

JAPAN

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2019.



OSNOVNI PODACI

Službeni naziv: Država Japan.

Državno uređenje: Parlamentarna ustavna monarhija.

Državni poglavar: Car Naruhito (od 1. svibnja 2019.).

Predsjednik Vlade: Shinzo Abe.

Glavni grad: Tokio (37.468.000 stanovnika).

Veći gradovi:

- Osaka - Kobe (19.281.000),
- Nagoya (9.507.000),
- Kitakyushu - Fukuoka (5.551.000),
- Shizouka-Hamamatsu (2.899.000),
- Sapporo (2.665.000).

Površina: 377.915 km².

Broj stanovnika: 126.168.156 (srpanj 2018., procjena).

Dobna struktura:

0 – 14 godina 12,71 %
(8.251.336 muškaraca / 7.787.234 žena)

15 – 24 godine 9,63 %
(6.397.995 muškaraca / 5.746.140 žena)

25 – 54 godine 37,28 %
(23.246.562 muškaraca / 23.784.273 žena)

55 – 64 godine 12,01 %
(7.588.597 muškaraca / 7.563.245 žena)

65 i više godina 28,38 %
(15.655.860 muškaraca / 20.146.914 žena)
(procjena, 2018.).

Očekivana životna dob: 85,5 godina
(82,2 godina za muškarce; 89 godina za žene).

Etničke skupine:

- Japanci 98,1 %,
- Koreanci 0,4 %,
- Kinezi 0,5 %,
- ostali 1 %.

Stopa rasta stanovništva: - 0,24 % godišnje.

Gustoća naseljenosti: 333 stanovnika/km²
(91,6 % stanovništva živi u gradovima).

Vjerska pripadnost:

- šintoisti (70,4 %),
- budisti (69,8 %),
- kršćani (1,5 %),
- ostali (6,9 %).

Službeni jezik: japanski.

Valuta: japanski jen (JPY).

POLITIČKO UREĐENJE

Prema Ustavu iz 1947., Japan je ustavna monarhija s parlamentarnim sustavom vlasti. Car (tenno) je simbol države i nacionalnog jedinstva, ima neke ovlasti poglavara države, ali je uglavnom riječ o reprezentativnim i protokolarnim dužnostima. Ustavom postavlja premijera, kojega prije toga izabere Zastupnički dom; postavlja predsjednika Vrhovnoga suda, kojeg prije toga 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 (obavezno 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 za 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 (okruga), 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.

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Između 1960-ih i 1980-ih Japan je, u smislu realnog BDP-a, bio zemlja sa zavidnim stopama gospodarskog rasta. Prosječni rast ova tri desetljeća iznosio je preko 6 %. Međutim, na ulasku u posljednje desetljeće prošlog stoljeća u Japanu dolazi do „pucanja gospodarskog balona“ i zemlja ulazi u razdoblje od blizu dva desetljeća vrlo slabog gospodarskog rasta (1-2 %). Nakon 2008. i početka globalne financijske krize japanska ekonomija nekoliko puta pada u recesiju. Dolazi do oštrog pada u investicijama i potražnji za japan-

skom robom na svjetskoj razini. 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.

Perspektive daljnjeg ekonomskog rasta u 2019. godini govore kako će se isti kretati u okvirima do +1%. Gos-

Makroekonomski pokazatelji					
	2017.	2018.	2019.*	2020.*	2021.*
BDP, tekuće cijene (mlrd. eura)	4.301,8	4.262,7	4.325,2	4.333,6	4.647,9
BDP po stanovniku (eura)	33.745	33.515	34.098	34.258	36.857
Realni rast BDP-a (%)	1,9	1,0	1,2	0,4	1,2
Izvoz robe (mlrd. eura)	609,6	620,9	632,6	641,5	707,1
Uvoz robe (mlrd. eura)	-570,5	-610,8	-622,4	-633,0	-698,3
Inflacija (%)	0,5	1,0	1,5	1,7	1,0
Nezaposlenost (%)	2,8	2,6	2,5	2,3	2,0

