

뷰티산업 주간 동향 보고

발행·작성: 뷰티산업연구소

조사 기간: 2026 년 10 월 5 일 ~ 10 월 11 일

대상 분야: 미용사·미용서비스산업, 미용교육·자격·직업훈련, 정책·법령·제도, 해외 미용 동향

① 주간 요약

이번 주 프랑스에서는 헤어살롱의 매출이 보험세를 유지했지만 고객 수 감소와 비용 상승 압박이 이어지고 있다는 업계 통계가 발표됐습니다. 일본에서는 예약경로에 따라 당일예약 비중이 크게 달라지는 데이터가 공개돼, 예약채널별 운영전략을 달리할 필요성이 부각됐습니다.

해외에서는 프랑스 살롱의 상담·인간관계 중심 차별화, 일본의 미용사·미용학생 기술경연, 영국의 Level 2 헤어드레싱 도제채용, 미국의 글로벌 이미지 어워드 접수 등 경영·교육·인재양성과 연결되는 흐름이 확인됐습니다.

② 핵심 뉴스

1. 프랑스 헤어살롱, 매출 보험세 속 고객 감소·비용상승 압박

프랑스 Profession Bien-Être 는 AQOA/Hairconomics 조사 결과를 바탕으로 2026 년 1~8 월 헤어살롱 매출이 전년 동기 대비 0.2% 증가해 사실상 보험세를 보였다고 10 월 11 일 보도했습니다. 고객 수는 1.5% 감소했지만 평균 객단가가 1.7% 상승했고, 에너지·임대료 부담과 숙련인력 채용·유지의 어려움이 지속되는 것으로 나타났습니다.

분석 매출이 유지돼도 고객 수 감소를 객단가 상승으로 보완하는 구조라면 성장의 질을 따로 점검해야 합니다. 국내 미용경영에서도 매출 액뿐 아니라 방문객 수, 객단가, 서비스별 매출비중, 고정비와 인건비를 함께 분석해야 실제 수익성과 고객기반의 변화를 파악할 수 있습니다.

보도·발표일 2026 년 10 월 11 일

출처 Profession Bien-Être / AQOA·Hairconomics

원문 링크 <https://www.professionbienetre.fr/coiffure/coiffure-stabilite-de-lactivite-malgre-la-hausse-des-couts/>

2. 일본 살롱, 예약경로에 따라 당일예약 비중 43.5%까지 차이

일본 리자비아는 전국 살롱의 2026 년 6 월 예약데이터를 경로별로 분석한 결과를 10 월 8 일 공개했습니다. 외부 예약사이트 경유 예약은 43.5%가 당일예약이었지만 고객의 자사 Web 예약은 당일 비중이 12.6%였고, 매장 측 대리입력 예약은 31 일 이상 선예약 비중이 27.5%로 나타났습니다.

분석 같은 온라인예약이라도 유입경로에 따라 고객의 예약행동이 크게 다릅니다. 외부 플랫폼은 당일·단기 수요를 채우는 채널, 자사예약은 재방문과 계획예약을 강화하는 채널로 구분해 슬롯 공개기간, 프로모션, 재예약 안내를 다르게 설계할 필요가 있습니다.

보도·발표일 2026 년 10 월 8 일

출처 Reservia / PR TIMES

원문 링크 [https://prtimes.jp/main/html/rd/p/0000000015.000035976.html](https://prt看mes.jp/main/html/rd/p/0000000015.000035976.html)

3. 프랑스 살롱, 서비스 차별화의 핵심으로 상담·인간관계와 교육 강조

프랑스 Profession Bien-Être 는 10 월 7 일 헤어살롱 운영자 Jean-Marie Contreras 의 사례를 소개했습니다. 그는 비슷한 서비스가 많아질수록 고객을 이해하는 상담과 인간적인 관계, 전문기법을 뒷받침하는 지속적인 교육이 살롱의 차별화와 고객충성도를 만드는 핵심이라고 강조했습니다.

분석 기술 수준이 상향평준화될수록 고객이 체감하는 차이는 상담과 설명, 관계형성에서 만들어질 수 있습니다. 국내 미용실도 상담을 단

순 시술 전 확인 절차가 아니라 고객이해와 디자인 제안, 재방문 관리까지 연결하는 전문 서비스로 구조화할 필요가 있습니다.

