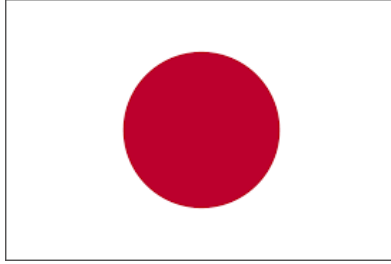


JAPONYA PAZAR BİLGİLERİ



T.C.
Ticaret Bakanlığı
Dış Temsilcilikler ve Uluslararası Etkinlikler
Genel Müdürlüğü

İçindekiler

1. DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE UYGULAMALARI	2
2. PAZAR ÖZELLİKLERİ	7
3. ÖNEMLİ SEKTÖRLER	10
4. PAZARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR.....	11
5. ŞİRKET KURULUŞU VE İŞ YAPMA İLE İLGİLİ BİLGİLER.....	15

1. DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE UYGULAMALARI

Dış Ticaret Mevzuatı

1955 yılından bu yana GATT ve 1995 yılından bu yana DTÖ üyesi olan Japonya'nın dış ticaret politikası serbest ticaretin kurallar temelinde geliŐtirilmesi, kamu-özel sektör işbirliği ile Japon Şirketlerin yurtdıŐı faaliyetlerinin desteklenmesi, doğal kaynaklara eriŐimin temini ve yatırımların teŐviki üzerine tesis edilmektedir.

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

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

İthalat Rejimi

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

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

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

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

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

İhracat Rejimi

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

Diğer taraftan, dış ticaretin uygun bir şekilde gelişmesini sağlamak ve Japonya ile uluslararası toplumda barışı ve güvenliği sağlamak amacıyla gereken asgari düzeyde Güvenlik İhracat Kontrolleri uygulanmaktadır. Bunların dışında, tamir için yurtdışına gönderilen mallar ile geçici olarak ihraç edilen mallarda vergi indirimi veya vergi muafiyeti uygulanabilmekte, motorlu taşıt ihracatı ise beyana tabi tutulmaktadır.

Gümrük Vergileri ve Diğer Vergiler

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

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

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

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

Ülkede uygulanmakta olan başlıca doğrudan vergiler:

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

Ülkede uygulanmakta olan başlıca dolaylı vergiler:

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

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

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

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

Ürün Standartları ile ilgili Uygulamalar

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

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

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

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

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

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

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

Japon standartlarına ilişkin ayrıntılı bilgiye JETRO web sitesinden erişilebilmektedir.

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

Test Etme, Muayene ve Belgelendirme

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

Laboratory Accreditation Forum-ILAC ve Asia Pasific Accrediation Cooperation-APAC üyesidir.

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

Japonya uygunluk değerlendirme kuruluşları ve yetkilendirilmiş kuruluşlar listesi için:

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

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

Teknik düzenlemeler ilişkin duyurulara aşağıdaki bağlantılardan ulaşılabilmektedir:

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

<https://webdesk.jsa.or.jp/books/W11M0010>

Ambalaj, Paketleme ve Etiketleme

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

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

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

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

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

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

Ambalaj, paketleme ve etiketleme hakkında sektör bazında ayrıntılı bilgi için kaynaklar:

https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/reports/regulations/pdf/cons2010ep.pdf
https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/reports/regulations/pdf/industry2009e.pdf
https://www.jetro.go.jp/ext_images/en/reports/regulations/pdf/agri2009e.pdf

Teknik Engeller

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

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

2. PAZAR ÖZELLİKLERİ

Fikri, Sınai Mülkiyet Hakları

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

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

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

Dağıtım Kanalları

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

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

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

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

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

Başlıca perakende satış kanallarını ise süpermarket zincirleri, indirimli satış mağazaları (discount stores), 24 saat açık küçük market zincirleri (convenience stores-“konbini”), 100 yen

mağazaları ile eczaneler (drug stores) oluşturmaktadır. Bunların dışında şehir merkezlerinde ana tren istasyonları, daha çok üst segmente hitap eden alış-veriş merkezleri (department stores); kırsal bölgelerde büyük alış-veriş merkezleri (shopping malls) ve yapı market zincirleri (home centers) bulunmaktadır. Elektrikli cihaz ve elektronik ürün mağaza zincirleri, online alış-veriş siteleri, katalog satışlar ve otomatik satış makinaları diğer yaygın satış kanallarıdır.

