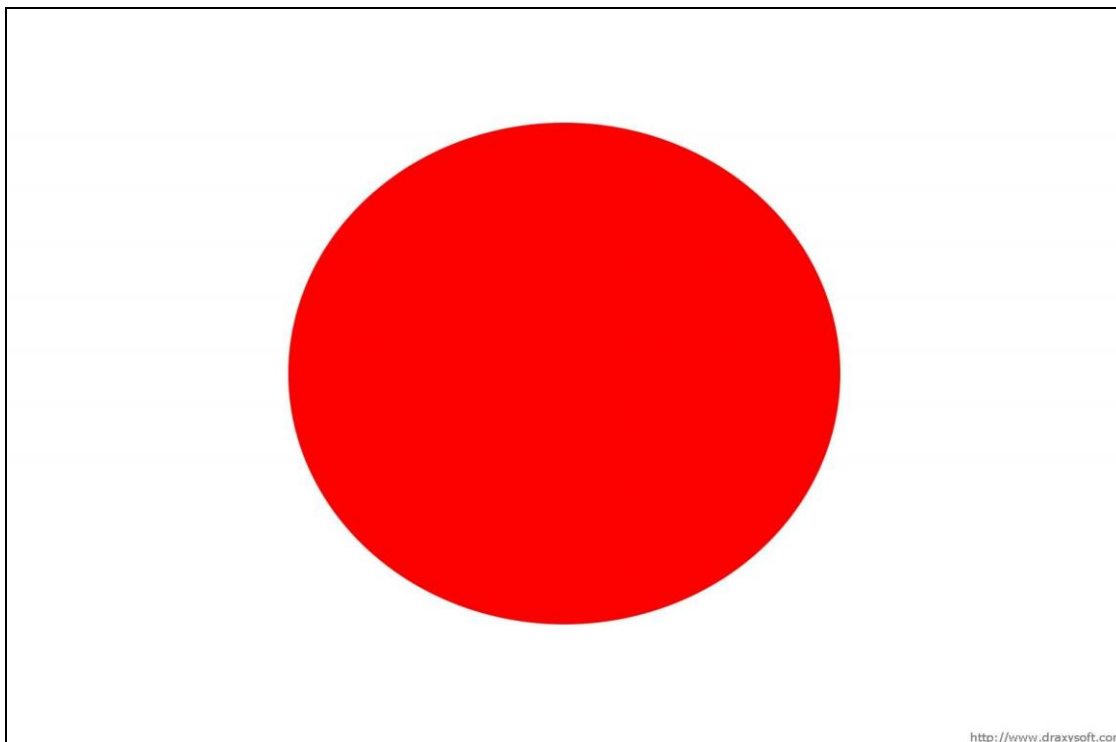




CỤC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI  
VIETNAM TRADE PROMOTION AGENCY

# HỒ SƠ THỊ TRƯỜNG NHẬT BẢN



Hà Nội, 2015

## Mục lục

<b>I. Giới thiệu khái quát về thị trường Nhật Bản .....</b>	<b>3</b>
1. Thông tin cơ bản .....	3
2. Điều kiện tự nhiên .....	3
3. Khí hậu.....	3
4. Xã hội.....	4
5. Thể chế và cơ cấu hành chính: .....	5
5.1. Thể chế .....	5
5.2. Cơ cấu hành chính .....	5
6. Hệ thống pháp luật.....	5
7. Lịch sử .....	6
8. Văn hóa.....	6
9. Giáo dục.....	8
10. Ngày nghỉ lễ tết.....	8
<b>II. Tình hình phát triển kinh tế, thương mại và đầu tư .....</b>	<b>9</b>
1. Kinh tế .....	9
2. Thương mại.....	10
3. Đầu tư .....	10
4. Cơ sở hạ tầng kinh tế .....	11
5. Các chỉ số kinh tế, thương mại và đầu tư cơ bản.....	11
<b>III. Quan hệ hợp tác Việt Nam – Nhật Bản.....</b>	<b>13</b>
1. Quan hệ ngoại giao .....	13
2. Quan hệ hợp tác kinh tế - thương mại .....	15
3. Hợp tác đầu tư và hợp tác phát triển.....	19
<b>IV. Tiềm năng các mặt hàng Việt Nam có thể xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>V. Một số điều cần biết khi kinh doanh với thị trường Nhật Bản .....</b>	<b>22</b>
1. Các quy định về xuất nhập khẩu.....	22
2. Chính sách thuế và thuế suất .....	25
3. Quy định về bao gói nhãn mác .....	26
5. Quyền sở hữu trí tuệ .....	28
7. Thành lập doanh nghiệp .....	31
8. Văn hóa kinh doanh .....	34
<b>VI. Địa chỉ hữu ích.....</b>	<b>38</b>

## I. Giới thiệu khái quát về thị trường Nhật Bản

### 1. Thông tin cơ bản

Tên chính thức: Nhật Bản

Vị trí địa lý: Nằm ở Đông Á, chuỗi đảo Bắc giữa Thái Bình Dương và vùng biển Nhật Bản, phía Đông của bán đảo Triều Tiên

Tọa độ địa lý: 36<sup>0</sup> Bắc, 138<sup>0</sup> Đông

Diện tích: 377.915 km<sup>2</sup>

Dân số: 126.919.659 triệu người (7/2015)

Thủ đô: Tokyo

Ngôn ngữ chính thức: Tiếng Nhật

Đơn vị tiền tệ: Đồng Yên Nhật (JPY)

Ngày quốc khánh: Ngày 11 tháng 2. (Theo lịch sử Nhật Bản, vào ngày này năm 660 trước Công Nguyên, Thiên Hoàng đầu tiên của Nhật đăng quang).

Thế chế: Theo Hiến pháp 1947, Nhật Bản theo thể chế quân chủ lập hiến, trong đó Nhà Vua là Nguyên thủ tượng trưng về mặt đối ngoại. Nhà nước được tổ chức theo chế độ tam quyền phân lập.

### 2. Điều kiện tự nhiên

Tài nguyên: Tài nguyên khoáng sản rất ít, có tiềm năng về nghề nuôi trồng đánh bắt hải sản.

Địa hình: nói chung địa hình gập ghềnh, nhiều núi.

Diện tích: - Tổng diện tích: 377.915 km<sup>2</sup>

- Tổng diện tích đất: 364.485 km<sup>2</sup>

- Tổng diện tích mặt nước: 13.430 km<sup>2</sup>

Trong đó, diện tích bao gồm quần đảo Bonin (Ogasawara-gunto), Daito-shoto, Minami-jima, Okino-tori-shima, quần đảo Ryukyu (Nansei-shoto), và quần đảo Volcano (Kazan-Retto).

Các điểm cực: - Điểm thấp nhất: Hachiro-gata -4 m

- Điểm cao nhất: Mount Fuji 3,776 m

### 3. Khí hậu

Khí hậu Nhật Bản tương đối ôn hòa và có bốn mùa rõ rệt. Tuy nhiên do địa hình Nhật Bản trải dài hơn 3000 km từ Bắc tới Nam nên tạo ra các vùng có khí hậu khác nhau. Mùa hè nắng ấm và có nhiệt độ khá cao, mùa xuân và mùa thu có khí hậu êm dịu. Mùa đông, khu vực giáp Biển Thái Bình Dương khí hậu ôn hòa và nắng ấm, khu vực giáp Biển Nhật Bản thường nhiều mây, và mưa.

Nhiệt độ trung bình trên 4 vùng cơ bản:

*Hokkaido*: 8-12<sup>0</sup>C

*Tokyo*: 15,6<sup>0</sup>C

*Niigata*: 13,2<sup>0</sup>C

*Naha*: 22,4<sup>0</sup>C

**Các hiệp định quốc tế môi trường đã tham gia:** Nghị định thư Môi trường Nam cực, Tài nguyên sống Nam cực, Hiệp ước Nam cực, Đa dạng sinh học, thay đổi khí hậu, Hiệp ước Kyoto, Bảo vệ các loài tuyệt chủng, Khí thải độc hại, bảo vệ nguồn sinh vật biển, bảo vệ tầng Ozôn, Ô nhiễm tàu biển, Rừng nhiệt đới 94, Rừng nhiệt đới 83, Vùng ngập nước, đánh bắt cá voi.

#### 4. Xã hội

(Nguồn: [www.cia.org](http://www.cia.org))

##### **Dân số (2015)**

Tổng số dân: 126.919.659 người (7/2015)

Cơ cấu độ tuổi:

- **0-14 tuổi:** 13,11% (nam 8.582.648 / nữ 8.051.706)
- **15-24 tuổi:** 9,68% (nam 6.436.948 / nữ 5.846.808)
- **25-54 tuổi:** 37,87% (nam 23.764.421 / 24.297.773 nữ)
- **55-64 tuổi:** 12,76% (nam 8.104.835 / nữ 8.084.317)
- **Từ 65 tuổi trở lên:** 26,59% (nam 14.693.811 / 19.056.392 nữ)

Tỷ lệ tăng dân số: -0.16% (ước năm 2015)

Tỷ suất sinh: 7,93/1000 dân (ước năm 2015)

Tỷ suất tử: 9,51/1000 dân (ước năm 2015)

Sơ sinh: 1,06 nam/ nữ

0-14 tuổi: 1,07 nam/ nữ

15-24: 1,1 nam/ nữ

25-54 tuổi: 0,98 nam/ nữ

55-64 tuổi: 1 nam/ nữ

65 tuổi trở lên: 0,77 nam/ nữ

Tổng dân số: 0,94 nam/ nữ (ước năm 2015)

Tuổi thọ trung bình: 84,74 tuổi;

Nam: 81,4 tuổi;

Nữ: 88,26 tuổi.

##### **Dân tộc**

Nhật Bản 98,5%, Hàn Quốc 0,5%, Trung Quốc 0,4%, khác 0,6%

##### **Ngôn ngữ**

Tiếng Nhật Bản và tiếng Anh

**Các tỉnh, thành phố chính:** Gồm 47 tỉnh, thành phố: Aichi, Akita, Aomori, Chiba, Ehime, Fukui, Fukuoka, Fukushima, Gifu, Gunma, Hiroshima, Hokkaido, Hyogo, Ibaraki, Ishikawa, Iwate, Kagawa, Kagoshima, Kanagawa, Kochi, Kumamoto, Kyoto, Mie, Miyagi, Miyazaki, Nagano, Nagasaki, Nara, Niigata, Oita, Okayama, Okinawa, Osaka, Saga, Saitama, Shiga, Shimane, Shizuoka, Tochigi, Tokushima, Tokyo, Tottori, Toyama, Wakayama, Yamagata, Yamaguchi, Yamanashi.

**Tôn giáo:** Gồm 2 đạo chính là Shinto (Thần đạo) 79,2% và Phật giáo 66,8%; Kitô giáo 1,5%, các tôn giáo khác 7,1%

**Ngày nghỉ quốc gia:** Ngày sinh của Nhật Hoàng Akihito, 23/12/1933.

## **5. Thể chế và cơ cấu hành chính:**

### **5.1. Thể chế**

Thể chế: Quân chủ lập hiến

### **5.2. Cơ cấu hành chính**

#### **Các đảng phái chính trị:**

Nhật Bản là quốc gia có chính quyền đa đảng phái. Những đảng phái chính trị lớn gồm có:

Đảng Dân chủ Nhật Bản DPJ

Đảng Cộng sản Nhật Bản JCP

Đảng Komeito

Đảng Dân chủ Tự do LDP

Đảng Dân chủ Xã hội SDP

#### **Cơ quan hành chính:**

Người đứng đầu Nhà nước: Nhật hoàng Akihito (người Nhật gọi hoàng đế Nhật Bản là Thiên hoàng) sinh ngày 23 tháng 12 năm 1933 tại Tokyo, lên ngôi ngày 7 tháng 1 năm 1989

Người đứng đầu chính phủ: Thủ tướng *Naoto Kan* – nhậm chức ngày 04/06/2010 (là thủ tướng thứ 94 của Nhật Bản)

Nội các: Các bộ trưởng được thủ tướng bổ nhiệm.

## **6. Hệ thống pháp luật**

**Hệ thống luật pháp:** Theo Hệ thống Luật dân sự Châu Âu với sự ảnh hưởng của Luật Anh - Mỹ, Tòa án tối cao tham gia ý kiến vào các Bộ luật hành pháp

**Bầu cử:** Nghị viện chỉ định ra ứng cử viên thủ tướng, hiến pháp quy định rằng thủ tướng phải được sự nhất trí của đa số thành viên nghị viện. Sau khi bầu cử hiến pháp, lãnh đạo của liên minh chính hoặc đảng chính trong Hạ viện thường được bầu là thủ tướng. Thủ tướng mới có thể được chỉ định vào thời gian kết thúc nhiệm kỳ của thủ tướng đương nhiệm; nhà vua theo chế độ cha truyền con nối.

#### **Cơ quan lập pháp:**

Quốc hội Nhật Bản là cơ quan lập pháp cao cấp nhất, gồm có Hạ viện (Chung nghị viện) với 512 số ghế và Thượng viện (Tham nghị viện) với 252 số ghế. Hạ viện được bầu ra từ 130 đơn vị bầu cử với số nghị viên từ 2 tới 6 vị tùy theo dân số. Nhiệm kỳ của Thượng viện là 6 năm, cứ 3 năm một nửa Thượng viện sẽ được bầu cử lại.

Hạ viện có quyền bỏ phiếu tín nhiệm hay bất tín nhiệm Nội các, đây là một quyền lực chính trị quan trọng nhất của nền chính trị đại nghị. Các công dân Nhật Bản trên 25 tuổi đều có quyền ứng cử Dân biểu và trên 30 tuổi có thể tranh cử ghế Thượng viện.

**Cơ quan Tư Pháp:** Tòa án tối cao thực hiện quyền tư pháp. (Chánh án toà tối cao được Nhật hoàng chỉ định sau khi được sự nhất trí của chính phủ; các thành viên khác của toà được chính phủ chỉ định)

**Các tổ chức quốc tế đã tham gia:** AfDB, APEC, APT, ARF, AsDB, ASEAN (đối tác đối thoại), Australia Group, BIS, CE (quan sát viên), CERN (quan sát viên), CP, EAS, EBRD, FAO, G-5, G-7, G-8, G-10, IADB, IAEA, IBRD, ICAO, ICC, ICFTU, ICRM, IDA, IEA, IFAD, IFC, IFRC, IHO, ILO, IMF, IMO, Interpol, IOC, IOM, ISO, ITU, LAIA, MIGA, NAM, NEA, NSG, OAS (quan sát viên), OECD, OPCW, OSCE (đối tác), Paris Club, PCA, PIF (đối tác), SAARC (quan sát viên), UN, Hội đồng Bảo an LHQ (tạm thời), UNCTAD, UNDOF, UNESCO, UNHCR, UNIDO, UNITAR, UNMOVIC, UNRWA, UPU, WCL, WCO, WFTU, WHO, WIPO, WMO, WTO, ZC

## 7. Lịch sử

Vào năm 1603, Tướng Tokugawa đã mở đường cho một thời kỳ dài thoát khỏi sự ảnh hưởng từ bên ngoài và tạo dựng thế mạnh cho Nhật Bản. Trong vòng 250 năm, chính sách này đã mang lại sự ổn định và thịnh vượng cho nền văn hóa bản xứ. Sau khi có hiệp ước Kanagawa với Hoa Kỳ vào năm 1854, Nhật Bản đã mở cửa và bắt đầu công cuộc hiện đại hóa và công nghiệp hóa mạnh mẽ. Trong những năm cuối thế kỷ 19 và đầu thế kỷ 20, Nhật Bản đã trở thành một cường quốc trong khu vực có khả năng đối chọi lại với sức mạnh của Trung Quốc và Nga. Nhật đã chiếm đóng Hàn Quốc, Formosa (Đài Loan) và Miền Nam đảo Sakhalin. Năm 1933, Nhật Bản tiếp tục chiếm đóng Manchuria và vào năm 1937, Nhật Bản tiến hành cuộc chiến tranh tổng lực với Trung Quốc. Nhật Bản sau đó cũng đã tiến hành đối đầu quân sự với Hoa Kỳ vào năm 1941 và lôi kéo nước này vào cuộc Đại chiến Thế giới lần thứ II. Nhật Bản đã nhanh chóng chiếm được hầu hết các nước Đông và Đông Nam Á. Sau khi thất bại trong chiến tranh thế giới lần thứ II, kinh tế Nhật Bản đã hồi phục trở lại và trở thành một siêu cường kinh tế và là đồng minh tin cậy của Hoa Kỳ. Nhà vua trị vì ngay vàng luôn được coi là biểu tượng của sự thống nhất dân tộc. Sức mạnh của Nhật Bản nằm ở nền chính trị mạnh, bộ máy quyền lực hiệu quả và sự điều hành về kinh tế tốt. Nền kinh tế Nhật Bản đối mặt với sự suy giảm bắt đầu từ năm 1990 tiếp theo sau hàng thập kỷ thành công vang dội.

