

Экспортный гид

# Сыры

---



Япония



Экспортный гид

# Сыры



Япония

Гид создан при участии:

**СОЮЗМОЛОКО**  
Национальный союз  
производителей молока



# Предисловие

---

В данном экспортном гиде рассматривается рынок сыров в Японии. Потребление сыров в стране стабильно растет параллельно с увеличением импорта. При этом на сыры приходится более 75% стоимостных объемов импорта молочной продукции Японии.

Экспорт в Японию имеет свои сложности, однако это растущий рынок с большим потенциалом. Успешный экспорт сыров в Японию требует тщательно разработанной стратегии с учетом следующих аспектов:

- текущих и возникающих тенденций и их влияния на рынок сыров;
- потребительских предпочтений населения;
- использования торгово-распределительной сети: оптовой, традиционной розничной, интернет-торговли и пр.;
- особенностей доступа на рынок Японии с точки зрения требований к качеству продукции;
- специфики организации экспортных поставок;
- особенностей ведения бизнеса и деловой культуры в Японии.

Экспортный гид разработан как подробное руководство для российских компаний, которые рассматривают возможность экспорта сыров в Японию.

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2023.

© 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.



# 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.....	21
1.3. Демографические тенденции .....	22
1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок .....	23
<b>2. Обзор рынка.....</b>	<b>26</b>
2.1. Объем и динамика рынка .....	28
2.2. Потребительские предпочтения.....	54
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	57
2.4. Конкурентная среда и участники рынка .....	68
<b>3. Стандарты на сыры .....</b>	<b>76</b>
3.1. Требования к производителям .....	78
3.2. Требования к продукции.....	79
3.3. Требования к упаковке и маркировке .....	82
<b>4. Барьеры входа на рынок.....</b>	<b>86</b>
4.1. Особенности таможенных процедур.....	88
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры.....	92
<b>5. Организация экспортных поставок .....</b>	<b>95</b>
5.1. Логистика.....	97
5.2. Осуществление валютно-финансовых операций.....	112
5.3. Формы присутствия на рынке .....	115
5.4. Защита интеллектуальной собственности.....	119
<b>6. Продвижение продукции .....</b>	<b>122</b>
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке .....	124
6.2. Отраслевые выставки и ярмарки .....	126
<b>7. Особенности ведения бизнеса.....</b>	<b>128</b>
<b>8. Преимущества и риски осуществления поставок.....</b>	<b>134</b>
8.1. Преимущества.....	136
8.2. Риски.....	137



<b>9. Карта действий экспортера .....</b>	<b>138</b>
<b>10. Контактная информация .....</b>	<b>142</b>
10.1. Потенциальные партнеры .....	144
10.2. Профильные организации.....	145
<b>11. Государственная поддержка экспорта продукции АПК .....</b>	<b>146</b>
<b>Приложение №1.</b>	
<b>Регулирование импорта продовольственной и сельскохозяйственной продукции в Японии.....</b>	<b>152</b>
<b>Приложение №2.</b>	
<b>Товаросопроводительная документация .....</b>	<b>156</b>
<b>Приложение №3.</b>	
<b>10 шагов при подготовке к экспорту .....</b>	<b>171</b>
<b>Приложение №4.</b>	
<b>Возмещение НДС при экспорте товаров.....</b>	<b>176</b>

# Резюме

---

- Япония — островное государство в Восточной Азии. Из 125,2 млн человек около 92% живет в городах. С начала XX века Япония входит в число ведущих экономик мира;
- Несмотря на статус одной из крупнейших экономик мира, Япония остается крайне уязвимой перед внешними факторами по причине низкой обеспеченности природными ресурсами. В результате страна зависима от импортных поставок сырья для обеспечения потребностей в энергетической отрасли;
- В 2022 г. ВВП темпы роста ВВП Японии снизились до 1,1%, против 2,1% годом ранее, что свидетельствует о замедлении темпов восстановления по причине увеличения цен на сырьевые товары и сокращения экспортных поставок. Согласно прогнозам МВФ, в среднесрочной перспективе экономика страны вернется к допандемийному уровню с ожидаемыми темпами роста ВВП ниже 1%;
- В 2022 г. объем производства сырого молока в Японии составил 7,62 млн тонн, увеличившись по отношению к прошлому году на 1,5%. За 2018-2022 гг. производство сырого молока в Японии демонстрировало ежегодные темпы роста на уровне 1,1%. Несмотря на рост и значительные объемы производства молочной продукции в Японии в последние годы, страна по-прежнему остается нетто импортером данной категории продуктов;
- Объемы внутреннего производства готовых к употреблению сыров и ингредиентов для производства плавленых сыров из собственного молока сравнительно небольшие — порядка 40-44 тыс. тонн. В 2022 г. в Японии было произведено 23,0 тыс. тонн готовых к употреблению натуральных сыров и порядка 21,1 тыс. тонн ингредиентов для производства плавленых сыров;
- Как и в большинстве стран мира, стремясь увеличить добавленную стоимость, большую часть плавленых сыров японские молочные компании производят внутри страны, импортируя ингредиенты для их производства. В 2022 г. в стране произведено 128,7 тыс. тонн плавленых сыров из собственного (16%) и импортного сырья (84%);
- Потребление сыров в Японии в 2022 г. оценивается в 345,7 тыс. тонн — уровень 2018 г. Основной объем потребления (61,1%) приходится на натуральные сыры, которые практически в полном объеме импортируются, на плавленые сыры приходится порядка 38,9% от общего потребления сыров в стране;

- Потребление сыров на душу населения в Японии непрерывно растет. Так, еще в начале прошлого века оно было нулевым, в 1990 г. достигло 1,1 кг на человека в год, в 2009 г. составило 1,8 кг, а к 2022 г. увеличилось до 2,8 кг. Однако в последние годы наблюдалось незначительное снижение объемов потребления сыров: на 0,1% в 2020-2021 гг. и на 1,3% в 2022 г. Основными причинами замедления и снижения потребления сыров в стране являются влияние пандемии COVID-2019 в 2020-2021 гг. и рост розничных цен реализации в 2022 г.;
- В структуре потребления сыров Японии в 2018–2022 гг. основным каналом реализации являлись розничные торговые сети на долю продаж которых в 2022 г. пришлось 63,7% (220,1 тыс. тонн) всех продаж сыров. Доля продаж сыров в секторе общественного питания в 2022 г. составила 36,3% (125,6 тыс. тонн). В среднесрочной перспективе ожидается что продажи сыров в розничных каналах реализации к 2027 г. достигнут 243,9 тыс. тонн;
- Около 65,6% розничных продаж сыров в натуральном выражении в 2022 г. приходилось на плавленые сыры, оставшаяся часть продаж (34,3%) пришлась на натуральные сыры. В стоимостном выражении доля продаж плавленых сыров по итогам 2022 г. составила 54,7%, против 45,3% продаж натуральных сыров;
- Япония является одним из крупнейших в мире импортеров сыров в 2022 г.: 7 место по импорту в натуральном выражении и 9 место в стоимостном выражении, по данным ITC Trade Map. В 2022 г. Япония импортировала 274,1 тыс. тонн сыров на сумму 1 377,1 млн долл. США;
- Ключевыми поставщиками сыров в Японию являются Новая Зеландия, Австралия, США и страны Европейского союза — совокупная доля этих стран в стоимостном импорте сыров Японии в 2022 г. составила около 98% как в натуральном, так и в стоимостном выражениях;
- Японские потребители предпочитают мягкие и нежные, не слишком соленые сыры. В частности, популярны плавленые сыры, но также хорошо покупаются сыры гауда, камамбер, моцарелла и мягкий чеддер. Более плотные сыры менее популярны. Они присутствуют как правило в ограниченных торговых каналах и используются преимущественно для приготовления западных блюд.



# Список сокращений

---

## Список англоязычных сокращений

<b>CIF</b>	Cost, Insurance and Freight — стоимость, страхование и фрахт – международный коммерческий торговый термин
<b>EPA</b>	Economic Partnership Agreement — соглашение об экономическом партнерстве
<b>FOB</b>	Free on Board — франко борт
<b>GMP</b>	Good Management Practice — надлежащая производственная практика
<b>HoReCa</b>	Hotel — Restaurant — Catering — гостиничное хозяйство/ ресторанный бизнес/общественное питание (кейтеринг)
<b>HS</b>	Harmonized System — Гармонизированная система описания и кодирования товаров
<b>JAS</b>	Japan Agricultural Standard — Национальный сельскохозяйственный стандарт Японии
<b>JFA</b>	Japan Franchise Association — Японская ассоциация франчайзинга
<b>MAFF</b>	Ministry of Agriculture, Forestry and Fishery — Министерство сельского хозяйства, лесных угодий и рыбного промысла Японии
<b>METI</b>	Ministry of Economy, Trade and Industry — Министерство экономики, торговли и промышленности Японии
<b>MHLW</b>	Ministry of Health Labour and Welfare — Министерство здравоохранения, труда и благосостояния Японии
<b>MIPRO</b>	Manufactured Imports and Investment Promotion Organization — Организация по продвижению промышленного импорта и инвестирования
<b>MRL</b>	Maximum Residue Limit — максимально допустимый уровень (МДУ)
<b>NACCS</b>	Nippon Automated Cargo and Port Consolidation System — Автоматизированная система консолидации грузов и портов Японии
<b>OECD</b>	Organisation for Economic Co-operation and Development — Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР)
<b>USDA</b>	United States Department of Agriculture — Министерство сельского хозяйства США

## Список сокращений

<b>US EPA</b>	United States Environmental Protection Agency — Служба США по охране окружающей среды
<b>WGI</b>	World Government Indicators — индикаторы качества государственного управления
<b>ВТО</b>	World Trade Organization — Всемирная торговая организация (ВТО)

## Список русскоязычных сокращений

<b>АПК</b>	Агропромышленный комплекс
<b>ВВП</b>	Валовой внутренний продукт (Gross domestic product — GDP)
<b>МВФ</b>	Международный валютный фонд
<b>НДС</b>	Налог на добавленную стоимость
<b>ООН</b>	Организация Объединенных Наций
<b>ПИИ</b>	Прямые иностранные инвестиции
<b>РНБ</b>	Режим наибольшего благоприятствования
<b>СПК</b>	Соглашение о повышении конкурентоспособности
<b>ТН ВЭД</b>	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
<b>ТТП</b>	Транстихоокеанское партнерство
<b>УСН</b>	Упрощенная система налогообложения
<b>ФНС России</b>	Федеральная налоговая служба Российской Федерации



# Введение

---







Япония — островное государство в Восточной Азии. Четыре основных острова — Хонсю, Хоккайдо, Кюсю и Сикоку — занимают 97% площади страны. Из 125,2 млн человек около 92% живет в городах. С начала XX века Япония входит в число ведущих экономик мира, а визитной карточкой страны являются повсеместно внедряемые инновации и передовые технологии, позволяющие развивать производственные процессы в различных отраслях и улучшить качество повседневной жизни населения. Япония в значительной степени зависит от импорта сельскохозяйственной продукции, что обусловлено сложным рельефом территории и высокой лесистостью, а также крайне низкой долей пахотных площадей. За счет этих факторов, а также многочисленного городского населения и высокого уровня жизни Япония является перспективным рынком для многих экспортеров продовольствия.

### **Общие сведения (2022 г.)**

**ВВП (в текущих ценах):** 4 233,5 млрд долл. США

**Темпы роста ВВП:** 1,1%

**ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах):** 49 044,0 долл. США

**Уровень инфляции:** 2,5%

**Приток ПИИ (2021 г.):** 24,7 млрд долл. США

**Население:** 125,2 млн человек

**Площадь:** 364 560 км<sup>2</sup>

**Площадь сельскохозяйственных земель:** 43 720 км<sup>2</sup>

**Крупнейшие города по численности населения:** Токио (9,7 млн), Иокогама (3,8 млн), Осака (2,8 млн), Нагоя (2,3 млн), Саппоро (2,0 млн)

**Уровень урбанизации (2021 г.):** 91,9%

**Уровень безработицы:** 2,6%

**Структура ВВП (2021 г.):** сельское хозяйство (1,0%), промышленность (29,0%), сфера услуг (69,5%)

**Структура занятости (2021 г.):** сельское хозяйство (3,2%), промышленность (23,7%), сфера услуг (73,1%)

**Основные товары экспорта:** пищевые продукты, моллюски, рыба мороженая, виски, прочие соусы (в т.ч. майонез), вкусовые добавки (кроме соли)

**Основные товары импорта:** кукуруза, говядина и пищевые продукты КРС, свинина и пищевые субпродукты свиней, филе рыбы и прочее мясо рыбы, рыба мороженая

**Объем экспорта:** 9,3 млрд долл. США

**Объем импорта:** 83,1 млрд долл. США

# Краткий обзор — Япония

---



1





Содержание

---

## 1.1.

Экономические тенденции

## 1.2.

Политические тенденции

## 1.3.

Демографические тенденции

## 1.4.

Влияние тенденций  
на потребительский рынок страны

## 1.1. Экономические тенденции

Несмотря на статус одной из крупнейших экономик мира, Япония остается крайне уязвимой перед внешними факторами по причине низкой обеспеченности природными ресурсами. В результате страна зависима от импортных поставок сырья для обеспечения потребностей в энергетической отрасли. Глобальная нестабильность также оказывает существенное негативное влияние на экспортоориентированную экономику Японии<sup>1</sup>.

В частности, нарушение мировых цепочек поставок и последовавшее сокращение объемов международной торговли привели к падению ВВП страны в 2020 г. на 4,3%. Однако уже в 2021 г. экономика начала восстанавливаться, продемонстрировав рост в 2,1%, что обусловлено восстановлением инвестиций и нормализацией потребительской активности. Показатель роста в 2022 г. составил 1,1%, что свидетельствовало о замедлении темпов восстановления по причине увеличения цен на сырьевые товары, сокращения экспортных поставок и ограничений в сфере туризма ввиду продолжающейся пандемии Covid-19<sup>2</sup>.

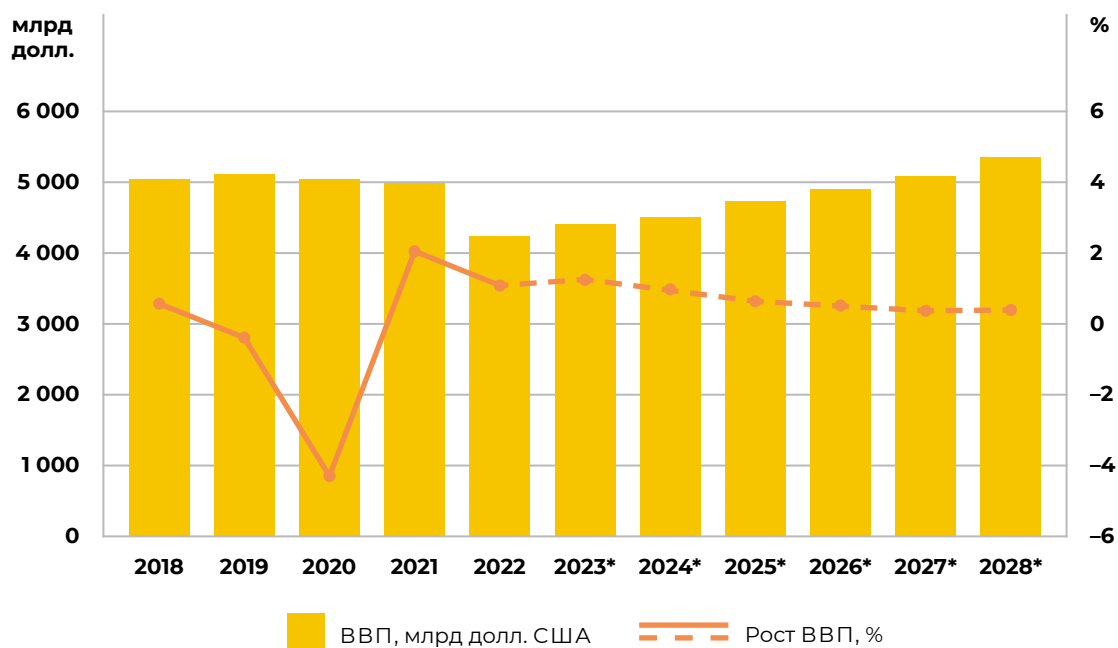
Начатый в конце 2022 г. процесс снятия ковидных ограничений, согласно прогнозам, должен привести к увеличению темпов роста за счет эффекта отложенного спроса. МВФ ожидает, что рост ВВП в 2023 г. составит 1,3%, поддерживаемый постепенным открытием экономики, а также устойчивыми показателями восстановления внутреннего потребления и промышленного производства. Экономическая неопределенность и волнообразный характер динамики заболеваний способствует росту сбережений, что в целом оказывает давление на экономику. Тем не менее, при условии прекращения дальнейшего распространения коронавируса и восстановления экономической активности, ожидается что рост ВВП на протяжении последующих лет будет демонстрировать относительно высокие для Японии показатели. По мере исчерпания эффекта низкой базы и полного возвращения к нормальной потребительской активности экономика страны вернется к допандемийному уровню с ожидаемыми темпами роста ВВП ниже 1%.



<sup>1</sup> <https://www.lloydsbanktrade.com/en/market-potential/japan/economical-context>

<sup>2</sup> <https://www.coface.com/Economic-Studies-and-Country-Risks/Japan>

Рис. 1. Динамика ВВП Японии в текущих ценах, 2018–2028 гг.



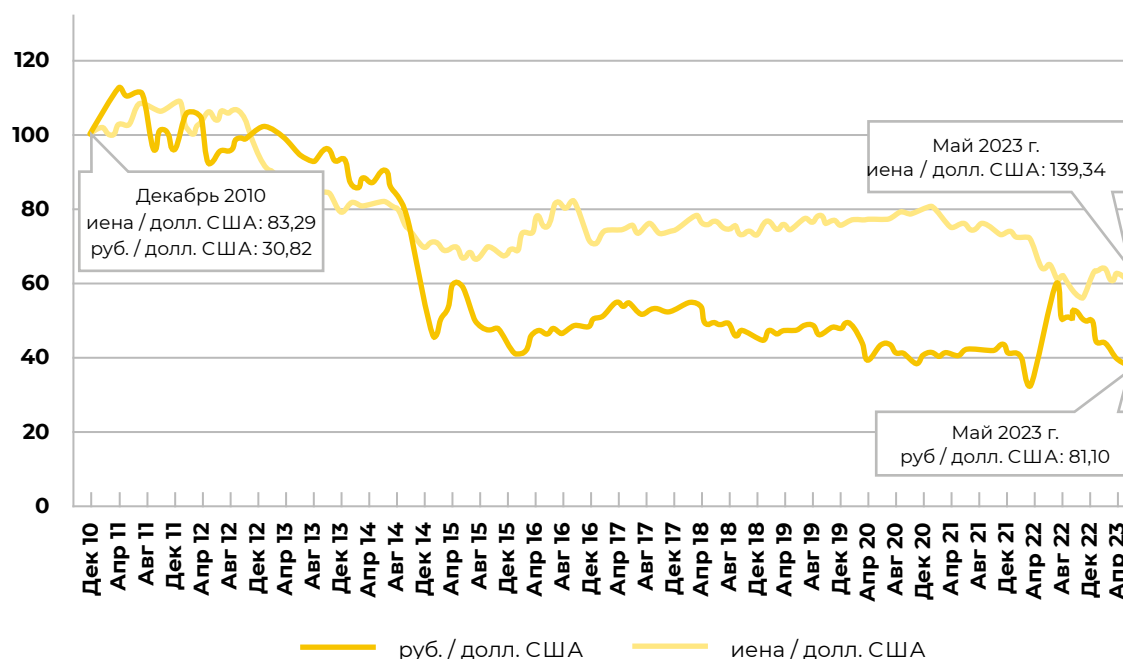
Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*), EMIS

Примечание. \*прогноз, данные МВФ по состоянию на 20.06.2023 г.

Курс японской йены к доллару США оставался стабильным на протяжении нескольких лет до 2021 г., когда по причине ужесточения денежно-кредитной политики ФРС США на фоне стабильно низких процентных ставок Банка Японии валюта страны значительно обесценилась. Исторически йена считалась одной из самых неоцененных денежных единиц мира, однако рекордно низкие показатели 2022 г. вынудили правительство прибегнуть к валютным интервенциям, в результате которых курс начал постепенно расти. В ближайшее время Банк Японии не планирует ужесточения своей денежно-кредитной политики, и процентная ставка останется на прежнем адаптивном уровне.



Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и японской йены к доллару США, декабрь 2010 г. – май 2023 г.



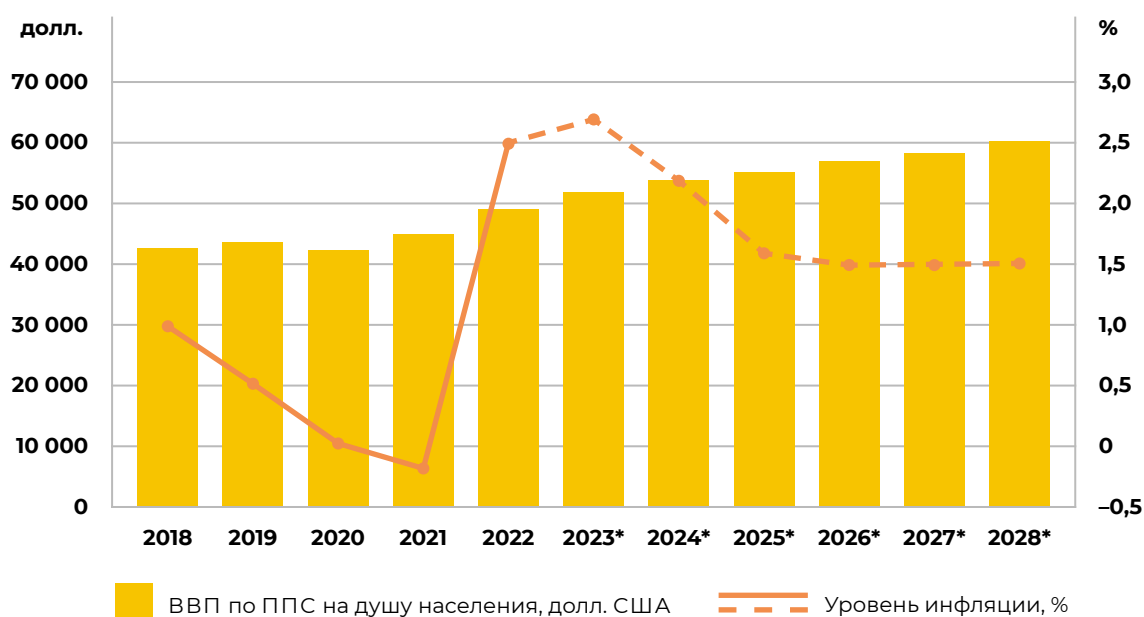
Источник: Банк международных расчетов, финансовый портал Investing.com

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

До 2022 г. инфляционное давление в Японии оставалось на низком уровне, составляя в среднем 0,3% с 1992 г.<sup>3</sup> Однако геополитическая нестабильность сильно ударила по зависимой от импорта сырья экономике страны, что на фоне понижения курса национальной валюты привело к рекордному скачку инфляции. В 2022 г. показатель составил 2,5%. Прогнозируется, что в 2023 г. инфляционное давление продолжит расти, достигнув 2,7% по причине относительно высоких годовых темпов роста индекса потребительских цен вследствие эффекта увеличения затрат на фоне повышения импортных цен. Проведенная Банком Японии валютная интервенция также способствует увеличению показателей инфляции. Однако в среднесрочной перспективе ожидается понижение показателя до уровня ниже 2% по мере стабилизации импортных цен и восстановления курса йены.

<sup>3</sup> <https://clck.ru/37EZcB>

Рис. 3. Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2018–2028 гг.



Источник: МВФ

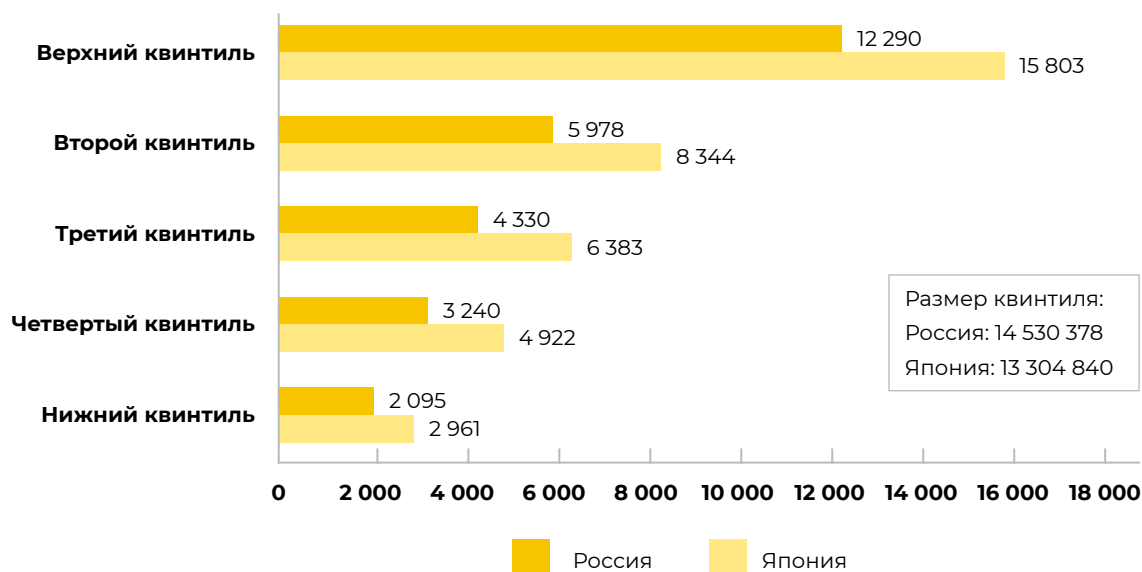
Примечание. \*прогноз, данные МВФ по состоянию на 20.06.2023 г.

Сокращение численности населения на фоне показателей роста экономики приводит к положительной динамике роста доходов на душу населения, несмотря на единовременное снижение в 2020 г. по причине пандемии COVID-19. На протяжении последних десятилетий, до потрясений 2020 и 2022 гг., экономическое развитие страны характеризовалось низкими темпами роста ВВП при почти нулевой инфляции и большими объемами государственного долга. Такая ситуация получила название «японификация». Ожидается, что после стабилизации экономики в среднесрочной перспективе динамика развития будет характеризоваться теми же тенденциями.

В структуре распределения доходов на долю первой (высокодоходной) группы приходится 41,1% доходов занятого населения, в то время как пятая (низкодоходная) группа составляет 7,7%. По состоянию на 2022 г. уровень безработицы в Японии оценивается в 2,6%.



Рис. 4. Среднемесячные доходы занятого населения по квинтильным (20%) группам, 2022 г., долл. США



Источник: Всемирный банк, МВФ, ООН

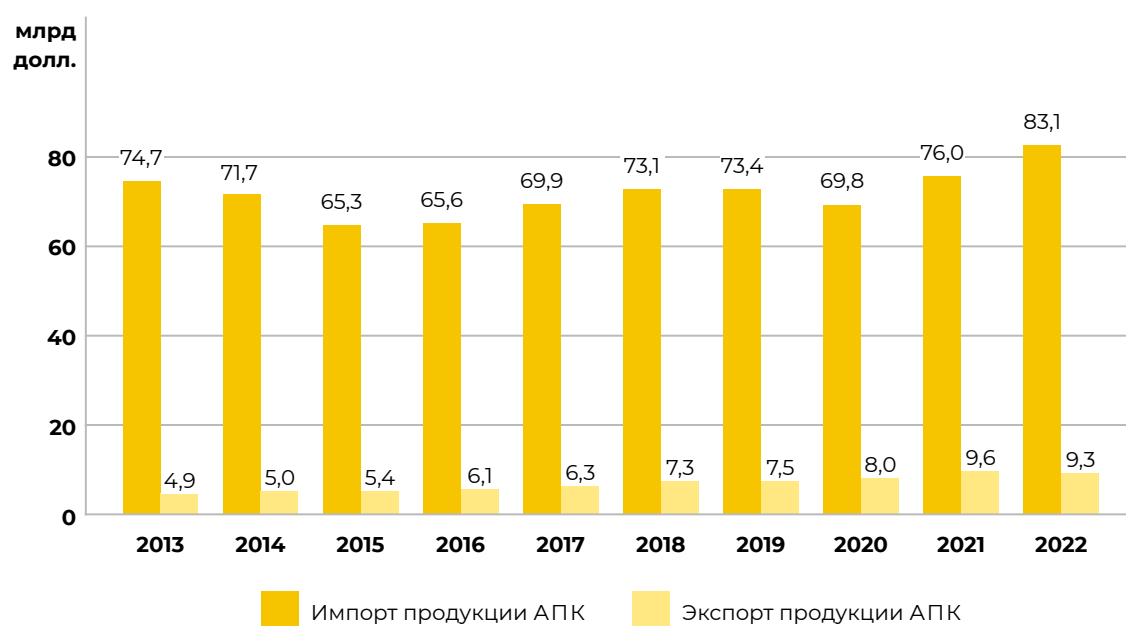
Примечание. Доходы рассчитаны по ППС с учетом курсовой разницы, чтобы показать фактическую покупательную способность для стандартной потребительской корзины.

## Внешняя торговля продукцией АПК

Сельское хозяйство занимает лишь небольшую часть в экономике Японии. В структуре занятости сектор занимает 3,2%, составляя 1,0% ВВП. В стране наблюдается крайне низкая доля пригодной для возделывания земли, которой недостаточно для удовлетворения большого относительно занимаемой площади населения Японии. Помимо этого, в последние десятилетия наблюдается тренд на сокращение пахотных площадей, что обусловлено продолжающимся ростом урбанизации и изменением потребительских предпочтений в сторону западного образа жизни. По этой причине страна является нетто-импортером сельскохозяйственной продукции, будучи зависимой от импортных поставок продовольственных товаров.

Уровень самообеспеченности продовольствием в стране, по данным Министерства сельского хозяйства, лесных угодий и рыбного промысла Японии, составляет лишь около 40%, что является крайне низким показателем по сравнению с другими развитыми странами. В качестве меры по поддержанию продовольственной безопасности Япония продолжает диверсифицировать географию ввозимой продукции. В 2022 г. общий объем импорта составил 83,1 млрд долл. США в стоимостном выражении, в то время как показатели экспорта составили лишь 9,3 млрд долл. США. При этом основную долю экспортных поставок Японии занимает продукция рыбохозяйственной отрасли.

Рис. 5. Внешняя торговля продукцией АПК Японии, 2013–2022 гг., млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map

Табл. 1. Структура экспорта продукции АПК Японии, 2022 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Пищевые продукты	935,7	10,1
Моллюски	770,4	8,3
Рыба мороженая	477,4	5,1
Виски	429,5	4,6
Прочие соусы (в т.ч. майонез), вкусовые добавки (кроме соли)	409,5	4,4
Мучные кондитерские и хлебобулочные изделия	409,3	4,4
Говядина и пищевые субпродукты КРС	393,3	4,2
Сидр и прочие сброженные напитки	372,4	4,0
Напитки безалкогольные, кроме воды и соков	369,3	4,0
Филе рыбы и прочее мясо рыбы	296,9	3,2

Продолжение табл. 1.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Прочие продукты	4 430,0	47,7
<b>Итого</b>	<b>9 293,7</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Примечание: Коды ТН ВЭД 01-24

Табл. 2. Структура импорта продукции АПК Японии, 2022 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Кукуруза	5 854,6	7,0
Говядина и пищевые субпродукты КРС	4 978,8	6,0
Свинина и пищевые субпродукты свиней	4 448,4	5,4
Филе рыбы и прочее мясо рыбы	3 721,4	4,5
Рыба мороженая	3 241,4	3,9
Продукция, содержащая табак, восстановленный табак, никотин, или заменители табака или никотина, предназначенная для вдыхания без горения	2 971,9	3,6
Соевые бобы	2 597,4	3,1
Изделия и консервы из домашней птицы, кроме колбас	2 537,8	3,1
Пшеница	2 525,8	3,0
Ракообразные	2 292,1	2,8
Прочие продукты	47 962,7	57,7
<b>Итого</b>	<b>83 132,2</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Примечание: Коды ТН ВЭД 01-24

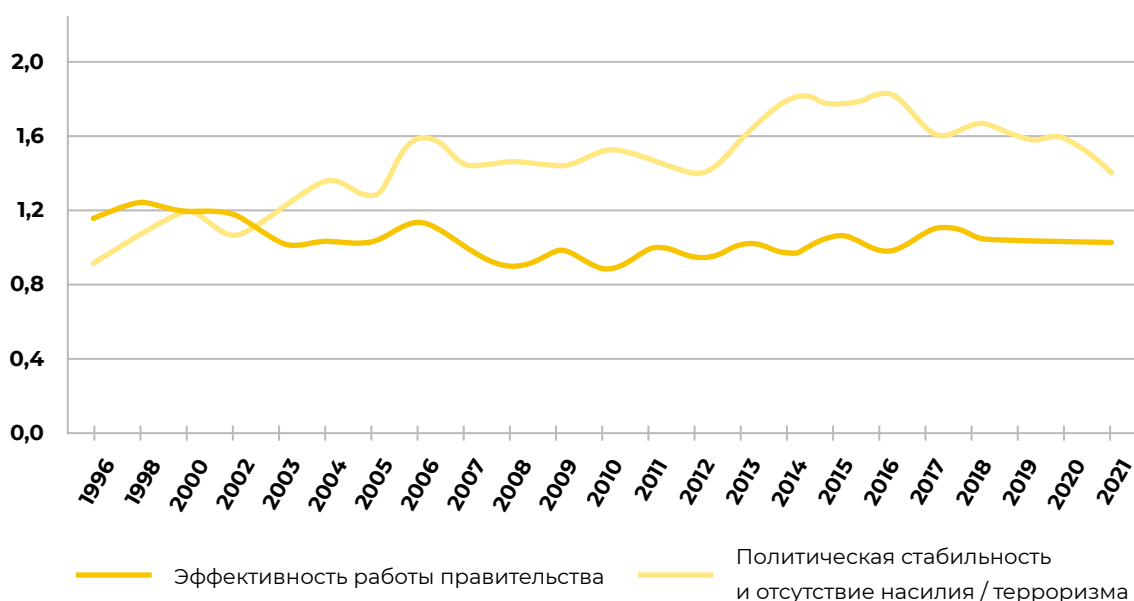
## 1.2. Политические тенденции

В Японии главой государства является император, роль которого в основном сводится к церемониальной. После отречения от престола императора Акихито в 2019 г. на Хризантемовый трон взошел его сын, принц Нарухито, став 126-м императором Японии.

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.

Главой правительства является премьер-министр, кандидатура которого выдвигается обеими палатами парламента. Претендент на данный пост вступает в должность сроком на четыре года после официального назначения на должность императором. Премьер-министр формирует кабинет министров, состоящий из 19 членов парламента.

Рис. 6. Основные показатели качества государственного управления в Японии



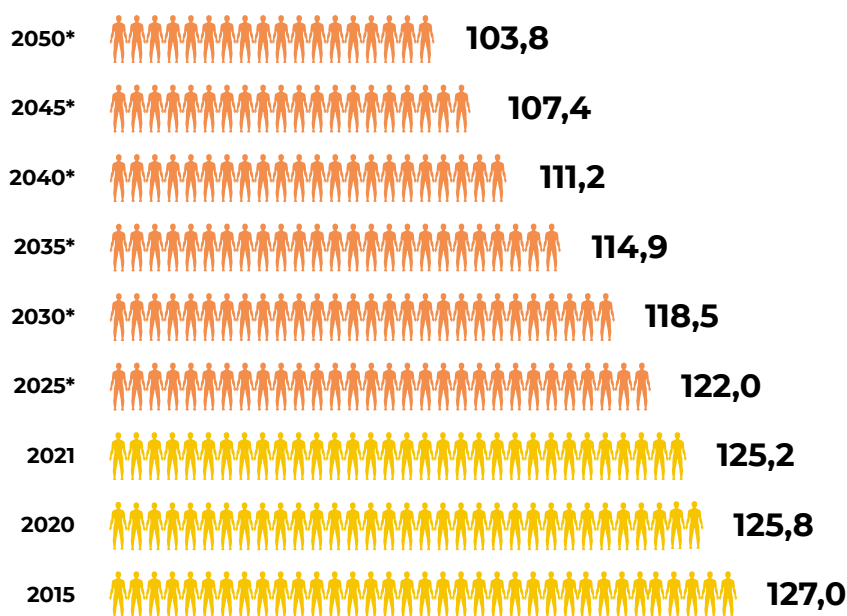
Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

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

### 1.3. Демографические тенденции

По состоянию на 2022 г. численность населения Японии составляет 126,2 млн человек. Согласно прогнозам, к 2050 г. население составит 103,8 млн человек, ежегодно сокращаясь в среднем на 0,7%.

