

Original Article

텍스트마이닝을 통한 의원급 의료기관 및 약국 명칭 유행 분석

이인성, 김남권*

부산대학교 한의학전문대학원 한의학과

Analyzing Trend of Clinic-Level Medical Institutions and Pharmacy Name Using Text Mining Technique

Inseong Lee, NamKwen Kim*

School of Korean Medicine, Pusan National University

Objectives: This study aimed to analyze trend of names of clinic-level medical institutions and pharmacy in Korea to understand interaction between health care provider and consumer.

Methods: This study analyzes 60,101 medical clinic names, 27,609 dental clinic names, 25,506 Korean medicine clinic names, and 68,032 pharmacy names. Official records from Korea Local Information Research & Development Institute, data from 1946 to June 2024. Researcher uses text-mining technique including tokenizer of Soynlp and wordcloud to visualize trends.

Results: In pharmacy business names, franchise name 'Onnuri' is dominant. In case of dental clinic and Korean medicine clinic, university names like 'Seoul', 'Yeonsei', 'Kyunghee' are dominant. Similarly, medical clinic names include university names but also teaching hospital names like 'Samsung' or 'Seongmo(St. Mary)'. Commonly used word in clinic-level medical institution and pharmacy is 'Uri' and latest trend words are 'Bareun' and '365'.

Conclusions: Methods presented in this study for analyzing business names can directly applied to the study of business names in other industries. The results of this study would develop marketing strategies of medical industry. Furthermore, since business name provide concentrated data on market perception and the interaction between consumers and providers, they can be useful for sociology and medical humanities researchers.

Key Words : Pharmacy, Dental Clinic, Korean Medicine Clinic, Medical Clinic, Text mining, Wordcloud

서론

현대사회에서 환자들은 수많은 의료기관 중 매력적인 곳을 자유롭게 선택하여 진료를 받고 있으며 의료인들도 수많은 의료기관 속에서 환자에게 매력적으로 보이고 싶어하고 다양한 방법을 통해 환자를

끌어들이려 하고 있다. 의료인과 환자는 서로 끊임없이 상호작용하며, 의료기관의 명칭은 단순히 의료인의 자아, 정체성을 표현하는 것을 넘어서 하나의 광고 수단으로 기능하게 되었다. 의료기관 명칭이 적힌 간판은 의료인들이 환자들에게 할 수 있는 가장 대표적인 광고 수단임과 동시에 환자들의 눈에 가장

• Received : 19 July 2024

• Revised : 9 August 2024

• Accepted : 19 August 2024

• Correspondence to : NamKwen Kim

Pusan National University School of Korean Medicine, Center for Big Data & Comparative Effectiveness Research, Economic Evaluation in Health and Medicine, 49, Busandaehak-ro, Mulgeum-eup, Yangsan-si, Gyeongsangnam-do, 50612, Korea

Tel : +82-55-360-5947, E-mail : drkim@pusan.ac.kr

먼저 띄는 광고물이라고도 할 수 있다.

따라서 의료기관의 명칭은 환자들의 의료기관에 대한 전반적인 인식을 반영하는 것을 물론이며, 의료인의 환자들에 대한 인식도 반영하게 된다. 예를 들어, ‘신뢰’라는 단어가 치과의원 명칭에 자주 등장하였다면, 이는 환자들이 치과의사들에게 신뢰를 기대한다는 것을 의미하기도 하며, 치과의사들이 환자들에게 신뢰를 주고 싶어한다는 것을 의미한다고 말할 수도 있다. 즉 의료기관의 명칭은 의료공급자와 의료소비자의 의료환경에 대한 인식의 총체를 집약적으로 보여주게 된다.

하지만 상호명에 대한 연구는 한정된 공간(간판과 같은 광고물)에 여러 의미 요소를 담고 싶어하는 공급자의 욕구로 인해 데이터마이닝 접근성에 여러 장애가 있다. 우선 상호명은 띄어쓰기가 잘 되어 있지 않다. 또한 조사, 문장부호 등이 없는 명사와 명사의 결합으로 이루어져 있으며, 마지막으로 중의적 표현, 혹은 해당 분야에서만 사용되는 고유명사, 신조어 등 일반적인 데이터마이닝 형태소사전으로는 형태소 분리가 힘든 텍스트들로 구성되어 있다.

