

전시 기획서 작성

김혜련

▶ 무형의 아이টে을 유형이 전시물로!

→ 아이টে을 분석과 콘텐츠 확보가 전체 전시설계의 기초가 된다.

▶ 교육-학습 기능이 가장 중요!

→ 흥보나 엔터테인먼트보다는 교육-학습이 우선시된다.

▶ 체험의 중요성이 높아지는 추세

→ 효과적인 정보전달과 학습을 위한 체험 중심 전시

사업 개요 확정



전시관의 위상 설정



전시 컨셉 및 방향 설정

사업 목적 및 규모 검토

타깃 확정 및 분석

사이트 확정 및 분석

유사시설 사례 분석

전시관의 기능 및 위상 설정

컨셉 설정

주제와 스토리 전개 구성

공간 구성의 방향 설정

무엇을 왜 만드느냐를 결정하는 과정이다!

- WHY

- WHAT

- 사업 목적은?
- 사업 시행을 위한 조건은?
- 사업을 주도해 나갈 주체는?

국립해양박물관

1. 개요 및 분석

1.1 사업개요 및 목적

Korea National Maritime Museum BTL

1.1.1 사업개요

위치 : 부산광역시 영도구 동삼동 1125번지
 규모 : 부지면적 45,444㎡, 연면적 23,140㎡
 사업비 : 1,028억원
 착공예정일 : 2009년 7월 1일
 공사기간 : 36개월 미만(시험운영기간 포함)

“ 지구가 간직한 우주공간
 그곳에서 희망을 봅니다 ”

1.1.2 목적 및 기대효과

랜드
마크

국가적 차원의 랜드마크로 해양문화와 관광활성화의 핵심기능 수행

발굴
보존

해양산업이 이룩한 세계적 업적을 국내에 알리고 과거 해양산업의 유산을 발굴 보존

연구

사라져 가는 해양유산을 보존하며 국내외 해양문화 및 유산을 연구하는 중심적 기능 수행

해양
문화
교류

해양에 대한 이해와 해양문화를 교류할 수 있는 문화 공간



Why

★ 사업조성의 배경

“엔화 및 달러화 강세로
일본과 동남아시아 지역 관광객 급증!!”



Strength

Weakness

“명동, 소공동 일대에 비해
관광객 집객 효과가 다소 떨어짐”



일본 및 동남아 관광객을
위한 관광명소 개발

한류 및 스타를 활용한
구매욕구 활성화

잠실 롯데백화점·면세점 등의
일본관광객 적극 유치



“한류스타거리” 개발



What

★ 개발방안

관광과 쇼핑이 한 곳에서 가능한 **원스톱 관광명소** 개발 !

한류스타들을 적극 활용한 국내 최초의 **대형 개발사업** !

일대(잠실 롯데월드)의 **분위기 상승과 화제거리 창출**



관광객 집객 효과를 높여 **“국내경제 활성화(매출상승효과)”**를

기대

한류를
느끼고 싶다면
롯데월드
스타에비뉴로!



대상을 결정하고 눈높이를 결정하는 과정이다!

- ANALYSIS

- 사업 목적에 가장 적합한 대상은? → 메인타깃
- 부수적인 대상은? → 서브타깃
- 눈높이의 기준이 되는 대상의 특성은?

전시기획서 - 분석 : 타깃확정

국립해양박물관

1.1 개요 및 분석

1.2 관람객 분석 및 타깃

Korea National Maritime Museum BTL

국내 위치한 국립박물관을 중심으로 타깃 분석

- 국립박물관의 위상에 따라 관람타깃을 청소년 이상으로 설정
- 전국의 청소년 분포도
전국 1,222만명
경남지역 72만명
- 상대적으로 해양문화에 관심이 있는 관심인과 관람 유도가 가능한 잠재 관람객으로 설정
- 전국지역 청소년 인구(9세 ~ 24세)

구분	전국	경남	비중
인원	1,222만명	72만명	6.4%

*문광부/청소년 백서 2005, 경남통계자료 2005

상설전시 _ 청소년을 메인 타깃으로 설정



전국의 어린이박물관을 중심으로 타깃 분석

- 전국의 어린이박물관 이용실태를 조사하여 관람타깃으로 설정
- 국립중앙박물관 어린이박물관의 관람객 비율 / 전국 박물관 관람객 현황



- 현재 국립중앙박물관의 경우 어린이박물관 관람객의 주 이용객은 단체 중심의 마취하 어린이인데 전사들의 나이도는 초등학교 이상이라 문제점 제기
- 어린이박물관 관람 적성층 연구 결과 및 설문조사
초등학교 저학년 70% / 초등학교 고학년 27.5%

