

Japonya Ülke Bülteni

Haziran 2018



GENEL BİLGİLER

Resmi Adı	Japonya
Yönetim Biçimi	Anayasal Monarşi
Resmi Dilleri	Japonca
Başkenti	Tokyo
Devlet Başkanı	İmparator Akihito
Başbakan	Shinzo Abe
Yüzölçümü	377.899 km ²
Nüfusu	126,7 Milyon
Nüfus Artışı	% -0.2
Nüfus Dağılımı (Etnik- Dini)	Japon 98.5%, Koreli 0.5%, Çinli 0.4%, Diğer 0.6%
Okuma Yazma Oranı	%99
Ortalama Yaşam Süresi	85
Dil	Japonca
Din	Şintoizm 79.2%, Budizm 6.8%, Hıristiyanlık 1.5%, Diğer7.1%
Para Birimi	Japon Yeni (1 USD = 112.471 JPY)(21 Kasım 2017)
Başlıca Büyük Şehirleri	Tokyo, Yokohama, Osaka, Nagoya, Sapporo
Saat Farkı	+6 veya +7
Önemli Resmi Tatiller	1 Ocak-Gantan-Yeni Yıl Ocak ayının 2. Pazartesi'si- Seijin no Hi- gelen yaş günü 11 Şubat- Kenkoku/kinenbi- Milli gün 21 Mart-Shunbun no Hi- Bahar Noktası Günü (gün yıla göre değişebilir) 29 Nisan-Showa günü- eski İmparator Showa'yı anma günü 3 Mayıs- Kenpo Kinenbi- Anayasa Günü 4 Mayıs- Kokumin no Kyujitsu- Yeşil Gün 5 Mayıs- Kodomo no Hi- Çocuk Günü Temmuz'un üçüncü Pazartesi'si- Umi no Hi- Denizcilik Günü Eylül'ün üçüncü Pazartesi'si - Keiro no Hi- Yaşlılara saygı günü 23 Eylül-Shubun no Hi- Sonbahar Noktası (gün yıla göre değişebilir) Ekim'in ikinci Pazartesi'si -Taiki no Hi- Sporlar Günü 3 Kasım- Bunka no Hi- Kültür Günü 23 Kasım- Kinro Kansha no Hi- İşçiler Şükran Günü 23 Aralık- Tenno Tanjobi- İmparatorun Doğum günü
Üyesi Olduğu Başlıca Uluslararası Kuruluşlar	ADB, AfDB (bölge dışı üye), APEC, ARF, ASEAN (diyalog ortağı), Australia Group, BIS, CERN (gözlemci), CICA (gözlemci), CP, EAS, EBRD, FAO, FATF, G-20, G-5, G-7, G-8, G-10, IADB, IAEA, IBRD, ICAO, ICC, ICRM, IDA, IEA, IFAD, IFC, IFRCS, IHO, ILO, IMF, IMO, IMSO, Interpol, IOC, IOM, IPU, ISO, ITSO, ITU, ITUC, LAIA (gözlemci), MIGA, NEA, NSG, OAS (gözlemci), OECD, OPCW, OSCE (ortak), Paris Club, PCA, PIF (ortak), SAARC (gözlemci), SECI (gözlemci), UN, UNCTAD, UNDOF, UNESCO, UNHCR, UNIDO, UNMIS, UNRWA, UNWTO, UPU, WCO, WFTU, WHO, WIPO, WMO, WTO, ZC, ACD

MEVCUT SİYASİ VE İDARİ YAPI

Ülkenin yönetim şekli Anayasal Monarşi'dir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında ülkeyi 1952 yılına kadar idare eden İşgal Yönetimi tarafından oluşturulan ve 1947 yılında kabul edilen Anayasa çoğulcu parlamenter bir sistem getirmiştir. Anayasa uyarınca, İmparator'un görev ve yetkileri tamamen törensel nitelikte olup, yönetim erkinin başı Başbakan'dır. Ülkede iki kabineli Meclis sistemi bulunmaktadır. Ulusal Meclis (Diet) Anayasa'da, "en üst devlet kurumu" olarak tanımlanmakta ve 475 sandalyeli Temsilciler Meclisi (Alt Meclis) ile 242 sandalyeli Üst Meclis'ten oluşmaktadır. Ulusal Meclis, Başbakan'ın atanması, Hükümet'in feshedilmesi ve bütçenin onaylanmasında temel belirleyici kurumdur. Temsilciler Meclisi anayasal olarak Üst Meclis'e göre daha güçlü bir konumdadır. Temel konulardaki bazı kararlarda sadece Alt Meclis söz sahibi olup, Üst Meclis tarafından alınan kararları da 2/3 çoğunlukla reddetme yetkisine sahiptir. Başbakan Shinzo Abe liderliğindeki Liberal Demokrat Parti-Komeito Partisi koalisyonu Aralık 2012'den bu yana iktidardadır. Japonya'nın pasifist güvenlik doktrininin değiştirilmesi ve Japon birliklerinin kriz anlarında deniz aşırı müdahalede bulunmasına imkân tanıyan yasa tasarılarının kabul edilmesi yakın dönemde ülkenin en önemli gündemini oluşturmuştur. Yürürlüğe girdiğinden bu yana hiç değişikliğe uğramamış olan Japonya Anayasası'nda değişiklikler yapılmasına ilişkin tartışmalar ise devam etmektedir. Japonya'da Başbakan Abe'nin ekonomiyi canlandırma ve dış politikadaki katı tavrını sürdürebilmek adına görev süresi bitmeden erken seçim çağrısının hemen ardından 22 Ekim 2017 Pazar günü gerçekleşen seçimlerde, Shinzo Abe başkanlığındaki Liberal Demokrat Parti ve küçük ortağı Komeito'nun oluşturduğu koalisyon, parlamentodaki üçte iki "süper çoğunluğu" korumuştur. Shinzo Abe'nin iktidarda kalmasının Japonya'nın Kuzey Kore'ye olan sert tutumunu korumaya devam edeceğinin en önemli göstergesi olarak görülmektedir. Anayasa değişikliğine gitmek isteyen Abe'nin, II. Dünya Savaşı'nın ardından Japonya'nın benimsediği pasifist Anayasa'nın dokuzuncu maddesi ülkenin bir savaşa "asla" katılmayacağını belirtmesine karşın değişiklikle anayasanın pasifist kimliğini kaybedeceği kanısı kuvvetlenmektedir.