## 8. Văn hóa

Văn hoá Nhật Bản là một trong những nền văn hóa đặc sắc nhất thế giới, văn hóa Nhật đã phát triển mạnh mẽ qua thời gian từ thời kỳ Jōmon cho tới thời kỳ đương thời, mà trong đó chịu ảnh hưởng cả từ văn hóa Châu Á, Châu Âu và Bắc Mỹ. Nghệ thuật truyền thống Nhật Bản bao gồm các ngành nghề thủ công như ikebana, origami, ukiyo-e, đồ chơi, đồ gỗ sơn mài và gốm sứ; các môn nghệ thuật biểu diễn như bunraku, nhẩy, kabuki, nō, rakugo, ngoài ra còn phải kể đến những nét đặc sắc truyền thống khác như trà đạo, Budō, kiến trúc, vườn Nhật và cả grom Nhật. Âm thực Nhật Bản hiện nay là một trong những nền ẩm thực nổi tiếng nhất trên thế giới.

Sự kết hợp của nghệ thuật in khắc gỗ truyền thống với văn hoá phương Tây đã dẫn đến sự ra đời của Manga, một thể loại truyện tranh nổi tiếng cả trong và ngoài nước Nhật. Sự ảnh hưởng của Manga đến thể loại hoạt hình đã dẫn đến sự phát triển thể

loại hoạt hình đặc trưng của Nhật có tên gọi là Anime, nhờ sự phát triển vũ bão của Manga và Anime mà các trò chơi game video của Nhật cũng phát triển mạnh mẽ từ thập niên 1980

### **Văn học:**

Các tác phẩm đầu tiên của văn học Nhật Bản bao gồm hai cuốn sách lịch sử Kojiki và Nihon Shoki cũng như tập thơ từ thế kỷ thứ 8 Man'yōshū, tất cả đều được viết bằng Hán tự. Vào giai đoạn đầu của thời kỳ Heian, hệ thống kí tự kana (Hiragana và Katakana) ra đời. Cuốn tiểu thuyết The Tale of the Bamboo Cutter được coi là tác phẩm kí sự lâu đời nhất của Nhật. Một hồi ký về cuộc đời trong cung cấm được ghi trong cuốn The Pillow Book, viết bởi Sei Shōnagon, trong khi Truyện kể Genji của Murasaki Shikibu thường được coi là tiểu thuyết đầu tiên trên thế giới. Trong thời kỳ Edo, văn học không thực sự phát triển trong giới Samurai như trong tầng lớp người chōnin. Yomihon, là một ví dụ, đã trở nên nổi tiếng và tiết lộ sự thay đổi sâu kín này trong giới độc giả cũng như tác giả thời kỳ này. Thời kỳ Minh Trị chứng kiến một giai đoạn đi xuống trong các thể loại văn học truyền thống của Nhật, trong thời kỳ này thì văn học Nhật chịu nhiều ảnh hưởng từ văn học phương Tây. Natsume Sōseki và Mori Ōgai được coi là những văn hào tiểu thuyết "hiện đại" đầu tiên của Nhật, tiếp đó có thể kể đến Akutagawa Ryūnosuke, Tanizaki Jun'ichirō, Yasunari Kawabata, Yukio Mishima và gần đây hơn là Haruki Murakami. Nhật Bản có hai nhà văn từng đoạt giải Nobel là Yasunari Kawabata(1968) và Kenzaburo Oe (1994).

### **Âm nhạc:**

Âm nhạc của Nhật Bản đã mượn nhiều nhạc cụ và phong cách từ các quốc gia láng giềng và phát triển thêm các nét đặc trưng của Nhật, điển hình như đàn Koto được giới thiệu vào Nhật từ thế kỷ thứ 9 và 10, hay như thể loại kịch Nō từ thế kỷ 14 và âm nhạc dân gian đại chúng, với những cây đàn như shamisen, được truyền bá tới Nhật từ thế kỷ 16. Âm nhạc phương Tây, được giới thiệu vào Nhật cuối thế kỷ 19, giờ đã trở thành một phần nội tại quan trọng trong văn hoá Nhật Bản. Nước Nhật thời hậu chiến tranh thế giới thứ hai bị ảnh hưởng nặng nề bởi âm nhạc Mỹ và âm nhạc hiện đại châu Âu, điều này đã dẫn đến sự phát triển của dòng âm nhạc gọi là J-pop.

Karaoke là hoạt động văn hoá phổ biến nhất ở Nhật. Từ tháng 11 năm 1993, cơ quan các hoạt động văn hoá đã tiến hành một cuộc thăm dò, kết luận rằng có nhiều người Nhật hát Karaoke hơn là tham gia vào các hoạt động văn hoá truyền thống như triết hoa hay trà đạo.

### **Thể thao:**

Về truyền thống, Sumo được coi là môn thể thao quốc gia của Nhật Bản và là một trong những môn thể thao có lượng người xem lớn nhất tại Nhật. Các môn võ như judo, karate và kendō cũng phổ biến và được tập luyện rộng rãi khắp đất nước. Sau thời kỳ Minh Trị, rất nhiều môn thể thao phương Tây đã du nhập vào Nhật và lan truyền nhanh chóng trong hệ thống giáo dục.

Giải Bóng chày Nhật Bản được thành lập năm 1936. Ngày nay, bóng chày là môn thể thao có lượng người xem lớn nhất tại quốc gia này. Một trong những cầu thủ bóng chày nổi tiếng nhất của Nhật là Ichiro Suzuki, người đã từng dành danh hiệu cầu thủ



đáng giá nhất Nhật Bản các năm 1994, 1995, 1996 và hiện đang chơi cho giải bóng chày Bắc Mỹ (tên tiếng Anh: Major League Baseball).

Từ khi có sự thành lập Giải bóng đá chuyên nghiệp Nhật Bản năm 1992, môn thể thao này cũng đã nhanh chóng phát triển mạnh mẽ. Nhật Bản là nước tổ chức Cúp bóng đá liên lục địa từ năm 1981 tới 2004 và là nước đồng chủ nhà World Cup 2002 với Hàn Quốc. Đội tuyển bóng đá quốc gia Nhật Bản là một trong những đội bóng thành công nhất ở châu Á với ba lần dành chức vô địch cúp bóng đá Châu Á.

Golf, đua ô tô, giải đua ô tô Super GT và Formula Nippon cũng là những môn thể thao nổi tiếng ở Nhật. Đường đua Twin Ring Motegi được Honda hoàn thành xây dựng năm 1997 để đưa môn đua công thức 1 tới Nhật.

## 9. Giáo dục

Hệ thống giáo dục Nhật Bản được gọi là hệ thống giáo dục “Sáu, ba ba bốn”. Giáo dục bắt buộc trong 9 năm đầu, từ 6 đến 15 tuổi. Học sinh phải học 6 năm tiểu học, 3 năm trung học cơ sở, 3 năm trung học phổ thông, và 4 năm đại học. Học sinh sau khi kết thúc chương trình phổ thông trung học, học sinh có thể tiếp tục học 4 năm chương trình đại học hoặc 2 năm chương trình cao đẳng. ở Nhật, các trường cao đẳng và đại học đều được gọi là “University”, giáo dục đại học kéo dài 4 năm, và đối với một số ngành như Y, nha khoa, thú y kéo dài 6 năm, chương trình cao đẳng kéo dài 2-3 năm. Ngoài ra, các học sinh tốt nghiệp phổ thông trung học có thể vào học các trường dạy nghề. Học sinh sau khi học xong chương trình đại học có thể tiếp tục học lên chương trình thạc sĩ 2 năm và tiến sĩ 5 năm (chia làm 2 kỳ: 2 năm đầu lấy bằng thạc sĩ, 3 năm tiếp theo lấy bằng tiến sĩ). Đối với chương trình tiến sĩ ngành Y, nha khoa, thú y chỉ mất thêm 4 năm sau khi kết thúc 6 năm đại học. Một số trường Y, nha khoa và thú y đào tạo chương trình tiến sĩ 5 năm hoặc 3 năm.

## 10. Ngày nghỉ lễ tết

1/1: Ngày mừng một Tết

Thứ 2 của tuần thứ 2 trong tháng 1: Ngày lễ trưởng thành

11/2: Ngày kỷ niệm kiến quốc

20/3: Ngày xuân phân

29/4: Ngày Midori, ngày cây cối xanh tươi

3/5: Ngày kỷ niệm thành lập hiến pháp

4/5: Ngày nghỉ Quốc dân

5/5: Ngày trẻ con

Thứ 2 của tuần thứ 3 trong tháng 7: Ngày của biển

Thứ 2 của tuần thứ 3 trong tháng 9: Ngày kính trọng người già

23/9: Ngày thu phân

Thứ 2 của tuần thứ 2 trong tháng 10: Ngày thể thao

3/11: Ngày văn hoá

23/11: Ngày cảm tạ lao động

23/12: Ngày sinh nhật của Thiên hoàng



## II. Tình hình phát triển kinh tế, thương mại và đầu tư

### 1. Kinh tế

Chương trình hợp tác công nghiệp của Chính phủ, cùng với kỷ luật lao động tốt, nắm bắt được các thành tựu về khoa học công nghệ kỹ thuật cao trong khi chi phí cho quốc phòng thấp (1% GDP) đã giúp Nhật Bản phát triển với tốc độ thần kỳ, trở thành một trong 3 nền kinh tế lớn nhất thế giới sau Hoa Kỳ và Trung Quốc nếu so sánh ngang sức mua (PPP), Nhật Bản là nền kinh tế lớn thứ 2 thế giới sau Hoa Kỳ nếu căn cứ theo tỷ lệ trao đổi đồng tiền. Một đặc điểm nổi bật của nền kinh tế Nhật là mối liên kết chặt chẽ giữa nhà sản xuất, cung cấp và phân phối trong một nhóm liên kết được gọi là Keiretsu. Một đặc điểm nữa là việc bảo đảm công ăn việc làm cho đại bộ phận dân thành thị.

Tuy nhiên, hai đặc điểm trên dần dần bị lu mờ. Nền kinh tế Nhật Bản phụ thuộc mạnh mẽ vào nguyên nhiên liệu thô nhập khẩu. Nền nông nghiệp vốn nhỏ bé đang được Chính phủ hỗ trợ mạnh mẽ, và đang có năng suất vào loại cao nhất thế giới. Nhật Bản có thể tự túc về gạo trong khi phải nhập khẩu khoảng 50% các loại ngũ cốc khác. Hiện tại, đội tàu đánh cá của Nhật Bản được coi là hùng hậu nhất thế giới mang lại khoảng 15% tổng sản lượng đánh bắt của toàn thế giới.

Trong vòng 3 thập kỷ qua, tốc độ tăng trưởng kinh tế của Nhật Bản đạt mức kỷ lục: khoảng 10% trong những năm 60, 5% trong những năm 70 và 4% trong những năm 80. Tốc độ tăng trưởng đã chậm lại trong những năm 90 chỉ được khoảng 1,7%, chủ yếu là do ảnh hưởng của đầu tư quá nóng trong những năm 80 và chính sách nội địa gây tranh cãi về việc thắt chặt quá trình đầu cơ tích trữ ngân sách và thị trường bất động sản và tiến tới tái cơ cấu nền kinh tế.

Năm 2014 là một năm không thành công đối với nền kinh tế Nhật Bản về thực thi những ý tưởng chính sách đã được đề ra từ những năm trước. Việc tăng thuế bán hàng từ 5% lên 8% theo kế hoạch vào ngày 1/4/2014 đã khiến nền kinh tế Nhật Bản rơi vào suy thoái kỹ thuật, với hai Quý (Quý II và Quý III/2014) tăng trưởng âm liên tiếp. Niềm tin kinh doanh của các công ty lớn và niềm tin tiêu dùng của các hộ gia đình Nhật Bản sụt giảm mạnh. Đồng yên suy yếu chưa tạo động lực hỗ trợ xuất khẩu. Lạm phát vẫn xa rời mục tiêu 2%. Bên cạnh đó, tỷ lệ nợ công gia tăng, dân số lao động suy giảm, vẫn là những thách thức dài hạn mà chính phủ Nhật Bản đang phải đối mặt để cố gắng hồi sinh nền kinh tế của đất nước.

Trước tình hình kinh tế khó khăn và rơi vào suy thoái, ngày 18/11/2014, Thủ tướng Nhật Bản Shinzo Abe đã chính thức khẳng định hoãn kế hoạch tăng thuế tiêu dùng lên 10% từ tháng 10/2015 sang tháng 4/2017, đồng thời tuyên bố giải tán Hạ viện vào ngày 21/11/2014 để tổ chức bầu cử sớm. Trong bối cảnh các đảng đối lập còn chưa đủ mạnh và chia rẽ nội bộ, đây rõ ràng là một động thái chính trị khôn ngoan của Thủ tướng Abe. Vào ngày 14/12/2014, Đảng Dân chủ Tự do (LDP) đã giành chiến thắng trong cuộc bầu cử Hạ Viện, và ngày 24/12/2014, thủ tướng Shinzo Abe đã tái đắc cử trong cuộc bỏ phiếu tại Hạ viện. Với chiến thắng này, ông Abe sẽ có thêm quyền lực và thời gian để giải quyết các yếu tố khó khăn hơn của chương trình cải cách “3 mũi tên”, thực hiện tái cấu trúc kinh tế, thúc đẩy tiêu dùng nội địa để đưa Nhật Bản nhanh

chóng thoát suy thoái. Cho đến nay, hai mũi tên đầu tiên, “chính sách tiền tệ tích cực” (nới lỏng định lượng) và “chính sách tài chính linh hoạt” (kích thích kinh tế để đạt được mục tiêu) đã có chút khởi sắc. Nhật Bản đã thoát khỏi tình trạng giảm phát kéo dài trong 20 năm, chỉ số chứng khoán cũng tăng mạnh và số người có công ăn việc làm gia tăng. Tuy nhiên, những hiệu quả ngắn hạn của việc nới lỏng chính sách tiền tệ và tài khóa này là không đủ để đưa nền kinh tế Nhật Bản trở lại quỹ đạo tăng trưởng dài hạn, và Thủ tướng Shinzo Abe cũng nhận thức được những thách thức thực sự vẫn nằm ở phía trước, đặc biệt mũi tên thứ (3) thúc đẩy tái cấu trúc nền kinh tế Nhật Bản có phần hạn chế trong 2 năm qua. Vào tháng 6/2014, chính phủ Nhật Bản đã công bố bản sửa đổi của Chiến lược tăng trưởng mới với một kế hoạch tăng trưởng kinh tế đầy tham vọng, nhấn mạnh rõ nét hơn vào “mũi tên thứ 3” của Abenomics. Để đạt được những cải cách cơ cấu đầy tham vọng này cùng với việc cắt giảm thâm hụt ngân sách đòi hỏi chính phủ Nhật Bản phải kiên quyết và thực hiện bền bỉ trong nhiều năm. Bên cạnh đó, với quyết định hoãn tăng thuế tiêu thụ từ tháng 10 năm 2015 sang tháng 4 năm 2017, chính quyền của Thủ tướng Shinzo Abe sẽ gặp khó khăn để đạt được mục tiêu thặng dư tài chính vào năm 2020.

## 2. Thương mại

**Bảng 1: Kim ngạch thương mại của Nhật Bản từ năm 2010 – 2014**

*Đvt: nghìn USD*

Năm	Nhập khẩu	Xuất khẩu	Tổng kim ngạch
2010	694.059.160	769.773.832	1.463.832.992
2011	855.380.474	823.183.759	1.678.564.233
2012	885.843.335	798.567.588	1.684.410.923
2013	833.166.061	715.097.244	1.598.263.305
2014	822.251.112	683.845.620	1.506.096.732

*Nguồn: Trademap, 2015*

## 3. Đầu tư

Ở Nhật FDI tăng đáng kể từ nửa sau thập niên 90. Sự tăng trưởng này bắt nguồn từ những cuộc cải tổ ở những lĩnh vực khác nhau như là các hệ thống luật phá sản, doanh nghiệp, hệ thống kế toán doanh nghiệp, và sự mở rộng các lĩnh vực kinh doanh.

