

Japani vientimarkkinana ja keskeiset piirteet

“Se mikä toimii Japanissa, toimii todennäköisesti myös muualla”

Jaana Puhakka, yritysasiantuntija
ProAgria/MKN Itä-Suomi

Japani pähkinänkuoressa



- Japanin pinta-ala on noin 377 975 km² , (Suomi 338 424 km²). Koostuu neljästä saariryhmästä: Honshu, Hokkaido, Kyūshū ja Shikoku. Lisäksi monia pienempiä saaria
- Japanin väkiluku on noin 125 miljoonaa ihmistä. Väestö keskittynyt tiheästi asuttuihin suuriin metropoleihin kuten Tokioon 14 milj (metropolin alueella 37 milj), Osakaan (2,7 milj) ja Yokohama (3,7 milj), Nagoya (2,3 milj), Kyoto (1,5milj), Hiroshima (1,2 milj), Sapporo (1,9milj)
- Virallinen kieli on japani. Englantia osataan erityisesti suurissa kaupungeissa ja liike-elämässä
- Maailman kolmanneksi suurin talous bruttokansantuotteen mukaan (4,19 bilj €)
- Talous perustuu vahvasti teollisuuteen, teknologiaan, vientiin ja palveluihin
- Japanin maantiede vaihtelee vuoristoisista alueista hedelmällisiin tasankoihin ja kauniisiin rannikkoihin
- Tunnettu myös aktiivisista tulivuoristaan, kuten Fuji-vuoresta, ja kuumista lähteistään, onseineista

Japanin elintarviketoimialan erikoispiirteitä

Kulttuuriset mieltymykset

Kausittaisuus

Pakkaukset ja merkinnät

Innovaatiot

Paikallisuus

Kala ja merenelävät





Kulttuuriset mieltymykset

- Japanilaiset kuluttajat arvostavat perinteisiä ja laadukkaita elintarvikkeita: vihreä tee, soijakastike, miso, dashi (liemi), tofua, riisi, merilevät, natto, sake
- Ovat kiinnostuneita terveellisistä ja ravitsevista vaihtoehdoista



Kausittaisuus ja sesonkiruuat

- Eri vuodenaikojen perinneruokakulttuuri, vaikuttaa mitä ruokia kuluttajat ostavat ja kuluttavat eri vuodenaikoina.
- Talvi: lämpimiä, tuhteja ja ravitsevia ruokia, esim. erilaiset padat, [mochit](#), mutta myös tuore mansikka
- Kevät: tarjolla ruokia, jotka heijastavat vuodenajan vaihtumista ja tuoreiden raaka-aineiden saatavuutta, esim. takenoko (bambun versot, sakura-teemaiset tuotteet, hamani-juhlat
- Kesä: kevyitä, raikkaita ja virkistäviä ruokia esim. somennuudelit, vesimeloni, kakigori (maustettu jäähile) tai unagi (ankerias)
- Syksy: nautiaan satokauden tuoreista raaka-aineista esim. kuri Gohan (kastanja), matsutake, nimono-keitto, kaki (persimon)





Pakkaukset

- Japanissa kiinnitetään paljon huomiota tuotteiden pakkauksiin ja esillepanoon
- Laadukkaat ja houkuttelevat pakkaukset houkuttavat kuluttajia ostamaan tuotteen
- Pakkauksen koko ja merkinnät
- Ilmaston tuomat haasteet pakkauksille (yksittäispakatut tuotteet, suklaa), ympäristöystävälliset pakkaukset nouseva trendi
- Pakkaus tärkeämpi kuin sisältö?

無添加 化学調味料 食塩を

国産いりこ粉末使用

いりこだし

素材

味の素

体のも考えた 清涼飲料です。

有機栽培抹茶使用
(標準配合量1袋100g当たり)
有機宇治抹茶 20g
和三盆糖 80g

名称	グリーンティー
原材料名	和三盆糖(徳島県産)、有機緑茶(京都府産)
内容量	100g
賞味期限	欄外上部に記載
保存方法	高温・多湿の場所を避けて保存してください。
製造者	(有)中井製茶場 京都府相楽郡和束町中市場14-1

