

日本的猪肉流通 模式介紹

中央畜產會 王旭昌



前言

中央畜產會近年來與日本農畜產業振興機構（Agriculture and Livestock Industries Corporation；ALIC）建立定期互訪機制，也藉由日本農畜產業振興機構的推介，拜訪東京都食肉市場、日本食肉流通中心、財團法人日本食肉消費總合中心等機構，再經由日本農林水產省官網資料查到日本的猪肉流通模式，藉以瞭解特別重視食肉安全的日本，如何細緻的組織分工以達成衛生品質的管控，且能增進流通效能，附帶產銷調節之功能，一個先進國家的成熟制度，雖不能全套用於我國，也有值得我們將來解決肉品市場問題的借鏡。

日本的猪肉流通模式

日本通稱食肉包括 3 大項，即豬肉、牛肉及雞肉，本文僅聚焦於豬肉的流通，整個豬肉流通的模式如圖 1，日本養豬農民出豬的管道有三，包括食肉拍賣市場、食肉中心及其他屠宰場。日本共有 28 個食肉拍賣市場，分布在全國的主要城市，組成日本食肉市場卸壳協會（Japan Meat Market Whosaler's Association），每天交易拍賣的肉豬約 6,000 餘頭，只佔全國屠宰量的 17%，其中以東京及大阪 2 處食肉市場拍賣價格為全國的指標價格。日本大約有 200 多個食肉流通中心，負責屠宰、分切及食肉販售流通的功能，食肉流通中心的

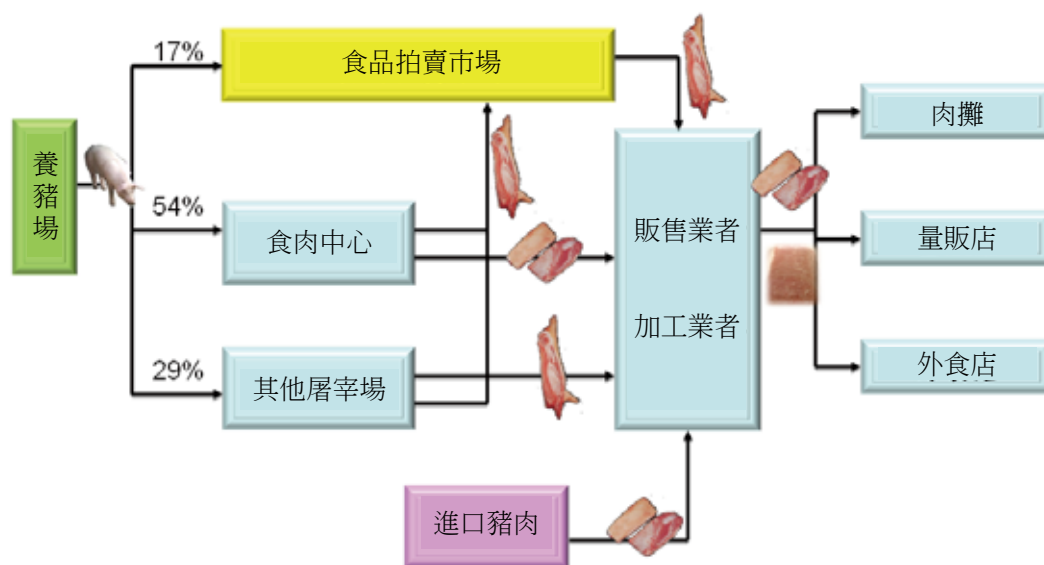


圖 1、日本的猪肉流通模式。

組織型態較多元，有些是地方政府設立，有些是大食品公司成立，較典範的是日本農畜產業振興機構設立於東京附近川崎市及大阪 2 處的食肉流通中心，除了食肉販售流通外，還負責屠肉價格資訊的蒐集。有些食肉流通中心有屠宰功能，但並非每個流通中心都有屠宰業務，屠宰頭數約佔全日本的 54%，屠宰後有些屠體送往食肉市場拍賣，有些屠體大部分切後賣給販售業者或加工業者，屠體的價格係參考食肉市場的拍賣

