



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

Der Markt für Süßwaren in Japan

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und
Ernährungswirtschaft / November 2021

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	3
Tabellenverzeichnis.....	5
Abbildungsverzeichnis	5
Abkürzungsverzeichnis	6
1. Executive Summary	7
2. Einleitung	8
3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick.....	10
3.1 Aktuelle Wirtschaftslage	10
3.2 Der japanische Lebensmittelmarkt und führende Retailer	12
4. Rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren	13
4.1 Zulassungsvoraussetzungen.....	13
4.2 Zollverfahren und Zollsätze.....	14
4.3 Etikettierungsvorschriften	16
4.4 Importbedingungen und Importabwicklung	17
4.5 Zahlungs- und Währungsabsicherung	17
4.6 Distributionswege	18
5. Der japanische Markt für Süßwaren und Knabberartikel.....	19
5.1 Backwaren	19
5.1.1 Produktion und Handel	19
5.1.2 Orientierungspreise im Markt.....	21
5.1.3 Verbrauchernachfrage.....	21
5.1.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller.....	21
5.2. Cerealien	22
5.2.1 Produktion und Handel	22
5.2.2 Orientierungspreise im Markt.....	23
5.2.3 Verbrauchernachfrage.....	23
5.2.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller.....	23
5.3 Kaugummi	23
5.3.1 Produktion und Handel	24
5.3.2 Orientierungspreise im Markt.....	24
5.3.3 Verbrauchernachfrage.....	25
5.3.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller.....	26
5.4 Knabberartikel	26
5.4.1 Produktion und Handel	26
5.4.2 Orientierungspreise im Markt.....	27
5.4.3 Verbrauchernachfrage.....	27
5.4.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller.....	27

5.5 Schokoladenwaren	28
5.5.1 Produktion und Handel	28
5.5.2 Orientierungspreise im Markt	30
5.5.3 Verbrauchernachfrage	30
5.5.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller	30
5.6 Speiseeis	31
5.6.1 Produktion und Handel	31
5.6.2 Orientierungspreise im Markt	33
5.6.3 Verbrauchernachfrage	33
5.6.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller	33
5.7 Zuckerwaren	34
5.7.1 Produktion und Handel	34
5.7.2 Orientierungspreise im Markt	35
5.7.3 Verbrauchernachfrage	35
5.7.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller	36
6. Exporte von Süßwaren aus Deutschland nach Japan	37
7. Chancen und Risiken für deutsche Exporteure	39
8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten.....	41
8.1 Fachmessen.....	41
8.2 Behörden.....	42
8.3 Verbände und Institutionen	44
8.4 Unternehmen	49
8.5 Presse, Magazine, Zeitungen	59

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Wirtschaftsdaten für Japan und Deutschland	10
Tabelle 2: Top 5 Retailer-Gruppen in Japan, 2020	13
Tabelle 3: Zollsätze im Rahmen des EPA	14
Tabelle 4: Produktion von Keksen in Japan	20
Tabelle 5: Import von Backwaren nach Japan, Top 10 Exportländer	20
Tabelle 6: Die japanische Produktion von Cerealien	22
Tabelle 7: Produktion und Umsatz von Kaugummi in Japan	24
Tabelle 8: Entwicklung der Knabberartikel-Produktion in Japan	26
Tabelle 9: Produktion, Import, Export und Pro-Kopf-Verbrauch von Schokoladenwaren	29
Tabelle 10: Import von Schokoladenwaren nach Japan nach Herkunftsländern	29
Tabelle 11: Verkauf von Speiseeis und Gefrorenem in Japan	32
Tabelle 12: Japanische Produktion von Zuckerwaren	34
Tabelle 13: Importe von Zuckerwaren nach Japan	35
Tabelle 14: Deutsche Süßwaren-Exporte nach Japan, Wert und Menge, 2020	37
Tabelle 15: SWOT-Analyse für Süßwarenexporte nach Japan	39

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Haushaltsausgaben für Lebensmittel in % des Einkommens	12
Abbildung 2: Dokument „Ursprungserklärung“ für Einfuhr nach Japan	15
Abbildung 3: Lebensmitteletikettierung	17

Abkürzungsverzeichnis

ASEAN	engl.: Association of Southeast Asian Nations
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BLE	Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
CPTPP	engl.: Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership
EPA	engl.: Economic Partnership Agreement
EU	Europäische Union
GJ	Geschäftsjahr
GTAI	German Trade & Invest GmbH
HS	Harmonisiertes System
IWF	Internationaler Währungsfonds
kg	Kilogramm
kl	Kiloliter
MAFF	engl.: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries
MHD	Mindesthaltbarkeitsdatum
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
t	Tonnen
USD	US-Dollar
USt.	Umsatzsteuer
WTO	engl.: World Trade Organization

1. Executive Summary

Japan hat viele Handelsabkommen mit anderen Nationen abgeschlossen. Der Markt erweist sich als sehr umkämpft, sowohl preislich als auch in Hinblick auf die Vielzahl von Wettbewerbern aus diversen Ländern. Im Bereich Lebensmittel ist Japan ein Nettoimporteur und auf diese Importe aus dem Ausland angewiesen, um seine Bevölkerung ausreichend mit Nahrung versorgen zu können.

Die Verabschiedung des Wirtschaftspartnerschafts-Abkommens zwischen Japan und der Europäischen Union (EU) reduziert sukzessive die Zölle im Lebensmittelbereich oder schafft sie komplett ab. Damit wird der Export nach Japan für deutsche Hersteller zunehmend attraktiver. Die Einfuhr nach Japan ist mit einem kompetenten Geschäftspartner (Importeur) gut zu bewerkstelligen. Wichtig sind die Vollständigkeit und Kongruenz der erforderlichen Dokumente sowie eine genaue Beschreibung des Produkts inklusive vorheriger Überprüfung auf kritische Inhaltsstoffe.

Süßwaren und Knabberartikel stellen eine wichtige Branche in Japan dar. Als Souvenirs und Geschenke sind Süßigkeiten beliebt und Teil der japanischen Kultur. Besonders gern gekauft werden Schokoladenwaren, Speiseeis und Knabberartikel.¹ Durch einen starken Taifun im Jahr 2019 sowie die Covid-19-Pandemie haben sich Essgewohnheiten verändert. So wird mehr zu Hause konsumiert, wodurch die Nachfrage nach Cerealien, Keksen, Knabberartikeln und Großpackungen zu- und die Nachfrage nach Kaugummi abnahm. Japanerinnen und Japaner legen auch im Süßwarenbereich immer mehr Wert auf gesundheitliche Aspekte, wie z. B. weniger Zucker oder die Zugabe von Nährstoffen im Produkt. Sie suchen nach innovativen Produkten, neuen Geschmacksrichtungen, hochwertigen Rohstoffen und Zutaten und achten stark auf eine attraktive Verpackung sowie die Unversehrtheit der Waren. Zudem sind der Convenience-Gedanke und als Antwort darauf der Convenience-Handel in Japan stark ausgeprägt.

¹ DAIICHIHIKO Co., Ltd. (2021): 52 Fragebogen über japanische und westliche Süßigkeiten, URL: <https://www.lifedesign.co.jp/217.html>, aufgerufen am 26. Oktober 2021.

2. Einleitung

Der im Pazifik gelegene Inselstaat Japan besteht aus den Hauptinseln Hokkaido, Honshu, Shikoku, Kyushu und Okinawa sowie weiteren 6.800 Inseln verschiedener Größen.² Das Land wird offiziell in acht Regionen und 47 Präfekturen eingeteilt und stellt eine parlamentarisch konstitutionelle Monarchie dar.³ Im Jahr 2021 ist Japan mit einem prognostizierten Bruttoinlandsprodukt (BIP) von 5.378 Mrd. USD die drittgrößte Volkswirtschaft der Welt hinter den USA und China.⁴ Das Land zählt etwa 126,5 Mio. Einwohner. Sinkende Geburtenraten und eine alternde Bevölkerung führen sukzessive zu einem Bevölkerungsrückgang und lassen einen Arbeitskräftemangel befürchten.⁵

Die Selbstversorgungsrate mit Lebensmitteln auf Kalorienbasis betrug im Fiskaljahr⁶ 2017 in Japan lediglich 38 %. Nur die Produktionen von Reis, dem Grundnahrungsmittel Japans, und Hühnereiern erreichen Dimensionen nahe 100 %.⁷ Als Gründe für diese geringe Selbstversorgungsrate werden der Rückgang des Konsums von Reis einhergehend mit der Ausweitung der Ernährungsweise, insbesondere durch den höheren Verbrauch tierischer Produkte, Öle und Fette, herangezogen.⁸ Im Vergleich dazu lag in den Jahren 2018/2019 die Selbstversorgungsrate auf Kalorienbasis in Deutschland bei 89 %.⁹ Dazu kommt ein kontinuierlicher Rückgang kommerzieller landwirtschaftlicher Haushalte und Betriebe. So betrug im Jahr 1991 die Anzahl dieser Haushalte noch 2.936.000, wohingegen sie im Jahr 2019 um mehr als 60 % auf 1.130.000 sank.¹⁰ Damit ist das Land stark auf Lebensmittelimporte aus dem Ausland angewiesen, um seine Bevölkerung ausreichend mit Nahrungsmitteln zu versorgen. Zugleich zeigt sich eine gesteigerte Neugier japanischer Konsumenten auf neue und ausländische Lebensmittel sowie die Diversifizierung traditioneller Nahrungsgewohnheiten, was die Nachfrage nach ausländischen Lebensmitteln ebenfalls erhöht.

Nur etwa ein Viertel der in Japan angebotenen Süßwaren und Knabberartikel ist traditionell japanisch, beim Rest handelt es sich um westlich geprägte Produkte. Im Jahr 2020 betrug der Produktionswert des japanischen Süßwarenssektors¹¹ 2.371,3 Mrd. Yen. Schokoladenwaren waren im Jahr 2020 die Kategorie mit den höchsten Umsätzen in Höhe von 547 Mrd. Yen und

² Statistics Bureau, Ministry of Internal Affairs and Communications Japan (2019): Statistical Handbook of Japan 2019, S. 2.

³ European Union (2019): The Food and Beverage Market Entry Handbook: Japan: A Practical Guide to the Market in Japan for European Agri-food Products, S. 10, 15.

⁴ Statista (2021a): IWF Prognose: Top 10 Länder mit dem größten Bruttoinlandsprodukt (BIP) in den Jahren 2020 bis 2026, URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/981746/umfrage/ranking-der-laender-mit-dem-groessten-bruttoinlandsprodukt-in-der-zukunft/>, aufgerufen am 07.09.2021.

⁵ European Union (2019), S. 15, a. a. O., S. 8.

⁶ Fiskaljahr: 01. April - 31. März

⁷ Statistics Bureau, Ministry of Internal Affairs and Communications Japan (2021): Japan Statistical Yearbook 2021, URL: <https://www.stat.go.jp/english/data/nenkan/70nenkan/zenbun/en70/book/book.pdf>, S. 262 f.

⁸ Statistics Bureau, Ministry of Internal Affairs and Communications Japan (2019), S. 9, a. a. O., S. 8.

⁹ Statista (2021b): Selbstversorgungsgrad bei Nahrungsmitteln in Deutschland in den Jahren 1990/91 bis 2018/19, URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/659012/umfrage/selbstversorgungsgrad-mit-nahrungsmitteln-in-deutschland/>, aufgerufen am 07.09.2021.

¹⁰ Statistics Bureau, Ministry of Internal Affairs and Communications Japan (2021), S. 5, a. a. O., S. 8.

¹¹ Die Daten hierzu stammen von der *All Nippon Kashi Association* und beinhalten Bonbons, Schokoladen, Kaugummi, Reisgebäck, Kekse, Knabberartikel, Kuchen und Torten, aber kein Speiseeis.

2. Einleitung

einem Absatzvolumen von rund 244 Mio. kg. Die zweithöchsten Verkaufsraten generierte Speiseeis, gefolgt von Knabberartikeln und Zuckerwaren. Insgesamt erwirtschaftete die japanische Süßwarenindustrie im Jahr 2020 Umsätze in Höhe von 3.224,2 Mrd. Yen mit einem Absatz von 1,895 Mrd. t.¹²

Im Anschluss an diese Einleitung beginnt die Studie mit dem gesamtwirtschaftlichen Überblick in Kapitel 3. Dieses beschreibt die aktuelle wirtschaftliche Lage sowie den Markt für Lebensmittel in Japan und gestattet außerdem einen Überblick über die fünf größten Retailer. Das darauffolgende Kapitel 4 gibt Aufschluss über die rechtlichen Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren, einschließlich Zulassungsvoraussetzungen, Zollverfahren und Zollsätze unter Berücksichtigung des Freihandelsabkommens zwischen Japan und der EU, Etikettierungsvorschriften, Importbedingungen und Importabwicklung, Zahlungs- und Währungsabsicherung sowie Wege der Distribution. Das Kapitel 5 behandelt den japanischen Markt für Süßwaren und Knabberartikel und untergliedert sich in die folgenden Bereiche: Backwaren, Cerealien, Kaugummi, Knabberartikel, Schokoladenwaren, Speiseeis und Zuckerwaren. Für jedes Segment werden die inländische Produktion sowie Handelsbeziehungen analysiert, Orientierungspreise im Markt geboten und die Verbrauchernachfrage analysiert. Daraus lässt sich das Potenzial für deutsche Hersteller ableiten. Das Kapitel 6 stellt die Exporte von Süßwaren aus Deutschland nach Japan dar und das Kapitel 7 fasst die Chancen und Risiken für deutsche Exporteure in Form einer SWOT-Analyse zusammen. Kapitel 8 bietet eine Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten, untergliedert in Fachmessen, Behörden, Verbände und Institutionen, Unternehmen sowie Presse.

¹² All Nippon Kashi Association (2021): Bemerkungen zur Produktionsmenge und zum Produktionswert von Süßwaren 2020, URL: <http://anka-kashi.com/images/statistics/r02.pdf>, aufgerufen am 27. September 2021.

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Das folgende Kapitel beschreibt die aktuelle Wirtschaftslage in Japan und stellt einen Vergleich der wichtigsten Kennzahlen zwischen Japan und Deutschland an. Dem schließt sich eine Analyse des japanischen Markts für Lebensmittel sowie eine Übersicht der größten Retailergruppen an.

3.1 Aktuelle Wirtschaftslage

Die weltweite Covid-19-Pandemie hat Japan mit einem Rückgang des BIP im Fiskaljahr 2020 um 4,7 % im Vergleich zum Vorjahr stark getroffen. Die *Germany Trade & Invest (GTAI)* berichtet mit Berufung auf die japanische Regierung von einem möglichen Zuwachs des BIP für das Fiskaljahr 2021 um 3,7 %. Laut *Internationalem Währungsfonds (IWF)* ist ein Zuwachs von 3,3 % für das Kalenderjahr 2021 möglich. Für das Fiskaljahr 2022 wird ein Abflachen der Wirtschaftskraft auf nur noch 2,3 % BIP-Wachstum erwartet.¹³ Im Jahr 2020 importierte Japan Waren im Wert von 634,1 Mrd. USD und exportierte Waren in Höhe von 640,8 Mrd. USD. Die Importe sanken im Vergleich zum Vorjahr um 12 % und die Exporte um 9,2 %. Nahrungsmittel nahmen mit 8,6 % im genannten Jahr den drittgrößten Posten der Importgüter ein. Ihr Wert betrug etwa 54,5 Mrd. USD.¹⁴

Im März 2021 entsprach ein Euro 130,8 Yen. Dies bedeutet einen Kursanstieg im Vergleich zu den Jahren 2018 und 2019, in denen ein Euro rund 123 Yen wert war. Der Wechselkurs für einen USD betrug im März 2021 etwa 111,7 Yen.¹⁵ Die folgende Tabelle 1 stellt die wichtigsten Wirtschaftskriterien Japans im Vergleich zu Deutschland dar.

Tabelle 1: Wirtschaftsdaten für Japan und Deutschland

Kriterium		Japan	Deutschland
Einwohner im Jahr 2020 in Mio.		126,5	83,8
Bevölkerungswachstum in %, 2020 zum Vorjahr		- 0,3 %	0,2 %
BIP im Jahr 2020 in Mrd. USD		5.049	3.803 Mrd.
Pro-Kopf-Einkommen (nominal) in USD, 2020		40.146	45.769 ¹⁶
Wirtschaftswachstum nach Sektoren 2019 (real zum Vorjahr)	Landwirtschaft	- 2,6 %	3,7 %
	Industrie	2,4 %	- 3,6 %
	Dienstleistungen (Transport, Logistik, Kommunikation)	0,6 %	2,1 %

¹³ GTAI (2021a): Wirtschaftsausblick Japan, Erholung in Sicht, URL: <https://www.gtai.de/gtai-de/trade/wirtschaftsumfeld/wirtschaftsausblick/japan/erholung-in-sicht-243580>, aufgerufen am 07.09.2021.

¹⁴ GTAI (2021b): Wirtschaftsdaten kompakt Japan, Mai 2021, S. 3.

¹⁵ GTAI (2021b): S. 1., a. a. O., S. 10.

¹⁶ Wechselkursrechnung anhand von: Deutsche Bundesbank (Stand: 31.08.2021): Wechselkursstatistik, URL: <https://www.bundesbank.de/resource/blob/804110/6634c7a61769b4bcf9ab1f5c13d81a0d/mL/0-wechselkursstatistik-data.pdf>, S. 11.

