



· 在线咨询 ·

- 蘑菇的种植
- 下层民众的切身利
- 人口普查为什么
- 该中心与研究生培养有关么
- 中国农村调查·2010年..

· 中心动态 ·

- 村民自治暨合寨村村民委员..
- 湖北省委常委、纪委书记黄..
- 全国政治学专家团莅临中心..
- 吉林大学周光辉教授莅临中..
- 中国社会科学院陆学艺研究..
- 中心主任徐勇教授赴福建永..

· 新农学院 ·

· 调研基地 ·

《农村研究通讯》

《中国农村研究》

《中国农村调查》

· 新书推荐 ·

[农民家庭内部分工及其专业化演进对农村土地制度变迁的影响研究](#)您现在的位置是: [首页](#)>>[海外农村经验](#)>>

日本的农业集市改革

作者: 千叶大学 西山未真 来源: 中国市场2009年第8期 发布时间: 2010年5月14日

近年来,日本农村呈现日渐加剧的人口老龄化和经济负增长状况。重要原因之一,就在于日本固有的小家庭为主的小农经济模式,缺乏统筹,很难跟得上农产品体系的全球化发展速度。

另一方面,由于大型企业的食品安全丑闻接二连三,人们对入口的食物是否安全越来越关注,很多新的生产活动应运而生,并且基本都由日本农妇们自己组织操作。我相信,这种趋势会推动日本的农业改革,实现自给自足的另类农业模式。

农民集市催生的变革

20世纪90年代,许多由乡村妇女组织的农民集市出现了。这种农民集市同时受生产方和消费方的影响,改变了古已有之的以家庭为单位的农业生产体系。在那之前,日本的乡村妇女根本不可能独立地从家族农场得到她们的收入,与其他产业类别相比(比如工业),她们的自主性非常低。

农民集市为农妇们提供了一个获得经济收益和社会交往机会的平台。举个例子,一些农妇自发地成立了一个名为“改善生活”的女性社团,致力于改善乡村家庭的生活。

农妇的农民集市影响了家族农场的生产活动。此前,农场生产的农产品大多都供应给批发市场,通常是集中大量供应某一两种作物。而现在把农产品拿到农民集市上直接卖,农民们就可以种植各种各样的作物以满足消费者的需要,提高了作物的多样性。

同时,这些新兴的农民集市也影响了消费群体。日本的消费者们更好地了解了日本本土的作物种类,以及本地有哪些时令作物,如何保鲜,口味的区别怎样,等等。我想这些直接的互动有助于日本“自给自足”农业模式(Chisan-chisho)的推广。

然而,农民集市的波及范围依然太小,只影响了很小部分的消费者。20世纪90年代,日本将自己的食品体系纳入到全球化体系,开始从世界各地进口食物。而全球化背景下的食品贸易,正是诸多食品问题的罪魁祸首之一。比如,1993年,日本大米在国际市场的供不应求危及了本国的正常供应。此外,很多从国外进口的食物经检验证明,含有超标的化学成分。因此,越来越多的日本消费者开始转而选择健康的有机食品,来避免在复杂的加工环节被添加危险化学品成分的危险。自然,日本农民在有机作物方面的投入随之加大。

20世纪90年代末期,一场口号为“自给自足”的另类农业运动崭露头角。这项变革的初衷是通过生产者 and 消费者的合作,把农产品生产加工环节都本土化,即“本地生产—本地加工—本地消费”。并且,鼓励“自给自足”还可以起到教育消费者、促进食品安全、改善农产品保存状况以及环境治理的作用。在日本,这项运动现在由农林水产部门和地方政府领导,已经有越来越多的农民加入到了这个行列中来。

但是,也并不是所有的“自给自足”推进运动都由官方引导,农民社团发起的各种活动与官方性质的大有不同。

食品—农产品联合复兴计划

时隔40年之后的1999年,日本农林水产部重新着手修订农业政策。而短短三年不到,又因为农业在全球贸易背景下的变化而被迫再次转向。在那三年当中,日本国内发现了携带疯牛病病菌的牛肉,不计其数的假冒伪劣食品被曝光,其中包括不少从日本国外进口的受化学污染的食品。因此,越来越多的日本国民开始担忧食品的安全性。

2002年,为了应对这一系列的食物丑闻,农林水产部实施了“食品—农产品联合复兴计划”以复兴日本的农业农产品体系。“自给自足”这个口号就产生于此时。

日本政府在2002年采取“自给自足”战略的主要原因有二:其一,农林水产部旨在增加国内的农产品消费;其二,面对消费者对于食品安全的关切,政府必须做出回应。“自给自足”战略的目的,就是要提升日本消费者对本国食品和食品生产加工体系的信心,繁荣国内农产品交易市场,为国民提供安全的食品。

