

Um
mundo de
oportunidades

V.6 2026

AGRO INSIGHT



Institucional

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Presidente da República

ANDRÉ CARLOS ALVES DE PAULA FILHO

Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

CLÉBER OLIVEIRA SOARES

Secretário-Executivo do Ministério da Agricultura e Pecuária

GUILHERME CAMPOS JÚNIOR

Secretário de Política Agrícola do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS GOULART

Secretário de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura e Pecuária

LUIS RUA

Secretário de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura e Pecuária

MARCELO NARVAES FIADEIRO

Secretário de Inovação, Desenvolvimento Sustentável, Irrigação e Cooperativismo do Ministério da Agricultura e Pecuária

CIBELLE DE ANDRADE SILVA

Assessor Especial do Gabinete do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLA MADEIRA GONÇALVES SIMÕES DOS REIS

Chefe de Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Agricultura e Pecuária

Elaboração, distribuição, informações:

Ministério da Agricultura e Pecuária

Secretaria de Comércio e Relações Internacionais

Departamento de Promoção Comercial e Investimentos - DPR

Coordenação-Geral de Gestão dos Adidos Agrícolas

Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco D - 3º andar, Sala 300

CEP: 70043-900 Brasília - DF

Tel.: (61) 3218-2821 e-mail: divulgacao.scri@agro.gov.br

Editorial:

Priscilla Burmann

João Huguenin

Coordenação:

Luís Rua

Augusto Billi

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

Equipe Técnica:

Rodrigo Lopes de Almeida

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Caio César Simão

Luciana Pich Gomes

Juçara Aparecida André Dokonal

Eduardo Magalhães

Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

Glauco Bertoldo

Nilton Antônio de Moraes

Alessandro Fidelis

Rodrigo do Espírito Santo Padovani

Leandro Diamantino Feijó

Jean Felipe Celestino Gouhie

Clóvis Augusto Versalli Serafini

Tiago Charão

Priscila Rech Pinto Moser

Rafael Mohana de Carvalho Refosco

Vanessa Medeiros de Jesus

Ana Lúcia de Paula Viana

Fabiana Villa Alves

Virgínia Arantes Ferreira Carpi

Roberto Carlos Papa

Carlos Turchetto

Fernanda Mascarenhas Magalhães

André Okubo

Dalci de Jesus Bagolin

Ellen Elizabeth Laurindo

Luna Lisboa

Frederique Abreu

Andréa Moura

Warley Campos

Márcio Rezende Evaristo Carlos

Marco Túlio Santiago

Luiz Cláudio de Santana e Caruso

Lucas Fiuza

Ana Carolina Miranda Lamy

Diego Leonardo Rodrigues

Marcelo Cláudio Pereira

Permitida a reprodução sem fins lucrativos, parcial ou total, por qualquer meio, se citada a fonte e o sítio da Internet onde pode ser encontrado o original (www.gov.br/agricultura).

Catálogo na Fonte

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

Resumo

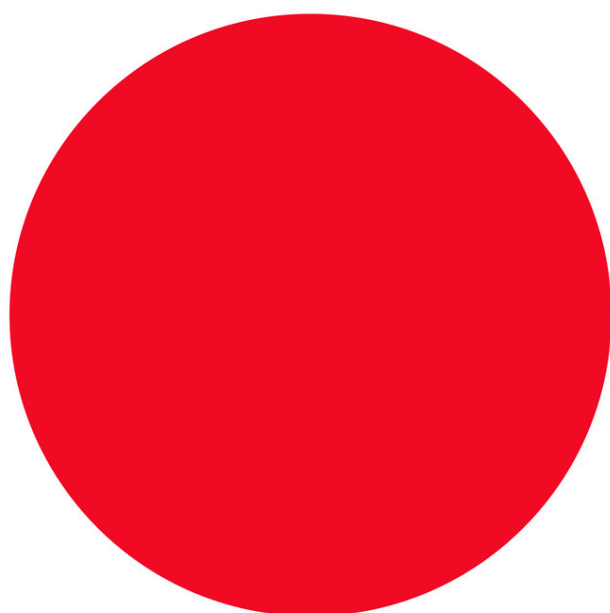
O AgrolInsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