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Kriterium		Japan	Deutschland
BIP-Entstehung 2019 (Anteil an nominaler Bruttowertschöpfung in %)	Bergbau/Industrie	23,3 %	24,2 %
	Handel/Gaststätten/Hotels	16,5 %	11,7 %
	Transport/Logistik/Kommunikation	10,2 %	9,3 %
	Bau	5,6 %	5,4 %
	Land-/Forst-/Fischwirtschaft	1,2 %	0,8 %
	Sonstige	43,2 %	48,6 %
Erwerbsquote 2020		60,6 % ¹⁷	55,9 % ¹⁸
Arbeitslosenquote 2020		2,8 %	3,8 %
Inflationsrate 2020		0,0 %	0,4 %
Korruptionswahrnehmungs-Index 2020		Rang 19 von 180	Rang 9 von 180

Quellen: Alle Daten zu Japan beziehen sich, außer anders gekennzeichnet, auf: GTAI (2021a): Wirtschaftsdaten kompakt Japan, Mai 2021. Alle Daten zu Deutschland beziehen sich, außer anders gekennzeichnet, auf GTAI (2021b): Wirtschaftsdaten kompakt Deutschland, Mai 2021.

Einige nennenswerte Handelsabkommen für den japanischen Markt sind das im Jahr 2008 verabschiedete *ASEAN-Japan Abkommen*¹⁹, das seit dem Jahr 2018 bestehende *Transpazifische Handelsabkommen CPTPP* zwischen den Ländern Australien, Brunei, Chile, Kanada, Malaysia, Mexiko, Neuseeland, Peru, Singapur, Vietnam und Japan²⁰ sowie das im Januar 2021 in Kraft getretene *Großbritannien-Japan Abkommen*²¹. Mit der EU hat Japan im Jahr 2018 das Wirtschaftspartnerschaftsabkommen, *Economic Partnership Agreement (EPA)*, unterzeichnet. Dieses soll langfristige Handelsbeziehungen sichern und tarifäre sowie nicht-tarifäre Handelshemmnisse und Zölle reduzieren. So strebt das Abkommen u. a. an, 85 % der Zölle auf EU-Exporte im Bereich Landwirtschaft und verarbeitete Nahrungsmittel abzuschaffen.²²

¹⁷ Statistics Bureau, Ministry of Internal Affairs and Communications Japan (2021), S. 425, a. a. O., S. 8.

¹⁸ Statista (Stand: September 2021): Erwerbsquote in Deutschland von 1991 bis 2020, URL:

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/2187/umfrage/entwicklung-der-erwerbsquote-in-deutschland/>, aufgerufen am 06.09.2021.

¹⁹ WTO (September 2021a): Regional Trade Agreements, Database: ASEAN – Japan, URL:

<http://rtais.wto.org/UI/PublicShowMemberRTAIDCard.aspx?rtaid=176>, aufgerufen am 06.09.2021.

²⁰ WTO (September 2021b): Regional Trade Agreements, Database: Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP), URL: <http://rtais.wto.org/UI/PublicShowMemberRTAIDCard.aspx?rtaid=640>, aufgerufen am 06.09.2021.

²¹ WTO (September 2021c): Regional Trade Agreements, Database: United Kingdom – Japan, URL:

<http://rtais.wto.org/UI/PublicShowMemberRTAIDCard.aspx?rtaid=1091>, aufgerufen am 06.09.2021.

²² European Union (2019), S. 65, a. a. O., S. 8.

3.2 Der japanische Lebensmittelmarkt und führende Retailer

Die Konsumausgaben der privaten japanischen Haushalte für Lebensmittel und nicht-alkoholische Getränke beliefen sich im Jahr 2018 auf 46.239 Mrd. Yen, was etwa 376 Mio. Euro entspricht.²³ Die Haushaltsausgaben für Lebensmittel in Prozent des verfügbaren Einkommens werden nachfolgend grafisch dargestellt.

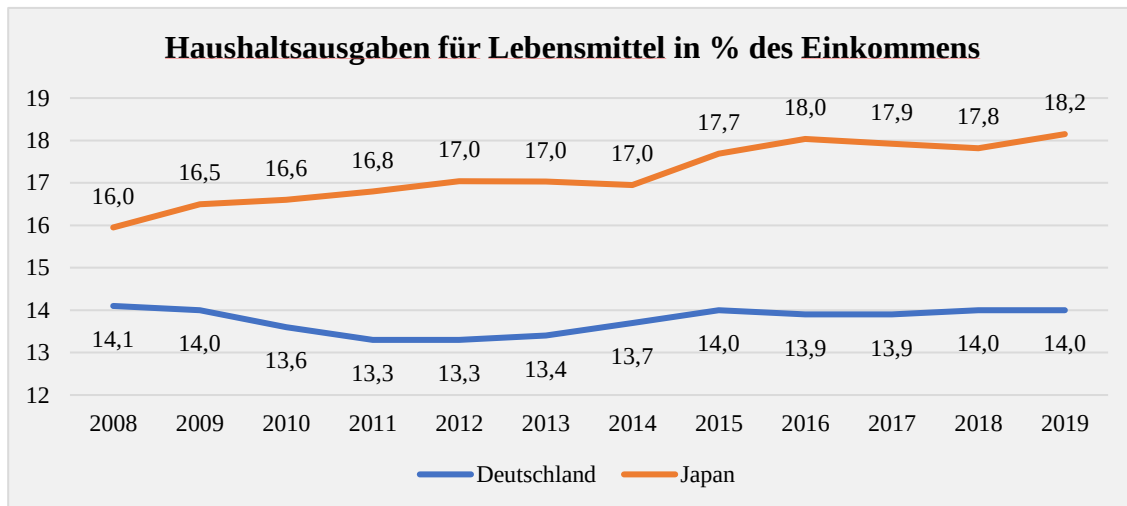


Abbildung 1: Haushaltsausgaben für Lebensmittel in % des Einkommens

Quelle: GlobalData (2021): Japan – Macroeconomic Data, eigene Recherche in der Datenbank, aufgerufen am 24.08.2021.

Der japanische Einzelhandelsmarkt ist weltweit der viertgrößte und nach China und Indien der drittgrößte Asiens. Nachfolgend sind die Top-5-Retailer-Gruppen in Japan für das Jahr 2020 dargestellt. Die *Seven & I Holdings Co., Ltd.* erwirtschaftet mit umgerechnet 42,6 Mrd. Euro die höchsten Umsätze. Mit kleinen Verkaufsflächen, aber sehr vielen Filialen im Land, bedient sie genauso wie die *Lawson Inc.* und die *FamilyMart UNY Holdings Co., Ltd.* den in Japan stark ausgeprägten Convenience-Bereich. Dieser lässt sich durch eine sehr hohe Urbanisierungsrate von 95 % und eine daraus resultierende Raumknappheit, aber auch durch lange Arbeitszeiten und die hohe Nachfrage japanischer Konsumenten nach Convenience, erklären.

²³ Statistics Bureau, Ministry of Internal Affairs and Communications Japan (2021), S. 94, a. a. O., S. 8. Wechselkursberechnung anhand von GTAI (2021b), S. 1, a. a. O., S. 10.

4. Rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren

Tabelle 2: Top 5 Retailer-Gruppen in Japan, 2020

Rang	Retailer-Gruppe	Umsätze in Mrd. EUR	Anzahl Filialen	Durchschnittliche Verkaufsfläche in m²	Umsätze pro m²
1	Seven & I Holdings Co., Ltd.	42,6	21.891	289	8.043
2	AEON Group	30,8	7.979	1.392	3.596
3	Lawson Inc.	18,6	14.469	199	7.353
4	Japan Consumers Cooperative Union	17,5	961	1.306	6.520
5	FamilyMart UNY Holdings Co., Ltd.	7,9	16.777	303	1.759

Quelle: GlobalData (2021): Retail: Insights - Market Share and Company Performance 2020, eigene Recherche in der Datenbank, aufgerufen am 24.08.2021.

4. Rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren

Aufgrund zahlreicher Erfahrungen seitens der japanischen Behörden und Geschäftspartner gibt es bei der Einfuhr von Süßwaren aus Europa keine besonderen Schwierigkeiten. Erforderlich sind dafür seitens der europäischen/deutschen Exporteure die Einhaltung der Vorschriften, genaue Unterlagen und eine reibungslose Kommunikation mit dem Geschäftspartner (Importeur).

4.1 Zulassungsvoraussetzungen

Bei verarbeiteten Produkten wie Süßwaren und Knabberartikel erweisen sich die Importbestimmungen nach Japan unkomplizierter als bei frischen und tierischen Produkten. Es bestehen auch keine Importbeschränkungen oder -verbote. Allerdings muss auf die Zutaten und Lebensmittelzusatzstoffe geachtet werden.

- Farbstoffe: Je nach Farbe und Substanz sind einige Farbstoffe in Japan nicht zugelassen. Eine Liste der in Japan zugelassenen Lebensmittelzusatzstoffe bietet *The Japan Food Chemical Research Foundation* unter folgendem Link: https://www.ffcr.or.jp/en/upload/LDFA_2021.01.15.pdf, Stand: 15. Januar 2021.
- Speiseeis: Bei Speiseeis muss unbedingt auf die Keimzahl geachtet werden. Diese muss weniger als 100.000 Keime pro Gramm betragen; eine Untersuchung auf coliforme Bakterien bedarf eines negativen Befundes.
- Nüsse: Je nach Sorte, Herkunft oder Anteil im Endprodukt könnte sich der Import als schwierig gestalten. Eine Untersuchung auf Aflatoxine bei der Einfuhr ist bei Nüssen und auch bei getrockneten Früchten möglich. Deswegen empfiehlt sich eine vorherige

Rücksprache mit der Quarantänestation.²⁴ Die *Plant Protection Station* bietet eine Datenbank mit Importbedingungen nach Herkunftsland und Produkt:

<http://www.pps.go.jp/eximlist/Pages/exp/conditionE.xhtml>

Die Richtlinien und Regelungen können sich jederzeit ändern und daher besteht die Möglichkeit, je nach Produkt eine Laboruntersuchung anzufordern. Demzufolge ist eine sorgfältige Prüfung vor dem Export anzuraten. Importeure übernehmen diese Aufgabe in der Regel sicher und zügig.

4.2 Zollverfahren und Zollsätze

Bis zum Inkrafttreten des EPA zwischen der EU und Japan im Februar 2019 waren für die Importprodukte aus der EU die Tarife der *World Trade Organization (WTO)* gültig. Seit dem Jahr 2019 verringern sich die Zollsätze auf die Produkte aus der EU stufenweise und je nach Produktkategorie verschwinden sie in sechs bis elf Jahren komplett. Eine Ausnahme bildet Speiseeis (HS-Code: 2105.00), bei dem sich der Zollsatz nicht komplett, sondern stufenweise verringert. Die Zollsätze für die HS-Codes enthält die folgende Tabelle 3.

Tabelle 3: Zollsätze im Rahmen des EPA

Produktkategorie	HS-Code	Zollsatz	
		bis 01/2019 (vor EPA)	seit 02/2019 (nach EPA)
Kaugummi	2106.90-230	5 %	Im 6. Jahr komplett abge- schafft
	1704.10-000	24 %	Im 11. Jahr komplett abge- schafft
weiße Schokolade	1704.90-230	25 %	
Bonbons, Frucht- gummi	1704.90-210		
Karamellbonbons	1704.90-220		
Zuckerwaren	1704.90-290		
Schokoladenwaren	1806.31-000	10 %	
	1806.31-100		
	1806.90-100		
Kekse	1905.31-000	20,4 %	Im 6. Jahr komplett abge- schafft
	1905.90-312	15 %	
	1905.90-322	13 %	

²⁴ Plant Protection Station: <http://www.pps.go.jp/english/index.html>.

4. Rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren

Produktkategorie	HS-Code	Zollsatz	
		bis 01/2019 (vor EPA)	seit 02/2019 (nach EPA)
Waffeln	1905.32-000	18 %	Im 9. Jahr komplett abgeschafft
Speiseeis	2105.00-111	21 %	2021: 12,2 %, 2028: 7,8 %
	2105.00-112	28 %	2021: 17,8 %, 2028: 0 %
	2105.00-113	21 %	2021: 11,7 %, 2028: 7 %
	2105.00-119	23,8 %	2021: 15,1 %, 2028: 0 %
	2105.00-191	29,8 %	2021: 16,5 %, 2028: 9,8 %
	2105.00-199	29,8 %	2021: 24,4 %, 2028: 14,9 %
	2105.00-210	21,3 %	2021: 12,4 %, 2028: 7,9 %
	2105.00-290	21,3 %	2021: 13,6 %, 2028: 0 %

Quelle: Agriculture & Livestock Industries Corporation, The Trade Statistics of Japan.

Für Exporte nach Japan bedarf es der Einreichung eines Formblatts, die sogenannte „Ursprungserklärung“, zusammen mit den üblichen weiteren Dokumenten. Dieses Formblatt dient dazu, die Warenherkunft aus der EU zu beweisen. Erstellt und eingereicht werden kann es entweder vom Exporteur (Hersteller) oder vom Importeur. Folgendes Dokument müssen deutsche Exporteure mit den weiteren Geschäftsdokumenten angeben:

German version

(Zeitraum: von bis⁽¹⁾)

Der Ausführer (Referenznummer des Ausführers⁽²⁾) der Waren, auf die sich dieses Handelspapier bezieht, erklärt, dass diese Waren, soweit nicht anders angegeben, präferenzbegünstigte Ursprungswaren⁽³⁾ sind.

(Verwendete Ursprungskriterien⁽⁴⁾)

.....

(Ort und Datum⁽⁵⁾)

.....

(Name des Ausführers in Druckbuchstaben)

.....

Abbildung 2: Dokument „Ursprungserklärung“ für Einfuhr nach Japan

Weitere Informationen zur Ursprungserklärung sind unter dem folgenden Link der *Japan Customs* „Outline of Rules of Origin for EPA in Japan“ zu finden:

https://www.customs.go.jp/roo/english/origin/epa_roo.pdf.

4.3 Etikettierungsvorschriften

Da das Etikett in der Sprache des Ziellandes erstellt und auf der Verpackung angebracht werden muss, ist die Etikettierung normalerweise die Aufgabe des Importeurs. Der Exporteur sollte dem Importeur die dafür benötigten Informationen und Dokumente vollständig bereitstellen. Die Zollabfertigung verlangt noch kein Etikett auf Japanisch, aber zum Vertrieb ist es zwingend notwendig.

Im Folgenden werden die Pflicht- und Beispielangaben für das Etikett aufgezählt²⁵:

1. Produktname
2. Aufbewahrung
3. Verfallsdatum oder Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD); die Angabe des MHDs bei Speiseeis ist nicht gesetzlich erforderlich. Doch in den letzten Jahren wird auf Wunsch der Verbraucher öfter ein MHD auf Verpackungen angebracht.
4. Zutaten
5. Lebensmittelzusatzstoffe
6. Gehalt oder Feststoffvolumen und Bruttogehalt
7. Menge der Nährstoffe und Brennwert
8. Name und Anschrift des Importeurs
9. Allergene
 - a. eine Angabepflicht besteht bei sieben spezifischen Lebensmitteln: Buchweizen, Ei, Erdnuss, Krabben, Milch, Shrimps und Weizen
 - b. empfohlen zur Angabe sind dagegen 21 Lebensmittel: Apfel, Abalonen, Banane, Cashewnuss, Gelatine, Hühnerfleisch, Kiwi, Lachs und Lachsrogen, Mandel, Makrele, Matsutake-Pilz, Orange, Pfirsich, Rindfleisch, Schweinefleisch, Sesam, Sojabohne, Tintenfisch, Yamswurzel und Walnuss
10. Lebensmittel mit Aspartam-Anteil bedürfen der Kennzeichnung: „L-Phenylalanin-Verbindungen enthaltend“
11. Herkunft

²⁵ Consumer Affairs Agency (November 2020): Kurzanleitung zur Lebensmittelkennzeichnung. URL: https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/information/pamphlets/assets/02_h-foodlabelling_202011-003.pdf, aufgerufen am 27. September 2021.

4. Rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren

Die folgende Abbildung 3 zeigt ein Beispiel für eine korrekte Lebensmitteletikettierung mit Übersetzung auf Deutsch.

