.

이 시기의 미용경기대회는 1991~1993년보다는 안정되어 있음을 볼 수 있는데 경기도북부지회, 제주지회, 서울영등포구지회가 처음으로 미용경기대회를 개최했다.

---

31) 정화고등기술학교는 1952년에 정화학원으로 설립된 미용교육전문기관으로 국내에서 공인된 가장 오래된 미용교육기관이다. [www.miyongschool.com](http://www.miyongschool.com)

<표 4> 1994~1996년 국내 미용경기대회 현황

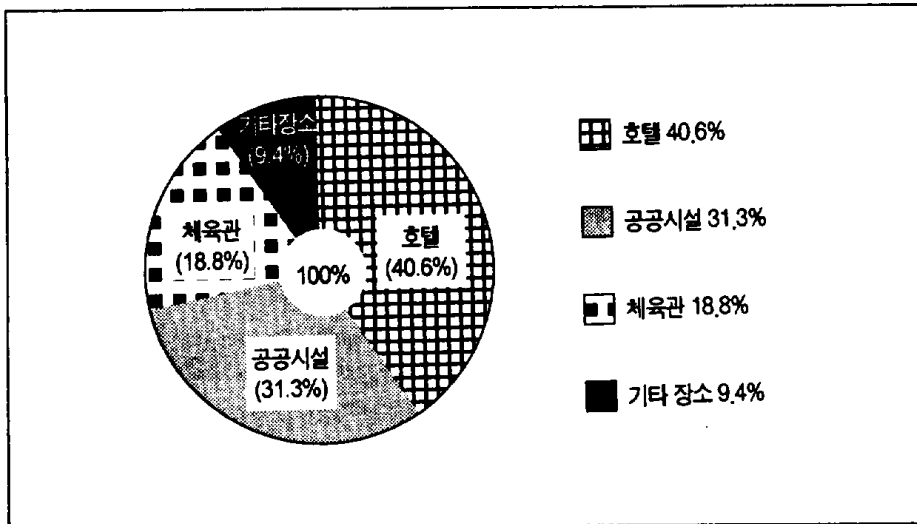
날짜	주최자	대회명	장소	참석 인원	경기종목 (선수인원)
94. 4.12	인천북구지회	94 IBS 예선전	부평여성문화회관	4백명	6종목(66명)
94. 7. 15	경북 안동시지부	제7회 미용경연대회	안동시민방위 교육장		4종목(50명)
94. 9. 5	충남도지회	제5회 미용의 날 기념행사		8백명	5종목(20명)
94. 9. 5	전남동부지회	제5회 미용의 날 기념행사	전남실내체육관	1천4백명	6종목
94. 9. 15	전국미용학원 중앙회	제4회 교육부장관배 미용경진대회	잠실롯데호텔	8백명	5종목(3백75 명)
94. 9. 27	부산시협의회	부산시장배 미용경연대회	남천동 KBS홀	2천명	6종목(2백명)
94.10.18	경남도지회	제3회 경남도지사배 경기대회	마산실내체육관	1천7백명	7종목(1백2명 )
94.11.13	ABA	ABA 토탈 챔피언십 미용예술경연대회	힐튼호텔		5종목(1백명)
94.11.22	부산시 중구지회	중구지회장배 미용기술경연대회	동래관광호텔	1천2백명	
94.11.22	대구시협의회	제8회 대구시장배 미용경기대회	금호호텔	1천명	6종목
94.11.29	미용사중앙회	95 뉴욕 IBS 대회 국내예선전	교육문화회관	1천명	4종목(1백77 명)
95. 2. 23~26	미용사중앙회	95시살롱미용경기대회 -25개업체 미용재료 전시회			4종목(57명)
95. 3. 6	인천시 남동구지회	제3회 중앙회장배 미용경연대회	송도비치호텔	4백명	
95. 3. 16	인천시 남구지회	제3회 중앙회장배 미용경연대회	인천시민회관	8백명	5종목
95. 7. 13	전국미용학원 중앙회	교육부장관배 미용경진대회	잠실 롯데호텔	3백명	
95. 8. 25	광주시협의회	제7회 광주시장배 미용경연대회	YMCA 강당	8백명	7종목(68명)
95.10.10	미용사중앙회	제6회 미용의 날	KBS 88체육관	3천명	

95.10.24	경기북부지회	제1회 중앙회장배 미용경기대회	의정부시민회관	8백명	6종목(1백10명)
95.10.26	전남동부지회	제4회 중앙회장배 미용기술 경연대회-체육대회겸	여수시전남실내체육관	1천5백명	4종목
95.11.10	경남동부지회	제4회 경남도지사배 미용기술 경연대회	울산 KBS 공개홀	1천4백명	5종목(98명)
95.11.14	대구광역시 협의회	제9회 대구시장배 경기대회	금호호텔	8백명	6종목
95.11.15	충북도지회	제7회 충북도지사배 미용경연대회	충북문화예술회관	7백명	4종목
95.11.30	미용사중앙회	'96 미국 IBS 파견 한국선수 선발대회	하얏트 호텔	1천5백명	4종목(1백16명)
96. 3. 9	충북도지회	충북도지사배 미용기술경연대회	청주예술회관	1천명	4종목
96. 5.14	경기도지회	경기도지사배 미용기술경연대회	경기도 문화예술회관	1천5백명	6종목(1백56명)
96. 6.9	독수리 미용연구회	제7회독수리배 미용기술경연대회	소공동 롯데호텔		4종목(84명)
96. 8.7	광주광역시 협의회	제8회 광주광역시장배 쟁탈 미용경연대회	YMCA 강당		7종목(60명)
96. 9.4	경북도지회	제4회 경북도지사배 미용경연대회	경주교육문화회관	1천6백명	6종목
96. 9.5	전남동부지회	제5회 중앙회장배 미용기술경연대회	전남실내체육관	1천5백명	5종목
96. 9.5	제주도지회	제1회 제주도지사배 미용기술경연대회	한라체육관	1천명	4종목
96.10.17	경남도지회	제5회 경남도지사배 미용기술경연대회	마산MBC 다목적홀	1천5백명	7종목
96.10.29	서울영등포구 지회	제1회 영등포구청장배 미용기술경연대회	영등포구민회관		6종목
96.10.22	강원도지회	제3회 강원도 미용기술경연대회	춘천시민회관		4종목
96.11.12	대구광역시 협의회	제10회 대구광역시장배 경기대회	금호호텔	1천명	6종목

경기대회는 해외대회 출전 선수선발대회가 4회(11.8%), 지역단위가 아닌 전국 미용인을 대상으로 했던 경기대회가 9회(26.5%)로 1991~1993년 25.8%보다 전국 단위의 미용경기대회가 증가했음을 알 수 있다.

경기대회 주최자의 특성을 살펴보면 대한미용사회 지회지부 산하 조직에서 개최한 경기대회가 31개 대회(91%)로 압도적으로 많고 나머지 3개 대회만 대한미용사회와 관계없는 주최자에 의해 개최됐다.

<도표 5> 1994~1996년 국내 미용경기대회 개최장소 분석



미용경기대회가 펼쳐지는 장소별 특징을 살펴보면 장소가 밝혀진 32개 대회 중 호텔이 13개 대회(40.6%)로 가장 많은 비중을 차지했다. 이어서 공공시설(각 지자체 문예회관, 시민회관, 상공회의소 강당, YMCA 강당 등등)에서 10개 대회(31.3%)가 열렸다. 체육관에서 6개 대회(18.8%)가 열렸고 기타 방송국 공개홀 등에서 3개 대회(9.4%)가 개최되었다.

<도표 6> 1994~1996년 국내 미용경기대회 참가인원 분석

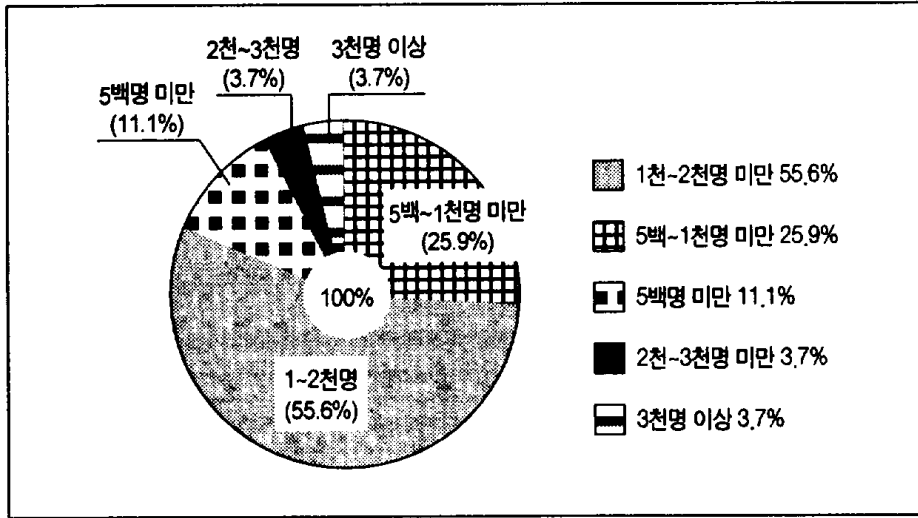
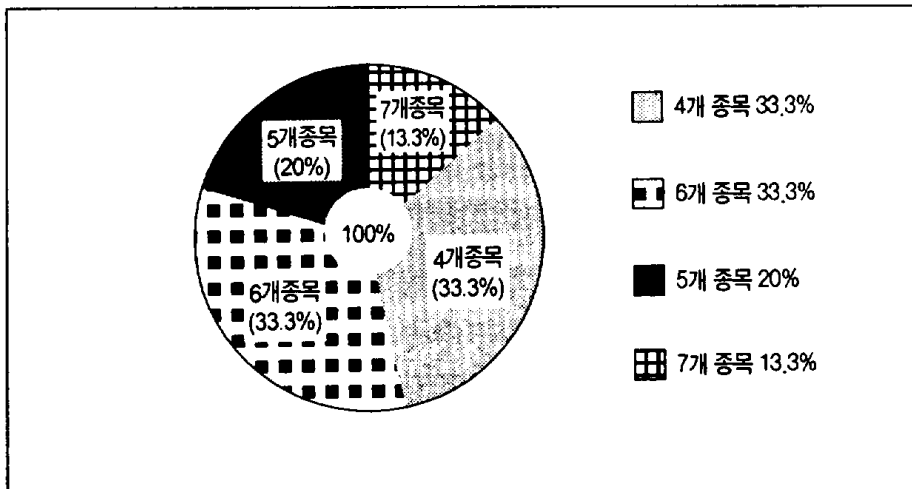


도표 6에서 미용경기대회 참가 인원으로 본 이벤트의 규모는 인원규모를 밝힌 27개 대회를 분석한 결과 1천명 이상 2천명 미만이 15개 대회(55.6%), 5백명에서 1천명 미만이 7개 대회(25.9%), 5백명 이하 3개 대회(11.1%), 2천명 이상 3천명 미만이 1개 대회(3.7%), 3천명 이상이 1개 대회(3.7%)로 나타났다.

<도표 7> 1994~1996년 국내 미용경기대회 경기종목 분석



미용경기대회 경기종목은 조사대상 30개 대회를 분석한 결과 4개 종목에서 7개 종목으로 나누어 경기가 치러졌다.(도표 7 참조) 4개 종목과 6개 종목의 경기를 개최한 경우가 각각 10개 대회(33.3%)로 가장 많았다. 5개 종목 경기를 개최한 경우는 6회(20%), 7개 종목의 경기를 개최한 경우는 4개 대회(13.3%)로 분석됐다.

1994~1996년 시기의 미용경기대회 중 대한미용사회 조직이 아닌 전국미용학원중앙회 주관으로 1994년 9월15일 잠실 롯데호텔 크리스탈 볼룸에서 제4회 교육장관배 미용경진대회가 열렸다. 경기는 학생종목으로 커트 퍼머와인딩 핑거웨이브와 일반부 퍼머넌트 커트 업스타일 신부메이크업 판타지아메이크업 등 5개 부문별로 선수 3백75명이 출전해 각각 30분씩 경기가 열렸다.

ABA(Asia Beautician's Association, 아시아미용예술인연합회)가 개최하는 ABA토탈 챔피언십 미용예술경연대회가 1994년 11월13일 서울 힐튼호텔 그랜드볼룸에서 열렸다. 이날 대회는 10회째로 전국에서 1백여명의 선수가 참가해 퍼머넌트 커트 업스타일 메이크업 피부관리 5개 부문의 경기를 치렀다.

1994년 11월29일 미용사회중앙회 주최로 '95 뉴욕 IBS 대회 국내예선대회가 미용인 1천여명이 참가한 가운데 서초동 교육문화회관에서 열렸다. 컨슈머 패션스타일, 자유형커트스타일, 신부메이크업, 퍼머넌트살롱스타일 등 4개 부문에서 1백77명의 선수가 출전해 경기를 치렀다. 특히 자유형커트스타일 부문은 경쟁이 치열해 69명의 선수가 경합을 벌였다. 경기에서 앞서 '94년 뉴욕 IBS 대회에서 입상한 김순복 김영순 이복자 헤어디자이너의 작품발표회가 열렸다. 이날 대회에서는 백악관 전속 메이크업

아티스트인 에드워드 D.M 잭슨씨가 초빙돼 메이크업 세미나를 가졌다.

미용사회중앙회와 서울전람이 공동 주최하고 보건복지부가 후원하는 '95 시살롱 미용경기대회(Seoul International Cosmetic & Beauty Salon '95)가 1995년 2월23일부터 26일까지 삼성동 코엑스 대서양관에서 열렸다. 4일동안 계속된 이벤트로 미용경기대회 및 미용기자재 전시회 헤어쇼 등이 펼쳐졌다. 23일 메이크업 특별 세미나 개최 신부메이크업 경기대회가 열렸으며, 24일 자유형 커트 창작 업스타일 대회실시, 25일 퍼머넌트 살롱 스타일 경기 실시와 함께 '95 춘하 뉴헤어라인 작품 발표회(5명 헤어디자이너(중앙회 기술강사<sup>32</sup>) 헤어쇼)가 열렸다. 30여 작품이 선보였는데 예술적인 작품성보다는 일반인들에게 쉽게 적용할 수 있는 실용성 있는 작품들이 무대에 올려졌으며 환타지 메이크업 쇼 등이 열렸다. 26일에는 헤어 세미나가 실시됐다.

시살롱 미용경기대회는 각 지역에서 선발된 총 57명의 선수들의 경기와 다양한 이벤트, 우리나라를 비롯한 15개국 1백25개 업체의 미용관련 첨단기자재와 미용재료 기기 전시회가 4일동안 열린 대규모 행사였다.

1995년 10월10일엔 미용사회중앙회 주최로 제6회 미용의 날 행사가 회원 3천여명이 참석한 가운데 KBS 88체육관에서 열렸다. 중앙회 5기 기술강사 8명이 "95 추동컬렉션"이라는 주제로 작품발표 헤어쇼와 미용인 미인선발대회 등 다양한 행사가 전개됐다.

1995년 11월30일 미용사회중앙회 주최로 '96 미국 I.B.S. 파견 한국선수

---

32) 대한 미용사회중앙회는 기술강사 제도를 운영하고 있는데 협회 발전공헌도가 높고 국제 대회 입상경력 등의 우수한 헤어디자이너를 대상으로 기술강사를 선발하고 있다. 2002년 현재 1기부터 9기까지 2백60여명의 기술강사들이 선발돼 활발하게 활동하고 있다.

선발대회가 하얏트호텔 그랜드볼룸에서 열렸다. 회원 1천5백여명이 참석해 신부메이크업 퍼머넌트살롱, 컨슈머패션, 자유형커트 4개종목 1백16명의 선수들의 기량을 지켜보았다. 행사 3부에서는 '95년 뉴욕대회 입상자인 하순이 조정숙 윤석희 조월식 헤어디자이너가 16작품을 선보이는 헤어쇼가 펼쳐졌다.

<표 5> 1994~1996년 국내 헤어쇼 현황

날짜	주최자	헤어쇼명	장소	참석 인원	특징
94. 2. 22	평택군지부	제1회 작품발표회		3백명	30여 작품발표(15명)
94. 6. 19	서울 서대문구지회	'94 창작발표회	롯데호텔	5백명	1백50여작품
94. 11. 3	그레이스리 커팅클럽	'95 헤어컬렉션	소피텔 엠버서더호텔	7백명	20여작품 발표
94. 11. 9	충북 충주시지부	제1회 미용창작 작품발표회	충주문화회관	1천명	4종목(12명)
94. 11. 15	경기도 군포시지부	미용인작품발표회	한국관홀	2백명	
94. 11. 22	MR 장	헤어작품 발표회	동래관광호텔	1천2백명	최신유행 커트발표
94. 11. 22	경기도 의왕시지부	제4회 미용인 작품발표회	엑스포나이트	2백20명	
94. 11. 29	미용사중앙회	'95 뉴욕 IBS대회 예선 작품발표회	교육문화회관	1천명	
94. 12. 28	관미회	제6기 관미회 헤어페스티벌쇼	사랑새 화장품 스튜디오	2백명	
95. 1. 15	경북 포항시지부	제6회 작품발표회	한국관	2백50명	40여작품(30명)
95. 2. 21	경기도지회	심장병 어린이돕기 미용 페스티벌	경기도 문화예술회관	2천명	22명
95. 2. 25	미용사중앙회	'95 춘하추동 뉴헤어라인 작품발표회			
95. 3. 29	케스탕	프랑프로보 헤어쇼	리베라호텔		20여 작품 발표

95. 5. 4	란미회	제7기 란미회 작품발표회	사랑새 스튜디오		20여 작품 발표
95. 7. 16	송혜자	송혜자 작품발표회	쉐라톤 워커힐 호텔	1천명	50여 작품 발표
95. 10. 10	미용사중앙회	95 추동 컬렉션			5기 기술강사 8명
95. 11. 21	송부자	96 봄여름 뉴모드 작품발표회	대구 프린스호텔		20여 작품 발표
95. 11. 30		95 뉴욕대회 입상자 작품발표회	하얏트호텔	1천5백 명	16작품(3명)
96. 5. 12	란미회	96 작품발표회	숙명여대 대강당	1천명	송부자 '96 섬머 커트업스타일 작품발표
96. 5/19, 5/21		용게라스 헤어쇼	서울 힐튼, 부산 비치 파라다이스	4천명	
96. 12. 11	헤어월드 조직위원회	95 헤어월드 서울 유치기념 - 97 봄 헤어모드 컬렉션	하얏트호텔		10개작품(한국 11명) -사사키 와다나베'97봄유 행스타일 발표

1994~1996년 시기의 헤어쇼는 총 21회가 개최됐는데 순수하게 헤어쇼 형태로 개최된 경우가 16회(76.1%), 경기대회와 함께 열린 헤어쇼가 5회(23.8%)였으며, 순수하게 헤어쇼만 열리는 행사가 대폭 늘어난 점이 주목된다. 특히 헤어디자이너 한 사람의 이름을 내세운 헤어쇼가 5회 열려 본격적인 개인 헤어쇼 시대의 개막을 알리고 있다. 특히 외국의 헤어디자이너를 초빙해 열리는 헤어쇼가 3회로 헤어쇼 분야에서 국제적인 교류가 이루어지기 시작한 시기로 볼 수 있다. 헤어쇼 개최장소로 호텔(10회, 47.6%)이 가장 많았다.

1996년에 열린 나드리화장품이 주최한 용게라스<sup>33)</sup> 헤어쇼는 4천여명의

33) 루이스 용게라스는 비달사순, 루이스 데이비스와 더불어 세계 미용패션을 주도하는 3대 스타일리스트로 유럽 언론으로부터 헤어패션을 예술적 차원으로 승

관람객이 참여해 헤어쇼가 빅 이벤트로 성장할 수 있다는 가능성을 보여주고 있다. 헤어쇼 개최 장소에서도 개최장소가 밝혀진 18회 헤어쇼 중 호텔에서 열린 경우가 10회(55.6%)를 차지했다.

