

**EMBAIXADA DO BRASIL EM TÓQUIO**  
**SETOR DE PROMOÇÃO COMERCIAL**

**BOLETIM DE MERCADO**  
**O MERCADO DE BISCOITOS NO JAPÃO**

### *1. Diagnóstico da Categoria*

#### **Códigos do Sistema Harmonizado – SH**

1905.31-000	Bolachas e biscoitos adicionados de edulcorantes
1905.90-312	Outros bolachas e biscoitos
1905.90-322	Bolachas e biscoitos (sem açúcar)

### *2. Importações Japonesas*

No mercado japonês, desde o segundo semestre do ano de 2004 e continuando durante o ano de 2004, o volume de importação de biscoitos populares produzidos no Sudeste Asiático e na América Latina tem aumentado de forma considerável, sendo vendidos em grade escala nas lojas de desconto e nos supermercados. Porém, este fenômeno mostrou-se passageiro, e desde o início de 2004, as vendas começaram a mostrar sinais de queda. Muitos importadores estão optando pela importação de biscoitos de luxo, ou com sabores e embalagens de melhor qualidade.

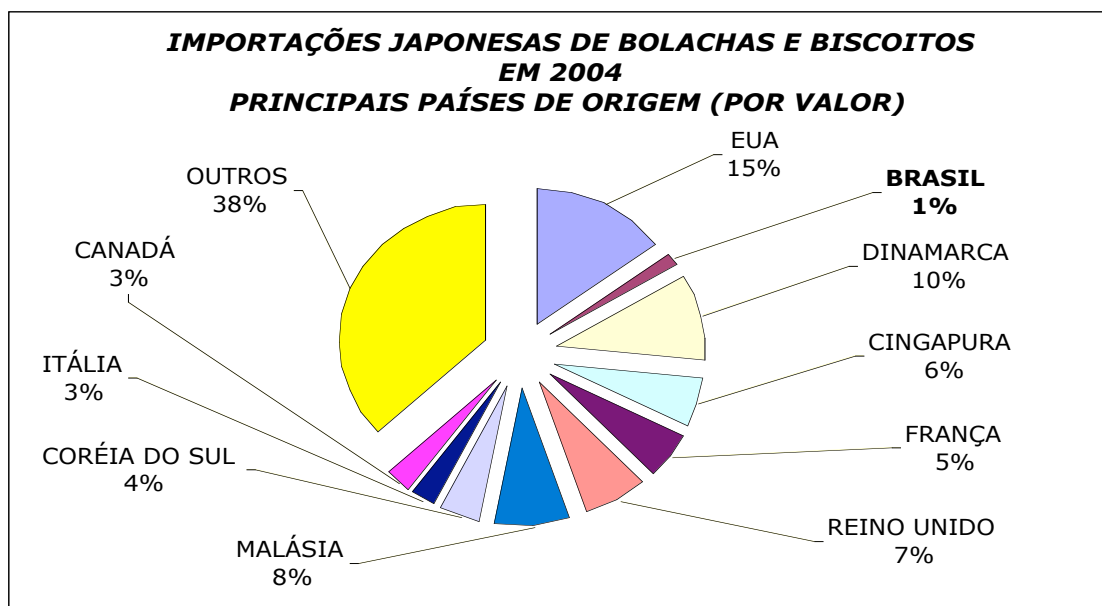
Vale destacar que os consumidores estão cada vez mais exigentes quanto à segurança alimentar, e portanto uma rotulagem com indicações do conteúdo na forma correta, torna-se imprescindível.

