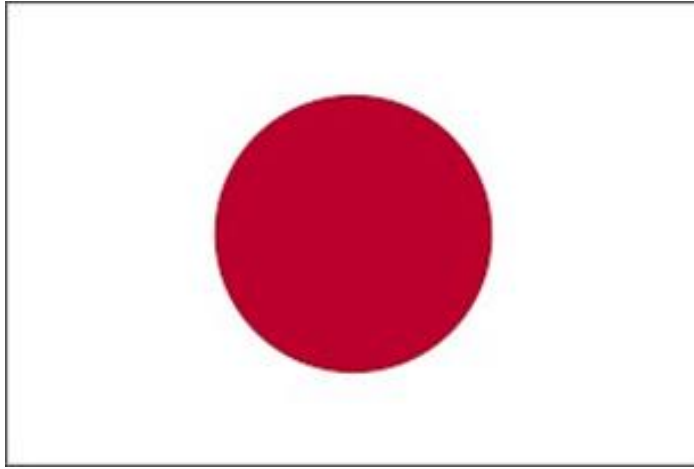


JAPONYA
PAZARA GİRİŞ REHBERİ



T.C.
Ticaret Bakanlığı
Tokyo Ticaret Müşavirliği

1. Genel Bilgiler	5
1.1. Coğrafi Konum	5
1.2. Siyasi ve İdari Yapı	5
1.3. Nüfus ve İstihdam.....	5
1.4. Doğal Kaynaklar ve Çevre	5
2. Makroekonomik Göstergeler ve Tahminler	6
2.1. Ülkenin Genel Ekonomik Görünümü	6
2.2. Temel Ekonomik Göstergeler	7
2.3. Sektörel Gelişmeler	7
3. Ülke Pazarının Genel Özellikleri.....	7
3.1. Dağıtım Kanalları	7
3.2. Fikri Sınai Mülkiyet Hakları	8
3.3. Tüketici Eğilimleri	9
3.4. Perakende Ticaret.....	9
3.5. Kamu İhaleleri.....	10
4. Ülkenin Dış Ticareti.....	10
4.1. Genel Ekonomik Görünümü	10
4.2. İhracat.....	11
4.3. İthalat	11
4.4. Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA)	12
4.4.1. Yürürlükteki Serbest Ticaret Anlaşmaları.....	12
4.4.2. İmzalanan Ancak Henüz Yürürlüğe Girmemiş Olan Serbest Ticaret Anlaşmaları	12
5. Dış Ticaret Politikası ve Uygulamaları.....	12
5.1. Dış Ticaret Mevzuatı (İhracat-İthalat Rejimi).....	12
5.2. İthalat için Gerekli Belgeler	14
5.3. Gümrük Giriş Beyannamesi, Gümrük Değeri ve Gümrük Vergileri.....	17
5.4. İç Vergiler ve Oranları	17
5.5. Ürün Standartları ile İlgili Uygulamalar	17
5.6. Test Etme, Muayene ve Belgelendirme.....	18
5.7. İthalat Lisansları ve İthalatı Kontrole Tabi Ürünler.....	19
5.8. Ambalaj, Paketleme ve Etiketleme.....	19
5.9. Geçici İthalat.....	20
5.10. Devlet Alımları	20
5.11. Teknik Engeller	21

5.12. Diğer Hususlar	21
5.13 E-Ticaret.....	22
5.13.1. E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler.....	22
5.13.2. Yurtiçi E-Ticaret (B2C).....	23
5.13.3. Sınır Ötesi E-Ticaret	23
5.13.4. Ödeme Yöntemleri	26
5.13.5. Mobil E-Ticaret	26
5.13.6. E-Ticarete Yönelik Beklenti ve Öngörüler	26
6. ÖNEMLİ SEKTÖRLER	27
6.1.Tarım ve Hayvancılık.....	27
6.2. İmalat Sanayi	27
6.3 Doğal Kaynaklar ve Madencilik.....	27
6.4 Enerji ve Gaz	27
6.5. İnşaat Sanayi.....	28
6.6. Perakende Ticaret.....	28
6.7. Hizmetler	28
6.8. Bilişim	28
7. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR	29
7.1. Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü	29
7.2. Yabancı Yatırımlara İlişkin Ülke Mevzuatı.....	31
7.3. Yabancı Sermayeye Yönelik Kısıtlamalar	31
7.3.1. Yabancıların Gayrimenkul Edinmeleri	31
7.3.2. Yabancı Sermayeli Şirketlere Uygulanan Ayrımcılıklar	31
7.3.2.1. Şirket Kuruluşunda Ayrımcılık.....	31
7.3.2.2. Vergi Hukukunda Ayrımcılık	31
7.3.2.3. Yabancıların Serbest Dolaşımı	31
7.4. Yatırım Teşvik Mevzuatı.....	31
7.5. Serbest Bölgeler	32
7.6. Ülkedeki Türk Yatırımları: Sektörler ve Karşılaşılan Sorunlar	32
7.6.1. Türk Yatırımcıların Karşılaştıkları Sorunlar	32
7.7. Yatırımcılar için Yararlı Bilgiler	32
8. TÜRKİYE İLE TİCARET	34
8.1. Genel Durum	34
8.2. Türkiye ile Dış Ticareti.....	34
8.2.1 Yürürlükte Olan Anlaşma ve Protokoller	34
8.3. Türkiye'nin İhracatında Başlıca Ürünler	35

8.4. Türkiye'nin İthal Ettiği Başlıca Ürünler	35
9. İHRACATTA POTANSİYEL ARZ EDEN SEKTÖR VE ÜRÜNLER	36
10. PAZARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR	37
10.1. İş Kültürü	37
10.2. Ticareti Etkileyen Kültürel Faktörler	38
10.3. Para Kullanımı.....	38
10.4. Resmi Tatiller ve Mesai Saatleri	39
10.5. Yerel Saat.....	39
10.6. Pasaport ve Vize İşlemleri.....	39
11. ŞİRKET KURULUMU VE İŞ YAPMA İLE İLGİLİ BİLGİLER	40
11.1. Şirket Türleri	40
11.2. Şirket Kurma Prosedürü	41
11.3. Vergi Uygulamaları	42
11.4. Bankacılık Mevzuatı.....	43
11.5. Sosyal Güvenlik Uygulamaları.....	43
11.6. Vizeler (Çalışma, Oturma İzinleri, Geçici Çalışma Vizesi, Başvuru Merci vb. Bilgiler)	44
12. ÖNEMLİ ADRESLER VE İLETİŞİM BİLGİLERİ	45
12.1. Sanayi ve Ticaret Odaları	45
12.2. İthalat ve İhracat ile İlgili Kurum ve Kuruluşlar.....	45
12.3. Büyükelçilik, Başkonsolosluk ve Müşavirlik İletişim Bilgileri	46
12.4. İş Dernekleri.....	46
12.5. Ulaşılabilecek Hukuki ve Mali Danışmanlık Şirket ve Bürolarına İlişkin Bilgiler.....	47
12.6. Türkçe Hizmet Veren Hukuk Büroları	46
12.7. Türkçe Hizmet Veren Muhasebe Büroları	47
12.8. Türkçe Hizmet Veren Danışmanlık ve B2B Firması.....	47

JAPONYA PAZARA GİRİŞ REHBERİ

1. Genel Bilgiler

1.1. Coğrafi Konum

Japonya, Çin Halk Cumhuriyeti'nin kuzeydoğusunda, Kore Yarımadasının doğusunda ve Rusya'nın Sibirya bölgesinin güneyinde yer almaktadır. Bir ada ülkesi olan Japonya dört ana ada ve Okinawa adasından oluşmaktadır. Dört ana ada kuzeyden güneye doğru şu şekilde sıralanmaktadır: Hokkaido, Honshu (en büyük ve kalabalık adadır.), Shikoku ve Kyushu. Japonya'nın kuzeyi ve güneyi arasında iklim koşulları büyük farklılıklar göstermektedir. Güney kısımlar tropikal iklim koşulları kuzey kısımlar ise soğuk iklim koşulları göstermektedir. Japonya'nın en yüksek noktası; Japonya'nın sembollerinden biri olan 3.776 metre yüksekliğindeki Fuji Dağıdır. Ülkenin 29.751 km sahil şeridi vardır.

Toplamda yaklaşık 6.852 ada ve adacıktan oluşur. Toplam yüzölçümü 378.000 km karedir. Başkenti Tokyo ülkenin en önemli ekonomik ve kültürel merkezidir. Diğer Önemli Şehirleri Yokohama, Osaka, Nagoya ve Sapparo'dur.

1.2. Siyasi ve İdari Yapı

Japonya, temsili demokrasi ile yönetilmektedir. Japon Parlamentosu (Diet) devletin en üst organıdır. Parlamento iki kısımdan oluşmaktadır. Alt meclis ve üst meclis. Alt meclis temsilciler meclisi olup daha güçlüdür. Üst meclis ise konsüller meclisidir. Başbakanı meclis seçmektedir. Kabine Diet'e karşı sorumludur. İmparator devletin başı olmakla beraber sembolik bir fonksiyonu bulunmaktadır. İkinci Dünya Savaşı sonrası, 1945-1952 yılları arasında Japonya'yı müttefikler yönetmiştir. Japonya parlamenter sisteme 1952 yılında geçmiştir. Japonya'yı, İkinci Dünya Savaşı sonrası çok partili dönemde, 4 yıl ve 2 ay hariç, hep Liberal Demokrat Parti (LDP) yönetmiştir. LDP 1955 de kurulmuş olan ve muhafazakar bir partidir. Japonya'nın modern dönemi 1868 yılında Tokugawa shogun döneminin son bulması ve İmparator Meiji tarafından beyliklerin birleştirilip ulusal sistemin kurulması ile başlamıştır. Japonya sanayileşme ve batılaşmaya Meiji dönemi (1868-1912) ile başlamıştır. Japonya'da resmi olarak 47 il bulunmakta olup, her ilin bir valisi ve belediye başkanı bulunmaktadır.

1.3. Nüfus ve İstihdam

Japonya etnik olarak homojen bir yapıya sahiptir. Yerel orjin halk olarak Japon ırkı dışında sadece Hokkaido bölgesinde sayıları 25 bini bulan Ainu Halkı bulunmaktadır. En büyük etnik grup ise Çin ve Koreliler olup sayıları yaklaşık olarak sırasıyla 627 bin ve 500 bini bulmaktadır. 2023 yılında 125 milyon kişi ile dünyada 11. sırada yer alan Japonya nüfusunun 2028 yılında 122 milyon kişi olacağı tahmin edilmektedir. ([Hindistan 1. (1,4 milyar), Türkiye 18. (86 milyon)] (IMF2023)) Demografik yapı şu şekildedir: 0-14 yaş arası: 15,1 milyon kişi 15-64 yaş arası: 74,72 milyon kişi 65 yaş ve üzeri: 36,08 milyon kişi (%28,7) Japonya 65 yaş üzeri nüfus oranında dünya birincisidir. Ortalama beklenen yaşam süresi 86 yıl olup, kadınlarda 87,32 erkeklerde 81,25 yıldır. Japon ekonomisi tam istihdam düzeyindedir, yani işsizlik tarihi dip seviyelerinde olup %2,6 civarındadır. Japonya'da çalışan sayısı 66,28 milyon kişidir. Kendi veya aile işletmesi dışında ücretli çalışanların sayısı 59,23 milyondur. Çalışanların 2,11 milyonu tarımda 10,6 milyonu imalat sektöründe 4,59 milyonu inşaat sektöründe istihdam edilmektedir. Devlet memuru sayısı ise 2,39 milyondur.

1.4. Doğal Kaynaklar ve Çevre

Japonya'nın %68,5'u dağlık ve ormanlık alanlardan oluşmakta olup tarıma elverişli kısım %12,5' tur. Japonya'nın gıda tüketiminde kendine yeterlilik oranı yaklaşık %40'ın altında seyretmektedir.

Ülkede önemli miktarda maden kaynağı bulunmamakta olup, hidrokarbon enerji kaynakları son derece sınırlıdır. Ülkedeki mevcut taş kömürü üretimi giderek azalmaktadır. İçinde bulunulan coğrafi koşullar nedeniyle ithal taş kömürü ülkede üretilen taş kömürüne kıyasla daha ucuza temin edilebilmektedir. Bu durum Japonya'yı maden hammaddeleri, bilhassa nadir elementler ve petrol ürünleri bakımından ithalata bağımlı kılmaktadır.

Japonya'nın dağlık arazisinin bir sonucu olarak, ülkenin geniş hidroelektrik potansiyeli bulunmaktadır. Ancak bu potansiyelin büyük ölçüde merkezi Honshu, Tōhoku ve Kyushu'nun bazı bölgelerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Yağışlardaki mevsimsel değişimler ve yeterli depolama tesisleri inşa etmenin zorluğu nedeniyle birçok hidroelektrik santrali yılın birkaç ayından fazla tam kapasiteyle çalışmamaktadır.

2. Makroekonomik Göstergeler ve Tahminler

2.1. Ülkenin Genel Ekonomik Görünümü

Japonya, dünyanın en büyük dördüncü ekonomisi olup, son yıllarda ABD-Çin ticaret savaşı, dünya ekonomik büyümesinin yavaşlaması, yaşanan doğa felaketleri ve 2019 Ekim ayında KDV oranının 2 puan artarak %10'a çıkması sebebiyle Japonya ekonomisinde bir yavaşlama ve dış ticaretinde gerileme görülmüştür. 2020 yılında Korona virüsü salgını etkisiyle %4,5 oranında küçülen Japonya ekonomisi, Pandeminin etkilerinin zayıflamasıyla birlikte ekonomi 2021 yılında %1,6, 2022 yılında ise %1, 2023 yılında ise %1,9 büyümüştür. 2024 yılı ikinci çeyreğinde ise büyüme oranı 0,8 ile sınırlı kalmıştır.

Yen/Dolar Paritesi: 2022 Mart ayı başında dolar karşısında değer kaybetmeye başlayan Japon yeni, bir rekor kırarak 2023 Kasım ayı itibarıyla 150 JPY seviyesinin üzerini görmüş ve yendeki dalgalanma 2024 yılı başında da devam etmiştir. Son olarak Japonya Merkez Bankası 19 Mart 2024 tarihinde 2016 yılında uygulamaya konulan negatif faiz politikasını kaldırmış ve 2007 yılından beri ilk kez faiz artırımına gitmiştir. Negatif faiz oranı uygulamasını sonlandırmasıyla kısa vadeli faiz oranları için yüzde sıfır ile yüzde 0,1 aralığında yeni bir hedef belirlenmiştir.

Merkez Bankası'nca %2'lik fiyat artışı hedefine ulaşıldığını belirterek, Merkez Bankası'nın alışılmışın dışındaki önlemlerinin işlevlerini yerine getirdiğini, bundan sonraki dönemde Bankanın normal bir para politikası yürüteceğini ve gelecek dönemde para politikasının temel aracının kısa vadeli faiz oranları olacağını ifade edilmiştir. Kısa vadeli faiz oranlarının, politika aracı olarak kullanan diğer merkez bankalarıyla aynı şekilde, piyasa koşulları doğrultusunda belirleneceği dile getirilmiştir. Diğer taraftan devlet tahvili alımlarına aynı şekilde devam edeceklerini, getirinin hızlı artması halinde alımı da arttırabileceklerini bildirmiştir.

Bununla birlikte bu açıklamaların ardından da Japon yeninin değer kaybetmeye devam ettiği görülmüş, nisan mayıs aylarında devam eden düşüşle birlikte temmuz ayında rekor seviye olan 161,96'yı görmüştür. Devamında Japonya Merkez Bankası faiz yükseltmiş ve yen hızlı bir şekilde toparlanmaya başlamıştır. Bununla birlikte geçmiş yıllara kıyasla genel olarak dolar karşısındaki düşük değerli seyri devam etmektedir.

Enflasyon: Japonya 2021 yılı ağustos ayında tüketici fiyat sepetini yeniden ağırlıklandırmış, bu hesaplamalara göre uluslararası piyasalarda yükselen emtia fiyatlarının etkisiyle, 2021 yılı eylül ayından itibaren enflasyon oranlarında yukarı yönlü bir hareketlilik görülmüş olmakla birlikte 2021 enflasyon oranı yıllık bazda -0,2 olarak gerçekleşmiştir. Küresel piyasalardaki, özellikle enerji fiyatlarındaki artışların sürmesinin de etkisiyle, Japon firmaların daha önce tüketici fiyatlarına yansıtamadıkları girdi maliyetlerini yukarı yönlü revize etmeye başlamalarının bir sonucu olarak, Aralık 2022'de son 20 yılın en yüksek seviyesine çıkarak %4 seviyelerine gelen enflasyon, Ocak 2023'te %4,2'yi gördükten sonra nispeten durağanlaşmış ve sonrasında Şubat ayında indiği %3,3 seviyesine yakın seyretmiştir. 2024 1 Çeyreğinde ufak bir düşüş ile enflasyon %2,5 oranında gerçekleşmiştir.

Japonya'daki enflasyon artışında, zayıflayan yen nedeniyle artan enerji ve petrol ile tüketim malları fiyatlarının önemli etkisi bulunmakta olup, Japonya'nın uzun vadeli tüketici talebi kaynaklı enflasyon oluşturulması yönündeki hedeflerine ulaşamadığı görülmektedir.

Her ne kadar bahsi geçen enflasyon rakamları dünya geneli ile kıyaslandığında oldukça düşükse de enflasyona alışık olmayan Japon tüketicisi için rahatsızlık oluşturduğuna ilişkin haberler basında yer almaya devam etmektedir. Ayrıca Japonya'da maaşların sabit olması ve enflasyon artışlarının maaşlara yansıtılmaması, hane halkının gelirini son bir yıllık süreçte düzenli olarak düşürmüştür.

Bu gelişmeleri destekleyecek şekilde, hükümetin özel sektör çalışanlarına uygun oranlarda zam yapılması konusunda çalışmaları devam etmekle birlikte kamuoyunda zam oranlarının enflasyonun gerisinde kaldığına dair haberler gündeme gelmektedir.

2.2. Temel Ekonomik Göstergeler

Tablo 1- Japonya'ya Ait Temel Ekonomik Göstergeler

Ülke Adı	2022	2023	2023 2Ç	2024 2Ç	2023/2024 2Ç Değişim
GSYİH (Cari Fiyatlar - Milyar \$)	4.236	4.219	4.331	3.958	-8,6%
GSYİH Büyüme (Sabit Fiyatlar -%)	1,0	1,9	1,5	0,8	
Kişi Başına GSYİH (Cari Fiyatlar-\$)	33.906	33.959	34.780	31.939	-8,2%
Tüketici Fiyat Enflasyonu (ort, %)	2,5	3,2	3,3	2,7	
İşgücü (Milyon)	69	69	6,94	6,97	0,4%
İşsizlik Oranı (%)	2,6	2,4	2,7	2,7	

Kaynak: Trademap.com

2023 yılı sonu itibarıyla Japonya'nın gayri safi yurt içi hasılası (GSYİH) yaklaşık 4,2 trilyon ABD dolarıdır. Ülkedeki işsizlik oranı %2,7 civarında olup, iş gücü piyasası oldukça güçlüdür. Tüketici fiyat endeksi (TÜFE) yıllık bazda %2 - %3 arasında dalgalanmaktadır.

