ISSN(print) 1226-5012
J Korean Ophthalmic Opt Soc. 31(2):145-153, June 2026
http://dx.doi.org/10.14479/jkoos.2026.31.2.145

A Study on the Meaning and Characteristics of Optical Shop Brand Names
- Focusing on Domestic Franchise Optical Shop Brands -

Sung-Il Hong*

Dept. of Webtoonanimationdesign, Kyungwoon University, Professor Gumi 39160, Korea
(Received May 4, 2026: Revised May 26, 2026: Accepted May 29, 2026)

Purpose: This study aimed to examine the meanings and characteristics of optical shop brand names and to provide foundational data for developing effective brand-naming strategies. **Methods:** The study examined the meanings of optical shop brand names, the words reflected in those meanings, and the words actually used in the brand names. It further analyzed linguistic and structural characteristics, including language, syllable count, number of word combinations, types of word combinations, and semantic types. **Results:** Among the words reflected in the meanings of optical shop brand names, “eye” appeared most frequently, while “glasses” was the most commonly used word in the brand names themselves. English was the predominant language, and five-syllable names were the most common. Brand names most frequently consisted of two-word combinations. Structurally, word-to-word combinations were the most prevalent, while semantically, the allusive type was the most common. **Conclusions**: Creative optical shop brand names should be developed to evoke positive associations and enhance customer appeal while effectively reflecting both industry characteristics and the unique identity of individual brands.

Key words: Brand, Brand name, Brand meaning, Optical shop brand, Optical shop

서 론

소비자들은 제품의 성분이나 기능보다는 상품을 만드는 기업의 인지도, 브랜드 파워(brand power)나 브랜드 가치(brand equity) 등을 보고 구매한다.[1] 브랜드라고 하는 기업과 제품에 대한 믿음과 경험을 구매하는 것이다. 브랜드의 명칭, 시각적, 잠재적 이미지, 회사명, 상품 까지 포함하는 광역의 의미를 가진 브랜드에서 소비자는 구매 욕구와 상품 만족을 하는 시대가 되었다.[2] 브랜드는 제품의 가치를 전달하며 인지도와 이미지를 향상시키고 경쟁자와의 차별화를 목적으로 한다.[3] 따라서 기업은 소비자의 달라진 구매 경향에 따라 제품의 이미지를 창출하고 차별화된 브랜드 도입과 개발에 적극적이다. 차별화된 브랜드를 통해 소비자에게 상품의 구체적인 접근과 함께 신뢰를 바탕으로 가치와 이미지를 형성하고 인지도와 충성도를 높이고 있다.[4] 브랜드는 단순히 장식이나 포장이 아닌 목표시장에 대한 차별화 전략으로 인식되고 있다. 이제 브랜드는 소비자가 제품의 품질을 평가하는 단서가 되고, 제품의 성공을 결정하며 애호도가 높은 소비자를 창출함으로써 시장에서의 경쟁우위 확보와 장기적으로 기업 성장의 중요한 요인이 되었다.[5]

이렇게 제품의 가치와 이미지를 창출하고 변화된 구매의 요인이 되는 브랜드는 브랜드 아이덴티티(brand identity)라는 방법으로 표현되고 구현되는데 대표적인 브랜드 아이덴티티 요소가 브랜드 네임(brand name)이다.[2] 브랜드의 핵심을 나타내는 중심 개념으로 제품이나 서비스의 중요한 특징을 간결하고 빠르게 알릴 수 있고, 수많은 브랜드 사이에서 브랜드를 식별하고 차별화시켜 주며 브랜드 인지도를 향상시켜 주는 역할을 한다. 나아가 소비자와의 전달(communication) 과정에서 직접적으로 가장 많이 사용되며 브랜드의 인지와 의사소통의 기본이 되고 인식과 각인의 중요한 수단이다. 브랜드 네임은 브랜드에 대한 첫 느낌이나 이미지 연상으로 인해 소비자들의 구매심리로 연결하는데 중요한 역할을 한다.[4]

안경원 또한 시장 변화와 대형화 등으로 안경원의 브랜드 도입은 필수가 되었고, 그와 더불어 안경원 브랜드 네임의 개발도 안경원 창업의 중요한 과제가 되었다. 상품이나 업종의 성격과 특징을 쉽게 전달하고 판매와 이미지에 영향을 끼치는 브랜드 네임은 특히 안경원과 같은 브랜드와 상품의 정체성이 분명한 업종에서 중요한 브랜드 아이

*Corresponding author: Hong Sung-Il, TEL: +82-54-479-1337, E-mail: sihong@ikw.ac.kr
Authors ORCID: https://orcid.org/0000-0001-7176-0224

덴티티 요소가 되고 있다. 소비자에게 일관성 있게 보여지고 읽혀지는 브랜드 네임은 안경원이라는 업종이 스스로 무엇을 하는지 대해 확실히 이해하게 만들고, 소비자에게 제공하는 것에 확고한 믿음과 신념을 가져다 주는 언어적 요소다.[6] 국민들의 안보건과 시기능 등에 대한 관심 증대와 그에 따른 안경의 중요성과 기능은 확대되어 가고 있는 현실에서 창업에 필요한 단순한 '상호 만들기'가 아니라 브랜드 경영과 브랜드 아이덴티티로서 브랜드 네임이 만들어져야 한다. 브랜드 경영과 아이덴티티 측면의 브랜드 네임 개발은 소비자의 의사결정에 긍정적인 영향과 판매에 도움을 준다. 나아가 안경원 경영과 안경원 브랜드에 대한 인식의 변화와 함께 안경원의 사회적 위상도 달라질 게 할 것이다.[7] 브랜드 네임은 브랜드 전략을 바탕으로 시각적 표현이 이루어지는 브랜드 디자인의 시작이다. 때문에 학문적으로도 중요한 테마로 관련 연구는 업종과 상품군에 관계없이 이루어지고 있는데 반해[5] 안경원 브랜드 네임 연구는 안경원의 시장 환경 변화와 브랜드 경영과 전략에서 매우 중요함에도 불구하고 타 업종에 비해 관련 연구는 미비한 실정이다.