#### **IMPORTAÇÕES JAPONESAS DE BOLACHAS E BISCOITOS**

	VOLUME (TON)			Part. % Total	VALOR (US\$1.000)			Part. % Total
	2002	2003	2004		2002	2003	2004	
EUA	2.496	2.314	2.480	9,85	11.062	10.542	11.242	14,90
<b>BRASIL</b>	<b>1.906</b>	<b>2.416</b>	<b>969</b>	<b>3,85</b>	<b>1.786</b>	<b>2.417</b>	<b>1.060</b>	<b>1,41</b>
DINAMARCA	1.598	2.321	1.981	7,87	5.034	7.923	7.854	10,41
CINGAPURA	1.245	954	1.063	4,22	4.940	4.095	4.306	5,71
FRANÇA	979	842	591	2,35	3.590	3.780	4.046	5,36
REINO UNIDO	586	524	691	2,74	4.037	3.838	5.208	6,90
MALÁSIA	790	1.944	2.931	11,64	1.996	4.112	6.398	8,48
CORÉIA DO SUL	498	501	741	2,94	2.221	2.222	3.267	4,33
ITÁLIA	405	436	376	1,49	1.726	2.134	2.027	2,69
CANADÁ	529	432	535	2,12	1.632	1.671	2.117	2,81
OUTROS	3.347	7.526	12.823	50,92	9.294	17.561	27.905	36,99
<b>TOTAL</b>	<b>14.379</b>	<b>20.210</b>	<b>25.181</b>	<b>100,00</b>	<b>48.420</b>	<b>60.295</b>	<b>75.430</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Ministério das Finanças do Japão

Taxas de Câmbio (enes por US\$): 2001(121,53); 2002(125,31), 2003 (115,93) e 2004(107,74)



Fonte: Ministério das Finanças do Japão

No mercado japonês, desde o segundo semestre do ano de 2002 e continuando durante o ano de 2003, o volume de importação de biscoitos populares produzidos no Sudeste Asiático e na América Latina tem aumentado de forma considerável, sendo vendidos em grande escala nas lojas de desconto e nos supermercados. Porém, este fenômeno mostrou-se passageiro, e desde o início de 2004, as vendas começaram a mostrar sinais de queda. Muitos importadores estão optando pela importação de biscoitos de luxo, ou com sabores e embalagens de melhor qualidade.

Vale destacar que os consumidores estão cada vez mais exigentes quanto à segurança alimentar, e portanto uma rotulagem com indicações do conteúdo na forma correta, torna-se imprescindível.

Em 2003, o país importou US\$ 60,3 milhões, ou 20,2 mil toneladas, de biscoitos. Em termos de volume, EUA, Brasil e Dinamarca foram os principais fornecedores. Os biscoitos importados mais populares no Japão são os da marca Bahlsen (Alemanha), Walker's (Reino Unido) e Hellema (Países Baixos).

No ano passado, as exportações brasileiras tiveram um crescimento de 27% e de 28%, em termos de volume e valor, respectivamente, em relação ao ano de 2002. Isto se deveu, principalmente, ao baixo preço com que o produto brasileiro entra no mercado japonês – US\$ 0,99 por quilograma, em média. Igualmente influenciou o salto nas vendas o fato de que empresas (como a Nestlé brasileira), que tinham como consumidores, basicamente, o mercado “dekassegui”, passaram a ter acesso ao público japonês ao conquistarem novos canais de distribuição ao varejo dos seus produtos, como lojas de desconto (“100 ienes Shop”) e supermercados

### 3. Quadro Geral

O estouro da “bolha” de crescimento econômico do Japão, ocorrida no início dos anos noventa, afetou o padrão de consumo no país nos últimos anos. Desde o início da década passada houve um recuo do consumo de biscoitos, intensificado pela diminuição dos índices

de natalidade e pelo aumento da taxa de envelhecimento da população. O certo é que aparentemente os consumidores passaram a moderar seus níveis de gasto com o produto, dando preferência para biscoitos de baixo preço (em torno de 100 ienes – US\$ 0,92). De outra parte, a diversificação de opções de “oyatsu” (refeições) provocou um deslocamento do consumo na direção de produtos que hoje concorrem com os biscoitos como alternativa de lanche entre as refeições, como os “donuts”, os hamburgers e alguns suplementos dietéticos. Em entrevistas mantidas com supridores do mercado japonês, a Embaixada do Brasil em Tóquio identificou oportunidades para os biscoitos brasileiros, achocolatados ou não, e dietéticos. Esta informação, aliás, se confirma pela disponibilidade, hoje, no mercado nipônico, de variados tipos de biscoitos nacionais, como “Fruits biscuit”, “Butter biscuit”, “Cream sand biscuit”, “Coconuts biscuit”, “Chocolate biscuit” etc.

