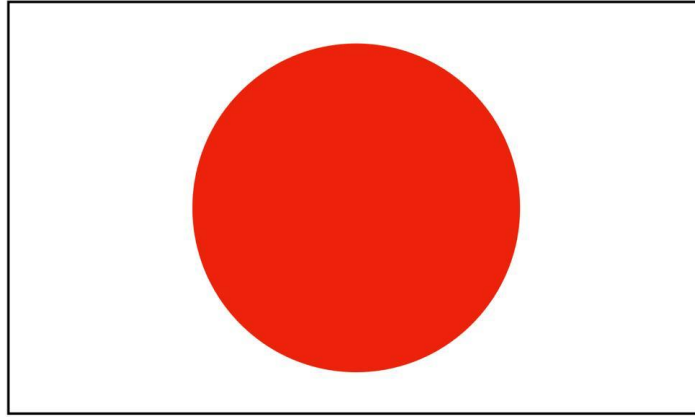




JAPONYA

GIDA SEKTÖRÜ PAZAR

ARAŞTIRMASI

Bu kitapçıktaki veriler
T.C.Ticaret Bakanlığı Dış Temsilcilikler ve
Uluslararası Etkinlikler Genel
Müdürlüğü'nden alınmış tır .

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	4
BİR BAKIŞTA JAPONYA.....	5
GİRİŞ.....	6
BESLENME ALIŞKANLIKLARI	7
GIDA TÜKETİM TRENDİ.....	10
JAPONYA GIDA DIŞ TİCARETİ	12
1. Genel Durum.....	12
2. 2018 Gıda Dış Ticareti	15
JAPONYA'YA İHRACAT POTANSİYELİ OLAN SEKTÖRLER	16
1. Bitkisel Sıvı Yağ Sektörü	17
2. Yaş ve Dondurulmuş Sebze Sektörü.....	21
3. Yaş Meyve Sektörü.....	23
4. Kuru Meyve Sektörü.....	25
5. Süt ve Süt Ürünleri Sektörü	29
5.1. Çiğ Süt	30
5.2. Peynir.....	30
5.3. Tereyağı.....	32
6. Tavuk Eti Sektörü	33
7. Makarna Sektörü	35
8. Bal Sektörü.....	37
JAPONYA GIDA FUARLARI	38
JAPON GIDA ŞİRKETLERİ	41
1. Alkolsüz İçecek Şirketleri	41
2. Deniz Ürünleri Şirketleri (Toptancılar)	42
3. İşlenmiş Deniz Ürünleri Şirketleri	43
4. Dondurulmuş Deniz Ürünleri Şirketleri	44
5. Dondurulmuş Gıda Şirketleri.....	45
6. Salam-Sosis Şirketleri	46
7. Sos (Ketçap-Mayonez) Şirketleri	47
8. Süt Ürünleri Şirketleri	48
9. Şekerleme Çikolata Şirketleri	49
10. Noodle Şirketleri.....	50

11.	Ekmek Şirketleri.....	51
12.	Makarna Şirketleri.....	52
13.	Bitkisel Yağ Şirketleri.....	53
	JAPONYA'DA SATIŞ KANALLARI.....	54
1.	Süper Marketler	54
2.	100 Yen Shop	56
3.	Discount Store.....	57
4.	Konbini (Küçük Market) Zincirleri.....	58
5.	Ticaret Şirketleri (Shosha).....	59
	GIDA İTHALATI STANDART ve KALİTE KONTROLÜ	60
	GENEL DEĞERLENDİRME ve DURUM TESPİTİ	70
	PAZARA GİRİŞ STRATEJİSİ.....	72
	EK 1- JAPONYA DIŞ TİCARET TABLOLARI	73
	EK 2-ÜLKELERE GÖRE JAPONYA BAZI TARIM ÜRÜNLERİ İTHALATI	87
	EK 3-JAPONYA'YA GIDA İHRACATIMIZ	92
	EK 4-USDJPY YILLIK ORTALAMA KURLARI.....	102
	EK 6- BİR MARKA HİKAYESİ: SONY NASIL SONY OLDU?	103
	KAYNAKLAR.....	105

ÖNSÖZ

Büyük Asya kıtasının bir ucunda yer alan ülkemizin iş insanı için, kıtanın diğer ucundaki Japonya'nın iş dünyasını anlamak gerçekten kolay değil. Bu zorluk Japonya ile iş yapan her şirket için geçerlidir. Japonya ile uzun tarihi ilişkileri olan Fransa'nın otomotiv devi Renault'un bile, ortağı olduğu Nissan ile ilgili 2018 yılında başından geçen olaylar Japon pazarının ne kadar zor olduğunu anlatan güzel bir örnektir. Japonya 100 yıldan yaşlı firma sayısının en fazla olduğu ülkedir. Yüz yaşından büyük 20 bin firma bulunmaktadır. Dünyada kurulan firmaların %25'inin ilk yılda, %50'sinin ise ilk 5 yılda yok olduğu düşünülürse, Japon iş kültür ve yapısının ne kadar ciddi değerler üzerinde kurulduğu anlaşılabilir. Bu bağlamda; Japon gıda sektörüyle doğrudan bir ilgisi olmasa da; hem markalaşma ile ilgili güzel bir hikâye olduğu için hem de Japon şirket kültür ve bakış açısını anlatan ilginç bir anekdot olduğu için Japonya'nın bugüne gelmesinde çok emeği olan "Sony" firması ile ilgili bir yazı da ihracatçılarımızın ilgisine sunulmaktadır.

Bu çalışma, Japonya'ya gıda ürünleri ihracatı yapmak isteyen firmalarımızın "Japonya Gıda Pazarını" anlamalarını kolaylaştıracak bir rehber olarak hazırlanmıştır. Sektörlerle ilgili önemli veriler, ihracatçılarımızın ihtiyaç duyacağı 'fuar', 'firma bilgileri' ve 'satış kanalları' ile ilgili en güncel bilgiler verilmeye çalışılmıştır. Japonya'nın dış ticareti, Türkiye-Japonya gıda ticareti, Dolar/Yen kuruna ilişkin daha detaylı istatistikler ise ek olarak verilmiştir.

Japonya gıda pazarı, sektörümüz için büyük fırsatlar sunmaktadır. Ülkemizin ekonomik gelişimi ve ihracatımızın artması için bu fırsatların değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede, bu araştırmanın firmalarımızın bu yöndeki çalışmalarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

BİR BAKIŞTA JAPONYA

<i>Başkent</i>	Tokyo
<i>Nüfus</i>	126,44 milyon (Ekim 2018)
<i>Yüzölçümü</i>	377.899 km ²
<i>Tüketim Vergisi</i>	%8 (Ekim 2019’da %10 olacak)
<i>GSYİH</i>	4,8 trilyon \$
<i>Büyüme</i>	%0,8
<i>Kişibaşı Gelir (SAGP)</i>	41.781 \$
<i>Enflasyon Oranı</i>	%0,6
<i>İşsizlik</i>	%2,3
<i>Mal İhracatı</i>	698 milyar \$
<i>Dünya İhracatında Payı</i>	%3,9
<i>Mal İthalatı</i>	671 milyar \$
<i>Dünya İthalatında Payı</i>	%3,7
<i>Hizmet İhracatı</i>	180 milyar \$
<i>Hizmet İthalatı</i>	188,9 milyar \$
<i>Cari Fazla</i>	196,6 milyar \$
<i>Döviz rezervleri</i>	1,26 trilyon \$
<i>Dış Ticaret Hadleri</i>	104,3
<i>Yurtdışı Doğrudan Yatırım</i>	160,4 milyar \$

*Not: Ayrıca belirtilmemişse, tüm rakamlar kesinleşmiş 2017 yılına aittir.
Kaynak: JFTC*

GİRİŞ

Japonya 378 bin km²'lik yüz ölçümü ile Türkiye'nin yaklaşık yarısına sahip bir yaşam alanına sahiptir. Nüfusunun 126,44 milyon (Ekim 2018) olup, dünyada nüfusu yoğun ülkelerden biridir. Japonya topraklarının %68'i orman olup, tarımsal alanların oranı %12'dir. Tarımsal alanın oranı 1995 yılında %15, 2005 yılında %13 olduğu düşünüldüğünde ekilebilir alanların yıllar içinde azaldığı görülmektedir. Diğer bir veriyle; ekilebilir alanlar 1965 yılında 6 milyon hektar iken, 2012 yılında 4,5 milyon hektara gerilemiştir. 1982 yılında yürürlüğe giren Birleşmiş Milletler Deniz Hukuku Sözleşmesinin deniz avlanma alanını 200 mil ile sınırlaması ile Japon halkının en önemli gıda kaynağı olan deniz ürünleri hasadında da dramatik bir gerileme olmuştur. 1980'li yıllarda 12 milyon ton ile zirve yapan deniz ürünleri üretimi 2011 yılında 4,3 milyon tona kadar düşmüştür. Dünya Gıda Örgütü'nün (FAO) aşağıdaki tabloda gösterilen verilerine göre de, bitkisel yağ hariç tüm temel gıda ihtiyaç maddelerinde üretimi düşmektedir.

Tarım Üretim Endeksleri (2004-06=100)

	1995	2005	2016
Gıda	110	101	92
Tahıl	116	103	82
Bitkisel Yağ	93	108	109
Meyve Sebze	115	102	88
Şeker	97	99	84
Süt	101	101	90
Et	106	99	106
Balık	134	100	76

Kaynak: FAO

Özet olarak; Japonya gıda üretimi yeterli olmayan bir ülke olarak net gıda ithalatçısıdır.

BESLENME ALIŞKANLIKLARI

1955-73 yılları arası Japon ekonomisinin yüksek büyüme dönemidir. Ekonomi reel olarak ortalama %9,7 oranında büyümüş ve bu büyümenin etkisi ile Japon halkı 1960'lı yılların başında 2. Dünya Savaşının etkilerini tamamen silerek günlük gerekli kalori ihtiyacını karşılayacak bir beslenme düzenine kavuşmuştur. Savaş sonrası refah artışının ortalama ömrü ve boy uzunluğunu artırdığı aşağıdaki tabloda görülmektedir.

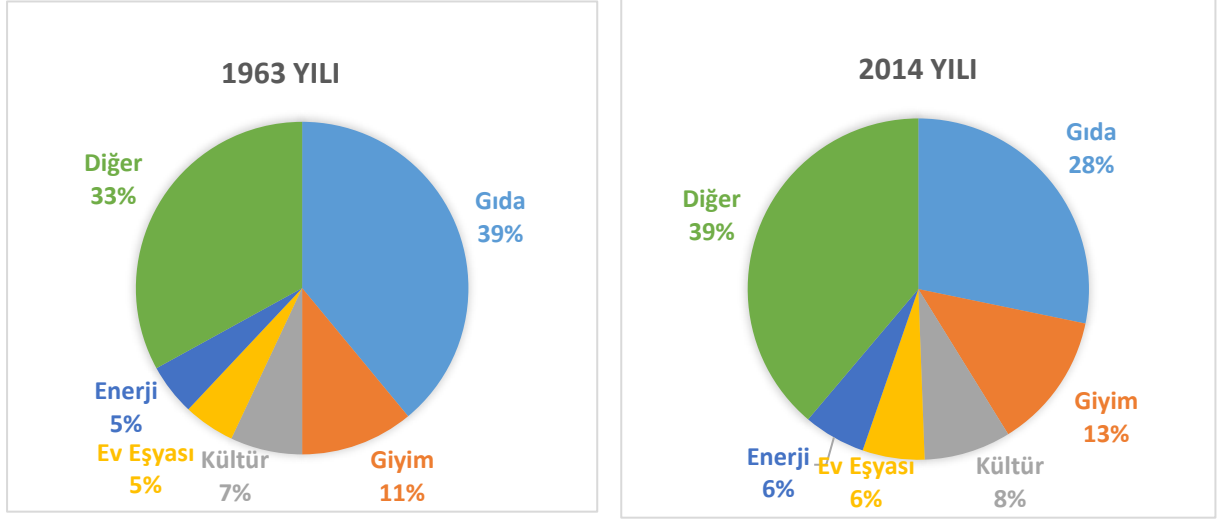
Fiziksel Ölçüler ve Yaşam Süresi				
	1950		2013/2014*	
	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın
Boy (13 yaş grubu, cm)	141,2	142,5	159,5	154,8
Kilo (13 yaş grubu, cm)	35,1	36,9	48,8	47,1
Yaşam süresi	59,6	63	80,5	86,8

Boy ve Kilo değerleri 2013 yılına aittir. / Yaşam süresi verileri 2014 yılına aittir.

Kaynak: Japan Times (Japonya Sağlık Bakanlığı)

Kişi başı gelirin artmasıyla gıda harcama yapısında hızlı bir değişim olmuştur. Tüketilen miktar artarken, aile bütçesindeki oranı azalmıştır. 1963 yılında Japon Halkı gelirinin %40'ını gıdaya harcarken, 2005 yılında %25'ini harcamıştır. Dünya Bankasının 2003 yılında 49 ülkeyi kapsayan ve gıda harcamasının gelir içerisindeki payını gösteren Engels Endeksi araştırmasına göre ise bu oran ABD'de %10, Japonya'da %20, Fransa'da %20, Uganda ve Hindistan'da %42-43'tür.

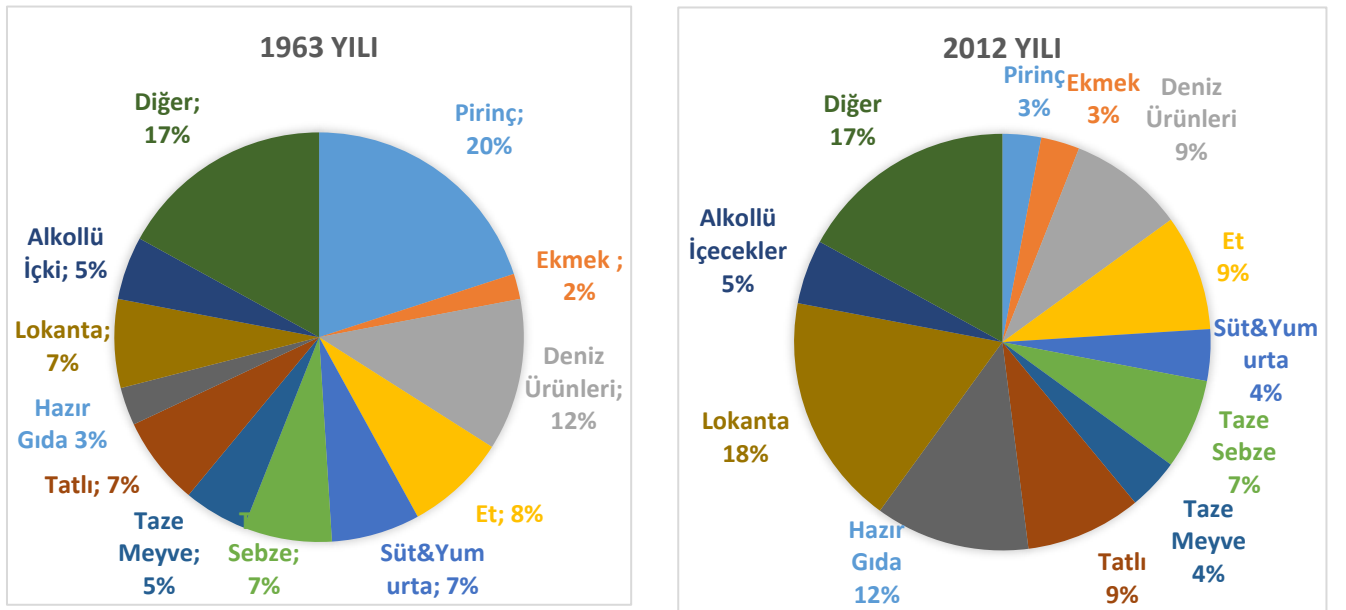
Japon halkının en fazla harcama yaptığı ilk beş kalemin 1963 ve 2014 yılları arasındaki değişimi aşağıdaki grafiklerde gösterilmektedir.



Kaynak: Shinbanshokuhinryutsu

Sonuç olarak Japon halkının 1960'lı yıllardan itibaren yaşam kalitesi yükselmiş, hem alınan gıda miktarı hem de çeşidi artmaya başlamıştır.

1960'lı yıllardan 2000'li yıllara giden zamanda hane halkının kişi başına düşen gıda tüketimi reel olarak yaklaşık %35 artmış, içeriği de aşağıdaki gibi evrim geçirmiştir.



Kaynak: Shinbanshokuhinryutsu

1963 ve 2012 yıllarına ait, yukarıdaki iki grafiğin karşılaştırılmasından da görüleceği üzere, yıllar içerisinde refahın artması ile beslenme alışkanlıkları geleneksel tarzdan batı tarzı beslenme alışkanlıklarına doğru evrilmiştir. Başka bir deyişle; pirinç ve noodle’u ana yemek, deniz ürünleri ve sebzeyi çeşni olarak kullanan Japon geleneksel mutfağından, hayvansal yağ ve et tüketimi fazla olan Batı mutfağına doğru yaklaşma olmuştur. Bu nedenle, diğer Uzakdoğu Asya ülkelerinde olduğu gibi Japonya’da da üç öğünün de ayrılmaz parçası olan pirincin toplam tüketimdeki ağırlığı %20’den %3’e düşmüştür. Japonya’da pirinç tüketimi sadece oransal değil mutlak olarak da düşmektedir. Hem refah artışı hem de kültürel etkileşim batı tarzı yemek kültürünün yayılmasını desteklemektedir, dolayısıyla ekmek, zeytinyağı, süt ürünleri başta olmak üzere, daha önce az tüketilen gıda ürünlerinin tüketimi artmaktadır. Özellikle son 10-15 yılda Japonya’da unlu mamul dükkânları (bakery) ve cafe zincirlerinde gözle görülür şekilde büyük artış gözükmektedir.

1955 yılında toplam 17,4 milyon olan toplam hane halkı sayısında tek kişi olanların sayısı %3,4 iken, 2010 yılında 50,8 milyon olan hane halkı sayısında tek kişi olanların sayısı %31’e, çocuğu olmayan evli çiftlerin oranı 1955 yılında %6,8 iken 2010 yılında %20,1’e yükselmiştir. Kültür ve refah etkilerinin yanında Japonya’nın demografik yapısındaki bu değişiklik, iş yaşamının yoğunluğu ve konutların küçük olması gibi sosyal hayat koşulları da beslenme rejiminde önemli değişiklikler getirmiştir. Küçülen aile yapısı, çalışan kadın sayısının artması, yalnız yaşayanların sayısının artması, özellikle genç nüfusun kırsaldan büyük kentlere göçmesi gibi nedenler restoran sektörünü ayrıca zamandan avantaj sağlayan ve ekonomik olan hazır gıda sektörünü çok büyötmüştür. Özet olarak, savaş sonrası Japon beslenme kültürünü anlatan iki anahtar kelime; “batılılaşma” ve “ev-dışı yemeğı” dir.

GIDA TÜKETİM TRENDİ

Japon ekonomisinin durgunluğa girdiği (ki halen devam etmektedir) 90'lı yıllardan itibaren hane halkının gıda harcamaları %10 azalmıştır. Bunda durgunluğa giren ekonomi ve artmayan reel ücretlerin etkisi büyüktür. Aşağıdaki tabloda da görüldüğü üzere, OECD ülkeleri arasında yıllık ortalama geliri artmayan tek ülke Japonya'dır.

Yıllık Ortalama Gelir (10 bin Yen)

	1995	2005	2015
ABD	460	546	658
Almanya	251	522	587
G. Kore	77	219	385
Polonya	53	137	312
Fransa	226	533	568
Japonya	445	440	415

Kaynak: Nikkei Gazetesi

Ekonomik sebepler dışında hızla yaşlanan nüfus ve gıda ürünlerinin fiyat seviyesinin düşmesi de gıda tüketiminin düşmesinde önemli bir etken olmuştur. 65 yaş üzeri nüfusun oranı 2018 yılında %27'ye çıkmış, nüfus azalmaya başlamıştır. Bu arada, 2050 yılı civarlarında Japonya nüfusunun 101,92 milyona ineceği tahmin edilmektedir.

Genel olarak bakıldığında hane halkı gıda harcamalarında ev dışı yemek giderlerinin payı (restoran ve hazır gıda) 1963 yılında %10 iken, 2012 yılında %30'a çıkmıştır. 90'lı yıllardan beri ise özellikle hazır gıda harcamalarında artış devam etmiştir.

Nüfus yaşlanması gıda tüketimini olumsuz etkilerken, son yıllarda yabancı turist sayısının ciddi şekilde artması özellikle gıda sektörünü olumlu yönde etkilemektedir. Japonya'yı ziyaret eden yabancı turist sayısı 2018 yılında 31 milyona ulaşmış olup, son 5 yılda 3 kat artmıştır. Bu hızla devam ederse turist sayısının 2020 yılında 40 milyonu geçeceği tahmin edilmektedir. 2018 yılında turistlerin yaptığı harcamalar yaklaşık 42 milyar \$ civarı olmuştur.

Japonya'da Müslüman toplumunun sayısının artması (200 bin kişi) özellikle Uzak Doğu Asya'nın Müslüman kökenli turist sayısının hızlı artması Japonya'da helal gıda pazarını büyötmektedir.

Japonya'da internette gıda satışları da sürekli artmaktadır. Yıllık olarak %2 artan online yiyecek-içecek satışları 2016 yılında 1,5 trilyon JPY'ye ulaşmıştır.

Japonya’da tüketicinin ödediği fiyatın kimler tarafından paylaşıldığını anlamak açısından yaş meyve-sebze sektöründeki fiyat oluşum yapısı bir fikir verebilir. Japonya’da üretilen yaş sebze-meyvelerin nihai tüketiciye satış fiyatının %44,7 si üretici, %23,5 i toptancı veya aracı, %31,8’i ise perakendecide kalmaktadır. Buna göre yaş meyve-sebze fiyatının %40 civarını üretim maliyeti, %60 civarını dağıtım maliyeti oluşturmaktadır.

Japon ekonomisini ve bazı sektörlerin büyüklüğünü göstermek açısından aşağıdaki tablonun faydalı olacağı düşünülmektedir.

