


## 서울디자인재단 · 간송미술문화재단 공동전시 1차 성과공유 및 2차 발전방향

구분		서울디자인재단	간송미술문화재단
1차	주요성과	<ul style="list-style-type: none"> <li>- DDP 개관(2014.3.21.) 이슈 “DDP (동대문디자인플라자) 여는 날, 은둔하던 간송의 문도 열린다” (조선일보, 2014.3.19.)</li> <li>- 간송문화전 1,2부(2014.3.21.~9.28.) _간송미술관 소장 국보·보물 총출동 : 관람객 23만명, 유료관람객 비율 96%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 간송미술문화재단 소장의 국보 및 보물 등 우수한 유물의 대중 전시를 통한 우리문화에 대한 자긍심 고취</li> <li>- 동대문디자인프라자가 서울을 대표하는 전시·문화 공간으로써 정착에 기여</li> </ul>
	미비점	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존의 간송미술관 지지층에게는 콘텐츠와 전시공간의 지속적인 매력 전달에 실패</li> <li>- 기존 관람객·팬층 유지 및 관람유도 미비</li> <li>- DDP 방문객에게는 전통적인 박물관 유물 전시라는 인식과 더불어 공간과 콘텐츠의 이질감 극복에 한계점을 가짐</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전시인지도 부족 등으로 인하여 지속적인 대규모 관객유치 미흡</li> </ul>
2차	발전방향	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 디자인으로 간송을 재해석하고 확장</li> <li>- 간송 소장품의 콘텐츠화 : 디자인상품의 개발, 디지털화 등 새로운 영역으로 확장</li> <li>- 교육 콘텐츠화 : 서적 발간, 프로그램 개발·운영</li> <li>- 20~30대 젊은층 및 학생과 학부모 계층의 새로운 팬덤 형성 : Young 간송</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 간송미술문화재단 소장 유물을 기반으로 한 다양한 우리 문화재들과 이를 기반으로 한 디자인 융합을 통해 전시의 질적 성장 도모</li> <li>- 지속적인 해외 관광객 전시장 유입을 통한 한국 문화의 세계화 추구</li> </ul>

서울디자인재단과 간송미술문화재단은 위와 같이 1차 공동전시(2014.3.21.~2017.3.21.)의 성과를 공유하고 미비점을 보완하여 2차 공동전시(2017.3.22.~2019.3.21.)의 성공과 발전을 위해 공동의 노력을 할 것을 합의합니다.

2017년 2월 1일

(재)서울디자인재단  
대표이사 이 근



(재)간송미술문화재단  
사무국장 전 인 건

