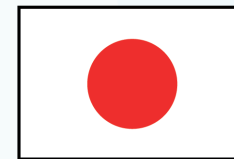




ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВА
ПАЛАТА УКРАЇНИ



From
the People of Japan



ПРЕЗЕНТАЦІЯ

ПОСІБНИКА

Як експортувати до Японії

22.04.2025

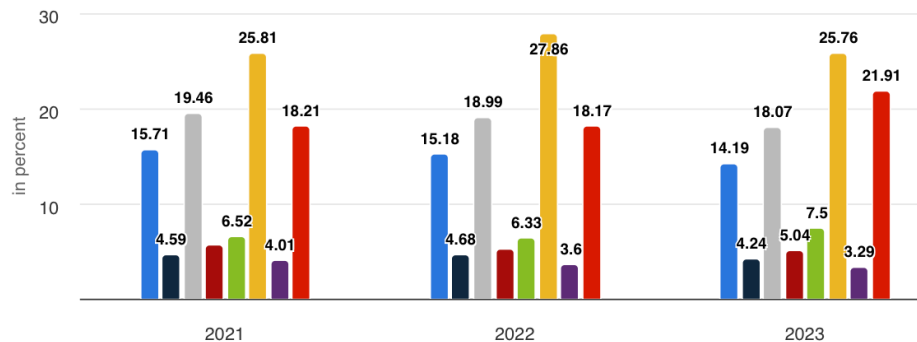
МЕТА

- Допомогти українським виробникам краще підготуватися до виходу на японський ринок.
- Пояснити, як працювати з Японією та що потрібно знати для успішного експорту.
- Підказати, як адаптувати продукти та бізнес-підходи до роботи з японськими партнерами та споживачами.
- Підготувати до ефективного спілкування та співпраці з японськими партнерами.

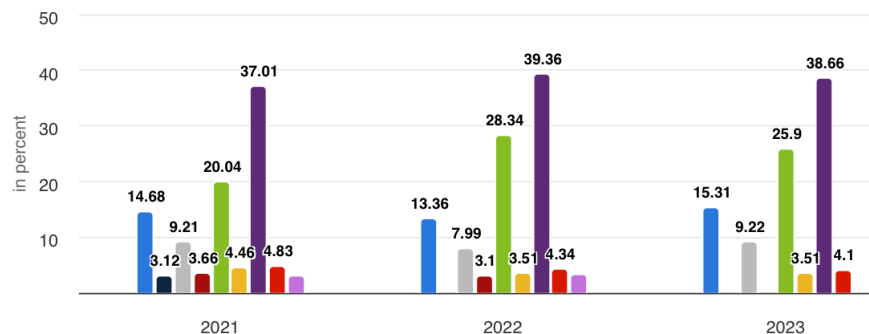
1	ВСТУП	Мета та структура посібника	5
		1.1 Огляд ринку та можливості для українських експортерів	10
		1.2 Основні виклики та ключові фактори успіху	
2	РЕГУЛЯТОРНІ ВИМОГИ	2.1 Основні правила імпорту та регулювання	12
		2.2 Санітарні, фітосанітарні та технічні вимоги	16
		2.3 Харчові продукти: вимоги до пакування, маркування та етикетування	21
		2.4 Побутові споживчі товари: правила маркування та надання інформації	31
3	СТАНДАРТИ та СЕРТИФІКАЦІЯ. ДОЗВІЛЬНІ ДОКУМЕНТИ	3.1 Японські промислові стандарти (JIS)	39
		3.2 PS-mark: продукти, процедури відповідності	42
		3.3 Побутові товари та безпечність	46
		3.4 Японські аграрні стандарти (JAS), Organic JAS	46
4	МИТНЕ ОФОРМЛЕННЯ. ЛОГІСТИКА	4.1 Тарифне регулювання	50
		4.2 Митний контроль та перевірка продукції при ввезенні	57
		4.3 Логістичні особливості	57
5	КАНАЛИ ЗБУТУ. ВИХІД НА РИНОК	5.1 Традиційні та сучасні канали збуту	63
		5.2 Електронна комерція	64
		5.3 Участь у виставках	73
6	СПЕЦИФІКА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ	6.1 Бізнес-культура: переговори, діловий етикет, стиль комунікації	75
		6.2 Побудова довгострокових відносин	76
		6.3 Помилки, яких варто уникати при співпраці з Японією	78
7	КОНТАКТИ. РЕСУРСИ	7.1 Корисні контакти: торгові палати, асоціації, бізнес-платформи	79
		7.2 Джерела інформації для розвитку співпраці	82
8	ПІДГОТОВКА. ПЛАН ДІЙ	8.1 Стратегії виходу на ринок Японії	83
		8.2 Підготовка бізнесу до експорту в Японію	84
Д	Додатки	Додаток 1 Список законодавчих та нормативних актів, пов'язаних з імпортом	86
		Додаток 2 Перелік законодавчих актів за категоріями товарів	89

1.1 Огляд ринку та можливості для українських експортерів

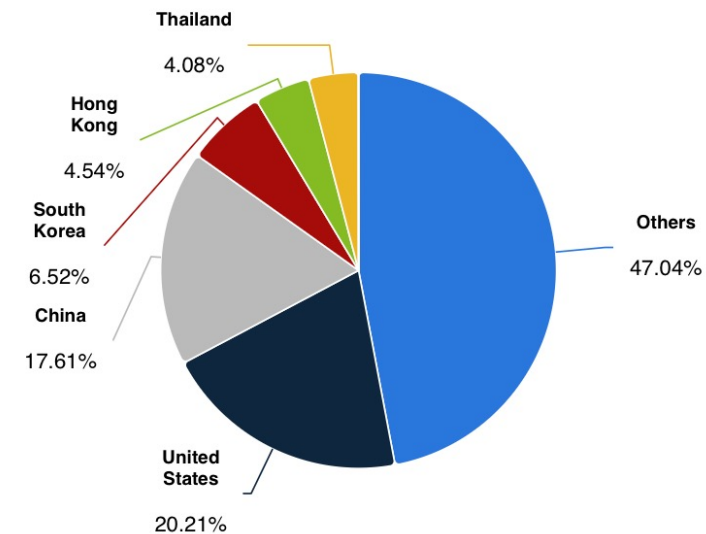
1.2 Основні виклики та ключові фактори успіху



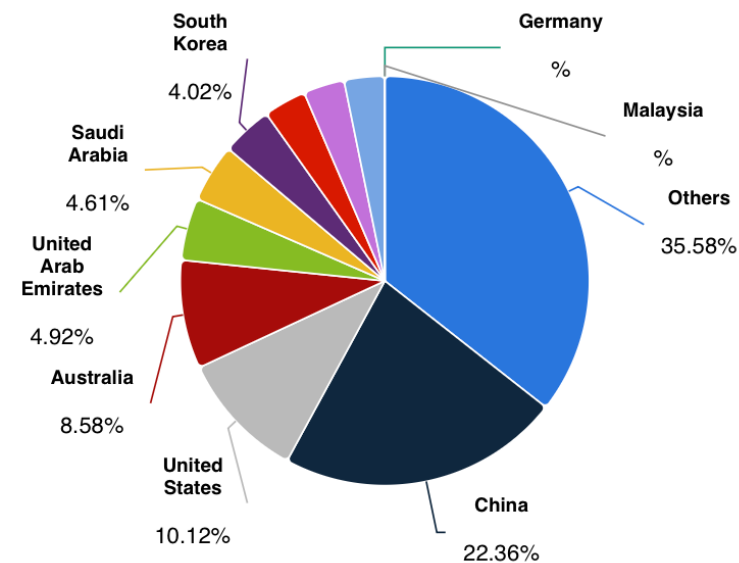
Electromechanical devices Iron and steel Mechanical machinery
Medical instruments Other commodities Plastic goods
Vehicles



Electromechanical devices Jewelry and gemstones Mechanical machinery
Medical instruments Mineral fuels and oils Ores, slag and ash
Others Pharmaceuticals Vehicles



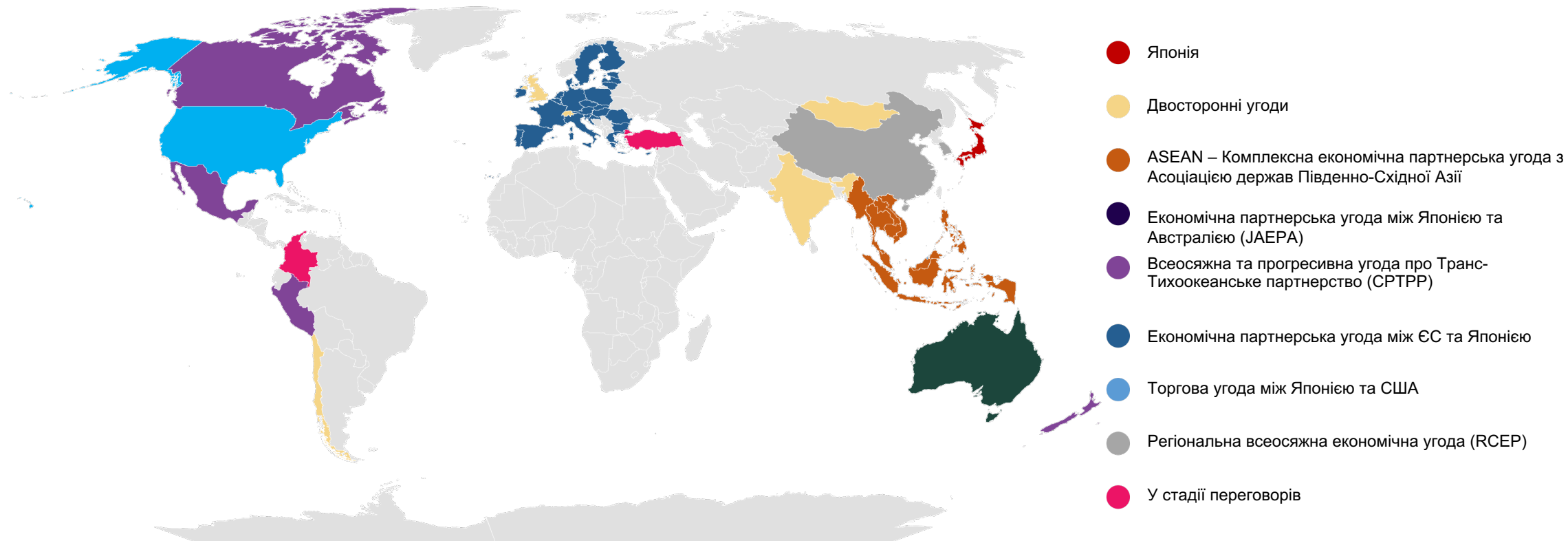
ПАРТНЕРИ,
ЕКСПОРТ 2023



ПАРТНЕРИ,
ІМПОРТ 2023

1.1 Огляд ринку та можливості для українських експортерів

1.2 Основні виклики та ключові фактори успіху



ВИКЛИК ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ЕКСПОРТЕРІВ – ТАРИФИ:

- Відсутність угод про вільну торгівлю між Україною та Японією
- Діє лише режим Генеральної системи преференцій (одностороння), але не для всіх товарів

2 РЕГУЛЯТОРНІ ВИМОГИ

- 2.1 Основні правила імпорту та регулювання
- 2.2 Санітарні, фітосанітарні та технічні вимоги
- 2.3 Харчові продукти: вимоги до пакування, маркування та етикетування
- 2.4 Побутові споживчі товари: правила маркування та надання інформації

2.1 Основні правила імпорту та регулювання

2.2 Санітарні, фітосанітарні та технічні вимоги

2.3 Харчові продукти: вимоги до пакування, маркування та етикетування

2.4 Побутові споживчі товари: правила маркування та надання інформації

ЗАГАЛЬНІ ПРАВИЛА ІМПОРТУ ТОВАРІВ

КОНТАКТИ:

Митне управління Японії(Japan Customs) <https://www.customs.go.jp>Підпорядковується **Міністерству фінансів Японії** (Ministry of Finance, Japan)<https://www.mof.go.jp>**Список контактів митних радників**

ЗОНА HOZEI (保税地域) — спеціальна митна зона, де імпортні товари можуть зберігатися, перероблятися або перевантажуватися без негайної сплати мита та податків. Це аналог вільних митних зон у інших країнах.

- Товари в зоні Hozei не вважаються офіційно імпортованими в Японію, поки не завершиться митне оформлення.
- Використовується для тимчасового зберігання, митної очистки та переробки товарів.
- Експортери можуть ввозити продукцію у Hozei, щоб підготувати її до розповсюдження в Японії або реекспорту.