Japonya’da Sektörel Yurtiçi Cirolar (Trilyon Yen 2017)

İnşaat	56,5
Gayrimenkul	43
AVM	32
Otomotiv Yedek Parça	27,1
Restoran	25,7
E-ticaret	16,5
Süpermarket	12,9
Konbini (Mini Market)	10,7
Tarım	9,2
İşlenmiş Gıda	7,9
Hazır Giyim	7,4

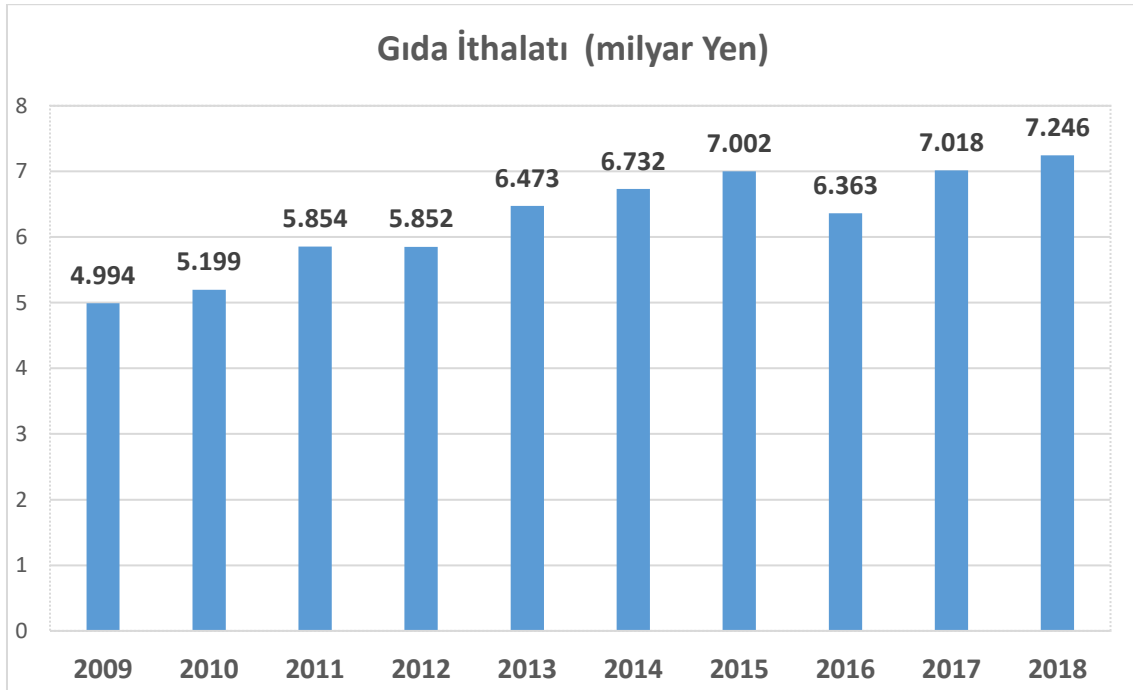
Kaynak: Shikiho Sangyo Chizu 2019

JAPONYA GIDA DIŞ TİCARETİ

1. Genel Durum

Japonya tarım ürünlerinde net ithalatçıdır. En önemli besin kaynaklarından olan deniz ürünlerinde de tüketiminin %50'sini ithal etmektedir. Aşağıdaki grafikte de görüldüğü üzere, gıda ithalatı 2009-2018 arasında Yen bazında %45, Dolar bazında ise %49,7 artmıştır. Dünyada tüm meta fiyatlarının arttığı 2009-2013 yılları arasında ithalatın tutar olarak artışı doğal olmakla birlikte, dünya gıda fiyatlarının düştüğü 2014 yılı sonrasında da gıda ithalatının arttığı görülmektedir. Bu artışın, nüfusun yaşlanmasına ve son 2 yılda nüfusun azalmasına, Japonya'nın önemli gıda tedarikçisi ülkelerle Serbest Ticaret Anlaşması yaparak fiyatları düşürmesine rağmen olması dikkat çekicidir. Bunun sebeplerini şu şekilde sıralayabiliriz:

- Yurt içi üretimin düşmesi.
- Yabancı turist sayısının son beş yılda üç katına çıkması. (2018 yılında 30 milyonu geçmiştir.)
- İthal edilen gıda ürünlerinin kalite ve çeşitliliğinin artması.



Kaynak: JFTC

Genel Tarım ve Deniz Ürünleri İthalatı (2018)
(Parasal Büyüklüğüne göre)

Tarım Ürünleri (2018)	Miktar (ton)	Yıllık Değişim (%)	Tutar (milyon Yen)	Yıllık Değişim (%)
Tütün mamulleri	119.339	-5,2	589.391	11,3
Domuz eti	924.993	-0,8	486.795	-0,9
Sığır eti	608.551	6,0	384.716	9,8
Mısır	15.802	3,2	372.183	7,6
Meyve (yaş ve kuru)	1.790.047	2,3	347.827	7,1
Alkollü içecekler	596.358 (kg)	-11,6	292.552	2,0
Tavuk eti ürünleri	513.789	5,5	267.049	5,9
Dondurulmuş sebze	1.053.718	4,3	195.680	4,3
Buğday	5.652	-0,9	181.103	5,6
Soya	3.236	0,6	170.090	-2,0
Doğal peynir	276.177	4,8	136.179	9,1
Tavuk eti	560.321	-1,6	131.260	-13
Genel Toplam			6.621.999	3,1

Kaynak: Japonya Tarım Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığı

Deniz Ürünleri (2018)	Miktar (ton)	Yıllık Değişim (%)	Tutar (milyon Yen)	Yıllık Değişim (%)
Somon & Alabalık	235.131	3,8	225.671	1,0
Tuna balığı (canlı ve dondurulmuş)	221.216	-10,6	200.102	-2,5
Karides	158.488	-9,4	194.108	-12
Genel Toplam	2.383.690	-3,8	1.790.974	0,9

Kaynak: Japonya Tarım Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığı

Yurt içi üretim düşmekle birlikte, ciro ve operasyon gücü olarak her biri dünya devi olan Japon gıda firmalarının yurt dışında üretim tesisi ve toprak satın almak suretiyle, temel gıda maddeleri üretimi yapmaktadırlar. Dolayısıyla yapılan ithalatın bir kısmı çok uluslu olan firmanın kendi içindeki ticareti olup, net kar dönem sonunda Japonya'ya getirilmektedir. Bu şekilde Japonya'nın tarım cari açığı (dış ticaret açığı büyümesine rağmen) artmamış hatta azalmış dahi olabilir. Bu arada, 2009-2018 arası Japonya'nın gıda ithalatı Yen bazında %45 artmasına rağmen, gıda dış ticaret açığı %40 artmıştır. 2009-2018 dönemi gıda ihracatı ise %100 artmıştır. 2006 yılında ihracat/ithalat oranı %5 iken, 2018 yılında %10 olmuştur.

En fazla Gıda İthalatı Yapılan Beş Ülke (2018)

Ülkeler	Değer (milyar Yen)	Artış Oranı (%)
ABD	1.528 (1.439)	6,2
Çin	946 (911)	3,9
Tayland	468 (460)	1,7
Avustralya	459 (439)	4,7
İtalya	303 (264)	14,8
Toplam (5 ülke)	3.704	-
Genel Toplam	7.246 (7.018)	3,3

Not: parantez içindeki değerler 2017 yılına aittir. Kaynak: JFTC

Yukarıdaki tablodan da görüleceği üzere; Japonya gıda ithalatının %50'sini beş ülkeden yapmaktadır. Özellikle temel gıda ürünlerinde belli ülkelere olan bağımlılığı dikkat çekicidir. Nitekim aşağıdaki tabloda da belirtildiği üzere mısır, buğday ve soyanın %98'ini, kırmızı etin %70'ini ve deniz ürünlerinin %36'sını sadece üç ülkeden ithal etmektedir. Tavuk etinde ise Tayland ve Brezilya ana tedarikçidir.

Önemli İthal Ürünlerde Tedarikçi Ülkeler (2018)							
	1. ÜLKE		2. ÜLKE		3. ÜLKE		İlk Üç Tedarikçinin Payı (%)
	Ülke	Payı (%)	Ülke	Payı (%)	Ülke	Payı (%)	
Deniz Ürünleri	Çin	18,4	ABD	9,2	Şili	8,6	36,3
Kırmızı Et (Sığır+Domuz)	ABD	%35	Avusturalya	%22	Kanada	%13	%70
Soya Fasulyesi	ABD	69,1	Brezilya	15,8	Kanada	13,4	98,4
Mısır	ABD	91,9	Brezilya	4,6	G. Afrika	2,1	98,7
Buğday	ABD	48,3	Kanada	33,2	Avustralya	16,7	98,2

Kaynak: JFTC

Gıda ithalatında belli ülkelere yoğunlaşmasının nedenlerini şu şekilde sıralayabiliriz:

- Maliyet (ölçek) verimliliği sağlaması.
- Gıda güvenliği.
- Lojistik açısından kolaylık sağlaması.
- Bu ülkelerin genel anlamda Japonya'nın büyük ticaret partneri oluşu, bu ülkelerle sanayi ve kimya ürünlerinde Japonya lehine oluşan dış ticaret fazlasını gıda ithalatıyla hafifletme politikası.

2. 2018 Gıda Dış Ticareti

Gıda ürünleri ihracatı son 6 yıldır sürekli artmakta olup, 2018 yılında %15 oranında artışla 740 milyar Yen'e ulaşmıştır. Gıda ihracatında en büyük pazar konumundaki Hong Kong'a yapılan ihracat da %15 artışla 170 milyar Yen'e yükselmiştir. ASEAN (%20 artışla, 130 milyar Yen'e), Çin (%43 artışla, 97 milyar Yen'e), Tayvan (%11 artışla, 81 milyar Yen'e) ve ABD'ye ihracat (%5 artışla 99 milyar Yen'e) yükselmiştir.

Gıda sektörü ithalatı, son iki yılda %3 oranında büyüyerek 7,2 trilyon Yen'e yükselmiştir. Tahıl ithalatı, %8 yükselerek 810 milyar Yen'e (miktar bazında %2 artışla 25 milyon tona) ulaşmıştır. Bu kapsamda, ABD'den yapılan ithalat %2 büyüyerek 480 milyar Yen'e yükselmiştir. Meyve ithalatı %7 büyüyerek 550 milyar Yen (%3 artışla 2,6 milyon ton) olmuştur. Et ve et ürünleri

ithalatı, %2 artışla 1,5 trilyon Yen'e (%2 yükselişle 3 milyon tona) ulaşmıştır. Balık ve balık ürünleri" ithalatı %1 büyüyerek 1,7 trilyon Yen (%5 düşüşle 2,1 milyon ton) seviyesinde gerçekleşmiştir. Sebze ithalatı %2 büyümeyle 550 milyar Yen (%6 artışla 3,1 milyon ton) olmuştur.

İthalatta Başlıca Ürünler (2018)

Ürünler (ilk 5)	Değer (milyar Yen)	Payı (%)
Balık ve Balık Ürünleri	1.662	%10
Et ve Et Ürünleri	1.516	%33
Tahıl	810	%11
Meyveler	550	%7
Sebzeler	550	%8
Diğerleri	2.157	%30
Genel Toplam	7.246	%100

Kaynak: JFTC

Et ürünleri içerisinde domuz etinin payı 487 milyar Yen, biftek 384 milyar Yen tutmaktadır. Deniz ürünleri içerisinde ise, karidesler ve istakozlar 194 milyar Yen'lik pay almaktadır.

JAPONYA'YA İHRACAT POTANSİYELİ OLAN SEKTÖRLER

Bitkisel sıvı yağ, yaş meyve ve sebze, kuru meyve, süt ve süt ürünleri, tavuk eti, makarna ve bal sektörlerimizin Japonya'ya ihracat potansiyelinin yüksek olduğu düşünülmektedir. Bu sektörlere ait veriler ve değerlendirmeler aşağıda belirtilmektedir.

1. Bitkisel Sıvı Yağ Sektörü

Japonya yemeklik sıvı yağ ihtiyacını ya hammaddesini ithal edip yurt içinde işleyerek, ya ham yağ olarak ithal edip yurt içinde rafine ederek, ya da bitmiş (paketlenmiş) olarak ithal etmektedir. Hammadde olarak ithal edilip yurt içinde işlenen yağlar; soya, kanola, mısır, yulaf (bran), susam, pamuk, aspir yağlarıdır. Önceleri ayçiçek yağı da çekirdek ithal edilip yurt içinde işlenmekteyse de şimdilerde ham yağ olarak ithal edilip yurt içinde rafine edilmektedir.

Japonya’da bitkisel yağ tüketimi 1970-2000 yılları arasında 2,5 kat artmıştır. 1980’li yıllar kadar genelde soya yağı kullanılırken, 80’li yıllarla beraber kanola yağı popüler olmuş ve soya yağını geçmiştir. 2017 yılında toplam yağ tüketimi 2,7 milyon ton olmuştur.

Japonya’nın 2017 yılı Yağ Tüketimi (bin ton)

Türü	Yurtiçi Üretim	İthal	Toplam
Kanola yağı	1.058	17	1.075
Palm yağı	-	780	780
Soya yağı	475	5	480
Pirinç yağı	66	24	90
Mısır yağı	78	0	78
Zeytinyağı	-	57	57
Susam yağı	51	3	54
Hindistancevizi yağı	-	42	42
Ayçiçek yağı	-	24	24
Pamuk yağı	5	2	7
Aspir yağı	-	6	6
Diğer	4	57	61
Toplam	1.737	1.017	2.754

Kaynak: Japonya Tarım Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığı

Japonya’da %85 oranında kanola, palm ve soya yağı kullanılmaktadır. Ülkemizin önemli üretici olduğu zeytinyağı ve ayçiçek yağının tüketim oranı ise çok düşüktür; zeytinyağının tüketim oranı yüzde iki, ayçiçek yağının tüketim oranı binde 9 dur. Diğer taraftan hem zeytinyağının hem de ayçiçek yağının nihai ürün olarak ithal edilmesi Japonya’yı önemli bir hedef pazar haline getirmektedir.

Japonya’nın Zeytinyağı İthalatı									
2014		2015		2016		2017		2018	
Miktar (ton)	Değer (bin \$)	Miktar (ton)	Değer (bin \$)	Miktar (ton)	Değer (bin \$)	Miktar (ton)	Değer (bin \$)	Miktar (ton)	Değer (bin\$)
54.934	275.657	57.181	297.130	55.392	283.994	54.828	309.871	57.808	318.714

Kaynak: Trademap

Zeytinyağının pahalı olması ve Japon mutfağında geleneksel olarak çok kullanılmaması nedeniyle tüketimi az olmasına rağmen, sağlıklı olması nedeniyle, tüketici bilinci artmakta ve tüketimi de yavaş da olsa sürekli artış göstermektedir. Japonya’nın zeytinyağı ihtiyacının yaklaşık %92’sini İspanya ve İtalya’dan karşıladığı görülmektedir. Bunda Japonya’da çok yaygın olan İtalyan ve İspanyol restoranlarının da büyük payı bulunmaktadır.

Ayçiçek yağı tüketiminin ise miktar olarak değişmediği, yıllık 33 bin ton civarında seyrettiği görülmektedir.

Japonya’nın Ayçiçek Yağı İthalatı									
2014		2015		2016		2017		2018	
Miktar (ton)	Değer (bin\$)	Miktar (ton)	Değer (bin \$)	Miktar (ton)	Değer (bin \$)	Miktar (ton)	Değer (bin \$)	Miktar (ton)	Değer (bin \$)
32.391	51.937	33.418	52.007	33.664	47.290	31.517	39.974	33.819	40.560

Kaynak: Trademap

Japonya'nın Ülkelere Göre Zeytinyağı İthalatı (bin dolar)

Ülkeler (ilk onbeş)	2014	2015	2016	2017	2018
İspanya	109.471	140.520	138.653	165.250	164.467
İtalya	142.390	137.757	130.250	129.177	129.657
Türkiye	13.832	7.006	4.159	4.467	13.021
Yunanistan	4.517	6.338	5.290	4.372	5.010
Tunus	391	582	731	1.372	2.391
Avustralya	1.039	1.017	1.725	1.661	1.273
Fransa	1.005	714	656	768	682
Şili	693	1.024	556	547	566
Portekiz	450	746	426	565	442
Filistin	206	351	432	327	279
Hollanda	24	39	30	196	255
ABD	407	397	527	701	219
İsrail	349	125	95	96	97
Arjantin	431	77	175	117	63
Hırvatistan	21	38	38	35	54
Genel Toplam	275.657	297.130	283.994	309.871	318.714

Kaynak: Trademap

Japonya'nın Ülkelere Göre Ayçiçek Yağı ithalatı (bin dolar)

Ülkeler (ilk onbeş)	2014	2015	2016	2017	2018
ABD	17.981	24.068	16.111	11.429	10.380
Fransa	6.576	7.285	12.437	9.792	8.567
Arjantin	13.778	9.049	5.725	6.145	6.648
İspanya	1.878	4.018	5.072	6.346	4.670
Macaristan	0	0	176	125	4.070
Türkiye	1.955	2.911	1.935	1.954	2.410
Avustralya	4.726	2.162	1.263	1.240	1.237
İtalya	660	637	790	959	929
Brezilya	301	499	1.073	180	385
Yunanistan	694	126	0	205	385
Ukrayna	591	0	0	182	307
Tayland	32	11	379	529	241
Meksika	2.655	1.193	2.224	783	190
Kazakistan	0	0	9	0	51
Bulgaristan	36	25	0	28	33
Genel Toplam	51.937	52.007	47.290	39.974	40.560

Kaynak: Trademap

2. Yaş ve Dondurulmuş Sebze Sektörü

Japonya’da tüketicinin ödediği fiyatın kimler tarafından paylaşıldığını anlamak açısından yaş meyve-sebze sektöründeki fiyat oluşum yapısı bir fikir verebilir. Japonya’da üretilen yaş sebze-meyvelerin nihai tüketiciye satış fiyatının %44,7’si üretici, %23,5 i toptancı veya aracı, %31,8’i ise perakendecide kalmaktadır. Buna göre yaş meyve-sebze fiyatının %40’ını üretim maliyeti, %60 civarını dağıtım maliyeti oluşturmaktadır.

Yaş sebze tüketimi 2018 yılında miktar olarak %2 azalırken tutar olarak %2 artmıştır. 2018 yılında 9.880.000 ton yaş sebze tüketilmiş olup pazar büyüklüğü 2.232 milyar Yen olmuştur. Bazı yaş sebzenin türlerine göre 2018 yılında satış miktar ve tutarları aşağıdaki tabloda ifade edilmektedir.

Sebze	Miktarı (bin ton)	Tutarı (milyon Yen)	Yen/Kg
Havuç	600	93.100	156
Lahana	1.290	133.300	103
Yeşil Soğan	260	112.100	426
Kıvırcık	580	103.600	178
Salatalık	480	153.200	320
Patlıcan	220	82.200	369
Domates	460	155.600	338
Biber (Bizdeki Köy Biberi)	160	73.000	454
Kuru Soğan	1.170	116.400	100
Ispanak	110	57.600	546

Kaynak: Japonya Tarım Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığı

2018 yılında ithal edilen yaş sebzenin miktarı 189.000 ton olup 2017 yılına göre %10 artmıştır. İthal edilen sebzenin tutarı ise 44,6 milyar Yen olup, %1 azalmıştır. İthal edilen bazı sebzelerin fiyat ve miktarları aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Sebzenin Çeşidi	Miktarı (bin ton)	Tutarı (milyon Yen)	Yen/Kg
Asparagas	5	4.400	236
Brokoli	4	1.600	360
Kabak	81	10.800	134
Kuru Soğan	23	2.200	96
Sarımsak	7	2.200	320
Zencefil	4	1.400	328

Kaynak: Japonya Tarım Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığı

Son beş yıla ait dondurulmuş sebze ithalatı ise aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Görüldüğü üzere dondurulmuş sebze ithalatı istikrarlı bir şekilde artmaktadır.

	2014		2015		2016		2017		2018	
	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)
Çin	398.408	81.807	388.697	87.799	405.444	79.430	434.024	86.248	464.838	91.415
ABD	296.494	42.002	281.865	46.427	308.580	43.745	326.192	48.623	317.507	47.265
Tayland	45.011	11.503	47.317	13.444	50.132	12.750	51.818	13.760	50.734	13.631
Tayvan	31.080	7.248	32.419	8.731	31.486	7.615	32.464	8.206	32.598	8.216
Ekvator	14.964	3.406	18.176	4.734	19.783	4.525	21.822	5.278	27.590	6.638
Diğer	112.255	21.135	143.694	26.824	129.387	21.798	144.233	25.574	160.451	28.514
TOPLAM	898.212	167.101	912.168	187.959	944.812	169.863	1.010.553	187.689	1.053.718	195.679
Ortalama Fiyat (bin Yen/ton)	186		206,1		179,8		185,7		185,7	

Kaynak: Japonya Tarım Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığı

3. Yaş Meyve Sektörü

Yaş meyve tüketimi miktar olarak %1 azalırken, tutar olarak %2 artmıştır. 2018 yılında toplam 3 milyon ton yaş meyve tüketilmiş olup, piyasa değeri 1,5 trilyon Yen olmuştur. Tüketilen yaş meyvenin 700.000 tonu ithal edilmiştir.

Tüketimi fazla olan meyvelerin 2018 yılı üretimine ilişkin miktar ve değerleri aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Meyve Çeşidi	Miktarı (bin ton)	Tutarı (milyon Yen)	Yen/Kg
Mandalina	530	1432	269
Turunç	40	88	215
Elma	420	1225	292
Japon Armudu	130	397	295
Trabzon Hurması	140	332	237
Şeftali	70	396	566
Üzüm	80	882	1041
Çilek	140	1681	1218
Kavun	120	560	202
Karpuz	280	560	202

Kaynak: Japonya Tarım Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığı

2018 yılında en fazla ithal edilen meyvelerin miktar ve fiyatları da aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Meyve	Miktarı (bin ton)	Tutarı (milyon Yen)	Yen/Kg
Muz	380	612	161
Ananas	70	120	174
Limon	40	122	320
Greyfurt	40	74	178
Portakal	50	141	259
Kavun	10	14	119

Kaynak: Japonya Tarım Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığı

Son beş yılda Japonya'nın en fazla yaş ve kuru meyve ithal ettiği ülkeler aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

	2014		2015		2016		2017		2018	
	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)
ABD	258.045	98.697	249.709	115.831	269.133	95.967	244.248	94.966	229.113	100.834
Filipinler	1.045.490	92.840	977.159	101.883	891.035	95.094	940.586	90.998	991.737	99.845
Y. Zelanda	69.799	23.498	80.251	27.758	93.037	31.128	91.135	34.394	107.139	41.137
Meksika	84.877	22.145	85.982	24.419	109.572	28.681	108.160	30.183	126.009	30.498
Avusturalya	29.842	6.365	34.498	7.894	48.850	11.773	53.639	13.243	54.041	14.536
Diğer	190.059	42.528	250.958	54.107	309.594	54.821	311.994	61.026	282.007	60.977
TOPLAM	1.678.112	286.073	1.678.557	331.892	1.721.221	317.464	1.749.762	324.810	1.790.046	347.827
Ortalama Fiyat (bin Yen/ton)	170,5		197,7		184,4		185,6		194,3	

Kaynak: Japonya Tarım Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığı

Ülkemizde yetişen meyvelerde (özellikle narenciye türlerinde) görülebilen Akdeniz sineği ve elma kurdu zararlısından dolayı, Japonya Türkiye'den taze meyve ithaline izin vermemektedir. Bu zararlıların yok edilme prosedürlerini yerine getiren meyveler için ithal izni verilmektedir.

Bugüne kadar yapılan çalışmalar sonucunda; 2010 yılında greyfurt, 2014 yılında limon ithal yasağı kalkmıştır. Kavun ve karpuzun Japonya'ya ihracatında herhangi bir engel bulunmayıp, 2019 yılında ithal yasağının kalkması beklenmektedir.

Kiraz, incir, nar, portakal, mandarin ve tangor için ise ithal yasağının kaldırılması için ilgili kurumlarımız gerekli çalışmaları yapmaktadır.

Japonya-Türkiye arasında "Organik Gıda Ürünleri Denkliği" alma çalışmaları halen sürdüğü için ülkemizden organik işlenmiş gıda ihracatı henüz yapılamamaktadır.

4. Kuru Meyve Sektörü

Ülkemizin üretiminde dünyada söz sahibi olduğu kuru meyvelerden fındık, incir, üzüm ve kayısıda Japonya tamamen ithalatçısıdır. Kuru üzüm hariç, ki bunda da ikinci, bu ürünlerin tamamında Türkiye Japonya'nın ana tedarikçisidir. Diğer taraftan, Japonya'nın bu ürünlerdeki ithalatının; gıda pazarının büyüklüğü düşünüldüğünde, yüksek olmadığı da görülmektedir. Bunun en büyük sebebi; kuru meyvelerde doğrudan tüketim alışkanlığı olmaması ve pahalı olmalarıdır. Kuru meyveler genel olarak ekmek ve pastacılık sektöründe kullanılmaktadır. Tüketim düşük olduğu için fındık, incir, üzüm ve kayısı büyük Japon firmalarının ilgisini henüz çekmemektedir. Diğer taraftan, 20 milyar \$'a ulaşan sağlıklı gıda pazarında fındık, incir, üzüm ve kayısının daha fazla dikkat ve ilgi çekeceği, dolayısıyla kuru meyve tüketiminin artacağı tahmin edilmektedir. Japonya'nın en büyük kuru üzüm tedarikçisi ABD dir. Kabuklu kuru meyvelerde ise Japonya badem ve cevizi ithal etmektedir.

