



ORTA KARADENİZ KALKINMA AJANSI JAPONYA ZİYARETİ RAPORU 27.EYLÜL-03.EKİM.2011



İ Ç İ N D E K İ L E R

1. JAPONYA ÜLKE PROFİLİ.....	3
1.1 Genel Bilgiler.....	3
1.2 Ekonomik Yapı.....	9
1.2.1 Sektörel Dağılım, Dış Ticaret ve Doğrudan Yabancı Yatırımlar.....	13
1.3 Türkiye, TR83 ve Japonya.....	21
2. JAPONYA ÇALIŞMA ZİYARETİ.....	27
2.1 Yatırım, Tanıtım, İnceleme ve Diğer Temaslar.....	27
2.1.1 Koi Süs Balıkları İncelemesi ve Sonuçlar.....	28
2.1.1.1 Genel Bilgiler.....	28
2.1.1.2 KOİ Balıkları.....	31
2.1.1.3 Sonuçlar ve Öneriler.....	34
2.1.2 Tokyo'daki Temaslar.....	35
2.1.2.1 Türkiye-Japonya Yatırım İlişkileri, İşbirliği ve İhracat Olanakları.....	40
2.1.2.2 Gıda Ürünleri ve Doğal Taş Sektöründe Yeni Olanaklar	42
2.2 JATA Seyahat Fuarına Katılım.....	47

1. JAPONYA ÜLKE PROFİLİ

1.1 Genel Bilgiler

Japonya, Doğu Asya'da bir adalar ülkesidir. Hiç bir ülke ile kara sınırı bulunmayan Japonya'nın toprakları; Büyük Okyanus'ta, Çin, Kore ve Rusya'nın doğusunda, Okhotsk Denizi'nden Doğu Çin Denizi'ne kadar uzanmaktadır. Başkenti Tokyo olan Japonya'nın resmi dili Japonca, yönetim biçimi anayasal monarşi ile parlamenter demokrasidir. Japonca'yı oluşturan kanji karakterler "güneş" ve "köken" anlamına geldiğinden, Japonya, "Doğan Güneşin Ülkesi" olarak da bilinmektedir.



Şekil 1.1 Japonya Haritası

Arkeolojik araştırmalar Paleolitik Çağ'dan bugüne, 100.000 yıldan fazla bir süredir, Japon adalarının yerleşim gördüğünü göstermektedir. Yazılı tarihte ilk olarak 1. yüzyıldan kalma Çin metinlerinde adı geçen Japonya'nın, yüzyıllar boyunca kendi dinamikleri altında geliştiği, kültürünün de dış etkiler ile iç gelişmelerinin bir sentezinden oluştuğu kabul edilmektedir.

Japonya, 3.800 km uzunluğundaki bir yayın görünümüne sahiptir. Yüzölçümü 377.899 km² olan ülke, dünya karalarının binde 3'ünden daha az bir alan kaplamaktadır (Türkiye'nin 1/2'si, Hindistan'ın 1/9'u, ABD'nin 1/25'i). Japonya üç binden fazla adadan oluşsa da, bu adaların en büyükleri olan Honşu, Hokkaido, Kyuşu ve Şikoku, ülkenin %97'sini oluşturmaktadır. % 66'sı dağlık olan bu adalarda 77'si faal toplam 165 yanardağ bulunmaktadır. 3.776 m yüksekliğiyle Japonya'nın en yüksek dağı olan Fuji Dağı da bu yanardağlardan birisi olup, dağların çevresindeki berrak göller, nehirler, vadiler ile şelaleler ziyaretçilerin ilgi odağı durumundadır.

Japonya'da genellikle dört mevsim bir arada yaşanmaktadır. Haziran ortalarında başlayan yaz, ılık ve nemli geçmekte; eylül ayıyla birlikte ülkenin iç kesimlerinde şiddetli rüzgar, tayfun ve sağanak yağışlar yaşanmaktadır. Başkent Tokyo, Tahran, Los Angeles ve Atina ile aynı enlemde bulunmaktadır.

Japonya'nın nüfusu 127,1 milyon olup "44,7'lik medyan değeriyle" dünyanın en yaşlı nüfusu Japonya'da bulunmaktadır. Nüfus büyüklüğü açısından dünya sıralamasında 10. durumda bulunan Japonya'da, kilometrekareye 337 kişi düşmekte olup, bu değer Dünya ortalaması olan 49 ve Türkiye sonucu olan 93kişi/km²den çok daha fazladır. Nüfusun % 77'sinin şehirlerde yaşadığı ülkede kent nüfusunun % 58'i Tokyo, Osaka ve Nagoya'da toplanmıştır. 1 milyon kişiyi aşan 8 büyük şeh'ri bulunan Japonya'nın başkenti Tokyo'nun nüfusu yaklaşık 8,8 milyondur. Tokyo, çevresinde bulunan yerleşim merkezleriyle birlikte 35,2 milyonun üzerindeki nüfusuyla dünyanın en büyük metropoliten alanını oluşturmaktadır.

Tablo1.1 Nüfusun Şehirlere Göre Dağılımı

Tokyo (Başkent)	8,8
Yokohama	3,7
Osaka	2,7
Nagoya	2,3
Sapporo	1,9
Kobe	1,5
Kyoto	1,5
Fukuoka	1,5

Kaynak: IGEME, Japonya Ülke Raporu, 2011

Japonya'da 1950'lerden sonra nüfus artış göstermiş ise de, son yıllarda nüfus artış hızı önce düşmüş, 2008 yılından sonra ise nüfus büyüklüğünde azalma yaşanmıştır. Doğum oranının düşük seyretmesi, yaşlı nüfustaki artan ölümler ve ülke dışından

gelecek göçün sınırlı kalması düşüşün nedenleri olarak gösterilmektedir. 50'li yıllarda işgücü bakımından aktif olan 15-64 yaş, çoğunluğu oluştururken, demografik yapı 2000'li yıllarda önemli oranda değişiklik göstermiş ve bugün, 0-14 yaş arası, %16,7'lik bir dilimi oluştururken, 65 yaş ve üstü olan nüfusun oranı %28,9'a yükselmiştir. 2050 yılında ekonomik olarak aktif nüfusun %53,1'e düşeceği, 0-14 yaş arası kesimin toplam nüfusun %8,6'sını, 65 yaş ve üstünün ise %39,5'ini oluşturacağı tahmin edilmektedir.

Tablo1.2 İstihdam ve İşgücü İstatistikleri

Yıl	Kişi (milyon)
2004	66,4
2005	66,5
2006	66,6
2007	66,7
2008	66,5
2009 (tahmin)	66,0

Kaynak:EIU Country Snapshot 2009

Tablo1.3 İstihdam ve İşgücü İstatistikleri

Sektör	(%)
Tarım	4,40
Ormancılık	0,08
Balıkçılık	0,35
Madencilik	0,04
İnşaat	8,77
İmalat	17,31
Elektrik, gaz, ısı ve su arzı	0,46
Bilgi ve İletişim	2,64
Ulaşım	5,09
Toptan ve Perakende Ticareti	17,91
Finans ve Sigorta	2,50
Emlak	1,39
Restoran, Lokanta ve yemek hizmetleri	5,24
Tıbbi sağlık ve bakım hizmetleri	8,70
Eğitim ve öğretim destekleri	4,39
Atık hizmetleri	1,10
Diğer Hizmetler	14,34
Kamu	3,41

Kaynak:Ministry Of Internal Affairs And Communications

Japonya'da karayollarının toplam uzunluğu 1,1 milyon, demiryolu ağının uzunluğu ise, 23,5 bin kilometredir. Hızlı trenleri ile ün yapan ülkede demiryolu ile taşımacılık ön

plandadır. Birçok limanından dünyanın her tarafına seferler düzenlenen Japonya'da dış ticaretin büyük bölümü denizyolu ile yapılmaktadır.

Şinto, ülkenin yerli dinidir. Doğada bulunan ve "kami" adı verilen ruhlar ile atalar ve kahramanların ruhlarına saygı gösterilmesi, bu inanç sisteminin temelini oluşturmakta, bazı evlerde bu ruhlara yiyeceklerin sunulduğu "tanrı rafı" bulunmaktadır. Budizm, 6. yüzyılda, Çin ve Kore yoluyla Hindistan'dan; Hristiyanlık ise 16. yüzyılda Portekizli denizciler tarafından ülkeye getirilmiş, nüfusun küçük bir kısmı tarafından da benimsenmiştir. Bugün, düşünceler genellikle Şinto dininin kurallarına göre, cenaze törenleri ise Budist geleneklere göre yapılmaktadır. Matsuri olarak adlandırılan ve yıl içerisinde çeşitli zamanlarda kutlanan bayram ve festivallerin çoğu Budizm inanç sisteminden günümüze ulaşmıştır. İslamiyet, Japonya'ya yaklaşık 100 yıl önce Müslüman tacirler aracılığıyla girmiştir. Günümüzde Japonya'da yerli halktan yaklaşık 100 bin, Japon asıllı olmayanlardan ise 300 bin Müslüman'ın yaşadığı tahmin edilmektedir.

Japonya'da Parlamento, devletin en üst organıdır. Hükümetin Parlamente'ye karşı sorumlu olduğu, İmparatorun ise Devlet Başkanı olduğu modern siyasi yapının temellerinin 1868'de Meiji Hanedanı zamanında atıldığı kabul edilmektedir. Ülkenin dünya ekonomik ve politik sistemindeki bugünkü yerini alması ise 2. Dünya Savaşı'nın sonrasına rastlamaktadır. Bugün Japonya, dünyadaki en gelişmiş ekonomilerden biri olarak, ülkemiz için de stratejik önem taşıyan bir dost ülke ve dış ticaret partneridir.

Tablo1.4 Japonya, Temel Bilgiler

Resmî Adı	Japonya
Yönetim Şekli	Anayasal Monarşi, (480 üyeli temsilciler meclisi ve 252 üyeli yukarı meclis)
Başkent	Tokyo
Önemli Şehirler	Yokohama, Osaka, Nagoya, Kyoto, Sapporo, Kobe, Kawasaki, Fukuoka
Şehir Sayısı	47
Devlet Başkanı	İmparator Akihito
Başbakan	Yokio Hatoyama

Nüfus	127,1 milyon (10.)
Yüzölçümü	377.899 km ² (61.)
Resmi Dil	Japonca
Din	Şinto, Budizm
Okuryazarlık Oranı	% 99.9 (1.)
Hane Halkı Başına Fert Sayısı	3,19 (2002)
Gini	38,1
İGE	Çok Yüksek, 0,960
Zaman Dilimi	JST (UTC+9)
Para Birimi	Yen (¥)
Trafik Akışı	Sol
Telefon Kodu	81
İnternet TLD	.jp
İklim	Kuzey-güney doğrultusunda geniş bir yay çizdiğinden 4 mevsim birarada yaşanmakta ve ülke genelinde farklılıklar göstermektedir.
Üyesi Olduğu Uluslararası Kuruluşlar	AFDB (Afrika Kalkınma Bankası), APEC (Asya-Pasifik Ekonomik İşbirliği Forumu), ARF, AsDB (Asya Kalkınma Bankası), ASEAN (Güneydoğu Asya Ülkeleri Örgütü), AG (Avustralya Grubu), BIS (Uluslararası İmar Bankası), CCC (Gümrük İşbirliği Konseyi), CE (Avrupa Konseyi), CERN (Avrupa Nükleer Araştırma Teşkilatı), CP, EBRD (Avrupa Yatırım ve Kalkınma Bankası), ESCAP (Asya ve Pasifikler Ekonomik ve Sosyal Komisyonu), FAO (Tarım ve Gıda Örgütü), G- 5, G- 7, G-10, IADB(Amerika Bölgesi Kalkınma Bankası), IAEA (Uluslararası Atom Enerjisi Ajansı), IBRD

(Uluslar arası İmar ve Kalkınma Bankası), ICAO (Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü), ICC (Milletlerarası Ticaret Odası), ICFTU (Uluslararası Serbest Ticaret Birlikleri IFC (Uluslararası Finansman Kurumu), IFRC (Uluslararası Kızılhaç ve Kızılay Toplulukları Federasyonu), IHO (Uluslararası Hidrografi Örgütü), ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü), IMF (Uluslararası Para Fonu), IMO (Uluslararası Denizcilik Örgütü), Inmarsat (Uluslararası Denizcilik Uydu Teşkilatı), Intelsat (Uluslararası Telekomünikasyon ve Uydu Örgütü), Interpol (Uluslararası Polis Teşkilatı), IOC (Uluslararası Olimpiyat Komitesi), IOM (Uluslararası Göçmen Teşkilatı), ISO (Uluslararası Standartlar Örgütü), ITU (Uluslararası Haberleşme Birliği), NAM, NEA (Nükleer Enerji Ajansı), NSG, OAS (Amerika Devletleri Teşkilatı), OECD (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü), OPCW, OSCE (partner), PCA (Daimi Hakemlik Mahkemesi), UN (Birleşmiş Milletler), UNCTAD (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı), UNDOF (BM Ateşkes Gözlem Misyonu), UNESCO (Eğitim-Bilim ve Kültür Örgütü), UNHCR (BM Mülteciler Yüksek Komiserliği), UNIDO (Endüstriyel Kalkınma Örgütü), UNITAR (BM Eğitim Araştırma Enstitüsü), UNRWA (BM Filistin Mültecileri Yardım Komisyonu), UNU, UPU (Dünya Posta Birliği), WFTU (Dünya İşçi Sendikaları Federasyonu), WHO (Dünya Sağlık Örgütü), WIPO (Dünya Fikri Mülkiyet Teşkilatı), WMO (Dünya Meteoroloji Örgütü), WTO (Dünya Turizm Örgütü), WTO (Dünya Ticaret Örgütü), ZCKonfederasyonu), ICRM (Uluslararası Kızılhaç ve Kızılay Hareketi), IDA (Uluslararası Kalkınma Birliği), IEA (Uluslararası Enerji Ajansı), IFAD (Uluslararası Tarımsal Kalkınma Fonu),

Kaynak: CIA Factbook, 2010; İGEME, 2011; KTO, Japonya Ülke Raporu 2007

1.2 Ekonomik Yapı

Japonya, 5,46 trilyon dolarlık gayri safi yurt içi hasıla (IMF-2010) değeriyle, tüm dünya hasıla toplamının %9'unu tek başına karşılamakta, ABD ile Çin Halk Cumhuriyeti'nden sonra da, büyüklük açısından, 3. sırada yer almaktadır. Japonya, Birleşmiş Milletler, G8 ve APEC üyesidir. Savunma bütçesi dünya 5.si olan Japonya, dünyanın 4. büyük ihracatçısı ve ithalatçısıdır (WTO-2010). II. Dünya Savaşında ağır bir yenilgiye uğramış olmasına karşın, kısa bir süre içerisinde dünyanın önde gelen ekonomik güçlerinden birisine dönüşmesi nedeniyle "Japon Mucizesi" olarak değerlendirilmiş ve gelişmekte olan ülkelere model ülke olarak gösterilmiştir. 1980'li yılların sonuna kadar "Japan As Number One" sloganı ile dünyanın en büyük ekonomik gücü olmasının planları yapılmışsa da, 90'lı yıllarla birlikte Japon Ekonomisi büyük bir durgunluk içerisine girmiş, büyüme oranları azalmış, işsizlik artmıştır.

Tablo1.5 Japonya, Temel Ekonomik Göstergeler

	2005	2006	2007	2008	2009b	2010c	2011c
GSYİH (milyar dolar, cari fiyatlarla)	4553	4362	4378	4909	5070	5291	5423
GSYİH (trilyon Yen, cari fiyatlarla)	502	507	516	507	475	476	483
Reel Büyüme Oranı (%)	1,9	2,0	2,3	-0,7	-5,5	1,5	1,0
Kişi Başına GSYİH	35,699	34,210	34,353	38,566	39,900	41,720	42,880
Kişi Başına GSYİH (dolar, PPP)	30371	31965	33527	34045	32693	33720	34577
İşsizlik Oranı (% , ort.)	4,4	4,1	3,8	4,0	5,1	5,6	5,5
Enflasyon Oranı (% , TÜFE)	-0,4	0,3	0,7	0,4	-1,1	0,2	0,9
Enflasyon Oranı (% , ÜFE)	1,7	2,2	1,8	4,6	-5,1	-0,2	1,2
Kredi Faiz Oranı (% , ort.)	1,4	1,5	1,8	1,8	1,5	1,5	1,9
Döviz Kuru (Yen/\$, yıl sonu)	118,0	119,0	114,0	90,8	90,0	90,0	89,0
İhracat (fob, milyar dolar)	568	616	678	746	532	634	680
İthalat (fob, milyar dolar)	474	535	573	708	496	580	615
Dış Ticaret Hacmi (fob, milyar dolar)	1042	1151	1251	1454	1028	1214	1295
Dış Ticaret Dengesi (milyar dolar)	94	81	105	38	36	54	65

Kaynak: IGEME, Japonya Ülke Raporu, 2011

Ekonominin II. Dünya Savaşı sonrasındaki serüveni; 1945–55 yılları arasında savaş zararlarının onarılması, 1972'ye kadar yaşanan hızlı büyüme, 1973'ten itibaren –petrol krizine karşın- yavaş fakat istikrarlı büyüme, 1978 petrol bunalımı ve 1980'lerin ortalarında yenin değer kazanmaya başlaması ile başlayan sorunlara yönelik önlemlerin alınması şeklinde özetlenebilmektedir.

