

Japón: Estudio de Mercado sobre el Aceite de Oliva

EMBAJADA DE ESPAÑA
OFICINA ECONOMICA Y COMERCIAL
TOKIO

ICEX



EMBAJADA DE ESPAÑA
OFICINA ECONOMICA Y COMERCIAL
TOKIO



Estudios de Mercado

Japón: Estudio de Mercado sobre el Aceite de Oliva

Este estudio ha sido realizado
por la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Japón

Gerardo del Caz Esteso
Becario ICEX de Comercio Exterior

Septiembre 2003
(datos actualizados
febrero 2004)

ÍNDICE

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES. OPINIÓN DE LA OFICINA COMERCIAL	4
I. INTRODUCCIÓN	7
1. VISIÓN PANORÁMICA DEL PAÍS	7
2. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR	10
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA	11
1. TAMAÑO DE LA OFERTA	11
2. LEGISLACIÓN APLICABLE	17
2.1 Ley sobre la higiene de los alimentos	17
2.2 Etiquetado	18
2.3 Aceite de oliva orgánico	19
3. OBSTÁCULOS COMERCIALES	21
III. ANÁLISIS DEL COMERCIO	22
1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN	22
1.1 Aceite de oliva para uso alimenticio	22
1.2 Aceite de oliva utilizado como cosmético o farmacéutico	24
1.3 Distribución del aceite de oliva español	26
IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	27
1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO	27
1.1 Factores sociodemográficos	27
1.2 Factores económicos	28
1.3 Tendencias culturales	29
2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	30
2.1 Hábitos de consumo	30
2.2 Hábitos de compra	31
2.3 Costes indirectos que soporta el consumidor	33
3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL.	34
V. ANEXOS	36
1. CONSEJOS ÚTILES PARA EL EXPORTADOR ESPAÑOL	36
2. INFORMES DE FERIAS	38
2.1 Foodex Japan	38
2.2 Otras Ferias	39
3. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS	40
3.1 Listado de importadores / distribuidores	40
3.2 Otras direcciones de interés	63

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES. OPINIÓN DE LA OFICINA COMERCIAL.

Japón es un mercado muy interesante para los productores de aceite de oliva y que depende totalmente de las importaciones que constituyen prácticamente el 100% del consumo.

Los aceites de oliva españoles se encuentran aceptablemente posicionados en el mercado japonés con una cuota superior al 30% y segundos tras Italia que posee una cuota del 60%.

Sin embargo, si tenemos en cuenta los siguientes datos:

- Nuestro país es con diferencia el primer productor del mundo.
- Nuestros aceites son muy competitivos al poseer, objetivamente, una calidad excelente comparable e incluso superior, en ciertos casos a la de los italianos, y con un precio, en general, más reducido.
- El mercado del aceite de oliva está en expansión continua con un crecimiento del consumo desde hace varios años.
- El consumidor japonés tiene una preocupación creciente por productos de alta calidad y beneficiosos para la salud.
- El consumo de aceite de oliva por persona en Japón es muy inferior al de otros países que tampoco incluyen al aceite de oliva en sus dietas tradicionales.

Podemos concluir que los aceites españoles están aún infrarrepresentados y que se debe aspirar a disputar la posición de liderazgo a medio y largo plazo a los italianos.

Tradicionalmente las empresas italianas han disfrutado de ventajas importantes frente a las españolas, en primer lugar su gran tamaño que les permitía realizar mayores inversiones, una imagen país muy positiva para el consumidor japonés y los beneficios de haberse introducido en el mercado con mucha antelación a las empresas españolas y disfrutar así de una cierta asociación entre la cocina italiana y el aceite de oliva aprovechándose, además, del auge que esta cocina en Japón que exclusivaza el uso público del aceite de oliva para Italia.

En efecto el consumo de aceite de oliva doméstico está creciendo y constituye, según datos de 2002, el 60% del volumen de aceite importado, dedicándose el resto al uso industrial, sin embargo la cantidad de aceite de oliva que es utilizada por los consumidores es únicamente el 2% de la de otros aceites vegetales que son más tradicionales en la dieta japonesa y de un coste menor.

Desde la Oficina Comercial, creemos que los aceites españoles tienen muchas oportunidades tanto en nichos de mercado, como el del segmento superior, con un público que ya conoce la cocina mediterránea y que demanda productos europeos de alta calidad; como en el público en general que es más sensible al precio pero que constituye el mercado objetivo de mayor potencial.

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

Pensamos que el aceite de oliva español puede ser un producto que podría gozar de un aumento de la demanda en Japón en los próximos años contando con:

- Una correcta promoción tanto privada como institucional
- Un esfuerzo por parte de las empresas exportadoras para aumentar el tamaño y las variedades de su oferta
- Una continuación en la tendencia de penetración de la cocina mediterránea en Japón y un mayor reconocimiento de la imagen de país.
- Una adecuación mayor a los gustos del consumidor japonés así como una mejora en la calidad de los envasados y los tamaños para hacerlos más atractivos.
- Un mejor conocimiento del aceite de oliva, de sus virtudes como producto tras sus aplicaciones en otros campos como la cosmética o la medicina.
- Una flexibilización en la cadena de distribución reduciendo el número de agentes de la misma.

Sin embargo, el aceite de oliva español en Japón se encuentra ante numerosos obstáculos:

- El aceite de oliva no se identifica totalmente como un producto de España, y en todo caso, se percibe como de calidad inferior al italiano
- El mercado japonés, especialmente en el segmento medio está casi en su totalidad controlado por los productores Ajinomoto Oil Mill y Nisshin Oilio que, juntos, establecen un sistema de cuasi oligopolio al controlar mucho la cadena de distribución.
- La cocina española no está suficientemente representada en Japón y aún no posee la dimensión de excelencia y sofisticación que tienen la francesa o italiana, por ejemplo. Son resaltables aquí los esfuerzos de la administración por promocionar la cocina del segmento superior, en especial la promoción con Ferrán Adriá y su restaurante “el Bulli” que han tenido una gran repercusión.
- A menudo los aceites españoles se venden en muy pequeñas cantidades a comercios minoristas muy pequeños. La demanda es muy dispersa y con poca concentración lo que supone unos tramites burocráticos y unos esfuerzos muy costosos para la poca cantidad.

Tradicionalmente las empresas españolas de aceite de oliva eran muy pequeñas frente a las italianas y esto imposibilitaba competir con las mismas. Tras los procesos de concentración en el sector y de crecimiento orgánico, hoy las empresas españolas están muy bien situadas y se puede decir que poseen el tamaño crítico adecuado para abordar una plena internacionalización que les lleve a tener, cada vez, más fuerza y más control de la relación comercial y poder competir en igualdad de condiciones con las italianas.

En definitiva el mercado japonés se presenta como un mercado con unas perspectivas positivas en general, con un crecimiento sostenido, y del que las empresas españolas pueden sacar partido.

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

I. INTRODUCCIÓN

1. VISIÓN PANORÁMICA DEL PAÍS

Japón, situado en el extremo este del continente Asiático, representa en la actualidad la segunda economía del mundo con un P.I.B. de 4.146 billones US\$, y una población que alcanzó en el 2002, los 127 millones de personas.

El archipiélago japonés comprende varios millares de islas que se extienden a lo largo de 2.800 Km. y a lo ancho apenas 250 Km. La superficie total del país es de 377.737 Km. Las cuatro islas principales representan el 97% del país: Hokkaido, Honshu, Shikoku y Kyushu.



El clima de Japón es muy variado; desde el subtropical de Okinawa hasta el frío subártico de Hokkaido. El clima del norte es muy frío en invierno y caluroso en verano..

En cuanto a la situación económica, Japón se encuentra en el camino de la recuperación. Aunque los principales economistas creen que Japón no saldrá de la recesión sin una reforma económica profunda. El estallido de la burbuja financiera e inmobiliaria a principios de los 90 generó un gran número de créditos fallidos en el sistema bancario, un problema que a fecha de hoy, no ha sido resuelto. Esta coyuntura ha reducido el nivel de confianza de las

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

familias, que por ello, se muestran menos propensas a consumir. En un esfuerzo por reactivar la economía, los tipos de interés fueron reducidos a cero y el gasto público aumentó de manera significativa. Pero estas medidas han tenido un efecto limitado, dejando el país con deflación y una alta y creciente deuda pública (140% del PIB).

Tabla 1.1: Principales Indicadores Macroeconómicos.

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
P.I.B. (US\$ miles de millones)	4.315,1	3.943,2	4.498,7	4.763,7	4.134,6	3.946,4*
P.I.B. per capita (US\$)	34.300	31.300	35.600	37.530	32.479	30.920
Crecimiento P.I.B. real (%)	1,8	-1,1	0,1	2,8	0,4	0,3
Inflación	1,7	0,6	-0,3	-0,7	-0,7	-0,3
Tasa de desempleo (%)	3,4	4,1	4,7	4,7	5,0	5,5

Fuente: Ministerio de Finanzas. * Provisionales para el año 2002

Un político reformista, Koizumi, fue elegido primer ministro en el 2001. Su llegada generó esperanzas que las temidas, pero necesarias, reformas serían implementadas. Koizumi ha hecho progresos significativos, por ejemplo, empezando la reforma de las empresas públicas más ineficientes y reduciendo el gasto público, pero, sin embargo su actuación respecto al problema de los créditos bancarios ha sido criticada por lenta e inefectiva. Otros problemas que afronta la economía japonesa es, por un lado la intensa competencia comercial de China, con sus costes de producción tan bajos en una amplia gama de industrias, y el intenso proceso de envejecimiento de la población.

Japón es, en efecto, la segunda economía del mundo después de EE.UU. y, aunque con un escaso grado de apertura –en torno al 18%- el tercer socio comercial mundial, ligeramente por detrás de la UE y los EE.UU., por el volumen de transacciones. Con casi 128 millones de habitantes de elevado poder adquisitivo y gran influencia en la zona, constituye un mercado con un enorme potencial, sobre todo si se atiende al todavía relativamente escaso flujo comercial entre este país y la UE en general y, en particular, con España.

Los eventuales exportadores deben ser conscientes de que se trata de un mercado difícil de penetrar y de un período de maduración muy lento, donde la constancia y la perseverancia son las claves de entrada y permanencia de las empresas y sus productos. La distribución es ineficiente y cara pues intervienen un gran número de intermediarios, pero efectiva. En el caso de los productos de consumo, se trata de un mercado muy marquista, en el que se necesita, naturalmente, adaptar el producto a las peculiaridades japonesas, debiendo tenerse en cuenta que en muchos casos estas peculiaridades son más abundantes que mercados del mismo nivel de desarrollo; el consumidor japonés es muy exigente.

Por último, Japón se caracteriza por lo que podría calificarse como una "idiosincrasia" proteccionista, es decir, un conjunto de circunstancias económicas, comerciales, sociales e

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

incluso culturales, que van más allá de las puras medidas proteccionistas de carácter arancelario y administrativo, pero que tienen el mismo efecto de favorecer a los productos nacionales.

Las claves del éxito en el mercado japonés no son, en realidad, distintas de las necesarias para triunfar en cualquier otro mercado. Lo que ocurre es que, en Japón, hay que aplicar estas reglas universales con mucho mayor esmero y seriedad. Como en cualquier otro mercado, en efecto, hay que disponer de un producto con algún tipo de valor añadido y convenientemente preparado para el mercado japonés (lo que exige una adecuada investigación del mercado) y tratar de encontrar un buen socio comercial (el ideal sería aquel que se identificara con la marca o producto español como si fuera propio y contara con una larga experiencia y contactos dentro del mercado japonés sin ser necesariamente una gran compañía). También se debe estar dispuesto a dedicar perseverancia y paciencia, quizá con mayor medida que en otros mercados. Por último, se trata de un mercado que debe abordarse con una visión a largo plazo.

2. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

El aceite de oliva se encuentra dentro del sector de alimentación y corresponden a las partidas arancelarias: 15.09 y 15.10

Código	Producto
1509	Aceite de Oliva y derivados, tanto refinados como no refinados pero no modificados químicamente.
-10	Aceite de oliva virgen
-90	Otros
1510-00	Otros aceites y sus derivados obtenidos a partir, únicamente de la aceituna. Tanto refinados como no refinados e incluidos las mezclas con los aceites o derivados del apartado 1509

Fuente: Japan Tariff Association.

Aceite de oliva virgen (1509.10): Aceite de oliva obtenido a partir de la extracción del jugo de aceituna mediante presión mecánica y mediante filtros para eliminar impurezas

Aceite de Oliva (1509.90): Aceites de oliva refinados que han sido tratados usando procesos de refinado para aceites comestibles como ebullición alcalina, despolarización y desodorización

Otros aceites de oliva (1510. 00): Aceites obtenidos, total o parcialmente, a partir de la aceituna mediante procedimientos químicos /o con mezclas.

La partida de *Otros aceites de oliva (1510.00)* posee un mercado muy pequeño e ínfimo cuando se compara con las dos anteriores y responde prácticamente en su totalidad a las importaciones de aceite de orujo a granel. El aceite de orujo es un subproducto del aceite de oliva que se obtiene de la molturación de los residuos sólidos recuperados después de la primera presión y centrifugado

En Japón el consumidor no percibe con claridad la diferencia de aceite de oliva virgen, aceite de oliva y aceite de orujo con lo que esto da lugar a muchas confusiones y, muchas veces, se vende aceite de orujo mezclado, como aceite de oliva.

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. TAMAÑO DE LA OFERTA

La producción de aceite de oliva en Japón es despreciable y se reduce a cantidades mínimas de algunas áreas con microclimas particulares como la zona de Kagawa y Okayama (en la zona de Setonaikai y que se considera como el mar mediterráneo japonés); de esta manera se puede; de esta manera se puede considerar que el 100% del aceite de oliva consumido en Japón es importado de otros países.

En los últimos años la evolución de las importaciones, en cantidad ha sido la siguiente

Tabla 2.1.1 Importaciones totales de aceites de oliva (miles de toneladas)

	1999	2000	2001	2002	2003
Aceite de oliva virgen 1509.10	13.286	13.054	15.585	17.174	16.967
Aceite de oliva 1509.90	13.712	14.275	13.571	15.125	13.804
Otros aceites 1510.000	7	76	161	162	273
TOTAL	27.005	27.405	29.317	32.461	31.044

Fuente: Aduanas Japonesas.

Como se puede apreciar en la tabla anterior el mercado está creciendo a un buen ritmo en los últimos años y especialmente en la partida del aceite de oliva virgen, que es, por otra parte, la de mayor calidad y por tanto valor. Los incrementos anuales son superiores al 10% y si comparamos las cifras actuales con las de hace 10 años vemos que el consumo se ha incrementado enormemente llegando a alcanzar más de cinco veces las cantidades de entonces (en 1994 las importaciones eran de 5000 toneladas anuales). En efecto, en la evolución reciente del aceite de oliva se observa que a mediados de los años 90 hubo la cocina italiana tuvo una gran popularidad en Japón y las importaciones aumentaron de una forma muy veloz hasta alcanzar su record en 1998. Después, debido a la crisis económica, a la crisis económica y a la debilidad del yen, las importaciones cayeron en 1999 para comenzar después a incrementarse pero a un ritmo más lento.