보도·발표일 2026년 10월 7일

출처 Profession Bien-Être

원문 링크 <https://www.professionbienetre.fr/coiffure/jean-marie-contreras-la-valeur-ajoutee-dun-salon-cest-lhumain/>

4. 일본, 미용사·미용학생 기술경연에 U-23 차세대 부문 신설

일본에서는 10월 9일 제2회 Panasonic Beauty Awards 2026 모집이 시작됐습니다. 미용사와 미용학교 학생을 대상으로 한 이번 경연은 U-23 NEXT GENERATION 상을 신설했으며, 완성된 헤어의 미적 결과뿐 아니라 개선 폭, 모발과학·케미컬 지식, 드라이·약제 선택, 고객설명과 측정 결과까지 종합적으로 평가합니다.

분석 기술경연이 작품의 외형만 보는 방식에서 과학적 근거와 시술과정, 고객설명까지 평가하는 방향으로 넓어지고 있습니다. 미용교육에서도 결과물 평가에 더해 진단, 약제선택 근거, 시술과정, 유지관리 설명을 포함하면 현장에 가까운 수행평가가 가능합니다.

보도·발표일 2026년 10월 9일

출처 Hillmix / Panasonic Beauty / PR TIMES

원문 링크 [https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000005.000173272.html](https://prt看times.jp/main/html/rd/p/000000005.000173272.html)

5. 영국, Level 2 헤어드레싱 도제채용으로 현장근무와 직업훈련 연계

영국 정부의 Find an apprenticeship 에는 10월 7일 The Salon 의 Level 2 Hairdressing Apprenticeship 이 새로 등록됐습니다. Hairdressing Professional Level 2 과정을 기반으로 살롱 현장에서 근무하며 직무를 배우는 형태이며, 11월 2일 시작 예정, 연간 임금은 12,480 파운드로 안내됐습니다. 같은 주 다른 살롱의 Level 2 채용도 추가됐습니다.

분석 도제제도는 교육기관에서 기술을 배운 뒤 취업하는 구조가 아니라 고용과 교육을 동시에 진행한다는 점이 특징입니다. 국내 미용교육도 현장실습의 단기 체험을 넘어 기업의 역할, 교육내용, 임금과 근무조건, 평가책임을 명확히 한 일학습 연계모델을 검토할 필요가 있습니다.

보도·발표일 2026년 10월 7일

출처 GOV.UK Find an apprenticeship

원문 링크 <https://www.findapprenticeship.service.gov.uk/apprenticeships?pageNumber=5&routeIds=10>

6. 미국 Global Image Awards, 창작·기술 역량을 국제무대에서 평가

미국 Beauty Launchpad 는 10월 8일 2027 Americas Beauty Show Global Image Awards 접수가 시작됐다고 보도했습니다. Creative Color, Haircutting, Texture Expert, Classic Color, Full Concept, Barbering, Motion AI 등 다양한 부문에서 전문 미용인의 창의성, 기술정확성, 디자인 완성도와 표현력을 평가합니다.

분석 산업경연은 단순 수상실적보다 자신의 전문분야를 정의하고 작품을 포트폴리오화하는 과정으로 활용할 수 있습니다. 미용학교와 훈련기관도 국제경연의 평가기준을 프로젝트 수업과 포트폴리오 교육에 활용하면 학생의 기술·창작·표현 역량을 함께 높일 수 있습니다.

보도·발표일 2026년 10월 8일

출처 Beauty Launchpad / Cosmetologists Chicago

원문 링크 <https://www.beautylaunchpad.com/business/events/article/22976012/cosmetologists-chicago-cc-china-glaze>

③ 분야별 동향

가. 미용사·미용서비스산업

프랑스에서는 고객 수가 감소하는 가운데 평균 객단가 상승으로 매출을 유지하는 구조와 함께 에너지·임대료·인력확보 부담이 나타났습니다. 일본에서는 예약경로별 예약시점 차이가 뚜렷해, 외부예약 플랫폼과 자사예약 채널을 같은 방식으로 운영하기보다 각 채널의 고객행동에 맞춰 예약슬롯과 재예약 전략을 설계할 필요성이 확인됐습니다.

