

JAPAN

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2025.



SADRŽAJ

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU	3
POLITIČKO UREĐENJE	3
STANOVNIŠTVO	4
OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA	4
TURISTIČKO TRŽIŠTE JAPANA	6
DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU	8
REZULTATI 2024. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)	9
TRŽIŠNE PERSPEKTIVE	12
ZRAKOPLOVNA POVEZANOST S HRVATSKOM	16

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Službeni naziv: Država Japan.

Površina: 377.915 km².

Glavni grad: Tokio (37.340.000 stanovnika).

Veći gradovi: Osaka - Kobe (19.111.000), Nagoya (9.566.000), Kitakyushu - Fukuoka (5.516.000), Shizouka-Hamamatsu (2.930.000), Sapporo (2.670.000) (2021.).

Službeni jezik: japanski.

Valuta: japanski jen (JPY).

POLITIČKO UREĐENJE

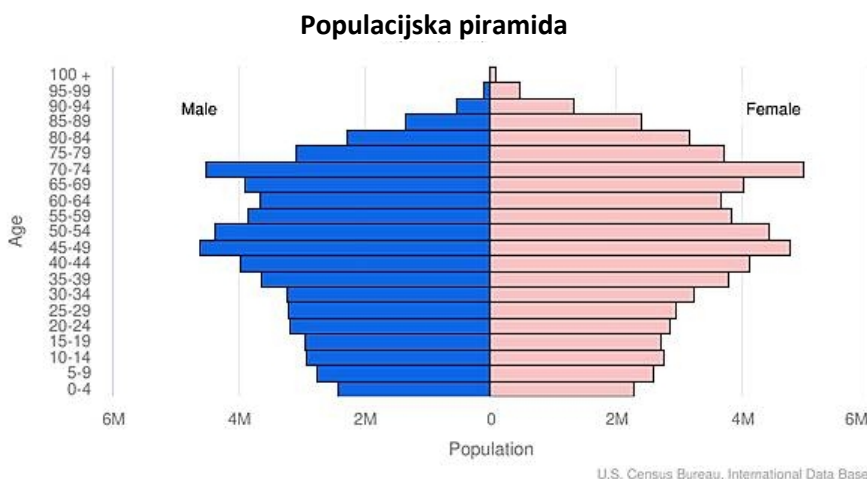
Prema Ustavu iz 1947., Japan je ustavna monarhija s parlamentarnim sustavom vlasti. Car je simbol države i nacionalnog jedinstva, ima pojedine ovlasti poglavara države, ali je uglavnom riječ o reprezentativnim i protokolarnim dužnostima. Ustavom postavlja premijera, kojeg prethodno izabere Zastupnički dom, postavlja predsjednika Vrhovnoga suda, kojeg prethodno imenuje vlada, proglašava zakone i državne ugovore, saziva parlament te dodjeljuje odličja.

Izvršna vlast pripada vladi, koja je za rad odgovorna parlamentu. Na čelu je vlade premijer, koji imenuje članove vlade (obvezatno je da premijer bude, kao i većina ministara, član parlamenta).

Zakonodavnu vlast obavlja dvodomni Nacionalni parlament (Kokkai), koji se sastoji od Zastupničkog doma (Shugiin) i Doma vijećnika (Sangiin). Zastupnički dom ima 480 zastupnika biranih na izravnim, tajnim izborima, na mandat od 4 godine. Dom vijećnika ima 242 člana birana na općim, izravnim izborima na mandat od 6 godina (svake 3 godine bira se polovina vijećnika).

Sudbenu vlast obavljaju: Vrhovni sud, koji je istodobno i ustavni sud, osam viših sudova, okružni sudovi koji djeluju u prefekturama i 4 suda na otoku Hokkaidu. Administrativno, država je podijeljena na 47 prefektura (okrug), koje se dijele na velegradske, gradske i seoske općine. Sve te jedinice mjesne samouprave imaju svoja tijela vlasti: skupštine su izborna tijela koja građani biraju izravno, prefekturama su na čelu vlasti guverneri, gradovima gradonačelnici, a općinama predsjednici.

STANOVNIŠTVO



Broj stanovnika: 123.201.945 (2024., procjena).

Stopa rasta stanovništva: - 0,37 % godišnje (procjena).

Gustoća naseljenosti: 329 stanovnika/km² (91,9 % stanovništva živi u gradovima).

Vjerska pripadnost: šintoisti (69 %), budisti (66,7 %), kršćani (1,5 %), ostali (6,2 %) (procjena, 2018.).

Etničke skupine: Japanci 97,9 %, Koreanci 0,4 %, Kinezi 0,6 %, ostali 1 % (procjena, 2017.).

Dobna struktura

0 – 14 godina – 12,49 % (8.047.183 muškaraca / 7.623.767 žena)

15 – 24 godine – 9,47 % (6.254.352 muškaraca / 5.635.377 žena)

25 – 54 godine – 36,8 % (22.867.385 muškaraca / 23.317.140 žena)

55 – 64 godine – 12,06 % (7.564.067 muškaraca / 7.570.732 žena)

65 i više godina – 29,18 % (16.034.97, muškaraca / 20.592.496 žena) (procjena, 2020.).

Očekivana životna dob: 84,7 godine (81,7 godina za muškarce; 87,7 godina za žene).

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Japan, koji je četvrto najveće svjetsko gospodarstvo, vrlo je izložen globalnim političkim i gospodarskim poremećajima, što se uglavnom ogleda u jakoj ovisnosti o trgovinskoj razmjeni s inozemstvom. Ova ovisnost postala je očita posljednjih godina kada je japansko gospodarstvo doživjelo razdoblje recesije, usporedno s usporavanjem globalnog gospodarstva, potaknute i internim čimbenicima te pandemijom bolesti COVID-19. Japan je vrlo ovisan o uvezenoj energiji i sirovinama, posebice uslijed redukcije energetske kapaciteta temeljenih na nuklearnoj energiji, nakon potresa i tsunamija u 2011.