價格訂定。日本的肉豬另外還有 29% 是由其他屠宰場屠宰，屠宰後的屠體送往食肉市場拍賣，或直接賣給販售業者或加工業者。

販售業者或加工業者取自食肉市場及其他屠宰場來的屠體，或由食肉流通中心來的屠體及大分切肉，經過大部分切或細部分切後，會賣給肉攤、量販店或外食店，日本全國食肉事業協同組合聯合會（All Japan Meat Industry Cooperative Associations；AJMIC）整合 6,000

多家店舖，推動流通階段設備現代化，並穩定提供食肉給消費者。

食肉拍賣市場

日本的肉豬還保留有拍賣制度，但拍賣的是屠體而不是活體，以東京都食肉市場為例，活豬運送到市場後，即先行屠宰，過程由東京都芝浦食肉衛生檢查所作衛生檢查，包括活體檢查、解體前檢查、解體後檢查（包括頭部檢查、內臟檢查、屠體檢查），屠宰後的屠體經整形洗淨後，計算重量（牛豬均去頭、去內臟、脫皮）並由日本食肉格付協會（Japan Meat Grading Association；JMGA）執行屠體評級，豬隻的評級分 5 級，由外觀及肉質分為極上、上、中、並、等外。屠體拍賣前會先開放承銷人進入冷藏室看屠體，進行拍賣時以電子按鈕競價，牛隻拍賣是一邊看屠體一邊競價拍賣，豬隻拍賣時就不再看著屠體

拍賣，承銷人於入場看屠體時先依列表資料把想標購的屠體記錄下來，完全依記錄的資料進行競價拍賣，東京食肉市場作業流程如圖 2。東京都食肉市場株式會社有一半的股權屬東京都，成立於昭和 41 年（1966 年），位於品川火車站旁靠港灣地區，過去地處偏僻，近年港區持續發展，大樓林立且成為商城，東京都食肉市場位於都會區，必須以低調的態度及不驚擾居民的方式進行牛隻及豬隻屠宰、拍賣及分切等作業，所有的作業都包覆在建築物內，並且要確實做到降低噪音、消除臭味、減少廢棄物等，筆者在參觀展示館、簡報室、豬隻拍賣場的過程中，感覺窗明几淨，聞不到絲毫異味，確為一個都會區現代化食肉市場的典範。

食肉拍賣市場係提供一個公開、公平、公正的交易平台，拍賣價格也成為

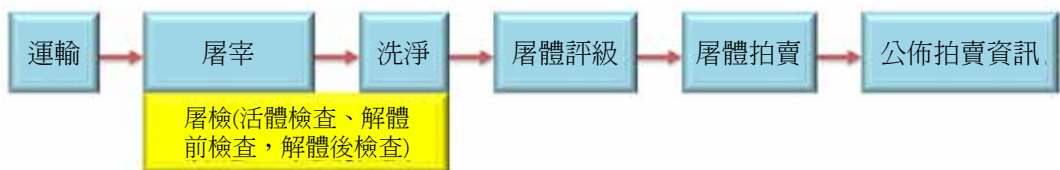


圖 2、東京食肉市場作業流程。



全國未經市場拍賣肉豬的計價參考，雖然經過市場拍賣的肉豬僅占全國 17%，但足以成為其他 83% 的參考價格，足見日本人重視誠信的風格，只要是透過制度公開拍賣形成的價格大家都會相信。且拍賣價格也是日本執行產銷穩定調節的依據，以東京及大阪 2 市場的拍賣價格為基礎，制定豬肉價格安定機制，有效調節產銷平衡，在價格高過安定上位價格時釋出保管的食用肉品，或是減免關稅促進進口，以降低市場價格。當價格低於安定基準價格時，透過養豬團體或農畜產業振興機構的購買及凍存，引導價格上升。以 17% 的拍賣數量來看，可以發揮槓桿原理，只要將 17% 經由市場拍賣的肉豬價格拉高，就可以讓全國的豬價回穩。

食肉中心

食肉流通中心顧名思義就是屠體、分切肉或進口肉的流通市場，有些食肉中心有屠宰功能，有些屠體會送到食肉市場拍賣；有些食肉中心沒有屠宰，只是引進屠體經大分切或小分切後批發給外食店、量販店或肉攤，簡言之食肉中

心是食肉的批發市場，而不是食肉的拍賣市場。日本透過食肉中心的肉豬約佔全國的 54%，食肉中心分布於日本全國，有由地方政府經營，也有由大食品公司經營，最為典範的是於 1979 年 6 月由日本政府及農畜產業振興機構集資成立的財團法人日本食肉流通中心（JMTC），除了提供食肉流通批發功能外，還負責部位肉價格的蒐集與發布。

