



ЭКСПРЕСС - ОБЗОР ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ ЯПОНИЯ & КОЛБАСНЫЕ ИЗДЕЛИЯ

Паспорт страны

Население 126,3 млн человек в 2019 г. 11 место в мире -0,2% относит. 2018 г.	ВВП \$5 081,8 млрд в 2019 г. 3 место в мире +2,6% относит. 2018 г.	Место в рейтинге Doing business 29 в 2019 г. без изменений отн. 2018 г.
Доход на душу населения \$32,9 тыс. в 2019 г. 23 место в мире +2,6% относит. 2018 г.	ВВП на душу населения \$40,2 тыс. в 2019 г. 26 место в мире +2,8% относит. 2018 г.	Импорт продукции АПК \$73,4 млрд в 2019 г. 5 место в мире +0,4% относит. 2018 г.
Уровень инфляции 0,5% в 2019 г. 24 место в мире	Доля сельского хозяйства в ВВП 1,3% в 2019 г. 152 место в мире +1,4% относит. 2018 г.	Экспорт продукции АПК \$7,5 млрд в 2019 г. 42 место в мире +2,7% относит. 2018 г.
Урбанизация 91,7% в 2019 г. 25 место в мире	Прямые иностранные инвестиции \$37,2 млрд в 2019 г. 11 место в мире +51,1% относит. 2018 г.	Товарооборот \$80,9 млрд в 2019 г. +0,6% относит. 2018 г.

Источник: Всемирный банк, ITC Trade Map, Globaltrade, Trading Economics

Япония является одной из ведущих мировых экономических держав. По размеру ВВП страна занимает 3-е место в мире после США и Китая. Страна лишь на 40% обеспечивает население продовольствием за счет собственного производства, что вынуждает страну ежегодно импортировать продукции АПК на более чем 70 млрд долл. США.

Сельское хозяйство

Производство продукции растениеводства, млн тонн

	13,1	13,0	12,8	12,9	12,6	12,3
Овощи						
Зерновые	11,6	11,2	11,0	10,9	10,7	10,5
Многолетние растения	5,0	5,5	5,0	5,5	5,1	4,9
Фрукты	3,6	3,4	3,4	3,2	3,2	3,2
Зерновые	0,25	0,24	0,20	0,23	0,22	0,22
Масличные	0,23	0,25	0,24	0,26	0,21	0,19
	2014	2015	2016	2017	2018	2019*

Производство продукции животноводства

	41,7	42,0	42,7	43,4	43,8	44,1
Куриные яйца, млрд шт.						
Молоко, тыс. тонн	7 337	7 382	7 396	7 279	7 292	7 336
Мясо птицы, тыс. тонн	2 128	2 132	2 172	2 215	2 250	2 259
Свинина, тыс. тонн	1 264	1 254	1 279	1 272	1 284	1 283
Говядина, тыс. тонн	502	481	464	469	475	467
Рыба и морепродукты, тыс. тонн	648	705	677	615	643	643
	2014	2015	2016	2017	2018	2019*

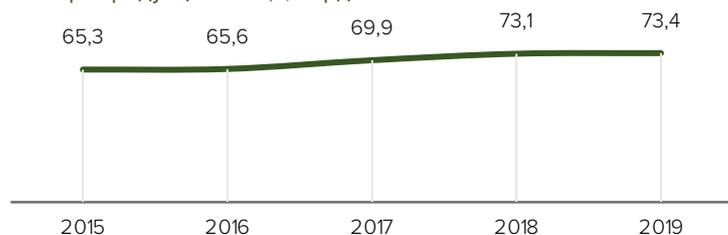
Источник: E-STAT, FAO STAT, MAFF JAPAN, *прогноз

Основной причиной низкой эффективности сельскохозяйственного производства в Японии является тот факт, что подавляющее большинство хозяйств имеет в своем распоряжении небольшие участки земель до 1 га. Площадь пахотных земель составляет не более 12% территории страны. В настоящее время около 90% производства зерновых, овощей и фруктов приходится на сельскохозяйственные кооперативы, которые также занимаются сбытом готовой продукции.

В связи с ростом спроса на мясо и молочные продукты, животноводство в Японии в последние годы начинает активно развиваться. В южных районах страны развито свиноводство, в пригородах важную роль играет птицеводство. Широкое распространение в стране получила и аквакультура.

Импорт и экспорт продукции АПК

Импорт продукции АПК, \$млрд



Источник: ITC Trade Map

По данным ITC Trade Map, в 2019 г. товарооборот продукции АПК Японии достиг максимума за последние пять лет — 80,9 млрд долл. США, что на 0,6% выше значения 2018 г., на 6,2% выше значения 2017 г., на 12,8% — значения 2016 г. и на 14,5% — значения 2015 г.

Импорт продукции АПК Японии в 2019 г. составил 73,4 млрд долл. США, что на 0,4% больше значения 2018 г. и на 12,5% — 2015 г.

Среднегодовые темпы роста импорта в период в 2015 — 2019 гг. составляли 3,0%.

Основные страны-экспортеры в 2019 г.