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

Es destacable el incremento en las importaciones de otros aceites que son más usados en el sector industrial o de restauración y también es de esperar que esta tendencia se mantenga en los próximos años.

Por valor, la progresión es similar

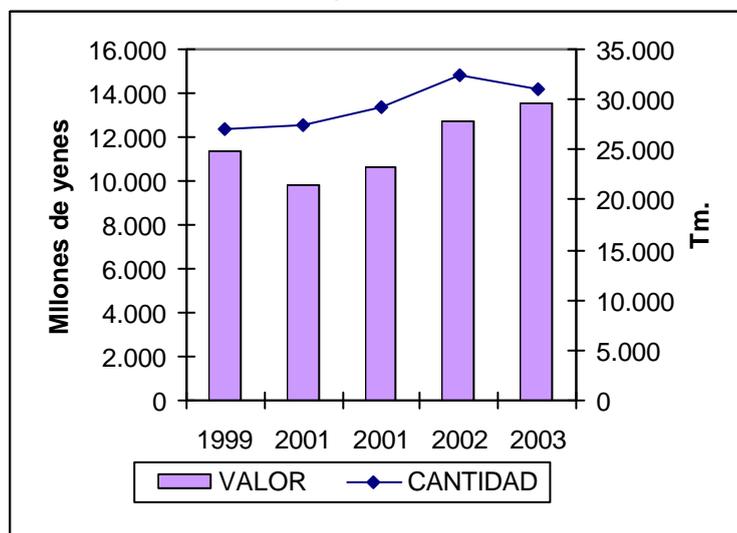
Tabla 2.1.2 Importaciones totales de aceites de oliva (millones de yenes)

	1999	2000	2001	2002	2003
Aceite de oliva virgen 1509.10	6.374	5.296	6.333	7.457	8.203
Aceite de oliva 1509.90	4.984	4.518	4.293	5.232	5.269
Otros aceites 1510.00	2	14	29	32	56
TOTAL	11.360	9.828	10.655	12.721	13.528

Fuente: Aduanas Japonesas.

En el siguiente gráfico se puede ver la evolución con mayor claridad.

Gráfico 2.1.3: Evolución reciente de las importaciones



Fuente: Aduanas Japonesas

Veamos ahora la procedencia según el país de cada una de las partidas.

Comencemos por el aceite de oliva virgen (1509.10):

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

Tabla 2.1.4: Importaciones de aceite de oliva virgen (cantidad)

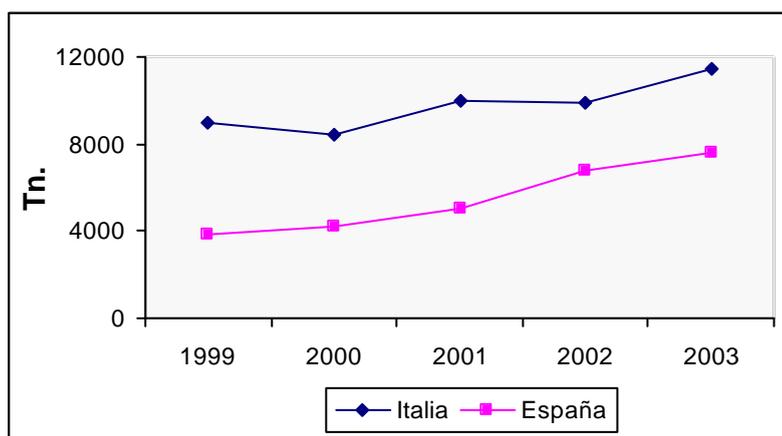
	1999		2000		2001		2002		2003	
	Cant.	%								
TOTAL	13.286	100	13.053	100	15.584	100	17.174	100	16.967	100
Italia	9.014	67,85	8.423	64,53	9.949	63,84	9.901	57,65	9.510	56,05
España	3.819	28,74	4.255	32,60	5.028	32,26	6.763	39,38	6.823	40,22
Grecia	260	1,96	228	1,75	289	1,85	268	1,56	219	1,429
Francia	53	0,40	40	0,31	86	0,55	55	0,32	94	0,55
Turquía	50	0,38	8	0,06	131	0,84	117	0,68	202	1,19
Otros	90	0,68	99	0,76	101	0,65	70	0,41	118	0,65

Fuente: Aduanas Japonesas

Como se puede apreciar, más del 95% del mercado corresponde a las importaciones provenientes de Italia y España.

Una comparativa entre ambos refleja que nuestro país está ganando cuota de mercado paulatinamente.

Gráfico 2.1.5: Comparativa de importaciones de aceite de oliva virgen entre España e Italia (Cantidad)



Fuente: Aduanas Japonesas

Si analizamos el valor económico de las importaciones japonesas, el resultado es más desfavorable para España.

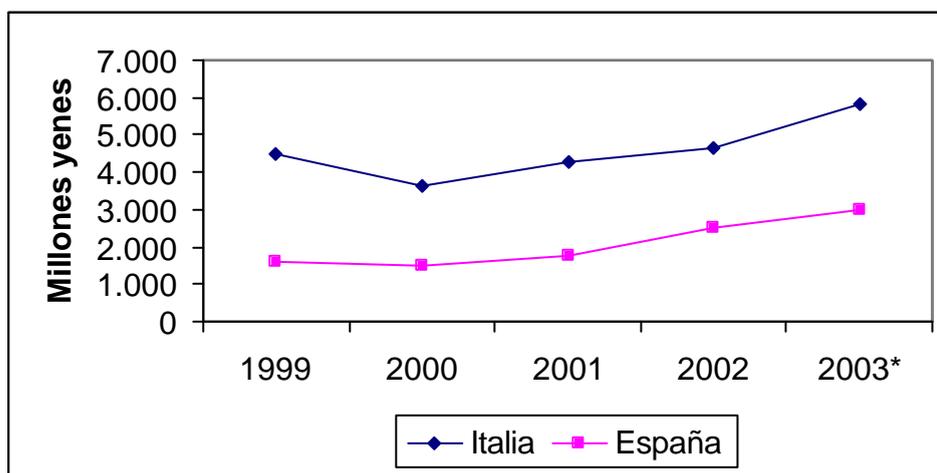
JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

Tabla 2.1.6: Importaciones de aceite de oliva virgen (millones de yenes)

	1999		2000		2001		2002		2003	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%
TOTAL	6.373	100	5.295	100	6.333	100	7.457	100	8201	100
Italia	4.491	70,47	3.607	68,12	4.287	67,69	4.668	62,60	5108	62,27
España	1.619	25,40	1.482	27,99	1.740	27,48	2.505	33,59	2770	33,77
Grecia	144	2,26	119	2,25	155	2,45	147	1,97	120	1,47
Francia	38	0,60	24	0,45	53	0,84	42	0,56	71	0,87
Turquía	3	0,05	8	0,15	38	0,60	36	0,48	62	0,76
Otros	78	1,22	55	1,04	60	0,95	59	0,79	70	0,85

Fuente: Aduanas Japonesas

Gráfico 2.1.7: Comparativa de importaciones de aceite de oliva virgen entre España e Italia (Valor)



Fuente: Aduanas Japonesas

En lo referente al aceite de oliva partida 1509.90, la situación es muy similar

Tabla 2.1.8: Importaciones de aceite de oliva (cantidad)

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

	1999		2000		2001		2002		2003	
	Cant.	%								
TOTAL	13.712	100	14.274	100	13.570	100	15.125	100	13.805	100
Italia	8.246	60,14	8.456	59,24	8.367	61,66	9.413	62,23	8.857	64,16
España	5.361	39,10	5.666	39,69	4.864	35,84	5.414	35,80	4.436	32,14
Grecia	60	0,44	33	0,23	40	0,29	29	0,19	25	0,18
Turquía	3	0,02	64	0,45	225	1,66	234	1,55	409	2,96
Otros	42	0,31	55	0,39	74	0,55	35	0,23	76	0,55

Fuente: Aduanas Japonesas

Tabla 2.1.9: Importaciones de aceite de oliva (millones de yenes)

	1999		2000		2001		2002		2003	
	Valor	%								
TOTAL	4.984	100	4.517	100	4.292	100	5.232	100	5.269	100
Italia	3.172	63,64	2.836	62,79	2.813	65,54	3.485	66,61	3598	68,29
España	1.760	35,31	1.621	35,89	1.363	31,76	1.646	31,46	1.513	28,72
Grecia	27	0,54	14	0,31	17	0,40	13	0,25	11	0,22
Turquía	0,6	0,01	19	0,42	67	1,56	68	1,30	108	2,05
Otros	24	0,49	27	0,60	32	0,75	20	0,38	37	0,70

Fuente: Aduanas Japonesas

De nuevo, la casi totalidad del mercado se reparte, de una manera desigual, entre España e Italia que suman más del 95% de las importaciones. Al mismo tiempo nuestro país tiene una cuota de mercado que es aproximadamente la mitad de la italiana y con un menor valor marginal.

Respecto a los aceites procesados químicamente procedentes del zumo de oliva, tenemos el siguiente datos

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

Tabla 2.1.10: Importaciones Japonesas de aceites procesados.

	1999		2000		2001		2002		2003	
	Cant	Valor	Cant.	Valor	Cant.	Valor	Cant.	Valor	Cant.	Valor
TOTAL	6,8	1,8	76	14	160	27	162	33	273	56
Italia	5,3	1,5	66	12	101	18	160	32	266	55
España	1,5	0,3	10	2	59	9	2	1	6	1

Fuente: Aduanas Japonesas

Este producto estaba totalmente desconocido hace 5 años en Japón, sin embargo la importación está aumentando considerablemente.

Como los consumidores japoneses no tienen costumbre de tomar aceite de oliva, no saben distinguir entre "aceite de oliva" y "orujo de aceite de oliva", y creen que son "aceite de oliva barato".

Es preocupante el aumento de importación de este tipo de producto porque puede perjudicar la imagen de aceite de oliva.

Es necesario tener en cuenta que el aceite de oliva compite directamente con otros aceites vegetales y especialmente los llamados aceites saludables (véase el apartado **IV.1 Tendencias generales del consumo**) y que se estima que la demanda en volumen del aceite de oliva es el 2% del resto de los aceites vegetales.

2. LEGISLACIÓN APLICABLE

La Ley de Aduanas y Aranceles (*Customs Tariff Law*) se aplica a todos los productos importados fijando unos aranceles. El aceite de oliva se ve favorecido por la inexistencia de estos aranceles.

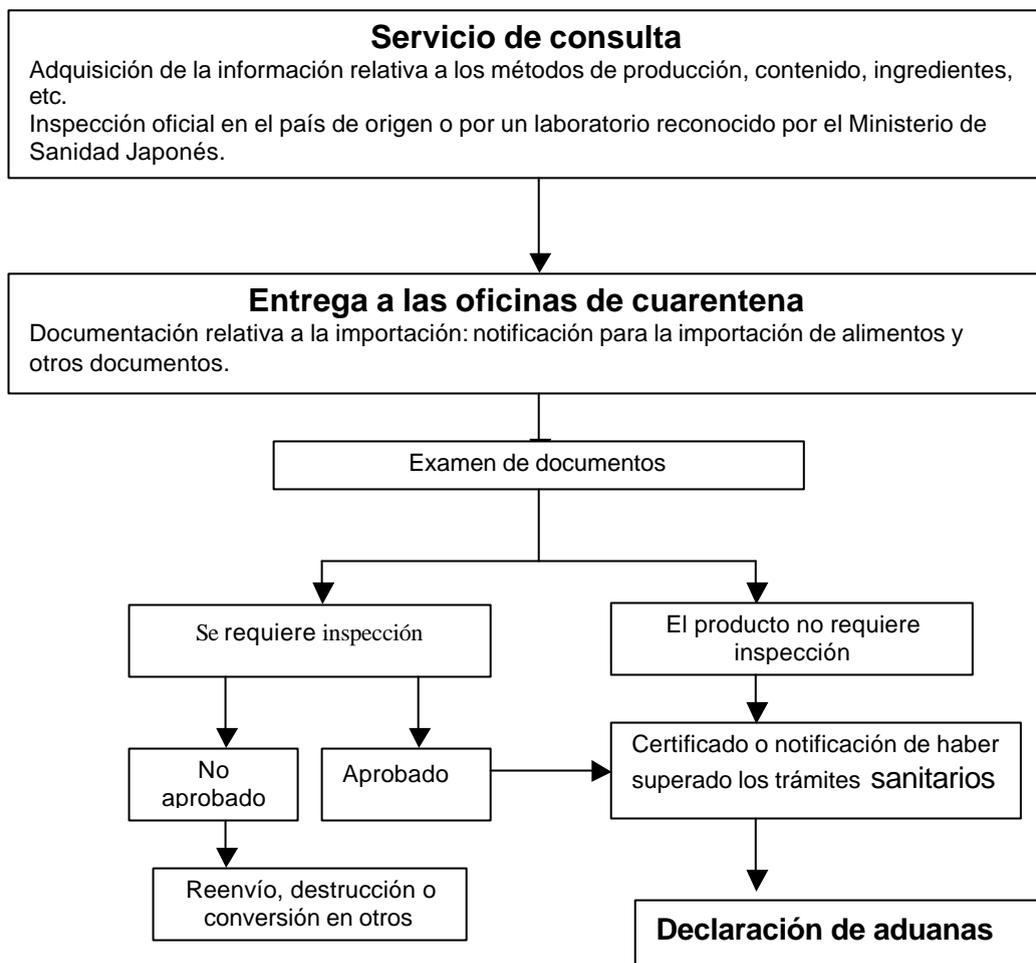
Además de esta ley existe una regulación relativa a las condiciones sanitarias y al etiquetado.

2.1 Ley sobre la higiene de los alimentos

Según esta ley (*Food Sanitation Law*), todos los alimentos importados deben seguir un proceso de entrada y control para que sea posible garantizar su buen estado.

El siguiente gráfico muestra esquemáticamente los distintos pasos del proceso:

Figura 2.2.1: Procedimientos requeridos por la Ley de Higiene de los Alimentos



JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

Con el objetivo de verificar la higiene de los alimentos para garantizar la seguridad de los consumidores, cualquier producto de alimentación, incluidos los aceites, está sujeto a esta Ley.

Los importadores están obligados a entregar una “Notificación para la Importación de Alimentos” a la Oficina de Cuarentena de la autoridad aduanera del puerto de entrada. Según la documentación facilitada se llevará a cabo o no un examen de la mercancía.

