

Экспортный гид

# МЯСО ПТИЦЫ

---



Япония





Экспортный гид

# МЯСО ПТИЦЫ



Япония

Гид создан при участии:



# Предисловие

---

Настоящий гид разработан как практическое руководство для организации экспорта мяса птицы в Японию. Гид основан на следующих принципах:

- обобщение самых актуальных сведений о рынке;
- аналитические данные, основанные на оценках отраслевых экспертов;
- практические рекомендации по выходу на рынок;
- простая для восприятия форма изложения информации.

Представленные материалы помогут принять взвешенные решения о выходе на рынок и максимально эффективно организовать экспорт мяса птицы в Японию.

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2022.

© Все права защищены.

Никакая часть данного издания не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами без письменного разрешения владельцев авторских прав. При использовании ссылка на правообладателя и источник заимствования обязательна.



Министерство  
сельского хозяйства  
Российской Федерации



# Оглавление

---

<b>Резюме .....</b>	<b>5</b>
<b>Список сокращений.....</b>	<b>7</b>
<b>Введение .....</b>	<b>9</b>
<b>1. Краткий обзор — Япония .....</b>	<b>12</b>
1.1. Экономические тенденции .....	14
1.2. Политические тенденции .....	20
1.3. Деловая среда .....	21
1.4. Демографические тенденции.....	24
1.5. Влияние тенденций на потребительский рынок страны .....	25
<b>2. Обзор рынка.....</b>	<b>28</b>
2.1. Объем и динамика рынка .....	30
2.2. Потребительские предпочтения .....	49
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	51
2.4. Конкурентная среда и участники рынка .....	58
<b>3. Стандарты на продукцию .....</b>	<b>62</b>
3.1. Требования к предприятию и продукции .....	64
3.2. Требования к сертификации .....	69
3.3. Требования к маркировке.....	73
<b>4. Барьеры входа на рынок.....</b>	<b>74</b>
4.1. Особенности таможенных процедур .....	76
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры .....	78
<b>5. Организация экспортных поставок .....</b>	<b>83</b>
5.1. Логистика .....	85
5.2. Осуществление валютно-финансовых операций.....	100
5.3. Формы присутствия на рынке .....	103
5.4. Защита интеллектуальной собственности.....	108
<b>6. Продвижение продукции.....</b>	<b>112</b>
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке .....	114
6.2. Отраслевые выставки.....	115
<b>7. Особенности деловой культуры .....</b>	<b>117</b>
<b>8. Преимущества и риски осуществления поставок.....</b>	<b>123</b>
8.1. Преимущества.....	125
8.2. Риски .....	125



<b>9. Карта действий экспортера .....</b>	<b>127</b>
<b>10. Контактная информация .....</b>	<b>131</b>
<b>11. Государственная поддержка экспорта продукции АПК .....</b>	<b>136</b>

# Резюме

---

- Япония — одна из самых развитых стран мира. Несмотря на сокращение численности населения, Япония остается крупным импортером продовольственных товаров. Богатство страны, значительный средний класс и открытость к торговле делают японский рынок привлекательным для широкого круга экспортеров продовольствия.
- По мере ослабления карантинных ограничений и восстановления экономической активности внутренний спрос должен поддерживать экономический рост Японии. Однако в среднесрочной перспективе ожидается, что колебания уровня инфляции в течение года и ее превышение над темпами роста заработной платы, а также неопределенность в мировой экономике будут сдерживать экономическое развитие страны, и, соответственно, восстановление экономики.
- В 2020 г. в Японии были зафиксированы массовые вспышки птичьего гриппа, тогда особенно пострадали хозяйства на западе страны. В 2021 г. ситуация несколько улучшилась, так, согласно данным ALIC, в 2021 г. производство мяса птицы в стране увеличилось на 2,2% и составило 1 685,4 тыс. тонн (в 2020 г. — 1 648,6 тыс. тонн). На рост объема производства мяса птицы в стране сильное влияние также оказал высокий спрос со стороны домохозяйств, а также восстановление сектора общественного питания после пандемии COVID-19.
- Согласно данным ALIC, в структуре потребления мяса на душу населения в 2021 г. наибольший объем приходился на мясо птицы (18,4 кг), в то время как на свинину пришлось около 14,9 кг, а годовой объем потребления говядины составил 7,1 кг. Общее среднедушевое потребление мяса птицы во всех каналах сбыта Японии в 2021 г. увеличилось на 0,9 кг (на 5,2%) по отношению к 2020 г.
- В структуре потребления мяса птицы доля внутреннего производства составляла 73,6%, в то время как 26,4% пришлось на импортную продукцию. Новые вспышки птичьего гриппа, начавшиеся в ноябре 2021 г., могут оказать негативное влияние на производство в 2022 г. Так, с ноября 2021 г. по май 2022 г. в Японии было выявлено более 24 крупных вспышек птичьего гриппа.
- Розничные продажи мяса птицы резко выросли в 2020 г., что связано с закрытием ресторанов и кафе из-за пандемии COVID-19. В 2021 г. общий объем потребления мяса птицы в Японии составил 2,29 млн тонн, из которых на долю розничной торговли пришлось 46%, на сектор общественного питания — 38%, на сектор переработки — 16%.
- Япония входит в пятерку крупнейших мировых импортеров мяса птицы. Согласно данным ITC Trade Map, в 2021 г. закупки мяса птицы Японии на внешних рынках по сравнению с предыдущим годом увеличились на 11,3% в натуральном выражении и на 9,4% в стоимостном, достигнув 603,5 тыс. тонн или 1 245,2 млн долл. США.



- В структуре импорта мяса птицы Японии преобладает мясо кур, на долю которого в 2021 г. приходилось 98,7% всех поставок в натуральном выражении и 96,4% в стоимостном. Вся импортная продукция поступает в замороженном виде (части тушек и субпродукты). В Японии не принято есть целую курицу (за исключением праздников, таких как Рождество).
- Для японских потребителей высокое качество продукции является основополагающим, за что японцы готовы платить большую цену. Покупая продукты по более высоким ценам, чем в других странах региона, японские потребители предъявляют строгие требования к качеству, внешнему виду и упаковке, поэтому продукция с современной дизайнерской упаковкой и высокого качества имеет большее конкурентное преимущество.
- Ввиду специфики японского рынка важное значение имеет правильный выбор партнера и выстраивание с ним стабильных долгосрочных отношений. Целевыми партнерами являются торговые компании, которые выступают в качестве импортеров, дистрибьюторов и оптовых продавцов как местного, так и импортного мяса птицы. Ведущие торговые компании, такие как Mitsubishi Corporation, охватывают широкий спектр каналов, включая розничную торговлю, предприятия общественного питания и пищевой промышленности, но, как правило, предпочитают работать с крупными проверенными предприятиями. В то же время они стремятся диверсифицировать поставщиков для обеспечения стабильных поставок при импорте продукции из разных стран.

# Список сокращений

---

## Англоязычные сокращения

<b>ALIC</b>	Agriculture & Livestock Industries Corporation — Корпорация сельского хозяйства и животноводства
<b>AQS</b>	Animal Quarantine Service — Служба карантина животных
<b>GAIN</b>	Global Agricultural Information Network — Глобальная сельскохозяйственная информационная сеть
<b>НАССР</b>	Hazard Analysis and Critical Control Points — Принципы обеспечения безопасности пищевой продукции
<b>ITC Trade Map</b>	Внешнеторговая статистика Международного торгового центра МТЦ
<b>JETRO</b>	Japan External Trade Organization — Организация по развитию внешней торговли Японии
<b>JFTC</b>	Japan Foreign Trade Council Inc. — Совет по внешней торговле Японии
<b>JПАА</b>	Japan Patent Attorneys Association — Ассоциация патентных поверенных Японии
<b>JPO</b>	Japan Patent Office — Патентное ведомство Японии
<b>MAFF</b>	Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries — Министерство сельского, лесного и рыбного хозяйства Японии
<b>MHLW</b>	Ministry of Health, Labour and Welfare — Министерство здравоохранения, труда и благополучия Японии
<b>UN Comtrade</b>	Commodity Trade Statistics Database — База данных ООН по статистике торговли товарами



## **Русскоязычные сокращения**

<b>АСЕАН</b>	Ассоциация государств Юго-Восточной Азии
<b>ВВП</b>	Валовый внутренний продукт
<b>ВТО</b>	Всемирная торговая организация
<b>ВРЭП</b>	Всестороннее региональное экономическое партнерство
<b>ЕАЭС</b>	Евразийский экономический союз
<b>МВФ</b>	Международный валютный фонд
<b>МОТ</b>	Международная организация труда
<b>ПИИ</b>	Прямые иностранные инвестиции
<b>ППС</b>	Паритет покупательной способности
<b>РНБ</b>	Режим наибольшего благоприятствования
<b>РОУ АПК</b>	региональные органы управления агропромышленным комплексом
<b>СПК</b>	Соглашение о повышении конкурентоспособности
<b>ССТ</b>	Соглашение о свободной торговле
<b>ТН ВЭД</b>	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
<b>ТРИПС</b>	Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности
<b>ТТП</b>	Соглашение о Транстихоокеанском партнерстве
<b>ЮНКТАД</b>	Конференция ООН по торговле и развитию

# Введение

---







Япония — островное государство в Восточной Азии. Четыре основных острова — Хонсю, Хоккайдо, Кюсю и Сикоку — занимают 97% площади страны. Из 124,6 млн человек около 92% живет в городах. Благодаря многочисленному городскому населению и высокому уровню жизни Япония является перспективным рынком для многих экспортеров продовольствия.

### **Общие сведения (2021 г.)**

**ВВП (в текущих ценах):** 4 937 млрд долл. США

**Темпы роста ВВП:** 1,7%

**ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах):** 44 739 долл. США

**Уровень инфляции:** -0,3%

**Приток ПИИ:** 24,6 млрд долл. США

**Население:** 124,6 млн человек

**Площадь:** 377 915 км<sup>2</sup>

**Крупнейшие города по численности населения:** Токио (8,3 млн), Иокогама (3,6 млн), Осака (2,8 млн), Нагоя (2,2 млн), Саппоро (1,9 млн)

**Уровень урбанизации:** 91,9%

**Уровень безработицы:** 2,5%

**Структура ВВП:** сельское хозяйство (1,0%), промышленность (29,0%), сфера услуг (69,5%)

**Структура занятости:** сельское хозяйство (3,4%), промышленность (24,1%), сфера услуг (72,6%)

**Основные товары экспорта:** реакторы ядерные, средства наземного транспорта, электрические машины, звукозаписывающая и звуковоспроизводящая аппаратура, аппаратура для записи и воспроизведения телевизионного изображения и звука, инструменты и аппараты оптические, фотографические, кинематографические, измерительные, контрольные, прецизионные, медицинские или хирургические, черные металлы

**Основные товары импорта:** нефть и нефтепродукты, электрические машины и оборудование, звукозаписывающая и звуковоспроизводящая аппаратура, аппаратура для записи и воспроизведения телевизионного изображения и звука, реакторы ядерные, фармацевтическая продукция, руды, шлак и зола

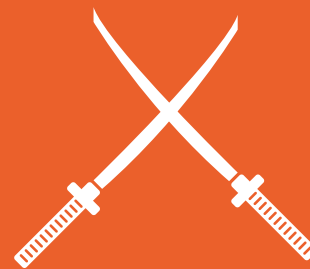
**Объем экспорта:** 757,5 млрд долл. США

**Объем импорта:** 772,7 млрд долл. США

# Краткий обзор – Япония

---





Содержание.

---

## **1.1.**

Экономические тенденции

## **1.2.**

Политические тенденции

## **1.3.**

Деловая среда

## **1.4.**

Демографические тенденции

## **1.5.**

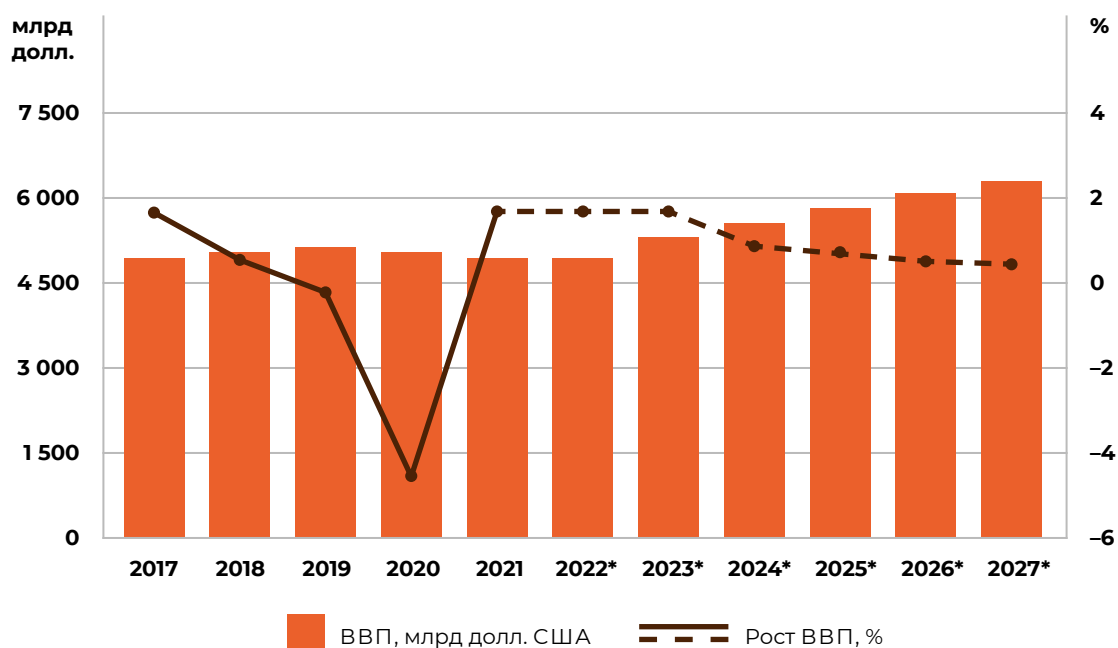
Влияние тенденций  
на потребительский рынок страны



## 1.1. Экономические тенденции

Пандемия COVID-19 оказала сильное влияние на японскую экономику, которая в 2020 г. сократилась на 4,5%. После восстановления экономики в 2021 г. для Японии 1 квартал 2022 г. начался со стагнации роста реального ВВП. Во 2 квартале 2022 г. экономика страны стала постепенно восстанавливаться. Прогнозируется, что по мере ослабления ограничений и нормализации экономической активности растущий внутренний спрос должен будет поддерживать рост. Однако восстановление внутреннего потребления более сдержанное из-за низких темпов роста заработной платы и занятости, а также относительно высокой инфляции, что в конечном итоге продолжит сдерживать экономическую активность в среднесрочной перспективе. Согласно прогнозу Международного валютного фонда (МВФ), экономический рост Японии в 2022 г. составит 1,7% и сохранит этот темп в 2023 г.

Рис. 1. Динамика ВВП Японии в текущих ценах, 2017–2027 гг.

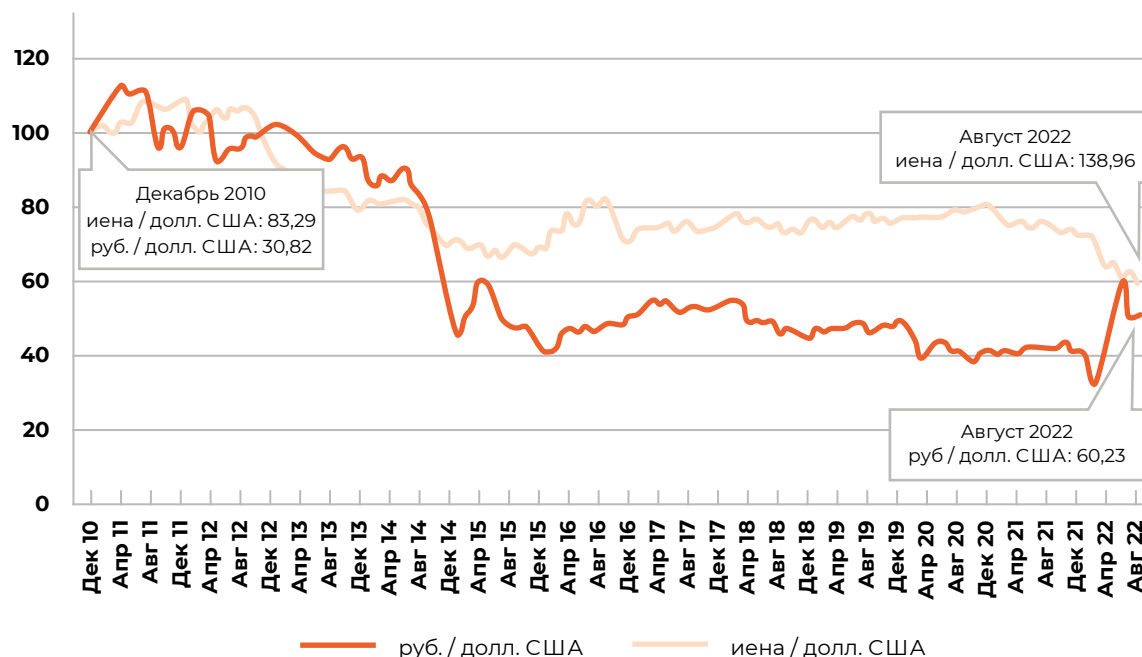


Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*), EMIS

Примечание. \*прогноз.

Валюта Японии — одна из самых стабильных в мире. Это связано с высоким уровнем развития экономики страны, а также с ее ориентацией на международную торговлю. Кроме того, иена позиционировалась как валюта, являющаяся средством хеджирования/временного сохранения активов в период кризисов или повышенной волатильности на рынках. Однако иена начала ослабевать с февраля 2021 г. на фоне дополнительной фискальной экспансии в США. Ситуация усугубилась с марта 2022 г.

Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и японской иены к доллару США, декабрь 2010 г. – август 2022 г.



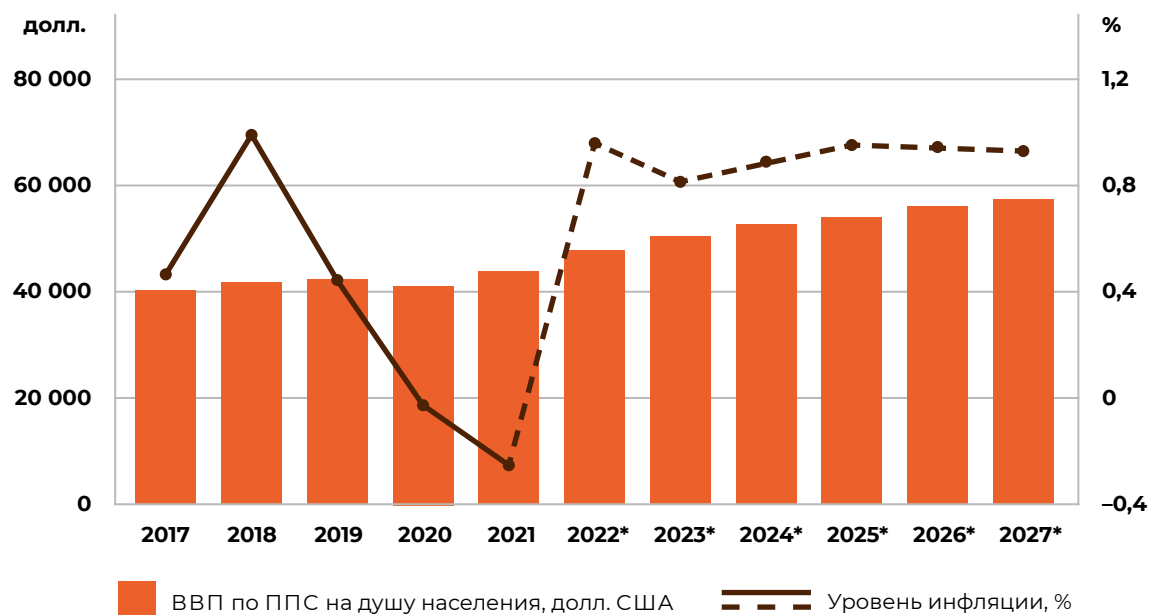
Источник: Банк международных расчетов, [финансовый портал](#)

Примечание. Приведены среднемесячные показатели, за 100% взят курс на декабрь 2010 г.

Положительную динамику ВВП на душу населения Японии сменил спад в 2020 г., вызванный пандемией COVID-19. В 2021 г. ВВП на душу населения превысил допандемийный уровень, и, как ожидается, продолжит расти. Несмотря на колебания потребительских цен в течение года, ожидается, что на конец 2022 г. уровень инфляции достигнет 1,0%. В дальнейшем прогнозируется, что инфляция снизится до 0,8% к 2023 г. и до 2027 г. колебания будут в пределах 0,8-1,0%.



Рис. 3. Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2017–2027 гг.



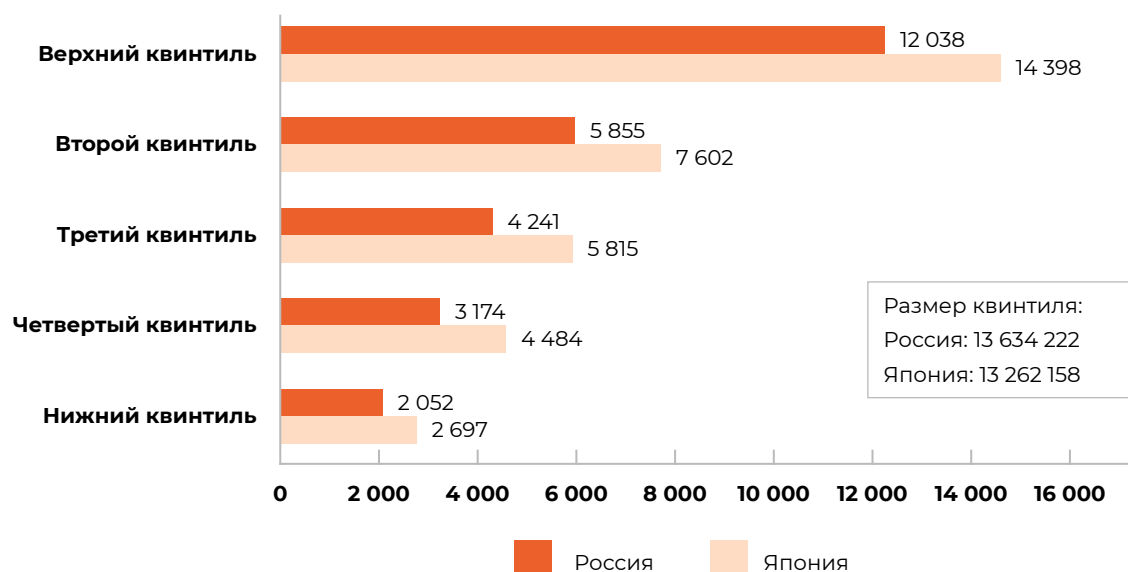
Источник: МВФ

Примечание. \*прогноз.

Понятие «японификация» используется для описания неблагоприятной экономической ситуации — низких темпов роста, почти нулевой инфляции, высокого объема государственного долга. В то же время доход на душу населения в Японии продолжает расти. Безработица и социальное неравенство остаются на очень низком уровне по сравнению со многими странами Европы и США. В структуре распределения доходов на долю первой (высокодоходной) группы приходится 41,1% доходов страны, тогда как на долю пятой (низкодоходной) группы — 7,7%. Это относительно большая доля для страны с высоким уровнем дохода.



Рис. 4. Среднемесячные доходы занятого населения по квинтильным (20%) группам, 2021 г., долл. США



Источник: Всемирный банк, МВФ, ООН

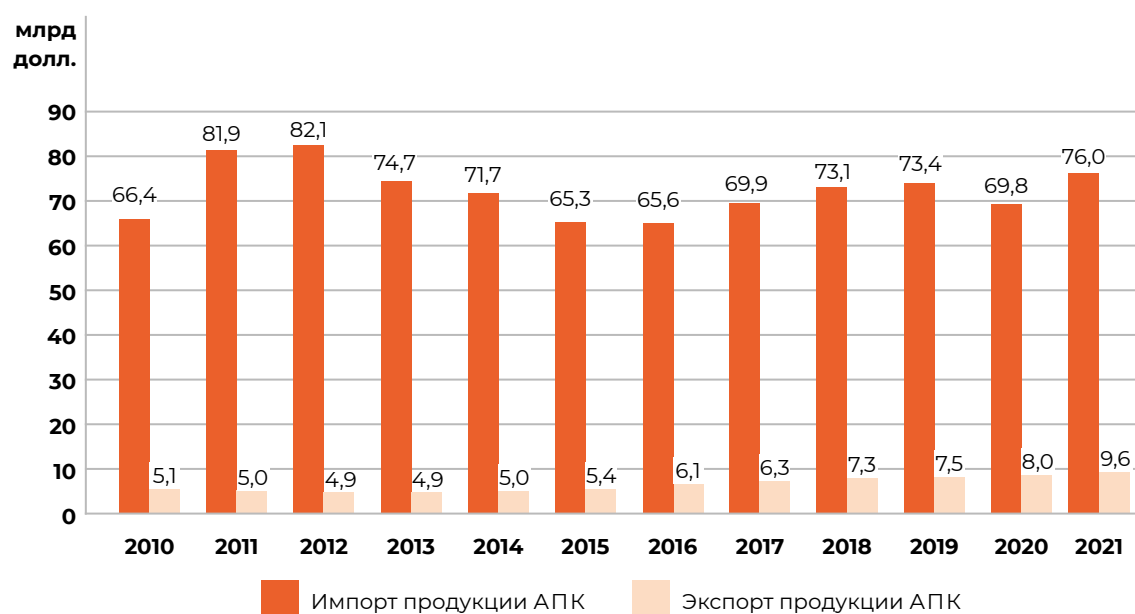
Примечание. Доходы рассчитаны по ППС с учетом курсовой разницы, чтобы показать фактическую покупательную способность для стандартной потребительской корзины.

## Внешняя торговля продукцией АПК

Сельское хозяйство имеет не столь большое значение в экономике Японии. На долю отрасли приходится 1,0% ВВП и 3,4% рынка труда. Меньше 20% площадей пригодны для возделывания. Аграрный сектор сильно субсидируется. В результате импорт продовольствия опережает внутреннее производство по большинству категорий товаров. По данным ITC Trade Map, импорт продукции АПК Японии достиг 76,0 млрд долл. США, а экспорт составил лишь 9,6 млрд долл. США. Рыбная промышленность и аквакультура по-прежнему играют важную роль в экспорте Японии и правительство оказывает содействие компаниям в привлечении и подготовке новых кадров в этих секторах.



Рис. 5. Внешняя торговля продукцией АПК Японии, 2010–2021 гг. млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map

Табл. 1. Структура экспорта продукции АПК Японии, 2021 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Моллюски	652,5	6,8
Рыба мороженая	541,8	5,6
Говядина и пищевые субпродукты КРС	489,3	5,1
Прочие соусы (в т.ч. майонез), вкусовые добавки (кроме соли)	437,3	4,5
Мучные кондитерские изделия	429,7	4,5
Виски	420,7	4,4
Сидр и прочие сброженные напитки	377,2	3,9
Напитки безалкогольные, кроме воды и соков	369,9	3,8

Продолжение табл. 1.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Филе рыбы и прочее мясо рыбы	258,9	2,7
Изделия и консервы из моллюсков	195,6	2,0
Прочие продукты	5 467,1	56,7
<b>Итого</b>	<b>9 640,0</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Табл. 2. Структура импорта продукции АПК Японии, 2021 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Говядина и пищевые субпродукты КРС	4 873,8	6,4
Кукуруза	4 741,0	6,2
Свинина и пищевые субпродукты свиней	4 620,5	6,1
Филе рыбы и прочее мясо рыбы	3 404,1	4,5
Табак прочий и его заменители	3 307,7	4,4
Рыба мороженая	3 112,8	4,1
Изделия и консервы из домашней птицы, кроме колбас	2 299,9	3,0
Ракообразные	2 269,0	3,0
Соевые бобы	2 075,7	2,7

Продолжение табл. 2.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Сигары и сигареты	1 944,5	2,6
Прочие продукты	43 366,1	57,0
<b>Итого</b>	<b>76 015,2</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

## 1.2. Политические тенденции

Главой нации является император, роль которого во многом церемониальная. В мае 2019 г. после отречения от престола императора Акихито, его сын, принц Нарухито, взошел на Хризантемовый трон, чтобы стать 126-м императором Японии.

Глава правительства — премьер-министр. Его кандидатура выдвигается обеими палатами парламента перед тем, как император производит официальное назначение на должность сроком на четыре года. Кабинет министров формируется премьер-министром из 19 членов парламента.