2.3. Sektörel Gelişmeler

Japon ekonomisi, imalat sanayi, hizmetler, bilişim teknolojileri, otomotiv ve elektronik gibi sektörlerde güçlüdür. Özellikle yarı iletken teknolojiler ve elektrikli araçlar gibi yenilikçi alanlarda önemli yatırımlar yapılmaktadır. Turizm sektörü, COVID-19 pandemisinin ardından toparlanmaya başlamış ve ülkeye gelen turist sayısı önemli oranda artış göstermiştir. Japonya, aynı zamanda yenilenebilir enerji ve yeşil teknoloji alanlarında büyüme hedeflemektedir. Bu kapsamda, hükümet çeşitli teşvikler ve destek programları ile yatırımları artırmayı amaçlamaktadır.

3. Ülke Pazarının Genel Özellikleri

3.1. Dağıtım Kanalları

Japonya yüksek kapasiteli, güçlü bir dağıtım ve lojistik altyapısına sahiptir. Bir ada ülkesi olan Japonya'nın dış ticaretinde hava ve denizyolu ile taşımacılık esastır. Ülke içerisinde ise geniş imkânlarla sahip, esnek ve hızlı bir demiryolu ağına ek olarak ülkenin her bölgesine yayılmış karayolu ağı mevcuttur. Tokyo ve Osaka ticaretin en çok geliştiği merkezlerdir.

İthalatın önemli bölümü genel ticaret şirketleri, belirli bir sektörde uzmanlaşmış ticaret şirketleri veya acenteler/temsilciler/yerel iştirakler aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bunun dışında üretim tesisleri de gerekli gördüklerinde doğrudan ithalat yapabilmektedir.

Dağıtım kanalı seçiminde ürün mahiyeti ve hedeflenen ticaret hacminin önemli iki kıstas olduğu değerlendirilmektedir. Genel ticaret şirketleri daha çok sanayi ürünleri pazarlamasına odaklanmakta, geniş ölçekli projelerin organizasyonu ile ilgilenmekte ve pazara girişte çeşitli destekler sağlayabilmektedir. Japonya'ya yapılması planlanan sanayi ürünleri ve başlıca gıda ürünleri ihracatı öncesinde söz konusu şirketlerin Türkiye ofisleri ile temasa geçilmesinde fayda görülmektedir.

Uzmanlaşmış ticaret şirketleri kendi alanlarına giren konularda ithalat yapmakta ve satış sonrası destekler ve kullanıcının eğitilmesi gibi hizmetler de vermektedirler. İthalat acenteleri gümrük işlemlerinin yürütülmesi, lojistik çözümler ve yurtiçi dağıtım gibi konularda hizmet sunmaktadırlar. Diğer bir seçenek ise yurtdışında faaliyet gösteren Japon şirketler ile ortak teşebbüs kurulmasıdır. Daha uzun vadede Japonya ile ticaret yapmak isteyen ihracatçılar ithalat ve pazarlama faaliyetlerini yürütmek için satış bürosu veya temsilcilikler kurmaktadırlar.

Satış kanalları incelendiğinde ise yurtiçi toptan satışların perakende satışlara oranının Japonya'da diğer endüstrileşmiş ülkelere nazaran daha yüksek olduğu gözlenmektedir. Bunun durum çok sayıda toptancı olması ve genel ticaret firmalarının satışlarının da bu kalemdede gözükmemesinden kaynaklanmaktadır.

Başlıca perakende satış kanallarını ise süpermarket zincirleri, indirimli satış mağazaları (discount stores), 24 saat açık küçük market zincirleri (convenience stores-“konbini”), 100 yen mağazaları ile eczaneler (drug stores) oluşturmaktadır. Bunların dışında şehir merkezlerinde ana tren istasyonları, daha çok üst segmente hitap eden alış-veriş merkezleri (department stores); kırsal bölgelerde büyük alış-veriş merkezleri (shopping malls) ve yapı market zincirleri (home centers) bulunmaktadır. Elektrikli cihaz ve elektronik ürün mağaza zincirleri, online alış-veriş siteleri, katalog satışlar ve otomatik satış makinaları diğer yaygın satış kanallarıdır.

Gıda ürünleri ithalatçı veya dış ticaret şirketleri yerel pazarlara, gıda işleme tesislerine veya yemek işletmelerine yönlendirilmektedir. Deniz ürünleri öncelikle soğuk hava depolarına taşınmakta ve sonrasında ihtiyaç kapsamında piyasaya sunulmaktadır. Ayrıca, örneğin bal ve uçucu yağlar için özel satış mağazaları faaliyet göstermektedir.

Dağıtım kanallarında aracı firmalara sıkça rastlanmaktadır. Perakendeciler bir veya daha fazla aracı vasıtasıyla mal tedarik etmektedirler. Bazı perakendecilerin bir ana toptancı ve birkaç yan toptancı ile çalışmayı tercih ettikleri gözlenmektedir. Söz konusu tercihin Japon dağıtım sistemine özgü çeşitli uygulamalardan kaynaklandığı değerlendirilmektedir. Başlıca uygulamalara üreticilerin tavsiye niteliğinde satış liste fiyatları belirlemesi anlamına gelen “tatene” ile perakendecilerde satılamayan malların toptancıya veya üreticiye alış fiyatı üzerinden iade edilebilmesi anlamına gelen “henpin” örnek verilebilir.

3.2. Fikri Sınai Mülkiyet Hakları

Japonya Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) üyesidir ve fikri mülkiyet politikası ülkenin endüstriyel rekabetçiliğini arttırmaya yönelik en önemli çabalardan biri olarak görülmektedir.

2002 yılında çıkarılan Temel Fikri Mülkiyet Kanunu ile fikri mülkiyet haklarının oluşturulması, korunması ve kullanılması ile ilgili temel önlemler belirlenmekte, ilgili stratejik programların çerçevesi çizilmektedir.

Japonya Patent Ofisi (JPO) patent, faydalı model, tasarım ve ticari markalardan oluşan sınai mülkiyet hakları sisteminin etkili kullanımını sağlamak ve endüstriyel gelişime katkıda bulunmak için buluşlar, tasarımlar ve ticari markalar gibi entelektüel yaratımları korumakla görevlendirilmiş kuruluştur. Başvurular hakkında ayrıntılı bilgiye JPO web sitesinden <https://www.jpo.go.jp/e/index.html> erişilebilmektedir. Mevcut süreçlerin takibi ise <https://www.j-platpat.inpit.go.jp/> bağlantısından yapılabilmektedir.

3.3. Tüketici Eğilimleri

Japonya gelişmiş ekonomiler arasında nüfus yoğunluğu en fazla olan ülkeler arasındadır. Japon piyasası yaklaşık 125 milyon yerli tüketici ve 30 milyon yabancı turist sayısı ile dünyadaki dördüncü en büyük pazar konumundadır. Japonya piyasası çok iyi eğitilmiş, bilinçli ve tasarruf eğilimi yüksek bir tüketici kitlesine hitap etmektedir.

Yaşam standardı yüksek Japon tüketiciler kaliteli, kendi zevk ve amaçlarına uygun ürün ve hizmetleri satın alabilme ve seçme imkânına sahip bulunmaktadır. Yüksek kaliteli ve düşük maliyetli ürünler gelişmekte olan ülkelere ithal edilmekte ve pazarda kolayca bulunabilmektedir. Temel tüketim malzemelerine erişimde genellikle sıkıntı yaşanmamakta, dayanıklı tüketim malzemeleri ciddi bir arıza olmadığı müddetçe kullanılmaya devam edilmektedir.

Büyük şehirlerde konut ve ofis alanlarının geniş olmaması sebebiyle sınırlı depolama olanağı bulunmaktadır. Söz konusu durum Japon tüketicisini daha az miktarda, ancak daha sık alışveriş yapmaya, küçük boyutlu paket ve ambalajları tercih etmeye yönlendirmektedir. Yine, gıda ürünlerinde tazelik ve dış görünüş ön plana çıkmakta, ürünler son kullanma tarihinin çok öncesinde tüketilmekte veya tavsye edilen tüketim süreleri çok kısa belirlenmektedir.

Sağlıklı yaşam aktiviteleri ve kişisel bakım ürünleri giderek daha fazla tercih edilmektedir. Japonlar mevsime ve güncel modaya uygun giyinmekte, bununla birlikte indirim sezonlarını takip etmektedirler. Gerek iş yaşamında gerek sosyal yaşamda yaygın bir hediye kültürü görülmektedir. Başta kitap, giysi ve bisiklet olmak üzere pek çok ürün için ikinci el satış yerleri bulunmaktadır.

Pandeminin etkisi ile birlikte Amazon ve Rakuten gibi çevrimiçi B2C alışveriş platformlarının da tüketiciler açısından bir alışveriş kanalı olarak kullanımının arttığı görülmektedir.

3.4. Perakende Ticaret

Japonya’da nihai ürün satışını etkileyen faktörlerin başında reklam ve tanıtım faaliyetlerinin geldiği söylenebilir. Özellikle katma değerli ürünlerde, pazar hâkimiyeti olan şirketler de yeni giriş yapmak isteyen şirketler de reklam ve satış faaliyetlerine önemli bütçeler ayırmaktadır.

Geleneksel tanıtım mecraları olarak nitelendirilebilecek toplu taşıma hatları, cadde ve bulvarlarda yer alan reklam panoları, televizyon kanalları (özel tele-satış programları dâhil) ile katalog satışlarının önemini koruduğu görülmektedir. Ayrıca, akıllı telefon uygulamaları, sosyal medya, tanınan simaların yer aldığı reklam kampanyaları da sıklıkla başvurulan satış kanallarıdır. Evlere broşür dağıtımı da halen devam ettirilen bir yöntemdir.

Japonya’da başlıca indirim sezonları yaz sonu ile yılbaşı döneminde görülmektedir. Zincir mağazaların sezonda daha az rağbet gören ürün gruplarını indirim reyonlarına aldığı, sonrasında kademeli olarak indirim oranlarının artırıldığı gözlenmektedir. Bunun dışında yıl boyu indirimli ürün satışı sunan discount store ve outlet mağazaları bulunmaktadır.

Kiraz çiçeği (sakura) ve sonbahar yaprakları (momiji) dönemleri, sevgililer günü ve yılbaşı sezonları başta olmak üzere pek çok ürün grubunda mevsime bağlı olarak tat, renk, desen, ambalaj gibi tasarım öğelerinde farklılıklar ön plana çıkmaktadır. Ayrıca, Japonya’da üretilen yaş sebze ve meyvelerin hasat mevsimi yaklaştığında yine söz konusu ürünlere dönük reklam ve tanıtım kampanyaları da hızlanmaktadır.

Genele hitap eden yemek işletmeleri ise büyük, renkli ve ışıltılı tabelaları tercih etmektedir. Deniz ürünleri sunan restoranlar bina dış cephesinde büyük maketler kullanılabilmekte, ürün tazeliğini vurgulamak için akvaryum bulundurabilmektedir.

Şirketler arası satışlarda ise hâlihazırda kurulmuş olan bağlantıların etkili olduğu söylenebilir. Japon piyasasına yeni giriş yapmayı planlayan şirketlerin fuar katılımının dışında sektöre dönük basılı ve görsel mecralarda tanıtım yapmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

3.5. Kamu İhaleleri

Japonya DTÖ Kamu Alımları Anlaşmasına (GPA) taraf olan ülkelerden birisidir. Ayrıca, GPA kapsamında belirlenen kuralların da ötesinde pazar erişimini artırmak için tasarlanmış gönüllü tedbirler belirlenmiştir. Bu önlemler kamu ihale prosedürlerinin sadeleştirilmesi, açık ihale usullerinin benimsenmesi ile kamu ihale bilgilerinin daha iyi paylaşılması olarak özetlenebilir.

Japonya kamu alımları sistemine ilişkin ayrıntılı bilgiler için:

<https://www.jetro.go.jp/en/database/procurement/procurement.html>

http://japan.kantei.go.jp/98_abe/documents/2019/_00002.html

Japonya’da açılan kamu ihale duyurularını ise aşağıdaki bağlantılardan takip edebilirsiniz.

<https://www.jetro.go.jp/en/database/procurement/>

<https://information1.gov-procurement.go.jp/en/>

Japonya’da kamu ihale süreçleri şeffaf ve rekabetçidir. Yabancı firmalar da kamu ihalelerine katılma hakkına sahiptir, ancak genellikle yerel partnerlerle iş birliği yapmaları beklenir. Özellikle altyapı, sağlık, teknoloji ve ulaşım projelerinde kamu ihaleleri sıkça görülmektedir. Japon hükümeti, stratejik sektörlerde yerli üretimi teşvik ederken, uluslararası iş birliklerine açık bir yaklaşım sergilemektedir.

4. Ülkenin Dış Ticareti

4.1. Genel Ekonomik Görünümü

Japonya, dış ticaretin küresel ekonominin önemli bir parçası olduğu bir ülke olarak öne çıkar. Dünyanın en büyük dördüncü ekonomisi olarak, güçlü sanayi üretimi, ileri teknoloji ve otomotiv sektörleriyle tanınır. Ekonomisi, özellikle Asya-Pasifik bölgesi ile olan ticari ilişkilerden büyük ölçüde etkilenmektedir. Konuya ilişkin detaylı bilgi 2. Bölümde yer alan “2.1. Ülkenin Genel Ekonomik Görünümü” başlığı altında incelenmektedir.

	Japonya'nın İhracatı (Bin \$)	Türkiye'nin Japonya'dan İthalatı (Bin \$)	Japonya'nın İthalatı (Bin \$)	Türkiye'nin Japonya'ya İhracatı (Bin \$)	Türkiye-Japonya Arası Toplam Dış Ticaret Hacmi (Bin \$)
2022	752.071.999	3.235.917	749.092.205	755.236	3.991.153
2023 Yılı	717.562.758	3.983.614	720.964.445	766.607	4.750.221

4.2. İhracat

Japonya'nın Dünyaya İhracatında İlk 10 Ürün					
Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı)	Tarife Pozisyonu Adı (Türkçe)	2022	2023	2023 2Ç	2024 2Ç
'870323	Motorlu taşıt; kıvılcım ateşlemeli (1500cm ³ <silindir=<3000 cm ³)	38.033.978	38.464.718	9.013.567	8.132.639
'870340	Benzinli / elektrik motorlu diğer taşıtlar	17.669.400	24.363.308	5.839.843	6.849.427
'870324	Motorlu taşıt; kıvılcım ateşlemeli	15.086.146	18.732.601	4.819.229	4.832.451
'848620	Yarı iletken Tertibatın Veya Elektronik Entegre Devrelerin İmali İçin Makine Ve Cihazlar	19.025.541	15.636.294	3.695.502	4.623.127
'870840	Kara taşıtları için vites kutuları ve aksam, parçaları	14.785.146	13.438.390	3.340.158	3.006.475
'854239	Diğer entegre devreleri	13.137.395	13.405.380	2.825.755	2.975.147
'854232	Bellekler	13.479.475	11.500.685	2.788.252	3.171.004
'710812	Altın (diğer işlenmemiş şekillerde olanlar)	9.254.640	10.653.309	2.719.463	3.072.220
'842952	Buldozerler, greyderler vb.	8.943.889	9.833.666	2.573.627	1.934.867
'870322	Motorlu arabalar ve diğer motorlu taşıtlar	5.404.879	8.510.837	2.072.046	2.210.479

4.3. İthalat

Japonya'nın Dünyadan İthalatında İlk 10 Ürün					
Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı)	Tarife Pozisyonu Adı (Türkçe)	2022	2023	2023 2Ç	2024 2Ç
'270900	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	101.652.157	80.400.471	17.988.346	17.509.972
'271111	Doğal gaz (sıvılaştırılmış)	64.719.663	47.006.272	8.969.205	8.626.929
'270112	Bitümenli taşkömürü	55.782.191	39.542.111	9.443.487	6.387.891
'851713	Kablosuz ağılar için telefonlar	17.435.691	17.405.388	2.737.481	3.065.556
'854239	Elektronik entegre devreler (işlemciler, kontrolörler, bellekler ve amplifikatörler hariç)	17.405.966	14.948.178	3.717.837	2.216.630
'271012	Petrol ve bitümenli yağlardan elde edilen hafif yağlar	16.471.473	13.902.035	3.312.575	3.648.631
'300490	Tedavide/korunmada kullanılan diğer ilaçlar	15.091.379	12.592.115	2.944.448	2.788.581
'260300	Bakır cevherleri ve konsantreleri	13.817.342	11.926.848	3.778.633	3.700.379
'854231	İşlemci ve kontrolör olarak elektronik entegre devreler, birleşik olan ve olmayan, ...	10.038.950	10.534.309	2.769.081	2.507.828
'260111	Demir cevherleri ve konsantreleri	12.290.794	10.049.157	2.495.080	2.727.022

4.4. Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA)

4.4.1. Yürürlükteki Serbest Ticaret Anlaşmaları

Ülkenin yürürlükte olan veya imzalanmış 21 uluslararası veya bölgesel ekonomik anlaşması bulunmakta olup bunlar aşağıda sıralanmıştır.

Singapur, Meksika, Malezya, Şili, Tayland, Endonezya, Brunei, ASEAN, Filipinler, İsviçre, Vietnam, Hindistan, Peru, Avustralya, Moğolistan, TPP12 (imzalandı), TPP11, AB, ABD, İngiltere, RCEP

Trans-Pasifik Ortaklığı için Kapsamlı ve Aşamalı Anlaşma (CPTPP): Tarifeler, hizmetler, yatırımlar, e-ticaret, fikri mülkiyet ve kamu iktisadi teşebbüsleri alanlarında ekonomik entegrasyon. CPTPP, özgürlük, demokrasi, temel insan hakları ve hukukun üstünlüğü gibi temel değerleri paylaşım. Japonya, Avustralya, Brunei, Kanada, Şili, Malezya, Meksika, Yeni Zelanda, Peru, Singapur, ABD ve Vietnam'dan oluşan 12 ülke Şubat 2016'da Trans-Pasifik Ortaklık Anlaşması'nı (TPP12 Anlaşması) imzaladı. Ancak ABD 2017 yılında çekilmiştir. Çin 16 Eylül'de, Tayvan 22 Eylül'de ve Ekvador 17 Aralık 2021'de başvurmuştur.

- Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık (RCEP) Anlaşması: ASEAN üyesi ülkeleri, Japonya, Avustralya, Çin, Kore ve Yeni Zelanda olmak üzere toplam 15 üye ülkeden oluşan bir ekonomik ortaklık anlaşmasıdır. 15 Kasım 2020 de imzalandı. Japonya'nın yanı sıra Brunei, Kamboçya, Laos, Singapur, Tayland, Viet Nam, Avustralya, Çin ve Yeni Zelanda'nın 2 Kasım 2021 tarihine kadar depozito yatırmasıyla RCEP Anlaşması bu ülkeler için yürürlüğe girmiştir. Anlaşma, 3 Aralık 2021'de depozito yatıran ROK için 1 Şubat 2022'de yürürlüğe girmiştir. Hindistan gözlemci sıfatıyla iştirak etmektedir.

- ABD-Japonya Ticaret Anlaşması (USJTA) 1 Ocak 2020 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

- Japonya-AB Ekonomik Ortaklık Anlaşması (Japan-EU EPA): Şubat 2019 da yürürlüğe girmiştir.

- Japonya-İngiltere Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması (Japan-UK CEPA): Ocak 2021'de yürürlüğe girmiştir.

