

일본 화훼 도매시장 물류체계 및 복합시설 건립 사례 조사

2009.12.20 ~ 24.

일본 오사카, 도쿄 일원

출장보고서

1. 출장 개요

- 출장목적 : 일본의 현대적인 화훼도매시장과 복합 유통시설을 벤치마킹하여 양재동 화훼공판장 현대화 사업의 방향 수립에 참고
- 출장지 : 일본 오사카(20~21일), 요코하마(22일), 도쿄(23~24일)
- 출장기간 : 2009.12.20~24(4박 5일)
- 출장자 : 국승용(한국농촌경제연구원), 권오엽, 백태근(이상 농수산물유통공사), 박홍곤(HAUD 엔지니어링)

2. 출장결과 주요 시사점

- 화훼류 물류 시스템의 현대화 필요
 - 쓰루미 도매시장은 1994년부터 현재 운영되고 있는 물류시스템을 도입하여 신속하면서도 효율적으로 품질을 관리하며 화훼류의 유통을 추진
 - 바코드 등을 이용한 화훼류 식별 체계, 정보시스템과 자동화 라인을 구비하지 않고서는 견본거래, 재택경매, 웹거래 등 다양한 방식의 거래 수용 곤란
- 거래 방식의 다각화를 통한 시설의 활용도 제고
 - 절화류의 경우는 쓰루미와 오타 모두 취급량의 65%가 경매이전에 거래가 성사되며, 이미 거래가 성사되었기 때문에 출하 시점을 조절하여 도매시장의 시설을 효율적으로 활용
 - 견본경매가 정착되어 좁은 면적에서 효율적으로 경매를 수행할 수 있으며, 경매를 위한 수송작업을 감축하여 물류 효율화에 기여
 - 양재 공판장도 경매 중심의 거래를 지양하고 다양한 거래 방식을 도입을 위한 다각적인 노력이 필요하며, 거래 방식의 다원화를 전제로 시설 수요를 도출하는 것이 합리적
- 물류 표준화에 대한 검토 선행
 - 쓰루미의 경우 자동화 설비 도입시 화훼류 물류 표준화가 이루어지지 않은 상태여서 폭 150cm, 높이 60cm를 넘는 절화는 취급이 불가
 - 오타 시장의 경우 절화류의 팻릿화가 미미한 수준이나 이루어지고 있어, 도매시장 곳곳에 팻릿과 핸드카가 비치
 - 양재 공판장의 시설 현대화 이전에 대차 또는 팻릿 등 물류 기본 단위에

대한 표준화가 이루어져야 미래 지향적인 물류시스템 도입 가능

○ 정보시스템 도입에 대한 검토

- 바코드, RFID 등 화훼류 개체를 식별할 수 있는 정보시스템이 도입 필요
- 사전예약거래, 견본경매 등 다양한 방식의 거래를 수용하기 위해서는 물류작업이 복잡해지므로, 자동화 기기와 작업반에게 종합적인 작업 지시를 할 수 있는 정보시스템 도입 필요

○ 중도매인 점포 확보

- 쓰루미 시장의 경우 12개의 절화 중매업자와 3개의 분화 중매업자만이 점포를 보유하고 있으며, 2,500 여명에 달하는 매매참가인은 시장 외부에 점포를 보유하고 화훼를 유통
- 양재 공판장의 부지와 시설이 제한적이기 때문에 중도매인 점포가 차지하는 비중을 최소화할 수 있는 방안 마련 필요

○ 복합시설의 경우 효율적인 기능 구분 필요

- 남바파크, 오삼바시 여객터미널 등 복합시설은 동일한 지역에 일관된 건축물을 활용하고 있지만 업무시설, 상업시설, 공원시설 등 기능이 서로 다른 시설에 대한 접근을 명확히 구분
- 기능에 따른 접근을 구분함으로써 시설 전반의 상징성을 유지하면서도 개별 시설의 효율성을 제고시키고 있음.
- 양재공판장 역시 현대화 과정에서 제반 건축물을 일관된 계획에 의해 건설하면서도 도매시설, 소매시설, 업무시설, 상업시설 등 상이한 기능의 시설에 대한 적절한 구분이 필요

