Q.: 도쿄에서는 미세먼지에 대해 잘 관심 없음. 일본인이 과연 흥미를 느낄까?

A: 한국에 방문하는 일본인은 미세먼지에 대해 관심이 많다.

Q: B2B가 맞는가? 기업과 기업간의 경제활동, 수익은 어디서 발생하는가?  
A: 아파트 단지 등에 측정기를 설치해주고, 관리해 줌.

Q: 아파트 단지에서 기기를 등록하면, 관리사무실에서 설치 장소 등을 다 보여주는 건가??

A: yes

Q: 기대효과 첫번째 ‘기업차원에서 사회문제인 미세먼지를 마케팅으로 사용가능’ 오해의 소지 있음. 기업차원에서 미세먼지 제공은 무슨 뜻인가?

A: 예를 들어 아파트와 같은 경우, 자신의 집 앞에서 미세먼지를 측정함으로 인해 환기시스템을 제공하는 등 다른 아파트와의 차별성을 줄수있음 -> 이것이 마케팅이다.

\* 김종률 교수님 : 축척된 정보를 정부에게 판매하여 수익 얻는 형식은 도우카??