나. 미용교육·자격·직업훈련 및 정책·제도

프랑스에서는 상담과 인간관계, 교육을 서비스 차별화의 핵심으로 보는 살롱 경영 사례가 소개됐습니다. 일본의 기술경연은 결과뿐 아니라 모발과학·케미컬 지식, 시술과정, 고객설명까지 평가하고 있으며, 영국의 도제제도와 미국의 전문 미용인 경연도 교육과 현장경력을 연결하는 통로로 활용되고 있습니다.

④ 종합 시사점

1. 살롱 매출이 유지되더라도 고객 수가 줄고 평균 객단가 상승에 의존한다면 성장으로 단정하기 어렵습니다. 고객 수, 객단가, 서비스 구성, 비용을 함께 보는 경영지표가 필요합니다.
2. 예약채널마다 고객의 예약시점이 다르므로 외부 플랫폼은 당일·단기 예약, 자사 채널은 재예약·장기 예약 등 채널별 역할을 구분해 운영할 필요가 있습니다.
3. 살롱의 차별화는 기술만으로 완성되지 않습니다. 상담, 고객이해, 관계형성, 설명능력을 교육과 서비스 표준에 포함하면 고객경험과 재방문을 동시에 강화할 수 있습니다.
4. 기술경연은 완성된 결과만 평가하기보다 모발과학 지식, 약제 선택, 시술과정, 지속성, 고객설명까지 함께 평가할 때 현장역량을 더 입체적으로 측정할 수 있습니다.
5. 영국의 헤어드레싱 도제채용처럼 현장근무와 국가훈련과정을 연결하는 경로는 교육과 취업의 간극을 줄입니다. 국내 미용교육도 산업체 역할과 초기경력 경로를 구체적으로 설계할 필요가 있습니다.
6. 국제 미용경연은 기술평가를 넘어 작품 포트폴리오, 전문분야 정립, 국제적 인지도 형성의 기회가 됩니다. 학교와 훈련기관도 산업경연을 프로젝트형 교육과 진로개발에 연계할 수 있습니다.

⑤ 출처

- Profession Bien-Être / AQOA·Hairconomics (2026년 10월 11일), 프랑스 헤어살롱, 매출 보험세 속 고객 감소·비용상승 압박 | <https://www.professionbienetre.fr/coiffure/coiffure-stabilite-de-lactivite-malgre-la-hausse-des-couts/>
- Reservia / PR TIMES (2026년 10월 8일), 일본 살롱, 예약경로에 따라 당일예약 비중 큰 차이 | <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/0000000015.000035976.html>
- Profession Bien-Être (2026년 10월 7일), 프랑스 살롱, 상담·인간관계와 교육을 서비스 차별화의 핵심으로 강조 | <https://www.professionbienetre.fr/coiffure/jean-marie-contreras-la-valeur-ajoutee-dun-salon-cest-lhumain/>
- Hillmix / Panasonic Beauty / PR TIMES (2026년 10월 9일), 일본 미용사·미용학생 기술경연에 U-23 부문 신설 | <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/0000000005.000173272.html>
- GOV.UK Find an apprenticeship (2026년 10월 7일), 영국 Level 2 Hairdressing Professional 도제채용 | <https://www.findapprenticeship.service.gov.uk/apprenticeships?pageNumber=5&routeIds=10>
- Beauty Launchpad / Cosmetologists Chicago (2026년 10월 8일), 미국 Global Image Awards 접수 시작 | <https://www.beautylaunchpad.com/business/events/article/22976012/cosmetologists-chicago-cc-china-glaze>

⑥ 배포 및 저작권 안내

본 보고서는 수신을 희망하는 미용 분야 종사자에게 비영리 정보 제공을 목적으로 무료 배포하는 자료입니다. 공개된 보도자료와 언론 보도의 주요 사실을 간략히 재서술하고, 뷰티산업연구소의 독자적 분석을 덧붙여 작성하였습니다. 기사 원문의 저작권은 각 언론사와 저작권자에게 있으며, 상세 내용은 제시된 원문 링크를 통해 확인하시기 바랍니다. 본 자료의 기사 요약 및 출처 정보는 원문을 대체하지 않습니다.