Theo báo cáo của UNCTAD 2014 về đầu tư trên thế giới, Nhật Bản là điểm đến hấp dẫn nhất cho các công ty đa quốc gia thứ 15 trong giai đoạn 2014-2016. Sức hấp dẫn tiềm năng của nó là rất mạnh so với các nước khác, nhưng hiệu quả của nó trong việc tiếp nhận FDI là yếu. Sau khi chậm lại trong năm 2009 sau cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu, Nhật Bản trải qua hai năm liên tiếp không vụ lợi trước làn sóng FDI trở lại giá trị tích cực. Trong năm 2014, dòng chảy đạt 10 tỷ USD.

Nhật Bản là một trong những nước có công nghệ cao, nghiên cứu và phát triển. Những trở ngại tiềm năng để đầu tư là ngôn ngữ và văn hóa liên quan đến việc kinh doanh của mình. Những thảm họa thiên tai đã ập vào Nhật Bản ngày 11 tháng 3 năm 2011 trận động đất và sóng thần đã tàn phá các cơ sở hạ tầng và các công trình quan trọng của Nhật Bản, tiếp sau đó là các vấn đề môi trường và y tế về tình trạng của nhà máy hạt nhân Fukushima Daiichi, có thể làm hạn chế đầu tư nước ngoài trong một

thời gian ngắn. Tuy nhiên, Nhật Bản vẫn là thị trường quan trọng cho các nhà đầu tư. Ngoài ra, nền kinh tế Nhật Bản sẽ có thể để tài trợ cho việc xây dựng lại đất nước mà không có quá nhiều khó khăn nhờ vào thặng dư tiết kiệm tích lũy qua các năm gần đây. Chiến lược tăng trưởng của Thủ tướng Shinzo Abe nhằm tăng gấp đôi giá trị của các cổ phiếu FDI năm 2012 đến năm 2020.

Nhật Bản tiếp tục thu hút FDI. Trong những năm gần đây, các biện pháp chính trị và sự cải cách đã khuyến khích tăng trưởng FDI, khởi đầu bởi Chính phủ Thủ tướng Abe đã góp phần làm tăng FDI. Chiến lược phát triển mới của Thủ tướng Abe đã kêu gọi tăng gấp đôi số cổ phiếu của các nhà đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Nhật Bản để tăng thu hút đầu tư đến năm 2020, Chính phủ đã thực hiện các bước chính sách cần thiết, Thủ tướng và các nhà lãnh đạo hàng đầu Nhật Bản sử dụng các chuyến thăm nước ngoài của họ như là cơ hội để thuyết phục các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vào Nhật Bản. Đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Nhật Bản vẫn còn hạn chế ngay cả khi doanh nghiệp FDI tăng trong các nền kinh tế khác mới nổi. Nhưng sẽ là động lực để nâng cao sự mong đợi các doanh nghiệp nước ngoài có tiềm năng tăng trưởng của thị trường Nhật Bản.

#### **4. Cơ sở hạ tầng kinh tế**

(Nguồn: [www.cia.org](http://www.cia.org) )

##### **Truyền thông – thông tin**

- Thuê bao điện thoại: 63,610 triệu (2014)
- Thuê bao di động: 152,7 triệu (2014)
- Sử dụng internet: 109,3 triệu (2014)
- Tên miền internet: .jp
- Đài truyền hình: 211 và 7.341 đài phát lại, (lực lượng Mỹ có 3 đài phát sóng và 2 tuyến cáp truyền hình)
- Sóng phát thanh: AM215 và 370 đài phát lại, FM89 và 485 đài phát lại, sóng ngắn 21

##### **Giao thông vận tải**

- Đường bộ: 1.203.777 km
- Cảng: Chiba, Kawasaki, Kiire, Kisarazu, Kobe, Mizushima, Nagoya, Osaka, Tokyo, Yohohama
- Vận tải biển: 684 tàu (tải trọng 1.000GRT và hơn) tổng cộng 10.149.196 GRT/12.680.544DWT.
- Hàng không: 175 sân bay
- Sân bay lên thẳng: 16 sân bay (2010)
- Đường ống: Gas 4.456 km; dầu 174 km; dầu/gas/nước 104 km
- Đường sắt: 27.155 km
- Đường bộ: 1.217.128 km
- Đường thủy: 1.770 km

#### **5. Các chỉ số kinh tế, thương mại và đầu tư cơ bản**

- GDP: 4.751 tỷ USD theo ngang giá sức mua.
- GDP (theo tỷ lệ trao đổi chính thức): 4.616 tỷ USD (2014), tăng trưởng -0,1% (2014)

- GDP đầu người: 37.400 USD (Ngang giá sức mua 2014)
- Lực lượng lao động: 65.480 triệu người (tháng 2 năm 2015)
- Dịch vụ 70,9%; Công nghiệp 26,2%; Nông nghiệp 2,9% (tháng 2 năm 2015)
- Sản phẩm Nông nghiệp: Rau, gạo, cá, gia cầm, hoa quả, sản phẩm sữa, thịt lợn, thịt bò, hoa, khoai tây/ khoai môn/ khoai lang, mía, chè, các loại đậu, lúa mì và lúa mạch.
- Sản phẩm Công nghiệp: Công nghệ tiên tiến, động cơ, thiết bị điện tử, máy công cụ, thép và kim loại màu, tàu, hóa chất, dệt may, thực phẩm chế biến
- Tỷ lệ lạm phát: 2,7% (2014)
- Thất nghiệp: 3,6% (2014)
- Thu chi ngân sách: Thu: 1.512 tỷ USD, chi: 1.840 tỷ USD
- Mức tăng trưởng sản xuất công nghiệp: 2% (2014)
- Sản xuất và tiêu thụ điện năng: sản xuất: 936,2 tỷ KWh, tiêu thụ: 859,7 tỷ KWh
- Dầu thô – sản xuất: 11.010 thùng/ ngày (năm 2014)
- Tiêu thụ dầu: 4,3 triệu thùng/ ngày (năm 2014)
- Dầu thô - xuất khẩu: 0 thùng/ ngày (năm 2014)
- Dầu thô - nhập khẩu: 3,441 triệu thùng/ ngày (năm 2014)
- Khí thiên nhiên - sản xuất: 2,822 tỷ m<sup>3</sup> (năm 2014)
- Khí thiên nhiên - tiêu thụ: 127,2 tỷ m<sup>3</sup>
- Khí thiên nhiên - hàng xuất khẩu: 0 m<sup>3</sup> (năm 2014)
- Khí thiên nhiên - nhập khẩu: 116,9 tỷ m<sup>3</sup>
- Các mặt hàng xuất khẩu chính: xe cơ giới 14,9%; sản phẩm sắt thép 5,4%; chất bán dẫn 5%; phụ tùng ô tô 4,8%; điện máy phát điện 3,5%; vật liệu nhựa 3,3% (năm 2014)
- Nước xuất khẩu chính: Hoa Kỳ 18,8%, Trung Quốc 18,1%, Hàn Quốc 7,9%, Hồng Kông 5,2%, Thái Lan 5%
- Mặt hàng nhập khẩu chính: dầu khí 16,1%; khí thiên nhiên lỏng 9,1%; quần áo 3,8%; chất bán dẫn 3,3%; than 2,4%; bộ máy âm thanh và hình ảnh 1,4% (năm 2014)
- Đối tác nhập khẩu: Trung Quốc 21,7%, Hoa Kỳ 8,6%, Australia 6,1%, Saudi Arabia 6%, UAE 5,1%, Qatar 4,4%, Hàn Quốc 4,3%
- Nợ nước ngoài: 5.180 tỷ USD (31 tháng 12 năm 2013)
- Năm tài chính: 31 tháng 3 - 01 tháng 4
- Tỷ giá hối đoái: 123,18 (JPY) = 1 USD (10 tháng 9 năm 2015)

### **III. Quan hệ hợp tác Việt Nam – Nhật Bản**

#### **1. Quan hệ ngoại giao**

- Ngày thiết lập quan hệ ngoại giao: 21/9/1973

- Sau năm 1975, hai bên trao đổi Đại sứ quán; ký thoả thuận về việc Chính phủ Nhật Bản bồi thường chiến tranh với danh nghĩa viện trợ không hoàn lại của Chính phủ Nhật Bản đối với Việt Nam 13,5 tỷ Yên (khoảng 49 triệu USD).

- Giai đoạn 1979-1990: Do vấn đề Campuchia, Nhật Bản đồng kết các khoản viện trợ đã thoả thuận, lấy vấn đề rút quân Việt Nam khỏi Campuchia là điều kiện cho việc mở lại viện trợ; phối hợp với Hoa Kỳ và Phương Tây ngăn cản các tổ chức tài chính quốc tế (IMF, WB, ADB...) cung cấp tài chính cho Việt Nam. Quan hệ chính trị rất hạn chế.

- Năm 1992, Nhật Bản quyết định mở lại viện trợ cho Việt Nam. Từ đó đến nay, các mối quan hệ kinh tế, chính trị, giao lưu văn hoá... được mở rộng; sự hiểu biết và tin cậy giữa hai nước từng bước được tăng lên.

- Hai bên đã trao đổi Tuỳ viên quân sự, mở Tổng Lãnh sự quán Nhật Bản tại Thành phố Hồ Chí Minh; Tổng Lãnh sự quán Việt Nam tại Osaka (3/1997) và Fukuoka (tháng 4/2009). Tháng 5/2007, hai bên thành lập Ủy ban Hợp tác Việt-Nhật do hai Bộ trưởng Ngoại giao làm đồng Chủ tịch, ngày 30/7/2015 Ủy ban Hợp tác Việt-Nhật đã họp phiên thứ 7 tại Nhật Bản).

- Năm 2013, kỷ niệm 40 năm “Hữu Nghị Việt Nam – Nhật Bản”

#### **Lãnh đạo Việt Nam thăm Nhật Bản:**

- Thủ tướng Võ Văn Kiệt (4/1993),
- Tổng Bí thư Đỗ Mười (năm 1995),
- Tổng Bí thư Nông Đức Mạnh (10/2002),
- Thủ tướng Phan Văn Khải thăm chính thức năm 1999 và sau đó thăm làm việc 2001, 4/2003, 12/2003, 6/2004 và ghé thăm tháng 7/2005.
- Năm 2002, Lãnh đạo cấp cao hai nước nhất trí xây dựng quan hệ Việt Nam - Nhật Bản theo phương châm “đối tác tin cậy, ổn định lâu dài”.
- Tháng 10/2006, Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng thăm chính thức Nhật Bản mở ra một giai đoạn mới “Hướng tới đối tác chiến lược vì hòa bình và phồn vinh ở Châu Á”; thăm và làm việc 5/2009, 11/2009.
- Tiếp đó, trong chuyến thăm Nhật Bản cấp nhà nước 11/2007, Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết và Thủ tướng Yasuo Fukuda ký Tuyên bố chung “Làm sâu sắc hơn quan hệ Việt Nam và Nhật Bản” và “Chương trình hợp tác hướng tới quan hệ đối tác chiến lược”
- Tháng 11/2007, lần đầu tiên trong lịch sử quan hệ Việt-Nhật, Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết thăm Nhật Bản cấp nhà nước.
- Tháng 3/2008, Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Phú Trọng đã thăm chính thức Nhật Bản. Tháng 4/2009, Tổng Bí thư Nông Đức Mạnh thăm chính thức Nhật Bản. Trong chuyến thăm này, Tổng Bí thư Nông Đức Mạnh và Thủ tướng Aso



Taro nhất trí ra "Tuyên bố chung về quan hệ đối tác chiến lược Việt Nam - Nhật Bản vì hòa bình và phồn vinh ở Châu Á".

- Ngày 30/10/2011, Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Tấn Dũng cùng đoàn lãnh đạo cấp cao thăm chính thức Nhật Bản
- Ngày 16/3/2014, Chủ tịch nước Trương Tấn Sang cùng đoàn lãnh đạo cấp cao thăm chính thức Nhật Bản.
- Tháng 7/2015 Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Tấn Dũng, và Đoàn đại biểu Việt Nam tham dự Hội nghị cấp cao Mekong-Nhật Bản lần thứ 7, đồng thời thăm và làm việc tại Nhật Bản.
- 15/9/2015 Tổng bí thư BCH TW Đảng Nguyễn Phú Trọng thăm chính thức Nhật Bản

#### **Lãnh đạo cấp cao Nhật Bản thăm Việt Nam:**

- Thủ tướng Murayama (8/1994)
- Thủ tướng Hashimoto (1/1997)
- Thủ tướng Obuchi (12/1998)
- Thủ tướng Koizumi (4/2002)
- Tháng 10/2004, Thủ tướng Koizumi dự Hội nghị Cấp cao ASEM 5 tại Hà Nội
- Thủ tướng Abe thăm Việt Nam dự Cấp cao APEC (11/2006).
- Hoàng tử Nhật Bản Akishino thăm Việt Nam (6/1999),
- Hoàng Thái tử Nhật Bản Naruhito (2/2009).
- Trong chuyến thăm Việt Nam 7/2004 của Ngoại trưởng Nhật Bản, hai bên đã ký Tuyên bố chung “Vươn tới tầm cao mới của quan hệ đối tác bền vững”.
- Thủ tướng Abe thăm chính thức Việt Nam (16/1/2013).

- Nhật Bản ủng hộ đường lối đổi mới, mở cửa của Việt Nam; hỗ trợ Việt Nam hội nhập vào khu vực và thế giới (APEC, WTO, ASEM, ARF, vận động OECD giúp Việt Nam về kỹ thuật...); Hai bên ủng hộ lẫn nhau tại các diễn đàn quốc tế quan trọng, trong đó có Liên Hợp Quốc (LHQ).

#### ***Các Hiệp định đã ký giữa hai nước:***

- Các Hiệp định vay ODA hàng năm (từ 1992)
- Hiệp định Hàng không (5/1994)
- Hiệp định tránh đánh thuế hai lần (9/1995)
- Hiệp định hợp tác kỹ thuật (10/1998)
- Hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư (12/2004)
- Hiệp định hợp tác khoa học và công nghệ (8/2006)
- Hiệp định đối tác kinh tế Việt-Nhật VJEP (25/12/2008).

#### ***Một số thoả thuận khác:***

- Biên bản về hợp tác trong lĩnh vực pháp luật (10/1996).
- Sáng kiến chung Việt - Nhật về cải thiện môi trường đầu tư tại Việt Nam (11/2003), giai đoạn hai (7/2006), giai đoạn 3 (6/2008).
- Tuyên bố chung giữa hai Bộ trưởng Ngoại giao “vươn tới tầm cao mới của mối quan hệ đối tác bền vững” (7/2004).
- Tuyên bố chung về hợp tác IT Việt Nam-Nhật Bản (6/2004).

- Thỏa thuận hợp tác giữa Học viện quan hệ quốc tế Việt Nam và Viện nghiên cứu các vấn đề quốc tế Nhật Bản (2/2005).
- Tuyên bố chung hợp tác du lịch giữa Tổng cục du lịch và Bộ Lãnh thổ, Hạ tầng và Vận tải Nhật Bản 4/2005.
- Tuyên bố chung giữa hai Thủ tướng Việt Nam-Nhật Bản “hướng tới quan hệ đối tác chiến lược vì hòa bình và phồn vinh ở Châu Á” 10/2006.
- Bản ghi nhớ về việc thành lập Ủy ban Hợp tác Việt Nam - Nhật Bản (5/2007).  
Tuyên bố chung làm sâu sắc hơn quan hệ Việt Nam và Nhật Bản và Chương trình hợp tác hướng tới quan hệ đối tác chiến lược được ký nhân chuyến thăm Nhật Bản của Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết (11/2007).
- Bản ghi nhớ về việc Nhật Bản giúp Việt Nam phát triển ngành công nghiệp phụ trợ ký kết giữa Bộ trưởng Bộ Công thương Việt Nam và Bộ trưởng Kinh tế-Thương mại-Công nghiệp Nhật Bản (METI) (12/2008).
- Thủ tướng Việt Nam – Nhật Bản ký tuyên bố chung giữa hai nước về Triển khai Hành động trong khuôn khổ Đối tác Chiến lược vì Hòa Bình và Phồn Vinh ở Châu Á giữa Việt Nam và Nhật Bản (31/10/2011).
- Bản ghi nhớ về việc hợp tác trong lĩnh vực y tế và chăm sóc sức khỏe giữa hai Bộ Y tế Việt Nam – Nhật Bản (tháng 3/2014).

