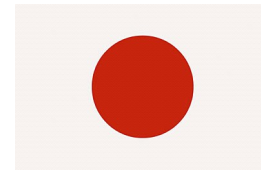




Souhrnná teritoriální informace:

Japonsko



Zastupitelský úřad 29. 6. 2021 15:32

Japonsko patří mezi nejvyspělejší světové ekonomiky se stabilním právním prostředím. Je třetí největší individuální světovou ekonomikou (po USA a Číně) a trhem s vysokou mírou koupěschopnosti. Japonsko je stabilním partnerem České republiky v regionu Východní Asie. Vzájemné vztahy jsou dlouhodobě bezproblémové, rozvíjejí se ve všech oblastech a vykazují rostoucí dynamiku. Těžištěm vztahů je ekonomická a kulturní spolupráce, Japonsko také patří mezi nejvýznamnější přímé zahraniční investory u nás. Japonský trh skýtá řadu exportních příležitostí pro české firmy a vyznačuje se trvalým zájmem o inovace, nové produkty a vysokou náročností na kvalitu a spolehlivost. Reference získaná úspěchem na vysoce konkurenčním japonském trhu je univerzální poukázkou a nejlepším doporučením pro vstup na trhy ostatních zemí asijského regionu.

Vláda premiéra Šinzó Abe/ho přišla na konci roku 2012 s programem, který měl za cíl dlouhodobě stagnující japonskou ekonomiku povzbudit k růstu a snížit veřejný dluh Japonska, dosahující v té době již úrovně 240 % HDP. Tzv. „Abenomika“ se opírala o tři pilíře (šipy): agresivní fiskální politiku Japonské národní banky (BOJ), monetární uvolňování a strukturální reformy. Zatímco první dva pilíře byly používány v maximální možné míře, strukturální reformy byly uváděny v život výrazně opatrněji. Dlouhodobě se například nedaří dosáhnout inflačního cíle vlády ve výši 2 %. Zvýšené výdaje vlády v souvislosti s koronavirovou krizí také přispívají k dalšímu navýšení veřejného dluhu. Současná japonská vláda premiéra Jošihide Sugy v hospodářské politice především navazuje na předešlou vládu Šinzó Abe/ho. Nejakutnější prioritou zůstává oživení domácího hospodářství zasaženého koronavirovou epidemií, což se odráží v expanzivní fiskální politice a nárůstu vládních výdajů. Větší změny se očekávají v oblasti digitalizaci a deregulace, kde nová vláda mj. urychlila přípravu na založení nové vládní agentury pro digitalizaci.

Základní údaje	
Hlavní město	Tokio
Počet obyvatel	126,30 mil.
Jazyk	japonština
Náboženství	šintoismus, buddhismus
Státní zřízení	konstituční monarchie
Hlava státu	Naruhito
Hlava vlády	Jošihide Suga
Název měny	jen (JPY)
Cestování	
Časový posun	+8 hod (v létě +7 hod)
Kontakty ZÚ	
Velvyslanec	Martin Tomčo, Ph.D.
Ekonomický úsek	Mgr. Ondřej Svoboda, Ph.D.
Konzulární úsek	JUDr. Monika Dobiášová
CzechTrade	Ing. Richard Schneider
Czechinvest	Ing. Richard Schneider
Ekonomika	
Nominální HDP (mld. USD)	5 251,0
Hospodářský růst (%)	2,5
Inflace (%)	0,2
Nezaměstnanost (%)	2,9



Kapitoly a podkapitoly:

1 Základní informace o teritoriu

- 1.1 Systém vládnutí a politické tendence v zemi
- 1.2 Zahraniční politika země
- 1.3 Obyvatelstvo

2 Ekonomika

- 2.1 Základní údaje
- 2.2 Veřejné finance a státní rozpočet
- 2.3 Bankovní systém
- 2.4 Daňový systém

3 Obchodní vztahy s EU a ČR

- 3.1 Obchodní vztahy
- 3.2 FTA a smlouvy
- 3.3 Rozvojová spolupráce
- 3.4 Perspektivní obory (MOP)

4 Kulturní a obchodní jednání

- 4.1 Úvod
- 4.2 Oslovení
- 4.3 Obchodní schůzka
- 4.4 Komunikace
- 4.5 Doporučení
- 4.6 Státní svátky

5 Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu

- 5.1 Vstup na trh
- 5.2 Formy a podmínky působení na trhu
- 5.3 Marketing a komunikace
- 5.4 Problematika ochrany duševního vlastnictví
- 5.5 Trh veřejných zakázek
- 5.6 Platební podmínky, platební morálka a řešení obchodních sporů
- 5.7 Víza, poplatky, specifické podmínky cestování do teritoria
- 5.8 Zaměstnávání občanů z ČR
- 5.9 Veletrhy a akce

6 Kontakty

- 6.1 Kontakty na zastupitelské úřady ČR v teritoriu
- 6.2 Praktická telefonní čísla (záchrana, policie, požárníci, infolinky, apod.)
- 6.3 Důležité internetové odkazy a kontakty



1 Základní informace o teritoriu

Podkapitoly:

- 1.1 Systém vládnutí a politické tendence v zemi
- 1.2 Zahraniční politika země
- 1.3 Obyvatelstvo

1.1 Systém vládnutí a politické tendence v zemi

Japonsko je konstituční monarchií s nejstarším parlamentním systémem ve východní Asii. Historie japonského zákonodárného shromáždění sahá do roku 1889, kdy byla císařem Meidži vyhlášena nová ústava, která konstituovala vznik prvního císařského parlamentu. Současná vláda je složena z Liberální demokratické strany (LDP) a menšího koaličního partnera strany Kómeitó. Premiérem je Jošihide Suga (LDP) a místopředsedou vlády a ministrem financí Taró Aso (LDP). Nadcházející podzimní volby v roce 2021 určí na další minimálně 4 roky, zda si LDP udrží rozhodující vliv v zemi.

Složení japonské vlády (k 29. 6. 2021):

Předseda vlády Jošihide SUGA LDP

Místopředseda vlády, ministr financí Taró ASÓ LDP

Ministr vnitřních záležitostí a komunikace Rjota TAKEDA LDP

Ministryně spravedlnosti Joko KAMIKAWA LDP

Ministr zahraničních věcí Tošimicu MOTEGI LDP

Ministr školství, kultury, sportu, vědy a techniky Koiči HAGIUDA LDP

Ministr zdravotnictví, práce a sociálních věcí Norihisa TAMURA LDP

Ministr zemědělství, lesnictví a rybolovu Kotaro NOGAMI Kómeitó

Ministr hospodářství, obchodu a průmyslu Hiroši KADŽIJAMA LDP

Ministr pevniny, infrastruktury, dopravy a turistiky Kazujoši AKABA LDP

Ministr životního prostředí Šindžiró KOIZUMI LDP Ministr obrany Nobuo KIŠI LDP

Vedoucí tajemník vlády Kazunobu KATO LDP

Ministr pro rekonstrukci po živelných katastrofách Kazuji HIRASAWA LDP

Ministr pro administrativní reformu Taró KÓNO LDP

Státní ministr pro podporu aktivního zapojení občanů Tezuši SAKAMOTO LDP

Státní ministr pro informační technologie a pro vědeckotechnickou politiku Takuja HIRAI LDP

Ministryně pro olympijské a paralympijské hry Tokio 2020 Seikó HAŠIMOTO LDP

Státní ministr pro řízení Komise národní bezpečnosti a pro krizové řízení Hačiro KOKONOĞI LDP

Ministr pro EXPO Sindži INOUE LDP

1.2 Zahraniční politika země



Pro Japonsko jsou nejbližším partnerem Spojené státy americké, se kterými ho pojí i obranná aliance, včetně amerických vojenských základen na vlastním území. V posledních letech lze pozorovat snahu vyvažovat rostoucí mocenské ambice Číny v regionu východní Asie i užší spoluprací se zeměmi ASEAN, v rámci tzv. Quad (neformální uskupení Japonska, USA, Indie a Austrálie) a budováním vztahů s Evropskou unií. Dlouhodobě problematické vztahy zůstávají s Jižní Koreou a Ruskem kvůli historickým reminiscencím promítajícím se do nevyřešených územních sporů.

Japonsko podporuje otevřený mezinárodní obchodní systém a je členem Světové obchodní organizace (WTO). V posledních letech se zasazuje i bilaterálně o zrušení obchodních bariér vyjednáváním dohod o volném obchodu. Japonsko tak ratifikovalo Komplexní dohodu o Transpacifickém partnerství (CPTPP), kde se po odstoupení USA od původní TPP postavilo do čela zbylé skupiny signatářů. Dojednálo s Evropskou unií dosud nejvýznamnější a nejkomplexnější dohodu o volném obchodu pro obě strany, Dohodu o hospodářském partnerství (EPA), která vstoupila v platnost ke dni 1. 2. 2019. Sugova vláda v tomto kurzu úspěšně pokračuje a v roce 2021 ratifikovala dohodu o volném obchodu se Spojeným královstvím a dohodu o Regionálním komplexním ekonomické partnerství (RCEP) s dalšími 14 asijskými a tichomořskými státy.