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



Источник: ООН

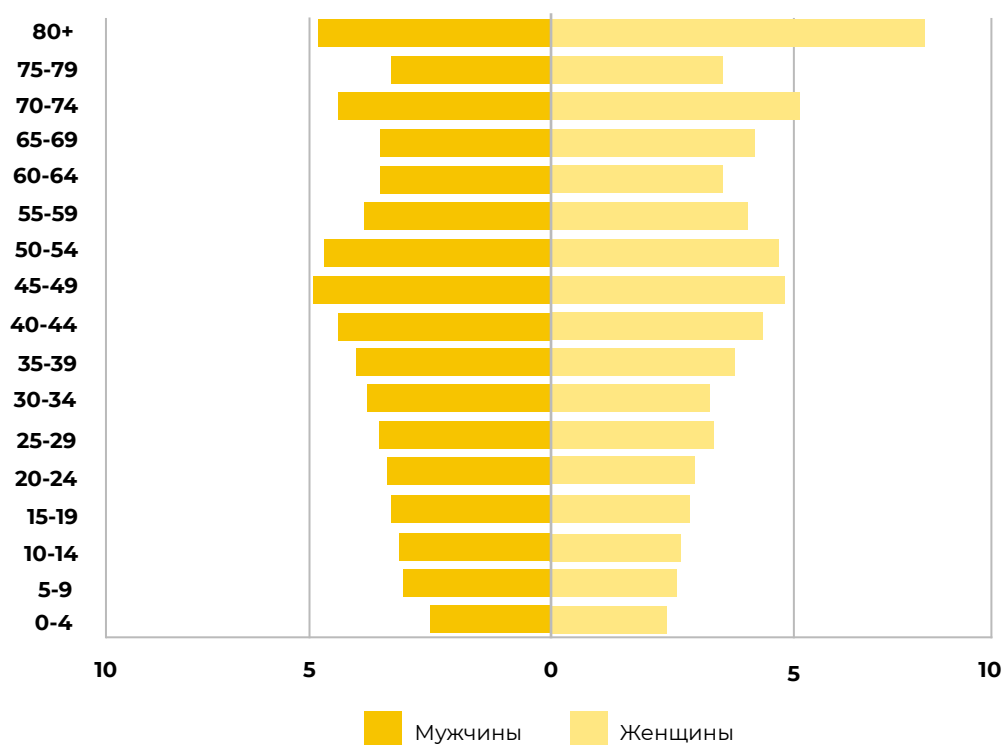
Примечание. \*прогноз.

Помимо сокращения численности населения, в Японии также наблюдается повышение среднего возраста граждан. В 2022 г. доля пожилых людей старше 65 лет составила почти треть жителей 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.

Особенно остро проблема ощущается в связи с сокращением численности трудоспособного населения, что наряду с увеличением числа людей, которым необходима социальная поддержка со стороны государства, делает оказание этой поддержки все менее возможным. Высокий процент урбанизации (около 92%) и сопутствующий ей образ жизни, не позволяющий многим семьям иметь большее количество детей в силу загруженности и растущих расходов на одного ребенка, также является фактором, усугубляющим наблюдаемый в Японии демографический кризис.



Рис. 8. Население Японии по полу и возрасту, 2022 г., млн человек



Источник: ООН

## 1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок

Япония остается крупным импортером продовольственных товаров. Богатство страны и открытость в торговле делают этот рынок привлекательным для экспортеров продовольствия. В стране ожидается рост спроса на высококачественные продукты питания, ингредиенты и готовую продукцию, а также товары премиального сегмента. Большая доля пожилого населения также стимулирует инновации и распространение продукции, направленной на старшее поколение, в первую очередь в сфере медицины.

Основные факторы, влияющие на продовольственный рынок Японии

- демографические изменения в Японии характеризуются уменьшением численности населения, при этом количество домохозяйств растет. В результате больше половины семей состоит из пар с детьми или без, а треть — это домохозяйства, состоящие из одного человека;

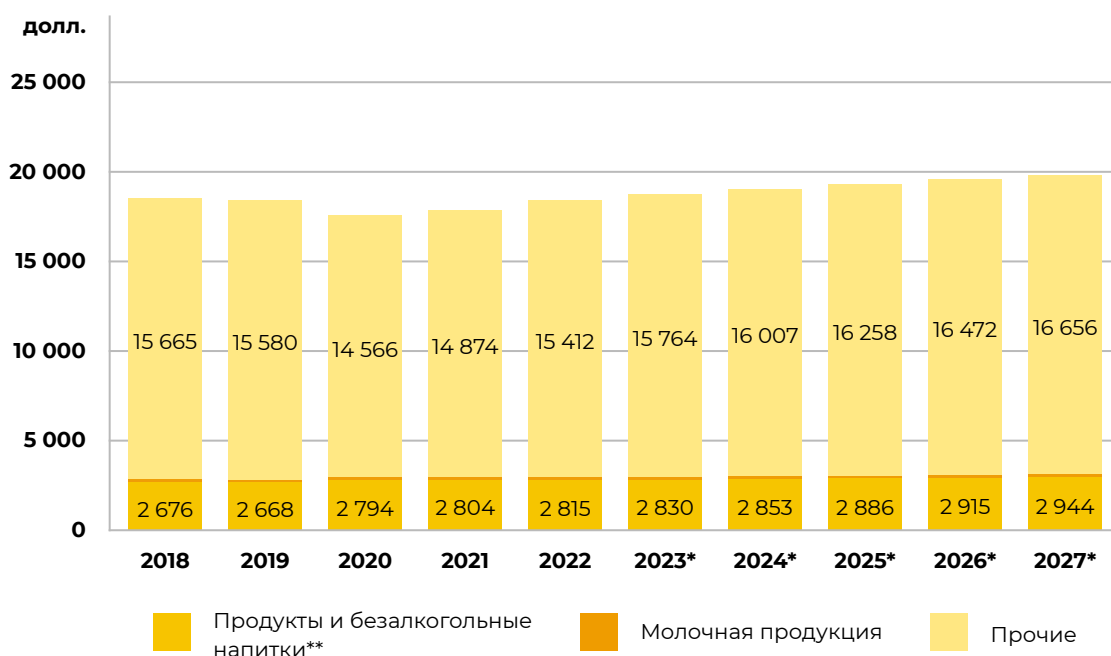
- денежно-кредитная политика Банка Японии изначально была направлена на стимулирование потребителей к крупным покупкам, однако склонность к сбережению, проявившаяся в результате пандемии COVID-19, привела к обратному результату. Увеличение расходов в основном обеспечивается за счет эффекта отложенного спроса;
- ценовой фактор является доминирующим при принятии решения о покупке, особенно в случае крупных приобретений, такие как машины и недвижимость. Однако и в продовольственном сегменте стремление к экономии побуждает часть потребителей готовить еду в домашних условиях и не тратить сбережения на походы в рестораны;
- в продовольственном секторе все больше появляются товары здорового питания, рассчитанные на одного человека, а розничные магазины совершенствуют планировку и дизайн с целью повысить доступность торговых точек для людей с ограниченными возможностями, в частности увеличивая размер шрифта на ценниках;
- старшее поколение японцев гораздо более консервативное к появлению новой продукции на рынке в отличие от молодежи. При этом, все потребители уделяют особое внимание безопасности продукции, стране ее происхождения и составу, а также крайне избирательны в брендах;
- для японцев большую роль играет сезонность продукции;
- значительное влияние на потребительский рынок Японии оказывает приверженность молодежи к социальным сетям, через которые они следят за международными трендами, при этом адаптируя их под местные обычаи;
- в Японии один из самых ярко выраженных культов внешности в мире, что побуждает потребителей максимально следить за своим внешним видом, и как следствие активно заниматься спортом, следовать диетам и выбирать полезную и сбалансированную пищу. Данный тренд дает преимущества товарам со знаками «есо», «органика», а дополнительным преимуществом для продвижения продукции на рынке будет указание полезных свойств продукта, как например «омолаживающий эффект», либо «детокс».



## Расходы на конечное потребление

В 2022 г. расходы на конечное потребление продуктов питания и безалкогольных напитков в Японии незначительно увеличились на 0,4% и составили 2 815 долл. США на душу населения в год. Доля расходов на молочную продукцию в общих расходах на продукты питания и безалкогольные напитки составляет чуть более 6% (177 долл. США/чел в год). Ожидается что ежегодные расходы населения Вьетнама на продукты питания и напитки к 2027 г. достигнут 2 944 долл. США, в то время как расходы на молочную продукцию увеличатся до 186 долл. США на душу населения в год.

Рис. 9. Расходы на конечное потребление в Японии на душу населения в постоянных ценах 2022 г., 2018–2027 гг., долл. США



Источник: Euromonitor International (платформа Passport)

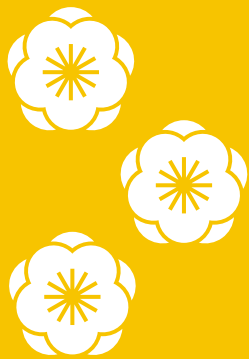
Примечание. \*прогноз, \*\*без учета расходов на молочную продукцию.



# Обзор рынка

---





Содержание

---

## **2.1.**

Объем и динамика рынка

## **2.3.**

Торгово-распределительная сеть

## **2.2.**

Потребительские предпочтения

## **2.4.**

Конкурентная среда  
и участники рынка

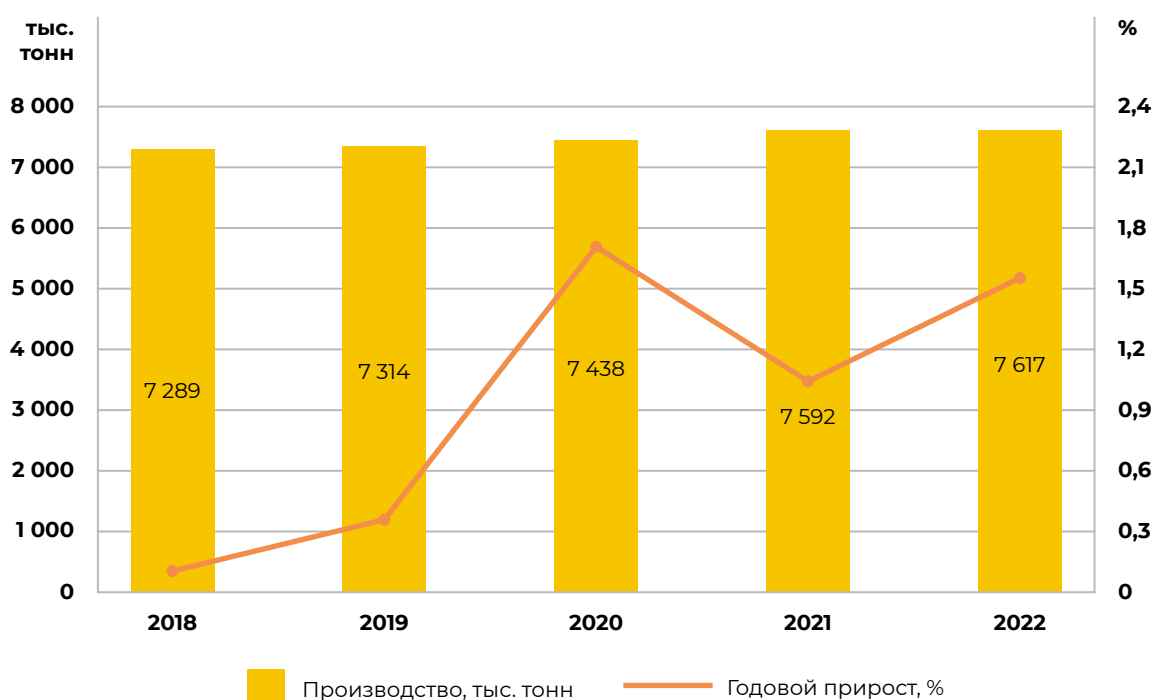
## 2.1. Объем и динамика рынка

### Производство сырого молока

В 2022 г. объем производства сырого молока в Японии составил 7,62 млн тонн, увеличившись по отношению к прошлому году на 1,5%. За 2018–2022 гг. производство сырого молока в Японии демонстрировало положительные ежегодные темпы роста на уровне 1,1%. Несмотря на положительные темпы роста производства сырого молока в 2022 г. практически в течении всего года в стране наблюдался высокий уровень производственных затрат, возникших в результате нехватки кормов для животных и повышения уровня цен на них. Также избыток предложения сырого молока в стране в 2022 г. привел к тому, что ряд крупных МТФ ушли из отрасли.

Согласно данным Министерства сельского хозяйства, лесных угодий и рыбного промысла Японии количество производителей молочной продукции по всей стране в 2022 г. сократилось на 4,3% в годовом исчислении до 13,3 тыс. штук.

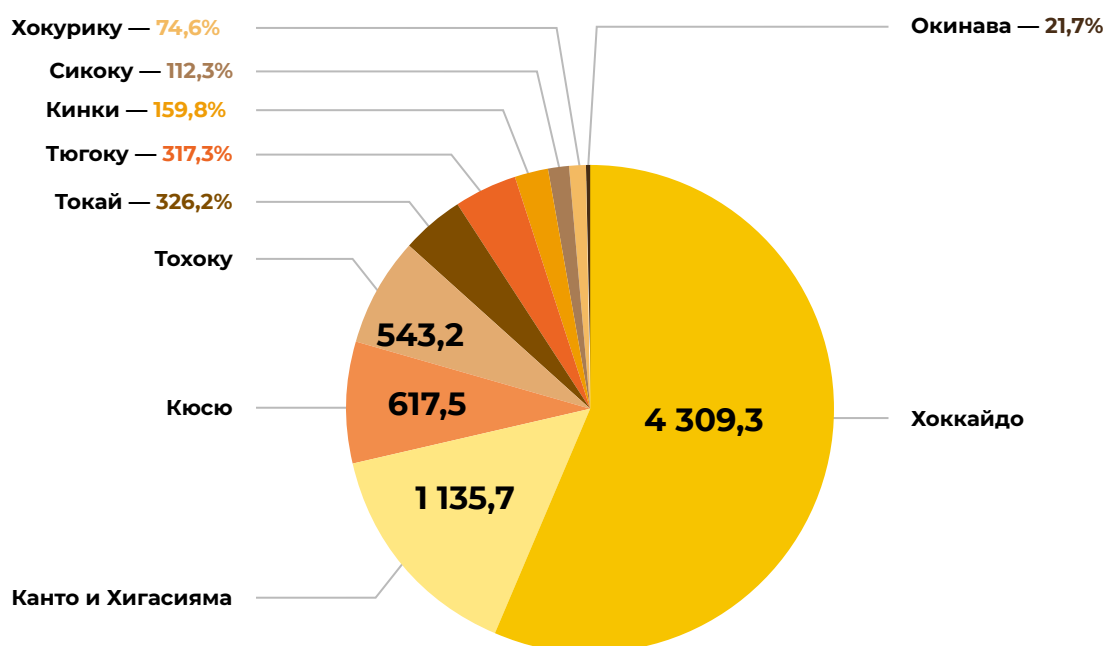
Рис. 10. Объемы производства сырого молока в Японии, 2018–2022 гг., тыс. тонн.



Источник: MAFF

На Хоккайдо — крупнейшую и самую северную префектуру Японии ежегодно приходится около 56% производства сырого молока с общим числом производителей более 5,5 тыс. штук. В 2022 г. в Хоккайдо было произведено 4 309,3 тыс. тонн сырого молока. Второе место в структуре производства сырого молока в Японии занимают Канто и Хигасияма (1 135,7 тыс. тонн) на которые приходится 14,9%. Далее следуют Кюсю (8,1% или 617,5 тыс. тонн), Тохоку (7,1% или 543,2 тыс. тонн), Токай (4,3% или 326,2 тыс. тонн) и Тюгоку (4,2% или 317,3 тыс. тонн). Доля оставшихся регионов в структуре производства сырого молока Японии в 2022 г. составила 4,8% (368,4 тыс. тонн).

Рис. 11. Структура производства сырого молока в Японии по регионам, 2022 г., тыс. тонн



Источник: MAFF

## Производство молочной продукции

Несмотря на рост и значительные объемы производства молочной продукции в Японии в последние годы, страна по-прежнему остается нетто импортером данной категории продуктов. Примечательно что за последние четыре года, на фоне роста внутреннего производства отдельных категорий молочной продукции, таких как сухое молоко и сливочное масло Япония сократила объемы импорта молочной продукции на 14,9% с 446,4 тыс. тонн в 2019 г. до 379,9 тыс. тонн в 2022 г.



В 2022 г. в стране было произведено 3 149 тыс. тонн питьевого молока, что является самым низким показателем с 2018 г., порядка 152 тыс. тонн сыров, около 196 тыс. тонн сухого молока (в том числе 158 тыс. тонн СОМ, 28 тыс. тонн сухих детских молочных смесей и порядка 10 тыс. тонн СЦМ), 120 тыс. тонн сливок, 75 тыс. тонн масла сливочного и 35 тыс. тонн концентрированного молока.

Табл. 3. Производство молочной продукции в Японии, 2018–2022 гг., тыс. тонн

	2018	2019	2020	2021	2022
Питьевое молоко	3 154	3 159	3 195	3 197	3 149
Сыры	153	153	155	157	152
Сухое молоко	168	168	176	190	196
<i>в том числе: СОМ</i>	<i>130</i>	<i>130</i>	<i>140</i>	<i>155</i>	<i>158</i>
<i>Сухие детские молочные смеси</i>	<i>28</i>	<i>28</i>	<i>28</i>	<i>26</i>	<i>28</i>
<i>СЦМ</i>	<i>10</i>	<i>10</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>
Сливки	116	116	110	120	120
Масло сливочное	65	65	71	73	75
Концентрированное молоко	37	37	33	34	35

*Источник: MAFF, Japan Dairy Association*

*Примечание. Без пересчета в молочный эквивалент.*

## Производство сыров

Объемы внутреннего производства готовых к употреблению сыров и ингредиентов для производства плавленых сыров из собственного молока в Японии сравнительно небольшие, — порядка 40-44 тыс. тонн. В 2022 г. в Японии было произведено 23,0 тыс. тонн готовых к употреблению натуральных сыров и порядка 21,1 тыс. тонн ингредиентов для производства плавленых сыров.

Рис. 12. Производство сыров из собственного молока в Японии, 2018–2022 гг., тыс. тонн

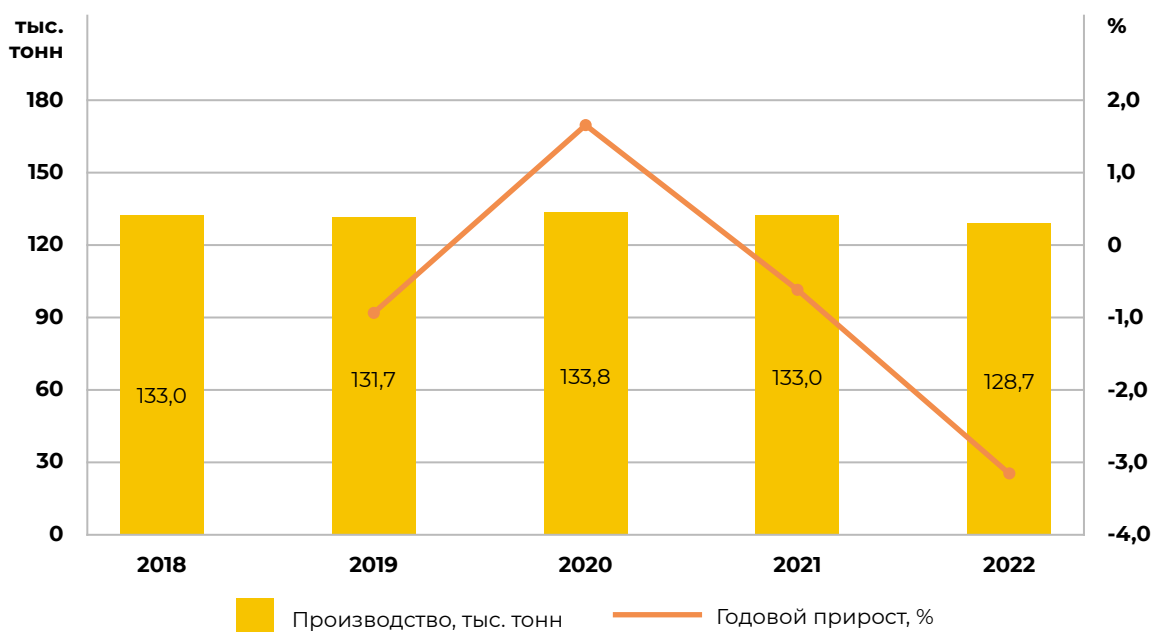


Источник: MAFF, Japan Dairy Association

Как и в большинстве стран мира, стремясь увеличить добавленную стоимость, большую часть плавяных сыров японские молочные компании производят внутри страны, импортируя ингредиенты для их производства. В 2022 г. в стране произведено 128,7 тыс. тонн плавяных сыров из собственного (16%) и импортного сырья (84%).



Рис. 13. Производство плавяных сыров из собственного и импортного сырья в Японии, 2018–2022 гг., тыс. тонн

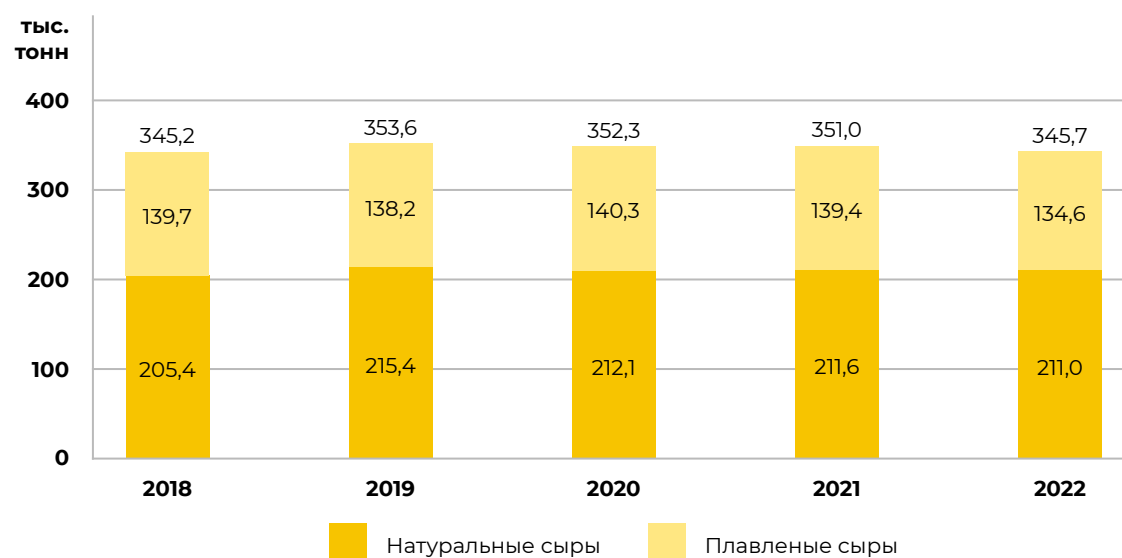


Источник: MAFF, Japan Dairy Association

## Потребление сыров

Потребление сыров в Японии в 2022 г. оценивается в 345,7 тыс. тонн — уровень 2018 г. Основной объем потребления (61,1%) приходится на натуральные сыры, которые практически в полном объеме импортируются, на плавяные сыры приходится порядка 38,9% от общего потребления сыров в стране.

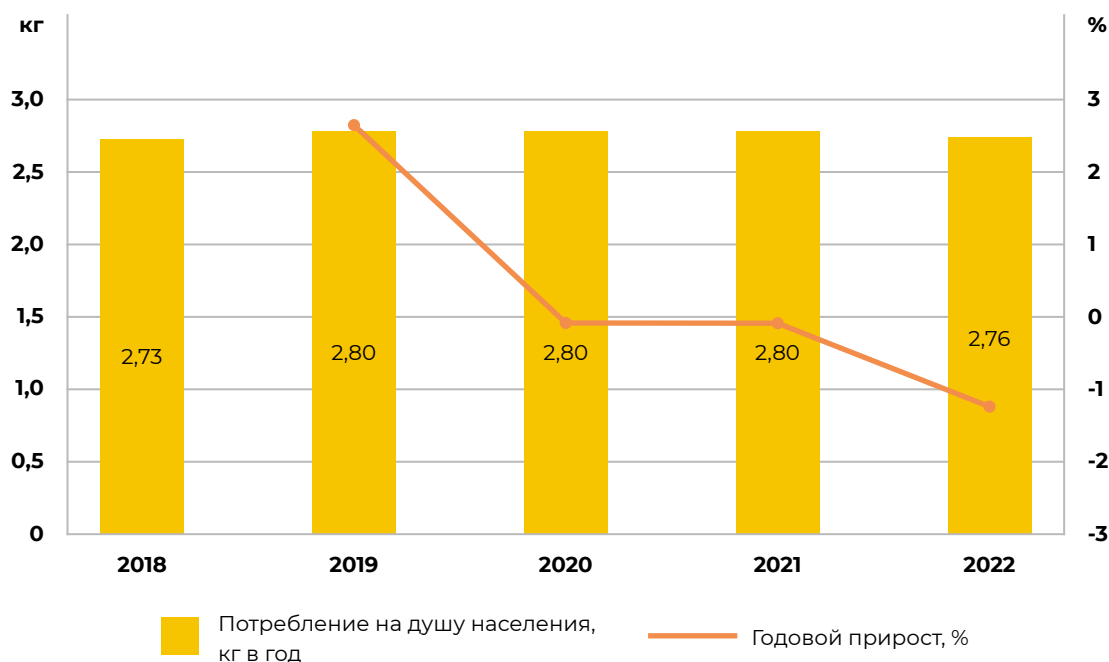
Рис. 14. Потребление сыров в Японии, 2018–2022 гг., тыс. тонн



Источник: MAFF, Japan Dairy Association, e-Stat

Потребление сыров на душу населения в Японии в 2022 г. незначительно снизилось (на 1,3%) и составило 2,76 кг на душу населения. Тремя годами ранее объем потребления сыров на душу населения в Японии находился на уровне 2,80 кг/чел.

Рис. 15. Потребление сыров в Японии на душу населения, 2018-2022 гг., кг/год



Источник: MAFF, Japan Dairy Association, e-Stat

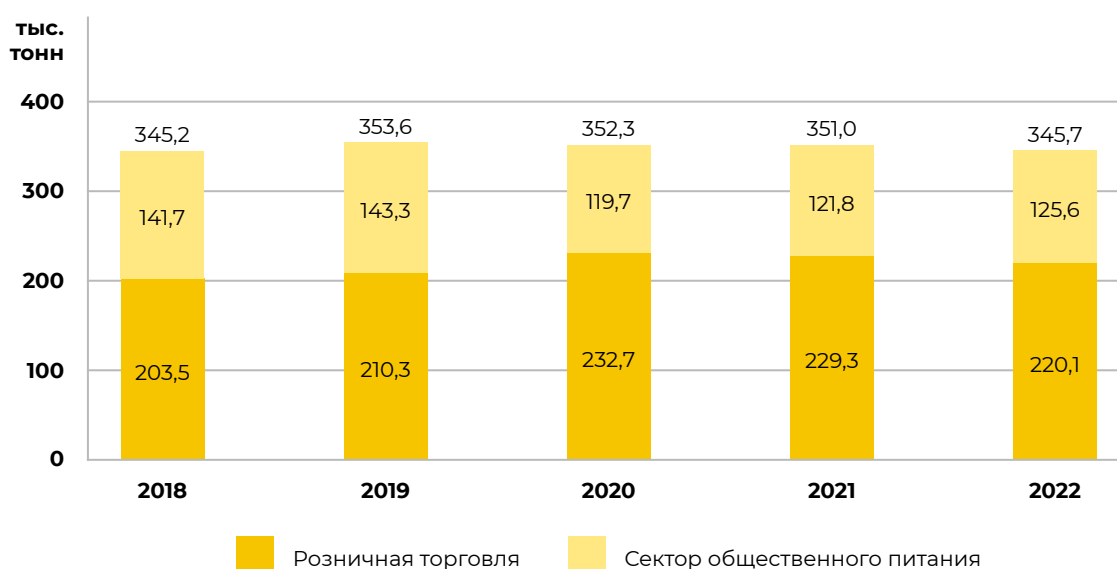
В структуре потребления сыров Японии в 2018–2022 гг. основным каналом реализации являлись розничные торговые сети на долю продаж которых в 2022 г. пришлось 63,7% (220,1 тыс. тонн) всех продаж сыров. Доля продаж сыров в секторе общественного питания в 2022 г. составила 36,3% (125,6 тыс. тонн). Несмотря на постепенное восстановление сектора общественного питания после снижения объемов продаж в пандемийный период, в целом за 2018–2020 гг. доля продаж сыров в секторе общественного питания сократилась на 4,7 п.п.

Несмотря на снижение объема продаж сыров в розничных каналах реализации в 2022 г. на 4,0%, вызванное увеличением розничных цен реализации на большинство видов сыров в среднесрочной перспективе ожидается что продажи сыров в данном канале восстановятся и к 2027 г. достигнут 243,9 тыс. тонн.

Поддержку росту продаж сыров в розничных каналах реализации в первую очередь окажет более широкое использование сыра в домашних условиях. Несмотря на то, что японский рынок сыров относительно стран Запада развит слабо, из-за активного развития западной кухни в стране японские потребители все чаще включают сыр в свой рацион, а производители в свою очередь проводят новые маркетинговые кампании, направленные на различные варианты употребления сыра на дому.

Старение населения также будет выступать положительным фактором в пользу роста потребления сыра в части здорового питания. Япония является одной из самых быстро стареющих стран мира, где около трети населения старше 65 лет.

Рис. 16. Структура потребления сыров в Японии по каналам реализации, 2018–2022 гг., тыс. тонн



Источник: EMIS, Euromonitor International

Около 65,6% розничных продаж в натуральном выражении в 2022 г. приходилось на плавленые сыры, оставшаяся часть продаж (34,3%) пришлась на натуральные сыры.

Категория натуральных сыров в 2018–2022 гг. демонстрировала наиболее высокие темпы роста в натуральном выражении (5,7% в год). Столь значительные темпы прироста натуральных сыров за рассматриваемый период объясняются увеличением потребления твердых упакованных сыров с 46,3 тыс. тонн в 2018 г. до 58,8 тыс. тонн в 2022 г.

Мягкие сыры в период 2018–2022 гг. являлись второй самой быстрорастущей категорией со среднегодовым темпом роста в размере 4,9% по объему. Продажи плавленых сыров демонстрировали наименьшие среднегодовые темпы роста продаж (0,3% в натуральном выражении).

Самыми продаваемыми видами твердых сыров в Японии в 2022 г. были сыр Чеддер и Гауда. Среди мягких сыров наибольший объем продаж приходился на Камамбер и Моцарелла.

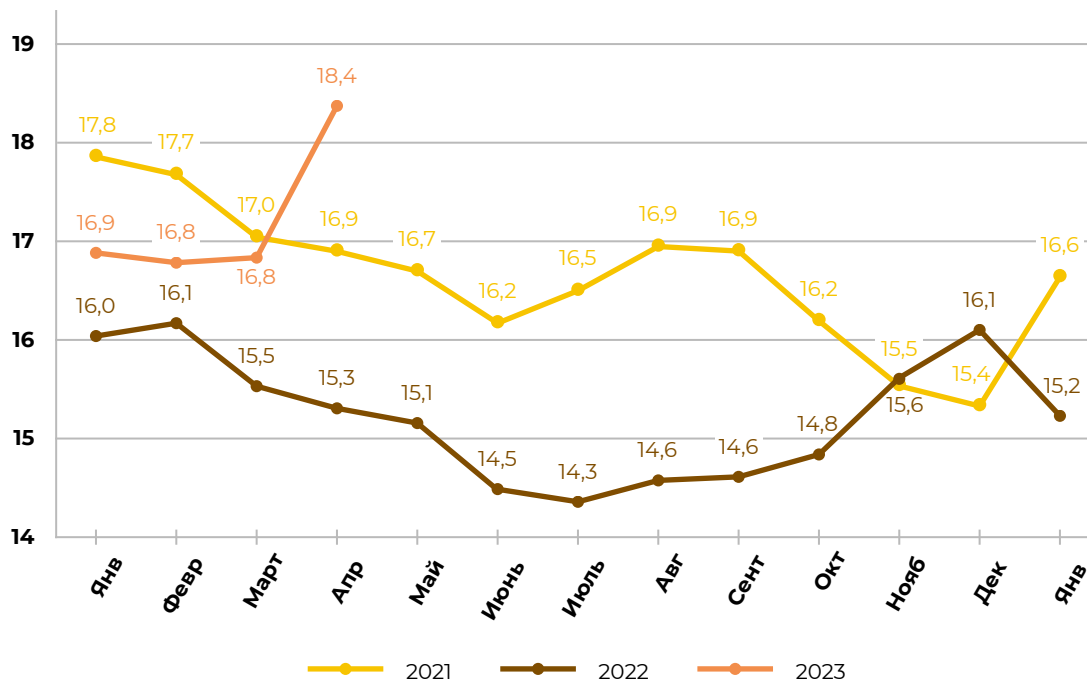
Табл. 4. Структура розничных продаж сыров в Японии по видам, 2018–2022 гг., тыс. тонн

Категории	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Плавленые сыры</b>	<b>142,7</b>	<b>146,4</b>	<b>156,5</b>	<b>152,3</b>	<b>144,3</b>
<i>Пастообразные сыры</i>	10,9	10,9	12,4	12,1	11,6
<i>Крем-чиз и прочие плавленые</i>	131,8	135,5	144,1	140,2	132,7
<b>Натуральные сыры</b>	<b>60,8</b>	<b>63,9</b>	<b>76,2</b>	<b>76,9</b>	<b>75,8</b>
<b>Твердые сыры</b>	<b>47,4</b>	<b>51,0</b>	<b>61,6</b>	<b>61,6</b>	<b>59,8</b>
упакованные сыры	46,3	49,8	60,4	60,4	58,8
неупакованные сыры	1,1	1,1	1,2	1,2	1,0
<b>Мягкие сыры</b>	<b>10,4</b>	<b>10,3</b>	<b>11,8</b>	<b>12,3</b>	<b>12,6</b>
<b>Всего сыров</b>	<b>203,5</b>	<b>210,3</b>	<b>232,7</b>	<b>229,3</b>	<b>220,1</b>

Источник: EMIS, Euromonitor International

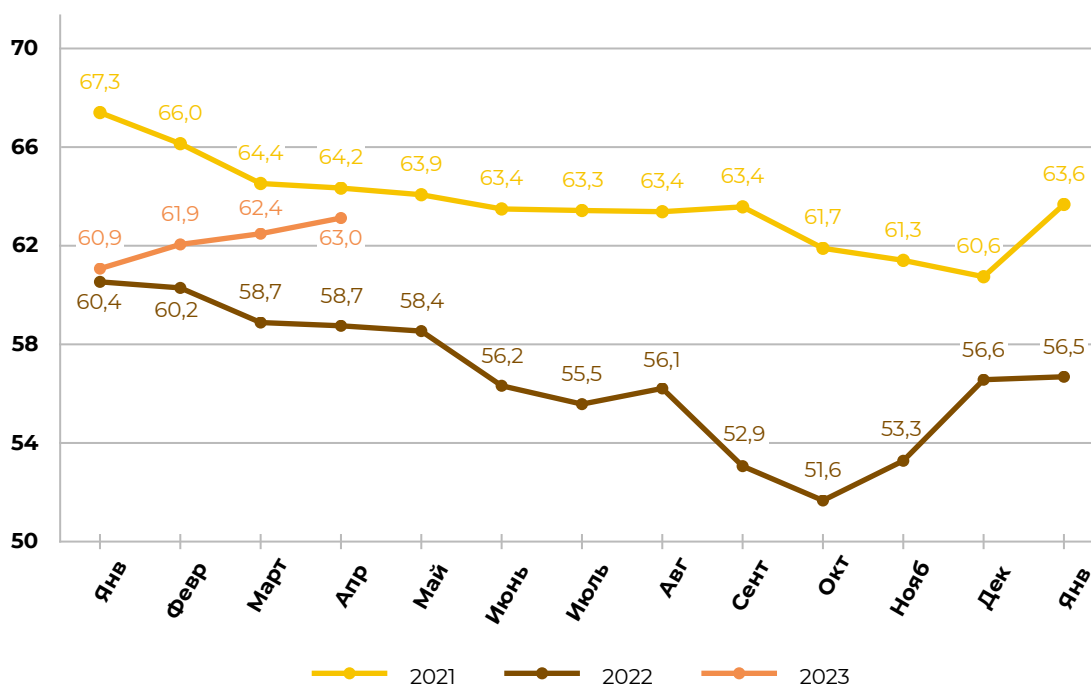
## Ценовая конъюнктура рынка

Рис. 17. Динамика цен на плавленые сыры в Японии, 2020–2023 гг., долл. США/кг



Источник: *jpmarket-conditions*

Рис. 18. Динамика цен на мягкие сыры в Японии, 2020–2023 гг., долл. США/кг



Источник: *jpmarket-conditions*



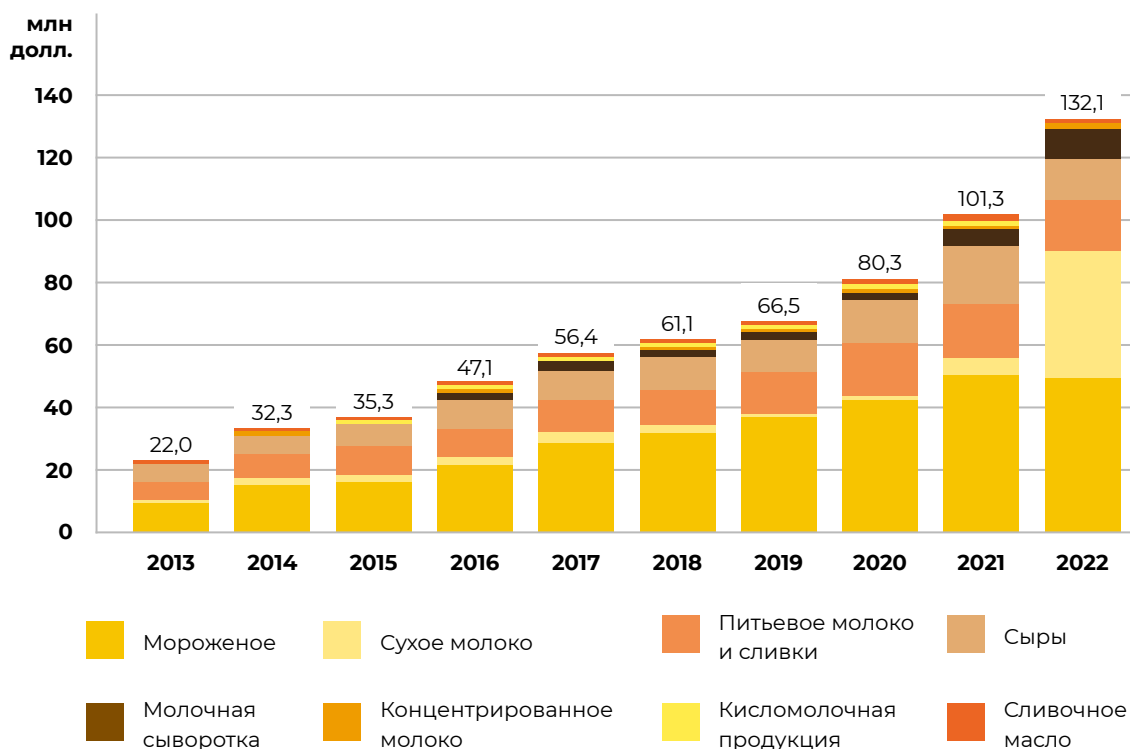
## Экспорт и импорт

### Экспорт

Ввиду высокой зависимости от импорта молочных ингредиентов (в том числе ингредиентов для производства плавленых сыров) Япония не осуществляет поставки значительных объемов молочной продукции в третьи страны. Согласно данным ITC TradeMap в 2022 г. страна экспортировала на внешние рынки молочной продукции на сумму 132,1 млн долл. США. При этом совокупный среднегодовой темп роста экспорта молочной продукции из Японии в 2013–2022 гг. находился на уровне 22,0%.