Імпорттер повинен подати декларацію до митниці та отримати дозвіл після перевірки товарів, сплати мита та акцизного податку.

Більшість імпортних процедур автоматизовані.

Імпорттер (або його митний брокер) заповнює та подає імпортну декларацію із зазначенням кількості, вартості та інших характеристик товару. Практика — митний брокер оформлює декларацію як представник імпортера.

Зазвичай товари спочатку переміщують у спеціальну митну зону (*Hozei**), проте для деяких категорій допускається подання декларації ще до їхнього розвантаження.

НЕОБХІДНІ ДОКУМЕНТИ:

- Інвойс
- Коносамент або авіа накладна
- Сертифікат походження
- Пакувальні листи, рахунки за перевезення, страхові сертифікати
- Ліцензії та сертифікати, якщо товари підлягають додатковому регулюванню
- Документи щодо пільг або звільнення від мита (якщо застосовується)
- Квитанції про сплату мита

Митниця може запитати додаткові документи, якщо це необхідно для перевірки та отримання дозволу.

2.1 Основні правила імпорту та регулювання

2.2 Санітарні, фітосанітарні та технічні вимоги

2.3 Харчові продукти: вимоги до пакування, маркування та етикетування

2.4 Побутові споживчі товари: правила маркування та надання інформації

ВІДКРИТІ для ЕКСПОРТУ з УКРАЇНИ ХАРЧОВІ ПРОДУКТИ

М'ЯСО ПТИЦІ

ВИМОГИ

Вимоги щодо здоров'я тварин стосовно м'яса птиці, що експортуватиметься до Японії з України

Джерело: [Держпродспоживслужба](#)

[Форма сертифікату](#)

[Перелік країн та регіонів](#), визнаних як вільні від грипу (Японія)

МОЛОЧНІ
ПРОДУКТИ

МОЛОЧНИЙ ПРОДУКТ

продукт, отриманий у результаті будь-якої обробки сирого молока, який належить до однієї з наступних категорій згідно з кодами ГС:

0401 – Молоко та вершки, незгущені

0402 – Молоко та вершки, згущені

0403 – Йогурт, маслянка, кефір

0404 – Сироватка

0405 – Вершкове масло

0406 – Сир

3502.20, 3502.90 – Альбуміни

2309.10, 2309.90 – Корми та кормові добавки для тварин

ВИМОГИ

Вимоги щодо здоров'я тварин для сирого молока та / або молочних продуктів, що експортуються до Японії ([Держпродспоживслужба](#))

[Форма сертифікату](#)

[Перелік країн](#), внесених до переліку дозволених для ввезення молока та молочних продуктів країн

動物検疫所 > Other Languages > キッズサイト > サイトマップ > 文字サイズ 標準 大きく

キーワードから
探す

Google 検索

検索

動物の輸出入 畜産物の輸出入 海外旅行される方へ 申請・お問い合わせ 動物検疫について
(検疫情報はこちら)

ホーム > Home > Third free countries

THE THIRD FREE COUNTRIES LIST

Animal Quarantine Service
Laws and Regulations
Bring Animal into JAPAN
Take out Animals from JAPAN
Bring Animal Products into JAPAN
Take out Animal Products from JAPAN
Quarantine Regulations of DOG and CAT
NEWS
Contact US

Poultry and Poultry meat, etc.

(Countries, regions or zones approved as free from HPAI and LPAI eligible to export to Japan)

As of Mar. 13, 2025

- > Singapore
- > Thailand
- > Philippines※
- > Malaysia
- > Turkey※
- > Ukraine (excluding the autonomous republic of Crimea, city of Sevastopol, province of Donetsk and Luhansk)※
- > United Kingdom (Great Britain and Northern Ireland only) ※
- > Austria※
- > Netherlands※
- > Sweden※
- > Spain
- > Denmark※
- > Germany※
- > Hungary※
- > Finland
- > France※
- > Bulgaria※
- > Belgium※
- > Poland※
- > Portugal※
- > Latvia
- > Lithuania※
- > U.S.A. (continental part of America, the Hawaiian Islands and Guam only) ※
- > Canada※
- > Argentina※
- > Costa Rica※
- > Colombia※
- > Chile※
- > Brazil※
- > Peru※
- > Australia※
- > New Caledonia
- > New Zealand※

※Countries (regions) on temporary import suspension due to outbreaks of Avian Influenza.
Please see [HERE](#) for more information.

2.1 Основні правила імпорту та регулювання

2.2 Санітарні, фітосанітарні та технічні вимоги

2.3 Харчові продукти: вимоги до пакування, маркування та етикетування

2.4 Побутові споживчі товари: правила маркування та надання інформації

ВИМОГИ ДЛЯ ПЕВНИХ КАТЕГОРІЙ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ В ЯПОНІЇ

23

види харчової продукції
мають спеціальні вимоги
до якості та безпечності



СТАНДАРТИ

[Specifications and Standards for Foods, Food Additives, etc.](#)
Under the Food Sanitation Act

Стандарти на молочну продукцію: [Міністерська постанова щодо специфікацій інгредієнтів для молочних продуктів](#) (японською)

[MHLW-сторінка зі стандартами](#)

Групи продукти зі специфічними стандартами:

- **Безалкогольні напої** (фруктові/овочеві соки, підсолоджена вода, мінеральна вода, сиропи)
- **Заморожені продукти** (заморожені фрукти, овочі, хліб, готові страви).
- **Свіжа риба та молюски** для споживання в сирому вигляді (живі морепродукти).
- **Устриці для споживання в сирому вигляді** (живі морепродукти).
- **Продукти, упаковані в герметичні контейнери та стерилізовані** шляхом нагрівання (супи, соуси, приправи — залежно від упаковки).

Окремо — **МОЛОЧНІ ПРОДУКТИ**

Міністерство охорони здоров'я, праці та соціального забезпечення Японії (MHLW) визначає стандарти для молочних продуктів, зокрема:

- Стандарти інгредієнтів.
- Методи виробництва та зберігання.
- Вміст сухої речовини в молоці.
- Граничні рівні бактерій.

УСІ ЦІ ВИМОГИ ПЕРЕВІРЯЮТЬСЯ ПІД ЧАС КАРАНТИННОЇ ІНСПЕКЦІЇ ПРИ ІМПОРТІ ДО ЯПОНІЇ.

СТАНДАРТИ (японською)

1. [Безалкогольні напої](#)
2. [Порошкові безалкогольні напої](#)
3. [Харчовий лід](#)
4. [Заморожені десерти \(морозиво\)](#)
5. [М'ясо китів](#)
6. [Сире м'ясо для споживання в сирому вигляді](#)
7. [Яйця свійської птиці](#)
8. [Кров, еритроцити та плазма](#)
9. [М'ясні продукти](#)
10. [Продукти з китового м'яса](#)
11. [Рибні перероблені продукти](#)
12. [Ікра лососева, ікра тріски та ікра минтая](#)
13. [Відварений восьминіг](#)
14. [Відварений краб](#)
15. [Свіжа риба та молюски для споживання сирими](#)
16. [Сирі устриці для споживання сирими](#)
17. [Агар-агар](#)
18. [Зернові, бобові культури та овочі](#)
19. [Сира паста з червоних бобів \(анко\)](#)
20. [Тофу](#)
21. [Локшина швидкого приготування](#)
22. [Заморожені продукти](#)
23. [Упаковка для харчових продуктів](#)

2.1 Основні правила імпорту та регулювання

2.2 Санітарні, фітосанітарні та технічні вимоги

2.3 Харчові продукти: вимоги до пакування, маркування та етикетування

2.4 Побутові споживчі товари: правила маркування та надання інформації

ВИМОГИ ДЛЯ ПЕВНИХ КАТЕГОРІЙ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ В ЯПОНІЇ

БАЗА ДОБАВОК ЯПОНІЇ — The Japan Food Chemical Research Foundation / Food Additives (<https://www.ffcr.or.jp/en/>)

Харчові добавки

Японія використовує «Позитивний список» (Positive List System) для харчових добавок —

жодна харчова добавка не дозволена, якщо вона не була спеціально затверджена Міністерством охорони здоров'я, праці та соціального забезпечення (MHLW).

До харчових добавок за японським законодавством належать:

- Вітаміни
- Мінерали
- Амінокислоти
- Ароматизатори
- Барвники
- Агрохімікати (для обробки після збирання фруктів та овочів, наприклад, протигрибкові засоби).

Для деяких харчових добавок MHLW визначає допустимі норми, які включають:

- Дозволене використання
- Категорії продуктів, у яких можна використовувати
- Гранично допустимі рівні

Списки затверджених Міністерством охорони здоров'я, праці та соціального забезпечення Японії (MHLW):

1 Призначені добавки (затверджені після 1995 року)

- Затверджені MHLW на основі Статті 10 Закону про санітарію харчових продуктів (FSA).
- Список (472 добавки, станом на 15 січня 2021р.): [Список призначених добавок](#)
- Стандарти використання — [переглянути](#)

2 Існуючі харчові добавки

- Добавки, що мали довгу історію використання в Японії до перегляду Закону про санітарію харчових продуктів (FSA) у 1995 році.
- Список (365 добавок): [Список існуючих добавок](#)
- Стандарти використання: [Переглянути](#)

3 Природні ароматизатори

- Натуральні речовини тваринного або рослинного походження, що використовуються як ароматизатори.
- Не мають спеціально визначених стандартів використання, якщо застосовуються виключно як ароматизатори.
- Список (612 добавок): [Список природних ароматизаторів](#)

4 Звичайні харчові продукти, що використовуються як харчові добавки

- Харчові продукти (наприклад, полунишний сік, агар), які можуть використовуватися як добавки.
- Не мають спеціальних стандартів використання.
- Список (близько 100 продуктів): [Список загальних харчових добавок](#)

2.1 Основні правила імпорту та регулювання

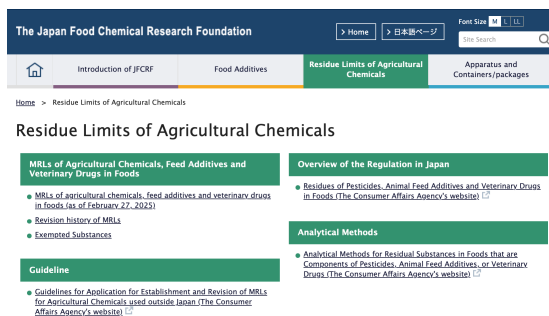
2.2 Санітарні, фітосанітарні та технічні вимоги

2.3 Харчові продукти: вимоги до пакування, маркування та етикетування

2.4 Побутові споживчі товари: правила маркування та надання інформації

ВИМОГИ ДЛЯ ПЕВНИХ КАТЕГОРІЙ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ В ЯПОНІЇ

БАЗА ЗАЛИШКОВИХ АГРОХІМІКАТІВ
ЯПОНІЇ — The Japan Food Chemical
Research Foundation / Residue Limits of
Agricultural Chemicals
(<https://www.ffcr.or.jp/en/>)



Залишкові рівні агрохімікатів у харчових продуктах
Японія використовує «Позитивний список» (Positive List
System) для залишків агрохімікатів —

будь-які продукти, що містять агрохімікати, заборонено
реалізовувати, якщо Міністерство охорони здоров'я,
праці та соціального забезпечення (MHLW) не
затвердило їх використання та не встановило
максимальний рівень залишків (MRL).

Агрохімікати:

- Пестициди
- Кормові добавки
- Ветеринарні препарати

MHLW встановило MRL (граничний рівень залишків)
приблизно для 800 агрохімікатів.

