



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

Der Markt für Lebensmittel allgemein in Japan

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und
Ernährungswirtschaft / Juli 2024

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	5
Abbildungsverzeichnis	5
Abkürzungsverzeichnis	5
1. Executive Summary	7
2. Einleitung	8
3. Politik und Wirtschaft im Überblick	9
3.1 Politischer Hintergrund	10
3.2 Wirtschaft, Struktur und Entwicklung	10
3.3 Internationale Beziehungen	11
3.4 Agrar- und lebensmittelpolitische Entwicklungen	11
4. Eigenproduktion, Verbrauch, Konsumverhalten und Preisentwicklung	13
4.1 Eigenproduktion	13
4.2 Verbrauch und Konsumverhalten	15
4.3 Preisentwicklung	17
5. Handel mit Lebensmitteln	19
5.1 Lebensmitteleinführen gesamt	19
5.2 Lebensmitteleinführen aus der EU	21
5.3 Lebensmittelexporte zwischen Deutschland und Japan	22
6. Distribution und Preisniveau	25
6.1 Import und Großhandel	25
6.2 Einzelhandel	27
6.2.1 Supermärkte	27
6.2.2 Convenience Stores	28
6.3 Einzelhandelspreise	29
6.4 Preiskalkulation für importierte Lebensmittel	29
7. Rechtliche Rahmenbedingungen für Einfuhr und Vertrieb von Lebensmitteln	30
7.1 Zoll, Einfuhr, Dokumentation und Lebensmittelkennzeichnung	30
7.1.1 Lebensmitteleinfuhr	30
7.1.2 Präferenzieller Zugang	31
7.1.3 Analysezertifikat	31
7.1.4 Lebensmittelzusatzstoffe/-additive	31
7.1.5 Kennzeichnungspflichten und Etikettierung	32
7.2 Spezifische Regelungen	32
7.2.1 Fleisch	32
7.2.2 Molkereierzeugnisse	33
7.2.3 Wein	33
7.2.4 Einzelhandelsrichtlinien: Die 2/3-Regel	34

8. Produktanpassung und praktische Aspekte des Marketings	35
9. SWOT-Analyse	36
10. Übersicht über wichtige Messen.....	37
11. Adressdaten bedeutender Marktakteure	38
11.1. Öffentliche Stellen	38
11.2. Verbände	40
11.3. Importeure.....	42
11.4. Großhändler.....	61
11.5. Hersteller	64
11.6. Einzelhändler	69

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Wirtschaftsdaten kompakt Japan.....	9
Tabelle 2: Japans Selbstversorgungsrate für ausgewählte Lebensmittel in 2022 (%).....	13
Tabelle 3: Umsätze in der Agrar- und Lebensmittelwirtschaft in Japan 2022.....	14
Tabelle 4: Wichtigste japanische Lebensmittelhersteller (Auswahl).....	14
Tabelle 5: Pro-Kopf-Verbrauch ausgewählter Produkte 2022 (kg).....	15
Tabelle 6: Verbraucherpreissteigerungen von ausgewählten Produktgruppen zwischen 2020. und April 2024 (in %).....	17
Tabelle 7: Japans Agrarimporte in Tsd. EUR in den Jahren 2019 - 2023.....	19
Tabelle 8: Marktanteile und Importwerte der Agrar- und Lebensmittelimporte (HS 1-24) der.. wichtigsten Handelspartner Japans 2023.....	21
Tabelle 9: Marktanteile und Importwerte der Agrar- und Lebensmittelimporte (HS 1-24) der.. wichtigsten europäischen Handelspartner Japans 2023.....	21
Tabelle 10: Agrar- und Lebensmittelausfuhren von Deutschland nach Japan 2023.....	22
Tabelle 11: Vertrieb von Lebensmitteln nach Vertriebskanal (Einzelhandelsstufe, nur..... Lebensmittel) 2023.....	27
Tabelle 12: Bedeutendste Supermärkte Japans (Fiskaljahr April 2022 – März 2023).....	28
Tabelle 13: Verbraucherpreise ausgewählter Produktgruppen (10. – 12. Juni 2024).....	29

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lebensmittelausfuhren von Deutschland nach Japan 2015 - 2023.....	24
Abbildung 2: Typischer Distributionsweg für importierte Lebensmittel in Japan (eigene..... Darstellung).....	26
Abbildung 3: Preiskalkulation für importierte Lebensmittel am Beispiel Wein	Error! Bookmark not defined.

Abkürzungsverzeichnis

ALIC	Agriculture and Livestock Industries Corporation
Bio.	Billionen
BLE	Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
CAA	Consumer Affairs Agency
EUR	Euro
GTAI	Germany Trade and Invest
HoReCa	HOtel/REstaurant/CAtering
HS	Harmonized System

JEFTA	Japan-EU Free Trade Agreement
JFCRF	Japan Food Chemical Research Foundation
JPY	Japanischer Yen
LDP	Liberaldemokratische Partei
MAFF	Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries
MHLW	Ministry of Health, Labour and Welfare
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
NSAJ	National Supermarket Association of Japan
REX	Registered Exporter
Tsd.	Tausend
USD	US-Dollar
WTO	World Trade Organization

1. Executive Summary

Diese Marktstudie gibt einen umfassenden Überblick über den Lebensmittelmarkt in Japan und richtet sich an deutsche Unternehmen, die diesen Markt für den Export evaluieren möchten. Sie enthält unter anderem einen gesamtwirtschaftlichen Überblick, aktuelle Zahlen zu Eigenproduktion, Verbrauch und dem Handel mit Lebensmitteln, sowie Einblicke in die Charakteristiken der Lebensmitteldistribution in Japan inklusive der bedeutendsten Absatzkanäle.

Japan ist die viertgrößte Volkswirtschaft der Welt mit einer Bevölkerung von ca. 123 Mio. Einwohnern. Die Wirtschaft zeichnet sich durch eine hohe Kaufkraft und einen gut entwickelten Einzelhandel aus. Durch den geringen Selbstversorgungsgrad von 38 % (kalorienbasiert) importiert Japan jährlich Lebensmittel im Wert von etwa 70 Mrd. EUR (2023). Deutschlands Fußabdruck im japanischen Lebensmittelmarkt ist dabei mit einem Einfuhrwert von etwa 466 Mio. EUR noch ausbaufähig.

Exporteure arbeiten in der Regel mit einem japanischen Importeur zusammen, der die eingeführten Produkte direkt oder über einen Großhändler an den Einzelhandel, den Hotel/Restaurant/Café-Bereich (HoReCa) oder ein weiterverarbeitendes Unternehmen liefert. Die lebensmittelverarbeitende Wirtschaft in Japan ist stark und es gibt bedeutende auch global agierende Unternehmen. Der Lebensmitteleinzelhandel ist fragmentiert. Etwa 23.000 Supermarktfilialen werden von 890 oft regional agierenden Supermarktketten betrieben. Hinzu kommen etwa 56.000 Convenience Stores, die im Franchise-Modell von im Wesentlichen drei Unternehmen (Seven & I Holdings, FamilyMart Co., Ltd. und Lawson, Inc.) dominiert werden.

Japanische Verbraucher verwendeten im Jahr 2023 etwa 27 % der Haushaltsausgaben für Lebensmittel (inkl. Außer-Haus-Verzehr). Eine hohe Produktqualität, innovative Produkte und Produktneuheiten werden dabei besonders geschätzt. Anpassungen an das Produkt selbst sowie die Verpackungsgröße sind für eine erfolgreiche Vermarktung in den meisten Fällen unabdingbar.

Der japanische Lebensmittelmarkt bietet deutschen Exporteuren erhebliche Chancen. Eine gründliche Marktanalyse und Anpassung an die lokalen Anforderungen sind jedoch entscheidend für den Markterfolg. Die vorliegende Marktstudie liefert hierfür wertvolle Informationen und Handlungsempfehlungen.

2. Einleitung

Diese Marktstudie beleuchtet den japanischen Lebensmittelmarkt aus verschiedenen Blickwinkeln. Sie soll deutschen Lebensmittelexporteurern helfen, den japanischen Lebensmittelmarkt besser zu verstehen und die Marktchancen differenziert zu bewerten.

Sie beginnt bei den allgemeinen politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen (Kapitel 2), befasst sich mit der heimischen Produktion und den Konsumgewohnheiten (Kapitel 3) sowie dem Handel mit Lebensmitteln (Kapitel 4). Die bedeutendsten Distributionskanäle werden in Kapitel 5 beschrieben. Kapitel 6 erläutert die Einfuhrbestimmungen und die rechtlichen Aspekte des Lebensmittelimports. Nach der Darstellung einiger praktischer Aspekte in Bezug auf Produktanpassungen (Kapitel 7), fasst Kapitel 8 die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken des japanischen Marktes in einer SWOT-Analyse zusammen. Im Anhang werden wichtige Marktakteure sowie relevante Branchenevents aufgelistet.

Zur Vereinheitlichung der Darstellung werden alle Währungen ausschließlich in Euro (EUR) und japanischen Yen (JPY) angegeben. Für den Wechselkurs wird der durchschnittliche Wechselkurs für 2023 gemäß der Europäischen Zentralbank von 1 EUR = 151,99 JPY¹ verwendet.²

¹ European Central Bank (2024): https://www.ecb.europa.eu/stats/policy_and_exchange_rates/euro_reference_exchange_rates/html/eurofxref-graph-jpy.en.html (aufgerufen am 08.08.2024).

² Aufgrund der starken Währungsschwankungen in den letzten Monaten sind die Werte mit Vorsicht zu betrachten.

3. Politik und Wirtschaft im Überblick

In folgendem Kapitel werden die allgemeinen politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen Japans dargestellt.

Tabelle 1: Wirtschaftsdaten kompakt Japan³

Hauptstadt	Tokio
Fläche	377.974 km ²
Einwohner	123,3 Mio. (2023)
Bevölkerungsdichte	327,2 Einwohner/km ² (2023)
Bevölkerungswachstum	-0,5 % (2023)
Fertilitätsrate	1,3 Geburten/Frau (2023)
Geburtenrate	6,6 Geburten/1.000 Einwohner (2023)
Altersstruktur	0 – 14 Jahre: 11,5 %; 15 – 24 Jahre: 9,3 %; 25 – 64 Jahre: 49,2 %; 65 Jahre und darüber: 30,1 % (2023)
Arbeitslosenquote	2,6 % (2023)
Geschäftssprachen	Japanisch, Englisch
WTO-Mitgliedschaft	Ja, seit 01.01.1995
Freihandelsabkommen	JEFTA (seit 01.02.2019), ASEAN-JAPAN Comprehensive Economic Partnership Agreement, Comprehensive and Progressive Agreement for Trans Pacific Partnership (CPTPP, ratifiziert am 06.07.2018); RCEP (Regional Comprehensive Economic Partnership) seit 01.01.2022 in Kraft; zu bilateralen Abkommen siehe www.wto.org -> Trade Topics, Regional Trade Agreements, RTA Database, By country/territory.
Währung (Kurs)	JPY (1 EUR ≈ 151,99 JPY) (Durchschnitt des Jahres 2023 laut Europäischer Zentralbank)
Bruttoinlandsprodukt (nom.)	591.881 Mrd. JPY (2023)
BIP je Einwohner (nom.)	4.749.433 JPY, also etwa 31.248 EUR (2023)
Inflationsrate	3,3 % (2023)

³ GTAI (2024): Wirtschaftsdaten kompakt Japan (https://www.gtai.de/resource/blob/18394/10dde1d225913f95f5216b57fff866d1/GTAI-Wirtschaftsdaten_Mai_2024_Japan.pdf) (aufgerufen am 08.08.2024).

3.1 Politischer Hintergrund

Seit Inkrafttreten der Verfassung am 03.05.1947 ist Japan eine zentralistisch organisierte, parlamentarische Monarchie. Der japanische Kaiser (Tennō) repräsentiert als Monarch das japanische Volk im In- und Ausland, dient aber lediglich als Staatssymbol für Japan ohne jeglichen politischen Einfluss. Die Souveränität liegt im japanischen Volk begründet. Die Legislative besteht, ähnlich wie im britischen Modell, aus einem Zweikammerparlament mit Ober- und Unterhaus. Die stärkste Partei des Unterhauses stellt durch Wahl das Kabinett und den Premierminister. Diese bilden die exekutive Gewalt. An der Spitze der Judikative steht der Oberste Gerichtshof.

Seit 1994 stellt die Liberaldemokratische Partei (LDP), mit einer kurzen Unterbrechung von 2009 – 2012, die Regierung. Der amtierende Premierminister ist Fumio Kishida (ebenfalls LDP), der das Amt im September 2021 als 64. Ministerpräsident Japans von seinem Vorgänger Yoshihide Suga übernahm.

3.2 Wirtschaft, Struktur und Entwicklung

Die Ressourcenarmut Japans führt zu einer starken Abhängigkeit der Wirtschaft von Importen, zum anderen ist sie aber auch Motor für Innovationen und die Entwicklung neuer Technologien. Die japanische Wirtschaft ist geprägt von einem ungleichen Dualismus zwischen Unternehmensnetzwerken, den sogenannten Keiretsu, die meist auch international tätig sind, sowie kleinen und mittelständischen Unternehmen, die vor allem als Zulieferer dienen.

Japan hat seit Ende der 1990er Jahre bereits die höchste Staatsverschuldung unter den Industrieländern. Diese ist im Jahr 2023 als Folge der Wirtschafts- und Finanzkrise, des Wiederaufbaus der betroffenen Region nach dem Erdbeben vom 11.03.2011 sowie der erhöhten Ausgaben während der Corona-Pandemie und erhöhten Rohstoffpreisen auf 265,95 % des Bruttoinlandsproduktes gestiegen.⁴ Japan ist die viertgrößte Volkswirtschaft nach China, den USA und Deutschland (auf Grundlage des BIPs) und setzt weiterhin weltweit Maßstäbe – sowohl für traditionelle Märkte als auch für Zukunftsmärkte. Innovationsfähigkeit, Kaufkraft und die Stärke der japanischen Industrie gewährleisten, dass das Land weiterhin eine globale Spitzenposition einnimmt. So gehört Japan in wichtigen Zukunftssektoren wie beispielsweise der Robotik, der Automobilindustrie, der Medizintechnik und im Bereich der Wasserstofftechnik zu den führenden Ländern mit sehr hoher Innovationskraft.

⁴ Trading Economics (2024): <https://tradingeconomics.com/japan/government-debt-to-gdp#:~:text=Japan%20recorded%20a%20Government%20Debt,percent%20of%20GDP%20in%201980> (aufgerufen am 24.06.2024).

Eine große Herausforderung für die Wirtschaft, aber auch für die Politik im Land stellt der demographische Wandel dar. Die stark abnehmende Geburtenrate führt zu einer drastischen Überalterung der japanischen Gesellschaft. Schon jetzt haben mehr als 30 % der Bevölkerung ein Lebensalter von über 65 Jahren erreicht.⁵

3.3 Internationale Beziehungen

Japan ist ebenso wie Deutschland von einer stark exportorientierten Wirtschaft geprägt. Da der Binnenmarkt aufgrund der Überalterung und dem Rückgang der Einwohnerzahlen stagniert, wurde ein unzureichendes Wachstum nach der Immobilienkrise im Jahr 1989 über einen Zuwachs in der Ausfuhrleistung ausgeglichen. Traditionell starke Handelspartner Japans sind, außer der Volksrepublik China und den USA, auch Australien, Saudi-Arabien und die Vereinigten Arabischen Emirate als Rohstofflieferanten. Die Handelsbilanz des von importierten Energieträgern abhängigen Japans ist dabei sehr von internationalen Rohstoffpreisen abhängig.

Deutschland importiert mehr Waren aus Japan, als es dorthin exportiert. Die deutschen Einfuhren erreichten 2023 einen Wert von 25,5 Mrd. EUR, während die Ausfuhren nach Japan 20,5 Mrd. EUR betragen. Zu den Hauptwaren, die gehandelt wurden, gehörten chemische Produkte, Elektronik, Elektrotechnik, Fahrzeuge und Fahrzeugteile und Maschinen. Nach China ist Japan für Deutschland zweitwichtigster Handelspartner in Asien.⁶

Seit 2019 besteht zwischen der EU und Japan ein Freihandelsabkommen (Japan-EU Free-Trade Agreement, JEFTA), welches für stärkere wirtschaftliche und politische Beziehungen sorgen soll. Insbesondere sollen die Zölle auf EU-Exporte nach Japan um ungefähr 90 % und nach den Übergangsfristen sogar um bis zu 97 % sinken.

3.4 Agrar- und lebensmittelpolitische Entwicklungen

Im Jahr 2022 betrug Japans kalorienbasierte Selbstversorgungsrate mit Lebensmitteln etwa 38 %. Angesichts des Durchschnittsalters von rund 69 Jahren unter den 1,16 Mio. Landwirtinnen und Landwirten ist die Ernährungssicherheit ein zentrales politisches Thema geworden. Die Regierung hat sich das Ziel gesetzt, die Selbstversorgungsrate bis 2030 auf 45 % zu erhöhen.⁷

⁵ GTAI (2024): Wirtschaftsdaten kompakt Japan (https://www.gtai.de/resource/blob/18394/903b500f99d8387b6ba9db56d1effc75/GTAI-Wirtschaftsdaten_Mai_2024_Japan.pdf) (aufgerufen am 08.08.2024).

⁶ Auswärtiges Amt (29.02.2024): <https://www.auswaertiges-amt.de/de/service/laender/japan-node/bilateral/213038#:~:text=Das%20deutsch%20japanische%20Handelsvolumen%20hielt,%E2%82%AC> (aufgerufen am 03.07.2024).

⁷ The Japan News (03.06.2024): <https://japannews.yomiuri.co.jp/editorial/yomiuri-editorial/20240603-189850/> (aufgerufen am 17.06.2024).

