

소속·공공기관
업무보고

2019년도
주요 업무 현황

2019. 05. 28.

국립중앙박물관

[목 차]

I . 일반현황	1
II . 기관 운영방향	4
III . 주요업무 추진현황	6

I . 일반현황

1 연혁 · 임무

□ 연 혁

- 1945. 12. 「국립박물관」 개관
- 1954. 1. 남산 분관으로 이전 개관
- 1955. 6. 덕수궁 석조전으로 이전 개관
- 1972. 7. 「국립중앙박물관」으로 명칭 변경
- 1972. 8. 경복궁(현 국립민속박물관 건물)으로 이전 개관
- 1986. 8. 옛 중앙청을 개보수하여 이전 개관
- 1996. 12. 박물관 사회교육관(옛 후생관)을 증개축하여 이전 개관
- 2005. 10. 용산의 현 박물관으로 이전 개관

□ 임 무

- 고고학·미술사학·역사학 등의 분야의 문화재와 자료를 수집·보존 및 전시하며, 이에 관한 연구·조사·교육·홍보·교류 등을 관장

□ 시 설

- 부지: 295,551㎡(89,400평) / 연면적: 138,156㎡(41,790평)
- 구성: 지하 1층, 지상 6층
 - 6개 상설전시관, 기획전시실, 극장, 강당, 도서관, 식당 등

□ 소 장 품

- 국보 93건, 보물 221건 등 소장품 173만점(중앙 41만점) 전시 및 관리

2 조직 및 정원

□ 조직: 3실·단 (14과·부), 1담당관, 13소속박물관



□ 정원: 587명 / 현원: 546명

	계	정무직	고공단	4급 이상	5급	6급 이하	연구관	연구사	관리운영직군	전문경력관
정원	587	1	7	6	34	306	55	145	18	15
현원	546	1	6	7	29	287	56	123	23	14

【 세 입 】

(단위 : 백만원)

구 분	2018년(A)	2019년(B)	증△감 (B-A)	
				%
합 계	1,826	1,845	19	1.0
○ 시설대관료 등	328	468	140	42.6
○ 잡수입	1,498	1,377	△121	△8.1

【 세 출 】

(단위 : 백만원)

구 분	2018년 (A)	2019년 (B)	증△감 (B-A)	
				%
총 계	158,122	174,383	16,261	10.3
<예산 합계>	155,920	171,861	15,941	10.2
○ 국립중앙박물관 운영	34,978	42,553	7,575	21.7
○ 국립지방박물관 운영	50,487	55,834	5,347	10.6
○ 박물관문화재단 지원	2,186	2,156	△30	△1.4
○ 국립익산박물관 건립	11,376	13,891	2,515	22.1
○ 국립춘천박물관 복합문화관 건립	4,566	5,416	850	18.6
○ 국립공주박물관 수장고 건립	4,126	2,000	△2,126	△51.5
○ 국립제주박물관 복합문화관 건립	3,749	4,395	646	17.2
○ 박물관종합정보서비스 구축	2,459	2,265	△194	△7.9
○ 기본경비(인건비 및 기본경비)	41,993	43,351	1,358	3.2
<기금 합계>	2,202	2,522	320	14.5
○ 문화재 국외전시 및 박물관 고객 서비스 강화	2,202	2,522	320	14.5

II. 기관 운영방향

- **관람객 동향** * 2018년 세계 박물관 관람객 순위 15위(아트뉴스페이퍼紙)
 - 중앙박물관과 소속관이 약 4:6의 비중을 보이며 완만한 성장세
 - 내국인은 안정적으로 증가하나, 외국인 비중은 낮은 편(2018년 2.7%)

	2015	2016	2017	2018
중앙 및 소속관	8,411,732명	8,828,809명	9,026,420명	9,151,317명
중앙박물관	3,129,680명	3,396,259명	3,476,606명	3,304,453명
13개 소속	5,282,052명	5,432,550명	5,549,814명	5,846,864명
내국인	8,144,201명	8,472,111명	8,801,448명	8,897,453명
외국인	267,531명 (3.1%)	356,698명 (4.0%)	224,972명 (2.5%)	253,864명 (2.8%)
고객만족도	84.9점	85.8점	86.9점	87.7점

□ 정책환경 분석

· 문화유산 약 173만점 소장	강점	약점	· 관람객 규모 정체 및
· 중앙 및 전국 13개 소속박물관			· 외국인 관람객 비중 저조
· 우수한 전문 인력	S	W	· 식당, 기념품 등 편의 서비스 미흡
· '주52시간' 시대 여가활동 확대	O	T	· 4차 산업혁명 도래와 문화생태계 변화
· 한류로 우리 문화에 대한 관심 고조	기회	위협	· 대중문화, 스포츠 등 여가

□ 추진 전략 (STAR MUSEUM)