Desenvolvido pela Secretaria de Comércio e Relações Internacionais (SCRI), com apoio dos adidos agrícolas presentes em 38 países, o material reúne análises estratégicas e oportunidades de negócios para produtores, exportadores e associações setoriais que buscam crescer de forma competitiva e sustentável.

Com base nas diretrizes do ministro André de Paula e sob a liderança do secretário Luis Rua, o AgrolInsight é resultado do esforço de uma equipe dedicada que acredita no potencial do Brasil como potência agroexportadora.

Este relatório é mais do que um compilado de dados — é uma ponte entre o agro brasileiro e o mundo.





CENÁRIO E OPORTUNIDADES PARA A CARNE DE FRANGO BRASILEIRO NO JAPÃO

Data: 11/06/2026

Posto: Tóquio/Japão

Palavras-chave: Carne de frango; Japão; exportação; mercado

Responsável: André Minoru Okubo – Adido Agrícola em Tóquio

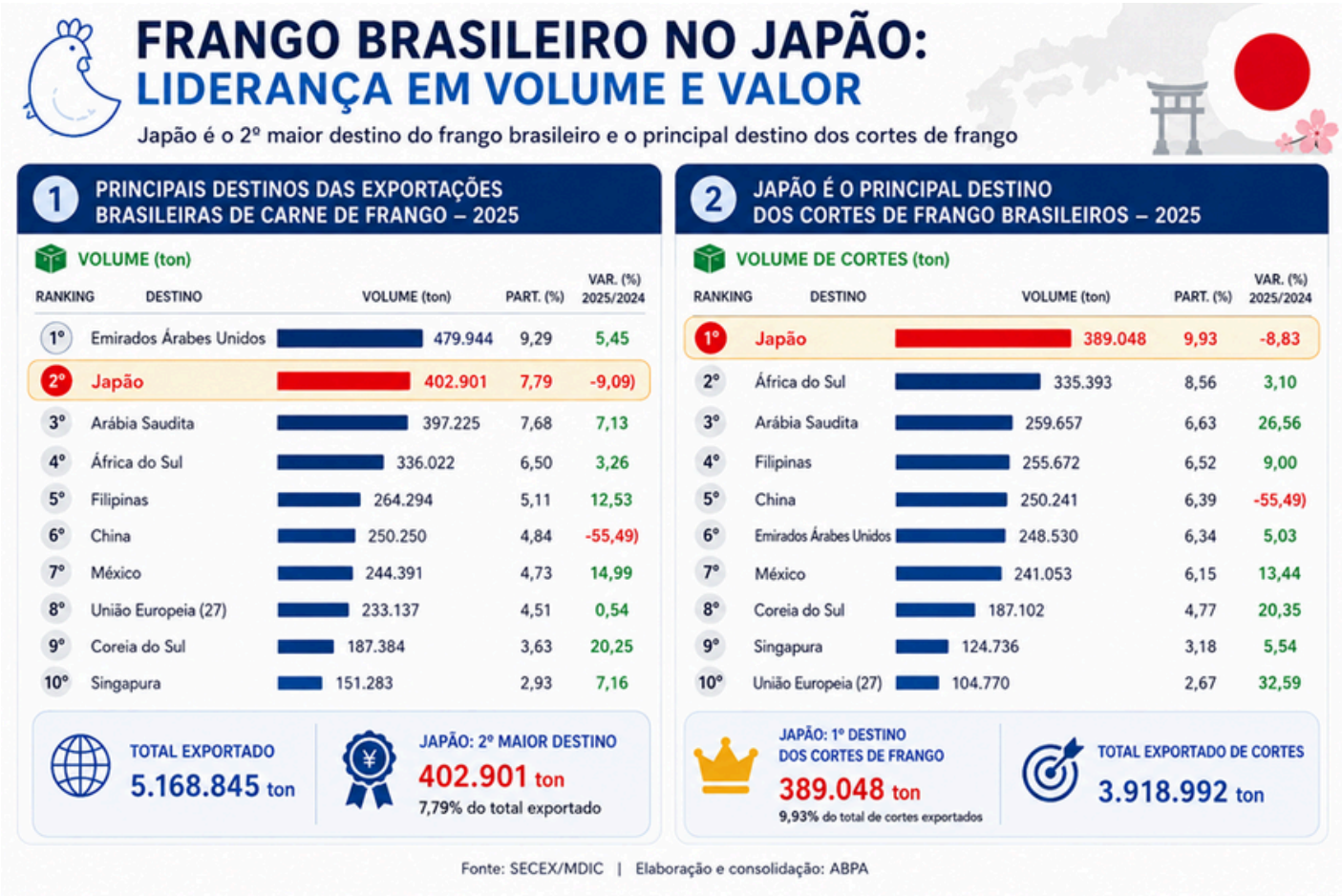
SUMÁRIO:

O Japão permanece como um dos mercados mais estratégicos para a avicultura brasileira, figurando entre os principais destinos das exportações nacionais de carne de frango e como o principal comprador de cortes brasileiros. Ao contrário do que a redução populacional poderia sugerir, o consumo de carne de aves no país segue em expansão, impulsionado pela substituição gradual de outras proteínas e pela crescente demanda por alimentos práticos e convenientes. Nesse contexto, a forte complementaridade entre as preferências do consumidor japonês e o perfil produtivo brasileiro reforça a competitividade do produto nacional. Além dos cortes tradicionais, surgem oportunidades para empresas brasileiras ampliarem sua atuação em segmentos de maior valor agregado, como karaage, yakitori, refeições prontas e produtos destinados às redes de conveniência.

O JAPÃO COMO MERCADO ESTRATÉGICO PARA A AVICULTURA BRASILEIRA

O Japão é um dos mercados mais tradicionais, sofisticados e relevantes para a carne de frango brasileira. Em um país caracterizado por limitações territoriais, elevados custos de produção e envelhecimento da população rural, as importações desempenham papel fundamental para garantir o abastecimento regular de proteínas.

Nesse cenário, o Brasil consolidou-se como um parceiro estratégico da segurança de abastecimento japonesa. A combinação entre escala produtiva, competitividade, regularidade logística e elevado padrão sanitário permitiu a construção de uma relação comercial sólida ao longo das últimas décadas.