○ 시설에 대한 종합적인 컨셉을 마련하고 건물 자체가 상품성을 가질 수 있는 시설 확보

- 남바파크, 오삼바시 여객터미널, 오모테산도 힐즈, 미드타운, 롯본기 힐즈 등은 해당 건축물의 기능은 물론 건축물 자체로 명소로 자리잡은 시설
- 즉, 해당 시설을 보는 것만으로도 소비자에게 만족을 주는 세계적으로 독특한 시설임.
- 양재공판장 역시 화훼유통을 중심으로 시설을 건립하되, 건축물 자체로도 소비자에게 만족을 줄 수 있는 시설을 마련하기 위한 노력이 필요

3. 상세 출장보고

1) 남바(難波)파크(Namba Park)

☐ 일반현황

- 일본 오사카 남바 지역에 위치하여, JR 남바역과 연결된 복합유통시설
- 대지면적 39,670m², 연면적 317,357m²의 시설
 - 지하 3층, 상업시설은 지상 8층, 업무시설은 지상 30층
- 2003년 완공

☐ 특징

- 상업시설과 업무시설을 인접하여 공동 건립하였으나, 상업시설은 일반인 접근이 용이하도록 배치하고, 업무시설은 상업시설과 분리하여 업무 기능을 특화시킴.
- 고객이 주로 접근하는 남바역으로부터 먼 곳에 전망 엘리베이터와 같은 집객시설을 배치하여 고객의 동선을 자연스럽게 좌우로 배치된 상업시설을 통과하도록 배치함.
- 상업시설의 중앙의 광장에서 광장을 둘러싼 원형의 상업시설이 보이도록 각층을 투명한 유리로 장식함.
- 광장 중앙의 전망 엘리베이터를 이용해 옥상으로 이동하면서 각 층의 매장을 볼 수 있도록 배치
- 옥상은 공원의 느낌이 나도록 조경을 하고, 영화관을 유치하여 옥상으로 고객을 유도
- 남바 파크 외각으로 계단을 이용해 각층을 이동할 수 있도록 하였으며, 계단 주변에 조경에 신경을 써서 산책할 수 있는 공간을 조성
- 각 층마다, 식당, 영화관 등 집객시설을 배치하여 고객을 각층으로 유도

☐ 시사점

- 고객의 주 진입로에서 상대적으로 먼 곳에 집객시설을 배치하여 입주한 상업시설이 자연스럽게 고객에게 노출
- 각층마다 특색있는 집객시설을 배치하고, 계단을 산책로 스타일로 조경하는 등 지역의 명소로 포지셔닝하여 효율적으로 전체 시설을 고객에게 노출
- 양재공판장을 화훼로 특화된 공간으로 현대화하는 과정에서 효율적으로 시설물과 조경시설, 동선으로 배치하는데 참고

2) 쓰루미 화훼도매시장

□ 일반현황

- 소재지 : 오사카 시 쓰루미 구
- 개설자 : 주식회사 오사카 쓰루미 후라워센타(자본금 18억엔)
 - 오사카부 25.5%, 오사카시 25.5%, 화훼업계 23.9, 금융기관 등 25.1%
- 개설일 :1994년 6월 21일(7월 6일 개장)
- 절화경매 월, 화, 수, 금, 토, 분화경매 화, 목, 토
- 도매업자
 - 주식회사 나니이와 화훼, 자본금 4.73775 억엔
 - 주식회사 쓰루미 화훼, 자본금 4.75 억엔
- 오사카 후라워 서비스
 - 도매업자가 출자해 설립한 도매시장 관리 회사
 - 물류, 시설 관리 등의 업무를 담당
- 절화 중매회사 12개소, 분화 중매회사 3개소, 매매참가인 1,250명, 웹 거래 참가 업자 500 명
- 2008년 취급 규모
 - 절화 4.7 억본, 242 억엔
 - 분화 1,551 만본, 34 억엔