GENEL EKONOMİK DURUM

*GSYİH (Gayri Safi Yurtiçi Hasıla): 4.939,2 Milyar ABD doları

*Kişi Başına Düşen GSYİH: 38.894 ABD doları

*Büyüme Oranı: %1,30

*İşsizlik: %3,1

*Ekonomi Sektörel Dağılım: Hizmetler %72.2, Sanayi %26.6, Tarım %1.2

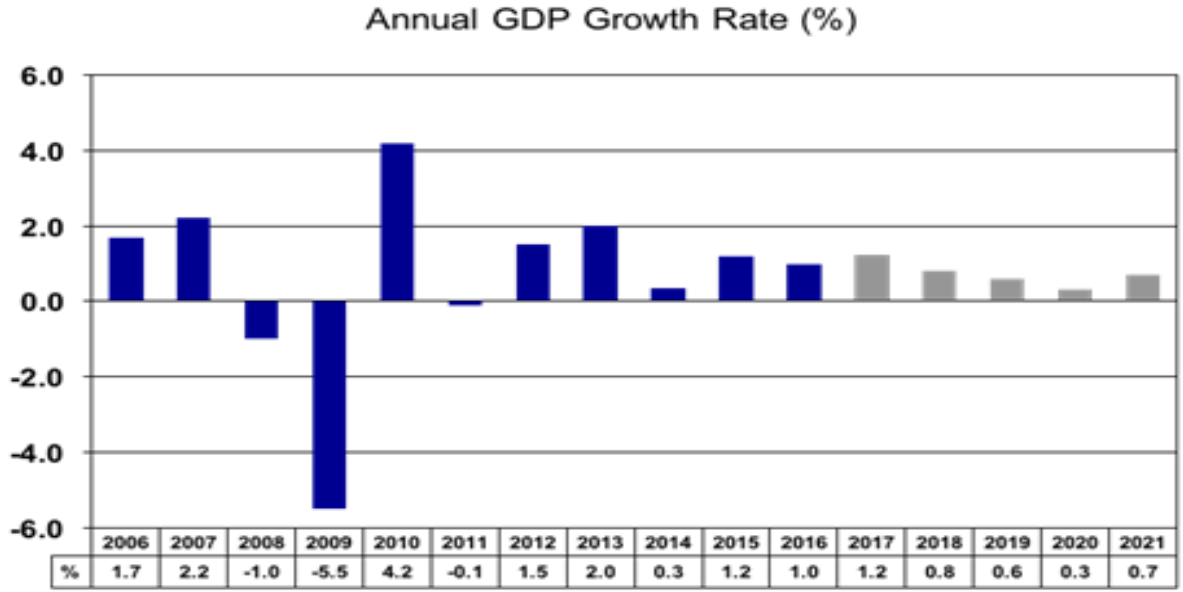
*Başlıca Ticaret Ortakları: ABD, Çin, Güney Kore

*Başlıca İhracat Kalemleri: Taşıtlar (demiryolu hariç); makine, nükleer reaktör, kazan, vs.; elektrikli ve elektronik donanımlar; optik, tıp, fotoğraf vb. ile ilgili cihazlar

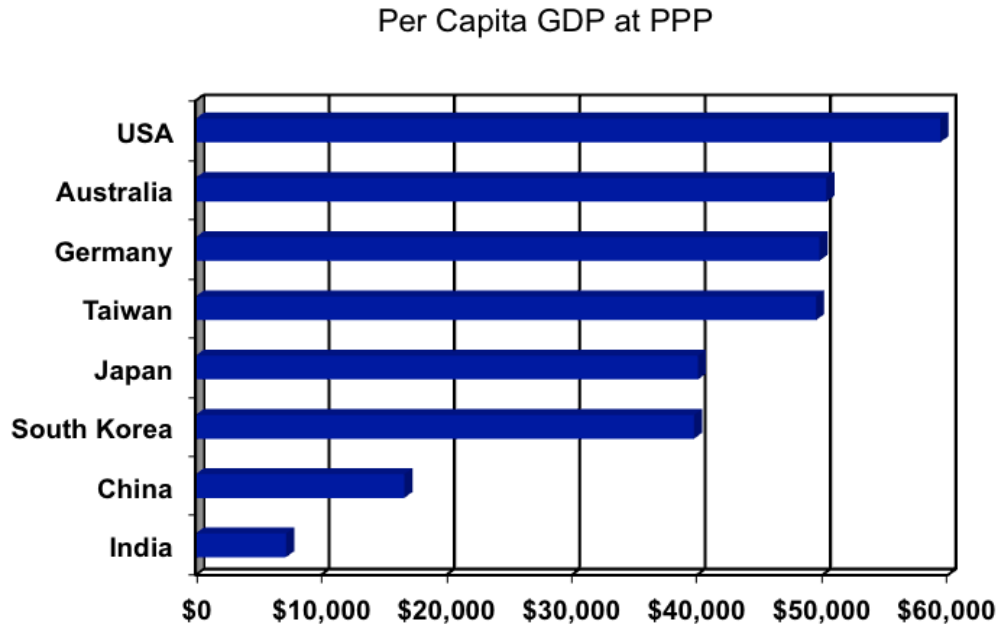
*Başlıca İthalat Kalemleri: Mineral yakıtlar, yağlar, damıtma ürünleri; elektrikli ve elektronik donanımlar; makine, nükleer reaktör, kazan, vs.; metaller, cüruf ve kül

Tarihsel Bakış:

2009 yılında yaşanan global ekonomik kriz Japon dış ticaretine de yansımıştır. Dış taleplere bağlı olarak gelişen Japon ekonomisi bu krizden olumsuz yönde etkilenmiştir. Japonya'nın 2010 yılı ihracatı önceki yıla göre %32,1 artarak 767 milyar \$'a ulaşırken, ithalat da %25,2 artarak 691,4 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. 2010'da artan enerji fiyatları, Japonya'nın 2011 yılında 1980'den beri ilk defa dış ticaret açığı vermesine neden olmuştur. 2013 yılında ise Japonya'nın ihracatı, %10'luk düşüşle 715 milyar dolara düşmüş, ithalatı %6 düşüşle 833 milyar dolara ulaşmıştır. Dış ticaret açığı da 117 milyar dolara yükselmiştir. 2014 yılında ihracat 690 milyar dolar ithalat ise 812 milyar dolar'a düşmüştür. 2015 yılında ihracat 625 milyar dolarken ithalat 626 milyar dolar olmuştur. 2016 yılında ise ihracat 645 milyar dolar iken ithalat 607 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

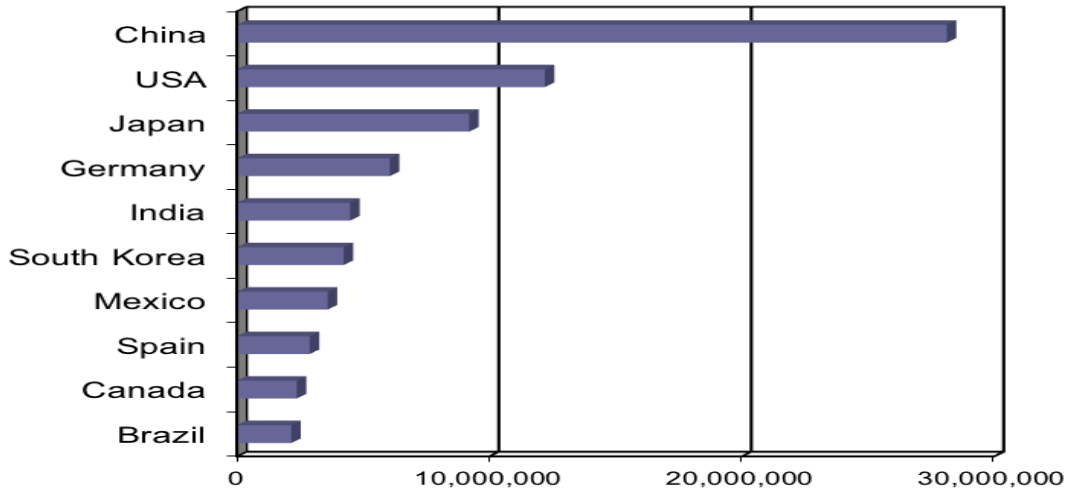


Yıllık GSYİH Büyüme Oranı (2019-2022 tahminleri dahil)
Kaynak: ISA



Satın Alma Gücü Paritesine bağlı olarak Kişi Başına Düşen Milli Gelir
Kaynak: Dünya Bankası

