

TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRLERİ AÇISINDAN

JAPONYA



TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER GENEL VE SEKTÖREL BİLGİLER



İTKİB GENEL SEKRETERLİĞİ
AR & GE ve MEVZUAT ŞUBESİ

HAZİRAN 2007

TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRLERİ AÇISINDAN JAPONYA

İÇİNDEKİLER

I. JAPONYA HAKKINDA GENEL BİLGİLER	1
1.1 TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER	2
1.2 JAPONYA EKONOMİSİ	3
1.2.1. MEVCUT EKONOMİK DURUM VE STRATEJİLER	4
1.2.2. 2007 - 2008 BEKLENTİLERİ	6
1.3. JAPON PAZARI HAKKINDA GENEL BİLGİLER	6
1.3.1. DAĞITIM KANALLARI	7
1.3.2. JAPON PERAKENDECİLİK SİSTEMİ	9
1.3.3. DAĞITIM KANALLARININ SEÇİMİ	11
1.3.4. PAZARLA İLGİLİ TAVSİYELER	12
II – JAPONYA’NIN DIŞ TİCARETİ	14
2.1. YILLAR İTİBARIYLA GENEL İHRACAT VE İTHALAT	15
2.2. EN ÇOK İTHAL EDİLEN ÜRÜNLER	15
2.3. EN ÇOK İTHALAT YAPILAN ÜLKELER	16
2.4. EN ÇOK İHRAÇ EDİLEN ÜRÜNLER	17
2.5. EN ÇOK İHRACAT YAPILAN ÜLKELER	17
III- JAPONYA TEKSTİL, KONFEKSİYON, DERİ VE HALI SEKTÖRÜ DİŞ TİCARETİ	18
3.1. JAPONYA’DA TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN YAPISI	18
3.2. TEKSTİL, KONFEKSİYON VE DERİ-DERİ MAMÜLLERİ İTHALATI	21
3.3. TEKSTİL, KONFEKSİYON VE DERİ-DERİ MAMÜLLERİ İHRACATI	23
IV – TÜRKİYE – JAPONYA DİŞ TİCARET İLİŞKİLERİ	24
4.1. TÜRKİYE – JAPONYA GENEL İHRACAT VE İTHALAT	24
4.2. TÜRKİYE-JAPONYA KONFEKSİYON TİCARETİ	27
4.3. TÜRKİYE-JAPONYA TEKSTİL TİCARETİ	29
4.4. TÜRKİYE - JAPONYA DERİ MAMÜLLERİ VE HALI TİCARETİ	30
V – FAYDALI ADRESLER	32
VI. YARARLANILAN KAYNAKLAR	47
EK: TÜRKİYE’DEN JAPONYA’YA EN ÇOK İHRAÇ EDİLEN VE İTHALATI YAPILAN TEKSTİL, KONFEKSİYON, HALI VE DERİ ÜRÜNLERİ LİSTELERİ	48

I. JAPONYA HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Asya'nın doğusunda, Pasifik Okyanusu'nda, bir adalar kümesi olan Japonya, yaklaşık 378 bin km²'lik yüzölçümü, 127,5 milyonluk nüfusu, 4,3 trilyon dolarlık GSYH'sı ve 33.000 dolarlık kişi başına düşen geliri ile dünyanın en kalabalık ve zengin ülkelerinden biridir.

Japonya nüfusu, Hokkaido adasında yaşayan ve sayıları 24.000 civarında olan Ainu'lar hariç homojen bir yapıya sahiptir. Bunun dışında ülkeye İkinci Dünya Savaşı sırasında işçi olarak getirilmiş ve bugün sayıları yaklaşık 700.000 olan Kore kökenli bir grup bulunmaktadır. Bu grup ancak 1970'li yıllarda diğer Japon vatandaşları ile eşit haklara sahip olabilmektedir. Japonya diğer OECD üyesi ülkelerde olduğu gibi yaşlı bir nüfusa sahiptir. Ortalama yaşam süresi erkeklerde 74, kadınlarda 84 yıldır. İyi beslenme ve bakım, yaşam süresini olumlu yönde etkilemektedir. Ancak hızla yaşlanan nüfusla birlikte, sağlık harcamalarının GSYİH içindeki payı da her geçen yıl artmaktadır.

Japonya'da iklim kuzeyden güneye çeşitlilik göstermektedir. Ülkenin %70'i yerleşime uygun olmayacak ölçüde dağlıktır. Bu nedenle arazi fiyatları son derece yüksektir. Japonya'nın doğal koşulları hava ve deniz trafiğini zorlaştırdığından kara yolu ulaşımı yoğunluk kazanmıştır. Yüksek teknoloji kullanan hızlı tren taşımacılığı gelişmiştir. Kobe ülkenin en büyük limanıdır. Başkent Tokyo'daki Narita Osaka'da Kansai ve Kyoto en büyük havalimanlarıdır.

Japonya, temsili demokrasi ile yönetilmektedir. Japon Parlamentosu devletin en üst organıdır. Hükümet Parlamento'ya karşı sorumludur. Japon İmparatoru Devlet Başkanı'dır. Japonya'nın modern politik dönemi 1868'de Meiji Hanedanı zamanında başlamış, parlamento 1890 yılında kurulmuştur. Ancak Japonya'nın dünya ekonomik ve politik sistemi içinde bugünkü yerini alması 2. Dünya Savaşı'ndan sonra olmuştur. Bugün Japonya, dünyadaki en gelişmiş ekonomilerden biri olarak, ülkemiz için de önem arz eden büyük bir dış ticaret partneridir.

1.1 TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER

Uluslararası CIA-The World Fact Book ve Dış Ticaret Müsteşarlığı raporlarından temin edilebilen Japonya'ya ait en güncel temel ve sosyo-ekonomik göstergeler aşağıda verilmektedir.

Başkenti	Tokyo
Yüzölçümü	377.899 km²
Nüfus	127.5 milyon (2007)
Ortalama Yaşam Süresi	82.02
Para Birimi	Yen (JPY)
GSYİH (Satın Alma Paritesi)	\$ 4,22 trilyon (2006)
GSYİH Büyüme Hızı	% 2.8 (2006)
Kişi Başına Milli Gelir	\$ 33.100 (2006)
Sektörlere Göre GSMH	Tarım % 1.6 Sanayi % 25.3 Hizmet % 73.1
Enflasyon Oranı	% 0.3 (2006)
İşsizlik Oranı	% 4,1 (2006)
Faal İşgücü	66.44 milyon (2006)
Sektörlere Göre İşgücü	Tarım % 4.6 Sanayi % 27.8 Hizmet % 67.7
İhracat	\$ 590.3 milyar (F.O.B.) (2006)
İthalat	\$ 524.1 milyar (F.O.B.) (2006)
Başlıca İhracat Ürünleri	Makinalar ve aksam, kimyasal ürünler, taşıt araçları, elektronik ürünler.
Başlıca İthalat Ürünleri	Makinalar ve aksam, kimyasal maddeler, akaryakıt, tekstil ve hazır giyim, deri, gıda maddeleri, sanayi hammaddeleri.
Karayolları	1.183.000 km
Demiryolları	23.556 km
Havaalanı Sayısı	175

1.2 JAPONYA EKONOMİSİ

Japonya'nın II. Dünya Savaşı sonrasındaki ekonomik serüveni: 1945-1955 yılları arasında savaş sonrası zararın onarılması, 1972'ye kadarki dönemde yaşanan hızlı büyüme, 1973'ten itibaren yaşanan yavaş fakat istikrarlı büyüme, 1978 petrol bunalımı ve 1980'lerin ortalarında Yen'in değer kazanmaya başlaması ve bunun getirdiği sorunlara yönelik önlemler şeklinde özetlenebilmektedir.

Savaş sonrası dönemde, Japonya ekonomisinde bir dizi yeni düzenlemeler yapılarak tarımda ve endüstride çeşitli reformlar gerçekleştirilmiştir. Söz konusu dönemin sonlarına doğru ortaya çıkan Kore Savaşı sırasında Japonya, ABD için gerekli askeri malzemeyi üretmek suretiyle, 1951'den itibaren II. Dünya Savaşı öncesi ekonomik düzeyine ulaşmıştır. 1955 yılından itibaren Japon ekonomisi hızlı büyüme dönemine girmiş ve 1955-1965 yılları arasında yıllık ortalama büyüme reel rakamlarla %9, 1965-1975 döneminde ise %8 olmuştur. Yani, yaklaşık 25 yıllık bir zaman diliminde Japonya, dünyadaki en yüksek büyüme hızına ulaşmış ve batıda GSMH'sı en yüksek 7 ülke arasına girmeyi başarabilmiştir.

Hızlı büyüme döneminde sanayi üretimi hızla genişlemiştir. 1973 yılı itibarıyla Japonya, dünya radyo, televizyon, gemi, taşıt araçları talebinin %20'sini karşılar duruma gelmiştir. Bu dönemde, tüketim 2 kat artmış, iç piyasa dayanıklı tüketim mallarında neredeyse doyum noktasına ulaşmıştır.

Bütün bunların gerçekleşmesinde savaş sonrasında gerçekleştirilen reformlar, özel sektör yatırımları, nitelikli işgücü, yüksek tasarruf eğilimi, gelişmiş teknolojileri hemen uygulayabilme esnekliği, yaygın ve yüksek eğitim standartları, düşük savunma harcamaları, sosyal, politik ve işgücü ilişkilerinde istikrar önemli rol oynamıştır.

Ancak, Ekim 1973'teki petrol krizi bu hızlı büyümeye son vermiş ve 1975-1987 yıllarında Japonya ekonomisi istikrarlı bir şekilde %4 civarında büyümüştür. Büyüme yavaşlayınca ekonomide durgunluk baş göstermiştir. Ancak sanayide meydana gelen teknolojik gelişmeler ve hizmetler sektörünün büyümesi, yavaş büyüme döneminde dahi ekonomide belirgin bir dinamizmin olduğunu göstermektedir. 1980'lerin ortalarında Yen'in değeri diğer dövizler karşısında yükselmeye başlamıştır. Bu durum, ithal hammaddelerini ucuzlatmış ve iç talebin belirgin bir şekilde harekete geçmesine neden olmuştur. Yen'in değer kazanması ve iç talebin hareketlenmesi, ekonominin tekrar gözden geçirilmesini gerekli kılmış, iç talebe yönelik bir ekonomik model hamlesi başlatılmıştır. Yükselen Yen, ithal hammadde fiyatlarını düşürürken, ihracata yönelik sanayilere zarar vermiştir.

1970'lerdeki iki büyük petrol krizinden sonra Japonya hükümeti enerji tasarrufu önlemlerine yatırım yapmıştır. Kalori değeri ve temizliği nedeni ile likid doğal gaz talebi giderek artmaktadır. Bu alandaki en büyük tedarikçi Endonezya'dır. Ülkedeki mevcut taş kömürü üretimi giderek azalmaktadır. İçinde bulunulan coğrafi koşullar nedeniyle ithal taş kömürü ülkede üretilen taş kömürüne kıyasla daha ucuza mal olmaktadır. Elektrik enerjisi fiyatları diğer OECD üyesi ülkeler arasında en pahalı olanıdır. Bunun nedeni ise çevresel önlemler ile depreme dayanıklı santraller kurma zorunluluğu; kısacası pahalı altyapıdır.

Özellikle 1980'li yılların ortalarından itibaren petrol petrol fiyatlarının göreceli olarak düşmesi, iç piyasada istikrarı sağlamış, enflasyonist korkuları yenmiş, tüketimi ve yatırımları teşvik etmiş karşılığında arazi ve menkul değer fiyatlarının yükselmesi şeklinde kendini göstermiştir. Ayrıca bu dönemde lüks malların tüketimi de artmıştır. 1993 yılında ise Yen'in değer kazanması, iç talebin durması, yüksek üretim kapasitesi ve yeni endüstrilerin kurulamaması, ekonomide durgunluğa yol açmıştır. Japon ihracat firmaları 1980'li yıllarda kurmuş ve genişletmiş oldukları deniz aşırı ülkelerdeki üretim tesislerinden olan ithalatlarını arttırmışlardır.

1.2.1. Mevcut Ekonomik Durum ve Stratejiler

Son yıllarda hükümetin önündeki en önemli sorun, Japon Yeni'nin yükselmesine de yol açan büyük miktarlardaki ticaret fazlasıdır. Hükümet 1990'lı yıllarda mevcut dış ticaret fazlasını azaltmaya ve ithalatı artırmaya yönelik çeşitli dışa açılma önlemleri almıştır. Bu dönemde 1985 sonrası Yen'in aşırı değerlenmesinin ortaya çıkardığı sakıncalar giderilmeye çalışılmış ancak önemli bir aşama kaydedilememiştir.

Diğer gelişmiş ülkelerdeki kadar olmamakla birlikte işsizlik son yıllarda artmaya başlamıştır. Financial Times'da yer alan bilgilere göre, 2007 yılı Nisan ayında Japonya'da işsizlik oranı son dokuz yılın en düşük seviyesine gerileyerek %3,8 seviyesine gerilemiştir ancak, yine de işsizlik yüksek seviyelerde seyretmektedir.

Japon ekonomisinde son dönemde yavaş fakat istikrarlı bir büyüme gözlenmektedir. Ancak, ekonomide görülen olumlu havaya rağmen ücretlerde kayda değer bir artış olmaması nedeniyle, iyileşen ekonomik ortam perakende satışlarına yansımamıştır. Japonya'da saatlik asgari ücret 600 Yen olup, işçi temsilcileri asgari ücretin 50 Yen artmasını talep etmektedirler. Japon

ekonomisi son iki yıldır %2 civarında büyümektedir. Ancak, ekonomik canlanmadan tüketicilerden çok şirketler yararlanmıştır.

Tüketiciler kendilerini daha fakir hissetmekte, bu durum tüketim isteğini etkilemektedir. Düşük iç talep ve nispeten yüksek Yen paritesi, fiyatlar üzerinde aşağıya doğru baskı yapmaktadır.

Japonya'nın endüstriyel yapısında yıllar itibariyle önemli değişiklikler olmuştur. Örneğin, Japonya'nın savaş sonrasında ekonomisini toparlamasında büyük payı olan kömür sanayi, bugün daha önemsiz bir role sahiptir. Benzer olarak bir dönemin ana sanayi kollarından biri olan tekstil, gemi inşaatı, kimyasallar, çelik ve alüminyum sanayileri de önemini yitirmekte, yerlerini hızla elektrikli makineler, otomobil, elektronik cihazlar ve benzeri yüksek teknoloji ürünlerine terk etmektedir. Diğer önemli sektörler ise bankacılık, sigorta hizmetleri ve iletişimdir. Dağıtım alanında süpermarket ve indirimli satış mağazaları zincirleri oluşmuştur.

1980'lerin ortalarında dünyada yabancı yatırımlar hızla artmış ve bu durum dünya ticaretini etkilemiştir. Bu çerçevede Doğu Asya, Japon şirketleri açısından büyümenin merkezi kabul edilmektedir. Söz konusu bölge, sadece ihracata dayalı düşük maliyetli üretim yaptırmak için değil, aynı zamanda AR&GE faaliyetleri yönünden de anlam ifade etmektedir. Bu arada Japon iç talebinin karşılanması, yeni endüstrilerin geliştirilmesi, önemli konular arasında yer almaktadır.

Ayrıca, Japonya, sanayi üretimin geliştirilmesi amacıyla izlediği politikaları gözden geçirmektedir. Bunu 3 şekilde gerçekleştirmeyi hedeflemektedir.

1. İthalatın ve yabancı yatırımların arttırılması, üretim maliyetlerinin düşürülmesi ve kusursuz yönetim kaynaklarının sunulması yoluyla üretimin geliştirilmesi,
2. Piyasaya giriş kurallarının kolaylaştırılması,
3. AR&GE faaliyetlerinin kuvvetlendirilmesi, kaliteli işgücü sayısının artırılması,

Japon hükümeti ayrıca serbest ticaret ve yatırımların gelecekteki gelişimi konusunda diğer ülkelerin hükümet ve kuruluşları ile Uruguay Round kararları çerçevesinde işbirliği yaparak, uluslararası ticarete katkıda bulunmayı da hedeflemektedir.

1.2.2. 2007 - 2008 Beklentileri

CIA Fact Book verilerine göre, 2006 yılında %2,8 oranında büyüyen GSYİH'nın, 2007 ve 2008 yıllarında biraz gerileyerek sırasıyla %1,7 ve %1,6 oranında büyümesi beklenmektedir. 2007-2008 döneminde özel tüketimin zayıf kalmaya devam etmesi beklenmektedir. Ücretlerde herhangi bir artış olmaması ya da yer yer düşüşlerle karşılaşılması iç talep artışını olumsuz etkilemektedir.