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

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

Tüketici Tercihleri

Japonya gelişmiş ekonomiler arasında nüfus yoğunluğu en fazla olan ülkeler arasındadır. Japon piyasası yaklaşık 126 milyon yerli tüketici ve 30 milyon yabancı turist sayısı ile dünyadaki üçüncü en büyük pazar konumundadır. Japonya piyasası çok iyi eğitilmiş, bilinçli ve tasarruf eğilimi yüksek bir tüketici kitlesine hitap etmektedir.

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

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

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

Satış Teknikleri ve Satışı Etkileyen Faktörler

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

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

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

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

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

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

Kamu İhaleleri

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

Japonya kamu alımları sistemine ilişkin ayrıntılı bilgiler için:

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

http://japan.kantei.go.jp/98_abe/documents/2019/00002.html

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

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

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

3. ÖNEMLİ SEKTÖRLER

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

Tarım ve Hayvancılık

Japonya'nın gıda tüketiminde kendine yeterlilik oranı yaklaşık %40'ın altında seyretmektedir. Tarım sektörü toplam ithalattan %10'undan fazla pay almaktadır. Ülke olarak önemli miktarda protein tüketilmektedir. Ülke yüzölçümünün yaklaşık %11,6'lık bölümü (4,45 milyon hektar) tarım arazilerine ayrılmıştır. Hokkaido adası 1,15 milyon hektar ile toplam tarım arazilerinin dörtte birini barındırmaktadır.

Ürün bazında ise çeltik 2,42 milyon hektar ile en çok ekili alana sahiptir. Çeltik dışında çay, yaş sebze ve meyve, deniz ürünleri, köklü bitkiler, kesme çiçekler, buğdaygiller ve hayvansal gıda ürünleri yaygın bir şekilde üretilmektedir.

Sanayi

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

Hizmetler

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

Madencilik

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

Enerji

Hidrokarbon enerji kaynaklarının son derece sınırlı olmasına bağlı olarak Japonya dünyanın en büyük petrol, sıvılaştırılmış doğal gaz ve kömür ithalatçısı konumundadır. Bu kapsamda, Japonya'nın enerji politikası öncelikleri kaynak çeşitliliğinin artırılması, iklim değişikliği ile mücadele, elektrik ve gaz piyasası reformları ve yenilebilir enerji projeleri olarak sıralanabilir.

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

4. PAZARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR

İş Kültürü

Ticareti Etkileyen Kültürel Faktörler:

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

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

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

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

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

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

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

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

Kullanılan Lisan:

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

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

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

Ulaşım:

Ülkeye yolcu ulaşımı esas olarak havayolu ile sağlanmaktadır. Ülkenin başlıca havalimanları Tokyo'daki Haneda ve Narita, Osaka'daki Kansai ve Itami, Nagoya'daki Chubu Centrair'dir. Ülkede toplam 82 havalimanı bulunmaktadır. Japonya'da başlıca Yokohama, Tokyo, Nagoya, Osaka, Kobe ve Kitakyushu (Moji) olmak üzere 150 civarında liman işletmesi bulunmaktadır. Çin ve Güney Kore'den denizyolu ile ulaşım hatları da mevcuttur.

İstanbul ile Tokyo (Narita) arasında haftanın her günü THY ve ANA ortak uçuş gerçekleştirilmektedir. Uçuş süresi yaklaşık on iki saattir. Narita havalimanından şehir merkezine ulaşım otobüs, tren veya taksi ile sağlanabilmektedir. Ayrıntılı bilgiye <https://www.narita-airport.jp/en/> sayfasından ulaşılabilir. Ülkemizden ayrıca Doha, Dubai, Moskova, Seul, Singapur, Bangkok ve birçok Avrupa şehri üzerinden aktarmalı Japonya uçuşları bulunmaktadır.