1.3 Obyvatelstvo

Japonsko má přibližně 126 000 000 obyvatel. Jedná se o jedenáctou nejlidnatější zemi na světě, i když počet obyvatel trvale klesá a má vysoký věkový průměr populace: 48,4 let. Téměř 30 % obyvatelstva je ve věku 65 let a více, přičemž průměrná délka života je 85 let.

Kromě etnických Japonců, jejichž podíl na celkovém počtu obyvatelstva činí 97,8 %, žijí v zemi i následující menšiny:

- 764 tis. Číňanů
- 479 tis. Korejců
- 331 tis. Vietnamců
- 271 tis. Filipínců
- 202 tis. Brazilců
- 89 tis. Nepálců
- 61 tis. Tchajwanců

Hlavními náboženskými směry v zemi jsou šintoismus a buddhismus, k nimž se hlásí drtivá většina obyvatelstva. Ačkoliv se téměř všichni Japonci zúčastňují rituálů a slavností obou směrů, nevnímají to jako aktivní projev víry. Naopak, většina Japonců se považuje za ateisty. Šintoismus navíc není v Japonsku považován za náboženství, ale spíše za způsob vyjádření úcty k přírodě a udržování harmonického vztahu s ní. Přibližně 2 % populace se hlásí ke křesťanství.

Hustota zalidnění je 335 obyvatel na km² a obyvatelstvo se soustřeďuje do velkých městských aglomerací, především kolem Tokia, Ósaky a Nagoji.



2 Ekonomika

Podkapitoly:

- 2.1 Základní údaje
- 2.2 Veřejné finance a státní rozpočet
- 2.3 Bankovní systém
- 2.4 Daňový systém

2.1 Základní údaje

Japonská ekonomika, i přes svoji nespornou sílu a schopnost překonávat vcelku pravidelné přírodní i jiné návazné katastrofy (častá zemětřesení, tajfuny, ničivé tsunami a jím způsobená jaderná havárie ve Fukušimě v r. 2011 atd.), v průběhu druhého desetiletí 21. století zaznamenávala pouze mírný růst. Dlouhodobě stagnující japonská ekonomika, téměř nulová inflace a obrovský veřejný dluh (240 % HDP) jsou vážnými výzvami, se kterými si japonská vláda nedokáže poradit.

Japonská ekonomika navíc čelí rychlému úbytku a stárnutí populace. Podíl obyvatel starších než 65 let je 28 % a v zemi žije již více než 70.000 osob starších 100 let, přičemž porodnost dlouhodobě klesá. Předpokládá se, že v r. 2021 již budou lidé starší 50 let tvořit polovinu obyvatelstva země. Vláda plánuje do roku 2023 zavést několik reforem sociálního zabezpečení, které by měly přispět k růstu zaměstnanosti, a to zejména u žen. Rozvoj lidských zdrojů je součástí širšího cíle vlády na dosažení „supersmart“ společnosti, neboli tzv. „Společnosti 5.0“, a to zejména prostřednictvím rozvoje robotiky, umělé inteligence a dalších špičkových technologií.

V Japonsku se dlouhodobě budovala struktura perspektivních výrobních odvětví s vysokou přidanou hodnotou (automobilový průmysl, elektrotechnika, vyspělé strojírenství, robotika atd.). Rostoucí roli v technologickém rozvoji průmyslu a jeho restrukturalizaci hraje i zohledňování enviromentálních dopadů a především dekarbonizace. Japonsko se ale postupně stalo zemí s převahou služeb (obchod, doprava, zábava, sociální péče, finančnictví, telekomunikace, cestovní ruch), ve kterých je zaměstnána většina pracovní síly.

Situace okolo globálního rozšíření nového koronaviru COVID-19 počátkem roku 2020 tak pouze prohloubila již beztak nepříznivou ekonomickou situaci Japonska. Okamžitý efekt má dramatický pokles počtu turistů z Číny, kterých jen v r. 2019 přijelo do Japonska téměř 10 milionů, což bylo celých 30 % z celkového počtu zahraničních návštěvníků země. Cestovní ruch ale není jediným postiženým odvětvím, velké ztráty hlásí také doprava, maloobchod nebo automobilový průmysl.

Ukazatel	2018	2019	2020	2021	2022
Růst HDP (%)	0,6	0,3	-4,8	2,5	2,7
HDP/obyv. (USD/PPP)	43 290,0	43 960,0	42 780,0	44 700,0	46 950,0
Inflace (%)	1,0	0,5	0,0	0,2	1,0
Nezaměstnanost (%)	2,4	2,4	2,8	2,9	2,7
Export zboží (mld. USD)	735,5	697,4	630,7	708,3	740,9
Import zboží (mld. USD)	725,1	694,0	602,2	691,0	729,0
Saldo obchodní bilance (mld. USD)	10,7	3,5	28,5	31,2	31,5
Průmyslová produkce (% změna)	1,1	-3,0	-10,0	1,9	4,9
Populace (mil.)	127,2	126,9	126,5	126,1	125,6
Konkurenceschopnost	5/140	6/141	N/A	N/A	N/A
Exportní riziko OECD	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Zdroj: EIU, OECD, WEF

2.2 Veřejné finance a státní rozpočet



Japonský státní rozpočet je sestavován na fiskální rok, který začíná 1. dubna a končí 31. března následujícího roku. Návrh státního rozpočtu předkládá vláda ke schválení Dolní komoře parlamentu. Poté je návrh zaslán Horní komoře k aprobaci. Státní rozpočet vstupuje v platnost i v případě, že jej Horní komora neschválí, a to 30 dní po jeho schválení Dolní sněmovnou. Japonská rozpočtová praxe se vyznačuje častým přijímáním tzv. dodatečných rozpočtů. Ty jsou většinou schvalovány ve druhé polovině rozpočtového roku jako forma navýšení původního rozpočtu.

Rozpočet pro rok 2021 potvrzuje trend jeho pokračujícího růstu, a to již devátým rokem v řadě, přičemž potřetí za sebou překonal hranici 100 bil. JPY. Je tak pokračováním expanzivní fiskální politiky, kterou vláda v reakci na koronavirovou krizi uplatňuje. Na jeho základní strukturu se oproti předchozím roků ale mnoho nezměnilo. Jedna třetina (35,8 bil. JPY) je určena k financování sociálního systému, vč. penzí a zdravotnictví, přičemž tyto náklady každým rokem výrazně narůstají s ohledem na rychle stárnoucí populaci. Další položkou, která v posledních letech narůstá, jsou výdaje na obranu (5,3 bil. JPY). Důvodem je stále asertivnější zahraniční politika Číny v regionu i pokračující hrozby ze strany Severní Koreje. Náklady na obsluhu státního dluhu, který v březnu 2021 dosáhl 1 201 bil. JPY, vzrostly na 23,8 bil. JPY, což představuje 22,3 % výdajů. K získání dodatečných příjmů a pokrytí výpadků za nižší daňové odvody způsobené krizí vydala vláda dluhopisy v hodnotě 43,6 mld. JPY, což představuje celých 41 % na příjmové straně.

Veřejné finance	
Saldo státního rozpočtu (% HDP)	-9,0
Veřejný dluh (% HDP)	243,0
Bilance běžného účtu (mld. USD)	186,3
Daně	
PO	15-23,2 %
FO	5-45 %
DPH	8/10 %

2.3 Bankovní systém

Japonské bankovníctví disponuje největším objemem depozit na světě. Centrální banka Bank of Japan (BOJ), vystupuje jako nezávislá instituce, zodpovídající se pouze japonskému parlamentu. V čele BOJ stojí guvernér jmenovaný na pětileté funkční období. Důležitou součástí japonské finanční soustavy je japonská pošta - Japan Post, která spravuje přibližně čtvrtinu veškerých osobních úspor obyvatelstva. Bankovní systém je kromě komerčních bank tvořen také několika specifickými vládními finančními institucemi (Japonská rozvojová banka, Japonská banka pro mezinárodní spolupráci a specializované státní finanční korporace). Japonské banky jsou sdruženy v Japonské bankovní asociaci (Zenginkyo), jež má celkem 249 členů.

Spolehlivost a serióznost japonských bank byla v poválečném Japonsku příslovečná. V 90. letech však došlo k řadě bankovních skandálů, které dobrou pověst japonského bankovního sektoru zpochybnily. V letech 1996–1999 přijala vláda opatření na očištění bankovního sektoru prostřednictvím rekapitalizace bank, deregulace a liberalizace finančních služeb. Tato reforma, někdy označována jako „Velký třesk“ v japonském bankovníctví, přinesla zásadní změny zejména do jeho struktury. V rámci reformy finančního sektoru byly v letech 1998–2000 přijaty zákony směřující k vytvoření uceleného právního rámce pro přeměnu jednotlivých částí japonského finančního sektoru na jednotný moderní finanční systém. Reforma z konce 90. let tak umožnila reorganizaci a restrukturalizaci bankovního sektoru a příliv zahraničního kapitálu.