2006 yılı ticaret fazlası yaklaşık 66 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2005 yılında Çin, Japonya'nın ihracat gelirleri içinde %13,5, ithalatı içerisinde ise %21'lik pay almıştır. ABD ticaret partneri olarak önemini korurken aynı yıl ihracatta %22,9, ithalatta ise %12,7 paya sahip olmuştur. Japon Yeni'nin görece düşmesi ihracat gelirlerinde artış sağlayacaktır. Tüketici fiyatları enflasyonu %0,2 civarında gerçekleşmektedir. Bu oranın 2008 yılına doğru, %1,2 civarına çıkması beklenmektedir. Mayıs 2007 itibarıyla 1 dolar= 121 Japon Yeni seviyesindedir. 2008 yılına doğru yıllık ortalama 1dolar= 98 Japon Yeni olması beklenmektedir. 2007-2008 döneminde cari işlemler fazlasının GSYİH'nın %4,5'i olması beklenmektedir. Ticaret fazlası ise GSYİH'nın %2'si civarında seyretmeye devam edecektir.

1.3. JAPON PAZARI HAKKINDA GENEL BİLGİLER

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

Sağlık hizmetlerine yapılan harcamalar, özel pansiyonlar, emeklilere sağlanan kolaylıklar, sosyal ve eğitsel hizmetler, günlük bakım merkezleri giderek artmaktadır. Sonuç olarak Japon tüketicisi mal ve hizmet seçiminde giderek daha seçici olmaktadır.

Japonya piyasası çok iyi eğitilmiş ve bilinçli bir tüketici kitlesine hitap etmektedir. Japonya'da yaşam standardı çok yüksektir ve tüketiciler kaliteli ürünleri satın alabilme ve seçme şansına sahiptir. 127,5 milyon nüfusu ile Japonya dünyadaki nüfus yoğunluğu en fazla olan ülkelerden biridir. Japon piyasası toplam satın alma hacmi itibarıyla dünyadaki ikinci en büyük pazardır. Tüketim ve gelir, yaş ilerledikçe artmaktadır. Hemen bütün Japon çalışanları

yılda en az iki kere maaşlarına ek olarak ikramiye almaktadır. Bu ikramiyeler, yaz ortası ve Aralık aylarına rastlamaktadır. Bu dönemler aynı zamanda Japonya'nın iki büyük "hediye verme" dönemine rastlamaktadır. İkramiye dönemleri tüketimin arttığı dönemlerdir, dolayısıyla pazarlamanın en yoğun olması gereken zamanlardır. Uluslararası standartlara göre Japonlar gelirlerinin yaklaşık %24'ü gibi önemli bir kısmını tasarrufa ayırabilmektedir. Bu eğilim arazi ve konut fiyatlarının çok pahalı olmasından kaynaklanmaktadır.

Japon tüketiciler ürün kalitesinin yanı sıra satış sonrası hizmetlere de çok önem vermektedir. Moda ve marka, Japon tekstil ve konfeksiyon tüketicisi için giderek daha fazla öneme sahip olmaktadır. Ayrıca belli gruplara ait insanların bir örnek giyinmesi ya da belli bir takıyı takmaları oldukça yaygın bir durumdur. Japonya'da çeşitli renk değerleri bulunmaktadır. Bu renkler geleneksel değerlerle birlikte batı etkisini de yansıtmaktadır. Japon evlerinin renk değerleri daha çok, yerde toprak, duvarda kum renkleri ve inşaatta kullanılan ağaçtır. Kimononun renkleri bu ortama bir kontrast teşkil etmektedir. Genç kadınlar canlı renkleri tercih ederken, yaş ilerledikçe daha nötr renkler tercih edilmektedir. Erkekler ise mavi ve toprak tonlarını tercih etmektedir. Bu renkler günümüz geleneksel Japon tarzı giyim ve dekorasyonunu temsil etmektedir. Ancak batı tarzı evler döşeyen Japonlar, iç dekorasyonda farklı renkleri tercih etmeye başlamışlardır. İklim, tüketici davranışlarının belirlenmesinde bir diğer faktörü oluşturmaktadır. Yazlar sıcak ve rutubetli, kışlar soğuk ve kuru geçmektedir. Ürünlerin paketlenmesinin, ürünleri ısı farklarından koruyacak şekilde yapılması gerekmektedir. Diğer yandan gıda tüketimi açısından bakıldığında son yıllarda Japonların damak tadı giderek daha fazla batılılaşmaktadır.

1.3.1. Dağıtım Kanalları

Japonya'nın dağıtım sistemi 1960'lardan itibaren çeşitli değişimlerden geçmiştir. Öncelikle büyük süpermarket zincirleri ile başlanmış, sonra belli başlı imalatçılar özellikle otomotiv, elektrikli ev aletleri ve kozmetik konusunda kendi toptan ve perakendeci ağlarını kurmuşlardır. Bilgisayar devrimi ise çok daha yaygın bir dağıtım sistemine geçişin bir diğer faktörü olmuştur. Zira sipariş, arşivleme, envanter ve diğer günlük işlemler otomasyona bağlanmıştır. Bunun yanı sıra pek çok mağazanın kendi toptancı, merkez ofis ve bankaları ile online bağlantıları bulunmaktadır.

Yüksek yoğunlukta ve küçük boyuttaki Japon perakendecileri göz önünde bulundurularak bir karşılaştırma yapıldığında, nüfus başına düşen oran itibarıyla söz konusu işletmelerin Avrupa ve ABD'den daha fazla olduğu görülmekte, ayrıca bu işletmelerin batıya nazaran daha küçük alanlarda daha az sayıda personelle, daha az satış gerçekleştirdiklerine dikkat çekilmektedir. Toptan satıcılar açısından ise, toptan satışların perakende satışlara oranının

Japonya'da diğler endüstrileşmiş ölkelere nazaran daha yüksek olduğu gözlenmektedir. Bunun nedeni çok sayıda toptancı olması ve genel ticaret firmalarının satışlarının da bu kalemde gözükmesinden kaynaklanmaktadır. Genel ticaret firmalarının satışları buradan çıkarıldığı takdirde, perakende satışların durumu diğler ölkelerden farklı değildir.

Dağıtımın üretkenliği açısından bakıldığında ise, perakendecilerde çalışan başına gerçekleşen yıllık satış, diğler endüstrileşmiş ölkelerden daha yüksek ya da eşit ölçüde gerçekleşmekte; aynı durum toptancılar için değerlendirildiğinde, Japonya diğler ölkelerin önüne geçmektedir.

Japon dağıtım sistemine özgü çeşitli uygulamalar bulunmaktadır. Bunlar, **tatane** (liste fiyatları), **henpin** (satılmayan ürünün iadesi), **keiretsu** (bağlı şirketler grubu) ve detaylı bir **geri ödeme sistemi** uygulamalarıdır.

Tatane: (Liste fiyatı sistemi) Bu sistem Japon iş piyasalarında yaygın olarak kullanılmaktadır. Üreticiler ürünleri için her bir dağıtım aşamasında ve nihai satış aşamasında "üreticinin teklif ettiği fiyat" şeklinde ifade edilen bir standart fiyat tespit etmektedir. Bu yöntemin çeşitli avantajları bulunmaktadır: Üreticiler kolaylıkla kendi ürünlerinin fiyatının düşmesini engellemekte ve kar marjlarını makul bir düzeyde tutmayı başarmaktadır. Aynı zamanda bu uygulama tüketiciye satın alma sırasında ürünün gerçek fiyatı ile ilgili net bir fikir vermektedir. Sistemin fiyatları sabitleştirmek gibi bir dezavantajı da bulunmaktadır. Japonya'da Anti-Tekel Yasası tek fiyat uygulamasını yasaklamıştır. Ancak kozmetikler, eczacılık ürünleri, kitaplar ve plaklar bu yasadan muaf tutulmuştur.

Henpin: (Satılmayan ürünün iadesi sistemi) Satılmayan malın perakendecilerden toptancılara, toptancılardan üreticiye geri gönderilmesi uygulamasına Japonca'da "henpin" denilmektedir. Japonya'da satılmayan ürünler üreticiye geri döner. Dağıtım kanalındaki alıcı ve satıcılar satın alınmayan ürünün riskini paylaşırlar. Bu durumun büyük perakendecilerin dağıtım sistemi içinde güçlenmelerine neden olabileceği, aynı zamanda perakendecilerin kendi satışlarını arttırmaya yönelik faaliyetlerini teşvik etmeyi engellemesi gibi bir sakıncası bulunmaktadır. Ayrıca maliyet yapısı daha az şeffaf olduğu takdirde, rekabetin olumsuz etkilenebileceğine dair bir inanış da bulunmaktadır.

Geri Ödeme Sistemi: Bu sistem Japonya'ya özgü olmamakla birlikte bazı farklılıklar içermektedir. Japonya'da belirlenen bir dönemin sonunda ödeme yapılmaktadır. Japon sisteminde iş ilişkilerinin uzun ve devamlı olacağı inanışı hakim bulunmaktadır. Bu, satışları teşvik etmek olarak değerlendirilebileceği gibi, satılmayan ürünün iadesinde olduğu gibi perakendecilerin daha başarılı olma çabalarını sınırlayan bir unsur haline de dönüşebilmektedir.

Keiretsu: (Bağlı şirketler grubu) söz konusu firmalara son yıllarda kozmetik, elektrikli ev aletleri ve otomotiv endüstrisinde daha çok rastlanmaktadır. Bu sistem, üreticilerin kendi ürünlerini pazarlama amacı ile kendi satış ağlarını kurup, ürünlerini kendi kanallarından satışa çıkarmalarını ifade etmektedir. Üretici ve dağıtıcıların dikey ilişkisi, perakendecilerin tüketicilere sundukları hizmetleri geliştirmelerine yardımcı olmak açısından olumlu bir yaklaşım olarak kabul edilmektedir. Buna ek olarak, tüketici bilgilerini direkt olarak üreticiye ileten ve gelecekteki ürünün tüketici tercihlerine daha fazla odaklanmasına imkan tanıyan ayrı bir kanal da oluşturulmaktadır. Sistem içindeki bilgi akışı iki yönlü olmaktadır. Üreticiler etkin bir şekilde perakendecilere bilgi iletebilmektedir.

Görüldüğü üzere toptancılar, üreticiler için satış acentesi, perakendeciler için satın alma acentesi olarak çift taraflı bir işlevi yerine getirmektedirler. Ana yapısı itibarıyla aynı olmakla birlikte, dağıtım sistemi tüketim malları ve sermaye malları için farklılık göstermektedir. Yapılan işlemin hacmine bağlı olarak dağıtım sisteminin bazı aşamaları elimine edilebilmektedir. Örneğin üreticiler direkt olarak perakendecilere satış yapabilmektedir.

1.3.2. Japon Perakendecilik Sistemi

Japon perakendecilik anlayışında son 45 yıl boyunca önemli değişiklikler olmuştur. Japon perakende satış sistemi aşağıdaki gibi özetlenebilir;

1. Çok Katlı Büyük Mağazalar (Department Stores):

Bu mağazaların başlangıç amacı, tüketiciye ünlü markalar, yüksek kaliteli ürünler sunmak ve bunun yanı sıra bünyesinde sergiler ve diğer kültürel faaliyetleri desteklemek ve barındırmak yoluyla Japon halkına bir kültürel deneyim kazandırmak olmuştur. Bu nedenlerle kurulan mağazaların sayıları artmasına rağmen, gelirleri aynı ölçüde artmamaktadır.

Japonya'da son derece yaygın olan "Büyük Mağazalar" (Department Store) ve "Süpermarketlerin" piyasada önemli ağırlığı vardır. Ancak, Büyük Mağazalar Süpermarketlere göre iki kat fazla satış hacmine sahiptir.

2. Süpermarketler:

Tüketiciye, standart günlük ihtiyaçlarını sağlamaya yönelik ürünler sunmaktadır.

3. Özel Satış Mağazaları (Specialty Shops):

Bu mağazalar günlük giysi, ayakkabı, çanta gibi moda kalemlerinde uzmanlaşmışlardır. Son yıllarda kamera, radyo, kasetli teyp gibi ürünlerin ünlü markalarını düşük fiyatlarla satan bu tip mağazalar artmıştır. 1980'lerden itibaren bu mağazalar Japon'ların boş zamanlarını çeşitli hobi faaliyetleri ile değerlendirmeye başlamaları ile daha çok hobilere hitap eden bir eğilim arz etmeye başlamışlardır. Söz konusu mağazalar, belli başlı alışveriş merkezlerinde yer almaktadırlar.

Tablo 1: Japonya'da Konfeksiyon Sektöründe Büyük Ölçekli Mağazaların Konfeksiyon Satışları

JAPONYA'DA KONFEKSİYON SEKTÖRÜNDE BÜYÜK ÖLÇEKLİ MAĞAZALARIN PERAKENDE SATIŞ TUTARLARI / NİSAN 2007							
	Bölge	Erkek Giyim	Bayan ve Çocuk Giyim	Diğer Konfeksiyon Ürünleri	Aksesuarlar	Toplam Konfeksiyon Satışları	Toplam Tüketim Malları Satışları
Toplam (100 milyon Yen)	Toplam	843	2.779	351	1.180	5.153	16.909
	Hokkaido	35	119	13	47	213	782
	Tohoku	39	119	19	43	220	970
	Kanto	388	1.208	148	539	2.284	7.389
	Chubu	80	296	33	110	519	1.849
	Kinki	157	564	86	243	1.050	1
	Chugoku	42	142	15	60	258	801
	Shikoku	20	70	8	31	129	437
	Kyushu	81	261	31	107	479	1.307
	Okinawa	5	18	2	7	32	115
Department Stores (100 milyon Yen)	Toplam	511	1.918	186	865	3.479	6.598
	Hokkaido	18	75	7	32	132	246
	Tohoku	16	63	9	25	114	218
	Kanto	259	888	84	421	1.652	3.226
	Chubu	42	185	16	73	317	553
	Kinki	98	409	42	184	732	1.419
	Chugoku	22	89	8	39	157	294
	Shikoku	12	40	4	19	75	124
	Kyushu	44	168	16	73	301	518
	Okinawa	-	-	-	-	-	-
Süpermarketler (100 milyon Yen)	Toplam	332	861	166	315	1.674	10.311
	Hokkaido	17	43	6	15	81	536
	Tohoku	23	56	9	19	107	752
	Kanto	129	320	65	118	632	4.163
	Chubu	38	111	16	37	203	1.296
	Kinki	59	155	44	59	317	1.954
	Chugoku	20	53	7	21	101	508
	Shikoku	9	30	4	12	55	312
	Kyushu	37	93	15	34	179	789
	Okinawa	-	-	-	-	-	-

Kaynak: Japonya Ekonomi Bakanlığı / Mayıs 2007

4. Satış Mağazası Olmaksızın, Perakendecilik:

Posta ile sipariş ve pazarlamacılık yöntemi, 1980'lerde yeni gelişen bir alan olarak kendini göstermiştir. Sınırlı da olsa kozmetikler, sağlık gıdaları, ev eşyaları bu yol ile satılabilmektedir.

5. Alışveriş Merkezleri:

Birbirinden bağımsız küçük satıcıların bir araya gelmesinden oluşan alışveriş merkezlerinde tüketim mallarının yanısıra jimnastik salonları, yüzme havuzları, eğlence parkları ve kültürel faaliyetler gibi hizmet ve kolaylıklar da yer almakta ve söz konusu alanlar genç kuşak Japonlar arasında giderek popüler olmaktadır.

6. Restoranlar:

Aile restoranları zinciri ve fast food restoranlar 1970'lerin ortalarında popülerite kazanmışlardır. Bu gibi yerler ortalama fiyatlarla çok sayıda tüketiciye hizmet sunmaktadır. Bu sektör günümüzde batı tarzı restoranlarla birlikte Japon tarzı "izakaya" adlı barları da içermektedir.

1.3.3. Dağıtım Kanallarının Seçimi

Yabancı ürünler çeşitli kanallarda Japonya'ya ithal edilmektedir. Söz konusu kanalların başlıcaları şu şekilde özetlenebilir.

1. İthalat Acenteleri:

Söz konusu acentalar gümrük işlemlerini yürütüp, ulaştırma sorunlarını çözümlenerek, malın toptancılara ya da satıcılara hatta tüketicilere ulaşmasını sağlamaktadırlar.