본 연구에서는 브랜드 네임의 개념을 살펴보고 국내 프랜차이즈 안경원 브랜드 네임의 의미와 특성을 분석하였다.

대상 및 방법

1. 대상

본 연구에서는 국내 프랜차이즈 안경원 브랜드[7] 웹 사이트[8] 2026년 3월에 소개된 브랜드 네임과 브랜드 네임 의미를 바탕으로 특성을 분석하였다.

2. 방법

국내 프랜차이즈 안경원 브랜드를 중심으로 브랜드 네임의 의미와 사용된 단어를 살펴보고, 브랜드 네임의 한글, 영문 외 등의 언어, 음절, 브랜드 네임의 단어 조합 수, 단어 조합 유형 등의 언어적 유형, 마지막으로 서술적, 암시적, 조어적 유형 등의 의미적 유형을 분석하였다.

결과 및 고찰

1. 브랜드 네임의 개념과 기능

브랜드 네임은 브랜드 인지와 의사소통의 기본이 되는 브랜드의 핵심 요소다. 그 브랜드가 무엇이고, 무엇을 할 수 있는지에 대한 연상을 일으킬 수 있다는 점 때문에 브랜드 네임이 사실상 브랜드 개념의 핵심을 형성한다. 그리고 브랜드 네임은 포장, 가격, 광고 같은 다른 마케팅 요소보다 수명이 길어 한 번 구축이 되면 튼튼한 진입 장벽의 역할을 할 수 있다.[9] 그러므로 기업마다 브랜드 네임은 브랜드 자산(brand equity)의 전략적 경영으로 인식하고, 소비자의 마음속에 브랜드를 창조시키는 창업과 경영에서 마케팅 전략의 주요 결정 사항의 하나로 여긴다. 브랜드 네임은 브랜드가 가지고 있는 상품이나 서비스를 소비자들에게 식별시키고 차별화하기 위한 수단에서 사용하는 독특한 이름을 말한다.[10] 브랜드 네임에서 브랜드란 네임, 심벌과 로고, 색채, 그리고 슬로건 등과 언어적, 비언어적 요소를 포함하는 포괄적 개념으로 브랜드 네임은 브랜드의 명칭, 이름, 호칭으로 줄여서 네임으로 사용하기도 하는데 제품의 고유성과 차별화를 하는 과정에서 표현되고 사용하는 독특한 이름이다.[2] 기업과 제품의 속성이나 이미지, 경쟁사와 차별화하는 대표적 언어적, 상징적, 그리고 의미적 수단이다. 특히 브랜드 네임은 읽고 들을 수 있는 언어로 구성되어 읽혀져야 하는 언어적 요소가 강하다. 그러므로 브랜드 네임은 단순히 이름을 짓는 차원이 아니라 소비자에게 기업이나 상품을 알리고 판매하기 위한 설득의 목적과 이미지를 자극하는 수단의 효과적이고 창의적인 고유명사인 것이다.[1]

브랜드 네임의 기능은 브랜드 네임이 가지고 있는 고유의 본질적 기능과 그 기능을 통해 파생되는 브랜드 가치로서의 자산적 기능, 크게 두 가지로 나눌 수 있다(Fig. 1).[1]

본질적 기능으로는 기업과 상품이 가지는 고유의 본질인 정체성 기능, 경쟁자와 소비자. 경영자(생산자)를 보호하는 보호성 기능, 그리고 경영이념이나 고유한 기술과 이미지, 브랜드 스토리 등에 대한 개념과 정보를 경쟁 기업과 상품을 구별하게 하는 차별성 기능, 브랜드 네임이 내포하고 있는 기업의 의미와 정보를 전달하는 전달성 기능, 마지막으로 소비자에게 구매 행동을 유발하는 설득성 기능이 있다.[1] 그리고 본질적 기능의 파생과 확장으로 발생되는 브랜드 가치로서의 자산적인 기능은 본질적인 기능을 바탕으로 브랜드 네임은 브랜드 자산의 중심에 위치해 브랜드를 성장시키고 확장시킨다.[6] 브랜드 인지 기능은 잠재적 소비자가 어떤 제품군에 속한 특정 브랜드를 재인식 또는 상기할 수 있게 만들고, 나아가 방문과 구매 결정

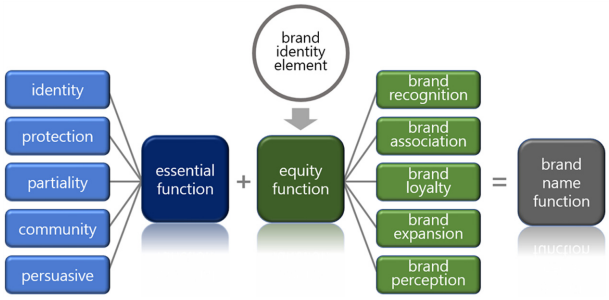

Fig. 1. Functions of brand names.[1]