Name: Schokolade
Zutaten: Kakaomasse, Zucker, Kakaobutter, Emulgator, Aroma (Milchsubstanzen, Soja, Erdnuss und Weizen sind beinhaltet)
Inhalt: 100g (25 g x 4 St.)
MHD: 27.01.2022
Aufbewahrung: Direkten Sonnenschein, hohe Temperatur und Feuchtigkeit vermeiden
Herkunft: Deutschland
Importeur: Yoshiya Co., Ltd. Adresse

Nährstoffe (im 100g Inhalt)
Energie: 560 kcal
Eiweiß: 8,6g
Fett: 42g
Kohlenhydrate: 29,8g
Salzäquivalent: 0,02g

ザロッティアーダークチョコレート72%カカオ100g
25g箱包装x4枚/パック、72%カカオのビターテイスト。
名称: チョコレート 原材料名: カカオマス、砂糖、ココアバター / 乳化剤、香料、(一部に乳成分・大豆・落花生・小麦を含む)
内容量: 100g (25g x 4枚)
賞味期限: 2022年1月27日 保存方法: 直射日光、高温、多湿を避けて保存して下さい。
原産国名: ドイツ 輸入者: (株)芳屋 東京都台東区上野6-4-12
● 乳・大豆・小麦、ゴマ、リンゴ、オレンジを使用した製品となります。
● 使用上の注意: 開封後は、お早めにお召し上がり下さい。
● 商品に関するお問い合わせ: 03-5814-1451
栄養成分表示(100g当たり)
エネルギー 560kcal
たんぱく質 8.6g
脂質 42g
炭水化物 29.8g
食塩相当量 0.02g
紙: 外箱、個包装
preferibilmente entro il / Minimální trvanlivost do
100 g e
4 x 25 g
Einzelverpackt.
27.01.2022 202032 (25) 16106
Durchschnittliche Nährwerte / nutritional values /
valori nutrizionali medi / průměrné výživové hodnoty
Energie / energy / energia / energetická hodnota 2321 kJ
560 kcal
Fett / fat / grassi / tuky 42 g
davenn gordinjista Fettsubstanzen / of which saturates / di
cui acid grassa saturati / z toho nasycené mastné kyseliny 26 g
Kohlenhydrate / carbohydrate / carboidrati / sacharidy 29 g
davenn Zucker / of which sugars / di cui zuccheri / z toho cukry 25 g
Eiweiß / protein / proteine / bílkoviny 8.6 g
Salt / salt / sale / sůl 0.02 g
Kühl und trocken lagern / Store in a cool and dry place / Da
conservare in luogo fresco e asciutto / Skladujte v suchu a chladu
Sarotti GmbH
Motzener Straße 32
12277 Berlin (Germany/DE)
Kundenservice ☎ 0800 - 2020201
4 030367 05406

Quelle: Eigene Bildaufnahme, eigenes Hinzufügen von Übersetzungen.

Abbildung 3: Lebensmitteletikettierung

4.4 Importbedingungen und Importabwicklung

Bei der Ersteinfuhr muss der Importeur vorab das gewünschte Produkt anhand einer Zutatenliste und eines Dokuments zum Herstellungsverfahren (diese stellt ihm der Exporteur zur Verfügung) auf Importmöglichkeiten prüfen oder die zuständige Behörde zu Rate ziehen. Die Zusendung einiger Muster an den Importeur ist ratsam, damit dieser die Produkte genauer prüfen kann.

Für jede Einfuhr benötigt der Importeur eine Rechnung und eine Packliste des Exporteurs sowie einen Frachtbrief des Spediteurs. Der Importeur füllt das Meldeformular für die Einfuhr von Lebensmitteln aus und legt es den anderen Dokumenten bei. Die Logistik sollte zwischen dem Exporteur und dem Importeur abgesprochen werden, z. B. ob die Abholung am Werk erfolgt (Ex-Works) oder ob der Exporteur die Ware zum Hafen oder Flughafen bringt. Ratsam ist außerdem das Abschließen einer Fracht- und Seeversicherung. Wichtig für den gesamten Prozess bleibt die Kongruenz aller Angaben in allen Dokumenten.

4.5 Zahlungs- und Währungsabsicherung

Dieser Ablauf gestaltet sich mit Japanern sehr unkompliziert. Der Exporteur legt dem Importeur die Exportpreise vor. Nachdem sie vom Importeur akzeptiert wurden, stellt der Exporteur

eine Rechnung aus. Diese darf, da Japan ein Drittland außerhalb der EU darstellt, keine Umsatzsteuer ausweisen. Auf der Rechnung sollte neben der Kontoverbindung (Kontoinhaber, Name der Bank und IBAN) auch die Adresse der Bank stehen. Online-Banking ermöglicht eine Auslandsüberweisung innerhalb weniger Tage und auch *PayPal* und *Wise* sind in Japan verfügbar. Die Währung der Rechnung bestimmt meistens der Exporteur und kann für deutsche Händler in Euro sein. Der Importeur überweist den Betrag zum Umrechnungskurs des Zahlungsdatums. Die Zahlungsfrist, entweder Vorkasse oder Zahlung auf Wareneingang, stimmen in der Regel beide Geschäftsbeteiligten vorher ab.

4.6 Distributionswege

Die Distributionsart hängt je nach der Geschäftsart und -größe vom Importeur ab. Daher ist es wichtig, sich vorher zu informieren, über welche Vertriebsart und -netze der Importeur verfügt. Es gibt Firmen, die hauptsächlich nur importieren oder auch den Einzelhandel (inkl. E-Commerce) und/oder den Großhandel beliefern. Darüber hinaus existieren Supermarktketten und Kaufhäuser, die selbst auch Importfunktionen, z. B. durch einen Konsolidierer, übernehmen. Handels- und Großhandelsunternehmen verfügen über ein großes nationales Vertriebsnetz. Große Handelshäuser beherbergen häufig Supermärkte und Convenience Stores unter ihrem Dach.

In den letzten Jahren verzeichnete zudem der E-Commerce in der Lebensmittelindustrie ein beachtliches Wachstum. Das Volumen des inländischen E-Commerce im Lebensmittelbereich belief sich im Geschäftsjahr 2020, insbesondere durch den erheblichen Anstieg von Wettbewerbern am Markt, ab April auf 4.305,7 Mrd. Yen, was einem Anstieg von 13,1 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Der E-Commerce setzt sich wie folgt nach Vertriebswegen zusammen: 39,7 % Online-Versandhändler einschließlich Katalogverkäufe, 37,2 % Konsum-(Einkaufs)-Genossenschaften, 16,8 % Lebensmittelhersteller und 3,9 % Supermärkte.²⁶

²⁶ Yano Research Institute Ltd. (2021a): Forschung auf dem Lebensmittelversandmarkt, URL: https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/28, aufgerufen am 01. September 2021.

5. Der japanische Markt für Süßwaren und Knabberartikel

Der Großteil von Süßwaren und Knabberartikeln in Japan ist westlich geprägt. So beträgt der Marktanteil von sogenannten „Wagashi“, traditionellen japanischen Süß- und Knabberwaren, etwa nur ein Viertel. Besonders populär: Artikel zu saisonalen Themen sowie diversen besonderen Anlässen. Souvenirs und Geschenke stellen einen Teil der japanischen Kultur dar, als solche gibt es bei Süßigkeiten eine sehr hohe Nachfrage. In Japan ändern sich Trends und beliebte Artikel häufig. Beispielsweise erfreuten sich die Zutaten Butter, Pistazien und Protein zuletzt großer Beliebtheit.

Der Markt für Süßwaren und Knabberartikel in Japan²⁷ wuchs zwischen den Jahren 2012 und 2019 von 2.340 Mrd. Yen auf 2.521,5 Mrd. Yen (Produktionswert). Das entspricht einer Zunahme von 7,5 %. Allerdings stieg weder der Export noch der heimische Konsum im gleichen Verhältnis an, sodass sich das Wachstum der Produktion auf eine erhöhte Präsenz ausländischer Besucher in Japan zurückführen lässt. Im Jahr 2020 wurde unter dem Einfluss der Covid-19-Pandemie der größte Rückgang auf dem Markt seit dem Jahr 1960, in Höhe von 6 % auf nur noch 2.371,3 Mrd. Yen, verzeichnet.²⁸

5.1 Backwaren

Japan bietet ein breites Sortiment an Backwaren an, welches größtenteils heimische Unternehmen herstellen. In Bezug auf Deutschland ist Baumkuchen in Japan allgemein bekannt und wird das ganze Jahr über im Einzelhandel verkauft. Deutschland exportiert Stollen nur teilweise, da die heimischen, japanischen Bäckereien und Konditoreien diese zum größten Teil selbst herstellen.

5.1.1 Produktion und Handel

Während fast 90 % der Weizen-Nachfrage in Japan von Importen abhängt, werden je nach Produktkategorie über 90 % der Backwaren heimisch erzeugt. Davon nehmen die zehn größten Produzenten einen Marktanteil von ca. 76 % ein. Im Jahr 2020 wurden 253.300 t Kekse und 175.832 t Kuchen und Torten hergestellt. Bei Keksen stieg die Zahl für 2020 im Vergleich zum Vorjahr durch die von Covid-19 hervorgerufene Zunahme des heimischen Konsums, vor allem von Standardprodukten und Longsellern, um 1 %. Die Tabelle 4 stellt die Produktion von Keksen in Japan von 2016 – 2020 dar.

²⁷ Die Daten hierzu stammen von der *All Nippon Kashi Association* und beinhalten Bonbons, Schokoladen, Kaugummis, Reisgebäck, Kekse, Knabberartikel, Kuchen und Torten, aber kein Speiseeis.

²⁸ Ministry of Economy, Trade and Industry (2021): Wachsende Inlandsproduktion von Süßwaren und stagnierende Ausgaben der Haushalte für Süßwaren; Wer sind die neuen Verbraucher, die den Anstieg der Inlandsproduktion von Süßwaren unterstützen? URL: https://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/minikaisetsu/hitokoto_kako/20180626hitokoto.html, aufgerufen am 27. September 2021 und All Nippon Kashi Association (2021), a. a. O., S. 9.

5. Der japanische Markt für Süßwaren und Knabberartikel

Tabelle 4: Produktion von Keksen in Japan

Kategorie	Jahr	2016 in t	2017 in t	2018 in t	2019 in t	2020 in t
Kekse	hart	41.700	40.780	41.624	39.605	38.591
	weich	84.700	82.350	88.111	84.015	82.700
Cracker		18.500	13.820	8.385	8.105	7.785
Zwieback		3.720	3.200	3.064	2.880	2.928
Kekszubereitungen, Sonstiges		109.000	111.810	118.211	117.673	121.258
Summe		257.600	251.960	259.395	252.278	253.262
Produktionswert in Mrd. Yen		256	253,5	264	261,5	266

Quelle: Japan Biscuit Association.

Der Import von Backwaren (HS-Code 1905) im Jahr 2020 betrug 39.567 t und 16,2 Mrd. Yen, ein wertmäßiger Zuwachs von 10 % und eine mengenmäßige Zunahme von 5 % im Vergleich zum Vorjahr. Aus Deutschland wurden 298 t in Höhe von 146,8 Mio. Yen importiert. Der nachfolgenden Tabelle 5 sind die zehn wichtigsten Exportländer von Backwaren nach Japan zu entnehmen. Deutschland zählt nicht zu ihnen.

Tabelle 5: Import von Backwaren nach Japan, Top 10 Exportländer

Land	Volumen in t	Wert in Mio. Yen
China	30.143	10.100
Malaysia	12.463	5.842
USA	10.364	3.608
Vietnam	7.644	2.860
Indonesien	7.530	2.124
Thailand	5.639	2.670
Frankreich	5.633	3.517
Belgien	4.885	2.008
Italien	3.868	2.526
Südkorea	3.060	1.540

Quelle: Trade Statistics of Japan, Ministry of Finance.

5.1.2 Orientierungspreise im Markt

Wechselkursschwankungen wirken sich auf die Rohstoffkosten aus. Auch Brennstoff- und Transportkosten im In- und Ausland beeinflussen die Verkaufspreise, die seit dem Jahr 2019 steigen. Vor diesen Hintergründen sahen sich einige Hersteller gezwungen, die Preise zu erhöhen oder die Menge ihrer Produkte zu reduzieren. Seit Oktober 2021 wachsen die Rohstoffkosten, z. B. für Importweizen, was Preiserhöhungen einiger betroffener Lebensmittelhersteller zur Folge hat.²⁹ Laut der Erhebung der Einzelhandelspreise, die das Statistikamt des *Ministeriums für innere Angelegenheiten und Kommunikation* im September 2021 durchführte, liegt der Durchschnittspreis für 100 g Kekse, die landesweit in Supermärkten verkauft werden, bei 150 Yen.³⁰

5.1.3 Verbrauchernachfrage

Durch einen schweren Taifun im Jahr 2019 und die Covid-19-Pandemie verkaufen sich Produkte mit langer Haltbarkeit besonders gut. Ebenso erfreuen sich Artikel in größeren Verpackungen besonderer Beliebtheit, da diese zu Hause gemeinsam mit der Familie gegessen werden können. Bei Keksen lässt sich derzeit eine Tendenz zur Wiederbelebung altbekannter Marken und Produkte erkennen, teilweise mit neuen Elementen, die bei den Verbrauchern ein Gefühl von Sicherheit und Nostalgie wecken. Laut einer Umfrage von *My Voice Communications Inc.* über das Konsumverhältnis von Keksen, welche im Oktober 2020 stattfand, antworteten 45,2 % der 10.103 Teilnehmer mit der Option der Mehrfachnennung, dass „Butterkekse aus Mürbeteig“ ihre beliebteste Kekssorte seien, während „Kekse aus Schokoladen- bzw. Kakaoteig“ bei 37,4 %, „normale Kekse“ bei 36,4 % und „Kekse mit Schokoladensplittern“ bei 32,3 % lagen.³¹

5.1.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

Deutschland exportiert bereits einige Backwaren nach Japan und es gibt, je nach Produkt, noch weitere Exportchancen für deutsche Hersteller. Hochqualitative Produkte mit reinen Zutaten, z. B. nur Butter statt künstlicher Fette, könnten interessant sein, da Butter in den letzten Jahren in Japan beliebter wurde und in diversen Produkten Verwendung findet. Bei einigen zerbrechlichen Gebäcksorten sollte man unbedingt das Material und die Art der Verpackung berücksichtigen, da die Japanerinnen / Japaner sehr auf das Aussehen und den Zustand der Ware achten. Um die Produkte vor Feuchtigkeit zu schützen, empfehlen sich wiederverschließbare Verpackungen und luftdichte Materialien.

²⁹ The Asahi Shimbun Online (2021): Im Oktober ändert sich das Leben. Preiserhöhungen bei Margarine und Kaffee, URL: <https://www.asahi.com/articles/ASP9V6533P9TUCLV00J.html>, aufgerufen am 27. September 2021.

³⁰ jpmarket-conditions.com (2021): Preisentwicklung für 100 g Kekse in den letzten 81 Monaten, URL: <https://jpmarket-conditions.com/1721/>, aufgerufen am 27. September 2021.

³¹ My Voice Communications Inc. (2021a): Umfrage über Kekse und Gebäck (5. Auflage), URL: <https://www.myvoice.co.jp/biz/surveys/26703/index.html>, aufgerufen am 27. September 2021.

5.2. Cerealien

Cerealien sind bereits zu einem festen Bestandteil des japanischen Frühstücks geworden. Nicht nur die traditionellen, auch in Europa und den USA üblichen Cerealien-Sorten, sondern auch solche aus braunem (ungeschältem) Reis erfreuen sich großer Beliebtheit.

5.2.1 Produktion und Handel

Der Markt für Cerealien hat sich in den letzten 10 Jahren fast verdoppelt. Im Jahr 2018 nahmen die drei Hersteller *Calbee, Inc.*, *Kellogg Japan* und *Nissin Cisco Co., Ltd.* mit 48,6 Mrd. Yen einen Marktanteil von 88 % ein. Die Einfuhren von Frühstückscerealien erreichten im Jahr 2020 einen Rekordwert von 9.588 t, was einem Zuwachs von 23 % zum Vorjahr entsprach. Der Wert der Einfuhren stieg um 19 % auf 2,4 Mrd. Yen.³²

In den Jahren von 2017 – 2019 verzeichnete die heimische Produktion einen leichten Rückgang, doch im Jahr 2020 zog sie aufgrund einer gestiegenen Nachfrage wieder an. Die zunehmende Beliebtheit von Cerealien stand in engem Zusammenhang mit einem schwerwiegenden Taifun im Jahr 2019 sowie der Covid-19-Pandemie, da die Häufigkeit des Essens zu Hause dadurch zugenommen hat. Trotz des Rohstoffmangels bei einigen Herstellern aufgrund von Covid-19, welcher zu kurzfristigen Produktionsstopps führte, lag die Gesamtproduktion im Jahr 2020 über dem Vorjahresniveau.³³ Die folgenden Tabelle 6 bildet die japanische Produktion von Cerealien für die Jahre 2019 und 2020 ab.

Tabelle 6: Die japanische Produktion von Cerealien

Jahr		2019		2020	
Kategorie		Menge in t	Wert in Mrd. Yen	Menge in t	Wert in Mrd. Yen
Cornflakes	mit Zucker	11.402	8,4	12.136	9,8
	ohne Zucker	1.796	1,4	1.782	1,2
	Gesamt	13.198	9,7	13.918	10,9
Reis-Flakes		1.394	1,4	1.060	1,0
Granola		43.102	35,3	49.184	38,6
sonstige Cerealien		7.623	8,0	7.995	8,2
Gesamt		65.317	54,4	72.157	58,8

Quelle: Japan Snack and Cereal Association (JASCA), Anmerkung: Die Zahlen entsprechen den Summen der Mitglieder der JASCA, diese sind ca. 99 % des Gesamtmarktes.

³² Nikkei Shimbun (06.06.2021): Rekordeinfuhren von Frühstückscerealien dank steigender Nachfrage in Corona, URL: <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOCC1689Q0W1A610C2000000/>, aufgerufen am 27. September 2021.

³³ The Japan Food Journal (2021): Shokuhin Trend 2020-2021.

5.2.2 Orientierungspreise im Markt

Bis zum Jahr 2019 gab es kaum Preiserhöhungen, doch neue Preisanpassungen könnten sich aus den gleichen Gründen wie bei Backwaren – steigende Rohstoff-, Brennstoff- und Transportkosten – ergeben. Im Jahr 2020 betrug der Durchschnittspreis 300 Yen für eine Packung Cornflakes mit 180 g. Für eine 500 g-Packung Knuspermüsli mit getrockneten Früchten gaben Konsumenten durchschnittlich 528 Yen aus.