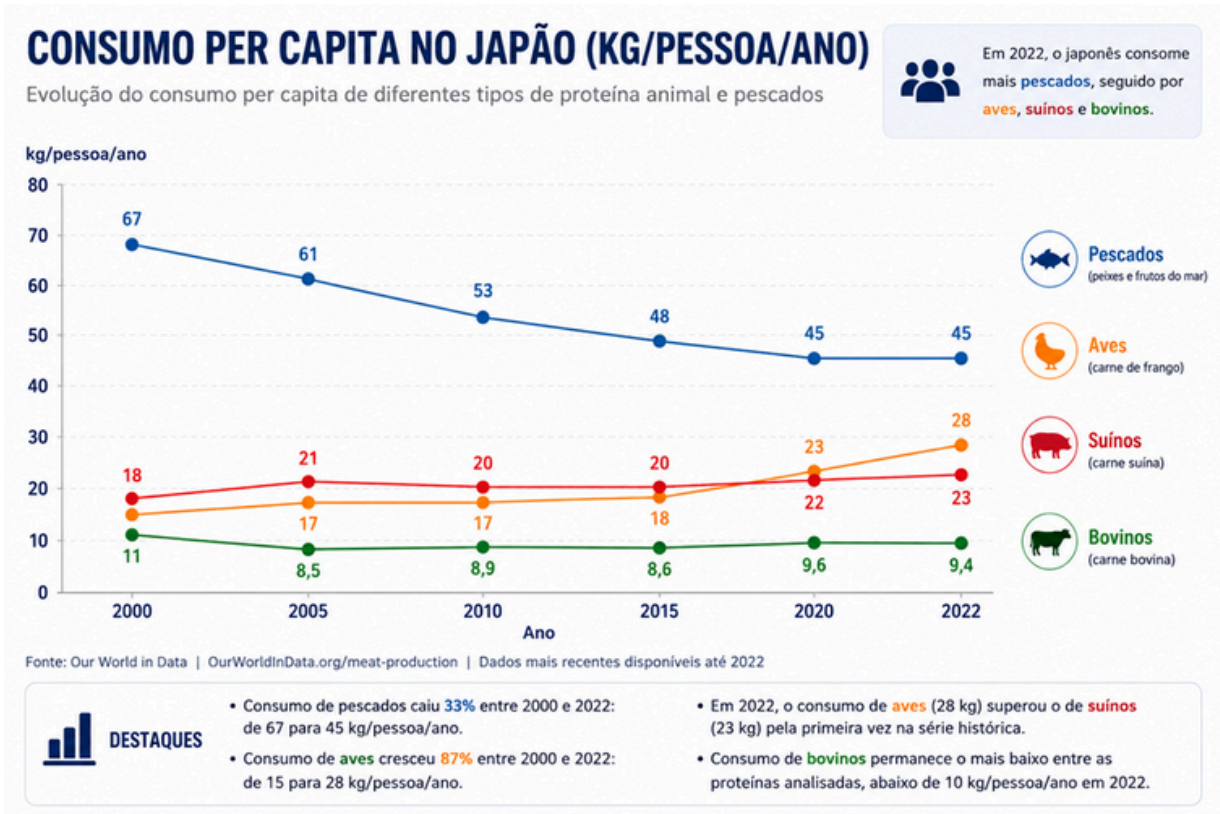
A importância dessa parceria ficou particularmente evidente em 2025, quando houve renegociação dos requisitos sanitários aplicados à carne de aves brasileira. Com as alterações acordadas, eventuais focos de Influenza Aviária de Alta Patogenicidade (IAAP) passaram a restringir apenas as exportações do município afetado, e não mais de todo o Estado.

Outro aspecto relevante é que o Japão não distingue, para fins sanitários, criações comerciais e de subsistência. Dessa forma, focos de IAAP em pequenas criações poderiam gerar impactos sobre as exportações estaduais. A atualização dos requisitos sanitários reduziu esse risco e ampliou a previsibilidade do comércio bilateral.

UM MERCADO EM TRANSFORMAÇÃO: O AVANÇO DO CONSUMO DE CARNE DE AVES

A relevância do mercado japonês não decorre apenas do volume importado, mas também da evolução de seus padrões de consumo.

Embora o Japão enfrente um processo contínuo de redução populacional, o consumo de carne de aves vem apresentando trajetória de crescimento ao longo das últimas duas décadas. Trata-se de um movimento que desafia a percepção intuitiva de que uma população menor necessariamente implica retração da demanda alimentar. Na prática, observa-se um aumento da participação da carne de aves na dieta japonesa.



Dados da plataforma Our World in Data mostram que o consumo per capita de carne de aves no Japão passou de aproximadamente 15 kg por habitante em 2000 para 28 kg em 2022, crescimento de cerca de 87% no período. Em sentido oposto, o consumo de pescados recuou de 67 kg para 45 kg por habitante, enquanto o consumo de carne bovina permaneceu relativamente estável nos últimos 15 anos.

