

## *Tokyo Ticaret Müşavirliği*

*Kozuki Capital East Building 5F  
1-2-7 Kita Aoyama Minato-ku,  
TOKYO 107- 0061 TOKYO / JAPAN  
Tel : 00 81 3 3470 6723  
Fax : 00 81 3 3470 6280  
E-Mail : tokyo@ticaret.gov.tr*

### **Türkiye'nin Japonya'ya Şarap ihracat Potansiyeli**

#### **Giriş:**

Bu rapor, Japonya'ya ithal edilen şaraplara ilişkin eğilimleri ve son istatistikleri, tüketim eğilimlerini ve Türk ihracatçılar için fırsatları vurgulamaktadır. Japonya ABD , AB, Avustralya, Kanada, Peru, Şili gibi ülkelerle imtiyazlı Ticaret anlaşmaları yapmış ve gümrük vergisi hadlerinde iyileşmeler sağlanmış, bu gelişme ülkemiz şarap ihraç potansiyelini negatif olarak etkileme potansiyeli en büyük gelişmedir. Öte yandan Japon pazarı yeni ve inovatif ürünlere oldukça açık pazar olması münasebetiyle ilkemizin özgün üzümlerinden yapılan şaraplar için yeni kapılar aralaması olası görülmektedir.

#### **Genel bakış:**

Japon şarap üretim ve tüketim piyasaları bir dönüm noktasındadır. Artan enflasyon oranları ve sağlık bilincine sahip tüketim bilinci nedeniyle Japon tüketiciler daha az içiyor, ancak yenilik ve yüksek kaliteli ürünlere olan talep güçlü kalmaya devam etmektedir. Japonya'da yerli şarap üretimi gelişmeye devam ederken, ülke şarapta büyük ölçüde ithalata bağımlı olmaya devam etmektedir. 2021 yılı itibariyle ithalat, Japon pazarının yüzde 73'ünü oluşturmuştur. Ekilebilir alanın sınırlı olması yüksek üretim maliyetleri nedeniyle ilgili oranın zaman içinde çok fazla değişikliğe uğramaması beklenmektedir. Aşağıdaki tablo Japonya'nın alkollü içecek ihalatına genel bir bakış sunmaktadır.

#### **Ülkemiz ve dünyada üzüm üretimi:**

**Aşağıdaki tablolardan da izlenebileceği gibi** Ülkemiz dünya üzüm üretiminde ön sıralarda yer almasına rağmen %0,01 ile ilgili ürünlerdeki sıralamasının 53. sü olması potansiyelinde oldukça uzakta olduğunu işaret etmektedir. Dünyanın önde gelen şarap ihracatçı ülkeler sırayla Fransa (%32,5), İtalya (%20,8), İspanya (%8), Şili (%4,8) olarak ortaya çıkmaktadır.

Dünya'da önde gelen üzüm üretici ülkeler				
Sıra	Ülke	Miktar (Ton)	% Pay	Açıklama
	<b>Dünya</b>	<b>74.942.573</b>	<b>100</b>	<b>Tahmin edilen değer</b>
1	Çin (anakara)	12.600.000	16,8	Uluslararası kuruluşlardan rakamlar
2	İtalya	8.437.970	11,3	Resmi rakam
3	Fransa	6.199.950	8,3	Resmi rakam
4	İspanya	5.902.040	7,9	Resmi rakam
5	ABD	5.372.800	7,2	Resmi rakam
<b>6</b>	<b>Türkiye</b>	<b>4.165.000</b>	<b>5,6</b>	<b>Resmi rakam</b>
7	Hindistan	3.401.000	4,5	Resmi rakam
8	Şili	2.402.686	3,2	Tahmin edilen değer
9	Güney Afrika	2.064.742	2,8	Resmi rakam
10	Arjantin	1.936.803	2,6	Resmi rakam
11	Özbekistan	1.760.559	2,3	Resmi rakam
12	Mısır	1.571.989	2,1	İhmal edilen değer
13	Brezilya	1.450.805	1,9	Resmi rakam
14	İran	1.417.944	1,9	Resmi rakam
15	Avustralya	1.228.829	1,6	Resmi rakam
16	Almanya	1.223.320	1,6	Resmi rakam
17	Peru	918.898	1,2	Resmi rakam
18	Afganistan	910.000	1,2	Resmi rakam
19	Portekiz	903.510	1,2	Resmi rakam
20	Rusya	889.500	1,2	Resmi rakam
21	Yunanistan	815.980	1,1	Resmi rakam
22	Romanya	804.800	1,1	Resmi rakam
23	Cezayir	627.325	0,8	Tahmin edilen değer
24	Moldova	572.972	0,8	Tahmin edilen değer
25	Yeni Zelanda	532.000	0,7	Resmi rakam
26	Meksika	457.752	0,6	Resmi rakam
27	Macaristan	414.550	0,6	Resmi rakam
28	İrak	384.984	0,5	Tahmin edilen değer
29	Avusturya	336.990	0,4	Resmi rakam
30	Türkmenistan	329.648	0,4	Resmi rakam
31	Fas	319.998	0,4	Resmi rakam
32	Gürcistan	287.300	0,4	Resmi rakam
33	Kuzey Makedonya	265.556	0,4	Resmi rakam
34	Ukrayna	257.880	0,3	Resmi rakam
35	Tacikistan	256.790	0,3	Tahmin edilen değer
36	Suriye	228.590	0,3	Resmi rakam
37	Ermenistan	225.816	0,3	Resmi rakam
38	Arnavutluk	217.883	0,3	Resmi rakam
39	Azerbaycan	212.645	0,3	Resmi rakam
40	Tunus	166.000	0,2	Resmi rakam
<b>41</b>	<b>Japonya</b>	<b>162.600</b>	<b>0,2</b>	<b>Resmi rakam</b>