Si el importador adjunta a esta notificación una declaración de inspección voluntaria llevada a cabo en laboratorios oficiales designados por el Ministerio de Sanidad o por laboratorios oficiales reconocidos en los países de origen, el cargamento puede quedar exento de las correspondientes inspecciones en las oficinas de cuarentena, facilitando y agilizando la relación comercial. Estas gestiones pueden llevarse a cabo sin desplazarse al puerto de desembarque desde el ordenador y accediendo al sistema FAINS (*Food Automated Import Inspection and Notification System*) a través del Ministerio de Sanidad.

La sociedad japonesa es muy sensible a la higiene de los alimentos y los estándares de calidad son sumamente elevados y no existe tolerancia a la hora de permitir la entrada a productos que no cumplan las condiciones.

2.2 Etiquetado

Puesto que el aceite de oliva no se trata de un producto de consumo habitual en Japón, el consumidor no está familiarizado con el mismo y conviene que la información que se le ofrezca sea lo más completa y adecuada posible.

Etiquetado obligatorio

En general el etiquetado será competencia del importador japonés que añadirá la etiqueta apropiada al envase y, normalmente, la empresa exportadora no necesitará preocuparse de esto.

Todos los productos de alimentación que se venden en Japón, tanto de origen nacional como internacional, están sujetos a unos requerimientos de etiquetado. Aquellos productos sin un etiquetado adecuado no pueden ser comercializados

Esta normativa exige un etiquetado en japonés, con las siguientes partidas:

- Nombre del producto
- Lista de Ingredientes
- Lista de aditivos
- Peso neto
- Fecha de caducidad
- Método de conservación
- País de origen
- Nombre del importador y del exportador

Es obligatorio explicitar la presencia de agentes alérgicos.

Un ejemplo de etiquetado sería:

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

Product Name:	VIRGIN OLIVE OIL
Raw Ingredients:	Extra Virgin Olive oil
Content Volume:	1 liter
Date of minimum durability:	2004. 4. 1.
Preservation Method:	Refrigerate (15°C)
Country of Origin:	Spain
Importer:	XX FOODS Corporation x-x, xxx, Tokio, Japan

Para el aceite de oliva cuyo uso será la venta como cosmético o fármaco, los productos deben incluir cierta información como lo especifica la "Ley de productos Farmacéuticos". Esta ley es aplicable a cualquier aceite importado con fines cosméticos o farmacéuticos y establece que para vender productos farmacéuticos directamente a los consumidores ordinarios, hospitales, clínicas, etc. se debe estar en posesión de una licencia que lo autorice. Sin embargo esta licencia no es precisa para vender productos farmacéuticos a fabricantes o distribuidores farmacéuticos. El etiquetado debe incluir el nombre y la dirección del productor e importador y especificar claramente tanto los componentes como las dosis incluidas si hubiere lugar.

Etiquetado voluntario

Asimismo existen numerosos etiquetados voluntarios recomendados por asociaciones de importadores en los que se incluyen una información dietética de calorías, proteínas, grasas, hidratos de carbono, etc.

Para grandes volúmenes de venta, es muy interesante obtener la certificación JAS (Japan Agricultural Standards Law).

Los productos que cumplen con la normativa JAS y que son certificados por el Ministerio de Agricultura pueden incluir el logotipo en el envasado y garantizar unos controles de calidad de cara al consumidor final. En general los importadores japoneses se ocuparán de todos los pasos en cuanto a certificación y etiquetado para proceder según la Ley JAS, que por otra parte reconoce las certificaciones de ciertas instituciones extranjeras.

2.3 Aceite de oliva ecológico (organic olive oil)

En los últimos años ha existido un cierto auge de productos denominados ecológicos, naturales, orgánicos, que reflejan la creciente preocupación de la sociedad japonesa por consumir productos saludables y naturales, esto ha planteado ciertos problemas en cuanto a la denominación y etiquetado de los productos.

Con respecto al etiquetado del aceite de oliva orgánico, el Ministerio de Agricultura japonés impuso como obligatoria la normativa JAS desde abril de 2001 para los productos ecológicos que deseen venderse en el mercado japonés con la etiqueta de "producto orgánico". Esto

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

comporta una serie de requisitos, no sólo para los exportadores sino también para los propios importadores japoneses que deseen comercializar este tipo de productos (la obtención del logotipo JAS para productos orgánicos lleva su tiempo, acarrea costes económicos y viene a ser una duplicación del proceso de certificación).

Para la obtención del logotipo *JAS para productos orgánicos* se pueden seguir dos vías:

En primer lugar, y dada la analogía del sistema de certificación de la UE con el de Japón, en la actualidad la autoridad española (Oficina Económica y Comercial de Tokio) emite un certificado corroborando el presentado por el organismo español de certificación, de que se trata de un producto orgánico, y se procede a la exportación a través de un importador japonés que a su vez ha obtenido de una organización japonesa de certificación (registrada en el Ministerio de Agricultura japonés) el certificado correspondiente para poder comercializar el producto con la denominación “orgánico” junto con el logotipo JAS.

La otra posibilidad es la certificación y autorización, para la comercialización como producto orgánico y el uso del logotipo JAS, realizada directamente por un organismo certificador español registrado en el Ministerio de Agricultura japonés. A este respecto es necesario el ponerse en contacto con los organismos de certificación de cada región para informarse acerca de aquellas que vayan tramitando su registro, a título indicativo, el CAAE, Comité Andaluz de Agricultura Ecológica (www.caae.es) fue reconocido en abril de 2003 por el Ministerio de Agricultura japonés y ya puede certificar sus productos.

Figura 2.2.2 Logotipo de JAS



Finalmente se recomienda que se omitan todo tipo de calificativos como “ecológico”, “natural”, “orgánico” en el producto y que no estén certificados y se aconseja que la empresa interesada contacte con la Oficina Comercial de Tokio para cualquier información actualizada al respecto.

3. OBSTÁCULOS COMERCIALES

Debido a que apenas existen productores locales, no existe la necesidad de proteger a los productores japoneses y no existe ningún tipo de arancel o tasa sobre las importaciones.

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

No existe un canal comercial fijo cuando se habla del aceite de oliva ya que se depende en gran medida del tamaño y orientación del importador así como de la calidad del producto y del segmento de mercado al que vaya dirigido.

En términos generales debemos realizar una distinción con respecto al uso que se da al aceite de oliva, bien sea para consumo como alimento o ingrediente (90%), o bien para ser utilizado en la industria cosmética o farmacéutica (10%)

1.1 Aceite de oliva para uso alimenticio

Básicamente existen dos modalidades de importación, a granel o con el aceite enlatado o embotellado.

Las importaciones a granel, que eran proporcionalmente las más importantes hace diez años, consisten en un aceite de oliva de calidad media y que se utiliza industrialmente o en cantidades grandes para la preparación de alimentos como salsas o ser mezclado para la preparación de otros aceites vegetales.

Posteriormente hubo un incremento en las ventas de aceite de oliva embotellado, que es mucho más interesante para el exportador al aumentar significativamente el precio marginal del aceite y poder además, conseguir una diferenciación frente a otros.

Tradicionalmente el aceite de oliva era suministrado a los consumidores a través de los mismos canales de distribución que los demás aceites vegetales. En la cúspide del canal de distribución se encontraban los importadores japoneses (compañías de trading o fabricantes japoneses de aceite que embotellan el aceite importado a "granel"). A continuación pasaba por el mayorista primario, el cual distribuía directamente a los centros de consumo comerciales (sector de la restauración y hostelería) y, también, a los denominados segundos mayoristas antes de llegar la cadena de minoristas y distribuidores de barrio locales.

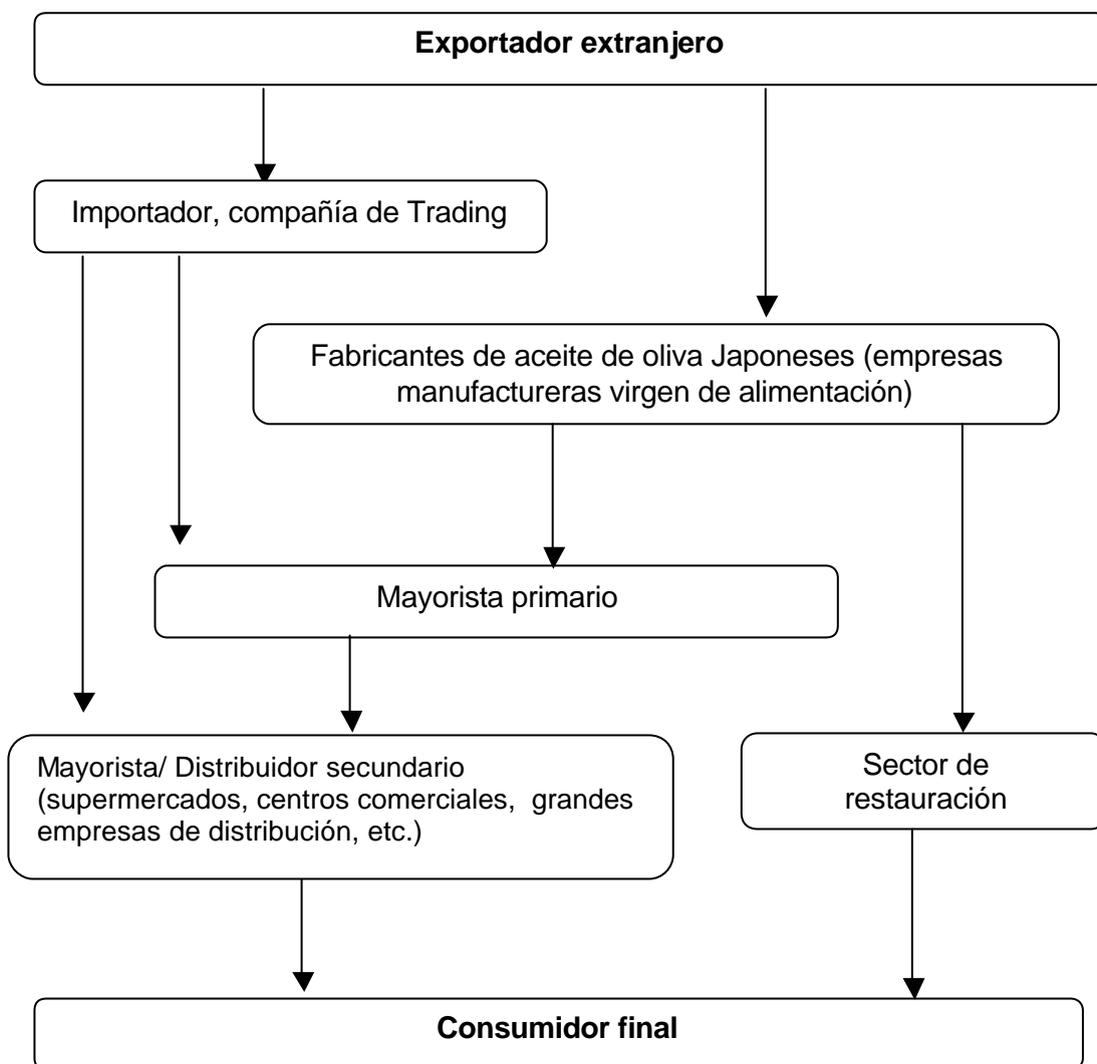
Este esquema tradicional, sin embargo, ha sufrido una serie de alteraciones y modificaciones en los últimos años por parte de los propios importadores y productores japoneses, presionados por la falta de competitividad de algunos de sus productos de consumo y el estancamiento continuado de la demanda interna. Con el fin de maximizar la eficiencia de sus propios sistemas de distribución, y sobre todo, para mejorar sus márgenes comerciales y ahorrarse parte de los costes de intermediación adicionales que encarecían sus productos de cara al consumidor final japonés, algunas de las grandes compañías importadoras y productoras, han empezado a distribuir y vender directamente a los mayoristas secundarios,

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

distribuidores locales, e incluso atienden grandes pedidos especiales de hoteles y restaurantes.

Pese a la evolución y los diversos cambios que ha sufrido últimamente en el sistema de distribución, el sistema más utilizado es aún la utilización de los grandes intermediarios / importadores como forma habitual de acceso y entrada al mercado japonés. Aunque los exportadores saben que es un sistema ineficiente debido a su alto coste, también reconocen el hecho de que estas compañías tienen una efectividad altamente reconocida al contar con una serie de ventajas tales como poseer una red de distribución y equipos de ventas, experiencia en el mercado, fuentes de información y estudios sobre la situación del mercado y de una buena reputación como proveedores fiables.

Figura 3.1.1 Canales de distribución para el aceite de oliva como alimento



Fuente: JETRO

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

Las consecuentes desventajas de tener que utilizar estas grandes compañías de trading así como a los productores/ importadores, son la pérdida de todo control en la distribución y la reducción del margen de beneficios.

El aceite de oliva para consumo en los hogares, se caracteriza por la distribución realizada a través de los supermercados y otros detallistas, observándose que el espacio dedicado al aceite de oliva en estas superficies no es tan grande en comparación con el resto de los aceites vegetales. Recientemente incluso se puede encontrar aceite de oliva colocado en los mismos estantes dedicados a productos relacionados con la pasta, e incluso ofertado en paquetes en los que también se incluyen la pasta y otras salsas de tomate especialmente condimentadas para platos de cocina italiana.

Hasta que el aceite de oliva, en los años 95-96 comenzó a estar de moda, en las estanterías de los supermercados se encontraba solamente aceite de oliva de una determinada empresa, no habiendo variedad ni en marcas ni en los tamaños de embotellado. Esto suponía una enorme desventaja para el consumidor y un freno al aumento del consumo. A partir de esos años, y después del auge de la comida italiana, se fue ampliando el número de marcas presentes en los supermercados, para posteriormente, tras el fuerte éxito, estabilizarse.

En los últimos años se aprecia una presencia aceptable de aceite de oliva en las tiendas de "delicatessen". Los supermercados y establecimientos generales de alimentación japoneses están algo más surtidos que hace unos años, y es mayor la competencia por hacerse con espacio en las estanterías de estos establecimientos.

En todo caso, y como consecuencia del auge de mediados de los años 90 y de la ampliación inicial del espacio dedicado al aceite de oliva en las tiendas, el consumidor japonés tomó conciencia de las distintas marcas existentes, así como de los países de origen, lo que ha servido enormemente para la promoción del producto.

Como conclusión cabe decir que, el éxito de entrada de un producto en el mercado japonés depende cada vez más, y en gran medida, de la experiencia del distribuidor japonés en el sector, así como del interés, énfasis y compromiso que se ponga en la promoción del producto en cuestión.

Por último cabe reseñar el hecho de que algunas empresas de importación o tiendas especializadas se han lanzado a la venta de aceite de oliva por Internet obteniendo muy buenos resultados y eliminando intermediarios. Se espera que este canal de ventas crezca en el futuro.

1.2 Aceite de oliva utilizado como cosmético o farmacéutico

En la práctica totalidad de los casos, el aceite de oliva utilizado en la fabricación de productos farmacéuticos o cosméticos es importado en grandes cantidades sin tratar.

