

# 제 안 요 청 서

동경 코리아센터  
<2026 글로벌 K-존> 공간조성 및 운영 대행 용역

2026. 5. 13.

구분	소속 및 직책	전화번호	이메일
과업 관련	동경문화원 시설담당	03-3357-5974	park@koreanculture.jp
	동경문화원 홍보담당	03-3357-5972	jayjo@koreanculture.jp
입찰 관련	동경문화원 시설담당	03-3357-5974	park@koreanculture.jp

# 목 차

1. 사업 개요	.....1
2. 과업 개요	.....3
3. 제안 요청 사항	.....4
4. 선정 및 평가	.....13

## □ 사업개요

○ (사업명) 글로벌 K-존 조성 및 문화행사

○ (사업목적)

- (문화·산업의 동반 성장) 문화를 매개로 연관 산업 수출에 기여함으로써 문화와 산업의 동반 성장 도모

- (해외거점별 K-컬처 활성화) '26년 거점 코리아센터 6개소 내 현지 특화된 경험 기반 공간 구축을 통해 K-컬처 확산 프로그램 고도화

○ (사업장소) 동경 코리아센터 1층, 3층

- \* 코리아센터: 해외 주요 도시에서 재외한국문화원을 중심으로 세종학당, 한국관광공사, 한국콘텐츠진흥원 등 유관 공공기관이 집적·연계하여 운영되는 복합 거점. 문화교류 행사, 산업 협력 프로그램, 관광 홍보 사업 등을 현지에서 통합적으로 추진하는 상설 운영 공간

## □ 운영일정(안)

○ (사업기간) 2026년 6월 ~ 12월(총 6개월)

1-2/4분기	3/4분기	4/4분기
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 문화원별 공간 기획</li> <li>○ 설계·디자인 확정</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 센터별 K-존 시공 착수</li> <li>○ 통합 홍보 진행</li> <li>○ 연계 문화·체험행사 기획 및 섭외</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ K-존 개소(9월 목표)</li> <li>○ K-존 연계 문화행사 실행</li> <li>○ 사후 홍보 진행</li> <li>○ 성과 평가 및 결과 분석</li> </ul>



## □ 주요내용

○ (추진방향) 동경코리아센터 소재지 현지 소비자를 타깃으로 K-컬처 기반 전시 체험 공간 및 연계 문화 프로그램을 통한 거점별 'K-존' 구축

▲ 코리아센터 공간 활용 K-존 상설 공간 조성(공간 기획 및 시공)

▲ K-소비재 상품 큐레이팅 및 전시(뷰티, 문화상품등)

▲ K-존 연계 문화 행사 기획 및 운영(행사기획, 상품 연계문화·체험행사 운영)

<p>&lt;재팬하우스&gt; 런던, LA, 상파울로 중심 일본 전통·현대문화+기술 +상품 체험 및 행사</p>		<p>&lt;성수동 팝업스토어&gt; 브랜드 대표 상품 및 이미지 홍보 전시 체험</p>	
<p>* 재팬하우스(Japan House)는 도시별 특화 프로그램을 운영하면서도, 브랜드 아이덴티티와 운영 기준을 유지하며 일본 문화·산업을 종합적으로 인식하게 하는 글로벌 다거점 문화 플랫폼으로 기능</p>			

## □ 과업개요

- 과업명 : 동경 코리아센터 <2026 글로벌 K-존> 공간 조성 및 운영 대행 용역
- 과업기간 : 계약체결일 ~ 2026. 12. 31.(목) \* 결과보고 포함
- 예산규모 : 금 270,000,000 엔 (금이억칠천만엔 / 면세)
  - ※ 일반관리비, 대행 수수료 등 제반 비용 모두 포함
  - ※ 문화원은 주재국 외교공관으로 소비세 면세 대상임.
  - ※ 해외 수행에 따른 제세금(현지 부가세, 관세 등)은 관련 법령에 따라 수행기관이 부담 및 처리하여야 함
- 입찰방식 : 제한경쟁입찰
  - ※ 대상 사업을 수행할 능력을 갖춘 사업체
  - ※ 공고 전일로부터 최근 3년 내 유사 사업 실적(경험)이 있는 사업체
  - ※ 한국과 일본 양쪽에 사업체가 있고 일본에 주소(법인)를 두는 운영사
- 계약방식 : 협상에 의한 계약, 확정계약
  - ※ 국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 시행령 제43조

## □ 과업목표

- (상품 전략) 현지 시장 특성 및 타겟 수요를 반영한 상품 큐레이팅 및 K-존 공간 디자인과 연계한 상품 디스플레이(진열) 방안 수립
- (공간 기획) 동경 코리아센터의 K-존 공간 기획 및 설계안 도출
- (설계·시공) 공간 기획 의도를 반영한 설계 및 시공을 통한 공간 구현
- (공연·체험) 연계 공연·체험 행사 기획 및 운영
- (홍보) 온오프라인 통합 홍보로 K-브랜드 및 코리아센터 인지도 제고

## □ 추진방향

- (현지 맞춤형 기획) 국가별 한국 문화 향유층의 특성을 반영한 공간 내러티브, 상품 큐레이팅 및 전시 기획으로 상품 및 문화 이해도 제고
- (문화의 산업화 플랫폼) K-존은 단순 산업 전시 공간이 아닌, 문화를

매개로 관련 산업 확산 및 수출 확대에 기여하는 복합 공간으로 기획

- (지속가능성 확보) K-라이프스타일 상품과 연계 행사의 주기적 교체 및 확장이 가능한 구조로 설계하여 공간의 지속적 거점 기능 극대화
- (협력체계 구축) 유관기관 및 민관 협력을 통해 상품 다양화 및 연계 행사 프로그램 강화를 통한 시너지 창출
- (상품 전시-문화 행사 연계 강화) 상품 전시 공간과 상품에 담긴 문화 요소와 연계된 공연 및 체험 행사를 기획하여 방문 유도 및 참여도 제고

## □ 과업범위

### ○ 주요 과업내용

구분	주요내용	입찰 세안
1. 공간 기획 및 디자인	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 공간 콘셉트 제안</li> <li>○ 공간 디자인 시안 도출</li> <li>○ 체험형 콘텐츠·솔루션 제안</li> </ul>	본 용역 입찰 시 모두 반영하여 제안
2. 상품 큐레이팅	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 현지 상품 전략 도출 및 큐레이팅</li> <li>○ 상품 디스플레이(진열) 계획안(VMD) 수립</li> </ul>	
3. 실시설계 및 시공	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 설계도서 제출</li> <li>○ 전시구조물 및 보조물 제작</li> <li>○ 현지 시공 및 관리</li> <li>○ 사후 관리(유지보수)</li> </ul>	
4. K-존 공간 개소	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 상품 구매 및 물류(운송)</li> <li>○ 상품 디스플레이(최초 진열)</li> <li>○ 체험 솔루션 유지 보수</li> </ul>	
5. 연계 문화·체험 행사	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 연계 문화·체험행사 기획 및 제안</li> <li>○ 전시·공연행사 6회 이상 실시</li> <li>○ 체험관련 행사 10회 이상 실시</li> <li>○ 관련 행사 진행 및 운영</li> </ul>	
6. 홍보	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 온·오프라인 통합 홍보 콘텐츠 제작 및 확산</li> <li>○ 스토리텔링, 디지털 콘텐츠 운영, 바이럴마케팅 등 다방면의 홍보 및 광고 실시</li> <li>○ 보도자료 및 행사 사후 콘텐츠 제작 및 배포</li> </ul>	
7. 과업 수행 계획 및 업무보고	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 예산투입 관리</li> <li>○ 사업 전담 인력 구성 및 활용계획</li> <li>○ 업무보고 및 산출물 제출</li> <li>○ 사업 산출물 관련 재산권·저작권 협의</li> <li>○ 사업 관련 문화원 요청 사항 대응</li> </ul>	