※〈어린이박물관 전시실 개편방안 연구〉 2007. 12. 국립중앙박물관 참조

어린이박물관 _ 미취학 어린이, 초등학교 저학년을 메인 타깃으로 설정



Analysis

★ 관광객(소비자) 분석

1. 관광시장현황

- 엔화 및 달러화 강세로 지난해 말부터 현재까지 일본 및 동남아 관광객이 급증

일본 관광객 한달간 (2008.11) 23만명 입국(13% 증가)

동남 관광객 1.2만명 입국(30% 증가)

- 그에 따른 매출 증가

롯데백화점 (본점) 구매건수 35.1% 증가, 구매금액 43.8% 증가

따라서 롯데백화점(본점)에서는 일본어 가이드, 안내데스크 등 일본인관광객을 타겟으로 쇼핑 편의를 제공하고 있음



2. 관광컨텐츠

- 2000년 초부터 불기 시작한 한류열풍으로 드라마컨텐츠와 관련한 일본, 동남아 관광객이 증가

- 드라마 대장금의 촬영지 '양주대장금테마파크'는 드라마열풍이 식었음에도 불구하고 스테디 관광코스로 정착됨

- 한류로 인한 관광객 증가추세는 잠시 주춤했다가 MBC드라마 '태왕사신기'로 다시 증가

이는 앞으로도 드라마 및 스타와 관련된 이슈거리에 따라 지속적으로 관광객 증가를 불러 일으킬 전망 <참조 표-1>



3. 관광객 분석

- 한국을 찾는 전체 관광객 중 일본관광객은 33.2%를 차지함

- 그 중에서 여성의 비율은 60~70%이고, 그 중에서 20~30대가 주류를 이룸

- 이들이 원하는 것은 명품쇼핑과 한류스타들과 연관있는 관광명소 등



Analysis

4. 일본 소비경향분석

매니아 성향

하나의 콘텐츠에 빠지면
패인이 되듯이 몰두
'오타쿠'라 불리는 이들은
현류 열풍과 관련하여
새로운 상품을 원하고 있음

컬렉터 성향

일본인들은 관심있는 분야에
대하여 비용이나 방법을
가리지 않고
자료나 물건들을 수집하는
경향이 있음

코스프레 성향

일본인들은 동경하는 스타와
연관되어 있는 헤어스타일, 의상,
소품 등을 그대로 따라해보는
취미를 가지고 있음

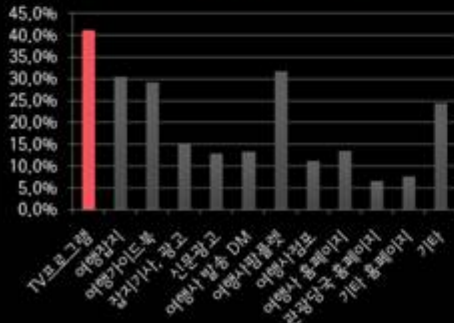


5. 관광지 지각변동

- 국내 관광지 중 롯데월드가 지난 5년간 인지도 및 방문횟수에서 1위를 차지하였으나
최근에는 명동과 소공동 일대로 관광객을 빼앗기는 위기감이 고조 되고 있음