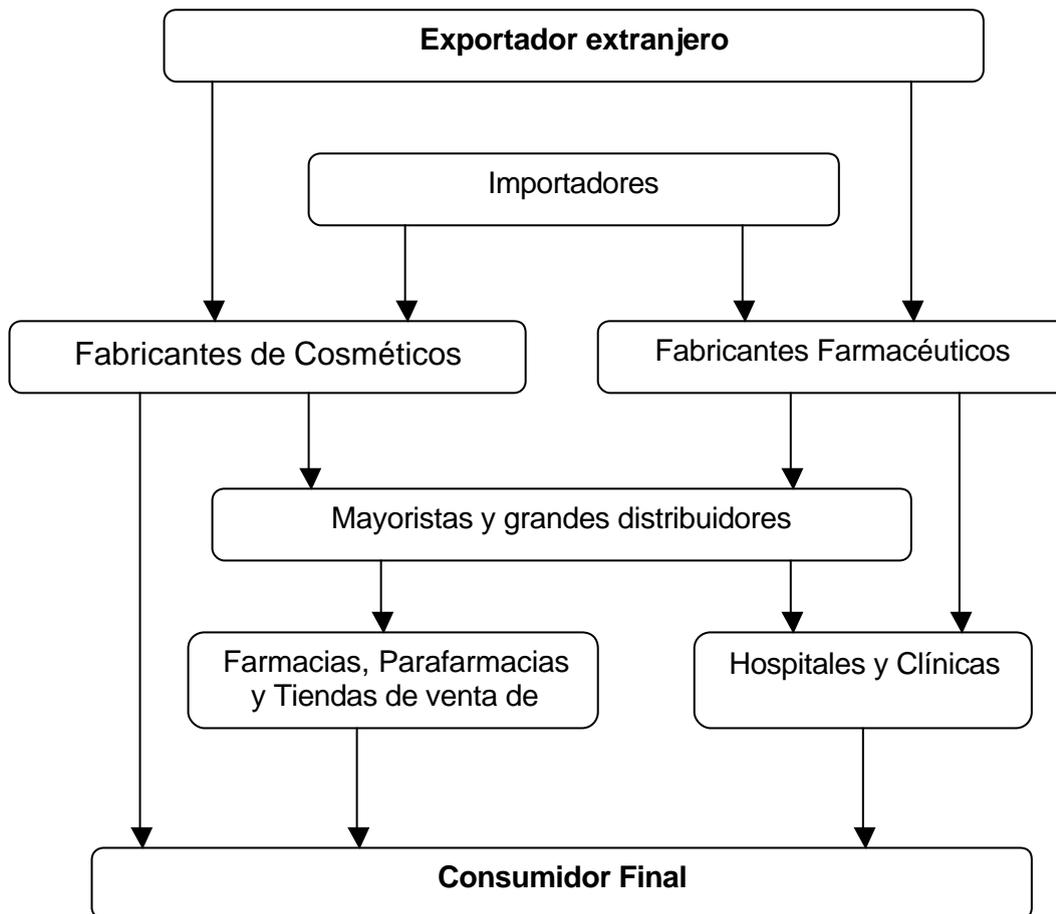
Tradicionalmente también en este tipo de destinatarios, el conocimiento de la calidad y marcas de los distintos aceites era mucho mayor, por lo que algunos mayoristas importan sólo para este tipo de industria, más consolidada (el aceite se mezcla con otra serie de materias primas importadas para la elaboración de los productos). Sin embargo, ha sido este conocimiento y exigencia especializada lo que ha generado que, en los últimos años, algunos

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

fabricantes farmacéuticos y de cosmética (pequeños y grandes), hayan optado por convertirse en importadores y distribuidores de determinados productos exclusivos; es decir, importan directamente de los grandes productores de aceite de oliva y sirven directamente al consumidor final, evitando tanto a los importadores como a los mayoristas (ver cuadro anterior).

Además, esto les ha permitido no sólo rebajar los costes en la fabricación de sus productos, sino que también les ha posibilitado la comercialización de nuevas líneas de producto, cuyas campañas de promoción publicitarias en la TV, se basan en la utilización de aceites de oliva exclusivos y de alta calidad procedentes de determinadas regiones escogidas. Otras compañías, incluso, tratan de ir más lejos aún embarcándose en campañas de venta exclusiva por correo de estos productos, aumentado aún más si cabe su carácter de exclusividad.

Figura 3.1.2 Canales de distribución del aceite de oliva como cosmético o farmacéutico



Fuente: JETRO

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

1.3 Distribución del aceite de oliva español

Las empresas españolas no cuentan todavía con socios distribuidores que posean canales de distribución tan importantes como los de los socios de las empresas italianas, las cuales cuentan con Honen Co., Nisshin Oilio y Monte Bussan, los grandes distribuidores japoneses.

Ciertas grandes compañías de alimentación y productoras de aceites vegetales, como Ajinomoto Oil Mills, Showa Sangyo, o Nisshin, importan aceite de oliva español a granel o bajo marcas blancas, y las comercializan bajo su propia marca. En este caso se trata de productos de menor calidad donde el origen es tan importante, y el factor decisivo de compra es el precio. En el caso de Nisshin, incluso ha llegado a acuerdos con otros proveedores italianos para comercializar la marca “Bosco”, de creación japonesa, y que a pesar de ser un aceite elaborado en Japón a partir de aceites italianos y españoles, se vende como aceite importado de Italia con una exitosa campaña de marketing.

En los últimos años las compañías españolas están consiguiendo penetrar en el mercado con más fuerza y esto es evidente en el canal de distribución donde ya existen acuerdos con grandes grupos japoneses.

Tradicionalmente, para la mayoría de las empresas, pymes, se ha recomendado el proceder de una manera escalonada privilegiando la entrada en los segmentos superiores de más margen con productos de calidad muy alta. para después aumentar los clientes

Figura 3.1.3 Entrada progresiva desde segmentos superiores



Esta estrategia fue iniciada por los italianos en los años 70 y 80 que consiguieron abrir el mercado y hoy se puede decir que muchas empresas españolas están siguiendo el mismo camino con éxito a través de agentes especializados o mediante acuerdos puntuales.

IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

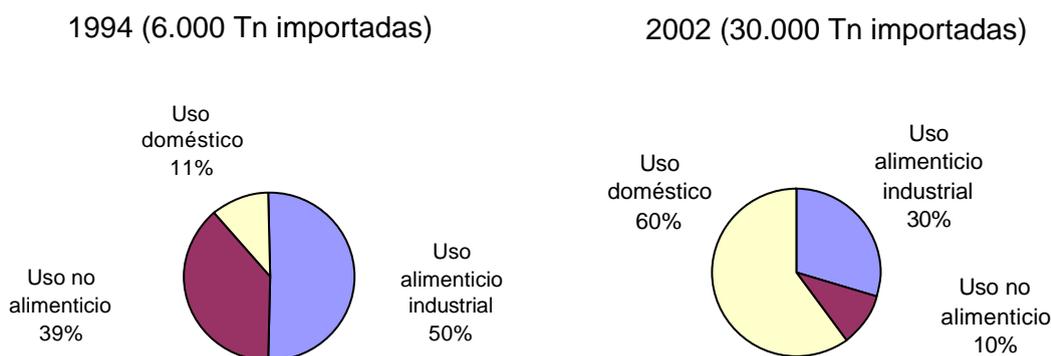
1.1 Factores sociodemográficos

En la cocina tradicional japonesa el uso del aceite de oliva es inexistente y no se encuentra presente en la dieta. Desde la Segunda Guerra Mundial la sociedad japonesa se ha ido transformando muy rápidamente y los hábitos de consumo japoneses se han ido alineando cada vez más con los occidentales aún guardando una especificidad propia.

A finales de los años 60 comenzó a importarse aceite de oliva en cantidades muy pequeñas para uso industrial o para los restaurantes. Fue mucho más tarde, en los años 70 y 80 cuando grandes corporaciones italianas comenzaron a ver el mercado japonés con interés y se lanzaron a la promoción de la cocina mediterránea.

El aumento de las ventas fue continuo pero muy débil hasta mediados de los años 90 donde la moda de la cocina mediterránea llegó a Japón y las importaciones japonesas de aceite de oliva se incrementaron de una forma vertiginosa. La principal razón fue que el consumo de aceite de oliva, hasta entonces, se daba tanto en la industria como en los restaurantes; sin embargo, poco a poco comenzó a usarse en los hogares de una forma mucho más extendida.

Figura 4.1.1 Distribución del consumo de aceite de oliva en 1994 y 2002.



Fuente: JETRO

Fueron las cualidades saludables del aceite de oliva lo que atrajo la atención de los consumidores japoneses. En relación a otros aceites vegetales, el aceite de oliva es más resistente a la oxidación y tiene un alto contenido en ácido oleico, que ayuda a mantener bajo el nivel de colesterol o incluso a bajarlo si es muy alto. Los antioxidantes que contiene (polifenol) contribuyen a la prevención de las enfermedades del corazón y al cuidado de la

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

salud en general. Así, a comienzos de 1996, el consumo de aceite de oliva comenzó a estar de moda en Japón y su ascenso sólo se vio frenado tras 1998 con la crisis económica.

En la actualidad, debido al continuo envejecimiento de la población japonesa y a la creciente preocupación por la salud que le va unido, junto con el mejor conocimiento del aceite gracias a las campañas de promoción, se espera que se incremente la cantidad de consumo doméstico y que las ventas se aceleren en los próximos años.

Aceites saludables

En los últimos cinco años han venido apareciendo en el mercado japonés aceites vegetales cuya popularidad entre los consumidores se debe a su bajo contenido en grasas y estar, a su vez, enriquecidos artificialmente con vitaminas o con otras sustancias. El aceite “*Ekona*”, por ejemplo, es elaborado por la empresa Kao a partir de la manipulación artificial de ciertas plantas.

Estos aceites son percibidos como de alta calidad por el consumidor y se pueden ver como una clara competencia para el aceite de oliva en el segmento superior. Cada vez existen más tipos y marcas y además disfrutan de unas campañas comerciales muy adaptadas al consumidor japonés, además, algunos de ellos han conseguido ser reconocidos por el Ministerio de Sanidad de Japón como producto saludable

1.2 Factores económicos

Japón está atravesando un periodo de crecimiento reducido y en los últimos cuatro años está inmerso en un proceso deflacionario (reducción de los precios).

En esta situación las empresas de alimentación han realizado grandes esfuerzos para optimizar tanto la producción como los canales de distribución de sus productos para aumentar la competitividad en un entorno muy duro donde los beneficios, si existen, se recortan sucesivamente.

El aceite de oliva, especialmente los del segmento superior y con márgenes más elevados, ha sufrido un descenso en los precios y se ha enfrentado en ocasiones, a una competencia creciente de productos alternativos como aceites vegetales o de mezclas fabricados por las grandes marcas de alimentación. Como se ha visto en el epígrafe anterior, estos aceites compiten con la ventaja de un precio muy reducido y de estar muchas veces bien posicionados en los canales de distribución.

En el presente, y como consecuencia de la creciente preocupación de la sociedad japonesa por la salud y por la alimentación sana, existe una mayor disposición a aumentar el gasto y adquirir productos más caros si tienen un origen y unas propiedades garantizadas.

El mercado de los aceites de oliva ofrece una moderada variedad en cuanto a precios que se incrementa a medida que nos centramos en el segmento superior y tratamos con aceites de calidad importados de Italia o España. Los aceites italianos son en general mucho más caros pero es destacable la presencia de marcas españolas de gran calidad en ese mercado,

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

suelen ser empresas medianas y con una producción reducida que se centran en un canal de ventas restringido. Por otro lado, los aceites más baratos son los de algunas grandes empresas japonesas de alimentación y que son embotellados en Japón a partir de aceites extranjeros y que aprovechan unas economías de escala y unos canales de distribución ya establecidos. Los precios de estas botellas no obstante superan por lo general los 8 €/litro

1.3 Tendencias culturales

Desde hace unos años la imagen de Europa en Japón goza de un elevado prestigio, esto ha favorecido a todos los sectores en general, especialmente moda y alimentación.

La influencia no se traduce únicamente en la mayor venta de productos sino que, además, se modifican ciertos hábitos de consumo. En el campo de la alimentación se puede destacar especialmente el vino. En efecto hace unos años era muy difícil vender vino en Japón porque el producto no se adecuaba teóricamente a la cultura japonesa y el mercado se reducía a ciertos espumosos o vinos blancos. Hoy en día Japón es un gran mercado para el vino y los consumos siguen aumentando. El aceite de oliva está introduciéndose y con una asociación con la cocina italiana que no favorece a la exportación española, pero que puede abrirle el mercado.

Se espera que en los próximos años la fuerte imagen de Italia como país continúe y que la cocina mediterránea, por extensión, siga siendo muy popular y que este hecho contribuya a popularizar y extender el uso del aceite de oliva para determinados platos como las ensaladas.

Por otra parte es necesario resaltar la tendencia creciente del consumidor japonés a interesarse por productos beneficiosos para la salud y esto es sin duda uno de los activos del aceite de oliva y por el que puede atraer a muchos nuevos consumidores.

En el sector de fabricación de cosméticos y productos farmacéuticos que utilizan el aceite de oliva la demanda permanece estable, aunque la demanda de aceite de oliva destinado al segmento dedicado a la fabricación de cosméticos específicos para el cuidado de la piel de forma diaria sí que ha aumentado de forma notable. Por otro lado, cabría añadir que en la elección de un cosmético u otro, el país de origen del aceite no es determinante en absoluto.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.1 Hábitos de consumo

En Japón, el aceite de oliva se utiliza principalmente para preparar platos de la cocina mediterránea y de pasta y en determinados platos, sobre todo occidentales, comidas cuya base es el pescado cocinado (es decir, excluyendo los platos de tipo “sushi” o “sashimi” cuya base es el pescado crudo).

Además, y de forma aún muy minoritaria, el aceite de oliva se puede incluir en la preparación de algunos platos típicos de la cocina japonesa como es el “tempura” (o plato de hortalizas, gambas y pescados rebozados).

Otra utilización muy extendida del aceite de oliva es en las ensaladas. Sin embargo, tanto en la elaboración de la pasta como con las ensaladas, el aceite de oliva cuenta con dificultades de consolidación, ya que existen numerosos productos envasados con todos los ingredientes necesarios para añadir o aderezar como ensaladas, condimentos y otras mezclas precocinadas.

Por otro lado, cabría apuntar la inexperiencia y desconocimiento parcial que, aún hoy, persiste en los hogares japoneses sobre los usos y aplicaciones del aceite de oliva en la preparación de platos de cocina extranjera en general, y mediterránea en particular (sólo los jóvenes y algunos sectores de la población adulta lo conocen). Esto se debe principalmente a la desinformación que existía al respecto, y que tiende a desaparecer lentamente gracias a campañas de información como las realizadas, principalmente, por la industria italiana del sector durante el año 2001

Respecto al tipo de aceite de oliva preferido, los consumidores se decantan por el tipo Riviera que es una mezcla de aceite de oliva virgen y aceite de oliva refinado y de olor más suave que los aceites puros. Sin embargo, conforme se consolida la demanda, los consumidores más experimentados tienden a buscar aceite de oliva con una fragancia más fuerte como la del aceite de oliva virgen extra.