Парламент Японии состоит из двух палат: Палаты советников (верхняя) и Палаты представителей (нижняя). Члены обеих палат избираются всенародно. Палата советников насчитывает 242 члена, половина из которых избирается каждые три года. Палата представителей состоит из 465 членов, избираемых всенародным голосованием на четырехлетний срок.

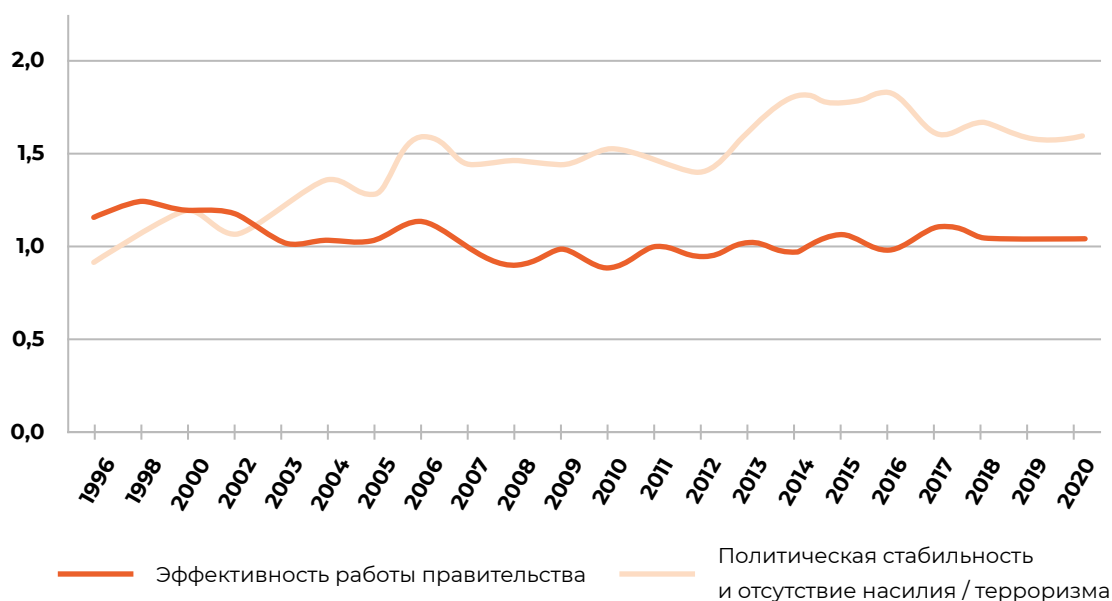
В июле 2022 г. в Японии состоялись выборы в Палату советников. Правящая либерально-демократическая партия в коалиции с партией Комэйто одержала победу, получив 146 мандатов. В результате этой победы действующий премьер-министр Японии Фумио Кисида сохранил свой пост до очередных парламентских выборов, запланированных на 2025 г. Вместе с тем, в августе 2022 г. правительство Японии ушло в отставку на фоне роста экономической напряженности и необходимости укрепления энергетической безопасности. При этом ряд министров, включая главу МИД и министра финансов, сохранили свои должности в новом составе Кабинета министров.

Одним из главных пунктов программы правящей партии является проведение конституционной реформы с целью изменения статьи 9 Конституции, закрепляющей отказ государства от создания собственной армии и участия в вооруженных конфликтах. Кроме того, в качестве еще одной задачи действующий премьер-министр выделяет построение экономики «нового капитализма»,

что означает повышение роли государства и проведение более социально-ориентированной политики.

Во внешней политике Япония делает акцент на развитие отношений с США в сфере безопасности и экономического сотрудничества. Кроме того, в 2021 г. Япония ратифицировала соглашение ВРЭП, что укрепляет ее торговые отношения с другими государствами региона.

Рис. 6. Основные показатели качества государственного управления в Японии



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

Примечание. Индикаторы WGI используют шкалу со значением от -2,5 до 2,5.

По данным Всемирного банка, показатели политической стабильности и эффективности работы правительства практически не подвергались изменениям на протяжении последнего времени, что объяснялось достаточно эффективными действиями правительства Синдзо Абэ. Учитывая текущие экономические и энергетические вызовы, а также отставку правительства в августе 2022 г. стоит ожидать снижение данных показателей в ближайшее время.

### 1.3. Деловая среда

Правительство Японии традиционно стремится поддерживать высокий уровень деловой среды. Страна занимает лидирующие позиции по скорости подключения к системе энергоснабжения и получения разрешений на строительство. При этом необходимым является упрощение доступа к кредитованию и развитие международной торговли.



У Японии хороший результат в борьбе с коррупцией. В 2021 г. страна набрала 73 из 100 баллов в индексе восприятия коррупции Transparency International, заняв 18-е место среди 180 стран. Япония разделила эту позицию с Австралией, Бельгией и Уругваем, опередив Францию, Сейшелы, ОАЭ и Бутан.

Табл. 3. Стимулирующие и сдерживающие факторы в сфере экономики, политики, права, торговли

	<b>Стимулирующие факторы</b>	<b>Сдерживающие факторы</b>
<b>Экономика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>У Японии привилегированное положение в динамично развивающемся регионе. В стране отмечается очень высокий уровень сбережений населения (около 25,2% ВВП). При этом у страны огромный государственный долг (более 266% ВВП), основная часть которого состоит из обязательств перед местными инвесторами.</li> <li>Экономика с передовыми технологиями и диверсифицированной промышленностью имеет хорошие возможности для преодоления последствий пандемии</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Япония столкнулась с трудностями консолидации государственных финансов во время затяжного дефляционного кризиса.</li> <li>Сокращение рабочей силы, недостаточное участие женщин в трудовой деятельности и низкий уровень иммиграции негативно влияют на экономику и ее потенциал роста.</li> <li>Старение населения увеличивает нагрузку на систему социального обеспечения.</li> <li>Восстановление экономики Японии после пандемии происходит медленно в связи с тем, что в ситуации неопределенности японские потребители и предприятия продолжают с осторожностью относиться к расходам</li> </ul>
<b>Политика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Политическая ситуация в Японии остается стабильной. Основное внимание по-прежнему уделяется политическим и экономическим реформам.</li> <li>Политика действующего правительства направлена на решение социальных вопросов, включая повышение уровня заработной платы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>На фоне напряженности в регионе Япония стремится к созданию собственных вооруженных сил и наращиванию военного сотрудничества с США.</li> <li>У Японии есть территориальные споры с Россией, Китаем и Южной Кореей. Отношения с Китаем остаются непростыми, а с Северной и Южной Кореей — напряженными. Вопрос о компенсациях за принудительный труд корейцев в период колониального господства Японии остается открытым в дипломатических и экономических спорах между двумя странами</li> </ul>

Продолжение табл. 3.

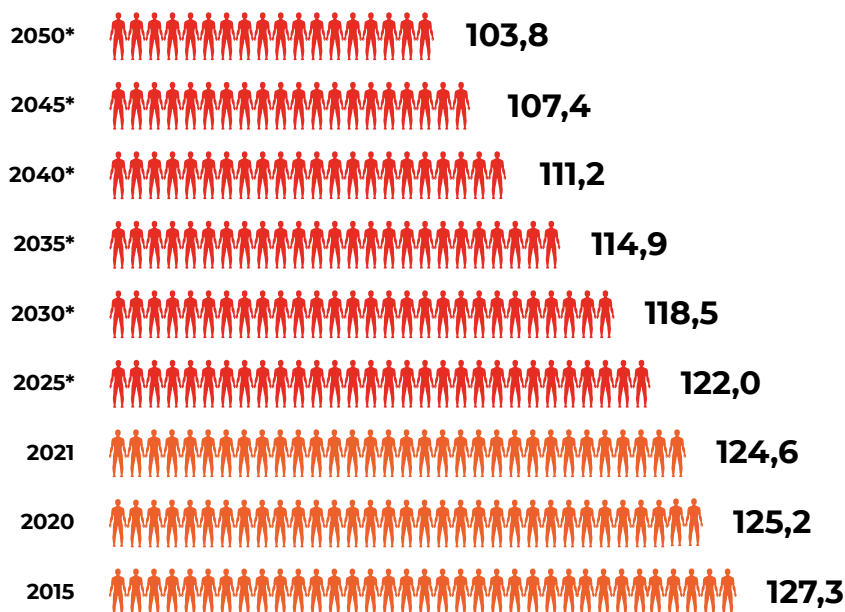
	Стимулирующие факторы	Сдерживающие факторы
<b>Право</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Правовые реформы позволили совершенствовать нормативно-правовую базу страны.</li> <li>• В 2022 г. был принят Закон о налоговой реформе, одной из целей которого является поощрение роста заработной платы работников.</li> <li>• По итогам 2021 г. Япония набрала 96 из 100 баллов в ежегодном рейтинге оценки гражданских свобод и политических прав, составляемом Freedom House</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Необходимо проведение дальнейших реформ для сокращения коррупции в бизнесе</li> </ul>
<b>Торговля</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Япония является крупным импортером сельскохозяйственной продукции и продовольствия с большим рынком состоятельных и требовательных потребителей.</li> <li>• Япония хорошо интегрирована в азиатские цепочки поставок, импортируя сырье и ресурсы из региона и производя товары с высокой добавленной стоимостью на территории своей страны</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• В ноябре 2020 г. Япония присоединилась к ВРЭП, участниками которого являются Китай, Южная Корея, Австралия, Новая Зеландия и еще 10 стран Юго-Восточной Азии. По условиям соглашения Япония отменяет ввозные пошлины на 56% сельскохозяйственных продуктов из Китая, на 49% продукции из Южной Кореи и на 61% товаров из АСЕАН, Австралии и Новой Зеландии. В результате снижается конкурентоспособность российской продукции по сравнению с товарами из этих стран.</li> <li>• Сильная зависимость экономики страны от внешней торговли с Китаем и США</li> </ul>



## 1.4. Демографические тенденции

По состоянию на 2021 г. численность населения Японии составляет 124,6 млн человек и в среднем сокращалась на 0,3% в год в течение 2015-2021 гг. Ожидается, что к 2050 г. численность населения сократится до 103,8 млн человек.

Рис. 7. Общая численность населения Японии, прогноз до 2050 г., млн человек

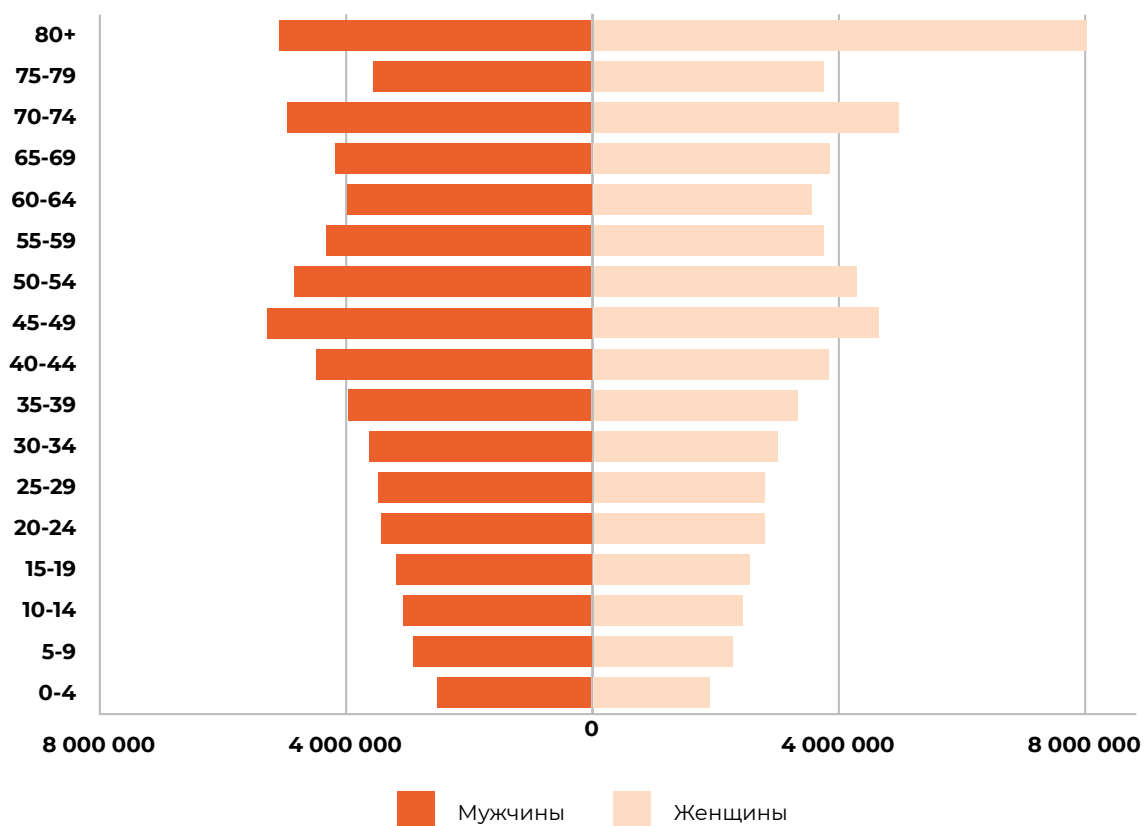


Источник: ООН

Примечание. \*прогноз.

Пожилые люди старше 65 лет составляют 29,8% населения страны. В дальнейшем тенденция будет усиливаться, негативно сказываясь на производительности труда и экономическом росте. Увеличение бюджетных расходов на возрастное население и уменьшение налоговой базы повысят фискальную нагрузку страны.

Рис. 8. Население Японии по полу и возрасту, 2021 г.



Источник: Всемирный банк, МОТ

## 1.5. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

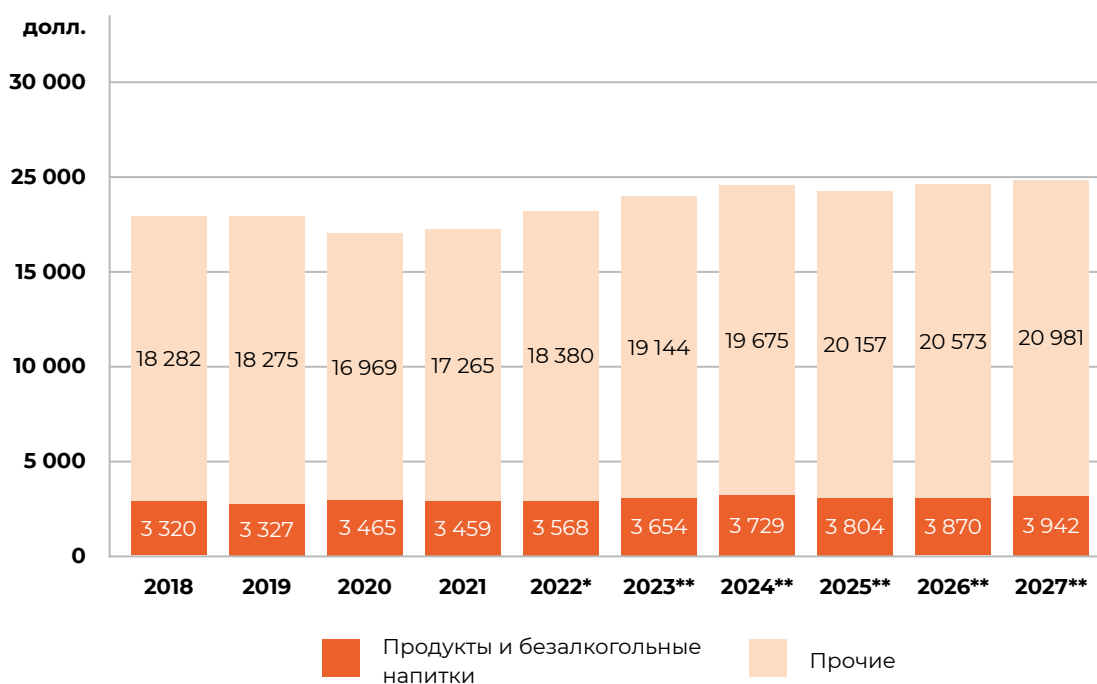
Япония остается крупным импортером продовольственных товаров. Богатство страны, высокий процент среднего класса в структуре населения страны и открытость к торговле делают этот рынок привлекательным для широкого круга экспортеров продовольствия. В стране также ожидается рост спроса на высококачественные продукты питания, ингредиенты и готовую продукцию.

В 2019 г. экономический рост в Японии сдерживался внутренними демографическими факторами, в частности, сокращением численности населения и замедлением темпов роста в других ведущих экономиках мира, которые являются основными рынками для экспорта продукции из Японии (в т.ч. США, Китай и Южная Корея). Японии удалось избежать наихудших последствий пандемии. Правительство не ввело режим изоляции и карантина, но COVID-19 привела



к рецессии и снижению экспорта. Потребители и предприятия воздерживались от расходов и инвестиций из-за неопределенности и социальных ограничений. Деятельность в сфере услуг, в частности, в гостиничном секторе, почти полностью остановилась.

Рис. 9. Расходы на конечное потребление на душу населения в постоянных ценах 2021 г., 2018–2027 гг., долл. США



Источник: Euromonitor International (платформа Passport)

Примечание. \*оценка, \*\*прогноз.

При этом влияние COVID-19 на уровень безработицы относительно невелико, с 2019 г. данный показатель вырос с 2,4% до 2,5% в 2020 г. и сохранился на этом уровне в 2021 г. В стране остро ощущается нехватка рабочей силы из-за сокращения и старения населения. Япония продолжает борьбу с очередной волной пандемии, можно ожидать увеличения динамики роста интернет-торговли. Потребители начинают привыкать к удобству приобретения продуктов онлайн, поэтому для прямых продаж продовольствия все более популярными становятся онлайн-площадки (например, Tabechoku).

## **Новые тенденции потребления: спрос на функциональные и полезные пищевые продукты**

Японские потребители уделяют значительное внимание своему здоровью. На рынке продуктов питания и напитков продолжается бум функциональных, полезных и питательных продуктов.

Все, что считается полезным для здоровья и красоты, обладает большой привлекательностью для покупателей и имеет высокий шанс стать популярным, особенно среди женщин.

Кроме того, продукты, которые выглядят необычно и аппетитно в социальных сетях, привлекают молодежь. Современные тенденции, связанные со здоровым питанием, также оказывают определенное влияние. Популярностью пользуются продукты, употребляемые при диетах, и всевозможные «суперфуды»<sup>1</sup>.

Для японских потребителей характерно:

- большое внимание к безопасности и происхождению пищевых продуктов;
- высокие требования к качеству пищевой продукции и ее презентации (с точки зрения эстетики);
- информированность и глубокие познания в области пищевой промышленности;
- особое внимание к бренду пищевой продукции;
- большое внимание к сезонным продуктам и свежести пищевой продукции;
- забота о своем здоровье;
- проживание в небольших домах с минимальным пространством для хранения вещей. Как следствие крупногабаритная упаковка часто признается нецелесообразной;
- предпочтение маленьким порциям или малоразмерной упаковке;
- выбор продуктов с меньшим количеством ингредиентов и пищевых добавок.

---

<sup>1</sup> Англ. superfood — продукты, которые, предположительно, имеют большую концентрацию питательных веществ и полезных свойств, нежели обычные. К ним относят, к примеру, ягоды годжи, спирулину, семена чиа.



# Обзор рынка

---







Содержание

---

## **2.1.**

Объем и динамика рынка

## **2.2.**

Потребительские предпочтения

## **2.3.**

Торгово-распределительная сеть

## **2.4.**

Конкурентная среда  
и участники рынка

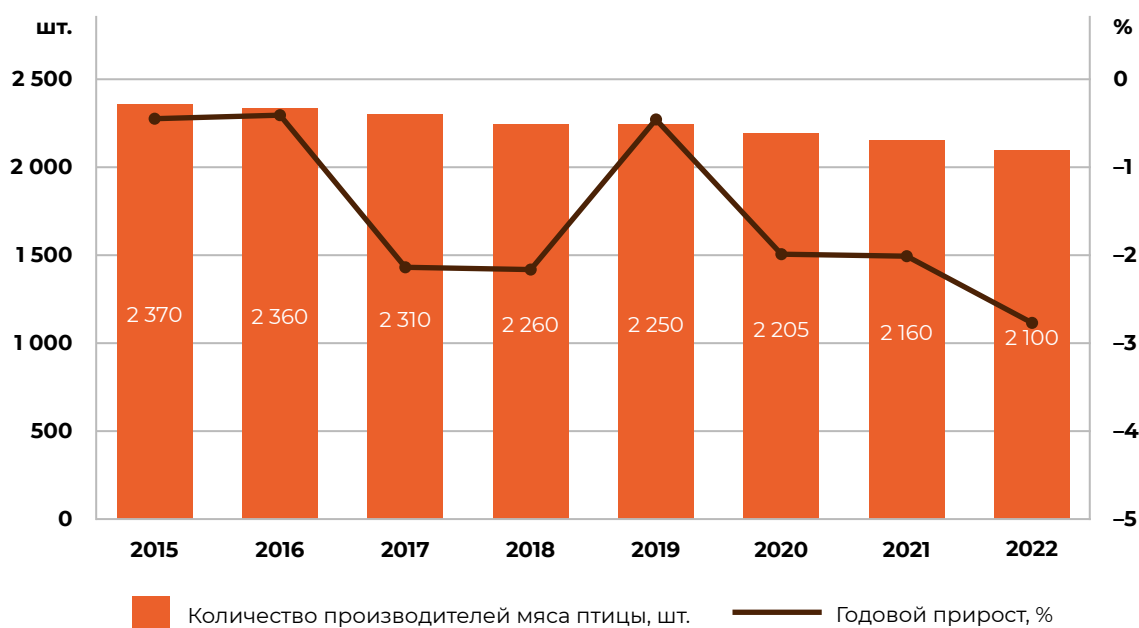
## 2.1. Объем и динамика рынка

### Производство

Согласно экспертным оценкам, в структуре производства мяса птицы Японии более 90% приходится на кур. 98% кур, выращиваемых в Японии, — это бройлеры иностранных пород и 2% — специально выведенные местные породы. Мясо кур местных пород используется в основном для приготовления блюд в гастрономических ресторанах.

Общее число производителей бройлеров в Японии по данным на 1 февраля 2021 г. составило 2 160 единиц, что на 2,0% ниже уровня 2020 г. и на 8,9% ниже 2015 г. Согласно последним данным Корпорации сельского хозяйства и животноводства Японии (ALIC), на 1 февраля 2022 г. количество производителей бройлеров в Японии снизилось на 2,8% до 2 100 единиц. Снижение числа производителей в Японии происходит в основном среди небольших предприятий, крупные производители, наоборот, увеличивают объемы производства, так в 2021 г. поголовье мяса птицы в стране достигло 139,7 млн голов (в 2015 г. — 135,7 млн голов).

Рис. 10. Количество производителей мяса птицы в Японии, 2015–2022 гг.

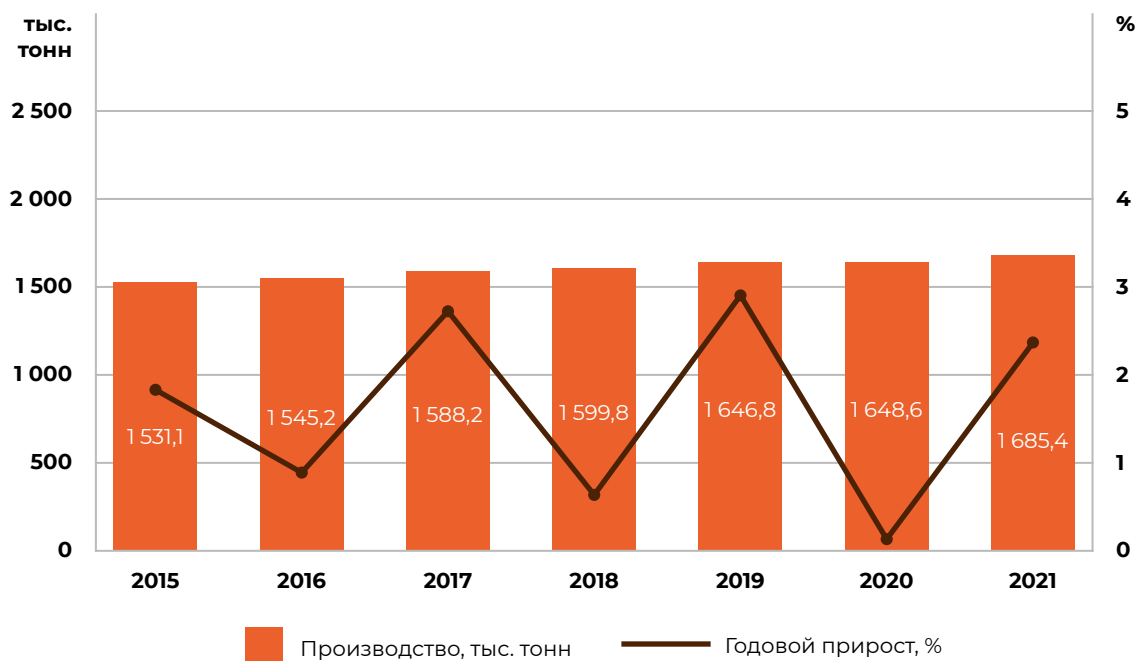


Источник: Корпорация сельского хозяйства и животноводства Японии



В 2020 г. в Японии были зафиксированы массовые вспышки птичьего гриппа, тогда особенно пострадали хозяйства на западе страны. В 2021 г. ситуация несколько улучшилась. Согласно данным ALIC, в 2021 г. производство мяса птицы в стране увеличилось на 2,2% и составило 1 685,4 тыс. тонн против 1 648,6 тыс. тонн годом ранее. Кроме снижения количества вспышек птичьего гриппа в 2021 г. на увеличение объема производства мяса птицы сильное влияние оказал высокий спрос со стороны домохозяйств наряду с восстановлением сектора общественного питания. Однако новые вспышки птичьего гриппа, начавшиеся в ноябре 2021 г., могут оказать негативное влияние на внутреннее производство в 2022 г. Так, с ноября 2021 г. по май 2022 г. в Японии было выявлено более 24 крупных вспышек птичьего гриппа, вследствие чего сравнительно небольшой по объему экспорт птицеводческой продукции Японии был полностью приостановлен.

Рис. 11. Производство мяса птицы в Японии, 2015–2021 гг.

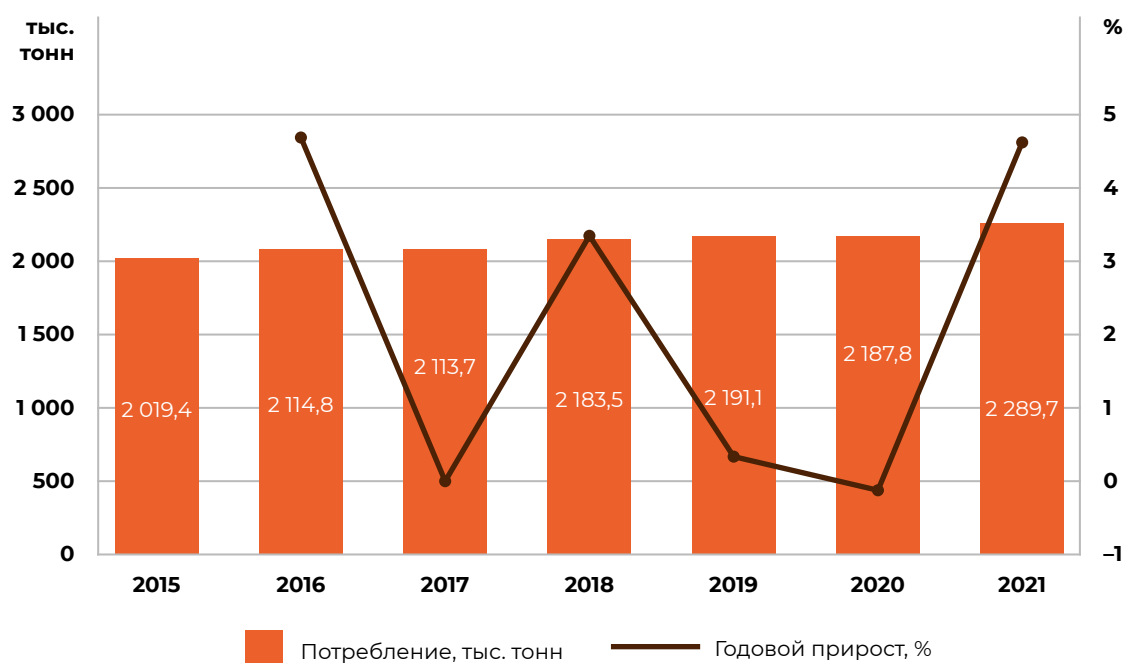


Источник: Корпорация сельского хозяйства и животноводства Японии, Euromonitor International, USDA

## Потребление

Несмотря на частые вспышки птичьего гриппа, а также сильное влияние пандемии COVID-19, за последние три года потребление мяса птицы в Японии выросло практически на 100 тыс. тонн. Ежегодный рост объемов потребления мяса птицы в Японии объясняется предпочтениями старшего и молодого поколения данного вида мяса, сравнительно более низким уровнем цен, а также активным развитием сектора общественного питания до пандемии и его восстановлением на фоне снятия Правительством Японии ряда ограничительных мер в 2021 г. В 2021 г. объем потребления мяса птицы в Японии увеличился на 4,7% и составил 2 289,7 тыс. тонн.