Kaynak:FAO

**Dünya'da önde gelen Şarap İhracatçı Ülkeler (Gtip:2204)**

Sıra	İhracatçı Ülkeler	2022'de ihraç edilen değer (bin ABD Doları)	2022'de ticaret dengesi (bin ABD Doları)	2022'de ihraç edilen miktar	Miktar Birim	Birim değer (USD/birim)	2018-2022 yılları arasında yıllık değer artışı (%)	2018-2022 yılları arasında yıllık miktar artışı (%)	Dünya ihracatı içindeki payı (%)
	<b>Dünya</b>	<b>39.789.141</b>	<b>-1.256.624</b>	<b>0</b>	<b>No quantity</b>		<b>2</b>		<b>100</b>
1	Fransa	12.949.885	11.882.249	1441593	Tons	8983	5	0	32,5%
2	İtalya	8.289.675	7.749.703	2198614	Tons	3770	4	2	20,8%
3	İspanya	3.180.169	2.882.732	2153193	Tons	1477	-1	2	8,0%
4	Şili	1.911.130	1.887.854	832954	1000 meters	2294	-1	0	4,8%
5	Avustralya	1.508.321	779.057	667951	Cubic meters	2258	-9	-6	3,8%
6	ABD	1.464.647	-6.220.124	278521	Cubic meters	5259	1	-5	3,7%
7	Yeni Zelanda	1.423.540	1.257.136	411093	Tons	3463	5	2	3,6%
8	Almanya	1.093.515	-1.809.819	353311	Tons	3095	-2	-2	2,7%
9	Portekiz	988.774	772.537	0	No quantity		1		2,5%
10	Arjantin	787.540	780.164	246796	Tons	3191	0	-1	2,0%
11	Güney Afrika	697.164	646.021	438360	Cubic meters	1590	-1	-2	1,8%
12	İngiltere	683.520	-4.380.327	45708	Tons	14954	-6	-24	1,7%
13	Belçika	608.731	-750.221	143383	Tons	4245	41		1,5%
14	Singapur	573.278	-278.270	0	No quantity		4		1,4%
15	Hollanda	523.892	-1.046.914	110666	Tons	4734	13	16	1,3%
16	Hong Kong	295.984	-727.767	8165	Cubic meters	36250	-7		0,7%
17	Danimarka	290.391	-580.088	47679	Tons	6091	16	13	0,7%
18	Avusturya	266.063	-11.740	71073	Tons	3744	7	7	0,7%
19	Gürcistan	251.860	247.763	148570	Tons	1695	7	9	0,6%
20	Litvanya	215.643	-69.601	73374	Tons	2939	5	5	0,5%
	<b>İlk 20 Ülke</b>	<b>38.003.722</b>	<b>13.010.345</b>		<b>No quantity</b>				<b>95,5%</b>
53	Türkiye	13.626	-29.478	4536	Tons	3004	0	-4	0,03%
64	Japonya	4.981	-1.876.976	267	Cubic meters	18655	31	14	0,01%

## Japonya'nın alkollü içki ve şarap ithalatı:

Japonya'nın genel alkollü içki ithalatına ilişkin tablo aşağıda sunulmuştur.

### Customs Statistics on Imported Wines and Spirits for the Month December 2023 Overview of Itemized Totals

(Ministry of Finance Study, Customs Bureau)

(Total amounts are CIF-based.

Figures for the previous year are final.)

Item No.	Description	Quantity (L)	Value (Unit: 1,000 yen)	Average unit price (yen)	Comparison with previous year (%)			Share (%)	
					Quantity	Value	Average unit price	Quantity	Value
2203.00-000	Beer	42,746,013	9,730,987	227.6	90.6	100.6	111.0	8.5	2.5
2204.10-000	Sparkling wine	39,806,374	104,327,274	2,620.9	89.6	108.0	120.5	8.0	27.2
2204.21-010	Sherry, port, etc.	575,847	709,513	1,232.1	78.0	97.3	124.7	0.1	0.2
2204.21-020	Wine (in containers of 2L or less)	146,315,220	136,827,136	935.2	88.6	98.9	111.6	29.2	35.6
2204.22-000	Wine (in containers of over 2L and up to 10L)	13,798,133	3,465,681	251.2	85.4	90.5	105.9	2.8	0.9
2204.29-010	Wine (in containers of over 10L and up to 150L)	355,205	146,496	412.4	217.0	149.5	68.9	0.1	0.0
2204.29-090	Wine (in containers of over 150L)	31,442,044	4,850,566	154.3	80.9	87.2	107.8	6.3	1.3
2204.30-200	Grape juice (Alcohol content over 1%)	575,433	238,554	414.6	79.3	89.1	112.3	0.1	0.1
2205.10-000	Vermouth, etc. (In containers of 2L or less)	2,754,881	1,021,901	370.9	85.7	90.9	106.1	0.6	0.3
2206.00-210	Refined (clear) sake, cloudy sake	65,958	23,649	358.5	80.4	67.5	83.9	0.0	0.0
2206.00-221	Fermented sake (with fruit juice addition)	4,398,747	2,201,013	500.4	83.8	89.4	106.6	0.9	0.6
2206.00-223	Containing added spirits to Malted happoshu	51,336,684	5,401,909	105.2	101.3	115.8	114.2	10.3	1.4
2206.00-224	Malted happoshu	405,345	194,600	480.1	59.6	84.4	141.7	0.1	0.1
2206.00-228	Other happoshu	-	-	-	-	-	-	-	-
2206.00-229	Apple wine, pear wine, mead, etc.	12,295,716	2,940,470	239.1	93.5	96.2	102.8	2.5	0.8
2208.20-000	brandy	1,955,344	6,683,504	3,418.1	118.9	128.3	107.8	0.4	1.7
2208.30-000	whiskey	71,619,020	69,541,135	971.0	106.5	113.9	106.9	14.3	18.1
2208.40-000	Rum and tafia	2,362,505	2,116,138	895.7	103.7	112.0	108.0	0.5	0.6
2208.50-000	Gin	2,835,498	2,101,132	741.0	77.3	89.2	115.5	0.6	0.5
2208.60-000	Vodka	2,214,004	1,216,789	549.6	89.2	90.5	101.5	0.4	0.3
2208.70-000	Liqueurs and Cordials	18,708,671	12,052,133	644.2	104.5	113.1	108.2	3.7	3.1
2208.90-110	fruit brandies	137,292	359,935	2,621.7	75.0	85.6	114.1	0.0	0.1
2208.90-129	Other distilled liquors	42,562,224	15,835,414	372.1	100.7	126.3	125.5	8.5	4.1
2208.90-220	Total refined liquors, white liquor	26,056	6,745	258.9	19.5	34.2	175.2	0.0	0.0
2208.90-240	Other alcoholic beverages	11,415,655	1,913,638	167.6	97.3	89.7	92.2	2.3	0.5
合計		500,707,869	383,906,312	766.7	93.4	105.4	112.8	100.0	100.0

Japonya'nın şarap ithalatında Fransa yaklaşık %60 payı ile liderlik koltuğunu açık ara korurken, İtalya %12, Şili %8,1 ABD %7,5, İspanya %6,2, Avusturya %2,1 ile Japon pazarını domine etmektedirler.

Önemli miktarda ihracat gerçekleştirmekte olan ülkeler ve AB ülkeleri, ticaret anlaşmaları yoluyla gümrük vergilerinde önemli avantaj sağlamış ve bu kapsamda pazar payları günden güne arttırmaktadırlar. Ülkemiz sadece 128 bin dolarlık değer, %0,007 lik pay ve 31. sıra ile potansiyelinin çok altında yer almaktadır.