Izvor: IMF, Eurostat, EUI. (*) procjena

podarsko okruženje generalno je obilježeno visokom razinom investicija, rekordnim korporativnim profitima i nedostatkom radne snage. Očekivanja daljnjeg porasta plaća u 2019. godini sugeriraju i daljnje povećanje osobne potrošnje. Iako bi predviđeno povećanje poreza na potrošnju (listopad 2019.), trebalo privremeno smanjiti potražnju roba i usluga, novi porast očekuje se već početkom 2020., u značajnoj mjeri uslijed povećanja državne potrošnje do koje će doći uslijed organizacije

Olimpijskih igara u Tokiju. Određeno povećanje inflacije očekuje se u 2020., prvenstveno uslijed očekivanog rasta cijena nafte te već spomenutog povećanja poreza krajem 2019. Određeni rizici leže u činjenici visokog javnog duga, koji nalaže primjenu konsolidacijskih mjera. S duge strane, rizici leže u daljnjem smanjenju radno aktivne populacije, što zahtijeva daljnje povećanje produktivnosti.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

TV

U Japanu postoji sedam nacionalnih televizijskih mreža – dvije u vlasništvu nacionalne javne televizije NHK i pet privatnih mreža:

- NHK General TV
- NHK Educational TV
- Nippon News Network (NNN)
- Japan News Network (JNN)
- Fuji News Network (FNN)
- All-Nippon News Network (ANN)
- TV Tokyo Network (TXN)

Radio

Zbog vladine regulative, Japan ima relativno mali broj radio postaja i radijskih slušatelja u odnosu na većinu drugih razvijenih zemalja. Razlog su kulturne razlike

u percepciji radija, činjenica da su automobili u Japanu opremljeni kontrolnim pločama s televizorom, kao i opća nezainteresiranost mlađe populacije u usporedbi s drugim medijima, pogotovo televizijom.

Općenito, svaka prefektura ima tri NHK stanice, jednu privatnu AM i jednu privatnu FM postaju. Gusto naseljena područja imaju više stanica.

- NHK Radio 1 (općenito, AM)
- NHK Radio 2 (obrazovanje, AM)
- NHK Radio 3 (glazba, FM)
- Japan Radio Network (AM)
- National Radio Network (AM)
- Japan FM Network (FM)
- Japan FM League (FM)
- MagaNet (FM, mreža višejezičnih postaja, programi su

PROFIL TRŽIŠTA

Prema podacima Japanske turističke agencije, u 2018. godini Japan je ostvario 509,02 milijuna dolazaka što u odnosu na prethodnu godinu predstavlja pad od 0,1 %. Dok je domaći promet s 420,43 milijuna noćenja bilježio pad od 2,2 % (u odnosu na 2017.), 88,59 milijuna noćenja inozemnih turista zabilježila su rast od 11,2 % (u odnosu na 2017.), što predstavlja najveći rast od kad se vode praćenja.

Prema podacima European Travel Commission (ETC), temeljenim na analizi Tourism Economicsa, Japanci su tijekom 2017. realizirali gotovo 23 milijuna turističkih putovanja, od čega se gotovo 15 milijuna odnosi na long haul segment, a nešto više od 4,2 milijuna na putovanja u Europu. Prema

istom izvoru regiju Južne Europe, gdje se nalazi i Hrvatska, posjetilo je približno 1,3 milijuna Japanaca.

Za razdoblje do 2022. godine očekuje se rast emitivnog prometa Japanaca prema godišnjoj stopi od 3,6%, uz nešto brži rast short haul prometa (+3,9% godišnje) nego li long haul prometa (+3,4% godišnje). Istovremeno, rast prometa prema Europi trebao bi biti nešto intenzivniji od long haul prosjeka te iznositi +3,8% godišnje. Unutar europskih regija najveća stopa rasta prognozirana je za Zapadnu Europu (+5,6% godišnje), dok su očekivanja najlošija za Sjevernu Europu (-0,3% godišnje). Procjene za Južnu Europu govore o prosječnom rastu od 4% godišnje.