Quanto ao perfil dos compradores japoneses vale esclarecer que se tratam essencialmente de mulheres, na faixa de 15 a 40 anos, notadamente mães de família; as jovens de 20 a 30 anos também são grandes consumidoras, seguidas das estudantes.

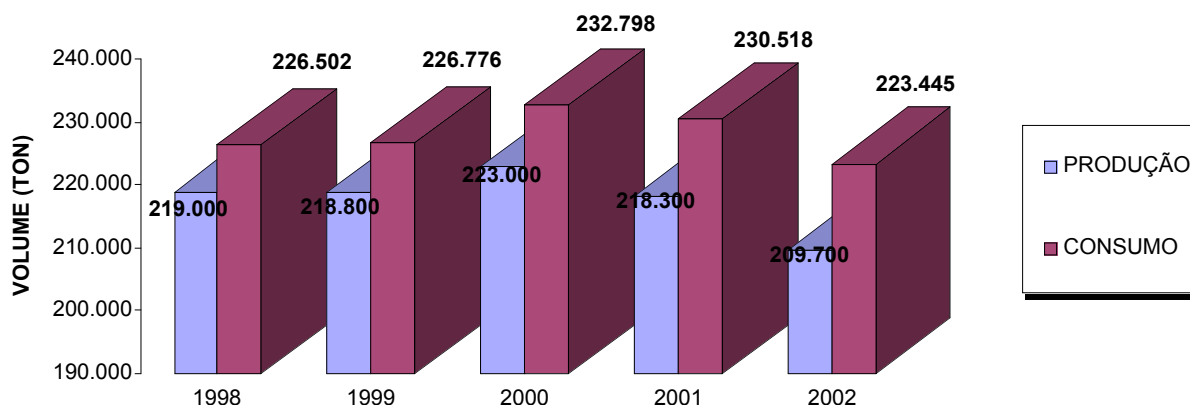
Diante da crescente demanda mundial por produtos com efeitos favoráveis para a saúde, encontram-se disponíveis, cada vez mais, no mercado japonês, biscoitos dietéticos com baixo nível calórico e contendo minerais e vitaminas. No Japão, os biscoitos são vendidos com maior perspectiva de sucesso se oferecidos em pequena quantidade (e tamanho) e mesmo em embalagens individuais. Os produtos muito açucarados não parecem ter a preferência dos japoneses, que têm predileção por sabores mais suaves.

Os biscoitos não estão associados a uma imagem de luxo, como os chocolates e os vinhos. Os consumidores não parecem, assim, estar dispostos a gastar muito para adquirir um pacote de biscoitos. A maior parte dos pacotes de biscoitos importados não ultrapassa 400 ienes (US\$ 3,7) para um pacote de 400 gramas. Nesse nível de preço os consumidores parecem preferir marcas internacionais já conhecidas. Os produtos importados concorrem com os produtos de marcas estrangeiras produzidas sob licença no Japão, tais como Kit Kat (Nestlé), Mc Vities (Meiji) ou Oreo (Nabisco).

#### ***4. Produção local e Comércio Exterior***

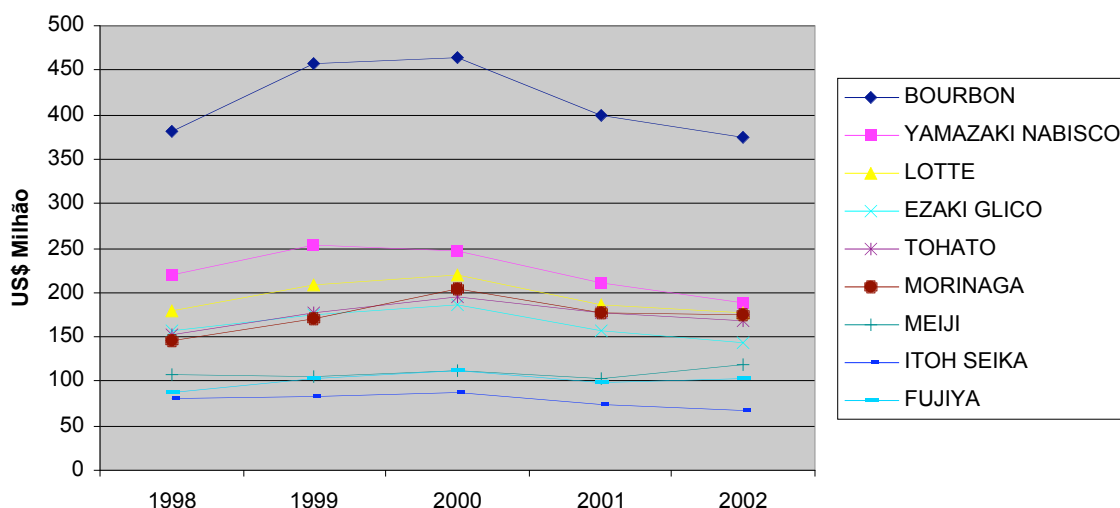
Segundo os últimos dados disponíveis, a produção local de biscoitos alcançou 209.700 toneladas em 2002, equivalentes a um valor de 194,2 bilhões de ienes (US\$ 1,55 bilhões), representando uma pequena redução em relação a 2001. As 5 principais empresas que atuam no setor e suas respectivas fatias de mercado em 2002 foram: Bourbon (15,9%), Yamazaki Nabisco (8,0%), Lotte (7,5%), Morinaga (7,4%), Tohato (7,1%) e Ezaki Glico (6,1%).

