

M-Commerce에서 소비자 의사결정에 관한 연구 : 일본과 한국의 비교연구

하태현*

목 차

- I. 서론
- II. 연구의 목적 및 연구방법
- III. 자료수집 및 분석
- IV. 결론 및 향후 연구방법

Keywords: 이동상거래, 이동전화, 인터넷 쇼핑, 일본, 한국

Abstract

인터넷을 통해 물품/서비스/정보를 거래하는 것이 이제는 더 이상 새로운 현상이 아니다. 즉, 정보활용기술의 급진적 발전으로 인터넷을 통한 상거래는 시간과 장소 그리고 취급 품목의 제한 없이 필요한 거래를 할 수 있게 되었다. 그러나, 인터넷 쇼핑은 컴퓨터를 물리적으로 인터넷에 접속되어 있어야 만이 필요한 내용을 검색하고 주문하여 구매를 할 수 있어 21세기를 바쁘게 살아가는, 많은 이동이 수반되는 사람들에게는 물리적 인터넷 접속은 하나의 큰 제한이 되고 있다. 따라서 소비자들을 이러한 한계를 초월할 수 있는 무선으로 인터넷에 연결하여 이동 중에도 핸드폰을 통해 쉽고 간편하게 그리고 더욱 편리하게 상거래 행위를 유도하는 것은 자연스러운 현상이라고 할 수 있다.

이 연구는 이러한 요구에 부응하기 위해 일본과 한국에서 이동전화를 이용하는 사람들의 특징을 살펴보고 1) 이동전화 사용의 주 목적, 2) 이동전화의 편리한 이유, 3) 이동전화 형태의 선호도, 4) 이동전화 사용의 심리적 안정, 5) 이동전화 사용의 문제점 등에 대한 내용을 설문조사를 통해 조사하여 추후 이동전화를 통해 물품/서비스/정보를 구입할 의향에 어떠한 영향을 미치는 가를 조사하는 것이다.

I. 서론

인터넷을 통해 물품/서비스/정보를 거래하는 것이 이제는 더 이상 새로운 현상이 아니다. 즉, 정보 활용 기술의 급진적 발전으로 인터넷을 통한 상거래는 시간과 장소 그리고 취급 품목의 제한 없이 필요한 거래를 할 수 있게 되었다. 그러나, 인터넷 쇼핑은 컴퓨터를 물리적으로 인터넷에 접속되어 있어야 만이 필요한 내용을 검색하고 주문하여 구매를 할 수 있어 많은 이동이 수반되는 사람들에게는 물리적 인터넷 접속은 하나의 큰 제한이 되고 있다. 따라서 소비자들에게 이러한 한계를 초월할 수 있는 무선으로 인터넷에 연결하여 이동 중에도 쉽고 간편하게 그리고 더욱 편리하게 상거래 행위를 유도하는 것은 자연스러운 현상이라고 할 수 있다.

무선 인터넷은 이동전화로 언제 어디서나 인터넷에 접속하여 다양한 정보검색과 전자상거래 등을 하는 것으로 기존 인터넷 환경의 공간적 제약을

극복하여 무선 인터넷으로 서비스하는 방식이다. 무선인터넷이란 좁은 의미에서는 웹(Web)이나 웹(WAP)브라우저를 통해 이동전화 단말기로 인터넷에 접속하는 것으로 PDA(개인 휴대 정보 단말기)는 물론 노트북, PC 등 모든 휴대용 단말기로 인터넷에 접속하여 이용이 가능한 기술이다. 오늘날의 정보화 지식 사회는 인터넷과 무선 이동통신이라는 커다란 두 개의 축에 의해 선도 될 것으로 많은 전문가들은 예측하고 있다. 이러한 예측대로 인터넷과 무선 이동통신은 서로 조화를 이루면서 급속도로 성장하고 있다. 무선인터넷의 이러한 발전은 시간과 장소의 제한 없이 인터넷 정보검색은 물론 메일 송?수신, 증권거래, 위치추적, 교통망 상황, 쇼핑, 예약 예매, 게임, 커뮤니티 활동 등 사이버 세상이 네트워크 시대 삶의 질을 한 차원 더 높여 주고있다.

II. 연구의 목적 및 연구 방법

전자상거래에 대한 연구가 초기에는 전통적 상거래를 기반으로 인터넷의 특징들을 이용하여 진행된 것과 같이 이동 상거래에 대한 연구도 아직 초보단계이므로 전자상거래에 기초한 자료를 근거로 무선인터넷의 특징들을 추가하여 이 연구를 진행하였다.