이 연구는 상호명과 같은 정제되지 않은 텍스트에서 데이터마이닝에 대한 방법론 제언을 시작으로, 의원급 의료기관에 해당하는 의원, 치과의원, 한의원 및 약국의 명칭을 분석하였다. 분석 대상은 보건 의료기관 중 빅데이터분석의 타당성을 위해 개소수를 기준으로 상위 4개의 기관(순서대로 의원, 약국, 치과의원, 한의원)¹⁾으로 선정되었다. 이 연구를 통해 의료소비자들의 의원, 치과의원, 한의원, 약국에 대한 인식과 각 의료공급자들의 의료환경 인식을 파악해 보고, 앞으로 다양한 분야의 상호명에 대한 연구방법론 발전에도 기여하고자 한다.

대상 및 방법

1. 연구대상 및 조사내용

위 연구는 행정안전부 한국지역정보개발원의 ‘지

방행정 인허가 데이터개방’에서 업종 ‘의원’과 ‘약국’의 업종정보 자료²⁾를 기반으로 2024년 7월 1일에 수집한 의원급 의료기관과 약국의 인허가 상호명을 바탕으로 분석되었다. 휴업, 폐업한 기관을 가리지 않고 공식 기록이 존재하는 1946년부터 2024년 6월 30일까지의 모든 인허가 데이터를 분석 대상에 포함시켰고 결과적으로 업종정보에서 의원 60,101개, 치과의원 27,609개, 한의원 25,506개, 약국 68,032개의 인허가연도, 업태구분명, 상호명 정보가 연구 대상에 포함되었다.

2. 자료분석

1) 자연어처리

우선 의원급 의료기관들을 해당 자료에서 제공하는 업태구분명을 기준으로 의원, 치과의원, 한의원으로 1차적으로 분류하였다. 그 후 ‘의원’, ‘치과의원’, ‘한의원’, ‘약국’과 같은 단어는 명칭에서 삭제하는 간단한 전처리 과정을 거쳤다. 또한 치과의원, 한의원, 약국과 다르게 의원은 각 전문과목에 대한 분류를 2차적으로 수행하였다. ‘가정의학과’, ‘내과’, ‘마취통증의학과’(‘마취과’ 포함), ‘산부인과’, ‘성형외과’, ‘소아청소년과’(‘소아과’ 포함), ‘안과’, ‘외과’, ‘이비인후과’, ‘정신건강의학과’(‘정신과’ 포함), ‘정형외과’, ‘피부과’, 총 12개의 전문과목명이 의원 명칭에 포함되었는지를 기준으로 구분하였다. 분류 후 역시 전문과목명을 삭제하는 전처리과정을 거쳤다. 데이터마이닝과 빅데이터 분석을 위해 Python 3.9.13의 기본 내장 함수들과 SoyNlp의 토큰라이저 모듈을 이용하였다.

명칭의 효과적인 자연어처리를 위해 과학기술정보통신부 빅데이터센터에서 제공하는 형태소사전(NIADic)을 활용하지 않고, 각 의료기관종별 명칭만을 학습데이터로 의료기관종에 따른 단어사전을 제작하였다. 토큰라이저를 활용하여 신조어나 합성명사 등에서 빈출 단어를 성공적으로 추출해낼 수 있었다(예: ‘탑플란트’ → ‘탑’, ‘플란트’).