Списки MHLW щодо максимальних рівнів залишків (MRL)
агрохімікатів за категоріями

1 Речовини з встановленими MRL

- MHLW визначило MRL для приблизно 800 агрохімікатів.
- Деякі з них введені тимчасово і можуть бути змінені.
- Нові MRL додаються регулярно — список оновлюється.
- Перелік MRL за продуктами доступний тут: [🔗 MRL для агрохімікатів](#)

2 Речовини з нульовим допуском

- Антибіотики та синтетичні антибактеріальні речовини мають нульовий допуск у продуктах харчування, тобто вміст конкретної речовини у продукті має бути **0,00 ppm** або **«не виявлено»**.
- FSA заборонило 20 агрохімікатів для використання в харчових продуктах (нульовий допуск).
- Список 20 заборонених агрохімікатів: [🔗 Переглянути](#)

3 Речовини, які не становлять ризику для здоров'я людини

- MHLW визначило 74 речовини, які не становлять загрози здоров'ю людини. Ці речовини звільнені від встановлення MRL.
- [🔗 Перелік речовин, звільнених від MRL](#)

4 Інші речовини

- Будь-які агрохімікати, що не входять у три попередні категорії, підлягають загальному MRL у 0,01 ppm.
- Регулювання цих речовин доступне тут: [🔗 Єдиний ліміт MRL \(0,01 ppm\)](#)

2.1 Основні правила імпорту та регулювання

2.2 Санітарні, фітосанітарні та технічні вимоги

2.3 Харчові продукти: вимоги до пакування, маркування та етикетування

2.4 Побутові споживчі товари: правила маркування та надання інформації

МАРКУВАННЯ, ЗАКОНОДАВСТВО:

- Стандарти маркування харчових продуктів ([Food Labeling Standards](#))
- Закон про маркування харчових продуктів ([Food Labeling Act](#)).
- Символи переробки на упаковці — [Закон про сприяння ефективному використанню ресурсів](#), [Міністерство охорони навколишнього середовища](#) (MOE)
- Алкогольні напої — [Закон про акциз на алкоголь](#) (японською), [Національне податкове агентство](#) (NTA)
- Специфічні стандарти маркування для окремих продуктів (шоколад, морозиво, сир, віскі, соуси, печиво, фруктові соки), Федерація конференцій з чесної торгівлі / [Міністерство економіки, торгівлі та промисловості](#) (METI)
- Органічні продукти — [Закон JAS](#) (JAS Law), Міністерство сільського, лісового та рибного господарства (MAFF)
- Країна походження основного інгредієнта — [Посилання на гайд](#)

Що повинно бути на маркування харчового продукту:

- Назва продукту**
- Інгредієнти** (крім харчових добавок), у порядку зменшення ваги
- Харчові добавки** (у порядку зменшення ваги, на окремій лінії від інших інгредієнтів)
- Чиста вага** (тільки в метричних одиницях)
- Термін придатності** («Вжити до» або «Краще спожити до»)
- Умови зберігання**
- Країна походження** (готового продукту)
- Інформація про імпортера** (назва та адреса)
- Інформація про алергени**
- Поживна цінність**
- Символ переробки упаковки**

ENGLISH

JAPAN'S FOOD LABELLING SYSTEM

(For overseas visitors to Japan)

Where can I find allergen information?

How much calories and salt are in there?

I want to take this home as a souvenir but when is the use-by date?

This pamphlet is intended for people with allergies, and those concerned about calories and salt content. Use this as a guide when you buy souvenirs and food items at supermarkets.

Consumer Affairs Agency
Government of Japan

UCDA
132003001-0012

[Керівництво](#)

2

РЕГУЛЯТОРНІ
ВИМОГИ

- 2.1 Основні правила імпорту та регулювання
- 2.2 Санітарні, фітосанітарні та технічні вимоги
- 2.3 Харчові продукти: вимоги до пакування, маркування та етикетування
- 2.4 Побутові споживчі товари: правила маркування та надання інформації

КЛЮЧОВІ МОМЕНТИ, ЯКІ СЛІД ВРАХОВУВАТИ

##2 Інформація про алергени

Креветки, краби, пшениця, гречка,
яйця, молочні продукти, арахіс



7

Основних алергенів—
обов'язкове маркування

Персик, дикий ямс, яблуко, желатин,
мигдаль, абалон, кальмар, ікра лосося,
апельсин, кеш'ю, ківі, яловичина, кунжут,
лосось, макрель, соя, курятина, банан,
свинина, макадамія



20

Алергенів — добровільне
маркування (рекомендовано)

名称	ポテトサラダ		
原材料名	① アレルギーを指定する		
	じゃがいも、にんじん、ハム（卵・豚肉を含む）、マヨネーズ（卵・大豆を含む）、たんぱく加水分解物（牛肉・さけ・さば・ゼラチンを含む）		
原材料名	② アレルギーを指定しない		
	じゃがいも、にんじん、ハム、マヨネーズ、たんぱく加水分解物、（一部に卵・豚肉・大豆・牛肉・さけ・さば・ゼラチンを含む）		
添加物	調味料（アミノ酸等）		
内容量	300g		
消費期限	2024 年 6 月 1 日		
保存方法	要冷蔵（10℃以下）		
販売者	〇〇 株式会社 東京都〇市 ×× 町 1-2		
製造所	△△ 株式会社 埼玉工場 埼玉県〇〇市△△町 □□-1		
栄養成分表示（100gあたり）			
熱量	172kcal	炭水化物	11g
たんぱく質	5g	食塩相当量	1.0g
脂質	12g		

Склад інгредієнтів.
Алергени, що містяться в продукті,
зазначені в ().

Приклади зазначення:
① **Алергени зазначені окремо**
Картопля, морква, шинка (містить яйце, свинину), майонез (містить яйце, сою), гідролізований білок (містить яловичину, лосося, скумбрію, желатин).

② **Алергени зазначені загально**
Картопля, морква, шинка, майонез, гідролізований білок (частково містить яйце, свинину, сою, яловичину, лосося, скумбрію, желатин).

① Індивідуальне маркування:
Алергени вказані біля конкретного інгредієнта, до якого вони належать. Це допомагає споживачам зрозуміти, який саме інгредієнт містить алерген.

② Загальне маркування:
Всі алергени перераховані разом у кінці списку інгредієнтів, без прив'язки до конкретного компонента.

2.1 Основні правила імпорту та регулювання

2.2 Санітарні, фітосанітарні та технічні вимоги

2.3 Харчові продукти: вимоги до пакування, маркування та етикетування

2.4 Побутові споживчі товари: правила маркування та надання інформації

ЗАКОНОДАВСТВО:

- Act on the Promotion of Sorted Collection and Recycling of Containers and Packaging ([Act No. 76 of 2006](#))
- [Керівництво з переробки](#) — The Containers and Packaging Recycling System in Japan. The Japan Containers and Packaging Recycling Association (JCPRA)
- [The Ultimate Guide to Reading Food Labels in Japan](#)



КЛЮЧОВІ МОМЕНТИ, ЯКІ СЛІД ВРАХОВУВАТИ

##4 Символи переробки пакування — Recycling symbols

- Імпортёр несе відповідальність за витрати, пов'язані з переробкою упаковки.
- Інформація про тип пакувальних матеріалів повинна зазначатися на етикетці товару.
- Символи переробки (пластик, папір, PET, сталь, алюміній — обов'язкові для позначення) повинен бути надрукований на упаковці.

Пластикові
контейнери та
упаковкаПаперові
контейнери та
упаковкаPET-пляшки
для напоїв,
алкогольних
напоїв та
спеціальних
приправСталеві банки
для напоїв та
алкогольних
напоївАлюмінієві
банки для
напоїв та
алкогольних
напоїв

2.1 Основні правила імпорту та регулювання
2.2 Санітарні, фітосанітарні та технічні вимоги

2.3 Харчові продукти: вимоги до пакування, маркування та етикетування

2.4 Побутові споживчі товари: правила маркування та надання інформації

Приклад маркування #1



Фотографії маркування використані з
дозволу компанії COIN Trade Development



Назва продукту:
七種の雑穀米煎餅 — Сенбей з 7 видів зернових
(рисові крекери)

Дата придатності: 2025.07.18

Інгредієнти (перелік зернових):
もち麦 — Перловка з клейким ячменем
胚芽押し麦 — Пресований ячмінь з зародками
黒米 — Чорний рис
アマランサス — Амарант
キヌア — Кіноа
チアシード — Насіння чіа
ホワイトソルガム — Біле сорго

Основні інгредієнти:
Пропарений рис (включаючи нешлифований рис)
Рисовий порошок
Рослинна олія
Зернові (перераховані вище)
Сіль
Дріжджовий екстракт
Цукор
Соевий соус-порошок
Гідролізований білок
Карамелізований цукор
(Може містити пшеницю, сою)

Кількість: 12 штук

Зберігання: Зберігати в прохолодному, сухому місці, подалі від прямих сонячних променів, після відкриття — у герметичній тарі.

Попередження: Після відкриття упаковки продукт може швидко втрачати хрусткість, тому рекомендується пересипати в іншу ємність.

На виробництві використовуються арахіс, яйця, молочні продукти, тому продукція може містити сліди алергенів.

Увага: продукт містить пшеницю та сою (алергени з переліку).

Харчова цінність (на 1 шт.):
Енергія: 42 ккал
Білки: 0.6 г
Жири: 1.6 г
Вуглеводи: 6.3 г
Сіль (еквівалент): 0.2 г

Виробник: Amanoya Co., Ltd.
Адреса: Tokyo, Higashikurume, Yasaka 2-17-2
Телефон: 042-560-6665
Вебсайт: <http://www.e-amanoya.co.jp/>

- 2.1 Основні правила імпорту та регулювання
- 2.2 Санітарні, фітосанітарні та технічні вимоги
- 2.3 Харчові продукти: вимоги до пакування, маркування та етикетування

2.4 Побутові споживчі товари: правила маркування та надання інформації

Текстиль

Пластикові
вироби

Побутові
електроприлади

Інші вироби

ЗАКОН ПРО МАРКУВАННЯ ЯКОСТІ ПОБУТОВИХ ТОВАРІВ

Закон про маркування якості побутових товарів ([Household Goods Quality Labeling Act](#)) спрямований на забезпечення справедливого та відповідного маркування побутових товарів, щоб захистити інтереси споживачів.

Механізм Закону

- 1. Призначені товари (Стаття 2)** — текстиль, пластик, електроприлади та інші вироби, які складно оцінити за якістю під час купівлі.
- 2. Суб'єкти маркування (Стаття 2)** — виробники, продавці або підрядники маркування.
- 3. Стандарти маркування (Стаття 3)** — визначають, яка інформація має бути зазначена (склад, характеристики, використання, заходи безпеки).
- 4. Інструкції та офіційні повідомлення (Стаття 4)** — уряд може вимагати коригування маркування, а у разі порушень — публічно оголосити назву виробника.
- 5. Нагляд (Стаття 19)** — уряд контролює дотримання закону через звіти, інспекції та перевірки.

Керівництво з маркування

- Маркуванню підлягають текстильні вироби, пластикові вироби, електроприлади та інші товари, які складно оцінити за якістю при покупці.
- **Хто маркує** — виробники, імпортери, продавці або уповноважені ними особи.
- **Стандарти маркування** містять обов'язкові дані про склад, характеристики, правила використання та заходи безпеки.
- Урядові органи можуть вимагати звіти, проводити інспекції та публічно оголошувати порушників.
- Маркування регулюється відповідними підзаконними актами для конкретних груп товарів:

Регламент про маркування якості пластикових виробів ([Plastic Goods Quality Labeling Regulation](#))

Регламент про правила маркування якості електроприладів та апаратури — [Electrical Appliances and Apparatus Quality Labeling Regulation](#)

Регламент про правила маркування якості різних вироблених товарів — [Miscellaneous Manufactured Goods Quality Labeling Regulation](#)

- 2.1 Основні правила імпорту та регулювання
- 2.2 Санітарні, фітосанітарні та технічні вимоги
- 2.3 Харчові продукти: вимоги до пакування, маркування та етикетування
- 2.4 Побутові споживчі товари: правила маркування та надання інформації

ЗАКОН ПРО МАРКУВАННЯ
ЯКОСТІ ПОБУТОВИХ ТОВАРІВ:
ПЛАСТИКОВІ ВИРОБИ

Контейнер для зберігання

原料樹脂	スチロール樹脂
耐熱温度	80℃
耐冷温度	-20℃
容量	300ml
取扱い上の注意	
○火のそばに置かないでください。	
○レモン等かんきつ類の皮に含まれるテルペン又は油脂によって変質することがあります。	
○電子レンジでは使用できません。	
○○×株式会社	
東京都千代田区○○町×番地	
TEL 03-9999-9999	

Пакет поліетиленовий

原料樹脂	ポリエチレン
耐冷温度	-30℃
寸法	縦 500mm
	横 400mm
	厚さ 0.03mm
枚数	50枚
取扱い上の注意	
○火のそばに置かないでください。	
○○×株式会社	
東京都千代田区○○町×番地	
TEL 03-9999-9999	

