

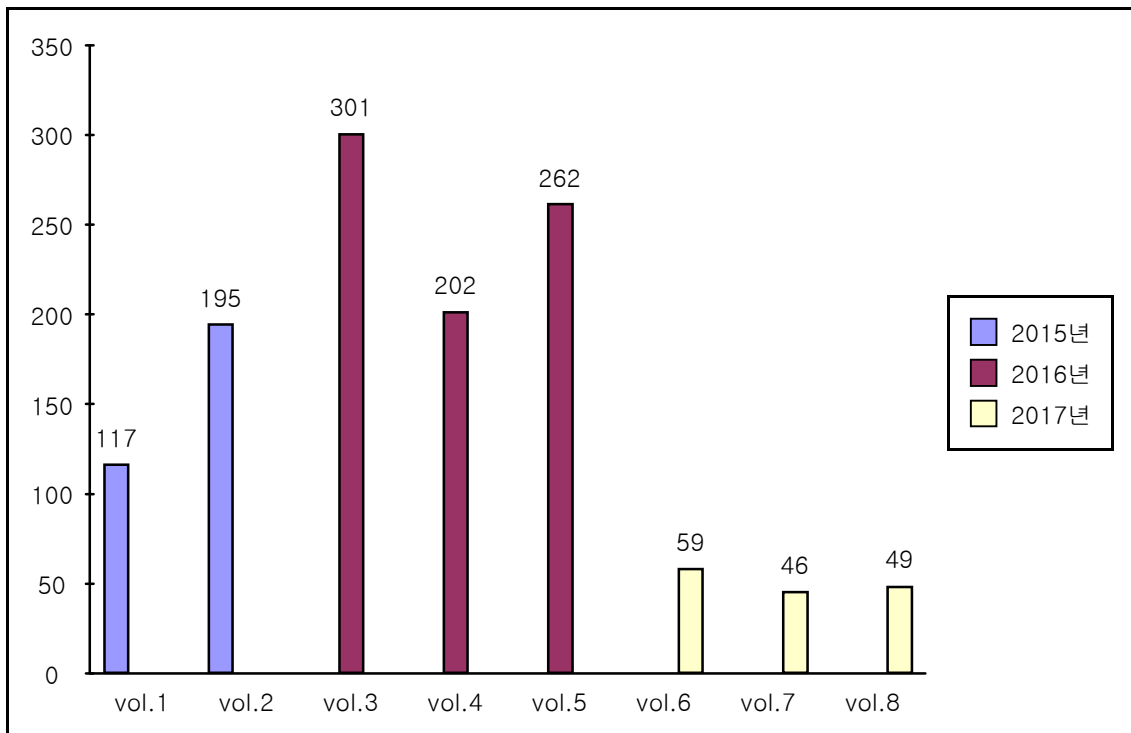
**2017 DDP 오픈큐레이팅
관람객 수 감소 원인 분석 및 개선 방안**

