

ОРЕХИ В ЯПОНИИ

КОРОТКО О ГЛАВНОМ

- Общий объем продаж орехов увеличился на 1% в 2016 году, достигнув 81 000 тонн;
- Большинство японских потребителей считают цены на орехи завышенными;
- Грецкие орехи продолжают демонстрировать существенный рост в 2016 году, поскольку общий объем продаж вырос на 12%;
- Высокие цены за единицу означают, что орехи установят совокупный среднегодовой темп роста в 1% в течение прогнозируемого периода.



ТЕНДЕНЦИИ

Общий объем продаж орехов в Японии показал увеличение на 1% в 2016 году, поскольку объем продаж вырос до 81 000 тонн. Благодаря сообщениям СМИ о пользе орехов для здоровья многие японцы теперь поняли преимущества орехов для здоровья, и это побудило их увеличить потребление орехов. С ростом интереса потребителей к орехам в стране стал доступен более широкий ассортимент орехов на выбор. Тем не менее, низкий общий рост объема в категории можно отнести к местным потребителям, считающим, что цены за единицу всех видов орехов слишком высоки для того, чтобы их потребляли на регулярной основе, что препятствовало продажам показывать более высокие темпы роста.

СМИ и ключевые игроки в индустрии свежих продуктов пропагандируют орехи, ссылаясь на их преимущества для здоровья не только с точки зрения здоровья и красоты, но и с точки зрения их способности предотвращать начало деменции и улучшать когнитивные функции и память. Раньше орехи были наиболее популярны среди

молодых поколений потребителей. Например, миндаль привлек внимание значительного числа молодых женщин из-за их высокого содержания витамина Е, а также других здоровых людей из-за содержания в них антиоксидантов. **Впоследствии, однако, польза для здоровья орехов стала привлекать также пожилых японских потребителей, поскольку они осознали, что орехи предлагают защиту от бета-белка амилоида, что может способствовать возникновению деменции.**

Арахис остается наиболее распространенным видом орехов. Также арахис остается одним из редких видов орехов, которую Япония производит внутри страны в течение длительного времени. Таким образом, потребители всех возрастных групп уже знакомы с арахисом; тем не менее, потребление арахиса в основном ограничивается перекусами, и они, как правило, используются в кулинарии. Япония производила большой объем арахиса,

известный как «Rakkasei» (арахис с оболочкой). Такой арахис считался недорогой закуской и его часто употребляли в качестве перекуса и также в качестве дополнительной закуски к напиткам в барах. Однако, по истечению долгого периода времени внутреннее производство арахиса стало незначительным. **В настоящее время, Rakkasei (лущеные орехи отечественного производства) позиционируются как продукты премиум-класса, производятся в небольшом количестве и таким образом цена за единицу является высокой.** Цены, взимаемые за импортируемый арахис выросли, хотя они по-прежнему ниже, чем цены на единицы других видов орехов, и это одна из основных причин почему арахис, имеет наибольшую долю продаж в категории орехов, что составляет 35% от общего объема продаж орехов в 2016 году.



Миндаль был второй по популярности категорией орехов в 2016 году, в результате чего в течение года было произведено 24% от общего объема продаж орехов. Тем не менее, миндаль претерпел

отрицательный общий рост объема в течение 2015 и 2016 гг., поскольку цены на сырье для миндаля выросли на мировом уровне в 2014 году, и с тех пор цены на единицу, взимаемые за миндаль в Японии, остались высокими. Одной из причин высоких цен на миндаль является повышение популярности миндаля во всем мире, увеличение его спроса, особенно в США и Китае, в странах с очень высоким уровнем населения. Кроме того, все большее число инвесторов начали инвестировать в миндаль на международных сырьевых рынках. В результате общий объем продаж миндаля в 2016 году снизился на 4% до 20 000 тонн.

Снижение продаж миндаля, привело к появлению третьей по популярности категории «нокс», грецких орехов, которая показывает энергичный рост продаж. Общий объем продаж грецкого ореха увеличился на 12% в 2016 году. **Грецкий орех содержит омега-3 элементы и это наиболее распространенное рекламное позиционирование для этих продуктов.** Омега-3, как известно, помогает предотвратить различные заболевания и состояния, такие как инфаркт миокарда, атеросклероз, диабет и ожирение. В Японии ранее было значительное отечественное производство грецких орехов, и они часто использовались в качестве ингредиентов в японских сладостях. «Gerrei» и «Kurumi Miso» являются одними из самых классических японских сладостей, и оба они содержат грецкие орехи. В Японии остается незначительное внутреннее

производство грецких орехов, и большинство из них продаются в качестве премиальных грецких орехов.