Рис. 12. Потребление мяса птицы в Японии, 2015–2021 гг.

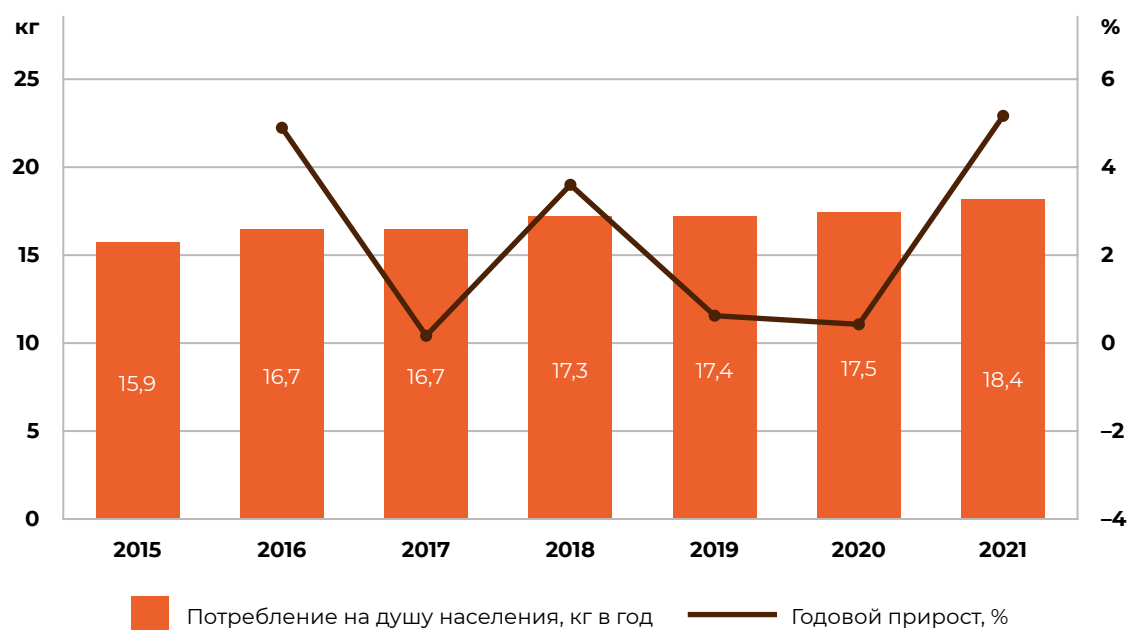


Источник: Корпорация сельского хозяйства и животноводства Японии, Euromonitor International, USDA

Примечание. С учетом переходящих остатков.

Согласно данным ALIC, по состоянию на 2021 г. в структуре потребления мяса на душу населения наибольший объем потребления (18,4 кг) приходился на мясо птицы, в то время как на свинину пришлось 14,9 кг, а годовой объем потребления говядины в стране составил 7,1 кг. Общее среднедушевое потребление мяса птицы во всех каналах реализации в Японии в 2021 г. увеличилось на 0,9 кг (на 5,2%) по отношению к 2020 г.

Рис. 13. Потребление мяса птицы на душу населения в Японии, 2015–2021 гг.

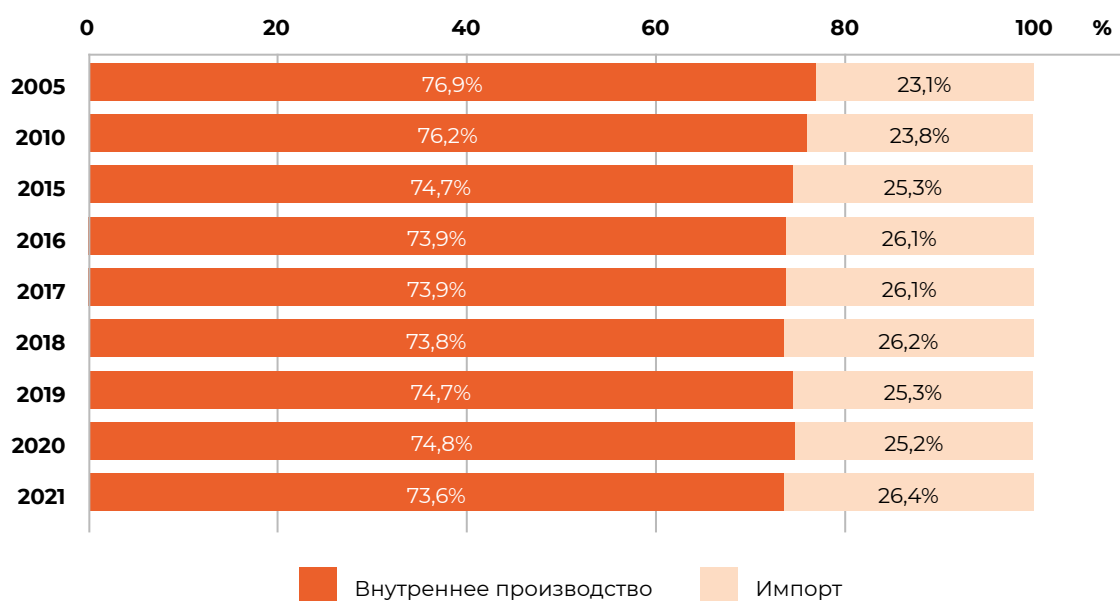


Источник: Корпорация сельского хозяйства и животноводства Японии, Euromonitor International, USDA

Примечание. С учетом переходящих остатков.

В структуре потребления мяса птицы в Японии в 2021 г. доля внутреннего производства составила 73,6%, в то время как 26,4% пришлось на импортную продукцию. Импортное мясо поставляется в замороженном виде и не составляет серьезной конкуренции для продукции местных производителей. С 2005 г. доля импортной продукции в общем объеме потребления мяса птицы Японии выросла с 23,1% до 26,4%.

Рис. 14. Структура потребления мяса птицы в Японии, 2005–2021 гг., %

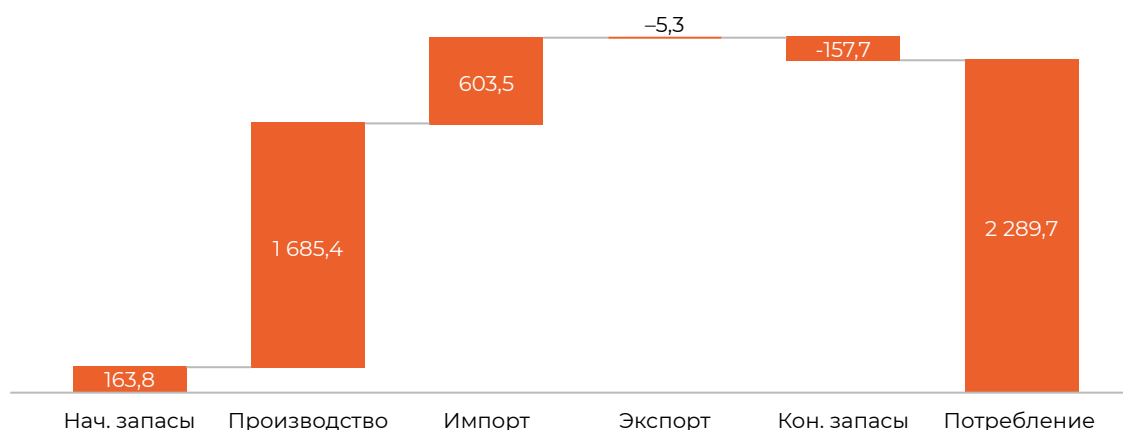


Источник: Корпорация сельского хозяйства и животноводства Японии

Примечание. С учетом переходящих остатков.

Ежегодный уровень переходящих запасов мяса птицы в Японии составляет от 150 до 170 тыс. тонн, данный показатель практически не изменялся в течение всего анализируемого периода. Ежегодные объемы экспорта мяса птицы относительно невысокие — 10 тыс. тонн, за исключением 2021 г., когда объемы экспорта снизились на 46,4% до 5,3 тыс. тонн.

Рис. 15. Баланс рынка мяса птицы в Японии, 2021 г., тыс. тонн

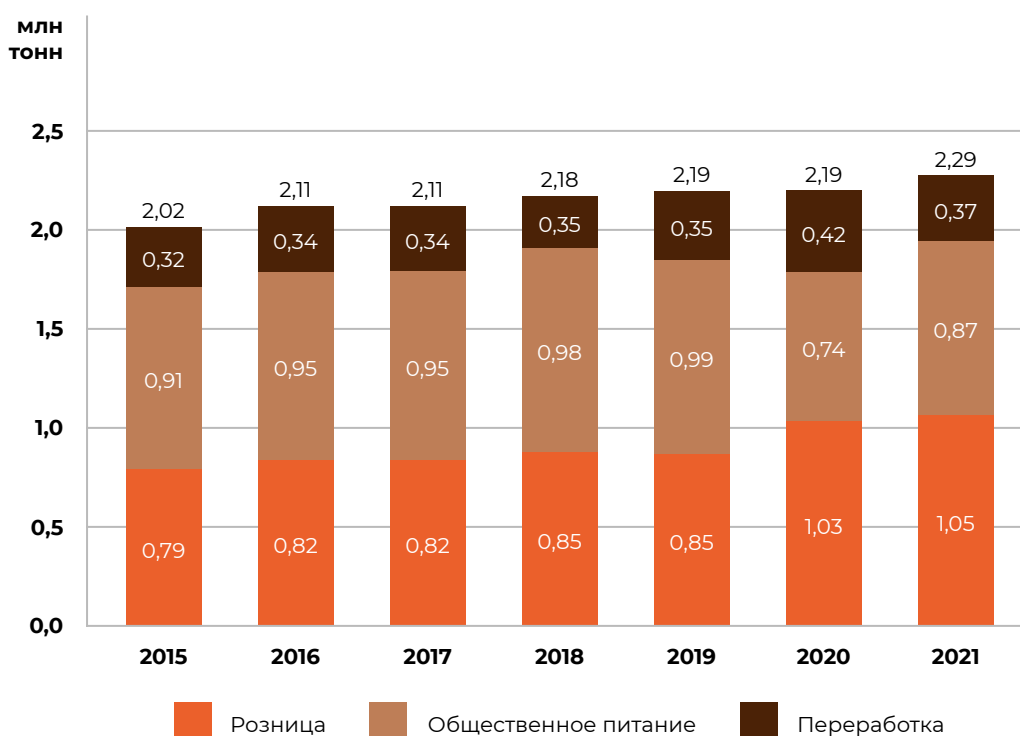


Источник: Корпорация сельского хозяйства и животноводства Японии, MAFF, ITC Trade Map

Примечание. С учетом переходящих остатков.

Розничные продажи мяса птицы резко выросли в 2020 г., что связано с закрытием ресторанов из-за пандемии COVID-19. В 2021 г. общий объем продаж мяса птицы в Японии составил 2,29 млн тонн, из которых на долю розничной торговли пришлось 46%, на сектор общественного питания — 38%, на сектор переработки — 16%.

Рис. 16. Объем продаж мяса птицы на рынке Японии в натуральном выражении, 2015–2021 гг., млн тонн



Источник: Euromonitor International, Корпорация сельского хозяйства и животноводства Японии, MAFF

Мясо кур является самым распространенным видом мяса в сфере общественного питания, за ним следуют говядина и свинина. В пищевой промышленности, помимо готовой мясной продукции, куриное мясо обычно используется в качестве ингредиента для производства замороженных продуктов (например, для макаронных изделий или блюд из риса) и в таких изделиях, как сэндвичи (курица, сваренная с соевым соусом, особенно популярна для гамбургеров или бутербродов).



## Цены

### Розничные цены

Согласно отраслевым источникам, более 40% потребления мяса кур в Японии приходится на приготовление еды дома. Ожидается, что по сравнению с 2021 г. общее потребление куриного мяса в 2022 г. вырастет, поскольку устойчивое высокое потребление домохозяйств будет поддерживаться постепенным восстановлением спроса на услуги общественного питания. Более низкие внутренние цены на мясо птицы по сравнению с другими видами животных белков в 2022 г. также являются дополнительным фактором роста потребления данного вида мяса.

Табл. 4. Динамика розничных цен на различные виды мяса в Японии, 2021–2022 гг., йен/100 г

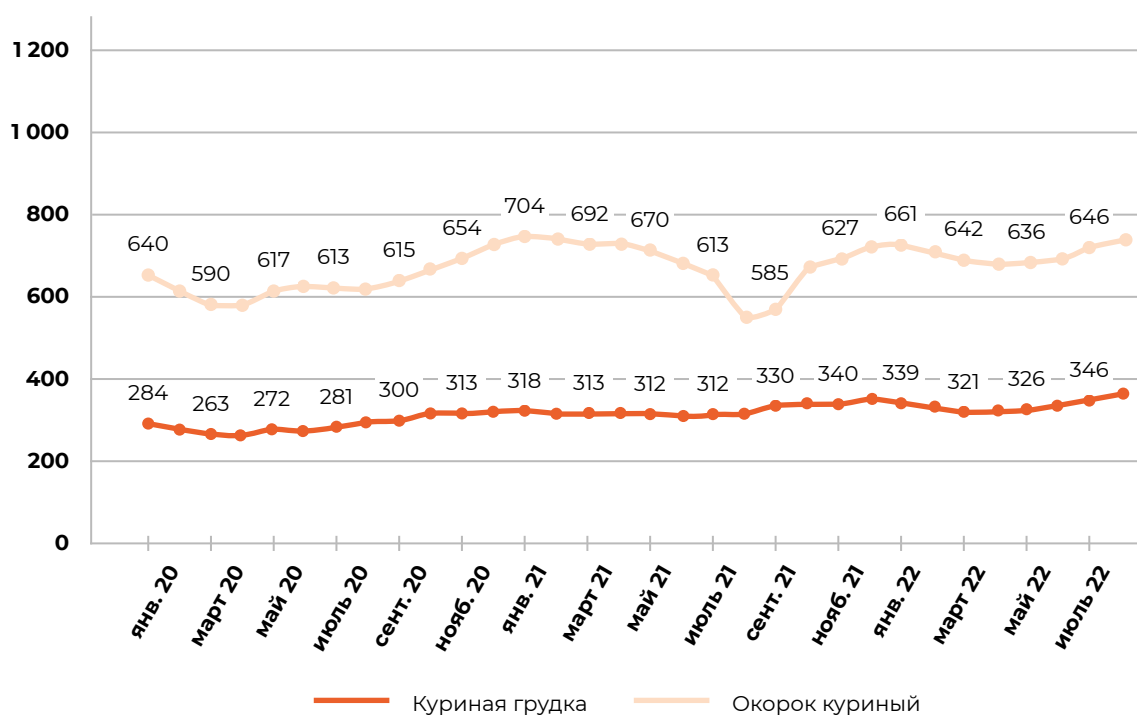
Период	Курица		Свинина			Говядина		
	Филе грудки	Крыло (3 фаланги)	Лопатка	Корейка	Окорок	Грудинка	Вырезка	Бедро
май.21	136	95	145	263	175	755	1 299	776
июн.21	137	95	144	265	176	753	1 297	778
июл.21	138	95	144	266	176	755	1 300	777
авг.21	138	96	143	266	177	759	1 307	774
сен.21	138	96	144	267	178	754	1 320	778
окт.21	138	96	145	267	176	753	1 310	778
ноя.21	137	96	144	267	175	744	1 283	783
дек.21	138	96	145	267	176	748	1 300	780
январ.22	138	96	144	268	176	752	1 313	790
фев.22	139	96	145	268	176	759	1 299	779
мар.22	138	94	144	269	179	756	1 319	780
апр.22	137	96	144	266	179	761	1 299	779
май.22	137	96	144	266	179	760	1 292	782
июн.22	136	94	144	265	179	769	1 290	782
июл.22	137	96	146	268	181	758	1 310	778

Источник: MAFF

## Оптовые цены

Оптовые цены на мясо птицы в Японии в четыре раза выше, чем в других странах азиатского региона (например, в Республике Корея и Сингапуре). Согласно последним актуальным данным MAFF, средний уровень оптовых цен на куриный окорок в августе 2022 г. составлял 659 йен за 1 кг (4,63 долл. США за 1 кг), средняя стоимость куриной грудки — 360 йен за 1 кг (2,53 долл. США за 1 кг). По отношению к августу 2021 г. оптовые цены на куриный окорок и грудку выросли на 12,1% и 15,3% соответственно, но несмотря на рост оптовых цен в 2022 г. мясо птицы все равно остается самым популярным видом животного белка, так как стоимость других видов мяса значительно выше. К примеру, согласно данным ALIC, средний уровень цен на охлажденную свиную корейку в августе 2022 г. составлял 1 194 йен за 1 кг (8,39 долл. США за 1 кг).

Рис. 17. Динамика оптовых цен на мясо птицы в Японии, 2020–2022 гг., йен / кг



Источник: MAFF

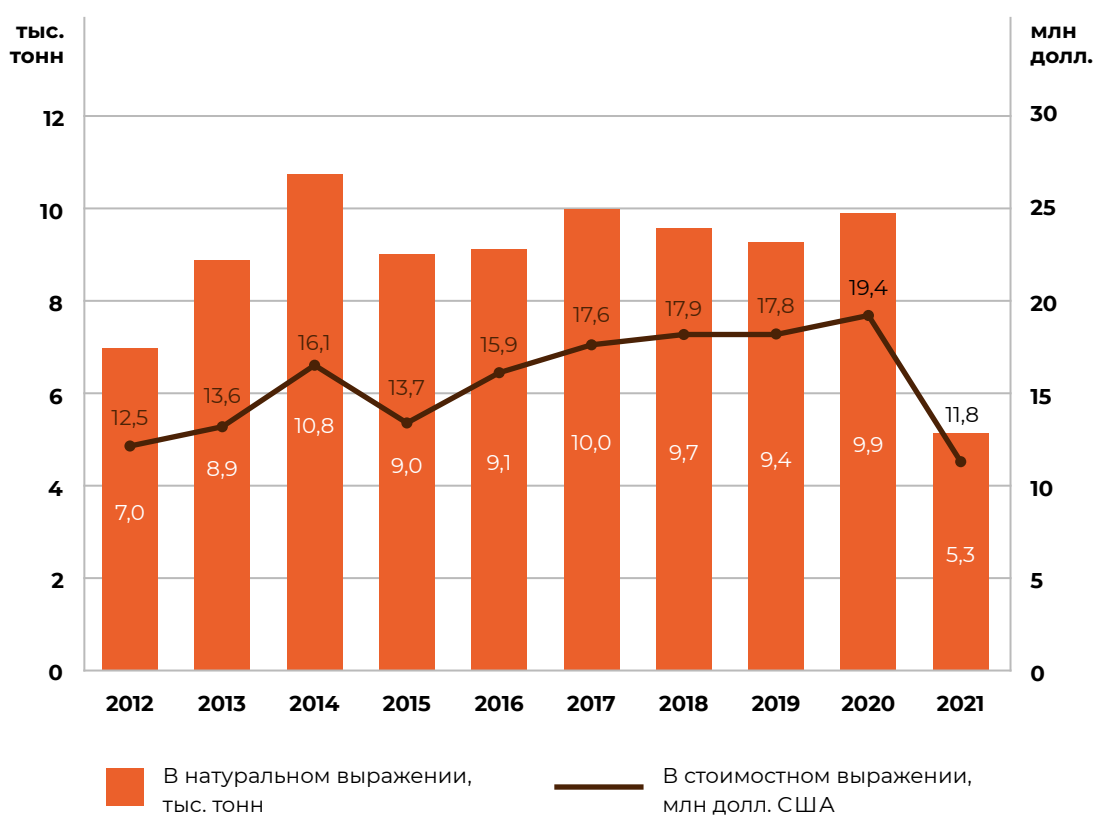


## Экспорт и импорт

### Экспорт

В 2021 г. Япония экспортировала незначительное количество мяса птицы — 5,3 тыс. тонн на общую сумму 11,8 млн долл. США, что ниже уровня 2020 г. на 46,4% в натуральном выражении и на 39,3% в стоимостном. Почти весь экспорт Японии в 2021 г. приходился на замороженные части тушек и субпродукты кур домашних, а основным торговым партнером страны выступал Гонконг (76% от общего объема экспорта мяса птицы Японии в стоимостном выражении).

Рис. 18. Экспорт мяса птицы Японии в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.

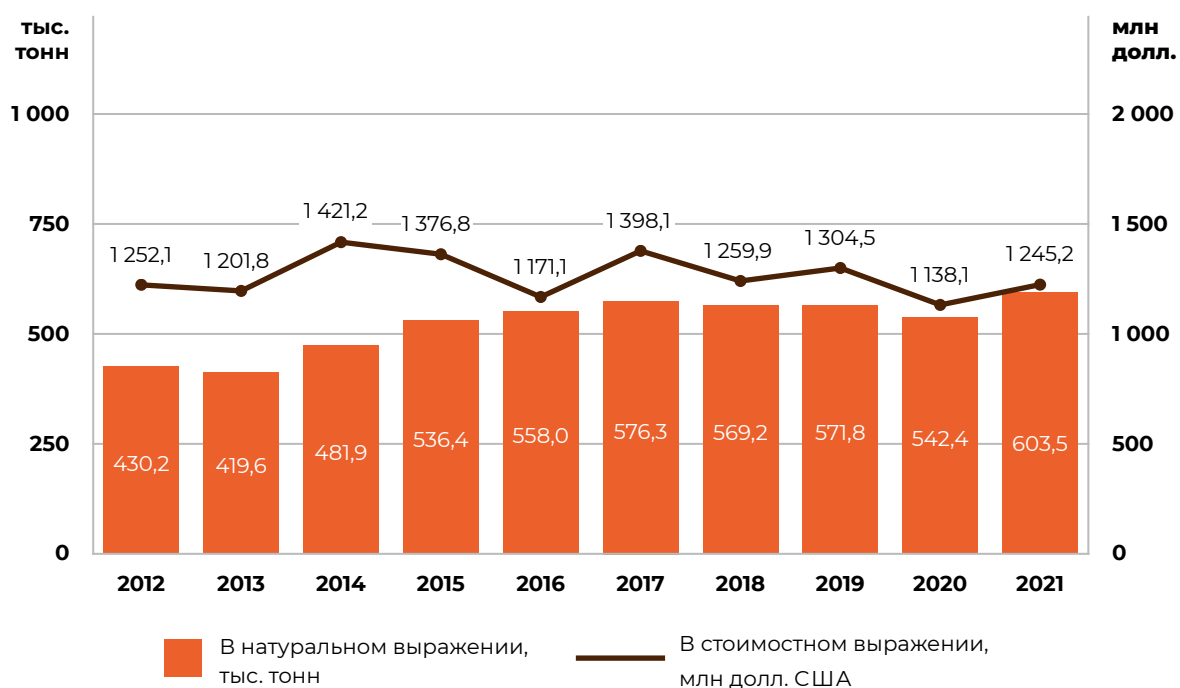


Источник: ITC Trade Map

### Импорт

Япония входит в пятерку крупнейших мировых импортеров мяса птицы. Согласно данным ITC Trade Map, в 2021 г. импорт мяса птицы Японии на внешних рынках по сравнению с предыдущим годом увеличились на 11,3% в натуральном выражении и на 9,4% в стоимостном, достигнув 603,5 тыс. тонн или 1 245,2 млн долл. США. Всего за 2012-2021 гг. импорт мяса птицы Японии вырос более чем на 170 тыс. тонн (в 2012 г. — 430,2 тыс. тонн).

Рис. 19. Импорт мяса птицы Японии в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.



Источник: ITC Trade Map

В структуре импорта мяса птицы в Японии преобладает мясо кур, на долю которого в 2021 г. приходилось 96,4% поставок в стоимостном выражении и 98,7% в натуральном. Вся импортная продукция поступает в замороженном виде; преобладают части тушек и субпродукты. Это связано с тем, что в Японии не принято есть целую курицу (за исключением праздников, таких как Рождество).

Почти все импортируемое мясо утки и индейки заморожено и разделано. Исключение составляет жирная утиная печень, которая импортируется в свежем или охлажденном виде. Однако объемы поставок данного вида продукции незначительны.

За последние 9 лет структура импорта мяса птицы Японии как в натуральном, так и в стоимостном выражении практически не изменилась.

Табл. 5. Структура импорта мяса птицы Японии по ассортименту, 2012 г.

Код ТН ВЭД	Наименование	Тыс. тонн	Доля в натуральном выражении, %	Млн долл. США	Доля в стоимостном выражении, %
020714	Части тушек и субпродукты кур домашних, замороженные	419,5	97,5	1 174,3	93,8
В т.ч. 02071422	Части тушек домашних кур, обваленные, мороженые (и прочее)	395,3	91,9	1 123,4	89,7
02071421	Части тушек домашних кур, обваленные, мороженые (окорочка с косточкой)	24,1	5,6	50,9	4,1
020712	Тушки домашних кур, не разделенные на части, замороженные	5,8	1,3	13,6	1,1
020745	Части тушек и субпродукты уток, замороженные	3,1	0,7	41,8	3,3
020742	Тушки утиные, не разделенные на части, замороженные	0,6	0,1	2,9	0,2
020727	Части тушек индеек и субпродукты, замороженные	0,4	0,1	1,5	0,1
	Прочая продукция	0,8	0,2	18,0	1,4

Источник: ITC Trade Map



Табл. 6. Структура импорта мяса птицы Японии по ассортименту, 2021 г.

Код ТН ВЭД	Наименование	Тыс. тонн	Доля в натуральном выражении, %	Млн долл. США	Доля в стоимостном выражении, %
020714	Части тушек и субпродукты кур домашних, замороженные	575,3	95,3	1 160,8	93,2
В т.ч. 02071422	Части тушек домашних кур, обваленные, мороженые (и прочее)	559,4	97,2	1 128,1	97,2
02071421	Части тушек домашних кур, обваленные, мороженые (окорочка с косточкой)	15,9	2,8	27,8	2,4
020712	Тушки домашних кур, не разделенные на части, замороженные	20,5	3,4	39,8	3,2
020745	Части тушек и субпродукты уток, замороженные	3,7	0,6	30,9	2,5
020742	Тушки утиные, не разделенные на части, замороженные	3,2	0,5	8,4	0,7
020727	Части тушек индеек и субпродукты, замороженные	0,5	0,1	1,7	0,1
	Прочая продукция	0,2	0,04	3,5	0,3
	<b>Итого</b>	<b>603,5</b>	<b>100</b>	<b>1 245,2</b>	<b>100</b>

Источник: ITC Trade Map

Крупнейшим поставщиком мяса птицы в Японию (как по объему, так и по стоимости продукции) является Бразилия, которая осуществляет долгосрочные и стабильные поставки по конкурентным ценам. В 2021 г. Япония импортировала 433,3 тыс. тонн мяса птицы из Бразилии на сумму 811,0 млн долл. США.