## **2. Quan hệ hợp tác kinh tế - thương mại**

Trải qua gần 45 năm kể từ khi hai nước thiết lập quan hệ ngoại giao ngày 21/9/1973, quan hệ giữa Việt Nam và Nhật Bản không ngừng phát triển trên nhiều lĩnh vực, bước sang giai đoạn mới về chất và đi vào chiều sâu.

Năm 1992, Nhật Bản là một trong những nước đầu tiên trên thế giới nối lại viện trợ cho Việt Nam, giúp Việt Nam xây dựng cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội. Trong chuyến thăm Nhật Bản của Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng hồi tháng 10/2006, hai bên đã ký Tuyên bố chung "Hướng tới quan hệ đối tác chiến lược vì hòa bình và phồn vinh ở châu Á" và đạt được một loạt thỏa thuận quan trọng trên nhiều lĩnh vực, đặc biệt là mở rộng hợp tác kinh tế, thương mại và đầu tư.

Năm Hiệp định đối tác kinh tế Việt-Nhật VJEP (25/12/2008)

Chính giới và doanh nghiệp Nhật Bản rất coi trọng việc tăng cường hơn nữa quan hệ hợp tác với Việt Nam, coi Việt Nam là một trong những đối tác quan trọng ở Đông Nam Á, ủng hộ và hỗ trợ Việt Nam thông qua viện trợ phát triển chính thức (ODA) nhằm giúp phát triển cơ cấu hạ tầng kinh tế, khoa học công nghệ và đào tạo nguồn nhân lực.

Nhật Bản hiện là đối tác quan trọng hàng đầu của Việt Nam về ODA, thương mại và đầu tư. Trong những năm gần đây, đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) của Nhật Bản vào Việt Nam liên tục tăng và quy mô các dự án ngày càng lớn.



**Bảng 2: Kim ngạch thương mại giữa Việt Nam và Nhật Bản giai đoạn từ 2011 – 7T/2015**

*Đvt: nghìn USD*

Năm	VN Xuất	VN Nhập	Tổng kim ngạch hai chiều
2011	10.781.145	10.400.667	21.181.813
2012	13.064.524	11.602.055	24.666.579
2013	13.630.850	11.614.506	25.245.356
2014	14.692.881	12.925.817	37.923.488
7T/2015	8.010.235	8.537.726	16.547.962

*Nguồn: Tổng cục Hải quan, 8/2015*

Về Đầu tư trực tiếp FDI của Nhật Bản vào Việt Nam, theo số liệu thống kê của Cục Đầu tư nước ngoài (Bộ Kế hoạch và Đầu tư) tính đến tháng 4/2015, các nhà đầu tư Nhật Bản có 2.619 dự án đầu tư trực tiếp còn hiệu lực tại Việt Nam với tổng vốn đầu tư là 37,5 tỷ USD. Với số dự án và vốn đầu tư trên Nhật Bản đang chiếm 14,3% tổng số dự án và 14,6% tổng vốn đầu tư nước ngoài, xếp thứ 2 trong số các quốc gia, vùng lãnh thổ có vốn đầu tư tại Việt Nam.

Về lĩnh vực và ngành nghề đầu tư, các dự án của Nhật Bản chủ yếu trong lĩnh vực công nghiệp chế biến chế tạo. Hiện Nhật Bản có 1.344 dự án và 31,3 tỷ USD vốn đầu tư trong lĩnh vực công nghiệp chế biến chế tạo, chiếm 83,3% tổng vốn đầu tư của Nhật Bản tại Việt Nam.

Trong các năm qua, Nhật Bản luôn giữ tốc độ đầu tư cao, ổn định, luôn là 1 trong 2 quốc gia dẫn đầu về thu hút đầu tư nước ngoài tại Việt Nam. Các dự án đầu tư của Nhật Bản tại Việt Nam được đánh giá là hoạt động có hiệu quả, công nghệ tốt.

Doanh nghiệp Nhật Bản cũng đóng vai trò chủ đạo trong quá trình phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam.

Tháng 7/2013, Việt Nam đã phê duyệt “Chiến lược công nghiệp hóa của Việt Nam trong khuôn khổ hợp tác Việt Nam - Nhật Bản hướng đến năm 2020, tầm nhìn 2030” trong đó ưu tiên phát triển 6 ngành công nghiệp, bao gồm: điện tử; máy nông nghiệp; chế biến nông, thủy sản; đóng tàu; môi trường và tiết kiệm năng lượng; và sản xuất ô tô và phụ tùng ô tô.

Với mục tiêu đưa 6 ngành này thành những ngành công nghiệp chủ lực của nền kinh tế, có giá trị gia tăng cao và năng lực cạnh tranh quốc tế, các ngành này sẽ giữ vai trò dẫn dắt về thúc đẩy thu hút đầu tư của doanh nghiệp trong và ngoài nước, trước hết là doanh nghiệp Nhật Bản.

**Bảng 3: Các mặt hàng chủ yếu Việt Nam xuất khẩu sang Nhật Bản 7 tháng năm 2015**

*Đvt: USD*

STT	Mặt hàng xuất khẩu	Kim ngạch xuất khẩu
1	Hàng thủy sản	553.036.119

Hồ sơ thị trường Nhật Bản

2	Hàng rau quả	42.762.714
3	Hạt điều	16.686.140
4	Cà phê	106.186.943
5	Hạt tiêu	18.899.200
6	Sắn và các sản phẩm từ sắn	14.383.037
7	Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	17.002.336
8	Thức ăn gia súc và nguyên liệu	31.616.750
9	Quặng và khoáng sản khác	11.781.731
10	Than đá	42.622.809
11	Dầu thô	463.140.276
12	Hóa chất	152.154.200
13	Sản phẩm hóa chất	58.594.226
14	Phân bón các loại	900.581
15	Chất dẻo nguyên liệu	8.561.754
16	Sản phẩm từ chất dẻo	262.818.136
17	Cao su	9.623.085
18	Sản phẩm từ cao su	42.889.254
19	Túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù	183.276.490
20	Sản phẩm mây, tre, cói và thảm	24.930.049
21	Gỗ và sản phẩm gỗ	564.311.473
22	Giấy và các sản phẩm từ giấy	44.533.716
23	Xơ, sợi dệt các loại	30.055.810
24	Hàng dệt, may	1.483.224.257
25	Vải màn, vải kỹ thuật khác	22.274.340
26	Giày dép các loại	354.156.598
27	Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	34.743.792
28	Sản phẩm gốm, sứ	43.990.526
29	Thủy tinh và các sản phẩm từ thủy tinh	65.737.170
30	Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	26.332.017
31	Sắt thép các loại	2.031.377
32	Sản phẩm từ sắt thép	147.793.592
33	Kim loại thường khác và sản phẩm	109.264.014
34	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	281.468.397
35	Điện thoại các loại và linh kiện	30.773.309
36	Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện	20.823.318
37	Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	819.181.519
38	Dây điện và dây cáp điện	106.400.294
39	Phương tiện vận tải và phụ tùng	1.095.019.445
40	Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	84.401.835
	<b>Tổng XK</b>	<b>8.010.235.303</b>

Nguồn: Tổng Cục hải quan, 8/2015

**Bảng 4: Các mặt hàng chủ yếu Việt Nam nhập khẩu từ Nhật Bản 7 tháng đầu năm 2015**

*Đvt: USD*

<b>STT</b>	<b>Mặt hàng nhập khẩu</b>	<b>Kim ngạch nhập khẩu (USD)</b>
1	Hàng thủy sản	37.209.169
2	Sữa và sản phẩm sữa	2.956.591
3	Chế phẩm thực phẩm khác	8.390.808
4	Thức ăn gia súc và nguyên liệu	1.242.942
5	Nguyên phụ liệu thuốc lá	22.666.742
6	Quặng và khoáng sản khác	4.619.249
7	Than đá	36.563
8	Xăng dầu các loại	2.674.583
9	Sản phẩm khác từ dầu mỏ	16.286.715
10	Hóa chất	160.389.421
11	Sản phẩm hóa chất	146.046.030
12	Dược phẩm	16.265.937
13	Phân bón các loại	26.764.944
14	Chất thơm, mỹ phẩm và chế phẩm vệ sinh	10.667.209
15	Thuốc trừ sâu và nguyên liệu	21.864.612
16	Chất dẻo nguyên liệu	176.875.673
17	Sản phẩm từ chất dẻo	353.636.494
18	Cao su	62.260.772
19	Sản phẩm từ cao su	62.556.767
20	Gỗ và sản phẩm gỗ	3.142.857
21	Giấy các loại	70.290.466
22	Sản phẩm từ giấy	21.117.127
23	Xơ, sợi dệt các loại	25.526.725
24	Vải các loại	321.036.652
25	Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	114.935.413
26	Thủy tinh và các sản phẩm từ thủy tinh	63.469.823
27	Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	19.168.150
28	Phế liệu sắt thép	234.817.780
29	Sắt thép các loại	771.845.462
30	Sản phẩm từ sắt thép	327.215.774
31	Kim loại thường khác	140.204.487
32	Sản phẩm từ kim loại thường khác	43.915.685
33	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	1.292.009.397
34	Hàng điện gia dụng và linh kiện	6.673.570
35	Điện thoại các loại và linh kiện	48.208.232
36	Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện	24.967.348
37	Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	2.894.381.520
38	Dây điện và dây cáp điện	57.246.271

39	Ô tô nguyên chiếc các loại	143.417.536
40	Linh kiện, phụ tùng ô tô	403.028.075
41	Phương tiện vận tải khác và phụ tùng	71.585.393
	<b>Tổng NK</b>	<b>8.537.726.355</b>

*Nguồn: Tổng Cục Hải quan, 8/2015*

Theo số liệu thống kê chính thức của Tổng Cục Hải quan Việt Nam, kim ngạch xuất khẩu hai chiều giữa Việt Nam và Nhật Bản trong gần 5 năm trở lại đây và số liệu thống kê sơ bộ trong 7 tháng đầu năm 2015. Với tốc độ tăng trưởng kim ngạch thương mại tăng đều theo hàng năm là tín hiệu đáng mừng giữa quan hệ của hai nước cụ thể như sau:

Năm 2011 tổng kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam – Nhật Bản đạt hơn 21,18 tỷ USD, năm 2012 đạt 24,66 tỷ USD. Như vậy, năm 2012 đạt tốc độ tăng trưởng tăng 14,11% so với năm 2011. Tiếp đến năm 2013 tổng kim ngạch thương mại hai chiều đạt hơn 25,24 tỷ USD tăng 2,29% so với năm 2012 nhưng lại tăng trưởng thấp hơn so với kim ngạch thương mại hai chiều năm 2011 – 2012. Năm 2014 có thể nói là năm tổng kim ngạch thương mại hai chiều đạt mức cao nhất trong vòng vài năm vừa qua, tổng kim ngạch thương mại đạt hơn 37,9 tỷ USD, tốc độ tăng trưởng so với năm 2013 là 33,5%, Việt Nam vẫn là nước xuất siêu sang thị trường Nhật Bản khoảng 2 tỷ USD. Theo số liệu thống kê sơ bộ của Tổng Cục Hải quan tính 7 tháng năm 2015, Việt Nam xuất khẩu sang Nhật Bản đạt hơn 8 tỷ USD và nhập khẩu từ thị trường Nhật Bản hơn 8,5 tỷ USD và Việt Nam đang ở trong tình trạng nhập siêu từ Nhật Bản. Nhưng tình trạng nhập siêu này không đáng quan ngại vì hiện tại các mặt hàng Việt Nam nhập khẩu chủ yếu từ Nhật Bản là các nguyên phụ liệu để phục vụ cho sản xuất trong dịp cuối năm để phục vụ tăng trưởng kinh tế, ngoài ra Nhật Bản cũng là một trong hai nước có các nhà đầu tư (FDI) lớn đầu tư trực tiếp tại Việt Nam nên việc nhập khẩu nguyên phụ liệu để phục vụ sản xuất cũng là điều tất yếu và cũng là tín hiệu đáng mừng cho việc thu hút các nhà đầu tư lớn đến từ Nhật Bản. Tổng kim ngạch thương mại hai chiều giữa hai nước tính 7 tháng năm 2015 đạt hơn 16,5 tỷ USD so với cùng kỳ năm 2014 tốc độ tăng trưởng tăng 7,2% (7 tháng năm 2014, tổng kim ngạch hai chiều đạt 15,3 tỷ USD).

### **3. Hợp tác đầu tư và hợp tác phát triển**

Từ tháng 6/2008, hai bên đã bắt đầu thực hiện giai đoạn III Sáng kiến chung Việt - Nhật nhằm cải thiện môi trường đầu tư và nâng cao năng lực cạnh tranh của Việt Nam, hỗ trợ thúc đẩy tam giác phát triển và hành lang Đông - Tây cũng như hợp tác trong GMS, nghiên cứu giúp giải quyết vấn đề ùn tắc giao thông ở Hà nội và TP. Hồ Chí Minh...

- *Viện trợ phát triển chính thức ODA*: Trong 20 năm qua Nhật Bản đã cam kết viện trợ phát triển 20 tỷ USD cho Việt Nam, Nhật Bản là nước tài trợ ODA lớn nhất cho Việt Nam. Theo Sách Trắng ODA 2013 của Nhật Bản, Việt Nam là nước nhận viện trợ phát triển (ODA) lớn nhất so với các nước đang phát triển là 1,6 tỷ USD. Năm 2014 Nhật Bản và Việt Nam đã ký Công hàm trao đổi về việc cung cấp cho Việt Nam khoản ODA vay vốn tài khóa 2014 trị giá 112,4 tỷ yên để tiếp tục hỗ trợ Việt Nam

phát triển cơ sở hạ tầng kinh tế xã hội. Chính phủ Nhật Bản cam kết sẽ góp phần quan trọng trong việc phát triển toàn diện cơ sở hạ tầng, kinh tế xã hội của Việt Nam như đường cao tốc Bắc-Nam, nhà máy điện Thái Bình và đường dây truyền tải lưới điện phân phối, nhà máy nước Đồng Nai.... Kể từ khi nối lại viện trợ ODA cho Việt Nam từ năm 1992, Nhật Bản luôn là nhà tài trợ lớn nhất cho Chính phủ Việt Nam.

Hai nước đã ký kết Hiệp định đối tác kinh tế Việt-Nhật (VJEPA) ngày 25/12/2008, có hiệu lực từ ngày 1/10/2009. Cùng với Hiệp định đối tác toàn diện Nhật-ASEAN, VJEPA tạo khuôn khổ pháp lý thuận lợi cho phát triển quan hệ kinh tế, thương mại giữa hai nước.

Hai bên lập Diễn đàn trao đổi thông tin về quy chế kinh tế thị trường tại Việt Nam, đã họp lần đầu tiên nhân cuộc họp Ủy ban Hợp tác Việt-Nhật phiên thứ 3 tại Tokyo (1/2010) và hiện tại năm (7/2015) hai bên đã họp phiên thứ 7 tại Tokyo.

#### ***Về hợp tác lao động :***

Nhật Bản là một thị trường tiềm năng cho lao động Việt Nam. Từ năm 1992 đến nay, Việt Nam đã cử khoảng hơn 31.000 tu nghiệp sinh sang Nhật Bản. Năm 2004, Việt Nam đã lập Văn phòng quản lý lao động tại Tokyo. Theo Hiệp hội xuất khẩu lao động Việt Nam tính đến hết tháng 10 năm 2014, đã có 16.282 lao động (LĐ) Việt Nam đến Nhật Bản để làm việc. Đây là năm đầu tiên Việt Nam vượt mốc đưa 15.000 Lao động sang Nhật Bản.

#### ***Về văn hoá - giáo dục:***

- *Về văn hoá thông tin:* Nhật Bản có nhiều dự án giúp Việt Nam nghiên cứu bảo tồn, tôn tạo các ngôi nhà ở dân gian truyền thống tiêu biểu ở cả ba miền Bắc-Trung-Nam. Hai bên đã lập Ủy ban chuyên gia Việt-Nhật về bảo tồn Hoàng thành Thăng Long và họp phiên đầu tiên (3/2007). Hai bên cũng đã cử nhiều đoàn sang thăm, làm việc, biểu diễn nghệ thuật, tham dự triển lãm, liên hoan phim, tổ chức Lễ hội tại mỗi nước. Nhật Bản đã thành lập Trung tâm giao lưu Văn hóa Nhật Bản tại Việt Nam (3/2008).