日本食肉流通中心成立的原因是當年食肉市場拍賣價格低迷時，批發出來的屠體或分切肉價格不跌反升，缺乏透明的報價而影響物價穩定，遂於東京川崎市及大阪市設立 2 個食肉流通中心，建立高水準的廠房及設施，備有分切及冷藏冷凍設施，結合物流中心的運輸，於交通便利且近於市區的地點，招商出租給食肉販售業者，並建立食肉交易資訊系統，提供廠商買賣食肉相關資訊的建立與整合，食肉流通中心運用這些資訊，整合蒐集分切肉的流通價格並公布週知，作為全國食肉批發買賣的價格參考。食肉拍賣市場公布屠體價格資訊，食肉流通中心公布部位肉價格資訊，日

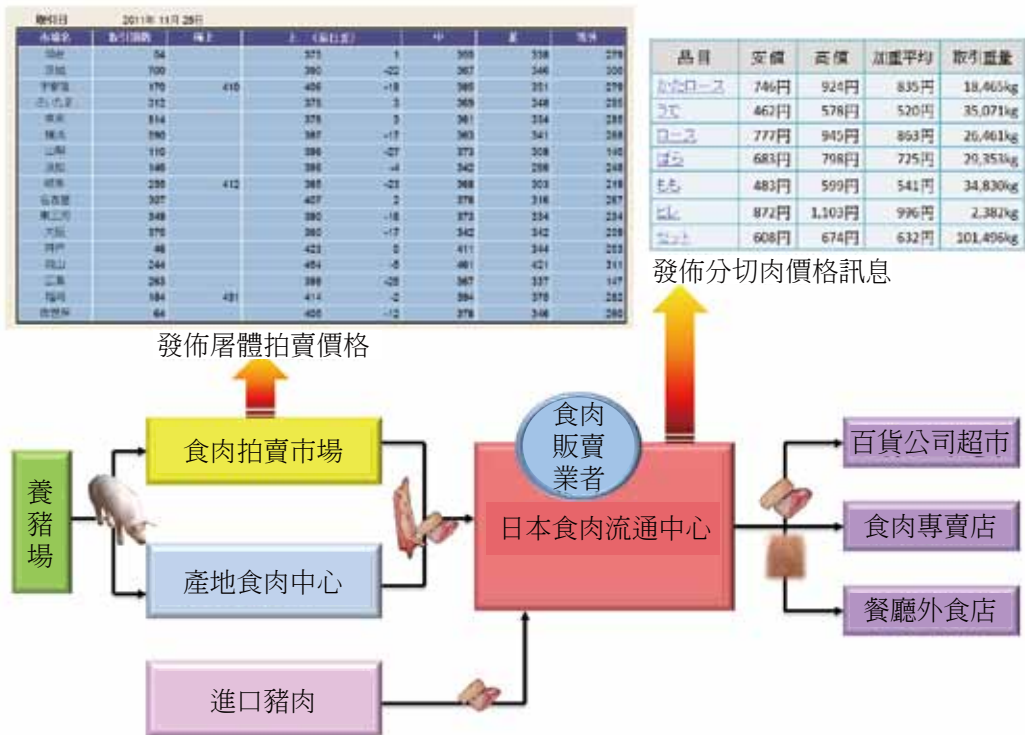


圖 3、日本肉豬屠體及部位肉價格資訊發布模式。

本肉豬屠體及部位肉價格資訊發布模式如圖 3。

就農產品而言，食肉流通是一條複雜而冗長的路，由活豬、屠體、大分切、小分切到零售，食肉中心是一個由僻壤到都會區的中繼站，日本食肉流通中心表示以屠體或部位肉運輸，可以降低運輸成本、改善食肉流通的衛生管理、增

進各部位食肉利用率以減少積屯、提高部位肉使用效率。就降低運輸成本來看，10 噸卡車可以運載 91 頭活豬，或運載 138 頭豬的屠體，如果是分切肉的話，可以運載 200 頭豬的份量，所以運輸途中將活體運輸縮短，將屠體及分切肉的旅途加長，可以降低運輸的成本。就改善流通的衛生管理來看，自屠宰以