Savaş sonrasında 80'li yıllara kadar yaptığı yatırımlarla küresel bir ihracat devi haline gelen Japonya; 80'lerin ortasında yenin değer kazanmasıyla birlikte, uluslararası pazarlardaki rekabet gücünü yitirmeye başlamış, ithal hammaddelerin ucuzlaması ile iç talep yükseldiğinden, maliye ve para politikalarını yeni konjoktüre göre yeniden şekillendirmiştir.

1993 yılında yen yeniden değer kazanmaya başlamış, talep artışının yavaşlaması ihracatın zarar görmesi ve yaşanan nüfusun tüketiminin yetersiz kalması sonucunda, 90'lı yıllardan itibaren artan miktarlarda arz fazlası sorunu ile yüzleşmek zorunda kalmıştır. Fiyat artırmak bir yana düşürmek zorunda kalan şirketlerin karları hızla erimiş, üretim kapasiteleri düşmüş, bankalar kredi verecek şirket bulamamıştır. Özellikle 90'lı yıllarda birçok şirket, bankalardan aldıkları büyük ölçekli kredileri ödeyemediğinden batık kredi hacmi ciddi boyutlara ulaşmış, mali sistem ağır yara almıştır.

90'lı yılların ağır bilançosuna karşın Japonya Ekonomisi, 2000'li yıllarda düşük nominal değerlere sahip olsa da, reel büyüme kaydetmiştir. Ülkede bugün ekonominin temel sorununun, kaynakların etkin kullanılmaması olduğu kabul edilmekte, iyileşmenin rekabet edebilirliği yeniden sağlayacak yapısal reformların gerçekleştirilmesi ile sağlanabileceği değerlendirilmektedir. ABD'de yaşanan değişimlerin fazlasıyla etkilediği Japonya'da, mevcut nüfus eğiliminin devam etmesi halinde, gelecekte, "çalışan nüfusun çalışmayan nüfusa oranı"nın tehlikeli boyutlara ulaşacak olmasının, sigorta sistemini kaçınılmaz bir iflasa sürükleyeceği tahmin edilmektedir.

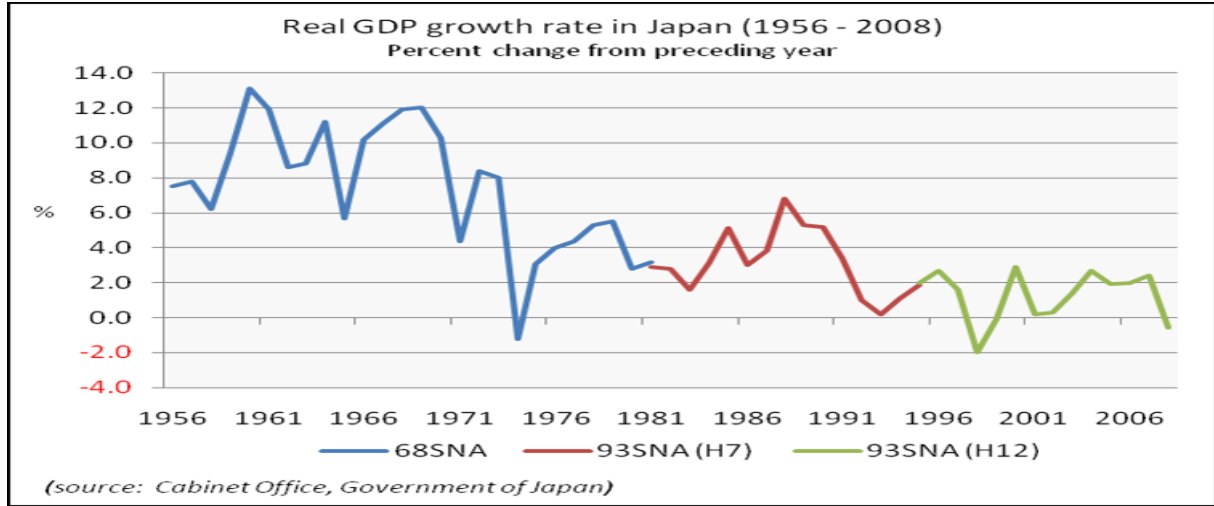
Küresel ekonomik kriz, OECD ülkelerinin düşük performansları ve ihracat pazarlarındaki daralmaya paralel olarak 2009 yılında %5,5 ekonomik küçülme yaşanmış, işsizlik oranı bir önceki yıla oranla %27,5 artarak son yılların en yüksek düzeyine ulaşmıştır. 2010-13 döneminde ekonomik büyümenin dünya ekonomisine paralel olarak, yıllık ortalama %1 oranında gerçekleşmesi, aynı dönemde işgücünün %1 oranında azalması ve 2010-13 döneminde artması beklenen işsizlik değerinin 2013 yılında yeniden %5,1'e düşmesi beklenmektedir.

Tablo1.6 Reel GSYH Büyüme Tahminleri

	2010	2011
Nominal GSYİH (Milyar \$)	5290,7	5422,7
GSYİH Büyüme (%)	1,5	1,0

Kaynak: İGEME, Japonya Ülke Raporu, 2011

Japonya; 1980'lerde dünya ortalamasının 3 katı düzeyinde bir büyüme değerine sahipken, 2000 yılında dünya büyüme ortalamasının yarısına düşmüş, ABD ise 80'lerde dünya ortalamasının 1/3'ü düzeyinde büyümekte iken, dünya ortalamalarına ulaşmıştır. 1990-2000 dönemini çok iyi kullanan ABD, 1990'daki büyüme oranını 2,5 katına çıkarmış, Japonya ise 90'lar boyunca yaşadığı durgunluğun etkisiyle 1990'daki büyüme oranının ancak 1/3'ünü yakalayabilmiştir. AB, 1980-1990 döneminde 2,5 kat daha hızlı büyürken, 1990-2000 döneminde görece sabit bir büyüme seyri izlemiştir. Japonya'nın kişi başına GSYH'si 1996 yılına kadar artış kaydederken, Asya Finans Krizi ile bu değer düşüş eğilimine girmiş, 1999 yılından itibaren yeniden yükseliş yakalanmıştır.



Şekil 1.2 Japonya Büyüme (1956-2008)

Tablo1.7 Yıllara Göre GSYH ve Ekonomik Büyüme

	2005	2006	2007	2008	2009*
Nominal GSYİH (Milyar \$)	4552,9	4362,2	4377,7	4909,0	5069,9
GSYİH Büyüme (%)	1,9	2,0	2,3	-0,7	-5,5

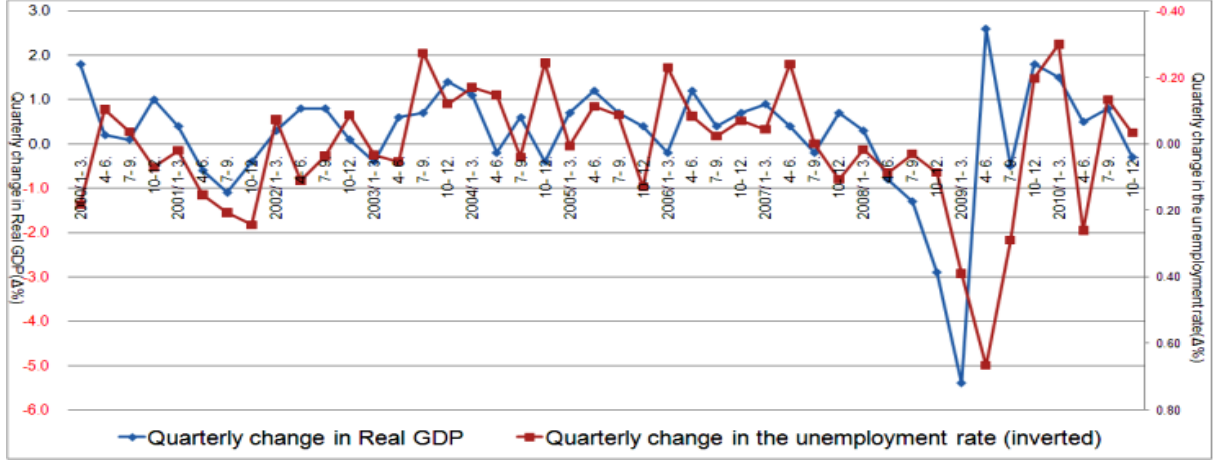
Kaynak: İGEME, Japonya Ülke Raporu, 2011

Tablo1.8 İşsizlik İstatistikleri

	Yıl	(%)
	2004	4,1
	2005	4,4
	2006	4,1
	2007	3,8
	2008	4,0
2009 (tahmin)		5,1

Kaynak: İGEME, Japonya Ülke Raporu, 2011

2008-2009 yılları arasında hüküm süren durgunluk, deflasyonun baş göstermesine neden olmuş, özel sektör firmaları maaşlarda kesintiye gitmeye başlamıştır. 2010 yılında deflasyonun %0,4 oranında gerçekleşmesi, 2011 yılında ise sınırlı olsa da fiyat artışlarının yeniden başlaması beklenmektedir.



Kaynak: Vikipedi, Özgür Ansiklopedi, 2011

Şekil 1.3 Japonya Reel GSYH ve İşsizlik Oranları (2000-2010)



Kaynak: Vikipedi, Özgür Ansiklopedi, 2011

Şekil 1.4 Japonya İşsizlik Oranları (1953-2009)

Çin Halk Cumhuriyeti, AB ve ABD ile dünya üretimi ve ekonomisinin en önemli dört ayağından birisi durumundaki Japonya, yakın çevresinde daha fazla söz sahibi olmayı istemektedir. Bu bağlamda bölge ülkelerine olan ilgisi giderek artmakta, Doğu Asya, Japon şirketleri açısından büyümenin merkezi olarak kabul edilmektedir. Söz konusu bölge, ihracata dayalı düşük maliyetli üretim yapabilmenin yanında, arge faaliyetleri ve yatırımları açısından da stratejik önem taşımaktadır. Ülke dışındaki büyüme stratejisinin dışında, iç talebin karşılanması ve yeni endüstrilerin geliştirilmesi, ekonominin önemli eksenleri arasındaki yerini korumaktadır.

Tablo1.9 TÜFE İstatistikleri

	2008	2009*	2010*	2011*
Tüketici Fiyatları Enflasyonu (ort.)	1,4	-1,3	-0,4	0,8

Kaynak: EIU The Economist Intelligence Unit Japan Country Profile 2009

1.2.1 Sektörel Dağılım, Dış Ticaret ve Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Japonya GSYH'si içerisindeki tarım sektörünün ağırlığı giderek azalmaktadır. 70'lerde %6 olan tarımın GSYH payı 2008 yılında %1,5 olarak gerçekleşmiştir. GSYH payının hızla düşmesine karşın tarım lobisi halen etkinliğini korumakta, Nokyo adı ile bilinen gurup, Japonya'nın en büyük bankası olan Norinchukin'i kontrolünü elinde tutmaktadır. Tarımsal ürün fiyatları dünya piyasalarının çok üzerinde gerçekleşen Japonya'da, sektör yüksek vergilerle korunmakta, ülkede üretimi yapılan ürünlere yüksek oranlarda gümrük vergisi uygulanmaktadır. 2007 yılı itibariyle, tarımda 3,1 milyon kişi istihdam edilmekte olup, bu miktar 1960 yılı değerinin yaklaşık yarısına karşı gelmekte, istihdam edilenlerin %60'ını 65 yaş ve üzerindeki nüfus oluşturmaktadır.

Tablo1.10 GSYH'nin Sektörel Dağılımı

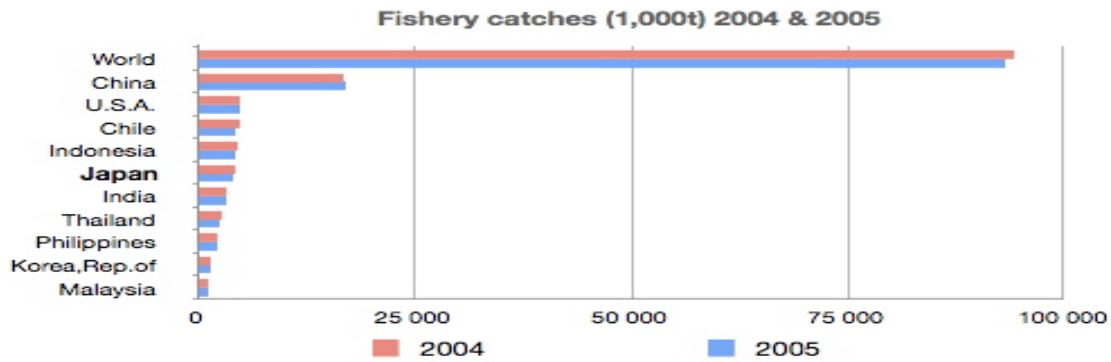
Sektörler	2008 Payı (%)	2010 Payı (%)
Tarım	1,5	1,5
Sanayi	26,3	22,8
Hizmetler	72,2	75,7

Kaynak: OKA Japonya Ülke Raporu, 2011, Vikipedi Özgür Ansiklopedi, 2011

II. Dünya savaşının ardından gerçekleştirilen arazi reformu ile ortalama çiftliklerin büyüklüğünde küçültmeye gidilmiştir. Ortalama büyüklüğü 1,6 ha olan Japonya'da toplam yüzölçümünün ancak %12'si tarıma elverişli durumdadır. Pirinç, en önemli tarım ürünü konumunu korumakta; değer itibariyle tarımsal gelirin %22'sini, ekilen alanın ise %50'sini oluşturmaktadır. Buğday, arpa, darı, şekerpancarı, patates ve fasulye yetiştirilen Japonya'da; tütün, pamuk, çay ve çeşitli meyveler ihraç edilmektedir. Tarımsal üretiminin geliştirilmesi amacıyla 2006 yılında yürürlüğe konulan destekleme sistemi ile pirinç, buğday, arpa, soya fasulyesi ve şeker pancarı üretiminin artırılması amaçlanmaktadır. Üretim maliyetleri ve talebin yüksekliği,

nitelikli istihdamın kısıtlı ve arazilerin çoğunluğunun tarıma elverişli olmaması nedeniyle Japonya; tarım ve gıda ürünleri gereksiniminin büyük bölümünü ithalat yoluyla karşılamaktadır.

Japonya, Doğu Asya'nın en önemli su ürünleri tüketicisi durumundadır. 2007 yılı itibariyle kişi başı su ürünleri tüketimi 66kg olarak gerçekleşmiştir. Japonya balık üretiminde, dünya lideri olsa da, yapısal nedenler, çevre suların kirlenmesi ve uluslararası anlaşmazlıklar nedeniyle balık üretimi her yıl azalmaktadır. 1997 yılı verilerine göre dünya deniz ürünleri ithalatının %28'ini gerçekleştiren Japonya, en büyük deniz ürünleri ithalatçısı olma konumunu, bugün itibariyle korumaktadır.



Kaynak: Vikipedi, Özgür Ansiklopedi, 2011

Şekil 1.5 Tutulan Balık Miktarına Göre Ülkeler (2004-2005)

Topraklarının %70'i ormanlarla kaplı olsa da Japonya, orman ürünleri arzının %80'inini ithalat etmektedir. %40'ı yetiştirme olan bu ormanların bakımı ve yeniden ağaçlandırılması amacıyla 2007 yılından beri etkili bir kampanya yürütülmektedir.

Tablo1.11 Büyümeye Sektörlerin Etkisi

	2005	2006	2007	2008	2009*
Tarım	3,2	-2,1	4,2	0,7	0,9
Sanayi	2,4	3,2	9,5	-2,0	-17,0
Hizmetler	2,3	1,4	1,1	-0,2	-0,7

Kaynak: EIU The Economist Intelligence Unit Japan Country Profile 2009

1960'lardan bu yana imalat sanayi, ekonomide önemli bir rol oynayarak GSYH içinde bugünkü %21,6'lık değerine ulaşmıştır. Ağır sanayiinin baskın olduğu ülkede başlıca sanayi tesisleri; gemi, otomobil, elektronik ve optik cihaz, lokomotif, uçak, kimya ve her çeşit makine imal eden fabrikalardan oluşmaktadır. Japonya, dünyanın en önemli demir-çelik üreticisi ve makine imalatçısı ülkelere birisi olup, bu alandaki en büyük ihracatı ABD ve Güney Kore'ye gerçekleştirmektedir.

Elektrik ve elektronik teçhizat üretimi Japonya'nın başta gelen sanayi dalıdır. Bu alandaki seri üretim (TV, video, radyo, P.C, bilgisayarlar, bilgi işlem, telekomünikasyon ürünleri) gerçekleştiren firmalar aynı zamanda elektronik devriminin yaratıcıları olmuşlardır. Söz konusu ürünlerde Japonya piyasası doyuma ulaştığından, bu alanlarda tüketicilerin tercihini yeni teknolojiler belirlemektedir. Dijital elektronik tasarımların, televizyon, müzik setleri, kamera ve diğer dayanıklı tüketim malları üretiminde yaygınlaşması, mikrobilgisayar teknolojisine dayalı ürün kalitesi ile üretimde kullanılan materyallerin de gelişmesine yol açmış, yeni alışımlı maddelerle üretime geçilmeye başlanmıştır.