- *Về giáo dục đào tạo:* Quan hệ hợp tác về giáo dục và đào tạo giữa hai nước đã phát triển dưới nhiều hình thức: hợp tác giữa hai Chính phủ, giữa các trường học, giữa các tổ chức, giữa các cá nhân. Những năm gần đây, Nhật Bản là một trong những nước viện trợ không hoàn lại lớn nhất cho ngành giáo dục và đào tạo của Việt Nam. Trong chuyến thăm Nhật Bản của nguyên Phó Thủ tướng Nguyễn Thiện Nhân (3/2008) (nay là Chủ tịch mặt trận Tổ Quốc Việt Nam), hai bên đã ký Bản ghi nhớ về việc Nhật Bản giúp Việt Nam đào tạo 1000 tiến sỹ cho Việt Nam đến năm 2020 và tiếp tục tăng học bổng cho Việt Nam trong các năm tới.

- Việt Nam cũng đã mời nhiều giáo sư, chuyên gia Nhật Bản sang giảng dạy, tiếp nhận các học giả Nhật Bản sang tìm hiểu về văn hoá, lịch sử Việt Nam. Với sự trợ giúp của chính phủ Nhật Bản, Việt Nam đang thí điểm dạy tiếng Nhật tại một số trường phổ thông cơ sở tại các thành phố lớn như: Hà Nội, TP. HCM, Huế và Đà Nẵng. Nhật Bản đang triển khai kế hoạch mời 2.000 thanh niên Việt Nam sang Nhật Bản trong 5 năm, theo nhiều chương trình trong đó bao gồm cả chương trình dành cho học sinh cấp 2 và cấp 3.

***Về du lịch :***

- Nhật Bản luôn nằm trong số 5 nước có lượng khách du lịch lớn nhất đến Việt Nam, số khách du lịch Nhật Bản chiếm gần 10% tổng lượng khách vào Việt Nam. Hai bên đã ký Tuyên bố chung về hợp tác du lịch Việt - Nhật (4/2005) tạo điều kiện cho việc thu hút khách du lịch Nhật Bản vào Việt Nam.

- Từ 1/1/2004, Việt Nam đã chính thức đơn phương miễn thị thực cho người Nhật Bản đi du lịch và kinh doanh vào Việt Nam trong vòng 15 ngày và từ 1/7/2004, quyết định miễn thị thực nhập cảnh ngắn hạn cho mọi công dân mang hộ chiếu Nhật Bản. Ngày 8/3/2005, hai bên đã trao đổi Công hàm miễn thị thực nhập cảnh cho công dân hai nước Việt Nam và Nhật Bản mang Hộ chiếu ngoại giao và công vụ trong thời hạn lưu trú không quá 90 ngày bắt đầu thực hiện từ 1/5/2005.

- Tháng 7/2013, Nhật Bản đã nói lỏng thủ tục thị thực và bày tỏ hy vọng phía Nhật Bản sẽ thực hiện các bước để đơn giản hóa thủ tục xin cấp thị thực cho người Việt Nam. Nhật Bản nhất trí tiếp tục trao đổi về việc sớm thực hiện đơn giản hóa thủ tục cấp thị thực cho người Việt Nam.

## IV. Một số điều cần biết khi kinh doanh với thị trường Nhật Bản

### 1. Các quy định về xuất nhập khẩu

Hầu hết hàng hóa đều được nhập khẩu vào Nhật Bản mà không cần giấy phép ngoại trừ các mặt hàng thuộc Hệ thống hàng cấm nhập khẩu (một số hoá chất, vũ khí). Những mặt hàng xuất khẩu thế mạnh của Việt Nam rõ ràng hoàn toàn không nằm trong danh sách hàng cấm nhập khẩu của Nhật Bản.

### Thủ tục hải quan

Nhà nhập khẩu Nhật Bản khi muốn nhập khẩu phải xin giấy phép nhập khẩu tại Hải quan. Hàng hóa liên quan sẽ được kiểm tra. Nếu đạt yêu cầu, nhà nhập khẩu phải đóng thuế và các khoản lệ phí cần thiết cho Hải quan để nhận giấy phép nhập khẩu. Quá trình xin cấp phép phổ biến hiện áp dụng cho hơn 90% lượng hàng nhập khẩu vào Nhật.

Bộ tờ khai hải quan (theo qui định tại Luật hải quan điều 67 tới điều 72) phải được điền đầy đủ thông tin liên quan; đối tượng đứng ra khai là nhà nhập khẩu Nhà nhập khẩu khai vào 3 mẫu tờ khai C-5020 và nộp cho hải quan kèm theo các tài liệu sau:

- Hoá đơn thương mại
- Vận đơn
- Giấy chứng nhận xuất xứ - CO (Với các quốc gia thuộc diện được hưởng ưu đãi của Hệ thống ưu đãi phổ cập sử dụng Mẫu A)
- Phiếu đóng gói, biên lai cước vận chuyển, giấy chứng nhận bảo hiểm,... và những giấy tờ liên quan cần thiết
- Giấy phép, giấy chứng nhận,... mà các quy định, luật khác ngoài luật hải quan yêu cầu (áp dụng theo các quy định, luật liên quan)
- Giấy đề nghị miễn giảm các khoản phí, thuế trong đó mô tả chi tiết các thông tin cần thiết, các quy định, luật liên quan.
- Biên lai thuế hải quan (nếu hàng hóa thuộc diện chịu thuế).

#### (a) Hóa đơn thương mại

Phải có tối thiểu 3 bản sao hóa đơn thương mại. Các hóa đơn cần phải được nhà cung cấp ký tên và bao gồm các chi tiết sau:

- Số nhân và số thứ tự của bao gói
- Thông tin mô tả về hàng hóa
- Phí bảo hiểm và phí vận chuyển
- Địa điểm và thời gian lập hóa đơn
- Nơi đến và người nhận
- Số hiệu phương tiện vận chuyển
- Số seri giấy phép nhập khẩu
- Các điều kiện của hợp đồng liên quan đến việc xác định giá trị hàng hóa

#### (b) Hóa đơn vận chuyển (vận đơn)

Đối với hàng hóa được gửi bằng đường biển, yêu cầu phải có tối thiểu 03 bản vận đơn gốc đã ký và 02 bản sao.



Đối với hàng hóa được gửi bằng đường hàng không, yêu cầu phải có 01 bản vận đơn gốc và 09 bản sao nhưng không có các điều lệ chặt chẽ áp dụng.

Nếu số lượng vận chuyển thực tế vượt quá số lượng ghi trong đơn hàng, cần phải nêu rõ tên và địa chỉ của người được thông báo.

Thông tin trong giấy ủy thác của người nhập khẩu thường chỉ mang tính danh nghĩa nhưng phải gồm có tên phương tiện vận chuyển, người nhận trung gian và người nhận cuối cùng, nhãn mác và số seri của thùng hàng, thông tin mô tả hàng hóa gồm toàn bộ khối lượng và kích thước theo hệ mét.

(c) Giấy chứng nhận xuất xứ

Giấy chứng nhận xuất xứ thông thường do lãnh sự quán Nhật hoặc viên chức ngoại giao tại nơi sản xuất, nơi mua bán hoặc vận chuyển hàng hóa cấp. Các giấy chứng nhận do hải quan, các nước trung gian khác hoặc người có thẩm quyền quyết định cấp có thể được chấp nhận. Giấy chứng nhận phải có chữ ký của người xuất khẩu.

Giấy chứng nhận phải chỉ rõ xuất xứ, nhãn mác và số seri của hàng hóa, thông tin mô tả hàng hóa, số seri của thùng hàng và hàng hóa cần phải được chứng nhận được sản xuất tại nước xuất xứ.

Hàng hóa được ghi trong giấy chứng nhận phải phù hợp với các điều kiện được chấp nhận theo hệ thống giá trị GATT.

(d) Phiếu đóng gói

Yêu cầu 2 bản sao, chỉ rõ các thông số của hàng hóa, gồm cả thông tin về trọng lượng và kích thước của mỗi kiện hàng.

(e) Giấy chứng nhận bảo hiểm

Giấy chứng nhận bảo hiểm có thể được yêu cầu nếu giấy kiểm tra hải quan không có hóa đơn được đề nghị (để xác định giá trị thuế/chất lượng). Trong trường hợp như vậy, các tài liệu khác ghi giá trị vận chuyển, mức phí bảo hiểm và bảng giá v.v. có thể được yêu cầu.

Hàng hóa nhập khẩu vào thị trường Nhật Bản được kiểm soát bằng một hệ thống luật pháp tương đối chặt chẽ vì các lý do bảo vệ quyền lợi an ninh quốc gia, lợi ích kinh tế hoặc bảo đảm an toàn, vệ sinh thực phẩm cho người tiêu dùng. Các doanh nghiệp Việt Nam khi thâm nhập thị trường Nhật Bản cần tìm hiểu kỹ và tuân thủ nghiêm túc những quy định và luật về nhập khẩu của Nhật Bản.

Những mặt hàng yêu cầu giấy phép nhập khẩu phải tuân thủ các quy trình, quy định, luật của hải quan. Với một số mặt hàng nhập khẩu có hạn ngạch, nhà nhập khẩu phải xin hạn ngạch tại Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp Nhật Bản (Ministry of Economy, Trade and Industry - METI). Thủ tục nhập khẩu những mặt hàng thuộc loại nguyên liệu, chế biến thô hoặc bán thành phẩm thường thông thoáng và dễ dàng hơn.

Hàng hóa nhập khẩu vào Nhật Bản còn bị chi phối bởi hàng loạt các luật lệ và quy định về kiểm dịch, trách nhiệm của nhà sản xuất. Người kinh doanh sản phẩm phải bồi thường đối với các thiệt hại do bán cho người tiêu dùng những sản phẩm chất

lượng không đảm bảo. Sau đây là một số quy định luật pháp thương mại tiêu biểu và có ảnh hưởng lớn đến việc tiêu thụ hàng hóa:

***Luật trách nhiệm sản phẩm:***

Luật trách nhiệm sản phẩm được áp dụng đối với các sản phẩm nói chung và sản phẩm nhập khẩu nói riêng. Luật này được ban hành vào tháng 7-1995 để bảo vệ người tiêu dùng. Luật này quy định nếu như một sản phẩm có khuyết tật gây ra thương tích cho người hoặc thiệt hại về của cải thì nạn nhân có thể đòi nhà sản xuất bồi thường cho các thiệt hại xảy ra liên quan đến sản phẩm có khuyết tật và các quan hệ nhân quả giữa thiệt hại và khuyết tật của sản phẩm.

***Luật vệ sinh thực phẩm:***

Luật vệ sinh thực phẩm quy định cho tất cả các thực phẩm và đồ uống tiêu dùng trên thị trường Nhật Bản. Hàng hóa được phân chia thành nhiều nhóm: các gia vị thực phẩm, các máy móc dùng để chế biến và bảo quản thực phẩm, các dụng cụ đựng và bao bì cho các gia vị cũng như cho thực phẩm, đồ chơi trẻ em và các chất tẩy rửa dùng cho việc làm sạch thực phẩm và đồ ăn. Các loại hàng này khi đưa vào sử dụng phải có giấy phép của Bộ Y tế và Phúc lợi Nhật Bản. Các doanh nghiệp Việt Nam cần phải hiểu đúng chế độ quản lý vệ sinh thực phẩm để có thể tránh những vi phạm đáng tiếc.

Nhật Bản không áp đặt quy định và luật nào về giá cả và phương thức thanh toán. Nhà xuất khẩu có thể báo giá bằng Đô la Mỹ, Yên Nhật hoặc bất cứ loại tiền nào, tuy nhiên tốt nhất nên báo giá bằng đồng Yên Nhật hoặc Đô la Mỹ. Cách thức báo giá, thanh toán tùy thuộc vào chủng loại hàng hóa, số lượng và quan hệ giữa hai bên.

**Các luật và quy định liên quan**

Một số loại hàng hóa buộc phải tuân thủ các luật và quy định ngoài luật hải quan (Điều 70 Luật hải quan):

Luật ngoại thương và ngoại hối

(2) Luật và quy định liên quan đến các mặt hàng cấm:

Luật bảo vệ động thực vật hoang dã

Luật về vũ khí

Luật về các chất độc hại

Luật về dược phẩm

Luật về các loại phân bón

Luật bình ổn giá đường

Luật về các vật, chất gây cháy nổ

Luật về các chất hóa học và quy trình sản xuất

Luật về các loại khí nén

(3) Luật và quy định về kiểm dịch

Luật vệ sinh an toàn thực phẩm

Luật kiểm dịch thực vật

Luật về các bệnh lây nhiễm qua động vật

Luật phòng chống đại

(4) Luật và quy định về các chất gây nghiện

Luật về ma túy gốc gai dầu

Luật về các loại chất kích thích

Luật về các chất gây nghiện, chất an thần

Luật về thuốc phiện

Trong hệ thống hải quan Nhật Bản có một khái niệm riêng gọi là Hozei. Khái niệm này chỉ một khu vực nơi hàng hóa được hưởng một số ưu đãi riêng. Có 5 loại khu vực Hozei:

Loại khu vực	Chức năng chính	Thời gian lưu hàng	Quản lý
Khu vực Hozei xác định	Tạm chứa hàng hóa nước ngoài	01 tháng	Chính quyền địa phương quản lý đất, Bộ Tài chính chỉ định
Nhà kho Hozei	Lưu kho tạm thời hoặc lâu dài đối với hàng hóa nước ngoài	02 năm (Có thể gia hạn)	Các điều kiện thuận lợi của khu vực kinh tế tự nhân được Giám đốc Cục Hải quan cấp phép
Kho hàng sản xuất Hozei	Chế biến và sản xuất hàng hóa nước ngoài như nguyên liệu thô	02 năm (Có thể gia hạn)	Cục trưởng Cục Hải quan quản lý cấp phép
Khu vực trung bày Hozei	Trung bày và sử dụng hàng hóa nước ngoài	Thời gian do Cục trưởng Cục Hải quan ấn định	Một địa điểm tương tự Trung tâm triển lãm quốc tế. Cục trưởng Cục Hải quan quản lý cấp phép
Vùng Hozei tổng hợp	Lưu kho, chế biến, sản xuất và trưng bày của hàng hóa nước ngoài	02 năm (Có thể gia hạn)	Do bên thứ ba quản lý, bên thứ ba này phải được Cục trưởng Cục Hải quan cấp phép

**Những mặt hàng cấm nhập khẩu:**

(a) Ma túy, chất kích thích và các chất gây nghiện, các vật dụng phục vụ việc sử dụng các chất trên, các chất tác động tới tâm thần (trừ một số chất theo quy định của Bộ Y tế)

(b) Súng cầm tay các loại (súng ngắn, súng trường, súng máy,...), đạn dược và các linh phụ kiện liên quan.

(c) Tiền giả, các giấy tờ chứng khoán giả (cổ phiếu,...), bản mô phỏng tiền kim loại, tiền giấy.

(d) Văn hoá phẩm (sách, tranh, ảnh,...) ảnh hưởng tiêu cực tới an ninh xã hội, thuần phong mỹ tục.

(e) Các vật phẩm, tài liệu vi phạm bản quyền, quyền sở hữu trí tuệ.

**2. Chính sách thuế và thuế suất**

Hệ thống thuế quan của Nhật Bản được chia theo bốn nhóm chính trên cơ sở hình thức áp dụng bao gồm:

hệ thống thuế áp dụng phổ cập  
hệ thống thuế áp dụng đối với các quốc gia thành viên WTO  
hệ thống thuế áp dụng cho các đối tượng được hưởng ưu đãi thuế, áp dụng tạm thời.  
Riêng với các nước đang phát triển bao gồm cả Việt Nam, Nhật Bản có nhiều chính sách ưu đãi hoặc miễn thuế thuộc Hệ thống ưu đãi phổ cập GSP (Generalised System of Preferences).