U posljednjih par godina, s usporavanjem gospodarskog rasta susjedne Kine – jednog od glavnih japanskih trgovinskih partnera – japansko gospodarstvo dodatno slabi. Kao zemlja koja je visoko ovisna o izvozu, Japan snažno osjeća posljedice smanjene gospodarske aktivnosti i potražnje na svjetskoj razini.

Budući da je otočna zemlja, Japan je jedan od najvećih svjetskih proizvođača ribljih proizvoda. S obzirom da je samo 11% japanske zemlje pogodno za poljoprivredu, taj sektor nije snažno razvijen te je u 2019. godini donosio samo 1% BDP-a i zapošljavao 3,4% radne snage. Najvažniji poljoprivredni proizvodi su čaj i riža, a poljoprivredni sektor je visoko subvencioniran i zaštićen. S problemom nedostatka radne snage iz Kine, upravo u sektoru poljoprivrede, suočili su se u 2020. godini pojavom COVID pandemije.

Uslužni sektor čini 70% BDP-a i zapošljava 72,6% radne snage. Glavne uslužne djelatnosti u Japanu su bankarstvo, osiguranje, maloprodaja, prijevoz i telekomunikacije. Turistički sektor u Japanu također je značajan te je sve do pojave COVID pandemije bilježio značajne stope rasta.

Industrijski sektor vrlo je raznolik. Japan je izuzetno značajan u domeni automobilske industrije, robotike, biotehnologije, nanotehnologije i obnovljive energije. Dom je mnogih najvećih svjetskih proizvođača elektroničkih proizvoda pa je image industrijskog sektora Japana često povezan s tehnološkom sofisticiranosti. Japan je treći najveći proizvođač automobila na svijetu i drugi najveći proizvođač brodova. Industrijski sektor čini 29% BDP-a i zapošljava 24,1% radne snage.

Od važnih industrija valja spomenuti tržište poluvodiča koje je u razdoblju 2015. - 2019. raslo prosječnom godišnjom stopom od 2,9% i doseglo 32,1 milijardu eura u 2019. godini.

Ključni aktualni makroekonomski podaci Japana slijede u nastavku.

Makroekonomski pokazatelji

Vrijednost	Jedinice	Skala	2021.	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.	2028.
Bruto domaći proizvod, stalne cijene	Nacionalna valuta	Milijarde	540.894,30	546.555,70	557.249,51	563.006,79	566.663,76	569.423,03	571.799,39	574.146,44
Bruto domaći proizvod, stalne cijene	Postotna promjena		2,23	1,05	1,96	1,03	0,65	0,49	0,42	0,41
Bruto domaći proizvod, tekuće cijene	Američki dolari	Milijarde	5.011,87	4.237,53	4.230,86	4.286,19	4.524,63	4.710,14	4.873,16	5.157,93
Bruto domaći proizvod po stanovniku, stalne cijene	Nacionalna valuta	Jedinice	4.309.676,95	4.366.458,83	4.471.538,39	4.538.919,05	4.590.973,70	4.637.195,89	4.681.654,71	4.727.200,07
Bruto domaći proizvod po stanovniku, tekuće cijene	Američki dolari	Jedinice	39.933,01	33.853,80	33.949,71	34.554,92	36.657,46	38.357,86	39.899,39	42.467,48
Inflacija, prosječne potrošačke cijene	Indeks		99,76	102,25	105,54	108,58	110,69	112,50	114,31	116,15
Inflacija, prosječne potrošačke cijene	Postotna promjena		- 0,23	2,50	3,21	2,89	1,94	1,64	1,61	1,61
Opseg uvoza roba i usluga	Postotna promjena		5,14	7,97	- 2,27	2,42	3,14	2,42	2,36	2,15
Opseg izvoza roba i usluga	Postotna promjena		11,88	5,14	1,05	2,39	2,36	1,97	1,74	1,67
Stopa nezaposlenosti	Postotak ukupne radne snage		2,81	2,59	2,45	2,30	2,30	2,30	2,30	2,30

Izvor: IMF, (2022. i nadalje – procjena)

TURISTIČKO TRŽIŠTE JAPANA

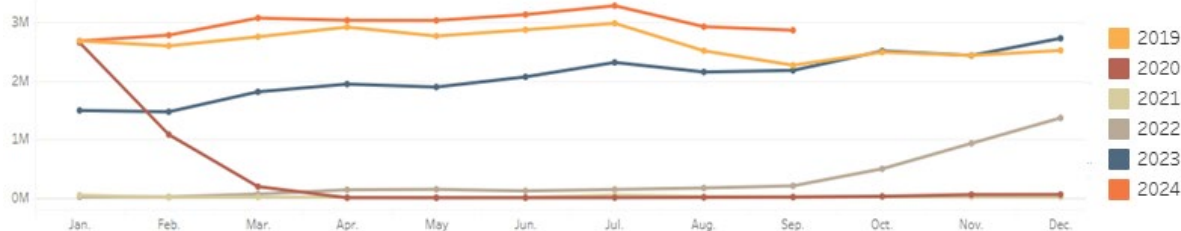
COVID pandemija iznimno je snažno pogodila japansko turističko tržište, kako u pogledu receptivnih putovanja, tako i u pogledu putovanja Japanaca u inozemstvo. Počevši s ožujkom 2020. Japan je gotovo dvije godine većim dijelom bio zatvoren za turistička putovanja, a buđenje receptivnog i emitivnog tržišta otpočelo je tek s proljetnim mjesecima 2022. godine.

Prema podacima Japanske nacionalne turističke organizacije, u 2023. je turistički promet, kako receptivni tako i emitivni, doživio značajan oporavak u odnosu na razdoblje 2021. – 2022., no brojke su još uvijek bile znatno niže od onih iz rekordnih razina iz vremena prije pandemije (2019. godina). Dosadašnji podaci za 2024. ukazuju kako je receptivno tržište doživjelo potpun oporavak te bi godina mogla biti okončana s rekordnim brojkama.