□ 시설 현황

- 부지 면적 25,915㎡, 건축면적 17,022㎡, 건축연면적 34,500㎡
- 지상 3층, 지하 1층
- 건축비 122.1 억엔

<표 2> 주요 시설 내역

단위: ㎡

시설명	면적	비고
도매장	4,370	자동라인 3개, 분산슈터 21개
경매장	816	좌석 772, 경매시계 11대
입체창고	752	3기, 대차 765대, 170만본 취급 규모
정온창고	950	2기, 습식
분화창고	374	온실
사무소 등	923	

점포	1,137	15개
보냉고	196	12개
관련 점포 · 창고	461	4 구획
지원시설	204	카페, 금융점포
전시홀	307	
개설자 사무소	288	
주차장	21,445	1,086 대

□ 물류 체계

- 출하차량이 하역장에 진입하면, 수작업 하역과 동시에 바코드를 부착
 - 예약상대거래 물량은 사전에 확인된 출하정보를 기초로 기본적인 확인 작업을 진행
 - 웹거래 등 예약상대거래 물량도 전량 도매시장에 반입(웹거래의 비중 65%)
- 바코드가 부착된 화훼(절화)는 경매 물량은 1상자의 견본을 제외한 나머지 물량, 예약상대거래 물량은 전체 물량을 저온저장고에 저장
 - 절화 및 분화류 전량 견본 경매
 - 분화류는 자동 분류 장비를 사용할 수 없어 수작업에 의해 작업을 수행
- 경매 시 견본 화훼를 경매장에 반입하여 경매를 진행
 - 분화류는 수작업에 대한 의존도가 높음.
- 경매가 완료되면, 낙찰된 물량과 예약상대거래 물량을 중매업자 또는 매매참가인 별로 대차에 선적
 - 예약거래된 물량 및 낙찰된 물량은 구매자별로 자동분류기에서 분류되어 슈터라고 불리는 출고장에 집계
 - 구매자는 출고장에서 자신이 구입한 물량은 자신의 차량에 상차하여 도매시장 밖으로 반출

□ 웹 거래 실태

- 웹 거래는 인터넷을 이용한 예약상대거래의 일종
 - 도매회사에서 상품 정보, 판매량, 가격 등을 제시하면 웹거래 참여자가 구매함으로써 거래가 성사
 - 도매시장의 시책에 따라 웹거래가 이루어진 물량도 전량 도매시장으로 반입된 후 분산
 - 2,500 여명의 경매 참가자도 웹거래를 위해 별도의 등록과정이 필요하며,

- 이들 이외에 500 여명의 웹거래 전용 참가자 존재
- 전체 거래량의 65%가 웹거래를 통해서 성사되고 있으며, 물류 효율성 제고를 위해 웹거래의 비중을 점진적으로 확대
- 웹거래가 이루어진 물량은 경매가 이루어지기 이전에 도매시장에 반입
 - 출하량이 특정 시점에 집중되는 것을 방지하기 위해서 출하자와 사전 협의에 따라 출하 시간대를 분산
 - 절화류는 웹거래 물량 전체가 저온 저장고에 보관
- 경매가 완료되면, 경매 거래 물량과 웹거래 물량이 모두 자동 분류기를 통해 구매자별로 분류
 - 매매참가자들은 경매와 동일하게 웹거래 물량을 수령
 - 웹거래에만 참여하는 구매자들은 12명의 중매업자를 통해 화훼류를 수령

□ 아울렛

- 도매시장 위층은 아울렛을 배치하여 소비자를 위한 공간으로 활용
 - 화훼를 위한 공간으로 화훼 전시장을 겸한 카페, 화훼 소매점 등의 공간을 확보
 - 패션 상가, 식당, 공연장, 소비자 전용 주차장 등의 공간을 배치
 - 화훼 소매점이 있으나 전반적으로 화훼와 관련성은 낮으며 일반 패션 아울렛과 유사한 점포 구성
- 찌루미 시장을 상징하는 꽃 모양의 지붕 밑에 복층식의 매장 구조
 - 중앙에 광장이 배치되어 있고 매장은 건물 외곽 쪽으로 중앙을 바라보도록 배치
 - 1층과 2층 매장은 별다른 구분 없이 배치되어 있으나 1층에는 식당의 비중이 상대적으로 높고 2층은 패션상가 위주로 배치