S mart	T alented	A ccesible	R efreshing
'똑똑한' 박물관	'유능한' 박물관	'열린' 박물관	'즐거움' 박물관
실감형 콘텐츠 개발 확산	소속관 브랜드화	관람객 접근성 제고	수준높은 전시 기획
첨단기술 활용 서비스 확대	조사·연구 강화	지역사회 연계 협력	전시관 구성 개편
	보존과학기능 강화	관람객 유치 마케팅	체험·교육 확대

박물관 비전

국립박물관 연 관람객 1000만명의 시대를 여는
“따뜻한 친구, 함께하는 박물관”

기본 정책 방향

정책환경 (As-is)

스마트시대 여가문화 변화



Smart

과제 (To be)

디지털 혁신 기술을 활용
 신규 관객층 개발

우수 인력과 소장품 보유



Talented

소속관 브랜드화 및
 연구 역량·보존처리기술 제고

역사 문화 관심 고조



Accesible

박물관의 사회적 역할 확대

고객 수요 다양화



Refreshing

전시 기획, 공간·시설 확충

세부 추진방안

S

똑똑한 박물관

- '국립 디지털 스마트 박물관' 도약 원년
- 문화유산 활용 실감형 디지털 콘텐츠 제작
- 스마트기술 활용 교육 및 관람편의 서비스 혁신

T

유능한 박물관

- 소속관 브랜드화를 통한 지역 문화거점 역할
- 소장자료 관리 및 조사·연구 역량 강화
- 남북문화교류 기반 조성 및 국제교류 다각화

A

열린 박물관

- 지역사회 연계를 통한 지역 관광 거점화
- 지역민을 위한 생활밀착형 문화서비스 제공
- 관람객 유치 마케팅 전략 강화

R

즐거운 박물관

- 정체성과 다양성이 어우러진 전시 기획
- 전시공간 재구성 및 시설 확충
- 교육·체험프로그램 확대 및 편의서비스 확충

Ⅲ. 주요업무 추진현황

1. 똑똑한 박물관 (Smart Museum)

◇ 4차 산업혁명 디지털 혁신 기술을 활용, 역사의 숨결과 문화의 힘이 생동하는 지능화 플랫폼 구축

1-1. '국립 디지털 스마트 박물관' 도약 원년

□ 국립 디지털 스마트 박물관 비전 및 전략 수립

- 4차 산업혁명 시대를 맞아 문화 생태계도 초연결화·초지능화와 결합해 급속하게 디지털화가 진행 중
 - △창작, △유통, △향유 전반에 걸쳐 몰입형 관람경험의 제공과 관람 서비스의 혁신은 물론, 첨단 기술의 시연장(test-bed)으로 활용

	창작	유통	향유
4차산업혁명	증강현실, 가상현실, 3D 기술 등	빅데이터, 인공지능	3D, 5G
↕			
박물관	몰입형 관람경험 제공 디지털 원형자료 구축	관람객 빅데이터, 전시안내 로봇 등	3D 촉각전시 원격교육 확산

- 한국의 강점인 ICT 기반 기술을 활용, 남북한 문화교류 증진 및 전 세계를 선도하는 '스마트 박물관'으로 도약
 - 국립중앙박물관 내 스마트박물관 TF 운영 (4월~, 팀장 행정운영단장)
 - 국립중앙박물관 디지털 전담부서(박물관정보화과) 신설 (5월)
 - 스마트박물관 구축 정책위원 위촉 (6월, 5인 내외 구성)
 - 전문가 초청 "디지털 시대, 스마트박물관" 포럼 개최 (7월)

1-2. 문화유산 활용 실감형 디지털 콘텐츠 제작

< 해외 주요사례 >



북경 고궁박물관의 <청명상하도>



미국 메트로폴리탄의 이집트관

□ 실감형 디지털 콘텐츠 체험관 조성 (40억원, 4개소, 신규)

- 주요 국립박물관에 디지털 콘텐츠 체험관 조성(중앙, 청주, 광주, 대구)
 - 고구려 벽화·금강산, 조선왕실의 의례 등 문화유산에 증강현실, 가상현실, 홀로그램, 인터랙티브 미디어, 프로젝션 맵핑 등 첨단 기술로 시공간을 초월하여 몰입감을 극대화한 체험관 조성
 - * 지역밀착형 생활 SOC 정책 중 공공시설 VR·AR 체험존 조성 사업의 일환
 - 청주, 광주, 대구 등 주요 권역 박물관에 체험관 조성하여 신규 관객층 유입 및 첨단기술의 시연장(test-bed)으로 활용
 - * (예) 광주박물관, 도자문화 브랜드 활용 '신안선의 여정' (출항, 침몰, 발굴)

□ 문화유산 VR 콘텐츠 제작 및 DB 구축(100억원, 20종, 신규)