※ 일정과 과업세부 내용은 내·외부 상황에 따라 변경·조정될 수 있음

※ 주요 요청 사항에 대해 제안하되 사업 효과성 강화를 위한 추가 제안 가능

## □ 세부과업

### 1. 공간기획 및 디자인

#### 가. 공간 내러티브(컨셉/스토리) 제안

##### ○ 내러티브 개발

- 공간 컨디션 및 현지 트렌드 분석을 통한 공간 내러티브 제안.
  - \* 제안 시 기획 의도 및 기대 효과를 필수로 포함하여 제시되어야 함
- 상설 K-존 공간에 전시 상품을 주기적으로 교체함을 고려하여, 공간 콘셉트도 다양한 스토리가 체화될 수 있도록 조성되어야 함
  - \* K-존 공간은 하나의 스토리라인이 유기적으로 녹여진 공간이어야 함. 이는 K-존 상시 운영과 더불어, 더 나아가 문화원 자체 연계 문화 행사 기획 시 꾸준히 활용될 스토리(컨셉)으로, 하드웨어 조성뿐 아니라 소프트웨어(행사) 연계까지 K-존 공간이 활용된다는 전제하에 컨셉 도출 필요

#### < 기획 방향 >

1. 건물 특성상 전체적으로 사무 공간 분위기를 단순한 진열장 제작만이 아닌 디자인적 구성을 활용한 고급스러운 분위기 조성과 외부 방문객의 관심을 끌 수 있는 외부 팝업 형태 공간 구성(1층)
2. 다양한 한국 콘텐츠 상품과 도서가 어우러진 라이프 스타일의 분위기 연출등을 위한 고급스러운 디자인 전시장 조성 (3층)
3. 전시테마(K-뷰티, 문화상품등)에 맞춰 분위기 변경이 가능한 디자인으로 구성

#### 나. 공간 별 과업

##### ○ 디자인 시안 제안 ※ [붙임1] 내 ‘공간 디자인 요청 사항’ 참고

- [붙임1] 동경 문화원의 공간 정보 및 디자인 요청 사항을 반영한 공간 디자인 시안 도출

※ 동경코리아센터의 현지 시공·하드웨어 조성 예산은 **1억5천만엔** 이내임.

실제 시공비 증감에 대한 책임은 본 용역 범위 포함 사항임.

- 앞서 제안한 내러티브(컨셉/스토리)에 기반하고, 기존 문화원 공간과 차별화된 경험 제공이 가능한 디자인 시안을 도출하여야 함

구분	개발항목	세부내용
공간 디자인	전시 공간 구성	- 관람 동선 및 배치 계획(평면도, 입면도), 실내 조감도
	공간 세부 계획	- 오버뷰 3D 시안 등 내·외부 종합 이미지 - 존별 세부 디자인 시안 및 공간 연출 세부 계획 - 체험 콘텐츠·솔루션 포함된 공간 적용 권장 - 포토존(2차 소셜 확산용) 공간 적용 권장
	사이니지 개발	- 내외부 사이니지 디자인 및 제작/설치 - 디자인 개발 및 사이니지 내 국문·일어 번역 검수

**< 참고 사항 >**

1. 건물 특성상 전체적으로 사무 공간 분위기를 디자인적 전시장으로 변경.
2. 1층 K-존 전시장 구성 시 문화원 원래 전시장 입구와 동선이 겹치게 되므로 문화원 전시장의 입구 변경이 필요.
3. 1층에 벽면에 부착되어 있는 멀티비전을 K-존 전시장의 일부로 사용하게 되므로 멀티비전의 수리가 필요. ※ 사전설명회에 장비 및 유지보수 설명 예정
4. 대리석으로 되어 있는 바닥부분을 카펫 활용으로 분위기 연출 등.
5. 입구 정면에서 바로 보이는 벽면 부분의 그림을 이동하고 K-존 명칭 및 3D 조형물 설치로 관람객의 포토존 설치.
6. 외부 현관부분을 K-존 인지도 상승을 위한 팝업존 구성과 기둥을 활용한 디자인 랩핑등으로 아이캐칭 효과 상승.
7. 외부 팝업존이 잘 보일 수 있도록 외부 문화원 게시판의 철거. ※ 사전설명회 시 관련 설명 예정
8. 3층은 도서책장을 재구성하여 상품과 도서가 진열 가능한 전시대 설치로 라이프 스타일등의 전시장 구성.
9. 개인 SNS 발신 홍보를 위한 라운지형 공간 설치(3층)
10. 1층 전시 관람 후 3층 전시장으로 유도될 수 있도록 이동 동선에 포토존을 활용한 안내판 설치.

○ **공간 운용 계획**

- 동경코리아센터의 현지 국가 법규에 따라 K-존 공간의 안전 환경 계획 도출
- 과업 종료 후, K-존은 상설공간으로써 코리아센터 인력의 자체 관리 및 운영이 되어야 함.

구분	개발항목	세부내용
공간 운용	안전 환경 계획	- 공간 별 안전 환경 계획(안전을 고려한 동선 계획, 안전거리 확보, 소방 등 대상국 법규에 따른 안전 환경 계획 제출)

	공간 관리 및 운영 계획	- 전시물 교체 주기(빈도), 교체 구역 및 물량 등 사후 공간 관리 운영 계획
--	---------------	--

○ 체험 콘텐츠·솔루션 공간 제안

- K-존 방문객이 상시 체험할 수 있는 체험 콘텐츠·솔루션이 적용된 공간 디자인 제안.
- 공간 기획 단계에서부터, 어떤 한국 문화를 담은 상품과 그와 관련된 체험 콘텐츠 및 솔루션을 적용하여 공간을 조성할 것인지 병행하여 종합적인 K-존 공간 기획 필요.
- \* 체험 콘텐츠·솔루션은 모객 차원에서 현장 방문을 유도하고(흥미 제고), 화제성(자발적 2차 확산)을 불러일으키는 것이 궁극적인 목적임.

예시	상품연계 미디어아트 전시	3D 포토존	(K-뷰티) 피부 진단 체험	(K-뷰티) 셀프메이크업존 및 퍼스널컬러 진단 체험
이미지				

< 참고 사항 >

1. 체험(운영)안은 K-존 연계 문화·체험 행사와 별개의 상시 체험을 뜻함
2. 행사가 없는 시기에도 방문객으로 하여금 K-존 '즐길 거리' 제공을 목적으로 함
3. 상시 인력 배치 없이도 방문객 스스로 체험할 수 있는 체험 콘텐츠·솔루션 우선 고려
4. 체험 솔루션은 '주'가 아닌 '부'의 개념으로, 주인공인 공간 조성 및 상품 디스플레이가 돋보이도록 K-존을 더욱 풍성하게 만드는 차원의 보조역할임
5. 체험 콘텐츠·솔루션은 문화원 자체 인력으로 상시 운영 가능한 수준을 기본 원칙으로 하며, 과도한 장비 의존형 또는 고난이도 운영이 필요한 제안은 지양함.
6. 제안 시 장비, 소프트웨어, 라이선스, 현장 유지보수, 개인정보 처리, 위생관리 등 운영 이슈가 발생할 수 있으므로, 제안서에 필요 장비, 운영 인력, 소모품, 라이선스, 유지보수 방식, 예상 운영비를 명시할 것

