

南瀛

35

台南縣政府
95年7月

郵資已付
內
新登載均可
於本市第十一號路
郵局遞送時請免印

產業通訊 月刊

Tainan County Industry Monthly



特別企劃

聯發碾米廠以小博大的藍海故事

堅持品質 誠信經營 陳水盛擄獲日本人的胃
八田與一故事加持 永續經營企圖心 日商感動

台灣米品牌成功三要素

優質環境、團隊用心、組織出擊

專題報導

南瀛汽機車零組件產業 高峰論壇紀實

本期封面人物聯發碾米廠陳水盛、陳建達、陳建璋、陳建憲父子

ISSN 1819-6063



9 771819 606004

GPN:2009205649

工本費：36元整



陳水盛(中立)父子攜手同心

聯發碾米廠以小博大的藍海故事

睽違日本米糧市場30多年，台南縣後壁鄉聯發碾米廠所生產的上水「夢美人」，不但首度回銷日本，並在外袋上標明「台灣米」的字樣進軍日本零售通路，將台灣米名聲推向國際。本刊特別走訪公司負責人和專家，引領讀者探索聯發成功的關鍵要素。

文／任曼璋 紀錄整理／曹千翔

堅持品質 誠信經營 陳水盛擄獲日本人的胃

聯發碾米工廠創立於民國45年，並於民國66年獲得省糧食局指定為公糧委託倉庫及白米加工廠迄今，後來因應市場變化而於93年經營轉型，以自有品牌和農民製作，生產良質米。同年再取得全國公糧委託倉庫及白米加工自主品質管理、環境衛生管理、綜合經營績效評比等三項第一，及高雄農改場主辦的小包裝良質米食味評鑑最高榮譽，更通過新制CAS良質米類工廠認證。

負責人陳水盛堅持品質第一，選擇優良品種積極投入品種改良，並自創「上水

米」品牌，進軍零售通路。也因為這個轉念，和日本中島英雄商社結緣。

陳水盛表示，當初一心想突破稻米耕作單位面積產值，於是在貿易商推薦下，向中島英雄商社購買「夢美人」品種的種子，雖然那時1公斤要價新台幣4000元，還是一口氣買了15公斤回來試種，此舉讓日商相當感動，因為在台灣很少有農民願意投資大筆錢在買種子上面。

不久農糧署舉辦一場台日稻米交流栽培研討會，在農糧署現場引薦下他才認識中島英雄商社社長中島隆太

郎先生駐台代表；爾後雙方不論是交流或製作談判，農糧署都居間出力協助，歷經年餘談判才成功說服日方，將單純的賣肥料、種子給台灣，提升到與台灣業者聯手國際市場行銷出擊。

陳水盛說，聯發碾米廠是家族事業，也是他和三個兒子齊心努力下的成果。陳家人有共同的目標、企圖心，並且願意突破現狀，挑戰日本市場。目前公司業務分工長子陳建達負責廠務，老二陳建璋為行銷顧問和老三陳建憲專注行銷，陳水盛是決策與接單洽談的窗口，陳家人最終目標就是要把台灣好

米行銷全世界。

在和日本商社洽談期間，中島美雄商社創辦人中島美雄本人不但和他親自面談，還要求和他的兒子們面談，在確定陳家第二代強烈接棒意願後，才打開胸襟，敲定跨國合作事宜。

陳水盛表示，種植「夢美人」和種台灣品種米有很大差異，再加上日本人田間管理和台灣傳統田間管理南轅北轍，因此聯發和日商製作初期吃了不少苦頭。

以初期尋找製作農民為例，陳水盛不但要親自登門遊說，還得準備厚禮相送，他形容當時的情境簡直就跟選舉拉票沒兩樣。但現在就不一樣了，「夢美人」品種種植成功，再加上媒體大力宣傳，如今排隊等著加入製作團隊的農民早已超過原先預期，後來的只有候補的份。

陳水盛說，日本人對稻作種植要求非常嚴格，在台灣一般插秧一簇10苗，日方則要求減量到3至5苗，因為密度低病蟲害就少，農藥和肥料使用也相對減少，再加上土壤改良成功，氮素少，米自然好吃。此外，田一定要聯在一起、集中種稻降低



生產成本。田間管理部份還特別安裝監視器來紀錄作物生長實況，同時上網公開農民生產流程，取信於消費大眾，以上種種都顛覆台灣傳統農耕思維。

聯發碾米廠同樣是重視品管的團隊，陳水盛驕傲的說，「我們依照50年實務經驗，打造一座頂級的碾米廠」，現有廠內生產設備不輸日本同業，還自創生產流程，為了讓台灣人吃到安心、安全、健康的米，聯發願意斥資自購檢驗設備，為自家產品健檢。

陳建達則分析，夢美人品種稻米比台灣品種早熟，田間生產日僅120天，夢美人收割後，需經過檢驗室抽檢，測水分、品種，再進行細項的生化檢測、農藥殘留檢測、食味器檢測，待確保品質無誤後才能進廠低溫烘乾，隨即送低溫室冷藏保鮮，這段後加工過程關係米的口感和最終品質，也是聯發的Know-How之處。