№	страна	\$млрд	%*
1	США	14,1	19,3%
2	Китай	9,0	12,3%
3	Таиланд	4,4	6,0%
4	Австралия	4,3	5,8%
5	Канада	4,2	5,8%
6	Бразилия	3,4	4,6%
7	Италия	2,7	3,7%
8	Республика Корея	2,6	3,6%
9	Чили	2,1	2,9%
17	Россия	1,2	1,6%
	Прочие страны	25,3	34,5%

Источник: ITC Trade Map, *сумма превышает 100% ввиду округления

Среди основных стран-экспортеров продукции АПК в Японию Россия занимает 17-ое место с незначительной долей экспорта в 1,6%. Около половины всех поставок импортированной продукции АПК Японии приходилось на США — 19,3%, Китай — 12,3%, Таиланд — 6,0%, Австралию — 5,8% и Канаду — 5,8%.

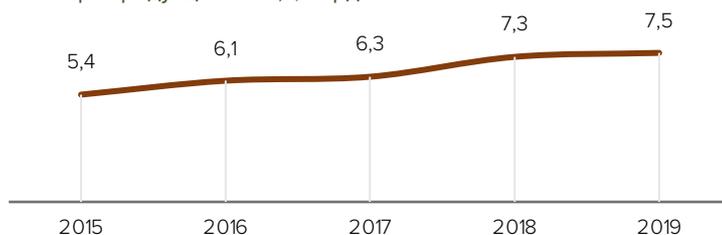
Импорт продуктов АПК в 2019 г., \$млн

№	наименование продукции	\$млн	%*
1	0203 – свинина	4 634	6,3%
2	1005 – кукуруза	3 525	4,8%
3	0304 – филе рыбное	3 503	4,8%
4	1602 – готовые или консервированные продукты из мяса	3 167	4,3%
5	0303 – рыба мороженая	3 061	4,2%
6	2403 – промышленные заменители табака	2 903	4,0%
7	2402 – сигары, сигариллы и сигареты	2 372	3,2%
8	0306 – ракообразные	2 298	3,1%
9	0201 – мясо КРС, охлажденное	2 125	2,9%
10	2204 – вина виноградные	1 811	2,5%
72	1601 – колбасы и продукты из мяса	190	0,3%
	Прочие продукты	43 808	59,7%

Источник: ITC Trade Map, *сумма превышает 100% ввиду округления

Ассортимент импортируемой продукции АПК Японии разнообразен: мясо (свинина — 6,3%, мясо КРС — 2,9%), зерновые (кукуруза — 4,8%), рыба (рыбное филе — 4,8%, мороженая рыба — 4,2%). Готовые или консервированные продукты из мяса занимали 4-ое место в структуре импорта Японии на сумму 3 167 млн долл. США, однако, колбасы и продукты из мяса по результатам 2019 г. импортировались в незначительных объемах — 0,3% или 190 млн долл. США (72-ое место).

Экспорт продукции АПК, \$млрд



Экспорт продукции АПК Японии вырос на 2,7% в 2019 г. до 7,5 млрд долл. США к прошлому году и на 38,8% к 2015 г. Среднегодовые темпы роста экспорта в период в 2015–2019 гг. составляли 8,5%.

Основные страны-импортеры в 2019 г.

№	страна	\$млн	%*
1	Гонконг	1 582	21,1%
2	Китай	1 204	16,1%
3	США	1 052	14,0%
4	Тайвань	799	10,7%
5	Республика Корея	419	5,6%
6	Вьетнам	399	5,3%
7	Таиланд	310	4,1%
8	Сингапур	273	3,6%
9	Австралия	158	2,1%
21	Россия	33	0,4%
	Прочие страны	1 262	16,8%

В 2019 г. основными странами-покупателями продукции АПК Японии стали: Гонконг — 21,1% от общего объема экспорта продукции АПК Японии, Китай — 16,1%, США — 14,0%, Тайвань — 10,7%. На долю России, по данным ITC Trade Map, пришлось 0,4% (21-ое место).

Экспорт продуктов АПК в 2019 г., \$млн

№	наименование продукции	\$млн	%*
1	2106 – пищевые продукты	832	11,1%
2	0303 – рыба мороженая	522	7,0%
3	0307 – моллюски	472	6,3%
4	1605 – готовые или консерв. ракообразные, моллюски	424	5,7%
5	2103 – продукты для приготовления соусов и готовые соусы	415	5,5%
6	1905 – мучные кондитерские изделия	330	4,4%
7	2208 – крепкие спиртные напитки	298	4,0%
8	2202 – воды минеральные с добавлением сахара	279	3,7%
9	0304 – филе рыбное	227	3,0%
61	1602 – готовые или консервированные продукты из мяса	7,4	0,1%
133	1601 – колбасы и продукты из мяса	0,5	0,0%
	Прочие продукты	3 682	49,2%

Экспорт продукции АПК Японии преимущественно состоит на 11,1% или 832 млн долл. США из пищевых продуктов (составных спиртовых полуфабрикатов, сиропов, съедобных морских водорослей), мороженой рыбы — 7,0%, моллюсков — 6,3%, а также готовых или консервированных ракообразных — 5,7%. На мировом рынке успешно реализуются готовые соусы — 5,5% и кондитерские изделия из Японии — 4,4%.

Взаимная торговля продукцией АПК с Россией

Динамика товарооборота с Россией, \$млн



Источник: ФТС России

По данным ФТС России, объем взаимной торговли сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием между Россией и Японией в 2019 г. в сравнении с 2018 г. уменьшился на 12,9% и составил 373,2 млн долл. США. Импорт России из Японии в 2019 г. к 2018 г. уменьшился на 2,5% и составил 42,8 млн долл. США, а российский экспорт — на 14,1% до 330,4 млн долл. США. Российский экспорт в Японию в 2019 г. составлял 88,5% от товарооборота продукции АПК между Россией и Японией.