A redução dos estoques pesqueiros, o envelhecimento da população ligada à atividade pesqueira e o aumento dos preços dos pescados contribuem para essa mudança nos padrões de consumo. Adicionalmente, os valores mais altos da carne bovina também limitam possíveis aumentos do consumo per capita.

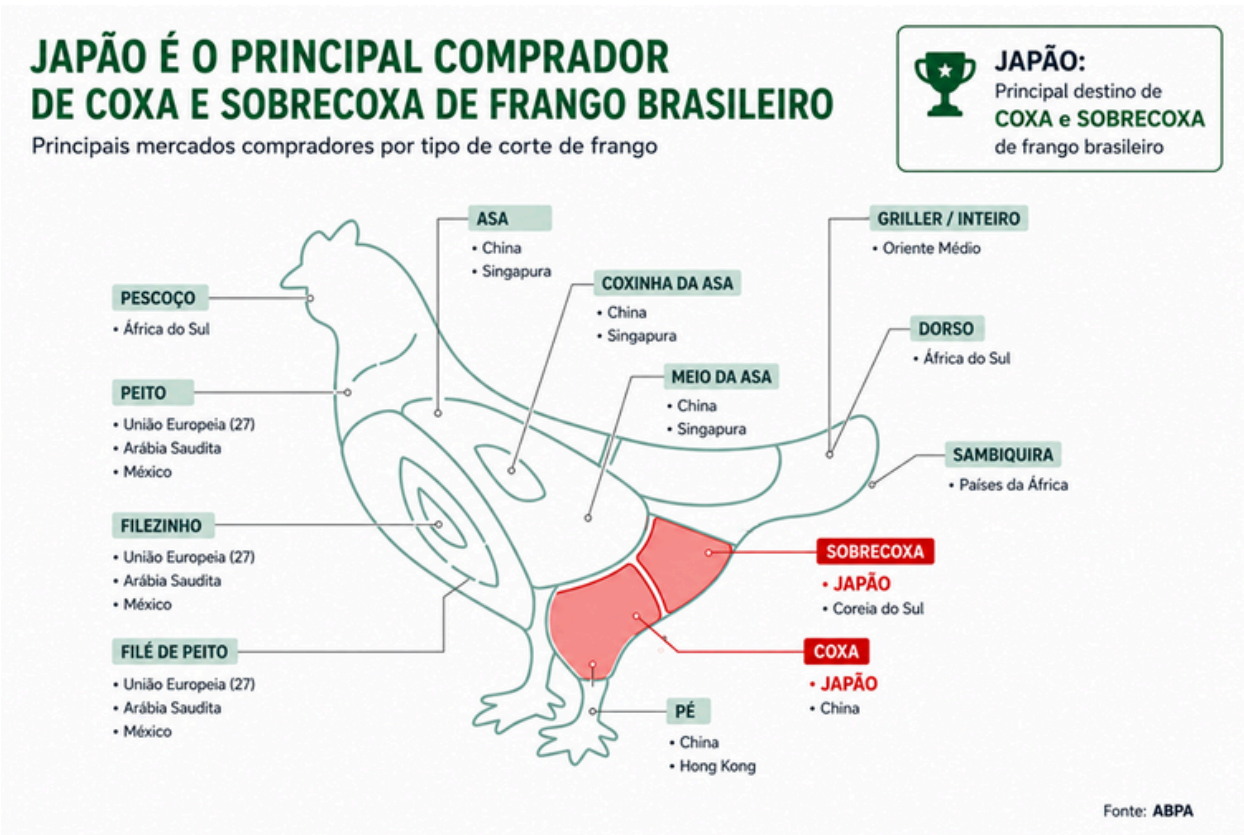
Além disso, o movimento reflete transformações estruturais na sociedade japonesa. A carne de aves é percebida como uma proteína versátil, de preparo simples e relativamente acessível quando comparada a outras proteínas animais. Além disso, adapta-se facilmente ao consumo fora do lar, às refeições prontas e aos novos formatos de alimentação que vêm ganhando espaço no país.