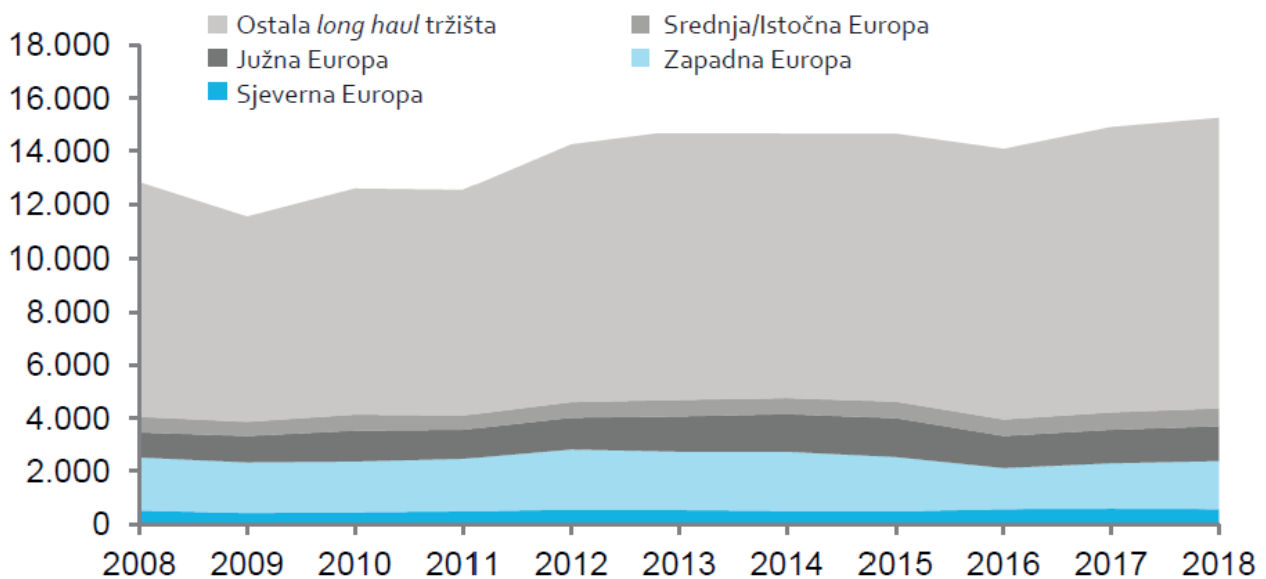
	2017.	Rast (2017.-2020.)			Rast (2012.-2017.)		
	U tisućama	Udio** (%)	Godišnji prosjek (%)	Kumulativni rast* (%)	Udio 2022.** (%)	Kumulativni rast* (%)	Udio 2012.** (%)
Ukupni emitivni promet	22.949	-	3,6	19,1	-	-3	-
Long haul	14.904	64,9	3,4	17,9	64,3	4,5	60,3
Short haul	8.045	35,1	3,9	21,4	35,7	-14,4	39,7
Putovanja u Europu	4.219	18,4	3,8	20,6	18,6	-8,5	19,5
Europska Unija	3.757	16,4	3,9	21,4	16,7	-4,7	16,7
Sjeverna Europa	607	2,6	-0,3	-1,3	2,2	7,7	2,4
Zapadna Europa	1.695	7,4	5,6	31,1	8,1	-24,9	9,5
Južna Europa	1.273	5,5	4,0	21,5	5,7	5,6	5,1
Srednja/Istočna Europa	644	2,8	2,2	11,6	2,6	10,5	2,5

*Prikazuje kumuliranu promjenu kroz relevantni period

**Udjeli su prikazani u % ukupnog emitivnog prometa

Izvor: Tourism Economics

Emitivni promet japanskih turista za *long haul* destinacije (dolasci, u tisućama)



**Long haul* tržišta definirana prema dolascima turista izvan regije Sjeveroistočne Azije

Izvor: Tourism Economics

Navike putovanja

U ukupnoj masi nastavlja se trend povećanja broja individualnih putovanja tako da turističke agencije nude sve više novih usluga kako bi zadobile povjerenje japanskih turista koji sve češće sami rezerviraju i zrakoplov i smještaj u destinaciji koju posjećuju.