※大さじ軽く一杯(10~12g)を100~120ccのお水、又はお湯に入れて

化学調味料と食塩を無添加

- 野菜など素材の風味を引き立てます。
- お好みのだしの濃さで使えます。
- ご家庭の塩加減に調整できます。

いりこ粉末は長崎のいりこを使用し、力強いコク深さにこだわりました。

使う瞬間まで香りを大切に

フレッシュスティック包装

素材力だし

使用目安

- みそ汁・吸物(5杯分) 湯750mlにスティック1本
- 煮物: 煮汁500mlにスティック1本
- 玉子焼き: 卵3個にスティック1/2本
- 炊き込みご飯: 米2合にスティック1本

Pakkausmerkinnät

- Tuotteen nimi ja valmistaja
- Ainesosaluettelo: japaniksi tai latinaksi, allergisoivat ainesosat on korostettu tai eroteltu selvästi
- Allergeenit: maito, kananmuna, vehnä, katkarapu jne.
- Päiväysmerkinnät: Parasta ennen -päivämäärä tai viimeinen käyttöpäivämäärä
- Ravitsemustiedot: Ravintoarvotaulukko

Kuluttajat valistuneita ja haluavat tietää tarkasti sisällön

- Käyttöohjeet
- Alkuperämaa
- Valmistus- ja parasta ennen -päivämäärä
- Jäljitettävyystiedot: tuotteen alkuperä ja valmistusprosessin seuranta
- Säilytysolosuhteet

Innovaatiot

Japani on tunnettu elintarvikkeiden teknologisesta innovaatiosta. Uusia tuotteita ja valmistusmenetelmiä kehitetään jatkuvasti vastaamaan kuluttajien muuttuviin tarpeisiin

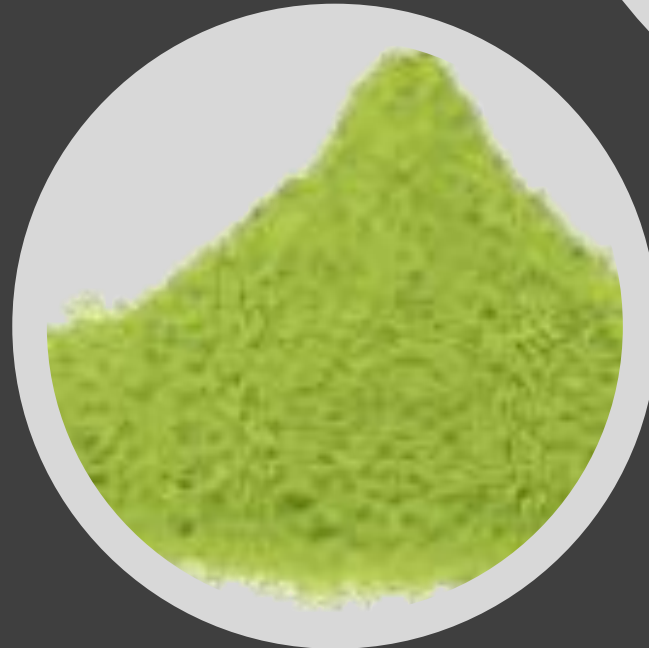
Uusimpia ruokainnovaatioita (2023)

- Heinäsirkka ramen –nuudelit [Anticicada](#) -ravintolassa
 - Nuudelitaikina ja liemi valmistetaan heinäsirkkajauheesta, maustetaan heinäsirkkasoijalla ja –öljyllä. Maistuu katkaravuilta.
- Pakastekuivatut tee- ja kahvikuutiot (Coca Cola)
 - Easy, delicious and new -> helppo käyttää, herkullista ja ympäristöystävällistä
- [Vegheet](#) –ohuet kasvislevyt
 - Kasvistahnasta valmistetut paperinohuet levyt (lisätty agar agar, venytetään ja kuivataan)
 - Eivät sisällä lisäaineita, alkuperäinen maku ja ravintoaineet ja säilyvät pitkään
 - Soveltuvat erilaisiin ”wrappeihin” tai liottamalla esim. keittojen pohjaksi



Paikallisuus

- Vahvat maantieteelliset identiteetit ja alueen "omat" tuotteet
- Kobe-naudanliha, Kobe (Hyogo)
- Yubetofu, Kyoto
- Fugu, Shimonoseki
- Matsutake, Hokkaido
- Awamori, Okinawa
- Maito, Hokkaido
- Persikat, Okayama
- Omenat, Aomori
- Vihreä tee, Uji