Item	Labeling matters							Additional matters (*)
	Raw material resin	Heat resistant temperature	Cold resistant temperature	Dimensions	Capacities	Numbers of sheets	Precautions in handling	
1 Polyethylene or Polypropylene Bags (limited to those whose thickness of film is 0.05 millimeters or less, and whose individual packaging unit is less than 100 sheets)	○	—	○	○	—	○	○	○
2 Tableware and Kitchen Utensils	Containers, etc. for Kitchen Use (Refuse containers and other containers with lids, washing-up bowls, water bottles for refrigerators, seal containers for beverage, and containers using cold insulators (excluding any containers which do not require the labeling of capacities such as bowls, dishes or plates, drinking cups, seal containers for food, lunch boxes, misers, chopstick stands, and bread boxes))	○	○	—	○	—	○	○
	Dishes or Plates, etc. (Any containers which do not require the labeling of capacities such as bowls, dishes or plates, drinking cups, seal containers for food, lunch boxes, misers, chopstick stands, and bread boxes)	○	○	—	—	—	○	○
	Cutting Boards	○	○	—	○	—	○	○
	Ice Making Utensils	○	—	○	—	—	○	○
	Utensils, etc. for meals (Others)	○	○	—	—	—	—	○
3 Trays	○	○	—	—	—	—	○	○
4 Water Bottles	○	○	—	—	○	—	○	○
5 Baskets	○	—	—	—	—	—	○	○
6 Tubs, Buckets, Wash Basins, and Bathroom Utensils	Tubs	○	—	—	—	○	—	○
	Buckets	○	—	○	—	○	—	○
	Wash Basins	○	—	—	—	—	○	○
	Bathroom Utensils	○	○ (limited to bathtub lids)	—	○ (limited to bathtub lids)	—	—	○
7 Hot Water Bottles	○	○	—	—	○ (limited to those used with hot water in)	—	○	○
8 Portable Toilet Pots and Toilet Utensils (excluding fixed types)	○	○	—	—	—	—	○	○

※When separately displaying the details of quality labeling, labeling the name and address or phone number of the labeler on each label must be required.

Інформація на маркуванні, яка повинна зазначатися в залежності від типу виробу

Тип полімерного матеріалу (смола)	Має бути зазначена з використанням термінів, що вказують на типи смоли відповідно до вимог регламенту
Теплостійка температура	Застосовується тест на стійкість до тепла, передбачений JIS S 2029 (Пластиковий посуд)
Холодостійка температура	Випробування проводяться відповідно до методів, передбачених регламентом
Розміри	Вимірюються відповідно до методів, передбачених регламентом
Місткість	Якщо 1 літр або більше, зазначати в літрах, якщо менше 1 літра — у мілілітрах
Кількість	Вказується кількість поліетиленових або поліпропіленових пакетів у кожній упаковці
Запобіжні заходи при використанні	Відображає зазначені для кожного товару застереження, наприклад, «Не розміщувати біля вогню».

Пакувальні матеріали

Закон про санітарію харчових продуктів Японії запровадив «позитивний список» матеріалів, дозволених для харчової упаковки.

Це означає, що тільки упаковка, безпечність якої була оцінена та затверджена MHLW, може використовуватися на японському ринку.

Синтетичні смоли, металеві банки, гума, скло, кераміка та емаль повинні відповідати специфікаціям MHLW.

Позитивний список пакувальних матеріалів

Список дозволених пакувальних матеріалів (з англійськими назвами та реєстраційними номерами CAS) доступний за наступними посиланнями:

 [Таблиця 1 \(розділена на дві частини\)](#)

 [Додатковий список](#)

Стандарти пакувальних матеріалів

Стандарти для синтетичних смол, металевих банок, гуми, скла, кераміки та емалі можна знайти тут:  [Стандарти пакувальних матеріалів FFCR](#)

Дерев'яні піддони (палети)

- Дерев'яні піддони повинні бути **фуміговані та сертифіковані** Американським комітетом стандартів деревини (ALSC) та Національною асоціацією дерев'яних піддонів і контейнерів (NWPCA).
- Протокол фумігації регулюється Міжнародною конвенцією з карантину та захисту рослин (IPPC) відповідно до Міжнародного стандарту фітосанітарних заходів (**ISPM 15**).

Стандарт IPPC:

ISPM 15 та відповідні японські нормативні акти пояснені:  [MAFF — Часті питання щодо ISPM 15](#)

Детальна інформація — інструкція Національної асоціації дерев'яних піддонів і контейнерів (NWPCA):  [ISPM 15 — NWPCA](#)

3

СТАНДАРТИ та СЕРТИФІКАЦІЯ. ДОЗВІЛЬНІ ДОКУМЕНТИ

- 3.1 Японські промислові стандарти (JIS)
- 3.2 PS-mark: продукти, процедури відповідності
- 3.3 Побутові товари та безпеність
- 3.4 Японські аграрні стандарти (JAS)
- 3.5 Organic JAS

ЯПОНСЬКІ ПРОМИСЛОВІ СТАНДАРТИ

Japan Industrial Standards



Японські промислові стандарти (JIS) були встановлені як національні стандарти відповідно до Закону про промислову стандартизацію ([Industrial Standardization Act](#)).

Японські промислові стандарти (JIS) **можуть бути або добровільними, або обов’язковими**, залежно від законодавчих вимог у конкретних галузях.

Якщо японське законодавство чи нормативні акти прямо вимагають дотримання певних JIS для визначених сфер або продуктів, то ці стандарти стають обов’язковими для виконання. Наприклад,

якщо в законі зазначено, що певний вид електричного обладнання або будівельних матеріалів повинен відповідати JIS, то виробники та імпортери зобов’язані дотримуватися цих стандартів.

Система
маркування

Система маркування JIS дозволяє бізнес-операторам, які отримали схвалення акредитованого сертифікаційного органу, використовувати маркування JIS на продукції, схваленій цим сертифікаційним органом.

Комітет японських промислових стандартів (JISC)
<https://www.jisc.go.jp/>

[Пошук JIS стандартів](#)

[Узгодженість JIS та міжнародних стандартів](#) (пошук)

[Пошук зареєстрованих JIS](#) сертифікаційних установ

Японська асоціація стандартів (Japan Standards Association — JSA): <https://www.jsa.or.jp/en/>

СХЕМА СЕРТИФІКАЦІЇ

- Підприємства, які отримують сертифікати відповідності від акредитованих органів сертифікації, мають право відображати знак JIS на своїй продукції та документах.
- Всі органи сертифікації, акредитовані для системи маркування JIS, повинні відповідати ISO/IEC 17065.
[Акредитовані органи сертифікації JIS](#)
- Процес сертифікації складається з двох елементів:
 - оцінки відповідності продукції JIS
 - оцінки системи управління якістю

3.1 Японські промислові стандарти (JIS)

3.2 PS-mark: продукти, процедури відповідності

3.3 Побутові товари та безпечність

3.4 Японські аграрні стандарти (JAS), Organic JAS

PS-MARK (#1)

ЗАКОНОДАВСТВО

Міністерство економіки, торгівлі та промисловості Японії (METI)

- Закон про безпечність електричних приладів та матеріалів — [Electrical Appliances and Materials Safety Act](#) (Denan Act)
- Закон про газове обладнання ([Gas Business Act](#))
- Закон про безпеку та оптимізацію операцій із зрідженим нафтовим газом ([Act on the Securing of Safety and the Optimization of Transaction of Liquefied Petroleum Gas](#))
- Закон про безпечність продукції — [Consumer Product Safety Act](#)

4

Закони про
безпечність
продукції

Міністерство економіки, торгівлі та промисловості Японії (METI) впровадило чотири закони про безпечність продукції, щоб гарантувати безпеку споживачів, запобігаючи небезпекам, викликаним електроприладами, газовими пристроями та загальними споживчими товарами

Закон про безпеку
електроприладів та
матеріалів (Denan Act)

457 видів продукції

Електроприлади та матеріали, що використовуються в побуті. Включає обов'язкову сертифікацію **PSE** (Product Safety Electrical).

Приклади: адаптери, зарядні пристрої, побутова техніка, освітлення.

Закон про газове обладнання
(Gas Business Act)

8 видів продукції

Контролює безпечність газових приладів у комерційному та побутовому використанні.

Включає сертифікацію **PSTG** (Product Safety Gas Equipment).Закон про безпеку та
оптимізацію операцій із
зрідженим нафтовим газом

16 видів продукції

Охоплює безпеку зберігання, перевезення та використання зрідженого нафтового газу (LPG). Сертифікація **PSLPG** (Product Safety LPG Equipment).Закон про безпечність
споживчих товарів
(Consumer Product Safety Act)

10 видів продукції

Включає товари, що можуть становити небезпеку для здоров'я або викликати травми. Вимагає обов'язкової сертифікації **PSC** (Product Safety Consumer Goods). Приклади: запальнички, обігрівачі, гірлянди, велосипеди.

Круглий PS-знак — для менш небезпечних товарів.

Ромбоподібний PS-знак — для товарів з високим ризиком (обов'язкове тестування)

ЯПОНСЬКІ АГРАРНІ СТАНДАРТИ

Japanese
Agricultural
Standards

Японські аграрні стандарти (JAS) — це національні стандарти Японії у сферах сільського господарства, лісового господарства, рибальства та харчової промисловості.

JAS встановлюються Міністерством сільського господарства, лісового господарства та рибальства Японії (MAFF).

Основні напрями застосування JAS:

- Якість / специфікація продукції
- Процес виробництва / розповсюдження продукції
- Методи поводження з продукцією операторами ринку
- Методи управління бізнесом операторами ринку
- Методи тестування продукції
- Терміни, що стосуються сільського господарства, лісового господарства, рибальства та продуктів харчування

Якщо продукція та послуги відповідають стандартам JAS, на них можна наносити логотип JAS.

[Міністерство сільського господарства, лісового господарства та рибальства Японії \(MAFF\)](#)

[Act on Japanese Agricultural Standards](#)

[Перелік стандартів](#)

[Перелік акредитованих сертифікаційних органів](#)

[Органічна сертифікація](#)



Застосовується до **харчових продуктів та лісової продукції**, які відповідають стандартам JAS щодо якості, наприклад, класу якості, складу та специфікацій.



Застосовується до сільськогосподарської продукції та перероблених продуктів, які відповідають стандартам **Organic JAS**. Продукція без логотипу Organic JAS не може маркуватися як **«органічна»**.



Застосовується до харчових продуктів, які відповідають стандартам JAS для продукції, виробленої за **традиційними японськими методами**, або для **продукції з доданою вартістю**, щоб відрізнити японські спеціальні продукти від інших.

Логотип символізує «надійну японську якість», поєднуючи символ Японії — «гору Фудзі» та «сонце», що нагадує японський прапор.



Методів тестування JAS
Застосовується до тестового звіту, який показує результати аналізу, проведеного за методами тестування JAS.

СТАНДАРТИ. СЕРТИФІКАЦІЯ. ДОКУМЕНТИ

- 3.1 Японські промислові стандарти (JIS)
3.2 PS-mark: продукти, процедури відповідності
3.3 Побутові товари та безпечність
3.4 Японські аграрні стандарти (JAS), Organic JAS

2 Способи експорту та продажу органічних харчових продуктів

1. Логотип Organic JAS — харчові продукти виготовлені або вироблені закордонними виробниками чи підприємствами, сертифікованими акредитованими японськими сертифікаційними органами або акредитованими іноземними сертифікаційними органами.