Japonya'nın Kuru İncir İthalatı

Ülkeler	2014 (bin \$)	2015 (bin \$)	2016 (bin \$)	2017 (bin \$)	2018 (bin \$)
Türkiye	8.415	9.705	6.628	8.462	9.791
İran	753	977	1.430	1.132	902
ABD	1.807	1.875	1.465	1.877	850
Yunanistan	30	30	57	0	52
İspanya	31	25	30	18	40
Çin	0	0	5	7	2
Fransa	25	13	0	0	0
Genel Toplam	11.061	12.626	9.614	11.497	11.637

Kaynak: Trademap

Japonya'nın Kuru Üzüm İthalatı

Ülkeler	2014 (bin \$)	2015 (bin \$)	2016 (bin \$)	2017 (bin \$)	2018 (bin \$)
ABD	75.395	83.558	80.755	80.223	94.712
Türkiye	5.620	5.151	4.482	4.212	13.350
Şili	1.840	1.423	1.409	2.496	3.174
Avustralya	1.658	1.079	1.329	2.111	2.357
Çin	1.960	1.266	1.109	1.446	1.247
Güney Afrika Cumhuriyeti	996	763	583	403	1.173
Iran	188	78	145	134	216
İspanya	67	29	29	56	57
Arjantin	77	0	34	0	34
Yunanistan	7	13	0	0	7
Hindistan	3	9	4	8	6
G. Kore	0	0	28	0	0
Özbekistan	0	31	0	0	0
İtalya	4	7	5	2	0
Vietnam	0	45	0	0	0
Genel Toplam	87.815	93.452	89.912	91.091	116.335

Kaynak: Trademap

Japonya'nın Kuru Kayısı İthalatı

Ülkeler	2014 (bin \$)	2015 (bin \$)	2016 (bin \$)	2017 (bin \$)	2018 (bin \$)
Türkiye	2.729	847	1.868	1.654	2.020
Güney Afrika Cumhuriyeti	527	511	746	1.076	1.404
ABD	1.872	1.860	1.424	1.686	1.198
Çin	303	159	437	331	306
Pakistan	33	22	58	46	27
Tacikistan	32	0	0	28	0
Özbekistan	0	106	0	0	0
İspanya	3	0	0	0	0
Tayland	6	2	3	2	0
Genel Toplam	5.504	3.506	4.536	4.824	4.955

Kaynak: Trademap

Japonya'nın Fındık İthalatı

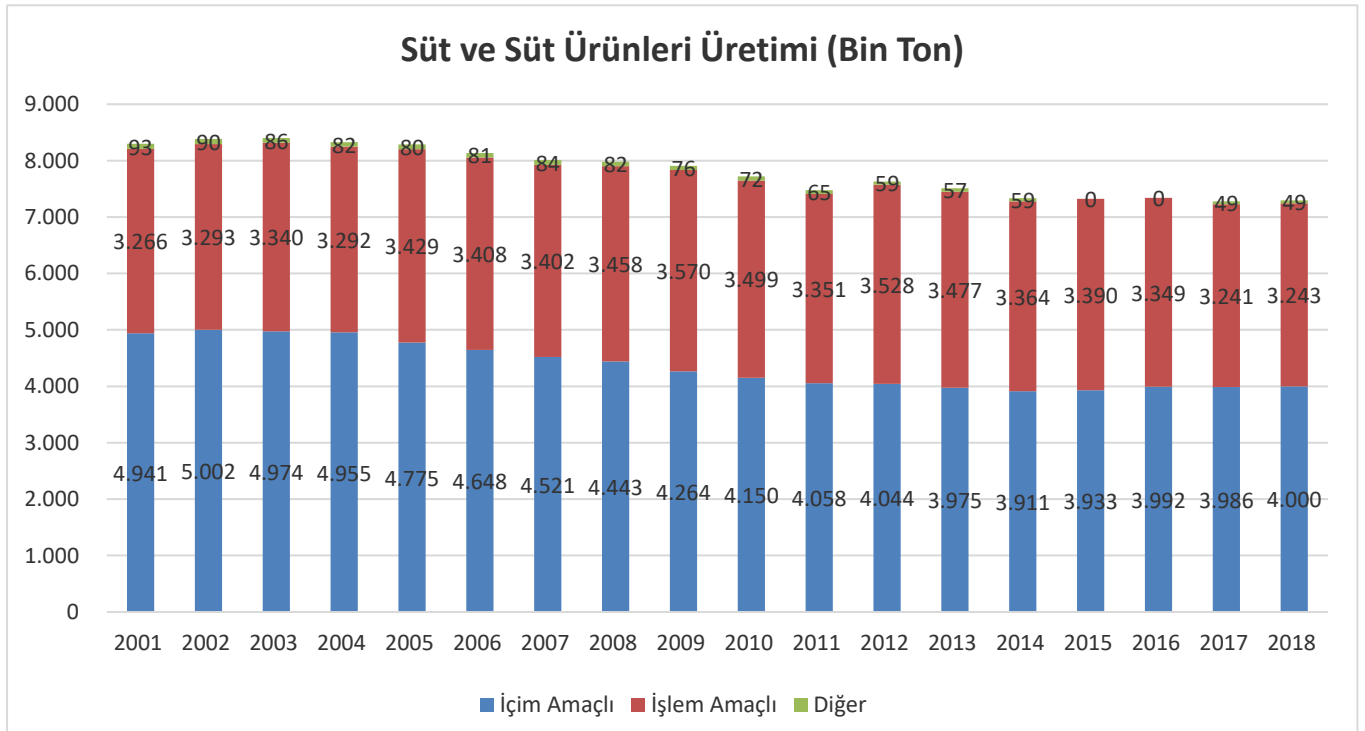
Ülkeler	2014 (bin \$)	2015 (bin \$)	2016 (bin \$)	2017 (bin \$)	2018 (bin \$)
Türkiye	7.075	10.053	5.247	8.118	7.535
İtalya	197	173	179	117	141
Fransa	0	0	5	3	10
İspanya	10	0	6	95	2
ABD	8	0	0	0	0
Genel Toplam	7.290	10.226	5.436	8.332	7.688

Kaynak: Trademap

5. Süt ve Süt Ürünleri Sektörü

Tarihsel olarak süt ve süt ürünleri genel olarak hem Uzak Doğu Asya hem de Japon yemek kültüründe yer almamaktadır. Bu nedenle bugün bile Japonya'nın süt ve süt ürünlerinin tüketimi Batı ülkeleri ile kıyaslandığında düşüktür. Genel olarak Japon Halkı 2'inci Dünya Savaşı sonrasında günlük süt içmeye başlamıştır. Sütün sağlığa faydaları nedeniyle süt ve süt ürünleri tüketimi devlet ve medya tarafından teşvik edilmiş, özellikle 1960'lı yıllardan sonra süt tüketimi hızla artmaya başlamıştır. Kişi başına süt ve süt ürünleri tüketimi 1946 yılında 1,1 kg, 1990 yılında 12 kg ve 2001 yılında 62,1 kg olmuştur. Ancak, 1994 yılında beri içimlik süt tüketimi azalmaktadır. Bunun en büyük sebebi; çocuk sayısının azalması ve sütün aslında sağlığa çok da faydalı olmadığı gibi medyada yer alan tartışmaların sabah kahvaltısında süt tüketimini olumsuz etkilemesidir.

Son 25 yılda Japonya'nın süt tüketiminin azalmasıyla, süt üretimi ve ithalatı da azalmaktadır. 2001 yılında yaklaşık 13 milyon ton olan toplam tüketim (üretim+ithalat) %30 azalarak 2018 yılında 9 milyon tona düşmüştür.



Kaynak: Japon Tarım Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığı

5.1. Çiğ Süt

İçimlik süt tüketiminin %100'ü yurt içi üretim olup, ithal edilen süt ise süt ürünleri üretmek için kullanılmaktadır. Aşağıdaki tabloda da görüldüğü üzere süt ithalatı 2001 yılından beri %62 azalarak 1.761 bin ton seviyesine gerilemiştir.

Yıllar	Çiğ Süt İthalatı (bin ton)
2001	4.683
2002	4.693
2003	4.889
2004	4.868
2005	4.776
2006	4.819
2007	4.679
2008	2.244
2009	2.200
2010	2.138
2011	1.898
2012	1.784
2013	1.793
2014	1.771
2015	1.730
2016	1.737
2017	1.761

Kaynak: Japon Tarım Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığı

5.2. Peynir

Japonya; çiğ süt ve tereyağının tersine, peynir tüketiminin %50'den fazlasını ithalat ile karşılamaktadır. Genel olarak süt tüketimi ve ithalatı azalmasına rağmen, peynir tüketiminin ve ithalatının arttığı görülmektedir. 2010 yılından beri peynir tüketimin %35 civarı, doğal peynir ithalatının ise %50 civarı arttığı görülmektedir. İşlenmiş (processed) peynirde ise dikkat çeken bir değişim olmamıştır.

Yıllar	Doğal (Natural) Peynir		İşlenmiş (Processed) Peynir		Toplam Peynir Tüketimi (ton)
	Yurtiçi Üretim (ton)	İthalat (ton)	Yurtiçi Üretim (ton)	İthalat (ton)	
2010	19.856	125.027	107.172	9.377	261.432
2011	20.680	140.150	113.625	9.927	284.382
2012	21.454	159.018	111.872	9.309	301.653
2013	22.917	150.197	113.461	9.064	295.639
2014	22.523	153.992	113.701	8.497	298.713
2015	21.814	167.662	123.388	8.232	321.096
2016	23.959	162.637	126.453	9.127	322.176
2017	23.727	179.034	127.282	9.117	339.160
2018	24.533	185.834	132.918	9.645	352.930

Kaynak: Japon Tarım Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığı

Ülkelere göre Japonya'nın doğal peynir ithalatı miktar ve ton olarak şu şekildedir.

	2014		2015		2016		2017		2018	
	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)
Avustralya	79.372	37.304	89.344	40.255	85.905	31.297	82.881	35.484	82.935	39.061
Y. Zelanda	54.921	27.419	57.074	26.878	61.295	23.403	62.634	27.448	62.214	28.969
ABD	50.626	25.596	36.645	20.974	28.427	13.384	31.550	16.233	32.944	16.950
Hollanda	6.855	3.573	17.569	6.921	22.099	6.944	27.408	10.833	30.069	12.080
İtalya	8.259	9.283	8.372	8.733	9.036	8.093	10.308	9.719	10.099	10.046
Diğer	23.192	16.138	32.643	18.398	41.638	17.950	48.655	25.054	57.917	29.073
TOPLAM	223.225	119.312	241.647	122.158	248.399	101.121	263.437	124.770	276.177	136.179
Ortalama Fiyat (bin Yen/ton)	534,5		505,5		407,1		473,6		493,1	

Kaynak: Japon Tarım Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığı

Yukarıda yer alan doğal (natural) peynir ithalatıyla ilgili iki tablonun miktar rakamları uyumlu olmamasına rağmen her iki tablo da kendi içerisinde analizlere ışık tutabileceği düşüncesiyle bu raporda yer verilmiştir.

Sonuç olarak, her iki tablo da doğal peynir ithalatının arttığını göstermektedir. Ayrıca, çiğ süt fiyatlarındaki düşüşe paralel olarak peynir fiyatlarının da azaldığı görülmektedir.

5.3.Tereyağı

Japonya tereyağı ihtiyacının %85 ini yurt içinde üretmektedir. Aşağıdaki tablodan da görüleceği üzere toplam tereyağı üretimi 60 bin ton seviyesindedir.

Yıllar	Tereyağı Üretimi (Ton)
2015	64.810
2016	66.210
2017	59.808
2018	59.589

Kaynak: Japon Tarım Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığı

6. Tavuk Eti Sektörü

Diğer Asya ülkeleri gibi Japonya da tavuk etini çok tüketen ülkelerden biridir. Ucuz ve besleyici olması en önemli sebeptir. Japonya ithal ettiği tavuk etinin büyük bir kısmını Brezilya ve Tayland’dan almaktadır. Bu iki ülkenin payı %95 i geçmektedir. Japonya’ya tavuk eti ithal prosedürlerini 2017 yılında tamamlayan ülkemiz de 2018 yılında tavuk eti ihraç etmeye başlamıştır.

Öte yandan Japonya’nın tavuk eti üretimi de son 20 yıldır sürekli artmış olup, 2018 üretimi 1.602.953 ton tona ulaşmış ve tarihte ilk defa 1,6 milyon tonu geçmiştir.

Japonya’nın tavuk eti ithalat verileri aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

	2014		2015		2016		2017		2018	
	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)
Brezilya	399.294	117.221	408.923	118.830	415.827	84.330	416.811	102.295	401.851	84.291
Tayland	44.617	15.792	92.347	32.193	109.906	31.614	127.268	42.628	139.036	43.100
ABD	25.874	6.101	22.702	5.364	20.953	4.026	20.797	4.665	16.941	3.212
Türkiye	-	-	-	-	-	-	-	-	548	147
Avustralya	-	-	1.774	508	2.019	508	1.980	513	571	146
Diğer	5.442	2.149	3.713	1.485	2.475	826	2.609	810	1.374	364
TOPLAM	475.227	141.263	529.459	158.380	551.180	121.304	569.465	150.911	560.321	131.260
Ortalama Fiyat (bin yen/ton)	297,3		299,1		220,1		265		234,3	

Kaynak: Japon Tarım Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığı

Japonya'nın tavuk eti ürünleri ithalat miktar ve tutarları aşağıdaki gibidir:

	2014		2015		2016		2017		2018	
	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)	Miktar (ton)	Tutar (milyon Yen)
Tayland	197.425	102.923	233.013	136.090	255.558	132.972	293.452	157.918	302.992	165.343
Çin	212.568	101.575	171.231	91.312	163.445	75.496	189.701	92.674	206.816	99.891
Vietnam	0	0	0	0	0	0	92	56	1.137	664
G. Kore	873	408	909	444	876	415	956	463	1.022	500
Brezilya	949	262	863	285	1.879	589	2.447	835	1.306	392
Diğer	802	439	440	337	391	276	286	189	517	260
TOPLAM	412.617	205.607	406.456	228.468	422.149	209.748	486.934	252.135	513.790	267.050
Ortalama Fiyat (bin Yen/ton)	498,3		562,1		496,9		517,8		519,8	

Kaynak: Japon Tarım Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığı

7. Makarna Sektörü

Japon geleneksel yemek kültüründe yer almayan makarna, 60lı yıllardan sonra tüketimi artmaya başlamış, 1976-82 döneminde “makarna boom” yaşanmıştır. Bununla birlikte, Japonya makarna tüketiminin yaklaşık %50’sini ithal etmektedir. Toplam yıllık tüketiminin de ortalama olarak 275-80 bin ton civarına yerleştiği görülmektedir. Ayrıca, son beş yılda azalan üretimin, düşmeye devam etmesi bu pazara girmek isteyen ihracatçılar için yeni fırsatlar sunacağı tahmin edilmektedir.

Aşağıdaki tabloda Japon makarna pazarının son 7 yıllık üretim tüketim hacimlerini görebiliriz:

	Yurtiçi Üretim (ton)			İthalat (ton)			İhracat (ton)	Toplam Tüketim
	Spagetti	Makaroni	Toplam	Spagetti	Makaroni	Toplam		
2012	119.367	28.599	147.966	131.179	11.156	142.335	598	289.703
2013	126.836	23.900	150.736	123.385	9.215	132.600	573	282.763
2014	128.829	25.938	154.767	122.724	10.291	133.015	570	287.212
2015	119.441	25.290	144.731	120.965	11.022	131.987	553	276.165
2016	108.874	24.949	133.823	133.492	11.529	145.021	549	278.295
2017	108.487	25.960	134.447	138.365	11.324	149.689	532	283.604
2018	109.982	24.714	134.696	128.253	10.241	138.494	535	272.655

Kaynak: Japonya Makarnacılar Derneği

Japonya’nın Makarna İthalatı (Bin \$)				
2014	2015	2016	2017	2018
322.941	304.499	313.136	320.364	322.814

Kaynak: Trademap

Ucuz ve kaliteli makarna üreten Türkiye pazarda hızla büyümektedir. Bu nedenle makarna ihracatımız son beş yılda yaklaşık %55 artmıştır. Japon tüketicisi açısından fiyat-kalite oranı optimum olan Türk makarnasının Japon pazarında önümüzdeki yıllarda ihracatının daha da artacağı tahmin edilmektedir.

Japonya'nın Makarna İthal Ettiği Ülkeler (Bin \$)

Ülkeler (İlk Onbeş)	2014	2015	2016	2017	2018
İtalya	110.606	91.379	93.772	91.615	82.023
Çin	81.112	73.821	65.670	69.418	68.034
G. Kore	21.909	18.029	22.147	26.053	42.352
Türkiye	26.201	32.516	47.600	45.419	40.343
ABD	30.196	36.130	30.142	29.805	30.020
Tayland	24.723	22.747	22.994	23.857	25.711
Vietnam	12.874	15.007	17.411	19.893	21.053
Belçika	1.672	1.547	1.482	2.616	2.712
Tayvan	2.067	2.023	2.085	2.117	2.421
Yunanistan	2.788	2.444	3.079	2.669	2.407
Avustralya	1.919	2.476	2.060	1.673	1.053
BAE	2.074	1.944	1.062	852	919
Fransa	470	569	477	529	595
Endonezya	234	322	394	521	554
Tunus	1.299	1.321	936	655	357
Genel Toplam	322.941	304.499	313.136	320.364	322.814

Kaynak: Trademap

8. Bal Sektörü

Japonya bal pazarının bal sektörümüz için önemli bir hedef pazar olduğu düşünülmektedir. Mevcut durumda Japonya'ya herhangi bir bal ihraç edemeyen ülkemiz, yapılacak çalışmalarla, dünyanın ikinci büyük bal üreticisi olarak kesinlikle Japonya bal pazarından önemli bir pay alacaktır.

Japonya'da 46 bin ton bal tüketilmekte olup, bunun %94 ü ithalat ile karşılanmaktadır. İthal edilen balın miktar olarak %70'i Çin malıdır. Yeni Zelanda ise miktar olarak 6-7 inci sırada olmakla birlikte değer olarak 2'nci sıradadır. 2017 yılında ithal edilen 43 bin ton balın %55'i nihai tüketici, %45'i ise işletmeler tarafından kullanılmıştır.

Japonya'nın Bal Tüketim ve İthalatı

	Üretim (ton)	İthalat (ton)	Toplam Tüketim (ton)
2015	2.685	36.222	39.058
2016	2.754	48.445	51.166
2017	2.827	42.821	45.627

Kaynak: Japonya Tarım Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığı

Japonya'da bal tüketiminin ve buna paralel olarak ithalatının arttığı görülmektedir.

Ülkelere Göre İthalat (Milyon Yen)

	2016	2017	2018
Çin	8.823	7.922	8.052
Y. Zelanda	3.226	2.568	2.558
Arjantin	1.287	1.362	1.629
Kanada	1.283	1.293	1.106

Kaynak: Japonya Finans Bakanlığı Dış Ticaret İstatistikleri

JAPONYA GIDA FUARLARI

Souvenir Show 2019 Spring

23-24 Ocak 2019

Tokyo

Yerel özel ürünler (şekerleme, yiyecek, likör, içecek vb.)

<http://kankoubussan.jimdo.com/>

Tokyo Health Industry Show 2019

23-25 Ocak 2019

Tokyo

Sağlıklı Gıda ve Takviyeleri, Sağlık Ekipmanları ve Bakımı, Güzellik Bakımı, Organik ve doğal ürünler vb.

<http://www.this.ne.jp/eng/>

INNER BEAUTY TOKYO - 2nd Beauty & Health Foods Expo-

30 Ocak-1 Şubat 2019

Tokyo

Güzellik Gıdaları (İçecek/Yiyecekler), Vitaminler vb

<https://www.ib-expo.jp/en-gb.html>

SMTS2019 - Supermarket Trade Show 2019

13-15 Şubat 2019

Tokyo

Self servis ve perakende mağazalarda ve tesislerde satılan gıda ürünleri, bu tür ürünlerin satışı için ekipman ve sistemler

<http://www.smts.jp/en/index.html>

Private Label Trade Show Japan

19-22 Şubat 2019

Tokyo

Özel etiket, OEM ürünler

<https://www.jma.or.jp/pb/en/>

Seafood Show OSAKA

20-21 Şubat 2019

Osaka (Osaka)

Deniz ürünleri, işlenmiş deniz ürünleri, çeşni/baharat/sos & gıda katkı maddeleri, gıda işleme makineleri ve ilgili ekipmanlar, ambalaj ve fiziksel dağıtım ekipman ve hizmetleri, Taze balık ve kabuklu deniz hayvanlarını temizleme makinaları vb.

http://www.exhibitiontech.com/seafood_osaka/

FOODEX JAPAN 2019 (The 44th International Food and Beverage Exhibition)

5-8 Mart 2019

Chiba (Chiba)

1. Gıda: Tarım ürünleri, Et ürünleri, Süt ürünleri, Yumurta ürünleri, Deniz ürünleri, Hazır fırın Erişte ve Makarnası, Şekerleme ve Tatlılar, Baharatlar, Organik ve Doğal gıda. 2. İçecek: Alkollü içecek, Alkolsüz içecekler, Çay ve Kahve, Maden suyu 3. Diğer <https://www.jma.or.jp/foodex/en/>

Japan Drugstore Show 2019

15-17 Mart 2019

Chiba (Chiba)

İlaç, kozmetik, güzellik-bakım ürünleri, yiyecek ve içecek, evde bakım vd. <https://www.drugstoreshow.jp/english/index.html>

Health Food Expo 2019

9-10 Nisan 2019

Tokyo

Gıda hammaddeleri, bilim temelli materyaller, fonksiyonel gıdalar, sağlıklı gıdalar <http://www.healthfoodexpo.jp/eng/>

Dessert Sweets & Bakery Festival 2019

17-19 Nisan 2019

Tokyo

Japon tatlıları, şekerlemeler, alkolsüz içecekler, hammadde/ekipman/kaplar ve paketleme. <http://en.fabex.jp/>

The World Food And Beverage Great EXpo 2019

17-19 Nisan 2019

Tokyo

Gıda ürünleri ve hammaddeleri, tarımsal / hayvancılık / deniz ürünleri, paketleme, mağaza malzemeleri, mutfak, franchising, tatlı ve içecek <http://en.fabex.jp/>

WINE COLLECTION KANSAI 2019

14-16 Mayıs 2019

Osaka (Osaka)

Yerli ve ithal şaraplar, ambalaj ve şişeleme, ürün tedarik zinciri, bağcılık, hasat makineleri, şarapçılıkla ilgili diğer makineler <https://www.olive-kansai.com/wine/en/index.html>

OLIVE OIL KANSAI 2019

14-16 Mayıs 2019

Osaka (Osaka)

Yerli ve ithal yemeklik zeytinyağları, sofralık zeytin, zeytinyağlı gıdalar, paketleme, üretim tedarik zinciri, üretim, hasat makinaları vd

<https://www.olive-kansai.com/en/>

HFE JAPAN 2019 - The 17th Health Food Exposition & Conference

22-24 Mayıs 2019

Tokyo

Vitaminler, Mineraller, Proteinler, Amino Asitler, Laktik Asit, Uçucu Yağlar, Meyve/Sebze Ürünleri, Soya Ürünleri, Meyve Suyu ve Konsantreleri, Süt Ürünleri, Tavukçuluk Ürünleri, Organik Bileşenler, Zayıflama Gıdaları, Enzimler, Takviyeler, Sağlıklı Gıdalar ve içecekler vb.