따라서 이 연구는 전자상거래가 도입된 시기에 활용했던 비슷한 방법인 새로운 요인인 무선인터넷의 특성을 근거로 문헌분석과 인터뷰를 통하여

샘플 설문지를 작성하여 예비 조사를 마친 후 최종 설문지를 작성하였다. 무선 인터넷을 이용하여 상거래를 할 수 있는 방법은 여러 종류가 있지만 대부분이 이동전화를 이용하여 무선인터넷에 연결하여 사용하고 있기 때문에 이 연구에서는 이동전화를 이용하는 것으로 제한하여 실시하였다. 일본은 전 세계적으로 인터넷의 활용 및 보급이 가장 보편화 된 국가 가운데 하나이며, 급속한 통신기술의 발달과 다양한 이동통신 수단을 선보여 이동통신

을 이용한 사업에서 많은 소비자들을 창출하고 있다. 특히 선진화한 이동통신을 소개하여 세계 이동통신을 선점하고자 하는 노력이 팽배하여 NTT DoCoMo회사를 통한 i-Mode의 성공은 전 세계 이동통신 관련 사업자와 고객 그리고 정부 모두에게 대단한 충격을 던져 주고 있어 이 연구에서 하나의 대상국가로서 선택하였다.

이러한 이유로 이 연구는 일본과 한국에서 이동

전화로 이용하는 사람들의 특징을 살펴보고 1) 이동전화 사용의 주 목적, 2) 이동전화의 편리한 이유, 3) 이동전화 형태의 선호도, 4) 이동전화 사용의 심리적 안정, 5) 이동전화 사용의 문제점 등에 대한 내용을 설문조사를 통해 조사하여 추후 이동전화를 통해 물품/서비스/정보를 구입할 의향에 어떠한 영향을 미치는 가를 조사하는 것을 목적으로 한다.

III. 자료 수집 및 분석

설문조사는 2003년 1월부터 2월까지 약 2개월에 걸쳐 일본과 한국에서 이루어 졌다. 일본에서의 설문조사는 대도시 1곳과 중견도시 1곳에서 행해졌으며 총 600부의 설문지 배포 가운데 395부가 회수되었으며 이중 361부가 유효하여 60%의 유효한 응답율을 가져왔다. 한국에서의 설문조사는 인터넷 설문조사 업체인 Kissnet(<http://www.kissnet.co.kr/>)에 전자설문을 의뢰하여 가입자들 중 이동통신을 경험한 회원 400명을 대상으로 실시하였다. 신뢰성 분석 결과, 신뢰성 계수인 Cronbach alpha 값은 0.72이상으로 나타나 측정변수들은 전반적으로 높은 내적 일관성을 가지고 있는 것으로 평가 될 수 있다.

1. 인구 통계학적 분석

일본과 한국에서의 응답자 가운데 남자는 451명(59%), 여자는 310명(41%)을 각각 차지했으며, 일본에서의 응답자 연령 그룹은 21-40세까지가 76%인 반면, 한국에서는 21세 이상 40세까지가 91%를 차지했다<표 1>.

응답자의 직업분포도는 일본과 한국에서 학생과 공무원 또는 회사원이 79%, 75%로 각각 나타났다<표 2>.

<표 1> 성별 및 연령 분포도

		일본(%)	한국(%)	합계(%)
성별	남자	187(52)	264(66)	451(59)
	여자	174(48)	136(34)	310(41)
	합계	361(100)	400(100)	761(100)
연령그룹	20세 미만	26(7)	14(4)	40(5)
	21~30	191(53)	179(45)	370(49)
	31~40	82(23)	185(46)	267(35)
	40세 이상	62(17)	22(5)	84(11)
	합계	361(100)	400(100)	761(100)

<표 2> 직업 분포도

		일본(%)	한국(%)	합계(%)
직업종류	학생	159(44)	69(17)	228(30)
	공무원 또는 회사원	126(35)	230(58)	356(47)
	자영업	16(4)	16(4)	32(4)
	주부	25(7)	26(6)	51(7)
	전문직	19(6)	39(10)	58(8)
	기타	16(4)	20(5)	36(4)
	합계	361(100)	400(100)	761(100)