Način bukiranja putovanja	%
Internet	60,6
Turistička agencija	17,4
Telefon, pošta	12,1
Nisam sam rezervirao i ne znam	9,5
Zrakoplovna tvrtka	0,1
Ostalo	3,5

Komparativne prednosti/nedostaci omiljenih destinacija s gledišta organizatora putovanja/gostiju

	Zemlja	Prednosti	Nedostaci
1.	Kina	Bogata povijest od 4000 godina	Protujapanska atmosfera
2.	Koreja	Lako pristupačan, puno letova	Protujapanska atmosfera
3.	SAD	Priroda i pokretač trendova	Skupe cijene, postaje stereotipan
4.	Tajvan	Vole Japan, lako pristupačan, bogata ponuda	
5.	Hong Kong	Lako pristupačan, puno letova	Nisu protujapanski nastrojeni, no postoji utjecaj Kine
6.	Havaji	Prihvatili su japansku kulturu, odlično gostoprimstvo	Zbog smanjenja japanskih turista teže je rezervirati smještaj
7.	Tajland	Jeftina hrana, shopping, kultura	Politička nesigurnost vlade
8.	Guam	Prihvatili su japansku kulturu, odlično gostoprimstvo	Malo letova

Preferencije tipa smještaja

1	Hoteli 4* i 5* (seniori)
2	Luksuzni hoteli (seniori)
3	Hosteli, B&B (studenti)
4	Kamping (obitelj)

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja

Domaća	Inozemna
Odmor 36,9 %	Odmor 72,4 %
Zdravlje, opuštanje 28,6 %	Posao 11,7 %
Hobi, proučavanje, istraživanje 8,8 %	Bračno putovanje 6,7 %
Sport 7,1 %	Ostalo 1,8 %
Događaji 5,1 %	Kongres, sastanak 1,5 %
Aktivnosti na otvorenome 3,4 %	Istraživanje 1,5 %
Ljetni/zimski odmor 2,4 %	Proučavanje 1,0 %

Prema podacima iznesenim na forumu JATA 2013. i objavljenim u ETC-evom Market Insight izdanju, Japanci po inozemnom putovanju prosječno troše 2.216 eura dok je na putovanjima u Europi prosječna potrošnja nešto veća te iznosi 3.617 eura.

Vodeće europske destinacije po broju japanskih turista su Njemačka i Španjolska, zatim Francuska, Italija, Švicarska, UK i Austrija, dok su najbrže rastuće destinacije Turska (do 2018. godine), Španjolska, Hrvatska i Slovenija.

Oko 90 % japanskih turista dolazi s otoka Honshu, uključujući preko 40 % stanovnika metropole Tokija, 15 % stanovnika područja Kyoto/Osake i 12 % iz područja Tokia (Nagoya).

Najviše putuju u ožujku, srpnju, kolovozu i rujnu, i to pretežito avionom. Među populacijom 20-30 godina i starijima od 60 popularni su touring odmori, dok su city breaks putovanja popularna među Japancima u dobi između 30 i 60 godina. Tri četvrtine japanskih putovanja u Europu su touring putovanja, 15 % city breaks, a 10 % ostale vrste putovanja.