2018. 2. 12.
전시사업팀

1. 오픈큐레이팅 관람객 수 현황

□ 2015~2016년 대비 2017년 관람객 수 대폭 감소

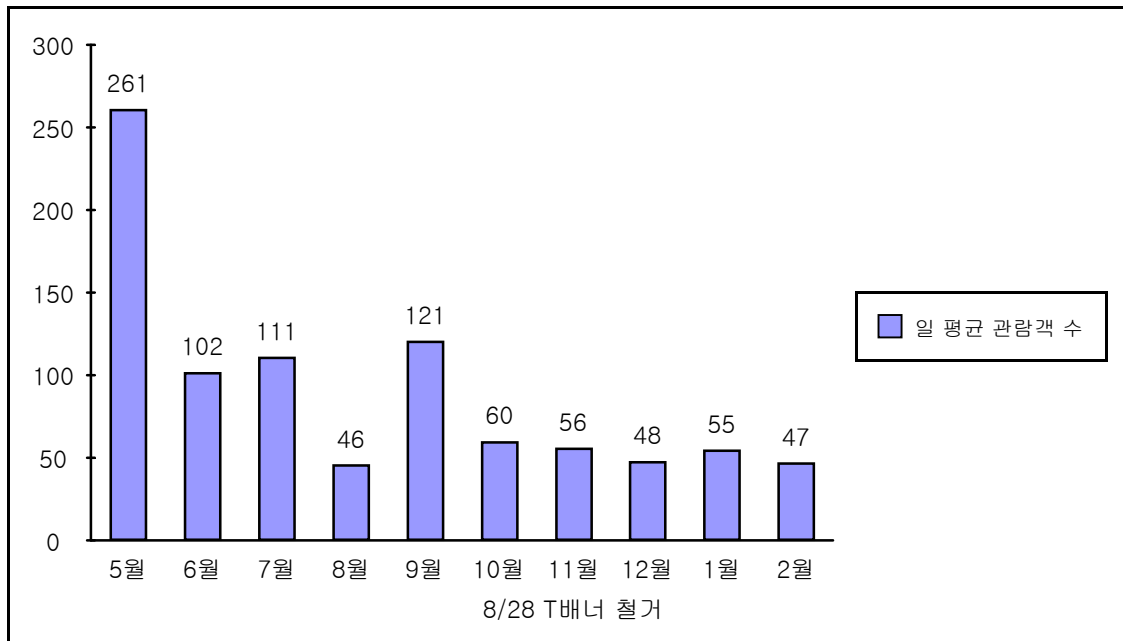
년도	구분	전시기간	운영일수	총 관람객 수	일일 평균 관람객 수
2015	vol.1 60초 건축	2015.06.06.~07.25.	43일	5,023명	117명
	vol.2 Curiosity-	2015.11.06.~11.29.	21일	3,840명	195명
2016	vol.3 -7 Paris	2016.07.09.~08.10.	29일	8,726명	301명
	vol.4 SV+VS	2016.08.20.~09.18.	25일	5,061명	202명
	vol.5 보이는 집	2016.10.08.~11.06.	26일	6,815명	262명
2017	vol.6 City(e)scape	2017.10.28.~11.12.	14일	838명	59명
	vol.7 남겨진 장소	2017.11.17.~12.3.	14일	649명	46명
	vol.8 박제풍경	2018.1.19.~2.10.	19일	507명	49명



(단위:명)

□ 2017년 갤러리문 전시 일 평균 관람객 수 10월 전후로 1/2로 감소

월	운영일수	총 관람객 수	일 평균 관람객 수
2017. 5	18일	4689명	261명
2017. 6	14일	1425명	102명
2017. 7	20일	2212명	111명
2017. 8	6일	278명	46명
2017. 9	14일	1700명	121명
2017. 10	2일	119명	60명
2017. 11	22일	1228명	56명
2017. 12	23일	1119명	48명
2018. 1	16일	881명	55명
2018. 2	9일	422명	47명

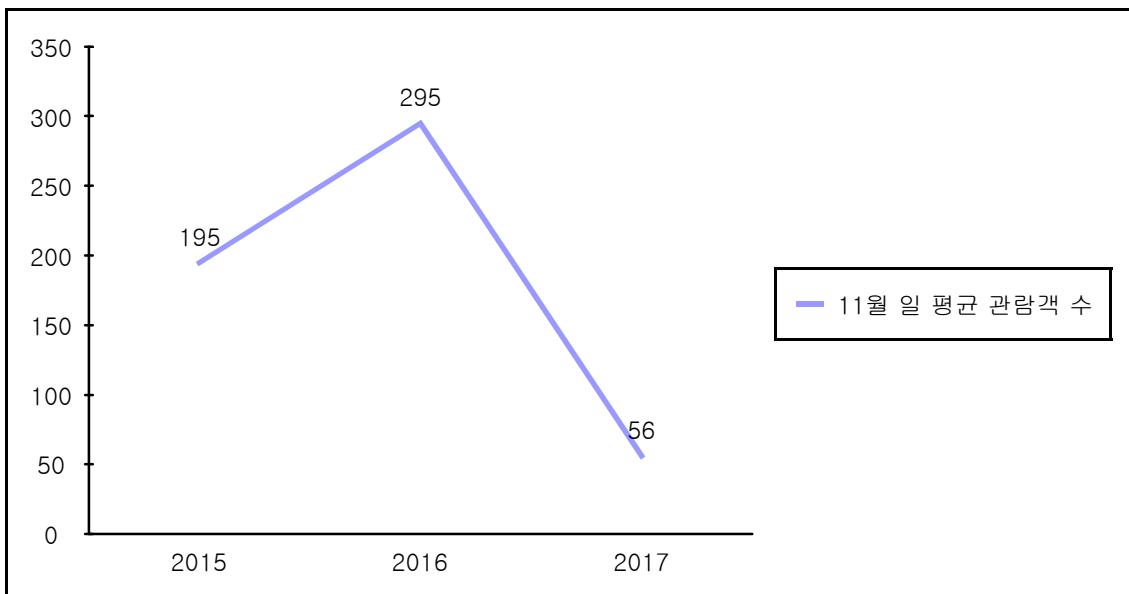


(단위:명)