Para os exportadores brasileiros, essa tendência possui significado estratégico: mesmo em um contexto de contração demográfica, a demanda por carne de aves continua crescendo em importância relativa dentro da dieta japonesa.

UMA RELAÇÃO COMERCIAL BASEADA NA COMPLEMENTARIDADE

O sucesso da carne de frango brasileira no Japão não decorre apenas da competitividade do produto nacional. Existe uma forte complementaridade entre as preferências do consumidor japonês e o perfil produtivo da avicultura brasileira.

Enquanto diversos mercados internacionais concentram sua demanda em peito de frango e asas, o consumidor japonês valoriza uma carne mais tenra e com mais gordura, principalmente a coxa e sobrecoxa. Esses produtos ocupam posição central em preparações tradicionais e modernas da culinária japonesa, incluindo yakitori, karaage, refeições prontas e diversas aplicações no food service.



A posição do Japão como principal destino desses cortes demonstra como as preferências locais contribuem para agregar valor à cadeia produtiva brasileira. Trata-se de uma relação comercial vantajosa para ambos os lados: o Japão garante acesso regular a produtos alinhados aos hábitos de consumo locais, enquanto o Brasil encontra um mercado capaz de absorver grandes volumes de cortes altamente demandados.

Além disso, importadores japoneses tradicionalmente remuneram atributos como regularidade de fornecimento, qualidade e padronização. Como resultado, os preços médios pagos pelo mercado japonês frequentemente superam a média observada em diversos outros destinos internacionais, inclusive no segmento de carne de frango in natura.

A NOVA FRONTEIRA: AGREGAÇÃO DE VALOR

Embora a posição brasileira nos cortes congelados esteja consolidada, mudanças recentes observadas no mercado japonês indicam novas oportunidades para o setor privado.

O envelhecimento populacional, o crescimento dos domicílios unipessoais e a escassez de mão de obra vêm transformando a forma como os japoneses consomem alimentos. A procura por refeições prontas, ingredientes pré-processados e produtos de preparo simplificado cresce continuamente.

Ao mesmo tempo, restaurantes, cozinhas centrais, empresas de catering e redes de conveniência buscam reduzir custos operacionais e dependência de mão de obra, ampliando a demanda por produtos já preparados ou parcialmente processados.

Essa transformação favorece segmentos que incorporam conveniência, processamento industrial e customização à proteína avícola, áreas nas quais há espaço para ampliação da presença brasileira.

Entre os segmentos mais promissores destacam-se o karaage e o yakitori.

O karaage tornou-se um dos produtos mais difundidos do varejo alimentar japonês, presente em supermercados, redes de conveniência, serviços de entrega, bentôs e refeições prontas. Seu crescimento impulsiona a demanda por produtos já marinados, empanados, pré-fritos ou totalmente cozidos. Parte relevante desses produtos enquadra-se no código HS 160232, referente às preparações de carne de aves.

O mercado de yakitori (espetinhos de frango), por sua vez, apresenta crescente profissionalização e industrialização. Distribuidores e operadores de food service buscam cortes calibrados e padronizados, preparados de acordo com especificações rigorosas de tamanho, peso e formato.

Nesses segmentos, o diferencial competitivo deixa de estar exclusivamente na produção da matéria-prima e passa a envolver processamento, customização e adaptação às necessidades específicas dos compradores japoneses, permitindo a captura de maior valor por tonelada exportada.

O EXEMPLO DA TAILÂNDIA E AS OPORTUNIDADES PARA O BRASIL

Em 2004, o Japão suspendeu as importações de carne de frango in natura da Tailândia após a ocorrência de surtos de Influenza Aviária de Alta Patogenicidade (IAAP). Durante cerca de dez anos, apenas produtos avícolas processados e termicamente tratados puderam ser exportados ao mercado japonês. A reabertura para carne in natura ocorreu em 2014, após o reconhecimento das melhorias sanitárias implementadas pela Tailândia. Nesse período, o Brasil ampliou sua participação no mercado japonês e consolidou-se como seu principal fornecedor de carne de frango.