5.2.3 Verbrauchernachfrage

Die Nachfrage nach Knuspermüsli ist bis zum Jahr 2016 stets gestiegen. So betrug im Jahr 2009 die Gesamtproduktion in Japan 6.082 t, welche sich im Jahr 2016 auf 55.530 t erhöhte. Im Jahr 2017 sank die Herstellung laut der *Japan Snack and Cereal Association* auf 50.165 t und veränderte sich seitdem kaum.

Seit dem Jahr 2019 lässt sich eine wachsende Popularität von Früchten und Nüssen beobachten. Wie auch bei Schokolade sind bei Cerealien z. B. weniger Zucker oder mehr Nährwerte, wie Proteine oder Ballaststoffe, beliebt. Als Verpackung gewinnt eine wiederverschließbare Plastiktüte aufgrund ihrer leichten Handhabung und besserer Haltbarkeit immer mehr an Bedeutung.

5.2.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

Deutschland exportiert bereits einige Cerealien nach Japan und das Potenzial ist noch nicht erschöpft. Wichtig ist hierbei ein gutes Produktkonzept. D. h. ein geschmacklich ansprechendes Produkt, das nachgefragte Zutaten und Nährwerte, wie oben beschrieben, enthält, zudem eine klar definierte Zielgruppe adressiert und eine Verpackung mit einem attraktiven Design mit einem passenden Material aufweist.

5.3 Kaugummi

Der Markt für Kaugummi in Japan ist seit Jahren rückläufig. Eine Umfrage aus dem November 2020 ergab, dass nur 52,8 % der 10.149 Befragten Kaugummi konsumieren – der niedrigste Wert der letzten zehn Jahre.³⁴

³⁴ My Voice Communications, Inc. (2021b): Umfrage über Kaugummi (6. Auflage), URL: https://myel.myvoice.jp/products/detail.php?product_id=26802, aufgerufen am 29. September 2021.

5.3.1 Produktion und Handel

Der japanische Kaugummimarkt erreichte im Jahr 2004 mit einem Produktionsvolumen von 46.100 t und einem Umsatz von 188,1 Mrd. Yen seinen Höhepunkt. Seitdem schrumpft der Absatz. Im Jahr 2020 lag das Volumen lediglich bei 19.000 t (-41 % im Vergleich zum Jahr 2014) und der Umsatz bei 75,5 Mrd. Yen (-40 %). Der Marktführer im Bereich Kaugummi ist *Lotte Co., Ltd.* mit einem Marktanteil von 58,8 %.³⁵

Tabelle 7: Produktion und Umsatz von Kaugummi in Japan

Jahr	Produktionsvolumen in t	Vergleich zum Vorjahr in %	Produktionswert in Mrd. Yen	Vergleich zum Vorjahr in %	Umsatz im Einzelhandel in Mrd. Yen	Vergleich zum Vorjahr in %
2010	37.590	98,9	105	98,1	154	97,5
2011	35.870	95,4	98,2	93,5	143,5	93,2
2012	33.130	92,4	91	92,7	132,5	92,3
2013	30.220	91,2	82,5	90,7	122	92,1
2014	29.020	96	77,8	94,3	115	94,3
2015	27.780	95,7	75,1	96,5	111,3	96,8
2016	26.670	96	71,5	95,2	105,8	95,1
2017	25.200	94,5	68	95,1	100,5	95
2018	24.350	96,6	65,5	96,3	97	96,5
2019	23.300	95,7	63	96,2	93	95,9
2020	19.000	81,5	51	81	75,5	81,2

Quelle: Japan Chewing Gum Association.

Im Jahr 2018 betrug der Import von Kaugummi 713,4 t und 1,96 Mrd. Yen, im Jahr 2020 sanken diese auf 571,7 t und 1,88 Mrd. Yen. Die wichtigsten Importländer für Japan waren im Jahr 2020 Südkorea (403 t, 686 Mio. Yen), Schweden (43 t, 970 Mio. Yen), China (40 t, 25 Mio. Yen), Dänemark (32 t, 150 Mio. Yen) und Thailand (16 t, 19 Mio. Yen).³⁶

5.3.2 Orientierungspreise im Markt

Im Zeitraum von Januar 2015 bis September 2021 betrug die Differenz zwischen den höchsten und den niedrigsten Preisen für ein Päckchen Kaugummi mit 14 Dragees 2,58 Yen. Laut der Erhebung der Einzelhandelspreise, die das Statistikamt des japanischen *Ministeriums für*

³⁵ Toyo Keizai Online (30.12.2018): Der Inlandsmarkt für Kaugummi ist um über 40 % geschrumpft, URL: <https://toyokeizai.net/articles/-/257884>, aufgerufen am 29. September 2021 und TBS Radio (16.10.2016): Kaugummiverkäufe in 10 Jahren um 40 % gesunken, URL: <https://www.tbsradio.jp/archives/?id=p-79035>, aufgerufen am 29. September 2021.

³⁶ Japan Tariff Association (2021): Trade Statistics of Japan

innere Angelegenheiten und Kommunikation im September 2021 durchführte, liegt der Durchschnittspreis für ein Päckchen Kaugummi, das landesweit in Supermärkten verkauft wird, bei 118 Yen.

5.3.3 Verbrauchernachfrage

Das Kaugummi-Dragee ist beliebt und sehr üblich, wohingegen Streifenkaugummi immer weniger auftauchen. Kaugummi mit gesundheitlichen und hygienischen Funktionen gibt es seit langer Zeit und deren Umsätze blieben in den letzten Jahren mehr oder weniger stabil. So erfreut sich z. B. die Zugabe von Xylit in Japan sehr großer Popularität. Kulturell bedingt konsumieren Japaner Kaugummi außerordentlich selten zu Hause, da sie dort jederzeit ihre Zähne putzen können. Ebenso kommt es häufig vor, dass Japaner auch am Arbeitsplatz nach dem Mittagessen ihre Zähne putzen. Kaugummi stellen demnach eher eine Lösung für frischen Atem für unterwegs dar.

Der Produktionsrückgang von Kaugummi in Japan lässt sich insgesamt durch eine sinkende Nachfrage und eine Substitution des Kaugummi, z. B. durch Fruchtgummi oder Pastillen, beschreiben. Der Gesamtmarkt für Fruchtgummi und Pastillen stieg von 2008 – 2018 um etwa 60 % auf über 80 Mrd. Yen an. Der Vorteil von Fruchtgummi gegenüber Kaugummi besteht darin, dass es sie in einer Vielzahl von Geschmacksrichtungen gibt, sie Nährstoffe enthalten und sättigen können und nicht weggeworfen werden müssen. Ein weiterer Grund für den schrumpfenden Markt kann die alternde Gesellschaft und die geringere Kaufkraft der Jugendlichen sein.

Nach einer Umfrage des führenden Herstellers *Lotte Co., Ltd.* aus dem Dezember 2020 gaben mehr als 80 % der Befragten an, über ihren Geruch unter der Mund-Nasen-Maske im Zuge der Vorsichtsmaßnahmen während der Covid-19-Pandemie besorgt zu sein. Um dieses Problem zu lösen und den Kaugummimarkt anzukurbeln, entwickelte das Unternehmen im Jahr 2021 ein neues Produkt, das unter der Schutzmaske angenehm nach Jasmin riecht und die Nase und die Augen nicht reizt. Dieser Kaugummi kommt auch bei solchen Kunden positiv an, die bislang keinen konsumierten. Platziert man diese Kaugummi im gleichen Regal mit den Masken, verkaufen sie sich dank Cross-Selling gut.³⁷

³⁷ AdverTimes (05.03.2021): Gegen „Maskengeruch“ in der Corona-Krise! Lottes neue Produktentwicklung glänzt in einem kämpfenden Kaugummimarkt, URL: <https://www.advertimes.com/20210305/article341117/>, aufgerufen am 29. September 2021.

5.3.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

Besonders viel Aufmerksamkeit ziehen Kaugummis aus Dänemark auf sich. Diese bestehen aus natürlichen Rohstoffen sowie Zutaten und besitzen somit andere und wertigere Eigenschaften als die meisten anderen Produkte. Aus diesem Grund empfiehlt es sich für deutsche Hersteller, Produkte mit besonderen Eigenschaften und einer hohen Qualität oder in interessanten Verpackungen zu exportieren.

5.4 Knabberartikel

Knabberartikel sind eine wichtige Kategorie in der Branche. Im Jahr 2019 entfielen auf heimisch hergestellte Snacks 15,6 % des gesamten Süßwaren- und Knabberartikelmarktes. Das stellt den zweitgrößten Anteil nach Schokoladenwaren mit 19,9 % dar.³⁸

5.4.1 Produktion und Handel

Japanische Hersteller verwenden als Grundzutaten für Knabberartikel neben Mais, Kartoffeln und Weizen auch Bohnen und Reis, doch mehr als 60 % der Gesamtproduktion besteht aus Kartoffelprodukten. Die heimische Produktion stieg, außer einem leichten Rückgang im Jahr 2016, von 2014 (230.751 t) bis 2019 (278.965 t) stets an. Der Branchenführer *Calbee Co., Ltd.* nimmt 47,9 % des Marktes mit einem Umsatz von 4,55 Mrd. Yen im Jahr 2019 ein. Auffallend hierbei, dass in den letzten Jahren mehr Kartoffelchips in kleineren Verpackungen, aber mit hochwertigen Zutaten hergestellt, angeboten werden.

Tabelle 8: Entwicklung der Knabberartikel-Produktion in Japan

Jahr		2019		2020	
Kategorie		Volumen in t	Betrag in Mrd. Yen	Volumen in t	Betrag in Mrd. Yen
Kartoffelchips	Scheiben	97.415	108,8	100.618	113
	Sticks	4.802	5,2	4.006	5,0
	Sonstiges	38.574	56,7	37.892	57,8
	Summe	140.791	170,6	142.516	175,7
Stapelchips	Scheiben	20.525	20,9	20.417	20,7
	Sonstiges	9.267	10,9	9.335	10,7
	Summe	29.792	31,7	29.752	31,4
Maissnacks	gepufft	30.037	32,1	29.838	31,4
	Sonstiges	10.118	10,8	10.309	11,0

³⁸ Yano Research Institute Ltd. (2021b): Studie über den Markt für verteilte Süßwaren im Zusammenhang mit der Corona-Katastrophe (2021), URL: https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2716, aufgerufen am 29. September 2021.

5. Der japanische Markt für Süßwaren und Knabberartikel

Jahr		2019		2020	
	Summe	40.155	42,9	40.148	42,4
Weizensnacks		37.304	38,8	36.300	38,1
sonstige Knabberartikel		6.371	12,3	6.435	9,1
Summe		254.412	296,3	255.151	296,8
Vergleich zum Vorjahr		100,8 %	102,5 %	100,3 %	100,2 %

Quelle: Japan Snack and Cereal Association (JASCA), Anmerkung: Die Zahlen entsprechen den Summen der Mitglieder der JASCA, diese entsprechen ca. 90 % des Gesamtmarktes.

Die wichtigsten Importländer für Kartoffelprodukte (Chips und Rohstoffe für Stapelchips) nach Japan sind die Vereinigten Staaten, Malaysia, Deutschland und China (HS-Codes: 1105.10-000, 1105.20-000, 1905.90-314, 2005.20-210, 2005.20-220).

5.4.2 Orientierungspreise im Markt

Seit 2016 gab es einige Preiserhöhungen für Kartoffelchips. Als Hokkaido im Jahr 2016 von einem schweren Taifun getroffen wurde, wirkte sich dies auf den Kartoffelpreis aus, denn ca. 76 % der Kartoffeln des Landes kommen von dort. Außerdem stiegen die Transportkosten ab dem Jahr 2019. Im August 2021 betrug der Durchschnittspreis für 100 g Kartoffelchips (exklusive Stapelchips) 154 Yen.³⁹

5.4.3 Verbrauchernachfrage

Nach einer im Juli 2020 durchgeführten Umfrage über Süßwaren und Knabberartikel unter 3.158 weiblichen und männlichen Personen im Teenageralter und in den 20ern sind Knabberartikel nach Schokoladenwaren die am zweithäufigsten konsumierten Produkte. 30 % der Befragten essen Knabberartikel zwei bis drei Mal pro Woche, 28,5 % einmal in der Woche und 23,5 % fast jeden Tag. Rund die Hälfte der Befragten geben 100 – 150 Yen pro Artikel aus. Etwa 19 – 21,6 % zahlen 150 – 200 Yen und 17,7 – 20,5 % weniger als 100 Yen pro Artikel.⁴⁰

5.4.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

Der Preiskampf gestaltet sich zwar hart, wenn man mit japanischen Produkten konkurriert, aber mit Besonderheiten und Originalität könnten deutsche Exporteure noch Potenzial in den höheren Preissegmenten erschließen. Bei Knabberartikeln erweist es sich als besonders wichtig, den Inhalt vor Feuchtigkeit zu schützen, vor allem wegen des sehr schwülen Sommers in

³⁹ jpmarket-conditions.com (2021b): Preisänderungen für Kartoffelchips 100g in den letzten 80 Monaten, URL: <https://jpmarket-conditions.com/1783/>, aufgerufen am 30. September 2021.

⁴⁰ Daiichishiko Co., Ltd. (September 2019): Food Trend, 62. Umfrage über Süßigkeiten, URL: <https://www.lifedesign.co.jp/248.html>, aufgerufen am 30. September 2021.

Japan. Verpackungen aus luftdichten Materialien zu verwenden, ist deswegen empfehlenswert.

5.5 Schokoladenwaren

Schokoladenwaren verkörpern eine der wichtigsten Kategorien der Süßwarenindustrie, sowohl im Betrag als auch im Volumen. Die wichtigste Verkaufschance ist Valentinstag, zu dem man in Japan Schokolade schenkt. Durchschnittlich nimmt der Umsatz zum Valentinstag etwa 10 % des Gesamtjahresumsatzes ein. Zum Valentinstag gibt es zahlreiche Verkaufsevents von Schokolade in ganz Japan. Das größte hierbei: *Amour du Chocolat* in Nagoya, das seit dem Jahr 2001 im Kaufhaus *Nagoya Takashimaya* stattfindet. Im Jahr 2019 hat der Umsatz innerhalb von 29 Tagen mit über 900.000 Besuchern und ca. 150 Schokoladenmarken 2,7 Mrd. Yen überschritten. *Salon du Chocolat*, die Schokoladenmesse aus Paris, findet mittlerweile in sechs Städten in Japan statt.⁴¹ Im Jahr 2021 beträgt das geschätzte Marktvolumen für den Valentinstag etwa 105 Mrd. Yen, was einem Rückgang von etwa 20 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Der Grund hierfür liegt in der Covid-19-Pandemie und in deren Folge im Vermeiden von Verabredungen.⁴²

5.5.1 Produktion und Handel

Der Verkaufsumsatz von Schokoladenwaren lag im Jahr 2020 mit 17 % in der gesamten Süßwarenbranche am höchsten. Der Umsatz der gesamten Industrie betrug 3.224,2 Mrd. Yen für 1.895.204 t und Schokoladenwaren machten davon 547 Mrd. Yen mit 243.870 t aus. Die Gesamtzahlen für das Jahr 2020 waren zwar im Vergleich zum Vorjahr leicht rückgängig, aber der Konsum von Tafelschokoladen und anderen Schokoladenartikeln in großen Verpackungen für den Verzehr zu Hause überstieg die Vorjahreszahlen.⁴³

Die folgende Tabelle 9 stellt die Produktion, die Im-/Exporte, den inländischen Verbrauch sowie den Pro-Kopf-Verbrauch dar. Der inländische Verbrauch berechnet sich durch die heimische Produktion zuzüglich der Importe abzüglich der Exporte.

⁴¹ Salon du Chocolat Japan: <https://www.salon-du-chocolat.jp/>

⁴² Kinenbi Culture Laboratory (14.01.2021): Das geschätzte Volumen des Valentinstagmarktes im Jahr 2021 beträgt etwa 105 Milliarden Yen, was einem Rückgang von etwa 20 % gegenüber dem Vorjahr entspricht, URL: <https://www.kinenbilabo.jp/?p=830>, aufgerufen am 30. September 2021.

⁴³ All Nippon Kashi Association (2021), a. a. O., S. 9.

5. Der japanische Markt für Süßwaren und Knabberartikel

Tabelle 9: Produktion, Import, Export und Pro-Kopf-Verbrauch von Schokoladenwaren

Jahr	Heimische Produktion in t	Import in t	Export in t	Inländi- scher Ver- brauch in t	Pro-Kopf- Verbrauch in kg
2011	211.690	24.011	3.888	231.813	1,81
2012	208.770	29.751	3.652	234.869	1,84
2013	220.080	28.996	3.935	245.141	1,93
2014	231.400	27.657	5.479	253.578	2,00
2015	231.350	26.336	5.536	252.150	1,98
2016	238.980	26.141	5.878	259.243	2,04
2017	252.600	27.475	6.008	274.067	2,16
2018	254.700	28.129	6.240	276.589	2,19

Quelle: Customs Statistics, All Nippon Kashi Association, Chocolate & Cocoa Association of Japan.

Auch beim Import nehmen Schokoladenwaren den größten Teil der gesamten Süßwaren- und Knabberartikel ein, im Jahr 2018 waren es im Betrag 35,1 % und in der Menge 18,9 %. Die nachfolgende Tabelle 10 listet die wichtigsten Importländer für Schokolade nach Japan auf.

