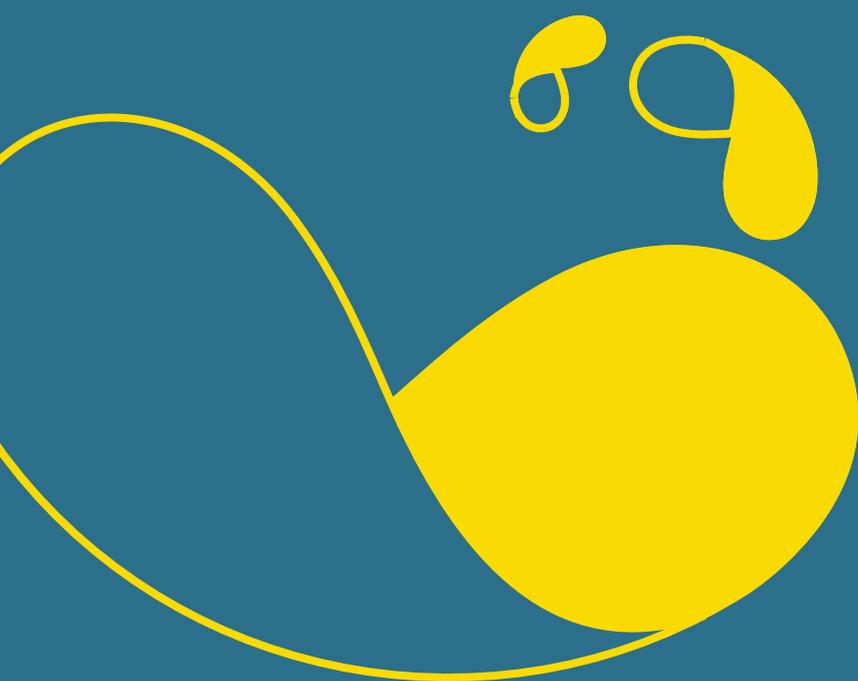


JAPÃO

# ASPECTOS GERAIS, DEMOGRAFIA E RENDA

2015 





# APEX-BRASIL

**David Barioni**  
PRESIDENTE

**André Marcos Favero**  
DIRETOR DE NEGÓCIOS

**Antônio Carlos Villalba Codorniz**  
DIRETOR DE GESTÃO CORPORATIVA

**Ana Paula Lindgren Alves Repezza**  
GERENTE DE ESTRATÉGIA DE MERCADO

**Clara Santos**

**Patrícia Steffen**

AUTORAS (GERÊNCIA DE ESTRATÉGIA DE MERCADO):

SEDE:

Setor Bancário Norte, Quadra 02, Lote 11,  
CEP 70.040-020 - Brasília - DF  
Tel.: 55 (61) 3426-0202 / Fax: 55 (61) 3426-0263  
[www.apexbrasil.com.br](http://www.apexbrasil.com.br)  
E-mail: [apexbrasil@apexbrasil.com.br](mailto:apexbrasil@apexbrasil.com.br)

© 2015 Apex-Brasil

Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.



# ÍNDICE

SUMÁRIO EXECUTIVO _____	<b>4</b>
ASPECTOS GERAIS _____	<b>6</b>
DEMOGRAFIA E RENDA _____	<b>11</b>



# SUMÁRIO EXECUTIVO

O Japão representa a terceira maior economia no mundo somente atrás da China e dos Estados Unidos. Com uma população de 127 milhões de pessoas com alto poder aquisitivo – o país possui a segunda maior renda bruta per capita da Ásia – os japoneses possuem elevado potencial para consumo. A sociedade se caracteriza por uma alta expectativa de vida e baixa taxa de natalidade, resultando no envelhecimento da população. Assim, os japoneses com mais de 60 anos são muito representativos no consumo. Por outro lado, a faixa etária com maior renda média é aquela entre 40 e 49 anos.

O consumidor de moda japonês é muito bem informado e compra tanto produtos baratos como produtos caros. O preço que ele está disposto a pagar dependerá de sua empatia pela peça e de sua percepção em relação à sua qualidade. O consumidor paga um preço mais alto por uma peça que ele considera especial e que o agrada muito. Por outro lado, ele paga preços mais baixos por peças funcionais, das quais se espera que sejam úteis ou de fácil acesso. Em termos práticos, o mesmo consumidor frequenta vários tipos de lojas e combina os itens caros e baratos em seu dia a dia.

A maior parte dos produtos de vestuário e calçados consumidos é importada da China. Grande parte da produção japonesa de vestuário e calçados foi deslocada para esse país na década de 90, devido a seu baixo custo de mão-de-obra. Com o aumento do salário naquele país, muitas empresas japonesas estão transferindo suas fábricas para outros países asiáticos, como Vietnã, Bangladesh, Mianmar e Camboja. Marcas europeias e americanas também exportam para o Japão a partir da China e de outros países asiáticos. Produtos exportados diretamente de países europeus e dos EUA em geral possuem alto valor agregado e design diferenciado. Entre eles, destacam-se como fornecedores a Itália, em vestuário e calçados, e a Espanha, em calçados.

A massiva presença de marcas internacionais é uma das principais características do mercado, já que o país possui poucas barreiras para importações de produtos de moda, tanto tarifárias como técnicas. O interesse natural por outras culturas e marcas internacionais também facilita quem deseja entrar no mercado de calçados. A grande exceção são calçados de couro, cuja importação no Japão é sujeita a cotas.

