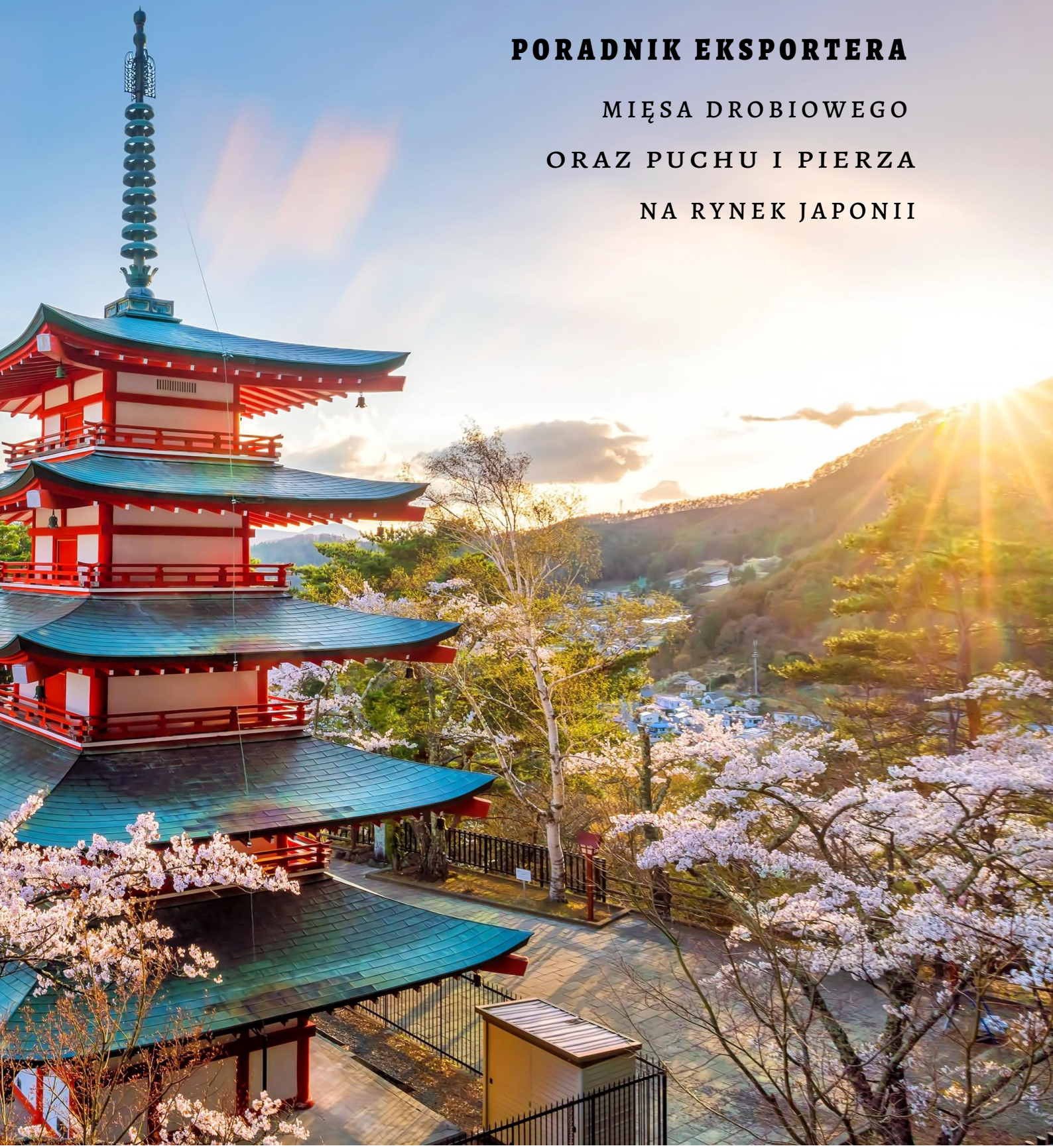
DRÓB Z EUROPEJSKIM PASZPORTEM

ENJOY IT'S FROM EUROPE

PORADNIK EKSPORTERA

MIĘSA DROBIOWEGO ORAZ PUCHU I PIERZA NA RYNEK JAPONII



KRD IG KRAJOWA RADA DROBIARSTWA IZBA GOSPODARCZA

KAMPANIA FINANSOWANA PRZY WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ

Treść niniejszej kampanii promocyjnej odzwierciedla wyłącznie poglądy jej autora i podlega jego wyłącznej odpowiedzialności. Komisja Europejska nie ponosi odpowiedzialności za żadne ewentualne wykorzystanie zawartych w kampanii informacji.

Spis treści

1. Japonia 4

a. Informacje ogólne 4

b. Rolnictwo 8

c. Specyfika japońskiego rynku 11

d. Sektor rolno-spożywczy 13

e. System dystrybucji towarów 15

f. Dystrybucja towarów importowanych 20

g. Kultura biznesowa w Japonii 22

2. Rynek mięsa i wyrobów mięsnych 25

a. Rynek mięsa – trendy w sprzedaży i konsumpcji 25

b. Patriotyzm konsumencki 30

c. Rynek mięsa drobiowego w Japonii, produkcja wewnętrzna i główni eksporterzy na rynek japoński 33

d. Mięso drobiowe w sprzedaży detalicznej i w gastronomii 47

e. Sprzedaż mięsa drobiowego z EU i Polski do Japonii – dane statystyczne i trendy 59

f. Główne problemy związane z eksportem drobiu do Japonii, bariery taryfowe i pozataryfowe, choroby zwierzęce 63

g. Zalecenia dla eksporterów mięsa drobiowego do Japonii 66

3. Metody promocji i reklamy. Nawiązywanie kontaktów handlowych 71

a. Imprezy targowe i inne ważne wydarzenia gospodarcze 71

b. Główne media, instytucje rządowe i służby odpowiedzialne za import mięsa 74

c. Organizacje branżowe oraz firmy zainteresowane importem z EU, w tym z Polski 81

d. Przykłady strategii promocyjnych i działań państw – eksporterów drobiu do Japonii 85

4. Rynek puchu i pierza gęsiego i kaczego w Japonii: 88

a. Wielkość rynku i główni eksporterzy puchu i pierza do Japonii 88

b. Wykorzystanie puchu i pierza, preferencje konsumentów 91

c. Podmioty japońskie działające w sektorze puchu i pierza 96

d. Główne problemy związane z eksportem puchu i pierza do Japonii (mieszanie towaru różnej jakości i pochodzenia, fałszowanie certyfikatów) oraz zalecenia 100

Załączniki: 105

1. CERTIFICATE OF ORIGIN AND HEALTH for poultry meat and meat products thereof intended for export to Japan 105

2. ATTESTATION 109

3. Animal Health Requirements for poultry meat etc. to be exported to Japan 110

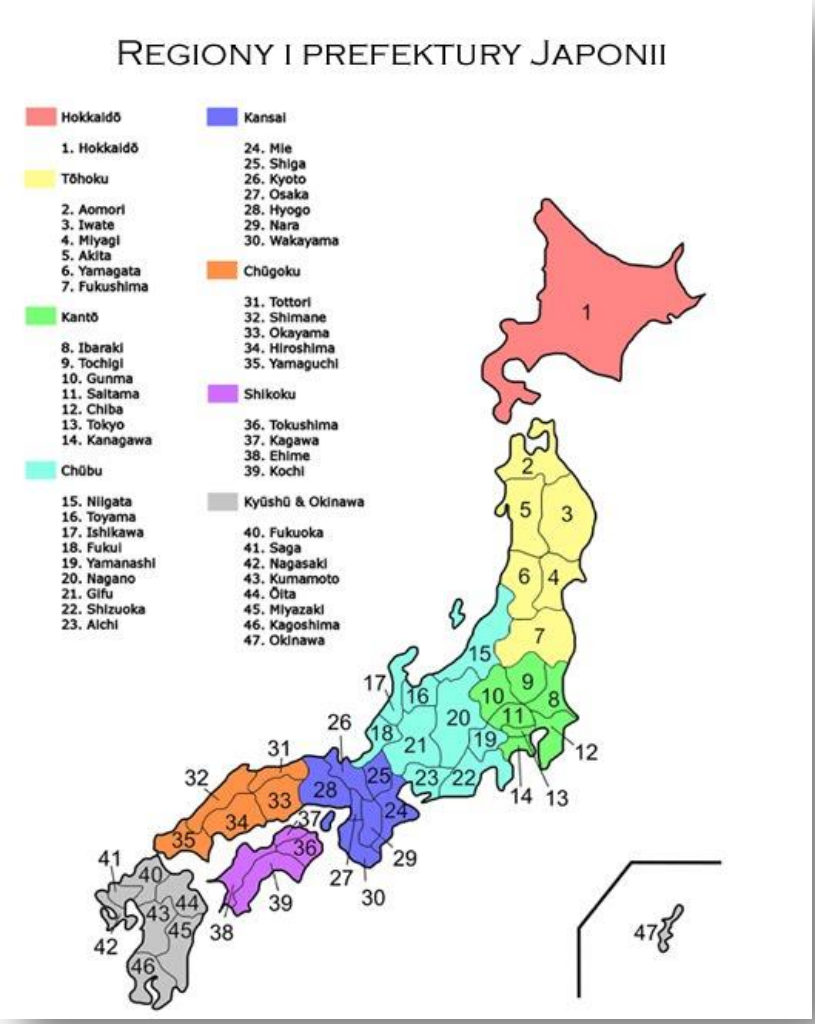
4. Wymogi w zakresie zdrowia zwierząt..... 118

1. Japonia

a. Informacje ogólne

Położenie geograficzne: Japonia jest krajem wyspiarskim znajdującym się w Azji Wschodniej na Oceanie Spokojnym. Od kontynentu kraj oddzielony jest Morzem Japońskim. Archipelag Japoński rozciąga się na długości 3,3 tys. km, od wyspy Okinawa na południu, po wyspę Hokkaido na północy, i składa się z ok. 6.848 mniejszych wysp.

Mapa 1. Regiony i prefektury w Japonii



Źródło: http://japoland.pl/blog/japonskie-wojewodztwa/

Największe z wysp Japonii to: Honsiu, Hokkaido, Kiusiu i Sikoku. Ponad 3/4 kraju pokrywają góry, toteż Japonia posiada bardzo mało gruntów uprawnych i jest też w niskim stopniu samowystarczalna, zarówno, jeśli chodzi o złoża naturalne, jak i produkty rolno-spożywcze. Najwyższym szczytem jest wulkan Fudżi (3.776 m). Japonia podzielona jest na 8 regionów i 47 prefektur.

Ludność Japonii to 125,5 miliona (dane na lipiec 2020)[1]. Wciąż jest to 11. najliczniejsza populacja na świecie, ale liczba ludności zmniejsza się w dość szybkim tempie – 0,3% rocznie[2]. Japońskie społeczeństwo jest homogeniczne: 98,1% populacji stanowią Japończycy, 0,5% - Chińczycy, 0,4% – Koreańczycy. Inne narodowości to około 1% społeczeństwa. Obszar kraju to 377.915 km^2. Zdecydowana większość ludności mieszka na terenach zurbanizowanych (91,8%). Depopulacja terenów wiejskich stanowi duży problem ekonomicznych i społeczny.

Stolicą Japonii jest Tokio (od 1864 r.); populacja wraz z obszarami przylegającymi to prawie 37 milionów osób. Językiem urzędowym jest japoński. Ustrój państwowy to monarchia parlamentarna, z cesarzem jako symbolem jedności państwa i wybieranym w wyborach powszechnych dwuizbowym parlamentem (zgodnie z przyjętą w 1947 roku demokratyczną konstytucją).

W Japonii można wyróżnić trzy strefy klimatyczne: zwrotnikową na południu, podzwrotnikową w części środkowej, oraz umiarkowaną ciepłą na północy. Na wszystkie strefy klimatyczne ma również wpływ klimat monsunowy. Poza archipelagiem Ryukyu oraz południową częścią Kiusiu w Japonii wyraźnie zaznaczają się cztery pory roku. Napływ chłodnych mas powietrza z kontynentu azjatyckiego w zimie oraz ciepłych mas znad Pacyfiku w lecie jest przyczyną znacznego zróżnicowania klimatu w poszczególnych częściach kraju. Japonia jest położona na styku płyt tektonicznych, w obrębie „ognistego pierścienia Pacyfiku". Stałym zagrożeniem są więc trzęsienia ziemi, wybuchy wulkanów i fale tsunami. W sierpniu i wrześniu archipelag nawiedzają tajfuny powstające na zachodnim Pacyfiku.

Japonia jest krajem ubogim w surowce naturalne. Z nielicznych złóż surowcowych występujących na terenie kraju wymienić należy złoża węgla kamiennego, miedzi, cyny, manganu, cynku, ołowiu oraz pirytu. W północno-zachodniej części Honsiu występują także niewielkie zasoby ropy naftowej,

[1] https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/attachments/summaries/JA-summary.pdf.
[2] https://www.worldometers.info/world-population/population-by-country/

których eksploatacja pokrywa jedynie 0,3% potrzeb krajowych. W związku z tym paliwa energetyczne oraz rudy metali (głównie żelaza i boksyty) Japonia musi sprowadzać z zagranicy. Prawie 90% produkcji przemysłowej oparte jest na surowcach importowanych, dlatego dla Japonii bardzo ważny jest swobodny dostęp do morskich szlaków handlowych. Jest to jedną z głównych przyczyn narastającego napięcia w relacjach Japonii z Chińską Republiką Ludową. Działania Chin na Morzu Południowochińskim oraz w rejonie wysp Senkaku są przez Japonię odbierane jako zagrożenie żywotnych interesów ekonomicznych.

Jednostką monetarną w Japonii jest jen. Wymiany waluty można dokonać we wszystkich międzynarodowych portach lotniczych oraz w kantorach i większości banków w większych miastach w całym kraju. Powszechnie akceptowane są karty kredytowe (VISA, MasterCard, American Express, JCB). W porównaniu do innych krajów, w Japonii bardzo dużo transakcji jest dokonywana metodą gotówkową. Zgodnie z danymi z 2018 roku było to aż 82% wszystkich transakcji[3]. Ten sposób płatności jest szczególnie popularny wśród osób starszych, które nie mają zaufania do bankowości elektronicznej. Należy też uwzględnić, że z uwagi na bardzo niski poziom przestępczości pospolitej (napady, rozboje, kradzieże kieszonkowe), noszenie większej ilości gotówki jest względnie bezpieczne.

Większość Japończyków praktykuje zarówno sintoizm (83,9%), jak i buddyzm (71,4%). Chrześcijanie stanowią około 1,5% ludności. Po II wojnie światowej nastąpił całkowity rozdział religii od państwa. Obecnie motywy religijne nie stanowią istotnego czynnika w życiu codziennym i preferencjach Japończyków.

Ze względu na wyspiarskie położenie Japonii, jedynymi możliwymi przejściami granicznymi są porty lotnicze oraz morskie. Trzy największe międzynarodowe porty lotnicze to: Haneda i Narita – porty obsługujące aglomerację tokijską, Kansai w Osace oraz Chubu w Nagoi. Do największych japońskich portów morskich należą: Nagoja, Chiba, Jokohama, Kitakiusiu, Osaka, Tokio oraz Kobe. Japonia posiada bardzo dobrze utrzymaną sieć dróg, w tym ok. 9.000 km autostrad. Obowiązuje ruch lewostronny. Japonia obecnie honoruje międzynarodowe prawo jazdy wydawane przez władze polskie tylko w odniesieniu do obywateli polskich przebywających na terenie Japonii na wizie turystycznej do 90 dni. Istnieje również możliwość wymiany krajowego prawa jazdy na dokument japoński, pod warunkiem posiadania zezwolenia na pobyt.

[3] Statista https://www.statista.com/chart/19868/share-of-cash-payments-in-different-countries/

Japonia posiada jeden z najlepiej rozwiniętych na świecie systemów transportu kolejowego, a długość linii kolejowych przekracza 23.000 km i wciąż rośnie. Ogólnie znane na świecie są japońskie koleje dużych prędkości - *shinkansen* (superekspres). Sieć szybkiej kolei obejmuje ponad 1.800 km i nadal jest rozbudowywana. Cztery największe wyspy archipelagu posiadają połączenia kolejowe, na których głównym przewoźnikiem jest grupa Japan Railway (JR). Funkcjonuje też wielu prywatnych operatorów kolejowych. Główne miasta Japonii, jak Tokio, Jokohama, Osaka, Nagoja, Sapporo, Kobe, Kioto, Fukuoka, a także Sendai posiadają nad wyraz rozbudowaną sieć metra. Ponadto komunikację miejską i podmiejską uzupełniają inne systemy, takie jak napowietrzna kolej jednoszynowa, tramwaje i autobusy. Powszechnie dostępne są taksówki, które mają urzędowo ustalone taryfikatory. Każda taksówka, bez względu na korporację, dla której pracuje, ma te same stawki. Korzystanie z taksówek jest bezpieczne i w przypadku przejazdu na krótkim dystansie lub/i w grupie kilku osób, jest porównywalne cenowo z komunikacją miejską.

W przypadku pobytu turystycznego lub w ramach działalności biznesowej (nawiązywanie kontaktów, udział w targach czy badanie rynku), obywatele Polski otrzymują wizę pobytową przy wjeździe na terytorium Japonii. Wiza ta jest ważna przez okres 90 dni. Nie obejmuje jednak stałego pobytu, działalności zarobkowej, pracy na etat czy np. studiów[4].

[4] W okresie pandemii Covid-19, wizy turystyczne zostały tymczasowo zawieszone i aktualnie (stan na październik 2020 roku) o wizę na wyjazd turystyczny obywatele polscy zobowiązani są każdorazowo ubiegać się bezpośrednio w konsulacie Japonii w Polsce.

b. Rolnictwo

Stanowiące 1,1% PKB Japonii rolnictwo zatrudnia 3,4% ogólnej liczby pracujących[5]. Całkowity obszar ziemi uprawnej obejmuje 4,47 mln hektarów, co stanowi około 20% powierzchni kraju. Japończycy zwiększają obszar upraw poprzez tarasowanie stoków, meliorowanie zabagnionych dolin i osuszanie zatok morskich. Korzystne warunki klimatyczne umożliwiają dwa zbiory w ciągu roku. Rolnictwo rozwija się w dużej mierze dzięki pomocy finansowej państwa oraz swoistemu protekcjonizmowi państwa wobec rodzimych producentów.

Dużą część obszaru Japonii, tj. około 70% powierzchni, zajmują lasy i góry lub tereny górzyste, toteż rolnictwo koncentruje się na północy kraju, głównie na wyspie Hokkaido. Na wyspie Honsiu uprawia się niemal wyłącznie ryż, który nie ma dużych wymagań glebowych. Ponadto, Japonia dysponuje jednym z największych na świecie obszarem łowisk, który obejmuje blisko 30.000 km wybrzeża.

Do najważniejszych roślin uprawnych w Japonii należą:

- ryż (1/2 powierzchni zasiewów),
- pszenica,
- warzywa (ziemniaki, kapusta, cebula, japońska rzodkiew),
- owoce (jabłka, mandarynki),
- buraki cukrowe,
- herbata.

W produkcji zwierzęcej z kolei dominują:

- mleko,
- jaja,
- wieprzowina,
- wołowina,
- konina,
- cielęcina.

[5] Chafea, Food and Beverage Market Entry Handbook - Japan https://ec.europa.eu/chafea/agri/content/food-and-beverage-market-entry-handbook-japan

Z uwagi na swoje położenie geograficzne, Japonia zajmuje trzecie miejsce na świecie w połowach morskich i słodkowodnych. Oprócz ryb (makreli, sardynek, bonito, tuńczyka) duże znaczenie mają także połowy: krabów, krewetek, ostryg, kalmarów oraz jadalnych wodorostów[6].

Liczba gospodarstw rolnych prowadzących działalność komercyjną w Japonii to 1,33 mln, z czego:

- 33,3% stanowią pełnoetatowe gospodarstwa rolne,
- 12,4% gospodarstwa niepełnoetatowe, zaangażowane w działalność pozarolniczą z przewagą dochodu z rolnictwa,
- 54,3% gospodarstwa niepełnoetatowe zaangażowane w działalność pozarolniczą z przewagą dochodu pozarolniczego.

Gospodarstwa rolne z działalnością komercyjną zapewniają utrzymanie dla 2,1 mln rolników (jako główne źródło dochodu). Dochody gospodarstw kształtują się na poziomie 38.349 EUR/gospodarstwo. Problemem japońskiego rolnictwa jest gwałtowne starzenie się ludności zatrudnionej w rolnictwie oraz niska aktywizacja zawodowa w rolnictwie osób młodych. Według danych rządowych, blisko 63,5% rolników przekroczyło wiek 65 lat. Średnia wieku zatrudnionych w rolnictwie wynosi 66 lat, natomiast w przypadku producentów ryżu jest to 77 lat.

Japonia jest największym na świecie importerem netto żywności. Zgodnie z danymi japońskiego Ministerstwa Rolnictwa, Leśnictwa i Rybołówstwa (MAFF), samowystarczalność Japonii w zakresie produkcji żywności wynosi 37% pod względem wartości spożywanych kalorii i 66% pod względem wartości produkcji rolnej (dane szacunkowe za 2018 r.)[7].

Grupy produktów rolnych, dla których samowystarczalność produkcyjna Japonii jest najniższa:

- pszenica (12%),
- jęczmień (9%),
- rośliny strączkowe (7%),
- owoce (38%), w tym jabłka (60%),
- **mięso (51%), w tym wołowina (36%), wieprzowina (48%), mięso drobiowe (64%),**
- mleko i produkty nabiałowe (59%),
- cukier (34%),
- oleje i tłuszcze (13%),

[6] Statistics Bureau of Japan, The Statistical Handbook of Japan 2020
https://www.stat.go.jp/english/data/handbook/index.html

[7] Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan (MAFF), The 93rd Statistical Yearbook,
https://www.maff.go.jp/e/data/stat/93th/index.html

- pasze zbożowe (28%).

Według przywoływanych już powyżej danych statystycznych MAFF, Japonia jest największym na świecie importerem:

- wieprzowiny,
- kukurydzy,
- puszkowanego kurczaka,

drugim największym importerem:

- wołowiny,
- soi,
- zboża,

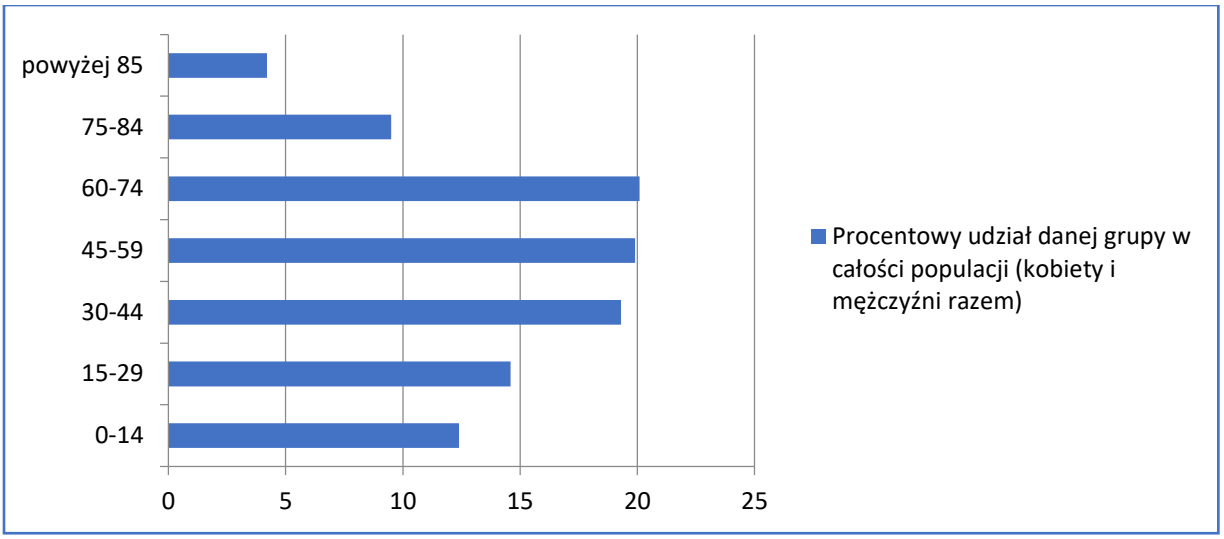
a także jednym z głównych importerów owoców i warzyw.

c. Specyfika japońskiego rynku

Japonia jest trzecią co do wielkości gospodarką na świecie. Oferuje bardzo dobre warunki prowadzenia biznesu. Posiada rozwiniętą i zaawansowaną technologicznie infrastrukturę i wysoki poziom przestrzegania prawa oraz norm etycznych,. Tym co zniechęca są bariery wejścia na rynek, w tym: wysoki stopień biurokracji w urzędach, bankach, przepisy i regulacje formalno-prawne (inne wymogi niż w krajach Unii Europejskiej dotyczące standardów fitosanitarnych, dopuszczenia, np. dodatków do żywności itp.). Istotnym problemem dla przedsiębiorców z Europy są też złożone i wielostopniowe kanały dystrybucji. Jednak największą przeszkodą w nawiązywaniu relacji biznesowych może okazać się bariera językowa. Wiele osób jest zaskoczone niskim poziomem znajomości i korzystania z języka angielskiego w komunikacji – szczególnie wśród małych i średnich przedsiębiorstw japońskich. Japonia postrzegana jest często jako odległy i zamknięty rynek. Wejście na rynek japoński jest dużo trudniejsze niż w przypadku rynku europejskiego lub amerykańskiego, a sam proces jest dużo bardziej kosztowny i czasochłonny. Nie znaczy to jednak, że rynek japoński jest niedostępny i nie należy go w ogóle brać pod uwagę – wymaga jednak dużo więcej uwagi, przygotowania i cierpliwości.

Istotnym problemem społecznym i ekonomicznym w Japonii jest sytuacja demograficzna. Niski współczynnik urodzeń i długa średnia życia w Japonii, jak również rozwinięta opieka medyczna i system ubezpieczeń dla osób starszych przesądzają o nasilającej się tendencji starzenia się japońskiego społeczeństwa oraz zapotrzebowania na produkty oraz usługi skierowane do tej właśnie grupy wiekowej.

Tabela 1. Struktura wieku ludności Japonii.



Źródło: https://www.britannica.com/place/Japan/Demographic-trends

W związku z powyższym, jeśli spojrzeć z perspektywy długookresowej, należy się spodziewać dalszego kurczenia się japońskiego rynku. W japońskim Urzędzie ds. Turystyki za cel postawiono więc sobie, że osoby starsze, których z roku na rok przybywa na japońskich prowincjach, zostaną zaktywizowane zawodowo dzięki wygenerowaniu zatrudnienia w regionach w przemyśle turystycznym. Ponadto, aktywizacja osób starszych ma również dotyczyć rynku rolno-spożywczego. Plany te zrewiduje jednak zapewne sytuacja pandemiczna, z jaką mierzy się Japonia w 2020 roku, która negatywnie wpływa zarówno na sektor turystyki, jak i rolno-spożywczy.

d. Sektor rolno-spożywczy

W 2019 r. japoński przemysł przetwórczy wyprodukował żywność i napoje o wartości 219,7 mld USD, w porównaniu z 216,8 mld USD w 2018 r.[8] Popularność produktów prozdrowotnych szybko rośnie, a spożycie mrożonek znacznie wzrosło w ciągu ostatniej dekady. Ponadto rośnie zapotrzebowanie na wygodne, gotowe do spożycia opcje żywności, ponieważ konsumenci zazwyczaj gotują mniej posiłków w domu. Popularne i zyskujące na popularności w Japonii produkty żywnościowe to: jogurty, mięso, zupy i ramen. Chętnie kupowane napoje to: herbata, soki warzywne, spirytusy destylowane napoje energetyczne.

Największy udział w japońskim rynku spożywczym pod względem wartości sprzedaży mają[9]:

- Napoje, soki i woda (16,7% udział w rynku),
- Napoje alkoholowe (13,9%),
- Mąka pszenna (10,7%),
- Słodycze (10,3%),
- Produkty nabiałowe (9,0%),
- Oleje i tłuszcze (8,8%),
- Produkty przetworzone (skrobia, warzywa marynowane, fermentowana soja) (7,1%),
- Produkty prozdrowotne (5,7%),
- Herbata, kawa i kakao (3,8%),
- Przetwory mięsne (3,1%),
- Produkty pochodzące z morza (3,0%),
- Mrożonki (2,7%),
- Cukier (2,0%),
- Produkty do zagotowania w torebce (1,4%),
- Pasty rybne (1,1%),
- Żywność puszkowana i butelkowana (1,0%).

Sektor rolno-spożywczy Japonii kształtowany jest przez takie czynniki, jak: starzejące się społeczeństwo, które jednocześnie się kurczy (przyrost naturalny od wielu lat był bliski zera, a począwszy od 2006 r. niezmiennie osiąga wartości ujemne; wskaźnik zastępowalności pokoleń

[8] USDA, GAIN, Food Processing Ingredients, 2020
https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Food%20Processing%20Ingredients_Tokio%20ATO_Japan_03-30-2020

[9] USDA, GAIN, Food Processing Ingredients, 2020
https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Food%20Processing%20Ingredients_Tokio%20ATO_Japan_03-30-2020

w 2019 r. wyniósł -4,2)[10], zmieniające się wzorce konsumpcyjne, które upodabniają się do zachodnich, a także wzrost zachorowań związany ze zmianą stylu życia. Oczekuje się, że starzejące się społeczeństwo przyczyni się do wzrostu popytu na produkty skierowane do osób starszych, a więc odpowiadające na potrzeby związane z utrzymaniem i poprawą dobrej kondycji, takie jak: mineralne wody butelkowane, żywność ekologiczna, żywność funkcjonalna i produkty prozdrowotne (superfoods). Wpływ zachodniego stylu odżywiana na wzorce konsumpcyjne widoczny jest szczególnie u młodych Japończyków zamieszkujących obszary miejskie. W jego wyniku można zaobserwować wzrost spożycia produktów mleczarskich, mięsa, słodyczy, soli, tłuszczów, żywności przetworzonej i alkoholi oraz spadek konsumpcji ryb, owoców morza i ryżu. Ponadto, wzrost liczby jednoosobowych gospodarstw domowych (wynikający ze spadającego wskaźnika zawieranych małżeństw, wzrostu wieku osób wchodzących w związki małżeńskie, większego udziału kobiet w rynku pracy i szybszego stylu życia) spowodował wzrost popytu na przetworzoną, mrożoną żywność, posiłki gotowe (tzw. ready-made) i dostawy posiłków do domu. Wzrost dochodów Japończyków doprowadził do zróżnicowania się diety i zwiększonego zainteresowania zachodnimi produktami z importu.

[10] Statistics Bureau of Japan, The Statistical Handbook of Japan 2020
https://www.stat.go.jp/english/data/handbook/c0117.html#c02

e. System dystrybucji towarów

System dystrybucji towarów w Japonii jest rozbudowany, wielopoziomowy i opiera się na relacjach personalnych. W przypadku tradycyjnego sposobu importu, dominującą rolę odgrywają duże spółki handlowe (*sogo shosha*), przedstawiciele z prawem na wyłączność oraz wyspecjalizowani importerzy, którzy wprowadzają produkty importowane do japońskiego hurtu pierwotnego i następnie do hurtowników niższego szczebla dystrybucji, aż produkt trafi do handlu detalicznego. W ostatnich czasach jednak więksi detaliści i hurtownicy zaczęli importować bezpośrednio produkty od zagranicznych producentów.

Główne elementy systemu dystrybucji[11]:

- *Keiretsu* – duże grupy powiązanych firm, które kontrolują dystrybucję produktu i sprzedaż od zakładu produkcyjnego do punktu handlu detalicznego. Wiążą one producentów, hurtowników i detalistów zobowiązaniami handlowymi i ograniczają możliwości prowadzenia interesów z organizacjami nienależącymi do *keiretsu*. *Keiretsu* mogą mieć charakter horyzontalny (zazwyczaj skupione wokół banku firmy z różnych segmentów) oraz wertykalny (korporacja wraz z dostawcami, dystrybutorami i detalistami). Firmy zagraniczne wchodzące na rynek japoński mogą mieć kontakt z podmiotami stowarzyszonymi w *keiretsu*. Jednak ich znaczenie powoli spada.
- *Sogo Shosha* – podmioty gospodarcze występujące wyłącznie w Japonii (choć posiadają oddziały zagraniczne), zajmujące się handlem szerokim zakresem produktów i materiałów (od surowców do produktów konsumpcyjnych). Dostarczają surowce w dużych ilościach od dużych producentów lub hurtowników do małych dystrybutorów i detalistów. Prowadzą zakupy lub sprzedaż dla małych i średnich przedsiębiorstw, które nie mają zdolności handlowych do wprowadzania produktów na rynek i utrzymywania własnych zagranicznych kanałów dystrybucji. Największe *Sogo Shosha* to: Mitsubishi Corporation, Mitsui & Co., Sumitomo Corporation, Itochu, Marubeni, Toyota Tsusho i Sojitz.
- Handel hurtowy – w 2019 r. w Japonii było 382 tys. przedsiębiorstw zajmujących się handlem hurtowym[12]. Przedsiębiorstwa zatrudniające mniej niż 20 osób stanowiły 89,4% tej liczby.

[11] EU-Japan Centre for Industrial Cooperation, The realities of business in Japan: Distribution Channels, www.EUbusinessinJapan.eu

[12] METI, Census 2019, https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/census/H28g_oroshi.pdf

Udział korporacji w całkowitej liczbie przedsiębiorstw handlu hurtowego wyniósł 87,1%, natomiast indywidualni właściciele stanowili 12,8% tej wielkości. Sektor zatrudnia 4,01 mln osób. Struktura handlu hurtowego w Japonii jest wielopoziomowa: hurtownicy pierwotni sprzedają produkty do kolejnych hurtowników drugiego i trzeciego rzędu. Na rynku mają też miejsce transakcje bezpośrednie z pominięciem niektórych szczebli łańcucha. Rola rynku hurtowego w Japonii jest ważniejsza niż w innych krajach, gdyż handel detaliczny jest silnie uzależniony od punktualności dostaw od hurtowników. Hurtownicy wychodząc naprzeciw potrzebom punktów sprzedaży detalicznej oferują niewielkie, regularne dostawy produktów, przyjmują z powrotem niesprzedane produkty, udzielają rabatów lojalnym klientom i oferują kredytowanie do sześciu miesięcy.

