

## 선글라스 착용자의 선글라스 착용목적과 구매요소 분석

송윤영<sup>1</sup>, 정미아<sup>1</sup>, 오현진<sup>2\*</sup>  
<sup>1</sup>여주대학교 안경광학과 교수, <sup>2</sup>백석문화대학교 안경광학과 교수

### Analysis of Sunglasses Wearers' Purpose of Wearing Sunglasses and Purchase Factors

Yun-Young Song<sup>1</sup>, Mi-A Jung<sup>1</sup>, Hyun-Jin Oh<sup>2\*</sup>  
<sup>1</sup>Professor, Optometry, Yeosu Institute of Technology,  
<sup>2</sup>Professor, Optometry, Baekseok Culture University

**요약** 성인 101명(평균 33.62±9.60세)을 대상으로 선글라스 구매장소, 구매자, 착용목적과 하루착용시간, 선호 디자인 등을 알아보고자 하였다. 일상에서 일주일에 4일 이상 선글라스를 사용하고 설문에 충실하게 모두 답한 결과지만 분석하였다. 선글라스 보유개수는 평균 1.89±0.95 개이며, 구매장소는 안경원 35.6%, 백화점 또는 아웃렛 온라인몰 23.3% 순이었다. 71.7%가 본인이 직접 구매하고 있었으며, 62.4%가 하루 중 1시간 미만 착용하고 있었고, 25.7%가 1~2시간 착용한다고 응답하였다. 평상시 눈 건강을 위한 자외선 차단 목적이 28.7%, 야외활동 25.3%, 패션 아이템으로 16.9%, 운전용 15.7% 순이었다. 선글라스도 시력교정이 필요하며 시감투과율 등 광학적 요소를 고려한 개인 맞춤형으로 제공될 수 있어야 한다.

**주제어** : 선글라스 구매, 선글라스 착용목적, 선글라스 선택, 선호 요소, 자외선 차단

**Abstract** This study is to investigate to find out the sunglasses wearing status of 101 adults (average age: 33.62 ± 9.60 years), including where they purchased sunglasses, who purchased them, the purpose of wearing them, the time they were worn per day, and their preferred designs. Only the results of those who faithfully answered the questionnaire were analyzed as they were subjects who used sunglasses more than 4 days a week in their daily lives. The average number of sunglasses owned was 1.89±0.95, and the place of purchasing sunglasses was 35.6% at an optical shop, 23.3% at a department store or outlet online mall. 71.7% were purchasing it themselves, 62.4% were wearing it less than 1 hour a day, and 25.7% responded that they were wearing it for 1 to 2 hours. 28.7% wore it for the purpose of blocking UV rays for eye health, 25.3% wore it for outdoor activities, 16.9% wore it as a fashion item, and 15.7% wore it for driving. Vision correction is an essential element of sunglasses, and optical factors such as visible light transmittance must be taken into consideration to provide personalized sunglasses.

**Key Words** : Buying sunglasses, Purpose of wearing sunglasses, Choosing sunglasses, Preference factors, UV protection

\*Corresponding Author : Hyun-Jin Oh(ohjin@bscu.ac.kr)

## 1. 서론

현대사회는 지구 환경의 여러 문제와 해결 방법에 대해 끊임없이 관심을 가지고 이를 해결하기 위해 노력하고 있다. 환경에 대한 집중이 더욱 높아지고 있으며, 탄소중립사회를 위해 세계 각국의 협약과 시행이 이루어지고 있다[1]. 특히 지구 온난화와 관련된 오존층의 파괴는 우리나라에서는 일상에서 일기예보에서 자외선 지수를 알려줄 정도로 민감하고 필수적인 일상 정보가 되었다[2]. 우리나라에서는 눈과 관련되어 대중매체를 통하여 여러 질환에 대한 정보제공과 함께 눈 건강을 위해 일상생활이나 자외선에 강하게 노출되는 활동을 할 때 선글라스의 착용을 권하고 있다[3].