에 확신을 하게 해 준다. 브랜드에 대한 긍정적인 태도나 느낌, 신뢰감으로 연결되는 브랜드 연상 기능은 그 브랜드가 무엇이고 무엇을 할 수 있는지에 대한 연상을 일으킬 수 있다. 브랜드 충성 기능은 특정 브랜드와 밀착되어 다양한 형태의 브랜드 친밀감을 형성한다. 이러한 브랜드 충성 기능은 기업과 상품이 자산이나 사업 영역을 늘리고자 할 때 브랜드 확장 기능에도 영향을 끼친다. 마지막으로 브랜드 지각 기능은 소비자가 가지고 있는 경쟁 기업이나 상품과의 비교를 통한 서비스 품질이나 우수성에 대한 브랜드 자각과 인식 등에 브랜드 가치로서의 기능이라 할 수 있다.[1] 독자적 요소가 강한 본질적 기능에 비해 브랜드 자산적 기능은 다양한 형태의 여러 가지 브랜드 아이덴티티 요소들이 받쳐줄 때 확실한 기능을 발휘할 수 있고, 시각적 인상, 음성적 느낌 그리고 의미적 전달을 지니고 있는 브랜드 네임의 요소들이 함께 조화를 이룰 때 브랜드 네임의 기능을 충실히 하고 소비자가 기억하기 좋은 브랜드 네임이 될 수 있다.[1]

브랜드 네임을 포함하여 모든 이름은 사람이나 사물에 대한 고유한 지시 관계(reference)를 담아내는데 세 가지 의미적 유형인 서술적, 암시적, 조어적 의미의 유형으로 나눈다.[6] 서술적 브랜드 네임(descriptive names)은 연관된 사람이나 장소를 지시하거나 특성이나 원료, 목적, 기능, 외양들을 나타내는 것으로 보이는 그대로의 의미를 지니고 있고, 상품의 특성이나 속성을 직접적인 단어를 사용한다. 암시적 브랜드 네임(allusive names)은 제품이나 서비스, 회사 또는 그 주요 장점을 암시하는 단어 자체의 의미로 상품이나 서비스를 직접 표현하지는 않지만 긍정적이고 직설적이지 않는 연상 작용 등을 통해 느낌이나 바람직한 연상 창출로 브랜드를 각인시키다.[1] 암시적 브랜드 네임은 서술적 네임과의 엄격한 구분은 없지만 제품에 원하는 특성을 간접적으로 연관시키는 암시를 통해 작용한다. 가끔 새로 만들어 낸 복합어의 형태를 띠기도 하지만 주로 실제 단어를 사용하고 힌트만 준다는 것이 특징이다.[6] 암시적 브랜드 네임은 주요 장점을 암시한다는 점에서는 서술적 브랜드 네임과 구별되고 뇌 속에서 직유나 은유, 문화적 지시(cultural references)가 움직이는 방식처럼 함의(connotation)나 암시(allusion)를 통해서 작동한다. 마지막으로 조어적 브랜드 네임(coined names)은 기존에 존재하지 않는 새로운 단어나 조합들로 만들어지는데 긍정적인 의미를 지닌 단음적인 단어들의 조합이 대부분으로 상표로서 등록받기가 용이한 특징이 있다. 그 뜻이 일부 해독 가능하기도 하지만, 일반적으로 그 핵심 의미는 숨어있는 경우가 많다. 조어적 브랜드 네임은 완전히 새로워 보이는 이름일지라도 제품의 특성과 이름을 연관시킬 공간을 남겨두기도 한다는 특성에서 단어 조각을 이해하려는 듣는 사람의 무의식적 능력과 새로운 의미를 이름과 연결시키려는 능력에 의존하기도 한다. 그 외에도 지시체와 아무런 관련이 없는 듯 보이는 자의적 브랜드 네임(arbitrary names)도 있다.[6] 모든 브랜드 네임이 위와 같은 서술적, 암시적, 조어적 의미의 세 가지 유형을 따르지는 않지만 가장 대표적이고 일반적인 브랜드 네임의 의미적 유형으로 볼 수 있다.

2. 안경원 브랜드 네임의 의미와 특성

2.1. 안경원 브랜드 네임의 의미

안경원 브랜드 네임의 의미와 의미에 나타난 단어, 브랜드 네임에 사용된 단어를 살펴보면 다음과 같다(Table 1, 2, 3).

31개의 안경원 브랜드 중에서 안경원 브랜드 네임의 의미를 소개한 안경원 웹 사이트는 17개, 54.8% 였다. 브랜드 네임 의미에 가장 많이 나타난 단어로는 '눈'이었는데, 눈사랑안경의 '당신의 눈을 사랑', 씨채널의 '세상을 보는 건강한 눈', 아이데코의 '눈을 데코레이션 한다' 등의 의미로 나타났다. 다음으로는 다비치의 '세상을 맑고 밝게 비춘다'의 '맑고(은)' 그리고 글라스바바의 '가자 건강하게 볼 수 있다'의 '건강하게'와 아이젠트리의 '차별화된 서비스로 고객님의 눈의 품격을 최상으로 높이겠다'의 '고객' 으로 각 3개씩 나타났다. '세상'과 '안경, 얼굴, 유행, 편안하게, 혁신' 단어가 2개로 나타났으며 '결백한, 고유성, 구성원, 꿈, 깨끗한, 기능성' 등과 같은 단어가 하나씩 나타났다.

