

JAPONYA

SU ÜRÜNLERİ VE HAYVANSAL MAMULLER SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : Mayıs 2026

Raporu Hazırlayan: Tokyo Ticaret Müşavirliği

1. Japonya Pazarında Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller Sektörü

Japonya, tarihsel ve kültürel açıdan dünyanın en büyük deniz ürünleri tüketicilerinden biridir. Balık, kabuklu deniz ürünleri ve diğer su canlıları, Japon mutfağının temelini oluşturmaktadır; sushi, sashimi, tempura ve nabe gibi geleneksel yemekler sayesinde ulusal mutfak kültürünün ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Su ürünleri sektörü, Japonya'nın ulusal kimliğiyle derinden bütünleşmiş olup ülke, 2025 itibarıyla dünya genelinde en fazla ton balığı (orkinos) ithal eden ülke konumunu sürdürmektedir.

İşbu raporda “Su Ürünleri ve Hayvansal Ürünler” grubu, ülkemizce yalnızca aşağıdaki 12 adet altılı (HS-6) GTİP kodu ile sınıflandırılmıştır: 040410, 040610, 040620, 020712, 020713, 020714, 020741, 040711, 030235, 030314, 030792, 160232. Rapordaki tüm pazar büyüklüğü, ülke ve ürün kırılımı verileri bu 12 GTİP’lik sepete özgü olup; Japonya’nın ilgili fasıllardaki (HS 02, 03, 0406, 0407) toplam dış ticaretini kapsamamaktadır. Söz konusu sınıflandırma, ilgili İhracatçı Birliklerinin talepleri doğrultusunda belirlenmiştir.

Rapor Kapsamına Alınan 12 adet ürün grubuna ait GTİP Kodu ve Tanımları
Aşağıdaki tabloda, raporun tüm verilerinin dayandığı 12 adet altılı (HS-6) GTİP kodu ve Türkçe tanımları yer almaktadır.

GTİP (HS-6)	Ürün Tanımı (Türkçe)
020712	Tavuk (<i>Gallus domesticus</i>); bütün, parçalanmamış, dondurulmuş
020713	Tavuk (<i>Gallus domesticus</i>) eti parça ve yenilebilir sakatat; taze veya soğutulmuş
020714	Tavuk (<i>Gallus domesticus</i>) eti parça ve yenilebilir sakatat; dondurulmuş
020741	Evcil ördek; bütün, parçalanmamış, taze veya soğutulmuş
030235	Atlantik ve Pasifik maviyüzgeçli orkinos (<i>Thunnus thynnus</i> , <i>T. orientalis</i>); taze veya soğutulmuş
030314	Alabalık (<i>Salmo trutta</i> , <i>Oncorhynchus mykiss</i> vb.); dondurulmuş
030792	Yumuşakçalar (kabuklu olsun olmasın); dondurulmuş (istiridye, tarak, midye vb. hariç)
040410	Peynir altı suyu ve modifiye peynir altı suyu
040610	Taze (olgunlaşmamış) peynir, peynir altı suyu peyniri ve lor
040620	Rendelenmiş veya toz halde peynir (her türden)
040711	Damızlık (döllenenmiş) kuluçkalık yumurta; tavuk (<i>Gallus domesticus</i>)
160232	Tavuk (<i>Gallus domesticus</i>) etinden veya sakatatından hazırlanmış/konserve ürünler

Kaynak: Dünya Gümrük Örgütü (WCO) Armonize Sistem Nomanklatürü; ITC TradeMap ürün tanımları esas alınarak Türkçeleştirilmiştir.

Bu raporun konusunu oluşturan ve ülkemizce “Su Ürünleri ve Hayvansal Ürünler” grubu altında sınıflandırılan 12 GTİP’lik ürün sepetinde, ITC TradeMap (Japonya Maliye Bakanlığı istatistikleri esaslı) verilerine göre Japonya’nın dünyadan toplam ithalatı 2024 yılında yaklaşık 4,38 milyar ABD doları, 2025 yılında ise yaklaşık 4,51 milyar ABD doları düzeyinde gerçekleşmiştir. Sepet içinde değer bazında en büyük kalem, hazırlanmış/konserve tavuk eti (GTİP 160232; 2025’te 2,38

milyar USD) ile dondurulmuş tavuk eti parçalarıdır (GTİP 020714; 1,37 milyar USD). Yaşlanan nüfus ve beslenme alışkanlıklarındaki değişime karşın; hazır, işlenmiş ve katma değerli ürünlere yönelik talep güçlü seyrini korumaktadır.

Rapor kapsamındaki peynir kalemlerinde (GTİP 040610 taze peynir/lor ve 040620 rendelenmiş/toz peynir) Japonya'nın 2025 yılı ithalatı sırasıyla 381 milyon ve 60 milyon USD; peynir altı suyunda (040410) ise 102 milyon USD düzeyindedir. Kanatlı eti segmentinde rapor sepetinin en büyük kalemleri 160232 (işlenmiş/konserve tavuk, 2,38 milyar USD) ve 020714 (dondurulmuş tavuk parçaları, 1,37 milyar USD) olup; bu kalemlerde Tayland, Brezilya ve Çin başlıca tedarikçilerdir. Nitekim 12 GTİP'lik sepetin tamamında da 2025 yılı en büyük üç tedarikçisi Tayland (2,00 milyar USD), Brezilya (884 milyon USD) ve Çin (844 milyon USD) olarak sıralanmaktadır.