1994년 11월22일에는 부산시 중구지회장컵 미용기술경연대회를 겸한 부산의 헤어디자이너 Mr. 장 헤어디자이너쇼가 동래관광호텔 대연회장에서 열렸다. 이날 행사는 부산지역 미용협회 임원, 미용인 일반인 등 1천2백여명이 연극 형식을 빌어 우리 민족의 헤어스타일 변천사를 다룬 헤어쇼를 관람했다.

경기도지회는 1995년 2월21일 심장병 어린이돕기 미용 페스티벌을 경기도 문화예술회관에서 회원 2천여명이 참석한 가운데 개최했다. 경기도지회 산하 5개 지부 22명의 헤어디자이너들이 무대에 올랐다.

프랑 프로보 헤어쇼가 1995년 3월29일 미용인 3백여명이 지켜보는 가운데 리베라호텔에서 개최됐다. 이가자 미용실의 프랜차이즈 사업을 준비중인 (주)케스팅이 주관하고 피어리스화장품 레드캔 사업부 후원으로 열린 헤어쇼에서 프랑스 프랑 프로보 헤어디자이너는 내추럴하면서도 여성스러운 커트스타일 12작품과 업스타일 8개 작품을 무대에 올렸다.

1995년 7월16일에는 당시 미용사회중앙회 기술분과위원장을 맡고 있던 송혜자 디자이너의 작품발표회 헤어쇼가 웨라톤워커히호텔에서 1천여명의 관람객들이 지켜보는 가운데 열렸다. 30여년 각종 세계대회에서 선수 트레이너 심사위원으로 활약해온 송혜자 디자이너는 1996년 미국 워싱턴과 1998년 서울에서 열리는 세계미용대회를 겨냥한 작품들을 선보였으며, 광복 50주년을 기념해 해방전의 고전스타일부터 현대의 전위스타일까지 40

---

화시킨 인물로 평가받고 있다.

여명의 모델에게 시연한 50여 작품을 무대에 올렸다.

송부자 '96 봄여름 뉴모드 작품발표회가 1995년 11월21일 대구 프린스 호텔에서 열렸다. 송부자 헤어디자이너는 지난 1989년 미용 30주년을 기념하는 작품발표회에 이어 두 번째 개인 작품발표회로 '96년도 헤어스타일 유행경향을 보여주는 20여 작품을 선보였다.

1996년 5월19일 서울, 5월 21일 부산에서 열린 용게라스 헤어쇼는 4천여명의 미용인들이 참석하는 성황을 이룬다. 나드리화장품이 레브론 브랜드의 홍보를 위해 초청한 스페인 출신 헤어디자이너인 루이스 용게라스는 19일은 서울 힐튼호텔 컨벤션홀, 21일 부산비치파라다이스 그랜드볼룸에서 헤어쇼를 펼쳤다. 서울에서 3천여명, 부산에서는 1천여명의 미용인들이 용게라스의 헤어쇼를 지켜봤다. 용게라스는 슈퍼엘리트 모델 출신 등 국내 정상급 모델 30명을 등장시켜 다양한 헤어스타일 보여주었다. 특히 단 5~10분만에 가위만 가지고 헤어스타일을 완성하는 속도감 있는 시연과정과 '96년도 헤어패션으로 제안한 슈퍼테크닉컬 커트 스타일을 제시했다. 슈퍼테크닉컬 커트는 수직으로 뺏어 찰랑거리는 효과를 자아내는 스타일로 자연스럽게 뺏은 머리카락이 특징인데 용게라스의 헤어쇼는 관람객의 규모, 디자이너의 지명도, 모델 수준 등에서 언론으로부터 좋은 평가를 받았다.

1996년 12월11일 미용사회중앙회는 '98 헤어월드대회 서울 유치 기념으로 '97 봄 헤어모드 컬렉션을 하얏트호텔 그랜드볼룸에서 개최했다. 일본의 헤어디자이너 사사키와 와타나베를 초청해 이들이 10작품을 선보였으며, 중앙회 기술강사 11명이 '97년 봄 유행을 주도할 복고풍의 헤어스타일을 커트와 업스타일로 나누어 선보였다.

이밖에도 1994~1996년 졸업작품전은 동주여전 피부미용과가 1994년 10월19일부터 21일까지 제1회 졸업작품전과 뷰티아카데미를 열었다.

<표 6> 1994~1996년 국내 졸업작품전

날짜	주최자	졸업작품전명	장소	참석인원	특징
94. 10.19~21	동주여전 피부미용과	제1회 졸업작품전			50여개 헤어작품 발표
94. 11. 4	정화고등기술학교	제9회 졸업작품전	LG 트윈센터 강당		시대별 헤어스타일 제시
94. 10	동주여전 피부미용과	제2회 졸업작품전	부산국제문화 센터 대강당		13개 작품 발표
96. 11. 10	숙대 미용산업 최고경영자과정	제4기 졸업작품발표회	숙명여대 강당	5백명	14개 테마/ 66명 참석
96. 11. 8	정화고등기술학교	제11회 졸업작품전	LG 트윈센터 지하강당	5백명	14개 작품 발표

동주여자전문대학 피부미용과 1회 졸업작품전은 마네킹에 50여점의 헤어작품을 연출했으며, 일반메이크업 바디페인팅 특수분장메이크업쇼를 연출했다. 1994년 11월4일에는 정화고등기술학교의 제9회 졸업작품전이 LG 트윈센터 강당에서 개최됐다. 학생들은 궁중의상 및 트레머리가 돋보인 조선시대, 개화기의 신여성을 표현한 일제시대, 화려한 복고풍이 유행한 50~60년대, 통기타 청바지로 대표되는 70년대, X세대를 대변하는 현재, 황폐한 미래문명을 표현한 미래 등 시대에 맞는 의상과 헤어스타일을 제시했다.

1996년 11월4일 동주여자전문대학 피부미용학과의 제2회 졸업작품전시회가 부산 국제문화센터 대강당에서 열렸다. 헤어부문에서 '춘회'라는 제목의 핑거웨이브를 비롯 커트 컬러링 등 13개 작품이 출품됐다.

숙명여자대학교 미용산업최고경영자과정 4기생들의 졸업작품발표회가 1996년 11월10일 숙명여대 강당에서 열렸다. 미용인들 5백여명이 참석한 가운데 4기 수료예정인 66명이 향수 낭만 자유 아마테우스 등 14개의 테마로 2인 또는 3인이 공동으로 참여한 30여 작품을 선보였다. 1996년 12월8일 정화고등기술학교 11회 졸업작품전이 여의도 LG 빌딩 동관 지하홀에서 관람객 5백여명이 참석한 가운데 열렸다.

### 3) 1997~1999년 국내 미용이벤트 현황

1997~1999년에는 22개의 미용경기대회가 열렸는데 1997년 9회, 1998년 3회, 1999년 10회로 조사됐다. 1998년의 경우 '98 헤어월드 서울대회가 열리는 시기와 맞물려 대한미용사회는 물론 산하의 지회지부에서도 경기대회 개최를 자제하고 성공적인 헤어월드 대회 개최를 위해 협회의 역량을 집중시킨 것으로 분석된다.

<표 7> 1997~1999년 국내 미용경기대회 현황

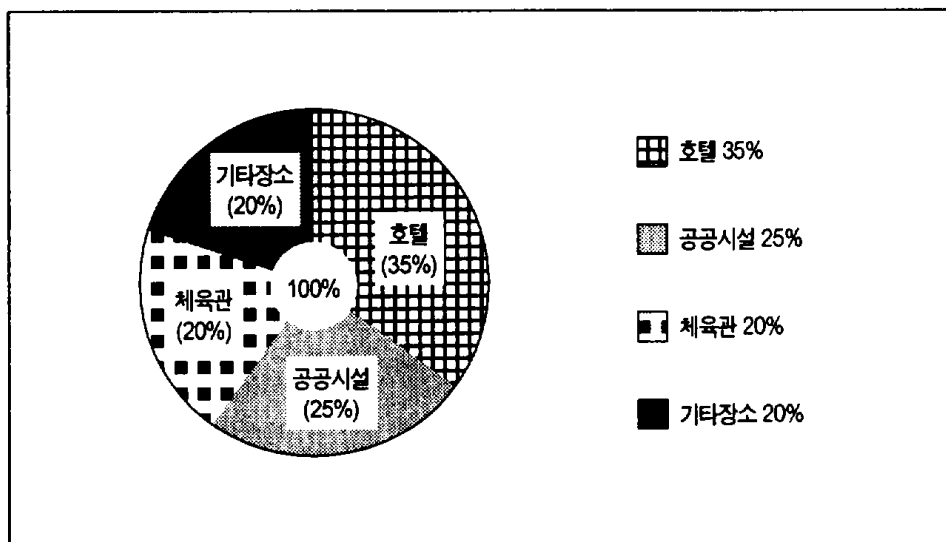
날짜	주최자	대회명	개최 장소	참석 인원	경기종목 (선수인원)
97. 5. 19	경기도지회	제6회 경기도지사배 미용경연대회	경기도 문화예술회관	1천5백 여명	6종목 (1백36명)
97. 7. 22	광주광역시 협의회	제9회 광주시장배 미용경연대회	광주 Y.M.C.A		8종목(75명)
97. 9. 12	제주도지회	제2회 제주도지사배 미용기술 경연대회	제주 한라체육관	1천여명	4종목 (70여명)
97. 10. 2	전국미용학원 협의회	제7회 교육부장관배 전국미용경진대회	잠실 호텔롯데월드	1천여명	7종목 (2백18명)
97. 10.14	대한미용사회 중앙회	제8회 미용의 날	KBS 88체육관	1천여명	

97. 1. 27	대한미용사회 중앙회	97 미국 IBS 파견 한국선수선발대회	코엑스 태평양관		4종목(69명)
97. 12. 3	대한미용사회 중앙회	제81회 미국 IBS 파견 국내선수선발전 대회	서울교육 문화회관	1천여명	5종목 (1백51명)
97. 12. 7	경원대 경영대학원	제1회총장배 전국미용예술콘테스트	경원대 강당	5백여명	4종목(44명)
97. 12. 22	경북 구미시지부	제2회구미시장배 미용경기 대회	구미 기능대학	5백50 여명	5종목
98. 7. 28	광주광역시 협의회	제10회광주광역시장배 쟁탈 미용경연대회	광주 Y.M.C.A		
98. 9.5~9.8	세계이미용협회 , 세계이미용 예술기구	98 세계 이·미용대회	올림픽공원 제1,2,3 체육관, 한얼광장	15만명	14 종목 (각국국가대 표 3백68명)
98. 12.22	미용사회 대구시협의회	제12회대구광역시장배 미용경기대회	대구 금호호텔		6종목
99. 5. 9	독수리미용연구	제10회 독수리배 전국미용기술경연대회	잠실 롯데월드호텔	1천5백 여명	4종목(71명)
99. 5. 18	경기도지회	제7회 경기도지사배 미용경연대회	경기도 문화예술회관		5종목 (1백8명)
99. 7. 2	전라북도지회	제2회 전라북도지사배 미용경연대회	전주대학교 강당		5종목
99. 6. 30	아시아헤어뷰티 협회 한국지부	제23회아시안헤어& 메이크업컴페티션	서울힐튼호텔 컨벤션센터	1천여명	7종목 (5백여명)
99. 10.5	대한미용사회 중앙회	제19회 미용의 날	올림픽펜싱경기장	3천5백 여명	
99. 10. 7	전국미용학원 협의회	제9회 교육부장관배 전국미용기술경연대회	롯데호텔 크리스탈볼룸		6종목 (2백62명)
99. 10.12	광주광역시 협의회	제11회 광주시장배			9종목
99. 11.10	경기도북부지회	제4회 중앙회장배 미용경연대회	의정부시 시민회관	6백여명	6종목
99. 11. 2	대구광역시 협의회	제13회 대구광역시 시장배 미용경기대회	프린스호텔	1500명	6종목 (1백20명)
99. 12.13	대한미용사회 중앙회	2000년 뉴욕 IBS 파견 한국선수 선발대회	서울교육문화회관 거문고홀	3천여명	4종목 (1백42명)

22개 대회중 선수선발대회가 3개 대회(13%), 미용경기대회 주최자가 대한미용사회이거나 산하 기관인 경우가 17개 대회(72.3%), 전국 단위의 경기대회가 6개 대회(27.3%)로 나타났다. 경기대회의 대부분이 대한미용사회 주최로 열리고 있음을 알 수 있다.

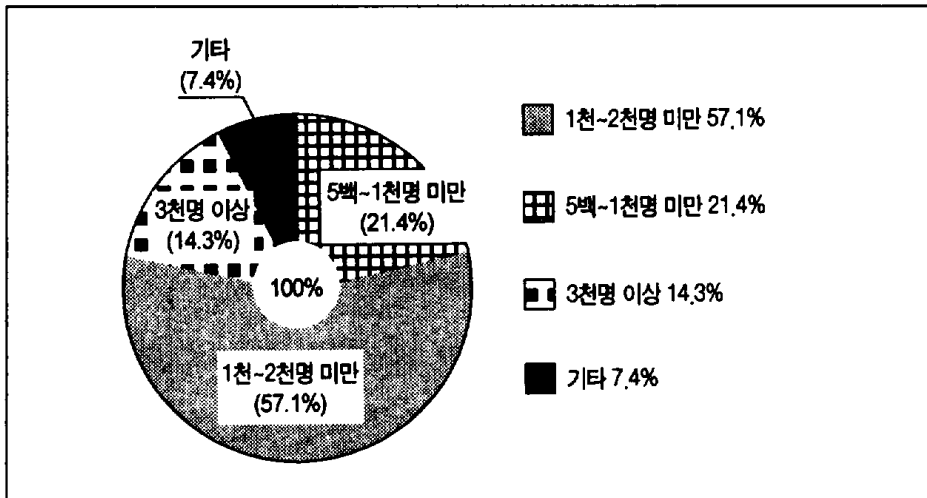
미용경기대회의 장소가 밝혀진 20개 대회의 개최 장소별 특징을 분석하면 호텔이 7개(35%), 공공시설 5개 대회(25%), 체육관 4개 대회(20%), 기타(대학교 강당, 전시장 등) 4개 대회(20%) 순으로 나타났다.

<도표 8> 1997~1999년 국내 미용경기대회 개최장소 분석



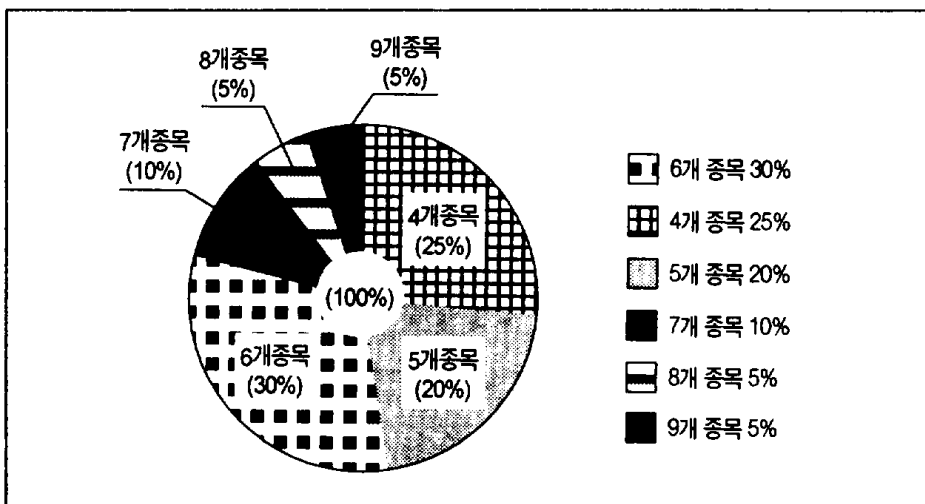
미용경기대회의 참가 인원 규모를 정확히 밝힌 14개 대회 중 1천명 이상 2천명 미만이 8개 대회(57.1%)로 가장 많았고, 5백명 이상 1천명 미만 3개 대회(21.4%) 3천명 이상 2개 대회(14.3%)로 조사됐다. 특별한 경우지만 '98 헤어월드 서울대회의 경우 연인원 15만명이 참가해 국내에서 열린 국제적인 대규모 미용이벤트로 기록됐다.

<도표 9> 1997~1999년 국내 미용경기대회 참가인원 분석



미용경기대회 경기종목 특징을 살펴보면 경기종목을 밝힌 20개 대회중 6개 종목의 경기를 치른 대회가 6개 대회(30%), 4개 종목 5개 대회(25%), 5개 종목 4개 대회(20%), 7개 종목 2개 대회(10%)로 분석됐다. 8개 종목 과 9개 종목의 경우도 1개 대회씩 각각 5%를 나타냈고, '98 헤어월드 서울대회의 경우는 헤어분야의 올림픽답게 14개 종목의 경기가 펼쳐졌다.

<도표 10> 1997~1999년 국내 미용경기대회 경기종목 분석



이 시기 경기대회중 가장 주목을 끄는 행사는 국내 미용이벤트의 한 획을 그은 '98 헤어월드 서울대회를 꼽을 수 있다. 전세계 미용인들의 축제인 헤어월드 서울대회는 아시아에서는 도쿄에 이어 두 번째로 개최된 27회 대회였다.

대한미용사회중앙회와 금강기획이 대회를 준비했으며, 총예산 43억원 규모의 대규모 헤어이벤트로 1998년 9월5일부터 9월8일까지 35개국에서 3백50여명의 국가대표들이 참가해 국가의 명예를 걸고 열띤 경기를 벌였다. 헤어모델 3백30여명, 매니저 트레이너 등 선수단만 1천여명이 세계 각지에서 서울대회에 참가하기 위해 내한했다. 세계선수권대회, 세계청소년대회, 세계아리랑컵대회, 그랑프리 서울컵대회 등 4개 부문의 국제대회와 국내대회가 펼쳐졌다. 대회기간 4일 동안 연인원 15만명의 관람객이 몰려 들었으며, 세계 각국의 미용업체들이 참가한 전시부스 1천10여개가 설치돼 전세계 미용 관련 제품의 현황을 한 눈에 볼 수 있었다. 헤어월드 서울대회에서 우리나라는 이금연 김동분 이복자 중앙회 기술강사가 국가대표로 출전해 역대 최고의 성적인 종합 5위에 입상했다. 대회기간 중 열린 헤어쇼는 쏘냐&크리스토퍼팀 까를로베이팀 코리안크리에이브팀이 참가한 웰라 헤어쇼, 레띠시아 게나우(Laetitia Guenaou) 로레알 아티스트가 펼치는 헤어쇼, 일본의 혼다, 오히라, 우에노와 우리나라의 전덕현의 동양팀과 서양의 미국 닉 알타모, 프랑스 샤본형제, 아르헨티나 오스카와 마리아로사가 선보인 왈 헤어쇼, 대한미용사회중앙회 기술강사팀 송혜자 김교숙 송금자가 펼치는 수준 높은 헤어쇼가 열렸다.

I.B.S 파견 한국선수선발대회는 1997년 1월27일 코엑스 태평양관에서

열렸다. 이날 대회는 공중파 방송인 SBS와 케이블 동아TV가 후원해 69명의 선수가 4종목의 경기를 치렀다.

대한미용사회 산하 지회 경기대회 중 비교적 큰 규모의 경기도지사배 미용경연대회가 6회째로 1997년 5월19일 경기도 문화회관에서 1천5백여 미용인들이 참석한 가운데 열렸다. 이날 경기대회에서는 총 6개종목 1백36명의 선수들이 경쟁을 펼쳤다.