인터넷 쇼핑 경험 질문에서 한국인 응답자 가운데 92%가 “예”라고 답했으며 이들 가운데 인터넷 쇼핑경험 회수는 1-4회는 단지 17%를 차지한 반면 20회 이상은 37%를 차지하여 3명 가운데 1명이 인터넷 쇼핑에 익숙한 것으로 나타났다. 그러나 일본인들의 인터넷 쇼핑 경험 회수 설문에서 단지 40%만이 “예”라고 응답하였으며 이들 가운데 인터넷 쇼핑 경험 회수에 대해서도 여전히 1-4회가 57%, 5-10회가 28%를 차지하여 한국인들과 대조를 보이고 있다. 즉 일본인들은 아직도 인터넷 쇼핑이 많이 활성화 되지 않고 있음을 보여준 반면, 한국에서의 인터넷 쇼핑은 많이 활성화 되어있음을 알 수 있다<표 3>.

〈표 3〉 인터넷 쇼핑 경험 및 경험 횟수

		일본(%)	한국(%)	합계(%)
쇼핑 경험	예	145(40)	368(92)	513(67)
	아니오	216(60)	32(8)	248(33)
	합계	361(100)	400(100)	761(100)
쇼핑 경험횟수	1~4	83(57)	60(17)	143(28)
	5~10	40(28)	100(27)	140(28)
	11~20	10(7)	71(19)	81(15)
	20회이상	12(8)	137(37)	149(29)
	합계	145(100)	368(100)	513(100)

〈표 4〉 이동전화 사용 기간

		일본(%)	한국(%)	합계(%)
사용 기간	6개월 미만	24(6)	11(3)	35(5)
	6개월 이상-1.5년	51(14)	29(7)	80(11)
	1.5년 이상-3년	89(25)	54(13)	143(19)
	3년 이상	197(54)	306(77)	503(66)
	합계	361(100)	400(100)	761(100)

이동 전화 사용기간에 대한 설문에서는 일본과 한국이 1.5년 이상에 79%, 90%로 각각 응답하여 연구목적에 위한 설문 대상으로는 설문내용에 대

해 충분한 이해가 있으리라 간주된다<표 4>.

2. 자료 분석

(1) 핸드폰 사용의 주목적

핸드폰 사용의 주목적 설문 가운데 가족과의 연락, 친구들과의 연락 그리고 비상시 연락을 위하여 한국인은 84%, 88%, 91%를 각각 응답하여 의사소통을 위하여 사용하고 있다. 그러나 일본에서는 친구들과의 연락을 위해, 비상시 연락을 위해가 81%, 85%로 응답하여 한국과 비슷한 응답율을 기록하였으나 가족과의 연락을 위해서는 69%만이 응답하여 한국에 비해 개인주의가 앞서있음을 보여주고 있다 <표 5>.

〈표 5〉 핸드폰 사용의 주목적

		Disagree		Mid.		Agree	
		일본	한국	일본	한국	일본	한국
1	가족과의 연락을 위하여	14	3	17	13	69	84
2	친구들과의 연락을 위하여	7	3	12	9	81	88
3	비상시 연락을 위하여	7	2	8	7	85	91
4	스포츠에 관한 정보를 얻기 위하여	81	85	9	12	10	3
5	뉴스에 관한 정보를 얻기 위하여	77	80	13	17	10	3
6	교통수단의 시간표에 대한 정보를 얻기 위하여 (기차, 비행기 등)	70	67	13	27	17	6
7	예약에 관한 정보를 얻기 위하여(극장, 호텔 등)	77	59	12	31	11	10
8	사진이나 그림을 전송 받기 위하여	62	65	17	22	21	13
9	음악을 전송 받기 위하여	69	65	15	21	16	14

〈표 6〉 핸드폰이 편리하다고
생각하시는 이유는?

