

1. 디자인 박물관 설립을 향한 일본 내 움직임
2. 미술관 측의 움직임
  - 2.1. 미술관과 디자인
  - 2.2. 요코스카미술관(가나가와현)의 사례
3. 과제

특집 기획 Special Features  
기획 기고 Special Contribution

# 코로나19 시대의 박물관과 디자인

## Museum and Design under the Pandemic

### 新型コロナウイルス時代のミュージアムと‘デザイン’

# PP.018-031

도미타 야스코  
(요코스카미술관 학예주사)

Tomita Yasuko  
(Art Curator at Yokosuka Museum)

p-ISSN. 2765-2572  
e-ISSN. 2765-7825

투고일 2022년 7월 8일  
심사일 2022년 7월 11-25일  
게재확정일 2022년 8월 1일

Received Date 8 July 2022  
Reviewed Date 11-25 July 2022  
Accepted Date 1 August 2022

## 요약

이 글은 ‘디자인 박물관’을 두 가지 측면에서 바라본 일본의 상황에 대한 보고서다. 우선, 첫 번째로 디자인 박물관 설립을 위한 운동에 관한 내용이며, 두 번째는 박물관, 특히 미술관 측면에서 바라본 박물관 콘텐츠로 디자인의 ‘가치’에 관한 것이다. 두 번째 내용에서는 필자가 근무하고 있는 지방 도시 공립미술관인 요코스카미술관(가나가와현)의 실제 사례를 소개한다. 그리고 마지막으로 그동안 교차점이 적었던 양측의 접점을 현 팬데믹 상황과 연계하여 생각해 보려 한다.

## Abstract

This article is a report on the situation in Japan, looking at the ‘Design Museum’ from two aspects. The first part is about the movement to establish a design museum, and the second is about the ‘value’ of design as a museum content from the perspective of a museum, especially an art museum. In the second part, I introduce the actual case of the Yokosuka Museum of Art (Kanagawa Prefecture), a public art museum in the provincial city where I work. And finally, I would like to think about the point of contact between the two sides, which have had few connections so far, regarding the current pandemic situation.

## 1. 디자인 박물관 설립을 향한 일본 내 움직임

아직 실현되지 않은 ‘디자인 박물관’ 설립을 향한 일본 내의 움직임은 약 20년 전부터 시작되었다. 아래에 기재된 그 흐름을 대략 되돌아보자. 일본에서의 ‘디자인 박물관 설립을 향한 움직임’(이하, ‘디자인 박물관 설립 운동’)에는 두 개의 출발점이 있다.

	‘디자인 세계 단체’를 중심으로 한 움직임	‘국립 디자인 미술관’을 만드는 모임을 중심으로 한 움직임
1996	11월: 국제 디자인 센터 개업(아이치현 나고야시), 전시 공간 및 아르데코 작품을 소장	
1997	4월: 일본 인더스트리얼 디자인협회(JIDA)에 의하여 ‘JIDA 디자인 박물관 1호관 in 신슈 신마치’(나가노현) 개관(2022년 3월 폐관)	
1998	양질의 인더스트리얼 디자인을 선정하는 ‘JIDA 디자인 셀렉션’이 시작되며, 이때 선정품을 중심으로 인더스트리얼 디자인의 명작이 JIDA에 소장된다.	
2003	2월: 경제 산업성이 ‘전략적 디자인 활용 연구회’를 설치, 6월에 정리된 제언서 중에서 ‘디자인 박물관 설립’을 제안 5월 22일: JIDA 이사장인 오쿠라 후미오(당시)에 의한 기고문 ‘진보하는 디자인 박물관 구상:일본을 사회적 미의 선진국으로’를 게재(《아사히신문》) ‘JIDA 디자인 박물관 in AXIS’ 오픈(롯데기)	1월 28일: 미야케 잇세이에 의한 기고문 「디자인 박물관을 만들자: 세계 수준의 ‘자원’을 살리자」가 게재(《아사히신문》)
2006	1월: 일본 디자인 단체 협의회(D-8)가 ‘재팬 디자인 박물관 설립 준비 위원회’를 소집한다. (후에 ‘재팬 디자인 박물관 설립 연구 위원회’로 명칭이 변경됨)	
2007		3월 30일: 도쿄 미드타운(롯데기)에 디자인 전시 공간인 ‘21_21 DESIGN SIGHT’가 오픈
2009	6월: D-8이 디자인 박물관 구상을 검토하는 포럼인 ‘핫한 논쟁! 나의 디자인과 박물관 구상’을 개최, D-8은 이후 2010년까지 3회의 포럼과 워크숍을 개최	