○ 사이니지 개발 및 제작·설치

- K-존 내·외부에 설치되는 사이니지 디자인 개발 및 제작물 유형 제안 필요. 붙임 1 공간 현황을 참고하여, 적절한 개수와 제작물 유형(형태)를 함께 제안할 것
- 제안사가 제안한 공간 기획 및 조닝(구역)의 기능 그리고 체험 콘텐츠 솔루션의 내용에 입각하여 해당 내용의 안내를 포함하는 사이니지 제작 및 설치까지 본 용역 범위 내 포함됨
  - \* 사이니지 내 내용은 국문 및 일어 2종 제안을 기본으로 함. 번역 및 검수·운문 비용은 본 용역 예산 내 포함 사항이며, 산출물 제출 시 작업 결과물 및 작업 파일 원본 일체 제출 필요

## 2. 상품 큐레이팅

### 가. 현지 K-소비재 상품 전략 도출

#### ○ 대상지 분석

- 일본 지역의 K-컬처 소비 및 향유 특성
- 한국적 문화 코드를 담은 상품(굿즈) 유통·소비 및 전시 현황 등
- 일본인들에게 관심을 끌 수 있는 트렌드 조사를 기반으로 상품 구성

#### ○ 동경 코리아센터 방문층 분석

- 방문객 후기 분석, 특장점 및 활용성 분석

### 나. 상품 큐레이팅

구분	개발항목	세부내용
상품 큐레이팅	상품 리스트	- 상품 카테고리, 상품명 및 이미지, 브랜드 소개, 특징 (사이즈, 무게, 재질 등), 관련 링크(웹 주소)로 제안
	큐레이팅 방안	- 공간 내러티브(컨셉/스토리)에 기반하여 상품 큐레이팅

#### ○ 상품 리스트 도출 ※붙임2 참고

- 브랜드·공간 전략에 근거하여 상품 제안
  - \* 상품은 전통 문화 상품(굿즈, K-Heritage 등)에만 국한되지 않으며, 기획의도 및 공간 내러티브에 맞게 테마별 상품 등 다양한 분야 상품 제안 지향
  - \* 붙임2의 상품 예시는 참고자료로, 이에 한정하지 않고 공간 콘셉트 및 기획 의도에 부합하는 상품을 자유롭게 추가 제안 가능

- \* 불임2의 문화행사 계획을 참고하여, 전시 상품과 연계된 문화·체험 프로그램의 기획과 상품 구성 및 큐레이팅 방향 설정
- 상품은 공공·민간 구분 없이 자유로이 제안 가능. 단, 특정 하나의 기업에 쏠리는 현상 지양
- \* 대상지 리서치 시, 현지 진출 민간·공공 기관 조사를 필수 동반하여 문화와 산업 간 협력과 시너지 효과를 불러일으킬 수 있는 상품 지향

**< 참고 사항 >**

1. 한국적 문화 코드에 기반하고 글로벌 시장 유통 가능한 소비재(기성품)이어야 함
2. 순수 예술 작품, 상품으로써 유통이 불가능한 전시용 공예품·아트 피스 및 특정 IP 상품(음반, 응원봉) 제외
  - \* 단, ‘컬렉션’ 개념의 다양한 IP 상품 간 조합에 한하여 IP 상품 활용 가능
3. 상품 수량 및 카테고리 제한은 없음. 단, 상품 카테고리별 구분을 통한 단순 진열 지양
  - \* 상품예시) K-패션 액세서리, 뷰티-웰니스 상품, 콘텐츠 IP 서사 반영 전통주 등
4. K-존 내 상품 직접 판매는 불가하므로, QR코드 등을 활용하여 온라인 판매처, 브랜드 공식몰, 제휴 판매 채널 등 구매 정보를 제공하는 방식으로 연계 필요

#### 다. 상품 디스플레이 계획안(VMD)

##### ○ 상품 디스플레이 계획안(VMD) 도출

- 방문객이 한국 문화 상품의 인지 단계를 넘어 구매 행동 단계로 이어질 수 있는 디스플레이 방안
- ※ 기획한 동경 코리아센터의 디자인 시안을 기준으로 계획하되, 여러 조합의 상품 디스플레이 아이디어를 제시할 것. 이는 주기적으로 디스플레이를 변동하여 상설 전시 공간을 효율적으로 운용하도록 하기 위함임

구분	개발 항목	세부 내용
상품 활용안	디스플레이 계획안(VMD)	- 존별 진열 상품명, 개수, 위치(배치), 진열(부착·고정) 방식 등 계획 제시 ※ 디스플레이 계획은 도출한 공간 디자인 시안에 기초하여 어떤 위치(존)에 어떤 제품을 어떤 조합으로 배치하겠다는 시안 이미지와 제품 리스트를 모두 제안할 것
	상품 구매 전환 장치	- 진열된 상품 구매 정보를 효율적으로 제공할 수 있는 아이디어 제안(QR, 미니 스크린 등 제한 없음)
	전시물 운영	- 전시물 교체 등 사후 공간 관리 및 운영 계획 ※ K-존은 상설전시 공간으로, 과업 종료 후 각 코리아센터가 자율적으로 전시물 교체 및 운영이 가능하도록 전시물 교체 및 운영 계획이 세부적으로 제안되어야 함

\* 코리아센터 내에서는 판매 행위 금지를 원칙으로 함. 단, 전시된 상품에 대한

구매 정보 제공은 가능

- \* 상품 디스플레이 계획안(VMD)에 기초하여, 과업기간 중 최초 상품 구입·물류는 수행기관이 담당하고, 과업 종료 후 추가 상품 구입·물류는 센터 자체적으로 상품 구입·물류를 진행할 예정으로 이를 고려한 실제 공간 ‘진열’ 측면의 계획 필요. 단, 과업 종료 이후 문화원 자체 운영이 가능하도록 물류 교체 및 운영 계획이 세부적으로 제안되어야 함

### 3. 실시 설계 및 시공

#### 가. 전시구조물 및 보조물 설계도서 제출 도출 및 시공

##### ○ 실시 설계 시공 도면(공간 디자인에 맞춰, 공간별 설계 도면 작업 진행)

- 전시구조물 및 보조물, 소방설비, 위생설비, 공조설비, 전기설비(조명 등), 통신설비와 시설, 하드웨어/시스템, 콘텐츠 설계설명서 등 실제 시공이 착수 가능한 수준의 실시 설계 도면(평면도, 입면도, 단면도, 마감상세도 등) 제출

\* 공모기간 중 사전 설명회 및 현장 견학 실시

\* 답사 가능시간 10:00-17:00 (담당자: 박성호 / 연락처: 03-3357-5974)

##### ○ 스펙북 및 공사비 내역서 제출

- 스펙북은 실시 설계 도면에 입각하여, 시공 및 공사에 필요한 모든 하드웨어의 마감재, 재질, 사이즈, 색상 등을 포함하여 도출하여야 함
- 실시 설계 도면 및 스펙북에 입각하여, 자재 세부 스펙을 포함한 공사비 산출 내역서 작성 및 제출 필요

\* 공사비 내역서에는 ‘재료비 항목’을 필수 추가하여, 자재의 종류·세부 스펙 및 물량 등 단가와 수량 그리고 총액이 모두 세부화되어 기재되어야 함

\* 향후 과업 진행 중, 디자인 변경이 이루어질 시 이에 맞춰 공사비 내역서는 수시로 업데이트 되어야 하며 발주처에게 사전 공유를 원칙으로 함

##### ○ 전시구조물 및 보조물 제작 및 납품

- 전시 진열장, 보조대 및 기타 전시보조물 제작 및 납품
- 전기, 소방, 조명 등 관련 설비 납품
- 제작지는 국내·외 장소의 제한은 없으나 제작 전 예산 효율성 검토 진행 및 보고가 필수 사항이며, 발주처 협의 후 최종 발주 가능
- 납품은 제작 후 포장, 문화원까지 운송(필요 시 해관, 보험 등 제반사항 일체 포함), 납품 후 현지 조립이 필요할 경우 조립까지 완성한 상태로의