Motor Vehicle Production in 2016



Japonya'nın en önemli sektörlerinden biri olan motorlu araç üretiminde dünyadaki konumu
Kaynak: OICA

Annual Industrial Production Growth Rate (%)



Japonya Yıllık Sanayi Üretimi Büyüme Oranları (2019-2022)
Kaynak: ISA

Japonya Dış Ticaret Rakamları (Milyar ABD Doları)

Japonya Dış Ticaret Rakamları (Milyar ABD Doları)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
İHRACAT	581	770	823	799	715	690	625	645	698
İTHALAT	552	693	855	886	833	812	626	607	671

Kaynak: Trademap

2009 yılında yaşanan global ekonomik kriz Japon dış ticaretine de yansımıştır. Dış taleplere bağlı olarak gelişen Japon ekonomisi bu krizden olumsuz yönde etkilenmiştir. Japonya'nın 2010 yılı ihracatı önceki yıla göre %32,1 artarak 767 milyar \$'a ulaşırken, ithalat da %25,2 artarak 691,4 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. 2010'da artan enerji fiyatları, Japonya'nın 2011 yılında 1980'den beri ilk defa dış ticaret açığı vermesine neden olmuştur. 2013 yılında ise Japonya'nın ihracatı, %10'luk düşüşle 715 milyar dolara düşmüş, ithalatı %6 düşüşle 833 milyar dolara ulaşmıştır. Dış ticaret açığı da 117 milyar dolara yükselmiştir. 2014 yılında ihracat 690 milyar dolar ithalat ise 812 milyar dolar'a düşmüştür. 2015 yılında ihracat 625 milyar dolar iken ithalat 626 milyar dolar olmuştur. 2016 yılında ihracat 645 milyar dolar iken ithalat 607 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2017 yılında ise ihracat 698 milyar dolar iken ithalat 671 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticareti

Japonya'nın ithalatında Başlıca Ülkeler (Milyon Dolar)

ÜLKELER	2013	2014	2015	2016
TOPLAM	833,166	812,185	625,568	607,115
Çin	180,978	181,294	160,560	156,618
ABD	71,959	73,045	68,347	69,331
Avustralya	51,026	48,118	34,792	30,417
G. Kore	35,822	33,385	26,807	25,026
Tayvan	23,744	24,274	23,283	22,960
Almanya	23,830	24,122	20,282	22,043
Tayland	22,039	21,740	20,427	20,152
Suudi Arabistan	49,856	47,414	2,709	19,589
Endonezya	28,882	25,673	19,754	18,191
B.A.E.	42,528	41,595	23,521	17,304
Malezya	29,745	29,181	21,499	17,299
Vietnam	14,233	15,417	15,141	16,271
Rusya Fed.	23,653	24,756	15,741	11,271
Katar	36,945	33,444	16,311	10,860

Fransa	11,670	11,469	9,483	10,247
--------	--------	--------	-------	--------

Kaynak: ITC Trademap

Japonya'nın ihracatında Başlıca Ülkeler (Milyon Dolar)

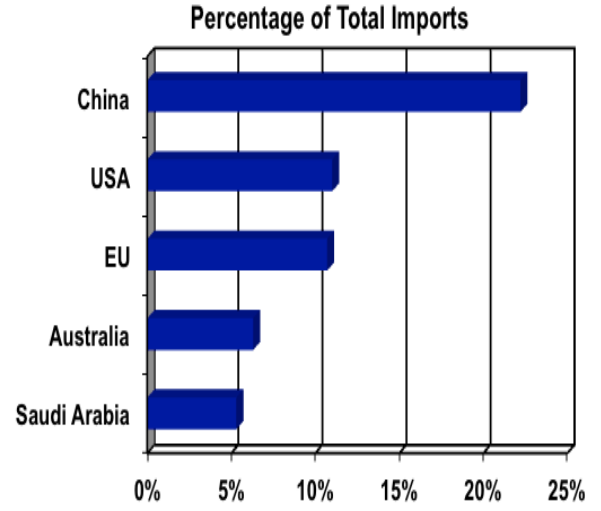
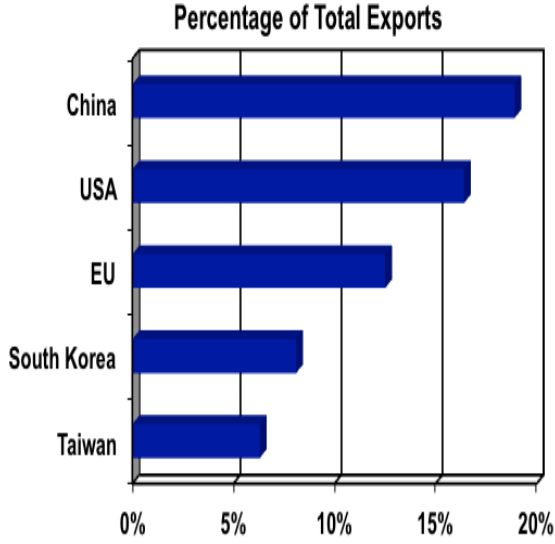
Ülkeler	2015	2016	2017
TOPLAM İHRACAT	624 873 508	644 932 439	698 170 343
ABD	126 387 232	130 585 866	135 067 212
Çin	109 277 767	113 830 234	132 822 610
G. Kore	44 018 768	46 235 238	53 310 258
Tayvan	36 960 994	39 297 003	40 644 826
Hong Kong	35 006 278	33 624 338	35 446 048
Tayland	27 984 356	27 398 050	29 436 728
Singapur	19 855 331	19 841 986	22 648 929
Almanya	16 236 971	17 652 733	18 946 390
Avustralya	12 849 844	14 104 470	16 014 342
Vietnam	12 531 383	12 990 346	15 057 576
İngiltere	10 740 097	13 659 024	13 815 215
Endonezya	11 538 966	11 327 518	13 394 438
Malezya	12 003 889	12 139 373	12 762 824
Hollanda	11 598 497	11 815 202	12 440 717
Meksika	10 475 126	10 663 065	11 271 077
...
Türkiye	2 161 724	2 861 051	3 164 035

Kaynak: ITC Trademap

Asya ülkeleri ile ticaret dış ticaretin en çok gerçekleştiği ülke grubu olmuş, bunu Kuzey Amerika, Ortadoğu ve Avrupa Birliği ülkeleri izlemiştir.

İthalat Rakamları: Çin(%22), ABD (%10), AB (%10), Suudi Arabistan (%6) ve Avustralya (%6)'dir.