Die im Jahr 2022 verabschiedete Strategie für nachhaltige Ernährungssysteme, "Midori" (übersetzt: „Grün“), setzt neue Standards für nachhaltige Ernährungssysteme entlang der gesamten Wertschöpfungskette, von der landwirtschaftlichen Produktion bis zur Ernährung. Zu den Zielen gehören die Klimaneutralität der landwirtschaftlichen Produktion bis 2050, die Reduktion chemischer Pestizide und Düngemittel sowie die Erweiterung der ökologisch bewirtschafteten landwirtschaftlichen Fläche auf eine Mio. Hektar bis 2050, was 25 % der gesamten landwirtschaftlichen Nutzfläche entspricht.⁸

⁸ MAFF (2023): Japan's Strategy for Sustainable Food Systems (Strategy MIDORI), and Climate-Smart Agriculture (https://www.maff.go.jp/e/policies/env/env_policy/04_Strategy_MIDORI_and_Climate-Smart_Agriculture.pdf) (aufgerufen am 08.08.2024).

4. Eigenproduktion, Verbrauch, Konsumverhalten und Preisentwicklung

Angesichts der niedrigen Selbstversorgungsrate ist Japan stark auf Lebensmittelimporte aus dem Ausland angewiesen. Im Jahr 2023 beliefen sich die Lebensmittelimporte auf über 70 Mrd. EUR (siehe Kapitel 5). In diesem Kapitel werden zunächst die Merkmale des japanischen Lebensmittelmarktes, einschließlich Eigenproduktion, Verbrauch, sowie Konsumverhalten und Preisentwicklung detailliert untersucht.

4.1 Eigenproduktion

Auch wenn die Selbstversorgung mit Lebensmitteln insgesamt gering ausfällt, gibt es erhebliche Unterschiede zwischen den verschiedenen Warengruppen. Historisch legt Japan besonderen Wert auf die Selbstversorgung mit Reis, während es zum Beispiel bei Getreide eine extreme Abhängigkeit von Importen gibt (siehe Tabelle 2).

Tabelle 2: Japans Selbstversorgungsrate für ausgewählte Lebensmittel in 2022 (%)⁹

Produkt	Selbstversorgungsrate
Reis	99 %
Weizen	15 %
Gerste	12 %
Kartoffeln	70 %
Sojabohnen	6 %
Gemüse	79 %
Obst	39 %
Rindfleisch*	39 %
Schweinefleisch*	49 %
Geflügelfleisch*	64 %
Molkereierzeugnisse*	62 %
Meeresfrüchte	54 %
Lebensmittel gesamt	38 %

*ohne Berücksichtigung der Futtermittelselbstversorgungsrate.

Im Jahr 2022 erwirtschaftete Japans Land-, Forst- und Fischereiindustrie rund 83,6 Mrd. EUR. Aus Tabelle 3 geht zusätzlich hervor, dass die weiterverarbeitende Industrie stark entwickelt ist. Importierte Rohwaren werden häufig von japanischen Unternehmen weiterverarbeitet, sodass das Endprodukt für die Konsumentinnen und Konsumenten einheimisch wirkt, auch wenn ein Großteil der Inhaltsstoffe aus dem Ausland stammt.

⁹ MAFF (2023): https://www.maff.go.jp/j/zyukyu/zikyu_ritu/012.html (aufgerufen am 18.06.2024).

Tabelle 3: Umsätze in der Agrar- und Lebensmittelwirtschaft in Japan 2022¹⁰

Kategorie	JPY	EUR
Agrar-, Forst- und Fischereiwirtschaft	12,7 Bio.	83,61 Mrd.
Lebensmittelproduktion (ohne Werkstoffzulieferung)	38,38 Bio.	252,52 Mrd.
Außer-Haus-Lebensmittelservice	21,32 Bio.	140,29 Mrd.
Lebensmitteleinzelhandel (nur Lebensmittel, ohne non-Food) ¹¹	27,93 Bio.	183,82 Mrd.
Gesamt	100,35 Bio.	660,24 Mrd.

Zu den bedeutendsten Lebensmittelherstellern zählen:

Tabelle 4: Wichtigste japanische Lebensmittelhersteller (Auswahl)¹²

Unternehmen	Umsatz (2023) in EUR	Anzahl Mitarbeiter	Beschreibung
Ajinomoto	9,5 Mrd.	34.556	Ein globaler Marktführer für Gewürze, verarbeitete Lebensmittel und Aminosäuren.
Calbee	1,8 Mrd.	4.939	Calbee ist auf Snacks spezialisiert und bekannt für Kartoffelchips.
Kikkoman	4,3 Mrd.	7.521	Kikkoman ist bekannt für seine Sojasauce, aber auch eine Vielzahl von weiteren Soßen und Gewürzen.
Kirin	14 Mrd.	30.183	Kirin ist in den Bereichen Bier, Soft Drinks und funktionelle Getränke tätig.
Meiji	7,2 Mrd.	17.270	Ein wichtiger Akteur im Bereich Milchprodukte und Süßwaren.
Nissin Foods	9,5 Mrd.	15.227	Bekannt für die Erfindung der Instant-Nudeln, ist Nissin ein bedeutender Akteur im Convenience-Food-Segment.
Asahi	18,2 Mrd.	28.724	Asahi hat sich zunächst im Biermarkt etabliert, verfügt jedoch über ein sehr breites Portfolio weiterer Lebensmittel.

¹⁰ e-Stat (2024): 令和 4 年農業・食料関連産業の経済計算 (übersetzt: „Wirtschaftliche Berechnung der Landwirtschaft und der Nahrungsmittelindustrie, 2022“) (https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00500001&bunya_l=07&tstat=000001015854&cycle=7&tclass1=000001032174&tclass2=000001215120&stat_id=000040155880&tclass3val=0) (aufgerufen am 08.08.2024).

¹¹ METI (2024): 2023 年小売業販売を振り返る (übersetzt: „2023 Rückblick auf den Einzelhandelsumsatz“) (<https://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/minikeizai/pdf/h2amini166j.pdf>) (aufgerufen am 08.08.2024).

¹² Vgl. Finanzberichte der jeweiligen Unternehmen.

Unternehmen	Umsatz (2023) in EUR	Anzahl Mitarbeiter	Beschreibung
Suntory	19,4 Mrd.	41.511	Das Unternehmen ist bekannt für seine alkoholischen Getränke, insbesondere Whiskey und Bier. Suntory ist darüber hinaus auch in den Bereichen Gesundheit, Lebensmittel allgemein und Softdrinks aktiv.

4.2 Verbrauch und Konsumverhalten

Auf Verbrauchsseite gaben japanische Haushalte 2023 im Durchschnitt 27,1 % der Gesamtausgaben für Lebensmittel aus. Diese Angabe schließt den Außer-Haus-Verzehr mit ein, welcher 4,7 % der Gesamtausgaben ausmacht.¹³ In Deutschland wurden hingegen im Jahr 2023 durchschnittlich 14,7% der Konsumausgaben für Lebensmittel ausgegeben.¹⁴

Die Ernährungsgewohnheiten der Japanerinnen und Japaner unterscheiden sich von westlichen Essgewohnheiten. Dies umfasst beispielsweise einen höheren Verbrauch von Reis, jedoch einen geringeren Verzehr von Fleisch (siehe Tabelle 5).

Tabelle 5: Pro-Kopf-Verbrauch ausgewählter Produkte 2022 (kg)¹⁵

Produkt	Pro-Kopf-Verbrauch Japan (kg)
Reis	56,1 kg
Weizen	40,6 kg
Kartoffeln	23,4 kg
Hülsenfrüchte	9,3 kg
Gemüse	101,4 kg
Obst	45,1 kg
Rindfleisch	9,9 kg
Schweinefleisch	20,8 kg
Geflügelfleisch	20,5 kg
Molkereierzeugnisse	93,9 kg
Meeresfrüchte	40,4 kg
Öle & Fette	18,5 kg

¹³ Statistics Bureau of Japan (06.02.2024): <https://www.stat.go.jp/english/data/sousetai/es23.html> (aufgerufen am 18.06.2024).

¹⁴ Statista (01.03.2024): <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/75719/umfrage/ausgaben-fuer-nahrungsmittel-in-deutschland-seit-1900/> (aufgerufen am 09.08.2024).

¹⁵ MAFF (07.08.2023): <https://www.maff.go.jp/i/zyukyu/fbs/> (aufgerufen am 18.06.2024).

Eine Umfrage des Ministeriums für Landwirtschaft, Forstwirtschaft und Fischerei (MAFF) hat ergeben, dass für japanische Verbraucherinnen und Verbraucher „Made in Japan“ und der Preis von Lebensmitteln beim Einkauf besonders entscheidend sind. Auf die Frage, was ihnen beim Kauf von Lebensmitteln oder beim Außer-Haus-Verzehr wichtig ist, antworteten 39 % der Befragten, dass das Produkt möglichst aus Japan stammen sollte. Damit ist das Herkunftskriterium das Wichtigste für die japanischen Verbraucher. Für 38,1 % der Befragten spielte der Preis eine ähnlich bedeutende Rolle: Sie bevorzugten einen möglichst niedrigen Preis bei vergleichbaren Produkten.¹⁶ Eine Erklärung für die Bedeutung des „Made in Japan“-Kriteriums ist, dass japanische Konsumenten viel Wert auf die Lebensmittelsicherheit legen. Heimische Lebensmittel werden dabei in der Regel als am sichersten betrachtet.¹⁷

Trotz der vergleichsweise hohen Lebenshaltungskosten in Japan, ist die Bereitschaft für qualitative Lebensmittel mehr zu zahlen, hoch.¹⁸ Allerdings hat sich die Rolle des Preiskriteriums beim (Lebensmittel-) Einkauf insbesondere seit der Jahrtausendwende als weiterer wichtiger Kaufgrund entwickelt. Zu Beginn des 21. Jahrhunderts erlebte das Einkaufen in Japan einen erheblichen Wandel, der durch wirtschaftliche Stagnation, technologische Fortschritte und eine wachsende Kluft zwischen den Generationen geprägt war. Angesichts des sinkenden Verbrauchervertrauens legen die japanischen Käufer nun größeren Wert auf preisbewusstes Einkaufen, was zu einem Anstieg günstiger Paritätsprodukte auf einem ehemals luxurorientierten Markt führte. Unverändert geblieben sind die hohen Ansprüche an das Preis-Leistungs-Verhältnis, die Unternehmen dazu zwingen, in die Qualität ihres Service zu investieren, um die Kundenzufriedenheit zu gewährleisten.¹⁹ Angesichts der derzeit historisch hohen Lebensmittelinflation (siehe Kapitel 3.3) ist zu erwarten, dass das Preiskriterium beim Einkauf weiterhin an Bedeutung gewinnen wird.

Auf der anderen Seite gibt es ein hohes Bewusstsein und hohe Zahlungsbereitschaft für Qualität seitens japanischer Konsumenten.²⁰ In Japan bedeutet Qualität, dass jedes Detail eines Produkts höchsten Ansprüchen genügt und kontinuierlich optimiert wird. Zufriedene japanische Kunden tendieren dazu, wieder Produkte desselben Unternehmens zu kaufen, sei es dasselbe oder ein anderes. Doch sollten die Kunden mit der Qualität unzufrieden sein, werden sie nicht nur dieses Produkt, sondern wahrscheinlich zukünftig auch keine weiteren Produkte dieses Unternehmens erneut kaufen.²¹

¹⁶ MAFF (31.03.2023): <https://www.maff.go.jp/i/press/kanbo/ano/230331.html> (aufgerufen am 19.06.2024).

¹⁷ Chieko Nakabayashi (2020): Promoting your products on the Japanese market (https://www.eu-japan.eu/sites/default/files/webinar_notes_-_promoting_your_products_on_the_japanese_market.pdf) (aufgerufen am 08.08.2024).

¹⁸ USDA (2020): Opportunities for Health Food Exports in Japan (<https://fas.usda.gov/sites/default/files/2020-11/iatr-japan-final.pdf>) (aufgerufen am 08.08.2024).

¹⁹ Statista (26.02.2024): <https://www.statista.com/topics/7985/shopping-behavior-in-japan/> (aufgerufen am 03.07.2023).

²⁰ USDA (2015): 10 Reasons Why Japan Is Essential For U.S. Agriculture (<https://www.usdajapan.org/wp-content/uploads/2015/07/10-Reasons-Why-Japan-is-Important-for-US-AG-201107-1.pdf>) (aufgerufen am 08.08.2024).

²¹ Prof. Dr. Parissa Haghirian (2021): JAPANESE CONSUMERS' BEHAVIOR: BY AGE AND GENDER (https://cdnw8.eu-japan.eu/sites/default/files/2021-01-japanese-consumers-behavior_0.pdf) (aufgerufen am 08.08.2024).

Neben einer höheren Qualität gibt es weitere Gründe, weshalb japanische Konsumenten zu bestimmten Gelegenheiten höherpreisige Produkte derselben Kategorie kaufen. Beispielsweise gibt es das Konzept des kleinen Luxus als Belohnung, das als „Gohoubi“ bekannt ist. Ein „Gohoubi“-Produkt ist oft eine gehobene und teurere Version eines Produkts derselben Kategorie und wird als kleine oder größere Belohnung für sich selbst erworben. Viele japanische Lebensmittelhersteller sowie einige ausländische Lebensmittel mit einem höheren Preisniveau als vergleichbare Produkte derselben Kategorie, fokussieren ihre Marketingstrategie auf ebendiesem Konzept der Selbstbelohnung.

Für den Einkauf im Supermarkt spielen insbesondere auch die geringeren Wohn- und Lagerflächen eine Rolle. Dies führt zu regelmäßigen Einkäufen mit geringer Artikelzahl pro Einkauf. Durchschnittlich werden beim Einkauf im Supermarkt werktags 2.191 JPY (etwa 14,42 EUR) für durchschnittlich 10,1 Artikel und am Wochenende 2.665 JPY (etwa 17,53 EUR) für durchschnittlich 11,5 Artikel ausgegeben (2023).²² 60 % der Verbraucherinnen und Verbraucher nutzen dafür zwei bis drei verschiedene Supermärkte für ihren Lebensmitteleinkauf. 30 % der Verbraucherinnen und Verbraucher nutzen sogar vier bis fünf verschiedene Supermärkte.²³

4.3 Preisentwicklung

Angesichts der Inflation der letzten Jahre gewinnt auch das Preiskriterium beim Kauf von Lebensmitteln in Japan zunehmend an Bedeutung. Zwischen 2020 und April 2024 sind die Lebensmittelpreise für Konsumentinnen und Konsumenten im Durchschnitt um 16,4 % gestiegen. Dies ist eine geringere Verteuerung als in anderen Regionen: In den USA stiegen die Verbraucherpreise für Lebensmittel im gleichen Zeitraum um 23 %, in der EU sogar um knapp 31 %.²⁴ Allerdings sind die Lebensmittelpreise in Japan historisch gesehen seit den 1990er Jahren stabil und auch die Einkommen der japanischen Haushalte sind im selben Zeitraum nicht gestiegen. Vor diesem Hintergrund werden die Preiserhöhungen sehr kritisch beobachtet.

Tabelle 6: Verbraucherpreissteigerungen von ausgewählten Produktgruppen zwischen 2020 und April 2024 (in %)²⁵

Produkt	Preissteigerung
Brot	21,00 %
Fisch & Meeresfrüchte	25,10 %
Getreide	15,10 %

²² NSAJ (2024): スーパーマーケット白書 (übersetzt: „Supermarkt-Weißbuch“) (<https://www.super.or.jp/wp/wp-content/uploads/2024/02/NSAJ-Supermarket-hakusho2024.pdf>) (aufgerufen am 08.08.2024).

²³ NSAJ (2024): ebenda.

²⁴ MAFF (2024): <https://www.maff.go.jp/j/zyukyu/anpo/kouri/attach/pdf/index-21.pdf> (aufgerufen am 18.06.2024).

²⁵ e-Stat (31.05.2024): <https://www.e-stat.go.jp/en/dbview?sid=0003427113> (aufgerufen am 18.06.2024).

Produkt	Preissteigerung
Hähnchen	11,70 %
Molkereierzeugnisse	18,40 %
Nudeln	21,90 %
Reis	2,20 %
Rind (heimische Produktion)	7,00 %
Rind (importiert)	30,00 %
Schwein (heimische Produktion)	15,70 %
Schwein (importiert)	13,60 %
Weizenmehl	27,00 %
Lebensmittel gesamt	16,40 %

Preissteigerungen in der landwirtschaftlichen Produktion werden nicht vollständig an die Konsumentinnen und Konsumenten weitergereicht. Die Preise für landwirtschaftliche Inputs wie Dünger und Futtermittel stiegen beispielsweise zwischen 2020 und 2023 um etwa 21,3 %. Doch diese Kostensteigerungen in der landwirtschaftlichen Produktion werden nicht vollständig an den Lebensmitteleinzelhandel und letztlich an die Endverbraucherinnen und -verbraucher weitergegeben. Vielmehr nehmen die verschiedenen Akteure entlang der Wertschöpfungskette finanzielle/wirtschaftliche Abstriche in Kauf.²⁶

²⁶ Nikkei (11.06.2024): <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUA117K70R10C24A6000000/> (aufgerufen am 18.06.2024).

5. Handel mit Lebensmitteln

Japan ist einer der größten Lebensmittelimporteure weltweit. Im Jahr 2023 wurden Lebensmittel im Wert von etwa 70 Mrd. EUR importiert.²⁷ Im folgenden Kapitel wird der Handel Japans mit Lebensmitteln untersucht. Dabei wird neben einer globalen und europäischen Perspektive auch die Position Deutschlands im Kontext der japanischen Lebensmitteleinfuhren betrachtet.

5.1 Lebensmitteleinfuhren gesamt

Die wichtigsten Warengruppen für Japans Agrarimporte nach Wert sind Fleisch und Fisch, mit einem Importwert von jeweils über 9 Mrd. EUR im Jahr 2023. Ebenfalls hoch sind die Einfuhren von Getreide (ca. 7,5 Mrd. EUR), Zubereitungen aus Fleisch und Fisch (ca. 5,7 Mrd. EUR) sowie Ölsamen mit etwa 5,3 Mrd. EUR Einfuhrwert (vgl. Tabelle 7).