전국미용학원협의회가 주최하는 제7회 교육부장관배 미용경진대회가 1천여명의 미용인들이 참석한 가운데 1997년 10월2일 2백18명의 선수가 7개 부문에서 경기를 펼쳤다.

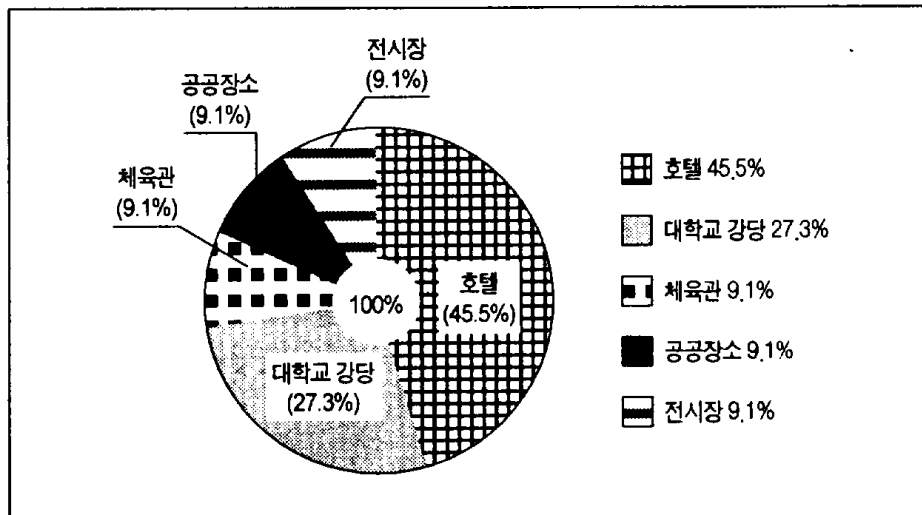
<표 8> 1997~1999년 국내 헤어쇼 현황

날짜	주최자	헤어쇼명	장소	참석 인원	특징
97. 1. 27	대한미용사회 중앙회	'97 IBS 한국 선수파견 선발대회	코엑스 태평양관	2천명	96대회 입상자 직접발표
97.12. 3	대한미용사회 중앙회	98 헤어월드 유치기념 컬렉션	교육문화회관	1천명	97 IBS 입상자 6인 창작발표회
97.12.14	란미회	97 작품발표회	숙명여대강당	7백명	3개 부문
98.9.6~8	서울 헤어월드대회	웰라헤어쇼			쏘나&크리스토퍼팀 까블로,코리아팀
98. 9. 7	서울 헤어월드대회	로레알헤어쇼			레띠시아 게나우팀
98.12.22	전채정	전채정 헤어쇼	대구금호호텔		
99.3. 21	로레알프로페셔널파리	헤어쇼	팔레스호텔		전통헤어스타일
99.5. 18	경기도지회	경기도지사배 헤어쇼	경기도 문화예술회관		4인의 창작발표회
99. 6. 22	대한미용사회 중앙회	99헤어트렌드 컬렉션	서울교육문화회관		연령대별 뉴모드(4명)

99. 7. 2	전북지회	전북도지사배 헤어웨딩쇼	전주대 대강당		
99. 8. 31	CAT 세계 대회	99 CAT 헤어 페스티벌	숙명여대강당		5개(87명)
99. 10. 4	대한미용사회 중앙회	미용의 날 헤어쇼	올림픽공원 펜싱경기장	1천5 백명	웰라헤어쇼- 기술강사12명 모델 60명
99. 12. 13	대한미용사회 중앙회	2000 뉴욕 IBS 선발대회 헤어쇼	서울 교육문화회관	3천명	로레알쇼-기술강사 4인 새천년 봄여름트렌드 발표

1997~1999년 사이에 열렸던 헤어쇼는 화장품신문과 미용회보 지면에 반영된 경우가 총 12회로 97년 3회 98년 2회 99년 7회가 열렸다. 순수하게 헤어쇼만 열렸던 경우가 3회(25%), 경기대회와 함께 열렸던 경우가 9회(75%)로 나타났다. 헤어쇼가 열린 장소별 특징을 살펴보면 장소가 정확하게 밝혀진 11개 대회 중 호텔이 5회 (45.5%), 대학교 강당이 3회 (27.3%), 전시장 체육관 공공장소가 각각 1회 9.1%로 나타났다.

<도표 11> 1997~1999년 국내 헤어쇼 개최장소 분석



1998년 9월5일부터 8일까지 열린 헤어월드 '98 서울대회에서는 세계 각국의 헤어아티스트가 펼치는 헤어쇼가 선보였는데 웰라 헤어쇼로 쏘냐&크리스토퍼팀 까를로베이팀 코리안크리에이브팀이 참가해 환상적인 스타일링 기법과 커머셜한 스타일에서 아방가르드 스타일까지 최신 트렌드를 보여주었다.

로레알 헤어쇼에서는 레띠시아 게나우 로레알 아티스트가 Paris by day(파리의 낮) Paris by night(파리의 밤)이라는 주제로 헤어와 의상의 완벽한 조화를 표현한 가장 프랑스적인 스타일을 선보였다. 특히 흑인과 백인 황인 등 다양한 인종의 헤어모델들을 등장시켜 피부톤과 헤어컬러의 조화를 보여주었다.

왈 헤어쇼는 일본의 혼다, 오히라, 우에노와 우리나라의 전덕현 헤어아티스트의 동양팀과 서양의 미국 닉 알타모, 프랑스 샤본형제, 아르헨티나 오스카와 마리아로사 서양팀이 자신의 나라를 상징하는 문화적 요소와 어우러진 독특한 헤어스타일을 제시했다.

우리나라의 아리랑 사물놀이 한복 등이 등장하는 퍼포먼스, 미국의 오토바이와 락밴드, 아르헨티나의 탱고댄서 등 다양한 볼거리를 제공했다. 중앙회 기술강사 헤어쇼로 송혜자는 작품명 삼다도(三多島) '환타스틱 하모니'라는 테마로 앙드레 김 의상과 조화를 이뤘다. 김교숙은 작품명 칼라 메취로 애국이라는 주제를 강렬한 붉은 빛을 사용했다. 송금자는 작품명 자연과 사랑으로 금색과 은색을 사용해 불교의 웅장함과 경건한 분위기를 연출했다.

<표 9> 1997~1999년 국내 졸업작품전

날짜	주최자	졸업작품전명	장소	참석 인원	특징
97. 10. 12	숙명여대 미용산업 최고경영자 과정	3회 졸업작품 발표회	숙명여대 강당	5백 여명	13개 작품 발표
97. 10. 20	영동대학 미용과	97 美에로의 초대	영동대 체육관		
97. 10. 17	동주여자대학 피부미용과	크리에이티브 폼즈- 제3회 졸업작품발표회	동주여대 대운동장		
97. 10. 23	충청전문대학 피부미용과	제1회 졸업작품 발표회	충청전문대 노천강당		38명 참가
97. 11. 15	수원여전 피부관리과	제4회 졸업작품발표회	수원여전 소강당		5개 작품(18명)
97. 12. 17	이화여대 평생교육원	미용아트최고지도자 전문교육과정 제1회 졸업작품발표회	이화여대 삼성교육관	6백 여명	10개 테마 (51명 참가)
98. 6. 14	숙명여대 미용산업 최고경영자과정	7회 졸업작품발표회	숙명여대 강당	5백 여명	12작품 발표
98. 6. 15	이화여대 평생교육원	미용아트 최고지도자 전문교육과정 제 2회 졸업작품발표회	이화여대 삼성교육관	2백50 여명	9개 테마
99. 6. 13	숙명여대 미용산업 최고경영자과정	9회 졸업작품발표회	숙명여대 강당	3백 여명	12개 테마 (25명 참가)
99. 6. 15	이화여대 평생교육원	미용아트 최고지도자 과정 제3회 졸업작품발표회	이화여대 삼성교육관	3백 여명	15개 테마 (63명 참가)
99. 10. 30	수원여자대학 피부미용과	제 6회 졸업작품발표회	수원여대 소강당		60개 작품 발표
99. 11. 14	숙명여대 미용산업 최고경영자과정	10회 졸업작품 발표회	숙명여대 강당		18개 작품 (65명 참가)
99. 12. 14	이화여대 평생교육원	미용아트 최고지도자 전문교육과정 제4회 졸업작품발표회	이화여대 삼성교육관		10개 작품 (24명 참가)

#### 4) 2000~2002년 국내 미용이벤트 현황

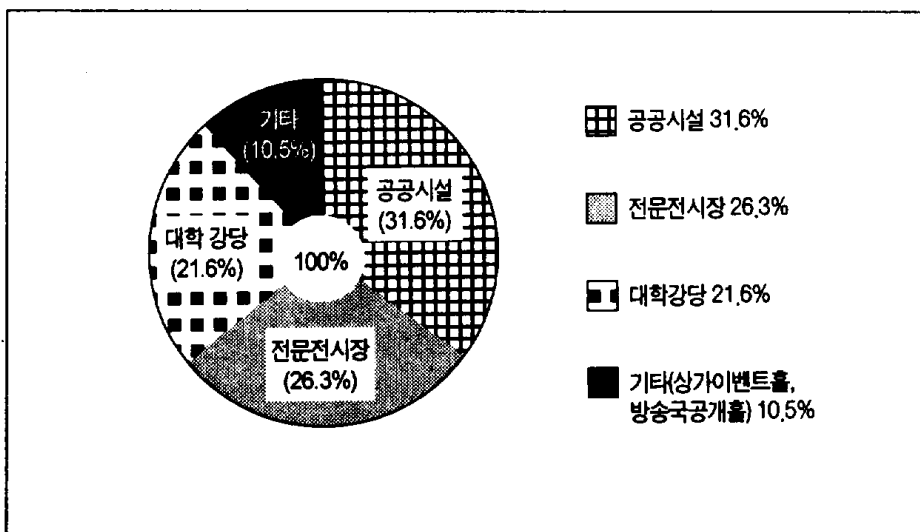
2000~2002년에는 20개 미용경기대회가 열렸는데 2000년 10회, 2001년 7회, 2002년에 3회가 열렸다. 20개 대회 중 선수선발대회가 1개 대회(5%), 미용경기대회 주최자가 대한미용사회이거나 산하 기관인 경우가 15개 대회(75%), 전국 단위 경기대회가 7개 대회(35%)로 나타났다. 경기대회의 대부분이 대한미용사회 주최로 열리고 있음을 알 수 있다.

<표 10> 2000~2002년 국내 미용경기대회 현황

날짜	주최자	대회명	장소	참석 인원	경기종목 (선수인원)
00. 5. 9	경기도지회	제8회 경기도지사배 미용경연대회	경기도 문화예술회관		7종목
00. 6. 15	경상남도지회	제6회 경상남도지사배 미용기술 경연대회	KBS 창원홀	2천여명	8종목 (2백75명)
00. 7. 25	ICD 코리아	2000년도 ICD 코리아 미용콘테스트	63빌딩 국제회의장	2백명	6종목(70명)
00. 8. 25	제주도지회	제3회 제주도지사배 미용경연대회	제주 KAL호텔		5종목
00. 10. 30	광주광역시 협의회	제12회 광주시장배 미용경기대회	광주시민회관		6종목
00. 11. 10	전라북도지회	제3회 전라북도지사배 미용경연대회	전주대학교	1천7백 여명	5종목
00. 11. 21	대구광역시협 의회	제14회 대구광역시장배 미용경기대회	대구호텔	1천5백 여명	6종목
00. 11. 29	청양대학 피부미용과	제1회 충청남도지사배 전국고교 미용경진대회	청양대학피부 미용과실습실		4종목
00. 12. 13	대한미용사회 중앙회	2001 뉴욕 IBS 대회 파견 국내선수권선발대회	코엑스 컨벤션센터		5종목 (1백30명)
01. 2. 27	성남시 수정구지부	2001 성남시장배 미용경연대회	성남시민회관 대강당	1천여명	5종목

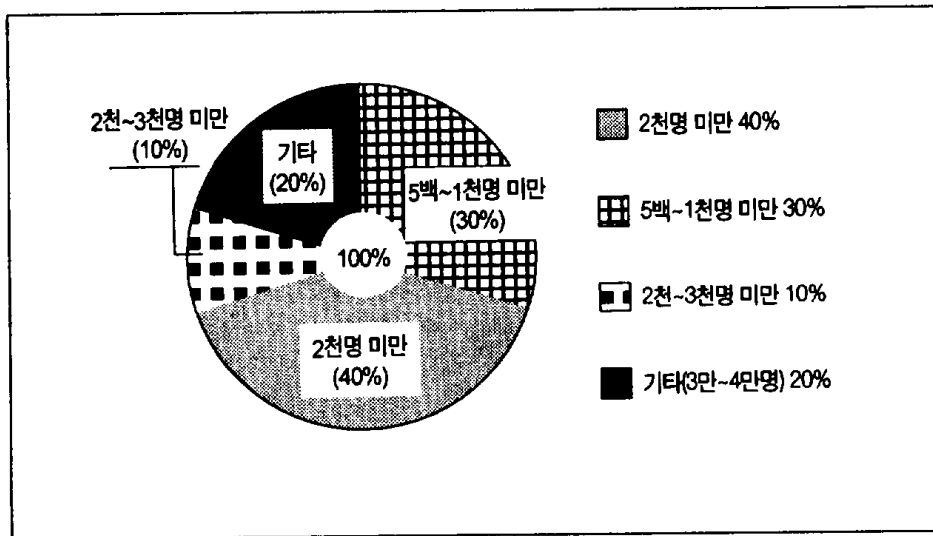
01. 9. 6	국제기능올림픽조직위원회	2001년 서울 제36회 국제기능올림픽 대회	코엑스몰		17개국
01. 10. 23	광주광역시 협의회	제13회 광주광역시장배 미용기술경연대회	서구문화센터		8종목
01. 11. 13	경기도지회	제9회 경기도지사배 미용경연대회	동남보건대학 대강당		8종목
01. 11. 20	정읍시지부	제1회 정읍시장배 미용경연대회	정읍시 예술회관	8백여명	9종목 (1백38명)
01. 11.22~23	대한미용사회 중앙회	제12회 미용의 날 & 대한미용사회장배 미용경기대회	코엑스 인도양홀	3만여명	6종목 (2백14명)
01. 12. 4	대구광역시 협의회	제15회 대구광역시장배 미용경기대회	대구밀리오레 이벤트홀	1천5백여명	6종목 (1백여명)
02. 9.13~16	한국국제 전시회	2002서울국제화장품·미용박람회	코엑스 전시장		6종목 (2백여명)
02. 10. 12	김천대학교	제3회교육인적자원부장관배 전국학생미용경진대회	김천과학대학 대강당	3백여명	
02. 12. 8~10	대한미용사회 중앙회	뷰티-코스모프로 2002 부산/제13회 미용의날,2002 중앙회장배 미용대회, 미용산업박람회	부산 벅스코	4만여명	(6백64명)

<도표 12> 2000~2002년 국내 미용경기대회 개최장소 분석



미용경기대회의 장소가 정확하게 드러난 19개 대회의 개최 장소별 특징을 분석하면 공공시설 6개 대회(31.6%), 전문전시장 5개 대회(26.3%), 대학교 강당 4개 대회(21.1%), 기타 2개 대회(10.5% 상가 이벤트홀, 방송국 공개홀) 순으로 나타났다. 이 시기에 개최 장소의 특징을 살펴보면 체육관에서 개최하는 경우가 없어지고, 호텔에서 경기대회를 개최하는 경우는 1997~1999년에 비해 대폭 줄어들었으나 상대적으로 전문 전시장에서 대회를 개최하는 경우가 늘었다. 국내 컨벤션 산업이 발전하면서 전문전시장 건설이 늘어난 사회적 요인과 관련이 있을 것으로 추측할 수 있을 것이다.

<도표 13> 2000~2002년 국내 미용경기대회 참가인원 분석

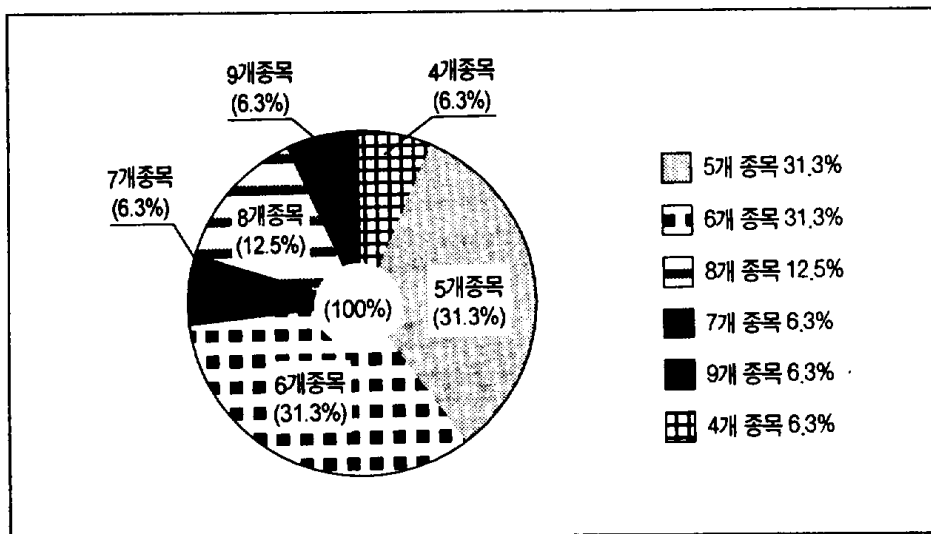


미용경기대회 이벤트 참가 인원으로 본 규모를 정확히 밝힌 10개 대회 중 1천명 이상 2천명 미만이 4개 대회(40%)로 가장 많았고, 5백명 이상 1천명 미만 3개 대회(30%) 2천명 이상 3천명 미만이 1개 대회(10%)로 조사됐다. 대규모 인원이 참가한 대한미용사회 주최의 미용의 날 행사에는

2일 동안 열린 2001년 대회에 3만명(1개 대회, 10%), 2002년 대회에 4만 명(1개 대회, 10%)이 관람했다. 이들 미용의 날 행사는 경기대회 뿐만 아니라 헤어쇼, 미용기자재 박람회 등이 함께 열린 종합이벤트였다.

미용경기대회 경기종목 특징을 살펴보면 경기종목이 기사에 드러난 16 개 대회 중 6개 종목의 경기를 치른 대회가 5개 대회(31.3%), 5개 종목 5 개 대회(31.3%), 8개 종목 2개 대회(12.5%), 4개 종목 7개 종목 9개 종목 의 경기대회는 각각 1개 대회(6.3%)씩 개최됐다. 대체적으로 이 시기 경 기종목도 6개 종목 내외인 것으로 조사됐다.

<도표 14> 2000~2002년 국내 미용경기대회 경기종목 분석



대한미용사회 관련 주최가 아닌 청양대학 피부미용과가 개최한 충청남도지사배 고교미용경진대회는 2000년 11월29일 열렸다. 특히 이 대회는 입상자들에게 전문대학 입학 특별전형 가산점 혜택을 부여해 경기대회와 대학입시와 연계시킨 이벤트로 기록됐다.

2001년 눈길을 끄는 대규모 미용이벤트로 2001년 서울 제36회 국제기능 올림픽 대회가 9월6일부터 19일까지 삼성동 코엑스몰에서 열렸다. 미용부문에서는 한국을 비롯해 프랑스 미국 영국 독일 일본 등 17개국 대표선수가 참가해 경쟁을 벌였다. 미용부문은 9월13일부터 15일까지 집중적으로 경기가 열렸는데 한국대표는 입상권에 들지 못했다.

