

Japans Nahrungsmittelhersteller planen 2019 hohe Investitionen

Konsum von Fertiggerichten, Lebensmittelvormischungen und Gefrierkost nimmt zu / Von Jürgen Maurer

Tokyo (GTAI) - In Japan entwickelt sich die Konjunktur bei Nahrungsmitteln und Getränken moderat. Die Zahl der Single- und Rentnerhaushalte steigt. Die Auslandsnachfrage spielt eine wachsende Rolle.

23.09.2019

Japans Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie hat ihre Produktion 2018 gegenüber dem Vorjahr mit 0,3 Prozent nur geringfügig auf circa 220 Milliarden US-Dollar (US\$) ausgebaut. Abgesehen von Getränken, die einen Anteil von 30,8 Prozent ausmachten, waren Mehl und Mehlprodukte (Anteil: 10,8 Prozent), Süßwaren (10,4 Prozent) sowie Milch und Milchprodukte (9,1 Prozent) die wichtigsten Herstellungssegmente.

Produktion ausgewählter Nahrungsmittelerzeugnisse (in Millionen US\$; Veränderung in Prozent) 1)

Segment	2018 2)	2019 3)	Veränd. 19/18 3)
Süßwaren	22.874	22.984	0,5
Molkereiprodukte	20.018	20.180	0,8
.Milch	6.423	6.427	0,1
.Eis	4.764	4.909	3,1
.fermentierte Milch	3.725	3.727	0,0
.Käse	1.536	1.545	0,6
Gesundheitskost	11.455	11.818	3,2
Fleischverarbeitung	6.809	6.809	0,0
.Würste	3.191	3.164	-0,9
.Schinken	2.373	2.382	0,4
.Speck	1.245	1.264	1,5
Gefrierkost	6.605	6.725	1,8
.Fertiggerichte	5.577	5.688	2,0
Brot	8.673	8.456	-2,5
Nudeln	5.484	5.506	0,4
Instant-Nudeln	5.029	5.009	-0,4

1) jeweils Kalenderjahr; 2) Schätzung; 3) Prognose

Quelle: Nikkan Keizai Tsushinsha

Erzeugnisse mit Mineral- und Vitaminzusätzen gefragt

Im japanischen Nahrungsmittelmarkt steigt der Konsum von abgepackten Fertiggerichten, Lebensmittelvormischungen und Gefrierkost. Dabei spielen Aspekte der Bequemlichkeit, der Zeitfaktor, die einfache Handhabung und das Preisniveau eine wachsende Rolle, denn die Zahl der Single- und Rentnerhaushalte steigt.

Da gleichzeitig der Wunsch nach gesunder Nahrung zunimmt, werden mehr Erzeugnisse mit Mineral- und Vitaminzusätzen angeboten. Das Marktforschungsunternehmen Yano Research erwartet für das Segment "Health Food", das 2018 ein Umsatzvolumen von rund 7 Milliarden US\$ aufwies, ein weiter stetiges Wachstum. Zudem nimmt in Nippon der Konsum von Molkereierzeugnissen, von Fleisch oder auch von Süßwaren zu.

Anlageinvestitionen der Branche sollen 2019 zweistellig zulegen

Die Nahrungsmittelbranche will ihre Investitionen in Modernisierung und Kapazitätserweiterung hoch halten. Laut Umfrage der Nikkei Business Daily sollen die Anlageinvestitionen im laufenden Fiskaljahr 2019 (1. April bis 31. März) auf Yen-Basis um 14,2 Prozent zulegen. An der Nikkei-Umfrage nahmen 58 Unternehmen teil, die Ausgaben von insgesamt 11,8 Milliarden US\$ planten.

Morinaga hat im Mai 2019 berichtet, dass der Bau einer dritten Fabrikation in Takasaki begonnen hat. Dort werden 78,2 Millionen US\$ investiert, um die Erzeugung von Schokoladen und Eiscreme zu erweitern. Der Start der Produktion ist für April 2021 vorgesehen. Ebenfalls im 1. Halbjahr 2021 hat Ajinomoto vor, seine in Bau befindliche Produktionsstätte für Suppen und andere Produkte in Kawasaki in Betrieb zu nehmen. Die Gesamtinvestitionen belaufen sich auf 181 Millionen US\$.

Investitionsausgaben großer Nahrungsmittelunternehmen (in Millionen US\$; Veränderung in Prozent) 1)

Unternehmen	2018	2019 2)	Veränd. 18/19 2)
.Suntory Holdings Ltd.	1.068	1.155	8,1
.Kirin Holdings Company Ltd.	799	1.047	31,1
.Meiji Holdings Co., Ltd.	648	901	39,1
.Asahi Group Holdings Ltd.	711	845	18,9
.Ajinomoto Co., Inc.	724	741	2,4
Ernährungsindustrie insgesamt 3)	10.323	11.791	14,2

1) jeweils Fiskaljahr (1. April bis 31. März); 2) Planung; 3) Anzahl Unternehmen: 58

Quelle: Nikkei Business Daily

Da das Absatzpotenzial in Japan aufgrund der demografischen Entwicklung begrenzt ist, schauen sich die japanischen Branchenhersteller nach neuen Marktchancen um. Exporte nach Asien wie auch die wachsende Zahl von Touristen, die gerne Erzeugnisse "made in Japan" konsumieren oder als Mitbringsel mitnehmen, sind zwei Faktoren, die Produktion und Investition in Nippon am Laufen halten.