□ 시사점

- 일본은 분화에 비해 절화 소비의 비중이 높고, 화훼 도매시장 시설 역시 절화류 중심으로 구성
 - 절화류와 분화류를 동일한 시설에서 취급하고 있으며 자동화 설비는 분화류를 중심으로 도입
 - 분화류는 포장 규격화가 곤란하여 절화류 수준의 자동화 설비 도입이 어려움.
 - 분화의 비중이 점진적으로 확대되고 있는 우리나라의 경우에는 분화류 물류 효율성 제고를 위한 방안 마련 필요

- 경매의 비중은 낮추고 웹거래의 비중을 높여 시설의 활용도를 제고
 - 경매는 동일한 시간대에 물량이 집중적으로 거래되는 특성이 있기 때문에 웹거래를 통해 화훼류의 반입 물류를 효율적으로 분산
 - 자동 분류기를 활용하여 정온저장고에 보관되어 있는 웹거래 및 경매 거래 물량을 동일한 절차에 의해 처리
- 반입시 모든 포장 단위에 바코드를 부착함으로써 도매시장 내에서 화훼류의 물류를 체계적으로 관리
 - 도매시장 반입 단계에서 물류업무 담당자가 바코드를 부착하므로 출하자에게는 별도의 부담없이 정보화 추진 가능
 - 웹거래 등 예약상대거래는 사전에 화훼에 대한 정보가 교환되므로 비교적 단순한 검품과정을 통해 품질정보 확인
- 견본 거래 정착으로 경매장 시설 효율화
 - 경매장 후방의 물류 공간에서 하역, 저장, 선별, 출고 등의 작업이 이루어지고, 경매장은 순수하게 경매만을 위한 공간으로 활용
 - 전량 견본 경매가 이루어지기 때문에 경매장에는 매매참가인 좌석, 견본이동을 위한 자동 롤러, 경매사를 위한 공간 등만 배정
- 경매 및 물류설비와 중매업자 점포가 동일 건물 내에 배치
 - 절화와 분화 중매업자 점포가 모두 경매장 및 도매 물류시설 외곽에 배치되어 물류공간과 점포간의 연계가 효율적
 - 2,500 여명의 매매참가인에 비해 중매업자는 절화 12, 분화 3 개소로, 도매시장 내에서 점포를 통한 판매의 비중을 최소화하여 물류 부담을 최소화하는 수준에서 점포를 배정
- 화훼도매시장의 위층을 집객시설인 패션 아울렛으로 활용
 - 화훼와의 관련성은 낮으나 소비자를 유인할 수 있는 패션 아울렛을 도매시장 위층에 배치
 - 도매물류 동선은 1층으로, 소비자 동선은 2층으로 분리하여 동선의 간섭을 최소화
 - 양재 공판장 현대화 과정에서 화훼 소매시설인 분화온실을 집객시설 1층에 배치함으로써 도매물류와 구분하고 집객시설을 찾는 소비자들이 화훼 소매점포에 대한 접근성을 개선하는 방안에 대한 검토 필요

3) 오삼바시 여객터미널

□ 기본현황

- 오삼바시(大さん橋) 여객 터미널은 요코하마 항구에 위치

- 요코하마는 도쿄에 인접한 항으로 서양의 압력에 의해 개항이 이루어진 지역
- 삼바시란 바다 위에 교각을 세우고 그 위에 구조물을 얹는 방식을 의미하며 요코하마의 오삼바시는 개항 시절부터 활용되던 항구
- 2002년 한국-일본 월드컵에 즈음하여 관광 크루즈를 유치하기 위해 오삼바시 터미널의 리모델링을 추진하였고, 수백명의 공모를 거쳐 현재의 오삼바시 여객터미널로 현대화

