

한중일 사용자 비교분석을 통한 모바일폰 디자인 전략

A Design Strategy for Mobile phone through Comparison of Users from Korea, China and Japan

윤주현

서울대학교 미술대학 디자인학부

정희연

서울대학교 한국디자인산업연구센터

김윤진

서울대학교 미술대학 디자인학부

이순종

서울대학교 미술대학 디자인학부

EUNE, JuHyun

Faculty of Design, Seoul National University

JUNG, Hee Yun

Korea Design Research Institute

KIM, Yun Jun

Faculty of Design, Seoul National University

LEE, Soon Jong

Faculty of Design, Seoul National University

Key words: Mobile Phone, Cultural Comparison, behavior, Preference, User Questionnaire

1. 서론

1-1. 연구배경 및 목적

이동통신 시장을 둘러싼 기업들 간의 경쟁은 갈수록 치열해 지는 양상을 보이고 있다. 이러한 상황 속에서 지속적인 이동통신 산업의 성장을 이끌어내고 아시아 시장에서의 앞선 경쟁력을 유지하기 위해서는 첨단 기술개발은 물론이고 각 나라 시장의 문화적 특성에 대한 이해가 필요하다. 각 국가의 문화적 이해를 바탕으로 한 차별화된 마케팅 전략을 통해 효과적으로 현지 시장에 접근하려는 노력이 요구되는 상황이다. 이를 위해서는 각국 사용자의 이용 행태 및 문화적 성향의 차이를 밝혀 향후 디자인 방향을 제시하는 것이 본 연구의 목적이다.

1-2. 연구방법 및 범위

본 연구의 방법으로 설문조사를 중심으로 한/중/일 삼국을 중심으로 온라인 서베이가 이루어졌고 연구 조사 내용은: 1) 모바일폰의 이용행태 2) 모바일폰 구매행태 3) 모바일폰 디자인 선호도 4) 차세대 모바일폰에 대한 인식 5) 모바일폰 사용습관과 인식 6) 무선인터넷 이용 현황이다.

본 조사는 사전에 작성된 성별/연령별 할당에 따라 각 국가별, 만 15-39세 모바일폰 보유 인터넷이용자를 대상으로 이루어졌으며 연령별 표본구성은 10대:20대:30대를 2:4:4로 구성하였다. 표본추출방법은 유의할당 무작위 추출법(Purposive Quota Random Sampling) 이며, 자료 수집은 email을 통한 online survey 형태로 진행되었으며 3개국 데이터 통합후 통계패키지를 이용해 분석되었다.

[표 1] 조사 설계

	한국	중국	일본
표본수	1040명	644명	527명
조사 시기	2004.7.26-8.9	2004.7.24-8.3	2004.8.7-8.12

2. 본론

2-1. 모바일폰의 이용행태

1) 한중일 사용자의 통화빈도는 한/중/일 순으로 높으며 2) 모바일폰 사용대상은 한/중의 경우 동성의 친구/애인 순이나 일본은 배우자/부모형제 순이다.

3) 주요 통화 장소는 한/중의 경우 직장이나 학교이나 일의 경우 주택의 순이다. 4) 또한 한국은 교통수단 안에서 중국은 보행 중에 통화량이 많게 나타났다. 5) 또한 문자메세지 사용 외에 한국은 시간확인/알람/스케줄기능과 게임을 중국은 게임과 시간확인/알람/스케줄기능을 일본은 시간확인/알람/스케줄기능과 사진촬영 및 전송을 주로 이용한다.

2-2. 모바일폰의 구매행태

1) 1년에 1회 이상 교체하는가에 관한 주기는 중/일/한 순이며, 중국은 GSM방식이라 폰교체가 용이한 것도 작용하였다. 2) 한중일 사용자들에게 주요 구매동기는 가격/브랜드/디자인의 3요소이다. 한국은 가격/브랜드/디자인 순, 중국은 브랜드/가격/디자인 순, 일본은 가격/디자인/브랜드 순이었다. 3) 모바일폰의 기능과 디자인요소 중 크기 및 두께/액정크기 및 화질/색상 및 재질을 가장 중요한 요소로 생각하고 있다. 4) 현재 시판되고 있는 모바일폰 사용불만은 크기 및 두께이며 그 외 한/일은 충전속도 및 사용시간/ 액정크기 및 화질, 중국은 무게/색상 및 재질에 불만을 느끼고 있다.

