

日本企業雖然戰後多數隨著日本戰敗而與日本殖民政府和其他人員一起離開臺灣，然而已留下一定的影響。以屏東所興起代表性的製網企業—金洲製網為例，一開始也是由三井集團找上代工漁網。¹⁷⁹民國40年代（1950年代）屏東地區的邱姓農民即基於過去在日本可可、咖啡農場工作的經驗，決定試種可可¹⁸⁰。雖然當時這個試驗失敗，一直要到晚近都會的咖啡、巧克力的消費影響之下才重新栽種，然而卻凸顯了日治時期經驗對戰後的影響。而恆春地區的日本商社所建立的捕鯨活動更一直持續到戰後，台北祥德漁業行與日本第一京丸合作捕鯨，¹⁸¹一直到民國40年代才告終。

從民國60年代（1970年代）開始，一方面臺灣整體糖業已經沒落，另一方面在政策鬆綁下開放稻田轉作，帶來了米糖在屏東平原的歷史性沒消失，在此同時，日本戰後急速工業化、都市化之下，國內生產無法滿足消費需求，產生大量對進口食物的需求，日本商社以及在臺的代理大量來屏東平原購買鰻魚、蝦、鮪魚、櫻花蝦、紅豆、洋蔥、毛豆、香蕉與豬肉等商品，促成了屏東農漁業的進一步發展。日本貿易商在屏東平原的活動並不僅僅在交易，通常還會更進一步主動與在地業者與農家技術合作，以合作的方式進軍日本市場，但另一方面日本商社也透過控制價格以掌握利潤。農、漁、牧每個產業各有不同的模式，在畜牧業中透過日本首相福田赳夫與屏東縣長張豐緒的政治關係，日本群馬縣農業組合與張家合資而成立了屏東第一家現代畜產公司—臺灣畜產公司。在漁業方面，日本商社也積極在東港魚市場購買鮪魚跟櫻花蝦這兩種當時一般臺灣人並不吃的漁產。至今東港魚市場開盤價仍然會先參考築地魚市場的價格作為基準，與長年日本商社在東港魚市場的影響力有密切關係。萬丹紅豆、恆春洋蔥與毛豆的發展，也是透過日本商社來臺找尋契作而促成。墾丁的觀光一開始也是由日本企業，也就是東急公司參與規劃，目標設計也以吸引日本觀光客為主。近二十年來隨著國人消費能力日增以及成本高漲，再加上地方政府積極促銷之下，包括鮪魚、紅豆以及洋蔥都轉變為以國內市場為主，其中鮪魚季的成功更是帶動了黑鮪魚國內消費的熱潮。另一方面，盛極一時的香蕉也在東南亞的競爭下失去競爭力，豬肉則是由於口蹄疫爆發禁止輸出而失去日本市場。種種因素加起來，近二十年來日本商社對屏東地區產業的影響力節節下降。然而從歷史的角度來看這個發展也凸顯了屏東產業發展的從全球到國家再到地方的社區，層層相扣的發展過程。

¹⁷⁹ 藍旻寧，〈金洲漁網變金網〉，《國際商情》，第338期，（台北：外貿協會，2002）。

¹⁸⁰ 1956年豐年雜誌第6期。

¹⁸¹ 〈最大的動物〉，《豐年》，第七卷第九期，頁16，1957。