Tabelle 7: Japans Agrarimporte in Tsd. EUR in den Jahren 2019 - 2023²⁸

Warengruppe	2019 (Tsd. EUR)	2020 (Tsd. EUR)	2021 (Tsd. EUR)	2022 (Tsd. EUR)	2023 (Tsd. EUR)
Lebende Tiere	233.394	217.605	259.315	278.690	307.117
Fleisch	9.685.668	9.010.714	9.288.084	10.817.810	9.157.564
Fische, Krebs- und Weichtiere	10.308.971	8.709.168	9.199.805	11.152.229	9.292.400
Milch, Milcherzeugnisse, Eier, Honig	1.715.436	1.629.510	1.538.274	1.897.565	1.877.149
Andere Waren tierischen Ursprungs	640.015	529.754	537.332	608.709	588.573
Pflanzen, Waren des Blumenhandels	536.665	485.191	503.992	544.019	499.542
Gemüse, Pflanzen für Ernährung	2.206.626	2.025.629	2.051.650	2.485.930	2.253.033
Genießbare Früchte und Nüsse	3.095.497	3.086.349	3.015.640	3.127.759	2.886.039
Kaffee, Tee, Mate, Gewürze	1.567.158	1.445.155	1.554.181	2.228.858	1.921.616
Getreide	5.340.013	5.058.275	6.367.615	9.236.598	7.543.467
Müllereierzeugnisse, Malz	464.842	430.330	422.560	589.100	674.941
Ölsamen, Heilpflanzen	4.250.642	4.029.991	4.845.232	6.645.318	5.353.889

²⁷ TradeMap (2024): <https://trademap.org/> (abgerufen am 18.06.2024)

²⁸ TradeMap (2024): <https://trademap.org/> (abgerufen am 18.06.2024)

Warengruppe	2019 (Tsd. EUR)	2020 (Tsd. EUR)	2021 (Tsd. EUR)	2022 (Tsd. EUR)	2023 (Tsd. EUR)
Schellack, Gummen, Harz, Pflanzensaft	319.555	311.966	274.804	365.901	309.881
Flechtstoffe pflanzlichen Ursprungs	152.470	192.508	279.149	412.650	512.854
Tierische und pflanzliche Fette, Öle, Wachs	1.276.575	1.227.126	1.402.033	1.964.696	1.619.140
Zubereitungen von Fleisch, Fisch	5.901.921	5.346.956	5.247.493	6.407.396	5.750.352
Zucker und Zuckerwaren	633.505	612.985	734.992	977.679	1.086.049
Kakao und Zubereitungen aus Kakao	895.296	830.219	876.491	1.049.491	966.260
Zubereitungen aus Getreide , Backwaren	1.167.299	1.202.850	1.202.939	1.452.860	1.311.497
Zubereitungen von Gemüse, Früchten	3.155.728	3.113.757	3.068.224	3.782.799	3.736.232
Verschiedene Lebensmittelzubereitungen	1.495.415	1.436.842	1.463.959	1.786.667	1.557.006
Getränke, alkoholhaltige Flüssigkeiten, Essig	3.270.852	2.931.678	2.923.287	3.712.022	3.512.382
Rückstände der Lebensmittelindustrie, Futter	2.341.935	2.508.648	2.619.601	3.339.007	3.204.101
Tabak	4.906.928	4.769.295	4.598.123	4.559.631	4.268.528
Gesamt	65.562.406	61.142.501	64.274.775	79.423.384	70.189.612

Die wichtigsten Handelspartner Japans für den Import von Lebensmitteln sind die USA, China, Brasilien, Australien, Thailand und Kanada. Deutschland hingegen hat 2023 einen Marktanteil von lediglich 0,66 % am Importmarkt für Lebensmittel nach Japan, was deutlich unter dem Anteil dieser Länder liegt (vgl. Tabelle 8).

Tabelle 8: Marktanteile und Importwerte der Agrar- und Lebensmittelimporte (HS 1-24) der wichtigsten Handelspartner Japans 2023²⁹

Land	Wert (EUR)	Marktanteil
USA	12.814.539.000	18,26 %
China	8.313.634.000	11,84 %
Brasilien	4.926.257.000	7,02 %
Australien	4.706.205.000	6,70 %
Thailand	4.046.880.000	5,77 %
Kanada	3.742.260.000	5,33 %
Deutschland	466.384.000	0,66 %
Andere	31.173.453.000	44,41 %
Gesamt	70.189.612.000	100,00 %

5.2 Lebensmitteleinfuhren aus der EU

Zwischen Japan und der EU besteht seit 2019 ein Freihandelsabkommen (JEFTA), welches auch für den Handel mit Lebensmitteln eine bedeutende Rolle spielt. Neben der Angleichung von nicht-tarifären Handelshemmnissen werden auch die Einfuhrzölle für Lebensmittel erheblich gesenkt. Einige Zollsenkungen wurden bei Inkrafttreten sofort umgesetzt, wie zum Beispiel bei Wein, während andere, wie bei Rindfleisch, stufenweise über maximal 15 Jahre reduziert werden (von 38,5 % auf 9 %). Dieses Abkommen schafft somit bedeutende Chancen für die deutsche und europäische Agrar- und Ernährungswirtschaft. Detaillierte Informationen zu den Zollsenkungen können auf der Access2Markets Database der Europäischen Kommission recherchiert werden.³⁰

Unter den EU-Staaten belegt Deutschland im Jahr 2023 Platz 6 der wichtigsten Handelspartner für den Import von Lebensmitteln nach Japan. Frankreich und Italien sind mit größerem Abstand vor Spanien die stärksten Lebensmittelexporteure nach Japan (vgl. Tabelle 9).

Tabelle 9: Marktanteile und Importwerte der Agrar- und Lebensmittelimporte (HS 1-24) der wichtigsten europäischen Handelspartner Japans 2023³¹

EU-Mitgliedsland	Wert (EUR)	Marktanteil
Frankreich	1.897.520.000	2,70 %
Italien	1.883.961.000	2,68 %
Spanien	1.306.288.000	1,86 %
Niederlande	663.272.000	0,94 %

²⁹ Eigene Berechnung auf Grundlage von TradeMap (2024): <http://trademap.org/> (aufgerufen am 18.06.2024).

³⁰ Vgl. <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home> (aufgerufen am 08.08.2024).

³¹ Eigene Berechnung auf Grundlage von TradeMap (2024): <http://trademap.org/> (aufgerufen am 20.06.2024).

EU-Mitgliedsland	Wert (EUR)	Marktanteil
Dänemark	506.916.000	0,72 %
Deutschland	466.384.000	0,66 %
Belgien	311.900.000	0,44 %

5.3 Lebensmittelexporte zwischen Deutschland und Japan

Japan importierte 2023 Agrar- und Lebensmittelprodukte (HS-Linien 1 – 24) im Wert von etwa 466 Mio. EUR aus Deutschland.³² Die deutschen Exportstatistiken hingegen geben den Wert der Ausfuhren mit etwa 421 Mio. EUR an, was geringer ist (vgl. Tabelle 10). Diese Diskrepanz ist darauf zurückzuführen, dass die Importwerte üblicherweise Fracht- und Versicherungskosten enthalten, während die Exportwerte dies nicht berücksichtigen. Daher bewertet das importierende Land die Importe in der Regel höher als das exportierende Land.

Tabelle 10: Agrar- und Lebensmittelausfuhren von Deutschland nach Japan 2023³³

Warengruppe (2-Steller)	Ausfuhr in (t)	Ausfuhr in (Tsd. EUR)
Lebende Tiere	26	4.342
Fleisch	-	-
Fische, Krebs- und Weichtiere	419	2.242
Milch, Milcherzeugnisse, Eier, Honig	23.261	84.929
Andere Waren tierischen Ursprungs	95	6.440
Pflanzen, Waren des Blumenhandels	18	432
Gemüse, Pflanzen für Ernährung	133	1.659
Genießbare Früchte und Nüsse	57	1.148
Kaffee, Tee, Mate, Gewürze	1.031	10.737
Getreide	7.749	3.892
Müllereierzeugnisse, Malz	63.557	69.884
Ölsamen usw., Heilpflanzen	2.458	23.449
Schellack, Gummen, Harz, Pflanzensaft	556	24.422
Flechtstoffe usw. pflanzlichen Ursprungs	2	20
Tierische und pflanzliche Fette, Öle, Wachs	2.785	6.987
Zubereitungen von Fleisch, Fisch	24	895
Zucker und Zuckerwaren	19.402	44.785
Kakao und Zubereitungen aus Kakao	1.290	11.584
Zubereitungen aus Getreide, Backwaren	2.542	11.139

³² TradeMap (2024): https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?vpm=1%7c392%7c%7c276%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1 (aufgerufen am 18.06.2024).

³³ Statistisches Bundesamt (2024): De-Statistik <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online> (aufgerufen am 17.06.2024).

Warengruppe (2-Steller)	Ausfuhr in (t)	Ausfuhr in (Tsd. EUR)
Zubereitungen von Gemüse, Früchten	4.590	11.545
Verschiedene Lebensmittelzubereitungen	3.992	36.367
Getränke, alkoholhaltige Flüssigkeiten, Essig	15.851	48.709
Rückstände der Lebensmittelindustrie, Futter	1.981	10.250
Tabak	94	5.704
Gesamt	151.912	421.561

Gemäß Abbildung 1 sind die deutschen Agrarausfuhren (HS-Codes 1 – 24) nach Japan zwischen dem Rekordjahr 2019 und 2023 um etwa 24 % von rund 556,2 Mio. EUR auf etwa 421,5 Mio. EUR gesunken. Diese Abnahme lässt sich auf mehrere Faktoren zurückführen. Ein bedeutender Grund dafür findet sich im Ausbruch der Afrikanischen Schweinepest (ASP) in Deutschland, der zu einem sofortigen (temporären) Importverbot für verarbeitetes und unverarbeitetes Schweinefleisch aus Deutschland nach Japan führte. Ein weiterer Faktor war der Abschluss von Freihandelsabkommen Japans mit wichtigen Agrarexporteurern, die ähnlich vorteilhafte Bedingungen für Exporte nach Japan wie das Abkommen zwischen der EU und Japan bieten. Zu nennen sind hier insbesondere das U.S.-Japan Trade Agreement (USJTA) mit den USA und die Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) zwischen den zehn ASEAN-Mitgliedstaaten und fünf weiteren Ländern im Asien-Pazifik-Raum, einschließlich Australien. Hinzu kommen aktuelle Wechselkursentwicklungen. Aufgrund des derzeit schwachen JPYverteuern sich importierte Produkte für japanische Verbraucherinnen und Verbraucher. Der durchschnittliche Wechselkurs im Mai 2024 betrug JPY 168,54 pro 1,00 EUR. Zum Vergleich: Im Durchschnitt des Jahres 2021 lag der Wechselkurs bei JPY 129,88 pro 1,00 EUR.³⁴ Das entspricht einer indirekten Preissteigerung von nahezu 30 %. Dies sorgt für eine aktuell deutlich spürbare Verteuerung für importierte Lebensmittel.

³⁴ Europäische Zentralbank (2024): https://www.ecb.europa.eu/stats/policy_and_exchange_rates/euro_reference_exchange_rates/html/eurofxref-graph-jpy.en.html (aufgerufen am 21.06.2024).

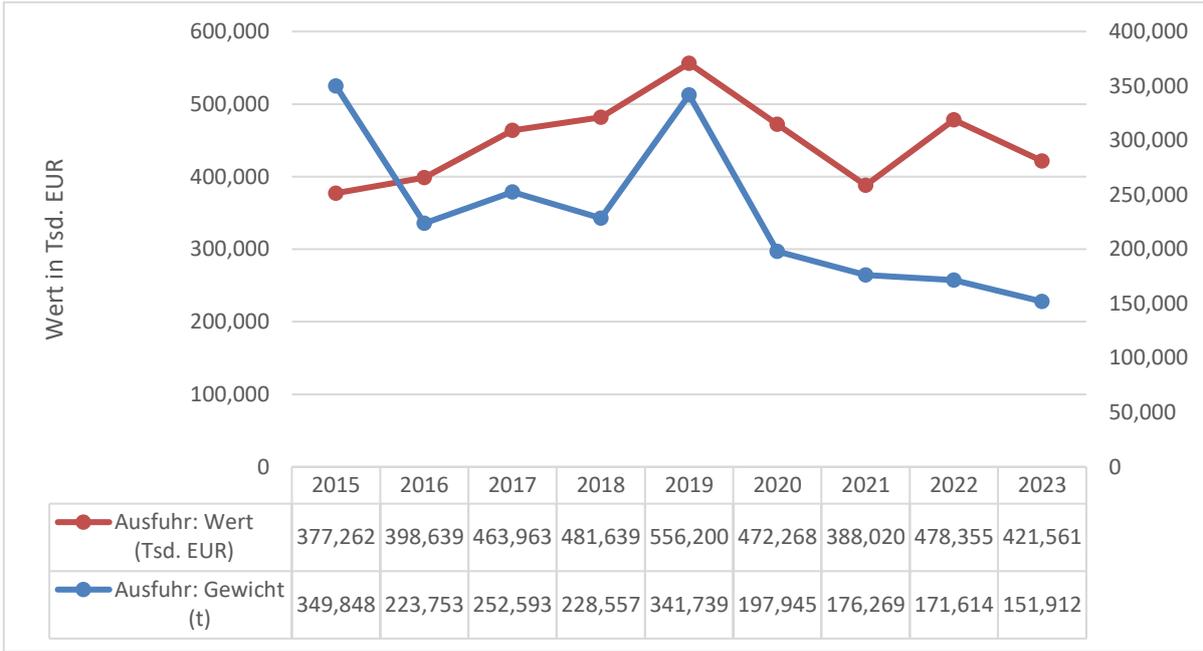


Abbildung 1: Lebensmittelausfuhren von Deutschland nach Japan 2015 - 2023³⁵

³⁵ Statistisches Bundesamt: De-Statist <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online> (aufgerufen am 17.06.2023).

6. Distribution und Preisniveau

In folgendem Kapitel wird die Distribution von Lebensmitteln vom Import über den Großhandel bis zum Einzelhandel näher erläutert. Dabei wird auch die Einzelhandelsstruktur Japans näher beleuchtet. Außerdem wird die Preisstruktur unterschiedlicher Lebensmittel sowie eine beispielhafte Preiskalkulation für importierte Produkte vorgestellt.

6.1 Import und Großhandel

Japanische Einzelhandelsketten verfügen – sofern überhaupt vorhanden – in der Regel nur über einen begrenzten Direktimport, weshalb Exporteure in den meisten Fällen mit einem Importeur zusammenarbeiten. Bei der Wahl des Vertriebspartners stehen hauptsächlich zwei Typen von Unternehmen zur Verfügung: große allgemeine Handelshäuser (Sogo Shousha) und spezialisierte Handelshäuser (Senmon Shousha).

Für ausländische Firmen empfiehlt es sich in den meisten Fällen, mit spezialisierten Handelshäusern zusammenzuarbeiten, die komplementäre Produkte vertreiben. Dabei sollte auch das Netzwerk des Vertriebspartners berücksichtigt werden, da es Aufschluss über die Reichweite und Vermarktungsstrategien geben kann. Eine explizite oder implizite Exklusivvermarktung ist dabei üblich.

Grundsätzlich spielt der Großhandel in Japan noch eine herausragende Rolle. Importeure liefern vor diesem Hintergrund oft nicht direkt an den Einzelhandel, sondern müssen über einen der größeren Großhändler gehen. Zu den bedeutendsten Großhändlern gehören im Lebensmittelbereich u. a.:³⁶

- ITOCHU-SHOKUHIN Co., Ltd. (Itochu Foods);
- KOKUBU GROUP CORP.;
- Mitsubishi Shokuhin Co., Ltd. (Mitsubishi Foods);
- Mitsui & Co. Retail Group, Ltd.;
- Nihon Shurui Hanbai Co., Ltd. (für alkohol. Getränke);
- Nippon Access, Inc..

Das Produkt gelangt also in der Regel über einen Importeur und einen weiteren Großhändler – zum Beispiel einer der oben genannten – in den Einzelhandel. Dies gilt insbesondere für Drug Stores, die meisten Supermärkte sowie Convenience Stores. An Premium-Supermärkte mit Fokus auf importierte Lebensmittel (z. B. Seijo Ishii, KALDI), Discount Stores (z. B. Don Quijote) sowie Elektronikgeschäfte³⁷ liefern spezialisierte Importeure häufig direkt ohne einen weiteren Großhändler dazwischen. Teilweise verfügen Einzelhändler auch über einen

³⁶ Zu den genannten Unternehmen findet sich eine Detailübersicht im Anhang.

³⁷ Die großen Elektronikketten, darunter insbesondere Big Camera und Yodobashi Camera vertreiben auch z. B. alkoholische Getränke.

Direktimport (oder ein Tochterunternehmen, das diese Funktion übernimmt) für ausgewählte Produkte, darunter zum Beispiel KALDI, Seijo Ishii, oder Don Quijote. Im HoReCa-Bereich finden sich vergleichbare Distributionsstrukturen vor. Während es einige große Restaurantketten gibt, die direkt importieren (z. B. Saizeriya), gelangen die meisten Produkte über einen Importeur und einen Großhändler an Hotels, Restaurants und Cafés. Daraus ergeben sich die in der Abbildung 2 dargestellten typischen Distributionswege für importierte Lebensmittel.