최근 COVID-19 로 인해 외부 활동을 매우 제한하게 되면서, 국내외 수출입 유통망까지 갖춘 선글라스 유통업체 관계사들이 희생절차에 들어갈 정도로 어려운 상황에 놓여진 적이 있었으나[4], COVID-19 종식 이후부터는 학교생활, 해외여행, 수출입 정상화 등 사회적인 활동이 정상화와 함께 안경제도 점차 시장이 안정화되고 있다. 이에 선글라스에 대한 구입도 많아지고 있고, 환경에 대한 인식도 높아지면서 선글라스 착용에 대한 인식도 점차 자연스러워지면서 선글라스 착용자도 늘고 있다. 안경테와 안경렌즈가 결합된 형태인 안경은 안경원에서 판매하고 있으나, 선글라스의 경우, 백화점, 마트 등 여러 유통경로를 통해 접할 수 있어서[3,5], 소비자 입장에서는 접근성이 용이하다는 장점이 있고, 반면, 전문가에 의한 사용목적과 필요성에 적절한 선택과 알맞은 맞춤에 대한 서비스 제공이 이루어지지 못할 수 있다.

차는 선글라스 선택속성들을 ‘기능성 추구요인’, ‘디자인 추구요인’, ‘이미지 추구요인’, ‘편리함 추구요인’의 4가지의 요인으로 분류하여 구매주기가 짧을수록 ‘이미지 추구요인’의 중요도가 높다고 보고하였으며[3], 다른 연구에서는 높은 연령대에서 ‘편리함 추구요인’와 ‘기능성 추구요인’ 중요도가 높았으며, 소득이 높을수록 ‘기능성 추구요인’, ‘이미지 추구요인’와 ‘편리함 추구요인’의 중요도가 높았다고 보고하였다[5]. 한과 김의 연구에서는 스포츠 선글라스를 착용하는 목적은 눈부심방지(73.5%), 얼굴보호(10.2%) 순이었으며, 온라인매장(43.5%)과 안경원(25.3%)에서 구매한다고 보고하였다[6]. 레저스포츠 활동에 따라 ‘자전거타기’에는 ‘착용감’이 중요하고, ‘등산, 자전거타기, 운전’에서는 ‘자외선’이 매우 중요한 선글라스 선택 요소라고 보고하기도

하였다[7]. 기능성 선글라스 특히 출원이 2017년 기준으로 이전 5년간보다 35% 늘어났고, 특정 상황에 따라 렌즈를 착탈하는 ‘조립형 선글라스’도 대중화되고 있다[7]. 각각 세분시장, 여가유형, 구매형태, 재구매 의도 등의 분석으로 트렌디한 선글라스뿐만 아니라, 해외 해외 유명브랜드의 선글라스 디자인 및 품질을 갖춘 제품을 생산하고, 렌즈 소재와 디자인 등을 통하여 국제 경쟁력을 키울 필요가 있다고 하였다[8].

본 연구에서는 COVID-19 국제공중보건 비상사태 이후 선글라스 착용에 대한 현황을 알아보고자 선글라스 구매장소, 구매자, 착용목적과 하루 착용 시간, 선호하는 디자인에 대해 조사하여, 선글라스의 광학적 효과와 심미적 기능을 잘 활용하고 있는지 살펴보았다.

## 2. 대상 및 방법

### 2.1 대상자 선정

본 연구에 동의하고 전 생애에 걸쳐 착색렌즈로 조제가공된 안경을 착용해 본 경험이 없으며, 전신질환이나 안질환으로 인해 전문가로부터 보호용 안경이나 착색렌즈로 조제가공된 안경착용을 권유받은 적이 없는 사람으로, 시력교정의 방법이 안경이나 콘택트렌즈 착용자를 모두 포함하여 온라인 조사를 시행하였다. 선글라스 착용 경험이 있으며, 현재 선글라스를 보유하고 있으며, 일상에서 선글라스를 일주일에 4일 이상 사용하는 대상자로서 온라인 설문에 충실하게 모두 응답한 경우만 본 연구의 대상자로 최종 선별하였다.

### 2.2 연구 방법

본 연구는 광학적 효과가 있는 선글라스의 처음 착용 연령, 선글라스의 구매 장소, 선글라스 선택과 구매자 등을 포함하는 구매 실태와 선글라스 착용 목적, 하루 착용 총 시간, 착용하고 있는 선글라스 렌즈의 디자인, 선호하는 색상, 안경테에 대하여 온라인 설문조사를 실시하였다. 데이터는 모든 설문에 모두 응답한 것만 선별하였으며, 빈도 분석을 통하여 각 문항의 빈도를 제시하고, 평균±표준편차(SD)로 나타냈다.