В структуре экспорта молочной продукции из Японии в стоимостном выражении ежегодно преобладают поставки мороженого, питьевого молока и сыров. В 2022 г. Япония также нарастила более чем в 8 раз (на 36,2 млн долл. США) поставки сухого молока в Сингапур, Малайзию и на Филиппины. При этом доля поставок сыров в общем объеме экспорта молочной продукции Японии по-прежнему была незначительна, в 2022 г. она составила порядка 10,8%.

Рис. 19. Экспорт молочной продукции Японии в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0401–0406, 2105.

В 2013–2022 гг. Япония ежегодно экспортировала от 0,3 до 1,4 тыс. тонн сыров (4,8–18,4 млн долл. США). В 2022 г. на внешние рынки было поставлено 1,1 тыс. тонн сыров на сумму 14,3 млн долл. США, при этом основной объем экспортируемой продукции — более 50%, как в натуральном, так и в стоимостном выражениях приходился на поставки плавленых сыров. Основными импортерами сыров из Японии на протяжении всего 2013–2022 гг. оставались Тайвань, Гонконг, Таиланд и Сингапур.

Рис. 20. Экспорт сыров Японии в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.

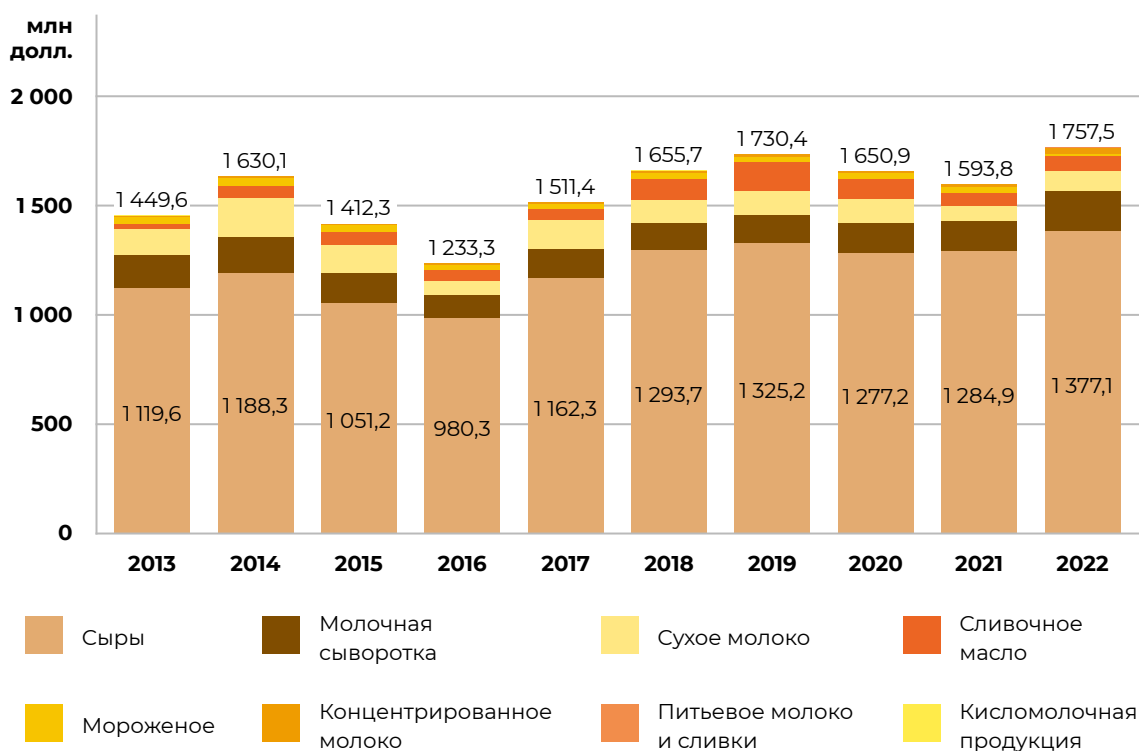
## Импорт

Общий объем импорта молочной продукции Японии в 2022 г. составил 1 757,5 млн долл. США. Согласно данным ITC Trade Map, Япония входит в Топ-10 крупнейших импортеров молочной продукции<sup>4</sup> в 2022 г. в стоимостном выражении.

В структуре японского импорта молочной продукции наибольшую долю в 2022 г. занимали поставки сыров — 78,4%, далее следуют поставки молочной сыворотки (10,6%), сухого молока (5,1%) и сливочного масла (3,9%). Доля поставок мороженого, концентрированного молока, питьевого молока и сливок, а также кисломолочной продукции по итогам 2022 г. составила менее 2,5%.

<sup>4</sup>С учетом агрегированных данных по импорту молочной продукции стран Европейского Союза (ЕС 27)

Рис. 21. Импорт молочной продукции Японии в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

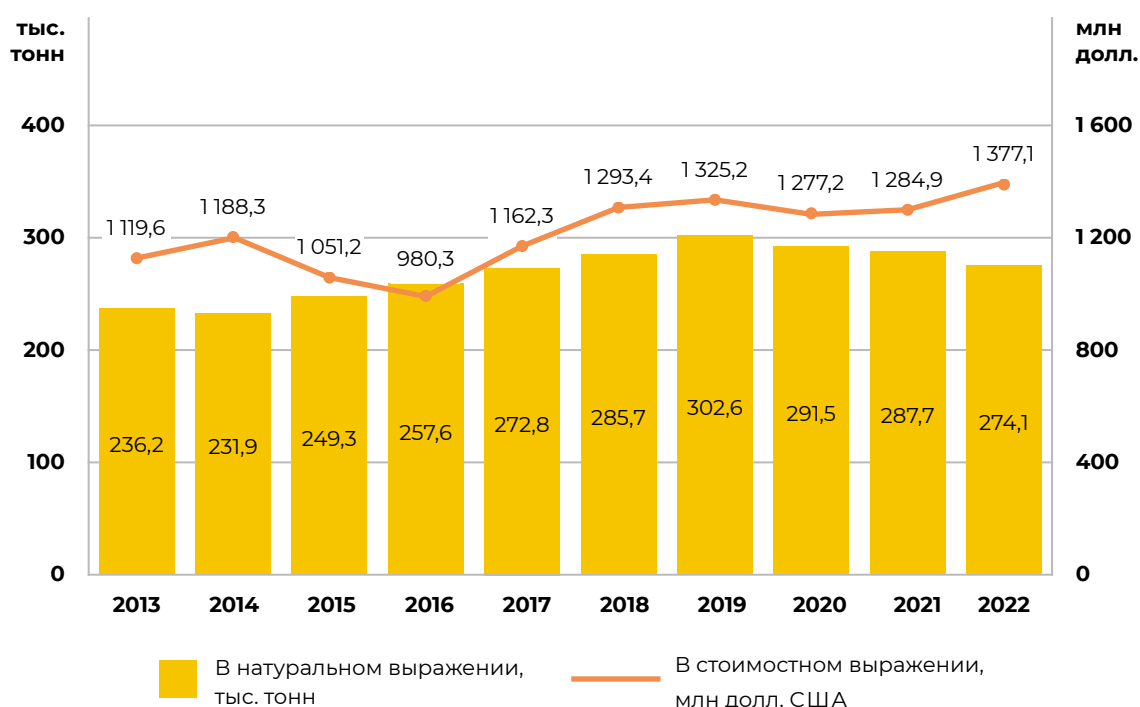
Примечание. Коды ТН ВЭД 0401–0406, 2105.

Основной и наиболее динамично растущей категорией молочной продукции в импорте Японии на протяжении всего рассматриваемого периода остаются сыры, которые в 2013–2022 гг. демонстрировали ежегодные темпы увеличения поставок на 2,3% в год. Молочная сыворотка, занимающая второе место в импорте молочной продукции Японии в стоимостном выражении, демонстрировала более высокие ежегодные темпы роста — на уровне 2,7% в год.

Максимальные темпы роста среди всей импортируемой молочной продукции наблюдались в поставках сливочного масла (13,3% в год). При этом отрицательные темпы роста импорта в 2013–2022 гг. были зафиксированы в поставках сухого молока (-3,2% в год), мороженого (-1,6% в год) и концентрированного молока (-1,1% в год). Данная тенденция по сокращению импортных поставок в первую очередь была обусловлена увеличением внутреннего производства данных видов молочной продукции на фоне значительно большего предложения сырого молока к переработке. Так, к примеру производство сухого молока в Японии в 2022 г. увеличилось на 2,5%, в том числе СОМ на 2,0% и СЦМ на 11,4%.

Япония является одним из крупнейших в мире импортеров сыров в 2022 г.: 7 место по импорту в натуральном выражении и 9 место в стоимостном выражении, по данным ITC Trade Map. В 2022 г. импорт сыров Японии в натуральном выражении снизился на 4,7% по отношению к 2021 г., при этом продемонстрировал рост на 7,2% в стоимостном. На динамику импорта данной продукции в натуральном выражении повлияло снижение поставок практически всех видов сыров, за исключением голубых сыров, объемы импорта которых в натуральном выражении по итогам 2022 г. увеличились на 3,0%.

Рис. 22. Импорт сыров Японии в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.

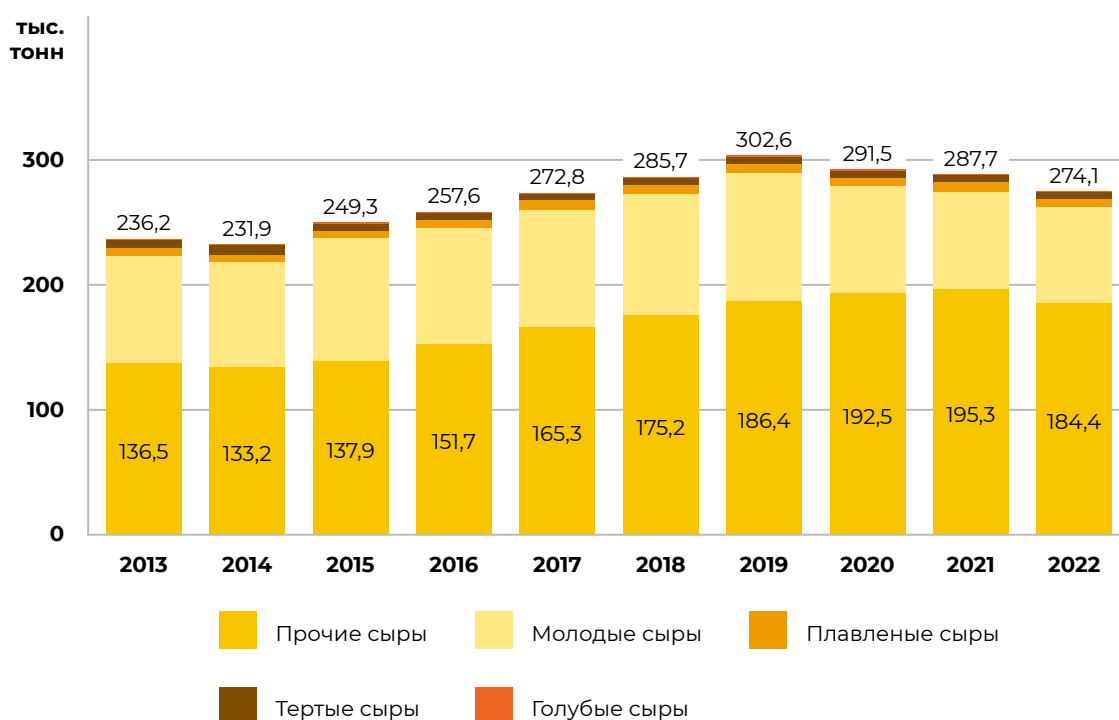


Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.

В 2022 г. в структуре импорта сыров Японии в натуральном выражении наибольшую долю в поставках занимали прочие сыры — 67,3% (184,4 тыс. тонн). При этом общие среднегодовые темпы роста натуральных показателей импорта прочих сыров Японии в 2013–2022 гг. демонстрировали положительную динамику и составили 1,7% в год. Второе место в структуре импорта сыров Японии занимают поставки молодых сыров, которых в 2022 г. было импортировано 77,0 тыс. тонн на сумму 366,4 млн долл. США. Важно, что за 2013–2022 г. среднегодовые темпы роста импорта молодых сыров Японии ежегодно снижались на 1,2% в натуральном выражении. На долю плавленых и тертых сыров в натуральном выражении по итогам 2022 г. пришлось по 2,4% и 1,9% соответственно. Доля импорта голубых сыров в 2022 г. составила 0,4%.

Рис. 23. Структура импорта сыров Японии в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн



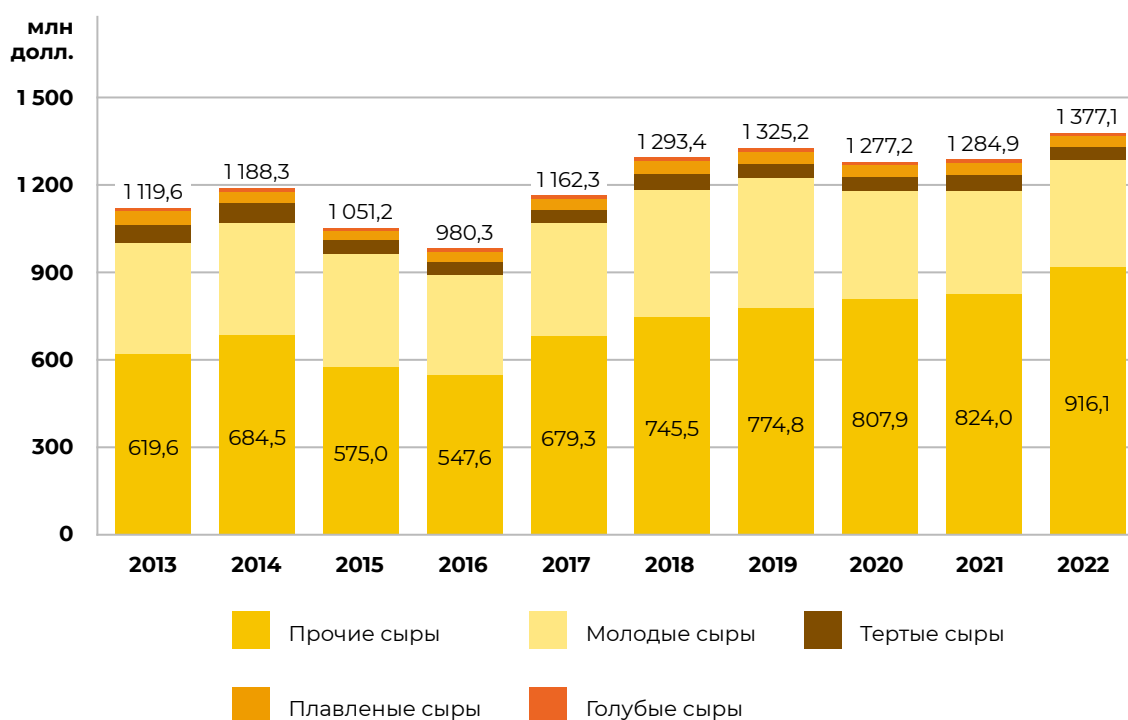
Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0406.

В стоимостной структуре импорта сыров Японии наблюдается аналогичная ситуация. В 2022 г. на долю поставок прочих сыров пришлось 66,5% японского импорта. Доля поставок молодых, тертых, плавленых и голубых сыров по итогам 2022 г. составила 26,6%, 3,5%, 2,5% и 0,9% соответственно. При этом, положительные среднегодовые темпы роста импорта сыров Японии в 2013–2022 гг. отмечались только в поставках прочих (4,4% в год) и голубых (0,1%) сыров.



Рис. 24. Структура импорта сыров Японии в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0406.

Ключевыми поставщиками сыров в Японию являются Новая Зеландия, Австралия, США и страны Европейского союза — совокупная доля этих стран в стоимостном импорте сыров Японии в 2022 г. составила около 98% как в натуральном, так и в стоимостном выражениях. С 2015 г. большинство стран ЕС активно наращивали свои поставки сыров на рынок Японии, вытесняя прежде всего поставки из США, поэтому бенефициаром роста потребления сыров в Японии до последнего времени были именно страны ЕС (объемы поставок из Австралии и Новой Зеландии растут не так значительно). Однако в 2022 г. доля импортных сыров из стран Европейского Союза на рынке Японии сократилась на 3,4 п.п. в натуральном выражении и на 2,9 п.п. в стоимостном, в то время как Новая Зеландия, США и Австралия напротив увеличили свою долю присутствия на рынке на 1,1 п.п., 1,8 п.п., и 0,2 п.п. в натуральном выражении и на 1,4 п.п., 0,7 п.п. и 0,5 п.п. соответственно в стоимостном.

Из топ-10 стран-экспортеров европейские страны лидируют по поставкам в категориях плавленные, тертые сыры и сыры с плесенью. Большая часть импорта плавленных сыров из стран ЕС приходится на Францию (более 97% в натуральном и стоимостном выражениях). Основную часть поставок тертых сыров обеспечивают поставки из США, Дании и Италия. Сыры с голубой плесенью в основном поставлялись из Италии, Дании и Франции.

Австралия и Новая Зеландия поставляют по большей части прочие сыры (69,4 тыс. тонн на сумму 340,5 млн долл. США) и молодые сыры (49,5 тыс. тонн на сумму 207,5 млн долл. США). Австралия традиционно поставляла твердые сыры, но в последние 10 лет основным драйвером роста была моцарелла. Новая Зеландия поставляет в Японию чеддер, моцареллу и сливочный сыр.

Основная часть поставок сыров из США в Японию — это прочие сыры, молодые сыры, а также тертые сыры. В 2022 г. США обеспечила 14,7% поставок прочих сыров, 16,5% поставок молодых сыров, а также 37,5% всех тертых сыров в Японию в натуральном выражении. В стоимостном выражении доля поставок данных видов сыров из США составила 13,9%, 18,1% и 51,2% соответственно.

В Японии достаточно высокий уровень импортных таможенных пошлин, при этом большая часть основных поставщиков сыров на рынок Японии поставляют свою продукцию в рамках заключенных торговых соглашений по преференциальным таможенным ставкам. Так, в конце 2019 г. — начале 2020 г. между Японией и США было заключено торговое соглашение, в рамках которого были установлены преференциальные тарифные ставки для экспорта практически всех видов сыров. Основные конкуренты США на японском рынке, включая Австралию, Канаду, Новую Зеландию и ЕС, также экспортируют молочную продукцию по сниженным тарифным ставкам в рамках Всеобъемлющего и прогрессивного соглашения о Транстихоокеанском партнерстве (СРТРР) и Соглашения об экономическом партнерстве между Японией и ЕС. Средняя цена импорта прочих сыров Японии в 2022 г. составила 4 968 долл.





Табл. 5. Импорт сыров Японии по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

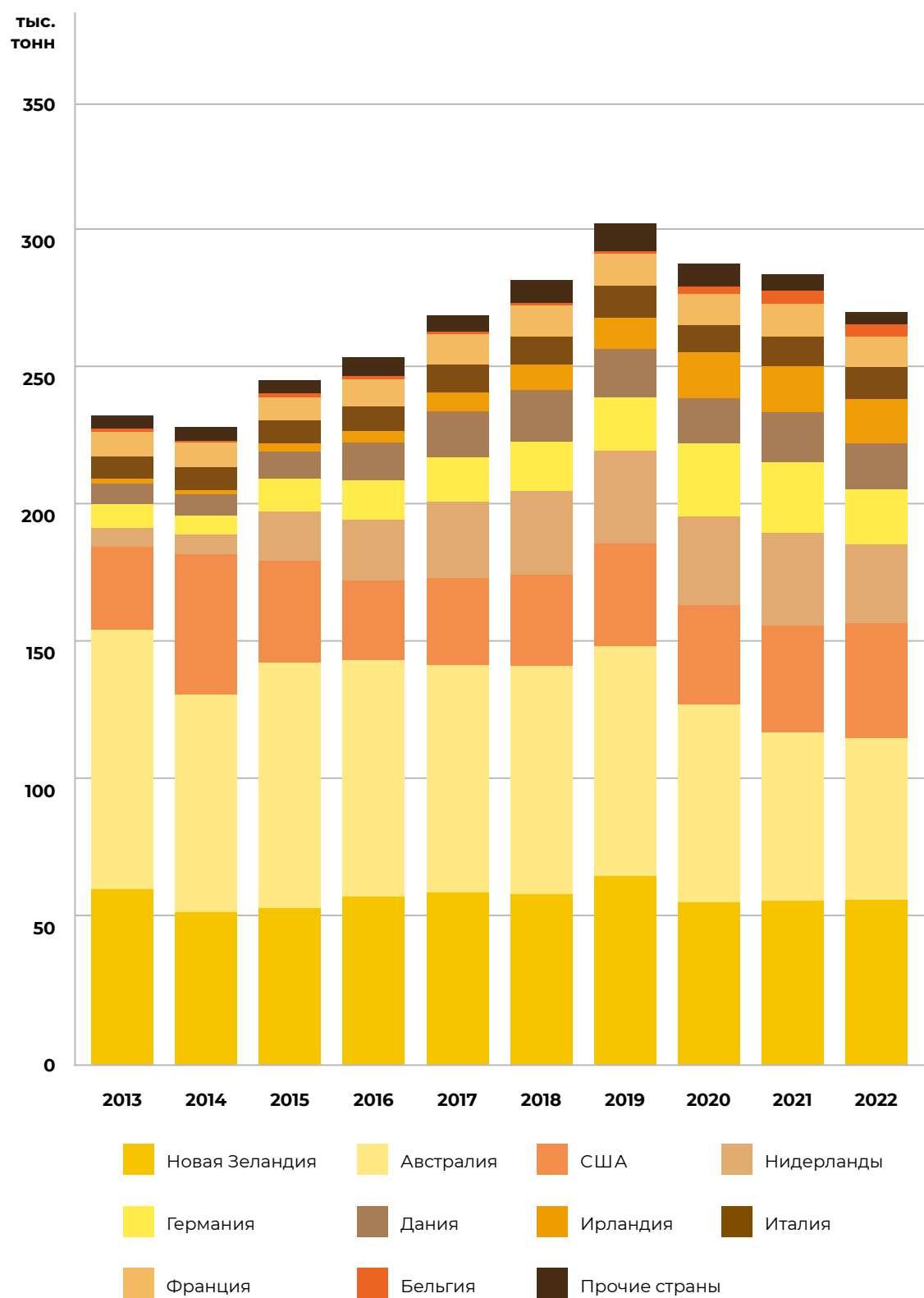
№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля, 2022 г., %
1	Новая Зеландия	63,9	55,5	57,1	61,3	62,6	62,2	67,8	59,1	59,9	60,0	21,9
2	Австралия	94,4	79,4	89,4	86,0	83,0	83,0	82,9	72,0	61,2	59,0	21,5
3	США	30,3	51,0	37,0	28,9	31,6	33,3	36,6	36,4	38,7	41,8	15,2
4	Нидерланды	6,8	7,0	17,7	22,2	27,6	30,2	33,5	32,2	34,0	28,6	10,4
5	Германия	8,6	6,9	12,0	14,3	16,2	18,2	19,1	26,3	25,5	20,2	7,4
6	Дания	7,7	7,9	10,0	13,8	16,8	18,6	17,4	16,7	18,2	16,7	6,1
7	Ирландия	1,6	1,5	2,9	4,1	6,8	9,5	11,4	16,7	16,9	16,0	5,8
8	Италия	8,1	8,3	8,4	9,0	10,3	10,1	11,4	9,7	10,5	11,8	4,3
9	Франция	9,1	8,9	8,6	10,0	10,9	11,3	11,5	11,4	12,1	10,9	4,0
10	Бельгия	0,9	0,7	1,4	1,1	1,0	0,7	0,8	2,8	4,8	4,5	1,6
	Прочие страны	4,8	5,0	4,6	6,9	5,9	8,6	10,1	8,3	5,8	4,6	1,7
	<b>Итого</b>	<b>236,2</b>	<b>231,9</b>	<b>249,3</b>	<b>257,6</b>	<b>272,8</b>	<b>285,7</b>	<b>302,6</b>	<b>291,5</b>	<b>287,7</b>	<b>274,1</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.



Рис. 25. Импорт сыров Японии по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.

Табл. 6. Импорт сыров Японии по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

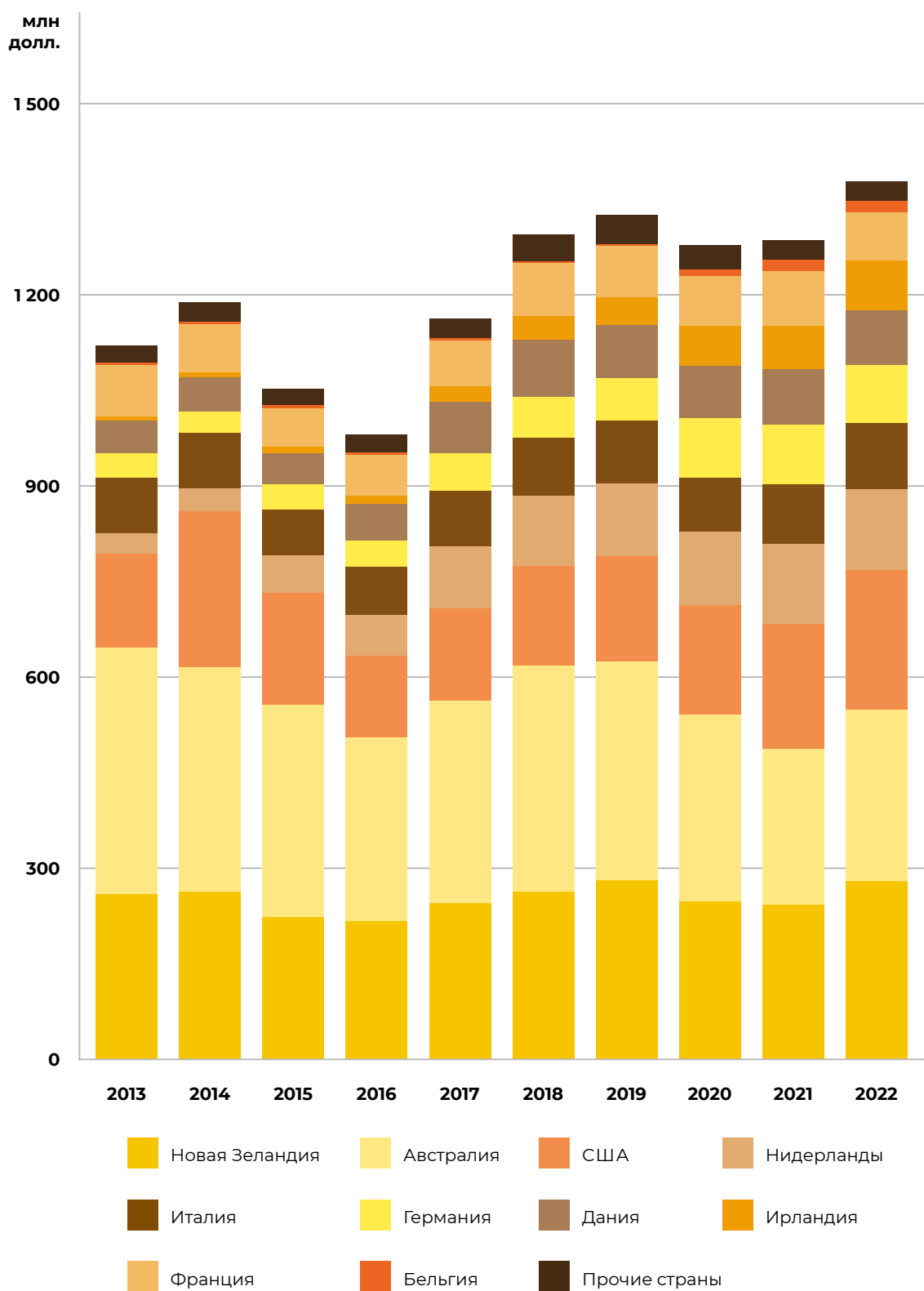
№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля, 2022 г., %
1	Новая Зеландия	257,9	261,7	222,3	215,7	244,7	262,4	280,5	246,6	241,1	278,2	20,2
2	Австралия	388,1	353,4	333,4	289,3	317,1	355,0	343,5	294,0	245,9	270,3	19,6
3	США	146,7	244,7	176,3	127,0	145,2	155,8	164,8	171,9	194,9	218,7	15,9
4	Нидерланды	32,7	34,9	58,1	65,3	97,5	110,3	115,0	114,6	125,8	126,5	9,2
5	Италия	86,7	88,0	72,3	74,7	86,8	91,1	97,9	85,8	93,8	104,8	7,6
6	Германия	38,0	33,1	39,7	41,3	59,4	64,9	67,1	93,4	94,4	90,6	6,6
7	Дания	51,4	54,4	47,9	58,1	80,2	88,8	83,1	81,0	86,8	85,4	6,2
8	Ирландия	6,9	7,5	11,2	12,9	25,1	37,3	44,0	63,3	67,5	79,2	5,7
9	Франция	80,4	75,5	59,8	63,7	71,3	83,9	80,3	78,0	86,4	75,1	5,5
10	Бельгия	3,9	3,6	5,4	4,0	4,4	2,7	3,1	10,4	17,3	18,1	1,3
	Прочие страны	26,9	31,5	24,8	28,3	30,4	41,2	45,8	38,2	31,1	30,1	2,2
	<b>Итого</b>	<b>1 119,6</b>	<b>1 188,3</b>	<b>1 051,2</b>	<b>980,3</b>	<b>1 162,3</b>	<b>1 293,4</b>	<b>1 325,2</b>	<b>1 277,2</b>	<b>1 284,9</b>	<b>1 377,1</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.



Рис. 26. Импорт сыров Японии по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 0406.

США за тонну продукции. По отношению к 2021 г. средняя цена импорта данного вида сыров увеличилась на 17,8%. Наиболее дорогие поставки осуществлялись из Италии и Франции по цене в 2,3 раза выше средней импортной цены прочих сыров Японии. Самые дешевые прочие сыры поставлялись из Нидерландов, Германии, а также из США.

Табл. 7. Средняя импортная цена прочих сыров Японии по странам, 2013–2022 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены, 2022 г., %
<b>Средняя цена</b>	<b>4 539</b>	<b>5 137</b>	<b>4 171</b>	<b>3 609</b>	<b>4 109</b>	<b>4 255</b>	<b>4 156</b>	<b>4 198</b>	<b>4 218</b>	<b>4 968</b>	—
Италия	11 036	11 348	9 108	8 884	9 667	10 889	11 049	11 259	12 212	11 597	в 2,3 раза
Франция	13 397	13 878	11 173	11 049	11 375	12 063	11 086	11 650	11 647	11 350	в 2,3 раза
Австралия	4 151	4 979	4 039	3 425	3 859	4 144	4 206	4 332	4 202	5 148	3,6
Ирландия	4 246	5 159	3 915	3 149	3 678	3 933	3 848	3 801	3 987	4 944	-0,5
Новая Зеландия	4 082	4 920	4 009	3 551	3 938	4 207	4 161	4 282	4 096	4 786	-3,7
Дания	5 208	5 488	3 647	3 321	4 272	4 158	4 141	4 285	4 138	4 734	-4,7
США	4 084	4 365	4 191	3 505	3 919	3 939	3 827	4 025	4 125	4 698	-5,4
Германия	4 291	4 724	3 232	2 824	3 665	3 498	3 451	3 522	3 652	4 433	-10,8
Нидерланды	4 738	4 918	3 251	2 914	3 522	3 638	3 426	3 549	3 676	4 413	-11,2
Бельгия	—	—	—	—	—	13 000	3 421	3 523	3 566	3 869	-22,1

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 040690.

Средняя цена импорта молодых сыров Японии в 2022 г. составила 4 757 долл. США за тонну продукции. По отношению к 2021 г. средняя импортная цена молодых сыров увеличилась на 5,7%. Наиболее дорогие поставки осуществлялись из Италии, Бельгии и Швейцарии. Самые дешевые молодые сыры поставлялись из Новой Зеландии и Австралии.