의료기관종별 단어사전을 제작하는데 사용한 Soynlp의 토큰나이저는 응집점수(Cohesion score)를 기초로 띄어쓰기가 되어 있지 않은 글자의 연속에서 단어 경계를 구분짓는다. 예로 들자면, ‘보강수’이라는 단어 다음에 높은 확률로 ‘업’이라는 글자가 등장한다면 ‘보강수’는 단어의 경계가 아니라는 의미이다. 하지만 ‘보강수업’ 다음에 등장하는 글자의 확률의 최대값이 작다면 이는 ‘보강수업’이 단어의 경계라는 의미이다³⁾. 응집점수는 0~1의 값을 가지며, 연구자가 반드시 보존하고 싶은 단어는 분석 전 연구자가 미리 응집점수를 1로 고정한 후 분석을 하면 토큰화 과정에서 분리되지 않는다. 하지만 이렇게 연구자가 원하는 단어 경계를 설정할 경우 연구자의 주관이 개입되어 분석의 객관성이 떨어진다는 단점이 있기 때문에 약국, 치과의원, 한의원 분석에는 아무 말뭉치가 없는 무(無)의 사전에서부터 단어 사전을 제작하였다. 단, 의원을 분석할 때에는 전문과목별 데이터마이닝의 정확도를 위해 의원 명칭 단어 사전을 만들기 전 미리 전문과목명인 ‘흉부외과’, ‘마취통증의학과’ 등의 단어에 대해서는 1점의 응집점수를 고정시켜둔 후 분석을 시작하였다. 의료기관이 상호명을 인허가받을 때부터 의료법 시행규칙 제41조(진료과목의 표시) 제1항 제2호에 따르면 이러한 전문과목명들은 반드시 글자 그대로 명칭에 삽입해야하기 때문에⁴⁾ 이 과정이 연구의 객관성을 해칠 우려는 적다.

2) 워드클라우드

이후 만들어진 단어사전으로 각 의료기관 명칭 데이터를 재귀적으로 분석한다. 예를 들어 한의원 명칭 데이터들만으로 한의원 명칭에 빈출되는 단어 사전을 제작한 다음에, 이를 이용해 한의원 명칭의 단어 경계를 나눈다. 이후 출현 횟수 상위 50개 단어들로 워드클라우드(Wordcloud)를 제작한다. 위 연구에서 사용한 워드클라우드는 일반적인 단어의 빈도수만을 표현하는 워드클라우드가 아닌, 가로축을 평균 인허

가연도(이하 평균연도)를 나타내게 하여 유행 추세에 대한 이해도를 높였다. 예를 들어 ‘경희’라는 단어가 총 80번 등장하였는데 2010년에 40번, 2020년에 40번 등장하였다면 평균연도인 2015년 위치의 가로축에 ‘경희’라는 단어를 80의 상대적 글자 크기로 배치한다. 이로 인해 상대적으로 과거에 많이 사용되었던 단어는 워드클라우드의 왼쪽에 위치하게 되고, 상대적으로 최근에 많이 사용되었던 단어는 워드클라우드의 오른쪽에 위치하게 된다. 즉 이 워드클라우드에서는 오른쪽에 위치한 단어일수록 최신 유행 단어로 해석할 수 있으며 글자의 크기가 클수록 유행의 정도가 크다는 것으로 해석할 수 있다. 전체적인 워드클라우드의 가시성을 높이기 위해 글자가 커질수록 글자와 배경의 색이 연해지게 설정하였다. 이를 통해 빈용되는 단어들의 빈용 정도 및 유행시기를 한 눈에 파악할 수 있을 것으로 기대된다.

결 과

1. 약국과 의원급 의료기관의 명칭 분석

1) 약국

우선 약국의 명칭에서 가장 많이 사용된 단어는 ‘온누리’였다. 온누리 약국은 자사 웹사이트의 회사 소개에 따르면 2024년 1월 기준 전국에 2,300여개의 가맹점이 있는 국내 최대의 약국체인이다⁵⁾. 이는 전체 영업중인 약국 개소수의 10%에 가까운 양이다. 2위는 ‘한’이었다. 3위부터는 ‘우리’, ‘사랑’, ‘건강’과 같은 추상명사가 뒤를 이었다.

2) 한의원

한의원 명칭에서 가장 많이 사용된 단어는 ‘경희’였다. ‘경희’의 사용량은 나머지 2~5위 단어 출현 횟수를 모두 더한 값의 2배보다도 더 많아 특히 심한 쏠림이 관찰되었다. 다음으로는 ‘부부’, ‘우리’, ‘서울’, ‘바른’이 200여번으로 비슷한 빈도로 사용되었다.