2001년 11월22일부터 23일까지 2일 동안 서울 삼성동 코엑스몰 인도양관에서 대한미용사회 주최로 미용의 날 행사가 열려 1백20여개의 미용관련 기자재와 제품을 전시하는 부스가 설치된 박람회, 헤어쇼, 경기대회가 펼쳐졌다. 연인원 3만여명이 관람한 대규모 이벤트로 경기대회 부문은 전국에서 2백여명의 선수들이 6개 부문에서 경쟁을 벌였다.

2002년도에도 많은 시도지사배 경기대회가 열렸으나 대한미용사회가 주최한 '뷰티 코스모 프로 2002-부산' 대회가 가장 큰 규모로 열렸다. 2002년 12월8일부터 10일까지 3일동안 부산 벡스코에서 개최됐는데 미용관련 업체에서 1백여개 전시 부스를 설치했으며, 각 부문별로 6백64명의 선수들이 출전해 경기를 펼쳤다.

2000~2002년 사이에 열렸던 헤어쇼는 화장품신문과 미용회보 지면에 반영된 경우가 총 31회로 2000년 9회, 2001년 10회, 2002년 12회가 열렸다. 순수하게 헤어쇼만 열렸던 경우가 29회(93.5%), 경기대회와 함께 열렸던 경우가 2회(6.5%)로 나타났다. 순수 헤어쇼 비중이 높아졌음을 알 수 있다.

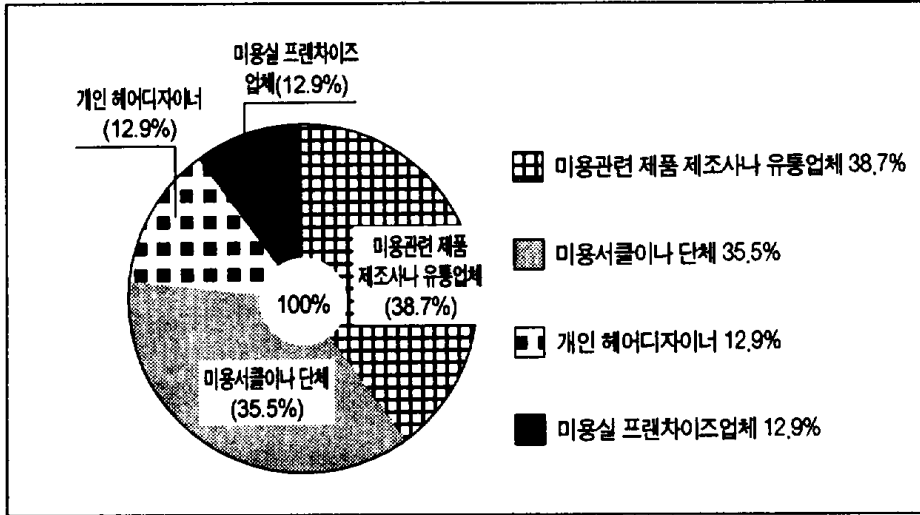
<표 11> 2000~2002년 국내 헤어쇼 현황

날짜	주최자	헤어쇼명	개최장소	참석인원	특징
00.1.11	(주)미투	토니&가이 팀 초청 2000년 뉴 트렌드	부산	1천5백명	
00.2.14	(주)아모스 프로페셔널	아모스, 헤어트렌드 2000	인터컨티넨탈호텔 그랜드볼룸	1천명	3개 테마 (6인)
00.5.28	란미 미용연구회	송부자 미용40년 헤어컬렉션	호암아트홀	1천5백명	6개 테마
00.6.26	한국미용창작협회	2000 트렌드 발표회	서울교육문화회관		4개 테마
00.7.11~ 14	웰라코리아	섬머칼리지 2000	제주도 KAL호텔		
00.7.23	최봉관 프로헤어	2000년 헤어 트렌드	압구정 갤러리아 야외무대		4개 테마
00.9.18~ 19	한국 L.C.F	L.C.F 2000 가을/겨울 트렌드	마살웨딩프라자	3백명	
00.12.7	(주)캐스팅- 이가자미용실	이가자미용실 2001 S/S 트렌드 발표회	메리어트 호텔		3개 테마
00.11.28	(주)아모스 프로페셔널	팀아모스 미니헤어쇼	태평양 대강당		6개 테마
01.3.16	웰라코리아	웰라코리아 Trend Vision 2001	63빌딩 국제회의장	2천명	12개 테마(6명)
01.4.4	로레알 프로페셔널파리	2002 S/S 헤어트렌드 쇼	인터컨티넨탈 호텔		Asian Blond in Buddha Bar
01.4.16	C.A.T 한국본부	2001 C.A.T 헤어트렌드 발표 및 월드챔피언 컬렉션	아카데미하우스		
01.7.16	광주한울이 미용실	21C 환회에 빛나는 동구2001 헤어쇼	제2회 광주 서석문화축제장		5개 테마
01.7.12~ 13	(주)시스템 포유	2001 밀라노 헤어 컬렉션	프리마호텔	3백명	컬러, 커트
01.9.11	L.C.F 코리아	2001 가을/겨울 헤어트렌드 발표회	메리어트호텔 그랜드볼룸	3백70명	
01.10.14	란미미용연구회	제14회 작품발표회	숙명여대 중강당		
01.9.25	I.C.D 코리아	I.C.D 코리아 콘테스트 및 헤어쇼	63빌딩 국제회의실		9개 팀 (90여명)
01.11.21	로레알 프로페셔널 파리	2001 로레알 컬러트로피	새종문화회관	2천5백명	신인헤어 디자이너 선발

01.12.11	자끄대상주 코리아	2002 자끄대상주 뉴 트렌드 컬렉션	아셈타워 컨벤션센터	4백50명	공연예술 과 만남
02.2.24	얼터너티브헤어 클럽코리아(AHC)	헤어 이노베이션 코리아 2002	63빌딩 국제회의실	3천명	13개팀 - 백혈병어 린이돕기
02.3.26	한국 L.C.F	2002년 S/S트렌드 발표회	메리어트 호텔	3백명	
02.5.27	로레알 프로페셔널 파리	2002년 여름 헤어트렌드 헤어쇼			3개 테마
02.6.18	휘록시스템코리아	하이파이 컬렉션 2002 In 코리아	부산 벡스코 컨벤션홀	1천명	제품홍보 시연
02.9.2	박준뷰티랩	박준 컴백 헤어쇼	하이아트호텔		핑크니스 테마
02.9.3	로레알 프로페셔널 파리	로레알 가을/겨울 헤어트렌드쇼	인터콘티넨탈 호텔		히로인 테마
02.9.11	일진코스메틱	메이드 인 코리아 일진	올림픽 제3체육관	4천명	13개팀
02.9.29	비달사순 한국사무국	비달사순 스킨쉽 헤어쇼	부천체육관		6개팀
02.11.3	얼터너티브헤어쇼 코리아	얼터너티브헤어쇼 코리아2000	경희대 평화의 전당	3천명	15개팀- 백혈병 어린이 치료기금 2억원조성
02.11.6	한국 L.C.F	2002년 가을/겨울 트렌드	메리어트 호텔	3백명	커트, 업스타일
02. 11.26	란미미용연구회	제15회 작품발표회	하얏트호텔		
02.12.16	박승철헤어 스튜디오	창립20주년 기념 헤어쇼	하얏트호텔	7백여명	2003년 S/S트렌드 발표

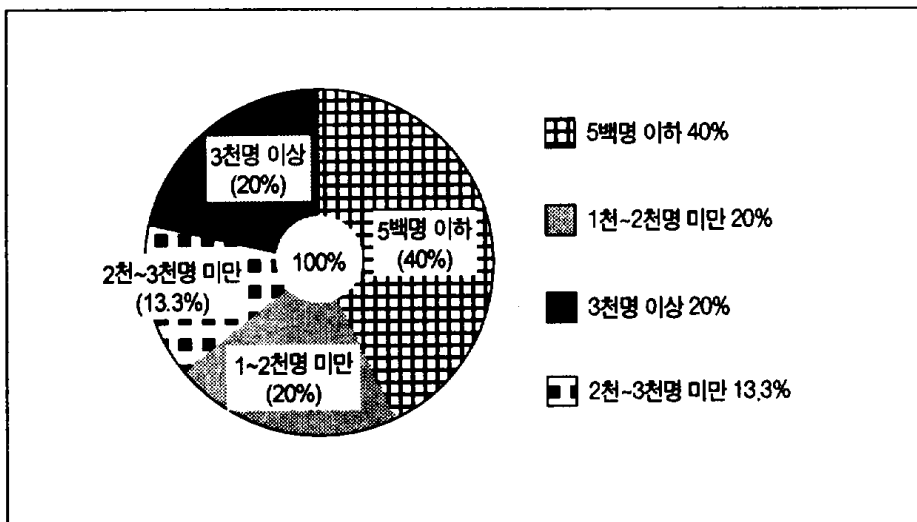
헤어쇼의 주최자별 특징을 살펴보면 미용관련 제품 제조사나 유통업체에서 주최한 경우가 12회(38.7%), 서클이나 단체에서 주최한 경우가 11회(35.5%), 개인 헤어디자이너 이름으로 열린 헤어쇼가 4회(12.9%), 미용실 프랜차이즈 업체가 개최한 경우가 4회(12.9%) 순으로 나타났다.

<도표 15> 2000~2002년 국내 헤어쇼 주최자별 특징 분석



헤어쇼의 개최 장소면에서도 개최 장소가 밝혀진 26곳 중 호텔이 17회 (65.4%) 기타(대형공연장, 야외무대, 학교강당, 컨벤션홀 등등) 장소가 9회 (34.6%)로 나타나 같은 기간 열린 경기대회보다 호텔의 비중이 높게 나타났음을 알 수 있다.

<도표 16> 2000~2002년 국내 헤어쇼 참가인원 분석



헤어쇼를 관람한 관람객 인원을 살펴보면 조사 가능한 16개의 헤어쇼에서 5백명 이하가 6회(37.5%), 1천명 이상 2천명 미만 3회(18.8%), 3천명 이상 3회(18.8%), 2천명 이상 3천명 미만 2회(12.5%), 5백명 이상 1천명 이하 1회(6.3%)로 조사됐다.

2000년 1월11일 부산에서 열린 토니&가이팀 초청 헤어쇼를 시작으로 2000년 2월14일 주)아모스프로페셔널은 인터컨티넨탈 호텔에서 '아모스 헤어트렌드 2000' 헤어쇼를 개최했다. 이 쇼에서는 헤어아티스트 드와이트 밀러를 초청해 가벼운 커팅 아웃 기법을 선보여 주목을 받았다. 2000년 12월7일에는 이가자 미용실 브랜드 프랜차이즈 사업을 펼치고 있는 주)캐스팅이 '이가자 미용실 2001 S/S 트렌드 발표회' 헤어쇼를 개최했다. 세가지 테마로 나누어 복고풍의 우아하고 클래식한 헤어스타일, 섹시하고 세기말적인 분위기를 자아내는 헤어스타일, 사이버적이고 히피적인 헤어스타일을 선보였다.

2001년 3월16일 여의도 63빌딩 국제회의장에서는 웰라코리아가 독일의 톱 스타일리스트 마티나 액트와 2000년 헤어월드 독일 대회에서 헤어쇼를 선보인 러시아의 드리트리 비노쿠로프를 초청해 '웰라코리아 Trend Vision 2001'을 발표했다. 웰라 헤어쇼는 전주와 부산에서 각각 2천명 이상의 관람객이 지켜보는 지방헤어쇼를 마치고 서울에서 쇼를 가졌다. 두 헤어아티스트는 무대에서 빠른 속도의 정교함, 뛰어난 창작성을 보여주었다는 평가를 받았다.

2001년 4월4일에는 로레알프로페셔널 파리가 영국의 찰리 밀러를 초청

해 서울인터콘티넨탈호텔에서 '2001년 S/S 헤어트렌드쇼'를 선보였다. '아시안 보헤미안' 컨셉으로 창조성이 가미된 화려한 커트기법을 보여주었다. 로레알은 2001년 11월21일 2천5백여명의 미용인들이 지켜보는 가운데 로레알컬러트로피 헤어쇼를 개최했다. 로레알컬러트로피는 컨테스트 형식의 헤어쇼로 주한 프랑스 대사관과 공동으로 개최했으며, 개최장소도 헤어쇼 최초로 세종문화회관에서 개최돼 헤어쇼의 품격을 높였다는 평가를 받았다.

프랑스 미용실프랜차이즈 브랜드인 자끄데상쥬는 국내 런칭 10주년을 맞아 2001년 12월11일 서울 삼성동 아셈타워 컨벤션센터에서 '2002 자끄데상쥬 뉴 트렌드 컬렉션'을 개최했다. 프랑스 자끄데상쥬 수석 스타일리스트 두 사람이 동서양의 교류를 접목한 강렬한 금발과 베르사체 의상으로 여성스러움과 섹시함을 강조한 헤어스타일을 선보였다.

2002년 6월18일 휘록시스템코리아는 부산 벡스코 컨벤션 홀에서 '하이파이 컬렉션 in 코리아'라는 주제로 1천여명의 미용인들이 참석한 가운데 헤어쇼를 개최했다. 미국 휘록시스템 미술부문 총책임자이며 컬러개발 담당 매니저인 미코 호타나와 헤어쇼 전문 국제 강사인 제이슨 예이츠가 선의 조화로운 공간울 최대한 활용한 커트, 넘치는 웨이브, 강렬한 붉은 컬러가 돋보이는 헤어스타일을 제시했다.

2002년 9월11일 두발 전문업체 일진코스메틱의 후원으로 'Made in Korea IL JIN Seoul & Tokyo Hair Revolution of Charisma' 라는 주제로 미용인 3천5백여명이 참석한 가운데 올림픽공원 체조경기장에서 한일 합동 헤어쇼가 열렸다. 헤어쇼에는 아크 준오 이철해어커커 도모 수빈메이크업 등 한국 5개팀과 일본의 톱 스타일리스트 10명으로 구성된

‘ZACC’ 등 13개팀이 참가했다. 한국팀은 자연주의를 컨셉으로 60여 작품, 일본팀은 자유분방한 무대연출과 독창적인 의상과 세련된 테크닉을 보여주었다는 평가를 받았다.

2002년 11월3일에는 백혈병 어린이 돕기 ‘얼터너티브<sup>34)</sup> 헤어쇼 코리아 2002’ 헤어쇼가 경희대 평화의 전당에서 3천여명의 미용인들이 참석한 가운데 열렸다. 국내 6개팀과 미국 독일 일본 호주 영국 이탈리아 등 해외 9개팀의 헤어쇼를 보여주었다. 이날 헤어쇼는 웰라코리아가 후원했으며, 헤어쇼를 통해 조성된 2억원의 수익금은 한국 백혈병 어린이 재단과 영국 백혈병 어린이 재단에 기부됐다.

---

34) 얼터너티브 헤어클럽(Alternative Hair Club)은 창립자인 토니 리쥘(Tony Rizzo)에 의해 1983년 영국 런던에서 결성되어 세계최고의 명망을 얻고 있는 얼터너티브헤어쇼 위원회에 의해 1986년 설립된 미용인 클럽으로 현재 45개 국가에서 헤어살롱 원장들이 회원으로 구성돼 있다. 자선과 창작을 모토로 매년 세계 각국을 돌며 자선 헤어쇼를 개최해 그 수익금으로 백혈병 어린이들을 돕고 있다. 아시아에서는 일본에 이어 우리나라에서 두 번째로 2002년도에 세계 얼터너티브 헤어쇼가 열렸다.

<표 12> 2000~2002년 국내 졸업작품전

날짜	주최자	졸업작품전명	장소	참석 인원	특징
00. 6. 20	이화여대 평생교육원	최고지도자과정(5회) 전문교육과정(6기) 졸업작품발표회	이화여대 삼성교육관		10개 작품 (21명 참가)
00. 8. 26	포항선린대학 피부미용과	졸업작품발표회-가을편지	대구경북 결혼박람회		
00. 11. 14	숙명여대 경영대학원	11회 졸업작품발표회	숙명여대 대강당		27개 작품 (1백24명 참가)
00. 12. 12	이화여대 평생교육원	최고지도자 과정(6회) 전문교육과정(7기) 졸업작품발표회	이화여대 삼성교육관		11개 테마 (25명 참가)
01. 10. 30	김천대학 건강뷰티아트과	제2회 졸업작품발표회	김천대학 체육관		
01. 11.13	숙명여대 경영대학원	12회 졸업작품발표회	숙명여대 강당		80명 참가
02. 11. 12	숙명여대 경영대학원	13회 졸업작품발표회	숙명여대 강당		

### 3.4. 국내 미용이벤트 실태조사 분석

1991~2002년까지 국내 미용이벤트를 1단계 1991~1993년, 2단계 1994~1996년, 3단계 1997~1999년, 4단계 2000~2002년으로 나누어 미용경기대회와 헤어쇼 실태에 관한 분석이 가능했다.

분석 결과 2000년대 들어 국내미용이벤트의 무게 중심이 헤어쇼로 옮겨가고 있음을 알 수 있었다. 미용경기대회는 전국단위의 대회가 늘어나고 대회규모는 점차 대규모화 되고 개최장소로 전문전시장이 급부상 하고 있다는 것을 알 수 있다.

헤어쇼는 순수 헤어쇼 비중이 늘어나 헤어쇼가 경기대회에서 독립돼 독자적인 이벤트로 자리잡고 있으며, 2000년대 들어 헤어쇼 개최 횟수가 대폭 증가했다는 점에서 향후 미용이벤트로 헤어쇼가 각광받을 것으로 전망되고 있다.

1991~2002년까지 미용이벤트 개최 장소의 특징을 살펴본 결과 향후 미용경기대회의 경우 전문전시장이, 헤어쇼의 경우 호텔이 더욱 각광받을 것으로 보인다.

#### 1) 1991~2002년 국내 미용경기대회 실태조사 분석

미용경기대회의 경우 1단계 31개 대회, 2단계 34개 대회, 3단계 22개 대회, 4단계 20개 대회로 경기대회 개최 횟수가 늘어나기 보다는 줄어드는

추세에 있었다. 그러나 전국의 미용인들을 대상으로 하는 경기대회는 1단계 25.8%, 2단계 26.5%, 3단계 27.3%, 4단계 35%로 점차 증가하고 있다는 점은 미용경기대회가 개최횟수는 줄어들고 있지만 전국단위의 대규모 이벤트 위주로 발전되고 있음을 알 수 있다.

미용경기대회의 개최 장소로 1단계에서 공공시설 36.7% 호텔 33.3% 체육관 23.3%, 2단계 호텔 40.6% 공공시설 31.3% 체육관 18.8%, 3단계 호텔 35% 공공시설 25% 체육관 20%, 4단계 공공시설 31.6% 전문전시장 26.3% 대학강당 21.1%로 나타났다. 전체적으로 미용경기대회가 호텔과 공공시설에서 대부분 개최되다가 2000년들어 호텔의 비중이 급격히 줄어들고 전문전시장이 미용경기대회의 새로운 개최장소로 각광받기 시작했음을 볼 수 있다. 추후 미용경기대회 개최 장소로는 호텔과 체육관이 퇴조하고 전문전시장과 공공시설 이용이 늘어날 것으로 보인다.