□ 특징

- 지하, 1층, 옥상 등 층마다 구분되는 기능 공간을 배치
 - 지하는 주차장으로, 1층은 여객터미널로, 옥상은 시민들의 휴식공간으로 활용
 - 항구에 정박한 배를 연상할 수 있도록 외장재를 목재로 사용하고, 낮고 넓은 시설을 확보하여 주변 환경과 조화를 도모
 - 운동, 산책, 소풍 등 시민들이 편안하게 접근할 수 있는 공간을 제공
- 효율적인 수직 연계
 - 완만한 경사면을 활용하여 자연스럽게 수직 공간을 연계하여 시민들이 편안하게 시설을 활용
 - 계단이 아닌 램프 방식으로 상하 이동이 가능하도록 배치

□ 시사점

- 동일한 건물에 층마다 상이한 기능을 부여하여 시설물의 활용도 제고
 - 1층의 여객터미널이 기본 기능이지만, 옥상에 정원을 조성하여 터미널과 관련 없는 시민들이 활용할 수 있는 공익 공간을 배치
 - 여객터미널이면서도 시민 친화적인 공간이라는 이미지를 창출하여 인지도 높은 시설로 발전
 - 공원과 시설을 분리하지 않고, 시설 내에 공원을 포용하는 컨셉의 도입에 대한 검토 필요
- 수직적 공간을 시민이 접근이 용이한 방식으로 편안하게 연계
 - 시설 자체의 아름다움을 추구하면서도 주변 경관이나 이용자들을 압도하지 않는 편안한 시설을 설립
 - 상하 공간을 자연스럽게 연결하여 어린이나, 노약자도 편안하게 이용할 수 있는 시설을 지향

4) 오모테산도 힐즈

□ 기본 현황

○ 입지 특성

- 도쿄 시부야 구에 위치한 쇼핑센터
- 관동대지진 이후 이재민을 수용하기 위한 집단 주거시설이 있던 곳으로 2006년 재개발을 시행

○ 시설 현황

- 부지 6,051㎡, 연면적 5,030㎡의 지하 3층 지상 3층의 건물

□ 시설 특징

○ 완만한 경사가 있는 도로면을 활용하여 시설을 건립

- 오모테산도 힐즈는 완만한 경사가 있는 도로를 따라 길게 건물을 설치하고 경사면을 이용하여 층마다 도로에서 접근할 수 있는 통로를 확보
- 맨 아래 쪽 부분에 도로에서 지하 주차장으로 접근할 수 있는 통로를 확보하고, 경사면을 따라 지상 2층까지 도로에 인접한 통로를 개설

○ 시설 내부는 나선형의 경사진 통로를 따라 점포를 배치하여 자연스럽게 점포에 대한 접근이 가능

- 완만하게 경사진 통로를 따라 모든 점포가 배치되어 있어 층에 따른 접근성의 차이를 완화
- 수직 이동 수단인 에스컬레이터가 오히려 보조적인 수직 이동 수단으로 인식될 정도로 복도를 통한 층간 이동이 용이
- 경사진 도로에서 지상 2층까지 접근이 가능하고, 층간 이동이 용이하여 층에 따른 접근성의 차이가 미미하므로 층에 따른 분양가의 차이도 거의 없다고 함.