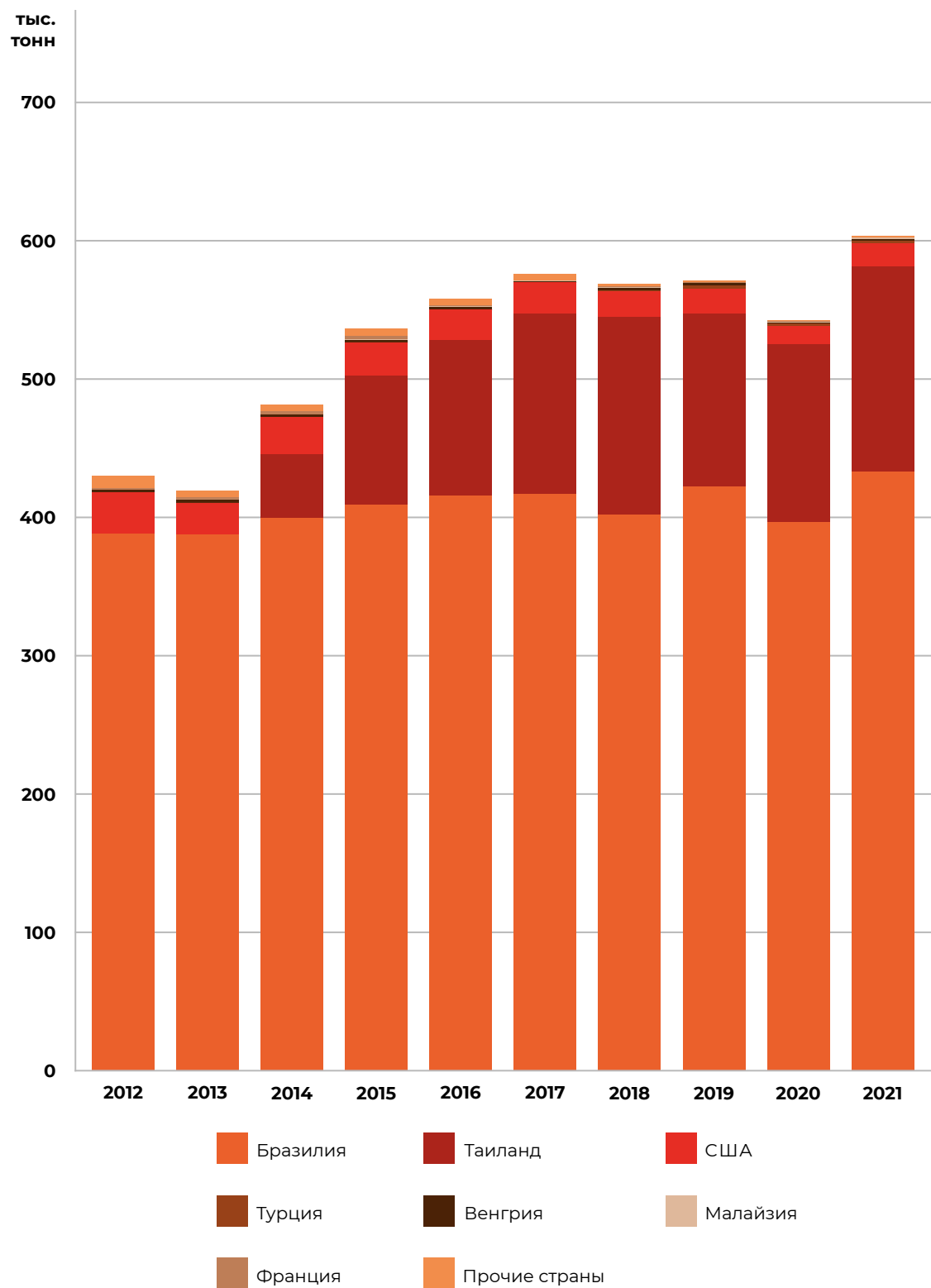
Второе место среди поставщиков мяса птицы в Японию занимает Таиланд. В 2021 г. объемы поставок мяса птицы из Таиланда составили 148,4 тыс. тонн на общую сумму 371,8 млн долл. США. Поставки из Бразилии и Таиланда занимают подавляющую долю рынка мяса птицы Японии: на двух крупнейших поставщиков пришлось более 96% поставок в натуральном выражении и около 95% в стоимостном.

Табл. 7. Импорт мяса птицы Японии по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	Бразилия	388,4	387,7	399,7	409,2	416,1	417,0	402,1	422,8	397,1	433,3	71,8
2	Таиланд	—	—	46,2	93,9	112,1	130,5	142,8	124,8	128,2	148,4	24,6
3	США	30,0	23,2	26,6	23,9	22,4	22,6	18,9	18,0	13,2	16,6	2,8
4	Турция	—	—	—	—	—	—	0,5	2,0	1,7	1,8	0,3
5	Венгрия	1,5	2,2	2,1	1,7	1,9	1,1	1,9	1,8	0,8	1,3	0,2
6	Малайзия	—	—	—	0,3	0,4	0,03	0,3	0,2	0,6	0,9	0,2
7	Франция	1,7	1,7	2,0	2,2	0,4	0,04	0,6	0,6	0,5	0,5	0,1
	Прочие страны	8,7	4,6	5,3	5,4	4,9	5,0	2,1	1,4	0,4	0,7	0,1
	<b>Итого</b>	<b>430,2</b>	<b>419,6</b>	<b>481,9</b>	<b>536,4</b>	<b>558,0</b>	<b>576,3</b>	<b>569,2</b>	<b>571,8</b>	<b>542,4</b>	<b>603,5</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Рис. 20. Импорт мяса птицы Японии по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

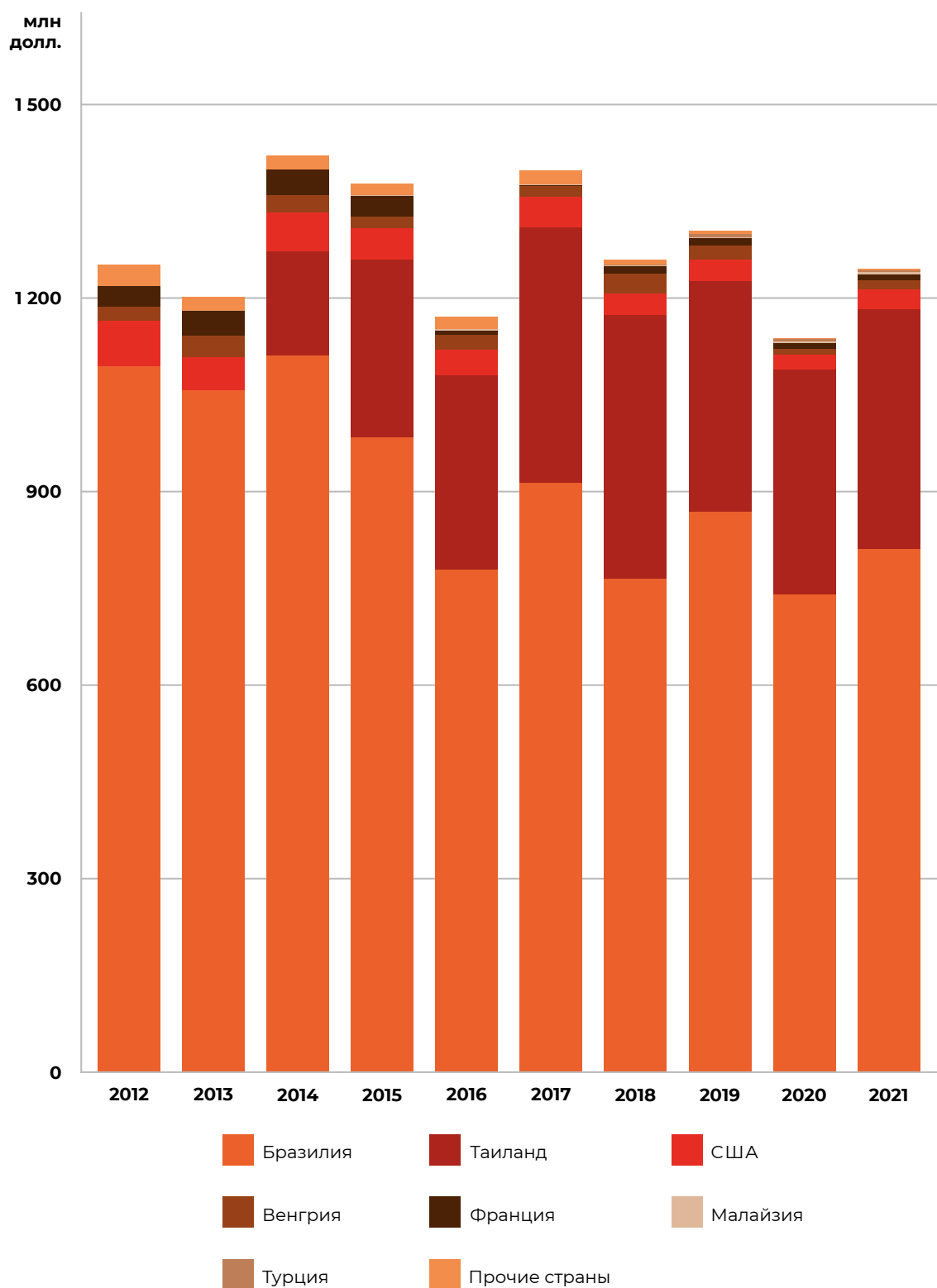
Табл. 8. Импорт мяса птицы Японии по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	Бразилия	1 094,4	1 056,5	1 110,9	984,1	778,2	913,1	764,6	868,3	739,8	811,0	65,1
2	Таиланд	—	—	161,3	275,7	301,5	397,0	408,7	358,7	348,9	371,8	29,9
3	США	69,7	52,1	60,0	47,5	40,7	46,5	34,1	32,9	23,5	29,7	2,4
4	Венгрия	22,5	32,5	28,0	18,4	22,4	17,8	29,8	21,5	9,2	14,5	1,2
5	Франция	31,7	39,7	39,3	32,1	7,0	1,1	11,6	11,7	8,6	9,6	0,8
6	Малайзия	—	—	—	2,0	2,0	0,2	1,7	1,2	2,2	3,4	0,3
7	Турция	—	—	—	—	—	—	1,3	4,8	4,0	3,2	0,3
	Прочие страны	33,8	21,0	21,7	17,0	19,3	22,4	8,1	5,4	1,9	2,0	0,2
	<b>Итого</b>	<b>1 252,1</b>	<b>1 201,8</b>	<b>1 421,2</b>	<b>1 376,8</b>	<b>1 171,1</b>	<b>1 398,1</b>	<b>1 259,9</b>	<b>1 304,5</b>	<b>1 138,1</b>	<b>1 245,2</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map



Рис. 21. Импорт мяса птицы Японии по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map



В первом полугодии 2022 г. импорт мяса птицы Японии был относительно стабилен. Согласно последним данным Comexstat и ITC Trade Map, в январе-июне 2022 г. Япония импортировала 290,5 тыс. тонн мяса птицы, что всего на 2,3 тыс. тонн (на 0,8%) меньше, чем за аналогичный период прошлого года. В стоимостном выражении импорт по итогам первого полугодия достиг 710,5 млн долл. США, что на 153,6 млн долл. США (на 27,6%) больше, чем в первом полугодии 2021 г. Как и ранее, основными поставщиками мяса птицы на японский рынок в 2022 г. выступали Бразилия, Таиланд и США.

Табл. 9. Импорт мяса птицы Японии по странам в натуральном и стоимостном выражении, январь-июнь 2021–2022 гг.

№	Экспортер	Январь-июнь 2021		Январь-июнь 2022		Прирост январь-июнь 2022 к январь-июнь 2021			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Бразилия	200,8	338,8	215,5	480,9	14,7	7,3	142,1	41,9
2	Таиланд	82,3	192,9	67,8	209,0	-14,5	-17,7	16,2	8,4
3	США	7,0	11,3	5,8	11,7	-1,2	-17,5	0,4	3,7
4	Турция	1,2	2,0	0,6	1,4	-0,7	-54,0	-0,7	-32,7
5	Малайзия	0,4	1,4	0,3	1,6	-0,1	-20,0	0,2	14,5
6	Франция	0,2	3,8	0,1	2,6	-0,1	-29,0	-1,1	-30,1
	Прочие страны	0,9	6,7	0,4	3,2	-0,5	-58,5	-3,5	-51,7
	<b>Итого</b>	<b>292,8</b>	<b>556,8</b>	<b>290,5</b>	<b>710,5</b>	<b>-2,3</b>	<b>-0,8</b>	<b>153,6</b>	<b>27,6</b>

Источник: Comexstat, ITC Trade Map

В 2021 г. средняя импортная цена на мясо птицы в Японии незначительно снизилась на 1,7%, достигнув уровня в 2 063 долл. США за тонну. Такое снижение обусловлено существенным снижением цен поставок мяса птицы из Таиланда, по отношению к 2020 г. средняя цена на мясо птицы из Таиланда в 2021 г. снизилась на 8,0% и находилась на уровне 2 506 долл. США за тонну.

Табл. 10. Средняя цена на импортное мясо птицы по странам-экспортерам, 2012–2021 гг., долл. США / тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Отклонение от среднемировой, %
<b>Средняя цена</b>	<b>2 910</b>	<b>2 864</b>	<b>2 949</b>	<b>2 567</b>	<b>2 099</b>	<b>2 426</b>	<b>2 213</b>	<b>2 282</b>	<b>2 098</b>	<b>2 063</b>	—
Малайзия	—	—	—	6 368	5 815	6 321	5 749	5 390	3 811	3 638	76,3
Таиланд	—	—	3 489	2 935	2 691	3 042	2 862	2 875	2 723	2 506	21,5
США	2 326	2 251	2 259	1 986	1 819	2 059	1 805	1 825	1 782	1 789	-13,3
Турция	—	—	—	—	—	—	2 434	2 394	2 376	1 793	-13,1
Бразилия	2 818	2 725	2 780	2 405	1 870	2 190	1 901	2 054	1 863	1 872	-9,3

Источник: ITC Trade Map

Средний уровень импортных цен на мясо птицы в январе-июне 2022 г. был несколько выше — 2 446 долл. США за тонну против 1 902 долл. США за тонну за аналогичный период 2021 г. В среднем цены на продукцию из Бразилии — основного поставщика мяса птицы на японский рынок, были на 8,8% ниже средних цен всех поставок, тогда как средние цены из Таиланда были на 26,1% выше.

Табл. 11. Средняя цена на импортное мясо птицы по странам-экспортерам, январь-июнь 2021–2022 гг., долл. США / тонна

Экспортер	Январь-июнь 2021	Январь-июнь 2022	Отклонение от среднемировой цены, %
<b>Средняя цена</b>	<b>1 902</b>	<b>2 446</b>	—
Малайзия	3 266	4 675	91,1
Таиланд	2 344	3 085	26,1
Турция	1 678	2 453	0,3
Бразилия	1 688	2 231	-8,8
США	1 604	2 017	-17,6

Источник: Comexstat, ITC Trade Map

Табл. 12. Основные страны-экспортеры мяса птицы в Японию в 2021 г.

№	Экспортер	Доля в импорте в натуральном выражении, %	Общая характеристика
1	Бразилия	71,8	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Япония является важным направлением экспорта для бразильских производителей куриных бедер. Они активно перенимают японский стиль производства на своих перерабатывающих предприятиях. Куриное мясо поставляется замороженным, разделенным на части.</li> <li>● Вспышки птичьего гриппа в Бразилии случаются нечасто, что способствует стабильным поставкам.</li> <li>● «Курица мате» (мясо со вкусом чая), представленная брендом Nirron Nat, способствовала активному продвижению бразильского мяса кур в Японии</li> </ul>
2	Таиланд	24,6	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Тайские производители отличаются от бразильских экспортеров тем, что разделяют мясо на части с меньшим весом, обеспечивая строгую однородность формы, качества, веса и т.д. Тайские производители в больших объемах экспортируют в Японию куриные бедра по относительно конкурентоспособным ценам. Все куриное мясо заморожено и почти все поставляется в виде частей.</li> <li>● Доля Таиланда составляет более 2/3 рынка импортного утиного мяса. Все утиное мясо заморожено и почти все разделено на части</li> </ul>
3	США	2,8	<ul style="list-style-type: none"> <li>● США занимают сильные позиции в секторе общественного питания, особенно в ресторанах западного типа. Мясо индейки поставляется из США замороженным и почти все в виде частей тушек.</li> <li>● Экспорт говядины и свинины в Японию создал хорошую репутацию для поставок мяса птицы.</li> <li>● В секторе общественного питания наиболее востребована куриная голень на кости из США. Все куриное мясо поставляется замороженным</li> </ul>

Продолжение табл. 12.

№	Экспортер	Доля в импорте в натуральном выражении, %	Общая характеристика
4	Турция	0,3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Куры халяль импортируется в основном для отелей и пунктов общественного питания, ориентированных на привлечение потока туристов.</li> <li>• Качество продукции из Турции считается высоким. С момента снятия в 2017 г. запрета на ввоз увеличился импорт куриных бедер без кости для жарки и запекания.</li> <li>• Все куриное мясо заморожено, около 80% поставляется в виде частей</li> </ul>
5	Венгрия	0,2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Второй по объему импорта поставщик утиного мяса. Все мясо поставляется замороженным и почти все — разделанным на части.</li> <li>• Венгерская утиная печень (фуа-гра) имеет хорошую репутацию в сфере общественного питания</li> </ul>

Источник: данные ITC Trade Map и оценки отраслевых экспертов

## 2.2. Потребительские предпочтения

Мясо кур — наиболее популярный вид мяса в Японии. Оно стоит дешевле, чем другие виды мяса, и является продуктом повседневного потребления. В отличие от жителей многих других стран, японцы предпочитают куриные бедра, а не грудку. Кулинарные блогеры и веб-сайты предлагают варианты рецептов с куриным мясом «за доллар». Мясо кур считается полезным и низкокалорийным, что способствует его широкому потреблению как в сфере общественного питания, так и дома.

В Японии импортное мясо кур чаще всего поступает в продажу в замороженном виде. Вместе с тем в традиционных несетевых японских ресторанах используется охлажденное мясо домашних кур, а в меню элитных ресторанов входят блюда из домашних кур, которые поставляют домашние хозяйства. Такая тенденция потребления свидетельствует о том, что мясо кур местного производства считается более высокого качества, чем импортное замороженное мясо.

Импортная курятина потребляется в основном в сфере общественного питания. 75% заведений используют импортное мясо. В крупных сетях ресторанов и японских пабах идзакая обычно используют большие объемы импортного куриного мяса.

Из мяса кур готовят закуски, супы, вторые блюда и многое другое. Так, жареный цыпленок — самое распространенное и популярное блюдо в Японии. Японская жареная курица карааге (karaage) долгое время была для хозяек блюдом «на все случаи жизни» (его подавали на домашних застольях, в ресторанах, на культурных и спортивных мероприятиях). В последние годы, на фоне роста популярности потребления готовых блюд, жареная курица карааге стала еще более доступной. Например, магазин Karaage No Tensai (франшиза karaage) в 2020 г. открыл более 10 торговых точек и в ближайшие годы планирует расширяться. Это розничный магазин с услугами общепита, который специализируется исключительно на жареной курице карааге. Для приготовления карааге используются бедра или грудка куриной тушки, хотя предпочтительнее бедра.

Особой популярностью в Японии пользуется такое блюдо якитори (переводится как «жареная курица»). Это куриные шашлычки на шпажках. Подается это блюдо в заведении якитория. Здесь же в меню могут быть блюда из дичи, из мяса таких птиц, как фазан или голубь.

В стране нет традиции потребления других видов мяса птицы. Для празднования Рождества некоторые жители предпочитают курице индейку, приготовленную в аутентичном западном стиле. Утиное мясо используют в традиционных японских ресторанах или готовят в домашних условиях, но из-за высокой цены его покупают только по особым случаям.

Блюда из мяса утки и индейки готовят крайне редко. Утиное мясо стоит около 65-70 долл. США за 1 кг, поэтому его покупают не часто. Однако оно



используется в некоторых традиционных блюдах японской кухни, например, как ингредиент для японского варианта китайского блюда хого — сябу-сябу<sup>2</sup>. Считается, что утиное мясо превосходит по вкусу куриное и свинину. Помимо мяса домашней утки на японском рынке присутствует тайская и венгерская утка. Также в небольшом объеме предлагается мясо индейки местного производства и импортируемое из США. Потребителям нравится вкус индейки, но цена на нее в три раза выше цен на курицу. Мясо индейки, как правило, не входит в традиционный ассортимент розничных магазинов, т.к. данный вид мяса считается сезонным продуктом.

## 2.3. Торгово-распределительная сеть

### Оптовые каналы

Оптовые торговцы в Японии имеют большее влияние, чем в любой другой стране, поскольку как мелкие розничные торговцы, так и крупные современные розничные торговые сети сильно зависят от них. В отличие от многих других стран японские оптовики обычно не занимаются продажами, а специализируются на логистических и финансово-расчетных операциях.

Их функции включают:

- обеспечение эффективной логистики — бесперебойные поставки продукции;
- хранение товаров по поручению магазинов;
- предоставление информации и поддержка розничной торговли.



**Mitsubishi Corporation**

Сайт: <http://www.mitsubishicorp.com>

Глобальная интегрированная бизнес-группа, которая развивает свой бизнес и управляет им через офисы и дочерние предприятия примерно в 90 странах и регионах по всему миру, а также имеет глобальную сеть, состоящую из примерно 1 400 компаний. Mitsubishi имеет 10 бизнес-единиц, которые работают практически во всех отраслях, среди которых торговля, в т.ч. продуктами питания.

---

<sup>2</sup> Приготовление сябу-сябу: большая кастрюля с кипящей водой устанавливается в центре стола; тонкие ломтики мяса готовятся вместе с овощами, грибами и тофу. Ингредиенты подаются и съедаются прямо из кипящего бульона, но сначала их приправляют различными соусами.





**Mitsui & Company**

Сайт: <https://www.mitsui.com/jp/en/index.html>

Корпорация занимается различными видами деятельности — от реализации продукции, логистики и финансовых операций по всему миру до развития крупной международной инфраструктуры и участия в других проектах. Компании имеет 11 офисов в Японии и 124 филиала за рубежом. Одним из основных направлений деятельности корпорации является торговля и сбыт разнообразных товаров, таких как продукты питания, медицинские и текстильные изделия.



**Itochu Corporation**

Сайт: <https://www.itochu.co.jp/ja/>

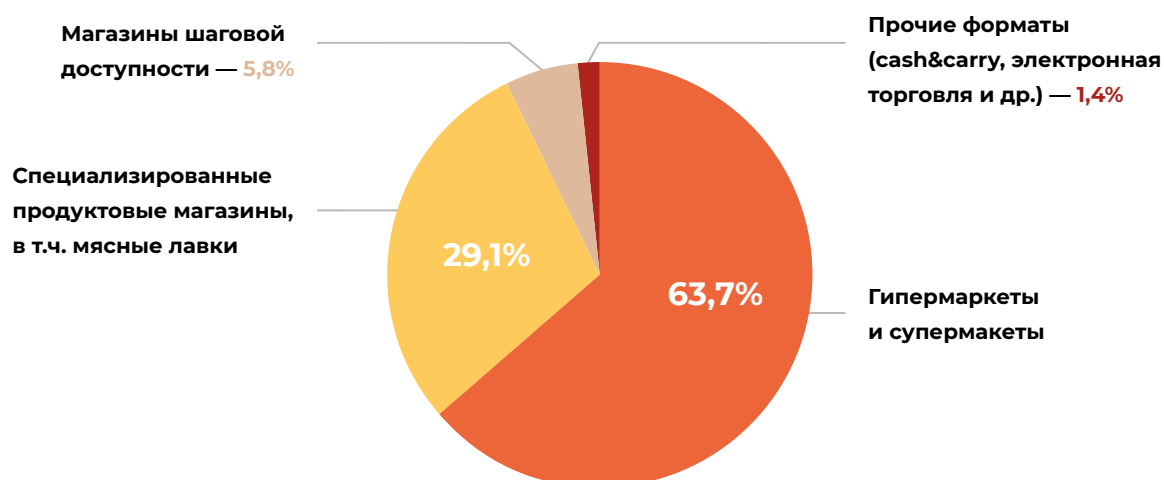
История Itochu Corporation восходит к 1858 г., когда основатель компании Чубэй Ито начал торговлю бельем. Со 110 базами в 63 странах Itochu является одной из ведущих оптовых компаний (сого шоша). Занимается внутренней и внешней торговлей различными товарами, такими как текстиль, машины, металлы, минералы, энергия, химикаты, продукты питания и товары повседневного спроса. Также компания ведет бизнес в сфере ИКТ, финансов и недвижимости и осуществляет инвестиционную деятельность.

## Розничные каналы

На розничную торговлю в 2021 г. пришлось 46% реализации мяса птицы на японском рынке, что составляет 1,05 млн тонн в натуральном выражении. Годом ранее под влиянием пандемии COVID-19 значимость сектора общественного питания заметно снизилась, в результате чего доля розничных продаж мяса птицы значительно увеличилась. В 2021 г. на фоне сравнительно медленного восстановления сектора общественного питания доля продаж мяса птицы через розничные каналы реализации несколько снизилась с 47% в 2020 г. до 46% в 2021 г.

Преобладающим форматом розничной торговли в Японии в части реализации мяса (всех видов, включая мясо птицы) являются гипермаркеты и супермаркеты — в 2021 г. на них пришлось 63,7% розничных продаж. Большой значимостью также обладают специализированные продуктовые магазины, включающие в себя мясные лавки (29,1%). На магазины шаговой доступности пришлось 5,8% розничных продаж мяса, доля всех прочих форматов незначительна и составила лишь 1,4%.

Рис. 22. Структура продаж мяса в Японии по каналам реализации, 2021 г., %



Источник: EMIS

Дистрибуция продукции в каналах розничной торговли и секторе общественного питания осуществляется через оптовые предприятия, которые обычно интегрированы с предприятиями переработки замороженного и охлажденного мяса кур. Оптовые предприятия традиционно закупают мясо у разных поставщиков из разных стран, чтобы избежать внезапного дефицита продукции из-за вспышки птичьего гриппа. Супермаркеты и мясные лавки, предлагающие широкий ассортимент, являются основными каналами розничных продаж мяса птицы.

## Супермаркеты

### Основные характеристики:

- покупки в одном месте с комфортом для покупателя;
- удобно расположены в жилых районах, закупают продукты у местных поставщиков и продают по низким ценам.

### Ассортимент и цены:

- продукты в основном продаются в объемной семейной упаковке по конкурентным ценам;
- 100 г охлажденного мяса домашней курицы (например, куриной грудки, филе, бедер) стоит 0,82-1,10 долл. США;
- 100 г замороженного мяса курицы из Таиланда стоит 0,65 долл. США.

### Маркетинг:

- промо-купоны для местных жителей;
- уценка и снижение цены на мясо, у которого истекает срок годности.

### Ведущие игроки:

- **AEON Co., Ltd.** — крупнейшая холдинговая компания, управляющая супермаркетами, гипермаркетами и торговыми центрами.
- **Seven & I Holdings Co., Ltd.** — крупнейшая холдинговая компания, управляющая супермаркетами, минимаркетами, универмагами и ресторанами.
- **Izumi Co., Ltd.** — владеет 111 супермаркетами на западе Японии, в которых предлагается широкий ассортимент готовых продуктов и местной фермерской продукции.
- **Life Corporation** — имеет более 300 супермаркетов в Токио и Осаке, сотрудничает с Amazon.com в сфере услуг по доставке еды.
- **Valor Holdings Co., Ltd.** — управляет 1 175 супермаркетами в Японии; фокус корпоративной стратегии недавно сместился с количества магазинов на качество продукции.
- **Lawson Inc.** — владеет более 14 тыс. магазинов по всей Японии. Третья по величине сеть магазинов в Японии.
- **FamilyMart Co., Ltd.** — вторая по величине сеть магазинов в Японии, в управлении более 17 тыс. магазинов по всей стране. В основном представлена минимаркетами и универмагами.

## Гипермаркеты

### Основные характеристики:

Помимо широкого ассортимента товаров (включая продукты питания) на территории гипермаркетов расположены рестораны и детские площадки, что делает их привлекательным местом для семейного отдыха.

### Ассортимент и цены:

- по ассортименту схожи с супермаркетами, поскольку целевая аудитория почти та же;
- 100 г охлажденного мяса домашних кур стоят 0,76–1,50 долл. США;
- 100 г импортных замороженных куриных бедер из Бразилии стоят 0,83 долл. США.

### Маркетинг:

- масштабные развлекательные мероприятия для привлечения семей с детьми.

### Ведущие игроки:

- **AEON Co., Ltd.** — в ассортименте компании различные виды мяса под собственной торговой маркой Top Value.
- **Seven & I Holdings Co., Ltd.** — бренд Ito-Yokado (сеть магазинов с присутствием по всей территории Японии).
- **Seiyu** — один из ведущих мировых брендов, представленных преимущественно в Токио. Предлагает широкий выбор товаров под собственной торговой маркой по конкурентным ценам.
- **Uny Group Holdings** — одна из крупнейших быстрорастущих розничных сетей с конкурентными ценами. Бренд товаров массового спроса Apita представлен в пригородных районах Токио и центральной части Японии.



## Мясные лавки

### Основные характеристики:

Мясные лавки славятся качеством представленной продукции. Здесь потребители покупают высококачественное мясо и мясные деликатесы для особых случаев.

### Ассортимент и цены:

- относительно высокие цены;
- 1 кг импортных замороженных куриных крыльев стоит 14 долл. США; 1 кг охлажденного утиного мяса — 65–70 долл. США.

### Маркетинг:

- различные рекламные мероприятия (баннеры, сообщения) для местных потребителей.

### Ведущие игроки:

- **ON Foods** — мясная лавка с интернет-магазином, которая специализируется на мясе кур миядзаки-дзидори (miyazaki-jidori) из западной части Японии.
- **Poulet Dor** — 12 местных фирменных дистрибьюторов / оптовых поставщиков мяса кур с двумя мясными лавками в Токио.
- **AsodaiouFarm Co., Ltd.** — производственный комплекс для снабжения производителей мяса домашней курицей породы амакуса-дайоу.
- **Miyabiya** — производитель известной породы кур нагоя-кочин из центральной Японии (производство с 1905 г.).
- **Awa-gyu no Fujiwara** — производство ава-одори, одного из лучших видов домашних кур из префектуры Токусима на западе Японии.