### MERCADO JAPONÊS DE BOLACHAS E BISCOITOS



Fonte: All Nippon Kashi Association (Agrotrade Handbook 2002)

### PRINCIPAIS FABRICANTES JAPONÊSES DE BOLACHAS E BISCOITOS EVOLUÇÃO DAS VENDAS AO VAREJO (1998-2002)



Fonte: All Nippon Kashi Association

#### 5. Acesso ao Mercado

As características dos produtos importados devem estar de acordo com as normas estabelecidas pelo Ministério da Saúde (“Food Sanitation Law”), principalmente em matéria de corantes e conservantes (ácido benzóico, ácido ascórbico etc.). Para evitar dificuldades de alfândega, é recomendável enviar aos cuidados do importador, antes mesmo da expedição de qualquer produto, um dossiê descrevendo o modo de fabricação da mercadoria e a lista de ingredientes, bem como algumas amostras. Desde o início de abril de 2001, uma nova lei sobre a reciclagem das embalagens especifica que os materiais utilizados deverão ser relacionados com a finalidade de facilitar o tratamento dos dejetos.

## REGIME TARIFÁRIO

Produto		Direito Aduaneiro “ad valorem” (OMC)
Código NCM	Descrição	
1905.31-000	Bolachas e biscoitos	20,4%
1905.90-312	Outras bolachas e biscoitos	15%
1905.90-322	Outras bolachas e biscoitos (sem açúcar)	13%
- Será cobrado a taxa de serviço de 5% a toda importação sobre o valor CIF mais impostos. - Todos os produtos acima relacionados estarão sujeitos a regulamentação japonesa prevista no <i>Food Sanitation Law</i> do Ministério da Saúde, do Bem Estar e do Trabalho.		

Fonte: *Customs Tariff Schedules of Japan 2004*

Na atualidade, o sistema de distribuição japonês ainda se caracteriza pela existência de bom número de intermediários, o que acaba influenciando sobremaneira o preço de venda final do produto. Entretanto, o número de atacadistas tende a diminuir existindo hoje, assim, muitas vezes, apenas um intermediário entre o importador e o varejista.

#### 6. Principais Feiras do Setor

- **FOODEX JAPAN – International Food & Beverage Exhibition**  
Feira anual realizada em março no *Nippon Convention Center – Makuhari Messe* (Chiba) e organizada pela *Japan Management Association* (<http://www.jma.or.jp/FOODEX/>)
- **JAPAN FOOD & FOOD TECH**  
Feira bienal realizada em outubro no *Intex Osaka* e organizada pela *Osaka International Trade Fair Commission* (<http://oitfc.fair.or.jp>)
- **INTERNATIONAL FOOD FAIR IN KITAKYUSHU**  
Feira bienal realizada em outubro no *West Japan General Exhibition Center Annex* e organizada pela *Nishinippon International Trade Fair Commission* (<http://www.kix.or.jp/iff>)
- **BIO FACH JAPAN**  
Feira anual realizada em outubro no *Tokyo Big Sight – Tokyo International Exhibition Center* e organizada pela *Nuernberg Global Fairs GmbH* (<http://www.biofach.de>)