## 3. 결과

### 3.1 대상자 특성

본 연구의 전체 대상자는 연구의 취지를 이해하고

정확하게 완료한 자로서, 전신질환이나 안질환이 없으며 광학적 효과가 있는 선글라스를 착용해본 경험이 있는 101명(남자: 56명, 여자45명)으로, 다음 Table1과 같다. 평균 연령은 33.62±9.60세(남자 31.77±10.05세, 여자 35.93±8.57세)이었다. 거주지역은 서울·경기지역 70.3%(71명), 인천·충청지역 29.7%(30명)이었다. 대상자들은 광학적 효과가 있는 선글라스를 처음 착용해 본 나이가 평균 23.16±5.94세이며, 남자는 21.64±5.44세이고, 여자는 25.04±6.06세이었다. 대학교 시절에 처음 착용해본 대상자가 58.4%(59명), 직장 또는 사회생활을 하면서 처음 착용해본 대상자가 20.8%(21)으로 여자가 14명(31.1%)이고 남자가 7명(12.5%)이었다. 고등학교 시절에 처음 착용해본 대상자가 6.8%(17명)이었으며, 중학교와 초등학교 시절에 처음 착용해본 대상자는 남자만 각각 2.6%(2명)이었다.

Table 1. Characteristics of Sunglasses wearers in this study

Variables (n) (%)	Sunglasses Wearer (=101)
Age (years)	33.62±9.60
<b>Gender</b>	
Male	31.77±10.05
Female	35.93±8.57
<b>First time wearing sunglasses(years)</b>	23.16±5.94
Male	21.64±5.44
Female	25.04±6.06
<b>First time wearing sunglasses(range)</b>	
Elementary school age	2(2.0%)
Middle school age	2(2.0%)
High school age	17(16.8%)
Collage age	59(58.4%)
Start a job or social activities	21(20.8%)

### 3.2 선글라스 보유개수, 구매장소와 구매자

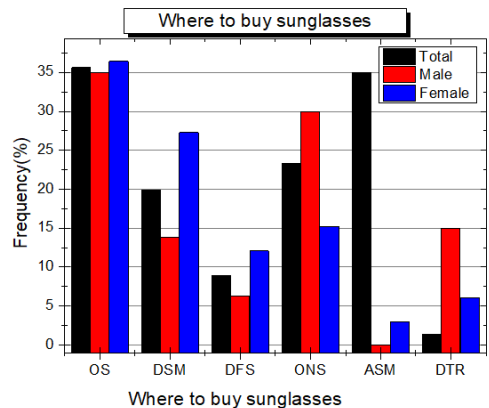
선글라스 착용자의 선글라스 구매요소인 선글라스 보유개수, 선글라스 구매장소, 구매자, 선글라스 착용목적과 착용시간을 조사하고 성별에 따라 비교 분석하였다.

전체 대상자의 선글라스 보유개수는 Table 2에서 평균 1.89±0.95 개이며, 남자는 평균 1.82±0.94개, 여자는 평균 1.98±0.97개로 성별의 차이는 없었다. 대상자들의 44.6%가 1개씩 보유하고 있었으며, 선글라스를 3개 보유한 경우 남자가 14명이었고, 여자가 8명이었으며, 최대 4개까지 보유한 대상자가 5.9%(6명)이었다.

Table 2. The possession of Sunglasses by subjects in this study

Variables (n) (%)	subjects (101)				
Sunglasses	1	2	3	4	Total
<b>Gender</b>					
Male	28(50.0%)	12(21.4%)	14(25.0%)	2(3.6%)	56
Female	17(37.8%)	16(35.6%)	8(17.8%)	4(8.9%)	45
<b>Total</b>	45(44.6%)	28(27.7%)	22(21.8%)	6(5.9%)	101

Fig. 1에서 전체 착용자의 선글라스 구매장소는 안경원이 35.6%, 백화점 또는 아웃렛 온라인몰이 23.3%, 백화점등 쇼핑몰이 19.9%순이었다. 남자는 안경원 35.0%, 백화점 또는 아웃렛 온라인몰 30.0%, 백화점등 쇼핑몰이 13.8%순이었고, 여자는 안경원 36.4%, 백화점등 쇼핑몰이 27.3%, 백화점 또는 아웃렛 온라인몰이 15.2%, 면세점이 12.1% 순이었다. ROR 기관 조사에 의하면[5], 조사 대상자가 안경원에서 선글라스를 가장 많이 구매하고 있다고 하였고(38.3%), 본 연구에서도 전체 착용자의 선글라스 구매장소는 안경원이었다 (35.6%). 선글라스는 시력교정과 자외선 차단외의 두 가지 요소를 한꺼번에 해결하기 위한 장소는 안경원이 가장 빠르고 효율적이므로, 안경원에서의 구입이 가장 순위가 높은 것으로 보인다.