Ülke içi ulaşımda demiryollarının önemli bir ağırlığı bulunmaktadır. Şehirlerarası ulaşımda en hızlı ve güvenli ulaşım aracı yaklaşık 2,8 bin km'lik bir hatla hizmet sunan Shinkansen hızlı trenleridir. Karayollarında trafik İngiltere'de olduğu gibi sol şeritten akmaktadır. Ülkenin büyük şehirleri ayrıca ekspres yollar ile birbirine bağlanmıştır. Geniş bir karayolu ağı bulunmasına rağmen şehirlerarası yollarda hız sınırının 50 km/h olması sebebiyle iş seyahatlerinde çok tercih edilmemektedir.

Büyük şehirlerde banliyö hatları ve kapsamlı metro ağları faaliyet göstermektedir. Belediye otobüsleri de şehir içi ulaşımda yaygınca kullanılmaktadır. Hemen hemen bütün ülkede taksi hizmetine erişmek mümkündür. Belirli bir mesafeye kadar sabit ücret alınmakta, sonrasında mesafe ve süreye göre ücretler artmaktadır. Şehir merkezleri ile havalimanları arasında önceden belirlenmiş sabit bir tarife uygulanmaktadır. Altı kişiye kadar olan ulaşım ihtiyacı taksi ile karşılanabilir.

Konaklama:

Tüm ülkede yaygın bir otel ağı bulunmaktadır. Tokyo ve Osaka gibi büyük şehir merkezlerinde üst segmente hitap eden uluslararası zincir otel ve konvansiyon merkezleri, orta segmente hitap eden yerli otel zincirleri ve iş otelleri, düşük bütçeli konaklama için pansiyon ve kapsül oteller bulunmaktadır. Yabancıların otel kaydı esnasında pasaportlarını ibraz etmeleri gerekmektedir. Ülkeye seyahat öncesinde faydalı bilgiler <https://www.japan.travel/en/> sitesinden edinilebilir.

Haberleşme:

Japonya uluslararası ülke telefon kodu +81'dir. Ülkede üç büyük telekomünikasyon şirketi hızlı bir 4G mobil iletişim hizmeti sunmaktadır. 2020 yılı itibarıyla 5G teknolojisi kullanılmaya başlanacaktır. Havalimanları, ana tren istasyonları, alış-veriş merkezleri, ana bulvarlar ve yemek işletmelerinde ücretsiz kablosuz ağ hizmetine erişmek mümkündür. Büyük şehir merkezlerinde kablosuz internet hizmeti sunulan ankesörlü telefon kulübeleri ve otobüs durakları da mevcuttur. Havalimanları ve elektronik mağaza zincirlerinde Data Sim Kartları bulunabilmektedir. Hem internet erişimi hem de telefon hattı olan Sim Kartlar sadece Narita Havalimanında satılmaktadır.

Yerel Ölçü Birimleri:

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

Para Kullanımı

Japonya'nın resmi para birimi Yen'dir. Para birimi kodu olarak "JPY", faturalarda Japon Yeni işareti olarak "¥" kullanılmaktadır.