Por otro lado debemos precisar que el nivel de conocimiento de los distintos tipos de aceite de oliva es bastante bajo. El consumidor ordinario no conoce claramente la distinción entre aceite de oliva y aceite de oliva virgen, distinción que no es, por tanto, un factor importante a la hora de la decisión de compra: El aceite de oliva es conocido por la totalidad de los consumidores, mientras que el aceite de oliva virgen (aquel que ha sido obtenido sin pasar ningún tipo de proceso de refinado y es el de mayor calidad debido a su sabor más fuerte y a su aroma) sólo es reconocido por el 12 % de los consumidores. El aceite extra virgen de oliva es reconocido sólo por el 47 % de los consumidores que ya tienen cierta experiencia en la utilización de aceite de oliva.

En definitiva, podemos decir que el aceite de oliva pese a ser todavía considerado en Japón como un ingrediente “especial” que se utiliza para la preparación de platos de cocina

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

mediterránea; sus hábitos de compra se están ampliando relativamente, principalmente entre las nuevas generaciones (público infantil desde los 5 años, y joven hasta los 35 años).

Como recapitulación, indicamos los siguientes puntos descriptivos de las tendencias en el consumo del aceite de oliva:

- El consumidor sigue prestando mucha atención al diseño del envase, la información sobre el contenido, y al etiquetado.
- Las botellas que generalmente se utilizan son de 200, 250 o 500 ml puesto que no se consume diariamente. Además las botellas y envases, en general en Japón no suelen ser de mayor tamaño debido al espacio reducido que poseen las cocinas de los hogares japoneses. El envase que parece gozar de mayor popularidad es el de 250 cl (y cada vez más el de 500 cl.)
- La proliferación de los restaurantes occidentales, especialmente los italianos, y que ya no son exclusivos de segmentos con alto poder adquisitivo ha hecho que la población se encuentre familiarizada con la dieta europea y especialmente las nuevas generaciones que serán en el futuro los consumidores.
- Entre las jóvenes japonesas también están teniendo un éxito cada vez mayor los productos para el cuidado de la piel y el cabello en cuya elaboración se utiliza aceite de oliva.
- Los factores que determinan la elección de compra de los consumidores son, la calidad, el precio, las calorías que contiene dicho alimento y un etiquetado fácilmente comprensible. Si bien en la actualidad el precio está adquiriendo cada vez una mayor fuerza como factor determinante; en el caso del aceite de oliva, al ser considerado un producto saludable, el consumidor japonés está dispuesto a pagar un poco más, siempre y cuando el producto sea de alta calidad.
- Todavía no es aún muy frecuente usar aceite de oliva en las ensaladas. Existen muchas clases de aliños preparados para las ensaladas con multitud de ingredientes que son mucho más populares entre los consumidores japoneses. Tampoco es habitual usarlo para freír o para cocinar, ya que para ello emplean aceite de semillas japonés que se puede adquirir a un precio mucho más bajo

2.2 Hábitos de compra

Excepto en el caso donde se adquiere aceite de oliva en tiendas especializadas o restaurantes, la gran mayoría de los consumidores japoneses adquiere el aceite de oliva en los supermercados o en las tiendas de alimentación (véase el apartado sobre la distribución **III.1 Canales de Distribución**). En este último caso los precios serán mucho más bajos y los productos de menor calidad, mientras que en las tiendas especializadas es posible encontrar productos muy selectos y mucho más minoritarios. La tendencia es que los consumidores privilegien este canal al tratarse el aceite de oliva de un producto con, todavía, una cierta exclusividad y más orientado a un público con cierta capacidad adquisitiva.

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

Los consumidores japoneses no tienen costumbre de hacer una gran compra para un periodo de tiempo elevado, más bien se realizan compras pequeñas casi diariamente. La escasez de espacio en muchos hogares hace difícil almacenar cantidades o volúmenes elevados. Otra razón para explicar el reducido tamaño de las porciones en venta es que el consumidor japonés acepta mejor el hecho de comprar porciones pequeñas de algo que no conoce en profundidad a pesar de que el coste unitario sea mayor y además pensando en un consumo rápido y la ausencia de riesgo de que el producto caduque o fermente en exceso. Es por esta razón que los productos empaquetados en pequeñas unidades listas para ser consumidas gozan de mucha popularidad en Japón y en esto los aceites no son una excepción, es mucho más práctico el vender aceite en botellas pequeñas que intentar colocar en el mercado las garrafas de 5 litros, por ejemplo.

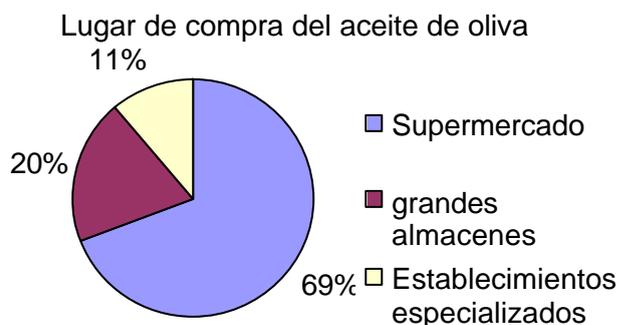
En los últimos años los aceites de más calidad han dejado de ser exclusivos de las tiendas especializadas o comercios de productos alimenticios de alta calidad y también se pueden encontrar en numerosos supermercados y centros comerciales. Las tiendas especializadas recurren cada vez a productores más exclusivos y pequeños con una calidad muy elevada y vendiendo el aceite de oliva como producto de lujo con precios de hasta cinco veces su valor en un supermercado tradicional.

Cabría mencionar que en algunos grandes almacenes de Tokio existen “rincones” donde ciertos productos con los que el consumidor japonés no está familiarizado, son preparados y cocinados delante de la clientela. Esta labor educativa hace que el potencial cliente vea en directo la forma de cocinar y pueda incluso probar el resultado. Muchas marcas de aceite de oliva, todas italianas y apoyados por las empresas importadoras, han tenido este instrumento como apoyo con muy buenos resultados.

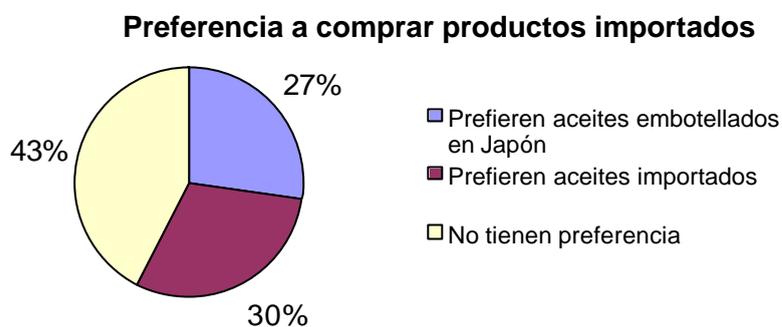
A la hora de buscar aceite de oliva, los consumidores menudo buscan que el producto contenga la etiqueta “*made in Italy*” ya que asocian la utilización del aceite de oliva a la comida mediterránea y especialmente la pasta italiana.

El estudio sobre las actitudes de los consumidores respecto a los productos importados (*Survey on Consumer's Awareness of Imported Goods*) de MIPRO (*Manufactured Imports Promotion Organization*) de febrero de 1999, nos muestra los siguientes resultados en lo referente al aceite de oliva:

Figura 4.2.1. Datos del estudio sobre el aceite de Oliva. “*Survey on Consumer's Awareness of Imported Goods. 1999. MIPRO*”



JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA



Fuente: MIPRO

2.3 Costes indirectos que soporta el consumidor

Como se ha mencionado antes (véase el apartado **II.3 Obstáculos comerciales**) no existen aranceles que graven al aceite de oliva.

Por otra parte, en Japón todo producto comercializado tiene un impuesto sobre el valor añadido del 5%, el equivalente al IVA en España.

Muchas veces el importador podría tener que asumir algunos costes de promoción para la correcta distribución y comercialización del producto y estos incidirían en el precio final del producto.

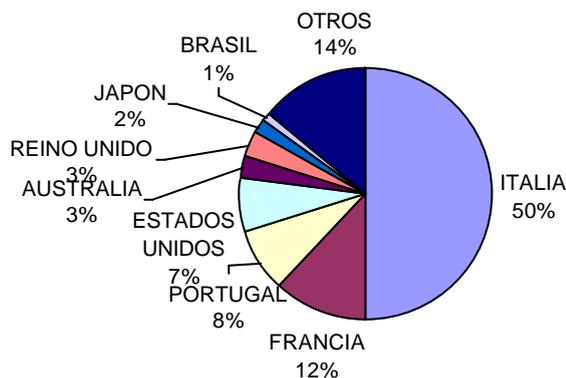
3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL.

La percepción del aceite de oliva español es muy buena entre los importadores y aún no tan conocida entre los consumidores finales. El principal reto de la Administración y de las empresas es hacer llegar los aceites españoles y asociar el producto a nuestro país que, no lo olvidemos, es el primer productor mundial.

El aceite de oliva español es relativamente más fuerte en el mercado de importación a granel, tanto para uso industrial como para ser embotellado por marcas blancas japonesas. En la restauración, en cambio, las marcas italianas dominan el mercado detallista. Según estimaciones realizadas por la Agencia de Asoliva en Tokio, a finales de 1998, solamente el 5,5% de aceites españoles se vendían como aceites embotellados con marcas propias, mientras que más del 80% de aceites italianos se venden con sus propias marcas. Una tendencia que aún se mantiene.

Entre el periodo de 1995 a 1996 se produjo el mayor aumento de las exportaciones españolas a Japón, doblando las cifras del año anterior. A partir de esta fecha, las exportaciones españolas han seguido manteniendo un ritmo creciente, si bien a gran distancia de Italia, que en 1996 tenía un volumen semejante al español, pero que ya en 1997 se situó muy por encima, acaparando en torno 2/3 del total de importaciones desde entonces..

Figura 4.3.1. Distribución de las exportaciones españolas de aceite de oliva en 2002 según país y valor. Valor total. 1.216 millones de euros



Fuente: ICEX. Aduanas españolas

Japón es hoy el séptimo destino de las exportaciones españolas de aceite de oliva por valor de 33 millones de euros.

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

De los últimos informes de la IOOC (Internacional Olive Oil Council) que manejan las autoridades japonesas cabría mencionar la siguiente acotación: *“En el pasado, los productores no italianos exportaban su aceite de oliva a granel hacia Italia, en donde era refinado diestramente, embotellado y manufacturado para ser vendido bajo marcas y etiquetado italianos. Sin embargo, conforme países como España y Grecia mejoraron sus capacidades técnicas y tecnología, están trabajando para desarrollar sus propias marcas nacionales, confiando cada vez menos en las exportaciones hacia Italia”*. La primera impresión que podemos hacernos a raíz de dicha acotación es que, en Japón, como en el resto del mundo, tanto las autoridades como las empresas conocen la práctica habitual de los italianos de mezclar sus aceites con los de otros países productores como España o Grecia, sin embargo, esta información es ampliamente desconocida por el público y consumidor general japonés.

A pesar de que los productores españoles se están acomodando a los gustos japoneses el aceite de oliva español no goza aún de gran prestigio más allá de entre los profesionales. La imagen que aún impera de cara al consumidor japonés, salvo para de los japoneses que cada vez más visitan nuestro país, es la de un aceite de buena calidad, pero “barato”; es decir, que no se le considera un aceite de alta cocina o de calidad superior (imagen que por lo general sí ostentan las marcas de importación italianas). Además es muy normal que las marcas italianas acudan a motivos típicos de su país y a colores como el de la bandera italiana a la hora de vender el aceite destacando el dato de que el producto ha sido embotellado (que no producido) en Italia. Afortunadamente se está realizando una promoción de la cocina española en el segmento superior y se espera incluir y asociar definitivamente el aceite de oliva a con su primer productor y con su gastronomía.

Además, es cada vez más frecuente ver que los exportadores españoles cuiden aspectos como el olor del aceite de oliva virgen, que era considerado demasiado fuerte frente al aceite italiano, considerado menos oloroso. Se cuida también el que el etiquetado, la forma de las botellas y que la capacidad de las mismas se adapten a las exigencias del mercado. Se da una presentación de “producto gourmet”, en botellas pequeñas y con etiquetas atractivas y en japonés.

V. ANEXOS

1. CONSEJOS ÚTILES PARA EL EXPORTADOR ESPAÑOL

Los aceites de oliva españoles se encuentran aceptablemente representados en el mercado con una cuota superior al 30% y segundos tras Italia. Sin embargo, si tenemos en cuenta que nuestro país es el primer productor del mundo con diferencia y que nuestros aceites poseen, objetivamente, una calidad excelente comparable e incluso superior a la de los italianos pero con un precio más reducido y, unido todo, al hecho de que el aceite de oliva tiene aún una cuota de mercado muy pequeña (2-3%) frente a otros aceites vegetales; la conclusión es que los aceites españoles tienen aún grandes posibilidades,

Desde la Oficina Comercial Española en Tokio podemos dar los siguientes consejos a los exportadores españoles:

- Valoración de la decisión Desde esta oficina se aconseja que todos los pasos en la dirección de internacionalizar se hagan desde una posición sólida. No se aconseja comenzar la exportación directamente a Japón sin establecer previamente un mercado objetivo más cercano geográficamente.
- Desarrollo de productos adecuados al gusto del consumidor japonés: Es por supuesto importante el mantener las características inherentes al aceite de oliva, pero es igualmente importante el estudiar la preferencia de sabores por parte del consumidor y desarrollar una oferta adecuada.
- Promoción dentro de los comercios: La forma más efectiva de promocionar el consumo es una publicidad directa a los consumidores. Es importante presentar el concepto y el producto a los consumidores y la mejor forma es una promoción directa en círculos especializados y con los comercializadores. Es en ese segmento del canal donde puede ser más efectiva la comunicación mostrando, por ejemplo, la forma de utilizar el aceite o los pasos para la preparación de los platos.
- Precio y cantidades adecuadas: Como se ha mencionado en los apartados relativos a los hábitos de consumo y de compra, el consumidor japonés compra en pequeñas cantidades habitualmente que están preparadas para ser consumidas inmediatamente. El aceite español, en su forma de venta tradicional, no se adapta perfectamente al consumidor al venderse en grandes envases. Sería recomendable una disminución de los tamaños y adaptarlos a la demanda del consumidor que aunque está cambiando, generalmente, prefiere unos envases de 250 ml frente a los de 500 ml
- Presentación y envasado: Asimismo la presentación es importantísima y no se debe confiar únicamente en la calidad del producto, sino además utilizar un embalaje de calidad y atractivo al consumidor. Se suele preferir el envase de vidrio al plástico cuando

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

se trata de aceites de calidad. En los últimos años se está consiguiendo introducir la botella de 1 l de plástico aunque en segmentos no superiores.