Japonya binek otomobilleri üretiminde de dünyada ilk sırayı almaktadır. Otomotiv sanayi, ülkenin ihracatında büyük paya sahiptir. Son yıllarda Japon otomotiv firmaları denizaşırı ülkelerde yatırım yapmaya başlamışlardır.

Japonya, sanayi ürünlerinin büyük bölümünü ihraç etmektedir. Makineler, demir ve çelik mamülleri, otomobil, pamuk ürünleri, taşıma araçları, gemi, optik cihazlar, ham ipek, cam, porselen, oyuncak, elektronik araçlar ve balık ihraç edilmekte; petrol, ham pamuk, yün, kauçuk, ham maddeler, demir cevheri ve kereste ise ithal edilmektedir.

Japon sanayi kuruluşlarının büyük bölümü doğudaki Kanto Ovasından Kiyusiyu'ya kadar uzanan bir kuşak üzerinde, 3 sanayi merkezinde toplanmıştır. Bunlardan Keihin Bölgesi, Tokyo, Yokohama ve Kawasaki şehirlerini içine almaktadır. İş gücünün % 26'sı imalat sanayii ve inşaat sektöründe istihdam edilmekte olup, ağır sanayiinin gerektirdiği bir çok maden ithal edilmekte, ülkede yalnızca az miktarda kömür, kurşun, çinko, kireç taşı, barit, silis taşı, alçı taşı yatakları bulunmaktadır..

Ülkede enerji, kömür, petrol, doğalgaz, nükleer ve hidrolik kaynaklardan sağlanmaktadır. Artan enerji ihtiyacı karşısında Japonya'da birçok nükleer santral açılmış, bu da ülkenin de taraf olduğu Kyoto Sözleşmesi taahhütlerine uyumu zorlaştırmıştır.

İnşaat sektörü 2000 yılında GSYH'ye %7,3 oranında katkı sağlamıştır. İşgücünün yaklaşık %9'unu istihdam eden sektöründeki çalışanların %55'ini 40 yaş ve üzerindeki oluşturmaktadır. Maliyetlerin diğer gelişmiş ülkelere oranla daha yüksek olduğu bilinen inşaat sektöründe; bir çok üretim merkezinin yurtdışına taşınması sonucunda yeni fabrika ve tesis inşaatı yapımı ile 2000 yılından sonra da konut

alımına talep azalmıştır. 1993 yılından bugüne sektörde faaliyet gösteren 9 büyük inşaat şirketi (Kimura Kensetsu, Tokai Kogyo, Tada Kensetsu, Daito Kogyo, Asakawagumi, JDC, Fujiko, Aoki, Sato Kogyo) toplam 2.8 trilyon yen tutarındaki borcu ile iflas etmiştir.

Tablo1.12 Yıllara Göre İnşa Edilen Yapılar

	2000	2005	2006	2007	2008
İnşa Edilen Yüzölçüm, 000 m2	200,259	186,058	188,875	160,991	157,411
Yeni Ünite (000)	1,230	1,236	1,290	1,061	1,093

Kaynak: Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism

Dünyanın en gelişmiş finans sektörüne sahip olan Japonya’da finansal varlıkların toplam değeri 2008 yılında GSYH’nin % 1.293’üne ulaşmış, bu değer ABD’de aynı yıl %900 olarak gerçekleşmiştir. Japonya’nın ticari bankacılık sistemi büyük işletmelere hizmet veren kent bankaları, kendi bölgelerindeki küçük ve orta ölçekli işletmelere hizmet veren bölgesel-yerel bankalar ile uzun vadeli kredi sağlayan daha büyük ölçekli bankalardan oluşmaktadır. İnternet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte, bankacılık sisteminden gelmeyen Ito-Yokado ve Sony gibi büyük şirketler de sektörde, İnternet bankacılığı sunmaya başlamışlardır. Perakendecilik işi yapan Ito-Yokado firmasına ait IY Bank geleneksel bankacılık hizmetleri vermekten çok, 9300 mağazasında ATM kullanımını destekleyen bir ödeme sistemi yaratmayı Sony Bank ise mevduat toplayabilen, kredi başvurularını değerlendirerek geri ödemelerin yapılabileceği bir elektronik ortam oluşturmayı amaçlamaktadır.

Japonya gibi kaynakları kısıtlı bir ülkenin ekonomide bu ölçüde bir “süper güç” haline gelmesinde uluslararası ticaret stratejik rol oynamıştır. Hammaddeyi ithal yolla karşılayan ve bunu katma değeri yüksek nihai ürüne dönüştürerek ihraç eden Japonya, dış dünyadan hammadde ve gıda temin eden bir ülke konumunda bulunmaktadır. Japonya; gıda maddeleri, kereste, tekstil malzemesi, metaller gibi ana hammaddeler ile ham petrol ve diğer yakıt kaynaklarını dünyanın en büyük ithalatçılarından birisi olarak temin etmekte, renkli televizyon setleri, diğer elektrikli aletler, otomobiller, gemiler, çelik kamera ve saatler gibi yüksek hassasiyetli optik ve elektronik ürünleri de dünya lideri olarak ihraç etmektedir. Bu durum ülkenin dış ticaret partnerleri arasında zaman zaman huzursuzluk yaratmakta, Japonya, diğer ülkelerin ürünlerini satın almamakla suçlanmaktadır. Örneğin Japonya-ABD ticareti

bunun en somut örneği olarak gösterilmektedir. Japonya, ABD'den gıda maddeleri alırken, karşılığında da tekstil, renkli televizyon ve otomobil satmaktadır. Japonya-ABD ticaretinde, Japonya sürekli olarak dış ticaret fazlası vermekte, iki ülke arasında bu durum zaman zaman sorun yaratmaktadır. Japonya'nın dış ticaretinde ilk sıraları Asya ülkeleri, Kuzey Amerika, Ortadoğu ve Avrupa Birliği ülkeleri almaktadır.

Ülke	İhracat	İthalat	Toplam Ticaret
 Çin	149,1	152,8	301,9
 Amerika Birleşik Devletleri	118,2	67,2	185,4
 Güney Kore	62,1	28,5	90,6
 Tayvan	52,2	23,0	75,2
 Avustralya	15,8	45,0	60,8
 Tayland	34,1	21,0	55,0
 Endonezya	15,9	28,1	44,0
 Hong Kong	42,1	1,5	43,7
 Suudi Arabistan	6,5	35,8	42,2
 Malezya	17,6	22,6	40,2
 Almanya	20,2	19,2	39,5
 Birleşik Arap Emirlikleri	7,3	29,2	36,5
 Singapur	25,1	8,1	33,3
 Rusya	8	16,1	24,1
 Katar	1,1	21,6	22,8

Kaynak: Vikipedi Özgür Ansiklopedi, 2011

Şekil 1.6 Japonya'nın En Büyük Ticari Ortakları (2010)

2009 küresel krizi öncesinde ülke toplam ihracatının yaklaşık %18'inin gerçekleştiği ABD'ye olan ihracat, önceki yıla göre %16, AB'ye ise %8 oranında düşüş kaydederken; Rusya Federasyonu ile Ortadoğu ülkelerine olan ihracat %14, Latin Amerika ülkelerine ise %3 oranında artış göstermiştir. Bu veriler ışığında, küresel kriz koşullarının Japonya'nın gelişmekte olan ülkelere ihracatını fazla etkilemediği, ancak AB ve ABD gibi stratejik dış ticaret partnerlerine olan ihracatının büyük zarar gördüğü söylenebilmektedir. Japonya'nın ihracatının yaklaşık yarısının gerçekleştiği Asya ülkelerine olan ihracatındaki düşüş %1 oranında kalırken, ülke ihracatının yaklaşık üçte birini karşılayan Çin Halk Cumhuriyeti'ne olan tutar, 2007 yılına oranla %1 artış göstermiştir. Otomotiv araçları 2007 yılına göre %17'lik bir azalma ile en çok gelir kaybına uğrayan sektör olurken, bunu makineler, -%4- ve elektrikli makineler (%9'luk bir düşüş ile) izlemiştir. Hemen hemen tüm ürün gruplarında genel bir düşüş yaşanırken, demir ve çelik ürünlerinde 2007'ye göre %13, gemilerde %14'lük bir artış gözlenmiştir.

Tablo1.13 Dış Ticarete Başlıca Ülkeler, 2009

İhracat	% Toplam İthalat	% Toplam
Çin H.C.	18,9 Çin	22,3
ABD	16,1 AB	10,7
AB	12,5 ABD	10,7
G.Kore	8,1 Avustralya	6,3
Tayvan	6,3 S. Arabistan	5,3

Kaynak: EIU Country Report Mayıs, 2010

Ülke ithalatının %41'ini Asya ülkeleri karşılarken, bu ülkelerden yapılan toplam ithalat tutarı 2007 yılına göre %3'lük bir artış göstermiştir. Çin halk Cumhuriyeti'nden gerçekleştirilen ithalatta %1'lik bir azalma yaşanırken, bu sonuçta gıda maddelerine yönelik talebin düşmesi etkili olmuştur. Japonya'nın Ortadoğu ülkelerinden gerçekleştirdiği petrol alımı aynı dönemde %30'luk bir artış gösterirken, ithalatın arttığı diğer ülkeler arasına Avustralya ve Brezilya da katılmıştır. AB ve ABD'den gerçekleştirilen ithalatta düşüş yaşanırken, ürün grupları bazında mineral yakıtlar %37 ile en çok ithalata konu olan kategori olmuş, gıda ürünleri alımı da artış gösteren sektörlerden birisi olmuştur.

Tablo1.14 Dış Ticarete Başlıca Ürünler, 2009

İhracat	%	İthalat	%
Taşıma Araçları	21,9	Mineral Yakıtlar	27,6
Elektrikli Makineler	19,9	Elektrikli Makineler	12,7
Elektrikli Olmayan Makineler	17,8	Gıda	9,7
Mamul Maddeler	13,0	Kimyasal Ürünler	8,9
Kimyasal Ürünler	10,7	Mamul Maddeler	8,4

Kaynak: İGEME, Japonya Ülke Raporu, 2011

Tablo1.15 İhracatta Başlıca Ürünler (milyon dolar)

GTİP No.	Ürün Adı	2006	2007	2008	2009
8703	OTOMOBİLİ, STEYSIN VAGONLAR, YARIS ARABALARI	94485	108147	115440	62499
9999	DİĞER ÜRÜNLER	30288	35597	36873	34238
8542	ELEKTRONİK ENTEGRE DEVRELER	30728	33386	32875	27409
8708	KARA TASITLARI İÇİN AKSAM, PARÇALARI	25867	28429	29431	24707
8901	YOLCU GEMİLERİ, GEZİNTİ GEMİLERİ, FERİBOTLAR, YÜK GEMİLERİ, MAVNALAR	13608	14893	19225	21449
8443	MATBAACILIĞA MAHSUS BASKI MAKİNELERİ, YARDIMCI MAKİNELER	1956	17129	17742	13152
2710	PETROL YAĞLARI VE BİTÜMENLİ MINERALLERDEN ELDE EDİLEN YAĞLAR	4630	7867	16971	9377
8486	YARI İLETKEN DİSK, ELEKTRONİK ENTEGRE DEVRESİ, DÜZ PANEL GÖSTERGESİNİN İMALATI İÇ	0	12952	13706	8299
8525	RADYO/TELEVİZYON YAYINI İÇİN VERİCİ CİHAZLAR; TELEVİZYON, DİJİTAL, GÖRÜNTÜ KAYDED	12858	11899	12488	8964
8429	DOZERLER, GREYDER, SKREYPER, EKSKAVATÖR, KÜREYİCİ, YÜKLEYİCİ	9005	10634	12179	4934
8704	ESYA TASIMAYA MAHSUS MOTORLU TASITLAR	8294	9985	12054	6590
8541	DIOTLAR, TRANSİSTÖRLER VB. YARI İLETKENLER, PIEZO ELEKTRİK KRİSTALLER	10201	10716	11263	8871
8529	RADYO, TELEVİZYON, RADAR CİHAZLARI VB CİHAZLARIN AKSAM VE PARÇALARI	12553	9116	9101	5249
7208	DEMİR/ÇELİK SICAK HADDE YASSI MAMULLERİ-GENİSLİK 600MM. FAZLA	5480	6149	9011	6938

8479	KENDİNE ÖZGÜ FONKSİYONLU MAKİNE VE CİHAZLAR	14352	8316	8668	5070
8517	TELLİ TELEFON-TELGRAF İÇİN ELEKTRİK CİHAZLAR	1480	6976	7128	5876
8409	İÇTEN YANMALI, PİSTONLU MOTORLARIN AKSAM-PARÇALARI	6137	6501	7046	5553
8536	GERİLİMİ 1000 VOLTU GEÇMEYEN ELEKTRİK DEVRESİ TEÇHİZATI	6317	6759	6988	5567
4011	KAUÇUKTAN YENİ DİS LASTİKLER	5315	5988	6715	5510
8407	ALTERNATİF-ROTATİF KIVILCIM ATEŞLEMELİ, İÇTEN YANMALI MOTORLAR	5262	5645	5939	4046
3920	PLASTİKTEN DİĞER LEVHA, YAPRAK, PELİKÜL VE LAMLAR	4387	4979	5796	6038
8711	MOTOSİKLET, MOPETLER, MOTORLU BİSİKLETLER, SEPETLER	6403	6289	5762	3170
9001	OPTİK MAMULLER (LİF, DEMET, KABLO, POLARİZAN EŞYA, LENS, GÖZLÜK)	5245	5454	5691	4704
2902	SIKLIK HIDROKARBONLAR	4954	6082	5581	4815
8414	HAVA-VAKUM POMPASI, HAVA/GAZ KOMPRESÖRÜ, VANTİLATÖR, ASPIRATÖR	4435	5137	5503	4154
7210	DEMİR/ÇELİK YASSI MAMUL, KAPLI, SIVANMIS (600MM. DEN GENİS)	3697	4137	5435	3374
7108	ALTIN (HAM, YARI İSLENMİS, PUDRA HALİNDE)	2967	3564	4987	4322
8483	TRANSMİSYON MILLERİ, KRANKLAR, YATAK KOVANLARI, DİSLİLER, ÇARKLAR	4037	4301	4917	3874
3818	ELEKTRONİKTE KULLANILMAK ÜZERE DEPO EDİLMİS KİMYASAL ELEMEN VE BİLESİKLER	4162	5289	4908	2647
7225	ALASIMLI ÇELİKLERDEN YASSI HADDE MAMULÜ (GENİSLİK 600MM.DEN ÇOK)	3289	3785	4868	3995
8523	SES VE DİĞER FENOMENLERİ KAYDETMEK İÇİN DİSK, BANT, KATI HAL KALICI DEPOLAMA AYGITLARI	4217	5266	4851	3395
8532	SABİT, DEĞİŞKEN AYARLANABİLİR ELEKTRİK KONDANSATÖRLERİ	4520	5184	4762	3754
8408	DİZEL, YARI DİZEL MOTORLAR (HAVA BASINCI İLE ATEŞLENEN, PİSTONLU)	3336	4118	4754	3226
7304	DEMİR/ÇELİKTEN (DÖKME HARİÇ)DİKİSSİZ TÜP, BORU, İÇİ BOS PROFİL	3834	4152	4504	3408
8413	SIVILAR İÇİN POMPALAR, SIVI ELEVATÖRLERİ	2874	3506	4205	3483
8507	ELEKTRİK AKÜMÜLATÖRLERİ, SEPARATÖRLERİ	2917	3258	4194	3247
9018	TİP, CERRAHI, DİŞÇİLİK, VETERİNERLİK ALET VE CİHAZLARI	3482	3845	4074	3695
8482	HER NEVİ RULMANLAR	3020	3239	3899	2882
9032	OTOMATİK KONTROL VE AYAR ALET VE CİHAZLARI	3221	3605	3834	3240
8481	MUSLUKÇU, BORUCU EŞYASI-BASINÇ DÜŞÜRÜCÜ, TERMOSTATİK VALF DAHİL	2995	3412	3782	2954

Kaynak: İGEME, Japonya Ülke Raporu, 2011

Tablo1.16 İthalatta Başlıca Ürünler (milyon dolar)