		Disagree		Mid.		Agree	
		일본	한국	일본	한국	일본	한국
1	언제나 가능하기 때문에	8	1	6	5	86	94
2	비상시에 긴급히 사용하여 대처할 수 있기 때문에	8	1	4	3	88	96
3	시간과 장소에 상관없이 사용할 수 있기 때문에	14	3	15	8	71	89
4	나의 상황을 가족에게 언제나 알릴 수 있기 때문에	22	6	21	17	57	77
5	동전이나 폰 카드를 대체 (공중전화이용에 따른)	17	11	20	24	63	65
6	이메일을 사용할 수 있기 때문에	21	56	14	34	65	10
7	인터넷에 접근할 수 있기 때문에	41	52	23	32	36	16
8	필요시 예약을 할 수 있기 때문에 (티켓, 레스토랑 등)	65	50	17	31	18	19

휴대폰을 이용하여 정보를 획득하기 위한 수단으로의 사용에 관한 6개 항목(〈표 5〉의 4-6번)의 설문에서 일본인 응답자들은 모두에서 10%이상 동의한다고 응답하였다. 이에 반해 한국인은 스포츠, 뉴스, 교통수단에 관한 정보 획득을 위한 항목에서 3%, 3%, 6% 만이 동의한다고 응답한 반면, '예약에 관한 정보', '사진이나 그림을 전송 받기 위하여', '음악을 전송 받기 위하여' 항목에서는 10%, 13%, 14%로 동의 한다고 응답하였으며 59%, 65%, 65%가 동의하지 않는다고 응답하여 아직도 정보 획득을 위한 핸드폰 사용은 매우 미흡한 상태임을 보여주고 있다 〈표 5〉.

(2) 핸드폰이 편리한 이유

'언제나 가능' 과 '비상시에 긴급히 대처' 그리고 '시간과 장소에 상관없이 사용할 수 있기 때문에'

에 대해 일본인은 86%와 88%로 각각 응답한 반면, 한국인은 94%와 96%로 각각 답하여 한국인들에게는 핸드폰이 생활의 아주 중요한 일부분이 되고 있으며 특히 '비상시에 대처를 위해서' 는 응답자 거의가 동의를 하고 있다. 그러나 정보접근을 위한 내용 가운데 '이메일을 사용할 수 있기 때문에' 에 대해 한국에서는 10%만이 동의를 한 반면 일본에서는 65%가 동의를 하여 핸드폰을 이용한 이메일 사용이 일본에서 활발함을 보여주고 있다. 그러나 '인터넷 접근' 과 '예약을 위해서' 는 2개국 모두 '동의하지 않는다' 에 더 많이 응답함으로써 이에 대한 많은 대책이 요구되고 있다 〈표 6〉.

(3) 핸드폰 선호도 스타일

핸드폰 선호도 스타일에 대한 설문에서 일본인들과 한국인들은 '저렴하고 기본적 기능을 갖춘 것' 에 대해 67%, 73%로 각각 응답한 반면, '비싸도 복잡한 기능을 갖춘 것' 에 대한 응답은 25%, 23%로 각각 응답해 두 나라 모두 대부분이 저렴하며 기본적 기능을 갖춘 핸드폰을 선호하고 있는 것으로 나타나고 있다. 또한 이에 대한 부정적 응답은 일본과 한국에서 단지 15%, 9%인 반면 비싸도 복잡한 기능을 갖춘 스타일에 대해서는 53%, 42%로 각각 부정적 응답을 하여 현재 핸드폰의 가격에 대해 많은 불만이 있는 것을 보여주고 있다 〈표 7〉. 그러나 일본에서는 아직도 핸드폰의 기능이 한국에 비해 많은 다양한 스타일이 일반화 되지 않아 이러한 응답이 나온 것으로 간주된다. 실제 또한 일본인들은 대체로 보수적으로 새로운 상품이 소개되더라도 꼭 필요치 않으면 쉽게 새로운 것을 받아들이거나 기존의 것을 교체하는 일들은 잘 하지 않는다.

〈표 7〉 어떠한 형태의 핸드폰을 좋아하십니까?

		Disagree		Mid.		Agree	
		일본	한국	일본	한국	일본	한국
1	저렴하며 기본적 기능	15	9	18	18	67	73
2	비싸도 복잡한 기능을 가진 것	53	42	22	35	25	23

(4) 핸드폰 사용에 대한 느낌

핸드폰 사용에 대한 느낌의 설문 7개 항목에서 한국인들은 모든 항목에서 '동의 한다'는 응답이 부정적 응답보다 높게 나타났으며 특히 '외출할 때 더욱 안전감을 느낀다' (예-71%, 아니오- 4%), '심리적으로 안전감을 느낀다' (예- 60%, 아니오- 9%)로 각각 응답하여 핸드폰 사용이 일상의 삶 가운데 여러 면에서 상당히 중요한 부분을 차지하고 있음을 보여주고 있다. 그러나 일본인들의 경우 7개 항목의 설문 가운데 4개 항목에서 부정적 응답이 긍정적 응답을 초과해 답변하고 있으며, 특히 '전반적으로 생활에 활력소를 준다'와 '시간관리를 잘 하게 해준다'에서 동의하다는 단지 16%와 19%로 응답했으나 '동의하지 않는다'에는 둘 다 48%로 응답하여 생활에 부가 활력을 제공하는 데는 미미한 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다 < 표 8).