Türk somonu olarak da bilinen gökkuşağı alabalığı, Japonya'da büyüyen bir niş pazar oluşturmaktadır. Japonya'nın Norveç ve Şili'den kaynaklanan somon ithalatına olan bağımlılığını azaltma çabası, Türk üreticileri için stratejik bir pencere açmıştır. 2023 yılı başında Tokyo ve Osaka'da gerçekleştirilen iş geliştirme etkinliklerine katılan Türk üreticiler, Japon alıcılardan yoğun ilgi görmüştür.

Su Ürünleri Alt Sektörü

Pazar Büyüklüğü ve Büyüme Oranı

Rapor kapsamındaki 12 GTİP'lik sepette Japonya'nın ithalatı 2024'te 4,38 milyar, 2025'te 4,51 milyar USD'dir (ITC TradeMap). Sepet, ağırlıklı olarak işlenmiş/dondurulmuş kanatlı eti kalemlerinden oluşmakta; su ürünleri tarafında ise dondurulmuş alabalık (030314) ve dondurulmuş yumuşakçalar (030792) öne çıkmaktadır. Sürdürülebilir ürün sertifikaları ve işlenmiş ürünlerde talep artışı gözlemlenmektedir.

- Pazar Büyüklüğü (2025, ITC TradeMap): 4,51 milyar ABD doları (rapor kapsamındaki 12 adet GTİP)
- Pazar Büyüklüğü (2024, ITC TradeMap): 4,38 milyar ABD doları (rapor kapsamındaki 12 adet GTİP)
- Not: Yukarıdaki büyüklük, ülkemizce sınıflandırılan 12 GTİP'lik sepete özgüdür; Japonya'nın tüm su ürünleri/et ithalatını (HS 03, 02, 0406 fasıllarının tamamı) kapsamaz.
- Bileşik Yıllık Büyüme Oranı (CAGR): %1,5–2,0 (2024–2030)

Önde Gelen Yerli Üretici ve Dağıtıcılar

- Maruha Nichiro Corporation: Japonya'nın en büyük balıkçılık ve deniz ürünleri şirkettir. Balık ve deniz ürünlerinin işlenmesi, dağıtımı ve perakende satışında faaliyet göstermektedir.
- Nippon Suisan Kaisha (Nissui): Küresel ölçekte faaliyet gösteren ikinci büyük Japon su ürünleri şirkettir.
- Kyokuyo Co., Ltd.: Ton balığı işleme ve konserve üretiminde güçlü bir konuma sahiptir.
- Toyo Reizo Co., Ltd.: Dondurulmuş deniz ürünleri depolama ve dağıtımında lider firmadır.
- Royal Pacific Foods Co., Ltd.: Ton balığı ve deniz salyangozu işleme ile ithalat alanlarında aktif bir oyuncudur.

Hayvansal Mamuller Alt Sektörü

Pazar Büyüklüğü ve Büyüme Oranı

Japonya'nın hayvansal mamuller pazarı; peynir, kanatlı eti ve diğer işlenmiş hayvansal proteinleri kapsamakta olup değer bazında Asya-Pasifik bölgesinin en büyük piyasalarından birini oluşturmaktadır.

- Peynir İthalatı (2025, rapor kapsamı): 040610 taze peynir/lor 381 milyon + 040620 rendelenmiş/toz 60 milyon USD (ITC TradeMap)
- Kanatlı Eti İthalatı (2025, rapor kapsamı): 020714 dond. parça 1,37 milyar + 020712 dond. bütün 30 milyon USD (ITC TradeMap)
- İşlenmiş Kanatlı Ürünleri (HS 160232) İthalatı (2025): 2,38 milyar ABD doları (ITC TradeMap)

Önde Gelen İthalatçı ve Toptancılar

- Nippon Ham Foods Co., Ltd.: Kanatlı eti ve işlenmiş et ürünleri konusunda güçlü bir pazar payına sahip olup yurt içi üretimin yanı sıra ithalat kanallarını da aktif biçimde kullanmaktadır.
- Snow Brand Milk Products Co. (Megmilk Snow Brand): Japonya'nın önde gelen süt ürünleri ve peynir ithalatçılarından biridir.
- Meiji Co., Ltd. (eski adıyla Meiji Dairies): Süt ürünleri, peynir ve dondurma alanında faaliyet gösteren, ithalatı da kapsayan büyük ölçekli bir şirkettir.
- Morinaga Milk Industry Co., Ltd.: Süt bazlı ürünlerin işlenmesinde ve dağıtımında etkin bir konuma sahiptir.
- ZAO Co., Ltd.: Avrupa peynirlerinin Japonya'ya ithalatında uzmanlaşmış bir distribütör firmasıdır.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

ITC TradeMap (Japonya Maliye Bakanlığı esaslı) verilerine göre, rapor kapsamındaki 12 GTİP'lik sepette Japonya'nın dünyadan ithalatı 2024'te 4,38 milyar USD, 2025'te 4,51 milyar USD; dünyaya ihracatı ise 2025'te yalnızca 36,4 milyon USD düzeyindedir. Aşağıdaki tablolarda ülke ve GTİP kırılımları sunulmaktadır.

2.1 Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller Sektöründe Japonya'nın En Fazla İthalat Yaptığı İlk 10 Ülke

Kaynak: ITC TradeMap (Japonya Maliye Bakanlığı istatistikleri esaslı), rapor kapsamındaki 12 GTİP toplamı, 2024–2025. Birim: 1.000 ABD doları. İlk üç tedarikçi (Tayland, Brezilya ve Çin) 2025 yılında toplam ithalatın %82,65'ini oluşturmaktadır. Değişim sütunundaki ▲/▼ işaretleri 2024'ten 2025'e değer değişimini göstermektedir.