## Сектор общественного питания (HoReCa)

В 2017-2019 гг. на сектор общественного питания приходилось порядка 45% реализации мяса птицы в Японии. Однако в 2020 г. доля данного канала снизилась до 34% из-за влияния пандемии COVID-19, которое сопровождалось временным закрытием или ограничениями работы заведений общественного питания и сервисов по кейтерингу. Тем не менее, по мере восстановления экономической активности сектор показал положительную динамику — доля реализации мяса птицы через него в 2021 г. составила 38%, что соответствует 0,87 млн тонн в натуральном выражении.

Массовая занятость большей части населения, главным образом женщин, и широкое распространение западного образа жизни способствовали росту количества сетей быстрого питания и увеличению их охвата, а также развитию

сервисов по доставке еды. В результате в прогнозной динамике до 2026 г. предполагается увеличение объема реализации мяса птицы через сектор HoReCa с совокупным среднегодовым темпом роста в 3,5%.

В Японии действуют несколько известных транснациональных сетей, таких как Pizza Hut и Domino's, однако в целом сектор общественного питания и доставки остается высоко фрагментированным, а наибольшей популярностью все же пользуется японская и восточно-азиатская кухня.

**Domino's Pizza** — принадлежащая одноименной американской компании сеть пиццерий. Япония является наиболее емким рынком присутствия сети среди азиатских стран, что подтверждается динамикой количества ресторанов: за последние 10 лет их число увеличилось в несколько раз, достигнув 882 по состоянию на конец 2021 г.

**Pizza Hut** — сеть ресторанов-пиццерий, которая входит в холдинг Yum! Brands и присутствует на японском рынке более 40 лет. В стране находится около 370 заведений Pizza Hut: как собственных, так и открытых по франшизе. Компания также является лидером по заказам доставки пиццы в Японии.

**McDonald's** — американская корпорация быстрого питания, в Японии представленная порядка 3 тыс. ресторанов. Хотя данная сеть больше всего известна своими гамбургерами, чизбургерами и картофелем фри, она также предлагает ряд блюд из курицы.



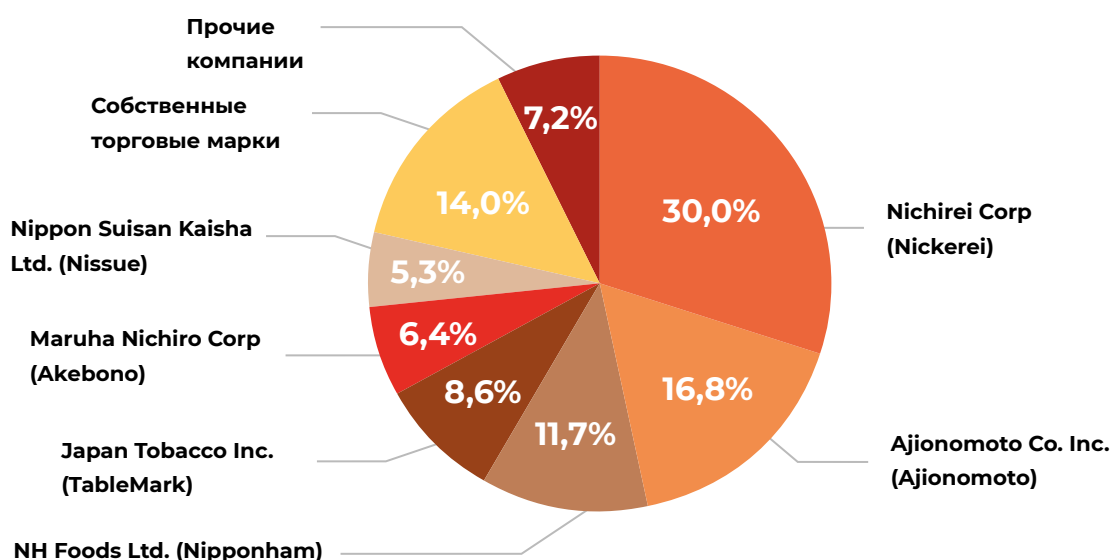


## 2.4. Конкурентная среда и участники рынка

Основными потребляемыми видами мяса птицы в Японии являются замороженное и охлажденное куриное мясо.

В сегменте замороженной курицы на протяжении 2017-2021 гг. лидером выступает компания Nichirei Corp., реализующая продукцию под брендом Nichirei. По итогам 2021 г. на ее долю пришлось 30% рынка. Также значимые позиции занимают компании Ajinomoto Co. Inc. и NH Foods Ltd., на которые в 2021 г. пришлось 16,8% и 11,7% рынка соответственно. На топ-3 игрока в 2021 г. пришлось 58,5% продаж замороженной курицы.

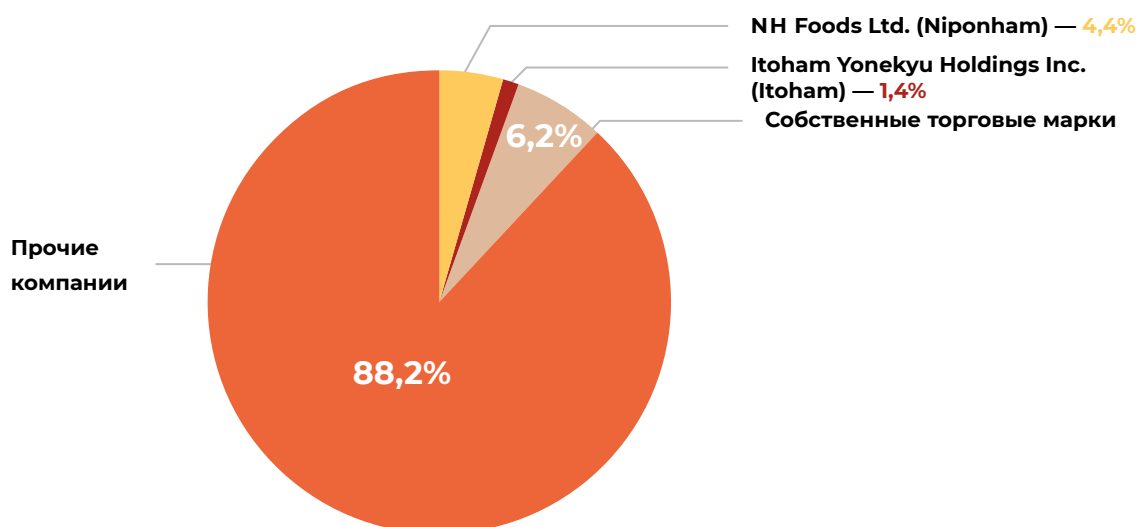
Рис 23. Доля основных игроков на розничном рынке замороженного куриного мяса в Японии, 2021 г., %



Источник: Euromonitor International

Сегмент охлажденной курицы, в свою очередь, отличается крайне низкой степенью концентрации: так, на ведущего японского производителя мяса птицы NH Foods приходится лишь 4,4% рынка. Еще 1,2% занимает компания Itoham Yonekyu Holdings Inc., 6,2% — собственные торговые марки и подавляющую долю в 88,2% занимают прочие компании.

Рис. 24. Доля основных игроков на розничном рынке охлажденного куриного мяса в Японии, 2021 г., %



Источник: Euromonitor International



**Starzen Co., Ltd. — импортер/производитель**  
Сайт: <https://www.starzen.co.jp/en/>

Поставщик мяса птицы местного производства с присутствием в более чем 10 регионах страны, обеспечивающий производство и переработку мяса, производство мясных полуфабрикатов, продажи, экспорт и импорт. Компания инвестирует в обеспечение стабильных поставок и контроль качества, а также более 60 лет развивает торговые отношения с крупными зарубежными экспортерами мяса птицы, такими как Бразилия, Таиланд и США.



**Mitsubishi Corporation — импортер/дистрибьютор/оптовик**  
Сайт: <https://clck.ru/UDLQD>

Основной поставщик куриного мяса на внутреннем рынке для ведущей сети ресторанов KFC Corporation, специализирующихся на жареной курице. Импортирует мясо кур из Бразилии, Таиланда, Китая и других стран, обеспечивает содействие вертикальной интеграции на внутреннем и внешнем рынках мяса кур.



**NIPPON STEEL  
TRADING**

**Nippon Steel Trading Corporation — импортер**

Сайт: <https://www.nst.nipponsteel.com/en/>

Осуществляет импорт в партнерстве с известными зарубежными производственными центрами, которые предоставляют комплексные услуги от животноводства до переработки. Импортирует мясо птицы и полуфабрикаты из более чем 15 стран, среди которых Бразилия, Таиланд и США. Реализует партнерский альянс и инвестиции в производство растительного «мяса» DAIZ.



**Nipponham Group**  
人輝く、食の未来

**NH Foods Ltd. — производитель**

Сайт: <https://www.nipponham.co.jp/eng/>

Компания имеет 126 ферм в Японии и 27 за рубежом, производит мясо домашних кур в четырех различных регионах. Обладает производственными мощностями — 72 млн голов в год. Домашние куры породы сакура химэ содержат в три раза больше витамина Е, чем другие породы.



**Cargill, Inc. — импортер**

Сайт: <https://www.cargill.com/>

Оператор более 600 специализированных судов для организации грузовых морских перевозок. Производит мясо птицы в Таиланде и импортирует в Японию. В своей деятельности реализует комплексные решения для производства пищевых продуктов с использованием биотехнологий, включая логистику и финансы. Организует обучение для местных производителей в области фермерского хозяйства.



**Nicherei Corp — импортер/производитель**

Сайт: [www.nichirei.co.jp/english](http://www.nichirei.co.jp/english)

Является одним из ведущих производителей замороженных продуктов в Японии и лидирует в области складской холодильной логистики. Базируется в Токио. Компания действует через 80 подразделений и филиалов по всему миру. Основная специализация — производство замороженной продукции, импорт и переработка морепродуктов, мяса (включая курицу), логистика. Рыбное и мясное направление представлено дочерней компанией Nicherei Fresh Inc.

Eat Well, Live Well.



**Ajinomoto Co. Inc. — импортер/производитель**

Сайт: [www.ajinomoto.co.jp](http://www.ajinomoto.co.jp)

Транснациональная корпорация со штаб-квартирой в Токио, основная специализация — производство кормовых и пищевых добавок, главным образом аминокислот. Также компания производит мясо и готовую замороженную продукцию из мяса, имеет активы в Таиланде — втором по величине экспортере мяса птицы в Японию.



**Hotei Foods Corp. — импортер/производитель**

Сайт: [www.hoteifoods.co.jp](http://www.hoteifoods.co.jp)

Один из крупнейших производителей консервированной продукции в Японии. Помимо мясных консервов, компания также выпускает консервы из рыбы, а также консервированные овощи и фрукты.





Стандарты на продукцию

3





Содержание

---



### **3.1.**

Требования к предприятию  
и продукции

### **3.2.**

Требования к сертификации

### **3.3.**

Требования к маркировке



Работа по открытию японского рынка для российских производителей мяса и субпродуктов птицы была начата в 2011 г.

По состоянию на начало 2021 г., проводится согласование ветеринарных требований к экспорту в Японию мяса и субпродуктов птицы, полученных от птицы из Российской Федерации. Также осуществляется согласование ветеринарного сертификата на экспортируемые в Японию из Российской Федерации мясо, мясное сырье и субпродукты, полученные при убойе и переработке птицы. Ожидается, что данные документы будут согласованы Федеральной службой по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор) и Министерством сельского, лесного и рыбного хозяйства Японии (MAFF) до конца 2021 г.

С согласованием указанных документов будет определен порядок поставки на японский рынок российской продукции птицеводства (мяса и субпродуктов).

## **3.1. Требования к предприятию и продукции**

### **Компетентные органы**

В систему государственной ветеринарной службы Российской Федерации входят Россельхознадзор (федеральный уровень), осуществляющий свою деятельность на всей территории страны через свои структурные подразделения и органы управления ветеринарией субъектов Российской Федерации (региональный уровень).

Россельхознадзор является компетентным органом в области ветеринарии и ответственен за выполнение ветеринарно-санитарных требований, предъявляемых странами-импортерами к эпизоотической обстановке, безопасности продукции, системе контроля за производством экспортируемой продукции, качеству проведения лабораторных исследований.

Россельхознадзор оформляет международный ветеринарный сертификат на каждую партию продукции, подтверждающий выполнение всех требований страны-импортера.

Органы управления ветеринарией субъектов Российской Федерации выполняют все противозооотические и профилактические мероприятия в своем регионе ответственности и осуществляют рутинный контроль на предприятиях-производителях продукции животного происхождения.

Они оформляют ветеринарную сопроводительную документацию (ветеринарное свидетельство) на каждую партию экспортной продукции, подтверждающую выполнение предприятием требований конкретной страны-импортера.

Ветеринарные специалисты Россельхознадзора и органов управления ветеринарией субъектов Российской Федерации должны знать требования законодательства Японии, предъявляемые к производству, хранению, транспортировке и реализации продукции птицеводства. Кроме того, они контролируют их выполнение предприятиями, экспортирующими товары в Японию.

### **Требования к предприятию**

Производственные предприятия (включая предприятия по убою, разделке, переработке и хранению) должны осуществлять свою деятельность под постоянным контролем государственной ветеринарной службы Российской Федерации. Все этапы и условия производства экспортной продукции должны соответствовать действующим ветеринарным и санитарным требованиям, установленным законодательством Российской Федерации, ЕАЭС и Японии. На предприятии необходимо разработать, внедрить и поддерживать процедуры, основанные на принципах HACCP.

В течение всего периода производства экспортной продукции как предприятие, так и выпускаемые им товары должны отвечать стандартам Японии. В иное время они могут отвечать российским и другим стандартам, но производимые в этот период партии товаров нужно хранить отдельно от тех, которые предназначены для экспорта в Японию. На предприятии должна быть внедрена эффективная система определения происхождения мяса и субпродуктов птицы (система прослеживаемости).

Ответственные за экспорт сотрудники предприятия должны знать требования законодательства Японии к производству, хранению, транспортировке и реализации продукции птицеводства и выполнять их на практике.

Только официально зарегистрированные российские предприятия, занимающиеся производством мяса и субпродуктов птицы, имеют право экспорта в Японию. Регистрационный номер предприятия является эксклюзивным и не может быть использован третьими лицами.

Более подробно требования Японии к предприятиям, производящим мясо и субпродукты, полученные от птицы, описаны в Законе «О контроле предприятий по убою птицы и экспертизе мяса птицы» от 29.06.1990 № 70, текст которого размещен на официальном сайте Россельхознадзора <https://clck.ru/UBYFY>

## Требования к продукции

В согласованный ветеринарный сертификат на экспортируемые из Российской Федерации в Японию мясо, мясное сырье и субпродукты, полученные при убойе и переработке птицы, как минимум войдут следующие требования:

- Птица, от которой получено мясо и субпродукты, должна быть выращена на ферме, на которой не было зарегистрировано вспышек гриппа птиц, болезни Ньюкасла, пастереллеза и сальмонеллеза (возбудителями которого являются *Salmonella pullorum* или *Salmonella gallinarum*). Период благополучия по заболеваниям будет установлен в согласованном ветеринарном сертификате.
- Птица, от которой получено мясо и субпродукты, не имела инфекционных заболеваний по результатам предубойного осмотра и послеубойной ветеринарно-санитарной экспертизы (проводится инспекторами Государственной ветеринарной службы Российской Федерации на одобренных бойнях).
- Мясо, мясное сырье и субпродукты получены от убоя птицы, которая не подвергалась воздействию натуральных или синтетических эстрогенных, гормональных веществ, тиреостатических препаратов, антибиотиков, пестицидов и других медикаментозных средств, введенных перед убоем позднее сроков, рекомендованных инструкциями по их применению.
- Микробиологические, химико-токсикологические и радиологические показатели мяса птицы соответствуют действующим в Российской Федерации ветеринарным и санитарным требованиям и нормам.
- Мясо, мясное сырье и субпродукты до их отправки хранились в чистой санитарно-гигиенической упаковке и/или контейнерах. Манипуляции с ними производились таким образом, чтобы не допускать их контаминацию любыми патогенами инфекционных болезней животных до перевозки.
- Тара и упаковочный материал одноразовые и соответствуют гигиеническим требованиям.

## Процедура включения предприятий в список разрешенных

Перед запуском экспорта продукции в Японию администрация предприятия должна быть уверена, что все производственные процессы соответствуют требованиям законодательства Российской Федерации, ЕАЭС и Японии. В случае соблюдения всех требований администрация подает заявку на проведение комиссионного обследования предприятия специалистами территориального управления Россельхознадзора и органа управления ветеринарией субъекта Российской Федерации, в зоне деятельности которых расположено предприятие.

Данная заявка подается в электронной форме через публичный интерфейс информационной системы «Цербер» (ИС «Цербер»). Форма для подачи заявки и инструкция по ее заполнению размещены на официальном сайте Россельхознадзора на главной странице [ИС «Цербер»](#).

Сотрудники территориального управления Россельхознадзора рассматривают заявку и принимают одно из следующих решений: «Назначить обследование», «Принять», «Отклонить».

При принятии решения «Назначить обследование» дата его проведения назначается не ранее 10 рабочих дней от даты принятия решения. Далее определяются члены Комиссии, которые будут принимать участие в обследовании. В нем также могут принять участие сотрудники центрального аппарата Россельхознадзора.

Комиссионное обследование предприятия должно быть проведено не позднее 30 календарных дней с момента поступления заявки.

Комиссия может предварительно запросить документы, необходимые для проведения обследования, например, план НАССР; результаты лабораторных исследований проб (отобранных на предприятии от живой птицы, мяса птицы или продукции птицеводства) на безопасность за последние три года, проведенных в рамках программ производственного контроля и государственного мониторинга; информацию по применяемым схемам вакцинации и лечения птицы; рецептуру кормов и т.д.

Комиссия обследует все этапы производства экспортной продукции. На момент проведения обследования на предприятии должна осуществляться производственная деятельность.

При обследовании комиссия устанавливает возможность выполнения предприятием основополагающих требований Японии.

На основании проведенного обследования комиссия принимает одно из следующих решений:

- в случае несоответствия предприятия основополагающим требованиям Японии ему даются рекомендации по устранению выявленных несоответствий, на основании которых предприятие должно составить план корректирующих мероприятий с указанием конкретных сроков их выполнения;
- в случае соответствия предприятия требованиям Японии предлагается включить его в список экспортеров в Японию.

По результатам обследования составляется акт, который согласовывается главным государственным ветеринарным инспектором субъекта Российской Федерации и утверждается руководителем территориального управления Россельхознадзора. Срок согласования и подписания акта о проведенном обследовании составляет 10 рабочих дней.

довании не должен превышать 10 рабочих дней со дня его проведения, после чего территориальный орган Россельхознадзора в течение 3-х рабочих дней размещает информацию о результатах обследования в ИС «Цербер».

Акт составляется в трех экземплярах: один хранится в территориальном управлении Россельхознадзора, второй — в органе управления ветеринарией субъекта Российской Федерации, третий — на обследованном предприятии.

Формы актов обследования на соответствие требованиям третьих стран размещены на официальном [сайте Россельхознадзора](#). Если иное не будет предусмотрено соглашениями с MAFF.

Если по результатам обследования предприятие не будет признано соответствующим требованиям Японии, то после выполнения плана корректирующих мероприятий комиссия проведет его повторное обследование.

Если предприятие будет признано соответствующим требованиям, Россельхознадзор направит в MAFF официальный запрос на включение предприятия в список импортеров в Японию, после чего оно будет внесено Россельхознадзором в Реестр экспортеров и размещено в ИС «Цербер» с присвоением статуса: «Направлен официальный запрос в компетентное ведомство страны-импортера» (гарантии о соответствии предприятия установленным требованиям). Также на данном этапе может потребоваться передача в MAFF анкеты по предприятию, если это будет установлено соглашением.

MAFF рассматривает запрос и анкету (в случае необходимости). Далее при положительных результатах рассмотрения происходит проверка предприятия силами специалистов MAFF. Организация и обследование предприятия специалистами MAFF проводится совместно со специалистами Россельхознадзора. Обследование должно проводиться за счет предприятия, но в настоящее время большую часть этих затрат берет на себя Россельхознадзор – транспортные расходы, проживание и питание. По результатам проведенного обследования в течении двух месяцев MAFF принимает решение о возможности включения предприятия в список импортеров в Японию.

В случае положительных результатов проведенной проверки MAFF утверждает предприятие как имеющее право импорта в Японию, вносит его в список российских импортеров продукции птицеводства в Японию и уведомляет об этом Россельхознадзор.

Россельхознадзор в течение 5 рабочих дней после получения уведомления от MAFF меняет статус предприятия в ИС «Цербер» на: «Согласовано с компетентным ведомством страны-импортера на основании обследования компетентным ведомством страны-импортера». После этого предприятие может начать экспорт продукции в Японию.

Через каждые два года предприятие должно подтверждать соответствие требованиям Японии. Если предприятие не подает заявку на проведение комиссионного обследования, то по истечении двух лет оно исключается из реестра экспортеров.

Также если аккредитованное предприятие в течение двух лет не поставляет продукцию в Японию, то MAFF исключает его из списков импортеров. Для восстановления права импорта предприятие должно будет пройти повторное обследование специалистами MAFF.

Минимальный срок прохождения процедуры включения предприятия в список разрешенных для экспорта в Японию составляет примерно четыре месяца. Холодильники, осуществляющие хранение продукции, предназначенной для экспорта в Японию, должны быть включены в реестр ИС «Цербер».

## **3.2. Требования к сертификации**

Каждая партия груза, экспортируемая в Японию, должна сопровождаться оригиналом ветеринарного сертификата, удостоверяющего, что продукция соответствует ветеринарно-санитарным требованиям Японии. Сертификат должен быть оформлен на русском и английском языках, а его форма и содержание должны полностью соответствовать образцу ветеринарного сертификата на мясо птицы и субпродукты птицы, который после согласования будет размещен на официальном [сайте Россельхознадзора](#).

Ветеринарные сертификаты имеют право оформлять только ветеринарные специалисты Россельхознадзора.

### **Процедура ветеринарной сертификации продукции**

Ветеринарная сертификация экспортируемой в Японию продукции осуществляется с учетом всех этапов ее производства.

На экспорт в Японию может быть сертифицирована продукция, в полном объеме соответствующая требованиям, которые будут изложены в Ветеринарном сертификате на экспортируемые из Российской Федерации в Японию мясо, мясное сырье и субпродукты, полученные при убое и переработке птицы.

Продукция, отгружаемая с предприятия и предназначенная для последующего экспорта в Японию, должна сопровождаться ветеринарным свидетельством формы №2. Оно оформляется уполномоченным в области ветеринарии органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации.



Ветеринарное свидетельство в обязательном порядке должно содержать информацию о:

- выполнении ветеринарных требований Японии;
- проведенных лабораторных исследованиях;
- номере и дате разрешения Главного государственного ветеринарного инспектора Российской Федерации на вывоз продукции.

К ветеринарному свидетельству формы №2 прикладываются документы, необходимые для оформления международного ветеринарного сертификата.

Продукция с предприятия может быть сразу направлена в место таможенного оформления или на холодильный склад для промежуточного хранения и формирования консолидированных партий товара, предназначенного для экспорта в Японию. Холодильный склад, используемый для хранения экспортной продукции, должен иметь право экспорта в Японию мяса и субпродуктов птицы (то есть быть аккредитованным в ИС «Цербер», японская сторона не ведет списки холодильников). Консолидированная партия продукции, направляемая с холодильного склада в место таможенного оформления, должна сопровождаться ветеринарным свидетельством формы №2. В него вносится вся информация из ветеринарных свидетельств, с которыми партия товара поступила на холодильный склад.

В месте таможенного оформления в отношении вывозимой продукции проводится процедура государственного ветеринарного надзора, которая состоит из следующих административных действий:

- документальный контроль;
- физический контроль;
- принятие решения.

Документарный контроль заключается в проверке:

- ветеринарного сопроводительного документа (ветеринарного свидетельства формы №2);
- разрешения на вывоз продукции;
- соответствия содержания сопроводительных документов (выданы уполномоченным в области ветеринарии органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации, из которого вывозится/происходит товар) ветеринарно-санитарным требованиям Японии;

- наличия ограничений на вывоз продукции;
- наличия предприятия-производителя продукции и холодильника в перечне имеющих право экспорта в Японию.

Также на стадии документарного контроля проводится проверка прослеживаемости продукции по ИС «Меркурий» и могут быть запрошены дополнительные документы, гарантирующие выполнение требований законодательства Японии.

Физический контроль осуществляется по завершении документарного и заключается в проведении ветеринарного досмотра продукции. При этом контролируется соответствие продукции, указанной в ветеринарных сопроводительных документах (ветеринарных свидетельствах), с фактически находящимся в транспортном средстве (контейнере) товаром. А также проверяются условия перевозки, температура в транспортном средстве и температура продукции, ветеринарно-санитарное состояние транспортных средств (контейнеров), соответствие упаковки и маркировки.

Принятие решения осуществляется по результатам документарного и физического контроля посредством проставления на перевозочных документах (товарно-транспортной накладной, авианакладной, коносаменте, железнодорожной накладной) штампа «Выпуск разрешен».

Взамен ветеринарного свидетельства должностным лицом пограничного контрольного ветеринарного пункта в установленном порядке оформляется ветеринарный сертификат на экспортируемые из Российской Федерации в Японию мясо, мясное сырье и субпродукты, полученные при убойе и переработке птицы. По итогам административной процедуры сведения о вывозе продукции заносятся в журнал учета подконтрольных товаров, вывозимых из Российской Федерации, и вносятся в АИС.

### **Лабораторные исследования: процедура и авторизованные лаборатории**

При подготовке продукции птицеводства к экспорту в Японию предприятия должны разработать и внедрить программу производственного контроля с установленной периодичностью лабораторного контроля за содержанием микробиологических и химических загрязнений, которая как минимум должна соответствовать рекомендациям «Инструкции по порядку и периодичности контроля за содержанием микробиологических и химических загрязнений в мясе, птице, яйцах и продуктах их переработки» от 27.06.2000 г.

В обязательном порядке необходимо проверять продукцию на наличие антибиотиков и других средств, применяемых в лечебных и профилактических целях в птицеводческих хозяйствах, откуда птица поступает на убой. Средства, которые не применяются на производстве, исследовать не обязательно.

Лабораторные исследования мяса и субпродуктов птицы должны проводиться в лабораториях, имеющих соответствующую аккредитацию.

### **Список документов на сопровождение груза по ветеринарии**

От места производства/хранения до места прохождения пограничного ветеринарного контроля продукция должна сопровождаться следующими документами:

- ветеринарным свидетельством формы №2;
- копиями протоколов проведенных лабораторных исследований (при необходимости);

После прохождения пограничного ветеринарного контроля к продукции должен прилагаться оригинал ветеринарного сертификата на экспортируемые из Российской Федерации в Японию мясо, мясное сырье и субпродукты, полученные при убойе и переработке птицы, по согласованной форме.

### **Основные риски, ошибки и последствия**

Основным риском для экспорта мяса птицы является ухудшение эпизоотической ситуации в Российской Федерации по гриппу птиц и болезни Ньюкасла. В худшем случае это может привести к полной остановке экспорта мяса птицы из России в Японию.

Отгрузка на экспорт в Японию продукции, не соответствующей требованиям законодательства этой страны, приведет как минимум к возврату, задержанию, утилизации или уничтожению такой продукции. Кроме того, это может привести к лишению регистрации конкретного предприятия-изготовителя. Неоднократное же повторение таких случаев грозит потерей японского рынка для всех российских производителей продукции животного происхождения.

Если предприятие, аккредитованное для поставок на японский рынок, не будет осуществлять поставки своей продукции в Японию в течение двух лет, оно автоматически потеряет свою аккредитацию.

Неправильно оформленные сопроводительные документы, отсутствие прослеживаемости в ИС «Меркурий» экспортной продукции, а также ошибки в маркировке товара и другие незначительные несоответствия приведут к приостановке или запрету отгрузки продукции на экспорт.

При планировании отгрузок товара на экспорт в Японию необходимо учитывать сроки окончания годности продукции и время, которое будет затрачено на логистику.

### 3.3. Требования к маркировке

С учетом специфики японского рынка маркировка продукции, предназначенной для экспорта в Японию, должна соответствовать Закону «О маркировке пищевой продукции» ([Food Labeling Act](#)), согласно которому обязательным условием является указание на упаковке продукта его срока годности, а не даты производства. Это связано с тем, что японские покупатели воспринимают указанную на упаковке дату как срок годности.