미용경기대회의 경기 종목을 살펴보면 4개 종목에서 6개 종목의 경기가 펼쳐지고 있는 것으로 나타났다. 1단계 6개 종목 35.7% 4개 종목 28.6% 5개 종목 25%, 2단계 4개 종목 6개 종목 각각 33.3% 5개 종목 20%, 3단계 6개 종목 30% 4개 종목 25% 5개 종목 20%, 4단계 6개 종목 5개 종목 각각 31.3% 8개 종목 12.5%로 조사됐다. 4단계에서 8개 종목이 처음으로 3순위 안에 들어 대규모 미용경기대회가 있었음을 알 수 있지만 전체적으로 미용경기대회 종목은 4~6개 종목의 경기가 펼쳐졌고 큰 변화가 없을 것으로 추측할 수 있다.

미용경기대회 규모를 알 수 있는 참가 인원을 살펴보면 5백명 이상 1천명 미만의 경우 1단계 35.7% 2단계 25.9% 3단계 21.4% 30%로 나타났다. 1천명 이상 2천명 미만의 경우는 1단계 28.6% 2단계 55.6% 3단계 57.1%

4단계 40%로 나타났다. 3단계에서 3천명이상이 14.3%, 헤어월드대회 15만명, 4단계에서 2천명 이상 3천명 미만 10%와 3~4만명 20%는 분명 미용경기대회가 점차 대규모화 되고 있다는 것을 보여주고 있다.

## 2) 1991~2002년 국내 헤어쇼 실태조사 분석

국내 헤어쇼는 1단계 9회, 2단계 21회, 3단계 12회, 4단계 31회로 2000년대 들어 헤어쇼가 대폭 늘어났음을 보여주고 있다. 특히 4단계에서 미용경기대회는 20개 대회가 개최된 것과 비교해 헤어쇼 개최는 31회로 대폭 증가해 미용이벤트의 무게중심이 헤어쇼 쪽으로 옮겨가고 있음을 보여주고 있다.

헤어쇼와 경기대회가 같이 열리는 미용이벤트의 특징과 관련해서 순수하게 헤어쇼만 열리는 경우를 살펴보면 1단계 33.3%, 2단계 76.1%, 3단계 25%, 4단계 93.5%로 나타나 1990년대는 기복이 심했으나 헤어쇼가 활발하게 개최되기 시작한 4단계에는 순수 헤어쇼 비중이 93.5%로 압도적이었다. 이같은 결과는 헤어쇼가 2000년대 들어 경기대회와 분리돼 독자적인 미용이벤트로 자리 잡았으며, 향후 헤어쇼 이벤트의 활발한 개최를 예고하고 있다.

헤어쇼 개최장소 특징을 살펴보면 1단계 때 호텔이 33.3%, 2단계 47.6%, 3단계 45.5% 4단계 65.4%로 호텔 개최가 증가해 헤어쇼 개최 장소가 고급화 되고 있음을 증명하고 있다. 헤어쇼의 호텔 개최가 증가한 것과 연관지어 4단계 때 헤어쇼 참가 인원을 살펴보면 5백명 이하가 37.5%, 1천명이상 2천명미만 18.8%, 2천명이상 3천명 미만 12.5%로 조사

돼 호텔이라는 장소적 특징 때문에 대규모 헤어쇼 개최가 쉽지 않았음을 알 수 있다. 특히 5백명 이하가 관람한 헤어쇼가 가장 높게 나타난 점은 호텔에서 헤어쇼를 개최하면서 제한된 초청 관람객을 대상으로 식사를 제공하면서 헤어쇼를 개최하는 경우가 많아 관람객의 인원 제약이 뒤따랐을 것으로 추론된다.

## IV. 헤어쇼에 대한 설문조사와 문제점 분석

### 4.1. 국내 헤어쇼에 대한 설문조사

1991년부터 2002년까지 살펴본 국내 미용이벤트 중 헤어쇼 분야에 대한 심층적인 분석을 위해 국내 헤어쇼를 구성하고 있는 구성원들을 대상으로 설문조사를 실시했다.

먼저 헤어쇼를 대행하는 3개 업체의 대표자와 종사자를 대상으로 설문조사를 실시해 헤어쇼 대행사 입장을 알아보았다. 대표자 3인과 대행업체 종사자 20명을 대상으로 설문조사를 실시했다. 설문대상으로 선택한 3개사는 회사 설립 역사가 5년이 넘고 최근 5년 동안 연간 20회 이상의 헤어쇼를 대행하는 헤어쇼 전문대행업체를 설문대상으로 삼았다.

두 번째로는 헤어쇼에 출연하는 헤어디자이너를 대상으로 설문조사를 실시해 헤어디자이너 입장을 파악했다. 다양한 경력의 헤어디자이너 25명을 대상으로 설문조사를 실시한 결과 불성실하게 답변한 4명을 제외하고 21명의 유효 응답수를 얻었다.

세 번째로는 헤어쇼 수용자인 관람객 2백50명을 대상으로 설문조사를 실시해 수거된 설문지 2백5부중 헤어쇼를 관람한 적이 없다거나 불성실한 답변의 설문지 18개를 제외하고 1백87개의 설문지를 분석했다.

## 1) 헤어쇼 대행업체의 실태

### (1) 대행업체 대표자

표 13에서 살펴볼 수 있듯이 3개사의 대표자 인터뷰 설문조사를 실시했는데 A사는 1974년에 설립돼 조사대상 중 가장 오랜 역사를 가지고 있었고, B사는 1990년, C사는 1996년에 설립됐다.

조사 대상 3사 모두 연간 적게는 20회 많게는 40회의 헤어쇼를 대행하고 있었다. 이들 대표들이 제시하는 헤어쇼의 목적을 살펴보면 공통적으로 헤어 트렌드를 제시한다는 것과 유능한 헤어디자이너 발굴, 업계발전을 위해 수익성을 환원한다는데 목적을 뒀다. 헤어쇼 개최가 미용업계의 공익사업적 성격을 띠고 있어 업계와 연대의식 강한 것으로 조사됐다.

헤어쇼 관람객 확보를 위해서 3사 모두 헤어쇼를 의뢰한 회사의 대리점이나 미용재료상 등 유통망에 의존하고 있었다. 아직까지도 헤어쇼가 자발적 관람객을 대상으로 개최되는 것이 아니라는 것을 알 수 있었다. 헤어쇼 대행사 대표자로서 겪는 어려움에 스폰서 확보, 디자이너 발굴, 관람객 동원 등을 꼽았다.

헤어쇼 준비과정에서 대행업체 대표자들이 헤어쇼 의뢰자에게서 느끼는 어려움으로는 예산 확보에 대한 어려움을 많이 꼽았고, 헤어쇼시스템에 대한 인식 부족 등을 들었다.

헤어쇼 진행과정에서도 대행사 대표자들은 헤어쇼 의뢰사의 시나리오에 없는 내용 삽입요구, 전문 연출자 빈곤, 리허설 부족 등을 어려움으로 꼽았다.

<표 13> 헤어쇼 대행업체 대표자 인터뷰 설문 분석

대행업체 설문내용	A사	B사	C사
① 창업연도	1974년	1990년	1996년
② 최근 5년동안 연간 헤어쇼 대행 정도	20회 이상	30회	20 ~ 40회
③ 헤어쇼 개최목적	트렌드 제시 헤어쇼 의뢰사 홍보 업계발전 위한 수익성 환원	트렌드 제시 유능한 헤어디자이너발굴	트렌드 제시 유능한 헤어디자이너발굴
④ 헤어쇼 관람객 확보 방안	헤어쇼 의뢰사 대리점 통한 배부	스폰회사 대리점 통한 배부 언론 홍보통한 자발적 참여유도	스폰회사 대리점 통한 배부
⑤ 헤어쇼 대행사 대표로서 겪는 어려움	스폰서 확보, 디자이너 발굴 불충분한준비기간	스폰서 확보, 관람객동원 일반 대중의 헤어쇼 인식부족	스폰서 확보 디자이너 발굴 관람객동원
⑥ 헤어쇼 준비과정 어려움	예산부족 마케팅력,기획력 부족	준비, 스케줄 잡기 어려움 배우려는 진지한 자세필요	대화부족 사전준비부족
⑦ 헤어쇼 의뢰자에게 서 느끼는 어려움	지나친 회사홍보 강요	헤어쇼 시스템에 대한 인식부족으로 낮은 대행료 제시 프로페셔널 헤어쇼 진행위한 시스템 수용 요구거절	정확한 예산과 헤어쇼 컨셉 제시 미흡
⑧ 헤어쇼 진행과정에서 느끼는 어려움	전문 연출자 부족	리허설의 중요성 인식결여	헤어디자이너나 의뢰사에서 사전 시나리오에 없는 내용 삼입 요구

## ② 대행업체 종사자

3개사 대행업체 종사자들을 대상으로 실시한 조사에서 종사자들의 근무 경력은 3년 이상(30%)이 가장 많았고, 근무경력 10년 이상(5%)은 낮은 비율로 나타나 전반적으로 헤어쇼 대행업체에 경험이 많은 경력사원이 부족한 것으로 나타났다.

대행업체 종사자들이 헤어쇼를 진행하면서 느끼는 어려움에 대해서는 리허설 기회의 부족, 스폰서 확보, 관람객 흥미유발 순으로 분석됐다. 대행업체 종사자가 희망하는 헤어쇼 준비기간으로는 3개월 이상 응답(30%)이 가장 많았고, 4개월 이상(20%), 5개월 이상(20%)으로 총 3개월에서 5개월 정도의 준비기간을 원하는 응답자가 70%에 달했다. 반면 1개월 미만의 짧은 준비기간을 답한 경우(5%)도 있었다.

대행업체 종사자들이 헤어쇼를 진행하면서 가장 중요하게 생각하는 부분은 중요 순으로 1순위 2순위 3순위로 응답하게 했는데 순위별로 가중치 점수를 주어 계산한 결과 가장 많은 응답이 헤어디자이너의 창작성(25%)을 꼽았고, 쇼진행 프로그램(17.5%)과 모델 확보(17.5%)로 각각 응답했다.

대행업체 종사자들이 적당하다고 생각하는 헤어쇼 시간에 대해서는 90%의 응답이 50분 이상을 꼽았으며, 응답 항목 중 가장 긴시간인 3시간 이상(30%), 2시간 이상(25%), 1시간 이상(20%)으로 나타났다. 이러한 헤어쇼 시간중 헤어디자이너가 출연하는 가장 적당하다고 생각하는 시연시간에 대해서는 평균 14분의 시간을 적당하다고 꼽았고, 전체 헤어쇼 시간에서 약 17.5% 정도를 적당한 시연시간 비율로 제시했다.

<표 14> 헤어쇼 대행업체 근무자 근무경력

구 분	응답수(명)	비율(x)
① 1년 미만	5	25
② 3년 미만	3	15
③ 3년 이상	6	30
④ 5년 이상	5	25
⑤ 10년 이상	1	5
⑥ 15년 이상		
⑦ 20년 이상		
합 계	20	100

<표 15> 대행업체 종사자가 헤어쇼 진행시 느끼는 어려운 점

구 분	설문응답수 (2개이상 복수응답 가능)	비율(x)
① 무대장치설치(장소)	4	9.1
② 모델 확보	3	6.8
③ 헤어디자이너 시연 미숙	4	9.1
④ 관람객 동원	4	9.1
⑤ 관람객 흥미유발	6	13.6
⑥ 스폰서 확보	11	25
⑦ 리허설 기회 부족	12	27.3
⑧ 기 타		
합 계	44	100

<표 16> 대행업체 종사자가 원하는 헤어쇼 준비기간

구 분	응답수(명)	비율(%)
① 1개월 미만	1	5
② 1개월 이상	2	10
③ 2개월 이상	3	15
④ 3개월 이상	6	30
⑤ 4개월 이상	4	20
⑥ 5개월 이상	4	20
⑦ 6개월 이상		
⑧ 1년 이상		
⑨ 2년 이상		
합 계	20	100

<표 17> 대행업체 종사자가 생각하는 헤어쇼 진행시 중요한 부분

구 분	1순위	2순위	3순위	가중치점수산출	비율(%)
				(1순위×3, 2순위×2, 3순위×1)	
1) 모델 확보	3	4	4	17	14.2
2) 헤어디자이너시연 클로즈업	4	6	3	21	17.5
3) 관람객 호응	3		8	17	14.2
4) 쇼 진행 프로그램	2	14	1	21	17.5
5) 무대장치	1	10	1	14	11.6
6) 헤어디자이너의 창작성	7	6	3	30	25
7) 기 타					
합 계	20명	20명	20명	120점	100

<표 18> 대행업체 종사자가 적당하다고 생각하는 헤어쇼 시간

구 분	응답자(명)	비 율(%)
① 20분 미만		
② 20분 이상		
③ 30분 이상	2	10
④ 40분 이상		
⑤ 50분 이상	1	5
⑥ 1시간 이상	4	20
⑦ 1시간 30분 이상	2	10
⑧ 2시간 이상	5	25
⑨ 3시간 이상	5	30
합 계	20명	100

<표 19> 대행업체 종사자가 적당하다고 생각하는  
헤어쇼에서 헤어디자이너 시연시간

구 분 (헤어쇼시간)	평균 시연시간 (단위: 분)	헤어쇼 시간대비 시연시간 평균 비율
① 20분 미만		
② 20분 이상		
③ 30분 이상	10	33
④ 40분 이상		
⑤ 50분 이상	5	10
⑥ 1시간 이상	9	15.2
⑦ 1시간30분이상	15	19.4
⑧ 2시간 이상	16	10.6
⑨ 3시간 이상	30	16.7
합 계(평균)	대략 14분	17.5

## 2) 헤어쇼 출연 헤어디자이너의 실태

헤어디자이너 25명을 대상으로 설문조사를 실시했고 유효 응답자 21명의 경력을 살펴보면 5년 이상(38.1%)이 가장 많았고 10년 이상(14.3%), 15년 이상(14.3%), 20년 이상(9.5%), 25년 이상(9.5%), 30년 이상(9.5%)의 분포를 보여주었다.

헤어디자이너로서 헤어쇼 준비과정에서 겪는 어려움에 대해서는 2개까지 복수 응답을 하게 한 결과 모델 확보(35.1%), 작품구상(29.7%), 스폰서 확보(20%) 순으로 나타나 헤어쇼가 패션쇼와 비교해 모델의 원상복구가 어렵다는 점 때문에 모델 확보가 가장 큰 어려움인 것으로 나타났다.

헤어쇼 참가과정에서 헤어디자이너들은 리허설 부족(33.3%), 관람객 흥미유발(27.3%), 작품시연에 따른 긴장감 극복(21.2%)을 꼽았다.

헤어디자이너가 원하는 헤어쇼 준비기간은 상대적으로 헤어쇼 대행사 종사자들보다는 짧은 시간을 요구했는데 2개월 이상(38.1%), 1개월 이상(33.3%), 3개월 이상(19.0%)으로 꼽아 대체적으로 1개월에서 3개월의 준비기간이 필요하다고 응답했다.

헤어디자이너가 헤어쇼에서 선호하는 시연분야는 커트(51.7%)를 가장 많이 꼽았고, 업스타일(31%) 순으로 나타났다. 상대적으로 펌(6.9%), 컬러링(10.3%)은 낮게 나타났는데 이는 컬러링 부문은 무대에서 시연하는 과정에서 발색시간이 필요하다는 점과 펌을 시연하기 위해서는 기기를 사용하는 등의 어려움이 원인인 것으로 추측할 수 있을 것이다.

헤어디자이너가 헤어쇼에 동원하는 아이디어는 어디서 얻느냐는 설문에 헤어스타일이 소개된 잡지를 참고한다(25%). 타 헤어쇼를 참고한다, 패션

쇼를 본다, 동료 선후배 디자이너들과 토론한다는 응답이 각각 19.4%로 나타나 헤어디자이너들이 다양한 경로로 통해 아이디어를 얻고 있음을 보여주고 있다.

헤어디자이너가 적당하다고 생각하는 헤어쇼 소요시간에 대해서는 2시간 이상(23.8%)이 약간 우세했고, 20분에서 3시간까지 모두 10%내외의 응답률을 보였다.

헤어디자이너들이 적당하다고 생각하는 헤어쇼 시연시간은 평균 16분으로 14분의 대행업체 종사자들 응답보다 더 긴 시간을 요구했고, 전체 헤어쇼에서 차지하는 시연시간 비율도 대행업체 종사자(17.5%)보다 배에 가까운 충분한 시연시간(33%)을 희망했다.

특히 헤어디자이너들 중에서는 2명(9.5%)은 전체 헤어쇼 시간 내내 시연해야 한다고 주장해 시연시간에 대한 헤어디자이너들의 높은 선호도를 보여주었다.

헤어디자이너가 1회 헤어쇼에서 선보이는 적당한 작품 수에 대해서는 평균 2.1 작품이라고 응답했다.

<표 20> 헤어디자이너 경력

구 분	응답수(명)	비율(x)
① 5년 미만	1	4.7
② 5년 이상	8	38.1
③ 10년 이상	3	14.3
④ 15년 이상	3	14.3
⑤ 20년 이상	2	9.5
⑥ 25년 이상	2	9.5
⑦ 30년 이상	2	9.5
합 계	21	100.0

<표 21> 헤어디자이너로서 헤어쇼 준비과정의 어려움

구 분	응답수2개 (복수응답가능)	비율(x)
① 작품구상	11	29.7
② 모델 확보	13	35.1
③ 스폰서 확보	10	20
④ 의상준비	2	5.4
⑤ 애로사항 없음		
⑥ 기 타	1	2.7
합 계	37회	100.0

<표 22> 헤어디자이너로서 헤어쇼 참가과정의 어려움

구 분	응 답 수 (2개까지 복수응답가능)	비율(%)
① 작품시연에 따른 긴장감 극복	7	21.2
② 관람객 흥미유발	9	27.3
③ 스텝등과 호흡	4	12.1
④ 리허설 기회 부족	11	33.3
⑤ 애로사항 없음	2	6.1
⑥ 기 타		
합 계	33회	100.0

<표 23> 헤어디자이너가 원하는 헤어쇼 준비기간

구 분	응답수	비율(%)
① 1개월 미만	1	4.8
② 1개월 이상	7	33.3
③ 2개월 이상	8	38.1
④ 3개월 이상	4	19.0
⑤ 4개월 이상		
⑥ 5개월 이상		
⑦ 6개월 이상	1	4.8
⑧ 1년 이상		
⑨ 2년 이상		
합 계	21명	100.0

<표 24> 헤어디자이너가 선호하는 시연 분야

구 분	응 답	비율(x)
① 커 트	15	51.7
② 펌	2	6.9
③ 컬러링	3	10.3
④ 업스타일	9	3
합 계	29회 (2가지 선택 응답자포함)	99.9

<표 25> 헤어디자이너의 헤어쇼 아이디어 얻는 경로

구 분	응답 (2개까지 복수응답가능)	비율(x)
① 타 헤어쇼 참고	7	19.4
② 패션쇼를 본다	7	19.4
③ 헤어스타일이 소개된 잡지 참고	9	25
④ 샵에서 시술 과정시 아이디어 메모	1	2.8
⑤ 전통적인 소재 활용	1	2.8
⑥ 헤어스케치 통한 구상	3	8.3
⑦ 동료 선후배 디자이너 들과 토론	7	19.4
⑧ 기 타	1	2.8
합 계	36회	100.0

<표 26> 헤어디자이너가 적당하다고 생각하는 헤어쇼 소요시간

구 분	응 답	비율(x)
① 20분 미만	3	14.3
② 20분 이상	2	9.5
③ 30분 이상	3	14.3
④ 40분 이상		
⑤ 50분 이상	3	14.3
⑥ 1시간 이상	2	9.5
⑦ 1시간 30분이상	5	23.8
⑧ 2시간 이상	3	14.3
⑨ 3시간 이상		
합 계	21명	100.0

<표 27> 헤어디자이너가 적당하다고 생각하는 시연시간

구 분	응답자 평균시간(단위:분)	비율(x)
① 20분 미만	6	30
② 20분 이상	12	48
③ 30분 이상	15	50
④ 40분 이상		
⑤ 50분 이상	13	23.6
⑥ 1시간 이상	10	20
⑦ 1시간 30분 이상	41	45.5
⑧ 2시간 이상	17	14.2
⑨ 3시간 이상		
합 계	평균 16분	평균 33x

### 3) 헤어쇼 관람객의 실태

설문조사 응답자 관람객이 헤어분야에서 종사하는 분포를 살펴보면 미용실 스태프이나 디자이너가 36.6%, 미용관련 학생 23.0%, 관련 제조업체 종사자 11.7%, 미용실 원장 8.8%, 관련 유통업체 종사자 6.8%, 관련 언론 종사자 6.8% 순으로 나타났다.