3) 치과의원

치과의원의 명칭에서 가장 많이 사용된 단어 1, 2위는 각각 출신 대학교명을 연상시키는 ‘서울’과 ‘연세’였다. 이후 ‘이’(齒), ‘미소’와 같은 치과치료를 연상시키는 단어가 각각 3, 4위를, 특정 진료행위(임플란트)를 연상시키는 ‘플란트’가 5위를 차지하였다.

4) 의원

의원의 명칭에서 가장 많이 사용된 단어 1, 2위는 각각 출신 대학교명을 연상시키는 ‘연세’와 ‘서울’이었다. 다음으로는 각각 출신 수련병원명을 연상시키는 ‘성모’, ‘삼성’이었고 5위는 ‘우리’가 차지하였다.

약국, 한의원, 치과의원, 의원 네 종류 기관의 명칭에서 상위 50개 빈용 단어에 모두 해당된 단어는 ‘우리’(약국, 한의원, 치과의원, 의원 순서대로 각각 3위, 3위, 8위, 5위), ‘서울’(같은 순서로 19위, 4위, 1위, 2위), ‘사랑’(같은 순서로 4위, 7위, 6위, 10위), ‘삼성’(같은 순서로 29위, 21위, 19위, 4위), ‘푸른’(같은 순서로 10위, 11위, 30위, 21위), ‘수’(같은 순서로 28위, 13위, 15위, 36위), ‘제일’(같은 순서로 16위, 15위, 34위, 8위), ‘참’(같은 순서로 20위, 20위, 50위, 43위), ‘중앙’(같은 순서로 13위, 21위, 24위, 12위), ‘한’(2위, 33위, 14위, 26위), ‘현대’(같은 순서로 24위, 36위, 25위, 13위)로 총 11개였다.

2. 전문과목에 따른 의원 명칭의 분석

산부인과를 제외한 모든 영역에서 출신 대학교를 연상시키는 ‘서울’과 ‘연세’ 단어가 순위권에 안착하였으며, 산부인과는 ‘서울’대신 유일한 여자 의과대학인 ‘이화여대’를 연상시키는 ‘이화’가 순위권에 위치하였다는 점이 특징이다. 또한 ‘성모’, ‘삼성’과 같이 출신 수련병원을 암시하는 단어도 각각 6개 분야, 8개 분야에서 빈용하는 등 전체적으로 의료진의 출신 기관과 관련된 단어가 많았다. 유일하게 성형외과는 출신 기관을 나타내는 단어보다 지역명인 ‘강남’, ‘압구정’, ‘청담’이 높은 순위에 위치하고 있는 특징을 보였다.

형용사와 관련된 명칭도 많았다. 가정의학과는 ‘행복’, ‘한’, 내과는 ‘속’, ‘편한’, 마취통증의학과와 정형외과는 ‘튼튼’, ‘바른’, 소아과는 ‘튼튼’, 안과는 ‘맑은’, 이비인후과는 ‘상쾌한’, ‘맑은’, ‘열린’, 피부과는 ‘맑은’, ‘고운’ 과 같은 단어들이 주로 사용되었다. 정신건강의학과에서는 ‘마음’, ‘공감’, ‘숲’과 같은 한글 명사가 자주 쓰이고 있는 반면 성형외과에서는 ‘에이(A)’ 피부과에서는 ‘에스(S)’와 같은 영문자가 자주 쓰이고 있었다. 이외에도 소아청소년과는 ‘키즈’, ‘아이’, 산부인과는 ‘여성’, ‘아이’와 같이 주력 진료 대상을 나타내는 단어도 사용하고 있었다.

