

DÜNYANIN ÜÇÜNCÜ
BÜYÜK EKONOMİSİ

JAPONYA

YATIRIM İÇİN DAVETKÂR

Japonya, kısıtlı kaynaklarına rağmen dış ticaretle gösterdiği başarısıyla dünyaya ekonomik anlamda adeta meydan okuyor... Elektronik ürünler, otomobil ve gemi ihracatında dünya lideri olan Japonya, küresel boyutta üçüncü büyük ekonomiye sahip. Bu özellikleriyle yabancı yatırımcıların ilgisini çeken Japonya, son yıllarda ülke dışına yaptığı yatırımlarla da adından söz ettiriyor.



GSYH: (Milyon \$) 4.348.015

(2016-IMF tahmin)

KBGSYH: (\$) 34.414

(2016-IMF tahmin)

Büyüme Oranı: % 1,1

(2016-IMF tahmin)

Nüfus: 126.345.000

Yüzölçümü: 377.899 m²

Başkent: Tokyo

Japonya, üç büyük ada Hokkaido, Honshu Shikoku ile Kyushu'dan ve daha birçok adacıktan oluşan, ekonomik anlamda dünya devi bir ülke... Japonya'da 1950'li yıllarda işgücü bakımından aktif olan nüfus (15-64 yaş arası) çoğunlukta iken 2000'li yıllarda söz konusu yapının önemli ölçüde değiştiği gözleniyor. Son yıllarda nüfus artış hızının da yavaşladığı ülkede 2050 yılı itibarıyla ekonomik olarak aktif nüfusun yüzde 53,1'e düşeceği tahmin ediliyor. Yapılan projeksiyonlar sonucu 0-14 yaş arası kesimin toplamın yüzde 8,6'sını, 65 yaş ve üstü kesimin de toplumun yüzde 39,5'ini oluşturacağı öngörülüyor. Japonya'da 65 yaş ve üstü kesimin tüm nüfusa oranının şu an yüzde 23 olduğu düşünülürken ise ülke ile ticaretin hangi yönde olması gerektiği hakkında ipuçları elde ediliyor. Bu durum Türkiye ihracatı açısından değerlendirildiğinde, öntümüzdeki dönemde özellikle yaşlı insanların kullanabileceği ürünlerin önem kazanacağı ve pazarın başlıca alıcı kesiminde bulunacak olan bu segmentin ihtiyaçları çerçevesinde şekilleneceği düşünülüyor.

Dış Ticarete Düşüş

Japonya ekonomisi, 2. Dünya Savaşı'ndan bu yana düzenli olarak büyüme-ye devam ederken, 2008 yılında küresel krizle birlikte önemli ölçüde yavaşlama-ya başladı. Ekonomik büyümesi ağırlıklı

Yurt dışı yatırımlarıyla dünyada önemli ülkeler arasında yer alan Japonya'nın yabancı pazarlardaki yatırımlarıyla ilgili sektörel dağılımı incelendiğinde imalat sektörünün yüzde 30 seviyesinde olduğu gözleniyor. Finans ve hizmet sektörlerinin yer aldığı imalat dışı yatırım payı ise yüzde 70 olarak verilere yansıyor.

olarak ihracata dayanan Japonya'da, dışarıdan gelen taleplerin ekonomik kriz dolayısıyla azalmaya başlaması sonucu hükümet yerel talebi canlandırmaya yönelik önlemleri artırdı. Ancak ihracatta beklenen canlanma bir türlü yakalanamadı ve yaşanan global ekonomik kriz, Japon dış ticaretine de olumsuz yansıdı. 2010 yılında ise ülke ihracatı önceki yıla göre yüzde 32,1 artarak 767 milyar dolara ulaşırken, ithalat da yüzde 25,2 artarak 691 milyar dolar olarak gerçekleşti. Aynı yıl artan enerji fiyatları ise Japonya'nın 2011 yılında 1980'den beri ilk defa dış ticaret açığı vermesine neden oldu. 2013'te Japonya'nın ihracatı yüzde 10'luk düşüşle 715 milyar dolara, ithalatı ise yüzde 6 düşüşle 833 milyar dolara ulaştı. Böylece 117 milyar dolara yükselen dış ticaret açığıyla ülkede ekonomik anlamda yeni bir dönem başlamış oldu.