2010	9월 17일, 28일: D-8이 ‘DESIGN 두 시대 [ 60s vs 00s ] 재팬 디자인 박물관 구상’(미키모토 흠) 전람회를 개최	
2012	인더스트리얼 디자인의 전시 공간 ‘JIDA 디자인 박물관 1호관 in 칸사이’(오사카부) 오픈(-2021년 폐관)	9월: 미야케 잇세이, 아오야기 마사노리가 ‘국립 디자인 미술관을 만드는 모임’을 발족 11월 27일: ‘국립 디자인 미술관을 만드는 모임’에 의한 1회 퍼블릭 심포지엄 ‘국립 디자인 미술관을 만들자’ 개최
2013		10월 25일-2014년 2월 9일: 일본의 디자인 박물관 실현을 위하여 전(‘21_21 DESIGN SIGHT’)
2014		8월: 문화청이 ‘문화관계자료 아카이브에 관한 지식인 회의 중간정리’를 발표, ‘디자인 분야의 아카이브 추진 검토’ 대상으로 ‘국립 디자인 박물관(가칭)’의 가능성이 언급된다.
2016		‘국립 디자인 미술관을 만드는 모임’이 ‘일본에 디자인 박물관을 만들자! 회로 명칭 변경
2018	일본 디자인 진흥회의 홈페이지에 ‘일본 디자인 진흥 정책 아카이브’를 공개	
2019	1월 25일, 2월 10일: 연구 발표회(전시 + 세미나) ‘중전 후 일본의 디자인은 어떻게 성립하며, 어디로 향하는 것인가? — 재팬 디자인이란 무엇인가를 찾는 워크숍의 경과 및 성과를 공개하는 장으로서’(JIDA 디자인 박물관 in AXIS)를 개최	10월 17일: ‘일본에 디자인 박물관을 만들자! 회를 계승하는 새로운 단체인 ‘일본 사단법인 Design-DESIGN MUSEUM’을 발족. 대표이사로 NHK 디렉터인 쿠라모리 료코가 취임 11월 16일: Design-DESIGN MUSEUM이 ‘디자인 박물관을 만들자! 키포프 공개 회의’를 개최
2020		1월: TV 방송 ‘디자인 박물관을 디자인하다’를 방영(NHK E테레), 이후 2021년 3월까지 간헐적으로 같은 주제의 인터뷰 프로그램을 방영 4월 14일: Design-DESIGN MUSEUM이 ‘긴급 브레스트’(YouTube 라이브) 개최 5월 9일: Design-DESIGN MUSEUM이 토크 이벤트 특별 기획 ‘집에서 즐기는 디자인 박물관 vol.1 문구’를 온라인에서 개최, 5월 27일: ‘의자’를 테마로 2회를 개최
2021	12월 13일: D-8에 의하여 연구 발표회인 ‘도시마구 국제 아트·컬처 특명대사/SDGs 특명대사 주체 및 기획 사업, 재팬 디자인 박물관 구상 연구발표회 in 도시마구 심포지엄 2021-WHAT’S THE DESIGN MUSEUM?’가 개최(도쿄, 도시마구인 센터)	4월 10일-5월 9일: ‘DESIGN MUSEUM BOX 전 모아서 잇자 일본의 디자인’ 전람회를 개최(Ginza Sony Park, 5월 9일, 다만 4월 24일부로 중지) 4월 17일: Design-DESIGN MUSEUM이 토크 이벤트 ‘DESIGN-DESIGN MUSEUM BOX TALK’를 온라인으로 개최. 이어 5월 1일에 2회를 개최 10월 13일: Design-DESIGN MUSEUM이 토크 이벤트 ‘DESIGN MUSEUM BOX 야마나시 준비실’을 온라인으로 개최 11월 14일: Design-DESIGN MUSEUM이 토크 이벤트 ‘DESIGN MUSEUM BOX 야마나시 #1’를 개최(야마나시 현립근대미술관)