(5) 핸드폰 사용의 문제점

핸드폰 사용 문제점에 대한 8개 항목 가운데 한국인들은 '통화중 끊기는 현상이 자주 일어난다'에서 '동의' (30%)를 제외하고는 7개 항목에 절대 다수가 문제점이 있다고 답변하였다. 특히 '핸드폰 기기 구입비용이 너무 비싸다'에 대해 일본인들은 단지 51%만이 동의한데 반해 한국인들은 90%가 동의하여 한국인들 대부분이 핸드폰 기기구입

〈표 8〉 당신의 핸드폰 사용에 대한 느낌입니다.

		Disagree		Mid.		Agree	
		일본	한국	일본	한국	일본	한국
1	외출할 때 더욱 안전감을 느낀다	22	4	29	25	51	71
2	심리적으로 안정감을 느낀다	32	9	29	31	39	60
3	일을 더 능률적으로 할 수 있다	38	16	32	39	30	45
4	전반적으로 생활의 활력소를 준다	48	27	36	45	16	28
5	시간관리를 잘 하게 해준다	48	24	33	38	19	38
6	친구들 사귀기를 쉽게 할 수 있다	26	25	32	41	42	34
7	잊어버린 것을 줄일 수 있다(약속 등)	45	26	28	38	27	36

비용이 너무 비싸다고 느끼고 있다. 이는 설문 핸드폰 선호 스타일에 관한 설문에서 한국인들의 응답은 '저렴하며 기본적 기능을 가진 것' 선호한다 (동의 - 73%)에서 나타난 것과 비슷한 현상으로 핸드폰 사용의 활성화를 위해서는 이에 대한 대책이 요구된다. '매월 지급되는 고정비가 너무 비싸다', '사용에 따른 지급비용이 너무 비싸다', '정보 이용료가 너무 비싸다'의 설문에서 일본인들은 58%, 59%, 53%로 동의 한다고 응답한 반면, 한국인들은 82%, 83%, 88%로 각각 응답해 많이 사용한 만큼 그에 상응한 불만이 많이 나타나고 있다. 핸드폰 사용의 기능과 성능에 관한 질문인 '정보검색 시간이 너무 길다', '정보검색 방법이 너무 복잡하다', '속도가 너무 느리다'의 내용에서 일본인들은 '동의' (49%, 40%, 42%), '동의 않음' (21%, 30%, 27%)로 각 부문에서 비슷하게 응답해 크게 차이를 보여주지 않고 있으나 한국인들은 이들에 대한 불만이 67%, 64%, 66%로 응답해 상대적으로 높은 불만을 나타내고 있는 반면 이들 문제점에

대해 '동의 없음' (4%, 5%, 6%)로 각각 응답하고 있다<표 9>. 그러나 일본인들의 불만은 한국인들에 비해 상당히 낮은 것으로, 이는 그만큼 핸드폰 관련 산업계의 서비스와 제품 품질이 상대적으로 양호함을 보여주고 있다.

<표 9> 다음 사항들에 대한 의견을 답해주십시오.

		Disagree		Mid.		Agree	
		일본	한국	일본	한국	일본	한국
1	통화 중 끊기는 현상이 자주 일어난다.	43	33	24	37	34	30
2	핸드폰 자체의 구입비용이 너무 비싸다.	24	3	25	7	51	90
3	매월 지급되는 고정비가 너무 비싸다.	19	3	23	15	58	82
4	사용에 따라 지급되는 비용이 너무 비싸다.	19	2	22	15	59	83
5	정보 이용료가 너무 비싸다.	22	2	25	10	53	88
6	정보검색 시간이 너무 길다.	21	4	30	29	49	67
7	정보검색 방법이 너무 복잡하다.	30	5	30	31	40	64
8	속도가 너무 느리다.	27	6	31	28	42	66

