



Kauppan esteet
Japani ja Korea

Ari Virtanen, 4.5.2023

Tulli ja vapaakauppasopimus

- Japanin ja Korean kanssa EU:lla on vapaakauppasopimus
- Suurin osa tullimaksuista on jo 0% ja loputkin tullit alenevat
- Joissain tuotteissa tulli pysyy korkeana, esim. Koreassa hunaja, kaurahiutale, riisi, mallas, juusto, mutta niissä on quota systeemi
 - Aina on mahdollisuus myydä ja löytää kiertotie
- Vapaakauppasopimukset helpottavat myös muita kaupanesteitä
 - Varsinkin Japani on avannut suomalaisille eläinperäisten tuotteiden markkinan nopeasti

Jäämät

- **Pestisidi, säteily, aflatoksiini jne raja-arvot ovat tiukkoja Japanissa ja Koreassa**
- Japani yleensä edellä ja Korea seuraa
- Suomalaisia koskettaa radioaktiivisuus (100 bq vs 600 bq) sienet, mustikka
- Japanissa rajat kymmenille uusille pestisideille ja esim. Uusi-Seellannin Manuka hunaja on jo vaikeuksissa glyphosate (round-up) rajan takia 0.01 vs 0.1 mg/kg. Useat NZ valmistajat testaavat kaikki Japanin vientierät.
- Voi olla kilpailuetu Suomelle

Pakkausmerkinnät

- Väittämät on kielletty, jollei niistä ole todistusta; vegan, low sugar jne
- Jotkut sanat on kielletty, esim. natural
- Japanissa hyväksyttiin nimi "Kaikki hauska on hyvää vatsalle" mutta Koreassa ei
- Yleensä tarra toimii ja tarran voi laittaa tullivarastossa Koreassa
- Muita kieliversioita ei saa peittää
- Pienissä pakkauksissa vain ryhmäpakkaus pitää tarroittaa
- Kannattaa käyttää asiantuntijaa

Alkuperämerkinnät

- Suomesta nimisuojustu EU:ssa ainakin vodka, marjalikööri ja sahti, kalakukko, karjalanpiirakka
- Jotkut EU-tuottajat ovat rekisteröineet nimisuojustukset myös Japanissa
- Feta juusto, Kreikka, Viski, Skotlanti, Champagne, Ranska jne
- Bulgaria, Romania rekisteröivät myös tietyn alueen hunajatuotteita
- Suojustuksen merkitys kasvussa: Tuotemerkki, logo, pattern (Marimekko) mutta myös ruoka, jonka suojustu nimi auttaa markkinoinnissa

Japan Green Food 2030

- Useita säädöksiä mm. hävikin pienentämiseen ja 10.6 % pienennys hiilipäästöihin
- Vähentää 20% kemiallisia lannoitteita
- Vähentää 10% tuholaismyrkkyjä
- Luomuviljelyn kolminkertaistaminen
- Tuontiraaka-aineiden sustainability selvitys vaaditaan isoilta maahantuojilta