4.4.2. İmzalanan Ancak Henüz Yürürlüğe Girmemiş Olan Serbest Ticaret Anlaşmaları

- Japonya- Çin- G.Kore Serbest Ticaret Anlaşması (Japan-China-ROK FTA): Mart 2013- müzakereler sürüyor.

- Japonya-Türkiye Ekonomik Ortaklık Anlaşması (Japan-Türkiye EPA): 2014- müzakerelerde 17 tur yapılmıştır.

- Japonya Kolombiya Ekonomik Ortaklık Anlaşması (Japan-Colombia EPA): 2012- müzakereler sürüyor.

5. Dış Ticaret Politikası ve Uygulamaları

5.1. Dış Ticaret Mevzuatı (İhracat-İthalat Rejimi)

Dış Ticaret Mevzuatı

1955 yılından bu yana GATT ve 1995 yılından bu yana DTÖ üyesi olan Japonya'nın dış ticaret politikası serbest ticaretin kurallar temelinde geliştirilmesi, kamu-özel sektör işbirliği ile Japon şirketlerin yurtdışı faaliyetlerinin desteklenmesi, doğal kaynaklara erişimin temini ve yatırımların teşviki üzerine tesis edilmektedir.

Dünyanın üçüncü büyük ekonomisi olarak Japonya söz konusu diplomasiyi G7, G20, APEC ve DTÖ gibi platformlar nezdinde aktif bir şekilde yürütmektedir. Ayrıca, gerek bölgesel gerekse ikili ticaret anlaşması müzakerelerine önem atfedilmekte ve CPTPP, Avrupa Birliği, A.B.D. gibi önde gelen ekonomilerle ticaret anlaşmaları imzalanmış bulunmaktadır.

Japonya, ayrıca, Ticaret ve Kalkınma konusunda öncü rol üstlenmekte ve Aid for Trade (AfT), Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi (GTS) gibi DTÖ programları, TICAD gibi bölgesel girişimler ile kalkınma destekleri (ODA) aracılığıyla ticaret sisteminin güçlendirilmesine katkıda bulunmaktadır.

İthalat Rejimi

Japonya ithalat rejimi dış ticaret politikası öncelikleri ile DTÖ hak ve yükümlülükleri çerçevesinde belirlenmektedir. İthalat rejiminde ithalat süreci, sağlık ve güvenlik denetimleri, menşe kuralları, malların sınıflandırılması ile yetkilendirilmiş ekonomik yükümlü programı gibi alanlar düzenlenmektedir.

Japonya'ya ithal edilen malların öncelikle ilgili gümrüklü alanın bağlı bulunduğu gümrük idaresine beyan edilmesi gerekmektedir. İthalat beyanı ithalatçı veya aracı yetkili bir gümrük komisyoncusu tarafından yapılabilmektedir. Gerekli kontroller gerçekleştirilip ilgili vergiler (gümrük vergisi ve KDV) ödendikten sonra ithalat izni verilmektedir. İthalat izni alan mallar ülke içinde dağıtımına hazır hale gelmektedir.

Diğer taraftan, malların mahiyetine göre Gümrük Kanunu dışındaki yasa ve yönetmelikler uyarınca ilave izin veya onaylara ihtiyaç duyulabilmekte ve gümrük idaresinden izin alınmadan önce ilgili başvuru belgelerinin sunulması gerekmektedir. İlave denetimler döviz, yasaklı mallar, gıda ürünleri ve evcil hayvanlar için sağlık ve bitki sağlığı önlemleri, kimyasallar, ilaç ve tıbbi cihazlar ile gübre alanlarına yoğunlaşmaktadır. İthal malların tabii olduğu ilave kontroller Gümrük Tarife Cetvelinde belirtilmektedir.

İthalatı yasaklanmış başlıca mallar uyuşturucu maddeler, ateşli silahlar ve patlayıcılar, bio-terör unsurları, sahte para, fikri mülkiyet haklarını ihlal eden mallar ile kamu güvenliği ve genel ahlaka zarar veren basılı veya görsel yayınlar olarak sıralanabilir.

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, söz konusu ürünlerin ithalatı devlet tarafından da yapılabilmektedir. (Act on Stabilization of Supply, Demand, Prices for Staple Food)

İhracat Rejimi

Japonya'da ihracat yapacak olan firma veya kişinin, ürünün niteliği, miktar, değer, fiyat ve gerekli belgeler ile ilgili olarak Gümrükler Genel Müdürlüğü'ne beyanda bulunması gerekmekte olup; söz konusu kontrol tamamlandıktan sonra ihracat izni alınabilmektedir.

Diğer taraftan, dış ticaretin uygun bir şekilde gelişmesini sağlamak ve Japonya ile uluslararası toplumda barışı ve güvenliği sağlamak amacıyla gereken asgari düzeyde Güvenlik İhracat Kontrolleri uygulanmaktadır. Bunların dışında, tamir için yurtdışına gönderilen mallar ile geçici

olarak ihraç edilen mallarda vergi indirimi veya vergi muafiyeti uygulanabilmekte, motorlu taşıt ihracatı ise beyana tabi tutulmaktadır.

5.2. İthalat için Gerekli Belgeler

Gümrük Kanunu dışındaki kanun ve yönetmeliklerin gerektirdiği lisanslar, sertifikalar vb. (bu kanun ve yönetmelikler kapsamında belirli malların ithalatının kısıtlanması durumunda) ürün ile birlikte sunulmalıdır.

Örneğin, hayvansal ürünler, yalnızca menşe ülkenin yetkili makamları tarafından hazırlanan ve bulaşıcı hastalıkların yayılmasına ilişkin herhangi bir korku yaratmadığını gösteren denetim sertifikaları (Veteriner Sağlık Sertifikası) veya bunların kopyaları ile birlikte Japonya'ya ithal edilebilir. (Ülkemizden kırmızı et ve ürünleri ithalatı mümkün değildir)

Bitkiler ve bitkisel ürünler (bu ürünlerin çoğu için ihracatçı ülkenin ilgili devlet kurumundan bitki sağlığı sertifikası gerektirir). Japonya'ya gönderilen bitki içeren tüm ürünler miktarına veya bitkilerin amacına (ör. ticari, araştırma, kişisel tüketim) bakılmaksızın Japonya Tarım, Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığı tarafından incelenmektedir.

Japon Gümrüklerince oluşturulan sayfadan (https://www.customs.go.jp/english/law/customsform/index_e.htm) talep edilen belgelerin örneklerine ulaşılabilir. Ancak ilgili ürün grubuna ve ihracatçı ülkeye göre farklı kurumların farklı belge talepleri olabilmektedir. Ekli tabloda bazı detay bilgilere yer verilmiştir.

Tablo İthalatta Talep Edilen Belgeler

Zorunlu belgelendirme talep edilen ürünler	Talep edilen belgenin mahiyeti (CE, helal sertifikası, diğer)	Söz konusu belgeleri veren/düzenleyen kurum/kuruluş	Kabul gören diğer ülkelere ait belgeler
Genel	ISO/IEC 17021 ISO/IEC 17024 ISO 14065 ISO/IEC 17025 ISO/IEC 17020 ISO 17034 ISO/IEC 17043 ISO 15189 ISO/IEC 17065	JAB Akredite Kuruluşlar Listesi: https://www.jab.or.jp/en/accruited_bodies/	Asia Pacific Accreditation Cooperation (APAC), International Laboratory Accreditation Cooperation (ILAC) ve International Accreditation Forum (IAF) ile Multilateral / Mutual Recognition Arrangements
Tarım ürünleri (Bitki Koruma İstasyonları web)	JAS Standards JAS Organic Standards HACCP	JAS Kayıtlı Sertifika Kuruluşlarının Listesi:	MHLW'ye kayıtlı Türkiye'de faaliyet gösteren

sitesinde yer alan veri tabanı ve arama motoru: http://www.pps.go.jp/eximlist/Pages/exp/conditionE.xhtml)	Bitki Sağlığı Sertifikası	https://www.maff.go.jp/e/policies/standard/jas/attach/pdf/system-5.pdf MAFF Kayıtlı Sertifika Kuruluşlarının Listesi: https://www.maff.go.jp/j/jas/jas_kikaku/kikan_itiran.html MHLW Karantina Şubeleri ve Karantina İstasyonları Listesi: https://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/1-2.html FAINS (Gıda Otomatik İthalat Bildirim ve Denetim Ağı) https://www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/1.html	test muayene ve uygunluk değerlendirme kuruluşları listesi: https://www.mhlw.go.jp/topics/ynyu/5/dl/t8.pdf
Sanayi ürünleri	JIS Mark Certification IEC/CAB: IECEE, IECEx, IECQ and IECRE	JISC Akredite Sertifikasyon Kuruluşlarının Listesi: https://www.jisc.go.jp/app/mark/general/GnrListOfTheAccreditedCertificationBodiesConditionList?show JLNA Akredite Test Laboratuvarları Listesi: https://www.nite.go.jp/en/iajapan/jnla/mra-lab/index.html JCCS Akredite Kalibrasyon Laboratuvarları Listesi: https://www.nite.go.jp/en/iajapan/jcss/labsearch/index.html MLAP Akredite Ölçüm Laboratuvarları Listesi: https://www.nite.go.jp/iajapan/mlap/lab/index.html ASNITE Akredite Uygunluk Değerlendirme Kuruluşları Listesi: https://www.nite.go.jp/en/iajapan/asnite/lab/index.html	IAF ve APAC ile Multilateral Recognition Arrangements ILAC ve APAC ile Mutual Recognition Arrangements

Tarım gıda ürünlerine ilişkin ithalat bildiriminde sunulması istenebilen başlıca bilgi ve belgeler:

Gıda Sanitasyon Yasası kapsamında ürün özelinde farklı uygulamalar olmakla birlikte genel olarak tüm yiyecek ve içecekler, gıda katkı maddeleri, sofrta takımları, kaplar/ambalajlar ve oyuncakların ithalatında analiz belgesi sunulması gerekmektedir. Bu kapsamda Japonya'ya ihracattan önce, ithalatçı tarafından ürün özelinde gerekli belgelerin ilgili Gümrük İdaresinden teyit edilmesinde fayda görülmektedir.

Tablo - Gıda Sanitasyon Yasası kapsamında uygulamalar

İşlenmiş gıda	Ürün adı, ürün numarası ve JAN kodu (barkod), vb. Gıda işletmesinin adı ve adresi (İngilizce) Gıda işleme tesisinin adı ve adresi (İngilizce) Hammadde (mümkün olduğu ölçüde araştırma yerleri ve birleştirme oranları; katkı maddeleri, maddelerin isimleri ve kullanımı içeren maddeler ve konu katkı maddeleri için belirtilen kullanım kriterlerine göre, kullanılan miktar; işlenmiş gıdaları çiğ olarak kullanan ürünler için söz konusu işlenmiş gıdalarda belirlenmiş olmayan herhangi bir katkı maddesi kullanılıp kullanılmadığı) Hammadde olarak sağlıklı gıdalar veya oryantal ilaçlar içeren ürünler için bilimsel isimleri, kullanılmış parçalar ve kullanım amaçları Maddenin rekombinant DNA teknolojisini kullanan ürünler kategorisine girip girmediği İşleme / üretim yöntemleri Ambalaj malzemesi türü Depolama yöntemleri (oda sıcaklığında, soğutulmuş veya dondurulmuş) Kullanım (doğrudan satış için, hammadde olarak veya diğer) Pişirme, tüketim veya kullanma yöntemleri
Hızlı tüketilen gıdalar	Ürün adı, ürün numarası ve JAN kodu (barkod), vb. İthalatçının adı ve adresi (İngilizce) Paketleme tesisinin adı ve adresi (İngilizce) Menşei ülke Bilimsel ad ve referans materyalleri ve çeşitleri ile ilgili fotoğraflar Herhangi bir katkı maddesi kullanılıp kullanılmadığı Ambalaj malzemesi türü Depolama yöntemleri (oda sıcaklığında, soğutulmuş veya dondurulmuş) Kullanım (doğrudan satış için, hammadde olarak veya diğer) Pişirme, tüketim veya kullanma yöntemleri
Katkı maddeleri	Üreticinin adı ve adresi (İngilizce) Üretim tesisinin adı ve adresi (İngilizce) Maddelerin adı (kimyasal adı, Japonca adı ve İngilizce adı) Katkı müstahzarları olması halinde kullanılan madde içeriği Kullanım amacı Ambalaj malzemesi türü Depolama yöntemleri (oda sıcaklığında, soğutulmuş veya dondurulmuş)

5.3. Gümrük Giriş Beyannamesi, Gümrük Değeri ve Gümrük Vergileri

İthalat rejimi çerçevesinde DTÖ üye ülkeleri, üye olmayan ülkeler ve ikili ticari anlaşmalara bağlı olarak farklı oranlar belirlenmektedir. Japonya DTÖ taahhütleri kapsamında mal gruplarının tamamına yakınında gümrük vergileri için nihai hadler belirlemiştir. Nihai vergi hadleri ortalaması tarım ürünlerinde %19.3, tarım dışı ürünlerde %2,5 düzeyindedir.

Gümrük Tarife Cetveli; Genel oran, Geçici oran, MFN oranı, GTS oranı, EAGÜ oranı ile ticaret anlaşmaları temelinde uygulanan tercihli ticaret oranları olarak farklı kategorilere ayrılmaktadır. Yolcu beraberinde getirilen eşya ile ithal bedeli 200 bin JPY ve altındaki paketler için sadeleştirilmiş oranlar uygulanmaktadır.

Ülkemiz ihracatı GTS kapsamında uygulanan vergilere tabidir. Güncel tarife oranlarına Japonya Gümrük idaresi web sayfasından ulaşım sağlanabilmektedir.

<https://www.customs.go.jp/english/tariff/index.htm>

5.4. İç Vergiler ve Oranları

Ülkede uygulanmakta olan başlıca doğrudan vergiler:

- Kişisel Gelir Vergisi
- Stopaj Vergisi
- Kurumlar Vergisi
- Veraset Vergisi

Ülkede uygulanmakta olan başlıca dolaylı vergiler:

- Tüketim Vergisi (KDV)
- Alkol ve Sigara Vergileri
- Akaryakıt Vergileri
- Damga Vergisi

Ülkede standart mal ve hizmet alımlarında Katma Değer Vergisi (KDV) oranı %10'dur. Gıda ürünleri ile gazete ve dergide %8 oranında indirilmiş KDV oranı söz konusudur.

Kurumlar vergisi KOBİ'ler için %15 veya %23,4 olarak belirlenmekte, diğer şirketler ise sermaye oranına göre değişen vergi oranlarına tabidir. Ödemekle yükümlü olunan diğer kurumsal vergiler ile beraber (yerel yönetimler için kurumlar vergisi, mukim vergisi, işletme vergisi, emlak vergisi) vergi yükünün KOBİ için %22 ila %37 arasında değiştiği, KOBİ dışındaki şirketler için ise %30 civarında olduğu hesaplanmaktadır. Vergi oranları ile ilgili bilgiler JETRO genel ağ sayfasında yer almaktadır:

https://www.jetro.go.jp/en/invest/setting_up/section3/page3.html

5.5. Ürün Standartları ile İlgili Uygulamalar

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

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

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

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

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

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

JAS kuralları, standartlarla belirlenmiş ürünü tanımlamaktadır. Standarda konu ürünlerin pek çoğunda minimum kalite standardı belirtilmiştir. Ancak bazı ürünler için kurallar sadece kalite artırımını sağlamaya yönelik direktifleri içermektedir. Söz konusu standartların uygulanması zorunlu olmayıp, ancak tüketicinin ithal edilen ürünü tercih etmesi amacıyla, ithalatçı firmaları bu standartları uygulama yoluna sıkça gitmektedir.

Japon standartlarına ilişkin ayrıntılı bilgiye JETRO web sitesinden erişilebilmektedir.

<https://www.jetro.go.jp/en/reports/regulations.html>

5.6. Test Etme, Muayene ve Belgelendirme

Kısaca JAB olarak bilinen ve ilk olarak 1993 yılında kurulan Japon Akreditasyon Kurulu (Japan Accreditation Board) Japon ekonomisinin ve endüstrisinin düzenli gelişimini teşvik etmek ve katkıda bulunmak adına uygunluk değerlendirme programı kapsamındaki en geniş yetkili akreditasyondan sorumlu kuruluştur. 2010 yılında özel bir sivil toplum kuruluşu statüsünde yeniden yapılandırılmıştır. JAB; International Accreditation Forum-IAF, International Laboratory Accreditation Forum-ILAC ve Asia Pasific Accrediation Cooperation-APAC üyesidir.

JAB’ın görevleri arasında kalite ve çevre yönetim sistemi belgelendirme kuruluşlarının akreditasyonu, kaydının tutulması ve uluslararası çok taraflı tanıma anlaşmalarının (MLA) koordinasyonun sağlanması, test laboratuvarları ve tıbbi laboratuvarların akreditasyonu, kaydının tutulması ve uluslararası karşılıklı tanıma anlaşmalarının (MRA) koordinasyonunun sağlanması ile yetkili kuruluşların yayınlanması gibi konular yer almaktadır. Yine, akreditasyon veya belgelemeye ilişkin talepler ve diğer başvurular için yetkili mercii JAB’dır.

Japonya uygunluk değerlendirme kuruluşları ve yetkilendirilmiş kuruluşlar listesi için:

https://www.jab.or.jp/en/accredited_boadies/

https://www.jab.or.jp/en/certified_organization/

Teknik düzenlemeler ilişkin duyurulara aşağıdaki bağlantılardan ulaşılabilir: <https://www.jsa.or.jp/en/>
<https://webdesk.jsa.or.jp/books/W11M0010>

5.7. İthalat Lisansları ve İthalatı Kontrole Tabi Ürünler

Bir ada ülkesi olan Japonya'nın kendinde olmayan hastalıklara karşı uyguladığı bitki karantina kuralları gereği, ülkemizde Akdeniz sineği zararlısı, elma kurdu ve Erwinia Amylovora vb. karantina zararlılarının varlığı sebebiyle bir çok yaş meyve ve sebzenin Japonya'ya ihracatı mümkün değildir. Sınırlı sayıda ürün ise belirli karantina şartlarını sağlayarak ülkeye girebilmektedir.

İlaçlar, yarı ilaçlar (saç tonikleri ve banyo katkı maddeleri gibi insan vücudu üzerinde hafif etkileri olan ürünler) , kozmetikler, tıbbi cihazlar vb. ürünler, İlaçların, Tıbbi Cihazların vb. Kalitesini, Etkinliğini ve Güvenliğini Sağlama Yasası kapsamında Sağlık, Çalışma ve Refah düzenlemelerine tabidir. İlaç ve Tıbbi Cihazlar Kanunu kapsamında pazarlama veya imalat ruhsatı olmayanların bu ürünleri ticari amaçla ithal etmesi mümkün değildir.

Bu ürünleri ithal etmek isteyenlerin, gümrüğe ithalat beyanında bulunurken İlaç ve Tıbbi Cihaz Kanunu kapsamında izin veya onay alındığına ilişkin belge sunulmalıdır.

5.8. Ambalaj, Paketleme ve Etiketleme

Sanayi ürünleri için Ev Eşyaları Kalite Etiketleme Kanunu kapsamında belirlenen gıda ürünleri, tekstil ürünleri ve hammaddeleri, plastik ürünler, elektrikli ev aletleri ve aparatları ile günlük yaşamlarında kullanılan diğer muhtelif malların etiketlenmesi zorunludur.