- Handel detaliczny – liczba przedsiębiorstw handlu detalicznego na rynku japońskim wynosiła 1,02 mln w 2014 r. Pod względem wielkości przedsiębiorstwa zatrudniające poniżej 10 osób stanowiły 80,1% tej wielkości. Pod względem formy prawnej 59,5% detalistów stanowiły korporacje, natomiast 40,3% indywidualni właściciele. Sektor zatrudnia 8,02 mln osób. Na rynku funkcjonują następujące kanały handlu detalicznego:

  - **Supermarkety** – są one największym dostawcą żywności w Japonii. Konkurują z niedużymi sklepami spożywczymi, które dominują w centrach miast.

Największe supermarkety (według wielkości obrotów):

- AEON Retail,
- Seven Eleven Japan,
- FamilyMart UNY Holdings,
- Life Corporation,
- Arcs,
- Ito Yokado,
- Lawson Inc.,
- U.S.M. Holdings,
- Izumi,
- York Benimaru.

Na rynku japońskim funkcjonują supermarkety oferujące wyższe zakresy cenowe dla produktów importowanych do Japonii i będące otwarte na nowości:

- Kinokuniya Co, Ltd. (http://www.e-kinokuniya.com/kinokuniya2.pdf),

- Meidi – ya (http://www.meidi-ya.co.jp/en/),
- Seijo Ishii (http://www.seijoishii.co.jp/en/),
- Dean & Deluca (http://deandeluca.co.jp/),
- Queens Isetan (http://www.queens.jp/pc.html),
- Kaldi Coffee (http://kaldi.co.jp/english),
- National (http://www.national-azabu.com/e_index2.php),
- Nissin World Delicatessen (http://www.nissin-world-delicatessen.jp/).

o **Sklepy spożywcze („convenience stores")** – dominują na rynku japońskim, gdyż są zlokalizowane zarówno w miastach jak i na obszarach wiejskich. Stały się popularne ze względu na starzenie się społeczeństwa (bliskość sklepu do miejsca zamieszkania ceniona przez starsze osoby) i szybki styl życia japońskich konsumentów. Sprzedają głównie żywność przetworzoną, żywność gotową i żywność paczkowaną (od najtańszej do klasy premium).

Największe sieci sklepów spożywczych to:

- Seven & I Holdings Co. (19.722 punkty sprzedaży),
- Lawson (12.570),
- FamilyMart (11.431),
- Circle K Sunkus (5.948),
- Mini Stop (2.281),
- Three-F (450),
- Poplar (590).

o **Domy towarowe ("department stores")** – na parterze lub pierwszym poziomie podziemnym tych sklepów w Japonii znajdują się przestrzenie ze stoiskami ze świeżą żywnością (*depachika*) oraz sklepy spożywcze i małe restauracje. Domy towarowe sprzedają produkty importowane, ale zazwyczaj w niewielkich ilościach. Wiele z nich to produkty gotowe, produkty premium sprzedawane jako pamiątki i prezenty.

Największe domy towarowe:

- Mitsukoshi-Isetan,
- J. Front Retailing (Daimaru),
- Takashimaya Co.,
- Seven&I (Sogo Seibu),
- H2O Retailing (Hankyu Hanshin),
- Tokyu Corp.,
- Marui Group,
- Kintetsu,

- Parco,
- Odakyu.

o **Rynek e-Commerce** - jest jednym z najszybciej rozwijających się rynków i zajmuje trzecie miejsce na świecie pod względem wielkości (po Chinach i USA). Tempo wzrostu tego rynku pozostawało stabilne w ostatnich latach i wyniosło 10% w 2019 r. Japonia jest społeczeństwem o wysokim poziomie cyfryzacji, co potwierdza fakt, iż 95% społeczeństwa japońskiego korzysta z Internetu (11. miejsce w Inclusive Internet Index)[13], w tym 54% osób przy pomocy smartfonów. Grupą wiekową spędzającą najwięcej czasu w Internecie są osoby w wieku ponad 55 lat. Stopień penetracji sektora e-commerce przez Japończyków osiągnął w 2020 r. poziom 76,7% i szacuje się, że do roku 2024 uzyska on poziom 86,7%. Obecnie ponad 80% populacji Japończyków posługuje się przy zakupach elektronicznych kartą kredytową[14], w tym 14% robi zakupy przy pomocy aplikacji mobilnych. Udział handlu elektronicznego w PKB kraju to 2,8% i ma on tendencję wzrostową. W przypadku sektora żywności, około 30% gospodarstw domowych kupowało produkty spożywcze przy pomocy Internetu. Całkowita sprzedaż żywności przez Internet w Japonii wyniosła 442 mln EUR w 2015 r.

Wysoki poziom rozwoju gospodarczego Japonii, wysoka urbanizacja i jednorodność językowa sprawiają, że rynek ten jest atrakcyjny dla podmiotów elektronicznego handlu detalicznego. Wysoko rozwinięta struktura dystrybucyjna i mała powierzchnia kraju wpływają korzystnie na szybkość i wygodę dostaw. Przewiduje się, że rynek ten będzie dalej rozwijał się w kolejnych latach.

Najbardziej popularne platformy sprzedażowe w Japonii oferujące m.in. art. żywnościowe to:

- Amazon Japan (https://www.amazon.co.jp/) - 31,9% udział w rynku,
- Rakuten Global Market (https://www.rakuten.co.jp/) - 95 mln użytkowników, udział w rynku – 28,8%,
- Kakaku (http://kakaku.com/) - 18% udział w rynku,
- Yahoo Shopping (https://shopping.yahoo.co.jp/) - 16,3% udział w rynku.

Największe supermarkety prowadzące handel elektroniczny, m.in. art. żywnościowymi to:

- Ito-Yokado (http://www.itoyokado.co.jp/),

[13] Ecommerce Report Japan, 2018 https://www.ecommercewiki.org/reports/760/japan-ecommerce-report-2018-free
[14] Statista 2020 https://www.statista.com/outlook/243/121/ecommerce/japan

- Maruetsu (https://maruetsu.net/),
- Daiei (https://netsuper.daiei.co.jp/),
- Apita (https://www.apita.co.jp/).

Inne duże sklepy internetowe:

- Seibu & Sogo (http://edepart.7netshopping.jp/ss/),
- Isetan (http://isetan.mistore.jp/onlinestore/index.html),
- Mitsukoshi (http://mitsukoshi.mistore.jp/onlinestore/index.html),
- Daimaru (http://www.daimaru-matsuzakaya.jp/),
- Takashimaya (http://www.takashimaya.co.jp/shopping/),
- Aeon (https://www.aeonshop.com).

f. Dystrybucja towarów importowanych

W Japonii funkcjonują ponad przeciętnie rozbudowane i skomplikowane sieci dystrybucji nawet w odniesieniu do rodzimych produktów spożywczych, zaś w szczególności w zakresie produktów importowanych. Pomiędzy producentem czy przedsiębiorcą zagranicznym a ostatecznym konsumentem japońskim zwykle występuje kilku pośredników, w tym nieodłączny w procesie wprowadzania zagranicznego produktu na rynek japoński importer. Ta specyficzna cecha rynku japońskiego powoduje nie tylko trudności w znalezieniu odpowiedniego dystrybutora w sieci powiązań lokalnych, ale i znacząco wydłuża i zwiększa koszt procesu prowadzącego do wprowadzenia produktu z zagranicy na półki sklepowe.

Zagranicznych przedsiębiorców często zniechęcają długotrwałe procedury uzyskiwania certyfikatów i pozwoleń, silna konkurencja ze strony japońskich firm, zaufanie konsumentów do produktów wyprodukowanych w Japonii oraz japońskich technologii (tak zwany „patriotyzm konsumencki"), wysokie wymagania konsumentów odnośnie do jakości produktów spożywczych oraz dojrzałość japońskiego rynku. Zagraniczny produkt musi mieć konkurencyjną cenę przy bardzo wysokiej jakości produktu, wysoki stopień oryginalności lub innowacyjności. Przewagę mają na pewno marki znane i rozpoznawalne w Japonii i na świecie. Hurtownicy, firmy ogólnohandlowe (tzw. *„sogo shosha"*), agenci i brokerzy oraz dostawcy profesjonalnych usług logistycznych w Japonii mogą pomóc eksporterowi w dobraniu odpowiedniej strategii rynkowej dla danego produktu spożywczego. Agent pracujący na bazie prowizji, bądź dystrybutor określający marżę na finalną cenę sprzedaży produktu, mogą pomóc w obniżeniu kosztów wejścia na japoński rynek oraz skróceniu czasu do tego potrzebnego. Potencjalne pozytywne aspekty tego typu współpracy należy jednak zestawić z możliwymi stratami i dodatkowymi kosztami, mniejszym poziomem kontroli nad działaniami marketingowymi oraz sprzedażowymi, a także ochroną praw własności intelektualnej.

Przy wyborze pośrednika, należy wziąć pod uwagę rozmaite czynniki świadczące o tym, czy dany potencjalny partner biznesowy jest odpowiedni. Trzeba uwzględnić między innymi: wielkość firmy i strukturę właścicielską, referencje i opinie klientów, posiadane licencje, zakres dystrybucji (ogólnokrajowy, regionalny, lokalny). Ważne jest również rozeznanie możliwości logistycznych potencjalnego partnera/dystrybutora, takie jak: zdolności do magazynowania produktów, dostępność usług transportowych, możliwość zachowania łańcucha chłodniczego podczas transportu. Planowanie logistyczne transportu produktów spożywczych z Europy do Japonii jest skomplikowane

i wymaga dogłębnego poznania łańcucha dostaw oraz wzięcia pod uwagę wyzwań, które czekają europejskiego producenta. Czas transportu i jego koszt zależy od środka transportu oraz towaru oraz może wymagać od eksportera połączenia dwóch lub więcej środków transportu, aby towar mógł dotrzeć do swojego miejsca przeznaczenia na japońskim rynku. Najczęściej wykorzystywanym sposobem transportu towarów z zagranicy do Japonii jest transport morski. Japonia polega na transporcie morskim także w odniesieniu do dystrybucji towarów z przeznaczeniem dla jej mieszkańców. Większość towarów w całym handlu zagranicznym trafia do Japonii przez porty morskie, a przewozy cargo krajowe korzystają z nich aż w 1/3 przypadków. Głównymi portami towarowymi są: Tokio, Nagoja, Osaka, Jokohama. Przewóz towarów z Europy do Japonii z wykorzystaniem transportu morskiego zajmuje około 5-7 tygodni. Ten sposób transportu jest najbardziej opłacalny dla produktów o długim terminie ważności oraz mrożonych.

Możliwy jest również transport towarów drogą lotniczą. Głównym towarowym portem lotniczym Japonii jest Międzynarodowe Lotnisko Narita, położone w pobliżu Tokio (ok. 60 km od stolicy), które obsługuje 60% całkowitego międzynarodowego transportu cargo. Dwa pozostałe porty lotnicze ważne dla międzynarodowego cargo to: Międzynarodowe Lotnisko Kansai w Zatoce Osaka oraz Międzynarodowe Lotnisko Chubu Centrair, położone w pobliżu miasta Nagoja. Transport towarów drogą lotniczą z Europy do Japonii trwa około jednego tygodnia, co oznacza, że sposób ten jest najbardziej odpowiedni dla towarów o wysokiej wartości i o krótkim terminie przydatności do spożycia.

Dalszy transport towarów do poszczególnych rynków na terenie Japonii, odbywa się już w przeważającej mierze transportem samochodowym. Transport kolejowy jest rzadko wykorzystywany do przewozu towarów w Japonii.

g. Kultura biznesowa w Japonii

Japońska kultura biznesowa jest specyficzna na tle innych, głównie z uwagi na wysoki poziom hierarchizacji społeczeństwa oraz jego kolektywizm. W Japonii bardzo poważnie traktowany jest etos pracy, który nierzadko stawia się wyżej niż życie prywatne i rodzinę. Japończycy wyróżniają się w środowisku biznesowym pracowitością, systematycznością, obowiązkowością, rzetelnością, punktualnością, a także dużym poczuciem odpowiedzialności za swoje słowa i czyny. Praca w nadgodzinach jest uznawana w Japonii za normę i nie budzi sprzeciwu, choć skrajne przypadki pracodawców wyzyskujących pracowników, prowadzące do depresji czy samobójstw wycieńczonych pracą i stresem pracowników, są publicznie piętnowane, a pracodawcy często tracą w takich przypadkach nie tylko dobre imię, ale i posadę.

W Japonii procesy decyzyjne trwają zwykle dużo dłużej niż w Europie czy USA. Istnieje tu bowiem przeświadczenie o konieczności przekonania do danego pomysłu całej grupy współpracowników. Japończycy za wszelką cenę unikają odpowiedzialności osobistej, stąd w ramach firmy informacje są potwierdzane przez kolejne szczeble hierarchii, zanim trafią do pytającego w formie konkretnej odpowiedzi. Grupowe podejmowanie decyzji jest dość istotnym procesem w japońskim biznesie. Wyjątkiem są firmy rodzinne i małe przedsiębiorstwa. Mimo tego, nawet w dużych firmach rodzinnych, gdzie decyzje podejmowane są odgórnie, sam proces jest prowadzony w taki sposób, aby stworzyć wrażenie współuczestnictwa w procesie decyzyjnym pozostałych członków firmy. Tego typu proces decyzyjny buduje poczucie więzi i współodpowiedzialności za firmę.

Japończycy nie są skłonni do wyrażania własnych poglądów, dlatego komunikacja z nimi jest często niejednoznaczna i pozbawiona bezpośredniego prezentowania opinii. Brak umiejętności otwartego wyrażania swojego zdania doprowadził do stworzenia specyficznych tylko dla Japonii norm i zasad, które nie są popularne na świecie. Uwarunkowania historyczne i geograficzne sprawiły, że Japończycy nie mieli rozwiniętych kontaktów z innymi kulturami, dzięki czemu mogli komunikować się między sobą wyłącznie po japońsku i bez konieczności otwartego wyrażania swoich opinii. Przy nawiązywaniu kontaktów biznesowych należy spodziewać się sytuacji, w której komunikacja będzie możliwa tylko w języku japońskim. Trzeba przy tym przywiązywać szczególną uwagę do staranności w zapisie japońskim w wymaganej przez japońskie władze dokumentacji, i w sprawach urzędowych niezbędnych do procedowania, korzystać z profesjonalnych agencji tłumaczeniowych dokonujących rzetelnych i wysokich jakościowo tłumaczeń, np. z języka polskiego/języka angielskiego na japoński.

Warto zainwestować w profesjonalne usługi tłumaczeniowe, szczególnie w przypadku przygotowywania: wizytówek, katalogów produktów, materiałów promocyjnych/ofertowych przeznaczonych na rynek japoński.

Dotrzymywanie raz danego słowa jest w Japonii tak samo ważne i wiążące, jak kontrakt zawarty na piśmie. Obawa przed błędami i solidne przygotowanie do poszczególnych zadań sprawiają, że japońskie produkty są bardzo niezawodne. Japonia słynie z wysokiej jakości swoich produktów i usług. Japończycy przywiązują wagę do każdego szczegółu i zapewniają obsługę o wysokim poziomie uprzejmości, grzecznie reagując na każde życzenie i zażalenie klienta. Dzięki swojemu dążeniu do ulepszania i udoskonalania, Japończycy mogą oferować produkty i usługi niemal bez zarzutu, ale ma to jednak swoje drugie dno, bowiem z uwagi na to, że japońscy konsumenci są przyzwyczajeni do takiego poziomu produktów i usług, zdarza się, że z perspektywy zagranicznego przedsiębiorcy, ich wymagania mogą wydawać się nieco wygórowane.

W Japonii liczy się przede wszystkim kontakt osobisty i pierwsze wrażenie. Nie należy oczekiwać, że znajdzie się partnera biznesowego w Japonii za pośrednictwem emaila z ofertą lub zaproszeniem do współpracy, skierowanego nawet do szczegółowo wyselekcjonowanych firm. Wiadomości po angielsku od nieznanych adresatów pozostają w znacznej większości przypadków bez odpowiedzi lub trafiają do spamu. Kontakty osobiste są w Japonii całkowicie niezbędne. Ogromna większość poważnych kontaktów biznesowych nawiązywana jest podczas targów lub innych tego typu wydarzeń, które umożliwiają nawiązanie bezpośredniej relacji i poznanie potencjalnego partnera. Po nawiązaniu pierwszego kontaktu, należy nastawić się na cierpliwe oczekiwanie - nie należy spodziewać się od razu wielkiego zamówienia i sprzedaży na wielką skalę. W pierwszym etapie, partner ze strony japońskiej skupi się na wypełnieniu niezbędnych procedur, które zależą od kategorii produktu i mogą być kosztowne, czasochłonne i wiązać się z wypełnieniem dużej liczby dokumentów w języku japońskim. Ten etap wymaga szczególnej cierpliwości i przesyłania rozmaitych dokumentów, które mogą wydawać się partnerowi polskiemu zbędne, jednakże należy do tego wymogu podejść poważnie. W Japonii wypada pamiętać o terminowej komunikacji. Zwlekanie z odpowiedzią jest bardzo źle widziane. Jeżeli nie można odpowiedzieć od razu, dobrze widziane jest przesłanie choćby krótkiego potwierdzenia odbioru wiadomości i poinformowanie nadawcy, że pełna odpowiedź zostanie udzielona w innym wskazanym terminie. W trakcie realizacji współpracy niezbędne jest odbywanie regularnych wizyt w Japonii na szczeblu szefa firmy lub jej innego wysokiego

stanowiskiem przedstawiciela, podczas których strona japońska będzie umawiała spotkania i przedstawiała swoich klientów (tego typu wizyty mogą być organizowane np. z okazji uczestnictwa w targach). Utrzymywanie tego typu kontaktów biznesowych jest niezwykle ważne dla okazania szacunku partnerowi biznesowemu i wzmocnienia z nim relacji osobistych, bez których wzajemne zaufanie nie zostanie zbudowane.

Firmy zagraniczne, które planują wejść na rynek japoński, powinny rozważyć zatrudnienie cieszącego się dobrą opinią agenta lub dystrybutora i przygotować się do częstych osobistych wizyt w ramach pielęgnowania kontaktów biznesowych. W japońskiej kulturze biznesowej przywiązuje się dużą wagę do kontaktów personalnych, których nawiązanie i utrzymanie jest procesem bardzo czasochłonnym i długotrwałym. Cierpliwość i systematyczna aktualizacja informacji są niezbędne dla nawiązania współpracy. Zwyczaje i tempo zawierania kontraktów handlowych są odmienne od tych przyjętych w Polsce i innych krajach Europy. W Japonii kładzie się duży nacisk na utrzymanie harmonii w relacjach międzyludzkich i unika się bezpośrednich konfrontacji. Niezwykle ważne jest zaufanie, lojalność i długoterminowe zaangażowanie oraz wynikające z tego zobowiązania.

Wyjeżdżając do Japonii należy zaopatrzyć się w dużą liczbę wizytówek, najlepiej dwustronnych, wydrukowanych w języku polskim i japońskim lub angielskim i japońskim. W przypadku, gdy wydrukowanie wizytówek dwujęzycznych z językiem japońskim jest niemożliwe, należy przywieźć ze sobą wizytówki tylko w języku angielskim. Zwyczaj wymiany wizytówek służy sformalizowaniu procesu przedstawiania się i ustaleniu statusu wymieniających się nimi osób. Wizytówki wręczamy oburącz, przodem do rozmówcy. Japończycy kłaniają się sobie przy powitaniu. Bardzo stosownym jest odpowiedzenie lekkim ukłonem na ukłon ze strony japońskiej. Japończycy w relacjach biznesowych zwracają się do siebie po nazwisku. Podczas różnych wydarzeń biznesowych dobrze widziane jest wręczanie upominków, zwłaszcza przy pierwszym kontakcie osobistym. Gadżety firmowe lub regionalne pamiątki są jak najbardziej na miejscu. Istotna jest jakość, a nie wartość finansowa ofiarowanej rzeczy, ma ona bowiem mieć znaczenie symboliczne. Japończycy dużą wagę przywiązują do wyboru opakowania, które powinno być bardzo estetyczne.

2. Rynek mięsa i wyrobów mięsnych

a. Rynek mięsa – trendy w sprzedaży i konsumpcji

Japończycy są tradycyjnie konsumentami owoców morza, dlatego spożycie mięsa w Japonii jest niższe niż w innych krajach. Średnia roczna wielkość konsumpcji mięsa to 35,03 kg na osobę (w krajach OECD to 65,35 kg na osobę)[15]. Wynika to z tradycji żywieniowych zakorzenionych w Japonii i związanych z ograniczoną dostępnością ziemi uprawnej. Niemniej, wraz ze zmianą nawyków żywieniowych, spożycie mięsa w Japonii stopniowo wzrasta w ostatnich latach, zwłaszcza wśród młodszych pokoleń. W 2016 r. Japonia była drugim, po Chinach, co do wielkości importerem mięsa na świecie, a od listopada 2017 r. zajmowała pierwsze miejsce. Pomimo szybko starzejącej się i kurczącej populacji Japonii, spodziewane jest, że japoński przemysł mięsny doświadczy wzrostu sprzedaży ze względu na trwającą westernizację typowej japońskiej diety. W szczególności oczekuje się, że młodsze pokolenia Japończyków będą nadal traktować mięso jako podstawę ich coraz bardziej nowoczesnej i mniej tradycyjnej diety. Przewidywany niedobór w podaży ryb i owoców morza, prowadzący do wzrostu cen tych produktów w prognozowanym okresie (2018-2021), może wpłynąć na zastępowanie ryb mięsem. Już w 2016 r. wielkość rocznego spożycia ryb w przeliczeniu na osobę wyniosła 24,6 kg, w porównaniu z 32,8 kg w roku 2006 (spadek o 25%), a równolegle wielkość rocznego spożycia mięsa (wołowina, wieprzowina, drób) w 2016 r. wyniosła 31,4 kg, w porównaniu z 27,7 kg w roku 2006 (wzrost o 13,4%)[16]. W ramach wzrostu spożycia mięsa, na uwagę zasługuje roczne spożycie mięsa kurczęcego, które wzrosło w ciągu 10 lat, tj. od roku 2006 do 2016 o 21,5% (z 10,7 kg do 13 kg, w przeliczeniu na jedną osobę), a w 2012 r. po raz pierwszy przegoniło wielkość rocznego spożycia wieprzowiny[17]. Oprócz młodszych pokoleń, także starsze pokolenia z wiekiem wykazują coraz silniejszą tendencję do utrzymywania swojej diety mięsnej. W 2016 r. mięso i przetwory mięsne stanowiły największy deficyt handlowy w zakresie artykułów spożywczych - na poziomie 10,6 mld EUR. 90% importu produktów mięsnych stanowi mięso wieprzowe, wołowe, drobiowe i przetwory mięsne[18].

[15] EU Business in Japan, https://www.eubusinessinjapan.eu/sectors/food-beverage/meat
[16] Poultry Special Edition, Nochiuri, wyd. nr 66, maj 2018 r., https://www.nochuri.co.jp/report/pdf/nri1805re1.pdf
[17] j.w.
[18] EU Business in Japan, https://www.eubusinessinjapan.eu/sectors/food-beverage/meat

Wartość rynku mięsa i drobiu w Japonii wyniosła w 2019 r. około 36 mld USD, spadając o 7,9% w porównaniu z rokiem poprzednim[19]. Kwota ta odzwierciedla całkowite przychody producentów i importerów (z wyłączeniem kosztów logistyki, kosztów marketingu detalicznego i marży sprzedawców detalicznych, które są wliczone w końcową cenę, jaką płaci konsument). W ujęciu fizycznym, wielkość spożycia mięsa i drobiu nie zmalała i wyniosła około 6,3 mln ton w 2019 r. Jest zbliżona do poziomu z roku poprzedniego, co w dużej mierze przypisywano rosnącym dochodom gospodarstw domowych oraz rosnącej popularności kuchni w stylu zachodnim, w tym fast-foodów.

W Japonii poziom życia jest dość wysoki, co przekłada się na poziom spożycia białka w codziennej diecie. Ponadto, bliskość oceanu sprawia, że ryby i owoce morza są ważnym źródłem białka, konkurencyjnym w stosunku do mięsa czerwonego i drobiowego. Głównym ograniczeniem wzrostu rynku mięsa pozostaje słaby wzrost gospodarczy w Japonii. Dodatkowo, na początku 2020 r. światowa gospodarka weszła w okres kryzysu wywołanego wybuchem pandemii COVID-19. Aby walczyć z rozprzestrzenianiem się wirusa, większość państw wprowadziła kwarantannę, która wstrzymuje produkcję i eksport, w tym mięsa i wyrobów mięsnych. Pandemia COVID-19 hamuje wzrost gospodarczy na całym świecie i zakłóca międzynarodowe łańcuchy dostaw. Według Banku Światowego, pomimo stopniowego łagodzenia środków restrykcyjnych i bezprecedensowego wsparcia rządowego, roczny spadek PKB w Japonii może wynieść -6,1% w 2020 r., co doprowadzi do spadku dochodów i ograniczenia wydatków konsumenckich[20].

W związku ze spadkiem sektora HoReCa, ze względu na ograniczenia kwarantanny i niższe dochody ludności, a co za tym idzie także niższą częstotliwość wizyt konsumentów w supermarketach, sklepach, restauracjach i hotelach, można spodziewać się pewnego spadku spożycia mięsa i drobiu.

Konsumenci starają się częściej przyrządzać posiłki w domu i kupować niezbędne produkty z długim terminem przechowywania. Będą więc wybierać raczej przetwory mięsne niż mięsa świeże lub mrożone. Biorąc pod uwagę powyższe czynniki, a także możliwe zakłócenia w pracy międzynarodowych łańcuchów dostaw, w 2020 r. spodziewana jest stagnacja na rynku mięsa i drobiu w Japonii. Po tym okresie spodziewany jest początek stopniowego wzrostu rynku wraz z odbudową gospodarki po skutkach pandemii. Prognozuje się, że rynek powróci do poziomu sprzed kryzysu,

[19] Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020
[20] Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020

a nawet wzrośnie o 0,6% w okresie od 2019 do 2030 r., co ma doprowadzić do wzrostu wolumenu rynku do 6,7 mln ton do końca 2030 r.

W 2019 r. udział importu pod względem całkowitego spożycia mięsa i drobiu w Japonii oscylował w pobliżu 35% (w ujęciu fizycznym). Oznacza to, że pomimo tego, że japoński rynek mięsa i drobiu jest w dużej mierze zaopatrywany przez producentów krajowych, pozostaje uzależniony od importu, który w tym okresie osiągnął wartość 9,7 mld USD, co sprawia, że Japonia stanowi atrakcyjny cel dla dostawców z zagranicy.

Kraje, które są głównym źródłem dostaw mięsa, w tym drobiu, do Japonii to:

- Stany Zjednoczone (508 tys. ton),
- Brazylia (428 tys. ton),
- Australia (309 tys. ton),

co razem stanowiło blisko 57% całkowitego importu mięsa w 2019 r. Natomiast Kanada, Tajlandia, Hiszpania, Meksyk oraz Dania odpowiadają za kolejne 35% importu[21].

W latach 2007-2019 średnie roczne tempo wzrostu importu mięsa i drobiu z USA i Brazylii wyniosło odpowiednio 3,4% i 2,3%, podczas gdy import z Australii odnotował spadek o 2,4%[22].

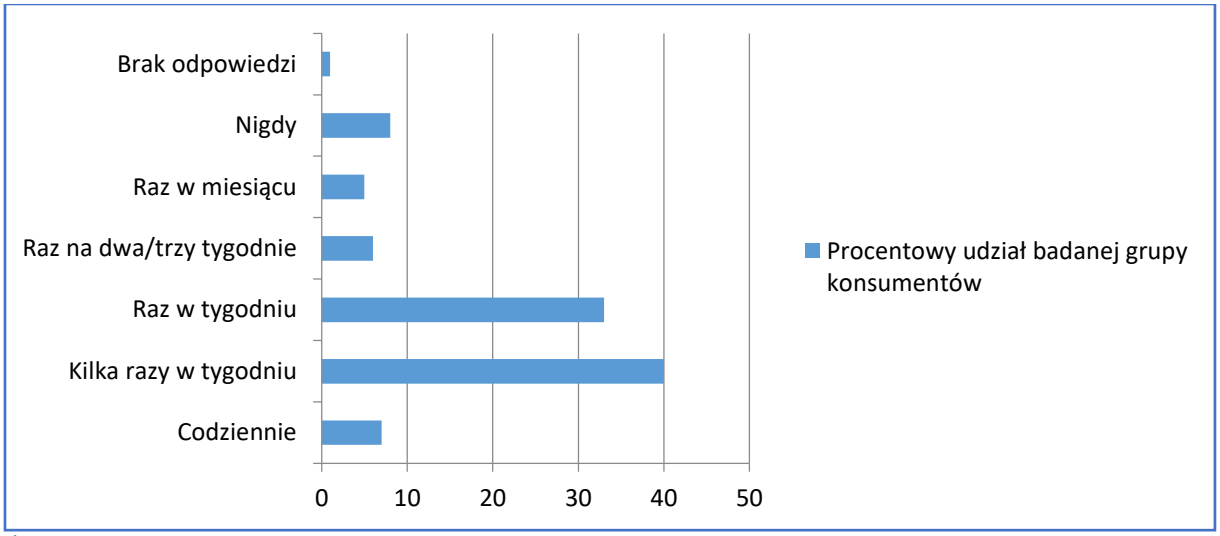
Natomiast, wielkość eksportu mięsa i drobiu z Japonii wyniosła w 2019 r. jedynie 15.000 ton, co stanowi równowartość 288 mln USD. Głównymi odbiorcami mięsa z Japonii w 2019 r. były: Hongkong (7,3 tys. ton), Kambodża (4,8 tys. ton) i Tajwan (651 ton), co stanowiło łącznie 88% udziału w całkowitym eksporcie. Za tymi krajami uplasowały się: Singapur, Stany Zjednoczone i Tajlandia. Eksport mięsa z Japonii dotyczy głównie znanej na całym świecie wołowiny typu „*wagyu*" i pozostaje nieznaczny w stosunku do całkowitej produkcji i konsumpcji. Nie wpływa więc znacząco na rynek.

Tradycyjny model konsumpcji i diety żywieniowej w Japonii ulega silnym zmianom pod wpływem zachodnich modeli żywieniowych. Młode osoby w obszarach miejskich częściej sięgają po zachodnią dietę, w odróżnieniu od osób starszych zamieszkujących wsie, które raczej trzymają się tradycyjnej japońskiej diety. Zaadoptowanie zachodniego modelu żywienia przez Japończyków pociągnęło za sobą wzrost spożycia między innymi nabiału i mięsa, słodyczy, przy jednoczesnym spadku spożycia

[21] Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020
[22] j.w.

ryb, owoców morza oraz ryżu. Inną formą dywersyfikacji trendów żywieniowych w Japonii jest jedzenie posiłków w pojedynkę, z uwagi na to, że współczesne japońskie społeczeństwo żyje w ciągłym pośpiechu. Spożywanie posiłków wspólnie z rodziną jest coraz rzadsze także z uwagi na wzrost liczby jednoosobowych gospodarstw domowych. W 2019 r. w Japonii gospodarstw domowych było 54.365.200, a dla porównania, w 2012 roku - tylko 52.574.000.[23] Indywidualizacja jedzenia prowadzi do zwiększenia popytu na żywność przetworzoną i mrożoną, a także gotową do spożycia, jak również posiłki zamawiane i dostarczane do domu, przy czym ten ostatni trend staje się także coraz bardziej popularny wśród reprezentantów starszego pokolenia konsumentów, którzy mają trudności z dokonywaniem zakupów w sklepach ogólnospożywczych.

Tabela 2. Częstotliwość spożywania mięsa i wyrobów mięsnych przez mieszkańców Japonii.



Źródło: Agricultural food and beverage products in Canada, Japan, China, United Arab Emirates and the Kingdom of Saudi Arabia, European Commission report, September – December 2018, https://ec.europa.eu/chafea/agri/sites/chafea/files/flash-chafea-agri-products-report-jp-cn-ksa-uae-ca-2019_en.pdf.

W odniesieniu do poszczególnych rodzajów mięsa, w 2019 r. największe spożycie dotyczyło mięsa drobiowego z kurczaka (2,9 mln ton), następnie wieprzowiny (2,2 mln ton) i wołowiny (1,1 mln ton). Łącznie daje to 99% całkowitej konsumpcji mięsa w Japonii. Pozostały 1% to konina, mięso kacze i gęsie, indycze, królicze i kozie. Natomiast pod względem wartości sprzedaży, liderem na rynku była wieprzowina (24 mld USD), drugie miejsce w rankingu zajęła wołowina (6,2 mld

[23] Euromonitor International, 2019, Number of Households, https://www.euromonitor.com/japan/country-factfile.

USD), a za nią mięso z kurczaka. Jednak to właśnie drób notuje najszybszy wzrost pod względem wartości sprzedaży.

W latach 2007-2019 średnioroczne tempo wzrostu wartości rynkowej dla poszczególnych rodzajów mięsa wynosiło:

- wieprzowina - 1,2%,
- wołowina - 3,1%,
- mięso z kurczaka - 7,1% rocznie[24].

Oznacza to, że wartość sprzedaży drobiu (kurczaka, gdyż, jak wspomniano, pozostałe mięso drobiowe, jak: indyk, kaczka czy gęś, stanowią margines rynku) do roku 2019 rosła dynamicznie wskutek wzrostu jego spożycia. W 2019 r. spożycie mięsa czerwonego i drobiowego na jednego mieszkańca w Japonii wynosiło 49 kg, podczas gdy w 2007 r. było to jedynie 37 kg. W ujęciu wartościowym jest to wzrost z 296 USD wydanych przez jednego mieszkańca w 2007 r. do 620 USD w roku 2019.