Табл. 8. Средняя импортная цена молодых сыров Японии по странам, 2013–2022 гг.,  
долл. США/тонна

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены, 2022 г., %
<b>Средняя цена</b>	<b>4 431</b>	<b>4 559</b>	<b>3 892</b>	<b>3 668</b>	<b>4 117</b>	<b>4 520</b>	<b>4 351</b>	<b>4 322</b>	<b>4 499</b>	<b>4 757</b>	—
Италия	9 880	9 625	7 899	7 555	7 482	7 867	7 292	7 499	7 590	7 553	в 1,6 раз
Бельгия	4 381	5 073	3 808	3 707	4 271	3 809	4 086	4 663	4 450	6 959	46,3
Швейцария	8 818	10 188	8 667	11 333	8 000	6 422	5 961	5 811	7 450	5 489	15,4
США	4 381	4 528	4 357	4 106	4 265	4 293	4 314	4 829	5 280	5 241	10,2
Дания	6 502	6 563	5 231	4 058	4 292	4 552	4 547	4 388	4 928	4 882	2,6
Германия	4 685	4 927	3 435	3 010	3 640	3 741	3 848	4 280	4 511	4 803	1,0
Франция	7 609	7 191	6 098	5 326	4 715	4 959	4 688	4 741	4 782	4 752	-0,1
Аргентина	4 046	4 756	3 398	2 922	3 838	3 707	3 642	3 495	3 564	4 572	-3,9
Австралия	4 059	4 079	3 569	3 313	3 787	4 355	4 102	3 924	3 889	4 232	-11,0
Новая Зеландия	3 899	4 132	3 559	3 422	3 819	4 246	4 069	3 813	3 752	4 087	-14,1

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 040610.

Средняя цена импорта плавленых сыров Японии в 2022 г. составила 5 255 долл. США за тонну продукции. По отношению к 2021 г. средняя импортная цена плавленых сыров продемонстрировала снижение на 6,1%. Наиболее дорогие поставки осуществлялись из США, Китая и Австралии, в то время как самые дешевые плавленые сыры поставлялись из Польши и Новой Зеландии.

Табл. 9. Средняя импортная цена плавленых сыров Японии по странам, 2013–2022 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены, 2022 г., %
<b>Средняя цена</b>	<b>7 095</b>	<b>6 493</b>	<b>4 998</b>	<b>4 749</b>	<b>4 996</b>	<b>6 050</b>	<b>5 676</b>	<b>5 504</b>	<b>5 598</b>	<b>5 255</b>	—
Италия	12 810	13 313	13 500	14 889	15 700	24 200	23 000	16 778	22 600	27 000	в 5,1 раза
Германия	15 333	13 429	10 000	13 000	12 000	13 143	15 000	13 750	13 333	12 800	в 2,4 раза
Франция	7 384	6 590	4 911	4 682	4 942	6 021	5 656	5 489	5 591	5 234	-0,4
США	9 000	13 000	12 333	12 500	—	—	—	15 000	—	7 222	37,4
Китай	—	—	—	—	—	—	—	10 000	7 000	6 833	30,0
Австрия	6 393	6 833	5 333	—	—	5 250	5 462	6 500	6 833	6 500	23,7
Нидерланды	7 695	7 503	6 277	5 861	6 042	6 561	5 725	5 760	6 224	5 787	10,1
Новая Зеландия	4 234	4 615	3 682	—	—	—	—	—	—	4 714	-10,3
Польша	8 333	8 111	6 857	7 000	4 810	4 837	4 595	4 748	4 882	4 593	-12,6

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 040630.

Средняя цена импорта тертых сыров Японии в 2022 г. составила 9 364 долл. США за тонну продукции. По отношению к 2021 г. средняя цена закупки тертых сыров продемонстрировала снижение на 3,1%. Наиболее дорогие поставки осуществлялись из США и Австралии. Самые дешевые тертые сыры поставлялись из Дании, Италии и Бельгии.





Табл. 10. Средняя импортная цена тертых сыров Японии по странам, 2013–2022 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены, 2022 г., %
<b>Средняя цена</b>	<b>9 342</b>	<b>8 993</b>	<b>8 706</b>	<b>9 195</b>	<b>9 515</b>	<b>9 824</b>	<b>9 293</b>	<b>8 985</b>	<b>9 663</b>	<b>9 364</b>	—
США	13 230	13 243	12 881	12 352	13 512	12 845	11 808	10 776	12 228	12 799	36,7
Австралия	4 758	4 844	4 150	4 782	10 187	10 200	9 040	8 667	9 762	9 712	3,7
Нидерланды	15 444	15 000	10 900	11 000	10 143	11 000	10 667	12 577	9 541	9 045	-3,4
Италия	13 207	13 217	9 226	8 642	8 748	8 680	8 279	8 850	8 889	8 335	-11,0
Бельгия	8 667	9 167	7 667	7 778	7 667	8 333	8 000	8 000	7 917	7 727	-17,5
Дания	8 297	8 733	6 809	6 984	6 777	7 290	7 367	7 374	7 403	6 863	-26,7

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 040620.



Табл. 11. Основные страны — экспортеры сыров на рынок Японии в 2022 г.

№	Экспортер	Доля в импорте в натуральном выражении, %	Общая характеристика
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ЕС</li> <li>• Нидерланды</li> <li>• Италия</li> <li>• Германия</li> <li>• Дания</li> <li>• Ирландия</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 42,5%</li> <li>• 21,6%</li> <li>• 17,9%</li> <li>• 15,5%</li> <li>• 14,6%</li> <li>• 13,5%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Производство сыров в странах Европейского союза в 2022 г. продемонстрировало незначительное снижение (на 0,2%), преимущественно из-за снижения производства сырого молока, увеличения производства сливочного масла и снижения экспортного спроса на сыры. В 2022 г. в странах ЕС произвели 10,38 млн тонн сыров, против 10,40 млн тонн годом ранее.</li> <li>• Около 13% производства сыров ЕС ежегодно экспортируется в Великобританию, США и Японию.</li> <li>• Основу поставок сыров из стран ЕС в Японию в 2022 г. составляли прочие сыры (75,3%), молодые (14,7%) и плавленые сыры (5,8%).</li> <li>• С 2019 г. между ЕС и Японией действует соглашение об экономическом партнерстве, в рамках которого молочные продукты из ЕС поставляются по преференциальным таможенным ставкам. С 1 апреля 2023 г. импортные ввозные пошлины для молодых и плавленых сыров из ЕС отменены, при этом сохраняется ежегодное постепенное снижение уровня ввозных таможенных пошлин на твердые сыры (Чеддер, Гауда, Эдам) с 1 апреля 2023 г. на уровне 18,6% до 0% в апреле 2033 г.<sup>5</sup></li> </ul>
2	Новая Зеландия	20,2%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ежегодно в Новой Зеландии производится более 350 тыс. тонн сыров. В 2022 г. в стране было произведено 375 тыс. тонн сыров, при этом практически все объемы произведенных сыров в стране отправляются на экспорт. С учетом ежегодных переходящих запасов в более чем 60 тыс. тонн в стране потребляется около 40 тыс. тонн сыров.</li> <li>• В 2022 г. Новая Зеландия отправила на экспорт 356,4 тыс. тонн сыров на сумму 1 687,4 млн долл. США, большая часть поставок которых традиционно приходилась на Китай и Японию.</li> <li>• В структуре новозеландского экспорта сыров в Японию в 2022 г. доминируют поставки прочих сыров (80,9%), также страна осуществляет экспорт молодых сыров (19,1%).</li> <li>• В рамках Всеобъемлющего и прогрессивного соглашения о Транстихоокеанском партнерстве (СРТПП) с 2018 г. Новая Зеландия осуществляет поставки сыров в Японию по преференциальным таможенным ставкам</li> </ul>

<sup>5</sup> <https://www.eu-japan.eu/sites/default/files/dairy-factsheet.pdf>

Продолжение табл. 11.

№	Экспортер	Доля в импорте в натуральном выражении, %	Общая характеристика
3	Австралия	19,6%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Объем производства сыров в Австралии также как и в Новой Зеландии ежегодно превышает 350 тыс. тонн. В 2022 г. в Австралии было произведено порядка 408 тыс. тонн сыров (+11,3% к 2021 г.).</li> <li>• В 2022 г. Австралия поставила на внешние рынки 155,6 тыс. тонн сыров на сумму 758,0 млн долл. США, при этом Япония являлась ключевым импортером данной продукции в структуре австралийского экспорта (~40%).</li> <li>• Основными видами сыров поставляемых я японский рынок из Австралии являются молодые (57,1%) и прочие сыры (42,7%).</li> <li>• В рамках Всеобъемлющего и прогрессивного соглашения о Транстихоокеанском партнерстве (СРТПП) с 2018 г. Австралия осуществляет поставки сыров в Японию по преференциальным таможенным ставкам</li> </ul>
4	США	15,9%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• США являются мировым лидером по производству сыров. Производство сыров в США в 2022 г. увеличилось на 2,2% и составило 6,4 млн тонн.</li> <li>• В 2022 г. объемы экспорта сыров из США увеличился более чем на 12% в натуральном выражении и на 27% в стоимостном. Основными странами-импортерами продукции из штатов являлись Мексика, Республика Корея, Япония, Австралия и Канада.</li> <li>• Основу поставок сыров из США в Японию в 2022 г. составляли прочие сыры (58,4%), молодые (30,4%) и тертые сыры (11,2%). Япония является крупным импортером твердых сыров из США, таких как сыр чеддер</li> </ul>

## 2.2 Потребительские предпочтения

### Особенности и тенденции в потреблении сыров

Япония — одна из первых стран, где зарождался тренд на здоровый образ жизни и полезное питание, поскольку, как и в Южной Корее, внешнему виду и здоровью уделяется повышенное внимание. Многие международные и местные производители сыров активно используют этот фактор для развития своего бизнеса, проводя различные маркетинговые кампании, повышающие осведомленность о пользе молочных продуктов питания, в том числе и по сырам. Так, в СМИ все чаще появляются сообщения о пользе сыров для здоровья, как например, о способности голубого сыра омолаживать кровеносные сосуды. Многие компании также адаптируют свою продукцию под привычные для японцев вкусы, например, появляются пастообразные сыры со вкусом водорослей нори, с васаби. С другой стороны, заведения общественного питания, наоборот, адаптируют предлагаемые блюда и больше добавляют сыры в такие блюда, как пельмени гёдза, супы по типу рамена.

Важным фактором, стимулирующим спрос на сыры, также является динамично развивающийся ресторанный сектор совместно с ростом спроса среди японцев на международные кухни, включая американские бургеры, итальянскую пасту, пиццу и салаты, где сыр является неотъемлемым ингредиентом. Дополнительным фактором спроса на сыр является развивающаяся потребность нетрадиционные для Японии спиртных напитков, таких как европейские вина, в качестве сопровождения к которым традиционно подаются сырные тарелки или сырные снеки.

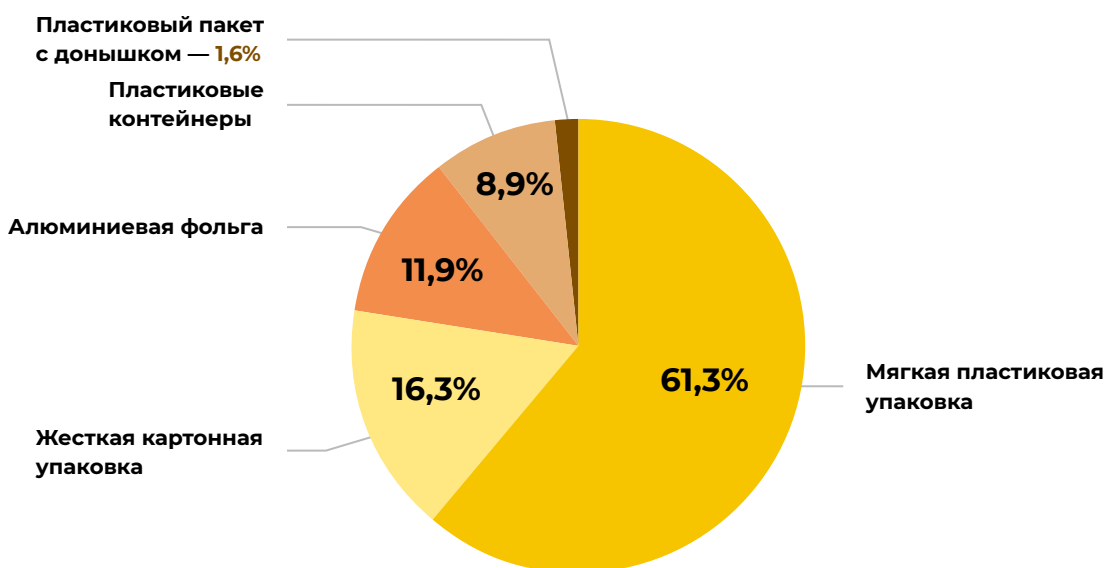
Потребление сыров на душу населения в Японии непрерывно растет. Так, еще в начале прошлого века оно было нулевым, в 1990 г. достигло 1,1 кг на человека в год, в 2009 г. составило 1,8 кг, а к 2022 г. увеличилось до 2,8 кг. Однако в последние годы наблюдалось незначительное снижение объемов потребления сыров: на 0,1% в 2020-2021 гг. и на 1,3% в 2022 г. Основными причинами замедления и снижения потребления сыров в стране являются влияние пандемии COVID-2019 в 2020-2021 гг. и рост розничных цен реализации в 2022 г. В 2022 г. практически все основные производители сыров, такие как Megmilk Snow Brand, Rokko Butter и Morinaga Milk Industry, повышали розничные цены на свою продукцию, чтобы компенсировать рост цен на импортное сырье и логистические затраты.

Японские потребители предпочитают мягкие и нежные, не слишком соленые сыры. В частности, популярны плавленые сыры, но также хорошо покупаются сыры гауда, камамбер, моцарелла и мягкий чеддер. Более плотные сыры менее популярны. Они присутствуют как правило в ограниченных торговых каналах и используются преимущественно для приготовления западных блюд. Потребителям не очень нравятся сыры из овечьего или козьего молока, такие как фета, из-за своеобразного вкуса этого вида молока.

Нишевые сыры также получают все большее признание, поскольку японцы постоянно ищут новые высококачественные продукты. За последние несколько лет открылось несколько магазинов для гурманов, включая специализированные магазины сыров крупных импортеров, таких как Nirron Mucella и Seikai. Часто эти магазины также предлагают вино и другие сопутствующие продукты или напитки.

Наиболее популярными типами упаковки сыров в Японии в 2022 г. являлись мягкая пластиковая упаковка и жесткая картонная упаковка, на долю которых приходилось 61,3% и 16,3% продаж сыров в натуральном выражении. На сыры в алюминиевой фольге приходилось 11,9% продаж. Наименее популярными типами упаковки являются пластиковые контейнеры, а также пластиковые пакеты с донышком, доля продаж которых составила 8,9% и 1,6% соответственно.

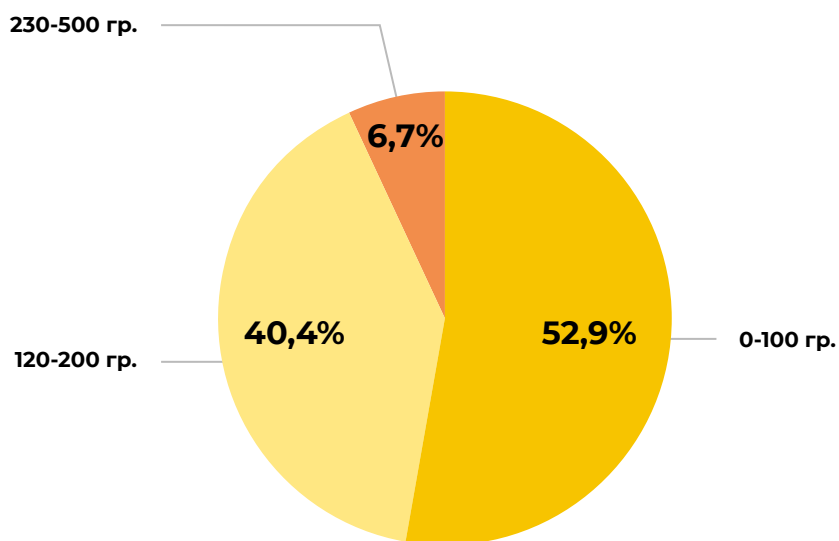
Рис. 27. Структура розничных продаж сыров в Японии по типу упаковки, 2022 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

В 2022 г. 52,9% продаж сыров в Японии пришлось на продукцию весом 0-100 гр. Наиболее популярной упаковкой был сыр в мягкой пластиковой упаковке и жесткой картонной упаковке весом 50, 60, 80 и 100 грамм. Вторым по популярности размером упаковки является сыр весом 120-200 гр., на долю которого пришлось 40,4% продаж. Около 6,7% продаж приходится на сыр в упаковке весом 230-500 гр.

Рис. 28. Структура розничных продаж сыров в Японии по размеру упаковки, 2022 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

## Товары-субституты

В последнее время несколько компаний в Японии начали производить веганский сыр — немолочный сыр на растительной основе, изготовленный в основном из сои. Некоторые из подобных продуктов имеют текстуру и вкус, похожие на вкус традиционных сыров — моцареллы, сливочного сыра и чеддера. В Японии наблюдается увеличение числа потребителей, которые не заинтересованы или не могут потреблять молоко / продукты животного происхождения. Последний фактор продолжает стимулировать производство альтернативных сыров.



## 2.3. Торгово-распределительная сеть

Торгово-распределительная система в Японии характеризуется сложностью структуры и организации взаимоотношений и высоким уровнем взаимозависимости между компаниями. За последние два десятилетия каналы дистрибуции подверглись существенной консолидации. Ввиду ограниченного пространства и высокой плотности городского населения преобладающими местами покупок для потребителей являются супермаркеты. Следовательно, розничные продавцы часто имеют в наличии небольшой запас продукции на складах, а оптовые компании вынуждены осуществлять более частую доставку продукции небольшими партиями, особенно молочной продукции.

Существующая в Японии торгово-распределительная система все еще испытывает влияние системы кэйрэцу — интегрированных бизнес-групп, сформированных вокруг банков и глобальных оптово-импортных торговых компаний, которые прочно укоренились в японской культуре ведения бизнеса. Несмотря на значительное ослабление системы кэйрэцу, выстроенные долгосрочные отношения с партнерами в различных отраслях, сеть связей и лояльность клиентов являются важными преимуществами таких организаций при работе на японском рынке. Каналы дистрибуции, контролируемые бизнес-группами, могут стать ограничивающим фактором для новых экспортеров в Японию.

### Оптовые каналы

Оптовые торговые компании в Японии имеют большее влияние, чем в любой другой стране, поскольку мелкие розничные торговцы 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 — хранение товаров по поручению магазинов;
- предоставление информации и поддержка розничной торговли.

Иностранным компаниям не рекомендуется предпринимать попытки продавать продукцию крупным японским оптовым компаниям и розничным сетям в силу особенностей японской культуры ведения бизнеса, в которой предпочтение отдается личным контактам, а также преобладают лояльность и обязательность в отношениях. Если у иностранной компании нет представительского офиса в Японии, японским оптовикам не будет интересно взаимодействовать с такой компанией напрямую. Поэтому экспортеры, как правило, будут вынуждены продавать свою продукцию крупным торговым компаниям.



**Mitsubishi Corporation** — 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, является наиболее важной сферой деятельности.

Сайт: [www.mitsubishicorp.com](http://www.mitsubishicorp.com)



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

Сайт: [www.mitsui.com](http://www.mitsui.com)



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. Занимается внутренней и международной 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.

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

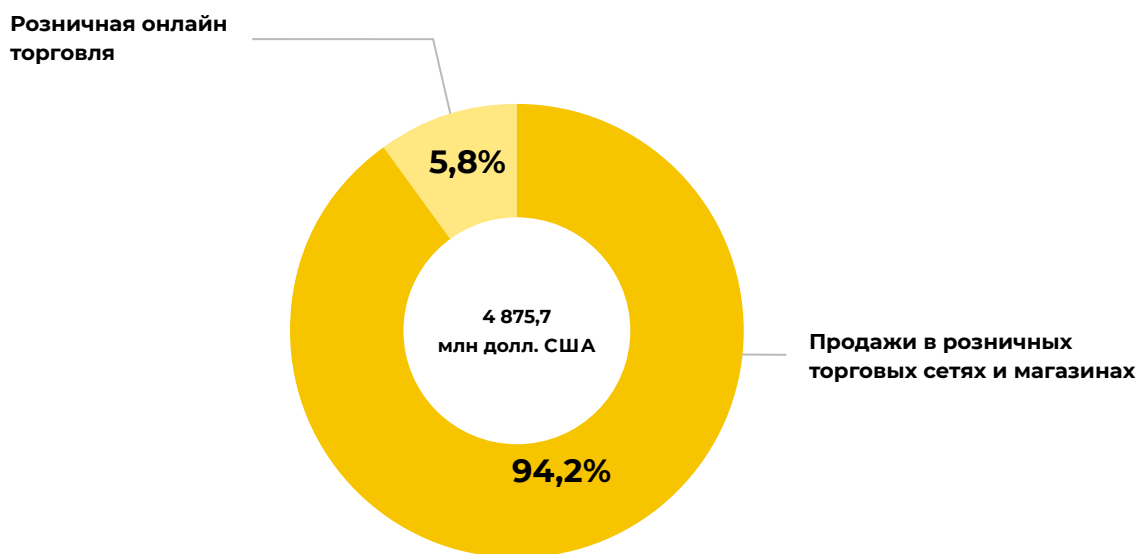
## Розничные каналы

На розничную торговлю в 2020 г. пришлось 68,9% реализации плавленых сыров и около 18,1% натуральных сыров на японском рынке в натуральном выражении. Под влиянием пандемии COVID-19 значимость канала HoReCa заметно снизилась, в результате чего доля розничных продаж сыров увеличилась на 9,7 п.п. к предыдущему году.



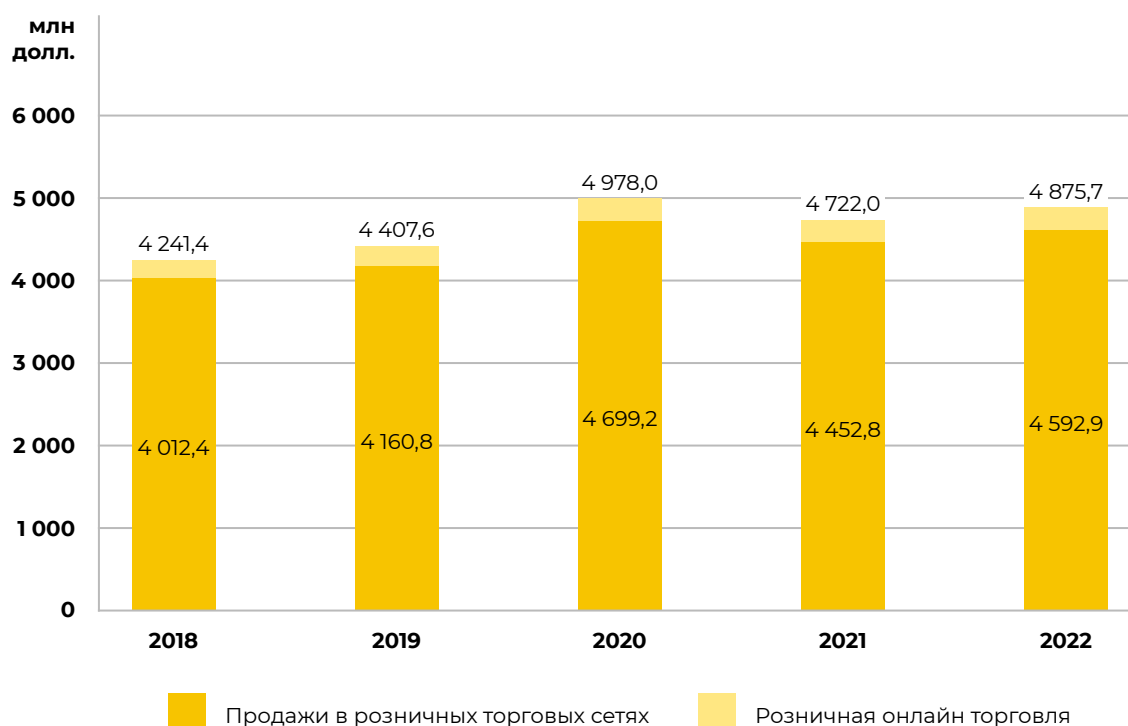
В структуре розничных продаж сыра в Японии практически весь объем приходится на реализацию в розничных торговых сетях и магазинах, доля которых в 2022 г. составила 94,2% от общего объема продаж продукции в стоимостном выражении или 4,6 млрд долл. США. Доля продаж, приходящаяся на розничную онлайн торговлю, продолжает оставаться низкой и в 2022 г. достигла 5,8% или 282,8 млн долл. США.

Рис. 29. Розничные каналы продажи сыров в Японии, 2022 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Рис. 30. Розничная торговля сырами в Японии, 2018-2022 гг., млн долл. США



Источник: EMIS, оценка Euromonitor International

Около 75% реализуемого в Японии сыра приходится на супермаркеты и гипермаркеты. В 2022 г. доля продаж продукции в супермаркетах составила 49,6% или 2 416,6 млн долл. США, а в гипермаркетах еще 25,3% или 1 233,2 млн долл. США. В 2018-2022 гг. наиболее популярным и стабильно растущим каналом реализации сыра в Японии продолжали оставаться супермаркеты, чья доля в продажах выросла к 2022 г. на 0,6 п.п. по сравнению с 2018 г., когда доля составляла 49,0%.

Также не менее 10,0% сыров в Японии в 2022 г. было реализовано через универмаги и 6,0% через круглосуточные магазины. При этом в 2018-2022 гг. доля обоих каналов продаж сокращалась. Оставшаяся часть сыра реализовывалась через канал электронной торговли и прочие розничные каналы продаж, на долю которых пришлось 5,8% и 3,3% от общего объема продаж в стоимостном выражении соответственно.

Рис. 31. Структура розничных каналов сбыта сыров в Японии, 2022 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

## Супермаркеты и гипермаркеты

Супермаркеты меньше по размеру, чем универсальные магазины, и больше специализируются на продуктах питания и предметах домашнего обихода. Также они несут более высокие расходы в связи с закупкой товаров, чем универсальные магазины. Супермаркеты всегда находятся в процессе оптимизации ассортимента, чтобы оставаться конкурентоспособными за счет диверсификации продуктов и услуг, развития частных брендов и глобальной логистической стратегии. Чтобы добиться эффекта масштаба, региональные супермаркеты через совместные торговые компании формируют альянсы с неконкурентными розничными торговыми организациями. Основными игроками на рынке супермаркетов в Японии являются AEON Group (11,5% от розничных продаж продуктов питания в супермаркетах), LIFE (4,4%) и Seven & I Holdings (4,1%).

Супермаркеты предоставляют значимый объем полочного пространства для хранения различных натуральных и плавленых сыров и имеют большой объем продаж из-за более широкого территориального охвата, но в целом предлагают сравнительно небольшой ассортимент сыров под предпочтения массового потребителя. Однако в последние годы супермаркеты начали открывать специализированные сырные отделы в своих магазинах в связи с растущим потребительским спросом. Специальные уголки в супермаркетах или универсальных магазинах, а также премиальные магазины сыров, созданные компаниями Nirron Mucella или Seikai, более приспособлены к ассортименту различных натуральных сыров, в том числе благодаря оптимальным условиям хранения и наличию продавцов, владеющих знаниями о различных видах сыров.

Сети гипермаркетов получили распространение в крупных городах Японии и предлагают потребителю широкий набор продуктов питания и других товаров повседневного спроса. В отличие от супермаркетов, как правило, цены в гипермаркетах ниже. Основным игроком в данном сегменте розничной торговли является компания AEON Group. В 2022 г. на продажи данной компании пришлось около 45% от продаж продуктов питания в гипермаркетах.

## Основные супермаркеты и гипермаркеты

### 1) AEON Retail

AEON Retail является крупнейшим ритейлером Азии и ведущим девелопером и оператором торговых центров Японии. Структура холдинга включает около 300 консолидированных дочерних компаний — от сети магазинов шаговой доступности Ministop и крупных сетей супермаркетов и гипермаркетов до торговых центров, аптек и специализированных магазинов Talbots. Ключевыми сетями являются непосредственно AEON Market, а также Kasumi и Maruetsu. Общее количество торговых объектов составляет более 625 магазинов.

Сайт: <https://www.aeon.info/>

### 2) Seven & I Holdings

Группа компаний, основанная в 2005 г. Главный офис расположен в Токио. Это одна из крупнейших торговых компаний, управляющая 28 тыс. торговыми точками в Японии и более чем 62 тыс. магазинов в других странах мира. Seven & I Holdings владеет тремя крупными сетями супермаркетов Ito-Yokado, York Benimaru и York Mart, а также несколькими региональными сетями на уровне префектур. Ежедневно в магазины Seven & I Holdings ходит около 22 млн японцев.

Сайт: <https://www.7andi.com/en/>

### 3) LIFE

Торговая сеть компании LIFE Corporation, занимающая третью позицию по объему продаж в сегменте супермаркетов. LIFE Corporation была основана в 1910 г., штаб-квартира расположена в Токио. Всего в Японии функционирует около 300 супермаркетов Life.

Сайт: <http://www.lifecorp.jp/>

Табл. 12. Ведущие сети супермаркетов, 2018-2022 гг., %

Наименование	Сайт	2018	2019	2020	2021	2022
AEON Group	<a href="https://www.aeon.info/y">https://www.aeon.info/y</a>	11,7	12,0	12,4	12,5	11,5
LIFE Corp	<a href="http://www.lifecorp.jp/">http://www.lifecorp.jp/</a>	4,1	4,3	4,3	4,3	4,4

Продолжение табл. 12.

Наименование	Сайт	2018	2019	2020	2021	2022
Seven & I Holdings Co	<a href="https://www.7andi.com/en/">https://www.7andi.com/en/</a>	3,1	3,1	3,4	3,4	4,1
Arcs Group Co	<a href="https://www.arcs-g.co.jp/">https://www.arcs-g.co.jp/</a>	3,0	1,9	1,9	1,9	2,7
Valor Co	<a href="https://valorholdings.co.jp/en/">https://valorholdings.co.jp/en/</a>	2,1	2,2	2,2	2,2	2,2
Izumi Co	<a href="https://www.izumi.co.jp/corp/">https://www.izumi.co.jp/corp/</a>	2,0	2,1	1,8	1,8	1,9
Heiwado Co	<a href="https://www.heiwado.jp/">https://www.heiwado.jp/</a>	1,9	1,9	1,9	1,9	1,8
Okuwa Co	<a href="http://www.okuwa.net/">http://www.okuwa.net/</a>	1,6	1,6	1,6	1,6	1,4
Tokyu Corp	<a href="https://english.tokyu-jp.com/">https://english.tokyu-jp.com/</a>	1,3	1,3	1,2	1,2	1,2
Pan Pacific International Holdings Corp	<a href="https://ppih.co.jp/en/">https://ppih.co.jp/en/</a>	—	1,2	1,2	1,3	1,0
Прочие компании		69,2	68,4	68,1	67,9	67,8
<b>Итого</b>		<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Источник: Euromonitor International

Табл. 13. Ведущие сети гипермаркетов, 2018-2022 гг., %

Наименование	Сайт	2018	2019	2020	2021	2022
AEON Group	<a href="https://www.aeon.info/y">https://www.aeon.info/y</a>	51,1	43,6	44,5	44,4	45,3
Seven & I Holdings Co Ltd	<a href="https://www.7andi.com/en/">https://www.7andi.com/en/</a>	13,8	11,1	10,1	10,1	10,1
Seiyu GK	<a href="https://www.seiyu.co.jp/">https://www.seiyu.co.jp/</a>	—	—	—	7,2	9,3
Pan Pacific International Holdings Corp	<a href="https://ppih.co.jp/en/">https://ppih.co.jp/en/</a>	—	4,8	5,4	5,8	5,3
Hankyu Hanshin Toho Group	<a href="http://surl.li/peykm">http://surl.li/peykm</a>	3,9	3,2	2,9	2,8	3,0
Walmart Inc		10,4	8,4	7,5	—	—
Прочие компании		14,2	28,9	29,6	29,7	27,1
<b>Итого</b>		<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Источник: Euromonitor International

## Универсальные магазины

Универсальные магазины в Японии предлагают японским покупателям такое удобство, как закупка разнообразных товаров в одном месте: продукты питания, одежда, предметы домашнего обихода, мебель и электротовары. Универсальные магазины находятся под управлением крупнейших национальных сетей, имеющих сотни торговых точек по всей стране. В основном они применяют принцип централизованной закупки и часто закупают иностранную продукцию через японские торговые компании. На 7 ведущих сетей, принадлежащих четырем крупным компаниям, приходится 50,1% объема продаж.

## Основные универсамы

### 1) Isetan Mitsukoshi Holdings

Крупный ритейлер, ведущий бизнес в сегменте универсальных магазинов. Компания основана в 2008 г. путем слияния двух составляющих ее нынешнее название фирм. Isetan Mitsukoshi принадлежит более 50 магазинов (под вывесками Isetan и Mitsukoshi).

Сайт: <https://www.imhds.co.jp/>

### 2) Takashimaya

Компания владеет одноименной торговой сетью, которая состоит из более чем 20 универмагов в Токио, Осаке, Иокогаме и других крупных городах. Многие магазины представляют собой большие многоэтажные здания, например, универмаг, расположенный в токийском районе Синдзюку, является одним из самых больших в Японии. Компания является частью кейрэцу Sanwa Group.

Сайт: [www.takashimaya-global.com](http://www.takashimaya-global.com)

### 3) J. Front Retailing

Холдинг, которому принадлежат более чем 15 универмагов под брендами Daimaru и Matsuzakaya. Также компания владеет сетевыми торговыми центрами PARCO и Zero Gate.

Сайт: [www.j-front-retailing.com](http://www.j-front-retailing.com)

## Круглосуточные магазины

Важным каналом продаж в Японии являются круглосуточные магазины — на них приходится 6,0% продаж сыров. Магазины располагают небольшой площадью (в среднем порядка 100 м<sup>2</sup>) и обычно имеют в наличии порядка 3 тыс. наименований продукции.

Магазины шаговой доступности имеют конкурентное преимущество за счет быстрой оборачиваемости запасов и эффективной системы снабжения. Еще одна сильная сторона магазинов шаговой доступности — это наличие привлекательных для потребителя вариантов готовой к употреблению продукции, такой как различные упакованные блюда, обеденные наборы и т.д. Вследствие особенно-

стей японской корпоративной культуры, предполагающей интенсивное погружение в трудовую деятельность, такая продукция является выбором офисных сотрудников, которые зачастую не имеют свободного времени или желания на самостоятельное приготовление блюд.

## Основные круглосуточные магазины

### 1) FamilyMart

Японская франчайзинговая сеть магазинов шаговой доступности и вторая по величине после 7-Eleven. В настоящее время в Японии, Китае, Филиппинах, Таиланде, Вьетнаме, Индонезии и Малайзии насчитывается свыше 24 тыс. магазинов. Как и другие обычные японские мини-маркеты, они продают базовые продукты, журналы, безалкогольные и алкогольные напитки, такие как сакэ, нукуман; жареную курицу, онигири и бенто. FamilyMart известен своим отличительным звоном, который раздается при входе в магазин.

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

### 2) Lawson Inc.

Японская франчайзинговая сеть магазинов круглосуточных магазинов шаговой доступности занимает одну из лидирующих позиций по объему продаж, уступая по показателям только Seven & I Holdings и FamilyMart. На сегодняшний день компания управляет 14,6 тыс. магазинов, расположенных во всех 47 префектурах Японии. Также компания имеет магазины в Китае, Индонезии, Таиланде, на Филиппинах и Гавайях.

Сайт: <http://lawson.jp>

## Традиционные продуктовые магазины

Канал традиционной розничной торговли продуктами питания сохраняет свою позицию на рынке молочной продукции. Однако на него приходится лишь незначительная доля продаж сыров из-за ценовой политики, ограниченной доступности товара и узкого ассортимента продукции.

## Электронная торговля

В Японии насчитывается более 120 млн пользователей интернета, а объем электронной розничной торговли является одним из крупнейших в мире и оценивается более чем в 122 млрд долл. США. Также в связи с уклоном демографической структуры населения в сторону старших возрастов среди японцев распространена практика совершения покупок посредством продаж через рекламу продукции на специальных телевизионных каналах или в рекламных блоках, после чего потребитель осуществляет заказ по телефону.