Table 1. Frequently Used Words and Their Frequencies about Various Kinds of Institution

Rank	Classification							
	Pharmacy		Korean Medicine Clinic		Dental Clinic		Medical Clinic	
	Word	Frequency	Word	Frequency	Word	Frequency	Word	Frequency
1	Onnuri	3380	Gyeonghui	2321	Seoul	2398	Yeonse	2958
2	Han	1810	Bubu	287	Yeonse	1544	Seoul	2658
3	Uri	1703	Uri	282	I	883	Seongmo	1321
4	Sarang	1401	Seoul	234	Miso	793	Samseong	1306
5	Geongang	1247	Bareun	224	Peullanteu	626	Uri	1283

고 찰

1. 의원급 의료기관 명칭에서 공통적으로 관찰된 출신 기관 표시 형태

한의원 명칭에서 가장 많이 사용된 ‘경희’의 사용량은 나머지 2~5위 단어 출현 횟수를 모두 더한 값의 2배보다도 더 많아 특히 심한 쏠림이 관찰되었다. 경희대학교는 전국 한의과대학중 최고(最古)의 한의대로 지금까지 졸업생을 배출하고 있다. 정원도 108명으로 가장 많았고, 부속병원 수련의, 석사 및 박사 과정 재학생 역시 가장 많았다⁶⁾.

하지만 규모가 크고 출신인원이 많다는 사실만으로는 이 비대칭적인 현상을 설명하기에 부족하다. 왜냐하면 ‘경희’ 다음으로 많이 사용된 대학교 명칭은 ‘원광’으로 총 88번 출현하였는데, 이는 ‘경희’의 사용량의 5%에도 미치지 못하기 때문이다. 따라서 한의사 및 한의원 잠재 방문 환자들에게 ‘경희’의 브랜

드가치는 타 대학교와 비교했을 때 우세적인 수준이라고 볼 수 있다.

치과의원의 경우, 가장 많이 사용된 단어 1위, 2위는 각각 ‘서울’, ‘연세’였다. 서울대학교 치의학과는 전국 치의학과중 최고(最古)의 치의학과로 1959년 비로소 6년제로 인가받아 지금까지 졸업생을 배출하고 있으며 이후 경희대학교, 연세대학교가 각각 1966년, 1967년에 설립 인가를 받았다⁷⁾. ‘서울’과 ‘연세’는 각각 치과의원 명칭 빈용 단어 1위와 2위를 기록하였지만, 연세대학교보다 빠르게 인가되어 국내 사립대학교 중에서는 최고(最古)의 역사를 가지고 있는 경희대학교 치의학과와 ‘경희’는 치과의원 상위 50위 단어에도 속하지 못했다. 이는 의원의 경우에서도 동일하게 관찰된 현상으로 가장 많이 사용된 단어 1위, 2위는 각각 ‘연세’, ‘서울’이었으나 ‘경희’는 의원 상위 50위 단어에도 속하지 못했다. 즉 ‘경희’는 한의원 명칭에서 제한적으로 우세적인 브랜

Table 2. Frequently Used Words According to Medical Clinic's Specialty

Rank	Department					
	Family Medicine	Internal Medicine	Anesthesiology	Obstetrics & Gynecology	Plastic Surgery	Pediatrics
1	Yeonse	Seoul	Seoul	Yeonse	Ai	Ai
2	Seoul	Yeonse	Yeonse	Mijeu	Gangnam	Yeonse
3	Uri	Samseong	Seongmo	Mirae	Apgujeong	Kijeu
4	Haengbok	Pyeonhan	Uri	Jeil	Cheongdam	Uri
5	Seongmo	Uri	Teunteun	Ai	Yeonse	Teunteun
6	Han	Seongmo	Bareun	Ihwa	Seoul	Seoul
7	Samseong	Sok	Samseong	Yeoseong	Ei	Samseong

Rank	Department					
	Ophthalmology	Surgeon	Otorhinolaryngology	Psychiatry	Orthopedic Surgery	Dermatology
1	Seongmo	Seoul	Yeonse	Maeum	Seoul	Yeonse
2	Balgeun	Hang	Seoul	Yeonse	Yeonse	Seoul
3	Seoul	Yu	Uri	Seoul	Bareun	Malgeun
4	Yeonse	Yeonse	Sangkwaehan	Seongmo	Samseong	Goun
5	Ai	Jungang	Malgeun	Sup	Seongmo	Eseu
6	Samseong	Samseong	Yeollin	Samseong	Bon	Seu
7	Gim	Jeil	Su	Gong-gam	Teunteun	Mi