[표 1] 일본의 디자인 박물관 설립을 위한 움직임¹(단위: 년)

1 — 이 표는 『AXIS』 2020년 6월호 「특집: 일본에 디자인 박물관을 만들게 하는 힌트와 과제」(발행: 주식회사 액세스) p.23-31. 「디자인 박물관 크로니클」을 참고로 하여 필자가 가필 및 편집했다.

그중 하나는 디자인계 단체를 중심으로 한 디자인 제품 수집 및 전시 추진 움직임이다. 1997년 인더스트리얼 디자인협회가 마련한 '신슈신마치(信州新町)의 JIDA 디자인 박물관 1호관'이 최초의 사례다. 2003년 2월에 경제산업성이 설치한 '전략적 디자인 활용 연구회'가 같은 해 6월에 만든 제언서에 '디자인 박물관 설립'이 포함되었다. 2006년에는 통상산업성으로부터 제언을 받아 일본 디자인 단체 주도의 '재팬 디자인 박물관 설립 준비 위원회'(이후, '재팬 디자인 박물관 설립 연구 위원회'로 명칭이 변경됨)가 창설되어 현재까지 각종 포럼과 워크숍이 지속적으로 이뤄지고 있다.

다른 출발점으로는 패션 디자이너 미야케 이세이(MIYAKE ISSEY)와 당시 국립 서양 미술관의 관장(훗날 문화청 장관이 된 미술역사학자인 아오야기 마사노리(靑柳正規))이 조직하여 2012년 9월에 창설한 '국립 디자인 박물관 설립 모임'이 있다. '국립 디자인 박물관 설립 모임'에는 복선이 있다. 그것은 바로 2003년 1월에 유명한 전국신문인 《아사히신문》에 게재된 미야케의 기고문 「디자인 박물관을 만들자: 세계 수준의 '자원'을 살리자」이다. 이 기사의 영향력은 2007년 도쿄·롯데기 지구 재개발 빌딩인 도쿄 미드타운에 디자인을 주제로 한 전시 공간, '21\_21 DESIGN SIGHT'가 문을 여는 원동력이 되었다.

이후 발족한 '국립 디자인 박물관 설립 모임'은 심포지엄 등을 수차례 개최한 후, 2016년에 '일본에 디자인 박물관을 세우는 모임'으로 명칭을 바꾸었다. 명칭 변경 후 공개사업은 이뤄지지 않았지만, 비공개 협의는 계속되었던 것으로 알려졌다. 또한 2014년 6월에는 문화청에서 '문화관계자료 아카이브에 관한 지식인 회의'를 설치했고, 같은 해 8월 중순에는 국립 디자인 박물관 구상을 언급했다.

이러한 경위를 근거로 '일본에 디자인 박물관을 세우는 모임'을 계승하여 탄생한 것이 '사단법인 Design-DESIGN MUSEUM'이다. 이 법인은 설립 후 곧장 공개 회의를 실시했으며, 그 후로도 지속적인 텔레비전 프로그램과의 제휴 및 온라인 이벤트 등을 실시하고 있다. 예를 들어, 온라인을 통해 모은 특정 지역의 디자인 정보를 사진과 함께 공개하는 이벤트나 디자인 정보를 동영상으로 전달하는 활동 등 불과 2년도 안 되는 기간에 활발한 전개를 보이고 있다. 2022년인 지금도 미디어 믹스 기법과 온라인을

활용한 다양한 활동 계획이 있다고 한다.