2. Перевизнання — при наявності сертифікатів на органічну продукцію, які визнані як еквівалентні, виданих органами сертифікації інших країн та визнання цих сертифікатів японськими органами Organic JAS. [Перелік еквівалентних сертифікацій](#)



ПЕРЕЛІКИ

- [Перелік акредитованих сертифікаційних органів \(Японія\)](#)
- [Перелік акредитованих сертифікаційних органів \(поза Японією\)](#)
- [Місцезнаходження акредитованих сертифікаційних органів](#) (включаючи їхніх контрактних інспекторів), які можуть здійснювати сертифікаційну діяльність за кордоном
- [Перелік сертифікованих імпортерів](#)

КЕРІВНИЦТВА та Q&As

- [Запитання та відповіді щодо Японських аграрних стандартів](#) для органічних рослин, органічних перероблених продуктів, органічної продукції тваринництва та органічних кормів
- [Система інспекції та сертифікації](#) органічних продуктів
- [Огляд органічного стандарту JAS](#)
- [Стандарти та індивідуальні процедури для оцінки відповідності](#) речовин, зазначених у Додатках 1 і 2 Японських аграрних стандартів для органічних рослин
- [Посібник з інспекції на місці](#)

4

МИТНЕ ОФОРМЛЕННЯ. ЛОГІСТИКА

4.1 Тарифне регулювання

4.2 Митний контроль та перевірка продукції при ввезення

4.3 Логістика, особливості

ІНФОРМАЦІЯ:
[Japan's Tariff Schedule](#)
(Statistical Code for Import)

12 ЗНАКІВ:
Складається з 9 знаків
6 знаків — співпадають з HS
опису та кодування товарів
7-9 знаки — національна
деталізація класифікації



[Приклади класифікації імпорتنих товарів](#)
[Класифікаційні рішення](#)

ТИПИ СТАВОК МИТА

МИТА, ЗАСТОСОВНІ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ТОВАРІВ

- **Загальна ставка мита (General Rate)** — базові митні ставки для всіх товарів, змінюються лише за необхідності.
- **Тимчасова ставка мита (Temporary Rate)** — застосовується на певні товари на обмежений період, може бути вищою або нижчою за загальну.
- **Ставка COT (WTO Rate)** — встановлена в рамках Світової Організації Торгівлі, діє також для країн із двосторонніми угодами про режим найбільшого сприяння.
- **Преференційна ставка (GSP Rate)** — знижені ставки для країн, що розвиваються, в межах Генералізованої системи преференцій (GSP).
- **Спрощений тариф (Simplified Tariff)** — застосовується для вантажів і поштових відправлень вартістю до 200 000 єн, що спрощує розрахунок мита.

Skip to Content > Site Map > Japanese

Japan Customs

Font Size + Large Default - Small ENHANCED BY Google

Home

Passenger

Export / Import

Enforcement

Trade Statistics

Customs Answer (FAQ)

Regional Customs

Hakodate

Tokyo

Yokohama

Nagoya

Osaka

Kobe

Moji

Nagasaki

Okinawa

Location: [Home](#) > [Japan's Tariff Schedule \(Statistical Code for Import \)](#) > Japan's Tariff Schedule as of January 1 2025

Like 0 Share Post

Japan's Tariff Schedule as of January 1 2025

This information is for reference only, not for official use. Please refer to the relevant statutory publications in Japanese for confirmation.
If you have an inquiry regarding customs formalities, etc., please feel free to ask a [customs counselor](#) at the nearest Customs office.

■ [Abbreviation of unit](#)

SECTION I

LIVE ANIMALS; ANIMAL PRODUCTS

Chapter 1	Live animals.	Tariff rate
Chapter 2	Meat and edible meat offal.	Tariff rate
Chapter 3	Fish and crustaceans, molluscs and other aquatic invertebrates.	Tariff rate
Chapter 4	Dairy produce; birds' eggs; natural honey; edible products of animal origin, not elsewhere specified or included.	Tariff rate
Chapter 5	Products of animal origin, not elsewhere specified or included.	Tariff rate

SECTION II

VEGETABLE PRODUCTS

Chapter 6	Live trees and other plants; bulbs, roots and the like; cut flowers and ornamental foliage.	Tariff rate
Chapter 7	Edible vegetables and certain roots and tubers.	Tariff rate
Chapter 8	Edible fruit and nuts; peel of citrus fruit or melons.	Tariff rate
Chapter 9	Coffee, tea, mate and spices.	Tariff rate
Chapter 10	Cereals.	Tariff rate
Chapter 11	Products of the milling industry; malt; starches; inulin; wheat gluten.	Tariff rate
Chapter 12	Oil seeds and oleaginous fruits; miscellaneous grains, seeds and fruit; industrial or medicinal plants; straw and fodder.	Tariff rate
Chapter 13	Lac; gums, resins and other vegetable saps and extracts.	Tariff rate
Chapter 14	Vegetable plaiting materials; vegetable products not elsewhere specified or included.	Tariff rate



Як визначити ставку мита

Загальна
ставка

Тимчасова
ставка

СОТ-ставка

Преференційна
ставка

Одиниця

Код
законодавства

Statistical code		Description	Tariff rate				Unit		Law
H.S.code			General	Temporary	WTO	GSP	I	II	
19.05		Bread, pastry, cakes, biscuits and other bakers' wares, whether or not containing cocoa; communion wafers, empty cachets of a kind suitable for pharmaceutical use, sealing wafers, rice paper and similar products							
	1905.10.000	Crispbread	12%		9%	4.5%		KG	FD
	1905.20.000	Gingerbread and the like	30%		18%	9%		KG	FD
		Sweet biscuits; waffles and wafers :							
	1905.31.000	Sweet biscuits	24%		20.4%			KG	FD
	1905.32.000	Waffles and wafers	30%		18%	15%		KG	FD
	1905.40.000	Rusks, toasted bread and similar toasted products	12%		9%	4.5%		KG	FD
	1905.90	Other							
	100	1 Bread, ship's biscuits and other ordinary bakers' wares, not containing added sugar, honey, eggs, fats, cheese or fruit	12%		9%			KG	FD
	200	2 Communion wafers, empty cachets of a kind suitable for pharmaceutical use, sealing wafers, rice paper and similar products	6.4%		6%			KG	FD
		3 Other							
		(1) Containing added sugar							
	311	A Arare, Senbei and similar rice products	40%		34%			KG	FD
	312	B Biscuits, cookies and crackers	24%		15%			KG	FD
	314	C Crisp savoury food products, made from a dough based on potato powder	9.6%		9%			KG	FD
		D Other	30%			15%			
	313	- Pizza, chilled or frozen			24%			KG	FD
	319	- Other			25.5%			KG	FD
		(2) Other							
	321	A Arare, Senbei and similar rice products	35%		29.8%			KG	FD
	322	B Biscuits, cookies and crackers	20%		13%			KG	FD
	323	C Crisp savoury food products, made from a dough based on potato powder	9.6%		9%			KG	FD
	329	D Other	25%		21.3%	12.5%		KG	FD

Код товару
1905.10.000

Застосовні ставки мита:
12% — загальна
9% — для країн СОТ
4,5% — преференційна
(при наданні сертифікату походження форми А)
Тимчасова ставка — не застосовна.

Законодавство
(стовпчик «Law»):
FD — Food Sanitation Act

Перелік законодавства
Процедура імпорту

4.1 Тарифне регулювання

4.2 Митний контроль та перевірка продукції при ввезенні

4.3 Логістичні особливості

ПОДАТКИ ПРИ ІМПОРТІ

Три типи податків та зборів

1. **Мито** — від вартості CIF (вартість товару + страхування + фрахт)2. **Споживчий податок** (Consumption Tax) — аналог ПДВ

Складається з:

Національного споживчого податку (National Consumption Tax, NCT)

Місцевого споживчого податку (Local Consumption Tax, LCT).

3. **Інші податки** (акцизи, збори за митне оформлення)

Ставка податку	Стандартна ставка	Знижена ставка
Національний споживчий податок (NCT)	7,8%	6,24%
Місцевий споживчий податок (LCT)	2,2% (22/78 від NCT)	1,76% (22/78 від NCT)
Всього	10%	8%
22/78	це коефіцієнт, який використовується для визначення частки місцевого споживчого податку в загальній сумі споживчого податку (Consumption Tax)	

Приклад 1

Ціна CIF — 534,795¥

Мито — 14%

Стандартна ставка (10%)

Ціна CIF 534,795¥ → 534,000¥ (округлення до цілого числа)

 $534,000 \times 14\%_{\text{МИТО}} = 74,760 \rightarrow 74,700\text{¥}$ База оподаткування $534,795 + 74,700 = 609,495 \rightarrow 609,000\text{¥}$

Податки:

національний $609,000 \times 7,8\% = 47,502 \rightarrow 47,500\text{¥}$ локальний $47,500 \times 22 / 78 = 13,397 \rightarrow 13,400\text{¥}$

Приклад 2

Ціна CIF — 126,258¥

Мито — 14%

Знижена ставка (8%)

Ціна CIF 126,258¥ → 126,000¥

 $126,000 \times 14\%_{\text{МИТО}} = 17,640 \rightarrow 17,600\text{¥}$ База оподаткування $126,258 + 17,600 = 143,858 \rightarrow 143,000\text{¥}$

Податки:

національний $143,000 \times 6,24\% = 8,923 \rightarrow 8,900\text{¥}$ локальний $8,900 \times 22 / 78 = 2,510 \rightarrow 2,500\text{¥}$ ПРАВИЛА
ОКРУГЛЕННЯУ митних операціях округлення виконується до **1,000¥**, наприклад, 534,795¥ → 534,000¥ (вниз до найближчого тисячного значення)У податкових розрахунках Японія округлює до найближчих **100¥**, наприклад, 74,760¥ → 74,700¥

4.1 Тарифне регулювання

- 4.2 Митний контроль та перевірка продукції при ввезенні
- 4.3 Логістичні особливості

Генералізована система преференцій (ГСП)

Заснована 1 серпня 1971 року та діє до 31 березня 2031.

Японія застосовує знижені ставки мита на певні товари з країн, що розвиваються, з метою підтримки експорту, сприянню індустріалізації та економічному зростанню.

Україна є країною, яка отримує преференції в рамках схеми ГСП Японії.

ІНФОРМАЦІЯ, КЕРІВНИЦТВА:

- [Перелік країн](#), для яких застосовується ГСП
- Форма сертифікату походження для підтвердження права застосування мита ГСП - [GSP Certificate of Origin Form A](#)
- [Довідник з визначення походження товарів](#) для застосування ГСП (Generalized System of Preferences Generalized System of Preferences HANDBOOK ON THE SCHEME OF JAPAN)
- Правила походження [JAPAN'S GSP](#) (Generalized System of Preferences)
- [Закон про тимчасові тарифні заходи](#)

ПРАВИЛА ВИЗНАЧЕННЯ ПОХОДЖЕННЯ

КРОК 1

Перевірити, чи застосовується ГСП для продукту — [LIST OF PRODUCTS UNDER THE GSP TREATMENT As of April 1 2024](#)

Станом на 1 квітня 2024 року наступна продукція підпадає під преференційний режим імпорту, а саме за ставками ввізного мита нижче загального рівня та нульовими:

— [СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІ ТОВАРИ \(416 КОДІВ НА 9-ЗНАКАХ МИТНОГО ТАРИФУ ЯПОНІЇ\)](#):

м'ясо та їстівні субпродукти індиків, качок; сало, цикорій, артишок, картопля, малина, ожина, журавлина, житнє борошно, вівсяна крупа, готова або консервована риба, огірки, корнішони, томати, води мінеральні та газовані, пиво із солоду тощо

— [ПРОМИСЛОВА ПРОДУКЦІЯ \(3209 КОД НА 9-ЗНАКАХ МИТНОГО ТАРИФУ ЯПОНІЇ\)](#): цемент, аміак, гідрооксид натрію, оксид титану, різні види хімічних речовин та мінералів, папір та картон, пряжа лляна, нитки швейні із синтетичних або штучних волокон, головні убори, парасольки, посуд та прибори столові або кухонні; гвинти, болти, гайки та аналогічні вироби, з чорних металів; ножі, ножиці, електроди, вудки, гачки, котушки риболовні, термоси тощо.