Ruokamarkkinat
Japani ja Korea

Ari Virtanen, 4.5.2023

Miksi



3. Suurin talous

126 milj. asukasta

39 000 USD / capita

37% Ruokaomavaraisuus

41 mrd USD kuluttajael. tuonti



10. Suurin talous

52 milj. asukasta

35 000 USD / capita

45% Ruokaomavaraisuus

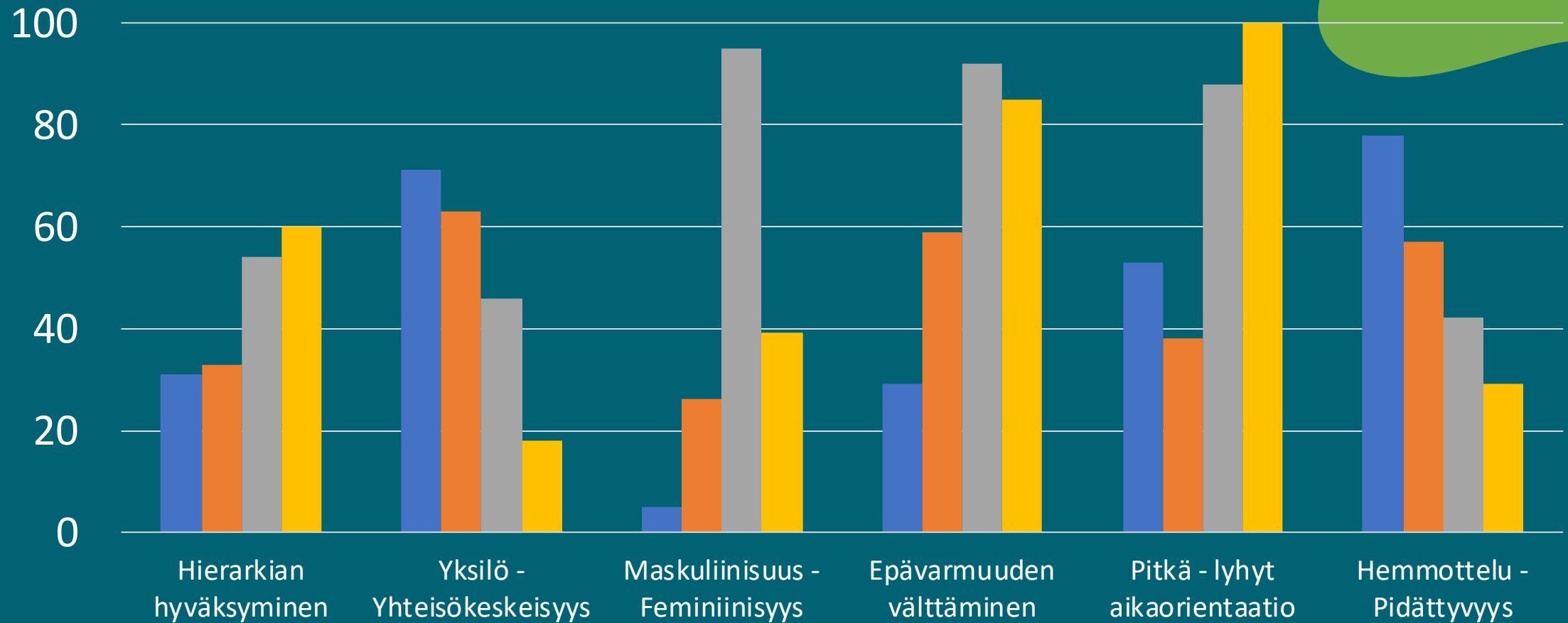
17,3 mrd USD kuluttajael. tuonti

Suomalainen ruoka Japanissa ja Koreassa

- Suomen maine on hyvä Japanissa ja Koreassa, jopa parempi kuin muiden pohjoismaiden
- Norja tunnetaan hyvin kalasta ja raviista
- Suomi ei ole tunnettu ruokamaa, kuten Tanska tai Ruotsi
- Food Nation tutkimuksessa japanilaiset ja korealaiset päättäjät kokivat, että made in Denmark ruoat ovat laadultaan parempia, ympäristöystävällisempiä ja eläinten hyvinvointi otettu paremmin huomioon verrattuna maan omiin tuotteisiin

Kulttuuriset ulottuvuudet, arvot

Ruotsi Suomi Japani Etelä-Korea



Lähde: Hofstede Cultural dimensions

Kuva: Ari Virtanen

Muutos kulutuksessa

- Yhden hengen perheet yleistyvät vauhdilla
- Japanissa ja Koreassa on pitkä työpäivä ja pitkä työmatka
 - Tuotteelta halutaan **helppokäyttöisyyttä, laatua ja yksittäispakkausta**
- Noin puolet 20-30 v. japanilaisista valitsee ulkomaisen luomun mutta yli 60v taas 0% suosii ulkomaisia tuotteita (MAFF)
- MAFF maahantuojien haastattelussa todettiin että luomun suurin este on hinta (87%) mutta vain 6% haluaa edullisemmän hinnan, 34% haluaa pienemmän MOQ:n ja 29% pienemmän pakkauskoon
- Japanissa ja Koreassa on kymmeniä tuhansia pieniä lähikauppoja



Asiakkaiden
laatuhakuisuus 5. 1. 12.

Paikallisen kilpailun
intensiteetti 1. 8. 97.

Myyjien
asiakaslähtöisyys 1. 23. 27.

Paikallisten
toimittajien määrä 1. 14. 78.

Markkinoinnilla
erottuminen 28. 37. 87.

Paikallisten
toimittajien laatu 2. 27. 15.

Referenssejä

- Kaikkiaan yli 500 projekteja, kumppanihakua, B2B tapahtumia, vientiryhmiä ja nykyään enemmän myyntistrategiaa, maahantuontia, intelligence jne
- Ensimmäinen Pohjoismainen B2B tapahtuma Koreassa v. 2015; 40 yritystä Suomesta, Tanskasta, Norjasta ja Ruotsista. Yhteensä yli 400 B2B kokousta.
- Heineken 0.0 Korean Olympialaisiin, maahantuonti
- Suomalainen smoothie Shinsegae premium myymälöihin ja nettikauppaan
- Viking Malt maltaita panimoille
- Kananmunat Hongkongin Starbucks ketjuun

Taylor Farms luumut

- Taylor Brothers Farms on maailman suurin organic prune tuottaja
- Kaksi tehdasta ulkomailla, Koreassa ja Puolassa
- Korean operaatio on JV korealaisten kanssa
- Mehutiiviste tulee Kaliforniasta ja tehdään mehuksi ja pakataan Busanin vapaakauppa-alueella
- California Prune Growers maksaa puolet Korean markkinointikuluista



Kuva: Taylor

Korealainen donut Japaniin

- Takashimaya on yksi suurimpia tavarataloketjuja Japanissa
- Se on perustettu 1831 Kyotossa ja pääkonttori on Osakassa
- Kesäkuussa 2023 on Nagoyassa viikon mittainen Korea-ruokafestivaali
- Vuosittain on ollut mm. brittiläisen ruoan viikko
- Tavaratalo ja japanilainen yritys hoitaa järjestelyt
- Mikäli menestys on hyvä, yrityksellä on mahdollisuus pysyvään paikkaan



Kuvat: Wikipedia