Pět největších soukromých bank je:

- Mitsubishi UFJ Financial Group
- Chuo Mitsui Trust Holdings
- Resona Holdings
- Sumitomo Mitsui Financial Group (SMFG)
- Mizuho Financial Group

2.4 Daňový systém

Japonsko patří dosud mezi země s poměrně nízkým daňovým zatížením. Daňový systém v Japonsku je stabilní, nebývá předmětem radikálních změn a je založen na sebehodnotící metodě, kdy si každý subjekt spočítá vlastní odvody. U větších společností se pro tyto účely předpokládá zapojení externího účetního, nebo interního auditora. Daňové přiznání musí být odevzdáno místního daňovému úřadu do dvou měsíců po uzavření účetního roku. Daňové úniky a pozdní úhrady jsou přísně trestány vysokými pokutami.

Fyzické osoby

Daň z příjmu fyzických osob je progresivní a pohybuje se v rozmezí 5 – 45 %. Daňová zátěž z příjmu fyzických osob včetně místních daní je



jedna z nejvyšších na světě a v souhrnu činí přes 50 %. Navíc je nutno připočítat platby sociálního zabezpečení, které v sobě obsahují penzijní pojištění, zdravotní pojištění a pojištění v nezaměstnanosti. Platba je rozdělena mezi zaměstnavatele (12,9 %) a zaměstnance (12,0 %).

Právnícké osoby

Sazba daně z příjmu právnických osob se liší podle příjmu společnosti: Pokud je roční příjem firmy nižší než 100 mil. JPY, činí sazba daně 15 % za prvních 8 mil. JPY příjmu, za příjem nad 8 mil. JPY je pak stanovena sazba ve výši 23,2 %. Pokud je roční příjem firmy vyšší než 100 mil. JPY, činí sazba daně z celého příjmu 23,2 %.

Spotřební daň / DPH

Aktuální sazba daně na veškeré prodávané zboží a služby činí 10 % (od 1. 10. 2019), pouze s výjimkou potravin a nealkoholických nápojů, u nichž zůstala v platnosti původní sazba ve výši 8 %.

V dohledné době nejsou změny v daňovém systému plánovány. Nicméně v dlouhodobém horizontu bude změna daňového systému součástí kroků k ozdravení veřejných financí.

Bližší informace lze nalézt na anglickém webu Tokyo Metropolitan Bureau of Taxation.



3 Obchodní vztahy s EU a ČR

Podkapitoly:

- 3.1 Obchodní vztahy
- 3.2 FTA a smlouvy
- 3.3 Rozvojová spolupráce
- 3.4 Perspektivní obory (MOP)

3.1 Obchodní vztahy

Obchodní vztahy s EU

Japonsko je druhým největším obchodním partnerem EU v Asii a šestým celkově, zatímco EU je třetím nejvýznamnějším obchodním partnerem Japonska. Japonsko je také významným investorem v zemích EU. Vývoz EU do Japonska je složen převážně ze strojírenských, dopravních a chemických výrobků, dovoz z Japonska do EU představují strojírenské, dopravní, chemické a zemědělské výrobky.

Obchodní výměna s EU (mil. EUR)

	2018	2019	2020	2021	2022
Export z EU (mil. EUR)	57 806,9	61 089,7	54 472,5	N/A	N/A
Import do EU (mil. EUR)	59 587,9	62 931,7	54 916,6	N/A	N/A
Saldo s EU (mil. EUR)	1 781,0	1 842,0	444,1	N/A	N/A

Zdroj: Evropská komise

Obchodní vztahy s ČR

Japonsko je podle aktuálního obrátu 19. nejdůležitějším zahraničně-obchodním partnerem ČR, přičemž objem vzájemného obchodu vykazuje dlouhodobě mírný růst. Pro Japonsko je dle objemu exportu Česká republika na 39. místě, podle objemu dovozu na 51. místě. Obchodní bilance ČR s Japonskem je dlouhodobě pasivní. Mimo Evropu je Japonsko 4. nejvýznamnějším obchodním partnerem ČR. Na objemu českého vývozu se nejvíce podílejí různá průmyslová zařízení, stroje a dopravní prostředky, významným artiklem je průmyslové spotřební zboží. Tradiční a rostoucí položkou jsou potraviny a nápoje a zejména krmivo pro domácí zvířata. Japonsko také patří k největším odběratelům Žateckého chmele. V dovozu z Japonska jsou největší dovozní skupinou stroje a dopravní prostředky a dále průmyslové spotřební zboží (specializované přístroje). Významnými položkami jsou také kovové výrobky a výrobky z pryže.

Obchodní výměna s ČR (mld. CZK)

	2018	2019	2020	2021	2022
Export z ČR (mld. CZK)	19,8	22,6	20,8	N/A	N/A
Import do ČR (mld. CZK)	68,2	70,5	66,7	N/A	N/A
Saldo s ČR (mld. CZK)	48,4	47,9	45,8	N/A	N/A

Zdroj: ČSÚ

3.2 FTA a smlouvy

Smlouvy s EU

Dohoda o hospodářském partnerství mezi EU a Japonskem (Economic Partnership Agreement - EPA) se začala vyjednávat v roce 2013 a dokončena byla v prosinci 2017 s výjimkou investiční kapitoly. Následně byla EPA v červenci 2018 oběma stranami podepsána a po procesu



ratifikace vstoupila v platnost ke dni 1. února 2019. EPA vytvořila zónu volného obchodu, která pokrývá třetinu světové ekonomiky a více než pětinu světového obchodu. Zároveň představuje výrazné zjednodušení a zlevnění vzájemné obchodní spolupráce mezi EU a Japonskem.

Okamžitě k datu vstupu dohody v platnost bylo odstraněno clo na 90 % vývozu z EU do Japonska a po vypršení přechodných období u nejcitlivějších produktů bude bezcelních 97 % unijních vývozu. Nezávislé studie ukazují, že aplikace výhod obsažených v EPA by mohly přinést potenciální nárůst vývozu EU do Japonska až o 33 % a japonský vývoz do EU by mohl vzrůst o 24 %. Uzavřením dohody byl navíc oběma stranami vyslán významný signál celému světu, že EU a Japonsko podporují volný obchod založený na pravidlech, sdílených hodnotách a ochraně nejvyšších standardů. Vstup EPA v platnost s sebou přináší významné obchodní příležitosti pro české firmy, zejména v oblasti potravinářského a zemědělského exportu (např. odstranění cel u sladu, výrobků z kaka, tabákových výrobků, vína a lihovin, navýšení dovozní kvóty na mléčné výrobky, ochrana zeměpisných označení původu nebo odstranění některých netarifních překážek obchodu jako jsou certifikace nebo uznávání potravinářských aditiv), další příležitosti se ale nabízí také v textilním průmyslu, sklářském průmyslu, v chemickém a farmaceutickém průmyslu nebo v exportu zdravotnických zařízení.

Smlouvy s ČR

- Smlouva mezi Československou socialistickou republikou a Japonskem o zamezení dvojího zdanění v oblasti daní z příjmu, Praha, 11.10.1977, vyhl. č. 46/1979 Sb.
- Smlouva mezi Českou republikou a Japonskem o sociálním zabezpečení. Smlouva byla podepsána v Praze dne 21. února 2008 a vstoupila v platnost dne 1. června 2009. Aktualizována 1. 2. 2017.

3.3 Rozvojová spolupráce

Japonsko je vyspělou zemí a není tudíž příjemcem rozvojové spolupráce z ČR. Obě země příležitostně spolupracují na některých rozvojových projektech ve třetích zemích, jako tomu bylo například v Gruzii, nebo západním Balkánu.

3.4 Perspektivní obory (MOP)

► Energetický průmysl

Oblast energetiky je pro příležitosti v Japonsku perspektivní dlouhodobě. Japonsko má velmi omezené surovinové zdroje a po odstavení většiny jaderných elektráren následkem havárie ve Fukušimě v roce 2011 výrazně stoupl zájem japonské vlády o podporu rozvoje obnovitelných zdrojů energie. Jednou z dlouhodobě perspektivních možností, na níž se již řadu let aktivně účastní české firmy, je rozvoj vodní energetiky, neboť vzhledem k hornatému terénu a velkému počtu řek a kanálů je Japonsko ideálním místem pro výstavbu malých a středních vodních elektráren. Vláda také investuje nemalé prostředky do výzkumu a praktického uplatnění vodíkových technologií, v nichž Japonsko spatřuje velkou budoucnost. Vzhledem k odstraňování důsledků v ýše zmíněné havárie ve Fukušimě, které potrvá několik desítek let, existuje i nadále také velká poptávka po technologiích na odstraňování jaderné kontaminace a technologiích na další zvyšování bezpečnosti elektráren. Perspektivní příležitosti také nabízí budoucí zdroje jaderné energie, především v oblasti vývoje malých jaderných reaktorů, u kterých má Japonsko velká očekávání a považuje je za levnější a hlavně bezpečnější variantu klasických jaderných elektráren.