Los importadores Japoneses han mencionado que las ventas de algunos aceites se incrementan muy rápidamente debido a la buena presentación. El estado en que llegue la mercancía debe ser muy cuidado y se deben evitar los goteos o manchas que dan una impresión muy negativa y que, además, pueden tener problemas de entrada incluso en las aduanas.

La etiqueta debe ser clara y estar en buenas condiciones, pues a diferencia de lo que sucede en España, este no es un producto de consumo habitual y es preciso que la información se presente claramente

Muchas veces se ha insistido, desde los importadores, en el hecho de que el tapón se desenrosque correctamente y se recomienda el uso de algún tipo de precinto.

- Estrategia a largo plazo: Aún a pesar del crecimiento en ventas del aceite de oliva, el mercado japonés se debería ver como un mercado a largo plazo ya que este producto no formará parte diaria de la dieta sino que tenderá a convertirse en un producto de consumo habitual.
- Acuerdos con Importadores: Se recomienda ultimar todos los detalles con el importador antes del envío y de cubrir todos los riesgos de la operación comercial. A los importadores es necesario facilitarles la información sobre el producto de una manera clara y detallada con, por ejemplo, folletos. La elección del importador es determinante para el canal de distribución y por tanto para el público al que se dirigirá el producto.

Se recomienda además, que se consulte toda la información disponible en la Oficina Comercial de España en Japón (<http://www.mcx.es/tokio>)

Por último cabe destacar el hecho de que existe una asociación de exportadores de aceite de oliva español llamada Asoliva. Esta asociación, sin ánimo de lucro, comenzó las actividades de promoción en Japón a mediados de los años noventa en colaboración con algunos importadores. Esta asociación realiza actividades de promoción junto con el ICEX. Estas actividades incluyen la puesta en marcha de una página web (<http://www.asoliva-jp.com>) publicación de un boletín semestral y seminarios de prensa, publicación de catálogos junto con otras actividades. Puede ser interesante para la empresa exportadora el asociarse con ellos y participar en sus actividades.

2. INFORMES DE FERIAS

2.1 Foodex Japan

La feria de alimentación más importante de Japón es Foodex. Foodex se celebra cada año desde el año 1976 y la edición de este año ha sido la 28ª. La escala de la presentación sigue creciendo y sobre todo la participación de empresas extranjeras ha aumentado desde la segunda mitad de los años noventa. Es la feria más grande de alimentación en la región asiática.

La página de internet es:

<http://www.ima.or.jp/FOODEX/>

Se incluye a continuación la ficha técnica de la Oficina Comercial de la feria FOODEX 2004.

FECHA : 9-12 de marzo de 2004

LUGAR : Makuhari Messe, Hall 1 - 8 (Chiba, Japón)

ORGANIZADOR:

Japan Management Association	Japan Hotel Association
Japan Ryokan (inns) Association	Japan Tourist Hotel Association
Japan Restaurant Association	Japan Tourist Accommodation Association

PATROCINADORES:

Ministry of Foreign Affairs
Ministry of Land, Infrastructure and Transport
Ministry of Health, Labor and Welfare
Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries
La Provincia de Chiba, La Ciudad de Chiba
Japan External Trade Organization (JETRO)

NÚMERO DE EXPOSITORES:

2.515 empresas

Empresas Japonesas: 794

Empresas extranjeras: 1721 procedentes de 72 países y 3 regiones (1704 empresas*)

Pabellones extranjeros principales: España, EE.UU., Italia, Australia, Corea, Taiwán, Francia, Alemania, Méjico, Canadá, etc.

NÚMERO DE VISITANTES

98.920 personas (10.000 más que en la edición anterior)

PABELLÓN OFICIAL DE ESPAÑA:

Superficie: 1200m²

Expositores: 70 empresas (incluyendo Extenda, Cámaras de Andalucía, Ivex, Prodeca y Junta de Extremadura)

Sectores Principales: aceite de oliva, vino, conservas, jamón, patés, almendras, etc.

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

DATOS DE LA PRÓXIMA EDICIÓN

2005:

FECHA: del 8 al 11 de marzo

LUGAR: Makuhari Messe (Nippon Convention Center)

2.2 Otras Ferias

Gourmet Trade Fair

INFORMACIÓN GENERAL

La Gourmet Trade Fair es una feria de productos de gourmet que organiza la Oficina Comercial española en Japón con la colaboración de distintas Cámaras de Comercio e Industria de España.

Debido a creciente interés de profesionales japoneses sobre productos de gourmet español, creemos que es muy importante organizar una feria monográfica de España.

Este año está pendiente a confirmación de fechas de realización de GTF. Para información relativa a la misma (interés en participar, etc) dirigirse a buzón oficial de la Oficina (tokio@mcx.es).

Fecha: PENDIENTE CONFIRMACIÓN.

Lugar: PENDIENTE CONFIRMACIÓN

Cámaras organizadoras: A Coruña, Burgos, Ciudad Real, Murcia y Navarra

A continuación ponemos las cifras de los participantes en la feria del año pasado.

Número de expositores: GTF 2003; 40 empresas y FIAB

Sectores presentados:

Vino, zumo de fruta, aceite de oliva, conservas vegetales, conservas de pescado, confitería, queso, vinagre etcétera.

Número de visitantes: en total 547 personas

Por sector: Importadores: 183

Mayoristas / minoristas: 55

Hoteles / Restaurantes: 95

Prensa: 36

Otros : 178

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

3. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

3.1 Listado de importadores / distribuidores

AIC INC. - INTERNATIONAL BUSINESS DIVISION

Domicilio.....: SHINKAWA EAST BLDG. 6F, 1-23-5 SHINKAWA
Localidad.....: CHUO-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 104-8284
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 55412158 Fax: +81 (0)3 55412140 Correo Electrónico: HIRAI@AICINC.CO.JP

AJINOMOTO OIL MILLS INC.

Domicilio.....: SEIROKA TOWER 17-19F, 8-1, AKASHICHO,
Localidad.....: CHUO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 104-8503
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)3 51487160 Fax: +81 (0)3 51487175 Correo Electrónico:

ALTA CLASE

Domicilio.....: 2-9-4-403 KAJIGAYA TAKATUKU
Localidad.....: KAWASAKI
Provincia.....: KANAGAWA

Cód. Postal.....: JAPÓN
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)44075103386 Fax: Correo Electrónico:

ANFINI

Domicilio.....: 21-7-504 SAKURAGAOKA
Localidad.....: SHIBUYAKU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: JAPÓN
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 34619918 Fax: Correo Electrónico:

ARCANE LTD.

Domicilio.....: 1-5-6 NIHONBASHI KAKIGARA CHO,
Localidad.....: CHUO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 103-0014
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)3 36646591 Fax: +81 (0)3 36646599 Correo Electrónico:

ARISUGAWA CORPORATION

Domicilio.....: 6-23-16, OKUSAWA

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

Localidad:.....: SETAGAYA-KU
Provincia:.....: TOKIO

Cód. Postal:.....: 158-0083
País:.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 57078785 Fax: +81 (0)3 57078698 Correo Electrónico:

ARK

Domicilio:.....: 2ND FUJI BLDG.1F, 1-14-5 NISHIAZABU
Localidad:.....: MINATOKU
Provincia:.....: TOKIO

Cód. Postal:.....: :
País:.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 3470 2151 Fax: Correo Electrónico:

ARK CORPORATION

Domicilio:.....: 70-8, WASEDA-CHO,
Localidad:.....: SHINJUKU-KU
Provincia:.....: TOKIO

Cód. Postal:.....: 162-0042
País:.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 52873870 Fax: +81 (0)3 52873871 Correo Electrónico:

ARREX INC.

Domicilio:.....: TOMITAYA BLDG. 3F., 1-2-4 SARUGAKU-CHO
Localidad:.....: CHIYODA-KU
Provincia:.....: TOKIO

Cód. Postal:.....: 101-0064
País:.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 32333089 Fax: +81 (0)3 32333344 Correo Electrónico: ARREX@NIFTY.COM

BEE TREE MARKET

Domicilio:.....: 5-3-11 YAGUMO
Localidad:.....: MEGUROKU
Provincia:.....: TOKIO

Cód. Postal:.....: :
País:.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 3724 7703 Fax: Correo Electrónico:

BENIBANA FOODS CO., LTD.

Domicilio:.....: 7-11-2 MATSUMAEDAI , MORIYA-MACHI
Localidad:.....: KITASOUMA-GUN
Provincia:.....: IBARAKI

Cód. Postal:.....: 302-0102
País:.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)297 206437 Fax: +81 (0)297 457344 Correo Electrónico: BENIBANA@IINET.NE.JP

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

BON SQUARED

Domicilio.....: LIECHTENHEIM 101, 10-15, HONMACHI
Localidad.....: KOGANEI
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 184-0004
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)42 3878633 Fax: +81 (0)42 3878675 Correo Electrónico:

BOND & CO., LTD.

Domicilio.....: 1-4, SHIMAGAMI-CHO 1-CHOME, HYOGO-KU
Localidad.....: KOBE
Provincia.....: HYOGO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 652-0833
País.....: JAPÓN
Interés.....: Muy Alta

Teléfono: +81 (0)78 6716504 Fax: +81 (0)78 6516514 Correo Electrónico: OKADADA@BONDOCO.CO.JP

BROOK'S CO., LTD

Domicilio.....: 4-54-6 UTSUKUSHIGAOKA, AOBA-KU
Localidad.....: YOKOHAMA
Provincia.....: KANAGAWA

Cód. Postal.....: 225-8638
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)45-909-1138 Fax: +81 (0)45-902-3478 Correo Electrónico: SAKOBE@MA.BROOKS.NE.JP
WATANABE@MA.BROKKS.NE.JP

BUNRYU

Domicilio.....: 1-33-6 TAKADA BABA
Localidad.....: SHINJUKUKU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: Países.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 3208 5445 Fax: Correo Electrónico:

C.G.C. JAPAN CO., LTD.

Domicilio.....: 2-1-14 OKUBO
Localidad.....: SHINJUKU-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 169-8531
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 32071363 Fax: +81 (0)3 32071227 Correo Electrónico: S-MIYAMOTO@CGCJAPAN.CO.JP

C.I.O. JAPAN

Domicilio.....: 1-1-9 HIRAMACHI MEGUROKU
Localidad.....: MEGUROKU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: Países.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 5701 4505 Fax: Correo Electrónico:

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

CARGILL JAPAN

Domicilio.....: FUJI BLDG. 3-2-3, MARUNOUCHI
Localidad.....: CHIYODA-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 100-0005
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono:
+81 (0)3 32850800

Fax:
+81 (0)3 32118934

Correo Electrónico:
HIDEMASA_SUZUKI@CARGILL.COM

CHERRY TERRACE

Domicilio.....: HILLSIDE TERRACE D25, 29-9, SARUGAKU-CHO
Localidad.....: SHIBUA-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 150-0033
País.....: JAPÓN

Teléfono:
+81 (0)3 37806808

Fax:
+81 (0)3 37705268

Correo Electrónico:

CHICHUKAI FOODS

Domicilio.....: 1-18-18, TSURUMA
Localidad.....: MACHIDA
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: JAPÓN
País.....: JAPÓN

Teléfono:
+81 (0)42 799 6607

Fax:

Correo Electrónico:

CHUKAN BUTSU LTD.

Domicilio.....: 3-3-14, DOSHO-MACHI, CHUO-KU
Localidad.....: OSAKA
Provincia.....: OSAKA
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 541-0045
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono:
+81 (0)6 62315127

Fax:
+81 (0)6 62225126

Correo Electrónico:
INFO@CHUKAN.CO.JP

CORTIBONO TRADING

Domicilio.....: 8-12-5-804 NISHI GODANDA
Localidad.....: SHINAGAWAKU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: JAPÓN
País.....: JAPÓN

Teléfono:
+81 (0)3 3493 1402

Fax:

Correo Electrónico:

DEDOU CO., LTD.

Domicilio.....: 23-1, MASUGATA 5-CHOME, TAMA-KU
Localidad.....: KAWASAKI
Provincia.....: KANAGAWA

Cód. Postal.....: 214-0032
País.....: JAPÓN

Teléfono:
+81 (0)44 9920901

Fax:
+81 (0)44 9220945

Correo Electrónico:

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

DF SHO-EI CO., LTD.

Domicilio.....: 11-7, KOBUNECHO NIHONBASHI
Localidad.....: CHUO-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 103-0024
País.....: JAPÓN

Teléfono:
+81 (0)336622795

Fax:
+81 (0)336644188

Correo Electrónico:
SPAIN-BUNKA@DF-SHOEI.CO.JP

DHC CO., LTD

Domicilio.....: 1-5-7 AZABUDAI,
Localidad.....: MINATO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 106-0041
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono:
+81 (0)335854681

Fax:
+81 (0)335854684

Correo Electrónico:
dhc-eco@nifty.ne.jp

FINE INTERTRADING

Domicilio.....: 3-29-4, OKUSAWA
Localidad.....: SETAGAYA-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 158-0083
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono:
+81 (0)3 54992342

Fax:
+81 (0)3 54992942

Correo Electrónico:

FL JAPAN CO., LTD.

Domicilio.....: SURUGA BLDG., 5F, 15-26 ICHIBANCHO
Localidad.....: MISHIMA
Provincia.....: SHIZUOKA
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 411-0036
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono:
+81 (0)559 76551

Fax:
+81 (0)559 76551

Correo Electrónico:
INFO@FL-NETWORK.COM

FOODLINER LTD.

Domicilio.....: 3-2-13, NOZAKI-DORI, CHUO-KU,
Localidad.....: KOBE
Provincia.....: HYOGO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 651-0054
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono:
+81 (0)78 2410131

Fax:
+81 (0)78 2410132

Correo Electrónico:

FRIO SPAIN JAPAN

Domicilio.....: DAI 1 SS BLDG. 7F B, 12-20, HATCHOBORI 4-CHOME
Localidad.....: CHUO-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 104-0032
País.....: JAPÓN

Teléfono:
+81 (0)3 32971927

Fax:
+81 (0)3 32971929

Correo Electrónico:
NAGASAWA@FRIOSPAIN.CO.JP

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

FUJI TRADING CO., LTD.

Domicilio.....: 9-3, SHIN YAMASHITA 3-CHOME, NAKA-KU
Localidad.....: YOKOHAMA
Provincia.....: KANAGAWA
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 231-0801
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)45 6222989 +81 (0)45 6237022 IMPORT@FUJITRADING.CO.JP

GABAN CO. LTD.