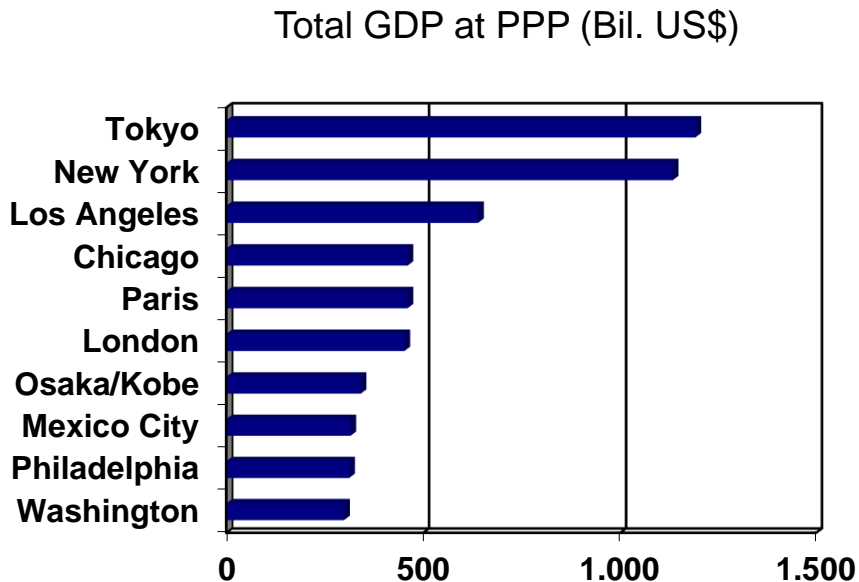
İhracat Rakamları Çin (%19), ABD(%16), AB(%8), Tayvan (%6), Hong Kong (%5)'dir.



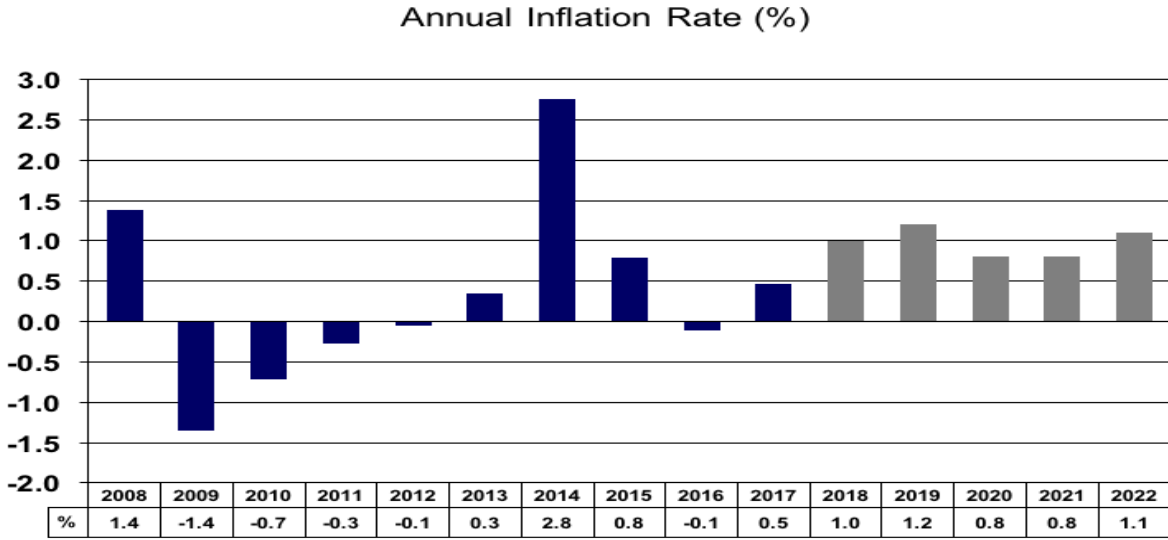
Ekonomi Yapı

2. Dünya savaşından bu yana düzenli olarak büyümeye devam eden Japonya ekonomisinin büyümesi 2008 yılında önemli ölçüde yavaşlamaya başlamıştır. Ekonomik büyümesi ağırlıklı olarak ihracata dayanan Japonya'da, dışarıdan gelen taleplerin ekonomik kriz dolayısıyla azalmaya başlaması sonucu hükümet yerel talebi canlandırmaya yönelik önlemleri artırmıştır.

Dünyanın en büyük şehir ekonomileri:

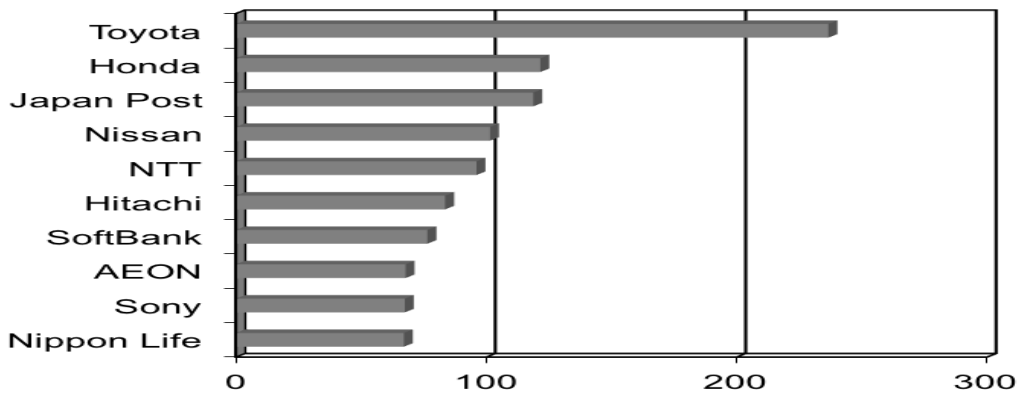


Enflasyon



Japonya'da enflasyonist baskıların yeniden ortaya çıkmasıyla TÜFE %1,4 oranında gerçekleşmiştir. 2014 yılında bu trendin devam etmesi bazı faktörlere bağlıdır. Bunların en önemlisi Merkez Bankasının %2'lik enflasyon hedefini gerçekleştirmek için yürüttüğü ultra-gevşek para politikasıdır. Ayrıca tüketici vergilerinde planlanan artışlar (Nisan 2014'de %8, Ekim 2015'te %10) fiyat seviyesinde yükselmeye neden olacaktır. Ayrıca çıktı açığındaki daralma ve zayıf Yen tüketici fiyatlarını yukarıya doğru itecektir. İMF tahminlerine göre ortalama tüketici fiyatları enflasyonunun 2014 yılında %2,8 ile zirve yapmış, 2016 da %0,1'e düşmüştür. Japonya'nın yurt dışı yatırımlarının sektörel dağılımı incelendiğinde, imalat sektöründeki yatırımların %32 finans ve hizmet sektörlerinin yer aldığı imalat dışı yatırımların payının ise % 70 seviyesinde olduğu tespit edilmektedir.

Top Ten Companies by Turnover (US\$ bil.)