2. Uzmanlaşmış Ticaret Şirketleri (Specialized Trading Companies):

Söz konusu şirketler, kendi alanlarına giren konularda ithalat yapmaktadırlar. Bu gibi şirketler satış sonrası hizmetler ve kullanıcının eğitilmesi gibi hizmetler de vermektedirler.

3. Genel Ticaret Şirketleri (General Trading Companies):

Japonya'nın Genel Ticaret Şirketleri sanayi ürünleri pazarlaması alanında güç kazanmışlardır. Söz konusu şirketler, çeşitli alanlara hitap etmektedirler. İstendiğinde mali yardım sağlayabilmekte ve genellikle geniş ölçekli projelerin organizasyonu ile ilgilenmektedirler. Bu gibi şirketler, birden fazla müşteriye aynı anda hitap edebilmektedir.

4. Ürün/Pazarlama İşbirliği:

Japonya'da ürün tanıtımının ve dağıtımının bir diğer yolu ise Japon şirketi ile ortak teşebbüs kurmaktadır.

5. İlgili Alanlardaki Üreticiler;

Ürünün çok yakından ilgili olduğu bir alanda ya da rekabetçi olmayan bir alana ait dağıtım kanallarını kullanması yolu ile pazarlanması mümkün olabilmektedir.

6. Satış Büroları:

Bazı yabancı ihracatçılar Japonya'daki ithalat ve pazarlama faaliyetlerini yürütmek için kendi satış bürolarını kurmaktadır. Sonuçta Japonya'da yukarıda değinilmiş olan konular esas itibarıyla geçerli kalmak şartı ile her bir ürünün kendine özgü bir dağıtım sistemi bulunmaktadır.

1.3.4. Pazarla İlgili Tavsiyeler

Japonya ile ticaret yapmak isteyen firmalarımızın önce bilmesi gereken gerçek, ülkemiz ile Japonya arasındaki kültür, gelenek-görenek ve yaşam tarzı gibi tüketici tercihlerini doğrudan etkileyen derin toplumsal farklılıkların bulunduğudır. Ayrıca, bu farklılıkların sadece tüketici tercihlerini değil her kademedeki Japon iş çevreleri ile olan ilişkileri de doğrudan etkilediğini unutmamak gerekir. Bu nedenle, Japonya ile ticaret yaparken başarılı olabilmek için Japonların tamamen farklı olan yapısal özellikleri hakkında ayrıntılı olarak bilgi sahibi olmak, daha sonra bu özelliklere dikkat ederek topluma uygun ürünleri üretip, bu ürünleri yine Japon toplumunun özelliklerine uygun bir şekilde pazarlamak gerekir.

Japonya'da farklı bir kültür, yaşam tarzı ve fiziksel yapı mevcut olduğundan çoğu üründe Japon piyasasına özel imalat yapılmasını gerektirmektedir. Japonya'ya ihracat yapmayı düşünenlerin göz önünde bulundurması gereken bir diğer nokta, Japon tüketicinin batılılardan farklı bir renk, tat ve koku tercihi olduğudur. Yabancı ürünün Japon piyasası için uygunluğunun ciddi bir şekilde araştırılması, Japonya'ya yapılacak ihracatta anahtar konumunda bulunmaktadır.

Japon tüketicisi Avrupa ülkelerindeki tüketiciden oldukça farklı özelliklere sahiptir. Bu özellikler arasında en belirgin olanı alış verişi yaparken çok bilinçli

tercihler yapmasıdır. Japonlar için satın alacağı ürünün kalitesi ve standartları son derece önemlidir. Ürünün fiyatı ise daha sonra gelir. İthal ürünleri satın alırken genelde Avrupa'da rağbet gören, kalitesini kanıtlamış markaları tercih ederler. Ayrıca, modayı da yakından takip ederler. Sonuç olarak, Japonya'ya tüketicinin fazla tanımadığı bir markayı ihraç etmek oldukça zordur.

Japon tüketicisinin bir diğer özelliği de, ürün ambalajına son derece önem vermesidir. Basit şekilde ve özensizce paketlenerek halka arz edilen ürünler, içerik olarak kaliteli olsalar dahi Japon tüketicisinin dikkatini çekmezler.

Örneğin, Japonya'da tuvalet ve temizlik malzemelerini batı standartlarında satmak, baştan itibaren başarısızlığı kabullenmek demektir. Deterjan ve sabunlarda ekstra ya da özel ekonomi paketleri genel olarak yasaklanmıştır. Diğer tuvalet bakım malzemeleri, taraklar ve kozmetikler ise olabildiğince albenili ve pahalı görünümlü ambalajlara sahip olmalıdırlar.

Japon halkı kendi kültürel miraslarına çok önem verdikleri gibi diğer toplumların kültürlerine de ayrı bir saygı duyarlar. Bunun bir yansıması olarak mistik, gizemli ve ait olduğu kültürün özelliklerini yansıtan ürünler her zaman Japon tüketicisinin dikkatini çekmiştir. Bu bağlamda, pazara yeni girecek ürünlerin mümkün olduğu kadar bu konuları işleyen reklam kampanyaları ile tanıtılması son derece faydalı olacaktır. Bir ürün tanıtımında batıdaki ambalaj ve reklam kampanyasının aynısının uygulanması Japonya'da etkili olmamaktadır.

Ayrıca, Japon pazarında her türlü ürünün yer aldığı düşünülecek olursa, pazara yeni sunulan ürünlerin, var olan benzer ürünlerden daha farklı olduğunu vurgulayan, tüketiciye satın aldığı ürünün çok özel olduğunu hissettiren tanıtım kampanyaları yapmak gerekir. Amerikan tarzı yalın ve bu özellikleri yansıtmayan sıradan reklam kampanyaları ise daha işin başında başarısızlık sebebi olurlar. Netice olarak, Japonya ile ticaret yapmadan önce Japon toplumunun Batıdan farklı olan özellikleri hakkında ayrıntılı bilgi toplamak başarılı olmak için hayati önem taşımaktadır.

Japon iş adamları için ticarete olmazsa olmaz koşul, karşısındaki ile karşılıklı güven ortamının oluşmasıdır. Japonlar ticari ilişkilerinin sağlam temeller üzerine oturmasını ve mümkün olduğu kadar da uzun süreli olmasını isterler. Böyle bir ortam oluşana kadar sizin ve firmanızın hakkında sizden birçok konuda bilgi isteyeceklerdir. Kimi zaman bu bilgilerin gereksiz detaylar olarak algılanması, kimi zaman da şahsa özel bilgiler olarak değerlendirilmesi mümkündür. Ama eğer Japon iş adamları ile çalışmak istiyorsanız onların bu isteklerine özen göstermeniz gerekir. Çünkü karşılıklı güven ortamı oluşmadan Japon firmaları ile ticaret yapmanız asla mümkün değildir.

İthal ürünler Japon tüketicisine genellikle ticaret sergileri ve ilgili ürünün

ülkesinin Büyükelçiliği'nin tanıtım departmanı tarafından organize edilen özel tanıtımlar ile sunulmaktadır. Ayrıca ilgili ülke kuruluşlarının Japon kuruluşları ile işbirliği yapması suretiyle sergiler düzenlenebilmektedir.

Haberleşme, Japonya'ya yapılan ihracatın başarısı açısından diğer faktörlerin yanı sıra önem taşıyan diğer bir unsurdur Mektup, faks, telgraf, e-mail mesajlarının çok açık ve basit ifadeli olması gerekmektedir. Pek çok Japon ithalatçı İngilizce bilmektedir, ancak Japon partner ile telefon konuşması hiç tavsiye edilmemektedir. En uygun haberleşme aracı, Japonya'da çok gelişkin olan faks cihazıdır. Bununla birlikte, pazarın şahsen ziyaret edilerek alıcılarla yüz yüze görüşülmesi Japonlar tarafından tercih edilmektedir.

Kalite ve sağlık konularına çok önem veren Japonlar, ürünleri kalite kontrol, dayanıklılık ve sağlığı etkilemesi yönünden çok çeşitli testlere tabi tutmakta ve standartlara uygun olmayan ürünlere rastlamaları halinde ticari bağlantılar olumsuz yönde etkilenmektedir. Japonya'da ihracatçıların karşılaştıkları önemli olumsuzluklardan biri de, söz konusu Japon standartlarına uyumun başarılabilmesi olmaktadır. Japon standartları zaman zaman çok katı kuralları içerebilmektedir. Örneğin batılı firmaların otomobillerindeki kirlilik kontrol cihazları Japonya'daki standartların çok altında bulunmaktadır.

Japonya'ya ihracat yaparken ya da örnek yollarken, ticari partnerlerin söz konusu ürün ve bileşimi ile ilgili olarak ayrıntılı bir şekilde bilgilendirilmesi gerekmektedir. Japon gümrük vergileri kesin içerik bildirimine dayanmaktadır. Bunları ibraz etmeyi ihmal etmek, gümrükten geçmeyi geciktirmektedir. Bu nedenle Japon partnerin ihracat işlemleri ile ilgili olarak gerekli görüş istediği her şeyin geciktirilmeden yerine getirilmesi gerekmektedir.

II – JAPONYA'NIN DIŞ TİCARETİ

Japonya'da elektronik ve taşıt endüstrileri ülkenin uluslararası ticaret başarısının temelini oluşturan en önemli sektörlerden birisidir. Ancak, ihracata dönük üretim yapan tüm sektörler son yıllarda Japon Yeni'nin aşırı değerlenmesi nedeni ile zorluklarla karşılaşmaktadır. Japonya aynı zamanda önemli bir makine imalatçısıdır ve bu alandaki en büyük ihracatı ABD ve Güney Kore'ye yapmaktadır. Ülke dünyanın en önemli demir çelik üreticisidir.

Diğer yandan, Japonya'nın dış ticarete açıklığı diğer pek çok ülke ile karşılaştığımızda daha düşüktür. Örneğin 2005 yılında dış ticaretin GSYİH'ya oranı Almanya'da %65,4, Çin'de %63,9 iken, Japonya'da %22,8 dir. Özellikle Çin gibi dış ticaretin GSYİH içindeki payı %63,9'a varan diğer Asya

ülkeleri ile karşılaştırıldığında Japon ekonomisinin görece kapalı yapısı daha da belirginleşmektedir. Bu durum tekstil, gıda, kuru sebzeler ve kağıt gibi Japon ekonomisi içinde daha az verimli sanayilerin resmi ve resmi olmayan ithalat kısıtlamalarına maruz kalmasından kaynaklanmaktadır.

2.1. Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalat

2000-2005 yılları arasında Japonya'nın dış ticaretine ve ithalat-ihracat dengesine baktığımızda, Japonya'nın her yıl 50 ile 100 milyar dolar arasında değişen tutarlarda dış ticaret fazlası verdiği görülür. 2005 yılında Japonya yaklaşık 595 milyar dolar ihracat ve 516 milyar dolar ithalat gerçekleştirmiştir. 2005 yılındaki ticaret fazlası ise yaklaşık 79 milyar dolardır.

Tablo 2: Japonya'nın Genel Dış Ticareti

JAPONYA'NIN GENEL DIŞ TİCARETİ				
Birim: \$				
YILLAR	İHRACAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)	İTHALAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	479.247.587.246	-	379.662.900.023	-
2001	403.363.609.237	-15,8	349.300.361.949	-8,0
2002	416.715.260.264	3,3	337.608.873.404	-3,3
2003	471.995.905.358	13,3	383.451.985.125	13,6
2004	565.761.077.451	19,9	455.253.849.684	18,7
2005	594.940.865.790	5,2	515.866.387.675	13,3

Kaynak UN COMTRADE / Mayıs 2007

2.2. En Çok İthal Edilen Ürünler

Japonya'nın dünya ekonomisinde bu ölçüde bir "süper güç" haline gelmesinde dış ticaretin önemi büyüktür. Japonya gıda ve giyim ürünleri, kereste, tekstil hammaddeleri, metaller gibi ana hammaddelerin ithalatı ile ham petrol ve diğer yakıt kaynaklarında, dünyadaki en büyük ithalatçılardan biri konumundadır.

2005 yılında Japonya'nın en çok ithal ettiği ürünlerin başında Fasıl 27 kapsamındaki mineral yakıtlar ve yağlar gelmektedir. Fasıl 85 kapsamındaki elektrikli makina ve cihazlar, Fasıl 84 kapsamındaki nükleer reaktör ve

kazanlar, Fasıl 90'da yer alan optik alet ve cihazlar ile Fasıl 26 kapsamındaki metal cevherleri, cüruf ve kül, diğer temel ithal ürünlerdir.

Tablo 3: Japonya'nın En Çok İthal Ettiği Ürünler

JAPONYA'NIN EN ÇOK İTHAL ETTİĞİ ÜRÜNLER		
İLK BEŞ ÜRÜN GRUBU / 2005		
Birim: \$		
FASIL NO	TANIM	DEĞER (\$)
27	Mineral yakıtlar, mineral yağlar...vb.	133.125.307.815
85	Elektrikli makina ve cihazlar	61.438.648.255
84	Nükleer reaktörler, kazanlar, makinalar	52.218.673.289
90	Optik alet ve cihazlar, fotoğraf, tıbbi aletler...vb.	19.769.371.983
26	Metal cevherleri, cüruf ve kül	14.399.058.893

Kaynak UN COMTRADE / Mayıs 2007

2.3. En Çok İthalat Yapılan Ülkeler

Japonya'nın en fazla ithalat yaptığı ülkelerin 2005 yılı itibariyle sıralamasında Çin başı çekmektedir. ABD, S.Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Avusturya ve Kore, Çin'den sonra en fazla ithalat yapılan diğer önemli ülkelerdir.

Tablo 4: Japonya'nın En Çok İthalat Yaptığı 10 Ülke

JAPONYA'NIN EN ÇOK İTHALAT YAPTIĞI 10 ÜLKE - 2005		
Birim: milyon \$	Değer	Pazardaki Payı %
Çin	108.477.568.677	21,0
ABD	65.403.968.808	12,7
Sudi Arabistan	28.271.949.051	5,5
Birleşik Arap Emirlikleri	25.322.502.944	4,9
Avustralya	24.513.204.866	4,8
Kore	24.414.808.131	4,7
Endonezya	20.816.730.737	4,0
Almanya	17.823.015.038	3,5
Tayland	15.557.986.905	3,0
Malezya	14.669.457.254	2,8
İlk 10 Ülke Toplamı	345.271.192.411	66,9
Diğer Ülkeler	170.595.195.264	33,1
Toplam İthalatı	515.866.387.675	100,0

Kaynak: Comtrade - Mayıs 2007

2.4. En Çok İhraç Edilen Ürünler

Diğer taraftan Japonya, renkli televizyon setleri, diğer elektrikli aletler, otomobiller, gemiler, kamera ve saatler gibi yüksek hassasiyetli optik ve elektronik ürünler ihracatında dünya birincisidir. Japonya, hammadde ithal etmekte ve nihai ürün ihraç etmektedir. Bu durumda Japonya kendisi ile ticaret yapan diğer ülkeleri sadece hammadde ve gıda ihracatçısı durumuna getirmektedir. Marka ve tasarım, satış sonrası hizmetler ile tüketici tercihlerinde meydana gelen değişikliklerin ticareti etkileyen faktörler olarak ortaya çıkması ve uluslararası alandan gelen tepkiler nedeniyle 1980'lerin ortasından itibaren Japonya'nın mamul madde ithalatında artış gözlenmektedir.

2005 yılı verileri itibariyle, Japonya'nın en fazla ihraç ettiği ürünler Fasıllar 87'de yer alan motorlu kara taşıtları, Fasıllar 85 kapsamındaki elektrikli makina ve cihazlar, Fasıllar 84 kapsamındaki nükleer reaktörler, Fasıllar 90'daki optik alet ve cihazlar ve Fasıllar 99 kapsamındaki çeşitli mamul eşyadır.