- 박물관 소장 대표 문화유산에 다양한 최첨단 기술 적용, 몰입감 높은 실감 콘텐츠를 범용으로 제작하여 해외문화원 등 활용 확산
 - 한국콘텐츠진흥원과 협력 추진(5월, 중앙박물관-콘진원 MOU 체결)
 - * (예) 경천사, 층마다 담긴 이야기 (10층 석탑 세부 관람), 박물관 수장고 체험
- 경천사지 십층석탑, 금동대향로 등 중요 소장품 대상 훼손 및 멸실 대비 3D 정밀데이터 구축 (3억원, 12건, 신규)

1-3. 스마트기술 활용 교육 체험프로그램 개발

□ 첨단기술 활용 박물관 교육의 디지털화 가속화

- 박물관 방문이 어려운 건강장애 아동, 벽지 주민 등에게 박물관 체험을 공유하는 **원격교육 추진**(2019년 신규, 20백만원, 28회, 300명)
→ 향후 재외동포 등 국외로 확대 추진
- 3D 스캔으로 국보 복제품을 만져보도록 **촉각전시품 제작**, 시각장애인 등이 체험가능한 **‘손으로 보는 박물관’ 운영** (1억, 하반기)
- 태블릿 PC와 교육용 게임을 활용한 박물관 **자기주도형 학습 프로그램 개발**(27백만원, 9~11월, 10회 300명)

1-4. 스마트기술 활용 관람객 편의서비스 혁신

□ 국립중앙박물관 관람객 빅데이터 파일럿 연구 추진 (1억, 신규)

- 박물관 관람 패턴에 대한 다양한 데이터를 수집하여 관람객 예측 모델, 관람 세부동선 분석 등을 통하여 편의 서비스 개선에 활용

* (예시) 국립중앙박물관 빅데이터 활용 관람객 예측모델 개발

- 전시, 일시, 날씨, 지역 내 이벤트, 지역 방문객, 호텔 숙박량, 학교 학사일정, 광고, 언론 기사, 입장권 가격 등 대내외 변수 약 100개에서 관람객 증감에 미치는 주요 변수 20개 추출, 관람객 예측 및 주요 변수 관리방안 수립

□ 지능형 전시안내 로봇 큐아이 운영 (2018년~, 과기부 협력)

- 지능형 문화정보 큐레이팅 로봇 ‘큐아이’ 시범 서비스 운영
 - 음성인식, 인공지능, 자율주행 기능 로봇 (중앙 3대, 나주 1대)*
 - * 과기부 『2018년 ICT기반 공공서비스 촉진사업』 (한국문화정보원 수행, 12억)
 - 다국어(우리말, 영어, 일어, 중국어)로 시설 안내 및 전시품 정보 제공
 - * 일평균 382회 질의(2019.5월), 응답률 54% → 챗봇기능 고도화 추진

2 유능한 박물관 (Talented Museum)

- ◇ 소속박물관 브랜드화, 체계적·과학적인 조사·연구 역량과 보존과학 기능 전문화를 통하여 박물관의 역량 기반 구축

2-1. 소속박물관 브랜드화를 통한 지역문화 거점 역할

□ 소속박물관 브랜드화로 지역문화 거점 역할 지원

- (배경) 13개 국립박물관은 해당 지역의 역사문화를 대표하는 자부심으로, 생활문화의 거점이자 관광 콘텐츠로서 잠재력이 높음에도 충분히 활용되지 못하고 있다는 평가
- (방향) 지역의 문화적 특성과 소속관의 자원을 반영한 소속관 브랜드화를 통하여 지역문화 거점으로 자리매김하도록 지원
 - '사람이 중심이 되는 국가균형발전'의 문화적 축이자 생활SOC 인프라의 거점 역할을 위하여 지역별 특성화 추진
- (내용) 소속관별 브랜드 인지도와 만족도를 측정하는 브랜드지수 개발 및 성과평가, 특별전 컨설팅, 소장품 재배치 등 지원

소속박물관별 브랜드

지역	주제	지역	주제
경주	신라 문화	대구	복식 문화
광주	아시아 도자 실크로드의 거점	김해	가야 문화
전주	조선 선비 문화	제주	대양과 섬 문화
부여	사비백제 문화	춘천	한국의 이상향(금강산과 관동팔경)
공주	웅진백제 문화	나주	영산강 유역 독널 문화
진주	임진왜란과 한일교류	익산	미륵사지와 고대 불교사원
청주	금속공예 문화		

* 소속관 브랜드 인지도 평균 72.19점

(진주(임진왜란) 79점, 공주(웅진백제) 77.6점, 경주(신라문화) 77.3점으로 높은 편)