JIS Sistemi ise gönüllülük esasına dayanmakta ve “Sanayide Standardizasyon” Kanunu uyarınca yalnızca JIS ile uyumluluğu akredite belgelendirme kuruluşlarca onaylanan ürünlerin ambalaj, paket veya faturası üzerinde “JIS Markası” kullanılabilmektedir.

Tarım ürünlerine ilişkin JAS Sisteminin diğer bir ayağı ise tüketicilere ürün seçimlerinde uygun bilgi akışının tesis edilebilmesini amaçlayan “JAS markası” etiketleme sistemidir. Standartlaştırılmış Kalite Etiketleme Sistemi ile üretici, imalatçı ve distribütörler tüm yiyecek ve içecekleri belirlenen kalite standartlarına uygun olarak etiketlemekle yükümlü kılınmıştır.

Her bir ürünün kendine özgü bir etiketlenme biçimi bulunmaktadır. Örneğin, işlenmiş gıdalar için işaretleme standartları, ürünün adı, tatlandırıcıları, ağırlığı, üretim tarihi ve üreticinin adı gibi ayrıntıları talep etmektedir. Bozulabilir gıdalar üzerinde ürün ismi ve menşee ülkelerin gösterilmesi gerekmektedir.

Bazı hammaddeler ve bunlardan yapılan işlenmiş gıdalar için genetik modifikasyonla ilgili etiketleme uygulanmaktadır. Ayrıca, alerjen içeren 7 maddenin etikette belirtilmesi zorunlu, 18 maddenin belirtilmesi ise tavsiye edilmektedir. Organik tarım ürünleri, organik hayvancılık ürünleri, organik işlenmiş gıdalar ve organik yemler için belirlenen JAS standartları uyarınca Organik JAS işareti yapıştırılmalıdır.

Diğer taraftan, etiketleme ürünlerin iç pazara sunulma aşamasında gerekli olup JAS Kanunu uyarınca ihracatçı ülkedeki işletmeler veya acentelerin herhangi bir etiketleme yükümlülüğü bulunmamaktadır.

Ambalaj, paketleme ve etiketleme hakkında sektör bazında ayrıntılı bilgi için kaynaklar:
https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/reports/regulations/pdf/cons2010ep.pdf
https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/reports/regulations/pdf/industry2009e.pdf
https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/reports/regulations/pdf/agri2009e.pdf

5.9. Geçici İthalat

Japonya, 1973 yılında ATA Sözleşmesi'ne katılmıştır. Sözleşmeye taraf olan ülkeler ve bölgelerden ithal edilen mallar, genellikle ATA Sözleşmesi kapsamında işleme tabi tutulabilir ve gümrük vergisi ile ödenmesi gereken özel tüketim vergilerinden muaf tutulabilir. Taraf olmayan ülkeler ve bölgelerden ithal edilen veya Sözleşme'nin uygulanmasına uygun olmayan mallar da, Gümrük Tarifesi Kanunu'nun 17. Maddesinde belirtilen koşulları sağladıkları takdirde (Yeniden İhracat için Gümrük Vergisinden Muafiyet), gümrük vergisi ve ödenmesi gereken özel tüketim vergilerinden muaf tutulabilir.

ATA Sözleşmesi kapsamında yer alan profesyonel ekipman, mal numuneleri, sergilerde kullanılacak eşyalar gibi ürünlere ek olarak, geçici ithalat kapsamında uygun olan bazı mal örnekleri aşağıda sıralanmıştır:

- Özel işlemlerden geçirilecek mallar (kesme, kaplama vb.)
- Onarımı yapılacak mallar
- Bilimsel araştırma için kullanılan eşyalar
- Test amacıyla kullanılacak eşyalar
- İthal veya ihraç edilen malların kapasite veya performansını test etmek ya da kalite incelemesi yapmak amacıyla ithalat veya ihracat yapan kişiler tarafından kullanılacak eşyalar
- Japonya'ya giriş amacıyla ikamet değişikliği dışında bir nedenle getirilen ve kişisel kullanım için ithal edilen otomobil, gemi, uçak veya diğer tüm eşyalar

Detaylı bilgi ve prosedürler için: Japon Gümrük İdaresi Web sitesi :

<https://www.customs.go.jp/english/summary/temporary.htm#:~:text=Procedures%20on%20Temporary%20Admission,an%20import%20permit%20from%20Customs.>

5.10. Devlet Alımları

Japonya DTÖ Kamu Alımları Anlaşmasına (GPA) taraf olan ülkelerden birisidir. Ayrıca, GPA kapsamında belirlenen kuralların da ötesinde pazar erişimini artırmak için tasarlanmış gönüllü tedbirler belirlenmiştir. Bu önlemler kamu ihale prosedürlerinin sadeleştirilmesi, açık ihale usullerinin benimsenmesi ile kamu ihale bilgilerinin daha iyi paylaşılması olarak özetlenebilir.

Japonya kamu alımları sistemine ilişkin ayrıntılı bilgiler için:

<https://www.jetro.go.jp/en/database/procurement/procurement.html>
http://japan.kantei.go.jp/98_abe/documents/2019/00002.html

Japonya'da açılan kamu ihale duyurularını ise aşağıdaki bağlantılardan takip edebilirsiniz.

<https://www.jetro.go.jp/en/database/procurement/>
<https://information1.gov-procurement.go.jp/en/>

Japonya'da kamu ihale süreçleri şeffaf ve rekabetçidir. Yabancı firmalar da kamu ihalelerine katılma hakkına sahiptir, ancak genellikle yerel partnerlerle iş birliği yapmaları beklenir. Özellikle altyapı,

sağlık, teknoloji ve ulaşım projelerinde kamu ihaleleri sıkça görülmektedir. Japon hükümeti, stratejik sektörlerde yerli üretimi teşvik ederken, uluslararası iş birliklerine açık bir yaklaşım sergilemektedir.

5.11. Teknik Engeller

Japonya tarafından dış ticarete uygulanmakta olan teknik engeller hakkında bilgiye <https://www.teknikengel.gov.tr/> sitesinden erişilebilmektedir.

Ticarete Teknik Engeller web sitesi, kullanıcıların teknik engeller alanında yararlanacağı ve etkin olarak kullanacağı temel bir platform olarak yapılandırılmıştır. Bu çerçevede, söz konusu siteden ülkeler itibarıyla ticarete teknik engeller uygulamaları hakkında bilgi sahibi olunabilmekte, ülkelerin mevzuat ve uygulamaları hakkında Bakanlığımızdan bilgi talep edilebilmekte ve ihracatta karşılaşılan teknik engeller interaktif olarak Bakanlığımıza bildirilebilmektedir. Söz konusu siteye ücretsiz olarak üye olunabilmektedir. Sitenin üyelerine ilgilendikleri ülke ve ürün gruplarına ilişkin düzenlemeler günlük olarak e-posta ile gönderilmektedir.

5.12. Diğer Hususlar

Japonya'nın uygulamalarının teknik engel yaratmasa bile genel olarak başka ülke ihracatçılarına daha avantajlı durum sağlamadığı gözlenmektedir. Daha avantajlı muamele gören ülkeler olsa bile söz konusu durum ikili ticari anlaşmalar ve diğer ikili münasebetlerden kaynaklanmaktadır. Diğer taraftan, karantina süreçlerinde bazı ülkelere belirli ürünlerde ülkemizden daha hızlı işletilmiş/işletilmekte olan süreçler olduğu bilinmektedir.

Japonya pazarında Türk ürünleri için uygun bir pazar alanı olmasının yanı sıra, Japon firmalarının Türkiye'de yatırım yapma ve Türk şirketleri ile uygun işbirliği yapma konusunda ilgilerinde de önemli ölçüde olumlu gelişmeler meydana gelmektedir.

Ancak, Japon firmaları ile ticaret ve işbirliği hususunda harekete geçecek firmalarımızın, çok hazırlıklı olmaları, ne yapmak istediklerini iyi belirlemeleri, uzun vadeli düşünceleri, Japon firmalarının çok detaylı bilgiler isteyeceklerini bilerek kendi işleri ve şirketleri ile ilgili iyi bir altyapılarının olması ve uzun vadeli bir işbirliği yaklaşımı ile hareket etmeleri gerekmektedir.

İlgili birimlerle yapılan istişarelere bağlı olarak Japonlarla işe başlama sürecinin göreceli olarak biraz uzun sürebileceği akılda tutulmalıdır. Olumlu temas kurulan ya da ticarete başlanan firmalarla düzenli ve periyodik ilişkiler ve ziyaretlerin yapılması önem taşımaktadır. Karar verme süreci daha yavaş görülse bile alınan kararlar hızlı bir şekilde uygulamaya geçirilmekte ve iş bağlantıları uzun vadeli kurgulanmaktadır.

Güven unsuru ön planda olmakla birlikte; ihracat malının fiyatı, standardı, Japon tüketicilerin beğenisine uygun tasarım ve kalitede üretilmiş olması, zamanında ve talep edilen miktarlarda teslimat önem taşımaktadır. Sözleşme koşullarına uygun olmayan ürünlere rastlanması halinde ticari bağlantılar olumsuz yönde etkilenebilmektedir.

Yine güven unsuruna bağlı olarak Japon ithalatçıları, yazışmalar yoluyla yapılan tekliflere genellikle ilgi göstermemektedir. Bu bakımdan yüz yüze ilişki kurulması, ülkeye gitmeden önce bazı temel kavramlara vakıf olunması, ürünlere ilişkin Japonca tanıtım materyali hazırlanması ile güvenilir ve Japonya'da saygın araçları (acente, tercüman vb.) eşliğinde potansiyel alıcılarla temas kurulmasında fayda görülmektedir.

- Japon Sanayi Standartları-Japanese Industrial Standards (JIS) ve Japon Tarım Standartları-Japanese Agricultural Standards (JAS) Japonya'da en geniş şekliyle kullanılan iki

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

- İhracatçılarımızın Japonya'ya ihraç etmek istedikleri ürünler için Japon makamları tarafından istenilen belge ve sertifikalar hakkında bilgi edinilmesi ve ihracat öncesi bu belgelerin hazır edilmesi hususuna dikkat etmeleri tavsiye edilmektedir.

5.13 E-Ticaret

Datareportal raporuna göre 2022 yılında 125 milyonluk Japonya'nın nüfusunun %94'ü internet kullanmakta iken çevrim içi alışveriş yapanların nüfusa oranı 2021 yılında %52,7 olarak kaydedilmiştir. Statista verilerine göre bunun görece düşük olmasının nedeni yaşlı nüfus oranı (70'i 35 yaş üstünde) ve geleneksel alışveriş modellerine kısmen bağlılıktır.

Japonya'nın 2022 yılında B2C e-ticaret hacmi, 161 Milyar ABD doları (20,7 trilyon Japon yeni) gerçekleşmiş olup, genel perakende sektöründeki oranı 2021 yılında %8,78 olarak gerçekleşmiştir. Küresel B2C perakende e-ticarete ülkenin payı yaklaşık %4,89 olup, Çin, ABD, Birleşik Krallık'tan sonra en büyük e-ticaret pazarı konumundadır.

Statista verilerine göre, 2021 yılında aylık ortalama hane başı 33.470 Japon Yeni (yıllık 3.127 ABD doları) tutarında çevrim içi tüketim harcaması yapılmaktadır. E-ticaret alışverişlerin %23'ü mobil üzerinden yapılmaktadır. Çin'de yaygın olan ve özellikle Uzakdoğu'da giderek yaygınlaşan canlı video üzerinde alışveriş (livestreaming e-commerce) oranı %5,8 oranındadır. Japonya tarafından, e-ticaret rakamları, B2B, B2C, D2C ve C2C olarak tutulmaktadır. 2019 yılı verilerine göre 3,42 Trilyon ABD dolarlık e-ticaretin %93,8'i B2B, %5,2'si B2C, %0,5'er D2C ve C2C'dir.

Japonya, nüfusunun büyük bir kısmının internet kullanıcısı olmasıyla küresel olarak dördüncü büyük e-ticaret pazarıdır. Japonya'daki işletmelerin %24'ü çevrimiçi satış yapmakta, buna ek olarak, internet kullanımının yaygınlığının nüfusun %92'si olduğu tahmin edilmekte olup, bu da e-ticaret operatörleri için önemli bir pazar fırsatı yaratmaktadır. Bu nedenle, yabancı şirketlerin e-ticaret yoluyla Japon pazarına girmeleri için fırsatlar bulunmaktadır. Covid-19 salgınında yaşanan kısıtlamalar ve yeni teknolojilerin gelişmesi ve yaygınlaşması nedeniyle günlük yaşamlarında çevrimiçi alışveriş daha sık kullanılır olmuş ve e-ticarete güveni arttırmıştır. Japon müşterilerin online alışveriş yaparken ağırlıklı olarak "gıda ve bakkaliye", "kişisel hijyen ürünleri", "ev temizlik ürünleri" ve "giyim-kuşam ve moda aksesuarları" kategorilerinde alışveriş yaptığı gözlemlenmektedir. Japon tüketicilerin yabancı ürünleri, özellikle de beklentilerini karşılayan ürünleri sevdiklerini bilmek önemlidir.

5.13.1 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Japonya köklü bir e-ticaret pazarına sahiptir ve hükümet adil ticareti teşvik etmek ve tüketici haklarını korumak için çeşitli düzenlemeleri uygulamaya koymuştur. Japonya'da e-ticareti düzenleyen temel mevzuat, 2000 yılında yürürlüğe giren Belirli Ticari İşlemler Yasası'dır. Bu yasa, tüketicilerin çevrim içi satın aldıkları ürün ve hizmetler hakkında tam olarak bilgilendirilmelerini sağlamak amacıyla çevrim içi reklamları, satış promosyonlarını ve

sözleşme koşullarını düzenlemektedir. Ayrıca, tüketici ve kişisel bilgi/veri koruma yasaları online pazar için de geçerlidir.

Japonya hükümeti, e-ticaretin Japonya'da gelişmesini teşvik etmek amacıyla E-Ticaret Stratejik Başkanlığı'nı kurmuştur. Bu başkanlık, e-ticaret sektörünün büyümesini destekleyen ve müşterilerin çevrim içi alışverişte güvenini artırmayı amaçlayan politikaları ve önlemleri koordine etmektedir.

Mayıs 2020'de Japonya Meclisince, e-Ticaret platformlarının iş uygulamaları hakkında yıllık bir rapor sunmasını gerektirecek yeni bir yasa olan “Belirli Dijital Platformlarda Ticarete Şeffaflık ve Adillik Geliştirilmesi Yasası” kabul edildi.

Hükümet, Japonya'daki e-ticaretin gelişmesini teşvik etmek için çeşitli girişimler başlatmıştır. Bu, küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ'lerin) çevrim içi işletmelerini genişletmelerine yardım etmek ve potansiyel müşteriler ve ortaklar ile bağlantı kurmak gibi önlemleri içermektedir.

Ayrıca finansal teknoloji düzenlemesi ile hükümet, Japonya'da e-ödeme ve e-ticaret hizmetleri gibi finansal teknolojilerin gelişmesini teşvik etmek için düzenlemeler getirmiştir. Bu düzenlemeler, çevrim içi işlemler için güvenli ve kullanışlı bir ortam sağlamayı, müşterileri korumayı ve e-ticaret pazarında rekabete teşvik etmeyi amaçlamaktadır.

5.13.2.Yurtiçi E-Ticaret (B2C)

Amazon www.amazon.co.jp ve Rakuten Ichiba www.rakuten.co.jp Japon tüketicilere doğrudan perakende “B2C” satış için yapabileceğiniz belli başlı çevrimiçi satış platformlarıdır.

5.13.3. Sınır Ötesi E-Ticaret

Deniz aşırı ülkelerden Japonya'ya e-ticaret kapsamında mal gönderirken akılda tutulması gereken birkaç husus vardır. Japonya'ya gönderim yaparken bir İthalatçı Kaydı (IOR) gereklidir. Bu, ihraç edilen malların Japonya'ya ulaştığında sorumluluğunu üstlenecek birini ifade eder. Japonya'nın popüler e-ticaret pazar yerleri olan Amazon Japonya ya da Rakuten Ichiba bir IOR olamayacağından, satıcıların IOR olabilecek birini veya bir kuruluşu bulmaları gerekir. Alternatif olarak satıcılar, kendileri adına harç ve vergilerle ilgilenen bir Gümrük İşlemleri Vekili (ACP) atayarak yerleşik olmayan ithalatçı (IOR) olarak hareket edebilirler. IOR'si olmayan tüm satıcıların Gümrük İşlemleri Vekili (ACP) olarak bir hizmet sağlayıcı ataması zorunludur. Bir Gümrük İşlemleri Vekili (ACP) atandıktan sonra, vekil azledilmediği sürece sonsuza kadar geçerlidir. Ancak, sadece harç ve vergilerden sorumludurlar. Malların yerel yasa ve yönetmeliklere uygun olmasını sağlamak satıcının sorumluluğundadır.

(Detaylı bilgi için https://www.customs.go.jp/shiryo/leaflet_jimukanrinin_e.pdf)

Ülkemiz ihraç ürünlerinin bahse konu mağazalarda satışının yapılabilmesi için, ürünlerin Japon mevzuatına uygun olarak ithalatının tamamlanmış ve Japonya'da bulunan bir lojistik hizmet alanına depolanmış olması gerekmektedir. Söz konusu ithalat işlemleri Amazon veya Rakuten Ichiba tarafından yapılmamakta olup, her iki platform da bu işlemlerin (farklı gereklilikler ile)

tamamlanmış olmasını istemektedir. Diğer taraftan her iki platform lojistik merkezlere sahip olup, depolama ve dağıtım konusunda ise hizmet sunmaktadır.

Aşağıda her iki platform bakımından bahse konu iş süreçleri hakkında bilgi sunulmaktadır.

AMAZON JAPAN

Amazon Japonya'daki faaliyetlerine 2000 yılında başlamıştır. Amazon Japonya'da, www.amazon.co.jp olarak faaliyet göstermekte ve Japonca ve yabancı kitaplar, CD'ler ve DVD'ler, PC yazılımları, oyunlar, elektronik, kırtasiye ve ofis malzemeleri, ev ve mutfak, oyuncaklar ve hobiler, spor, sağlık ve güzellik, kozmetik, saat, bebek ve hamile, giyim ve ayakkabı, mücevher ve yiyecek ve içecek dahil olmak üzere 200 milyondan fazla ürün sunan kapsamlı bir çevrimiçi mağazadır. 2019 yılında Amazon.co.jp, bir önceki yıla göre +%14 artışla aylık ortalama 89 milyon ziyaretçiye sahipti. Ayrıca, Amazon'un gücü, hem doğrudan işletilen kendi e-ticaret işletmesini hem de üçüncü taraf satıcı platformlarını desteklemesidir. Amazon'a göre, 150.000'den fazla KOBİ üçüncü taraf satıcı platformu aracılığıyla faaliyet göstermektedir. Ürün merkezli bir alışveriş formatına sahip olan Amazon Japonya, Amazon Satıcı Hesabı açılması bakımından dünyanın diğer yerleri ile aynı işlem gerekliliklerine sahiptir. Buna ek olarak, Japonya'da elde edilen satış gelirleri, masraflar düşüldükten sonra satıcının tayin edilen banka hesabına çok kolay bir şekilde aktarılabilir. Amazon Japonya'nın bir diğer avantajı da müşteri siparişlerini hızlı, sorunsuz ve düşük maliyetle işleme koyabilmesi ve temel müşteri hizmetlerini sunabilmesidir. Kayıt ücreti aylık 4,900 JPY'dir. Bu nedenle, birçok denizaşırı tüccar Amazon ile başlamaktadır. Ancak, dezavantajlardan biri, müşteri desteğinin e-posta ile sınırlı olması, geri dönüş süresini ve müşteriyle iletişim kurmayı zorlaştırmasıdır. Diğer bir husus ise tüketicilerin ürün seçimi için sınırlı bilgiye sahip olmasıdır.

www.amazon.co.jp'de çevrimiçi mağaza açabilmek için Japonya'da şube açılması ya da şirket kurulması yoluna gidilebileceği gibi bunlar olmadan da e-ticaret işleri yapılması mümkündür. Ancak Japonya'da ticari işlemleri yapabilecek nitelikte hukuki bir ticari varlık kurulmadan ülkemizden gönderilecek eşyaların Japonya'ya ithalatının yapılması için ya kayıtlı ithalatçı (IOR) kullanılması ya da kendileri adına harç ve vergilerle ilgilenen bir Gümrük İşlemleri Vekili (ACP) atayarak yerleşik olmayan ithalatçı (IOR) olarak kendilerinin hareket etmesi gerekmektedir.