Tablo 5: Japonya'nın En Çok İhrac Ettiği Ürünler

JAPONYA'NIN EN ÇOK İHRAÇ ETTİĞİ ÜRÜNLER İLK BEŞ ÜRÜN GRUBU / 2005			
Birim: \$	FASIL NO	TANIM	DEĞER (\$)
	87	Motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler...vb.	125.125.824.753
	85	Elektrikli makina ve cihazlar	122.272.074.207
	84	Nükleer reaktörler, kazanlar, makineler...	119.492.626.180
	90	Optik alet ve cihazlar, fotoğraf, tıbbi aletler...vb.	35.915.996.986
	99	Çeşitli mamul eşya	26.158.185.070

Kaynak UN COMTRADE / Mayıs 2007

2.5. En Çok İhracat Yapılan Ülkeler

Japonya'nın genel ihracat verileri Birleşmiş Milletler kaynaklarından incelendiğinde, en fazla ihracat yapılan ülkelerin başında ABD'nin geldiği görülmektedir. Çin, Kore, Hong Kong, Tayland ABD'yi izleyen ülkelerdir. Japonya'nın en çok ihracat yaptığı ilk 10 ülkeye toplam ihracatın %67'si yönelmiş durumdadır.

Tablo 6: Japonya'nın En Çok İhracat Yaptığı 10 Ülke

JAPONYA'NIN EN ÇOK İHRACAT YAPTIĞI 10 ÜLKE - 2005		
Birim: milyon \$	Değer	Pazardaki Payı %
ABD	135.946.685.461	22,9
Çin	80.074.348.387	13,5
Kore	46.629.901.958	7,8
Hong Kong	35.960.293.381	6,0
Tayland	22.451.168.347	3,8
Almanya	18.646.424.017	3,1
Singapur	18.435.543.386	3,1
İngiltere	15.073.381.418	2,5
Hollanda	13.123.257.739	2,2
Malezya	12.531.236.506	2,1
İlk 10 Ülke Toplamı	398.872.240.600	67,0
Diğer Ülkeler	196.068.625.190	33,0
Toplam İhracatı	594.940.865.790	100,0

Kaynak: Comtrade- Mayıs 2007

III- JAPONYA TEKSTİL, KONFEKSİYON, DERİ VE HALI SEKTÖRÜ DIŞ TİCARETİ

3.1. Japonya'da Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Yapısı

Japonya, ABD ve Almanya'nın ardından dünyanın üçüncü büyük konfeksiyon pazarıdır. Ayrıca, gerek marka gerekse kalite ve moda konusundaki yüksek bilinç düzeyi nedeniyle, Japon konfeksiyon pazarı dünyanın en sofistike pazarlarından birisidir. Tüketiciler kalite ve tasarım konusunda oldukça geniş bilgi sahibi olduklarından, kaliteli ve katma değeri yüksek ürünleri tercih etmektedir. Bundan dolayı, Japon pazarı dünyaca ünlü pek çok markanın ve firmaların ana hedef seçtiği pazarlardan birisidir. Bu durumun temel sonucu olarak da, firmalar arasında hem pazara girme hem de pazarda tutunma ve fiyat tutturma konusunda yoğun rekabet yaşanmaktadır.

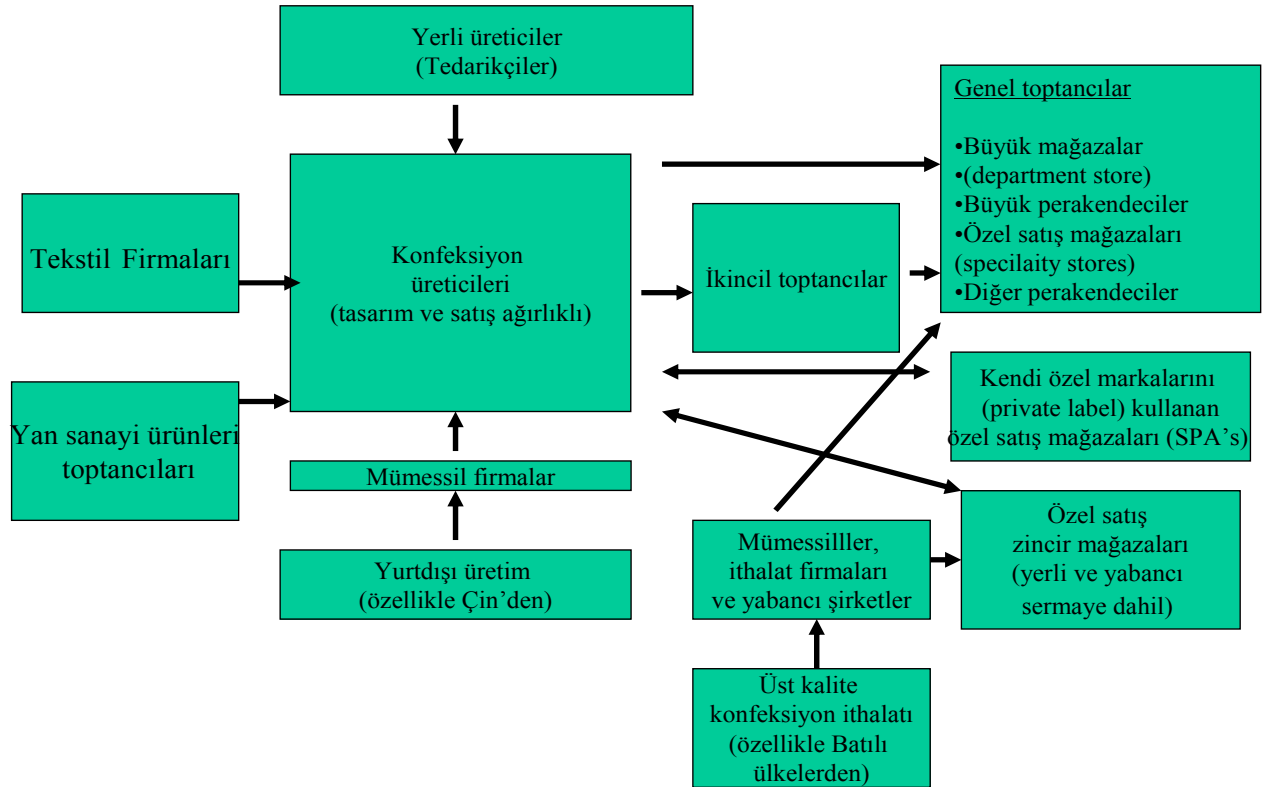
Japonya'ya yapılan tekstil ve konfeksiyon ithalatı genel olarak çok büyük "ticaret şirketleri" tarafından yönlendirilmektedir. Yıllık karı 1 milyar doları geçen çok sayıda ticaret şirketi bulunmaktadır. Bu şirketler, dünya geneline yayılmış aracı şirketleri ve kadrolarıyla her türlü malın ticaretini gerçekleştirmekte ve ithal ettikleri ürünleri, Japonya'daki dağıtım kanalları

aracılığıyla pazarlamaktadır. Dolayısıyla Japonya piyasasında oligopolistik bir yapı mevcuttur ve bu yapının aşularak doğrudan ticari ilişkilere girilmesi çok yoğun ve uzun vadeli çabalar gerektirmektedir.

Öte yandan, piyasada yoğun bir rekabet ortamı bulunduğunu da gözardı etmemek gerekmektedir. Bu rekabet, düşük fiyatlı mallar arasında olduğu kadar, yüksek fiyatlı markalı ürünlerde de mevcuttur. Özellikle büyük mağazalar, markaları tekellerine almak için yoğun çaba göstermektedir.

İthalatçılar dışında Japonya'da çok az sayıda da olsa yerli konfeksiyon üreticileri de faaliyet göstermektedir. Yerli konfeksiyon üreticilerinden önde gelenler World, Onward Kashiyama, Sanyo Shokai, Itokin ve Renown'dur.

Şekil 1: Japon Konfeksiyon Sektörü



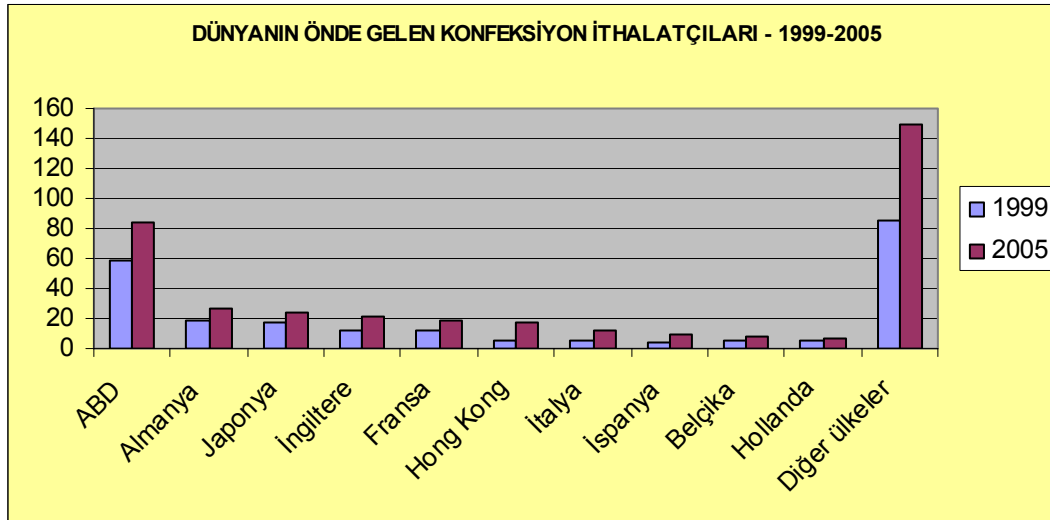
Japonya pazarında tüketicilerin tekstil ve konfeksiyon ürünlerine yaptıkları harcamaların durumuna baktığımızda, son yıllarda tekstil ve konfeksiyon harcamalarının, toplam harcamalar içindeki payının giderek azaldığı görülmektedir. Hanehalkı toplam tüketiminde giysi ve ayakkabının toplam harcamalar içerisindeki oranına bakıldığında, 1999 yılında % 5,4 olan oranın 2005 yılında %4,5 seviyesine indiği görülmektedir. Bu durum kısmen sağlık, ulaşım, iletişim gibi kalemlerdeki harcamaların artmasından kısmen de harcanabilir kişisel gelirdeki azalmadan kaynaklanmaktadır. Örneğin, bir ailenin aylık 17.500 Yen seviyesindeki ortalama giysi harcaması 13.400 Yen'e kadar düşmüştür. Aynı dönemde hanehalkı harcanabilir gelirinde %7'lik düşüş olmasına karşılık, giysi ve ayakkabı için ayrılan pay %23,5 azalmıştır.

Japonya ekonomisinin yeniden canlanmaya başladığı öngürüleri dikkate alındığında, gerçek özel tüketim harcamalarının 2007 ve 2008 yıllarında %2 büyümesi beklenmektedir. Bu büyümeden tekstil ve konfeksiyon harcamaları da olumlu etkilenecektir.

Tablo 7: Dünya'nın Önde Gelen Konfeksiyon İthalatçıları

DÜNYANIN ÖNDE GELEN KONFEKSİYON İTHALATÇILARI (Milyar \$)							
1999 - 2005							
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
ABD	58,8	66,6	66,1	67,4	72,8	78,4	83,9
Almanya	19,2	19,8	19,8	19,4	23,1	23,2	26,4
Japonya	17,9	20,3	19,7	18,2	20,2	22,5	23,4
İngiltere	12,3	13,4	13,8	15,5	17	20,9	21,9
Fransa	11,8	11,6	12	12,8	15,4	17,4	18,5
Hong Kong	5,2	5,0	4,9	5,0	6,1	6,5	17,7
İtalya	6,0	6,1	6,6	7,5	9,4	11,4	12,5
İspanya	3,8	3,8	4,3	5,1	6,6	8,4	9,8
Belçika	5,4	4,9	4,9	5,2	6,6	7,4	8,1
Hollanda	5,2	5,0	4,9	5,0	6,1	6,5	6,6
Diğer ülkeler	86	90	92	93	107	119	150,0
Dünya Toplamı	198	211	213	218	247	272	295,0

Kaynak: Birleşmiş Milletler - Comtrade



Konfeksiyon harcamalarının 2005 yılındaki dağılımına bakıldığında ise, erkek giysilerine % 15,1, kadın giysilerine % 25,7 ve çocuk giysilerine %6 oranında harcama yapıldığı görülmektedir. Gömlek ve süeterler % 26,5, iç giysiler ise % 11,2'lik paya sahiptir. Ayrıca, gömlek ve süeterler ile iç giysilerde kadınların %60'tan fazla pay aldığı dikkate alındığında, hazır giyim piyasasının kadınların hakimiyetinde olduğu açıktır.

3.2. Tekstil, Konfeksiyon ve Deri-Deri Mamülleri İthalatı

Japonya tekstil konfeksiyon ithalatında dünyanın önde gelen ithalatçı ülkeleri arasındadır. Özellikle konfeksiyon talebinin hemen hemen tamamına yakını ithalat yoluyla karşılanmaktadır.

Hazır giyim dışı ticaret rakamlarını gösteren tablo, Japonya'nın bu sektörde üretimden tamamen çekilme aşamasına geldiğini göstermektedir. Geçtiğimiz on yıllık süreç içerisinde üretim miktarı 1/3 seviyelerine gerilemiştir. Buna karşılık ithalat iki kat artmıştır. Ancak, artan ithalata paralel olarak, Çin'in Japon pazarındaki payı da ciddi oranlarda artmıştır. On yıl öncesinde miktar açısından %70 pazar payına sahip olan Çin, 2005 yılında %87'lik paya ulaşmıştır.

Çin'den doğrudan yapılan ithalat dışında hatırı sayılır düzeyde Japon yatırımı da bulunmaktadır. Çin'de üretim yapan Japon firmaları Çin'deki ucuz işgücü ve coğrafi yakınlık avantajından istifade etmekte hem de nispeten daralan Japonya pazarına mal satmanın yanında benzer beden ve renkleri kullanan Çin pazarına da mal satmaktadırlar.

Tablo 8: Japonya'nın Tekstil, Konfeksiyon, Deri ve Halı İthalatı

JAPONYA'NIN TEKSTİL, KONFEKSİYON, DERİ VE HALI İTHALATI								
Birim: \$								
YILLAR	TEKSTİL İTHALATI	YILLIK ARTIŞ ORANI (%)	KONFEKSİYON İTHALATI	YILLIK ARTIŞ ORANI (%)	DERİ İTHALATI	YILLIK ARTIŞ ORANI (%)	HALI İTHALATI	YILLIK ARTIŞ ORANI (%)
2000	4.069.386.544		20.284.579.001		7.104.603.731		393.836.808	
2001	3.722.197.884	-8,5	19.751.176.843	-2,6	7.307.321.263	2,9	371.083.889	-5,8
2002	3.454.872.953	-7,2	18.258.448.112	-7,6	6.733.026.044	-7,9	364.016.741	-1,9
2003	3.833.924.348	11,0	20.216.042.565	10,7	7.224.947.566	7,3	388.535.869	6,7
2004	4.185.712.468	9,2	22.479.085.452	11,2	7.899.502.555	9,3	459.969.388	18,4
2005	4.099.608.267	-2,1	23.399.652.873	4,1	8.558.350.366	8,3	501.708.280	9,1

Kaynak UN COMTRADE / Mayıs 2007

Geçtiğimiz on yıllık süre zarfında Japonya pazarındaki ithalat büyümesinin tamamı Çin tarafından absorbe edilirken, Çin bununla da yetinmemiş ve diğer ülke pazar paylarından da önemli ölçüde kazanımlar elde etmiştir.

Japonya'nın Çin'den ithalatının diğer önemli bir özelliği ise, bu ülkeden yapılan ithalatın %70'inden fazlasının Japonya'nın Çin'deki doğrudan yatırımlarından geliyor olmasıdır.

Tablo 9: Japonya'nın En Çok Konfeksiyon İthal Ettiği 10 Ülke

Japonya'nın En Çok Konfeksiyon İthal Ettiği 10 Ülke - 2005		
Birim: milyon \$	Değer	Pazardaki Payı %
Çin	19.233.794.227	82,2
İtalya	971.338.658	4,2
Vietnam	659.961.897	2,8
Kore	403.811.936	1,7
ABD	350.091.963	1,5
Tayland	265.205.964	1,1
Fransa	203.322.080	0,9
Hindistan	166.857.265	0,7
Endonezya	164.108.858	0,7
Filipinler	100.057.307	0,4
İlk 10 Ülke Toplamı	22.518.550.155	96,2
Diğer Ülkeler	881.102.718	3,8
Toplam Konfeksiyon İthalatı	23.399.652.873	100,0

Kaynak: Comtrade - Mayıs 2007

Japonya'nın tekstil ithalatı ise konfeksiyon ithalatı ile karşılaştırıldığında oldukça düşük seviyelerde kalmaktadır. Bunun temel nedeni konfeksiyon sanayinin tersine, Japonya'nın dünyanın önde gelen tekstil üreticileri arasında yer almasıdır (dünyanın 8. büyük tekstil ihracatçısı). Özellikle yüksek teknoloji gerektiren tekstil ürünlerinin üretiminde ve ihracatında Japonya'nın kayda değer bir yeri vardır.