★ 표-1. 현문 여행관광객에 여행 정보 수집원 조사
자료: 여행관광연구소, 2007.6



★ 표-2. 전국 관광지 인지도 및 지역별 관심도
자료: 한국관광공사, 2007

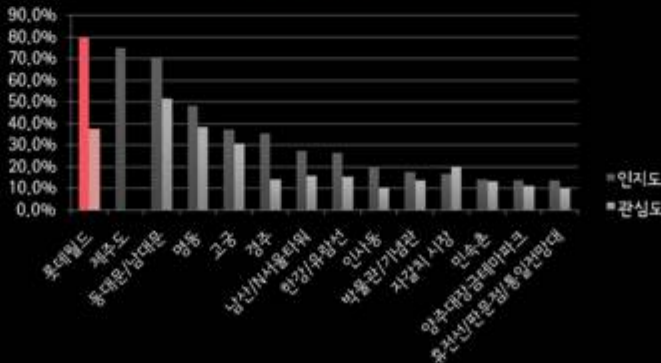
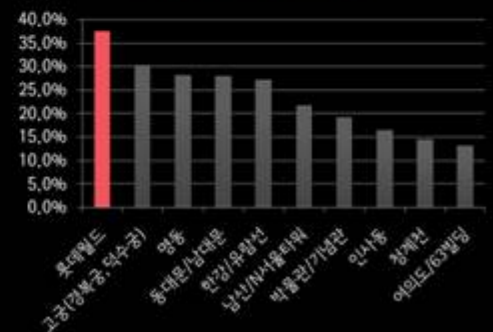


표-3. 해군 및연군 여행관광 행선지별
자료: 한국관광공사, 2007



위치와 영향력을 결정하는 과정이다!

- ANALYSIS

- **사업 목적에 맞는 장소인가?**
- **메인타겟의 접근성은 좋은가?**
- **주변시설 및 환경이 시너지 효과를 낼 수 있는가?**

4-3-2. 사이트의 기능

● 경계역 파급 효과 창출

신성장 동력으로서의 해양 연구 및 관련 산업 진흥과 해양 레저·관광 활성화로써 기존 지역 경제 기반 산업(농·임·수산업, 관광 사업 등)과의 시너지 효과 및 고용 창출을 도모

● 미래형 도시 성장 모델 제시

천연 에너지를 포함해 천혜의 자연적 특성을 이용한 해양 관련 산업과 유구한 문화적 전통을 활용한 도시 성장 전략 극대화로 세계적인 친환경 도시로 발돋움할 계기를 마련

● 해양 기반 문화 콘텐츠 개발

사이트 내의 해양 과학 연구시설과 전시 문화 공간을 활용하여 해양에 대한 이해를 심화시키고, 다양한 전시 및 문화제와 이벤트 등을 제안함으로써 '동해안'이라는 자연적 지형을 문화적으로 승화시키는 바탕 구축

● 울진 지역 인지도 제고

해양 연구의 메카, 역동적 해양 문화의 새로운 진앙지로서 울진의 가치를 부각시키며, 친환경적인 바이오 산업과 유구한 전통, 다양한 토속 축제가 어우러진 세련화된 문화 발신지로서 새롭게 울진을 브랜딩하는 매개자 역할

Analysis

★ 지리적 분석



롯데월드

- 국내 가장 인지도 높은 관광지임
- 롯데백화점, 면세점, 쇼핑아케이드의 풍부한 스펙트럼
- 어드벤처, 머직 아일랜드 등 성공적인 어뮤즈먼트 파크
- 사투데 및 키자니아(예정) 등의 문화공간 위치



제2롯데월드

- 최근의 건설 허가로 국내의 관심 집중
- 112층의 초고층 전설로 서울의 새로운 랜드마크 역할 기대
- 현재의 인지도와 소구력을 기반으로 보다 강력한 불인력 예상



롯데월드 지하1층 매장 부도 일부

- 현재 무동인구가 거의 없는 비활성 거리임
- 인접되어 있는 상점들로 소구부
- (유세한 상점들로 구성되어 있음 (4개 점포, 1개 광고, 사무공간 구성)



어뮤즈먼트파크(롯데월드)와 쇼핑시설 (백화점/면세점)을 연계한 강력한 마케팅 시설

최고의 한류관광명소가 될 수 있도록 공격적인 브랜딩 전략 수립

한류스타거리가 명소화된 후 제2롯데월드 개발시 활성화된 브랜딩 명소로 확대 가능성 검토 (내국인 포함)

현재의 비활성공간엔 지하공간임을 감안하여 관광객 흡업을 위한 외부홍보시설 필수

★ 개발전략

차별화 요소를 도출하는 과정이다!

- ANALYSIS

- 유사시설에서 적용 가능한 요소는?
- 유사시설과의 차별성은?
- 컨셉 도출을 위한 기준점은?