Godina	Odlasci Japanaca u inozemstvo	Dolasci stranih putnika u Japan
2010.	16.637.224	8.611.175
2011.	16.994.200	6.218.752
2012.	18.490.657	8.358.105
2013.	17.472.748	10.363.904
2014.	16.903.388	13.413.467
2015.	16.213.789	19.737.409
2016.	17.116.420	24.039.700
2017.	17.889.292	28.691.073
2018.	18.954.031	31.191.856
2019.	20.080.669	31.882.049
2020.	3.174.219	4.115.828
2021.	512.244	245.862
2022.	2.771.770	3.832.110
2023.	9.624.158	25.066.350
2024. (I-IX)	10.644.901	26.880.892

Izvor JNTO – Japan Tourism Statistics

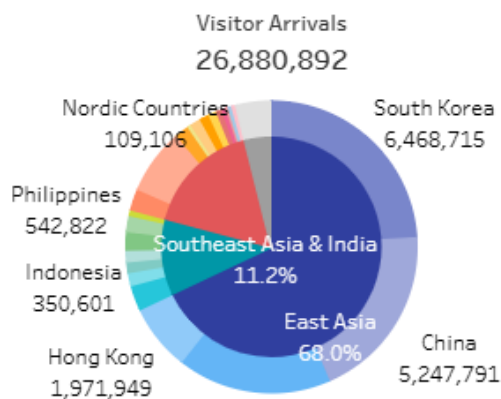
DOLASCI STRANIH TURISTA U Japan po mjesecima (u milijunima)



Izvor JNTO – Japan Tourism Statistics

Tijekom 2024. godine, najviše posjetitelja Japana dolazi iz Koreje (6,5 mil.) i Kine (5,2 mil.) Prema regionalnom kriteriju, najviše je posjetitelja iz Istočne Azije (18,3 mil.).

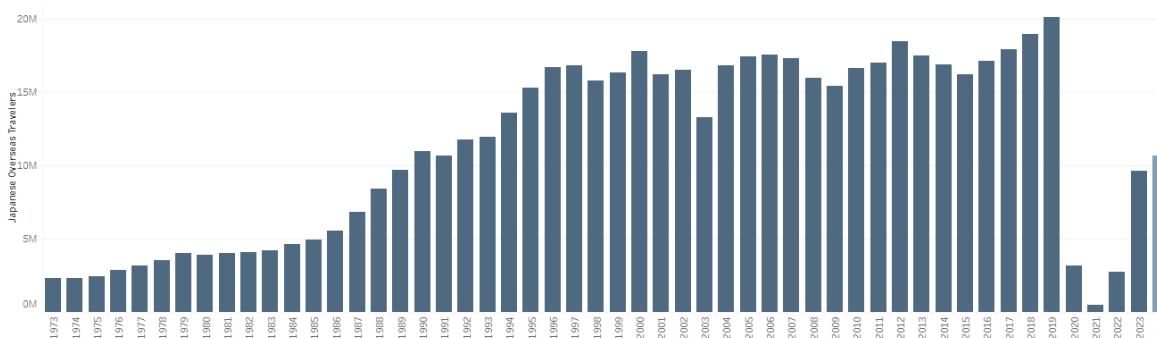
KLJUČNA EMITIVNA TRŽIŠTA



Izvor JNTO – Japan Tourism Statistics

Za razliku od receptivnog turističkog prometa, emitivni je promet još uvijek na razinama znatno nižim od Onih prije pandemije, iako je trend oporavka tržišnog potencijala svakako prisutan.

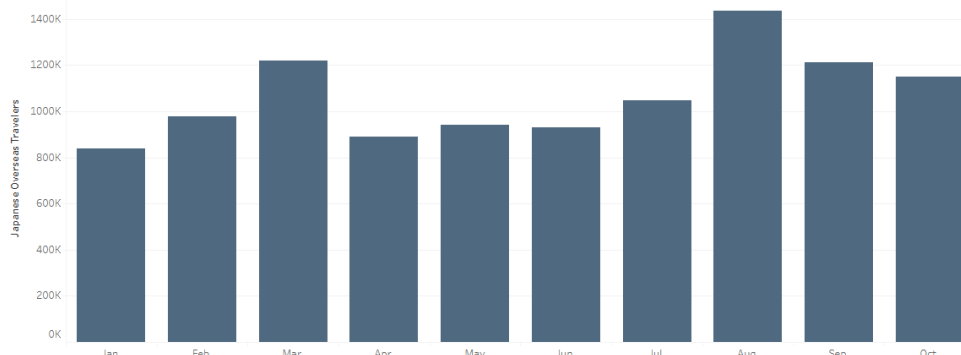
PUTOVANJA JAPANACA U INOZEMSTVO – duga vremenska serija



Izvor JNTO – Japan Tourism Statistics

Kada je riječ o sezonalnoj distribuciji emitivnog turističkog prometa iz Japana, zanimljivo je naglasiti kako je isti sezonalno relativno ravnomjerno raspoređen, za razliku od mnogih drugih emitivnih tržišta, gdje većina turista putuje ljeti.

PUTOVANJA JAPANACA U INOZEMSTVO – PO MJESECIMA (2024.)