\*OS: optical shop, DMS: deparment store/shopping mall, DFS: duty-free store, ONS: online store, ASM: accessoryshopping mall, DTR: don't remember

Fig. 1. The where to buy Sunglasses of subjects in this study

Fig. 2에서 대상자들이 소유하고 있는 선글라스의 구매자는 전체 대상자의 71.7%가 본인이 직접 구매하

였다고 응답하였으며, 남자는 63.3%가 본인이 구매하였고, 부모의 구입이 13.9%, 친구나 지인의 구매가 7.6% 순이었으며, 여자는 본인의 구매가 81.8% 이었다.

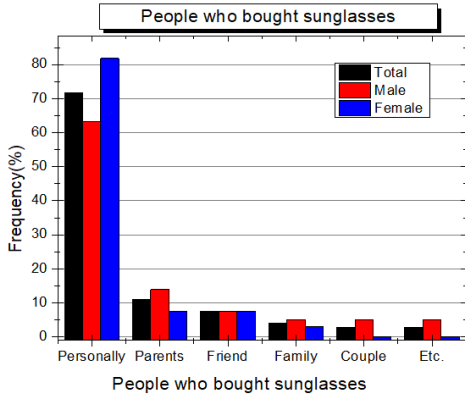


Fig. 2. The People who bought Sunglasses in this study

### 3.3 선글라스 착용시간과 착용목적

Fig. 3에서 대상자들이 하루 중 선글라스를 착용하는 시간은 1시간 미만인 62.4%(63명)이었으며, 1~2시간 착용한다고 응답한 대상자가 25.7%(26명), 2~3시간 착용한다고 응답한 대상자가 5.9%(6명)이었다. 남자는 57.1%(32명)가 1시간 미만으로 착용하고 있었고, 28.6%가 1~2시간 착용하고 있었으며, 3~4시간 착용한다고 응답한 경우도 4.0%(4명)이었다. 여자는 68.9%(31명)이 1시간 미만으로 착용하고 있었고, 22.2%(10명)이 1~2시간 착용한다고 응답하였으며, 3시간 이상 착용한 경우는 없었다. 대상자들은 일주일에 4회 이상 착용하는 착용자들로 일상에서 자주 착용하고는 있으나, 대부분 짧은 시간동안 착용하는 것으로 나타났다.

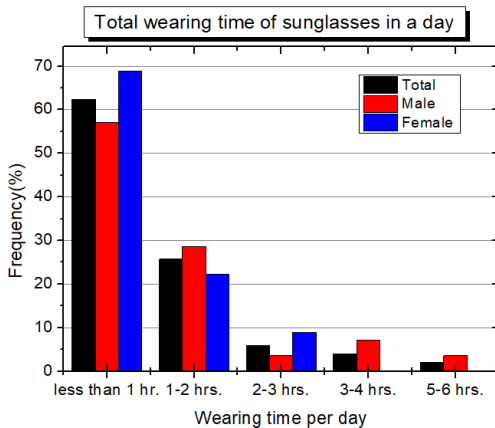
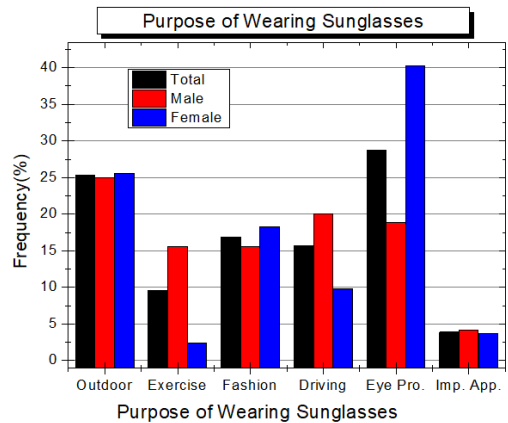