为了实现这一战略,农林水产部等政府部门也制定策略来引导教育消费者,并把这个作为首要任务来抓。中央分配了大量资金给地方政府用以建立各种“自给自足”试点项目。但是,“自给自足”这个概念本身意义局限,并未涉及与农业息息相关的社会经济及环保议题。

地方政府推进“自给自足”战略的具体举措包括：在学校里使用本地食材供应午餐，为本地农产品做广告，支持农贸集市，开办消费者沙龙，等等。但是，政府层面和民间层面的活动有很大区别。

岩手县的实践

岩手县位于日本北部，于2001年6月开始实践“自给自足”运动。为了做好变革，县政府着力于协调农户、经销商、采购商、商人和消费者之间的关系。托这场“自给自足”运动的福，当地居民又能够买到本地生产的新鲜农产品了。

政府采取了四大计划：第一个计划，岩手县政府把每个月的第四个星期五、星期六和星期天定为“岩手本土食品日”，他们鼓励所有的岩手县居民在这些日子里只吃本地的食物。为了推动这个计划，政府还要求县里的所有超市在这些日子里，腾出专门的位置来售卖本土食品。另外，他们还与岩手的许多餐馆合作，开发用本地农产品做食材的产品。第二个计划是扩大本地食品在学校里的销售量。第三个计划是引导本地的食品制造厂商采购本地的农产品为原料。第四个计划则是对外宣传本地的优质食品体系。

在这四大计划中，在学校里实行“午餐本土化”计划可以说是最具挑战，也被证明是最有成效的。初期，农业部门主张推进这一计划，而一贯监督学校餐饮的教育部门却对其不太重视，并不支持该项本土化策略。经过数月的沟通协调，教育部才允许为“自给自足”计划开绿灯。最终，一套针对学校食物采购的新投标体系应运而生，学校可以随时在本地采购到最新鲜的农产品，并且到1999年，本地农产品在其采购量中的份额增长了17.6%。

学校午餐计划影响了岩手县的很多人，包括学生家长、社团成员、农民以及中间商。举一例来说，农民利用了很多空地来为学校种植新鲜的蔬菜，商人们和农民、经销商组织了新的供应链条，节约了成本。岩手县的人们不仅更多地接触到本地的农产品，而且还把更多的注意力放在本地饮食发展、本地农产品营养价值开发等方面，可谓一举多得。

正是由于地方政府的优秀实践，日本于2003年起开始把“自给自足”农业改革的治理权充分下放到地方层级。进步的实例不胜枚举，许多地方NGO开始参与管理和监督农民集市或是餐馆，以督促商人们选用本地农产品。

此外，岩手县政府的另一创举是他们甚至在东京的高楼大厦里宣传食品安全教育计划，这一点让他们十分骄傲，并且鼓舞着他们去更多的看起来离农业较为遥远的大都市宣传农产品知识——不仅是农产品本身，更包含农民的商业信息。

“妈妈市场”的功劳

在位于日本西部的高知县，有一个非常著名的农村妇女社团组织，名为“妈妈市场”，超过200名来自不同村的农妇是它的成员，它们又分为18个小团体。

“妈妈市场”主要从事三项活动，一是都道府东河村的农民集市；二是在距离东河村2.5小时车程的高知县首府举办农民集市；三是吸纳城市里的居民加入她们的社团，学习烹制地方特色的菜肴。年复一年，“妈妈市场”这个社团越来越活跃，农妇妈妈们在乡村烹饪地方菜来宴请学校的学生聚餐。

可是在政府的“自给自足”政策提出之前，这些农村妇女只局限于小范围的活动，很难得到广泛的支持来推广地方农产品。还有一些80多岁的农妇，因为身居山区，在加入“妈妈市场”之前根本没离开过自己的村子。现在有了县政府的帮助，她们得以利用政府的资源和设施（比如利用有线电视网络号召新成员加入、在政府的协助下开办地方农产品推广活动等），加上原有的组织体系，社团的力量得到了很大的发挥。

本网站为纯公益性学术网站,无任何商业目的.因部分文章来源于网络,如有侵权请来邮或来电告知,本站将立即改正。

Copyright 华中师范大学中国农村问题研究中心 鄂ICP备05015407号

Tel: 027-67865845 Fax: 027-67865189 Mail: newccrs@yahoo.com.cn