Japonya'daki www.amazon.co.jp'de ürün satmak için özel bir şirketten fulfillment hizmeti satın almanız mümkün olabileceği gibi; 'Fulfillment by Amazon' olarak adlandırılan, Amazon'nun kendi ürün dağıtım mekanizması da bulunmakta ve bu hizmetin satın alınması durumunda Amazon tarafından müşteriye kapıya kadar teslim hizmeti sunulmaktadır. Öte yandan, bu hizmeti kullanmak için dahi öncelikle yukarıda belirtilen şekilde kayıtlı ithalatçı (IOR) belirlenmesinin yapılması gerekmektedir.

Amazon'da satıcı olarak platforma kayıt olma gerekliliklerini tamamlanmasının ardından, çeşitli hizmetler sunan 3. taraf firmaların listesine de Amazon 'Service Provider Network' https://sellercentral.amazon.com/gspn?ref=sc_gspn_hp-ls_hp&sellFrom=TR&sellIn=JP&localeSelection=tr_TR bağlantısından erişmek mümkündür.

Amazon'da mağaza açma yöntemi için daha detaylı ve güncel bilgileri aşağıdaki bağlantılardan inceleyebilirsiniz.

- 'Amazon Expand to Japan' (Genel bilgi) : https://sell.amazon.com/global-selling/japan?ref=sdus_gs_2nav_jp

- How To Start Selling On Amazon In Japan (Guidebook) :

https://m.media-amazon.com/images/G/01/AmazonServices/Site/AssetLibrary/Japan-SellingGuide_Eng.pdf?initialSessionID=apay%3D357-0176417-3602423&ld=SDUSAGSDirect&ldStackingCodes=SDUSAGSDirect

-Amazon Seller Central “Import and export inventory” :

<https://sellercentral.amazon.co.jp/help/hub/reference/external/201468520?locale=en-US>

-Amazon ‘Service Provider Network’ :
https://sellercentral.amazon.com/gspn?ref=sc_gspn_hp_ls_hp&sellFrom=TR&sellIn=JP&localeSelection=tr_TR

RAKUTEN İCHİBA’DA MAĞAZA AÇILMASI

Rakuten Ichiba, 1997 yılında kurulmuş bir çevrimiçi alışveriş platformudur. Japonya'nın e-ticaret pazar payının %26,8'i ile Japonya'nın en büyük e-ticaret pazarına sahiptir ve küresel olarak dördüncü büyük e-ticaret pazarı olarak kabul edilmektedir. 120 milyondan fazla üyeyi ve 55.000'den fazla mağazayı bir araya getiren Rakuten'in günlük yaklaşık 18 milyon aktif kullanıcısı bulunmaktadır. Yurtdışındaki şirketlerin Rakuten Ichiba'da bir çevrimiçi mağaza oluşturması mümkündür.

Rakuten Ichiba, alışveriş merkezi benzeri bir mağaza anlayışına sahip olup; şirketlere, tüm mağazalarda ortak olan genel bir düzen kullanmak yerine, ilgili tüm bilgilerin belirtilmesini mümkün kılan, son derece özelleştirilebilir bir dijital vitrin oluşturma fırsatı vermektedir. Ayrıca satış, promosyon veya yeni ürün gibi yeni önemli bilgileri sağlamak için istenildiği zaman güncellenebilmesine imkan sunmaktadır. Aynı durum, gerektiği kadar bilgi içerebilen ürün sayfaları için de geçerlidir. Bu özellik, müşterilerin ürünlerin özellikleri, fiyatı, aynı zamanda nakliye ve iade politikaları vb. gibi gerekli tüm bilgilere erişmesini sağlar.

Bir şirketin Rakuten Ichiba'da satış yapabilmek için başvuru sürecinden geçmesi gerekiyor ancak öncesinde Rakuten Ichiba'nın ayrıntılı tarama sürecinden geçilip geçilemeyeceğinin kontrol edilmesi uygun olacaktır. İlk ve en önemli sorun, iş yapmak için bir Japon kuruluşun varlığının gerekliliğidir. Rakuten Ichiba, bir şirketin yurtdışında yerleşik kuruluşuyla Rakuten Ichiba'da doğrudan mağaza açabileceği bir plan olan Doğrudan Mağaza Planı'nı yalnızca Fransa ve Almanya'ya sunmakta olup ülkemiz firmalarının bu uygulamadan yararlanabilme imkanı bulunmamaktadır. Bu bakımdan, ülkemizde mukim firmaların Rakuten Ichiba'da kendi mağazasını açmak için Japonya'da şube açmaları ya da şirket kurmaları zorunda olup, bahsi geçen platform tarafından doğrulanabilecek Japonya'ya ait bir adres, telefon numarası ve Japonya'ya ait bir banka hesap numarası sağlanması gerekmektedir.

Bu durumda Japonya'da yerleşik bir ithalatçı olacağından ayrıca bir kayıtlı ithalatçı bulunması ya da Gümrük İşlemleri Vekili atayarak yurtdışında yerleşik IOR sıfatıyla işlemlerin yürütülmesi gerekmeyecektir.

Ayrıca Rakuten Ichiba'ya Japonca müşteri hizmetleri sağlama yetkinliğinizi ispatlanmanızda ikinci bir zorluk olup, Rakuten Ichiba'da satış yapabilmek için bir şirketin uygun şekilde Japonya'da kurulmuş olması yanında halihazırda bir e-ticaret sitesine sahip olması veya üçüncü taraf bir platformda satış yapıyor olması da ayrı bir gerekliliktir. Şirketin ayrıca müşterilerin siparişlerini yerine getirebilmesi için güvenilir lojistik sistemi kurabilmesi ve Rakuten'deki ürünlerin JPY cinsinden satılması nedeniyle kur riskinden de sorumlu olacağını bilmesi önemlidir. Şirketin ayrıca kendi marka ismine sahip olması ve benzersiz bir üretici kimliği sunması ve UPC, EAN, JAN, ISBN gibi kabul edilebilir formatta barkodlu ürünlere sahip olması ve benzeri nitelikte Rakuten Ichiba tarafından belirlenen pek çok gerekliliği önceden dikkate alınması ve hazırlık yapması gerekliliği, Rakuten Ichiba'da mağaza açılmasına ilişkin ayrı zorluklardır.

Diğer taraftan Japonya'da şube ya da şirket kurmanın tercih edilmemesi halinde, Rakuten'de hâlihazırda faaliyet gösteren bir mağazanın sizin ürünlerinizi satışa sunulması denenebilecek başka bir yöntemdir.

Japonya'daki www.rakuten.co.jp'de ürün satmak için özel bir şirketten fullfilment hizmeti satın almanız mümkün olabileceği gibi; ‘Rakuten süper logistics’ olarak adlandırılan, Rakuten'in

kendi ürün dağıtım mekanizmasından da hizmet alabilirsiniz. Rakuten tarafından müşteriye kapıya kadar teslim hizmeti sunulmaktadır.

Rakuten Ichiba hakkında güncel ve detaylı bilgileri aşağıdaki bağlantılardan inceleyebilirsiniz.

-Rakuten Ichiba hakkında (Genel bilgi) : <https://www.rakuten.co.jp/ec/sellinjapan/>

-How to open a shop on Rakuten Ichiba? : <https://marketplace.rakuten.net/how-it-works>

5.13.4. Ödeme Yöntemleri

E-ticaret ödemelerinde mobil cüzdan/dijital cüzdan kullanım oranı %12 iken yaygın ödeme araçları sırasıyla PayPay, Rakuten Pay, D Barai, Au Pay, Fami Pay, Line Pay & Merpay.

Yamato Transport, Japan Post, Seino Transportation da hızlı kargo çözümleri arasındadır. Pazaryerlerinin yanı sıra Yamato Transport, Sagawa Xform, Transcosmos SGH Global Japan sipariş karşılama hizmetleri vermektedir.

5.13.5. Mobil E-Ticaret

Japonya'da elektronik ticaret üzerinden satış yapan pazaryerlerinin mobil uygulamaları da bulunmakta ve yoğunlukla kullanılmakta olup, gümrük işlemleri açısından herhangi bir farklılık arz etmemektedir.

5.13.6. E-Ticarete Yönelik Beklenti ve Öngörüler

E-ticarete Japoncanın alternatif bir dilinin bulunmadığını bilmek önemlidir. Öncelikli olarak ürünün tüm Japon yönetmeliklerini karşıladığından ve Japonya'ya ithalat için uygun olduğundan emin olunmalıdır.

Japonya'da tüketicilerin kaliteli beklentisi yüksek olup, ürünün kapsamlı açıklaması ve iade kolaylığı oldukça önemlidir. Japonya'da çevrim içi satış yapılabilmesi için Japon bir ortakla çalışarak Japon diline uygun bir çevrim içi mağaza inşa edilmesi de ülkeye e-ihracatını arttırmak isteyen firmalarımız için tavsiye niteliğindedir.

Japon tüketicilerin tüketim alışkanlıkları geleneksel ihraç pazarlarımızdaki tüketicilerden oldukça farklıdır. Tercih edilen ürünlere ilişkin beklentiler haricinde ambalaj ve etiketlemeye dair de ciddi farklılıklar bulunmaktadır.

Ülkede geçerli olan standartlara ve tüketici taleplerine uygun ürün çeşitlendirmesi yapma gerekliliği, ihracatçılarımızın bu pazara girişlerindeki en büyük engellerdendir.

Ülkemiz ihraç ürünlerinin e-ticaret üzerinden satışının yapılabilmesi için, ürünlerin Japon mevzuatına uygun olarak ithalatının tamamlanmış ve Japonya'da bulunan bir lojistik hizmet alanına depolanmış olması gerekmektedir. Söz konusu ithalat işlemlerinin Amazon veya Rakuten Ichiba gibi başat platformlar tarafından yapılmadığı ancak e-ticaret sitelerinin bu işlemlerin (farklı ek gereklilikler ile) tamamlanmış olmasını istedikleri görülmektedir. Bununla birlikte önde gelen e-ticaret platformları, lojistik merkezlere sahip olup, depolama ve dağıtım konusunda ise hizmet sunmaktadır.

Diğer taraftan, tüketicilerin kalite beklentisi, dağıtıcı ile çalışmanın gerekliliği ve yaşlı nüfusun yüksekliği nedeniyle geleneksel alışveriş modellerinin de önemli olduğu Japon pazarında, e-ticaret sadece pazaryerleri ile sınırlı kalmamalıdır. Çok kanallı yöntemiyle satış yapan mağazalar hedeflenerek bu pazara girilmesi önem arz etmektedir.

Japonya'da sınır ötesi alışveriş oranı düşük olsa da e-ticaret satışlarının %9,5'ini veya 18,2 milyar ABD dolarını oluşturması nedeniyle önemlidir. ABD, Çin ve Kore ilk üç destinasyon

arasındadır. "Şimdi Al, Sonra Öde" seçeneği Japonya'da gittikçe popüler hale gelmektedir. Yerli "Şimdi Al, Sonra Öde" markası Paidy, 2021 yılında PayPal ile iş birliği yaparak Japon çevrim içi müşterilerin dijital cüzdanları üzerinden doğrudan Paidy'ye erişmelerini sağlamıştır.

Paidy, şu anda 700.000 satıcı tarafından ödeme sırasında sunulmaktadır. Bu iş birliği ise Japon müşterilerin PayPal kabul eden herhangi bir uluslararası sitede Paidy'yi kullanmasına olanak tanıyarak sınır ötesi harcamaları artırabilir.

Firmalarımızın Japonya e-ticaret pazarında başarılı olabilmesi için Avrupalı tüketicilerden farklılaşmış olan alışkanlıklarını yakından incelemeleri önemlidir.

E-ticarete yükte hafif pahada ağır, Türkiye'ye mahsus, sezonu veya raf ömrü uzun, sağlıklı, doğal, organik ürünlerin tercih edilme olasılığı yüksektir. Ülkemiz özelinde markalı ürünlerin, sağlıklı uzun ömürlü gıda ve içecek ürünlerinin ve yaşlı nüfusa hitap eden ürünlerin pazarda potansiyel arz edebileceği düşünülmektedir.

6. ÖNEMLİ SEKTÖRLER

Japonya halen dünyanın üçüncü büyük ekonomisi konumundadır. Ekonomik büyüme oranları OECD ülkeleri ortalamasına yakın seyretmektedir. Bununla birlikte, azalan ve hızla yaşlanan nüfus, azalan işgücü arzı, yüksek kamu borcu gibi zorluklar önemini korumaktadır. Dış ticaretin yaklaşık beşte birini Çin ile gerçekleştiren Japonya, özellikle ara malı tedariki bakımından anılan ülke ekonomisindeki gelişmelerden etkilenmeye devam etmektedir. Japon ekonomisinde hizmet sektörü %69'luk pay ile ağırlığını sürdürmektedir. İmalat sanayi %30, tarım sektörü ise %1 paya sahiptir.

6.1.Tarım ve Hayvancılık

Japonya'nın gıda tüketiminde kendine yeterlilik oranı yaklaşık %38 seviyesinde seyretmektedir. Tarım sektörü toplam ithalattan %10'undan fazla pay almaktadır. Ülke olarak önemli miktarda protein tüketilmektedir. Ülke yüzölçümünün yaklaşık %11,5'lik bölümü (4,34 milyon hektar) tarım arazilerine ayrılmıştır. Hokkaido adası 1,14 milyon hektar ile toplam tarım arazilerinin dörtte birini barındırmaktadır.

Ürün bazında ise çeltik 2,37 milyon hektar ile en çok ekili alana sahiptir. Çeltik dışında çay, yaş sebze ve meyve, deniz ürünleri, köklü bitkiler, kesme çiçekler, buğdaygiller ve hayvansal gıda ürünleri yaygın bir şekilde üretilmektedir.

6.2. İmalat Sanayi

Japonya dünyanın önde gelen motorlu taşıt ve elektronik ekipman üreticileri arasındadır. Makine, çelik ve demir dışı metaller, gemicilik, kimya, tekstil, işlenmiş gıda diğer önemli sektörler arasında yer almaktadır.

6.3 Doğal Kaynaklar ve Madencilik

Ülkede önemli miktarda maden kaynağı bulunmamaktadır. Ülkedeki mevcut taş kömürü üretimi giderek azalmaktadır. İçinde bulunulan coğrafi koşullar nedeniyle ithal taş kömürü ülkede üretilen taş kömürüne kıyasla daha ucuza temin edilebilmektedir. Bu durum Japonya'yı maden hammaddeleri ve bilhassa nadir elementler bakımından ithalata bağımlı kılmaktadır.

6.4 Enerji ve Gaz

Hidrokarbon enerji kaynaklarının son derece sınırlı olmasına bağlı olarak Japonya dünyanın en büyük petrol, sıvılaştırılmış doğal gaz ve kömür ithalatçısı konumundadır. Bu kapsamda,

Japonya'nın enerji politikası öncelikleri kaynak çeşitliliğinin artırılması, iklim değişikliği ile mücadele, elektrik ve gaz piyasası reformları ve yenilenebilir enerji projeleri olarak sıralanabilir.

Diğer taraftan, 2011 yılında yaşanan deprem felaketinden sonra 1970'lerdeki petrol krizlerinde olduğu gibi Japon hükümeti enerji tasarrufu önlemlerine yatırım yapmıştır. 2010'ların sonuna doğru toplam enerji arzı ve sera gazı salınımları 1990'lar düzeyine gerilemiştir. Yine, 2011 sonrasında yenilenebilir enerji kaynakları kurulumunda önemli artış görülmüştür.

6.5. İnşaat Sanayi

Japon inşaat pazarı, dünyadaki en büyük pazarlardan biridir. 1990'ların başında gerileme eğilimindeki Japon inşaat sektörü 2010 yılından bu yana toparlanma sürecine girmiştir.

2016 yılından bu yana Japonya'da nominal Gayrisafi Milli Hasılanın yaklaşık %5.4'ünü oluşturan inşaat sektörünün nominal GSYH içindeki payı 2020 yılında en yüksek seviyesi olan %5,7'ye yükselmiştir. Takip eden iki yılda sırasıyla %5.6 ve son olarak 2022 yılında %5.2'ye düşmüştür. 2021 yılında müteahhitlik sektörünün GSYH'ye katkısı 28.91 trilyon JPY iken 2022 yılında 27.11 trilyon JPY'ye düşmüştür.

Japonya inşaat sektörünün, ulaşım, yenilenebilir enerji, telekomünikasyon, doğal afetlerine karşı önlemleri ve imalat sektörlerine yapılması öngörülen yatırımların da desteğiyle 2024 yılında önceki seneye göre %0,9'luk bir büyüme kaydetmesi beklenmektedir. Bunda özel sektör yatırımlarının ve Osaka EXPO'sunun önemli bir payı olduğu değerlendirilmektedir. Devamında 2025-2028 yılları için ise büyüme beklentisi %1,2 seviyesindedir.

6.6. Perakende Ticaret

Satış kanalları incelendiğinde ise yurtiçi toptan satışların perakende satışlara oranının Japonya'da diğer endüstrileşmiş ülkelere nazaran daha yüksek olduğu gözlenmektedir. Bunun durum çok sayıda toptancı olması ve genel ticaret firmalarının satışlarının da bu kalemden gözükmemesinden kaynaklanmaktadır.

Başlıca perakende satış kanallarını ise süpermarket zincirleri, indirimli satış mağazaları (discount stores), 24 saat açık küçük market zincirleri (convenience stores-“konbini”), 100 yen mağazaları ile eczaneler (drug stores) oluşturmaktadır. Bunların dışında şehir merkezlerinde ana tren istasyonları, daha çok üst segmente hitap eden alış-veriş merkezleri (department stores); kırsal bölgelerde büyük alış-veriş merkezleri (shopping malls) ve yapı market zincirleri (home centers) bulunmaktadır. Elektrikli cihaz ve elektronik ürün mağaza zincirleri, online alış-veriş siteleri, katalog satışlar ve otomatik satış makinaları diğer yaygın satış kanallarıdır.