□ 시사점

○ 화훼공판장의 상업시설 개발 시 부지의 활용도를 높이기 위해서는 복층화가 불가피

- 복층화 시 주변 지형과의 조화를 고려하고, 특히 시설 내에서 수직 동선을 효과적으로 설계하여 시설의 활용도 제고 필요
- 특히 분화온실을 유치하는 경우 수직 이동을 자연스럽게 설계하여 점포의 위치에 따른 소비자 접근성의 차이를 최소화할 수 있는 방안 마련

5) 오타 화훼도매시장

□ 일반현황

- 소재지 : 도쿄도 오타구
- 개설자 : 도쿄도
- 개장일 : 1990. 9. 8 (청과,수산 부류는 '89.5.6)
- 취급품목 : 화훼, 화훼가공품, 관련물품
- 자본금 : 5억 5,150만엔('04.4)
- 시장 종사자수()
 - 도매업자(2), 중매업자(20), 매매참가자(2,049)
 - 관련 사업자(99) : 유통보완업무, 서비스제공, 기타 등
- 영업일 : 월~토 (절화 월,수,금 / 분화 화,목,토)
 - 절화는 07:00, 분화는 07:30 경매시작
 - 경매는 보통 9:00~9:30 사이에 종료되나 물량이 많은 경우에는 물량이 소진될 때까지 경매
- 오타 화훼는 연간 270억엔, FAJ는 연간 220억엔 규모를 취급
 - 절화의 비중 80%, 분화의 비중 20%

□ 시설 현황

- 규 모 : 부지 40,105m²
- 주요시설 22,000m²
 - 지하 1층 : 저온창고 4,000m² (2,000m² 2개소)
 - 지상 1층 : 도매시장(7,400m²), 중도매장(1,200m²), 자동운송시설(1,903m²) 등
 - 지상 2층 : 동경도분실, 회의실, 도매회사, 중도매조합사무실, 매매참가조합사무실, 음식점 등
- 시간당 4천 케이스를 처리할 수 있는 자동화 장비
- 경매석은 500석 규모(오타화훼)

□ 분화류 물류체계

- 오타 도매시장은 쓰루미 도매시장에 비해 넓은 부지면적을 확보하고 있어 상대적으로 물류 체계가 단순
 - 화훼류의 반입은 도크 형태로 된 반입 전용문을 통해 이루어지며, 반출은 대차를 이용해 수작업으로 상차하는 집배송장에서 이루어짐.
 - 반출량이 많은 경우에는 대형 화물차를 도크에 대고 화훼를 상차
 - 도매시장의 1층은 하역장, 집하장, 집배송장, 중매업자 점포 등으로 활용하고, 지하는 저장고로 활용하며, 2층에 별도 공간을 확보하여 자동선별

기를 설치

- 동일한 공간을 활용하여 요일별로 절화류와 분화류를 처리
- 자동선별기는 절화류에 적용하고 분화류는 수작업에 의존
 - 분화류는 1층 집하장을 활용하여 물류작업을 수행하며, 필요한 경우 지하의 저장고를 활용
 - 지하와 1층간의 이송은 리프트도 있으나, 물류 병목을 완화하기 위하여 램프 방식을 적용
 - 지하 저장고와 1층의 집배송장을 연결하는 동력 레일이 깔려있으며, 대차 앞부분의 기둥을 동력 레일에 끼우면 자동으로 대차가 이동
 - 레일에 삽입된 기둥을 빼내면 수작업으로 대차 이동 가능
- 절화와 분화 모두 전량 견본 경매가 이루어지며, 낙찰자가 결정된 후 낙찰자별로 화훼를 구분하여 반출
 - 쓰루미 시장과 마찬가지로 바코드를 부착하여 상품을 식별
 - 오타화훼의 경우 절화의 65%가 예약상대거래(웹거래)되며, 분화의 약 50%가 예약상대거래
- 분화류 취급에 적합한 대차 도입
 - 분화류는 완전한 상자 포장이 곤란하기 때문에 자동화가 어렵고 수작업 의존이 불가피
 - 소량 구매자가 대차에 분화를 싣고 자신의 차량에 상차하는 것을 선호하기 때문에 대차 활용이 불가피
 - 도매시장에서 이용하는 대차는 칸막이 높이를 유연하게 조절할 수 있어 2~4단까지 분화를 적재

□ 재택 경매

- 경매장에 카메라를 설치하여 인터넷을 통해 경매 순간을 중계하여 재택에서 경매할 수 있는 시스템을 도입
 - 원거리의 구매자도 경매에 참여할 수 있으며, 매매참가인의 경우에도 사정이 있는 경우 집에서 경매에 참가 가능
 - 경매장과 동일한 조건에서 경매에 참여할 수 있도록 보장하고 있으나, 화면을 보고 경매에 참여하기 때문에 다소 불리할 수 있음.