Tabelle 10: Import von Schokoladenwaren nach Japan nach Herkunftsländern

Land	Import in t				
	2015	2016	2017	2018	2019
China	4.640	4.084	4.531	4.108	3.617
Belgien	3.312	3.473	3.598	3.935	3.375
Italien	2.034	2.336	2.412	3.181	3.330
U.S.A.	3.700	3.344	3.749	2.899	2.331
Frankreich	2.598	2.876	3.011	2.624	2.118
Malaysia	1.817	1.695	1.768	1.991	1.800
Türkei	139	273	394	715	1.253
Deutschland	908	1.021	1.216	1.294	1.195
Schweiz	922	958	1.021	1.123	1.147
Singapur	1.008	1.007	908	919	790
Import gesamt	26.324	26.141	27.475	28.129	25.357

Quelle: Customs Statistics.

5.5.2 Orientierungspreise im Markt

Die Schokoladenpreise hängen stark von Rohstoffkosten für Kakao, Zucker, Milch usw. ab. Im August 2021 lag der Einzelhandelspreis im nationalen Durchschnitt für eine Tafelschokolade bei 208 Yen.⁴⁴

5.5.3 Verbrauchernachfrage

Seit einigen Jahren liegen Schokoladenwaren im Trend, die einen gesundheitlichen Mehrwert versprechen sowie mit besonderen Zutaten hergestellt sind. Diese Tendenz begann bei Schokoladen mit hohem Kakaoanteil, die mehr Polyphenole beinhalten. Mittlerweile gibt es Artikel mit Zugabe von Ballaststoffen, Bifidobakterien, Gamma-Amino-Buttersäure, Milchsäure und Oligosaccharide. Der Umsatz mit diesen gesundheitsorientierten Schokoladenprodukten fiel bis September 2020 mit 91,1 % geringer aus als im Vorjahrsvergleich, doch ab Oktober 2020 erholte er sich wieder und überschritt das Vorjahresniveau mit 112,2 %.⁴⁵

Eine Umfrage im „Jahresbericht über allgemeine statistische Daten zur Ernährung 2021“ des Unternehmens *Santohsya Co., Ltd.*⁴⁶ unter 2.000 Befragten im Januar 2020 ergab, dass 18,9 % der Frauen und 9,1 % der Männer täglich und 24,7 % der Frauen und 16,4 % der Männer zwei bis drei Mal pro Woche Schokolade essen. Die Gründe und Anlässe wurden wie folgt benannt: weil man Schokolade mag (60,7 %), weil man hungrig ist (48,2 %), für Abwechslung und als Pausensnack (38,6 %), zum Relaxen (25,9 %). Die beliebtesten Sorten hierbei: Milkschokolade (63,1 %), Bitterschokolade (48,6 %), Nussschokolade (47,3 %) und Schokolade mit hohem Kakaoanteil (28,9 %).

5.5.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

Deutschland exportiert relativ viele Schokoladenwaren nach Japan, vor allem Tafelschokoladen, die viele Einzelhandelsgeschäften anbieten. Das indiziert eine gewisse Akzeptanz bei japanischen Verbrauchern. Für deutsche Schokolade spricht vor allem die verlässliche Qualität der Produkte. Weitere Exportchancen bestehen für deutsche Produkte im Luxus-Segment, da sich die Präsenz deutscher Schokoladen in diesem Segment als bislang klein erweist.

⁴⁴ GD Freak! (2021): Preisentwicklung bei Schokolade und regionale (städtische) Preis-/Wert-Rangliste (in der Reihenfolge des niedrigsten Preises), URL: <https://jp.gdfreak.com/public/detail/jp010050006070101191/1>, aufgerufen am 30. September 2021.

⁴⁵ Diamond Chain Store Online (23.04.2021): Bericht Frühjahr-Sommer 2021 „Gesundheits- und Funktionsmarkttrends“ mit den vier wichtigsten Trends in dieser Kategorie, URL: <https://diamond-rm.net/sales-promotion/81696/3/> und Diamond Chain Store Online (22.06.2021): Trotz der Corona-Katastrophe boomt der Schokoladenmarkt - Jetzt ist es an der Zeit, dass die Einzelhändler ihre Verkaufsflächen reformieren, um mehr dem Wunsch der Verbraucher entgegenzukommen, URL: <https://diamond-rm.net/sales-promotion/86572/> und The Asahi Shimbun Online (24.10.2018): „Funktionelle Schokolade spricht gesundheitsbewusste Erwachsene an, Differenzierung durch einen hohen Kakaogehalt“, URL: <https://www.asahi.com/articles/ASLB56R90LB5PLFA00P.html>, aufgerufen am 30. September 2021.

⁴⁶ Santohsya Co., Ltd. ist ein Verlag für verschiedene Berichte, Marketinguntersuchungen und Statistiken.

5.6 Speiseeis

Japan ordnet Speiseeis in folgende Kategorien ein: *Ice Cream* (Milchtrockenmasse mehr als 15 %, davon mehr als 8 % MilCHFett), *Ice Milk* (Milchtrockenmasse mehr als 10 %, davon mehr als 3 % MilCHFett), *Lacto Ice* (Milchtrockenmasse mehr als 3 %) und Sonstige. *Lacto Ice* nimmt mit 34,1 % den größten Marktanteil ein. Im Jahr 2020 lag der Umsatz in diesem Segment bei 176,8 Mrd. Yen und die Menge bei 358,619 Kilolitern (kl).

5.6.1 Produktion und Handel

Nach Studien der *Japan Ice Cream Association* wuchs der Markt für Speiseeis im Verhältnis zum Anstieg der Durchschnittstemperaturen von dem Jahr 2011 (405,8 Mrd. Yen) bis zum Jahr 2018 (518,6 Mrd. Yen). Im Jahr 2019 ging der Umsatz aufgrund einer schlechten Wetterlage um 0,7 % zurück. Im Jahr 2020 erreichte die Sparte jedoch einen Rekordumsatz von 519,7 Mrd. Yen.⁴⁷ Die folgende Tabelle 11 gibt Auskunft über den Verkauf von Speiseeis und Gefrorenem in Japan.

⁴⁷ Japan Ice Cream Association (2021a): Verkauf von Speiseeis und Speiseeiscreme im Jahr 2020, URL: <https://www.icecream.or.jp/biz/data/pdf/2020result.pdf>, aufgerufen am 29. September 2021.

5. Der japanische Markt für Süßwaren und Knabberartikel

Tabelle 11: Verkauf von Speiseeis und Gefrorenem in Japan

Kategorie	Ice Cream		Ice Milk		Lacto Ice	
Jahr	Volumen	Betrag	Volumen	Betrag	Volumen	Betrag
	in kl	Mrd. Yen	in kl	100 Mio. Yen	in kl	100 Mio. Yen
2011	140.560	113,4	138.390	733	341.160	1.418
2012	157.860	124,5	144.020	768	330.670	1.387
2013	169.830	133,2	139.550	744	339.600	1.454
2014	165.815	136,5	141.809	767	331.013	1.430
2015	164.315	142,7	153.339	919	337.215	1.515
2016	181.264	154,6	155.457	949	335.427	1.566
2017	185.298	1.597	179.241	1.058	345.066	1.593
2018	181.797	151,3	182.186	1.087	373.582	1.679
2019	169.095	151,2	172.801	1.055	346.526	1.675
2020	158.451	145,7	174.219	1.102	358.619	1.768

Fortführung von Tabelle 11

Kategorie	Sonstiges		Summe	
Jahr	Volumen	Betrag	Volumen	Betrag
	in kl	100 Mio. Yen	in kl	Mrd. Yen
2011	189.290	773	8.098.400	405,8
2012	190.740	781	823.290	418,1
2013	192.580	800	841.560	433
2014	191.214	807	829.851	436,9
2015	181.140	786	836.009	464,7
2016	190.966	878	863.114	493,9
2017	180.351	866	890.956	511,4
2018	191.466	907	929.031	518,6
2019	186.057	909	874.479	515,1
2020	171.871	870	863.160	519,7

Quelle: Japan Ice Cream Association.

Die Importe nach Japan weisen seit dem Jahr 2014 mit Mengen in Höhe von 8.946 t und einem Wert von 3,7 Mrd. Yen einen rückläufigen Trend auf. Erst im Jahr 2019 hat der seit dem Jahr 2011 zunehmende Export den Import überstiegen. Die Importe betrugen 5.817 t und 2,56 Mrd. Yen und die Exporte beliefen sich auf 6.078 t und 4 Mrd. Yen. Die für Japan wichtigsten drei Importländer sind Neuseeland mit 54,6 % des Gesamtimportes sowie Frankreich

und Belgien mit jeweils 9,9 %. Deutschland führte im Jahr 2020 nur etwa 0,1 % der Gesamtimporte in Höhe von ca. 3 t ein.⁴⁸

5.6.2 Orientierungspreise im Markt

Der Verkaufspreis pro Liter erhöhte sich von 589 Yen im Jahr 2019 auf 602 Yen im Jahr 2020, was einer Zunahme um 2,2 % entspricht. Dieser Kostenanstieg findet in allen Kategorien statt, sodass vermutet werden kann, dass mehr höherpreisige Produkte auf den Markt gebracht wurden und sich etabliert haben.

5.6.3 Verbrauchernachfrage

Einer Untersuchung der *Japan Ice Cream Association* mit 1.200 Befragten zufolge gaben 47,6 % von ihnen Speiseeis als ihre Lieblingssüßware an. Die drei beliebtesten Eissorten sind mit der Möglichkeit der Mehrfachnennung: Vanille (61,5 %), Schokolade (50,4 %) und Matcha (36,5 %). Am häufigsten aber konsumiert die Japanerin / der Japaner Eisprodukte im Becher (56,8 %). In den Supermärkten kauften 68,4 % von ihnen ihr Eis, gefolgt von 15,9 % in Convenience Stores. Mehr als 30 % der Verbraucher in Japan essen es hauptsächlich in der warmen Jahreszeit und ebenfalls etwa 30 % das ganze Jahr über. Knapp 60 % nehmen im Sommer mindestens einmal pro Woche Speiseeis zu sich und mehr als 20 % essen auch im Winter mindestens einmal pro Woche Eiscreme.⁴⁹ Da das Jahr 2020 unter dem Einfluss der Covid-19-Pandemie stand und die Japaner mehr Zeit zu Hause verbrachten, stieg bei 30 % der Befragten der Verbrauch von Speiseeis. Mehr als 80 % von ihnen schätzen die Qualität der Eisprodukte nach ihrem Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Rechercheteilnehmer wünschten sich Produkte mit neuen Geschmackssorten (30 %), mit geringerem Kalorien- und Zuckergehalt (20 %) und solche nach Rezepten von Spitzenköchen und Konditoren (20 %).⁵⁰

5.6.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

Der Export von deutschem Speiseeis nach Japan gestaltet sich aufgrund des starken Preiswettbewerbs sowie dem hohen Marktanteil heimischer Produkte eher als schwierig. Eine Chance könnte jedoch bei besonderen Sorten liegen, die einen Mehrwert oder eine Seltenheit aufweisen, z. B. ein Bio-Siegel, vegane oder besondere Zutaten oder ausgefallene Geschmacksrichtungen.

⁴⁸ Japan Ice Cream Association (2021b): Export und Import, URL: <https://www.icecream.or.jp/biz/data/import.html>, aufgerufen am 29. September 2021.

⁴⁹ My Voice Enquete Library (Juli 2020): Umfrage über Speiseeis (6. Auflage), URL: https://myel.myvoice.jp/products/detail.php?product_id=26402, aufgerufen am 29. September 2021.

⁵⁰ Japan Ice Cream Association (2021c): White Paper Speiseeis 2020, URL: <https://www.icecream.or.jp/biz/research/pdf/hakusho2020.pdf>, aufgerufen am 29. September 2021.

5.7 Zuckerwaren

Zuckerwaren wie Bonbons und Schaumzuckerwaren haben eine sehr lange Geschichte und Tradition in Japan, jedoch gibt es bereits viele westliche Produkte auf dem Markt. Zu Zuckerwaren zählen Bonbons, Gelees, Marshmallows usw. Bonbons werden hauptsächlich in Hart- und Weichkaramellen, Karamellbonbons, Fruchtgummis und Pastillen unterteilt.

5.7.1 Produktion und Handel

Die Produktion für Bonbons in Japan stieg von 166.000 t im Jahr 2013 auf 176.400 t im Jahr 2018, verzeichnete im Jahr 2020 jedoch einen starken Rückgang auf 143.000 t.⁵¹ Diese Verringerung lässt sich auf die erheblichen Auswirkungen der Corona-Pandemie zurückführen, insbesondere auf den Rückgang der Verkäufe in Souvenirläden in Touristengebieten, in Lebensmittelgeschäften in städtischen Gebieten, bei Veranstaltungen aufgrund der Beschränkungen zum Ausgehen und Reisen sowie wegen des regelmäßigen Tragens eines Mund-Nasen-Schutzes. Nichtsdestotrotz war unter allen Bonbonkategorien der Verkauf von Fruchtgummis besonders gut. Der Gesamtmarkt für Fruchtgummis wuchs von 28,9 Mrd. Yen im Jahr 2009 bis zum Jahr 2018 auf 45,3 Mrd. Yen. Schätzungen zur Folge setzt sich dieser Trend fort.⁵² Die nachfolgende Tabelle 12 bildet die japanische Produktion von Zuckerwaren ab.

Tabelle 12: Japanische Produktion von Zuckerwaren

Jahr	Menge		Produktionskosten		Einzelhandelsumsatz	
	in t	Vergleich zum Vorjahr in %	in Mrd. Yen	Vergleich zum Vorjahr in %	in Mrd. Yen	Vergleich zum Vorjahr in %
2016	174.700	103,4	188	105	261	104
2017	175.700	100,6	192	102,2	262	100,4
2018	176.400	100,4	195	101,6	268	102,3
2019	175.500	99,5	202	103,6	278	103,7
2020	143.000	81,5	176	87,1	236	84,9

Quelle: All Nippon Kashi Association.

Der Import von Zuckerwaren ging vom Jahr 2018 bis zum Jahr 2020 zurück. Wichtige Importländer waren für den HS-Code:

- 1704.90-210 (Bonbons): Ungarn, Deutschland, die Niederlande, China und Thailand,
- 1704.90-220 (Karamellbonbons): Brasilien, Großbritannien und Belgien,

⁵¹ All Nippon Kashi Association (2021), a. a. O., S. 9.

⁵² Nikkei Business Publications, Inc. (2021): Lactobacillus und Gummibärchen passen gut zusammen, und Kirin und Kanro richten sich mit einem neuen Produkt an Frauen in den 30ern, URL: <https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/watch/00013/00319/>, aufgerufen am 30. September 2021.

5. Der japanische Markt für Süßwaren und Knabberartikel

- 1704.90-290 (sonstige Zuckerwaren): die Philippinen, die USA und China.

Die folgende Tabelle 13 stellt die Importe für Bonbons, Karamellbonbons und sonstige Zuckerwaren dar.

Tabelle 13: Importe von Zuckerwaren nach Japan

	2018		2019		2020	
Kategorie	Menge in t	Betrag in Mio. Yen	Menge in t	Betrag in Mio. Yen	Menge in t	Betrag in Mio. Yen
Bonbons	10.034	6.571	10.596	6.667	10.267	6.801
Karamell	158	176	72	85	98	63
sonstige Zucker- waren	4.701	2.814	3.362	2.014	3.090	1.812
Summe	14.892	9.562	14.030	8.765	13.455	8.676

Quelle: Japan Tariff Association.

5.7.2 Orientierungspreise im Markt

Laut der Erhebung der Einzelhandelspreise, die das japanische Statistikamt des *Ministeriums für innere Angelegenheiten und Kommunikation* im August 2021 durchführte, liegt der Durchschnittspreis für eine Tüte Bonbons mit 90 g in Supermärkten landesweit bei 188 Yen.⁵³

Die kleinen wiederverschließbaren Beutel, die wegen ihrer bequemen Tragbarkeit immer beliebter werden, haben auch dank ihrer optimalen Nutzung der Regale in Convenience Stores zugenommen. Doch aufgrund der höheren Produktionskosten der Beutel stiegen auch die Preise der Produkte.

5.7.3 Verbrauchernachfrage

Bonbons werden auch in Japan in vielfältigen Geschmacksrichtungen angeboten. Als besonders beliebt erweisen sich gesundheitsfördernde Zusätze, z. B. Vitamine, Mineralien oder andere Nährstoffe. Als begehrte Halsbonbons gelten solche mit Kräuterextrakten. Laut einer Internetumfrage des Forschungsunternehmens *MyVoice Communications, Inc.* im Mai 2019 antworteten ca. 50 % der 10.189 Befragten, dass sie Bonbons essen. 45 % von ihnen kaufen sie, um einen Husten oder eine Halsentzündung zu lindern.⁵⁴

⁵³ jpmarket-conditions.com (2021c): Preisänderungen der 1 Tüte Bonbons in den letzten 80 Monaten, URL: <https://jpmarket-conditions.com/1732/>, aufgerufen am 30. September 2021.

⁵⁴ PR Times (2019): Umfrage über Bonbons, URL: <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000747.000007815.html> 01, aufgerufen am 30. September 2021.

Zuckerwaren in Japan besitzen weniger Süße als in vielen Teilen der Welt. Daher ist z. B. Fondant nicht sehr beliebt. Ebenfalls unpopulär: Lakritzwaren und Marzipan, wovon man letzteres nur teilweise oder sogar gar nicht kennt.

5.7.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

Fruchtgummis aus Deutschland haben sich in Japan durchgesetzt, auch einige Hartbonbons und Pastillen befinden sich bereits auf dem Markt. Neue, interessante Geschmacksrichtungen, Besonderheiten durch Nährstoffe und positive Wirkungen auf die Gesundheit sowie kleine Verpackungen sind Aspekte, die deutsche Exporteure für eine Bewertung der Chancen in Japan in Betracht ziehen sollten.