### **Hệ thống thuế:**

Các công ty kinh doanh đang hoạt động ở Nhật sẽ phải chịu các loại thuế bao gồm:

Thuế hiệp hội chung  
Thuế thu nhập cá nhân  
Thuế doanh thu  
Thuế địa phương  
Thuế cư trú

Mức thuế tiêu thụ là 5% áp dụng cho tất cả các loại hàng hóa ở Nhật bao gồm cả lương thực. Một số khách sạn tính 8 - 10% thuế dịch vụ cho việc hướng dẫn tính thuế cho khách hàng. Các loại thuế rượu được thể hiện trong các khoản mục chi tiết tùy theo chất lượng, được thu như các loại đồ uống cho dù được nhập khẩu hay sản xuất trong nước. Đối với các mặt hàng được sản xuất trong nước, mức thuế được thu căn cứ trên thuế nhập khẩu thuốc lá.

### **Thuế suất nhập khẩu**

Phần lớn thuế suất nhập khẩu được căn cứ trên hệ thống định giá GATT (xấp xỉ bằng tổng mức trị giá kèm phí bảo hiểm và phí vận tải).

Nhật Bản có mức thuế suất nhập khẩu thấp hoặc bằng 0% đối với đa số các sản phẩm sản xuất công nghiệp.

Nhật Bản duy trì thuế suất nhập khẩu và hạn chế đối với một số khoản mục về nông nghiệp liên quan tới các nhà xuất khẩu Việt Nam.

Các sản phẩm của Việt Nam được nhập khẩu vào Nhật ở một tỷ lệ thấp theo như thông báo (Ngoại trừ tỷ lệ ưu đãi).

Sự ưu đãi nói chung được chấp nhận đối với các nước đang phát triển.

Một hệ thống định giá tự động được thiết kế để xác định thuế nhập khẩu cho phép tính toán trước mức thuế mà nhà nhập khẩu phải trả.

### **3. Quy định về bao gói nhãn mác**

Nghiêm cấm sử dụng rơm rạ làm chất liệu đóng gói hàng hóa.

Việc đề xuất đóng gói hàng hóa phải được làm rõ với nhà nhập khẩu.

Hàng hóa phải được dán nhãn mác theo theo thông lệ thương mại.

Thực phẩm sau khi nhập khẩu phải có nhãn dính kèm cho mỗi bao gói, thể hiện chi tiết nội dung bao gồm màu nhân tạo hoặc chất bảo quản, tên và địa chỉ của nhà nhập khẩu và ngày nhập hoặc sản xuất ở Nhật.

Nhiều loại thức ăn và hàng tiêu dùng tùy thuộc vào những yêu cầu về dán nhãn riêng biệt mà nhà nhập khẩu phải được tư vấn về việc dán nhãn bắt buộc.

Các công ten nơ chứa hàng được đóng hộp, đóng chai, đồ uống ngọt, hàng hóa nhỏ, thức ăn đông lạnh và thức ăn được đóng gói phải được các nhà xuất khẩu dán nhãn mác riêng theo hệ mét, đảm bảo sự yên tâm cho nhà phân phối Nhật Bản.

Việc chỉ dẫn sử dụng thuốc liên quan đến hệ thần kinh phải được in ở Nhật. Các quy định dán nhãn đặc biệt áp dụng đối với các thiết bị điện, xà phòng, lá nhôm, một số dụng cụ nhà bếp, các chất liệu làm sạch, lắp ráp bệ xí và bồn tắm, đồ đạc sử dụng trong nhà, bình nước nóng và mỹ phẩm.

#### **4. Vấn đề kiểm dịch động, thực vật**

Nhật Bản quản lý rất chặt chẽ các vấn đề kiểm dịch động thực vật có ảnh hưởng tới các sản phẩm công nghiệp và việc tiêu thụ các loại thực phẩm sạch và thực phẩm được bảo quản.

Việc nhập khẩu lương thực cần phải được cấp giấy phép nhập khẩu do Cục Kiểm tra Vệ sinh Thực phẩm thuộc Bộ Y tế ban hành. Lương thực cũng có thể phải chịu sự kiểm tra khi nhập khẩu vào Nhật.

Đối với các sản phẩm được nhập khẩu lần đầu, việc mô tả thành phần của sản phẩm và quá trình sản xuất công nghiệp kèm theo cần phải được cung cấp, cùng với các tài liệu khác như giấy chứng nhận y tế từ nước xuất xứ.

Việc sử dụng các chất cụ thể như các chất phụ gia thực phẩm được quản lý chặt chẽ hoặc nghiêm cấm.

Dư lượng chất hóa học còn lại trong cây trồng, trong đất hoặc làm ô nhiễm nguồn nước được quản lý rất chặt chẽ.

Việc nhập khẩu các loại động thực vật và các sản phẩm của chúng phải có sự chứng nhận về y tế được cấp từ người có thẩm quyền phê chuẩn ở nước xuất xứ. Ở Việt Nam loại giấy chứng nhận này được cấp từ Cục Kiểm dịch, Bộ Lâm nghiệp hoặc Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn.

Từ những quy định kiểm dịch của Nhật, Việt Nam có thể cung cấp chuối xanh, xoài, chanh, dứa, cam và nhiều loại rau (Về cơ bản những thứ đó không có hạt). Gần đây, quýt và táo Fuji ở Tasmania đã được chấp nhận cho xuất khẩu tới Nhật.

Một danh sách các loại rau, quả từ Tasmania có thể được nhập khẩu vào Nhật và hiện tại khi sản phẩm đã được chấp nhận, Tasmania được miễn phí vận chuyển trái cây bằng hàng không.

Trích dẫn tham khảo chính thức về việc nhập khẩu và phân phối các chất gây nghiện tại Nhật được ghi trong điều luật kinh doanh dược phẩm. Các nhà sản xuất và nhập khẩu có ý định sản xuất hoặc nhập khẩu các chất gây nghiện, thiết bị y tế, các loại mỹ phẩm và xà phòng cần nhận được sự phê chuẩn phù hợp với luật kinh doanh dược phẩm.

Nếu các sản phẩm mỹ phẩm có chứa những thành phần vượt ra ngoài các tiêu chuẩn cấp phép, khi đó bắt buộc phải có sự phê chuẩn của Bộ Y tế Nhật Bản để nhập khẩu các sản phẩm đó.

### **Các giấy chứng nhận đặc biệt**

Các loại động thực vật và các sản phẩm của chúng cần phải có giấy chứng nhận y tế do cấp có thẩm quyền phê chuẩn từ nước xuất xứ ban hành.

Các loại rau quả đông lạnh phải đi kèm theo với một giấy chứng nhận về trạng thái (mẫu E46) thay cho giấy chứng nhận vệ sinh thực vật.

Thịt cung cấp cho con người đòi hỏi phải có giấy chứng nhận có điều kiện, do cấp có thẩm quyền phê chuẩn ở nước xuất xứ ban hành, chỉ rõ rằng động vật không mắc các bệnh lây nhiễm được xác định trước khi giết mổ và quá trình tiếp theo diễn ra trong điều kiện vệ sinh.

Việc nhập khẩu lương thực đòi hỏi phải có giấy phép nhập khẩu lương thực do Bộ Y tế cấp.

Các loại đồ uống có chứa cồn có thể phải có giấy chứng nhận về hạn sử dụng. Các máy công cụ có thời gian sử dụng dưới một năm phải có giấy chứng nhận về thời gian sản xuất.

Các thiết bị điện phải phù hợp với luật quản lý thiết bị điện, phải được sự chấp thuận trước khi đưa ra bán ở Nhật.

### **5. Quyền sở hữu trí tuệ**

Nhật có hệ thống luật pháp về sở hữu trí tuệ khá hoàn chỉnh và các hiệp ước liên quan đến quyền sở hữu trí tuệ mà Nhật tham gia được áp dụng khá hiệu quả ở đất nước này. Bên cạnh phải tuân thủ các quy định về bản quyền, sở hữu trí tuệ, sở hữu công nghiệp... khi xuất hàng sang Nhật, các DN Việt Nam cũng cần chú ý đến việc bảo vệ chính mình.

Doanh nghiệp cùng với hàng hóa của mình luôn được pháp luật bảo vệ nếu như họ tuân thủ các quy định sở hữu trí tuệ. Đăng ký quyền sở hữu của mình và không vi phạm quyền sở hữu của DN khác chính là cách tốt nhất để thành công ở thị trường này. Nếu không đăng ký thì hậu quả khó lường.

Có ít nhất hai khả năng xảy ra đối với một thương hiệu xuất vào Nhật Bản nếu không đăng ký bảo hộ: đó là hàng giả và mất thương hiệu. Khi hàng hóa nhập khẩu nào đó bán chạy trên thị trường lập tức sẽ tạo cơ hội cho hàng giả. Nếu hàng có thương hiệu nổi tiếng thì việc làm giả xảy ra nhanh chóng. Trong trường hợp này doanh nghiệp xuất khẩu khó khiếu kiện với cơ quan bảo hộ sản phẩm của Nhật Bản vì họ không có căn cứ để xác định quyền sở hữu đó thuộc về DN xuất khẩu nếu họ chưa đăng ký.

Tuy nhiên, doanh nghiệp có thể đối phó với trường hợp này bằng việc áp dụng luật chống cạnh tranh không lành mạnh của Nhật. Và để thành công với giải pháp này, doanh nghiệp phải chứng minh được hai yếu tố, một là thương hiệu của mình thuộc loại mạnh và hai là được nhiều người tiêu dùng biết đến. Công việc này quả là không phải DN nào cũng có thể dễ dàng làm được.



Rủi ro thứ hai nếu không thực hiện đăng ký là mất quyền sở hữu. Khi một sản phẩm bị khiếu kiện là vi phạm quyền sở hữu trí tuệ như sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp... đã được xác lập ở Nhật Bản thì sản phẩm đó sẽ bị hải quan không cho nhập khẩu vào quốc gia này để tiến hành thủ tục thẩm định. Theo chuyên gia Nhật Bản, các cơ quan chức năng của Nhật tiến hành thẩm định trong vòng 1 tháng để xác định sản phẩm nhập khẩu có vi phạm quyền sở hữu trí tuệ hay không. Nếu kết luận là có, thì hàng hóa bị cấm nhập vào Nhật. Còn đã qua được hải quan, hàng hóa vi phạm sẽ bị tịch thu và tiêu hủy; ngoài ra người nhập khẩu còn phải bồi thường. Nhà nhập khẩu có 2 tháng sau khi có kết luận vi phạm để tự xử lý hàng hóa vi phạm như xé bỏ nhãn vi phạm..., nếu không thực hiện thì cơ quan chức năng Nhật Bản sẽ làm.

## **6. Quy định về tiêu chuẩn đối với hàng hóa dịch vụ**

Người Nhật có thói quen đưa ra quyết định mua hàng căn cứ vào dấu chất lượng trên bao bì. Họ coi đó như là sự đảm bảo độ tin cậy về chất lượng hàng hoá được mua. Các nhà xuất khẩu có ý định thâm nhập vào thị trường Nhật Bản cần có được dấu chứng nhận JIS, JAS hoặc Ecomark cũng như chế độ xác nhận trước về thực phẩm nhập khẩu các loại khác cho sản phẩm của mình để đảm bảo rằng các sản phẩm này có được tiêu chuẩn tối thiểu tại thị trường Nhật, từ đó dễ dàng cho việc tiêu thụ hàng hoá. Hơn nữa, thực tế cho thấy nếu chất lượng của một sản phẩm đã được thị trường Nhật chấp nhận thì sản phẩm đó hoàn toàn có thể cạnh tranh được ở các thị trường khác.

### ***Quy định tiêu chuẩn công nghiệp Nhật Bản-JIS:***

Tiêu chuẩn công nghiệp Nhật Bản JIS là một trong những tiêu chuẩn được sử dụng rộng rãi ở Nhật. Tiêu chuẩn này dựa trên "Luật tiêu chuẩn hóa công nghiệp" được ban hành vào tháng 6 năm 1949 và thường được biết tới dưới cái tên "dấu chứng nhận tiêu chuẩn công nghiệp Nhật Bản" hay JIS. Hệ thống JIS đã góp phần vào việc mở rộng tiêu chuẩn hóa trên phạm vi toàn bộ nền công nghiệp Nhật Bản.

Theo quy định của điều 26 trong Luật Tiêu chuẩn hóa công nghiệp, tất cả các cơ quan của Chính phủ phải ưu tiên đối với sản phẩm được đóng dấu chất lượng JIS khi mua hàng hóa để phục vụ cho hoạt động của các cơ quan này.

Hệ thống tiêu chuẩn JIS áp dụng đối với tất cả các sản phẩm công nghiệp và khoáng sản, trừ những sản phẩm được áp dụng các tiêu chuẩn chuyên ngành như dược phẩm, phân hóa học, sợi tơ tằm, thực phẩm và các sản phẩm nông nghiệp khác được quy định trong Luật về tiêu chuẩn hóa và dán nhãn các nông lâm sản (viết tắt là JAS). Do đó khi kiểm tra các sản phẩm này chỉ cần kiểm tra dấu chất lượng tiêu chuẩn JIS là đủ xác nhận chất lượng của chúng.

Giấy phép đóng dấu chứng nhận tiêu chuẩn JIS trên hàng hóa do Bộ trưởng Bộ Kinh tế Thương mại và Công nghiệp cấp cho nhà sản xuất.

Những ai cố ý đóng dấu chất lượng JIS lên hàng hóa mà không phải là nhà sản xuất đã được Bộ trưởng Bộ Kinh tế Thương mại và Công nghiệp cấp giấy phép sẽ phải chịu án tù tới 1 năm hoặc nộp phạt tới 500,000 Yên.



*Địa chỉ liên hệ gửi hồ sơ và đơn xin cấp giấy phép sử dụng dấu chất lượng JIS:  
Bộ Tiêu chuẩn, Phòng Tiêu chuẩn  
Cục Khoa học và Công nghệ  
Bộ Kinh tế Thương mại và Công nghiệp  
1-3-1 Kasumigaseki, chiyoda - KU, Tokyo, Japan.*

***Quy định tiêu chuẩn nông nghiệp Nhật Bản- JAS:***

Luật tiêu chuẩn nông nghiệp Nhật Bản - JAS quy định các tiêu chuẩn về chất lượng, đưa ra các quy tắc về việc ghi nhãn chất lượng và đóng dấu chất lượng tiêu chuẩn JAS. Ngày nay hệ thống JAS đã trở thành cơ sở cho người tiêu dùng trong việc lựa chọn các thực phẩm chế biến.

Danh sách các sản phẩm được điều chỉnh bởi luật JAS gồm: đồ uống, thực phẩm chế biến, dầu ăn, mỡ, các nông lâm sản chế biến.

Tuy nhiên hiện nay không phải tất cả các sản phẩm đều được liệt kê trong danh sách các sản phẩm do luật JAS điều chỉnh nhưng các tiêu chuẩn JAS bao quát cả các sản phẩm được sản xuất trong nước và các sản phẩm nhập khẩu. Đa số các sản phẩm như thực phẩm đóng hộp, nước hoa quả, các sản phẩm chế biến từ cà chua, dấm bỗng, thịt lợn hun khói được sản xuất tại Nhật đều mang dấu chất lượng JAS.

Việc sử dụng dấu chứng nhận phẩm chất JAS trên nhãn hiệu sản phẩm là tự nguyện và các nhà sản xuất cũng như các nhà bán lẻ không bị bắt buộc phải sản xuất hay kinh doanh các sản phẩm có chất lượng tiêu chuẩn JAS.

Một sản phẩm bị buộc phải tuân theo các quy định về dán nhãn chất lượng JAS khi có đủ các điều kiện sau:

Sản phẩm phải là nông sản đã có hoặc trong tương lai gần sẽ có một tiêu chuẩn JAS được quy định cho nó.

Sản phẩm đó phải là sản phẩm có chất lượng khó xác định.

Là sản phẩm mà người tiêu dùng cần được biết chất lượng của nó trước khi quyết định mua.

Bộ Nông Lâm Ngư nghiệp Nhật Bản đặt ra các tiêu chuẩn về việc ghi nhãn chất lượng và buộc tất cả các nhà sản xuất phải tuân thủ các tiêu chuẩn đó, các quy định này được áp dụng đối với cả các sản phẩm nhập khẩu.

***Quy định tiêu chuẩn môi trường Ecomark:***

Vấn đề môi trường đang được sự quan tâm của người tiêu dùng Nhật Bản. Cục Môi trường Nhật Bản đang khuyến khích người tiêu dùng sử dụng các sản phẩm không làm hại môi sinh (kể cả các sản phẩm trong nước cũng như nhập khẩu). Các sản phẩm này được đóng dấu "***Ecomark***".