O Japão é o quarto maior mercado de vestuário do mundo, atrás somente de China, Estados



Unidos e Alemanha, com vendas que somaram US\$ 70,9 bilhões em 2014. As importações (em valores CIF) somaram US\$ 29,7 bilhões no mesmo ano, e cresceram 40,6% em relação a 2009. O mercado, no mesmo período, cresceu apenas 2%. Biquínis e maiôs foram os produtos de maior destaque nas exportações brasileiras.

Já as vendas de calçados foram de US\$ 16,7 bilhões em 2013, colocando o país como oitavo maior mercado do mundo. Em termos de volume, o principal tipo de calçado exportado pelo Brasil ao Japão são calçados de borracha. Porém, as exportações de calçados de couro são as mais relevantes em valor, com US\$ 6,1 milhões. Há preferência por design que diferencie o produto de marcas locais e que seja reconhecido como um produto importado.

Para joias, o Japão é o terceiro maior mercado mundo. As vendas de joias em 2014 alcançaram US\$ 8,6 bilhões em 2014, com mais de 15,4 milhões de peças comercializadas. O volume de vendas de bijuterias é muito próximo, em 15,7 milhões de unidades, mas o valor é menor, estimado em US\$ 700 milhões. As mulheres japonesas preferem peças pequenas e discretas já que costumam usar joias no dia a dia, e não apenas em ocasiões especiais.

O varejo se caracteriza pela presença de lojas de departamento no mercado de luxo; grandes cadeias e lojas multimarcas especializadas em vestuário e calçados nos segmentos de padrão médio e médio-alto; e supermercados no segmento mais baixo. As vendas de moda via internet cresceram muito em anos recentes, principalmente entre os mais jovens. As lojas de departamento normalmente trabalham com consignação, ou seja, o varejista não compra as peças, apenas auferir uma margem sobre as peças que são efetivamente vendidas. Assim, negociam com os distribuidores o espaço em sua unidade, e este assume o risco pelas vendas.

O mercado japonês é interessante para produtos brasileiros. Apesar de ser maduro e competitivo, há diversos nichos a serem explorados. Muitas empresas estrangeiras consideram o mercado não só pelo alto nível de consumo, mas também por ser uma referência em moda para os países asiáticos. Mas para se estabelecer no mercado, empresas brasileiras precisam achar um equilíbrio na relação qualidade, design e preço. Em um mercado com presença de marcas internacionais é necessário diferenciar os produtos, porém a preços que condizem com a qualidade ofertada.



# ASPECTOS GERAIS

O Japão é um é um arquipélago de 6.852 ilhas, mas apenas as quatro maiores, Honshu, Hokkaido, Kyushu e Shikoku, já representam 97% da área terrestre total, de 377.873 km<sup>2</sup>. A maior parte das ilhas é montanhosa, com muitos vulcões como, por exemplo, os Alpes japoneses e o Monte Fuji. O país possui 127 milhões de habitantes. As principais cidades japonesas estão concentradas na costa de Honshu.



**Figura 1**

Mapa do Japão

Fonte: CIA - The World Factbook

O Japão é a terceira maior economia do mundo, atrás apenas de Estados Unidos e China. A renda per capita japonesa é alta, assim como seu índice de desenvolvimento humano, situando-se na 17<sup>o</sup> posição mundial, à frente de países como França, Áustria, Bélgica e Luxemburgo. No entanto, a economia do país tem sofrido períodos de estagnação econômica, deflação e baixa demanda doméstica. Como pode ser notado na Tabela 1, o PIB em 2014 decresceu 0,06%. A previsão para 2015, no entanto, é de crescimento, de 1,04%.



1. Economia	2014	Ranking
Crescimento do PIB (%) <sup>1</sup>	-0,06	172
PIB (US\$ bilhões) <sup>1</sup>	4.616	3
PIB per capita <sup>1</sup> (US\$)	36.332	27
Taxa de Inflação (%) <sup>1</sup>	2,74	91
2. População		
IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) <sup>4</sup>	0,89	17
População (milhões de habitantes) <sup>5</sup>	127,3	10
População economicamente ativa (milhões) <sup>4</sup>	65,7	8
Taxa de desemprego (%) <sup>4</sup>	3,6	29
3. Comércio		
Exportações (bilhões)	683,8	4
Importações (bilhões)	822,3	4

**Tabela 1**

Indicadores selecionados do Japão

Em 2012, logo depois de tomar posse, o primeiro ministro Shinzo Abe lançou um plano econômico que ficou conhecido como “Abenomics”. O plano tem por objetivo de aumentar o crescimento do PIB e elevar a inflação, via estímulos de curto prazo, flexibilização da política monetária, incremento das parcerias comerciais do país e reformas para impulsionar o mercado de trabalho. O plano inclui um pacote de estímulo de US\$ 210 bilhões, dos quais US\$ 116 bilhões destinados a projetos de infraestrutura, além de corte na taxa de impostos para empresas, diversificação da força de trabalho e flexibilização em regulamentos de vários setores da economia, que abrangem desde regras trabalhistas até agricultura e saúde.

O Japão também enfrenta desafios como a recuperação dos danos causados pelo terremoto seguido de tsunami em 2011 e alta dívida pública – a mais alta as economias avançadas, correspondendo a 243% do PIB. Uma das medidas tomadas nesse sentido foi o aumento do imposto sobre consumo. O imposto foi elevado de 5% para 8% em abril de 2014, e deveria sofrer um novo reajuste, para 10%, em outubro 2015, o qual foi adiado para 2017. Os principais gastos do governo foram com previdência e bem-estar (45,6%), e com saúde (18,1%).