	Ülke Adı	2024 (1000\$)	2025 (1000\$)	2025 Payı	2024→2025 Değişim
	Dünya	4.376.715	4.508.296	%100,00	▲ %3,0
1	Tayland	1.955.654	1.997.584	%44,31	▲ %2,1
2	Brezilya	924.397	883.963	%19,61	▼ %4,4
3	Çin	784.119	844.350	%18,73	▲ %7,7
4	Avustralya	179.188	173.877	%3,86	▼ %3,0
5	ABD	122.247	116.946	%2,59	▼ %4,3
6	İtalya	79.819	92.025	%2,04	▲ %15,3
7	Yeni Zelanda	78.041	69.224	%1,54	▼ %11,3
8	Vietnam	32.580	49.371	%1,10	▲ %51,5
9	Şili	28.729	43.146	%0,96	▲ %50,2
10	Rusya Fed.	37.903	39.493	%0,88	▲ %4,2
12	Türkiye	19.257	29.741	%0,66	▲ %54,4

2.2 Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller Sektöründe Japonya'nın En Fazla İhracat Yaptığı İlk 10 Ülke

Kaynak: ITC TradeMap (Japonya Maliye Bakanlığı istatistikleri esaslı), 12 GTİP toplamı, 2024–2025. Birim: 1.000 ABD doları.

	Ülke Adı	2024 (1000\$)	2025 (1000\$)	2025 Payı	2024→2025 Değişim
	Dünya	29.337	36.364	%100,00	▲ %24,0
1	Hong Kong	15.804	16.138	%44,38	▲ %2,1
2	Vietnam	5.506	7.449	%20,48	▲ %35,3
3	Tayland	2.172	3.607	%9,92	▲ %66,1
4	ABD	946	1.851	%5,09	▲ %95,7
5	Myanmar	540	1.756	%4,83	▲ %225,2
6	G. Kore	196	1.122	%3,09	▲ %472,4
7	Tayvan	1.277	1.062	%2,92	▼ %16,8
8	Singapur	858	855	%2,35	▼ %0,3
9	BAE	335	786	%2,16	▲ %134,6
10	Kanada	358	552	%1,52	▲ %54,2

2.3 Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller Sektöründe Japonya'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (İlk 10 Ürün)

Kaynak: ITC TradeMap (Japonya Maliye Bakanlığı istatistikleri esaslı), GTİP bazında 2025. Birim: 1.000 ABD doları.

GTİP	Ürün Adı	İthalat 2025 (1000\$)	Türkiye 2025 (1000\$)	Türkiye Payı	Türkiye Sırası
160232	Hazırlanmış/konserve tavuk eti (Gallus domesticus)	2.381.140	274	%0,01	—
020714	Dondurulmuş tavuk eti parça ve sakatat (Gallus domesticus)	1.374.193	54	%0,00	—
040610	Taze (olgunlaşmamış) peynir ve lor	380.782	239	%0,06	—
040410	Peynir altı suyu ve modifiye peynir altı suyu	102.206	759	%0,74	—
030314	Dondurulmuş alabalık (O. mykiss vb.)	79.876	28.164	%35,26	2.
030792	Dondurulmuş yumuşakçalar (diğer)	69.483	0	%0,00	—
040620	Rendelenmiş veya toz peynir	60.115	0	%0,00	—
030235	Taze/soğ. Atlantik/Pasifik maviyüzgeçli orkinos	30.440	0	%0,00	—
020712	Dondurulmuş bütün tavuk (Gallus domesticus)	29.915	251	%0,84	—
020713	Taze/soğ. tavuk eti parça ve sakatat	146	0	%0,00	—

2.4 Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller Sektöründe Japonya'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (İlk 10 Ürün)

Kaynak: ITC TradeMap (Japonya Maliye Bakanlığı esaslı), GTİP bazında 2025. Birim: 1.000 ABD doları.

GTİP	Ürün Adı	İhracat 2025 (1000\$)	Dünya Payı (%)
020714	Dondurulmuş tavuk eti parça ve sakatat (Gallus domesticus)	9.105	%25,04
160232	Hazırlanmış/konserve tavuk eti (Gallus domesticus)	7.938	%21,83
030792	Dondurulmuş yumuşakçalar (diğer; n.e.s.)	6.584	%18,11
030235	Taze/soğ. Atlantik/Pasifik maviyüzgeçli orkinos	5.823	%16,01
030314	Dondurulmuş alabalık (O. mykiss vb.)	5.068	%13,94

GTİP	Ürün Adı	İhracat 2025 (1000\$)	Dünya Payı (%)
040610	Taze (olgunlaşmamış) peynir ve lor	1.758	%4,83
040620	Rendelenmiş veya toz peynir	74	%0,20
040410	Peynir altı suyu ve modifiye peynir altı suyu	13	%0,04
020712	Dondurulmuş bütün tavuk (Gallus domesticus)	1	%0,00
020713	Taze/soğ. tavuk eti parça ve sakatat	0	%0,00

3. Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller Sektöründe Ülkemizin Japonya'ya İhracatı