<https://www.ifiajapan.com/en>

Wellness Food JAPAN

3-5 Temmuz 2019

Yokohama (Kanagawa)

Sağlıklı gıda /Takviye ürünleri, Sağlıklı gıda katkı maddeleri/malzemeleri, katkı maddesi içermeyen doğal gıda, sağlık bazlı yağ/yağ katkı maddeleri, tarımsal ürün, gıda sarma/paketleme malzemeleri

<http://www.wfjapan.com/en/tokyo/>

Pizza & Pasta Show 2019

3-5 Temmuz 2019

Yokohama (Kanagawa)

Pizza hamuru, Kuru makarna, Taze makarna, Un, Pizza fırını, Makarna makinesi, Yoğurma makinesi, Peynir, Baharat, Et, Sebze, Sos, Ot, Deniz ürünleri, Pizza taşı, Pizza tepsisi, Kızartma tavası, Pizza kesici, Makarna sepeti, Makarna kabı vd

<http://pizzapasta.jp/en/>

INTERNATIONAL TEA SHOW 2019

3-5 Temmuz 2019

Yokohama (Kanagawa)

Çay eşyaları, Çay Aletleri, Ambalaj kağıdı/ürün paketi, Çay salonu ekipmanları, Yeşil çay, bitki çayı, Sağlıklı çay, Çay / Lezzet malzemeleri, Konsantre çay, Siyah çay, Aromalı çay, Çay- bazlı içecek vb

<http://teashow.jp/en/>

Multicultural Expo Japan 2019

13-14 Kasım 2019

Tokyo

Gıdalar, hammaddeler, baharatlar/çeşni, kozmetikler, sağlıklı gıdalar, restoran, turizm, kamu tesisi, seyahat ürünleri, yaşam tarzı ile ilgili diğer ürünler

<https://expo2019.fooddiversity.today/en>

JAPON GIDA ŞİRKETLERİ

1. Alkolsüz İçecek Şirketleri

2017 YILI TOPLAM ALKOLSÜZ İÇECEK PAZARININ BÜYÜKLÜĞÜ
21.620.000 KİLO LİTRE. 3.95 TRİLYON YEN

COCA COLA GRUBU

Ciro: 872,6 milyar Yen

SANTORİ FOODS INTERNATIONAL

Ciro: 1234 milyar Yen (Yurt dışı dahil)

ASAHI SOFT DRINKS

Ciro: 486,6 milyar Yen

KİRİN BEVERAGE

Ciro: 285,7 milyar Yen

İTOEN

Ciro: 491,7 milyar Yen

OTSUKA HOLDINGS

Ciro: 1234 milyar Yen (Tüm Holding)

YAKULT

Ciro: 401,5 milyar Yen

KAGOME

Ciro: 214,2 milyar Yen

DAIDO GROUP HOLDINGS

Ciro: 172,6 milyar Yen

2. Deniz Ürünleri Şirketleri (Toptancılar)

2017 YILI TOPLAM PAZARININ BÜYÜKLÜĞÜ 1,58 TRİLYON YEN

OUG HOLDINGS

Ciro: 323,9 milyar Yen

DAISUI

Ciro: 130 milyar Yen

CHUO GYORUI

Ciro: 199,9 milyar Yen

DAITO GYORUI

Ciro: 113,1 milyar Yen

TSUKIJI UOICHIBA

Ciro: 78,8 milyar Yen

NICHIMOU

Ciro: 118,5 milyar Yen

3. İşlenmiş Deniz Ürünleri Şirketleri

HAGOROMO FOODS

Ciro: 78,9 milyar Yen

NATORI

Ciro: 45,4 milyar Yen

KİBUN GROUP

Ciro: 101 milyar Yen

İCHİMA KAMABOKO

Ciro: 35 milyar Yen

4. Dondurulmuş Deniz Ürünleri Şirketleri

MARUHANIÇİRO

Ciro: 918,8 milyar Yen

NİHONSUİSAN

Ciro: 683 milyar Yen

TOYOSUİSAN

Ciro: 388,7 milyar Yen

KYOKUYO

Ciro: 254,7 milyar Yen

5. Dondurulmuş Gıda Şirketleri

NİCHIREİ

Ciro: 568 milyar Yen

AJINOMOTO FROZEN FOODS

Ciro: 100,8 milyar Yen

TEBURUMAKU

Ciro: 163,1 milyar Yen

YOKOREİ

Ciro: 159 milyar Yen

6. Salam-Sosis Şirketleri

NİHON HAM

Ciro: 1269,2 milyar Yen

ITO HAM YONEKYU HOLDINGS

Ciro: 831,8 milyar Yen

PURİMA HAM

Ciro: 394,5 milyar Yen

MARUDAI FOODS

Ciro: 239,5 milyar Yen

STARZEN

Ciro: 340,1 milyar Yen

7. Sos (Ketçap-Mayonez) Şirketleri

AJİNOMOTO Ciro: 1150,2 milyar Yen
KEWPIE Ciro: 561,6 milyar Yen
SB FOODS Ciro: 142,3 milyar Yen
KAGOME Ciro: 214,2 milyar Yen
BULLDOG SOUCE Ciro: 16,7 milyar Yen
MİKKAN HOLDINGS Ciro: 243,2 milyar Yen
KİKKOMEN Ciro: 430.6 milyar Yen
KENKO MAYONNAISE Ciro: 214,2 milyar Yen
HAUSE FOODS GROUPS Ciro: 291,8 milyar Yen
RİKEN VİTAMİN Ciro: 89,5 milyar Yen
NAGATANİEN HOLDINGS Ciro: 98,8 milyar Yen

8. Süt Ürünleri Şirketleri

MEİJİ HOLDINGS

Ciro: 720,4 milyar Yen

MORINAGA MILK

Ciro: 592 milyar Yen

YUKIJURISHI MEGUMILK

Ciro: 596,1 milyar Yen

YAKULT

Ciro: 401,5 milyar Yen

9. Şekerleme Çikolata Şirketleri

2017 YILI TOPLAM PAZAR BÜYÜKLÜĞÜ 3,39 TRİLYON YEN

LOTTE

Ciro: 163,8 milyar Yen

MEIJI

Ciro: 157,9 milyar Yen

EZAKI GLİKO

Ciro: 214 milyar Yen

MORINAGA

Ciro: 205 milyar Yen

FUJİYA

Ciro: 105,9 milyar Yen

TOKATO

Ciro: 24,6 milyar Yen

YAMAZAKI BISCUITS

Ciro: 32,7 milyar Yen

NESTLE JAPAN

Ciro: 214,2 milyar Yen

BURBON

Ciro: 117,6 milyar Yen

KANRO

Ciro: 21,3 milyar Yen

10. Noodle Şirketleri

2017 YILINDA TOPLAM 5.7 milyar paket (cup) CUP-NOODLE 1.254 bin ton EKMEK SATILDI.

NİSSHİN FOODS HOLDINGS

Ciro: 516,4 milyar Yen

TOYOSUİSAN

Ciro: 388,7 milyar Yen

SANYO FOODS

Ciro: 172,2 milyar Yen

MİYOJO FOODS

Ciro: 472,1 milyar Yen

İTOEN

Ciro: 491,7 milyar Yen

11. Ekmek Şirketleri

YAMAZAKİ PAN

Ciro: 10531 milyar Yen

SHİKİSİMASEİ PAN

Ciro: 156,1 milyar Yen

FUJİ PAN

Ciro: 271,9 milyar Yen

DAİCHİ YASEİ PAN

Ciro: 26,6 milyar Yen

12. Makarna Şirketleri

NİSSHİN SEİFUN GROUP

Ciro: 540 milyar Yen

NİHON SEİFUN

Ciro: 324,4 milyar Yen

SHOWA SANGYO

Ciro: 65,4 milyar Yen

13. Bitkisel Yağ Şirketleri

NISSHIN OIL GROUP

Ciro: 337,9 milyar Yen

J-OILMILLS

Ciro: 156,1 milyar Yen

SHOWA SANGYO

Ciro: 798,1 milyar Yen

FUJISEIYU GROUP

Ciro: 307,6 milyar Yen

JAPONYA'DA SATIŞ KANALLARI

1. Süper Marketler

2017 YILI TOPLAM SEKTÖR SATIŞLARI 12.917 milyar YEN

AEON	Ciro: 8390 milyar Yen
MAX VALU	Ciro: 43,4 milyar Yen
KASUMİ	Ciro: 269,2 milyar Yen
MARUETSU	Ciro: 375,5 milyar Yen
İNAGEYA	Ciro: 254,8 milyar Yen
BELC	Ciro: 211,3 milyar Yen
DAİİCHİ	Ciro: 39,5 milyar Yen
TENMAYA	Ciro: 75,3 milyar Yen
İTOYOKADO	Ciro: 1244,2 milyar Yen
YORKMART	Ciro: 143,6 milyar Yen
YORK-BENİMARU	Ciro: 437,1 milyar Yen
UNY	Ciro: 605,8 milyar Yen
İZUMİYA	Ciro: 232,8 milyar Yen
FUJİ	Ciro: 316,6 milyar Yen
LIFE CORP	Ciro: 677,7 milyar Yen
İZUMİ	Ciro: 729,8 milyar Yen
ARCS	Ciro: 513,9 milyar Yen
VALOR HOLDINGS	Ciro: 544 milyar Yen
YAOKO	Ciro: 414,9 milyar Yen
HEİWADO	Ciro: 438,1 milyar Yen

TOKYU	Ciro: 214,6 milyar Yen
SUMMIT	Ciro: 265,8 milyar Yen
OZAKİ	Ciro: 93,8 milyar Yen
SEİJOİSHİİ	Ciro: 81,9 milyar Yen
TOBU	Ciro: 83,6 milyar Yen

2. 100 Yen Shop

DAISO

Ciro: 454,8 milyar Yen

SERIA

Ciro: 159,1 milyar Yen

CAN DO

Ciro: 68,8 milyar Yen

WATTS

Ciro: 47,4 milyar Yen

3. Discount Store

DON QUIJOTE HOLDINGS

Ciro: 828,7 milyar Yen

TRIAL HOLDINGS

Ciro: 366,5 milyar Yen

OKEY

Ciro: 357,7 milyar Yen

DAIKOKUTENBUSSAN

Ciro: 164 milyar Yen

DIREX

Ciro: 195,5 milyar Yen

OLİMPİC GROUP

Ciro: 106,8 milyar Yen

MRMAX HOLDINGS

Ciro: 118,3 milyar Yen

MAKİYA

Ciro: 62,8 milyar Yen

PLANT

Ciro: 86,9 milyar Yen

4. Konbini (Küçük Market) Zincirleri

Konbini; bakkaldan büyük marketten küçük olan, günlük temel ihtiyaçların satıldığı, nerdeyse her sokakta ve metro istasyonunda olan ucuz ürün market zincirleridir. Aşağıda görüleceği gibi üç büyük grubun elinde toplanmıştır.

2017 YILI TOPLAM SEKTÖR SATIŞLARI 10.697 milyar Yen

SEVEN ELEVEN

Ciro: 4.678 milyar Yen

İşletilen Konbini Sayısı: 20.260

Ana Ortak: Seven-i Holding

LAWSON

Ciro: 2.283,6 milyar Yen

İşletilen Konbini Sayısı: 13.992

Ana Ortak: Mitsubishi Shoji

FAMILYMART

Ciro: 3.016 milyar Yen

İşletilen Konbini Sayısı: 17.232

Ana Ortak: İtochu Shoji

MINISTOP

Ciro: 341,4 milyar Yen

İşletilen Konbini Sayısı: 2.264

Ana Ortak: Aeon

5. Ticaret Şirketleri (Shosha)

MİTSUBİSHİ SHOJİ

İşletme Karı: 7567,3 milyar Yen

MİTSUI BUSSAN

İşletme Karı: 4892,1 milyar Yen

İTOCHU SHOJİ

İşletme Karı: 5510 milyar Yen

SUMİTOMO SHOJİ

İşletme Karı: 4827,3 milyar Yen

MARUBENİ

İşletme Karı: 7540,3 milyar Yen

GIDA İTHALATI STANDART ve KALİTE KONTROLÜ

Eğitim düzeyi yüksek Japon toplumu gıda tüketiminde ürün sağlığı, güvenliği ve kalitesine önem vermektedir. Nüfusu içinde 65 yaş üstü payının dünyada en yüksek ülke olması ve nüfus yaşlanma sürecinin gelecek yıllarda da aynı ivmede devam edeceği beklentisi gıda sağlığı ve kalitesine verilen önemi artırmaktadır.

Japon Devleti halkın sağlığını korumak amacıyla üretimden tüketime her aşamayı, taraf olduğu uluslararası sözleşmeler dahilindeki ulusal standartları çerçevesinde tesis, belge ve ürün bazında sıkı denetime tabi tutmaktadır.

Japonya standartlarına uygun üretilmiş “sağlıklı ve güvenilir” işlenmiş gıda ve tarım ürünlerinin ithalat denetiminden sorumlu/yetkili başlıca kurumlar Sağlık ve Tarım Bakanlıklarıdır. Söz konusu Bakanlıkların Japonya hava ve deniz limanlarındaki “Karantina İstasyonları”, ürün sağlığı ve güvenirliliğinin tespiti amacıyla standart ve kalite denetimi yapmaktadırlar.

Japon Gıda Güvenliği ve Standardizasyon Mevzuatında, gıda (yiyecek ve içeceklerin) üretim, ithalat ve ticaretine ilişkin inceleme ve denetim işlemlerini sıkı kurallara bağlanmış, tespit edilen aykırı faaliyetlere para veya hapis cezası düzenlenmiştir. Amaç, haşere, hastalık, kimyasal kalıntı içeren ürünlerin (başka bir ifadeyle bu zararlıların) ithalat yoluyla ülkeye girmesini önlemek, halk sağlığını ve yerli üretimi korumaktır.

Tarım, hayvan ve işlenmiş gıda ürünleri ithalatında kalite ve standart denetiminde çatı mevzuat “Gıda Güvenliği Temel Kanunu (Food Safety Basic Law-2003)” olup, uygulama aşağıda belirtilen başlıca 5 Yasa kapsamında gerçekleştirilmektedir. Bunlar;

1-Gıda Sağlığı/Güvenliği Yasası (Food Sanitation Act)

2-Bitki Koruma Yasası (Plant Protection Act)

3-Evcil Hayvanları Bulaşıcı Hastalıklardan Koruma Yasası (Domestic Animal Infectious Diseases Control Act)

4-Tarım ve Orman Ürünlerinin Standardizasyonuna İlişkin Yasa/JAS Sistemi (Japan Agricultural Standards System –JAS-)

5-Gıda Etiketleme Yasası (Food Labelling Act)

Gıda Sağlığı (Güvenliği) Denetimi

Gıda üretimi, ithalatı ve piyasa satışında gıda sağlığı ve güvenliğinin sağlanmasına yönelik denetim Gıda Sağlığı Kanunu kapsamında yürütülmektedir. Söz konusu Kanunda; gıda ve ilgili ürünlerin (yiyecek/içecek, katkı maddeleri, mutfak ekipmanları/aparatları, yiyecek konteynerleri/paketleri) sağlığı için belirlenen üretim, ithalat, paketlenme ve satış standartlarına uyulup uyulmadığının denetlenmesi hizmetleri düzenlenmiştir. Yetkili kurum Sağlık Bakanlığı'dır. Etkin bir gıda sağlığı ve güvenliğine yönelik denetimler, ihracatçı ülkede, ithalat işlemleri sürecinde ve iç piyasada dağıtım/satışı sırasında yapılan kontrollerden oluşmaktadır. Sağlık Bakanlığı, gıda ithalatında ürün sağlığı denetim görevini Japonya'nın uluslararası hava ve deniz limanlarında hizmet veren bağlı birimi "Karantina İstasyonları -Quarantine Stations-" kanalıyla gerçekleştirmektedir. İthal edilecek gıda ürünü, İstasyon tarafından Japon standartlarına uygunluğunun tespiti için belge ve ürün bazında sıkı inceleme ve denetime tabi tutulmaktadır. Bahse konu ürün denetim işlemi, gümrük işlemlerinden önceki aşamayı oluşturmaktadır.

İthalatta gıda güvenliğinde bütün sorumluluk, ürünle ilgili sunacağı belge (Sağlık Sertifikası vd) ve beyanlarıyla Japon ithalatçı firmaya aittir. İthalatçı firma veya yetkili kıldığı Gümrük Komisyuncusu, ithal edilecek gıda ürünleri için ilk aşamada Karantina İstasyonuna "ithalat bildiriminde (import notification)" bulunması gerekmektedir. Sağlık Sertifikası bildirimini yapılmamış olan yabancı menşeli gıda ürünleri, ülkeye giremez ve iç piyasada satılamaz. Gıda İthalat Bildirim Formu başvurusu, Japon firma tarafından Sağlık Bakanlığına elektronik sistem üzerinden de (on-line) yapılabilmektedir.

Karantina İstasyonu ilk aşamada, ithal edileceği beyan edilen kargoya ait belgeleri aşağıda kayıtlı bilgiler çerçevesinde inceleyerek (document examination), standartlara uygun olup olmadığına karar vermektedir;

- Ürün ismi, ihracatçı ülke, üretici, üretim yeri, içindekiler (ingredients), üretim yöntemi, katkı maddeleri (additives),
- İthal edilen gıdaların üretiminin ve katkı maddesi kullanımının (oranının) Japon Gıda Sağlığı Mevzuatında belirtilen imalat standartlarına uygun olup olmadığı, zehirli (toxic) veya tehlikeli (hazardous) madde içerip içermediği, üreticinin veya üretim yerinin geçmişte bir "gıda güvenliği sorunu (record of sanitation problem)" kaydının olup olmadığı, gıda sağlık sertifikasıdır.

İlk aşama olan “belge incelemesinin” olumsuz sonuçlanması durumunda, bu defa ürünün kendisi, kargo içinden rasgele numuneler alınmak suretiyle (random sampling), denetim (inspection) sürecine tabi tutulmaktadır. Karantina İstasyonu ürün için gözlem (monitoring) veya laboratuvar denetimi (laboratory inspection) talep edebilmektedir. Gözlem, ürünün ihracatçı ülkedeki üretimin denetiminden (on-site inspection) ve yönlendirilmesinden Japon piyasasında satışına kadarki sürecin izlenmesini kapsayabilmektedir. Ürün (analiz) denetiminde; tarım kimyasalları, aflatoksin ve diğer mikotoksinler gibi tehlikeli maddelerin oranı, gıda katkı maddeleri, ürünün ışınlama yoluyla sterilize edilip edilmediği hususları incelenmektedir. Gözlem denetimi veya Laboratuvar analizi sonucunda, Japon standartlarını karşılamadığı tespit edilen (uygun görülmeyen) ürünlerin imha edilmesi (disposal) veya mahrecine iade edilmesine karar verilmektedir. Başka bir ifadeyle, belge incelemesi ve laboratuvar denetimi negatif sonuçlanan ürünün Japonya’ya ithalatına müsaade edilmemekte, hatta aynı ihlalleri sonraki sevkiyatlarda da tekrarladığı tespit edilen yabancı üreticiler de yasak kapsamına alınabilmektedir.

Öte yandan, belge ve ürün incelemesi olumlu sonuçlanan kargo için ise Karantina İstasyonu tarafından “İthalat Bildirim Sertifikası (certificate of notification)” düzenlenmekte ve bir sonraki aşama olan gümrük işlemleri (customs clearance) sürecine geçilmektedir. Bu çerçevede, ürüne ait ihracat beyannamesi, sağlık sertifikası, ticari fatura, hava/deniz konşimentosu ve ihtiyaca göre sigorta poliçesi, menşe şahadetnamesi veya Form-A gümrük idaresine teslim edilir. Hesaplanan gümrük vergisinin ve tüketim vergisinin (%8) ödenmesini müteakip ürünün ithalatına (import permit) izin verilmektedir. Tercihli Tarife Sistemi (GPS) kapsamındaki yararlanıcı ülkelerden yapılacak ithalatta ürün vergilendirmesi için tercihli (indirimli) gümrük tarifesi uygulanabilmektedir. Tercihli tarifeden yararlanmak isteyen ithalatçı firma, ürünün ihraç edildiği ülke makamlarınca düzenlenen Form-A menşe belgesini temin edip Japon Gümrük İdaresine sunması gerekmektedir. (Japonya Gümrük Tarifeleri: <http://www.customs.go.jp/english/tariff/index.htm>)

Öte yandan, ithalat sürecinin hızlandırılmasını teminen, birden fazla (parsiyel) sevkiyatı olan ürünlerin denetim işlemleri için bazı kolaylıklar da sağlanmıştır. Buna göre; ithalat bildirim başvurusu, ürün kargosunun Japon varış limanına ulaşmasından 7 gün önce de yapılabilmektedir. Ayrıca, ithalatçının Karantina İstasyonuna bir kargo sevkiyat planı sunmak suretiyle ilk kargodaki ithalat bildirimini devamı gelecek sevkiyat için de (ancak belirli süre için)

geçerli olabileceği gibi, ilk kargo ürün için düzenlenmiş olan olumlu denetim sonuçları devam eden (bakiye) kargo bildirimleri için de geçerli sayılmaktadır.

Sağlık Bakanlığı 2006 yılında Gıda Sağlığı Kanununda yaptığı bir değişiklikle gıda denetiminde dikkat ettiği kimyasal kalıntılar (agricultural chemical residues) için “pozitif liste” uygulamasına geçmiştir. Bu sisteme göre bir gıda ürününde bulunabilecek kimyasal kalıntılar/tortular için üst limitler (maximum residue limits) getirilmiştir. Denetimlerde limit üstü kimyasal tortu taşıdığı tespit edilen ürünlerin girişine müsaade edilmemektedir. (Pozitif Liste: <https://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/positivelist060228/index.html>)

Bakanlık bu çerçevede her yıl “Gözlem Denetimi Eylem Planı” hazırlayarak Karantina İstasyonlarında denetlenecek (monitoring inspection) gıda ürünlerini ve bunlardan toplanacak örnekleri teste tabi tutmak suretiyle ithalatta kimyasal tortu limit aşımı ihlallerinin olup olmadığını izlemekte, elde edilen tespitler dönem sonu raporunda yayınlanmaktadır. Nitekim, üst limit denetimi yapılacak kimyasal tortular (kurşun, arsenik) mikotoksinler (aflatoksin, patulin, deoxynivalenol), patojenik mikroorganizmalar ve ilgili gıda ürünlerinin (sebze ve meyveler, kuruyemişler (nuts), çay, deniz ürünleri ve hayvansal gıdalar) belirtildiği 2019 yılına ilişkin “İthal Gıda Gözlem Denetimi Planı” da bu doğrultuda yürürlüğe konmuştur. (2019 Yılı Gıda Gözlem Denetimi Planı: www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods)

Öte yandan, bazı temel gıda ürünlerinin (buğday, arpa, pirinç, un, tuz, şeker) ithalatı, piyasadaki arzı, talep ve fiyat istikrarının korunması amacıyla özel mevzuat kapsamında düzenlenmiştir. Bu çerçevede, sözkonusu ürünlerin ithalatı devlet tarafından da yapılabilmektedir. (Act on Stabilization of Supply, Demand, Prices for Staple Food)

Bitki Sağlığı Denetimi

İthalatta bitki sağlığı denetimi (plant quarantine/protection inspection), Bitki Koruma Kanunu (Plant Protection Act) kapsamında yürütülmektedir. Yetkili kurum, Tarım, Orman ve Balıkçılık Bakanlığıdır. Bakanlık bitki denetim faaliyetini, hava ve deniz limanlarındaki bağlı birimi “Bitki Koruma İstasyonları” kanalıyla gerçekleştirmektedir. Gıda ürünleri ithalatına benzer şekilde, bitki ithalatında da gümrük işlemlerine geçilmeden önceki ilk aşama “bitki karantina denetimidir”.