- Japonya'nın en büyük 10 şirketi

Türkiye İle Ekonomik Ve Ticari İlişkiler:

Türkiye – Japonya Dış Ticaret Göstergeleri (ABD Doları, 1000)

Türkiye – Japonya Dış Ticaret Göstergeleri (ABD Doları, 1000)

Yıl	İhracat \$ / Bin	İthalat \$ / Bin	Hacim \$ / Bin	Denge \$ / Bin
2003	156.288	1.927.096	2.083.384	-1.770.808
2004	190.117	2.684.287	2.874.404	-2.494.170
2005	234.227	3.109.218	3.343.445	-2.874.991
2006	263.084	3.216.725	3.479.810	-2.953.641
2007	246.910	3.703.442	3.950.352	-3.456.531
2008	330.462	4.026.764	4.357.226	-3.696.303
2009	232.847	2.781.971	3.014.818	-2.549.124
2010	272.219	3.297.796	3.570.015	-3.025.578
2011	296.413	4.263.730	4.560.144	-3.967.317
2012	331.762	3.601.427	3.933.189	-3.269.666
2013	409.236	3.453.190	3.862.425	-3.043.954
2014	375.472	3.199.915	3.575.387	-2.824.443
2015	334.814	3.178.079	3.512.893	-2.843.265
2016	354.380	3.943.604	4.297.984	-3.589.224
2017	411.531	4.281.508	4.693.039	-3.869.977
2017 / (1-4)	137.614	1.257.661	1.395.275	-1.120.047
2018 / (1-4)	174.030	1.498.726	1.672.756	-1.324.697

Kaynak : TÜİK

Dış ticaret açığı 2015 yılında 2,8 milyar dolar, 2016 yılında 3,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2017 yılında 3,8 milyar dolar olmuştur. İki ülke arasındaki ticari ilişkiler ağırlıklı olarak Japonya'dan yapılan ithalat ile yönlendirilmektedir.

İkili Ticari ve Ekonomik İlişkiler:

Başlıca İhraç Ürünlerimiz: Balık, deniz kabukluları, yumuşakçalar, omurgasızlar; halı ve diğer zemin tekstil ürünleri; tren ve tramvay dışı araçlar; hububat, arpa, un, süt preparatları

Başlıca İthal Ürünlerimiz: Makine, nükleer reaktörler, kazan; tren ve tramvay harici taşıtlar; elektrik, elektronik ekipman; optik, resim, teknik, sağlık vs. Teçhizatı

Japonya, otomotiv ve yan sanayi, imalat sanayi, gıda ve altyapı sektörlerine özel ilgi göstermektedir.

31.12.2014 itibariyle ülkemizdeki Japonya sermayeli firma sayısı 193'tür. Japonya'da faaliyette bulunan Türk sermayeli firma sayısı ise 2'dir. 2002-2015/ Ocak dönemi için ülkemizdeki Japon doğrudan sermaye yatırımlarının tutarı yaklaşık 1.52 milyar ABD Dolarıdır. Türk-Japon İş Konseyinin 23. dönem toplantısı DEİK ve KEİDANREN (Japonya İş Federasyonu) ev sahipliğinde 5 Kasım 2015 tarihinde Tokyo'da gerçekleştirilmiştir. Japonya Uluslararası İşbirliği Ajansı (JICA) tarafından sağlanan krediler ile Haliç Köprüsü, Hasan Uğurlu Barajı ve HES, Altınkaya Barajı ve HES ile II. Boğaz Köprüsü, Marmaray gibi çok önemli projelere finansman sağlanmıştır. Sayın Cumhurbaşkanımızın 7-8 Ekim 2015 tarihlerinde Japonya'yı ziyareti kapsamında, 8 Ekim 2015 tarihinde ise DEİK tarafından Türk-Japon İşadamları Forumu düzenlenmiştir.

G-20 Zirvesine katılmak üzere ülkemize gelen Japonya Başbakanı Abe, 13-14 Kasım 2015 tarihlerinde ikili görüşmelerde bulunmak üzere İstanbul'u ziyaret etmiş ve Sayın Başbakanımızla birlikte, DEİK ile Japon Dış Ticaret Örgütü (JETRO) tarafından düzenlenen Türkiye-Japonya İş Forumu'na (14 Kasım) katılmıştır.

Japonya, WEF Küresel Rekabet Raporu sıralamasında 6. sırada yer alırken Dünya Bankası İş Yapma Kolaylığı Raporu sıralamasında 34. sırada yer almaktadır.

Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Dünyanın üçüncü büyük ekonomisi konumunda bulunan Japonya, yabancı yatırımcıların ilgisini çekmeye devam etmekte ancak ülkeye yapılan doğrudan yabancı yatırım oranı görece düşük seviyelerde kalmaktadır. Buna karşın Japon işadamlarının ülke dışına yönelik yatırımları dünyada önemli seviyelere ulaşmış bulunmaktadır.

ABD ile büyük AB ülkeleri firmaları Japonya'daki en önemli yabancı yatırımcılar olup, ve geçmiş yıllarda ülkeye yapılan yabancı yatırımların yarısından fazlasını oluşturmaktadır. Söz konusu yatırımlar, imalata dayalı olmayan işkollarında gerçekleşmiştir ve özellikle bu yatırımlarda finansal hizmetler ile perakendecilik ön plana çıkmıştır. İmalata dayalı doğrudan yabancı yatırımlarda ise otomotiv sanayi en yüksek yatırımların gerçekleştiği alandır.

Ülke/ bölge bazında incelendiğinde Japonya'nın dış yatırımları en fazla artan ülke grubu Kuzey Amerika ve İngiltere ülkeleri olmuştur.

2017 yılında % 24 olacağı tahmin edilen ülkedeki toplam yatırımların GSYİH'ya oranının, 2018 yılında %24,6 ve 2023 yılında %24,5 olması beklenmektedir. Japonya ayrıca 2016 yılında 11,4 milyar \$ ile doğrudan yabancı yatırım çeken ülkeler arasında 27. sırada yer almıştır.

Yatırımlarda Öncelikle Alanlar

İhracata yönelik üretimini Japonya dışına ve potansiyel pazarlara yakın bölgelere kaydıran Japon şirketleri, Doğu Asya başta olmak üzere, Avrupa ve Kuzey Amerika'da bu alandaki yatırımlarını artırmıştır. Elektronik sektöründe ise, yurt içi talebin de artması ile birlikte, Japon firmalar hem Japonya içindeki yatırımlarını, hem de yurt dışı yatırımlarını güçlendirmişlerdir.

Japon Uluslararası İşbirliği Bankası (JBIC) tarafından, en az 3 yurtdışı iştiraki ve en az bir yurtdışı imalat tesisi bulunan Japon imalat sektörü firmaları arasında 20 yıldır yapılan "Yurtdışı Faaliyetler Anketi", Japon yatırımcılarının eğilimleri ve tercihleri hakkında önemli ipuçları vermektedir. Ankete katılan firmaların önemli bir bölümü, kısa vadede öngörülen öncelikli stratejilerini "yurtdışı faaliyetlerini artırmak ve güçlendirmek" olarak açıklamıştır. Yatırımcı firmaların öncelikli stratejileri arasında, AR-GE faaliyetlerine daha çok ağırlık vermek de gelmektedir. Diğer Asya ülkeleri ile maliyet rekabeti yapmasına imkan olmayan Japon şirketleri, diğer ülkelerin sahip olmadığı yüksek teknoloji ürün ve prosesler sayesinde rekabetçi gücünü koruyabileceğini düşünmektedir.