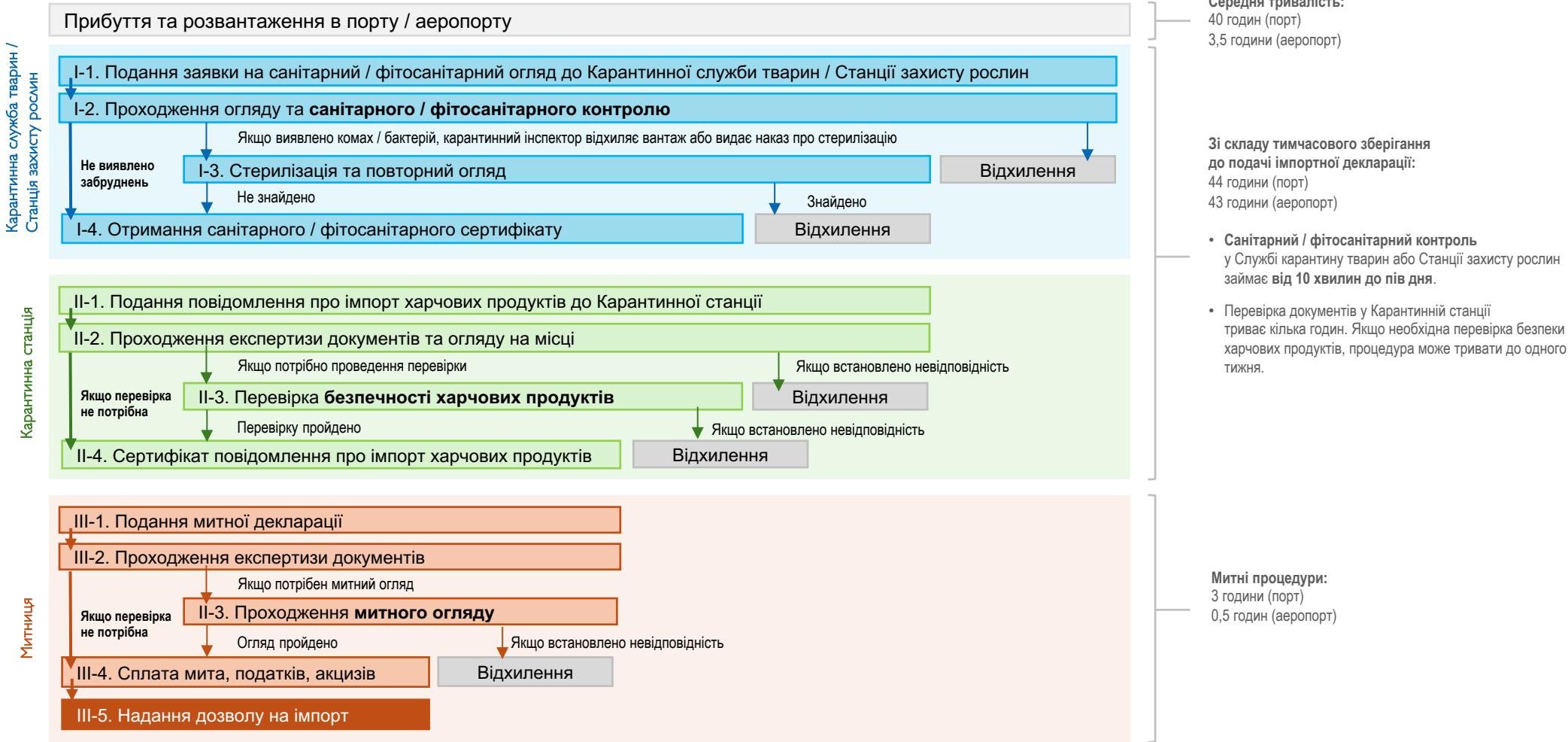
В разі наявності товару в зазначеному переліку потрібно визначити — чи набуває товар українського походження (Крок 2)

ПРАВИЛА ВИЗНАЧЕННЯ ПОХОДЖЕННЯ

КРОК 2	В залежності від походження сировини та матеріалів, перевірити виконання наступних умов. Сировина та матеріали мають інше походження, ніж Україна або Японія: ВАРІАНТ 1 – товар зазначений в Переліку специфічних умов переробки, мають виконуватися зазначені умови — LIST OF CONDITIONS TO QUALIFY AS AN ORIGINATING GOOD UNDER JAPANESE GSP. Перевіряємо виконання умов переробки. ВАРІАНТ 2 — товар не зазначено в Переліку специфічних умов переробки. Застосовується правило «зміни товарної позиції» — сировина та матеріали іншого походження, ніж Україна та Японія, мають класифікуватися в іншій товарній позиції (перші 4-и знаки коду товару), ніж готового товар.
Мінімальні операції	Перевіряємо виконання умов технологічних операцій — технологічні операції з матеріалами іншого походження ніж Україна та Японія мають перевищувати операції, які зазначені як «мінімальні операції» — MINIMAL PROCESSES WHICH ARE NOT ACCEPTED AS OBTAINING ORIGINAL STATUS. В разі не виконання умов - товар не набуває походження України.
«Вміст країни-донора»	При використанні сировини / матеріалів походження Японії перевірити наявність сертифікату походження Японії та, що продукт не зазначений в переліку товарів, для яких правило «країни донора» не застосовується — LIST OF PROCESSED PRODUCTS TO WHICH DONOR COUNTRY CONTENT RULE IS NOT APPLIED.
Товари 50-63 ГС	Правило толерантності — якщо у виробництві товарів груп 50—63 ГС використовуються іноземні матеріали, які не відповідають правилам походження, їх можна ігнорувати, якщо їхня загальна вага не перевищує 10% від ваги товару.

КРОК 3	Умова прямого транспортування Товари повинні транспортуватися безпосередньо до Японії без проходження через будь-які інші території. Або надання підтвердження, що - товари не піддавалися будь-якій обробці в країнах транзиту (крім перевантаження або зберігання); - перевантаження або тимчасове зберігання було здійснено на митних складах або під контролем митних органів країн транзиту.
КРОК 4	Оформлення сертифікату походження. Звернутися до ТПП України або регіональних ТПП для оформлення сертифікату форми А.
Винятки	НЕ ПОТРІБНО оформлювати сертифікат: - партія товару менше 200,000\$, або - товар зазначено в Переліку товарів, для яких не потрібно надання сертифікату походження.

ПРОЦЕДУРА МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ТА АГРОПРОДУКЦІЇ



4.1 Тарифне регулювання

4.2 Митний контроль та перевірка продукції при ввезенні

4.3 Логістичні особливості



Location of Ports and Harbours in Japan

ПОРТ	Розташування	Пропускна здатність (TEU/рік)	Основні вантажі	Стратегічна роль
Нагоя	Центральна Японія, затока Ісе, Тюбу	5 млн	Автомобілі (Toyota), промислові товари, електроніка, генеральні вантажі	Основний центр експорту до Північної Америки та Європи
Токіо	Східна Японія, затока Токіо, Канто	4,5 млн	Контейнери, промислові товари, електроніка, авто	Головний торговельний вузол, зв'язок із США та Азією
Йокогама	30 км на південь від Токіо, Канто	3,3 млн	Контейнери, нафтопродукти, хімікати, промислові товари	Важливий хаб для автомобільної та хімічної галузі, торгівля з ЄС та США
Осака	Західна Японія, затока Осака, Кансай	2 млн	Контейнери, сільськогосподарська продукція, харчові товари, електроніка	Вузол торгівлі з Китаєм та Південно-Східною Азією
Кобе	Місто Кобе, затока Осака, Кансай	2,5 млн	Генеральні вантажі, рідкі вантажі, сталь, машини, електроніка	Головний перевалочний пункт для експорту Кансайського регіону



Аеропорт	Основна роль	Основна категорія вантажів	Сильні сторони	Оцінка обсягу вантажів (2023/24)
Наріта Narita International Airport (NRT)	Глобальний хаб	Міжнародні вантажі, товари високої вартості	Найбільший обсяг, найкраща міжнародна доступність	~1,95 млн тонн
Кансай Kansai International Airport (KIX)	Хаб Західної Японії	Експрес-доставка, електроніка	Цілодобова робота, присутність міжнародних кур'єрів	~722 250 тонн
Чубу Chubu Centrair International Airport (NGO)	Промисловий центр	Автозапчастини, машинобудування	Близькість до виробництва, розвиток інфраструктури	~250 000 тонн (оцінка)
Ханеда Tokyo International Airport (Haneda) (HND)	Переважно внутрішній	Термінові вантажі, фармацевтика	Безпосередня близькість до Токіо	~200 000 тонн (оцінка)
Фукуока Fukuoka Airport (FUK)	Регіональний шлюз	Продукти, електроніка	Близькість до ринків Східної Азії	~80 000 тонн (оцінка)

СПЕЦИФІКА ЛОГІСТИКИ ДО ЯПОНІЇ

ЩО ВПЛИВАЄ НА ЦІНУ ДОСТАВКИ

- **Глобальні зміни** — зростання цін на перевезення після пандемії COVID-19, нестабільність у Червоному морі та коливання вартості пального суттєво впливають на ціни доставки для більшості країн.
- **Специфіка України** — через недоступність морських портів українські експортери використовують **іноземні порти-хаби**, зокрема в Румунії (Констанца) та Польщі (Гданськ). Це призводить до **додаткових витрат на доставку товарів до порту**, які потрібно враховувати при формуванні експортної ціни.

З ПРАКТИКИ

Зміна вартості логістики на прикладі експорту до Ізраїлю:

- До війни (2022), порт Одеса: **\$3300**
- Після переходу на іноземні порти — до **\$6500**, з яких **50% — внутрішні витрати на доставку до порту**

Подібна логіка застосовна і до постачання в Японію: внутрішня логістика (до європейських хабів) є істотною складовою кінцевої вартості продукції.

ЯК АДАПТУВАТИСЯ: ПОРАДИ ДЛЯ ЕКСПОРТЕРІВ

- **Використання логістичних хабів** — деякі компанії орендують склади в ЄС, щоб оптимізувати логістику та швидше здійснювати відвантаження.
- **Консолідація вантажів** — об'єднання партій товарів дозволяє зменшити витрати на одиницю продукції.
- **Гнучке ціноутворення** — ціни для імпортерів супроводжуються зазначенням строків їхньої дії, а також включають можливе коливання транспортних витрат.

ВИСНОВОК

- Логістика сьогодні складніша, ніж до 2022 року. Проте українські експортери вже **адаптувалися до нових умов** та впровадили **практичні рішення**, які забезпечують стабільні поставки.
- Доставка в Японію — це **не бар'єр**, а частина **стратегічного планування**, що потребує врахування нових маршрутів і витрат, але цілком піддається ефективному управлінню.

5

КАНАЛИ ЗБУТУ. ВИХІД НА РИНОК

5.1 Традиційні та сучасні канали збуту

5.2 Електронна комерція

5.3 Участь у виставках

ВИХІД НА РИНОК: ПОРАДИ ТА СТРАТЕГІЇ

Складність і тривалість виходу на ринок

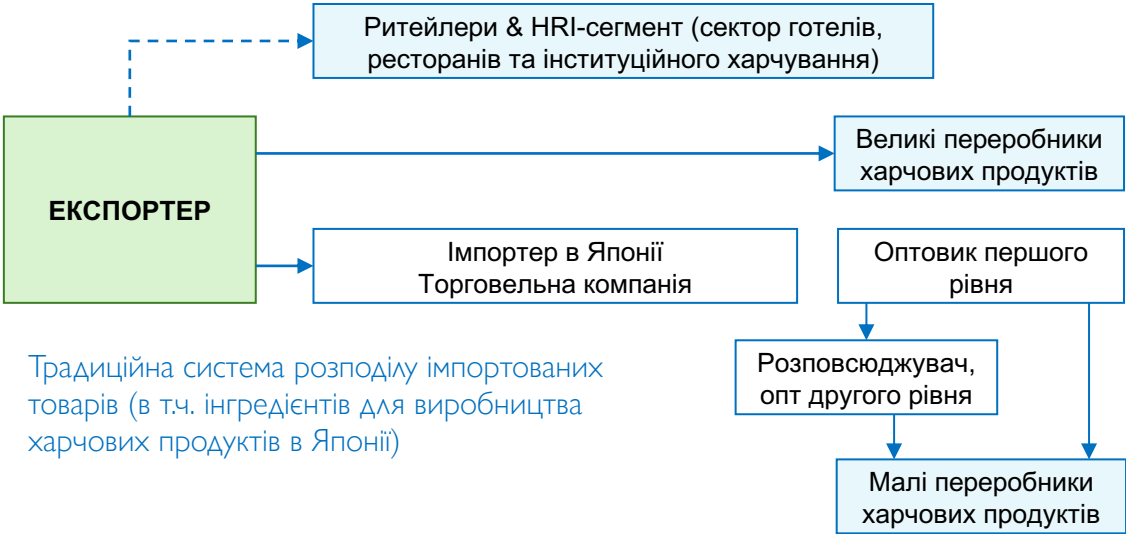
- Вихід на японський ринок може зайняти значний час, особливо для постачальників харчових інгредієнтів.
- Виробники часто шукають специфічні інгредієнти, але неохоче розкривають плани щодо розробки нових продуктів та уникають обговорення своїх потреб у постачанні.

Основний виклик для ЕКСПОРТЕРА — вибудувати довгострокові відносини з потенційними партнерами-виробниками, щоб бути на зв’язку, коли виникне потреба у новому продукті.

- Щоб скористатися такою можливістю, важливо **мати представника в Японії** та забезпечити локальну присутність продукту.
- Налагодження співпраці з місцевим імпортером** — критично важливий перший крок.