Aşağıda belirtilen tekstil ithalat rakamlarının halı ithalatını da içerdiği dikkate alındığında, Japonya'nın tekstil ithalatı daha da aşağılara inmektedir.

Tablo 10: Japonya'nın En Çok Tekstil İthal Ettiği 10 Ülke

JAPONYA'NIN EN ÇOK TEKSTİL İTHAL ETTİĞİ 10 ÜLKE- 2005		
Birim: milyon \$	Değer	Pazardaki Payı %
Çin	1.336.337.390	32,6
Endonezya	321.378.425	7,8
ABD	319.510.198	7,8
İtalya	292.908.873	7,1
Kore	291.882.282	7,1
Diğer Asya	240.279.596	5,9
Tayland	174.164.819	4,2
Hindistan	139.386.447	3,4
Almanya	93.371.952	2,3
Avustralya	82.581.906	2,0
İlk 10 Ülke Toplamı	3.291.801.888	80,3
Diğer Ülkeler	807.806.379	19,7
Toplam Tekstil İthalatı	4.099.608.267	100,0

Kaynak: Comtrade - Mayıs 2007

Tablo 11: Dünya'nın Önde Gelen Tekstil İhracatçıları

DÜNYANIN ÖNDE GELEN TEKSTİL İHRACATÇILARI - 2005		
Birim: \$	2005	Pazardaki Payı
Çin	31.423.538.186	15,6
ABD	16.300.875.902	8,1
İtalya	14.947.841.410	7,4
Almanya	13.761.560.000	6,9
Hong Kong	13.577.396.188	6,8
Kore	10.834.778.740	5,4
Diğer Asya	10.293.270.812	5,1
Japonya	7.548.099.663	3,8
Hindistan	6.870.113.111	3,4
Belçika	6.785.269.040	3,4
10 Ülke Toplamı	132.342.743.052	65,9
Diğer ülkeler	68.535.990.584	34,1
Dünya Toplamı	200.878.733.636	100,0

Kaynak: Birleşmiş Milletler - Comtrade

3.3. Tekstil, Konfeksiyon ve Deri-Deri Mamülleri İhracatı

Japonya'da iç üretimin oldukça düşük olması nedeniyle İthalat rakamlarına kıyasla, konfeksiyon ihracatının yok denecek kadar az düzeyde olduğu görülür. 2005 yılında Japonya'nın konfeksiyon ihracatı 517 milyon dolardır. Tekstil ihracatında ise Japonya'nın hatırı sayılır bir ağırlığı vardır. 2005 yılında Japonya yaklaşık 5,3 milyar dolarlık tekstil ihracatı gerçekleştirmiştir.

Tablo 12: Japonya'nın Tekstil, Konfeksiyon, Deri ve Halı İhracatı

JAPONYA'NIN TEKSTİL, KONFEKSİYON, DERİ VE HALI İHRACATI									
Birim: \$	YILLAR	TEKSTİL İHRACATI	YILLIK ARTIŞ ORANI (%)	KONFEKSİYON İHRACATI	YILLIK ARTIŞ ORANI (%)	DERİ İHRACATI	YILLIK ARTIŞ ORANI (%)	HALI İHRACATI	YILLIK ARTIŞ ORANI (%)
	2000	7.646.337.940		531.857.543		283.600.167		12.479.646	
	2001	6.830.581.408	-10,7	480.329.860	-9,7	271.635.963	-4,2	13.057.049	4,6
	2002	6.628.077.651	-3,0	493.821.590	2,8	258.586.636	-4,8	14.358.867	10,0
	2003	7.009.905.730	5,8	534.139.067	8,2	270.816.364	4,7	16.821.412	17,1
	2004	7.686.158.978	9,6	645.016.477	20,8	301.802.568	11,4	27.149.522	61,4
	2005	5.349.972.936	-30,4	517.462.601	-19,8	320.626.376	6,2	32.426.419	19,4

Kaynak UN COMTRADE / Mayıs 2007

IV – TÜRKİYE – JAPONYA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ

4.1. Türkiye – Japonya Genel İhracat ve İthalat

Japonya ile Türkiye arasında oldukça yakın ilişkiler olmasına karşın tekstil, konfeksiyon, deri ve halı sektörleri açısından bakıldığında, iki ülke arasındaki ticaretin, potansiyelin çok altında kaldığı görülür. Bu durum kısmen Japonya ve Türkiye arasındaki coğrafi uzaklık dolayısıyla, Japonya'nın daha çok Çin, Kore gibi Asya ülkelerinden mal alımı yapmayı tercih etmesinden kısmen de Japonya'nın girilmesi oldukça zor ve zahmetli pazarlardan birisi olmasından kaynaklanmaktadır.

2006 yılında 85,7 milyar dolar değerinde gerçekleşen Türkiye genel ihracatında, Japonya'nın payı 263 milyon dolar (toplam ihracatın yaklaşık binde üçü) gibi oldukça düşük bir rakamdır.

İthalat sözkonusu olduğunda ise, 137 milyar dolar değerinde Türkiye genel ithalatında Japonya'nın payı % 2,33 olup değer bazında yaklaşık 3,2 milyar dolardır.

Tablo 13: Türkiye – Japonya Dış Ticareti

TÜRKİYE - JAPONYA DIŞ TİCARETİ				
Birim : \$				
YILLAR	GENEL İHRACAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)	GENEL İTHALAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	149.489.056	-	1.620.561.018	-
2001	124.064.598	-17,0	1.307.372.391	-19,3
2002	129.979.685	4,8	1.465.506.542	12,1
2003	156.287.904	20,2	1.927.096.261	31,5
2004	190.116.694	21,6	2.684.287.048	39,3
2005	234.227.399	23,2	3.109.218.062	15,8
2006	263.084.344	12,3	3.194.404.780	2,7

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2007

Japonya ile Türkiye arasındaki dış ticaret dengesi açısından bakıldığında, Japonya ile ticaretimizde kayda değer bir dış ticaret açığı olduğu görülmektedir. 2006 yılı itibariyle Japonya'dan yaptığımız ithalat, ihracatımızın neredeyse on katından fazladır. Yıllar itibariyle ithalat ve ihracatın artış hızına bakıldığında da, ihracat ile ithalat arasındaki makas giderek açılmaktadır. Aşağıda yer alan ithalat ve ihracat verilerinden de anlaşıldığı üzere özellikle son bir kaç yıldır değer olarak ithalat ihracattaki artışın çok üzerinde artmıştır. Türkiye ile Japonya arasındaki dış ticareti, tekstil ve konfeksiyon ticareti ile birlikte değerlendiren bir tablo da aşağıda yer almaktadır.

Tablo 14: Türkiye – Japonya Ticari İlişkileri

TÜRKİYE - JAPONYA TİCARİ İLİŞKİLERİ			
Birim: \$			
	2005	2006	DEĞİŞİM
	YILLIK	YILLIK	%
JAPONYA'YA İHRACAT	234.227.399	263.084.344	12,3
TÜRKİYE GENEL İHRACAT	73.444.821.000	85.761.134.000	16,8
JAPONYA'NIN PAYI %	0,32	0,31	
JAPONYA'DAN İTHALAT	3.109.218.062	3.194.404.780	2,7
TÜRKİYE GENEL İTHALAT	116.774.150.907	137.032.202.105	17,3
JAPONYA'NIN PAYI %	2,66	2,33	
JAPONYA'YA TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATI	31.921.354	35.825.079	12,2
TÜRKİYE TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATI	18.899.608.530	19.705.522.315	4,3
JAPONYA'NIN PAYI %	0,17	0,18	
JAPONYA'DAN TEKSTİL VE KONFEKSİYON İTHALATI	50.974.533	52.116.923	2,2
TÜRKİYE TEKSTİL VE KONFEKSİYON İTHALATI	6.729.292.417	7.375.151.336	9,6
JAPONYA'NIN PAYI %	0,76	0,71	

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2007

Türkiye'den Japonya'ya yapılan ihracatın ihracat kalemleri açısından ayrıntılı incelemesi yapılırsa, en çok ihrac edilen ürünler taze ve dondurulmuş balık, bakır cevherleri, domatesdir.

Aşağıdaki tabloda Japonya'ya en çok ihraç edilen ilk 20 ürünü gösteren bir liste yer almaktadır. Tekstil ve konfeksiyon sektörü açısından bakıldığında listede sadece halılar, yer kaplamaları, örme giyim eşyası, işlemler ve yünlü dokuma kumaşlar yer almıştır.

Türkiye'nin Japonya'dan ithal ettiklerinin başında ise dozer, greyder, küreyici ve yükleyici gibi araçlar, kara taşıtları için aksam ve parçalar ile makina ve motorlar gelmektedir. İthalata konu olan ilk 20 ürünü gösteren bir tablo aşağıda verilmektedir.

Tablo 15: Türkiye'den Japonya'ya Genel İhracat

TÜRKİYE'DEN JAPONYA'YA GENEL İHRACAT					
EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
TARİFE	KAPSAM	2004	2005	2006	2005 / 06 DEĞİŞİM %
0302	BALIK (TAZE/SOĞUTULMUŞ)	26.401.090	49.658.533	42.591.745	- 14
2603	BAKIR CEVHERLERİ VE KONSANTRELERİ	7.387.396	17.795.184	36.163.470	103
2002	DOMATES (SİRKE/ASETİK ASITTEN BAŞKA USULLERLE HAZIRLANMIŞ)	22.369.586	22.651.420	23.934.974	6
0303	BALIKLAR (DONDURULMUŞ)	18.697.946	4.880.201	21.293.948	336
4011	KAUÇUKTAN YENİ DİŞ LASTİKLER	1.991.817	5.672.551	7.536.234	33
2528	TABİİ BORATLAR VB. KONSANTRELERİ	5.316.000	6.504.044	6.734.964	4
1509	ZEYTİNYAĞI VE FRAKSİYONLARI (KİMYASAL OLARAK DEĞİŞTİRİLMEMİŞ)	1.603.810	3.218.056	6.137.339	91
8708	KARA TAŞITLARI İÇİN AKSAM, PARÇALARI	5.898.343	4.880.861	5.978.347	22
5701	DÜĞÜMLÜ, SARMALI HALILAR, YER KAPLAMALARI	2.925.746	5.770.925	5.771.848	0
1207	DİĞER YAĞLI TOHUMLAR VE MEYVELER	3.423.736	5.073.300	4.831.264	- 5
0806	ÜZÜMLER (TAZE/KURUTULMUŞ)	1.515.899	2.740.114	3.962.497	45
8512	KARA TAŞITLARININ AYDINLATMA, SİNYAL VB TERTİBATI, CİHAZLARI	2.462.728	3.494.062	3.832.928	10
5810	İŞLEMELER (PARÇA, ŞERİT, MOTİF HALİNDE)	1.028.330	2.162.249	3.572.140	65
6109	TİŞÖRT, FANİLA, DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	3.448.517	3.009.176	3.354.209	11
2810	BOR OKSİTLERİ; BORİK ASİTLER	1.554.800	1.885.900	3.340.083	77
7013	MASA, MUTFAK, TUVALET, EV TEZYİNATI VB İÇİN CAM EŞYA	1.993.208	2.551.178	3.257.613	28
6802	YONTULMAYA, İNŞAATA ELVERİŞLİ İŞLENMİŞ TAŞLAR (KAYAGAN HARİÇ)	2.803.811	3.619.974	3.128.160	- 14
5112	TARANMIŞ YÜNDEEN, İNCE HAYVAN KİLİNDAN DOKUMALAR	2.464.777	2.066.751	3.075.001	49
2009	MEYVE VE SEBZE SULARI (FERMENTE EDİLMEMİŞ, ALKOL KATILMAMIŞ)	132.401	123.158	3.046.590	2.374
7601	İŞLENMEMİŞ ALUMİNYUM	1.691.419	3.010.195	2.970.477	- 1
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		115.111.360	150.767.832	194.513.831	29
JAPONYA'YA GENEL İHRACAT		190.116.694	234.227.399	263.084.344	12
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		61	64	74	

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2007

Tablo 16: Türkiye'nin Japonya'dan Genel İthalatı

TÜRKİYE'NİN JAPONYA'DAN GENEL İTHALATI					
EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
TARİFE	KAPSAM	2004	2005	2006	2005 / 06 DEĞİŞİM %
8429	DOZERLER, GREYDER, SKREYPER, EKSKAVATÖR, KÜREYİCİ, YÜKLEYİCİ VB.	111.103.783	196.085.666	293.631.757	50
8708	KARA TAŞITLARI İÇİN AKSAM, PARÇALARI	193.877.092	235.106.920	288.516.738	23
8531	ELEKTRİKLİ SES/GÖRÜNTÜLÜ İŞARET CİHAZLARI	96.021.289	161.132.005	168.852.598	5
8703	OTOMOBİLİ, STEYŞİN VAGONLAR, YARIŞ ARABALARI	271.433.742	170.834.343	141.002.150	- 17
8443	MATBAACILIĞA MAHSUS BASKI MAKİNELERİ, YARDIMCI MAKİNELER	104.093.578	111.451.298	132.599.889	19
8408	DİZEL, YARI DİZEL MOTORLAR (HAVA BASINCI İLE ATEŞLENEN, PİSTONLU)	113.281.667	159.905.546	131.007.549	- 18
8525	RADYO/TELEVİZYON YAYINI İÇİN VERİCİ CİHAZLAR; TELEVİZYON, DİJİTAL, GÖRÜNTÜ KAYDED	67.982.396	83.001.171	84.312.544	2
9018	TIP, CERRAHİ, DİŞÇİLİK, VETERİNERLİK ALET VE CİHAZLARI	46.056.074	59.134.723	63.604.885	8
8447	ÖRGÜ TEZGAHLARI, GİPÜR, TÜL, DANTELA, FILE İMALİ MAKİNE, CİHAZLARI	90.224.635	99.141.213	60.599.711	- 39
8207	EL ALETLERİNİN, MAKİNELİ ALETLERİN DEĞİŞEBİLİR PARÇALARI	4.798.527	10.768.430	58.995.106	448
8704	EŞYA TAŞIMAYA MAHSUS MOTORLU TAŞITLAR	133.766.195	103.496.138	49.683.701	- 52
4011	KAUÇUKTAN YENİ DİŞ LASTİKLER	27.016.015	30.266.900	49.115.291	62
8515	ELEKTRİK, LAZER, ULTRASONİK VB. ÇALIŞAN LEHİM, KAYNAK CİHAZLARI	3.774.724	18.954.926	47.675.144	152
8536	GERİLİMİ 1000 VOLTU GEÇMEYEN ELEKTRİK DEVRESİ TEÇHİZATI	40.386.927	49.167.009	41.703.326	- 15
8901	YOLCU GEMİLERİ, GEZİNTİ GEMİLERİ, FERİBOTLAR, YÜK GEMİLERİ, MAVNALAR	23.604.389	198.824.821	40.437.180	- 80
8430	TOPRAK, MADEN, CEVHERİ TAŞIMA, AYIRMA, SEÇME VB. İŞ MAKİNELERİ	2.032.643	13.770.216	37.816.423	175
8479	KENDİNE ÖZGÜ FONKSİYONLU MAKİNE VE CİHAZLAR	15.404.558	16.267.831	36.469.990	124
8457	METAL İŞLEMENE MAHSUS İŞLEME MERKEZLERİ, İSTASYONLU TEZGAHLAR	28.419.889	31.356.894	36.242.366	16
3004	TEDAVİDE/KORUNMADA KULLANILMAK ÜZERE HAZIRLANAN İLAÇLAR (DOZLANDIRILMIŞ)	38.619.493	36.438.351	32.519.451	- 11
8427	FORKLİFTLER; KALDIRMA, İSTİFLEME TERTİBATLI ŞARYOLAR	20.191.056	18.922.947	30.984.291	64
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		1.432.088.672	1.804.027.348	1.825.770.090	1
JAPONYA'DAN GENEL İTHALAT		2.684.287.048	3.109.218.062	3.194.404.780	3
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		53	58	57	

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2007

4.2. Türkiye-Japonya Konfeksiyon Ticareti

Japonya konfeksiyon pazarının büyüklüğü ve 2005 yılında Japonya'nın toplam konfeksiyon ithalatının yaklaşık 24 milyar dolar olduğu dikkate alındığında Türkiye'den Japonya'ya yapılan konfeksiyon ihracatının ne denli az olduğu görülebilir.