□ 소속관 성과평가 및 환류 체계 구축

- (현황) 13개 소속관은 2차 소속기관으로 그간 성과평가 대상이 아니었음
- (내용) '18년도부터 중앙박물관 자체적으로 소속관 성과평가 실시
 - 소속관 브랜드화, 지역사회 네트워크, 조사·연구 실적, 관람객 유치 및 교육·행사실적 등 26개 평가항목에 대한 정량·정성평가 실시

- ▶ 2018년, 13개 기관 대상 매우우수 2개, 우수 2개, 보통 5개, 다소 미흡 2개, 미흡 2개 등급 (성과평가, 예산 배분, 조직개편 등에 결과 환류)
- ▶ 관람객 유치, 지역단체와의 공동 문화행사 개최, 편의시설 만족도 등에서 우수한 평가를 받았으나 지역민 브랜드 인지도, 누리집 활용 등에서 개선사항 도출

□ 특별전 진단평가 및 지원 확충

- (전시 품질 개선) 내외부 전문가 그룹이 전시기획 - 운영 - 연출분야 11개 항목 방문진단, 결과 분석 및 개선방안 논의
 - 전문가 지원▶진단▶역량교육▶아카이브 구축의 선순환 시스템
- (고객만족도 제고) 전시별 300명 고객만족도 조사로 전시 품질과 고객만족도간의 상관도 체계적 관리
- (빅데이터 분석) 언론·SNS상 이슈 및 쟁점 분석, 오피니언 리더와 주요 확산자 파악 → 홍보채널별 홍보전략 수립에 반영
 - ☞ 2020년부터 '관람객 전시 진단 참여단' 실시, 관람객 눈높이 반영 강화

□ 특성화 소장품 적재적소 재배치

- 소속관 브랜드 활성화를 위하여 특성에 맞는 소장품 임시이관 지원
 - * 2018년~2019년, 국립중앙박물관, 신안 유물 등 총 58,719 점 소속관 이관
 - (예) 광주박물관 (아시아 도자 실�크로드의 거점)
 - 중앙박물관의 신안 도자유물 등 이관받아 신안실·도자실 전시품 보강
- 수장고 보관품의 임시이관으로 소장품 전시공개 확대

2-2. 소장자료 관리 및 조사·연구 역량 강화

□ 소장품 디지털 'e뮤지엄' DB 품질 향상 및 정보 활용 확대

- (기능 고도화) 소장품 관리 효율성 향상, 소장품상자 QR코드 시스템 구축
 - * 문화유산표준관리시스템과 연동한 모바일 기기를 이용하여 즉시성 강화
- (정보공개) 소장품 고해상도 이미지* 아카이브 구축·공개(369,578건)
 - 연구, 교육, 전시보조 영상, 복원용 데이터, 고품질 복제품 제작 등 활용
 - * 에이포(A4) 크기의 도록 인쇄가 가능한 600만 화소 이상의 이미지로 제공

□ 소장자료 조사·연구 강화 및 범위 확대

- 고고역사, 미술, 아시아문화, 보존과학 분야 등 조사·연구 강화 및 연구성과 공개 및 활용을 위한 학술도서 발간(중박 26건, 소속관 30건)
 - * (예시) 조선시대 불교회화 초본조사, 역사자료총서, 한-몽 공동학술조사(7월~9월)
- 해외전문가, 관련 학회 등과의 학술행사(중양 34회, 소속관 34회)를 통하여 소장품의 역사적 문화적 가치 규명을 위한 기반 구축
 - * (예시) 특별전 “가야” 연계 국제학술심포지엄(8월), 한일 고대 매장의례 비교연구 (12월)

□ 국립박물관 아카이빙 구축 및 공개 확대로 활용성 제고

- 학술·전시·소장품·행사 등 박물관 활동 전반으로 아카이빙 확대
 - 디지털자료관리시스템(DAMS) 활용 수집 강화
- 국립중앙박물관 콘텐츠의 누리집 공개 확대
 - 전시도록 등 공개(2005년 이전 30건), 큐레이터 추천 소장품(영·중·일각 60건)
- 박물관 소장 고전문헌 한글화 작업 가속화 (2019년 1,171건 공개)
 - 한자에 익숙하지 않은 국민들의 문화유산 접근성 및 활용성 제고
 - 한국고전번역원, 국사편찬위원회 협업으로 e뮤지엄·누리집 등 공개

2-3. 남북문화교류 기반 조성 및 국제교류 다각화

□ 남-북 국립박물관 교류 협력 기반 조성

- 남북교류협력사업 재개에 대비하여 북한 박물관 관련 사전 조사
 - 북한의 지정 문화재 현황, 관련 주요 법령, 관리 체계 등 기초조사
- 남-북 국립박물관 교류협력 프로그램 과제 기획

