

Situace na trhu Japonska a jeho potenciál pro export mléčných výrobků

Cíl: Informovat o japonském trhu s mléčnými výrobky

29. dubna 2021, 10:55 – 11:10 SEČ

Irena Leopoldová
zemědělská diplomatka ZÚ Tokio

Irena.Leopoldova@mze.cz

WhatsApp: 773 743 880



Základní popis japonského trhu

- Produkce mléka
7 mil tun
- Průměrná dojivost na krávu
8,4 tun
- Stav dojnic
840 tis ks
- Spotřeba mléka na osobu
35 kg

Údaje z roku 2019



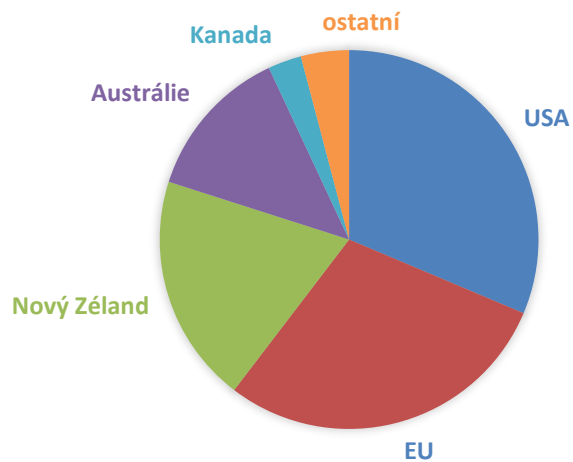
- Domácí produkce mléka a ml. výrobků zaměřena na výrobu čerstvého mléka, ml. nápojů a jogurtů
- Poptávka uspokojována hlavně dovozem
- Výrobky pocházející z EU vnímány jako prémiové
- Místní i zahraniční konkurenti zastoupeni ve všech segmentech sektoru mléčných výrobků
- Ml. výrobky nejsou považovány za součást tradiční japonské stravy, ale jejich obliba dlouhodobě roste
- Ml. výrobky jsou vnímány jako výrobky s jedinečnými přínosy pro zdraví
- Použití: nápoj nebo svačina, při vaření velmi zřídka
- Japonci stejně jako většina Asiatů mají vysokou intoleranci laktózy

5 TOP dovozců z celého světa v daném sektoru

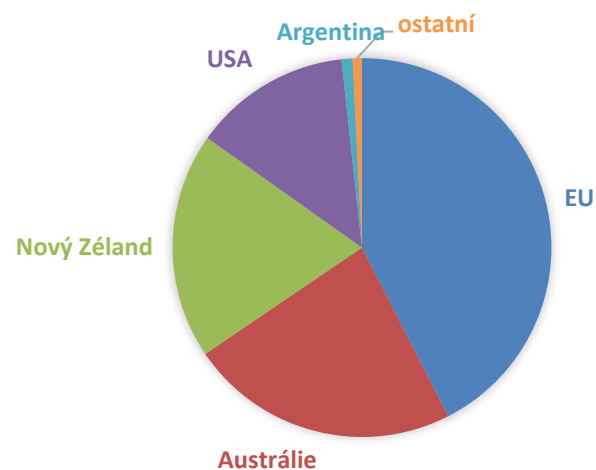
Mléko a mléčné výrobky:

- 1. EU – Nizozemí, Německo, Francie
- 2. – 3. Nový Zéland / Austrálie
- 4. USA
- 5. Singapur

DOVOZ SUŠENÉHO MLÉKA (0402)



DOVOZ SÝRA (0406)



Největší prodejci na trhu

Morinaga Milk Industry

- mléko, jogurty, máslo, sýry, zmrzlina, široký sortiment



Megmilk Snow Brand

- jednička na trhu s máslem, margarínem a sýrem



Meiji

- jednička na trhu s jogurty a sýry s bílou plísní, široký sortiment



Rokko Butter

- jednička na trhu s tavenými sýry, sýrové tyčinky, bonbony, sladké desertní, plátkové



Yakult Honsha

- specializace na nápoje obsahující kyselinu mléčnou, spec. mikrofloru a jogurty



Největší řetězce

AEON – AEON Retail, Ministop

Seven & i Holdings – Ito, Yokado, Seven Eleven

IZUMI – youme Town

LIFE corporation - Life

Valor – Syokusenkan Tayion



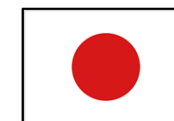
Preferované zboží

- Hlavní kritéria:
 - 1. kvalita
 - 2. prospěšnost zdraví
- jogurty, jogurtové nápoje (zdraví, pohodlí)
- sýry (měkké, jemné, ne příliš slané)
- máslo x margarín (roztíratelnost, cena)
- trvanlivé dezerty (dostupnost, nízkokalorické)
- produkty ready to drink (konkurence čerstvého mléka)
- sójové alternativy
- sušené mléko pro krmné účely – společnost Lacto Japan



Podmínky pro obchodování

- Dohoda o ekonomickém partnerství (EPA) - EU x Japonsko
 - 1. února 2019 vstoupila v platnost
 - zlepšení přístupu na trh (plná liberalizace, snížení cel, TRQs)
 - úplná liberalizace u tvrdých sýrů
 - TRQ pro sušené mléko, máslo a syrovátku
 - ochrana zeměpisných označení
- Od 1. února 2021 je v platnosti nové veterinární osvědčení
 - dohodnuto mezi ČR a Japonskem (publikované na webu SVS)
 - není nutná registrace mlékáren
 - Zákon o označování potravin (alergeny, nutriční složky, země původu, přísady a země výroby)
 - osvědčení o obsahu dioxinu



Jak proniknout na japonský trh

- navštívit Japonsko: účast na mezinárodním potravinářském veletrhu FOODEX JAPAN (veletrh zařazen mezi oficiální výstavy s účastí MZe), případně další JFEX v Ósace
- seznámit se se specifiky japonského trhu (důležitý je příběh produktu, požadavky na balení, velikost produktu, ochota přizpůsobit výrobek chuti Japonců, poskytnout informace o způsobu konzumace, seznámit se s japonským seznamem zakázaných aditiv)
- klást důraz na kvalitu a bezpečnost (předpojatost japonského spotřebitele ohledně bezpečnosti a kvality dováženého zboží)
- být trpělivý při navazování vztahu i jeho budování s dovozcem
- úzce spolupracovat s japonským dovozcem (ve vývoji a marketingu)
- nezaměřovat se pouze na jeden distribuční kanál (online obchody, specializovaní dovozci)



Děkuji za pozornost

Irena Leopoldová
ZU Tokio

Irena.Leopoldova@mze.cz