어 중 가장 최신의 유행 단어에 해당한다. ‘바른’은 가장 먼저 치과의원에서 유행하였으며(평균연도: 2012.8), 이후 한의원을 거쳐(평균연도: 2014.2) 마지막으로 의원에까지 그 유행이 퍼지게 되었다(평균연도: 2016.6). 표준국어대사전에서 ‘바르다’는 ‘겉으로 보기에 비뚤어지지거나 굽은 데가 없다’라는 뜻을 가지고 있어⁸⁾, 치과의 치아 교정 치료, 한의원의 추나 치료, 의원의 도수치료를 연상시킨다. 의원 전문과목별 분석에서 ‘바른’이 상위 7개 빈용 단어에 든 전문과목은 정형외과(3위), 마취통증의학과(6위)였다. 또한 ‘말이나 행동 따위가 사회적인 규범이나 사리에 어긋나지 아니하고 들어맞는다’라는 의미도 가지고 있기에 ‘바른’이란 단어의 유행은 의료인은 환자들에게 신뢰를 주고 싶어하고, 환자들은 신뢰할 수 있는 의료인을 원한다는 현대 세태를 투영한다고도 할 수 있다. 반면 약국 상호명에서는 상위 50개 빈용 단어에서도 이러한 유행이 없었던 것을 보아 약사들은 의료인들에 비해 비교적 높은 신뢰를 가지고 있음도 조심스럽게 유추해볼 수 있다.

3. 치과의원과 의원 명칭에서 나타난 어색한 신조어들

Figure 1c)에서 볼 수 있듯이 치과의원 명칭 상위 50개 단어 중 가장 최신의 유행 단어인(평균연도: 2014.3) ‘플란트’는 최근에 유행을 타기 시작했음에도 전체 빈용 순위 5위에 위치할 만큼 요즘 많은 치과의사들이 애용하고 있다. 임플란트는 2014년 7월 1일 75세 이상 환자에게 1인당 2개 이내에서 인정하는 급여기준으로 최초 급여 신설되었으며, 이후 2015년 7월 1일부터는 70세로, 2016년 7월 1일부터는 65세로 나이 기준이 낮아졌으며, 2018년 7월 1일부터는 자기부담금이 50%에서 30%로 낮아지는 등 건강보험의 큰 수혜를 받은 진료 분야이다⁹⁾. 이렇게 임플란트 시장은 갈수록 커져가지만 의료법 시행규칙 제40조(의료기관의 명칭 표시) 제1항의 제한을 피하기 위해 많은 치과의사 개원의들이 ‘임플란트’라

는 단어보다는 ‘플란트’라는 간접적인 단어로 범을 우회하고 있는 것으로 보인다. 이외에도 외과의 경우 항문을 연상시키는 ‘항’, 유방을 연상시키는 ‘유’, 성형외과의 경우 눈(Eye)을 연상시키는 ‘아이’와 같이 법의 제한을 피하기 위해 특정 진료분야를 우회적으로 표현하는 단어가 많이 사용되고 있었다.

4. 의료기관과 약국 명칭에서 공유되는 단어들

약국, 한의원, 치과의원, 의원 네 종류 기관의 명칭에서 상위 50개 빈용 단어에 모두 해당된 단어는 ‘우리’, ‘서울’, ‘사랑’, ‘삼성’, ‘푸른’, ‘수’, ‘제일’, ‘참’, ‘중앙’, ‘한’, ‘현대’로 총 11개였다. 이 중 ‘우리’는 약국과 한의원 명칭에서 모두 3위, 의원에서는 5위, 치과의원에서는 8위를 차지한 단어이기도 하다. ‘우리’는 네 종류 기관의 명칭에서 모두 상위 10개 빈용 단어 안에 해당된 유일한 단어이다. 모든 의료계 명칭에서 사랑받고 있는 ‘우리’는 표준국어대사전에 따르면 ‘말하는 사람이 자기보다 높지 아니한 사람을 상대하여 어떤 대상이 자기와 친밀한 관계임을 나타낼 때 쓰는 말로. 용례로는 ‘우리 엄마’, ‘우리 마누라’, ‘우리 신랑’, ‘우리 아기’, ‘우리 동네’ 등이 있다¹⁰⁾. 따라서 가족같은 친근감을 주기 위해 ‘우리’라는 단어가 모든 의료기관 및 약국의 명칭에 보편적으로 사용된 것으로 보인다.