### Japonya'nın Ülkelere Göre İthalatı

Birim : Bin Dolar

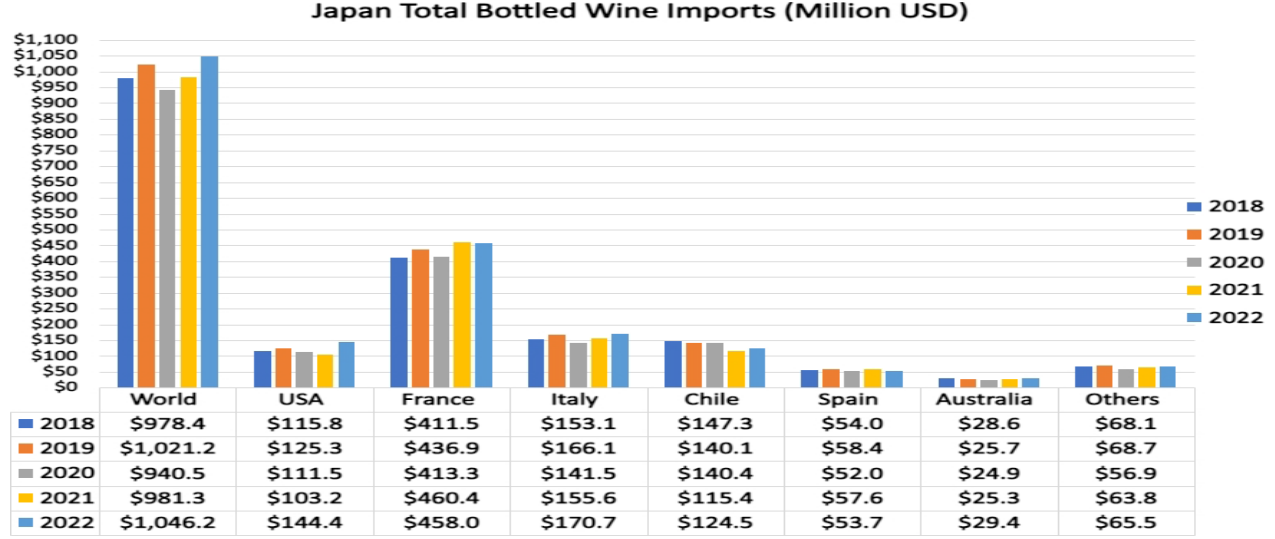
	Exporters	2015	2020	2021	2022	2023	Pay %
	Dünya	1.490.068	1.566.018	1.707.742	1.881.957	1.779.383	100%
1	Fransa	759.719	855.158	1.003.603	1.090.264	1.059.903	59,6%
2	İtalya	186.898	182.246	201.422	226.197	213.410	12,0%
3	Şili	206.257	184.155	147.412	160.271	143.592	8,1%
4	ABD	112.473	124.532	114.612	155.253	133.990	7,5%
5	İspanya	96.924	109.206	123.037	122.437	111.142	6,2%
6	Avustralya	40.915	39.947	41.101	46.322	38.133	2,1%
7	Almanya	16.375	16.801	20.026	19.843	19.655	1,1%
8	Yeni Zelanda	11.428	11.679	11.895	13.247	12.778	0,7%
9	Portekiz	6.799	7.526	8.369	8.811	9.244	0,5%
10	Güney Afrika	14.216	9.788	10.177	10.454	9.100	0,5%
11	Arjantin	24.052	10.656	9.418	9.948	8.486	0,5%
12	Avusturya	1.656	2.106	3.082	3.644	5.317	0,3%
13	Macaristan	929	996	1.302	1.098	1.741	0,1%
14	Gürcistan	771	966	1.123	1.683	1.499	0,1%
15	Bulgaristan	1.063	1.743	1.939	1.483	1.278	0,1%
16	Romanya	343	907	1.144	1.055	1.134	0,1%
17	Slovenya	383	539	701	1.042	1.063	0,1%
18	İsviçre	450	651	704	622	843	0,0%
19	Yunanistan	365	469	555	885	821	0,0%
20	İngiltere	382	653	412	622	695	0,0%
21	Moldova	363	549	584	836	615	0,0%
22	Meksika	2.941	909	797	597	612	0,0%
23	İsrail	1.224	892	711	1.283	564	0,0%
24	Çek Cumh.	30	131	397	290	514	0,0%
25	Çin	24	181	371	254	457	0,0%
26	Ukrayna	42	0	22	174	352	0,0%
27	Kanada	834	665	747	868	319	0,0%
28	Slovakya	189	144	325	323	282	0,0%
29	Hindistan	427	230	89	325	252	0,0%
30	Uruguay	123	152	321	218	237	0,0%
31	Türkiye	119	97	58	113	128	0,007%

Kaynak: Trademap

Japonya'nın İthalatında Şarap Çeşitleri				Birim: Bin Dolar			
GTIP	Tanım	2019	2020	2021	2022	2023	Pay %
'220421020	Üzüm şarapları nes, fort ve üzüm şırası dahil, ctnr'de alc eklenerek fermente edilmemiş	1.015.999	940.605	981.289	1.048.156	972.340	54,6%
'220410000	Köpüklü şarap	694.708	540.918	650.488	730.020	740.042	41,6%
'220429090	Üzüm şarapları nes, fort ve üzüm şırası dahil, alc eklenerek fermente edilmemiş, ctnr > 2l: Diğer	53.870	48.118	38.654	42.371	34.532	1,9%
'220422000	Diğer şaraplar, 2 l'den fazla fakat 10 l'den fazla olmayan kaplarda; fermantasyonlu üzüm şırası ...	24.776	22.957	25.032	28.931	24.649	1,4%
'220421010	Üzüm şarapları nes, fort ve üzüm şırası dahil, ctnr'de alc eklenerek fermente edilmemiş...	5.444	4.930	4.368	5.445	5.041	0,3%
'220430200	Üzüm şırası nes, fermente edilmemiş, No 20.09 pozisyonundakiler hariç: Diğer	14.798	8.253	1.392	1.976	1.757	0,1%
'220429010	Üzüm şarapları nes, fort ve üzüm şırası dahil, alc eklenerek fermente edilmemiş, ctnr > 2l: ... içeren kaplarda	1.738	914	829	716	1.022	0,1%
'220430111	Üzüm şırası nes, fermente edilmemiş, No 20.09 pozisyonundakiler hariç: Alkolik gücü ...	-	-	-	-	-	0,0%
'220430119	Üzüm şırası, fermente edilmemiş, 20.09 pozisyonundakiler hariç: Alkol derecesi ...	-	-	-	-	-	0,0%
'220430191	Üzüm şırası, fermente edilmemiş, 20.09 pozisyonundakiler hariç: Alkol derecesi ...	-	-	-	-	-	0,0%
Toplam	Toplam Şarap İthalatı	1.810.724	1.566.018	1.707.742	1.881.957	1.779.383	100%

Aşağıdaki grafikler Japonya'da şişelenmiş, dökme ve köpüklü şarap için son ithalat eğilimlerini görselleştirmektedir.