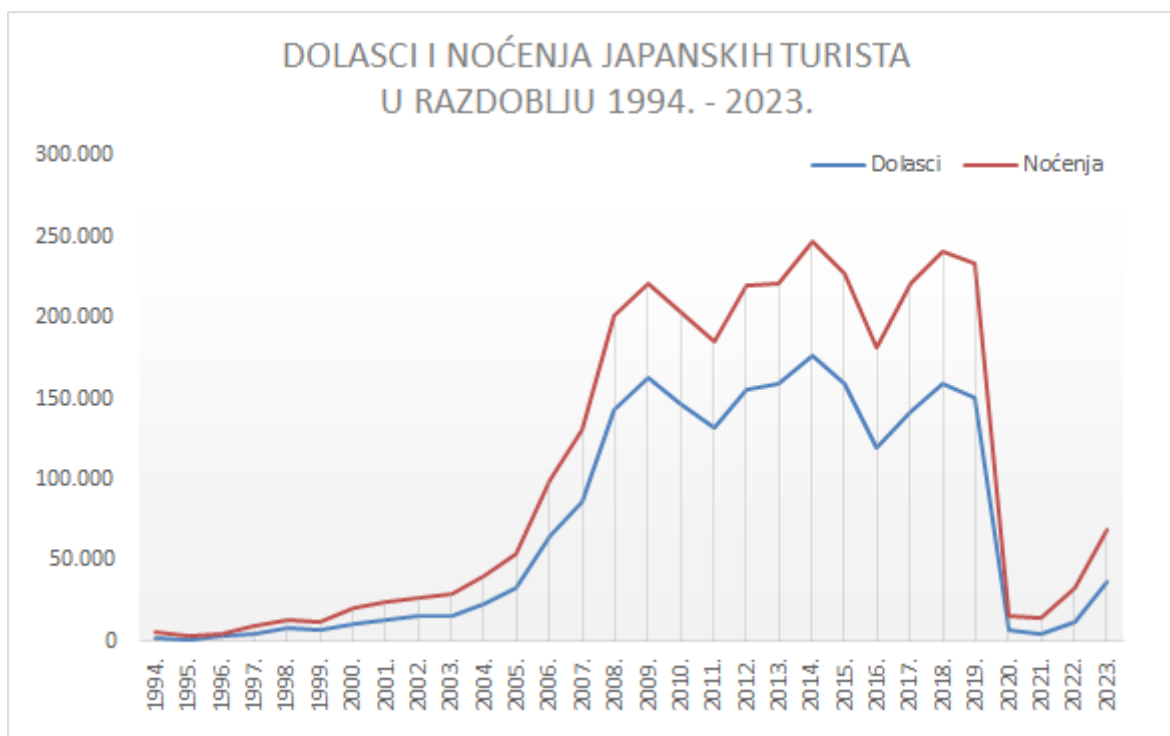


Izvor JNTO – Japan Tourism Statistics

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

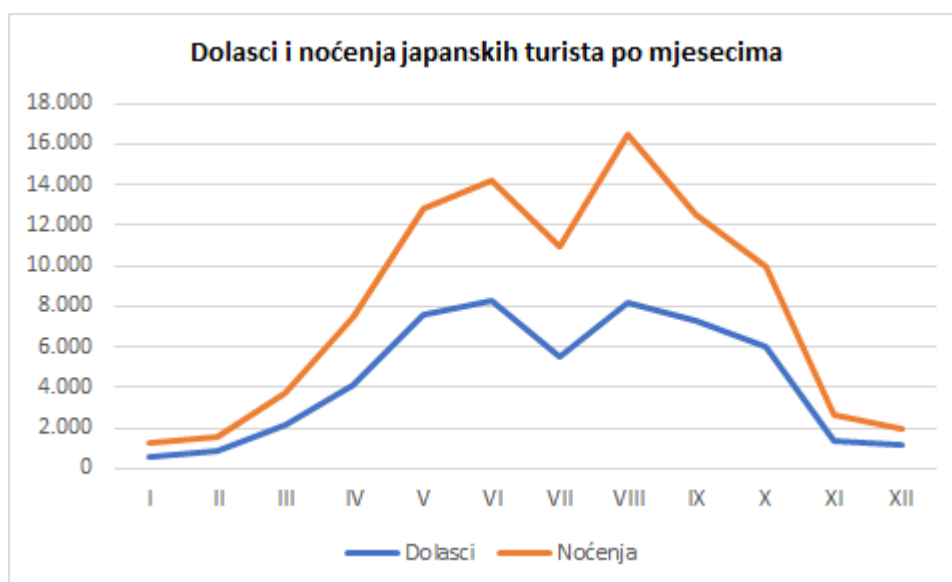
JAPAN	Dolasci			Noćenja		
		indeks	1994.=100		indeks	1994.=100
1994.	1.791		100	5.113	100	100
1995.	1.150	64	64	2.874	56	56
1996.	3.000	261	168	5.000	174	98
1997.	4.310	144	241	9.145	183	179
1998.	7.560	175	422	13.412	147	262
1999.	6.375	84	356	12.360	92	242
2000.	10.933	171	610	20.148	163	394
2001.	12.565	115	702	23.806	118	466
2002.	15.340	122	857	27.222	114	532
2003.	16.040	105	896	29.766	109	582
2004.	22.932	143	1280	39.805	134	779
2005.	32.748	143	1828	53.721	135	1051
2006.	64.751	198	3615	99.410	185	1944
2007.	86.404	133	4824	131.129	132	2565
2008.	143.704	166	8024	201.299	154	3937
2009.	163.173	114	9111	221.002	110	4322
2010.	147.119	90	8214	204.422	92	3998
2011.	131.630	89	7350	185.740	91	3633
2012.	155.088	118	8659	220.499	119	4313
2013.	159.117	103	8884	220.617	100	4315
2014.	176.846	111	9874	246.769	112	4826
2015.	159.807	90	8923	227.398	92	4447
2016.	119.774	75	6688	181.380	80	3547
2017.	142.043	119	7931	221.360	122	4329
2018.	159.574	112	8910	240.965	109	4713
2019.	150.217	94	8387	233.312	97	4563
2020.	7.360	5	411	15.116	6	296
2021.	4.770	65	266	14.451	96	283
2022.	11.856	249	662	32.592	226	637
2023.	36.094	304	2015	68.905	211	1348

IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti



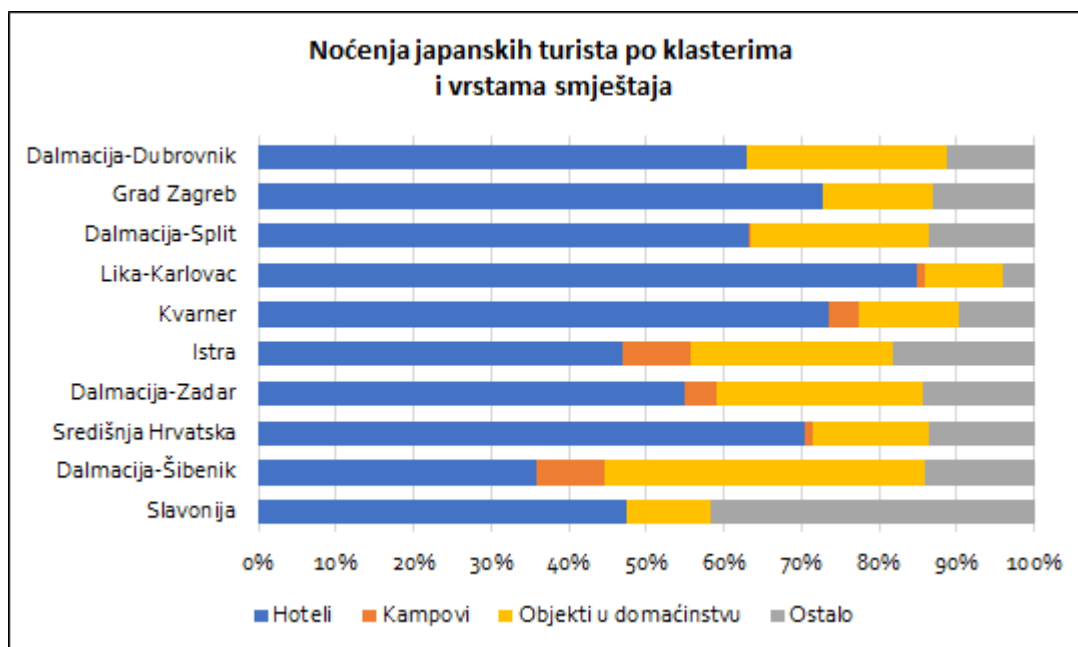
IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2024. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Dubrovnik	17.664	38.149
Grad Zagreb	9.543	16.768
Dalmacija-Split	10.040	15.535
Lika-Karlovac	7.784	9.327
Kvarner	3.713	5.998
Istra	1.269	3.697
Dalmacija-Zadar	2.077	3.249
Središnja Hrvatska	539	1.183
Dalmacija-Šibenik	299	731
Nautika	70	467
Slavonija	97	350
Ukupno	53.095	95.454


Top destinacije

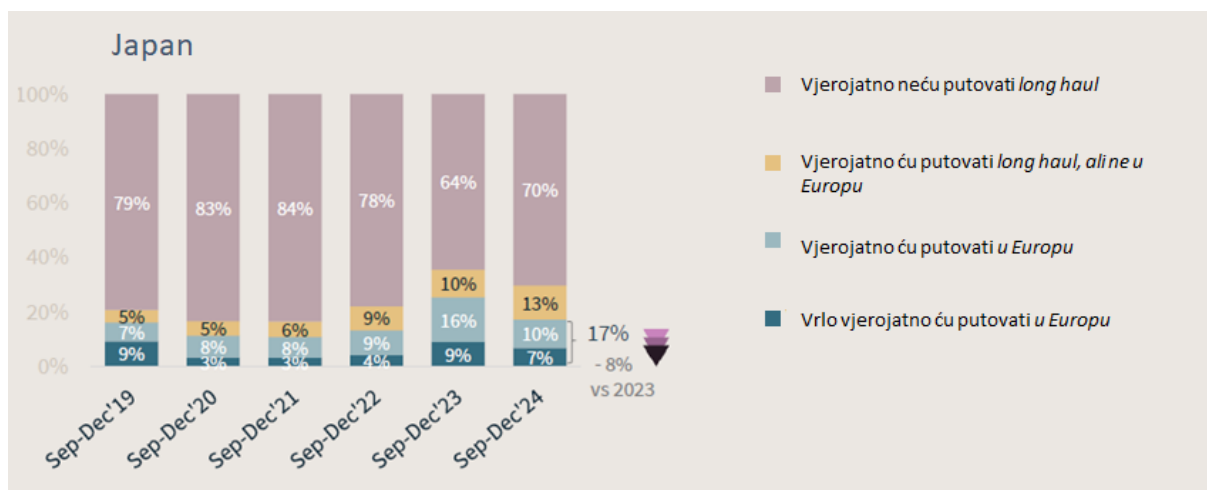
Grad općina	Noćenja
Dubrovnik	35.235
Zagreb	16.768
Split	9.440
Plitvička Jezera	8.071
Opatija	3.253
Zadar	2.600
Trogir	1.881
Rijeka	1.616
Župa dubrovačka	1.466
Rovinj	986

Dolasci po dobi i spolu

	muškarci	žene
0-5 godina	1,0%	1,0%
6-11 godina	1,3%	1,1%
12-17 godina	1,1%	0,7%
18-24 godina	3,3%	3,8%
25-34 godina	7,8%	11,3%
35-44 godina	6,6%	7,9%
45-54 godina	5,5%	7,6%
55-64 godina	5,8%	10,3%
> 65 godina	10,7%	13,4%