► ICT

Jako ve všech ostatních vyspělých ekonomikách, i v případě Japonska platí, že míra využití informačních technologií ve společnosti je velmi vysoká. Vyhlášené mimořádné stavy na jaře 2020 a začátku roku 2021 přiměly konzervativní japonské úřady i firmy k přechodu na intenzivní on-line provoz a pouze podtrhly potřebu kvalitního a spolehlivého zajištění obecných IT technologií, jako je kybernetická bezpečnost, zpracování velkého množství dat, monitoring sítí nebo kvalitní lokalizační a překladatelské programy. Přechod velkého množství firem na alespoň částečný provoz typu home office pak vyvolal velkou poptávku po digitalizaci dokumentů, rozvoji systému on-line plateb a urychlení příprav na tzv. „digitální jen“, který by měl spočívat v propojení systémů bezhotovostních plateb, nezávisle poskytovaných v současnosti několika různými institucemi (zejm. komerční banky, provozovatelé městské hromadné dopravy a mobilní operátoři). K dalším perspektivním odvětvím ICT, které vyjdou z aktuální krize posíleny, pak lze zařadit také oblast internetu věcí, umělé inteligence, efektivního řízení municipalit a jejich kompletní infrastruktury (tzv. „smart cities“) nebo e-commerce, kdy se zvyšuje počet nákupů prováděných online.

► Zábava a volný čas

Herní průmysl byl již před koronavirovou krizí jedním z nejrychleji rostoucích sektorů světové ekonomiky. V Japonsku jsou počítačové hry velmi populární a v období nouzového stavu zaznamenaly další nárůst využití. Japonský trh herního průmyslu o velikosti téměř 15 mld. USD je po USA a Číně třetí největší trh na světě. Z tohoto segmentu pak nejrychleji roste oblast mobilních her, která v roce 2020 činí již 6,5 mld. USD a s ohledem na postupné zdokonalování výkonných mobilních telefonů se očekává její další strmý růst. Japonsko navíc dlouhodobě patří k zemím, které udávají trend ve vývoji a budoucím zaměření tohoto odvětví – místní firmy jako Nintendo, SEGA nebo Sony/Playstation patří



k ikonám herního průmyslu. Česká republika má v tomto sektoru dlouhodobě velmi silnou pozici, herní studia jako například Warhorse Studios, Bohemia Interactive, Amanita Design, Beat Games nebo DIVR Labs zaznamenala světový úspěch s mnoha herními tituly a většina z nich již úspěšně vstoupila i na japonský trh. K příležitostem pro úspěch na japonském trhu pak kromě videoher také patří velmi rozšířený segment edukativních her, simulátorů pro praktický výcvik i pro zábavu nebo her zaměřených na amatérskou uměleckou tvorbu (videa, hudba, design, kresby apod.), které jsou v Japonsku také populární a rozšířené. S tím také souvisí rostoucí zájem o VR/AR/MR technologie.

► Zdravotnický a farmaceutický průmysl

Stárnoucí populace a pověstná japonská dlouhověkost kladou značné nároky na zdravotní péči a její finanční i personální zajištění. Tradiční příklon Japonska k moderním technologiím a zejména k robotice vytváří potenciál pro české firmy v oblasti specializovaných lékařských přístrojů, digitální technologie nebo diagnostických přístrojů, včetně zařízení schopných pacienta průběžně monitorovat, aniž by byl připoután na lůžko, a v případě potřeby přivolat pomoc, nebo robotických řešení, jež mohou přispět k mobilitě klientů či jakkoliv usnadnit práci pečovateli a zdravotnickému personálu. V době nejpřísnějších koronavirových omezení se v léčebných nebo pečovatelských zařízeních pro seniory například velice osvědčili humanoidní roboti, a to nejen v roli „podavačů“ různých léků nebo pomůcek, ale i jako náhradní společníci, kteří pacientům nahrazovali omezený styk s nejbližšími. Využití robotiky se v japonském zdravotnictví bude i na základě podobných zkušeností nadále nepochybně zvyšovat. Pro české firmy a výzkumné instituce přinese postkoronavirová éra nárůst příležitostí v oblasti dodávek nebo společného výzkumu a vývoje v oblasti zdravotnických pomůcek, lékařských a diagnostických přístrojů a vybavení nemocnic, případně při vývoji a testování léků a vakcín. Samostatnou kapitolou, kde se farmaceutický průmysl organicky mísí s oblastí ICT, je pak plánovaný rozvoj tzv. „Smart laboratories“ pro automatizaci, zintenzivnění a urychlení výzkumu za využití umělé inteligence, IoT a robotiky.

► Zemědělský a potravinářský průmysl

Japonsko je čtvrtým největším dovozcem potravin na světě a největším importérem masa. Jedním z hlavních důvodů nízké soběstačnosti je relativně malá rozloha území využitelná pro zemědělské účely, nyní je využíváno okolo 12 % celkové rozlohy. Potravinová soběstačnost je proto jedním z důležitých témat japonské agrární politiky. Nyní má Japonsko potravinovou soběstačnost na rekordně nízkých 37 %. V době nouzového stavu vyvolaného epidemií Covid -19 vzrostla z důvodu zkrácené otevírací doby restaurací poptávka po polotovarech, hotových jídlech určených k přímé spotřebě i základních potravinách např. masa z důvodu většího zájmu o vaření doma. V postkoronavirové době se očekává návrat zákazníků do restaurací a s tím spojená zvýšená spotřeba alkoholických nápojů a ingrediencí používaných v restauračních zařízeních pro přípravu jídel.



4 Kulturní a obchodní jednání

Podkapitoly:

- 4.1 Úvod
- 4.2 Oslovení
- 4.3 Obchodní schůzka
- 4.4 Komunikace
- 4.5 Doporučení
- 4.6 Státní svátky

4.1 Úvod

Japonská kultura je unikátní a výsledkem staletí trvajících vývoje. Mezi její hlavní charakteristiky patří úcta ke stáří a statusu (který může být dán postavením ve společnosti, dosaženým vzděláním a rodinným stavem), dlouhodobé budování vztahů, skromnost a omezené expresivní vyjadřování. Je proto vhodné před jednáním s japonskými partnery věnovat alespoň minimální přípravu kulturním odlišnostem, se kterými se lze setkat. Nemusíte se nicméně bát, že jakékoliv odchýlení se od těchto pravidel či drobný přešlap automaticky znamená konec vyhlídek na uzavření obchodní dohody. Japonci jsou tolerantní a jsou si vědomi, že nejednají s japonským protějškem, a proto od vás nebudou vyžadovat naprosto přesné dodržování všech pravidel etikety. Dodržování japonských pravidel nicméně přispívá k dobrému prvnímu dojmu a získání důvěry.

4.2 Oslovení

Navazování přímých obchodních kontaktů v Japonsku je velmi obtížný a zdoluhavý proces, vyžadující trpělivost, zkušenosti s jednáním s japonskými obchodníky a řadu marketingových informací a dovedností. V Japonsku neexistuje ucelená databáze potenciálních dovozců dle dovozních položek. Další komplikací je vysoký počet obchodních subjektů propojených osobními vazbami na odběratele, přičemž osobní kontakty obchodních partnerů jsou neopominutelnou podmínkou dlouhodobého obchodního vztahu a mají ještě větší důležitost než v jiných zemích.

Dnes je i v Japonsku běžné, že firma udává e-mailovou adresu, na kterou je možno zaslat první kontaktní dopis nebo nabídku, případně je kontaktní formulář součástí jejich webových stránek. I tak ale často narazíte na firmu, který kontaktní e-mailovou adresu na svoji webové stránce neuvádí. V případě kontaktního formuláře po vyplnění čekáte na odpověď. Firmy, které mají partnery hlavně japonské, mají často stránku jen v japonštině. Jestli chcete s takovou firmou spolupracovat nebo spoluobchodovat, musíte si uvědomit, že není zvyklá se zahraničním partnerem obchodovat, nebo neumí anglicky. Oficiálním jazykem je japonština a anglicky mnoho lidí nemluví, a to ani v rámci podnikatelské sféry. Je tedy běžné, že na oslovení v angličtině není nikdy odpovězeno právě pro její neznalost. Úvodní kontakt vyžaduje především poskytnutí dostatečně detailních údajů o vlastní osobě a firmě, teprve následně o obsahu nabídky.

Japonští odborníci sami doporučují následující postup: při prvním oslovení firmy nabídku formulovat obecněji a neuvádět mnoho podrobností, o to více se však soustředit na zevrubné představení vlastní firmy a na fakta ukazující její tradici, bonitu, spolehlivost a mezinárodní zkušenosti. V prvním e-mailovém dopise je vhodné požádat, aby ten, kdo ho čte, sdělil odesílateli jméno a kontaktní údaj na pracovníka, jemuž bude vyřizování této věci příslušet. Teprve v komunikaci s tímto věcně příslušným pracovníkem firmy je vhodné se zaměřit na konkrétní, podrobnější okolnosti nabídky.

4.3 Obchodní schůzka

Při domluvě osobního setkání je dobré snažit se vyhovět okolnostem protistrany a jednou stanovený termín již pokud možno neměnit. Stejně tak důležitá je časová dochvilnost (nedoporučuje se však na místo jednání dorazit dříve o více než 10 minut). Na důležitá obchodní jednání je tak nezbytné mít tlumočnicka, resp. je třeba si předem ověřit, zdali je možné uskutečnit schůzku v angličtině, nebo zdali bude nutné zajistit přítomnost tlumočnicka. Podklady i vizitky je vhodné mít rovněž přeložené do japonštiny. S ohledem na jazykovou (ne)vybavenost Japonců je ideální mít veškeré materiály přeložené do japonštiny, při první seznamovací schůzce jsou nicméně ve většině případů podklady v angličtině



dostačující. V pokročilejších fázích jednání však důrazně doporučujeme mít např. produktové katalogy i v japonské verzi. Pokud budete během schůzky používat prezentaci, nezapomeňte připravit pro vaše partnery i její tištěnou verzi.