국립해양박물관

1절 개요 및 분석

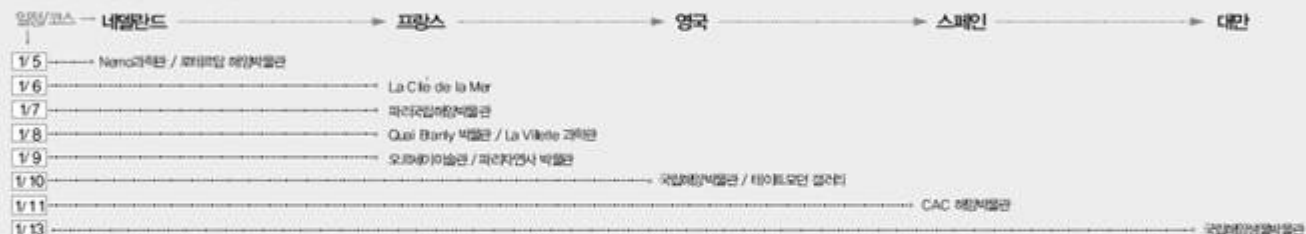
1.3 벤치마킹해외 사례 분석

Korea National Maritime Museum BTL

※ 선진국 유럽의 박물관을 중심으로 벤치 마킹

- 그동안 박물관의 중심 벤치마킹 대상이 일본과 미국 중심이었다면 이번 프로젝트에서는 선형적인 해양국가 많은 유럽을 중심으로 벤치마킹 실시
- 좋은 사례를 적극 적용하여 현충 발원인 국립해양박물관의 모델 제시

※ 유럽 벤치마킹 경로 (9차 9일)



네덜란드 Maritime Museum of Rotterdam



※ 특징

- 다양한 매체를 이용한 첨단 전시방법
- 위대본보다 해양국가 네덜란드 홍보
- 해안을 주제로 한 어린이박물관 구성

※ 적용

- 다양한 매체 적용
- 어린이박물관의 공간연출 방법 적용

프랑스 La Cité de La Mer



※ 특징

- 상해를 탐험하려는 인간의 모험심이 테마
- 프랑스인이 만든 해양주제를 활용하여 전시
- 전시관 장수형, 편지시설 등으로 구성

※ 적용

- 상해에 대한 호기심과 상상력 적용
- 아이러니움과 타이틀 적용

영국 Tate Modern Gallery



※ 특징

- 옛 발전소 공간을 미술관으로 전격 개조
- 홀 공간을 현대적으로 해석하여 에스칼라테리를 설치한 백화점식 관람구조

※ 적용

- 그래픽 이미지 및 적용
- 에스칼라테리를 이용한 전시 관람 구조

대만 국립해양생물박물관



※ 특징

- 사회적 유치원 운오프라인 운영 활성
- 해양생물 위주로 구성된 아이러니움과 입체 영상으로 구성된 가상수족관으로 구성

※ 적용

- 가상 수족관 적용
- 실제 생물과 가상생물의 적절한 적용 적안

전시관의 내용-형식을 결정하는 과정이다!

- HOW

컨셉이란?

- 전시관 전체를 관통하는 하나의 '의미'다.
- 전시관에 차별화된 개성을 부여하는 내용-형식이다.
- 기획 단계에서는 형이상학적 키워드로 표현된다.

- 전달할 메시지는?
- 구현될 전시의 윤곽은?
- 이것을 함축적으로 담고 있는 키워드를 찾아라!

OCEAN SPACE

바다는 무한의 상상으로 한계를 도전하며 확장되는 우주이자
우리가 만들고 개척해야 할 새로운 세계입니다.

지구가 간직한 우주공간 바다가 간직한 또 다른 세계

인간의 시선이 하늘로만, 무한의 우주로만 뻗어가던 시절 처음으로 우주에 간 비행사들은
지구만이 푸른색을 지닌 행성(The Blue Planet)이라 했습니다.

인간이 우주로 관심을 갖은 이유는 바로 자원입니다. 우주 빛만 킬로미터를 올라가기보다
바다 속 몇 백 미터를 내려가기 더 어려운 현실입니다.

인간이 눈을 돌려야 할 다음 비개척지는 "무한공간 저 너머" 가 아니라 바로 "푸른 바다" 아래입니다.
"푸른 바다" 아래 우리가 만들고 찾아야 할 지구상의 우주가 있습니다.

How

★ Concept

'스타에비뉴'의 전제조건

스타성

한류 스타들의
화려한 콘텐츠 공간

전문성

대중문화 콘텐츠가
살아 숨쉬는 공간

흡인력

소비자들의 관심과
발길을 끄는 공간

확장성

시설 및 콘텐츠의
업그레이드가 용이하고
확장 가능한 공간



한류의 원류가 될 프레스티지(Prestige) 공간연
출!