2006 yılında Türkiye'den Japonya'ya yapılan konfeksiyon ihracatı 14,5 milyon dolar değerine ulaşmıştır. Türkiye'nin 2006 yılında yaklaşık 13,6 milyar dolar konfeksiyon ihracatı yaptığı hesaba katılırsa, Japonya Türk konfeksiyoncuları için neredeyse hiç girilememiş bir pazar konumundadır.

Tablo 17: Türkiye – Japonya Konfeksiyon Ticareti

TÜRKİYE - JAPONYA KONFEKSİYON TİCARETİ				
Birim : \$				
YILLAR	KONFEKSİYON İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)	KONFEKSİYON İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	4.994.224	-	617.516	-
2001	6.153.838	23,2	688.360	11,5
2002	10.166.059	65,2	2.831.694	311,4
2003	12.103.174	19,1	3.210.583	13,4
2004	13.036.954	7,7	1.216.455	-62,1
2005	13.301.169	2,0	361.935	-70,2
2006	14.541.917	9,3	726.362	100,7

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2007

2000- 2006 yılları arasında Japonya'ya yapılan konfeksiyon ihracatı düşük oranlarda da olsa devamlı artış kaydetmiştir. Ancak yine de 2006'da Japonya'ya yapılan 14,5 milyon dolarlık konfeksiyon ihracatı iki ülke arasındaki potansiyeli yansıtanın çok çok uzaktadır.

Tablo 18: Türkiye'den Japonya'ya Konfeksiyon İhracatı

TÜRKİYE'DEN JAPONYA'YA KONFEKSİYON İHRACATI					
EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
TARİFE	KAPSAM	2004	2005	2006	2005/06 DEĞİŞİM %
6109	TİŞÖRT, FANILA, DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	3.448.517	3.009.176	3.354.209	11
6204	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	2.905.134	2.480.060	2.836.671	14
6203	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	1.001.559	1.220.698	2.507.790	105
6305	EŞYA AMBALAJINDA KULLANILAN TORBA VE ÇUVAL	1.236.431	1.477.535	1.253.137	- 15
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	1.004.099	1.294.034	984.925	- 24
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET, MUTFAK BEZLERİ	538.145	777.469	671.843	- 14
6105	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN GÖMLEK (ÖRME)	205.627	68.626	566.801	726
6205	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN GÖMLEK	395.353	436.779	507.425	16
6115	ÇORAP; KÜLOTLU, KISA; UZUN KONÇLU, SOKETLER (ÖRME)	385.573	403.348	258.316	- 36
6206	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN GÖMLEK, BLUZ, VS.	43.200	112.638	224.270	99
6104	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, PANOLON VS. (ÖRME)	343.306	371.640	223.136	- 40
6303	PERDELER VE İÇ STÖRLER, PERDE VE YATAK FARBALARI	205.718	287.834	197.957	- 31
6103	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, PANTOLON VS. (ÖRME)	40.465	105.620	163.838	55
6108	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN İÇ VE GECE GİYİM EŞYASI (ÖRME)	166.032	62.129	103.457	67
6304	DİĞER MEFRUŞAT EŞYASI (94.04 POZİSYONUNDAKİLER HARİÇ)	24.400	79.085	75.772	- 4
6201	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN DİŞ GİYİM	24.727	110.809	74.741	- 33
6202	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN DİŞ GİYİM	35.742	94.986	54.693	- 42
6106	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN BLUZ, GÖMLEK, GÖMLEK; BLUZ (ÖRME)	115.018	124.640	53.959	- 57
6307	DİĞER HAZİR EŞYA (ELBİSE PATRONLARI DAHİL)	112.442	66.048	52.959	- 20
6208	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN İÇ VE GECE GİYİM EŞYASI	166.452	193.664	49.051	- 75
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		12.397.940	12.776.818	14.214.950	11
JAPONYA'YA KONFEKSİYON İHRACATI		13.036.954	13.301.169	14.541.917	9
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		95	96	98	

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2007

Türkiye'nin en fazla tekstil ve konfeksiyon ihracatı yaptığı ülkeler sıralamasına baktığımızda da Japonya'nın hiç bir sektörde ilk 20 alıcı arasında yer almadığı görülmektedir. Örneğin, Türkiye'nin konfeksiyon ihracatında 227 ülke ve serbest bölge arasında 48. sırada, konfeksiyon ithalatında ise 179 ülke içinde 64. sıradadır. Aynı şekilde tekstil ihracatında 221 ülke ve serbest bölge içerisinde 50. sırada, tekstil ithalatında ise 182 ülke ve serbest bölge içinde Japonya 27. sıradadır.

Aslında; Türkiye Japon pazarı açısından biraz şanssız bir ülke olarak nitelenebilir. Çin, Kore, Hindistan gibi dev tekstil ve konfeksiyon üreticilerinin Japonya'nın hemen yanı başında olması, Türkiye'den Japonya'ya konfeksiyon ve tekstil ihracatını oldukça zora sokmaktadır. Çin tek başına Japonya konfeksiyon ithalatının %82'sini karşılamaktadır. Japonlar moda ve marka bilinci yüksek bir toplum olduğundan markalı malları ise İtalya, Fransa gibi dünyaca ünlü moda ve marka devlerini bünyesinde barındıran ülkelere tercih etmektedir. Diğer bir deyişle, Çin'den boş kalan az miktardaki pazar payını da İtalya, Fransa gibi ülkeler doldurmaktadır.

4.3. Türkiye-Japonya Tekstil Ticareti

Tekstil sektöründe Türkiye Japonya'dan ağırlıklı olarak ithalat yapmaktadır. Bunun nedeni ise Japonya'nın dünyanın önde gelen tekstil üreticilerinden birisi olmasıdır. 2006 yıl sonu rakamları itibariyle Türkiye'nin Japonya'dan yaptığı ithalatı 51,4 Milyon dolar, Japonya'ya yaptığı tekstil ihracatı ise 21,3 Milyon dolardır.

2000 yılından bu tarafa Japonya ile tekstil ticaretine ilişkin veriler aşağıdaki tablodan izlenebilir.

Tablo 19: Türkiye – Japonya Tekstil Ticareti

TÜRKİYE - JAPONYA TEKSTİL TİCARETİ				
Birim: \$				
YILLAR	TEKSTİL İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)	TEKSTİL İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	17.630.084	-	31.821.422	-
2001	18.193.064	3,2	24.171.268	-24,0
2002	16.915.826	-7,0	37.908.674	56,8
2003	16.956.879	0,2	39.217.223	3,5
2004	16.856.317	-0,6	47.195.352	20,3
2005	18.620.185	10,5	50.612.598	7,2
2006	21.283.162	14,3	51.390.561	1,5

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2007

4.4. Türkiye - Japonya Deri Mamülleri ve Halı Ticareti

Türkiye 2006 yılında Japonya'ya 4,3 milyon dolar değerinde deri ve deri mamülü ihracatı yapmıştır. 2000-2006 yıllarında Japonya'ya yapılan deri ve deri mamülleri ihracatı istikrarsız bir seyir izlemiştir. Tekstil ve konfeksiyon sektöründe olduğu gibi deri ve deri mamülleri ihracatında da Japonya'ya yapılan ihracatımız taşıdığı potansiyelin çok altında gerçekleşmektedir. Japonya'dan Türkiye'ye az miktarda da deri ithalatı yapılmaktadır.

2000 yılından bu tarafa, Türkiye ile Japonya arasındaki deri ve deri mamülleri ticaretini ve yıllık artış oranlarını gösteren bir tablo aşağıda verilmektedir.

Tablo 20: Türkiye – Japonya Deri ve Deri Mamülleri Ticareti

TÜRKİYE - JAPONYA DERİ-DERİ MAMÜLLERİ TİCARETİ				
Birim: \$				
YILLAR	DERİ-DERİ MAMÜLLERİ İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)	DERİ-DERİ MAMÜLLERİ İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	1.139.434	-	637.364	-
2001	2.819.327	147,4	134.585	-78,9
2002	1.636.097	-42,0	183.872	36,6
2003	4.136.962	152,9	303.509	65,1
2004	5.643.987	36,4	297.791	-1,9
2005	3.526.961	-37,5	488.259	64,0
2006	4.284.466	21,5	362.979	-25,7

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2007

Japonya ile Türkiye arasındaki halı ihracatı ise, diğer sektörlerle kıyasla daha iyi bir performans sergilemektedir. Japonya'ya 2006 yılında 7,8 milyon dolarlık halı ihracatı yapılmıştır. Halı ihracatımız rakamsal olarak düşük olmakla birlikte Türkiye'nin toplam halı ihracatı ve Japonya'daki halı sektörünün büyüklüğü ele alındığında, Japonya pazarında halı ihracatımız göreceli olarak daha iyi konumdadır.

Birleşmiş Milletler Comtrade verilerine göre 2005 yılında Türkiye Japonya'nın en çok halı ithalatı yaptığı ülkeler sıralamasında dokuzuncu sıradadır. Japonya'nın 2005 yılı toplam halı ithalatı ise 500 milyon dolar civarındadır.

Tablo 21: Türkiye – Japonya Halı ve Yer Kaplamaları Ticareti

TÜRKİYE - JAPONYA HALI VE YER KAPLAMALARI TİCARETİ				
Birim: \$				
YILLAR	HALI VE YER KAPLAMALARI İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)	HALI VE YER KAPLAMALARI İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	10.104.398	-	42.264	-
2001	8.340.650	-17,5	10.211	-75,8
2002	6.286.591	-24,6	13.940	36,5
2003	5.671.160	-9,8	241.139	1629,8
2004	5.213.592	-8,1	155.317	-35,6
2005	7.756.346	48,8	148.107	-4,6
2006	7.789.327	0,4	932.432	529,6

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2007

V – FAYDALI ADRESLER

- T.C. Tokyo Büyükelçiliği
2-33-6, Jingumae, Shibuya-Ku
150-0001 Tokyo – Japan
- Tel : 81-3-3470 5131 Fax : 81-3-3470 5136
Web : www.turkey.jp
e-posta : embassy@turkey.jp
- Tokyo Ekonomi Müşavirliği
2-33-6, Jingumae, Shibuya-Ku
150-0001 Tokyo – Japan
Tel : 81-3-3470 2395 Fax : 81-3-3470 3257
e-posta : tokyo.ekonomi@gol.com
- Tokyo Ticaret Müşavirliği
2-33-6, Jingumae, Shibuya-Ku
150-0001 Tokyo – Japan
Tel : 81-3-3470 6723 Fax : 81-3-3470 6280
Web : dtmtokyo.org
e-posta : dttok@gol.com
- T. C. Merkez Bankası
Tokyo Temsilciliği
Tel : 81-3-5293 8765 Fax : 81-3-5293 8766
- Japonya Ankara Büyükelçiliği
Resit Galip Caddesi No. 81,
Gaziosmanpasa, Ankara
Tel : 90-312-466 0500 Fax: 90-312-437 1812

- Japonya İstanbul Konsolosluğu
İnönü Caddesi No : 24 Taksim
Tel : 90-212-393 2010 Fax: 90-212-393 2008
- Türk Japon Vakfı
Ferit Recai Ertuğrul Cad. No : 2
ORAN Sitesi 06700 Ankara
Tel : 90-312-491 1748 Fax: 90-312-491 1752
Web : www.tjv.org.tr
- Türk Japon Ticaret ve San. Odası
2-33-6, Jingumae, Shibuya-Ku
150-0001 Tokyo – Japan
Tel : 81-3-3470 5131 Fax : 81-3-3470 5136
- JETRO (Japonya Dış Ticaret Örgütü), Tokyo,
Tel : 81-3-3582 5511 Fax : 81-3-3587 0219
Web : www.jetro.go.jp
- JETRO İstanbul Ofisi
Maya Akar İş Merkezi, B Blok, Kat 14 Daire 54 Esentepe İstanbul
Tel : 90-212-275 5180 Fax: 90-212-288 0739
Web : www.jetro.org.tr
e-posta : webmaster@jetro.org.tr
- Bank of Japan (BOJ)
2-1-1 Nihonbashi Hongokucho, Chuo-ku, Tokyo
Tel : 81-3-3279 1111
Web : www.boj.or.jp
e-posta : prd@info.boj.or.jp

- Japon Maliye Bakanlığı
3-1-1 Kasumigaseki Chiyoda-ku
Tokyo 100-8940 Japan
Tel : 81-3-3581 4111
Web : www.mof.go.jp
e-posta : info@mof.go.jp
- Japon Ekonomi, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı (METI)
Kasumigaseki 1-3-1, Chiyoda-ku, Tokyo, 100-8901
Tel : 81-3-3501-1511
Web : www.meti.go.jp
- Japan Bank for International Coop. (JBIC)
1-4-1 Otemachi, Chiyoda-ku, Tokyo, 100-8144
Tel : 81-3-5218 3101 Fax : 81-3-5218 3955
Web : www.jbic.go.jp
- Japan Institute for Overseas Investment (JOI)
2-3-6 Kudan Kita Chiyoda-ku, Tokyo, 102-0073
Tel : 81-3-5210 3315 Fax : 81-3-5210 3667
Web : www.joi.or.jp
- Japan International Cooperation Agency (JICA)
2-1-1 Yoyogi, Shibuya-ku, 151-8558, Tokyo
Tel : 81-3-5352 5311
Web : www.jica.go.jp
- Japan Small and Medium Enterprise Corporation (JASMEC)
1-8-2 Otemachi, Chiyoda-ku, 100-0004, Tokyo
Tel : 81-3-3270 3254 Fax : 81-3-5404 7655
Web : www.jasmec.go.jp
e-posta : gy-koho@jasmec.go.jp

- Japon Kalkınma Bankası
1-9-1 Otemachi, Chiyoda-ku, 100-0004, Tokyo
Tel : 81-3-3270 3211 Fax : 81-3-3271 8472
Web : www.dbj.go.jp

- Financial Services Agency (FSA)
3-1-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, 100-8967 Tokyo
Tel : 81-3-3506 6000 Fax : 81-3-3506 6011
Web : www.fsa.go.jp

- Japon İş Enstitüsü
Shinjuku Monolith Bld. 2-3-1, Nishishinjuku, 163-0926, Shinjuku-ku, Tokyo

Tel : 81-3-5321 3084 Fax : 81-3-5321 3125
Web : www.jil.go.jp
e-mail : question@jil.go.jp

- Social Insurance Agency (SIA)
1-2-2 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, 100-8945, Tokyo
Tel : 81-3-5253 1111

- Japonya Sanayi ve Ticaret Odası
3-2-2 Marunouchi, 100-0005, Chiyoda-ku, Tokyo
Tel : 81-3-3283 7823 Fax : 81-3-3211 4859
Web : www.jcci.or.jp
e-posta : info@jcci.or.jp

- Tokyo Hukuki İşler Bürosu
1-1-15 Kudanminami, 102-8225 Chiyoda-ku, Tokyo
Tel : 81-3-5213 1234

- Osaka Hukuki İşler Bürosu
2-1-17 Tanimachi, 540-8544 Chuo-ku, Osaka
Tel : 81-6-6942 1481

- Nagoya Hukuki İşler Bürosu
2-2-1 Sannomaru, 460-8513 Naka-ku, Nagoya
Tel : 81-52-952 8111

- Tokyo Yerel Vergi Dairesi
No.3 Otemachi Godo Chosha, 1-3-3, Otemachi, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8102
Tel : 81-3-3821 9070

- Osaka Yerel Vergi Dairesi
No.3 Osaka Godo Chosha, 1-5-63 Otemae, Chuo-ku, Osaka 540-8541
Tel : 81-6-6941 5331 Ext : 2559

- Nagoya Yerel Vergi Dairesi
3-3-2, Sannomaru, 460-8520 Naka-ku, Nagoya
Tel : 81-52-971 2059

- Tokyo Sosyal Güvenlik Sekreterliği
2-4-1 Nishishinjuku, 163-0808 Shinjuku-ku, Tokyo
Tel : 81-3-5322 1603

- Osaka Sosyal Güvenlik Sekreterliği
2-6-8 Bigo-Cho, 541-0051 Chuo-ku, Osaka
Tel : 81-6-6268 9333

- Nagoya Sosyal Güvenlik Sekreterliği
1-24-30 Meiekinami 450-8583 Nakamura-ku, Nagoya
Tel : 81-52-388 2111