Domicilio.....: 1-9-12 IRIFUNE CHUO-KU
Localidad.....: TOKIO
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 104-0042
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 3537 3020 +81 (0)3 3537 2961 SYUASA@GABAN.CO.JP

GOKYO SANGYO CO., LTD.

Domicilio.....: OZU BLDG.4F, NIHONBASHI HONCHO 2-6-3
Localidad.....: CHUO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 103-0023
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 56433613 +81 (0)3 32492822 HISAYUKI.SAWA@GOKYO-SANGYO.CO.JP

GOOD LIVE CO., LTD.

Domicilio.....: 12-7, KAYABACHO NIHOMBASHI 2-CHOME
Localidad.....: CHUO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 103-0025
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 36689843 +81 (0)3 36687418

H.M.PLANNING

Domicilio.....: ICHIKAWA BLDG. 1F., 1-5-4 ISAGO, KAWASAKI-KU
Localidad.....: KAWASAKI
Provincia.....: KANAGAWA
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 210-0006
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)44 2445654 +81 (0)44 2119872

HIKARIGAOKA KOSAN

Domicilio.....: J CITY 17F, 5-8-20 TAKAMATSU
Localidad.....: NERIMAKU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: :
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 54631213 +81 (0)3 54631200

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

HONEN CORPORATION

Domicilio.....: MITSUI SEIMEI BLDG. 8F, 1-2-3, OTEMACHI
Localidad.....: CHIYODA-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 100-0004
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 32116473 +81 (0)3 32140920

I.S.A. CO., LTD

Domicilio.....: 1-5-15, KUROUNA, INAGE-KU
Localidad.....: CHIBA
Provincia.....: CHIBA

Cód. Postal.....: 263-0042
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)43 2432780 +81 (0)43 2420432

IBERIA TRADING

Domicilio.....: 1-3-5-204, KINUTA,
Localidad.....: SETAGAYA-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 157-0073
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)334164433 +81 (0)334164300 masahide-adachi@msb.biglobe.ne.jp

IL PLEUT SUR LA SEINE KIKAKU CO., LTD.

Domicilio.....: 2F, DAIKANYAMA-FORUM, 17-16, SARUGAKU-CHO
Localidad.....: SHIBUYA-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 150-0033
País.....: JAPÓN
Interés.....: Muy Alta

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 34765195 +81 (0)3 34763772 ILPLEUT2@D1.DION.NE.JP

INAGAKI SHOUTEN

Domicilio.....: 7-5 HACHIYAMACHO
Localidad.....: SHIBUYAKU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: :
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 3462 6676

INOUE CORPORATION (TOKIO)

Domicilio.....: 6-30-1-208 OKUSAWA
Localidad.....: SETAGAYA-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 158-0083
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 37049193 +81 (0)3 37049193 INOUE.CORP@MX1.TTCN.NE.JP

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

IS INTERNATIONAL

Domicilio.....: 5-8-6 TSUKUSHIGAOKA
Localidad.....: KASHIWA SHI
Provincia.....: CHIBA

Cód. Postal.....: :
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)471 73 1662

ISA CO., LTD.

Domicilio.....: ISA BLDG., 1-5-15, KUROUNA
Localidad.....: INAGE-KU
Provincia.....: CHIBA

Cód. Postal.....: 263-0042
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)432 432780 +81 (0)432 420432 ISACO@MA.NEWEB.NE.JP

ISHIMITU SHOJI

Domicilio.....: 4-34 IWAYA MINAMIMACHI NADAKU
Localidad.....: KOBE
Provincia.....: HYOGO

Cód. Postal.....: :
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)78 861 7783

ITALIA SHOJI

Domicilio.....: 1-5-4 KOJIMACHI
Localidad.....: CHIYODAKU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: :
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 3264 0929

ITOCHU CORPORATION

Domicilio.....: 4-1-3, KYUTARO-MACHI, CHUO-KU
Localidad.....: OSAKA
Provincia.....: OSAKA
Nº Empleados.....: DE 1001 EN ADELANTE

Cód. Postal.....: 541-8577
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)6 62412121 +81 (0)3 34977915

IWAKI & CO., LTD.

Domicilio.....: 8-2, NIHOMBASHI HONCHO 4-COME
Localidad.....: CHUO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 103-0023
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 32790548 +81 (0)3 32411356

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

J.C. PLANNING INC.

Domicilio.....: 23-1, OHMORI-KITA 1-CHOME,
Localidad.....: OHTA-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 143-0016
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 54930211 Fax: +81 (0)3 54930215 Correo Electrónico: MERCH@ORG-JC.COM

JAPAN EUROPE TRADING CO., LTD.

Domicilio.....: PMC BLDG., 1-23-5, HIGASHI AZABU
Localidad.....: MINATO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 106-0044
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)3 35821490 Fax: +81 (0)3 35839060 Correo Electrónico:

JETRON CORPORATION

Domicilio.....: KITAMURA BLDG., 6-16, YAESU 2-CHOME,
Localidad.....: CHUO-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 104-0028
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 32789885 Fax: +81 (0)3 32789869 Correo Electrónico:

K&K ANAN

Domicilio.....: 1-6-1 NAKAMACHI ATSUGISHI
Localidad.....: ATSUGI
Provincia.....: KANAGAWA

Cód. Postal.....: Países.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)462 95 6868 Fax: Correo Electrónico:

K.KOBAYASHI & CO., LT.D

Domicilio.....: BOEKI BLDG. 4F, 123 HIGASHIMACHI, CHUO-KU,
Localidad.....: KOBE
Provincia.....: HYOGO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 650-0031
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)78 3218431 Fax: +81 (0)78 3218430 Correo Electrónico:

KADOYA OIL CO., LTD.

Domicilio.....: 8-3-16, NISHIGOTANDA
Localidad.....: SHINAGAWA-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 141-0031
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)3 34925500 Fax: +81 (0)3 37794697 Correo Electrónico:

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

KANEDA CO., LTD.

Domicilio.....: 34-9, ASAKUSABASHI 1-CHOME,
Localidad.....: TAITO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 111-8612
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 38611242 +81 (0)3 38611314

KATAOKA & CO., LTD.

Domicilio.....: 6-21-6, SHIMBASHI
Localidad.....: MINATO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....: DE 101 A 500

Cód. Postal.....: 105-8615
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 54058630 +81 (0)3 35666547

KAWAGUCHI BOEKI

Domicilio.....: 2-34-3, MATSUSHIMA
Localidad.....: EDOGAWA-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 132-0031
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 36540838 +81 (0)3 36540929

KAWASHO CORP.

Domicilio.....: WORLD TRADE CENTER BLDG. 4-1, HAMAMATSU-CHO 2-CHOME
Localidad.....: CHUO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 105-6190
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 35785263 +81 (0)3 35785874

KIDA SHOJI

Domicilio.....: 1-3-9 MINAMI HONMACHI CHUO KU
Localidad.....: OSAKA
Provincia.....: OSAKA

Cód. Postal.....: 541 0054
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)6 6264 5656 +81 (0)6 6264 5659

KIMROS

Domicilio.....: 18-3, TOMIGAYA 2-CHOME,
Localidad.....: SHIBUYA-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 151-0063
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3-3485-8623 +81 (0)3-3485-4193

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

KITANO SHOJI CO., LTD.

Domicilio.....: 1-11-8 , OYODO MINAMI, KITA-KU
Localidad.....: OSAKA
Provincia.....: OSAKA

Cód. Postal.....: 531-0075
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)6 64587800 Fax: +81 (0)6 64530212 Correo Electrónico: IMPORT@KITANO-KK.CO.JP

KOKUBU CO., LTD.,

Domicilio.....: 1-1-1, NIHONBASHI
Localidad.....: CHUO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 103-8241
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)3 3264143 Fax: +81 (0)3 32751199 Correo Electrónico: K1.KENDO@KPOST.KOKUBU.CO.JP

KYODO SHOKUHIN CO., LTD.

Domicilio.....: NEW PLAZA BLDG. 601, 2-21 TAIYUJI-CHO, KITA-KU
Localidad.....: OSAKA
Provincia.....: OSAKA

Cód. Postal.....: 530-0051
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)6 3156366 Fax: +81 (0)6 3156365 Correo Electrónico:

LIQUOR MOUNTAIN CO., LTD.

Domicilio.....: 193, GOMURA, TORAHIME-CHO
Localidad.....: HIGASHIAZAI-GUN
Provincia.....: SHIGA

Cód. Postal.....: 529-0141
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)749 733030 Fax: +81 (0)749 733033 Correo Electrónico: AOKI@LIKAMAN.CO.JP

M&F TRADING CO., LTD.

Domicilio.....: 4-5-1, YAGUMO
Localidad.....: MEGURO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 152-0023
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)3 37244811 Fax: +81 (0)3 37244120 Correo Electrónico: MANDF.TCO@NIFTY.COM

MARE NOSTRUM, S.L.

Domicilio.....: 6-8 KAGURAZAKA
Localidad.....: SHINJUKU-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 162-0825
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 52619390 Fax: +81 (0)3 52619389 Correo Electrónico: INFO@VIANDA.COM

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

MARUBENI CORPORATION

Domicilio.....: 1-4-2, OTEMACHI
Localidad.....: CHIYODA-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....: DE 1001 EN ADELANTE

Cód. Postal.....: 100-8088
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 32822842 +81 (0)3 32822829

MARUCHO CO., LTD.

Domicilio.....: 5-45, MINAMI TAMACHI
Localidad.....: MISHIMA
Provincia.....: SHIZUOKA
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 411-0837
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)559 715680 +81 (0)559 715567

MASCOT FOODS

Domicilio.....: 5-23-2 NISHI-GOTANDA
Localidad.....: SHINAGAWA-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: :
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)334908418 +81 (0)334906170

MEIDIYA CHUO-KU

Domicilio.....: 2-2-8 Kyobashi
Localidad.....: Chuo-ku
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 104-8302
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)0332711120 +81 (0)0332744890 kazihikol-sudo@mailsv.meidi-ya.co.jp

MEITOKU BUSSAN KAISHA, LTD.

Domicilio.....: ROOM 306, LIONS MANSION EKOTA NO. 2, 1-43-12, KOTAKE-CHO
Localidad.....: NERIMA-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 176-0004
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 35542191 +81 (0)3 35545951

MEITSU CORPORATION

Domicilio.....: 1-1-3 NISHI SHINBASHI
Localidad.....: MINATO-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 105-0003
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 35018459 +81 (0)3 35087538

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

MEMO'S

Domicilio.....: DOKO BLDG., 2-7-16, MINAMI SENBA, CHUO-KU
Localidad.....: OSAKA
Provincia.....: OSAKA
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 542-0081
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)6 62645151 +81 (0)6 62660747

MITOKU CO., LTD.

Domicilio.....: 8-1, YURAKUCHO 1-CHOME
Localidad.....: CHIYODA-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 100-0006
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 32018701 +81 (0)3 32016708

MITSUBISHI CORPORATION

Domicilio.....: 6-3, MARUNOUCHI 2-CHOME,
Localidad.....: CHIYODA-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 100-8086
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 32102121 +81 (0)3 32108051

MITSUI & CO., LTD.

Domicilio.....: 2-1, OTEMACHI 1-CHOME
Localidad.....: CHIYODA-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 100-0004
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 32851111 +81 (0)3 32859819

MIZUNO TRADING LIMITED

Domicilio.....: 2295-7 OSHIBI, MISAKICHO
Localidad.....: IZUMIGUN
Provincia.....: CHIBA
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 299-4622
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)470 879666 +81 (0)470 878200 MIZUFRA@ABEAM.OCN.NE.JP

MONTE BUSSAN

Domicilio.....: 2-18-3, TOMIGAYA
Localidad.....: SHIBUYA-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 103-0023
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 34859761 +81 (0)3 34689626

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

NAKANO VINEGAR CO., LTD.

Domicilio.....: 2-6, NAKAMURA-CHO,
Localidad.....: HANDA
Provincia.....: AICHI
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 475-0873
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)569 245101
Fax: +81 (0)569 245004/5005

Correo Electrónico:

NAKASHIMATO CO., LTD.

Domicilio.....: 1-14-13, SHIBUYA
Localidad.....: SHIBUYA
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 1500002
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 3407 7111
Fax: +81 (0)3407 8911

Correo Electrónico:
IKUHIDE_SAITA@KEWPIE.CO.JP

NATORI

Domicilio.....: 5-5-1, OJI
Localidad.....: KITA-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 114-0002
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)3 39273075
Fax: +81 (0)3 39276265

Correo Electrónico:

NICHIFUTSU BOEKI K.K.

Domicilio.....: DF BLDG. 3F, 2-2-8 MINAMI AOYAMA,
Localidad.....: MINATO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 107-0062
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)3 34030330
Fax: +81 (0)3 34044472

Correo Electrónico:
MYAMAGUCHI@NBKK.CO.JP

NIHON SEIMA CO. LTD.

Domicilio.....: SHINMINATO BIRU, 8 BAN , KAIGANDOORI CHUO-KU
Localidad.....: KOBE-SHI
Provincia.....: HYOGO

Cód. Postal.....: 650-0024
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)78-3328251
Fax: +81 (0)783328253

Correo Electrónico:

NIKKO SHOKAI

Domicilio.....: 1-9-3 ITABASHI
Localidad.....: ITABASHI-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 173-0004
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)3 35796181
Fax: +81 (0)3 35796185

Correo Electrónico:

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

NIPPAKKU

Domicilio.....: 2-1-1308 UDAGAWACHO
Localidad.....: SHIBUYAKU
Provincia.....: TOKIO
Cód. Postal.....:
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 34761941

NIPPON FLOUR MILLS CO., LTD.

Domicilio.....: 27-5 SENDAGAYA 5-CHOME
Localidad.....: SHIBUYA-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:
Cód. Postal.....: 151-0051
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 33502372 +81 (0)3 33562605

NIPPON OLIVE CO., LTD.

Domicilio.....: 3911-10, USHIMADO, USHIMADO-CHO, OKU-GUN
Localidad.....: OKU-GUN
Provincia.....: OKAYAMA
Cód. Postal.....: 701-4394
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)869349111 +81 (0)869349152 YOSHIDA@NIPPON-OLIVE.CO.JP

NISSHIN CO., LTD.

Domicilio.....: OHKI BLDG., 3-3, KANDA KAJICHO
Localidad.....: CHIYODA-KU
Provincia.....: TOKIO
Cód. Postal.....: 101-0045
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 32561325 +81 (0)3 32569386

NISSHIN FLOUR MILLING CO., LTD.

Domicilio.....: 19-12, NIHONBASHI KOAMI-CHO
Localidad.....: CHUO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:
Cód. Postal.....: 103-0016
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 36603111 +81 (0)3 36603844

NISSHO IWAI CORPORATION OSAKA

Domicilio.....: 2-5-8, IMABASHI, CHUO-KU
Localidad.....: OSAKA
Provincia.....: OSAKA
Nº Empleados.....:
Cód. Postal.....: 541-8558
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)6 62093650, 2111 +81 (0)6 62093628, 2189

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

NISSHO IWAI FOODS CORPORATION

Domicilio.....: 17-14 NIHONBASHI KOAMICHO
Localidad.....: CHUO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 103-0016
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)3 56414080 Fax: +81 (0)3 56414094 Correo Electrónico:

NISSHOKU CO., LTD.