На площадках электронной коммерции представлены многие бренды сыров: как отечественных, так и импортных, но несмотря на всеобщую цифровизацию и поступательный рост в течение последних лет данный розничный канал все еще не занимает высокой доли по реализации продуктов питания, в частности сыров (5,8%). Это обусловлено культурой потребления, во многом ориентированной на совершение очных покупок в магазинах. Объемы реализации сыров в рамках канала электронной торговли несколько увеличились в связи с влиянием пандемии COVID-19, однако распространенность служб доставки, позволяющих заказать продукцию из обычного магазина (супермаркета, универсама и т.д.), во многом нивелировала потенциальный прирост.

## Основные площадки электронной торговли

### 1) Rakuten Inc.

Японская компания электронной торговли, основанная в 1997 г. Площадка электронной торговли B2B2C Rakuten Ichiba является крупнейшим сайтом электронной коммерции в Японии и одним из крупнейших в мире по продажам. Компания управляет крупнейшим японским интернет-банком и компанией-эмитентом кредитных карт по стоимости транзакции. Услуги электронной коммерции, Fintech, услуги цифрового контента и коммуникационные услуги предлагаются более чем миллиарду участников по всему миру, включая 29 стран в разных регионах. Площадку часто называют аналогом компании Amazon в Японии.

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

### 2) Amazon.com Inc.

Американская многонациональная технологическая компания, базирующаяся в Сиэтле, которая занимается электронной коммерцией, облачными вычислениями, цифровыми потоками и искусственным интеллектом. Компания считается одной из технологических компаний Большой Четверки, наряду с Google, Apple и Facebook (Meta). Amazon является второй по популярности площадкой электронной коммерции в Японии.

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

### 3) Yahoo! Japan Corporation

Японская интернет-компания, изначально созданная как совместное предприятие американской интернет-компании Yahoo! (позже проданной компанией Verizon компании Altaba) и японской компании SoftBank. Yahoo! Japan является наиболее посещаемым веб-сайтом в Японии, и его интернет-услуги доминируют в стране.

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



## Сектор общественного питания

В 2017-2019 гг. на сектор общественного питания приходилось более 40% реализации сыров. Однако в 2022 г. доля данного канала снизилась до 36,3% из-за влияния пандемии COVID-19, которое выразилось во временном закрытии или ограничении работы заведений общественного питания и сервисов по кейтерингу.

В то же время 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.

Особенно важным в контексте сыра является рост потребления пиццы и бургеров. В Японии есть несколько известных крупных сетей, таких как Pizza Hut и Domino's, а также множество небольших местных пиццерий. Тем не менее, в целом сектор быстрого питания и доставки остается высоко фрагментированным, а наибольшей популярностью все же пользуется японская и восточноазиатская кухня.

## Основные компании

### в секторе общественного питания:

#### 1) 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 почти в 4 раза, достигнув 957 по состоянию на конец 2022 г.

Сайт: [www.dominos.jp](http://www.dominos.jp)

#### 2) 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.

Сайт: [www.pizzahut.jp](http://www.pizzahut.jp)

#### 3) McDonald's

Американская крупнейшая в мире сеть быстрого питания по объему выручки, обслуживающая более 69 млн клиентов ежедневно в более чем 100 странах и 39 тыс. торговых точках. В Японии находится порядка 2,9 тыс. ресторанов McDonald's.

Хотя данная сеть больше всего известна своими гамбургерами, чизбургерами и картофелем фри, она также предлагает продукты из курицы, завтраки, безалкогольные напитки, молочные коктейли, роллы и десерты, в которых сыр является неотъемлемым ингредиентом.

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

#### 4) Shibuya Cheese Stand

Среди шума и суеты токийского района Сибуя находится один магазин-ресторан, привлекающий всеобщее внимание своей продукцией — свежими сырами, которые ежедневно готовят в сырной мастерской Shibuya Cheese Stand. Бестселлером в магазине являются свежая моцарелла и рикотта (640 иен). Рикотта получила двойную награду — золотую награду и награду за лучшее качество, а моцарелла получила бронзовую награду на Конкурсе натуральных сыров в Японии, который проходил в 2016 г. Для любителей сыра этот ресторан предлагает широкий выбор блюд, в которых сыры являются главным ингредиентом.

Сайт: <https://cheese-stand.com>

## 2.4. Конкурентная среда и участники рынка

Производство таких молочных продуктов как сыр, для которых требуются большие объемы молока, является высококонкурентным рынком и затратным с точки зрения сырья и себестоимости производства. В связи с этим Япония продолжает в значительной степени полагаться на импорт сыров для удовлетворения своего растущего внутреннего спроса.

Пять компаний-лидеров контролируют примерно 64% всех розничных продаж сыров в Японии. В целом на японском рынке сыров доминируют местные игроки — из 5 крупнейших игроков 4 являются японскими компаниями, которые занимаются как импортом сырья для переработки, так и производством сыров.

Табл. 14. Ведущие компании на рынке сыров в Японии, 2022 г.

Место на рынке	Компания	Бренды	Доля на рынке, %
1	Megmilk Snow Brand	Mainichi Honebuto, Snow Brand	25,7
2	Rokko Butter	QBB	15,7
3	Morinaga Milk Industry	Takei Ouen, Kraft, Philadelphia	10,3
4	Meiji	Meiji, Tokachi	8,5
5	Bel Japon KK	Belcube, Boursin, Kiri	3,4
6	Tokyo Dairy	Tokyo Dairy	0,8
7	Chesco	Chesco	0,5

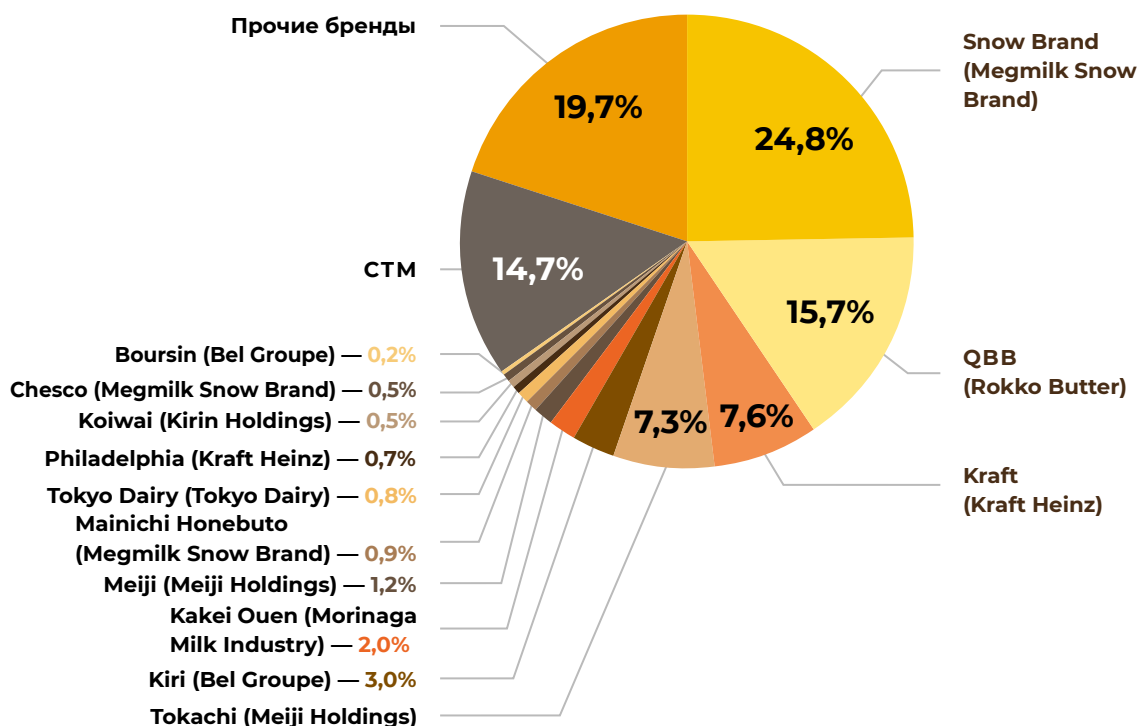
Продолжение табл. 14.

Место на рынке	Компания	Бренды	Доля на рынке, %
8	Koiwai Dairy Products	Koiwai	0,5
9	Собственные торговые марки (СТМ)	—	14,7
Прочие компании			19,9
<b>Итого</b>			<b>100</b>

Источник: EMIS, Euromonitor International

Самым популярным и продаваемым брендом на рынке сыров Японии в 2022 г. являлся бренд «Snow Brand» ведущего местного производителя молочных продуктов Megmilk Snow Brand, специализирующейся на производстве сливочного масла и сыров. Второе место в структуре розничных продаж сыров занимает бренд «QBB» от компании Rokko Butter с долей 15,7%. Далее в структуре розничных продаж сыров на японском рынке следуют бренд «Kraft» реализующийся компанией Morinaga Milk Industry, бренд «Tokachi» от Meiji Holdings и бренд «Kiri» от Bel Japon KK дочерней французской компании Bel Groupe, которая является импортером сыров и располагает производственными мощностями внутри страны.

Рис. 32. Структура розничных продаж сыров в Японии по брендам в стоимостном выражении, 2022 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Компания Megmilk Snow Brand лидирует на рынке Японии с сырами под одноименным брендом Snow Brand, в первую очередь, благодаря своему широкому ассортименту продукции и 60-летнему присутствию на рынке. Сыры Megmilk Snow Brand являются излюбленным перекусом многих японских детей, которые берут «Snow Brand Hokkaido 100 Sakeru Cheese» (набор из палочек, сделанных из мягкого сыра) с собой в школу. Помимо школьников этот перекус также востребован и среди взрослого населения в качестве дополнения к алкогольным напиткам. Megmilk Snow Brand продолжает проводить маркетинговые кампании для завоевания большего числа потребителей. Так, например, в 2022 г. к своему юбилею компания выпустила продукцию в ретро-упаковках, в которых сыры продавались в первые годы работы компании, что вызвало восторг среди японской молодежи приверженной актуальному сейчас в Японии ретро-тренду.

## Ведущие местные производители



Megmilk Snow Brand — ведущий местный производитель молочных продуктов, специализирующийся на сливочном масле и сыре. Производство сыра компания начала в 1929 г. Штаб-квартира находится в Саппоро — столице префектуры Хоккайдо, сельское хозяйство которой специализируется на молочной отрасли. Компания располагает более 25 заводами и представительствами с общим штатом более 5,7 тыс. сотрудников. Megmilk Snow Brand производит натуральные сыры, такие как камамбер и стринг, а также плавленые сыры, адаптированные под японские вкусовые предпочтения. Бренды сыров «Snow Brand» и «Snow Brand Hokkaido» широко распространены в Японии, которые можно найти в любом японском продуктовом магазине. Компания также импортирует натуральные и плавленые сыры из стран ЕС, Австралии, Новой Зеландии и США через свою дочернюю компанию Chesco.



Сайт: [www.meg-snow.com](http://www.meg-snow.com)



QBB — это бренд компании Rokko Butter, ставший логотипом и самой компании. Rokko Butter была основана в 1948 г., штаб-квартира находится в Кобе. Компания занимается производством и продажей сыров и занимает второе место по объему розничных продаж в Японии.

Rokko выпускает плавленые сыры на основе импортного (из Австралии, Новой Зеландии) и местного сырья. Огромной популярностью на японском рынке сыров пользуется линейка детских сыров, которых продается более 200 млн штук в год.



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



Компания Morinaga Milk Industry стабильно и динамично развивается в течение последних десятилетий, что делает ее одним из самых быстрорастущих предприятий на японском рынке сыров. Основанная в 1917 г. компания специализируется на производстве молочных продуктов, включая молоко, сыр и сливочное масло. Компания имеет 10 крупных заводов, 6 филиалов и штат сотрудников более 2,5 тыс. человек. Morinaga Milk реализует сыры брендов Kraft и Philadelphia в Японию в сотрудничестве с Kraft Heinz.



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





Компания Meiji начала свою деятельность в Японии в 1916 г. и занимает четвертое место на японском розничном рынке сыров. Компания хорошо известна молочными продуктами, кондитерскими изделиями и другими продуктами питания. «Tokachi» и «Meiji» фирменные бренды сыров, в рамках которых представлены натуральные и плавленые сыры. Отличительной чертой натуральных сыров под брендом «Tokachi» от «Meiji» является их обширная линейка. Камамбер и моцарелла являются самыми популярными, но в ассортименте также присутствуют более 20 видов, в том числе пармезан, чеддер, смесь сыров со вкусом традиционного японского бульона даси и др.



Сайт: [www.meiji.com](http://www.meiji.com)



Bel Japon KK является дочерней компанией французского пищевого холдинга Bel Groupe. Является импортером сыров и располагает производственными мощностями внутри страны. На японский рынок поставляются сыры трех брендов, наиболее популярными из которых являются Kiri и Boursin, а менее популярным — Belcube.



Сайт: [www.bel-japon.com](http://www.bel-japon.com)

Основными зарубежными игроками на японском рынке сыров являются компании из стран ЕС, Новой Зеландии и Австралии. Крупнейшими европейскими поставщиками являются компания Arla Foods и японская дочерняя компания во Франции Savancia Fromage & Dairy Japan Company.

## Зарубежные производители



Arla Foods — одна из крупнейших мировых компаний по производству сыров из Скандинавии. Сыр Arla в настоящее время распространяется отделом продаж японского представительства компании и присутствует на прилавках специализированных магазинов и на ведущих площадках электронной коммерции — Rakuten, Amazon и Yahoo Japan.



Сайт: [www.arla.com](http://www.arla.com)



Anchor Food Professionals — компания из Новой Зеландии, которая специализируется на производстве молочной продукции, включая сыры. Продукция компании представлена в более 50 стран мира под одноименным брендом «Anchor» и «Kikorangi». На рынке Японии представлен в основном пастообразными сырами и сыром с голубой плесенью.



Сайт: [www.anchorfoodprofessionals.com/nz/en.html](http://www.anchorfoodprofessionals.com/nz/en.html)





Savencia Fromage & Dairy Japan Company — японская дочерняя компания ведущего производителя свежих сыров со штаб-квартирой во Франции. Компания считается вторым по величине производителем сыра во Франции и четвертым в мире. На рынке Японии представлена голубыми и пастообразными сырами под такими брендами, как «Gerard» и «Ile de France».



Сайт: [www.savencia-fromagedairy.com](http://www.savencia-fromagedairy.com)



Moondarra — австралийская компания, которая специализируется на производстве премиальных сыров и снеков. На японском рынке компания представлена пастообразными сырами, сырами с плесенью и некоторыми видами твердого сыра по типу пармезана. Большинство сыров имеют уникальные вкусы и содержат в своем составе фрукты, орехи, зелень.



Сайт: [www.moondarracheese.com.au](http://www.moondarracheese.com.au)





# Стандарты на сыры

---



3



Содержание

---

### **3.1.**

Требования к производителям

### **3.3.**

Требования к упаковке  
и маркировке

### **3.2.**

Требования к продукции



## 3.1. Требования к производителям

Перед началом экспорта продукции в Японию администрация предприятия должна быть уверена, что все производственные процессы соответствуют требованиям законодательства Японии. В случае соблюдения всех требований администрация подает заявку на проведение комиссионного обследования предприятия специалистами территориального управления Россельхознадзора и органа управления ветеринарией субъекта федерации, в зоне деятельности которых расположено предприятие. Заявка подается в электронной форме через публичный интерфейс ИС «Цербер». Форма для подачи заявки и инструкция по ее заполнению размещены на официальном сайте Россельхознадзора на главной странице ИС «Цербер». В случае одобрения заявки обследование проводится не ранее, чем через 10 рабочих дней после принятия соответствующего решения, но не позднее, чем через 30 календарных дней с момента поступления заявки. Далее определяются члены комиссии, которые будут принимать участие в обследовании. В нем также могут принять участие сотрудники центрального аппарата Россельхознадзора. Комиссия предварительно может запросить документы, необходимые для проведения обследования: план НАССР; результаты лабораторных исследований проб (отобранных от животных или продукции) на безопасность за последние три года, проведенные в рамках программ производственного контроля и государственного мониторинга; информацию по применяемым схемам вакцинации и лечения животных, рецептуре кормов и т.д. Комиссия обследует все этапы производства экспортной продукции. На момент проведения обследования на предприятии должна осуществляться производственная деятельность.

По результатам обследования составляется акт, который согласовывается главным государственным ветеринарным инспектором субъекта федерации и утверждается руководителем территориального управления Россельхознадзора. Срок согласования и подписания акта не должен превышать 10 рабочих дней со дня его проведения, после чего территориальный орган Россельхознадзора в течение трех рабочих дней размещает информацию о результатах обследования в ИС «Цербер».

В соответствии с законодательством Российской Федерации, а также нормативно-правовыми документами<sup>6</sup> Евразийского экономического союза (ЕАЭС)<sup>7</sup> продукция, входящая в товарную группу кодов ТН ВЭД 04, в том числе и сыры,

---

<sup>6</sup> Решение КТС от 18.06.2010 № 317 «О применении ветеринарно-санитарных мер в Евразийском экономическом союзе»

<sup>7</sup> Международная организация региональной экономической интеграции, обладающую международной правосубъектностью, учрежденную Договором о Евразийском экономическом союзе. В ЕАЭС обеспечивается свобода движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы, а также проведение скоординированной, согласованной или единой политики в отраслях экономики. Государствами-членами ЕАЭС являются Армения, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан и Российская Федерация.

является подконтрольной продукцией для компетентных органов в сфере обеспечения безопасности животноводческой продукции. В этой связи экспортируемый на территорию третьих стран сыр, должны в обязательном порядке быть сертифицированным компетентным органом в области ветеринарии и сопровождаться ветеринарным сертификатом, являющимся документом, подтверждающим безопасность продукции в ветеринарно-санитарном отношении и благополучие административных территорий мест ее производства по заразным болезням животных.

Компетентным органом Российской Федерации, наделенным указанными полномочиями, является Федеральная служба по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор). Россельхознадзором осуществляется контрольно-надзорные мероприятия в отношении российских предприятий-производителей при осуществлении производственной деятельности и экспортных поставках.

Для осуществления экспорта на рынки третьих стран подконтрольной ветеринарному надзору продукции, необходимо наличие статуса доступа, подтверждающего право поставок из России. Под наличием доступа подразумевается прохождение страной-экспортером «процедуры допуска», которая включает в себя комплексную оценку системы ветеринарного надзора. По результатам анализа представленных материалов и аудита системы ветеринарного надзора, страна-импортер принимает решение о возможности осуществления импорта на территорию страны.

Возможность поставок молока и молочных продуктов (включая сыры) из России в Японию была получена Россельхознадзором в 2020 году. Так, между МАФФ и РСХН была согласована форма сертификата на поставки данной группы продукции. На данный момент возможны поставки молока и молочных продуктов, полученных от следующих видов животных:

**BOV** = домашний КРС (Bos taurus, Bison bison, Bubalus bubalis и их помеси);

**OVI3** = домашние овцы (Ovis aries) и козы (Capra hircus);

**EQU3** = домашние лошади;

**CML3** = домашние верблюды;

**ALC3** = разводимые на фермах не домашние виды животных (Лоси (Alces alces)).

## 3.2. Требования к продукции

Основным требованием согласованной формы сертификата (и требований страны-импортера соответственно) является то, что молочные продукты не могут быть произведены из сырья, не прошедшего какую-либо обработку. В свою очередь Япония устанавливает следующие возможные виды обработки сырья при производстве молочных продуктов, предназначенных для реализации на рынке Японии:

- 1) УНТ (132°C — 1 секунда); или

- 2) если pH молока ниже 7,0, HTST\* (72°C — 15 секунд); или
- 3) если pH молока  $\geq 7,0$ , HTST применяется дважды; или
- 4) процесс поддержания pH ниже 6 в течение как минимум 1 часа.

HTST — это наиболее распространенный метод пастеризации в молочной промышленности. HTST расшифровывается как High Temperature, Short Time. Это также известно как мгновенная пастеризация. Впервые он был введен в 1993 году и позволил снизить количество вредных бактерий на 99,99%. Согласно стандартному протоколу HTST, молоко подвергается воздействию температуры 71,7 °C (161 °F) в течение примерно 15 секунд, чего достаточно чтобы убить *Coxiella burnetii* (наиболее термостойкий патоген, обнаруженный в сыром молоке). HTST также убивает большинство патогенных бактерий, таких как сальмонелла, кишечная палочка и листерии.

### **В чем разница между методами пастеризации HTST и УНТ?**

#### **Срок годности:**

Пастеризация HTST: Пастеризация HTST обеспечивает меньший срок хранения (2-3 недели)

УНТ-пастеризация: Пастеризация УНТ обеспечивает более длительный срок хранения (2-3 месяца)

#### **Питательная ценность:**

Пастеризация HTST: наносит минимальный ущерб питательной ценности продуктов.

УНТ-пастеризация: в основном сокращает пищевую ценность продукта.

#### **Цвет и аромат:**

Пастеризация HTST: позволяет сохранить цвет и вкус еды. Не вызывает потемнения по Милларду.

УНТ-пастеризация: Технология ультрапастеризации не сохраняет цвет и вкус, так как вызывает потемнение.

#### **Денатурация белка:**

Пастеризация HTST: не вызывает денатурации белка

УНТ-пастеризация: вызывает структурные повреждения структуры белка, в результате чего она удлиняется.

### Стерилизация:

Пастеризация HTST: Пастеризация HTST убивает многие патогенные бактерии, но при этом остаются некоторые непатогенные бактерии, которые могут вызывать порчу молока.

УНТ-пастеризация: убивает все бактерии в молоке.

### Общие требования

Стоит разделять поднадзорные и не поднадзорные молочные продукты в Японии:

Код ТН ВЭД	Пример
0401, 0402, 0403 0404, 0405, 0406	молоко, обезжиренное молоко, сливки, сливочное масло, сухое молоко, сухая сыворотка, пахта, натуральный сыр, концентрированное молоко, и др.
3502,20, 3502,90	альбумин молочный, концентрированная сыворотка и др
2309.10, 2309.90	корма для с/х и домашних животных, содержащие сырое молоко или молочные продукты, используемые в качестве сырья и др.

**Требования к проверке по прибытию партии в Японию НЕ применяются к следующим молочным продуктам:**

- 1) Плавленный сыр, сгущенное молоко, сгущенное обезжиренное молоко, йогурт, сливочное масло и др.
- 2) Молочные продукты, сопровождающие путешественника для личного потребления.

Процедура проведения инспекции:

Импортируемые в Японию молочные продукты подлежат проверке, организуемой. Молочные продукты подлежат ввозу через морские порты и аэропорты, назначенные для этих целей распоряжением Министерства сельского хозяйства, лесных угодий и рыбного промысла.



По вопросам требований Японии при ввозе партии в пункте пропуска необходимо обращаться в адрес Бюро по безопасности продуктов питания и делам потребителей Отдел ветеринарного контроля, Международное бюро по ветеринарным вопросам MAFF ТЕЛ.: +81-3-3502-8295

## **Требования к качеству и безопасности продукции**

Россия прошла процедуру доступа на рынок Японии в 2020 году и была признана Японией страной, имеющей эквивалентную систему контроля, что означает, что отечественные молочные продукты (предназначенные для экспорта в Японию) обрабатываются в санитарных условиях в соответствии с законами и правилами эквивалентным законам и правилам Японии. Об этом свидетельствуют положения согласованного ветеринарного сертификата:

«II.1.7 Microbiological, chemico-toxicological and radiological indicators of milk and milk products comply with applicable veterinary and sanitary rules and regulations of the Russian Federation. / Микробиологические, химико-токсикологические и радиологические показатели молока и молочных продуктов соответствуют действующим в Российской Федерации ветеринарным и санитарным требованиям и правилам.

II.1.10 Vehicle has been treated and prepared in accordance with the regulations adopted in the Russian Federation. / Транспортное средство обработано и подготовлено в соответствии с правилами, принятыми в Российской Федерации»

Для соответствия требованиям России (и стран ЕАЭС в виду общего законодательства), производство молочных продуктов должно осуществляться при соблюдении следующих действующих Технических регламентов:

- «О безопасности упаковки» (ТР ТС 005/2011);
- О безопасности пищевой продукции (ТР ТС 021/2011);
- «Пищевая продукция в части ее маркировки» (ТР ТС 022/2011)
- Технический регламент Таможенного союза "О безопасности молока и молочной продукции" (ТР ТС 033/2013)

## **3.3. Требования к упаковке и маркировке**

### **Маркировка**

Таможенные службы Японии очень внимательно относятся к качеству упаковки и маркировки. Правильная упаковка, маркировка имеют решающее значение для таможенного оформления в Японии. Как правило, маркировка большинства импортируемых товаров требуется не на этапе таможенного оформления, а на этапе продажи. Следовательно, японский импортер обычно наклеивает этикетку на импортируемый товар после его прохождения таможни.



Маркировка продукции, предназначенной для экспорта в Японию, должна соответствовать «Закону о маркировке пищевой продукции» («Food labelling Act»), согласно которому обязательным условием является указание на упаковке продукта его срока годности, а не даты его производства, так как, японские покупатели воспринимают указанную на упаковке дату, как срок годности.

В Японии действуют строгие требования к маркировке, чтобы гарантировать потребителям точную и важную информацию о продуктах, которые они покупают. Некоторые ключевые элементы маркировки пищевой продукции (включая рассматриваемую в настоящем обзоре) включают в себя:

- a) Название и описание продукта. На упаковке должно быть указано название продукта и дано краткое описание, чтобы информировать потребителей о содержимом.
- b) Ингредиенты и аллергены. Согласно японским правилам, предприятия должны перечислять все ингредиенты, используемые в продукте, включая любые потенциальные аллергены. Четкая и разборчивая маркировка необходима для защиты потребителей с особыми диетическими потребностями или аллергией.
- c) Срок годности и срок годности. На скоропортящихся продуктах должна быть указана дата истечения срока годности или четкое указание срока годности, чтобы обеспечить безопасность потребителей и предотвратить потребление товаров с истекшим сроком годности.
- d) Страна происхождения: предприятия должны указывать страну происхождения импортируемой продукции, чтобы обеспечить прозрачность и соответствовать нормативным требованиям Японии.
- e) Предупреждения о безопасности: если применимо, упаковка должна включать предупреждения о безопасности, инструкции по использованию и меры предосторожности, обеспечивающие правильное обращение и использование продукта.

Размещение новой этикетки, поверх существующей допускается в соответствии с японским законодательством, если нанесенную этикетку нелегко удалить.

### **Требуемая информация о пищевой ценности**

Следующая основная информация должна быть отражена в маркировке продукции в ккал на 100 г, 100 мл или порцию:

- белок;
- всего жиров;

- углеводы (или доступные углеводы и пищевые волокна);
- эквивалент хлорида натрия.

## Упаковка

В Японии материалы, контактирующие с пищевыми продуктами, регулируются национальным законодательством. Принятый в 1947 году Закон о пищевой санитарии регулирует в том числе упаковочные материалы.

В 2020 году в соответствии с поправкой к Закону о пищевой санитарии (статья 18 (3)) был опубликован положительный список веществ, используемых в синтетических смолах для посуды, контейнеров и упаковки Министерство здравоохранения, труда и благосостояния Японии (MHLW) создало исключение для веществ, не включенных в список, которые были проданы или произведены в Японии до 2020 года. Эти вещества, не включенные в список, могут оставаться на японском рынке до мая 2025 года. По состоянию на март 2022 года MHLW не планировало продлевать льготный период. Однако вещество, не включенное в список, все же можно использовать, если оно не используется в части посуды, контейнера или упаковки, контактирующей с пищевыми продуктами, или если вещество не мигрирует до концентрации более 0,01 мг/ч. кг еды.

Сертификация и соблюдение стандартов упаковки в Японии играют важную роль для организаций, желающих успешно работать на этом рынке. Вот некоторые из ключевых сертификатов и стандартов, которые следует учитывать:

- 1) Сертификация JIS (японские промышленные стандарты): Этот сертификат необходим для различных продуктов, включая упаковочные материалы. Стандарты JIS устанавливают требования к размерам, материалам, маркировке и безопасности. Получение сертификата JIS гарантирует, что ваша упаковка соответствует стандартам, определенным японским правительством.
- 2) Сертификация согласно Закону о пищевой санитарии: Этот сертификат важен для упаковочных материалов, используемых для пищевых продуктов и напитков. Он гарантирует, что упаковка соответствует требованиям безопасности, гигиены, предотвращает загрязнение и обеспечивает здоровье потребителей. Важно учитывать требования безопасности материалов, пределы миграции и специфические требования к маркировке для упаковки пищевых продуктов.
- 3) Сертификация ISO: хотя сертификация ISO не является обязательной, она демонстрирует ваше приверженность к системам управления качеством и постоянному совершенствованию. Сертификация ISO 9001, в частности, гарантирует соответствие упаковочных процессов и систем международным стандартам. Это может повысить ваш авторитет и конкурентоспособность на японском рынке.

- 4) Сертификация Eco Mark: Этот сертификат присуждается продуктам и упаковке, соответствующим экологическим критериям, включая использование материалов, переработку и экологически чистые производственные процессы. Получение сертификата Eco Mark демонстрирует вашу заботу об окружающей среде и может быть привлекательным для потребителей, которым важна экологическая устойчивость.



# 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. Счет-фактура используется японскими таможенными органами для определения стоимости товара и, соответственно, содержит:

- данные о продавце с российской стороны 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 авианакладная**

Является удостоверением оформления договора на транспортировку груза от правителя (экспортера) перевозчиком (транспортной компанией или авиакомпанией). Коносамент предназначен для морских перевозок, авианакладные предназначены для воздушных перевозок и выдаются перевозчиком после погрузки товара. Как правило, японский импортер запрашивает оригиналы этих документов в подтверждение своих прав на товар.

## **Санитарно-ветеринарные сертификаты**

Сыры относятся к подконтрольным товарам, которые подлежат сопровождению санитарно-ветеринарным сертификатом<sup>8</sup> и карантинному контролю в Японии. Экспортерам следует тесно взаимодействовать с импортерами при проверке санитарных требований в отношении конкретного продукта. Импортер обязан подтвердить санитарно-ветеринарные требования к импортируемому продукту, предварительно обратившись за консультацией в Службу карантина животных и карантинную станцию в порту прибытия товара.

## **Перечень ингредиентов и блок-схема производственного процесса**

Японские импортеры попросят российских экспортеров предоставить им перечень ингредиентов с блок-схемой производственного процесса для проверки приобретаемой продукции и подтверждения того, что она может быть импортирована в Японию в качестве продовольствия. Впоследствии эта информация может быть передана импортером на карантинную станцию в порту прибытия для получения разрешения на ввоз.

## **Порядок оформления импорта**

- 1) Санитарная инспекция.
- 2) Проверка безопасности пищевых продуктов.
- 3) Таможенная декларация на ввоз.
- 4) Подача документов.
- 5) Проверка.
- 6) Уплата налогов и сборов.
- 7) Выдача разрешения на ввоз.

---

<sup>8</sup> См. требования к оформлению ветеринарного сертификата <https://clck.ru/ZS6RS>

## Процедуры проверки

По прибытии в японский порт груз подвергается нижеуказанным процедурам.

### Санитарный контроль

Санитарный контроль осуществляется в соответствии с Законом о борьбе с различными болезнями домашних животных<sup>9</sup> Службой карантина животных и Министерством сельского хозяйства, лесоводства и рыболовства (MAFF).

Подконтрольные грузы проверяются в порту ввоза в целях предотвращения распространения болезней животных. Заявки на прохождение санитарного контроля принимаются не ранее чем за 3 дня и не позднее чем за 1 день до запланированного прибытия товара. Заявки можно подавать в бумажном виде или дистанционно через автоматизированную систему консолидации грузов и портов NACCS<sup>10</sup> для оформления грузов в таможенных пунктах.

Служба портового карантина животных может потребовать от импортера предоставить товарно-транспортную накладную, упаковочный лист, коносамент/авианакладную и блок-схему производственного процесса экспортера для начала проверки. После проверки подтверждающих документов будет произведен осмотр груза. Независимо от размера груза, должны быть представлены три образца продукции. При обнаружении болезни груз будет уничтожен или возвращен экспортеру. Импортер обязан нести все расходы. В случае прохождения таможенной проверки на партию выдается сертификат проверки. Процесс санитарной инспекции занимает от 10 минут до 12 часов.

### Проверка безопасности пищевых продуктов

Безопасность пищевых продуктов обеспечивается в соответствии с положениями Закона о санитарной обработке пищевых продуктов<sup>11</sup>, спецификациями и стандартами на продукты питания и пищевые добавки. Надзорные функции осуществляют карантинные станции и Минздрав Японии.

Процедура проверки безопасности используется для оценки соответствия импортируемых товаров японским стандартам на пищевые продукты. Перед ввозом товара импортер обязан направить уведомление о ввозе на карантинную станцию в порту планируемого прибытия товаров. Перечень ингредиентов и блок-схема производственного процесса должны быть представлены вместе с подтверждающими документами, которые могут потребоваться для карантинного контроля.

---

<sup>9</sup> <https://clck.ru/37CTy7>

<sup>10</sup> <https://www.naccs.jp/e/>

<sup>11</sup> См. нормативные требования к пищевой продукции в законодательной базе Японии <https://clck.ru/NZbH6>



Заявки на проверку безопасности пищевых продуктов принимаются за 7 дней до запланированного прибытия груза. Их можно подавать в бумажном виде или дистанционно через систему NACCS. После рассмотрения подтверждающих документов, при необходимости, организуется проверка безопасности товаров одним из трех способов:

- самостоятельная инспекция — импортер проводит испытания в лаборатории, аккредитованной Минздравом Японии;
- принудительная инспекция — по указанию карантинной службы импортер обязан инспектировать все грузы в лаборатории, аккредитованной Минздравом Японии;
- мониторинг-инспекция — сотрудники карантинной службы проводят выборочную проверку образцов.

При прохождении проверки безопасности на товары импортера выдается сертификат-уведомление об импорте пищевых продуктов. Проверка документов занимает примерно час, но для инспекции товара может потребоваться неделя. Новые для рынка поставщики могут начать с пробной партии, пройти инспекцию и получить сертификат, который действителен в течение одного года.

## **Таможенная очистка**

Таможенная процедура очистки осуществляется в соответствии с Законом о таможене<sup>13</sup> и находится в ведении Таможенной службы Японии<sup>12</sup>.

После прохождения карантинного контроля импортеру нужно просто подать декларацию в таможню. Декларацию можно подать лично или дистанционно через систему NACCS. Затем сотрудники таможни могут провести выборочную проверку на месте, чтобы убедиться, что груз не содержит запрещенных товаров, а все подтверждающие документы в порядке. После получения разрешения импортеры должны будут уплатить необходимые таможенные платежи (пошлины, налоги, сборы), затем получить разрешение на импорт, чтобы доставить груз в Японию.

---

<sup>12</sup> [https://www.kanzei.or.jp/kanzei\\_law/329AC0000000061.en.html](https://www.kanzei.or.jp/kanzei_law/329AC0000000061.en.html)

<sup>13</sup> <https://www.customs.go.jp/english/>

## 4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

### Тарифные барьеры

Ввиду большого разнообразия в категории сыров российские экспортеры должны подтвердить тарифные ставки, применяемые к их продукции, сверив свою тарифную классификацию с импортным таможенным тарифом Японии<sup>14</sup>. В частности, производители плавленого сыра могут посоветовать своему японскому импортеру пройти предварительное согласование в таможене порта прибытия. Это не только поможет подтвердить правильность выбора тарифной классификации, но и ускорит оформление груза по прибытии в японский порт. Ниже приведена таблица с перечнем ставок для молодых, тертых, плавленых и голубых сыров.

### Таможенные пошлины

В отношении сыров применяется определенная тарифная классификация. Российским экспортерам следует иметь в виду тот факт, что в зависимости от типа производственного процесса и используемых ингредиентов их продукт может быть отнесен к такой категории продуктов, которая не входит в приведенный ниже перечень. Поэтому, чтобы не тратить время в порту прибытия на подтверждение категории товара согласно классификации, экспортерам следует отправить запрос импортерам на предварительное согласование своего товара в портовой таможене.

Табл. 15. Коды ГС Японии по сырам

Код	Наименование позиции
0406 10 020	Молодые сыры, с содержанием жира в сухом веществе не более 48 мас. %
0406 10 010	Молодые сыры для производства плавленых сыров
0406 10 090	Молодые и прочие сыры
0406 20 100	Тертые или порошкообразные сыры всех видов: плавленые сыры
0406 20 200	Тертые и порошкообразные сыры прочие

<sup>14</sup> Последняя редакция <https://www.customs.go.jp/english/tariff/index.htm>

## Барьеры входа на рынок

Продолжение табл. 15.