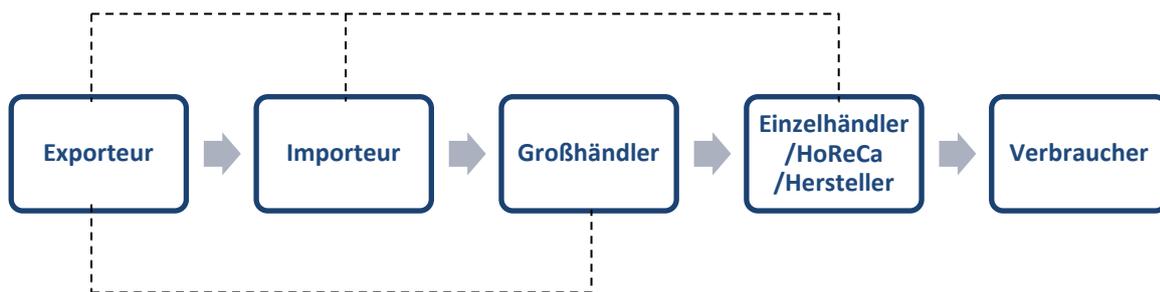


Abbildung 2: Typischer Distributionsweg für importierte Lebensmittel in Japan (eigene Darstellung)

Durch die starke japanische lebensmittelverarbeitende Industrie gibt es auch eine besondere Relevanz für die Einfuhr von Massenwaren für die Weiterverarbeitung. Auch für die Lebensmittelausfuhren Deutschlands nach Japan spielen diese eine besondere Rolle. Wie aus Tabelle 10 (s. o.) ersichtlich wird, werden beispielsweise große Mengen an Molkereierzeugnissen nach Japan geliefert. Allerdings finden sich im japanischen Einzelhandel nur bedingt deutsche Marken. Vielmehr enthalten die Produkte japanischer Hersteller Rohstoffe aus Deutschland, werden aber unter der Marke des japanischen weiterverarbeitenden Betriebs verkauft. Im Bereich der Massenwaren spielt für japanische Unternehmen der Preis sowie eine hohe Qualität die wichtigste Rolle. Unternehmen, die auf den Import von Rohstoffen für die weiterverarbeitende Industrie spezialisiert sind, finden sich im Anhang.

Die hohen Qualitätsansprüche der japanischen Vertriebspartner müssen unabhängig vom Vertriebskanal unbedingt beachtet werden. Selbst kleine Beschädigungen der Verpackung können zu Reklamationen durch den Einzelhandel oder auch weiterverarbeitende Betriebe führen, weshalb bereits auf Stufe des Importeurs die Makellosigkeit der Produkte überprüft wird. Daher sollten exportierende Unternehmen besonderen Wert auf die Verpackung (inkl. für Massenware) und den Transport ihrer Produkte legen. Japanische Handelspartner schätzen zudem ständige Erreichbarkeit für Rückfragen und regelmäßige persönliche Treffen zur Stärkung des Vertrauens. Langfristige und enge Partnerschaften sind im japanischen

Distributionsnetz von großer Bedeutung. Der Kommunikationsaufwand ist in vielen Fällen höher als beim Geschäft mit anderen Auslandsmärkten.

In Japan erfolgt der Lebensmitteltransport hauptsächlich über den Straßenverkehr, wobei LKWs vorherrschend sind. Das Eisenbahnnetz, die Schifffahrt (nach der Ankunft in Japan) und der innerstaatliche Luftverkehr spielen dabei eine untergeordnete Rolle. Beim Straßentransport müssen erhebliche Mautgebühren einkalkuliert werden. Zudem gibt es in der Logistikbranche einen Mangel an LKW-Fahrern, was zu Schwankungen bei den Transportkosten führen kann.³⁸

6.2 Einzelhandel

Im Einzelhandel, einschließlich des Business-to-Consumer-Online-Handels, wurden in Japan im Jahr 2023 Lebensmittel im Wert von etwa 184 Mrd. EUR verkauft.³⁹ Supermärkte allein machen dabei fast die Hälfte des Lebensmittelabsatzes in Japan aus. Zudem sind Convenience Stores mit einem Marktanteil von knapp 30 % ebenfalls ein bedeutender Vertriebskanal (vgl. Tabelle 11).

Tabelle 11: Vertrieb von Lebensmitteln nach Vertriebskanal (Einzelhandelsstufe, nur Lebensmittel) 2023⁴⁰

Vertriebskanal	Umsätze in JPY (nur Lebensmittel)	Umsätze in EUR (nur Lebensmittel)	Anteil am gesamten Lebensmittelumsatz
Supermarkt	12.488.900.000.000	82.169.221.659	44,70 %
Convenience Store	8.094.800.000.000	53.258.767.024	28,97 %
Drug Store	2.959.600.000.000	19.472.333.706	10,59 %
Department Store	1.644.600.000.000	10.820.448.714	5,89 %
Internet (2022) ⁴¹	2.750.500.000.000	18.096.585.302	9,84 %
Gesamt	27.938.400.000.000	183.817.356.405	100,00 %

6.2.1 Supermärkte

In Japan gibt es 23.078 Supermarktfilialen (Stand 2023). Der Lebensmitteleinzelhandel ist stark fragmentiert, wobei viele Supermarktketten nur regional operieren, was zu einer Dominanz der Großhändler beiträgt. Etwa 890 Supermarktketten sind in Japan aktiv, wobei einige auch überregionale Präsenz zeigen.⁴² In Tabelle 11 sind die bedeutendsten Unternehmensgruppen und ihre wichtigsten Supermarktketten aufgeführt. Auffällig ist, dass

³⁸ The Japan Times (29.03.2024): <https://www.japantimes.co.jp/business/2024/03/29/companies/drivers-shortage-hitting-regional-logistics/> (aufgerufen am 08.08.2024).

³⁹ Es werden lediglich die Lebensmittelumsätze und nicht die Gesamtumsätze des Vertriebskanals berücksichtigt.

⁴⁰ METI (2024): 2023 年小売販売を振り返る (übersetzt: „2023 Rückblick auf den Einzelhandelsumsatz“)

(<https://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/minikeizai/pdf/h2amini166j.pdf>) (aufgerufen am 08.08.2024).

⁴¹ METI (2023): 令和 4 年度 電子商取引に関する市場調査 (übersetzt: „2022 Marktübersicht über den Online-Handel“)

(<https://www.meti.go.jp/press/2023/08/20230831002/20230831002-1.pdf>) (aufgerufen am 08.08.2024).

⁴² NSAJ (2024): スーパーマーケット白書 (übersetzt: „Supermarkt-Weiße Buch“) (<https://www.super.or.jp/wp/wp-content/uploads/2024/02/NSAJ-Supermarket-hakusho2024.pdf>) (aufgerufen am 08.08.2024).

selbst die größte Unternehmensgruppe, AEON, bei weitem nicht die Umsätze der deutschen Lebensmitteleinzelhändler erreicht.

Tabelle 12: Bedeutendste Supermärkte Japans (Fiskaljahr April 2022 – März 2023)⁴³

Unternehmensgruppe (wichtigste Supermarktketten)	Umsatz (JPY)	Umsatz (EUR)
AEON* (u. a. MyBasket, MaxValu)	5,79 Bio.	38,14 Mrd.
Seven & i Holdings** (u. a. Ito Yokado, York Benimaru)	1,44 Bio.	9,50 Mrd.
Life Corporation (u. a. Life)	765 Mrd.	5,03 Mrd.
Valor Holdings*** (u. a. Valor)	732 Mrd.	4,82 Mrd.
United Supermarket Holdings (u. a. Maruetsu)	692 Mrd.	4,55 Mrd.
ARCS (u. a. Ralse, ARCS)	566 Mrd.	3,72 Mrd.
Yaoko*** (u. a. Yaoko)	514 Mrd.	3,38 Mrd.
Izumi (u. a. you me)	460 Mrd.	3,03 Mrd.

*nur General Merchandise Store (GMS) und Supermarkt-Geschäft⁴⁴

**nur Hyperstore/Supermarkt-Geschäft; kein Convenience-Store-Geschäft⁴⁵

***Zahlen für Fiskaljahr April 2021 – März 2022

6.2.2 Convenience Stores

Zahlenmäßig gibt es in Japan mehr als doppelt so viele Convenience Stores wie Supermärkte – im Jahr 2024 sind es insgesamt 56.505 Convenience Stores im Vergleich zu 23.078 Supermarktfilialen.⁴⁶ Convenience Stores sind in der Regel 24 Stunden geöffnet. Das Sortiment ist beschränkt auf etwa 2.500 – 3.000 Artikel⁴⁷ und fokussiert sich auf verarbeitete und Convenience-Lebensmittel, Non-Food Artikel sowie weitere Services, wie zum Beispiel die Möglichkeit Haushaltsrechnungen zu begleichen.

Im Gegensatz zu Supermärkten dominieren bei Convenience Stores im Wesentlichen drei Unternehmen, die alle als Franchise-Modelle strukturiert sind. Die drei größten Convenience Store Ketten sind:⁴⁸

1. 7-Eleven (21.248 Filialen).
2. FamilyMart (16.047 Filialen).
3. Lawson (13.779 Filialen).

⁴³ Nexcha KK (24.01.2024): <https://foodconnect.jp/knowhow/465> (aufgerufen am 20.06.2024).

⁴⁴ vgl. <https://www.topvalu.net/company-group/> (aufgerufen am 08.08.2024).

⁴⁵ vgl. https://www.7andi.com/ir/library/co_financial/2022/supermarket (aufgerufen am 08.08.2024).

⁴⁶ NSS Corporation (11.03.2024): <https://www.nipponsoft.co.jp/blog/analysis/chain-conveniencestore2024/> (aufgerufen am 20.06.2024).

⁴⁷ The Asahi Shimbun Company (13.12.2023): <https://www.asahi.com/articles/DA3S15829499.html> (aufgerufen am 25.06.2024).

⁴⁸ NSS Corporation (11.03.2024): <https://www.nipponsoft.co.jp/blog/analysis/chain-conveniencestore2024/> (aufgerufen am 20.06.2024).

6.3 Einzelhandelspreise

Tabelle 13: Verbraucherpreise ausgewählter Produktgruppen (10. – 12. Juni 2024) ⁴⁹

Produkt	Einheit	Preis pro Einheit (JPY)	Preis pro Einheit (EUR)
Weizenmehl	1 kg	330	2,17
Milch ⁵⁰	1 L	259	1,70
Käse	100 g	258	1,70
Butter	200 g	534	3,51
Hähnchenfleisch (Schenkelfleisch)	100 g	131	0,86
Hühnereier	10 Stk.	246	1,62
Schweinefleisch (Lende)	100 g	259	1,70
Bananen	1 kg	365	2,40
Rapsöl	1 kg	455	2,99

6.4 Preiskalkulation für importierte Lebensmittel

In Abbildung 3 wird anhand des Beispiels von importiertem Wein eine Preiskalkulation illustriert. Hierbei sind insbesondere die vergleichsweise hohen Verschiffungskosten und die Alkoholsteuer für Weinflaschen als zusätzliche Kosten zu berücksichtigen.

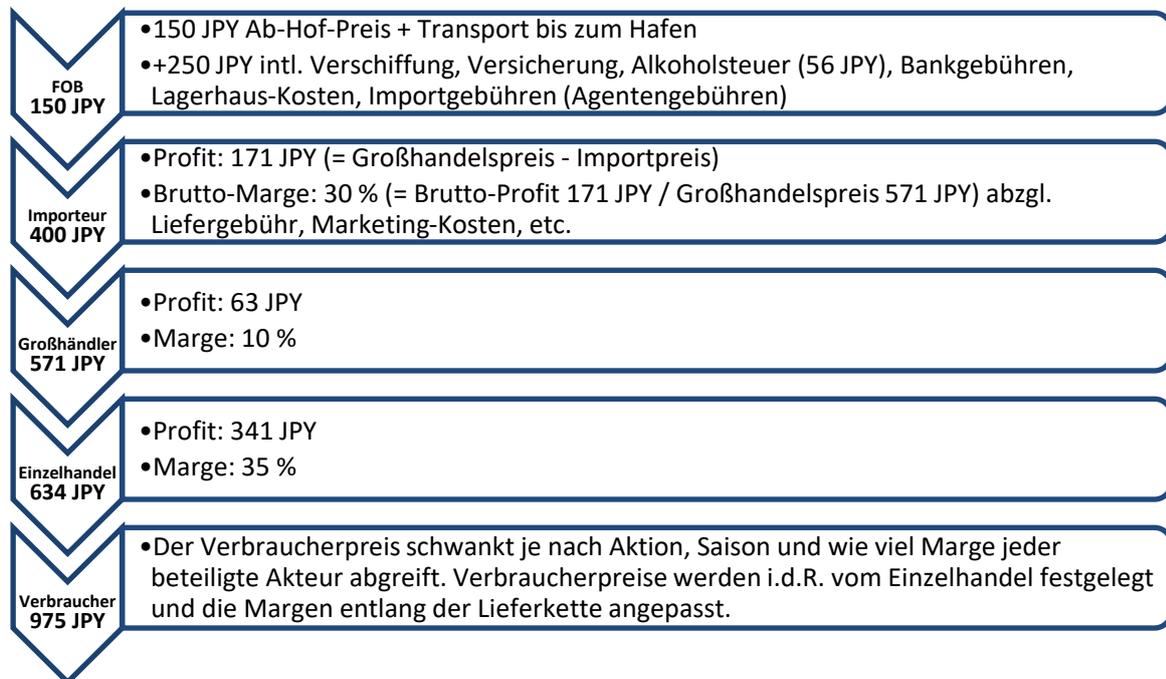


Abbildung 3: Preiskalkulation für importierte Lebensmittel am Beispiel Wein

⁴⁹ MAFF (19.06.2024): <https://www.maff.go.jp/j/zyukyu/ampo/kourji/> (aufgerufen am 21.06.2024).

⁵⁰ MAFF (15.03.2024): https://www.maff.go.jp/j/shokusan/kikaku/kakaku_keisei/attach/pdf/imdex-46.pdf (aufgerufen am 25.06.2024).

7. Rechtliche Rahmenbedingungen für Einfuhr und Vertrieb von Lebensmitteln

Wenn ein Lebensmittel zum Weiterverkauf nach Japan importiert wird, unterliegt dieses dem *Food Sanitation Act*. Der Importeur trägt grundsätzlich die Verantwortung dafür, dass das Produkt diesen Regularien entspricht. Neben den allgemeinen Auflagen gibt es spezifische Regelungen für einzelne Produktgruppen wie beispielsweise Fleisch oder Wein. Vor diesem Hintergrund ist es üblich, dass der Importeur bereits vor der ersten Einfuhr eine Quarantänestation⁵¹ des Ministeriums für Gesundheit, Arbeit und Wohlfahrt (MHLW) konsultiert. Das folgende Kapitel gibt einen Überblick über den Importprozess sowie weitere rechtliche Rahmenbedingungen.

7.1 Zoll, Einfuhr, Dokumentation und Lebensmittelkennzeichnung

7.1.1 Lebensmitteleinfuhr

Die Einfuhr erfolgt in zwei Schritten. Im ersten Schritt muss die Lebensmittelquarantäne durchlaufen werden. Im zweiten Schritt erfolgt die Zollabwicklung.⁵²

1. Lebensmittelquarantäne⁵³: Alle verarbeiteten Lebensmittel (inkl. Getränke) unterliegen der Lebensmittelquarantäne. Zusätzlich werden unverarbeitete Lebensmittel einer sanitären oder phytosanitären Prüfung unterzogen. Für bestimmte Produktgruppen gelten zusätzliche Bestimmungen (siehe Kapitel 6.2.). Nach Ankunft der Ware muss eine Import Notification of Foods⁵⁴ in vorgegebenem Format eingereicht werden.⁵⁵ Daneben müssen je nach Produkt spezifische weitere Dokumente eingereicht werden.⁵⁶
2. Zollabfertigung: Die Zollabwicklung ist online über das Nippon Automated Cargo and Port Consolidated System möglich. Die Einreichung der Dokumente erfolgt durch den Importeur oder einen Zollagenten.

Im Falle von tierischen Erzeugnissen erfolgt eine Inspektion der Tierquarantäne durch den Animal Quarantine Service des MAFF noch vor der allgemeinen Lebensmittelquarantäne des MHLW.

⁵¹ Eine Liste der Quarantänestationen finden Sie hier: <https://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/1-2.html> (aufgerufen am 08.08.2024).

⁵² Die Manufactured Imports and Investment Promotion Organization (MIPRO) stellt einen detaillierten „Guide to Food Import“ zur Verfügung, der den Importprozess im Detail beschreibt (https://www.mipro.or.jp/english/English_Document/hti0re000000vi2-att/p_0111go18.pdf) (aufgerufen am 08.08.2024).

⁵³ Der Importprozess unter dem Food Sanitation Act wird unter folgender URL grafisch dargestellt: https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/shokuhin/yunyu_kanshi/kanshi/index_00004.html#:~:text=As%20Article%2027%20of%20the,the%20imported%20foods%20and%20related (aufgerufen am 08.08.2024).

⁵⁴ Notification for Importation of Foods: <https://www.mhlw.go.jp/content/000788802.pdf> (aufgerufen am 08.08.2024).

⁵⁵ Die Notification kann auch in einem Advance Notification System bis zu sieben Tage vor Ankunft der Ware eingereicht werden.

⁵⁶ Die spezifischen Dokumente für jeden HS Code können auf der Access2Markets Database der Europäischen Kommission recherchiert werden: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home> (aufgerufen am 08.08.2024).