Dağıtım kanallarında aracı firmalara sıkça rastlanmaktadır. Perakendeciler bir veya daha fazla aracı vasıtasıyla mal tedarik etmektedirler. Bazı perakendecilerin bir ana toptancı ve birkaç yan toptancı ile çalışmayı tercih ettikleri gözlenmektedir. Söz konusu tercihin Japon dağıtım sistemine özgü çeşitli uygulamalardan kaynaklandığı değerlendirilmektedir.

6.7. Hizmetler

Başlıca hizmet sektörleri toptan ve perakende satış, finansal hizmetler ve müteahhitlik hizmetleri olarak sıralanabilir. Bunun dışında eğitim, sağlık, eğlence, iletişim ve haberleşme hizmetleri de yüksek kalite ve teknoloji standartları ile ön plana çıkan diğer sektörlerdir.

6.8 Bilişim

Japonya yazılım piyasası yaklaşık 150 milyar dolar büyüklüğünde olup, bunun %45'ini ismarlama yazılımlar, %4'ünü oyunlar oluşturmaktadır. Tahmin edileceği üzere, Japonların sermaye, insan kaynağı ve donanım açısından güçlü yerel yazılım firmaları bulunmaktadır.

Bilhassa, sipariş tarzı yazılımlarda talebin mahiyetini ve işin algoritmasını anlamak için yüz yüze görüşme ve Japonca bilmek gerekmektedir. Arka planda yazılım kodu çalışıyor olsa da kullanıcı sayfasının Japonca olması beklenmektedir. Oyun ve animasyon piyasası için ise Japon kültürü ve eğilimlerini yakından tanımak önem taşımaktadır. Bu itibarla, pazarlama, siparişe uygun yazılım geliştirme ve satış sonrası hizmet için Japonya’da çekirdek kadroyla yerel birim kurulması lüzumlu görülmektedir.

7. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR

7.1. Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü

Dünya Bankasına 2020 yılı İş Yapma Endeksi raporuna göre, Japonya genel olarak iş yapma kolaylığı açısından 29. sırada yer almaktadır. 190 ülkenin değerlendirildiği raporda, şirket kurma kolaylığı, inşaat izinlerinin alınması, elektriğe ulaşım, tapu siciline kayıt, kredi alma, azınlık hissesi sahibi yatırımcıların korunması, vergilerin ödenmesi, sınır ötesi ticaret, sözleşmelerin uygulanması ve iflasın çözümü olmak üzere toplam 10 kategorideki değerlendirmeler sonucunda oluşturulmuştur.

Gösterge Bazında Japonya’nın Doing Business 2020 Raporu’ndaki Görünümü

Değerlendirmenin yapıldığı 10 kategoride Japonya:	DB 2020 Sıralaması	DB 2020 Puanı	DB 2019 Puanı	Puan değişimi (%)
Genel Sıralama	29	78,0	75,65	2,35
Şirket kurulumu- işe başlama	106	86,1	86,1	0
İnşaat izni almak	18	83,1	74,95	8,15
Elektriğe ulaşım	14	93,2	89,88	3,32
Tapu siciline kayıt	43	75,6	74,21	1,39
Kredi temini	94	55	55	0
Azınlık hissedar haklarının korunması	57	64	60	4
Vergilerin ödenmesi	51	81,6	71,14	10,46
Dış Ticaret	57	85,9	86,51	0,61
Sözleşmelerin icrası	50	65,3	65,26	0,04
İflasın çözümü	3	90,2	93,45	3,25

Kaynak: Dünya Bankası Doing Business Raporu (*1)

Japonya’ya yapılan uluslararası doğrudan yatırım stokunun ülke ve bölgelere göre dağılımı aşağıdaki Tablo’da sunulmaktadır (birim: milyon ABD doları).

		2000	2005	2010	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Asya		3.936	6.702	23.279	47.450	52.820	70.102	86.668	84.594	84.305
	Çin	84	102	399	2.535	3.452	5.433	7.306	7.411	7.306
	Diğer Asya	3.762	6.475	22.134	41.571	45.876	59.728	72.187	72.067	72.187
	Hong Kong	1.756	2.612	4.044	8.484	9.228	11.320	19.818	23.973	19.818
	Tayvan	1.499	1.391	2.255	5.992	6.667	7.638	8.123	7.795	8.123
	Güney Kore	107	313	1.933	5.102	6.712	7.365	7.745	8.078	7.745
	Singapur	400	2.159	13.901	21.993	23.269	33.405	36.501	32.221	36.501
	ASEAN-4	65	105	688	3.187	3.293	4.712	4.549	4.591	4.549
	Tayland	3	42	100	2.000	2.121	3.127	2.858	3.122	2.858
	Endonezya	4	6	60	333	219	232	227	232	227
	Malezya	13	13	460	733	798	1.175	1.267	1.003	1.267
	Filipinler	45	44	68	121	155	177	198	235	198
	Vietnam	n.a.	n.a.	0	6	10	33	41	32	41
	Hindistan	9	10	40	95	100	96	102	371	102
Kuzey Amerika		16.238	47.729	73.900	61.299	59.463	74.926	92.806	82.252	84.157
	A.B.D.	14.147	43.888	72.497	59.692	57.889	73.246	77.788	80.228	77.788
	Kanada	2.091	3.841	1.403	1.608	1.574	1.680	6.369	2.024	6.369
Latin Amerika		3.526	8.218	23.593	15.542	18.724	20.172	16.768	19.354	22.585
	Meksika	1	4	261	3	3	319	2	3	2
	Brezilya	12	31	38	32	40	41	35	46	35
	Cayman Adaları	n.a.	5.599	18.784	11.964	15.187	15.405	18.912	15.202	18.912
Okyanusya		544	478	1.245	3.692	5.297	6.940	6.903	9.284	7.057
	Avusturalya	540	472	983	3.154	4.279	4.635	4.737	6.163	4.737
	Yeni Zelanda	2	3	248	314	312	268	218	275	218
Avrupa		25.988	38.148	92.203	128.076	139.614	139.649	179.305	154.751	149.709
	Batı Avrupa	25.946	38.101	92.126	127.946	139.476	139.463	179.109	183.205	183.205
	Almanya	4.829	5.904	10.009	8.195	9.936	8.804	10.549	10.549	10.549
	İngiltere	3.695	3.033	9.386	15.831	23.301	22.947	58.246	58.246	58.246
	Fransa	8.263	10.777	19.193	31.086	34.059	36.189	24.451	24.451	24.451
	Hollanda	5.352	11.654	36.890	42.540	41.842	36.296	25.650	25.650	25.650
	İtalya	7	559	909	1.488	1.475	1.402	1.268	1.268	1.268
	Belçika	n.a.	474	94	1.003	1.638	1.746	n.a.	n.a.	n.a.
	Lüksemburg	n.a.	1.632	4.842	7.634	7.581	9.408	160	160	160
	İsviçre	2.175	2.264	5.271	11.173	14.394	14.619	6.224	6.224	6.224
	İsveç	430	352	827	2.187	2.600	2.858	16.455	16.455	16.455
	İspanya	19	111	223	972	763	716	461	461	461
	Doğu Avrupa, Rusya, diğer.	42	47	77	130	138	186	196	719	719
	Rusya	42	46	68	55	58	65	153	153	153
Orta Doğu		91	14	59	521	1.798	1.931	614	806	55
	Suudi Arabistan	44	2	15	25	25	27	767	198	767
	B.A.E.	0	1	3	281	278	416	198	471	198
	İran	-	-	-2	-	-	-	446		446
Afrika		0	1	387	165	174	768	808	770	-
	Güney Afrika	-	-	0	1	1	1	777	57	777

OECD üyeleri	42.779	86.553	164.867	197.840	211.519	228.202	285.061	251.154	108
ASEAN	466	2.264	14.596	25.193	26.582	38.162	47.149	36.857	246.034
AB	23.708	35.758	82.236	116.043	124.323	124.014	98.652	87.414	41.104
Dünya	50.323	101.322	214.722	256.780	277.924	314.523	383.909	351.845	73.615

Kaynak: JETRO

7.2. Yabancı Yatırımlara İlişkin Ülke Mevzuatı

a. Genel:

Şirket kurulumu hakkında bilgilere https://www.jetro.go.jp/en/invest/setting_up.html teşvik sistemleri hakkındaki bilgilere https://www.jetro.go.jp/en/invest/incentive_programs.html bağlantı yolundan erişilebilmektedir. JETRO bünyesinde yatırımcı danışma merkezi kurulmuştur.

7.3. Yabancı Sermayeye Yönelik Kısıtlamalar

Japonya’da Japon vatandaşlarının yatırımları ile yabancı yatırımlar aynı uygulamalara tabi olup, herhangi bir önlem veya ayrımcılık uygulanmamaktadır.

7.3.1. Yabancıların Gayrimenkul Edinmeleri

Yabancıların gayrimenkul edinmeleri önünde herhangi bir engel bulunmamaktadır

7.3.2. Yabancı Sermayeli Şirketlere Uygulanan Ayrımcılıklar

Herhangi bir ayrımcılık bulunmamaktadır. Ancak Japon şirketleri arasında tarihsel ve sermaye ortaklı yoğun bağlantılar bulunmakta olup, yabancı bir şirketin (özellikle KOBİ’lerin) Japonya pazarı içindeki iş ağına girmekte oldukça zorlandığı gözlemlenmektedir.

7.3.2.1. Şirket Kuruluşunda Ayrımcılık

Yabancılar yönelik olarak, şirket kuruluşunda herhangi bir ayırım bulunmamaktadır.

7.3.2.2. Vergi Hukukunda Ayrımcılık

Yabancılar yönelik olarak, vergi hukukunda herhangi bir ayırım bulunmamaktadır.

7.3.2.3. Yabancıların Serbest Dolaşımı

Yasal bir statüye sahip olan herhangi bir yabancınn Japonya içerisinde serbest dolaşması önünde bir engel bulunmamaktadır.

7.4. Yatırım Teşvik Mevzuatı

Belediyeler tarafından kurulan özel endüstriyel küme bölgelerine yapılan yatırımlarda kira desteği, prototip kurma ve test destekleri verilmektedir. Üniversite ve araştırma merkezleri ile iş birliği yaparak yeni araç ve teçhizat geliştiren KOBİ’lere istihdam, ekipman ve işletme desteği verilmektedir. Ar-Ge merkezi kuran veya Asya bölge merkezini Japonya’da kuran uluslararası yabancı yatırımcılara, projelerinin uygun görülmesi halinde; ekipman, kira ve pazar araştırması destekleri verilmektedir.

Hokkaido, İbaraki, Tokyo, Kanagawa, Aichi/Gifu, Kyoto/Osaka/Hyogo, Fukuoka da bulunan özel bölgelere yatırım yapan şirketlere vergi indirimi şeklinde teşvik verilmektedir. Doğal afetlerden etkilenen bölgelere yapılan yatırımlara vergi indirimi şeklinde teşvikler verilmektedir. Ayrıca bazı bölgelerin özellikle küçük yatırımcılara yönelik teşvikleri olabilmektedir.

Şirket kurulumu hakkındaki detaylı bilgilere https://www.jetro.go.jp/en/invest/setting_up.html,
teşvik sistemleri hakkındaki detaylı bilgilere

https://www.jetro.go.jp/en/invest/incentive_programs.html bağlantı yolundan erişilebilmektedir. JETRO bünyesinde yatırımcı danışma merkezi kurulmuştur.

7.5. Serbest Bölgeler

Japonya'da artık serbest ticaret bölgeleri veya serbest limanlar bulunmamaktadır. Gümrük yetkilileri, limanlara bitişik depolama ve işleme tesislerinin bağlanmasına duruma göre izin vermektedir. Bu konuya bir istisna olmakla birlikte Okinawa Adasında Serbest Bölge uygulaması olarak adlandırılan özel bir düzenleme bulunmaktadır. Tokyo'dan yaklaşık 1536 kilometre (954 mil) uzaklıktaki tropik ve turistik bir ada olan Okinawa'daki uygulamanın herhangi bir ekonomik katkısının ve politika aracı olarak önemli bir katkısının olmadığı değerlendirilmektedir.

Öte yandan Japonya, yeni yatırımları çekmek ve bölgesel büyümeyi artırmak amacıyla Ulusal Stratejik Özel Bölge uygulamasını hayata geçirmiştir. Bu kapsamda belirlenen bölgeler, her bölgenin "ana planında" tanımlanan ve işgücü, eğitim, teknoloji, tarım veya sağlık gibi potansiyel bir büyüme alanına odaklanan belirli stratejik hedefler doğrultusunda desteklenmektedir.

7.6. Ülkedeki Türk Yatırımları: Sektörler ve Karşılaşılan Sorunlar

Japonya'da Türk yatırımları son derece sınırlıdır. Genellikle burada yaşayan vatandaşlarımızın Japonya vergi dairesine bağlı küçük ölçekli işletmeleri mevcut olup, genel olarak perakendecilik, restoran, büfe, turizm koordinasyon işletmeciliği, hediyelik eşya, halı-Kilim sektörlerinde faaliyetlerini yoğunlaştırmış oldukları gözlemlenmektedir.

7.6.1. Türk Yatırımcıların Karşılaştıkları Sorunlar

- İşgücü teminindeki sıkıntılar:** Japonya'da işsizlik oranı %3 seviyesinin altında seyretmekte olup, Japonya'daki sahibi Türk olan işletmelerin çalıştıracak personel bulma konusunda sıkıntılar yaşadığı gözlemlenmektedir. Ülkemizden Japonya'ya geçici ziyaretlerde vize uygulaması bulunmamakla birlikte, Japonya'da çalışma ve ikamet izni alınması zordur.
- Japon iş dünyasına girişteki zorluklar:** Yabancı firmaların geleneksel Japon iş piyasası içerisine dil, kültür, farklı iş anlayışı gibi birçok faktörün etkisiyle pazara girme ve Japonya iş çevresi içerisine kabul edilmelerinde zorluklar göze çarpmaktadır.
- Yüksek kurumlar vergisi:** Japonya; Singapur ve Kore gibi ülkelere kıyasla en az 20 puan daha fazla kurumsal vergisine sahiptir.
- Yatırıma yönelik banka kredi temininde güven yetersizliği:** Japon firmaları Japon Sanayi ve KOBİ Bankalarından uygun faiz oranlarında kredi elde etmesi kolay iken, piyasaya yeni girmiş uluslararası markaya haiz olmayan ve/veya KOBİ düzeyinde olan Yabancı firmaların veya yerelde bulunan yabancı ülke vatandaşlarının Japon bankalarından uygun şartlarda kredi temininde yazılı olmayan zorlukların bulunduğuna yönelik duyumlar alınmaktadır.

7.7. Yatırımcılar için Yararlı Bilgiler

(*1)Doing Business 2020 ve Japonya Ülke Raporu

<https://www.doingbusiness.org/en/reports/global-reports/doing-business-2020>

<https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/j/japan/JPN.pdf>

Japan External Trade Organization (JETRO)

<http://www.jetro.go.jp/en/invest/>

Invest Japan Business Support Center (IBSC)

<http://www.jetro.go.jp/en/invest/ibsc/>

Yatırım Yapılabilecek Bölgeler

<http://www.jetro.go.jp/en/invest/region/>

Manufactured Imports and Investment Promotion Organization (MIPRO)

<https://www.mipro.or.jp/english/index.html>

Japon Hükümeti Resmi Sitesi

<https://www.japan.go.jp/abonomics/business/>

INVEST JAPAN

http://www.invest-japan.go.jp/en_index.html

Japonya'da İş Yapma Rehberi

https://www.jetro.go.jp/en/invest/setting_up/

(*2)Japonya Sosyal Güvenlik sistemi

https://www.jetro.go.jp/en/invest/setting_up/section4/page9.html

Ulaşılabilecek Hukuki & Mali Danışmanlık Şirket ve Büroları

<https://www.jetro.go.jp/en/invest/directory.html>

MIPRO Danışmanlık Hizmetleri

<https://www.mipro.or.jp/english/advisement/index.html>

(*3)Asgari ücret:

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/roudoukijun/minimumichiran/

8. TÜRKİYE İLE TİCARET

8.1. Genel Durum

Japonya ile Türkiye arasındaki ticaret hacmi yaklaşık olarak 5,3 milyar dolar seviyelerinde olmakla birlikte, iki ülkenin de büyüklüğü göz önüne alındığında bu rakamın oldukça sınırlı olduğu değerlendirilmektedir.

Japonya ve Türkiye'nin birbirlerinin geleneksel ticaret partnerleri olmadığını hatırlamak gerekmektedir. Her iki ülke de geçmişten gelen bağların da etkisiyle yakın coğrafyası ile ticarete odaklanmış durumdadır.

8.2. Türkiye ile Dış Ticareti

TÜİK verilerine göre Japonya'ya İhracat ve İthalatımız (1000 \$)

Yıl	İhracat	Değişim %	İthalat	Değişim %	Dış Ticaret Hacmi	Dış Ticaret Dengesi
2020	441.134	-13,5	3.742.695	2,6	4.183.829	-3.301.561
2021	529.691	20,1	4.389.184	17,3	4.918.875	-3.859.493
2022	664.441	25,4	4.640.815	5,8	5.305.718	-3.977.630
2023	645.190	-2,9	5.466.847	17,8	6.112.037	-4.821.657
2023 (1-6)	351.140	3,1	2.550.984	10,1	2.902.124	-2.199.844
2024 (1-6)	357.891	1,9	2.426.292	-4,9	2.784.183	-2.068.401

TÜİK verilerine göre, 2023 yılında ithalatımız 5.46 milyar dolar ihracatımız ise 645 milyon dolar olmuştur. Diğer taraftan, ihracatımız 2024 yılı ilk 6 ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre %1,9 oranında artmıştır.

Türkiye Japonya arasındaki toplam ticarete ülkemiz aleyhine olan dengesizlik verilerden de açıkça görülebilmektedir.

Bununla birlikte, Japonya'da geçmişten gelen bir Türk malı imajı bulunmamakta, geleneksel olarak Japonya'ya gıda ürünleri ihracatımızın yoğun olmasından kaynaklı olarak Japonya'da ülkemiz bir tarım ülkesi olarak kabul edilmekte, Türkiye'nin ihracatı büyük oranda sanayi ürünlerine dayalı olan bir ülke olduğu yeterince bilinmemektedir.

8.2.1 Yürürlükte Olan Anlaşma ve Protokoller

Ekonomik ilişkilerin yasal çerçevesini oluşturan Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi (ÇVÖ), Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması (YKTK) Anlaşmaları mevcuttur.

2013 yılında iki ülke arasında imzalanan "Stratejik Ortaklık Bildirisi"nin unsuru olan Ekonomik Ortaklık Anlaşması (EPA) ve Sosyal Güvenlik Anlaşması'nın (SGA) iki tarafın da beklentilerini karşılayacak şekilde en kısa sürede sonuçlandırılmasına yönelik çalışmalar sürdürülmektedir.