[24] Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020

b. Patriotyzm konsumencki

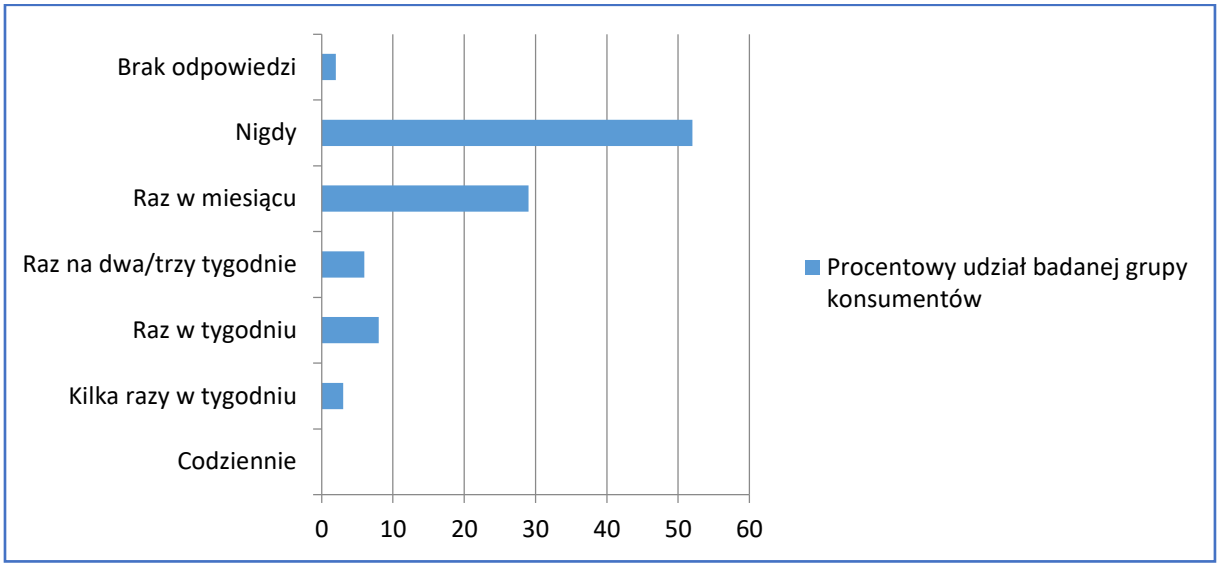
Wysoki poziom ostrożności konsumentów oraz władz japońskich wobec produktów zagranicznych wiąże się z problemem bezpieczeństwa żywności oraz dominującym przekonaniem, że krajowe produkty lepiej chronią przed zagrożeniami z niego wynikającymi. Pewne przykłady wskazują jednak, iż myślenie takie związane jest z ochroną rynku krajowego przez władze japońskie, czyli swego rodzaju protekcjonizmem[25]. Nie zmienia to faktu, że konsumenci japońscy z ostrożnością podchodzą do zagranicznych produktów żywnościowych, o ile nie są to produkty dobrze im znane i obecne na rynku od wielu lat, jak choćby: wina, sery, oliwa czy szynka dojrzewająca z Włoch, Hiszpanii czy Francji. Zgodnie z raportem Komisji Europejskiej z 2018 r., 71% badanych twierdzi, że nabywa produkty żywnościowe pochodzące wyłącznie z Japonii codziennie, a kolejne 23% - przynajmniej raz w tygodniu.

W odniesieniu do produktów żywnościowych z krajów Unii Europejskiej, jedynie 2% twierdzi, że kupuje je codziennie, 13%, - raz w tygodniu, a 26% badanych deklaruje, że nabywa takie produkty rzadziej niż raz na miesiąc. Aż 43% pytanych stwierdziło, że nigdy nie kupuje produktów pochodzących z Unii Europejskiej[26]. W tym samym badaniu wykazano, że spośród produktów pochodzących z Unii Europejskiej, najczęściej kupowane są wyroby branży mleczarskiej, w tym przede wszystkim: sery, na drugim miejscu mięso i wyroby mięsne, a następnie warzywa i owoce. Jednak ponad połowa badanych (52%) zadeklarowała, że nigdy nie spożywa mięsa ani wyrobów mięsnych wyprodukowanych w państwach Unii Europejskiej.

[25] Np. import świeżych jabłek z Polski do Japonii zabroniony jest ustawą o ochronie roślin, ze względu na występowanie w Polsce szkodnika o nazwie „owocówka jabłkóweczka" (Cydia pomonella) oraz choroby drzew o nazwie „zaraza ogniowa" (Erwinia amylovora). Strona japońska oczekuje od polskich władz fitosanitarnych ustanowienia krajowego monitoringu na występowanie ww. organizmów oraz ustanowienia i utrzymywania obszarów wolnych od tych organizmów. Próby odblokowania rynku, np. podejmowane przez Włochy od 2001 r. i rzeczowa argumentacja na zbicie tych teorii, spełza na niczym – jest to świadome działanie japońskiego rządu, aby fala jabłek z Europy nie zalała lokalnego rynku i nie wyeliminowała z niego rodzimych producentów.

[26] Agricultural food and beverage products in Canada, Japan, China, United Arab Emirates and the Kingdom of Saudi Arabia, European Commission report, September – December 2018, https://ec.europa.eu/chafea/agri/sites/chafea/files/flash-chafea-agri-products-report-jp-cn-ksa-uae-ca-2019_en.pdf.

Tabela 3. Częstotliwość spożywania mięsa i wyrobów mięsnych pochodzących z Unii Europejskiej przez japońskich konsumentów.



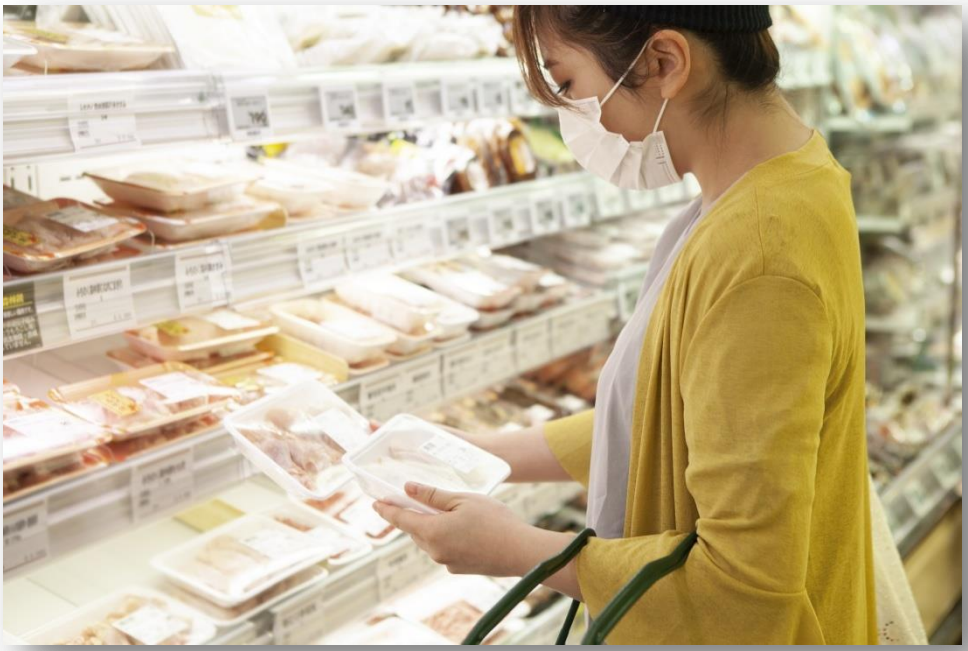
Źródło: Agricultural food and beverage products in Canada, Japan, China, United Arab Emirates and the Kingdom of Saudi Arabia, European Commission report, September – December 2018
https://ec.europa.eu/chafea/agri/sites/chafea/files/flash-chafea-agri-products-report-jp-cn-ksa-uae-ca-2019_en.pdf.

Źródłem silnego kolektywizmu w kulturze japońskiej jest fakt, że społeczeństwo tego kraju złożone jest w głównie z tej samej japońskiej grupy etnicznej. Japończyk żyjący w społeczeństwie homogenicznym czuje się bezpiecznie, będąc równocześnie lojalnym członkiem jego sztywnej struktury. Funkcjonowanie poza grupą wywołuje niepokój, toteż w Japonii bezwzględnie przestrzega się obowiązujących zasad, by nie zostać wykluczonym ze społeczności. Z tych powodów, nierzadko decyzję o wyborze danego produktu konsumenci japońscy podejmują na podstawie informacji o tym, który produkt jest najczęściej kupowany, najpopularniejszy, itp. Na potwierdzenie tego zjawiska, w sklepach można znaleźć etykietki informujące o tym, iż dany produkt zajmuje miejsce pierwsze, drugie lub trzecie, jeśli chodzi o sprzedaż lub popularność. Tego typu grupowe myślenie może według jednostki minimalizować jej potencjalne straty i stanowi klucz do zrozumienia japońskiego społeczeństwa.

Japończycy wydają się być konserwatywni i tradycyjni w działaniu (lubią kupować to, co kupują inni), jednakże, żeby produkt odniósł sukces, nie tylko musi być bardzo dobrej jakości, ale przede wszystkim charakteryzować się unikalnością i tym, że jest jednym z nowszych, nowoczesny

i kreatywny. Konsument japoński jest przyzwyczajony również do tego, że produkt jest ergonomiczny i wygodny w obsłudze.

Należy też zaznaczyć, że młodsze pokolenia inaczej rozumieją pojęcie patriotyzmu konsumenckiego. Swoje decyzje dotyczące wyboru konkretnego produktu podejmują przede wszystkim na podstawie reklamy. Reklama w Japonii jest wszechobecna i silnie oddziałuje na kształtowanie społecznej świadomości. Firmy, głównie japońskie, starają się wykupywać wszelkie możliwe powierzchnie reklamowe (np. poręcze od schodów ruchomych, na których naklejają swoje plakaty), sponsorują programy telewizyjne czy filmy w telewizjach publicznych i prywatnych, aby dotrzeć do konsumenta i przekonać go do oferowanych przez siebie produktów. Branża reklamowa jest też obecna w mediach społecznościowych i na popularnych portalach internetowych. Młodzi Japończycy kierują się w swoim wyborze głównie reklamą lub rekomendacją rówieśników i podczas zakupu niespecjalnie zastanawiają się nad tym, czy dany produkt ma pochodzenie japońskie, czy zagraniczne. Ma on charakteryzować się przede wszystkim wysoką jakością, być nowatorski, modny i nowoczesny, a niekoniecznie rodzimy. Sytuacja ta wynika z coraz bardziej narastającego problemu utraty tożsamości narodowej przez młode pokolenia Japończyków.



c. Rynek mięsa drobiowego w Japonii, produkcja wewnętrzna i główni eksporterzy na rynek japoński

Tabela 4. Lista wiodących japońskich producentów przetworów z mięsa czerwonego i drobiowego.

Nr	Nazwa firmy	Adres	Sprzedaż
1	**NH FOODS LTD.**	Miasto Osaka, Prefektura Osaka, Japonia	12 mld USD
2	**PRIMA MEAT PACKERS, LTD.**	Dzielnica Shinagawa, Miasto Tokio, Japonia	3,713 mld USD
3	**S FOODS INC.**	Miasto Nishinomiya, Prefektura Hyogo, Japonia	2,954 mld USD
4	**YONEKYU CORPORATION**	Miasto Numazu, Prefektura Shizuoka, Japonia	1,541 mld USD
5	**STARZEN MEAT PROCESSOR CO., LTD.**	Dzielnica Minato, Miasto Tokio, Japonia	1,148 mld USD
6	**PRIFOODS CO., LTD.**	Miasto Hachinohe, Prefektura Aomori, Japonia	545 mln USD
7	**NIPPON FOOD PACKER INC.**	Gmina Kamikita, Prefektura Aomori, Japonia	543 mln USD
8	**MIYACHIKU, K.K.**	Miasto Miyakonojo, Prefektura Miyazaki, Japonia	527 mln USD
9	**KOYU SHOKUCHO, K.K.**	Gmina Koyu, Prefektura Miyazaki, Japonia	505 mln USD
10	**WELLFAM FOODS CORPORATION**	Dzielnica Chiyoda, Miasto Tokio, Japonia	430 mln USD
11	**SANKYO MEAT CO., LTD.**	Miasto Shibushi, Prefektura Kagoshima, Japonia	422 mln USD
12	**API CO., LTD.**	Miasto Gifu, Prefektura Gifu, Japonia	295 mln USD
13	**MEAT-COMPANION CO., LTD.**	Tachikawa, Miasto Tokio, Japonia	268 mln USD
14	**IWACHIKU, K.K.**	Gmina Shiwa, Prefektura Iwate, Japonia	263 mln USD
15	**SANSHU SHOKUHIN K.K.**	Miasto Komaki, Prefektura Aichi, Japonia	204 mln USD
16	**AKUNE SHOKUNIKU RYUTSU CENTER, K.K.**	Miasto Akune, Prefektura Kagoshima, Japonia	185 mln USD
17	**COOP DELI FOODS, K.K.**	Miasto Okegawa, Prefektura Saitama, Japonia	182 mln USD
18	**KAGOSHIMA KUMIAI CHICKEN FOODS K.K.**	Miasto Kagoshima, Prefektura Kagoshima, Japonia	171 mln USD
19	**SASEBO SHOKUNIKU CENTER K.K.**	Miasto Sasebo, Prefektura Nagasaki, Japonia	167 mln USD
20	**ISE-DELICA CO., LTD.**	Miasto Ryugasaki, Prefektura Ibaraki, Japonia	152 mln USD
21	**BEJOY CO., LTD.**	Miasto Matsuyama, Prefektura	151 mln USD

		Ehime, Japonia	
22	**PAL.MEAT CO., LTD.**	Miasto Narashino, Prefektura Chiba, Japonia	142 mln USD
23	**ZEN-NOH KEWPIE EGG-STATION CO., LTD.**	Gmina Sashima, Prefektura Ibaraki, Japonia	139 mln USD
24	**HANNAN CHIKUSAN CO., LTD.**	Miasto Habikino, Prefektura Osaka, Japonia	138 mln USD
25	**YAMADA BEE FARM CORPORATION**	Gmina Tomata, Prefektura Okayama, Japonia	129 mln USD
26	**IFUJI SANGYO CO., LTD.**	Gmina Kasuya, Prefektura Fukuoka, Japonia	128 mln USD
27	**NICHIRO CHIKUSAN CO., LTD.**	Miasto Sapporo, Prefektura Hokkaido, Japonia	121 mln USD
28	**KATO BROTHERS HONEY CO., LTD.**	Dzielnica Taito, Miasto Tokio, Japonia	119 mln USD
29	**KURISHOKU CO., LTD.**	Miasto Isesaki, Prefektura Gunma, Japonia	116 mln USD
30	**KUMAMOTO CHIKUSAN RYUTSU CENTER, K.K.**	Miasto Kikuchi, Prefektura Kumamoto, Japonia	112 mln USD
31	**NIPPON SHOKUHIN CO., LTD.**	Miasto Koga, Prefektura Fukuoka, Japonia	108 mln USD
32	**NIHON MEAT HAMBAI K.K.**	Dzielnica Minato, Miasto Tokio, Japonia	101 mln USD
33	**KYODO SHOKUHIN K.K.**	Miasto Sakaide, Prefektura Kagawa, Japonia	100 mln USD
34	**HOKKAIDO CHIKUREN MEAT CO., LTD.**	Miasto Sapporo, Prefektura Hokkaido, Japonia	96 mln USD
35	**YOKOO, K.K.**	Miasto Tosu, Prefektura Saga, Japonia	89 mln USD
36	**AKITAKEN SHOKUNIKU RYUTSU KOSHA, K.K.**	Miasto Akita, Prefektura Akita, Japonia	86 mln USD
37	**GUMMAKEN DOWA SHOKUNIKU COOPERATIVE ASSOCIATION**	Miasto Takasaki, Prefektura Gunma, Japonia	83 mln USD
38	**YAMASHO FOODS, K.K.**	Miasto Ageo, Prefektura Saitama, Japonia	81 mln USD
39	**NAGASAKI BROILER INDUSTRY COMPANY**	Miasto Isahaya, Prefektura Nagasaki, Japonia	76 mln USD
40	**AKITAYA HONTEN, K.K.**	Miasto Gifu, Prefektura Gifu, Japonia	74 mln USD
41	**FRESH KITCHEN CORP.**	Miasto Saitama, Prefektura Saitama, Japonia	73 mln USD
42	**YOSHIDA HAM CO., LTD.**	Miasto Ogaki, Prefektura Gifu, Japonia	72 mln USD
43	**HOKKAIDO LIVESTOCK KOSHA CO., LTD.**	Miasto Sapporo, Prefektura Hokkaido, Japonia	72 mln USD

44	**GIFUKEN CHIKUSAN KOSHA, K.K.**	Miasto Gifu, Prefektura Gifu, Japonia	71 mln USD
45	**NIKO SHOKUCHO, Y.K.**	Miasto Kagoshima, Prefektura Kagoshima, Japonia	70 mln USD
46	**SHIBUSHI CHIKUSAN K.K.**	Miasto Shibushi, Prefektura Kagoshima, Japonia	67 mln USD
47	**EBISU BROILER CENTER K.K.**	Miasto Kobayashi, Prefektura Miyazaki, Japonia	66 mln USD
48	**OITAKEN CHIKUSAN KOSHA, K.K.**	Miasto Bungoono, Prefektura Oita, Japonia	65 mln USD
49	**GIFU AGRI FOODS K.K.**	Miasto Yamagata, Prefektura Yamagata, Japonia	62 mln USD
50	**OOSUMI MEAT CO., LTD.**	Miasto Tarumizu, Prefektura Kagoshima, Japonia	60 mln USD
51	**KUMAMOTO CHICKEN, K.K.**	Miasto Yamaga, Prefektura Kumamoto, Japonia	59 mln USD
52	**MM FOODS CO., LTD.**	Miasto Himeji, Prefektura Hyogo, Japonia	59 mln USD
53	**GUNMA MEAT CO., LTD.**	Miasto Maebashi, Prefektura Gunma, Japonia	59 mln USD
54	**TENGU NAKATA HONTEN, K.K.**	Miasto Kanazawa, Prefektura Ishikawa, Japonia	56 mln USD
55	**YONEZAWA SHOKUNIKU KOSHA, K.K.**	Miasto Yonezawa, Prefektura Yamagata, Japonia	55 mln USD
56	**AGRIS-ONE CO., LTD.**	Miasto Wako, Prefektura Saitama, Japonia	54 mln USD
57	**NIKUSEN, K.K.**	Miasto Unzen, Prefektura Nagasaki, Japonia	53 mln USD
58	**MIEKEN YOKKAICHI CHIKUSAN KOSHA, K.K.**	Miasto Yokkaichi, Prefektura Mie, Japonia	52 mln USD
59	**MARUTO POULTRY CO., LTD.**	Miasto Toyohashi, Prefektura Aichi, Japonia	50 mln USD
60	**DAIWA SHOKUHIN KOGYO K.K.**	Dzielnica Shinagawa, Miasto Tokio, Japonia	50 mln USD
61	**IBARAKIKEN CHUO SHOKUNIKU KOSHA CO., LTD.**	Gmina Higashi Ibaraki, Prefektura Ibaraki, Japonia	49 mln USD
62	**MEAT LAND, K.K.**	Miasto Kazuno, Prefektura Akita, Japonia	46 mln USD
63	**NOKYO SHOKUHIN K.K.**	Miasto Marugame, Prefektura Kagawa, Japonia	45 mln USD
64	**NANSATSU SHOKUCHO K.K.**	Miasto Minamikyushu, Prefektura Kagoshima, Japonia	43 mln USD
65	**OKINAWAKEN SHOKUNIKU CENTER, K.K.**	Miasto Nanjo, Prefektura Okinawa, Japonia	43 mln USD
66	**TAMURA SHOKUHIN, K.K.**	Miasto Higashine, Prefektura	42 mln USD

		Yamagata, Japonia	
67	**YOSHIOKA, K.K.**	Miasto Kurume, Prefektura Fukuoka, Japonia	42 mln USD
68	**KAMIFURANO KOBO, K.K.**	Gmina Sorachi, Prefektura Hokkaido, Japonia	41 mln USD
69	**I PORK K.K.**	Miasto Maebashi, Prefektura Gunma, Japonia	40 mln USD
70	**HIROSHIMA PROSESS CENTER K.K.**	Miasto Hatsukaichi, Prefektura Hiroshima, Japonia	40 mln USD
71	**MARUHO SHOKUHIN K.K.**	Gmina Nakatado, Prefektura Kagawa, Japonia	40 mln USD
72	**KAGOSHIMA CHUO CHIKUSAN CO., LTD.**	Miasto Kagoshima, Prefektura Kagoshima, Japonia	38 mln USD
73	**CHUREI, K.K.**	Miasto Shimonoseki, Prefektura Yamaguchi, Japonia	38 mln USD
74	**ZENKAIMEAT CORPORATION.**	Gmina Kuma, Prefektura Kumamoto, Japonia	37 mln USD
75	**ISHII FOODS CO., LTD.**	Gmina Myozai, Prefektura Tokushima, Japonia	36 mln USD
76	**JA EHIME IPACKS K.K.**	Miasto Ozu, Prefektura Ehime, Japonia	35 mln USD
77	**JF FOODS, K.K.**	Miasto Kanoya, Prefektura Kagoshima, Japonia	32 mln USD
78	**SENKO FARM, K.K.**	Gmina Kami Mashiki, Prefektura Kumamoto, Japonia	32 mln USD
79	**MIYAKONOJO KUMIAI SHOKUHIN, K.K.**	Miasto Miyakonojo, Prefektura Miyazaki, Japonia	32 mln USD
80	**EBISU, K.K.**	Gmina Kimotsuki, Prefektura Kagoshima, Japonia	31 mln USD
81	**MARUYU CO., LTD.**	Miasto Sanda, Prefektura Hyogo, Japonia	31 mln USD
82	**KYOUEI SHOKUNIKU K.K.**	Miasto Otaru, Prefektura Hokkaido, Japonia	30 mln USD
83	**ARITA K.K.**	Gmina Nishi Matsuura, Prefektura Saga, Japonia	30 mln USD
84	**FRESH CHICKEN KARUMAI, K.K.**	Gmina Kunohe, Prefektura Iwate, Japonia	29 mln USD
85	**MIYAZAKI SHOKAI, K.K.**	Miasto Fukuyama, Prefektura Hiroshima, Japonia	29 mln USD
86	**KANAMIYA SHOKUHIN K.K.**	Miasto Odawara, Prefektura Kanagawa, Japonia	28 mln USD
87	**TAISEI, K.K.**	Gmina Kami Ina, Prefektura Nagano, Japonia	28 mln USD
88	**FACTOR, AGRICULTURAL CORP.**	Gmina Kitamuro, Prefektura Mie, Japonia	23 mln USD

89	**NISSIN F.D. FOODS CO., LTD.**	Miasto Setouchi, Prefektura Okayama, Japonia	23 mln USD
90	**MORIKAWA KENKODO K.K.**	Dzielnica Shibuya, Miasto Tokio, Japonia	21 mln USD
91	**KYOWA SHOKUHIN K.K.**	Miasto Tamba, Prefektura Hyogo, Japonia	20 mln USD
92	**KURIHARA MEAT CO., LTD.**	Miasto Kurihara, Prefektura Miyagi, Japonia	19 mln USD
93	**KATORI SHOKUHIN, K.K.**	Miasto Kanoya, Prefektura Kagoshima, Japonia	19 mln USD
94	**SUN SUPPLY K.K.**	Miasto Konan, Prefektura Aichi, Japonia	17 mln USD
95	**MOTHER FOODS, K.K.**	Miasto Osaka, Prefektura Osaka, Japonia	17 mln USD
96	**AIDA KYODO YOKEI KUMIAI, AGRICULTURAL CORP.**	Miasto Matsumoto, Prefektura Nagano, Japonia	17 mln USD
97	**SANKAI, K.K.**	Miasto Matsue, Prefektura Shimane, Japonia	16 mln USD
98	**MORIKAWA KENKODO K.K.**	Miasto Kami Mashiki-Gun, Prefektura Kumamoto, Japonia	16 mln USD
99	**KOWA DELICA CO., LTD.**	Miasto Kamisu, Prefektura Ibaraki, Japonia	16 mln USD

Źródło: Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020

W 2019 r. wśród najszybciej rozwijających się w Japonii pod względem wartości sprzedaży rynków w podziale na rodzaje mięsa znalazły się:

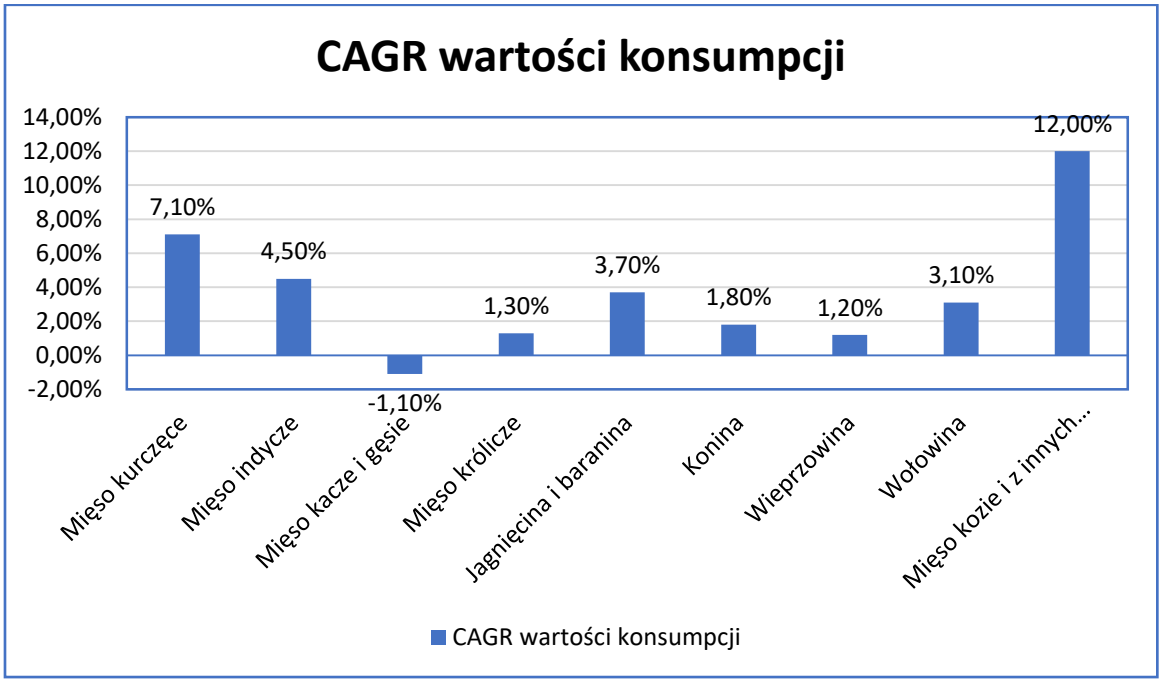
- rynek mięsa wieprzowego (24 mld USD),
- rynek mięsa wołowego (6,2 mld USD),
- rynek mięsa kurczęcego (5,3 mld USD),
- rynek jagnięciny i baraniny (0,2 mld USD),
- rynek koniny (0,1 mld USD),

przy czym, w okresie od 2007 do 2019 r., największy wzrost wykazywały:

- rynek mięsa kurczęcego (+ 7,1%),
- rynek jagnięciny i baraniny (+ 3,7%),
- rynek wołowiny (+ 3,1%),
- rynek koniny (+ 1,8%),
- rynek wieprzowiny (+ 1,2%).

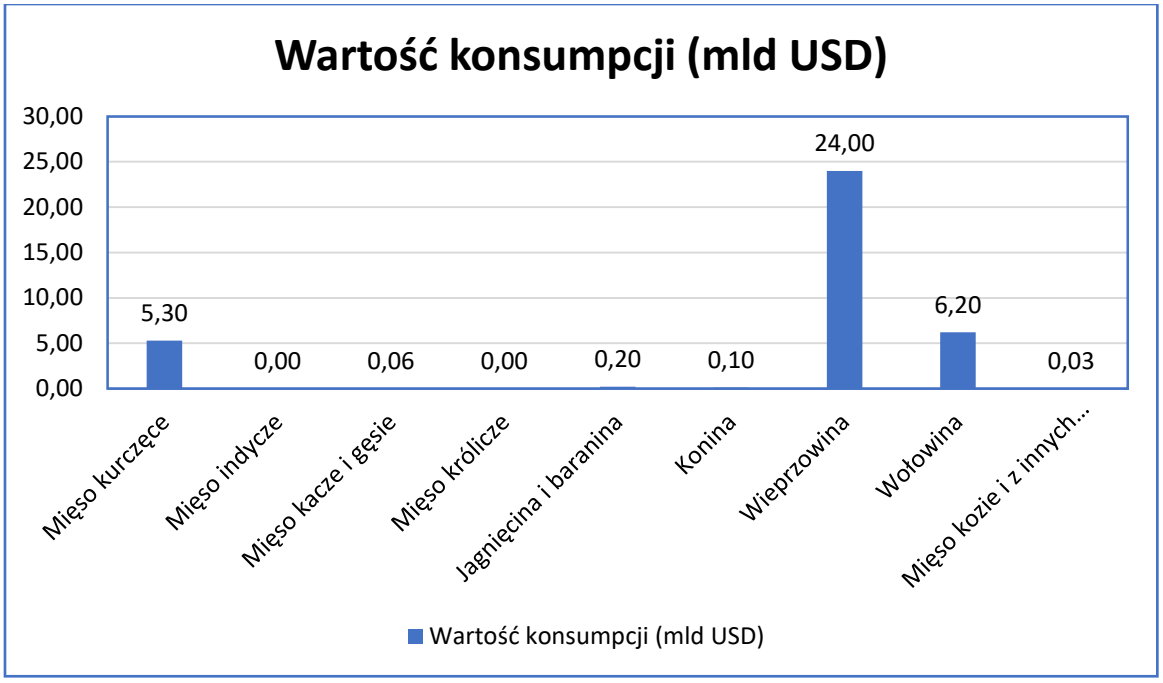
Natomiast, jeśli chodzi o rynek mięsa kaczego oraz gęsiny (warty 0,1 mld USD), w okresie 2007-2019, pozostaje on niezmiennie zaklasyfikowany jako mały i nie rozwijający się.

Wykres 1. Mięso – wzrost rynku.



Źródło: Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020

Wykres 2. Mięso – wielkość rynku.

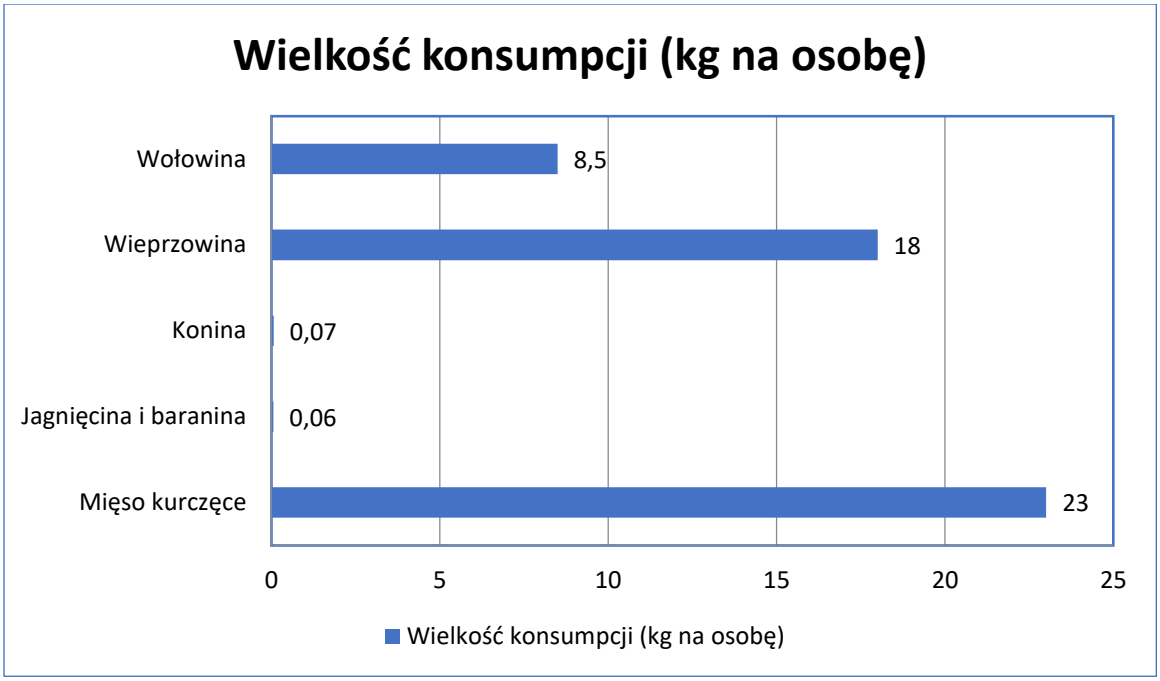


Źródło: Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020

W odniesieniu do konsumpcji lokalnej, wśród produktów o wysokim i rosnącym spożyciu w przeliczeniu na jednego mieszkańca znalazły się:

- mięso kurczęce (23 kg na osobę),
- wieprzowina (18 kg na osobę),
- wołowina (8,50 kg na osobę).

Wykres 3. Mięso – średnia konsumpcja per capita.

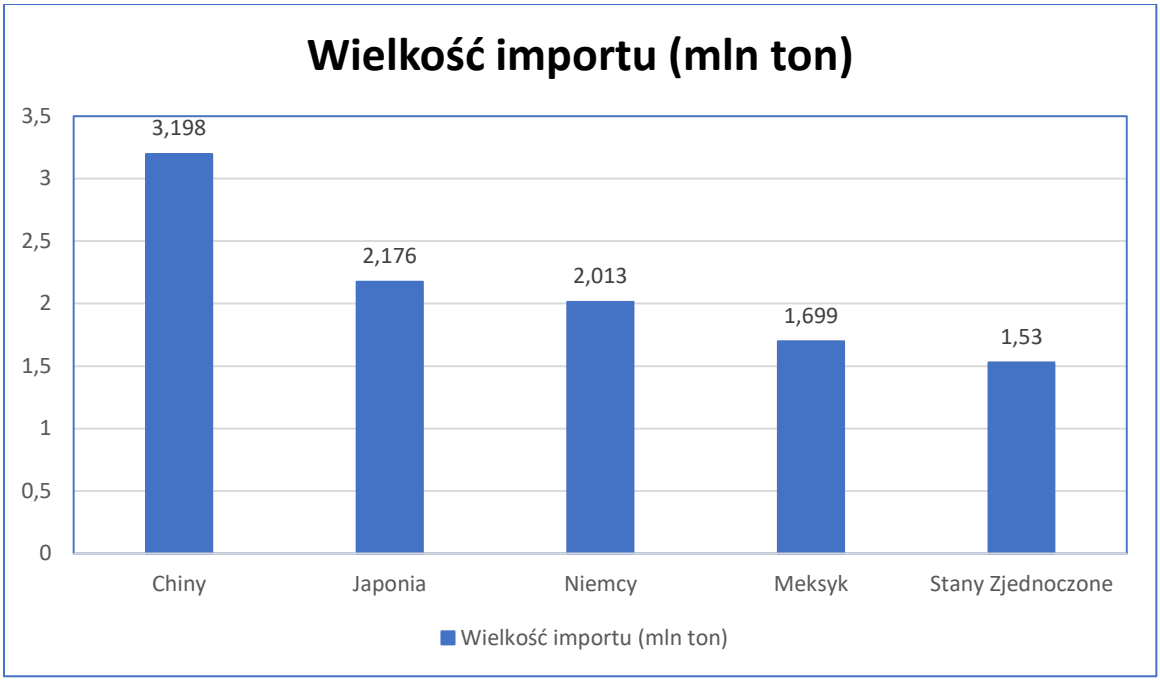


Źródło: Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020

W 2019 r. największymi i najszybciej rozwijającymi się importerami mięsa, w tym drobiowego, na świecie okazały się Chiny (3,198 mln ton), Japonia (2,176 mln ton), Niemcy (2,013 mln ton), Meksyk (1,699 mln ton) oraz Stany Zjednoczone (1,530 mln ton), przy czym Japonia dodatkowo plasuje się na drugim miejscu na świecie (po USA) w zakresie wysokiej dochodowości rynku dla dostawców mięsa i drobiu, z ceną około 4,5 USD/ kg (w przypadku innych rentownych rynków, sytuacja wygląda następująco: Stany Zjednoczone 5,3 USD/ kg, Korea Południowa – 4,4 USD/ kg, Kanada – 3,9 USD/ kg, Francja – 3,9 USD/ kg).[27]

[27] Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020

Wykres 4. Główni światowi importerzy mięsa.