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

Pasaport ve Ülkeye Geçici Giriş Vizesi uygulaması

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

Resmi Tatiller ve Çalışma Saatleri

Japon Hükümeti tarafından 2020 yılı için belirlenen resmi tatil günleri şöyledir:

1 Ocak	Yeni Yıl Tatili
13 Ocak	Olgunlaşma Günü
11 Şubat	Ulusal Kuruluş Günü
23-24 Şubat	İmparatorun Doğum Günü
20 Mart	İlkbahar Günü
29 Nisan	Showa Günü
3-6 Mayıs	Golden Week
23 Temmuz	Denizcilik Günü
24 Temmuz	Sağlık ve Spor Günü
10 Ağustos	Dağ Günü
21 Eylül	Yaşlılara Saygı Günü
22 Eylül	Sonbahar Günü
3 Kasım	Kültür Günü
23 Kasım	Emek Şükran Günü

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

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

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

Yerel Saat

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

5. ŞİRKET KURULUŞU VE İŞ YAPMA İLE İLGİLİ BİLGİLER

Japonya, Dünya Bankası Doing Business 2019 raporuna göre 190 ülke arasında 39. sırada yer almıştır. Diğer gelişmiş ekonomilere kıyasla alanlar kolaylaştırılmaya açık bazı alanlar işletme açma kolaylığı (93. sırada), kredi alma kolaylığı (85. sırada) ve vergi ödeme sistemi (97. sırada) olmuştur.

Şirket Türleri

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

İrtibat Ofisi/Temsilcilik Açmak:

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

Şube Açmak:

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

Yan Şirket veya Ortaklık Kurmak:

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

Yeni bir Şirket Kurulması

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

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

Sermaye Şirketi (Hojin): Başlıca şirket türleri şunlardır:

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

2006 yılında yürürlüğe giren yasaya göre Anonim Şirket (kabushiki kaisha) kurulması kolaylaştırılmış olup, bir yönetici ve 1 JPY sermaye ile kurulması mümkün hale getirilmiştir.

Anonim Şirket statüsünde Japonya’da tüm ticari faaliyetlerin yapılması, dışardan yönetim kurulu üyelerinin alınması mümkün olacaktır. Noter onayı ve kayıt işlemi gerekmektedir. Kurulum aşamasında kurucu ve yönetim kurulu üyelerinin mühür tescil belgesi veya imza beyannamesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Şirket Kurma Prosedürü

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

İnşaat şirketi için:

Başvuru mercii: Ulaştırma Bakanlığı, Belediye

Gerekli belgeler:

- İşletme yöneticisi sertifikası (**Keiei gyomu Kanri sekininsha**)
 - Özel mühendisi sertifikası (**Sennin Gijutsusha**)
 - Belediye Başkanı Ruhsatı / Ulaştırma Bakanı ruhsatı (**Chiji Kyoka /Daijin Kyoka**)
 - Genel inşaat ruhsatı, Özel inşaat ruhsatı (**İppan /Tokutei Kensetsugyo Kyoka**)
- Yapılacak proje boyuta göre sermaye şartları değişmektedir.

Yemek Hizmetleri için:

Başvuru mercii; İtfaiye Ofisi, Emniyet Müdürlüğü, Sağlık Merkezi

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

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

Perakende Mağazacılık Hizmetleri için:

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

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

Sigorta

Japonya sigortacılık sektörüne finansal büyüklük açısından A.B.D.’nin ardından dünyada ikinci sıradadır. Sektörün finansal varlık toplamı ülke GSYİH'nın yaklaşık % 75'i kadardır. Hayat sigortası sektörün yaklaşık yüzde 90'ını oluşturmaktadır. Bir hayli yoğunlaşmış bir sektör yapısı mevcuttur.

En büyük beş hayat sigortası şirketi hayat sigortasında varlıkların neredeyse yüzde 70'ini oluştururken, hayat sigortası dışında kalan türler için dört şirket varlıklarının yüzde 90'a yakını elinde tutmaktadır. Hayat sigortası sektöründe sabit vadeli gelirler ve sağlık sigortası gelirleri sigorta primlerinin sırasıyla yaklaşık %28 ve %23'ünü oluşturmaktadır. Hayat sigortası dışında kalan türler arasında ise %43'lük pay ile taşıt sigortaları öne çıkmaktadır.

Bankacılık Mevzuatı

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

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

Vizeler

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

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

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

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

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

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

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

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

Vize çeşitlerine ilişkin ayrıntılı bilgi için:

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