Kala ja merenelävät

- Tärkeä proteiininlähde japanilaisessa ruokavaliossa
- Japanissa syödään paljon kalaa eri muodoissaan, raakana (sushi, sashimi), paistettuna (tempura), höyrytettynä (nimono) ja grillattuna (yakitori)
- Kala on ollut keskeinen osa japanilaista kulttuuria vuosisatojen ajan
- Kalastus ja kalanjalostus ovat tärkeitä talouden osa-alueita Japanissa
- Yksi maailman suurimmista kalastusmaista, vie merkittäviä määriä kalaa ja mereneläviä ulkomaille
- Kalaa arvostetaan japanilaisessa taiteessa, kirjallisuudessa ja seremonioissa
- Japanilaisissa uskomusten ja perinteiden symboliikka esim. koit (karpit) ovat symboli menestyksestä ja voimasta, käytetään usein koristeena Japanin perinteisissä puutarhoissa ja seremonioissa
- Monet japanilaiset juhlapäivät ja festivaalit liittyvät kalaan ja mereneläviin



Miksi Japaniin?

- Yksi maailman suurimmista kuluttajamarkkinoista, valtava potentiaalinen ulkomaisille elintarviketuottajille
- Korkea elintaso, laadukkaille, korkealaatuisille ja premium-tuotteille tilaa
- Ulkomaiset tuotteet ja ruokakokemukset ovat suosittuja
- Kasvava terveys- ja hyvinvointitrendi: mahdollisuuksia terveellisiä ja luonnollisia elintarvikkeita vieville yrityksille
- Kansainväliset kauppasopimukset helpottavat ulkomaisten elintarvikkeiden tuontia ja vahvistavat vientimahdollisuuksia.
- Perinteiden ja käsityötaidon arvostus luo kysyntää autenttisille ja laadukkaille tuotteille eri puolilta maailmaa



Japanin elintarvikemarkkinat pähkinänkuoressa

- Japanin elintarvikemarkkinoiden kokonaisarvo on arviolta noin 30-40 biljoonaa jeniä vuodessa, mikä vastaa noin 270-360 miljardia dollaria
- Elintarvikkeisiin käytetään vuosittain suuri summa rahaa, ja on yksi maailman suurimmista elintarvikkeiden kuluttajista asukasta kohden laskettuna
- Noin 60 % Japanin kokonaisruoankulutuksesta koostuu tuontielintarvikkeista, mikä tekee Japanista yhden maailman suurimmista elintarvikkeiden tuojista, vuonna 2020 maahan tuotiin elintarvikkeita noin 800 miljardin jenin, n. 7,2 miljardia dollaria arvosta
- Ulkomaisten tuotteiden osuus kokonaismarkkinoista on kasvussa, erityisesti erilaisten tuontiherkkujen ja gourmet-tuotteiden kohdalla
- Terveyttä edistävät ja terveelliset elintarvikkeet ovat suosittuja ja niiden kysyntä kasvaa jatkuvasti väestön ikääntyessä



Elintarvikkeiden vienti Japaniin Suomesta

- Lisätietoa: <https://www.ruokavirasto.fi/teemat/tuonti-ja-vienti/vienti-eun-ulkopuolelle/maakohtaista-vientitietoa-kontissa/aasia-ja-oseania/japani/>
- Suomesta on viety Japaniin viime vuosina esimerkiksi maitotuotteita, maltaita, suklaata, myllyteollisuustuotteita, alkoholituotteita ja sianlihaa
- Kauratuotteiden vienti kasvussa (Elovena-välipalapatukat, kaurapuuro)
- Suomen elintarvikevienti Japaniin oli vuonna 2022 yli 30 milj. €.
- Fazer, Viking Malt, Laitilan Juomat
- Elintarvikkeiden maahantuontia Japanissa valvoo:
 - Eläinperäisten tuotteiden tuonti Japaniin (MAFF) (perustietoa, tuontirajoituksia)
 - Eläinperäisten tuotteiden rajatarkastus (MHLW) (tuontitarkastus)