Fig. 3. The Total wearing time of Sunglasses in a day

본 연구에서는 선글라스 착용목적에 대한 설문조사에서 복수의 답을 할 수 있도록 하였으며, Fig. 4에서 전체 대상자의 28.7%가 평상시 눈 건강을 위한 자외선 차단을 목적으로 선글라스를 착용한다고 응답하였으며, 야외활동을 할 때 착용한다는 응답이 25.3%, 패션 아이템으로 착용한다는 응답이 16.9%, 운전할 때 착용한다는 응답이 15.7%순이었다. 남자는 운전할 때 착용한다는 응답이 20.8%, 야외활동을 할 때 착용한다는 응답이 25.0%, 평상시 눈 건강을 위한 자외선 차단을 위해 착용한다는 응답이 18.8%순이었다. 여자는 평상시 눈 건강을 위한 자외선 차단을 위해 착용한다는 응답이 40.2%이었으며, 야외활동을 할 때 착용한다는 응답이 25.6%순이었다.

본 연구 대상자들은 2개 이상의 선글라스 소유자가 55.4%(56명, Table 2)로, 남자들은 다양한 목적으로 선글라스를 착용하고 있었으며, 여자는 평상시 눈 건강을 위한 자외선 차단을 목적으로 착용하는 경우가 남자보다(18.8%) 더 높게 나타났고(40.2%), 남자들이 운동을 할 때 여자보다(2.4%) 선글라스를 착용하는 것으로 나타났다(15.6%).



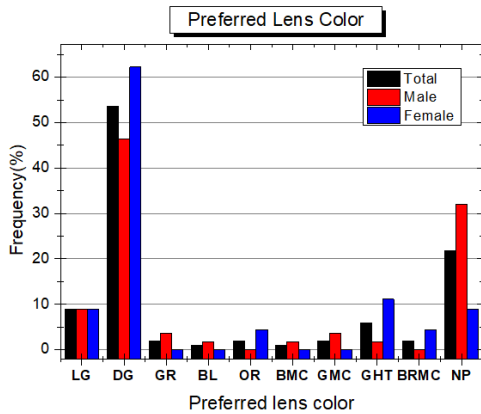
\*Eye Pro.: for eye protection usually, Imp.: Improved appearance

Fig. 4. The Purpose of wearing Sunglasses in this study

### 3.4 선글라스 선택을 위한 고려요소

Fig. 5에서 선글라스의 렌즈를 선택할 때 짙은 회색(53.5%)을 가장 선호하고 있었으며, 특별히 선호하는 색상이 없다고 응답한 경우가 21.8% 이었다. 남자도 짙은 회색을 가장 선호하고 있으며(46.4%), 옅은 회색이 8.9% 이었고, 녹색이 3.6%, 회색바탕에 mirror coating을 선

호하는 경우가 3.6% 이었다. 여자도 62.2%가 짙은 회색을 가장 선호하고 있으며(62.2%), 회색의 하프톤을 선호하는 경우도 11.1%이고, 오렌지색 계열을 선호하는 경우도 있었다(4.4%).



\*LG: light gray, DG: dark gray, GR: green, BL: blue, OR: orange, BMC: blue-mirror coating, GMC: gray-mirror coating, GHT: gray-halftone, BRMC: brown-mirror coating, NP: No preference

Fig. 5. The preferred colors for Sunglasses lenses in this stud

Fig. 6에서 선글라스를 선택할 때 렌즈의 색상을 제외하고 고려하는 요소들은 70.3%가 자외선 차단이라고 응답하였으며, 시력교정이 가능해야 한다는 응답이 뒤이었다(17.8%). 남자의 64.3%가 자외선 차단이라고 응답하였고, 시력교정이 19.6%라고 응답하였고, 편광렌즈를 선호한다는 응답이 7.1%이었다. 여자는 77.8%가 자외선 차단이라고 응답하였고, 뒤이어 15.6%가 시력 교정이라고 응답하였으며, 편광렌즈의 고려는 없었다.