7.1.2 Präferenzzieller Zugang

Zwischen der EU und Japan ist seit 2019 ein Freihandelsabkommen in Kraft, welches unter anderem präferenziellen Marktzugang gewährt. Für die Ausstellung eines präferenziellen Ursprungsnachweises für die Einfuhr nach Japan ist ab einem Warenwert von 6.000 EUR eine Registrierung im Registered Exporter (REX) System der EU erforderlich. Exporteure müssen ihre REX-Nummer angeben und eine Ursprungserklärung (Statement on Origin) erstellen. Die Ursprungserklärung, die der Rechnung beigelegt wird, basiert auf dem Prinzip der Selbstzertifizierung durch den Exporteur und muss der Formulierung im Anhang 3-D⁵⁷ des Freihandelsabkommens entsprechen. Das Antragsformular für die Zulassung als REX findet sich auf der Webseite des Deutschen Zolls.⁵⁸

7.1.3 Analysezertifikat

Für die Einfuhr bestimmter Lebensmittel nach Japan ist ein Analysezertifikat erforderlich. Dieses Zertifikat muss von einem in Deutschland ansässigen Labor ausgestellt werden, das von der japanischen Regierung anerkannt ist. Eine Liste der anerkannten Labore findet sich auf der Webseite des MHLW.⁵⁹

7.1.4 Lebensmittelzusatzstoffe/-additive

In Japan gilt ein Positivlistensystem für Lebensmittelzusatzstoffe und -additive. Dabei umfassen Zusatzstoffe in Japan auch Produktionshilfsmittel. Das bedeutet, es können nur solche Stoffe verwendet werden, die auf der Positivliste der japanischen Regierung stehen. Daher sollten deutsche Unternehmen die Zulässigkeit, der in ihren Produkten und Herstellungsprozessen verwendeten Zusatzstoffe unbedingt vor dem Export überprüfen. Die erlaubten Zusatzstoffe und deren Verwendung finden sich bei der Japan Food Chemical Research Foundation (JFCRF).⁶⁰ Hinweise zur richtigen Kennzeichnung von Zusatzstoffen finden sich bei der Consumer Affairs Agency (CAA).⁶¹ Weitere Informationen bietet das MHLW.⁶² Da der Importeur für das importierte Produkt Haftung trägt, wird dieser in der Regel die Zulässigkeit der verwendeten Zusatzstoffe prüfen und mit der Lebensmittelquarantäne besprechen.

Der United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service empfiehlt Exporteuren, folgende zusätzliche Dokumente vorzubereiten, um eine reibungslose Einfuhrabwicklung in Bezug auf Zusatzstoffe zu gewährleisten:

- Eine Liste mit den chemischen Namen der verwendeten synthetischen Zusatzstoffe und deren Toleranzwerte laut MHLW (in ppm, parts per million).
- Eine Liste mit den Namen aller verwendeten natürlichen Zusatzstoffe.

⁵⁷ https://publications.europa.eu/resource/cellar/d40c8f20-09a4-11e9-81b4-01aa75ed71a1.0006.01/DOC_1#page=678 (aufgerufen am 08.08.2024).

⁵⁸ Unter der folgenden URL im Suchfeld „0442“ eingeben: https://www.zoll.de/SiteGlobals/Forms/Suche/FormulareMerkblaetter_Formular.html (aufgerufen am 08.08.2024).

⁵⁹ Analysezertifikat: https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/shokuhin/yunyu_kanshi/index_00019.html (aufgerufen am 08.08.2024)

⁶⁰ <https://www.ffcr.or.jp/en/tenka/> (aufgerufen am 08.08.2024).

⁶¹ https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/food_sanitation/food_additive/ (aufgerufen am 08.08.2024).

⁶² https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/shokuhin/syokuten/index_00012.html (aufgerufen am 08.08.2024).

- Eine Liste der verwendeten künstlichen Farbstoffe mit chemischer Bezeichnung und internationaler Farbindex-Nummer.
- Eine Liste der verwendeten natürlichen Farbstoffe.
- Eine Liste der enthaltenen künstlichen Aromen mit chemischer Bezeichnung entsprechend der Positivliste.

7.1.5 Kennzeichnungspflichten und Etikettierung

Die folgenden Kennzeichnungspflichten gelten für importierte verarbeitete Lebensmittel im Allgemeinen. Für frische Lebensmittel sowie alkoholische Getränke gelten gesonderte Anforderungen an die Lebensmittelkennzeichnung:

- Artikelbezeichnung;
- Inhaltsstoffe;
- Allergene;
- Zusatzstoffe;
- Nettoinhalt;
- Mindesthaltbarkeitsdatum;
- Konservierungshinweise (bspw. gekühlt lagern);
- Name des Herkunftslandes;
- Importeur;
- Nährwerttabelle.

Grundsätzlich dürfen die Etiketten nach Einfuhr vom japanischen Importeur auf den Artikel geklebt werden. Diese Praxis ist vor allem für neu nach Japan eingeführte Produkte und für verarbeitete Lebensmittel, die nur in geringer Stückzahl eingeführt werden, üblich.

7.2 Spezifische Regelungen

7.2.1 Fleisch

Fleischverarbeitende Betriebe müssen eine individuelle Zulassung⁶³ von der japanischen Regierung erhalten, um nach Japan exportieren zu dürfen. Diese Zulassung bestätigt, dass die Anforderungen an die Tiergesundheit vom exportierenden Land beziehungsweise Betrieb erfüllt werden. Japan führt hierfür ein Positivlistensystem für fleischverarbeitende Betriebe. Nur Betriebe, die von der japanischen Regierung anerkannt sind, dürfen nach Japan exportieren. Die Positivlisten für Paarhufer⁶⁴ und für Geflügel⁶⁵ sind auf der Webseite des MAFF zu finden. Informationen zur Aufnahme eines Betriebs in die entsprechende Positivliste finden sich beim Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit.⁶⁶

⁶³ https://members.wto.org/crnattachments/2018/SPS/JP/18_0425_00_e.pdf (aufgerufen am 08.08.2024).

⁶⁴ <https://www.maff.go.jp/aqs/tetuzuki/facility/seijo-building.html> (aufgerufen am 08.08.2024).

⁶⁵ <https://www.maff.go.jp/aqs/tetuzuki/facility/kakin.html> (aufgerufen am 08.08.2024).

⁶⁶ https://www.bvl.bund.de/DE/Aufgaben/05_Exportangelegenheiten/export_node.html (aufgerufen am 08.08.2024).

Derzeit (Stand: 21.06.2024) darf kein unverarbeitetes und verarbeitetes Schweinefleisch aus Deutschland nach Japan exportiert werden. Die Ausfuhr von Rindfleisch von zertifizierten Betrieben ist hingegen seit Anfang 2024 wieder erlaubt.⁶⁷ Eine aktuelle Liste von Importstopps für Geflügel aus bestimmten (Bundes-)Ländern kann auf der Webseite des MHLW eingesehen werden. Derzeit (Stand: 21.06.2024) gibt es bundesweit Beschränkungen für Eier und lebendes Geflügel, allerdings bestehen keine Beschränkungen für die Ausfuhr von Geflügelfleisch von Deutschland nach Japan.⁶⁸

7.2.2 Molkereierzeugnisse

Aus Deutschland dürfen grundsätzlich sowohl Rohmilch als auch Milcherzeugnisse nach Japan exportiert werden. Dabei sind in Japan verschiedene Quoten für einzelne Produktgruppen innerhalb der Gruppe der Molkereierzeugnisse zu berücksichtigen. Diese lassen sich in zwei übergeordnete Regime aufteilen:

1. WTO-Quoten: Diese werden von der Agriculture and Livestock Industries Corporation (ALIC) vergeben und
2. EU-Japan FTA Quoten: Diese werden vom MAFF vergeben.

Japanische Importeure können sich dafür einmal (ALIC) oder mehrmals (MAFF) jährlich auf entsprechende Quoten bewerben. Dadurch, dass die Zielgruppe der Quotenausschreibungen japanische Importeure sind, sind viele Informationen ausschließlich auf Japanisch abrufbar. Die Informationen für die Quotenausschreibung unter dem EU-Japan FTA sind entsprechend nur auf Japanisch verfügbar.⁶⁹

Für die Tierquarantäne ist zu beachten, dass bestimmte Behandlungsverfahren für die Prävention der Maul- und Klauenseuche vorgesehen sind, die für Frischmilch und Milcherzeugnisse angewandt werden müssen. Diese sind jeweils für Frischmilch⁷⁰ sowie für Milcherzeugnisse⁷¹ definiert. Deutschland und Japan haben sich darüber hinaus auf ein Veterinärzertifikat für die Einfuhr von Molkereiprodukten nach Japan geeinigt. Das aktuelle Zertifikat ist seit 01.06.2020 gültig (Stand 27.06.2024).⁷²

7.2.3 Wein

Für Wein (insb. Zusatzstoffe, die bei der Herstellung eingesetzt werden) gilt in Japan eine Positivliste. Diese kann auf der Webseite der National Tax Agency eingesehen werden.⁷³

⁶⁷ <https://www.maff.go.jp/aqs/hou/require/sub2.html> (aufgerufen am 08.08.2024).

⁶⁸ <https://www.maff.go.jp/aqs/topix/im/hpai.html> (aufgerufen am 08.08.2024).

⁶⁹ <https://www.maff.go.jp/ji/kokusai/boueki/triff4.html> (aufgerufen am 08.08.2024).

⁷⁰ https://www.maff.go.jp/aqs/topix/attach/pdf/dairy_products_en-17.pdf (aufgerufen am 08.08.2024).

⁷¹ https://www.maff.go.jp/aqs/topix/attach/pdf/dairy_products_en-18.pdf (aufgerufen am 08.08.2024).

⁷² https://www.maff.go.jp/aqs/topix/attach/pdf/dairy_products-130.pdf (aufgerufen am 08.08.2024).

⁷³ https://www.nta.go.jp/english/taxes/liquor_administration/pdf/0021001-134.pdf (aufgerufen am 08.08.2024).

7.2.4 Einzelhandelsrichtlinien: Die 2/3-Regel

Zusätzlich zu den gesetzlichen Anforderungen gibt es bestimmte Richtlinien und Praktiken im Einzelhandel, die auch für Importeure von besonderer Bedeutung sind. Eine davon ist die sogenannte „2/3-Regel“. Diese Regel besagt, dass ein Artikel mindestens $\frac{2}{3}$ seiner Gesamthaltbarkeitsdauer aufweisen muss, wenn er in das Einzelhandelsregal zum Verkauf gestellt wird. Das bedeutet, dass ein Produkt mit einer Haltbarkeitsdauer von 12 Monaten spätestens nach 4 Monaten (also nach $\frac{1}{3}$ der Gesamthaltbarkeitsdauer) im Einzelhandelsregal zum Verkauf angeboten werden muss.

8. Produktpassung und praktische Aspekte des Marketings

Dieses Kapitel beleuchtet spezifische Produktpassungen für verarbeitete Lebensmittel, die entscheidend für einen erfolgreichen Vertrieb in Japan sind. Es soll verdeutlicht werden, wie praktische Aspekte die Vermarktung von Lebensmitteln beeinflussen können.

Portionierung: In Japan sind Verpackungsgrößen oft kleiner als in Deutschland. Zum Beispiel beträgt die Standardgröße für eine Tüte Gummibärchen etwa 80 Gramm, während Schokoladentafeln der japanischen Hersteller in Portionen von 50 - 70 Gramm verkauft werden. Es ist wichtig, für jede Produktgruppe zu prüfen, ob eine Anpassung der Verpackungsgröße sinnvoll ist, um die Absatzchancen zu maximieren.

Makellose Produkte: Im japanischen Einzelhandel wird hoher Wert auf die makellose Präsentation von Produkten gelegt. Selbst geringfügige Verpackungsschäden können zu Reklamationen führen. Daher obliegt es oft den Importeuren, beschädigte Produkte auszusortieren, um die Kundenzufriedenheit sicherzustellen. In der Praxis werden dabei häufig deutlich mehr Produkte aussortiert, als dies in Deutschland der Fall ist.

Produktneuheiten, Variation und Saisonalität: Kurze, saisonale Produktzyklen sind in Japan äußerst beliebt. Ein Beispiel hierfür ist der Biermarkt, wo japanische Brauereien saisonale Biere wie Herbst- und Frühlingbiere zeitlich begrenzt anbieten. Diese begrenzte Verfügbarkeit wird von japanischen Verbrauchern geschätzt und umfasst nicht nur kosmetische Veränderungen der Verpackung, sondern auch saisonale Geschmacksrichtungen wie zum Beispiel Kürbis, Süßkartoffel und geröstete Kastanien im Herbst. Neben saisonalen Produkten spielen auch Neuheiten und unterschiedliche Produktvariationen eine bedeutende Rolle, um das Interesse der japanischen Verbraucher zu wecken.

Es gibt zahlreiche Beispiele ausländischer Lebensmittelhersteller, die ihr Produkt sowie ihre Kundenkommunikation erfolgreich an den japanischen Markt angepasst haben. Auf der anderen Seite finden sich auch kleine, mittlere und große Unternehmen, die trotz erheblicher Bemühungen in Japan nicht erfolgreich wurden. Es ist daher anzuraten, vor einem Markteintritt gründlich zu analysieren, was das Produkt für den japanischen Markt einzigartig macht und wie japanische Konsumenten das Produkt wahrnehmen. Vor diesem Hintergrund ist zu entscheiden, welche Anpassungen am Produkt und an der Kundenkommunikation vorgenommen werden müssen.

9. SWOT-Analyse

Der japanische Lebensmittelmarkt bietet unter anderem durch die Marktgröße und die Affinität japanischer Konsumenten zahlreiche Chancen für deutsche Lebensmittel. Allerdings ist der japanische Markt auch für viele Konkurrenzstaaten interessant, weshalb japanischen Importeuren eine Vielzahl von neuen Produkten zur Auswahl stehen. Im Folgenden sind die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken des japanischen Markts für Lebensmittel dargestellt.

Stärken	Chancen
<ul style="list-style-type: none"> • Zahlungskräftige Verbraucher mit ausgeprägtem Qualitäts- und Markenbewusstsein • Bekanntheit und Wertschätzung von „Made in Germany“ • Japanische Unternehmen schätzen vertrauensbasierte, langfristige Geschäftsbeziehungen • Durch Fokus auf drei Regionen können etwa 70 % der Konsumenten erreicht werden (Kanto, Kansai, Chubu) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sich verändernde Ernährungsgewohnheiten, u. a. mehr Brot, mehr Molkereierzeugnisse • „Made in Germany“ v. a. in technischen Branchen hoch angesehen • Hohes Interesse an Lebensmittelneueheiten / -innovationen • Hohe Haushaltsausgaben für Lebensmittel (~27 %) • Sinkende Zollsätze durch JEFTA • Hoher Bedarf für importierte Lebensmittel
Schwächen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Produkt- und Verpackungsanpassungen meist unumgänglich • „Typische“ deutsche Produkte (Klischees) in weiten Teilen auf Bier und Wurst beschränkt • Vorübergehender Importstopp für Schweinefleisch • Oft hoher Kommunikationsaufwand mit japanischen Handelspartnern 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuell schwacher JPY und damit Verteuerung von importierten Produkten • Gestiegene Preissensitivität von Verbrauchern • Kurze Produktzyklen und dadurch Druck neue Produkte in den Markt zu bringen

10. Übersicht über wichtige Messen

FABEX (The World Food And Beverage Great Expo)	
Website	https://www.fabex.jp/entry/about01.html
Profil	Wichtige Lebensmittelfachmesse mit diversen Unterausstellungen, darunter die ISM Tokyo und die ProWine Tokyo.

Foodex Japan	
Website	https://www.jma.or.jp/foodex/
Profil	Eine der wichtigsten Lebensmittelfachmessen Japans mit Fokus auf importierte Produkte. Insbesondere für Unternehmen geeignet, die auf der Suche nach einem japanischen Importeur sind.

Supermarket Trade Show (SMTS)	
Website	https://www.smts.jp/en/index.html
Profil	Eine der wichtigsten Lebensmittelfachmessen Japans mit Fokus auf Produkte, die bereits im japanischen Markt verfügbar sind. Insbesondere für Unternehmen geeignet, die bereits über einen japanischen Importeur verfügen.

11. Adressdaten bedeutender Marktakteure

11.1. Öffentliche Stellen

Agriculture & Livestock Industries Corporation (ALIC)	
Adresse / Website	106-8635 Tokyo Azabudai Building, 2-2-1 Azabudai, Minato-ku Japan https://www.alic.go.jp/english/
Kontakt	E-Mail: Über Kontaktformular (https://alic.go.jp/contact/index.html) Tel.: +81 (0)3 3583 8196
Profil	Die ALIC ist eine eingetragene Verwaltungsbehörde, die rechtmäßig gegründet wurde, um die von der Regierung formulierte Politik im Bereich der Land- und Viehwirtschaft effektiv und effizient umzusetzen.

Consumer Affairs Agency (CAA)	
Adresse / Website	100-8958 Tokyo 3-1-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Central Common Government Offices No.4 Japan https://www.caa.go.jp/en/
Kontakt	E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.caa.go.jp/en/contact/) Tel.: +81 (0)3 3507 8800
Profil	Die CAA ist für die Lebensmittelkennzeichnung zuständig.

Food Safety Commission (FSC)	
Adresse / Website	107-6122 Tokyo 5-2-20 Akasaka, Minato-ku, Akasaka Park Bldg. 22F Japan https://www.fsc.go.jp/english/
Kontakt	E-Mail: Über Kontaktformular (https://form.cao.go.jp/shokuhin/opinion-0001.html) Tel.: +81 (0)3 6234 1166
Profil	Die FSC ist zuständig für die wissenschaftliche Risikoanalyse der Lebensmittelsicherheit.

Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF)	
Adresse / Website	100-8950 Tokyo 1-2-1, Kasumigaseki, Chiyoda-ku Japan https://www.maff.go.jp/e/
Kontakt	E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.contactus.maff.go.jp/j/form/kanbo/koho/160807.html) Tel.: +81 (0)3 3502 8111
Profil	Das MAFF ist das zuständige Ministerium für Landwirtschaft, Viehzucht, Forstwirtschaft, Fischerei und dabei unter anderem teilweise für die Lebensmittelsicherheit zuständig (Tierquarantäne).

Ministry of Health, Labour and Welfare (MHLW)	
Adresse / Website	100-8916 Tokyo 1-2-2 Kasumigaseki, Chiyoda-ku Japan https://www.mhlw.go.jp/english/
Kontakt	E-Mail: www-admin@mhlw.go.jp Tel.: +81 (0)3 5253 1111
Profil	Das MHLW ist zuständig für die Lebensmittelsicherheit (inklusive Lebensmittelquarantäne bei Einfuhr).