※2017년 8월 28일 T배너 철거

□ 2015~2017년 모두 전시를 진행한 11월의 각 년도 일 평균 관람객 수 중 2017년 11월 일평균 관람객 수 가장 낮음

월	운영일수	총 관람객 수	일 평균 관람객 수
2015	21일	4096명	195명
2016	6일	1768명	295명
2017	22일	1228명	56명



(단위: 명)

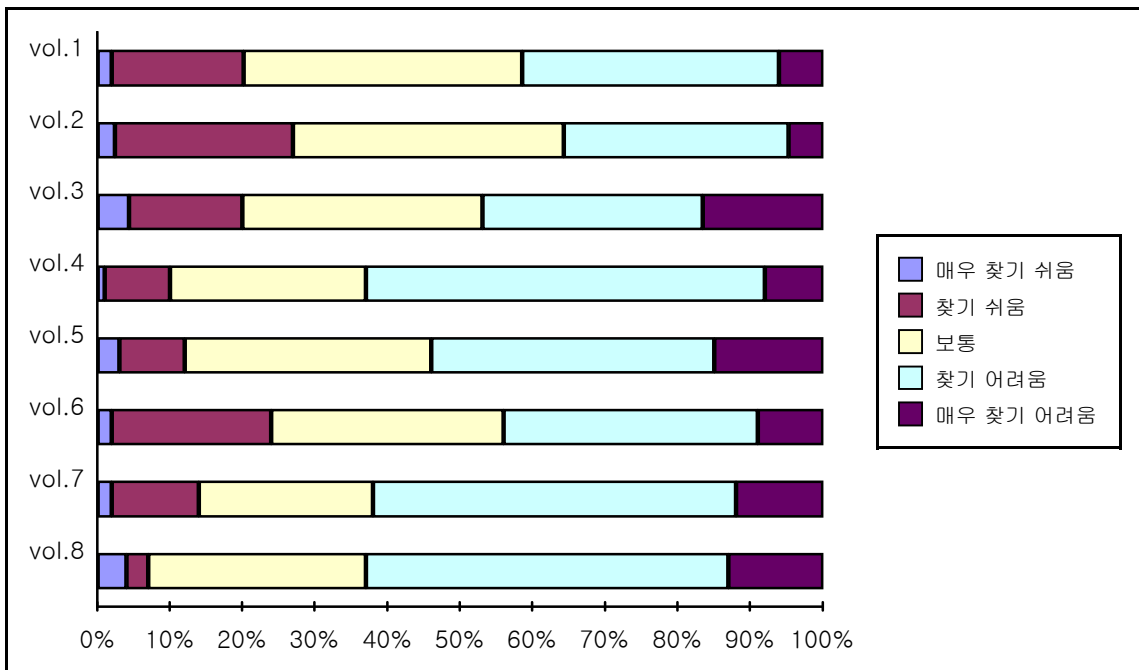
2. 원인 분석

1) 어려운 갤러리문 접근성

(※전시만족도 설문 통계 결과를 바탕으로 조사함.)

▫ 갤러리문 접근성에 대해 '찾기 어려움' 및 '매우 찾기 어려움'에 대하여 평균 57% 응답

질문: 본 전시 공간인 갤러리문의 접근성은 어떤가요?					
전시	응답 내용 및 응답률		전시	응답 내용 및 응답률	
vol.1	매우 찾기 쉬움 2% 찾기 쉬움 18% 보통 38% 찾기 어려움 35% 매우 찾기 어려움 6%	41%	vol.5	매우 찾기 쉬움 3% 찾기 쉬움 9% 보통 34% 찾기 어려움 39% 매우 찾기 어려움 15%	54%
vol.2	매우 찾기 쉬움 3% 찾기 쉬움 31% 보통 47% 찾기 어려움 39% 매우 찾기 어려움 6%	45%	vol.6	매우 찾기 쉬움 2% 찾기 쉬움 22% 보통 32% 찾기 어려움 35% 매우 찾기 어려움 9%	44%
vol.3	매우 찾기 쉬움 5% 찾기 쉬움 18% 보통 38% 찾기 어려움 35% 매우 찾기 어려움 19%	54%	vol.7	매우 찾기 쉬움 2% 찾기 쉬움 12% 보통 24% 찾기 어려움 50% 매우 찾기 어려움 12%	62%
vol.4	매우 찾기 쉬움 1% 찾기 쉬움 9% 보통 27% 찾기 어려움 55% 매우 찾기 어려움 8%	63%	vol.8	매우 찾기 쉬움 4% 찾기 쉬움 3% 보통 30% 찾기 어려움 50% 매우 찾기 어려움 13%	