Outra questão muito importante enfrentada pelo país é que, com o aumento da expectativa de vida e a queda da taxa de natalidade ao longo dos últimos anos, a sociedade está envelhecendo. A população economicamente ativa é de 65,7 milhões de pessoas, mas a previsão é que esse número diminua. A taxa de desemprego foi de 4% em 2014 e a previsão é de 3,7% para 2015.

No que tange o comércio internacional, o Japão ocupa a quarta posição nas exportações e importações mundiais em 2013. A recessão mundial afetou as exportações do país, que foram de US\$ 715 bilhões no ano, 10,4% a menos em relação ao ano anterior. Essa diferença fez com que o déficit aumentasse para US\$ 69,3 milhões.

O Japão é conhecido pela produção de produtos de alta tecnologia e produtos intensivos em capital. O país exporta principalmente produtos do complexo máquinas e equipamentos, que representaram 58,70% do total exportado em 2013. Desse total, 20% corresponde a automóveis e autopeças. Outros itens exportados foram “instrumentos, aparelhos de ótica, precisão, partes e peças” (5,61%) e “produtos químicos orgânicos” (3,71%). Os destinos das exportações foram principalmente países asiáticos (54,41%), seguidos por países da América do Norte (21,39%) e Europa (9,83%).

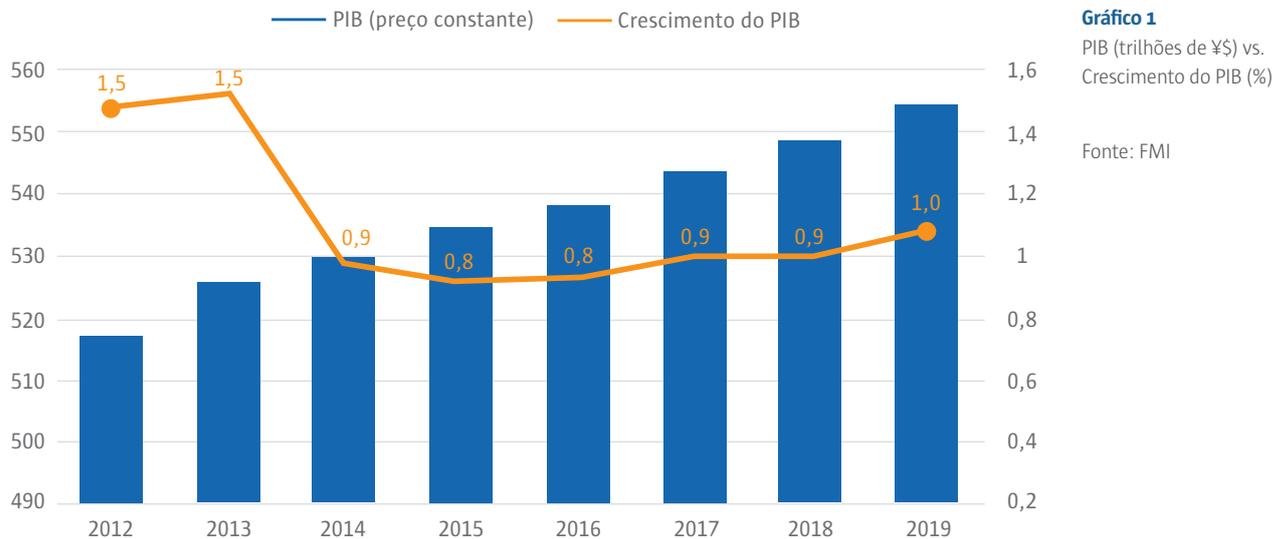
O país é dependente da importação de recursos naturais. O Japão é o principal importador mundial de carvão e gás natural liquefeito, e o segundo maior importador de petróleo. Petróleo e derivados de petróleo, inclusive, é o grupo de produtos mais importado pelo Japão, concentrando 33,80% do total em 2013. Outros produtos importados foram “aparelhos transmissores e receptores” (4,48%); “confeccões” (4,34%); “instrumentos, aparelhos de ótica, precisão, partes, peças” (2,95%); “computadores e acessórios” (2,52%) e “produtos farmacêuticos” (2,50%). Os principais fornecedores foram a Ásia (44,35%), seguido do Oriente Médio (19,28%) e América do Norte (10,59%).

Como forma de incrementar o comércio, o Japão, em 2013, fechou o acordo de comércio do Trans Pacific Partnership (TPP) dos quais participam os Estados Unidos e outros 11 países da Ásia e das Américas. Esse é um dos pontos de destaque do plano econômico e visa aumentar o comércio e os investimentos entre os países parceiros, promover o desenvolvimento e inovação e estimular a criação e a retenção de empregos.

O cenário para os próximos anos é de reformas e crescimento modesto. O PIB real continuará crescendo gradualmente, chegando a ¥\$ 554,4 trilhões em 2019, como pode ser observado no Gráfico 1, correspondendo a aproximadamente US\$ 4,75 trilhões. Em termos de crescimento,



a previsão é de 0,819% e 0,826 % para 2015 e 2016, respectivamente. A partir de 2017, o crescimento sobe para 0,91% e chega a 1% em 2019. Para estimular o desenvolvimento da economia, o Governo está trabalhando para aumentar a oferta de mão-de-obra e prevê desregulamentação dos setores da agricultura e de serviços.