Кроме того, крупные японские торговые сети негативно относятся к практике наклеивания дополнительных стикеров на исходные данные упаковок. В связи с этим с целью предотвращения недопонимания со стороны японской стороны рекомендовано наносить дату производства продукции исключительно на транспортные коробки.

При маркировке продукции необходимо учитывать особенности числовой интерпретации. В Японии действует обратный порядок цифр. Так, «19.10.20» будет интерпретировано как «20 октября 2019 г.», а не «19 октября 2020 г.»





# Барьеры входа на рынок

---



4

Содержание

---

## **4.1.**

Особенности таможенных процедур

## **4.2.**

Тарифные и нетарифные барьеры



## 4.1. Особенности таможенных процедур

### Документы при оформлении импорта

Российские экспортеры должны предоставить японским импортерам следующие документы для оформления импорта в Японию.

#### Счет-фактура

Счет-фактура оформляется экспортером (производителем) и направляется импортеру для оплаты партии товара. Документ используется японскими таможенными органами для определения стоимости продукции и содержит следующие сведения:

- данные о продавце с российской и покупателе с японской стороны;
- описание товара;
- количество единиц товара с указанием цены;
- платежную информацию;
- список перевозимой продукции с подробным описанием;
- страну происхождения товара.

#### Упаковочный лист

В упаковочном листе приводятся следующие сведения:

- данные об отправителе и получателе;
- номер инвойса;
- дата отгрузки;
- список перевозимой продукции с подробным описанием;
- формат упаковки;
- масса нетто и брутто (в килограммах);
- габаритные размеры погрузочных позиций.

## **Коносамент или накладная**

Эти документы подтверждают обязанность перевозчика доставить груз в соответствии с заключенным договором и подписываются между экспортером и перевозчиком. Коносамент, как правило, используется для морских перевозок, авианакладные — для воздушных поставок. Обычно японский импортер запрашивает оригиналы этих документов в подтверждение своих прав на товар.

## **Ветеринарный сертификат**

По состоянию на начало 2021 г. проводится согласование ветеринарного сертификата на экспортируемые из Российской Федерации в Японию мясо, мясное сырье и субпродукты, полученные при убое и переработке птицы.

**ВАЖНО!** Перечень требуемых документов рекомендуется уточнить у японского импортера.

## **Срок таможенного оформления**

Среднее время выпуска обычных грузов (от прибытия товаров до выдачи разрешения на ввоз) составляет 0,5 дня для авиа — и 2,6 дня для морских перевозок.

Для сельскохозяйственных и пищевых продуктов наиболее частой причиной задержки является неполная документация или несоответствия в необходимых документах. Это касается, в частности, импорта продуктов животного происхождения, для которого требуются экспортные сертификаты, выданные компетентным органом страны-экспортера.

## **Процесс импорта**

Фирмы, которые планируют импортировать в Японию продукты питания, пищевые добавки, контейнеры/упаковки и т.п. должны подать Форму уведомления об импорте продуктов питания в Отдел санитарной инспекции пищевых продуктов карантинных станций Министерства здравоохранения, труда и благополучия (MHLW).

Отобранные для экспертизы продукты будут проверяться на специально отведенном для этого таможенном складе. Часть груза будет использована должностными лицами порта для отбора образцов на лабораторный анализ. Ввоз в Японию для продуктов будет разрешен после того, как они будут проверены и признаны соответствующими японским пищевым нормам.

Импортируемые продукты, не подпадающие под действие приказа о досмотре, обычно получают разрешение на таможенное оформление во время лабораторных испытаний. При повторном ввозе одной и той же продукции импортер может быть освобожден от предоставления отдельных документов. На [сайте МНЛW](#) можно ознакомиться с данной информацией более подробно.

## 4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

### Тарифные барьеры

Российские экспортеры должны обращать особое внимание на большое разнообразие в категории мяса птицы (коды товаров и соответствующие им ставки тарифов) и на различия между системами классификации товаров ЕАЭС и Японии, начиная с седьмого знака кода товаров. У России не подписано ССТ с Японией, поэтому к российскому экспорту применяется ставка режима наибольшего благоприятствования (РНБ) на условиях ВТО. В то время для таких стран как Таиланд, Бразилия, США, а также для Европейского союза применяются преференциальные ставки вплоть до нуля.

Информация о ставках ввозных таможенных тарифов на мясо птицы и другие товары приведена на официальном сайте Таможенной службы Японии<sup>3</sup>.

Япония использует восьмизначные цифровые коды в товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности.



<sup>3</sup> <https://clck.ru/UBaVQ>

Табл. 13. Ставки ввозных таможенных тарифов на мясо птицы российского производства в Японии

Код ТН ВЭД	Наименование	Ставка тарифа, %
0207.11.00	Тушки дома шних кур, не разделенные на части, свежие или охлажденные	11,9
0207.12.00	Тушки домашних кур, не разделенные на части, мороженые	11,9
0207.13.10	Обваленные части тушек кур домашних, свежие или охлажденные	8,5
0207.13.20	Половины или четвертины тушек домашних кур, не обваленные, свежие или охлажденные	11,9
0207.14.10	Части тушек домашних кур, обваленные, мороженые, (печень)	3
0207.14.21	Части тушек домашних кур, обваленные, мороженые (окорочка с косточкой)	8,5
0207.14.22	Части тушек домашних кур, обваленные, мороженые и прочее	11,9
0207.24.00	Тушки индеек, не разделенные на части, свежие или охлажденные	3
0207.25.00	Тушки индеек, не разделенные на части, мороженые	3
0207.26.00	Части тушек индеек и субпродукты, свежие или охлажденные	3
0207.27.10	Печень из индейки, мороженая	3
0207.27.20	Прочие субпродукты индейки, мороженые	3
0207.41.00	Тушки утиные, не разделенные на части, свежие или охлажденные	9,6
0207.42.00	Тушки утиные, не разделенные на части, замороженные	9,6

Продолжение табл. 13.

Код ТН ВЭД	Наименование	Ставка тарифа, %
0207.43.00	Жирная печень утиная, свежая или охлажденная	3
0207.44.00	Прочие утиные субпродукты, свежие или охлажденные	9,6
0207.45.01	Жирная печень утиная, мороженая	3
0207.45.09	Прочие утиные субпродукты, мороженые	9,6
0207.51.00	Тушки гусей, не разделенные на части, свежие или охлажденные	9,6
0207.52.00	Тушки гусей, не разделенные на части, мороженые	9,6
0207.53.00	Жирная печень гусиная, свежая или охлажденная	3
0207.54.00	Части тушек гусиные, обваленные, свежие или охлажденные, прочие	9,6
0207.55.10	Жирная печень гусиная, мороженая	3
0207.55.20	Части тушек гусиные, обваленные, мороженые, прочие	9,6
0207.60.10	Печень цесарок, мороженая	3
0207.60.20	Цесарки, прочие	9,6

Источник: Таможенная служба Японии

Как можно заметить, Япония применяет довольно низкие ставки (от 3% до 11,9%) на мясо птицы российского производства.

## Нетарифные барьеры

По состоянию на начало 2021 г. Россельхознадзор ведет работу по расширению перечня категорий и получению доступа российского мяса птицы на рынок Японии. На заседании Комитета по здоровью животных Японии, которое состоялось 31 января 2020 г., японскими специалистами было принято решение о признании регионализации по высокопатогенному гриппу птиц для двух регионов — Брянской и Тульской областей. 25 февраля 2020 г. японская сторона направила на согласование требования по поставке мяса птицы из этих двух регионов России в Японию. Россельхознадзор отправил в ответ свои комментарии и замечания, а также проект двухстороннего ветеринарного сертификата на поставки мяса птицы. По состоянию на 26 декабря 2020 г. ответа от японской стороны не поступало, процесс согласования проекта двустороннего ветеринарного сертификата продолжается<sup>4</sup>.

**Технические требования.** Японские нормы в отношении продуктов питания, и в особенности мясной продукции, одни из самых строгих в мире, поэтому процедура ввоза может быть сложной и дорогостоящей. Экспорт продукции АПК в Японию требует особой осторожности и тщательной проверки полного соответствия строгим таможенным стандартам и действующим санитарным нормам. Кроме того, серьезные требования предъявляются к органолептическим показателям.

**Реестр предприятий третьих стран, имеющих право экспортировать продукцию на территорию Японии.** Япония ведет собственные списки предприятий, имеющие право экспортировать продукции на рынок своей страны. Таким образом, для осуществления экспорта в Японию российским предприятиям недостаточно регистрации в ИС «Цербер».

Все зарегистрированные предприятия в ИС «Цербер» должны быть одобрены и добавлены компетентным ведомством Японии — Министерство сельского хозяйства, лесных угодий и рыбного промысла (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries), в собственные списки.

**ВАЖНО!** Экспортерам нужно взять на заметку следующее: даже после прохождения японской таможни товары (уже на стадии дистрибуции и реализации) могут подвергаться постоянному мониторингу на соответствие нормам качества и безопасности пищевых продуктов, в том числе со стороны местных медицинских учреждений префектуры. Товары, признанные не соответствующими нормам качества и безопасности пищевых продуктов, могут быть запрещены к продаже или изъяты из оборота.



<sup>4</sup> [Справочная информация о работе по открытию новых рынков по состоянию на 26 августа 2020 г.](#)



В соответствии с Кодексом здоровья наземных животных МЭБ об инфекции вирусами птичьего гриппа, глава 10.4 (статья 10.4.1, параграф 3 и 8), не следует принимать никаких мер по ограничению торговли в случае вспышек:

- низкопатогенного птичьего гриппа (LPAI) у диких птиц, птиц в неволе или домашней птицы;
- высокопатогенного птичьего гриппа (HPAI) у диких птиц или птиц в неволе.

Также, согласно рекомендациям МЭБ, торговые запреты должны быть ограничены неблагополучными районами в соответствующей стране и не должны охватывать всю территорию страны.

Япония вводит запреты по всей стране после вспышек LPAI и HPAI, если они не заключили соглашение о регионализации.





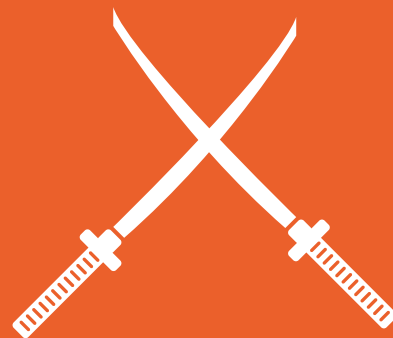
# Организация экспортных поставок

---



5





Содержание

---

## **5.1.**

Логистика

## **5.2.**

Осуществление валютно-  
финансовых операций

## **5.3.**

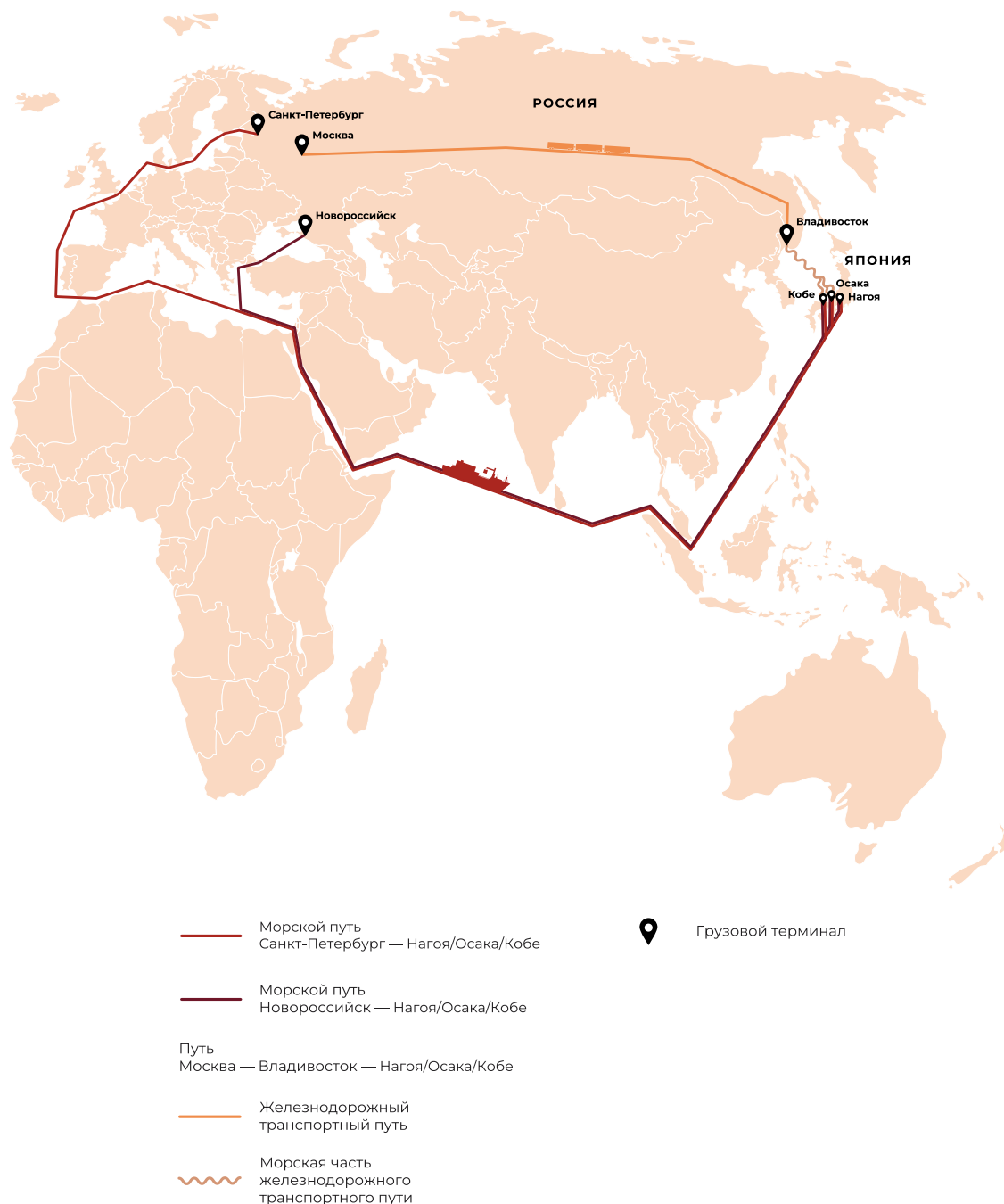
Формы присутствия на рынке

## **5.4.**

Защита интеллектуальной  
собственности

## 5.1. Логистика

Рис. 25. Доставка мясной продукции из России в Японию



*Примечание: показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агроэкспорт», Национального союза птицеводов ни оценки правового статуса территории, ни подтверждения или принятия обозначенных границ.*

Существует несколько логистических путей доставки продукции, подлежащей ветеринарному контролю, из России в Японию:

1) Авиаперевозка.

2) Морская перевозка. Этапы и варианты:

- автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки:
  - с перевалкой в порту;
  - без перевалки в порту;
- автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки;
- автомобильная перевозка в рефрижераторе — железнодорожная перевозка в контейнере — порт отгрузки;
- морская перевозка.

## Авиаперевозка

Авиаперевозки способны обеспечить доставку лишь малых партий груза, а поддержание надлежащего температурного режима может вызвать организационные трудности. Основные международные аэропорты Японии:

- Ханеда (Токио);
- Китакюсю (Китакюсю);
- Нагасаки (Нагасаки);
- Чубу Центрэйр (Нагоя);
- Наха (Наха);
- Кансай (Осака);
- Нью-Читозе (Саппоро);
- Сендай (Сендай);
- Шизуока (Шизуока);
- Фукуока (Фукуока);
- Хакодате (Хакодате).

Для воздушной перевозки товаров, требующих температурного контроля, отправителю придется разместить груз в термоконтейнере, который нужно взять в аренду или купить. В случае приобретения в собственность вернуть или продать контейнер проблематично, поэтому потраченные на него денежные средства обычно закладываются в стоимость продукции как расходы на невозвратную тару. При авиаперевозке подключение контейнера к электропитанию, а также указание на поддержание необходимого температурного режима должны быть оговорены с перевозчиком отдельно.

## Морская перевозка

**Оптимальный способ доставки партии груза из России в Японию — морской транспорт.** Доставка товара в порт отправления может быть осуществлена двумя способами:

- напрямую от производителя;
- через склад накопления.

### Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки

Перевозка в порт отправления может осуществляться в рефрижераторных контейнерах (автомобильным или железнодорожным транспортом) либо в рефрижераторных автомобилях (авторефрижераторах). Вместимость одного авторефрижератора составляет около 19 тонн брутто. Экономически наиболее эффективная схема перевалки — три авторефрижератора в два рефконтейнера. Перевалка продукции из автомобилей в контейнеры должна производиться под ветеринарным контролем на специально предназначенных для этого площадках. Как правило, подобные комплексы располагаются непосредственно в портах или максимально близко к ним, что сокращает затраты на перемещение тяжеловесного контейнера по территории России. Ввиду расположения производств преимущественно на европейской части страны подобные доставки осуществляются в основном в порты Санкт-Петербург и Новороссийск.

Вместимость одного 40-футового морского рефрижераторного контейнера составляет до 27 тонн брутто. Отгрузки в 20-футовых рефконтейнерах практически не осуществляются. В связи с ограничением нагрузки на ось автопоезда при перевозках по территории России для доставки тяжелого контейнера можно использовать либо автомобиль с разрешением для провоза груза с превышением допустимой нагрузки на ось, либо автомобиль с семью осями, что позволяет распределить массу автопоезда без нарушения правил. Коробки размещаются в контейнере без палет.



Во время перевозки необходимо использовать дизель-генератор для подключения контейнера к источнику питания и обеспечения стабильной температуры внутри транспортного средства. При температуре воздуха +1 °С и ниже использование дизель-генератора желательно, но не обязательно, так как рефконтейнер сохраняет температуру продукта неизменной до 24 часов. В большинстве случаев этого достаточно для доставки товара в порт отправления и подключения контейнера к постоянному источнику электропитания.

Для контроля температуры в процессе перевозки товара используют электронные (накапливают информацию о температуре) и химические (меняют цвет при нарушении температурного режима) термолоттеры. При нарушении температурного режима транспортировки получатель имеет право отказаться от приемки товара. Во избежание подобных рисков рекомендуется подключать контейнер к источнику электропитания на всем маршруте следования.

Рефрижераторный контейнер должен быть подготовлен судоходной линией или транспортной компанией в соответствии с требованиями к температурному режиму перевозки конкретного продукта (процедура прохождения Pre Trip Inspection, PTI).

Перевозка осуществляется на основании CMR-накладной и облагается НДС по ставке 0%.

### **Автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки**

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем мясной продукции, так и покупателем. Для оптимизации скорости и затрат на его перевалку и хранение груз перевозится на палетах. Вместимость одного рефрижераторного автомобиля составляет около 19 тонн брутто. Для оптимальной логистической схемы с дальнейшей отгрузкой товара в контейнерах три фуры перегружаются в два контейнера. При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки/выгрузки на складах. В пиковые по нагрузке на склады сезоны (октябрь — март) срок выгрузки может достигать до двух суток.

Перевозка осуществляется на основании транспортной накладной и сопровождается бухгалтерскими документами (товарной накладной, счетом-фактурой), сертификатами качества, копией ветеринарного сопроводительного документа (ВСД).

Автомобильная доставка экспортной продукции на склад накопления считается внутрироссийской перевозкой и облагается НДС 20%, за исключением случаев, когда подрядчиком является компания, применяющая упрощенную систему налогообложения.

Склад для накопления экспортной мясной продукции должен обеспечивать надлежащую температуру хранения, быть аттестован для экспорта мяса птицы в Японию и занесен в информационную систему «Цербер», как и все без исключения места промежуточного хранения<sup>5</sup>. Склады накопления, как правило, располагаются вблизи портов отправки или мест производства товара.

Основные статьи расходов при осуществлении отгрузки через склад накопления:

- погрузо-разгрузочные работы при приемке товара с автомобилями (ставка устанавливается обычно за палету);
- хранение (ставка может быть установлена за палету или тонну в зависимости от договоренности со складом и веса палеты с грузом);
- погрузо-разгрузочные работы при отгрузке товара в контейнер (ставка устанавливается, как правило, за тонну).

Работа со складом накопления возможна напрямую или через комплексного логистического провайдера. При работе напрямую компания-экспортер должна заключить договоры со складом и подведомственным учреждением государственной ветеринарной службы соответствующего региона для оформления сопроводительных ветеринарных документов. Также экспортеру необходимо иметь представителя своей компании на складе для осуществления операций с товаром. При работе через логистического провайдера указанные выше процедуры осуществляются его силами.

При выборе склада накопления необходимо учитывать:

- возможность осуществлять хранение охлажденной продукции;
- наличие аттестации для экспорта мяса птицы в Японию;
- наличие государственного ветеринарного врача;
- состояние помещений для хранения;
- режим работы склада и ветеринаров на складе;
- время на обработку одного транспортного средства;
- удобство подъездных путей;
- наличие площади для накопления транспортных средств;
- резервные мощности на случай аварийных ситуаций.

---

<sup>5</sup> Аттестация проверяется по [ссылке](#).

### **Автомобильная перевозка в рефрижераторе — железнодорожная перевозка в контейнере — порт отгрузки**

При перевозках через порт Владивосток в связи с удаленностью основных мест производства мяса птицы используется доставка в порт отправления железнодорожным транспортом. При отправке по железной дороге используется два типа контейнеров:

- автономные рефрижераторные контейнеры (контейнеры со встроенным дизель-генератором для обеспечения рефрижераторной установки контейнера электропитанием); внутренний полезный объем — 61,1 м<sup>3</sup>, вместимость — порядка 25 тонн брутто;
- морские рефрижераторные контейнеры увеличенной кубатуры; внутренний полезный объем — 66–67 м<sup>3</sup>, вместимость — около 27 тонн брутто.

Отправки производятся с двух основных станций, расположенных в Москве: «Селятино» и «Селикатная», а также со станций «Иня-Восточная» (Новосибирск), «Автово» (Санкт-Петербург), «Ростов-Западный» (Ростов-на-Дону), «Тихорецкая» (Казань) и др. Отправки из Москвы осуществляются ежедневно, из других пунктов — ориентировочно еженедельно. Транзитное время на доставку от Москвы до Владивостока составляет порядка 14 дней.

При отправке товара железнодорожным транспортом оформляется железнодорожная накладная (ЖДН). Для прохождения оформления в порту Владивосток необходима отправка оригиналов экспортных ветеринарных документов вместе с контейнером.

Отправке по железной дороге предшествует автомобильная доставка до станции отправления (см. подразделы «Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки», «Автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки»).

### **Морская перевозка**

Основные порты для доставки рефрижераторных грузов в Японию:

- Кобе (Kobe);
- Нагоя (Nagoya);
- Осака (Osaka).

В связи с санкционной политикой в отношении России перечень основных судовых линий, которые осуществляют перевозки из портов России в Японию, существенно изменился.



**Из порта Санкт-Петербург:**

- [MSC](#).

**Из порта Новороссийск:**

- [MSC](#).

**Из порта Владивосток:**

- [MSC](#);
- [SITC Line](#);
- [Dong Young Shipping](#);
- [FESCO](#);
- [Navis Shipping](#).

Транзитное время морской доставки (табл. 14) зависит от скорости обработки грузов в транзитных портах.

Табл. 14. Ориентировочное транзитное время доставки, дни

Порт отправки/ прибытия	Кобе (Kobe)	Нагоя (Nagoya)	Осака (Osaka)
Санкт-Петербург	62	73	68
Новороссийск	46	50	46
Владивосток	13	17	12

## Сроки и стоимость доставки

Табл. 15. Ориентировочная стоимость комплексной доставки рефрижераторных грузов в Японию

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Пенза — СПб — Кобе	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	16 000	27	0,59	65–70
Пенза — СПб — Нагоя	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	16 500	27	0,61	75–80
Пенза — СПб — Осака	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	16 200	27	0,60	70–75
Ставрополь — СПб — Кобе	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	16 600	27	0,61	70–75
Ставрополь — СПб — Нагоя	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	17 000	27	0,63	80–85
Ставрополь — СПб — Осака	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	16 800	27	0,62	65–70
Липецк — СПб — Кобе	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	15 300	27	0,57	65–70
Липецк — СПб — Нагоя	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	15 800	27	0,59	75–80

Продолжение табл. 15.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Липецк — СПб — Осака	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	15 500	27	0,57	70–75
Пенза — Новороссийск — Кобе	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	13 000	27	0,48	50–55
Пенза — Новороссийск — Нагоя	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	13 400	27	0,50	55–60
Пенза — Новороссийск — Осака	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	13 300	27	0,49	50–55
Ставрополь — Новороссийск — Кобе	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 300	27	0,46	45 – 50
Ставрополь — Новороссийск — Нагоя	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 600	27	0,47	75–80
Ставрополь — Новороссийск — Осака	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 500	27	0,46	45–50
Липецк — Новороссийск — Кобе	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	13 000	27	0,48	50–55
Липецк — Новороссийск — Нагоя	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	13 300	27	0,49	55–60
Липецк — Новороссийск — Осака	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	13 200	27	0,49	50–55
Пенза — МСК — Владивосток — Кобе	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	15 000	27	0,59	35–40



Продолжение табл. 15.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Пенза — МСК — Владивосток — Нагоя	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	15 000	27	0,59	40–45
Пенза — МСК — Владивосток — Осака	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	15 000	27	0,59	35–40
Ставрополь — МСК — Владивосток — Кобе	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	15 000	27	0,59	35–40
Ставрополь — МСК — Владивосток — Нагоя	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	15 000	27	0,59	40–45
Ставрополь — МСК — Владивосток — Осака	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	15 000	27	0,59	35–40
Липецк — МСК — Владивосток — Кобе	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	15 000	27	0,59	35–40
Липецк — МСК — Владивосток — Нагоя	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	15 000	27	0,59	40–45
Липецк — МСК — Владивосток — Осака	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	15 000	27	0,59	30–35
Пенза — МСК — Владивосток — Кобе	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	15 000	25	0,59	35–40

Продолжение табл. 15.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Пенза — МСК — Владивосток — Нагоя	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	15 000	25	0,59	40–45
Пенза — МСК — Владивосток — Осака	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	15 000	25	0,59	35–40
Ставрополь — МСК — Владивосток — Кобе	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	15 000	25	0,59	35–40
Ставрополь — МСК — Владивосток — Нагоя	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	15 000	25	0,59	40–45
Ставрополь — МСК — Владивосток — Осака	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	15 000	25	0,59	35–40
Липецк — МСК — Владивосток — Кобе	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	15 000	25	0,59	35–40
Липецк — МСК — Владивосток — Нагоя	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	15 000	25	0,59	40–45
Липецк — МСК — Владивосток — Осака	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	15 000	25	0,59	30–35

*Примечание. В связи с переориентацией грузопотоков в сторону Азии грузы вынуждены простаивать в порту Владивосток в ожидании обработки и дальнейшей отправки на судне в порт назначения. Данная процедура существенно увеличивает сроки доставки груза, а также может влиять на стоимость перевозки в виде дополнительных расходов на подключение к источнику электропитания и сверхнормативное использование контейнера в порту Владивосток.*

Указаны действующие на январь 2023 г. ставки. В ставки включены все необходимые расходы: на наземную доставку рефконтейнера с грузом весом до 27 тонн брутто, фрахт, дизель-генератор, ветеринарное и таможенное оформление, внутрипортовое экспедирование, взвешивание контейнера, оформление сертификата происхождения. Ставки рассчитаны по курсу 70 руб. за доллар США.

В перечне ставок указана отправка из Пензы, Ставрополя и Липецка (в этих регионах расположены крупные производства мяса птицы). Оптимальным маршрутом перевозки из указанных регионов может быть любой из перечисленных вариантов в зависимости от приоритетов выбора: срок доставки, цена, размер грузовой партии, наличие потенциально рискованных транзитных портов, возможность поддержания постоянной температуры в контейнере на всем протяжении маршрута (встроенный дизель-генератор), возможность и скорость получения балансового платежа по контракту (часто — после предоставления коносамента).

Согласно программе поддержки экспорта, на основании [Постановления Правительства Российской Федерации от 15.09.2017 № 1104](#) с изменениями и дополнениями экспортеры имеют право на возмещение части транспортных затрат в размере 25%, но не более 30% от стоимости товара посредством подачи соответствующей заявки в Российский экспортный центр (более подробная информация размещена в разделе 11 «Государственная поддержка экспорта продукции АПК»).

## Таможня

Таможенное оформление мяса птицы на экспорт в Японию осуществляется двумя способами: с использованием печати таможенного представителя и с помощью собственной электронно-цифровой подписи экспортера. Для таможенного оформления необходимы следующие документы:

- международный контракт;
- уникальный номер контракта (бывший паспорт сделки);
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;
- экспортный ветеринарный сертификат;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта.