브랜드 네임에 사용된 단어로는 '안경'이 27.3%로 가장 많이 사용되었는데 그랑프리안경, 눈사랑안경, 무극안경 외 12개 브랜드가 사용하였다. 한글은 '안경'이라는 단일의 단어가 사용되었지만 영어으로는 'optical, glass, optics, eyewear'등으로 다양하게 사용되었는데, 대부분 'optical'로 사용되었지만 룩옵티컬, 클리어안경은 'optics'로, 안경존중은 'eyewear'로 표기하였다. 안경나라 브랜드처럼 한글의 발음대로 'ankyung'으로 사용하기도 하였다. 그리고 이안경원은 영어로 'optical'로 표기하였지만 한글로는 '안경원'으로 나타낸 것이 특이하였다. 다음으로 '글라스, 아이'라는 단어가 각 5개로 영어로는 'glass, eye' 그대로 사용하였다. '눈, 으뜸, 시(씨)' 단어가 각각 2개로 사용되었는데 눈사랑안경과 밝은눈안경 브랜드는 '눈'이라는 단어를 영어 표기 'eye'가 아닌 한글의 발음 'nun'으로 사용된 것이 특징이었다. 그리고 으뜸은 'top'으로 시(씨)는 'see'로 나타내었지만 한글에서는 씨채널, 시원아이처럼 브랜드에 따라 다르게 사용하였다. '스토리, 박스, 세컨드' 등과 같은 1개씩 나타난 기타 단어가 33개로 브랜드 네임에 사용된 단어에서 60%를 차지하였다, 눈사랑안경의 '사랑', 밝은눈안경의 '밝은', 안경나라의 '나라'라는 단어는 앞선

Table 1. Optical shop brand names and their meanings

Brand name			Brand name meaning
Korean	English	Word mix	
그랑프리안경	Grandprix optics	grandprix(프)+안경	-
글라스미	Glassme	Glass+me	-
글라스바바	Glassbaba	Glass+baba	· 가장 편안하게, 가장 유용하게, 가장 건강하게 볼 수 있다.
글라스박스	Glassbox	Glass+box	-
글라스타	Glastar	Gla+star	-
글라스스토리	Glassstory	Glass+story	-
글라스월드	Glassworld	Glass+world	-
눈사랑안경	Nunsarang ankyung	눈+사랑+안경	· 당신의 눈을 사랑
다비치	Davich	다비치	· '세상을 맑고 밝게 비춘다' 순 우리말 · 소외된 어려운 이웃까지 맑고 밝게 다 비춘다.
룩옵티컬	Lookoptical	Look+optical	-
무극안경	無極眼鏡 Mooguk optical	무극+안경	· 끝이 없음, 제한이 없다. · 정성과 시간, 기술을 제한 없이 담다.
밝은눈안경	Barlkeunnun ankyung	밝은+눈+안경	-
보다안경	Vodaoptical	보다+안경	· 유행(vogue), 기원(origin), 꿈(dream), 행동(action)
세컨드페이스	Secondface	Second+ face	· 또 다른 두 번째 얼굴
시원아이	Seeoneeye	See+one+eye	-
씨채널	Seechannel	See+channel	· 세상을 보는 건강한 눈
아이데코	Eyedeco	Eye+deco	· 눈을 데코레이션(decoration) 한다.
아이세이버	Eyesaver	Eye+saver	-
아이에비뉴	Eyeavenue	Eye+avenue	· (나아갈)길, 방안(avenue) · 길이 아닌 길은 가지 않는다. · 그러나 길이 없다면 우리만의 길을 만든다.
아이젠트리	Eyegentry	Eye+gentry	· 차별화된 서비스로 고객님의 눈의 품격을 최상으로 높이겠다.
안경나라	Ankyung nara	안경+나라	· 안경이 있는 사회에서 가장 기본이 되는 가장 큰 구성원
안경매니저	Optical manager	안경+Manager	-
안경존중	Respect eyewear	안경+존중	· '존중'이 핵심 가치 · 고객 한 분, 점주 한 분의 시선과 취향, 그리고 일상을 존중하는 마음
오늘의안경	Glass of today	오늘의+안경	· 고객들의 편안한 눈 건강을 위한다. · 더 나은 오늘을 만든다.
으뜸50안경	Top50glasses	으뜸+50+안경	-
으뜸플러스 안경	Topplusglass	으뜸+plus+안경	-
이노티	Inoti	Ino+t+i	· 혁신(innovation), 유행(trand), 고유성(identity) · 새로움과 혁신을 추구한다.
이안경	Leeoptical	이+안경원	-
일공공일안경	1001optics	일공공일+안경	· 안경을 착용하고 있는 얼굴을 형상화
K비전안경	Kvision optical	K+vision+ 안경	· 대한민국을 대표하는 기능성 안경체인
클리어안경	Clearoptic	Clear+안경	· 안경원을 클리어하게 운영한다. · 투명한, 맑은, 결백한, 깨끗한, 확실하다(clear).

Table 2. Keywords in optical shop brand name meanings

Brand name meaning keywords
눈(5), 맑고(은)/건강하게/고객(3), 세상/안경/얼굴/유행/편안하게/혁신(2), 결백한, 고유성, 구성원, 꿈, 깨끗한, 기능성, 기본, 기술, 기원, 길, 높임, 당신, 대표, 대한민국, 데코레이션, 두 번째, 마음, 방안, 밝게, 봄, 비춤, 사랑, 사회, 새로움, 서비스, 시간, 시선, 안경원, 안경체인, 우리, 운영, 유용하게, 오늘, 이웃, 일상, 점주, 정성, 제한, 존중, 차별화, 착용, 최상, 추구, 취향, 클리어, 투명한, 품격, 확실, 행동, 형상화

Table 3. Words in optical shop brand names

Word		N		%
Korean	English			
안경	Optical	5	15	27.3
	Ankyung	3		
	Optics, glass	2		
	Optic, glasses, eyewear	1		
글라스, 아이	Glass, eye	5		9.1
눈, 으뜸, 시(씨)	Nun, top, see	2		3.6
Other		33		60
Total		55		100

내용의 ‘ankyung, nun’처럼 한글 발음 그대로 ‘sarang, barlkeun, nara’로 나타낸 것이 특징이다.

2.2. 안경원 브랜드 네임의 특성

안경원 브랜드 네임의 특성은 다음과 같다(Table 4,5, 6,7,8,9).