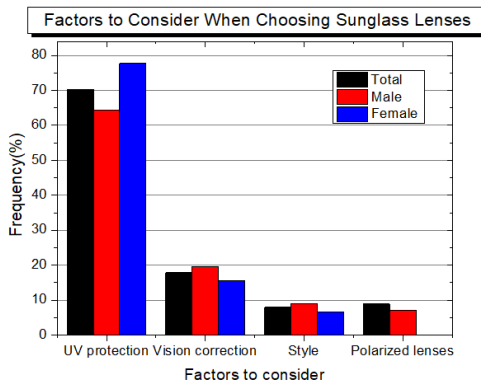


Fig. 6. The Factors to Consider When Choosing Sunglass Lenses except color

Fig. 7에서 선글라스의 안경테 선호색상은 72.28%가 검정색이었으며, 7.92%가 갈색계열이었고, 6.93%가 회색계열을 선호한다고 응답하였다. 남자는 78.57%가 검정색을 선호한다고 하였으며, 7.14%가 갈색계열, 5.36%가 흰색을 선호한다고 응답하였다. 여자는 64.44%가 검정색을 선호한다고 하였으며, 8.89%가 갈색계열, 4.44%가 흰색을 선호한다고 응답하였으며, 흰색이 아닌 투명도가 높은 무색을 선호한다는 응답이 4.44%이었다.

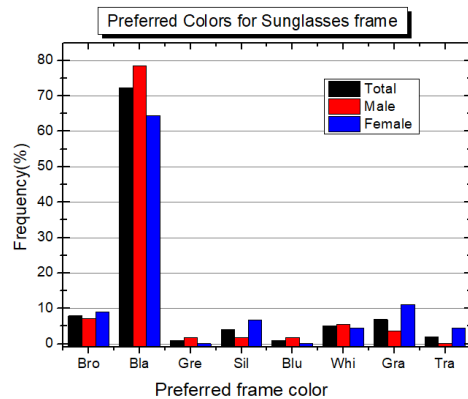


Fig. 7. The Preferred Colors for Sunglasses frame in this study

Fig. 8에서 선글라스의 전면부 형태는 58.4%가 부드럽고 유연한 곡선의 둥근형태를 선호한다고 하였으며, 41.6%가 각이 있는 사각형 이상의 형태를 선호한다고 응답하였다. 남성이(44.6%)이 여성보다(37.8%) 더 각진 형태를 선호하고 있었다.

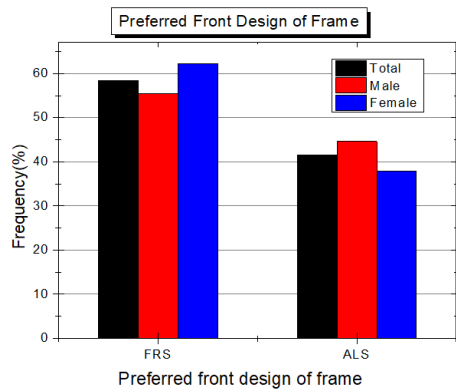


Fig. 8. The Preferred design for the front in this study

Fig. 9에서 선글라스의 안경테 소재는 53.5%가 플라스틱 소재를 선호하고 있었으며, 플라스틱과 금속의 2

가지 이상 재질로 구성된 소재를 선호하는 경우가 9.9%이었다. 여자는 4.4%가 포인트테인 무테를 선호한다고 응답하였다.

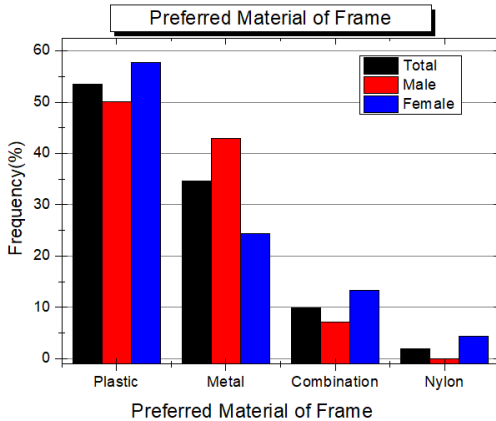


Fig. 9. The Preferred material for sunglasses frame in this study

Fig. 10에서 대상자들이 현재 보유하고 있는 선글라스의 브랜드를 포함하여 새로운 제품 구입을 계획하고 있다면, 선택하게 될 브랜드는 해외패션상품을 선호한다는 응답이 24.8%, 해외안경전문상품을 선호한다는 응답이 11.9%이었으며, 특별한 선호가 없다는 응답이 46.5%이었다. 남자는 해외안경전문상품을 선호한다는 응답이 14.3%이었으며, 해외스포츠안경전문상품을 선호한다는 응답이 8.9%, 국내패션전문상품을 선호한다는 응답이 8.9%이었다. 여자는 해외패션상품을 선호한다는 응답이 35.6%, 국내패션상품을 선호한다는 응답이 11.1%이었다.