Em relação a força de trabalho, falta mão-de-obra em vários setores da indústria e a população economicamente ativa está diminuindo. De acordo com o Gráfico 2, em 2013, 65,7 milhões faziam parte da força de trabalho, e a previsão é de que esse número chegue a 63,2 milhões em 2019, o que representa um decréscimo de 3,8%. Ainda segundo dados da OCDE, a população economicamente ativa deve diminuir 40% até 2050. Além disso, a aposentadoria obrigatória na idade de 60 anos é considerada prematura, já que os japoneses possuem uma das maiores expectativas de vida do mundo. Para suprir essa demanda, o Governo está incentivando mulheres a entrarem no mercado de trabalho e pretende estimular a chegada de trabalhadores estrangeiros.

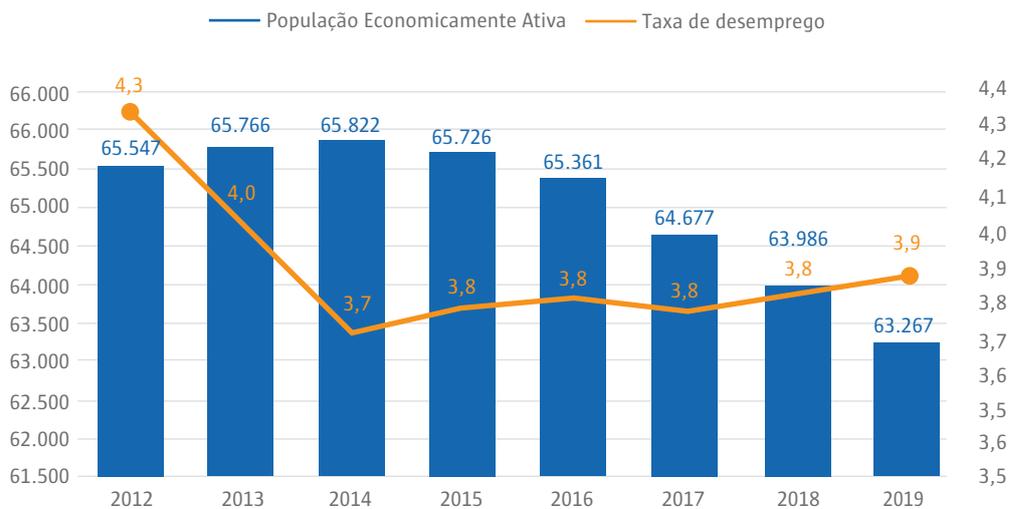


Gráfico 2

População Economicamente Ativa (milhares) vs. Taxa de Desemprego (%)

Fonte: FMI

A taxa de desemprego japonesa se encontra abaixo de outros países desenvolvidos, como os Estados Unidos, a Alemanha e a França, e a previsão é que continue a diminuir nos próximos anos devido as reformas econômicas, e também à queda da população economicamente ativa. Já em relação a inflação, as políticas monetárias e fiscais da “Abenomics” já demonstram resultados, como pode ser observado no Gráfico 3. De acordo com o FMI, a estimativa de inflação para 2014 pode chegar a 2,66%, superando o período de deflação dos últimos 15 anos. A taxa de inflação deve se manter por volta de 2% para os próximos anos.

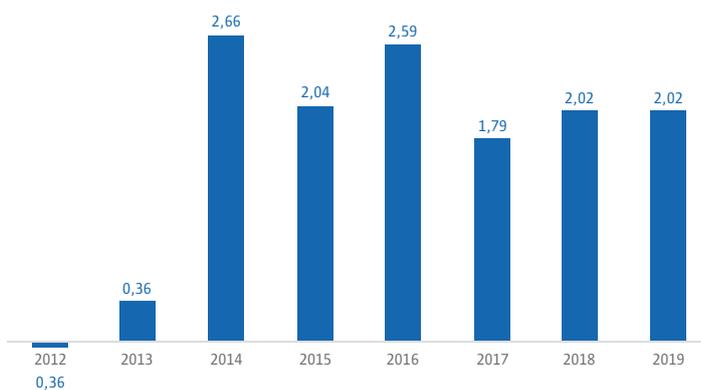
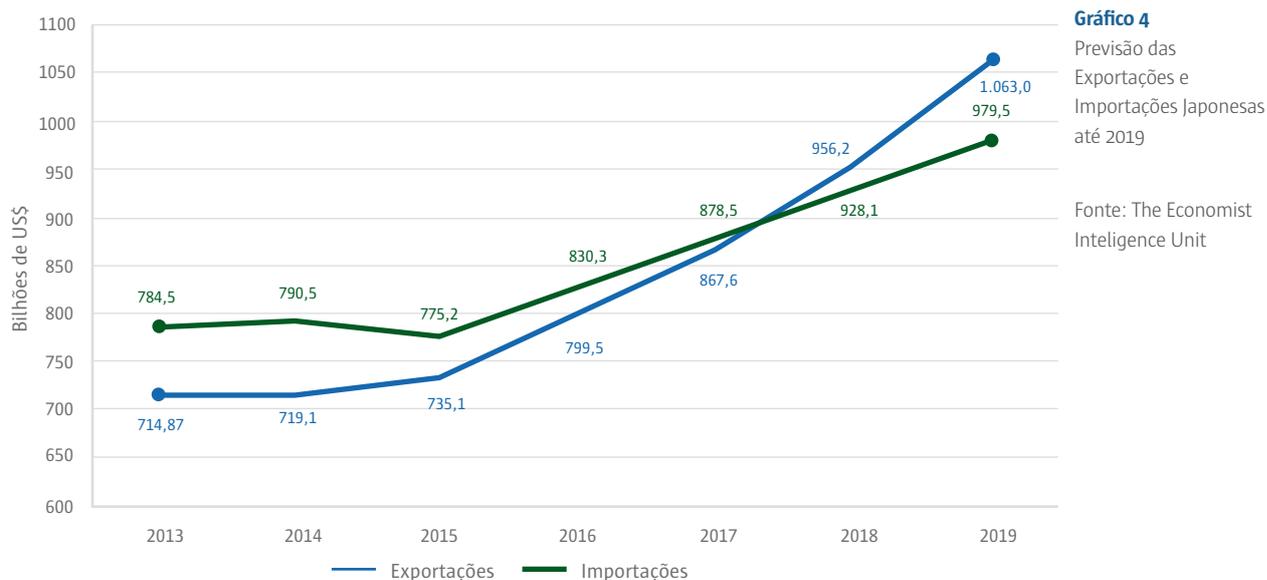


