

Um
mundo de
oportunidades

Volume 7
Origem: animal

AGRO INSIGHT



Institucional

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Presidente da República

CARLOS HENRIQUE BAQUETA FÁVARO

Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

IRAJÁ REZENDE DE LACERDA

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

PEDRO ALVES CORRÊA NETO

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

CARLOS ERNESTO AUGUSTIN

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

4ª edição. Ano 2025

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:

Marcel Moreira

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Estella R. Borges de Brito

Jennifer Santos Costa

Jenny Silva Brito

Manoel Augusto Soares Junior

Filipe Guerra

Equipe técnica:

Carlos Vitor Muller

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Adriano Perrelli Pestana de Castro

Luciana Pich Gomes

Andrea Claudia Parrilla

Daniela de Moraes Aviani

Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

Glauco Bertoldo

Nilton Antônio de Moraes

Paulo Márcio Mendonça de Araújo

Rodrigo do Espírito Santo Padovani

Leandro Diamantino Feijó

Jean Felipe Celestino Gouhie

Clóvis Augusto Versalli Serafini

Ricardo Zanatta Machado

Priscila Rech Pinto Moser

Rafael Mohana de Carvalho Refosco

Vanessa Medeiros de Jesus

Ana Lúcia de Paula Viana

Fabiana Villa Alves

Virginia Arantes Ferreira Carpi

Ângelo de Queiroz Maurício

Bruno Cavalheiro Breitenbach

Marlos Schuck Vicenzi

Fernanda Vanessa Mascarenhas

Magalhães

Marco Aurélio Pavarino

Dalci de Jesus Bagolin

Ellen Elizabeth Laurindo

Adriane Reis Cruvinel

Frederique Rosa e Abreu

Warley Efreim Campos

Márcio Rezende Evaristo Carlos

Marco Túlio Santiago

Luiz Cláudio de Santana e Caruso

Rafael D'Aquino Mafra

Ana Carolina Miranda Lamy

Diego Leonardo Rodrigues

Juliano Vieira

Leandro Antunes

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

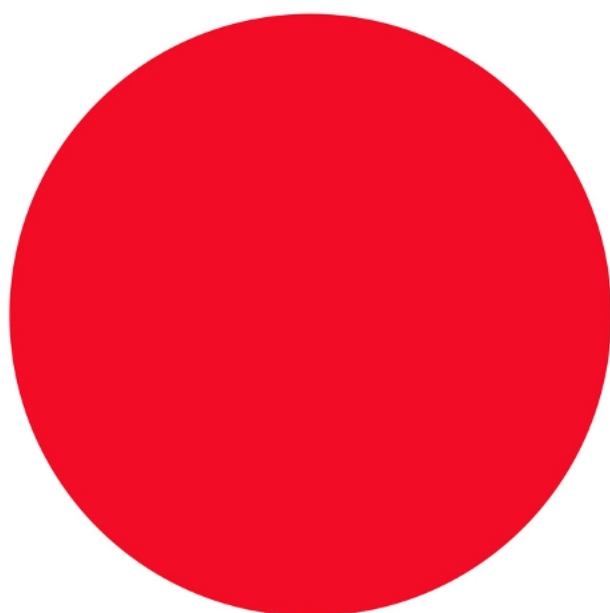


O AgrolInsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

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 Carlos Fávaro 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.



OPORTUNIDADES DO MERCADO JAPONÊS O MERCADO DE PET FOOD NO JAPÃO

Data: 15/07/2025

Posto: Tóquio/Japão

Palavras-chave: Exportações. Oportunidades. Camarões.

