
Estudio de Mercado de Mejillones en Japón

Mayo 2012

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Japón

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	4
1. Arancel General: 9.60%	4
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):	5
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	5
4. Otros Impuestos:	6
5. Barreras Para – Arancelarias	6
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	6
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	6
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	7
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	8
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	9
1. Estadísticas 2011	9
2. Estadísticas 2010	9
3. Estadísticas 2009	10
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	10
1. Potencial del producto	10
1.1. Formas de consumo del producto	11
1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)	13

1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).	13
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.	14
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.	14
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución</i>	14
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i>	15
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i>	19
<i>IX. Características de Presentación del Producto</i>	20
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i>	21
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto</i>	21
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i>	22

PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:
1605.53

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:
Cholga, choritos y choros, preparados o conservados.

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

Statistical code		Description
H.S. code		
1605.53		Mussels
	10	- In airtight containers
	90	- Other

Fuente: Japan Customs

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL: 9.60%

Statistical code		Description	Tariff rate				
H.S. code			General	Temporary	WTO	GSP	LDC
1605.53		Mussels	9.60%		(9.60%)	7.20%	Free
	10	- In airtight containers					
	90	- Other					

Fuente: Japan Customs

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (*):

El arancel para los productos 1605.5310 y 1605.5390 son del 3.30%.

Statistical code		Description	Tariff rate (EPA)
H.S. code			Chile
1605.53		Mussels	
	10	- In airtight containers	3.30%
	90	- Other	3.30%

Fuente: Japan Customs

Desgravación anual para mejillones chilenos en el mercado japonés.

Código	CHILE					
	2012/04/01	2013/04/01	2014/04/01	2015/04/01	2016/04/01	2017/04/01
160553010	3.30%	2.60%	2.00%	1.30%	0.70%	Free
160553090	3.30%	2.60%	2.00%	1.30%	0.70%	Free

Fuente: Japan Customs

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Acuerdo de Asociación Económica de Japón los siguientes países poseen arancelarias ventajosas.

1605.53.10

- México 0% - Tailandia 0% - Perú 0%
- Filipinas 1,2% (A partir de Abril 2013, se aplicará 0%)
- ASEAN (Se mantiene en 5,0% a partir de Abril 2018)

Código	ASEAN						
	2012/04/0	2013/04/0	2014/04/0	2015/04/0	2016/04/0	2017/04/0	2018/04/0
	1	1	1	1	1	1	1
160553010	7,5%	7,1%	6,7%	6,3%	5,8%	5,4%	5,0%

1605.53.90

- Singapur 0% - México 0% - Malasia 0% - Tailandia 0% - Vietnam 0% - Perú 0%
- Brunei 1,6% (A partir de Abril 2013, se aplicará 0%)
- Filipinas 1,2% (A partir de Abril 2013, se aplicará 0%)
- ASEAN 1, 6% (desde abril de 2013, se aplicará un 0%)

Código	ASEAN						
	2012/04/01	2013/04/01	2014/04/01	2015/04/01	2016/04/01	2017/04/01	2018/04/01
	1	1	1	1	1	1	1
160553090	1,6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

- India

Código	INDIA				
	2012/04/01	2013/04/01	2014/04/01	2015/04/01	2016/04/01
160553090	5,9%	5,2%	4,6%	3,9%	3,3%
	2017/04/01	2018/04/01	2019/04/01	2020/04/01	2021/04/01
	2,6%	2,0%	1,3%	0,7%	0%

4. OTROS IMPUESTOS:

Impuesto al consumo (CIF + Custom Duty) x 5%

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

No hay



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

La importación de mejillones está regida por las siguientes normas. Food Sanitation Act y The Customs Act

Food Sanitation Act (Ministry of Health, Labour and Welfare)

Al importar productos de mar, se aplica la ley Food Sanitation Law para garantizar el buen estado y calidad del producto. Las prohibiciones de importación pueden ser impuestas a los alimentos en el caso de que el producto supera los límites de residuos o presencia de micotoxinas aprobados en Japón.

<http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail/?id=12&vm=04&re=01&new=1>

The Customs Act

The Customs Act, prohíbe el etiquetado que falsifica el origen de los contenidos.