Türkiye'nin Japonya'ya yönelik su ürünleri ve hayvansal ürünler ihracatı (rapor kapsamındaki 12 GTİP) yıllar itibarıyla dalgalı bir seyir izlemiştir: 2021'de 9,2 milyon USD, 2022'de 38,0 milyon USD, 2023'te 8,8 milyon USD, 2024'te 19,3 milyon USD ve 2025'te 29,7 milyon USD. 2022 yılındaki geçici sıçramanın ardından ihracat 2023'ten itibaren istikrarlı ve güçlü bir artış eğilimine girmiştir. Bu artışın neredeyse tamamı, dondurulmuş alabalık (GTİP 030314 – “Türk somonu”) kaleminden kaynaklanmaktadır; 2025 yılında bu kalemdaki ihracatımız 28,2 milyon USD'ye ulaşarak Japonya'nın dünyadan toplam alabalık ithalatının yaklaşık yüzde 35'ini oluşturmuştur. Aşağıdaki tabloda ülkemizin Japonya'ya ihracatı GTİP ve yıl bazında (değer) gösterilmektedir.

Sektörde Ülkemizin Japonya'ya İhracatı (1.000 \$)

Kaynak: ITC TradeMap (Japonya Maliye Bakanlığı istatistikleri esaslı), GTİP bazında Japonya'nın Türkiye'den ithalatı, 2021–2025. Birim: 1.000 ABD doları. "0" değeri ilgili yılda ihracatın bulunmadığını ifade etmektedir.

GTİP	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025	2024→2025 Değişim
030314	Dondurulmuş alabalık (O. mykiss vb.)	4.936	32.647	6.393	17.468	28.164	▲ %61,2
040410	Peynir altı suyu ve modifiye peynir altı suyu	636	820	604	582	759	▲ %30,4
160232	Hazırlanmış/konserve tavuk eti (Gallus domesticus)	159	226	151	316	274	▼ %13,3
020712	Dondurulmuş bütün tavuk (Gallus domesticus)	620	1.260	529	383	251	▼ %34,5
040610	Taze (olgunlaşmamış) peynir ve lor	250	296	244	288	239	▼ %17,0
020714	Dondurulmuş tavuk eti parça ve sakatat (Gallus domesticus)	2.599	2.708	344	151	54	▼ %64,2

GTİP	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025	2024→2025 Değişim
030235	Taze/soğ. Atlantik/Pasifik maviyüzgeçli orkinos	0	0	530	69	0	▼ %100,0
020713	Taze/soğ. tavuk eti parça ve sakatat (Gallus domesticus)	0	0	0	0	0	—
020741	Taze/soğ. bütün ördek (parçalanmamış)	0	0	0	0	0	—
030792	Dondurulmuş yumuşakçalar (diğer)	0	0	0	0	0	—
040620	Rendelenmiş veya toz peynir	0	0	0	0	0	—
040711	Damızlık kuluçkalık tavuk yumurtası	0	0	0	0	0	—
TOPLAM		9.200	37.957	8.795	19.257	29.741	▲ %54,4

3.1 Odak Ürün Gruplarına Göre Japonya'nın İthalat Gelişimi (2021–2025)

Orkinos ve Alabalık (HS 030235 – Taze/soğ. maviyüzgeçli orkinos; HS 030314 – Dondurulmuş alabalık)

Ürün / GTİP	2021 (\$1000)	2022 (\$1000)	2023 (\$1000)	2024 (\$1000)	2025 (\$1000)	5 Yıllık Eğilim
030235 – Taze/soğ. maviyüzgeçli orkinos	59.952	47.164	45.396	24.643	30.440	▼ Azalış
030314 – Dondurulmuş alabalık	58.067	97.248	42.830	56.270	79.876	▲ Artış
TOPLAM	118.019	144.412	88.226	80.913	110.316	▼ Azalış

Odak Ürün Analizi: Dondurulmuş Alabalık (GTİP 030314) – Rekabet ve Fiyat Konumu

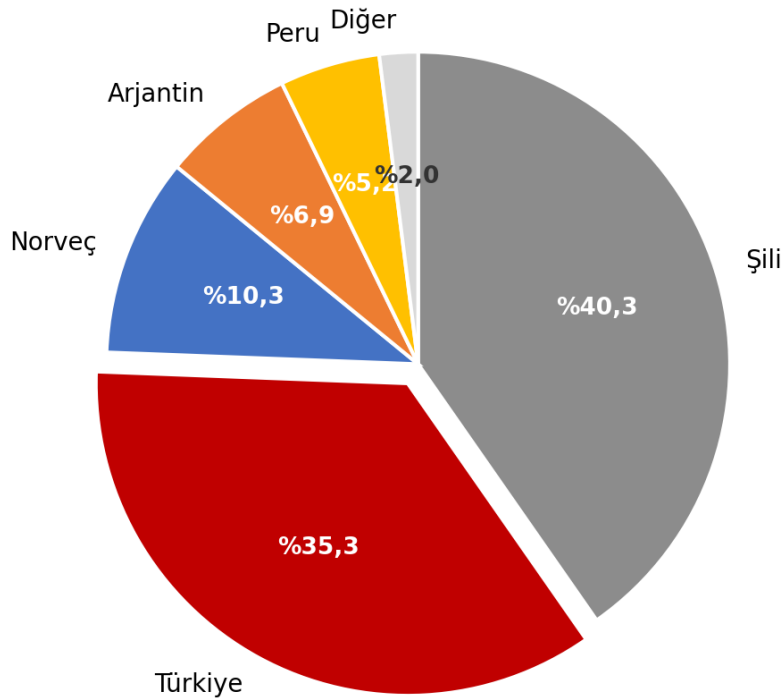
Rapor kapsamındaki 12 GTİP içinde Türkiye'nin açık ara en güçlü olduğu kalem dondurulmuş alabalıktır ("Türk somonu"). Aşağıdaki tablo, Japonya'nın bu üründeki ithalatını tedarikçi ülke bazında göstermektedir.