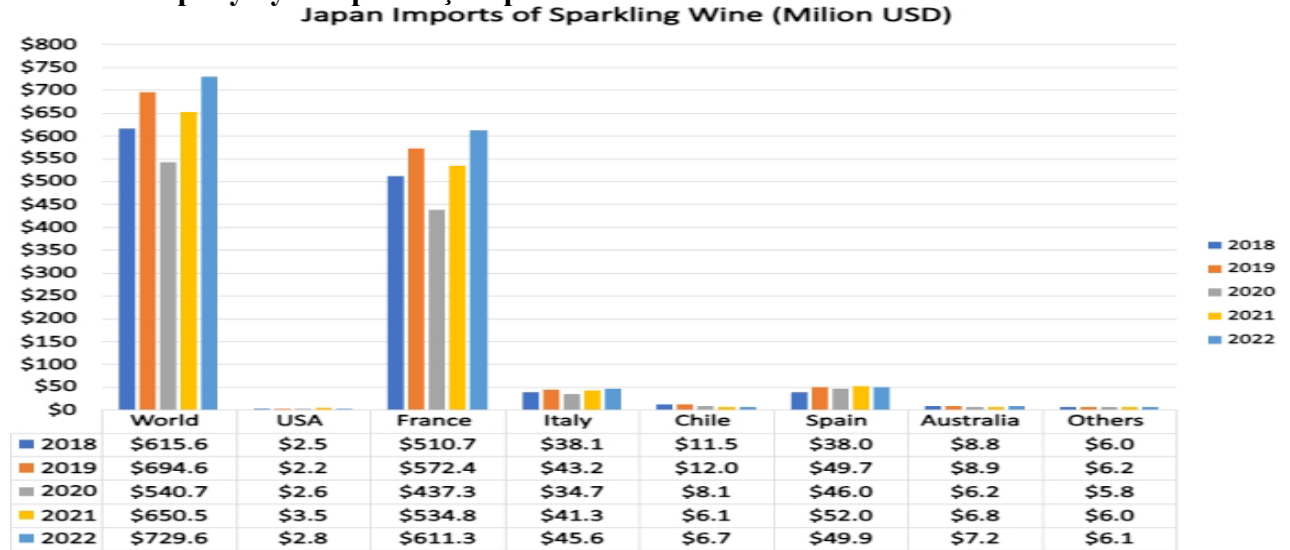
## Japonya'ya Şişelenmiş Şarap İthalatı



Kaynak: Kaynak: USDA-GAIN

Şişelenmiş şarap, iki litrelik standart bir şişe köpüklü olmayan şarabı ifade eder. Pandemi sırasında şişelenmiş şarap ithalatındaki genel düşüşe rağmen, talep yeniden artmaktadır. Piyasada ABD, Şili ve İspanya salgın öncesi ithalat seviyelerine dönmek için mücadele ederken, ABD 2021 ve 2022 yılları arasında, %20'lik bir artış yaşamıştır.

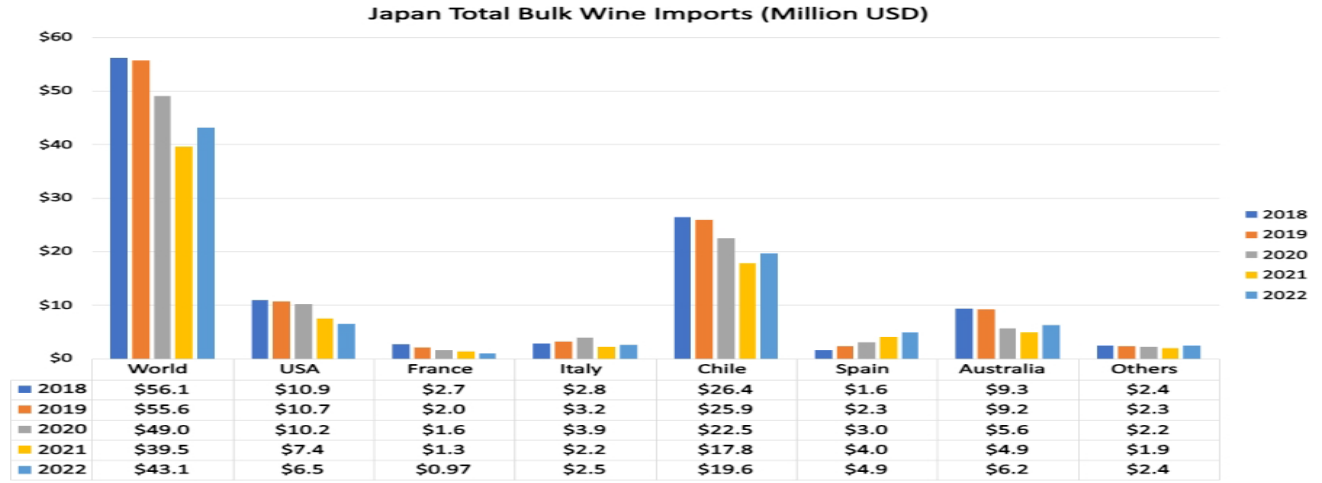
## Grafik 2: Japonya'ya Köpüklü Şarap İthalatı



Kaynak: USDA-GAIN

Japonya'nın köpüklü şaraba yönelik tüketici talebi son yıllarda artış göstermiş olup, sektör verileri Japonya'nın şampanya ithalatında dünya genelinde üçüncü sırada yer aldığını göstermektedir. En fazla büyüme Fransa'da görülmüştür, ancak Japonya'nın yerli köpüklü şarap üretiminin ve tüketiminin artış eğiliminde olması da dikkate değerdir.

### Grafik 3: Japonya'ya Dökme Şarap İthalatı



Kaynak: Ticaret Verileri Monitörü

Yukarıdaki grafik dökme şarap ithalatını ve İspanya hariç tüm büyük ithalatçılardaki düşüşleri göstermektedir. Dökme şaraplar genellikle toptancılar tarafından restoranlarda "ev şarabı" olarak kullanılmak üzere gıda hizmeti perakendecilerine satılmaktadır. COVID-19 pandemisi, yemek endüstrisine ve dolayısıyla dökme şaraplara yönelik talepte bir boşluk yarattı. Restoranlar yeniden açılrsa dahi, ekonomide devam eden enflasyon, özellikle Japonya'nın genç demografisi arasında, dışarıda yemek yemek ve şarapları denemek için insan sayısında azalmaya neden oldu.

İspanya'nın üretim maliyetleri rakiplerinden çok daha düşüktür ve bu da diğer tüm ithalatçılar düşüş yaşarken İspanya'nın istikrarlı ithalat artışını sürdürmesine neden olmuştur. .