관람객의 연평균 헤어쇼 관람 횟수를 묻는 질문에 대해서는 82.9% 관람객이 6회 이하 관람한 것으로 나타나 아직까지도 헤어쇼 관람이 일반화 되지 못한 것으로 분석됐다.

헤어쇼가 열린다는 정보를 얻는 경로에 대해서는 미용업계 선후배나 동료들로부터 정보를 얻는 경우가 40.6%, 미용관련 인쇄매체를 통해서가 34.8%, 미용재료상에서 판촉티켓으로 얻는 경우가 28.3%라고 밝혔다.

헤어쇼 관람 방법을 묻는 설문에는 초청티켓(75.4%)의 비율이 다수였고 구매티켓을 이용한다는 응답(13.9%)에 불과했다. 헤어쇼의 유료관람객 비중이 낮다는 것을 알 수 있다.

관람객들이 헤어쇼 진행에서 중요하게 생각하는 것을 묻는 설문 항목에서는 중요순으로 1순위, 2순위, 3순위로 질문했는데 가중치를 주어 점수로 환산했을 경우 헤어디자이너의 창작성이 30.9%, 관람객 호응 유발이 21.4%, 헤어디자이너 시연 클로즈업 17.4%로 중요하게 생각됐다. 특히 관람객 호응도와 헤어디자이너의 시연 클로즈업은 밀접한 관계가 있는 것으로 추측할 수 있을 것이다.

관람객이 생각하는 전체 헤어쇼 소요시간은 1시간 이상과 1시간 30분 이상을 선호하는 비율이 57.2%에 달해 관람객이 가장 선호하는 시간대인

것으로 조사됐다.

헤어쇼 시간중 관람객들은 시연시간에 대해서 평균 19.5분, 전체 헤어쇼 시간에서 시연시간이 차지하는 비중(평균 32.6%)은 헤어디자이너 그룹과 비슷한 수치의 응답률을 보였다.

헤어디자이너 한 사람이 1회 헤어쇼에서 선보이는 작품수에 대해서는 관람객들은 평균 3.4개를 꼽아 헤어 디자이너 그룹 2.1 작품보다는 많아 관람객들은 헤어쇼에서 더 많은 작품을 볼 수 있는 기회를 원했다.

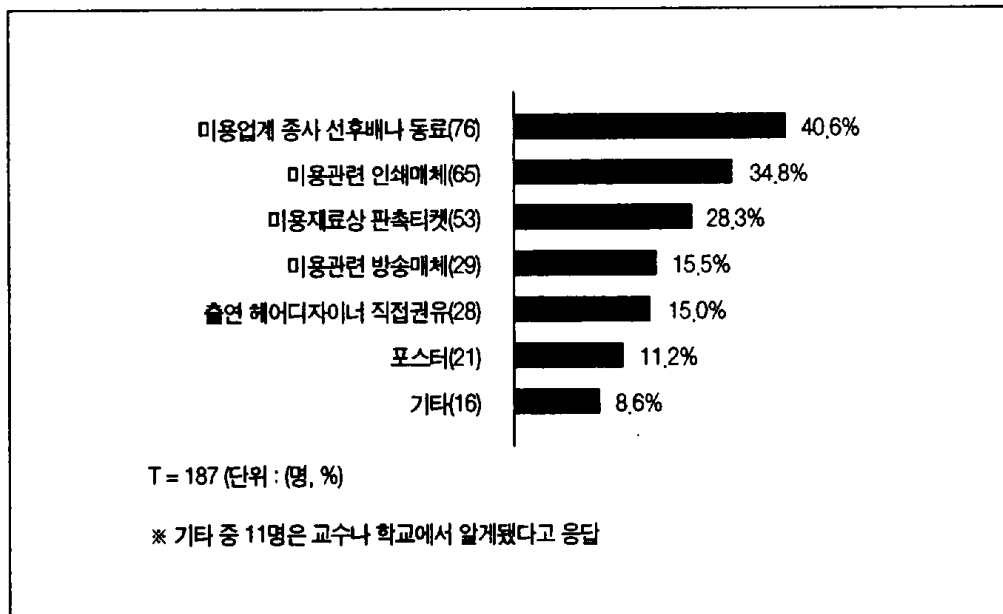
<표 28> 헤어쇼 관람객 특성 분석

구 분	응답자수(명)	비 율(%)
① 미용실(스텝이나디자이너)	75	36.6
② 미용실원장	18	8.8
③ 관련 제조업체 종사자	24	11.7
④ 관련 유통업체 종사자	14	6.8
⑤ 관련 언론 종사자	14	6.8
⑥ 미용관련 학과 학생	47	23.0
⑦ 미용교육관련 강사	7	3.4
⑧ 기 타	6	2.9
합 계	205	100.0

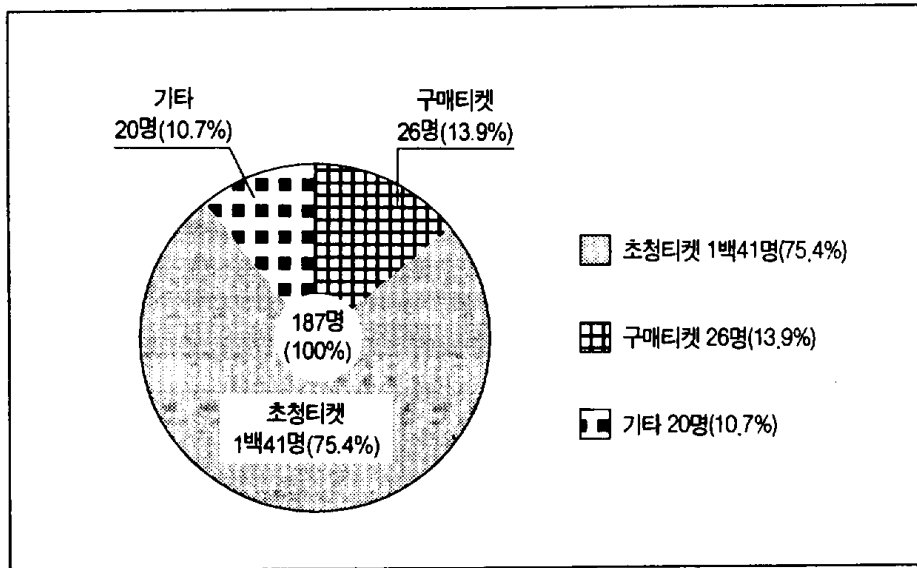
<표 29> 관람객의 연평균 헤어쇼 관람 정도

구 분	응답자수(명)	비 율(%)
① 1 ~ 3회	112	59.9
② 4 ~ 6회	43	23.0
③ 7 ~ 9회	16	8.6
④ 10회 이상	10	5.3
⑤ 15회 이상	2	1.1
⑥ 20회 이상	4	2.1
⑦ 기 타		
합 계	187	100.0

<도표 17> 관람객의 헤어쇼 개최정보 인지 경로



<도표 18> 관람객 헤어쇼 티켓 취득 방법



<표 30> 관람객이 생각하는 헤어쇼 중요 요소

구분	1순위(명)	2순위(명)	3순위(명)	가중치 점수산출(점) (1순위×3, 2순위×2, 3순위×1)	비율(%)
1) 모델 확보	7	34	36	125	11.3
2) 헤어디자이너 시연 클로즈업	24	38	44	192	17.4
3) 관람객 호응	23	23	30	145	13.1
4) 쇼 진행 프로그램	32	55	31	237	21.4
5) 무대장치	4	17	19	65	5.9
6) 헤어디자이너 창작성	94	18	24	342	30.9
7) 기타	3	2	3		
합계	187	187	187	1,106	100.0

<표 31> 관람객이 적당하다고 생각하는 헤어쇼 소요시간

구 분	응답자(명)	비 율(%)
① 20분 미만	4	2.1
② 20분 이상	7	3.7
③ 30분 이상	19	10.2
④ 40분 이상	18	9.6
⑤ 50분 이상	22	11.8
⑥ 1시간 이상	53	28.3
⑦ 1시간30분 이상	54	28.9
⑧ 2시간 이상	8	4.3
⑨ 3시간 이상	2	1.1
합 계	187	100.0

<표 32> 관람객이 선호하는 헤어쇼 시연 시간

구 분	응답자 평균(분)	비율(%) (헤어쇼시간 대비 시연시간 비율)
① 20분 미만	11.6	58.0
② 20분 이상	12.6	50.4
③ 30분 이상	13.7	39.1
④ 40분 이상	16.9	37.5
⑤ 50분 이상	16.7	30.4
⑥ 1시간 이상	11.6	15.5
⑦ 1시간30분 이상	16.2	15.4
⑧ 2시간 이상	46.0	30.7
⑨ 3시간 이상	30.0	16.7
합계(평균)	19.5	32.6

<표 33> 관람객이 적당하다고 생각하는  
헤어디자이너의 1회 헤어쇼 작품 수

구 분	응답자	비율(%)
1 개	9	4.8
1.5개	4	2.1
2 개	57	30.6
2.5개	11	5.9
3 개	46	24.6
3.5개	3	1.6
4 개	9	4.8
4.5개	2	1.1
5 개	20	10.7
6 개	4	2.1
7 개	4	2.1
7.5개	1	0.5
7 개	2	1.1
8 개	1	0.5
10 개	8	4.3
무응답	6	3.2
합 계 (평균)	187 (3.4)	100.0

## 4.2. 국내 헤어쇼의 문제점

국내 헤어쇼의 문제점을 알기 위해서 동일한 설문을 대행업체 종사자, 헤어쇼에 출연하는 헤어디자이너, 관람객에게 실시해 헤어쇼를 구성하는 주체들이 느끼는 문제점을 분석했다.

### 1) 대행업체 측면

<표 34> 대행업체 종사자가 느끼는 헤어쇼의 문제점

구 분	1순위	2순위	3순위	가중치 점수산출 (1순위×3, 2순위×2, 3순위×1)	비율
1) 대행업체 수준 향상시급	3	1		11	9.1
2) 모델의 저변 확대 시급	1	1		5	4.2
3) 헤어디자이너의 활발한 창작발표	13	2	2	45	37.5
4) 헤어관련 업체의 적극적인 지원	3	6	2	23	19.2
5) 문화관광부 등 정부차원의 지원		3	2	8	6.7
6) 개최 공간 부족			5	5	4.2
7) 쇼에 대한 평론의 장 미흡			4	4	3.3
8) 예산대폭증액			3	3	2.5
9) 헤어쇼 인식부족에 따른 적극적인 홍보 필요		7	2	16	13.3
10) 기 타					
합 계	20명	20명	20명	120(점)	100

대행업체 측면에서는 대표자 인터뷰 설문에서 나타났듯이 국내 헤어쇼의 문제점으로는 지나친 회사 홍보 강요, 프로페셔널한 헤어쇼 진행을 위한 시스템 요구를 관철시키기 어려운 점, 예산과 마케팅 기획력 부족 등이라고 할 수 있다.

대행업체 종사들이 헤어쇼 전반에 걸쳐서 느끼는 문제점을 살펴보면 헤어디자이너의 활발한 창작발표(37.5%), 헤어 관련 업체의 적극적인 지원(19.2%), 헤어쇼 인식부족에 따른 적극적인 홍보 필요(13.3%), 대행업체 수준향상 시급(9.1%) 순으로 꼽았다.

## 2) 헤어디자이너 측면

헤어디자이너들은 헤어쇼의 가장 큰 문제점으로 헤어관련 업체의 적극적인 지원(20.6%)과 헤어디자이너의 활발한 창작발표(19.8%), 헤어쇼 인식부족에 따른 적극적인 홍보 필요(18.3%)를 비중있게 생각했다. 이어서 대행업체 수준향상 시급(11.9%), 문화관광부 등 정부 차원의 지원(10.3%), 모델의 저변확대 시급(9.5%)을 문제점으로 지적했다

<표 35> 헤어디자이너로서 느끼는 헤어쇼의 문제점

구 분	1순위	2순위	3순위	가중치 점수 (1순위×3, 2순위×2, 3순위×1)	비율(%)
① 대행업체 수준향상 시급	3	2	2	15	11.9
② 모델의 저변확대 시급	2	1	4	12	9.5
③ 헤어디자이너의 활발한 창작 발표	5	3	2	25	19.8
④ 헤어관련 업체의 적극적인 지원	4	5	4	26	20.6
⑤ 문화관광부 등 정부차원의 지원	2	2	3	13	10.3
⑥ 개최공간 부족			1	1	0.8
⑦ 쇼에 대한 평론의 장 미흡		2	3	7	5.6
⑧ 예산 대폭 증액		2		4	3.2
⑨ 헤어쇼 인식부족에 따른 적극적인 홍보 필요	5	3	2	23	18.3
⑩ 기 타					
합 계	21명	21명		126점	100.0

### 3) 관람객 측면

관람객들은 헤어쇼의 가장 큰 문제점으로 헤어디자이너의 활발한 창작 발표(24.2%), 헤어쇼 인식 부족에 따른 적극적인 홍보 필요(18.9%), 헤어 관련 업체의 적극적인 지원(16.1%)을 지적했다. 이어서 문화관광부 등 정부차원의 지원(11.9%), 대행업체 수준향상 시급(10.1%)을 꼽았다.

〈표 36〉 관람객으로서 느끼는 헤어쇼의 문제점

구분	1순위 (명)	2순위 (명)	3순위 (명)	가중치점수 산출(점) 1순위×3, 2순위×2, 3순위×1	비율(x)
① 대행업체 수준향상 시급	21	15	8	111	10.1
② 모델의 저변확대 시급	4	10	10	42	3.8
③ 헤어디자이너의 활발한 창작발표	60	33	21	267	24.2
④ 헤어 관련업체의 적극적인 지원	28	35	23	177	16.1
⑤ 문화관광부 등 정부차원의 지원	19	29	16	131	11.9
⑥ 개최공간부족	7	12	15	60	5.4
⑦ 쇼에 대한 평론의 장 미흡	5	13	23	64	5.8
⑧ 예산 대폭증액	4	8	14	42	3.8
⑨ 헤어쇼 인식부족에 따른 적극적인 홍보 필요	37	28	41	208	18.9
⑩ 기타(무응답)	2	4	6		
합계	187	187	187	1,102	100.0

## V. 결 론

본 연구에서는 1991년부터 2002년까지의 미용이벤트의 실태를 미용경기 대회와 헤어쇼 중심으로 살펴보았다. 아울러 헤어쇼의 정확한 분석을 위해 헤어쇼를 구성하는 헤어쇼 대행업체 종사자, 헤어쇼 출연 헤어디자이너, 헤어쇼 관람객을 대상으로 설문조사를 실시했다.

국내 경기대회의 경우 1백7개의 경기대회가 조사대상으로 경기대회의 주최자, 경기대회 장소, 경기대회 참가 인원, 경기 종목을 중심으로 실태를 분석했다. 국내 미용경기대회를 3년 단위로 나누어 분석한 결과 대한미용사회와 산하 기관이 주최한 경기대회가 1991~1993년 58.1%, 1994~1996년 91%, 1997~1999년 72.3%, 2000~2002년 75%로 높은 비율을 나타냈다.

1991~2002년까지 국내 미용경기대회를 1단계 1991~1993년, 2단계 1994~1996년, 3단계 1997~1999년, 4단계 2000~2002년으로 나누어 분석한 결과 미용경기대회의 경우 개최횟수는 줄어들었지만 전국단위의 대회가 점차 증가하고 있어 미용경기대회가 대규모 이벤트 위주로 발전되어야 할 방향을 제시하고 있다. 개최장소로도 대규모 경기대회 개최가 가능한 전문전시장을 활용해야 될 것이다.

이같은 결과를 바탕으로 국내 미용경기 대회가 발전하기 위해서 몇 가지 제언한다면 첫째 전국단위의 미용경기대회가 더욱 늘어나야 한다. 둘째 전문전시장을 활용한 대규모의 미용이벤트로 보다 많은 선수와 관람객을 동원해야 할 것이다. 셋째 미용경기대회 주최자가 대한미용사회중앙회

이거나 산하 기관인 경우가 압도적으로 많은 현실에서 대한미용사회중앙회가 주도적인 위치에서 국내미용경기대회 활성화를 위해 장기적인 프로그램을 마련해야 할 것이다. 전국에서 다양한 규모로 열리는 미용경기대회도 중요하지만 대한미용사회중앙회가 주최하는 전국단위 미용경기대회의 활성화가 중요하다. 지역별 경기대회에서 예선 경기를 경험한 선수들이 중앙대회에 출전하는 시스템 구축의 필요성이 제기된다.

아울러 본 연구에서는 드러나지 않았지만 국내 미용경기대회가 발전하기 위해서는 첫째 전국단위의 미용경기대회의 개최시기와 장소를 널리 홍보하지 않아도 미용인들이 인지할 수 있도록 매년 비슷한 시기와 같은 장소에서 미용경기대회를 개최하는 것이 중요하다. 둘째 미용경기대회의 공정한 심사를 위해 심사위원 교육과 관리, 전자집계시스템 도입 등 많은 예산이 투입돼야 할 것이다. 셋째 미용경기대회를 치를 수 있는 전문전시장을 보유한 도시와 협력관계를 구축한다든지, 학생부 경기를 활성화시키기 위해 교육장관배를 통한 지원(장학금 혜택이나 상위입상자가 상급학교 진학시 특별전형 입학 혜택), 정부 기관의 일반부 국가대표 선수들에 대한 국제대회 참가 경비지원 등 관련 기관들의 적극적인 지원을 이끌어 내야 할 것이다.

1991~2002년까지 국내 헤어쇼 실태분석 결과 국내 헤어쇼는 2000년대 들어 개최횟수가 대폭 늘어나 활성화되고 있음을 파악할 수 있었다. 헤어쇼 개최장소로 호텔 개최가 점차 증가했는데 헤어쇼의 호텔 개최 증가는 헤어쇼 장소의 고급화라는 긍정적인 측면도 있지만 헤어쇼의 대규모화를 통한 대중화, 헤어쇼 개최 예산 부담 증가 등의 해결해야 할 과제를 안겨 주었다. 2000년대 들어 헤어쇼 중 순수하게 헤어쇼로만 열리는 경우가

93.5%로 나타난 점은 헤어쇼가 미용경기대회와 분리돼 독자적인 미용이벤트로 자리 잡았음을 보여준다.

헤어쇼 구성하는 대행사 헤어디자이너 관람객 등을 통한 설문조사에서는 국내 헤어쇼가 발전하기 위해서는 근본적인 부분과 헤어쇼를 둘러싸고 있는 제반 환경, 헤어쇼의 형식적인 부분으로 나누어 생각해 볼 필요가 있다.