2-3. 모바일폰의 디자인선호도

1) 형태에서는 한/중/일 공통적으로 폴더형을 가장 선호하였다. 그외 한/중은 슬라이드형을 일본은 회전방식을 선호하였다. 2) 색상으로는 실버/무채색 순으로 공통적으로 선호하였다. 유채색계열로는 한국은 블루 중국은 레드 일본은 핑크에 대한 선호도가 높았다. 3) 선호디자인으로 중국은 독특한 디자인을 한/일은 독특한 디자인과 무난한 디자인에 관한 선호도가 비슷하였다. 한/일은 사프하고 첨단적인 디자인을 선호하는 반면, 중국은 사프하고 첨단적인 디자인과 둥글고 친근한 디자인을 선호하는 비율이 비슷하였다. 기능과 크기 상관관계에서 다양한 기능을 보유하기위해 커져야 하는 것에서는 반감이 있었다. 4) 디자인이미지에 관해 고급스러움과 첨단적인 것을 대체로 유사하게 인식하는 성향이 있으나 선호하는 디자인에 관해서는 한국은 첨단적/고급/하이테크, 중국은 소프트함, 일본은 하이터치함을 일컫는다.

2-4. 차세대 모바일폰에 대한 인식

1) 카메라폰의 사용실태 및 구입의향에서 보유현황은 일/한/중이며 한국이 사용빈도수가 가장 높았고, 일본이 가장 낮았다.

사용목적은 한국은 자신의 일상을 남기기 위해 중국은 친구들에게 전송하기 위해 일본은 친구나 주위사람들에게 직접 보여주기 위함이었다. 불만은 한/중/일 모두 낮은 해상도 및 비싼 가격을 손꼽았다. 향후 구매의사에서는 일본이 기보유율이 높음에 불구하고 구입의향의 비율이 높다. 2)MP3 폰의 구매보유율은 일/한/중 순이다. 카메라폰과 마찬가지로 사용빈도는 한국이 높으며 헤비사용자의 비율은 가장 높았다. 개선희망 사항은 저장용량이나 음질이 가장 중요하게 여겨지고 있다. 향후구입의사는 한/중/일 순으로 카메라폰에 비해 저조하며, 특히 카메라폰의 구입의향율이 높았던 일본은 특히 낮았다. 3)프리미엄의 필수 구비사항은 최고급디자인, 고음질, 고화질을 요구하였다. 향후구매의사는 카메라폰이나 MP3폰의 기보유율이 높은 일본이 가장 낮았다. 4)향후 기대 기능 및 서비스에서는 음악듣기와 사진촬영이었으며, 3순위부터는 대중교통카드, S/W 다운로드 및 업그레이드, 프린트연결, 다양한 기능을 기대했다.

2-5. 모바일폰 사용습관과 인식

1) 집에서 휴대폰대신 통화요금만 저렴한 유선전화기를 사용하는 질문에 일반적으로 일/중순으로 집에서 가급적싼 유선전화를 이용하고 있다. 2) 약속시간은 상대방과 휴대폰연락을 해가며 유동적으로 정하는게 좋다라는 질문에 중/한/일 순의 응답이 나왔다. 3)공공장소에서의 통화습관에 관해 '사람들이 많이 모여 있는 장소에서는 가급적 작은 목소리로 통화한다'는 질문에 대해 한/일/중 순으로 대답했다. 4)'방해받기 싫거나 전화받기 귀찮을 때는 휴대폰전원을 그냥 꺼놓는다'라는 질문에 일/한/중 순이 나왔다. 5) 모바일폰의 통화기능 및 메시지 기능 외에 다른 기능을 많이 사용한다라는 질문에 한/일/중 순으로 집계되었다. 6) 모바일폰에서 메뉴 및 단축키 선호경향의 질문에 한/중은 단축키를 일본은 메뉴를 선호하였다. 7) 새로운 기능에 대한 필요성에 관한 질문에는 한/중은 신기능에 관심이 있으나 일본은 현 기능에 만족하는 편이었다. 8) 모바일폰 알람기능 사용습관에 관한 질문에 아침에 알람이나 모닝콜 설정시 그 시각에 맞추어 일어나는 정도가 한/일/중 순이었다.9)모바일폰이 암호번호를 설정해 놓고 다른 사람들이 사용하지 못하게 한다는 질문에 대해서는 한/일은 그렇지 않다는 의견이 다수였고 그해 비해 중국은 적은 편이었다. 10) 여유시간중 모바일 사용에 관한 질문에서는 중/한/일 순이었으며 일본이 특이하게 그 수치가 적었다. 11) 모바일통화내용이 수다나 잡담이 아닌 용건위주로 하는 사용자는 일/한 순이었으며 사적인 통화비율이 가장 높았던 중국이 용건위주로 한다는 응답에 낮은 수치를 나왔다. 12) 고장만 나지 않는다면, 유행에 상관없이 지금 있는 휴대폰을 계속 사용할 생각이다라는 질문에 한/중/일 순으로 나왔다. 한국이 하드웨어 교체주기가 빠르다고 인식되어 왔으나 실제 한중일 비교시 가장 교체주기가 길다고 나온 것은 특이할 점이다. 13) 모바일폰 고장시 대처방식에 관해 한/중/일 순으로 곧바로 A/S를 맡긴다고 했다. 14) 통화연결이 안될 경우의 대처방식에서는 거의 같은 비율로 그냥포기하기보다도 지속적인 연결을 하거나, 문자/음성 메시지를 남긴다고 했다. 15) 모바일폰관련 이벤트 및 할인혜택에 대한관심이 많다고 응답한 사용자는 한/중/일 순이다.16) 모바일폰에 관한 장식에 관한 인식은 일/한/중 순으로 심플한