8.3. Türkiye'nin İhracatında Başlıca Ürünler

Türkiye'nin Ülkeye İhracatında İlk 10 Ürün			
Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı)	Tarife Pozisyonu Adı (Türkçe)	2022	2023
'030487	Ton Balıkları, Orkinoslar veya Yazılı Orkinosların Filetoları; Dondurulmuş.	101.906	84.026
'190219	Makarna; yumurtasız (pişirilmemiş)	61.503	68.301
'030482	Karadeniz Somonu (Donmuş - Fileto)	33.863	54.288
'240220	Sigaralar	44.425	54.052
'271111	Doğal gaz sıvılaştırılmış	0	44.405
'841191	Turbojetler/turbopropellerin aksam-parçaları	17.265	30.722
'150920	Sızma zeytinyağı "AB kat.	16.492	27.605
'720241	Ferro-chromium, > 4% of carbon	34.241	27.269
'720249	Ferro-chromium, < 4% of carbon	33.435	24.917
'611020	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; pamuktan (örme veya kroşe)	22.417	21.344

8.4. Türkiye'nin İthal Ettiği Başlıca Ürünler

Türkiye'nin Ülkeden İthalatında İlk 10 Ürün			
Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı)	Tarife Pozisyonu Adı (Türkçe)	2022	2023
'720839	Sıcak mamul demir, çelik rulo (kalınlık<3mm. diğer)	176.541	263.488
'870340	Diğer taşıtlar	95.934	258.033
'870840	Kara taşıtları için vites kutuları ve aksam, parçaları	198.743	253.071
'842952	Mekanik Küreyiciler, Ekskavatörler Ve Küreyici Yükleyiciler (Kulesi 360 Derece Dönebilen, Kendinden Hareketli)	168.794	218.522
'850440	Statik konvertörler	129.488	174.321
'850760	Lityum iyonlu akümülatörler	136.279	166.065
'722511	Silisyumlu manyetik çeliklerden taneleri yönlendirilmiş yassı hadde mamulleri; en=>600mm]	175.891	156.307
'720838	Demir veya alaşımsız çelikten yassı haddelenmiş ürünler, en= >600 mm	12.914	82.862
'870322	Silindir hacmi 1.000 santimetre küpü aşan ve 1.500 santimetre küpü aşmayan binek otomobiller ve diğer motorlu araçlar	53.359	79.560
'845710	Metal işleme merkezleri	70.225	76.448

9. İHRACATTA POTANSİYEL ARZ EDEN SEKTÖR VE ÜRÜNLER

Türkiye ile Japonya arasındaki ikili ticaretin sektörel yapısı, Türkiye'nin genel ihracat ve ithalatının sektörel bazda izlediği seyir, Japonya'nın genel ithalatının sektörel yapısı ve hacmi, Japonya'nın ürün grupları itibarıyla en çok ithalat yaptığı ülkeler, dış ticaret mevzuatı ve gümrük vergileri gibi unsurlar dikkate alınarak hazırlanan sektörel bazda ülkemizin Japonya'ya yönelik ihracatında potansiyel arz eden detaylı ürün matrisleri Bakanlığımız web sayfasında yer almaktadır.

(<https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/dogu-asya/japonya/potansiyel-urun-matrisleri>)

Ayrıca konuyla ilgili bazı değerlendirmeler de aşağıda verilmiştir.

A) Gıda Sanayi

Gıdada yeterlilik oranı oldukça düşük olan Japonya, bu ürünlerde net ithalatçıdır. En önemli besin kaynaklarından olan deniz ürünlerinde de tüketiminin %50'sini ithal etmektedir. Ülkemiz temel ihraç ürünleri de göz önüne alındığında tavuk eti, donmuş sebze-mey. narenciye, kuru meyve, zeytinyağı ve makarna gibi ürünlerde önemli potansiyel olduğu görülmektedir. Öte yandan son yıllarda sağlıklı ve fonksiyonel ürünlere yönelik talebin de artmakta olduğu anlaşılmaktadır.

B) Otomotiv ve Oto Yan Sanayi Sektörü

Dünya'nın en önemli otomotiv üreticilerinden olan Japonya, ülkemizdeki yatırımlarının da etkisi ile Türk üreticiler için önemli bir potansiyel arz etmektedir. İthalat verileri ile Japon otomotiv sanayinin yurtdışındaki fabrikaları birlikte ele alındığında, ithalat yapılan ülkeler ile Japon otomotiv üreticilerinin yatırım yaptığı ülke dağılımı aralarında güçlü bir ilişki bulunduğu tespit edilmektedir.

Ülkemizden Japonya'ya gerçekleştirilen otomotiv yedek parça ihracatı da Türkiye'de yerleşik Japon sermayeli üreticiler veya Japon ortağı bulunan Türk firmaları tarafından gerçekleştirilmektedir. Japonya'da orijinal ürün tedariki önem arz etmekte olup bakım/onarım sektöründe de yan sanayi olarak adlandırılan ürün satış kanalı çok yaygın olmamaktadır.

C) Elektrikli Makineler ve Kablolar

İmalat sanayisi oldukça gelişmiş olan Japonya, 85 GTİP'inde 2022 yılında yaklaşık 120 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirmiş olup, ihracatçılarımız için potansiyel bir sektör olduğu değerlendirilmektedir.

Bu ürünlerin, çok özel şartlar dışında doğrudan kullanıcılar tarafından ithal edilmediği görülmektedir. Bunun yerine ihtiyaç içindeki firmalar, yerli veya ithal ürünlerin yurt içinden tedarik etmeye yönelmekte, ülke içindeki üreticiler ve ithalatçılar ile iletişime geçmeyi tercih etmektedirler. Bunun temel olarak nihai kullanıcı firmaların ithalat süreçlerine dahil olmayı tercih etmemeleri, iletişimlerinde Japonca'yı tercih etmeleri ve satış sonrası hizmet & teknik destek konusunda yerli bir bağlantıyı tercih etmelerinden kaynaklandığı değerlendirilmektedir.

Bu anlamda ihracatçılarımızın Japonya'daki potansiyeli değerlendirirken, iç piyasa talepleri doğrultusunda dağıtım kanallarını çeşitlendirmeyi değerlendirmelerinde fayda görülmektedir.

D) Ambalaj Malzemeleri ve Ambalaj Makineleri

Geleneksel olarak gıda başta olmak üzere çok çeşitli sektörlerde, kaliteli ambalaj kullanımına önem veren Japonya, en yoğun ambalaj kullanan ülkelerden biridir. Özellikle doğrudan tüketicilere sunulması hedeflenen ürünlerde ambalajın en az içeriğindeki ürün kadar önem arz ettiği genel olarak kabul gören bir değerlendirmedir. Bu anlamda, kaliteli ve rakiplerinden farklılaşabilen malzeme ve tasarımlar için Japonya her zaman önemli bir Pazar olma özelliği taşımaktadır.

10. PAZARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR

10.1. İş Kültürü

Japonya pazarında Türk ürünleri için uygun bir pazar alanı olmasının yanı sıra, Japon firmalarının Türkiye'de yatırım yapma ve Türk şirketleri ile uygun işbirliği yapma konusunda ilgilerinde de önemli ölçüde olumlu gelişmeler meydana gelmektedir.

Ancak, Japon firmaları ile ticaret ve işbirliği hususunda harekete geçecek firmalarımızın, çok hazırlıklı olmaları, ne yapmak istediklerini iyi belirlemeleri, uzun vadeli düşünceleri, Japon firmalarının çok detaylı bilgiler isteyeceklerini bilerek kendi işleri ve şirketleri ile ilgili iyi bir altyapılarının olması ve uzun vadeli bir işbirliği yaklaşımı ile hareket etmeleri gerekmektedir.

Japonya'daki iş kültürünün temelinde 'müşteri velinimettir' yaklaşımı yer almakta olup, B2B kapsamındaki iş ilişkilerinde de çoğu Japon tedarikçi firma, bağlantıda olduğu alıcı firmaların beklentilerini karşılamak için özveriyle bir biçimde çalışmaktadır. Bu açıdan, Japon tedarikçi firmalar ile alıcı firmaların yer yer çokta eşit sayılamayacak bir ilişkileri olduğu görülebilmektedir. Japon firmaların, bu gelenek doğrultusunda Japon tedarikçiler ile kurdukları bu güçlü iş bağlantıları nedeniyle, yabancı firmalar ile iş yaparken kültür farklılıkları nedeniyle zorluk yaşayabildikleri anlaşılmaktadır.

İlgili birimlerle yapılan istişarelere bağlı olarak Japonlarla işe başlama sürecinin göreceli olarak biraz uzun sürebileceği akılda tutulmalıdır. Olumlu temas kurulan ya da ticarete başlanan firmalarla düzenli ve periyodik ilişkiler ve ziyaretlerin yapılması önem taşımaktadır. Karar verme süreci daha yavaş görülse bile alınan kararlar hızlı bir şekilde uygulamaya geçirilmekte ve iş bağlantıları uzun vadeli kurgulanmaktadır.

Güven unsuru ön planda olmakla birlikte; ihraç malının fiyatı, standardı, Japon tüketicilerin beğenisine uygun tasarım ve kalitede üretilmiş olması, zamanında ve talep edilen miktarlarda teslimat önem taşımaktadır. Sözleşme koşullarına uygun olmayan ürünlere rastlanması halinde ticari bağlantılar olumsuz yönde etkilenebilmektedir.

Yine güven unsuruna bağlı olarak Japon ithalatçılar, yazışmalar yoluyla yapılan tekliflere genellikle ilgi göstermemektedir. Bu bakımdan yüz yüze ilişki kurulması, ülkeye gitmeden önce bazı temel kavramlara vakıf olunması, ürünlere ilişkin Japonca tanıtım materyali hazırlanması

ile güvenilir ve Japonya’da saygın araçlar (acente, tercüman vb.) eşliğinde potansiyel alıcılarla temas kurulmasında fayda görülmektedir.

Kullanılan Lisan:

Japonya’nın resmi dili Japoncadır. Japonca gramer kuralları Türkçeye yakın olmakla birlikte; yazım dili, hece sistemine göre belirlenen iki alfabe ile kanji adı verilen ve günlük hayatta iki bin civarında kullanılan Çin karakterlerinden oluşmakta ve bu açıdan farklılık göstermektedir.

İşadamlarının Japonca yapılan iş görüşmelerinde genellikle daha rahat hissettikleri gözlenmektedir. Japonca dışında iş çevrelerinde yaygın yabancı dil olarak İngilizce kullanılmaktadır. Beraber çalışılan Japon acente veya temsilci olmaması halinde görüşmelerde Japonca-Türkçe veya Japonca-İngilizce tercüman bulundurulması faydalı olacaktır.

Şehir merkezlerinde yol işaretleri ve tabelalarda Latin alfabesine sıkça yer verilmekte, temel ihtiyaçlara erişim için İngilizce yeterli olmaktadır. Bununla birlikte, şehir merkezi dışına çıkıldığında veya kırsal kesimde özellikle restoran tabela ve menülerinde halen sadece Japonca kullanılmaktadır.

Yerel Ölçü Birimleri:

Ülkede 1951 yılında metrik sisteme geçilmiş olmakla birlikte alan hesabında tatami veya jyo (1,6 m2) ile tsubo (3,3 m2) gibi geleneksel ölçü birimlerine de rastlanmaktadır.

10.2. Ticareti Etkileyen Kültürel Faktörler

Uygun uluslararası fuarlara katılmak ve katılımıda sürekliliği sağlamak önem taşımaktadır. Japon firmalar ve tüketiciler, alım kararı için ticarete konu malı görüp dokunmayı tercih etmektedir. Bu şekilde davranan, güven ve istikrara önem vererek, sabır gösteren ve sürekli tanıtım yapan firmalarımızın başarılı oldukları ve kalıcı ilişkiler tesis ettikleri gözlenmektedir.

İşadamları kartvizitliklerini genellikle yanlarında taşımakta ve ilk tanışmalarda kartvizit (meishi) değişimi yapılmaktadır. Kartvizitlerin bir yüzünün İngilizce diğer bir yüzünün ise Japonca bastırılması daha uygun görülmektedir. Japon işadamları kartvizitlere önem vermekte ve alınan kartvizitin önce okunması, bir süre elde veya masa üstünde tutulması daha sonra kartvizitliğin kaldırılması yanlış anlaşılmalara önleyebilecektir.

Görüşme taleplerinin makul bir süre öncesinde iletilmesi, toplantı hazırlıkları için yeterli sürenin sağlanması bakımından önemlidir. Görüşme yerine geç kalmayacak şekilde mümkünse başlama saatinden beş-on dakika önce gelinmesi beklenmektedir. Toplantı sonunda uzlaşılan konular ve alınan kararlar var ise en kısa sürede yazılı olarak teyit edilmesi yararlı olacaktır. Sözleşme gibi resmi belgelerde ise imza yerine kişisel mühürler (inkan) daha yaygın olarak kullanılmaktadır.

10.3. Para Kullanımı

Japonya’nın resmi para birimi Yen’dir. Para birimi kodu olarak “JPY”, faturalarda Japon Yeni işareti olarak “¥” kullanılmaktadır.

Japonya’da başta büyük şehirler olmak üzere kredi kartları yaygın biçimde kullanılmaktadır. Debit kart kullanımı ise çok yaygın değildir. Akıllı telefon uygulamaları ve toplu taşıma kartları gibi elektronik para kullanımı yaygınlaşmaktadır.

10.4. Resmi Tatiller ve Mesai Saatleri

Japon Hükümeti tarafından 2024 yılı için belirlenen resmi tatil günleri şöyledir:

29.12.2023	3.01.2024	Yeni Yıl Tatili
8.01.2024	8.01.2024	Olgunlaşma Günü
12.02.2024	12.02.2024	Ulusal Kuruluş Günü
23.02.2024	23.02.2024	İmparatorun Doğum Günü
20.03.2024	20.03.2024	İlkbahar Günü
29.04.2024	29.04.2024	Shova Günü
3.05.2024	3.05.2024	Anma Günü
6.05.2024	6.05.2024	Çocuk Günü
15.07.2024	15.07.2024	Deniz Günü
12.08.2024	12.08.2024	Dağ Günü
16.09.2024	16.09.2024	Yaşlılara Saygı Günü
14.10.2024	14.10.2024	Sağlık ve Spor Günü
23.10.2024	23.10.2024	Sonbahar Günü
29.10.2024	29.10.2024	Cumhuriyet Bayramı
4.11.2024	4.11.2024	Kültür Günü
23.11.2024	23.11.2024	Emek Şükran Günü

Japonya’da çalışma süreleri günlük 8 saat ve haftalık 40 saat olarak belirlenmiştir. Bazı işletmeler haftada 44 saate kadar işçi çalıştırabilmektedir. Fazla mesai yapılması halinde saat ücretleri %25 ila %60 arasında artırılmış oranda ödenmektedir. Yıllık izin süreleri 10 ila 20 gün arasında değişmektedir. Yöneticiler için istisnai kurallar belirlenebilmektedir.

Genel olarak kamu kurumları 09:00-18:00 arasında, özel sektör firmaları ise 08:00-17:00 ya da 09:00-18:00 arasında mesai yapmaktadır. İşletme türlerine göre genel çalışma saatleri şöyledir: Bankalar (ATM’ler ile birlikte) 09:00-15:00, Postaneler 09:00-17:00, Alış-veriş Merkezleri 10:00-20:00, Mağazalar 10:00-20:00, Müzeler 10:00-17:00, Eczaneler (drug stores) 08:30-22:00, Küçük Marketler (konbini) 00:00-24:00. Şehir merkezinde gece 12’ye kadar açık banka ATM’leri bulunabilmekte, ayrıca küçük marketlerde (konbini) ATM köşeleri yer almaktadır. Postaneler hafta sonu ve resmi tatillerde kapalı olmakla beraber şehir merkezlerinde nöbetçi şubeler açık bulundurulmaktadır.

Yılbaşı haftası, Mayıs başında Golden Week ve Ağustos ayı ortalarına denk gelen Bon Festivali dönemlerinde seyahatlerin daha yoğun olarak gerçekleşmesi nedeniyle ulaşım ve konaklama rezervasyonlarının mümkün mertebe önceden yapılmasında fayda görülmektedir.

10.5. Yerel Saat

Japan Standard Time (JST) saat dilimi GMT+9 (veya UCT+9) olarak ayarlanmıştır. Yıl boyunca aynı kalmaktadır. JST ülkemiz saat diliminden ileride olup aradaki fark 6 saattir. Çin’de GMT+8, Güney Kore’de GMT+9 saat dilimleri kullanılmaktadır.

10.6. Pasaport ve Vize İşlemleri

Diplomatik, Hizmet, Hususi ve Umuma Mahsus Pasaport hamilleri Japonya’ya yapacakları seyahatlerinde 90 gün süreyle vizeden muaftır. 2007 yılında başlatılan uygulama ile ülkeye giriş yapan tüm yabancıların yüz fotoğrafı çekilmekte ve parmak izleri alınmaktadır. 16 yaşından küçük çocuklar, diplomatlar ve Japonya’da oturma izni bulunan kişiler uygulama dışında tutulmuştur.

Ayrıca ülkeye girişte visit Japan web sitesi üzerinden gerekli bilgileri girerek bir Barkod oluşturmak giriş işlemleri aşamasında kolaylık sağlamaktadır.

<https://www.vjw.digital.go.jp/main/#/vjwplo001>

11. ŞİRKET KURULUMU VE İŞ YAPMA İLE İLGİLİ BİLGİLER

Japonya, Dünya Bankası Doing Business 2020 raporuna göre 190 ülke arasında 29. sırada yer almıştır. Diğer gelişmiş ekonomilere kıyasla kolaylaştırılmaya açık bazı alanlar işletme açma kolaylığı (106. sırada), kredi alma kolaylığı (94. sırada) ve vergi ödeme sistemi (51. sırada) olmuştur.

11.1. Şirket Türleri

Türkiye ve diğer üçüncü ülkelerde yerleşik bir şirket irtibat ofisi açmak, şube açmak, Japon kanunlarına göre bir yan şirket (subsidiary) kurmak veya ortaklık kurmak suretiyle Japonya’da faaliyet gösterebilecektir.

İrtibat Ofisi/Temsilcilik Açmak:

İrtibat ofisinin kurulmasında özellikle istenen bir işlem yoktur. Piyasa araştırması, mal alımı, reklam ve tanıtım faaliyetleri veya ön görüşmeler için kullanılabilir. Faaliyet yetkisi merkez ofiste olduğundan kayıt işlemi veya noter onayı gerekmemektedir. Ancak, irtibat ofisi herhangi bir mal satışı, banka hesabı açılması veya ofis kiralanması gibi sözleşme imza yetkisine sahip değildir.

Şube Açmak:

Şubeler ofis yerinin belirlenmesi, şube temsilcisinin atanması ve merkez ofisle ilgili gerekli belgelerin Adalet Bakanlığı Hukuki İşler Bürosuna (MOJ-Legal Affairs Bureau) kaydının yaptırılmasının ardından faaliyetlerine başlayabilir. Noter onayı gerekmemektedir. Faaliyet yetkisi şube temsilcisinde olduğundan mal satışı, sözleşme imzalanması gibi tüm ticari faaliyetleri Japon şirketleri ile aynı şartlar altında yürütülebilecektir. Ancak, genel olarak şubelerin borç ve alacaklarından merkez ofis sorumludur.

Yan Şirket veya Ortaklık Kurmak:

Türkiye’de yerleşik şirkete bağlı bir yan şirket tesis edilmesi veya ortaklık kurulması suretiyle de Japonya’da ticari faaliyetlerde bulunulabilecektir. Merkez ofis yan şirketin borç ve alacaklarından iştirak payı kadarı ile sınırlı bir şekilde sorumludur. Yabancı şirketler bir Japon şirketi veya yatırım şirketi ile ortaklık kurmak veya Japon şirketlerine hissedar olmak şeklinde Japonya’ya yatırım yaparak da faaliyet gösterebilirler.