Bei Getränken schrumpft die Erzeugung von Alkoholika weiter

Der Getränkemarkt gilt als weitgehend gesättigt. Während die Produktion von alkoholfreien Getränken noch leicht steigt, nimmt die Erzeugung von Alkoholika weiter ab. Laut Prognose der "Nikkan Keizai Tsushinsha" soll die Herstellung von alkoholischen Getränken 2019 gegenüber dem Vorjahr um 0,9 Prozent auf 30,4 Milliarden US\$ zurückgehen.

Jedoch gibt es Ausnahmen wie beispielsweise bei japanischem Whisky. Die Nachfrage in Japan und im Ausland ist stark gestiegen, aber das Angebot konnte nicht mithalten. Daher hat Nikka Whisky Distilling, ein Tochterunternehmen der Asahi Group, im Februar 2019 angekündigt, die Lagerkapazität in der Sendai Whiskybrennerei bis 2021 um 40 Prozent auszubauen. Investitionskosten wurden nicht genannt.

Ebenfalls im Februar 2019 veröffentlichte Kirin Distillery, eine Tochter von Kirin Beer, den Plan, die Whiskyerzeugung erweitern zu wollen. Dafür sind Investitionen von 73 Millionen US\$ in der Produktionsstätte in der Shizuoka-Präfektur vorgesehen. Der Ausbau von Destillierkapazitäten ist auch von anderen Whiskybietern zu erwarten.

Produktion alkoholfreier Getränke nach Segmenten (in Millionen US\$; Veränderung in Prozent) 1)

Segment	2018 2)	2019 3)	Veränd. 19/18 3)
.kohlenstoffhaltige Getränke	6.802	6.820	0,3
.Fruchtsäfte	2.870	2.784	-3,0
.Kaffeegetränke	8.580	8.580	0,0
.Teegetränke	8.918	9.084	1,9
.inländisches Mineralwasser	2.739	2.767	1,0
.importiertes Mineralwasser	333	320	-4,0
.Sojamilch	517	538	4,0
.Tomatensaft	209	211	1,0
.Gemüsesäfte	1.335	1.348	1,0
.Sportgetränke	2.572	2.701	5,0
.trinkfertige Getränke auf Milchbasis	1.095	1.205	10,0
.andere Getränke auf Milchbasis	138	145	5,0
.andere alkoholfreie Getränke	807	815	1,0
Insgesamt	36.917	37.318	1,1

1) jeweils Kalenderjahr; 2) Schätzung; 3) Prognose

Quelle: Nikkan Keizai Tsushinsha

Bei alkoholfreien Getränken hat Coca-Cola, der größte Abfüller im Markt, 2019 mit Preiserhöhungen überrascht. Als Grund werden gestiegene Kosten für Arbeitskräfte und Einsatzmaterialien genannt. Die anderen japanischen Getränkeanbieter haben ihre Preise direkt im Anschluss ebenfalls angehoben.

Getränkeanbieter setzen vor allem auf Wachstumsmärkte in Südostasien

Um Produktionskosten und die Umweltbelastung zu senken, wollen die japanischen Getränkekonzerne neu entwickelte Aluminiumdosen nutzen, die weniger Materialeinsatz erfordern. Beim Öffnungsverschluss soll eine Einsparung von 10 Prozent möglich sein. Sapporo Breweries hat bereits damit angefangen, leichtere Öffnungsverschlüsse zu nutzen. Andere Abfüller werden nachziehen.

Nippons Getränkeanbieter bauen ihre Abfüllungen vor allem in den Wachstumsmärkten in Südostasien aus, was die Verpackungshersteller auf den Plan ruft: Showa Denko wird in Vietnam die Produktion von Aluminiumdosen ausbauen und dafür 64 Millionen US\$ investieren. Die dritte Fabrikation in Vietnam wird auf eine Kapazität von 1,3 Milliarden Stück ausgelegt und soll im Sommer 2020 in Betrieb gehen.

Weitere Informationen zu Wirtschaftslage, Branchen, Geschäftspraxis, Recht und Zoll in Japan können Sie unter <http://www.gtai.de/japan> abrufen. Die Seite <http://www.gtai.de/asien-pazifik> bietet einen Überblick zu verschiedenen Themen in Asien-Pazifik.

Mehr zu:

Japan
Nahrungsmittel, Getränke
Branchen

Kontakt

Christiane Süßel

 +49 228 24 993 363

 [Ihre Frage an uns](#)

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2021 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.