На долю товарооборота продукции АПК между двумя странами в 2019 г. приходилось 0,7% всего российского внешнеторгового товарооборота продукции АПК со всеми странами.

Российский импорт в 2019 г.

Код	Наименование	тыс. тонн	\$млн	% от импорта*
0901	кофе	0,1	6,8	15,9%
0303	рыба мороженая	4,4	5,3	12,3%
2106	пищевые продукты	0,3	4,2	9,7%
0304	филе рыбное	0,5	4,0	9,4%
2208	спирт этиловый неденатур. до 80 об.%	0,3	3,8	8,9%
2203	пиво солодовое	2,2	2,3	5,4%
2103	продукты для пригот. соусов и готовые соусы	0,7	2,0	4,6%
2101	экстракты, эссенции и концентраты кофе, чая	0,2	1,9	4,4%
0307	моллюски	0,1	1,8	4,1%
1602	готовые или консервир. продукты из мяса	0,0	0,0	0,0%
	Прочие продукты	2,4	10,8	25,3%

Источник: ФТС России, *сумма категорий превышает 100% ввиду округления

В Россию из Японии в 2019 г. импортировались кофе — 15,9%, мороженая рыба — 12,3%, пищевые продукты — 9,7%, рыбное филе — 9,4%, этиловый спирт — 8,9%. Осуществлялись незначительные поставки готовых или консервированных продуктов из мяса, мясных субпродуктов.

Российский экспорт в 2019 г.

Код	Наименование	тыс. тонн	\$млн	% от экспорта*
0303	рыба мороженая	33,1	206,5	62,5%
0306	ракообразные	4,5	50,4	15,3%
0308	водные беспозвоночные	8,2	27,7	8,4%
1005	кукуруза	108,8	19,1	5,8%
1001	пшеница	45,4	9,8	3,0%
1008	гречиха, просо	9,7	4,3	1,3%
0307	моллюски	1,4	3,3	1,0%
1003	ячмень	11,9	2,5	0,7%
1602	готовые или консерв. продукты из мяса	0,0	0,1	0,0%
1601	колбасы и продукты из мяса	0,0	0,0	0,0%
	Прочие продукты	7,0	6,7	2,0%

Экспорт России в Японию на 87,2% состоял из поставок рыбы и морепродуктов, достигших 287,9 млн долл. США в 2019 г. Поставки колбас и аналогичных продуктов из мяса, готовых или консервированных продуктов из мяса, мясных субпродуктов осуществлялись в Японию, но не превысили 0,1 млн долл. США.

Российский импорт в январе – августе 2019–2020 гг.

Товарная группа	январь – август 2019			январь – август 2020		
	тыс. тонн	\$млн	доля*,%	тыс. тонн	\$млн	доля*,%
2101 – экстракты, эссенции и концентраты кофе и чая	0,1	1,1	3,8	1,6	17,0	42,6
0303 – рыба мороженая	4,1	4,8	16,2	2,3	3,3	8,2
0304 – филе рыбное	0,3	2,6	8,9	0,4	2,6	6,6
2208 – спирт этиловый неденатур. до 80 об.%	0,1	2,2	7,6	0,2	2,4	6,1
2106 – прочие готовые пищевые продукты	0,2	2,5	8,6	0,2	2,4	6,0
Прочие продукты	3,4	16,3	55,0	5,8	12,3	30,7
Всего	8,2	29,5	100,0	10,4	40,0	100,0

Российский экспорт в январе – августе 2019–2020 гг.

Товарная группа	январь – август 2019			январь – август 2020		
	тыс. тонн	\$млн	доля*,%	тыс. тонн	\$млн	доля*,%
0306 – ракообразные	2,2	23,9	16,5	4,7	49,0	38,4
0303 – рыба мороженая	14,6	67,5	46,7	8,7	36,6	28,7
0308 – водные беспозвоночные	5,2	17,6	12,2	5,2	18,4	14,4
1005 – кукуруза	97,3	16,9	11,7	65,8	12,0	9,4
2403 – табак и его заменители	0,0	0,0	0,0	1,0	3,0	2,3
Прочие продукты	64,4	18,7	12,9	9,4	8,7	6,8
Всего	183,7	144,6	100,0	94,9	127,8	100,0

Источник: ФТС России, *сумма категорий превышает 100% ввиду округления

Обзор рынка колбасных изделий Японии

Доля Японии в мировых показателях производства, торговли и потребления колбасных изделий

0,2%
по производству

0,5%
по потреблению

2,6%
по импорту

0,002%
по экспорту

Доля Японии в мировом импорте колбасных изделий в настоящее время составляет 2,6%. Доля в мировых объемах потребления колбасных изделий находится на уровне 0,5%.