Gráfico 3

Previsão da Taxa de Inflação

Fonte: FMI

No que tange o comércio, o país é deficitário apesar de adotar um modelo de crescimento voltado para as exportações. As exportações foram afetadas pela recessão mundial, principalmente pela fraca demanda dos Estados Unidos e da China que representaram em 2013 18,8% e 18,1% das exportações, respectivamente. A previsão é de que as exportações continuem a crescer com a desvalorização do lene devido as políticas monetárias. As exportações devem ultrapassar as importações por volta de 2017, quando seu comércio passará a ser superavitário.



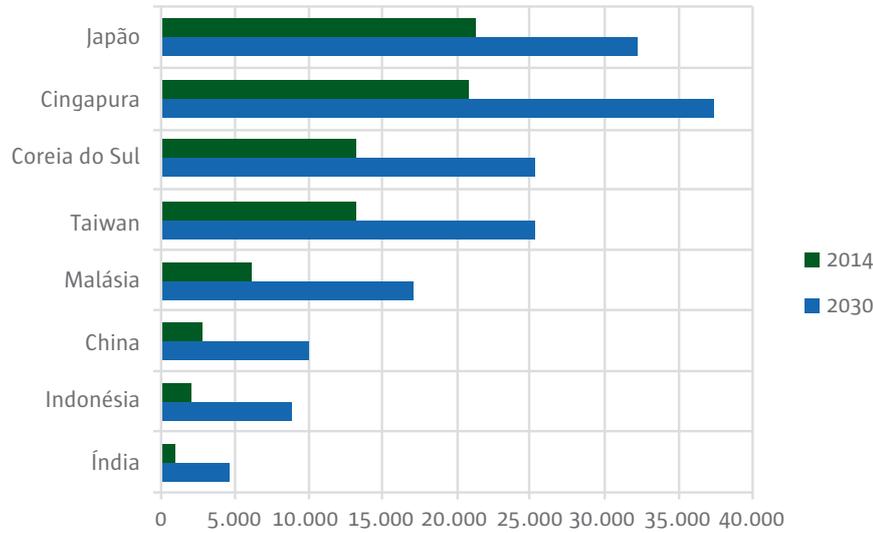
## DEMOGRAFIA E RENDA

O Japão possui a décima primeira maior população do mundo, com cerca de 127 milhões de habitantes. A população urbana representa 93% total, de acordo com estimativas do Euromonitor International. A Região Metropolitana de Tóquio é a maior área metropolitana do mundo, com quase 37 milhões de habitantes. Existem 11 cidades com mais de 1 milhão de habitantes no Japão.

A maioria da população é japonesa, representando 98,5% da população. Entre estrangeiros, destaca-se a presença de coreanos, que são 0,5% da população, e chineses, 0,4%; as demais nacionalidades representam 0,6% do total. Na década de 1990, cerca de 230.000 brasileiros descendentes de japoneses migraram para Japão em busca de trabalho na indústria, número que aumentou para 310 mil até 2008. No entanto, muitos retornaram ao Brasil a partir daquele ano devido à recessão mundial. Em 2014, a população de brasileiros no Japão era estimada em 180 mil<sup>1</sup>.

O Japão é o país asiático com maior gasto do consumidor per capita na Ásia. Em 2014, o gasto foi de US\$ 21.3145. Percebe-se que no Gráfico 5 que Japão e Cingapura possuem gasto mais altos, seguidos por um por Coreia do Sul e Taiwan. Países como China, Indonésia e Índia possuem gasto do consumidor bem abaixo do Japão, cenário que deve ser mantido até 2030.

<sup>1</sup> Estimativas populacionais das comunidades brasileiras no Mundo, Ministério das Relações Exteriores.