2014 yılında dış ticaret miktarı Japonya'da ihracat 683 milyar dolar, ithalat da 822 milyar dolar olarak gerçekleşti. 2015'te de ülke dış ticaret rakamlarında büyük bir değişimin görülmeyeceğini söylemek mümkün. 2016



yılında ise ihracat 645 milyar dolara, ithalat da 607 milyar dolara gerilerken ülke yeniden dış ticaret fazlası vermeye başladı. Enflasyon açısından IMF tahminlerine göre ortalama tüketici fiyatları 2014 yılında yüzde 2,8 ile zirve yaparken, 2016'da bu oranın yüzde 1,8'e düşmesi bekleniyor.

Japonya dış ticaretinde bunlar yaşanırken, ülkenin yurtdışı yatırımlarında da önemli hamleler gerçekleştiriliyor. Yurtdışı yatırımlarıyla dünyada önemli ülkeler arasında yer alan Japonya'nın yabancı pazarlardaki yatırımlarıyla ilgili sektörel dağılımı incelendiğinde imalat sektörünün yüzde 30 seviyesinde olduğu gözleniyor. Finans ve hizmet sektörlerinin yer aldığı imalat dışı yatırım payı ise yüzde 70 olarak verilere yansıyor.

Elektronik ve taşıt endüstrisi lokomotif

Elektronik ve taşıt endüstrileri imalat sanayinde hakim olurken, ülkenin uluslararası ticarete bağımsızlığını teminli bu sektör oluşturuyor. Her iki sektör de son yıllarda Japon Yeni'nin aşırı değerlenmesi sonucu pek çok zorlukla karşılaşılıyor. Aynı zamanda önemli bir makine imalatçısı olan Japonya, bu alandaki en büyük ihracatçı ABD ve Güney Kore'ye yapıyor. Ülke, dünyanın en önemli demir-çelik üreticisi olarak da biliniyor.

Diğer taraftan Japonya, renkli televizyon setleri, diğer elektrikli aletler, otomobiller, gemiler, kamera ve saatler gibi yüksek hassasiyetli optik ve elektronik ürünler ihracatında dünya birincisi. Ham maddeyi ithal eden Japonya, nihai ürünü ise ihraç ediyor. Bu durumda kendisi ile ticaret yapan diğer ülkeleri sadece ham madde ve gıda imalatçısı durumuna getiriyor.

Ihracata yönelik üretimini Japonya dışına ve potansiyel pazarlara yakın böl-

RAKAMLARLA JAPONYA EKONOMİSİ

Japonya Dış Ticaret Rakamları (Milyar ABD Doları)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
İHRACAT	581	767	823	799	715	683	625	645
İTHALAT	552	691	855	886	833	822	626	607

Türkiye-Japonya Dış Ticaret Göstergeleri (Bln \$)

Yıl	Ihracat	İthalat
2003	156.288	1.927.096
2004	190.117	2.684.287
2005	234.227	3.109.218
2006	263.084	3.216.725
2007	246.910	3.703.442
2008	330.462	4.026.764
2009	232.847	2.781.971
2010	272.219	3.297.796
2011	296.413	4.263.737
2012	331.762	3.601.420
2013	409.236	3.453.190
2014	375.472	3.199.915
2015	334.889	3.178.274
2015 (ilk 4 ay)	131.944	920.601
2016 (ilk 4 ay)	118.716	1.153.964

Kaynak: TÜİK

Japonya'da Çevre Pazarının Büyüklüğü (100 milyon Yen)

	2007	2010	2020	2025
Daha az kirlenmiş özelliklere sahip ekipman	13 462	16 881	24 678	25 913
Atık yönetimi ve geri kazanım	3 314	3 359	3 359	3 359
Çevre analiz aletleri	432	433	433	433
Çevreye yönelik hizmet sektörü	2 180	2 938	3 133	3 233
Yeniden alan kazanımı	582	380	380	380
Atık yönetimi ve geri dönüşüm	221 569	237 576	235 378	241 658
Kanalizasyon ve atıksu	10 930	11 671	11 349	11 097
Çevresel geri kazanım ve dinlenme	3 909	5 823	7 641	7 646
Çevre ile uyumlu ürünler	60 994	78 845	81 445	81 445
Yeni enerji çeşitleri	8 550	18 961	42 935	68 836
Enerji tasarrufu	11 123	18 666	15 587	20 466
TOPLAM	337 045	395 733	426 318	464 466