다양한 볼거리 & 체험거리와 지속적인 업그레이드!

새롭고 신선한 한류 브랜드 창조!



전시관의 내용 전개를 구성하는 과정이다!

주제란? • 전시내용을 통해 제시하고자 하는 메시지다.

스토리라인이란? • 주제의 공간적 전개를 말한다

- 사업목적을 다시 한 번 되새김질하라!
- 눈높이의 기준인 메인타깃의 특성은?
- 컨셉을 내용적으로 설명할 수 있는 주제
- 효과적인 내러티브를 위한 배열 순서를 고려하라!

지구가 담은 일곱번째 대륙, 바다

인류 문명을 이어 온 길,
상상 그 너머의 푸른 생명공간,
지구가 품은 일곱번째 대륙, 바다입니다.

푸른 바다를 오르듯 바리바실(상업전시D)의 전시 공간으로 이동하면 과거의 옛 선박과 유려의 역사가 7만km² 푸른 고속도로를 타고 과거에서 현재로 향해가고 마침내 푸른 바다의 심장에 도착, 인간의 손길이 아직 닿지 않는 5000m 심해 속으로 잠수정을 타고 이동합니다. 햇살조차 미치지 않는 심해 공간 속에서 관찰되는 지상의 빛처럼 뿜어내는 다양한 형태의 생명체와 자원을 비롯해 미래 바다를 향한 인간의 끊임 없는 도전의 시작 체험합니다.



STORY 1

까마득한 서울의 새벽 하늘,

하늘에 화려한 流星雨(meteoric shower)가 내린다.

대부분의 유성들은 지구대기권에서 타버려

그 흔적이 사라져 버렸지만

그 중 가장 아름다운 운석(별뚥별) 하나가

패션과 문화의 중심지 소공동 1번지에 불시착한다.

STORY 2

소공동 1번지에 떨어진 운석은
화려하고 우아한 빛을 발하면서
주변을 변화시킨다.
점점 따뜻한 기운으로 감싸여진 운석에서
비밀스럽게 스타들이 등장한다.