전시	<ul style="list-style-type: none"> · 남북 공동 특별전시, 교환전시, 소장품 상호대여 등 (南) 고조선, 고구려, 발해 ↔ (北) 신라, 백제, 가야, 조선 · 남북 소재 문화유산 디지털 콘텐츠 제작, 교차 상영
연구	<ul style="list-style-type: none"> · 소장품 아카이브 구축·공유, 공동연구, 연구직 상호교류 · '민족문화유산대관' 등 남북문화유산 통합도록 발간
시설	<ul style="list-style-type: none"> · 노후화된 북한박물관의 전시시설 및 수장환경 개선 지원
보존처리	<ul style="list-style-type: none"> · 북한박물관 소장 주요문화재 보존처리 지원, 전문인력 연수

□ 우리 문화재 해외 전시 및 해외박물관 한국실 지원 전문화

- 해외 주요 박물관과 한국의 문화유산을 집중 조명하는 전시 개최
 - * (예) 30주년 기념 한국미술전(폴란드 바르샤바 국립박물관/2019.10월~2020.1월)
 - 한국의 불상 '스포트라이트'전(미국 스미소니언 프리어새클러/2019.9월.~2020.3월)
- 해외박물관 한국실 지원의 다각화·전문화
 - 디지털 콘텐츠 등 활용 예르미타시박물관 한국실 설치 지원(2021년 예정)
 - 기존 한국실 대상 ▲전시장 환경 개선, ▲도서 출판, ▲교육, ▲ 온라인 정보 서비스, ▲학술자문, ▲보존처리 등 6개 분야 지원 (2019년 7개관)

□ 소속관 특성별 국제 교류 다각화 추진

- 소속관이 특화 브랜드를 주제로 아시아 주요기관과 공동 연구, 소장품 상호대여 및 인력교류 등 국제 네트워크를 선도하도록 지원
 - * (예) 국립광주박물관, '아시아 도자 실�크로드의 거점' 브랜드화
 - 동아시아지역 도자 네트워크 구축, 향후 도자 실�크로드의 종점인 유럽까지 확대
 - 중국, 일본, 태국, 베트남 등 주요 박물관과 학술지 발간, 공동조사(베), 특별전 개최(중), 인적 교류(일), 동남아도자 아카이브 구축 등 추진 중

◇ 낮은 문턱으로 지역 주민에게 친근하게, 외국인에게 매력적으로 열려있는 박물관을 통하여 박물관의 사회적 역할 확대

3-1. 지역사회 협력을 통한 지역관광 거점화

□ 지역기관과 공동행사 지원

- (주요사업 공동주최) 지역 공사립 박물관, 지자체, 학교 등과 전시, 교육, 문화행사 등 다양한 프로그램 협업 및 공동 추진
 - 서울시교육청 등 연계 진로교과 교사대상 연수 프로그램 협력(중앙) 도내 문화 예술인이 참여하는 “토요박물관 산책” 공연(제주) 등
- (지역민 문화공간 지원) 지역 유관기관, 단체 및 동호회 등이 자체 전시, 공연, 각종 행사 활동을 할 수 있도록 박물관 공간 대관

□ 지역관광 거점화를 위한 대외협력 확대

- (민관협업체 구성) 박물관(중박·한박)-용산구청-기업체(호텔, 면세점 등) 참여로 공동 홍보물 제작 및 관광상품 개발로 관람객 유치
- (지역관광 거점화) 지역관광 거점화를 통한 특수목적 관광 활성화 및 서울에 집중된 관광 동선 분산
 - 여행주간 ‘만원의 행복 기차여행’ 에 지역 소속박물관 투어 포함
 - 관광공사와 협력, 박물관 전시 및 시설 활용 MICE 적극 유치
 - * 국립중앙박물관 - 한국관광공사 업무협약 체결 (2월)
 - * 관광학회·관광공사 공동포럼 ‘4차 산업혁명 시대 관광과 박물관’ 개최(5월)
- (지역축제 참여) ‘광주 디자인비엔날레’(광주), ‘진주남강유등축제’(진주), ‘백제문화제’(부여) 등 지역 대표 문화행사와 협력 및 홍보
- (지역사업 공동개발) 영암·나주지역 고분 연계트래킹 코스 개발, 공주시 등 유관기관과 역사문화관광을 연계한 공동 마케팅 추진

3-2. 지역민을 위한 생활밀착 문화서비스 제공

□ 박물관 브랜드의 문화예술행사 활성화

- 지역민 문화향유 제고를 위한 '복합문화관' 건립(춘천·제주, ~2020년)
 - 신규 문화수요 대응 및 체험·문화를 접목한 생활문화 공간 조성
- 박물관 콘텐츠를 활용한 문화공연 개최
 - 박물관 문화주간 행사, 계절별 음악회, 가정의 달(5월), 문화의 달(10월) 등 계기별 문화행사 및 박물관 공간·콘텐츠와 연결한 행사 유치
 - * 문화향연(연 36회), 새봄맞이 음악회 등 연간 약 50회 개최
- 다양한 문화예술기관과 협업 행사 개최
 - 전통공연예술진흥재단, 국립무형유산원 등 다양한 문화예술기관 협업 추진으로 우리 전통문화의 가치를 국내외 확산
 - * 2019년 인류무형문화유산 공연 : 8~9월간, 12개 종목, 총 22회 공연 개최 예정
- 박물관 전시등과 연계한 '극장 용' 공연 브랜드화
 - 역사 콘텐츠와 연계한 뮤지컬 및 특별전시 연계 공연 개최
 - * 대한민국 임시정부수립 100주년 기념 등 박물관 '역사잇기 시리즈'

