

T.C. TİCARET BAKANLIĞI

JAPONYA

SU ÜRÜNLERİ VE HAYVANSAL MAMULLER SEKTÖRÜ

PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih: Haziran 2026

Hazırlayan: T.C. Ticaret Bakanlığı — Tokyo Ticaret Müşavirliği

Raporun Ürün Kapsamı

Bu rapor, 'Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller' sektörünün tüm ürün yelpazesini kapsayacak biçimde hazırlanmıştır. Kapsam; canlı hayvanlar (Fasıl 01), et ve yenilebilir et ürünleri (Fasıl 02), balık ile kabuklu/yumuşakça ve su omurgasızları (Fasıl 03), süt ürünleri-yumurta-bal (Fasıl 04), diğer hayvansal menşeli ürünler (Fasıl 05), et ve balık müstahzarları (Fasıl 16), ham deri ve köseleden deri (Fasıl 41) fasılları ile bunlara ek olarak hayvansal katı/sıvı yağlar (1501–1506), et-balık unu ve pelet (2301), hayvansal gübre (3101), ham kürklük deri (4301), kuş tüyü ve ürünleri (6701) ve işlenmiş insan/hayvan kılı (6703) pozisyonlarını içerir. Tüm pazar büyüklüğü, ülke ve ürün kırılımı verileri ITC Trade Map (Japonya Maliye Bakanlığı istatistikleri esaslı) kaynaklıdır. Yıllar 2021–2025 aralığını kapsamakta; değerler 1.000 ABD doları (bin dolar) cinsindedir.

Fasıl / Pozisyon	Tanım (Özet)	HS Aralığı	HS-6 Kod Sayısı	Türkiye İhracat Notu
01	Canlı hayvanlar	HS 0101–0106	6	Az işlem hacmi; ihracat yok
02	Et ve yenilebilir et ürünleri	HS 0201–0210	32	Sığır, kanatlı eti; büyük pazar
03	Balık; kabuklu, yumuşakça ve su omurgasızları	HS 0301–0308	113	Ana odak; Türkiye'nin %95'i
04	Süt ürünleri; yumurta; bal	HS 0401–0410	20	Peynir, peynir altı suyu; fırsat
05	Hayvansal menşeli diğer ürünler	HS 0501–0511	26	Düşük Türkiye ihracatı
16	Et, balık, su ürünleri müstahzarları	HS 1601–1605	18	İşlenmiş ürünler; büyük pazar
41	Ham deri ve köseleden deri	HS 4101–4107, 4112–4115	14	Türkiye köklü tedarikçi
1501–1506	Hayvansal katı yağlar (domuz, sığır, kümes, balık vb.)	HS 1501–1506	6	Türkiye ihracatı Sıfır
2301	Un ve kaba un, et, balık artıklarından	HS 2301	2	Türkiye ihracatı Sıfır
3101	Hayvansal kaynaklı gübre	HS 3101	1	Türkiye ihracatı Sıfır
4301	Ham kürklük deri	HS 4301	13	Türkiye ihracatı Sıfır
6701	Tüy ve kıl; işlenmiş tüy/tüy ürünleri	HS 6701	1	Türkiye ihracatı Sıfır
6703	İnsan kılı; hayvan kılı/tüyü (tekstil)	HS 6703	1	Türkiye ihracatı Sıfır
Diğer Pozisyonlar	1503, 1504, 1505, 2302, 4113–4115	—	8	Tamamlayıcı pozisyonlar

Kaynak: ITC Trade Map (2021–2025); WCO Armonize Sistem Nomanklatürü.

1. Japonya Pazarında Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller Sektörü

Japonya, gerek su ürünleri gerekse hayvansal mamuller bakımından dünyanın en büyük ve en sofistike tüketici pazarlarından biri olmasına karşın, yurt içi üretimi azalan ve dışa bağımlılığı giderek artan bir yapıya sahiptir. Bu bölümde, sektörün yurt içi üretim büyüklüğü, ortalama üretici fiyatları, başlıca yerli üretici firmalar ile üretici birlikleri/kooperatifleri ve perakende/toptan satış yapısı; su ürünleri ve hayvansal mamuller ayrımıyla ele alınmaktadır.

1.1 İlgili Sektörde Üretim

Su Ürünleri

Japonya Tarım, Ormanlık ve Balıkçılık Bakanlığı (MAFF) Balıkçılık Ajansı'nın 17 Eylül 2025'te yayımladığı en güncel verilere göre, Japonya'nın su ürünleri ve yetiştiricilik üretim miktarı 2024 yılında bir önceki yıla kıyasla yüzde 5,1 (195 bin ton) azalarak 3.634.800 tona gerilemiştir. Bu tutarın 2.787.100 tonunu deniz avcılığı (yüzde 4,8 azalış; katsuo/orkinos artarken sardalya türleri azaldı), 801.200 tonunu deniz yetiştiriciliği (yüzde 5,9 azalış; tarak ve yosun türleri geriledi) ve 46.502 tonunu iç su avcılığı ve yetiştiriciliği (yüzde 10,4 azalış) oluşturmaktadır. Ulaşılan bu rakam, 1984 yılındaki 12,8 milyon tonluk zirvenin yalnızca yaklaşık yüzde 28'ine karşılık gelmektedir. Üretim değeri tarafında ise en güncel resmi veri 2023 yılına aittir: MAFF FY2024 Balıkçılık Beyaz Kitabı'na göre 2023'te toplam üretim değeri bir önceki yıla kıyasla yüzde 5 artarak yaklaşık 1,7 trilyon Japon yenine (yaklaşık 11,5 milyar ABD doları) ulaşmıştır; 2024 yılına ait üretim değeri verileri henüz yayımlanmamıştır (Haziran 2026'da açıklanması beklenmektedir).

Toplam deniz yetiştiriciliği gerilese de, balık yetiştiriciliği (2024'te yüzde 3,2 artışla 251.200 tona yükselmiştir; bu kalemde sarıkuyruk (buri) yüzde 7 artışla 132.100 tona, çipura (madai) yüzde 1,6 artışla 68.400 tona çıkmıştır. İç su yetiştiriciliğinde ise alabalık gibi türlerin üretimi artarken yılan balığı (unagi) gerilemiştir. Bu tablo, Japonya'nın katma değerli yetiştiricilik balığına olan iştahının sürdüğünü; buna karşın yurt içi alabalık ve somon arzının ithalat talebini karşılamaya yetmediğini göstermektedir. Nitekim Türkiye'nin Japonya'ya ihracatında öne çıkan gökkuşağı alabalığı (Türk somonu) tam da bu yetiştiricilik segmentine girmektedir. Pasifik çapağı (saury), Japon kalamarı ve somon avı 2014'teki 548 bin tondan 2023'te 107 bin tona, yani yaklaşık yüzde 80 oranında düşmüştür. Japonya'nın yenilebilir su ürünlerinde kendine yeterlilik oranı en güncel veri olan 2023 mali yılı itibarıyla yüzde 54 olup (1964'teki yüzde 113'lük zirveden gerilemiştir), kişi başı yıllık tüketim ise 21,4 kilograma inmiştir (2001 zirvesi 40,2 kg). Süregelen üretim düşüşü ve bu yapısal açık; orkinos, alabalık ve dondurulmuş deniz ürünlerinde ithalata olan bağımlılığı kalıcı kılmaktadır.

Tablo 1.1a – Japonya Su Ürünleri Üretim Göstergeleri (2022–2024)

Gösterge	2022	2023	2024
Toplam üretim miktarı (bin ton)	3.920	3.829,8	3.634,8
— Deniz avcılığı (bin ton)	2.950	2.926,4	2.787,1
— Deniz yetiştiriciliği (bin ton)	910	851,5	801,2
— İç su avcılığı/yetiştiricilik (bin ton)	50,0	51,9	46,5
Toplam üretim değeri (milyar ¥)	1.600,1	1.700	n.y.*
— Deniz avcılığı değeri (milyar ¥)	916,1	953,4	n.y.*
— Deniz yetiştiriciliği değeri (milyar ¥)	543,3	595,6	n.y.*
Kendine yeterlilik (yenilebilir, %)	56	54	n.y.*

Kaynak: MAFF Balıkçılık Ajansı, Su Ürünleri ve Yetiştiricilik Üretim İstatistikleri (, 17 Eylül 2025 yayını); FY2024 Balıkçılık Beyaz Kitabı (değer verileri 2023). *2024 üretim değeri ve kendine yeterlilik verileri henüz yayımlanmamış olup Haziran 2026'da açıklanması beklenmektedir. 2022 değerleri beyaz kitap özetinde (10 bin ton) bazında yuvarlanmıştır.

Hayvansal Mamuller

Japonya'nın hayvansal mamuller üretimi; süt ve süt ürünleri, kanatlı eti, yumurta ve bal başta olmak üzere geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. Süt üretiminin yaklaşık yüzde 57'si, ülkenin en kuzeyindeki Hokkaido bölgesinde gerçekleştirilmektedir. Süt ve süt ürünlerinde miktar bazlı kendine yeterlilik oranı 2023 mali yılında yaklaşık yüzde 63 düzeyindedir. Peynir üretimi büyük ölçüde eritme peyniri (processed cheese) ağırlıklı olup yıllık üretim 2021'de yaklaşık 168 bin ton seviyesinde gerçekleşmiş; MAFF verilerine göre 2024 mali yılında üretim bir önceki yıla kıyasla yatay seyretmiştir. Peynir fabrikalarının sayısı son 15 yılda iki kattan fazla artmasına rağmen, küçük ölçekli tesislerin sınırlı kapasitesi nedeniyle yurt içi üretim talebi karşılamaya yetmemekte; bu açık doğrudan ithalat fırsatına dönüşmektedir.

Kanatlı eti tarafında, Japonya'nın broyler (etlik piliç) mevcudu 1 Şubat 2024 itibarıyla yaklaşık 145 milyon baş olup bir önceki yıla göre yüzde 2 artmıştır. 2024 yılının ilk altı ayında tavuk eti üretimi yıllık yüzde 3 büyümüş; yüksek sığır ve domuz eti fiyatları ile zayıf yen, yurt içi tavuk etine olan talebi desteklemiştir. Yine de yurt içi üretim toplam tüketimin yalnızca yaklaşık yüzde 60'ını karşılamakta, kalan kısım başta Brezilya ve Tayland olmak üzere ithalatla tamamlanmaktadır. Yumurtada kendine yeterlilik yaklaşık yüzde 97 ile oldukça yüksektir; ancak kuluçkalık yumurta ve damızlık materyalde dışa bağımlılık sürmektedir. Bal üretimi ise son derece sınırlı olup yıllık yurt içi üretim yaklaşık 2.500–3.000 ton düzeyindedir; kendine yeterlilik oranı yaklaşık yüzde 6 olduğundan Japonya bal talebinin büyük bölümünü başta Çin ve Arjantin olmak üzere ithalatla karşılamaktadır.