Amaç, zararlıların (haşerelerin/pests, hastalıkların/diseases, virüslerin/bakterilerin, kimyasal tortuların/chemical residuels) bitki ithalatı yoluyla Japonya'ya girmesini önlemek ve böylelikle halk sağlığının yanısıra yerli bitki sağlığının da (tarımsal üretimin) korunmasını sağlamaktır. İthalatta karantina/koruma denetimine tabi bazı bitkiler kapsamında; tohumlar, fidan (filizler dahil), çiçek soğanı, kesme çiçekler, meyve ve sebzeler, tahıllar ve hububatlar, fasulye ve baklagiller, kurutulmuş çiçekler, baharatlar ve şifalı bitkiler yer almaktadır. İthalat denetiminde hassasiyet gösterilen başlıca haşereler ise; akdeniz meyve sineği, kavun sineği, elma kurdu (codling moth) ve patates siğilidir (potato wart).

Yaş meyve sebze ithalatı, hem bitki kontrol denetimine hem de akabinde gıda sağlığı denetimine tabidir. (<http://www.pps.go.jp/english/law/list2.html#f.26>)

Esasında bütün bitkiler kural olarak ithalat denetimine tabi olmakla birlikte, bazı bitkisel ürünler ithalat incelemesinden muaf tutulmaktadır. Örneğin, çay, mühürlü kaplarda paketlenmiş, konserve veya şişelenmiş ürünler gibi yeniden kirlenme riskinden arındırılmış ve yüksek oranda işlenmiş ürünler bu kapsamdadır.

Bitki ithalatında da ürünle ilgili belge ve bilgilerin doğruluğundan Japon ithalatçı firma sorumludur. İthalatçı firma tarafından, ürünün giriş yapacağı deniz/hava limanında yetkili Tarım Bakanlığına bağlı Bitki Koruma/Karantina İstasyonuna (Plant Protection Stations) “Bitki Denetim Başvurusu” yapılması gerekmektedir.

İthalatçının yapacağı başvuruda, ihracatçı ülke makamlarınca düzenlenmiş “Bitki Sağlık Sertifikasının (Phytosanitary Certificate)” mutlaka bulunması gerekmektedir. Bitki Sağlık Sertifikası olmayan bitkiler ve bitkisel ürünler, Bitki Koruma Kanunu uyarınca Japonya varış limanında imha edilmektedir. (disposed). Ülkeye girişine müsaade edilmemektedir.

Öte yandan, “Bitki Sağlık Sertifikası” olmadan piyasada satıldığı tespit edilen ithal bitkilerle ilgili sorumlu ithalatçılar aleyhinde adli yargılama kapsamında hapis veya para cezası kesilmektedir.

İncelemeye ilişkin karar Karantina İstasyonunda verilmektedir, ancak ürünle ilgili daha detay bir analiz gerektiğinde, örnekler bitki koruma istasyonu laboratuvarlarına alınır ve mikroskop ve/veya diğer gelişmiş inceleme cihazları kullanılarak hassas incelemeye tabi tutulur. Kargonun

büyüklüğüne göre tesadüfî yöntemle gerekli miktarda örnek/numune alınır ve incelenir. Bitki karantina denetimleri, ürünün türüne göre gemide veya limandaki depoda gerçekleştirilmektedir.

Diğer taraftan, karantina kapsamındaki bazı haşerelerin (pests) liman denetiminde tespiti veya bunlarla etkin mücadele için kontrol önlemleri teknik açıdan yeterli gelmeyebilmektedir. Dolayısıyla bu haşerelerin görüldüğü bitkilerin yetiştirildiği ihracatçı ülkedeki üretim sahaları da, önlem alınması bağlamında “bitki sağlık denetimine (phytosanitary inspection/measure)” tabi tutulabilmektedir. (<http://www.pps.go.jp/english/faq/index.html>)

Denetim sonucunda karantina haşeresi veya hastalık tespit edilmeyen ürünlerin Japonya’ya girişine izni verilmektedir. Herhangi bir karantina haşeresi tespiti halinde ise, firmanın ithalat talebi reddedilmektedir. Bununla birlikte, herhangi bir dezenfeksiyon tedavisinin (sterilizasyon) var olması durumunda, tedavinin tamamlanmasından sonra ithal izni verilebilmektedir.

Taşıdığı zararlıdan dolayı Japonya’ya ithalat yasağı uygulanan ülkemizin de bulunduğu bölge tanımında yer alan bazı bitkiler; Akdeniz meyve sineği (mediterranean fruit flies) veya elma kurdu (codling moths) görülen taze meyveler, patates sigili (potato wart) ve mavi küf (blue mold) görülen sebzeler/Solanaceae: patlıcan, domates, patates) ile topraklar ve topraklı bitkilerdir. (<http://www.pps.go.jp/english/law/list2.html>)

Netice itibarıyla, Japon varış limanında yapılan ithalat (karantina) denetimi sonucunda haşere ve hastalık bulunmadığı tespit edilen bitkilerin, akabinde gümrük işlemlerinin de tamamlanmasını (gümrük ve tüketici vergilerin ödenmesini) müteakip Japonya’ya girişine müsaade edilmektedir. (<http://www.customs.go.jp/english/summary/import.htm>)

Konu hakkında Uluslararası Kuruyemiş ve Kuru Meyve Konseyinin 2010 yılına ait yayınlanan bir raporunda; Japonya’ya yapılan kuru meyve ve yemiş ithalatında Karantina İstasyonlarınca yapılan bitki sağlığı denetimlerinde limit aşımı ihlalinin tespit edildiği başlıca kimyasal tortular ve ürünlerin; kükürt/sülfür dioksit (kuru kayısı) ve aflatoksin (yer fıstığı, antep fıstığı, badem, kuru incir) olduğu belirtilmektedir. Nitekim, Japonya’da görüşülen sektörel meslek kuruluşları da, Japon Devletinin kuru meyve ve yemiş ithalatında yaptığı denetimlerde kükürt ve aflatoksin için gösterdiği hassasiyete vurgu yapmıştır.

Evcil Hayvanlar Ve Hayvansal Ürünler Sağlık Denetimi

İthal edilecek evcil hayvan (koyun, tavuk, hindi, koyun, geyik, keçi, sığır, domuz) ve bunların ürünleri (et, yumurta, taze süt, sosis, jambon, deri) hava/deniz limanlarındaki Hayvan Karantina İstasyonlarında 1951 tarih ve 166 sayılı “Evcil Hayvanlar Bulaşıcı Hastalıklar Kontrolüne İlişkin Yasa” kapsamında denetime tabi tutulmaktadır. İhracatçı ülke tarafından düzenlenmiş Sağlık Sertifikası bulunmayan canlı hayvan ve hayvansal ürünlerin karantina denetimi olumsuz değerlendirilmektedir.

Mevzuat uyarınca, bulaşıcı hastalıkların (kuş gribi) görüldüğü ülkelerden ilgili evcil hayvanların ve ürünlerinin (karkasları veya kemiği, eti, yumurtası, derisi ve derisi, saçı, kapları ve ambalajları dahil) ithal edilebilmesi ancak Hayvan Karantina Şubesine yapılacak “hayvan ithalat bildirim” başvurusuyla birlikte ihracatçı ülke makamlarının düzenlediği karantina/denetim belgesinin “Veteriner Sağlık Sertifikasının/Veterinary Health Certificate” teslim edilmesiyle mümkün bulunmaktadır. Hayvan Karantina İstasyonunun yapacağı incelemenin olumlu sonuçlanmasıyla tanzim edeceği “İthalat Karantina Sertifikasına (certificate of import quarantine)” istinaden hayvanın gümrük işlemleri ve akabinde Japonya’ya girişi mümkün olabilmektedir. (http://www.maff.go.jp/e/japan_food/ap_health/pdf/act.pdf)

Japon Tarım Standartları (JAS) Sistemi

Kısaca “Japon Tarım Standartları Sistemi (JAS Sistemi)” olarak da adlandırılan uygulama 1950 tarih ve 175 sayılı “Tarım ve Orman Ürünleri Standardizasyon Kanunu” kapsamında yürütülmektedir. Yetkili kurum Tarım, Orman ve Balıkçılık Bakanlığı’dır.

JAS sistemi, gıda ürünlerinin belirli standartlar dahilinde yapılan üretimiyle ilgilidir. Dolayısıyla JAS sistemi, standartlara uygun metodla üretilen ürünün kaliteli olduğunu (ürünün şekli, boyutu, miktarı, paketi ve paketlenmesi) tüketiciye garanti etmektedir. (<http://www.maff.go.jp/e/policies/standard/jas/jas/>)

Başka bir ifadeyle, JAS Sistemi, üretim yöntemiyle ilgili standardizasyon ve sertifikasyon uygulamasıdır. JAS sertifikası sahibi Japon veya yabancı üreticiler, ürün ambalajlarında JAS markasını kullanabilmektedir. Ancak, JAS markasını kullanabilmeleri için yine Japon Tarım Bakanlığının Japonya veya başka ülkelerdeki belirli sertifika kuruluşlarını yetkilendirmesi,

yetkili sertifika kuruluşlarının da yerli/yabancı üretici firmaların üretim sürecini denetleyerek ürünlerinin ambalajında JAS Markasını kullanabilmelerine imkan sağlamaktadır.

JAS sistemi kapsamında yer alan işlenmiş gıda ve orman ürünleri Japonya Tarım, Hayvancılık ve Balıkçılık Bakanlığının web sayfasında (http://www.maff.go.jp/e/jas/jas/pdf/jas_list.pdf) duyurulmaktadır.

JAS Sistemi Kapsamında Organik Tarım ve Gıda Ürünleri Üretimi ve İthalatı

Yukarıdaki bölümlerde de bahsedildiği üzere Japon toplumu dünyanın en yaşlı nüfusuna sahiptir. Halk sağlığının hastalıklara karşı korunması bilinci, toplumda kimyasallardan arındırılmış organik/doğal gıda tüketiminin cazibesini artırmaktadır. Japon Hükümeti ülkede organik “tarım ve işlenmiş gıda” üretimini ve marketlerde satışını teşvik etmektedir. Japon kültürünün bir özelliği olarak “organik tarım/gıda ürünleri” itibarlı (lüks) hediye olarak da kabul görmektedir. Kuru incir ve kayısı hatta elma gibi tarım ürünleri bu kapsamda görülmektedir.

Japon Tarım Standartları (JAS) sistemi ayrıca organik gıda (bitki, işlenmiş ve hayvansal gıda, yem) üretim standartlarını da düzenlemektedir. Organik JAS Sistemi standartlarına uygun yöntemle üretilmiş/imal edilmiş ürünler için JAS Logosu kullanılmaktadır. Gübre, tarım kimyasalları, gıda ve hayvan yemi üretim tesislerinin yerinde denetimini yapmaya yetkili Gıda ve Tarım Malzemeleri Denetim Merkezi (the Food and Agriculture Materials Inspection Centre -FAMIC) ayrıca Japonya'daki sertifikasyon kuruluşlarının akreditasyonundan ve denetlenmesinden de sorumludur. Japonya’da veya yabancı ülkedeki üretici bir firmanın veya Japon ithalatçının “organik JAS Logosunu” ürün etiketinde kullanılabilmesi için Japonya Tarım Bakanlığınca yetkilendirilmiş (akredite edilmiş) sertifika kuruluşu tarafından üretim metodu ve tesisi yerinde denetlenmesi ve logo kullanımına onay verilmiş olması gerekmektedir. (Organik JAS Sistemi: <http://www.maff.go.jp/e/policies/standard/jas/specific/organic.html>)

Organik JAS Logosu



Başka bir ifadeyle, JAS Sistemindeki diğer gıda ürünlerinden farklı olarak, bir ürünün “organik” statüde kabul edilmesi için Japon Tarım Bakanlığının Organik JAS standartları dahilinde firma adına düzenlenmiş JAS sertifikası ve bu kapsamda ürün etiketinde JAS Logosuna sahip olması şarttır.

Organik JAS sistemine göre, bir tarım ürününün organik kabul edilebilmesi başlıca şartlara bağlıdır. Bunlar; bitki üretim sürecinde (enaz 2 yıl öncesi dönemde) ekim yapılacak arazide (toprakta) yasaklanmış tarım kimyasalları ve kimyasal gübreler ile rekombinant DNA teknolojisinin (rekombinant DNA technology-rDNA) kullanılmaması, bunların yerine bitkisel ve hayvansal gübrelerin veya mineral orijinli organik gübrelerin ve ayrıca organik fidelerin tercih edilmesi gerekmektedir. (Mevzuata göre, ciddi ve yoğun tehdit görülen çok zorunlu durumlarda öngörülen tedbirlerin yetersiz kalması halinde belirli limitlerdeki kimyasalların kontrollü olarak üretimde kullanılması mümkün görülebilmektedir.)

ABD, AB, Avustralya, Yeniz Zelanda, Arjantin, Kanada ve İsviçre'nin organik gıda sertifika düzenleme sistemleri, imzalanmış ikili anlaşmalar uyarınca Japonya organik JAS sistemi tarafından eşdeğer sistemler olarak kabul görmektedir. Dolayısıyla Japonya'da organik JAS sertifikası sahibi ithalatçı firmalar, bahsekonu eşdeğer ülkelerden ithal edecekleri ve bu ülkelerin yetkili kamu ve yarı kamu kuruluşlarınca düzenlenmiş organik sertifikasını haiz organik ürünlerin etiketleri üzerine JAS Logosunu ilaştırme yetkisine sahiptir.

Gıda Ürünlerinin Etiketlenmesi (Food Labelling)

Gıda Sağlığı ve güvenirliliğı kapsamında yer alan Gıda Etiketleme Kanunu uyarınca, ambalajı üzerinde etiketi olmayan yerli veya ithal ürün iç piyasada satılamaz. Amaç, tüketicinin sağlığının korunması ve rasyonel tercih yapabilmesini sağlamaktır.

Ürün etiket bilgilerinin mutlaka Japonca olması gerekmektedir. Doğru, okunaklı ve kolayca görülebilir büyüklükte olmalıdır. İthal ürünün piyasada satışı sırasında etiketin "gıda etiketleme mevzuatına" uygunluğundan Japon ithalatçı sorumludur.

Gıda etiketleri standardından sorumlu kurum 2015 yılında yapılan mevzuat değişikliğiyle Tarım Bakanlığı yerine Başbakanlık bünyesindeki Tüketici İşleri Ajansı olmuştur (Consumer Affairs Agency). Kurum, bu çalışmayı Sağlık, Tarım ve Maliye Bakanlıkları ile istişare ederek ve Tüketici Komisyonunun da görüşünü alarak gerçekleştirmektedir. (Tüketici İşleri Ajansı: <https://www.caa.go.jp/en/>)

Mevzuat uyarınca etiketleme şartına tabi olan bazı gıda ürünleri; tavuk yumurtası, margarin, meşrubatlar (soft drinks), dondurulmuş gıda, et ürünleri, gıda katkı maddeleri, işlenmiş gıdalar ve ambalaj içindeki (paketlenmiş) narenciye ürünleri ve muzdur.

İşlenmiş gıda ürünlerin etiketinde aşağıda belirtilen bilgilerin yer alması gerekmektedir.

- Ürün adı, son kullanım tarihi, ithalatçının adı ve adresi, kalori ve besin değeri, kullanılan katkı maddeleri (additives), içindeki malzemeler (ingredients), menşei ülkesi, net ağırlığı, koruma/muhafaza yöntemi, kullanım şekli, (varsa) alerjenik malzemeler (nihai ürün içinde kullanılan malzemelerin–ingredients–menşei ülke ismi dahil)
- Etiketle belirlenmesi şart olan birinci derecedeki alerjenik malzemeler (ingredients): karides/shrimp, yengeç/crab, buğday/wheat, karabuğday/buckwheat, yumurta/egg, süt ürünleri/sairy products, yer fıstığıdır/peanut.
- Etiketlemesi tavsiye olunan ikinci derecedeki alerjenik ürünler ise, deniz kulağı/abalone, kalamar/squid, somon yumurtası/salmon roe, portakal, kaju fıstığı/cashew nut, kivi, sığır eti/beef, ceviz, susam, somon, uskumru/mackerel, soya/soybean, tavuk, muz, domuz eti/pork, mantar/matsutakemushroom, şeftali, tatlı patates/yam, elma, jelatin.)

GENEL DEĞERLENDİRME ve DURUM TESPİTİ

Japonya gıda pazarı ülkemiz için halen keşfedilmemiş büyük bir maden rezervi gibidir. Ülkemizin dünyada en büyük üreticisi olduğu fındık, çekirdeksiz üzüm, incir, kayısı ve zeytinyağı başta olmak üzere işlenmiş meyve sebze ürünleri, peynir, tavuk eti ürünleri ve özellikle de bal sektörlerinde Japonya'nın potansiyel pazar olduğu değerlendirilmektedir.

Japonya'ya ihracatımızın karşılaştığı zorlukları özetle üç başlıkta sıralayabiliriz:

- a) Japon pazarının kendi zorluğu: Hem yurtiçi firmalar hem de ihracatçıların ağır rekabet koşulları altında çalışmaları.
- b) Türkiye-Japonya arasındaki ticaretin fiziki koşulları: Doğrudan gemi seferinin olmaması.
- c) Serbest Ticaret Anlaşması görüşmelerinin halen devam ediyor olması: Rakip ülkelerin ise imzalamış olması.

Japonya'ya mevcut durumda ihracatımızda avantaj yaratabilecek hususlar şunlar olabilir:

- a) JPYTL kurunun son yıllarda ülkemiz ihracatçısı lehine daha rekabetçi olması Japonya'ya özellikle gıda ihracatını cazip hale getirmektedir.
- b) Son yıllarda Japonya'da Müslüman turist sayısı artmakta ve Müslüman topluluğu büyümektedir. Bu da helal gıda pazarını büyütmektedir. Helal gıda pazarının büyümesi ihracatçılarımız için olumlu bir olgudur.

Japonya pazarı ile ilgili en önemli konu; hangi sektör olursa olsun hem yurtiçi firmaların hem de pazara girmeye çalışan yabancı firmaların çok ağır rekabet koşulları altında çalışıyor olmasıdır. Japon şirketleri sermaye ve operasyon kabiliyeti olarak çok güçlü oldukları gibi pazara girmeye çalışan yabancı firmalar da kendi ülkelerinin en iyi firmalarıdır. Dolayısıyla hem yerli hem yabancı firmalar en iyi ürünlerini en ucuz fiyattan pazara arz etmeye çalışmaktadırlar. Bu da haliyle karlılık oranlarını düşürmekte, firmaların ancak uzun vadeli hesap yapabildiğinde piyasada kalabileceği bir ortam yaratmaktadır. Örneğin; Japon borsasına kote olan şirketlerin yıllık net kar oranlarının ortalaması %5 civarındadır. Diğer bir husus; Japon firmalarının, araştırma, veri ve istatistiklere çok önem vermeleridir. Japon ithalatçı firmaları bir ürünün dünyada hangi ülkelerde hangi fiyat ve kalitede üretildiği, ülke ve insan profillerinin nasıl olduğu, iş yapma alışkanlıklarının ve firma kültürlerinin nasıl olduğu ile ilgili detaylı bilgilere sahip olmalarıdır. Dolayısıyla Japonya'daki ithalatçı firmalar bir ürünü, kalite-fiyat optimum noktasında satın almaya odaklanmışlardır. Bu durum haliyle satıcı firmaları zorlamaktadır.

Yukarıda ifade edildiği üzere, bu durum sadece yabancı firmalara karşı bir tutum veya strateji değildir. Yurtiçi üretici veya satıcı firmalar da son derece çetin rekabet kuralları altında faaliyet göstermektedir. Bu bakımdan firmalarımızın ürün kalitesi ve fiyatı konusunda çok iyi hazırlık yapmaları gerekmektedir.

Japonya'ya ihracattaki en büyük sorun Türkiye'den Japonya'ya tedarik süresinin 40 günden fazla olmasıdır. Bunun da en büyük sebebi doğrudan gemi seferinin olmamasıdır. THY kargo büyük bir imkan olmakla birlikte pahalı olması bu yolu elverişsiz yapmaktadır. Tedarik süresinin uzun olması Japonya'daki ithalatçı firmalar için ticaret imkanını ortadan kaldıracak bir kısıt olmaktadır. Çünkü çok rekabetçi olan pazarda tüm firmalar stok maliyetini düşük tutmaya ve lojistik yönetimi zaman-maliyet optimum olacak şekilde yapmaya çalışmaktadırlar.

Japonya ile Serbest Ticaret Anlaşması (STA) görüşmeleri devam etmektedir. Kısa sürede imzalanarak faaliyet geçeceği düşünülmekle birlikte, mevcut durumda Japonya'nın gıda ihraç ürünlerimize rakip olan ülkeler ile (özellikle AB) STA imzalamış olması ihracatımızı olumsuz etkileyecektir. Örneğin; AB gıda ürünleri 2019 yılında yürürlüğe giren STA anlaşması nedeniyle market raflarında %10-20 oranında ucuzlayacaktır. Ülkemizin de STA imzalaması halinde bu olumsuz durum ortadan kalkacaktır.

PAZARA GİRİŞ STRATEJİSİ

Elbette ki; pazara giriş için en önemli aşama alıcının bulunarak ilk temasın yapılmasıdır. En başta söylemek gerekiyor ki; ilk temasın e-posta ile yapılmaya çalışılması fayda sağlamayacaktır. Genel olarak önerilen yöntemler şu şekildedir.

- Fuarlara düzenli katılım veya ziyaret
- Sektörel Ticaret Heyetlerine katılım
- Danışmanlık firması ile çalışma

Danışmanlık firması ile çalışmak masraflı bir yöntem olup sadece çok büyük firmalara önerilebilecek bir yöntemdir.

Sektör kuruluşlarının organize ettiği sektörel ticaret heyetleri B2B çalışmasının iyi yapılması durumunda faydalı olabilecektir.

KOBİ'lerin bireysel olarak yapabilecekleri çalışma ise fuarlara düzenli katılmak ve ziyaret etmektir. Japonya'da yapılan fuarlar dışında uluslararası fuarlarda da Japon firmalar ile temas kurulabilir.

Firmalarımızın genelde büyük Japon firmalar ile temas kurmaya çalıştığı görülmektedir. Büyük firmaların aşırı bürokratik yapıları ve büyük olmanın avantajını sonuna kadar kullanmak istemeleri bu firmalar ile çalışmayı zorlaştırmaktadır. Diğer taraftan, Japonya'da pek çok küçük-orta ölçekli ithalatçı firma bulunmaktadır. Bu tür firmalar pazarda rekabet edebilmek için rakipleri ile çalışmayan başka üretici firmalarla çalışmak istemektedirler. Bu bakımdan, bu tür firmalar ile temas kurmak ve ilişki yürütmek daha kolay olacaktır.

İhracatçılarımızın ve sektör kuruluşlarının ihtiyaç duyacağı; Japon gıda pazarında faaliyet gösteren doğrudan veya dolaylı ithalat yapan şirketler ile ilgili genel bilgiler, sektörlerine ve faaliyet alanlarına göre sınıflandırılarak, raporun “Japon Gıda Şirketleri” ve “Satış Kanalları” kısımlarında verilmiştir.