Каштаны или Кури, классифицированные в категории как «другие орехи», исторически едят в Японии, и они остаются важными сезонными продуктами во время японского осенне-зимнего периода. Потребителям нравится приготавливать каштаны с рисом или их также используют для приготовления десертов, хотя многие предпочитают есть их просто жареными. Уличные киоски, которые жарят каштаны можно найти на улицах по всей Японии осенью и зимой, а также в торговых точках в некоторых районах в течение года. Каштаны относительно трудно чистить из-за их жесткой внешней оболочки и внутренней кожи, и это привело к запуску некоторых инновационных продуктов в 2000 году. «Kracie Foods» запустила готовые к употреблению жареные каштаны под названием «Amaguri Muichaimashita» (я - очищенный сладкий каштан), которые имели значительный успех. Этот

успех показывает, что у каштанов есть потенциал для стимулирования нового роста сегмента сэнэков и таргетирования потребителей всех возрастов, особенно пожилых потребителей, и тем, у кого нет терпения, чтобы чистить их.



Орехи имеют прекрасную возможность добиться сильного роста продаж из-за продолжающейся революции в японской концепции завтрака и, в частности, растущей культуры гранолы в стране. Сухие завтраки в Японии остаются слаборазвитой категорией упакованных продуктов питания, хотя впечатляющий бум, наблюдаемый в продажах гранолы среди потребителей во всех регионах Японии и всех потребительских демографических группах, привел к значительным продажам орехов в Японии. Гранола впервые стала модным вариантом завтрака среди молодых женщин, и после агрессивных рекламных акций как отечественных, так и международных производителей, она близка к тому, чтобы стать основным выбором завтрака для потребителей всех возрастов и обоих полов.

Таблица 1. Основные дистрибьюторы орехов в 2016 году

Название компании	Тип продукта	Ранжирование
Mitsubishi Shokuhin Co Ltd	Орехи	1
Nippon Access Inc	Орехи	2
Kokubu Group Corp	Орехи	3

Ресурс: Евромонитор Интернешнл



ПЕРСПЕКТИВЫ

Ожидается, что общий объем продаж орехов составит совокупный среднегодовой темп роста в 1% в течение прогнозируемого периода, а к 2021 году продажи достигнут 86 000 тонн. Спрос на орехи остается высоким среди местных потребителей, особенно из-за увеличения числа пожилых людей среди населения Японии, многие из которых, как ожидается, станут более осведомлены о пользе орехов для здоровья. Однако высокие цены за единицу продукции, вероятно, будут препятствовать потреблению, так как у многих потребителей, возможно, будут мнения, что не стоит платить такие высокие цены за орехи.

Поскольку большая часть потребляемых в Японии орехов импортируется, движение цен на отдельные товары в этой категории, вероятно, напрямую будет зависеть от курса йены и политических стратегий японских политиков. Нынешнее японское правительство ставит своей целью сохранить слабую японскую йену в рамках экономической стратегии, известной как «Abenomics», стратегия, которая привязана к политической стратегии японского правительства, а это означает, что компании, занимающиеся импортом и распределением орехов, должны будут всегда помнить об увеличении стоимости импорта.



ДАННЫЕ ПО КАТЕГОРИЯМ

Таблица 2. Продажи орехов по категориям: общий объем 2011-2016 гг.