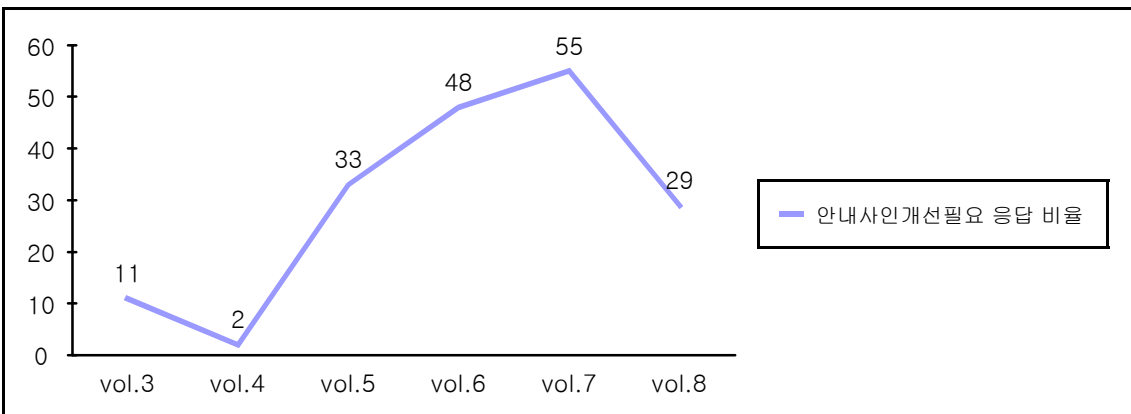


(단위: %)

갤러리문 접근성에 대한 주관식 답변	
위치 안내 사인 개선	-비치 장소 증가 필요 -자세한 안내 필요 -작은 글씨 -찾기 어려움 -ddp 중앙 쪽 안내 부재 -지하철 1번 출구 info에 부착용, 배부용 약도 필요
갤러리문 위치 문제	-ddp 구석에 위치한 갤러리문 -야간에 찾아오기 어두움 -지도를 보고 찾기는 쉬우나 약한 갤러리문 인지도로 인한 어려움 -지하철 1번 출구에서 먼 거리 -메인동선에서 떨어짐 -찾기 어려운 입구
인터넷 홍보 필요	-인터넷을 통한 위치 홍보 필요
기타	-다른 행사 진행으로 인한 복잡 -DDP 자체의 어려운 구조