EK 1- JAPONYA DIŞ TİCARET TABLOLARI

- 1. Japonya'nın İhracatında İlk On Ülke**
- 2. Japonya'nın İhracatında İlk Beş Ülke**
- 3. Japonya'nın İhracatında İlk Beş Ürün**
- 4. Ürünlere Göre İhracat**
- 5. Japonya'nın İthalatında İlk On Ülke**
- 6. Japonya'nın İthalatında İlk Beş Ülke**
- 7. Japonya'nın İthalatında İlk Beş Ürün**
- 8. Ürünlere Göre İthalat**
- 9. Japonya'nın İhracat Yapısı**
- 10. Japonya'nın İthalat Yapısı**
- 11. Japonya'nın İhracatındaki En Büyük On Ürün**
- 12. Japonya'nın İthalatındaki En Büyük On Ürün**
- 13. Önemli İthal Ürünlerde Tedarikçi Ülkeler (2018)**

JAPONYA'NIN İHRACATINDA İLK ON ÜLKE (10 milyar Yen)															
	2000			2005			2010			2015			2018		
	Ülke	Değer	Payı (%)	Ülke	Değer	Payı (%)	Ülke	Değer	Payı (%)	Ülke	Değer	Payı (%)	Ülke	Değer	Payı (%)
1	ABD	1.536	29,7	ABD	1.481	22,5	Çin	1.309	19,4	ABD	1.522	20,1	Çin	1.590	19,5
2	Taiwan	387	7,5	Çin	884	13,5	ABD	1.037	15,4	Çin	1.322	17,5	ABD	1.547	19,0
3	G. Kore	331	6,4	G. Kore	515	7,8	G. Kore	546	8,1	G. Kore	533	7,0	G.Kore	579	7,1
4	Çin	327	6,3	Taiwan	481	7,3	Taiwan	459	6,8	Taiwan	447	5,9	Taiwan	468	5,7
5	Hong Kong	293	5,7	Hong Kong	397	6,0	Hong Kong	370	5,5	Hong Kong	424	5,6	Hong Kong	383	4,7
6	Singapur	224	4,3	Tayland	248	3,8	Tayland	299	4,4	Tayland	339	4,5	Tayland	356	4,4
7	Almanya	216	4,2	Almanya	206	3,1	Singapur	221	3,3	Singapur	240	3,2	Singapur	258	3,2
8	İngiltere	160	3,1	Singapur	203	3,1	Almanya	178	2,6	Almanya	196	2,6	Almanya	231	2,8
9	Malezya	150	2,9	İngiltere	166	2,5	Malezya	154	2,3	Avustralya	155	2,1	Avustralya	189	2,3
10	Tayland	147	2,8	Hollanda	145	2,2	Hollanda	143	2,1	Vietnam	152	2,0	Endonezya	174	2,1
İLK ON TOPLAM		3.771	73		4.725	72		4.717	70		5.331	70,5		5.775	70,9
TOPLAM İHRACAT		5.165			6.566			6.740			7.561			8.148	

Kaynak: JFTC

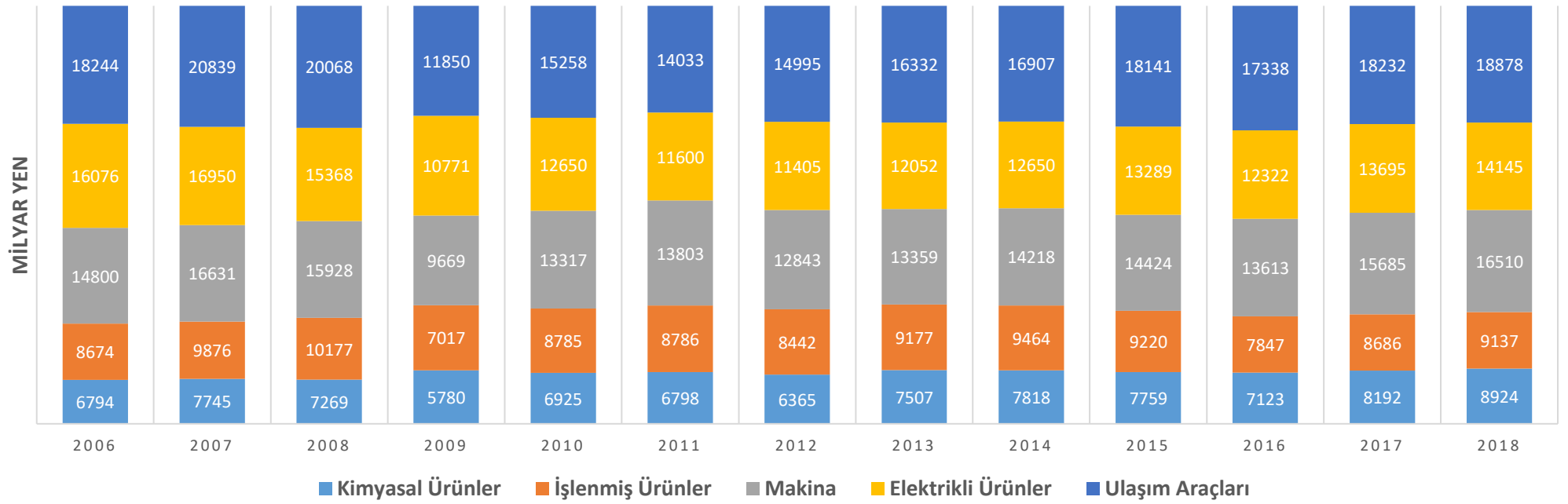
JAPONYA’NIN İHRACATINDA İLK BEŞ ÜLKE (milyar Yen)												
	2015			2016			2017			2018		
	Ülke	Değer	Büyüme (%)	Ülke	Değer	Büyüme (%)	Ülke	Değer	Büyüme (%)	Ülke	Değer	Büyüme (%)
1	ABD	15.225	11,5	ABD	14.143	-7,1	Çin	14.890	20,4	Çin	15.901	6,8
2	Çin	13.229	-1,1	Çin	12.362	-6,5	ABD	15.113	6,9	ABD	15.466	2,3
3	G. Kore	5.331	-2,3	G. Kore	5.021	-5,7	G. Kore	5.975	19,0	G. Kore	5.793	-3
4	Taiwan	4.473	5,7	Taiwan	4.268	-4,6	Taiwan	4.558	6,8	Taiwan	4.680	2,7
5	Hong Kong	4.237	4,9	Hong Kong	3.652	-13,8	Hong Kong	3.974	8,8	Hong Kong	3.833	-3,6
	İLK BEŞ TOPLAM	42.495			39.445			44.510			45.672	
	TOPLAM İTHALAT	75.632			70.040	-7,4		78.286	11,8		81.485	4,1

Kaynak: JFTC

JAPONYA’NIN İHRACATINDA İLK BEŞ ÜRÜN (milyar Yen)									
2016				2017			2018		
	Ürün	Değer	Büyüme (%)	Ürün	Değer	Büyüme (%)	Ürün	Değer	Büyüme (%)
1	Motorlu Araçlar	11.333	-5,9	Motorlu Araçlar	11.825	4,3	Motorlu Araçlar	12.308	4,1
2	Yarı iletkenler	3.608	-7,8	Yarı iletkenler	4.022	11,5	Yarı iletkenler	4.150	3,2
3	M. Araçlar Yedek P.	3.461	-0,6	M. Araçlar Yedek P.	3.897	12,6	M. Araçlar Yedek P.	3.991	2,4
4	Demir&Çelik Ürünleri	2.843	-22,5	Demir&Çelik Ürünleri	3.284	15,5	Demir&Çelik Ürünleri	3.441	4,8
5	Enerji Ür. Makinaları	2.417	-6,7	Enerji Ür. Makinaları	2.745	13,6	Enerji Ür. Makinaları	2.949	7,4
İLK BEŞ TOPLAM		23.662			25.773			26.839	
TOPLAM İHRACAT		70.040	-7,4		78.286	11,8		81.485	4,1

Kaynak: JFTC

ÜRÜNLERE GÖRE İHRACAT



Kaynak: JFTC

JAPONYA'NIN İTHALATINDA İLK ON ÜLKE (10 milyar Yen)															
	2000			2005			2010			2015			2018		
	Ülke	Değer	Payı (%)	Ülke	Değer	Payı (%)	Ülke	Değer	Payı (%)	Ülke	Değer	Payı (%)	Ülke	Değer	Payı (%)
1	ABD	778	19	Çin	1.198	21,0	Çin	1.341	22,1	Çin	1.943	24,8	Çin	1.919	23,2
2	Çin	594	14,5	ABD	707	12,4	ABD	591	9,7	ABD	806	10,3	ABD	901	10,9
3	G. Kore	220	5,4	S. Arabistan	317	5,6	Avusturalya	395	6,5	Avustralya	421	5,4	Avustralya	505	6,1
4	Tayvan	193	4,7	BAE	280	4,9	S.Arabistan	315	5,2	G.Kore	324	4,1	S. Arabistan	373	4,5
5	Endonezya	177	4,3	Avustralya	271	4,8	BAE	257	4,2	S.Arabistan	304	3,9	G. Kore	355	4,3
6	UAE	160	3,9	G.Kore	270	4,7	G.Kore	250	4,1	BAE	285	3,6	BAE	305	3,7
7	Avusturalya	160	3,9	Endonezya	230	4,0	Endonezya	248	4,1	Tayvan	282	3,6	Tayvan	300	3,6
8	Malezya	156	3,8	Tayvan	199	3,5	Tayvan	202	3,3	Malezya	260	3,3	Almanya	287	3,5
9	S. Arabistan	153	3,7	Almanya	197	3,5	Malezya	199	3,3	Tayland	247	3,2	Tayland	277	3,3
10	Almanya	137	3,4	Tayland	172	3,0	Tayland	184	3,0	Almanya	245	3,1	Endonezya	238	2,9
İLK ON TOPLAM		2.728	66,6		3.839	67,4		3.982	65,5		5.117	65,3		5.459	66,0
TOPLAM İTHALAT		4.094			5.695			6.076			7.841			8.269	

Kaynak: JFTC

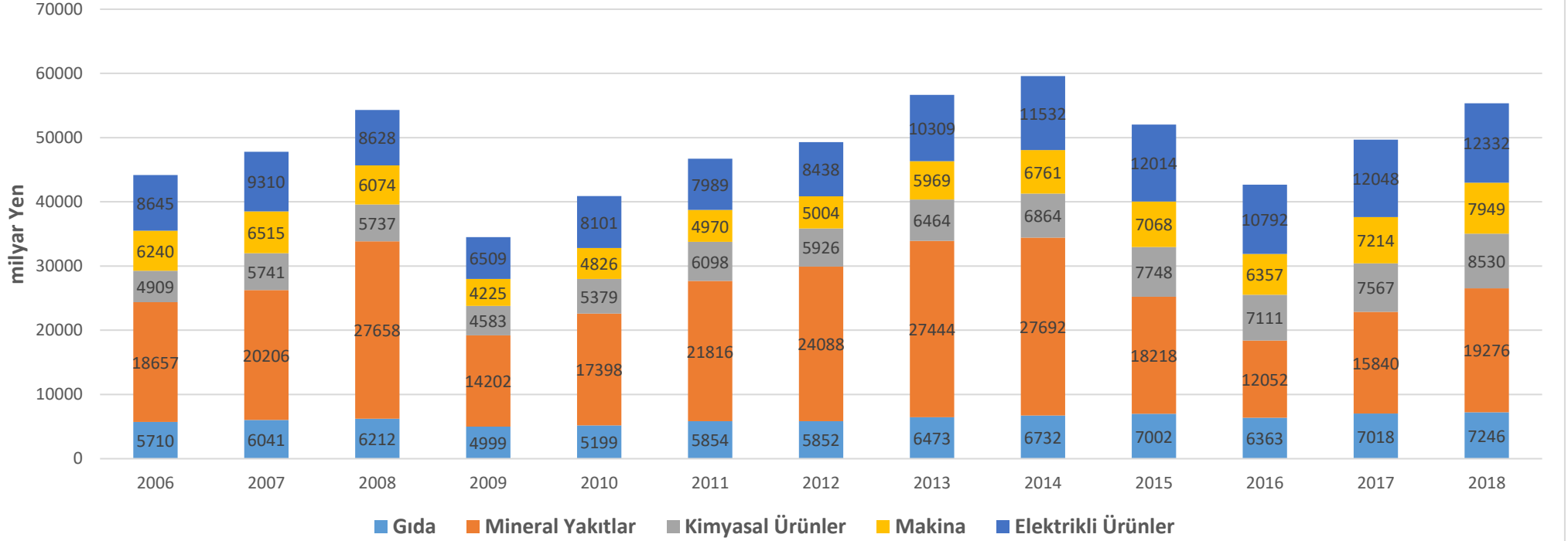
JAPONYA'NIN İTHALATINDA İLK BEŞ ÜLKE (milyar Yen)												
	2015			2016			2017			2018		
	Ülke	Değer	Büyüme (%)	Ülke	Değer	Büyüme (%)	Ülke	Değer	Büyüme (%)	Ülke	Değer	Büyüme (%)
1	Çin	19.422	1,3	Çin	17.016	-12,4	Çin	18.459	8,5	Çin	19.187	3,9
2	ABD	8.054	6,8	ABD	7.309	-9,3	ABD	8.090	10,7	ABD	9.011	11,4
3	Avusturalya	4.216	-17,2	Avustralya	3.308	-21,4	Avusturalya	4.365	32,0	Avustralya	5.048	15,7
4	G. Kore	3.244	-8,1	G. Kore	2.719	-16,2	G. Kore	3.153	16,0	S. Arabistan	3.733	19,8
5	S. Arabistan	3.035	-39,5	Tayvan	2.495	-11,4	S. Arabistan	3.115	24,8	G. Kore	3.549	12,6
İLK BEŞ TOPLAM		37.971			32.848			37.182			40.528	
TOPLAM İTHALAT		78.468	-8,7		65.969	-15,9		75.379	14,3		82.691	9,7

Kaynak: JFTC

JAPONYA’NIN İTHALATINDA İLK BEŞ ÜRÜN									
	2016			2017			2018		
	Ürün	Değer	Büyüme (%)	Ürün	Değer	Büyüme (%)	Ürün	Değer	Büyüme (%)
1	Petrol	5.534	-32,4	Petrol	7.155	29,3	Petrol	8.909	24,5
2	LNG	3.284	-40,4	LNG	3.917	19,3	LNG	4.730	20,8
3	Tekstil ve Hazır Giyim	2.996	-12,3	Tekstil ve Hazır Giyim	3.109	3,8	Tekstil ve Hazır Giyim	3.305	6,3
4	Tıbbi Ürünler	2.766	-5,4	Haberleşme Araçları	3.109	12,4	Haberleşme Araçları	3.084	0,8
5	Haberleşme Araçları	2.723	-7,2	Tıbbi ürünler	2.645	- 2,9	Tıbbi ürünler	2.943	11,3
İLK BEŞ TOPLAM		17.303			19.935			22.971	
TOPLAM İTHALAT		65.969	-15,9		75.379	14,3		82.691	9,7

Kaynak: JFTC

ÜRÜNLERE GÖRE İTHALAT



Kaynak: JFTC

JAPONYA’NIN İHRACAT YAPISI					
İhracat İçinde Ürünlerin Payı (%)					
	2014	2015	2016	2017	2018
Gıda	0,7	0,8	1	0,8	0,9
Hammaddeler	1,6	1,5	1	1,4	1,4
Mineral Yakıtlar	2,1	1,6	1	1,4	1,6
Kimyasallar	10,7	10,3	10	10,5	11
Demir Çelik	5,4	4,9	4	4,2	4,2
Metal Ürünler	3,6	3,5		1,8	1,9
Tekstil Ürünleri	1	1	1	0,9	0,9
Kauçuk Ürünleri	1,4	1,3		1,1	1,1
Makina	19,5	19,1	13,6	20	20,3
Elektrik Elektronik	17,3	17,6	12,3	17,5	17,4
Ulaşım Araçları	23,1	24	17,3	23,3	23,2
Optik Aletler	3,9	3,7		3,1	2,8

Kaynak: JFTC

JAPONYA'NIN İTHALAT YAPISI					
İthalat İçinde Ürünlerin Payı (%)					
	2014	2015	2016	2017	2018
Deniz Ürünleri	2,1	2,3	2,2	2,2	2
Et ve ürünleri	1,6	1,8	2	2	1,8
Tahıl ve ürünleri	1	1,1	1,1	1	1
Sebze meyve	1,2	1,4	1,5	1,4	1,4
Hammaddeler	6,5	6,3	6	6,3	6,1
Mineral Yakıtlar	32,2	23,2	18,3	21	23,3
Kimyasallar	8	9,9	10,7	10	10,3
Demir Çelik	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2
Metaller	3,4	3,7	3,7	2,3	2,3
Tekstil ürünleri	1,1	1,2	1,3	1,2	1,2
Hazır Giyim	3,8	4,4			
Makina	7,9	9	9,6	9,6	9,6
Elektrik Elektronik	13,4	15,3	16,4	16	14,9
Ulaşım Araçları	3,6	4	4,7	4,2	4,2
Optik Aletler	1,8	2,1		2,3	2,2

Kaynak: JFTC

JAPONYA'NIN İHRACATINDAKİ EN BÜYÜK ON ÜRÜN										
	2000		2005		2010		2015		2018	
	Ürün	Payı (%)	Ürün	Payı (%)	Ürün	Payı (%)	Ürün	Payı (%)	Ürün	Payı (%)
1	Motorlu Araçlar	13,4	Motorlu Araçlar	15,1	Motorlu Araçlar	13,6	Motorlu Araçlar	15,9	Motorlu Araçlar	15,1
2	Yarı İletkenler	8,9	Yarı İletkenler	6,7	Yarı İletkenler	6,2	Yarı İletkenler	5,2	Yarı İletkenler	5,1
3	Ofis Makinaları	6	Demir Çelik Ürünleri	4,6	Demir Çelik Ürünleri	5,5	Demir Çelik Ürünleri	4,9	Otomotiv Yedek parça	4,9
4	Optik aletler	5,1	Otomotiv Yedek Parça	4,3	Otomotiv Yedek parça	4,6	Otomotiv Yedek Parça	4,6	Demir Çelik Ürünleri	4,2
5	Otomotiv Yedek Parça	3,6	Optik Aletler	3,8	Plastik Materyaller	3,5	Enerji Üretim Mak.	3,4	Enerji Üretim Mak.	3,6
6	Enerji Üretim Mak.	3,2	Enerji Üretim Mak.	3,3	Enerji Üretim Mak.	3,5	Plastik Materyaller	3,2	Yarıiletken Üretim Mak.	3,3
7	Demir Çelik Ürünleri	3,1	Organik Kimyasallar	2,9	Gemi	3,3	Optik Aletler	3,1	Plastik Materyaller	3,1
8	Görsel Araçlar	2,7	Görsel Araçlar	2,7	Optik Aletler	3	Organik Kimyasallar	2,8	Optik Aletler	2,8
9	Organik Kimyasallar	2,3	Plastik Materyaller	2,6	Organik Kimyasallar	2,8	Elektrikli Aletler	2,5	Elektrikli Aletler	2,6
10	Plastik Materyaller	2	Elektrikli Aletler	2,6	Elektrikli Aletler	2,6	Elektrikli Ölçüm Alet.	1,9	Organik Kimyasallar	2,5

Kaynak: JFTC

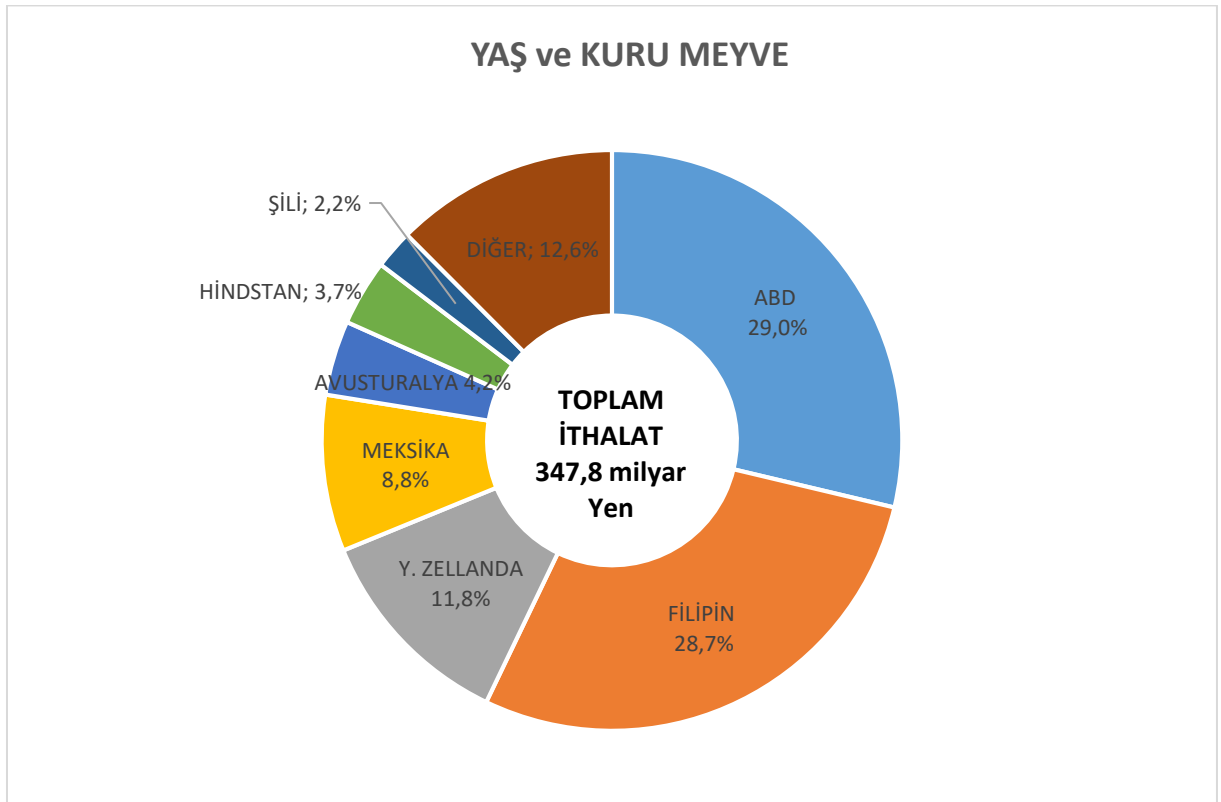
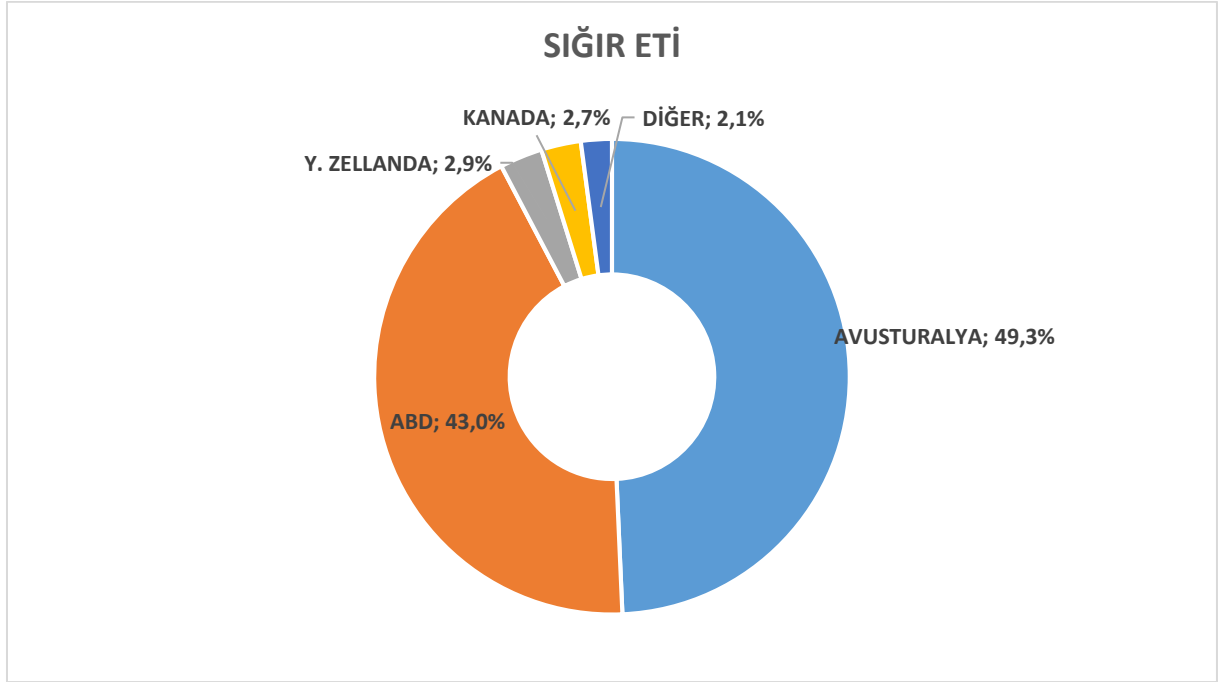
JAPONYA'NIN İTHALATINDAKİ EN BÜYÜK ON ÜRÜN										
	2000		2005		2010		2015		2018	
	Ürün	Payı (%)	Ürün	Payı (%)	Ürün	Payı (%)	Ürün	Payı (%)	Ürün	Payı (%)
1	Petrol	11,8	Petrol	15,5	Petrol	15,5	Petrol	10,4	Petrol	10,8
2	Ofis Araçları	7,1	Hazır Giyim	4,3	LNG	5,7	LNG	7	LNG	5,7
3	Yarı İletkenler	5,2	Yarı İletkenler	4,1	Hazır Giyim	3,8	Hazır Giyim	4,4	Hazır Giyim	4
4	Hazır Giyim	5,2	Bilgisayar ve Parç.	3,6	Yarı İletkenler	3,5	Yarı İletkenler	3,8	Telefon Araçları	3,7
5	Deniz Ürünleri	4	LNG	3,5	Kömür	3,5	Telefon Araçları	3,7	Tıbbi Ürünler	3,6
6	LNG	3,4	Görsel ve İşitsel Ar.	2,8	Görsel ve İşitsel Ar.	2,7	Tıbbi Ürünler	3,7	Yarı İletkenler	3,4
7	Optik Aletler	2,3	Deniz Ürünleri	2,7	Metaller	2,6	Kömür	2,5	Kömür	3,4
8	Petrol Ürünleri	2,3	Kömür	2,7	Petrol Ürünleri	2,6	Bilgisayar ve Parç.	2,5	Petrol ürünleri	2,5
9	Et Ürünleri	2,3	Petrol Ürünleri	2,6	Bilgisayar ve Parç.	2,5	Petrol ürünleri	2,3	Bilgisayar ve Parç.	2,5
10	Görsel ve İşitsel Ar.	2,1	Metaller	2,6	Tıbbi Ürünler	2,5	Metaller	2,1	Metaller	2,4