Źródło: Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020

W 2019 r. produkcja mięsa, w tym drobiowego w Japonii wzrosła o 2,6%, do 4,1 mln ton[28], tym samym utrzymując tendencję wzrostową czwarty rok z rzędu. Całkowita wielkość produkcji rosła w latach 2007-2019 w średniorocznym tempie +2,3%. Jednak, trend wskazywał na pewne zauważalne wahania w całym analizowanym okresie. Zdecydowanie wyraźne tempo wzrostu odnotowano w 2013 r., kiedy wielkość produkcji wzrosła o 19% r / r. Wiązało się to ze zdecydowaną zmianą preferencji żywieniowych Japończyków, polegającą na stopniowym przesunięciu punktu ciężkości z ryb na mięso w okresie 2006-2016, a w ramach mięsa – na drób (głównie mięso kurczęce), którego roczne spożycie w przeliczeniu na mieszkańca Japonii w 2012 r. po raz pierwszy przegoniło pod względem wielkości roczne spożycie wieprzowiny, z kolei popyt pociągnął za sobą podaż wewnętrzną.[29] W badanym okresie produkcja osiągnęła poziom maksymalny wolumenu w 2019 r., i prawdopodobnie w najbliższym czasie nastąpi stopniowy wzrost. Produkcja mięsa i drobiu w Japonii wskazywała na umiarkowany wzrost, co było w dużej mierze uwarunkowane zauważalnym wzrostem liczby zwierząt.

[28] Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020
[29] Poultry Special Edition, Nochiuri, wyd. nr 66, maj 2018 r., https://www.nochuri.co.jp/report/pdf/nri1805re1.pdf

Na podstawie danych z 2019 r., produkcja wzrosła o +59,2% w stosunku do wskaźników z 2007 r. Tempo wzrostu było najszybsze w 2011 r., kiedy wielkość produkcji wzrosła o 30%. W analizowanym okresie produkcja osiągnęła rekordowy poziom w 2019 r., i oczekuje się, że utrzyma tendencję wzrostową także w nadchodzących latach.

W ujęciu wartościowym, w 2019 r. produkcja mięsa i drobiu wyniosła około 37,3 mld USD[30], szacowana w cenach eksportowych. Ogółem, całkowita produkcja wykazała wzrost od 2007 do 2019 r. - jej wartość rosła średnio o 2,3% rocznie w ciągu ostatnich dwunastu lat. Trend wskazywał jednak na pewne zauważalne wahania w całym analizowanym okresie.

W 2019 r. około 822 mln sztuk zwierząt w Japonii poddano ubojowi do celów produkcji mięsa i drobiu, podobnie jak w roku 2018[31]. Ogólnie rzecz biorąc, liczba zwierząt hodowlanych charakteryzowała się względnie płaskim trendem. Najbardziej wyraźne tempo wzrostu odnotowano w 2012 r., kiedy liczba zwierząt hodowlanych wzrosła o 4,8%, w porównaniu z rokiem poprzednim. W analizowanym okresie liczba ta osiągnęła maksymalny poziom w 2019 r., i prawdopodobnie w najbliższym czasie nastąpi stopniowy wzrost zgodny z płaskim trendem.

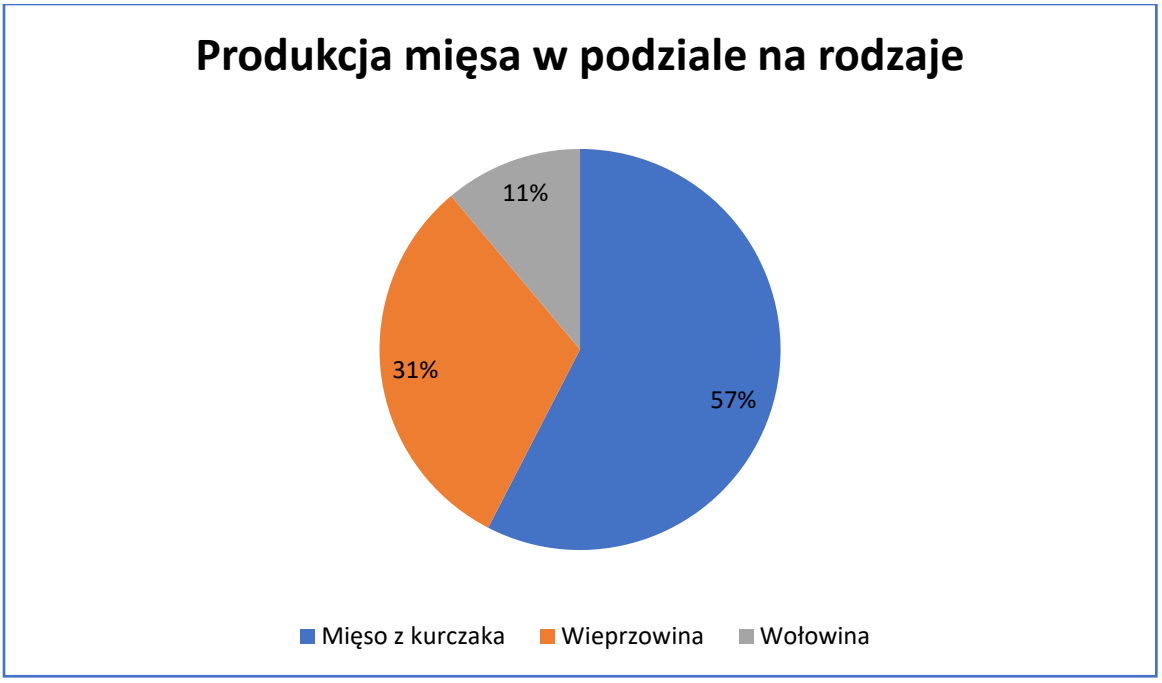
Mięso drobiowe (2,4 mln ton), wieprzowina (1,3 mln ton) i wołowina (473 tys. ton) były głównymi produktami pozyskanymi w rezultacie produkcji mięsa i drobiu w Japonii, łącznie stanowiąc blisko 100% całkowitej produkcji. Były to produkty o najszybciej rosnącej produkcji, które zwiększyły się o CAGR +4,6% w latach 2007-2019[32].

Pod względem wartości, pierwsze miejsce na rynku zajęła wołowina (28,6 mld USD), na drugim miejscu w rankingu znalazła się wieprzowina (13,8 mld USD), a za nią kurczak[33].

W latach 2007-2019 średnioroczne tempo wzrostu wolumenu produkcji wołowiny było relatywnie skromne, natomiast w odniesieniu do pozostałych wytwarzanych produktów, odnotowano następujące średnioroczne tempo wzrostu: wieprzowina (+0,8% rocznie), kurczak (+7,6% rocznie).[34]

[30] Poultry Special Edition, Nochiuri, wyd. nr 66, maj 2018 r.,
[31] Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020
[32] j.w.
[33] j.w.
[34] j.w.

Wykres 5. Produkcja mięsa w ujęciu procentowym (na podstawie kg).



Źródło: Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020

Eksport do Japonii w latach 2007–2019

W 2019 r., po pięciu latach wzrostu, nastąpił znaczący spadek zakupów mięsa i drobiu zagranicą, kiedy ich wolumen zmniejszył się o -8,6%, do 2,2 mln ton. W latach 2007-2019 łączny wolumen importu rósł średniorocznie o +2,2%. Pod względem wartości, import mięsa i drobiu osiągnął 9,7 mld USD w 2019 r.[35]

Wieprzowina (959 tys. ton), wołowina (615 tys. ton) i mięso drobiowe, głównie kurczęce (563 tys. ton), były głównymi produktami importu mięsa do Japonii, stanowiąc łącznie 98% całkowitego importu. Natomiast, baranina, mięso kacze i gęsie, konina, mięso indycze, mięso innych zwierząt, mięso kozie i mięso królika oraz zająca, łącznie stanowiły dalsze 1,8%.[36]

W latach 2007-2019 najbardziej zauważalne tempo wzrostu zakupów, spośród głównych rodzajów produktów, osiągnęło mięso kozie, podczas gdy import pozostałych produktów odnotował skromniejsze tempo wzrostu.

[35] Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020
[36] j.w.

Pod względem wartości, najpopularniejszymi rodzajami mięsa w Japonii były wieprzowina (4,6 mld USD), wołowina (mięso wołowe) (3,5 mld USD) i mięso drobiowe (1,2 mld USD), które razem stanowią 97% całkowitego importu. Następnie, plasowały się pozostające nieco w tyle: jagnięcina, mięso kaczek i gęsi, konina, mięso innych zwierząt, mięso indycze, kozie i królika oraz zająca, łącznie stanowiąc dalsze 3,2%.[37]

Jeśli chodzi o główne kategorie produktów, to mięso kozie odnotowało w omawianym okresie największą dynamikę wartości importu, natomiast zakupy pozostałych produktów wykazywały skromniejsze tempo wzrostu.

Kraje eksportujące na rynek japoński:

Stany Zjednoczone (508 tys. ton), Brazylia (428 tys. ton) i Australia (309 tys. ton) były głównymi dostawcami mięsa w tymi drobiu do Japonii, stanowiąc łącznie 57% całkowitego importu. Kanada, Tajlandia, Hiszpania, Meksyk i Dania pozostawały nieco w tyle, razem stanowiąc dalsze 35%.[38]

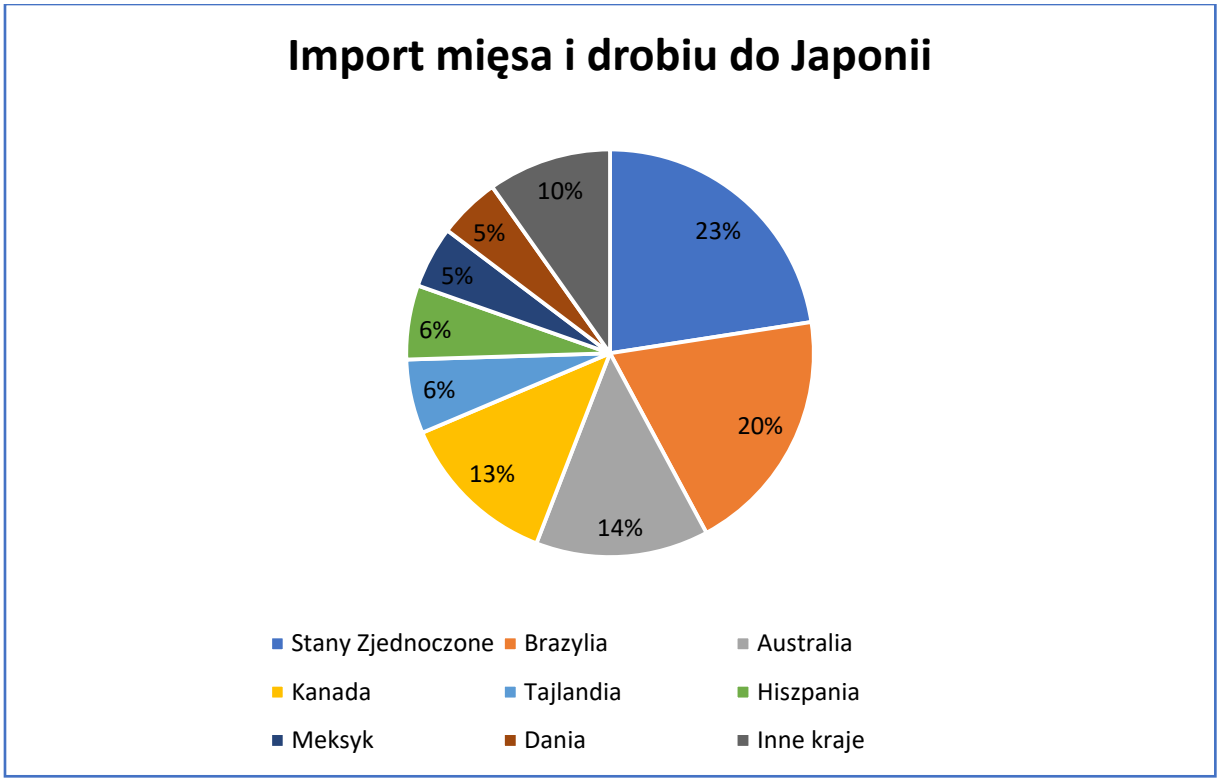
W latach 2007-2019 najbardziej zauważalne tempo wzrostu zakupów u głównych dostawców osiągnęła Hiszpania, podczas gdy import dla pozostałych liderów odnotował skromniejsze tempo.

Pod względem wartości, największymi dostawcami mięsa, w tym drobiu do Japonii były: Stany Zjednoczone (2,7 mld USD), Australia (1,8 mld USD) i Kanada (1,3 mld USD), z łącznym udziałem 60% w całkowitym imporcie. Brazylia, Hiszpania, Meksyk, Dania i Tajlandia pozostawały nieco w tyle, razem stanowiąc kolejne 30%.[39]

Spośród głównych dostawców, najwyższe tempo wzrostu wartości importu w analizowanym okresie odnotowała Hiszpania, natomiast zakupy w odniesieniu do pozostałych liderów odnotowały skromniejsze tempo wzrostu.

[37] Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020
[38] j.w.
[39] j.w.

Wykres 6. Import mięsa i drobiu do Japonii w ujęciu procentowym (na podstawie kg).



Źródło: Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020

W 2019 r. średnia cena importu mięsa, w tym mięsa drobiowego, wyniosła 4.465 USD za tonę, co oznacza wzrost o 11% w porównaniu z rokiem poprzednim. W latach 2007-2019 rosła w średniorocznym tempie +1,7%. Wzrost był najbardziej wyraźny w 2012 r., kiedy średnia cena importu wzrosła o 16% / r. W rezultacie cena importowa osiągnęła szczytowy poziom 5. 221 USD / tonę. Od 2013 do 2019 r. wzrost średnich cen importu utrzymywał się na nieco niższym poziomie.[40]

Istniały znaczne różnice w średnich cenach między głównymi dostawcami. W 2019 r. krajem eksportowym o najwyższej cenie była Australia (5.852 USD za tonę), podczas gdy cena w Brazylii (2.081 USD za tonę) była jedną z najniższych.[41]

W latach 2007-2019 najbardziej znaczące tempo wzrostu cen osiągnęła Australia, podczas gdy ceny pozostałych głównych dostawców odnotowały skromniejsze tempo wzrostu.

[40] Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020
[41] j.w.

Występowały znaczne różnice w średnich cenach pomiędzy głównymi dostarczanymi produktami. W 2019 r. najwyższą cenę osiągała jagnięcina i baranina (8.652 USD za tonę), a najniższe ceny należały do mięsa z kurczaka (2.211 USD za tonę).[42]

W latach 2007-2019 najbardziej zauważalne tempo wzrostu cen osiągnęła konina, podczas gdy ceny pozostałych produktów rosły w skromniejszym tempie.

W odniesieniu do najnowszych danych miesięcznych[43], w sierpniu 2020 r. import mięsa z kurczaka spadł o 20,2%, w porównaniu z tym samym miesiącem poprzedniego roku - do 40.313 ton, spadając poniżej poziomu 50.000 ton po raz pierwszy od trzech miesięcy, w tym import z Brazylii spadł o 17,9% - do 31.074 ton, a z Tajlandii - o 19,2% - do 8.481 ton. Z kolei import przetworów z kurczaka spadł o 20,8% - do 33.247 ton, co oznacza spadek rok do roku w imporcie z Chin ósmy miesiąc z rzędu. Ocenia się, że gwałtowne spadki w bieżącym okresie są skutkiem tegorocznej pandemii koronawirusa i zakłóceń w ramach łańcuchów dostaw.

Skumulowany import od stycznia do sierpnia 2020 r. zmniejszył się o 1,7% r/r w przypadku kurczaka i 7,7% - w przypadku przetworów z kurczaka, natomiast wzrósł o 2,8% w odniesieniu do pozostałego drobiu (głównie kaczki) i 9,0% w odniesieniu do pozostałych przetworów drobiowych.[44]

[42] Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020
[43] Ministerstwo Finansów Japonii, dane dotyczące sierpnia 2020 roku
[44] j.w.

d. Mięso drobiowe w sprzedaży detalicznej i w gastronomii

W sprzedaży detalicznej w Japonii trudno jest znaleźć całego świeżego kurczaka, a tym bardziej indyka czy gęś. Najczęściej są to produkty mrożone i dostępne tylko w sieciach sprzedaży przeznaczonych głównie dla przedsiębiorców/restauratorów. W większości sklepów detalicznych mięso drobiowe, podroby i wyroby z tego mięsa są sprzedawane w małych porcjach. Jest to zgodne oczekiwaniami klientów. Najbardziej popularne są piersi z kurczaka w całości lub rozdrobnione, pakowane na tackach plastikowych i zafoliowane. Tak pakowana jest większość mięsa w sprzedaży detalicznej w Japonii.

Fotografia 1. Przykład pakowania w sprzedaży detalicznej – piersi z kurczaka w mniejszych opakowaniach.

Fotografia 2. Przykład pakowania w sprzedaży detalicznej – piersi z kurczaka w większych opakowaniach.

Innym popularnym produktem z mięsa drobiowego dostępnym na rynku detalicznym są udka kurczęce (z kością lub bez), skrzydełka, polędwiczki oraz podroby (głównie wątróbka i żołądki z kurczaka). Dostępne jest również mięso mielone.

Fotografia 3. Przykład pakowania w sprzedaży detalicznej – skrzydeł.

Fotografia 4. Przykład pakowania w sprzedaży detalicznej – polędwiczki i podroby.

Fotografia 5. Mięso drobiowe mielone w sprzedaży detalicznej.

Fotografia 6. Gotowane i wędzone piersi z kurczaka.

Fotografia 7. Przykładowa lada sklepowa typu restauracyjnego z gotowymi daniami z drobiu.

Dużą część produktów z mięsa drobiowego dostępnych w sieci sprzedaży detalicznej stanowią produkty przetworzone lub półprzetworzone. Są to przede wszystkim gotowe do spożycia lub przygotowane do przyrządzenia szaszłyki drobiowe *„yakitori”*, przyprawione i gotowe do grilowania udka kurczaka oraz piesi kurczaka - gotowane lub wędzone. Mięso drobiowe jest też popularne w wersji smażonej na głębokim oleju.

Fotografia 8. Mięso drobiowe smażone na głębokim oleju i gotowe zestawy obiadowe.

Fotografia 9. *Yakitori* gotowe do przygotowania w domu.

Fotografia 10. Przykładowe mrożone dania z kurczaka do przygotowania w domu.

Fotografia 11. Przykładowe dania gotowe.

Fotografia 12. Przykładowe dania typu instant.

e. Sprzedaż mięsa drobiowego z EU i Polski do Japonii – dane statystyczne i trendy

Dynamika międzynarodowych obrotów handlowych między Japonią a UE uległa znacznemu zwiększeniu dzięki wejściu w życie z dniem 1 lutego 2019 r. umowy o współpracy handlowej (EU-Japan EPA – Economic Partnership Agreement http://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=1684), która dotyczy głównie obniżenia lub zniesienia stawek celnych oraz regulowania kwestii spornych o charakterze finansowym lub ekonomicznym.

Tabela 5. Stawki celne na produkty drobiowe.

		Stawki celne			
Kod (CN)	Opis produktu	Dla krajów EU	Ogólne	Dla krajów preferowanych	Czy cło jest w trakcie obniżenia?
2	Rozdział drugi - mięso i podroby jadalne				
207	Mięso i podroby jadalne drobiu, świeże, schłodzone i mrożone				
	Mięso gatunku *Gallus domesticus* (kura domowa)				
0207.11	Nie poddane rozbiorowi (tuszka), świeże lub schłodzone	6%	14%	11,9%	tak
0207.12	Nie poddane rozbiorowi (tuszka), mrożone	8,7%	14%	11,9%	tak
0207.13	Elementy i podroby, świeże lub schłodzone				
0207.13.10	Noga z kością	6,2%	20%	8,5%	tak
0207.13.20	Inne	8,7%	12%	11,9%	tak
0207.14	Elementy i podroby, mrożone				
0207.14.10	Wątróbki	0%	10%	3%	
	Inne				
0207.14.21	Noga z kością	6,2%	20%	8,5%	tak
0207.14.22	Inne	6%	12%	11,9%	tak
	Mięso indycze:				
0207.24	Nie poddane rozbiorowi (tuszka), schłodzone	0%	5%	3%	
0207.25	Nie poddane rozbiorowi (tuszka), mrożone	0%	5%	3%	

0207.26	Elementy i podroby, świeże lub schłodzone	0%	5%	3%	
0207.27	Elementy i podroby, mrożone				
0207.27.10	Wątróbki	0%	10%	3%	
0207.27.20	Inne	0%	5%	3%	
	Mięso kaczki:				
0207.41	Nie poddane rozbiorowi (tuszka), świeże lub schłodzone	0%	10%	9.6%	
0207.42	Nie poddane rozbiorowi (tuszka), mrożone	0%	10%	9,6%	
0207.43	Otłuszczone wątróbki (foie gras), świeże lub schłodzone	0%	5%	3%	
0207.44	Inne, świeże lub schłodzone	4,8%	10%	9,6%	tak
0207.45	Inne, mrożone:				
0207.45.01	Wątróbki	0%	10%	3%	
0207.45.09	Inne	0%	10%	9,6%	
	Mięso gęsi:				
0207.51	Nie poddane rozbiorowi (tuszka), świeże lub schłodzone	0%	12,5%	9,6%	
0207.52	Nie poddane rozbiorowi (tuszka), mrożone	0%	12,5%	9,6%	
0207.53	Otłuszczone wątróbki (foie gras), świeże lub schłodzone	0%	5%	3%	
0207.54	Inne, świeże lub schłodzone	0%	12,5%	9,6%	
0207.55	Inne, mrożone:				
0207.55.10	Wątróbki	0%	10%	3%	
0207.55.20	Inne	0%	12,5%	9,6%	
0207.60	Mięso perliczki:				
0207.60.10	Wątróbka, mrożona	0%	10%	3%	
0207.60.20	Inne	0%	12,5%	9,6%	

Źródło: https://madb.europa.eu/madb/atDutyOverviewPubli.htm?hscode=0207&countries=JP#

Podobnie jak mięso gęsi, pierze i puch są również objęte zerową stawką celną. Produkty te są oznaczone kodem CN 0505.10 (pióra przeznaczone do wypełniania).

W ramach umowy, stawki celne na mięso i produkty drobiowe będą stopniowo zmniejszane, aż do osiągnięcia wartości zerowych. Szczególnie istotne zmiany będą miały miejsce w odniesieniu do mięsa z kurcząt brojlerów.

Tabela 6. Rok osiągnięcia zerowej stawki celnej.

Kod (CN)	Opis produktu	Rok osiągnięcia stawki 0%
	Mięso kury domowej	
0207.11	Nie poddane rozbiorowi (tuszka), świeże lub schłodzone	2023
0207.12	Nie poddane rozbiorowi (tuszka), mrożone	2028
0207.13	Elementy i podroby, świeże lub schłodzone	
0207.13.10	Noga z kością	2028
0207.13.20	Inne	2028
0207.14.21	Noga z kością	2028
0207.14.22	Inne	2023
	Mięso kaczki:	
0207.44	Inne, świeże lub schłodzone	2023

W przypadku regularnych eksporterów, istnieje możliwość skorzystania z tzw. uproszczonego systemu importu („Simplified and Expedited Systems of Import Procedures of Food and Related Items”).

Tabela 7. Funkcjonalności uproszczonego systemu importu.

Advance Notification System	**W przypadku wszystkich produktów żywnościowych i powiązanych, „import notification" może być wysłane 7 dni przed planowanym dotarciem ładunku. Wyjątkiem jest ładunek, który wymaga inspekcji, w przypadku którego wysyłany jest od razu certyfikat o akceptacji po wyładunku w określonym miejscu.**
Planned Import system	Jeśli dany produkt jest importowany regularnie, istnieje możliwość dołączenia planu importowego przy pierwszym transporcie. Jeśli plan ten zostanie zaakceptowany, istnieje możliwość dokonywania importu przez jakiś czas bez dodatkowej dokumentacji.
Inspection Results by official Inspection Organizations in Other Countries	W przypadku, gdy ładunek został zbadany przez oficjalną inspekcję w kraju eksportera i raport z inspekcji jest dołączony do ładunku, istnieje możliwość pominięcia inspekcji na Stacji Kwarantanny w Japonii. Niestety, nie jest to możliwe, w przypadku produktów badanych pod kątem aktywności mikrobiologicznej, w tym drobiu.
Continuous Import of Same Items	Jeśli określone produkty są importowane regularnie, a wyniki inspekcji są pozytywne, istnieje możliwość pomijania przez jakiś czas kontroli na Stacjach Kwarantanny.
Advance Approval of Imported Foods and related Products	Jeśli importowana żywność posiada charakterystykę o zgodności potwierdzonej z Food Sanitation Law, produkty i producenci mogą zostać zarejestrowani. Najbliższe dostawy tych produktów w ramach importu mogą zostać nie poddawane inspekcji, a certyfikat spełnienia wymogów będzie wysyłany od razu po wysłaniu do akceptacji dokumentu „import notification".

Źródło: https://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/1-5.html

Aktualnie eksport mięsa drobiowego do Japonii odbywa się na podstawie uzgodnionego bilateralnie świadectwa zdrowia na wywóz z Polski, tj. „Świadectwa pochodzenia i zdrowia dla mięsa drobiowego i produktów z mięsa drobiowego przeznaczonych do wywozu do Japonii"[45].

W 2019 r. Polska wyeksportowała do Japonii mięso drobiowe w ilości 2.914,54 ton (dla porównania, w roku 2018 było to 1.360,55 ton), o wartości 16,35 mln USD, co stanowi około 5,61 USD/kg[46].

[45] Główny Inspektorat Weterynarii https://www.wetgiw.gov.pl/handel-eksport-import/japonia/printpage
[46] Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020

f. Główne problemy związane z eksportem drobiu do Japonii, bariery taryfowe i pozataryfowe, choroby zwierzęce

Eksport drobiu do Japonii napotyka wiele barier, w tym czasowe i powtarzające się sezonowo występowanie chorób zwierzęcych, np. grypy ptaków, co sprawia, że polscy eksporterzy tracą z trudem zdobywane kontrakty długoterminowe z japońskimi odbiorcami i muszą ponownie zabiegać o importera z chwilą, gdy nałożony tymczasowo zakaz importu zostanie zniesiony.

W bieżącym roku, zakaz importu mięsa drobiowego spowodowany występowaniem w Polsce grypy ptaków został przez władze japońskie zniesiony z dniem 30 lipca br. Według stanu na dzień 16 października 2020 r., zakazem eksportu mięsa drobiowego do Japonii objęte są: Bułgaria, Filipiny oraz Australia[47].

W przypadku wystąpienia w danym kraju eksportującym mięso drobiowe do Japonii ognisk grypy ptaków, import mięsa drobiowego nie może odbywać się z wykluczonych obszarów. Wykluczenie dotyczy wszystkich gatunków drobiu i mięsa drobiowego.
Warto podkreślić, że zakaz importu może mieć różny obszar w zależności od produktu i zdarza się, że w przypadku grypy ptaków, import żywych zwierząt jest zakazany w odniesieniu do całego kraju (bądź rzadziej - regionu, typu stan w USA, land w Niemczech, itp.), jednak zakaz importu produktów mięsnych dotyczy tylko określonego regionu.

Spośród chorób drobiu, które podlegają nieustannemu monitorowaniu przez władze Japonii, warto także wskazać np. rzekomy pomór drobiu (choroba Newcastle)[48], czy gorączkę Zachodniego Nilu[49], jednak aktualnie żadna z nich nie dotyka ptaków w Polsce.

---

[47] MAFF, Animal Quarantine https://www.maff.go.jp/aqs/english/news/hpai.html

[48] Rzekomy pomór drobiu (choroba Newcastle) – (ang. Virulent Newcastle disease - vND) - choroba bardzo zaraźliwa, wywoływana przez paramyksowirusy należące do serotypu 1 paramyksowirusów ptasich (PMV-1). Zakażenie następuje poprzez kontakt z chorymi ptakami, za pośrednictwem wydzieliny zapalnej z układu oddechowego. Choroba łatwo przenosi się poprzez sprzęt, samochody, personel, dzikie ptaki. Ostatni przypadek rzekomego pomoru drobiu w Polsce stwierdzono w 1974 roku. W latach 1994-1997 w kraju izolowano jedynie szczepy leno-mezogeniczne wirusa ND.

[49] Gorączka Zachodniego Nilu - choroba zakaźna wywoływana przez wirusa gorączki Zachodniego Nilu z rodziny Flaviviridae, z rodzaju Flavivirus, wchodzącego w skład tzw. kompleksu antygenowego japońskiego zapalenia mózgu. Rezerwuarem zakażenia są ptaki, a wektorem - komary.

Jednak nawet przypadki salmonelli drobiowej wykrywane na świecie (np. w ostatnim czasie w Meksyku), stawiają władze sanitarne Japonii w stanie najwyższej gotowości.

Sytuację chorobową w odniesieniu do drobiu na świecie monitoruje dla Ministerstwa Gospodarki, Handlu i Przemysłu Japonii (Ministry of Economy, Trade and Industry – MHLW) Japońskie Stowarzyszenie ds. Badań nad Chorobami Drobiu (JSPD).

Listę regionów aktualnie objętymi obostrzeniami, głównie w związku z grypą ptaków, można znaleźć pod linkiem: https://www.maff.go.jp/aqs/english/news/hpai.html i zaleca się regularne monitorowanie tej strony przed dokonaniem wysyłki towaru.

Bariery funkcjonujące na japońskim rynku obejmują szczególnie następujące kwestie:

- Rynek dojrzały i nasycony, ogromna konkurencja produktów z całego świata i geograficzna bliskość tanich producentów azjatyckich,
- Liczne bariery taryfowe – wysokie obciążenia celne, kontyngenty importowe (np. nabiał, zboża), ceny minimalne (wieprzowina) lub specjalne zezwolenia eksportowe, najczęściej związane z wymogami bezpieczeństwa żywności (np. mięso – wieprzowina, wołowina, baranina),
- Bariery pozataryfowe – Japonia ma swoje własne normy, standardy, procedury certyfikacyjne, dlatego też proces dopuszczenia nowych towarów na rynek japoński jest z reguły bardzo czasochłonny, kosztowny i uciążliwy. W przypadku artykułów żywnościowych, problemem może być stosowana kwarantanna, przepisy fitosanitarne, dopuszczenie dodatków smakowych lub koloryzujących. Problem stanowi również kwestia wzajemnego uznawania przez Japonię i WHO/FAO dodatków do żywności i substancji spożywczych (proces rozpoczęty w 1981 r.). Z 828 substancji spożywczych dopuszczonych do użytku przez Japonię jedynie 1/3 została uznana jako bezpieczna przez WHO/FAO, podczas gdy ponad 600 substancji dopuszczonych przez WHO/FAO nie jest akceptowanych przez Japonię,
- Słabo rozwinięte kanały dystrybucji krajowych towarów na terenie Japonii – konieczność sprzedaży poprzez importera na rynku japońskim,

- Wysokie koszty wprowadzenia produktu na rynek – założenie firmy, otwarcie oddziału w Japonii nie jest drogie, ale za to niezwykle kosztowne są: certyfikacja, dostosowanie do japońskich standardów bezpieczeństwa i jakości, stworzenie sieci dystrybucyjnej, zdobycie zaufania i wiarygodności japońskich partnerów biznesowych, zatrudnienie lokalnego personelu itp.,
- Niska rozpoznawalność i brak wyrobionych marek europejskich, w tym polskich produktów rolno-spożywczych

  w Japonii – marka określa pozycję towaru na rynku lokalnym. Wyrobienie marki wymaga dużych nakładów finansowych na promocję i konsekwentnej, wieloletniej strategii sprzedaży. Tymczasem konsumenci japońscy, szczególnie kobiety, mają skłonność do kupowania towarów znanych, światowych marek,
- Powolny proces budowania pozycji na rynku – wejście na tutejszy rynek wymaga długiego okresu przekonywania tutejszych odbiorców, promocji, negocjacji, testów itd., co często zniechęca polskich eksporterów,
- Niska wiedza konsumentów i przedstawicieli japońskiego biznesu na temat niektórych rynków europejskich, w tym polskiego – japońscy importerzy spodziewają się w trudnym, kosztownym

  i czasochłonnym procesie wprowadzania nowości na rynek japoński bardzo aktywnej współpracy ze strony dostawcy,
- Oczekiwania dotyczące wysokiej jakości produktów – wszelkie wykryte braki, wady, wykorzystanie innych materiałów niż deklarowane grożą utratą zaufania i zerwaniem kontraktów oraz wymagają natychmiastowych działań naprawczych,
- Konieczność zrozumienia i dostosowania się do specyfiki japońskiego rynku i kultury biznesowej – zarówno w zakresie podstawowych manier, jak i sposobu prowadzenia biznesu w Japonii, bariera językowa,
- Zasadniczo różna codzienna dieta Japończyków i odmienne preferencje smakowe (smaki łagodne).

g. Zalecenia dla eksporterów mięsa drobiowego do Japonii

Każdy eksporter planujący wysyłkę mięsa drobiowego do Japonii powinien dokładnie zapoznać się ze szczegółowymi wytycznymi MHLW i MAFF (czyli dwóch japońskich ministerstw odpowiadających za bezpieczeństwo żywności), dotyczącymi dopuszczenia poszczególnych podmiotów zagranicznych (rzeźni, zakładów przetwórczych, zakładów obróbki termicznej) do eksportu na japoński rynek, wymogów dotyczących specjalnych metod i dokładnie określonych miejsc cięcia mięsa, a także wymogów fitosanitarnych publikowanych regularnie na stronie internetowej GIW[50].