2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

Se deben cumplir las siguientes normas:

Food Sanitation Act

Las ventas de los productos que contienen sustancias nocivas o tóxicas o con la falta de higiene están prohibidas. Las ventas de pescados y mariscos en los envase están sujetos al etiquetado obligatorio bajo de esta ley.

<http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail/?id=12&vm=04&re=01&new=1>

Product Liability Act

Se refiere a la responsabilidad de los fabricantes e importadores por daños a los consumidores en asociación con defectos de los productos.

<http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail/?id=86&vm=04&re=02>

Act on Specified Commercial Transactions

Regula las ventas por internet, mail-order, telemarketing etc. cuyo objetivo es proteger el interés de los consumidores.

<http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S51/S51HO057.html>

Act on the Promotion of Sorted Garbage Collection and Recycling of Containers and Packaging

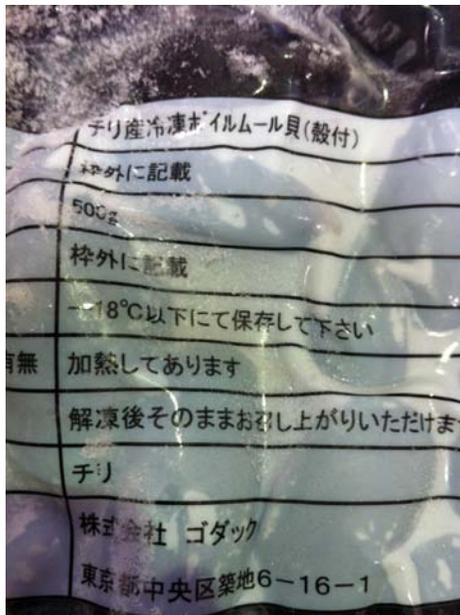
Al vender productos en envases de papeles, plásticos u otros materiales están sujetos a cumplir esta ley para promover el reciclaje de los recursos.

<http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail/?re=02&ky=%E4%BE%A1%E6%A0%BC&page=20&la=01>

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)

El etiquetado debe ser en idioma japonés, con la siguiente información.

- 1) Nombre del producto
- 2) Ingredientes
- 3) Contenido
- 4) Fecha de vencimiento
- 5) Método de almacenamiento
- 6) País de origen
- 7) Nombre y dirección de importador
- 8) Material de envase



Ejemplo de etiquetado

Ejemplos de etiquetas del material del paquete



Aluminio



PET



Plástico



Papel

IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

160590.294 Other Molluscs ¹

A partir del 2012, el producto mejillón preparado o en conserva tiene su propio código arancelario: 1605.53.

1. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad (KG)	Monto (Millones US\$)	% Participación en el Mercado
China	30.426.017	160,842	69,60
Vietnam	4.448.715	28,760	12,45
Thailand	945.834	6,743	2,92
Chile (4)	818.774	2,934	1,27
Subtotal	36.639.340	199,279	86,24
Total	40.284.853	231,100	100,00

2. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (KG)	Monto (Millones US\$)	% Participación en el Mercado
China	29.923.453	140,704	67,29
Vietnam	4.604.614	23,805	11,39
Thailand	1.282.731	8,366	4,00
Chile (9)	487.506	1,910	0,91
Subtotal	36.298.304	174,785	83,59
Total	40.678.736	209,094	100,00

¹ Nota: Hay que considerar que hasta el año 2011 la glosa arancelaria y por ende las cifras incorporaban todos los otros moluscos como un solo grupo, siendo los mejillones una parte de ellos. No existen cifras desagregadas a esa fecha.

3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (KG)	Monto (Millones US\$)	% Participación en el Mercado
China	26.545.398	129,308	67,97
Vietnam	4.529.819	21,741	11,43
Thailand	1.249.958	7,143	3,76
Chile (10)	226.684	0,802	0,42
Subtotal	32.551.859	158,994	83,58
Total	36.746.266	190,238	100,00

V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Actualmente los mejillones en Japón se consumen en platos tradicionales de occidente y principalmente en comida española como Mejillones al vapor con vino blanco, al alioli, con salsa de tomate, en paellas, etc y en los restaurantes italianos con pastas de salsa pescatore, mejillón con aceite de oliva, etc.