Kaynak: Kansai Bureau of Economy





İTHALAT - İHRACAT

İhracatında Başlıca Ürünler (Milyon ABD Doları)

GTİP ÜRÜNLER	2013	2014	2015	2016
TOPLAM	715,097	690,217	624,874	645,159
'8703 Otomobil, steyn vagonlar, yarış arabaları	91,689	88,543	86,047	91,969
'9999 Başka yerde belirtmemiş ürünler	35,791	35,844	37,036	38,195
'8708 Kara taşıtlar için aksam, parçaları	35,301	32,493	28,615	31,709
'8542 Elektronik entegre devreler	26,995	25,478	23,642	24,103
'8486 Yanı iletken disk, elektronik entegre devresi, düz panel göstergesinin imalatı içi	12,691	13,021	13,138	17,871
'8901 Yolcu gemileri, gezinti gemileri, feribotlar, yük gemileri, mavnalar	14,868	12,246	11,000	12,072
'8443 Matbaacılığa mahsus baskı makineleri, yardımcı makineler	12,512	11,513	10,405	9,812
'8541 Diotlar, transistörler vb. Yanı iletkenler, piezo elektrik kristaller	9,062	9,046	8,420	8,872
'8704 Eya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	10,105	10,493	9,676	8,858
'8429 Dozeler, greyder, skreyper, ekskavator, küreyici, yükleyici vb.	8,573	8,688	7,342	7,972
'8479 Kendine özgü fonksiyonlu makine ve cihazlar	7,629	8,100	7,327	7,925
'2710 Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	14,666	13,374	9,598	7,603
'8536 Genişimi 1000 voltu geçmeyen elektrik devresi teçhizatı	7,799	7,668	6,962	7,495
'7108 Alın (ham, yanı işlenmiş, pudra halinde)	4,634	4,375	4,908	7,346
'7208 Demir/çelik sıcak hadde yassı mamulleri- genişlik 600mm. Fazla	8,980	8,382	7,184	6,260
'8409 İçten yanmalı, pistonlu motorların aksam-parçaları	7,792	6,917	5,859	5,991

İthalatında Başlıca Ürünler (Milyon ABD Doları)

GTİP ÜRÜNLER	2013	2014	2015	2016
TOPLAM	833,166	812,185	625,568	833,166
'2709 Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	145,721	130,657	45,006	145,721
'2711 Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	83,330	84,494	50,946	83,330
'8517 Telli telefon-telefraf için elektrikli cihazlar	25,991	25,513	22,689	25,991
'3004 Tedavide/konumada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	14,791	13,748	17,291	14,791
'8542 Elektronik entegre devreler	16,502	16,781	16,928	16,502
'2701 Taşkömürü taşkömüründen elde edilen briketler, topak vb. Katı yakıtlar	23,608	19,749	16,338	23,608
'8471 Otomatik bilgi işlem makineleri, üniteleri	16,474	16,808	13,504	16,474
'9999 Başka yerde belirtmemiş ürünler	10,485	10,461	10,696	10,485
'8703 Otomobil, steyn vagonlar, yarış arabaları	10,609	10,403	8,983	10,609
'2710 Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	26,882	24,963	14,478	26,882
'8708 Kara taşıtlar için aksam, parçaları	7,127	7,677	7,213	7,127
'2603 Bakır cevherleri ve konsantreleri	10,646	9,887	7,818	10,646
'2601 Demir cevherleri ve konsantreleri	17,391	15,917	9,291	17,391
'8411 Turbojetler, turbo-propeller, diğer gaz türbinleri	4,574	4,751	5,067	4,574
'8544 İzole edilmiş tel, kablo; diğer izole edilmiş elektrik iletkenleri; fiber optik k	6,437	6,598	6,185	6,437

Kaynak: ITC Trademap



Japonya gibi kaynakları kıstı bir ülkenin ekonomide bu ölçüde bir "süper güç" haline gelmesinde dış ticaretin önemi büyük.

gelere kaydırır Japon şirketleri, Doğu Asya başta olmak üzere, Avrupa ve Kuzey Amerika'da bu alandaki yatırımlarını artırdı. Elektronik sektörde ise yurt içi talebin de artması ile birlikte, Japon firmalar hem Japonya içindeki yatırımlarını hem de yurt dışı yatırımlarını güçlendirdi.