Eksporter ma obowiązek dostarczyć:

- ŚWIADECTWO POCHODZENIA I ZDROWIA dla mięsa drobiowego i produktów z mięsa drobiowego przeznaczonych do wywozu do Japonii[51] (Załącznik 1),
- Zaświadczenie[52] (Załącznik 2).

Zgodnie z zapisami „Wymogów w zakresie zdrowia zwierząt odnośnie mięsa drobiowego, itp., przeznaczonego na eksport z Polski do Japonii”[53] (Załącznik 3), eksporter musi zagwarantować, że w kraju eksportującym nie wystąpiła grypa ptaków podlegająca zgłoszeniu[54] przez co najmniej 90 dni przed wysyłką eksportowanego mięsa drobiowego. Ponadto, zgodnie z Wymogami, na obszarze, z którego pochodzi eksportowane mięso drobiowe, itp. (przynajmniej w promieniu 50 km od granicy miejsca pochodzenia) nie może wystąpić rzekomy pomór drobiu przez co najmniej 90 dni przed wysyłką eksportowanego mięsa drobiowego. Co więcej, zgodnie z brzmieniem Wymogów, miejsca pochodzenia drobiu, z którego uzyskano eksportowane mięso drobiowe musi być wolne od cholery

[50] GIW https://www.wetgiw.gov.pl/handel-eksport-import/japonia
[51] CERTIFICATE OF ORIGIN AND HEALTH for poultry meat and meat products thereof intended for export to Japan - ŚWIADECTWO POCHODZENIA I ZDROWIA dla mięsa drobiowego i produktów z mięsa drobiowego przeznaczonych do wywozu do Japonii, Załącznik 1 do niniejszego raportu, za GIW https://www.wetgiw.gov.pl/handel-eksport-import/japonia
[52] ATTESTATION – Zaświadczenie, Załącznik 2 do niniejszego raportu, za GIW https://www.wetgiw.gov.pl/handel-eksport-import/japonia
[53] Animal Health Requirements for poultry meat etc. to be exported to Japan from Poland - Wymogi w zakresie zdrowia zwierząt odnośnie mięsa drobiowego, itp., przeznaczonego na eksport z Polski do Japonii, Załącznik 3 do niniejszego raportu, za GIW https://www.wetgiw.gov.pl/handel-eksport-import/japonia
[54] Grypa ptaków podlegająca zgłoszeniu - Notifiable Avian Influenza (NAI) - Infekcja drobiu spowodowana przez jakikolwiek wirus grypy A podtypu H5 lub H7 lub przez jakikolwiek wirus grypy A uznany za wysoce zjadliwy, zgodnie z Kodeksem Zdrowia Zwierząt Lądowych OIE, Załącznik 3 do niniejszego raportu, za GIW https://www.wetgiw.gov.pl/handel-eksport-import/japonia

drobiu i innych chorób, które władze właściwe Polski uznały za choroby zakaźne drobiu podlegające obowiązkowi zgłoszenia, przez co najmniej 90 dni przed ubojem drobiu[55].

Uzgodnione bilateralnie (ze strony japońskiej takim organem jest: Departament Zdrowia Zwierząt, Biuro Bezpieczeństwa Żywności i Spraw Konsumenckich, Ministerstwo Rolnictwa, Leśnictwa i Rybołówstwa Rządu Japonii) wymogi w zakresie zdrowia zwierząt w odniesieniu do poddanego obróbce termicznej[56] mięsa drobiowego i produktów mięsnych przeznaczonych na eksport z Polski do Japonii dotyczą m.in. konieczności uzyskania w wyniku kontroli importowej przeprowadzonej przez właściwe organy kraju eksportującego potwierdzenia, iż mięso drobiowe i produkty mięsne pozyskane z drobiu są wolne od jakichkolwiek oznak jakichkolwiek chorób zakaźnych drobiu (a po wyżej wspomnianej kontroli mięso drobiowe i produkty mięsne należy niezwłocznie przetransportować do zatwierdzonych zakładów przetwórczych lub zatwierdzonych zakładów obróbki termicznej). Szczegółowo wymogi te opisane są w Załączniku 4[57].

W przypadku, gdy Polska będzie krajem wolnym od wysoce zjadliwej grypy ptaków (HPAI), mięso drobiowe i produkty (w tym także poddanych obróbce termicznej) będą mogły być eksportowane z Polski do Japonii, zgodnie z obecnie obowiązującymi wymaganiami dla mięsa drobiowego i z wykorzystaniem aktualnie stosowanego świadectwa pochodzenia i zdrowia[58].

Natomiast, w sytuacji, gdy wystąpi wysoce zjadliwa grypa ptaków (HPAI), eksport mięsa drobiowego i produktów mięsnych (w tym także poddanych obróbce termicznej) na rynek japoński zostanie wstrzymany. Wówczas zakłady zostaną objęte restrykcjami właściwych służb Japonii, za wyjątkiem zakładów przetwórstwa wyznaczonych przez służby japońskie (na podstawie przeprowadzonej w nich kontroli) do prowadzenia eksportu poddanego obróbce termicznej mięsa drobiowego oraz produktów mięsnych, na podstawie innego niż uzgodniony świadectwa zdrowia (wzór jest aktualnie

[55] Animal Health Requirements for poultry meat etc. to be exported to Japan from Poland - Wymogi w zakresie zdrowia zwierząt odnośnie mięsa drobiowego, itp., przeznaczonego na eksport z Polski do Japonii, Załącznik 3 do niniejszego raportu, za GIW https://www.wetgiw.gov.pl/handel-eksport-import/japonia

[56] „Obróbka termiczna" – to zabiegi z wykorzystaniem ciepła utrzymujące wewnątrz mięsa drobiowego i produktów mięsnych temperaturę wynoszącą 70°C lub więcej, przez minutę lub dłużej, GIW https://www.wetgiw.gov.pl/handel-eksport-import/japonia

[57] Załącznik 4 do niniejszego raportu, za GIW https://www.wetgiw.gov.pl/handel-eksport-import/japonia

[58] CERTIFICATE OF ORIGIN AND HEALTH for poultry meat and meat products thereof intended for export to Japan - ŚWIADECTWO POCHODZENIA I ZDROWIA dla mięsa drobiowego i produktów z mięsa drobiowego przeznaczonych do wywozu do Japonii, Załącznik 1 do niniejszego raportu, za GIW https://www.wetgiw.gov.pl/handel-eksport-import/japonia

w uzgodnieniach dwustronnych). Ponadto, w wyznaczonych przez służby japońskie zakładach przetwórstwa, do wytworzenia produktów drobiowych poddanych obróbce termicznej będzie można wykorzystać surowiec pochodzący z zakładów (tj. rzeźni, zakładów rozbioru) zatwierdzonych do handlu wewnątrz UE (tzn. zakłady pochodzenia surowca nie będą podlegały obowiązkowi zatwierdzenia do eksportu na rynek Japonii).

Warto również zaznaczyć, że japońscy importerzy wybrani przez producenta, ponoszą wyłączną odpowiedzialność za zawartość etykiet na produktach żywnościowych, które muszą być w pełni zgodne z japońskimi regulacjami dotyczącymi oznakowania żywności. Świeże produkty spożywcze wymagają podania na etykiecie nazwy produktu i kraju pochodzenia. Co więcej, względem następujących 13 produktów obowiązują specjalne dodatkowe wymagania dotyczące etykietowania[59]:

1) Ryż
2) Grzyby shiitake
3) Cytrusy
4) Mięso
5) Mleko
6) Jaja w skorupce
7) Ziarna zawierające cyjanek
8) Owoce morza
9) Przetworzone owoce morza do spożycia na surowo (z wyłączeniem ostryg i rozdymkowatych)
10) Rozdymka do gotowania
11) Rozdymka do spożycia na surowo
12) Mrożone świeże owoce morza
13) Ostrygi do spożycia na surowo

W odniesieniu do produktów przetworzonych, obowiązują również wytyczne dotyczące etykietowania, przy czym należy zwrócić uwagę na rozszerzenie wymagań (obowiązkowe podawanie kraju pochodzenia produktu), wprowadzone przez Japoński Urząd ds. Konsumenta – CAA w 2017 r.[60]

[59] Japoński Urząd ds. Konsumenta - CAA, https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/information/pamphlets/pdf/jas_1606_all.pdf
[60] Japoński Urząd ds. Konsumenta – CAA https://www.caa.go.jp/en/policy/food_labeling/pdf/syokuhin_en_010.pdf

Mocne strony eksportu europejskiego, w tym polskiego, mięsa drobiowego na rynek japoński	Słabe strony eksportu europejskiego, w tym polskiego, mięsa drobiowego na rynek japoński
➢ Wysoka jakość mięsa drobiowego i produktów z drobiu. ➢ Wysokie normy sanitarne towarzyszące produkcji. ➢ Wysoka świadomość producentów związana z koniecznością ochrony środowiska, co jest coraz bardziej doceniane przez japońskich konsumentów. ➢ Obecność w strukturach Unii Europejskiej, co daje gwarancję zachowania i odpowiednią kontrolę norm bezpieczeństwa żywności. ➢ Obecność na rynku japońskim (nie trzeba budować pozycji „od zera”). ➢ Rosnący wolumen eksportu, co daje możliwość zwiększenia sprzedaży również do Japonii. ➢ Brak negatywnych konotacji związanych z żywnością pochodzenia polskiego. ➢ Rozbudowana infrastruktura transportowa (drogi, koleje, porty). Bezpośrednie połączenie lotnicze na trasie Warszawa-Tokio (cargo). ➢ Elastyczność producentów i skłonność do akceptacji wysokich wymagań importerów.	➢ Niska konkurencyjność cenowa w porównaniu z produktami z Brazylii, Tajlandii czy Chin. ➢ Odległość geograficzna i wysokie koszty transportu. ➢ Rozbudowana i wielostopniowa sieć dystrybucji, często trudna do zrozumienia przez eksporterów i zwiększająca koszty (marże na poszczególnych etapach dystrybucji). ➢ Niska rozpoznawalność niektórych europejskich rynków i ich oferty eksportowej, w tym Polski – zarówno przez importerów, dystrybutorów, jak i konsumentów japońskich. ➢ Brak spójnej i długoterminowej strategii promocji sprzedaży na rynek japoński. Dotychczas poszczególni producenci działali na własną rękę. ➢ Wciąż niski (choć rosnący) poziom zrozumienia różnic kulturowych i odmiennej filozofii nawiązywania kontaktów biznesowych.

Szanse na przyszłość	Przeszkody i ryzyka
➢ Umowa o wolnym handlu pomiędzy Unią Europejską i Japonią, która zmniejszy obciążenia celne, co zwiększy konkurencyjność cenową. ➢ Zmiana preferencji żywieniowych Japończyków. Młodsze pokolenia preferują jedzenie w stylu zachodnim. Ryby i owoce morza coraz częściej zastępują mięsem. ➢ Wzrost spożycia drobiu w porównaniu z innymi rodzajami mięsa. Mięso drobiowe jest postrzegane jako korzystne dla organizmu, lekkie i łatwe w przyrządzeniu. ➢ Wzrost liczby turystów w Japonii i wydatków ponoszonych przez nich na żywność. ➢ Rosnący rynek żywności *halal*. ➢ Możliwość eksportu do Japonii mięsa drobiowego i wyrobów z drobiu opatrzonych certyfikatem żywności ekologicznej/organicznej. Popyt na tego typu produkty stale się zwiększa. ➢ Możliwość specjalizacji – np. eksport produktów takich, jak udka z indyka czy gęsina. Są to produkty niszowe na rynku drobiu w Japonii, ale jest na nie stały popyt, głównie ze strony sektora HORECA. ➢ Tendencje do poszukiwania nowości przez konsumentów japońskich.	➢ Utrzymywanie się stanu pandemii choroby COVID-19, co może znacznie ograniczyć podróżowanie na trasie Polska – Japonia. Utrudnienia w nawiązywania kontaktów biznesowych, odwiedzaniu targów, inspekcji w zakładach produkcyjnych itp. Możliwe są też ograniczenia w wymianie towarowej i wzrost kosztów transportu. ➢ Ryzyko nagłego wstrzymania całego eksportu mięsa drobiowego i wyrobów z drobiu z Europy, w tym Polski, do Japonii spowodowane wystąpieniem chorób zwierzęcych, np. grypy ptaków. Japonia nie uznaje zasad regionalizacji w przypadku wystąpienia zagrożeń związanych z chorobami zwierząt. ➢ Bardzo konkurencyjny rynek, zdominowany przez takie kraje, jak: Brazylia, Tajlandia czy Chiny (około 90% importu pochodzi z tych państw). ➢ Bariery językowe (słabe posługiwanie się językami obcymi przez Japończyków). ➢ Skomplikowane i czasochłonne procedury importowe. ➢ Spadek populacji Japonii, co w dłuższej perspektywie może przełożyć się na obniżenie konsumpcji (o ile nie zostanie zmieniona polityka imigracyjna).

3. Metody promocji i reklamy. Nawiązywanie kontaktów handlowych

a. Imprezy targowe i inne ważne wydarzenia gospodarcze

W japońskiej kulturze biznesowej bezpośredni, osobisty kontakt z potencjalnym partnerem handlowym jest niezwykle istotny. Z tego powodu, rekomendowany jest udział w targach branżowych, wystawach oraz innych wydarzeniach, które są organizowane na terenie Japonii. W obecnej sytuacji ograniczenia związane z pandemią powodują odwoływanie lub zawieszanie większości tego typu wydarzeń. Warto jednak zapoznać się z listą najbliższych targów branży spożywczej, ponieważ sytuacja związana z ograniczeniem podróżowania i udziału w zgromadzeniach masowych może się zmienić.

Z uwagi na międzynarodowy charakter targów oraz liczną obecność przedstawicieli japońskiej branży mięsnej, w tym przedstawicieli sieci handlowych oraz importerów, szczególnie rekomendowanymi dla eksporterów mięsa drobiowego są dwie imprezy targowe odbywające się w pierwszym kwartale roku w Tokio, tj. Supermarket Trade Show 2021 (w lutym) oraz Foodex Japan 2021 (w marcu).

Tabela 8. Branżowe imprezy targowe w Japonii, zaplanowane na 2021 r.

Yakiniku Business Fair 2021, Tokio **http://yakinikufair.com/**	**Ikebukuro Sunshine City (Tokio)**	**20-21.01.2021 r.**
Yakiniku Business Fair 2021, Osaka **http://yakinikufair.com/**	ATC Osaka (Osaka)	02-03.02.2021 r.
Supermarket Trade Show 2021 **http://www.smts.jp/en/index.html**	Makuhari Messe (Tokio)	17-19.02.2021 r.
AGRI Week Osaka 2021 **https://www.agriexpo-osaka.jp/en-gb.html**	Tokio Big Sight (Tokio)	24-26.02.2021 r.
FOODEX JAPAN 2021 **https://www.jma.or.jp/foodex/en/** **oraz** Biofach Japan 2021 **https://www.biofach-japan.com/**	Makuhari Messe (Tokio)	09-12.03.2021 r.
Japan Meat Industry Fair 2021 (Shokuniku Sangyoten) **https://www.shokuniku-sangyoten.jp/2020/09/24/post-2350/**	Tokio Big Sight (Tokio)	14-16.04.2021 r.
Fabex 2021 **http://www.fabex.jp/**	Tokio Big Sight (Tokio)	14-16.04.2021 r.
Food & Drink OEM Matching EXPO 2021 **http://pboemfair.com/**	Tokio Big Sight (Tokio)	04.2021 r. (dokładne daty nieznane)
Gaishoku Business Week 2021, Kansai **http://www.k-gaishokubusiness.jp/**	Intex Osaka (Osaka)	25-27.05.2021 r.
IFIA Japan 2021 (International Food Ingredients/Additives Exhibition and Conference) **https://www.ifiajapan.com/en** **oraz** Health Food Exposition & Conference	Pacific Convention Plaza Yokohama (Jokohama)	12-14.05.2021 r.

West Japan Professional Foodservice, Industry&Creation 2021 **http://www.nikkanseibu-eve.com/food/**	Marine Messe Fukuoka (Fukuoka)	19-21.05.2021 r.
FOOMA Japan 2021 (International Food Machinery & Technology Exhibition) **https://www.foomajapan.jp/english/**	Aichi Sky Expo (Nagoja)	01-04.06.2021 r.
Gaishoku Business Week 2021 Tokio **http://www.gaishokubusiness.jp/**	Tokio Big Sight (Tokio)	09/10.2021 r. (dokładne daty nieznane)
Food System Solution 2021 **https://www.f-sys.info/index.html**	Tokio Big Sight (Tokio)	10.2021 r. (dokładne daty nieznane)
Multimedia & Mail Order Food Trade Show **https://www.tsuhanexpo.com/**	Tokio Kotsu Kaikan (Tokio)	11/12.2021 r. (dokładne daty nieznane)
HFSLLJ Japan 2021 (Health Ingredients/ Food Ingredients for Taste/ Safety and Technology / Food Long Life Japan) **https://www.hijapan.info/en/**	Tokio Big Sight (Tokio)	11.2021 r. (dokładne daty nieznane)
Japan's Food Export Fair 2021 **http://www.jpfood.jp/**	Intex Osaka (Osaka)	17-19.11.2021 r.
Food Style 2021 **http://www.foodstyle-japan.com/**	Marine Messe Fukuoka (Fukuoka)	11.2021 r. (dokładne daty nieznane)
Drink Japan 2021 **http://www.drinkjapan.jp/**	Makuhari Messe (Tokio)	11.2021 r. (dokładne daty nieznane)

Źródło: Opracowanie własne, na podstawie oficjalnych informacji zamieszczonych na portalach internetowych poszczególnych organizatorów imprez targowych.

b. Główne media, instytucje rządowe i służby odpowiedzialne za import mięsa

PRASA (papierowa i elektroniczna)

Branżowa prasa japońska (**mięso**):

1. Shokuniku Tsuushin:

https://www.shokuniku.co.jp/

„**Shokuniku Sangyou**" („Meat Industry")

https://www.shokuniku.co.jp/page-294

2. Shokuniku Sangyou Shinbunsha News:

https://www.ssnp.co.jp/publication/chikusan/index.html

„**Daily Meat and Livestock**" („**Chikusan Nippou**")

https://www.ssnp.co.jp/publication/chikusan/files/disp_file0_93282_1508238874_000000_5092.pdf

3. Keimei Shimbunsha:

http://keimei.ne.jp/%e4%bc%9a%e7%a4%be%e6%a6%82%e8%a6%81

„**Keimei Shimbun**"

http://keimei.ne.jp/

4. Zenkoku Shokucho Shimbunsha:

https://www.shokucho.co.jp/original4.html

„**Shokucho Shimbun**"

https://www.shokucho.co.jp/original.html

5. J-STAGE (platforma Japan Science and Technology Agency - JST):

https://www.jstage.jst.go.jp/static/pages/JstageOverview/-char/en

„**The Journal of Poultry Science**"

https://www.jstage.jst.go.jp/browse/jpsa/list/-char/en

Branżowa prasa japońska (**żywność, art. spożywcze**):

6. Nissyoku Inc.:

https://news.nissyoku.co.jp/

„**Nihon Shokuryou Shimbun**" („**The Japan Food Journal**")

http://info.nissyoku.co.jp/modules/general/view.php?id=8

7. Shokuhin Shimbunsha Inc.:

https://shokuhin.net/

„**Shokuhin Shimbun**" („**THE JAPAN FOOD NEWS**")

https://shokuhin.net/%E9%A3%9F%E8%82%89%E3%83%AA%E3%82%B9%E3%83%88/

Branżowa prasa japońska (**sektor modowy i tekstylny, w tym puch i pierze**)

8. DAISEN Ltd.:

http://www.sen-i-news.co.jp/contents/profile.html

„**Sen'i News**"

http://www.sen-i-news.co.jp/seninews/today.do

9. Senken Shimbunsha:

https://senken.co.jp/

„**Senken Shimbun**"

https://senken.co.jp/plans

Ogólnogospodarcza prasa japońska:

10. Nikkei Inc.:

https://www.nikkei.com/

„**Nikkei Keizai Shimbun**" - wydanie poranne i wieczorne

https://www.nikkei.com/pr/paper/

11. Jiji Tsuushin:

https://www.jiji.com/

„**Jiji Press**"

https://jen.jiji.com/

12. Toyo Keizai:

https://toyokeizai.net/list/genre/business

„**Toyo Keizai Plus**"

https://premium.toyokeizai.net/?_ga=2.133976078.1218694077.1603202412-1988379365.1603202412

Instytucje odpowiedzialne za przepisy i regulacje związane z importem żywności:

MHLW - Ministerstwo Gospodarki, Handlu i Przemysłu (Ministry of Economy, Trade and Industry): http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/index.html

Imported Foods Inspection Services (MHLW):

http://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/index.html

Quarantine Station (MHLW):

http://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/1-2.html

Japan Customs: http://www.customs.go.jp/english/exp-imp/index.htm

Animal Quarantine Service (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries):

http://www.maff-aqs.go.jp/english/index.htm

Plant Protection Station (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries):

http://www.pps.go.jp/english/index.html

Japońska Organizacja Handlu Zagranicznego (Japan External Trade Organization - JETRO): http://www.jetro.go.jp/

Japońska Komisja ds. Handlu Zagranicznego (Japan Foreign Trade Council, Inc. - JFTC): http://www.jftc.or.jp/

Japońska Służba Celna (Japan Customs): http://www.customs.go.jp/english/index.html

Przydatne linki:

Listy Agentów Celnych:

http://www.tsukangyo.or.jp/e-index.htm

http://www.jafa.or.jp/english/index.html

http://www.jiffa.or.jp/en/index.html

Lista laboratoriów zarejestrowanych w Japonii i uznawanych przez MHLW:

https://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-11130500-Shokuhinanzenbu/0000204241.pdf

Lista laboratoriów w Polsce uznawanych przez MHLW:

http://www.mhlw.go.jp/topics/yunyu/5/dl/h11.pdf

Dodatki do żywności - wytyczne MHLW:

https://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-11130500-Shokuhinanzenbu/0000196569.pdf

https://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/foodadditives/index.html

Osady, pozostałości środków (substancji) chemicznych - wytyczne MHLW:

https://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/positivelist060228/index.html

Żywność modyfikowana genetycznie:

https://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/dna/index.html

Opakowania, pojemniki i naczynia - wytyczne MHLW:

https://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/containers/index.html

Informacje o chemii spożywczej - The Japan Food Chemical Research Foundation:

http://www.ffcr.or.jp/en/index.html

Informacje o poziomie stężenia w żywności substancji chemicznych używanych w rolnictwie - The Japan Food Chemical Research Foundation: http://db.ffcr.or.jp/front/

Informacje o systemie, standardach i regulacjach - Japan External Trade Organization (JETRO): https://www.jetro.go.jp/en/reports/regulations/

Umowa o wolnym handlu UE-Japonia:

https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/japan/

Certyfikacja produktów regionalnych:

http://www.maff.go.jp/e/policies/intel/gi_act/

Przywóz na teren Japonii produktów pochodzenia zwierzęcego:

http://www.maff.go.jp/aqs/english/product/import.html

System kontroli jakości żywności:

Japanese Agricultural Standards Association (tylko wersja jap.): http://www.jasnet.or.jp/

Labeling and standards division (MAFF): http://www.maff.go.jp/

Food and Agricultural Materials Inspection Center (FAMIC):

http://www.famic.go.jp/english/index.html

Japan Containers and Packaging Recycling Association:

http://www.jcpra.or.jp/english/tabid/603/index.php

Przywóz na teren Japonii produktów pochodzenia zwierzęcego:

http://www.maff.go.jp/aqs/english/product/import.html

System kontroli jakości żywności:

Japanese Agricultural Standards Association (tylko wersja jap.): http://www.jasnet.or.jp/

Labeling and standards division (MAFF): http://www.maff.go.jp/

Food and Agricultural Materials Inspection Center (FAMIC):

http://www.famic.go.jp/english/index.html

Japan Containers and Packaging Recycling Association:

http://www.jcpra.or.jp/english/tabid/603/index.php

Przepisy fitosanitarne obowiązujące w Japonii:

https://www.wetgiw.gov.pl/handel-eksport-import/japonia

http://piorin.gov.pl/eksport-i-import/wykaz-przepisow-panstw-trzecich/japonia,art,27.html

Centralne instytucje rządowe:

Gabinet Rządowy (Cabinet Office of Japan): http://www.invest-japan.go.jp/en_index.html

Ministerstwo Sprawiedliwości (The Ministry of Justice of Japan):

http://www.moj.go.jp/EN/index.html

Ministerstwo Spraw Zagranicznych (Ministry of Foreign Affairs of Japan): https://www.mofa.go.jp/policy/economy/japan/invest/index.html

Ministerstwo Ziemi, Infrastruktury, Transportu i Turystyki (Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism of Japan): http://www.mlit.go.jp/en/index.html

MHLW - Ministerstwo Gospodarki, Handlu i Przemysłu (Ministry of Economy, Trade and Industry of Japan):

http://www.meti.go.jp/english/policy/external_economy/investment/index.html

Japońska Komisja ds. Uczciwego Handlu (Japan Fair Trade Commission): http://www.jftc.go.jp/en/index.html

Izby Przemysłowo-Handlowe:

Japońska Izba Przemysłowo-Handlowa (Japan Chamber of Commerce and Industry):

www.jcci.or.jp/home-e.html

Izba Przemysłowo-Handlowa w Tokio (Tokio Chamber of Commerce and Industry):

www.Tokio-cci.or.jp/english

Izba Przemysłowo-Handlowa w Osace (Osaka Chamber of Commerce and Industry):

http://www.osaka.cci.or.jp/

Izba Przemysłowo-Handlowa w Sapporo (Sapporo Chamber of Commerce and Industry (SCCI)): http://www.sapporo-cci.or.jp/

Izba Przemysłowo-Handlowa w Fukuoka (Fukuoka Chamber of Commerce and Industry):

http://www.fukunet.or.jp/

Izba Przemysłowo-Handlowa w Niigata (The Niigata Chamber of Commerce & Industry):

http://www.niigata-cci.or.jp/06-english/english.htm

Izba Przemysłowo-Handlowa w Shizuoka (Shizuoka Chamber of Commerce and Industry):

http://www.shizuoka-cci.or.jp/

Izba Przemysłowo-Handlowa w Nagoi (Nagoya Chamber of Commerce & Industry):

http://www.nagoya-cci.or.jp/eng/

Izba Przemysłowo-Handlowa w Kobe (The Kobe Chamber of Commerce and Industry):

https://www.kobe-cci.or.jp/english/

c. Organizacje branżowe oraz firmy zainteresowane importem z EU, w tym z Polski

Tabela 9. Firmy japońskie zainteresowane importem mięsa drobiowego z EU, w tym z Polski.

Nazwa firmy	Adres	Nr telefonu	Strona internetowa
AEON Global Merchandising Co., Ltd.	1-5-1 Nakase Mihama-ku, Chiba 261-0023, Japonia	81 43 212 6705	https://www.aeon.info/en/company/group/
CGC Japan Co., Ltd.	1-14, 2 Chome, Okubo, Shinjuku-ku, Tokio 169-8531, Japonia	81 11 813 3481	http://www.cgcjapan.co.jp/english/index.html
Cosmo Foods	8F 12-2, Kodenmacho, Nihonbashi, Chuo-ku, Tokio 103-0001, Japonia	81 3 3249 0390	https://www.cosmo-foods.co.jp/english/campany.html
DV Green Co., Ltd.	6-4-601 Asahigaoka, Toyonaka, Osaka, Japan	81 6 6843729	http://dv-green.jp
Hannan Shokuhin Co., Ltd.	7-1-25 Nanko-naka, Suminoe-ku, Osaka 559-0033, Japonia	81 6 6613 2588	http://www.english.hannan.co.jp/group/Meat%20Processing%20Division/
Handmade Corp.	4-11-16-B101 Fushiyacho, Izumi-shi, Japonia	81 72 555 4069	https://www.company-list.org/handmade_corporation.html
IBC Corporation	1−10, Nihonbashi Kabutochō, Chuo-ku, Tokio 103-0026, Japonia	81 3 3665 1900	http://www.ibc-corp.jp/
Kanematsu Corporation	2-1, Shibaura 1-Chome, Minato-ku, Tokio 105-8005, Japonia	81 3 5440 8111	https://www.kanematsu.co.jp/en/business/foods_grain/
Kanematsu Shintoa Foods Corporation	World Trade Center Bldg., 4F, 2 Chome−4−1, Hamamatsucho Minato-ku, Tokio 105-6104,	81 3 5404 4530	http://www.kanematsu-shintoa-foods.com/

	Japonia		
Kobe Bussan	876-1 Nakaisshiki, Inami-cho, Kako-gun, Hyogo-ken, Japonia	81 79 496 6534	http://www.kobebussan.co.jp/
Lacto Japan Co., Ltd.	22nd Floor Taiyo Life Nihonbashi Building, 2-11-2 Nihonbashi, Chuo-ku, Tokio 103-0027, Japonia	81 3 6281 9701	https://www.lactojapan.com/en/Top.html
Maruha Nichiro Corporation	3-2-20 Toyosu, Koto-ku, Tokio 135-8608, Japonia	81 3 6833 1750	https://www.maruha-nichiro.com/what_we_do/meat_products.html
Matsuda Sangyo	Shinjuku Nomura Building 6th Fl., 1-26-2 Nishishinjuku, Shinjuku-ku, Tokio 163-0558, Japonia	81 3 5381 0001	https://www.matsuda-sangyo.co.jp/en/index.html
NH Foods Ltd.	BREEZE TOWER, 4-9, Umeda 2-chome, Kita-ku, Osaka, Japonia	81 662 823 031	https://www.nipponham.co.jp/eng/
Nippon Steel Trading Corporation	5-27, Akasaka 8-chome, Minato-ku, Tokio 107-8527, Japonia	81 3 5412 5001	https://www.nst.nipponsteel.com/en/business/food/
Okaya & Co., Ltd.	2-4-18 Sakae, Naka-ku, Nagoya City, Aichi-ken, Japonia	81 3 5323 3813	http://www.okaya.co.jp/
RIEZ Company	1-15-203, Kinmitsu-cho, Ashiya, Hyogo-ken 659-0065, Japonia	81 79 734 5201	http://www.riezcojp.com/e/company_profile/
Sansui Bussan Co., Ltd.	9-32 Kakamiogasecho, Kakamigahara, Gifu 509-0104, Japonia	81 58 384 6211	https://sansuibussan.wixsite.com/sansui-home

Starzen International Co., Ltd.	9F South Port Shinagawa Bldg., 12-32, Kounan 2-chome, Minato-ku, Tokio 108-0075, Japonia	81 3 5783 2538	www.starzen.co.jp
Suzusho Ltd.	23 Araki-cho, Shinjuku-ku, Tokio 160-0007, Japonia	81 3 3225 1161	https://www.suzusho.co.jp/english/
Taiyo Bussan Kaisha, Ltd.	Shimomoto Building 1-46-3 Hatsudai, Shibuya-ku, Tokio 151-0061, Japonia	81 3 5333 8051	https://www.taiyo-bussan.co.jp/department/food/
Tokai Denpun Co., Ltd.	24-15 Temma-cho, Aoi-ku, Shizuoka-shi, Shizuoka 420-0858, Japonia	81 6 6941 2234	http://www.tdc-net.co.jp/en/company/outline.html
Torihachi Co., Ltd.	174 Yayoi-cho, Tottori-shi, Tottori-ken 680-0832, Japan	81 87 523 1094	https://www.torihachi.jp/abouts
Toyota Tsusho Foods Corporation	2-3-13, Konan, Minato-ku, Tokio 108-0075, Japonia	81 3 4306 8541	https://www.toyotsu-shokuryo.com/en/profile/
Tozai Sangyo Boueki Co., Ltd.	2-17-8 Yushima, Bunkyo-ku, Tokio 113-0034, Japonia	81 3 3815 6646	http://www.tohzai-sangyo.co.jp
Vestey Foods Japan Ltd.	YBP West Tower 11F, 134 Godo-cho, Hodogaya-ku, Yokohama 240-0005, Japonia	81 45 339 6552	www.vesteyfoods.com/jp
Yamaoka Co., Ltd.	2-2-55 Nishinagasu-cho, Amagasaki, Hyogo-ken 660-0805, Japonia	81 6 6401 0746	http://www.yamaokafood.jp/

Źródło: Opracowanie własne, na podstawie informacji dostępnych w bibliotece elektronicznej JETRO oraz w Internecie.

Japońskie organizacje branżowe związane z sektorem mięsnym, w tym mięsa drobiowego:

Agriculture & Livestock Industries Corporation – ALIC (https://www.alic.go.jp/english/)

Japan Meat Traders Association – JMTA (http://www.jm-ta.jp/)

Japan Poultry Science Association – JPSA (https://jpn-psa.jp/en/home-en/)

Japan Poultry Association – JPA (http://www.jpa.or.jp/news/gyosei/041119_1.html)

The Japanese Society on Poultry Diseases – JSPD (http://keibyo.jp/)

d. Przykłady strategii promocyjnych i działań państw – eksporterów drobiu do Japonii

Główni eksporterzy drobiu i wyrobów z mięsa drobiowego do Japonii (tj. Brazylia, Tajlandia i Chińska Republika Ludowa) raczej nie stosują strategii promocyjnych skierowanych do konsumentów, ponieważ w świadomości większości Japończyków drób pochodzący z tych rynków nie cechuje się wysoką jakością. Dominacja tych eksporterów (do których należy około 90% rynku) wynika z wieloletniej obecności w sieci dystrybucyjnej, kontaktach z firmami i organizacjami branżowymi w Japonii, zdolnościach produkcyjnych, a przede wszystkim z przewagi cenowej. Pewne działania marketingowe są podejmowane, głównie w przypadkach wykrycia i upowszechnienia naruszeń standardów bezpieczeństwa żywności, co dotyczy przede wszystkim producentów z Chin i Brazylii. Taki przypadek miał miejsce np. w 2014 r. i dotyczył znanej sieci fast-food[61]. Inny przypadek miał miejsce w 2016 r. i miał związek z kilkudziesięcioma producentami z Brazylii[62]. Należy pamiętać, że znaczna część drobiu pochodzącego z trzech wymienionych wyżej państw (szczególnie z Chin i Tajlandii), to produkty przetworzone, więc klienci zwykle nie mają świadomości, jakie jest pochodzenie mięsa drobiowego, które spożywają. Negatywne informacje dość szybko znikają z mediów, a zamknięte lub wykluczone z eksportu zakłady zastępują inne.