Код	Наименование позиции
0406 30 000	Плавленные сыры, нетертые и непорошкообразные
0406 40 010	Голубые сыры для производства плавленных сыров
0406 40 090	Голубые и прочие сыры, содержащие Пеницилл рокфоровый (благородную плесень)
0406 90 010	Сыры прочие для производства плавленных сыров
0406 90 090	Сыры прочие

Источник: Таможня Японии

Табл. 16. Ставки ввозной пошлины Японии в отношении отдельных видов сыров

Основные экспортеры	Код 040620100	Код 040620200	Код 040630000	Код 040640090
Ставка РНБ	40%	26,3%	40%	29,8%
Россия	40%	26,3%	40%	29,8%
США	40%	26,3%	40%	29,8%

Источник: Таможня Японии

Поскольку у России не подписано соглашение о свободной торговле с Японией, к российскому экспорту применяется ставка режима наибольшего благоприятствования (РНБ) на условиях ВТО. Условия по тарифным квотам обновляются ежегодно по мере того, как Япония подписывает соглашения о свободной торговле с новыми партнерами и согласует новые объемы квот со странами-экспортерами.

## Нетарифные барьеры

Япония внедрила очень строгие санитарные и фитосанитарные нормы в отношении продуктов питания. Производители сыров, планирующие поставки в страну, должны обеспечить соответствие своей продукции японским стандартам качества и безопасности пищевых продуктов. Экспортерам рекомендуется более тесно сотрудничать с импортерами, чтобы иметь возможность принимать взвешенные решения относительно экспорта товаров в Японию. Экспортерам также стоит 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. Продукты, признанные не соответствующими нормам качества и безопасности пищевых продуктов, могут быть запрещены к продаже или изъяты из оборота.

Стоит знать, что многие пищевые добавки, которые широко используются во всем мире, а также признаны безопасными международными органами по безопасности пищевых продуктов, такими как Объединенный комитет экспертов ФАО/ВОЗ по пищевым добавкам (JECFA), по-прежнему запрещены в Японии. На основании этого российские производители должны ознакомиться со списками утвержденных пищевых добавок и разрешенных к использованию в Японии и строго выполнять требования с целью соответствия национального законодательства страны-импортера.

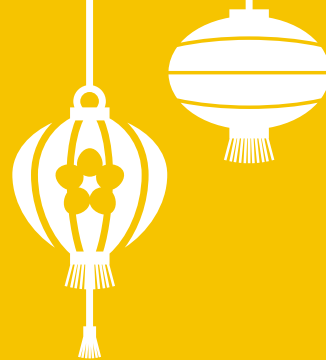


# Организация экспортных поставок

---



55



Содержание

---

## **5.1.**

Логистика

## **5.2.**

Осуществление валютно-  
финансовых операций

## **5.3.**

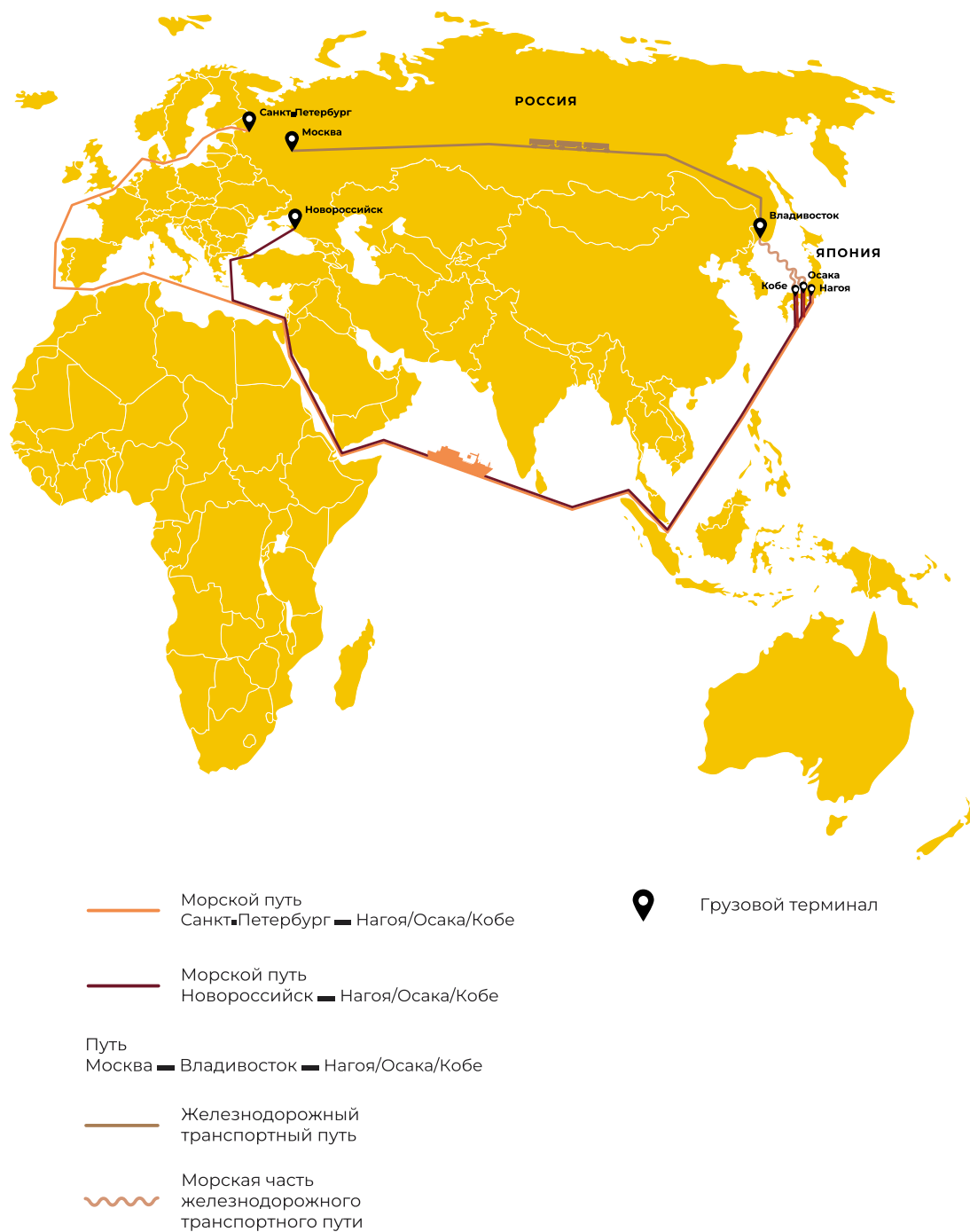
Формы присутствия на рынке

## **5.4.**

Защита интеллектуальной  
собственности

## 5.1. Логистика

Рис. 33. Доставка сыров на экспорт из России в Японию



*Примечание. Показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агроэкспорт», НИУ ВШЭ, Национального союза производителей молока (Союзмолоко) 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.

## 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 (с перевалкой в порту)**

Перевозка в порт отправления может осуществляться в рефрижераторных контейнерах (авто- или ж/д транспортом) либо в рефрижераторных автомобилях (авторефрижераторах).

С учетом действующего законодательства, вместимость одного рефрижераторного грузовика составляет порядка 20 тонн брутто. Соответственно, наиболее экономически 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 портам, чтобы сократить затраты на перемещение тяжеловесного контейнера по территории России. В виду расположения производств преимущественно на европейской части России, подобные доставки осуществляются в основном в порты Санкт-Петербург и Новороссийск.



### **Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки (без перевалки в порту)**

Вместимость одного 40-футового морского рефрижераторного контейнера составляет до 28 тонн брутто. Отгрузки в 20-футовые рефконтейнеры 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.

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 может отказаться от приемки товара. Во избежание подобных рисков рекомендуется подключать контейнер к источнику питания 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%.

Во избежание дополнительных финансовых расходов рекомендуется заблаговременно разместить букинг на судно. Каждая морская линия имеет свое расписание и будет лучше, если экспортер заранее с ним ознакомится и забронирует место на выбранном им судне. Это поможет снизить риски возникновения расходов за хранение на СВХ в ожидании погрузки.

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

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем продукции, так и покупателем. Груз перевозится на палетах для оптимизации скорости и затрат на его перевалку и хранение. Вместимость одного рефрижераторного автомобиля составляет около 20 тонн брутто. Таким образом, для оптимальной логистической схемы с дальнейшей отгрузкой товара в контейнеры три фуры перегружаются в два рефконтейнера. При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах. В пиковые по нагрузке на склады сезоны (октябрь–март) срок выгрузки может достигать до 2-х 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 молочной продукции должен обеспечивать надлежащую температуру хранения, быть аттестован для экспорта сыров в Японию и занесен в информационную систему «Цербер», как и все без исключения места промежуточного хранения. Проверить аттестацию можно по [ссылке](#). Склады накопления, как правило, располагаются около 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 как напрямую, так и через комплексного логистического провайдера. При работе напрямую компания-экспортер должна заключить договор со складом и подведомственным учреждением государственной ветеринарной службы соответствующего региона для оформления сопроводительных ветеринарных документов. Также для экспортера необходимо нахождение 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 сыров во 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.

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

При перевозках через порт Владивосток, в связи с удаленностью основных мест производства сыра, 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 25,5 тонн нетто;
- морские рефрижераторные контейнеры увеличенной кубатуры. Внутренний полезный объем 66–67 м<sup>3</sup>. Вместимость порядка 28 тонн брутто.



Отправки производятся с двух основных станций, расположенных: в г. Москве «Селятино» и «Селикатная», а также «Иня-Восточная» (г. Новосибирск), «Автово» (г. Санкт-Петербург), «Ростов-Западный» (г. Ростов-на-Дону), «Тихорецкая» (г. Казань) и др. Отправки из Москвы осуществляются ежедневно, из других пунктов — ориентировочно еженедельно. Транзитное время на доставку от Москвы до Владивостока составляет порядка 14-20 дней.

Отправке по ж/д 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:

- Порт Кобе — Port of Kobe;
- Порт Нагоя — Port of Nagoya;
- Порт Осака — Port of Osaka.

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

- Из Санкт-Петербурга:
  - [MSC](#);
  - [FESCO](#).
- Из Новороссийска:
  - [MSC](#).
- Из Владивостока:
  - [MSC](#);
  - [SITC Line](#);
  - [Dong Young Shipping](#);
  - [FESCO](#);
  - [Navis Shipping](#).

Транзитное время морской доставки зависит от скорости обработки грузов в транзитных портах.

Табл. 17. Ориентировочное транзитное время доставки в Японию, дни

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

## Сроки и стоимость доставки

Табл. 18. 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
Ярославль — СПб — Кобе	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	11 300	27	0,42	70–75
Ярославль — СПб — Нагоя	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	11 500	27	0,43	70–75
Ярославль — СПб — Осака	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	11 500	27	0,43	70–75
Воронеж — СПб — Кобе	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	11 800	27	0,46	70–75
Воронеж — СПб — Нагоя	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 000	27	0,44	75–80
Воронеж — СПб — Осака	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 000	27	0,44	70–75
Ижевск — СПб — Кобе	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 500	27	0,46	70–75
Ижевск — СПб — Нагоя	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 700	27	0,47	75–80
Ижевск — СПб — Осака	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 700	27	0,47	70–75
Ярославль — Новороссийск — Кобе	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	13 850	27	0,51	50–55

Продолжение табл. 18.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Ярославль — Новороссийск — Нагоя	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	13 850	27	0,51	55–50
Ярославль — Новороссийск — Осака	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	14 050	27	0,52	55–50
Воронеж — Новороссийск — Кобе	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	14 050	27	0,52	50–55
Воронеж — Новороссийск — Нагоя	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 300	27	0,46	55–50
Воронеж — Новороссийск — Осака	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 500	27	0,46	50–55
Ижевск — Новороссийск — Кобе	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 500	27	0,46	50–55
Ижевск — Новороссийск — Нагоя	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	14 820	27	0,55	55–50
Ижевск — Новороссийск — Осака	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	15 020	27	0,56	50–55
Ярославль — МСК — Владивосток — Кобе	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	15 020	27	0,56	35–40*
Ярославль — МСК — Владивосток — Нагоя	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	9 770	27	0,36	40–45*

Продолжение табл. 18.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Ярославль — МСК — Владивосток — Осака	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	9 770	27	0,36	35–40*
Воронеж — МСК — Владивосток — Кобе	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	9 770	27	0,36	35–40*
Воронеж — МСК — Владивосток — Нагоя	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	10 240	27	0,38	40–45*
Воронеж — МСК — Владивосток — Осака	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	10 240	27	0,38	35–40*
Ижевск — МСК — Владивосток — Кобе	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	10 240	27	0,38	35–40*
Ижевск — МСК — Владивосток — Нагоя	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	11 600	27	0,43	40–45*
Ижевск — МСК — Владивосток — Осака	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	11 600	27	0,43	35–40*

*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 (дополнительные расходы за подключение к электричеству и сверхнормативное использование контейнера в порту Владивосток).*

Указаны действующие на 16 ноября 2023 г. ставки. В ставки включены все необходимые расходы, такие как: наземная доставка рефконтейнера с грузом весом до 27 тонн нетто, фрахт, дизель-генератор, ветеринарное и таможенное оформление, внутрипортовое экспедирование, взвешивание контейнера, оформление сертификата происхождения. Ставки рассчитаны по курсу 89,46 руб. за 1 долл. США.

В перечне ставок указана отправка из Ижевска, Воронежа и Ярославля в связи с расположением в данном регионе крупных производств. Оптимальный маршрут 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 — против коносамента).

## Авиаперевозка

Авиаперевозки способны обеспечить доставку лишь малых партий груза, а поддержание надлежащего температурного режима в этом случае вызовет организационные трудности.

Также стоит отметить, что издержки грузоотправителя при авиадоставке зачастую оказывается выше, чем при перевозках автомобильным и ж/д транспортом в пересчете на 1 кг веса груза.

Основные международные Японии:

- [Ханеда \(г. Токио\)](#);
- [Китакюсю \(г. Китакюсю\)](#);
- [Нагасаки \(г. Нагасаки\)](#);
- [Чубу Центрэйр \(г. Нагоя\)](#);
- [Наха \(г. Наха\)](#);
- [Кансай \(г. Осака\)](#);
- [Нью-Читозе \(г. Саппоро\)](#);
- [Сендай \(г. Сендай\)](#);
- [Шизуока \(г. Шизуока\)](#);



- [Фукуока \(г. Фукуока\)](#);
- [Хакодате \(г. Хакодате\)](#).

Для воздушной перевозки товаров, требующих температурного контроля, отправителю придется разместить груз в термоконтейнере, который нужно либо купить, либо взять в аренду. 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 необходимый температурный режим должны быть оговорены с перевозчиком отдельно.

Перевозка осуществляется на основании авианакладной и облагается НДС по ставке 0%. Перед выпуском авианакладной груз проходит финальное взвешивание и данные после взвешивания указывают в транспортном документе. Стоит отметить, что в случае корректировки веса груза будет произведена и корректировка авиафрахта, который рассчитывается на основании фактических габаритных и весовых характеристик груза.

Согласно программе поддержки экспорта в России, на основании [Постановления Правительства №1104 от 15 сентября 2017 г.](#) 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 сыра на экспорт 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 в пункте пересечения границы России.

## Возможные контрагенты

- 1) Комплексные логистические провайдеры, предоставляющие склады накопления и обеспечивающие отправку продукции различными видами транспорта и через различные порты России:
  - [ООО «Суперкарго»](#) (рефрижераторные грузы);
  - [ООО «Галеас»](#).
- 2) Железнодорожные операторы:
  - [ООО «Рефагротранс»](#);
  - [ООО «Дальрефтранс»](#);
  - [АО «РЖД логистика»](#).
- 3) Сюрвейерские компании:
  - [SGS](#);
  - [ГК «ТопФрейм»](#);
  - [IPC Hormann](#).
- 4) Контакты морских линий приведены в разделе «Морская перевозка».

## Ветеринарные документы

С подробным перечнем ветеринарных сопроводительных документов можно ознакомиться в главе 3 «Стандарты на продукцию».

## Документы для подтверждения факта экспортной отгрузки

Компании-экспортеры 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 России.



## 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) неполучения 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 без вести морского/речного и/или воздушного судна, перевозившего груз;
- 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;
- k) 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) при поломке рефмашины на непрерывный срок не менее 24 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 потеря 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, доказательства 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 желая 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. 19.

Табл. 19. Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Банк	Описание	Сайт <sup>15</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>
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>

<sup>15</sup> Для открытия некоторых сайтов необходимо воспользоваться VPN.

## 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»](#).

### 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 (Godo 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, K.K.):

- 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 (Г.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**

### **Защита товарных знаков в Японии**

В Японии вопросы охраны патентных прав регулируются Законом о товарных знаках<sup>16</sup>. Государственное регулирование объектов патентного права осуществляется Патентным ведомством Японии (Japan Patent Office — <https://clck.ru/Na7xv>).

Для защиты своих товарных знаков на японском рынке российские экспортеры сыров могут их регистрировать в Японии. В частности, можно создавать логотипы, регистрировать фирменные наименования или специальную упаковку для японского рынка. Соответственно, товарные знаки, регистрируемые в Японии, могут отличаться от товарных знаков, зарегистрированных для продукции на российском рынке.

Сначала экспортерам рекомендуется проверить в Японии уже зарегистрированные товарные знаки на английском и японском языках, чтобы удостовериться, что выбранное ими название еще не было внесено в реестр. Заявители

---

<sup>16</sup> <https://clck.ru/37CpL3>

должны подавать заявку на регистрацию товарного знака и другие права интеллектуальной собственности в Патентное ведомство Японии. Заявка на регистрацию товарного знака может быть подана производителем, экспортером либо импортером.

Для подготовки заявки можно обратиться к сайту Патентного ведомства (в разделе «Как подать заявку?» есть инструкция по ссылке <https://clck.ru/Na7yo>) и заполнить форму по образцу — <https://clck.ru/Na7zL>. Регистрация товарного знака занимает до 9 месяцев. Экспортерам рекомендуется начать этот процесс заранее. Компаниям, не имеющим представительства в Японии, рекомендуется назначить патентного поверенного.

## Защита прав интеллектуальной собственности

Защита прав интеллектуальной собственности в Японии регулируется различными положениями, в зависимости от рассматриваемого объекта интеллектуальной собственности.

- **Закон о наименованиях мест происхождения товаров:** патенты на сельскохозяйственную продукцию, включая продукты питания, но исключая алкогольные напитки.
- **Закон о спиртных напитках:** патенты для алкогольных напитков.
- **Закон о патентах:** патент закрепляет исключительное право на высокотехнологичное изобретение сроком действия 20 лет (подлежит продлению).
- **Закон о товарных знаках:** товарный знак — это обозначение, которое служит для индивидуализации товаров или услуг определенной компании и действует в течение 10 лет (продлевается каждые 10 лет).
- **Закон о промышленном образце:** промышленный образец защищает внешний вид (узоры, цвета, особенности дизайна) изделия и действует до 20 лет (подлежит продлению).
- **Закон о полезной модели:** полезная модель является объектом интеллектуальных прав на изобретение с менее строгими условиями патентоспособности.



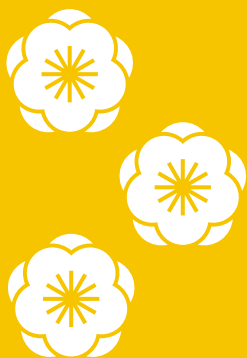
Япония является участником Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности ВТО и большинства других международных договоров, касающихся прав интеллектуальной собственности, включая Парижскую и Бернскую конвенции. Японское законодательство по интеллектуальной собственности в некоторых аспектах выходит за рамки стандартов, установленных в вышеназванных международных договорах. Более того, в соответствии с таможенным законодательством были приняты конкретные меры, направленные на обеспечение защиты прав интеллектуальной собственности, включая таможенную защиту и установление уголовной ответственности. В Министерстве экономики, торговли и промышленности (METI) разработаны конкретные рекомендации в отношении доступных внутренних средств правовой защиты при нарушении интеллектуальных прав.



# Продвижение продукции

---





Содержание

---

## **6.1.**

Ключевые факторы успеха на рынке

## **6.2.**

Отраслевые выставки и ярмарки

## 6.1. Ключевые факторы успеха на рынке

- **Качество.** Уровень качества продукта должен быть высоким, стабильным и соответствовать ожиданиям японских потребителей, которые предъявляют самые высокие требования к продукции на рынке.
- **Оперативность.** При возникновении проблем экспортеру следует оперативно осуществлять корректирующие действия, включая отзыв товара.
- **Стабильность поставок.** Японские импортеры потребуют соблюдения всех условий соглашений и своевременного осуществления поставок.
- **Личные отношения.** Экспортерам необходимо стремиться к построению долгосрочных отношений со своими японскими партнерами.
- **Ценовая политика.** Из-за более высоких пошлин российским экспортерам придется потерять часть прибыли, как минимум, на начальном этапе с тем, чтобы выйти на крупный рынок и конкурировать с объединенными компаниями.
- **Партнерство с торговой или закупочной компанией.** Ввиду специфики японского рынка важное значение имеет взаимодействие с правильно выбранным партнером.
- **Дифференциация бренда.** На таком сложном и разноплановом рынке, как рынок сыров в Японии, особое значение имеют стратегии бренда. Даже для недифференцированных продуктов, таких как блочные сыры, российским экспортерам придется представить дифференцирующий фактор, который побудит японских потребителей работать с новыми поставщиками. Как и в случае с дорогими сырами, для этой категории необходимо найти правильную нишу или подходящие сопутствующие товары, чтобы привлечь интерес японских деловых партнеров.
- **Реклама в соцсетях.** По последним статистическим данным, в Японии насчитывается около 120 млн пользователей интернета, и более половины из них пользуются соцсетями примерно по 40 минут ежедневно. Как и везде в мире, социальные медиа-площадки открывают возможности для продвижения брендов на японском рынке. Однако для успеха рекламной кампании в социальных сетях нужно иметь представление о различных площадках и о том, как ими пользуется целевая аудитория российских экспортеров сыров.

## Популярные социальные медиа-платформы

По количеству пользователей, которых по состоянию на 2021 г. насчитывается около 60 млн человек, LINE является самой популярной социальной сетью в Японии. За ней следуют Twitter и Facebook. Целый ряд брендов, разместивших рекламу на этих платформах, добились успеха в плане повышения узнаваемости и присутствия в интернете, а также проникновения на конкретный целевой рынок. Instagram, с другой стороны, является самой быстрорастущей социальной сетью, которая успешно используется для моментального, непосредственного общения с целевой аудиторией бренда.

### LINE



LINE включает функции Facebook Messenger и WhatsApp, а также предлагает дополнительные услуги, такие как новости и развлечения, мобильные платежи, купоны на скидку. После создания страницы учетной записи в LINE предлагается несколько вариантов рекламы.

### Twitter, Facebook, Instagram

Twitter с более чем 55 млн пользователей также является популярной социальной сетью в Японии, за которой следуют Facebook (50 млн) и Instagram (40 млн). При этом Instagram быстрее всего набирает популярность, особенно среди женщин в возрасте от 18 до 30 лет, которые составляют две трети пользователей сети. Аудитория Twitter в Японии является самой разнообразной с точки зрения возраста и пола, что позволяет вовлечь массовую аудиторию. Facebook,



напротив, в основном используется взрослыми людьми (старше 30 лет), которые составляют почти 75% от общего числа пользователей (из них мужчины — 57%). Таким образом, Facebook является идеальной площадкой для продвижения ориентированных на взрослую аудиторию брендов, в т.ч. премиальных и более традиционных. Наконец, через Instagram можно продвигать продукцию среди молодых женщин, которые склонны покупать товары, рекомендованные лидерами мнений (influencers).

## Обмен видеофайлами

Поскольку 25% японских интернет-пользователей смотрят онлайн-видео ежедневно, обмен видеофайлами становится все более значимым для цифровой рекламы в Японии. У видео гораздо больше просмотров, чем у текста и изображений, поэтому почти все платформы социальных сетей имеют встроенные функции обмена и просмотра видео. Для обмена видеофайлами все чаще используют YouTube (самая активная соцсеть в Японии), NicoNicoDouga и AbemaTV.

## Блоги о еде

Еще одна успешная стратегия продвижения продукта в Японии — работа с блогерами, которые за плату могут включать в свои блоги видеоконтент, статьи и рекламу товаров. Популярные блогеры, пишущие о еде, имеют влияние среди тех же подписчиков, и поэтому работа с ними позволит представить бренды на нескольких интернет-платформах.

## 6.2. Отраслевые выставки и ярмарки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
<b>Supermarket Trade Show</b>  Международная выставка продуктов питания и напитков, ориентированная на ритейл  <a href="http://www.smts.jp/en/">http://www.smts.jp/en/</a>	<b>Japan</b> Makuhari Messe, Chiba	14–16.02.2024

Продвижение продукции

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
<b>Japan International Franchise Show</b>  Международная выставка франчайзинга в сфере продуктов питания и напитков  <a href="https://messe.nikkei.co.jp/en/fc/">https://messe.nikkei.co.jp/en/fc/</a>	<b>Japan</b> Tokyo Big Sight, Koto	13–15.03.2024
<b>Japan Foodex</b>  Крупнейшая международная выставка продуктов питания и напитков в Азии  <a href="http://food-selection.com">http://food-selection.com</a>	<b>Japan</b> Makuhari Messe, Chiba	05–08.03.2024
<b>The World Food and Beverage Great Expo</b>  Международная выставка продуктов питания, пищевых технологий и упаковки  <a href="https://www.fabex.jp/index.html">https://www.fabex.jp/index.html</a>	<b>Japan</b> Tokyo Big Sight, Koto	10–12.04.2024
<b>Healthy Ingredients Japan</b>  Ведущая международная выставка здорового питания  <a href="https://clck.ru/aec2C">https://clck.ru/aec2C</a>	<b>Japan</b> Tokyo Big Sight Exhibition Centre	23–25.10.2024



# Особенности ведения бизнеса

---





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 и творческим 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.

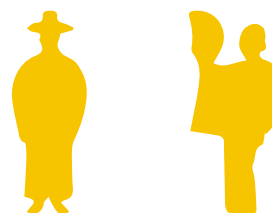
Категоричное «нет» может прозвучать оскорбительно, а «да» может означать всего лишь согласие обсудить. Японскому языку присущи ассоциативность и иносказательность, поэтому лучше заранее подготовиться к уточняющим вопросам. В момент обсуждения не стесняйтесь переспросить и разъяснить спорные моменты.

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. 19. Государственные праздники Японии в 2024 г.

Праздник	Дата
Новый год	1 января
День совершеннолетия	8 января
День основания государства	11 февраля
День рождения императора	23 февраля
День весеннего равноденствия	20 марта
День Сева (Showa)	29 апреля
День Конституции	3 мая
День зелени	4 мая
День детей	5 мая
День моря	15 июля
День гор	11 августа
День почитания пожилых людей	16 сентября
День осеннего равноденствия	23 сентября
День культуры	3 ноября
День благодарности труду	23 ноября





# Преимущества и риски осуществления поставок

---



Содержание



## **8.1.**

Преимущества

## **8.2.**

Риски



## 8.1. Преимущества

### Растущее потребление сыров

Япония является крупнейшим импортером сыров в Азии. Ожидается, что до 2028 г. японский рынок сыров, чья стоимость оценивается в 3.38 млрд долл. США в 2023 г., будет ежегодно расти в стоимости на 2.15%, благодаря таким тенденциям, как рост популярности западной кухни, тренд на добавление сыров в японские блюда, тренд на употребление сыров в качестве аперитивов к алкогольным напиткам, тренд на потребление натуральных сыров в рамках растущей популярности ЗОЖ.

### Импортная сырьевая база для производства плавленых сыров

Большую часть плавленых сыров японские молочные компании производят внутри страны, импортируя ингредиенты для их производства. 84% изготовленных в Японии в 2022 г. плавленых сыров, было произведено за счет импортного сырья. Российским производителям сыров будет трудно заполучить премиальные ниши брендовых сыров, однако можно побороться за поставки сырьевых продуктов для местного производства.

### Меры государственной поддержки в РФ в отношении национальных экспортно-ориентированных производителей сыров

С 1 января 2024 г. размер компенсации затрат экспортерам молочной продукции на ее транспортировку увеличится с 25% до 100%. В рамках соответствующего постановления сыры указаны в числе приоритетных продуктов.

### Географическая близость с российским Дальним Востоком

Очевидное логистическое преимущество российским производителям с Дальнего Востока дает географическая близость к Японии. Развитие экспортного потенциала рассматривается главным драйвером развития АПК региона, особенно в молочной индустрии. Однако возможности данного конкурентного преимущества в настоящее время задействованы крайне слабо: доля ДВФО в производстве российских сыров, хоть и растет с каждым годом, все еще остается крайне низкой (0,7%).

## 8.2. Риски

### **Высокий уровень конкуренции**

Конкуренционные поставщики из стран ЕС, Австралии и Новой Зеландии занимают прочное положение на рынке сыров благодаря известным брендам, странам происхождения, широкому ассортименту сыров и наличию преференциального доступа по многим позициям. С российским продуктом японские импортеры пока знакомы мало. Российским производителям стоит ориентироваться на сегмент переработки. Стоит отметить, что позиционирование российских сыров не в качестве аналогов западных, а уникального, аутентичного товара может быть оптимальным.

### **Особенности импорта и дистрибуции**

Существенное давление на нового экспортера оказывает то, что для осуществления поставок на японский рынок требуется взаимодействие с лидирующими интегрированными мультиотраслевыми компаниями (кэйруцу), занимающимися торговлей и импортом. Традиционно они имеют огромное влияние на каналы сбыта и без них крайне трудно выйти на небольших и средних оптовиков или торговые сети.

### **Тарифные барьеры и преференции для третьих стран**

Большинство стран основных экспортеров сыров на японский рынок (страны ЕС, Новая Зеландия, Австралия и США) имеют ССТ с Японией, которое предусматривает постепенное снижение уровня таможенных пошлин вплоть до беспошлинного ввоза к 2025-2033 гг. Поэтому российским экспортерам как новым участникам японского рынка придется не только столкнуться с серьезной конкуренцией со стороны данных стран, занимающими прочные позиции на рынке, но и с отсутствием преференциальных таможенных тарифов на поставку российской продукции.

### **Высокие стандарты качества, сложные технические регламенты и строгие санитарные правила**

В отношении качества и постоянства японские потребители и представители бизнеса являются одними из самых требовательных в мире. Правила ввоза, включая санитарный контроль, сложны, обременительны и затруднительны для зарубежных поставщиков. Ситуация осложняется языковым барьером.

# Карта действий экспортера

---





### **Этап I — Подготовка к экспорту (см. приложение №3)**

- 1) Оцените готовность вашей компании к экспортной деятельности.
- 2) Определите конкурентные преимущества вашей продукции и компании (в том числе 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 РФ, которые необходимо предпринять для экспорта продукции в Японию (см. раздел 3. «Стандарты на сыры»)**

- 1) Аттестация предприятия в России.
  - Регистрация предприятия в системах РСХН — ИС «Аргус» и ИС «Цербер» в качестве экспортера молочной продукции в Японию.
  - Обследование предприятия комиссией РСХН и включение в реестр экспортеров молочной продукции в Японию.
  - Исследования продукции в аккредитованной лаборатории в России на соответствие требованиям Японии к качеству и безопасности молочной продукции.
  - Получение через ИС «Аргус» разрешения Главного государственного ветеринарного инспектора Российской Федерации на поставки молочной продукции в Японию.

**2) Сертификация продукции в Японии.**

- Составление перечня ингредиентов в составе продукта и блок-схемы производственного процесса (для направления импортеру).
- Отправка образцов продукции в Японию для прохождения сертификации продукции (совместно с импортером), предназначенной для экспорта в Японию.
- Согласование с импортером маркировки и характеристик упаковки продукции.

**3) Организация логистики — выбор транспортно-экспедиторской компании и таможенного брокера для обеспечения международных перевозок и таможенного оформления грузов.**

**По итогам этапа II: предприятие получает право поставки молочной продукции в Японию**

**Этап III — Таможенное оформление продукции**

- 1)** Регистрация экспортера в таможенных органах (при первой поставке).
- 2)** Таможенное оформление экспорта, включая оформление ветеринарно-сопроводительной документации.

**По итогам этапа III: осуществляется вывоз продукции с территории РФ**





# Контактная информация

---



10

Содержание

---



## **10.1.**

Потенциальные партнеры

## **10.2.**

Профильные организации



## 10.1. Потенциальные партнеры

Наименование	Профиль	Контактная информация
<b>Nosawa</b>	Импорт / Дистрибуция	Адрес: 4-1, Marunouchi 3-chome, Chiyoda-ku, Токуо Тел.: +81 3 3216 3461 Сайт: <a href="https://www.nosawa.co.jp/en/cheese">https://www.nosawa.co.jp/en/cheese</a>
<b>Chesco</b>	Импорт / Дистрибуция / Переработка	Адрес: 160-0003 Токуо, Shinjuku City, Honshiocho, 5-1 Тел.: +81333540671 Сайт: <a href="http://www.chesco.co.jp">www.chesco.co.jp</a>
<b>Nippon Mycella</b>	Импорт / Дистрибуция / Переработка	Адрес: 3-1-1, Nihonbashi Hama-cho, Chuo-ku, Токуо, Japan Тел.: +81-3-3661-9991 Сайт: <a href="http://www.mycella.com">www.mycella.com</a>
<b>Lacto Japan</b>	Импорт / Дистрибуция	Адрес: 2-11-2 Nihonbashi, Chuo-ku, Токуо 103-0027 Тел.: +81-3-6281-9701 Сайт: <a href="http://www.lactojapan.com">www.lactojapan.com</a>
<b>Kyodo International</b>	Импорт / Дистрибуция	Адрес: 2-chōme-10-9 Miyazaki, Miyamae Ward, Kawasaki, Kanagawa 216-0033 Тел.: +81 44-853-2611 Сайт: <a href="https://www.kyodo-inc.co.jp">https://www.kyodo-inc.co.jp</a>
<b>DEL SOLE Corp</b>	Импорт / Дистрибуция	Адрес: 7th floor, TFT Building West Wing, 3-4-10, Ajiake, Koto-ku Тел.: +81-35-135-0063 Сайт: <a href="https://www.del-sole.co.jp">https://www.del-sole.co.jp</a>
<b>Suzusho</b>	Импорт / Дистрибуция	Адрес: 23 Araki-cho, Shinjuku-ku, Токуо 160-0007 Japan Тел.: +81-3-3225-1161 Сайт: <a href="https://www.suzusho.co.jp/english/">https://www.suzusho.co.jp/english/</a>
<b>Tokyo Dairy</b>	Импорт / Дистрибуция	Адрес: 3-4-2 Kiba, Koto-ku, Токуо, Japan Тел.: +81-3-5245-4750 Сайт: <a href="http://www.tokyodairy.co.jp">www.tokyodairy.co.jp</a>
<b>Itochu Corporation</b>	Импорт / Дистрибуция	Адрес: 5-1, Kita-Aoyama 2-chome, Minato-ku, Токуо 107-8077, Japan Тел.: +81 03-3497-2121 Сайт: <a href="https://www.itochu.co.jp/en/">https://www.itochu.co.jp/en/</a>
<b>Imanaka</b>	Импорт / Дистрибуция	Адрес: Kudan First Place 7F, 4-1-28 Kudankita Chiyoda-ku Токуо Тел.: +81-3-5213-2761 Сайт: <a href="https://www.imanaka.co.jp/">https://www.imanaka.co.jp/</a>

## 10.2. Профильные организации

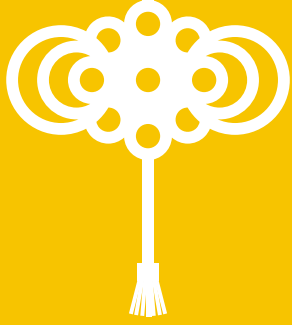
Компания	Контактная информация
<b>Торговое представительство Российской Федерации в Японии</b>	Адрес: 4-6-9 Takanawa, Minato-ku, Tokyo Тел.: +81 3 3447 3201 Сайт: <a href="https://jpn.minpromtorg.gov.ru">https://jpn.minpromtorg.gov.ru</a>
<b>Japan External Trade Organization (JETRO)</b>	Адрес: Ark Mori Building, 6F 12-32, Akasaka 1-chome, Minato-ku, Tokyo Тел.: +81 3 3582 5511 Сайт: <a href="https://www.jetro.go.jp/en">https://www.jetro.go.jp/en</a>
<b>Japan Foreign Trade Council Inc. (JFTC)</b>	Адрес: Kasumigaseki Common Gate West Tower 20F, 3-2-1, Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo 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>
<b>Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries</b>	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>Ministry of Health, Labour and Welfare</b>	Адрес: 1-2-2 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo Тел.: +81 3 5253 1111 Сайт: <a href="https://www.mhlw.go.jp/stf/english/index.html">https://www.mhlw.go.jp/stf/english/index.html</a>
<b>Japan Customs</b>	Адрес: 3-1-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo Сайт: <a href="https://www.customs.go.jp/english/index.htm">https://www.customs.go.jp/english/index.htm</a>
<b>Manufactured Imports and Investment Promotion Organization</b>	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**

A still life composition featuring various cheeses, figs, walnuts, and honey on a wooden surface. The scene is set against a dark, textured wooden background. In the foreground, a wooden crate holds several pieces of cheese: a wedge of yellow cheese with dark specks, a wedge of white cheese with a rind, and a wedge of yellow cheese with a white rind. To the left, a sliced fig is visible. In the bottom left corner, there are walnuts, some whole and some cracked. In the bottom right corner, there is a small glass jar of honey with a wooden honey dipper resting on top. The lighting is warm and focused, highlighting the textures of the cheese and the wood.