Tedarikçi Ülke	2023 (1000\$)	2024 (1000\$)	2025 (1000\$)	2025 Payı	2024→2025 Değişim
Dünya (Toplam)	42.830	56.270	79.876	%100,0	▲ %42,0
Şili	27.562	26.937	32.174	%40,3	▲ %19,4
Türkiye	6.393	17.468	28.164	%35,3	▲ %61,2
Norveç	7.648	8.860	8.217	%10,3	▼ %7,3

Tedarikçi Ülke	2023 (1000\$)	2024 (1000\$)	2025 (1000\$)	2025 Payı	2024→2025 Değişim
Arjantin	151	154	5.485	%6,9	▲ %3.461,7
Peru	223	1.980	4.133	%5,2	▲ %108,7
ABD	0	0	865	%1,1	Yeni
Danimarka	734	871	828	%1,0	▼ %4,9

Kaynak: ITC TradeMap (Japonya Maliye Bakanlığı esası), GTİP 030314, ülke bazında. Birim: 1.000 ABD doları.

Japonya'nın Dondurulmuş Alabalık İthalatında Tedarikçi Payları (2025)



Kaynak: ITC TradeMap (Japonya Maliye Bakanlığı esası), GTİP 030314, 2025.

Grafik 1: Japonya'nın dondurulmuş alabalık ithalatında tedarikçi payları (2025).

Tablodan görüleceği üzere Türkiye, 2025 yılında %35,3'lük pay ile Şili'nin (%40,3) ardından Japonya'nın ikinci büyük dondurulmuş alabalık tedarikçisi konumundadır ve Norveç'i (%10,3) açık farkla geride bırakmıştır. Türkiye'nin bu kalemdeki ihracatı yalnızca iki yılda (2023–2025) yaklaşık 4,4 kat artarak 6,4 milyon USD'den 28,2 milyon USD'ye yükselmiştir.

Birim değer (USD/ton) karşılaştırması, Türkiye'nin rekabetçi konumunu daha da netleştirmektedir:

Tedarikçi Ülke	Birim Değer 2024 (\$/ton)	Birim Değer 2025 (\$/ton)	Miktar 2025 (ton)
Dünya (Ort.)	6.350	6.860	11.643
Şili	6.882	7.766	4.143
Türkiye	5.507	6.336	4.445
Norveç	7.645	7.856	1.046

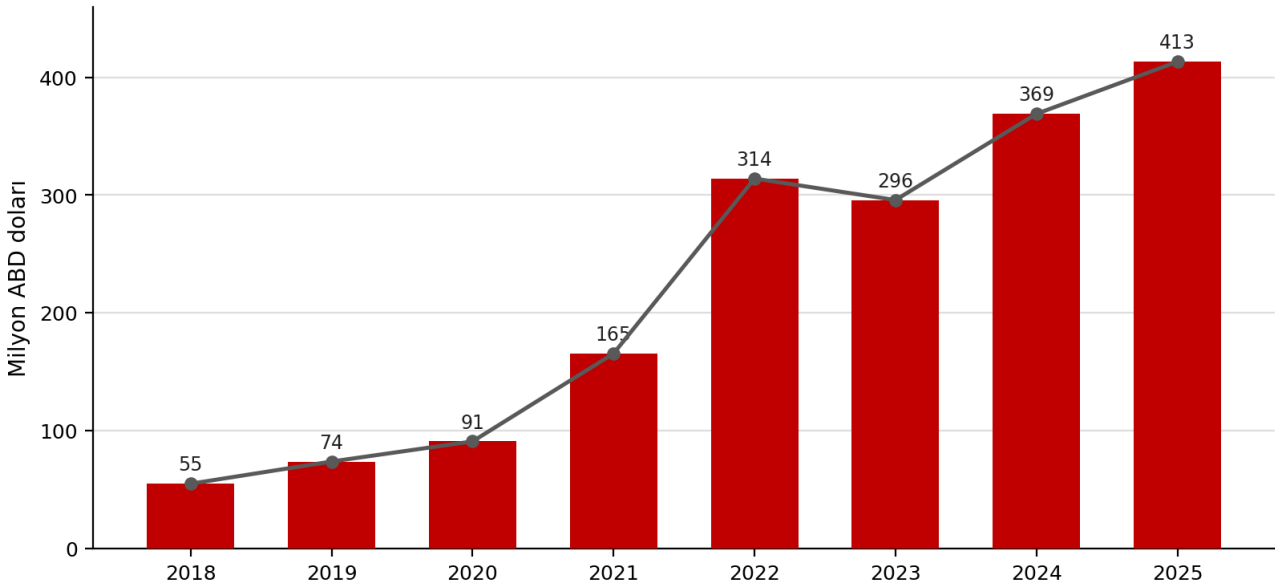
Tedarikçi Ülke	Birim Değer 2024 (\$/ton)	Birim Değer 2025 (\$/ton)	Miktar 2025 (ton)
Arjantin	2.962	5.860	936
Peru	4.430	5.004	826

Kaynak: ITC TradeMap, GTİP 030314, birim değer ve miktar. Birim: ABD doları/ton ve ton.