Warto więc przyjrzeć się strategii państw, których producenci próbują zdobyć udziały w rynku, pomimo silnej dominacji trzech głównych eksporterów do Japonii. Stany Zjednoczone promują mięso, w tym drób, w ramach ogólnego programu promocji produktów żywnościowych z tego kraju. Program nosi nazwę *„Taste of America”* i został uruchomiony w 2012 r. Ten rodzaj działań promocyjnych wykorzystuje fakt, że na terenie Japonii jest około 1.000 restauracji serwujących jedzenie w stylu amerykańskim. Programem zarządza wyspecjalizowane biuro (Agricultural Trade Office – ATO)[63], funkcjonujące w ramach Ambasady USA w Tokio [64], a podległe Departamentowi Rolnictwa Stanów Zjednoczonych (USDA). Główna idea programu polega na promowaniu produktów amerykańskich właśnie poprzez restauracje. Około 50 do 60 lokali zostaje wytypowanych do udziału w programie i otrzymuje wsparcie w postaci materiałów promocyjnych (plakaty, foldery), reklam w internecie oraz programów sponsorowanych w stacjach telewizyjnych,

[61] https://www.dw.com/en/mcdonalds-japan-says-no-more-chinese-chicken/a-17809302
[62] https://www.japantimes.co.jp/news/2017/03/22/national/government-bans-brazilian-meat-producers-bribery-scandal-says-supplies-wont-affected/
[63] https://japan2.usembassy.gov/pdfs/wwwfbiz-20200716-taste.pdf
[64] https://jp.usembassy.gov/try-something-new-at-taste-of-america-2018/

emitowanych w języku japońskim i angielskim[65]. Przez dwa tygodnie klienci tych restauracji mogą próbować dań sporządzonych z produktów amerykańskich w promocyjnej cenie. Inną formą promocji żywności pochodzącej z USA jest strona internetowa skierowana do klientów japońskich i przygotowana w języku japońskim: http://www.myfood.jp/usfood_dic/. Strona jest utrzymywana i administrowana przez amerykańskie stowarzyszenia producentów i eksporterów żywności. Na stronie jest zakładka poświęcona mięsu, w tym drobiowemu. Szczegółowe informacje dotyczące drobiu obejmują: cykl produkcji kurcząt, walory smakowe i odżywcze oraz przepisy i wskazówki dotyczące sposobu przyrządzenia.

Australia, w ramach negocjacji z Japonią (Trans Pacific Partnership – TPP) otrzymała kontyngent, w ramach którego z roku na rok eksportuje coraz więcej drobiu do Japonii. W 2015 r. było to zaledwie 7 ton, rok później już 56. W roku 2019 australijscy producenci drobiu wyeksportowali do Japonii 104 tony drobiu, a w 2020 r. już 120 ton, co stanowi 100% wynegocjowanego na ten rok limitu[66]. Wsparciem eksporterów drobiu zajmuje się Departament Rolnictwa, Wód i Środowiska. W swojej strategii zwiększenia eksportu przyjętej na lata 2016-2019 Departament postawił na bezpieczeństwo żywności, produkcję z uwzględnieniem zrównoważonego rozwoju oraz ochrony środowiska[67]. Konsumenci japońscy przywiązują dużą wagę do tych kwestii, więc taka strategia wydaje się słuszna.

Dla Kanady Japonia stanowi drugi pod względem wartości rynek zbytu mięsa. W latach 2015 – 2019 wartość sprzedaży wzrosła o 13,4%. Jest to również wynikiem podpisania przez oba państwa porozumienia o współpracy – TPP. Kanada w tym okresie stała się czwartym dostawcą mięsa do Japonii. Udział mięsa drobiowego w sprzedaży mięsa ogółem rośnie. W roku 2016 było to nieco ponad 50.000 ton, a w roku 2019 - już ponad 52.500 ton. Przyrost stanowił około 1,5%, w tym najwięcej (około 5%) dotyczyło mięsa mrożonego. Pod względem tonażu, mięso drobiowe eksportowane z Kanady do Japonii przewyższa wołowinę i wieprzowinę, jednak wartość tego eksportu ustępuje wartości sprzedanej do Japonii wieprzowiny z uwagi na różnicę cen[68]. Promocją eksportu żywności, w tym mięsa, zajmuje się Departament Rolnictwa i Żywności (Agriculture and

[65] https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/report/downloadreportbyfilename?filename=Taste%20of%20America%20Restaurant%20Week%202_Tokio%20ATO_Japan_5-16-2012.pdf
[66] https://www.agriculture.gov.au/export/from-australia/quota/usage/historical-jaepa-quotas-usage
[67] https://www.agriculture.gov.au/sites/default/files/sitecollectiondocuments/market-access-trade/international-strategy-2016-2019.pdf
[68] https://www.agr.gc.ca/eng/international-trade/market-intelligence/reports/sector-trend-analysis-meat-trends-in-japan/?id=1592829025428#d

Agri-Food Canada).[69]W swojej strategii rozwoju na rynku japońskim Departament uwzględnia głównie zmianę zwyczajów żywieniowych Japończyków, która wiąże się ze zwiększoną konsumpcją mięsa, co potwierdzają badania. Przy czym, mięso drobiowe jest traktowane jako szczególnie wartościowe – mała zawartość tłuszczu, przy dużej zawartości protein[70].

[69] https://www.agr.gc.ca/eng/contact-agriculture-and-agri-food-canada/?id=1360882573376
[70] https://www.agr.gc.ca/eng/international-trade/market-intelligence/reports/sector-trend-analysis-meat-trends-in-japan/?id=1592829025428

4. Rynek puchu i pierza gęsiego i kaczego w Japonii:

a. Wielkość rynku i główni eksporterzy puchu i pierza do Japonii

Wartość przywozu z grupy 0505 (Sekcja I. *Zwierzęta żywe; produkty pochodzenia zwierzęcego. PRODUKTY POCHODZENIA ZWIERZĘCEGO, GDZIE INDZIEJ NIEWYMIENIONE ANI NIEWŁĄCZONE*) *„Skóry i pozostałe części ptaków z ich piórami lub puchem, pióra i części piór (nawet z przystrzyżonymi krawędziami) oraz puch, nieobrobione dalej niż oczyszczone, zdezynfekowane lub poddane konserwacji; proszek i odpadki piór lub części piór."*[71] do Japonii w 2019 r. wyniosła 171,84 mln USD, a waga importu netto 2.970,6 ton.[72]

Chiny były największym dostawcą tych towarów do Japonii w 2019 r. (47 mln USD lub 27% całkowitego importu grupy towarowej).[73]

Inne ważne źródła przywozu grupy towarowej 0505 do Japonii w 2019 r.:

- 20% (35 milionów) - inne kraje azjatyckie
- 13,2% (22 mln) - Węgry
- **9,56% (16,4 mln) - Polska**
- 6,52% (11,2 mln) - Francja
- 4,61% (7,93 mln) - Wietnam
- 4,45% (7,65 mln) - Rosja
- 4,08% (7,02 mln) - Ukraina
- 3,85% (6,61 mln) - Bułgaria
- 1,9% (3,28 mln) – Hiszpania.

Zbiór danych zawiera informacje o źródłach importu ponad 6.000 towarów według kraju zgłaszającego i jego partnerów handlowych.[74]

---

[71] System Informacyjny Skarbowo-Celny, INFORMACYJNY SYSTEM ZINTEGROWANEJ TARYFY CELNEJ (ISZTAR 4) https://ext-isztar4.mf.gov.pl/taryfa_celna/browseNomen.xhtml;jsessionid=syZRNpVVEUUeUwTuAK0ICElJ?cnCode=050510&suffix=80&country=&lang=PL&page=1&date=20140801

[72] Trade Economy, Annual International Trade Statistics by Country, Japan Imports and Exports, 2020 https://trendeconomy.com/data/h2/Japan/0505

[73] j.w.

[74] Trade Economy, Annual International Trade Statistics by Country, Japan Imports and Exports, 2020 https://trendeconomy.com/data/h2/Japan/0505

W ramach grupy 0505, importowanymi w 2019 r. towarami były[75]:

- 99% (170 mln USD): *050510 - Pióra, w rodzaju stosowanych do wypychania; puch*
- 0,668% (1,14 mln USD): 050590 - *Pozostałe*

W grupie unijnych dostawców, polski puch gęsi - dzięki bardzo dobrym parametrom jakościowym, ma wysoką renomę na świecie, a zwłaszcza w Japonii. Jest z sukcesem eksportowany do Japonii od ponad 40 lat.

Wolumenowo, w zakresie masy surowca pierzarskiego objętego w 2018 r. systemem certyfikacji potwierdzającym pochodzenie produktu, odnotowano eksport puchu gęsi na poziomie 75,37 ton do Japonii oraz 270 ton pierza kaczek do Tajwanu.

W 2019 r. wydano ogółem 44 certyfikaty pochodzenia pozyskiwanego i eksportowanego pierza i puchu gęsi oraz kaczek, z czego największy udział wynoszący 81,8% (36 certyfikatów) stanowił puch gęsi eksportowany do Japonii.

W 2019 r. wolumenowo najwięcej certyfikowanego puchu gęsiego wyeksportowano do Japonii, na którym to rynku ulokowano 50.740 kg puchu gęsi, co stanowi 91,0% ogólnej masy puchu objętego systemem certyfikacji.

Tabela 10. Zasoby ilościowe surowca z RP (produkcja roczna)[76].

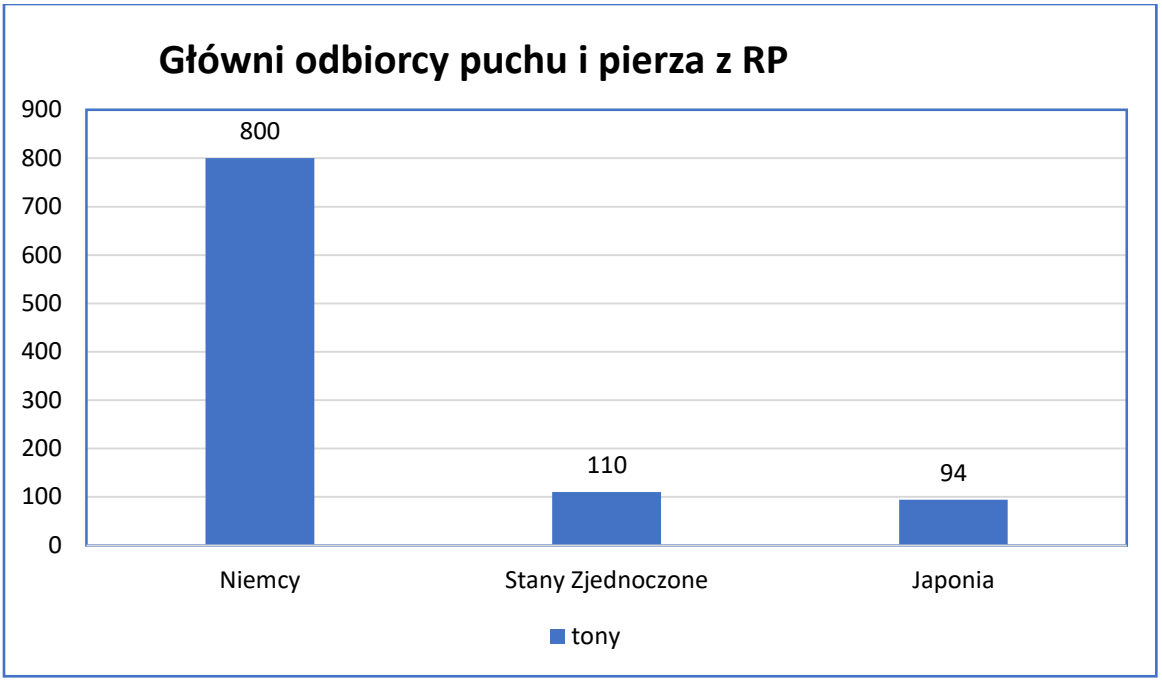
	Gęsi
Ilość ptaków	7 mln
Ilość surowca	1.600 ton
Ilość puchu	320 ton
% produkcji światowej	3,0 - 3,3%

Źródło: KRD-IG, 2020

Japonia jest jednym z 5 głównych odbiorców polskiego puchu i pierza (trzecim po Niemczech i Stanach Zjednoczonych, przed Francją i Tajwanem), które z uwagi na swoją wysoką jakość są cenionym i poszukiwanym surowcem zagranicą.

[75] j.w.
[76] KRD-IG, ilości szacunkowe na podstawie danych z 2020 r.

Wykres 7. Główni odbiorcy puchu i pierza z RP.



Źródło: Index Box, Japan - Meat and Poultry - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights 2020

b. Wykorzystanie puchu i pierza, preferencje konsumentów w Japonii

Liderem w produkcji drobiu w Europie jest Polska[77]. Rozwój i inwestycje w tym kraju związane z branżą drobiarską skutkują nie tylko wysoką jakością mięsa, ale również pierza i puchu.

Będące źródłem wysokiej jakości puchu i pierza gęsi, hodowane są wolnowybiegowo na fermach rodzinnych, w surowych warunkach klimatycznych (amplituda temperatur ma wpływ na jakość wykształconej okrywy pierzowej). Wobec puchu i pierza stosowany jest system śledzenia pochodzenia (traceability) oraz certyfikacja RDS, TDS, J-TAS, jak również świadectwo pochodzenia pierza i puchu wystawiane przez KRD-IG.

Cechy krajowego gęsiego puchu i pierza, które zapewniają mu zaszczytne miejsce na półkach cenowych *premium* w Japonii i czynią go zdecydowanym liderem na wymagającym i dojrzałym japońskim rynku:

- produkt neutralny alergologicznie,
- produkt wykorzystywany jako wypełnienie pościeli oraz odzieży sportowej, a w szczególności w profesjonalnych śpiworach oraz odzieży puchowej przeznaczonej do wypraw wysokogórskich,
- produkt zapewniający naturalnie generowane ciepło, przy jednoczesnej charakterystycznej lekkości,
- produkt o bardzo wysokiej sprężystości, przewyższającej poziom izolacji każdego materiału syntetycznego,
- produkt pozyskiwany przy jednoczesnym zachowaniu dobrostanu zwierząt.

Z punktu widzenia japońskiego odbiorcy, istotne są również aspekty związane z obróbką samego surowca, tj.:

- produkt pozyskiwany jest przy jednoczesnym zachowaniu dobrostanu zwierząt,
- produkt wytwarzany jest przy wykorzystaniu technologii i środków bezpiecznych dla użytkownika końcowego,
- produkt nie zawiera szkodliwej chemii i jest w pełni naturalny,

[77] https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/documents/poultry-meat-dashboard_en.pdf

- produkt jest wstępnie prany i suszony od razu po pozyskaniu w zakładzie produkcyjnym.

Parametrami charakteryzującymi jakość polskiego pierza i puchu pozyskiwanego od gęsi są[78]:

- właściwa wilgotność (12-14%),
- zawartość tłuszczu (2-4%),
- zapach,
- sprężystość (siła wypełniania, której wartości dla wysokiej jakości surowca wynoszą powyżej 180 mm),
- objętość masy (w cm3/g),
- liczba puszków w 1 g puchu (max. 700-900).

Powyższe parametry, potwierdzone badaniami i certyfikatami rządowych oraz prywatnych laboratoriów japońskich, zapewniają produktom zawierającym ten surowiec wysokie ceny na japońskich półkach sklepowych i w sklepach internetowych w Japonii.

Szczególnie cenione są produkty zawierające puch i pierze Gęsi Białej Kołudzkiej, nazywanej zwyczajowo w Japonii „Gęś Kołudzka" lub „Mother Goose" (marka sama w sobie), opatrzone certyfikatem KRD – IG oraz potwierdzone dodatkowo pieczęciami Ambasady RP w Tokio lub Zagranicznego Biura Handlowego PAIH w Tokio – ZBH Tokio (dawniej: Wydziału Promocji Handlu i Inwestycji w Tokio – WPHI Tokio[79]).

Do uznawanych za wartościowe produkty z puchem i pierzem gęsim na japońskim rynku należą m.in.: kołdry, poduszki, śpiwory oraz zimowe/sportowe kurtki. Zwłaszcza lekkie i ciepłe kołdry osiągają wysoki poziom cenowy – wahają się między 400 a 3.000 USD („Imperial Down") za sztukę, w zależności od jakości tkaniny powlekającej. Tradycyjnie, domy japońskie pozbawione są zimą zarówno izolacji ścian, jak i ogrzewania innego niż powiew ciepłego powietrza z klimatyzatora, czy elektryczny piecyk (wyjątkiem są regiony Japonii północnej, z bardziej surowym klimatem, w których stosowane jest ogrzewanie centralne), zatem temperatury w pomieszczeniu spadają zimą nawet do 5ºC (niewiele różnią się od temperatury powietrza na zewnątrz). Odczucie chłodu w pomieszczeniach potęguje dodatkowo zimne powietrze przedostające się z zewnątrz za sprawą wszechobecnych

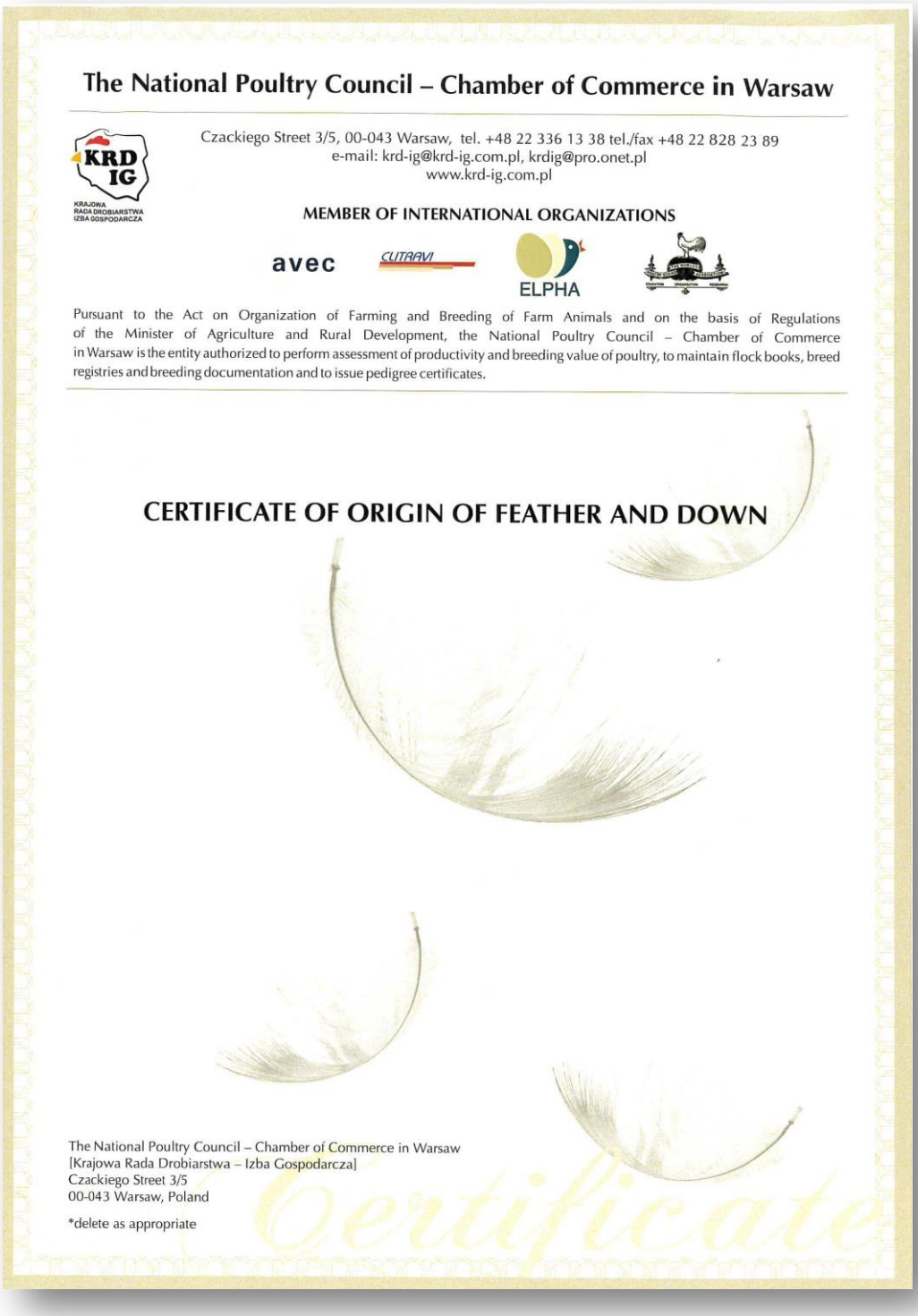
[78] KRD-IG, 2018
[79] Wydział Promocji Handlu i Inwestycji w Tokio – WPHI Tokio został zlikwidowany z dniem 28 lutego 2018 r., a w realizacji misji zagranicznej zastąpiło go od 1 marca 2018 r. Zagraniczne Biuro Handlowe PAIH w Tokio – ZBH Tokio.

szczelin w drzwiach i oknach, które zresztą wyposażone są zaledwie w pojedynczą szybę.[80] Puchowe kołdry stanowią zatem niezbędny element wyposażenia domu na chłodne miesiące, a gospodynie domowe będące strażniczkami domowego ogniska dbają o to, aby zaopatrywać się w wysokogatunkowe kołdry z bardzo lekkiego i ciepłego puchu, za które uznawane są właśnie kołdry z tej części Europy. Posiadanie takich kołder w domu stanowi jednocześnie dowód wysokiego poziomu życia i dumę pań domu, wymieniających między sobą opinie na temat posiadanych przez nie rodzajów puchowych kołder.

Do rozpoznawalnych w Japonii sklepów oferujących produkty z puchu i pierza z krajowych gęsi należą: Nishikawa Living, Kyoto Nishikawa, Bic Camera, Umo Kobo, natomiast najbardziej popularnymi sklepami internetowymi z tymi produktami są: Rakuten, Bic Camera, Nishikawa Living, Kakaku oraz Dinos.

[80] W krajach europejskich standardem jest podwójna szyba w oknach, izolacja ocieplająca ściany budynków oraz centralne ogrzewanie.

Wzór certyfikatów potwierdzających źródło pochodzenia pozyskiwanego i eksportowanego pierza i puchu gęsiego oraz kaczego:



The National Poultry Council – Chamber of Commerce in Warsaw

KRD IG
KRAJOWA RADA DROBIARSTWA IZBA GOSPODARCZA

Czackiego Street 3/5, 00-043 Warsaw, tel. +48 22 336 13 38 tel./fax +48 22 828 23 89
e-mail: krd-ig@krd-ig.com.pl, krdig@pro.onet.pl
www.krd-ig.com.pl

MEMBER OF INTERNATIONAL ORGANIZATIONS

avec CLITRAVI ELPHA

Pursuant to the Act on Organization of Farming and Breeding of Farm Animals and on the basis of Regulations of the Minister of Agriculture and Rural Development, the National Poultry Council – Chamber of Commerce in Warsaw is the entity authorized to perform assessment of productivity and breeding value of poultry, to maintain flock books, breed registries and breeding documentation and to issue pedigree certificates.

CERTIFICATE OF ORIGIN OF FEATHER AND DOWN

The National Poultry Council – Chamber of Commerce in Warsaw
[Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza]
Czackiego Street 3/5
00-043 Warsaw, Poland

*delete as appropriate

Certificate

DRÓB Z EUROPEJSKIM PASZPORTEM

ENJOY IT'S FROM EUROPE

Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza w Warszawie

ul. Czackiego 3/5, 00-043 Warszawa, tel. +48 22 336 13 38 tel./faks +48 22 828 23 89
e-mail: krd-ig@krd-ig.com.pl, krdig@pro.onet.pl
www.krd-ig.com.pl

CZŁONEK MIĘDZYNARODOWYCH ORGANIZACJI

avec CLITRAVI ELPHA

Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza w Warszawie jest podmiotem upoważnionym na podstawie ustawy o organizacji hodowli i rozrodzie zwierząt gospodarskich oraz rozporządzeń Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi do prowadzenia oceny wartości użytkowej i hodowlanej drobiu, ksiąg i rejestrów hodowlanych, dokumentacji hodowlanej i wydawania zaświadczeń hodowlanych.

ŚWIADECTWO POCHODZENIA PIERZA I PUCHU

Krajowa Rada Drobiarstwa
– Izba Gospodarcza
ul. Czackiego 3/5
00-043 Warszawa

*niepotrzebne skreślić

Certyfikat

c. Podmioty japońskie działające w sektorze puchu i pierza

Główne instytucje japońskie działające w sektorze puchu i pierza:

Japan Down Products Corporative Association (Nichiukyo) – Japoński Kooperatyw Producentów Produktów z Puchu i Pierza (https://www.nichiukyo.org/), zrzeszający ponad 100 firm będących producentami produktów z puchu i pierza (lista członków: https://www.nichiukyo.org/overview/member/).

Japan Bedding Goods Association (http://www.jba210.jp/), testująca m.in. jakość produktów z puchu i pierza oraz prowadząca śledzenie pochodzenia produktów.

Japan Down Checker's Association - Japońskie Stowarzyszenie ds. Badań nad Materacami z Puchu i Pierza (http://www.umou-futon.or.jp/organization/), prowadzący analizę bezpieczeństwa i jakości produktów z puchu i pierza.

Japan Apparel Technology and Research Association - JATRA (http://www.jat-ra.com/english/about/index.html), badająca technologie tkanin i ich jakość.

JAPAN APPAREL FASHION INDUSTRY COUNCIL – JAFIC (http://www.jafic.org/pdf/jafic_pdf_english.pdf), zrzeszający ponad 350 firm z sektora tekstylnego.

Qtec – Japan Textile Products Quality and Technology Center (https://www.qtec.or.jp/feathertest), wykonujący analizy i badania jakości puchu i pierza.

KAKEN TEST CENTER (https://en.kaken.or.jp/), wykonujący analizy i badania jakości puchu i pierza.

BOKEN Quality Evaluation Institute (https://www.boken.or.jp/english/), wykonujący analizy i badania jakości puchu i pierza.

Nissenken Quality Evaluation Center https://nissenken.or.jp/english/), wykonujący analizy i badania jakości puchu i pierza.

Tabela 11. Firmy japońskie zainteresowane importem puchu i pierza.

Nazwa firmy	Adres	Nr telefonu	Strona internetowa
BicCamera, Inc.	3-23-23 Takada, Toyoshima-ku, Tokio, Japonia	81 3 5956 2541	https://www.biccamera.co.jp/shopguide/office/index.html
Comfort Alliance Ltd.	3Fl, Orix Ebisu West Bldg, 8−10, Ebisunishi 2-chōme, Shibuya-ku, 150-0021 Tokio, Japonia	81 3 3239 4551	https://comfort-green.jp/
France Bed Co., Ltd.	5th Fl., Shinjuku Square Tower, 6-22-1 Nishi-Shinjuku, Shinjuku-ku, Tokio 163-1105, Japonia	81 3 6741 5555	https://www.francebed.co.jp/eng/
Fujishinkou Co., Ltd.	1055-1 Hiraguri, Tsuru, Yamanashi 402-0043, Japonia	81 55 443 3971	http://fujishinkou.com/default.aspx
Gunze Ltd.	Herbis Osaka Office Tower, 2-5-25, Umeda, Kita-ku, Osaka 530-0001, Japonia	81 6 6348 1313	https://www.gunze.co.jp/english/
Hop Lion Japan Co. Ltd.	Asahi Kankou Bldg. 5F, 4-3 Fujimi, 2-Chome, Chiyoda-ku, Tokio 102-0071, Japonia	81 3 3239 3312	https://hoplion.co.jp/
IDC Otsuka Kagu Co., Ltd.	TFT Bldg. Higashi 6Fl., 3-6-11 Ariake, Koto-ku, Tokio 136-8071, Japonia	81 3 5530 5518	http://www.idc-otsuka.jp/company/e-ir/e-gaiyou.html
ITOKIN Co., Ltd.	3-1-1 Sendagaya, Shibuya-ku, Tokio, Japonia	81 3 3478 5111	https://www.itokin.com/company/profile.html
Kaneyo Co., Ltd.	4-2-15-7Fl., Awajimachi, Chuo-ku, Osaka 541-8560, Japonia	81 6 6227 6564	www.kaneyo-net.co.jp
Kawada Feather Co., Ltd.	1-31 Kusanagi-cho, Nakamura-ku, Nagoya 453-0064, Japonia	81 59 655 2431	https://kwd.jp/en/
Kyoto Nishikawa Co., Ltd.	385 Matsubara, Kawaramachi Shimogyo-ku, 600-8502 Japonia	81 75 351 1351	https://www.kyoto-nishikawa.co.jp/
Maruhachi Mawata Co., Ltd.	3-8-12-6Fl., Shin-yokohama, Kohoku-ku Yokohama 222-0033, Japonia	81 45 471 4108	https://www.maruhachi.co.jp/

Mercros Corporation	3-chōme-3-9 Nihonbashi, Chuo-ku, Tokio 103-0027, Japonia	81 3 3201 4873	http://www.mercros.co.jp/
Mitsuboshi Ke'ito, Ltd.	Fuwaishiki-898 Masakicho, Hashima, Gifu-ken 501-6228, Japonia	81 58 392 4780	http://mitsu-boshi.jp/company/145.html
Nagawa Co., Ltd.	4F, 5-3-12 Sendagaya, Shibuya-ku, Tokio 151-0051, Japonia	81 3 5919 2405	http://nagawasensho.com/
Nishikawa Living Inc.	1-3-15 Hommachi Chuo-ku, Osaka-shi 541-0053, Japonia	81 6 6262 9100	www.nishikawa-living.co.jp
Nishikawa Sangyo Co., Ltd.	8-8 Nihonbashi-Tomizawacho, Chuo-ku, Tokio 103-0006, Japonia	81 3 3664 3951	http://www.nishikawasangyo.co.jp/
Nitori Co., Ltd.	6-20, Kamiya 3-chome, Kita-ku, Tokio 115-0043, Japonia	81 3 6741 1111	https://www.nitori.co.jp/en/index.html
Nomura Trading Co., Ltd.	1-7-3 Azuchi-machi, Chuo-ku, Osaka 541-8542, Japonia	81 6 6268 8111	https://www.nomuratrading.co.jp/en
Renown Apparel Institute Incorporated (REDU)	6Fl, TFT Bldg. East Tower, 3 Chome-6-11 Ariake, Koto-ku, Tokio 135-0063, Japonia	81 3 4521 8110	https://www.renown.com/ir/english/history/index.html
Repos Co., Ltd.	5-8-22 Toyosato, Higashi Yodogawa-ku, Osaka 533-0013, Japonia	81 6 6329 5181	http://www.repos-a.co.jp/index.html
Romance Kosugi	4-6 Hisamatsucho, Nihombashi, Chuo-ku, Tokio 103-005, Japonia	81 3 3662 3311	http://www.romance.co.jp/companyprofile_eng
Sanyo Shokai, Ltd.	6-14 Yotsuyahonshio-cho, Shinjuku-ku, Tokio 160-0003, Japonia	81 3 3357 4111	https://www.sanyo-shokai.co.jp/en/company/corporate/profile.html
Shinsei Corporation	935-1 Nagatsuka Shimotsuma, Ibaraki-ken 304-0056, Japonia	81 296 43 6111	http://shinsei-nz.co.jp/#
Sojitz General Merchandise Corporation	1-22, Akasaka 8-chome, Minato-ku, Tokio 107-0052, Japonia	81 3 6894 5001	http://www.sojitz-gmc.com/en/corporate/index.shtml

SuiminKobo Matsui, Inc.	1-chōme-4-1 Izuo Taisho-ku, Osaka 551-0031, Japonia	81 6 6551 0011	https://ofutonya.com/document.php?page=company
Toyo Feather Industry	2-26-5, Fuchinobe, Chuo-ku, Samigahara-shi, Kanagawa-ken 252-0206 Japonia	81 42 750 9500	https://www.toyoumo.co.jp/
Toyo Sangyou	869-1 Yono Toyono, Toyono District, Osaka 563-0219, Japonia	81 72 739 0820	https://www.toyo-sangyo.co.jp/company.php
Toyota Tsusho Corporation	3-13, Konan 2-chome, Minato-ku, Tokio 108-8208, Japonia	81 52 584 5000	http://www.toyota-tsusho.com/
Toyotsu Fashion Express	Kyocera Harajuku 5Fl., 6-27-8 Jingumae, Shibuya-ku, Tokio 150-0001, Japonia	81 3 5778 1383	http://www.toyotsufashionexpress.com/
Umo Kobo	1-chōme-11-6 Higashi-Ikebukuro Toshima-ku, Tokio 170-0013, Japonia	81 3 3971 6666	https://www.biccamera.co.jp/umo_kobo/index.html
Yagi & Co., Ltd.	Yagi Bldg. 8Fl, 2-8, 2-chome Kyutaromachi, Chuo-ku, Osaka 540-8660, Japonia	81 6 6266 7923	http://www.yaginet.co.jp
Yamamoto Trading Co., Ltd.	3F, Tonematsu Bldg., 2-33-8 Nihonbasho Ningyocho, Chuo-ku, Tokio 103-0013, Japonia	81 3 5643 8430	
Zanter Co., Ltd.	4Fl, 4-chōme-7-1 Aobadai, Meguro-ku, Tokio 153-0042, Japonia	81 3 3465 8808	http://www.zanter.co.jp/products.html

Źródło: Opracowanie własne, na podstawie informacji dostępnych w bibliotece elektronicznej JETRO oraz w Internecie.

d. Główne problemy związane z eksportem puchu i pierza do Japonii (mieszanie towaru różnej jakości i pochodzenia, fałszowanie certyfikatów) oraz zalecenia dla eksporterów

Wysoka renoma polskiego puchu i pierza z gęsi w Japonii powoduje niestety przypadki stosowania nieuczciwych praktyk. Zafałszowania produktu finalnego – pierza i puchu, eksportowanego na rynek japoński dotyczyć mogą: asortymentu produktu, puchu w pierzu (dotyczy zwłaszcza pierza kaczego eksportowanego bez procesów uszlachetniających), kraju pochodzenia (PL). Jedną z częstszych jest stosowanie w wyrobach końcowych surowca polskiego mieszanego z puchem i pierzami z innych, tańszych i mniej cenionych źródeł. Sam proces odbywa się zwykle poza granicami Japonii i często fałszowania pochodzenia puchu i pierza dokonuje się przez korygowanie listów wysyłkowych przez pośredników *[przykładowo przy wysyłce piór przez pośrednika do Chin w opisie na listach wysyłkowych wpisano Polish goose down (28 % claster) zamiast Polish goose feather (28 % claster)].* Wskutek tych działań, na rynku japońskim pojawia się wiele produktów oznakowanych jako zawierające surowiec pochodzący z Polski w bardzo niskich cenach. Produkty te dobrze sprzedają się szczególnie w kanałach sprzedaży detalicznej przez internet. W 2016 roku, w jednej z popularnych stacji poświęconych telesprzedaży wyemitowany został godzinny materiał o puchu gęsim z Polski. Pokazywany był proces chowu gęsi, stosowanych pasz, proces produkcji potwierdzający bardzo wysoką jakość pierza. Towarzyszyły temu wywiady z właścicielami gospodarstw hodowlanych oraz ogólne informacje o Polsce. W trakcie trwania godzinnego programu klienci mogli telefonicznie zakupić kołdry wysokiej jakości po promocyjnej cenie. Z nieoficjalnych informacji uzyskanych od importera odpowiedzialnego za tę sprzedaż, tylko w trakcie tej jednej godziny sprzedano kołdry zawierające więcej puchu gęsiego z Polski, niż wynosi roczny wolumen importu tego surowca. Trzeba też zaznaczyć, że firm importujących jest więcej. Pozwala to domniemywać, że praktyki mieszania ponadprzeciętnej jakości puchu i pierza z Polski z surowcem gorszej jakości, a następnie sprzedaż produktów pod szyldem „puch gęsi z Polski" ma niestety miejsce.