□ 절화류의 팻릿 물류

- 절화류는 대부분 대차를 활용하고 있으나 부분적으로 팻릿을 활용
 - 팻릿 활용을 요구하는 경우가 많지 않으나, 필요한 경우 산지-도매시장,

- 도매시장내, 도매시장-구매자 간 팔릿을 활용에 절화를 취급
- 지게차는 활용하지 않고 핸드카를 이용하여 팔릿을 취급

□ 시사점

- 대형 차량을 위한 도크 시스템과 소형 차량을 위한 수작업장이 병존
 - 도크 시스템은 주로 대형차량을 활용하는 출하차량을 위해 배정되었으나 대규모 구매자들은 도크 시스템을 활용하여 화해를 상차
 - 소규모 구매자는 대차를 이용한 수작업 집배송장을 활용
- 자동화와 수작업을 병행한 반자동 이송 체계
 - 저장고와 집배송장 등 주요 공간을 자동화 레일로 연결하고 대차의 기둥을 레일에 넣고 빼는 작업으로 자동화와 수작업을 유연하게 선택할 수 있도록 동선 설계
 - 지하와 지상 공간 이동시 병목이 발생할 수 있는 리프트 대신 자동화 레일이 깔린 램프를 도입
- 상대적으로 넓은 공간을 활용하여 물류 시스템을 단순화
 - 쓰루미 시장은 좁은 공간에 자동화설비가 많은 공간을 차지하고 있어 주요 물류 작업이 발생하는 1층 공간을 충분히 확보하지 못함.
 - 오타 시장은 1층 공간을 최대한 물류 공간으로 할애하고 자동화 작업장을 2층에 배치하여 1층 공간의 활용성을 제고

6) 밥 박물관

□ 기본 현황

- 위치 : 도쿄도 도쿄국제포럼 내
- 개장시간 : 11:00 ~ 19:00 (매월 2번째 화요일과 연말연시 휴관)
- 1,000㎡의 공간을 활용하고 있으며 JA에서 운영

□ 주요 특징

- 식육(食育) 차원에서 밥에 대한 다양한 교육 공간 제공
 - 쌀과 밥의 기원, 세계의 밥 등 다양한 교육 콘텐츠 제공
 - 쌀과 관련된 게임, 밥에 대한 그림 그리기 등 어린이들이 즐겁게 배우면서 익힐 수 있는 프로그램 진행
 - 쌀 전문 도서관 운영
- 쌀을 소재로 한 다양한 상품 전시·판매

- 쌀과자, 쌀 아이스크림, 냉동 화과자, 쌀 화장품, 다양한 쌀 가공식품, 밥 캐릭터 상품 등을 판매

○ 구내 레스토랑 운영

- 점심, 카페(점심~저녁), 저녁 등 시간대 별로 식당을 운영
- 쌀을 원료로 한 술, 과자 등 다양한 쌀 요리 제공

□ 시사점

○ 식육 차원에서 도심지 한복판에 밥 박물관을 운영하여 밥에 대한 관심을 유도

- 우리나라도 식생활교육지원법의 시행에 즈음하여 식생활교육을 활성화시킬 수 있는 전시 공간 마련 필요

○ 다양한 쌀과 밥에 대한 교육 추진

- 전시, 판매 외에도 직간접적인 식생활 교육을 시행
- 쌀의 기원과 전래, 생산, 유통, 세계의 쌀과 밥 등 다양한 교육 콘텐츠를 제작하고 배포
- ‘쌀과 밥 학습장’, 컴퓨터 쌀 게임, 쌀과 밥 그림 그리기 등 어린이 대상 교육 교재, 어린이 들이 참여할 수 있는 교육 프로그램을 제공