## 납품 필요

### ○ 전시구조물 및 보조물 시공

- 전시 구조물 및 보조물 납품 후, 공간 디자인 및 시공 가이드에 따라 완성품인 상태로 설치 필요
- 시공 시 전기 등 추가 자원이 필요한 경우 사전 공유 및 협조 요청 필수

### ○ 시공 착수 및 공간 조성 관리

- 시공(설계) 도면에 따라 실제 현지 시공 착수
- 시공 현장 관리 및 일일 시공 착수 현황 보고(서면)
- 시공에 필요한 현지 인허가 및 안전 승인 등 제반 사항 진행

### ○ 시공 감리 준수

- 시공 감리를 위한 외부 감리 인력 섭외 및 배정하여야 하며, 외부 감리 인력의 지정은 발주처의 승인 하에 최종 배정함
  - \* 적합한 시공 감리 인력 부재 시, 발주처가 별도 추천 및 지정할 수 있음
- 시공사는 시공 착수 현황을 시공 감리 인력 및 발주처에게 성실히 보고할 의무가 있으며, 시공 감리 인력의 검토 의견 및 수정 사항을 준수하여 과업을 완수해야 함
- 시공 감리 인력 투입을 위한 제반 비용은 본 용역 금액 포함사항이며, 시공 감리 인력 투입을 위한 예산 항목을 별도로 책정하여야 함

## 나. 사후관리(하자보수, 유지보수)

### ○ 시공 공간 사후 관리

- 실내 건축에 대한 하자담보책임기간은 1년으로 함. 시공업체는 준공일로부터 1년간 무상 하자보수 및 유지관리 의무를 부담함
  - \* 방수, 전기, 기계설비 등 주요 공종의 하자담보책임기간은 「건설산업기본법 시행령」 별표 4, 「전기공사업법 시행령」 및 「국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 시행규칙」 제70조에 따른 기준을 준용하여 공종별로 별도 적용
- 하자담보책임기간이 종료된 후에도, 발주처 자체 시설 관리가 될 수 있음

- 도록 시설 관리 및 유지보수에 필요한 기술 이전을 필수로 요함
- 특정 시설 혹은 체험 솔루션·콘텐츠에 발주처와 직접 계약한 용역 업체 이외의 하청 혹은 협력업체가 있을 경우, 해당 업체 과업 범위에 해당하는 시설 역시 발주처의 직접 계약 당사자인 용역 업체가 전담하여 유지보수 해야 할 의무가 있음

○ 상시 체험 콘텐츠·솔루션 유지보수

- 공간 조성 시 구축한 상시 체험 콘텐츠 및 솔루션에 대한 유지 보수 제공 의무가 있음
- 유지 보수는 콘텐츠의 하드웨어 설치, 기기 결함, 기술적 결함, 일시적 오류 등의 관련 문제 발생 시 원격 유지 보수 및 필요 시 현장 방문 점검 및 보수를 포함함
- \* 상시 체험 콘텐츠·솔루션 유지보수는 준공일로부터 최소 1년간 무상 유지 보수를 원칙으로 하며, 유지보수 범위는 콘텐츠 및 솔루션의 하드웨어, 시스템 오류, 기술적 결함 등에 대한 조치로 한정함. 유지보수 기간 내 발생하는 결함에 대해서는 원격 유지보수뿐만 아니라 필요 시 현장 방문 점검 및 보수를 포함하여 수행하여야 함. 다만, 소모품 교체, 유료 라이선스 비용, 운영 인력 투입 등은 유지보수 범위에 포함되지 않으며, 별도 비용으로 처리함.

< 참고 사항 >

1. 본 과업으로 발생하는 모든 산출물에 대한 유지보수 관리를 위해 사업 주체 대상 사후 관리 가이드 필요
2. 필요시 교육 등 기타 제반 사항이 발생할 수 있으며 이에 대해 발주처와 협의하여 결정
3. 시공 및 시설 유지 보수를 완수 할 수 있도록 **작업물 전체 원본 파일(ex. CAD 작업파일 등) 이전을 원칙으로 함**

4. K-존 공간 개소

가. 상품 조달(구매 및 물류)

- 공간 디자인 및 VMD 계획에 따라, 상품 구매
- 구매한 상품의 현지 문화원 배송 및 관리
- \* 해운, 항공 등 운송 방식은 제한이 없으나, 발주처와 사전 협의 필요

나. 상품 디스플레이(진열)

- 상품을 공간 디자인 및 VMD 세부 계획에 따라 실제 K-존 공간 내 상품 진열

- 상품 진열 시 필요한 집기 배치, 조명 시스템 관리 등의 제반 사항 일체를 진열 과업으로 포함함

#### 다. 연계 문화·체험 행사

- 전시 상품과 연계된 문화 및 체험행사에 대한 기획 및 제안
- 문화(공연·전시) 행사 6회 이상 실시
- 체험관련 행사 10회 이상 실시
- 관련 행사의 전반적인 진행 및 운영 일체.

※ 연계 문화·체험행사 제안 규모에 따라 횟수는 조정될 수 있음.

#### 라. 홍보

##### 1) 사업 전반 홍보 계획 수립

- 단계별(사전/집중홍보/사후) 및 매체별(온/오프라인) 홍보 계획 수립
- 주재국 및 국내에서의 홍보 계획 포함
- 공간, 체험, 문황행사와 연계된 전략적 홍보 계획 수립 및 제안
- 키 비주얼, 포스터, 리플렛, 보도자료, SNS 콘텐츠, 리포트 영상, 현장 배너 등 각종 홍보 콘텐츠 제작
- 온/오프라인 홍보 행사 기획 및 실행(문화행사와 연계/단독)
- 바이럴 마케팅, 인플루언서 섭외, 매체 유료 광고/홍보 기획

##### 2). 홍보 효과 지수 설정 (KPI)

- 홍보 성과 측정을 위한 정량 정성 KPI 설정 및 관리 방안 제시
- 개소 전/중/후 단계별 지표설정(SNS도달률/참여율, 언론 노출, 협업포함예시) 언론 홍보(보도자료 배포 및 송출, 미디어 노출, 기자초청) 기사화 50건 이상 및 기획기사 3건 이상  
보도자료는 사전/사후 자료를 포함 최소 3건 (한/일) 이상  
메타 타겟팅 광고 누적 노출수 500만
- 지표별 목표 및 측정 방법을 제시하고 운영기간 중 성과 점검보고 수행

##### 3). 사후 홍보 계획 및

- 개소 이후 지속 홍보 및 운영 전략 수립

- 하이라이트 / 스케치 영상 제작
- 방문객 재방문 유도를 위한 운영체계 구축
- 공간, 체험, 문화행사와 연계된 전략적 홍보 계획 수립 및 제안
- 키 비주얼, 포스터, 리플렛, 보도자료, SNS 콘텐츠, 리포트영상, 현장 배너 등 각종 홍보콘텐츠 제작
- 바이럴마케팅, 인플루언서 섭외, 매체 광고 등 광고/홍보 기획
- 온/오프라인 홍보 이벤트 기획 및 실행 (문화행사와 연계/단독 실시)