W tym samym roku w codziennej gazecie ogólnokrajowej „Asahi Shimbun" ukazał się artykułu na temat niechlubnych praktyk stosowanych przez niektórych importerów, polegających na fałszowaniu certyfikatów oraz mieszaniu wysokojakościowego puchu z surowcem o znacząco niższej jakości i parametrach[81]. Dotyczyło to puchu gęsiego z Polski, ale także z Węgier i Francji. Budowana z trudem i przez wiele dekad dobra marka polskiego puchu pierza została w ten sposób podważona

[81] Asahi Shimbun, 5 maja 2016 r. https://www.asahi.com/articles/ASJ4F5WR6J4FUUPI003.html

w świadomości klientów, a podejrzenia o mieszanie polskiego i chińskiego (pochodzącego z Tajwanu) puchu potwierdzały dane statystyczne.

W odpowiedzi na konieczność kontrolowania i pełnej identyfikacji eksportowanego puchu i pierza, w Polsce zmodyfikowano i uszczelniono system certyfikacji. W krótkim czasie udało się powstrzymać złe praktyki i odzyskać należne polskiemu puchowi miejsce na ekskluzywnej półce cenowej w Japonii. Przed praktykami polegającymi na fałszowaniu zawartości importowanego towaru, tj. mieszaniu wysokojakościowego puchu z puchem o niskiej jakości chronić miał oficjalny system certyfikacji poszczególnych partii puchu i pierza z Polski.

System certyfikacji pozyskiwanego w Polsce i eksportowanego pierza i puchu gęsiego oraz kaczego powstał w 2009 r., zaś pierwszy certyfikat został wystawiony w dniu 21 października 2009 roku. System ten powstał z inicjatywy Federacji Eksporterów Polskiego Puchu i Pierza i został on w 2018 r. znacząco zmodyfikowany w celu uszczelnienia procedur weryfikacyjnych i audytowych w odniesieniu do podmiotów w nim uczestniczących. Podmiotem wydającym certyfikaty jest Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza w Warszawie, która jest upoważniona, na podstawie prawa hodowlanego obowiązującego w hodowli i rozrodzie zwierząt gospodarskich oraz rozporządzeń Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi, do prowadzenia oceny wartości użytkowej i hodowlanej drobiu, ksiąg i rejestrów hodowlanych, dokumentacji hodowlanej i wydawania zaświadczeń hodowlanych.

W latach 2012–2019 Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza wystawiła ogółem 461 certyfikatów potwierdzających polskie pochodzenie pozyskiwanego i eksportowanego pierza i puchu gęsiego oraz kaczego. W początkowych latach 2009–2011 wystawiono ogółem 74 certyfikaty, których liczba w poszczególnych latach kształtowała się odpowiednio 9, 40 oraz 25.

System spełnił swoją rolę i znacząco uszczelnił import i sprzedaż wysokogatunkowego polskiego puchu i pierza. Korzystają z niego dbający o jakość swoich produktów i renomę firmy przedstawiciele japońskiego sektora produktów z puchu i pierza.

Zakup puchu gęsiego (i kaczego) bezpośrednio z krajowych zakładów potwierdzony certyfikatem KRD, bez udziału pośredników z innych krajów, gwarantuje polskie pochodzenie i czystość produktu.

Kierując się zasadą ciągłego i skutecznego doskonalenia systemu zarządzania jakością, Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza utworzyła jednostkę certyfikacyjną: Krajowe Centrum Badań i Certyfikacji „Gwarantowana Jakość". W najbliższym czasie Jednostka przystąpi do certyfikacji pierza i puchu eksportowanego na rynki UE i państw trzecich wraz z kontrolą poprawności ich wykorzystania (nadzór nad certyfikatem).

Mocne strony eksportu krajowego puchu i pierza na rynek japoński	Słabe strony eksportu krajowego puchu i pierza na rynek japońskim
➢ Bardzo wysoka jakość. ➢ Powszechna rozpoznawalność przez konsumentów. ➢ Polski puch (szczególnie gęsi) jest w Japonii marką samą w sobie. Producenci kołder, poduszek czy kurtek z tego puchu zwykle podkreślają i umieszczają w widocznym miejscu informację, że p pochodzeniu surowca. ➢ Wyroby z krajowego puchu i pierza są traktowane jako produkty „*premium*”. ➢ Wieloletnia obecność na rynku japońskim. ➢ Rozbudowane kontakty biznesowe. ➢ Pochodzenie puchu i pierza z Europy (Unii Europejskiej), co jest dla klientów dodatkową gwarancją jakości. ➢ Chów gęsi i kaczek z zachowaniem wymogów ochrony środowiska.	➢ Wysoka cena (odpowiadająca jakości) powoduje, że wielu importerów szuka surowca gorszej jakości na tańszych rynkach (Chińska Republika Ludowa, Taiwan, Ukraina). ➢ Odległość geograficzna i wysokie koszty transportu. ➢ Brak spójnej i długoterminowej strategii promocji sprzedaży na rynek japoński. Poszczególni producenci działają na własną rękę. ➢ Brak spójnego systemu certyfikacji pochodzenia polskiego puchu i pierza na rynku japońskim. Przez polskich producentów stosowane są różne rozwiązania. ➢ Nadwyżka popytu nad podażą. producenci mogliby eksportować na rynek japoński dużo więcej surowca.

Szanse na przyszłość	Przeszkody i ryzyka
➢ Rosnąca wśród Japończyków świadomość wysokiej jakości produktów pochodzących z Unii Europejskiej. ➢ Zmiana preferencji konsumenckich, szczególnie wśród młodych Japończyków. Zainteresowanie modą w stylu zachodnim, w tym wyrobów z użyciem puchu i pierza, jak: lekkich płaszczy i kurtek ➢ Wzrost turystyki do Japonii. Wielu turystów, szczególnie z Chin i Korei jest zainteresowanych zakupem produktów dobrej jakości.	➢ Nieuczciwe praktyki polegające na mieszaniu (bardzo często poza Japonią) surowca z innym – gorszej jakości. Wpływa to negatywnie na wizerunek polskiego puchu i pierza poprzez obniżenie jakości finalnych produktów. ➢ Nieuczciwe praktyki polegające na fałszowaniu certyfikatów pochodzenia puchu i pierza. Wpływa to również negatywnie na postrzeganie produktów z krajowego surowca, jako produktów bardzo wysokiej jakości. ➢ Utrzymywanie się stanu pandemii choroby COVID-19, co może znacznie ograniczyć podróżowanie na trasie Polska – Japonia. Utrudnienia w nawiązywania kontaktów biznesowych, odwiedzaniu targów, inspekcji w zakładach produkcyjnych itp. Możliwe są też ograniczenia w wymianie towarowej i wzrost kosztów transportu. ➢ Bariery językowe (słabe posługiwanie się językami obcymi przez Japończyków). ➢ Skomplikowane i czasochłonne procedury importowe. ➢ Spadek populacji Japonii, co w dłuższej perspektywie może przełożyć się na obniżenie konsumpcji. ➢ Zmiany klimatyczne powodujące ocieplenie sezonu zimowego i spadek zapotrzebowania na produkty z wykorzystaniem puchu i pierza.

Załączniki:

1. CERTIFICATE OF ORIGIN AND HEALTH for poultry meat and meat products thereof intended for export to Japan - ŚWIADECTWO POCHODZENIA I ZDROWIA dla mięsa drobiowego i produktów z mięsa drobiowego przeznaczonych do wywozu do Japonii.

RZECZPOSPOLITA POLSKA
THE REPUBLIC OF POLAND
INSPEKCJA WETERYNARYJNA
VETERINARY INSPECTION

ORIGINAL / ***ORYGINAŁ*** ☐ COPY / ***KOPIA*** ☐
Numbers of copies issued / ***Liczba wydanych kopii*** .....

1. Consignor (name and address in full) ***Wysyłający (pełna nazwa i adres)***	CERTIFICATE OF ORIGIN AND HEALTH for poultry meat and meat products thereof intended for export to Japan ***ŚWIADECTWO POCHODZENIA I ZDROWIA*** ***dla mięsa drobiowego i produktów z mięsa drobiowego przeznaczonych do wywozu do Japonii*** No /***Nr*** .....
2. Consignee (name and address in full) ***Odbiorca (pełna nazwa i adres)***	3. Country of origin / ***Kraj pochodzenia***
	4. Central competent authority / ***Właściwe władze centralne*** Ministry of Agriculture and Rural Development General Veterinary Inspectorate
5. Date and place of dispatch / ***Data i miejsce wysyłki***	6. Local competent authority / ***Właściwe władze lokalne***
7.1. Means of transport / ***Środek transportu*** 7.2. Shipping marks / ***Oznakowanie wysyłki*** 7.3. Number of seal / ***Numer plomby***	
Origin of the meat / ***Pochodzenie mięsa*** 8.1. Name, address(es) and veterinary approval number(s) of the slaughterhouse(s) / ***Nazwa, adres(y) i numer(y) weterynaryjny(e) uprawnionej(ych) rzeźni*** 8.2. Date of the poultry slaughtering / ***Data uboju drobiu***	

8.3. Date of ante-mortem and post-mortem inspection (slaughter inspection)/ ***Data badania przedubojowego i badania poubojowego***
8.4. Name(s), address(es) and veterinary approval number(s) of the cutting plant / ***Nazwa(y), adres(y) i numer(y) weterynaryjny(e) uprawnionego(ych) zakładu(ów) rozbioru***
8.5. Date of cutting for the poultry meat / ***Data rozbioru mięsa drobiowego***
8.6. Name(s), address(es) and veterinary approval number(s) of the processing plant(s) / ***Nazwa(y), adres(y) i numer(y) weterynaryjny(e) uprawnionego(ych) zakładu(ów) przetwórstwa***
8.7. Date of production for poultry meat products / ***Data produkcji produktów z mięsa drobiowego***
9. Place of destination / ***Miejsce przeznaczenia***

II. Identity of the shipment / ***Identyfikacja przesyłki***

No of packages: / ***Ilość opakowań:***
Kind of product: / ***Rodzaj produktu:*** ☐ Poultry meat / ***Mięso drobiowe*** ☐ Poultry products: / ***Produkty z mięsa drobiowego:*** a) The name of poultry products: / Nazwa produktów z mięsa drobiowego: b) The type of raw material (meat and/or organs) / ***Rodzaj użytego surowca (mięso i/ lub podroby)***
Meat from: (name the species of poultry) / ***Mięso z:*** (***podać gatunki drobiu***)
Identification mark on the package / ***Nr indentyfikacyjny na opakowaniu***
Net weight / ***Waga netto***

III. Other information / ***Inne informacje***

I, the undersigned, do hereby certify that here described shipment of meat is derived from animals, which have been slaughtered at Polish export controlled slaughterhouses and have been subject to veterinary examination before and immediately after the slaughtering, that the commodity is unconditionally fit for human consumption, that it has neither been treated with nor contains preservatives, colouring matter or other prohibited by Polish legislation and that it has been handled in a sanitary manner in this country.	***Ja, niżej podpisany, niniejszym zaświadczam, że opisane w tym świadectwie mięso pochodzi od zwierząt, które zostały ubite w polskich rzeźniach uprawnionych do eksportu i zostały poddane badaniu weterynaryjnemu bezpośrednio przed ubojem i po uboju oraz, że towar jest zdatny do spożycia przez ludzi bez ograniczeń i nie zawiera ani nie był poddany działaniu środków konserwujących, barwiących ani innych substancji zabronionych przez polskie przepisy oraz, że został przygotowany we właściwych warunkach higienicznych.***
I, undersigned official veterinary inspector, approved by the competent authorities of Poland, do hereby also certify that:	***Ja, niżej podpisany urzędowy lekarz weterynarii upoważniony przez urzędowe władze Polski niniejszym zaświadczam, że:***
1. Poland has been free from notifiable avian influenza (infection with any influenza A virus of H5 or H7 subtypes or any influenza A virus with high pathogenicity as defined in the OIE Terrestrial Animal Health Code) for at least 90 days before shipment of the exported poultry meat.	***1. Polska była wolna od grypy ptaków podlegającej zgłoszeniu (zakażenie jakimkolwiek wirusem grypy A podtypu H5 lub H7 albo jakimkolwiek wysocepatogennym wirusem grypy A, zgodnie z definicją w Kodeksie Zdrowia Zwierząt Lądowych OIE), przez co najmniej 90 dni przed wysyłką mięsa drobiowego.***
2. The area from which the exported poultry meat originates (in radius at least 50 km from the premises of origin) has been free from Newcastle disease and other notifiable poultry infectious diseases, according to the OIE Terrestrial Animal Health Code, for at least 90 days before the shipment of the exported poultry meat.	***2. Teren, z którego pochodzi eksportowane mięso drobiowe (co najmniej w promieniu 50 km od zakładu) jest wolny od rzekomego pomoru drobiu i innych podlegających obowiązkowi zgłaszania zakaźnych chorób drobiu, zgodnie z zaleceniami Kodeksu Zdrowia Zwierząt Lądowych OIE, przez co najmniej 90 dni przed wysyłką mięsa drobiowego***
3. On the farms from which the poultry originate there were no registered cases of fowl cholera for at least 90 days before slaughter of the poultry.	***3. W gospodarstwach, z których pochodzi drób, nie stwierdzono przypadków pasterelozy ptaków przez co najmniej 90 dni przed ubojem drobiu.***
4. The poultry meat exporting plant has been authorized by competent veterinary authorities as the one in which veterinary-sanitary inspections are performed routinely by the official inspector or the animal health inspector appointed by the competent authorities of Poland in order to assure that sanitary measures were taken.	***4. Zakład eksportujący mięso drobiowe uprawniony jest przez państwowe władze weterynaryjne i odbywają się w nim rutynowe inspekcje sanitarno-weterynaryjne przeprowadzane przez urzędowych lekarzy weterynarii w celu zapewnienia właściwych warunków sanitarnych.***
5. The poultry meat / poultry meat products described in this certificate was / were produced under sanitary conditions in accordance with regulations of Poland which are at least equivalent to laws and regulations of Japan.	***5. Mięso drobiowe / produkty z mięsa drobiowego opisane w tym świadectwie, zostało / zostały wyprodukowane w warunkach sanitarnych, zgodnych z przepisami obowiązującymi w Rzeczypospolitej Polskiej, które są co najmniej ekwiwalentne w stosunku do przepisów obowiązujących w Japonii.***
6. The slaughtered poultry has been free from evidence of infectious diseases as a result of the ante– and post-mortem inspections conducted by official veterinary inspector mentioned in item 4 above.	***6. Poddany ubojowi drób jest wolny od objawów chorób zakaźnych, co potwierdza przeprowadzone przez urzędowego lekarza weterynarii, wymienionego w pkt 4 badanie przed- i poubojowe.***
7. The head, trachea and viscera (excluding the gizzard and the heart) have been removed from the exported poultry meat in the course of dressing on the line.	***7. Głowa, tchawica i narządy wewnętrzne (oprócz żołądka i serca) zostały usunięte z tusz drobiowych podczas obróbki poubojowej.***

8. The containers of the exported poultry meat are made from sanitary and new materials and they are marked that both the name and the establishment approval number are on their surfaces outside.	***8. Pojemniki dla eksportowanego mięsa drobiowego wykonane zostały z higienicznych i nowych materiałów oraz zostały oznakowane poprzez umieszczenie na nich nazwy i numeru zakładu.***
9. Before shipment to Japan the poultry meat has been stored in sanitary conditions from an animal and human health point of view.	***9. Przed wysyłką do Japonii mięso drobiowe składowane było w higienicznych warunkach wymaganych ze względu na ochronę zdrowia ludzi i zwierząt.***
10. In the case poultry meat exported to Japan is transported through third countries, tight containers with poultry meat are sealed by competent authorities of Poland with a seal which is apparently distinguishable from those of other countries.	***10. W przypadku transportu mięsa drobiowego do Japonii przez państwa trzecie, szczelne kontenery z mięsem drobiowym są zaplombowane przez władze państwowe za pomocą plomb różniących się od tych stosowanych przez inne kraje.***
11. The undersigned hereby certifies on the basis of national monitoring program that the radioactivity of radionuclides for the product described above is lower than 100 Bq/kg.	***11. Niżej podpisany niniejszym zaświadcza, że na podstawie krajowego programu badań monitoringowych, poziom skażenia pierwiastkami promieniotwórczymi wyżej wymienionych produktów jest niższy niż 100 Bq/kg.***

The name and number of an official veterinarian who conducted the poultry slaughter inspections (ante-mortem and post-mortem inspection) / ***Imię i nazwisko i numer identyfikacyjny urzędowego lekarza weterynarii, który przeprowadził badanie przed – i poubojowe***

Pre-mortem inspection / ***badanie przedubojowe***

……..

Post-mortem inspection / ***badanie poubojowe***

……..

Place/ ***Miejscowość*** Date / ***Data***

……

Full name and title / ***Imię i nazwisko oraz stanowisko:***

……

The signature of the licensed veterinary surgeon / ***Podpis urzędowego lekarza weterynarii***

……

……

Official stamp /***Pieczęć urzędowa***

2. ATTESTATION – Zaświadczenie.

Data:

Nazwa urzędu:

Nr dokumentu:

ATTESTATION

This is to certify that the meat imported from Poland is indicated below, has been processed in accordance with the livestock / poultry requirements at least equivalent to those based on the Japanese Food Sanitation Law and Abattoir Law / Poultry Slaughtering Business Control Law and Poultry Inspection Law.
I hereby request that the quarantine authorities be informed of the above and that necessary arrangements be made so that import procedures may be completed in due course.

ZAŚWIADCZENIE

Zaświadczam, że mięso importowane z Polski wskazane poniżej, zostało poddane obróbce zgodnie z wymaganiami dotyczącymi zwierząt rzeźnych / drobiu równoważnymi do tych obowiązujących w Japonii / japońska ustawa o higienie żywności, ustawa o rzeźni, ustawa o kontroli podmiotów prowadzących ubój drobiu, ustawa o inspekcji drobiu.
Proszę o poinformowanie o powyższym władz kwarantannowych w celu poczynienia koniecznych ustaleń, aby procedury importowe mogły zostać zakończone.

- Health certificate number:
  Numer świadectwa zdrowia:
- Country of issue:
  Kraj wysyłki:
- Exporter:
  Eksporter:
- Importer:
  Importer:
- Date of departure:
  Data wysyłki:
- Species of animal:
  Gatunek zwierząt:
- Killing date:
  Data uboju:
- Slaughterhouse:
  Rzeźnia:
- Inspection date:
  Data inspekcji:

3. Animal Health Requirements for poultry meat etc. to be exported to Japan from Poland - Wymogi w zakresie zdrowia zwierząt odnośnie mięsa drobiowego, itp., przeznaczonego na eksport z Polski do Japonii.

Animal Health Requirements for poultry meat etc.
to be exported to Japan from Poland

Animal health requirements for poultry meat and poultry products to be exported to Japan from Poland (hereinafter referred to as "the exported poultry meat, etc.") must be applied as follows.

"Poultry"
Chicken, quail, turkey, ostrich, guinea fowl, pheasant and birds classified into Anseriformes order (such as duck and goose)

"Poultry meat etc."
Meat, bone, fat, blood, skin, tendon and viscera of poultry and their products

"Notifiable Avian Influenza (hereinafter referred to as NAI)"
Infection of poultry caused by any influenza A virus of H5 or H7 subtype or by any influenza A virus defined as highly pathogenic according to the OIE Terrestrial Animal Health Code.

"Outbreak"
means appearance of clinical signs, detection of specific antigens or antibodies (for NAI only), or identification of the pathogens of the disease in domestic poultry.

"The Japanese animal health authority"
Animal Health Division, Food safety and Consumer Affairs Bureau, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of the Japanese Government

"The competent authority of Poland (Exporting country)"
means the Veterinary Inspection authorities headed by the Chief Veterinary Officer. The Chief Veterinary Officer performs tasks through General Veterinary Inspectorate, under Ministry of Agriculture and Rural Development of Poland. The Veterinary Inspection competent authorities are as follows: Chief Veterinary Officer, Regional Veterinary Officer or District Veterinary Officer.

1. The exporting country has been free from NAI for at least 90 days before the shipment of the exported poultry meat, etc.

2-1 The area from which the exported poultry meat, etc. originates (at least in radius of 50 km from the premises of origin) has been free from Newcastle disease for at least 90 days before the shipment of the exported poultry meat, etc.

2-2 The premises of origin of the poultry, from which the exported poultry meat, etc. originates, have been free from Fowl Cholera and other diseases which the competent authorities of Poland designated as notifiable poultry infectious diseases for at least 90 days before the slaughter of the poultry etc.

3. The processing plants for production of the exported poultry meat, etc. have been authorized by the competent authorities of Poland as the ones in which sanitary inspections are performed routinely by the official inspector or the animal health inspector appointed by the competent authorities of Poland in order to assure that sanitary measures are taken.

4. The poultry slaughtered for production of the exported poultry meat, etc. are free from any evidence of infectious diseases as a result of the ante- and post-mortem inspections conducted by the inspector mentioned in item 3 above.

5. The head, trachea and viscera (excluding the gizzard and the heart) are removed as far as possible from the exported poultry meat, etc. in the course of processing.

6. The containers of the exported poultry meat, etc. are made from sanitary or new materials, and have an inspection-passed mark for export by the inspector and both the name and the establishment approval number of the authorized processing plant, on its surface outside.

7. The exported poultry meat, etc. is stored in a sanitary condition from an animal health point of view, until the shipment to Japan.

8. In case the exported poultry meat, etc. is transported to Japan through third countries, tight containers loaded with the exported poultry meat, etc. are sealed by the competent authorities of Poland with a seal which is apparently distinguishable from that of other countries.

9. The competent authorities of Poland are responsible for issuing an inspection certificate for the exported poultry meat, etc., stating the following items in detail in English after having confirmed that the exported poultry meat, etc. complies with the animal health requirements.
(1) Each requirement of items 1, 2, 3 and 4.
(2) Name, address and establishment approval number of the facilities designated by the competent authorities.
(3) Date, authorities' name and place of issue of the inspection certificate, and name and title of the signing person.
(4) Identification number of seal which is used for the container mentioned in item 8.

10. In case Poland is not the country of origin of the exported poultry meat, etc. an original or a copy of inspection certificate issued by the competent authorities of the country of origin in which items 1, 2, 3 and 4 are certified has to accompany the inspection certificate issued by the competent authorities of Poland.

11. The competent authorities of Poland are responsible for informing the Japanese animal health authorities of outbreaks of poultry diseases which are designated in laws of Poland to be subject to eradication on a semi-annual basis.

Additional animal health requirements for casings used for the meat products to be exported to Japan from the exporting country

In case the meat products to be exported to Japan use casings, the casings must satisfy the following requirements.

In case the casings are derived from cattle, sheep and goat:

1. The casings are derived from an animal which was born and raised in the countries other than the countries listed in the website below.

http://www.maff.go.jp/aqs/english/news/bse.html

2. It has to be confirmed that the casings are free from any animal infectious diseases as a consequence of ante- and post-mortem inspections conducted by official inspectors of competent authorities of the exporting country. In case the casings for the production of exported meat products are imported from the third countries, the casings need to have been recognized as free from any evidence of animal infectious diseases as a result of import inspection conducted by the exporting country.

3. Casings have been handled only at the facilities approved (hereinafter referred to as “approved casing facilities”) by the competent authorities of exporting countries as the ones which handle only casings described in item 1 and 2.(In case the casings are imported from the third countries, this provision must apply to the meat processing facilities in the exporting countries.)

4. The competent authorities of the exporting country must inform the Japanese animal health authorities of the name, address, registration number of the approved casing facilities in advance.

5. The competent authorities of the exporting country must issue inspection certificate for the exported meat products using casings to Japan, stating the following items in English:
(1) Item 1 and 2
(2) The kind of casings (natural or artificial), country of origin and animal species of origin
(3) Name, address and registration number of approved casing facilities

In case the casings derived from pigs:

1. It has to be confirmed that the casings are free from any animal infectious diseases as a consequence of ante- and post-mortem inspections conducted by official inspectors of competent authorities of the exporting country. In case the casings for the production of exported meat products are imported from the third countries, the casing need to have been recognized as free from any evidence of animal infectious diseases as a result of import inspection conducted by the exporting country.

2. The competent authorities of the exporting country must issue inspection certificates for the exported meat products using casings to Japan, stating the following items in English:
(1) Item 1
(2) The kind of casings (natural or artificial), country of origin.

Tłumaczenie robocze

Wymogi w zakresie zdrowia zwierząt odnośnie mięsa drobiowego, itp., przeznaczonego na eksport z Polski do Japonii

Wymogi w zakresie zdrowia zwierząt odnośnie mięsa drobiowego i produktów z mięsa drobiowego przeznaczonych na eksport z Polski do Japonii (zwane dalej "eksportowanym mięsem drobiowym, itp.") muszą być stosowane w sposób następujący.

"Drób"
Kurczęta, przepiórki, indyki, strusie, kuropatwy, bażanty oraz ptaki należące do rzędu blaszkodziobych (takie jak kaczki oraz gęsi)

"Mięso drobiowe, itp."
Mięso, kości, tłuszcz, krew, skóra, ścięgna i wnętrzności drobiu oraz ich produkty

”Grypa ptaków podlegająca zgłoszeniu” ("Notifiable Avian Influenza", zwana dalej NAI)
Infekcja drobiu spowodowana przez jakikolwiek wirus grypy A podtypu H5 lub H7 lub przez jakikolwiek wirus grypy A uznany za wysoce zjadliwy, zgodnie z Kodeksem Zdrowia Zwierząt Lądowych OIE.

"Ognisko"
oznacza pojawienie się oznak klinicznych, wykrycie określonych antygenów lub przeciwciał (tylko w przypadku NAI), bądź identyfikacja patogenów choroby wśród drobiu domowego.

"Japońskie organy odpowiedzialne za zdrowie zwierząt"
Wydział ds. Zdrowia Zwierząt, Biuro Bezpieczeństwa Żywności i Spraw Konsumenta, Ministerstwo Rolnictwa, Gospodarki Leśnej i Rybołówstwa Rządu Japońskiego

"Władze właściwe Polski (Państwo eksportujące)"
oznacza organy Inspekcji Weterynaryjnej kierowanej przez Głównego Lekarza Weterynarii. Główny Lekarz Weterynarii wykonuje zadania z pomocą Głównego Inspektoratu Weterynarii, w ramach Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi Polski. Wyróżnia się następujące kompetentne organy Inspekcji Weterynaryjnej: Główny Lekarz Weterynarii, Wojewódzki Lekarz Weterynarii oraz Powiatowy Lekarz Weterynarii.

1. W kraju eksportującym nie wystąpiła NAI przez co najmniej 90 dni przed wysyłką eksportowanego mięsa drobiowego, itp.

2-1 Na obszarze, z którego pochodzi eksportowane mięso drobiowe, itp. (przynajmniej w promieniu 50 km od granicy miejsca pochodzenia) nie wystąpił rzekomy pomór drobiu przez co najmniej 90 dni przed wysyłką eksportowanego mięsa drobiowego, itp.

2-2 Miejsca pochodzenia drobiu, z którego uzyskano eksportowane mięso drobiowe, itp. było wolne od cholery drobiu i innych chorób, które władze właściwe Polski uznały za choroby zakaźne drobiu podlegające obowiązkowi zgłoszenia, przez co najmniej 90 dni przed ubojem drobiu, itp.

3. Zakłady produkujące eksportowane mięso drobiowe, itp. zostały uznane przez odpowiednie władze polskie za zakłady, w których przeprowadzane są rutynowe kontrole sanitarne przez urzędowego inspektora lub przez inspektora ds. zdrowia zwierząt powołanego przez odpowiednie władze polskie w celu potwierdzenia stosowania środków sanitarnych.
4. Drób ubity w celu produkcji eksportowanego mięsa drobiowego, itp. jest wolny od jakichkolwiek oznak chorób zakaźnych, co zostało stwierdzone w wyniku badań przed- i po-ubojowego przeprowadzonych przez inspektora wymienionego w punkcie 3 powyżej.
5. Głowa, tchawica oraz wnętrzności (z wyjątkiem drugiego żołądka oraz serca) są w miarę możliwości usuwane z eksportowanego mięsa drobiowego, itp. w trakcie obróbki.
6. Kontenery eksportowanego mięsa drobiowego, itp. wykonane są z sanitarnych lub nowych materiałów i posiadają zezwalający na eksport znak świadczący o pozytywnym wyniku kontroli przyznany przez inspektora, a także nazwę i numer identyfikacyjny zakładu wydany uprawnionemu zakładowi, na powierzchni zewnętrznej.
7. Eksportowane mięso drobiowe, itp. przechowywane jest w warunkach sanitarnych, odpowiednich z punktu widzenia zdrowia zwierząt, aż do chwili wysyłki do Japonii.
8. W przypadku, gdy eksportowane mięso drobiowe, itp. jest przewożone do Japonii przez kraje trzecie, szczelne pojemniki załadowane eksportowanym mięsem drobiowym, itp. są plombowane przez odpowiednie władze polskie plombą, która jest łatwa do odróżnienia od plomb innych państw.
9. Władze właściwe Polski są odpowiedzialne za wydanie świadectwa kontroli dla eksportowanego mięsa drobiowego, itp., zawierającego szczegółowy opis następujących pozycji w języku angielskim, po potwierdzeniu, że eksportowane mięso drobiowe, itp. spełnia wymagania dotyczące zdrowia zwierząt.

(1) Każdy wymóg pozycji 1, 2, 3 oraz 4.

(2) Nazwa, adres oraz numer identyfikacyjny zakładów wskazanych przez odpowiednie władze.

(3) Data, nazwa władzy i miejsce wydania świadectwa kontroli, a także imię, nazwisko i tytuł osoby podpisanej.

(4) Numer identyfikacyjny plomby stosowanej na kontenerze wymienionym w punkcie 8.

10. W przypadku, gdy Polska nie jest krajem pochodzenia eksportowanego mięsa drobiowego, itp., wraz ze świadectwem kontroli wydanym przez odpowiednie władze polskie należy przedłożyć oryginał lub kopię świadectwa kontroli wydanego przez odpowiednie władze kraju pochodzenia, w którym certyfikowane są pozycje 1, 2, 3 oraz 4.
11. Władze właściwe Polski są odpowiedzialne za poinformowanie władz japońskich odpowiedzialnych za zdrowie zwierząt, z częstotliwością półroczną, o wystąpieniu ognisk chorób drobiu, które zgodnie z systemem prawnym Polski podlegają zwalczaniu.

Dodatkowe wymogi w zakresie zdrowia zwierząt dotyczące osłonek używanych do produktów mięsnych przeznaczonych na eksport z kraju eksportującego do Japonii

W przypadku, gdy do wytworzenia produktów mięsnych przeznaczonych na eksport do Japonii wykorzystuje się osłonki, osłonki te muszą spełniać następujące wymagania.

W przypadku, gdy osłonki te pochodzą od bydła, owiec lub kóz:

1. Osłonki pochodzą od zwierzęcia, które urodziło się i było hodowane w krajach innych niż kraje wymienione na poniższym serwisie internetowym.

   http://www.maff.go.jp/aqs/english/news/bse.html

2. Należy potwierdzić, że osłonki te są wolne od wszelkich zwierzęcych chorób zakaźnych, poprzez badania przed- i po-ubojowe przeprowadzone przez urzędowych inspektorów władz właściwych kraju eksportującego. W przypadku, gdy osłonki do produkcji eksportowanych produktów mięsnych są importowane z krajów trzecich, osłonki te muszą zostać uznane za wolne od jakichkolwiek oznak zwierzęcych chorób zakaźnych w wyniku kontroli przywozowej przeprowadzonej przez kraj eksportujący.

3. Osłonki mogą być poddawane obróbce wyłącznie w podmiotach zatwierdzonych (zwanych dalej "zatwierdzonymi podmiotami obróbki osłonek") przez odpowiednie władze krajów eksportujących jako te, które poddają obróbce wyłącznie osłonki opisane w punkcie 1 oraz 2. (W przypadku, gdy osłonki są importowane z krajów trzecich, wymóg ten musi dotyczyć zakładów przetwórstwa mięsnego znajdujących się w kraju eksportującym)

4. Władze właściwe kraju eksportującego muszą z wyprzedzeniem przekazać japońskim organom odpowiedzialnym za zdrowie zwierząt nazwę, adres oraz numer identyfikacyjny zatwierdzonych podmiotów obróbki osłonek.