Экспортную таможенную декларацию можно оформить на таможенном посту как по месту нахождения отправителя, так и в пункте пересечения границы Российской Федерации.

## Возможные контрагенты

- 1) Комплексные логистические провайдеры с возможностью предоставления склада накопления и отправки продукции различными видами транспорта и через различные порты России:
  - [ООО «ГК «СУПЕРКАРГО»](#);
  - [ООО «Теора Групп»](#).
- 2) Железнодорожные операторы:
  - [ООО «РЖД Логистика»](#);
  - [ООО «Рефагротранс»](#);
  - [ООО «Дальрефтранс»](#).
- 3) Сюрвейерские компании:
  - [SGS](#);
  - [TOP FRAME](#);
  - [IPC NORMANN](#).
- 4) Контакты морских линий приведены в подразделе «Морская перевозка».

## Ветеринарные документы

С требованиями к продукции и ветеринарным сопроводительным документам можно ознакомиться в главе 3 «Стандарты на продукцию» и разделе 4.1 «Особенности таможенных процедур».

## Документы для подтверждения факта экспортной отгрузки

Компании – экспортеры мясной продукции имеют право на возмещение уплаченного НДС. Для возврата средств обязательным является подтверждение факта экспорта на основании следующих документов:

- международный контракт;
- уникальный номер контракта (ранее паспорт сделки) в случае его оформления;
- инвойс;

- спецификация;
- упаковочный лист;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта;
- CMR-накладная;
- поручение на погрузку (в случае морской перевозки);
- коносамент (в случае морской перевозки);
- таможенная декларация с печатью о вывозе товара с территории РФ.

## Логистические риски

При транспортировке грузов могут возникать различные риски. Перечислим наиболее распространенные.

### Страхуемые риски

В данную категорию входят следующие риски:

- a) утрата (гибель), недостача или повреждение всего или части застрахованного груза;
- b) возникновение непредвиденных расходов в виде:
  - расходов и взносов по общей аварии, которые обязан понести страхователь/выгодоприобретатель;
  - необходимых и целесообразных расходов по уменьшению возможных убытков, включая расходы по спасанию и/или сохранению груза, установлению размера убытков, если убытки возникли в результате страхового случая;
- c) неполучение ожидаемых доходов от реализации застрахованного груза по независящим от страхователя и/или выгодоприобретателя обстоятельствам вследствие утраты (гибели), недостачи или повреждения застрахованного груза в период его перевозки и/или непрерывного временного хранения груза в пунктах перегрузок и/или перевалок;
- d) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате удара молнии, бури, вихря, урагана, шторма, извержения вулкана и других стихийных бедствий;
- e) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате пожара, взрыва на перевозочном средстве, а также вследствие мер, принятых для спасания или тушения пожара;

- f) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения или столкновения судов, удара их о неподвижные или плавучие предметы, посадки судна на мель, повреждения судна льдом, провала мостов, подмочки забортной водой;
- g) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения или столкновения наземных перевозочных средств, их удара о подвижные или неподвижные предметы, дорожно-транспортного происшествия при перевозке груза автомобильным транспортным средством, схода с рельсов железнодорожных транспортных средств, провала мостов;
- h) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения, падения или столкновения самолетов, других воздушных транспортных средств;
- i) утрата (гибель) застрахованного груза в результате пропажи морского/речного и/или воздушного судна, перевозившего груз, без вести;
- j) утрата (гибель) или повреждение всего застрахованного груза или целого места застрахованного груза (кроме перевозок насыпью, навалом, наливом) или части застрахованного груза (для перевозок насыпью, навалом, наливом) при погрузке, укладке, перегрузке (перевалке), выгрузке застрахованного груза или приеме судном топлива;
- к) подмочка груза атмосферными осадками;
- l) выбрасывание за борт и смывание волной палубного груза или груза, перевозимого в беспалубных судах;
- m) нарушение температурного режима (влияние температуры) в результате остановки рефмашины в результате ее поломки на срок не менее 24 непрерывных часов при условии, что груз перевозится на транспорте (рефрижераторе), оборудованном исправными устройствами записи температуры воздуха внутри рефрижератора в период перевозки груза (самописцами);
- n) кража и/или грабеж, и/или разбой.

**Санкционно-военные риски.** Данная категория связана в основном с действиями третьих стран. В настоящее время такие риски не принимаются к страхованию. Основной ущерб при таких рисках связан с задержками и возможными расходами на хранение в результате ареста, конфискации или иных действий третьих стран, через которые осуществляется транзит грузов, или потерей груза в результате военных рисков.



**Коммерческие риски.** Продажа товара на условиях Incoterms, не включающих ответственность за перевозку товара, не избавляет экспортера/отправителя от рисков по хранению и доставке продукции. Если получатель отказался от груза или судоходная линия по каким-либо причинам не может потребовать с получателя причитающиеся ей платежи, то на основании условий коносамента она имеет право взыскать соответствующие суммы с грузоотправителя как с субсидиарного ответчика.

В моменты существенного падения рыночной цены на товар возможны отказы от предоплаты за груз и получения груза, находящегося в пути. Подобные действия со стороны получателя/покупателя ведут к рискам простоя контейнеров в порту назначения за счет продавца/отправителя. Если в сделке участвует трейдер, не указанный в коносаменте, риски по простоям несет отправитель согласно коносаменту.

Иногда возникают споры с транспортными компаниями по вопросам качества доставленного товара. Чаще всего претензии связаны с такими проблемами, как:

- нарушение температурного режима;
- несоответствие маркировки продукции;
- ненадлежащий внешний вид продукции;
- пересортица.

Перевозчик (как морской, так и наземный) вправе требовать от стороны, предъявляющей претензию, доказательств качества погруженной продукции. В данной ситуации рекомендуется присутствие на погрузке сюрвейера. Оно не обязательно, однако позволяет проконтролировать количество и качество продукции на этапе ее погрузки в транспортное средство. Предоставление сюрвейерского отчета часто помогает обоснованно ответить на претензию получателя и сократить возможные потери.

## **5.2. Осуществление валютно-финансовых операций**

### **Порядок осуществления валютно-финансовых операций**

Иена — официальная валюта Японии, занимает третье место в мире по объему валютных торгов. Банк Японии придерживается плавающего режима валютного курса, однако в случае его нежелательной динамики прибегает к валютным интервенциям (например, ослабление иены осенью 2022 г.).

Регулирование внешнеторговых финансовых операций в Японии осуществляется Законом «О регулировании валютных операций и внешней торговли». Администрированием системы валютно-финансовых операций занимаются Министерство финансов Японии, Министерство экономики, торговли и промышленности Японии, а также Банк Японии.

К компетенции Минфина Японии среди прочего относится администрирование разрешительного порядка операций по импорту и экспорту платежных средств для физических и юридических лиц — резидентов и нерезидентов. Япония присоединилась к санкционной политике в отношении Российской Федерации, в связи с чем с 5 апреля 2022 г. действует запрет на экспорт в Россию номинированных в иенах банкнот.

В общем случае обмен валюты осуществляется через банки, уполномоченные на обмен валюты. Физические и юридические лица должны получить разрешение или предварительно уведомить регулирующий орган в случае желаниа совершить сделку без использования услуг уполномоченного банка.

В Японии иностранным гражданам не запрещено открывать банковский счет. Однако банки имеют право устанавливать собственные требования к открытию счетов. Значительная часть банков требует от заявителей быть японским резидентом. Чтобы обеспечить резидентство в Японии, акционер/руководитель компании может подать заявление на получение управленческой визы. Важно физическое присутствие представителя компании в банке во время открытия счета. В связи с риском санкционного оверкомплаенса актуальные условия для открытия счета следует уточнять у сотрудников японских банков.

### **Перечень основных документов, необходимых при осуществлении валютно-финансовых операций**

Основные документы, необходимые экспортерам при осуществлении валютно-финансовых операций при организации поставок в Японию:

- импортная декларация по форме С-5020, должна быть составлена в трех экземплярах;
- инвойс;
- коносамент или авианакладная;
- сертификат происхождения;
- упаковочные листы, фрахтовые счета, страховые сертификаты и т. д. (в случае необходимости для конкретной поставки);
- лицензии, сертификаты и т. д., требуемые законами и нормативными актами, в случаях, когда импорт товаров ограничен в соответствии с такими законами и нормативными актами;

- заявление о снижении или освобождении от уплаты таможенной пошлины и акциза (в случае применимости к конкретной поставке);
- квитанции об уплате таможенной пошлины (если товары облагаются пошлиной).

### Особенности практики применения вариантов взаиморасчетов

Для расчетов в Японии обыкновенно используются следующие инструменты:

- авансовый платеж наличными;
- аккредитив с предоставлением документарной тратты;
- вексель;
- документарное инкассо;
- открытый счет;
- консигнация.

Поскольку крупные японские торговые компании часто выступают в качестве посредников для малых и средних компаний, аккредитивы часто выпускаются на их имя, а не на имя конечного потребителя продукции.

Платежи с использованием векселя (*yakusoku tegata*) особенно широко распространены в Японии. Обыкновенно отсрочка по платежу занимает 90–120 дней. Банки часто предоставляют краткосрочное финансирование путем дисконтирования и пролонгации векселей.

Факторинг и другие формы финансирования дебиторской задолженности не распространены в Японии. Практика, по которой покупатель запрашивает (и получает) разрешение на продление отсрочки платежа в случае нехватки денежных средств, не является редкостью в Японии.

Перечень некоторых крупных и надежных банков Японии представлен в табл. 16.

Табл. 16. Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Банк	Описание	Сайт <sup>6</sup>
Mizuho Bank	Основан в 2002 г., является единственным коммерческим банком в Японии, который имеет филиалы в каждой префектуре Японии, владельцем является финансовая группа Mizuho	<a href="http://www.mizuhogroup.com">www.mizuhogroup.com</a>

Продолжение табл. 16.

Банк	Описание	Сайт <sup>6</sup>
SMBC	Основан в 2001 г., является 12-м по величине банком в мире по совокупным активам, владельцем является SMBC group	<a href="http://www.smbc.co.jp">www.smbc.co.jp</a>
MUFG Bank	Основан в 2006 г. путем слияния UFG Bank и Bank of Tokyo-Mitsubishi, является крупнейшим банком Японии, владельцем является Mitsubishi UFJ Financial Group	<a href="http://www.bk.mufg.jp">www.bk.mufg.jp</a>

### 5.3. Формы присутствия на рынке

Японская корпоративная культура по-прежнему остается одной из самых консервативных в мире. На сегодняшний день японский рынок характеризуется по большей части тремя аспектами: высокими ценами, серьезной конкуренцией и консерватизмом. Для Японии характерны длинные технологические цепочки по обслуживанию крупного бизнеса, состоящие из компаний малого и среднего бизнеса. В стране существует закон, не позволяющий крупным предприятиям монополизировать свою деятельность и защищающий предприятия малого бизнеса.

#### Нормативно-правовая база

К важнейшим законам и нормативным актам, связанным с инвестициями, относятся:

- Закон «О валютном обмене и международной торговле» (Foreign Exchange and Foreign Trade Act, FEFTA);
- Закон от 13 апреля 1948 г. № 25 «О сделках с ценными бумагами»;
- Закон от 14 апреля 1947 г. № 54 «О запрете частных монополий и поддержке честной торговли».

При регистрации компании в Японии следует также иметь в виду нормативные документы, регулируемые трудовым законодательством и [Законом «О правах интеллектуальной собственности»](#).

<sup>6</sup> Для открытия некоторых сайтов необходимо воспользоваться VPN.



## **Организационно-правовые формы деятельности**

Организационно-правовыми формами деятельности, которые могут заинтересовать потенциального экспортера и инвестора, являются:

- акционерная корпорация (Kabushiki Kaisha);
- общество с ограниченной ответственностью (Godo Kaisha);
- филиал (shiten) иностранной компании (Branch office);
- представительство иностранной компании (Representative office).

### **Акционерная корпорация (Kabushiki Kaisha)**

Минимальное число акционеров — 1, максимальное — не ограничено. Акционерами могут быть как физические, так и юридические лица, являющиеся резидентами и нерезидентами Японии.

Минимальный размер уставного капитала — 1 иена (0,01 долл. США), минимальный размер оборотного капитала — 5 млн иен (примерно 50 тыс. долл. США).

Корпорация может быть как открытой с правом предлагать свои акции в открытой продаже без согласия большинства акционеров (если только это не ограничено уставными документами), так и закрытой.

Управляется советом директоров, состоящим минимум из трех физических лиц, в функции которых также входят административные обязанности президента, казначея и секретаря корпорации. Один из директоров обязан быть резидентом Японии. Совет директоров избирает председателя, который имеет единоличное право представлять корпорацию перед третьими лицами. Остальные директора имеют такое же право, только если они должным образом уполномочены председателем совета директоров.

Директора несут личную ответственность за правомерное управление делами корпорации и избираются акционерами на период не более двух лет. Участники несут непрямую ответственность, которая ограничена ценой андеррайтинга их акций.

Корпорация должна избрать как минимум одного штатного аудитора, а предприятие с капиталом более чем 500 млн иен должно назначить как минимум трех аудиторов (только физических лиц), а также как минимум одного штатного бухгалтера-аудитора, который может быть как физическим лицом, так и профессиональной компанией.

Акционерная корпорация обязана иметь зарегистрированный офис.

### **Общество с ограниченной ответственностью (Godo Kaisha)**

Максимальное число акционеров, которые могут быть физическими и юридическими лицами, резидентами и нерезидентами Японии, — 50.

Минимальный размер уставного капитала — 1 иена (0,01 долл. США).

Управление компанией может осуществляться единственным директором, но один из директоров обязан быть резидентом Японии. Общество обязано назначить директора, который представляет корпорацию перед третьими лицами. Остальные директора имеют такое же право, только если они должным образом уполномочены председателем совета директоров.

Ответственность участников ограничена в пределах суммы вложений. Общество обязано иметь зарегистрированный офис. Компания не обязана назначать штатного аудитора и бухгалтера-аудитора.

### **Филиал (shiten, Branch office), представительство иностранной компании (Representative office) и другие формы**

Для предпринимателей, желающих занять сегмент малого бизнеса на рынке, выгоднее будет зарегистрировать филиал, представительство иностранной компании в Японии или дочернюю компанию.

Филиал не является самостоятельным юридическим лицом в Японии, но вправе заниматься хозяйственной деятельностью. Для такой организационно-правовой формы минимальный капитал не предусмотрен.



Филиал обязан также иметь зарегистрированный офис.

В Японии филиал вправе открывать банковские счета и арендовать недвижимость от своего собственного имени.

**Представительство иностранной компании** может быть зарегистрировано для изучения рынка, осуществления маркетинговых исследований и иных вспомогательных информационных и рекламных функций для продвижения товара на японском рынке.

Представительство не обязано проходить государственную регистрацию в Японии (исключение составляют представительства банков, страховых компаний, фондовых и иных финансовых компаний, которые должны получить разрешение в Financial Services Agency Японии), но обязано иметь зарегистрированный офис.

Управляющий филиалом и глава представительства могут быть нерезидентами Японии.

В соответствии с Коммерческим кодексом Японии иностранная компания, открывающая в Японии свою дочернюю компанию, обязана учредить ее в виде акционерной корпорации (Kabushiki Kaisha) или общества с ограниченной ответственностью (Codo Kaisha).

Для учреждения любого типа дочерней компании необходимо получить регистрационное свидетельство.

Также иностранная компания может создать совместное предприятие с японской компанией или учредить инвестиционную компанию, которая будет выступать в качестве партнера или совладельца японской компании.

## **Порядок регистрации компаний**

Дочерняя компания и филиал в Японии должны быть зарегистрированы в Бюро по правовым вопросам (Legal Affairs Bureau).

Датой регистрации компании будет считаться дата подачи заявления на регистрацию. Начиная с этой даты компания может вести свою деятельность в Японии.

Порядок открытия дочерней компании в форме акционерной корпорации (Kabushiki Kaisha, К.К.):

- 1) Подготовить «Профиль компании» — документ, содержащий следующую информацию:
  - наименование компании;
  - местонахождение головного офиса;

- бизнес-цели;
  - сроки финансового года;
  - размер капитала;
  - цена выпуска акций;
  - наличие положений, ограничивающих передачу акций;
  - наличие совета директоров;
  - имена директоров и представительных директоров;
  - состав акционеров и стоимость их инвестиций.
- 2) Провести экспертизу наименования компании в Бюро по правовым вопросам (Legal Affairs Bureau).
  - 3) Разработать устав акционерного общества и заверить его у японского нотариуса.
  - 4) Осуществить легализацию и заверение у японского нотариуса Свидетельства о регистрации головной компании, аффидевита «профиля» головной компании и свидетельства о подлинности подписи представителей головной компании.
  - 5) Перечислить минимальный размер уставного капитала акционерной компании на счет учредителя, представителя или директора.
  - 6) Назначить директоров, как минимум одного представительного директора и аудиторов.
  - 7) Провести проверку законности процедур учреждения акционерной компании (осуществляют директора и аудиторы).
  - 8) Подать в Бюро по правовым вопросам Заявление о регистрации акционерной корпорации и оформить печать компании.
  - 9) Получить Свидетельство о регистрации акционерной корпорации и ее печати.
  - 10) Открыть банковский счет на имя компании.
  - 11) Уведомить Банк Японии о приобретении акций (в некоторых секторах может потребоваться уведомление до создания компании).

Сроки регистрации компании составляют примерно 2 месяца после определения статуса открываемой компании.

При регистрации взимается регистрационный налог, размер которого начинается от 60 тыс. иен за Godo Kaisha (С.К.) или 150 тыс. иен за Kabushiki Kaisha (К.К.). Сумма рассчитывается исходя из оплаченного капитала, однако минимальные платежи представляют собой суммы, указанные выше для каждого типа компании.

Расчет стоимости открытия дочерней компании, филиала или представительства в Японии можно произвести на сайте Японской организации содействия развитию внешней торговли (Japan External Trade Organization, JETRO).

## 5.4. Защита интеллектуальной собственности

Режим охраны на территории Японии предоставляется всем основным объектам интеллектуальной собственности (ИС), в том числе изобретению, товарному знаку, полезной модели и т.д. Рассмотрением заявок и регистрацией прав занимается [Патентное ведомство Японии \(JPO\)](#). Для закрепления прав на товарные знаки проверка проводится в Департаменте ИС того же ведомства.

### Регистрация ИС в Японии

Для защиты товарных знаков в Японии экспортеры могут их зарегистрировать. Зарегистрировать можно логотипы, фирменные наименования или специальную упаковку для японского рынка. Товарные знаки, регистрируемые в Японии, могут отличаться от товарных знаков, зарегистрированных в России. Товары и услуги представлены в соответствии с Ниццкой классификацией.

Правовая охрана товарных знаков, зарегистрированных в Японии, распространяется только на территории страны. Однако можно обратиться к системе Мадридского протокола и зарегистрировать товарный знак одновременно в нескольких государствах, присоединившихся к Протоколу<sup>7</sup>.

Процедура регистрации товарного знака в Японии состоит из следующих этапов:

- 1) Проверка выбранного названия на наличие тождественных знаков в реестре Японии на английском или японском языке<sup>8</sup>.
- 2) Подача заявки на регистрацию товарного знака в Патентное ведомство. Это может сделать производитель, экспортер или импортер.

---

<sup>7</sup> <https://clck.ru/UD6oJ>

<sup>8</sup> Поиск по товарным знакам на [сайте JPO](#)

На сайте Патентного ведомства разъясняется [порядок подачи](#) и [оформления](#) документации. Регистрация товарного знака занимает до 9 месяцев. Рекомендуется начать этот процесс заранее. В случае иностранных заявителей все документы должны быть представлены патентным поверенным. Патентные поверенные объединены в [Ассоциацию патентных поверенных Японии \(JРАА\)](#).

- 3) Рассмотрение заявки и регистрация товарного знака. Комиссар Патентного ведомства начинает рассмотрение заявки на товарный знак сразу после ее подачи. Если в течение установленного срока не найдутся причины для отказа, эксперт вынесет решение о регистрации товарного знака.
- 4) Оплата регистрационной пошлины (40 200 японских иен (примерно 304 долл. США) за класс) и регистрация права на товарный знак. Право на товарный знак получает тот, кто первым подал заявку на регистрацию.
- 5) Публикация товарного знака. После регистрации сам знак, товары и услуги, которые он защищает, а также имя и адрес владельца публикуются в бюллетене о товарных знаках для подачи возражений. Возражение должно быть подано в течение двух месяцев с момента публикации зарегистрированного знака.

Помимо слов, логотипов и трехмерных знаков в качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы цвета, звуки, позиции, знаки движения и голограммы. При этом в качестве товарных знаков не могут быть зарегистрированы ароматы, вкусы и текстура.

Заявка на регистрацию товарного знака должна содержать следующую информацию:

- обозначение товарного знака;
- класс (классы), в которых регистрируются товары и услуги;
- имя и адрес заявителя;
- притязание на конвенционный приоритет (если применимо).

Если экспортеру необходимо зарегистрировать знаки движения, трехмерные, цветные, звуковые или словесные знаки со стандартными символами, это должно быть отмечено в заявке.

Звуковой знак должен быть представлен нотной записью или эквивалентным описанием звука, а также CD-R или DVD с записью звука в формате MP3; цветовой знак — образцом вместе с цветовой схемой или цветовой легендой, которая указывает на расположение цветов. Позиционный, голографический знак или знак движения представляется одной или несколькими фотографиями или диаграммами/иллюстрациями для описания позиции, голографии и движения, соответственно, вместе с подробным описанием знака<sup>9</sup>.

Экспортер может также воспользоваться услугой подачи запроса на проведение ускоренной экспертизы. Появилась возможность «сокращенного режима» проведения экспертизы. Заявки для «сокращенной» экспертизы отбираются Патентным ведомством бесплатно случайным образом.

Срок правовой охраны товарного знака в Японии составляет 10 лет, после чего он продляется на следующие 10 лет при уплате пошлины в размере 38 800 японских иен за класс<sup>10</sup>.

## Особенности правовой охраны ИС

Будучи членом ВТО, Япония является участником ТРИПС и многих других международных договоров в сфере прав ИС, включая Парижскую конвенцию и Бернскую конвенцию. Национальное законодательство также предусматривает дополнительные меры ответственности и таможенной защиты. Департамент по интеллектуальной собственности при [Министерстве экономики, торговли и промышленности Японии](#) предоставляет рекомендации по защите ИС.

При нарушении прав на товарный знак экспортер может подать иск в любой окружной суд, обладающий соответствующей юрисдикцией. Истец имеет право как на предварительные обеспечительные меры, так и на наложение окончательного судебного запрета. В случае окончательного судебного запрета истец должен доказать нарушение ответчиком права на товарный знак. В то же время, для наложения предварительных обеспечительных мер истец должен не только подтвердить факт нарушения ответчиком прав на товарный знак, но и указать на чрезвычайную ситуацию, которая требует применения предварительных обеспечительных мер (то есть мер, заявленных до подачи иска).

В случае нарушения прав на товарные знаки истец может добиваться судебного запрета, возмещения ущерба и восстановления репутации. Судебные издержки возмещаются проигравшей стороной, однако другие расходы (например, адвокатский гонорар) проигравшей стороной не возмещаются.

---

<sup>9</sup> <https://clck.ru/UD6oJ>

<sup>10</sup> <https://clck.ru/UD6oJ>

В соответствии с Законом «О таможен» идентичные и схожие до степени смешения товарные знаки и товары могут быть арестованы на границе. Таможенное ведомство уведомляет стороны об обнаружении подозрительных товаров на основании отличительных признаков. После этого начинается проверка. Решение принимается в течение примерно одного месяца<sup>11</sup>.

Ниже приведены основные законы Японии в области использования и защиты объектов интеллектуальной собственности.

- Закон «О товарных знаках»: товарный знак — это обозначение, которое служит для индивидуализации товаров или услуг.
- Закон «О наименованиях мест происхождения товаров»: патенты на продукцию АПК (в том числе продукты питания, кроме алкоголя).
- Закон «О патентах»: патент закрепляет исключительное право на высокотехнологичное изобретение на срок 20 лет (подлежит продлению).
- Закон «О промышленном образце»: промышленный образец защищает внешний вид (форма, орнамент, сочетание цветов) изделия на срок до 20 лет (подлежит продлению).



---

<sup>11</sup> <https://clck.ru/UD6u4>



# Продвижение продукции

---







Содержание

---

## **6.1.**

Ключевые факторы успеха на рынке

## **6.2.**

Отраслевые выставки

## **6.1. Ключевые факторы успеха на рынке**

### **Высокое качество**

Расходы на продукты питания в Японии являются одними из самых больших в мире. Покупая продукты по высоким ценам, японские потребители предъявляют строгие требования к качеству, внешнему виду и упаковке. Поэтому уровень качества товара должен соответствовать высоким требованиям местных потребителей.

### **Продвижение**

В Японии, как и во всем мире, онлайн-площадки и социальные сети открывают возможности для продвижения брендов на рынке. Для успеха рекламной кампании необходимо изучать различные площадки и целевую аудиторию.

Для производителей, экспортирующих сырьевые товары, важно продвижение и реклама среди местных дистрибьюторов и других представителей B2B канала. Для этого рекомендуется участвовать в международных выставках, специализированных конференциях, а также проводить выездные презентации для предприятий.

### **Стабильность поставок и соответствие продукции требованиям импортеров**

Японские импортеры требуют строгого выполнения всех условий соглашений и своевременного осуществления поставок, а также обеспечение высоких стандартов качества, безопасности продукции и единообразия товаров.

### **Личные отношения**

Экспортерам необходимо стремиться к построению долгосрочных отношений со своими японскими партнерами. Японцы будут вести бизнес с компанией только в том случае, если почувствуют, что могут доверять людям, с которыми встречались лично.

### **Партнерство с торговой или закупочной компанией**

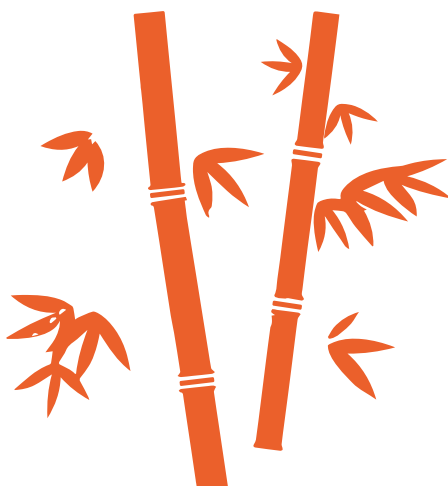
Ввиду специфики японского рынка важное значение имеет правильный выбор партнера и выстраивание с ним стабильных долгосрочных отношений. Целевыми партнерами являются торговые компании, которые выступают в качестве импортеров, дистрибьюторов и оптовых продавцов как местного/

отечественного, так и импортного мяса птицы. Ведущие торговые компании, такие как Mitsubishi Corporation, охватывают широкий спектр каналов, включая розничную торговлю, предприятия общественного питания и пищевой промышленности, но, как правило, предпочитают работать с крупными проверенными предприятиями. В то же время они стремятся диверсифицировать поставщиков для обеспечения стабильных поставок при импорте продукции из разных стран.

## 6.2. Отраслевые выставки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
<p><b>Foodtech Japan</b> Международная выставка пищевой промышленности и автоматизации</p> <p><a href="https://www.foodtechjapan.jp/hub/en-gb.html">https://www.foodtechjapan.jp/hub/en-gb.html</a></p>	<p>Осака <b>Intex</b></p>	08–10.03.2023
<p><b>Sustainable Goods Expo</b> Международная выставка устойчивых экологически чистых продуктов</p> <p><a href="https://clck.ru/32iUpS">https://clck.ru/32iUpS</a></p>	<p>Токио <b>Tokyo Big Sight</b></p>	05–07.04.2023
<p><b>Wine &amp; Gourmet</b> Международная выставка гастрономических продуктов и напитков</p> <p><a href="http://www.wineandgourmetjapan.com/">http://www.wineandgourmetjapan.com/</a></p>	<p>Токио <b>Tokyo Big Sight</b></p>	12–14.04.2023
<p><b>IFIA</b> Международная выставка пищевых ингредиентов и добавок</p> <p><a href="https://www.ifiajapan.com/en">https://www.ifiajapan.com/en</a></p>	<p>Токио <b>Tokyo Big Sight</b></p>	17–19.05.2023
<p><b>Health Ingredients Japan</b> Международная выставка ингредиентов для здорового питания, функциональных и органических пищевых продуктов</p> <p><a href="https://www.hijapan.info/en/">https://www.hijapan.info/en/</a></p>	<p>Токио <b>Tokyo Big Sight</b></p>	04–06.10.2023

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
<b>Agri Week Japan</b> Международная сельскохозяйственная выставка <a href="http://www.agriexpo-week.jp/tokyo/en-gb.html">www.agriexpo-week.jp/tokyo/en-gb.html</a>	Тиба <b>Makuhari Messe — Nippon Convention Center</b>	11-13.10.2023





# Особенности деловой культуры

---







Япония — страна высоких технологий со сложной, уникальной культурой и древними традициями. Страна абсолютной грамотности. Все это оказало влияние на этику делового общения. Строгая иерархическая система японского общества нашла свое отражение в корпоративной среде. Например, четко определенное распределение мест за столом, порядок выступлений, право принятия окончательного решения по сделке.