Tablo 1.1b – Japonya Hayvansal Mamuller Üretim Göstergeleri (Yaklaşık)

Ürün Grubu	Yurt İçi Üretim (yıllık)	Kendine Yeterlilik
Peynir (toplam)	~168 bin ton	düşük (ithalat ağırlıklı)
Süt ve süt ürünleri	~7,3 milyon ton çiğ süt	~%63 (miktar)
Tavuk eti (broyler)	~1,7 milyon ton	~%60
Yumurta	~2,6 milyon ton	~%97
Bal	~2.500–3.000 ton	~%6

Kaynak: MAFF Hayvancılık İstatistikleri; USDA FAS Dairy/Poultry Annual (Japonya, 2024–2025); Statista/MAFF üretim verileri. Değerler yaklaşık ve yuvarlanmıştır.

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Su Ürünleri

Su ürünlerinde üretici fiyatları büyük ölçüde toptan balık piyasalarındaki (özellikle Tokyo Toyosu) müzayedeler aracılığıyla oluşmaktadır. Maviyüzgeçli orkinosta günlük müzayedelerde yüksek kaliteli iri balıklar kilogram başına yaklaşık 20.000 yen düzeyinde fiyat görebilmekte; örneğin 200 kilogramlık bir balık yaklaşık 4 milyon yene satıldığında bunun yaklaşık yüzde 80'i (3,2 milyon yen) üreticiye (avcıya) kalmakta, kalan yüzde 20'si balıkçılık kooperatifi, toptancı ve nakliye/buz/ambalaj giderleri arasında paylaşılmaktadır. Yeni yıl açılış müzayedeleri ise sembolik/törenselsel niteliktedir; 2026'nın ilk müzayedesinde 243 kilogramlık bir Ōma orkinosu rekor düzeyde 510 milyon yene (kilogram başına 2,1 milyon yen) alıcı bulmuştur. Bu istisnai rakamların dışında, sıradan günlerde iri bir orkinosun fiyatı yaklaşık 30.000 ABD doları seviyesindedir.

Türkiye'nin öne çıktığı dondurulmuş alabalıkta (HS 030314) ise fiyatlama ithalat (CIF) bazında oluşmaktadır; Türkiye'nin 2025 ihracatı 28.164 bin USD ve 4.445 ton ile ortalama yaklaşık 6.336 ABD doları/ton (6,3 \$/kg) birim değere işaret etmektedir. Katma değerli fileto ve porsiyonlu ürünlerde birim fiyat belirgin biçimde yükselmekte; Şili ve Norveç menşeli ürünlerin birim değerleri Türkiye'nin üzerinde seyretmektedir. Dondurulmuş deniz salyangozu ve benzeri yumuşakçalarda fiyat, türe ve işleme derecesine göre geniş bir aralıkta değişmektedir.

Tablo 1.2a – Su Ürünleri Göstergeler Fiyatları (2024–2026, Yaklaşık)

Ürün / Fiyat Türü	Birim Fiyat	Açıklama
Maviyüzgeçli orkinos (günlük, yüksek kalite)	~20.000 ¥/kg	Toyosu müzayede ortalama üst segment
Maviyüzgeçli orkinos (sıradan iri balık)	~30.000 \$/balık	Günlük piyasa
Orkinos (yeni yıl törensel rekoru, 2026)	~2,1 milyon ¥/kg	İstisnai; 510 milyon ¥ / 243 kg
Dondurulmuş alabalık (TR ihracat ort.)	~6.336 \$/ton	2025 CIF; 28.164 bin \$ / 4.445 ton
Üreticiye kalan pay (orkinos müzayedesini)	~%80	Kalan %20 kooperatif/toptancı/lojistik

Kaynak: Nippon.com (Toyosu müzayede analizi); SeafoodSource; ITC Trade Map (alabalık birim değer hesabı). Değerler yaklaşık olup mevsim, kalite ve kura göre değişir.

Hayvansal Mamuller

Hayvansal mamullerde üretici fiyatları yem maliyetleri, döviz kuru ve yurt içi arz-talep dengesinden güçlü biçimde etkilenmektedir. 2022 ortasından bu yana rekor seviyelerde seyreden bileşik yem fiyatları, hem süt hem de kanatlı üretiminde maliyet baskısı yaratmaktadır; ithal kuru ot fiyatları metrik ton başına 70.000 yene, bileşik yem fiyatları ise 100.000 yene kadar yükselmiştir. Tavuk eti tarafında güçlü toptan fiyatlar yurt içi üretimi teşvik etmekte; yüksek sığır ve domuz eti fiyatları tavuğu görece uygun bir protein kaynağı konumuna taşımaktadır. Peynirde tüketici fiyatları 2020'ye kıyasla 2025'te yaklaşık yüzde 30 artmış; bu artış perakende satış hacmini bir miktar baskılamıştır (2025'in ilk dokuz ayında hacim yüzde 2 gerilemiştir). Yumurtada ise fiyat istikrarı, Japan Poultry Association tarafından yürütülen Yumurta Fiyat Değer Kaybı Telafi Programı gibi mekanizmalarla desteklenmektedir.

Tablo 1.2b – Hayvansal Mamuller Maliyet/Fiyat Göstergeleri (Yaklaşık)

Gösterge	Değer	Açıklama
İthal kuru ot fiyatı	~70.000 ¥/ton	Rekor seviye (2022 sonrası)
Bileşik yem fiyatı	~100.000 ¥/ton	Süt/kanatlı maliyetinin ~yarısı
Peynir tüketici fiyatı	+%30 (2020→2025)	Enflasyon kaynaklı
Tavuk eti toptan fiyatı	Yüksek/güçlü	Yurt içi üretimi teşvik ediyor

Kaynak: USDA FAS Dairy/Poultry Annual (Japonya, 2024–2025); MAFF; Japan Poultry Association. Değerler yaklaşıktır.

1.3 İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmalar ve Üretici Birlikleri/Dernekleri

Su Ürünleri

Japonya su ürünleri üretiminin omurgasını, hem büyük ölçekli entegre şirketler hem de kıyı balıkçılığını örgütleyen kooperatif yapıları oluşturmaktadır. Maruha Nichiro Corporation ve Nippon Suisan Kaisha (Nissui) avcılık, yetiştiricilik, işleme ve dağıtım kapsayan dikey entegre yapılarıyla sektörün en büyük iki oyuncusudur; Kyokuyo Co., Ltd. ise orkinos işleme ve konservede güçlüdür. Üretici örgütlenmesinin merkezinde, ülke genelinde yaklaşık 1.600 kıyı balıkçılığı kooperatifini çatısı altında toplayan JF Zengyoren (Ulusal Balıkçılık Kooperatifleri Birlikleri Federasyonu) bulunmaktadır; bu yapı, üyelerinin balıkçılık yönetimi ve geçim koşullarını korumayı, deniz kaynaklarını sürdürmeyi ve toptan satış süreçlerini düzenlemeyi amaçlamaktadır. Sektörel çatı kuruluşu olarak Japan Fisheries Association (Dai-Nippon Suisankai) ile yetiştiricilik özelinde faaliyet gösteren bölgesel birlikler de önemli rol oynamaktadır.

Tablo 1.3a – Su Ürünleri Başlıca Üretici Firmalar ve Birlikler

Kuruluş	Tür	Not / Web
Maruha Nichiro Corporation	Üretici/İşleyici	En büyük su ürünleri şirketi — maruha-nichiro.com
Nippon Suisan (Nissui)	Üretici/İşleyici	Küresel entegre balıkçılık — nissui.co.jp
Kyokuyo Co., Ltd.	İşleyici	Orkinos konserve/işleme — kyokuyo.co.jp
JF Zengyoren	Kooperatif Federasyonu	~1.600 kıyı kooperatifi — zengyoren.jf-net.ne.jp
Japan Fisheries Association	Sektör Derneği	Dai-Nippon Suisankai — suisankai.or.jp

Kaynak: JF Zengyoren; Japan Fisheries Association; şirket kurumsal kaynakları; Tokyo Ticaret Müşavirliği derlemesi.

Hayvansal Mamuller

Hayvansal mamullerde yurt içi üretim, büyük gıda/süt sanayii şirketleri ile güçlü tarımsal kooperatif yapılarının etrafında şekillenmektedir. Süt ürünlerinde Megmilk Snow Brand, Meiji ve Morinaga Milk Industry; kanatlı ve işlenmiş et ürünlerinde Nippon Ham, Prima Meat Packers ve Itoham Foods başlıca üretici-işleyici firmalardır. Üretici örgütlenmesinin merkezinde, JA (Japonya Tarım Kooperatifleri) Grubu ve onun pazarlama-tedarik kolu olan ZEN-NOH (Ulusal Tarım Kooperatifleri Birlikleri Federasyonu) yer almaktadır. Süt sektörünün çatı kuruluşu J-Milk (Japan Dairy Association), arz-talep dengesi, tüketim teşviki ve istatistik alanlarında faaliyet göstermekte; kanatlı ve yumurta segmentinde Japan Poultry Association fiyat istikrar programlarını yürütmektedir. Bal üretiminde ise Japan Beekeeping Association (Nihon Yoho Kyokai) üreticileri temsil etmektedir.

Tablo 1.3b – Hayvansal Mamuller Başlıca Üretici Firmalar ve Birlikler

Kuruluş	Tür	Not / Web
Megmilk Snow Brand	Üretici	Süt/peynir lideri — megmilk.com
Meiji Co., Ltd.	Üretici	Süt ürünleri/peynir — meiji.com
Nippon Ham Foods	Üretici	İşlenmiş kanatlı/et lideri — nipponham.com
JA Grubu / ZEN-NOH	Kooperatif Federasyonu	Pazarlama-tedarik — zennoh.or.jp
J-Milk (Japan Dairy Assoc.)	Sektör Derneği	Süt sektörü çatı kuruluşu — j-milk.jp
Japan Poultry Association	Sektör Derneği	Yumurta/kanatlı fiyat programları
Japan Beekeeping Association	Sektör Derneği	Bal üreticileri — Nihon Yoho Kyokai

Kaynak: J-Milk; ZEN-NOH; Japan Poultry Association; USDA FAS; şirket kurumsal kaynakları; Tokyo Ticaret Müşavirliği derlemesi.