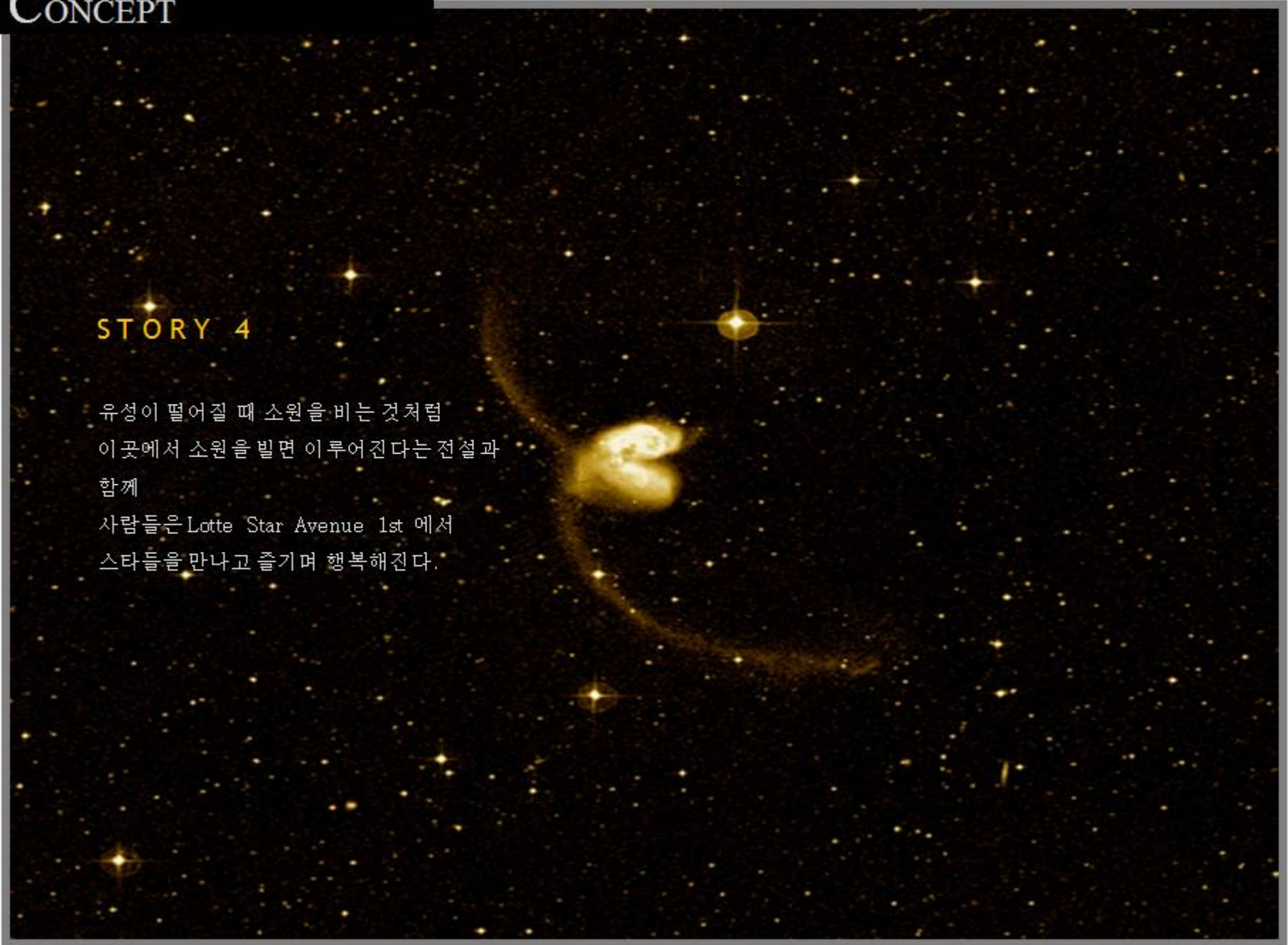
STORY 3

스타들은 지구인들과 패션과 문화교류를 통
해
다양한 모습으로 사람들과의 대화를 시도한
다.
또한 만남의 기쁨과 추억을 위해 그들의 흔적
을
이곳에 남긴다.



STORY 4

유성이 떨어질 때 소원을 비는 것처럼
이곳에서 소원을 빌면 이루어진다는 전설과
함께
사람들은 Lotte Star Avenue 1st 에서
스타들을 만나고 즐기며 행복해진다.



Story Telling Space

하나의 이야기를 통해 다양한 컨셉을 이끌어내며 새로운 공간을 창출할 수 있는 소스가 된다.
 롯데 스타에비뉴는 이야기를 통해 사람들 사이에 신화를 창조해가는 스토리텔러로서
 다양한 미디어를 활용하여 많은 이야기들을 끄집어 낼 수 있다.
 특히 현재진행형적 연출 시제로 보다 극적인 효과를 표현한다.

Interactive Space

쌍방향적 소통을 통해 스타와의 재미있는 만남과 추억을 교류한다.
 또한 고객과 보다 가까이 하고자 하는 롯데의 기업 마인드를 구축한다



"Real G" 그린 도쿄 건담 프로젝트

애니메이션 "건담" 생일 30주년 기념 프로젝트
 - 장소: 일본 도쿄 오다이바
 - 크기: 60미터 (1.8m)
 - 무게: 35톤



전시관의 형식 전개를 구성하는 과정이다!

- 컨셉에 부합하는 공간의 분위기와 형태
- 스토리라인에 부합하는 공간 구획과 동선
- 운영의 효율성, 관람객의 편의성을 높이는 공간 구성

국립해양박물관

3월 전시기본계획

3.3 공간계획

Korea National Maritime Museum BTL

3.3.1 공간개념

마리타임 (상설전시 I) 해양역사, 해양인물, 해양영토, 해양신박, 해양산업	오션너그래피 (상설전시II) 해양생물, 해양과학, 해양문화, 해양체험	어린이박물관 바다가 가진 무한한 가치
 <p>일곱번째 대륙을 향한 수평과 수직적 확장</p> <ul style="list-style-type: none"> · 유물전시와 다른 공간 확장을 고려 가능성이 있는 공간계획 · 통합전시 개념으로 공간이유인 전개 	 <p>빛이 닿지 않는 세계, 심연의 빛을 찾아</p> <ul style="list-style-type: none"> · 교육공간, 심원공간으로 변화시킬 수 있게 계획 · 무한한 가능성을 지닌 여러 자연을 빛으로 상징화 	 <p>오브젝트 개념의 전시공간 (바다, 숨겨진 세상에서 가치를 찾다)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 어린이의 심리와 특성을 고려 대한 전시물을 오브젝트화 하여 전시 공간 구성 · 육지와 바다에서 숨겨진 가치 찾기