(6) 휴대폰을 이용한 상거래 의사

앞으로 '휴대폰을 이용하여 물품·서비스·정보

를 구입할 의향'에 대한 질문에서 일본인들은 30%가 "예", 41%가 "아니오"라고 답해 아직도 대체로 부정적 견해를 갖고 있다 <표 10>. 한국인들의 긍정적 답변은 일본인들과 비슷한 29%, 부정적 답변은 39%로 답변하여 아직도 이동통신을 이용하여 상거래를 할 의향에 대해 두 나라 모두 부정적 답변이 높게 나타나고 있다. 이는 <표 3>에서 인터넷 쇼핑 경험이 있다고 답한 응답자 수가 일본(40%), 한국(92%), 11회 이상 쇼핑 경험이 일본(15%), 한국(56%)로 각각 나타나 일본에서는 아직도 인터넷 쇼핑이 많이 활성화 되어있지 않음을 보여주고 있다.

<표 10> 휴대폰을 이용한 상거래 의사

	Disagree		Mid.		Agree	
	일본	한국	일본	한국	일본	한국
앞으로 휴대폰을 통해 물품·서비스·정보를 구입할 의사	41	39	29	32	30	29

따라서 이 연구에서 발견한 여러 가지 문제점들을 개선하여 시대 조류에 맞는 시스템을 도입하면서 꾸준히 노력한다면 빠른 시일 내에 이동상거래의 활성화를 기대해 볼 수 있을 것이다.

IV. 결론 및 향후 연구방법

정보 활용 기술의 급진적 발전으로 인터넷을 통한 상거래는 시간과 장소 그리고 취급 품목의 제한 없이 필요한 거래를 할 수 있게 되어 인터넷을 통해 물품·서비스·정보를 거래하는 것이 이제는 더 이상 새로운 현상이 아니다. 그러나 인터넷 쇼

핑은 컴퓨터를 물리적으로 인터넷에 접속되어 있어야 만이 필요한 내용을 검색하고 주문하여 구매를 할 수 있어 많은 이동이 수반되는 사람들에게는 물리적 인터넷 접속은 하나의 큰 제한이 되고 있다. 따라서 소비자들에게 이러한 한계를 초월할 수

있는 무선으로 인터넷에 연결하여 이동 중에도 핸드폰을 통해 쉽고 간편하게 그리고 더욱 편리하게 상거래 행위를 유도하는 것은 자연스러운 현상이라고 할 수 있다.

따라서 이 연구는 이러한 요구에 부응하기 위해 일본과 한국에서 이동전화를 이용하는 사람들의 특징을 살펴보고 1) 이동전화 사용의 주 목적, 2) 이동전화가 편리한 이유, 3) 이동전화 형태의 선호도, 4) 이동전화 사용의 심리적 안정, 5) 이동전화 사용의 문제점 등에 대한 내용을 설문조사를 통해 조사하여 추후 이동전화를 통해 물품·서비스·정보를 구입할 의향에 어떠한 영향을 미치는 가를 조사하는 것이다.

설문 조사는 2003년 1월부터 2월에 걸쳐 일본과 한국에서 이루어 졌으며 일본에서 361명, 한국에서 400명이 유효응답을 하였다. 이동전화 사용의 주목적은 대부분이 의사소통을 위한 것이라고 응

답하였으며, 정보·예약·동영상에 대한 이용실적은 아직 매우 미미했다. 이동전화가 편리한 이유에 대해서는 대부분의 항목에 동의했으나 인터넷 접속, 예약 등에 대해서는 부정적 답변을 하였다. 선호하는 이동전화 형태는 저렴하며 기본적인 기능을 갖춘 것을 답했으며, 이동전화를 휴대함으로써 심리적 안정감을 느끼는 것에 대해서는 한국사람들이 일본사람들에 비해 더 안정감을 느낀다고 응답했다. 그러나 이동전화 사용에서 느끼는 문제점에 대해서는 한국사람들이 일본사람들보다 훨씬 더 많았는데 이는 아직도 기술적으로 해결해야 될 문제점들이 많고 또한 이는 그만큼 앞으로의 발전 가능성도 많다는 것을 보여준다.

추후 이동전화를 통해 물품·서비스·정보를 구매할 의향에 대해서는 아직도 두 나라 모두 부정적 견해를 나타냈는데(아니오: 일본-41%, 한국-39%, 예: 일본-30%, 한국-29%) 이는 아직 초보 단계라 이의 사용을 촉진하기 위해서는 더 많은 체계적 연구가 이루어져야 함을 암시하고 있다.