1.4 Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Su Ürünleri

Japonya’da su ürünleri dağıtımının belkemiğini toptan balık piyasaları oluşturmaktadır; ülke genelinde su ürünlerinin yaklaşık yüzde 40’ından fazlası bu toptan piyasalar aracılığıyla el değiştirmektedir. Tokyo’daki Toyosu Piyasası dünyanın en büyük balık toptan ticaret merkezi olup, günlük orkinos müzayedeleri

uluslararası ölçekte referans fiyat oluşturmaktadır; Osaka'daki Minami-Honmachi ve diğer büyük şehir piyasaları da benzer işlevi görmektedir. Tipik dağıtım zinciri üretici/kooperatif → toptan piyasa → aracı toptancı (nakaoroshi) → perakendeci/HoReCa biçiminde işlemektedir. Perakende kanadında AEON, Ito-Yokado ve Life Corporation gibi süpermarket zincirleri ile 7-Eleven, Lawson ve FamilyMart gibi konbini zincirleri (özellikle hazır deniz ürünleri ürünlerinde) belirleyicidir. Sushi/sashimi restoranları, izakayalar ve oteller ise HoReCa kanalının yüksek katma değerli talebini oluşturmaktadır. Son yıllarda Rakuten, Amazon Japan ve Oisix gibi platformlar üzerinden doğrudan tüketiciye (soğuk zincirli) e-ticaret satışları hızla büyümektedir.

Hayvansal Mamuller

Hayvansal mamullerde dağıtım, su ürünlerine kıyasla daha çok kooperatif (JA/ZEN-NOH) ve büyük üretici-işleyici firmaların dağıtım ağları üzerinden yürümektedir. Çiğ süt, kooperatifler aracılığıyla toplanıp süt sanayii şirketlerine yönlendirilmekte; peynir, tereyağı ve diğer süt ürünleri ile işlenmiş kanatlı ürünleri ağırlıklı olarak süpermarket zincirleri (AEON, Ito-Yokado, Life), konbini ve gıda hizmeti (HoReCa) kanalları üzerinden tüketiciye ulaşmaktadır. İthal peynir ve özel ürünlerde uzman ithalatçı-distribütörler (ör. ZAO Co., Megmilk Snow Brand dağıtım kolu) ile gurme/premium perakende (depo mağaza katları, butik gıda mağazaları) öne çıkmaktadır. Bal ve premium süt ürünlerinde ise hediyelik (gift) segmenti ve mevsimsel kampanya dönemleri (yıl sonu oseibo, yeni yıl) satışları belirgin biçimde artırmaktadır. E-ticaret kanalı, özellikle premium ve ithal peynir ile bal ürünlerinde giderek genişlemektedir.

Genel olarak Japonya'da hem su ürünleri hem de hayvansal mamuller dağıtımında satış sonrası kalite güvencesi, soğuk zincir bütünlüğü ve menşe şeffaflığı belirleyici rol oynamakta; geleneksel toptan piyasa yapısından doğrudan tedarik ve e-ticaret modeline doğru kademeli bir geçiş yaşanmaktadır. Bu dönüşüm, güçlü bir yerel ortak ve soğuk zincir altyapısıyla hareket eden Türk ihracatçıları için yeni giriş kanalları sunmaktadır.

Kaynak: Chambers Agribusiness 2025 (Japonya); MAFF; sektör araştırması; Tokyo Ticaret Müşavirliği derlemesi.

1.5 Japonya Pazarına Genel Bakış — Sektör İthalatı

Japonya, 2025 yılında bu sektör kapsamındaki tüm fasıllarda (balık, et, müstahzar, süt ürünleri, ham deri ve diğerleri) dünyadan yaklaşık 29,93 milyar ABD doları değerinde ithalat gerçekleştirmiştir. Bu rakam, söz konusu fasıllar içindeki en büyük kalemler olan işlenmiş kanatlı eti müstahzarları (Fasıl 16: 6,35 milyar \$) ile donmuş balık ve su ürünleri (Fasıl 03: yaklaşık 10,1 milyar \$) ve sığır/kanatlı eti (Fasıl 02: yaklaşık 10,2 milyar \$) toplamını yansıtmaktadır. Yaşlanan nüfus, Batı mutfak kültürünün yaygınlaşması ve hazır/işlenmiş gıdaya yönelik artan talep, Japonya'yı küresel gıda ithalatının en dinamik pazarlarından biri olmayı sürdürmektedir.

Türkiye'nin bu fasıllardaki toplam ihracatı 2025 yılında 155.5 milyon USD olup Japonya'nın aynı kapsamdaki ithalatındaki payı yaklaşık %0,52'dir. İhracatın %95'inden fazlası Fasıl 03 (balık ve su ürünleri) kaynaklıdır; dondurulmuş balık filetoleri ve alabalık başı çekmektedir.

Tablo 1 – Japonya'nın Fasıl Bazında İthalat Özeti ve Türkiye'nin Durumu (2024–2025, Bin USD)

Fasıl	JP İthalat 2025	JP İthalat 2024	TR→JP 2025	TR→Dünya 2025
03 – Balık ve Su Ürünleri	10.097.256	9.425.302	148.222	2.156.037
02 – Et ve Et Ürünleri	10.209.546	10.430.910	313	716.727
16 – Müstahzarlar (Et/Balık)	6.349.289	6.096.334	1.776	235.110
04 – Süt, Peynir, Yumurta	2.019.120	1.868.548	1.518	880.624
41 – Ham Deri / Deri	150.492	175.087	3.722	180.963
05 – Diğer Hayvansal	508.555	516.695	—	96.592
01 – Canlı Hayvan	310.014	286.347	4	49.705
15 – Hayvansal Yağlar	73.674	75.383	—	29.500
23 – Hayvansal Artık Un	195.349	285.863	—	4.756
31 – Hayvansal Gübre	12.430	11.980	—	17.994
43 – Kürklük Deri	276	137	—	118
67 – Tüy/Kıl Ürünleri	4.036	4.401	—	925
TOPLAM	29.930.037	29.176.987	155.555	4.369.051 Not: ITC Trade Map'in fasıl ve ülke bazlı sorguları arasında yuvarlamadan kaynaklı yaklaşık 4 bin USD'lik fark bulunmaktadır.

Kaynak: ITC Trade Map (2021–2025). Değerler 1.000 ABD doları.

2. Japonya'nın Sektörde Dış Ticareti

ITC Trade Map verilerine göre Japonya, sektör kapsamındaki tüm fasıllarda 2025 yılında dünyadan yaklaşık 29,93 milyar ABD doları değerinde ithalat gerçekleştirmiştir. İhracata bakıldığında, Japonya bu ürünlerin büyük bölümünü yurt içinde tüketmekte; ihracatı ağırlıklı olarak Asya-Pasifik bölgesine yönelik olmakla birlikte toplam dış ticaret açığı oldukça büyüktür. İthalatın ağırlıklı kalemleri işlenmiş kanatlı eti müstahzarları (Fasıl 16), taze ve dondurulmuş et (Fasıl 02) ile balık ve su ürünleridir (Fasıl 03).

2.1 Japonya'nın En Fazla İthalat Yaptığı İlk 10 Ülke (Sektör Geneli)

ABD ve Çin başı çekerken Tayland, Avustralya ve Kanada da ilk beşte yer almaktadır. Türkiye'nin Japonya'nın toplam sektör ithalatındaki payı 2025'te yaklaşık %0,52 ile oldukça sınırlı kalmakla birlikte, özellikle balık filetolarında kayda değer bir büyüme ivmesi gözlemlenmektedir.

Tablo 2 – Japonya'nın En Fazla İthalat Yaptığı İlk 10 Ülke (Sektör Geneli — Tüm Fasıllar, 2024–2025, Bin USD)

Ülke	2024 (1000 \$)	2025 (1000 \$)	2025 Payı	Değişim
Dünya Not: ITC Trade Map'in fasıl ve ülke bazlı sorguları arasında yuvarlamadan kaynaklı yaklaşık 4 bin USD'lik fark bulunmaktadır.	29.176.985	29.930.041	%100,00	▲ %2,6
ABD	4.765.456	4.773.809	%15,95	▲ %0,2
Çin	3.617.782	3.837.327	%12,82	▲ %6,1
Tayland	2.888.460	2.914.994	%9,74	▲ %0,9
Avustralya	2.311.935	2.524.357	%8,43	▲ %9,2
Kanada	1.818.616	1.817.661	%6,07	▼ %0,1
Şili	1.570.689	1.648.691	%5,51	▲ %5,0
Brezilya	1.311.788	1.395.052	%4,66	▲ %6,3
Vietnam	1.016.109	1.128.159	%3,77	▲ %11,0
Rusya	869.810	963.078	%3,22	▲ %10,7
İspanya	875.341	954.329	%3,19	▲ %9,0

Kaynak: ITC Trade Map (2021–2025). Değerler 1.000 ABD doları.

2.2 Japonya'nın En Fazla İhracat Yaptığı İlk 10 Ülke

Japonya'nın sektör ihracatı 2025'te 3.3 milyar USD'ye ulaşmıştır. ABD (%19,81) ve Hong Kong (%14,38) başı çekerken Vietnam yıllık %40,7 artışla üçüncü sıraya yükselmiştir. Japonya'nın ihracatı ağırlıklı olarak yüksek değerli ürünlerden (tarak, sığır eti, balık filetolarından) oluşmaktadır.

Tablo 3 – Japonya'nın En Fazla İhracat Yaptığı İlk 10 Ülke (2024–2025, Bin USD)

Ülke	2024 (1000 \$)	2025 (1000 \$)	2025 Payı	Değişim
Dünya	2.759.700	3.265.789	%100,00	▲ %18,3
ABD	560.894	646.869	%19,81	▲ %15,3
Hong Kong, China	478.401	469.520	%14,38	▼ %1,9
Vietnam	278.784	392.180	%12,01	▲ %40,7

Ülke	2024 (1000 \$)	2025 (1000 \$)	2025 Payı	Değişim
Tayvan	315.823	366.137	%11,21	▲ %15,9
Thailand	260.758	287.142	%8,79	▲ %10,1
G. Kore	192.235	250.662	%7,68	▲ %30,4
Singapore	90.259	96.057	%2,94	▲ %6,4
Malaysia	49.893	72.790	%2,23	▲ %45,9
Australia	46.907	58.019	%1,78	▲ %23,7
Indonesia	26.322	56.619	%1,73	▲ %115,1

Kaynak: ITC Trade Map (2021–2025). Değerler 1.000 ABD doları.

2.3 Japonya'nın En Fazla İthal Ettiği Ürünler (Altılı GTİP Bazında, İlk 15)

İşlenmiş domuz eti (020329, 2,4 milyar USD), hazırlanmış tavuk eti (160232, 2,4 milyar USD) ve taze domuz eti (020319, 1,7 milyar USD) Japonya'nın en büyük üç ithal kalemidir. Türkiye'nin belirgin paya sahip olduğu GTİP'ler mavi renkte vurgulanmıştır. Dondurulmuş ton balığı filetosunda (030487) Türkiye'nin %9,24, dondurulmuş alabalık filetosunda (030482) %12,06 ve dondurulmuş alabalıkta (030314) %35,26 pay ile öne çıktığı görülmektedir.