後至零售階段，全程以低溫鏈運輸或儲存，比在常溫中運輸的衛生條件好。就增進各部位食肉利用率以減少積屯及提高部位肉使用效率來看，因為部位肉的批發比整片屠體批發的零售商，得以依消費者需求賣出各部位肉品，不會有滯銷的問題，特殊部位肉也可以藉由特殊經銷商或加工處理銷罄。另外藉由食肉中心的設立，活豬不會進到都會區屠宰與拍賣，活豬的排廢及氣味差的問題可以在產地解決，以東京食肉市場來看，雖然已是開發國家的一流設施，在商城環繞下也只有低調行事，或許過幾年也要停掉屠宰業務，只能運入屠體拍賣，所以食肉中心的設立可以解決活豬進入都會區的污染問題。

販售與推廣

日本的食肉流通，自屠宰後就進入冷藏鏈，由儲存、拍賣、分切、運輸及販售，不管是肉品專賣店或是百貨超市，放在冷藏櫃中的食肉，其優異的肉質與肉色，吸引消費者的購買意願，除外觀擺設外，其衛生安全條件也是讓人可信賴的。日本全國食肉事業協同組合

連合會（AJMIC）推動流通階段設備現代化，並穩定提供食肉給消費者，座落於東京都港區赤坂的 AJMIC BLDG. 整棟大樓都是有關食肉的機構，以全國食肉事業協同組合連合會為頭（大房東），設有全國食肉公正取引協議會、財團法人日本食肉消費總合中心、財團法人日本食肉生產技術開發中心、食肉生產技術研究組合、全國食肉流通業厚生年金基金、全國食肉生活衛生同業組合連合會、全國食肉業務用卸協同組合連合會、社團法人日本食肉協會等散布於各樓層，這麼多的食肉團體聚在一起以方便聯絡，由此可見日本法人組織除分工精密外，也有合作團隊精神，一起把事情做好，日本食肉販售擺設及食肉販售機關與團體如圖 4。

早期日本多以魚類消費為主，因國民所得提高後，逐漸推廣牛肉、豬肉、禽肉等給消費者，因此於 1982 年 3 月（昭和 57 年）成立財團法人日本食肉消費總合中心，食肉消費中心的主要任務有三：一是擴大日本國產肉品的消費、食肉知識的普及與食肉消費方針的



	AJMIC BLDG.
8F	全國食肉事業協同組合連合會 全國食肉公正取引協議會
7F	全肉聯會長事會議室
6F	財團法人日本食肉消費總合中心-消費者相談室
5F	財團法人日本食肉消費總合中心
4F	財團法人日本食肉生產技術開發中心 食肉生產技術研究組合
3F	全國食肉流通業厚生年金基金
2F	全國食肉生活衛生同業組合連合會
2F	全國食肉業務用卸協同組合連合會
2F	社團法人日本食肉協會

圖 4、日本食肉販售擺設及食肉販售機關與團體。

訂定；二是促進日本國產肉品的出口；三是與消費者的會談。執行的業務有食肉相關情報的蒐集及公開、食肉相關知識的蒐集及推廣、舉開食肉健康的專家論壇、到各地舉開食肉與健康的宣導會、設置消費者相談室、調查消費者的消費動向、印製食肉相關書冊（Health & Meat、牛肉的魅力等）、於都會區辦理食肉促銷推廣活動、安排消費者參觀產地農場、建立國產品牌牛肉網頁、牛肉老饕店蒐集與公布、國產牛肉生產及販售優良事蹟調查、生產者與販售店與外食業者媒合活動、國產食肉外銷促進活動、廚餘飼養對畜產物的影響評價調查、畜產物的風味官能測定試驗等等。

結語

近來由於居民反彈、縣市整併以及離島地區豬肉供應等問題，必須重新思考部分肉品市場整併、存廢、遷場等問題，由日本的豬肉流通模式讓我們借鏡將肉品市場轉為肉品物流中心的可行性，讓活豬在產地拍賣，都會區肉品市場轉為肉品物流中心，轉型可以維持一個面臨環保問題的機關持續運作，確保原有勞工的權益，又可減少排廢及排碳，並讓部位肉流通效能提高，如果再接合低溫鏈的運輸、零售系統，對肉品的衛生安全更有助益，對消費者也更有保障。