#### Tüketim Eğilimleri

Japonya, 1980'li ve 1990'lı yıllarda şaraptan keyif almayı öğrenmeye başlayan geniş bir şarap sever tabanına sahiptir. Bu kişiler artık yaşlı nüfusun büyük bir bölümünü oluşturuyor ve birinci sınıf şarap satın almak için önemli miktarda harcanabilir gelire sahipler. Japonya'nın nüfusu yaşlandıkça, yüksek kaliteli şarap pazarı da büyümektedir. 2019'daki en son sektör verilerine göre, Japonya'daki 30 milyon düzenli şarap içicisinin neredeyse yarısı 55 yaş ve üzerindedir. Daha genç nesiller ortalama olarak çok daha az içiyor. Ancak bu genç tüketiciler konserve şarap, organik şarap ve portakal şarabı gibi yeniliklere ve trend ürünlere daha açık bulunmaktadır.

#### Perakende Trendleri

Japonya'daki perakendeciler arasında raf alanı hala küçüktür. Bununla birlikte, daha fazla perakendeci tüketicileri mağazalarını ziyaret etmeye çekmek için şaraba daha fazla yer ayırmaktadır. Orta segment mağazalarda şaraplar genellikle 700 Yen ila 8.000 Yen/750 ML şişe fiyat aralığında yer almaktadır. Son zamanlarda, AEON gibi süpermarketler şarap ve likör çeşitlerini arttırmıştır, ancak süpermarketler ürün yelpazeleri için genellikle ithalatçılara güvenmektedir. Fransa ve İspanya gibi ülke ürünleri nispeten geniş bir şarap çeşitliliği sunmaktadır. Vinos Yamazaki ve Enoteca gibi özel şarap mağazaları normal süpermarketlerden çok daha fazla ülkenin şarap çeşidini sunmakta ve genellikle kendileri ithal etmektedir. Mevcut sınırlı pazar payı göz önüne alındığında, perakendecileri güvence altına almak ve ürünün talebine ve müşteri tabanına karşılık gelen fiyat noktalarını eşleştirmek kritik önem taşımaktadır. Özel süpermarketler, daha yüksek bir fiyat noktasının uygun olduğu premium ithal ürünler



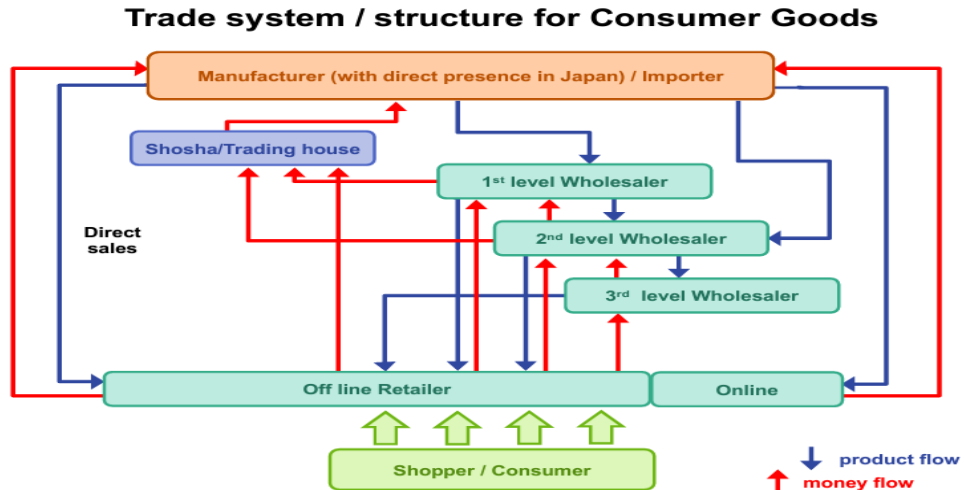
bulundurabilmektedir. İlgili örnek süpermarketler:

Kinokuniya Co, : <a href="http://www.e-kinokuniya.com/kinokuniya2.pdf">http://www.e-kinokuniya.com/kinokuniya2.pdf</a>
Meidi-ya : <a href="http://www.meidi-ya.co.jp/en/">http://www.meidi-ya.co.jp/en/</a>
Seijo Ishii: <a href="http://www.seijoishii.co.jp/en/">http://www.seijoishii.co.jp/en/</a>
Dean & Deluca: <a href="http://deandeluca.co.jp">http://deandeluca.co.jp</a>
Queens Isetan: <a href="http://www.queens.jp/pc.html">http://www.queens.jp/pc.html</a>
Kaldi Coffee: <a href="http://kaldi.co.jp/english">http://kaldi.co.jp/english</a>
National Azabu: <a href="http://www.national-azabu.com/e_index2.php">http://www.national-azabu.com/e_index2.php</a>
Costco: <a href="https://www.costco.co.jp/">https://www.costco.co.jp/</a>
Nissin World Delicatessen: <a href="http://www.nissin-world-delicatessen.jp/">http://www.nissin-world-delicatessen.jp/</a>

### Dağıtım Kanalları

Birçok tüketici şaraba ilgi gösterdiği için hem yemek servisi hem de perakende şarap tüketimi güçlüdür. Japon pazarı, özellikle Tokyo ve Osaka gibi kentsel alanlarda geniş bir fiyat aralığı ve farklı şarap çeşitleri sunmaktadır. Süpermarketler ve marketler de dahil olmak üzere perakende mağazalarının çoğu, ve indirim mağazaları, müşterileri çekebilmek için farklı fiyat seviyelerinde çeşitli şarapları raflarına koymaktadır. Son zamanlarda raflarda yarım şişeler de göze çarpmaktadır.

Tarihsel olarak bakıldığında, Japonya'da bir perakendeciyle çalışmak, bir toptancı ortağın ve genellikle bir ticaret şirketinin de katılımını gerektirmiştir. Japonya'nın perakende ortamı iki temel faktör nedeniyle karmaşıktır: Birincisi, perakende alanının sınırlı olması ve mağaza düzeyinde çok az depolama alanı bulunması; ikincisi ise birçok perakendeci, toptancı ve ticaret evi (Shosha) arasında çapraz hissedarlık bağlantılarının olmasıdır. Bu düzenleme, üreticilerin ürünlerini listeletmek için bir toptancı ve bazen de bir Shosha olmak üzere birden fazla temas noktasına ihtiyaç duymasına anlamına gelmektedir. Bu aynı zamanda para akışının, her biri marj alan birkaç tarafı içermesi anlamına gelmektedir. Bu ticari harcamaları yönetmek karmaşıktır ve genellikle takip edilmesi zordur. Shosha tipik olarak malların toplu alımında, ticari alacakların yönetiminde ve finansmanında yer alır. Ayrıca, özellikle Japon pazarına girmek isteyen markalar olmak üzere, işletmelerde öz sermaye hissesi de alabilirler. Aşağıdaki şemada bu mal ve para akışı gösterilmektedir. Bazı durumlarda, özellikle büyük şehirlerin dışında, birkaç toptancı katmanı olabilir.