헤어쇼에 대한 설문대상 3대 주체(대행업체, 헤어디자이너, 관람객)들은 근본적으로 국내 헤어쇼가 더욱 발전하기 위한 조건으로 헤어디자이너들의 활발한 창작발표를 우선적으로 꼽고 있다. 헤어쇼가 예술로 승화되기 위해서는 예산 부족, 헤어쇼 전문 디자이너로 활동하기 위해 좁은 시장 규모 등 많은 제약이 따르겠지만 새로운 트렌드를 선도할 수 있는 활발한 창작활동은 예술활동을 지향하는 헤어디자이너가 사명감을 갖고 추진해야 할 부문일 것이다. 국내 톱 디자이너들이 발표하는 작품이 세계 미용계 트렌드 흐름을 제시할 수 있어야 할 것이다.

헤어쇼에 대한 제반 환경(개최장소, 예산확보, 모델저변 확대, 헤어쇼 홍보 등)에 대한 문제는 주로 헤어쇼를 대행하는 전문 대행업체와 미용사협회가 힘을 모아 해결해야 할 것으로 보인다. 우선 헤어쇼에 대한 정부 당국자, 헤어관련 업체, 일반 관람객들을 대상으로 헤어쇼에 대한 인식이 전환될 수 있도록 적극적인 제도나 홍보활동이 필요하다. 국내 헤어쇼를 적극 육성함으로써 국가 경제 발전에도 기여할 수 있음은 물론, 패션쇼 못지않은 부가가치를 창출할 수 있음을 적극 홍보해야 한다. 수준 높은 헤어쇼 개최를 위해 헤어관련 업체들의 지원을 이끌어내고 정부차원의 관심과 지원을 받기 위해서는 대행업체와 미용사협회가 장기적인 계획을 세우

고 적극적으로 노력해야 할 것이다.

헤어쇼 형식에 대한 문제는 헤어디자이너와 대행업체가 제시하는 의견을 참고하는 것도 중요하지만 실질적으로 헤어쇼 이벤트를 수용하는 관람객들의 시각이 가장 중요하다고 생각한다. 실태조사에서 나타났듯이 관람객들은 헤어쇼에서 헤어디자이너의 높은 창작성을 요구하는 경우가 30.9%, 헤어쇼 진행 프로그램이 중요하다고 21.4%를 꼽아 두 가지를 헤어쇼에서 가장 중요하게 생각했다. 대행업체와 헤어디자이너는 이러한 관람객의 요구를 수용하기 위해 노력해야 할 것이다. 관람객들은 또 헤어쇼 시간에 대해서도 1시간에서 많아야 2시간미만의 시간을 가장 선호(57.2%)하고 있어 1시간30분 내외의 헤어쇼 시간이 지루하지 않고 가장 관람하기 적당한 시간으로 생각하고 있다. 헤어디자이너의 2시간 이상(14.3%)과 대행업체 종사자들의 2시간 이상(25%) 3시간 이상(30%)의 생각은 관람객 입장에서 볼 때 재검토가 필요한 것으로 보인다.

헤어디자이너의 시연시간에 대해서도 관람객들은 헤어디자이너(평균 16분), 대행업체 종사자(평균 14분)보다 많은 평균 19분30초라고 응답해 전체 헤어쇼 시간에서 약 1/3 정도를 헤어디자이너가 시연해 주기를 바랐다. 관람객들은 헤어디자이너가 작품을 창작하는 과정을 직접 보고싶은 욕구가 더 강하다고 할 수 있다. 전체적으로 헤어쇼 형식에 대해서 관람객의 입장을 중요시한다면 헤어쇼 시간은 1시간30분 내외의 헤어쇼 시간과 30분 내외의 시연시간이 가장 적당한 것으로 분석됐다.

이밖에도 국내 헤어쇼가 발전하기 위해서는 헤어쇼 의뢰자가 헤어디자이너와 대행업체에 충분한 준비시간을 주어야 하고, 완성도 높은 헤어쇼를 관람객에게 선보이기 위해서는 충분한 리허설 기회를 제공해야 할 것

이다.

본 연구의 한계점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 미용이벤트에 대한 인식이 낮아 참고할 만한 선행연구가 없었기 때문에 연구 대상으로 삼을 자료를 취합하기가 어려워 1992년 창간된 화장품신문과 미용회보를 대상으로 한정했다는 점이다. 따라서 국내 미용이벤트가 1991년 이전에도 있었음에도 불구하고 연구 시점을 제한할 수밖에 없었다.

둘째, 헤어쇼에 대해서는 설문조사를 실시해 문제점 분석을 시도했지만 미용경기대회, 졸업작품전, 미용박람회에 대한 연구는 실태 파악 정도에만 그치고 있어 깊이있게 접근하지 못했다는 점이다.

셋째, 헤어쇼에 대한 저변확대가 아직까지도 미흡한 관계로 대행업체 종사자와 헤어디자이너의 설문 표본수가 부족한 점이 아쉬움으로 남는다.

향후 연구에서는 미용경기대회에 대한 접근, 졸업작품전, 미용박람회에 대한 연구가 이루어져야 할 것이며, 헤어쇼에 대해서도 무대연출, 헤어디자이너의 시연, 모델의 동선 등 보다 심층적인 접근에 의한 연구가 이루어져야 할 것이다.

## 용 어 정 리

- **블로우 드라이(blow dry)** : 모양을 내서 드라이어 하는 것.
- **블로우 드라이어(blow dryer, hair dryer)** : 헤어스타일을 형성시키기 위해 사용되는 도구로써 내구적이며, 많은 안정성의 특질을 갖추고 있는 튼튼하고 좋은 품질의 드라이어로서 냉풍, 온풍을 자유롭게 조절할 수 있다.
- **와이드 웨이브(wide wave)** : 폭이 넓은 웨이브로 리지, 하프 웨이브가 확실히 되어 있는 것으로 웨이브 형성이 뚜렷하고 일반적으로 세팅이나 롤러 컬에서 많이 나타나는 컬 모양이다.
- **블릿치(bleach)** : 탈색제를 이용하여 원래의 머리색을 빼는 것으로 탈색제를 발라두는 시간에 따라 검은 머리가 갈색, 오렌지색, 노란색의 순서로 희끗희끗한 색으로 빠져나간다. 이런 상태에서만 원하는 색, 즉 선명한 색으로 컬러링이 가능해진다.
- **스프레이(spray)** : 헤어스프레이 또는 미스트라고 불린다. 스타일을 유지 고정하는 기능이 있어 세팅력이 가장 강한 반면, 수정을 요하면 신속히 해야 한다. 마른 머리에만 사용이 가능하고, 이미 살려놓은 볼륨감을 유지할 때 쓰인다. 효과를 높이려면 하드 타입 스프레이를 사용하고 전체적인 스타일을 고정시킬 때는 소프트 타입을 사용한다.
- **아이론(iron)** : 두발을 펴거나 웨이브를 줄 때 사용하는 철로 만들어진 기구이며 프랑스 마셀 그라또에 의해 고안되었다. 처음에는 불에 달구어 사용됐으나 지금은 가스 전기 등을 이용하고 있다.
- **컬(curl)** : 머리를 마는 것 또는 말린 머리 그 자체이다. 컬의 목적은 웨이브를 만들기 위해, 앞머리에 변화를 주기 위해, 볼륨감을 만들기

위함이다.

- 컬러링(coloring) : 흔히 말하는 염색을 의미하는 것으로 새치머리를 위한 염색제 외에도 요즘에는 개성을 살리기 위한 다양한 컬러의 염색이 가능하다. 염색제는 보통 1제와 2제로 구성되어 있어 모발의 큐티클을 열고 안으로 침투하여 멜라닌 색소를 다른 색으로 바꾸어 놓은 다음 큐티클을 닫는 원리이다. 따라서 머리의 색을 완전히 빼는 블리치와는 구분되는 개념이다.
- 트레머리 : 옆가르마를 타서 갈라 빗고 뒷머리를 땡아 뒤에다 넓적하게 틀어 붙이는 식으로, 넓적하고 클수록 보기 좋다고 하여 속에다 머리심(계바다)을 넣고 겉에는 머리를 입혀서 크게 틀었다.
- 퍼머넌트 웨이브(permanent wave) : 미용기술 중에서 가장 큰 분야를 차지하는 것으로 열 또는 화학약품의 작용에 의해 모발 조직의 변화를 주어 인공적인 힘으로 웨이브를 만들어 웨이브가 오래 지속 유지될 수 있도록 하는 방법이다.
- 핑거 웨이브(finger wave) : 세트 로션이나 물을 사용하여 젖은 두발을 손가락과 빗을 이용하여 만든 웨이브이다.
- 헤어피스(hair piece) : 머리의 일부분에 붙이는 가발 또는 붙임머리.
- 헤어핀(hairpin) : U자 모양의 열려있는 핀으로 길이가 약간 긴 것과 짧은 것 두꺼운 것과 얇은 것이 있다. 업스타일을 할 때 약하게 고정하는 역할로 많이 사용한다.
- 헤어세팅(hair setting) : 머리를 헤어롤이나 세팅기를 이용하여 웨이브나 독특한 머리스타일을 만드는 것으로 열에 의해 수소의 결합과 물의 공급으로 인한 수소의 절단으로 세팅의 생성과 소멸을 할 수 있다.

## 참 고 문 헌

### <단행본>

- 김삼진 : 『미용실 경영 따라잡기』, 헤어월드, 2002.
- 김희진 : 『IMC시대의 이벤트 기획론』, 커뮤니케이션북스, 2001.
- 김삼진 : 『미용실 경영 따라잡기』, 헤어월드, 2002.
- 이남길 : 『뷰티닥터 Beauty CEO』, 정은문화사, 2002.
- 장영렬·이시혁 공저 : 『이벤트 계획 실무론』, 사민서각, 2001.
- 조달호 : 『창조적 이벤트 전략』, 한국이벤트개발론, 1994.
- 조명환·장희정 공저 : 『이벤트·컨벤션 관리론』, 형설출판사, 2002.
- 최재완 : 『이벤트의 이론과 실제』, 커뮤니케이션북스, 2001.
- 한국미용학회 : 『미용학사전』, 신평출판사, 2003.

### <논문>

- 강선영·강주아 : 「비달사순 작품의 이해와 분석에 관한 연구」 국제미용  
교육포럼지, 2002.
- 권대순·임인숙 : 「헤어 연출의 창의적 방법연구」 한국미용학회지 제7권  
1호, 2001.
- 이효숙 : 「미의식에 의해 반영된 동서양 미용행위의 비교고찰」 국제미용  
교육포럼지, 2003.
- 한정미 : 「국내패션쇼에 관한 실태분석연구」 숙명여자대학교 대학원 석사  
학위논문, 1988.

<정기간행물>

「월간 미용회보」 대한미용사회중앙회, 1991년 1월호 ~ 2002년 12월호까지

「주간 화장품신문」 화장품신문사, 1991 ~ 2002년 발행분

<인터넷 사이트>

대한미용사회중앙회, <http://www.beautyassn.or.kr/index.asp>

화장품신문, <http://www.hjp.co.kr/>

국제이미용협회, <http://www.omcweb.org/default2.htm>

정화미용예술학교, <http://www.miyongschool.com/sub01.htm>

## **ABSTRACT**

# **A Study on the trend-analysis of Korean beauty-events**

**- Centering around Korean beauty-events  
from 1991 to 2002 -**

Seo, Young-Min

Major in Fashion Events

Dept. of Fashion Art & Design

Graduate School of Art

Hansung University

Domestic beauty industry is estimated of high value-added and growing rapidly.

As the number of domestic beauty shop has increased from about seventy six hundred in 1961 to about eighty one thousand in 2000, the people of beauty industry is put at seven hundred thousand. It is composed of 450,000 beauty artists and 250,000 employees for beauty product manufacturing industry, marketing, the organization related to

beauty art. Domestic population is 47,000,000 and the number of beauty shop is 80,000 therefore one beauty shop per six hundred people. In 1990s, beauty field has repeated the expansion of quality and quantity. For example, the beauty courses and Esthetic beauty courses are established newly in colleges and a few of colleges established the course of the highest chief managers.

In spite of the development of beauty field, the study of hair style, the degree of customer's satisfaction, the history of hair style changes is made, but the study of beauty events have an inseparable relation of beauty industry is wholly lacking.

A great number of beauty events are held in korea ;

The beauty maker's hair show for new product, improving images, the trend presentation, the well known hair designer's hair show, the beauty day event held by Korea Central Beautician's Association, the beauty competition for the cup of governors or mayors, the graduation work held by about 60 colleges.

1991~2002 the actual conditions of beauty event was examined in the main of beauty competition and hair show, and questionnaire was made up to hair show agents, hair designers, hair show spectators for accurate analysis of hair show.

In case of 107 domestic competition, the actual conditions was examined in the main of the organizers, the places, the participants, the category of the beauty competitions. As the result of analysis on domestic beauty competitions in terms of three years, the competitions held by KCBA and affiliated organizations took high ratio, 1991~1993 58.1%, 1994~1996 91%, 1997~1999 72.3%, 2000~2002 75%.

Questionnaire showed that agents, hair designers and spectators in common thought the development of domestic hair show require hair designers' vigorous creation. In addition it is resulted that to develop hair show the positive support of hair-related companies and the active publicity are necessary.

The limits of this study were as below :

First, the objects of study was difficult to gather owing to no preceding study and then the objects of study were restricted within the cosmetic newspaper launched in 1992 and the beauty magazine. In addition the time of study was limited despite before 1991 domestic beauty events.

Second, on the hair show questionnaire was made up, but the study of beauty competitions, graduation works and beauty fairs grasped actual conditions and could not approach in depth.

Third, it was the lack that the number of questionnaire samples of agent, hair designers was small due to the insufficient hair show.

Hereafter, it must be to make the study of beauty competitions, graduation works, beauty fairs. And on the hair show, the study on staging, hair designer's trial performance and models walking lines must be made in depth approach.

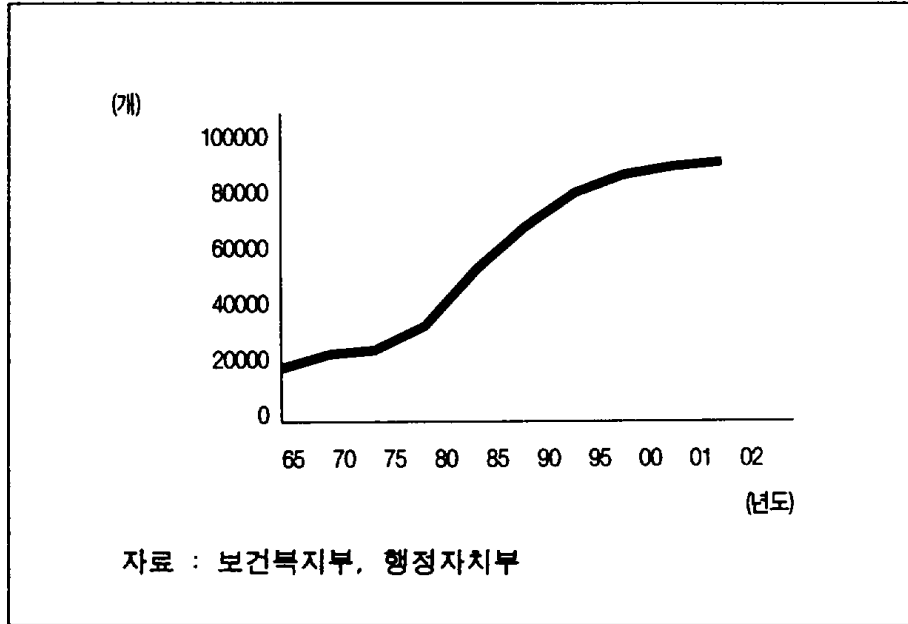
# 부 록

<부록 표 1> 2000~2002년 지역별 이·미응실 현황

(자료: 보건복지부·행정자치부)

지역 \ 년도	2002년		2001년		2000년	
	미응실	이응실	미응실	이응실	미응실	이응실
총계(갯수)	81,975	30,189	80,461	30,183	77,884	29,152
서울특별시	16,953	6,554	16,716	6,745	16,385	6,651
부산광역시	7,078	2,830	7,016	2,751	6,819	2,724
대구광역시	5,220	1,715	5,306	1,692	5,061	1,628
인천광역시	4,735	1,746	4,678	1,826	4,640	1,632
광주광역시	2,624	946	3,010	1,044	2,955	982
대전광역시	2,811	861	2,825	898	2,727	915
울산광역시	2,067	728	2,022	726	1,985	740
경기도	14,291	5,221	13,692	4,921	13,001	4,642
강원도	2,804	971	2,639	1,042	2,602	951
충청북도	2,246	794	2,195	807	2,118	791
충청남도	3,058	1,157	2,894	1,137	2,765	1,119
전라북도	3,957	1,313	3,790	1,332	3,696	1,225
전라남도	3,119	1,180	3,102	1,241	2,997	1,169
경상북도	4,532	1,681	4,547	1,684	4,352	1,672
경상남도	5,360	2,097	4,943	1,957	4,737	1,932
제주도	1,120	395	1,086	380	1,044	379

<부록 도표 1> 연도별 미용실 증감현황



〈부록 표 2〉 전국 4년제 대학교 대학원 미용관련 학과 현황<sup>35)</sup>

전국 4년제 대학교 미용관련학과

광주여자대학교	미용과학과
대전대학교	뷰티디자인과
한성디지털대학교	미용예술학과
남부대학교	향장미용학부
중부대학교	토탈코디예술학과
경산대학교	생명자원공학부 화장품공학 전공
진주국제대학교	인체예술학부 미용예술전공
건양대학교	패션·뷰티 디자인학부 미용디자인 전공

각 대학원 미용관련전공

한성대학교	예술대학원 패션예술학과
건국대학교	산업대학원 향장미용전공
숙명여자대학교	원격대학원 향장미용전공
용인대학교	경영대학원 미용산업경영학과
중앙대학교	의약식품대학원 향장학전공
한남대학교	사회문화과학대학원 향장미용학과
조선대학교	디자인대학원 뷰티패션디자인학과
대구가톨릭대학교	디자인대학원 뷰티코디네이터학과

35) 「미용회보」 2003년 5월호, 2002년 교육부 자료.