6. Exporte von Süßwaren aus Deutschland nach Japan

Im Jahr 2020 betrugen die Gesamtexporte deutscher Lebensmittel nach Japan mehr als 481,1 Mio. Euro. Damit sanken diese erstmalig seit vier Jahren um 13,6 % im Vergleich zum Jahr 2019. Süßwaren machten von den Gesamtexporten mit einem Wert von rund 22,5 Mio. Euro nur etwa 4,7 % aus.⁵⁵ Die folgende Tabelle 14 bildet die Warengruppen der Branche für das Jahr 2020 im Wert und in der Menge ab. Die Veränderungsrate (VR) gibt die prozentuale Veränderung von 2020 im Vergleich zum Vorjahr an.

Tabelle 14: Deutsche Süßwaren-Exporte nach Japan, Wert und Menge, 2020

Zeitraum	2020 in EUR	VR in %, Wert	2020 in t	VR in %, Menge
17049075 Weichkaramellen	3.727	-1,1	628,8	-3,1
17049065 Gummibonbons/Gelee-Erzeugnisse/Fruchtpasten	3.444	-35,7	1.200,9	-41,8
18069019 andere Pralinen gefüllt	3.379	-9,6	245,2	-24,4
18063290 andere ungefüllte Schokoladentafeln usw.	1.956	-19,1	199,3	-16,6
18069039 andere Schokoladenerzeugnisse nicht gefüllt	1.472	-12,9	141,8	-4,3
18069070 kakaohaltige Zubereitung zur Getränkeproduktion	1.168	35,3	181,1	34,2
18063100 Schokoladentafeln/-stangen/-riegel gefüllt	1.143	-28,3	200,3	-25,3
17049051 Rohmassen ohne Kakaogehalt	913	-28,3	157,5	-30,1
17049030 weiße Schokolade	897	22,2	97,2	-0,1
18063210 Schokoladentafeln usw. ungefüllt mit Getreide/Frucht/Nuss	743	-7,4	120,2	-2,2
18062010 Kakaomasse, Kakaobutter-/Milchfettgehalt > 31 %	617	31,6	122,9	25,8
18050000 Kakaopulver ohne Zucker-/Süßmittelzusatz	521	31,6	216,4	20,2
18069011 Pralinen gefüllt, alkoholhaltig	445	-40,3	45,5	-22,0
19053119 Kekse mit Schokoglasur > 85 g	396	-52,4	109,4	-46,2
18069031 andere Schokoladenerzeugnisse gefüllt	319	-31,7	37,3	-16,6
17049071 Hartkaramellen, auch gefüllt	189	-22,9	48,2	-20,5
19059055 extrudierte/expandierende Erzeugnisse gesalzen	178	-21,2	39,3	-26,3
18069060 kakaohaltige Brotaufstriche	134	-31,6	51,3	-29,7
19053199 andere Kekse	131	-44,0	38,7	-22,4
19053299 andere Waffeln	113	-41,8	10,1	-40,2
17049099 andere Zuckerwaren ohne Kakaogehalt	100	-48,5	16,7	-39,5
19053191 Doppelkekse mit Füllung	67	-55,0	8,2	-55,9

⁵⁵ Statistisches Bundesamt, 2021, eigene Recherche in der AMI-Datenbank.

Zeitraum	2020 in EUR	VR in %, Wert	2020 in t	VR in %, Menge
19053219 Waffeln mit Schokoglasur > 85 g	59	-19,2	11,5	-14,8
18069050 kakaohaltige Zuckerwaren	59	-48,7	14,5	-24,9
19053130 Butterkekse, -gebäck	57	0,0	9,9	26,9
19051000 Knäckebrot	42	-	2,4	-
19053291 gesalzene Waffeln, auch gefüllt	40	-	2,3	-
19052030 Leb-/Honigkuchen, Saccharose 30 - 50 %	25	-59,7	1,5	-61,5
19053111 Kekse mit Schokoglasur < 85 g	20	-25,9	2,1	-54,3
18062095 andere Kakaomassen	18	-92,6	2,9	-96,6
18062070 Chocolate-milk-crumb	17	-	1,9	-
20052020 Kartoffelchips und -sticks	15	-28,6	2,7	-18,2
170490 81 Komprimate	15	-67,4	2,9	-70,1
19053211 Waffeln mit Schokoglasur < 85 g	11	-50,0	1,9	-44,1
19054090 geröstetes Brot und ähnliches	11	-67,7	1,4	-75,9
18062080 Kakaoglasur	11	-	1,2	-
19059045 Kekse und ähnliches Keksgebäck unge-süßt	4	-93,5	1,1	-96,9
17049061 Dragees, dragierte Mandeln usw. ohne Kakao	4	300,0	0,6	100,0
19052010 Leb-/Honigkuchen, Saccharose < 30 %	3	200,0	0,3	-
20081999 andere Schalenfrüchte < 1 kg	3	0,0	0,1	-50,0
19054010 Zwieback	1	-	0,1	-
17049055 Husten- und Kräuterbonbons und -pastil-len	1	0,0	0	-100,0
18020000 Kakaoschalen und anderer Kakaoabfall	1	-	0,2	-
Insgesamt	22.469	-18,1	3.977,8	-25,9

Quelle: Statistisches Bundesamt, 2021, eigene Recherche in der AMI-Datenbank nach Warengruppenübersicht German Sweets e.V.-Nomenklatur.

Die Tabelle 14 verdeutlicht, die Gesamtexporte gingen im Wert um 18,1 %, in der Menge jedoch um 25,9 % zurück. Damit ist der Wert je Tonne im Zeitverlauf nur unproportional gesunken.

7. Chancen und Risiken für deutsche Exporteure

Die folgende SWOT-Analyse stellt die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken von Japan für deutsche Exporteure dar.

Tabelle 15: SWOT-Analyse für Süßwarenexporte nach Japan

Strengths (Stärken)	Weaknesses (Schwächen)
großes Marktvolumen	umfangreiche Bürokratie
bestehende Handelsbeziehungen mit der EU	komplexer Regulierungsrahmen in vielen Bereichen
wachsende Nachfrage nach importierten Gütern	starke Geschäftsbeziehung vor dem Markteintritt bevorzugt
Orientierung an westlichen Ernährungsgewohnheiten	hohe Abhängigkeit von Energie- und Rohstoffimporten
hohe Kaufkraft	mehrstufige Distributionssysteme
hervorragend entwickelte Transport- und Distributionsstrukturen	geringe Internationalisierung von kleinen und mittleren Firmen
Verlässlichkeit der Geschäftsbeziehungen	Fachkräftemangel
qualifizierte Arbeitskräfte	sehr hohe inländische Staatsverschuldung
hohe Forschungs- und Technologieintensität	schrumpfende und alternde Bevölkerung
Opportunities (Chancen)	Threats (Risiken)
Abschluss des neuen Freihandelsabkommens EPA zur Erleichterung der Handelsbeziehungen und zur Schaffung eines Vorteils gegenüber den meisten anderen Importnationen	steigende Abhängigkeit vom Ausland
zunehmende Bekanntheit und Wertschätzung von Produkten aus dem EU-Raum	Möglichkeit der Wettbewerbsverschärfung durch andere Freihandelsabkommen
gutes Ansehen von EU-Produkten durch EU-Lebensmittelsicherheitsstandards	relativ hohe Besteuerung
Verbraucher suchen gezielt neue Produkte	deutliche Wechselkursschwankungen
Produktionsausbau und digitale Transformation	Loyalität seitens der Konsumenten hinsichtlich mancher lokaler Marken
Kooperation auf Drittmärkten	Gefahr von Naturkatastrophen
stärkere Deregulierung und Globalisierung	komplexes Kalkulationssystem für Zölle

Quellen: Maurer, Jürgen, Germany Trade & Invest (Stand: 02.06.2020): Wirtschaft läuft nur noch stotternd, URL: <https://www.gtai.de/gtai-de/trade/wirtschaftsumfeld/swot-analyse/japan/wirtschaft-laeuft-nur-noch-stotternd-247078> und European Union (2019), S. 42, 82, a. a. O., S. 8, vergleiche auch mit BMEL: Der Markt für Fleisch in Japan, Oktober 2020, S. 60.

7. Chancen und Risiken für deutsche Exporteure

In Bezug auf den Süßwaren- und Knabberartikel-Sektor ergeben sich diverse Chancen für deutsche Exporteure. Produkte „Made in Germany“ genießen ein hohes Ansehen und stehen für eine hohe Produktqualität sowie Verlässlichkeit. Wichtig hierbei bleibt, die Ansprüche der Japanerinnen und Japaner an ein innovatives, besonderes und originelles Produkt aus hochwertigen Rohstoffen und Zutaten zu erfüllen. Auch sollten aktuelle Trends Beachtung finden, so z. B. gesundheitsfördernde Aspekte, wie die Zugabe von Vitaminen und die Reduzierung von Zucker. Generell sind Süßwaren in Japan weniger süß als in Deutschland. Demnach bedarf es einer Anpassung der Produkte, um im Markt nachhaltig Fuß zu fassen.

Außerdem gibt es in Japan spezielle kulturelle Besonderheiten, wie z. B. die Einstufung von Süßwaren durch die Japanerinnen und Japaner als beliebtes Geschenk zu saisonalen Anlässen, persönlichen Feierlichkeiten oder Festen wie den Valentinstag. Eine attraktive Verpackung, die zudem den Inhalt gut schützt und die Frische des Produkts garantiert, kann hierbei hilfreich sein, um die Besonderheit des Produkts hervorzuheben und die Akzeptanz bei den japanischen Verbrauchern zu erhalten. In Bezug auf die Verpackung sollte auch die Zielgruppe und die gewünschte Distribution Berücksichtigung finden. Große Verpackungen werden gern zu Hause mit der Familie konsumiert, wohingegen kleine den Convenience-Gedanken erfüllen, sich gut für unterwegs eignen und sich zudem auch in Convenience-Stores gut platzieren lassen.

Deutsche Hersteller haben aufgrund der großen Beliebtheit von Schokoladenwaren weiterhin gute Absatzchancen in Japan, wohingegen Hersteller von Speiseeis und Knabberartikeln, insbesondere von Kartoffelchips, stark mit den japanischen Herstellern auf dem Markt konkurrieren und sich hier mit einem originellen Produkt durchsetzen müssen. Wichtig für eine erfolgreiche Marktbearbeitung ist außerdem ein vertrauensvolles Verhältnis mit einem geeigneten japanischen Geschäftspartner/Importeur.

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

8.1 Fachmessen

Messe	Beschreibung	Nächster Termin	Kontakt
International Food & Beverage Exhibition (Foodex) Japan	Eine der größten Messen für Nahrungsmittel und Getränke Asiens, die seit 1976 jährlich stattfindet. Der deutsche Nationalpavillon stellt jedes Jahr aus und somit gilt die Messe als Zugang zum japanischen Markt. Veranstalter: die <i>Japan Management Association</i> .	09. - 12. März 2022, Makuhari Messe, Chiba	Kontakt: foodexglobal@jma.or.jp Website: www.jma.or.jp/foodex/en/ Deutscher Pavillon: Herr Matthias Broede, IEC-BERLIN, broede@iecberlin.de
The World Food and Beverage Great Expo (FABEX)	Ausstellung für die Gastronomie und den Foodservice (Fertiggerichte, Catering, Kantinen), die von der größten Lebensmittelzeitung Japans jährlich veranstaltet und von vielen Organisationen im Lebensmittelbereich unterstützt wird. Das Dessert, Sweets & Bakery Festival ist eine parallel stattfindende Messe. Veranstalter: <i>The Japan Food Journal</i> .	13. – 15. April 2022, (Tokyo Big Sight, Tokyo), Juli (Nagoya), September (Osaka)	Kontakt: fabex@nisseyoku.co.jp Website: www.fabex.jp/en/
ISM Japan	Internationale Süßwarenmesse für den ostasiatischen Raum. Sie findet parallel zur FABEX statt. Veranstalter: die Kölnmesse Japan.	13. – 15. April 2022, Tokyo Big Sight, Tokyo	Kontakt: kmjpn@koelnmesse.jp Website: www.ismjapan.com/

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

Messe	Beschreibung	Nächster Termin	Kontakt
The 27th Machinery, Materials, Marketing of Bakery and Confectionery Show (MO-BAC)	Fachmesse für Bäckerei- und Konditoreibedarf, von Rohstoffen bis Maschinen. Sie ist die größte Messe der Bäckereibranche und findet alle zwei Jahre abwechselnd in Tokyo und Osaka statt. Veranstalter: die <i>Japan Bakery and Confectionery Machinery Manufacturers Association</i>	28.02. - 03.03.2023, Makuhari Messe, Chiba	Kontakt: mobac@jbcm.or.jp Website: www.mobacshow.com/index_e.html
Supermarket Trade Show	Die aktivste allgemeine Nahrungsmittelausstellung der letzten Jahre, die Besucherzahl der Messe überstieg die der Foodex Japan. Zielgruppe der jährlich stattfindenden Messe ist die Lebensmittelvertriebsindustrie mit Schwerpunkt auf Supermärkten, aber auch Großhändler, Handelsgesellschaften und Foodservice. Veranstalter: die <i>Space Media Japan Co., Ltd.</i>	16. - 18. Februar 2022, Makuhari Messe, Chiba	Kontakt: super@smj.co.jp Website: http://www.smts.jp/en/index.html

8.2 Behörden

Organisation	Beschreibung	Adresse und Kontakt
Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF)	Ministerium für Landwirtschaft	1-2-1 Kasumigaseki Chiyoda-ku Tokyo 100-8950 Japan Tel.: +81 (0) 3 350 28111 Website: https://www.maff.go.jp/e/index.html

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

Organisation	Beschreibung	Adresse und Kontakt
Ministry of Health, Labour and Welfare (Food Safety)	Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Wohlfahrt. Auch für Lebensmittelsicherheit zuständig.	1-2-2 Kasumigaseki Chiyoda-ku Tokyo, 100-8916 Japan Tel.: +81 (0) 3 5253 1111 Website: www.mhlw.go.jp/english/
Ministry of Economy, Trade and Industry	Ministerium für Wirtschaft, Handel und Industrie. Diverse Statistiken sind auf der Website erhältlich.	1-3-1 Kasumigaseki Chiyoda-ku, Tokyo 100-8901, Japan Tel.: +81 (0) 3 350 11511 Website: https://www.meti.go.jp/english/index.html
Agriculture & Livestock Industries Corporation (ALIC)	Eine unabhängige Verwaltungsinstitution, die dem MAFF untersteht. Sie hat die Aufgabe, den Erzeugern von Getreide, Zucker und anderen landwirtschaftlichen Produkten Subventionen zur Stabilisierung ihrer Geschäftstätigkeit zu gewähren. Außerdem die Durchführung von Maßnahmen zur Stabilisierung von Angebot und Nachfrage und zur Anpassung der Preise für landwirtschaftliche und tierische Produkte, um die Inlandspreise zu stabilisieren und die landwirtschaftliche Produktion zu fördern.	Azabudai Building, 2-1 Azabudai 2-chome, Minato-ku, Tokyo 106-8635 Japan Tel.: +81 (0) 3 358 38196 Fax: +81 (0) 3 3582 3397 Website: www.alic.go.jp/english/index.html
Customs and Tariff Bureau	Eine nationale Agentur, extra eingerichtet als lokale Zweigstelle des Finanzministeriums. Sämtliche zollbezogene Informationen werden auf der Website angeboten.	3-1-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8940, Japan Tel.: +81 (0) 3 3431 3115 Fax: +81 (0) 3 3432 1660 Website: https://www.customs.go.jp/english/index.htm Handelsstatistiken: https://www.customs.go.jp/toukei/info/index_e.htm

8.3 Verbände und Institutionen

Verband	Beschreibung	Adresse	Kontakt
Deutsche Industrie- und Handelskammer in Japan (AHK Japan)	Die Deutsche Industrie- und Handelskammer (AHK Japan), ist die zentrale Anlaufstelle der deutschen Wirtschaft in Vietnam. Die AHK Japan vertritt die Interessen deutscher Unternehmen vor Ort und berät deutsche Unternehmen zu ihren Vorhaben im Land. Die Kammer hat eine zentrale Stelle für Unternehmen aus der Agrar- und Lebensmittelwirtschaft eingerichtet. Hier finden deutsche Unternehmen gezielt Informationen und Beratungsangebote rund um den Export ihrer Produkte nach Japan.	Sanbancho KS Bldg. 5F 2-4 Sanbancho, Chiyoda-ku Tokyo 102-0075 Japan	Herr Benedikt Reifenrath Consultant E-Mail: agriand-food@dihkj.or.jp Tel.: +81 3 5276 8827 Website: https://japan.ahk.de/
All Nippon Kashi Association (ANKA)	Einheitliche Organisation in der Süßwarenindustrie, die 1985 gegründet wurde, um durch die Bündelung verschiedene Probleme der Branche anzugehen.	7F JB Bldg. 6-9-5 Shinbashi Minato-ku Tokyo 105-0004 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3431 3115 Fax: +81 (0) 3 3432 1660 Websites: http://anka-kashi.com/member.html ; https://www.okashi-navi.com/ https://www.eokashi.net/