UDJEL TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

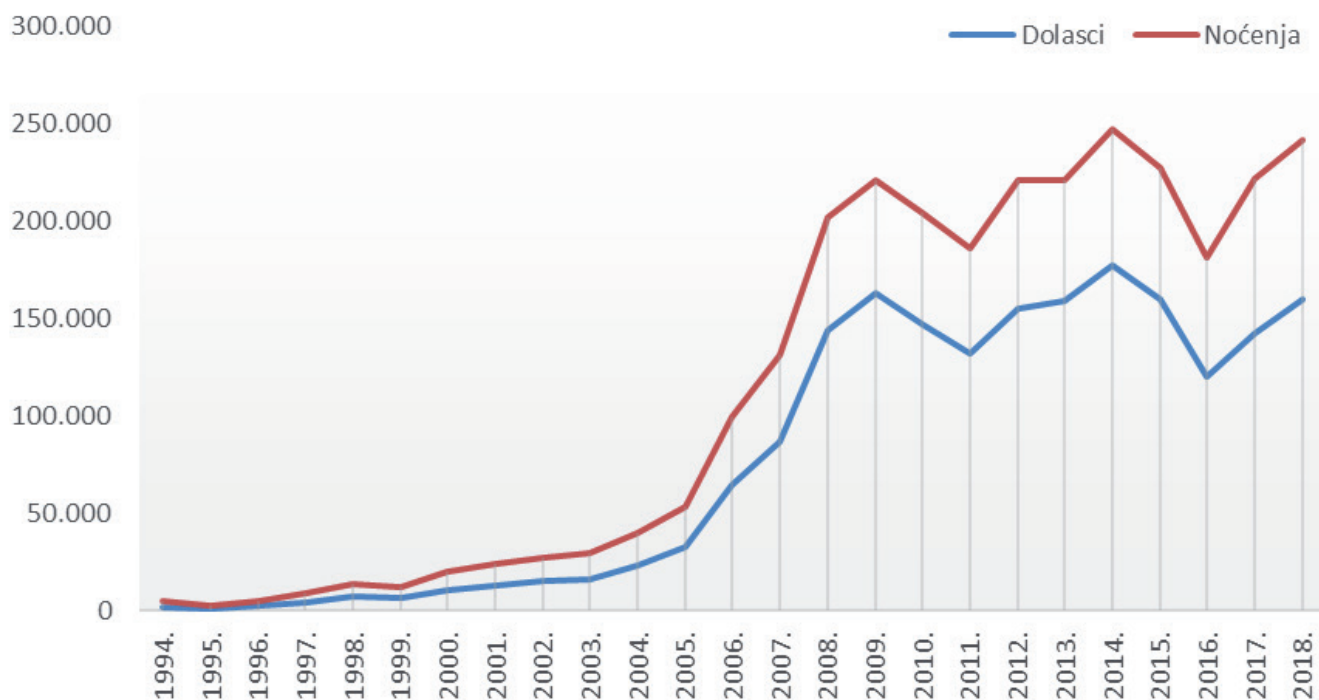
Uz tradicionalno atraktivnu turističku ponudu Francuske, Italije, Njemačke, Ujedinjene Kraljevine i Španjolske, Hrvatska se svrstava u second tier europske destinacije Japanaca. Hrvatsku doživljavaju kao zemlju s lijepim pejzažima, bogatom kulturom i tradicijom, vrhunskom gastronomijom i odličnim vinima. Uz srdačne i prijateljski raspoložene domaćine, sveukupna slika vrlo je pozitivna.

S obzirom na visoku osjetljivost japanskih turista u domeni sigurnosti, tijekom 2017. i 2016. godine zabilježen je pad broja putovanja prema Europi (nakon niza terorističkih napada), što se dijelom odrazilo i na rezultat Hrvatske.

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

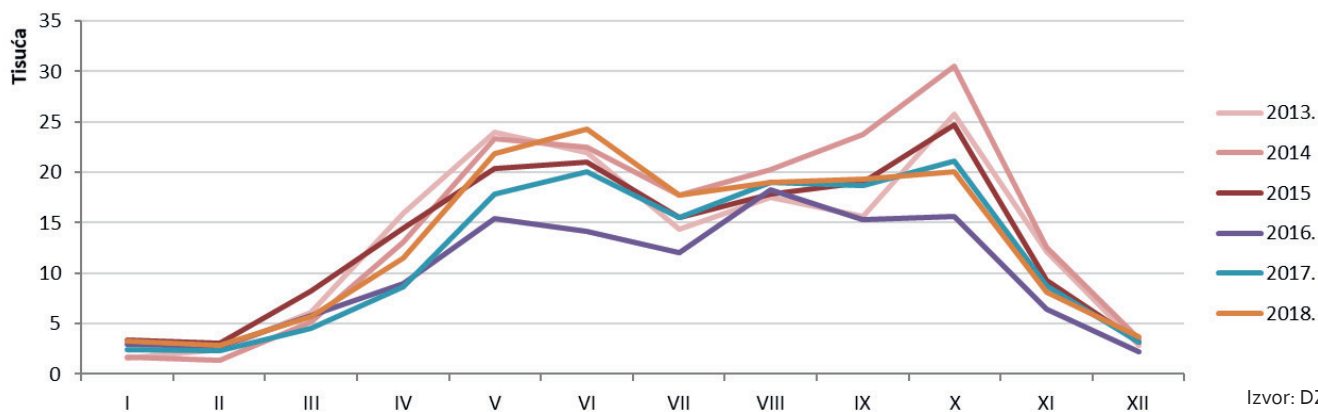
Izvor: DZS

Dolasci i noćenja japanskih turista, razdoblje 1990. - 2018.