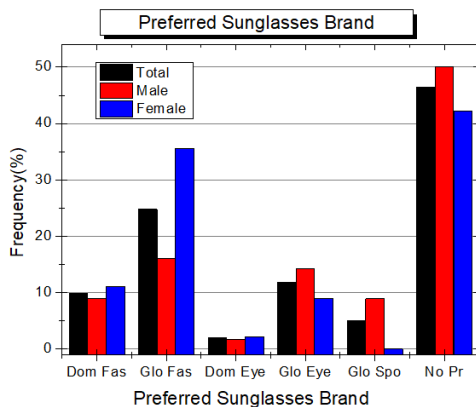


Fig. 10. The Preferred Preferred sunglasses brand in this study

#### 4. 고찰 및 결론

본 연구의 대상자는 주 4회 이상 선글라스를 착용하는 101명을 대상으로 온라인 설문조사를 실시한 결과, 광학적 효과가 있는 선글라스를 처음 착용해 본 나이가 평균  $23.16 \pm 5.94$ 세이었으며, 대부분 대학에 입학하고 착용하였다고 답하였다(79.2%). ROR 기관 조사에서는 2개 이상 보유한 경우는 62.8% 이었고[9], 본 연구에서는 선글라스 보유개수는 평균  $1.89 \pm 0.95$ 개로, 2개 이상 보유한 대상자가 55.4%이었다. 본 연구에서 선글라스 구매장소는 안경원이 35.6%, 백화점 또는 아울렛 온라인몰이 23.3%, 백화점등 쇼핑몰이 19.9%순이었다. 다른 연구에서도 대부분 선글라스의 구매처는 안경원이 대부분이지만, 안경원 이외 백화점, 쇼핑몰, 면세점, 아울렛이나 약세리 전문점에서 구입하거나, 온라인 쇼핑몰에서 구입하는 경향이 점점 높아지고 있다 [3,10,11]. 운동할 때 스포츠 선글라스를 착용하는 경우, 전문가에 의한 선택과 관리가 되지 않는 경우 안면각과 관련되어 수차 발생이 시력과 시야에 영향을 미칠 수 있으므로, 클럽테 등으로 문제해결을 제안하기도 하며[12], 이를 위해서는 안경사와 전문적인 상담과 적합한 안경렌즈 및 안경테 선택이 필요하다.

선글라스 착용목적은 야외활동을 할 때 착용한다는 응답이 25.3%, 패션 아이템으로 착용한다는 응답이 16.9%, 운전할 때 착용한다는 응답이 15.7%순이었다.

본 연구에서 대상자들이 선글라스 선택을 위해 고려하는 요소들은 렌즈의 색상과 특성, 안경테 색상, 안경테 전면부의 형태, 안경테 소재, 브랜드 특성이었다. 특히 2개 이상의 선글라스를 가지고 있는 경우 남성들은 다양한 목적으로 선글라스를 사용하고 있으며, 여자는 평상시에도 선글라스를 착용하고 있었다. 선글라스 착용에 대한 인식이 이전보다 더 다양한 활동에 적용되고 있고, 더 유연한 환경에서 사용되고 있다는 것을 확인할 수 있었다. 또한 선글라스 렌즈가 시력교정 요소가 꼭 필요하며, 굴절력, 가시광선 투과율, 착색렌즈의 시감투과율 등 광학적 요소가 추가적으로 고려되어 개인에게 맞춤형으로 제공되어야 가장 안전한 시생활이 보장될 수 있도록 안경사에 의한 전문적 관리를 받을 수 있도록 국민적 인식을 새롭게 해야할 때이다. 본 연구에서 시행한 선글라스 착용자의 선호도, 구매 패턴, 착용목적 등은 향후 대규모 착용자를 대상으로 한 연구에서 빅데이터 분석 및 인공지능(AI) 기반 머신러닝 기술

을 활용할 수 있는 기본 방향을 제시하고 이를 바탕으로 다양한 데이터의 통합 분석을 통해 숨겨진 패턴이나 트렌드를 발견하여 소비자의 개별적 요구에 맞춘 맞춤형 제품의 제안을 가능하게 하며, 또한 시장 변화와 구매 동향을 실시간으로 예측하여 브랜드의 경쟁력을 강화할 수 있는 효과를 도출할 것으로 사료된다.