안경원 브랜드 네임의 언어로는 글라스미 외 13개의 45.2% 안경원 브랜드가 영어였고, 다음으로는 눈사랑안경 외 8개 브랜드가 한글이었다. 이러한 영어가 한글을 앞서는 사용 빈도는 선행 연구[1]에서도 안경원 전체적으로는 한글 빈도가 많았지만 프랜차이즈 안경원에서는 한글보다

Table 4. Characteristics of optical shop brand names

Brand name	Language				Syllable	Word mix N	Word mix types					Meaning types		
	Korean	English	Korean+ English	Other			Word +Word	Word +Word part	Word + Initials	Word part + Initials	Other	Descrip-tive	Allusive	Coined
Grandprixoptics				○	6	2	○						○	
Glassme		○			4	2		○					○	
Glassbaba			○		5	2					○			○
Glassbox		○			5	2		○					○	
Glastar		○			4	2		○					○	
Glassstory		○			6	2		○					○	
Glassworld		○			5	2		○					○	
Nunsarangankyung	○				5	3	○					○		
Davich	○				3	1					○			○
Lookoptical		○			4	2	○					○		
Moogukoptical	○				4	2	○						○	
Barlkeunnunankyung	○				5	3	○					○		
Vodaoptical	○				4	5			○			○		
Secondface		○			6	2	○						○	
Seeoneeye		○			4	3	○						○	
Seechannel		○			3	2	○					○		
Eyedeco		○			4	2		○					○	
Eyesaver		○			5	2	○						○	
Eyeavenue		○			5	2	○						○	
Eyegentry		○			5	2	○						○	
Ankyungnara	○				4	2	○						○	
Opticalmanager			○		5	2	○						○	
Respecteyewear	○				4	2	○					○		
Glassoftoday	○				5	3					○	○		
Top50glasses				○	6	3					○		○	
Inoti		○			3	3				○				○
Leeoptical	○				3	2			○			○		
1001optics				○	6	2					○			○
Kvisionoptical			○		6	3			○			○		
Clearoptic			○		5	2	○					○	○	
Topplusglass			○		7	3	○						○	

Table 5. Languages used in optical shop brand names

Language	Brand name	N	%
English	Glassme, Glassbox, Glastar, Glassstory, Glassworld, Lookoptical, Secondface, Seeoneeye, Seechannel, Eyedeco, Eyesaver, Eyeavenue, Eyegentry, Inoti	14	45.2
Korean	Nunsarangankyung, Davich, Moogukoptical, Barlkeunnunankyung, Vodaoptical, Ankyungnara, Respecteyewear, Glassoftoday, Leeoptical	9	29
Korean+English	Glassbaba, Opticalmanager, Kvisionoptical, Clearoptic, Topplusglass	5	16.1
Other	Grandprixoptics, Top50glasses, 1001optics	3	9.7
	Total	31	100

Table 6. Syllables in optical shop brand names

Syllable	Brand name	N	%
5	Glassbaba, Glassbox, Glassworld, Nunsarangankyung, Barlkeunnunankyung, Eyesaver, Eyeavenue, Eyegentry, Opticalmanager, Glassoftoday, Clearoptic	11	35.5
4	Glassme, Glastar, Lookoptical, Moogukoptical, Vodaoptical, Seeoneeye, Eyedeco, Ankyungnara, Respecteyewear,	9	29
6	Grandprixoptics, Glassstory, Secondface, Top50glasses, 1001optics, Kvisionoptical	6	19.4
3	Davich, Seechannel, Inoti, Leeoptical	4	12.9
7	Topplusglass	1	3.2
	Total	31	100

Table 7. Word mix (N) in optical shop brand names

Word mix N	Brand name	N	%
2	Grandprixoptics, Glassme, Glassbaba, Glassbox, Glastar, Glassstory, Glassworld, Lookoptical, Moogukoptical, Secondface, Seechannel, Eyedeco, Eyesaver, Eyeavenue, Eyegentry, Ankyungnara, Opticalmanager, Respecteyewear, Leeoptical, 1001optics, Clearoptic	21	67.7
3	Nunsarangankyung, Barlkeunnunankyung, Seeoneeye, Glassoftoday, Top50glasses, Inoti, Kvisionoptical, Topplusglass	8	25.8
1 / 5	Davich / Vodaoptical	1 / 1	3.25
	Total	31	100

Table 8. Word mix types in optical shop brand names

Word mix types	Brand name	N	%
Word + Word	Grandprixoptics, Nunsarangankyung, Lookoptical, Moogukoptical, Barlkeunnunankyung, Secondface, Seeoneeye, Seechannel, Eyesaver, Eyeavenue, Eyegentry, Ankyungnara, Opticalmanager, Respecteyewear, Clearoptic, Topplusglass	16	51.6
Word + Word part	Glassme, Glassbox, Glastar, Glassstory, Glassworld, Eyedeco	6	19.4
Word + Initials	Vodaoptical, Leeoptical, Kvisionoptical	3	9.7
Word part + Initials	Inoti	1	3.2
Other	Glassbaba, Davich, Glassoftoday, Top50glasses, 1001optics,	5	16.1
	Total	31	100

Table 9. Types of meanings in optical shop brand names

Meaning types	Brand name	N	%
Allusive	Grandprixoptics, Glassme, Glassbox, Glastar, Glassstory, Glassworld, Moogukoptical, Secondface, Seeoneeye, Eyedeco, Eyesaver, Eyeavenue, Eyegentry, Ankyungnara, Opticalmanager, Top50glasses, Topplusglass	17	54.8
Descriptive	Nunsarangankyung, Lookoptical, Barlkeunnunankyung, Vodaoptical, Seechannel, Respecteyewear, Glassoftoday, Leeoptical, Kvisionoptical, Clearoptic	10	32.3
Coined	Glassbaba, Davich, Inoti, 1001optics,	4	12.9
	Total	31	100