**7. Entidades de classe**

Nome:	<b>ALL NIPPON KASHI ASSOCIATION</b>
Contato:	Sr. Osamu Morimitsu
End.:	6-9-5, Shinbashi, Minato-Ku, Tokyo 105-0004
Tel.:	(81-3) 3431-3115
Fax:	(81-3) 3432-1660
Email:	anka@nifty.com
Website:	-

Nome:	<b>JAPAN BISCUIT ASSOCIATION</b>
Contato:	Sr. Akira Itoh, Chairman
End.:	JB Bldg, 6-9-5, Shinbashi, Minato-Ku, Tokyo 105-0004
Tel.:	(81-3) 3433-6131
Fax:	(81-3) 3433-6473
Email:	Jba0228@mb.infoweb.ne.jp
Website:	<a href="http://www.biscuit.or.jp">http://www.biscuit.or.jp</a>

**8. Impotadores**

Nome:	<b>CASA VERDE COMPANY</b>
Contato:	Sra. Maria Ohmori
End.:	2-8-14, Kita-Ohtsuka, Toshima-Ku, Tokyo 170-0004
Tel.:	(81-3) 3916-0182
Fax:	(81-3) 3916-5583
Email:	Takena.m@wonda.com.ne.jp
Website:	-

Nome:	<b>IMAI LTD.</b>
Contato:	Sr. Jorge Imai, Presidente
End.:	11-5, Nishi-Gokencho, Shinjuku-Ku, Tokyo 162-0812
Tel.:	(81-3) 3260-6060
Fax:	(81-3) 3260-6072
Email:	<a href="mailto:info@imai.co.jp">info@imai.co.jp</a>
Website:	<a href="http://www.imaigroup.com/">www.imaigroup.com/</a>

Nome:	<b>MACHIDA SHOTEN TRADING COMPANY</b>
Contato:	Sra. Urie Hattori
End.:	4-13-15, Ohnodai, Sagamihara, Kanagawa 229-0011
Tel.:	(81-427) 58-9102
Fax:	(81-427) 58-9109
Email:	<a href="mailto:mshoten@beije.ocn.ne.jp">mshoten@beije.ocn.ne.jp</a>
Website:	-

Nome:	<b>LEAD OFF JAPAN CO., LTD.</b>
Contato:	Sr. Etsuo Kudo
End.:	Roppongi DK Bldg., 7-18-23, Roppongi, Minato-Ku, Tokyo 106-0032
Tel.:	(81-3) 3403-8410
Fax:	(81-3) 3403-8735
Email:	<a href="mailto:info@lead-off-japan.co.jp">info@lead-off-japan.co.jp</a>
Website:	<a href="http://www.lead-off-japan.co.jp">http://www.lead-off-japan.co.jp</a>

Nome:	<b>NESTLE INTERNATIONAL CO., LTD.</b>
Contato:	Sr. Ryo Kudo,
End.:	2-2-20, Higashi Shinagawa, Shinagawa-Ku, Tokyo 140-0002
Tel.:	(81-3) 5769-6352
Fax:	(81-3) 5769-6370
Email:	<a href="mailto:Ryo.kudo@jp.nestle.com">Ryo.kudo@jp.nestle.com</a>
Website:	-

Nome:	<b>NAMBEI BUSSAN CORPORATION</b>
Contato:	Sr. Osamu Tanaka, Director
End.:	1-1-3, Mizuhiki, Atsugi-shi, Kanagawa 243-0004
Tel.:	(81-462) 96-5763
Fax:	(81-462) 96-5761
Email:	<a href="mailto:tanaka@nambeibussan.co.jp">tanaka@nambeibussan.co.jp</a>
Website:	<a href="http://www.nambeibussan.co.jp">http://www.nambeibussan.co.jp</a>

Nome:	<b>LOTTE CO., LTD.</b>
Contato:	Sr. Katsunori Tsunomachi
End.:	3-20-1, Nishi-Shinjuku, Shinjuku-Ku, Tokyo 160-0023
Tel.:	(81-3) 5388-5622
Fax:	(81-3) 3379-6804
Email:	<a href="mailto:lotteint@pd.highway.ne.jp">lotteint@pd.highway.ne.jp</a>
Website:	<a href="http://www.Lotte.co.jp">http://www.Lotte.co.jp</a>