GTİP No.	Ürün Adı	2006	2007	2008	2009
2709	HAM PETROL	98972	103830	155474	80160
2711	PETROL GAZLARI VE DİĞER GAZLI HIDROKARBONLAR	30955	35156	56596	36691
2701	TASKÖMÜRÜ	13862	14811	29469	21925
8542	ELEKTRONİK ENTEGRE DEVRELER	21794	21370	20721	16269
2710	PETROL YAĞLARI	15736	16863	23350	12736
8471	OTOMATİK BİLGİ İŞLEM MAKİNELERİ, ÜNİTELERİ	18074	12840	14024	11313
9999	DİĞER ÜRÜNLER	8855	10218	11949	10366
8517	TELLİ TELEFON-TELGRAF İÇİN ELEKTRİK CİHAZLAR	2267	9103	103274	10256
3004	TEDAVİDE/KORUNMADA KULLANILMAK ÜZERE HAZIRLANAN İLAÇLAR	5673	6237	7253	9476
2601	DEMİR CEVHERLERİ VE KONSANTRELERİ	7170	8827	13215	8892
2603	BAKIR CEVHERLERİ	9172	10861	10037	7193
8703	OTOMOBİLİ, STEYSIN VAGONLAR, YARIS ARABALARI	7654	7693	6796	4599
2933	SADECE AZOTLU HETEROSİKLİK BİLESİKLER	3247	3566	3839	4471
8411	TURBOJETLER, TURBO-PROPELLER VB.	4184	4511	4829	4437
9018	TİP, CERRAHI, DİŞÇİLİK, VETERİNERLİK ALET VE CİHAZLARI	3970	3812	4465	4302
4202	DERİ VE KÖŞE VB. DEN SEYAHAT EŞYASI	4072	4334	4643	4296
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	4033	4086	4350	4233
8443	MATBAACILIĞA MAHSUS BASKI MAKİNELERİ	4376	4457	4639	3979
8708	KARA TAŞITLARI İÇİN AKSAM, PARÇALARI	4495	5334	6418	3943
0203	DOMUZ ETİ	3299	3435	4164	3937
8544	İZOLE EDİLMİS TEL, KABLO; DİĞER İZOLE EDİLMİS ELEKTRİK İLETKENLERİ; FİBER OPTİK	4449	5139	5573	3905
8473	YAZI, HESAP, MUHASEBE, BİLGİ İŞLEM, BÜRO İÇİN DİĞER MAKİNE VE CİHAZLARIN AKSAMI	7721	5278	4659	3769
1005	MISIR	2586	3843	5578	3761
8529	RADYO, TELEVİZYON, RADAR CİHAZLARI VB CİHAZLARIN AKSAM VE PARÇALARI	5660	4550	4833	3650
7110	PLATIN, PALADYUM, RODYUM, IRİDYUM, OSMİYUM, RUTENYUM	4599	5634	7198	3539
2402	TÜTÜN/TÜTÜN YERİNE GEÇEN MADDELERDEN PUROLAR, SİGARİLLÖLER VE SİGARALAR	3190	2989	3169	3498
0303	BALIK, TUM, DONDURULMUŞ	3323	3128	3689	3420
7601	İSLENMEMİS ALUMİNYUM	7533	8027	8419	3382
6204	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	3504	3300	3388	3348
8802	DİĞER HAVA TAŞITLARI, UZAY ARAÇLARI	3385	4210	3853	3318
9504	TOPLUCA OYNANAN OYUNLAR İÇİN EŞYA; BİLARDO, BOVLING TERTİBATI	2628	3740	3092	2935
8504	ELEKTRİK TRANSFORMATÖRLERİ, STATİK KONVERTİSÖRLER, ENDÜKTÖRLER	2674	2853	3047	2337
7202	FERRO ALYAJLAR	2213	3076	5410	1891
1001	BUĞDAY VE MÜSLİN	1280	1635	3277	1447

Kaynak: İGEME, Japonya Ülke Raporu, 2011

DTÖ'ye üye olan Japonya'da ithal edilecek ürünlerin güvenlik standartlarına uygunluğu en önemli husus olup, ithalat rejimi de bu yönde geliştirilmiştir. İthal edilecek olan ürünün Gümrük Genel Müdürlüğü'ne bildirilmesi gerekmekte ve mevzuata uygun kontroller gerçekleştirildikten ve ilgili ürüne ait gümrük vergileri ödendikten sonra ithalat izni verilmektedir.

Japonya'da ürün ihracatı yapacak olan firma ya da kişi, ürünün niteliği, miktar, değer, fiyat ve diğer önemli özellikleri ile ilgili olarak Gümrük Genel Müdürlüğü'ne bilgi vermekte; söz konusu prosedür tamamlandıktan sonra ihracat izni alınabilmektedir.

ABD ile AB ülkeleri işletmeleri tarafından gerçekleştirilen yatırımlar, ülkedeki yabancı yatırımların yarısından fazlasını oluşturmaktadır. Söz konusu yatırımlar, imalata dayalı olmayan işkollarında gerçekleşmiş ve özellikle finansal hizmetler ile perakendecilik bu yatırımlarda öne çıkan sektörler olmuşlardır. Sanayi sektöründeki doğrudan yabancı yatırımlarda ise otomotiv sanayi en yüksek yatırımın gerçekleştiği alan olarak dikkat çekmektedir.

Tablo1.17 Yıllara Göre Doğrudan Yabancı Yatırımlar

	2006	2007	2008	2009*	2010*
Ülkeye yapılan doğrudan yabancı yatırımlar (milyar \$)	-6.8	22.2	18.9	11.4	14.4
% GSYİH İtibariyle Ülkeye yapılan doğrudan yabancı yatırımlar	-0.2	0.5	0.4	0.2	0.3
Japonya'nın diğer ülkelerde gerçekleştirdiği doğrudan yabancı yatırımlar (milyar \$)	57.0	51.3	106.6	24.0	29.3
Kişi başı Doğrudan Yabancı Yatırım Stoku (\$)	748.0	695.0	869.4	1019.0	1110.4

*: Tahmin, Kaynak: EIU

Japonya'nın yurt dışı yatırımlarının sektörel dağılımı incelendiğinde, imalat sanayiindeki yatırımların %46, finans ve hizmet sektörlerinin yer aldığı imalat dışı yatırımların payının ise % 54 düzeyinde olduğu görülmektedir.

İhracata yönelik üretimini Japonya dışına ve potansiyel pazarlara yakın bölgelere kaydıran Japon şirketleri, Doğu Asya başta olmak üzere, Avrupa ve Kuzey Amerika'daki yatırımlarını artırmışlardır. Elektronik sektöründe ise, Japon firmalar hem Japonya içindeki yatırımlarını, hem de yurt dışı yatırımlarını güçlendirme stratejisi izlemektedir. Firmaların yatırım stratejileri arasında ilk sırayı, arge faaliyetleri almakta, diğer Asya ülkeleri ile maliyet rekabeti yapma olanağı bulunmayan Japon şirketleri, bu ülkelerin sahip olmadığı yüksek teknoloji ürün ve prosesler sayesinde rekabet gücünü koruyabileceklerini bilmektedirler. Yatırım stratejileri arasında ikinci sırayı ise,

yurt içi üretimin güçlendirilmesi almaktadır. Bu yaklaşımın temelinde ise, küresel krizlerden etkilenmemek amacıyla yurt dışı ve yurt içi üretimin optimum bir dengesini yakalama hedefi bulunmaktadır.

Japonya'nın halen toplam üretiminin % 30'u yurt dışından karşılanmaktadır. Özellikle elektronik sektöründeki konvansiyonel ürünlerde, Japon firmaları tarafından Çin ve ASEAN ülkelerinde gerçekleştirilen üretim miktarı, Japonya içindekini aşmış durumdadır. Ancak, katma değeri yüksek ve yeni teknoloji içeren ürünlerin çok büyük bölümü halen Japonya'da üretilmekte, yüksek teknolojiye sahip dijital kamera, LCD televizyon, mobil telefon gibi ürünlerdeki iç talep artışı, son iki yıldır Japon ekonomisinin büyümesindeki lokomotif olma konumu korumaktadır. Orta vadede yüksek teknoloji içeren bu ürünlerin ASEAN ülkelerinde imal edilmeye başlanmasına kesin gözüyle bakılmaktadır. Yine de bazı Japon firmalar, en büyük rekabet avantajları olan teknolojik üstünlüklerinin bu ülkeler tarafından taklit edilebileceği endişesiyle yurt dışına yatırımlarını geciktirmektedirler.

1.3 Türkiye, TR83 ve Japonya

1890 yılında Ertuğrul firkateyninin Wakayama, Japonya sahili açıklarında batması ve hayatta kalan denizcilerin İstanbul'a gönderilmesi ile iki ülke arasındaki ilişkilerin başladığı kabul edilmektedir. Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunun ardından, diplomatik ilişkiler 1924 yılında kurulmuş ve 1925 yılında ilk elçilikler açılmıştır.

1985 yılında, İran-Irak Savaşı sırasında 215 Japon Vatandaşı'nı Tahran'dan kurtaran Türkiye ile Japonya arasındaki dostane ilişkiler daha da güçlenmiştir. 2010 yılında Türk-Japon ilişkilerinin 120. yıldönümünü kutlanmıştır. Aynı yıl içinde, Türkiye'de Japonya Yılı kutlanmış, 10.Temmuz.2010 tarihi'nde, İmparatorun kuzeni Prens Tomohito Mikasa , Japon fonları kullanılarak inşa edilen Kaman Kalehöyük Arkeoloji Müzesi'nin açılış törenine katılmıştır. Prens, halen Japon-Türk ilişkilerinin gelişmesinde aktif olarak görev almaktadır.

19. Yüzyıldan itibaren dostluk ilişkilerini pekiştiren Türkiye ve Japonya, günümüzde aynı demokratik ideal ve çağdaş değerleri paylaşan ve uluslararası platformlarda benzer yaklaşımlara sahip bulunan iki dost ülke olarak dikkat çekmektedir. Japonya'da yaşayan yaklaşık on bin Türk'ün varlığı ile temel sorunlarda aynı görüşlere

sahip iki ülke arasındaki karşılıklı güven ve işbirliğine dayanan bu ilişki; başta siyasi, ekonomik ve kültürel olmak üzere her alanda geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi için uygun bir zemin yaratmaktadır.

Türkiye ile Japonya arasındaki ekonomik ve ticari ilişkiler ağırlıklı olarak Japon firmalarının girişimleriyle yürütülmekte, bu ilişkiler ticaretin yanı sıra, finans ve yatırım alanlarında da işbirliğini içermektedir. Önde gelen Japon uluslararası ticaret firmalarının Türkiye’de temsilcilikleri bulunmakta ise de, uluslararası pazarlarda iş yapan bir çok Türk firmasının ya da finans kuruluşumuzun Japonya’da temsilciliği bulunmamaktadır. Bu husus, Japonya’ya yönelik ihracatımız ile ekonomik ve ticari ilişkilerimizin arzu edilen düzeye yükseltilememesinin önemli nedenlerinden biri olarak gösterilmektedir. Japonya’ya ihracatımızın artırılmasında karşılaşılan en önemli sorunlardan birisinin de, Japonların Türk ürünleri hakkında yeterli bilgisinin bulunmaması olarak kabul edilmektedir. Japon tüketicilere ürünlerimizin sergileneceği bir Türk Ticaret Merkezi kurulması ile Tokyo’da Türk Markalarının mağaza açmalarının özendirilmesinin Japonya’ya yapılan ihracatın artırılmasına önemli katkıda bulunacağı değerlendirilmektedir.

Japonya'ya ihracatımız başta gıda maddeleri (ton balığı, domates salçası), mineraller, tütün, dokuma halı ağırlıklı olmak üzere ev tekstili ve kimyasal ürünlerde yoğunlaşırken; ithalatımızın önemli bölümünü, makineler, ulaşım araçları, kimyasallar, eczacılık ürünleri, ölçüm ve kontrol cihazları, kauçuk mamulleri, demir çelik ve plastikler oluşturmaktadır. Türkiye’nin Japonya’daki tanıtımına olumlu katkı yapan “2003 Japonya’da Türk Yılı” etkinliklerinden sonra ihracat tatrlarında görece bir iyileşme gerçekleştiği görülmektedir. Japonya’nın toplam ithalatındaki payımızın % 0,06 (onbinde altı) düzeyinde olduğu dikkate alınacak olursa, bu tutarın ihracatımızın gerçek potansiyelinin çok altında kaldığı görülecektir.

Tablo1.18 Yıllara Türkiye-Japonya Dış Ticareti

Yıllar	Ihracat	İthalat	Hacim	Denge
2000	149,5	1.620,6	1.770,0	-1.471

Japonya, Uzakdoğu'da bilim ve teknoloji yanında moda ve yaşam kültürüne ilişkin tüketim eğilimlerinin örnek alındığı ana merkezlerden birisi olarak kabul edilmektedir. Bir başka deyişle, Japon toplumunda popüler olan ithal eşya ya da moda trendleri, diğer Uzakdoğu ülkelerinin de büyük ölçüde dikkatini çekmektedir. Uzakdoğu kökenli büyük firmaların tamamı ofis ya da temsilcilikleri vasıtasıyla Japonya'da ticari faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu bağlamda, Japonya'ya yapılan ihracat artışının Japonya'ya komşu ülkelere de ihracatın yükseltilmesi anlamına geleceği unutulmamalıdır.

Yıllar	Ihracat	Genel İhracatımız İçindeki Pay (%)	Japonya'nın İthalatı İçindeki Pay (%)	İthalat	Genel İthalatımız İçindeki Pay (%)	Japonya'nın İhracatı İçindeki Pay (%)	Hacim	Denge
2002	129.980	0,36	0,042	1.465.507	2,84	0,37	1.595.487	-
2003	156.288	0,33	0,046	1.927.096	2,78	0,43	2.083.384	1.335.527
2004	190.117	0,30	0,047	2.684.287	2,75	0,51	2.874.404	-
2005	234.227	0,32	0,051	3.109.218	2,67	0,56	3.343.445	2.494.170
2006	263.084	0,31	0,051	3.216.725	2,33	0,53	3.479.809	-
2007	246.910	0,23	0,043					

Tablo1.19 Japonya'ya İhracatı Gerçekleştirilen Ürün Grupları

GTİP ÜRÜN ADI	2007	2008	2009
0302 BALIK (TAZE/SOGUTULMUS)	35.357	107.133	64.794
8409 İÇTEN YANMALI, PISTONLU MOTORLARIN AKSAM-PARÇALARI	2.314	21.896	18.579
2002 DOMATES (SIRKE/ASETİK ASITTEN BASKA USULLERLE HAZIRLANMIS)	18.279	24.768	16.975
5701 DÜĞÜMLÜ, SARMALI HALILAR, YER KAPLAMALARI	12.098	11.189	11.523
1902 MAKARNALAR	1.506	11.643	9.494
1207 DİĞER YAĞLI TOHUMLAR VE MEYVELER	8.029	3.843	7.695
1509 ZEYTİNYAĞI VE FRAKSİYONLARI (KİMYASAL OLARAK DEĞİSTİRİLMEMİS)	6.839	9.626	7.646
9403 DİĞER MOBİLYALAR VB. AKSAM, PARÇALARI	1.285	4.559	4.365
8408 DİZEL, YARI DİZEL MOTORLAR (HAVA BASINCI İLE ATEŞLENEN, PISTONLU)	28	56	4.005
2528 TABİİ BORATLAR VB. KONSANTRELERİ	7.782	11.635	3.902
8412 DİĞER MOTORLAR VE KUVVET ÜRETMEN MAKİNELER	21	14	3.106
6109 TİSÖRT, FANİLA, DİĞER İ			

Tablo1.20 Japonya'dan İthalatı Gerçekleştirilen Ürün Grupları

GTİP ÜRÜN ADI	2007	2008	2009
8703 OTOMOBİL, STEYSIN VAGONLAR	376.416	291.474	241.730
8708 KARA TASITLARI İÇİN AKSAM, PARÇALARI	334.951	409.802	182.853
8429 DOZERLER, GREYDER, SKREYPER, EKSKAVATÖR, KÜREYICI, YÜKLEYICI VB.	376.049	193.074	163.506
8901 YOLCU GEMİLERİ, GEZİNTİ GEMİLERİ, FERİBOTLAR, YÜK GEMİLERİ, MAVNALAR	33.580	142.838	129.064
8411 TURBOJETLER, TURBO-PROPELLER, DİGER GAZ TÜRBİNLERİ	1.775	19.468	102.949
8443 MATBAACILIGA MAHSUS BASKI MAKİNELERİ, YARDIMCI MAKİNELER	133.653	134.809	88.138
8525 RADYO/TELEVİZYON YAYINI İÇİN VERİCİ CİHAZLAR; TELEVİZYON, DİJİTAL, GÖRÜNTÜ KAYDED	117.382	100.944	68.152
3906 AKRİLİK POLİMERLERİ (İLK SEKİLDE)	34.843	72.005	63.018
4011 KAUÇUKTAN YENİ DİS LASTİKLER	51.430	57.523	57.804
8406 BUHAR TÜRBİNLERİ	175	755	56.374
8408 DİZEL, YARI DİZEL MOTORLAR (HAVA BASINCI İLE ATEŞLEN			

TR83 Bölgesi'nden Japonya'ya yalnızca Samsun ve Tokat illerimizden ihracat yapılabilirken, dört ilimizden de ithalat gerçekleştirilmektedir. Bölgenin gıda, tekstil ürünleri ve boyutlandırılmış blok taş sektörleri başta olmak üzere sahip olduğu kaynaklar göz önüne alındığında dış ticaret hacminin sahip olunan potansiyeli yansıtmaktan çok uzak kaldığı görülmektedir.