□ 낮은 문턱의 쾌적한 관람환경 조성

- 장애인·노약자를 배려한 無장애공간의 실현
 - 열린마당 내 외부 승강기 설치, 안내촉지도 등 장애인 편의시설 보완
- 노인, 장애인 등 초청 '행복한 박물관 나들이' 운영(6종, 659회, 8,353명)
- 관람객 편의와 요구를 고려한 감성적 조경환경 및 휴게공간 개선
 - 오솔길, 벽면녹화, 야생화 꽃길 등 숲속 감성 공간 조성
 - 용산공원 개발 대비 용극장 주변 전망데크, 포토존 등 휴식 쉼터

3-3. 관람객 유치 마케팅 전략 강화

□ 외국인 관람객 유치 및 마케팅 강화

- (현지 홍보 강화) 한국문화원, 관광공사 해외지사 등 협력 현지 홍보
- (프로그램 개발) 국립박물관의 대표 콘텐츠 선정 및 관광루트 구축·상품화, 권역별(경상권, 전라권 등) 투어 프로그램 개발
 - 주한 외교사절·기업체 임직원 등 대상 박물관 투어 프로그램 운영
- (협력 네트워크) 외국인 유학생·근로자·관광객 유치를 위하여 주요 유관기관 협력 및 체험 프로그램 운영
 - 재외동포교육재단, 글로벌빌리지센터, 한국어교육기관대표자협의회, 주한상공회의소 등 협력을 통해 K-Museum Friends 프로그램 운영
 - 한국관광공사, 한국방문위원회, 서울관광재단 등 유관기관 협력
- (국제행사 연계) 마이스 엑스포(MICE EXPO) 및 국제관광전 등 참가, 마이스 관련 업계 팸투어 진행, 학회 및 총회의 마이스 행사 유치

□ 홍보채널 다각화를 통한 관객층 다변화 모색

- (온라인 홍보) 전시, 문화행사, 일상 등 다양한 콘텐츠 제작 및 확산
 - 특별전 SNS 라이브 방송*, 청년기자단 운영, 홍보콘텐츠 공모전 개최
 - * 2월 <대고려전> 네이버 생중계 12,000명 접속, 댓글 10,000건 이상
- (영상물) 박물관 홍보 영상물, 특별전시 영상(8개, 2개국어) 제작·배포
 - 인기예능 (<유 퀴즈>, <어서와 한국은 처음이지?> 등) 촬영 지원(4월)
- (리플릿) 상설전시관(40만부, 10개국어), 분기별 프로그램(5만부), 외국인 대상 마케팅(2만부) 등 배포
- (정기간행물) 박물관신문(월간, 4천부, 웹서비스, 메일 4만명), 영문잡지(계간, 1천부), 큐레이터가 보내는 엽서(주간, 메일 4만명) 등 발행
 - 유물 1점을 스토리텔링으로 소개하는 <행복배달부> 발송(주3회)

4

즐거은 박물관 (Refreshing Museum)

◇ 문화와 여가가 있는 일상을 위해 박물관 전시, 교육, 문화행사 등 즐길거리 풍부한 다채로운 프로그램 운영

4-1. 정체성과 다양성이 어우러진 전시 기획

□ 한국의 문화 정체성을 고양하는 특별전 기획

- 고려 건국 1100주년 기념 특별전 「대고려전」 (2018.12월~2019.3월) 성료 (17만명 관람)
- 고대 동아시아 관점에서 본 가야사 500년, 특별전 「가야」 (2019.12월~2020.3월)
 - 고대 동북아 교역의 허브 가야의 역사 재조명, 유물 1,000여 점 전시
- 조선시대 실경산수화 특별전 「화가의 시선, 우리 강산을 그리다」 (7월~9월)
 - 정선의 '신묘년풍악도첩' 부터 19세기 석파정병풍 등 350여 점 전시
- 「이영희 기증복식, 새바람」 (대구/5월~9월) 등 소속관 전시 32건

□ 과거와 현재를 연결하는 융복합 전시

- 특별전 「창령사 터 오백나한, 당신의 마음을 닮은 얼굴」 (4월~6월)
 - 창령사 터 출토 나한 석조상 90여 점을 통한 힐링의 메시지 전달
- 국립현대미술관과 공동 특별전 추진 등 융합의 파트너십 구축
 - 국립현대미술관과 공동 워크숍 개최(1차 5.24./2차 7월 중)