Tablo 4 – Japonya'nın En Fazla İthal Ettiği Ürünler (GTİP-6 Bazında, 2025, Bin USD) — Türkiye Vurgulu

GTİP	Ürün Tanımı (Özet)	JP İthalat 2025	Türkiye 2025	TR Payı
020329	Domuz etinin diğer parçaları (dondurulmuş; karkas/yarım karkas hariç)	2.396.388	—	—
160232	Tavuk (<i>Gallus domesticus</i>) etinden/sakatatından hazırlanmış veya konserve ürünler	2.381.140	274	%0,01
020319	Domuz etinin diğer parçaları (taze/soğutulmuş; karkas hariç)	1.732.504	—	—
020230	Siğir etinin kemiksiz parçaları (dondurulmuş)	1.659.926	—	—
020130	Siğir etinin kemiksiz parçaları (taze/soğutulmuş)	1.427.483	—	—
020714	Tavuk eti parça ve yenilebilir sakatı (dondurulmuş)	1.374.193	54	—
030617	Karides ve benzeri kabuklular (dondurulmuş; kabuklu olsun olmasın)	1.278.031	—	—
040690	Diğer peynirler (taze peynir, lor, eritme peyniri hariç)	854.541	5	—
030487	Ton balığı (<i>Thunnus</i>) ve çizgili orkinos filetoları (dondurulmuş)	809.210	74.803	%9,24
020610	Siğir hayvanlarının yenilebilir sakatı (taze/soğutulmuş)	710.630	—	—
030312	Pasifik somonu (dondurulmuş; "sockeye" kızıl somon hariç)	666.567	—	—
160521	Karides (hazırlanmış/konserve; hava geçirmez ambalajda olmayan)	656.249	—	—
030391	Balık karaciğeri, yumurtası ve menileri (dondurulmuş)	652.591	443	%0,07

GTİP	Ürün Tanımı (Özet)	JP İthalat 2025	Türkiye 2025	TR Payı
030489	Diğer balık filetoları (dondurulmuş; b.y.b.)	571.477	—	—
030743	Mürekkep balığı ve kalamar (dondurulmuş)	550.658	—	—

Kaynak: ITC Trade Map (2021–2025). Değerler 1.000 ABD doları. Mavi satırlar Türkiye payının %5 üzerinde olduğu kalemleri göstermektedir. (— ticaret yok)

2.4 Japonya'nın En Fazla İhraç Ettiği Ürünler (Altılı GTİP Bazında, İlk 10)

Japonya'nın ihracatında dondurulmuş tarak (030722) %17,18 pay ile açık ara birinci sıradadır. Taze/soğutulmuş sığır eti (020130 ve 020230) ile dondurulmuş balık filetolarının (030489) ihracatta öne çıkması, Japonya'nın yüksek katma değerli ürünlerde de rekabetçi olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 5 – Japonya'nın En Fazla İhraç Ettiği Ürünler (GTİP-6 Bazında, 2025, Bin USD)

GTİP	Ürün Tanımı (Özet)	JP İhracat 2025 (1000 \$)	Dünya Payı
030722	Tarak ve Pectinidae familyası yumuşakçaları (dondurulmuş)	561.079	%17,18
020130	Sığır etinin kemiksiz parçaları (taze/soğutulmuş)	242.879	%7,44
020230	Sığır etinin kemiksiz parçaları (dondurulmuş)	235.795	%7,22
030489	Diğer balık filetoları (dondurulmuş; b.y.b.)	207.158	%6,34
030353	Sardalya, sardinella ve çaça (dondurulmuş)	138.718	%4,25
030199	Diğer canlı balıklar (süs balığı, alabalık, sazan vb. hariç)	131.430	%4,02
030354	Uskumru "Scomber türleri" (dondurulmuş)	127.362	%3,90
160420	Diğer hazırlanmış/konserve balıklar (bütün veya parça olmayanlar)	103.860	%3,18
160552	Tarak (hazırlanmış veya konserve)	79.098	%2,42
030449	Diğer balıkların taze/soğutulmuş filetoları	69.820	%2,14

Kaynak: ITC Trade Map (2021–2025). Değerler 1.000 ABD doları.

3. Türkiye'nin Japonya'ya İhracatı — Fasıllarda Analiz

Türkiye'nin Japonya'ya yönelik su ürünleri ve hayvansal mamuller ihracatı 2025 yılında 155.6 milyon USD'ye ulaşmıştır. 2021 yılındaki 113.4 milyon USD'lik tabandan 2022'de 188.8 milyon USD'lik zirveye çıkan ihracat, 2023'te 161.2 milyon USD ile gerilemiş, ardından 2024'te 141.3 milyon USD, 2025'te ise 155.6 milyon USD ile kalıcı bir yükseliş eğilimine girmiştir. İhracat gelirinin %95'inden fazlası Fasıllar 03 (balık) kaynaklıdır; dondurulmuş alabalık, dondurulmuş fileto ve dondurulmuş balık yan ürünleri öne çıkan kalemlerdir. Japonya pazarında Türkiye'nin pay sahibi olduğu ikinci önemli kategori ham deri ve köseleden deri (Fasıllar 41) olmakla birlikte, diğer fasıllardaki ihracat düzeyi sembolik kalmaktadır.

Tablo 6 – Türkiye'nin Japonya'ya İhracatı GTİP Bazında (2021–2025, Bin USD)

GTİP	Ürün	2021	2022	2023	2024	2025	JP Payı 2025
030487	Ton balığı/çizgili orkinos filetoları (dondurulmuş)	84.289	101.906	80.544	61.560	74.803	%9,24
030482	Alabalık filetoları "Oncorhynchus mykiss vb." (dondurulmuş)	11.520	33.863	54.201	44.492	35.677	%12,06
030314	Alabalık "Oncorhynchus mykiss vb." (dondurulmuş)	4.936	32.647	6.393	17.468	28.164	%35,26
030499	Diğer balık etleri (dondurulmuş; filetolar hariç)	1.805	6.000	6.321	5.346	5.617	%1,27
030399	Balık yüzgeç, baş, kuyruk ve diğer yenilebilir sakatatı (dondurulmuş)	1.996	3.346	3.219	2.116	3.207	%12,02
410411	Siğir/at cinsi hayvan derileri, ıslak halde (wet-blue dâhil)	—	—	2.115	3.300	2.247	%31,98
160559	Diğer yumuşakçalar (hazırlanmış/konserve)	1.881	2.888	2.858	2.092	1.437	%7,48
410792	Tabaklanmış siğir/at derisi bölmeleri (grain splits)	1.161	1.351	1.578	1.746	1.103	%2,55
040410	Peynir altı suyu ve modifiye peynir altı suyu	636	820	604	582	759	%0,74
040900	Doğal bal	404	336	393	266	511	%0,34
030391	Balık karaciğeri, yumurtası ve menileri (dondurulmuş)	144	—	—	86	443	%0,07
160232	Tavuk etinden hazırlanmış /konserve ürünler	159	226	151	316	274	%0,01
020712	Tavuk (Gallus domesticus); bütün, dondurulmuş	620	1.260	529	383	251	%0,84
040610	Taze (olgunlaşmamış) peynir ve lor	250	296	244	288	239	%0,06
411200	Tabaklama sonrası hazırlanmış koyun/kuzu derisi	166	174	326	236	172	%8,62
030520	Balık karaciğeri /yumurtası /menisi (kurutulmuş, tütsülenmiş veya tuzlanmış)	—	206	—	41	147	%0,16

GTİP	Ürün	2021	2022	2023	2024	2025	JP Payı 2025
030543	Alabalık (tütsülenmiş; filetolar dâhil)	—	—	162	366	123	%0,47
411420	Rugan deri ve rugan lamine deri; metalize deri	24	10	5	46	116	%17,24
160100	Sosis ve benzeri et/sakatat müstahzarları	43	44	20	76	64	%0,05
020714	Tavuk eti parça ve yenilebilir sakatı (dondurulmuş)	2.599	2.708	344	151	54	—
TOPLAM	Tüm ürünler	113.392	188.758	161.212	141.304	155.555	%0,52

Kaynak: ITC Trade Map (2021–2025). Mavi satırlar Türkiye'nin JP ithalatındaki payı %5 üzerinde olan GTİP'leri gösterir. Değerler 1.000 ABD doları.

3.1 Fasıllar 03 – Balık ve Su Ürünleri

Japonya'nın 2025 yılı Fasıllar 03 ithalatı 10.1 milyar USD ile tüm fasıllar içindeki en büyük kalemdir. Türkiye bu fasılda Japonya'ya 148.2 milyon USD ihracat gerçekleştirmiş olup pay yaklaşık %1,47 düzeyindedir. Ancak Türkiye'nin öne çıktığı alt kalemler olan dondurulmuş alabalık (030314, %35,26 pay) ve dondurulmuş alabalık fileto (030482, %12,06 pay) stratejik önem taşımaktadır. Türkiye'nin dünyaya toplam Fasıllar 03 ihracatı 2025'te 2.15 Milyar USD'ye ulaşmıştır; Japonya bunun yalnızca yaklaşık %6,9'unu oluşturmaktadır — büyüme potansiyeli yüksektir.

Tablo 7 – Fasıllar 03 Pazar Özeti: Japonya İthalatı ve Türkiye'nin Durumu (2021–2025, Bin USD)

Gösterge	2021	2022	2023	2024	2025
JP → Dünya İthalatı (1000 \$)	10.883.297	11.673.002	10.062.898	9.425.302	10.097.256
TR → JP İhracat (1000 \$)	104.733	178.129	151.904	131.660	148.222
TR → Dünya İhracat (1000 \$)	1.296.035	1.546.517	1.620.986	1.904.111	2.156.037

Kaynak: ITC Trade Map (2021–2025). Değerler 1.000 ABD doları.

Dondurulmuş Alabalık (HS 030314) — Türkiye'nin Öncü Ürünü

Dondurulmuş alabalık, Türkiye'nin Japonya'daki en stratejik ürünüdür. 2025'te 79.9 milyon USD büyüklüğündeki Japonya pazarında Türkiye %35,26 pay ile Şili'nin (%40,28) ardından ikinci sıradadır. Değer bazında Türkiye, Şili'nin (%40,28 pay) hemen ardından %35,26 pay ile ikinci tedarikçi konumundadır. Türkiye'nin 2025 ihracatı 28.16 milyon USD ve 4.445 ton düzeyinde olup ortalama birim değeri yaklaşık 6.336 \$/ton'dur. Katma değerli fileto ve porsiyonlanmış ürünlere geçilerek birim ihracat değerinin yükseltilmesi mümkündür.