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

Verband	Beschreibung	Adresse	Kontakt
All Japan Association of Confectionery Manufacturers	Dachverband von Verbänden der Süßwarenindustrie in 46 Präfekturen Japans.	Zenkaren Bldg. 5-12-4 Minami-Aoyama Minato-ku Tokyo 107-0062 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3400 8901 Fax: +81 (0) 3 3407 5486 Website: http://www.zenkaren.net/ 1200/ 1202
All Japan Federation of Confectionery Industry Cooperatives	Arbeitet mit Genossenschaften der Süßwarenindustrie in drei Regionen und seinen 45 Mitgliedsunternehmen. Ein nationaler Querschnittsverband verschiedener Süßwarenhersteller.	3F Tokyo Kashi Kaikan, 1-18-7 Iriya Taito-ku Tokyo 110-8687 Japan	Tel.: +81 (0) 3 5824 6811 Fax: +81 (0) 3 5824 6810 Website: www.zen-nikkaren.com E-Mail: otoiawase@zen-nikkaren.com
Zenkoku Amegashi Kogyo Kyodo Kumiai	Verband von Bonbonherstellern mit 64 Mitgliedern.	404 Tokyo Kashi Kyokai Bldg., 1-18-10 Iriya Taito-ku Tokyo 110-8687 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3874 4191 Fax: +81 (0) 3 3874 4192 Website: www.candy.or.jp
All Japan Trade Association of Confectionery Manufacturers (TACOM)	Gegründet 1959 für die Exportförderung japanischer Süßwaren; 46 Mitglieder.	2-2-2 Roppongi Minato-ku Tokyo 106-0032 Japan	keine Tel. & Fax. Website: https://tacom.or.jp/ja/
Japan Confectionery Better Business Association	Wurde in Anlehnung an die Philosophie des Better Business Bureau (BBB) 1971 in den USA gegründet. Soll zur Stabilität des Verbraucherlebens und zur Verbesserung der Süßwarenunternehmen beitragen.	8F JB Bldg. 6-9-5 Shinbashi Minato-ku Tokyo 105-0004 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3432 0385 Fax: +81 (0) 3 3578 8527 Website: http://kashi-bb.gr.jp/

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

Verband	Beschreibung	Adresse	Kontakt
Japan Snack Cereal Foods Association	Gegründet 2005 durch Zusammenschluss von Verbänden für Kartoffelchips, Maisprodukte und Reisgebäck; 45 Mitglieder.	Hoei Bldg. 2-11-11 Kyobashi Chuo-ku Tokyo 104-0031 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3562 6090 Fax: +81 (0) 3 3561 6539 Website: http://jasca.jp/ E-Mail: info@jasca.jp
Japan Chewing Gum Association	Gegründet 1960 zur Verbesserung und Entwicklung der Kaugummibranche. Durchführung von Forschungsarbeiten, Sammlung und Bereitstellung von Materialien und Informationen über die Kaugummibranche; 18 Mitglieder.	6F JB Bldg. 6-9-5 Shinbashi Minato-ku Tokyo 105-0004 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3433 5213 Website: https://chewing-gum.jp/en/
Japan Chocolate Industrial Corporation	Herstellung von und stabile Versorgung mit Rohschokolade durch gemeinsame Investitionen; ca. 27 Mitglieder.	1539-1 Koshiro Nikko-shi Tochigi 321-1107 Japan	Tel.: +81 (0) 28 825 6701 Website: www.chocolate.or.jp/index.html
Chocolate and Cocoa Association of Japan (CCAJ)	Öffentlichkeitsarbeit zur Förderung der Verwendung und des Verzehrs von Schokolade und Kakao, Arbeiten zu den Zutaten von Schokolade und Kakao, Arbeiten zur Sammlung, Erforschung und Bereitstellung von Informationen über Schokolade und Kakao usw. Mitglieder: 27 Firmen, eine Organisation.	JB Bldg. 6-9-5 Shinbashi Minato-ku Tokyo 105-0004 Japan	Tel.: +81 (0) 3 5777 2035 Fax: +81 (0) 3 3432 8852 Website: www.chocolate-cocoa.com/english/

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

Verband	Beschreibung	Adresse	Kontakt
Japan Biscuit Association	Gegründet 1927, 25 Mitglieder. Aufgaben sind Erhebungen und Untersuchungen zu Keksen, Förderung, Bekanntmachung und Werbung für Kekse, Verbreitung und Verbesserung der Technologie zur Herstellung von Keksen und analytische Forschung über Qualitätskontrollen, Normen und Etikettierung von Keksen.	9F JB Bldg. 6-9-5 Shinbashi Minato-ku Tokyo 105-0004 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3433 6131 Fax: +81 (0) 3 3433 6473 Website: www.biscuit.or.jp/english.html
The Federation of Japan Confectionery Associations	Gegründet 1952. Der größte und am längsten bestehende Verband in der japanischen Süßwarenindustrie. Aufgaben sind Organisation verschiedener Veranstaltungen, technische Ausbildung in der Süßwarenerstellung, Bereitstellung aktueller Informationen durch unsere Zeitschrift und internationaler Austausch.	2F Yogashi Kaikan, 2-21-14 Ikejiri Setagaya-ku Tokyo 154-0001 Japan	Tel.: +81 (0) 3 5486 2611 Fax: +81 (0) 3 5486 2131 Website: https://gateaux.or.jp/

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

All Japan Confectionery Association	Gegründet 1961. Mitgliedschaft von über 150 Süßwaren- und Bäckereibetrieben in ganz Japan. Japanische Vertretung von U.I.B.C. Herausgabe der Monatszeitschrift PCG, Organisation von Seminaren über Süßwarentechnologie.	Tokita Bildg. 1-16-10 Shiba-Dammon Minato-ku Tokyo 105-0012 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3432 3871 Website: http://pcg.or.jp/
Food Marketing Research & Information Center (FMRIC)	Forschung und Untersuchung von Lebensmitteln und Lebensmittelerzeugnissen im Allgemeinen.	Nishigahara-Sobi Heights, 3-1-12 Nishigahara Kita-ku Tokyo 114-0024 Japan	Tel.: +81 (0) 3 5567 1991 Fax: +81 (0) 3 5567 1960 Website: www.fmric.or.jp E-Mail: master1@fmric.or.jp
ZENRYU INC. (Nationale Vertriebsgenossenschaft der Süßwarengroßhändler)	Gründung 1980. Aufgaben sind Produktentwicklung und -vorschläge, Informationsnetz, Vertrieb von Produkten für die Mitglieder, gemeinsame Messeteilnahmen.	4-12 Shiba Minato-ku Tokyo 108-0014 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3457 5764 Website: https://zenryukyo.jp/
Japan Confectionery Wholesale Association (JCWA)	Gegründet 1951. Mitglieder sind Süßwarengroßhändlerverbände aus dem ganzen Land.	1-18-7 Iriya Taito-ku Tokyo 110-0013 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3874 9323 Website: www.jcwa.info
Sugar Charge Promotion Council	Gegründet 2018. Verein von acht Organisationen der Zuckerindustrie, die den Verbrauch von Zucker fördern.	5-7 Sanbancho Chiyoda-ku Tokyo 102-0075 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3288 1152 Fax: +81 (0) 3 3288 3399 Website: https://sugarcharge.jp/

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

The Japan Food Chemical Research Foundation	Unterstützung von Forschung und Studien zur Lebensmittelchemie, einschließlich der Sicherheit und des Nutzens von Lebensmittelzusatzstoffen sowie Sammlung und Bereitstellung von Informationen über Lebensmittelzusatzstoffe und andere lebensmittelchemische Stoffe.	1-1-11 Sanwa-cho Toyonaka-shi Osaka 561-0828 Japan	Tel.: +81 (0) 66 333 5680 Fax: +81 (0) 66 333 5491 Website: www.ffcr.or.jp/en/tenka/index.html Kontaktformular: https://www.ffcr.or.jp/mail_form/
---	--	--	--

8.4 Unternehmen

Firma	Geschäftsfeld	Adresse	Kontakt
ABC Shokai Co., Ltd.	Großhändler für importierte Süßwaren, Lebensmittel und Getränke aus aller Welt.	6-1-18 Wakanadori Chuo-ku Kobe-shi Hyogo 651-0091 Japan	Tel.: +81 (0) 78 241 2431 Fax: +81 (0) 78 231 2409 Website: http://www.abcsbokai.co.jp/ E-Mail: info@abcsbokai.co.jp
Arcane Ltd.	Import und Verkauf von Feinkostzutaten, Süßwaren, Einzelhandel mit Lebensmitteln und Wein.	Morita Building 1-5-6 Nihonbashi Kigiracho Chuo-ku, Tokyo 103 -0014 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3664 6551 Fax: +81 (0) 3 3664 6582 Website: https://www.arcane.co.jp/profile-3/ Kontaktformular: https://www.arcane.co.jp/contact/
Asahi Promotion	Großhandel von Importlebensmitteln und -süßwaren.	1-38-1 Katsutadai Yashiro-shi Chiba 276-0023 Japan	Tel.: +81 (0) 47 484 3801 Website: http://www.asapro.jp/index.html E-Mail: info@asapro.jp

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

Beau & Bon Co., Ltd.	Produktplanung, Import und Verkauf von Lebensmitteln, Tee und allgemeinen Handelswaren.	105, 1-27-14 Kita-Magome Ota-ku Tokyo 143-0021 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3778 6799 Fax: +81 (0) 3 3778 6826 Website: https://beauandbon.webu.jp/ Kontaktformular: https://beauandbon.webu.jp/contactus.html
B-Joint Co., Ltd.	Herstellung, Einzelhandel, Import/Export von Backwaren und Getränken.	21-1 Aza-Miyachi Daiwa-cho Okazaki-shi Aichi 444-0931 Japan	Tel.: +81 (0) 56 433 5335 Fax: +81 (0) 56 433 5336 Website: http://english.b-joint.jp/ E-Mail: info@b-joint.jp Kontaktformular: http://b-joint.jp/inquiry/
Camel Coffee Co., Ltd.	Vertrieb von Ketengeschäft für diverse Lebensmittel „Kaldi Coffee Farm“.	2-31-8 Daita Setagaya-ku Tokyo 155-0033 Japan	Website: https://camelcoffee.jp/en/ Kontaktformular: https://www.kaldi.co.jp/corporate/form/en/
C.F.C Japan Co., Ltd.	Import und Großhandel von Süßwaren und Lebensmitteln aus der ganzen Welt.	D09, 2-2-3 Nishitenman Kita-ku Osaka-shi Osaka 530-0047 Japan	Tel.: +81 (0) 6 6131 0621 Fax: +81 (0) 6 6131 0622 Website: https://www.cfcjapan.co.jp/ Kontaktformular: https://www.cfcjapan.co.jp/form/
Creet Co., Ltd.	Planung, Entwicklung, Import und Verkauf von Süßwarenprodukten.	3-38-9 Yoyogi Shibuya-ku Tokyo 151-0053 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3378 7751 Website: https://www.confex.co.jp/ Kontaktformular: https://www.confex.co.jp/contact/

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

EIM Co., Ltd.	Import, Export, Herstellung, Verarbeitung und Verkauf von japanischen und westlichen Süßwaren, Lebensmitteln usw.	4-2-5 Isogami-Dori, Chuo-Ku, Kobe 651-0086 Japan	Tel.: +81 (0) 78 230 7371 Fax: +81 (0) 78 230 7383 (Trading Dept.) Website: http://www.eim.co.jp/english.html Kontaktformular: http://www.eim.co.jp/inquiry_english.html
Foomy	Import von Lebensmitteln und Süßwaren zum Verkauf.	4-4-28 Yanaka Taito-ku Tokyo 110-0001 Japan	Tel.: +81 (0) 3 5834 1875 Website: https://www.foomy.jp E-Mail: foomy.japan@gmail.com
Future Access and Partners	Import von Süßwaren.	Shinagawa East One Tower 4 F, 1-16-12 Konan Minato-ku Tokyo 108-0075 Japan	Tel.: +81 (0) 3 6425 8400 Fax: +81 (0) 3 6385 7676 Website: https://www.fap.jp/ E-Mail: etakizawa@fap.jp
imarket Co., Ltd.	Einzel- und Großhandelsgeschäfte, import- und export-bezogene Geschäfte.	2-24-3 Negishi Machida-shi Tokyo 194-0038 Japan	Tel.: +81 (0) 42 792 5675 Fax: +81 (0) 20 4623 0271 Website: http://www.i-market.co.jp/index.html E-Mail: info@i-market.co.jp
Impex Japan Inc.	Einfuhr von Süßigkeiten, Nüssen usw.	1-30-13 Funabashi Setagaya-ku Tokyo 156-0055 Japan	Tel.: +81 (0) 3 5426 0240 Fax: +81 (0) 3 5426 0241 Website: http://impexjapan.co.jp E-Mail: info@impexjapan.co.jp
Innovation Co., Ltd.	Distributor/Importeur für inländische und internationale Produkte.	1-8-11 Yokoyama-dai, Chuo Sagamihara, Kanagawa 252-0241 Japan	Tel.: +81 (0) 42 769 6750 Website: http://innovation.co.jp/english/ E-Mail: info@innovation.co.jp
ITOCHU Corporation	Handelsunternehmen: Binnenhandel, Import/Export und Überseehandel	5-1 Kita-Aoyama 2-chome, Minato-ku Tokyo 107-8077 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3497 2121 Website: https://www.itochu.co.jp/en/index.html

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

	von diversen Produkten inkl. Lebensmittel.		
Kaneda Corporation	Großhändler für importierte Süßwaren, Lebensmittel und allgemeine Handelswaren.	141 Maison, 3-10-1 Ushikubo Tsuzuki-ku Yokohama-shi Kanagawa 224-0012 Japan	Tel.: +81 (0) 45 911 5059 Fax: +81 (0) 45 911 5064 Website: https://kaneda-corp.com/ Kontaktformular: https://kaneda-corp.com/contact/
Kitano Shoji Co., Ltd.	Import und Großhandel mit Süßwaren und Lebensmitteln.	1-16-12 Koishikawa Bunkyo-ku Tokyo 112-0002 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3814 5711 Fax: +81 (0) 3 3811 9087 Website: https://www.kitano-kk.co.jp/
Kobe Bussan Co., Ltd.	Entwicklung ausländischer und inländischer Produkte sowie Direktimport und Vertrieb.	125-1 Hirano, Kakogawa-cho Kakogawa-shi Hyogo 675-0063 Japan	Tel.: +81 (0) 79 457 5001 Website: https://www.kobe-bussan.co.jp/english/ Kontaktformular: https://www.kobe-bussan.co.jp/english/mail.php

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

Kokubu Group Corp.	Die größte Großhandelsfirma Japans. Großhandel, Verarbeitung, Vertrieb und Übersee-handel mit alkoholischen Getränken, Lebensmitteln und ähnlichen Konsumgütern.	1-1-1 Nihombashi, Chuo-ku, Tokyo 103-8241, Japan	Tel.: +81 (0) 3 3276 4146 (Overseas Business Group Trade Division) Website: https://www.kokubu.co.jp/english/ Kontaktformular: https://www5.webcas.net/form_m/pub/kokubu/form_english
Kracie Foods, Ltd.	Herstellung, Import und Vertrieb von Süßwaren, Speiseeis, funktionellen Lebensmitteln, Getränkepulvern usw.	20-20, Kaigan 3-chome, Minato-ku, Tokyo Japan	Website: https://www.kracie.co.jp/eng/ Kontaktformular: https://soudanshitsu.kracie.co.jp/webapp/form/23752_odjb_3/index.do
Kyoritsu Foods Co. Inc.	Import, Herstellung und Verkauf von Nüssen, Trockenfrüchten und Süßwarenbestandteilen. Import und Verkauf von Lebensmitteln und Süßwaren.	1-18-9 Higashi-Ueno Taito-ku Tokyo 110-0015 Japan	Tel.: +81 (0) 12 058 5826 Website: http://www.kyoritsu-foods.co.jp E-Mail: hmc@kyoritsu-foods.co.jp Kontaktformular: https://www.kyoritsu-foods.co.jp/contact/
Lead-Off Japan Co., Ltd	Import und Vertrieb von Spirituosen, Getränken und verarbeiteten Lebensmitteln.	Column Minami Aoyama 2F, 7-1-5 Minami- Aoyama Minato-ku Tokyo 107-0062 Japan	Tel.: +81 (0) 3 5464 8170 Website: https://www.lead-off-japan.co.jp/ Kontaktformular: https://www.lead-off-japan.co.jp/contact/index.html
MA`AM Co., Ltd.	Großhandel mit Lebensmitteln für das Hotel- und Gaststättengewerbe.	3-10-31 Morishita Koto-ku Tokyo 135-0004 Japan	Tel.: +81 (0) 3 5625 2661 Fax: +81 (0) 3 5625 2664 Website: https://www.ma-am.jp/ E-Mail: info@ma-am.jp