는 영어 브랜드 네임이 더 많이 사용한 것으로 나타났다. 프랜차이즈 안경원의 상업적 특성과 안경원 브랜드의 인식 확대, 안경원 시장의 확대 변화 등이 반영된 것으로 보여진다. 한글과 영어 혼용은 K비전안경 외 4개 브랜드로 나타났다. 기타로는 그랑프리안경은 한글과 프랑스어 혼용, 으뜸50안경과 일공공일안경은 숫자가 포함된 브랜드 네임을 사용하고 있었다. 으뜸50안경과 일공공일안경은 숫자가 브랜드 네임에 포함되었지만 표기에서는 다르게 으뜸50안경은 '50' 숫자 그대로, 일공공일안경은 '1001'을 심벌마크로 형상화했지만 네임은 한글 '일공공일'로 나타내었다. 또한 보다안경은 '보다'에서 '본다는' 의미가 연상되기는 하지만 브랜드 의미를 내포하고 있는 단어의 이니셜 'V+O+D+A'의 합성어로 만들어진 단어로 중의적 의미가 들어가 있어 보인다. 무극안경은 유일하게 '無極眼鏡'이라는 한자 브랜드도 병행하여 나타낸 것이 특징이었다.

안경원 브랜드 네임의 음절을 살펴보면 가장 많은 음절을 사용한 브랜드는 글라스바바 외 10개 브랜드의 5음절이었다. 다음으로 많이 나타난 음절은 4음절로 글라스타 외 8개 브랜드였다. 다음으로 글라스스토리 외 5개 브랜드는 6음절, 다비치, 씨채널, 이안경은 3음절이었고 음절이 가장 많은 안경원 브랜드 네임은 으뜸플러스안경으로 7음절이었다. 음절 또한 선행 연구[1]에서도 안경원 전체적으로는 2~3음절 빈도가 많았지만 프랜차이즈 안경원에서는 4~5음절이 더 많이 나타났다. 프랜차이즈 안경원 브랜드 네임에서는 '안경'이나 '아이'와 같은 상품의 직설적 단어가 앞·뒤로 수식되어 브랜드 네이밍이 된 결과로 보여진다.

안경원 브랜드 네임 단어 조합 수를 살펴보면 글라스월드 외 20개, 67.7%의 브랜드가 두 개의 단어를 조합하여 브랜드 네임을 완성하였다. 다음으로 눈사랑안경 외 7개 브랜드는 세 개의 단어 조합으로, 다비치 브랜드는 하나의 단어만으로 브랜드 네임을 완성하였다. 보다안경은 네 개의 단어, 즉 유행(vogue), 기원(origin), 꿈(dream), 행동(action) 단어 이니셜과 안경 단어 다섯 개를 가지고 완성하였는데 안경원 브랜드 가운데 가장 많은 단어를 조합하여 브랜드 네이밍을 하였다.

안경원 브랜드 네임 단어 조합 유형을 살펴보면 가장 많은 단어 조합 유형은 단어와 단어와의 조합으로 안경나라 외 15개 브랜드 네임에서 나타났다. 아이데코 외 4개의 브랜드가 다음으로 단어와 단어 일부를 가지고 조합하였다. 아이데코 브랜드는 아이(eye)에 데코레이션(decoration)의 단어 앞부분 일부를 연결하여 아이데코라는 브랜드 네임을 만들었다. 보다안경, 이안경, K비전안경은 단어와 이니셜을 조합한 브랜드로, 보다안경은 네 개의 단어 이니셜과 안경이라는 단어를 조합하여 만들었고, 이안경은 Lee의 한글 첫글자와 안경을 조합하였고, K비전안경은 Korea의 'K'를 비전과 안경을 조합하여 브랜드 네임을 만들었다. 이노티는 혁신(innovation)의 앞 부분 일부 단어 이노(ino)와 유행(trand), 고유성(identity)의 두 단어의 이니셜인 T, I를 조합하여 브랜드 네임을 완성하였다. 그 외 기타 유형으로는 다비치는 '세상을 맑고 밝게 비춘다' 순 우리말 하나의 단어로, 오늘의안경은 문장으로, 으뜸50안경과 일공공일안경은 숫자와 단어를 조합한 브랜드 네임 유형을 가지고 있다.

마지막으로 안경원 브랜드 네임 의미적 유형을 살펴보면 가장 많은 의미적 유형은 그랑프리 안경 외 16개 브랜드의 54.8%가 암시적 유형으로 글라스스토리는 안경에 관한 이야기가 담겨있는 듯한, 세컨드페이스는 안경이 또 다른 두 번째 얼굴이라는, 아이젠트리는 품격이라는 연상작용을 가져다 준다. 이러한 암시적 유형은 특정 지역의 안경원 브랜드 네임 사례이기는 하지만 선행 연구[1]에서도 나타난 '눈의 요정', '라이트하우스', '아이프리' 브랜드 네임 처럼 암시적 유형이 많은 것으로 나타나 이 유형의 브랜드 네임을 많이 선호하고 있음을 알 수 있다. 두 번째로 많은 의미적 유형은 서술적 유형으로 눈사랑안경 외 9개 브랜드로 나타났다. 눈사랑안경은 '고객의 눈을 사랑한다'는, 밝은눈안경은 '눈의 밝고 선명한', 클리어안경은 '안경원 운영이든 눈이든 깨끗하게 하겠다'라는 설명적인 요소가 전달되고, 룩옵티컬은 '본다', '옵티컬'이라는 안경의 제품 속성과 단어를 조합해 직설적으로 전달하고 있는 서술적 유형의 전형을 보여주고 있다. 마지막으로 조어적 유형은 글라스바바, 다비치, 이노티, 일공공일안경 4개 브랜드이다. 이노티는 혁신(innovation)의 앞 부분 이노(ino)와 유행(trand), 고유성(identity)의 첫 이니셜을 조합한 브랜드 네임으로 기존에 존재하지 않은 새로운 네임으로, 일공공일안경은 안경의 형상을 숫자로 표현한 네임으로 독창성과 차별성을 주고 있다.