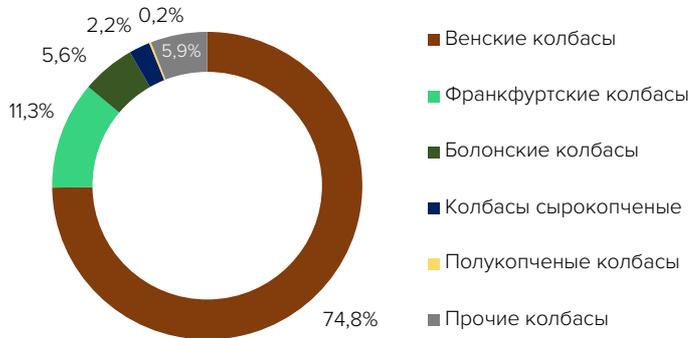
Источник: USDA, ITC Trade Map

Потребление колбасных изделий и самообеспеченность



Источник: USDA, FAO STAT, ITC Trade Map, E-STAT, FAO STAT, MAFF JAPAN, *прогноз, **оценка, код ТН ВЭД 1601

Структура потребления колбасной продукции в Японии по виду колбас, 2019 г.,%



Источник: MAFF JAPAN

Баланс рынка колбасных изделий в Японии, 2015–2020 гг., тыс. тонн



Источник: USDA, FAO STAT, ITC Trade Map, E-STAT, FAO STAT, MAFF JAPAN, *прогноз, **оценка, код ТН ВЭД 1601

Основной рост рынка колбасной продукции в Японии (+13%) пришелся на период 2007–2012 гг. В 2012 г. душевое потребление колбасной продукции в стране достигло показателя в 2,8 кг и по настоящее время остается на данном уровне. За последние 3 года уровень самообеспеченности рынка колбасной продукцией не опускался ниже 90%. Общий уровень потребления данной продукции на рынке Японии в 2019 г. находился на уровне 358,5 тыс. тонн.

Цены производителей на колбасную продукцию, 2014–2019 г., \$/кг



Источник: ЕМИСС, EUROSTAT, EU MMO, USDA, E-STAT, MAFF JAPAN

Средние цены производителей на колбасную продукцию в Японии выше средних цен в России, странах ЕС и США. В 2019 г. средняя цена составила 3,99 долл. США/кг, что на 2,8% выше 2018 г. и на 7,0% — уровня 2015 г.



Импорт готовых продуктов из мяса Японии

Динамика импорта готовых продуктов из мяса Японии, \$млн



Источник: ITC Trade Map

В структуре японского импорта готовых изделий из мяса наибольшая доля, а именно 94%, приходится на готовые или консервированные продукты из мяса (720 тыс. тонн или 3,2 млрд долл. США). Доля колбасных изделий в структуре импорта данной товарной группы составляет 6% — 37 тыс. тонн на общую сумму 190 млн долл. США.

На топ-5 стран-экспортеров колбасных изделий в Японию в 2019 г. пришлось почти 90% импорта. Всего импорт осуществлялся из 17 стран (в 2018 г. — из 20 стран).



Основные поставщики колбасных изделий

Tyson, США



Американская компания, производящая примерно 20% мясных изделий в США. Является экспортером мясной продукции в более чем 30 стран мира.

JBS, США



Компания занимает второе место в США среди производителей мяса и мясной продукции. Филиалы компании находятся более чем в 15 странах мира.

COFCO, Китай



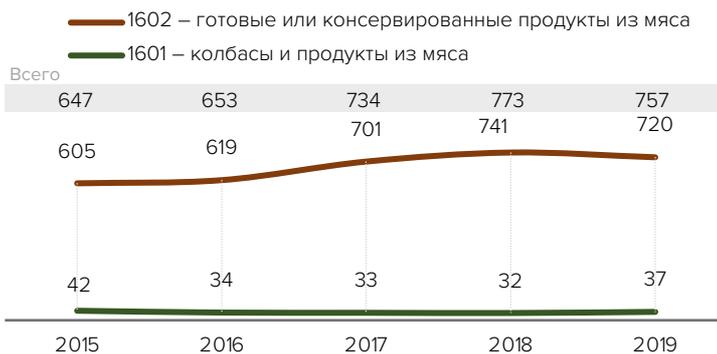
Торговая компания, занимающаяся поставками продукции АПК. Основные активы компании расположены в Северной и Южной Америке, Европе и Азиатско-Тихоокеанском регионе. Торговля осуществляется более чем в 50 стран мира.

Fricasa Alimentos S/A, Бразилия



Компания, которая занимается производством и экспортом колбас, а также готовой мясной продукции.

Динамика импорта готовых продуктов из мяса Японии, тыс. тонн



Основные страны-экспортеры колбасных изделий в Японию в 2019 г.

Страна	тыс. тонн	\$млн	% от импорта*
США	9,3	53,7	28,3%
Китай	10,6	50,7	26,7%
Таиланд	6,2	36,5	19,2%
Бразилия	6,1	20,9	11,0%
Италия	0,8	8,7	4,6%
Прочие страны	3,6	19,5	10,3%

Источник: ITC Trade Map, код ТН ВЭД 1601, *сумма категорий превышает 100% ввиду округления

OSI, США



Американская частная холдинговая компания мясопереработчиков, обслуживающая розничную торговлю и пищевую промышленность.

SALUMIFICIO FRATELLI BERETTA SPA, Италия



Производитель колбасных изделий, занимается экспортом в более чем 40 стран мира.

Shuanghui Group, Китай



Крупный китайский производитель и экспортер колбасных изделий, основным экспортным рынком сбыта является Япония.

ZMI, Германия



Крупный производитель и экспортер колбасных изделий, экспорт осуществляется более чем в 40 стран мира. Приоритетными рынками являются страны Европы, Азии и Ближнего Востока. В настоящее время компания владеет более 20 брендами колбасной продукции.