聯發深知碾米廠是老行業無法留住年輕人，因此在



員工招募時放寬年齡限制，強調在地人優先，再經由不斷的內、外訓培養員工專業素養，激發共同的使命感。讓生產線員工流動率降到最低。

陳建憲說，今年聯發製作的「夢美人」總面積52公頃，收成乾穀280公噸，其中三分之二產量於7月初回銷日本，趁著日本國內新米9月下旬才上市的空窗期，搶攻日本零售市場，其餘三分之一島內銷售，明年「夢美人」計畫種植面積將擴充到100公頃，產量預估白米450公噸，屆時外銷量可望拉高到300公噸，通路也不再局限日本，鄰近的上海、大陸和新加坡都有機會進場。

最後陳水盛信心滿滿的說，台南縣農民的農業技術可說是走在全國尖端，未來也很有機會突破達到高品質要求，聯發將透過嚴格品管和堅持品質第一，持續降低成本，厚植台灣米的國際競爭力。

專訪中島美雄商店株式會社營業部部長久保井修

圖文／曹千翔

八田與一故事加持

永續經營企圖心

日商感動



久保井修近照

日本頗負知名的中島美雄商店株式會社，公司業務除了農作物新品種開發、肥料研究外，還設有專屬的水稻品種開發研究所，而「夢美人」是該商社專利研發的稻米品種之一。

商社派駐台灣的營業部部長久保井修先生表示，公司與聯發碾米廠約定稻米輪日製作，主要目的是幫助台灣米外銷日本，促成兩國稻米產業交流，未來還將逐年擴大台灣製作面積，將台灣米推向全世界。

久保先生慎重的說，聯發碾米廠是商社在台唯一的伙伴，選擇聯發是因為該公司擁有以下優勢，一、稻作位置在嘉南平原土壤最優良的地區；二、採用日本技師八田與一所籌建的烏山頭水庫的水灌溉，有了八田與一故事加持，未來產品輸日後容易獲得日本消費者的認同；三、聯發在後壁生產的「上水夢美人」品質不輸日本，證明該公司具管理實力。

久保先生透露，商社是經過二年的觀察才選定聯發的，這段期間聯發負責人表現的強烈企圖心，和家族齊心永續經營的決心，最讓日商感動；他停留在台南縣這段期間，同樣感受到地方首長的熱情和支持，他認為與聯發碾米廠合作是正確的決定。

中島美雄商社已經擬好一系列的台灣米回銷日本作戰計畫，久保先生說，公司除了架設自有通路系統，包含料理店、家庭、米店等，還透過各種企業脈絡和管道，爭取白領階級的消費者，產品包裝設計上則分5公斤裝和1公斤裝兩種，後者是促銷專用。



聯發實驗室一景

台灣米品牌成功三要素

環境優質、團隊用心、組織出擊

文／任曼璋 紀錄整理／彭智廷

聯發碾米廠與日本中島美雄商社策略聯盟，透過「日本品種、台灣生產」模式，成功將標示台灣產地的「夢美人」以自有品牌「台灣米」回銷東瀛。實際參與並見證這項跨國合作案的農委會台南區農業改良場嘉義分場林國清主任分析，聯發勝出的要素有三：一、栽培環境優質化；二、經營團隊用心；三、組織運作得宜和團隊出擊加分。

林主任說，台南縣後壁鄉為已規劃的良質米適栽區不論土壤或氣候都適合良質米的生長，而後壁農業灌溉用水來自烏山頭水庫，水質極佳，這些「地利」優勢就連日本商社稻作專家都很欣賞，認為很適合「夢美人」此一新品種的生長。

日本商社行事風格非常謹慎，中島美雄商社在尋遍台灣後相中聯發碾米廠，做為跨國合作的伙伴，其實日商看中的是聯發團隊的用心經營，特別是米廠環境設備和管理，和日本境內業者比毫不遜色，深獲日商青睞。

聯發的用心還可以從其生產團隊田間管理獲得印証，公司稻作栽培過程依照台南縣農改場與日本商社稻作專

家研訂的田間作業曆嚴厲執行，並就計畫擬定的產銷履歷標準化作業流程，含生產及出貨作業流程圖、生產及出貨作業風險管理一覽表，進行產銷的監控，並詳填生產履歷；此外，揚棄傳統小面積耕作，導入大面積專業區模式，包括生產資料統一採購、育苗、插秧、病蟲害防治、收割等，都統一作業，不但降低生產成本，還提高整體效率。

助理研究員蔣汝國則分析指出，日本政府對進口農產品的藥物和安全問題非常重視，聯發深知此一消費門檻，主動接洽農業藥物毒物試驗所技術支援，才能跨過日本海外貨物檢查株式會社（OMIC）國際認證機構，高達579項檢驗考驗。

組織運作得宜是聯發以「台灣米」品牌抓住日本人的胃的最大利器，聯發首先將生產團隊整編為八個生產班，每班設班長一人，再透過訓練凝聚各班向心力和團隊紀律，另一方面祭出每公頃高於市場行情的保價收購利多，讓農民沒有「量」的壓力，得以放手追求稻作品質，成功杜絕以往農民為追求量不惜過量施肥的錯誤行為。



林國清(右)、蔣汝國(左)近照

聯發也積極尋求國內專業機構和單位的資源聯結，讓單一公司產品行銷，轉化為集團出擊，在日本消費者信心指數上注入強心針。

林主任說，其實在「台灣米」品牌的後面，聯發扮演的只是單純的營運主體，在它的週邊還有衛星支援體系，包含農業改良場提供技術輔導，中島美雄商社負責日本行銷通路架設，農糧署專賣國際商機媒合、台南縣政府提供宣傳服務等。因為這些幕後英雄，台灣米才能平穩走上國際。