Elintarvikkeiden vienti Japaniin Suomesta

Ruokaviraston sivuilta tuoteryhmäkohtaista tietoa

- Kala- ja kalastustuotteet (ei virallisesti sovittua eläinterveystodistusmallia, yleistodistuksen hyväksyttävyyys tarkistettava ennen vientiä)
- Maito- ja maitotuotteet (ei edellytä Japanin viranomaisen erillistä laitoshyväksyntää, eläinterveystodistus tarvitaan)
- Luomutuotteet (lisää [luomutuotteiden viennistä](#))
- Muna- ja munatuotteet (ei edellytä Japanin viranomaisen erillistä laitoshyväksyntää, eläinterveystodistus tarvitaan)
- Marjat- ja sienet (radioaktiivisuuden mittaaminen tarvitaan)
- Naudanliha ja naudanlihatuotteet (on mahdollista ainoastaan Japanin hyväksymistä laitoksista)
- Sianliha- ja sianlihatuotteet (on mahdollista ainoastaan Japanin hyväksymistä laitoksista)
- Siipikarjanliha ja siipikarjanlihatuotteet (on mahdollista ainoastaan Japanin hyväksymistä laitoksista)

Elintarvikkeiden maahantuontia Japanissa valvoo:

- Eläinperäisten tuotteiden tuonti Japaniin (MAFF) (perustietoa, tuontirajoituksia)
- Eläinperäisten tuotteiden rajatarkastus (MHLW) (tuontitarkastus)

Elintarvikkeiden vientiprosessi

QUICK GUIDE
- HOW TO EXPORT TO JAPAN (FOOD SECTOR)

2) Exporting Process

Shipping B2C

Labelling

Japanese Law & Regulation

Custom Clearance

EU-Japan Centre for Industrial Cooperation
www.EUbusinessinJapan.eu

7

QUICK GUIDE
- HOW TO EXPORT TO JAPAN (FOOD SECTOR)

Step 1 : Custom Clearance

EU exporters must designate a Japanese importer for custom clearance. A designated importer prepares an import declaration based on information given in EU export permit and commercial documents, and applies for import clearances. When a cargo arrives at a Japanese port/airport, the responsible custom office notifies an exporter-designated importer and customs clearance starts. It is advisable that EU exporters choose **Authorised Economic Operator (AEO) importers** as business partners.

Import Declaration

Legal & Regulatory Clearances

Import Payments

EU-Japan Centre for Industrial Cooperation
www.EUbusinessinJapan.eu

8

QUICK GUIDE
- HOW TO EXPORT TO JAPAN (FOOD SECTOR)

Step 2 : Law and Regulation

(1) All food and beverages including processed food are subject to sanitary and phytosanitary inspection and clearance.

(2) Unprocessed agricultural products are also subject to animal or plant inspection and clearance.

(3) Finally an import quarantine inspection is needed for fresh and dairy products.

EU-Japan Centre for Industrial Cooperation
www.EUbusinessinJapan.eu

9

QUICK GUIDE
- HOW TO EXPORT TO JAPAN (FOOD SECTOR)

Step 3 : Labelling

EU exporters should check with Japanese importers **labelling requirements** (Consumer Affairs Agency) and practices prior to custom clearance. The labelling can be made during the production processes or added by the Japanese importer during custom's custody. The standard requires mandatory display of information such as ;

Product name
Storage method
Expiry date
Shelf life
Producer & Importer

Allergen, GMO
&
the country of origin

Ingredients
&
additives

EU-Japan Centre for Industrial Cooperation
www.EUbusinessinJapan.eu

15



Homemade VIILI Set of 3 VIILI Seed
[Free Cool Delivery] Finland...

4,311 yen free shipping

1,437 yen / piece (3 pieces)



代引き不可商品 Finland beer フィンラ
ンドビールラピンクルタ 瓶 ...

12,260円(価格+送料)

11,400円 +送料860円

475円/本 (24本)



Forsman Tea フォルスマンティー オレ
ンジスプルスティー (ティーバッグ ...