Перелік мереж, що імпортують напряду:

- Kobe Busan, <https://www.kobebussan.co.jp/english/>
- Seijo Ishii, <https://www.seijoishii.co.jp/en/>
- Kaldi Coffee Farm, <https://www.kaldi.co.jp/>
- Gyomu Surep, <https://www.gyomusuper.jp/english/index.php>
- AEON Japan, через власну торгіву компанію Cordon Vert, <https://www.cordonvert.jp/>



- Торговельна компанія (general trading company)
- Оптовик першого рівня (first-line wholesaler)
- Оптовик другого рівня (second-line wholesaler)
- Харчовий переробник (food processor)

Торговельні компанії зазвичай надають такі послуги:

- Імпортне оформлення
- Фінансування угод
- Митне очищення
- Зберігання на складах
- Підготовка замовлень і супровідної документації для доставки

Великі виробники та ритейлери все частіше **закуповують продукцію напряду у торговельних компаній**, оминаючи деякі проміжні ланки. Регулювання щодо харчових продуктів, інгредієнтів та харчових добавок в Японії є **дуже суворим**, тому **торговельна компанія відіграє значну роль** в перевірці та підготовці як товару, так й документів.

ОГЛЯД РИТЕЙЛУ: ТРАНСФОРМАЦІЯ та ТРАДИЦІЇ

Тренди на ринку роздрібної торгівлі

Канал	Частка ринку / Обсяг продажів	Характеристика	Поведінка споживачів	Рекомендації для експортерів
Супер-маркети	44.9% / \$88.9 млрд	Основний канал роздрібних продажів. Широкий асортимент, регулярні закупівлі.	Покупки для дому, сімейні покупки, збільшення частки заморожених страв.	Орієнтуватися на масовий сегмент, великі об'єми, адаптована упаковка. Інтерес до готових страв.
Міні-маркети (24/7, типу «konbini»)	29.1% / \$57.7 млрд	Швидкі покупки «на ходу», 24/7, орієнтація на зручність.	«Salary men/women», молодь, покупки протягом дня.	Продукти з коротким приготуванням, індивідуальні порції, снеки, напої, продукти «grab & go».
Магазини здорової їжі	9.6% / \$19.1 млрд	Нетрадиційний канал. Комбінує ліки, косметику, їжу. Швидко розвивається.	Старші споживачі, жителі спальних районів, прихильники здорового способу життя	Зручна маленька упаковка, здорові снеки, продукти щоденного попиту.
Інтернет (Online) 🔍	~10.5% / ~\$21 млрд	Популярний, але чутливий до цін.	Міські сім'ї, зайняті користувачі, попит на доставку.	Продумана доставка, довготривале зберігання, акції, підписки, ефективна рекламна стратегія.

1. Супермаркети залишаються ключовим каналом для реалізації імпоротної продукції. Японські споживачі активно шукають **якісні й свіжі продукти** — це відкриває постійний попит на **випічку, крупи, макарони, солодоші та оброблені овочі**.

2. Магазини здорової їжі стають нетиповим, але зростаючим каналом збуту продуктів харчування — особливо **снеків, фруктів, овочів та готових страв**. Це пов'язано зі зростанням попиту на **зручність, швидкість і здорове харчування** в міському стилі життя.

3. Непсувні товари, такі як **горіхи, сухофрукти, батончики**, мають перспективи зростання завдяки:

- Тренду на **здорове харчування**
- Поширенню **снек-культури**
- Добре розвиненій логістиці та полицному простору в аптеках і супермаркетах

4. Фокус на корисність + зручність формує нові запити споживачів. Перемагають продукти, які поєднують **функціональність, поживність та простоту у використанні** — готові до вживання або швидкі в приготуванні.

Що це означає для експортерів:

- Потрібно робити ставку на **здорові, зручні, довготривалі продукти**, які мають історію якості (особливо сертифікації).
- Варто звертати увагу не лише на традиційні канали (супермаркети), а й на **нові точки входу, такі як магазини здорової їжі, онлайн і змішані формати**.

Порівняльна таблиця провідних супермаркетів Японії

Назва мережі	Тип / Формат	Кількість магазинів (орієнтовно)	Штаб-квартира	Географія / Покриття	Коментар для експортерів
AEON	GMS* / супермаркет / гіпермаркет	~3,600+ (разом з MaxValu)	Тіба (Chiba)	Вся Японія	Найбільша ритейл-група, власна імпортна логістика та закупівлі.
Ito-Yokado	GMS / супермаркет	~130	Токіо	Міста та передмістя	Частина групи 7-Eleven, комбінує food і non-food товари.
Life Supermarket	Супермаркет	~290	Осака	Західна і східна Японія	Сильні позиції у фреш-продуктах і готових стравах.
Seiyu	Супермаркет	~330	Токіо	Великі міста	Працює з Rakuten — відкритий до e-commerce-експорту.
York Benimaru	Супермаркет	~230	Фукусіма	Північна та східна Японія	Входить до Seven & I Holdings. Присутній у малих містах.
OK Store	Дискаунтер / супермаркет	~140	Йокогама	Токіо та околиці	Орієнтація на найнижчі ціни. Масовий сегмент.
MaxValu	Супермаркет / дискаунтер	~1,600	Тіба (через AEON)	Вся Японія	AEON-група, локальні формати. Логістична інтеграція.
Daiei	GMS / супермаркет	~200	Тіба (AEON)	Великі міста	Історичний бренд. Часто — urban-маркети із широким асортиментом.
Summit	Супермаркет	~120	Токіо	Токіо, Канто	Висока якість сервісу. Орієнтований на інновації в продуктах.

* **GMS** (General Merchandise Store) — це універсальний магазин широкого профілю, що пропонує як продовольчі товари, так і непродовольчу продукцію під одним дахом. Це щось середнє між супермаркетом і торговим центром.

5 КАНАЛИ ЗБУТИ. ВИХІД НА РИНОК

5.1 Традиційні та сучасні канали збуту

5.2 Електронна комерція

5.3 Участь у виставках та бізнес-місіях

Порівняльна таблиця мереж konbini (Міні-маркети 24/7) в Японії

Назва мережі	Кількість магазинів (2023)	Штаб-квартира	Особливості формату	Коментар для експортерів
7-Eleven Japan	~21,400	Токіо	Найбільша мережа. Асортимент їжі, напоїв, готових страв.	Часто перша точка входу на ринок. Має власні вимоги до упаковки та логістики.
FamilyMart	~16,500	Токіо	24/7, великий вибір сніків, заморожених продуктів і напоїв.	Орієнтація на молодь та офісних працівників.
Lawson	~14,600	Осака	Активно просуває здорове харчування (Lawson Natural), готові страви.	Підходить для ЗОЖ-продуктів, форматів ready-to-eat.
Ministop	~1,400	Тіба (група AEON)	Має місця для їжі на місці (іноді). Власне морозиво, десерти.	Можливості для десертів, напоїв, новинок.
Daily Yamazaki	~1,000	Токіо	Сильна пекарня, власна випічка та готові страви.	Може бути цікавим для хлібобулочної та кондитерської продукції.
Seicomart	~1,200	Саппоро (Хоккайдо)	Популярна у Хоккайдо. Місцеві продукти, виробництво на місці.	Регіональна мережа з сильною локальною ідентичністю.
NewDays	~800	Токіо	У магазинів на вокзалах (JR East). Швидкі покупки в дорозі.	Підходить для напоїв, сніків, індивідуальних порцій.



5 КАНАЛИ ЗБУТИ. ВИХІД НА РИНОК

5.1 Традиційні та сучасні канали збуту

5.2 Електронна комерція

5.3 Участь у виставках та бізнес-місіях

Як українському виробнику розпочати співпрацю з японськими супермаркетами та ритейлом

КРОК 1 Розуміння структури торгівлі

Більшість великих ритейлерів у Японії (AEON, Seiyu, Ito-Yokado) **не закупають напряму**, а працюють через:

- імпортерів (importers)
- торговельні компанії (trading houses)
- оптовиків (wholesalers)

Перший крок — знайти надійного локального дистриб'ютора або імпортера, який вже має стосунки з ритейлерами.

КРОК 2 Пошук партнерів через B2B-канали

Ефективніше:

- Участь у **спеціалізованих виставках в Японії**: *FOODEX Japan*, *Supermarket Trade Show*, *Japan Pack* тощо.
- Вихід через **онлайн-платформи**, як-от JETRO, Alibaba Japan, Japan External Trade Organization B2B Matching.
- Залучення **торгового представництва або локального агента** в Японії (часто працює на комісію).

КРОК 3 Адаптація продукту до вимог ринку

У Японії **надзвичайно високі вимоги до якості, смаку, безпечності та стабільності постачання**.

Необхідно:

- Провести **перевірку відповідності інгредієнтів японському законодавству** (особливо харчові добавки, алергени).
- Надати **докладну документацію японською** (інгредієнти, сертифікати, строки зберігання, упаковка).
- Мати **відповідну маркування, перекладену японською мовою**, включно з датою виробництва/споживання.

КРОК 4 Особливості співпраці з ритейлом

- Контракти укладаються надовго, але з **тестовими пробними постачаннями**.
- Часто вимагають **безкоштовні зразки для тестування**, демонстрації або дегустацій.
- **Готовність до кастомізації** (адаптації до ринку): змінити смак, фасування, навіть рецептуру — це плюс.
- Важлива **стабільність поставок та логістики** (японські партнери не терплять зривів і змін графіку).

КРОК 5 Культура ділових переговорів

- Спілкування формальне, з великою повагою. Починається з **неторгових розмов та етикету**.
- Рішення ухвалюються довго, з кількома рівнями затвердження.
- Бажано мати **локального представника / перекладача**, щоб уникнути культурних бар'єрів.

КРОК 6 Поради щодо категорій товарів

Вищі шанси мають:

- Продукти **здорового харчування, натуральні або фермерські** (organic, low sugar, gluten-free).
- **Напої, снеки, кондитерські вироби**, які мають унікальність і гарну історію походження.
- Готові до вживання продукти (frozen, ready-to-eat, meal kits)

Вихід до японських супермаркетів — це марафон, а не спринт. Успіх залежить не лише від якості продукту, а й від відданості процесу, локалізації, стратегії входу через посередників і поваги до японських стандартів співпраці.

Назва виставки	Місто / локація	Місяць проведення	Примітка
Харчова продукція (Food & Beverage)			
FOODEX Japan	Токіо / Tokyo Big Sight	Березень	Найбільша міжнародна харчова виставка в Японії (80000 відвідувачів)
JFEX ("JAPAN'S FOOD" EXPORT FAIR)	Tokyo Big Sight Makuhari Messe	Травень	Універсальна імпорт-орієнтована харчова виставка, конкурент FOODEX Japan
Supermarket Trade Show (SMTS)	Токіо / Makuhari Messe	Лютий	Для B2B ритейлу — супермаркети, імпортери, виробники
FABEX Tokyo	Токіо	Квітень	Ready-to-eat, frozen food, bakery, horeca
Japan International Seafood & Technology Expo	Токіо	Серпень	Морепродукти, рибна промисловість
Japan Pack (Food Processing & Packaging)	Tokio / Tokyo Big Sight	Жовтень (раз на 2 роки)	Упаковка, харчові технології
Hi Japan	Tokyo Big Sight Exhibition Centre	Жовтень	Виставка, що спеціалізується на інгредієнтах для продуктів харчування. Переважно health ingredients, але також інші

Специфіка підготовки до участі:

- **Дизайн та розміри стенду.** Виставкові центри в Японії часто мають суворі правила щодо висоти, ліній огляду та відступів стендів.
- **Мовний бар'єр.** Хоча багато японських бізнесменів володіють англійською, наявність матеріалів японською мовою та перекладача на стенді може значно покращити сприйняття вашої компанії.
- Процес реєстрації, доставки матеріалів та оформлення документів може зайняти більше часу, ніж очікується.
- Японія дозволяє **тимчасове ввезення зразків** без сплати мит та ПДВ, за умови вивезення після завершення виставки. Найбільш зручно оформляти такі зразки через систему ATA Carnet.
- Митники дуже ретельно **перевіряють упаковку та маркування** (англійською / японською). Чутливі до порушень режиму тимчасового ввезення — навіть дрібне порушення може ускладнити наступні поставки. У разі втрати зразків або продажу — потрібно подати коригування і сплатити мита.