## 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.

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

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 26.04.2019 г. №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 до 25% от фактической стоимости для предприятий по переработке зерна, масличных культур, рыбы и морепродуктов, а также по производству сухих молочных продуктов.

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

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



## Программа льготного лизинга

Льготный лизинг оборудования направлен на приобретение оборудования, необходимого для омологации 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.

**Компетентные органы:** Минсельхоз России

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

## Программа компенсации затрат на транспортировку продукции АПК

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

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

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

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

Компенсация части затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках в размере 50% или 90% объема затрат на сертификацию, фактически понесенных производителями в течение 12 месяцев. Получить компенсацию можно при условии сертификации продукции

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

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

## **Программа продвижения продукции АПК на внешние рынки**

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

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

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



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

Возмещение российским экспортерам затрат на аренду выставочной площади и регистрационного сбора, связанных с участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за пределами Российской Федерации. Субъектам малого и среднего предпринимательства возмещается до 700 тыс. рублей в год за участие не более чем в 3 выставках, крупному бизнесу возмещается до 2 млн рублей в год за участие не более чем в 3 выставках.

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

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

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

Софинансирование затрат по застройке и сопровождению выставочных стендов российских компаний в рамках национальной коллективной экспозиции, а также по организации доставки выставочных образцов экспортеров, в том числе затраты на их таможенное оформление и страхование. Для субъектов малого и среднего предпринимательства размер софинансирования составляет до 80%, для крупного бизнеса — до 50%.

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

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

# Приложение №1.

## Регулирование импорта продовольственной и сельскохозяйственной продукции в Японии

### Пищевые продукты

Качество и безопасность пищевых продуктов в Японии прежде всего регулируется Законом о безопасности пищевых продуктов. Соблюдение положений этого закона контролируется Управлением безопасности пищевых продуктов Бюро продовольственной безопасности при Министерстве здравоохранения, труда и благосостояния Японии (MHLW, далее — Минздрав Японии).

Существует также целый ряд положений, регламентирующих оборот импортных пищевых продуктов, включая требования к упаковке и маркировке, безопасности продукции для здоровья людей и животных, а также вопросы использования кормовых добавок и агрохимикатов.

- Основной закон №48 о безопасности пищевых продуктов 2003 г.
- <https://clck.ru/NaCui>
- Закон о санитарной обработке пищевых продуктов №233 от 24 декабря 1947 г. <https://clck.ru/NaCvX>
- Приказ Министерства здравоохранения и благосостояния от 13 июля 1948 г. о приведении в исполнение Закона о санитарной обработке пищевых продуктов <https://clck.ru/NaCwQ>
- Постановление Правительства от 31 августа 1953 г. об обеспечении выполнения Закона о санитарной обработке пищевых продуктов <https://clck.ru/NaD53>
- Закон о стандартах на продукцию сельского хозяйства и недревесную продукцию леса №175 от 11 мая 1950 г. <https://clck.ru/NaCxb>
- Закон о пропаганде здорового образа жизни №103 от 2002 г. (на японском языке) <https://clck.ru/NaD3q>
- Закон о маркировке пищевой продукции №70 от 28 июня 2013 г. <https://clck.ru/NZbbe>

## **Закон о санитарной обработке пищевых продуктов**

Закон регулирует вопросы качества и безопасности пищевых продуктов, в т.ч.:

- стандарты на продукты питания, пищевые добавки, пищевые контейнеры / упаковки;
- санитарные нормы для производственных предприятий;
- лицензирование коммерческой деятельности.

Контроль за применением данного закона находится в ведении Минздрава Японии. В марте 2018 г. в него были внесены поправки, касающиеся введения системы разрешающих списков для импорта инвентаря, тары и упаковки пищевых продуктов. В частности, на японский рынок допускаются только те продукты и материалы, которые изготовлены в соответствии со стандартами GMP (надлежащей производственной практики).

## **Закон о стандартах на продукцию сельского хозяйства**

Закон направлен на улучшение качества продуктов питания, напитков и обеспечение их надлежащего производства согласно предписанию Министерства сельского хозяйства, лесоводства и рыболовства (MAFF). В отличие от Закона о санитарной обработке пищевых продуктов, Национальный сельскохозяйственный стандарт Японии (JAS) является не столько стандартом, который определяет качество и безопасность пищевых продуктов, сколько системой оценки качества продукции с учетом способов производства и пр., которая призвана помочь потребителям сделать правильный выбор. Национальный сельскохозяйственный стандарт применяется в инициативном порядке и в отношении только тех продуктов, которые указаны в перечнях Министерства. Более того, закон предусматривает систему двойной маркировки для различных видов органической пищевой продукции.

## **Закон о пропаганде здорового образа жизни**

Исполнение положений закона обеспечивается Минздравом Японии путем регулирования производства, импорта и продажи продуктов питания, пищевых контейнеров / упаковок и пищевых добавок. Данный закон в целом направлен на пропаганду здорового образа жизни и знаний о полезных пищевых привычках.

Помимо этого существует множество отраслевых положений, входящих в Закон о санитарной обработке пищевых продуктов, которые регулируют специфические требования к импортируемым продуктам, такие как наличие пищевых добавок, запрещенных веществ, спецификации продуктов питания, максимально допустимый уровень (MRL/МДУ) остаточного содержания ветеринарных препаратов и пестицидов и т.д. В отношении пищевых добавок при содействии Службы США по охране окружающей среды (US EPA) был внедрен ускоренный процесс одобрения в Японии наиболее распространенных пищевых добавок, которые используются европейскими производителями, в частности, в производстве вин.

## Пищевые добавки

- Закон о санитарной обработке пищевых продуктов №233 от 24 декабря 1947 г. <https://clck.ru/NaCvX>

## Остаточное содержание агрохимикатов

Подробная информация доступна на сайте Минздрава Японии по ссылке: <https://clck.ru/NaD9B>

- Система разрешающих списков в отношении остаточного содержания агрохимикатов в пищевых продуктах, 2006 г. (Управление безопасности пищевых продуктов Минздрава Японии) <https://clck.ru/NaD9o>
- Аналитические методы определения остаточных количеств сельскохозяйственных химикатов, кормовых добавок и ветеринарных препаратов в пищевых продуктах (24 января 2005 г., Syoku-An №0124001) <https://clck.ru/NaD9B>
- Уведомление Минздрава Японии №497 от 29 ноября 2005 г. <https://clck.ru/NaDD3>
- Уведомление Минздрава Японии №498 <https://clck.ru/NaDDM>
- Спецификации и стандарты в новой редакции от 29 мая 2006 г.: Классификация продуктов питания <https://clck.ru/NaDDm>
- База данных МДУ для остаточного содержания химикатов доступна на сайте Японского фонда исследования химических веществ в пищевых продуктах — <https://clck.ru/NaDEG>

- Уведомление Директора Бюро продовольственной безопасности о внесении поправок и принятии нормативных актов (29 ноября 2006 г., Syoku-An №1129001), касающихся пункта 3 статьи 11 Закона о санитарной обработке пищевой продукции <https://clck.ru/NaDFj>
- Руководство по подаче заявки на определение и пересмотр максимально допустимого уровня остаточного содержания агрохимикатов, используемых за пределами Японии (26 декабря 2017 г., Sei-Shoku №1226005) <https://clck.ru/NaDGx>
- Распоряжение об установлении сроков обработки заявки на определение максимально допустимого уровня остаточного содержания агрохимикатов (26 декабря 2017 г., Sei-Shoku №1226006) <https://clck.ru/NaDHу>



# Приложение №2. Товаросопроводительная документация

## Таможенная декларация на товары<sup>17</sup>



### ДЕКЛАРАЦИЯ НА ТОВАРЫ

А 10216170/151119/0213437

1	2 Отправитель/Экспортер № СМ. ГРАФУ 14 ДТ		1 ДЕКЛАРАЦИЯ ЭК 10 ЭД		3 Формы 1 1	4 Отпр. спец.	5 Всего т-ов 1	6 Всего мест 1800	7 Справочный номер		
	8 Получатель № GUANGZHOU DONGYI FOODS CO.LTD CHINA, HUANSIXI ROAD , LIWAN, GUANGZHOU, BOOTH 51-53, ZONE3, NO. 5 SHUICHANG STREET		9 Лицо, ответственное за финансовое урегулирование № СМ. ГРАФУ 14 ДТ								
14 Декларант № 232805415126 ИП ХЛЫСТУН ТАТЬЯНА СЕРГЕЕВНА РОССИЯ, КРАСНОДАРСКИЙ КРАИ, ВЫСЕЛКОВСКИЙ Р-ОН, СТ. ВЫСЕЛКИ, УЛ. ВЕСЕЛАЯ, 18 318237500321122		15 Страна отправления РОССИЯ		16 Страна происхождения РОССИЯ		17 Страна назначения КИТАЙ		18 Код страны отпр. RU		19 Код страны назнач. CN	
16 Идентификация и страна регистрации трансп. средства при отправлении/прибытии .		19 Конт. 1		20 Условия поставок FCA ПГТ СОВЕТСКИЙ (РМЭ)		22 Валюта и общая сумма по счету USD 45900.00		23 Курс валюты 64.2101		24 Характер сделки 010 00	
21 Идентификация и страна регистрации активного трансп. средства на границе 1: МОРСКОЕ СУДНО		25 Вид транспорта 10 на границе		26 Вид транспорта внутри страны		27 Место погрузки/разгрузки		28 Финансовые и банковские сведения			
29 Орган выезда/выезда		30 Местонахождение товаров СМ.ДОПОЛНЕНИЕ		32 Товар № 1		33 Код товара 0207149909		34 Код страны происх. RU		35 Вес брутто (кг) 27810.000	
31 Грузовые места и описание товаров Маркировка и количество - Номера контейнеров - Количество и отличительные особенности 1-ПИЩЕВЫЕ СУБПРОДУКТЫ ДОМАШНИХ КУР. ЗАМОРОЖЕННЫЕ КУРИНЫЕ НОГИ ЦЫПЛЯТ-БРОЙЛЕРОВ/ FROZEN BROILER CHICKEN FEET. ДАТА ВЫРАБОТКИ 07-10/2019г., МАРКИРОВКА LLC "PTITSEFABRIKA AKASHEVSKAYA" ФИРМА: ООО "ПТИЦЕФАБРИКА АКАШЕВСКАЯ" (ТМ) ОТСУТСТВУЕТ 2-1800, СТ-1800 3-CN 1: EGSU5013049		36 Преференция ЭС-----		37 ПРОЦЕДУРА 1000 000		38 Вес нетто (кг) 27000.000		39 Каота		40 Общедекларационный/Предварительный документ	
44 Дополнит. информация/ Предоставляемые документы 1.70\$/КГ. Н/Б=2.9% (0.97) 01201/0 7804901 ОТ 13.11.19 02012/0 7816237279-F19-01617 ОТ 12.11.19 03011/2 090919 ОТ 09.09.19 10216170/111019/0185604 03012/0 2 ОТ 09.09.19 03031/0 19090014/2518/0000/1/2 04011/2 469714221 ОТ 08.08.2018 10216170/290819/0157269; СМ.ДОПОЛНЕНИЕ		41 Дополнит. единицы		42 Цена товара 45900.00		43 Код МС		45 Таможенная стоимость		46 Статистическая стоимость 48600.00	
47 Исчисление платежей		48 Отсрочка платежей		49 Ревизиты оспода		50 Вводности/подсчеты		51 Предоплаченные органы (и страна) транзита		52 Гарантия недействительна для	
Вид		Основы начисления		Ставка		Сумма		СП		53 Орган (и страна) назначения	
1010 1010				750РУБ		750.00 0		УН УМ		Код	
				Всего:		0.00				54 Место и дата 1-0804/00 26.06.17 7805592899/781001001, 11002/2 0804/00-19/41 19.06.19 2-11001/2 МАРЬЕТА ЮЛИЯ ВАЛЕНТИНОВНА ПАСРФ 40 09 960210 15.03.2010. 8/9211313-74-42, СПЕЦИАЛИСТ ОТДЕЛА ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ОФОРМЛЕНИЯ 3-11003/2 ПРИКАЗ 1 11.01.16 11.02.24	
10 ВЫПУСК ТОВАРОВ РАЗРЕШЕН СЛОМОВА ДАРЬЯ НИКОЛАЕВНА		15.11.19 16:00:32		468						55 Орган (и страна) назначения	

<sup>17</sup> Форма и порядок ее заполнения утверждены решением Комиссии Таможенного союза от 20 мая 2010 года №257 <http://docs.cntd.ru/document/902220279>

## Сертификат здоровья на экспортируемые из Российской Федерации в Японию термически обработанные молоко и молочные продукты



### HEALTH CERTIFICATE FOR HEAT-PROCESSED MILK AND MILK PRODUCTS EXPORTED FROM THE RUSSIAN FEDERATION TO JAPAN СЕРТИФИКАТ ЗДОРОВЬЯ НА ЭКСПОРТИРУЕМЫЕ ИЗ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ЯПОНИЮ ТЕРМИЧЕСКИ ОБРАБОТАННЫЕ МОЛОКО И МОЛОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ

From Russian Federation / Из Российской Федерации		Veterinary certificate to Japan / Ветеринарный сертификат в Японию		
Часть I: Информация об отправляемой партии / Part I: Details of dispatched consignment	1.1. Consignor/Грузоотправитель Name/Название	1.2. Certificate reference number / Номер сертификата	1.2.a.	
	Address/Адрес Tel./Телефон	1.3. Central Competent Authority/Центральный компетентный орган <b>FEDERAL SERVICE FOR VETERINARY AND PHYTOSANITARY SURVEILLANCE</b>		
		1.4. Local Competent Authority/Местный компетентный орган		
		1.6.		
	1.5. Consignee/Грузополучатель Name/Название			
	Address/Адрес Tel./Телефон			
	1.7. Country of origin/ Страна происхождения <b>RUSSIAN FEDERATION</b>	1.8. Region of origin / Регион происхождения	1.9. Date of departure / Дата отправления	
	1.10. Place of origin/Место происхождения Name/Название компании	1.11. Place of loading / Место отгрузки		
	Address/Адрес	1.12. Border entry point in Japan / Пограничный пункт ввоза в Японию		
	Approval number/Регистрационный номер			
	1.13. Means of transport: /Транспорт: Aeroplane/Самолет <input type="checkbox"/> Ship/Судно <input type="checkbox"/> Railway wagon/Железнодорожный вагон <input type="checkbox"/> Road vehicle/Автомобиль <input type="checkbox"/> Other / Другое <input type="checkbox"/>			
	1.14. Description of commodity: / Описание продукции:		1.15. Commodity code (HS code)/Код продукции (код ТН ВЭД)	
		1.16. Quantity / Количество груза		
	1.17. Temperature of product / Температура продукта Ambient / Комнатная <input type="checkbox"/> Chilled / Охлажден <input type="checkbox"/>		1.18. Number of packages / Количество упаковок	
			1.19. Type of packaging / Тип упаковки	
	1.20. Container No. / Номер контейнера:		1.21. Number of seal / Номер пломбы:	
	1.22. Commodities certified for: / Продукция предназначена для: Human consumption and feeding animals other than cloven hooved ones / Употребления человеком в пищу и использование в кормлении животных за исключением парнокопытных видов..... <input type="checkbox"/> <b>Cloven hooved animal feeding</b> / Кормление парнокопытных животных..... <input type="checkbox"/>			
	1.23. Identification of the commodities/Идентификация продукции			
	Nature of commodity / Категория продукции	Milk-processing plant / Approval number and address Завод-изготовитель / Регистрационный номер и адрес	Date of processing / Дата переработки	Number of packages / Количество упаковок
				Net weight / Вес нетто

Page 1 of 3 pages



Продолжение сертификата здоровья

Page 2 of 3 pages Часть II : Сертификация / Part II: Certification The milk or milk products described here in where processed under sanitary conditions in accordance with laws and regulations of Russian Federation, which are at least equivalent to laws and regulations of Japan. / Молоко или молочные продукты, описанные здесь, получены и переработаны в санитарных условиях в соответствии с законодательством Российской Федерации, которое по меньшей мере эквивалентно законам и правилам Японии.	From Russian Federation / Из Российской Федерации		Veterinary certificate to Japan / Ветеринарный сертификат в Японию																															
	II. Health information / Ветеринарно-санитарная информация		II.a. Certificate reference number Номер сертификата	II.b.																														
II.1. Animal health attestation / Свидетельство здоровья животных I, the undersigned State veterinarian, hereby declare that all the provisions of the Veterinary requirements for milk products from cloven-hoofed animals to be exported to Japan from countries other than listed countries are met and certify that: / Я, нижеподписавшийся государственный ветеринарный врач, настоящим удостоверяю, что все условия «Ветеринарных требований к молочным продуктам, предназначенным для экспорта в Японию из стран, не входящих в Список стран» соблюдены и удостоверяю следующее:																																		
II.1.1 Milk product contains the following ingredients in compliance with the requirements, to wit: / Молочный продукт содержит следующие компоненты и отвечает следующим критериям:																																		
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Species (a) /Виды (a)</th> <th>Treatment (b) /Обработка (b)</th> <th>Name of the country, where the treatment was performed (in case the treatment was performed outside the Russian Federation)/Название страны где проводилась обработка (в случае если обработка производилась не в РФ)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>					Species (a) /Виды (a)	Treatment (b) /Обработка (b)	Name of the country, where the treatment was performed (in case the treatment was performed outside the Russian Federation)/Название страны где проводилась обработка (в случае если обработка производилась не в РФ)																											
Species (a) /Виды (a)	Treatment (b) /Обработка (b)	Name of the country, where the treatment was performed (in case the treatment was performed outside the Russian Federation)/Название страны где проводилась обработка (в случае если обработка производилась не в РФ)																																
(a) - Indicate the relevant code of the raw ingredient for the production of the milk product: <b>BOV</b> = domestic bovine animals (Bos taurus, Bison bison, Bubalus bubalis and their crossbreed); <b>OVI</b> = domestic sheep (Ovis aries) and goats (Capra hircus); <b>EQU</b> = domestic horses; <b>CML</b> = domestic camels; <b>ALC</b> = farmed non-domestic animals (Elk (Alces alces)). (a) - Вписать код соответствующего вида, от которого получен молочный продукт, где <b>BOV</b> = домашний КРС (Bos taurus, Bison bison, Bubalus bubalis и их помеси); <b>OVI</b> = домашние овцы (Ovis aries) и козы (Capra hircus); <b>EQU</b> = домашние лошади; <b>CML</b> = домашние верблюды; <b>ALC</b> = разводимые на фермах не домашние виды животных (Лоси (Alces alces)). (b) - Indicate <b>A</b> or <b>B</b> in accordance with heat-processing requirements laid down in "Veterinary requirements for milk products from cloven-hoofed animals to be exported to Japan from countries other than listed countries". (b) - Вписать <b>A</b> или <b>B</b> в соответствии с требуемой обработкой, как указано и определено в «Ветеринарных требованиях к молочным продуктам, предназначенным для экспорта в Японию из стран, не входящих в Список стран»:																																		
A - <b>For human and animal consumption except for cloven-hoofed animals/ Для употребления человеком в пищу и использования в кормлении животных за исключением парнокопытных видов:</b> (a) UHT (132°C – 1 second); or/ UHT (132°C – 1 секунда); или (b) if milk pH is below 7.0, HTST (72°C – 15 seconds); or/ если pH молока ниже 7,0, HTST (72°C – 15 секунд); или (c) if milk pH ≥7.0, HTST is applied twice; or/ если pH молока ≥7.0, HTST применяется дважды; или (d) pH is maintained below 6 for at least 1 hour/ процесс поддержания pH ниже 6 в течение как минимум 1 часа. B - <b>For milk products intended for cloven-hoofed animals consumption/ Для молочных продуктов, предназначенных для кормления парнокопытных животных</b> (a) HTST has applied twice; or/ HTST применяется дважды; или (b) HTST combined with another physical treatment, maintaining a pH less than 6 for at least one hour or additional heating to at least 72°C combined with desiccation/ HTST в сочетании с другой физической обработкой, с поддержанием pH ниже 6 в течение как минимум 1 часа, или дополнительный подогрев как минимум до 72°C в сочетании с десикацией; или (c) UHT in combination with other physical treatment specified in paragraph (b) above/ UHT в сочетании с другой физической обработкой, указанной в пункте (b) выше.																																		
II.1.2 Milk products intended for export to Japan were produced from raw milk obtained from clinically healthy animals and it is prohibited to use raw milk obtained from animals infected with animal infectious diseases as an ingredient according to legislation of the exporting country / Молочные продукты, экспортируемые в Японию, произведены из сырого молока, полученного от клинически здоровых животных, и запрещено использовать сырое молоко, полученное от животных, зараженных инфекционными заболеваниями, в качестве ингредиента в соответствии с законодательством страны-экспортера.																																		
II.1.3 Raw milk used for milk product production and intended for export to Japan was derived from herds free from FMD infection or suspicion during the milk collection/ Сырое молоко, используемое для производства молочных продуктов, предназначенное для экспорта в Японию, получено от стад, в которых отсутствовали инфекция или подозрение на ящур во время сбора молока;																																		
II.1.4 The heat-processed milk and its products are derived from sheep and goats born, raised and remained in a herd in which no case of Scrapie has been confirmed./ Термически обработанные молочные продукты, получены от овец и коз, рожденных, выращенных и находящихся в стаде, где не было подтверждено наличие случаев скрепи.																																		

Продолжение сертификата здоровья

Часть II - Сертификация / Part II: Certification The milk or milk products described here in where processed under sanitary conditions in accordance with laws and regulations of Russian Federation, which are at least equivalent to laws and regulations of Japan. / Молоко или молочные продукты, описанные здесь, получены и переработаны в санитарных условиях в соответствии с законодательством Российской Федерации, которые по меньшей мере эквивалентны законам и правилам Японии. Page 2 of 3 pages	From Russian Federation / Из Российской Федерации		Veterinary certificate to Japan / Ветеринарный сертификат в Японию																															
	II. Health information / Ветеринарно-санитарная информация		II.a. Certificate reference number Номер сертификата	II.b.																														
II.1. Animal health attestation / Свидетельство здоровья животных I, the undersigned State veterinarian, hereby declare that all the provisions of the Veterinary requirements for milk products from cloven-hoofed animals to be exported to Japan from countries other than listed countries are met and certify that: / Я, нижеподписавшийся государственный ветеринарный врач, настоящим удостоверяю, что все условия «Ветеринарных требований к молочным продуктам, предназначенным для экспорта в Японию из стран, не входящих в Список стран» соблюдены и удостоверяю следующее: II.1.1 Milk product contains the following ingredients in compliance with the requirements, to wit: / Молочный продукт содержит следующие компоненты и отвечает следующим критериям:																																		
<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="width: 20%;">Species (a) /Виды (a)</th> <th style="width: 20%;">Treatment (b) /Обработка (b)</th> <th style="width: 60%;">Name of the country, where the treatment was performed (in case the treatment was performed outside the Russian Federation)/Название страны где проводилась обработка (в случае если обработка производилась не в РФ)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>					Species (a) /Виды (a)	Treatment (b) /Обработка (b)	Name of the country, where the treatment was performed (in case the treatment was performed outside the Russian Federation)/Название страны где проводилась обработка (в случае если обработка производилась не в РФ)																											
Species (a) /Виды (a)	Treatment (b) /Обработка (b)	Name of the country, where the treatment was performed (in case the treatment was performed outside the Russian Federation)/Название страны где проводилась обработка (в случае если обработка производилась не в РФ)																																
(a) - Indicate the relevant code of the raw ingredient for the production of the milk product: <b>BOV</b> = domestic bovine animals (Bos taurus, Bison bison, Bubalus bubalis and their crossbreed); <b>OVI</b> = domestic sheep (Ovis aries) and goats (Capra hircus); <b>EQU</b> = domestic horses; <b>CML</b> = domestic camels; <b>ALC</b> = farmed non-domestic animals (Elk ( <i>Ances alces</i> )). (a) - Вписать код соответствующего вида, от которого получен молочный продукт, где <b>BOV</b> = домашний КРС (Bos taurus, Bison bison, Bubalus bubalis и их помеси); <b>OVI</b> = домашние овцы (Ovis aries) и козы (Capra hircus); <b>EQU</b> = домашние лошади; <b>CML</b> = домашние верблюды; <b>ALC</b> = разводимые на фермах не домашние виды животных (Лоси ( <i>Ances alces</i> )). (b) - Indicate <b>A</b> or <b>B</b> in accordance with heat-processing requirements laid down in "Veterinary requirements for milk products from cloven-hoofed animals to be exported to Japan from countries other than listed countries" (b) - Вписать <b>A</b> или <b>B</b> в соответствии с требуемой обработкой, как указано и определено в «Ветеринарных требованиях к молочным продуктам, предназначенным для экспорта в Японию из стран, не входящих в Список стран»:																																		
A - For human and animal consumption except for cloven-hoofed animals/ Для употребления человеком в пищу и использования в кормлении животных за исключением парнокопытных видов: (a) UHT (132°C – 1 second); or/ UHT (132°C – 1 секунда); или (b) if milk pH is below 7.0, HTST (72°C – 15 seconds); or/ если pH молока ниже 7,0, HTST (72°C – 15 секунд); или (c) if milk pH ≥7.0, HTST is applied twice; or/ если pH молока ≥7.0, HTST применяется дважды; или (d) pH is maintained below 6 for at least 1 hour/ процесс поддержания pH ниже 6 в течение как минимум 1 часа. B - For milk products intended for cloven-hoofed animals consumption/ Для молочных продуктов, предназначенных для кормления парнокопытных животных (a) HTST has applied twice; or/ HTST применяется дважды; или (b) HTST combined with another physical treatment, maintaining a pH less than 6 for at least one hour or additional heating to at least 72°C combined with desiccation/ HTST в сочетании с другой физической обработкой, с поддержанием pH ниже 6 в течение как минимум 1 часа, или дополнительный подогрев как минимум до 72°C в сочетании с десикацией; или (c) UHT in combination with other physical treatment specified in paragraph (b) above/ UHT в сочетании с другой физической обработкой, указанной в пункте (b) выше.																																		
II.1.2 Milk products intended for export to Japan were produced from raw milk obtained from clinically healthy animals and it is prohibited to use raw milk obtained from animals infected with animal infectious diseases as an ingredient according to legislation of the exporting country / Молочные продукты, экспортируемые в Японию, произведены из сырого молока, полученного от клинически здоровых животных, и запрещено использовать сырое молоко, полученное от животных, зараженных инфекционными заболеваниями, в качестве ингредиента в соответствии с законодательством страны-экспортера.																																		
II.1.3 Raw milk used for milk product production and intended for export to Japan was derived from herds free from FMD infection or suspicion during the milk collection/ Сырое молоко, используемое для производства молочных продуктов, предназначенное для экспорта в Японию, получено от стад, в которых отсутствовали инфекция или подозрение на ящур во время сбора молока;																																		
II.1.4 The heat-processed milk and its products are derived from sheep and goats born, raised and remained in a herd in which no case of Scrapie has been confirmed./ Термически обработанные молочные продукты, получены от овец и коз, рожденных, выращенных и находящихся в стаде, где не было подтверждено наличие случаев скрепи.																																		



## Ветеринарный сертификат — форма №5d (экспорт молочной продукции)<sup>18</sup>

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ  
RUSSIAN FEDERATION

Форма № 5d  
Form No. 5d

ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА ПО ВЕТЕРИНАРНОМУ И ФИТОСАНИТАРНОМУ НАДЗОРУ  
(РОССЕЛЬХОЗНАДЗОР)  
FEDERAL SERVICE FOR VETERINARY AND PHYTOSANITARY SURVEILLANCE  
(ROSSELKHOZNADZOR)

**ВЕТЕРИНАРНЫЙ СЕРТИФИКАТ**  
**VETERINARY CERTIFICATE**

000 № 0000000

на экспортируемое из Российской Федерации молоко и молочные продукты  
for milk and dairy products exported from the Russian Federation

Подразделение Россельхознадзора  
Rossetkhoz nadzor Regional Directorate

Наименование продукции  
Description of products

Число мест  
Number of packages

Упаковка  
Packaging

Маркировка  
Marking

Вес нетто  
Net weight

**1. Происхождение продукции / Origin of products**

Наименование и адрес экспортера  
Name and address of the consignor

(адрес и номер молочной заводы)  
address and number of dairy factory

**2. Направление продукции / Destination of products**

Страна назначения  
Country of destination

Страна транзита  
Country of transit

Пункт пересечения границы  
Point of crossing border of Russia

Наименование и адрес получателя  
Name and address of the consignee

Гознак, МПФ, Москва, 2014, «А»

<sup>18</sup> Форма утверждена Приказом Минсельхоза России от 27 декабря 2016 года №589

<https://clck.ru/Nac4D>



Продолжение ветеринарного сертификата

Транспорт  
Means of transport \_\_\_\_\_  
*(указать номер вагона, автомобиля, рейс самолета, название судна)*  
*Indicate number of railcar, vehicle, flight of aircraft, name of ship*

Время погрузки  
Time of loading \_\_\_\_\_

Условия транспортировки  
Conditions of transportation \_\_\_\_\_

3. Я, нижеподписавшийся государственный ветеринарный врач Российской Федерации (должностное лицо Россельхознадзора), удостоверяю, что предъявленные к осмотру молочные продукты (молоко):  
I, the undersigned official Federal Service veterinarian of the Russian Federation (an official of Rosselkhoznadzor), hereby certify that the above described dairy products (milk) submitted for examination:

- получены от здоровых животных;
- are derived from healthy animals;
- признаны пригодными для употребления в пищу по результатам ветеринарно-санитарной экспертизы;
- are considered fit for food based on the results of a veterinary and sanitary examination;
- произведены на предприятиях, находящихся под постоянным контролем государственной ветеринарной службы, имеющих разрешения на экспорт и отвечающих ветеринарным требованиям Российской Федерации;
- are produced at the enterprises that are under constant control of the State Veterinary Service approved for export and meeting veterinary requirements of the Russian Federation;
- выходят из местности, благополучной по ящуру, везикулярному стоматиту, везикулярной болезни свиней, чуме крупного рогатого скота, чуме мелких жвачных, контагиозной плевропневмонии КРС, заразному узелковому дерматиту КРС, лихорадке долины Рифт, катаральной лихорадке овец, оспе овец и коз, африканской чуме лошадей, африканской чуме являющей, классической чуме свиней, высокопатогенному гриппу птиц, болезни Ньюкасла в течение последних \_\_\_\_\_ месяцев, а также
- are coming from the territories free of foot and mouth disease, vesicular stomatitis, swine vesicular disease, rinderpest, peste des petits ruminants, bovine contagious pleuropneumonia, infectious bovine nodular dermatitis, Rift valley fever, bluetongue, sheep and goat pox, African horse sickness, African swine fever, classical swine fever, highly pathogenic avian influenza, Newcastle disease for the last \_\_\_\_\_ months, as well as

По требованию страны-импортера молочные продукты перед отправкой  
"\_\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г. исследованы на радиоактивное загрязнение в государственной ветеринарной лаборатории, имеющей разрешение на такие исследования; уровень радиоактивного загрязнения при исследовании не превышает \_\_\_\_\_ беккерель/кг.  
At the request of the importing country and prior to shipment on  
"\_\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ dairy products were examined for radioactive contamination in the State Veterinary Laboratory approved for such examinations; the level of radioactive contamination did not exceed \_\_\_\_\_ becquerel/kg.

Транспортные средства очищены и продезинфицированы принятыми в Российской Федерации методами и средствами.  
Means of transport have been cleaned and disinfected by methods adopted in the Russian Federation.

Составлено  
Done on "\_\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.

Ветеринарный сертификат выдал  
Veterinary certificate is issued by \_\_\_\_\_  
*(полное название должности)*

Подпись:  
Signature: \_\_\_\_\_

Печать  
Seal

*Ф. И. О. ветеринарного врача, выдавшего ветеринарный сертификат / Name and position of veterinarian issuing certificate*

## Сертификат происхождения<sup>19</sup>

1. Exporter (name, address, country)		ORIGINAL №  CERTIFICATE OF ORIGIN Issued in the Russian Federation	
2. Consignee (name, address, country)			
3. Means of transport and route By sea Name of the vessel: Port of Loading: Port of Discharge: Container №		4. For official use	
5. Country of origin RUSSIAN FEDERATION		6. Supplementary details B/L № Invoice № contract №	
7. Item number	8. Description of goods	9. Number and kind of packages	10. Gross weight or other quantity
1.	FROZEN BROILER CHICKEN FEET GRADE C	1800 cartons	27810,00/ 27000,00 kgs gross/net
11. Certification It is hereby certified, that the declaration by the exporter is correct  SAINT-PETERSBURG CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY 46-48, UL. TCHAIKOVSKOGO, SAINT-PETERSBURG, 191123, RUSSIA  SAINT-PETERSBURG  2019-11-22 Place, date, signature, name and stamp of certifying authority		12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that the goods are of origin of the country shown in box No 5; that the goods are exported to  ..... CHINA ..... (importing country)  SAINT-PETERSBURG  2019-11-22 Place, date, stamp and signature of authorized signatory	

<sup>19</sup> Форма и Порядок заполнения сертификата регулируются Приказом ТПП РФ №131 от 27 октября 2016 г.

