

[Q2] ตลาดญี่ปุ่นน่าสนใจตรงไหน ?

ประเทศญี่ปุ่นตั้งอยู่ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทย
ความมีเสถียรภาพทางสังคมและการเมืองทำให้ญี่ปุ่นกลายเป็นประเทศที่ให้โอกาสในการดำเนิน
ธุรกิจที่มั่นคงระยะยาวของต่างชาติ



ตลาดขนาดใหญ่

ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) ของประเทศญี่ปุ่น คิดเป็นประมาณ ร้อยละ 13.5 ของโลก ใหญ่เป็นอันดับสองรองจาก
สหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ประเทศญี่ปุ่นนับเป็นประเทศที่มีความมั่งคั่งและมีผู้บริโภคประมาณ 100 ล้านคน โดยมี
สินทรัพย์ส่วนบุคคลโดยรวมมีมูลค่า 1,400 ล้านล้านเยน

ตลาดสำหรับสินค้าบริโภคมีขนาดใหญ่และหลากหลาย

สังคมญี่ปุ่นมีลักษณะโดดเด่นในเรื่องของการมีช่องว่างระหว่างคนรวยและคนจนที่น้อยมากและประชากรส่วนใหญ่
ของสังคมคือคนที่มียาได้ปานกลาง จากผลของเศรษฐกิจที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วและยาวนาน ตั้งแต่ทศวรรษที่ 1960
จนถึง 1980 ทำให้ชนชั้นกลางขยายตัวเพิ่มปริมาณมากขึ้น เป็นผลให้ตลาดสินค้าบริโภคมีขนาดใหญ่ คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
รวมถึงวิถีชีวิตที่มุ่งเน้นความเป็นปัจเจกชนมากขึ้นซึ่งสะท้อนออกมาในรูปของความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค
ช่วยสร้างโอกาสในการเข้าสู่ตลาดของญี่ปุ่น

สินค้าต่างประเทศได้รับการต้อนรับอย่างดี

จากจำนวนประชากรญี่ปุ่นกว่า 10 ล้านคนที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศทุกปี (12.8 ล้านในปี 2538 และ 13.8 ล้านในปี 2539) และจำนวนชาวญี่ปุ่นที่เข้าไปศึกษาและทำงานในต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ทำให้สินค้าต่างประเทศที่มีรูปแบบและการใช้งานแตกต่างกันไปจากสินค้าของญี่ปุ่นเป็นที่รู้จักมากขึ้น ในขณะเดียวกันญี่ปุ่นก็ให้การยอมรับสินค้านำเข้ามากขึ้น ดัชนีชี้วัดความนิยมในสินค้าต่างประเทศที่เห็นได้ คือตัวเลขการนำเข้าโดยผู้บริโภคลดลงซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสินค้าที่ตนเองต้องการโดยตรงจากต่างประเทศ

มีความพยายามในทุกระดับที่จะกระตุ้นการนำเข้า

ในญี่ปุ่นทั้งภาครัฐและเอกชนต่างช่วยกันผลักดันมาเป็นเวลาหลายปีให้มีการแก้ไขกฎการค้าที่ได้เปรียบกับหลายๆ ประเทศ เช่น มีการประกาศอย่างเป็นทางการให้เดือนตุลาคมเป็น เดือนแห่งการเพิ่มการนำเข้ามาติดต่อกันหลายปี มีการจัดงานแสดงทั่วประเทศเพื่อให้ประชาชนเข้าใจถึงความสำคัญของการนำเข้า ซึ่งช่วยปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น นอกจากนี้จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมเหล่านี้และส่งเสริมกิจกรรมการนำเข้าให้ดำเนินต่อไปแล้ว เจโทรยังจัดงานอีกหลายงานในเดือนตุลาคม ประกอบด้วยงานนิทรรศการสินค้าดีเด่นในต่างแดนที่ค้นพบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการนำเข้าสินค้าของเจโทรในต่างประเทศ

ตลาดกำลังเปิด

ในบรรดาประเทศที่พัฒนาแล้วญี่ปุ่นนับเป็นประเทศหนึ่งในประเทศที่ก้าวหน้าในเรื่องการเปิดเสรีการนำเข้ามากที่สุด เมื่อดูจากรายการสินค้าที่จำกัดการนำเข้าเมื่อเดือนเมษายน 2541 พบว่ามีสินค้าเพียง 5 รายการเท่านั้นที่ยังจำกัดการนำเข้าอยู่ (Customs Co-operation Council Nomenclature = CCCN ระดับ 4 หลัก) ประกอบด้วยปลาแฮร์ริง ปลาซาร์ดีน หอยเชลล์ และอาหารทะเลอื่นๆ พิกัดอัตราภาษีศุลกากรค่อนข้างต่ำ โดยมีอัตราเฉลี่ยสำหรับผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเหมืองแร่และอุตสาหกรรมการผลิตต่ำกว่าของสหรัฐและสหภาพยุโรป ตั้งแต่มีการลดอัตราภาษีลงหลังจากการประชุมรอบอุรุกวัย หนึ่งในตัวอย่างของความพยายามที่จะเปิดเสรีการนำเข้าคือในเดือนเมษายน 2541 ผู้นำเข้าไม่จำเป็นต้องขออนุญาตจากกระทรวงการค้าระหว่างประเทศและอุตสาหกรรมเพื่อชำระเงินค่าสินค้าด้วยวิธีพิเศษอีกต่อไป (ดูคำถามข้อ 11) ทำให้การเปิดเสรีดำเนินไปได้รวดเร็วขึ้น

การเปิดเสรีช่วยสร้างโอกาสในการเข้าสู่ตลาด

การเปิดเสรีเริ่มดำเนินงานมาด้วยการแก้ไขกฎหมายหลายฉบับตั้งแต่ปี 2510 เป็นต้นมา และในปี 2537 มีการยกเลิกสินค้า 670 รายการที่เคยต้องได้รับอนุมัติก่อนนำเข้า วันที่ 31 มีนาคม 2538 คณะรัฐมนตรีมีมติให้นำแผนส่งเสริมการเปิดตลาดเสรีมาใช้ เพื่อเร่งรัดขบวนการเปิดเสรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตของประชากรให้ดีขึ้น เพื่อให้โอกาสผู้บริโภคได้เลือกซื้อสินค้าได้มากขึ้น และลดช่องว่างระหว่างราคาสินค้าในประเทศและต่างประเทศลง นอกจากนี้ยังเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศให้ดีขึ้นด้วยการส่งเสริมการนำเข้าและขยายโอกาสทางธุรกิจ วันที่ 31 มีนาคม 2541 มีการผ่อนคลายหรือยกเลิกกฎระเบียบในด้านต่างๆ 12 สาขา ซึ่งรวมสาขาสารสนเทศ การสื่อสาร และการจัดจำหน่าย (แม้บางเรื่องจะยังเปลี่ยนแปลงไม่หมดก็ตาม) ตัวอย่างเรื่องหนึ่งคือการนำระบบผ่านพิธีการศุลกากรด่วนเข้ามาใช้สำหรับการขนส่งสินค้าทางอากาศในเดือนเมษายน 2539 อีกเรื่องคือการจัดทำแบบฟอร์มสำหรับส่งไปพร้อมขั้นตอนสำแดงการนำเข้าให้เข้าใจง่าย ซึ่งช่วยเร่งรัดขั้นตอนการผ่านพิธีการศุลกากรให้เร็วขึ้น นอกจากนี้ยังมีการจัดทำแผนเพื่อเปิดเสรีเพิ่มขึ้นอีก 15 สาขาภายใน 3 ปี จนถึงเดือนมีนาคม 2544