The Japan Food Chemical Research Foundation (JFCRF)	
Adresse / Website	561-0828 Osaka 1-1-11, Sanwa-cho, Toyonaka Japan https://www.ffcr.or.jp/en/
Kontakt	E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.ffcr.or.jp/mail_form/) Tel.: +81 (0)6 6333 5680
Profil	Ziel der JFCRF ist es, die Lebensmittelsicherheit durch die Unterstützung der Forschung im Bereich der Lebensmittelchemie zu gewährleisten. Dabei beschäftigt sich die JFCRF insbesondere mit Lebensmitteladditiven sowie Rückständen von Agrarchemikalien und Lebensmittelverpackungsmaterialien.

11.2. Verbände

National Supermarket Association of Japan (NSAJ)	
Adresse / Website	101-0047 Tokyo 3-19-8 Uchikanda, Chiyoda-ku, Sakurai Bldg. Japan https://www.super.or.jp/
Kontakt	E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.super.or.jp/?page_id=48) Tel.: +81 (0)3 3255 4825
Profil	Verband der Supermärkte mit 1.335 Mitgliedsunternehmen.

Japan Wine and Spirits Importers' Association	
Adresse / Website	103-0013 Tokyo 15-3-2, Nihonbashi Ningyouchou, Chuo-ku, Towa Bldg. Japan https://youshu-yunyu.org/english/
Kontakt	Herr Taichirou Isono, Chairman E-Mail: inquiry_jwsia@youshu-yunzu.org Tel.: +81 (0)3 6667 0502
Profil	Der Verband wurde 1959 mit dem Ziel gegründet, die Verbreitung von importierten Weinen und Spirituosen in Japan zu fördern, die Marktnachfrage nach importierten Weinen und Spirituosen zu steigern und das Importgeschäft zu unterstützen. Gegenwärtig gehören dem Verband 25 Unternehmen an, die sich mit dem Import von Weinen und Spirituosen befassen.

The Japan Imported Cheese Promotion Association	
Adresse / Website	102-0073 Tokyo 1-14-19 Kudan-kita, Chiyoda-ku, Dairy Industry Hall 5F Japan http://www.jic.gr.jp/
Kontakt	E-Mail: webmaster00@cheesefesta.com Tel.: +81 (0)3 3288 7258
Profil	Der Verband mit 50 regulären Mitgliedern fördert die Vermarktung von importiertem Käse.

Japan Meat Traders Association (JMTA)	
Adresse / Website	106-0044 Tokyo 1-7-3 Higashi-Azabu, Minato-ku, Watanabe Building 6F https://www.jm-ta.jp/
Kontakt	Herr Yoshinobu Kumamoto, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.jm-ta.jp/contact.html) Tel.: +81 (0)3 3588 1665
Profil	Der Verband ist ein freiwilliger Zusammenschluss von Handelsunternehmen und anderen im Fleischimport und -export tätigen Unternehmen zur Stabilisierung der Versorgung mit Fleischwaren.

The All Japan Confectionery Association	
Adresse / Website	105-0012 Tokyo 1-16-10 Shibadaimon, Minato City Japan https://pcg.or.jp/about/aica.html
Kontakt	Herr Toshifumi Ozawa, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://pcg.or.jp/inquiry.html) Tel.: +81 (0)3 3432 3871
Profil	Der japanische Süßwarenverband TheAll Japan Confectionery Association wurde 1961 gegründet und hat derzeit mehr als 150 Mitglieder in Japan, die in der Süß- und Backwarenproduktion tätig sind.

Japan Frozen Food Association	
Adresse / Website	104-0045 Tokyo 3-17-9 Tsukiji, Chuo-ku, Kowa Nitto Bldg. 4F Japan https://www.reishokukyo.or.jp/
Kontakt	E-Mail: jffa@reishokukyo.or.jp Tel.: +81 (0)3 3541 3003
Profil	Es handelt sich um einen Industrieverband, dessen Mitglieder japanische Unternehmen und Organisationen sind, die Tiefkühlkost herstellen.

Japan Processed Foods Wholesalers Association	
Adresse / Website	103-0023 Tokyo 2-3-4 Nihonbashi-Honcho, Chuo-ku, Edo Bldg. 4F Japan http://nsk.c.ooco.jp/index.html
Kontakt	Herr Akira Kokubu, Chairman E-Mail: nsk-sano@nifty.com Tel.: +81 (0)3 3241 6568
Profil	Der Verband ist ein Industrieverband mit 94 regulären Mitgliedsunternehmen, darunter insbesondere Großhändler für verarbeitete Lebensmittel.

11.3. Importeure

ADEKA Group	
Adresse / Website	101-0048 Tokyo 2-6 Kanda Tsukasacho, Chiyoda-ku, Tokyo Urban Center Kanda Japan 3F https://www.adeka-fs.co.jp/
Kontakt	Herr Akio Kimoshida E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.adeka-fs-co-jp.translate.goog/contact/? x tr sl=ja& x tr tl=en& x tr hl=ja& x tr_pto=wapp) Tel.: +81 (0)3 4455 2397
Umsatz	17,7 Mrd. JPY (2023)
Mitarbeiterzahl	69
Profil	Die ADEKA Group importiert und vertreibt Lebensmittelrohstoffe, darunter pflanzliche und tierische Fette, Rohstoffe für die Backwarenindustrie und Lebensmittelzusatzstoffe.

Alishan Pty. Ltd.	
Adresse / Website	350-1251 Saitama 185-2 Komahongo, Hidaka Japan
Kontakt	Herr John Bayles, CEO E-Mail: info@alishan.jp Tel.: +81 (0)429 82 4812
Profil	Das Unternehmen ist ein Importeur insbesondere für organische Lebensmittel.

Alto Trading LLC	
Adresse / Website	810-0064 Fukuoka 1-15-40-301, Jigyo-ku, Chuo-ku, Fukuoka City Japan https://www.altotrading.co/
Kontakt	Herr Akihiro Yoshida E-Mail: yoshida@altotrading.jp Tel.: +81 (0)90 6662 8704
Mitarbeiterzahl	4
Profil	Alto Trading LLC importiert insbesondere organische Lebensmittel nach Japan und unterhält u. a. einen Unternehmenssitz in Frankfurt, Deutschland.

ARCANE LIMITED	
Adresse / Website	103-0014 Tokyo Nihonbashi Kakigaracho Chuo-ku 1-5-6 Morita Building Japan https://www.arcane.co.jp/
Kontakt	Herr Shusaku Higaki, President E-Mail: info@arcane-jp.com Tel.: +81 (0)3 3664 6551
Umsatz	7,19 Mrd. JPY
Mitarbeiterzahl	126
Profil	ARCANE LIMITED ist ein Importeur, der auf Lebensmittelrohstoffe für den HoReCa-Bereich spezialisiert ist. Darunter werden auch einige Markenprodukte für den Lebensmitteleinzelhandel sowie Wein importiert.

C.F.C Japan Co., Ltd.	
Adresse / Website	530-0047 Osaka Nishitenma 2-chome, Kita-ku, Osaka City 2-3-D09 Japan https://www.cfcjapan.co.jp/
Kontakt	Herr Shigeru Sakaguchi E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.cfcjapan.co.jp/form/) Tel.: +81 (0)3 6280 3446
Profil	Das Unternehmen ist ein Importeur von Süßwaren und Snacks sowie weiteren verarbeiteten Lebensmitteln.

Cordon Vert Co., Ltd.	
Adresse / Website	101-0054 Tokyo Kandanishiki-cho, Chiyoda-ku, 1-1- Teito kanda Building 2F Japan https://www.cordonvert.jp/
Kontakt	E-Mail: masayuki-s@cordonvert.jp Tel.: +81 (0)22 742 3120
Profil	Cordon Vert Co., Ltd. ist ein Importeur von diversen Lebensmitteln, darunter insbesondere verarbeitete Lebensmittel und alkoholische Getränke. Das Unternehmen ist eine Tochtergesellschaft der AEON Group.

Daiei Sangyo Kaisha, Ltd.	
Adresse / Website	453-0041 Nagoya 4-18 Honjin-dori, Nakamura-ku, Nagoya City Japan https://www.daiei-sangyo.co.jp/english/
Kontakt	Herr Akitoshi Ito, President & Representative Director E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.daiei-sangyo.co.jp/english/inquiry/inquiry/) Tel.: +81 (0)52 482 7241
Mitarbeiterzahl	161
Profil	Das Unternehmen ist ein Importeur von Lebensmittelrohstoffen für die weiterverarbeitende Industrie.

Doshisha Co., Ltd. (Food & Liquor)	
Adresse / Website	542-8525 Osaka 1-5-5 Higashi Shinsaibashi, Chuo-ku, Osaka City Japan https://doshisha-liquor.jp/
Kontakt	Herr Masayuki Nomura, CEO E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.doshisha.co.jp/products/contact/) Tel.: +81 (0)6 6121 5888
Mitarbeiterzahl	1.365
Profil	Doshisha Co., Ltd. ist ein Importeur u. a. von alkoholischen Getränken und verarbeiteten Lebensmitteln.

Eim Co., Ltd.	
Adresse / Website	651-0086 Kobe 4-2-5 Isogami-Dori, Chuo-ku Japan https://www.eim.co.jp/english.html
Kontakt	Herr Akihiro Yasugi, Representative Director & Chairman E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.eim.co.jp/inquiry_business.html) Tel.: +81 (0)78 230 7371
Profil	Eim Co., Ltd. ist ein Importeur von verarbeiteten Lebensmitteln sowie Hersteller von eigenen.

Fuji Trading Co., Ltd.	
Adresse / Website	231-0801 Yokohama 3-9-3, Shinyamashita, Naka-ku Japan https://ihq.fujitrading.co.jp/english/
Kontakt	Herr Toru Satoh, General Manager, Liquor & Food Headquarters E-Mail: Über Kontaktformular (https://ihq.fujitrading.co.jp/contact/) Tel.: +81 (0)45 622 2989
Profil	Fuji Trading Co., Ltd. ist spezialisiert im Import und Vertrieb von verarbeiteten Lebensmitteln sowie Rohstoffen für die lebensmittelverarbeitende Industrie. Das Handelsunternehmen unterhält eine Tochtergesellschaft u. a. in London.

Fuji Trading Co., Ltd.	
GreenAgent, Inc.	
Adresse / Website	362-0005 Saitama 288-1 Nishimen-mae, Ageo-shi Japan http://www.greenagent.co.jp/
Kontakt	Herr Yoshinobu Kanda, CEO E-Mail: Über Kontaktformular (http://www.greenagent.co.jp/contact/index.html) Tel.: +81 (0)48 884 8013
Profil	GreenAgent, Inc. ist ein Importeur von Lebensmitteln, darunter insbesondere Bier. Darüber hinaus betreibt GreenAgent, Inc. mehrere Restaurants.

Heritage Japan Co., Ltd.	
Adresse / Website	464-0811 Nagoya 1-11-1 Asaoka-cho, Chikusa-ku Japan https://www.heritagejapan.com/
Kontakt	Frau Mari Kanai, CEO E-Mail: info@heritagejapan.com Tel.: +81 (0)52 783 5645
Profil	Heritage Japan Co., Ltd. ist ein Importeur von verarbeiteten Lebensmitteln, insbesondere Süßwaren und Snacks.

Herrenberger Hof Co., Ltd.	
Adresse / Website	567-0878 Osaka 2-10-15 Kurakakiuchi, Ibaragi city Japan https://www.herrenberger-hof.co.jp/
Kontakt	Herr Takahiro Yamano E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.herrenberger-hof.co.jp/contact.html) Tel.: +81 (0)72 624 7540
Mitarbeiterzahl	13
Profil	Das Unternehmen ist ein Weinimporteur mit Spezialisierung auf deutsche Weine.

Hiroshima Co., Ltd.	
Adresse / Website	810-0041 Fukuoka 2-2-12 Daimyo, Chuo-ku, Fukuoka City Japan https://www.worldbeer.co.jp/
Kontakt	Herr Toshiteru Tsuda, CEO E-Mail: info@worldbeer.co.jp Tel.: +81 (0)92 733 0822
Profil	Hiroshima Co., Ltd. ist ein Importeur von Bier.

Ikemitsu Enterprise Co., Ltd.	
Adresse / Website	105-0001 Tokyo 3-18-19 Toranomom, Minato-ku, UD Kamiyacho Building 5F Japan https://www.ikemitsu.co.jp/
Kontakt	Herr Yasuhiro Kishida, President & Representative Director E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.ikemitsu.co.jp/contact/) Tel.: +81 (0)3 6459 0480
Umsatz	1,2 Mrd. JPY
Mitarbeiterzahl	20
Profil	Das Unternehmen ist im Import und Vertrieb von alkoholischen Getränken, insbesondere Bier, tätig.

Ikon Europubs K.K.	
Adresse / Website	160-0015 Tokyo 14-5 Daikyocho, Shinjuku-ku Japan https://www.htg-iep.com/en/
Kontakt	Herr Hidekazu Oohashi, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.htg-iep.com/inquiry/) Tel.: +81 (0)3 5369 3601
Profil	Das Unternehmen ist im Import und Vertrieb von alkoholischen Getränken und Softdrinks tätig.

IMAI Ltd.	
Adresse / Website	162-0814 Tokyo 1-8 Shin-Ogawamachi, Shinjuku-ku, Kodama Bldg. 5F Japan http://www.imaigroup.com/
Kontakt	Herr Kenta Imai, VP & Director of Sales E-Mail: info@imaigroup.com Tel.: +81 (0)3 3260 6060
Profil	IMAI Ltd. ist im Import und Vertrieb von verarbeiteten Lebensmitteln, Süßwaren, Snacks, Soft Drinks und alkoholischen Getränken tätig.

K.Kobayashi Co., Ltd.	
Adresse / Website	650-0031 Kobe 123 Higashimachi, Chuo-ku Japan https://www.k-kobayashi.com/en/index.html
Kontakt	Herr Hiroshi Kobayashi, Representative Director E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.k-kobayashi.com/en/contact/index.html) Tel.: +81 (0)78 321 8431
Profil	Das Unternehmen ist einer der größten Importeure für Gewürze in Japan. Darüber hinaus importiert das Unternehmen diverse Lebensmittelrohstoffe.

Kataoka & Co., Ltd.	
Adresse / Website	105-8615 Tokyo 6-21-6 Shimbashi, Minato-ku Japan https://www.kataoka.com/en/
Kontakt	Herr Kenji Kataoka, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.kataoka.com/contact/note/) Tel.: +81 (0)3 5405 7009
Umsatz	34,8 Mrd. JPY
Mitarbeiterzahl	294
Profil	Kataoka & Co., Ltd. ist spezialisiert im Import von verarbeiteten Lebensmitteln und Rohstoffen für die lebensmittelverarbeitende Industrie sowie Entwicklung von Eigenmarken.

Kataoka & Co., Ltd.	
Kinoshita International Co., Ltd.	
Adresse / Website	104-0042 Tokyo 2-2-14 Irifune, Chuo-ku Japan https://www.kinoshita-intl.co.jp/
Kontakt	Herr Yasumitsu Kinoshita, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.kinoshita-intl.co.jp/contact/) Tel.: +81 (0)3 3553 0721
Mitarbeiterzahl	105
Profil	Kinoshita International Co., Ltd. ist auf den Import und Vertrieb von alkoholischen Getränken spezialisiert, darunter insbesondere Wein.

Kitano Shoji Co., Ltd.	
Adresse / Website	531-0075 Osaka 1-11-8, Oyodo Minami, Kita-ku Japan https://www.kitano-kk.co.jp/e_company/
Kontakt	Herr Kazuhiro Kimuraya, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.kitano-kk.co.jp/contact/) Tel.: +81 (0)6 6458 7801
Profil	Kitano Shoji Co., Ltd. ist Importeur von verarbeiteten Lebensmitteln wie Süßwaren und alkoholische Getränke sowie Import von Rohstoffen für die lebensmittelverarbeitende Industrie.

Kobe Bussan Co., Ltd.	
Adresse / Website	675-0063 Hyogo 25-1 Hirano, Kakogawa-cho, Kakogawa-shi Japan https://www.kobebussan.co.jp/english/
Kontakt	Herr Hirokazu Numata, President & Representative Director E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.kobebussan.co.jp/english/mail.php) Tel: +81 (0)79 457 5001
Profil	Kobe Bussan Co., Ltd. ist Importeur von diversen Lebensmitteln (etwa 1.590 Produkte) und Betreiber der Supermarktkette Gyomu Super.

Lacto Japan Co., Ltd.	
Adresse / Website	103-0027 Tokyo 2-11-2 Nihonbashi, Chuo-ku, Taiyo Life Nihonbashi Building 22F Japan https://www.lactojapan.com/en/index.html
Kontakt	Herr Motohisa Miura, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.lactojapan.com/en/agreement.html) Tel.: +81 (0)3 6281 9701
Mitarbeiterzahl	377
Profil	Lacto Japan ist ein Importeur mit Fokus auf Molkereierzeugnisse und tierische Produkte.

Lead-Off Japan Co., Ltd.	
Adresse / Website	107-0062 Tokyo 7-1-5 Minami- Aoyama, Minato-ku, Column Minami Aoyama 2F Japan https://www.lead-off-japan.co.jp/
Kontakt	Herr Hiroyuki Watanabe, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.lead-off-japan.co.jp/contact/index.html) Tel: +81 (0)3 5464 8170
Profil	Lead-Off Japan Co., Ltd. ist ein Importeur von verarbeiteten Lebensmitteln, alkoholischen Getränken und Getränken. Tochterunternehmen von ITOCHU-SHOKUHIN Co., Ltd.

Marubeni Foods Corporation	
Adresse / Website	104-0031 Tokyo 1-12-5, Kyobashi, Chuo-ku, Kyobashi YS Building Japan https://www.marubeni-foods.co.jp/english/company/outline/
Kontakt	E-Mail: info@marubeni-foods.co.jp Tel.: +81 (0)3 3538 8675
Umsatz	115,9 Mrd. JPY (2023)
Mitarbeiterzahl	171
Profil	Marubeni Foods Corporation ist im Import von unverarbeiteten und verarbeiteten Lebensmitteln tätig. Es handelt sich um ein Tochterunternehmen des Handelsunternehmens Marubeni Corporation.