Bunun da ötesinde, Japonya'da kendi fiziksel varlığı olmayan birçok uluslararası marka, daha sonra yukarıdaki toptancılara ve perakendecilere satış yapan uzman bir ithalatçı şirket kurmuştur. Bu katmanlar bazı ithal ürünlerin maliyetini çok yüksek hale getirmiştir. Doğrudan ticaret, yani herhangi bir aracı olmadan doğrudan bir perakendeciye satış, uluslararası alanda tipik bir uygulama olarak Japonya'da yavaş yavaş benimsenmektedir. Son zamanlarda 100 yen mağazaları, Costco ve bir dereceye kadar Aeon gibi bazı perakendeciler geleneksel konseptte meydan okumaktadır. Doğrudan ticaretin, özellikle Yen'in zayıf kalmaya devam etmesi beklentisinin oluşturduğu maliyet baskısı nedeniyle büyümesi muhtemeldir.

Japonya'nın ticaret ortamı, diğer gelişmiş pazarların çoğuna kıyasla daha geniş bir kanal yelpazesi ve fazla müşteri olması nedeniyle parçalı bir yapıya sahiptir. Genel bir kural olarak, perakende müşterilerinin çoğu merkez ofis düzeyinde müzakereler gerektiren zincir gruplardır. Çoğu zincirin bölgesel güçlere sahip olduğunu belirtmek önemlidir; tüm zincirler ulusal değildir. Bu durum, yeterince geniş kapsama alanına sahip bir satış ortağı, acente veya distribütör bulmak ve bunlarla çalışmak açısından önemli sonuçlar doğurmaktadır. Online satışlar istikrarlı bir şekilde artmaktadır, ancak online satışların payı ürün kategorisine göre önemli ölçüde değişmektedir.

#### **Gıda Alanında Dış Ticaret Şirketleri:**

ITOCHU CORPORATION	MITSUBISHI SHOKUHIN	MITSUI SHOKUHIN
WISMETTAC	SUZUSHO	TOMOE
YUTAKA SANGYO	KATAOKA BUSSAN	NICHIFUTSU BOEKI
NIS FOODS		

#### **Satış Kanalları (Perakendeciler):**

<b>Başlıca Süpermarket Zincirleri:</b>	AEON, MAX VALU, ITO YOKADO, IZUMI, UNY, LIFE CORP, MARUESTU, SEIYU, OK, TOKYU STORE
<b>Premium Mağazalar:</b>	SEIJO ISHII, HANKYU OASIS, KITANO ACE, KINOKUNIYA, IKARI SUPERMARKET, ODAKYU OX
<b>Konsept Mağazalar:</b>	DON QUIJOTE, KALDI COFFE, JUPITER COFFEE, YAMAYA
<b>100 Yen Mağazaları:</b>	DAISO, SERIA, CAN DO, WATTS
<b>Başlıca İndirimli Satış Mağazaları (Discount Stores):</b>	DON QUIJOTE, TRIAL, OKEY, DIREX, DAIKOKU, GYOUMU
<b>Başlıca Küçük Market Zincirleri (Convenience Stores-“Konbini”):</b>	SEVEN ELEVEN, FAMILYMART, LAWSON

#### **Doğrudan İthalat Yaptığın Bilinen Satıcılar:**

AEON	COSTCO JAPAN	SEIYU
YAOKO (OGAWA TRADING)	OK CORPORATION	LOPIA (EURAS)
CGC	SEIJO ISHII	SEICOMART
DON QUIJOTE (PAN PASİFİK)	KOBE BUSSAN	YAMAYA
KALDI COFFEE (OVERSEAS CORP)	JUPITER COFFEE	

## Tarife Engeli







STA anlaşmaları ile imtiyaz elde eden ülkelerden biri olan ABD günden güne vergi hadleri düşmüş olup 2025 yılında vergisiz girmeye başlayacaktır. AB diğer imtiyazlı ülkelerle aynı avantajı halihazırda sağlamış bulunmaktadır. Ancak ülkemizin Japonya ile serbest ticaret anlaşması müzakereleri devam etmekte olup, halihazırda ülkemiz ürünlerine yönelik olarak ilave bir tarife avantajı bulunmamaktadır.

**Şarap ürünleri için Tarife Cetveli:** Japonya Dünyanın bir çok ülkesi ile Serbest Ticaret anlaşmasına sahip olup, Ülkemiz WTO (DTÖ) yüksek vergi hadlerine sahiptir.bakınız güncel tablo: <https://www.customs.go.jp/english/tariff/index.htm>

Statistical code		Description	Tariff rate				Tariff rate (EPA)	Tariff rate
H.S. code			General	WTO	GSP	LDC	EU	JP-US Trade Agreement **1
2204		Wine of fresh grapes, including fortified wines; grape must other than that of heading 20.09						
2204.10	0	Sparkling wine	201.60 yen/l	182 yen/l	145.60 yen/l	Free	Free	34.67 yen/l
		Other wine; grape must with fermentation prevented or arrested by the addition of alcohol :						
2204.21		In containers holding 2 l or less						
	10	1 Sherry, port and other fortified wines	123.20 yen/l	112 yen/l		Free	Free	Free
	20	2 Other	21.3% or 156.80 yen/l, whichever is the less, subject to a minimum customs duty of 93 yen/l	15% or 125 yen/l, whichever is the less, subject to a minimum customs duty of 67 yen/l		Free	Free	2.8% or 125 yen/l, whichever is the less
2204.22	0	In containers holding more than 2 l but not more than 10 l	21.3% or 156.80 yen/l, whichever is the less, subject to a minimum customs duty of 93 yen/l	15% or 125 yen/l, whichever is the less, subject to a minimum customs duty of 67 yen/l		Free	Free	2.8% or 125 yen/l, whichever is the less, subject to a minimum customs duty of 12.76 yen/l
2204.29		Other						
	10	1 In containers holding 150 l or less	21.3% or 156.80 yen/l, whichever is the less, subject to a minimum customs duty of 93 yen/l	15% or 125 yen/l, whichever is the less, subject to a minimum customs duty of 67 yen/l		Free	Free	2.8% or 125 yen/l, whichever is the less, subject to a minimum customs duty of 12.76 yen/l
	90	2 Other	64 yen/l	45 yen/l	24 yen/l	Free	Free	Free
2204.30		Other grape must						

		1 Of an alcoholic strength by volume of less than 1% vol						
		(1) Containing added sugar						
	111	A Not more than 10% by weight of sucrose, naturally and artificially contained	27%	23%		Free	Free	
	119	B Other	35% or 27 yen/kg, whichever is the greater	29.8% or 23 yen/kg, whichever is the greater		Free	Free	
		(2) Other						
	191	A Not more than 10% by weight of sucrose	22.5%	19.1%		Free	Free	
	199	B Other	30%	25.5%		Free	Free	
	200	2 Other	64 yen/l	45 yen/l	Free		Free	Free