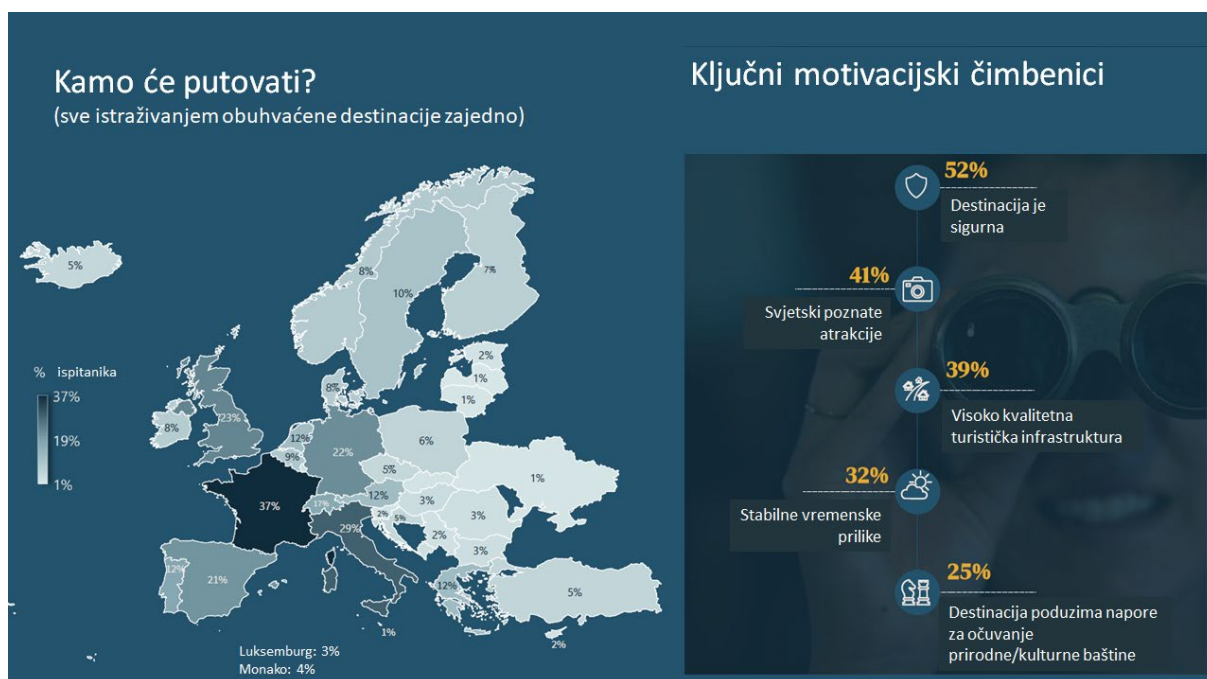
TRŽIŠNE PERSPEKTIVE

Recentno istraživanje ETC-a (European Travel Commission) pod nazivom „Long Haul Travel Barometer 3/2024“ (koje se odnosi na namjere realizacije dalekih putovanja u razdoblju rujan-prosinac te obuhvaća ispitanike na tržištima Australije, Kine, Brazila, Kanade, SAD-a, Japana i Južne Koreje) ukazuje na činjenicu da 70% Japanaca nema namjeru realizirati daleka putovanja (64% tijekom usporedivog lanjskog vala istraživanja). Njih 13% planira daleka putovanja, ali ne u Europu (10% u prošlogodišnjem valu), dok je za 17% Europa izgledan/vrlo izgledan odabir za naredno daleko putovanje (25% u prošlogodišnjem valu).



Izvor: ETC

Za većinu (48%) Japanaca koji ne planiraju putovati u Europu razlog je visok trošak takvog putovanja.



Izvor: ETC

Generalno gledano, Francuska, Italija, UK, Njemačka i Francuska najpoželjnije su europske destinacije za turiste s istraživanjem obuhvaćenih tržišta, a Hrvatsku kao potencijalnu destinaciju za odmor spominje 5% ispitanika.

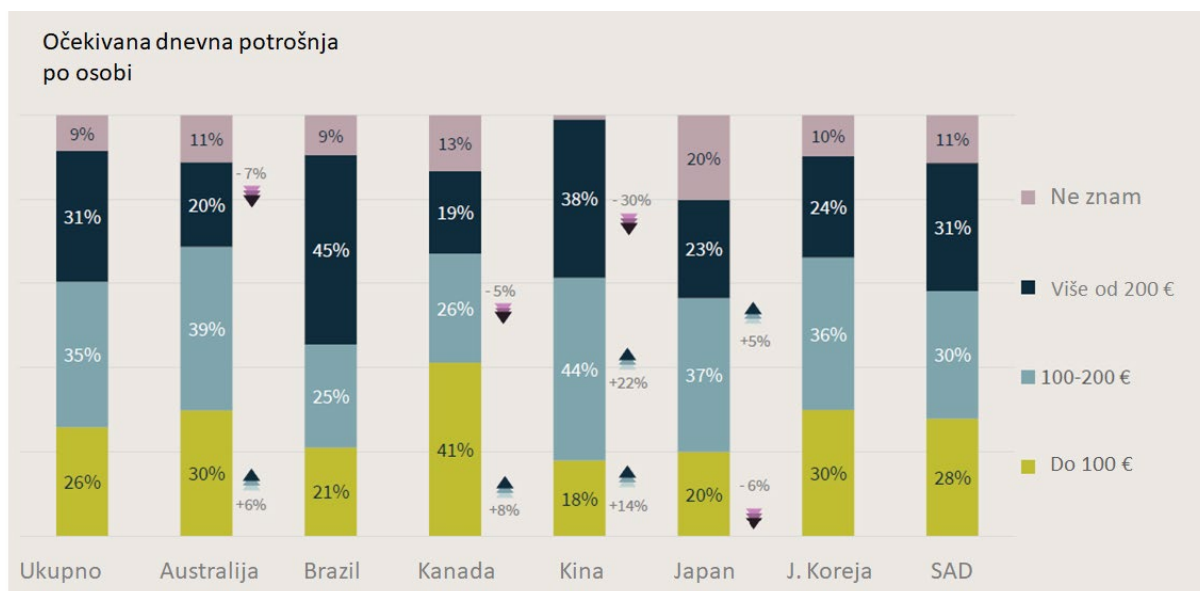
Na tržištu Japana osjetno je manji postotak ispitanika zainteresiranih za Hrvatsku nego li je to slučaj s prosjekom za sva tržišta zajedno: 1,6% Japanaca našu zemlju navodi kao destinaciju koju načelno namjerava posjetiti.