También se ha extendido su consumo a distintos restaurantes de comida gastronómica occidental que en su menú incluyen pastas y comidas mediterráneas.

El crecimiento de los restaurantes y bares españoles y la variedad gastronómica italiana y mediterránea en Japón, potenció el crecimiento del consumo del mejillón en estos últimos años. Esto acompañado de la buena calidad y competitividad de precio que posee el mejillón chileno permitió que se posicionara como uno de los principales proveedores.

La población joven japonesa es más propensa a las nuevas comidas y recetas y una parte de ellas sienten un fanatismo y amor por la cultura europea.

Aún hay muy pocas o casi no existen recetas de comida japonesa con mejillones. Esto permite visualizar un gran potencial y creciente demanda, para lo que es necesario crear recetas que se adapten a los gustos japoneses inclusive crear platos hits con moluscos como lo que sucede con la ostra frita, "Kaki frai" en japonés, comida ya posicionada dentro de la dieta nipona.



Fuente: F2C, Internet

Dentro del mercado japonés se puede adquirir mejillones del tipo “Blue Shell” de Canadá, China, Corea, Irlanda y muy poco de Francia y “Green Shell” de Nueva Zelanda. En el caso del Mejillón “Green Shell” se comercializa con precios en promedio más altos que el “Blue Shell” y se utiliza en los hoteles y restaurantes de alto nivel.

Se estima también que hay una potencialidad en la gastronomía francesa en platos como “Moules à la Marinière” y en restaurantes coreanos, esta con una expansión mayor de 2000 locales por todo el país y platos como la sopas de mejillón.

También es importante destacar que los productos del mar de origen chileno se encuentran bien posicionados dentro de los importadores, distribuidores y retails, creándose un lazo de confianza para su comercialización.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Se consume principalmente en el sector gastronómico, en las comida española, italiana, francesa, mediterránea, y en restaurantes de comida occidental.

Actualmente la oferta del producto en tiendas retail es limitada. Son algunos supermercados², dirigidos a extranjeros, donde venden pack congelados o en cajas, saborizados con ajo y mantequilla, listo para cocinar en 6 minutos.

² NISSIN <http://www.nissinham.co.jp/nwd/>
 NATIONAL AZABU http://www.national-azabu.com/e_index2.php
 KINOKUNIYA <http://www.super-kinokuniya.jp/>
 COSTCO JAPAN <http://www.costco.co.jp/eng/index.htm>

En la siguiente foto (izquierda), se muestran los mejillones de origen irlandés listos para cocinar y en la foto de la derecha, los mejillones congelados de Chile, los 2 productos están a la venta en el supermercado NISSIN.



Fuente: Prochile Japón

En este año, una de las principales cadenas de supermercados de Japón “AEON” comenzó a comercializar mejillones chilenos en el formato listo para cocinar y saborizados con ajo y mantequilla.



Fuente: Prochile Japón

En el caso de AEON, nos indica uno de los importadores, que les han solicitado, realizar degustaciones, ya que de parte del consumidor final hay muy poco conocimientos del producto y su forma de cocinarlo.

1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

Actualmente para el mercado la nueva forma de consumo es en formato en caja y listo para cocinar, saborizados con mantequilla y ajo, ya aplicado por el proveedor chileno y por otros países productores.

Caja del mejillón chileno en el Supermercado COSTCO



Fuente: Prochile Japón

Por otra parte, la comercialización vía internet en Japón es muy común, pudiendo adquirir los mejillones en portales de ventas como Rakuten <http://www.rakuten.co.jp/> , Yahoo Shopping <http://shopping.yahoo.co.jp/> . En Supermercados online como Itoyokado <https://www.iy-net.jp/>, AEON <https://netsuper.aeon.jp/home/top.aspx>, entre otros.

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

En conversación con algunos de los principales importadores de mejillón para Japón, nos destacaron el notable crecimientos del producto chileno en estos últimos 3 años, como también la buena aceptación de parte de sus clientes.

Destaca el buen sabor del “Juice ON” del producto y la mejor tecnología de parte del proveedor chileno que permite no entregar el producto con la concha dañada, lo que se diferencia con la calidad de color y estado de la concha de los mejillones de China.