## 5. 과업 수행 계획 및 업무보고

### 가. 투입 예산 관리

#### ○ 예산집행 계획 수립

- ① 제안서 내 세부 과업별 집행 비율 제시 및 ②기획한 공간 디자인에 기반한 세부 예산안 별도 제출
  - \* 발주기관은 대행사가 사전 협의 없이 집행한 금액에 대해 지급 불가
  - \* 배정예산금액 일반관리비, 대행수수료, 회계감사비, 인력비 등 제반비용 모두 포함
- 세부 예산안은 대항목별로 구분한 뒤, 세부 항목 및 산출근거 그리고 수량, 단위, 단가로 이루어진 금액을 포함하여야 함. 특히, 시공 및 제작에 대한 단가는 필히 산출근거(마감재, 재질, 사이즈, 색상 등 규격)를 명시하여야 함
  - \* 시공 과업의 경우, 과업 수행 과정에서 비용 증가 가능성을 고려하여 사전에 예비비를 반영하여야 하며, 계약금액을 초과하는 비용이 발생할 경우 해당 초과 비용은 계약상대자가 부담하므로 반드시 사전에 예비비를 책정할 것. 정산금액이 계약금액 이상이면 초과된 금액은 계약당사자가 부담

대 항 목	예 산 작 성 가 이 드 ( 예 시 )
공간 기획	- 공간 내러티브 도출을 위한 기획료
공간 디자인 및 설계	- 공간 디자인 도출 및 3D 조감도 제작, 상품 디스플레이 계획안(VMD) 등 과업 관련 디자인 및 기획물에 관한 비용 일체 - 실시 설계 도면 도출 및 스펙북(마감재, 재질, 사이즈, 색상 등) 도출 비용
시공 및 제작	- 시공 및 제작에는 제작, 현장 운송, 설치(조립·고정·세팅)까지

	<p>포함하여 산정할 것.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공간 별 제작 구역을 구분하여, 존별 제작 요소(세부항목) 및 마감재(산출근거) 표기 필수</li> <li>- POP 및 사이니지 제작, 공간 인테리어를 위한 기성품 구매 등 관련 제반 항목들도 별도로 구분하여 표기할 것</li> <li>- 제작물 운송 관련 제반비용(해관, (급행) 운송료, 보험료 등) 및 운송 과정에서 발생 가능한 손실·파손 등에 대비한 보험료를 포함하여 물류에 필요한 비용 책정 필요.</li> <li>- 국외 제작하여 발송할 경우, 관련 제반비용(해관, (급행) 운송료, 보험료 등)을 포함하여 물류에 필요한 비용 책정 필요. 제작지(국·내외) 여부를 산출 근거에 필수 명시할 것</li> <li>- 현지 법규에 따른 인허가(전기, 소방 등) 및 안전관리 기준을 준수하여 시공하여야 하며, 관련 제반 비용을 포함하여 산정할 것</li> </ul>
<b>시스템 및 음향</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 공간 연출 및 K-존 연계 문화 행사를 위한 제반 환경(조명 시스템, 음향, 스크린 등) 설치를 제안할 경우, 산출근거와 함께 예산 책정</li> </ul>
<b>상품 구매 및 물류</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 공간 규모·공간 디자인 및 제안한 상품 디스플레이안(VMD)에 입각하여 상품 구매 비용 기재</li> <li>- 상품의 물류 비용 필수</li> <li>- 상품은 주기적으로 교체되어야 하므로 본 용역 종료 전까지의 물품 교체 수량과 종류를 계획하여 제안할 것</li> </ul>
<b>운영</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 체험 솔루션 및 콘텐츠 관련 비용 일체</li> <li>- 연계공연 및 체험행사 운영 비용 일체</li> <li>- 일상 운영(방문 기념품, 방문 이벤트 등) 관련 비용 일체</li> </ul>
<b>여비</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 현장 답사 비용(교통, 숙박 등 체류비) 항목</li> <li>- 그 외, 사업 관련 물품 구매비 등 항목</li> </ul> <p>※업무용 PC, 사무용품, 소프트웨어 구독료 등 기초적인 사무 제반사항 청구 불가</p>
<b>인력비</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 용역 수행을 위한 참여 인력 인원 별 세부항목 작성 및 담당 업무 표기</li> <li>- 행사 운영, 시공 인력 등 과업 수행을 위한 인력은 세부항목에 용역 수행 참여 인력과 구분하여 작성. 산출근거란에 담당 업무 등 산출근거 표기</li> <li>- 시공 감리를 위한 외부 인력 비용 항목 별도 책정 필요</li> </ul>
<b>홍보</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 온·오프라인 통합 홍보 콘텐츠 제작 및 확산 비용</li> <li>- 스토리텔링, 디지털 콘텐츠 운영, 바이럴 마케팅 등 다방면의 홍보 및 광고비용</li> <li>- 홍보 분석 리포트 및 영상 제작</li> </ul>
<b>예비비</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 시공 및 해외 물류 등 항목 등에 대한 예비 비용</li> <li>- 환가료 등 환율 차액으로 인한 예비 비용 *해외 비용은 적용 환율 기준일 및 환율 산정 기준을 명확히 명시할 것.</li> </ul>

대행료	- 대행료는 10% 이내로 책정 권장. 초과 시 초과 청구 사유서 서면 제출을 요구할 수 있으며, 예외적 인정이 필요하다고 판단될 시에만 초과 청구 가능
소비세	- 주일외국공관에 대한 소비세 면세 대상

### ○ 하도급 계약 체결 관련

- 과업 수행자는 아래 각 호 사항을 모두 충족하는 경우에 한하여 하도급이 가능

○ 과업 수행자가 직접 하도급 계획, 운영, 보고에 관련한 모든 책임을 지는 경우
※ 과업 수행자는 과업의 일부를 하도급 받은 업체를 모두 대표하여 일체의 하도급 계획수립, 현장 운영 및 진흥원에 대한 보고를 직접 책임져야 함

- 용역 일부를 수행하는 조직 및 인원을 하도급\* 계약으로 구성할 시 과업 수행자는 우선협상대상자 선정 후 하도급 계획서를 제출하여 발주기관 승인을 받아야 함. 추후 계획서상 업체 변경하는 경우 재승인 절차를 거쳐야 함

\* 하도급 업체는 행사를 수행할 수 있는 경험과 능력을 겸비한 업체로 선정하여야 하며, 업체 선정 시 하도급의 범위와 대상 및 하도급 계약조건은 발주기관과 협의한 후 시행할 수 있음

\* 하도급거래 공정화에 관한 법률 등 관련 법령상 하도급 규정을 위반하여 하도급을 하거나, 발주기관의 승인 없이 하도급을 하는 경우, 이로 인해 문제가 발생할 시 만형사상의 모든 책임을 지며 향후 입찰 참가 자격을 제한받을 수 있음

- 전체 하도급 예산 비율은 용역비의 50% 미만 권장. 하도급 시 견적서 내 하도급 예산을 명확히 표기하여 제출하여야 하며, 하도급 예산 비율을 고지할 의무가 있음. 하도급 예산 비율이 용역비의 50% 초과 시, 발주처와 협의 및 승인 절차를 거쳐야 함.