Mie Project Co., Ltd.	
Adresse / Website	150-0046 Tokyo 1-3-8, , Shoto, Shibuya-ku Japan https://mieproject.com/en/
Kontakt	Herr Masaaki Hirano, Director E-Mail: Über Kontaktformular (https://mieproject.com/en/contact-us/) Tel.: +81 (0)3 5465 2121
Profil	Mie Project Co., Ltd. ist ein Importeur von verarbeiteten Lebensmitteln.

Nichifutsu Boeki K.K.	
Adresse / Website	100-0013 Tokyo 3-6-7 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Kasumigaseki Place Japan https://nbkk.co.jp/
Kontakt	Herr Guillaume Carus, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://nbkk.co.jp/contact/) Tel.: +81 (0)3 5510 2662
Mitarbeiterzahl	70
Profil	Das Unternehmen ist ein Importeur von verarbeiteten Lebensmitteln.

Nippon Beer Co., Ltd.	
Adresse / Website	153-0051 Tokyo 1-8-1 Kamimeguro, Meguro-ku Japan https://www.nipponbeer.jp/
Kontakt	Herr Shigeru Uchida, President E-Mail: info@nipponbeer.jp Tel.: +81 (0)3 5489 8888
Profil	Nippon Beer Co., Ltd. ist der ältester unabhängiger Bierimporteur Japans.

NIS Foods Service Corporation	
Adresse / Website	141-8582 Tokyo1-1-1 Nishishinagawa, Shinagawa-ku, Sumitomo Fudosan Osaki Garden Tower Japan https://www.nis.co.jp/english
Kontakt	Herr Hiro Fukui, Representative E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.nis.co.jp/contact-en) Tel.: +81 (0)3 5435 5901
Profil	Das Unternehmen ist ein Importeur von Produkten für die lebensmittelverarbeitende Industrie und den HoReCa-Bereich. Tochterunternehmen von Nippon Access, Inc., einem der größten Handelsunternehmen Japans.

Nishimoto Co., Ltd.	
Adresse / Website	103-0022 Tokyo 3-2-1, Nihonbashi Muromachi, Chuo-ku, Nihonbashi Muromachi Mitsui Tower 15F Japan https://www.wismettac.com/en/index.html
Kontakt	Herr Yoshiro Susaki, Chairman & CEO E-Mail: Über Kontaktformular (https://cloud.swcms.net/wismettacPublic/en/inquiry/inquiry4.html) Tel.: +81 (0)3 6870 2180
Mitarbeiterzahl	2.176
Profil	Das Unternehmen ist im Import und Vertrieb von Obst und Gemüse an den HoReCa und an die lebensmittelverarbeitende Industrie tätig.

Overseas Inc.	
Adresse / Website	155.0033 Tokyo 5-11-10 Daita, Setagaya-ku Japan https://overseas-inc.jp/
Kontakt	Herr Nobue Oda, Representative Director E-Mail: Über Kontaktformular (https://overseas-inc.jp/contact/index) Tel.: +81 (0)120 522 582
Mitarbeiterzahl	75
Profil	Overseas Inc. ist im Import und Vertrieb von verarbeiteten Lebensmitteln und Wein aktiv. Sehr starke Anbindung an die Lebensmitteleinzelhandelskette Kaldi Coffee Farm.

Roots Trading Co., Ltd.	
Adresse / Website	272-0035 Chiba 4-13-8 Shinden, Ichikawa Japan https://e-roots.co.jp/en/
Kontakt	Herr Yoshiharu Shirane, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://e-roots.co.jp/contact/) Tel.: +81 (0)47 379 1505
Profil	Das Unternehmen ist spezialisiert auf den Import und Vertrieb von Lebensmittelrohstoffen, insbesondere für die Süßwaren- und Gebäckindustrie.

Row & Co. KK	
Adresse / Website	166-0001 Tokyo 5-7-3 Asagaya-Kita, Suginami-ku Japan https://www.row-company.com/
Kontakt	Herr Michael Lohse, CEO E-Mail: contact@row-company.com Tel.: +81 (0)3 5356 6178
Profil	Row & Co. KK importiert und vertreibt traditionelle und Gesundheitslebensmittel.

Scotch Malt Sales Co, Ltd.	
Adresse / Website	173-0004 Tokyo 1-8-4 Itabashi, Itabashi-ku Japan https://scotch-malt.co.jp/
Kontakt	Frau Keiko Shimamura, President & Representative Director E-Mail: Über Kontaktformular (https://scotch-malt.co.jp/contact/) Tel.: +81 (0)3 3579 8587
Profil	Scotch Malt Sales Co, Ltd. importiert und vertreibt Spirituosen.

Showa Boeki Co., Ltd.	
Adresse / Website	550-0002 Osaka 1-18-27 Edobori, Nishi-ku Japan https://www.showa-boeki.jp/
Kontakt	Herr Akihiko Sueno, Representative E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.showa-boeki.jp/contact) Tel.: +81 (0)6 6441 3333
Profil	Das Unternehmen ist ein Importeur u. a. von Bier.

SKW East Asia Ltd.	
Adresse / Website	102-0075 Tokyo Sanbancho 2, Chiyoda-ku, Sanbancho KSBUILDING 6F Japan https://www.skwea.co.jp/en/
Kontakt	Herr Oliver M. Bolzer, Representative Director E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.skwea.co.jp/en/contact/) Tel.: +81 (0)3 3288 7351
Umsatz	4,6 Mrd. JPY (2023)
Profil	Bei SKW East Asia Ltd. handelt es sich um einen diversifizierten Importeur, der u. a. verarbeitete Lebensmittel sowie Rohstoffe für die weiterverarbeitende Lebensmittelindustrie vertreibt, darunter Alpensalz.

SL Japan Co., Ltd.	
Adresse / Website	341-0043 Saitama 3-66-7 Sakae, Misato Japan https://sljapan.co.jp/about-us/
Kontakt	E-Mail: info@sljapan.co.jp Tel.: +81 (0)48 949 3939
Mitarbeiterzahl	13
Profil	SL Japan Co., Ltd. ist tätig im Import und Vertrieb von verarbeiteten Lebensmitteln sowie gefrorenen Produkten.

Sojitz Foods Corporation	
Adresse / Website	106-0032 Tokyo 3-1-1 Roppongi, Minato-ku, Roppongi T-Cube 16F Japan https://www.sojitz-foods.com/en/index.html
Kontakt	Herr Yutaka Koizumi, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.sojitz-foods.com/en/inquiry/inquiry.php) Tel.: +81 (0)3 5574 3300
Umsatz	129,9 Mrd. JPY (2020)
Mitarbeiterzahl	292
Profil	Das Unternehmen ist im Import und Vertrieb von Produkten für die weiterverarbeitende Lebensmittelindustrie tätig, inklusive tierische und Fischereierzeugnisse. Es ist ein Tochterunternehmen des Handelshauses Sojitz Corporation.

Sun Eight Trading Co., Ltd.	
Adresse / Website	107-0062 Tokyo 1-1, Minami-Aoyama1-chome, Minato-ku, Shin-Aoyama Building West Wing 22F Japan https://www.sun-eight.com/en_top/
Kontakt	Herr Masami Saito, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.sun-eight.com/contact/) Tel.: +81 (0) 3 5414 1572
Mitarbeiterzahl	48
Profil	Das Unternehmen ist ein Importeur von Rohstoffen für die Back- und Süßwarenindustrie.

Suzusho Ltd.	
Adresse / Website	160-0007 Tokyo 23 Araki-cho , Shinjiku-ku Japan https://www.suzusho.co.jp/english/
Kontakt	E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.suzusho.co.jp/english/contact/) Tel.: +81 (0)3 3225 1161
Profil	Das Unternehmen ist ein Importeur von verarbeiteten Lebensmitteln.

Takara Shoji Group	
Adresse / Website	101-0044 Tokyo 1-9-19 Kajicho, Chiyoda-ku Japan https://www.tskk.co.jp/
Kontakt	Herr Koichi Aoki, President and Representative Director E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.tskk.co.jp/contact-top/contact2) Tel.: +81 (0)47 370 3121
Profil	Takara Shoji Group ist im Import und Vertrieb von verarbeiteten Lebensmitteln, insbesondere Süßwaren und Snacks, tätig.

Toko Trading Co., Ltd.	
Adresse / Website	110-0005 Tokyo Ueno 6-16-17, Taito-ku, Asahi Life Ueno Showa Dori Bldg. 1F Japan https://www.toko-t.co.jp/about/
Kontakt	Herr Naotaka Totsuka, CEO E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.toko-t.co.jp/contact/) Tel.: +81 (0)3 3833 3541
Profil	Toko Trading Co., Ltd. ist aktiv im Import und Vertrieb von Wein, Bier und Spirituosen.

Tokyo Dairy Co., Ltd.	
Adresse / Website	135-0042 Tokyo 3-4-2 Kiba, Koto-ku Japan https://www.tokyodairy.co.jp/english/
Kontakt	Herr Hiroshi Murahashi, Representative Director E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.tokyodairy.co.jp/contact/) Tel.: +81 (0)120 898 972
Mitarbeiterzahl	85
Profil	Tokyo Dairy Co., Ltd. ist aktiv im Import und Vertrieb von Molkereierzeugnissen, insbesondere Käse.

Tokyo Europe Trading Co., Ltd.	
Adresse / Website	220-0004 2-9-30 Kitasaiwai, Nishi-ku Yokohama, Yokohama Nishiguchi Kato Bldg. 5F Japan https://www.seijoishii.co.jp/en/business/
Kontakt	Herr Katsumoto Goto, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.seijoishii.co.jp/contact/) Tel.: +81 (0)45 329 2300
Profil	Tokyo Europe Trading Co., Ltd. importiert diverse Lebensmittel. Es ist ein Tochterunternehmen der Lebensmitteleinzelhandelskette Seijo Ishii.

Tominaga Boeki Kaisha, Ltd.	
Adresse / Website	651-0087 Kobe 5-1-21 Goko-dori, Chuo-ku Japan https://www.tominaga.co.jp/en/
Kontakt	Herr Shohei Tominaga, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.tominaga.co.jp/en-contact/) Tel.: +81 (0)78 232 8600
Umsatz	150
Mitarbeiterzahl	40,9 Mrd. JPY (2022)
Profil	Das Unternehmen ist tätig im Import von diversen Lebensmitteln.

Top Trading Co., (Far East) Ltd.	
Adresse / Website	556-0021 Osaka 2-2-20 Saiwai-cho, Naniwa-ku, Seiko Building 8F Japan https://toptrading.co.jp/company/
Kontakt	Herr Toshiro Nakazawa, CEO E-Mail: Über Kontaktformular (https://toptrading.co.jp/inquiry/) Tel.: +81 (0)6 6567 6722
Umsatz	10,3 Mrd. JPY (2022)
Mitarbeiterzahl	90
Profil	Das Unternehmen ist ein Importeur von Fleisch- und Fleischwaren, Backwaren, Rohstoffen für die Süßwarenindustrie und Fertiggerichte.

Toyota Tsusho Foods Corporation	
Adresse / Website	108-0075 Tokyo 2-3-13, Konan, Minato-ku Japan https://www.toyotsu-shokuryo.com/en/profile/
Kontakt	Herr Kenji Funato, President & CEO E-Mail: contact@toyotsu-shokuryo.com Tel.: +81 (0)3 4306 8541
Umsatz	66,8 Mrd. JPY (2022)
Mitarbeiterzahl	157
Profil	Es handelt sich um ein auf Lebensmittel spezialisiertes großes Handelsunternehmen, das sich hauptsächlich mit dem Import und Export verschiedener Lebensmittelrohstoffe und Nahrungsmittel sowie der Lebensmittelverarbeitung befasst. Es ist ein Tochterunternehmen des allgemeinen Handelsunternehmens Toyota Tsusho Corporation.

Weinhaus Gerhardt K. K.	
Adresse / Website	151-0072 Tokyo 1-1-1 Hatagaya, Shibuya-ku, Hatagaya Plaza 5F Japan http://www.gerhardt.co.jp/
Kontakt	Herr Kunio Sato, Representative E-Mail: wineshop@gerhardt.co.jp Tel.: +81 (0)3 5388 6711
Profil	Es handelt sich um ein auf Wein spezialisiertes Importunternehmen.

WingAce Co., Ltd.	
Adresse / Website	105-0001 Tokyo 3-18-19, Toranomon, Minato-ku, UD-Kamiyacho Bldg 5F Japan https://www.wingace.jp/e/index.html
Kontakt	Herr Hideto Shimada, President & Representative Director E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.wingace.jp/j/wa5.html) Tel.: +81 (0)3 5404 4855
Profil	WingAce Co., Ltd. ist aktiv im Import und Vertrieb von verarbeiteten Lebensmitteln.

Youki Trading Co., Ltd.	
Adresse / Website	150-0011 Tokyo 2-26-13 Higashi, Shibuya-ku Japan https://www.youkitrading.co.jp/en/
Kontakt	Frau Chika Kyo, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.youkitrading.co.jp/en/contact/index.html) Tel.: +81 (0)3 5466 8760
Profil	Youki Trading Co., Ltd. ist ein Lebensmittelimporteur mit Fokus auf Gewürzen und Saucen.

Yutaka Trading Co., Ltd.	
Adresse / Website	220-0011 Kanagawa 2-10-31 Takashima, Nishi-ku, Yokohama https://www.yutaka-trd.co.jp/
Kontakt	Herr Yutaka Yamamoto, President & Representative Director E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.yutaka-trd.co.jp/contact) Tel.: +81 (0)45 453 2323
Umsatz	3,4 Mrd. JPY
Mitarbeiterzahl	31
Profil	Yutaka Trading Co., Ltd. ist ein Lebensmittelimporteur mit Fokus auf Tee und Kaffee.

Zato Trading Co., Ltd.	
Adresse / Website	150-0011 Tokyo 1-29-3, Higashi, Shibuya-ku, Shibuya Bridge B 2F https://www.zato.co.jp/
Kontakt	Herr Hisashi Imazato, Representative E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.zato.co.jp/contact/) Tel.: +81 (0)3 6451 1628
Profil	Zato Trading Co., Ltd. ist ein Lebensmittelimporteur mit Fokus auf Bier und Wein.

11.4. Großhändler

ITOCHU-SHOKUHIN Co., Ltd.	
Adresse / Website	540-0001 Osaka 2-2-22 Shiromi, Chuo-ku, Osaka-shi Japan https://www.itochu-shokuhin.com/
Kontakt	Herr Hitoshi Okamoto, CEO E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.itochu-shokuhin.com/contact/) Tel.: +81 (0)6 6947 9811
Umsatz	672,45 Mrd. JPY (2023)
Mitarbeiterzahl	1.179
Profil	ITOCHU-SHOKUHIN Co., Ltd. gehört zur ITOCHU Corporation, einer der größten allgemeinen Handelshäuser Japans mit zahlreichen Tochterunternehmen. ITOCHU-SHOKUHIN Co., Ltd. ist Großhändler für alle Arten von Lebensmittelprodukten und besitzt enge Beziehungen zum Lebensmitteleinzelhandel und zu Herstellern. Teilweise werden Lebensmittel auch selbst importiert.

KOKUBU GROUP CORP.	
Adresse / Website	102-8241 Tokyo 1-1-1 Nihonbashi, Chuo-ku Japan https://www.kokubu.co.jp/english/
Kontakt	Herr Kanbei Kokubu XII, Representative Director, Chairman & CEO E-Mail: Über Kontaktformular (https://www5.webcas.net/form_m/pub/kokubu/form_english) Tel.: +81 (0)3 3276 4000
Umsatz	2,07 Bio. JPY (2023)
Mitarbeiterzahl	5.051
Profil	Das Unternehmen ist einer der bedeutendsten Großhändler für Lebensmittel. KOKUBU GROUP CORP. Entwickelt dabei auch eigene Marken und importiert selbst ausgewählte Lebensmittel.

Mitsubishi Shokuhin Co., Ltd.	
Adresse / Website	112-8778 Tokyo 1-1, Koishikawa 1-chome, Bunkyo-ku Japan https://www.mitsubishi-shokuhin.com/en/
Kontakt	E-Mail: kouhou-1@mitsubishi-shokuhin.com Tel.: +81 (0)3 4553 5111
Umsatz	1,97 Bio. JPY (2022)
Mitarbeiterzahl	4.101
Profil	Das Unternehmen ist einer der bedeutendsten Großhändler für Lebensmittel. Mitsubishi Shokuhin Co., Ltd. importiert dabei auch eigene Lebensmittel, darunter zum Beispiel HARIBO.

Mitsui & Co. Retail Group, Ltd.	
Adresse / Website	105-0003 Tokyo 1-1-1 Nishi-Shimbashi, Minato-ku Japan https://www.mbrg.co.jp/
Kontakt	Herr Kosuke Shibata, President & CEO E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.mbrg.co.jp/contact/) Tel.: +81 (0)3 6700 7100
Umsatz	N/A (da Unternehmenszusammenschluss erst 2024 erfolgte)
Mitarbeiterzahl	2.600
Profil	Das Unternehmen ist einer der bedeutendsten Großhändler in Japan. Das Unternehmen ist erst 2024 aus dem Zusammenschluss von fünf Tochterunternehmen der Mitsui & Co., Ltd., einem der größten allgemeinen Handelshäuser, entstanden und soll die einzelnen Funktionen des Großhandels zusammenführen, welche vorher von den einzelnen Unternehmen erfüllt wurden. Das Unternehmen erfüllt alle Funktionen des Großhandels, inklusive Verkauf, Import und Export von Lebensmitteln, Herstellung und Verarbeitung von Waren sowie Logistik.