□ 국가행사 및 주요계기와 연계한 전시 구성

- ▶ 우리 근대 문화의 형성과 발전을 집중 조명할 시의성 있는 기획
- 대한민국임시정부 수립 100주년 기념 「황제의 나라에서 국민의 나라로」 (중앙/2월~9월), 「3.1운동과 충남의 독립정신」 전(공주/3월~4월) 등 3건
- 근대 서화의 거장 안중식 서거 100주년 기념 「근대 서화 특별전」 (4월~6월), 부처님 오신 날 기념 「공주 마곡사 괘불」 (4월~10월) 등 3건

□ 문화 다양성 및 세계문화 향유를 위한 전시 구현

- ▶ 대중의 선호도가 높은 '서양'과 '문명'을 키워드로 주제 선정 및 전시 기획
- 고대 지중해 세계를 조명하는 「로마 이전, 에트루리아」 (7월~10월)
- 신라와 페르시아의 교류를 조망하는 「고대 페르시아의 문화」 (2019.12월~2020.4월)

4-2. 전시공간 재구성 및 시설 확충

□ 다양한 관람수요를 반영하는 '상설전시관' 개편

- 관람패턴을 반영하여 전시관 1층에 대표 문화재 이전 작업 지속추진
 - * 전시실별 관람비율 1층 선사고대관 68.2% ↔ 3층 조각·공예관 34.5%
 - * (1층 개편현황) 2014년 41점(국보13, 보물28) → 2017년 64점(국보18, 보물46)
- 관람 동선 다변화, 관람 만족도 제고를 위한 한국문화의 대표유물 전시 설명 및 안내 프로그램
 - * '한국문화의 독창성' (주요유물 24건, 60분), '국립중앙박물관 명품30선' (꼭 봐야할 문화재 선정, 90분) 투어 (4개국어(한영중일) 설명 카드 제작)
- ☞ 장기적으로 명품전시관 별도 조성 및 2025년 용산 개관 20주년 계기 상설전시관 전면개편 준비

□ 높아진 문화수요에 부응하는 '세계문화관' 조성 (1,646㎡, 12월 개관)

- 다양한 세계문화유산 향유 기회 제공 위해 상설전시 공간 조성
 - 세계 주요 박물관 소장품의 장기 대여(2년 내외)로 세계문화유산 소개
 - 기존 '아시아관'에서 '세계문화관'으로 전시 영역 확장
- '세계문화관' 조성 및 국제학술심포지엄 개최
 - 첫 번째 전시실로 '이집트실' 조성(미국 브루클린박물관 장기대여 12월)
 - 전문가 초청 국제 심포지엄, '한국에서 보는 세계문화' 개최(11월)
 - * (주제) 문화다양성과 박물관, (참석) 마누엘 라밧 루브르 아부다비 박물관장 등

□ 지역문화격차 해소를 위한 소속관 신설 및 개선

- 익산문화권의 역사적 가치 조명을 위한 '국립익산박물관' 개관(2020.3월 예정)
 - 국보123호 왕궁리오층석탑 출토 사리장엄구 등 10,447여 점 소장
- 소속관의 낙후된 어린이박물관·전시실 순차적 개선(2019년 7개관, 34억)
 - 어린이 특화 체험전시실 구축, 콘텐츠 개발 및 편의시설 확충
 - * 2019년 광주, 전주, 부여, 공주, 진주, 대구, 김해 등 7개관(생활SOC사업 34억)

4-3. 교육·체험 프로그램 확대 및 편의서비스 확충

□ 교육·체험 프로그램 확대로 심화된 박물관 경험 제공

- 청소년부터 성인·가족, 전문가까지 맞춤형 교육프로그램 제공 확대
 - 청소년(9종), 성인·가족(4종), 전문가(5종), 외국인(3종), 기관 협력(5종), 어르신·장애인(6종) 등 대상별 맞춤형 교육 프로그램 기획
 - * 2017년 32종 137,504명 → 2018년 48종 388,381명(282% 증가)
 - 치매어르신 문화재 오감교육(16회), 토요일은 박물관 카트 운영(30회), 이색 프로그램으로 박물관의 호감도 개선, 신규 관객층 유입 유도
 - * 국립중앙박물관 방문객의 10명 중 1명(12%)이 교육프로그램 참여
- 어린이 박물관 체험형 전시 기획 및 디지털 교육프로그램 기획
 - * 국립중앙박물관 방문객의 6명 중 1명(16%)이 어린이박물관 방문
 - * 2018년 어린이박물관 전시 프로그램 45만명 관람(전년 대비 15% 증가), 교육·체험 프로그램 2만 명 참여(전년대비 22% 증가)