# Счет-фактура

Приложение № 1 к постановлению Правительства Российской Федерации от 14 декабря 2011 г. № 1333  
в редакции постановления Правительства Российской Федерации от 19 августа 2017 г. № 987

**Счет-фактура № от 2020 г.**  
**Исправление № от --**

Продавец: ООО  
Адрес:  
ИНН/КПП продавца:  
Грузоотправитель и его адрес: --  
Грузополучатель и его адрес: --  
Квитанция-расчетному документу № от

Покупатель:  
Адрес:  
ИНН/КПП покупателя:  
Валюта: наименование, код

Идентификатор государственного контракта, договора (соглашения) (при наличии):

Наименование товара (описание выполненных работ, оказанных услуг), имущественного права	Код вида товара	Единица измерения		Кол-во (число, объем)	Цена (тариф) за единицу измерения	Стоимость товаров (работ, услуг), имущественных прав без налога - всего	В том числе сумма акциза	Налоговая ставка	Сумма налога, предъявляемая покупателю	Стоимость товаров (работ, услуг), имущественных прав с налогом - всего	Страна происхождения товара		Регистрационный номер таможенной декларации	
		код	условное обозначение (национальное)								цифровой код	краткое наименование		
1	1а	2	2а	3	4	5	6	7	8	9	10	10а	11	
Всего к оплате														X

Руководитель организации  
или иное уполномоченное лицо

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

Главный бухгалтер  
или иное уполномоченное лицо

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

Индивидуальный предприниматель  
или иное уполномоченное лицо

\_\_\_\_\_  
(подпись)



\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_  
(подпись с обязательным указанием идентификационного номера регистрации индивидуального предпринимателя)



## Упаковочный лист

## PACKING LIST

Exporter ABC Exports 4300 Longbeach Blvd Longbeach, California, 90807 United States TEL: +5627349957 Ben Thompson		 <b>ABC Exports</b>		Pages 1 of 1		
Export Invoice No & Date 1908                      30 Jan 2018				Bill of Lading No		
Reference 1908		Buyer Reference				
Consignee Complete Imports 11/405 Bayswater Road Garbutt Townsville, Queensland, 4814 Australia TEL: +61747281158 Dean Boor			Buyer (If not Consignee)			
Method of Dispatch Sea		Type of Shipment FCL		Country of Origin of Goods United States		Country of Final Destination Australia
Vessel / Aircraft MAERSK EMMA		Voyage No 22E		Packing Information		
Port of Loading Long Beach - California		Date of Departure 01 Feb 2018				
Port of Discharge Sydney - Australia		Final Destination AUSTRALIA				
Product Code	Description of Goods	Unit Quantity	Net Weight (kg)	Kind & No of Packages	Gross Weight (kg)	Measurements (m <sup>3</sup> )
B-STOOL	BAR STOOL ALUMINIUM 500 X 100 X 100MM STAINLESS STEEL	40	10.00	PALLET x 1	750.00	1.70
B-TABLE	BAR TABLE ALUMINIUM 1000 X 600 X 40MM STAINLESS STEEL	15	15.00			
Total This Page		55	25.00 kg	1	750.00 kg	1.70 m <sup>3</sup>
Consignment Total		55	25.00 kg	1	750.00 kg	1.70 m <sup>3</sup>
Additional Information				Place and Date of Issue LONGBEACH                      30 Jan 2018		
				Signatory Company ABC Exports		
				Name of Authorized Signatory Randy Clarke		
				Signature 		



## Акт о приеме-передаче товарно-материальных ценностей на хранение

Унифицированная форма № МХ-1  
Утверждена постановлением Госкомстата  
России от 09.08.99 №66

<small>(организация-хранитель, адрес, телефон, факс)</small>			Код
<b>Склад ответственного хранения</b>	Форма по ОКУД		0335001
<small>(структурное подразделение)</small>	по ОКПО		73357023
	Вид деятельности по ОКДП		
<small>покладжатель (наименование, адрес, телефон, факс)</small>	по ОКПО		
	Договор	номер	
<small>фамилия, имя, отчество)</small>		дата	
	Вид операции		

Номер документа	Дата составления:	Время составления:

**АКТ**

**О ПРИЕМЕ-ПЕРЕДАЧЕ ТОВАРНО-МАТЕРИАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ НА ХРАНЕНИЕ**

Акт составлен в том, что приняты на хранение

\_\_\_\_\_ (наименование, номер места хранения) \_\_\_\_\_ (срок хранения) **дней**

следующие товарно-материальные ценности:

№	Товарно-материальные ценности		Характеристика	Единица измерения		Кол-во коробок (шт)	Цена, руб. коп.		Вес нетто (кг)	Вес брутто (кг)	Кол-во паллет (шт)
	наименование, вид упаковки	код		наименование	код по ОКЕИ		Цена	Вес нетто (кг)			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1			Кор								
№ конт. расх.						Всего по акту:					

Условия хранения \_\_\_\_\_  
 Особые отметки \_\_\_\_\_

Товарно-материальные ценности на хранение :

Сдал \_\_\_\_\_ (должность) \_\_\_\_\_ (подпись) / \_\_\_\_\_ (расшифровка подписи)

М.П.

Принял \_\_\_\_\_ Оператор \_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ Олег Семенов (расшифровка подписи)

М.П.

## Акт о возврате товарно-материальных ценностей, сданных на хранение

Унифицированная форма № МХ-3  
Утверждена постановлением Госкомстата  
России от 09.08.99 №66

<small>(организация-хранитель, адрес, телефон, факс)</small>			Код
<b>Склад ответственного хранения</b>		Форма по ОКУД	
<small>(структурное подразделение)</small>		по ОКПО	
		Вид деятельности по ОКДП	
<small>поклажеатель (наименование, адрес, телефон, факс)</small>		по ОКПО	
<small>фамилия, имя, отчество)</small>		Договор	номер
			дата
		Вид операции	

Номер документа	Дата составления:	Время составления:

### АКТ

#### О ВОЗВРАТЕ ТОВАРНО-МАТЕРИАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ, СДАННЫХ НА ХРАНЕНИЕ

Акт составлен в том, что поклажеатель принял от хранителя следующие товарно-материальные ценности:

№	Товарно-материальные ценности		Характеристика	Единица измерения		Кол-во коробок (шт)	Цена, руб. коп.	Вес нетто (кг)	Вес брутто (кг)	Кол-во паллет (шт)
	наименование, вид упаковки	код		наименование	код по ОКЕИ					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1				Кор						
2				Кор						
<b>№ конт. расх.</b>						<b>Всего по акту:</b>				

Условия хранения \_\_\_\_\_  
 Особые отметки \_\_\_\_\_

В соответствии с договором о хранении за время хранения \_\_\_\_\_ дней  
 вышеперечисленных товарно-материальных ценностей организацией-хранителем выполнены, а поклажеателем приняты  
 следующие работы и услуги:

Товарно-материальные ценности на хранение :

Принял \_\_\_\_\_ (должность) \_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ (расшифровка подписи)  
 М.П.

Сдал Оператор \_\_\_\_\_ (должность) \_\_\_\_\_ (подпись) Роман Коршунов \_\_\_\_\_ (расшифровка подписи)  
 М.П.

# Транспортная накладная (автомобильная перевозка по территории России)<sup>20</sup>

Приложение № 4  
к Правилам перевозок грузов автомобильным транспортом  
(в ред. Постановлений Правительства РФ от 30.12.2011 № 1208,  
от 03.12.2015 № 1311, от 12.12.2017 № 1529)

Форма

## ТРАНСПОРТНАЯ НАКЛАДНАЯ

Транспортная накладная		Заказ (заявка)	
Экземпляр №	<b>01</b>	Дата	№
1. Грузоотправитель (грузовладелец)		2. Грузополучатель	
     <small>(полное наименование, адрес места нахождения, номер телефона – для юридического лица)</small>		     <small>(полное наименование, адрес места нахождения, номер телефона – для юридического лица)</small>	
3. Наименование груза			
<b>кор. кг/нетто кг/брутто</b>			
  <b>Итого кор. кг/нетто кг/брутто</b>			
<small>(масса нетто (брутто) грузовых мест в килограммах, размеры (высота, ширина и длина) в метрах, объем грузовых мест в кубических метрах)</small>			
<small>(в случае перевозки опасного груза – информация по каждому опасному веществу, материалу или изделию в соответствии с пунктом 5.4.1 ДОПОГ)</small>			
4. Сопроводительные документы на груз			
<b>ТН, ветеринарное свидетельство</b>			
<small>(перечень прилагаемых к транспортной накладной документов, предусмотренных ДОПОГ, санитарными, таможенными, карантинными, иными правилами в соответствии с законодательством Российской Федерации, либо регистрационные номера указанных документов, если такие документы (сведения о таких документах) содержатся в государственных информационных системах)</small>			
<b>Сертификат соответствия</b>			
<small>(перечень прилагаемых к грузу сертификатов, паспортов качества, удостоверений, разрешений, инструкций, товарораспорядительных и других документов, наличие которых установлено законодательством Российской Федерации, либо регистрационные номера указанных документов, если такие документы (сведения о таких документах) содержатся в государственных информационных системах)</small>			
5. Указания грузоотправителя			
<b>КОНТЕЙНЕР</b>			
<small>(параметры транспортного средства, необходимые для осуществления перевозки груза (тип, марка, грузоподъемность, вместимость и др.))</small>			
<small>(указания, необходимые для выполнения фитосанитарных, санитарных, карантинных, таможенных и прочих требований, установленных законодательством Российской Федерации)</small>			
<b>Хранение и перевозка -18-24 С</b>			
<small>(рекомендации о предельных сроках и температурном режиме перевозки, сведения о запорно-пломбировочных устройствах (в случае их предоставления грузоотправителем), объявленная стоимость (ценность) груза, запрещение перегрузки груза)</small>			
6. Прием груза		7. Сдача груза	
ХК "Андреевский" СПб, Парголово, Горское шоссе д.6, лит А <small>(адрес места погрузки)</small>		АО "ПКТ", Дорога на Турухтанные острова, 17, Санкт-Петербург <small>(адрес места выгрузки)</small>	
<small>(дата и время подачи транспортного средства под погрузку)</small>		<small>(дата и время подачи транспортного средства под выгрузку)</small>	
<small>(фактические дата и время прибытия)</small>		<small>(фактические дата и время убытия)</small>	
<b>ПЛОМБА</b>			
<small>(фактическое состояние груза, тары, упаковки, маркировки и опломбирования)</small>		<small>(фактическое состояние груза, тары, упаковки, маркировки и опломбирования)</small>	
<small>кг</small>	<small>кор</small>	<small>кг</small>	<small>кор</small>
<small>(масса груза)</small>	<small>(количество грузовых мест)</small>	<small>(масса груза)</small>	<small>(количество грузовых мест)</small>
<b>представитель</b> <small>(должность, подпись, расшифровка подписи грузоотправителя (уполномоченного лица))</small>		<b>представитель</b> <small>(должность, подпись, расшифровка подписи грузополучателя (уполномоченного лица))</small>	
<b>Водитель</b> <small>(подпись, расшифровка подписи водителя, принявшего груз для перевозки)</small>		<b>Водитель</b> <small>(подпись, расшифровка подписи водителя, сдавшего груз)</small>	
8. Условия перевозки			
<small>(сроки, по истечении которых грузоотправитель и грузополучатель вправе считать груз утраченным, форма уведомления о проведении экспертизы для определения размера фактических недостач, повреждения (порчи) груза)</small>			
<small>(размер платы и предельный срок хранения груза в терминале перевозчика, сроки погрузки (выгрузки) груза, порядок предоставления и установки приспособлений, необходимых для погрузки, выгрузки и перевозки груза)</small>			
<small>(порядок внесения в транспортную накладную записи о массе груза и способе ее определения, опломбирования крытых транспортных средств и контейнеров, порядок осуществления погрузо-разгрузочных работ, выполнения работ по промывке и дезинфекции транспортных средств)</small>			
<small>(размер штрафа за невывоз груза по вине перевозчика, несвоевременное предоставление транспортного средства, контейнера и просрочку доставки груза; порядок исчисления срока просрочки)</small>			
<small>(размер штрафа за непредьявление транспортных средств для перевозки груза, за задержку (простой) транспортных средств, поданных под погрузку, выгрузку, за простой специализированных транспортных средств и задержку (простой) контейнеров)</small>			
9. Информация о принятии заказа (заявки) к исполнению			
<small>(дата принятия заказа (заявки) к исполнению)</small>		<small>(фамилия, имя, отчество, должность лица, принявшего заказ (заявку) к исполнению)</small>	
		<small>(подпись)</small>	

<sup>20</sup> Форма утверждена Постановлением Правительства РФ от 15 апреля 2011 года №272

Продолжение транспортной накладной

Продолжение приложения № 4  
Оборотная сторона

<b>10. Перевозчик</b>		
(фамилия, имя, отчество, адрес места жительства, номер телефона – для физического лица (уполномоченного лица))		
(наименование и адрес места нахождения, номер телефона – для юридического лица)		
(фамилия, имя, отчество, данные о средствах связи (при их наличии) водителя (водителей))		
<b>11. Транспортное средство</b>		
(количество, тип, марка, грузоподъемность (в тоннах), вместимость (в кубических метрах))	(регистрационные номера)	
	<b>Контейнер</b>	
<b>12. Оговорки и замечания перевозчика</b>		
(фактическое состояние груза, тары, упаковки, маркировки и опломбирования при приеме груза)	(фактическое состояние груза, тары, упаковки, маркировки и опломбирования при сдаче груза)	
(изменение условий перевозки при движении)	(изменение условий перевозки при выгрузке)	
<b>13. Прочие условия</b>		
(номер, дата и срок действия специального разрешения, установленный маршрут движения тяжеловесного и (или) крупногабаритного транспортного средства, транспортного средства, перевозящего опасный груз)		
(режим труда и отдыха водителя в пути следования, сведения о коммерческих и иных актах)		
<b>14. Переадресовка</b>		
(дата, форма переадресовки (устно или письменно))	(адрес нового пункта выгрузки, дата и время подачи транспортного средства под выгрузку)	
(сведения о лице, от которого получено указание на переадресовку (наименование, фамилия, имя, отчество и др.))	(при изменении получателя груза – новое наименование грузополучателя и место его нахождения)	
<b>15. Стоимость услуг перевозчика и порядок расчета провозной платы</b>		
(стоимость услуги в рублях, порядок (механизм) расчета (исчислений) платы)	(расходы перевозчика и предъявляемые грузоотправителю платежи за проезд по платным автомобильным дорогам,	
(размер провозной платы (заполняется после окончания перевозки) в рублях)	за перевозку опасных грузов, грузов, перевозимых тяжеловесными и (или) крупногабаритными транспортными средствами, уплату таможенных пошлин и сборов,	
	выполнение погрузо-разгрузочных работ, а также работ по промывке и дезинфекции транспортных средств)	
(полное наименование организации плательщика (грузоотправителя), адрес, банковские реквизиты организации плательщика (грузоотправителя))		
<b>16. Дата составления, подписи сторон</b>		
<b>представитель</b>	(дата)	(подпись) <b>АО "ПКТ", Дорога на Турухтанские острова, 17, Санкт-Петербург</b>
<b>17. Отметки грузоотправителей, грузополучателей, перевозчиков</b>		
Краткое описание обстоятельств, послуживших основанием для отметки	Расчет и размер штрафа	Подпись, дата


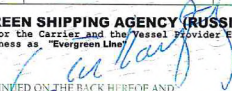
## CMR — международная товарно-транспортная накладная (автомобильная перевозка)<sup>21</sup>

1 Отправитель (наименование, адрес, страна) Absender (Name, Anschrift, Land)		Международная товарно-транспортная накладная Internationaler Frachtbrief		CMR №17867		
ООО «Птицефабрика Акашевская» 425400, РМЭ, Советский район, пгт Советский, ул. Шоссейная, 30		Данная перевозка, несмотря на то, что она не является перевозкой в соответствии с условиями Конвенции о договоре международной дорожной перевозки грузов (КДПГ)		Diese Beförderung unterliegt trotz etwaiger gegenteiliger Besondere Vereinbarungen den Bestimmungen des Übereinkommens über den Beförderungsvertrag im internationalen Straßengüterverkehr (CMR)		
По заказу ИП Хлыстун Татьяна Сергеевна, ИНН 232805415126 Рег № 318237500321122		16 Перевозчик (наименование, адрес, страна) Frachtführer (Name, Anschrift, Land)		ООО «СУПЕРКАРГО»		
2 Получатель (наименование, адрес, страна) Empfänger (Name, Anschrift, Land)		3 Место разгрузки груза Auslieferungsort/des Gutes		17 Последующий перевозчик (наименование, адрес, страна) Nachfolgende Frachtführer (Name, Anschrift, Land)		
Science city (Guangzhou) International Trade Co, Ltd Add: Room 601 ,No.2,Lian Yun Road,East District of Guangzhou Development Zone,P.R.China Tel: 020-89855401		Место/Ort Порт Санкт-Петербург / port of Saint-Petersburg ЗАО «Контейнерный терминал Санкт-Петербург» /Ф, Санкт-Петербург, Элеваторная (Угольная гавань) пл-ка КТСИ RU 1946505				
Страна/Land Российская Федерация, 10216170		4 Место и дата погрузки груза Ort und Tag Übernahme des Gutes				
Место/Ort. ООО «Птицефабрика Акашевская» 425226, РМЭ, Мелведевский район, п. Юбилейный, ул. Производственная, д.22		Страна/Land Российская Федерация		18 Оговорки и замечания перевозчика Vorbehalte und Bemerkungen der Frachtführer		
Дата/Datum 17.01.2020 г.		5 Прилагаемые документы Beigefügte Dokumente				
Инвойс № 231219-1, 23.12.19 г. Вет.св-во № г. 3989825866,3989825867,3989825871,3989825873,3989825875,3989825876, 3989825877,3989825878,3989825880,3989825882,3989825883, 3989825884, 3989825890		18 Оговорки и замечания перевозчика Vorbehalte und Bemerkungen der Frachtführer				
6 Знаки и номера Kennzeichen und Nummern	7 Количество мест Anzahl der Packstücke	8 Род упаковки Art der Verpackung	9 Наименование груза Bezeichnung des Gutes	10 Статист. № Statistik-Nr.	11 Вес брутто с коробками, kg Bruttogew., kg	12 Объем, м³ Umfang m³
1800			КАРТОННЫЙ КОРОБ			
1. Субпродукты птицы обработанные ноги цыплят-бройлеров глубокомороженные					27 810	
Итого вес нетто: 27 000						
Пл.№426139 SZLU9197721						
Класс Klasse	Цифра Ziffer	Буква Buchstabe	ДОПОГ ADR			
13 Указания отправителя (таможенная и прочая обработка) Anweisungen des Absenders (Zoll- Und sonstige amtliche Bearbeitung)			19 Подлежит оплате Zu zahlen vom:	Отправитель Absender	Валюта Währung	Получатель Empfänger
			Ставка Fracht			
14 Возврат Rückerstattung			20 Особые согласованные условия Besondere Vereinbarungen ТЕМПЕРАТУРНЫЙ РЕЖИМ -18 С			
15 Условия оплаты Frachtzahlungsanweisungen FCA – п. Юбилейный , 100%-предоплата согласно Контракту № 051219-1 от 04.12.19 г.						
Франко Frei Не франко Unfrei						
21 Составлено в Ausgestellt in		пгт. Советский		Дата 16.01.2020 г.		24 Груз получен Дата Gutempfangen Datum
22		23		Am „ 20		
		Водитель: Куркин Петр Валерьевич		Прибытие под погрузку мин. Ankunft für Beladung Min.		
				Убытие мин. Abfahrt Min.		
25 Регистрац. номер/ Amtliches Kennzeichen Тягач/Kfz Полуприцеп/Anhänger		26 Марка/Тур				
B562X147 AY601147		Вольво				

<sup>21</sup> Введена Конвенцией о «Договоре международной перевозки грузов (КДПГ)» (Женева, 19 мая 1956 г.). В России форма и порядок заполнения регламентирует письмо ФТС России от 02.05.2012 №04-30/22006 <http://docs.cntd.ru/document/902351152>



## Коносамент (морская перевозка)<sup>22</sup>

 <b>EVERGREEN LINE</b> A Joint Service Agreement		<b>BILL OF LADING</b> NOT NEGOTIABLE UNLESS CONSIGNED TO ORDER <b>ORIGINAL</b>	
(2) Shipper/Exporter (complete name and address) <b>IP KHLYSTUN TATIANA SERGEEVNA</b> TAX.NR 232805415126 ; REG.NR 318237500321122 353100, KRASNODAR AREA, VYSELKI, VESELAYA STR. 18		(5) Document No. <b>507900045964</b> (6) Export References	
(3) Consignee (complete name and address) (unless provided otherwise, a consignee "To Order" means To Order of Shipper) <b>GUANGZHOU DING YI FOODS CO.LTD</b> BOOTH 51-53, ZONE 3, NO5 SHUICHANG STREET, HUANSHIXI ROAD, LIWAN, GUANGZHOU, GUANGDONG, CHINA USCC 9144010377621652X3*		(7) Forwarding Agent	
(4) Notify Party (complete name and address) <b>GUANGZHOU DING YI FOODS CO.LTD</b> BOOTH 51-53, ZONE 3, NO5 SHUICHANG STREET, HUANSHIXI ROAD, LIWAN, GUANGZHOU, GUANGDONG, CHINA USCC 9144010377621652X3*		(8) Point and Country of Origin (for the Merchant's reference only)  (9) Also Notify Party (complete name and address)	
(12) Pre-carriage by <b>A LA MARINE 19029S</b>	(13) Place of Receipt/Date <b>ST. PETERSBURG, FCT</b>	In Witness Whereof, the undersigned, on behalf of the Carrier and Vessel Provider, Evergreen Marine (UK) Limited, has signed the number of Bill(s) of Lading stated below, all of this tenor and date, one of which being accomplished, the others to stand void. (10) Onward Inland Routing/Export Instructions (which are contracted separately by Merchants entirely for their own account and risk)	
(14) Ocean Vessel/Voy. No. <b>COSCO HARMONY 050E</b>	(15) Part of Loading <b>ST. PETERSBURG, FCT</b>		
(16) Port of Discharge <b>YANTIAN, CHINA</b>	(17) Place of Delivery <b>YANTIAN, CHINA</b>		
Particulars furnished by the Merchant			
(18) Container No. And Seal No. Marks & Nos. <b>CONTAINER NO./SEAL NO.</b>	(19) Quantity And Kind of Packages <b>EGSU5013049/4RH/2259814 /1800 CARTONS (REEFER HI-CUBE)</b> <b>/45425784 /</b> <b>1 X 4RH</b>	(20) Description of Goods <b>FROZEN BROILER CHICKEN FEET GRADE C</b> <b>TOTAL 27 000.00 NET WEIGHT KGS</b>  <b>REEFER CONTAINER</b> <b>TEMPERATURE SET AT -18.0 DEGREES CELSIUS</b>  <b>"OCEAN FREIGHT PREPAID"</b> <b>SHIPPER'S LOAD &amp; COUNT</b>	(21) Measurement (M) Gross Weight (KGS) <b>27,810.000 KGS</b>
(22) TOTAL NUMBER OF CONTAINERS OR PACKAGES (IN WORDS) <b>ONE (1) CONTAINER ONLY</b>			(23) Declared Value \$ If Merchant enters actual value of Goods, and pays the applicable ad valorem tariff rate, Carrier's postage limitation shall not apply. <b>502717</b>
(24) FREIGHT & CHARGES	Revenue Tons	Rate	Per Prepaid Collect
(25) B/L NO. <b>EGLV</b> <b>507900045964</b>  (26) FCL/FCL O/O  <b>0117145690</b>			
(27) Number of Original B(s)/L <b>THREE (3)</b>		(29) Prepaid at <b>ST. PETERSBURG, PLP</b>	
(28) Place of B(s)/L Issue/Date <b>ST. PETERSBURG, PLP NOV. 24, 2019</b>		(31) Exchange Rate (32) Exchange Rate	
(33) Laden on Board <b>NOV. 24 2019</b> <b>A LA MARINE 19029S</b> <b>ST. PETERSBURG, FCT</b>		<b>EVERGREEN SHIPPING AGENCY (RUSSIA) LIMITED</b> As agent for the Carrier and the Vessel Provider Evergreen Marine (UK) Limited doing business as "Evergreen Line" 	
(TERMS OF BILL OF LADING ARE CONTINUED ON THE BACK HEREOF AND ENLARGED VERSION OF B/L CLAUSE IS AVAILABLE ON <a href="http://www.evergreenline.com">www.evergreenline.com</a> )			

<sup>22</sup> Коносамент регулируется: 1) Гаагскими правилами, официально утвержденными в 1921 г. (Международная конвенция по унификации правил, которые касаются транспортных накладных); 2) Правилами Гаага-Висби согласно Брюссельскому протоколу от 1968 г. по пересмотру Гаагских правил от 1921 г.; 3) Гамбургскими правилами, согласно действующей Конвенции ООН по морским/речным перевозкам от 1978 г.

# Приложение №3.

## 10 шагов при подготовке к экспорту

### 1) Оцените готовность вашей компании к экспортной деятельности

**Насколько компания готова к выходу на международные рынки и экспорту своей продукции?**

- Пройдите онлайн-тест на готовность к экспортной деятельности.
- Оцените возможности компании и ее потенциал как экспортера.
- Решите, готова ли компания к экспорту продукции в настоящее время.
- Определите, что необходимо изменить в компании / ее оперативной деятельности / продукции для успешного экспорта.

### 2) Определите конкурентные преимущества вашей продукции и компании

**Насколько конкурентны цены на вашу продукцию по сравнению с мировыми ценами?**

**Что делает вашу компанию и ее продукцию привлекательными на международных рынках?**

- Оцените себестоимость вашей продукции и сравните ее с текущими ценами на мировых рынках.
- Помимо конкурентных цен, определите уникальные продукты и услуги вашей компании, которые не может предложить потенциальным клиентам другая организация.
- Изложите ваше уникальное предложение в четкой тезисной форме.
- Постоянно используйте эти тезисы в своей торговой аргументации и маркетинговых материалах.

### 3) Составьте список приоритетных целевых рынков

**Что должна предпринять ваша компания для усиления своего присутствия на международном рынке?**

- Проанализируйте основные международные потоки импорта/экспорта целевого продукта.
- Определите основные потенциальные рынки.



- Проведите сравнительный анализ этих рынков с точки зрения размера, роста, удаленности, соответствия вашему продукту и/или ценовому предложению, присутствия вашей компании в стране целевого рынка, тарифных и нетарифных барьеров, легкости ведения бизнеса, рисков, сезонных и иных факторов, имеющих отношение к вашему продукту.
- Составьте рейтинг потенциальных рынков.

#### **4) Оцените соответствие вашей продукции требованиям целевого рынка**

##### **Соответствуют ли ваша компания и ее продукция требованиям и стандартам целевого рынка?**

- Оцените требования к компании и/или предприятиям-экспортерам на вашем главном потенциальном рынке.
- Проверьте соответствие своей продукции санитарным, фитосанитарным и иным требованиям других стран к импорту.
- Проверьте соответствие рыночным стандартам, в том числе частным стандартам ключевых клиентов.
- Осуществите контроль упаковки и требований к маркировке.
- Оцените продукцию и свои профессиональные обязательства, а также необходимость иметь страховое покрытие.

#### **5) Изучите ваш целевой рынок/рынки**

##### **Существуют ли для вашей компании и ее продукции реальные возможности на целевом рынке?**

- Оцените себестоимость вашей продукции, доставленной на целевой рынок, и сравните ее с текущей рыночной ценой для определения рентабельности торговых операций.
- Проанализируйте размер и рост приоритетного для вас рынка по ключевым сегментам.
- Изучите тарифные и нетарифные барьеры.
- Определите наиболее привлекательные и прибыльные сегменты, потенциально значимые для вашей продукции.
- Изучите предпочтения и покупательское поведение потенциальных клиентов: как, где и когда они приобретают продукцию, чтобы определить лучшие каналы для связи с ними.
- Выясните потенциальные каналы распределения для выбранного продукта/сегмента.

- Составьте описание ключевых местных и/или международных конкурентов на выбранном рынке / в определенных сегментах и оцените конкурентные угрозы, риски и возможности.
- Определите основных импортеров и потенциальных местных партнеров на рынке.

#### **6) Проанализируйте варианты транспортировки продукции, логистики и дистрибуции**

##### **Как быстрее, безопаснее и бюджетнее выйти на рынок?**

- Проконсультируйтесь с опытными логистами, экспедиторами и таможенными брокерами, как привлечь клиентов на целевом рынке самым быстрым, безопасным и малозатратным способом в соответствии с особенностями вашей продукции.
- Тщательно изучите потенциальные проблемы логистики на целевом рынке, включая транспортировку и хранение товара внутри страны.
- Оцените риски и дополнительные затраты, которые могут быть связаны с задержками при транспортировке и растаможивании товара.
- Изучите политические, валютные, платежные риски и фактор коррупции, а также оцените вероятность их возникновения и потенциальное влияние на вашу деятельность.
- Рассмотрите соответствующие варианты страхования, компенсации или снижения рисков.

#### **7) Определите стратегию выхода на рынок**

##### **Как действовать, чтобы преуспеть на целевом рынке?**

- Выберите сегмент(ы) рынка, который(ые) представляет(ют) оптимальные возможности и наиболее подходит(ят) вашей компании и ее продукции.
- Определите расходы, условия доставки (см. ИНКОТЕРМС) и ценовую стратегию.
- Выберите позиционирование на рынке, особенности продукта(ов), каналов и механизмов продвижения.
- Определите модель выхода на рынок (агенты, дистрибьюторы, коммерческий офис, прямые продажи или электронная торговля, лицензирование, франчайзинг, роялти и т.д.), которая будет оптимальна для вашей компании, продукции и ресурсов.

## **8) Определите и выберите местных партнеров на целевом рынке**

### **Какие компании являются лучшими и наиболее надежными партнерами для достижения успеха на целевом рынке?**

- Изучите круг потенциальных местных партнеров и составьте список тех, кто наилучшим образом соответствует вашей компании, ее продукции, стратегии и модели выхода на рынок.
- Создайте сравнительную таблицу с основными характеристиками, сильными и слабыми сторонами каждого из ваших потенциальных партнеров и подготовьте итоговый список (шорт-лист).
- По возможности посетите страну лично и познакомьтесь с потенциальными партнерами из итогового списка, чтобы выяснить на месте степень взаимопонимания и перспективы сотрудничества.
- Составьте рейтинг потенциальных партнеров и проведите юридическую проверку.
- Проконсультируйтесь с местным юристом, прежде чем заключать официальный договор с выбранным партнером.

## **9) Проведите повторную оценку своих возможностей и способности обслуживать рынок**

### **Что необходимо изменить в компании и какие ресурсы требуется мобилизовать, чтобы преуспеть на новом рынке?**

- Проанализируйте квалификацию своих сотрудников и наличие у них необходимых навыков для выхода на новый рынок.
- Проведите повторную оценку возможностей по своевременной качественной доставке продукции на целевой рынок в должном объеме с соблюдением условий хранения.
- Подумайте о дополнительных инвестициях и ресурсах, в том числе денежных средствах, которые могут понадобиться для развития целевого рынка, механизмов управления им и доставки продукции.
- Оцените, какие изменения необходимо внести в вашу организацию, производство и систему управления, чтобы иметь возможность обслуживать новый рынок.

## **10) Подготовьте план экспорта продукции и выделите средства на его реализацию**

- Определите свои цели с точки зрения прибыли и продаж. Будьте реалистичны и объективны, тщательно переосмыслите стратегию выхода на рынок и возможности его развития.

- Подготовьте план действий и оцените связанные с ним затраты, необходимые для развития и управления рынком (планируйте затраты на временной период от года до трех лет в зависимости от вашего времени безубыточности и окупаемости).
- Рассмотрите все дополнительные затраты и инвестиции, которые потребуются от вашей компании для развития и обслуживания нового рынка.
- Рассчитайте точки безубыточности и периоды окупаемости на целевом рынке на основе реалистичного прогноза продаж.
- Составьте прогноз движения денежных средств с учетом того, что экспорт, скорее всего, будет связан с более длительными циклами платежей, а также с дополнительными авансовыми инвестициями.
- Подготовьте комплексный финансовый план.

# Приложение №4.

## Возмещение НДС при экспорте товаров

Реализация товаров на экспорт облагается НДС по ставке 0%. Право на применение такой ставки необходимо документально подтвердить — в ИФНС надо представить, в частности, следующие документы (их копии) (пп. 1 п. 1 ст. 164, п. 1 ст. 165 НК РФ):

- контракт с иностранным покупателем;
- таможенную декларацию с отметками таможи;
- товаросопроводительные и транспортные документы с отметками таможи.

На сбор пакета подтверждающих документов отведено 180 календарных дней с даты помещения товаров под таможенную процедуру экспорта (п. 9 ст. 165 НК РФ). До сбора документов или истечения 180 дней реализация экспортных товаров в декларации по НДС не отражается. Не позднее 5 календарных дней с даты отгрузки товаров на экспорт нужно выставить счет-фактуру в двух экземплярах (для себя и покупателя). В графах 7 и 8 счета-фактуры указать нулевую ставку НДС и нулевую сумму налога соответственно. В книге продаж счет-фактура регистрируется в квартале, в котором собраны все подтверждающие документы (п. 4 ст. 166, п. 9 ст. 167 НК РФ, п. 2 Правил ведения книги продаж, утв. Постановлением Правительства РФ от 26.12.2011 №1137). Если в установленный срок необходимые документы не собраны, то выставляется счет-фактура в одном экземпляре (для себя), с указанием стандартной ставки НДС (10% или 20%) и соответствующей ей суммы налога. Счет-фактура регистрируется в дополнительном листе книги продаж за квартал, в котором товар был отгружен на экспорт.

## Учет НДС при экспорте

Экспортируя товар, организация имеет право на вычет входного НДС по этому товару (п. 9 ст. 167, п. 3 ст. 172 НК РФ). При этом входной НДС в отношении товаров (не являющихся сырьевыми), оприходованных с 01.07.2016, принимается на учет в общем порядке. Соответственно, вести отдельный учет НДС по экспорту в таком случае не нужно. Если экспортируются сырьевые товары или принятые на учет до 01.07.2016 иные товары и помимо экспорта есть операции, облагаемые НДС по другим ставкам или же не облагаемые этим налогом, то необходимо вести отдельный учет НДС (Письмо ФНС России от 31.10.2014 № ГД 43/22600). Порядок его ведения нужно прописать в учетной политике. Принять налог к вычету в этом случае можно на последнее число квартала, в котором собран полный пакет документов, подтверждающих применение нулевой ставки НДС.

## **Восстановление НДС при экспорте**

Если по сырьевым товарам или принятым на учет до 01.07.2016 иным товарам, в дальнейшем реализованным на экспорт, ранее принят входной НДС к вычету (например, изначально товары предназначались для перепродажи внутри страны), то этот НДС необходимо будет восстановить (Письмо Минфина России от 08.05.2015 №03-07-11/26720). Сделать это нужно в том квартале, когда произошла экспортная отгрузка. Суммы восстановленного НДС отражаются в строке 100 графы 5 Раздела 3 Декларации по НДС. Подтвердив право на ставку 0%, можно снова принять НДС к вычету. Если же речь идет об экспорте сырьевых товаров, принятых на учет с 01.07.2016, восстанавливать НДС по ним не нужно.

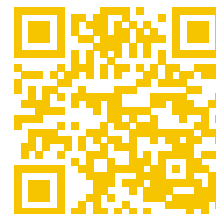
## **Заполнение декларации по НДС при экспорте**

Экспортная реализация отражается в общей декларации по НДС (утв. Приказом ФНС России от 29.10.2014 №ММВ-7-3/558). Под экспортные операции отведены разделы 4–6: в разделе 4 отражается подтвержденный экспорт, в разделе 6 — неподтвержденный, а раздел 5 предназначен для расчета вычетов по экспортным операциям. При этом если экспортируются сырьевые товары, принимаемый к вычету НДС по ним отражается в разделе 3 декларации (Письмо ФНС России от 06.07.2017 №СД-4-3/13093). Если документы, подтверждающие нулевую ставку НДС, собраны в срок, то заполняется раздел 4 Декларации за тот квартал, когда эти документы собраны. Вместе с декларацией нужно представить в ИФНС и сами документы (п. 10 ст. 165 НК РФ, Письмо Минфина России от 15.02.2013 №03-07-08/4169). Если собрать документы вовремя не удалось, то экспортную реализацию нужно обложить по обычной ставке НДС (10% или 20%), подав уточненную декларацию с заполненным разделом 6 за период, в котором товар экспортирован. Соответственно, нужно будет уплатить в бюджет налог, а также пени.

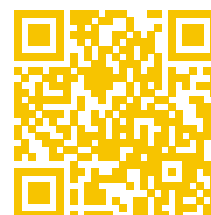
После того, как документы собраны, необходимо сдать их в инспекцию вместе с декларацией за текущий квартал с заполненным разделом 4. В случае отсутствия претензий относительно применения нулевой ставки, уплаченный НДС вернут по заявлению. Но пени в данном случае остаются в бюджете.

# Полезная информация на [сайте Агроэкспорта](#)

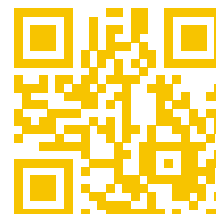
[Аналитика](#) — раздел содержит аналитические обзоры по ключевым продуктам и наиболее перспективным зарубежным рынкам, отраслевые обзоры и оперативную статистику российского аграрного экспорта.



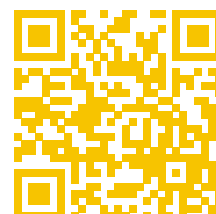
[Господдержка](#) — в разделе собрана информация о действующих мерах господдержки для российских сельхозпроизводителей и подробные инструкции по участию в каждой из представленных программ.



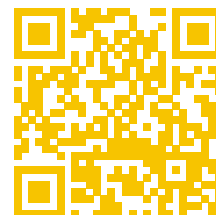
[Мероприятия](#) — в разделе вы найдете информацию о международных мероприятиях для российских экспортеров аграрной продукции, а также анонсы предстоящих мероприятий ФГБУ «Агроэкспорт».



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

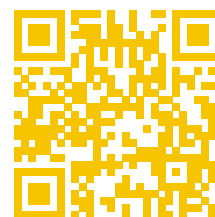


[Барьеры](#) — постоянно обновляемая база данных по статусу доступа российской продукции на зарубежные рынки.

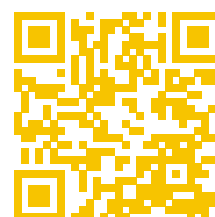




Сертификация — раздел содержит информацию о всех видах сертификации, которая может понадобиться для поставок на экспорт: НАССР, Халяль, Кошер и Органика.



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>