Büyük öncelik verilen bir diğer strateji ise, yurt içi üretimin güçlendirilmesi olarak ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede Japon iş adamlarına uygulanan anket çerçevesinde, Japon üreticilerin yurt dışı üretimi artırırken, yurt içi üretimi de ihmal etmemeye önem verdiklerini, global krizlerden etkilenmemek için yurt dışı ve yurt içi üretimin optimum bir dengesini bulmayı amaçladıklarını göstermektedir. Japonya'nın halen toplam üretiminin % 30'u yurt dışı üretimden kaynaklanmaktadır. Özellikle elektronik sektöründeki konvansiyonel ürünlerde, Japon firmaları tarafından Çin ve ASEAN ülkelerinde gerçekleştirilen üretim miktarı, Japonya içindeki üretim miktarını aşmış durumdadır.

Ancak katma değeri yüksek ve yeni teknoloji içeren ürünlerin çok büyük bir kısmı halen Japonya içinde üretilmektedir. Özellikle yüksek teknoloji ürünü dijital kamera, LCD televizyon, mobil telefon gibi ürünlerdeki iç talep artışı, son iki yıldır Japon ekonomisinin büyümesindeki önemli itici faktörlerden olmuştur. Orta vadede bu gibi yüksek teknoloji

içeren ürünlerin üretilebileceği bölgeler olarak, ASEAN ülkeleri gösterilmektedir. Ancak bazı Japon firmalar, en büyük rekabet avantajları olan teknolojik üstünlüklerinin bu ülkelerde taklit edilebileceğinden hareketle, halen yurt dışı yatırımlara çok sıcak bakmamaktadır.

Yatırımlara Sağlanan Teşvikler

JETRO (Japan External Trade Organization) ülkede iş kurmak isteyen potansiyel yatırımcılara ücretsiz danışmanlık sağlamaktadır. Söz konusu danışmanlık ülkenin sanayi yapısı, hammadde temini, satış sistemleri vb konuları üzerine olabildiği gibi, firmanın ihtiyaçlarına göre de sağlanabilmektedir. Biyoteknoloji, bilgi teknolojileri, ilaç sanayi, tıbbi alet ve ekipman, işlenmiş gıdalar, gıda hizmetleri, çevre teknolojileri, nanoteknoloji, genel ticaret ve yatırım mevzuatı konusunda uzmanlaşmış personeli bulunmaktadır.

Hem yerel hem de ulusal bazda faaliyet gösteren çeşitli otoritelerin farklı teşvik programları yürürlükte olup, bunlar bazı vergilerden muafiyet veya vergi indirimi, arazi ve bina temini, finansman ve kredi alımında kolaylık gibi konuları kapsamaktadır. JETRO ayrıca ürüne yönelik standart, kanun ve mevzuat bilgileri konularında potansiyel yatırımcıya bilgi sağlamaya yardımcı olabilmekte olup, gerekli izinlerin alınması için yerel otoritelerle görüşme ayarlanması konusunda da yardımcı olmaktadır.

Yine Japonya’da bir ofisin kurulum maliyeti, iş kurma prosedürlerine ilişkin bilgi, ofise yakın emlak konusunda yardım ve nitelikli eleman istihdamı gibi konularda da talep edildiği takdirde yardımcı olabilmektedir.

İş yapma kolaylığı açısından Japonya, dünyada 190 ülke arasında 34. sırada yer almaktadır.

Ayrıca Japonya’nın çeşitli şehirlerinde 50 işgününe kadar ücretsiz olarak kullanılabilen ofis hizmetine çeşitli ofis ekipmanları (masa, andalye, dolap, telefon ve faks) ve internet bağlantısı da dahildir. Söz konusu ofisler Tokyo merkez, Yokohama, Nagoya, Osaka, Kobe ve Fukuoka gibi şehirlerde bulunmakta olup, hükümet binalarına yakın yerlerde konumlandırılmıştır.

Çeşitli konferans ve iş toplantıları amacıyla da bu hizmetten yararlanmak amacıyla rezervasyon yapılması mümkündür.

Oturma ve Çalışma İzinleri

Japonya'ya yapılacak gezi, toplantı ve iş amaçlı geziler için 3 aya kadar vize alınmaktadır. Ayrıntılı bilgi için: Japonya'nın Ankara Büyükelçiliği Tel: 0 312 446 05 00 Ülkede uzun süreli kalma durumunda: 90 günden fazla kalacak olanların 2 adet fotoğraf ve pasaportları ile belediyelerdeki yabancı kayıt bürolarına başvurmaları gerekmektedir.

FAYDALI BİLGİLER

Ticareti Etkileyen Kültürel Faktörler

İşadamları ilk karşılaştıklarında mutlaka kartvizit (meishi) alışverişinde bulunurlar. Alınan kartvizitin okunduktan sonra kaldırılması adettendir. Okunmadan cebinize ve çantanıza konulması saygısızlık olarak yorumlanır. Japon işadamları resmi belgelerde genel olarak imza yerine kişisel mühürlerini kullanırlar. Kartvizitlerinizde eğitiminiz, profesyonel nitelikleriniz ve iş unvanınız gibi özelliklerin de yer alması önemlidir. Gerekli tanıştırmalar yapıldıktan sonra kartvizitinizi herkese sunmanız gerekmektedir. Kartvizitin iki elle birlikte sunulması nezaket göstergesidir. Kartvizitin karşı tarafça okunabileceği dilde olan kısmı uzatılmalıdır. Alıcı da kartviziti çift eliyle alacaktır. Ayrıca kartviziti birkaç saniye iyi bir şekilde inceledikten sonra kartı muhafaza yerine konulmalıdır. Kartviziti aldıktan sonra hemen acele bir şekilde arka cebinizdeki cüzdanıza koymanız, kişinin kartının üzerine de herhangi bir şey dökülmesi ve yazılması saygısızlık olarak nitelenebilir. Japon firmalarında kararların çoğunluğu konsensusla alınır. Öncelikle bilgi informal ortamlarda değiş tokuş edilir. Yabancıların Japon karar verme sürecini yavaş bulmalarına rağmen bir kez karar verildikten sonra hemen harekete geçilir. Bu ülke iş adamları ile ilişkilerde herkesin karar vermesine olanak sağlayacak ölçüde zaman ve sabır gösterilmesi tavsiye edilmektedir.

Toplantılar sırasında Japon hitap tarzının inceliklerine dikkat edilmeli gerektiğinde baş eğerek selam verilmelidir. Diğerlerin tutum ve davranışları gözlenerek mevcut hiyerarşik yapıya uygun hareket edilmelidir. Yabancıların önünde iş arkadaşlarını eleştiren tutumlar da Japonlar tarafından hoş karşılanmamaktadır. Dakik olmak da son derece önemlidir.