Потребительские предпочтения

Основные факторы, влияющие на потребительские предпочтения и рынок Японии:

- рост тенденции здорового образа жизни;
- развитый сегмент премиальных продуктов питания;
- высокий спрос на импортные продукты питания;
- влияние западной культуры на местную кухню;
- особое внимание уделяют безопасности продукции, стране происхождения, составу;
- отдают предпочтение маленьким упаковкам.

Национальная японская кухня славится своим разнообразием и сочетанием ингредиентов. На формирование национальной кухни повлияли географическое положение, культурные традиции и история. Основа японской кухни — простота приготовления и сезонность, которая прослеживается в каждом блюде. Основной рацион питания в Японии включает большое количество риса, рыбы и овощей. Стоит отметить, что культура питания в Японии подразумевает употребление пищи маленькими порциями, однако каждый прием пищи должен быть сбалансированным. Отличительной особенностью японской культуры приготовления — минимальная термообработка и использование свежих продуктов высокого качества.



Популярные блюда с колбасными изделиями

Бэнто



Вариант «походного» обеда, представляет собой коробочку, разделенную на несколько секций, каждая секция с разным ингредиентом. Основа блюда — рис, а остальные ингредиенты — овощи, колбаса, рыба, свинина и водоросли.

Окономияки



Вариант японской пиццы. Отличие от традиционной пиццы — основа теста, которая делается из рубленой капусты с яйцами. Данное блюдо готовят с добавлением различных ингредиентов, включая колбасные изделия.

Онигири



Японские пирожки треугольной формы, в качестве начинки может быть абсолютно любой ингредиент, в том числе колбасные изделия.

Сэндвичи



Международное блюдо, которое пользуется популярностью в Японии. Блюдо может включать в себя рыбу, мясо, колбасу, сыр и овощи с различными соусами.

Торгово-распределительная сеть

Импорт и дистрибуция

Япония имеет одну из самых развитых в мире цепочек поставок продукции. Несетевые рестораны и кафе обычно закупают продукты питания на местных рынках или в розничных магазинах. Сетевые рестораны и кафе, как правило, закупают продукты питания в точках оптовых продаж, которые организуют доставку всех видов продуктов и необходимых товаров для ресторанного бизнеса. Часть оптовых центров напрямую импортируют продукты питания из зарубежных стран, но большинство из них закупают импортные продукты через торговые компании, которые отвечают за весь процесс поставки, включая обработку документации, таможенные процедуры, экспертизы и хранение.

Крупные торговые компании (Mitsubishi, Marubeni, Mitsui, Itochu и др.) включают в себя подразделения, специализирующиеся на импорте широкого спектра продукции, в то время как небольшие импортеры, как правило, специализируются на ограниченной линейке дорогостоящих товаров. Большинство крупных игроков сектора общественного питания пользуются услугами торговых компаний и распределительных центров, а не оптовыми точками продаж.

Крупные японские импортеры и дистрибьюторы

Mitsubishi



Японская группа компаний, которая функционирует на международном рынке. Направления деятельности включают производство и продажи автомобилей, продажи оборудования, импорт, экспорт оборудования и различной продукции.

Marubeni Corporation

Marubeni

Корпорация Marubeni и ее дочерние компании используют свои широкие деловые сети как внутри Японии, так и за рубежом, для осуществления импорта и экспорта, а также для ведения внутреннего бизнеса, охватывающего широкий спектр деловых операций в самых разных областях, включая недвижимость, лесную продукцию, продовольствие, химию, энергетику, металлы и минеральные ресурсы, аэрокосмическую и судовую промышленность, финансы и лизинг, строительство, автомобильное и промышленное оборудование.

Mitsui Group



Японская финансово-промышленная группа компаний, которая функционирует на международном рынке и занимается различными сферами деятельности, включая импорт, экспорт, производство и др.

Itochu



Японский торговый дом, входит в топ-5 японских компаний, занимается производством, импортом, экспортом и др.

Розничная торговля

Супермаркеты составляют основную часть сектора розничной торговли и занимают примерно 70% рынка. С 2000 г. сектор розничной торговли значительно расширился, появились новые сети супермаркетов и универмагов. Вырос спрос на премиальные магазины, где можно найти большой ассортимент экологических продуктов и полуфабрикатов, товаров премиум-класса. Значительный рост наблюдается в сегменте готовых к употреблению блюд. Для японских потребителей важны удобство, доступность, качество и размер порции. Стоит отметить, что большинство японцев добираются до работы на поездах и зачастую едут на ходу, поэтому готовые к употреблению блюда пользуются большим спросом, а их ассортимент стабильно расширяется.

Готовые к употреблению блюда являются ключевым элементом маркетинговых стратегий для увеличения трафика клиентов. Замороженные продукты также пользуются большим спросом на этом рынке. Например, набирают популярность бэнто. Рост числа работающих семей, состоящих из одного человека, напрямую влияет на рост продаж готовых, замороженных блюд на вынос и ресторанный сектор, поскольку многие работающие молодые люди не хотят тратить время на приготовление домашней еды.

Крупные магазины розничной торговли

AEON Retail



Японская розничная сеть, которая включает в себя супермаркеты, круглосуточные магазины, торговые центры и специализированные магазины.

Seven Eleven Japan



Сеть круглосуточных магазинов, которые специализируются на продаже продуктов питания, напитков, полуфабрикатов, товаров первой необходимости. На территории всех магазинов доступна сеть Wi-Fi, есть мини-кафе.

FamilyMart/ UNY holdings



Японская сеть круглосуточных магазинов, которая насчитывает более 25 тыс. торговых точек по всему миру.