이처럼 일본의 디자인 박물관 설립 운동은 약 20년에 걸쳐 다양한 사업을 실시하여 성과를 축적해 왔다. 국립 박물관으로 설립되는 것을 염두에 두고 경제산업성과 문화청 두 부처가 관여하고 있다. 그러나 현 실정은 수집, 보존, 전시 기능을 갖춘 본래 의미로서의 디자인 박물관 설립 계획은 아직 구체화되지 않고 있다.

단, 'Design-DESIGN MUSEUM'의 현저한 활동과 더불어 '운동'의 내용과 방법은 20년간 깊어지고 발전했다. 특히 팬데믹 시기에 이루어진 온라인 커뮤니케이션의 급속한 보급은 디자인 박물관 설립 운동을 어떤 의미로는 활성화시켰다고 볼 수 있다. 특정 장소에 거점을 두지 않고 물건을 소유하지 않는 이 운동의 특성이 오히려 강점이 되어, 지금보다 더 많은 사람들이 온라인을 통해 그들의 활동을 알고 참여할 수 있게 되었기 때문이다.

또한 각처에 흩어져 있는 다양한 '디자인'을 시각정보를 포함하여 데이터화하며, 온라인 네트워크화가 가능해진 현재, 'Design-DESIGN MUSEUM'의 활동은 디자인 박물관 설립 중이라고 생각하기보다 이미 '가상 박물관' 경지에 도달했다고 볼 수 있다.

## 2. 미술관 측의 움직임

### 2.1. 미술관과 디자인

디자인 박물관 설립 운동이 벌어지는 동안 기존의 일본 미술관은 거의 관여하지 않았다. 그렇다고 일본 미술관이 디자인이라는 영역을 멀리해온 것만은 아니다. 오히려 각 미술관들은 독자적 입장에서 디자인이라는 영역에 다가갔다.

미술관과 디자인의 관계성은 크게 다음 세 가지로 나눌 수 있다. 우선, 디자인은 미술관 기획전(특별전)의 중요한 테마 중 하나다. 그리고 디자인은 미술관이 커뮤니케이션 능력을 유지하기 위한 필수 도구이다. 마지막으로 디자인은 조형예술의 한 영역으로서 미술관의 수집 대상 중 하나이다.

첫 번째, 디자인을 주제로 한 기획전은 일본 미술관에 이미 정착되어 있다. 아르누보 등 미술사적 주제부터 현대의 건축과 패션에 이르러 다양한 기획전이 열리고 있으며 여러 미술관에는 디자인을 다루는 노하우가 이미 축적되어 있다.

두 번째로, 커뮤니케이션 도구로서의 디자인 중요성에 대해서는 말할 필요조차 없다. 건축, 인테리어, 관내 사인, 포스터 등 종이 매체부터 홈페이지, SNS 등의 인터페이스 디자인에 이르기까지 디자인의 중요성은 각 미술관의 호감도와 주목도, 나아가 관객 동원력에 영향을 주는 것으로 인식되고 있다.

마지막으로 디자인이란 미술관의 수집 대상 중 하나이다. 다만, 일본에서 디자인을 수집하고 있는 미술관은 적다. 이 점이 디자인 박물관 설립 운동과 기존 미술관이 그동안 별 연관이 없는 이유 중 하나이기도 할 것이다. 가령 디자인을 수집하는 경우에도 그 내용은 디자인 역사를 증시한 유럽 작품이 중심이 되거나, ‘의자’나 ‘포스터’와 같이 디자인의 특정한 한 영역으로 한정되는 경우가 많다.