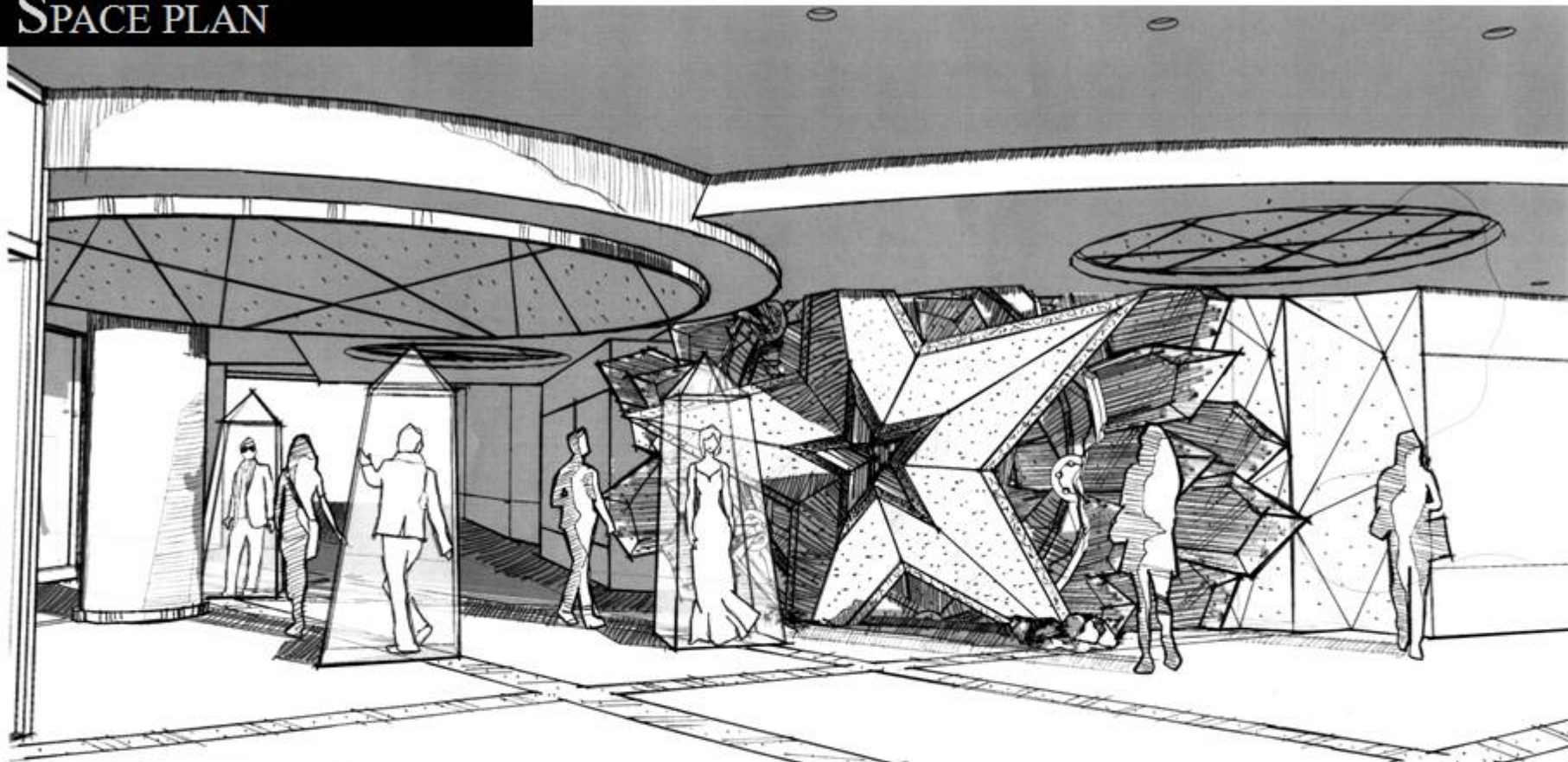


마리타임 (상설전시 I)
7년의 무한 고층도로

오션너그래피 (상설전시II)
수심 55m 약속의 항

SPACE PLAN

Lotte Star Avenue 1st



Zoning Plan

★ Floor Plan

1081.00㎡
327.0평