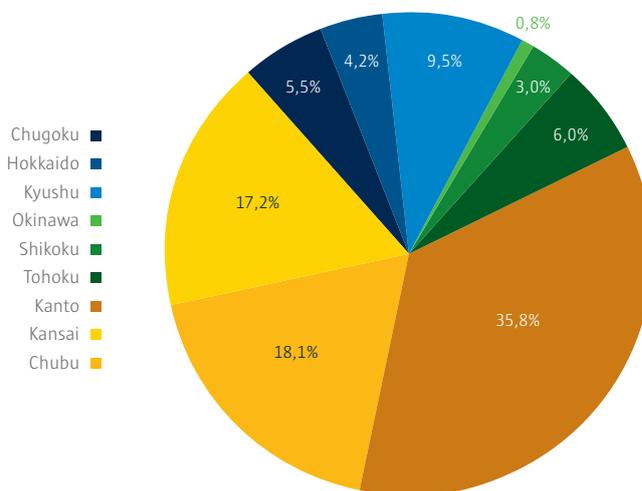
**Gráfico 5**

Gasto do Consumidor per Capita dos Principais Países na Ásia 2014 e 2030 (US\$)

Fonte: Euromonitor. Elaboração GICC Apex-Brasil

Em 2030, a previsão é que o gasto do consumidor do Japão seja ultrapassado pelo de Cingapura. O gasto do consumidor per capita do Japão tende a crescer menos em comparação com o de Cingapura, porém vai permanecer acima da Coreia do Sul e de Taiwan. A previsão é que a Índia e a Indonésia apresentem maior crescimento, 37% e 34% respectivamente.

Em relação as regiões, Kanto é a que possui maior poder de compra, concentrando mais de um terço de todo gasto do consumidor do país, cerca de US\$ 1 trilhão em 2013. Kanto abrange a Região Metropolitana de Tóquio e concentra grande número de empresas e escritórios do governo com salários acima da média em relação a outras regiões. O gasto do consumidor per capita também é o mais alto do país, cerca de US\$ 57.653 em 2013, oferecendo diversas oportunidades para empresas relacionadas a produtos de consumo. A previsão para 2020 é que essa região mantenha a posição de maior mercado, com gastos do consumidor de US\$ 1,2



**Gráfico 6**

Porcentagem do Gasto de Consumidor nas regiões do Japão 2014

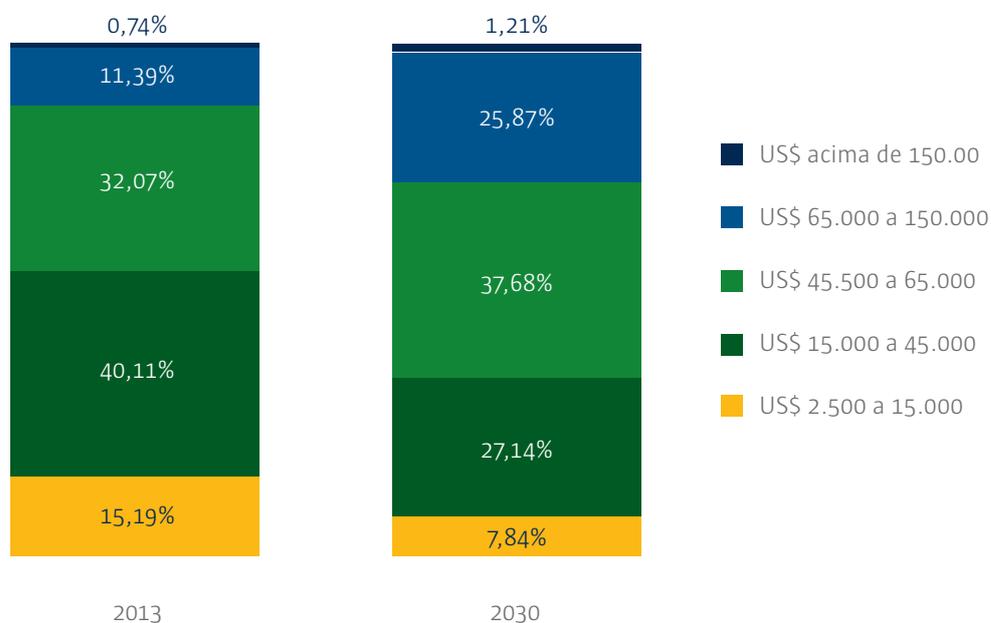
Fonte: Euromonitor.



trilhão. Outra região importante é a de Chubu, conhecida como hub industrial do Japão, que possui o segundo maior gasto do consumidor por lar, cerca de US\$ 56.038. Kansai também possui gastos do consumidor próximos aos de Chubu (US\$ 55.452), e inclui cidades importantes como Kyoto, Osaka, Nara e Kobe. indústria. Nesse mesmo ano, o país tinha cerca de 400 mil empresas no setor de fabricação de alimentos, ao todo.

Por outro lado, Okinawa possui o menor gasto do consumidor por lar no Japão, US\$ 42.192 dólares em 2013. A região é pouco povoada e sua economia depende do turismo e das bases militares dos EUA. Devido à falta de infraestrutura e terra livre para a produção industrial, o investimento tem sido baixo, afetando o desenvolvimento econômico da região. A previsão para 2020 é que o gasto do consumidor diminua em torno de 2% em todas regiões. Kanto continuará a ser a região com maior gasto e apresentando as melhores oportunidades de negócio.

No que concerne à distribuição de renda no Japão, o Gráfico 7 mostra a participação dos lares por faixa de renda anual. O Japão possui uma distribuição de renda equilibrada em relação a outros países. Nota-se que, em 2013, cerca de 12,13 % dos lares japoneses ganhavam acima de US\$ 65 mil anuais e somente 15,19% dos lares recebiam até US\$ 15 mil anuais. Cerca de 72% dos lares ganhavam entre US\$ 15 mil e US\$ 65 mil.