Life Corporation



Сеть круглосуточных магазинов, которая распространена по всей Японии, специализируется на продаже продуктов питания, напитков, товаров первой необходимости.

Ito Yokado



Японская розничная сеть, которая включает торговые центры, круглосуточные магазины, супермаркеты. Ассортимент сети включает продукты питания, напитки, косметику, одежду и товары первой необходимости.

Lawson Inc



Франчайзинговая розничная сеть круглосуточных магазинов в Японии. Для магазинов характерно постоянное проведение различных акций и распродаж, широкий ассортимент продуктов и товаров первой необходимости.

York Benimaru



Розничная сеть супер- и гипермаркетов на территории всей Японии. Специализируется на продаже продуктов питания, напитков, запчастей и товаров первой необходимости.

Гостинично-ресторанный сектор

Гостинично-ресторанный сектор на протяжении последних семи лет находится в стадии активного роста. Данная тенденция обусловлена рядом факторов: развитие туризма, возрастающая популярность готовых к употреблению блюд, улучшение сервиса в сфере общественного питания, появление новых форматов заведений общественного питания, которые пользуются популярностью у молодых японцев. Сектор общественного питания продолжает стабильно расширяться, занимая новые ниши. Японцы открыты к новым кухням, проявляют интерес к западным и американским блюдам, а продукты питания из Америки, Европы и Северной Африки становятся все более популярными.



Международное сотрудничество Японии

Многосторонние и двусторонние торговые соглашения

Япония является членом Всемирной торговой организации (ВТО) с момента ее создания 1 января 1995 г. К организации она присоединилась со статусом развитой страны.

Важнейшее значение для роста японской экономики представляет расширение свободной торговли и создание глобальной сети экономического партнерства, в особенности, с крупными растущими рынками Азиатско-Тихоокеанского региона. В этой связи стратегиями национального развития страны регулярно предусматриваются цели по увеличению охвата соглашениями о свободной торговле.

На сегодняшний день у Японии действуют 17 соглашений о зоне свободной торговли, а именно с Австралией, Брунеем, Вьетнамом, Индией, Индонезией, Малайзией, Мексикой, Монголией, Перу, Сингапуром, Таиландом, Филиппинами, Чили, Швейцарией, Ассоциацией государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН), Европейским союзом (ЕС) и соглашением в рамках Транстихоокеанского партнерства.

Первой из вышеперечисленных стран соглашение с Японией заключил Сингапур (в 2002 г.). Региональное торговое соглашение между Японией и ЕС — крупнейшее в мире, поскольку на долю подписавших его сторон приходится почти треть мирового ВВП¹.

Япония является участником Всеобъемлющего и прогрессивного соглашения о Транстихоокеанском партнерстве (англ. CPTPP, Comprehensive and progressive agreement for trans-pacific partnership). Данное соглашение содержит положения, касающиеся, в частности, упрощения процедур торговли, электронной торговли, государственных закупок, конкурентной политики, государственных предприятий и монополий, защиты прав интеллектуальной собственности, трудовых отношений, окружающей среды, повышения конкурентоспособности бизнеса, борьбы с коррупцией и т. д.

По каждому вышеуказанному соглашению установлен переходный период, в течение которого сторонам следует проводить необходимые реформы для того, чтобы они имели возможность исполнять взятые на себя обязательства в полном объеме. В большинстве случаев переходный период составляет до 15 лет, а по соглашению с ЕС и в рамках Транстихоокеанского партнерства — 21 год.

Являясь развитой страной, Япония в одностороннем порядке предоставляет преференциальный тарифный режим 128 развивающимся и наименее развитым странам и пяти территориям в рамках программы Всеобщей системы преференций ВТО (англ. GSP, Generalized system of preferences). Тарифные преференции распространяются на большинство сельскохозяйственных и продовольственных товаров. В 2018 г. наибольшие преференции при поставках продукции в Японию по программе GSP получили КНР, Бангладеш, Камбоджа и Мьянма². Пользователями японской программы GSP являются и государства-члены Евразийского экономического союза (ЕАЭС), за исключением Российской Федерации.

Япония также является участником Форума «Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество» (АТЭС, англ. APEC, Asia-Pacific economic cooperation forum). АТЭС не имеет устава, поэтому юридически не является организацией и действует как международный форум для обсуждения экономических вопросов. В Сеульской декларации от 1991 г. были официально определены цели деятельности форума: поддержание экономического роста стран региона, укрепление взаимной торговли, ликвидация ограничений на передвижение товаров, услуг и капиталов в соответствии с нормами ВТО. Участниками АТЭС на сегодняшний день являются 21 страна и территория Азиатско-Тихоокеанского региона³.