Türkiye, 2025 yılında 4.445 ton ile miktar bazında Şili'yi (4.143 ton) dahi geçerek Japonya'ya en çok dondurulmuş alabalık sevk eden ülke olmuştur. Buna karşın Türk ürününün ortalama birim değeri 6.336 USD/ton olup; Şili (7.766 USD/ton) ve Norveç'e (7.856 USD/ton) kıyasla yaklaşık yüzde 18-19 daha uygun fiyatlıdır. Bu durum, Türkiye'nin fiyat-rekabetçi bir tedarikçi olarak konumlandığını; ancak katma değerli (porsiyonlanmış, trim-E fileto, hazır tüketim formatında) ürünlere yönelerek birim değerini Şili/Norveç seviyesine yaklaştırma potansiyeli bulunduğunu göstermektedir.

Büyüme Potansiyeli: Türkiye'nin dünyaya toplam dondurulmuş alabalık ihracatı 2025 yılında 413,2 milyon USD'ye ulaşmıştır (2018: 54,9 milyon USD; yaklaşık 7,5 kat artış). Japonya'nın Türkiye'den ithalatı (28,2 milyon USD) ise bu toplamın yalnızca yüzde 6,8'ine karşılık gelmektedir. Bu oran, Japonya pazarının Türk alabalığı için hâlâ büyük ölçüde değerlendirilmemiş bir büyüme alanı sunduğunu ortaya koymaktadır.

Türkiye'nin Dünyaya Dondurulmuş Alabalık İhracatı (GTİP 030314), 2018-2025



Kaynak: ITC TradeMap (TÜİK esaslı). Birim: milyon ABD doları.

Grafik 2: Türkiye'nin dünyaya dondurulmuş alabalık ihracatının gelişimi, 2018-2025.

Dondurulmuş Yumuşakçalar (HS 030792; deniz salyangozu/rapana dâhil)

Ürün / GTİP	2021 (\$1000)	2022 (\$1000)	2023 (\$1000)	2024 (\$1000)	2025 (\$1000)	5 Yıllık Eğilim
030792 – Dond. yumuşakçalar (diğer)	52.967	64.617	57.348	51.477	69.483	▲ Artış
TOPLAM	52.967	64.617	57.348	51.477	69.483	▲ Artış

Kanath Eti Ürünleri (HS 020712, 020713, 020714, 020741)

Ürün / GTİP	2021 (\$1000)	2022 (\$1000)	2023 (\$1000)	2024 (\$1000)	2025 (\$1000)	5 Yıllık Eğilim
020712 – Dond. bütün tavuk	39.814	50.635	32.475	37.405	29.915	▼ Azalış
020713 – Taze/soğ. tavuk parça	0	5	29	65	146	▲ Artış
020714 – Dond. tavuk parça	1.160.811	1.501.557	1.340.266	1.401.375	1.374.193	▲ Artış
020741 – Taze/soğ. ördek	13	4	21	8	0	▼ Azalış
160232 – İşlenmiş/konserve tavuk	2.251.722	2.488.782	2.241.880	2.279.966	2.381.140	▲ Artış
TOPLAM	3.452.360	4.040.983	3.614.671	3.718.819	3.785.394	▲ Artış

Peynir ve Süt Ürünleri (HS 040410, 040610, 040620, 040711)

Ürün / GTİP	2021 (\$1000)	2022 (\$1000)	2023 (\$1000)	2024 (\$1000)	2025 (\$1000)	5 Yıllık Eğilim
040410 – Peynir altı suyu	98.648	134.493	100.741	86.038	102.206	▲ Artış
040610 – Taze peynir ve lor	352.390	366.433	354.487	389.004	380.782	▲ Artış
040620 – Rendelenmiş/toz peynir	54.914	47.890	52.730	50.464	60.115	▲ Artış
040711 – Kuluçkalık yumurta	0	0	0	0	0	—
TOPLAM	505.952	548.816	507.958	525.506	543.103	▲ Artış

4. Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller Sektöründe İhracat Yoluyla Japonya Pazarına Giriş

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler

Tokyo ve Çevresi (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; günlük ton balığı müzayedeleri uluslararası basında da yakından takip edilmektedir. Premium taze balık, lüks peynir çeşitleri ve özel işlenmiş ürünler için başlıca hedef pazar niteliğindedir. Tokyo'da faaliyet gösteren yüksek hacimli restoran ve otel sektörü, işlenmiş kanatlı ürünleri ve hazır gıda bileşenlerine yoğun talep yaratmaktadır.

Osaka ve Çevresi (Kinki Bölgesi)

Osaka, "Japonya'nın mutfağı" olarak bilinir ve sofistike gıda kültürüyle öne çıkar. Kuromon (Kuromon Ichiba) ve Dotonbori gibi semtlerde yüksek hacimli toptan gıda ticareti gerçekleşmektedir. Taze ve dondurulmuş deniz ürünlerine, özellikle sushi ve sashimi işleme sektörüne yönelik yoğun talep mevcuttur. Hazır tüketim (ready-to-eat) formatındaki işlenmiş tavuk ve deniz ürünleri bu bölgede giderek yaygınlaşmaktadır.

Hokkaido Bölgesi

Japonya'nın kuzeyinde yer alan Hokkaido, ülkenin en büyük balıkçılık ve süt ürünleri üretim üssüdür. Yerli peynir üretiminin yaklaşık yüzde altmışını karşılayan bu bölge, Türk peynirlerine potansiyel tamamlayıcı ithalat pazarı olarak değerlendirilebilir. Dondurulmuş deniz ürünleri işleme ve ihracat merkezi olma özelliğini de sürdürmektedir.