Tablo 8 – Dondurulmuş Alabalık (030314) Japonya İthalatı: Tedarikçi Karşılaştırması (2024–2025, Bin USD)

Tedarikçi Ülke	2024 (1000 \$)	2025 (1000 \$)	2025 Payı
Şili	26.937	32.174	%40,28
Türkiye	17.468	28.164	%35,26

Tedarikçi Ülke	2024 (1000 \$)	2025 (1000 \$)	2025 Payı
Norveç	8.860	8.217	%10,29
Arjantin	154	5.485	%6,87
Peru	1.980	4.133	%5,17
Amerika Birleşik Devletleri	—	865	%1,08
Danimarka	871	828	%1,04
Çin	—	9	%0,01

Kaynak: ITC Trade Map (2021–2025). Değerler 1.000 ABD doları.

3.2 Fasil 02 – Et ve Yenilebilir Et Ürünleri

Japonya'nın 2025 Fasil 02 ithalatı 10. 2 Milyar USD ile Fasil 16 ile birlikte en büyük iki kalemden birini oluşturmaktadır. Domuz eti (020329, 020319) ve sığır eti (020230, 020130) baskın kalemler olmakla birlikte işlenmiş kanatlı eti de önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye bu fasılda 2021–2022 döneminde sınırlı miktarda kanatlı eti (020712/020714) ihraç etmiş; ancak 2023'ten itibaren HPAI kısıtlamaları ve rekabet faktörleri nedeniyle ihracat neredeyse sıfırlanmıştır. Türkiye'nin Fasil 02 ihracatı dünyaya 716.7 milyon USD düzeyinde olup potansiyel mevcuttur.

Tablo 9 – Fasil 02 Pazar Özeti: Japonya İthalatı ve Türkiye'nin Durumu (2021–2025, Bin USD)

Gösterge	2021	2022	2023	2024	2025
JP → Dünya İthalatı (1000 \$)	10.987.741	11.322.965	9.902.391	10.430.910	10.209.546
TR → JP İhracat (1000 \$)	3.219	3.968	873	534	313
TR → Dünya İhracat (1000 \$)	878.343	1.148.307	846.190	674.872	716.727

Kaynak: ITC Trade Map (2021–2025). Değerler 1.000 ABD doları.

3.3 Fasil 04 – Süt Ürünleri, Peynir, Yumurta

Japonya'nın Fasil 04 ithalatı 2025'te 2 milyar USD olup peynir kalemi en büyük payı oluşturmaktadır. Taze peynir ve lor (040610) tek başına 380.8 milyon USD'lik pazar büyüklüğüne ulaşmıştır. Bu segmentte Avustralya (%42,9), İtalya (%17,35), Yeni Zelanda (%16,33) ve ABD (%14,13) ağırlıklı konumdadır; Türkiye'nin payı %0,06 gibi sembolik bir düzeyde kalmaktadır. AB menşeli rakipler Japonya-AB Ekonomik Ortaklık Anlaşması kapsamında kademeli tarife indirimlerinden yararlanırken Türkiye bu avantajdan yoksundur; bu nedenle hellim, tulum ve beyaz peynir gibi özgün Türk peynirleri için yüksek tarifeye rağmen premium/niş konumlandırmaya dayalı bir pazar stratejisi izlenmesi önerilmektedir. Türkiye'nin Fasil 04'te dünyaya ihracatı 880.6 milyon USD ile kayda değer bir kapasiteye işaret etmektedir.

Tablo 10 – Fasil 04 Pazar Özeti: Japonya İthalatı ve Türkiye'nin Durumu (2021–2025, Bin USD)

Gösterge	2021	2022	2023	2024	2025
JP → Dünya İthalatı (1000 \$)	1.819.767	1.986.174	2.031.435	1.868.548	2.019.120
TR → JP İhracat (1000 \$)	1.430	1.572	1.280	1.147	1.518

Gösterge	2021	2022	2023	2024	2025
TR → Dünya İhracat (1000 \$)	858.679	977.871	759.269	915.474	880.624

Kaynak: ITC Trade Map (2021–2025). Değerler 1.000 ABD doları.

Tablo 10a – Taze Peynir (040610) Japonya İthalatı: Tedarikçi Karşılaştırması (2024–2025, Bin USD)

Tedarikçi Ülke	2024 (1000 \$)	2025 (1000 \$)	2025 Payı
Avustralya	167.465	163.370	%42,90
İtalya	61.304	66.078	%17,35
Yeni Zelanda	67.216	62.190	%16,33
Amerika Birleşik Devletleri	59.479	53.793	%14,13
Fransa	12.199	13.362	%3,51
Danimarka	11.735	9.932	%2,61
Almanya	4.788	6.132	%1,61
Slovakya	232	1.248	%0,33

Kaynak: ITC Trade Map (2021–2025). Değerler 1.000 ABD doları.

3.4 Fası 16 – Et ve Balık Müstahzarları

Fası 16, Japonya ithalatında toplam 6.3 Milyar USD ile devasa bir pazardır. Hazırlanmış/konserve tavuk eti (160232), tek başına 2,38 milyar USD büyüklüğüyle Japonya'nın en yüksek birim ithalat kalemi olmaya devam etmektedir. Bu segmette Tayland ve Brezilya dominant oyuncularlardır. Türkiye'nin Fası 16 ihracatı Japonya'ya 2025'te 1.77 milyon USD ile sınırlı kalmakla birlikte, dünyaya toplam ihracatı 235.1 milyon USD'ye ulaşmaktadır. İşlenmiş balık ürünleri (160420, 160552 gibi kalemler) konserveler ve katma değerli ürünler açısından gelecek vadede bir alt segment olarak öne çıkmaktadır.

Tablo 11 – Fası 16 Pazar Özeti: Japonya İthalatı ve Türkiye'nin Durumu (2021–2025, Bin USD)

Gösterge	2021	2022	2023	2024	2025
JP → Dünya İthalatı (1000 \$)	6.207.749	6.706.598	6.235.317	6.096.334	6.349.289
TR → JP İhracat (1000 \$)	2.492	3.257	3.029	2.484	1.776
TR → Dünya İhracat (1000 \$)	191.288	268.422	264.424	328.088	235.110

Kaynak: ITC Trade Map (2021–2025). Değerler 1.000 ABD doları.

3.5 Fası 41 – Ham Deri ve Köseleden Deri

Fası 41 ihracatı, Türkiye'nin Japonya'ya yönelik ikinci önemli ürün grubudur. Japonya'nın 2025 Fası 41 ithalatı 150.5 milyon USD olup Türkiye 3.7 Milyon USD ile %2,47 pay sahibidir. 2023'te 4.1 milyon USD'ye ulaşan ihracat, Türkiye'nin İtalyan deri sanayii ile rekabet edebilir kalitede ham deri ve köseleden deri ürettiğini teyit etmektedir. İslak-mavi (wet-blue) sığır derisi (410411) ile tahıl bölmeleri (410792) ihracatta öne çıkan

kalemlerdir. Türkiye'nin Fasıl 41'de dünyaya ihracatı 2025'te 180.9 milyon USD olup Japonya yalnızca %2,06'lık payı oluşturmaktadır; hedefleme stratejisi ile pay artırılabilir.

Tablo 12 – Fasıl 41 Pazar Özeti: Japonya İthalatı ve Türkiye'nin Durumu (2021–2025, Bin USD)

Gösterge	2021	2022	2023	2024	2025
JP → Dünya İthalatı (1000 \$)	166.474	184.431	173.171	175.087	150.492
TR → JP İhracat (1000 \$)	1.444	1.818	4.123	5.473	3.722
TR → Dünya İhracat (1000 \$)	246.649	250.740	203.115	201.827	180.963

Kaynak: ITC Trade Map (2021–2025). Değerler 1.000 ABD doları.

3.6 Diğer Fasıllar (01, 05, 15, 23, 31, 43, 67)

Canlı hayvan (01), diğer hayvansal ürünler (05), hayvansal katı yağlar (15), hayvansal artık unu (23), gübre (31), kürklük deri (43) ve tüy/kıl ürünleri (67) fasıllarında Türkiye'nin Japonya'ya ihracatı kayıt dışı kalmaktadır (sıfır ya da çok sembolik). Japonya bu fasıllarda da önemli bir ithalat pazarı konumundadır; ancak yapısal rekabet engelleri ve STA eksikliği Türkiye için pazar girişini zorlaştırmaktadır. Aşağıdaki tabloda bu fasıllara ait Japonya ithalat büyüklükleri özetlenmiştir.

Tablo 13 – Diğer Fasıllar Japonya İthalatı Özeti (2021–2025, Bin USD)

Fasıl	JP İthalat 2021	JP İthalat 2022	JP İthalat 2023	JP İthalat 2024	JP İthalat 2025
01 – Canlı Hayvan	306.766	291.705	336.285	286.347	310.014
05 – Diğer Hayvansal	635.660	637.132	639.910	516.695	508.555
15 – Hayvansal Yağlar	102.356	98.977	102.437	75.383	73.674
23 – Hayvansal Un/Artık	221.403	264.701	299.398	285.863	195.349
31 – Hayvansal Gübre	14.658	15.869	15.263	11.980	12.430
43 – Kürklük Deri	491	746	840	137	276
67 – Tüy/Kıl Ürünleri	4.372	4.747	4.245	4.401	4.036

Kaynak: ITC Trade Map (2021–2025). Değerler 1.000 ABD doları.

4. Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller Sektöründe Japonya Pazarına Giriş

4.1 Hedef Bölgeler/Şehirler

Tokyo ve Kantō Bölgesi: Tokyo, tüm kategorilerde Japonya'nın en büyük su ürünleri ve hayvansal ürünler pazarıdır. Toyosu Balık Pazarı, Asya'nın en büyük toptan balık ticaretinin yapıldığı merkezdir. Premium taze balık, lüks peynir ve işlenmiş ürünler için başlıca hedef pazar niteliğindedir.

Osaka ve Kinki Bölgesi: 'Japonya'nın mutfağı' olarak bilinen Osaka, sofistike gıda kültürüyle öne çıkar. Taze ve dondurulmuş deniz ürünlerine, sushi ve sashimi işleme sektörüne yönelik yoğun talep mevcuttur.

Hokkaido Bölgesi: Japonya'nın en büyük balıkçılık ve süt ürünleri üretim üssüdür. Türk peynirlerine potansiyel tamamlayıcı ithalat pazarı olarak değerlendirilebilir.