Sigurnost je ključni čimbenik odluke za putnike sa svih tržišta, a Japanci navedenom elementu pridaju značajno iznadprosječnu važnost.

Glede pratnje na putovanju, najveći broj ispitanika na istraživanjem obuhvaćenim tržištima putovat će s partnerom (40%), sami (18%), s djecom do 18 godina starosti (13%), samo s odraslim članovima obitelji (13%) te s prijateljima (10%). Kod Japanaca je distribucija ravnomjernija: nešto više ispitanika (27%) planira putovati s partnerom, dok su ostale varijante gotovo ravnomjerno zastupljene.

Glede načina organizacije putovanja, najveći broj ispitanika na istraživanjem obuhvaćenim tržištima koristit će pun „paket“ usluga turoperatora (let, smještaj, transferi, ulaznice i dr.), , njih 47%. Istovremeno, njih 36% usluge će kupovati samostalno (od različitih ponuditelja istih), a 34% kombinirat će usluge turoperatora i samostalnu kupovinu usluga.

Kod Japanaca je najveći postotak onih koji će kombinirati usluge turoperatora i samostalnu kupovinu usluga (36,3%), a gotovo identičan postotak ispitanika (35,9%) koristit će pun „paket“ usluga turoperatora. Postotak onih koji će sve usluge kupovati samostalno niži je od prosjeka.

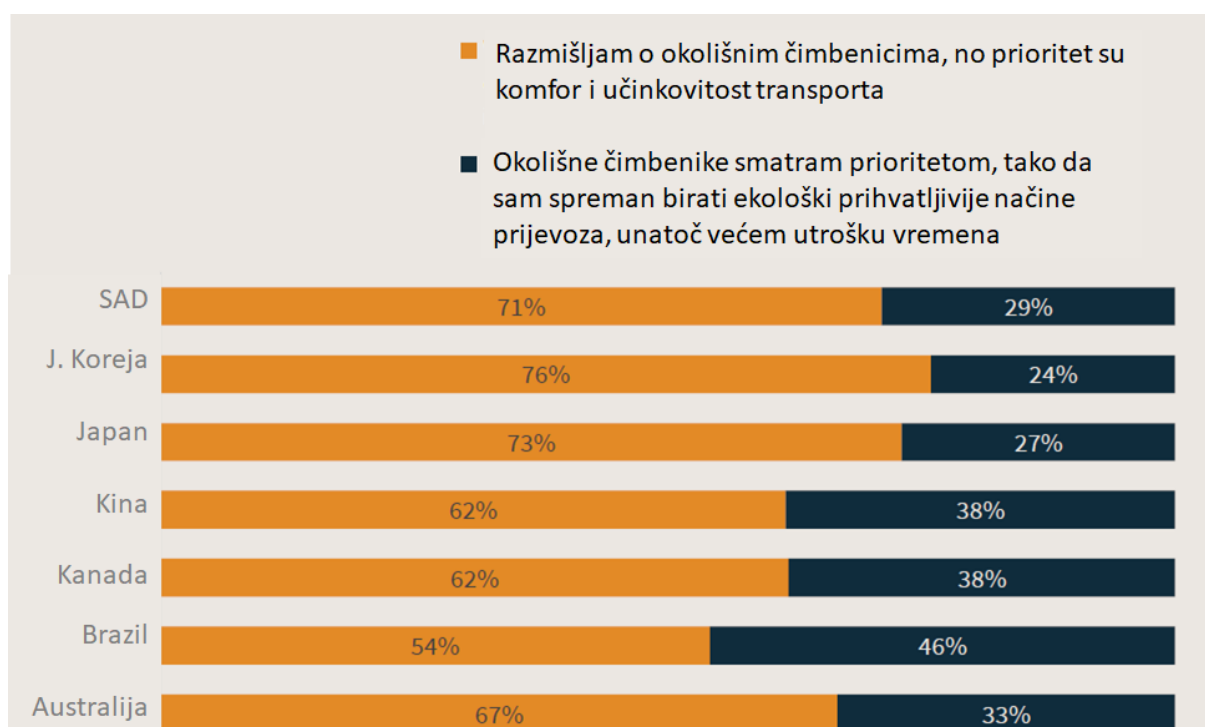


Kada je riječ o dnevnoj potrošnji na putovanjima u Europu, većina Japanaca namjerava potrošiti između 100 i 200 eura dnevno, što uključuje troškove smještaja, hrane i različitih dnevnih aktivnosti. U odnosu na ostala promatrana tržišta, manji je postotak onih koji planiraju potrošnju veću od 200 eura dnevno, dok se čak 20% ispitanika o navedenom nije izjasnilo/ne zna.