İTHALAT	AMASYA	JAPONYA	Muhtelif kimyasal maddeler	6.889
İTHALAT	AMASYA	JAPONYA	Plastik ve plastikten mamul eşya	122
İTHALAT	AMASYA	JAPONYA	Basılı kitap, gazete, resim vb baskı sanayi mamulu, el yazmaları	102
İTHALAT	ÇORUM	JAPONYA	Kazan: makina ve cihazlar, aletler, parçaları	786.507
İTHALAT	ÇORUM	JAPONYA	Seramik mamulleri	13.462
İHRACAT	SAMSUN	JAPONYA	Balıklar, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar, diğer omurgasızlar	87.044
İHRACAT	SAMSUN	JAPONYA	Alüminyum ve alüminyum eşya	20.020
İHRACAT	SAMSUN	JAPONYA	Demir veya çelikten eşya	3.333
İHRACAT	SAMSUN	JAPONYA	Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış mensucat, bunlardan teknik eşya	1.289
İHRACAT	SAMSUN	JAPONYA	Kağıt ve karton: kağıt hamurundan kağıt ve kartondan eşya	295
İHRACAT	SAMSUN	JAPONYA	Kazan: makina ve cihazlar, aletler, parçaları	267
İTHALAT	SAMSUN	JAPONYA	Organik kimyasal müstahsallar	1.999.804
İTHALAT	SAMSUN	JAPONYA	Kazan: makina ve cihazlar, aletler, parçaları	605.125
İTHALAT	SAMSUN	JAPONYA	Optik, fotoğraf, sinema, ölçü, kontrol, ayar cihazları, tıbbi alet.	435.613
İTHALAT	SAMSUN	JAPONYA	Sabunlar, yüzey aktif organik maddeler, yıkama-yağlama madde.	13.068
İTHALAT	SAMSUN	JAPONYA	Elektrikli makina ve cihazlar, aksam ve parçaları	3.912
İTHALAT	SAMSUN	JAPONYA	Motorlu kara taşıtları, traktör, bisiklet, motosiklet ve diğer	353
İHRACAT	TOKAT	JAPONYA	Sebze, meyve, bitki parçaları, sert kabuklu yemiş konserveleri	77.001
İHRACAT	TOKAT	JAPONYA	Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke	1.501

Şekil 1.8 TR83 ve Japonya Dış Ticareti

Sebze, meyve ve gıda ürünlerinden oluşan ihracat toplamı 165.546 dolara, alüminyum, demir ve çelikten eşya ile mensucattan oluşan diğer ürün gruplarının oluşturduğu ihracat tutarı ise 25.204 dolara ulaşmıştır. Bölgeden çeşitli ürün gruplarında yapılan toplam ithalat tutarı ise 3.864.687 dolar olup, ihracatın ithalatı karşılama oranı %4,9'dur.

Tablo 1.21 TR83-Japonya Dış Ticareti

TR83 İLLERİ	İHRACAT (ABD doları)	İTHALAT (ABD doları)
Amasya	-	7.113
Çorum	-	799.699
Samsun	112.248	3.057.875
Tokat	78.502	-
TOPLAM	190.750	3.864.687

Kaynak: OKA, Japonya Ülke Raporu, 2011

2. JAPONYA ÇALIŞMA ZİYARETİ

2.1 Yatırım, Tanıtım, İnceleme ve Diğer Temaslar

JATA Seyahat Fuarı'nda TR83 Bölgesini tanıtmak ve temsil etmek ile yatırım, tanıtım ve turizm konularında bir dizi temasta bulunmak amacıyla Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı Yönetim Kurulu üyeleri ile çeşitli kurumlardan görevlendirilen konularında uzman diğer katılımcılardan oluşturulan delegasyon 27 Eylül-03.Ekim.2011 tarihleri arasında Japonya'ya bir çalışma ziyareti gerçekleştirmiştir. Delegasyon, OKA Yönetim Kurulu Başkanı ve Amasya Valisi Sayın A. Celil ÖZ, Tokat Valisi Sayın Şerif YILMAZ, Tokat Belediye Başkanı Sayın Adnan ÇİÇEK, Çorum İl Genel Meclisi Başkanı Sayın Mustafa EKER, Samsun İl Genel Meclisi Başkanı Sayın Mustafa KARAKURT, Tokat İl Genel Meclisi Başkanı Sayın Mehmet ELİBOL, Amasya Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Sayın Muammer GEDİK, Tokat Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Ahmet ARAT, Amasya Yatırım Destek Ofisi Uzmanı Murat ŞİMŞEK, Amasya İl Özel İdaresi Genel Sekreteri Sayın Mustafa BOLAT ve Su Ürünleri Mühendisi Sayın Akın YAZ'ın katılımları ile kurulmuştur. Delegasyon Tokyo ve Niigata şehirlerindeki bir dizi temasın ardından 29-02.Ekim.2011 tarihleri arasında Tokyo'da düzenlenen ve Asya-Pasifik Bölgesi'nin en önemli turizm organizasyonu olan JATA Seyahat Fuarı'nda TR83 Bölgesini temsil etmiştir.

Delegasyonun Japonya'daki temaslarının ilk ayağını Niigata şehrinde, her yıl büyük miktardaki ihracat değerleriyle öne çıkan ve bölgenin kalkınmasında önemli rol oynadığı bilinen dünyaca ünlü Koi Süs Balıkları'nın üretimini yerinde incelenmesi oluşturmuştur. OKA Yönetim Kurulu Başkanı ve Amasya Valisi Sayın A. Celil ÖZ, Amasya İl Özel İdaresi Genel Sekreteri Sayın Mustafa BOLAT ve Su Ürünleri Mühendisi Sayın Akın YAZ'ın oluşturduğu heyet KOİ Süs Balığı balık üreticileri ile bir araya gelerek, Bölgemizde süs balığı üretimi ve rekreasyon alanlarının oluşturulmasına yönelik değerlendirmelerde bulunmuştur. ÖZ, incelemeleri sırasında Niigata'ya bağlı Ochiya Belediyesi Belediye Başkanı ile Koi Balığı çeşitleri ve dünyadaki Koi Balığı pazarı üzerine de bir görüşme yapmıştır.



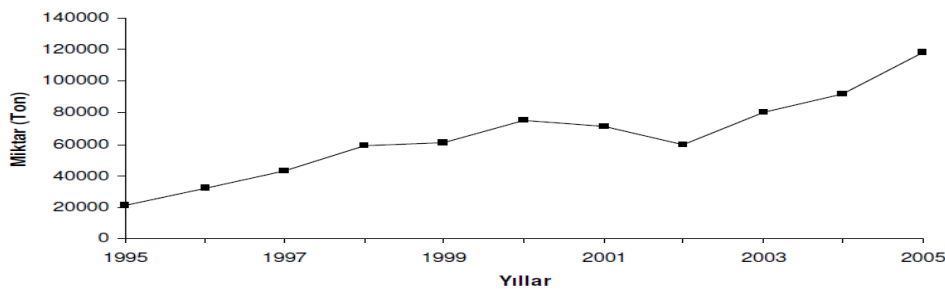
Şekil 2.1. Ochiya Belediyesi Koi Balıkları İncelemesi I

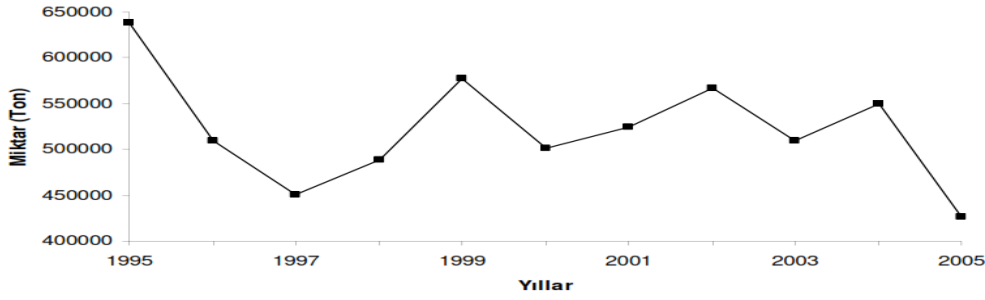
2.1.1 Koi Süs Balıkları İncelemesi ve Sonuçlar

2.1.1.1 Genel Bilgiler

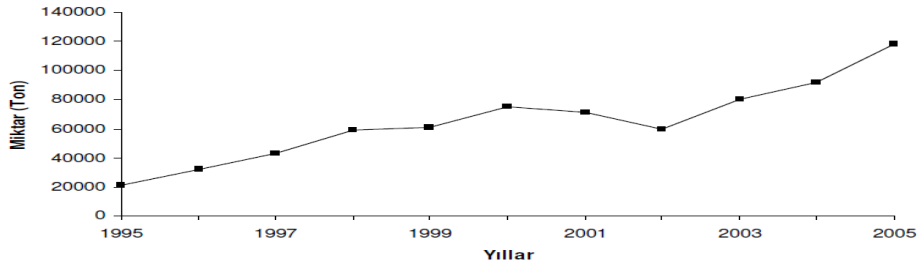
Nüfus artışı, sanayileşme ve düzensiz kentleşme ile birlikte tüm dünyada ortaya çıkan su kirliliği, avlanabilir balık stoklarında azalmalara neden olmakta, protein açığını hızla yükseltmektedir. Bu olgu, düzenli ve planlı su ürünleri üretimi olanaklarını her geçen gün daha da azaltmakta "su ürünleri yetiştiriciliğini" ise ön plana çıkarmaktadır.

Milattan önce 3. binde başladığı sanılan su ürünleri yetiştiriciliği, yeni teknoloji ve ekonomik gelişmeler ile birlikte günümüzün en hızlı büyüyen sektörlerinden birisi konumuna yükselmiştir. 2007 yılında dünya balıkçılık üretiminin %30'unu karşılayan su ürünleri yetiştiriciliği, her yıl % 10'dan fazla büyümekte; FAO, dünyada en hızlı büyüyen gıda sektörü kolunun su ürünleri yetiştiriciliği olduğuna dikkat çekmektedir.





Şekil 2.2. Türkiye Su Ürünleri Avcılığı (1995-2005)



Şekil 2.3 Türkiye Su Ürünleri Yetiştiriciliği (1995-2005)

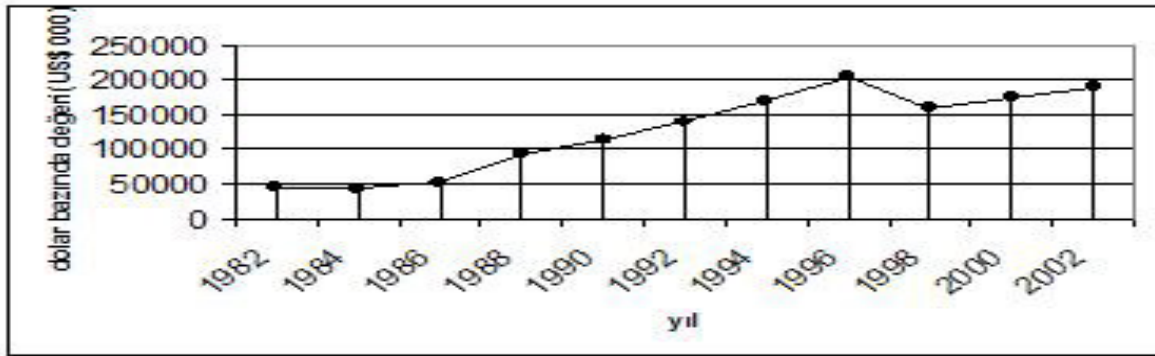
Ülkemizde su ürünleri avcılığı yıllara göre düzensiz bir değişim göstermekte iken (Şekil 1), su ürünleri yetiştiriciliği, ağır kriz koşullarının hakim olduğu 2000-2002 yılları dışında, dünyadaki eğilime paralel olarak sürekli artış göstermiştir. Önümüzdeki 10 yıl içerisinde Türkiye üretiminin 500 bin ton /yıla ulaşacağı tahmin edilmektedir.

Dünya su ürünleri yetiştiriciliğinde ilk sırada yer alan Çin Halk Cumhuriyeti'ni; Hindistan, Vietnam, Tayland, Endonezya, Bangladeş ve Japonya izlemektedir. Bu ligde 26. durumda bulunan Türkiye, AB ülkeleri içerisinde de İspanya, Fransa, İngiltere, İtalya ve Yunanistan'ın ardından 6. sırada yer almaktadır. Yine, "kişi başına balık tüketimi" dünya ortalaması 15 kg olup, bu değer AB ülkelerinde 22 kilografa yükselmekte, Ülkemizde ise 10 kilografa düşmektedir. Bu veri seti Ülkemizin; su ürünleri üretiminin henüz istenilen düzeylere ulaşmadığını gösteren kanıtlar olarak dikkat çekmektedir.

İlk olarak Japon balıklarının yetiştiriciliği ile Çin'de başladığı kabul edilen akvaryum (süs) balıkçılığı, günümüzde fotoğrafçılıktan sonra, en çok uğraşılan 2. hobi olarak, su ürünleri yetiştiriciliği içerisindeki ağırlığını artırmaktadır. Dünyadaki akvaryum balıkçılığı endüstrisi 2007 yılında yıllık 7 milyar dolarlık bir büyüklüğe erişmiş, gelişmekte olan ülkelerde bu sektörde istihdam edilenlerin sayısı 1 milyonu aşmıştır.

Amerika, Avrupa ve Japonya; su ürünleri yetiştiriciliği akvaryum balıkçılığı sektöründeki en büyük pazarlar olup, süs balıklarının %65'i Asya'dan tüm dünyaya ihraç edilmektedir. Ülkemizin büyük bölümünün benzer iklim özellikler gösterdiği Florida'nın akvaryum balıkçılığı dış ticaretinden elde ettiği gelir 175 milyon doları aşmış ve ABD akvaryum balıkçılığı % 60'ını karşılar duruma gelmiştir.

Uluslararası pazarlarda en fazla rağbet gören 35 balık türünün en önemlileri; tatlı su balıklarından lepistes, neon tetra, plati, kılışkuyruk, moli, melek balığı, Japon, zebra danio ve diskus; deniz balıklarından ise clown, chromis, damsel, sail, blenny, wrasse, deniz meleği, butterfly, scorpion, goby, trigeer ve deniz atıdır. Son yıllarda akvaryum balıkçılığı piyasasına paralel olarak akvaryum bitkileri pazarı da hızla büyümektedir. Almanya, Hollanda ve Danimarka'da su kaynaklarında kurulan seralarda akvaryum bitkileri üretilmekte, Hollanda'daki üretim tesislerinde 240 çeşit bitki türü yetiştirilerek piyasaya sunulmaktadır.



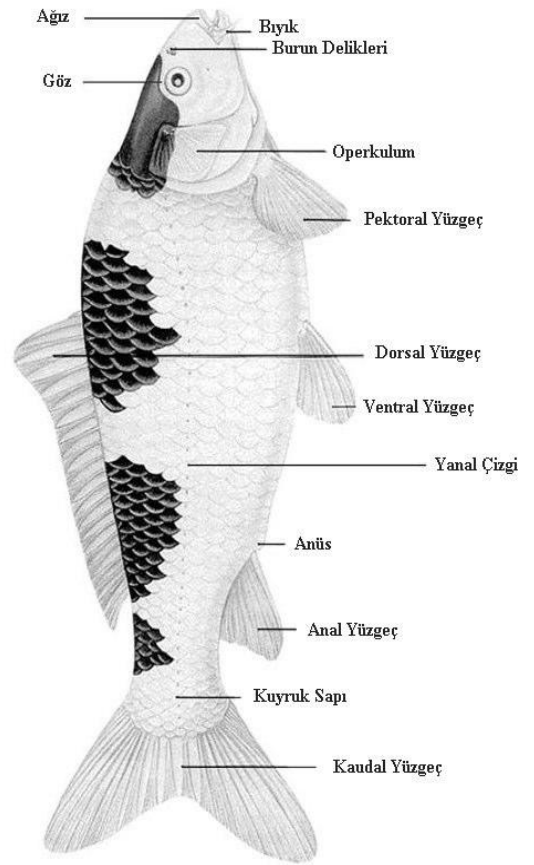
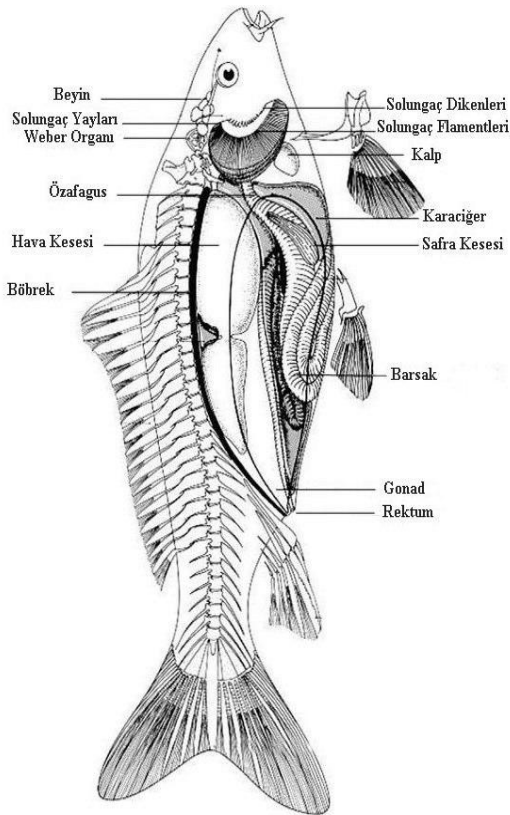
Şekil2.4 Dünya Akvaryum Balığı ithalatı (1982-2002)

Türkiye'nin 2003 yılı toplam su ürünleri ithalatı 32 milyon dolardır. Bu değer %1,5'ine karşı gelen 457 bin dolarını süs balıkları oluşturmaktadır. Akvaryum balıkları ihracatımız ise 24 bin dolar düzeyinde olup, bu değer 124 milyon dolarlık su ürünleri ihracat değerimizin yalnızca yüzbinde ikisini karşılamaktadır.