Responsável: Marco Aurélio Pavarino

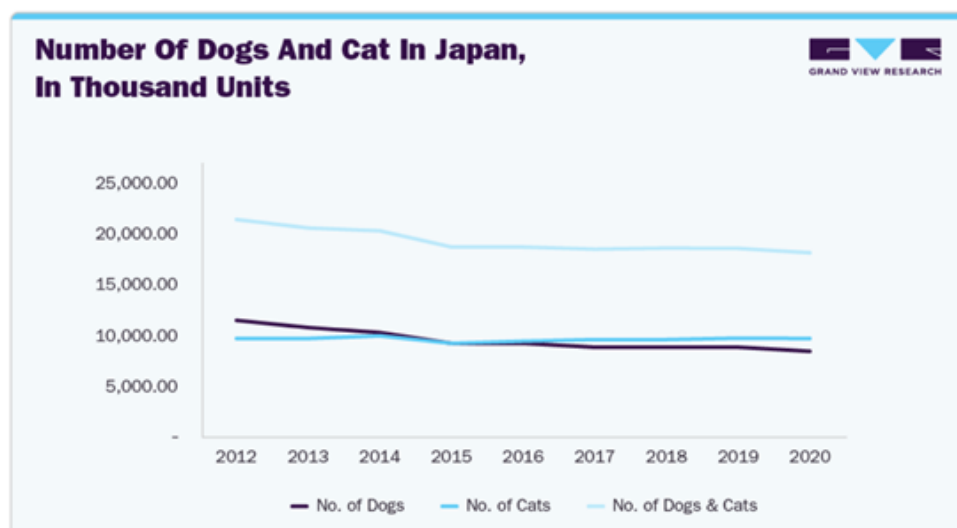
SUMÁRIO:

O Japão é um país com grande dependência de importações de matéria-prima para a produção de rações para alimentação animal, seja para as atividades de pecuária, seja para animais de companhia. Existe uma demanda significativa de materiais gordurosos como óleos, sebo, farinhas e outros produtos derivados da reciclagem animal para a formulação de rações no país. O Ministério da Agricultura e Pecuária – MAPA está atualmente finalizando as discussões técnicas com as autoridades japonesas para a abertura desse importante mercado para a indústria de reciclagem animal. Produtos como óleo de peixe já são possíveis de serem exportados ao Japão. A indústria brasileira ligada a este setor deve se preparar para explorar este importante mercado que em breve estará aberto.

VISÃO GERAL DO MERCADO DE PET FOOD NO JAPÃO

Em outubro de 2020, o Japão tinha aproximadamente 8,5 milhões cães e 9,6 milhões gatos domesticados, totalizando 18,13 milhões de pets, de acordo com uma pesquisa anual realizada pela Japan Pet Food Association (JPFA). Este levantamento apontou que número de animais de estimação no Japão naquele ano já era maior do que a população de cidadãos japoneses com menos de 15 anos, que totalizam 15,33 milhões (dados de abril de 2019, Ministério dos Assuntos Internos & Comunicação).

Figura 1 – Número de gatos e cães no Japão (milhares de animais)



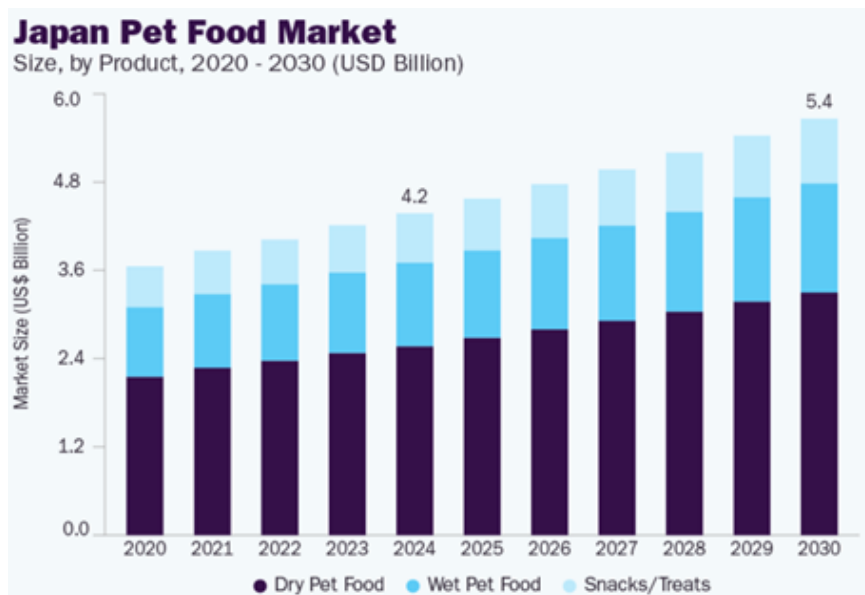
Fonte: Grand view research.