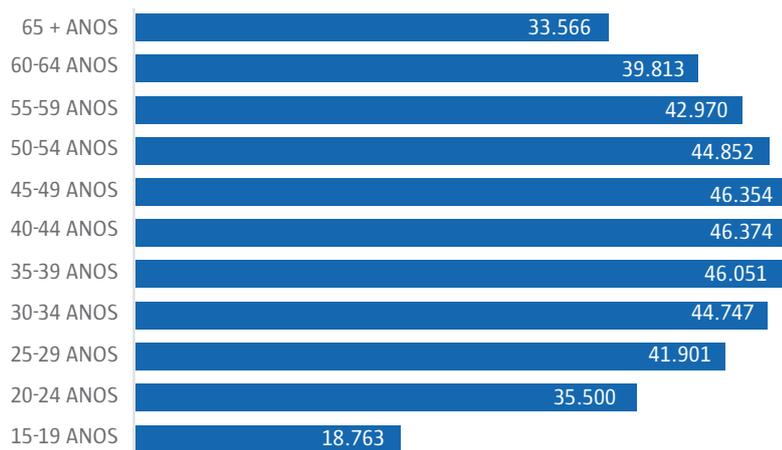
**Gráfico 7**  
Distribuição de renda dos lares japoneses em 2013 e 2030 (previsão)

Fonte: Euromonitor



Percebe-se que, entre 2013 e 2030, haverá alteração na composição percentual das faixas de renda por lares no país. A previsão é que o número de lares com renda acima de US\$ 65.000 aumente para 27,08% e que aqueles com renda entre US\$ 15.000 a US\$ 65.000 diminua para 64,82%. Além disso, o Gráfico 7 demonstra que o número de lares com renda até US\$ 15.000 diminui pela metade, de 15,19% para 7,84%.

O Gráfico 8 mostra os rendimentos dos japoneses por faixa etária. Nota-se que as faixas etárias entre 30 a 59 anos ganham entre US\$ 42.970 e US\$ 46.374. A faixa etária de 40 a 44 anos é a que possui maior renda. Já a faixa etária de 45 a 49 anos é a que apresenta o segundo maior rendimento, US\$ 46.354, muito próximo da faixa anterior. Nessas duas faixas encontram-se funcionários no topo de suas carreiras e empresários. A previsão para 2030 é que a faixa etária com maior renda será a de 45 a 49 anos. Já a faixa com menor renda é a de 15 a 19 anos, formada em sua maioria por estudantes. Já os aposentados, com mais de 65 anos, possuem a segunda menor renda bruta, US\$ 33.566.

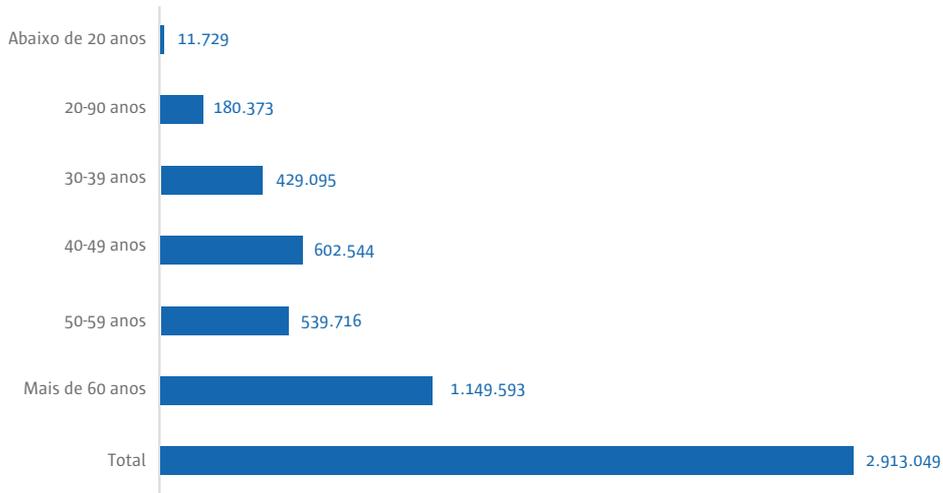


**Gráfico 8**

Renda Bruta Média per capita no Japão por faixa etária em 2013

Fonte: Euromonitor

Em relação a gastos em consumo por lar, segundo a idade do chefe de família, nota-se no Gráfico 9 que lares com chefes de família acima de 60 anos concentram 40% dos gastos. Por outro lado, lares com esse perfil representam 45% do número total de lares no Japão. O grande número de lares com chefes de família acima de 60 anos, e sua representatividade para a renda, estão ligados ao envelhecimento da população, tendência que segue se aprofundando, uma vez que o Japão é o país com maior expectativa de vida do mundo (84 anos), e apresenta um dos menores índices de natalidade (1,4 crianças para cada mulher), bem abaixo de outros países da OCDE. Outros 46% dos lares tem chefes de família com idades entre 30 e 59 anos. Em média, os lares japoneses possuem 2,4 ocupantes.