İthalatı yapılan süs balıklarının bir çok türü bugün ülkemizde başarıyla yetiştirilebilmekte ise de, yurt dışından düşük maliyetle çok miktarda akvaryum balığı alımı, sektörün gelişmesinin en büyük engeli durumundadır. Yerli üreticinin desteklemesi sektörün büyümesi, kırsalda istihdamın ve Avrupa gibi en büyük pazarın yanı başında bir üretim merkezi olarak ihracat olanaklarının artırılması açısından stratejik önem taşımaktadır.

2.1.1.2 KOİ Balıkları

Cyprinidae familyasına ait bir tür olan Koi Balığı, büyük bir akvaryum balığıdır. İlk olarak Japonya'da evcilleştirilen koinin anavatanı, Asya, özellikle de Japonya ve Çin'dir. Japonların "Nishikigoi", olarak adlandırdığı, Japonca'da da "donuk gri balık" olarak nitelendirilen sazan" anlamına gelen koinin, yabani atası da sazan balığıdır. Sazan, doğal olarak Avrasya bölgesinde, Aral, Karadeniz ve Hazar Denizi'ne dökülen nehirlerde bulunmaktadır. Türkiye'de tüm Ege, Marmara, Karadeniz, İç Anadolu Bölgesi ile Doğu Anadolu'nun büyük bir kısmına yayılan sazan, yeşil renkli olsa da, koiler kırmızı, beyaz, siyah ya da gümüş beyazı renginde olabilmektedir.



Şekil2.5 Koi Balığı



Şekil 2.6 Çeşitli Renklerdeki Koi Balıkları

Koi balıklarında ağız öne bakışlı ve geniştir. Dişi bulunmayan koinin dudakları kalın ve etli, olup, üst dudağında 1 çift uzun ve 1 çift kısa bıyığı bulunmaktadır. Sırt yüzgeci uzun, vücudu iri pullarla kaplıdır. Su sıcaklığının 18-20°C'yi bulmasıyla yumurtlayan koinin dişisi bir kg ağırlığa 300-400 bin yumurta vermektedir. Hem hayvansal hem de bitkisel gıdalarla beslenen koi balıkları, 1 yaşında cinsi olgunluğa ulaşır. Büyük dişilerin yumurta veriminin fazla olması nedeniyle ticari olarak kullanılacak anaçların 2 yaşında olmaları tercih edilmektedir.



Şekil 2.7. Ochiya, Niigata Koi Balıkları İncelemesi II

Koi çok dayanıklı bir balık türü olmasına karşın; güzel görünüş, sağlıklı ve optimum büyüme için kaliteli su koşullarında yetiştirmeleri gerekmektedir. Ilıman sularda yaşayan koi balıkları için optimum su sıcaklığı 18-24°C olsa da, 0°-35°C arasında yaşamlarını sürdürebilirler. Kısa süre için çok düşük oksijen seviyelerine karşı dayanıklı olsalar da, optimum çözülmüş oksijen değerinin en az 5 mg/lit, amonyak ve nitrat seviyelerinin ise 0,05 mg/lit'nin altında olması büyük önem taşımaktadır. 5-9 arasındaki pH seviyelerine tolerans gösterebilirlerse de, pH seviyesinin 7 civarında tutulması gerekmektedir.

Pahalı bir balık olan koiyi balıkçıl, yalıçapkını, kedi, tilki gibi hayvanlardan korumak için özel havuzlar inşa edilmektedir. Bu balıkların üretiminin ekonomik, kaliteli ve yeterli miktarda yapılması halinde pazarda kendimize yer bulabileceğimiz konunun uzmanlarınca ifade edilmekte, Koi balıkları ülkemizde bazı üniversitelerin Su Ürünleri Fakültelerinde ve Tarım ve Köyşleri Bakanlığı'nın Akdeniz Su Ürünleri Arastırma Enstitüsü Kepez Birimi'nde üretilmektedir.

Amerika ⁽¹⁾		Türkiye ⁽²⁾	
Boyut (cm)	Fiyat (YTL) ⁽³⁾	Boyut (cm)	Fiyat (YTL)
7 – 10	4.69	S	0.25
10 – 13	8.50	M	0.40
13 – 15	15.25	ML	0.60
15 – 20	29.32	9	1.50
20 – 25	56.30	12	3.00
25 – 30	93.83	15	6.00
30 – 35	152.48	21 – 25	15.00
35 – 40	205.26	25 üzeri	20.00

(1) Amerika fiyatları Colorado'da bulunan bir şirketten alınan standart koi fiyatlarıdır.

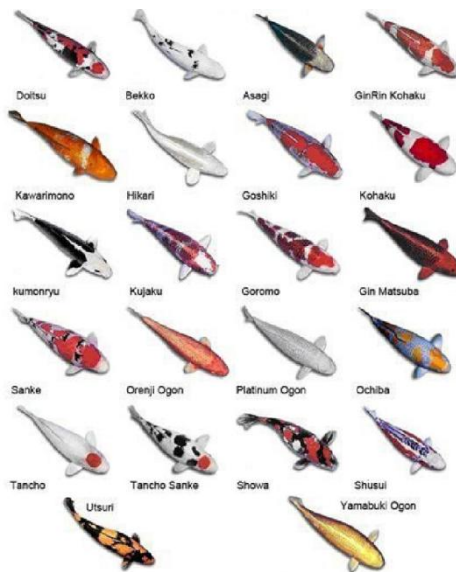
(2) Türkiye fiyatları Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Akdeniz Su Ürünleri Araştırma Üretim ve Eğitim Enstitüsü Müdürlüğü'nden alınmıştır.

(3) Dolar fiyatları T.C. Merkez Bankası 13.12.2007 tarihli kuru baz alınarak (1.1729 YTL) YTL'ne dönüştürülmüştür.

Şekil 2.8 Türkiye ve Amerika Koi Balığı Fiyatları

Koi, akıntının tersine doğru yüzmesiyle bilinen tatlı su balığıdır. Akıntıya karşı yüzdüğü halde son derece zarif olan koi, Uzak Doğulular için yaşamda başarı ve azmin simgesidir. Çin mitolojisine göre; akıntısı en güçlü nehir olan Yangtze Nehri'nde bu akıntıya karşı yüzerek nehrin kaynağına kadar ulaşabilen koiler, ejderhaya dönüşmektedirler.

Süs balıkçılığının dünyadaki en büyük 2. pazarı olan Japonya'da küçük bahçelerdeki özel havuzlarda yetiştirilen koi balıklarının bazı türleri 50 bin dolardan alıcı bulabilmekte, Amerika ve Japonya'da yarışmaları yapılmakta, meraklıları bir çok dernek kurmaktadır. Kobe depreminden sonra bölgenin kalkınması ile kırsal istihdamın artırılmasına büyük katkı sağlayan koi yetiştiriciliği, havuzların yer aldığı bahçelerin rekreasyonları ile de turizm hareketine öncülük etmişlerdir.



Şekil 2.9 Koi Türleri ve Havuzu



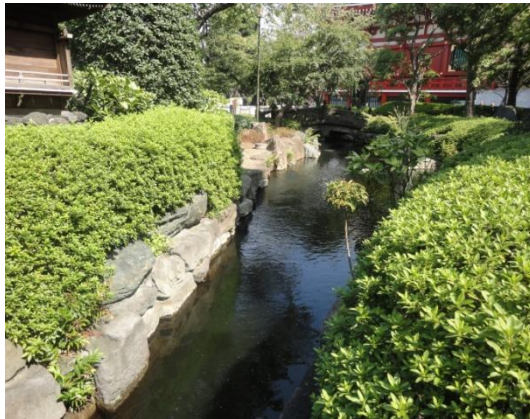
Şekil 2.10 Koi Türleri ve Havuzu

2.1.1.3 Sonuçlar ve Öneriler

Fotoğrafçılıktan sonra dünyadaki en yaygın 2. hobi olan süs balıkçılığı uğraşı içerisinde öne çıkan koi balıklarının yetiştirilmesi ile, kırsalda faaliyet çeşitliliği yaratılarak, istihdam ve gelir artışı sağlanabilecek, bu alandaki projelerin yaşama geçirilmesinde, ulusal ve uluslararası teşviklerden (ya da fon kaynaklarından) yararlanmak mümkün olabilecektir.

Üretim sürecinde, bölgenin termal kaynakları kullanılarak ısıtma işleminin gerektirdiği yüksek enerji maliyetlerinin önüne geçilebileceğinden, rekabet edebilme erki kazanılacak ve ihracat olanakları artırılabilecektir.

Üretimde Bölgenin zengin göl, gölet ve su kaynakları kullanılabilecek, havuzların içerisinde bulunacağı rekreatif düzenlemeler, kırsal-eko turizm olanakları başta olmak üzere bölgenin kültür turizminde bir varış noktası olması hedefine büyük katkı yapacaktır.



Şekil 2.11 Koi Balıkları İle Oluşturulan Rekreatif Alanlar I (Asakusa Tapınağı, Tokyo)

Kültür turizm marka kenti Amasya'nın, Japonya Niigata Bölgesi'ndeki kentlerle "kardeş şehir" başta olmak üzere kültürel ve dostluk ilişkilerinin geliştirilmesi sağlanabilecektir.

Tarihi Amasya dokusu ve çağdaş yerleşim ilkeleri çerçevesinde kentsel dönüşümün sağlanması; su ve yeşil entegrasyonu ile birlikte planlanan kent meydanları ve bu meydanlarla bütünleşik yeşil alanların süs balığı havuzları ile birlikte yaşama geçirilmesinin, turizm sektöründe sürdürülebilir büyümenin yakalanmasına stratejik katkı yapacağı değerlendirilmektedir. Bu bağlamda,

-kent merkezinde mülkiyet paftalarının çıkarılarak İl Özel İdaresi gibi kurumların taşınmazlarında bu türden örnek projelerin yaşama geçirilmesi,

-kültür mirasımızın eşsiz yapıtlarının restorasyon ve çevre düzenlemeleri yapılırken, tarihi dokuyla uyumlu kent meydanlarının yeşil ve su entegrasyonu sağlanarak yaşama geçirilmesi ve bu şekilde oluşturulacak alternatif gezi alanlarının koi balığı havuzlarıyla zenginleştirilmesi sağlanabilir.

2.1.2 Tokyo'daki Temaslar

Yüzölçümü 600 km², kendisine bağlı 49 kentsel yönetim birimiyle birlikte nüfusu 35,2 milyon olan Tokyo, dünyanın en büyük metropolüdür. Büyük Okyanus'un bir girintisi olan Tokyo Körfezi'nin kıyısında, Sumida Nehri'nin ağzında yer alan şehirde kışlar ılık, yazlar ise sıcak ve nemli geçmektedir.



Şekil 2.12 Tokyo Genel Görünüm I

Dünyanın en güvenli ve modern şehirlerinden birisi olarak kabul edilen Tokyo için yüzlerce kenti içinde bulunduran şehir benzetmesi yapılmaktadır. Çekirdeğinde İş merkezi Chiyoda Ward, doğuda eski Edo kenti Shitamachi, batıda şu anki Japon Hükümetinin bulunduğu gökdelenler şehri Shinjuku bulunmaktadır. Tüm ana istasyonların çevresindeki alışveriş merkezleri, restaurantlar, park ve bahçelerin yanı sıra; şehrin merkezindeki İmparatorluk Sarayı, Maranouchi Sementi, Ueno Parkı, Tokyo Ulusal Müzesi, Tokyo Ulusal Bilim Müzesi, Meici Tapınağı, dünyaca ünlü bir alışveriş merkezi olan Ginza, Tokyo'nun en çok dikkat çeken merkezlerini oluşturmaktadır. Japonya'nın üniversite ve yüksekokullarının büyük bölümünün de bulunduğu, Japonya'nın ticari, endüstri ve siyasi merkezi olan Tokyo'da, şehir içi ulaşım otobüs, metro ve elektrikli trenlerle sağlanmakta olup, biri iç, diğeri dış seferlere açık olan 2 de havalimanı hizmet vermektedir.



Şekil 2.13 Tokyo Genel Görünüm II

Niigata'daki temasların tamamlanmasının ardından, 28.Eylül.2011 tarihi'nde Tokyo'da, Türk Kültür Merkezi'nin delegasyonumuz onuruna verdiği yemeğe katılan heyet üyeleri, Japonya'da faaliyet gösteren Türk işadamları ve sektör temsilcileri ile tanışma ve Bölgemizdeki yatırım olanakları üzerine görüş ve önerileri birlikte değerlendirme fırsatı bulmuştur. Türk Kültür Merkezi, Tokyo Türk Büyükelçiliği başta olmak üzere Japonya'da faaliyet gösteren tüm Türk işadamları, çalışan ve Türkiye'den gelen ziyaretçilerin buluştuğu, kişi, kurum ve işletmeleri biraraya getiren bir dernek olarak dikkat çekmektedir. Türk kültürünü tanıtmak ve Türkçe öğretmek başta olmak üzere bir çok etkinlik ve faaliyette de bulunan Türk Kültür Merkezi, İzmir ve delegasyonumuz onuruna verdiği yemeğe Japonya'da faaliyet gösteren Türk işadamlarını da davet ederek, yatırım ve işbirliği olanaklarının yaratılmasına öncülük

etmeyi amaçlamıştır. JATA Fuarı'nda Tokyo Büyükelçiliği tarafından organize edilen etkinliklerde de aktif rol oynayan Merkez'in Türkiye Stantdındaki ödüllü Türkçe yarışmaları ile bağlama çalarak türkü söyleyen Japonlardan oluşan gösterileri büyük ilgi toplamıştır.



Şekil 2.14 Türk Kültür Merkezi Etkinliği I, Türkiye Stantı, JATA Seyahat Fuarı 2011

Tokyo Büyükelçiliği'nin 29.Eylül.2011 günü düzenlediği "Türkiye'de Yatırım ve İşbirliği" konulu programa katılan OKA Japonya Delegasyonu; Büyükelçilik Ticaret Müşaviri Sayın Osman BEKAROĞLU ile T.C. Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı (ISPAT) yetkililerinden, ülkemizdeki yatırım olanakları, Japon işadamlarının yatırım sürecindeki beklentileri, öne çıkan sektörler, ihracat koşulları ve iki ülke arasındaki işbirliğinin geliştirilmesine yönelik değerlendirmeleri içeren bir brifing almıştır. Japonya'da faaliyet gösteren Türk işadamları, sektör temsilcileri ve meslek odaları yetkilileri ile de bir araya gelen Delegasyon üyeleri; TR83 Bölgesi'ndeki yatırım teşvikleri ve olanakları ile Bölge potansiyelini tanıtan dokümanların işadamları, yatırımcılar, ISPAT ve Tokyo Büyükelçiliği Ticaret ve Ekonomi Müşavirlikleri ile paylaşılmasının ardından; gıda ve içecek imalatı, turizm, boyutlandırılmış blok taş

sektörlerindeki işbirliğinin geliştirilmesi üzerine bir çalışma başlatılması konusunda da görüş birliğine varmıştır.



Şekil 2.15 Türkiye’de Yatırım ve İşbirliği, Tokyo Büyükelçiliği

29.Eylül.2011 tarihi’nde, Japonya’da en başarılı tanıtma faaliyetini yürüten ülkelerin turizm müşavirliklerine verilen ödülü bu yıl almaya hak kazanan Türkiye Tokyo Turizm Müşavirliği adına düzenlenen ödül törenine İzmir Valisi Sayın M. Cahit KIRAÇ ile birlikte katılan Amasya Valisi Sayın A. Celil ÖZ ve Tokat Valisi Sayın Şerif YILMAZ, ödül töreninin ardından, Delegasyonun diğer üyeleri ile birlikte fuar alanı, Türkiye ve TR83 Bölgesi stantlarında incelemelerde bulunmuştur.



Şekil 2.16 Türkiye Stantı JATA Seyahat Fuarı-2011

30.Eylül.2011 tarihi'nde OKA Yönetim Kurulu Başkanı ve Amasya Valisi Sayın A. Celil ÖZ ile Tokat Valisi Sayın Şerif YILMAZ, İzmir Hayeti ile birlikte Tokyo'ya bağlı en büyük bölgelerden birisi olan Shibuya Belediyesi'ndeki programa katılarak, Belediye yetkilileri ile yatırım ve tanıtım konularındaki işbirliği olanakları üzerine bir görüşme yapmış; Delegasyon'un diğer üyeleri ise JATA Seyahat Fuarı'ndaki tanıtım ve stant faaliyetlerine devam etmiştir.



Şekil 2.17 Shibuya Belediyesi, Tokyo

Shibuya Belediyesi'ndeki görüşmelerin ardından Tokyo Afet Merkezi'nde incelemelerde bulunan ve Tokyo Büyükelçiliği'ndeki İzmir ile delegasyonumuz onuruna verilen resepsiyona katılan heyet üyeleri; Japonya'da faaliyet gösteren 25 turizm acentesine TR83 Bölgesi'nin tanıtım broşürü, el sanatları ürünleri ve rehberlerinden oluşan bir tanıtım seti hediye etmiştir.

Resepsiyonda delegasyonu temsilen söz alan Yönetim Kurulu Başkanı ve Amasya Valisi Sayın A. Celil ÖZ, katılımcılara hitaben yaptığı konuşmada, "Japon-Türk dostluğuna, bu iki ulus arasındaki kültürel ilişkileri geliştirmenin önemine değinerek TR83 Bölgesi'nin turizm sektörü başta olmak üzere sahip olduğu potansiyele" vurgu yapmış, en kısa zamanda TR83 Bölgesi'nde yeniden görüşebilme dileğiyle" sözlerini tamamlamıştır.