Để được đóng dấu Ecomark, sản phẩm phải đạt được ít nhất một trong các tiêu chuẩn sau:

Việc sử dụng sản phẩm đó không gây ô nhiễm môi trường hoặc có nhưng ít.

Việc sử dụng sản phẩm đó mang lại nhiều lợi ích cho môi trường.

Chất thải sau khi sử dụng không gây hại cho môi trường hoặc gây hại rất ít.

Sản phẩm đóng góp đáng kể vào việc bảo vệ môi trường ngoài các cách kể trên.

**Một số quy định và dấu chứng nhận chất lượng khác:**

Ngoài tiêu chuẩn JIS và JAS còn có nhiều loại dấu chất lượng khác được sử dụng ở Nhật.

**Ý nghĩa dấu chữ liên quan đến chất lượng và độ an toàn của hàng hóa**

Ý nghĩa	Phạm vi sử dụng
Dấu Q: chất lượng và độ đồng nhất của sản phẩm	Dùng cho các loại sản phẩm dệt, bao gồm: quần áo trẻ em và các loại quần áo khác, khăn trải giường.
Dấu G: thiết kế, dịch vụ sau bán hàng và chất lượng	Dùng cho các sản phẩm như máy ảnh, máy móc thiết bị, đồ thủy tinh, đồ gốm, đồ văn phòng, sản phẩm may mặc và đồ nội thất
Dấu S: độ an toàn	Dùng cho nhiều chủng loại hàng hóa dành cho trẻ em, đồ gia dụng, dụng cụ thể thao
Dấu S.G: độ an toàn (bắt buộc)	Xe tập đi, xe đẩy, nôi áp suất, mũ đi xe đạp / xe máy, mũ bóng chày và các mặt hàng khác.
Dấu Len	Dùng cho sợi len nguyên chất, quần áo len nguyên chất, đồ len đan, thảm, hàng dệt kim, có trên 99% len mới
Dấu SIF: các mặt hàng may mặc có chất lượng tốt	Hàng may mặc như quần áo nam, nữ, ô, áo khoác, balô và các sản phẩm phục vụ cho thể thao.

**7. Thành lập doanh nghiệp**

Một phương pháp hữu hiệu khác để tiêu thụ sản phẩm trên thị trường Nhật Bản là thành lập liên doanh với một công ty của Nhật. Ban đầu, chi nhánh hay liên doanh có thể chỉ tham gia vào việc bán các hàng hóa được nhập khẩu nhưng sau đó sẽ xây dựng nhà máy để sản xuất sản phẩm tại Nhật.

**Văn phòng đại diện**

Văn phòng đại diện không yêu cầu đăng ký (trừ khi bạn hoạt động trong lĩnh vực tài chính hay năng lượng nguyên tử). Chức năng của văn phòng là cung cấp thông tin, liên lạc, phát triển kế hoạch kinh doanh, không được sử dụng làm mục đích buôn bán.

Các nhà xuất khẩu muốn thu thập thông tin hoặc muốn tạo các điều kiện thuận lợi cho các công việc tiếp xúc với đối tác và khách hàng tại Nhật nên có văn phòng đại diện của mình. Nó sẽ trở thành cầu nối để có thể thực hiện việc thu thập các cơ sở dữ liệu và các thông tin khác đồng thời cung cấp các hình thức xúc tiến và dịch vụ kỹ thuật cần thiết. Văn phòng đại diện không bị đánh thuế và cũng không cần phải có các thủ tục xin phép phức tạp. Tuy nhiên, văn phòng đại diện không được can thiệp

vào các giao dịch thương mại thậm chí cũng không được thực hiện nhận đơn đặt hàng một cách trực tiếp. Văn phòng đại diện có thể cung cấp các hỗ trợ cần thiết cho các đại lý và thực hiện tất cả các hoạt động marketing trừ việc bán hàng.

### **Văn phòng chi nhánh**

Văn phòng chi nhánh hoạt động giống như công ty, có nghĩa vụ đóng thuế như công ty liên doanh. Khi đăng ký Văn phòng chi nhánh phải có giấy chứng nhận về công ty mẹ và các tài liệu liên quan. Tuy nhiên, thành lập Văn phòng chi nhánh có nhược điểm là hoạt động kinh doanh bị hạn chế số lượng nhà cung cấp, khách hàng và nhân viên. Việc này đã ảnh hưởng đến việc bán hàng và thành công của đối tác tại Nhật Bản.

### **Công ty liên doanh**

Nói chung, các công ty nước ngoài đều lựa chọn hình thức kinh doanh này. Thời gian để hoàn tất thủ tục đăng ký mở công ty liên doanh trong vòng 3 tháng, phải đăng ký đầu tư trực tiếp, vì khoản thuế đóng 3 năm đầu sẽ được tích góp trong 10 năm sau. Công ty liên doanh gửi cho bạn bản cam kết bạn làm gì ở Nhật Bản. Việc sở hữu hoàn toàn công ty liên doanh cũng cho bạn quyền mở công ty con ở Nhật Bản, đảm bảo về dịch vụ và sản phẩm mà khách hàng trông đợi. Bạn nên biết rằng, loại hình đầu tư đầu tiên của bạn ở Nhật Bản, dù là cổ phần hay cho vay trong nội bộ công ty, được định mức theo các mức thuế khác nhau.

### **Thủ tục thành lập văn phòng đại diện tại Nhật Bản**

Để thành lập văn phòng đại diện ở Nhật Bản do người nước ngoài cư trú tại Nhật làm đại diện cần phải tuân thủ theo các thủ tục sau:

Được cấp giấy chứng nhận cư trú (status of residence) và thị thực làm việc (working visa) tại Nhật. Điều kiện để được cấp những giấy tờ này là phải:

- Thành lập văn phòng đại diện.
- Tuyển dụng từ hai nhân viên Nhật trở lên.

Xin cấp chứng nhận cư trú tại Cục Quản lý Nhập cảnh thuộc Bộ Tư pháp. (Đề nghị liên hệ với JETRO để xin mẫu đơn.)

Đệ trình giấy chứng nhận địa vị cư trú lên lãnh sự quán Nhật Bản tại quốc gia có công ty mẹ để xin cấp thị thực làm việc.

Sau khi vào Nhật Bản, người đại diện sẽ xác định vị trí cư trú và thực hiện thủ tục đăng ký cho người nước ngoài.

Mở tài khoản ngân hàng.

Đăng ký các thông tin về nhân viên với cơ quan giám sát tiêu chuẩn lao động (labor standards inspection office), cơ quan an toàn lao động công cộng (public employment security office), và cơ quan bảo hiểm xã hội (social insurance office).

Chức năng hoạt động của văn phòng đại diện

Cung cấp thông tin cho công ty mẹ tại nước sở tại.

Quảng cáo và quảng bá

Nghiên cứu thị trường

Mua và lưu giữ tài sản cho công ty mẹ

Lưu ý: Các văn phòng đại diện không được phép tham gia vào các hoạt động kinh doanh. Văn phòng đại diện muốn tiến hành các hoạt động kinh doanh cần phải thực hiện các thủ tục xin thành lập chi nhánh hoặc thành lập công ty.

### **Thủ tục đăng ký thành lập chi nhánh tại Nhật Bản**

Để nộp đơn đăng ký, người đại diện tại Nhật phải có mặt tại cơ quan đăng ký của Cục Tư pháp (Legazal Affairs Bureau) tại địa phương mà cơ sở kinh doanh dự kiến hoạt động và tuân theo các thủ tục cần thiết. (Việc nộp đơn này có thể ủy quyền cho luật sư của người đại diện tại Nhật nộp, trong trường hợp này phải xuất trình giấy ủy quyền).

Người nộp đơn phải điền đầy đủ và nộp “Đơn xin Đăng ký Thành lập Văn phòng Kinh doanh của Công ty Nước ngoài” (Mẫu liên hệ với JETRO), đóng dấu đã đăng ký hoặc chữ ký đã được chứng thực. Những nội dung được đăng ký này là để phân biệt loại hình của công ty trong số những loại hình được quy định trong Luật thương mại và Luật Công ty Trách nhiệm Hữu hạn của Nhật mà những loại hình này giống hoặc tương tự với loại hình của người nộp đơn.

Những tài liệu cần thiết: Ngoài mẫu đơn và giấy đăng ký, những tài liệu sau cần phải được nộp kèm theo:

Giấy chứng nhận về sự tồn tại của trụ sở chính của người nộp đơn (chẳng hạn như giấy đăng ký kinh doanh tại nước sở tại hoặc các giấy chứng nhận của cơ quan có thẩm quyền);

Các tài liệu xác nhận trách nhiệm của người đại diện tại Nhật (chẳng hạn như thư bỏ nhiệm của người nộp đơn hoặc hợp đồng);

Quy chế của công ty hoặc những tài liệu tương tự nêu rõ mục tiêu kinh doanh của người nộp đơn.

Những tài liệu trên phải được chứng thực bởi cơ quan có thẩm quyền, chẳng hạn như Lãnh sự quán tại Nhật Bản. Bản tuyên thệ (Affidavit) (mẫu xin liên hệ với JETRO) do người đại diện lập tại Lãnh sự quán của nước người nộp đơn tại Nhật.

Tất cả các tài liệu tiếng nước ngoài đều phải được dịch ra tiếng Nhật và đính kèm cùng tài liệu gốc.

Phải nộp đơn xin thay đổi cho bất kỳ một thay đổi nào của những nội dung đã đăng ký.

Phí đăng ký: áp dụng đối với trường hợp thành lập văn phòng kinh doanh của công ty nước ngoài là 90,000 Yên cho một văn phòng.

Khi văn phòng kinh doanh thuê nhân viên và bắt đầu các hoạt động kinh doanh thì cần phải tuân thủ các điều khoản về luật lao động, bảo hiểm xã hội, luật công ty và luật thuế hiện hành, ngoài ra còn phải tuân thủ các điều khoản của bất kỳ bộ luật nào điều chỉnh ngành kinh doanh cụ thể (mà ngành kinh doanh đó yêu cầu phải có giấy

phép cụ thể, giấy phê chuẩn, thông báo hoặc đăng ký, tùy thuộc vào ngành nghề kinh doanh có liên quan) <mẫu xin liên hệ với JETRO>

## **8. Văn hóa kinh doanh**

### **Giờ làm việc:**

Tuần làm việc từ Thứ Hai đến Thứ Sáu. Sáng từ 9h00' – 12h00', chiều từ 1h00' – 5h00'. Nghỉ trưa 1 tiếng. Người Nhật Bản tuân thủ rất nghiêm túc giờ giấc.

Trước 9h00' sáng, người Nhật thường không có thói quen vừa dùng bữa sáng vừa bàn công việc nhưng gặp gỡ bàn việc vào sau 5h00' chiều để được chấp nhận hơn. Các doanh nghiệp lớn của Nhật không chấp nhận gặp gỡ bàn việc vào ngày Thứ Bảy nhưng các doanh nghiệp vừa và nhỏ thì có thể mặc dù việc này không được hoan nghênh.

Các cửa hàng bán lẻ thường mở cửa từ 10h00' sáng đến 7h00' chiều vào tất cả các ngày trong tuần, kể cả Thứ Bảy và Chủ Nhật.

### **Một số nguyên tắc kinh doanh**

Hối lộ công chức là phạm luật.

Người Nhật rất coi trọng văn hóa và các nguyên tắc kinh doanh. Họ đặc biệt ứng xử rất lịch thiệp, tiêu chí này không chỉ để đánh giá sự tôn trọng lẫn nhau mà còn là tiêu chí để đánh giá một người trong xã hội Nhật Bản. Bạn sẽ được hỏi thăm và chúc mừng rất chu đáo, trong khi những người chủ nhà Nhật Bản lại thường rất khiêm tốn. Tất nhiên, bạn cũng sẽ được đánh giá cao nếu người Nhật nhận thấy sự khiêm tốn ở bạn (nhất là trước những lời khen ngợi).

Các buổi gặp mặt làm việc thường diễn biến chậm, thời gian cuối buổi thường được dùng để ghi nhận những kết quả mà các bên đã đạt được. Thời gian giao lưu buổi tối thường sẽ đem lại cho bạn những phản hồi hữu ích. Người Nhật coi sự thiếu thẳng thắn là bất lịch sự. Ví dụ bạn nên đi ngay vào vấn đề khi bắt đầu buổi làm việc thay vì những lời chào đầu dài dòng. Tuy nhiên, khi người Nhật còn đang lưỡng lự, chưa thể có quyết định dứt khoát thì bạn nên kiên nhẫn, giữ bình tĩnh.

Tiếng Anh không được sử dụng rộng rãi lắm trong đàm phán thương mại cũng như chính trị. Nếu tiếng Anh được chấp nhận sử dụng, bạn nên nói chậm và rõ ràng, diễn đạt đơn giản, không sử dụng thành ngữ. Những buổi đàm phán sử dụng tiếng Anh thường có phiên dịch.

Tuân thủ chính xác giờ giấc đặc biệt được người Nhật coi trọng. Bạn nên đến trước giờ hẹn ít nhất 5 phút. Trong trường hợp mà nhiều khả năng bạn đến muộn, nên gọi điện xin lỗi trước và đưa ra chính xác thời gian mà bạn có thể có mặt. Các cuộc gặp cần được lên lịch hẹn trước.

Bạn không nên đưa những người không liên quan (bạn bè, vợ, chồng, trẻ em,...) đến tham dự buổi làm việc, kể cả các buổi làm việc trong bữa tối.

Các tài liệu giới thiệu doanh nghiệp, sản phẩm, dịch vụ như catalog, profile nên được trao vào buổi gặp mặt đầu tiên.

Danh thiếp được trân trọng cầm ở tay hoặc đặt trên bàn. Khi đến Nhật làm việc, bạn nên mang theo nhiều danh thiếp vì các buổi đàm phán thương mại luôn được khởi đầu bằng việc các bên trao danh thiếp cho nhau. Bạn nên lưu ý rằng với người Nhật, việc cho danh thiếp vào túi quần, túi áo hoặc viết lên danh thiếp là không thể chấp nhận được. Bạn nên làm danh thiếp với một mặt là tiếng Nhật nhưng không nên chuyển địa chỉ liên hệ sang tiếng Nhật vì như vậy có thể sẽ làm cho địa chỉ trở nên khó hiểu hơn.

Cách sắp xếp chỗ ngồi trong các cuộc đàm phán với người Nhật cũng theo những thông lệ chung. Những nhân vật quan trọng nhất thường ngồi ở vị trí cách xa cửa ra vào nhất. Những vị trí gần cửa ra vào nhất thường dành cho những người hay phải đi lại. Nếu không chắc đâu là chỗ ngồi của mình, bạn có thể nán chờ giây lát hoặc hỏi xem bạn có thể ngồi ở đâu.

Quà cáp với người Nhật là việc không cần thiết đặc biệt trong buổi gặp đầu tiên, kể cả các món quà đắt giá cũng sẽ không thích hợp. Khi các bên tìm được triển vọng trong quan hệ hợp tác làm ăn, bạn có thể tặng các món quà lưu niệm nho nhỏ, nếu mang dấu ấn của doanh nghiệp bạn thì càng tốt. Ví dụ như chiếc bút bi của doanh nghiệp hoặc một cái cà vạt. Việc mở gói quà trước mặt người tặng được xem là bất lịch sự.

Giải quyết những bất đồng: Người Nhật thường rất tránh khơi mào cho sự bất đồng. Họ có thể đưa ra những câu trả lời không rõ ràng hoặc thậm chí họ có thể trả lời đồng ý mặc dù họ không định thế. Điều đó có thể gây ra rắc rối về sau. Để giải quyết vấn đề này, bạn nên chuẩn bị sẵn một tài liệu nêu rõ ràng và ngắn gọn các điều khoản mà hai bên cần thống nhất và sử dụng nó như một biên bản ghi nhớ kết quả của mỗi buổi làm việc.

Người Nhật rất coi trọng sự sạch sẽ, khi giao tiếp với người Nhật bạn nên hết sức chú ý. Các tài liệu, hàng hóa, bao bì,... cần phải sạch sẽ, gọn gàng. Bao bì sản phẩm đúng tiêu chuẩn, hình thức đẹp, kích thước hợp lý sẽ tạo được sự lôi cuốn và tiện dụng cho người sử dụng.