□ 박물관 내 편의시설 고객만족 서비스 강화

- (도서관) 복합문화공간으로 운영 (2018년 28,329명 이용)
 - 갤러리 북토크 등 특화 프로그램 운영, 특별전 도서코너 운영, 자연친화적 야외서가 설치 등으로 편안한 힐링문화공간으로 운영
- (문화상품점 개편) 박물관 전문서점 개편, 기획전시실 상품점 환경 개선 등 문화상품점 개편을 통한 박물관 서비스 기능 강화
 - (우수 상품 개발 및 품질 강화) 중앙박물관 전시 연계 신규상품 및 테마별 브랜드 상품 개발, 문화상품 품질 인증 표시 도입 확대 등
 - (홍보) 문화상품 홍보 마케팅('박물관 굿즈') 강화
- (박물관 내 입점 식음료장 서비스 향상) 분기별 신메뉴 개발 및 계절 음식 출시, 품평회(4회)를 통한 품질 향상 등
 - * 입점 업체 계약기간 만료(7.31.)로 인한 신규(재)계약으로 서비스 품질 개선

참 고

2019년 국립중앙박물관 전시 목록

구분	전시명	기간
중 앙	○황제의 나라에서 국민의 나라로	2.28 ~ 9.15
	○베트남 국립역사박물관 소장품전	3.27 ~ 2020.11.1
	○근대 서화 특별전	4.16 ~ 6.2
	○꽃으로 전하는 가르침-공주 마곡사 괘불	4.24. ~ 10.20.
	○ 창령사 터 오백나한, 당신의 마음을 닮은 나한	4.29. ~ 6.13
	○로마 이전, 에트루리아	7.9 ~ 10.27
	○화가의 시선, 우리 강산을 그리다-조선시대 실경산수화	7.23. ~ 9.22.
	○고대 페르시아의 문화	12.24.~2020.4.5.
경 주	○가야	12.3. ~ 2020.3.1.
	○금령총 금관	4.1. ~ 6.30.
광 주	○신라, 페르시아를 만나다	7.26. ~ 12.8.
	○세계 도자문화 특별전 - 중국 자주요 도자 명품전	5.28. ~ 8.18.
	○근대서화, 봄 새벽을 깨우다(순회)	9.10. ~ 11.10.
전 주	○3.1운동, 대한민국 임시정부 수립 100주년 기념전시 「대한민국 100년, 역사를 바꾼 10장면」(10주제, 5회 분산 개최)	2.28. ~ 12.15.
	○선비, 글을 넘어 마음을 전하다	4.5 ~ 6.9.
	○ 전북역사문물전 13- 오로지 오롯한 고을, 완주	6.18 ~ 9.15.
대 구	○선비, 근대 전북 서화계를 이끌다-석정 이정직	9.10 ~ 11.10.
	○여성 한복, 근대를 만나다	12.8. ~ 3.10.
	○이영희 기증복식, 새바람	5.18. ~ 9.15.
부 여	○중국광시민족박물관 소장 소수민족 복식 특별전	10.28. ~ 2020.1.27.
	○부여 왕흥사지 사리 장엄구	3.27. ~ 12.31.
	○빛고 찍은 고려(어린이 체험전)	5.4. ~ 7.28.
공 주	○백제 능산리 1호 東下塚	9.10. ~ 11.24.
	○3.1운동과 충남의 독립정신(가제)	3.1 ~ 4.14
	○중국낙양 출토 고대 지식탁본(가제)	7.22 ~ 9.8
	○한성에서 웅진으로 I -공주 수촌리(가제)	9.24 ~ 11.17
진 주	○조선 통신사(가제)	12.24 ~ 2020.2.10
	○비격진천뢰(가제)	6.15. ~ 7.19.
청 주	○일본에서 꽃피운 조선 도자문화(가제)	10.1. ~ 12.8.
	○박물관, 현대 공예를 만나다	2.26. ~ 3.24.
김 해	○호서의 마한, 미지의 역사를 깨우다	4.30. ~ 8.11.
제 주	○고대의 빛깔, 옷칠	6.25. ~ 9.29.
	○무병장수의 별 노인성, 제주를 비추다	3.18. ~ 6.16.
	○제주의 보물, 지역록	7.22. ~ 9.29.
춘 천	○제주 유배인 이야기	10.29. ~ 2020.1.26.
	○'창령사 터 오백나한' 현대미술과 만난 미소	4.16 ~ 5.26
	○대가야 사람들의 향수	8.13 ~ 10.06
나 주	○관동팔경특별전IV: 고성 청간정	10.28 ~ 12.31
	○석탑에 깃든 백제의 숨결	3.26. ~ 4.21.
	○장흥	6.4. ~ 9.1.
	○국립나주문화재연구소 공동 특별전-나주 정촌고분	10.8. ~ 2020.1.5.