Pasaport ve Vize İşlemleri

Japonya'nın ülkemize ait vize uygulaması bulunmamakta, Diplomatik, Hizmet, Hususi ve Umuma Mahsus Pasaport hamilleri vizeden muaftır. Ancak 2007 yılının sonlarına doğru, uluslararası terörizm önlemleri çerçevesinde, ülkeye giriş yapan tüm yabancıların resmi çekilmekte ve parmak izleri alınmaktadır. Bu uygulamaya 16 yaşından küçük çocuklar,

diplomatlar ve Japonya’da oturma izni bulunan kişiler dahil edilmemiştir. Yine otellerde giriş yapılırken yabancı misafirlerin pasaportlarını mutlaka ibraz etmeleri gerekmektedir.

Tüketici Tercihleri

2. Dünya savaşının hemen sonrasında Japonya’da gıda dahil olmak üzere her türlü ürünün yokluğu çekiliyordu. Japon ürünlerinden daha kaliteli ve pahalı olan Avrupa ve Amerika’dan gelen ürünlere hayranlık duyuluyor ancak bu ürünler ortalama gelir düzeyindeki insanlarca satın alınamıyordu. Bu tür ithal ürünlere sahip olmak statü sembolü olarak görülmekteydi. 1960’lı yıllarda Japonya endüstrisi savaş sonrası dönemin kaos ortamından kurtuldu ve kişisel gelirler yükselmeye başladı. Japonya pazarına ürünlerin bol miktarda sunulmaya başlamasıyla birlikte yerli ürünlerin kalitesi önemli ölçüde artış gösterdi. Sonuç olarak Japon tüketiciler pahalı ithal ürünlere göre daha ucuza sahip olabilecekleri yerli ürünlere olumlu bakmaya başladılar.

1980’li yıllardan önce Japonlar yüksek gelirlere ve daha rahat bir yaşam tarzına sahip oldular. Çok fazla miktarda farklı türlerde ürünlerin pazara girmesiyle Japon tüketiciler kendi zevk ve amaçlarına uygun ürün ve hizmetleri seçebilmekteydiler. Bu dönemde, düşük fiyatlı ürünlerin tüketiminden, fiyatı yüksek kaliteli ürünlerin tüketimine bir geçiş gerçekleşmiştir. Şu anda Japon tüketiciler ürün tercihlerinde en ince farkları ayırt ederek en iyisini seçebilen tüketicilerdir. Çok miktarda, yüksek kaliteli ve düşük maliyetli ürünler gelişmekte olan ülkelerden ithal edilmekte ve pazarda kolayca bulunabilmektedir. Tüketiciler üretici ülkeye bakmaksızın kaliteli ürünleri uygun fiyattan satın almaya alışkın bireylerden oluşmaktadır. Japon tüketicisi ürünün kalitesine en çok önem veren tüketici toplumlarından bir tanesidir.

Diğer ülkelerde sorun yaratmayan, ürünün ambalajı üzerindeki küçük bir çizikten dolayı Japon tüketiciler o ürünü satın almazken, diğer gelişmiş ülkelerin pek çoğunda benzer basit kusura rağmen ürünün kendisinde sorun olmadığı için o ürünü satın alınabilmektedir. Aynı şekilde, Japon tüketiciler son kullanma tarihinin çok öncesinde o ürünü satın almaktan vazgeçmektedirler.

Bilindiği gibi Japon insanının yaşadığı konutlar diğer toplumlarla kıyaslandığında alan olarak oldukça küçük boyutlarda yerlerdir. Depolama olanağının sınırlı olması nedeniyle, Japon tüketicisi diğer tüketim toplumlarına göre daha az miktarda, ancak daha sık alışveriş yapmakta ve küçük boyutlu ambalajlarda satılan gıda maddelerini tercih etmektedirler.

Tipik bir Japon ev hanımı hemen her gün alışverişe gider. Temel ilke, tazeliştir. Japon sofrası geleneksel olarak balık ve taze sebze çeşitlerinden oluşmaktadır. Japonlar giysi vb. diğer maddeleri satın almak için genel olarak ucuzluk zamanlarını beklerken, dayanıklı tüketim

malları için borçlanabilmektedir. Japon aile bütçesi geleneksel olarak gıda, barınma, giyim ve diğer gereksinimlere odaklanmıştır. Ancak son zamanlarda zorunlu olmayan maddelerin tüketimi toplam tüketim harcamalarının yaklaşık yarısına tekabül etmektedir. Bu eğilimin gelecekte de sürmesi beklenmektedir. Ekonomik ve sosyal şartların değişmesi, bunun yanı sıra nüfusun giderek yaşlanması kişilere hobilerini gerçekleştirmek için daha fazla boş vakit sağlamaktadır. Kadınların sosyal durumundaki gelişmeler çok daha çeşitli ve özel tercihlerin ortaya çıkmasına yol açmaktadır.

Sağlık hizmetlerine yapılan harcamalar, özel pansiyonlar, emeklilere sağlanan kolaylıklar, sosyal ve eğitsel hizmetler, günlük bakım merkezleri giderek artmaktadır. Sonuç olarak Japon tüketicisi mal ve hizmet seçiminde giderek daha seçici olmaktadır. Japonya piyasası çok iyi eğitilmiş ve bilinçli bir tüketici kitlesine hitap etmektedir. Japonya'da yaşam standardı çok yüksektir ve tüketiciler kaliteli ürünleri satın alabilme ve seçme şansına sahip bulunmaktadır. 127,5 milyon nüfusu ile Japonya dünyadaki nüfus yoğunluğu en fazla olan ülkelerden biri konumunda bulunmaktadır. Japon piyasası toplam satın alma hacmi itibarıyla dünyadaki ikinci en büyük pazardır.

Tüketim ve gelir, yaş ilerledikçe artmaktadır. Hemen bütün Japon çalışanları yılda en az iki kere maaşlarına ek olarak ikramiye almaktadır. Bu ikramiyeler, yaz ortası ve Aralık aylarına rastlamaktadır. Bu dönemler aynı zamanda Japonya'nın iki büyük "hediye verme" dönemine rastlamaktadır. İkramiye dönemleri tüketimin arttığı dönemlerdir, dolayısıyla pazarlamanın en yoğun olması gereken zamanlardır.

İthalat Rejimi

DTÖ'ye üye olan Japonya'da ithal edilecek ürünlerin güvenlik standartlarına uygunluğu önemli bir konu olup, ithalat rejimi de bu şekilde geliştirilmiştir. İthal edilecek olan ürünün Gümrük Genel Müdürlüğü'ne deklare edilmesi gerekmekte ve gerekli kontroller gerçekleştirildikten ve ilgili ürüne ait gümrük vergileri ödendikten sonra ithalat izni verilmektedir.

İhracat Rejimi

Japonya'da ürün ihracatı yapacak olan firma veya kişi, ürünün niteliği, miktar, değer, fiyat ve diğer önemli özelliklerle ilgili olarak Gümrük Genel Müdürlüğü'ne bilgi vermesi gerekmekte olup; söz konusu kontrol tamamlandıktan sonra ihracat izni alınabilmektedir.