Coinciden los importadores en que la demanda creció gracias al aumento de la gastronomía española, italiana y comida occidental en Japón y que requiere educar al consumidor final incorporando recetas relacionadas con la cocina japonesas y así satisfacer necesidades de otros segmentos de mercado, que aún no se incorporan al consumo de este producto.

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

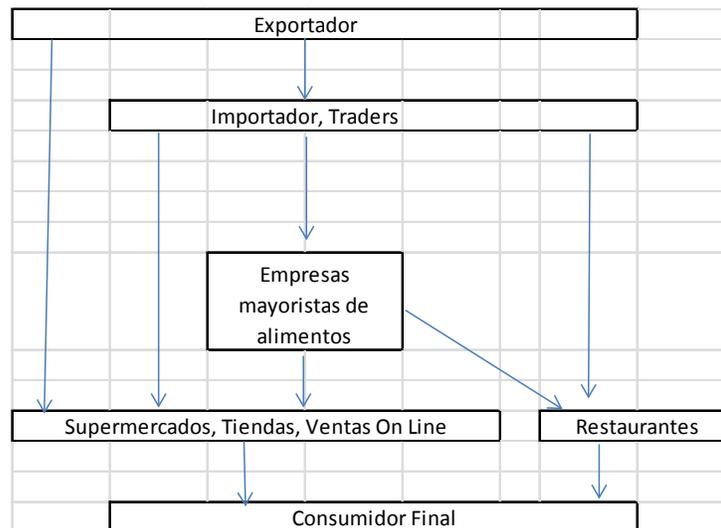
Los mejillones se consumen durante todo el año ya que gran parte se importa en forma congelada.

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Se destacan las principales grandes ciudades de Japón, donde hay una variedad de restaurantes occidentales y supermercados para extranjeros, como por ejemplo, Tokio, Yokohama, Osaka, Nagoya, Kobe, Fukuoka, Sendai, Sapporo, etc.

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La cadena de distribución es tradicional, pero se puede destacar que algunas cadenas de supermercados, como AEON, Itoyokado, Seiyu, etc., han comenzado a importar algunos productos de forma directa.



Fuente: Prochile Japón

VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Según World Trade Atlas el precio CIF de importación del producto chilenos para Japón, es de 3.58 USD el kilo (2011).

Nota: Hay que considerar que hasta el año 2011 la glosa arancelaria y por ende las cifras incorporaban todos los moluscos como un solo grupo, siendo los mejillones una parte de ellos. No existen cifras desagregadas a esa fecha.



Supermercado AEON

Mejillones listo para cocinar 450 g. x Caja

398 Yenes (Aprox. 4,98 USD)

Origen: Chile

*1



Supermercado COSTCO JAPAN

Mejillones listos para cocinar 450g. x 2 cajas,

638 Yenes (Aprox. 7,98 USD)

Origen: Chile

*2

*1, *2 Fuente: Prochile Japón



Supermercado COSTCO JAPAN

Mejillones frescos 1 kg.

1380 Yenes (Aprox. 17,25 USD)

Origen: Australia

*3



Supermercado NISSIN

Mejillones listo para cocinar 450 g. x Caja,

1180 Yenes (Aprox. 14,75 USD)

Origen: Irlanda

*4

*3, *4 Fuente: Prochile Japón

EBI NO TOKUSHO

<http://item.rakuten.co.jp/tokushou/001209-3/>

Ventas Online, Rakuten

Mejillones congelados x bolsa de 1 kg.,

1270 es (15,88 USD)

Origen: Irlanda

*5



*5 Fuente: Rakuten



EBI NO TOKUSHO

<http://item.rakuten.co.jp/tokushou/001209-1/>

Ventas Online, Rakuten

Mejillones congelados x bolsa de 500 g.,

680 yenes (8,5 USD)

Origen: Chile

*6



HISHOKUZAISHITU

<http://item.rakuten.co.jp/hi-syokuzaishitu/202125/>

Ventas Online, Rakuten

Mejillones congelados x bolsa de 900 g,

1150 yenes (14,38 USD)

Origen: Canada

*7



HISHOKUZAISHITU

<http://item.rakuten.co.jp/inomaru-hh2009/10000002/#10000002>

Ventas Online, Rakuten

Mejillones fresco y silvestre x 1kg.,

1200 yenes (15 USD)