2,049円(価格+送料)

1.469円 +送料580円

Kauppaapaikat

- Erikoisliikkeet ([Kitano Ace](#), [Tokyo Food Show](#))
- Tavaratalot+ tapahtumat ([Mitsukoshi Isetan](#), [Event calender](#))
- Tapahtumat ja messut ([Foodex](#))
- [MetsaVillage](#)
- Verkkokaupat ([Rakuten](#), [Yahoo](#), [Hokuozakka](#))

Japanilainen kuluttaja

- Suomessa: "Asiakas on oikeassa", Amerikassa; "asiakas on kuningas", Japanissa: "asiakas on jumala"
- Ostetaan vähemmän, mutta laadukkaita tuotteita
- Kaupunkiasunnoissa pienet säilytystilat, ei spontaaneja ostoksia
- Japani on edelleen yksi maailman suurimmista luksustavaroiden ja -vaatteiden markkinoista
- Odotukset korkeasta laadusta, odotetaan myös erinomaista asiakaspalvelua; nopeat ja kätevät toimitusvaihtoehdot, ja laadukkaat pakkausmateriaalit
- Verkkokaupat suosittuja
- Tuotetiedot tärkeitä ja ne tutkitaan tarkkaan



Jos haluat menestyä Japanin elintarvikemarkkinoilla huomioithan ainakin nämä!

- Japanissa on tiukat laatu- ja turvallisuusvaatimukset elintarvikkeille (mm. ravintoarvojen, pakkausmerkinnät ja tuoteturvallisuus)
- Elintarvikemarkkinat ovat erittäin kilpailullut, paikalliset toimijat ja kansainväliset brändit kilpailevat samoista asiakkaista. Erotu!
- Japanin kuluttajien mieltymykset, ruokakulttuuri ja ostokäyttäytyminen saattavat poiketa merkittävästi länsimaista. Huomioi kulttuuriset erot markkinointistrategioissa ja tuotekehityksessä.
- Kommunikaatio Japanin markkinoilla voi olla haastavaa kielimuurin ja kulttuurieroista johtuen
- Luotettavan kumppaniverkoston rakentaminen ja ylläpitäminen Japanissa vaatii aikaa ja resursseja. Ole kärsivällinen.



Jos haluat menestyä Japanin elintarvikemarkkinoilla huomioithan ainakin nämä!

- Japanin markkinoille vievien tuotteiden on usein mukautettava pakkauksensa ja tuotemerkitänsä vastaamaan paikallisia standardeja ja mieltymyksiä, voi aiheuttaa lisäkustannuksia ja vaatii erityistä huolellisuutta
- Japanissa kuluttajat ovat tottuneet korkeaan laatuun ja ovat valmiita maksamaan siitä korkeamman hinnan. Tämä asettaa paineita tuotteiden laadulle ja innovaatiolle ja vaikuttaa hintastrategioihin.
- Japanissa on tullimaksuja ja tuontirajoituksia monille elintarvikkeille, mikä voi tehdä tuotteiden viennistä kalliimpaa ja monimutkaisempaa.



Vierailu japanilaisessa supermarketissa

- <https://www.youtube.com/watch?v=62HNX1fLqFw>



Hyödyllisiä linkkejä:

<https://www.eu-japan.eu/> : laaja sivusto, josta löytyy paljon hyödyllisiä selvityksiä, tapahtumia, koulutuksia, markkinatietoa, esimerkkejä jne.

Englanniksi ja vaatii kirjautumisen

- "About Japan" webinar series 233: Building a Professional Network in Japan 11.6.2024

<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/etusivu>

- Rahoitus, asiantuntijapalvelut, koulutukset. Huomio, palvelut muutosvaiheessa

<https://www.maajakotitalousnaiset.fi/hankkeet/elintarvikeviennin-aloitus-japaniin-pilottihanke#> (2022-2023)

<https://www.maajakotitalousnaiset.fi/hankkeet/biosys-japani> (2023-2025)

- Koulutuksia, tietoa

Miten rakennat hyvän bränditarinan japanilaisille? -webinaari

28.5 klo 10.00 -12.00

OHJELMA:

Japanin markkinakatsaus lyhyesti

~
Bränditarinan luominen

~
Do's & Don'ts Japanissa

~
Case studies: onnistuneet ja ei-
niin- onnistuneet esimerkit

~
Q&A- yhteenveto

~
Esityskieli englanti

Mitä japanilaiset haluavat kuulla, ei välttämättä ole sama mitä brändi haluaa kertoa!



Ilmoittautumaan pääset täältä:

https://lnkd.in/da_DMAtP