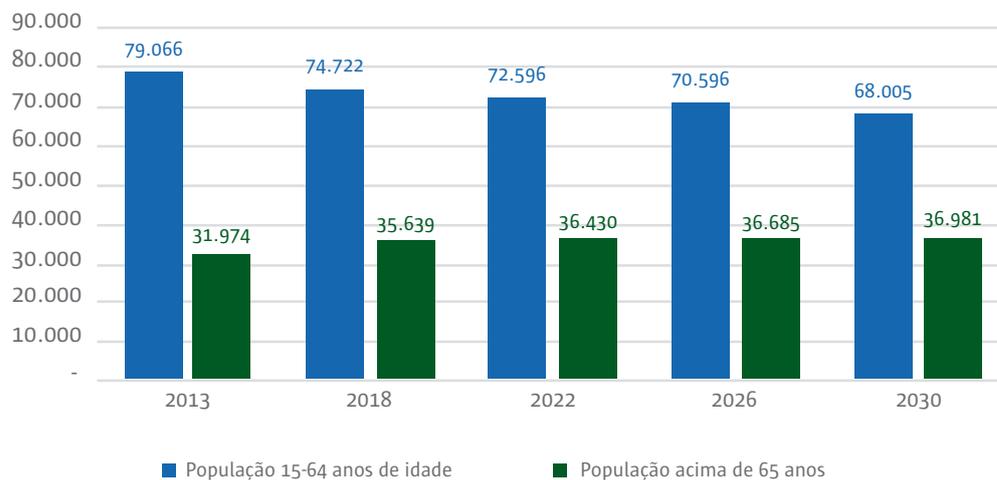


**Gráfico 9**

Total de gastos em consumo por faixa etária do chefe de família - 2013 (US\$ milhões)

Fonte: Euromonitor

A expectativa de vida para homens é de 80 anos, e para as mulheres é de 85 anos. A percentagem de pessoas acima de 65 anos em 2013 foi de 25,11%. Nota-se no Gráfico 10, que a previsão é que a população de 15 a 64 anos diminua, enquanto que a população com mais de 65 anos continue crescendo. A previsão é que a população acima de 65 anos represente 31,6% da população em 2030. Tóquio, Nagoya e Osaka passarão a ter 17 milhões de pessoas acima de 65 anos em 2018.



**Gráfico 10**

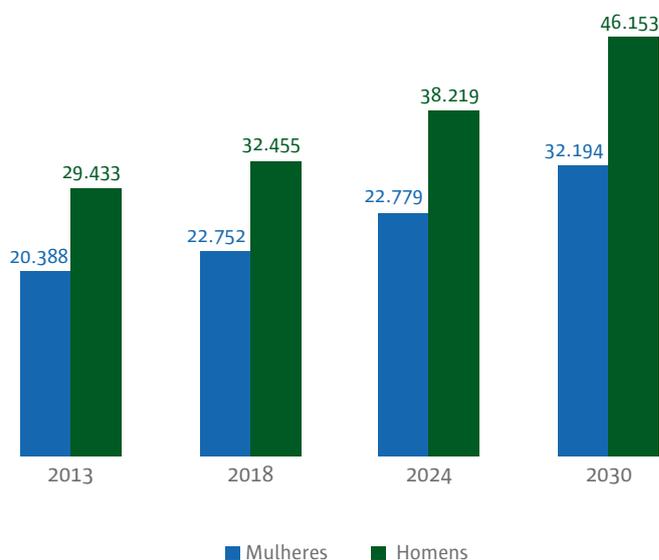
População de 15 a 65 anos e Acima de 65 anos entre 2013 e 2030 (previsão)

Fonte: Euromonitor. Elaboração GICC Apex-Brasil



A população como um todo deve diminuir para 117 milhões em 2030, 10 milhões a menos que em 2014, uma queda de 7,9% no período. Por outro lado, uma expansão da faixa etária de terceira idade de 11,8% representa oportunidades de produtos e serviços para essa fatia da população.

De acordo com dados da OCDE, mulheres representam apenas 16% da força de trabalho japonesa. Mulheres ocupam a maioria dos empregos de meio período, 68,23%, e recebem salários mais baixos. De acordo com Gráfico 11, do Euromonitor Internacional, a média de rendimento per capita dos homens em 2013 foi de US\$ 29.433, enquanto a média do salário das mulheres foi de apenas US\$ 20.388, ou seja, 44% a menos que os homens. A previsão, conforme mostra o Gráfico 11, é que a diferença entre os rendimentos diminua em 2018 para 42,65%, e em 2030 fique em 43,36%, não alterando muito o resultado.



**Gráfico 11**

Rendimento Médio de Homens e Mulheres 2013-2030\* (previsão)

Fonte: Euromonitor

O altíssimo nível de exigência das empresas japonesas junto a seus empregados, inclusive em termos de disponibilidade, dificulta muito a conciliação entre demandas profissionais e familiares para as mulheres japonesas. Assim, mais de 60% das mulheres que trabalham deixam seus empregos quando tem o primeiro filho. Outras assumem funções de meio período.

As mulheres que se formam na universidade entram no mercado em carreiras rotineiras conhecidas como “ippan shoku”, sendo que poucas aderem ao “sougou shoku”, cargos de alta gerência. Esse modelo demonstra a disparidade no gênero e representa um custo para a sociedade, já que 63% das novas trabalhadoras de 25 a 34 anos em 2011 tinham nível



universitário, comparado a somente 55% dos homens.

A falta de vagas em creches também é um importante empecilho para a permanência de mulheres em seus empregos. De acordo com dados estatísticos da cidade de Tóquio, em 2013, haviam 22.000 pedidos para vagas em creche. Recentemente, investimentos no aumento do número de vagas em creches estão mudando esse cenário. Dados de uma pesquisa sobre o mercado de trabalho feita pelo Governo japonês mostra que o número de mães no trabalho com filhos menores de três anos aumentou de 33,3% para 42,1% entre 2007 e 2012.



Ministério do  
**Desenvolvimento, Indústria  
e Comércio Exterior**