관명	주요 수집품, 수집 분야, 디자이너
고베패션미술관 神戸ファッション美術館 Kobe Fashion Museum	근대 이후의 의복, 복식품
교토공예섬유대학미술공예자료관 京都工芸繊維大学美術工芸資料館 Kyoto Institute of Technology Museum and Archives	근현대 포스터, 빈 공방 관련 사료, 무라노 토고의 건축 도면 등
교토국립근대미술관 京都国立近代美術館 The National Museum of Modern Art, Kyoto	빈 공방 등
국립국제미술관 国立国際美術館 The National Museum of Art, Osaka	그래픽 디자인, 요코야마 타다노리 등
기후현현대도자기미술관 岐阜県現代陶磁美術館 Museum of Modern Ceramic Art, Gifu	모리 마사히로 등의 국내외 제품 디자이너가 직접 만든 도자기
니가타현립근대미술관 新潟県立近代美術館 The Niigata Prefectural Museum of Modern Art	니가타 출신 디자이너 가메쿠라 유사쿠의 포스터, 자료
도쿄국립근대미술관(국립공예관) 東京国立近代美術館(国立工芸館) The National Museum of Modern Art, Tokyo	국내외 공업디자인, 나가이 가즈마사의 포스터 등
도쿄도정원미술관 東京都庭園美術館 Tokyo Metropolitan Teien Art Museum	아르데코 관련 공예, 디자인, 자료
도야마현미술관 富山県美術館 Toyama Prefectural Museum of Art and Design	나가이 가즈마사, 가메쿠라 유사쿠 등의 포스터, 근현대 의자 등
도요타시미술관 豊田市美術館 Toyota Municipal Museum of Art	디자인 역사를 훑어볼 수 있는 가구 등
무사시노미술대학미술관/도서관 武蔵野美術大学美術館・図書館 Musashino Art University Museum & Library	20세기 포스터, 근대 이후의 의자 등
메구로구미술관 目黒区美術館 The Meguro Museum of Art, Tokyo	지역과 연고가 있는 디자이너인 아키오카 요시오의 작품, 자료
사이타마현립근대미술관 埼玉県立近代美術館 The Museum of Modern Art, Saitama	근대 이후의 의자
오사카나카노시마미술관 大阪中之島美術館 Nakanoshima Museum of Art, Osaka	디자인 역사를 훑어볼 수 있는 가구 등
우쓰노미야미술관 宇都宮美術館 Utsunomiya Museum of Art	디자인 역사에 남은 그래픽 디자인, 제품 디자인

[표 2] 디자인 수집 중인 일본의 주요 미술관(가나다순)

## 2.2. 요코스카미술관(가나가와현)의 사례

현대 일본의 미술관에서 디자인이 얼마나 중요한 요소가 되고 있는지를 필자가 근무하는 요코스카미술관(横須賀美術館)을 예로 들어 구체적으로 소개하려 한다. 또한, 해당 미술관에는 디자인과 관련한 수집품은 없으므로, 세 번째 '디자인 수집'에 대해서는 제외한다. 우선, 기획전(특별전)의 주제로서의 디자인에 대해 소개하고자 한다.

요코스카미술관은 2007년에 개관한 이래 매년 여섯 차례의 기획전을 개최하며, 1, 2년에 한 번씩 디자인에 관한 주제로 전시하고 있다. 또한 연간 기획전 관람객은 약 11만 명이며, 이 중 디자인과 관련한 전시는 항상 1만 5천 명-2만 명의 관람객을 모으는 인기 기획 중 하나다. 해변 휴양지에 자리 잡고 있으며, 가족 단위의 관람객도 많은 본 미술관에서는 세대를 불문하고 즐길 수 있는 디자인 관련 전시가 관람객의 호응을 쉽게 얻기 때문에 디자인에 관련된 소장품이 전혀 없음에도 본관의 기획전 중 디자인 기획전이 차지하는 비중은 높을 수밖에 없다.

덧붙여, 디자인과 관련한 전시는 운영적 측면에서도 장점이 있다. 일반적으로 디자인 영역의 작품은 수집가 층이 두터워 물질적인 면에서 문제가 적은 경향이 있다. 이로 인해 회화나 조각에 비해 금전적인 차용이나 운송에 드는 부담이 적어지는 경우가 많기 때문이다. 전형적인 예가 2017년에 개최한 '덴마크 디자인'(2017.4.28-6.25) 전이다. 덴마크, 영국, 일본 3개국에서 250여 점의 작품을 모아서 2016년 말부터 2021년까지 본관을 포함한 일본의 12개 전시관과 한국, 뉴질랜드 각 1개 관, 총 14개 관을 순회했다. 회화나 조각의 전시회로 이렇게 긴 투어를 기획하는 것은 어려운 일이지만, 장기간의 투어인 만큼 그에 맞은 큰 파급효과와 관람객 수의 축적은 이 전시의 성과 중 하나라고 할 수 있다. 본 미술관에서도 무려 1만 9천 명 이상의 관람객이 방문하여 성공한 기획전 중 하나로 꼽힌다.[그림 1]