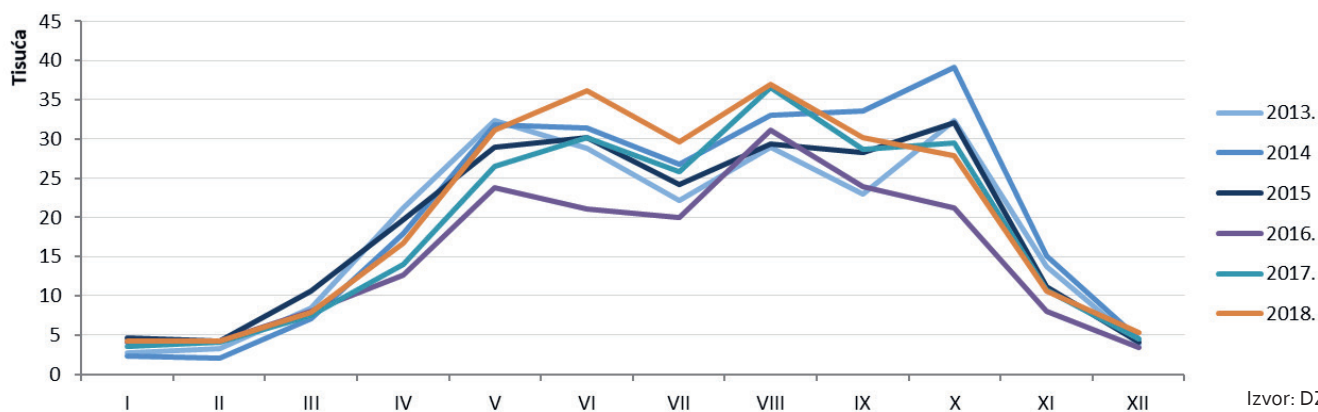
Izvor: DZS

Dolasci po mjesecima - Japan



Izvor: DZS

Noćenja po mjesecima - Japan

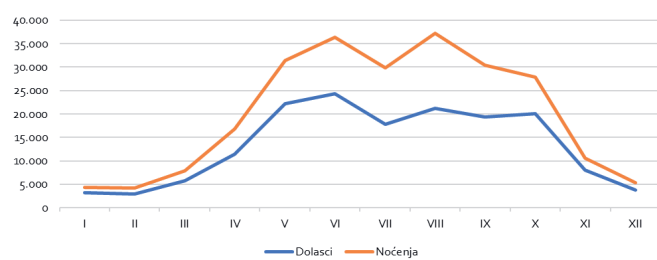


Izvor: DZS

REZULTATI 2018. PREMA SUSTAVU eVISITOR

Prema podacima sustava eVisitor (komercijalni i nekomercijalni smještajni kapaciteti te nautički charter) u 2018. ostvareno je 160.143 dolazaka i 242.323 noćenja japanskih turista, što predstavlja rast od 12,23 % u dolascima i rast od 9,49 % u noćenjima u odnosu na 2017. Najviše posjećuju Dubrovnik, Zagreb i splitsku regiju. Najveći broj noćenja japanski turisti u Hrvatskoj ostvaruju u hotelima (79,2 %), a zatim slijede objekti u domaćinstvu (12,8 %).