것을 선호했다.

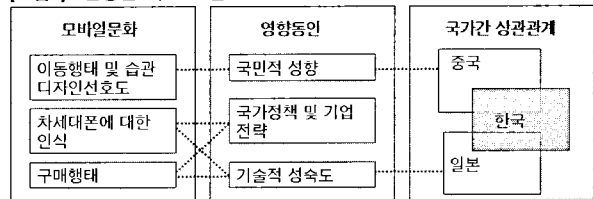
2-6.무선인터넷 이용현황

1)무선인터넷 이용율은 일/한/중 순이었으며, 2) 하루 1회 이상 무선인터넷을 이용하는 사람비율 역시 일본이 가장 높고 중/한 순이었다. 3)무선인터넷 콘텐츠에 관한 질문에는 한국 경우 캐릭터/멜로디/사진, 게임 순이며, 중국과 일본은 email/메세지가 가장 이용률이 높았다. 4)한/일은 무선인터넷이용요금과 데이터 송수신속도를 가장 중요시 하나 만족도는 가장 떨어졌고, 모바일폰의 조작의 편리성과 정보의 최신성에 관해 만족도가 높았다. 중국의 경우 정보의 충실성과 데이터 송수신 속도를 중요시 하고 이용요금 및 초기 접속속도에 관해 가장 불만족이었고 정보검색/메뉴조작의 편리성에 관해 만족도가 높았다.

3. 결론

본 온라인서베이를 통해 포괄적으로 살펴본 결과 각국별 공통점 차이점을 발견할 수 있었다. 1)첫째 국의 모바일폰 관련 인식 및 문화는 기술적 성숙도, 통신사/제조사의 정책 및 전략, 국민적 성향이 어우러져 형성되는 것으로 밝혀졌다. 2)둘째 기술적 성숙도와 관련된 항목에 있어서는 한국과 일본이 유사한 성향을 보이는 반면, 국민적 성향과 관련된 항목에서는 한국과 중국이 유사한 성향을 나타내는 것으로 보인다. 3)셋째 통신사/제조사의 정책 및 전략과 관련된 항목은 한중일 각사가 서로 다른 특성을 나타내고 있었다.

[그림1] 한중일 비교 요인



각국의 공통점 및 차이점에 관한 결과는 각 나라를 이해하는데 좋은 자료가 될 뿐 아니라 본국에서 타국으로 진출 시 좋은 기초자료가 된다. 또한 문화 비교에 그치지 않고 본 연구결과를 근거로 하여 신기술에 관한 디자인개발 전략에 적용한다면 더 큰 의의가 있겠다.

[표 2] 한중일 삼국의 대표적 특성

한국	중국	일본
다양한 용도의 데이터적 사용	단순통화 및 비즈니스적 사용	목적 지향적 사용
기능적 가치의 추구	감성 및 과시/성취적 가치 추구	감성적 가치/사용 편리성 추구
기술지향적 가치 추구	역동적/유행적 가치 추구	안정지향적 가치 추구
집단주의적/집중화	관계 지향적/다양성의 존재	자기중심적/내향적/타인배려
음악/PC, 인터넷 연계 기능 관심	개인, 동영상, 오락기능 관심	카메라 기능 관심
단일기 성능과 가격 불만	단일기 외형 불만	전송비 불만

참고문헌

- 이순종, 윤주현, 정희연외, 한중일 모바일폰 비교분석을 통한 디자인 동향과 사용문화 연구 보고서, 서울대학교 한국디자인산업연구소, 2004
- 조일상, 권진우, 한중일 모바일폰 사용자 설문조사 보고서, 메트릭스, 2004