[그림 1] '덴마크 디자인'(2017.4.28-6.25)

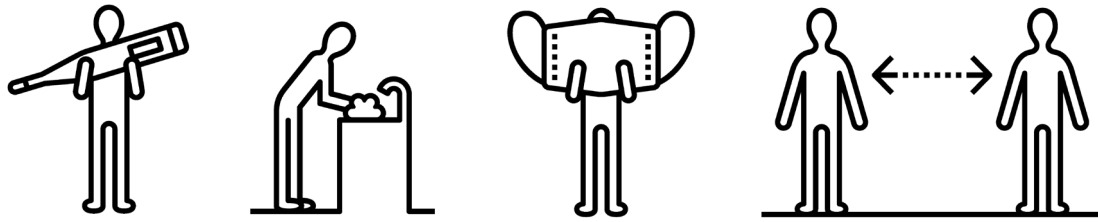


[그림 2] '실로 그리는 이야기 - 자수와 그림, 그리고 패션'(2021.4.24-6.27)

코로나 팬데믹 상황인 지금도 디자인과 관련한 전시의 강점은 유지된다. 2021년 4월 '실로 그리는 이야기 - 자수와 그림, 그리고 패션'(2021.4.24-6.27)은 국내 동유럽 3개국과 프랑스, 브라질을 포함한 5개국에서 다양한 자수 작품을 모은 기획전으로, 마침 준비 기간이 외국의 왕래가 대폭 제한되었던 시기였다. 그런데도 많은 출품작을 해외에서 확보할 수 있었던 이유는 바로 디자인 작품의 운송이 용이하기 때문이다. 결과적으로 이 전시는 수작업인 자수가 팬데믹 영향으로 집에서 시간을 보내는 시류와 맞아떨어져 관람자들의 호응을 얻었다.[그림 2]

이와 같이 디자인과 관련한 전시는 관람객의 모집 성공률이 높고 비교적 적은 부담으로 일정한 질의 전시를 실현시킬 수 있으며 위기에도 강하기 때문에 요코스카미술관에게는 고마운 전시 테마 중 하나였던 것이다.

이어, 미술관과 디자인의 관계성 중 두 번째는 커뮤니케이션 도구로서의 디자인이라고 말하고 싶다. 이 점에 대해서는 팬데믹 이후 세계 각지의 박물관들이 같은 과제에 직면했다고 생각한다. 우선, 휴관 등의 '안내'를 어떻게 해야 하느냐 하는 것, 그리고 새로운 온라인 사업 형태를 진행하면서 원활한 커뮤니케이션을 위한 디자인을 어떻게 할지에 대한 것으로 총 두 가지 과제가 있다.



[그림 3] '새로운 생활양식' 픽토그램(그림 출처: 히로무라 디자인 오피스, 2020 HIROMURA DESIGN OFFICE, YOKOSUKA MUSEUM OF ART)

요코스카미술관에서도 2020년 초에 팬데믹이 시작되자마자 하루빨리 휴관과 입장 제한 정보를 알릴 필요가 있었다. 이후에도 감염 확대 방지를 위한 관람 규칙 등을 새롭게 알려야 하는 상황이 연속되어, 어쩔 수 없이 행사 관계사가 인터넷상의 무료 이미지를 찾아 포스터나 홈페이지 화면을 손수 만드는 사태가 일어났다. 요코스카미술관뿐 아니라 일본 대다수의 박물관이 비슷한 상황이었던 것으로 기억한다. 다만, 다행스러웠던 점은 손 씻기나 마스크 착용 등의 새로운 관람 규칙을 나타내는 픽토그램을 그 방면에서 저명한 디자이너인 히로무라 마사아키(廣村正彰)로부터 무상으로 제공받은 것이었다.[그림 3]