▫ 2016년 대비 2017년 전시장 위치 안내 사인 개선 필요성에 대한 응답률 증가

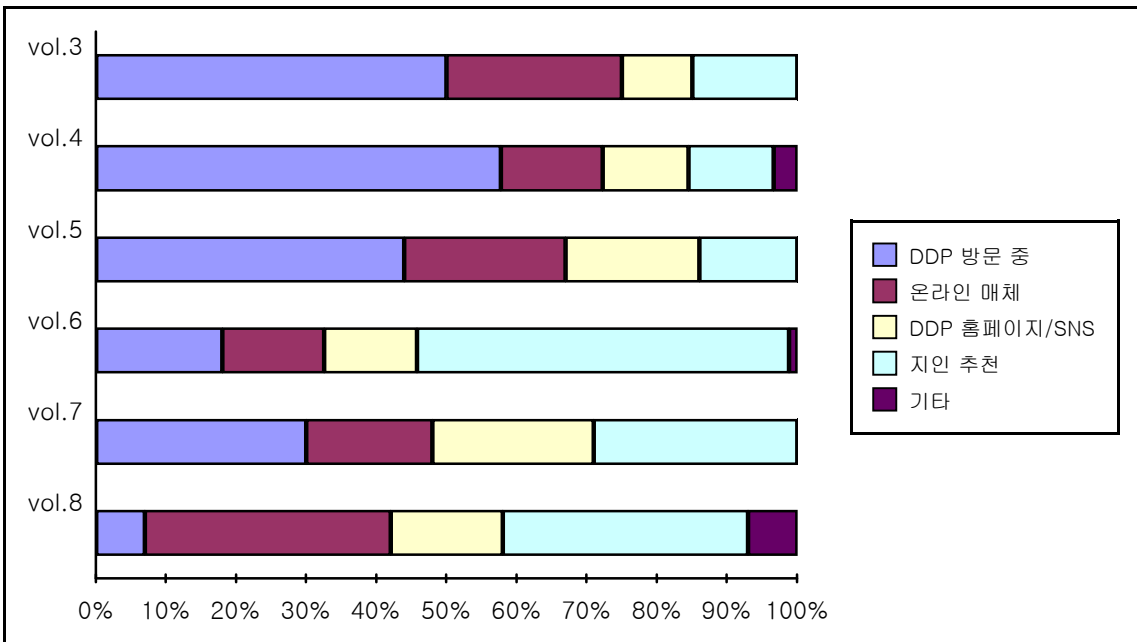
질문: 본 전시의 개선해야할 서비스는 무엇인가요?					
전시	순위	응답내용 및 응답률	전시	순위	응답내용 및 응답률
vol.3	1	전시 관련 프로그램 안내 27%	vol.6	1	전시장 위치 안내 사인 48%
	2	전시물 관리 23%		2	전시 설명 23%
	3	전시 설명 17%		3	전시 공간 연출 12%
	4	전시 공간 연출 16%		4	전시 관련 프로그램 안내 11%
	5	전시 안내 사인 11%		5	기타 4%
	6	기타 6%		6	전시물 관리 2%
vol.4	1	전시설명 46%	vol.7	1	전시장 위치 안내 사인 52%
	2	공간연출 18%		2	전시 관련 프로그램 20%
	3	전시 관련 프로그램 안내 9%		3	전시 공간 연출 13%
	4	전시안내사인 2%		4	전시 관련 프로그램 안내 11%
	5	전시물 관리 1%		5	기타 11%
				6	전시 설명 4%
vol.5	1	전시안내사인 33%	vol.8	1	전시설명 34%
	2	전시설명 25%		2	전시장 위치 안내 사인 29%
	3	전시관련 프로그램 안내 20%		3	전시 공간 연출 18%
	4	공간 연출 15%		4	기타(휴관시간 적은 작품 수 등) 8%
	5	기타 4%		5	전시물 관리 7%
	6	전시물 관리 3%		6	운영 스태프의 안내 4%



(단위: %)

▫ 오픈크레이팅을 알게 된 경로 중 DDP 방문 중에 대한 높은 응답률

질문: 본 전시를 알게 된 경로는 무엇인가요?					
전시	순위	응답내용 및 응답률	전시	순위	응답내용 및 응답률
vol.1	1	DDP 관람 중 21%	vol.5	1	DDP 방문 중 44%
	2	SNS / 홈페이지 19%		2	DDP 홈페이지 및 SNS 23%
	3	지인 추천 18%		3	지인추천 19%
	4	홍보물 (광고/배너) 10%		4	온라인 매체 (인터넷/뉴스) 14%
	5	방송매체 10%		5	기타 0%
vol.2	1	리플렛 44.32%	vol.6	1	지인추천 48%
	2	블랙 원형 배너 32.23%		2	DDP 방문 중 15%
	3	블랙 T자 배너 27.19%		3	온라인 매체 12%
	4	정보미디어 사이니지 18.13%		4	DDP 홈페이지 및 SVS 11%
	5	기타 18.13%		5	기타 1%
vol.3	1	DDP 방문 중 50%	vol.7	1	DDP 방문 중 30%
	2	온라인 매체 (인터넷/뉴스) 25%		2	지인추천 29%
	3	지인추천 15%		3	DDP 홈페이지 및 SNS 23%
	4	DDP 홈페이지 및 SNS 10%		4	온라인 매체 (인터넷 뉴스) 18%
	5	기타 0%		5	기타 0%
vol.4	1	DDP 방문 중 52%	vol.8	1	온라인 매체 (인터넷 뉴스) 35%
	2	지인 추천 21%		2	지인 추천 35%
	3	온라인 매체 (인터넷/뉴스) 13%		3	DDP 홈페이지 및 SNS 16%
	4	DDP 홈페이지 및 SNS 11%		4	DDP 방문 중 7%
	5	기타 3%		5	기타 7%