5. Władze właściwe kraju eksportującego muszą przesłać do Japonii świadectwa kontroli eksportowanych produktów mięsnych z wykorzystaniem osłonek, zawierające następujące pozycje w języku angielskim:

(1) Pozycja 1 oraz 2

(2) Rodzaj osłonek (naturalne lub sztuczne), kraj oraz gatunek zwierzęcia, z którego pochodzą osłonki

(3) Nazwa, adres i numer identyfikacyjny zatwierdzonych podmiotów obróbki osłonek

W przypadku, gdy osłonki pochodzą od świń:

1. Należy potwierdzić, że osłonki te są wolne od wszelkich zwierzęcych chorób zakaźnych, poprzez badania przed- i po-ubojowe przeprowadzone przez urzędowych inspektorów władz właściwych kraju eksportującego. W przypadku, gdy osłonki do produkcji eksportowanych produktów mięsnych są importowane z krajów trzecich, osłonki muszą zostać uznane za wolne od jakichkolwiek oznak zwierzęcych chorób zakaźnych w wyniku kontroli przywozowej przeprowadzonej przez kraj eksportujący.
2. Władze właściwe kraju eksportującego muszą wystawić świadectwa kontroli eksportowanych produktów mięsnych z wykorzystaniem osłonek, z przeznaczeniem na rynek japoński, zawierające następujące pozycje w języku angielskim:

(1) Pozycja 1

(2) Rodzaj osłonek (naturalne lub sztuczne), kraj pochodzenia.

4. Wymogi w zakresie zdrowia zwierząt w odniesieniu do poddanego obróbce termicznej mięsa drobiowego i produktów mięsnych przeznaczonych na eksport z Rzeczypospolitej Polskiej do Japonii

Wymogi w zakresie zdrowia zwierząt w odniesieniu do poddanego obróbce termicznej mięsa drobiowego i produktów mięsnych przeznaczonych na eksport z Rzeczypospolitej Polskiej do Japonii

1. Niniejszy dokument określa wymogi w zakresie zdrowia zwierząt w odniesieniu do poddanego obróbce termicznej mięsa drobiowego i produktów mięsnych przeznaczonych na eksport z Rzeczypospolitej Polskiej do Japonii.

2. W niniejszym dokumencie stosuje się następujące definicje:

(1) „Obróbka termiczna"

zabiegi z wykorzystaniem ciepła utrzymujące wewnątrz mięsa drobiowego i produktów mięsnych temperaturę wynoszącą 70°C lub więcej, przez minutę lub dłużej

(2) „Drób"

kurczak, przepiórka, struś, bażant, perliczka, indyk i ptaki blaszkodziobe (takie jak kaczka i gęś)

(3) „Mięso drobiowe i produkty mięsne"

chrząstki, mięso (także z kością), tłuszcz, krew, ścięgna i wnętrzności, skóra drobiowa i produkty z nich wytwarzane (z wyjątkiem mączki mięsnej i MMK (mączka mięsno-kostna))

(4) „Podlegająca zgłoszeniu grypa ptaków (NAI)"

zakażenie drobiu spowodowane wysoce zjadliwą grypą ptaków (HPNAI) lub nisko zjadliwą grypą ptaków (LPNAI) zgodnie z definicją w Kodeksie Zdrowia Zwierząt Lądowych OIE

(5) „Podlegające zgłoszeniu choroby ptaków (NAD)"

NAI, rzekomy pomór drobiu i salmonelloza (wywołana wyłącznie przez *Salmonella pullorum* lub *Salmonella gallinarum*)

(6) „Ognisko"

pojawienie się objawów klinicznych, wykrycie swoistych antygenów lub patogenów lub wykrycie przeciwciał (tylko w przypadku NAI, z wyjątkiem przypadku, gdy odpowiednie badanie epidemiologiczne wykazało, że wykrycie dotyczyło jedynie izolowanych seropozytywnych przeciwciał, a nie aktywnego zakażenia grypą ptaków) z objawami klinicznymi u drobiu domowego

(7) „Kraj eksportujący"

Rzeczpospolita Polska

(8) „Organy japońskie ds. zdrowia zwierząt"

Departament Zdrowia Zwierząt, Biuro Bezpieczeństwa Żywności i Spraw Konsumenckich, Ministerstwo Rolnictwa, Leśnictwa i Rybołówstwa Rządu Japonii

(Wymogi ogólne)

3. W kraju eksportującym muszą zostać spełnione następujące wymogi.

(1) NAD określone są dla właściwych organów kraju eksportującego jako choroby podlegające zgłoszeniu.

(2) Właściwe organy kraju eksportującego posiadają programy nadzoru dla NAI na podstawie Kodeksu OIE i w pełni potwierdziły wynik.

(Warunki dla obszaru pochodzenia i surowców)

4. Poddane obróbce termicznej mięso drobiowe i produkty mięsne, przeznaczone na eksport do Japonii, muszą spełniać następujące wymogi: w przypadku gdy w poddanych obróbce termicznej produktach z mięsa drobiowego, przeznaczonych na eksport do Japonii, wykorzystuje się naturalne osłonki, produkty muszą spełniać dodatkowe wymogi w zakresie zdrowia zwierząt określone w Załączniku 4:

(1) W przypadku gdy poddane obróbce termicznej mięso i produkty mięsne, przeznaczone na eksport do Japonii, zostały pozyskane z drobiu urodzonego i wyhodowanego w kraju eksportującym:

(a) Drób musi być hodowany w gospodarstwach, w których w ciągu przynajmniej 21 dni przed datą uboju nie potwierdzono ogniska NAD.

(b) W wyniku badań przedubojowych i poubojowych przeprowadzonych przez urzędowych inspektorów kraju eksportującego w zatwierdzonych rzeźniach określonych w art. 5 drób musi zostać uznany za wolny od wszelkich chorób zakaźnych drobiu.

(2) W przypadku gdy poddane obróbce termicznej mięso i produkty mięsne, przeznaczone na eksport do Japonii, zostały pozyskane z drobiu importowanego z krajów trzecich:

(a) Drób musi być urodzony i wyhodowany wyłącznie w kraju trzecim.

(b) Drób musi być importowany bezpośrednio z kraju trzeciego do kraju eksportującego. W przypadku gdy drób importowany jest do kraju eksportującego przez terytorium innego kraju, musi on spełniać następujące warunki:

(i) Drób musi zostać zapakowany na odpowiedni pojazd lub w odpowiedni kontener.

(ii) Pojazd lub kontener muszą być zaplombowane do momentu przywozu do kraju eksportującego.

c) W wyniku kontroli importowej przeprowadzonej przez właściwe organy kraju eksportującego drób musi zostać uznany za wolny od jakichkolwiek oznak chorób zakaźnych drobiu.

d) W wyniku badań przedubojowych i poubojowych przeprowadzonych przez urzędowego inspektora kraju eksportującego w zatwierdzonych rzeźniach określonych w art. 5 drób musi zostać uznany za wolny od wszelkich chorób zakaźnych drobiu.

(3) W przypadku gdy poddane obróbce termicznej mięso i produkty mięsne, przeznaczone na eksport do Japonii, pozyskano z mięsa drobiowego i produktów importowanych z krajów trzecich:

(a) Mięso drobiowe i produkty mięsne muszą być pozyskane z drobiu urodzonego i wyhodowanego wyłącznie w krajach trzecich.

(b) Mięso drobiowe i produkty mięsne muszą być importowane bezpośrednio z kraju trzeciego do kraju eksportującego. W przypadku gdy mięso drobiowe i produkty mięsne importowane są do kraju eksportującego przez terytorium innego kraju, muszą one spełniać następujące warunki:
(i) Mięso drobiowe i produkty mięsne muszą zostać zapakowane na odpowiedni pojazd lub do hermetycznego kontenera.
(ii) Pojazd lub kontener muszą być zaplombowane do momentu przywozu do kraju eksportującego.
(c) W wyniku kontroli importowej przeprowadzonej przez właściwe organy kraju eksportującego mięso drobiowe i produkty mięsne pozyskane z drobiu muszą zostać uznane za wolne od jakichkolwiek oznak jakichkolwiek chorób zakaźnych drobiu, a po wyżej wspomnianej kontroli mięso drobiowe i produkty mięsne należy niezwłocznie przetransportować do zatwierdzonych zakładów przetwórczych lub zatwierdzonych zakładów obróbki termicznej określonych w art. 6 lub 7.

(Wymogi dla zakładów)
5. Rzeźnie, w których przeprowadza się ubój drobiu wykorzystywanego do produkcji poddanego obróbce termicznej mięsa drobiowego i produktów mięsnych przeznaczonych na eksport do Japonii, muszą zostać zatwierdzone przez właściwe organy kraju eksportującego („zatwierdzone rzeźnie").

6. Zakłady przetwórcze, w których przetwarza się mięso drobiowe i produkty mięsne przeznaczone na eksport do Japonii (przed obróbką cieplną), muszą zostać zatwierdzone przez właściwe organy kraju eksportującego („zatwierdzone zakłady przetwórcze").

7. Zakłady, w których przeprowadza się obróbkę cieplną mięsa drobiowego i produktów mięsnych przeznaczonych na eksport do Japonii, muszą zostać wyznaczone przez japońskie organy ds. zdrowia zwierząt ("wyznaczone zakłady obróbki termicznej").

8. Japońskie organy ds. zdrowia zwierząt wyznaczą zakłady spełniające standard wyznaczenia określony w Załączniku 1 na okres dwóch lat, zasadniczo jako wyznaczone zakłady obróbki termicznej, na wniosek właściwych organów kraju eksportującego. Jako wniosek, właściwe organy kraju eksportującego składają do japońskich organów ds. zdrowia zwierząt dokumenty, zawierające następujące pozycje w języku angielskim lub japońskim:
(1) Nazwa, adres i numer rejestracyjny zakładu
(2) Wielkość zakładu (tj. powierzchnia parteru, całkowita powierzchnia)
(3) Liczba pracowników i schemat organizacyjny zakładu
(4) Ogólny opis poddanego obróbce termicznej mięsa drobiowego i produktów mięsnych przeznaczonych na eksport do Japonii

(a) Gatunki drobiu (kurczak, kaczka, gęś itp.), kraj pochodzenia
(b) Proces produkcji, w tym metoda obróbki termicznej, temperatura obróbki termicznej, okres obróbki termicznej
(c) Metoda pomiarowa i miejsce pomiaru wewnętrznej temperatury mięsa drobiowego i produktów mięsnych podczas obróbki termicznej
(5) Ogólny opis struktury zakładu
(a) Mapa budynku przedstawiająca obszar, w którym znajdują się produkty przed obróbką cieplną i po obróbce termicznej
(b) Plan rozmieszczenia głównych urządzeń, w tym urządzeń do obróbki termicznej
(c) Zdjęcia obiektów oddzielających (ściany działowe itp.) strefę, w której znajdują się produkty przed obróbką cieplną od strefy po przeprowadzeniu obróbki termicznej
(d) Zdjęcia punktu montażu między urządzeniami do obróbki termicznej a ścianami działowymi
(e) Rodzaj urządzeń do obróbki termicznej (parownik wsadowy, piec tunelowy itp.)
(6) Ogólny opis dróg przemieszczania w zakładzie
(a) Drogi przemieszczania produktów od wejścia do wyjścia
(b) Schemat odprowadzania ścieków i odpadów
(c) Schemat systemu zaopatrzenia w wodę
(d) Drogi przepływu powietrza
(e) Drogi przemieszczania pracowników
(7) Lista Standardowych Procedur Operacyjnych (SPO)
(8) Mapa otoczenia zakładu
(9) Inne informacje, które japońskie organy ds. zdrowia zwierząt uważają za niezbędne.

9. W odpowiedzi na wniosek złożony na mocy art. 8 japońskie organy ds. zdrowia zwierząt przeprowadzą w zakładach kontrole na miejscu na koszt kraju eksportującego w celu potwierdzenia, czy zakłady te spełniają standard wyznaczenia.

10. W przypadku gdy japońskie organy ds. zdrowia zwierząt potwierdzą, że warunki określone w Załączniku 2 są całkowicie spełnione, jako substytut przepisu art. 9, właściwe organy kraju eksportującego mogą przeprowadzić kontrole na miejscu i zgłosić wyniki japońskim organom ds. zdrowia zwierząt.

11. Właściwe organy kraju eksportującego mogą wnioskować do japońskich organów ds. zdrowia zwierząt o przedłużenie okresu zatwierdzenia dla zatwierdzonych zakładów obróbki termicznej. Po złożeniu wniosku japońskie organy ds. zdrowia zwierząt przedłużą okres zatwierdzenia dla zatwierdzonych zakładów o kolejne dwa lata, jeżeli japońskie organy ds. zdrowia zwierząt potwierdzą, że zatwierdzone zakłady spełniają standard zatwierdzenia, badając wyniki określone w art. 10 i przeprowadzając kontrole na miejscu, określone w art. 9,

jeśli to konieczne (wynoszący dwa lata okres przedłużenia może zostać dalej przedłużony w drodze tej samej procedury)

12. W przypadku zgłoszenia poważnych naruszeń wymogów w zakresie zdrowia zwierząt japońskie organy ds. zdrowia zwierząt mogą zakończyć stosowanie art. 9.

13. Jeżeli zatwierdzone zakłady obróbki termicznej planują wprowadzenie zmian, w tym przebudowę, rozbudowę (rozszerzenia) i/lub inne zmiany struktury związane ze standardami zatwierdzenia określonymi w Załączniku 1, właściwe organy kraju eksportującego muszą z wyprzedzeniem zwrócić się do japońskich organów ds. zdrowia zwierząt o zatwierdzenie zgodnie z Załącznikiem 3.

14. Właściwe organy kraju eksportującego muszą niezwłocznie powiadomić japońskie organy ds. zdrowia zwierząt, jeżeli zatwierdzone zakłady obróbki termicznej zmienią swoje nazwy lub adresy.

15. Zarządzający zatwierdzonym zakładem obróbki termicznej musi potwierdzić, że podjęto środki zapobiegawcze przeciwko występowaniu zagrożeń sanitarnych oraz że zapewniona jest właściwa jakość procesu obróbki termicznej, co najmniej raz w miesiącu. Wyniki weryfikacji należy przechowywać w formie pisemnej przez co najmniej dwa lata.

16. Zarządzający zatwierdzonym zakładem obróbki termicznej musi prowadzić pisemną lub elektroniczną ewidencję następujących pozycji przez co najmniej dwa lata. Odpowiedni dokument można przechowywać w formie elektronicznej, pod warunkiem podjęcia środków zapobiegania manipulacjom i zapewnienia plików kopii zapasowych:
(1) Data obróbki termicznej i warunki obróbki termicznej
(2) Ilość poddanego obróbce termicznej mięsa drobiowego i produktów mięsnych według każdej pozycji produktowej
(3) Data wysyłki, ilość i miejsce przeznaczenia

(Nadzór właściwych organów kraju eksportującego)
17. Właściwe organy kraju eksportującego muszą co najmniej raz na sześć miesięcy kontrolować zatwierdzone zakłady obróbki termicznej i sprawdzać, czy zakłady te nadal spełniają wymogi standardu wyznaczenia oraz wymogi w zakresie zdrowia zwierząt określone w niniejszym dokumencie. Właściwe organy kraju eksportującego muszą przez dwa lata przechowywać pisemną ewidencję wyników każdej kontroli. Odpowiedni dokument można przechowywać w formie elektronicznej, pod warunkiem podjęcia środków zapobiegania manipulacjom i zapewnienia kopii zapasowych plików.

18. Jeżeli właściwe organy kraju eksportującego stwierdzą, że zatwierdzony zakład obróbki termicznej nie spełnia standardu wyznaczenia lub wymogów w zakresie zdrowia zwierząt określonych w niniejszym dokumencie, właściwe organy kraju eksportującego muszą natychmiast zawiesić cały eksport poddanego obróbce termicznej mięsa drobiowego i produktów mięsnych z zakładu do Japonii i bez zbędnej zwłoki przekazać japońskim organom ds. zdrowia zwierząt istotne informacje w tej sprawie.

19. W przypadku zawieszenia na mocy art. 18, jeśli podjęto odpowiednie działania naprawcze dla zatwierdzonego zakładu obróbki termicznej, właściwe organy kraju eksportującego mogą przekazać istotne informacje japońskim organom ds. zdrowia zwierząt oraz wznowić eksport z zakładu za zgodą japońskich organów ds. zdrowia zwierząt.

20. Właściwe organy kraju eksportującego muszą, na wniosek, dostarczyć japońskim organom ds. zdrowia zwierząt kopię pisemnej ewidencji wyników każdej kontroli przeprowadzonej na mocy art. 7.

(Nadzór japońskich organów ds. zdrowia zwierząt)

21. Japońskie organy ds. zdrowia zwierząt mogą przeprowadzać kontrole na miejscu w zatwierdzonych zakładach obróbki termicznej, jeśli to konieczne, w celu potwierdzenia, czy spełniają one standard wyznaczenia i wymogi w zakresie zdrowia zwierząt zawarte w niniejszym dokumencie.

(Cofnięcie zatwierdzenia zakładów obróbki termicznej)

22. W każdym z poniższych przypadków japońskie organy ds. zdrowia zwierząt mogą cofnąć zatwierdzenie zakładów i niezwłocznie zawiesić import poddanego obróbce termicznej mięsa drobiowego i produktów mięsnych wytwarzanych w takich zakładach.

(1) Jeżeli zatwierdzone zakłady obróbki termicznej nie spełniają standardów zatwierdzenia.

(2) W przypadku stwierdzenia, że wyznaczone zakłady obróbki termicznej zostały wyznaczone za pomocą nielegalnych lub w inny sposób niesłusznych środków.

(3) W przypadku stwierdzenia, że wyznaczone zakłady obróbki termicznej popełniają bezprawne lub niezgodne z prawdą czyny w związku z funkcjonowaniem wyznaczonego zakładu obróbki termicznej.

(4) Jeżeli wyznaczone zakłady obróbki termicznej bez żadnego uzasadnionego powodu nie stosują się do nakazu japońskich organów ds. zdrowia zwierząt dotyczącego środków naprawczych w odniesieniu do naruszeń.

(5) Jeżeli wyznaczone zakłady obróbki termicznej nie eksportują poddanego obróbce termicznej mięsa drobiowego i produktów mięsnych do Japonii przez dwa lata od zatwierdzenia zakładów, japońskie organy ds. zdrowia zwierząt potwierdzają, że właściwe organy kraju eksportującego zgadzają się na wykreślenie zakładów z listy zatwierdzonych zakładów obróbki

termicznej. Jeżeli zakłady zostaną wykreślone z listy i nie kwalifikują się już do eksportu produktów do Japonii, japońskie organy ds. zdrowia zwierząt przesyłają do właściwego organu kraju eksportującego oficjalne pismo potwierdzające ten fakt.
(6) O ile nie określono inaczej w punktach (1)-(5), jeżeli stwierdzono, że zatwierdzone zakłady obróbki termicznej naruszają wymogi w zakresie zdrowia zwierząt i takie naruszenia powodują lub mogą spowodować poważną szkodę w odniesieniu do zdrowia zwierząt.

(Warunki pakowania i przechowywania)
23. Właściwe organy kraju eksportującego muszą zapewnić, aby poddane obróbce termicznej mięso drobiowe i produkty mięsne zostały zapakowane w bezpieczne i higieniczne materiały, pakowane produkty znajdowały się w czystych pudełkach z nazwą i numerem zatwierdzenia zatwierdzonego zakładu obróbki termicznej umieszczonymi na powierzchni pudełek, a pudełka nie były otwierane przed eksportem.

24. Właściwe organy kraju eksportującego muszą zapewnić, że poddane obróbce termicznej mięso drobiowe i produkty mięsne, przeznaczone na eksport do Japonii, są przechowywane w czystych i higienicznych opakowaniach i/lub pojemnikach oraz że postępuje się z nimi w taki sposób, aby zapobiec zanieczyszczeniu patogenami jakichkolwiek chorób zakaźnych zwierząt przed wysyłką.

(Warunki transportu)
25. W przypadku gdy poddane obróbce termicznej mięso drobiowe i produkty mięsne transportowane są do Japonii przez terytorium innych krajów, poddane obróbce termicznej mięso drobiowe i produkty mięsne przeznaczone na eksport do Japonii muszą spełniać następujące wymogi:
(1) Poddane obróbce termicznej mięso drobiowe i produkty mięsne, przeznaczone na eksport do Japonii, muszą być zapakowane w szczelny kontener.
(2) Kontener musi zostać zaplombowany przez właściwe organy kraju eksportującego.
(3) Plomba musi wyraźnie odróżniać się od plomby innych krajów.

26. Jeżeli podczas kontroli po przybyciu do Japonii okaże się, że plomba określona w art. 25 została celowo złamana lub odpadła itp. eksportowane poddane obróbce termicznej mięso drobiowe i produkty mięsne mogą zostać objęte zakazem importu do Japonii.

(Inne)
27. W przypadku potwierdzenia ogniska NAD właściwe organy kraju eksportującego muszą jak najszybciej przekazać japońskim organom ds. zdrowia zwierząt odpowiednie informacje.

28. Poddane obróbce termicznej mięso drobiowe i produkty mięsne przeznaczone na eksport z

Rzeczypospolitej Polskiej do Japonii, nie podlegają ograniczeniom eksportowym ze strony Japonii w odniesieniu do ogniska HPAI w kraju eksportującym.

(Certyfikacja właściwych organów kraju eksportującego)

29. Właściwe organy kraju eksportującego muszą wydać świadectwa kontroli dla całości poddanego obróbce termicznej mięsa drobiowego i produktów mięsnych, przeznaczonych na eksport do Japonii, z podaniem następujących pozycji w języku angielskim:

(1) Zgodność z każdym wymogiem art. 3-7, art. 23 i 24.

(2) Nazwa, adres i numer zatwierdzenia zatwierdzonych rzeźni i zatwierdzonych zakładów przetwórczych.

(3) Nazwa, adres i numer zatwierdzenia zatwierdzonych zakładów obróbki termicznej.

(4) Daty uboju, przetwarzania i obróbki termicznej.

(5) Numer identyfikacyjny plomby kontenera (w przypadku transportu przez terytorium krajów trzecich).

(6) Data i nazwa portu załadunku.

(7) Data i miejsce wydania świadectwa kontroli oraz nazwisko i tytuł osoby podpisującej świadectwo.

Załącznik 1

Standard zatwierdzenia

1. Zatwierdzone zakłady produkcyjne muszą zostać podzielone na strefę czynności przed przeprowadzeniem obróbki termicznej, która jest przeznaczona dla surowców i strefę czynności po przeprowadzeniu obróbki termicznej, który jest przeznaczony wyłącznie do obróbki produktów po przeprowadzeniu obróbki termicznej (zwanych dalej produktami poddanymi obróbce termicznej).

2. Strefa czynności po przeprowadzeniu obróbki termicznej musi być odizolowany od strefy czynności przed przeprowadzeniem obróbki termicznej, z wyjątkiem struktury penetracyjnej urządzeń do obróbki termicznej.

3. Zatwierdzone zakłady posiadają urządzenia do pomiaru i rejestrowania rzeczywistej temperatury i czasu obróbki termicznej, a strefa czynności po przeprowadzeniu obróbki termicznej posiada urządzenia do pomiaru i rejestrowania czasu jej trwania i temperatury wewnątrz produktów.

4. Strefa czynności po przeprowadzeniu obróbki termicznej musi być odseparowana od strefy zewnętrznej i gdy produkty zostaną przekazane do strefy czynności po przeprowadzeniu obróbki termicznej za pośrednictwem urządzeń do obróbki termicznej, nie można ich wynosić na zewnątrz strefy czynności po przeprowadzeniu obróbki termicznej, dopóki nie zostaną umieszczone w pudełku i załadowane na pojazd w celu wysyłki, aby zapobiec ponownemu skażeniu, i w tym celu strefa czynności po przeprowadzeniu obróbki termicznej wymaga różnych urządzeń niezbędnych do przeprowadzania procesów po przeprowadzeniu obróbki termicznej, takich jak chłodzenie, kontrola typu wykrywanie metali, pakowanie i przechowywanie.

5. Strefa czynności przed przeprowadzeniem obróbki termicznej i strefa czynności po przeprowadzeniu obróbki termicznej muszą posiadać pracowników przydzielonych do każdej strefy, a przepływ pracowników musi być całkowicie oddzielony, a w tym celu strefa czynności przed przeprowadzeniem obróbki termicznej i strefa czynności po przeprowadzeniu obróbki termicznej muszą posiadać indywidualne urządzenia dla pracowników każdej strefy, takie jak wejście i wyjście, szatnia itp., aby zapobiec zanieczyszczeniu krzyżowemu.

6. Podłogi, ściany i sufity muszą być gładkie i łatwe do czyszczenia; podłogi muszą być wykonane z nieprzepuszczalnego materiału, prawidłowo nachylone i wyposażone w system odpływu ścieków oraz muszą być łatwe do dezynfekowania.

7. Wyznaczone zakłady obróbki termicznej muszą być wyposażone w urządzenia do odkażania,

jak również urządzenia do zaopatrzenia w wodę, które mogą dostarczać odpowiednią ilość wody do czyszczenia.

8. Wyznaczone zakłady obróbki termicznej muszą wprowadzić Standardowe Procedury Operacyjne (SPO) w celu zapobiegania występowaniu zagrożeń sanitarnych i zapewnienia właściwej jakości podczas cyklu czynności przed przeprowadzeniem obróbki termicznej, obróbki termicznej oraz czynności po przeprowadzeniu obróbki termicznej.

9. Należy oddelegować personel, który nadzoruje przestrzeganie wprowadzonych Standardowych procedur Operacyjnych określonych w art. 8.

Załącznik 2

Wymogi dotyczące stosowania przepisu art. 10

1. Japońskie organy ds. zdrowia zwierząt przeprowadzają audyt obowiązującego w kraju eksportującym systemu zatwierdzania i nadzoru zakładów oraz potwierdzają następujące kwestie:
(1) w kraju eksportującym obowiązują przepisy określające programy zatwierdzania i nadzorowania zakładów.
(2) programy, o których mowa w (1), są zgodne z niniejszymi wymogami w zakresie zdrowia zwierząt.
(3) zakłady spełniają wymogi w zakresie zdrowia zwierząt.
(4) nie stwierdzono naruszeń niniejszych wymogów w zakresie zdrowia zwierząt lub programu, o którym mowa w (1) w odniesieniu do produktów eksportowanych do Japonii w ciągu ostatnich 2 lat.

2. Właściwe organy kraju eksportującego przestrzegają następujących kwestii;
(1) właściwe organy kraju eksportującego muszą powiadomić japońskie organy ds. zdrowia zwierząt w przypadku korekty/zmiany przepisów wymienionych w (1).
(2) na wniosek japońskich organów ds. zdrowia zwierząt właściwe organy kraju eksportującego muszą przekazać informacje i/lub dane zakładów i/lub programy wymienione w (1).
(3) właściwe organy kraju eksportującego muszą otrzymać raport z audytu od japońskich organów ds. zdrowia zwierząt.

Załącznik 3

Procedury wydawania zezwoleń na modyfikację zatwierdzonych zakładów obróbki termicznej

1. Jeżeli zatwierdzone zakłady obróbki termicznej zamierzają dokonać modyfikacji, właściwe organy kraju eksportującego muszą przedłożyć japońskim organom ds. zdrowia zwierząt szczegółowe informacje dotyczące planu przebudowy, włączając w to okres budowy, co najmniej jeden miesiąc przed rozpoczęciem budowy, oraz uzyskać zezwolenie od japońskich organów ds. zdrowia zwierząt.

2. Modernizacja oznacza przebudowę, rozbudowę i/lub inne zmiany zatwierdzonych zakładów obróbki termicznej, które dotyczą standardu wyznaczenia w Załączniku 1. Przykłady modernizacji podano poniżej. Niniejszemu Załącznikowi podlegają nawet tymczasowe zmiany związane ze standardem zatwierdzenia wprowadzone podczas procesu modernizacji.

〔Przebudowa〕

(1) Przebudowa dotycząca urządzeń do obróbki termicznej (zwiększenie lub zmniejszenie liczby urządzeń, sposób obróbki termicznej itp.).

(2) Przebudowa dotycząca oddzielenia strefy czynności przed przeprowadzeniem obróbki termicznej od strefy czynności po przeprowadzeniu obróbki termicznej.

(3) Przebudowa ściany wewnętrznej (z wyjątkiem ściany oddzielającej strefę czynności przed przeprowadzeniem obróbki termicznej i strefę czynności po przeprowadzeniu obróbki termicznej), której towarzyszy zmiana dróg przemieszczania się pracowników i/lub dróg przepływu surowców i/lub produktów.

(4) Przebudowa ściany zewnętrznej.

(5) Przebudowa, połączona ze zmiana użytkowania strefy w zatwierdzonym zakładzie obróbki termicznej.

〔Rozbudowa〕

(1) Rozbudowa obejmująca budowlę, która nie jest całkowicie niezależna od wyznaczonej strefy.

(2) Rozbudowa obejmująca budowlę, o takim samym numerze WNI, nazwie, adresie itp. co zatwierdzony zakład obróbki termicznej.

3. Właściwe organy kraju eksportującego muszą zawiesić eksport poddanego obróbce termicznej mięsa drobiowego i produktów mięsnych, które zostały wyprodukowane w zatwierdzonych zakładach obróbki termicznej (lub w części zakładów) po rozpoczęciu modyfikacji zakładu.

4. Po zakończeniu modyfikacji zakładu właściwe organy kraju eksportującego muszą przedłożyć japońskim organom ds. zdrowia zwierząt raporty końcowe, włączając w to rzeczywisty okres budowy, rzut oraz zdjęcia zmodyfikowanych stref. Po otrzymaniu raportów końcowych japońskie organy ds. zdrowia zwierząt mogą przeprowadzić kontrolę na miejscu w zatwierdzonych zakładach obróbki termicznej. Na podstawie wyników kontroli na miejscu i/lub raportu końcowego japońskie organy ds. zdrowia zwierząt zezwalają zatwierdzonym zakładom obróbki termicznej (lub części zakładów) na produkcję poddanego obróbce termicznej mięsa drobiowego i produktów mięsnych przeznaczonych na eksport do Japonii.

5. W przypadku art. 4 japońskie organy ds. zdrowia zwierząt przeprowadzają w zakładach kontrolę na miejscu, na koszt kraju eksportującego.

6. W przypadku gdy japońskie organy ds. zdrowia zwierząt potwierdzą, że warunki określone w Załączniku 2 są całkowicie spełnione, jako substytut przepisu art. 4, właściwe organy kraju eksportującego mogą przeprowadzić kontrole na miejscu, zgłosić wyniki japońskim organom ds. zdrowia zwierząt i znieść zawieszenie eksportu na podstawie art. 3.

7. W przypadku zgłoszenia poważnych naruszeń wymogów w zakresie zdrowia zwierząt japońskie organy ds. zdrowia zwierząt mogą zakończyć stosowanie art. 6.

Załącznik 4

Dodatkowe wymogi w zakresie zdrowia zwierząt w odniesieniu do wykorzystujących osłonki naturalne produktów mięsnych przeznaczonych na eksport z Rzeczypospolitej Polskiej do Japonii

W przypadku, gdy osłonki pozyskano z bydła, owiec i kóz;

1. Osłonki pozyskiwane są ze zwierzęcia urodzonego i wyhodowanego w krajach innych niż kraje wymienione w poniższym linku.
http://www.maff.go.jp/aqs/english/news/bse.html

2. W przypadku gdy osłonki do produkcji produktów mięsnych przeznaczonych na eksport pochodzą z UE, należy potwierdzić, że osłonki pozyskano ze zwierząt uznanych w wyniku badań przed- i poubojowych przeprowadzonych przez oficjalnych inspektorów rządu krajowego Państw Członkowskich UE za wolne od jakichkolwiek chorób zakaźnych zwierząt. W przypadku gdy osłonki przeznaczone do produkcji produktów mięsnych przeznaczonych na eksport są importowane spoza UE, muszą one zostać uznane, w wyniku kontroli importowej przeprowadzonej przez urzędowych inspektorów rządu krajowego Państw Członkowskich UE lub potwierdzenia świadectw zdrowia wydanych przez rząd pochodzenia, za wolne od jakichkolwiek oznak chorób zakaźnych zwierząt.

3. Osłonki były przetwarzane wyłącznie w zakładach zatwierdzonych (zwanych dalej „zatwierdzonymi zakładami produkcji osłonek") przez właściwe organy kraju eksportującego jako zakłady przetwarzające wyłącznie osłonki zalecane w pkt 1 i 2. (W przypadku importu osłonek z krajów trzecich przepis ten musi mieć zastosowanie do zakładów przetwórstwa mięsnego w krajach eksportujących).

4. Organy ds. zdrowia zwierząt z kraju eksportującego muszą wcześniej poinformować japońskie organy ds. zdrowia zwierząt o nazwie, adresie, numerze rejestracyjnym zatwierdzonych zakładów produkcji osłonek.

5. Organy ds. zdrowia zwierząt kraju eksportującego muszą wydać świadectwa kontroli wykorzystujących osłonki produktów mięsnych przeznaczonych na eksport do Japonii, z podaniem następujących pozycji w języku angielskim:

(1) Pozycja 1 i 2
(2) Rodzaj osłonek (naturalne), kraj pochodzenia i gatunki zwierząt pochodzenia
(3) Nazwa, adres i numer rejestracyjny zatwierdzonych zakładów produkcji osłonek

W przypadku, gdy osłonki pochodzą ze świń;

1. W przypadku gdy osłonki do produkcji produktów mięsnych przeznaczonych na eksport pochodzą z UE, należy potwierdzić, że osłonki pozyskano ze zwierząt uznanych w wyniku badań przed- i poubojowych przeprowadzonych przez oficjalnych inspektorów rządu krajowego Państw Członkowskich UE za wolne od jakichkolwiek chorób zakaźnych zwierząt. W przypadku gdy osłonki przeznaczone do produkcji produktów mięsnych przeznaczonych na eksport są importowane spoza UE, muszą one zostać uznane, w wyniku kontroli importowej przeprowadzonej przez urzędowych inspektorów rządu krajowego Państw Członkowskich UE lub potwierdzenia świadectw zdrowia wydanych przez rząd pochodzenia, za wolne od jakichkolwiek oznak chorób zakaźnych zwierząt.

2. Organy ds. zdrowia zwierząt kraju eksportującego muszą wydać świadectwa kontroli wykorzystujących osłonki produktów mięsnych przeznaczonych na eksport do Japonii, z podaniem następujących pozycji w języku angielskim:
(1) Pozycja 1.
(2) Rodzaj osłonek (naturalne), kraj pochodzenia