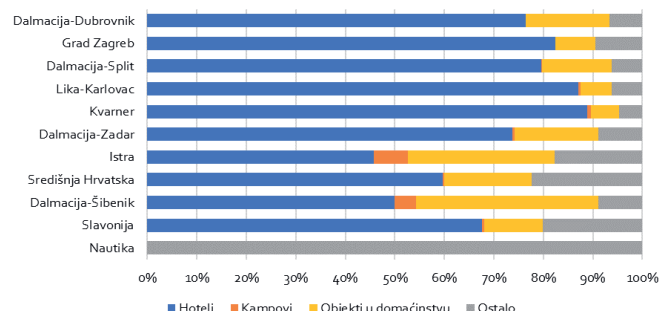
Dolasci i noćenja japanskih turista, 2018.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Grad općina	Noćenja
Dubrovnik	74.265
Zagreb	48.748
Plitvička Jezera	28.896
Split	22.435
Opatija	9.734
Dugopolje	7.236
Konavle	6.918
Zadar	5.299
Rijeka	4.386
Župa dubrovačka	4.239

Noćenja japanskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2018.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Dubrovnik	45.627	86.521
Grad Zagreb	32.715	48.748
Dalmacija-Split	31.798	42.867
Lika-Karlovac	29.310	32.884
Kvarner	11.905	15.325
Dalmacija-Zadar	4.556	5.905
Istra	2.345	5.898
Središnja Hrvatska	1.037	2.175
Dalmacija-Šibenik	583	958
Nautika	99	606
Slavonija	168	436
Ukupno	160.143	242.323

Dolasci po dobi i spolu

Godina	muškarci	žene
0-5 godina	0,3%	0,3%
6-11 godina	0,4%	0,4%
12-17 godina	0,3%	0,3%
18-24 godina	1,6%	2,4%
25-34 godina	5,3%	9,1%
35-44 godina	4,3%	6,5%
45-54 godina	4,1%	7,7%
55-64 godina	7,2%	14,3%
> 65 godina	14,9%	20,5%

REZULTATI ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ – STUDENI 2019. PREMA SUSTAVU eVisitor

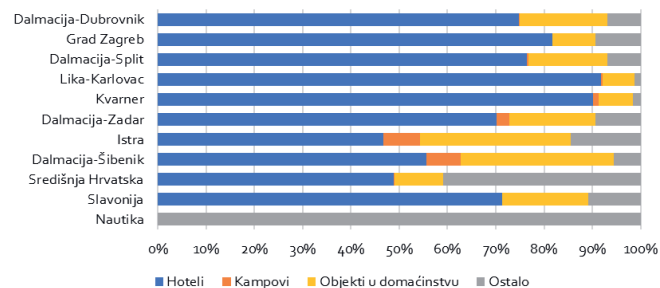
Prema podacima sustava eVisitor (komercijalni i nekomercijalni smještajni kapaciteti te nautički charter) u razdoblju siječanj-studen 2019. Hrvatska bilježi 147.264 dolaska japanskih turista, pri čemu je ostvareno 230.005 noćenja, što u odnosu na isto razdoblje prošle godine predstavlja pad od 5,84 % u dolascima i 2,92 % u noćenjima.

Tijekom 2019. godine japanski su turisti i nadalje izrazito preferirali smještaj u hotelskim objektima (78%), dok su na drugom mjestu bili objekti u domaćinstvu (14%). Glede prostorne distribucije prometa s tržišta Japana, generalno je i nadalje prisutna „dominacija“ dubrovačkog klastera, na kojeg otpada 36% ukupnih japanskih noćenja. Na drugom je mjestu, s udjelom od 20% grad Zagreb, a potom slijedi splitski klaster su udjelom od 18% te klaster Lika- Karlovac s udjelom od 12%. Predmetna distribucija prometa u velikoj mjeri reflektira činjenicu da su japanski turisti prilikom dolaska u našu zemlju skloni povezati nekoliko lokacija, što u slučaju „klasične“ ture znači putovanje na relaciji Zagreb-Plitvice-Split (eventualno Zadar)-Dubrovnik. Navedeno potvrđuje i lista „top“ destinacija japanskih turista u 2018. gdje jedini odmak od „klasične“ ture predstavlja ulazak Opatije i Rijeke u krug vodećih. Gotovo 2/3 japanskih turista Hrvatsku posjećuje u organizaciji posrednika (TO/TA), a zanimljivo je napomenuti kako je više od 40 % noćenja ostvareno od strane turista dobne skupine starijih od 60.

Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Dubrovnik	75.371
Zagreb	43.441
Plitvička Jezera	25.613
Split	22.843
Opatija	11.603
Konavle	6.892
Dugopolje	5.311
Zadar	4.947
Župa dubrovačka	3.349
Podstrana	3.139

Noćenja japanskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, I.-XI.2019.



Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Dubrovnik	44.575	86.613
Grad Zagreb	28.830	43.441
Dalmacija-Split	29.630	40.953
Lika-Karlovac	25.376	28.756
Kvarner	10.828	14.840
Dalmacija-Zadar	4.297	5.646
Istra	1.982	5.492
Središnja Hrvatska	704	1.387
Dalmacija-Šibenik	751	1.296
Nautika	127	809
Slavonija	167	780
Ukupno	147.267	230.013

Dolasci po dobi i spolu

	muškarci	žene
0-5 godina	0,3%	0,3%
6-11 godina	0,5%	0,4%
12-17 godina	0,3%	0,4%
18-24 godina	1,6%	2,5%
25-34 godina	5,5%	9,2%
35-44 godina	4,2%	6,9%
45-54 godina	4,3%	8,1%
55-64 godina	7,5%	14,5%
> 65 godina	13,7%	19,7%

Aktualni imidž Hrvatske

Uz tradicionalne destinacije (Francuska, Italija, Njemačka, UK, Španjolska), Hrvatska se nalazi među popularnijim europskim destinacijama koju doživljavaju kao zemlju s lijepim pejzažima, bogatom kulturom i tradicijom, vrhunskom gastronomijom i odličnim vinima. Uz srdačne i prijateljski raspoložene domaćine i sveukupna slika vrlo je pozitivna.

S obzirom na visoku osjetljivost japanskih turista u domeni sigurnosti, tijekom 2016. i 2017. godine zabilježen je snažan pad broja putovanja prema Europi (nakon niza terorističkih napada), što se odrazilo i na rezultat Hrvatske.

Prednosti/nedostaci hrvatske turističke ponude s gledišta japanskog gosta

Prednosti	Nedostaci
Ljepota prirode	Nema direktnog leta
Sigurnost	Nedovoljna signalizacija (autobus i dr.)
Gostoprimstvo domaćina	Nedovoljno javnih toaleta
Odlična hrana	Nema online rezervacije za autobuse
Vino	
Spomenici UNESCO-ove svjetske baštine	
Lijepi pejzaži	
Jeftinije od zapadnih EU destinacija	
Odlični komentari japanskih turista	

U skladu s općim trendom na japanskom turističkom tržištu, i u dolascima u Hrvatsku primjećuje se povećanje broja individualnih putovanja. Hrvatska posljednjih nekoliko godina postaje priznata destinacija na japanskom tržištu i predstavljena je u svim brošurama vodećih turističkih agencija.

Najpopularnija je „klasična“ tura koja kreće iz Zagreba, preko Plitvičkih jezera, Šibenika, Trogira i Splita do Dubrovnika. Od 2016. godine zapaža se želja agenata da nude nove hrvatske destinacije tako da postoje ture koje predstavljaju Istru, odlaske na otoke ili posjet unutrašnjosti središnje Hrvatske i Slavonije.

Vrsta smještaja koji su koristili u Hrvatskoj

1	Hoteli 3*, 4* i 5* (seniori)
2	Objekti u domaćinstvu
3	Hosteli, B&B (studenti)

Dodatni sadržaji/aktivnosti u Hrvatskoj koje gosti najčešće konzumiraju

Zadovoljni	Nezadovoljni
Izbor hrane	Loša hrana u jeftinim turama
Čistoća	Nedovoljno toaleta u restoranima
Radionice (čipka, vez i dr.)	
Odlični komentari japanskih turista	

DIREKTNA ZRAKOPLOVNA POVEZANOST

Hrvatska nije povezana s direktnim letovima s japanskim emitivnim tržištem te japanski turisti za dolazak u Hrvatsku moraju koristiti europske ili bliskoistočne *long haul hub-ove*.