Şekil 2.18 Tokyo Büyükelçiliği Resepsiyonu

2.1.2.1 Türkiye-Japonya Yatırım İlişkileri, İşbirliği ve İhracat Olanakları

Türkiye'nin Japon yabancı sermaye hareketlerinden aldığı payın iki ülke arasındaki potansiyeli yansıtmaktan çok uzak olduğu bilinmektedir. Türkiye'deki en büyük Japon yatırımcı konumundaki Toyota'nın üretim ve ihracattaki başarısının ardından başta Toyota'ya parça üreten yan sanayi şirketleri olmak üzere, Türkiye'yle birçok alanda iş yapan büyük ticari şirketlerin ve son zamanlarda da elektrik-elektronik sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin ülkemize olan ilgisinin arttığı gözlenmektedir. Japon şirketlerinin işbirliği yaklaşımları gözönüne alındığında, bu ilginin somut sonuçlarının orta vadede görülebileceği değerlendirilmektedir.

2003 yılında Japonya'da Türkiye Yılı'yla başlayan ve 2006 yılında Başbakan Koizumi'nin ülkemize yaptığı ziyaretle güçlenen ivmenin kaybedilmemesi ve bunun somut yatırım ve iş ilişkilerine dönüştürülebilmesi için Japon iş dünyasına yönelik tanıtım ve işbirliği faaliyetlerinin arttırılması gerekmektedir. Doğu Avrupa, Güney Asya ve Güney Amerika ülkelerinin faal, hatta agresif olarak nitelendirebilecek tanıtım faaliyetleri, Japon yatırımlarını çekme konusunda bu ülkelerle Türkiye arasında yoğun rekabet yaşanmasına neden olmaktadır. Türkiye'ye karşı oluşan ilginin devamı için, aynı yoğunlukta tanıtım faaliyetlerinin sürdürülmesi stratejik önem taşımaktadır.

Türkiye'nin Japon yatırımcılara tanıtımı faaliyetlerine katkıda bulunabilmek amacıyla, Japonya'nın yurt dışı yatırımlarını yönlendirmede rol oynayan Japon Denizaşırı

Yatırımlar Örgütü (JOI)'ye, Tokyo Büyükelçiliği'yle ile birlikte üye olunmuştur. Sözkonusu üyelik çerçevesinde her yıl Tokyo'da Türkiye'deki yatırım imkanlarını tanıtan bir seminer gerçekleştirilmekte ve JOI'nin iki ayda bir çıkan dergisinin her sayısında Türkiye'deki ekonomik gelişmelerle ilgili Japonca rapor ve makaleler Büyükelçiliğimiz Ekonomi Müşavirliği ve DEİK tarafından dönüşümlü olarak yayımlanmaktadır. Ayrıca her yıl Mart ayında Japan Coordination Center for Middle East (JCCME) tarafından düzenlenen Yatırım Promosyon Forumu'na yine Büyükelçilik Ekonomi Müşavirliği tarafından aktif katılım ve destek sağlanmaktadır.

Türkiye'de yatırım yapan ülkeler arasında sekizinci sırada yer alan Japonya'nın en büyük yatırımı Toyota firması tarafından gerçekleştirilmiştir. 1990 yılında Adapazarında kurulan ve toplam yatırımı 1,25 milyar ABD Dolarına ulaşan Toyota'nın üretim kapasitesini artırması, yatırımını ihracata yönelik olarak konumlandırması ve ulaştığı yüksek kalite seviyesi Japon iş dünyasında büyük dikkat çekmiştir. Japon yatırımcıları tarafından bir amiral gemisi niteliğinde olan ve yakından takip edilen Toyota'nın bu başarısı üzerine, Honda ve Isuzu gibi Japon çok uluslu şirketler de Türkiye yatırımlarını kapasite artırarak ihracata yönelik biçimde genişletme kararı almışlardır. Toyota'nın birçok tedarikçisi Türkiye'de yatırım yapmış, bir kısım tedarikçi şirket de yatırım olankalarını araştırmıştır. Otomotiv sektörü dışında da, Bridgestone, Kagome, Japan Tobacco gibi büyük Japon şirketleri Türkiye'de faaliyetlerini sürdürmektedir.

Türkiye'de yatırım olanağı araştıran şirketlerin çoğunluğunu otomotiv yan sanayicileri oluşturmakta ise de, son dönemde değişik sektörlerden işletmeler de Türkiye'yi olası yatırım portföyleri arasına almaya başlamışlardır. Özellikle elektronik ve kimya gibi alanlarda Japon şirketleri Türkiye'de yatırım yapma olanakları konusunda bilgi almak için Tokyo Büyükelçiliğine sık sık ziyaretlerde bulunmaktadır. Halen Toyota ve Honda firmalarının tedarikçisi durumundaki Toyoda Gosei ile Elektrik, Elektronik ve Kimya alanında yatırım yapan Daikin firmaları ile görüşmeler sürdürülmektedir. Japon büyük ticaret şirketleri (Mitsubishi, Mitsui, Sumitomo, Marubeni ve Itochu) Türkiye'de halen faaliyet gösterecekler de, son dönemde faaliyet alanlarını çeşitlendirmek ve ilişkileri derinleştirmek için yeni iş alanları araştırmaya başlamışlardır. Türkiye'yle ilişkileri yatırımdan ziyade ticaret ve proje yürütmek olan bu şirketlerden bazıları, Türkiye'yi

“stratejik ülke” konumuna alarak iş olanaklarını daha yoğun incelemeye aldıklarını beyan etmişlerdir.

Japonya açısından bakıldığında ise, Türkiye’nin yurtdışı yatırımlarda son sıralarda yer aldığı görülmektedir. Türkiye’nin Japon dış yatırımları içindeki payı % 0,25 gibi bir oranla çok düşük bir düzeydedir. Türk firmalarının ise Japonya’da doğrudan yatırımı bulunmamaktadır. Türk Japon İş Konseyi’nin en son toplantısı 16 ve 17 Kasım 2006 tarihlerinde İstanbul ve Kapadokya’da yapılmıştır. İki yılda bir dönüşümlü olarak toplanan konseyin bu yıl Ekim yada Kasım ayında Tokyo’da toplanması planlanmaktadır.

Yatırım ilişkileriyle birlikte, Japonya’yla uzun yıllardır süregelen ikili finansman ilişkilerimiz de devam etmekte olup, Japon Uluslararası İşbirliği Bankası (JBIC) aracılığıyla, Türkiye’deki bir çok önemli projeye resmi kalkınma yardımları (ODA) ve ihracat kredisi olarak bugüne kadar toplam 8 milyar ABD Doları destek sağlanmıştır. JBIC tarafından finanse edilen/edilmesi planlanan önemli projeler şunlardır:

- Boğaz Raylı Tüp Geçiş Projesi,
- Boğaziçi ve Fatih Köprülerinin ve Viyadüklerin Depreme Dayanıklı Hale Getirilmesi Projesi,
- 32 Adet Elektrikli Banliyö Treni Alımı Projesi.

Önümüzdeki dönemde inşaat taahhüt sektörü başta olmak üzere üçüncü ülkelerde Türk Japon İşbirliği’nin artması beklenmektedir. 3,5 milyar dolarlık Dubai Metrosu Projesi’nin Yapı Merkezi ve Mitsubishi, Kajima, Obayashi firmalarınca ortak olarak geliştirilmesi,Doha Uluslararası Havaalanı Yeni Terminal Binası İnşaatı İhalesinin TAV ve TAİSEİ firmalarının oluşturdukları konsorsiyum tarafından kazanılması gibi örnekler benzer projelerin de önünü açabilecek gelişmeler olarak değerlendirilmektedir.

2.1.2.2 Gıda Ürünleri ve Doğal Taş Sektöründe Yeni Olanaklar

Japonya piyasası çok iyi eğitilmiş ve bilinçli bir tüketici kitlesine hitap etmektedir. Tüketiciler kaliteli ürünleri satın alabilme ve seçme şansına sahip bulunmakta, tüketim miktarı gelir ve yaş ilerledikçe artmaktadır. Uluslararası standartlara göre Japonlar gelirlerinin yaklaşık %24’ü gibi önemli bir kısmını tasarrufa ayırabilmektedir.

Japonya sanayileşirken, büyüklüğü ve önemi ne olursa olsun kendi üreticisi ve sanayicisini koruma yolunu seçmiştir. Bu nedenle yabancı ürünleri Japon piyasasında çeşitli engeller beklenmektedir. Japonya’da ihracatçıların karşılaştıkları önemli olumsuzluklardan birisi de Japon standartlarına uyumda karşılaşılan zorluklardır. Çeşitli alanlardaki standartlar zaman zaman çok katı kuralları içerebilmektedir. 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. Bu nedenle Japon partnerin ihracat işlemleri ile ilgili olarak görüş istediği her konunun geciktirilmeden yerine getirilmesi gerekmektedir. En deneyimli ihracatçı firmaların bile normal ihracat prosedürlerine Japonya’ya yapacakları ihracat için eklemeleri gereken özel bir iki maddenin bulunacağı unutulmamalıdır.

Japon tüketiciler için kalite, en önemli tercih nedenlerinden birisidir. Marka bilinci gelişmiş olduğundan dünyanın en büyük markaları Japon piyasasından pay almaktadır. Japonya’da iş ilişkileri uzun süreli ilişkiler olarak görülmekte, Japon işadamları ile iş bağlantısı yapabilmek sabırlı davranmak gerekmektedir. Japon işadamlarının iş bağlantıları yapabilmeleri için ortaklarına güvenmesi gerektiği hususu kesinlikle unutulmamalıdır. Güven kazanılması sürecinde defalarca görüşmeler yapılmakta, ziyaretler gerçekleştirilmekte ve ilişkilerin yüz yüze sürdürülmesi tercih edilmektedir. İlişkilerin iyi bir şekilde geliştirilebilmesi için Japon kültürünü ve felsefesini iyi anlamak, kendi kültür ve geleneklerine çok bağlı olan bu insanların anlayışlarına uygun davranışlarda bulunmak ve ürünlere yönelik Japonca broşürler hazırlanmak ile Japon bir tercüman aracılığıyla iletişim kurmak büyük avantajlar sağlayacaktır.

Japonya ile ülkemiz arasındaki mesafenin çok büyük olması dolayısıyla özellikle çabuk bozulabilen ürünlerde nakliye hava yolu ile gerçekleştirilmektedir. Daha dayanıklı ürünler için gemi yolu ile nakliye gerçekleştirilmekte olup, nakliyat 30-45 gün arasında genellikle Pusan/ Şanghay üzerinden gerçekleşmektedir.

Tablo 2.1 İstanbul Limanı'ndan Japonya'ya Gemi Varış Süreleri

Çıkış Noktası	Varış Noktası	Tahmini Varış Süresi (gün)
İstanbul	Kumamoto	36-39
	Fukuoka, Kyushu	42
	Fukuyama	33-35
	Kobe	36-39
	Naha	35-37
	Osaka	35-39
	Aburatsu	40-42
	Sakaiminato	37-39
	Yokohama	34-38
	Tokyo	35-39
	Tokoyama	41
	Okinawa	37-40
	Oita	33-35
	Nagoya-aichi	37-39
	Nagasaki	41

Kaynak: İGEME Japonya Ülke Raporu, 2011

Japonya'da hanebaşına düşen fert sayısındaki düşme eğilimi istikrarını korurken, 1985 yılındaki ortalama hanebaşına düşen fert sayısı olan 3,71; 1996 yılında 3,34'e, 2002 Yılında ise 3,19'a düşmüştür. Sosyal yapının daha küçük bağımsız ailelerden oluşması, yalnız yaşayanların ve çalışan kadın sayısının artması tüketici tercihlerinde büyük değişimlere neden olmuş ve kolayca hazırlanabilen, önceden pişirilmiş yiyeceklere olan talep hızla artmıştır. Yeni ve kaliteli ürünler tercih eden ekonomik olarak bağımsız ve kariyer- merkezli kadın nüfus, gıda sektöründe yeni karlı bir pazar oluşturmuştur. Hamburger, pizza, fried chicken başta olmak üzere donmuş ve poşetlenmiş gıdalar gibi kısa sürede kolayca hazırlanan "çabuk yiyecekler", geleneksel Japon gıdalarından oluşan hazır paket yemekler kadar popüler tüketim maddeleri olurken, depolama olanağı bulunmayan evlerde günlük taze gıdaların tüketilmesi, beslenmedeki ağırlığını korumaya devam etmiştir. Sosyal yapıdaki önemli değişikliklerle birlikte Japonların damak tadı giderek daha fazla batılılaşmış ve gıda ürünlerinin büyük bölümü ithal edilir duruma gelmiştir.

Tablo 2.2 Japonya,Yıllara Göre Tüketim Harcamaları

	2008	2009*	2010*	2011*	2012*	2013*
Gıda, içecek ve tütün	493.9	519.6	525.6	533.7	546.8	557.6
Konut ve ısınma harcamaları	695.1	721.2	727.2	757.3	784.5	807.7
Giyim ve ayakkabı	102.9	106.9	105.5	108.5	110.0	112.8
Ev gereç ve hizmetleri	105.8	107.5	107.2	110.7	113.7	116.0
Sağlık	119.9	127.7	131.3	138.1	144.5	150.1
Ulaşım ve iletişim	404.8	429.3	440.2	462.5	483.3	501.5
Eğlence ve eğitim	375.0	393.5	400.5	417.4	432.6	445.6
Otel ve restoran	217.2	224.8	226.6	236.6	245.6	253.3
Diğer	324.2	338.4	341.9	357.9	372.6	385.2

Kaynak: İGEME Japonya Ülke Raporu, 2011

Japonya işlenmiş gıda ürünleri pazarı hacmi 100 trilyon yenlik devasa bir büyüklüğe sahiptir. Bu hacim içerisindeki ithal edilen işlenmiş gıda ürünleri 2.5 trilyon yene ulaşmakta, ülkenin yıllık gıda ürünleri ithalatı ise 5 trilyon yenin üzerine çıkmaktadır. Japonya Ekonomisi'ndeki durgunluğa karşın işlenmiş gıda ürünleri pazarı son yıllarda büyüyen birkaç sektörden biri olmuştur. Son on yıl içinde Japonya'ya ithal edilen hayvansal gıda ve deniz ürünleri, baharatlar ve alkolsüz içeceklerin hacminde hızlı bir artış olduğu kaydedilmektedir.

Tablo 2.3 Japonya Tarım ve Gıda Ürünleri İhracat Potansiyeli

Sektör	GTİP	Potansiyel Ürün	Ülkenin Toplam İthalatı 2009 (milyon dolar)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2009 (milyon dolar)	Türkiye'nin Toplam İhracatı 2009 (milyon dolar)	Dünya İthalatında Ülkenin Payı 2009	Türkiye'nin Ülkeye İhracatındaki Değişim 2008-2009 (%)	Ülkenin Toplam İthalatındaki Değişim 2008-2009 (%)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2009 Aylık Veriler*	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 Aylık Veriler*	Ülke İthalatında İlk 5 Ülke ve Pazar Payları (%)	Ülkenin Türkiye'ye ve Rakip Ülkelere Uyguladığı Gümrük Oranları
Su Ürünleri	03	Su Ürünleri	11590	66	341	14,9	-41,1	13	21	-48,7	ABD (%12,5) Rusya (%11) H.C. (%9,8) Sili (%8,1) Tayland (%5,1)	ürün çeşidi ve işlenme derecesine göre 0-10 oranında gümrük vergisi uygulanmaktadır.
Meyve Suyu	2009	Meyve Suyu	806	2,1	105	5,2	-64,5	3	0,2	-91,8	Çin H. C. (%20) Brezilya (%18,1) ABD (%16,2) Avustralya (%6,8) İsrail (%4,8)	Greyfruit suyu için: DTO üyesi ülkelere %23, AGÜ'lere 0, diğer ülkeler için %27 Domates suyu için: DTO üyesi ülkelere %21,3-29,8, AGÜ'lere 0, diğer ülkeler için %25-35 Elma suyu için: DTO üyesi ülkelere %19,1-29,8, AGÜ'lere 0, diğer ülkeler için %22,5-35, diğer meyve suları ve karışımlar için: DTO üyesi ülkelere %5,4-29,8, AGÜ'lere 0, diğer ülkeler için %7,2-35
Makarna	1902	Makarna	357	9,5	149	5,2	-18,1	29	1,9	54,9	ABD (%11,9) Tayland (%7,7) G. Kore (%5,4)	Kuskus GSP kapsamında ülkemize 12 yen/kg, DTO ülkelerin 24 yen/kg, diğer ülkelere 40yen/kg, AGÜ'lere 0 Yumurta içeren makarnalar: DTO ülkelerin 27,2-34 yen/kg, diğer makarnalar: DTO ülkelerin 27,2-34 yen/kg, AGÜ'lere 0; Diğer makarnalar: DTO ülkelerin %21,3-23,8, diğer ülkelere %25-28, AGÜ'lere 0
Konserve Meyve Sebze	200210	Konserve Domates	222,5	16,9	203	6,1	-31,8	20	0,6	-38,6	İtalya (%38,3) Çin H. C. (%19,3) Türkiye (%12,4) ABD (%9,4) Portekiz (%9)	GSP kapsamında %7,5, DTO üyesi ülkelere %9, diğer ülkelere %0,6 vergi uygulanmaktadır
Bitkisel Yağlar	1509	Zeytinyağı	176	7,6	96	2,9	-20,8	12	2,4	50	İtalya (%56) İspanya (%35,3) Türkiye (%12,4) Yunanistan (%1,2) Fransa (%0,4)	bu üründe gümrük vergisi uygulanmamaktadır
Kurutulmuş Sebze	0712	Kurutulmuş Sebze	153	0,01	62,5	13,21	-9500	-3	0,02	2009: 550\$ 2010:20950\$	Cin (%82,6), ABD (%8,7), Sili (%1,6), Vietnam (%1,3), Peru (%1)	Ürün çeşidine göre ülkemize GSP kapsamında %7,5-10, AGÜ'lere %0-12,8, diğer ülkelere %15
Sert Kabuklu Meyveler	200819	İşlenmiş Fındık	85,5	1,7	414	4,2	6,2	-10	0,4	3,7	Cin H.C. (%69) ABD (%7,8) Fransa (%4,4) Tayland (%4,3) Avustralya (%3,9)	İşlenmemiş fındık için ülkemiz ve az gelişmiş ülkelere 0, DTO üyesi ülkelere %6,5, diğer ülkelere %10
Sert Kabuklu Meyveler	080250	Antep Fıstığı	17	0	23	1	-	17	-	-	ABD (%71,2) İran (%19,2) İtalya (%9,5) Yunanistan (%0,1)	bu üründe gümrük vergisi uygulanmamaktadır
Bulgur	190430	Bulgur	0	0	63	0	-	-	-	-	19043010 GTIP No'sunda yer alan bulgurun ithalatı yetkili kılınmış olup, DTO üyesi ülkelere %25 diğer ülkeler için 100 Yen/kg, 19043090 GTIP No'su için tüm ülkeler için 26,6 yen/kg	
Kuru Meyveler	080420	Kuru İncir	7	3	187	1,9	-0,3	10	0,8	12	Türkiye (%42,8) ABD (%29,4) İran (%26,3) Almanya (%0,5) İsviçre (%0,5)	GSP kapsamında ülkemize %3, DTO üyesi ülkelere %6, az gelişmiş ülkelere %0 vergi uygulanmaktadır