Domicilio.....: 9-10 NOZAKI-CHO, KITA-KU
Localidad.....: OSAKA
Provincia.....: OSAKA
Nº Empleados.....: DE 501 A 1000

Cód. Postal.....: 530-0055
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)6 3143655 Fax: +81 (0)6 3157356 Correo Electrónico: K_HATA@NISSHOKU-FOODS.CO.JP

NOBORIUMA SHOJI

Domicilio.....: 2-20-6, 2F, HAMACHO NIHONBASHI
Localidad.....: CHUOKU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: JAPÓN
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 5640 4026 Fax: Correo Electrónico:

NOMA ENTERPRISE

Domicilio.....: 7-3-2-805 MINAMI AOYAMA
Localidad.....: MINATOKU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: JAPÓN
País.....: JAPÓN

Teléfono: 3 3486 3530 Fax: Correo Electrónico:

NORLAKE INTERNATIONAL LTD.

Domicilio.....: YOKOHAMA BUSINESS PARK EAST TOWER, 134 KOBE-CHO, HODOGAYA-KU
Localidad.....: YOKOHAMA
Provincia.....: KANAGAWA
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 240-0005
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)453403400 Fax: +81 (0)453403401 Correo Electrónico: NRKINT99@TKC.ATT.NE.JP

NOZAWA & CO., LTD.

Domicilio.....: NEW KOKUSAI BLDG., 3-4-1, MARUNOUCHI
Localidad.....: CHIYODA-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 100-0005
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)3 32163476 Fax: +81 (0)3 32163578 Correo Electrónico:

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

OBRAS INTERNATIONAL CO., LTD.

Domicilio.....: OKI BLDG., 401, 3-8, IWAMOTOCHO 2-CHOME
Localidad.....: CHIYODA-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 101-0032
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)3 56876162 Fax: +81 (0)3 56876163 Correo Electrónico: OBRAS@LIVEDOOR.COM

OKISEI CO., LTD.

Domicilio.....: 2-11-2, IRIGIMA
Localidad.....: URASOE
Provincia.....: OKINAWA
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 901-2123
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)98 8769615 Fax: +81 (0)98 8778513 Correo Electrónico:

OKURA FOOD SALES CO., LTD.

Domicilio.....: GINNI BLDG.4F, GINZA 2-6-16
Localidad.....: CHUO-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 104-0061
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 35387979 Fax: +81 (0)3 35387988 Correo Electrónico:

ORGANIC ECO CORP.

Domicilio.....: 51-5, KAMIHONNOKI, MORIOKA, HIGASHIURA,
Localidad.....: CHITA GUN
Provincia.....: AICHI

Cód. Postal.....: 470 2101
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)562 83 1231 Fax: +81 (0)562 84 3214 Correo Electrónico: Y-KODAMA

ORIENT COMMERCE, INC.

Domicilio.....: 6F MKS CHOFU BLDG 4-20-2, FUDA
Localidad.....: CHOFU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 180-0024
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)424 889000 Fax: +81 (0)424 889057, 69 Correo Electrónico: ORIENTCO@SEPIA.OCN.NE.JP

OSC ISONO

Domicilio.....: 3-11-7-101,NUMABUKURO
Localidad.....: NAKANO-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: Países.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)33197309 Fax: +81 (0)333197309 Correo Electrónico: WAKAME-I@SO-NET.NE.JP

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

PACIFIC TRADING CO., LTD.

Domicilio.....: SHIBAURA MAEKAWA BLDG., 3-16-20, SHIBAURA
Localidad.....: MINATO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 108-0023
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3-5442-9255 +81 (0)3-5442-9261

PESUCA CO., LTD.

Domicilio.....: 1-14-18 ISEHARA
Localidad.....: ISEHARA
Provincia.....: KANAGAWA
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 259-1131
País.....: JAPÓN
Interés.....: Alta

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)463 936005 +81 (0)463 936055 HACPESCA@CELLO.OCN.NE.JP

RENHO TRADING CO., LTD.

Domicilio.....: 6-3-1, AZA-MIZUGAMA, KANEDA-CHO
Localidad.....: NAKAGAMI-GUN
Provincia.....: OKINAWA
Nº Empleados.....: DE 11 A 25

Cód. Postal.....: 904-0204
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)98 9560031 +81 (0)98 9569395

RESTAURANTE DALI

Domicilio.....: 2-227, HONGO
Localidad.....: MEITO-KU
Provincia.....: NAGOYA

Cód. Postal.....: 465-0025
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)52 7747518 +81 (0)52 8317161

RIRIO PACIFIC CO., LTD.

Domicilio.....: ROOM 206, 5-5-2 SHIROGANEDAI
Localidad.....: MINATO-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 108-0071
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 57931077 +81 (0)3 57931078

SAN-IKU FOODS CO., LTD.

Domicilio.....: 1-1, NAGAURA
Localidad.....: SODEGAURA
Provincia.....: CHIBA
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 299-0265
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)438 622921 +81 (0)438 621531

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

SANYO SHOKUHIN KOUGYOU CO., LTD.

Domicilio.....: 4-16, GOBANCHO
Localidad.....: CHIYODA-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 102-0076
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)3 52265715 Fax: +81 (0)3 32881044 Correo Electrónico: KOSHIKAWA@SO-FOOD.CO.JP

SANYU KOAMI COMPANY, LIMITED

Domicilio.....: SHINKAWA FRONTIER BLDG. 1F, 1-25-12, SHINKAWA
Localidad.....: CHUO-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 104-8277
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 35512269 Fax: +81 (0)3 35512290 Correo Electrónico: TAKAMASA.HANAWA@SANYU-KOAMI.CO.JP

SAPPORO KOLN

Domicilio.....: SAPPORO TOKYU INN PLAZA 109 B1, MANAMI 4 JOU 5 CHOME, CHUO-KU,
Localidad.....: SAPPORO-CHI
Provincia.....: HOKKAIDO

Cód. Postal.....: 064-0804
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)115210305 Fax: +81 (0)115210310 Correo Electrónico:

SARI CORPORATION

Domicilio.....: 1-20-31, HOKIMA
Localidad.....: ADACHI-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 121-0064
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)3 38591121 Fax: +81 (0)3 38588887 Correo Electrónico:

SENSHO CO., LTD.

Domicilio.....: 4-5-1 HARUMI
Localidad.....: CHUO-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 104-0053
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 55475711 Fax: +81 (0)3 35316070 Correo Electrónico: SENSH@TKG.ATT.NE.JP

SHIRAIMATSU SHINYAKU CO., LTD.

Domicilio.....: ISHIKAWA BLDG. 5F, 4-8-16 NIHONBASHI HONCHO
Localidad.....: CHUO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 103-0023
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)3 32718313 Fax: +81 (0)3 32718466 Correo Electrónico: SHIRAIMATSU@MSN.COM

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

SHOUSAN SHOJI

Domicilio.....: 1-9-3 ITABASHI
Localidad.....: ITABASHI-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: :
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 35796536
Fax: +81 (0)3 35796185

Correo Electrónico:
FINEWINE@SHOSAN.CO.JP

SHOWA SANGYO CO., LTD.

Domicilio.....: 2-2-1, UCHI KANDA
Localidad.....: CHIYODA-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 101-8521
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)3 32572931
Fax: +81 (0)3 32572193

Correo Electrónico:
YOSHIAKI-HAMAMOTO@SHOWA-SANGYO.CO.J

SMILE KIKAKU

Domicilio.....: HAKKAYAMA 819
Localidad.....: TOYAMA
Provincia.....: TOYAMA
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 930-0112
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)764 390579
Fax: +81 (0)764 390583

Correo Electrónico:
SMILE@SMILE-P.COM

SUNTORY LTD.

Domicilio.....: 2-1-40, DOJIMAHAMA, KITA-KU
Localidad.....: OSAKA
Provincia.....: OSAKA
Nº Empleados.....: DE 1001 EN ADELANTE

Cód. Postal.....: 530-0004
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

www.suntory.com

SUWAKI COMPANY LTD.

Domicilio.....: PICCORO TOKIO, 4-39-6, HONCHOU
Localidad.....: NAKANO-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: 164-0012
País.....: JAPÓN

Teléfono: +81 (0)3 53429793
Fax: +81 (0)3 53429792

Correo Electrónico:

SUZUSHO LTD.

Domicilio.....: 23, ARAKICHO
Localidad.....: SHINJUKU-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 160-0007
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)3 32251167
Fax: +81 (0)3 32255520

Correo Electrónico:
YMATO@SUZUSHO.CO.JP

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

T. KIDA & CO., LTD.

Domicilio.....: SANKO BLDG. 3-9 MINAMI HONMACHI 1-CHOME, CHUO-KU
Localidad.....: OSAKA
Provincia.....: OSAKA
Nº Empleados.....: DE 11 A 25

Cód. Postal.....: 541-0054
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)6 62645656 +81 (0)6 62645659

TAIHEIYO BOEKI

Domicilio.....: SHIBAURA MAEKAWA BLDG., 5F, 3-16-20, SHIBAURA
Localidad.....: MINATO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 108-0023
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 54429255 +81 (0)3 54429292

TANEYAMAGAHARA

Domicilio.....: 2-9-1 KOTOBUKI
Localidad.....: TAITO-KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: :
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)338422948

THE NISSHIN OIL MILLS, LTD.

Domicilio.....: 1-BANCHI. SHINMEI-CHO
Localidad.....: YOKOSUKA
Provincia.....: KANAGAWA
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 239-0832
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)468 372410 +81 (0)468 372504

TOKUOKA CO., LTD.

Domicilio.....: 5-26, MINAMISEMBA 3-CHOME, CHUO-KU
Localidad.....: OSAKA
Provincia.....: OSAKA
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 542-0081
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)6 62514525 +81 (0)6 62514561

TOKIO EUROPE BOEKI

Domicilio.....: 6-4-17 SEIJO
Localidad.....: SETAGAYAKU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: :
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 5490 7824

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

TOMINAGA BOEKI KAISHA, LTD.

Domicilio.....: KAYABACHO KAIKAN 7FL, NIHONBASHI KAYABACHO 1-12-4,
Localidad.....: CHUO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 103-0025
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 36697341 +81 (0)3 36676715

TOMINURA SHOJI CO.,

Domicilio.....: 2-8-3, IRIJIMA
Localidad.....: URASOE-CITY
Provincia.....: OKINAWA
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: :
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)988 753156 +81 (0)988 752769

TOP AI COMPANY LTD.

Domicilio.....: 3-6-25 KINOKAWA HIGASHI HIGASHI YODOGAWAKU
Localidad.....:
Provincia.....: OSAKA
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: :
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)6-6885-0761 +81 (0)6-6885-2424

TOSCO TRADING INC.

Domicilio.....: 9-5, SHINSEN-CHO
Localidad.....: SHIBUYA-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 150-0045
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 34964421 +81 (0)3 34770614

TOSHOKU CO., LTD.

Domicilio.....: SHINMUROMACHI BLDG., 4-3, NIHOMBASHI MUROMACHI 2-CHOME
Localidad.....: CHUO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 103-0022
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 32452050/ 2036 +81 (0)3 32452763

TOWA PANAMA MANUFACTURING CO., LTD.

Domicilio.....: 4-20, KUMOUCHIBASHI-DORI 5-CHOME, CHUO-KU
Localidad.....: KOBE
Provincia.....: HYOGO

Cód. Postal.....: 651-0191
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)78 2210301 +81 (0)78 2215158 tpm@kh.rim.or.jp

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

UNIVERSAL SHOKAI

Domicilio.....: 3-32-101 HIGASHI KOURAIBASHI
Localidad.....: CHUOKU
Provincia.....: OSAKA

Cód. Postal.....: :
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)6 6942 6801

UNIVERSAL TRADING CO., INC.

Domicilio.....: UNION BLDG. 2F, 1-16-3, KUME
Localidad.....: NAHA
Provincia.....: OKINAWA
Nº Empleados.....: DE 0 A 5

Cód. Postal.....: 900-0033
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)98 8681796 +81 (0)98 8615498 UNIVERSE@COSMOS.NE.JP

VIEBON INC

Domicilio.....: 1-39-13 WAKABAYASHI
Localidad.....: SETAGAYA KU
Provincia.....: TOKIO

Cód. Postal.....: :
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 5779 8205 +81 (0)3 5779 8206

WATARU & CO., LTD.

Domicilio.....: WATARU BLDG., 2-11-9, NISHI SHIMBASHI
Localidad.....: MINATO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 105-0003
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 35038363 +81 (0)3 35038357

YAMAYA CO., LTD.

Domicilio.....: 1-11-19, SHINHAMACHO
Localidad.....: SHIOGAMA
Provincia.....: MIYAGI
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 985-0001
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)22 3631234 +81 (0)22 3631231

OSHIYA

Domicilio.....:
Localidad.....:
Provincia.....:

Cód. Postal.....: :
País.....: JAPÓN

Teléfono: Fax: Correo Electrónico:
+81 (0)3 39679143 +81 (0)3 39676718

JAPÓN: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ACEITE DE OLIVA

YOUKI TRADING CO., LTD.

Domicilio.....: SANSBIN BLDG. 8F, 3-17-1, SHIBUYA
Localidad.....: SHIBUYA-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 150-0002
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)3 54668760 Fax: +81 (0)3 54668570 Correo Electrónico: INFO@YOUKITRADING.CO.JP

YUTAKA SANGYO CO., LTD.

Domicilio.....: SOUTH PORT SHINAGAWA BLDG. 5 FL. 2-12-32 KONAN
Localidad.....: MINATO-KU
Provincia.....: TOKIO
Nº Empleados.....:

Cód. Postal.....: 108-0075
País.....: JAPÓN
Interés.....: Media

Teléfono: +81 (0)3 54628321 Fax: +81 (0)3 54628328 Correo Electrónico: FOOD-DIV@YUTAKA-TRAD.CO.JP

3.2 Otras direcciones de interés

Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries

Food and Marketing Bureau, Standards and Labeling Division
1-2-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, TOKIO 100-0013
TEL: 03-3502-8111 FAX: 03-3509-0438

Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries

International Affairs Department, International Trade and Tariff Division
1-2-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, TOKIO 100-0013
TEL: 03-3502-8111 FAX: 03-3502-8084

Ministry of Health, labor and Welfare

Environmental Health Bureau, Veterinary Sanitation Division
3-3-2 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, TOKIO 100-0013
TEL: 03-3503-1711 FAX: 03-3503-7964

Japan Dairy Products Association

1-14-19 Kudan-Kita, Chiyoda-ku, TOKIO 102-0073
TEL: 03-3264-4131 FAX: 03-3264-4139