Mamul madde İthalatında artış

Japonya gibi kaynakları kısıtlı bir ülkenin ekonomide bu ölçüde bir "süper güç" haline gelmesinde dış ticaretin önemi büyük. Japonya, gıda maddeleri ve kereste, tekstil malzemesi, metaller gibi ana ham maddelerin ithalata ila ham petrol ve diğer yakıt kaynaklarında dünyadaki en büyük ithalatçılarından biri konumunda bulunuyor. Marka ve tasarım satış sonrası hizmetler ile tüketici tercihlerinde meydana gelen değişikliklerin ticareti etkileyen faktörler olarak ortaya çıkması ve uluslararası alandan gelen tepkiler nedeniyle 1980'lerin ortasından itibaren Japonya'nın mamul madde ithalatında artış gözleniyor. Japonya'nın ithalatında ilk beş ülke, Çin, ABD, Avustralya, Suudi Arabistan ve BAE. İhracatındaki ilk beş ülke ise ABD, Çin, Güney Kore, Tayvan ve Hong Kong.

Yatırımda öncelikli alanlar

Dünyanın üçüncü büyük ekonomisi konumunda bulunan Japonya, yabancı yatırımcıların ilgisini çekmeye devam ediyor. Ancak ülkeye yapılan doğrudan yabancı yatırım oranı görece düşük seviyelerde kalıyor. Japonya'daki en önemli yabancı yatırımcılar ABD ile AB ülkelerine ait firmalar. Geçmiş yıllarda ülkeye yapılan yabancı yatırımların yarısından fazlasını da bu ülkeler oluşturuyor. Söz konusu yatırımlar, imalata dayalı olmayan iş kollarında gerçekleşiyor. Özellikle bu yatırımlarda finansal hizmetler ile perakendecilik ön plana çıkıyor. İmalata dayalı doğrudan yabancı yatırımlarda ise otomotiv sanayi en yüksek yatırımların gerçekleştiği alan olarak biliniyor.

Japon tüketici, ürünün kalitesine önem veriyor

İkinci Dünya Savaşı'nın hemen sonrasında Japonya'da gıda dahil olmak üzere her türlü ürünün yoklu-

ğu çekiliyordu. Japon ürünlerinden daha kaliteli ve pahalı olan Avrupa ve Amerika'dan gelen ürünlere hayranlık duyuluyor ancak bu ürünler ortalama gelir düzeyindeki insanlara satın alınamıyordu. Bu tür ithal ürünlere sahip olmak statü sembolü olarak görülüyordu. 1960'lı yıllarda Japonya endüstrisi savaş sonrası dönemin kaos ortamından kurtuldu ve kişisel gelirler yükselmeye başladı. Japonya pazarına ürünlerin bol miktarda sunulmaya başlamasıyla birlikte yerli ürünlerin kalitesi önemli ölçüde artış gösterdi. Sonuç olarak Japon tüketiciler pahalı ithal ürünlere göre daha ucuz sahip olabilecekleri yerli ürünlere olumlu bakmaya başladılar.

1980'li yıllardan önce Japonlar yüksek gelirlere ve daha rahat bir yaşam tarzına sahip oldular. Çok fazla miktarda farklı türlerde ürünlerin pazara girilmesiyle Japon tüketiciler kendi zevk ve amaçlarına uygun ürün ve hizmetleri seçebilmekteydiler. Bu dönemde, düşük fiyatlı ürünlerin tüketiminden, fiyatı yüksek kaliteli ürünlerin tüketimine bir geçiş gerçekleşti. Şu anda Japon tüketiciler ürün tercihlerinde en ince farkları ayırt ederek en iyisini seçebilen tüketiciler arasında geliyor.