4.2 Sektörde 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 dondurulmuş 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
Itoham Foods Inc.	İthalatçı	Et ve kanatlı ürünleri segmentinde ithalat kanalı	itoham.co.jp

4.2.1 İlgili Oda/Birlik/Dernek/STK ve İletişim Bilgileri

- Japan Fisheries Association (JFA) – www.suisankai.or.jp: Su ürünleri sektörünün ana kuruluşudur; üye listelerine ulaşmak için başvurulabilir.
- Japan Processed Foods Wholesalers Association: İşlenmiş deniz ürünleri ve hayvansal mamuller toptancılarını temsil eder.

- Japan Dairy Technologists Association – www.jdta.jp: Süt ve peynir sektörü teknoloji ve standartları alanında rehber kuruluş niteliğindedir.
- Japan Livestock Industry Association – www.jlia.or.jp: Kanatlı eti ve diğer hayvansal protein segmentlerini kapsar.
- Frozen Food Association of Japan (JFFA) – www.reishoku.or.jp: Dondurulmuş gıda standartları ve ithalat mevzuatı konusunda rehberlik sağlar.

4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Gümrük İşlemleri ve Zorunlu Temel Belgeler

- Ticari Fatura (Commercial Invoice): Ürün cinsi, miktarı, birim fiyatı ve toplam değerini içermelidir. Japan Customs Law Madde 67 kapsamında zorunludur.
- Konşimento (Bill of Lading/Air Waybill): Nakliye belgesi olup ithalat beyannamesinin ayrılmaz parçasıdır.
- Paketleme Listesi (Packing List): Her kolinin içeriği, ağırlığı ve boyutlarını içerir.
- Menşe Şahadetnamesi (Certificate of Origin): Tercihli tarife uygulamasından yararlanılmak istenildiğinde zorunludur.
- Sağlık Sertifikası (Health/Veterinary Certificate): Su ürünleri ve hayvansal mamuller için MAFF (Tarım, Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığı) onaylı resmi veteriner belgesi zorunludur.

Su Ürünleri İçin Özel Düzenlemeler

- Food Sanitation Act (Gıda Sanitasyon Kanunu): İthal su ürünleri; Japon Gıda Sanitasyon Kanunu kapsamında MHLW (Sağlık, Çalışma ve Refah Bakanlığı) tarafından belirlenen mikrobiyolojik, kimyasal kalıntı ve katkı maddesi sınırlarına uygun olmalıdır. Başvuru: www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/
- Import Quota System (İthalat Kota Sistemi): 0302, 0303, 0304, 0305, 0307 ve 0309 tarife fasılları altında yer alan belirli ürünler, METI tarafından yönetilen ithalat lisansı (IQ – Import Quota) sistemine tabidir. Zorunluluk türe göre belirlenmekte olup lisans başvurusu ithalatçıya aittir.
- Radyoaktif Kontaminasyon Kontrolleri: Japonya, Fukushima felaketi sonrasında belirli bölgelerden ithal edilen deniz ürünleri için ek radyoaktivite testleri uygulamaktadır. Türkiye'den gelen ürünler bu kısıtlama kapsamında değildir.

Hayvansal Mamuller İçin Özel Düzenlemeler

- Veterinary Certificate (Veteriner Sertifikası): Kanatlı eti ürünleri için ihracat yapan ülkenin yetkili veteriner otoritesi tarafından düzenlenen sertifika zorunludur. Japonya, kanatlı ithalatında kuş gribi (HPAI) kısıtlamalarını ülke/bölge bazında değerlendirmekte; ülkemizden yapılan ihracatlarda MHLW'nin güncel kuş gribi listesi takip edilmelidir.
- Dairy/Peynir Sertifikası: Pastörizasyon ve HACCP belgesi gerekmektedir. AB/EFTA ülkelerinden yapılan ithalatlarda Japonya-AB EPA çerçevesinde kolaylıklar sağlanmıştır; Türkiye henüz bu kapsamda değildir.

- Tariff Rate Quota (TRQ): Peynir ve süt rnleri, Japonya'nın tarife kota sistemi (TRQ) kapsamında yönetilmektedir. TRQ dışı ithalatta gümrük vergileri önemli lde yükselmektedir. Kotaları ALIC (Agriculture and Livestock Industries Corporation) yönetmektedir.

4.4 Sektördeki nemli Fuarlar ve Tarihleri

- Japan International Seafood & Technology Expo (Tokyo/Őubat): Japonya'nın en büyük uluslararası deniz ürünleri fuarıdır. Tüm su ürünleri kategorilerini kapsayan bu fuar, yabancı tedarikçiler için doğrudan alıcı ve distribütör bağlantısı kurma açısından kritik öneme sahiptir. www.seafood-expo.jp
- FOODEX Japan (Tokyo/Mart): Asya'nın en büyük gıda ve içecek fuarıdır. Her yıl 80'den fazla ülkeden 3.000'i aŐkın katılımcıyı bir araya getiren bu fuarda su ürünleri ve hayvansal mamuller sektöründe özel pavyonlar oluŐturulmaktadır. Türkiye'nin milli katılım gerçekleŐtirdiđi fuarlar arasında yer almaktadır. www.jma.or.jp/foodex/
- Japan International Dairy Show (Tokyo/Ekim): Peynir, tereyağı ve süt ürünleri ithalatçıları ile perakendecilerin yoğun katılım gösterdiği sektörel bir fuardır. Yerli ve ithal peynir markalamaları, tadım etkinlikleri ve distribütörlerle birebir görüŐmeler için uygun bir platform sunmaktadır.
- Hokkaido Food Festival (Sapporo/Eylül): Süt rnleri ve deniz ürünleri özelinde bölgesel tüketicisi ve toptancı buluŐmasını sağlayan önemli bir organizasyondur. Peynir ve balıkçılık bağlantısı kurulmak istenen distribütörlerle iletişim kurmak için değerlidir.