결론

본 연구는 형태소 분석이 어려운 상호명 데이터에서 어떤 단어가 유행하는지를 분석하기 위한 텍스트 마이닝 방법론을 제시한 후 해당 기법을 약국, 한의원, 치과의원, 의원 및 의원의 12개 전문과목에 대하여 병렬적으로 적용해보고 시간축을 포함한 워드클라우드를 통해 시각화하였으며, 각각의 의료기관 종별 유행 단어들의 공통점과 차이점 및 특징을 고찰하여 다음과 같은 주요 결과를 얻었다.

1. 약국, 한의원, 치과의원, 의원의 명칭에서 가장 많이 사용된 단어는 각각 ‘온누리’, ‘경희’, ‘서울’, ‘연세’였으며, 이들이 보편적으로 빈용하고 있는 단어는 ‘우리’였다.
2. 출신 기관을 명칭에 빈용하는 것은 약국을 제외한 의료기관에서 공통적으로 나타나는 특징이며 그 중에서도 ‘서울’, ‘연세’, ‘경희’, ‘삼성’, ‘성모’ 등 특정 출신 대학명과 병원명이 우세적으로 채택되고 있었다.
3. 치과의원을 제외한 약국 및 의료기관에서는 ‘365’가, 약국을 제외한 의료기관에서는 ‘바른’이 최신 유행중인 단어로 분석되었다.
4. ‘항’, ‘유’, ‘아이’, ‘플란트’와 같이 특정 진료과목을 암시하는 단어가 외과의원, 성형외과의원 및 치과의원 명칭에서 유행하는 것이 관찰되었다. 이러한 행태를 보아 실정에 맞는 법의 개정이 필요해 보인다.

본 연구의 상호명 연구 방법론은 단순히 의료기관의 명칭을 넘어 다른 업종의 상호명에도 광범위하게 적용될 수 있어 상호명에 대한 연구의 기초자료로 유용하게 활용될 수 있다. 상호명은 시장에 대한 인식, 그리고 소비자과 공급자 사이의 상호작용을 집약적으로 보여주는 데이터인 만큼 사회학, 의료인문학 연구 전반에 유용하게 사용될 수 있을 것이다. 의료기관 상호명 작명 및 마케팅 전략을 고민하는 의료인들에게도 도움이 되기를 바란다.

참고문헌

1. Ministry of Health and Welfare. A study on Analysis of 5th National Medical Care Resources and Utilization Survey, 2022.
2. Korea Local Information Research & Development Institute. Local Administration Licensing Data, Available from: URL:

<https://www.localdata.go.kr/main.do> (2024, accessed 2024-07-01 2024).

3. Kim, H. J. (2019). Unsupervised Korean Tokenizer and Extractive Document Summarization to Solve Out-of-Vocabulary and Dearth of Data, Ph. D. dissertation, Dept. Ind. Eng., Seoul Natl. Univ., Seoul, Korea, 2019. doi: no doi.
4. Korean Laws Information Center. Available from: URL: <http://www.law.go.kr> (2024, accessed 2024-07-01 2024).
5. Onnuri Pharmacy. Available from: URL: <http://www.onnuri.co.kr> (2024, accessed 2024-07-01 2024).
6. Korea Institute of Oriental Medicine. (2024). 2022 Yearbook of Traditional Korean Medicine.
7. Shin, Y. S., Shin, J. Y. (2015). Development of Modern Dentistry in Korea. Journal of Korean Dental Association, 53(11), 817-843. doi: no doi.
8. Standard Korean Language Dictionary. Available from: URL: <https://stdict.korean.go.kr> (2024, accessed 2024-07-01 2024).
9. Health Policy Institute. (2023). 2022 Yearbook of the Korean Dentistry.
10. Standard Korean Language Dictionary. Available from: URL: <https://stdict.korean.go.kr> (2024, accessed 2024-07-01 2024).

ORCID

이인성 <https://orcid.org/0000-0001-7445-3983>
 김남권 <https://orcid.org/0000-0001-6969-1231>