Японцы почти всегда спокойны, вежливы, внимательны к деталям, щепетильны к мелочам. Они будут вести бизнес с компанией только в том случае, если почувствуют расположение, доверие к партнерам. Доверие зарождается благодаря личным встречам, а также интересным, творческим и оригинальным предложениям.

### **Планирование встречи**

Деловая встреча всегда планируется заранее. Японцы настолько внимательно относятся к мелочам, что дату и время встречи назначают за несколько недель. Они очень пунктуальны, серьезно подходят к организации рабочего процесса и болезненно относятся к опозданиям.

Знакомство с представителями бизнеса лучше начинать через известного им посредника. Большое значение придается статусу человека. Важно, чтобы деловые партнеры имели приблизительно равное положение в обществе.



### **Этикет приветствия**

При встрече японцы обычно кланяются, а не пожимают друг другу руки. Чем ниже поклон, тем больше выражено почтение. В первую очередь приветствуют

старшего по должности. Здесь не принято задавать вопросы личного характера; невежливым считается также держать руки в карманах и указывать на кого-либо пальцем.

Во время делового общения японцы обращаются друг к другу по фамилии. Имена используют только близкие друзья или родственники. При этом по отношению к коллеге используется именной суффикс «сан», который по значению близок к обращению по имени и отчеству собеседника.



### **Стиль одежды**

Важную роль на деловых переговорах играет внешний вид. Традиционный дресс-код состоит из темного костюма и галстука с белой рубашкой. Для женщин рекомендуется официально-деловой сдержанный стиль.

### **Подарки**

Подарки — важная часть японской культуры. Обычно их вручают в конце встречи. Считается невежливым преподнести подарок кому-то одному в присутствии нескольких человек. Прежде чем принять подарок, принято вежливо от него отказаться один или два раза. Получив — не открывать его при всех.

## **Визитные карточки**

Визитные карточки являются обязательным атрибутом переговоров. Вручают и принимают визитки только двумя руками, придерживая большим и указательным пальцем. После обмена визитными карточками их нельзя сразу убирать, а следует аккуратно положить на стол и оставить там до конца встречи.

## **Деловое общение**

Встречи как правило начинаются с продолжительной беседы на темы, не имеющие особой значимости для бизнеса. Это крайне важно для установления взаимопонимания. Японцам может потребоваться несколько встреч, чтобы почувствовать себя комфортно и начать вести дела с коллегами из других стран.

В компаниях действует правило старшинства. Глава фирмы будет сидеть дальше всех от двери, младшие сотрудники располагаются ближе к двери. Во избежание языковых сложностей на переговоры целесообразно пригласить переводчика с японского языка. Во время беседы следует делать упор на факты и точные доводы. Лучше предоставить подробные сведения о своей компании, включая публикации и отзывы.

Японские предприниматели выстраивают отношения в духе гармонии и доброжелательности. Напористый характер переговоров и конфликтные моменты не желательны. В случае напряженной ситуации японцы часто прибегают к молчанию. Реагировать на это нужно спокойно.

Считается неприличным смотреть собеседнику прямо в глаза, особенно в общении с руководством или пожилыми людьми. Будьте максимально вежливы и отзывчивы.

Категоричное «нет» может прозвучать оскорбительно, а «да» может означать всего лишь согласие обсудить. Японскому языку присущи ассоциативность и иносказательность, поэтому лучше заранее подготовиться к уточняющим вопросам. В момент обсуждения не стесняйтесь переспросить и разъяснить спорные моменты.

При входе в дом, квартиру или зону отдыха необходимо снимать обувь. Еда также является важной частью японской деловой культуры. Не считается бестактным и неуважительным громкое причмокивание, например, когда подается рамен. Сидящие рядом люди могут наливать друг другу напитки из своих бутылок. Нельзя направлять палочки для еды на людей или вертикально ставить их в миске с рисом. Если японские коллеги приглашают на деловой обед или ужин, невежливо будет от него отказаться или предложить оплатить счет в ресторане.

При планировании деловых визитов в Японию рекомендуется учитывать нерабочие праздничные дни.

Табл. 17. Государственные праздники Японии в 2023 г.

<b>Праздник</b>	<b>Дата</b>
Новый год	1 января
День совершеннолетия	9 января
День основания государства	11 февраля
День рождения Императора	23 февраля
Весеннее равноденствие	21 марта
День Сэва	29 апреля
День Конституции	3 мая
День зелени	4 мая
День детей	5 мая
День моря	17 июля
День гор	11 августа
День почитания пожилых	18 сентября
Осеннее равноденствие	23 сентября
День спорта	9 октября
День культуры	3 ноября
День благодарения труда	23 ноября
Рождество	25 декабря
Канун нового года	31 декабря



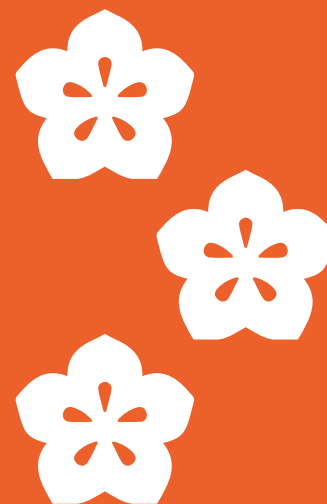
# Преимущества и риски осуществления поставок

---



8





Содержание

---

## **8.1.**

Преимущества

## **8.2.**

Риски

## 8.1. Преимущества

### Растущий спрос

Будучи одной из наиболее развитых стран в мире, Япония характеризуется относительно высоким уровнем потребления мяса. Высокая популярность мяса птицы, в свою очередь, обусловлена ее стоимостью и низким содержанием жира, что соответствует общенациональному тренду на здоровое питание.

В соответствии с общемировыми тенденциями, в рационе японцев происходит сдвиг в сторону увеличения потребления мяса, в том числе более дешевого мяса птицы. На данный вид мяса, который уступает только традиционной для региона свинине, приходится немногим менее половины всего потребления мяса в стране, причем прогнозируется дальнейшее повышение спроса. При этом из-за природно-климатических ограничений страна зависит от импорта, на долю которого приходится примерно четверть внутреннего рынка птицеводческой продукции.

Еще одним фактором роста в ближайшие годы может стать восстановление международного и внутреннего туризма в Японии по мере нормализации авиасообщения после пандемии. Многие ограничения в индустрии гостеприимства стали сниматься осенью 2022 г.

### Диверсификация экспортных поставок

Японский рынок является привлекательным с точки зрения расширения поставок в Восточную Азию, поскольку позволяет снизить зависимость российских поставщиков от покупателей из КНР, одного из крупнейших импортеров мяса птицы. Доступ на китайский рынок сопряжен с рядом рисков, которые вызваны развитием собственного производства, высокой конкуренцией за поставки с другими игроками, административными барьерами и жесткой карантинной политикой. Осуществление поставок мяса птицы в Японию позволит эти риски нивелировать.

### Нестабильное внутреннее производство мяса

Вспышки эпизоотических заболеваний, особенно непрекращающаяся эпизоотия высокопатогенного гриппа птиц в последнее пятилетие, наряду с пандемией обусловили высокий уровень нестабильности производства свинины и мяса птицы — наиболее популярных видов мяса. Поэтому даже при значительных объемах внутреннего производства в странах Азии могут возникнуть периоды повышенного спроса на импорт мясной продукции. В Японии ситуация с гриппом птиц продолжает усугубляться, что делает страну все более зависимой от импортных поставок.

## 8.2. Риски

### **Политические и торгово-экономические отношения**

Потеря Россией статуса страны с режимом наибольшего благоприятствования на фоне геополитической напряженности может негативно сказаться на объемах товарооборота с Японией и способствовать ограничению торгового сотрудничества. Кроме того, нарушение уже сложившихся логистических цепочек также создаст препятствия для экспорта.

### **Программа государственной поддержки местных производителей**

В ближайшие годы Япония планирует существенно снизить зависимость от импорта мяса птицы за счет наращивания внутреннего производства. Для этого планируется, в частности, расширить импорт животных кормов из Китая. Плановые показатели самообеспеченности установлены на уровне половины по общей калорийности и стоимости продукции. Аналогичный целевой показатель установлен по кормам. Следовательно, рынок для экспортеров мяса птицы в будущем может уменьшиться.

Действия японских властей направлены на стабилизацию цен на комбикорма для производителей мяса птицы. В качестве господдержки в том числе осуществляются компенсирующие выплаты.

### **Альтернативное мясо**

В стране растет спрос на альтернативные источники белка. Это вызвано трендом на здоровое питание, с которым в Японии ассоциируются подобные продукты. За период с 2019 г. по 2022 г. японский рынок мяса растительного происхождения увеличился вдвое.

### **Высокий уровень конкуренции**

Продовольствие в Японию поставляют более 160 стран. В частности, в экспорте мяса птицы большую роль играют Бразилия и Таиланд — крупные поставщики в страны Азиатско-Тихоокеанского региона с устойчивой долей на японском рынке. Кроме того, Таиланд и Япония имеют соглашение о свободной торговле, что позволяет осуществлять поставки из Таиланда по низким ставкам на различные категории мяса птицы. При этом значительная часть продукции птицеводства поставляется в готовом (термически обработанном) виде, в основном из Китая и Таиланда. Для стран ЕС также установлены пониженные ставки на ввоз мяса птицы. Пошлины на российские товары, наоборот, выросли из-за утраты статуса страны с режимом наибольшего благоприятствования в торговле с Японией.

Крупные игроки в отрасли интегрированы с зарубежными компаниями из разных стран, что затрудняет расширение российского присутствия в этих налаженных вертикально интегрированных цепочках поставок продукции из мяса птицы.

### **Высокие стандарты качества**

Японцы предъявляют очень высокие требования к стандартизации, категоризации и упаковке пищевой продукции как местного производства, так и импортной. Требования к документации и сертификатам, подтверждающим качество и безопасность поставляемой продукции, являются одними из самых строгих в мире. В стране все еще частично сохраняются ограничения, введенные на импорт куриного мяса в 2005 г. из-за вспышки птичьего гриппа в России. Согласование открытия рынка для российского мяса птицы и инспекции японских делегаций в регионы ведутся уже не первый год. Допуск российского мяса птицы на японский рынок часто согласовывался в контексте поставки в Россию японской говядины. Тем не менее, осложнение отношений может ограничить перспективы доступа на рынок Японии.

### **Волатильность курсов валют**

Укрепление российского рубля в 2022 г. также является сдерживающим фактором для российского экспорта. Почти весь год иена дешевела относительно доллара, а рубль, напротив, дорожал. Значительную часть года рубль был более крепким, чем иена. Сохраняющиеся риски высокой волатильности курсов валют могут отрицательно влиять на расчеты по экспортным поставкам, усиливая воздействие санкций, наложенных на финансовый сектор России, которые в итоге не позволяют осуществлять расчеты по экспортным поставкам в иенах, долларах или других валютах.



# Карта действий экспортера

---

9









### Этап I — Подготовка к экспорту

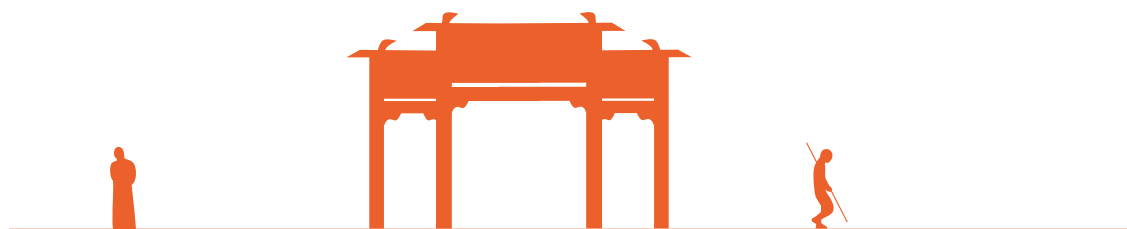
- 1) Оцените готовность вашей компании к экспортной деятельности.
- 2) Определите конкурентные преимущества вашей продукции и компании (включая насколько цена вашей продукции конкурентна по сравнению с мировыми ценами).
- 3) Составьте список приоритетных целевых рынков.
- 4) Оцените соответствие вашей продукции требованиям целевого рынка.
- 5) Изучите ваш целевой рынок/рынки.
- 6) Проанализируйте варианты транспортировки продукции, логистики и дистрибуции.
- 7) Определите стратегию выхода на рынок.
- 8) Определите и выберите местных партнеров на целевом рынке.
- 9) Проведите повторную оценку своих возможностей и способности обслуживать рынок.
- 10) Подготовьте план экспорта продукции и выделите средства на его реализацию.

### Этап II — Действия на территории Российской Федерации, которые необходимо предпринять для экспорта продукции в Японию

- 11) Регистрация предприятия в [ИС «Цербер»](#) в качестве экспортера мяса и субпродуктов птицы в Японию.
- 12) Проведение инспекции предприятия специалистами MAFF (если потребуется).
- 13) Регистрация предприятия в списке MAFF как имеющее право импорта мяса и субпродуктов птицы в Японию
- 14) Получение [разрешения главного государственного ветеринарного инспектора](#) Российской Федерации на вывоз продукции с территории Российской Федерации.
- 15) Оформление ветеринарно-сопроводительной документации на экспорт в Японию (ветеринарное свидетельство формы №2).

- 16)** Оформление Россельхознадзором международного ветеринарного сертификата, удостоверяющего, что продукция соответствует ветеринарно-санитарным требованиям Японии.
- 17)** Таможенное оформление экспорта.

**По итогам этапа II осуществляется вывоз продукции с территории РФ.**



# Контактная информация

---



10



## Потенциальные партнеры

Компания	Профиль	Контактная информация
<b>Top Trading Co., Ltd.</b>	Импортер/оптовик	Адрес: Kiyomitsu Building, 2-2-20, Saiwai-cho, Naniwa-ku, Osaka city, Osaka Тел.: +81-6-6567-6722 E-mail: sales@toptrading.co.jp Сайт: <a href="https://toptrading.co.jp/">https://toptrading.co.jp/</a>
<b>Hanew Foods Corporation</b>	Импортер/оптовик	Адрес: 2-11-16 Minamisenba, Chuo-ku, Osaka Тел.: +81-6-6252-9774 E-mail: contact@hanewfoods.com Сайт: <a href="https://english.hanewfoods.com/">https://english.hanewfoods.com/</a>
<b>Sojitz Foods Corporation</b>	Импортер/оптовик	Адрес: 16F Roppongi T-Cube, 3-1-1 Roppongi, Minato-ku, Tokyo Тел.: +81-3-5574-3300 E-mail: info@sojitz-foods.com Сайт: <a href="https://clck.ru/UD8Sw">https://clck.ru/UD8Sw</a>
<b>Transjapan Co., Ltd.</b>	Импортер/оптовик	Адрес: Kyoei Building 5F, 2-3-9 Sakaemachidori, Chuo-ku, Kobe-shi, Hyogo Тел.: +81-78-338-1577 Сайт: <a href="https://www.transjapan.jp/">https://www.transjapan.jp/</a>
<b>Nippon Steel Trading Corporation</b>	Импортер/оптовик	Адрес: 5-27, Akasaka 8-chome, Minato-ku, Tokyo Тел.: +81-3-5412-5001 E-mail: info@nst.nipponsteel.com5 Сайт: <a href="https://www.nst.nipponsteel.com/en">https://www.nst.nipponsteel.com/en</a>
<b>Matsuda Sangyo Co., Ltd.</b>	Импортер/оптовик	Адрес: Shinjuku Nomura Building 6th Fl, 1-26-2 Nishishinjuku, Shinjuku-ku, Tokyo Тел.: +81-3-5381-0001 E-mail: info@matsuda-sangyo.co.jp Сайт: <a href="https://www.matsuda-sangyo.co.jp/en/">https://www.matsuda-sangyo.co.jp/en/</a>
<b>Mitsubishi Corporation</b>	Импортер/оптовик	Адрес: 2-3-1 Marunouchi, Chiyoda-ku, Tokyo Тел.: +81-3-3210-2121 Сайт: <a href="https://www.mitsubishicorp.com/">https://www.mitsubishicorp.com/</a>

## Контактная информация

Компания	Профиль	Контактная информация
<b>Taiyo Bussan Kaisya Ltd.</b>	Импортер/оптовик	Адрес: Kaisei Building 5F, Ichigaya, Sunadohara-cho, Shinjuku, Tokyo Тел.: +81-3-5946-8000 E-mail: info@taiyobussan.jp Сайт: <a href="https://www.taiyo-bussan.co.jp/">https://www.taiyo-bussan.co.jp/</a>
<b>Nikkyo Foods Corporation</b>	Импортер/оптовик	Адрес: Kabutocho Uni Square 5F, Kabutocho, Nihonbashi, Chuo-ku, Tokyo Тел.: +81-3-5843-6420 E-mail: info@nikkyo-foods.co.jp Сайт: <a href="http://www.nikkyo-foods.co.jp">www.nikkyo-foods.co.jp</a>
<b>SC Foods Co., Ltd.</b>	Импортер/оптовик	Адрес: 13th Floor, Sumitomo Corporation Takebashi Building, 1-2-2 Hitotsubashi, Chiyoda-ku, Tokyo Тел.: +81-3-6369-0111 Сайт: <a href="https://www.scfoods.co.jp/english/">https://www.scfoods.co.jp/english/</a>
<b>Tohzai Sangyo Boeki Inc.</b>	Импортер/оптовик	Адрес: 2-17-8 Yushima, Bunkyo-ku, Tokyo Тел.: +81-3-3815-5445 Сайт: <a href="https://www.tohzai-sangyo.co.jp/">https://www.tohzai-sangyo.co.jp/</a>

## Полезные организации

Организация	Контактная информация
<b>Торговое представительство Российской Федерации в Японии</b>	Адрес: 4-6-9 Takanawa, Minato-ku, Tokyo 108-0074 Тел.: +81-3-3447-3201, 3447-3281 Сайт: <a href="https://jpn.minpromtorg.gov.ru/">https://jpn.minpromtorg.gov.ru/</a>
<b>Японская внешнеторговая организация / Japan External Trade Organization (JETRO)</b>	Адрес: Ark Mori Building, 6F 12-32, Akasaka 1-chome, Minato-ku, Tokyo 107-6006 Тел.: +81-3-3582-5511 Сайт: <a href="https://www.jetro.go.jp/en/">https://www.jetro.go.jp/en/</a>
<b>Совет по внешней торговле Японии / Japan Foreign Trade Council Inc. (JFTC)</b>	Адрес: 6th Floor, World Trade Center Bldg. 4-1, Hamamatsu-cho 2-chome, Minato-ku, Tokyo 105-6106 Тел.: +81-3-5860-9350 Сайт: <a href="https://www.jftc.or.jp/english/home_e.htm">https://www.jftc.or.jp/english/home_e.htm</a>



Контактная информация

Организация	Контактная информация
<b>Министерство сельского хозяйства, лесных угодий и рыболовного промысла Японии /</b> Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries	Адрес: 1-2-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo Тел.: +81-3-3502-8111 Сайт: <a href="https://www.maff.go.jp/e/index.html">https://www.maff.go.jp/e/index.html</a>
<b>Министерство здравоохранения, труда и благосостояния Японии /</b> Ministry of Health, Labour and Welfare	Адрес: 1-2-2 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo Тел.: +81-3-5253-1111 Сайт: <a href="https://clck.ru/32iVXq">https://clck.ru/32iVXq</a>
<b>Таможенная служба Японии /</b> Japan Customs	Адрес: 3-1-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo Сайт: <a href="https://clck.ru/mgLwE">https://clck.ru/mgLwE</a>
<b>Организация по продвижению промышленного импорта и инвестиций /</b> Manufactured Imports and Investment Promotion Organization	Адрес: 5th Floor World Import Mart, 3-1-3, Higashi, Ikebukuro, Tokyo Тел.: +81-3-3989-5151 Сайт: <a href="https://www.mipro.or.jp/english/index.html">https://www.mipro.or.jp/english/index.html</a>



Государственная  
поддержка экспорта  
продукции АПК

---



11





## Действующие меры господдержки

### Программа льготного кредитования

Предоставление льготных краткосрочных и долгосрочных инвестиционных кредитов по ставке от 1% до 5%.

Краткосрочные кредиты (до 1 года) направлены на пополнение оборотных средств и ведение текущей деятельности компании.

Долгосрочные инвестиционные кредиты (от 2 до 15 лет) предназначены для привлечения капитальных затрат для строительства, реконструкции, модернизации производственных мощностей и инфраструктуры.

**Отрасли:** все отрасли

**Компетентные органы:** Минсельхоз России и РОУ АПК

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 26.04.2019 № 512](#)

### Программа создания и модернизации объектов АПК

Поддержка создания и модернизации объектов АПК, путем возмещения части прямых понесенных затрат производителю на создание или модернизацию сельскохозяйственных объектов в размере от 20% до 25% от фактической стоимости для предприятий по переработке зерна, масличных культур, рыбы и морепродуктов, а также по производству сухих молочных продуктов.

- Отрасли:**
- масложировая  
(переработка масличных культур)
  
  - зерновая  
(глубокая переработка зерна)
  
  - рыба и морепродукты  
(переработка и консервирование рыбы)
  
  - молочная  
(производство сухих молочных продуктов)

**Компетентные органы:** Минсельхоз России и РОУ АПК

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 12.02.2020 № 137](#)

## Программа льготного лизинга оборудования

Льготный лизинг, направленный на приобретение оборудования, необходимо для омоложения продукции агропромышленного комплекса или введения новой продуктовой линейки, соответствующей требованиям внешних рынков. Поддержка предоставляется в виде единовременной скидки при уплате авансового платежа в размере 25% или 45% от стоимости предмета лизинга.


**Отрасли:** все отрасли (акцент на пищевую и перерабатывающую промышленность)

**Компетентные органы:** Минсельхоз России

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 07.08.2021 № 1313](#)

## Стимулирование производства масличных культур

Стимулирование производства масличных культур (бобы соевые и семена рапса) путем возмещения части затрат, возникающих при реализации региональных проектов, по ставке из расчета на 1 тонну прироста объема производства.

**Отрасли:**  продукция масложировой отрасли  
(бобы соевые и семена рапса)












**Компетентные органы:** Минсельхоз России и РОУ АПК

**Регулирование:** [Постановление Правительства Российской Федерации от 14.07.2012 № 717 \(Приложение 11 \(1\)\)](#)

## Программа компенсации затрат на транспортировку продукции АПК

Компенсация части затрат в размере 25% на доставку продукции АПК железнодорожным, автомобильным, водным и смешанными видами транспорта. Получить компенсацию можно при условии перевозки продукции АПК, которая включена в соответствующий перечень, утвержденный Правительством.



- Отрасли:**
-  живые животные
  -  мясо и пищевые мясные субпродукты, молочная продукция
  -  рыба и морепродукты
  -  живые растения, луковицы, корни
  -  злаки (пшеница, ячмень, кукуруза)
  -  жиры и масла животного и растительного происхождения
  -  сахар и кондитерские изделия, какао и продукты из него
  -  продукты переработки овощей и фруктов
  -  алкогольные и безалкогольные продукты
  -  остатки и отходы пищевой промышленности
  -  органические химические вещества, белковые вещества
  -  необработанные шкуры








**Компетентные органы:** Минсельхоз России и АО «РЭЦ»

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 15.09.2017 № 1104](#)

## **Программа компенсации затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках**

Компенсация части затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках. Возмещается 50% или 90% объема затрат на сертификацию, фактически понесенных производителями в течение 12 месяцев.

Получить компенсацию можно при условии сертификации продукции АПК, которая включена в соответствующий перечень, утвержденный Минсельхозом России.

- Отрасли:**
-  живые животные
  -  мясо и пищевые мясные субпродукты, молочная продукция
  -  рыба и морепродукты
  -  живые растения, луковицы, корни
  -  злаки (пшеница, ячмень, кукуруза)
  -  жиры и масла животного и растительного происхождения
  -  сахар и кондитерские изделия, какао и продукты из него
  -  продукты переработки овощей и фруктов
  -  алкогольные и безалкогольные продукты
  -  остатки и отходы пищевой промышленности
  -  органические химические вещества, белковые вещества
  -  необработанные шкуры
  -  табак, вакцины, удобрения, экстракты
  -  шелк, шерсть, лен

**Компетентные органы:** Минсельхоз России и АО «РЭЦ»

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 25.12.2019 № 1816](#)

## Программа продвижения продукции АПК на внешние рынки

Размещение на бесплатной основе в дегустационно-демонстрационных павильонах АО «Российский экспортный центр» российской продукции АПК в зарубежных странах в целях создания эффективной коммуникации с потенциальными потребителями продукции за рубежом.

Организации могут разместить свою продукцию в павильонах Китая (г. Шанхай), Объединенных Арабских Эмиратах (г. Дубай), Вьетнаме (г. Хашимин), Египте (г. Новый Каир), Турции (г. Стамбул).

**Отрасли:** все отрасли

**Компетентные органы:** АО «РЭЦ»

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 26.02.2021 № 255](#)

## Программа компенсации части затрат на участие в зарубежных выставочно-ярмарочных мероприятиях

Возмещение российским экспортерам отдельных видов затрат, связанных с самостоятельным участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за пределами Российской Федерации. Для субъектов малого и среднего предпринимательства лимит составляет 700 тыс. рублей, для крупного — 2 млн рублей.

**Отрасли:** все отрасли

**Компетентные органы:** Минпромторг России и АО «РЭЦ»

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 28.12.2020 № 2316](#)

## **Программа софинансирования части затрат на участие в международных конгрессно-выставочных мероприятиях и деловых миссиях**

Софинансирование от 50% до 80% затрат на участие в международных конгрессно-выставочных мероприятиях и деловых миссиях осуществляется в целях финансового обеспечения затрат на реализацию мероприятий, направленных на развитие инфраструктуры повышения международной конкурентоспособности, включая продвижение высокотехнологичных, инновационных и иных продукции и услуг на внешние рынки.

**Отрасли:** все отрасли

**Компетентные органы:** Минпромторг России и АО «РЭЦ»

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 28.03.2019 № 342](#)

# Полезная информация на **сайте Агроэкспорта**

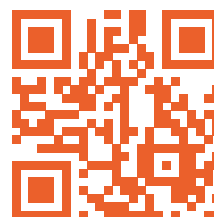
[Аналитика](#) — раздел содержит аналитические обзоры по ключевым продуктам и наиболее перспективным зарубежным рынкам, отраслевые обзоры и оперативную статистику российского аграрного экспорта.



[Господдержка](#) — в разделе собрана информация о действующих мерах господдержки для российских сельхозпроизводителей и подробные инструкции по участию в каждой из представленных программ.



[Мероприятия](#) — в разделе вы найдете информацию о международных мероприятиях для российских экспортеров аграрной продукции, а также анонсы предстоящих мероприятий ФГБУ «Агроэкспорт».



[Продвижение](#) — в разделе публикуются все экспортные гиды и краткие версии концепций продвижения, разработанных ФГБУ «Агроэкспорт».



[Барьеры](#) — постоянно обновляемая база данных по статусу доступа российской продукции на зарубежные рынки.

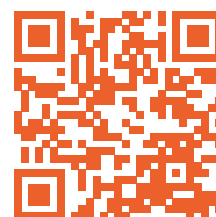




Сертификация — раздел содержит информацию о всех видах сертификации, которая может понадобиться для поставок на экспорт: НАССР, Халяль, Кошер и Органика.



Новости — самые актуальные новости аграрного экспорта, а также дайджесты российских и зарубежных СМИ.



## **Мы в социальных сетях:**

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

Telegram: [www.t.me/mcxae](http://www.t.me/mcxae)

Яндекс Дзен: [www.zen.yandex.ru/id/5ddd1a7cd8a5147cefe9d66c](http://www.zen.yandex.ru/id/5ddd1a7cd8a5147cefe9d66c)

## **Связаться с нами:**

---

Сайт: [www.aemcx.ru](http://www.aemcx.ru)

Телефон: [+7 495 280-74-49](tel:+74952807449)

Почта: [info@aemcx.ru](mailto:info@aemcx.ru)

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