Nezbytné je i formální oblečení, kdy oblek s kravatou je naprostou samozřejmostí. V letním období (cca květen až říjen) je na japonských úřadech i ve většině velkých firem oficiálně zaveden tzv. „Cool-biz“ dress code a nikdo se tak nepozastaví nad tím, když v létě přijdete na jednání v obleku bez kravaty.

Tradičním způsobem pozdravu je sice v Japonsku úklona, není však výjimkou, že si s vámi bude chtít japonský partner při seznámení potřást rukou. Doporučujeme proto vyčkat a přizpůsobit se preferovanému způsobu pozdravu vašeho protějšku. Následně je zvyklostí si před řešením obchodních záležitostí také krátce volně popovídat (například o tom, jaká byla cesta na jednání či o aktuálním počasí a podobně).

Při osobním jednání s japonskými partnery je třeba respektovat jejich styl komunikace - při jednání se nespěchá, velký důraz se klade na zdvořilost a

rozvážnost v projevu, nevhodná je také nadměrná gestikulace. V průběhu samotné schůzky je důležité ukázat zájem o vašeho obchodního partnera. K prohloubení obchodního vztahu pak bezesporu přispívají i neformálnější setkání – pozvání na oběd, večeři či v pokročilejších fázích jednání i do baru nebo na karaoke jsou běžnou součástí obchodního jednání. Během těchto setkání je zcela běžná konzumace alkoholu (nejčastěji piva a saké), zvláště v regionech Šikoku, Kjúšú, nebo na Okinawě. Tradice v Japonsku velí, že pokud je vaše sklenice prázdná, dáváte tím hostiteli najevo, že chcete dolít. Proto pokud již nechcete pokračovat v pití, nechte vaši sklenici poloprázdnou.

Dle pozice sedí nejvýše postavená osoba na místě 1, další na 2. a 3. místě. Od vchodu nejdál sedí vysoce postavená osoba a blízko vchodu sedí podřízený. Jednání by zpravidla měla vést vedoucí/seniorní osoba. Přesné složení vyjednávacího týmu není stanoveno.



Neodmyslitelnou součástí osobního obchodního styku je výměna vizitek, kterých je třeba mít pro pobyt v Japonsku velkou zásobu. Běžné jsou dvoustranné vizitky s anglickou i japonskou verzí. Je třeba dbát i na formu jejich předání, podávají a přebírají se oběma rukama a otočené tak, aby je partner mohl ihned přečíst. Po předání je důležité si vizitku v rychlosti pročit a v případě nějakých nejasností (například správná výslovnost jména protistrany) se okamžitě zeptat. Slušností je obdrženou vizitku si položit před sebe na kraj stolu a uklidit ji až na konci jednání.

Kapitolou samo o sobě jsou dárky. Ty se očekávají jak na první schůzce, ale i během následujících jednání. K jejich předávání zpravidla dochází ke konci setkání a rozbalují se až v nepřítomnosti darujícího, aby se předešlo případným rozpakům z nevhodného dárku. Dary se vždy přijímají oběma rukama a je slušností jej nejdříve jednou či dvakrát odmítnout. Zvolení darovaného předmětu se odvíjí především od pozice obdarovaného, vhodné jsou pak především regionální produkty či potraviny. Za vyložení nevhodné jsou považovány snad jen bílé květiny (používají se při pohřbech) a reklamní předměty. Japonci si velmi potrpí i na formu, dárek proto vždy pečlivě a krásně zabalte.

Při prohlídce (návštěvě delegace) je vhodné se na program soustředit a ukazovat zájem. Oddělit se od skupiny a sám se procházet, jít ven kouřit, věnovat se telefonu apod. není doporučeno a je to vůči hostitelům a průvodcům neslušné.

V Japonsku je také zvykem krátce po skončení jednání vyjádřit obchodnímu partnerovi ještě jednou stručné poděkování za to, že si na vás udělal čas (například telefonicky či emailem).

4.4 Komunikace

Obecně platí, že Japonci vítají častou komunikaci/korespondenci a rychlé odpovědi. I kdyby se stala malá změna (změna dodacího termínu, další poznámky atd.), je lepší o tom pokaždé informovat. Jedním ze základních pravidel pro úspěšný obchod v Japonsku je tak neustálé udržování kontaktu s vašim japonským protějškem a právě email bezprostředně zasláný po schůzce, do kterého přiložíte použité prezentace, zopakujete závěry jednání či dodáte slíbené informace, je ideálním způsobem jak toho přirozeně docílit.

Oficiálním jazykem je japonština a anglicky mnoho lidí nemluví, a to ani v rámci podnikatelské sféry. Na důležitá obchodní jednání je tak nezbytné mít tlumočníka, resp. je třeba si předem ověřit, zdali je možné uskutečnit schůzku v angličtině, nebo zdali bude nutné zajistit přítomnost tlumočníka. Podklady i vizitky je vhodné mít rovněž přeložené do japonštiny. S ohledem na jazykovou (ne)vybavenost Japonců je ideální mít veškeré materiály přeložené do japonštiny, při první seznamovací schůzce jsou nicméně ve většině případů podklady v angličtině dostačující. V pokročilejších fázích jednání však důrazně doporučujeme mít např. produktové katalogy i v japonské verzi. Pokud budete během schůzky používat prezentaci, nezapomeňte připravit pro vaše partnery i její tištěnou verzi.

Vyložení tabuizovaná téma v Japonsku nejsou, nicméně je nutné si uvědomit, že Japonci nejsou příliš zvyklí diskutovat a na některá témata nemusí mít žádný názor a pokud je k nim položen dotaz, mohou se dostat do rozpaků. Je proto spíše doporučováno volit méně kontroverzní



témata jako místo narození a charakteristiky rodné prefektury, včetně lokálních specialit.

K oficiální komunikaci se aplikace typu Messenger nebo WhatsApp nepoužívají, i když i v tomto ohledu lze pozorovat jistý posun. Nejběžnější komunikační aplikací v Japonsku je LINE.

4.5 Doporučení

Obchodní výměna mezi Japonskem a Českem se vyznačuje velkou nerovnováhou v objemu, Česko je malá exportně orientovaná ekonomika, japonská je oproti tomu třetí největší ekonomikou světa, typická vysoce rozvinutým, velmi konkurenčním a zároveň velkým vnitřním trhem s vysokou kupní silou obyvatel; české firmy proto musejí nabízet opravdu unikátní produkty – unikátní buď inovacemi, nebo naopak tradicí (české značky a výrobky známé ve světě svou tradiční kvalitou). Japonské firmy a investoři mají zájem především o pokročilé, inovativní a konkurenceschopné technologie z oblasti informačních a komunikačních technologií, nanotechnologií a biotechnologií; koncoví zákazníci velmi často upřednostňují kvalitu před cenou a šanci na úspěch tak má i designové a luxusní zboží.

Pro úspěšné prosazení se na náročném japonském trhu je nezbytnou podmínkou kvalitní obchodní zastoupení či spolupráce s na trhu úspěšným partnerem. Snaha o úspěch v B2C segmentu je nicméně extrémně časově a finančně náročná, a prostor pro české firmy tak spočívá především v B2B. Při výběru obchodního spojení doporučujeme orientovat se na významné zastupitelské, obchodní nebo výrobní firmy s dobrou pověstí. Japonský obchod je charakteristický vyšším počtem mezičlánků mezi výrobcem a prodejcem zapojených do distribuce, a partner orientující se ve složitostech distribučního kanálu a mající dostatečný záběr kontaktů je tak jedním z klíčových prvků pro úspěch na japonském trhu.

Neméně důležitá je i zevrubná znalost situace na japonském trhu u konkrétního typu zboží, kdy doporučujeme si předem ověřit, co nabízí domácí a zahraniční konkurence, a vyhodnotit, jaké komparativní výhody má váš produkt oproti výrobkům či technologiím, jež jsou v Japonsku již dostupné. Jak již bylo několikrát zmíněno, šanci na úspěch má opravdu pouze unikátní či inovativní produkt/technologie/řešení.

4.6 Státní svátky

- 1. ledna (Nový rok, gandžicu)
- druhé pondělí v lednu („Příchod do plnoletosti“, seidžin no hi)
- 11. února (Den vzniku císařství, kenkoku kinenbi)
- 23. února (narození císaře, tennó tandžóbi)
- 20. či 21. března (jarní rovnodennost, šunbun no hi)
- 29. dubna (den Šówa, Šówa no hi)
- 3. května (Den ústavy, kenpó kinenbi)
- 4. května (Zelený den, midori no hi)
- 6. května (Dětský den, kodomo no hi)
- třetí pondělí v červenci (Den oceánu, umi no hi)
- 11. srpna (Den hor, jama no hi)
- třetí pondělí v září (Den úcty ke starým a k dlouhověkosti, keiró no hi)
- 23. či 24. září (podzimní rovnodennost, šúbun no hi)
- druhé pondělí v říjnu (Den zdraví a sportu, taiiku no hi)
- 3. listopadu (Den kultury, bunka no hi)
- 23. listopadu (Den práce, kinrókanša no hi)

Pokud svátek připadá na neděli, je podle zákona o státních svátcích přesouván na pondělí.