히로무라가 이끄는 히로무라 디자인 오피스는 요코스카미술관의 픽토그램을 담당했기 때문에 미술관과 요코스카시에 '새로운 생활양식'에 관한 픽토그램을 제공해 주었다. 이 픽토그램은 시의 시설에 관한 내용이나 계몽 포스터에 사용되었을 뿐 아니라 히로무라의 뜻에 따라 누구나 사용할 수 있는 이미지로서 미술관 홈페이지에 공개되었다. 당시 요코스카 미술관은 임시 휴관 중이었지만 이러한 경위로 미술관으로서의 정보 제공을 지속할 수 있었다.

'안내'를 위한 디자인 다음으로 대응해야 되는 것이, 팬데믹 아래에서 급증한 다양한 온라인 콘텐츠에 수반하는 디자인, 즉 PC 화면의 인터페이스나 글씨체 등의 디자인이었다. 온라인 콘텐츠 측면의 디자인 역시 우선은 직원이 개인 스마트폰을 사용해 전시 해설의 동영상 제작하거나, 익숙지 않은 앱으로 감상용 교재를 장시간 동안 만드는 시행착오를 거치며 시작되었다. 현재는 대면 사업과 병행해 전달용 동영상 제작이 정착되어 온라인 사업의 비중이 오히려 증대되고 있는 실정이다. 거듭되는 경험을 토대로 디자인 기술이 향상되고 있지만 그것이 바람직한 것인지는 별개의 문제일 것이다.

어쨌든 확실한 것은 팬데믹에 의한 미술관의 활동 영역 변화다. 미술관의 역할은 지금 당장 진품을 보여 주는 생생한 감상을 체험하게 하는 기회를 제공하는 것만으로는 충분치 않게 되었다. 그 변화의 물결이 현시점에서는 주로 교육 프로그램 보급에 직면하는 단계에 머무르고 있지만, 머지않아 전시나 수집 활동에도 영향을 끼치게 되는 것은 아닐까 생각한다.

그렇다면 다시 일본에 있어서의 '디자인 박물관 설립 운동'의 문제를 되돌아보자. 현시점에서 이 운동의 종착지를 알 수는 없지만, 앞서 서술한 내용과 같이 활동의 일부는 이미 '가상 박물관'의 경지에 가까워졌다고 할 수 있다. 그것이 어쩔 수 없이 선택된 사업 온라인화의 단순 귀결일지, 아니면 디자인이라는 확산형 영역을 다루는 필연에서 생긴 결과인지는 알 수 없다. 그러나 어찌 되었든 온라인 활동이 디자인 박물관 설립 운동에 획기적인 계기가 된 것은 확실하다. '디자인 박물관 설립 운동'은 작품을 수집, 보관하지 않고도 혹은 실질적인 전시를 하지 않고도 온라인을 통한 감상의 기회를 제공하는 데에 성공했다.

한편, 기존 미술관도 소장품 항목에 디자인의 포함 여부와 상관없이 팬데믹을 겪으며 그 어느 때보다 디자인이라는 영역과 다양한 방면으로 관련성을 갖게 되었다. 동시에, 온라인 커뮤니케이션의 도입으로 사업 형태에 큰 변화가 초래되었다.

이 상황은 팬데믹을 계기로 그동안 접점이 없었던 기존 미술관과 디자인 박물관 설립 운동이 서로 그 과제와 가능성을 공유했다는 것을 의미한다. 그렇다면, 현재는 그 접점의 다음을 생각해야 할 때라고 할 수 있지 않을까? 🗣️

'디자인 박물관 설립 운동'의 경위에 대해서는 『AXIS』 2020년 6월호 '특집: 일본에 디자인 박물관을 만드는 힌트와 과제'(주식회사 액세스 발행)를 참고했다.

'일반재단법인 Design-DESIGN MUSEUM'의 활동에 대해서는 법인 대표이사 구라모리 교코(倉森京子)가 정보를 제공했다.