Назва виставки	Місто / локація	Місяць проведення	Примітка
Мода / Текстиль / Аксесуари			
Fashion World Tokyo	Tokio / Tokyo Big Sight	Березень та Жовтень	Найбільший фешн-івент в Японії, включає окремі зони: apparel, accessories, textiles
Japan Jewellery Fair (JJF)	Tokio / Tokyo Big Sight	Серпень	Ювелірні вироби, мода, аксесуари
Bridal Industry Fair	Tokyo Big Sight	Щорічно, в 2025 в червні	Найбільша спеціалізована виставка весільних товарів та послуг. Єдина в Японії B2B-виставкою, присвяченою виключно весільній індустрії
Textile Tokyo (в рамках Fashion World)	Tokio	Березень / Жовтень	Сировина, тканини, матеріали
Побутова техніка / Споживчі товари			
GIFTEX Tokyo	Tokio / Tokyo Big Sight	Липень та Січень	Найбільша виставка подарунків, предметів інтер'єру та побуту
Lifestyle Week Tokyo	Tokio	Січень / Липень	Домашній декор, кухонні товари, побутові речі
Japan Home & Building Show	Tokio / Tokyo Big Sight	Листопад	Товари для дому, smart appliances, інтер'єр
CEATEC Japan	Тіба / Makuhari Messe	Жовтень	Новітні технології, smart home, AI, побутова електроніка
Interior Lifestyle Tokyo	Tokio	Червень	Дизайн, меблі, побутові товари преміум-сегменту
ІТ, технології			
Japan Drone	Tokio / Tokyo Big Sight / Makuhari Messe	Червень, 2025	Найбільша в Японії спеціалізована B2B-виставка, присвячена безпілотним авіаційним системам (UAS). Виставка слугує платформою для вирішення різноманітних питань, сприяє розвитку соціальної інфраструктури та активно підтримує концепцію «розумних міст» для покращення якості життя.
NexTech Week	Tokio / Tokyo Big Sight / Makuhari Messe	Двічі на рік (весна, осінь)	Найбільша спеціалізована ІТ виставка (включно із крипто- та блокчейн-технологіями)

6

СПЕЦИФІКА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

- 6.1 Бізнес-культура: переговори, діловий етикет, стиль комунікації
- 6.2 Побудова довгострокових відносин
- 6.3 Помилки, яких варто уникати при співпраці з Японією

В ЯПОНІЇ «БІЗНЕС» — ЦЕ НЕ ЛИШЕ ПРО ПРОДУКТ,
А ПЕРЕДУСІМ — ПРО ДОВІРУ.

6міс — 1,5року

цикл від знайомства до укладання першої угоди

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ:

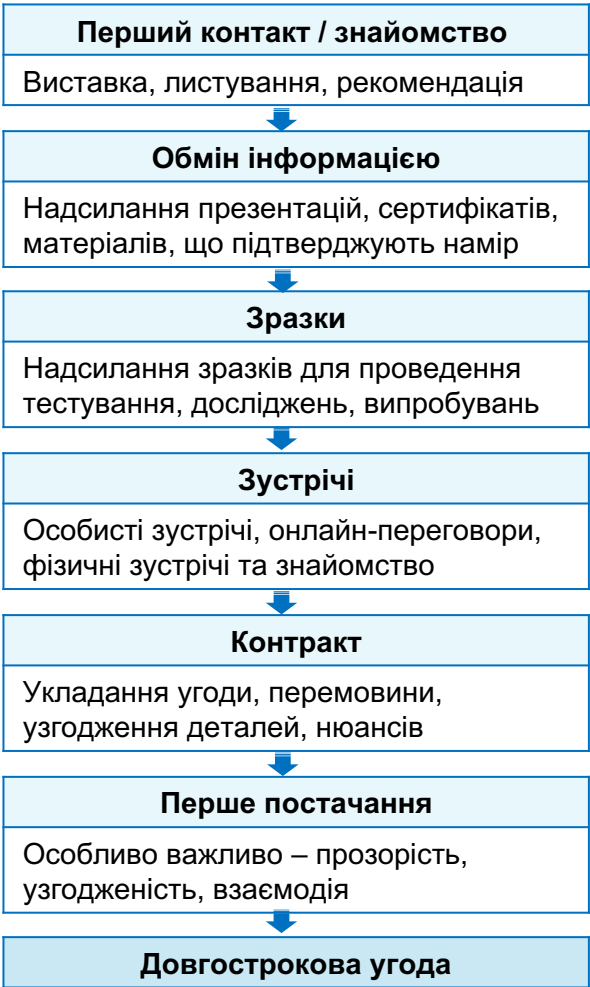
- Стабільність та передбачуваність — ключ до довіри
- Терпіння — партнерство будується не за одну зустріч
- Прозорість у документації та обіцянках
- Своєчасне та якісне постачання — репутація формується діями
- Здатність слухати та адаптуватись — гнучкість під японські стандарти

Що впливає на тривалість?

Фактор	Вплив
Тип продукції	Чим складніший / новіший продукт, тим довше перевірка, тестування, затвердження
Рівень довіри	Довіра формується через особисті зустрічі, стабільність, репутацію
Наявність локального представника	Значно скорочує час переговорів і узгоджень
Регуляторні аспекти	Багато продуктів потребують додаткових дозволів, перевірок, сертифікації та перекладів документації
Тестова партія	Часто попередньо пропонують невелике тестове постачання перед основною угодою

Ключова особливість японського ринку — спочатку партнер, потім контракт.

Типовий шлях до угоди



7

КОНТАКТИ. РЕСУРСИ

7.1 Корисні контакти: торгові палати, асоціації, бізнес-платформи

7.2 Джерела інформації для розвитку співпраці

8

ПІДГОТОВКА. ПЛАН ДІЙ

8.1 Стратегії виходу на ринок Японії

8.2 Підготовка бізнесу до експорту в Японію

Стратегії виходу на ринок Японії

Японія — це ринок із потужною економікою, високими стандартами якості та специфічною бізнес-культурою, що робить його привабливим, але водночас і складним для виходу.

Розробка правильної стратегії виходу на японський ринок є ключовою передумовою успішної експансії українських компаній.

1	Співпраця з місцевими імпортерами, дистриб'юторами та агентами Японський ринок залишається глибоко реляційним — прийняття рішень часто ґрунтується на довірі, стабільності та перевірених зв'язках. Тому одним із найбільш ефективних підходів є партнерство з місцевими імпортерами або дистриб'юторами, які мають виходи на ритейл, HoReCa або онлайн-канали.	⚠️ Пряма комунікація без попереднього знайомства рідко дає результат. Варто шукати вступ через виставки, галузеві асоціації або інституції на кшталт JETRO, UCCI, JICA, консалтингові компанії.
2	Присутність через представництво або філію - представництво (Representative Office) — для дослідження ринку, підтримки партнерів, маркетингових заходів (без права на продаж); - філію (Branch Office) — як юридично залежну структуру з правом на комерційну діяльність; - дочірню компанію (Subsidiary) — як повноцінний японський суб'єкт господарювання, що відкриває повний доступ до внутрішнього ринку.	⚠️ Реєстрація філії або дочірньої компанії займає до 14 днів . 4 дні — при використанні сервісів JETRO One-Stop Business Establishment Center .
3	Вихід через e-commerce Електронна комерція стрімко зростає в Японії, відкриваючи нові шляхи для іноземних брендів. Продажі можливі через: - власні онлайн-магазини (з локалізованим інтерфейсом); - маркетплейси (Amazon Japan, Rakuten, Yahoo! Shopping); - B2B-платформи або через онлайн-канали партнерів.	⚠️ Зверніть увагу на різні податкові режими: якщо товари зберігаються в Японії — податки сплачує продавець, якщо доставляються з-за кордону — клієнт.
4	Пілотні поставки через виставки та спеціалізовані заходи Виставки в Японії (FOODEX, Fashion World, Gift Show тощо) — важливий інструмент знайомства з ринком, локальними партнерами та інвесторами.	⚠️ Багато компаній починають саме з демонстрації своїх зразків на виставках — це дозволяє протестувати попит, отримати фідбек і сформувати перші контакти

ДОДАТКИ

[Додаток 1](#) Список законодавчих та нормативних актів, пов'язаних з імпортом

[Додаток 2](#) Перелік законодавчих актів за категоріями товарів

ДОДАТОК 1

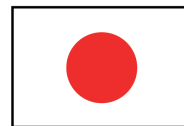
СПИСОК ЗАКОНОДАВЧИХ ТА НОРМАТИВНИХ АКТІВ, ПОВ'ЯЗАНИХ З ІМПОРТОМ

Повний перелік (назва законодавства наведено як у Переліку до митного тарифу Японії)

Law code	Name of the laws	Major items	Supervising government agencies	contact information
F E	1. Foreign Exchange and Foreign Trade Law (1) Foreign Exchange Order	Means of payment (cash)	Legal Office , Research Division , International Burea. Ministry of Finance	http://www.mof.go.jp/english/index.htm http://www.mof.go.jp/international_policy/gaitame_kawase/gaitame/economic_sanctions/gaiyou.html
S T	4. Regulation of Revenue Stamps and Counterfeiting Law	Object that could be mistaken for Revenue Stamps	Consumption Tax Office, Taxation Management Division, National Tax Agency	http://www.nta.go.jp/english/index.htm
P D	5. Poisonous and Deleterious Substance Control Law	Poisonous and deleterious substances	Evaluation and Licensing Division, Pharmaceutical Bureau, Ministry of Health, Labour and Welfare	http://www.mhlw.go.jp/english/
A D	6. Stimulant Drug Control Law	Stimulant drugs, raw materials for producing stimulant drugs	Compliance and Narcotics Division, Pharmaceutical Bureau, Ministry of Health, Labour and Welfare	http://www.mhlw.go.jp/english/
P A	9. Act on Securing Quality,Efficacy and Safety of Pharmaceuticals, Medical Devices, Regenerative and Cellular Therapy Products, Gene Therapy Products, and Cosmetic Law	Pharmaceutical, pharmaceutical-related items, cosmetics, medical equipment, designated substance; Pharmaceutical, pharmaceutical-related items, medical devices for animal treatment/diagnosis,in vitro diagnostic and Cellular and Tissue-based Products	Compliance and Narcotics Division, Pharmaceutical Bureau, Ministry of Health, Labour and Welfare Animal Products Safety DivisionFood Safety and Consumer Affairs Bureau, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries	Ministry of Health, Labour and Welfare http://www.mhlw.go.jp/english/policy/health-medical/pharmaceuticals/01.html Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries http://www.maff.go.jp/e/index.html (contact information in Japanese) http://www.maff.go.jp/j/syouan/tikusui/yakuzi/
F L	10. Act on the Quality Control of Fertilizer	Fertilizer	Plant Products Safety Division, Food Safety and Consumer Affairs Bureau, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries	http://www.maff.go.jp/e/index.html
S P	12. Law Concerning Sugar and Starch Price Stabilization	Sugar and Starch	Regional Agricultural Production Division, Crop Production Bureau, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries	http://www.alic.go.jp/english/index.html (contact information in Japanese) https://www.alic.go.jp/t-yunyu/tochousei02_000078.html
M A	13. Act on Stabilization of Livestock Management	Butter, non-fat powdered milk and condensed milk	Milk and Dairy Products Division, Livestock Industry Department, Agricultural Production Bureau, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries	http://www.alic.go.jp/english/index.html (contact information in Japanese) https://www.alic.go.jp/r-nyuseihin/raku01_000142.html



ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВА
ПАЛАТА УКРАЇНИ



From
the People of Japan



Посібник «Як експортувати до Японії» розроблено Торгово-промисловою палатою України за підтримки Програми розвитку ООН в Україні у межах проєкту «Трансформаційне відновлення задля безпеки людей в Україні», який фінансує уряд Японії та впроваджує Програма розвитку ООН (ПРООН) в Україні.

Думки, зауваження, висновки або рекомендації належать авторам Посібника і не обов'язково відображають погляди ПРООН, ООН, Уряду Японії та/або інших міжнародних партнерів.

Дякуємо за ознайомлення з Посібником з експорту до Японії.

Сподіваємось, що надана інформація стане для вас надійною опорою у виході на один із найвимогливіших, але водночас найперспективніших ринків світу. Бажаємо вам ефективного партнерства, сталого зростання та нових можливостей на японському ринку.

© 2025 Торгово-промислова палата України

Усі права захищено. Перепублікація або використання матеріалів дозволяється лише з посиланням на джерело.

Вебсайт: <https://ucci.org.ua>

Україна, 01601, м. Київ, вул. Велика Житомирська, 33

+380 44 584-28-24

+380 44 584-28-27