5 Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu

Podkapitoly:

- 5.1 Vstup na trh
- 5.2 Formy a podmínky působení na trhu
- 5.3 Marketing a komunikace
- 5.4 Problematika ochrany duševního vlastnictví
- 5.5 Trh veřejných zakázek
- 5.6 Platební podmínky, platební morálka a řešení obchodních sporů
- 5.7 Víza, poplatky, specifické podmínky cestování do teritoria
- 5.8 Zaměstnávání občanů z ČR
- 5.9 Veletrhy a akce

5.1 Vstup na trh

Japonsko přes pověst chráněného až uzavřeného trhu skýtá řadu exportních příležitostí. V posledních letech došlo k výrazné liberalizaci trhu a zjednodušení dovozních procedur, čemž přispělo i uzavření Dohody o hospodářském partnerství mezi EU a Japonskem.

Relevantní odkazy:

- Aktuální vývozní procedury do Japonska
- Japonský celní sazebník
- Japonské překážky obchodu – stránky EU-Japan Centre for Industrial Cooperation

Japonský distribuční systém je neobvykle složitý a zboží obvykle k zákazníkům putuje přes několikastupňový systém dodavatelů, kterému se nelze vyhnout. Pro malé a střední firmy z ČR je tak výhodné využít služeb zprostředkovatelských firem. Společnosti do čtyř zaměstnanců tvoří více než 60% veškerých registrovaných firem, přičemž více než polovina z nich je v soukromém držení jednoho vlastníka.

5.2 Formy a podmínky působení na trhu

V Japonsku existuje velké množství zprostředkovatelských firem v zahraničním obchodu - od velkých tradingových společností (sogo shosha), přes střední a malé specializované obchodní firmy (senmon shosha) až po individuální soukromé osoby pracující jako prostředníci. Využívání místních dovozců - zástupců je v Japonsku nezbytným způsobem uplatnění se na trhu. Vzhledem k vysokému počtu subjektů jsou možnosti zastoupení velmi široké, složitější je najít vhodného partnera s odpovídajícím napojením na širokou distribuční síť. Zájem o zastupování zahraničního výrobce stoupá s atraktivností výrobků, které se pro japonský trh nabízejí. Ve většině případů se požaduje exkluzivita zastoupení. Zastupitelská smlouva je pro Japonsko nejjednodušší formou zastoupení, která může být vypovězena ve dvouměsíční výpovědní lhůtě. Dalšími formami vstupu na japonský trh je licenční a technologický transfer (např. u software) nebo společné podnikání formou joint-venture na základě partnerské dohody (incorporated partnership company).

Pro české firmy, které nemají přímé napojení na světové nadnárodní firmy s vlastní distribucí na japonském trhu, zůstává jednou z mála možností pro vývoz do Japonska vhodné obchodní spojení na místního dovozce, který má dobré napojení na místní distribuci. Na rozdíl od minulosti se dovozem zabývá širší okruh firem, včetně některých výrobců, velkoobchodů a maloobchodů, což z jedné strany nabízí přímější cestu k odběrateli, na druhé straně komplikuje výběr partnera. V posledních letech přibývají i firmy, které chtějí dovážet např. suroviny, polotovary, komponenty nebo strojní zařízení přímo od zahraničních výrobců. Zájem o přímé dovozy spotřebního zboží mají i obchodní domy.

Vzhledem k vysokým nárokům na záruční a pozáruční servis výrobků dlouhodobé spotřeby, nutnosti získání certifikace u některých komodit a vzhledem k dalším specifikům japonského trhu, dává japonský zákazník přednost nákupům od japonského zprostředkovatele namísto přímých nákupů od zámořského výrobce. Japonské firmy někdy nabízejí zastoupení i pro některé země v jihovýchodní Asii, případně i pro další země.



Tato nabídka se objevuje především u tradingových společností. Vzhledem k vysokým běžným nákladům na provoz zastoupení je nejvýhodnější formou spojení s dovozní firmou pracující na vlastní účet. Zahájení vývozu do Japonska zpravidla trvá nejméně 6 - 12 měsíců od zahájení úvodních jednání, ve valné většině případů však ještě déle.

Zřízení vlastního zastoupení v Japonsku je komplikovanou a nákladnou záležitostí. Zahraniční firmy mají možnost podnikat různými formami. Právní formu zahraniční společnosti nebo zastoupení upravuje obchodní zákoník.

5.3 Marketing a komunikace

V Japonsku jsou dostupnými formami propagace se zaměřením na vyhledávání dovozců a velkoobchodů:

- účast na specializovaných mezinárodních výstavách a veletrzích
- umístění vzorků zboží v některých stálých výstavních prostorách (MIPRO, IBO Ósaka aj.)
- firemní prezentace, odborné semináře
- publikace v odborném tisku
- cílené PR akce, tiskové konference
- využívání inzerce, vč. bezplatné inzerce v „newsletters“ oborových dovozních sdružení
- akvizičně cílené obchodní pobyty

Vlastní propagační činnost a marketing, cílený na konečného odběratele, je pak třeba přenechat japonským zástupcům - dovozcům. ČR nemá v exportní nabídce potřebné světové značky a Japonsko je právě trhem světových značek. Jedinou všeobecně známou značkou, alespoň u starší generace Japonců, je Bohemia Crystal. Všeobecně japonští distributoři kvalitního českého zboží zpravidla nedosahují takového obratu, aby mohli financovat rozsáhlou propagační kampaň cílenou na konečného spotřebitele. Využití místních PR agentur může být pro české společnosti mimořádně nákladné.

5.4 Problematika ochrany duševního vlastnictví

V Japonsku je základní právní úpravou v oblasti ochrany duševního vlastnictví "Zákon o duševním vlastnictví č. 122/2002", na který navazují další zákony zaměřené na specifické oblasti úpravy. Mezi ně např. patří: patentový zákon, zákon o užitém vzoru, zákon o designu, zákon o nekalé soutěži a autorský zákon. Podrobné informace o právu průmyslového vlastnictví v Japonsku lze nalézt na stránkách Japonského patentového úřadu.

Japonsko je zemí, kde se ochrana duševního vlastnictví přísně dodržuje. Velvyslanectví ČR v Tokiu dosud nezaznamenalo žádný případ porušování práv duševního vlastnictví ze strany japonských firem či jednotlivců vůči českým subjektům.

5.5 Trh veřejných zakázek

Veřejné zakázky se v Japonsku zadávají formou veřejných soutěží, jichž se mohou účastnit předem kvalifikovaní dodavatelé. Status kvalifikovaného dodavatele lze získat podáním přihlášky a splněním podmínek u státních institucí, které veřejné zakázky zadávají (ministerstva a vládní agentury, veřejná televizní síť NHK, atd.). Na základě předkvalifikace získá dodavatel možnost zúčastnit se veřejných soutěží v rámci resortu, který mu status uděluje.

I po udělení statusu kvalifikovaného dodavatele existuje řada dalších podmínek, které musí účastník výběrového řízení splňovat. Firmy, které vyrábějí nebo prodávají určité zboží, musí získat souhlas a licenci k této činnosti v souladu s japonskými zákony. Například dodavatelé zdravotnické techniky musí předložit notifikaci podle Zákona o farmacii. Potenciální dodavatelé by se měli rovněž seznámit s nepovinnými technickými specifikacemi, jako jsou např. japonské průmyslové normy (Japanese Industrial Standards - JIS). Podrobné informace o jednotlivých normách lze nalézt na webové stránce Japanese Standards Association (JSA).

Obecně jsou pravidla pro vládní tendry stanovena ze strany WTO v Dohodě o veřejných zakázkách (GPA). Otázku veřejných zakázek pro firmy ze zemí EU pak výrazně zjednodušilo sjednání Dohody o hospodářském partnerství (EPA), v níž je veřejným zakázkám věnována celá jedna kapitola (kap. 10). I přes výše uvedené dohody je však účast zahraničních subjektů ve výběrových řízeních pro státní zakázky stále relativně složitá. Účast zahraničních firem, včetně velkých světových inženýrských společností, je velmi problematická také z důvodu jazykové bariéry (oficiálním jazykem je japonština), provázanosti osobních vztahů úředníků a firemních zástupců, nedůvěry k zahraničním partnerům apod. Pro české firmy je přímá účast na veřejných zakázkách v Japonsku velmi obtížná.



