

考察日本果菜市場

談我們今後努力方向

葉惟鎮

我政府爲提高農民所得，很重視農產品運銷。各縣市農業局成立農產運銷課主司其事，並配合實施農產品交易法。

中國農產運銷學會也曾組團到日韓，考察農產運銷業務，希望吸取別人的長處，做爲今後我們努力的參考。本人奉派參加考察團，茲就考察所得，以及我們將要怎樣做，提出擇要報告。

日本做法很進步

1.日本政府對於果菜市場所作的輔導，除了行政系統統一外，市場由政府出資開設，管理與營業分開，政府負責市場管理監督等業務，而市場的交由公司行號負責批發交易。在市場內設置中盤商的店舖配合業務運用，政府收取2~3%的場地使用費。

2.市場交易方式以統一拍賣爲主，只有特殊產品才以議價方式。場內工作人員都有統一制服及帽子，容易分辨。管理費標準全國統一，蔬菜8.5%、青果7%，比我國市場高。

3.貨品嚴格實施分級包裝、定量檢斤，我認爲這是日本農產運銷最成功所在。不論何種蔬菜都加以分級，有的以大小分，有的以品質分，然後小包、中包至裝盒，再小的小辣椒也都整齊地排列在小紙盒裏，有些包裝費遠超過產品本身的價值，在我們看起來有點過份，日本的農家却配合得很好。

4.市場秩序井然，環境衛生整潔。場內貨品排列整齊，交易程序有條不紊，場外停車場及交通井然有序。市場內，不但沒有廢棄果菜雜物，場地乾乾淨淨，不像我們菜市場的骯亂，這些是歸功於進場的貨品都已包裝好，絕不拖泥帶水。

5.交易單位以重量爲原則，但大部改爲件數處理，市場看不到磅稱，以件數處理較爲單純。瓜果以一箱中裝幾個爲準，在箱外標明種類、生產者、產地、出貨單位、等級、大小、個數，甚至於分級標準。零售時非常方便，以大小一個或一堆多少錢，或以一把一盒多少錢，不用磅稱，因此很適合超級市場的要求



超級市場內包裝好的果菜(蔡嘉祐)

。日本已做到40~50%的果菜經由超級市場零售。沒有包裝的貨品，超級市場是不准進貨的。

6.對於場外交易，以經濟原則使消滅，而不以法規制裁。市場經營者，以提高服務和信用度，使生產者願意把產品送到市場，也使承銷者願意到市場來交易。日本一般市場都由兩個公司經營，促使競爭，提高服務品質。

7.市場經營者的態度以服務來爭取交易，不是以收費賺錢爲目的，充分發揮了市場功能。把各種散落的產品集中到市場，然後以合理的價格和高品質的貨品供給消費者，中間商賺取合理的利潤，使生產者、商人、消費者三者皆受其利，並可達到計畫生產。

8.有信譽可靠的精算單位，這個單位由生產者、商團和承銷商共同組成。負責貨款的支付，以3%的手續費來保證在3天內支付貨款，使買賣雙方都有利，不至於貨款領不到，或繳了錢提不到貨。這個精算機構有銀行的功能，在同一市場中，由一個單位來付錢和收錢，非常方便，信用又可靠。

9.市場設備現代化，運輸器材齊全。日本的中央市場場地都很大，所看到的都在5公頃以上，除了龐大的建築物外，還有停車場、冷凍倉庫。運輸器材充足，有各式各樣的電動運搬車，使貨物進出非常方便

，停車場很寬大，足夠停靠所有車輛。這種規模，它的建場費，以東京川崎市場為例，就要台幣4億之巨，這是我們的經濟能力所不及。

10.冷藏倉庫設備完善，所有市場都建有足夠容量的冷藏庫，包括預冷式和冷凍式。在鄉鎮農協爲了配合共同運銷作業也建有冷藏設備，靜岡縣濱松西農業協同組合爲配合蔬菜專業區，建有現代化的真空冷卻裝置和蔬菜保冷库，將產地蔬菜用預冷貨櫃車直接運到大城市果菜市場。這種一連貫的冷藏運輸，使蔬菜保持原有鮮度到達消費者。

我們的努力重點

日本市場的各種優點長處，我們不可能全部採用。我以爲今後我們要做的，有下列幾個重點：

實施分級包裝

農產品商品化的主要條件，就是採取分級包裝。產品依照標準規格大小、品質好壞，分成不同等級，然後分別包裝。包裝分小包、中包然後大包。包裝材料以紙箱爲主，塑膠袋和塑膠網爲輔。

分級包裝應由鄉鎮農會指導農民實施，先將參加共同運銷的農民加以講習，並以補助包裝材料費來誘導農民執行包裝。逐步要求，希望能做到未經整理包裝的產品不准進入市場。如果大家共同要求，將來像日本一樣成爲習慣以後，就很容易做到商品化，使農產品在超級市場內的佔有率提高。

加強共同運銷

日本的農協辦理共同運銷，扮演重要角色，在各果菜市場的佔有率達70~90%。如果沒有各農協提供貨品，果菜市場就要關門。我們的農會雖然象徵性地辦理一些農產品共同運銷，但是還不够積極。

另一方面也要所有的農民信任農會，將所有的產品交由農會共同運銷，不要像以往將好的產品私自賣給商人，而將品質差的才交農會共同運銷，這種短視而自私的做法將會自食其果。

大家協力支持農會，既可得到保障又可獲利。產銷順利，計畫生產，價格穩定，所得提高。

市場改變為民營

我們的果菜市場大都由政府或農會共同組織委員會經營，這種形態不合企業經營原則，仍以民營公司型態經營爲宜。日本市場所以成功，就是政府設場，然後出租給公司經營，政府僅負督導之責，以及行情調查。在橫濱中央市場，市政府派有60多位職員做上列的工作。

一般日本市場都交由兩個公司分別經營，使其互爲競爭，也讓生產者或供應方面有所選擇。我們的市場若由政府經營，則管理及經營二者合而爲一，督促提高效率較爲困難，我們要突破這種觀念，市場依交易法改組成公司爲民營，同時改變少數市場收管理費，及服務少的缺點，而使其扮演運銷的功能，將散落的各種產品集中起來，而以高品質又合理的價格轉移給消費者，使供應及需求充份配合，市場以中間人自居，促使貨暢其流，而不以營利爲目的。

縣設大規模市場

我們的市場規模太小，無法發揮其功能。我們在各鄉鎮都設有果菜市場，其實不必要，以地方性的產品，貨色少量也不多，無法吸引大的承銷商。如果由各鄉鎮農會辦理共同運銷，把全縣的產品，集中到一個地方，由政府投資建立一處規模較大，設備現代化的市場，舉行總拍賣或共同運銷大都市市場，貨品多，數量也多，足夠吸引全省的商人到市場來買果菜。

如此我們不必在每一鄉鎮均設果菜市場，每日交易量亦可合乎規模效益原則。

注意冷藏保鮮

果菜有它先天易腐的缺點，保持鮮度非常重要，所以要有政府或鼓勵私人投資設立冷藏倉庫。日本各產地和市場都建有容量很大的真空冷卻倉庫和預冷倉庫。各縣新建的肉品市場均要求設置預冷設備和預冷運輸車。我想各地的零售商也要向日本學習配合設置冷藏櫃，以保持豬肉及生鮮食品的鮮度。

市場經營的好壞，不僅影響生產者所得，也影响到全民的食品衛生與消費者的權益。大家要有共同的體認，才能使市場邁進科學化、現代化、秩序化，達到市場應有的功能，使其造福民生。