### 나. 사업 전담 인력 구성 및 활용 계획

#### ○ 과업 중심 업무분장안 제시

- 필수 전담 인력은 총괄 담당자(PM) 1인을 포함하여 주요 과업 구분에 따른 담당자(PL)로 구성하여야 하며, 업무 범위·업무량·일정 등을 고려하여 과업 수행에 지장이 없도록 적정 인력을 배치하여야 함

구분	인원	기준사항
----	----	------

총괄 담당자(PM)	1인	- 과업 전반 품질 책임 및 커뮤니케이션 총괄
주요 과업 PL	자율 제안	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 관련 지식·보유기술·경력을 종합적으로 고려하여 제안 <ul style="list-style-type: none"> <li>* 분장 예시</li> <li>1) 공간 기획, 2) 상품 리서치 및 큐레이팅, 3) 실시 설계 및 시공, 4)연계 공연 및 체험행사 기획, 5) 홍보 실행 기획 6) 종합 운영 대행,</li> </ul> </li> <li>- 본 영역 핵심 과업인 브랜드 전략 수립 및 공간 기획은 전문 기술인력이 직접 수행하여 함</li> <li>- 사업 기간 발생하는 각종 상황 대응 및 관리 감독</li> <li>- 주요 과업 PL 인원은 자율 제안 사항이나, 업무 범위, 업무량, 일정 등을 고려하여 과업 추진에 문제없도록 충분한 수를 제안해야 함.</li> <li>- 특히, 본 영역의 핵심 과업인 공간 기획 및 설계·시공 관련 업무는 해당 분야 전문 인력이 직접 수행하여야 하며, 인력 구성의 적정성 및 전문성은 평가 시 주요 기준으로 반영함</li> </ul>

\* PM 및 PL은 제안사 소속이어야 하며 필수 전담인력 하부에 분야별 실무 인력 구성

- 기타 인력 구성 유의 사항 참고

- \* 모든 참여 인력 경력 사항 확인 가능한 이력서 등 제출해야 함
- \* 필수 전담 인력 변경 시 반드시 문화원의 승인을 득한 후 진행해야 함(모든 참여 인력은 특별한 사유 없는 한 업무 완료까지 연속 근무)
- \* 인력 부족 등 과업 수행에 차질이 생긴다고 판단될 시 발주기관은 담당 인력 교체 및 충원을 요청할 수 있음
- \* 기획을 위해 필요시 출장이 동반될 수 있으므로 해외여행 결격 사유가 없는 자로 인력을 구성해야 함

○ 전문가 집중 투입 계획 수립 및 운영

- 과업 수행의 완성도 확보를 위해 전담 인력 외 전문가 활용 가능. 필요시 우선 협상 대상자 선정 후 업무 범위 및 관련 포트폴리오 검토 등 발주기관과 최종 협의를 통한 확정

○ 프로젝트 포트폴리오 제출

- 입찰 제안서 제출 시, 참가사의 연관 프로젝트 포트폴리오 제출
- 프로젝트 규모, 투입 인력, 과업 범위, 결과 이미지 등 포함

다. 업무보고 및 산출물 제출

구분	내용	비고
착수보고	- 계약체결일로부터 일주일 이내 실행	대면
중간보고	- 발주기관과 협의하여 중간보고회 개최 및 보고서 제출	
결과보고	- 과업 종료 후 10일 이내 사업 산출물 일체 보고	서면
정기보고	- 주 1회 진행상황 서면 보고(필요시 핵심인력 대면 보고)	

※ 단계별 보고 자료는 보고회 개최 7일 전까지 완료 및 제출해야 함

○ 주요 사항 발생 시 보고회의 개최

- 변경보고: 인력변경, 업무 수행방법 및 이에 따른 산출물 변경 등
  - 위험관리보고: 잠재적 위험요소 발견 시 위험요소에 따른 조치방안 논의
  - 예산집행 관련 발주처의 내역 및 관련 증빙 요구에 따른 보고자료 제출
  - 발주처 요청이 있을 경우 총괄 책임자가 대면보고 진행
- \* 운영 관련 수정·보완 요청 사항 발생할 경우 보완하여 과업 수행 완료해야 함

○ 결과보고 및 산출물 제출

- 계약 종료 전 발주처와 일정 협의하여 결과보고회 진행 및 사업의 결과보고서, 과업 수행에 따른 산출물 일체 제출, 정산내역서, 회계정산보고서 제출

구분	비고	형식
결과보고서	세부 과업별 운영결과 및 분석	HWP 및 PPT 각 1부 필수
산출물	과업별 결과물 일체 (설계도면, 공사비 내역서, VMD 계획안, 상품 구매·물류내역, 콘텐츠 원본, 운영 메뉴얼 등 디지털 파일 원본 및 최종자료)	외장하드

- 파일은 향후 편집·활용 가능한 형식의 파일식(소스, 이미지, ai 등) 제출

○ 과업 이행 확인 및 증빙

- 발주기관은 계약이행 여부 및 사업수행의 적정성을 확인하기 위해 관련 자료(결과보고서, 세금계산서, 핵심 항목 집행 증빙 등) 제출을 요구할 수 있으며 계약상대자는 이에 성실히 응하여야 함.
- \* 증빙내역 : 결과물, 카드영수증, 이체확인증, 견적서, 세금계산서, 참여인력에 대한 과업수행내용, 현장 시공 인력 증빙, 계약서, 원천징수영수증, 참가확인증 등 제반사항 일체
- 제출된 증빙자료는 계약 내용의 완수 여부를 확인하기 위한 용도로만 활용하며, 이를 근거로 계약금액을 사후에 감액하거나 정산하지 아니함.

- 정산금액이 계약금액을 초과하더라도 초과된 금액은 계약당사자가 부담함.

## 라. 사업 산출물 관련 재산권·저작권 협의

### ○ 제작에 활용하는 폰트·이미지 등에 대한 관리

### ○ 최종 시안 및 관련 산출물의 저작권·사용권 귀속

- \* 제출자료 일체에 대한 지적·물적 재산권 및 제반 권리 소유권은 발주기관에 있으며, 저작권 확보 비용 일체(복제권, 배포권, 전시권, 2차적 저작물 및 편집 저작물의 작성권 등)는 계약 금액에 포함하여야 함. 필요시 최종 산출물과 함께 저작권 확보 자료 제출
- \* 위와 관련 문제 발생이 예상되는 경우 사전 조치가 필요하며 지속적 관리 및 책임을 다하여야 함
- \* 제출 산출물에 제3자 저작물(이미지, 영상, 음원, 폰트, 초상권 등)이 포함되는 경우, 해당 저작물의 사용 범위, 사용 기간, 수정 가능 여부, 추가 비용 발생 여부 등을 명확히 제시하여야 하며, 관련 권리 확보에 대한 책임은 계약상대자에게 있음.

## 마. 사업 관련 요청 사항 대응

### ○ 안전관리

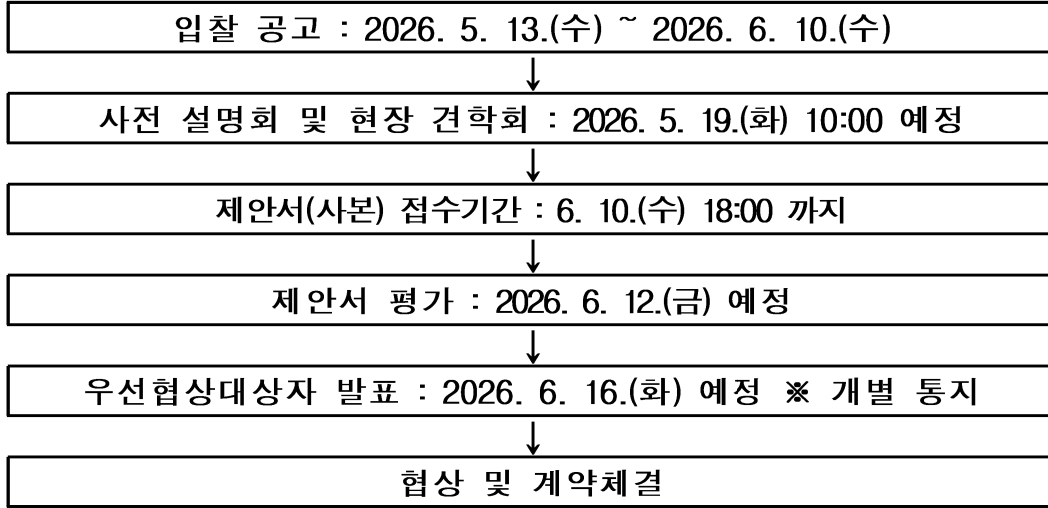
- 안전 관리 추진계획 및 필요시 매뉴얼 제작
- 용역 수행 중 외부 활동이 필요한 경우 용역사는 안전 확보를 위한 조치를 취하고 참여 인원에 대한 안전 관리에 만전을 기하여야 함
- 과업 수행 중 발생한 모든 안전사고 및 손해에 대한 책임은 용역사에 있으며 피해자에 대한 보상 또는 배상은 용역사의 책임으로 함