Japonská vládní agentura JETRO vytvořila on-line databáze v anglickém jazyce, ve které jsou publikovány zakázky vlády, vládních agentur, národních univerzit a samostatných vládních institucí. Databáze obsahuje oznámení a výzvy k účasti, které jsou publikovány v "Official Gazette" (Official Gazette je pouze v japonském jazyce). Každý rok je v databázi registrováno 13 000 – 15 000 oznámení zakázek a dalších informací. Databáze obsahuje také vybrané zakázky místních vlád v Japonsku. Každá vládní instituce má pro veřejné soutěže své kontaktní místo.

Postup řízení, včetně kontaktních míst, je uveden v publikaci „Q&A on Government Procurement Contracts - Guide to the Government Procurement Market of Japan“, kterou vydává japonské Ministerstvo zahraničních věcí. Informace je k dispozici v agentuře CzechTrade či na webových stránkách japonského Ministerstva zahraničních věcí.

5.6 Platební podmínky, platební morálka a řešení obchodních sporů

Japonští obchodníci jsou vesměs velmi solidními partnery, respektují smlouvy a své závazky plní. Opačným a velmi závažným problémem je neplnění závazků českých firem z hlediska kvality a včasnosti dodávek. V Japonsku se na dodací a kvalitativní podmínky nahlíží zcela nekompromisně a jsou přesně zakotveny ve většině smluv včetně sankčních ustanovení. Při neplnění kvalitativních a kvantitativních podmínek, termínů dodávek apod. je penále za neplnění tím nejmenším postihem. Výsledkem je ztráta důvěry a japonské firmy již kontrakt s takovým partnerem v naprosté většině případů neobnoví.

Platební podmínky závisí do značné míry na tom, do jaké míry se obchodní partneři znají a důvěřují si. U velkých tradičních japonských obchodních firem není vzhledem k jejich vysoké bonitě nutné trvat na platebních podmínkách, které dávají vysoké jistoty prodávajícímu, jako jsou platby předem nebo dokumentární akreditivy. Trvání českého exportéra na těchto podmínkách za každou cenu by dokonce mohlo být kontraproduktivní, neboť japonský partner by to mohl vnímat jako výraz nedůvěry, což by ohrozilo budování dlouhodobého obchodního vztahu.

Řešení obchodních sporů je v Japonsku velmi obtížné, a to nejen kvůli jazykové bariéře, ale především z důvodu zdlouhavosti a komplikovanosti postupů, vysokým nákladům na právní zastoupení apod. Výsledek soudního rozhodnutí navíc představuje většinou rozhodnutí o nutnosti splnění smluvního závazku. Nejčastějším řešením obchodního sporu je vzájemná neformální dohoda. Japonci dávají mnohdy přednost vlastní ztrátě a s firmou, s níž by měli vést spor, raději přeruší obchodní styk.

5.7 Víza, poplatky, specifické podmínky cestování do teritoria

Důležité upozornění: údaje uvedené níže v této kapitole nezohledňují aktuální cestovní a vízová omezení zavedená v Japonsku z důvodu pandemie koronaviru COVID-19. Předpokládá se, že po zrušení těchto omezení se situace vrátí k původnímu stavu. V každém případě ale doporučujeme před plánováním cesty do Japonska ověřit aktuální stav na webových stránkách Velvyslanectví Japonska v Praze nebo Velvyslanectví ČR v Tokiu a případné individuální dotazy konzultovat telefonicky.

Japonsko a Česká republika od roku 1998 praktikují bezvízový turistický styk. Český turista může v Japonsku pobývat po dobu až 90 dnů. Podmínkou je, že občan ČR na území Japonska nebude vykonávat výdělečnou činnost. Občané ČR mohou cestovat do Japonska s biometrickým pasem ČR. Minimální doba platnosti pasu není stanovena. Japonsko vyžaduje povinné snímání biometrických dat jako součást imigrační procedury. Každý návštěvník je na letišti požádán o poskytnutí otisků obou ukazováků a pořízení fotografie obličeje. Získané údaje jsou poté porovnány s databází osob, které Japonsko považuje za nežádoucí. Cestující, který se rozhodne biometrické údaje neposkytnout, nebude na území vpuštěn a na vlastní náklady bude nejbližším spojem navrácen do země odletu. Děti do 16 let jsou povinnosti odevzdání biometrických dat zproštěny. Návštěvníci jsou také žádáni o vyplnění imigrační a celní příletové karty, kterou zpravidla obdrží již na palubě letadla.

Samostatnou kategorii tvoří investoři a manažeři, kterým je po splnění příslušných požadavků udělován souhlas s pobytem na dobu 6 měsíců, jeden nebo tři roky. Žádost se předkládá předem na japonském velvyslanectví v zemi pobytu a musí být doložena řadou dokumentů o osobě žadatele, o zajištění jeho pobytu v Japonsku, o firmě, ve které bude žadatel působit (nebo ji zastupovat), včetně podrobného podnikatelského plánu. Vyřízení žádosti trvá cca 2–3 měsíce.

Japonské imigrační předpisy přiznávají úředníkům řadu oprávnění při posuzování a rozhodování o žádostech o krátkodobý pobyt (víza) nebo o dlouhodobý pobyt a umožňují jim vyžadovat od žadatele dodatečné písemné dokumenty či garance. Výše uvedené informace lze proto pokládat pouze za základní, s tím, že je nezbytné konzultovat v individuálních případech žádosti s japonským zastupitelským úřadem v Praze nebo v místě dlouhodobého/trvalého pobytu.

Doporučuje se přijíždět do Japonska s hotovostí na pokrytí potřeb na první dny, případně si hotovost vyměnit ihned po příletu do Japonska na letišti. Provozní doba japonských bank je kratší, než je tomu v Evropě. Některé bankomaty jsou pouze v japonštině a většina z nich navíc neakceptuje zahraniční karty. Nejvýhodnější je z pohledu výběru hotovosti na zahraniční platební kartu síť bankomatů obchodů 7-Eleven (7



Bank) a bankomatů japonské poštovní banky (JP Bank).

Řidičský průkaz ČR není japonskými úřady akceptován. Výjimka je nicméně přiznávána občanům ČR s povoleným dlouhodobým pobytem, kteří mohou získat japonský ŘP na základě předložení ověřeného překladu ŘP, vystaveného v ČR. Ostatní občané ČR by měli vlastnit mezinárodní řidičský průkaz, ten však platí pouze jeden rok. V Japonsku se jezdí vlevo. Za jízdu pod vlivem alkoholu jsou vysoké pokuty.

Japonsko je ale jinak mimořádně bezpečnou zemí, cizinci se mohou pohybovat kdekoli a v jakoukoliv denní dobu, aniž by se tím vystavovali riziku.

5.8 Zaměstnávání občanů z ČR

Pracovní pobyty cizinců v japonských firmách jsou dnes stále častější. Japonsko vydává řadu různých druhů víz za účelem zaměstnání, specifikovaných podle druhu provozované činnosti. Pracovní víza jsou většinou určena učitelům, odborným pracovníkům a vedoucím pracovníkům. Základní přehled podmínek pro udělení víz lze nalézt na webu japonského Ministerstva zahraničních věcí.

Imigrační politika pro pracovní pobyt je přísná a aktuální podmínky je třeba v každém konkrétním případě konzultovat s Velvyslanectvím Japonska v Praze nebo se zástupci pražské kanceláře japonské vládní agentury JETRO. Ke dni 1. 11. 2018 vstoupila v platnost Dohoda o vízech k pracovní dovolené mezi Českou republikou a Japonskem (tzv. Working Holidays). Mladým lidem ve věku 18 – 30 let je tak dána možnost pobývat na území druhého státu po dobu maximálně jednoho roku s výhodou, že budou moci pracovat a získat tak finanční prostředky ke krytí pobytových nákladů. Udělené vízum je pro účastníky tohoto programu současně pobytovým titulem i pracovním oprávněním. Detailní informace k podávání žádostí českých občanů o japonská víza k pracovní dovolené jsou k dispozici na internetových stránkách Velvyslanectví Japonska v Praze. Výše minimální mzdy se mění v závislosti na prefektuře (v Tokiu je nejvyšší - 1013 JPY/hod), přičemž průměr je 902 JPY/hod.

V Japonsku se přísně trestá nelegální práce. Jakmile proto imigrační policie nabude podezření, že cílem cesty občana není turistika, ale nelegální zaměstnání či jiná činnost, která je v rozporu s deklarovaným účelem cesty, nevpustí ho do země. Občan pak musí čekat na letišti na nejbližší let do ČR. Pokud není ten den v letadle volné místo, je nucen přespat v letištním hotelu, kde si sám hradí veškeré náklady, včetně policejního dozoru, a to až do odletu. Tyto náklady činí okolo 300–400 USD/noc. Riziko nevpuštění do země je vysoké zejména u těch cestovatelů, kteří v Japonsku pobývají již poněkolidkrát v krátké době v rámci bezvízového turistického styku.

Vzhledem k poměrně vysokým nákladům na zdravotní péči se doporučuje uzavřít před cestou do Japonska cestovní zdravotní pojištění zahrnující úhradu nákladů na repatriaci či převoz ostatků.