2) 외부 홍보 매체 활용도 감소

▫ 2015 DDP 오픈크레이팅 보도 관련 방송 1회, 온라인 13회, 지면 잡지 17회

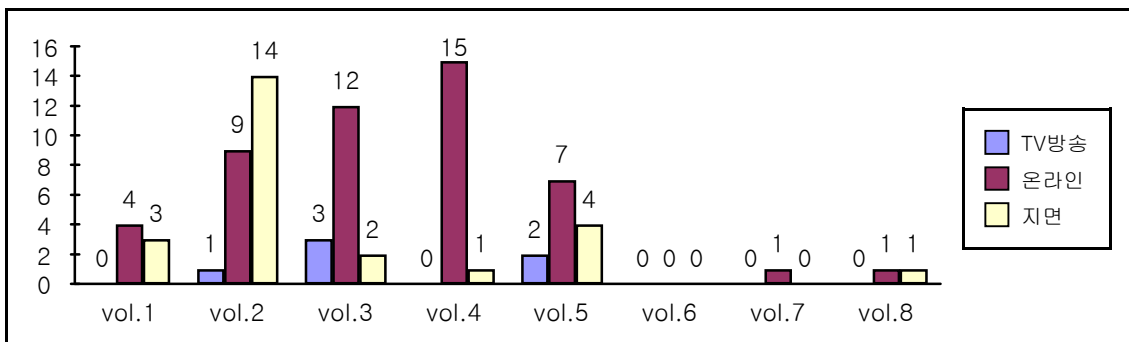
구분	매체	횟수	매체명
vol.1	지면	3	Space, 건축리포트 와이드47, C3 KOREA
	온라인	4	한국토일보, SBS, 한국건설, CNB저널
vol.2	방송	1	SBS
	지면	14	코리아타임즈, 매일경제, 헤럴드경제, 세계일보, 중앙데일리, 코리아헤럴드, 엘르, 더블유, 뮤인, 맘앤앙팡, 인테리어 매거진
	온라인	9	뉴시스, 일간스포츠, 인크루트, 매일경제, 연합뉴스, 파워블로거

▫ 2016 DDP 오픈크레이팅 보도 관련 방송 5회, 온라인 34회, 지면 잡지 7회

구분	매체	횟수	매체명
vol.3	방송	3	KBS, SBS, 서울시청 사내방송
	온라인	15	연합뉴스, 뉴시스, 아시아경제, 이데일리, 서울뉴스통신, 서울타임스, 불교공뉴스, 인터뷰365, 요트피아, 뉴시스, 일요서울
	지면	2	국민일보
vol.4	온라인	12	문화저널21, 서울문화투데이, 포커스뉴스, 경제풍월, 디자인정글, 스포츠투데이, 시크뉴스, 브릿지경제, 메트로, CNB저널, 문화뉴스, 내일신문
	지면	1	월간 인테리어
vol.5	방송	2	The ICON TV, KBS 문화광장
	온라인	7	경제풍월, 포커스뉴스, 서울경제 (외 9건), 브릿지경제, 의협신문, 라펜트, 연합뉴스
	지면	4	중앙일보, 중앙SUNDAY, 월간디자인, ELLE2015

▫ 2017 DDP 오픈크레이팅 보도 관련 방송 0회, 온라인 2회, 지면 잡지 1회



구분	매체	횟수	매체명
vol.6	방송,온라인,지면	0회	
vol.7	방송	0회	
	온라인	1회	정책브리핑
	지면	0회	
vol.8	방송	0회	
	온라인	1회	환경과 조경
	지면	1회	환경과 조경






(단위:회)

3) 이벤트 및 프로모션 감소

▫ 2015 DDP 오픈크레이팅 프로모션

전시	이벤트			
	구분	내용	진행기간	관련 사진
vol.1	-	-	-	-
vol.2	DDP 페이스북 이벤트	관람객 대상 요리에센스 연두 세트 선착순 100개 증정	2015.11.7.~11.19.	
		관람객 대상 이따라 커피쿠폰 200매 증정	2015.11.20.~11.29.	