- <https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=q:/WT/TPR/OV21.pdf&Open=True>
- https://www.wto.org/english/tratop_e/tptr_e/s397_e.pdf
- <https://www.apec.org/About-Us/About-APEC/Member-Economies>

Преференциальные соглашения с зарубежными странами

Государство/объединение-партнер	Сфера применения соглашения*	Год вступления соглашения в силу
Австралия	G, S, GP, CP, e-com	2015
Бруней	G, S, GP, E	2008
Вьетнам	G, S, GP, CP, E	2009
Индия	G, S, GP, CP, E	2011
Индонезия	G, S, GP, CP, E	2008
Малайзия	G, S, CP, E	2006
Мексика	G, S, GP, CP, E, L	2005
Монголия	G, S, CP, E, L, e-com	2016
Перу	G, S, GP, CP, E	2012
Сингапур	G, S, GP, CP, e-com	2002
Таиланд	G, S, GP, CP, E, e-com	2007
Филиппины	G, S, GP, CP, E, L, e-com	2008
Чили	G, S, GP, CP, E, L	2007
Швейцария	G, S, GP, CP, E, e-com	2009
АСЕАН (Бруней, Вьетнам, Индонезия, Камбоджа, Лаос, Малайзия, Мьянма, Сингапур, Таиланд, Филиппины)	G, S	2008
ЕС (Австрия, Бельгия, Болгария, Венгрия, Греция, Германия, Дания, Италия, Ирландия, Испания, Кипр, Люксембург, Латвия, Литва, Мальта, Нидерланды, Португалия, Польша, Румыния, Словения, Словакия, Франция, Финляндия, Хорватия, Чехия, Швеция, Эстония)	G, S, GP, CP, E, L, e-com	2019
Транстихоокеанское партнерство (Австралия, Бруней, Вьетнам, Канада, Малайзия, Мексика, Новая Зеландия, Перу, Сингапур, Чили)	G, S, GP, CP, E, L, e-com	2018

* G — торговля товарами, S — торговля услугами, GP — государственные закупки, CP — конкурентная политика, E — торговля и окружающая среда, L — трудовые отношения, e-com — электронная торговля.

Источник: ВТО

Перспективы заключения новых многосторонних и двусторонних торговых соглашений

Япония находится в процессе переговоров по подписанию торговых соглашений с КНР, Турцией и Колумбией. Также Япония — участник начатых в 2013 г. переговоров о создании Регионального всестороннего экономического партнерства (РВЭП)**.

В 2016 г. страны-участницы АТЭС приняли Лимскую декларацию о зоне свободной торговли в Азиатско-Тихоокеанском регионе (англ. ФТААР), предусматривающую начало переговоров по всеобъемлющему региональному торговому соглашению. Переговоры будут проводиться вне рамок процесса деятельности АТЭС, но параллельно с ним, опираясь на сотрудничество стран по соглашениям СРТРР и РВЭП. Кроме этого, страны-участницы АТЭС договорились о построении к 2025 г. единого, всестороннего и интегрированного цифрового

рынка региона, о повышении к 2025 г. конкурентоспособности региона в сфере услуг, о разработке политики использования преимуществ глобальных производственно-бытовых цепочек, об обеспечении продовольственной безопасности и устойчивости региона и т. д.⁴.

- <https://www.apec.org/Meeting-Papers/Leaders-Declarations>

** РВЭП является соглашением о «зоне свободной торговли плюс», охватывающим десять государств-членов АСЕАН и шесть государств, с которыми у АСЕАН уже подписаны соглашения о свободной торговле (Японию, Австралию, Индию, КНР, Новую Зеландию и Республику Корея).

Условия поставок для России

Правила доступа на рынок: техническое и ветеринарно-санитарное регулирование

На данный момент Российская Федерация имеет право экспорта на территорию Японии готовых мясных продуктов, полученных от убой парнокопытных животных (крупного и мелкого рогатого скота, свиней и домашней птицы). Стоит отметить, согласно требованиям Японии, готовые мясные продукты — это «мясо парнокопытных животных и домашней птицы, а также продукты» которые включают в себя:

- туши, части туш, мясо (включая кость), жир, субпродукты, сухожилия и
- внутренние органы, кожу птицы и продукты, изготовленные из них (за исключением мясной муки и МКМ (мясо и костная мука).

В соответствии с [«Ветеринарными требованиями к термически обработанному мясу и продуктам, полученным от парнокопытных животных для экспорта в Японию из Российской Федерации»](#) для продукции установлены определенные методы обработки:

- Поддерживать температуру в центре мяса и продуктах 70°C или выше в течение одной минуты или дольше путем проварки или подвергая их горячему пару температурой выше 100°C

Или

- Поддерживать температуру в толще мяса/продуктов 70°C или выше в течение не менее 30 минут при нагревании на водяной бане, высушивании в горячем воздухе или другими эквивалентными способами.

Для начала процедуры регистрации предприятия для экспорта в Японию необходимо пройти аудит Россельхознадзора. Для этого необходимо будет завести заявку на обследование предприятия во ФГИС «Цербер» по «готовой мясной продукции».

Также, помимо этого, потребуются пройти инспекцию компетентного органа страны-импортера — MAFF (Министерство сельского хозяйства, лесных угодий и рыбного промысла Японии).

Перечень документов, необходимых для ввоза продукции

- ветеринарный сертификат;
- сертификат происхождения;
- коносамент;
- счет-фактура;
- товарная накладная;
- контракт на продажу;
- счет-проформа;
- таможенная декларация;
- страховой полис (необязательно, но весьма желательно при осуществлении экспорта в Японию).

Процедуры, применимые при первом ввозе

При первом ввозе продукции проверяется пакет сопроводительных документов, а также проводится отбор проб для проведения лабораторных исследований импортируемой продукции на предмет ее соответствия [«Основному закону о безопасности пищевых продуктов Японии»](#).

Тарифы, квоты и ограничения

Таможенная пошлина, которую российские экспортеры должны будут уплатить при ввозе в Японию готовой продукции из мяса, в том числе колбасных изделий, варьируется в диапазоне от 0 до 50%. Такие условия действуют для всех торговых партнеров Японии, в отношении которых она применяет режим наибольшего благоприятствования.