### ○ 자료 제출 및 추가 보완 등 협조 사항에 대한 신속한 대응

# 4

## 선정 및 평가

### □ 선정절차



※ 제안서 평가 및 발표 일정은 변동될 수 있으며, 응찰 업체는 이에 대해 이의를 제기할 수 없음

### □ 평가항목

구 분	평 가 항 목	배 점	
기술 능력 평가 (90)	정량적평가 (10)	○ 사업수행 실적(최근 5년 이내 유사사업 수행실적)	5
		○ 경영상태(기업신용평가등급)	5
	정성적 평가 (80)	○ 사업 이해도 및 전략 적합성 - 사업 목적 및 추진 방향에 대한 이해도 - 과업의 목적, 배경, 특성에 대한 이해 - 제안요청서 요구사항의 충족도 및 적합성 - 제안내용의 전문성·차별성 및 공익성	5
		○ 브랜드 전략 및 정체성 설계의 완성도 - K-존 브랜드 정체성 및 핵심 메시지의 명확성 - 추후 확산 가능성을 고려한 체계성 - 상품 큐레이팅 전략의 논리성 및 브랜드 연계성·다양성	5
	○ 공간 기획·디자인 창의성 및 실현 가능성 - 공간 기획 및 구성에 대한 이해도 및 전문성 - 1층과 3층간 방문 유도 동선 및 공간 연계 전략의 구체성 및 실현 가능성 - 공간 컨셉 및 스토리라인의 완성도 - 동선·존 구성·체험 요소의 차별성 - 디자인 시안의 완성도 및 현지 시공 실현 가능성 - 상품 디스플레이(VMD)의 전략성	30	

구 분		평 가 항 목	배 점
		<b>○ 연계 문화·체험행사 기획성</b> - 상품 연계 문화·체험행사 창의성 - 문화행사 섭외·운영 가능성 - 상시 체험 콘텐츠의 창의성 - 모객 차원에서의 화제성 및 온라인 2차 확산 가능성 - K-존 공간 및 문화 상품과의 조화성	20
		<b>○ 홍보 실행 기획</b> - 온오프라인 홍보 구상안 (브랜드 스토리텔링, 채널별 활용 계획, 콘텐츠 제작방향 등) - 프로모션 및 홍보 이벤트 창의성	10
		<b>○ 글로벌 사업 실행 체계성 및 집행 역량</b> - 과업 수행 체계, 절차, 일정의 구체성 및 현실성 - 글로벌 과업 수행을 위한 추진 방안의 체계성 및 현실성 - 일정 및 예산 관리 계획의 타당성 - 기술 이전·설명회·사후 지원 계획의 구체성 - 안전 관리 방안의 적절성 - 사업수행 전반의 안전 관리 대책의 적절성	10
가격평가(10)		<b>○ 입찰가격 평점산식에 의거하여 산정</b>	10
<b>합 계</b>			<b>100</b>

## □ 제안서 제출

### 가. 제안참가 신청서류

#### 【양식참조】

- 입찰 참가 신청서
- 최근 3년간 사업 실적
- 사업 실적증명서
- 경영실태보고서
- 사업수행 조직체계 및 인력 계획
- 사업수행 인력 인적사항(인력별 작성)

#### 【자유형식】

- 예산지출 계획서
- 행사전체내용 제안서
- 홍보 계획
- 기타 성공적 공연추진을 위한 사항
- 한국 또는 일본 지사의 매출규모, 인원수, 사업내용

## 【첨부】

- 사업자등록증 사본
- 법인등기부등본 사본
- 법인 정관

## 나. 제안서 제출방법

- 제출기한: 2026. 06. 10.(수), 일본 현지시간 18:00 까지
- 제출처: 주일한국문화원 이메일([park@koreanculture.jp](mailto:park@koreanculture.jp))
  - 제안서는 이메일 접수만 가능(이메일 접수 후 접수확인증 회신 예정)
  - 제출 서류 형식 : Acrobat PDF File (PDF File은 Password-Protected PDF 파일로 작성 후 제출하며, 비밀번호는 별도의 이메일로 발송 바람)
  - 제안서에 대한 문의 사항은 전화 또는 메일로 질의 가능함
  - 제출된 제안서의 편집 오류, 누락 등으로 인한 평가 불이익에 대한 책임은 제안업체에 있으니 주의 바람
  - 제안 관련 문의 및 접수처: 주일한국문화원 박성호  
(+81-3-3357-5970 / [park@koreanculture.jp](mailto:park@koreanculture.jp))

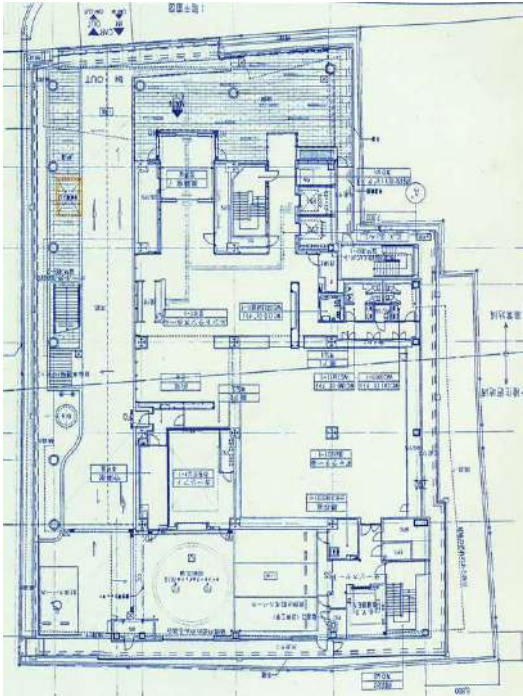
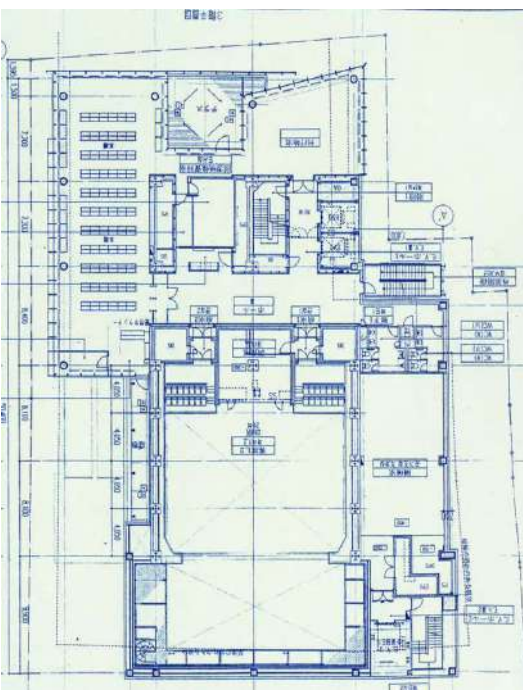
## □ 유의사항