<부록 표 3> 전국 전문대학 미용관련 학과 현황

강릉영동대 미용예술과	대전보건대	피부미용과
거창전문대 뷰티디자인과	화장품과학과	안산공과대
경도대학 피부미용과	피부미용과	뷰티디자인과
경동정보대뷰티디자인과	동강대 피부미용과	안산1대 뷰티아트과
체형피부관리과	동남보건대 피부미용과	양산대
경북과학대 향장보건계열	동부산대 피부미용과	피부미용관리과
경북전문대 뷰티케어과	동아인재대 보건계열	용인송담대
경북대 피부미용과	동우대 피부미용과	스타일리스트과
경북외국어테크노대	동원대 피부미용과	우송정보대
코디메이크업계열	동주대 미용계열	피부미용과
경인여대 피부미용과	마산대 뷰티케어과	원광보건대
공주영상정보대	목포과학대	미용피부관리과
뷰티코디메이크업계열	피부미용과	전남과학대
헤어디자인과	부산여대 피부미용과	피부미용계열
광양보건대 피부미용과	부산정보대	전주공업대 피부미용과
광주보건대 피부미용과	피부미용과	전주기전여대
구미1대	삼육간호보건대	실용예술학부
피부미용과	피부미용과	정인대 미용예술계열
군장대 피부미용계열	서라벌대	제주관광대
김천과학대	뷰티코디네이션학부	뷰티디자인과
뷰티디자인계열	서울보건대	제주한라대 피부미용과
나주대 피부미용과	뷰티아트과	주성대 뷰티디자인과
담양대 피부미용학부	성화대 피부미용과	진주보건대
대구미래대	성덕대 코디피부미용과	피부미용과
뷰티코디네이션	선린대 피부미용과	창원전문대 피부미용과
대경대 뷰티디자인과	송원대 뷰티코디네이션과	청양대 피부미용과
동서울대 뷰티코디네이션과	수원여대	춘해대 미용코디계열
대구보건대	미용예술과	충청대 피부미용과
뷰티코디네이션과	순천청암대	다이어트건강관리과
대동대 피부미용과	피부미용과	한영대 코디메이크업과
대원과학대 메이크업코디과	신성대 미용예술계열	혜전대 피부미용과
	서해대 피부미용과	패션디자인계열
	안동정보대	

**<부록 표 4> 전국 미용관련 사회교육원과 재교육기관 현황**

4년제 대학교 사회교육원 미용교육과정	주요 재교육기관 현황
<p>경북과학대 사회교육원 화장품·미용최고경영자과정                      경북대 경영대학원 미용아트전문경영자과정                      경원대 경영대학원 미용산업과정                      고려대 사회교육원 최고미용경영자과정                      국민대 평생교육원 미용예술아카데미                      대구미래대 사회교육원 미용최고경영자과정                      대전대 경영행정대학원 뷰티아트최고경영관리자과정                      동아대 사회교육원 미용산업최고경영자과정                      부산대 사회교육원 미용아트최고경영자과정                      상명대 평생교육원 프로커트과정                      서경대 경영행정대학원 미용산업최고경영자과정                      숙명여대 경영대학원 미용산업최고경영자과정,                      피부미용최고경영자과정                      영남대 평생교육원 미용전문경영자과정                      이화여대 평생교육원 미용아트최고지도자전문교육과정                      인하대 사회교육원 피부미용최고지도자과정,                      미용최고전문가교육과정                      전주대 평생교육원 미용아트최고지도자과정,                      미용재교육과정                      전남대 사회교육원 미용아트최고지도자과정                      조선대 사회교육원 최고미용과정                      중앙대 의약식품대학원 피부관리최고경영자과정</p>	<p>대한미용사회중앙회                      교육원                      HMTT                      미용산업교육원                      비전22 아카데미                      사이리즘                      권홍아카데미                      권오혁아카데미                      이존뷰티아카데미                      송부자뷰티아카데미                      리캔두                      봄스인터내셔널                      노진태커팅스쿨                      전민선스피드코디폼                      테크니컬센터                      이가자트레이닝센터                      김교숙뷰티아카데미                      피뫼포인트                      크리스기테크니컬센터</p>

## 설문지(헤어쇼 대행사 대표자 대상 - 직접 인터뷰)

안녕하십니까?

본 설문지는 한성대학교 예술대학원에서 패션이벤트를 전공하는 연구자가 국내미용이벤트(헤어쇼) 연구에 필요한 자료수집을 위해 작성한 것입니다.

본 조사에 동의하신다면 설문에 응답해 주십시오. 설문지는 오직 논문 작성을 위해 통계 처리되며, 학문적 연구목적으로만 사용하게 됩니다. 아울러 논문 작성이 끝나면 바로 폐기처분 할 것을 약속드립니다. 바쁘신 중에도 본 조사에 협조해 주신 점 깊이 감사드립니다.

2003년 10월

한성대학교 예술대학원 패션이벤트 전공

석사과정 서영민

지도교수 지재원

1. 귀사의 창업연도는 언제입니까? \_\_\_\_\_년
- 1-2. 귀사는 창업연도에 헤어쇼를 대행한 바 있습니까?  
① 예      ② 아니오
2. 귀사는 최근 5년간 연간 평균 몇 회 정도의 헤어쇼를 대행하십니까?  
연간평균 \_\_\_\_\_회
3. 귀사가 대행하고 있는 헤어쇼의 주된 목적은 무엇입니까?  
(2개까지 복수응답 가능)  
① 제품의 판매 ② 스폰서 회사의 홍보 차원 ③ 트렌드 제시(브랜드나 헤어디자이너  
가) ④ 유능한 헤어디자이너 발굴 ⑤ 업계 발전을 위한 수익성 환원 차원

⑥ 기타(적어주십시오.) \_\_\_\_\_

4 헤어쇼의 관람객은 주로 어떻게 확보해 왔습니까? (2개 복수응답 가능)

① 언론 홍보를 통한 자발적 참여유도 ② 스폰서 회사홍보를 위해 해당사 대리점 통한 배부 ③ 티켓 판매 ④ 출연 헤어디자이너의 자체 개별홍보 의존 ⑤ 기타(적어주십시오.) \_\_\_\_\_

6. 헤어쇼 대행사 입장에서 겪는 어려운 점은 무엇입니까?

(3개까지 복수 응답 가능)

① 스폰서 확보(예산 확보) ② 역량있는 헤어디자이너 발굴 ③ 모델 확보 ④ 헤어쇼 개최장소 섭외 ⑤ 관람객 동원 ⑥ 불충분한 준비기간 ⑦ 일반 대중의 헤어쇼에 대한 인식 부족 ⑧ 대행사 전문 인력 부족

7. 6번에서 응답하신 내용 이외에 헤어쇼 대행사를 운영하면서 겪는 어려움이 있다면 적어 주십시오.

준비과정 -

헤어쇼 의뢰인 측면 -

헤어쇼 진행과정 -

기타 -

8. 국내 헤어쇼가 더욱 발전하기 위해서 선행되어야 할 점이 무엇인지, 국내 헤어쇼에서 부족한 점과 앞으로 나아가야 할 발전적 방향을 제시하신다면?

준비과정 -

헤어쇼 의뢰인 측면 -

헤어쇼 진행과정 -

기타 -

## 설문지(헤어쇼 대행사 종사자 대상)

안녕하십니까?

본 설문지는 한성대학교 예술대학원에서 패션이벤트를 전공하는 연구자가 국내미용이벤트(헤어쇼) 연구에 필요한 자료수집을 위해 작성한 것입니다.

본 조사에 동의하신다면 설문에 응답해 주십시오. 설문지는 오직 논문 작성을 위해 통계 처리되며, 학문적 연구목적으로만 사용하게 됩니다. 아울러 논문 작성이 끝나면 바로 폐기처분 할 것을 약속드립니다. 바쁘신 중에도 본 조사에 협조해 주신 점 깊이 감사드립니다.

2003년 10월

한성대학교 예술대학원 패션이벤트 전공

식사과정 서영민

지도교수 지재원

1. 헤어쇼 대행업무 근무 경력이 얼마나 되십니까?

- ① 1년 미만 ② 3년 미만 ③ 3년 이상 ④ 5년 이상 ⑤ 10년 이상 ⑥ 15년 이상 ⑦ 20년 이상

2. 헤어쇼 진행자 입장에서 가장 큰 어려움은 무엇입니까?

(2개이상 복수응답 가능)

- ① 무대장치 설치(장소) ② 모델 확보 ③ 헤어디자이너의 시연 미숙 ④ 관람객 동원 ⑤ 관람객 흥미유발 ⑥ 스폰서 확보 ⑦ 리허설 기회부족 ⑧ 기타(적어주십시오.)\_\_\_\_\_

4. 실질적으로 헤어쇼 진행하는 실무자 입장에서 헤어쇼 준비 기간은 어느 정도가 적당하다고 생각하십니까?

- ① 1개월 미만 ② 1개월 이상 ③ 2개월 이상 ④ 3개월 이상 ⑤ 4개월 이상 ⑥ 5개월 이상 ⑦ 6개월 이상 ⑧ 1년 이상 ⑨ 2년 이상

5. 헤어쇼 진행에서 가장 중요한 부분이 무엇이라고 생각되는 점을 순서대로 3가지를 찾아 표기해 주십시오.

- ① 1순위(        ) ② 2순위 (        ) ③ 3순위 (        )

- 1) 모델의 확보 2) 헤어디자이너 시연의 클로즈업 3) 관람객 호응  
4) 쇼 진행 프로그램 5) 무대장치 6) 헤어디자이너의 창작성  
7) 기타(적어주십시오.)\_\_\_\_\_

6. 헤어쇼 진행자 입장에서 가장 적당하다고 생각하시는 전체 헤어쇼 소요 시간은?

- ① 20분 미만 ② 20분 이상 ③ 30분 이상 ④ 40분 이상 ⑤ 50분 이상 ⑥ 1시간 이상 ⑦ 1시간 30분 이상 ⑧ 2시간 이상 ⑨ 3시간 이상

7. 설문 6번에서 답변하신 가장 적당하고 생각하시는 헤어쇼 시간중 헤어디자이너의 시연 시간은 어느 정도가 적당하다고 생각하십니까?

- ① 대략 (        )분 정도 ② 출연하지 말아야 좋다 ③ 헤어쇼 시간 내내

8. 진행자 입장에서 헤어디자이너 한 사람이 1회 헤어쇼에서 보통 몇 개의 작품을 선보이는 것이 적당하다고 생각하십니까?

- 대략 (        )개의 작품

9. 현재 헤어쇼의 개최 및 진행과정 등 전반에 걸쳐 가장 큰 문제점이라고 생각되는 점을 순서대로 3가지를 찾아 표시해 주십시오.

① 1순위(        ) ② 2순위 (        ) ③ 3순위 (        )

- 1) 헤어쇼 대행업체 수준 향상이 시급하다.
- 2) 모델의 저변확대가 시급하다.
- 3) 헤어디자이너의 창작발표가 더 활발하게 전개돼야 한다.
- 4) 헤어관련 업체의 적극적인 지원이 절실하다.
- 5) 문화관광부 등 정부차원의 지원이 요구된다.
- 6) 개최 공간이 부족하다.
- 7) 쇼에 대한 평론가, 평론의 장이 미흡하다.
- 8) 예산이 대폭 증액돼야 한다.
- 9) 일반인들의 헤어쇼에 대한 인식이 부족하기 때문에 적극적인 홍보가 필요하다.
- 10) 기타(적어주십시오.) \_\_\_\_\_

## 설문지(헤어디자이너 대상)

안녕하십니까?

본 설문지는 한성대학교 예술대학원에서 패션이벤트를 전공하는 연구자가 국내미용이벤트(헤어쇼) 연구에 필요한 자료수집을 위해 작성한 것입니다.

본 조사에 동의하신다면 설문에 응답해 주십시오. 설문지는 오직 논문 작성을 위해 통계 처리되며, 학문적 연구목적으로만 사용하게 됩니다. 아울러 논문 작성이 끝나면 바로 폐기처분 할 것을 약속드립니다. 바쁘신 중에도 본 조사에 협조해 주신 점 깊이 감사드립니다.

2003년 10월

한성대학교 예술대학원 패션이벤트 전공

석사과정 서영민

지도교수 지재원

1. 헤어디자이너 경력이 얼마나 되십니까?

- ① 5년 미만 ② 5년 이상 ③ 10년 이상 ④ 15년 이상 ⑤ 20년 이상 ⑥ 25년 이상 ⑦ 30년 이상

2. 최근 2년 동안 헤어쇼(국내, 해외 포함)에 얼마나 참가하십니까?

- ① (            ) 회 이상 ② 참가한 적이 없다.

♣ ② 번 응답자는 설문을 종료해 주십시오.

3. 헤어디자이너로서 헤어쇼를 준비하고 참가하는 과정에서 가장 큰 어려움은 무엇입니까?

- 준비과정(2개까지 복수응답 가능)

- ① 작품구상 ② 모델확보 ③ 스폰서 확보 ④ 의상 준비 ⑤ 애로사항 없음  
⑥ 기타(적어주십시오.)\_\_\_\_\_

- 참가과정(2개까지 복수응답 가능)

- ① 작품시연에 따른 긴장감 극복 ② 관람객 흥미유발 ③ 스텝 등과 호흡  
④ 리허설 기회 부족 ⑤ 애로사항 없음 ⑥ 기타(적어주십시오.)\_\_\_\_\_

4. 헤어쇼 참가 경험에 비추어 헤어쇼 참가 제의를 받고 후 작품구상에서 부터 헤어쇼 출연까지 어느 정도의 준비기간이 주어져야 한다고 생각하십니까?

- ① 1개월 미만 ② 1개월 이상 ③ 2개월 이상 ④ 3개월 이상 ⑤ 4개월 이상  
⑥ 5개월 이상 ⑦ 6개월 이상 ⑧ 1년 이상 ⑨ 2년 이상

5. 헤어쇼에서 헤어디자이너가 시연하기에 가장 적합하다고 생각하시는 분야는?

- ① 커트 ② 펌 ③ 컬러링 ④ 업스타일

⑤ 기타(적어주십시오.)\_\_\_\_\_

6. 헤어쇼 작품구상 아이디어는 주로 어디서 얻는가?

(2개까지 복수응답 가능)

- ① 다른 헤어쇼를 참고한다. ② 패션쇼를 본다 ③ 헤어스타일이 소개된 국내외 관련 잡지를 본다. ④ 숃에서 시술하는 과정에서 아이디어를 메모한다. ⑤ 전통적인 소재를 활용한다. ⑥ 헤어스케치를 하면서 구상한다.

⑦ 동료 선후배 디자이너들과 토론을 통해서 아이디어를 얻는다. ⑧ 기타  
(적어주십시오.)\_\_\_\_\_

7. 가장 적당하다고 생각하시는 헤어쇼 전체 소요 시간은?

① 20분 미만 ② 20분 이상 ③ 30분 이상 ④ 40분 이상 ⑤ 50분 이상 ⑥ 1  
시간 이상 ⑦ 1시간 30분 이상 ⑧ 2시간 이상 ⑨ 3시간 이상

8. 설문 7번에서 답변하신 가장 적당하고 생각하시는 헤어쇼 시간중 헤어  
디자이너의 시연 시간은 어느 정도가 적당하다고 생각하십니까?

① 대략 ( )분 정도 ② 출연하지 말아야 좋다 ③ 헤어쇼 시간 내내

9. 헤어디자이너 한 사람이 1회 헤어쇼에서 보통 몇 개의 작품을 선보이  
는 것이 적당하다고 생각하십니까?

대략 ( )개의 작품

10. 현재 헤어쇼의 개최 및 진행과정 등 전반에 걸쳐 가장 큰 문제점이라  
고 생각되는 점을 순서대로 3가지를 찾아 표시해 주십시오.

① 1순위( ) ② 2순위 ( ) ③ 3순위 ( )

- 1) 헤어쇼 대행업체 수준 향상이 시급하다.
- 2) 모델의 저변확대가 시급하다.
- 3) 헤어디자이너의 창작발표가 더 활발하게 전개돼야 한다.
- 4) 헤어관련 업체의 적극적인 지원이 절실하다.
- 5) 문화관광부 등 정부차원의 지원이 요구된다.
- 6) 개최 공간이 부족하다.
- 7) 쇼에 대한 평론가, 평론의 장이 미흡하다.
- 8) 예산이 대폭 증액돼야 한다.

9) 일반인들의 헤어쇼에 대한 인식이 부족하기 때문에 적극적인 홍보가 필요하다.

10) 기타(적어주십시오.) \_\_\_\_\_

♣ 다음 사항은 통계 분석을 위해 필요한 자료입니다. 응답 내용의 개별 유출은 절대로 없을 것입니다.

1. 자신의 헤어숍 운영 ① 하고 있다 ② 없다

2. 샵을 운영하고 있으시다면 그 지역은?

광역시도단위 \_\_\_\_\_

3. 자신의 연령은?

① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상

## 설문지(헤어쇼 관람객 대상)

안녕하십니까?

본 설문지는 한성대학교 예술대학원에서 패션이벤트를 전공하는 연구자가 국내미용이벤트(헤어쇼) 연구에 필요한 자료수집을 위해 작성한 것입니다.

본 조사에 동의하신다면 설문에 응답해 주십시오. 설문지는 오직 논문 작성을 위해 통계 처리되며, 학문적 연구목적으로만 사용하게 됩니다. 아울러 논문 작성이 끝나면 바로 폐기처분 할 것을 약속드립니다. 바쁘신 중에도 본 조사에 협조해 주신 점 깊이 감사드립니다.

2003년 10월

한성대학교 예술대학원 패션이벤트 전공

식사과정 서영민

지도교수 지재원

다음의 질문을 읽고 해당 항목에 V자나 O로 표시해 주십시오.

1. 귀하는 미용 관련 분야 중 어떤 일을 하고 계십니까?

① 미용실 근무(스텝이나 디자이너) ② 미용실 원장 ③ 관련 제조업체 종사자 ④ 관련 유통업체 종사자(재료상 등) ⑤ 관련 언론 종사자 ⑥ 기타 (적어주십시오.) \_\_\_\_\_

2. 최근 3년 동안 연평균 몇 회 정도 헤어쇼를 관람하셨습니다?

- ① 1~3회 ② 4~6회 ③ 7~9회 ④ 10회 이상 ⑤ 15회 이상 ⑥ 20회 이상  
 ⑦ 기타\_\_\_\_\_회 정도 ⑧ 관람한 적 없다.

3. 헤어쇼가 열리는 것은 어떤 경로로 알게 되었습니까?

(2개까지 답변 가능)

- ① 미용관련 방송매체 ② 미용관련 인쇄매체 ③ 출연 헤어디자이너의 직접 권유 ④ 미용업에 종사하는 선후배나 동료 ⑤ 포스터 ⑥ 미용재료상에서 판촉으로 티켓 제공 ⑦기타(적어주십시오.)\_\_\_\_\_

4. 헤어쇼를 관람하는 경우 대부분 어떤 방법을 이용하고 있습니까?

- ① 구매 티켓 ② 초청 티켓 ③기타(적어주십시오.)\_\_\_\_\_

5. 관람객 입장에서 헤어쇼 진행에서 가장 중요한 부분이 무엇이라고 생각되는 점을 순서대로 3가지를 찾아 표기해 주십시오.

- ① 1순위( ) ② 2순위 ( ) ③ 3순위 ( )

- 1) 모델의 확보 2) 헤어디자이너 시연의 클로즈업 3) 관람객 호응  
 4) 쇼 진행 프로그램 5) 무대장치 6) 헤어디자이너의 창작성  
 7) 기타(적어주십시오.)\_\_\_\_\_

6. 관람객 입장에서 가장 적당하다고 생각하시는 전체 헤어쇼 소요 시간은?

- ① 20분 미만 ② 20분 이상 ③ 30분 이상 ④ 40분 이상 ⑤ 50분 이상 ⑥ 1시간 이상 ⑦ 1시간 30분 이상 ⑧ 2시간 이상 ⑨ 3시간 이상

7. 설문 6번에서 답변하신 가장 적당하고 생각하시는 헤어쇼 시간중 헤어디자이너의 시연 시간은 어느 정도가 적당하다고 생각하십니까?

① 대략 ( )분 정도 ② 출연하지 말아야 좋다 ③ 헤어쇼 시간 내내

8. 관람객 입장에서 헤어디자이너 한 사람이 1회 헤어쇼에서 보통 몇 개의 작품을 선보이는 것이 적당하다고 생각하십니까?

대략 ( )개의 작품

9. 현재 헤어쇼의 개최 및 진행과정 등 전반에 걸쳐 가장 큰 문제점이라고 생각되는 점을 순서대로 3가지를 찾아 표시해 주십시오.

① 1순위( ) ② 2순위 ( ) ③ 3순위 ( )

- 1) 헤어쇼 대행업체 수준 향상이 시급하다.
- 2) 모델의 저변확대가 시급하다.
- 3) 헤어디자이너의 창작발표가 더 활발하게 전개돼야 한다.
- 4) 헤어관련 업체의 적극적인 지원이 절실하다.
- 5) 문화관광부 등 정부차원의 지원이 요구된다.
- 6) 개최 공간이 부족하다.
- 7) 쇼에 대한 평론가, 평론의 장이 미흡하다.
- 8) 예산이 대폭 증액돼야 한다.
- 9) 일반인들의 헤어쇼에 대한 인식이 부족하기 때문에 적극적인 홍보가 필요하다.
- 10) 기타(적어주십시오.) \_\_\_\_\_