Kaynak: JFTC

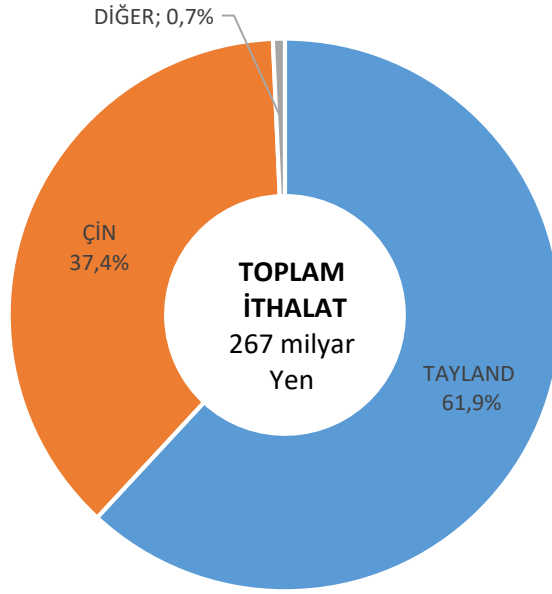
ÖNEMLİ İTHAL ÜRÜNLERDE TEDARİKÇİ ÜLKELER (2018)										
	1. ÜLKE			2. ÜLKE			3. ÜLKE			İlk Üç Tedarikçinin Payı (%)
	Ülke	Değer (milyon Yen)	Payı (%)	Ülke	Değer (milyon Yen)	Payı (%)	Ülke	Değer (milyon Yen)	Payı (%)	
Kömür	Avustralya	1,723,332	61,5	Endonezya	348,037	12,4	Rusya	263,560	9,4	83,4
Petrol	S. Arabistan	67,935,149	38,6	BAE	44,603,627	25,4	Katar	13,809,040	7,9	71,8
LNG	Avustralya	1,677,427	35,5	Malezya	610,201	12,9	Katar	569,627	12	60,4
Demir Cevheri	Avustralya	510,297	49,6	Brezilya	320,337	31,1	Kanada	67,552	6,6	87,3
Ahşap	Kanada	113,534	27,8	ABD	76,529	18,8	Rusya	49,644	12,2	58,8
Demir Dışı Cevherler	Şili	475,035	29,5	Endonezya	262,579	16,3	Avustralya	207,571	12,9	58,6
Deniz Ürünleri	Çin	306,372	18,4	ABD	153,015	9,2	Şili	143,570	8,6	36,3
Soya fasulyesi	ABD	117,502	69,1	Brezilya	26,915	15,8	Kanada	22,872	13,4	98,4
Mısır	ABD	342,542	91,9	Brezilya	17,229	4,6	G. Afrika	7,998	2,1	98,7
Buğday	ABD	87,407	48,3	Kanada	60,203	33,2	Avustralya	30,189	16,7	98,2

Kaynak: JFTC

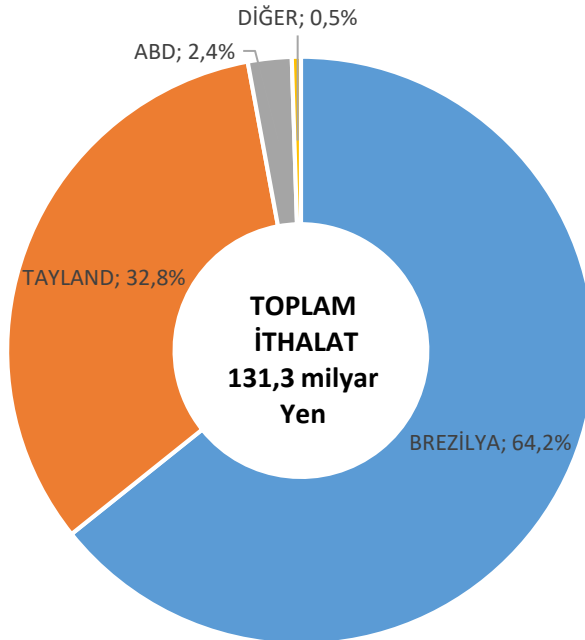
EK 2-ÜLKELERE GÖRE JAPONYA BAZI TARIM ÜRÜNLERİ İTHALATI



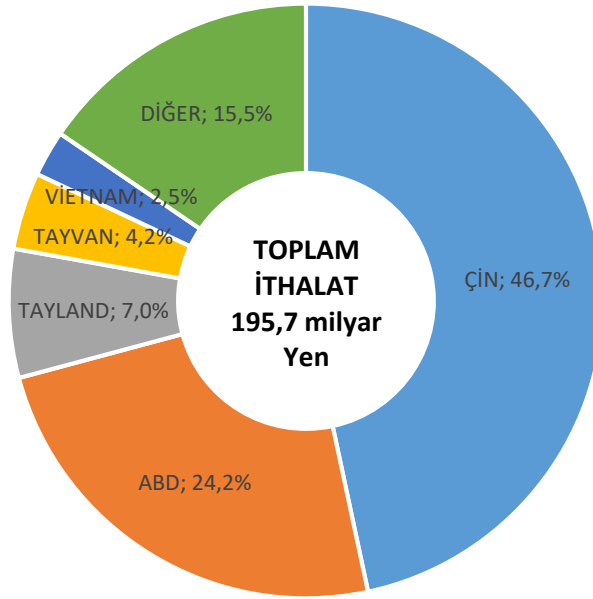
TAVUK ETİ ÜRÜNLERİ



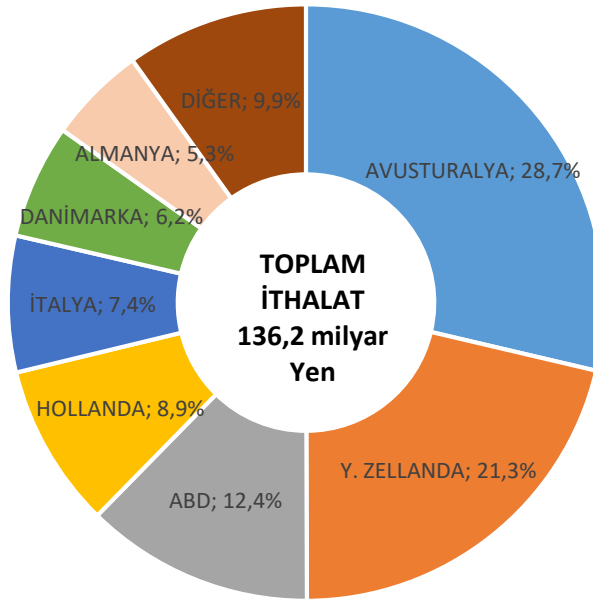
TAVUK ETİ



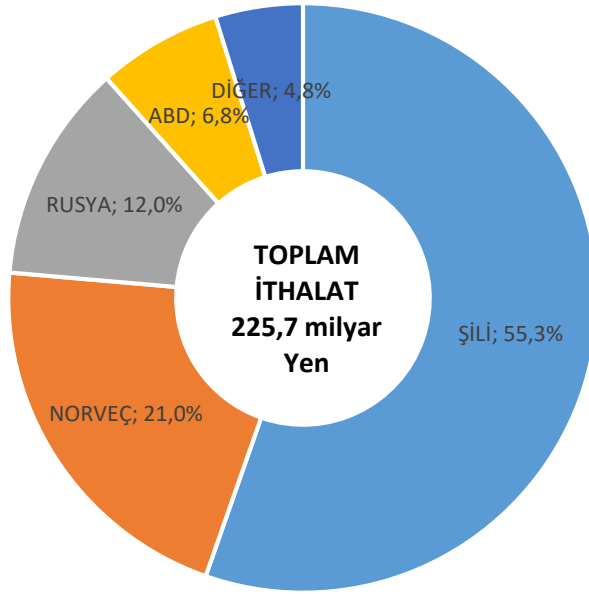
DONDURULMUŞ GIDA



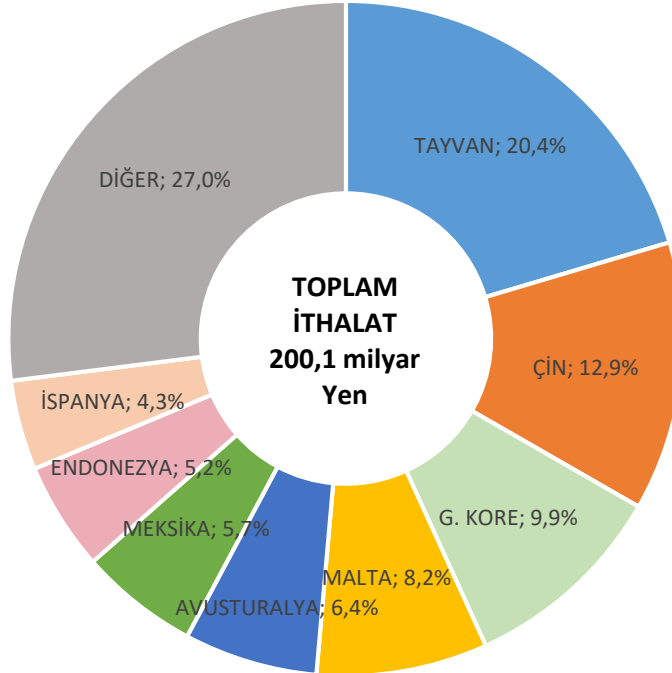
DOĞAL PEYNİR



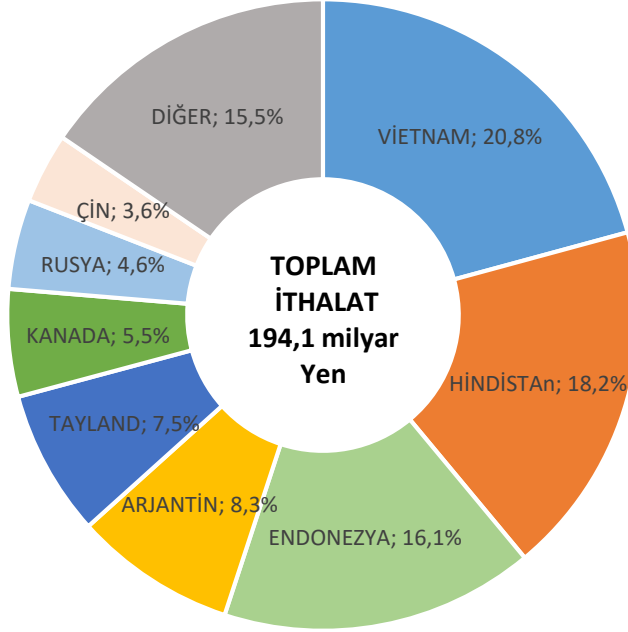
SOMON ve ALABALIK



TUNA



KARİDES



EK 3-JAPONYA'YA GIDA İHRACATIMIZ

GTIP	Sektör	GTIP	Ürünler	2014 (bin \$)	2015 (bin \$)	2016 (bin \$)	2017 (bin \$)	2018 (bin \$)
02	ETLER VE YENİLEN SAKATAT	0207	KÜMES HAYVANLARININ ETLERİ VE YENİLEN SAKATATI (TAZE, SOĞUTULMUŞ VEYA DONDURULMUŞ)				0	1.845
		Sektör Toplamı					0	1.845
03	BALIKLAR, KABUKLU HAYVANLAR, YUMUŞAKÇALAR VE SUDA YAŞAYAN DİĞER OMURGASIZ HAYVANLAR	0301	CANLI BALIKLAR					1
		0302	BALIKLAR (TAZE VEYA SOĞUTULMUŞ)	36.986	44.374	39.859	44.677	45.704
		0303	BALIKLAR (DONDURULMUŞ)	0		86	76	3.174
		0304	BALIK FİLETOLARI VE DİĞER BALIK ETLERİ (TAZE, SOĞUTULMUŞ VEYA DONDURULMUŞ)				3.783	1.122
		0305	BALIKLAR (KURUTULMUŞ, TUZLANMIŞ, SALAMURA EDİLMİŞ VEYA TÜTSÜLENMİŞ)			16		
		0307	YUMUŞAKÇALAR (CANLI, TAZE, SOĞUTULMUŞ, DONDURULMUŞ, KURUTULMUŞ, TUZLANMIŞ VS.)	3.324	1.827	2.944	2.157	2.955
		Sektör Toplamı		40.310	46.201	42.905	50.694	52.955
04	SÜT ÜRÜNLERİ, YUMURTALAR, TABİİ BAL, DİĞER YENİLEBİLİR HAYVANSAL MENŞELİ ÜRÜNLER	0402	SÜT, KREMA (KONSANTRE EDİLMİŞ, İLAVE ŞEKER VEYA DİĞER TATLANDIRICI MADDE İÇERENLER)	3.361	807	4.324	2.252	
		0404	PEYNİR ALTI SUYU VE TABİİ SÜT BİLEŞENLERİNDEN İBARET DİĞER ÜRÜNLER	10.425	2.208	3.884	304	
		0405	SÜTTEN ELDE EDİLEN YAĞLAR, SÜRÜLEREK YENİLEN SÜT ÜRÜNLERİ				5	3
		0406	PEYNİR VE PIHTILAŞMIŞ ÜRÜNLER	149	89	98	112	96
		0409	TABİİ BAL	32	14	9	9	9
		0410	TARİFEDE YER ALMAYAN YENİLEN HAYVANSAL MENŞELİ ÜRÜNLER	1				
		Sektör Toplamı		13.968	3.118	8.315	2.682	109

EK 3-JAPONYA'YA GIDA İHRACATIMIZ

GTIP	Sektör	GTIP	Ürünler	2014 (bin \$)	2015 (bin \$)	2016 (bin \$)	2017 (bin \$)	2018 (bin \$)
05	DİĞER HAYVANSAL MENŞELİ ÜRÜNLER (KIL, KEMİK, BOYNUZ, FİLDİŞİ, MERCAN, BAĞIRSAK, VB.)	0504	HAYVAN BAĞIRSAK, MESANE VE MİDESİ (TAZE, SOĞUTULMUŞ, DONDURULMUŞ, TUZLANMIŞ, SALAMURA, KURUTULMUŞ VE	389		3		
		0511	BAŞKA YERDE BELİRTİLMİYEN HAYVANSAL ÜRÜN VE (YENMEYEN) CANSIZ HAYVAN	0				
		Sektör Toplamı		390		3		
06	CANLI AĞAÇLAR VE DİĞER BİTKİLER, YUMRULAR, KÖKLER VE BENZERLERİ, KESME ÇİÇEKLER VE SÜS YAPRAKLARI	0602	DİĞER CANLI BİTKİLER (KÖKLERİ DAHİL) ÇELİKLER, AŞI KALEM VE GÖZLERİ; MANTAR MİSELLERİ	14	5	13	6	21
		0603	BUKET YAPMAYA ELVERİŞLİ VEYA SÜS AMACINA UYGUN KESME ÇİÇEK VE ÇİÇEK TOMURCUKLARI	380	453	436	178	127
		0604	BUKET YAPMAYA ELVERİŞLİ BİTKİ YAPRAKLARI, DALLARI VB DİĞER KISIMLARI	23	49	22	34	43
		Sektör Toplamı		417	507	472	218	191
07	YENİLEN SEBZELER VE BAZI KÖK VE YUMRULAR	0704	LAHANALAR, KARNABAHLAR, ALABAŞLAR, YAPRAK LAHANALAR VE BENZERİ YENİLEN BRASSİKALAR (TAZE/SOĞUTULMU	11				
		0709	DİĞER SEBZELER (TAZE/SOĞUTULMUŞ)	1.430	959	41	919	987
		0710	SEBZE, (PIŞIRILMEMİŞ VEYA BUHARDA VEYA SUDA KAYNATILMIŞ) (DONDURULMUŞ)	647	1.047	1.303	982	3.050
		0711	GEÇİCİ OLARAK KONSERVE EDİLMİŞ SEBZELER			0		
		0712	KURUTULMUŞ SEBZELER (BÜTÜN, KESİLMİŞ, DİLİMLENMİŞ, KIRILMIŞ, TOZ HALİNDE)	32	60	241	126	100
		0713	KURU BAKLAGİLLER (KABUKSUZ) (TANELERİ İKİYE AYRILMIŞ)	109	120	165	125	164
		0714	MANYOK, ARAROT , SALEP, YER ELMASI , TATLI PATATES VE BENZERİ KÖK VE YUMRULAR, SAGU ÖZÜ					0
		Sektör Toplamı		2.229	2.185	1.751	2.151	4.302

EK 3-JAPONYA'YA GIDA İHRACATIMIZ

GTIP	Sektör	GTIP	Ürünler	2014 (bin \$)	2015 (bin \$)	2016 (bin \$)	2017 (bin \$)	2018 (bin \$)
08	YENİLEN MEYVELER VE SERT KABUKLU MEYVELER	0801	HİNDİSTAN CEVİZİ, BREZİLYA VE KAJU CEVİZİ (TAZE/KURUTULMUŞ)	0				
		0802	DİĞER KABUKLU MEYVELER (TAZE/KURUTULMUŞ) (KABUĞU ÇIKARILMIŞ/SOYULMUŞ)	5.293	7.151	4.028	3.320	2.973
		0804	HURMA, İNCİR, ANANAS, AVOKADO VE GUAVA ARMUDU, MANGO VE MANGOST (TAZE/KURUTULMUŞ)	8.898	7.641	7.027	7.877	7.863
		0805	TURUNÇGİLLER (TAZE/KURUTULMUŞ)	238	117	1.487	71	921
		0806	ÜZÜMLER (TAZE/KURUTULMUŞ)	4.551	4.165	3.477	4.024	13.617
		0810	DİĞER MEYVELER (TAZE)				1	1
		0811	MEYVELER VE SERT KABUKLU MEYVELER (DONDURULMUŞ)	632	715	1.409	1.366	983
		0813	MEYVE (KURUTULMUŞ) (0801, 0806'DE KİLER HARİÇ)08. FASILDAKİ SERT VE KABUKLULARIN KARIŞIMLARI	1.982	1.175	1.508	1.763	1.442
		0814	TURUNÇGİLLERİN, KAVUNLARIN (KARPUZLAR DAHİL) KABUKLARI (TAZE/DONDURULMUŞ/KURUTULMUŞ VS.)			3	11	61
			Sektör Toplamı	21.594	20.965	18.939	18.434	27.861

EK 3-JAPONYA'YA GIDA İHRACATIMIZ

GTIP	Sektör	GTIP	Ürünler	2014 (bin \$)	2015 (bin \$)	2016 (bin \$)	2017 (bin \$)	2018 (bin \$)
09	KAHVE, ÇAY, PARAGUAY ÇAYI VE BAHARAT	0901	KAHVE, KAHVE KABUK VE KAPÇIKLARI, İÇİNDE HERHANGİ BİR ORANDA KAHVE BULUNUP KAHVE YERİNE KULLANILAN Ü	4	1	3	1	2
		0902	ÇAY	25	7	19	14	24
		0904	PİPER, CAPSİCUM VE PİMENTA CİNSİ BİBERLER (KURUTULMUŞ, EZİLMİŞ VEYA ÖĞÜTÜLMÜŞ)	6		2	9	5
		0909	ANASON, REZENE, KİŞNİŞ, KİMYON, KİMYONU TOHUMU VE ARDIÇ MEYVELERİ	403	530	100	280	467
		0910	ZENCEFİL, SAFRAN, ZERDEÇAL, KEKİK, DEFNE YAPRAKLARI, KÖRİ VE DİĞER BAHARAT	1.848	1.884	1.987	2.049	1.640
		Sektör Toplamı		2.285	2.423	2.110	2.353	2.138
10	HUBUBAT	1001	BUĞDAY VE MAHLUT		75	13		
		1005	MISIR		252	38	216	137
		Sektör Toplamı			327	51	216	137
11	DEĞİRMENCİLİK ÜRÜNLERİ, MALT, NIŞASTA, İNÜLİN, BUĞDAY GLUTENİ	1101	BUĞDAY UNU/MAHLUT UNU			6	3	8
		1102	HUBUBAT UNLARI (BUĞDAY/MAHLUT UNU HARİÇ)	0				
		1103	BULGUR, İRMİK, TOPAK HALİNDE HUBUBAT VE PELLETLER	1	1	1	0	1
		1104	DİĞER ŞEKİLDE İŞLENMİŞ HUBUBAT TANELERİ				0	
		1106	KURU BAKLAGİLLERİN, NIŞASTA/İNÜLİN İÇEREN KÖK VE YUMRULARIN UNU, EZMESİ VE TOZU		9	23	2	8
		1107	MALT			6		
		1108	NIŞASTALAR VE İNÜLİN					10
		Sektör Toplamı		1	10	35	5	28