Běžná návštěva praktického lékaře s předepsáním léků stojí celkem okolo 10 000 JPY (tedy cca 2 000 Kč). Drahé je zubní ošetření, kdy vstupní konzultace bez ošetření může stát okolo 7 000 JPY. V případě hospitalizace se náklady pohybují v řádech statisíců až milionů jenů, přičemž si pacient zvláště hradí náklady na stravu, lůžko, služby atd. Úroveň zdravotnických služeb odpovídá běžnému standardu zemí EU. Problémem je jazyková bariéra, neboť lékaři často (stejně jako většina obyvatel Japonska) nemluví anglicky. Při objednání se tak doporučuje ověřit, zda lze s lékařem hovořit anglicky.

V případě naléhavé potřeby lze po 24 hodin denně kontaktovat Japan Helpline (rady pro cizince v angličtině) na bezplatném telefonním čísle: 0120-461 997 nebo záchrannou službu na telefonním čísle 119. Zdravotní problémy lze rovněž konzultovat s Asociací lékařů v Asii AMDA na telefonním čísle: 03-5285 8088 nebo s Free Medical Information Services na telefonním čísle: 03-5285 8181. Pomoc s vyřizováním formalit v případě dopravní nehody nabízí Information Service for Foreigners na telefonním čísle: 03-5320 7744.

5.9 Veletrhy a akce

Účast na výstavách a veletrzích v Japonsku je pro české podniky relativně nákladnou záležitostí, zejména z pohledu cestovních a pobytových nákladů, nicméně tato účast je velmi vhodnou formou vstupu na trh. Hlavní výstavní akce mají vysokou odbornou návštěvnost, což zaručuje oslovení širokého okruhu potenciálních partnerů. V Japonsku se každoročně koná více než 150 všeobecných i odborných veletrhů a výstav. Pro rozhodnutí o aktivní účasti na veletrhu se doporučuje konzultovat s organizátorem přesné zaměření veletrhu, profil vystavovatelů a návštěvníků, mezinárodní účast apod.

Vybrané mezinárodní veletrhy:

Obor: Nanotechnologie

Nano tech

Místo a termín konání: Tokio (Tokyo Big Sight), počátek února Frekvence: každoročně

Obvyklá účast: počet vystavovatelů: 510,

počet návštěvníků: 45 000



web: <http://www.nanotechexpo.jp>

Obor: Potraviný a potravinářský zařízení

FOODEX JAPAN: International Food and Beverage Exhibition

Místo a termín konání: Chiba (Makuhari Messe - Nippon Convention Centre), březen

Frekvence veletrhu: každoročně Obvyklá účast: počet vystavovatelů: 2 400 ze 72 zemí/regionů,

počet profesionálních návštěvníků: 74 000

web: <http://www3.jma.or.jp/foodex/en/>

Obor: Vesmír

JAPAN AEROSPACE

Místo a termín konání: Tokio (Tokyo Big Sight), jednou za 2 roky,

web: <http://www.japanaerospace.jp/en/index.html>

Obor: Biotechnologie

BIO JAPAN

Místo a termín konání: Jokohama (Pacifico Yokohama), koná se každoročně v říjnu

web: <https://www.ics-expo.jp/biojapan/en/>

Obor: Všeobecné

Tokyo International Gift Show

Místo a termín konání: Tokio (Tokyo Big Sight), vždy únor a říjen

Frekvence veletrhu: dvakrát ročně

Obvyklá účast: počet vystavovatelů: 2 500,

počet návštěvníků: 200 000 web: <http://www.giftshow.co.jp/english/index.htm>

Obor: Obaly a balící stroje

Tokyo International Packaging Exhibition

Místo a termín konání: Tokio (Tokyo Big Sight), říjen

Frekvence: každý druhý rok, příští ročník v únoru 2021

Obvyklá účast: počet vystavovatelů: 500, počet návštěvníků: 70 000 web: <http://www.tokyo-pack.jp/en/index.html>

Obor: Maloobchod a související oblasti

Japan Shop

Místo a termín konání: Tokio (Tokyo Big Sight), březen

Frekvence veletrhu: každoročně Obvyklá účast: počet vystavovatelů 1 300,

počet návštěvníků 236 000 web: <https://messe.nikkei.co.jp/en/js/>



6 Kontakty

Podkapitoly:

- 6.1 Kontakty na zastupitelské úřady ČR v teritoriu
- 6.2 Praktická telefonní čísla (záchranka, policie, požárníci, infolinky, apod.)
- 6.3 Důležité internetové odkazy a kontakty

6.1 Kontakty na zastupitelské úřady ČR v teritoriu

Velvyslanectví ČR v Tokiu

2-16-14 Hiroo, Shibuya-ku,
Tokyo 150-0012, Japan
Tel.: +81-3-3400-8122 Mobilní pohotovostní telefon (v mimopracovní době): +81-90-7711-8159
Fax: +81-3-3400-8124
E-mail: tokyo@embassy.mzv.cz
Web: www.mzv.cz/tokyo
Úřední hodiny pro veřejnost: pondělí-pátek: 8.00 - 16.00

CzechInvest/CzechTrade

Richard Schneider
2-16-14, Hiroo, Shibuya-ku,
150-0012 Tokyo, Japan
Tel.: +81-3-5485-8266
Fax: +81-3-5485-8277
E-mail: tokyo@czechinvest.org
Web: www.czechinvest.org/jp

Doprava z letiště na velvyslanectví

V Tokiu a okolí se nachází dvě mezinárodní letiště (Narita a Haneda). Rychlé a relativně levné dopravní spojení z uvedených letišť do centra Tokia zajišťuje metro, expresní vlaky a autobusy. Cestující mohou využít také taxislužbu, která je však podstatně dražší. Nejbližší stanice metra, případně vlaku od velvyslanectví ČR, jsou Ebisu a Hiroo. Jak stanice Hiroo, tak stanice Ebisu jsou vzdáleny cca 15–20 minut chůze od budovy velvyslanectví.

NARITA: z obou terminálů letiště Narita se lze do centra města nejrychleji dopravit vlakem: buď linkou JR (Japan Railways) na stanici Tokyo Station, anebo linkou Keisei na stanici Ueno. Obě stanice jsou situovány v širším centru města. Na stanici Ueno je možné přestoupit na metro linky Hibiya. Je nutné nastoupit do soupravy jedoucí směrem na Naka-Meguro, přičemž vystoupit je třeba na stanici Hiroo. V případě využití linky JR je třeba v konečné stanici Tokyo Station přestoupit na další linku JR - Yamanote ve směru Shibuya. V tomto případě je výstupní stanici Ebisu.

HANEDA: pro dopravu z mezinárodního terminálu letiště Haneda lze využít buďto Tokyo Monorail a vystoupit ve stanici Hamamatsucho (konečná), nebo jet linkou Keikyu Airport do stanice Shinagawa (směr Inbanihonidai). V obou případech je třeba přestoupit na linku JR - Yamanote ve směru Shibuya a vystoupit ve stanici Ebisu.

6.2 Praktická telefonní čísla (záchranka, policie, požárníci, infolinky, apod.)

· Policie: 110



- Policie (anglicky): 03-3503-8484 nebo 03-3501-0110
- Požární / záchranná služba: 119
- Japan Helpline: 0120-461997 (nonstop zdarma)
- Turistické informace: 03-3201 3331
- Tokyo English Life Line: 03-5774-0992
- Free Medical Information Services: 03-5285 8181 (anglicky a španělsky)

6.3 Důležité internetové odkazy a kontakty

Vláda a ministerstva

- Úřad vlády: <https://www.cao.go.jp/index-e.html>
- Premiér a jeho kabinet: www.kantei.go.jp/foreign/index-e.html
- Ministerstvo zahraničí: www.mofa.go.jp
- Ministerstvo spravedlnosti: <http://www.moj.go.jp/EN/index.html>
- Ministerstvo vnitra a komunikací: www.soumu.go.jp/english/index.html
- Ministerstvo financí: www.mof.go.jp/english/index.htm
- Ministerstvo školství, kultury, sportu, vědy a techniky: www.mext.go.jp/english/index.htm
- Ministerstvo zdravotnictví, práce a sociálních věcí: www.mhlw.go.jp/english/index.html
- Ministerstvo zemědělství, lesnictví a rybnářství: <http://www.maff.go.jp/e/index.html> · Ministerstvo hospodářství, obchodu a průmyslu: www.meti.go.jp/english/index.html
- Ministerstvo půdy, infrastruktury a dopravy: www.mlit.go.jp/english/index.html
- Ministerstvo životního prostředí: www.env.go.jp/en/index.html
- Ministerstvo obrany: <https://www.mod.go.jp/e/>

Hospodářské komory

- Japan Chamber of Commerce and Industry: <https://www.jcci.or.jp/english/>
- Keidanren - Japan Federation of Economic Organizations: www.keidanren.or.jp/index.html

Další užitečné odkazy

- Manufactured Imports Promotion Organization: www.mipro.or.jp/eng/top-e.html
- Japan Economic Foundation (JEF): www.jef.or.jp
- Business Development Center Tokyo: <http://www.bdc-tokyo.org/en>
- Japan Association of Corporate Executives: www.doyukai.or.jp/E_index.htm

Média

- The Asahi Shimbun: www.asahi.com/english/index.html
- The Japan Times: www.japantimes.com
- Japan Press Weekly: www.japan-press.co.jp/