11.2. Şirket Kurma Prosedürü

Yeni bir Şirket Kurulması

Japonya’da yeni bir iş kurmak iki şekilde mümkün bulunmaktadır:

Şahıs Şirketi (Kojin Jigyo): Herhangi ön kayıt ve izin gerekmez kurulabilir. Ancak, işe başladıktan iki içinde vergi dairesine bildirimde bulunulması ve her yıl Şubat-Mart ayları içinde vergi beyannamesi verilmesi gerekmektedir.

Sermaye Şirketi (Hojin): Başlıca şirket türleri şunlardır:

- Genel Ortaklık Şirketi (Gomei-Kaisha)
- Limited Ortaklık Şirketi (Goshi-Kaisha)
- Sınırlı Sorumlu Şirketi (Godo-Kaisha)
- Sermaye (Anonim) Şirketi (Kabushiki-Kaisha)

2006 yılında yürürlüğe giren yasaya göre Anonim Şirket (kabushiki kaisha) kurulması kolaylaştırılmış olup, bir yönetici ve 1 JPY sermaye ile kurulması mümkün hale getirilmiştir. Anonim Şirket statüsünde Japonya’da tüm ticari faaliyetlerin yapılması, dışardan yönetim kurulu üyelerinin alınması mümkün olacaktır. Noter onayı ve kayıt işlemi gerekmektedir. Kurulum aşamasında kurucu ve yönetim kurulu üyelerinin mühür tescil belgesi veya imza beyannamesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Şirket Kurma Prosedürü

Türk vatandaşlarının Japonya’da en çok faaliyet gösterdikleri alanlarda şirket açmak için gerekli sertifikalar ve ruhsatlar aşağıda yer almaktadır.

İnşaat şirketi için:

Başvuru mercii: Ulaştırma Bakanlığı, Belediye

Gerekli belgeler:

- İşletme yöneticisi sertifikası (**Keiei gyomu Kanri sekininsha**)
- Özel mühendisi sertifikası (**Sennin Gijutsusha**)
- Belediye Başkanı Ruhsatı / Ulaştırma Bakanı ruhsatı (**Chiji Kyoka /Daijin Kyoka**)
- Genel inşaat ruhsatı, Özel inşaat ruhsatı (**İppan /Tokutei Kensetsugyo Kyoka**)

Yapılacak proje boyuta göre sermaye şartları değişmektedir.

Yemek Hizmetleri için:

Başvuru mercii; İtfaiye Ofisi, Emniyet Müdürlüğü, Sağlık Merkezi

- Gıda hijyen sorumlusu sertifikası (**Shokuhin Eisei Sekininsha**)
- Yangından koruma yetkilisi sertifikası (**Bouka Kanrisha**)
- Gıda satış izni (**Shokuhin Eigyo Kyoka**)
- Gece saatte alkol satış bildirim belgesi (**Shinyaniokeru Sakerui Teikyou Eigyo Kaishi Todokedesho**)

İtfaiye Merkezine, restoranın kapasitesi ve tesisi hakkında yangından korunma önlemleri ile ilgili belgelerin iletilmesi gerekmektedir.

Perakende Mağazacılık Hizmetleri için:

Perakende mağazası açmak için alınması gereken ruhsat yoktur. Şahıs şirketi olarak işe başlanacaksa, Vergi Dairesine “İşe başlama Bildirim Belgesi” (**Kaigyo Todoke**) ve “Vergi Beyannamesi Başvuru Formu” (**Aoiro Shinkoku Shonin Shinseisho**) iletilmelidir.

Konuyla ilgili ayrıntılı bilgi ve açıklamalara https://www.jetro.go.jp/en/invest/setting_up.html bağlantısından ulaşılabilmektedir.

11.3. Vergi Uygulamaları

Yabancı şirketler Japonya’daki ekonomik faaliyetlerinden dolayı elde ettikleri gelirlerden vergi ödemek zorundadırlar. Verginin matrahını vergilendirebilir gelir oluşturmaktadır. Yabancı şirketlere karşı vergi hukuku açısından herhangi bir ayrımcılık yapılmamaktadır. Şirketlerin tabi olduğu vergiler ulusal ve yerel olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bu çerçevede, ulusal olanlar; kurumlar vergisi, yerel-kurumlar vergisi, özel yerel-kurumlar vergisi şeklinde yapılandırılmıştır. Yerel vergiler ise kurumlar kişi vergisi, işletme vergisi şeklindedir. Kurumlar kişi vergisi (Corporate inhabitant tax) sadece gelir üzerinden değil, ayrıca istihdam ve çalışan başına düşen sermaye üzerinden ödenen bir vergidir. Ödenmiş sermayesi 100 milyon JPY’nin üzerinde olan şirketler işletme vergisi de öderler.

Vergilendirilebilir Gelire Göre Vergi Oranları:

%	0-4 milyon yen	4-8 milyon yen	8 milyon yen üzeri
Kurumlar Vergisi	15,00	15,00	23,20
Ek Kurumlar Vergisi	1,55	1,55	2,39
Kurumlar Kişi Vergisi			
1. Bölgesel	0,15	0,15	0,23
2. Belediye	0,90	0,90	1,39
İşletme Vergisi	3,50	5,30	7,00
Özel Yerel Kurumlar Vergisi	1,30	1,96	2,59

Toplam Vergi Oranı	22,40	24,86	36,80
Efektif Vergi Oranı	21,37	23,17	33,58

Ayrıca bu vergiler dışında gelir, ortaklık yapısı, tüketim ve faaliyetlerine göre çeşitli vergilendirme yapıları bulunmaktadır. Bu bakımdan şirketlerin çoğu duran varlık ve şehir planlama vergisine tabidir. Tokyo ve Osaka gibi büyük şehirlerde bulunan; 1000 m2 üzerinde ofis alanı kullanan ve 100 kişiden fazla kişi çalıştıran şirketler ayrıca ofis vergisi ödemek zorundadırlar. Japonya’da tüketim vergisi oranı (KDV) ise 1 Ekim 2019 tarihi itibarıyla %10’a yükselmiştir. Gıda ürünleri (Dışarıda yemek ve Alkollü İçecekler Hariç) ile gazete ve dergide (abonelik sistemi dahilinde olanlar) %8 oranına indirilmiş KDV oranı söz konusudur. Japonya’nın Türkiye ile çifte vergilendirmeyi önleme anlaşması bulunmaktadır.

11.4. Bankacılık Mevzuatı

Japonya para politikası, 1882 yılında kurulmuş olan Merkez Bankası Bank of Japan tarafından yürütülmektedir. Japon bankacılık sektörü temel olarak üç büyük kuruluş (Mizuho Financial Group, Sumitomo Mitsui ve Mitsubishi UFJ Financial Group) dışında şehir bankaları, bölgesel bankalar ve Shinkin bankaları (kredi birlikleri gibi), kredi birlikleri ve kredi kooperatiflerinden oluşmaktadır. Üç büyük kuruluş Japonya’da toplam finansal varlıkların yaklaşık yüzde 18’ini oluştururken, bölgesel bankalar ve Shinkin bankaların payları sırasıyla yüzde 14 ve yüzde 5’tir.

Şehir bankaları ve diğer büyük bankaların ülke çapında ağırları ve denizaşırı operasyonları vardır, ancak bölgesel ve Shinkin bankalar öncelikle yurt içinde hizmet vermektedir. Kredi kooperatifleri ağırlıklı olarak tarım, ormancılık ve balıkçılık sektörlerine hizmet vermektedir. Yabancı finans kuruluşların küçük bir pazar payı vardı ve çoğunlukla yatırım ve özel bankacılık ve finansal türev ticareti ile ilgilenmektedir.

11.5. Sosyal Güvenlik Uygulamaları

Japonya’da çalışanları ilgilendiren üç ayrı mevzuat bulunmaktadır: Emek Standartları Kanunu, Endüstriyel Güvenlik ve Sağlık Kanunu ve Asgari Ücret Kanunu olarak sıralanmaktadır.

İşveren çalışanlarına en az asgari ücret kadar ücret vermek zorundadır. Asgari ücret sektör ve bölgeye göre değişmektedir. Bu durum nedeniyle, birden fazla asgari ücret tutarı ortaya çıkarsa yüksek olan asgari ücret ödenir. Asgari ücret bölgelere göre değişmekle birlikte ortalama asgari ücret Japonya genelinde 961 JPY/Saat; Tokyo’da 1.072 JPY/Saat’tir.

Tipik bir Japon firmasında, çalışanların maaşlarını aylık ödenmekte olup ayrıca yaz ve kış olmak üzere en az birer aylık olmak üzere yılda iki kez ikramiye verilmektedir. Genel olarak temel maaşlara ilave olarak aylık yol, kira ve aile yardımları da ödenmektedir. Normal çalışma saatleri haftada 40 saattir. 40 saatin üzeri için fazla çalışma ücreti ödenir. Son yıllarda fazla mesai uygulamalarına sıkı denetlemeler getirilmiştir. Toplum içerisinde fazla mesai uygulayan ancak fazla mesai ödemeyen, ikramiye ödememelerinden kaçan, aile yardımı ve sosyal haklardan maruz bırakmaya yönelik girişimlerde bulunan Japon firmalarına yönelik ‘Burakku Kigyo’ (siyah şirket) tabiri kullanılmakta olup, bu tür firmalara ciddi yaptırımlarla karşı karşıya kalabilmektedir. Yönetici düzeyindeki çalışanlar için normal çalışma saati kuralları uygulanmamaktadır.

Japonya’da ikamet eden herkes kamu sağlık sigortası sistemine ve emeklilik sistemine katılmak zorundadır. Şirketlerin bağlı olduğu 4 farklı sigorta sistemi vardır: İşçi Kaza Sigortası, İşsizlik Sigortası, Sağlık ve Bakım Sigortası ve Çalışan Emeklilik Sigortası. Şirket çalışanı istihdam etmeye başladığı andan itibaren sigortasını başlatmak zorundadır. Sigorta primleri işçi ve işveren tarafından payları oranında ödenir.

İşçi Kaza Sigortası işveren tarafından ödenmekte olup, bu oran sektörün risk faktörüne göre ücretin %8,8 ile %0,25 oranında değişmektedir. İşsizlik sigortası da ücretin %1,35 oranında (%0,85'i işveren %0,5'i çalışan) ödenmektedir.

İssizlik sigortasında primler, toplam ücretin %1,35'u (işveren %0,85 ve işçi %0,5) oranında ödenir.

Sağlık sigortasının pirim oranı 40 Yaş altı için ücretin %9,81'sini, 40 yaş ve üstü için ise bu oran 11.45% olarak uygulanır. Her iki durumda da sigortalı ve işveren primleri eşit olarak paylaşır (Mart 2022'de revize edilmiştir). Çalışanların sağlık giderlerinin %70'i sigorta sistemi tarafından, geri kalan %30 ise çalışan tarafından karşılanır. Bu pirim çalışan ve işveren tarafından yarı yarıya ödenir. Japonya'da emeklilik yaşı 65'tir. **Emeklilik sigortası** primi ücretin %18,3'ünü oluşturmakta olup, primler çalışan ve işveren arasında eşit olarak pay edilir.

Japonya'nın sosyal güvenlik anlaşmaları imzaladığı ülkeler sırayla, Almanya, İngiltere, Güney Kore, ABD, Belçika, Fransa, Kanada, Avustralya, Hollanda, Çek Cumhuriyeti, İspanya, İrlanda, Brezilya, İsviçre, Macaristan, Hindistan, Lüksemburg, Filipinler, Slovakya ve Çin olarak sıralanmaktadır. Son olarak İtalya, İsveç ve Finlandiya ile anlaşmaları imzalama aşamasına gelinmiş olup, Türkiye ile hükümet görüşmeleri devam etmektedir. Avusturya, Vietnam, Tayland ve Polonya ile de ön görüşmeler sürmektedir.

11.6. Vizeler (Çalışma, Oturma İzinleri, Geçici Çalışma Vizesi, Başvuru Merci vb. Bilgiler)

Japonya'da diplomatik vize, resmi görevli vizesi, çalışma vizesi, genel vize, kısa süreli konaklama vizesi, transit vize ve özel vize olmak üzere yedi tip vize uygulanmaktadır.

Diplomatik, Hizmet, Hususi ve Umuma Mahsus Pasaport hamilleri Japonya'ya yapacakları kısa süreli konaklama amaçlı seyahatlerinde 90 gün süreyle vizeden muaftır. Ancak, geçmişte Japonya'dan sınır dışı edilen, Japonya'ya girmesine müsaade edilmeyen veya Japonya'ya girişlere ilişkin kanunlarda belirtilen hususlara uymadığı belirlenen kişiler açısından yukarıda bahsedilen vize muafiyeti geçerli değildir.

Kısa süreli konaklama amacı dışındaki kalışlar için vize uygulaması söz konusudur. Vize başvuruları Japonya'nın Ankara Büyükelçiliği Konsolosluk Birimine veya İstanbul Başkonsolosluğuna yapılmaktadır. Vize başvurusu neticesine dönük nihai karar Japonya'daki ilgili bakanlıkların değerlendirme sürecine tabidir.

Oturum izin türleri çalışma alanına bağlı olarak değişmektedir. Genel olarak oturma izin süreleri en az 3 ay en çok 5 yıl olarak belirlenmektedir.

Öte yandan, kovid 19 pandemisi kapsamında sınır önlemleri sıklıkla değişebilmekte olup, güncel bilgilerin aşağıdaki linklerden takip edilmesi ve olası programların bu kapsamda yapılması önem arz etmektedir.

Konuyla ilgili ayrıntılı bilgi ve açıklamalara aşağıdaki bağlantılardan ulaşılabilir.

https://www.mofa.go.jp/ca/fna/page4e_001053.html

<https://www.japan.travel/en/coronavirus/>

<https://www.jal.co.jp/jp/en/info/2020/other/flysafe/flights-service/quarantine-immigration/>

https://www.jetro.go.jp/en/invest/setting_up.html

Japonya'nın Ankara Büyükelçiliği Konsolosluk Birimi ve İstanbul Başkonsolosluğu iletişim bilgileri ile vize başvuruları hakkında ayrıntılı açıklamalara aşağıdaki bağlantılarından erişmek mümkündür.

https://www.tr.emb-japan.go.jp/itpr_tr/00_000118.html

https://www.istanbul.tr.emb-japan.go.jp/itpr_ja/Konsolosluk_Isleri.html

Vize çeşitlerine ilişkin ayrıntılı bilgi için:

https://www.mofa.go.jp/j_info/visit/visa/index.html

12. ÖNEMLİ ADRESLER VE İLETİŞİM BİLGİLERİ

12.1. Sanayi ve Ticaret Odaları

Japan Chamber of Commerce and Industry (JCCI)

<https://www.jcci.or.jp/english/about.html>

Tokyo Chamber of Commerce and Industry (TCCI)

<https://www.tokyo-cci.or.jp/english/>

Osaka Chamber of Commerce and Industry (OCCI)

<https://www.osaka.cci.or.jp/e/>

Kobe Chamber of commerce and industry (Hyogo Prefecture)

<https://www.kobe-cci.or.jp/>

Nagano Chamber of commerce and industry

<https://www.nagano-cci.or.jp/>

Nagoya Chamber of commerce and industry

<https://www.nagoya-cci.or.jp/>

12.2. İthalat ve İhracat ile İlgili Kurum ve Kuruluşlar

-Japan External Trade Organization(JETRO) <https://www.jetro.go.jp/en/>

-JETRO İstanbul <https://www.jetro.go.jp/turkey/AboutJETROIstanbul.html>

İletişim: jetro_istanbul@jetro.go.jp

-Invest Japan Business Support Center Tokyo

https://www.jetro.go.jp/en/invest/jetros_support/ibsc/

İletişim: invest-japan@jetro.go.jp

-MIPRO <https://www.mipro.or.jp/english/index.html>

İletişim: info.mipro@mipro.or.jp

-Invest Kansai https://www.kansai.meti.go.jp/3-1toukou/invest_in_kansai/e_invest_kansai_english.html
invest-japan-kansai@meti.go.jp

12.3. Büyükelçilik, Başkonsolosluk ve Müşavirlik İletişim Bilgileri

-Türkiye Cumhuriyeti Tokyo Büyükelçiliği <https://tokyo-emb.mfa.gov.tr/Mission>
Adres: 2-33-6 Jingumae, Shibuya-ku, Tokyo, 150-0001 JAPAN
Telefon: +81-3 6439-5700
İletişim: embassy.tokyo@mfa.gov.tr

(Büyükelçilik binası içindeki Ataşelik ve Müşavirlikler)

-Askeri Ataşelik
Telefon:+81-3 6439-5728

- İletişim Müşavirliği
Telefon: +81-3 3470-6704
İletişim: tokyo@iletisim.gov.tr

- Ekonomi Müşavirliği
Telefon: +81-3 3470-2395
İletişim:tokyo.ekonomi@hmtokyo.jp

-İçişleri Müşavirliği
Telefon: +81-3 6439-5700

-Kültür ve Turizm Müşavirliği
Telefon: +81-3 3470-6380
İletişim: tokyo@tourismturkey.jp

- Türkiye Cumhuriyeti Nagoya Başkonsolosluğu <https://nagoya-bk.mfa.gov.tr/Mission>
Adres: KS İsey Bldg. 4 F, Sakae 3-21-23, Naka-ku, Nagoya, Aichi 460-0008, Japonya
Telefon: +81-52-263-6200
İletişim: consulate.nagoya@mfa.gov.tr

-Tokyo Ticaret Müşavirliği
Adres: Kozuki Capital East Building 5F No:501 1-2-7, Kita Aoyama Minato-ku, Tokyo, 107-0061 Japan
Telefon:+81-3 3470-6723
İletişim : tokyo@ticaret.gov.tr

12.4. İş Dernekleri

KEIDANREN KAIKAN

<https://www.keidanren.or.jp/en/>

100-0004 1-3-2. Otemachi, Chiyoda-ku, TOKYO

TEL (03) 6741-0222 FAX (03) 6741-0233

12.5. Ulaşılabilir Hukuki ve Mali Danışmanlık Şirket ve Bürolarına İlişkin Bilgiler

İngilizce dilinde hizmet veren ilgili şirket ve bürolara JETRO'nun aşağıdaki linkinden erişim sağlanabilir.

https://www.jetro.go.jp/en/invest/setting_up/directory/

12.6. Türkçe Hizmet Veren Hukuk Büroları

Türkçe hizmet verdiği bilinen hukuk bürosu bulunmamaktadır. İngilizce dilinde hizmet veren ilgili şirket ve bürolara JETRO'nun aşağıdaki linkinden erişim sağlanabilir.

https://www.jetro.go.jp/en/invest/setting_up/directory/

12.7. Türkçe Hizmet Veren Muhasebe Büroları

Türkçe hizmet verdiği bilinen muhasebe bürosu bulunmamaktadır. İngilizce dilinde hizmet veren ilgili şirket ve bürolara JETRO'nun aşağıdaki linkinden erişim sağlanabilir.

https://www.jetro.go.jp/en/invest/setting_up/directory/

12.8. Türkçe Hizmet Veren Danışmanlık ve B2B Firması

Türkçe hizmet verdiği bilinen danışmanlık ve B2B firması bulunmamaktadır.