Более детальную информацию о ввозных таможенных пошлинах на колбасные изделия в Японии можно узнать на официальном сайте Таможи Японии¹.

Помимо таможенных пошлин импортер колбасных изделий в Японию обязан уплатить налог на потребление. Согласно закону Японии № 108 от 1983 г. о налоге на потребление основная ставка налога составляет 10%, пониженная — 8%. На продукты питания, включая колбасные изделия, применяется пониженная ставка налога на потребление (ст. 34 закона № 108). Налоговую базу при расчете данного налога формируют таможенная стоимость товара, таможенная пошлина и акциз². В отношении колбасных изделий акциз не взимается.

Компании, уплачивающие налог на потребление в Японии, в определенных случаях имеют право на возмещение части уплаченного налога. Это касается ситуаций, когда уплаченная с покупок сумма налога превышает сумму налога с облагаемых налогом продаж. Разница может быть возмещена путем подачи компанией налоговой декларации. При этом, необходимо понимать, что нельзя получить возмещение части уплаченного налога при отсутствии налогооблагаемых продаж³.

Специальные, антидемпинговые и компенсационные пошлины в отношении импорта колбасных изделий российского производства не установлены. Правовые основы регулирования данных пошлин в Японии закреплены в законе о таможне № 61 от 1954 г., соответствующим распоряжениям Кабинета министров Японии и других подзаконных актах.

Ввозные таможенные пошлины Японии на готовую продукцию из мяса, в том числе колбасную продукцию российского производства

Код ГС	Товар	Таможенная пошлина, %
160100	Колбасы и аналогичные продукты из мяса, мясных субпродуктов или крови, пищевые продукты, изготовленные на их основе	10
160210	Прочие гомогенизированные готовые продукты из мяса, мясных субпродуктов или крови	21,3
160220	Готовые или консервированные продукты из печени любых животных	6–21,3
160231	Готовые или консервированные продукты из индейки	0–21,3
160232	Готовые или консервированные продукты из кур домашних	0–21,3
160239	Прочие изделия и консервы из птицы домашней	0–21,3
160241	Изделия и консервы из окороков и их отрубов из свинины	8,5–20
160242	Изделия и консервы из лопаточных частей и их отрубов из свинины	8,5–20
160249	Прочие изделия, включая смеси, из свинины	0–20
160250	Изделия и консервы из мяса крупного рогатого скота	0–50
160290	Прочие изделия и консервы, включая готовые продукты из крови любых животных	0–21,3

Источник: Официальный сайт Таможи Японии

Япония оставила за собой право в рамках ВТО использовать специальные защитные меры (англ. SSG, special safeguards) на ряд продовольственных товаров согласно перечню обязательств при присоединении страны к ВТО. В перечень таких товаров попали и некоторые товарные позиции колбасных изделий, а именно позиции с кодами ГС 160241, 160242, 160249. Согласно правилам ВТО применять специальные защитные пошлины может ограниченное количество стран на ограниченное количество товаров. Поводами для их применения могут послужить осуществление импортных поставок в объемах выше максимального установленного значения или по ценам ниже минимального установленного значения.

В отношении импорта некоторых сельскохозяйственных товаров (молока, зерна, продуктов из них и др.) Япония применяет тарифные квоты. Однако на ввоз в Японию готовой продукции из мяса (коды ГС 1601 и 1602), в том числе колбасных изделий, квоты и иные количественные ограничения не установлены.

1. https://www.customs.go.jp/english/tariff/2020_6/data/e_16.htm

2. <https://www.customs.go.jp/english/summary/tariff.htm>

3. <https://www.eu-japan.eu/taxes-accounting/consumption-taxes#:~:text=Consumption%20tax%20is%20a%20national,2.2%25%20local%20consumption%20tax%20rate>



Компетентные ведомства

Министерство сельского хозяйства, лесных угодий и рыбного промысла Японии (англ. MAFF, Ministry of agriculture, forestry and fisheries)

Сайт: <https://www.maff.go.jp/e/>

Основной миссией ведомства является обеспечение стабильного снабжения населения страны продовольствием, развитие сельского, лесного и рыбного хозяйств, повышение благосостояния фермеров, работников лесного и рыбного хозяйств, развитие сельских и горных районов, реализация многофункциональности отрасли сельского хозяйства, содействие сохранению, восполнению лесов, обеспечение сохранения живых водных ресурсов и управления ими.

Министерство экономики, торговли и промышленности (англ. METI, Ministry of economy, trade and industry)

Сайт: <https://www.meti.go.jp/english/index.html>

Ответственно за развитие национальной экономики и промышленности, повышение экономической результативности частных компаний и развитие внешнеэкономических отношений, а также обеспечение стабильных и эффективных поставок энергии и минеральных ресурсов.

Таможенно-тарифное бюро Японии (англ. Customs and tariff bureau)

Сайт: <https://www.customs.go.jp/index.htm>

Является ключевым японским ведомством в сфере таможенного регулирования. В его компетенцию входят вопросы разработки таможенной политики; вопросы, связанные с надзором и контролем за экспортом и импортом товаров; вопросы по надзору за таможенными должностными лицами и их обучению; вопросы, касающиеся торговой статистики и др. Бюро входит в систему Министерства финансов Японии. Организационная структура японских таможенных органов отличается отсутствием прямой иерархической зависимости подразделений. Региональные таможенные управления подчиняются непосредственно руководству Министерства финансов.