▫ 2016 DDP 오픈크레이팅 프로모션

전시	이벤트			
	구분	내용	진행기간	관련 사진
vol.3	-	-	-	-
vol.4	-	-	-	-
vol.5	SNS 이벤트	리그램 관람객에게 sysdesign 핸드메이드 발매트 선착순 30명 증정	2016.09.30.~10.07	
		맘에 드는 작가의 방을 찍어 개인 3개의 해시태그와 함께 개인 sns 게시하면 상품 증정	2016.10.11.~10.13..	
		전시장 내 거실 공간 사진 및 동영상 게시 관람객에게 추천을 통한 sysdesign 소파 증정	2016.10.09.~11.06.	

3. 문제점

- 1) 갤러리문의 외진 위치
- 2) DDP 중앙에서 안내 및 유도하는 홍보물 및 안내물 부재
- 3) '밤에 여는 미술관' 컨셉이지만 어두울 때 보이지 않는 유도사인볼
- 4) 외부 홍보 매체 활용 저조

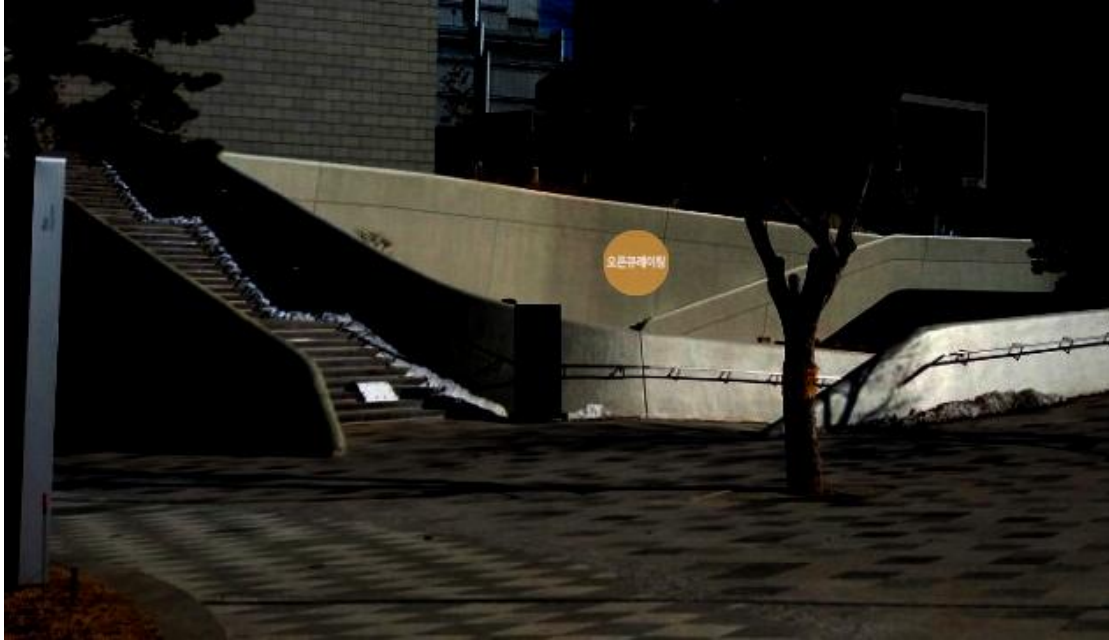
4. 개선 방안

1) 프로젝션 조명 사용

- 목적: 건물 외벽 손상 없이 밤에도 잘 보이는 홍보
- 예산: 개당 850,000원~2,000,000원 (※견적서 별도 첨부.1)
- 제품사양 (첨부 1. 참조)
- 사용예시



- 갤러리문 홍보 적용 시안
- 갤러리문 외벽 혹은 팔거리 바닥에 설치



2) 갤러리문 유리벽 부착 네온사인

- 목적: 야간 홍보
- 예상소요예산: 약 800,000~1,000,000원 (크기 50x60(cm)기준 250,000원~400,000원)
※ 디자인비 고려하면 예산 더 소요될 것으로 예상
- 예시