결 론

본 연구는 안경원 브랜드 네임의 의미와 특성을 분석하였다.

분석에 따르면 안경원 브랜드의 54.8% 이상이 웹 사이트에서 브랜드 네임의 의미를 소개하였다. 브랜드 네임 의미로 가장 많이 나타난 단어는 '눈', 브랜드 네임에 사용된 단어는 '안경'이 많았다. 브랜드 네임의 언어는 영어가 45.2%로, 브랜드 네임 음절은 5음절이 가장 많았다. 브랜드 네임의 조합 단어 수는 67.7%가 두 개의 단어 조합으로 완성을 하였고, 브랜드 네임 단어 조합은 단어와 단어 조합 유형이 51.6%로 가장 많았다. 브랜드 네임의 의미적

유형은 54.8%가 암시적 유형이었다.

위와 같은 안경원 브랜드 네임의 의미와 특성을 바탕으로 기억성, 발음성, 전달성, 연상성 등이 높을 수 있는 최적의 안경원 브랜드 네이밍을 위한 몇 가지 제안을 하고자 한다.

첫째, 의미가 없는 네임은 없다. 브랜드 네임의 의미는 브랜드의 미션과 비전, 나아가 안경원의 경영이념과 철학까지 담고 있다. 때문에 안경원 네임의 의미는 소비자에게 직접적으로 노출되지는 않지만 설득과 목적의 이미지를 자극하고, 믿음과 신뢰를 제공할 수 있는 미션과 비전 등의 내용과 의미를 언어로 담아야 한다. 둘째, 브랜드 네임 조합의 단어는 업종의 성격과 상품 이미지와 인지에 자극을 줄 수 있어야 한다.[1] 단어 조합은 하나의 단일 단어보다는 단어와 단어의 일부, 한글과 영문, 한글과 비영문 조합 등으로 창의적인 고유명사로 만들 수 있는 조합이 바람직하다.[11] 네이밍 과정에서 힘들 수는 있지만 독창적인 브랜드 네임이 영향력이 있는 브랜드 가치 창출과 브랜드 충성도를 갖게 하는데 유리하기 때문이다.[12] 셋째. 브랜드 네임의 음절은 적을수록 기억하기 용이하다. 브랜드 네임을 기억하고자 하는 동기가 없는 소비자들에게 브랜드 네임을 각인시키려면 3~4음절의 단순한 음절이 좋다.[1] 안경원이라는 업종의 성격을 고려하면 '안경'이라는 단어가 브랜드 네임 앞·뒤 어디에 수식이 되는가에 따라 발음성과 전달성이 좌우될 수도 있으므로 수식어 위치와 음절을 고려해야 한다. 넷째, 의미적 유형은 의도하는 브랜드 네임의 뜻을 전달시키려면 암시적, 서술적 유형보다는 만들기는 어렵지만 조어적 유형이 유리하다. 조어적 유형은 안경에 대한 직·간접적인 단어, 정보나 지식을 바탕으로 기존에 존재하지 않는 새로운 단어를 만들어 내는 것으로 독창성과 차별성, 법적인 보호성에 가장 큰 장점을 지닌다.[1] 마지막으로 브랜드 네임을 만들기 위한 다양한 형식과 구분의 대안의 목록을 많이 창출하는 '대안의 창출' 과정을 거쳐야 한다.[2] 대안의 제시로 만들어진 수많은 단어와 이름들은 연상과 디자인, 보호성 등의 여러 가지 기준과 평가, 연상 확장을 통해 경쟁 브랜드와 뚜렷이 구분되는 최상의 브랜드 네임으로 발전할 수 있다.[1]

브랜드 네임은 창업이나 상품 출시에서 이루어지는 필연적 과정이기에 단순히 이름만 짓는 것으로 끝나서는 안 된다. 안경원의 정체성, 개념과 인지, 소비자와 의사 소통에 이루어지는 기본적인 언어적 수단이므로 기억하고 부르기 쉬워야 한다. 안경원에 대한 바람직한 연상과 소비자에게 우호적 전달과 호감을 줄 수 있는 독창적인 브랜드 네임이 되어야 한다. 나아가 안경원의 가치를 높이고 고유한 스타일을 형성하며 안경원 문화까지도 창조할 수 있는 품격 높은 브랜드 네임이 되어야 한다.

감사의 글

본 연구는 2026년 경운대학교 교내학술지원비로 연구되었습니다.

REFERENCES

[1] Hong SI, Son JS. A study on the brand name type of optical shop -centric on optical shop in Daegu region. J Korean Ophthalmic Opt Soc. 2015;20(4):415-423. DOI: https://doi.org/10.14479/jkoos.2015.20.4.415

[2] Hong SI, Kwak HW. Study on brand naming of optical shop through creation of alternative. J Korean Ophthalmic Opt Soc. 2016;21(3):181-189. DOI: https://doi.org/10.14479/jkoos.2016.21.3.181

[3] Sun MJ, Kim JS. A study on the criteria for choosing brand name type and their effectiveness -focused on FCB grid model. Journal of Brand Design Association of Korea. 2021;19(1):269-281. DOI: https://doi.org/10.18852/bdak.2021.19.1.269

[4] Lee JH, Ahn KS, Lee IS. A case analysis study on brand name element in rural convergence industry. Journal of Communication Design. 2022;81:626-635. DOI: https://doi.org/10.25111/jcd.2022.81.44

[5] Na KJ, Kwon MT. The effects of the brand language types on brand personality and loyalty -focus on beverage products. Journal of Brand Design Association of Korea. 2018;16(3):269-281. DOI: https://doi.org/10.18852/bdak.2018.16.3.255

[6] Rivkin S, Sutherland F. The making of a name, 1st Ed. Seoul: Kim & Kim Books, 2006;57-140.