Nome:	<b>MAKRO JAPAN CO., LTD.</b>
Contato:	Sr. Celio K. Toyama
End.:	3-11-8-404, Hashimoto, Sagamihara-shi, Kanagawa 229-1103
Tel.:	(81-42) 775-8020
Fax:	(81-42) 775-7332
Email:	<a href="mailto:k-toyama@mri.biglobe.ne.jp">k-toyama@mri.biglobe.ne.jp</a>
Website:	-

Nome:	<b>PAMPAS ATACADO CO., LTD.</b>
Contato:	Sr. Takuo Hashiguchi
End.:	1189-1, Higashi-Yajimacho, Ota-shi, Gunma 373-0816
Tel.:	(81-276) 47-2330
Fax:	(81-276) 47-2331
Email:	<a href="mailto:pampasjp@hotmail.com">pampasjp@hotmail.com</a>
Website:	-

Nome:	<b>HOKURIKU SEIKA CO., LTD.</b>
Contato:	Sr. Nishino
End.:	2-290-1, Oshino Kanazawa-shi, Ishikawa 921-8056
Tel.:	(81-76)243-1000
Fax:	(81-76)244-6686
Email:	<a href="mailto:nishino@horico-web.com">nishino@horico-web.com</a>
Website:	<a href="http://www.horico-web.com">http://www.horico-web.com</a>

Nome:	<b>MEIDI-YA CO., LTD.</b>
Contato:	Sr. Syuichi Naruse
End.:	2-2-8, Kyobashi Chuo-ku, Tokyo 104-0031
Tel.:	(81-3)3271-1121
Fax:	(81-3)3274-4890
Email:	Syuichi-naruse@mailsv.meidi-ya.co.jp
Website:	<a href="http://www.meidi-ya.co.jp">http://www.meidi-ya.co.jp</a>

Nome:	<b>SUZUSHO LTD.</b>
Contato:	Sr. Hiroshi Yamato
End.:	23, Araki-cho Shinjuku-ku, Tokyo 160-0007
Tel.:	(81-3)3225-1161
Fax:	(81-3)3225-5520
Email:	yamato@suzusho.co.jp
Website:	<a href="http://www.suzusho.co.jp">http://www.suzusho.co.jp</a>

Nome:	<b>TAKARA SHOJI K.K.</b>
Contato:	Sr. Fumio Monobe
End.:	1-1-19, Kanda Kaji-cho Chiyoda-ku, Tokyo 101-0044
Tel.:	(81-3)3254-0232
Fax:	(81-3)3258-1292
Email:	takara@japan.email.ne.jp
Website:	<a href="http://www.tskk.co.jp">http://www.tskk.co.jp</a>

Nome:	<b>NISSHOKU CO., LTD.</b>
Contato:	Sr. Hiroo Nagaoka
End.:	9-10, Nozaki-cho Kita-ku, Osaka 530-0055
Tel.:	(81-6)6314-2241
Fax:	(81-6)6313-0383
Email:	import@nisshoku-ffods.co.jp
Website:	<a href="http://www.nisshoku-foods.co.jp">http://www.nisshoku-foods.co.jp</a>

Para maiores informações, favor contatar:

Setor de Promoção Comercial  
 Embaixada do Brasil em Tóquio  
 2-11-12 Kita Aoyama, Minato-ku,  
 Tokyo 107-8633 Japan  
 Tel.: (81-3) 3405-6838  
 Fax: (81-3) 3405-5846  
 Email: [secom@brasemb.or.jp](mailto:secom@brasemb.or.jp)

### **IMPORTANTE**

Os estudos e boletins de mercado elaborados pelo Setor de Promoção Comercial da Embaixada do Brasil em Tóquio (SECOM/Tóquio) são uma indicação das oportunidades oferecidas às empresas brasileiras interessadas em desenvolver negócios no Japão. O SECOM/Tóquio se dispõe a receber comentários sobre este Boletim de Mercado, mas não se responsabiliza pelos resultados de iniciativas comerciais inspiradas nos dados aqui contidos.