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

MIE Project Co., Ltd.	Lebensmittelimport, -vertrieb und -einzelhandel mit Bio-Lebensmitteln.	1-3-8 Shoto Shibuya-ku, Tokyo 150-0046 Japan	Tel.: +81 (0) 3 5465 2121 Fax: +81 (0) 3 5465 2123 Website: https://mieproject.com/en/ Kontaktformular: https://mieproject.com/en/contact-us/
Mitsubishi Shokuhin Co., Ltd.	Hauptsächlich Großhandel mit verarbeiteten, tiefgekühlten und gekühlten Lebensmitteln, Süßwaren usw.	1-1, Koishikawa 1-chome Bunkyo-ku, Tokyo 112-8778 Japan	Tel.: +81 (0) 3 4553 5111 Website: https://www.mitsubishi-shokuhin.com/en/index.html
Mitsui Foods Co., Ltd.	Lebensmittel-Großhandelsfirma der Unternehmensgruppe Mitsui & Co. Retail Holdings, Ltd.	1-1-1 Nishi-Shimbashi Minato-ku, Tokyo 105-8466 Japan	Tel.: +81 (0) 3 6700 7100 Fax.: +81 (0) 3 6632 0111 Website: http://en.mitsuifoods.co.jp/mfp/import/
Miyata Co., Ltd.	Herstellung und OEM-Planung und Entwicklung von Süßwaren, Export und Import.	950-1 Wanagaya, Matsudo-shi, Chiba 270-2232 Japan	Tel.: +81 (0) 47 369 1211 Fax: +81 (0) 47 366 5420 Website: http://www.miyata-net.co.jp/en/ E-Mail: info@miyata-net.co.jp
Morinaga Market Co., Ltd.	Mitglied der Morinaga-Gruppe, Verkauf von Süßwaren und Lebensmitteln.	5-33-1 Shiba Minato-ku Tokyo 108-0014 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3456 0163 Fax: +81 (0) 3 3453 8349 Website: https://www.morinaga-market.co.jp/import/ Kontaktformular: https://www.morinaga-market.co.jp/contact/contact.html

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

MR Holdings Co., Ltd.	Import/Export, Großhandel, Verkauf und Vermittlung von Lebensmitteln, Getränken, Süßwaren und alkoholischen Getränken.	4-8-4 Iikura Sawara-ku Fukuoka-shi Fukuoka 814-0161 Japan	Tel.: +81 (0) 92 407 9163 Fax: +81 (0) 92 407 9164 Website: http://mrholdings.co.jp/ Kontaktformular: http://mrholdings.co.jp/contact/
Oike Co., Ltd.	Planung, Entwicklung, Herstellung und Verkauf von Süßwaren und anderen Produkten, Export und Import nach und von Übersee.	3-20-9 Deki-machi Higashi-ku Nagoya Aichi 461-0032 Japan	Tel.: +81 (0) 52 721 7311 Fax: +81 (0) 52 721 0882 Website: http://www.oike.co.jp/ E-Mail: oike-win@utopia.ocn.ne.jp Kontaktformular: https://oike.shop-pro.jp/secure/?mode=inq&shop_id=PA01072915
Orient Commerce, Inc.	Lebensmittelimporte	1-6-10 Nihonbashi-Ningyocho Chuo-ku Tokyo 103-0013 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3639 1216 Fax: +81 (0) 3 3639 1217 Website: http://www.orientcommerce.jp/ Kontaktformular: https://www.orientcommerce.jp/contact/
Overseas Co., Ltd.	Eine Gruppenfirma von Camel Coffee Co., Ltd., Einfuhr und Verkauf von Lebensmitteln und Wein für „Kaldi Coffee Farm“.	5-11-10 Daita Setagaya-ku Tokyo 155-0033 Japan	Tel.: +81 (0) 120 52 2582 Website: https://overseas-inc.jp/ Kontaktformular: https://overseas-inc.jp/contact/index

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

Pivot-In-Japan Inc.	Import und Großhandel mit Lebensmitteln, Zutaten und alkoholischen Getränken aus Nordeuropa (Norwegen, Schweiz, Deutschland, etc.).	30-6 Sanbancho Chiyoda-ku Tokyo 102-0075 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3262 0511 Fax: +81 (0) 3 3264 3697 Website: http://www.pivot-in-japan.co.jp/ E-Mail: info@pivot-in-japan.co.jp
SipaQ Co., Ltd.	Import und Verkauf von hochwertigen Süßwarenzutaten, Süßwaren und verwandten Waren aus Europa.	2-52 Hishinuma Kaigan, Chigasaki-shi Kanagawa 253-0037 Japan	Tel.: +81 (0) 46 785 1495 Fax: +81 (0) 46 785 0792 Website: http://www.sipaq.co.jp/ Kontaktformular: https://sipaq.shop-pro.jp/secure/?mode=inq&shop_back_url=https%3A%2F%2Fsipaq.co.jp%2F&shop_id=PA01456957
Sun-Eight Trading Co., Ltd	Internationales Handelsgeschäft (Import/ Export) mit Süßwaren und Backzutaten.	22F Shin-Aoyama Building West Wing, 1-1-1 Minami-Aoyama Minato-ku, Tokyo 107-0062 Japan	Tel.: +81 (0) 3 5414 1572 Fax: +81 (0) 3 5414 1580 Website: https://www.sun-eight.com/en_top/ Kontaktformular: https://www.sun-eight.com/contact/
Suzusho Ltd.	Einfuhr von: Backwaren, Snacks, Cerealien, Schokoladen, anderen Süßwaren und sonstigen Lebensmitteln.	23 Araki-cho, Shinjiku-ku, Tokyo 160-0007 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3225 1161 Fax.: +81 (0) 3 3225 5520 Website: https://www.suzusho.co.jp/english/ Kontaktformular: https://www.suzusho.co.jp/english/contact/
Suzuya Co., Ltd.	Großhandel mit importierten Lebensmitteln, Süßwaren und Bedarfsartikeln.	4-4-28 Yanaka, Taito-ku, Tokyo 110-0001 Japan	Tel.: +81 (0) 3 5834 1875 Fax: +81 (0) 3 5834 1877 Website: https://www.suzuyakk.com/english/ Kontaktformular: https://www.suzuyakk.com/english/

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

Takara Shoji Co., Ltd	Spezialisiert auf den Import und Großhandel von Süßwaren.	1-9-19 Kaji-cho, Chiyoda-ku, Tokyo 101-0044 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3256 6911 Fax: +81 (0) 3 3258 1292 Website: http://www.tskk.co.jp/ http://www.tskk.co.jp/TakaraShojiCompanyProfile2018.pdf Kontaktformular: http://www.tskk.co.jp/contact
The Oyama Company, Ltd.	Import und Großhandel von Lebensmitteln, Getränken und Rohstoffen.	1-4-6 Minamimachi Minatojima Chuo-ku Kobe-shi Hyogo 650-0047 Japan	Tel.: +81 (0) 78 304 5151 Fax: +81 (0) 78 304 6087 Website: https://www.oyama-web.com/ E-Mail: info2@oyama-company.co.jp
Tokyo Europe Trading	Tochterfirma von Seijo Ishii Co., Ltd., die für die Supermarktkette „Seijo Ishii“ Lebensmittel importiert.	5F Yokohama Nishiguchi Kato Bldg, 2-9-30 Kitasaiwai, Nishi-ku, Yokohama Kanagawa 220-0004 Japan	Tel.: +81 (0) 45 329 2300 Website: http://www.seijoishii.co.jp/en/business/#Import E-Mail Produktabteilung: shohin-group@seijoishii.co.jp
Tominaga Boeki Kaisha, Ltd.	Herstellung, Import und Verkauf von Getränken und Lebensmitteln (inkl. Süßwaren), OEM-Geschäft (<i>Original Equipment Manufacturer</i>).	5-1-21 Gokodori Chuo-ku Kobe-shi Hyogo 651-0087 Japan	Tel.: +81 (0) 78 232 8600 Fax: +81 (0) 78 232 8666 Website: https://www.tominaga.co.jp/en/ Kontaktformular: https://www.tominaga.co.jp/contact
Tomoe Corporation	Import, Export und Verkauf von Süßwaren, Lebensmitteln, alkoholischen Getränken und allgemeinen Handelswaren.	6-23-16 Okusawa Setagaya-ku, Tokyo 158-0083 Japan	Tel.: +81 (0) 3 6411 6730 Fax: +81 (0) 3 6411 6735 Website: http://www.tomoe-global.jp/ Kontaktformular: https://www.tomoe-global.jp/contact

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

Top Trading Co., (FAR EAST) Ltd.	Import und Verkauf von Süßwarenzutaten, Tiefkühlbrot, Süßigkeiten und verwandten Produkten.	Seiko Bldg. 2-2-20 Saiwaicho Naniwa-ku Osaka-shi Osaka 556-0021 Japan	Tel.: +81 (0) 6 6567 6616 Fax.: +81 (0) 6 6567 6615 Website: https://toptrading.co.jp/ Kontaktformular: https://toptrading.co.jp/inquiry3/
XACT Co., Ltd.	Planung, Herstellung, Verkauf, Import und Export von Süßwaren und verarbeiteten Lebensmitteln.	3-12-5 Taito Taito-ku Tokyo 110-0016 Japan	Tel.: +81 (0) 3 5826 4050 Fax: +81 (0) 3 5826 4051 Website: http://www.xact-net.com/index.html E-Mail: info@xact-net.com
Wakashou Co., Ltd	Großhandel von importierten Getränken und Lebensmitteln.	1-17-19 Yokoyamadai, Chuo-ku, Sagamihara City, Kanagawa 252-0241 Japan	Tel.: +81 (0) 42 707 9957 Fax: +81 (0) 42 707 9958 Website: https://www.wakashou.co.jp/english/ E-Mail: info@wakashou.co.jp Kontaktformular: https://www.wakashou.co.jp/contact
Wing Ace Corporation	Import, Vermarktung und landesweiter Vertrieb von Lebensmitteln (auch Bio).	UD-Kamiyacho Bldg. 5F, 3-18-19 Toranomon Minato-ku Tokyo 105-0001 Japan	Tel.: +81 (0) 3 5404 4855 Fax: +81 (0) 3 5404 3340 Website: https://www.wingace.jp/e/index.html E-Mail: wa-info@wingace.com
Wismettac Foods, Inc.	Import, Inlands- und Überseeverkauf von Lebensmitteln. Tochtergesellschaft von Nishimoto Co., Ltd.	15F Nihonbashi Muromachi Mitsui Tower, 3-2-1 Nihonbashi-Muromachi Chuo-ku Tokyo 103-0022 Japan	Website: https://pcube.ntcltd.com/ Kontaktformular: https://pcube.ntcltd.com/contact/

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

Yutaka Trading Company Limited	Import und Großhandel von verarbeiteten Lebensmitteln aus der EU, Nordamerika usw.	2-10-31 Takashima Nishi-ku Yokohama-shi Kanagawa 220-0011 Japan	Processed Food Dept. Tel.: +81 (0) 3 5453 2345 Fax.: +81 (0) 45 453 2745 Website: http://www.yutaka-trd.co.jp/ Kontakt Processed Food Division: http://www.yutaka-trd.co.jp/contact/formprocessedfood
--------------------------------	--	---	---

8.5 Presse, Magazine, Zeitungen

Verlag	Beschreibung	Adresse	Kontakt
Japan Bread and Cake Newspaper Co., Ltd.	1947 gegründeter Fachverlag für Brot und Backwaren und älteste Zeitung in der Bäckereibranche. Der Verlag organisiert auch Seminare und Besichtigungsreisen.	513, 1-9-11 Sendagaya Shibuya-ku Tokyo 151-0051 Japan	Tel.: +81 (0) 3 5414 2071 Fax: +81 (0) 3 5414 2072 Web: http://www.panka-shinbun.co.jp/ E-Mail: info@panka-shinbun.co.jp
Kashi Shokuhin Shim-bunsha	Die einzige nationale Zeitung der Süßwarenindustrie, gegründet 1925. Abonnenten sind Süßwarenhersteller (Produkte, Rohstoffe, Maschinen, Verpackungen usw.), Großhändler, Einzelhändler, Caterer, Handelsunternehmen, Branchenverbände.	6F Yushima Bear Bldg. 2-31-24 Yushima Bunkyo-ku Tokyo 113-0034 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3868 3101 Fax: +81 (0) 3 3868 3181 Web: https://www.okashinpn.com E-Mail: info@okashinpn.com
All Japan Association of Confectionary Manufacturers	Eine monatlich erscheinende Zeitschrift, die von der National Federation of Confectionery Industry Associations herausgegeben wird. Die Abonnenten sind die breite Öffentlichkeit und die Mit-	Zenkaren Bildg. 5-12-4 Minami-Aoyama Minato-ku Tokyo 107-0062 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3400 8901 Fax: +81 (0) 3 3407 5486 Web: http://www.zenkaren.net/ 1400

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

Verlag	Beschreibung	Adresse	Kontakt
	glieder der einzelnen Präfekturverbände der Süßwarenindustrie.		
Kagyo Shokuhin Shimbun	Gegründet 1964 und mit Hauptsitz in Osaka hat der Verlag ein gutes Netzwerk in West-Japan. Zweimal im Monat erscheint die Fachzeitung mit Informationen über die Süßwarenindustrie.	11-38-618 Enokicho Suita-shi Osaka 564-0053 Japan	Tel.: +81 (0) 66 385 1717 Fax: +81 (0) 66 385 0150 Web: http://okashi.info/ E-Mail: ks-news@okashi.info
The Japan Food Journal Co., Ltd.	Größter Verlag der Lebensmittelindustrie in Japan, gibt eine Reihe von Zeitungen wie „The Japan Food Journal“ und zahlreiche Bücher über die Lebensmittelindustrie heraus, veranstaltet Seminare, Ausstellungen usw.	2-14-4 Hatchobori, Chuo-ku, Tokyo 104-0032 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3537 1303 Fax: +81 (0) 3 3537 1072 Web: https://www.ssnp.co.jp/contact/index.html Kontaktformular: http://info.nissyoku.co.jp/modules/form_mail/
Shokuhin Sangyo Shimbunsha Co., Ltd	Das Unternehmen ist neben „The Japan Food Journal“ einer der wichtigsten japanischen Verlage für die gesamte Lebensmittelindustrie.	2-1-11 Higashiueno, Taito-ku, Tokyo 110-0015 Japan	Tel.: +81 (0) 3 6231 6091 Fax: +81 (0) 3 5830 1570 Web: https://www.ssnp.co.jp/ Kontaktformular: https://www.ssnp.co.jp/contact/index.html
Food News	Herausgabe einer Monatszeitschrift, die sich auf die Branche der in Supermärkten und Convenience Stores verkauften Süßwaren spezialisiert hat. Die Zielgruppe sind Süßwarenhersteller, Großhändler, Einzelhändler, Maschinenhersteller, Hersteller von Rohstoffen und Aromen.	3F Dai-3-Higashi Bldg. 1 Kanda-Hirakawacho Chiyoda-ku Tokyo 101-0027 Japan	Tel.: +81 (0) 3 5687 6931 Fax: +81 (0) 3 5687 6445 Website: https://foodnews-inc.jp/ E-Mail: info@foodnews-inc.com

8. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

Verlag	Beschreibung	Adresse	Kontakt
The Japan Food News	Gründung 1946. 70 % der Abonnenten sind in der Vertriebsbranche des Lebensmittelsektors tätig. Der Verlag gibt Fachzeitungen sowie Bücher über die Lebensmittelbranche heraus.	1-9-8 Irifune Chuo-ku Tokyo 104-0042 Japan	Tel.: +81 (0) 3 3552 4031 Fax: +81 (0) 3 3552 7015 Website: https://shokuhin.net/ Kontaktformular: https://shokuhin.press/contact/
Nikkan Keizai Tsushin Co., Ltd.	Gegründung 1955. Fachverlag für die Tageszeitung „The Beverage & Food Daily News“, die wöchentlich erscheinende „The Beverage & Food News Commentary“, die monatliche Ausgabe der „The Beverage & Food Statistics Monthly“. Alle zwei Jahre die „Annual Statistical Data on Liquor & Food Industries“, „Manufacturing, Marketing Shares in the Liquor & Food Industries“.	9F Nihonbashi-Fukawa Bldg. 10-11 Nihonbashi-Kodenmacho Chuo-ku Tokyo 103-0001 Japan	Tel.: +81 (0) 3 5847 6611 Fax: +81 (0) 3 5847 6601 Website: https://www.nikkeikeizai.co.jp/english/ E-Mail: info@nikkeikeizai.co.jp

HERAUSGEBER

Bundesministerium für Ernährung und
Landwirtschaft (BMEL)
53123 Bonn

BEZUGSQUELLE ANSPRECHPARTNER

Referat 424
(Internationale Grundstoffpolitik, Export, Absatzförderung)
Rochusstraße 1
53123 Bonn
E-Mail: 424@bmel.bund.de

STAND

November 2021

UMSCHLAGGESTALTUNG/DRUCK

BMEL

BILDNACHWEIS

argus/stock.adobe.com

TEXT

GEFA Exportservice GmbH
Gertraudenstr. 20
10178 Berlin, Deutschland
www.gefaexportservice.com

Elfen Co., Ltd.
2-3-11 Nihonbashi-Ningyocho Chuo-ku
Tokyo 103-0013, Japan
www.elfen.jp

Bearbeiter/ -in; Redaktion
Sonja Hammann
Tomoko Morimoto

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernehmen die GEFA Exportservice GmbH und die Elfen Co., Ltd. keine Haftung für die Inhalte der vorliegenden Marktstudie bzw. für Schäden, die sich – direkt oder indirekt – durch Entscheidungen ergeben, die auf Grundlage der Inhalte der vorliegenden Marktstudie getroffen werden.

Nachdruck und Fotokopien, auch teilweise, sind unter genauer Angabe der Quelle und mit Hinweis auf erstens die GEFA Exportservice GmbH und die Elfen Co., Ltd. und zweitens die Förderung durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) gestattet.

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft ist für den Inhalt der Marktstudie nicht verantwortlich. Es werden ausschließlich Meinungen und Auffassungen der Verfasser wiedergegeben.

Diese Publikation wird vom BMEL unentgeltlich abgegeben. Sie darf nicht im Rahmen von Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.

Weitere Informationen unter

www.bmel.de

[@bmel](https://twitter.com/bmel)

[Lebensministerium](https://www.lebensministerium.de)

www.agrarexportfoerderung.de