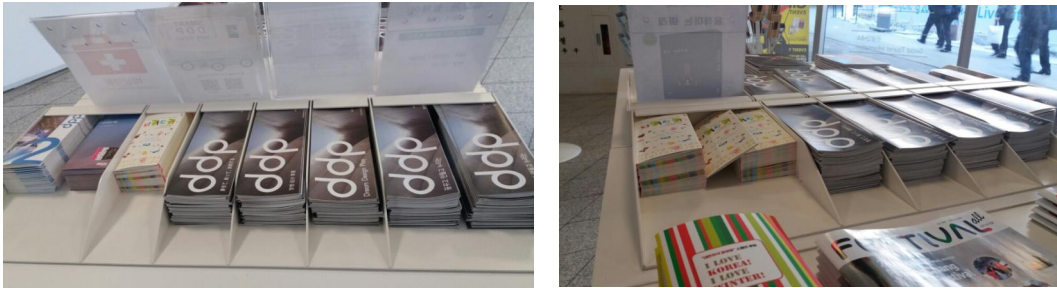


3) 야광시트를 이용한 유도사인볼 제작

- 목적: 팔거리에서 갤러리문까지 동선 유도 및 야간 홍보

4) 동대문역사문화공원역 1번 출구 앞 인포에 전시 리플렛 비치

- 목적: DDP 중앙부에서 홍보
- 유의사항: 재단 간행물 규정에 맞추어 제작



5) 신문, SNS 등 온·오프라인 홍보매체 활용

6) 미디어배너 및 홈페이지 홍보물 제작 시 갤러리문 위치 안내 그래픽 삽입

※ 첨부 1. 프로젝션 조명 제품 사양

제품소개

경관조명기구

QL-로고빛 경관조명기구란 ?

주문 제작한 이미지 글라스에 빛을 투사하여, 벽면이나 바닥 천장등 다양한 장소에 고객이 원하는 이미지와 텍스트를 투영하는 신개념 LED 홍보 영상 장치입니다. 로고, 상호, 이벤트 문구, 안내문, 경고문 등 맞춤형 디자인으로 홍보효과를 극대화 하는 장점을 가진 특수 광고장치입니다.

QL-로고빛 실내용



QL-로고빛 실외용



QL-로고빛 회전용



QL-로고빛 실내용	
로고젝터 10W	
광원	미국 CREE社 10W LED
조도	약 1,000 lm
입력전원	100~240V
소비전력/전력량	10W/2.4kwh(8시간기준)
재질	본체 : 알루미늄, 렌즈 : 유리
QL-로고빛 20W	
광원	미국 CREE社 20W LED
조도	약 1,200 lm
입력전원	100~240V
소비전력/전력량	15W/5kwh(8시간기준)
재질	본체 : 알루미늄, 렌즈 : 유리

QL-로고빛 실외용		
QL-로고빛 30W		
광원	미국 CREE社 30W LED	
조도	약 2,500 lm	
입력전원	100~240V	
소비전력/전력량	30W/7.2kwh(8시간기준)	
재질	본체 : 알루미늄, 렌즈 : 유리	
QL-로고빛 60W		
광원	미국 CREE社 60W LED	
조도	약 4,800 lm	
입력전원	100~240V	
소비전력/전력량	160W/14.4kwh(8시간기준)	
재질	본체 : 알루미늄, 렌즈 : 유리	
QL-로고빛 80W		
광원	미국 CREE社 80W LED	
조도	약 5,600 lm	
입력전원	100~240V	
소비전력/전력량	80W/19.2kwh(8시간기준)	
재질	본체 : 알루미늄, 렌즈 : 유리	
QL-로고빛 100W		
광원	미국 CREE社 100W LED	
조도	약 7,000 lm	
입력전원	100~240V	
소비전력/전력량	100W/2.4kwh(8시간기준)	
재질	본체 : 알루미늄, 렌즈 : 유리	
QL-로고빛 200W		
광원	미국 CREE社 200W LED	
조도	약 18,700 lm	
입력전원	100~240V	
소비전력/전력량	180W/68kwh(8시간기준)	
재질	본체 : 알루미늄, 렌즈 : 유리	

QL-로고빛 회전용		
QL-로고빛 40W		
광원	미국 CREE社 40W LED	
조도	약 4,000 lm	
입력전원	100~240V	
소비전력/전력량	40W/9.6kwh(8시간기준)	
재질	본체 : 알루미늄, 렌즈 : 유리	
QL-로고빛 80W		
광원	미국 CREE社 80W LED	
조도	약 5,600 lm	
입력전원	100~240V	
소비전력/전력량	80W/19.2kwh(8시간기준)	
재질	본체 : 알루미늄, 렌즈 : 유리	
QL-로고빛 100W		
광원	미국 CREE社 100W LED	
조도	약 7,000 lm	
입력전원	100~240V	
소비전력/전력량	100W/2.4kwh(8시간기준)	
재질	본체 : 알루미늄, 렌즈 : 유리	