4.2 Sektördeki Önde Gelen İthalatçı ve Toptancı Firmalar

Firma Adı	Rolü	Not	Web Sitesi
Maruha Nichiro Corporation	Üretici + İthalatçı	Japonya'nın en büyük su ürünleri şirketi; orkinos ithalatında lider	maruha-nichiro.com
Nippon Suisan (Nissui)	Üretici + İthalatçı	Küresel ölçekli sürdürülebilir balıkçılık odaklı firma	nissui.co.jp
Kyokuyo Co., Ltd.	İşleyici + İthalatçı	Orkinos konserve ve dond. ürün uzmanı	kyokuyo.co.jp
Royal Pacific Foods	İthalatçı + Toptancı	Deniz salyangozu ve özel deniz ürünleri ithalatçısı	royalpacific.co.jp
Megmilk Snow Brand	Üretici + İthalatçı	Japonya'nın önde gelen peynir ithalatçısı ve dağıtıcısı	megmilk.com
Meiji Co., Ltd.	Üretici + İthalatçı	Süt ürünleri, peynir ve dondurma alanında büyük oyuncu	meiji.com
ZAO Co., Ltd.	İthalatçı + Toptancı	Avrupa peyniri uzmanı, HoReCa kanalına odaklı	zao-cheese.co.jp
Nippon Ham Foods	Üretici + İthalatçı	İşlenmiş kanatlı eti ve et ürünleri segmentinde pazar lideri	nipponham.com
Prima Meat Packers	İthalatçı + Toptancı	Donmuş ve işlenmiş kanatlı eti ithalatında önemli oyuncu	prima-ham.co.jp

Kaynak: Sektör araştırması, Tokyo Ticaret Müşavirliği.

4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler (Güncel — 2025/2026)

Temel Gümrük Belgesi Gereksinimleri

Su ürünleri ve hayvansal mamuller Japonya'ya ithalinde Japan Customs Law Madde 67 kapsamında Ticari Fatura (Commercial Invoice), Konşimento (Bill of Lading / Air Waybill), Paketleme Listesi ve Menşe Şahadetnamesi zorunludur.

Food Sanitation Act — MHLW Bildirim Zorunluluğu

Gıda Sanitasyon Kanunu (Shokuhin Eisei-hō) uyarınca tüm ithal gıda ürünleri için ithalatçının MHLW'ye (Sağlık, Çalışma ve Refah Bakanlığı) İthalat Bildirimi (Import Notification) sunması zorunludur. Japonya'da 32

Karantina İstasyonu faaliyet göstermekte; gıda müfettişleri belge incelemesi ve numune denetimleri gerçekleştirmektedir. Ayrıntılı bildirim formu için: www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/

Sağlık / Veteriner Sertifikası

Su ürünleri ve hayvansal mamuller için MAFF (Tarım, Ormanlık ve Balıkçılık Bakanlığı) onaylı resmi veteriner belgesi zorunludur. Kanatlı eti ürünlerinde ihracat yapan ülkenin yetkili veteriner otoritesi (Türkiye'de Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı) tarafından düzenlenen sertifika gerekmektedir. Japonya, HPAI salgınlarında ülke/bölge bazlı geçici yasaklar uygulayabilmektedir; güncel liste MHLW'den takip edilmelidir.

IUU Avcılığa Karşı Yakalama Belgelendirme Planı (Catch Documentation Scheme — CDS)

Japonya, Aralık 2022 itibarıyla 'Belirtilen Su Canlıları ve Bitkilerinin Yurt İçi Dağıtımı ve İthalini Güvence Altına Alma Kanunu' (Su Hayvanları Kanunu) çerçevesinde IUU avcılığa karşı yakalama sertifikası (catch certificate) zorunluluğunu hayata geçirmiştir. Aralık 2022 itibarıyla uskumru (*Scomber spp.*), saury (*Cololabis spp.*), sardalya (*Sardinops spp.*) ve kalamar/mürekkkepbalığı için yakalama belgesi zorunlu hale gelmiştir. 2025 yılı sonunda kapsamın yılan balığı (glass eel) ve morina/Pasifik pollak gibi türleri kapsayacak şekilde genişletilmesi gündemdedir. Belge ihracatçı ülkenin yetkili mercii tarafından düzenlenmeli; Japonya Gümrüğü'ne ibraz edilmelidir. Kaynak: MAFF/JFA — www.jfa.maff.go.jp/220614.html

Tariff Rate Quota (TRQ) — Peynir ve Süt Ürünleri

Peynir ve süt ürünleri Japonya'nın TRQ sistemi kapsamında yönetilmektedir. TRQ kotaları ALIC (Agriculture and Livestock Industries Corporation) tarafından tahsis edilmekte; kota dışı ithalatta MFN tarifesi uygulanmaktadır. Pasifik somon ve bazı balık türleri METI/IQ sistemi kapsamında ithalat lisansına tabi olabilmektedir. Kaynak: www.alic.go.jp/english/

4.4 Sektördeki Önemli Fuarlar

Japan International Seafood & Technology Expo (Tokyo/Şubat): Japonya'nın en büyük uluslararası deniz ürünleri fuarı. www.seafood-expo.jp

FOODEX Japan (Tokyo/Mart): Asya'nın en büyük gıda ve içecek fuarı; 80+ ülkeden 3.000+ katılımcı. Türkiye'nin milli katılım gerçekleştirdiği fuarlar arasındadır. www.jma.or.jp/foodex/

Japan International Dairy Show (Tokyo/Ekim): Peynir ve süt ürünleri ithalatçıları ile perakendecilerin yoğun katılımı. Türk peynir ihracatçıları için önemli bir platform.

Hokkaido Food Festival (Sapporo/Eylül): Süt ürünleri ve deniz ürünleri özelinde bölgesel buluşma.

4.5 STA / EPA Durumu (Türkiye–Japonya)

Japonya'nın CPTPP (Kapsamlı ve Aşamalı Trans-Pasifik Ortaklığı, 30 Aralık 2018) çerçevesinde Avustralya, Yeni Zelanda, Kanada, Şili ve Vietnam gibi ülkeler önemli tarife indirimlerinden yararlanmaktadır. Japonya-AB Ekonomik Ortaklık Anlaşması (Şubat 2019) kapsamında peynir ve süt ürünleri tarifelerinde AB ülkeleri lehine aşamalı indirim sürmektedir.

ÖNEMLİ: Türkiye ile Japonya arasında yürürlükte bir Serbest Ticaret Anlaşması veya Ekonomik Ortaklık Anlaşması BULUNMAMAKTADIR. 2014'ten bu yana sürdürülen EPA müzakerelerinde 17. tur Ekim 2019'da tamamlanmış; 2025–2026 döneminde müzakereler devam etmekle birlikte henüz sonuç alınamamıştır. Bu durum, Türk ihracatçılarının rakipler karşısında yapısal bir dezavantajla karşı karşıya olduğu anlamına gelmektedir. Türkiye, AB ve CPTPP ülkelerinin aksine MFN (En Çok Kayrılan Ülke) tarife rejimi kapsamında kalmaktadır. Kaynak: www.mofa.go.jp/policy/economy/fta/index.html

4.6 Standartlar (Güncel — 2025/2026)

Food Sanitation Act: Japonya'da gıda güvenliğinin temel yasal çerçevesidir. Su ürünleri, peynir ve kanatlı eti için ağır metal (kurşun, kadmiyum, cıva), antibiyotik kalıntısı ve mikrobiyolojik (E. coli, Salmonella, Listeria) limitler bu kanun kapsamında belirlenmektedir. 'Pozitif Liste Sistemi' (2006'dan itibaren) uyarınca müsaade edilmeyen kalıntılar eşğin üzerinde tespit edilirse ürün Japonya'ya giriş yapamamaktadır.

HACCP Zorunluluğu: 2021 yılı itibarıyla Japonya, tüm gıda üretim ve ithalat operasyonları için HACCP uyumunu zorunlu kılmaktadır. Türk ihracatçıların HACCP sertifikasına sahip olması Japon ithalatçılarla iş görüşmelerinde ön koşuldur.

JAS Standartları: JAS işareti belirli işlenmiş gıda ürünleri için zorunlu ya da gönüllü sertifikasyon seçeneği sunmaktadır. 2025 ve 2026 yıllarında gıda etiketleme standartlarında revizyonlar yapılmaktadır; güncel liste için: www.maff.go.jp/j/jas/

MSC / ASC Sertifikasyonu: Büyük süpermarket zincirleri ve premium HoReCa kanalları MSC (Marine Stewardship Council) ve ASC (Aquaculture Stewardship Council) sertifikasına giderek daha fazla önem vermektedir. Türk balıkçılık işletmecileri için bu sertifikasyona yatırım stratejik bir avantaj sağlayacaktır.

4.7 Etiketleme Gereksinimleri (Güncel — 2025/2026)

Japonya'da gıda ürünlerinde etiketleme zorunlulukları Japon Tüketici İşleri Ajansı (Consumer Affairs Agency — CAA) tarafından yönetilen Gıda Etiketleme Kanunu'na (Food Labeling Act, 2015) dayanmaktadır. Ürün adı, içindekiler listesi, net miktar, son kullanma tarihi, saklama koşulları, üretici/ithalatçı adı-adresi ve menşe ülke bilgilerinin Japonca olarak etikette yer alması zorunludur.

2025 Güncellemeleri: Mart 2025'te yürürlüğe giren değişiklikle kaju fıstığı ve fıstık (antep fıstığı) zorunlu alerjen listesine eklenmiştir. Bu ekleme 2028 yılına kadar geçerlidir. Mevcut yedi zorunlu alerjen (buğday, karides, yengeç, yumurta, süt, yer fıstığı, karabuğday) ek olarak alerjen uyarısı gerektirmektedir. Menşe ülke etiketi su ürünleri ve hayvansal mamullerde zorunludur; Türkiye menşeli ürünlerde Made in Türkiye 'Torukosan' ibaresi Japonca etikette açıkça belirtilmelidir. Kaynak: www.caa.go.jp/en/policy/food_labeling/

4.8 Ambalajlama Gereksinimleri (Güncel — 2025/2026)

Soğuk Zincir Uyumluluğu: Taze ve dondurulmuş ürünlerin ambalajı soğuk zincir bütünlüğünü koruyacak biçimde tasarlanmalı; çözülme göstergesi (thaw indicator) ve sıcaklık etiketi içermelidir.

Containers and Packaging Recycling Law: Ambalaj malzemeleri geri dönüştürülebilir olmalı; plastik için 'pura', kağıt için 'kami' geri dönüşüm sembolü bulunmalıdır.

Balık ve Deniz Ürünleri: Vakumlu ambalaj veya modifiye atmosfer ambalajı (MAP) tercih edilmesi Japon dağıtım kanallarında rekabet avantajı sağlar. 2025 yılında güncellenen ambalaj yönetmeliği, biyobozunur ambalaj kullanımını teşvik etmektedir.