Origen: Prefectura de Aichi, Japón

*8

*6,*7,*8 Fuente: Rakuten



WORLD SELECTION

<http://item.rakuten.co.jp/world-selection/698931/>

Ventas Online, Rakuten

Mejillones congelados x 2 bolsas de 500 g.,

1200 yenes (15 USD)

Origen: Corea

*9



KIMURA SHOTEN

<http://item.rakuten.co.jp/meidoaomori/t-panagai-1kg/>

Ventas Online, Rakuten

Mejillones "Green Shell" half Shell, congelados x bolsa de 1kg.,

1500 yenes (18.75 USD)

Origen: Nueva Zelanda

*10



OTOKONODAIKORO

<http://item.rakuten.co.jp/otokonodaidokoro/ss-ar-33-001/>

Ventas Online, Rakuten

Mejillones AOC refrigerados x bolsa de 1.4kg, via air,

4800 yenes (60 USD)

Origen: Francia

*11

*9,*10 *11 Fuente: Rakuten



*12 Fuente: SAGAMI FOODS

SAGAMI FOODS

<http://www.mart.co.jp/search/cate.cgi?type=buybuy&id=sagami&num=255>

Mejillones pelados refrigerados x bolsa de 1kg.,

850 yenes (10,63 USD)

Origen: China

*12

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

No se destacan campañas de promoción por otros países, pero Las cadenas de supermercados AEON y COSTCO realizan degustaciones para aumentar el consumo del producto, como también las marcas de cervezas como ASAHI Breweries, presentan platos de comida que acompañen bien a la cerveza.



Fuente: ASAHI Breweries

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Se destacan 2 tipos

CAJA, listo para cocinar (*11)

1)



2) En Paquete de 500g. hervido y congelado (*12)



*12 *13, Fuente: Prochile Japón

X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

En el mercado japonés se estima que el crecimiento actual se debe a la expansión del sector gastronómico occidental y se está percibiendo una potencial demanda de parte del consumidor común adquiriéndolo vía retail. Además de lo anterior, la incorporación de este producto a las recetas japonesas es otro elemento que puede potenciar su consumo.

Para esto se requiere una promoción enfocada en los siguientes puntos,

- 1) Promoción de la marca de Mejillones de Chile
- 2) Apoyo a los importadores actuales en la promoción
- 3) Mayor promoción hacia los distribuidores y retails
- 4) Participación en Ferias para la promoción del uso del producto
- 5) Eventos de cooking, actividades en hoteles
- 6) Creación de recetas que se adapten a la comida japonesa
- 7) Educación de uso y promoción con degustación en los puntos de ventas finales
- 8) Campañas de publicidad en medios de prensa escrita, radial y televisivo

Estas actividades son necesarias para consolidar el producto chileno y satisfacer las necesidades de segmentos de mercados emergentes y se verán apoyadas además por la rebaja de los aranceles al producto chileno, lo que debería implicar una demanda creciente en el tiempo.

XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Japan International Seafood & Technology Expo
 Dos veces por año, Tokio y Osaka
http://www.exhibitiontech.com/seafood/e_tokyo_index.html

Foodex Japan
 Anual, Zona de Tokio
<http://www.jma.or.jp/foodex/>

Supermarket Trade Show
Anual, Tokio
<http://www.smts.jp/>

The World Food and Beverage Great Expo
Anual, Tokio
<http://fabex.jp/2012/outline/fabex.html>

Gourmet and Dining Style Show
Dos veces por año, Tokio
<http://www.gourmetdiningstyleshow.com/12gds/index.htm>

XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Ministry of Health, Labour and Welfare

<http://www.mhlw.go.jp/>

Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries

<http://www.maff.go.jp/>

Ministry of Environment

<http://www.env.go.jp/>

Ministry of Economy, Trade and Industry

<http://www.meti.go.jp/>

Consumer Affairs Agency

<http://www.caa.go.jp/en/>

Documento Elaborado por:

Herman Beck, Director ProChile Tokio hbeck@prochile.gob.cl

Kentaro Hara, Asistente ProChile Tokio hkentaro@prochile.gob.cl

Emiko Kishi, Asistente ProChile Tokio ekishi@prochile.gob.cl