Em 2024 foram comercializadas cerca de 602.000 toneladas de ração/alimentos no mercado japonês. Em termos de valores, foram mais de US \$ 4,1 bilhões, mantendo a tendência de aumento no valor de vendas observada nos últimos quatro anos.

A indústria de ração para animais de companhia está se expandindo no Japão. Uma das explicações para este movimento é o aumento de pessoas que decidiram pela aquisição destes animais. Além disso, a longevidade dos pets também aumentou, o que levou a indústria a adaptar a oferta de rações e outros alimentos para animais de estimação mais idosos. Produtos com texturas mais macias, de fácil digestão e com maior qualidade nutritiva estão sendo desenvolvidos para que os donos possam lidar com problemas relacionados ao envelhecimento em animais. Exemplo disso são as empresas Unicharm e Mars Japan, que oferecem fórmulas mais específicas e opções de alimentos úmidos adequados às necessidades de animais mais velhos.

Cerca de 50% de toda a ração para animais de companhia consumida no Japão é produzida internamente no país. A participação dessa produção doméstica neste mercado aumentou gradualmente nos últimos anos até chegar a este patamar. Isso é em grande parte atribuído à preferência do consumidor japonês de comprar produtos produzidos em seu país, levados pela percepção de maior segurança alimentar e qualidade que o produto poderá ter. Essa tendência levou os fabricantes japoneses a enfatizar os rótulos "Made in Japan", com informações detalhadas sobre a origem dos ingredientes e a produção mais claramente exibidas nas embalagens.

Figura 2 – Divisão do mercado japonês de pet food por tipo de alimento



Fonte: Japan Pet Food Association (JPFA)

Os três principais países exportadores de Pet Food para o mercado japonês são a Tailândia, os Estados Unidos e a França. Juntos representaram em média mais de 65% do total das importações do país nos últimos anos. A Tailândia tornou-se o principal país exportador para o Japão, principalmente devido ao aumento do número de gatos de estimação no Japão e a vantagem comparativa que o país tem na utilização de ingredientes à base de frutos do mar de baixo custo para alimentos destinados para esses animais. Algumas empresas japonesas também estabeleceram suas bases operacionais no país e exportam o produto final para o Japão.

A COMERCIALIZAÇÃO DE PET FOOD NO JAPÃO

O canal de distribuição mais comum utilizada para Pet Food no Japão é por meio de importadores, atacadistas e, em alguns casos, de atacadistas secundários para varejistas. No caso de fabricantes que possuem instalações de produção no exterior, os produtos são importados diretamente dentro da própria empresa ou através de suas subsidiárias e, em seguida, distribuídos aos varejistas através de atacadistas. São pouco frequentes os casos em que os varejistas compram diretamente dos importadores.

Os atacadistas que lidam com Pet Food e suprimentos relacionados podem ser divididos em três tipos: (i) atacadistas especializados em animais de estimação; (ii) atacadistas relacionados a venda de alimentos; e (iii) atacadistas diversificados. Os três maiores atacadistas especializados em animais de estimação têm uma participação de mercado estimada em 70% e incluem: Japell Co., Ltd., com sede na cidade de Aichi, Echo Trading Co. Ltd., com sede em Hyogo, e Lovely Pet Trading Co., com sede em Osaka. As duas grandes empresas atacadistas ligadas a alimentos são: Mitsui Foods Co. Ltd. e Ryoshoku Petcare (ligada à Mitsubishi) e utilizam suas redes internas próprias de logística para fornecer seus produtos em todo o país.