'000 тонн	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Миндаль	21.0	20.5	20.6	20.8	20.4	19.7
Кокосы	0.9	0.9	1.0	1.0	1.0	1.1
Арахис (земляной арахис)	27.8	27.8	27.6	29.1	27.9	28.4
Фисташки	1.9	1.8	1.9	1.7	1.6	1.3
Грецкие орехи	11.2	12.3	12.5	15.4	14.7	16.4
Другие орехи	11.4	12.6	13.3	13.8	14.4	14.1
Орешки	74.2	75.9	76.9	81.8	79.9	81.0

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

Таблица 3. Продажи орехов по категориям: общий объем роста 2011-2016 гг. в %

% от общего объема продаж	2015/16	2011-16 ССТР	Всего 2011/16
Миндаль	-3.6	-1.3	-6.4

Кокосы	2.7	3.4	18.3
Арахис (земляной арахис)	2.0	0.5	2.4
Фисташки	-14.3	-6.6	-28.8
Грецкие орехи	12.0	8.0	46.8
Другие орехи	-2.0	4.2	23.0
Орешки	1.4	1.8	9.2

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

Таблица 4. Розничные продажи орехов по категориям: объемы за 2011-2016гг.

'000 тонн	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Миндаль	8.0	7.9	8.1	8.3	8.4	8.4
Кокосы	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4
Арахис (земляной арахис)	10.6	10.7	10.8	11.5	11.0	11.2
Фисташки	0.7	0.7	0.7	0.7	0.6	0.5
Грецкие орехи	4.3	4.7	4.9	6.2	6.0	6.9
Другие орехи	4.3	4.8	5.2	5.7	6.1	5.9
Орешки	28.2	29.2	30.2	32.6	32.5	33.4

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

Таблица 5. Розничные продажи орехов по категориям: объем роста за 2011-2016 гг в %

Объем роста в %	2015/16	2011-16 ССТР	Всего за 2011/16
Миндаль	1.1	1.1	5.8
Кокосы	1.8	1.6	8.2
Арахис (земляной арахис)	1.4	1.2	5.9
Фисташки	-12.0	-5.1	-23.1
Грецкие орехи	15.8	10.3	63.1
Другие орехи	-3.0	6.5	36.7
Орешки	2.9	3.5	18.6

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

Таблица 6. Розничные продажи орехов по категориям: величины за 2011-2016 гг.

Млрд. Японских йен	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Миндаль	40.2	39.7	40.7	41.6	43.3	43.9
Кокосы	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8	0.8
Арахис (земляной арахис)	40.6	41.1	41.6	44.2	43.7	43.4
Фисташки	3.9	3.9	4.1	3.8	3.5	3.3
Грецкие орехи	26.5	29.4	30.5	38.5	38.4	47.3
Другие орехи	21.8	24.2	26.1	28.4	31.6	34.0
Орешки	133.7	139.0	143.8	157.1	161.2	172.7

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

Таблица 7. Розничные продажи орехов по категориям: рост величины за 2011-2016 гг. в %

рост текущего значения в %	2015/16	2011-16 СГТР	Всего за 2011/16
----------------------------	---------	--------------	------------------

Миндаль	1.3	1.8	9.1
Кокосы	2.6	2.3	12.2
Арахис (земляной арахис)	-0.6	1.3	6.8
Фисташки	-5.0	-3.1	-14.6
Грецкие орехи	23.3	12.3	78.7
Другие орехи	7.7	9.3	56.1
Орешки	7.1	5.3	29.2

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

Таблица 8. Розничные продажи органических орехов: величина за 2012-2016гг.

'000 тонн	2012	2013	2014	2015	2016
Органические орехи	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

Таблица 9. Розничные продажи органических орехов: рост объёма за 2012-2016 гг. в %

Роста объёма в %	2015/16	2012-16 ССТР	Всего за 2012/16
Органические орехи	2.9	3.4	14.4

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

Таблица 10. Розничные продажи органических орехов: стоимость за 2012-2016 гг.

В млрд. японских йен	2012	2013	2014	2015	2016
Органические орехи	1.1	1.1	1.2	1.3	1.3

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

Таблица 11. Розничные продажи органических орехов: рост стоимости за 2012-2016 гг. в %

Рост текущего значения в %	2015/16	2012-16 ССТР	Всего за 2012/16
Органические орехи	7.1	5.6	24.3

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

Таблица 12. Продажа орехов по видам стандартов Органик/Fair Trade и Стандарт: общий объем за 2012-2016 гг. в %

общий объем в %	2012	2013	2014	2015	2016
Fair Trade	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Стандарт	99.3	99.3	99.3	99.3	99.3
Органик	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
Всего	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

Таблица 13. Розничные продажи орехов упакованных и неупакованных: объем за 2013-2016 гг. %