Kaynak: İGEME Japonya Ülke Raporu, 2011

Japonya’da doğal taş ürünleri için yapı taşı “building stone” kavramı kullanılmaktadır. Japonya’da mermer ve granite olan talepte, mezartası yapımı büyük rol oynamaktadır. Mermer genellikle iç zemin döşemelerinde ve iç duvarlarda kullanılırken, yüksek dayanıklılığa sahip olmasından dolayı, granit binaların dış cephe kaplamalarında, yağmur ve rüzgar alabilecek yerlerde kullanım alanı bulmaktadır. Japonya dünyanın 3. büyük doğal taş ithalatçısı konumundadır. Ülke, granit arzının yaklaşık %90’nını ithal etmekte, mermer ve diğer doğal taş ithalat miktarları da her geçen yıl artış göstermektedir.

Amasya ve Tokat illerinde bulunan Amasya Beji Doğal Taşı başta olmak üzere farklı desen, renk ve dokuya sahip TR83 Bölgesi doğal taşları yüksek homojenitesi, kalite ve dayanıklılığı ile dünya pazarlarının ve prestij projelerinin aranılan markalarından birisi durumuna gelmiş olup, 44 ülkeye ihraç edilmektedir. Japonya inşaat pazarının talep ettiği yüksek kalite ve nitelikteki işlenmiş doğal taş üretimini gerçekleştirebilecek kesim teknolojisine sahip bulunan Bölge doğal taş sektörü, henüz Japonya’ya ihracat gerçekleştirememiştir.

DÜNYA DOĞALTAŞ İHRACATI (2006)

S.NO	ÜLKELER	TUTAR (\$)	ORAN (%)
1	ÇİN	2.849.128.572	22
2	İTALYA	2.311.025.035	18
3	HINDİSTAN	1.349.811.457	11
4	İSPANYA	1.201.003.110	9
5	BREZİLYA	1.030.856.590	8
6	TÜRKİYE	940.623.266	7
7	PORTEKİZ	306.368.719	2
8	BELÇİKA	254.582.094	2
9	ALMANYA	178.690.000	1
10	MEKSİKA	163.176.869	1
11	KANADA	163.125.321	1
12	YUNANİSTAN	155.894.333	1
13	FRANSA	148.332.295	1
14	İRAN	145.558.628	1
15	GÜNEY AFRIKA C.	131.697.942	1
	DİĞER	1.386.763.135	11
	TOPLAM	12.716.637.366	100

Kaynak: Amasya Valiliği Stratejik Yönetim, Yatırım ve Kalkınma Ofisi, Yayınlanmamış Doküman, 2009

Sekil 2.19 Dünya Doğal Tas İhracatı (2006)

DÜNYA DOĞALTAŞ İTHALATI (2006)

S.NO	ÜLKELER	TUTAR (\$)	ORAN (%)
1	ABD	3.865.051.833	29
2	ÇİN	1.046.781.538	8
3	JAPONYA	866.003.258	6
4	İTALYA	752.179.460	6
5	ALMANYA	721.141.000	5
6	İNGİLTERE	643.179.300	5
7	GÜNEY KORE	562.834.985	4
8	FRANSA	547.112.478	4
9	İSPANYA	429.963.142	3
10	BELÇİKA	348.537.311	3
11	KANADA	247.352.689	2
12	İSVİÇRE	233.325.278	2
13	HOLLANDA	220.614.249	2
14	DİĞER ASYA	197.446.778	1
15	S.ARABİSTAN	169.920.366	1
	DİĞER	2.564.224.771	19
	TOPLAM	13.415.668.436	100

Sekil 2.20 Dünya Doğal Taş İthalatı (2006)

JAPONYA BLOK MERMER VE TRAVERTEN İTHALATI			
ÜLKELER	TUTAR (\$)	MİKTAR(kg)	BİRİM MALİYET (\$/ton)
DÜNYA	9.544.255	24.387.975	391,4
İTALYA	3.956.416	7.172.000	551,6
TÜRKİYE	1.265.050	5.315.000	238,0
ALMANYA	1.101.556	3.293.000	334,5
PORTEKİZ	741.406	2.856.000	259,6
İSPANYA	711.559	1.430.000	497,6

Kaynak: Amasya Valiliği Stratejik Yönetim, Yatırım ve Kalkınma Ofisi, Yayınlanmamış Doküman, 2009

Şekil 2.21 Japonya Blok Mermer ve Traverten İthalatı (2005)

JAPONYA İŞLENMİŞ MERMER, TRAVERTEN VE SU MERMERİ İTHALATI			
ÜLKELER	TUTAR (\$)	MİKTAR(kg)	BİRİM MALİYET (\$/ton)
DÜNYA	68.782.137	65.733.176	1.046,4
İTALYA	23.299.130	19.336.000	1.205,0
ÇİN	14.915.229	14.783.000	1.008,9
İSPANYA	13.117.667	11.993.000	1.093,8
YUNANİSTAN	6.019.559	5.739.026	1.048,9
TÜRKİYE	3.618.015	5.318.000	680,3
ENDONEZYA	1.794.664	3.270.668	548,7
DİĞER ASYA	1.605.825	805.000	1.994,8
PORTEKİZ	1.347.907	1.790.000	753,0
FİLİPİNLER	582.586	597.000	975,9

Kaynak: Amasya Valiliği Stratejik Yönetim, Yatırım ve Kalkınma Ofisi, Yayınlanmamış Doküman, 2009

Şekil 2.20 Japonya İşlenmiş Mermer ve Traverten İthalatı (2005)

2.2 JATA Seyahat Fuarına Katılım

Yenin değer kazanmasının da etkisi ile 1995 yılında hızla artan turist çıkışları 90'ların sonundan itibaren düşüş göstermiştir. 1998 yılında nüfusun yalnızca %13'ünün yurtdışına seyahat ettiği belirlenmiştir. Bu oran İngiltere'de %86.7, Fransa'da %30.7, Kanada da ise %58.2'ye ulaşmaktadır.

Türkiye'yi ziyaret eden Japon turistlerin sayısı 1980'lerin sonundan itibaren sürekli olarak artış gösterse de, Türkiye, Japonya'nın turizm giderlerinden %0,44 gibi son derece düşük bir pay almaktadır. Yurtdışında kişi başına ortalama 3000 dolar ile en çok para harcayan turistler arasında yer alan Japon Turistler, seyahatlerinde daha çok tarihi ve kültürel zenginliğe sahip merkezleri seçmekte, güvenlik, gelişmiş hizmet sektörü ve alışveriş olanaklarını da aramaktadır. Bu açıdan ülkemiz ve TR83 büyük bir potansiyele sahip bulunmaktadır.

Son yıllarda Japon seyahat acenteleri de Türkiye'yi gelişen bir destinasyon olarak görmekte, İstanbul, Konya ve Kapadokya'ya ilgilerini artırmaktadır. Japonya Seyahat Acentaları Birliği (JATA) ve Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın işbirliği ile Türkiye'ye gelen Japon turist sayısını artırmak ve sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla 22.Şubat.2011'de Nevşehir'in Avanos ilçesinde bir toplantı gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte, güvenlik kavramı hala ülkemize daha fazla Japon turist gelmesini önleyen bir husus olarak dikkat çekmektedir. 1994 yılındaki Kapalıçarşı'daki bombalama olayından sonra Türkiye "dikkatli olunması gereken ülkeler" listesine alınmış, söz konusu uyarının kapsamı 2000 yılında daraltılarak, güney doğu ve İstanbul'u kapsar hale getirilmiştir.

Tablo 2.4 Yıllara Göre Yurt Dışına Çıkan Japon Turist Sayısı

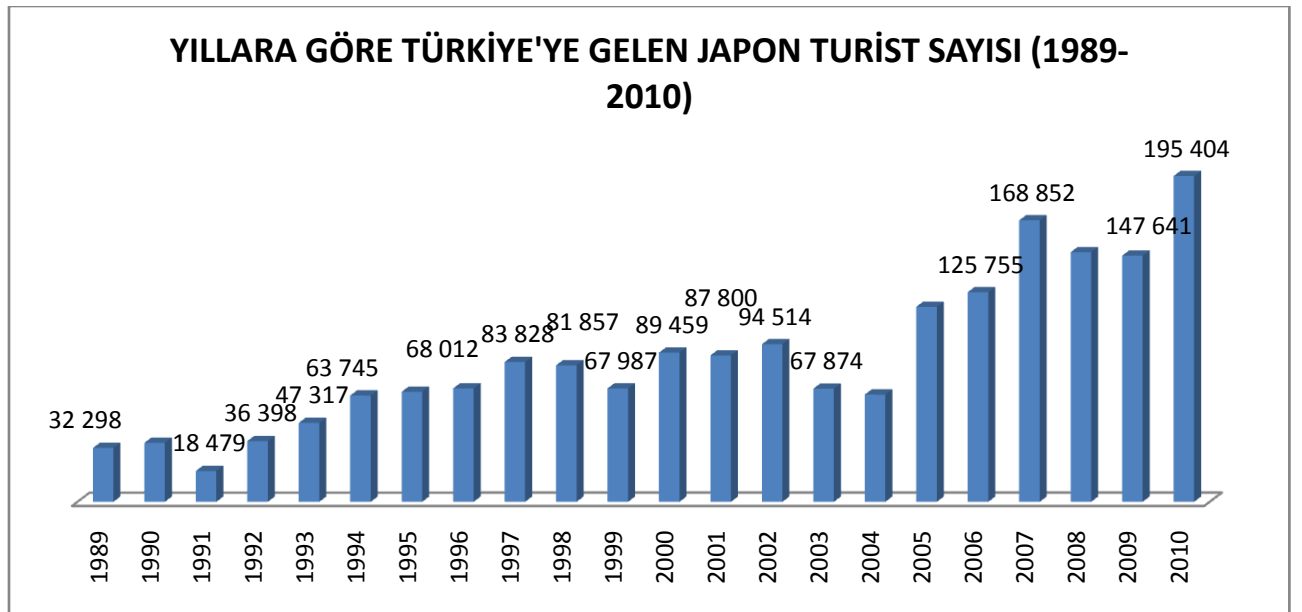
	2007	2008	2009*	2010*	2011*	2012*
Giden turist sayısı	16523	13296	16831	17404	17535	17298

*: Tahmin, Kaynak: EIU

Tablo 2.5 Yıllara Göre Türkiye'ye Gelen Yabancı Turist Sayısı

	2008	2009	2010
YABANCI TURİST SAYISI	26.336.677	27.077.114	28.632.204

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı Veri Tabanı



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı Veri Tabanı

Şekil 2.21 Türkiye'ye Gelen Japon Turist Sayısı

Bu yıl 120 bine yaklaşan ziyaretçi sayısı ile Asya-Pasifik Bölgesi'nin en büyük turizm fuarı ve en önemli turizm etkinliği olan JATA Seyahat Fuarı'na her yıl katılan Türkiye, "Neverending Tales" Sloganı altında Fuar alanının en büyük stantlarından birisini açmıştır. Türkiye'nin tarihi ve kültürel mirasının en güzel örneklerinin büyütülmüş fotoğraflarının çevrelediği stantta Çorum Hattuşa ve Amasya Yalıboyu Evleri'nin de fotoğrafları kullanılmıştır.



Şekil 2.22 JATA Seyahat Fuarı-2010 Genel Görünüm



Şekil 2.23 JATA Seyahat Fuarı, Türkiye Stantı-2011

Türkiye'ye ayrılan bölüm içerisinde TR83 Bölgesi'nin tanıtımı için stant açan OKA, 5.000'in üzerindeki broşür, afiş ve hediyelik eşyadan oluşan tanıtım materyaliyle Fuarın en çok dikkat çeken katılımcılarından birisi olmuştur. Zaman zaman önünde uzun kuyrukların yaşandığı TR83 Bölgesi stantı; katılımcılar, ziyaretçiler ve turizm acentelerinden de büyük ilgi görmüştür.



Şekil 2.24 OKA TR83 Stantı I, JATA Seyahat Fuarı, Türkiye Stantı-2011



Şekil 2.25 OKA TR83 Stantı II, JATA Seyahat Fuarı, Türkiye Stantı-2011



Şekil 2.26 OKA TR83 Stantı III, JATA Seyahat Fuarı, Türkiye Stantı-2011

Fuar tanıtımının maksimum faydayı sağlayabilmesi için, tanıtım materyallerinin Japonca olarak, özgün ve inovatif bir anlayışla hazırlanmasının zorunlu olduğu; Bölge illerinin kültür turizminde bir varış noktası olmasına katkı sağlayacak turizm değerlerinin birer ürün haline dönüştürülmesi için gerekli altyapı çalışmalarının tamamlanmasının stratejik önem taşıdığı değerlendirilmektedir. Batı Akdeniz Kalkınma

Ajansı (BAKA) tarafından, inovatif bir anlayışla 3 boyutlu olarak hazırlanmış olan tanıtım materyali fuar ziyaretçilerinin beğenisini kazanmıştır. Kapadokya ve Konya’da yoğunlaşan Japon ziyaretçi ilgisinin sahip olunan potansiyel göz önüne alındığında -TR83 Bölgesine kolayca çekilebileceği düşünülse de, fuarlar dışındaki temas ve görüşmeler ile tanıtım çalışmalarının eşzamanlı olarak yürütülmesinin zorunlu olduğu, halen Bölgemizi ziyaret eden Japon turist sayısının ise son derece yetersiz olduğu değerlendirilmektedir.

Tablo 2.6 TR83 Bölgesi’ne Gelen JaponTurist Sayısı

TR83 BÖLGESİNE GELEN JAPON TURİST SAYISI	2010
AMASYA	174
ÇORUM	128
SAMSUN	156
TOKAT	22
TOPLAM	430

Kaynak: İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri Veri Tabanı

Japonya’da turizm sektörünün önde gelen temsilcilerinden olan HIS ve HANKYU Travel acentelerinin yetkilileri ile de görüşmeler yapan OKA Japonya Delegasyonu üyeleri, TR83 Bölgesi’ne acente yetkililerinin katılacağı bir organizasyon düzenlenmesi ile “Tokyo Kültür Müşavirliği ile turizm sektöründe ortak çalışma yapma” konusunda görüş birliğine varmıştır.

Yönetim Kurulu Başkanımız ve Amasya Valisi Sayın A. Celil ÖZ, Tokat Valisi Sayın Şerif YILMAZ, Tokat Belediye Başkanı Sayın Adnan ÇİÇEK, Çorum İl Genel Meclisi Başkanı Sayın Mustafa EKER, Samsun İl Genel Meclisi Başkanı Sayın Mustafa KARAKURT, Tokat İl Genel Meclisi Başkanı Sayın Mehmet ELİBOL, Amasya Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Sayın Muammer GEDİK, Tokat Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Ahmet ARAT ve Su Ürünleri Mühendisi Sayın Akın YAZ 01.Ekim.2011 tarihi’nde, fuardaki görevlerini tamamlamalarının ardından 03.Ekim.2011 tarihi’nde de Delegasyonun diğer üyeleri olan Amasya Yatırım Destek Ofisi Uzmanı Murat ŞİMŞEK ve Amasya İl Özel İdaresi Genel Sekreteri Sayın Mustafa BOLAT Japonya’dan ayrılarak yurda dönmüşlerdir.