### **Tập quán tiêu thụ**

Nhật Bản được coi là một trong những thị trường đòi hỏi cao về chất lượng sản phẩm. Thị hiếu tiêu dùng của người Nhật bắt nguồn từ truyền thống văn hóa và điều kiện kinh tế. Nhìn chung họ có óc thẩm mỹ cao, tinh tế do có cơ hội tiếp xúc với nhiều loại hàng hóa dịch vụ trong và ngoài nước.

Xu hướng tiêu dùng và sinh đồ ngoại của người Nhật Bản ngày càng gia tăng. Sức tiêu thụ của thị trường này rất lớn, vào khoảng 3.000 tỷ Yên, bao gồm cả hàng gia dụng, trong đó hàng nhập khẩu chiếm tới 50%. Ví dụ: Một siêu thị lớn ở Tokyo bày bán 1.500 mặt hàng gia dụng và chỉ tính riêng lượng hàng hóa và khả năng tiêu thụ



của một cửa hàng như vậy đã thấy được tỷ trọng hàng nhập khẩu có mặt ở đây lớn đến như thế nào.

Đặc điểm tiêu dùng ở Nhật Bản là tính đồng nhất, 90% người tiêu dùng cho rằng họ thuộc về tầng lớp trung lưu. Nhìn chung người Nhật có những đặc điểm chung sau:

- **Đòi hỏi cao về chất lượng:** xét về mặt chất lượng, người tiêu dùng Nhật Bản có yêu cầu khắt khe nhất. Sống trong môi trường có mức sống cao nên người tiêu dùng Nhật Bản đặt ra những tiêu chuẩn đặc biệt chính xác về chất lượng, độ bền, độ tin cậy và sự tiện dụng của sản phẩm. Họ sẵn sàng trả giá cao hơn một chút cho những sản phẩm có chất lượng tốt. Yêu cầu này còn bao gồm các dịch vụ hậu mãi như sự phân phối kịp thời của nhà sản xuất khi một sản phẩm bị trục trặc, khả năng và thời gian sửa chữa các sản phẩm đó. Những lỗi nhỏ do sơ ý trong khi vận chuyển, hay khâu hoàn thiện sản phẩm (ví dụ như những vết xước nhỏ, mẫu chỉ cắt còn sót lại trên mặt sản phẩm, bao bì xô lệch v.v...) cũng có thể dẫn đến tác hại lớn là làm lô hàng khó bán, ảnh hưởng đến kế hoạch xuất khẩu lâu dài. Bởi vậy cần có sự quan tâm đúng mức tới khâu hoàn thiện, vệ sinh sản phẩm, bao gói và vận chuyển hàng hóa.

- **Nhạy cảm với giá cả tiêu dùng hàng ngày:** Người tiêu dùng Nhật Bản không chỉ yêu cầu hàng chất lượng cao, bao bì đảm bảo, dịch vụ bán hàng và dịch vụ sau bán hàng tốt mà còn muốn mua hàng với giá cả hợp lý. Những năm 80, người Nhật sẵn sàng bỏ nhiều tiền để mua những mặt hàng cao cấp có nhãn mác nổi tiếng, nhưng từ sau khi nền “kinh tế bong bóng” sụp đổ năm 1991, nhu cầu hàng hóa rẻ hơn đã tăng lên. Tuy nhiên, người tiêu dùng Nhật Bản vẫn có thể trả tiền cho những sản phẩm sáng tạo, chất lượng tốt mang tính thời thượng hay loại hàng được gọi là “hàng xịn”. Tâm lý này cho đến nay vẫn không thay đổi nhiều. Không giống như ở Châu Âu, các bà nội trợ Nhật Bản vẫn đi chợ hàng ngày theo thói quen, giống các bà nội trợ Việt Nam, để mua hàng tươi sống, họ là lực lượng quan trọng ảnh hưởng đến thị hiếu tiêu dùng và hay để ý đến biến động giá cả và các mẫu mã mới. Người Nhật sẽ trả tiền để mua các mặt hàng có nhãn hiệu nổi tiếng, có chất lượng cao và thể hiện địa vị. Khách hàng có xu hướng ngày càng quan tâm đến việc mua các mặt hàng có thương hiệu nổi tiếng về chất lượng và giá trị.

- **Thời trang và thị hiếu về màu sắc:** Có thời, người Nhật thích ăn mặc giống bạn bè hoặc thích sắm những đồ vật giống như đồ của các thành viên khác trong gia đình, trường học, câu lạc bộ hay nơi làm việc. Nhưng gần đây mọi thứ trở nên đa dạng hơn, xu hướng bây giờ là mua các mặt hàng khác nhau nhưng có cùng công dụng. Các mặt hàng thời trang nhập khẩu được ưa chuộng là những mặt hàng có nhãn hiệu nổi tiếng và có chất lượng. Tuy nhiên, trong khi ý thức về sự ưa chuộng các nhãn hiệu ở Nhật vẫn phổ biến thì giới thanh niên Nhật Bản ngày càng thiên về xu hướng căn cứ vào chất lượng và giá cả để mua hàng. Ở các gia đình truyền thống, người ta thích màu nâu đất của nệm rom và sàn nhà. Đối với thời trang của nữ thanh niên, màu sắc thay đổi tùy thuộc theo mùa.

- **Người Nhật rất nhạy cảm với những thay đổi theo mùa:** Xuất phát từ yếu tố cạnh tranh, các nhà nhập khẩu Nhật Bản quan tâm nhiều hơn đến việc nhập được những sản phẩm hợp thời trang và hợp mùa vụ nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng, mua



sắm của các loại đối tượng khách hàng. Nhật Bản có 4 mùa rõ rệt: xuân, hạ, thu, đông, mùa hè nóng và ẩm ướt, mùa đông lạnh và khô. Đặc điểm khí hậu ảnh hưởng đến khuynh hướng tiêu dùng. Quần áo, đồ dùng trong nhà, thực phẩm là những mặt hàng tiêu dùng có ảnh hưởng theo mùa. Việc bao gói sản phẩm cũng phải đảm bảo bảo vệ được sản phẩm trong những điều kiện thời tiết khắc nghiệt nhất. Cùng với tác động của khí hậu, yếu tố tập quán tiêu dùng cũng cần phải được nghiên cứu và tham khảo trong kế hoạch khuếch trương thị trường tại Nhật Bản. Ví dụ hầu như các gia đình Nhật không có hệ thống sưởi trung tâm và để bảo vệ môi trường, nhiệt độ điều hòa trong nhà luôn được khuyến khích không để ở mức quá ấm (nhiệt độ cao) hoặc quá mát, bởi vậy quần áo trong nhà mùa đông của người Nhật phải dày hơn áo dùng trên thị trường Mỹ, hoặc áo có lót là không phù hợp trong mùa hè. Thời trang phải phù hợp với từng mùa cả về mặt chất liệu và kiểu dáng. Khi xây dựng kế hoạch bán hàng, các doanh nghiệp phải tính đến cả sự khác biệt về thời tiết.

- **Người tiêu dùng Nhật Bản ưa chuộng sự đa dạng của sản phẩm:** Hàng hóa có mẫu mã đa dạng phong phú thu hút được người tiêu dùng Nhật Bản. Vào một siêu thị của Nhật Bản mới hình dung được tính đa dạng của sản phẩm đã phổ biến đến mức nào ở Nhật. Ví dụ một mặt hàng dầu gội đầu nhưng bạn không thể đếm xuể được các chủng loại: Khác nhau do thành phần, màu sắc, hương thơm. Bởi vậy nhãn hiệu hàng có kèm theo những thông tin hướng dẫn tiêu dùng là rất quan trọng để đưa hàng của bạn tới người tiêu dùng. Tuy vậy, người Nhật lại thường chỉ mua sản phẩm với số lượng ít vì không gian chỗ ở của họ tương đối nhỏ và còn dễ tiện thay đổi cho phù hợp mẫu mã mới. Vì vậy qui mô các lô hàng nhập khẩu hiện nay có xu hướng nhỏ hơn nhưng chủng loại lại phải phong phú hơn.

- **Môi trường sinh thái:** Gần đây, mối quan tâm đến các vấn đề ô nhiễm môi trường ngày càng cao đã nâng cao ý thức sinh thái và bảo vệ môi trường của người tiêu dùng. Các cửa hàng và doanh nghiệp đang loại bỏ việc đóng gói quá đáng, các vỏ sản phẩm được thu hồi và tái chế, các sản phẩm dùng 1 lần ngày càng ít được ưa chuộng.

## V. Đánh giá tiềm năng xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản

Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Nhật Bản là: Dầu thô, thủy sản, gạo, dệt may, gỗ và sản phẩm gỗ, dây cáp điện,...

Hiện tôm và mực là hai mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn. Tôm của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản là mặt hàng có tốc độ tăng trưởng cao và được người tiêu dùng Nhật Bản ưa chuộng. Nhu cầu nhập khẩu tôm của thị trường Nhật Bản rất lớn (khoảng hơn 1,9 tỷ USD/năm). Năm 2014, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đạt 1,1 tỷ USD. Tính đến hết tháng 7 năm 2015 giá trị xuất khẩu đạt xấp xỉ 555 triệu USD.

Bên cạnh thủy sản, mặt hàng gỗ cũng rất tiềm năng. Hiện mặt hàng này đang tăng trưởng với tốc độ nhanh, chiếm 8,3% thị phần nhập khẩu đồ gỗ của Nhật Bản và đang có xu hướng tăng hơn nữa. Đến năm 2014, kim ngạch xuất khẩu đồ gỗ của ta đạt gần 952 triệu USD. Tính đến hết tháng 7 năm nay kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này đã đạt hơn 564 triệu USD.

Hiện nhu cầu nhập khẩu đồ gỗ nội thất, ngoại thất của Nhật Bản là hơn 2,2 tỷ USD/năm. Cách đây hơn 5 năm, hàng đồ gỗ nội thất chủ yếu do các công ty trong nước Nhật cung cấp. Tuy nhiên, gần đây do nguồn nguyên liệu đang thiếu hụt, đồng thời, chi phí nhân công của Nhật Bản quá cao, Nhật Bản đang chuyển hướng sang nhập khẩu đồ gỗ nội thất từ các nước khác. Đây là điểm thuận lợi để các doanh nghiệp xuất khẩu đồ gỗ của ta tăng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản vào các năm sau này.

Mặc dù còn chiếm tỷ trọng khiêm tốn song dệt may cũng được đánh giá là mặt hàng triển vọng để ta xuất khẩu sang Nhật. Hiện nhập khẩu chiếm 60% tổng tiêu thụ tại Nhật với khoảng 20 tỷ USD/năm, trong đó hàng dệt kim chiếm 37,8%, hàng dệt thoi 51,4%, còn lại là các mặt hàng khác. Về sức mua của thị trường Nhật, nói chung đã bão hoà, không có nhân tố tăng trưởng lớn và mang tính đột biến. Tuy nhiên, về cơ cấu thị trường đang có xu hướng chuyển sang có lợi cho hàng chất lượng trung bình, giá cả vừa phải của các nước Châu Á. Các mặt hàng dệt may chính Việt Nam xuất khẩu sang Nhật là áo jacket, áo khoác, áo thun, kimono, quần áo thể thao, đồ lót, áo sơ mi, khăn bông, trong đó chủ yếu là hàng dệt thoi (chiếm 66%). Sau đợt giảm mạnh trong các năm 2002, 2003 (do các doanh nghiệp ta tập trung làm hàng xuất khẩu sang Hoa Kỳ, hàng Trung Quốc tăng khả năng cạnh tranh tại Nhật, và nhu cầu nhập khẩu dệt may của Nhật giảm), kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang Nhật hiện đang phục hồi. Năm 2014 đạt khoảng 2,6 tỷ USD, chiếm khoảng 2,8% thị phần hàng dệt may nhập khẩu của Nhật. Trong 7 tháng năm 2015 kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may đạt trên 1,4 tỷ USD.

Mặt hàng thủ công mỹ nghệ (đặc biệt là mây tre, tơ tằm, gỗ khảm dát)... những năm trước đây kim ngạch xuất khẩu có xu hướng chững lại do hàng của Việt Nam nghèo nàn về mẫu mã và giá cả kém cạnh tranh so với Indonesia, Thái Lan, Philippines và

Trung Quốc. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, kim ngạch xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ bắt đầu khởi sắc do nhu cầu tiêu dùng của người Nhật tăng, các doanh nghiệp của Việt Nam đã cải thiện khâu thiết kế mẫu, đổi mới kết phối nhiều nguyên liệu trên một sản phẩm làm tăng giá trị của 1 sản phẩm và phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng.

Các mặt hàng Việt Nam nhập khẩu từ Nhật Bản chủ yếu là các nguyên phụ liệu phục vụ cho ngành sản xuất trong nước như: Máy móc thiết bị phụ tùng, chất dẻo nguyên liệu, máy vi tính & linh kiện, cao su, gỗ và nguyên phụ liệu gỗ, nguyên phụ liệu dệt may, nguyên phụ liệu thuốc lá, sắt thép các loại,...

## Địa chỉ hữu ích

### **Đại sứ quán Việt Nam tại Nhật Bản**

Địa chỉ: Tokyo 151-0062, Shibuya-ku, Motoyoyogi-cho 50-11

Điện thoại: +81-3-34663311/13

Fax: +81-3-34667652/12

Email: [vnembasy@blue.ocn.ne.jp](mailto:vnembasy@blue.ocn.ne.jp)

### **Tổng Lãnh sự quán Việt Nam tại Fukuoka**

Địa chỉ: 4th Floor, AQUA HAKATA, 5-3-8 Nakasu, Hakata-ku, Fukuoka, JAPAN 810-08

Điện thoại: +81-922637668/ +81-922637669/+81-8033759789

Fax: +81-922637676

Email: [tlsqvn-fukuoka@shirt.ocn.ne.jp](mailto:tlsqvn-fukuoka@shirt.ocn.ne.jp)

### **Tổng Lãnh sự quán Việt Nam tại Osaka**

Địa chỉ: 4-2-15 Ichinocho Higashi, Sakai-ku, Sakai-shi, Osaka 590-0952, JAPAN

Điện thoại: +81-72-2216666 ; +81-72-2216603

Fax: +81-72-2246887 ; +81-72-2216667; +81-72-2216608

Email: [tlsqvn.osaka@mofa.gov.vn](mailto:tlsqvn.osaka@mofa.gov.vn)

### **Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản**

Địa chỉ: 50-11 Motoyoyogicho, Shibuya-ku, Tokyo 151-0062, Japan

Điện thoại: + 813 3466 3315; + 81 3 3466 3466

Fax: 813 3466 3360

Email: [jp@moit.gov.vn](mailto:jp@moit.gov.vn)

Tham tán Công sứ phụ trách công tác Thương mại: Nguyễn Trung Dũng

Điện thoại: +81 3 3466 3315 / +81 3 3466 3436

Email: [jp@moit.gov.vn](mailto:jp@moit.gov.vn); [dungthuongvu7679@gmail.com](mailto:dungthuongvu7679@gmail.com)

## Tài liệu tham khảo

Japan Information Network - <http://jin.jcic.or.jp>

News on Japan - [www.newsonjapan.com](http://www.newsonjapan.com)

Information on Japan - [www.japantoday.com](http://www.japantoday.com)

Doing Business in Japan - [www.anderson.ucla.edu/research/japan/mainfrm](http://www.anderson.ucla.edu/research/japan/mainfrm)

Japan External Trade Organization (JETRO) - [www.jetro.go.jp](http://www.jetro.go.jp)

Invest Japan Business Support Center - [www.investment-japan.net/index.htm](http://www.investment-japan.net/index.htm)

ITC-[www.trademap.org](http://www.trademap.org)

CIA The World Factbook – [www.cia.gov/index.html](http://www.cia.gov/index.html)

Cổng thông tin điện tử Chính phủ nước CHXHCN Việt Nam - <http://chinhphu.vn/>



**Mọi thông tin xin liên hệ:**

Cục Xúc tiến thương mại

Phòng Nghiên cứu Phát triển thị trường

Địa chỉ: 20 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel: 84.4.4.3934 7628, số máy lẻ 174; 193

Fax: 84.4.3934 8142

Email: [nctt@vietrade.gov.vn](mailto:nctt@vietrade.gov.vn)

Website: <http://www.vietrade.gov.vn>