- 제출된 제안서는 일체 반환하지 않으며, 본 제안과 관련된 일체의 소요비용은 입찰참가자의 부담으로 하며, 제안서 작성비용은 제안사의 부담임
- 제안내용에 대한 확인을 위하여 추가자료 요청 또는 입증 자료를 요구할 수 있으며, 입찰참가자는 이에 응하여야 함
- 제출된 제안서의 모든 기재사항은 허위 또는 모방, 표절로 밝혀질 경우에는 평가 대상에서 제외되며, 계약 후에도 계약을 무효화 할 수 있음
- 제출된 제안서의 내용은 발주처에서 요청하지 않는 한 변경할 수 없으며, 제안서 내용에 대한 해석상 문제가 있을 경우 상호 협의하여 조정할 수 있음
- 계약상의 사업을 수행함에 있어 부실, 조잡 또는 부당하게 하거나, 부정행위를 한 사업자는 향후 신규 사업의 참여에 제한을 받을 수 있음
- 본 사업의 수행에 필요한 모든 비용은 가격입찰금액에 포함시켜야 함
- 제안요청서, 입찰공고 및 이에 근거한 별첨 등에 명시되지 않은 사항은 국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률, 협상에 의한 계약체결기준, 전시·건설·콘텐츠 등 문화예술 진흥에 관한 법률 등 국가계약관련 법령에 따름
- 기술협상 및 계약 체결 과정에서 과업 범위, 수행 내용, 계약 조건 등은 일부 조정·변경될 수 있음

# 붙임 1 동경 코리아센터 디자인 요청 사항

## 1 센터개요

- (위치/주소) 東京都新宿区四谷4-4-10  
4-4-10 Yotsuya Shinjuku Tokyo Japan
- (케이존 조성 면적) 1층(외부현관/내부), 3층 총 123평  
\* 1층 외부현관 및 내부 63평, 3층 60평

구분	센터 개요: 건물 1층, 3층	
1, 3층 평면도		
	1층 평면도	3층 평면도

## ② K-존 상설공간 조성 장소

□ 메인전시장 : 1층 로비 (스토어형 전시 공간)

 <p>1층 전면도 및 로비 조성 구역</p>	<p>현재 사진</p> 	<p>예상 HW 구상안 (설명참고)</p> 
		
		

- 1층 로비
- 총면적 325평 / 약 27평
- (기타 이 공간에 대한 설명)
  - 코리아센터의 입구 및 로비
- (설명) 예상 HW 구상안
  - 단순히 진열장을 배치하는게 아닌 벽/ 바닥/ 천장등을 디자인적으로 시공
  - 전시 공간 부분 바닥을 편안하고 아늑한 공간감을 제공하는 재료의 활용으로 분위기 연출
  - 공간의 서사를 강조할 수 있는 간접조명 및 시그니처 조명의 배치 설계
  - 공간 내 스토어형 진열대 설치 및 벽면 멀티비전 재구성으로 활용
  - 정면에 보이는 그림을 떼어내고 케이존 명칭 및 포토존 설치
  - 테마에 맞춘 3D 조형물 설치로 관람객 개인의 SNS 홍보용 포토존 설치

## □ 1층 외부 현관 (홍보 및 안내 존)

	<p>현재 사진</p>	<p>예상 HW 구상안 (설명참고)</p>
<p>1층 전면도 및 현관 조성 구역</p>		
		
		

- 1층 외부 현관
- 총면적 325평 / 약 36평
- (기타 이 공간에 대한 설명)
  - 코리아센터의 입구
- (설명) HW 예상 구상안
  - 케이존 인지도를 높이는 조형물을 겸한 홍보 안내 부스 설치
  - 조명을 이용한 설치 홍보물 설치로 로 야간경관도 고려한 라이트박스형 쇼윈도 디자인 제안
  - 바닥부분 자연스러운 소재 설치와 스탠드형 테이블 설치.
  - 유리 안쪽에 상품관련 3D 파사드 오브제를 활용한 SNS 활용 포토존 설치
  - 기둥을 색상과 디자인을 활용한 랩핑으로 아이캐칭 효과 상승
- 주의사항
  - 외부 공간임을 고려하여, 우천 등 날씨 변화에도 영향이 적도록 내구성이 있는 마감재를 활용할 것

## □ 3층 도서자료실 (상설 및 확산형 전시 공간)

	현재 사진	예상 HW 구상안 (설명참고)
 <p>3층 전면도 및 조성 구역</p>		
		
		

### ▪ 3층 / 도서실 공간

▪ (총면적/케이존 활용 가능 면적) 329평 / 약 60평

### ▪ (설명)HW 예상 구상안

- 1층 전시상품의 확산형 제품 전시 공간으로 목가구 구조를 현대적으로 재해석한 커스텀 시스템 서가 디자인 제안.

- 상품과 어우러진 한국의 라이프 스타일을 느낄 수 있는 공간  
(예-다이칸야마 츠타야 서점, 코엑스몰 별마당 도서관)

- 중간에 위치한 책장을 재구성하여 전시 공간 확보

**※ 책장을 재구성한 후 확보된 전시 공간에 K-존과 연계하여 어떠한 컨셉으로 소비재품 진열 및 관련 체험 콘텐츠를 적용할 것인지 K-존의 정체성이 녹여든 공간 기획 및 디자인 개발이 필수적임**

- 라이프 스타일 전시를 위한 전시대 설치

- 개인 SNS발신 홍보를 위한 라운지형 공간 설치

## 붙임2 동경 코리아센터 행사 제안 내용

### □ K-뷰티 전시 관련

○ (일시/장소) 9월 ~ 10월 / 케이존 구축공간

장소	전시형태	전시내용		
1층	스토어형	뷰티 상품 전시- 화장품, 미용건강 상품 등 (예시)		
				
2층	체험	뷰티 상품 관련 체험 및 시연, 강좌, 강연, 문화공연 등		
3층	전시형	뷰티와 연관된 콘텐츠 상품 전시 (미용기기, 뷰티소품 등)		
				

### ○ 문화원 제안 기획 내용

- 스토리가 있는 전시 상품의 선별 제안. (예: 한국화장품에 대한 트렌드 전시, 연령대별 인기 화장품, 현지 미발매 화장품 등)
- 선정 스토리에 따른 전시상품을 2회 이상 변경으로 재방문 유도.
- K-뷰티 전시기관 중 관련 체험행사 6회 이상 실시.

예) 메이크업 강좌, 샘플링 및 AI 피부 진단, 최신 K-뷰티 기술 체험 프로그램 등



- 연계 문화행사 3회 이상 실시

예) 뷰티 인플루언서 및 업계 전문가 초빙 강연 및 시연행사

메이크업 아트 퍼포먼스 등 뷰티와 연계성이 있는 공연 행사

## □ K-문화·콘텐츠 상품 관련 행사

○ (예정일정/장소) 11월 ~ 12월/ 케이존 구축공간

장소	전시형태	전시내용
1층	스토어형	문화·콘텐츠 상품전시 (몯즈, 공예품, 한글디자인상품 등) ※연계문화행사 : 1층 갤러리 -> 미디어 아트 전시
		  
2층	체험	체험 키트, 한지공예 만들기 및 연계 문화행사
3층	전시형	문화·콘텐츠 연관 상품전시 (생활상품, 디지털문화상품 등)
		  

## ○ 문화원 제안 기획 내용

- 스토리가 있는 전시 상품의 선별 요청.

(예: 국립박물관과 몯즈 인기상품전, 지역별 인기순위 문화상품 전시, 유명 캐릭터 전통상품 전시 등)

- 문화상품 전시기관 중 관련 체험행사 4회 이상 실시.

예) 박물관 문화체험 키트와 문화상품 DIY 관련 만들기 등

- 연계 문화행사 3회 이상 실시.

예) 문화원내 상설 전시장을 활용한 문화상품이 융합된 한국의 첨단 미디어아트 전시, 국립무용단 관련 공연, K-컬처 코스프레 대회, 한국문화 기념행사 등

- 각종 이벤트를 통한 기념품 증정으로 모객 효과 증대.

※ 본 상품은 예시이며, 문화 상품(몯즈, K-Heritage 등)에만 한정하지 않고 공간 콘셉트 및 기획 의도에 부합하는 뷰티등 다양한 민관 분야 상품 제안