



日本超級市場迅速繁榮

改變了食物零售系統

• 黃驥譯 •

常包送小量貨物很費人力，也提高了食物的售價。

日本大量零售食物的先驅，是幾個特設食物部的大百貨公司，他們在現代化的環境中，陳列各式各樣的日本和西方食物。進口的食物應有盡有，使人獲得深刻的印象。

日本的食物零售制度正在作革命性的改變。建築工人

日夜趕工，建築超級市場。新開張和原有的連鎖超級市場，跟各百貨公司，都爭先恐後的在新地區內設立商店，以擴展他們的市場。日本規模龐大的貿易公司，也紛紛插足

其間，有的供應貨物，有的支援財力。

一九六九年十一月十一日

在東京郊區開張的日本第一家現代化購物中心，是這些活動中的一個實例。

按日本的標準看來，這一

家購物中心裏的食物部，所占的比例已經很大。食物部裏備有各種罐裝、瓶裝、乾製、加工、冰凍和新鮮的食物；土產和進口貨一應俱全。

顧客可以把他們的汽車停在容量一千輛的停車場內。感覺厭煩時，還可以到附設的小動物園、保齡球館或阿哥哥俱樂部去輕鬆一下。

新購物中心的食品部，不論在設備或精神上，都跟日本傳統性的食物零售商店大不相同。傳統性食物商店，通常都是不請外人幫忙的家庭商店，專售某一種產品（像魚、蔬菜、或米），強調個人服務。商店東的家屬，總是住在店面的後進或樓上。

目前，傳統性食物零售商店的銷售總額，只略超出日本食物零售總額的四分之三，而

超級市場抬頭

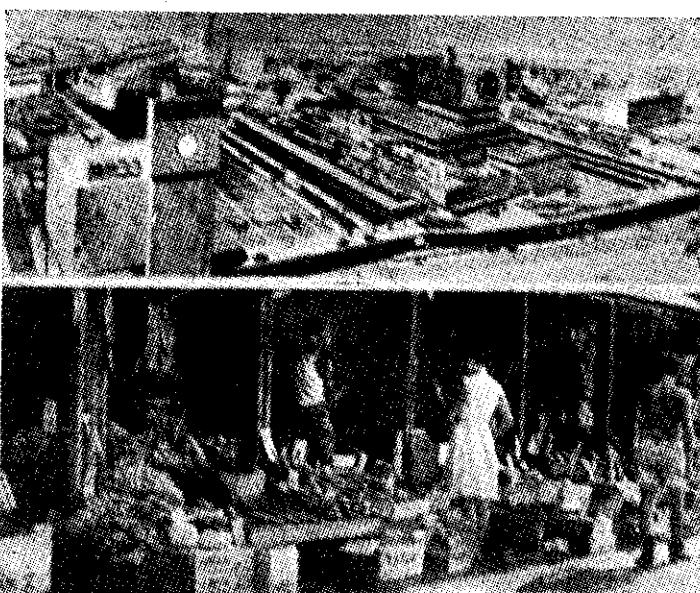
促使日本食物零售業發生革命的因素很多。顧客方面的第一個因素是，國民所得增加，西式飲食逐漸流行，傳統性的魚和米飯，已經不能滿足一般人的需要。

其次，汽車數量增多。

譯注：據美國商業部最近發表的資料，日本在一九六九年已有小汽車五百二十萬輛，即一九六〇二人有小汽車一輛。一九六九年，擴大了購物的範圍。目前買東西，已經沒有就近光顧幾家熟識店舖的必要。

此外，冰箱的普遍，也改變了採購食物的方式，主婦們可以一次購存幾天的食物，無須每天出去採買了。

在商人方面，由於人工越來越缺乏，很難維持傳統性商店所期望的個別服務。而且經



上：日本新超級市場設計。下：舊式的零售市場。

開設的第一家超級市場是東京的「紀乃國產」。起初，這種新興的行業進展得很慢，在以後的三年中，只新開了六家自助式食物零售商店。當時日本從一九五三年起，才

有自助式食物零售商店。當時開設的第一家超級市場是東京的「紀乃國產」。起初，這種新興的行業進展得很慢，在以後的三年中，只新開了六家自助式食物零售商店。當時日本從一九五三年起，才

到了一九六〇年代初期，超級市場突然趨向繁榮。主要的原因是由於經濟成長，迅速，現代市場技術傳進日本，跟越來越短缺的人工。

目前，在銷售量上居領導地位的連鎖超級市場，成立於一九五七年。它的售貨總值，在一九六八年為二億零八百萬美元，是日本的第三級零售商。

到了一九六〇年代初期，超級市場突然趨向繁榮。主要的原因是由於經濟成長，迅速，現代市場技術傳進日本，跟越來越短缺的人工。