EK 3-JAPONYA'YA GIDA İHRACATIMIZ

GTIP	Sektör	GTIP	Ürünler	2014 (bin \$)	2015 (bin \$)	2016 (bin \$)	2017 (bin \$)	2018 (bin \$)
12	YAĞLI TOHUM VE MEYVALAR, MUHTELİF TANE, TOHUM VE MEYVALAR, SANAYİDE VE TIPTA KULLANILAN BİTKİLER, SAMAN VE KABA YEM	1204	KETEN TOHUMU	0				
		1206	AYÇİÇEĞİ TOHUMU		1	5	4	3
		1207	DİĞER YAĞLI TOHUMLAR VE MEYVELER	9.989	7.313	9.176	4.156	4.529
		1209	EKİM AMACIYLA KULLANILAN TOHUM, MEYVE VE SPORLAR	235	474	825	714	751
		1211	BİTKİ VE BİTKİ KISIMLARI (TOHUM VE MEYVELER DAHİL) (ESAS OLARAK PARFÜMERİDE, ECZACILIKTA, VB. KULLAN	448	481	557	655	478
		1212	KEÇİBOYNUZU, DENİZ OTLARI VE DİĞER ALGLER, ŞEKER PANCARI, ŞEKER KAMIŞI VS.	1				9
		1214	İSVEÇ ŞALGAMI, HAYVAN PANCARI, KÖK YEMLER, OT, YONCA, ÜÇGÜL, EVLİYA OTU, YEMLİK LAHANA, ACI BAKLA, F		35			
		Sektör Toplamı		10.672	8.304	10.563	5.528	5.770
13	LAK, SAKIZ, REÇİNE VE DİĞER BİTKİSEL ÖZSU VE HÜLASALAR	1302	BİTKİSEL ÖZSU VE HÜLASALAR, PEKTİK MADDELER, PEKTİNATLAR, PEKTATLAR, AGAR-AGAR, BİTKİLERDEN YAPIŞKAN	0				541
		Sektör Toplamı		0				541
14	ÖRÜLMEME ELVERİŞLİ BİTKİSEL MADDELER, TARİFENİN BAŞKA YERİNDE BELİRTİLMİYEN VEYA YER ALMAYAN BİTKİSEL ÜRÜNLER	1404	TARİFENİN BAŞKA YERİNDE YER ALMAYAN BİTKİSEL ÜRÜNLER			345		
		Sektör Toplamı				345		

EK 3-JAPONYA'YA GIDA İHRACATIMIZ

GTIP	Sektör	GTIP	Ürünler	2014 (bin \$)	2015 (bin \$)	2016 (bin \$)	2017 (bin \$)	2018 (bin \$)
15	HAYVANSAL VE BİTKİSEL KATI VE SIVI YAĞLAR, YEMEKLİK KATI YAĞLAR, HAYVANSAL VE BİTKİSEL MUMLAR	1509	ZEYTİNYAĞI VE FRAKSİYONLARI (KİMYASAL OLARAK DEĞİŞTİRİLMEMİŞ)	10.851	6.853	3.052	4.994	13.487
		1510	ZEYTİNDEN ELDE EDİLEN DİĞER SIVI YAĞLAR VE BUNLARIN FRAKSİYONLARI	133	136	126	93	103
		1512	AYÇİÇEĞİ, ASPİR, PAMUK TOHUMU YAĞLARI VE BUNLARIN FRAKSİYONLARI (KİMYASAL OLARAK DEĞİŞTİRİLMEMİŞ)	1.936	2.472	1.980	1.810	2.035
		1515	DİĞER BİTKİSEL SABİT YAĞLAR VE BUNLARIN FRAKSİYONLARI (KİMYASAL OLARAK DEĞİŞTİRİLMEMİŞ)	33		21	9	24
		1516	HAYVANSAL VE BİTKİSEL YAĞLAR VE BUNLARIN FRAKSİYONLARI	60	27	23	7	8
		1517	MARGARİN	70	94	71		17
		1522	DEGRA, YAĞLI MADDELER VEYA HAYVANSAL/BİTKİSEL MUMLARIN ATIKLARI				3	1
		Sektör Toplamı		13.084	9.582	5.273	6.916	15.675
16	ET, BALIK, KABUKLU HAYVANLAR, YUMUŞAKÇALAR VEYA DİĞER SU OMURGASIZLARININ MÜSTAHZARLARI	1601	ETTEN, SAKATATTAN/KANDAN YAPILMIŞ SOSİSLER VB. ÜRÜNLER			29		
		1604	HAZIRLANMIŞ/KONSERVE EDİLMİŞ BALIKLAR, YUMUŞAKÇALAR VEYA DİĞER SU OMURGASIZLARIN HÜLASA VE SULARI			73	0	
		1605	HAZIRLANMIŞ/KONSERVE EDİLMİŞ KABUKLU HAYVANLAR, YUMUŞAKÇALAR VE DİĞER SU OMURGASIZLARI	367	298	145	313	501
		Sektör Toplamı		367	298	247	314	501

EK 3-JAPONYA'YA GIDA İHRACATIMIZ

GTIP	Sektör	GTIP	Ürünler	2014 (bin \$)	2015 (bin \$)	2016 (bin \$)	2017 (bin \$)	2018 (bin \$)
17	ŞEKER VE ŞEKER MAMULLERİ	1702	DİĞER ŞEKERLER (KİMYACA SAF LAKTOZ/MALTOZ/GLİKOZ/FRUKTOZ), ŞEKER ŞURUPLARI, SUNİ BAL VE KAMEL	754	585	428	3.731	1.634
		1704	KAKAO İÇERMEYEN ŞEKER MAMULLERİ (BEYAZ ÇİKOLATA DAHİL)	995	1.144	1.000	579	1.161
		Sektör Toplamı		1.749	1.729	1.428	4.311	2.795
18	KAKAO VE KAKAO MÜSTAHZARLARI	1806	ÇİKOLATA VE KAKAO İÇEREN DİĞER GIDA MÜSTAHZARLARI	341	335	565	1.290	2.691
		Sektör Toplamı		341	335	565	1.290	2.691
19	HUBUBAT, UN, NİŞASTA VEYA SÜT MÜSTAHZARLARI, PASTACILIK ÜRÜNLERİ	1901	MALT HÜLASASI; UN, NİŞASTA VE MALT ESASLI MÜSTAHZARLAR			1		
		1902	MAKARNALAR VE KUSKUS	24.955	32.741	45.596	40.942	37.976
		1904	HUBUBAT VEYA HUBUBAT ÜRÜNLERİNİN KABARTILMASI VEYA KAVRULMASI SURETİYLE ELDE EDİLEN GIDA MAMÜLLERİ	38	17	71	43	20
		1905	EKMEK, PASTA, KEK, BİSKÜVİ VE DİĞER EKMEKÇİ MAMÜLLER, HOSTİ, BOŞ İLAÇ KAPSÜLÜ MÜHÜR GÜLLACI, PİRİNÇ	327	299	754	1.231	1.545
		Sektör Toplamı		25.320	33.057	46.422	42.216	39.541

EK 3-JAPONYA'YA GIDA İHRACATIMIZ

GTIP	Sektör	GTIP	Ürünler	2014 (bin \$)	2015 (bin \$)	2016 (bin \$)	2017 (bin \$)	2018 (bin \$)
20	SEBZELER, MEYVALAR, SERT KABUKLU MEYVALAR VE BİTKİLERİN DİĞER KISIMLARINDAN ELDE EDİLEN MÜSTAHZARLAR	2001	SEBZE, MEYVE, SERT KABUKLU MEYVE VE YENİLEN DİĞER BİTKİ PARÇALARI (SİRKE/ASETİK ASİTLE HAZIRLANMIŞ VE	1.316	1.260	1.175	614	509
		2002	DOMATES (SİRKE/ASETİK ASİTTEN BAŞKA USULLERLE HAZIRLANMIŞ VEYA KONSERVE EDİLMİŞ)	13.524	12.813	11.802	10.140	9.749
		2004	DİĞER SEBZELER (SİRKE/ASETİK ASİTTEN BAŞKA USULDE HAZIRLANMIŞ VEYA KONSERVE EDİLMİŞ) (DONDURULMUŞ)			5	3	60
		2005	DİĞER SEBZELER (SİRKE/ASETİK ASİTTEN BAŞKA USULDE HAZIRLANMIŞ VEYA KONSERVE EDİLMİŞ) (DONDURULMAMIŞ)	26	32	76	39	34
		2006	SEBZE, MEYVE, MEYVE KABUKLARI VE DİĞER BİTKİ PARÇASI (ŞEKERLE KONSERVE EDİLMİŞ)		0	1	3	
		2007	REÇEL, JÖLE, MARMELAT, MEYVE PÜRESİ VE PASTLARI (PIŞIRILEREK HAZIRLANMIŞ)	150	555	334	62	197
		2008	TARİFENİN BAŞKA YERİNDE BELİRTİLMEYEN MEYVE VE YENİLEN DİĞER BİTKİ PARÇALARININ KONSERVELEİ	4.595	3.927	3.426	5.900	6.271
		2009	MEYVE VE SEBZE SULARI (FERMENTE EDİLMEMİŞ, ALKOL KATILMAMIŞ)	4.508	4.318	2.343	4.416	6.227
			Sektör Toplamı	24.119	22.906	19.162	21.177	23.047

EK 3-JAPONYA'YA GIDA İHRACATIMIZ

GTIP	Sektör	GTIP	Ürünler	2014 (bin \$)	2015 (bin \$)	2016 (bin \$)	2017 (bin \$)	2018 (bin \$)
21	YENİLEN ÇEŞİTLİ GIDA MÜSTAHZARLARI (KAHVE HÜLASALARI, ÇAY HÜLASALARI, MAYALAR, SOSLAR, DİYET MAMALARI, VB.)	2101	KAHVE, ÇAY VE PARAGUAY ÇAYI HÜLASASI, ESANS, KONSANTRELERİ VE MÜSTAHZARLARI			0	1	
		2103	SOSLAR VE MÜSTAHZARLARI; ÇEŞNİ/LEZZET VERİCİ KARIŞIMLAR; HARDAL UNU, İRMİĞİ VE HAZIR HARDAL	9	0	2	1	29
		2104	ÇORBA, ET SUYU VE KARIŞIM HALİNDEKİ HOMOJENİZE GIDA MÜSTAHZARLARI	0	74	1	1	2
		2106	TARİFENİN BAŞKA YERİNDE YER ALMAYAN GIDA MÜSTAHZARLARI	689	53	22	2	21
		Sektör Toplamı		698	127	25	6	52
22	MEŞRUBAT, ALKOLLÜ İÇKİLER VE SİRKE	2201	SULAR (TABİİ VE SUNİ MİNERAL SULAR VE GAZLI SULAR DAHİL) (TATLANDIRICISIZ, LEZZETLENDİRİLMEMİŞ)	89	148	225	188	165
		2202	SULAR (MİNERAL VE GAZLI SULAR DAHİL) VE ALKOLSÜZ DİĞER İÇECEKLER (TATLANDIRICILI, LEZZETLENDİRİLMİŞ)	204	170	116	164	234
		2203	BİRALAR (MALTTAN)	163	109	85	111	93
		2204	TAZE ÜZÜM ŞARABI (KUVVETLENDİRİLMİŞ ŞARAPLAR DAHİL) VE ÜZÜM ŞIRASI	186	74	121	98	134
		2206	FERMENTE EDİLMİŞ DİĞER İÇKİLER (ELMA, ARMUT, BAL ŞARABI VS.)			0		
		2207	ETİL ALKOL (ALKOL DERECEŚİ >= %80, TAĞYİR EDİLMEMİŞ) VE DAMITILARAK ELDE EDİLMİŞ DİĞER ALKOLLÜ İÇKİL					0
		2208	ETİL ALKOL (ALKOL DERECEŚİ < %80, TAĞYİR EDİLMEMİŞ) VE DAMITILARAK ELDE EDİLMİŞ LİKÖR VE DİĞER ALKOL	74	68	53	55	44
		2209	SİRKELER VE ASETİK ASİTTEN ELDE EDİLEN SİRKE YERİNE GEÇEN MADDELER	0	1		1	
		Sektör Toplamı		716	570	600	617	671

EK 3-JAPONYA'YA GIDA İHRACATIMIZ

GTIP	Sektör	GTIP	Ürünler	2014 (bin \$)	2015 (bin \$)	2016 (bin \$)	2017 (bin \$)	2018 (bin \$)
24	TÜTÜN VE TÜTÜN YERİNE GEÇEN İŞLENMİŞ MADDELER	2401	YAPRAK TÜTÜN VE TÜTÜN DÖKÜNTÜLERİ		0	0	0	1
		2402	TÜTÜN/TÜTÜN YERİNE GEÇEN MADDELERDEN PUROLAR, SİGARİLLÖLAR VE SİGARALAR	18.333	11.734	6.682	1.810	4.408
		Sektör Toplamı		18.333	11.734	6.682	1.810	4.409
Japonya'ya Yapılan Tarım ve Gıda Sektörleri Toplam İhracat Tutarı (bin \$)				176.593	164.378	165.894	160.939	185.261
Japonya'ya Yapılan Genel İhracat Tutarı (bin \$)				375.472	334.814	354.380	411.531	479.384
Tarım ve Gıda Sektörleri İhracatının Toplam İhracat İçindeki Payı (%)				47%	49%	47%	39%	39%
Kaynak: Ticaret Bakanlığı								

EK 4-USDJPY YILLIK ORTALAMA KURLARI

1977	268,51
1978	210,44
1979	219,14
1980	226,70
1981	220,55
1982	249,07
1983	237,48
1984	237,53
1985	238,54
1986	168,51
1987	144,62
1988	128,15
1989	137,96
1990	144,8
1991	134,54
1992	126,65
1993	111,18
1994	102,23
1995	94,06
1996	108,79
1997	121
1998	130,9
1999	113,91
2000	107,77
2001	121,53
2002	125,31
2003	115,93
2004	108,18
2005	110,16
2006	116,31
2007	117,76
2008	103,37
2009	93,54
2010	87,78
2011	79,81
2012	79,81
2013	97,63
2014	105,85
2015	121,03
2016	108,84
2017	112,16
2018	110,39
Kaynak: JFTC	

EK 6- BİR MARKA HİKAYESİ: SONY NASIL SONY OLDU?

Sony, 1946 yılında savaş sonrası Tokyo'nun yıkıntıları arasında bir kaç mühendisin girişimiyle toplam yirmi kişi tarafından "Tokyo Telecommunications Engineering Corporation" adıyla kuruldu. Şirketin hedefi yeni teknolojilere dayalı, kayıt cihazı, teyp vb. elektronik cihazlar ve elektronik yedek parçalarını üretmekti. Savaş sonrası Japonya önemli iş fırsatları sunmakla birlikte teknoloji tüketimi yavaş gelişen bir ülkeydi. Japon ekonomi yönetiminin ihracata dayalı büyüme stratejisine, pazar ve finansman sorunları da eklenince pek çok Japon şirketi gibi Sony 1950'den itibaren ihracata yöneldi. Sony yeni teknolojileri denemeye, kullanmaya ve son teknoloji tüketim ürünleri üretmeyi kuruluş felsefesi haline getirmişti. Bu çabalarının sonucu olarak 1955 yılında Japonya'da ilk defa transistörlü radyo üretmeyi başardı.

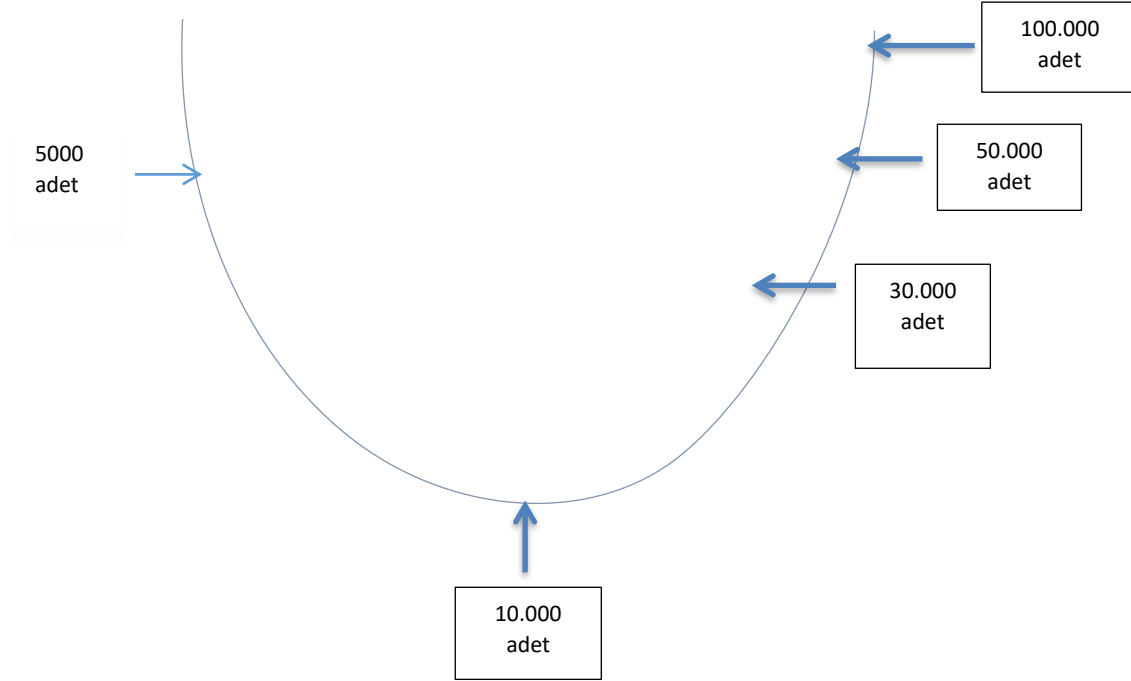
Japonya'da bile tanınmayan, geleceği belirsiz orta büyüklükte bir üretici olan şirket transistörlü radyoyla büyük bir pazar olan ve yeni tüketim ürünlerine ilgi gösteren ABD pazarına girmek ve kısır döngüyü kırarak büyümek istiyordu. Bu amaçla, Sony'nin kurucularından ve fizik öğrenimi görmüş olan Akio Morita, 1956 yılında şirketin başkan yardımcısı olarak radyoyu New York'ta pazarlamaya gitti. Distribütörlerle yapılan ilk görüşmelerde ilk tepkiler "burası Amerika burada arabalar, evler, her şey büyüktür, burada büyük şeyler tüketilir, bu küçük radyonun şansı yok" şeklinde oldu. Ama o zaman ABD'nin büyük şirketlerinden biri olan Bulova, radyoyla ilgilendi ve yüz bin adet sipariş verdi. Bu sipariş Sony için inanılmaz bir olaydı, yapılacak satış firmanın toplam sermayesini birkaç kat aşıyordu. Ancak Bulova'nın bir şartı vardı: Radyolar Bulova markasıyla üretilecekti. O zamanlarda Bulova gibi bir markanın üretici firması olmak Japonya'da bile çok az bilinen Sony gibi bir şirket için çok önemli bir başarıydı. Ancak kendi markasıyla tanınmak isteyen Akio Morita şirket merkezinden gelen "siparişi al" talimatına rağmen Bulova'nın teklifine hayır der. Bulova'nın satış yöneticisi teklifin kabul edileceğinden o kadar emindir ki reddedilmesine çok şaşırır ve Morita'ya "Şirketimiz ünlü bir markadır ve bu marka elli yıllık bir geçmişe sahiptir. Ama sizin markanızı kimse bilmiyor. Niçin bizim markamızla üretmenin avantajına sahip olmak istemiyorsun?" der. Morita "sizi çok iyi anlıyorum, ama sizin markanızı da elli yıl önce kimse bilmiyordu, ben şimdi yeni bir ürünle geldim ve şirketimin gelecekteki elli yılı için ilk adımları atmaya çalışıyorum. Sizi temin ederim ki elli yıl içerisinde bizim markamız da sizinki kadar biliniyor olacak." karşılığını verir.

Yıllar sonra 1984 yılında Morita, Sony'nin geçmişine bakarak yaptığı bir değerlendirmede, Bulova için aldığı bu kararın iş hayatında aldığı en doğru karar olduğunu söyler.

Bulova'dan sonra ABD'de araştırmalarını sürdüren Morita, yüz elli mağazalık bir zincire sahip olan başka bir alıcı ile karşılaşır. Bu alıcı Sony'nin kendi markası ile üretmesini kabul eder ve kendisine beş bin, on bin, otuz bin, elli bin ve yüz bin tanelik siparişler için ayrı ayrı fiyat vermesini söyler.

O zamanlar Sony'nin üretim kapasitesi aylık on bin radyonun altındadır. Dolayısıyla eğer alıcı yüz bin adet sipariş verirse kapasitenin iki kat artırımına, önemli işçi alımına yani büyük bir yatırıma ihtiyaç bulunmaktadır. Büyük bir yatırım için gerekli parayı bulmak o dönemde Sony için kolay değildir. Bu yatırım şartlar zorlanarak yapılsa bile bir sonraki yıl yine büyük bir sipariş alınmadığında kapasite atılacak, şirket zarar edecek, hatta iflas bile söz konusu olabilecektir. Ayrıca Japonya'da şirketin işçilere karşı yazılı ve yazılı olmayan sorumlulukları vardır, bu sorumluluklar uzun vadelidir; yani insanları istihdam edip ertesi yıl işler kötü gidince işten çıkartamazsınız.

Tüm bu nedenlerden dolayı Morita şöyle bir teklif hazırlar: İlk beş bin radyo için normal fiyat, on bin için indirimli fiyat, ki bu fiyat en uygun birim fiyattır, otuz bin tane için fiyat biraz yükseliyor, elli bin için ilk beş bin için verilenden daha yüksek bir fiyat, yüz bin tane için çok daha yüksek bir fiyat. Bunu aşağıdaki şekil ile açıklayabiliriz:



ABD’li alıcı şirketin yöneticisi teklife bakar ve gözlerine inanamaz, Morita’ya “otuz yıldır bu satın alım işinde olduğunu ve miktar arttıkça fiyatı artıran ilk kişi olduğunu, bunun mantıklı olmadığını” söyler. Morita durumu ve nedenleri anlatır, şirket yöneticisi biraz duraklamadan sonra gülümser ve on bin radyo siparişi verir. Bu miktar iki taraf için de en avantajlı olanıdır.

Kaynak: Made in Japan, Akio Morita

KAYNAKLAR

Kurumlar

- Chocolate&Cocoa Association of Japan (www.chocolate-cocoa.com)
- Consumers Affairs Agency Government of Japan (www.caa.go.jp)
- Food & Agricultural Materials Inspection Centre (<http://www.famic.go.jp/>)
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (www.fao.org)
- Government Statistics of Japan (<https://www.e-stat.go.jp/>)
- International Nut & Dried Fruit (<https://www.nutfruit.org/>)
- Japan Alliance of Health Food Association
- Japan Customs and Tariff Bureau (<http://www.customs.go.jp/>)
- Japan Chain Store Association (www.jcsa.gr.jp)
- Japan Dry Fruits Importers Association
- Japan External Trade Organization (JETRO) (www.jetro.go.jp/)
- Japan Franchise Chain Association (www.jfa-fc.or.jp)
- Japan Oilseed Processors Association (www.oil.or.jp)
- Japan Organic&Natural Foods Association (<https://ioas.org/>)
- Japan Pasta Association (www.pasta.or.jp)
- Japan Processed Foods Wholesalers Association (<http://nsk.c.ooco.jp/>)
- Japan Soft Drink Association (www.j-sda.or.jp)
- Japan Supermarket Association (www.jsa-net.gr.jp)
- Japanese Health and Nutrition Food Association (<http://www.jhnfa.org/>)
- Ministry of Agriculture Forestry and Fisheries (www.maff.go.jp/)

- Ministry of Finance (<https://www.mof.go.jp/>)
- Ministry of Health, Labour, Welfare (<https://www.mhlw.go.jp/>)
- Ministry of Economy Trade and Industry (www.meti.go.jp)
- National Supermarket Association of Japan (www.super.or.jp)
- The Mineral Water Association of Japan (<https://minekyo.net>)
- Trademap (www.trademap.org)

Basılı Yayınlar

- Foreign Trade 2019, JFTC (Japan Foreign Trade Council)
- Japan Times
- Nihon no Seichou Senryaku to Shosha
- Nikkei Gazetesi
- Nikkei Sangyo Chizu 2019
- Sangyou Chizu 2019
- Shinbanshokuhinryutsu
- Shikiho Sangyo Chizu 2019
- Shokuhin 2020
- Shokuhin no Shikumi
- Wellness Montly Report
- Yunyu Bijinesu