TARIFAS PARA PRODUTOS GORDUROSOS NO JAPÃO

Os produtos gordurosos, juntamente com grãos e farelos vegetais, são utilizados como matéria-prima para a formulação de rações animais, seja para pecuária, ou para animais de companhia. Estes produtos entram na composição das rações para fornecimento de conteúdo energético ou palatabilizantes, entre outras funções. Como visto anteriormente, as rações formuladas no Japão demandam a utilização destes produtos e o Brasil, sendo um país com um dos maiores volumes de produção de proteína animal no mundo tem em quantidades significativas.

As discussões com o foco nas exigências sanitárias estabelecidas pelo Japão para a entrada desses produtos no país estão sendo conduzida pelo MAPA e está em processo final. Além do atendimento dessas condições é importante o conhecimento das incidências de tarifas de importação dos produtos. As tarifas incidentes às importações dos produtos gordurosos e óleos no Japão estão distribuídos segundo a tabela a seguir

Tabela 1 – Tarifas aplicadas aos produtos gordurosos no Japão

Código HS/produto	especificação	Tarifa	
		Geral	OMC
15.01 Gordura de suínos (inclui banha) e gordura de aves excetoos da posição 02.09 ou 15.03			
1501.10 banha suína	Acidez acima 1,3	Zero	Zero
	Outros	10 ienes/kg	8,5 ienes/kg
1501.2 Outras gorduras suínas	Acidez acima 1,3	Zero	zero
	Outros	10 ienes/kg	8,5 ienes/kg
15.02 Gorduras de bovinos, ovinos cabras, exceto aquelas da posição 02.09 e 15.03			
1502.10 Sebo	Bovinos	Zero	Zero
	Outros	Zero	Zero
15.03 Estearina de banha, óleo de banha de porco, óleo-estearina, óleo de sebo, não emulsionados nem misturados, nem preparados de outro modo		5%	4,30%
15.04 Gorduras e óleos e respectivas fracções, de peixes ou de mamíferos marinhos, mesmo refinados, mas não quimicamente modificados	1504.010 Óleos de fígado de peixe e respectivas fracções	10%	3,50%
	1504.20 Gorduras, óleos e respectivas fracções, de peixes, exceto óleos de fígado	10% ou 6 ienes/kg, o que for maior	7% ou 4,20 IENES/KG, o que for maior

Fonte: Japan Customs – atualizado para 1 de abril de 2025

A tabela a seguir apresenta os principais fabricantes e respectivas marcas de ração e outros alimentos para animais de companhia no Japão.

Tabela 2 - Tabela: Principais fabricantes de alimentos para animais de estimação no Japão

Fabricantes	Principais marcas	
	Alimentos para cães	Alimentos para Gatos
Mars Japan Ltd.	Pedigree, Cesar, Nutro, IAMS, Greenies	Kalkan, Sheba, KiteCat
Unicharm Corporation (Pet Care Division)	Gran Deli, Best Balance, Aiken-Genki	Neko-Genki, Gin-no-spoon, Mitsubishi Gourmet
Royal Canin Japan Inc. (under Mars Group)	Royal Canin	Royal Canin
Nestlé Japan (Pet Division)	Purina One, Purina, Pro Plan	Purina One, Mon Petit, Friskies
Inaba Pet Food Co., Ltd	Zeitaku, Toromi	Kin-no-dashi, Ciao
Hill's - Kolgate Japan Ltd.	Science Diet, Prescription Diet	Science Diet
Nisshin Pet Food	Run, JP Style	Carat, JP Style
Doggy Man H.A. Co., Ltd.	Saya	Seko-Saya
Nihon Pet Food	Vita Wan, Lacine Dog, Combo-dog, Beauty Pro Dog	Mio, Lacine Cat, Combo- cat, Beauty Pro Cat
PETLINE	Medycoat, Professional Balance	Cannet, Luna, Medyfas