Tarifeler ve Diğer Vergiler

Tarife oranlarının Japonya Gümrük idaresi web sayfasından G.T.İ.P. bazında sorgulama yolu ile öğrenilmesi mümkündür.

link: http://www.customs.go.jp/english/tariff/2009_6/index.htm

Tarife Dışı Engeller

Japonya'da ticarete yönelik resmi engellerin kısıtlı sayıda olmasına karşın, ülkede faaliyet gösteren çeşitli dernekler zaman zaman ülkeye ürünlerin girmesine yönelik faaliyetler gerçekleştirebilmektedir. Yine ülkede hem hava limanlarında hem de önemli deniz limanlarına kiralar oldukça yüksek seviyelerde seyretmekte olup, ürünlerin ülkeye giriş işlemlerinde önemli maliyet artışlarına neden olmaktadır.

Tarım, Japonya'da korunan önemli bir sektör olup, bazı tarım ürünlerinde kota uygulamaları mevcuttur. Hükümet gıda ürünlerinde dışarıya bağımlılığı azaltmaya yönelik stratejiler geliştirdiğinden bu sektörde liberalleşmenin sağlanmasının kısa ve orta vadede mümkün görülmemektedir.

Örneğin, ABD'li portakal üreticilerinin sadece Mart ve Ekim aylarında ihracat yapmasına izin verilmektedir. Zira Japon mandalinası (mikon) üretimi Kasım ayından başlamakta şubat ayına kadar sürmektedir ve bu ürünün üreticilerinin önemli bir politik gücü bulunmaktadır.

Japon narenciye üretimi emek-arazi yoğun bir özellik taşımakta ve dış rekabete açılmak istememektedir. Dolayısı ile Japonya'ya narenciye ihracatı oldukça riskli görülmektedir. Ayrıca Tarım Bakanlığı görevlileri analiz sonuçlarında en ufak bir sorunda ürünü geri çevirmekte ve söz konusu uygulamaya tabi tutulan ülkenin tüm firmalarına sıkı kontroller getirilmektedir.

Japonya'ya et ihracatında da önemli zorluklar ile karşılaşılmaktadır. Bu konuda ciddi sınırlamalar mevcuttur. Bu kurallar şüphesiz Japon üreticisini korumak amacı ile konulmuş olmakla birlikte aynı zamanda politik temelleri de bulunmaktadır. Japonya'nın tarımsal ürünler ithalatını incelerken, bu ülkenin ihtiyacı olan gıda maddesinin büyük bir çoğunluğunu ithal etmek zorunda olduğu gözden kaçırılmamalıdır. Gıda maddelerinde hiç bir zaman kendi kendine yeterliliğinin söz konusu olmamasına rağmen, Japonya'nın bu konudaki tutumunu yakın gelecekte değiştirmesi beklenmemektedir.

Ürün Standartları ile İlgili Uygulamalar

Japon Sanayi Standartları-Japanese Industrial Standarts (JIS) ve Japon Tarım Standartları-Japanese Agricultural Standarts (JAS) Japonya’da en geniş şekliyle kullanılan iki kalite standardını ifade etmektedir.

JIS Standardı JIS’ın işleyişi 1940 tarihli “Sanayide Standardizasyon” Kanunu’na dayanmaktadır. JIS markası, tekstil hazır giyim, ısıtıcılar, elektrikli aletler, ayakkabılar, mutfak eşyaları, spor malzemesi, müzik aletleri gibi geniş bir ürün grubunun standart, kalite, boyut ve diğer özelliklerine uygulanmaktadır.

Söz konusu marka Japonya henüz ihracata başladığı sıralarda ihraç ürünlerinde belli bir kalitenin yaratılmasını teşvik etmek amacı ile geliştirilmiştir. Söz konusu standartlar “Japon Sanayi Standartları Komitesi” tarafından tespit edilmiştir ve MITI’nin Sanayi Teknolojisi Enstitüsü’nden elde edilebilmektedirler. JIS standartları teknolojik gelişmeler doğrultusunda periyodik olarak gözden geçirilmektedir.

Söz konusu markalı ürünlerin satın alımı, Japon devlet teşekkülleri tarafından özel olarak tercih edilmektedir. JIS bütün sanayi ve maden ürünlerini kapsamakla birlikte, ilaçlar, tarımsal kimyasallar, suni gübre, ipek ipliği, gıda ve diğer tarımsal ürünlerin kendilerine özgü standartları bulunmaktadır. Söz konusu ürünler “Tarım ve Orman Ürünlerinin Standardizasyon ve İşaretlenmesi” konulu kanun çerçevesinde ele alınmaktadır.

Nisan 1990 tarihinde JIS standardını düzenleyen yasaya yapılan eklerle yabancı ürünlere de JIS markası alabilmeleri imkânı getirilmiştir.

JAS Standardı Tüketicinin çıkarlarının korunması politikasının bir gereği olarak gıda ve orman ürünlerinin kalitesi ile ilgili bir işaretleme ve sıralama sistemi oluşturulmuştur. “JAS markası” olarak bilinen standart sistemi “Japon Tarım Standartları Kanunu” ile düzenlenmiştir. Söz konusu Kanun Japonya’da üretilen veya ithal edilen tüm gıda ürünlerini kapsamaktadır. Kanun çerçevesinde yapılan düzenlemeler ürün kapsamı genişledikçe çeşitlenmektedir.

JAS markası ürün listesi, içecekler, işlenmiş gıda, sıvı ve katı yağlar tarımsal mallar, orman ürünleri, et ve balık sanayi ürünleri, tarım ve orman ürünleri hammaddelerini, konserve gıda, meyve suyu, işlenmiş domates, domuz eti, jambon ve sosis gibi ürünlerin yerli ve ithal olanlarını kapsamaktadır.

JAS kuralları, standartlarla belirlenmiş ürünü tanımlamaktadır. Standarda konu ürünlerin pek çoğunda minimum kalite standardı belirtilmiştir. Ancak bazı ürünler için kurallar sadece kalite artırımını sağlamaya yönelik direktifleri içermektedir. İşlenmiş gıdalar için işaretleme standartları, ürünün adı, tatlandırıcıları, ağırlığı, üretim tarihi ve üreticinin adı gibi ayrıntıları talep etmektedir. Ayrıca her bir ürünün kendine özgü bir etiketlenme biçimi bulunmaktadır.

Söz konusu standartların uygulanması zorunlu olmayıp, ancak tüketicinin ithal edilen ürünü tercih etmesi amacıyla, ithalatçı firmaları bu standartları uygulama yoluna sıkça gitmektedir.

T.C. Tokyo Büyükelçiliği

Hasan Murat Mercan, Büyükelçi

Adres: 2-33-6 Jingumae, Shibuya-ku, Tokyo, 150-0001 JAPONYA

Tel: (+81-3) 6439-5700

Faks: (+81-3) 3470-5136

E-posta: embassy.tokyo@mfa.gov.tr

T.C. Tokyo Ticaret Müşavirliği

Süleyman Mete Özbalaban, Ticaret Müşaviri

Adres: Turkish Embassy Office of the Commercial Counsellor 2-33-6 Jingumae, Shibuya-ku, Tokyo 150-0001, JAPAN

Tel: +81-3-3470 6723

Faks: +81-3-3470 6280

E-mail: tokyo@ekonomi.gov.tr