- Tokyo İş Standartları Ofisi
1-7-22 Kouraku, 112-8571 Bunkyo-ku, Tokyo
Tel : 81-3-3814 5311
- Osaka İş Standartları Ofisi
4-1-67 Otemae, 540-0008 Chuo-ku, Osaka
Tel : 81-6-6949 6490
- Nagoya İş Standartları Ofisi
2-5-1 Sannomaru, 460-8507 Naka-ku, Nagoya
Tel : 81-52-972 0253

Japonya'daki Önemli Ticaret Kuruluşları

- Fukuoka Chamber of Commerce and Industry, International Div.
2-9-28 Hakata Ekimae, Hakata-ku, Fukuoka 812-8505
Tel : 092-441-1111 Fax : 092-474-3200
URL : www.media-line.or.jp/fcci/
E-mail : fcci@media-line.or.jp
- The Japan Commercial Arbitration Association
4th Fl. Taisho Seimei Hibiya Bldg., 1-9-1 Yurakucho, Chiyoda-ku, Tokyo
100-0006
Tel : 03-3287-3051 Fax : 03-3287-3054
URL : www.jcaa.or.jp/
E-mail : jcaa@ta2.so-net.or.jp

Japan Customs Brokers Association

6th Fl. New Diamond Bldg., 1-4-4 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo 100-0013
Tel : 03-3508-2535 Fax : 03-3508-7796

- Japan Foreign Trade Council, Inc.
 6th Fl.WTC Bldg.,2-4-1 Hamamatsucho Minato-ku, Tokyo 105-6106
 Tel : 03-3435-5972 Fax : 03-3435-5969
 URL : www.fjt.co.jp/JFTC/
 E-mail : jftc001@infotokyo.or.jp

- Japan International Freight Forwarders Association Inc.
 New River Tower Bldg.,1-16-11 Shinkawa,Chuo-ku, Tokyo 104-0033
 Tel : 03-3297-0351 Fax : 03-3297-0354

- Japan Tariff Association
 8th Fl.Jibiki No.2 Bldg.,4-7-8 Kojimachi,Chiyoda-ku Tokyo 102-0083
 Tel : 03-3263-7221 Fax : 03-3263-77972
 URL : www.kanzei.or.jp
 E-mail : info@kanzei.or.jp

- Kobe Foreign Trade Association
 14th Fl.Kobe Shoko Boeki Center Bldg.,5-1-14 Hamabedori,Chuo-ku,Kobe
 Tel : 078-251-3341 Fax : 078-251-3345

- Kyoto Foreign Trade Association
 Kyoto Sangyo Kaikan,Shijo Muromachi Kado Simogyo-ku, Kyoto 600-8009
 Tel : 075-211-4396 Fax : 075-211-4397

- Manufactured Imports Promotion Organization (MIPRO)
 6th Fl.World Import Mart Bldg.,3-1-3 Higashi Ikebukuro,Toshima-ku,Tokyo
 Tel : 03-3988-2791 Fax : 03-3988-1629

- Nagoya Foreign Trade Association
 7th Fl. Kaigisho Bldg.,2-10-19 Sakae,Nakaku, Nagoya 460-0008
 Tel : 052-221-6331 Fax : 052-221-6332

- Osaka Chamber of Commerce and Industry, International Div.
2-8 Honmachibashi, Chuo-ku, Osaka 540-0029
Tel : 06-944-6400 Fax : 06-944-6248

- Osaka Foreign Trade Association
5th Fl. Mydome Osaka, 2-5 Honmachibashi, Chuo-ku, Osaka 540-0029
Tel : 06-942-2701 Fax : 06-942-2166

- Tokyo Trade and Industry Association
Tokyo Trade Center, 1-7-8 Kaigan, Minato-ku, Tokyo 105-0022
Tel : 03-3438-2026 Fax : 03-3433-7164

- World Trade Center Tokyo, Inc.
3704 WTC Bldg., 2-4-1 Hamamatsucho, Minato-ku, Tokyo 105-6137 (P.O. Box 57)
Tel : 03-3435-5651 Fax : 03-3436-4368
URL : www.wtca.org
E-mail : wtco@mx3.mesh.ne.jp

- The Yokohama Foreign Trade Association
1-1 Kaigan-dori, Naka-ku, Yokohama 231-0002
Tel : 045-211-0282 Fax : 045-211-0285
URL : www.ktpc.or.jp/yfa
E-mail : yokoboh@iris.or.jp

Japonya'daki İktisadi Kuruluşlar

- Association of Management Consultants in Japan
5th Fl. Kindai Bldg., 3-12-5 Kojimachi, Chiyoda-ku, Tokyo 102-0083
Tel : 03-3239-0691 Fax : 03-3239-1831

- Central Federation of Societies of Commerce and Industry, Japan
8th Fl. New Shinbashi Bldg., 2-16-1 Shinbashi, Minato-ku, Tokyo 105-0004

Tel : 03-3503-1251 Fax : 03-3580-6577

E-mail : zenzoku@shokokai.or.jp

- Consumer Product Safety Association
2-3rd Fl. Stork Higashi Ikebukuro Bldg., 2-6-6 Higashi Ikebukuro, Toshima-ku, Tokyo 170-0013
Tel : 03-3590-6231 Fax : 03-3590-5941

- Japan Association of Corporate Executives (Keizai Doyukai)
1-4-6 Marunouchi, Chiyoda-ku, Tokyo 100-0005
Tel : 03-3211-1271 Fax : 03-3212-3774
URL : www.doyukai.or.jp

- The Japan Chamber of Commerce and Industry
3-2-2 Marunouchi, Chiyoda-ku, Tokyo 100-0005
Tel : 03-3283-7581 Fax : 03-3216-6497
URL : www.jcci.or.jp
E-mail : info@jcci.or.jp

- Japan Design Foundation
8th Fl. Osaka Ekimae Dai-1 Bldg., 1-3-1-800 Umeda, Kita-ku, Osaka 530-0001
Tel : 06-346-2611 Fax : 06-346-2615
URL : www.jdpo.or.jp/japandesign/jdf/index.html
E-mail : jdf@mxp.meshnet.or.jp

- Japan Industrial Design Promotion Organization
4th Fl. WTC Bldg. Bekkan, 2-4-1 Hamamatsucho, Minata-ku, Tokyo 105-6190
Tel : 03-3435-5633 Fax : 03-3432-7346
URL : www.jidpo.or.jp
E-mail : harase@jidpo.or.jp

- Japan Institute for Social and Economic Affairs
 (Keizai Koho Center) 3rd Fl.Otemachi Bldg., 1-6-1 Otemachi,Chiyoda-ku,
 Tokyo
 Tel : 03-3201-1415, Fax : 03-3201-1418
 URL : www.keidanren.or.jp/kkc/index.html
 E-mail : webmaster@kkc.or.jp

- Japan Management Association
 3-1-22 Shibakoen Minata-ku, Tokyo 105-8522
 Tel : 03-3434-6211 Fax : 03-3434-1087

- Japan Productivity Center for Socio-Economic Development (JPC-SED)
 3-1-1 Shibuya, Shibuya-ku, Tokyo 150-8307
 Tel : 03-3409-1112 Fax : 03-3409-1986

- The Japan's Committee of the International Chamber of Commerce(ICC
 JAPAN)
 311 Tosho Bldg.,3-2-2 Marinouchi, Chiyoda-ku, Tokyo 100-0005
 Tel : 03-3213-8585 Fax : 03-3213-8589
 URL : www.iccwbo.org

- Japan Small Business Corporation
 Toranomom, Minata-ku, Tokyo 105-0001
 Tel : 03-5470-1569 Fax : 03-5470-1527
 URL : www.jsbc.go.jp

- Japanese Standards Association (JSA)
 4-1-24 Akasaka, Minato-ku, Tokyo 107-8440
 Tel : 03-3583-8001 Fax : 03-3586-2014

- Kansai Economic Federation
 30th Fl.Nakanoshima Center Bldg.,6-2-27 Nakanoshima,Kita-ku, Osaka
 530-6691

Tel : 06-441-0104 Fax : 06-441-0443

URL : www.kankeiren.or.jp/

E-mail : webmaster@kankeiren.or.jp

- Keidanren (Japan Federation of Economic Organizations)
1-9-4 Otemachi, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8188
Tel : 03-3279-1411 Fax : 03-5255-6233
URL : www.keidanren.or.jp
- The Osaka Industrial Association
5th Fl.Osaka Shoko Kaigisho Bldg.,2-8 Honmachibashi,Chuo-ku, Osaka
540-0029
Tel : 06-944-6112 Fax : 06-944-6115

Japonya'daki İthalatçı Birlikleri

- Automotive Parts Trade Association
3-1-11 Oyodo Minami, Kita-ku Osaka 531-0075
Tel : 06-455-6405 Fax : 06-455-6405
- Association for the Safety of Imported Food, Japan
8th Fl.Earnest Bldg.,9-8 Nihonbashi Hisamatsucho, Chuo-ku, Tokyo 103-0005
Tel : 03-5695-0819 Fax : 03-5695-0969
- Import Molasses Conference
6th Fl.Kyodo Bldg.(Mansei),2-2-17 Sotokanda,Chiyoda-ku, Tokyo 101-0021
Tel : 03-5256-1541 Fax : 03-5256-1541
- Japan Automobile Importers Association
Fl.Shuwa Kioicho TBR Bldg.,5-7 Kojimachi,Chiyoda-ku, Tokyo 102-0083
Tel : 03-3222-5421 Fax : 03-3222-1720

- The Japan Banana Importers Association
5th Fl.Zenkyoren Bldg.,2-7-9 Hirakawacho,Chiyoda-ku, Tokyo 102-0093
Tel : 03-3263-0461 Fax : 03-3263-0463

- Japan Book Importers Association
5th Fl.Chiyoda Kaikan,1-21-4 Nihonbashi,Chuo-ku, Tokyo 103-0027
Tel : 03-3271-6901 Fax : 03-3271-6920

- Japan Chemical Importers Association
Nihon Shuzo Kaikan,1-1-21 Nishi-Shinbashi,Minato-ku, Tokyo 105
Tel : 03-3501-1304 Fax : 03-3561-2486

- Japan Citrus Fruits Importers Association
2-12-5 Kyobashi,Chuo-ku, Tokyo 104-8302
Tel : 03-3567-8613 Fax : 03-3561-2486

- Japan Confectionery Importers Association
c/o MEIDI-YA Co.Ltd.,2-2-8 Kyobashi,Chuo-ku, Tokyo 104-8302
Tel : 03-3271-9518 Fax : 03-3274-4890

- Japan Cosmetics Importers Association , Inc.
107 Azabu Town House,3-2-40 Nishi Azabu,Minata-ku, Tokyo 106-0031
Tel : 03-3408-7541 Fax : 03-3408-7549

- Japan Dried Fruits Importers Association
c/o Shoei Shokuhin Kogyo Co.Ltd.,5-7 Akihabara,Taito-ku, Tokyo 110-8723
Tel : 03-3253-1231 Fax : 03-5256-1914

- The Japan Federation of Importers Organization
Hogaku Bldg.,1-19-14 Toranomom,Minato-ku, Tokyo 105-0001
Tel : 03-3581-9251 Fax : 03-3581-9217

- Japan Feed Trade Association
 Koizumi Bldg.,4-3-13 Ginza,Chuo-ku, Tokyo 104-0061
 Tel : 03-3563-6441 Fax : 03-3567-2297
- Japan Fertilizer traders Association
 5th FL.Kitanomaru Bldg.,3-17 Kanda Nisikicho,Chiyoda-ku, Tokyo 101-0054
 Tel : 03-3293-5471 Fax : 03-3293-5477
- Japan Fresh produce Import Facilitation Association (NISSEIKYO)
 6th Fl.New Daito Bldg.,3-3 Kanda Neribeicho,Chiyoda-ku, Tokyo 101-0022
 Tel : 03-3251-6021 Fax : 03-3251-6020
- Japan Houseware Importers Association
 c/o Shin-nihon Tuusho 46th Fl.Shinjuku Center Bldg.,1-25-1 Nishishinjuku,Shinjuku-ku, Tokyo 163-0658
 Tel : 03-5322-5221 Fax : 03-5322-5220
- Japan Machinery Importers Association
 Koyo Bldg.,1-2-11 Toranomom, Minato-ku, Tokyo 105-0001
 Tel : 03-3503-9736 Fax : 03-3503-9779
- Japan Marine Products Importers Association
 1st Fl.Kamakurabashi Bldg.,1-7-1 Uchikanda Chiyoda-ku, Tokyo 101-0047
 Tel : 03-5280-2891 Fax : 03-5280-2892
 E-mail : jmpia@mail.interq.or.jp
- The Japan Oil - Fat Importers - Exporters Association
 6th Fl.Kyodo Bldg.(Shin Horidome), 1-10-12 Nihonbashi Horidomecho Chuo-ku,
 Tokyo 103-0012

Tel : 03-3662-9821 Fax : 03-3667-7867

- Japan Paper Importers Association
10th Fl.Kami-Parupu Bldg.,3-9-11 Ginza,Chuo-ku, Tokyo 104-8139
Tel : 03-3248-4831 Fax : 03-3248-4834

- The Japan Raw Silk Importers Association
5th Fl.Sanshi Kaikan Bldg.,1-9-4 Yurakucho,Chiyoda-ku, Tokyo 100-0006
Tel : 03-3214-1526 Fax : 03-3214-1529

- The Japan Sheep Casing Importers Association
Yoshinoya Bldg.,1-32-6 Nishi Gotanda Shinagawa-ku, Tokyo 141-0031
Tel : 03-3493-6301 Fax : 03-3491-1772

- The Japan Sugar Import and Export Council
Ginza Gas-Hall Bldg.,7-9-15 Ginza, Chuo-ku, Tokyo 104-0061
Tel : 03-3571-2362 Fax : 03-3571-2363

- The Japan Textiles Importers Association
1-7-14 Nihonbashi Honcho Chuo-ku, Tokyo 103-0023
Tel : 03-3270-0791 Fax : 03-3243-1088

- Japan Watch Importers Association
1-13-5 Muromachi,Nihonbashi,Chuo-ku, Tokyo 103-0022
Tel : 03-3270-5901 Fax : 03-3270-5980

- Japan Wines and Spirits Importers Association
Daiichi Tentoku Bldg.,1-13-5 Toranomom Minato-ku, Tokyo 105-0001
Tel : 03-3503-6505 Fax : 03-3503-6504

- JMTIA Japan Machine Tool Importers Association
Toranomom Kogyo Bldg.,1-2-18 Toranomom, Minato-ku, Tokyo 105-0001
Tel : 03-3501-5030 Fax : 03-3501-5040

- Nippon Wine Importers Association
c/o Yamaoka Sohn A.G.,4-24-28 Takanawa,Minato-ku, Tokyo 108-0074
Tel : 03-3443-1359 Fax : 03-3447-4425

- Japan Business Federation (Keidanren)
1-9-4 Otemachi, Chiyoda-ku, 100-8188, Tokyo
Tel : 81-3-5204 1614 Fax : 81-3-5255 6233
Web: www.keidanren.or.jp
e-posta : webmaster@keidanren.or.jp

VI. YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Japonya Merkez Bankası Web Sitesi,
- Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Veri Bankası,
<http://comtrade.un.org/db>
- Dış Ticaret Müsteşarlığı Bilgi Sistemi
- T.C. Tokyo Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği Web Sitesi,
<http://www.musavirlikler.gov.tr/>
- CIA The World Factbook, Country Profiles,
- Explore Export Markets Web Site, www.interex.be
- Mustafa SEÇİLMİŞ, "Konfeksiyon Sektörüne İlişkin Hedef Pazar Araştırması: Japonya Örneği", İTKİB Raportör Yeterlik Tezi, Ekim 2006
- Japonya Ekonomi Bakanlığı web sitesi www.meti.go.jp
- Financial Times