Nihon Shurui Hanbai Co., Ltd.	
Adresse / Website	104-0033 Tokyo 1-25-4 Shinkawa, Chuo-ku Japan https://www.nishuhan.co.jp/en/
Kontakt	Herr Kuramoto Takashi, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.nishuhan.co.jp/contact/) Tel.: +81 (0)3 4330 1700
Umsatz	584 Mrd. JPY (2023)
Mitarbeiterzahl	712
Profil	Das Unternehmen ist einer der bedeutendsten Großhändler im Bereich alkoholische Getränke. Nihon Shurui Hanbai Co., Ltd. führt auch eigene Marken.

Nippon Access, Inc.	
Adresse / Website	141-8582 Tokyo 1-1-1 Nishi-Shinagawa, Shinagawa-ku Japan https://www.nippon-access.co.jp/en/
Kontakt	Herr Masaya Hattori, President & CEO E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.nippon-access.co.jp/inquiry_list/) Tel.: +81 (0)3 5435 5800
Umsatz	2,34 Bio. JPY (2023)
Mitarbeiterzahl	4.002
Profil	Das Unternehmen ist einer der bedeutendsten Großhändler Japans im Lebensmittelbereich. Das Unternehmen ist hundertprozentige Tochter der ITOCHU Corporation.

11.5. Hersteller

Ajinomoto Co., Inc.	
Adresse / Website	104-8315 Tokyo 15-1, Kyobashi 1-chome, Chuo-ku Japan https://www.ajinomoto.com/
Kontakt	E-Mail: info@ajinomoto.com Tel.: +81 (0)3 5250 8111
Umsatz	1,44 Bio. JPY (2023)
Mitarbeiterzahl	34.556
Profil	Das Unternehmen ist einer der bedeutendsten Lebensmittelhersteller Japans. Ajinomoto Co., Inc. ist besonders bekannt für Lebensmitteladditive, Gewürze und Saucen.

Asahi Group Holdings, Ltd.	
Adresse / Website	130-8602 Tokyo 1-23-1 Azumabashi, Sumida-ku Japan https://www.asahigroup-holdings.com/en/
Kontakt	Herr Atsushi Katsuki, President and Group CEO, Representative Director E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.asahibeer.co.jp/web-service/asahibeer/customer/contact_us_e/form.wsp.html?CMD=onForm) Tel.: +81 (0)570 00 5112
Umsatz	2,77 Bio. JPY (2023)
Mitarbeiterzahl	28.724
Profil	Asahi Group Holdings, Ltd. ist eine Unternehmensgruppe, die insbesondere für ihr Bier bekannt ist. Daneben werden auch nicht-alkoholische Getränke und andere Lebensmittel hergestellt.

Calbee, Inc.	
Adresse / Website	100-0005 Tokyo 1-8-3 Marunouchi, Chiyoda-ku, Marunouchi Trust Tower Main 22F Japan https://www.calbee.co.jp/en/
Kontakt	Herr Makoto Ehara, President & CEO E-Mail: Über Kontaktformular (https://faq.calbee.co.jp/form/contactus_en.html#jp) Tel.: +81 (0)120 55 8570
Umsatz	279,31 Mrd. JPY (2023)
Mitarbeiterzahl	4.939
Profil	Calbee, Inc. ist ein japanischer Hersteller von Snacks und insbesondere für seine Kartoffelchips bekannt.

Kikkoman Corporation	
Adresse / Website	278-8601 Chiba 250 Noda, Noda-shi Japan https://www.kikkoman.com/en/
Kontakt	Herr Shozaburo Nakano, President & CEO E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.kikkoman.com/en/contact-us/) Tel.: +81 (0)4 7123 5111
Umsatz	660,83 Mrd. JPY (2023)
Mitarbeiterzahl	7.521
Profil	Das Unternehmen ist ein bedeutender japanischer Lebensmittelhersteller, der international insbesondere für seine Sojasaucen bekannt ist.

Kirin Holdings Company, Limited	
Adresse / Website	164-0001 Tokyo 10-2, Nakano 4-chome, Nakano-ku Japan https://www.kirinholdings.com/en/
Kontakt	Herr Yoshinori Isozaki, Representative Director of the Board & CEO E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.kirinholdings.com/en/customer/) Tel.: +81 (0)3 6837 7000
Umsatz	2,13 Bio. JPY (2023)
Mitarbeiterzahl	30.183
Profil	Kirin Holdings Company, Limited ist eine Unternehmensgruppe, die insbesondere für ihr Bier bekannt ist. Neben dem Alkoholgeschäft ist Kirin Holdings Company, Limited insbesondere auch einer der bedeutendsten Hersteller für Lebensmittel mit gesundheitlichem Mehrwert.

Meiji Holdings Co., Ltd.	
Adresse / Website	104-0031 Tokyo 4-16, Kyobashi 2-chome, Chuo-ku Japan https://www.meiji.com/global/
Kontakt	Herr Kazuo Kawamura, President & CEO E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.meiji.com/global/contact-us/) Tel.: +81 (0)3 3273 4001
Umsatz	1,1 Bio. JPY (2024)
Mitarbeiterzahl	17.270
Profil	Meiji Holdings Co., Ltd. ist einer der bedeutendsten Hersteller im Bereich der Molkereierzeugnisse, Süßwaren und Nahrungsergänzungsmittel. Das Unternehmen ist global in 113 Ländern mit Tochterunternehmen vertreten.

Nichirei Foods Corporation	
Adresse / Website	104-8402 Tokyo 6-19-20 Tsukiji, Chuo-ku, Nichirei Higashi-Ginza Building Japan https://www.nichirei.co.jp/english
Kontakt	Herr Kenya Okushi, Representative Director, President & CEO E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.nichirei.co.jp/english/inquire) Tel.: +81 (0)3 3248 2235
Umsatz	680,09 Mrd. JPY (2023)
Mitarbeiterzahl	16.385
Profil	Nichirei Foods Corporation ist größter japanischer Hersteller von gefrorenen Lebensmitteln, darunter insbesondere Convenience-Produkte.

NH Foods Ltd.	
Adresse / Website	530-0001 Osaka 4-9, Umeda 2-chome, Kita-ku, BREEZE TOWER Japan https://www.nipponham.co.jp/eng/
Kontakt	Herr Nobuhisa Ikawa, President & Representative Director E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.nipponham.co.jp/customer/#mail) Tel.: +81 (0)6 7525 3026
Umsatz	1,3 Bio. JPY
Mitarbeiterzahl	25.912
Profil	NH Foods Ltd. ist einer der bedeutendsten japanischen Hersteller im Bereich Fleischwaren.

NISSIN FOODS HOLDINGS CO., LTD.	
Adresse / Website	160-8524 Tokyo 28-1, 6-chome, Shinjuku, Shinjuku-ku Japan https://www.nissin.com/en_jp/
Kontakt	E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.nissin.com/en_jp/customer/) Tel.: +81 (0)3 3205 5111
Umsatz	732,93 Mrd. JPY (2023)
Mitarbeiterzahl	15.227
Profil	NISSIN FOODS HOLDINGS CO., LTD. ist einer der bedeutendsten japanischen Hersteller im Bereich Convenience-Lebensmittel, darunter insbesondere Nudelgerichte und Nudelsuppen.

Suntory Holdings Limited	
Adresse / Website	530-8203 Osaka 2-1-40 Dojimahama, Kita-ku, Osaka City Japan https://www.suntory.com/
Kontakt	Herr Takeshi Niinami, Representative Director, President & CEO E-Mail: Über Kontaktformular Tel.: +81 (0)6 6346 1131
Umsatz	2,95 Bio. JPY
Mitarbeiterzahl	41.511
Profil	Suntory Holdings Limited ist einer der bedeutendsten Getränkehersteller, insbesondere für Bier und Whiskey. Daneben ist Suntory Holdings Limited auch im Bereich Gesundheitslebensmittel aktiv. Das Unternehmen ist besonders stark im Export tätig – im Ausland wurden 2023 etwas mehr als 50 % der Umsätze generiert.

Yamazaki Baking Co., Ltd.	
Adresse / Website	101-8585 Tokyo 10-1, Iwamotocho 3-chome, Chiyoda-ku Japan https://www.yamazakipan.co.jp/english/
Kontakt	Herr Nobuhiro Iijima, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.yamazakipan.co.jp/otoiawase/index.html) Tel.: +81 (0)3 3864 3111
Umsatz	1,17 Bio. JPY
Mitarbeiterzahl	19.446
Profil	Yamazaki Baking Co., Ltd. ist der größte japanische Hersteller im Bereich Backwaren.

11.6. Einzelhändler

AEON Co., Ltd.	
Adresse / Website	261-8515 Chiba 1-5-1 Nakase Mihama-ku, Chiba City Japan https://www.aeon.info/en/
Kontakt	Herr Akio Yoshida, President & CEO E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.aeon.info/en/contact/) Tel.: +81 (0) 43 212 6000
Umsatz	9,55 Bio. JPY
Mitarbeiterzahl	520.000
Profil	AEON Co., Ltd. ist eine Unternehmensgruppe und mit mehreren Marken in diversen Sparten des Lebensmitteleinzelhandels tätig, darunter im General Merchandise Store (GMS) Bereich (z. B. Can Do), im Supermarkt Bereich (z. B. MaxValu, MyBasket), im Convenience Store Bereich (Mini Stop), im Discount Store Bereich (z. B. Big-A), sowie im Drug Store Bereich (z. B. Welcia).

ARCS COMPANY, LIMITED	
Adresse / Website	064-8610 Sapporo 2-32, Minami 13-jo Nishi 11-chome, Chuo-ku Japan https://www.arcs-g.co.jp/en/index.html
Kontakt	Herr Kiyoshi Yokoyama, Chairman & CEO E-Mail: Über Kontaktformular (https://reg34.smp.ne.jp/regist/is?SMPFORM=gemj-mbkdkd-20c0018cab7df955eb981fb44291d456) Tel.: +81 (0)11 530 1000
Umsatz	591,55 Mrd. JPY
Mitarbeiterzahl	21.101
Profil	ARCS COMPANY, LIMITED ist mit mehreren Supermarkt-Ketten insbesondere auf der Nordinsel Hokkaido und in den nördlichen Präfekturen Japans aktiv.

Costco Wholesale Japan	
Adresse / Website	292-0007 Chiba 361 Urikura, Kisarazu City Japan https://www.costco.co.jp/
Kontakt	E-Mail: Über Kontaktformular (https://customerservice.costco.co.jp/s/contactsupport/ask-transaction) Tel.: +81 (0)570 200 800
Umsatz	237,7 Mrd. USD (weltweit)
Mitarbeiterzahl	316.000 (weltweit)
Profil	In Japan gibt es 33 Costco-Filialen.

IZUMI Co., Ltd.	
Adresse / Website	732-0057 Hiroshima 3-3-1 Futabanosato, Higashi-ku Japan https://www.izumi.co.jp/
Kontakt	E-Mail: Über Kontaktformular (https://form.izumi.jp/contact-form/contact/) Tel.: +81 (0)82 264 3211
Umsatz	471,17 Mrd. JPY
Mitarbeiterzahl	5.971
Profil	IZUMI Co., Ltd. ist insbesondere mit der Supermarktkette „you me“ im südlichen Japan aktiv. Es werden insgesamt 190 Filialen betrieben.

KINOKUNIYA Co., Ltd.	
Adresse / Website	162-0842 Tokyo 3-5 Ichigayasadoharacho, Shinjuku City https://www.super-kinokuniya.jp/
Kontakt	Herr Katsumi Tomita, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.e-kinokuniya.com/contacts/other) Tel.: +81 (0)3 5946 8566
Mitarbeiterzahl	1.543
Profil	KINOKUNIYA Co., Ltd. ist eine Premium-Supermarktkette in Tokyo mit einer großen Auswahl an importierten Produkten.

Life Corporation	
Adresse / Website	532-0004 Osaka 2-2-22 Nishi-Miyahara, Yodogawa-ku Japan http://www.lifecorp.jp/
Kontakt	Herr Takaharu Iwasaki, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.contact.lifecorp.jp/form/life_form02/input) Tel.: +81 (0)6 6150 6111
Umsatz	809,8 Mrd. JPY (2023)
Mitarbeiterzahl	31.576
Profil	Life Corporation ist eine Supermarktkette mit Fokus auf die Regionen Kanto und Kansai.

Meidi-Ya Co., Ltd.	
Adresse / Website	104-8302 Tokyo 2-2-8 Kyobashi, Chuo-ku Japan https://www.meidi-ya.co.jp/en/index.html
Kontakt	E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.meidi-ya.co.jp/contact/index.html) Tel.: +81 (0)3 3271 1111
Umsatz	30,1 Mrd. JPY
Mitarbeiterzahl	434
Profil	Meidi-Ya Co., Ltd. ist eine Premium-Supermarktkette mit etwa 45 Filialen, die in der Regel in Department Stores angesiedelt sind. Meidi-Ya Co., Ltd. verfügt über einen Direktimport.

OK Corporation	
Adresse / Website	220-8755 Kanagawa 6-3-6 Minatomirai, Nishi-ku, Yokohama Japan https://ok-corporation.jp/
Kontakt	E-Mail: info@ok-corporation.co.jp Tel.: +81 (0)45 63 6062
Umsatz	622 Mrd. JPY
Profil	OK Corporation ist eine Discounter-Kette in der Region Kanto. Das Unternehmen hat einen eigenen Direktimport.

Seijo Ishii Co., Ltd.	
Adresse / Website	220-0004 Kanagawa 2-9-30 Kitasaiwai, Nishi-ku, Yokohama Japan https://www.seijoishii.co.jp/en/
Kontakt	Herr Katsumoto Goto, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.seijoishii.co.jp/contact/) Tel.: +81 (0)45 329 2300
Umsatz	112,54 Mrd. JPY (2023)
Mitarbeiterzahl	8.429
Profil	Seijo Ishii Co., Ltd. ist eine urbane Premium-Supermarktkette, die sich vor allem in Bahnhöfen oder in deren Nähe findet. Das Unternehmen Seijo Ishii Co., Ltd. ist ein Tochterunternehmen des Convenience Store Betreibers Lawson.

Seiyu Co., Ltd.	
Adresse / Website	180-0004 Tokyo 1-12-10 Kichijoji Honcho, Musashino-shi Japan https://www.seiyu.co.jp/
Kontakt	E-Mail: Über Kontaktformular (https://www.seiyu.co.jp/contact/) Tel.: +81 (0)4 2268 7100
Umsatz	664,7 Mrd. JPY
Mitarbeiterzahl	25.000
Profil	Seiyu Co., Ltd. ist eine überregional tätige Lebensmitteleinzelhandelskette mit 323 Filialen in ganz Japan. Das Unternehmen gehört mehrheitlich zum Internetunternehmen Rakuten K. K. und verfügt über einen eigenen Direktimport.

Seven & i Holdings Co., Ltd.	
Adresse / Website	102-8452 Tokyo 8-8, Nibancho, Chiyoda-ku Japan https://www.7andi.com/en/
Kontakt	Herr Ryuichi Isaka, President & Representative Director E-Mail: Über Kontaktformular (https://faq.sej.co.jp/contact/contactform.php) Tel.: +81 (0)3 6238 3000
Umsatz	17,77 Bio. JPY
Mitarbeiterzahl	157.177
Profil	Die Seven & i Holdings Co., Ltd. ist mit 85.800 Filialen global insbesondere bekannt als größte Convenience-Store-Kette der Welt. Allerdings ist sie auch im Supermarkt-Geschäft tätig.

United Supermarked Holdings Inc.	
Adresse / Website	101-0029 Tokyo 1 Kanda Aioi-cho, Chiyoda-ku Japan https://www.usmh.co.jp/en
Kontakt	Herr Motohiro Fujita, President and Representative Director E-Mail: kaihatsu-h@usmh.co.jp Tel.: +81 (0)3 3526 4761
Umsatz	706,65 Mrd. JPY
Mitarbeiterzahl	7.179
Profil	United Supermarked Holdings Inc. ist mit 520 Filialen mit drei Marken (Maruetsu, Kasumi, MaxValu) im Großraum Tokyo vertreten. United Supermarked Holdings Inc. ist Teil der AEON Gruppe.

Valor Holdings Co., Ltd.	
Adresse / Website	509-7201 Gifu 180-1 Oi-cho, Ena-shi Japan https://valorholdings.co.jp/en/
Kontakt	Herr Masami Tashiro, Representative Director & CEO E-Mail: Über Kontaktformular (https://valorholdings.co.jp/contact/soudanshitsu.html) Tel.: +81 (0)572 20 0860
Umsatz	807,79 Mrd. JPY
Mitarbeiterzahl	29.693
Profil	Das Unternehmen ist im Supermarkt-Geschäft (321 Filialen), im Drugstore-Geschäft (512 Filialen) sowie in weiteren Einzelhandelssparten tätig (insgesamt 1.360 Filialen). Geografisch gibt es einen Fokus auf die Chubu-Region.

YAOKO Co., Ltd.	
Adresse / Website	350-1124 Saitama 1-10-1 Arajukumachi, Kawagoe-shi Japan https://www.yaoko-net.com/en/
Kontakt	Herr Sumito Kawano, President E-Mail: Über Kontaktformular (https://nc.yaoko-net.com/member/contacts/new?_ga=2.80881044.2061538020.1721696105-477787953.1721696105) Tel.: +81 (0)49 246 7000
Umsatz	619,59 Mrd. JPY
Mitarbeiterzahl	17.292
Profil	YAOKO Co., Ltd. ist eine Supermarktkette mit 199 Filialen in der Kanto-Region.

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

Juli 2024

UMSCHLAGGESTALTUNG/DRUCK

BMEL

BILDNACHWEIS

argus/stock.adobe.com

TEXT

Deutsche Industrie- und Handelskammer
in Japan (AHK Japan)
Sanbancho KS Bldg. 5F
2 – 4 Sanbancho, Chiyoda-ku
Tokio 102-0075, Japan
<https://japan.ahk.de/>

Bearbeiter/ -in; Redaktion
Benedikt Reifenrath

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt die AHK Japan 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 AHK Japan und zweitens die Förderung durch das BMEL gestattet.

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

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

Weitere Informationen unter

www.bmel.de

www.bmel.de/social-media

www.agrarexportfoerderung.de