[7] Hong SI. A study on the current analysis of visual identity (VI) systems of Korean franchise optical shop brands. J Korean Ophthalmic Opt Soc. 2025;30(2):41-51. DOI: https://doi.org/10.14479/jkoos.2025.30.2.41

[8] Hong SI. A study on the characteristics of typography in the main screen of optical shop website. J Korean Ophthalmic Opt Soc. 2025;30(4):255-263. DOI: https://doi.org/10.14479/jkoos.2025.30.4.255

[9] Aaker DA. Managing brand equity, 1st Ed. Seoul: Businessbooks, 2006;323-341.

[10] Jong GI. An essay on the cognitive linguistical aspect of brand names. The Society of Korean Language and Literature. 2008;57:145-171.

[11] Yoshihiro Iwanaga. Rules for successful naming, 2nd Ed. Seoul: Leeseowon, 2013;127-136.

[12] Kim SR, Brand naming, 1st Ed. Seoul: RHK, 2013;25-28.

[13] Glassme glass. PB introduction, 2024. http://www.glassme.co.kr(16 March 2026).

[14] Glassbaba glass. PB introduction, 2022. http://www.glassbaba.com(16 March 2026).

[15] Glassbox glass. PB introduction, 2025. https://iglassbox.com(16 March 2026).

[16] Nunsarangankyung glass. PB introduction, 2024. https://

www.nsr.co.kr(16 March 2026).
[17] Davich glass. PB introduction, 2018. https://www.davich.com/main/main.php(16 March 2026).
[18] Lookoptical glass. PB introduction, 2011. https://www.lookoptical.co.kr(16 March 2026).
[19] Moogukoptical glass. PB introduction, 2025. https://mooguk.kr(16 March 2026).
[20] Barlkeunnunankyung glass. PB introduction, 2015. http://www.rednblue.co.kr(16 March 2026).
[21] Vodaoptical glass. PB introduction, 2015. http://www.vodaeyewear.co.kr(16 March 2026).
[22] Secondface glass. PB introduction, 2014. https://secondface.kr(16 March 2026).
[23] Seeoneeye glass. PB introduction, 2026. https://www.seeoneeye.com(16 March 2026).
[24] Seechannel glass. PB introduction, 2017. https://www.seechannel.co.kr/main(16 March 2026).
[25] eyedeco glass. PB introduction, 2020. http://eyedecochain.co.kr(16 March 2026).
[26] Eyesaver glass. PB introduction, 2023. https://www.eyesaver.co.kr/main(16 March 2026).
[27] Eyeavenue glass. PB introduction, 2023. https://www.eyeavenue.co.kr/main(16 March 2026).
[28] Eyegentry glass. PB introduction, 2014. http://www.eyegentry.com/main/main.php(16 March 2026).
[29] Ankyungnara glass. PB introduction, 2017. http://aknara.co.kr(16 March 2026).
[30] Opticalmanager glass. PB introduction, 2015. http://www.opticalmanager.co.kr/page/main.html(16 March 2026).
[31] Respecteyewear glass. PB introduction, 2015. https://irespect.co.kr/brand(16 March 2026).
[32] Glassoftoday glass. PB introduction, 2023. https://oneuls.com(16 March 2026).
[33] top50glasses glass. PB introduction, 2023. http://www.top50glasses.com(16 March 2026).
[34] Topplus glass. PB introduction, 2025. https://top-plus.co.kr(16 March 2026).
[35] Inoti glass. PB introduction, 2022. http://www.inoti.co.kr/new/(16 March 2026).
[36] Leeoptical glass. PB introduction, 2025. https://leeoptical.co.kr/default(16 March 2026).
[37] 1001optics glass. PB introduction, 2022. http://1001optics.co.kr(16 March 2026).
[38] Kvisionoptical glass. PB introduction, 2022. http://www.kvisionoptical.com(16 March 2026).

안경원 브랜드 네임의 의미와 특성에 관한 연구
- 국내 프랜차이즈 안경원 브랜드 네임 중심으로 -

홍성일*
경운대학교 웹툰애니메이션디자인학과, 교수, 구미 39160
투고일(2026년 5월 4일), 수정일(2026년 5월 26일), 게재확정일(2026년 5월 29일)

목적: 안경원 브랜드 네임의 의미와 특성을 통해 안경원의 브랜드 네이밍 개발 자료로 활용하고자 하였다. **방법:** 안경원 브랜드 네임의 의미와 의미에 나타난 단어, 브랜드 네임에 사용된 단어를 살펴보고, 브랜드 네임의 언어, 음절, 단어 조합 수, 단어 조합 유형과 의미적 유형 등의 특성을 분석하였다. **결과:** 안경원의 브랜드 네임 의미에 나타난 단어는 '눈'이 가장 많았고, 브랜드 네임에 사용된 단어는 '안경'이 가장 많았다. 브랜드 네임 언어는 영어, 음절은 5음절, 단어 조합 수는 2개가 가장 많았다. 브랜드 네임의 조합 유형은 단어 간의 조합이, 의미적 유형으로는 암시적 유형이 가장 많았다. **결론**: 업종의 특성과 안경원 개별 브랜드의 고유성을 담을 수 있는 바람직한 연상과 호감을 주는 창의적인 안경원 브랜드 네임이 개발되어야 한다.

주제어: 브랜드, 브랜드 네임, 브랜드 의미, 안경원 브랜드, 안경원