*İTKİB Genel Sekreterliği
AR & GE ve Mevzuat Şubesi
05.06.2007*

EK: TÜRKİYE'DEN JAPONYA'YA EN ÇOK İHRAC EDİLEN VE İTHALATI YAPILAN TEKSTİL, KONFEKSİYON VE DERİ ÜRÜNLERİ LİSTELERİ

TÜRKİYE'DEN JAPONYA'YA KONFEKSİYON İHRACATI					
EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
TARİFE	KAPSAM	2004	2005	2006	2005/06 DEĞİŞİM %
6109	TIŞÖRT, FANILA, DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	3.448.517	3.009.176	3.354.209	11
6204	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	2.905.134	2.480.060	2.836.671	14
6203	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	1.001.559	1.220.698	2.507.790	105
6305	EŞYA AMBALAJINDA KULLANILAN TORBA VE ÇUVAL	1.236.431	1.477.535	1.253.137	- 15
6110	KAZAK, SÜMETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	1.004.099	1.294.034	984.925	- 24
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET, MUTFAK BEZLERİ	538.145	777.469	671.843	- 14
6105	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN GÖMLEK (ÖRME)	205.627	68.626	566.801	726
6205	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN GÖMLEK	395.353	436.779	507.425	16
6115	ÇORAP, KÜLOTLU, KISA; UZUN KONÇLU, SOKETLER (ÖRME)	385.573	403.348	258.316	- 36
6206	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN GÖMLEK, BLUZ, VS.	43.200	112.638	224.270	99
6104	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, PANOLON VS. (ÖRME)	343.306	371.640	223.136	- 40
6303	PERDELER VE İÇ STORLAR, PERDE VE YATAK FARBALALARI	205.718	287.834	197.957	- 31
6103	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, PANTOLON VS. (ÖRME)	40.465	105.620	163.838	55
6108	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN İÇ VE GECE GİYİM EŞYASI (ÖRME)	166.032	62.129	103.457	67
6304	DİĞER MEFRUŞAT EŞYASI (94.04 POZİSYONUNDAKİLER HARİÇ)	24.400	79.085	75.772	- 4
6201	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN DİŞ GİYİM	24.727	110.809	74.741	- 33
6202	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN DİŞ GİYİM	35.742	94.986	54.693	- 42
6106	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN BLUZ, GÖMLEK, GÖMLEK, BLUZ (ÖRME)	115.018	124.640	53.959	- 57
6307	DİĞER HAZIR EŞYA (ELBİSE PATRONLARI DAHİL)	112.442	66.048	52.959	- 20
6208	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN İÇ VE GECE GİYİM EŞYASI	166.452	193.664	49.051	- 75
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		12.397.940	12.776.818	14.214.950	11
JAPONYA'YA KONFEKSİYON İHRACATI		13.036.954	13.301.169	14.541.917	9
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		95	96	98	

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2007

TÜRKİYE'NİN JAPONYA'DAN KONFEKSİYON İTHALATI

EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 20 ÜRÜN

TARİFE	KAPSAM	2004	2005	2006	2005/06 DEĞİŞİM %
6307	DİĞER HAZIR EŞYA (ELBİSE PATRONLARI DAHİL)	134.766	105.643	230.230	118
6204	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	3.891	23.048	113.910	394
6109	TİŞÖRT, FANİLA, DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	6.564	7.598	111.130	1.363
6104	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, PANOLON VS. (ÖRME)	0	14.843	42.553	187
6203	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	712	27.042	39.627	47
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	8.259	12.611	34.544	174
6206	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN GÖMLEK, BLUZ, VS.	0	5.998	28.181	370
6217	GIYIM EŞYASININ HAZIR TEFERRUATI, PARÇALARI, AKSESUARLARI	12.643	12.836	26.237	104
6202	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN DIŞ GIYIM	0	4.547	13.094	188
6115	ÇORAP; KÜLOTLU, KISA; UZUN KONÇLU, SOKETLER (ÖRME)	282	113	12.761	11.193
6116	ELDİVEN (ÖRME)	77.073	37.665	11.600	- 69
6102	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN DIŞ GIYIM (ÖRME)	0	3.469	8.632	149
6106	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN BLUZ, GÖMLEK, GÖMLEK; BLUZ (ÖRME)	6.582	3.549	8.622	143
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET, MUTFAK BEZLERİ	2.478	3.430	7.832	128
6117	GIYIM EŞYASININ DİĞER AKSESUARI; HAZIR AKSESUAR VE PARÇALARI (ÖRME)	3.678	3.616	5.632	56
6114	DİĞER GIYIM EŞYASI (ÖRME)	0	0	4.193	-
6205	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN GÖMLEK	649	1.106	4.039	265
6306	VAGON VE MAVNA ÖRTÜLERİ, YELKENLER, DIŞ STORLAR, TENTE, ÇADIR VB	0	0	3.516	-
6211	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN SPOR, KAYAK VE YÜZME KİYAFETLERİ VB GIYIM EŞYASI	9.076	3.928	2.564	- 35
6214	ŞAL, EŞARPLAR, FULARLAR, KAŞKOLLAR, PEÇE VE DUVAKLAR VB EŞYA	77.541	1.962	2.522	29
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		344.194	273.004	711.419	161
JAPONYA'DAN KONFEKSİYON İTHALATI		1.216.455	361.935	726.362	100,7
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		28,3	75,4	97,9	

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2007

TÜRKİYE'NİN JAPONYA'YA TEKSTİL İHRACATI

EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 20 ÜRÜN

TARİFE	KAPSAM	2004	2005	2006	2005 / 06 DEĞİŞİM %
5701	DÜĞÜMLÜ, SARMALI HALILAR, YER KAPLAMALARI	2.925.746	5.770.925	5.771.848	0
5810	İŞLEMELER (PARÇA, ŞERİT, MOTİF HALİNDE)	1.028.330	2.162.249	3.572.140	65
5112	TARANMIŞ YÜN DEN, İNCE HAYVAN KILINDAN DOKUMALAR	2.464.777	2.066.751	3.075.001	49
5407	SENTETİK İPLİK, MONOFİL, ŞERİTLERLE DOKUMALAR	1.745.662	1.620.761	1.770.999	9
5702	DOKUNMUŞ HALILAR, YER KAPLAMALARI (KİLİM, SUMAK, KARAMAN VB)	1.983.243	1.648.527	1.518.748	- 8
5804	TÜLLER VE DİĞER MENSUCAT-PARÇA, ŞERİT, MOTİFLER HALİNDE	3.337.657	2.170.254	1.387.626	- 36
5515	DİĞER DEVAMSIZ SENTETİK LİFDEN DOKUMALAR	172.382	489.947	761.355	55
5703	TUFTE EDİLMİŞ HALILAR, TUFTE EDİLMİŞ (YER KAPLAMALARI)	303.588	317.761	495.871	56
5402	SENTETİK LİF İPLİĞİ (DİKİŞ İPLİĞİ HARİÇ) (TOPTAN)	119.272	202.770	402.949	99
5207	PAMUK (DİKİŞ HARİÇ) İPLİĞİ (PERAKENDE)	43.541	119.911	323.860	170
5511	SUNİ-SENTETİK DEVAMSIZ ELYAFTAN İPLİKLER (PERAKENDE)	243.130	154.694	302.868	96
5209	PAMUK MEN (DOKUMA %85 < PAMUKLU 200G/M2 DEN FAZLA)	774.793	359.734	289.805	- 19
5205	PAMUK (DİKİŞ HARİÇ) İPLİĞİ (AĞIRLIK; =>%85 PAMUK) (TOPTAN)	47.888	24.896	245.441	886
5516	DEVAMSIZ SUNİ LİFDEN DOKUMALAR (AĞIRLIKÇA %85 < SUNİ)	247.691	233.654	180.714	- 23
5801	KADİFE, PELÜŞ VE HALKALI (TİRTİL MENSUCAT)	205.328	169.580	178.270	5
5109	YÜN VE İNCE KILDAN İPLİKLER (PERAKENDE)	19.252	21.389	144.359	575
5201	PAMUK (KARDESİZ, TARANMAMIŞ)	0	0	140.947	-
5208	PAMUK MEN (AĞIRLIKÇA %85 VE FAZLA PAMUK M.KARE 200GR)	228.629	135.618	138.426	2
5408	SUNİ FILAMENT İPLİKLERİNDEN DOKUNMUŞ MENSUCAT	90.962	131.606	124.302	- 6
6005	ÇÖZGÜ TİPİ ÖRGÜLÜ DİĞER MENSUCAT	0	0	67.912	-
	İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI	15.981.871	17.801.027	20.893.441	17
	JAPONYA'YA TEKSTİL İHRACATI	16.856.317	18.620.185	21.283.162	14
	İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %	95	96	98	

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2007

TÜRKİYE'NİN JAPONYA'DAN TEKSTİL İTHALATI

EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 20 ÜRÜN

TARİFE	KAPSAM	2004	2005	2006	2005 / 06 DEĞİŞİM%
5402	SENTETİK LİF İPLİĞİ (DİKİŞ İPLİĞİ HARİÇ) (TOPTAN)	22.578.364	22.094.432	22.717.707	3
5502	SUNİ LİF DEMETLERİ	0	1.817.905	4.606.904	153
5407	SENTETİK İPLİK, MONOFİL, ŞERİTLERLE DOKUMALAR	3.657.533	3.128.208	4.326.036	38
5503	SENTETİK DEVAMSIZ LİFLER (İŞLEM GÖRMEMİŞ)	6.846.027	4.543.552	3.641.485	- 20
5911	TEKNİK İŞLER İÇİN DOKUMAYA ELVERİŞLİ MADDEDEN DİĞER EŞYA	1.059.716	1.984.145	3.197.893	61
5504	SUNİ DEVAMSIZ LİFLER (İŞLEM GÖRMEMİŞ)	1.363.061	936.336	1.955.956	109
5209	PAMUK MEN (DOKUMA %85 < PAMUKLU 200G/M2 DEN FAZLA)	1.381.951	5.002.506	1.307.015	- 74
5903	PLASTİK EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ, KAPLANMIŞ MENSUCAT	2.895.914	4.894.584	1.190.002	- 76
5605	DOKUNABİLİR İPLİKLERDEN METALİZE İPLİKLER	283.242	460.208	688.100	50
5603	DOKUNMAMIŞ MENSUCAT (EMDİRİLMİŞ)	1.231.809	1.247.436	625.927	- 50
5703	TUFTE EDİLMİŞ HALILAR, TUFTE EDİLMİŞ (YER KAPLAMALARI)	138.320	29.360	621.973	2018
5907	EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ, KAPLANMIŞ DİĞER MENSUCAT; DEKORLAR, FONLAR	0	73.989	592.612	701
5512	SENTETİK DEVAMSIZ LİFDEN DOKUMALAR- AĞIRLIKÇA %85 VE FAZLA	246.357	271.169	582.742	115
5601	VATKALAR, VATKA MAMULLERİ, KIRPINTI, TOZ, TANAZLAR	116.253	120.804	471.345	290
5208	PAMUK MEN (AĞIRLIKÇA %85 VE FAZLA PAMUK M.KARE 200GR)	499.359	419.291	463.206	10
5906	KAUÇUKLU MENSUCAT	553.814	514.794	436.833	- 15
5516	DEVAMSIZ SUNİ LİFDEN DOKUMALAR (AĞIRLIKÇA %85 < SUNİ)	21.219	162.460	418.281	157
5112	TARANMIŞ YÜNDEN, İNCE HAYVAN KİLİNDAN DOKUMALAR	110.246	114.327	391.136	242
5604	DOKUMAYA ELVERİŞLİ MADDELERLE KAPLANMIŞ KAUÇUK İP VE HALATLAR;	5.737	60.761	346.666	471
5701	DÜĞÜMLÜ, SARMALI HALILAR, YER KAPLAMALARI	0	116.794	231.992	99
	İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI	42.988.922	47.993.061	48.813.811	2
	JAPONYA'DAN TEKSTİL İTHALATI	47.195.352	50.612.598	51.390.561	2
	İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %	91	95	95	

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2007

**ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA
TÜRKİYE'NİN JAPONYA'YA DERİ - DERİ MAMÜLLERİ İHRACATI**

TARİFE	KAPSAM	2004	2005	2006	2005 / 06 DEĞİŞİM %
4303	KÜRKTEN GIYİM EŞYASI, AKSESUARLARI, KÜRKTEN DİĞER EŞYA	3.435.722	1.428.565	1.495.121	5
6403	AYAKKABI; YÜZÜ DERİ, TABANI KAUÇUK, PLASTİK, TABİİ, SUNİ VB KÖSELE	537.960	592.870	1.019.057	72
4203	DERİ VE KÖSELEDEN GIYİM EŞYASI, AKSESUARLARI	1.303.311	764.241	999.522	31
4202	DERİ VE KÖSELE VB. DEN SEYAHAT EŞYASI	136.613	652.117	608.818	- 7
6405	AYAKKABI; DİĞER	9.251	19.035	62.804	230
4107	SİĞİR VE ATLARIN DABAKLANMIŞ VE HAZIRLANMIŞ DERİ VE KÖSELESİ	0	418	28.083	6.618
4201	HER TÜR HAYVAN İÇİN SARACİYE EŞYASI, EYER VB	0	0	19.178	-
4302	DABAKLANMIŞ, APRELENMİŞ KÜRKLER	162.337	18.682	16.910	- 9
6404	AYAKKABI; YÜZÜ DOKUMA MADDELERİNDEN, TABANI KAUÇUK, PLASTİK VB	20.338	6.220	14.177	128
4113	DİĞER HAYVANLARIN DİĞER DERİ VE KÖSELELERİ	0	0	12.804	-
4205	TABİİ/TERKİP YOLUYLA ELDE EDİLEN DERİ VE KÖSELEDEN DİĞER EŞYA	505	5.894	5.664	- 4
6402	AYAKKABI; DIŞ TABANI, YÜZÜ KAUÇUK VE PLASTİK DİĞER	30.472	150	1.278	752
4115	DERİ, KÖSELE ŞERİT, YAPRAK, LEVHA, KIRPINTI, DÖKÜNTÜ, TALAŞ VB.(DERİ EŞY.İMALİ İÇ	0	1.379	1.050	- 24
4112	KOYUN VE KUZULARIN DİĞER DERİ VE KÖSELELERİ	6.738	9.524	0	- 100
4304	TAKLİT KÜRK VB. MAMUL EŞYA	0	24.290	0	- 100
6401	AYAKKABI; DIŞ TABANI, YÜZÜ KAUÇUK VE PLASTİK, SU GEÇİRMEZ	740	0	0	-
6406	AYAKKABI AKSAMI, İÇ TABAN, TOPUK RAMPASI, GETR, TOZLUK, DOLAK VB	0	3.576	0	-
JAPONYA'YA DERİ - DERİ MAMÜLLERİ İHRACATI		5.643.987	3.526.961	4.284.466	21

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2007

**ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA
TÜRKİYE'NİN JAPONYA'DAN DERİ - DERİ MAMÜLLERİ İTHALATI**

TARİFE	KAPSAM	2004	2005	2006	2005 / 06 DEĞİŞİM %
4202	DERİ VE KÖSELE VB. DEN SEYAHAT EŞYASI	126.536	182.376	148.914	- 18
6402	AYAKKABI; DIŞ TABANI, YÜZÜ KAUÇUK VE PLASTİK DİĞER	93.768	133.050	112.808	- 15
4203	DERİ VE KÖSELEDEN GİYİM EŞYASI, AKSESUARLARI	10.607	10.465	82.068	684
4303	KÜRKTEN GİYİM EŞYASI, AKSESUARLARI, KÜRKTEN DİĞER EŞYA	34.255	17.744	11.634	- 34
6403	AYAKKABI; YÜZÜ DERİ, TABANI KAUÇUK, PLASTİK, TABİİ, SUNİ VB KÖSELE	2.909	4.271	2.813	- 34
4205	TABİİ/TERKİP YOLUYLA ELDE EDİLEN DERİ VE KÖSELEDEN DİĞER EŞYA	1.940	871	2.227	156
6404	AYAKKABI; YÜZÜ DOKUMA MADDELERİNDEN, TABANI KAUÇUK, PLASTİK VB	128	4.813	1.585	- 67
4304	TAKLİT KÜRK VB. MAMUL EŞYA	0	0	687	-
4302	DABAKLANMIŞ, APRELENMİŞ KÜRKLER	6.550	0	136	-
6401	AYAKKABI; DIŞ TABANI, YÜZÜ KAUÇUK VE PLASTİK, SU GEÇİRMEZ	0	0	107	-
4107	SİĞİR VE ATLARIN DABAKLANMIŞ VE HAZIRLANMIŞ DERİ VE KÖSELESİ	11.067	62.038	0	- 100
4113	DİĞER HAYVANLARIN DİĞER DERİ VE KÖSELELERİ	0	17.258	0	- 100
4206	BAĞIRSAK, KURSAK, MESANE VE VETERDEN MAMUL EŞYA	9.440	17.149	0	- 100
6405	AYAKKABI; DİĞER	591	38.224	0	- 100
	JAPONYA'DAN DERİ - DERİ MAMÜLLERİ İTHALATI	297.791	488.259	362.979	- 26

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2007