No entanto, enquanto o Brasil consolidou sua liderança como fornecedor de carne de frango in natura, empresas tailandesas, passaram por adaptações e ampliaram sua presença em categorias de maior valor agregado, incluindo karaage industrial, ingredientes para bentôs, refeições prontas, produtos para redes de conveniência e preparações para yakitori. A experiência demonstra como investimentos em processamento podem gerar vantagens competitivas duradouras mesmo após a retomada das exportações de carne in natura.



JAPÃO: DE CONSUMIDOR DE CORTES DE FRANGO IN NATURA À OPORTUNIDADE EM PRODUTOS DE MAIOR VALOR AGREGADO



ONDE ESTAMOS E ONDE ESTÃO AS OPORTUNIDADES

SEGMENTO	SITUAÇÃO ATUAL DO BRASIL	SITUAÇÃO ATUAL DA TAILÂNDIA	OPORTUNIDADE PARA EXPORTADORES BRASILEIROS
 FRANGO IN NATURA	 LIDERANÇA ABSOLUTA Aproximadamente 70% das importações japonesas.	 PARTICIPAÇÃO MENOR Atuação mais limitada.	 Consolidar liderança e capturar mercados deixados por concorrentes afetados por IAAP.
 PRODUTOS COZIDOS (HS 160232)	 PARTICIPAÇÃO LIMITADA Presença ainda pequena.	 PRINCIPAL FORNECEDOR Liderança consolidada.	 Ampliar capacidade industrial e exportar produtos cozidos e prontos para o food service e varejo.
 INGREDIENTES PARA BENTÔ	 PRESEÇA REDUZIDA Oportunidade pouco explorada.	 FORTE PRESEÇA Fornecimento recorrente.	 Fornecer frango cozido, grelhado, fatiado ou desfiado para bentôs e refeições prontas.
 PRODUTOS PARA KONBINI	 PARTICIPAÇÃO PEQUENA Baixa presença nas gôndolas.	 LIDERANÇA CONSOLIDADA Fornece para 7-Eleven, FamilyMart, Lawson e outras.	 Desenvolver produtos customizados para redes de conveniência e ampliar presença nas prateleiras japonesas.
 KARAAGE INDUSTRIAL	 BAIXA PRESEÇA Participação incipiente.	 FORNECEDOR DOMINANTE Marinado, empanado, pré-frito ou cozido.	 Exportar karaage marinado, empanado e pré-frito, pronto para finalização e consumo.
 YAKITORI INDUSTRIAL	 PARTICIPAÇÃO LIMITADA Cortes sob medida ainda pouco exportados.	 FORTE PRESEÇA Cortes porcionados e espetados, conforme padrões japoneses.	 Fornecer cortes calibrados, porcionados e espetados para yakitori e outros pratos tradicionais.
 VALOR AGREGADO POR TONELADA	 PREDOMÍNIO DE COMMODITIES Foco em cortes congelados.	 FOCO EM CONVENIÊNCIA E PROCESSAMENTO Maior valor por tonelada.	 Aumentar valor agregado, capturar segmentos de maior rentabilidade e reduzir dependência de preço.

O QUE O JAPÃO MAIS DEMANDA DO FRANGO

KARAAGE PRONTO OU SEMI PRONTO  Cortado, marinado, empanado ou pré-frito ou cozido. Pronto para finalização.	NUGETS E FINGER FOODS  Produtos prontos para consumo, com foco em snack, lanches e vending machines.	FRANGO PARA BENTÔ  Cubos, tiras e filés cozidos ou grelhados para refeições diárias.	YAKITORI INDUSTRIAL  Cubos, pele, tsukune, acessórios espetados e espetos prontos para grelha.	REFEIÇÕES PRONTAS CONGELADAS  Pratos completos congelados para finalização rápida e consumo.
---	--	--	--	--

POR QUE O JAPÃO DEMANDA CADA VEZ MAIS ESSES PRODUTOS?