Розничный объем в %	2013	2014	2015	2016
Упакованные	96.0	95.5	95.0	94.8

Неупакованные	4.0	4.5	5.0	5.2
Всего	100.0	100.0	100.0	100.0

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

Таблица 14. Распределение орехов по формату: общий объем за 2011-2016 гг. в %

общий объем в %	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Розничная торговля	38.0	38.5	39.3	39.9	40.7	41.3
Кейтеринговые услуги	43.2	43.0	42.6	42.1	41.9	42.0
Институциональные	18.8	18.5	18.1	18.0	17.4	16.7
Всего	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

Таблица 15. Прогноз продаж орехов по категориям: общий объем за 2016-2021 гг.

'000 тонн	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Миндаль	19.7	19.1	18.6	18.3	18.0	17.8
Кокосы	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.2
Арахис (земляной арахис)	28.4	28.9	29.3	29.6	29.8	30.0
Фисташки	1.3	1.3	1.3	1.2	1.2	1.2
Грецкие орехи	16.4	17.3	18.2	19.0	19.7	20.4
Другие орехи	14.1	14.3	14.5	14.7	14.9	15.0
Орешки	81.0	82.0	83.0	83.9	84.8	85.6

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

Таблица 16. Прогноз продаж орехов по категориям: общий объем роста за 2016-2021 гг. в %

Общий роста объема в %	2016/17	2016-21 ССТР	Всего за 2016/21
Миндаль	-2.9	-1.9	-9.3
Кокосы	2.2	1.5	7.5
Арахис (земляной арахис)	1.6	1.1	5.5
Фисташки	-2.9	-1.9	-9.3
Грецкие орехи	5.4	4.4	24.1
Другие орехи	1.6	1.3	6.7
Орешки	1.2	1.1	5.7

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

Таблица 17. Прогноз продаж орехов по категориям: объём за 2016-2021гг.

'000 тонн	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Миндаль	8.4	8.5	8.6	8.7	8.7	8.8
Кокосы	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
Арахис (земляной арахис)	11.2	11.3	11.4	11.6	11.7	11.8
Фисташки	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
Грецкие орехи	6.9	7.4	7.9	8.4	8.8	9.2
Другие орехи	5.9	6.1	6.2	6.3	6.4	6.4
Орешки	33.4	34.3	35.0	35.8	36.5	37.1

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

Таблица 18. Прогноз Розничных продаж орехов по категориям: рост объема за 2016-2021 гг. в %

Общий роста объема в %	2016/17	2016-21 ССТР	Всего за 2016/21
Миндаль	1.0	0.8	4.0
Кокосы	1.4	0.9	4.8
Арахис (земляной арахис)	1.3	1.0	5.3
Фисташки	-3.6	-2.4	-11.5
Грецкие орехи	7.1	5.8	32.7
Другие орехи	2.0	1.6	8.5
Орешки	2.5	2.1	10.9

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

Таблица 19. Прогноз розничных продаж орехов по категориям: величина за 2016-2021 гг.

млрд. японских йен	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Миндаль	43.9	44.3	44.7	45.0	45.3	45.6
Кокосы	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
Арахис (земляной арахис)	43.4	44.0	44.5	44.9	45.3	45.7
Фисташки	3.3	3.2	3.1	3.1	3.0	3.0
Грецкие орехи	47.3	50.7	53.9	57.0	60.0	62.8
Другие орехи	34.0	34.7	35.3	35.9	36.4	36.9
Орешки	172.7	177.6	182.3	186.7	190.9	194.8

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

Таблица 20. Прогноз розничных продаж орехов по категориям: рост величины за 2016-2021 гг. в %

Рост постоянной стоимости в %	2016/2017	2016-21 ССТР	Всего за 2016/21
Миндаль	1.0	0.8	4.0
Кокосы	1.4	0.9	4.8
Арахис (арахис)	1.3	1.0	5.3
Фисташки	-3.6	-2.4	-11.5
Грецкие орехи	7.1	5.8	32.7
Другие орехи	2.0	1.6	8.5
Орешки	2.8	2.4	12.8

Ресурс: Евромонитор Интернешнл

По вопросам аналитики внешних рынков просим обращаться в отдел продвижения экспорта 62-03-63, export.gov.kg@gmail.com