### Japonya'da Ortalama İthal Şarap Fiyatları

İthalatçı	Şarap markası ve türü	750 ml/şişe	Ortalama perakende satış fiyatı (750 ml
<b>Ülke</b>		<b>(25,4 fl oz.)</b>	<b>şişe başına) vergiler dahil</b>
<b>ABD.</b>	<b>Kendall Jackson Vinter's Reserve Chardonnay</b>		<b>JPY 3.300 ¥ / şişe veya USD 26,15 \$ / şişe</b>
<b>Fransa</b>	<b>Baron Philippe De Rothschild Cabernet Sauvignon</b>		<b>JPY 1.320 ¥ / şişe veya USD 10,34 \$ / şişe</b>
<b>İtalya</b>	<b>Santa Cristina Pinot Grigio</b>		<b>JPY 2.750 ¥/şişe veya USD 21,53 \$/şişe</b>
<b>İspanya</b>	<b>Altos Ibericos Crianza</b>		<b>JPY 2.530 ¥/şişe veya USD 19,82 \$/şişe</b>
<b>Şili</b>	<b>Haras De Pirque Rosso Reserva De Propiedad</b>		<b>JPY 1.430 ¥ / şişe veya USD 11,20 \$ / şişe</b>
<b>Avustralya</b>	<b>Pete's Pure Sauvignon Blanc</b>		<b>JPY 1.430 ¥ / şişe veya USD 11,20 \$ / şişe</b>

Kaynak: Enoteca çevrimiçi mağazası ([www.enoteca.co.jp](http://www.enoteca.co.jp))

## **Yemek Hizmeti Trendleri**

Premium şaraplar sunan restoranlar çoğunlukla Fransız, İtalyan ve İspanyol restoranlarıdır. Bu işletmelerin çoğu dökme şarap kullanmaktadır. 2020'den bu yana dökme şarap ithalatı azalmaktadır; bu eğilim kısmen pandemi sırasında gıda hizmeti sektöründeki gerilemeye bağlanabilir.

Pandemi sonrası gıda hizmeti alanında, şarap barları genç tüketiciler arasında daha popüler hale geldi. Kadeh şarap sunumu sayesinde şarap daha erişilebilir hale geldi ve genç tüketicilerin beğenisini kazanmaya başladı. Ancak bu tüketiciler hala önceki nesillere göre daha az şarap tüketmekte olduğu bilinmektedir. Şarap tüketmeyi tercih ettiklerinde, bu genellikle daha çok uygun fiyatlı "izakayalar" - Japonya'da popüler olan küçük merdiven altı tabir edilebilecek uygun fiyatlı barlar tercih edilmektedir veya restoranlarda ve şarap barlarında kadehle alınması tercih edilmektedir. Her nesilden tüketicinin restoranlara geri dönmesiyle birlikte dökme şarap talebinin yeniden yükselme potansiyeli bulunmaktadır.

## **Çevrimiçi Trendler**

Japonya'da internet üzerinden şarap alımları giderek artıyor. Amazon gibi e-ticaret siteleri ve Uber Eats gibi yemek dağıtım hizmetleri, kolaylık düşünen tüketicilere hitap etmektedir. Sektör verilerine göre, e-ticaret Japonya'daki toplam şarap satışlarının yaklaşık yüzde 15'ini temsil etmektedir. Aşağıdaki siteler arama motorlarında kolayca görünmektedir:

Wassy's Online Şarap Mağazası: <https://winestore.jp>

Vinos Yamazaki <https://www.v-yamazaki.co.jp/>

Enoteca: [www.enoteca.co.jp](http://www.enoteca.co.jp)

Uber Eats: <https://www.ubereats.com/jp-en>

Wolt: <https://wolt.com/en/jpn>

Amazon: [www.amazon.co.jp](http://www.amazon.co.jp)

## **Ülkemiz İçin Olası Fırsatlar**

Ülkemiz aracılığıyla gümrük vergisi dezavantajlarını optimize etmek için hedefe yönelik pazarlama ve yenilikçi ürünlere yatırım yapmak çok önemlidir. Halihazırda Avrupa şarapları Japonya'da diğer ülke şaraplarına kıyasla daha güçlü marka çağrışımlarına sahiptir. Bununla birlikte, Japon tüketiciler dünyanın bir çok noktasından ulaşan yeni "trendy" yiyecek ve içecekleri denemekten hoşlanmaktadır. Ülkemizin tarihi tarım imajının öne çıkarılarak kadim Anadolu uygarlıklarında şarap ve özgün üzüm şarapları ile pazarda özel bir yer elde etmesi mümkün olabilecektir. Ülkemiz imajının alkollü içeceklerle ters açıda bulunması en büyük handikapı oluşturmaktadır.

Ülkemiz şarap üreticileri, Japonya pazarında bazı önemli zorluklarla karşılaşmaktadır:

- Ülke ve marka bilinirliği eksikliği (Ülkemiz geleneksel kültüründe şarabın yer almaması)
- Batı Avrupa ve Yeni Dünya şaraplarının hakimiyeti
- Düşük fiyatlarla iyi kaliteye olan talep
- Ülkemize yönelik yüksek gümrük tarifeleri ve piyasa aracılığı, ürünlerin fiyatlarının artmasına yol açıyor.

## **Pozitif yaklaşım**

Bu engellere rağmen, ülkemiz şarap üreticilerinin Japonya'ya açılmaları fayda sağlayabilir. Japonya genellikle Asya'ya açılan kapı olarak adlandırılır ve üreticilere diğer Asya pazarlarına,

özellikle de güneydoğu bölgesine açılma fırsatı sağlayabilir. Japonya'da büyük kabul görmüş ürünler uzakdoğu ülkelerince daha kolay Kabul gördüğü bilinmektedir. Ülkemiz ürünleri fiyat rekabeti ile pazarda yer bulma şansı göreceli olarak düşüktür. Üst segmente yönelik çok özel ve nadir ürünler ile çaba gösterilmesinde potansiyel olabileceği değerlendirilmektedir. Lakin ülkemize has üzümlerden mamul şaraplar eşsizdir. Nadir olan ürünlere Japonya üst segmentinde ilgi gösterilmektedir.

### **Şarap İhracatçılarımız için Uygun Fuarlar**

Firmaların pazara giriş ve ilişki kurma konusunda Şubat ayında Supermarket Trade Show ve Mart ayında FOODEX Fuarına katılım sağlanması önemlidir. Müşavirliğimizce katılımcılarla görüşmek üzere Japon alıcılar Türk pavilyonuna davet edilmektedir. Ayrıca, şarap sektörünü hedefleyen daha küçük ve daha odaklı fuarlar da düzenlenmektedir. Bunlardan birisi de ProWine Tokyo fuarı olup, FABEX Tokyo, ISM JAPAN and anuga SELECT Japan fuarları ile aynı çatı altında eş anlı olarak düzenlenmekte, ülkemiz ISM Japan ve Anuga SELECT fuarlarına milli katılım sağlamaktadır.