-  **ENVELHECIMENTO POPULACIONAL**
Mais de 1 em cada 4 japoneses tem 65 anos ou mais.
-  **MAIS DOMÍLIOS UNIPESOAIS**
Mais de 38% dos lares japoneses são formados por apenas uma pessoa.
-  **MENOS TEMPO PARA COZINHAR**
Consumo de soluções práticas e refeições rápidas em alta.
-  **ESCASSEZ DE MÃO DE OBRA**
Restaurantes e indústrias buscam ingredientes pré-processados para reduzir custos.
-  **EXPANSÃO DOS KONBINI**
Mais de 56.000 lojas de conveniência no Japão, presente em todo o território.
-  **CRESCIMENTO DAS REFEIÇÕES PRONTAS**
Mercado de refeições prontas e congeladas segue em expansão.

OPORTUNIDADE ESTRATÉGICA PARA O BRASIL



HOJE
Exportamos principalmente frango in natura e cortes congelados.



INVESTIMENTO EM PROCESSAMENTO
Desenvolvimento de linhas industrializadas, marinados, cozidos e empanados.

PRÓXIMA FRONTEIRA
Agregação de valor para atender segmentos de maior demanda no mercado japonês.



O Japão é o segundo maior comprador mundial da carne de frango brasileira. Há espaço para crescer, sobretudo agregando valor e ampliando a presença em produtos de conveniência, preparados e customizados.



FOCO NO FUTURO
Mais valor agregado, melhores margens e presença consolidada em segmentos de conveniência e food service no Japão.

Possivelmente a principal reflexão para os exportadores brasileiros é que o crescimento futuro poderá ocorrer não apenas pelo aumento dos volumes exportados, mas pela ampliação da participação em segmentos que oferecem maior remuneração por tonelada comercializada.

A sólida posição já conquistada pelo Brasil no fornecimento de matéria-prima cria uma base de confiança e relacionamento favorável para o avanço em etapas mais sofisticadas da cadeia de abastecimento japonesa.

A conjuntura atual sugere oportunidades especialmente relevantes para frigoríficos e processadores brasileiros, dispostos a investir em processamento, compreender as necessidades específicas e com capacidade de desenvolver produtos adaptados e customizados às necessidades do mercado japonês.

Assim, empresas capazes de combinar escala produtiva, regularidade de fornecimento e maior grau de processamento tendem a encontrar oportunidades em segmentos menos sensíveis à competição baseada principalmente em preço.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Japão reúne características raramente encontradas simultaneamente em um único mercado: grande escala de importação, estabilidade institucional, elevada exigência sanitária, forte complementaridade com a produção brasileira e disposição para remunerar qualidade e regularidade de fornecimento.

A posição do país como segundo maior destino das exportações brasileiras de carne de frango e principal comprador mundial de cortes brasileiros demonstra a relevância estratégica desse mercado para a avicultura nacional.

Ao mesmo tempo, a evolução dos hábitos alimentares japoneses revela um aspecto particularmente importante: mesmo diante da redução da população, a carne de aves continua ampliando sua participação na dieta do país. Esse movimento reforça o potencial de longo prazo do mercado japonês e ajuda a explicar a expansão contínua das importações.

Nesse contexto, as oportunidades mais promissoras para o setor privado brasileiro parecem concentrar-se não apenas na ampliação dos volumes exportados, mas sobretudo na agregação de valor. Segmentos como karaage, yakitori, bentôs e produtos destinados às redes de conveniência oferecem caminhos concretos para aumentar a rentabilidade das exportações e aprofundar a inserção brasileira em um dos mercados mais sofisticados e exigentes do mundo.