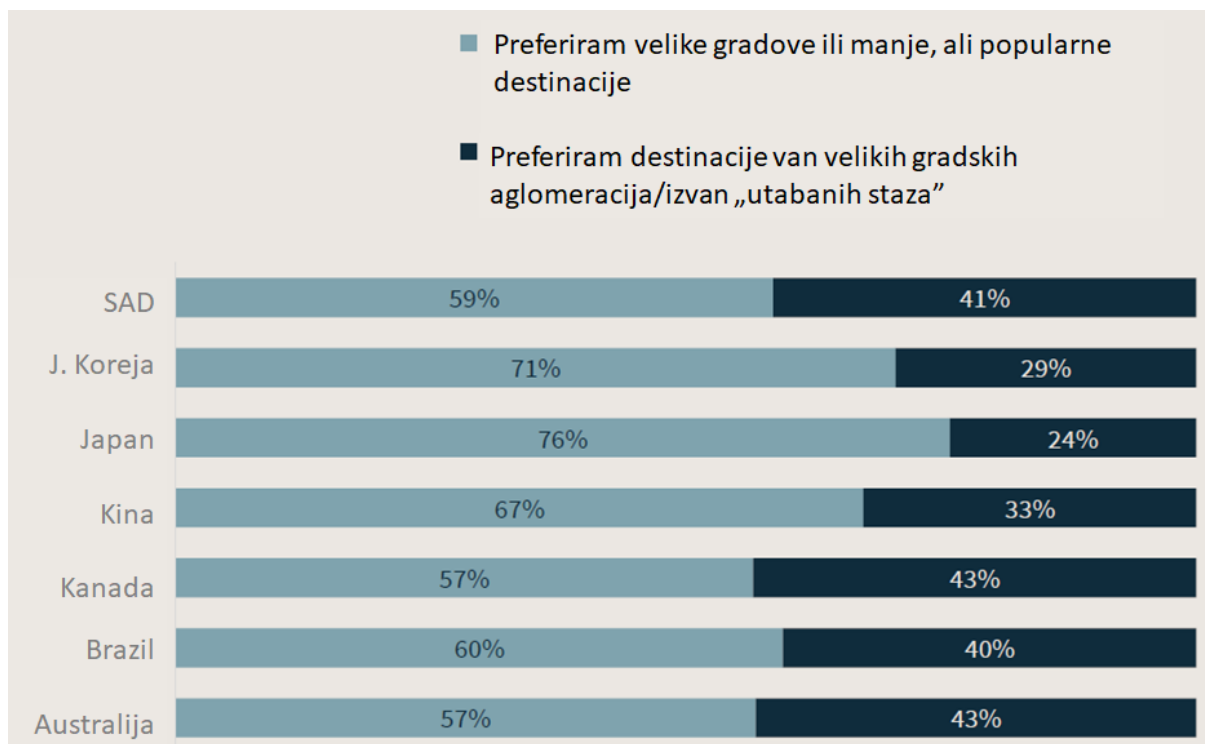
Izvor: ETC

Približno 2/3 Japanaca sklono je putovanjima u razdobljima van vrhunca turističke sezone.



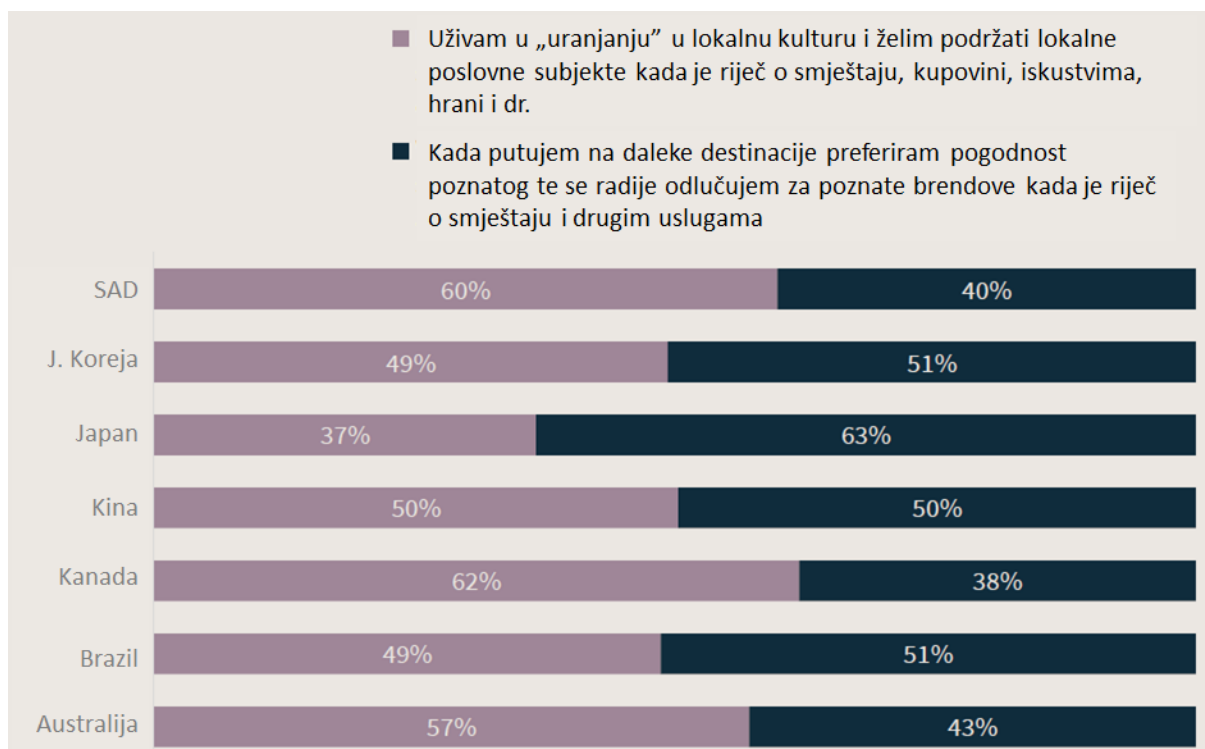
Izvor: ETC

Turisti sa svih istraživanjem obuhvaćenih tržišta skloniji su komfor i učinkovitost prijevoza staviti u prvi plan (64%), naspram smanjenje karbonskog otiska. Japanci su u tom pogledu iznadprosječno skloni preferiranju komfora (73%).



Izvor: ETC

U prosjeku tržišta, nešto manje od 2/3 ispitanika (63%) preferira velike gradove i popularne destinacije, no kod Australaca je taj postotak osjetno viši (76%).



Izvor: ETC

Nešto više od polovine ispitanika (u prosjeku njih 52%) na promatranim tržištima sklonije je uživati u lokalnim/autentičnim iskustvima i na takav način podržati lokalnu zajednicu. Kod Japanaca je taj postotak osjetno niži (37%).

ZRAKOPLOVNA POVEZANOST S HRVATSKOM

Hrvatska već duži niz godina nije povezana direktnim letovima s japanskim emitivnim tržištem te japanski turisti za dolazak u našu zemlju moraju koristiti europske ili bliskoistočne *long haul* hubove.