Peynir Ambalajı: Çift katlı ambalaj sistemi (sızdırmaz + nem tutucu) tavsiye edilmektedir. Portsiyon ebatları Japon tüketici alışkanlıklarıyla uyumlu (genellikle 100–200 gram) olmalıdır. Kaynak: Consumer Affairs Agency — www.caa.go.jp/en/

4.9 Lojistik

Taze ürünler hava yolu taşımacılığını zorunlu kılar; Narita (Tokyo), Kansai (Osaka) ve Chubu (Nagoya) başlıca havalimanlarıdır. Dondurulmuş ürünlerde soğuk konteyner (reefer) nakliyesi standarttır; Tokyo/Yokohama, Osaka/Kobe ve Nagoya başlıca giriş limanlarıdır. İstanbul'dan Tokyo'ya hava yolu süresi yaklaşık 11–14 saat; deniz yolu soğuk konteyner süresi 28–35 gündür.

4.10 Dağıtım Kanalları

Toptan Balık Piyasaları (Toyosu, Minami-Honmachi), Süpermarket Zincirleri (AEON, Ito-Yokado, Life Corporation), Konbini (7-Eleven, Lawson, FamilyMart), HoReCa kanalı, İthalatçılar/Toptancılar ve E-Ticaret (Rakuten, Amazon Japan, Oisix) Japonya'nın yedi temel dağıtım kanalını oluşturmaktadır.

4.11 E-Ticaret ve Pazaryerleri

Japonya küresel gıda e-ticaret hacminin en büyük pazarlarından biridir. Çevrim içi gıda perakendesi hızla büyümekte olup premium ithal ürünlerde çevrim içi satış payı görece yüksektir. Rakuten Ichiba, Amazon Japan (FBA), Oisix ra daichi ve Yahoo! Shopping başlıca platformlardır.

4.12 Gümrük Vergisi ve Tüketim Vergisi — Başlıca GTİP'ler (Güncel)

Türkiye menşeli ürünler için MFN (En Çok Kayrılan Ülke) tarifesi geçerlidir. Japonya tüketim vergisi (shohizei) standart oranı %10'dur; gıda ürünleri için indirimli %8 oranı uygulanmaktadır (alkollü içecekler ve dışarıda yeme-içme hariç). Kırmızı ile gösterilen tarife oranları yüksek koruma bariyeri içerdiğini işaret etmektedir.

Kaynak: Japan Customs Tariff Schedule (01.04.2025)

www.customs.go.jp/english/tariff/2025_04_01/index.htm ; WTO Tariff Profiles 2025.

Tablo 14 – Başlıca GTİP'ler İçin Japonya Gümrük Vergisi ve Tüketim Vergisi (MFN, 2025)

GTİP (HS-6)	Ürün	MFN Gümrük Vergisi	Tüketim Vergisi
030487	Dond. ton balığı filetosü (Thunnus spp.)	%3,5	%10 (gıda %8)
030482	Dond. alabalık filetosü (O. mykiss vb.)	%3,5	%10 (gıda %8)
030314	Dond. alabalık (O. mykiss vb.)	%3,5	%10 (gıda %8)
030235	Taze/soğ. maviyüzgeçli orkinos	%3,5	%10 (gıda %8)
030499/030399	Dond. balık eti/sakatat (diğer)	%3,5–6,4	%10 (gıda %8)
020712/14	Donm. bütün/parça tavuk	%8,5	%10
160232	Hazır/konserve tavuk eti	%6,0	%10
160100	Sosis ve benzeri et müstahzarı	%4,3–6,0	%10
040610	Taze peynir ve lor	%29,8 (TRQ)	%10 (gıda %8)
040690	Diğer peynir çeşitleri	%29,8 (TRQ)	%10 (gıda %8)
040410	Peynir altı suyu	%21,3	%10 (gıda %8)
040900	Doğal bal	%25,5	%10 (gıda %8)
410411	Islak-mavi (wet-blue) sığır derisi	%0 (hammadde)	%10
410792	Tahıl bölmeleri (grain splits)	%3,0	%10

GTİP (HS-6)	Ürün	MFN Gümrük Vergisi	Tüketim Vergisi
411200	Koyun/kuzu köseleden derisi	%4,6	%10
4301xx	Ham kürklük deri	%0	%10

Kaynak: Japan Customs Tariff Schedule (01.04.2025); WTO World Tariff Profiles 2025. TRQ = Tariff Rate Quota.

5. İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

5.1 FASIL 03 — Balık ve Su Ürünleri: Fırsatlar

Gökkuşluğu Alabalığı (Türk Somonu) — Öncü Fırsat

Dondurulmuş alabalık (030314) Japonya pazarında %35,26 pay ile Türkiye'nin en stratejik ürünüdür. Japonya'nın Norveç ve Şili bağımlılığını azaltma yönelimi Türk üreticilere güçlü bir pencere açmaktadır. Türk somonu olarak konumlandırılmış gökkuşluğu alabalığı; trim E fileto, porsiyonlanmış ve vakumlu ambalaj formatlarıyla katma değeri artırılabilir, birim ihracat değeri yükseltilebilir.

Dondurulmuş Ton Balığı Filetosü (030487) — İkincil Fırsat

Japonya'nın 030487 ithalatı 2025'te 809 milyon USD olup Türkiye %9,24 pay ile kayda değer bir konumdadır. Bu pazar ölçeğinde pay artışı ciddi ihracat hacmi artışına dönüşebilir.

Dondurulmuş Alabalık Filetosü (030482) — Büyüyen Kalem

030482 segmentinde Türkiye %12,06 pay ile güçlü bir tedarikçi konumundadır. Bu alt kalemde Japonya'nın 2025 ithalatı 295.8 milyon USD olup Türkiye 35.677 bin USD ihracatla %12,06 paya sahiptir; alabalık filetosu, dondurulmuş bütün alabalığa kıyasla daha yüksek katma değer sunan bir kalemdir.

Taze Maviyüzgeçli Orkinos (030235) — Akdeniz Fırsatı

Japonya'nın 2025 taze orkinos (030235) ithalatı 30.4 milyon USD'dir. Meksika (%74,56) dominant olmakla birlikte bu segmentte Türkiye'nin Karadeniz ve Ege stokları ICCAT kotaları dâhilinde değerlendirilebilir.

Tablo 15 – Taze Orkinos (030235) Japonya İthalatı: Tedarikçi Karşılaştırması (2024–2025, Bin USD)

Tedarikçi Ülke	2024 (1000 \$)	2025 (1000 \$)	2025 Payı
Meksika	13.865	22.695	%74,56
Kanada	4.209	4.107	%13,49
Amerika Birleşik Devletleri	2.501	1.721	%5,65
Yeni Zelanda	1.028	641	%2,11
Güney Kore	1.809	501	%1,65
İspanya	474	260	%0,85
Norveç	203	219	%0,72
Avustralya	159	169	%0,56
Fransa	146	66	%0,22
Malta	—	24	%0,08

Kaynak: ITC Trade Map (2021–2025). Değerler 1.000 ABD doları.

5.2 FASIL 02 — Et Ürünleri: Fırsatlar

Japonya'nın FASIL 02 pazarı büyük ölçüde Brezilya, ABD ve Avustralya tarafından karşılanmaktadır. Türkiye'nin sığır eti üretim kapasitesi ve HPAI kısıtlamalarının sona erdiği dönemlerde kanatlı eti ihracatı için pencere açılmaktadır. RCEP ve CPTPP kapsamındaki rakiplere karşı fiyat avantajı sürdürülmesi halinde niş kanatlı eti ürünleri (özellikle işlenmiş) için olanak mevcuttur.

5.3 Fası 04 — Süt / Peynir: Niş Fırsatlar

Japonya'da Batı mutfağının yaygınlaşmasıyla mozzarella, ricotta, halloumi ve benzeri peynir türlerine olan talep artmaktadır. Türkiye'nin halloumi, tulum ve beyaz peynir gibi özgün lezzetleri Japonya'nın premium gıda segmentinde farklılaşma imkânı sunmaktadır. Yüksek MFN tarife oranları (%29,8 TRQ'lu) en büyük engel olmakla birlikte, özellikle gastronomi ve HoReCa kanallarında premium konumlandırma ile bu engel kısmen aşılabilmektedir.

5.4 Fası 16 — Müstahzarlar: İşlenmiş Ürün Fırsatları

İşlenmiş balık ürünleri (konserveler, hazır fileto, füme ürünler) Fası 16 kapsamında Japonya'da hızla büyüyen bir segment oluşturmaktadır. Türkiye'nin hamsi, lüfer ve uskumru gibi Karadeniz ve Ege kaynaklı türleri işlenmiş formatlarda (16042x) ihraç etme kapasitesi bulunmaktadır. Mevcut 2025 ihracatı (1.8 milyon USD) son derece sınırlı olup bu gerçek bir büyüme fırsatına işaret etmektedir.

5.5 Fası 41 — Ham Deri: Büyüme Fırsatı

Japonya'nın 2025 Fası 41 ithalatı 150.5 milyon USD olup Türkiye 3.722 bin USD ihracat gerçekleştirmiştir. Islak-mavi (wet-blue) sığır derisi (410411) kaleminde Türkiye %31,98 pay ile güçlü bir konumdadır. Türkiye'nin sahip olduğu deri sanayi altyapısı, üretim kapasitesi ve maliyet avantajı bu segmentte pay artışını destekleyecektir.

5.6 Başlıca Tedarikçi Ülkelerin Karşılaştırmalı Tablosu

Ülke	Güçlü Fası	Temel Güçlü Yönler	Türkiye İçin Rekabet Notu
Çin	Fası 02/16	Düşük maliyet, yüksek kapasite; işlenmiş kanatlı dominant	RCEP üyesi — tarife avantajı yok
Norveç	Fası 03	Premium somon; köklü marka; soğuk zincir güçlü	CPTPP dışı; ancak köklü güven
Şili	Fası 03	CPTPP üyesi; somon, alabalık ve kabuklu deniz ürünlerinde güçlü	Türkiye'nin doğrudan rakibi — alabalıkta
Avustralya/NZ	Fası 04	CPTPP üyesi; peynir ve süt dominant; lojistik avantajı	Peynir segmentinde yüksek bariyer
Tayland	Fası 16/02	RCEP üyesi; hazır işlenmiş kanatlı (160232) lider	Fası 16'da aşılması güç rakip
Brezilya	Fası 02/16	Düşük maliyetli dond. kanatlı; JP'nin ~%30'unu karşılıyor	Maliyet rekabetçiliği güçlü
İspanya/HR	Fası 03 (030235)	Akdeniz taze maviyüzgeçli orkinos; ancak ICCAT kota riski	Türkiye ile benzer coğrafi pozisyon
Türkiye	Fası 03/41	Alabalık/fileto (%35 pay); ham deri; fiyat-kalite dengesi	STA yok; CPTPP/AB EPA avantajı yok

Kaynak: ITC Trade Map (2021–2025); Sektör araştırması.

6. İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Yoğun Rekabet ve Coğrafi Uzaklık

Japonya'nın tedarikçileri arasında CPTPP (Şili, Avustralya, Yeni Zelanda, Kanada, Vietnam) ve RCEP (Tayland, Vietnam) anlaşmalarından yararlanan ülkeler coğrafi yakınlık ve tarife avantajlarıyla Türkiye'nin önünde yer almaktadır. Özellikle balık ve süt ürünleri kategorisinde bu avantaj belirleyici olmaktadır. Norveç ise tercihli ticaret anlaşması bulunmamasına rağmen güçlü marka ve soğuk zincir altyapısıyla rekabet etmektedir.

STA Yokluğu — Yapısal Tarife Dezavantajı

Türkiye ile Japonya arasında yürürlükte bir STA/EPA bulunmadığından, Türk ihracatçıları rakipler karşısında %3,5–%29,8 arasında değişen MFN tarifesiyle rekabet etmek durumundadır. Özellikle peynir fasılındaki yüksek gümrük oranları (%29,8 + TRQ), Türk peynirinin premium fiyat segmentinde bile rekabetini zorlaştırmaktadır. EPA müzakerelerinin tamamlanması 2026 sonrasına ertelenmiş görünmektedir.

Japonya'nın Teknik ve Tarife Dışı Engelleri

Gıda güvenliği standartları (Pozitif Liste Sistemi), HACCP gereksinimleri, allerjen etiketleme zorunlulukları (2025 itibarıyla kaju ve antep fıstığı da zorunlu allerjen kapsamında), IUU yakalama sertifikası zorunluluğu (makarel, sardalya, kalamar vb.) ve ithalat kota (IQ) sistemi sektöre girişi zorlaştıran yapısal engellerdir.

Kuş Gribi (HPAI) Kısıtları

Japonya, kanatlı eti ihracatında HPAI salgınlarına bağlı olarak ülke/bölge bazlı geçici yasaklar uygulayabilmektedir. 2024–2025 döneminde yaşanan HPAI salgınları Türkiye'nin kanatlı eti ihracatını olumsuz etkilemiş, özellikle dondurulmuş tavuk eti kalemlerinde (020712, 020714) ihracat 2023 sonrası neredeyse sıfırlanmıştır.

Döviz Kuru Dalgalanmaları

Japon yeninin 2022'den bu yana ABD doları ve euro karşısında tarihsel değer kayıpları yaşaması, ihracat gelirinin TL karşılığını artırırken; Japon ithalatçıları için fiyat baskısı yaratmaktadır. Fiyatlandırma stratejilerinde döviz kuru riskinin aktif yönetimi kritik önem taşımaktadır.

Marka ve Tanınırlık Eksikliği

Türk su ürünleri ve hayvansal mamuller markaları Japonya pazarında büyük ölçüde bilinmemektedir. Güven inşa etmek ve marka kimliği oluşturmak için uzun vadeli yatırım gerekmektedir.

Japonya İç Üretimini Canlanması

Japonya'nın 'Temel Balıkçılık Planı' ve Hokkaido merkezli yerli süt ürünleri üretimini teşvik politikaları yerli tedariki desteklemektedir. Bu durum ithalat büyümesini baskı altında tutabilir.

7. İhracatın Artırılması İçin Firmalara Öneriler

1. Gökkuşuğu Alabalığı / Türk Somonu Markalaşması

Dondurulmuş alabalık ve fileto kategorisinde Türk somonu markalaşması altında güçlü konumlandırma yapılmalıdır. Trim E fileto, porsiyonlanmış ürünler ve hazır sashimi-grade ürünler geliştirilerek birim ihracat değeri Şili ve Norveç düzeylerine yaklaştırılmalıdır. Japonya piyasasına uygun ambalaj boyutları (250–500 gr vakumlu blok) ve soğuk zincir çözümleri hayata geçirilmelidir.

2. FOODEX Japan Fuarına Milli Katılım

Her yıl Mart ayında düzenlenen FOODEX Japan fuarı, Türk ihracatçıları için en etkin platform olmaya devam etmektedir. Peynir, işlenmiş deniz ürünleri, ham deri ve kanatlı eti kategorilerindeki firmaların İBB/EİB milli katılım organizasyonu çerçevesinde fuar katılımı değerlendirilmelidir.

3. Japon İthalatçılarla Doğrudan İş Birliği

Maruha Nichiro, Kyokuyo, Snow Brand Milk ve Nippon Ham Foods gibi sektörün önde gelen firmalarıyla birebir iş geliştirme görüşmeleri başlatılmalıdır. Küçük ölçekli deneme siparişlerinden başlanarak kademeli güven inşası sürdürülmelidir.

4. Ham Deri — Hedefli İhracat Büyütme

Fasıl 41'de ıslak-mavi sığır derisi (410411) ve tahıl bölmeleri (410792) başlıca büyüme kalemleridir. Japonya'nın mevcut tedarikçileriyle birim değer ve kalite karşılaştırması yapılarak rekabetçi fiyat-kalite pozisyonu netleştirilmelidir.

5. Teknik Uyum Yatırımı

HACCP sertifikası, Japonya'nın Pozitif Liste Sistemi uyumlu kalıntı testleri ve JAS standardına uygun işleme tesisi yatırımları pazar girişinin ön koşuludur. Bu yatırımlar sübvansiyon ve hibe programları kapsamında desteklenebilir.

6. E-Ticaret Pilot Programları

Rakuten veya Amazon Japan platformlarında peynir, füme balık ve işlenmiş ürünler için pilot e-ticaret mağazası açılması büyük lojistik yatırımı gerektirmeksizin pazar tepkisini ölçmek için etkili bir yöntemdir.

7. EPA/EOA Müzakerelerinin Aktif Takibi

Türkiye-Japonya EPA müzakerelerinin takip edilmesi ve özellikle peynir ile balıkçılık fasıllarında tarife indirimi imkânlarının proaktif olarak değerlendirilmesi büyük önem taşımaktadır.

8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

Kültürel Unsurlar

Japon alıcılar yeni tedarikçilerle çalışmaya başlamadan önce uzun bir değerlendirme ve güven inşa etme sürecine ihtiyaç duyarlar. Ürün kalitesi ve güvenilirliğini kanıtlayan belgeler, referanslar ve sertifikalar kritik önemdedir. Teknik dokümantasyon hem Türkçe hem İngilizce hazır bulundurulmalı; soğuk zincir bütünlüğü korunarak numune gönderimi gerçekleştirilmelidir.

Sürdürülebilirlik ve MSC/ASC Sertifikasyonu

MSC ve ASC sertifikaları büyük süpermarket zincirleri ve premium HoReCa kanalları tarafından giderek daha fazla aranmaktadır. Türk balıkçılık ve su ürünleri işletmecilerinin bu sertifikasyonlara yatırım yapması uzun vadeli pazar erişimi için stratejik avantaj sağlayacaktır.

Ticari Tatil Dönemleri

İşyerlerinin büyük ölçüde kapandığı Yeni Yıl Tatili (30 Aralık–3 Ocak), Altın Hafta (29 Nisan–5 Mayıs) ve Obon Bayramı (Ağustos ortası) dönemlerinde iş görüşmeleri ve sipariş süreçleri aksamaktadır.

9. Genel Değerlendirme

Japonya, su ürünleri ve hayvansal mamuller sektöründe dünya genelindeki en büyük ve en sofistike pazarlardan biri olmayı sürdürmektedir. Türkiye'nin bu pazardaki mevcut toplam ihracatı 155.6 milyon USD ile Japonya'nın ilgili fasıllardaki toplam ithalatının %0,52'sine karşılık gelmektedir; büyüme potansiyeli son derece yüksektir.

Kısa vadede dondurulmuş alabalık (030314) ve alakalı fileto ürünleri (030482, 030487) en güçlü büyüme alanını oluşturmaktadır. Ham deri (Fasıl 41) ikincil strateji olarak güçlü konumdadır. Peynir (Fasıl 04) ve işlenmiş müstahzarlar (Fasıl 16) için MFN tarife engeli ve STA yokluğu yapısal güçlükler yaratmakta; ancak niş premium segmentte fırsatlar mevcuttur.

Uzun vadeli başarı için: ürün kalitesi ve gıda güvenliği yatırımı, Türk somonu markalaşması, soğuk zincir lojistik güçlendirme, FOODEX Japan gibi stratejik fuarlardan etkin yararlanma ve yerel distribütör-ithalatçı ortaklıkları kurulması öncelikli eylem alanlarıdır. Türkiye-Japonya EPA müzakerelerinin takibi ve olası tarife indirimlerine hazırlık da strateji açısından kritik önem taşımaktadır.

10. Kaynakça

No	Kaynak	URL / Referans
1	ITC Trade Map	www.trademap.org
2	Japan Customs, Tariff Schedule (01.04.2025)	www.customs.go.jp/english/tariff/2025_04_01/index.htm
3	Japan Customs, Trade Statistics	www.customs.go.jp/toukei/info/index_e.htm
4	Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF)	www.maff.go.jp/e/
5	MAFF/JFA — IUU Catch Documentation Scheme	www.jfa.maff.go.jp/220614.html
6	Ministry of Health, Labour and Welfare (MHLW), Imported Food Safety	www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/1.html
7	Consumer Affairs Agency (CAA), Food Labeling	www.caa.go.jp/en/policy/food_labeling/
8	Japan External Trade Organization (JETRO)	www.jetro.go.jp/en/
9	Agriculture and Livestock Industries Corporation (ALIC)	www.alic.go.jp/english/
10	Japan Ministry of Foreign Affairs — EPA/FTA List (Turkey)	www.mofa.go.jp/policy/economy/fta/index.html
11	WTO World Tariff Profiles 2025	www.wto.org/english/res_e/publications_e/world_tariff_profiles25_e.htm
12	WTO Catch Documentation Scheme — Import Licensing	importlicensing.wto.org/content/catch-documentation-scheme
13	USDA FAS GAIN Reports, Japan	www.fas.usda.gov/newgainapi/
14	Japan Fisheries Association (JFA)	www.suisankai.or.jp
15	Frozen Food Association of Japan (JFFA)	www.reishoku.or.jp
16	FOODEX Japan	www.jma.or.jp/foodex/
17	Japan International Seafood & Technology Expo	www.seafood-expo.jp
18	FAO/Globefish — Japan Import Notifications	www.fao.org/in-action/globefish
19	Label Bank — Japan Food Labelling Amendments 2025/2026	label-bank.com/blog/foodlabel/202505foodlabel
20	SeafoodSource — Japan IUU Law	www.seafoodsource.com
21	Japan Dairy Technologists Association	www.jdta.jp
22	Maruha Nichiro Corporate IR	www.maruha-nichiro.co.jp/ir/english/