### **İhracata Hazırlık**

**-Ticari markalarınızı ve diğer fikri mülkiyet haklarınızı tescil ettirin:** Marka tescili zaman aldığından, sürece mümkün olduğunca erken başlanması tavsiye edilir. İthalatçınıza danışın, ithalatçınız, örneğin ürün üzerinde münhasır ithalat haklarına sahipse, ürününüzün/markanızın ticari markalarının tescil edilmesine yardımcı olmaya istekli olabilir. Şirketinizin Japonya'da bir temsilciliği yoksa, Japonya'da bulunan bir Patent Yöneticisi atamanız gerekebilir. Ticari marka yapmak istediğiniz ismi hem İngilizce hem de Japonca (katakana) olarak kontrol ettirdiğinizden emin olmalısınız. Bazı şirketlerin tescil ettirmek istedikleri isim üzerinde halihazırda mevcut bir ticari marka olduğunu tespit ettikleri durumlar olabilmektedir. Ticari marka yapmak istediğiniz adın Japonya'da zaten tescilli olmadığını onaylamakta yarar bulunmaktadır.

Japonya'daki mevcut ticari marka tescillerine aşağıdan ulaşılabilir: <https://www.j-platpat.inpit.go.jp/t0100>

Japonya'da ticari markalar ve diğer fikri mülkiyet hakların tescili için Japonya Patent Ofisi'ne (JPO) başvurulmaktadır.

Japonya Patent Ofisi'ne (JPO) <https://www.jpo.go.jp/e/faq/yokuaru/apply.html> bağlantı yolundan ulaşabilir ve örnek başvuru formunu <https://www.jpo.go.jp/e/faq/yokuaru/forms.html> bağlantı yolundan inceleyebilirsiniz.

Japonya'da sizin için bir temsilci bulma konusunda, JAPAN PATENT ATTORNEYS ASSOCIATION(JPAA)-Japonya Patent Vekilleri Birliği yardımcı olmaktadır:

Tel: (011-81-3) 3581-1211 E-posta: [master@jpaa.or.jp](mailto:master@jpaa.or.jp) Web sitesi: <https://www.jpaa.or.jp/en/>

### **-Ürünün gıda standartlarına ve diğer düzenlemelere yasal uygunluğu teyit edin:**

Japonya'nın Gıda Sağlık Yasası (FSA) gıda ürünleri için sağlık standartlarını belirlemekte olup, ürün kategorisine göre, bu kanun ve ilgili yönetmeliklere uygunluğu kontrol etmeniz gerekir. Bu çerçevede gıda katkı maddeleri ile ilgili yasal uygunluğu teyit edilmesi, diğer bileşenlerle ilgili yasal uygunluğun teyit edilmesi, üretim süreci ve ambalajlama ile ilgili yasal uygunluğu teyit edilmesi gerekli olup, ithalatçınızla birlikte ilgili Karantina İstasyonunda ön danışma almak üzere birlikte çalışmanız gerekir.

Bu kapsamda ürününüzün beklenen giriş limanını denetleyen Karantina İstasyonundan Ön Danışma yoluyla yasal uygunluğunun ilk elde teyit edilmesi büyük öneme sahiptir. Japonya'da gıda katkı maddesi düzenlemeleri çok katı olup, yaklaşık 800 katkı maddesini (doğal tatlandırıcılar hariç) onaylamaktadır.

**-Tarife sınıflandırmasını ve gümrük vergi yükünü kontrol edin:** Ürününüzün en son Japon Tarife Cetvelindeki tarife sınıflandırmasını kontrol edilmesi ve ürünlerinize uygulanan tarife oranını teyit edilmesi önemlidir. Gümrükleme sürecini hızlandırmak ve ürününüze uygulanacak vergileri teyit etmek için, ithalatçınız gümrük idaresinden ürününüzün sınıflandırmasını teyit eden bir ön karar alabilir.

En güncel tarife bilgisi için: <http://www.customs.go.jp/english/tariff/index.htm>

**-Bir Malzeme Listesi ve Üretim Süreci Akış Şeması hazırlayın:** İhracatçıların tüm bileşenlerin bir listesinin yanı sıra bir üretim süreci akış şeması sağlamaları gerekecektir. Bu bilgiler Japon gümrüklerince özellikle talep edilmektedir. Genel olarak ürünün hangi gıda standardına göre ithal edileceğini teyit etmek gerekte kullanılmakta olup, ürünlerin incelenmesi sürecinin başlarında bu bilgilerin talep edileceğinin bilinmesinde yarar bulunmaktadır.

Bu bilgiler ayrıca daha sonra ithalat izni sürecinde zorunlu bir adım olarak karantina istasyonuna sunulmaktadır. İthalatçılar genellikle bu belgeleri Önceden Danışma olarak bilinen bir süreçte önceden bir Karantina İstasyonuna ve ayrıca bir Ön Karar almak için bir Gümrük ofisine sunmaktadırlar. İthalatçılarla konuşarak bu belgelerin önceden hazırlanması en efektif yöntem olacaktır. Bu belgeler ve bilgilerin paylaşılmasında soru işaretleri olabilmektedir. Paylaşmadan önce ithalatçınız veya yerel ortaklarınız ile bir gizlilik anlaşması imzalanabilir. Bir çok üretici kendi özel tariflerini ve süreçlerini korumak istediklerinden bazı bilgileri beyan etmemekte ancak yetersiz bilgi de gümrüklerde ithalat işlemlerinin reddedilmesin veya önemli gecikmelere neden olabilmektedir.

**-Bir ürün etiketi oluşturun:** Ürün etiketleri Japon yönetmeliklerine uygun olarak Japonca hazırlanmalıdır. Genellikle bir ürün etiketi ithalatçı tarafından ihracatçı veya üreticiden alınan bilgilerle hazırlanır. Ancak üretici, doğrudan orijinal ambalaj üzerine baskı yapmak isterse bazen tasarımı kendisi oluşturmak ister.

Ürün etiketleri, ticari dağıtımdan önce Türkiye'de veya Japonya'da ürünlere yapıştırılabilir.

Etiketlemenin nasıl yapılacağı konusunda ithalatçı ile ön görüşme yapılmasında fayda bulunmaktadır. Yeni Gıda Etiketleme Yasası Nisan 2020'den itibaren tamamen uygulanmaya başlanmıştır ve tüm etiketlemelerin Yasaya uygun olması gerekmektedir. Alkollü içecekler için, ithalatçının gümrük işlemleri için başvuru formunun bir parçası olarak etiketi sağlaması gerekmektedir. Etiketler şunları içermelidir:

-Ürünün adı,

-İçindekiler, katkı maddeleri hariç olmak üzere azalan ağırlık sırası,

-Gıda katkı malzemeleri, azalan ağırlık sırasına göre ve diğer bileşenlerden ayrı bir satırda,

-Net Ağırlık, sadece metrik birimlerde

-Menşe bilgisi,

-İthalatçı İsmi ve adres,

- Alkol içeriği

-Köpüklü (eğer köpüklü ise)

-Alerjen bilgileri,

-Geri dönüşüm sembolü