## REFERENCES

[1] Pak, M. H., & Choi, H. S. (2021). *Carbon Neutral Learning Materials* : 2050 Carbon Neutrality Committee Publishing.

[2] Korea Meteorological Administration Homepage. (n.d). <https://www.weather.go.kr/w/theme/daily-life/life-weather-info-index.do>

[3] Cha, J. W., & Choi, K. S. (2016). A Difference Analysis of Selection Attributes Based on a Purchasing Behavior of Sunglasses Buyer. *Journal of Korean Ophthalmic Optics Society*, 21(4), 289-297.  
DOI : 10.14479/jkoos.2016.21.4.289

[4] Kim, M. Y. (2020.07.23.). m.edaily. <https://m.edaily.co.kr/News/Read?newsId=02774886625837472&mediaCodeNo=257>

[5] Cha, J. W. (2017). A Difference Analysis of Sunglasses Selection Attributes Based on Demographic Characteristics. *Journal of Korean Ophthalmic Optics Society*. 22(4), 271-277.  
DOI : 10.14479/jkoos.2017.22.4.271

[6] Han, J. W., & Kim, T. H. (2016). A Study on Actual Wearing Conditions and Optical Properties of Sports Sunglasses in Korea. *Korean J. Vis. Sci.* 18(1), 9-15.

[7] Cha, J.W. (2021). Analysis of Sunglasses Selection According to Leisure Sports Activity Types. *Journal of Korean Ophthalmic Optics Society*. 26(1), 23-33.  
DOI : 10.14479/jkoos.2021.26.1.23

[8] Lee, J. S. (2017.07.05.). Republic of Korea Policy Briefing. <https://www.korea.kr/briefing/policyBriefingView.do?newsId=156213646&pageIndex=&startDate=2022-05-18&endDate=2023-05-18&srchWord=>

[9] Kang, B. H. (2017.7.20.). Koreanoptinews. <https://www.opticnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=28928>

[10] Lee, J. K. (2017). An Analysis on the Characteristics of Market Segments according to

Attributes of Tourists' Selection of Sunglasses. *Journal of Korean Ophthalmic Optics Society*, 22(4), 351-359.  
DOI : 10.14479/jkoos.2017.22.4.351

[11] Shim, M. Y. (2018.11.15.). optic weekly. chrome-extension://efaidnbmnmbpcajpcglclefndmkaj/http://www.opticweekly.com/data/file/pdf/201811/982261006\_faJepDSk\_212-3EB8C80ECB69CEBA0A51ECB0A8ECBBA5.PDF,

[12] Seo, J. K., Cho, Y. N., Shim, H. S., & Kim S. H. (2013). A Study on the Spherical Aberration and Astigmatism of Sports Sunglass. *J. Vis. Sci.* 15(2), 101-111.

### 송 윤 영(Yun-Young Song)

[정회원]



- 2013년 2월 : 성균관대학교 물리학과 (이학박사)
- 2006년 3월 ~ 2019년 8월 : 제주 관광대학교 안경광학과 교수
- 2019년 9월 ~ 현재 : 여주대학교 안경광학과 교수

· 관심분야 : 안광학  
· E-Mail : yun8260@yit.ac.kr

### 정 미 아(Mi-A Jung)

[정회원]

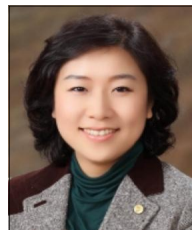


- 2008년 2월 : 성균관대학교 나노과 학공학(이학박사)
- 2013년 3월 ~ 2015년 2월 : 백석대학교 안경광학과 교수
- 2015년 3월 ~ 현재 : 여주대학교 안경광학과 교수

· 관심분야 : 안광학  
· E-Mail : miajung@yit.ac.kr

### 오 현 진(Hyun-Jin Oh)

[정회원]



- 2007년 2월 : 성균관대학교 나노과 학공학(이학박사)
- 2012년 3월 ~ 현재 : 백석문화대학교 안경광학과 교수
- 관심분야 : 안광학
- E-Mail : ohjin@bscu.ac.kr