4.5 Ülkenin, lkemiz ve Diğer lkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları

Japonya'nın akdettiği başlıca ticaret anlaşmaları ve Türkiye'ye etkileri Őu Őekilde zetlenebilir:

- CPTPP (Trans-Pasifik Ortaklığı için Kapsamlı ve AŞamalı AnlaŐma – 30 Aralık 2018): AnlaŐmaya taraf olan Avustralya, Yeni Zelanda, Kanada, Şili ve Vietnam gibi lkeler, Japonya'nın su ürünleri ve süt ürünleri tarifelerinde önemli indirimlerden yararlanmaktadır. Bu durum söz konusu ülkelerin Japonya pazarındaki rekabet avantajını belirgin biçimde artırmaktadır.
- Japonya-AB Ekonomik Ortaklık Anlaşması (Őubat 2019): Peynir ve süt ürünleri için tarifeler aşamalı olarak sıfırlanmaktadır. AB yesi ülkeler bu anlaŐma sayesinde Japonya peynir pazarında belirgin rekabet avantajı elde etmiŐ; Türkiye ise Őu an için bu avantajdan yararlanamamaktadır.
- Japonya-Türkiye EOA Müzakereleri: İki lke arasında 2014 yılında baŐlayan ve bugüne kadar 17 tur görüŐme gerçekleştirilen Ekonomik Ortaklık Anlaşması müzakereleri sürmektedir. AnlaŐmanın imzalanması halinde Türk gıda ihracatçıları mevcut en çok kayrılan lke (MFN) tarifelerinin ötesinde avantajlardan yararlanabilecektir.
- RCEP (Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık – 15 Kasım 2020): Japonya'nın ASEAN, Œin, G. Kore, Avustralya ve Yeni Zelanda ile oluŐturduđu bu anlaŐma, bölge içi ürünlerin yüzde doksanda tarife indirimi öngörmektedir. BaŐta Tayland, Vietnam ve Malezya olmak üzere ASEAN kökenli işlenmiş kanatlı eti ürünleri bu anlaŐmadan önemli lde yararlanmaktadır.

4.6 Japonya Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller Sektöründe Standartlar

- Food Sanitation Act (Gıda Sanitasyon Kanunu): Japonya'da gıda güvenliğinin temel yasal çerçevesini oluşturmaktadır. 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.
- JAS Standartları (Japanese Agricultural Standards): JAS işareti, belirli işlenmiş gıda ürünleri için zorunlu ya da gönüllü sertifikasyon seçeneği sunmaktadır. İşlenmiş ve paketlenmiş deniz ürünleri ürünlerinde JAS belgesi piyasada güven unsuru olarak öne çıkmaktadır.
- HACCP Zorunluluğu: 2021 yılı itibarıyla Japonya, tüm gıda üretim ve ithalat operasyonları için HACCP uyumunu zorunlu kılmaktadır. Türk ihracatçıların HACCP sertifikasına sahip olmaları, Japon ithalatçılarıyla iş görüşmelerinde ön koşul niteliğindedir.
- Pesticide/Veterinary Drug Residues (Tarım İlacı/Veteriner İlaç Kalıntıları): Japonya, ithalat sırasında belirlenen eşik değerlerin üzerinde kalan ürünlere pozitif liste sistemi uygulamaktadır.

4.7 Japonya Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller Sektöründe Etiketleme

Japonya'da gıda ürünlerinde etiketleme zorunlulukları son derece kapsamlıdır ve Japon Tüketici İşleri Ajansı (Consumer Affairs Agency – CAA) tarafından denetlenmektedir.

- Food Labeling Act (Gıda Etiketleme Kanunu, 2015): Ürün adı, içindekiler listesi, net miktar, son kullanma tarihi (ya da tüketim tarihi), saklama koşulları, üretici/ithalatçı adı ve adresi ile menşe ülke bilgilerinin Japonca olarak etikette yer alması zorunludur.
- Menşe Ülke Etiketleri: Su ürünleri ve hayvansal mamullerde menşe ülke bilgisi zorunludur; Türkiye menşeli ürünlerde menşe ibaresinin Japonca okunuşu olan "Toruko-san" (Türkiye menşeli anlamında) etiket üzerinde yer almalıdır.
- Allerjen Uyarıları: Yedi zorunlu allerjen grubunu (buğday, karides, yengeç, yumurta, süt, yer fıstığı, karabuğday) kapsamakta; bunların etiket üzerinde net biçimde belirtilmesi gerekmektedir.
- Besin Değerleri Tablosu: Büyük ölçekli paketlenmiş ürünlerde Japon standartlarına uygun besin değerleri (kalori, protein, yağ, karbonhidrat, tuz) tablosunun bulunması zorunludur.

4.8 Japonya Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller Sektöründe Ambalajlama

- Soğuk Zincir Uyumluluğu: Taze ve dondurulmuş ürünlerin ambalajı soğuk zincir bütünlüğünü koruyacak biçimde tasarlanmalı; çözülme göstergesi (thaw indicator) ve sıcaklık etiketi gibi unsurları içermelidir.
- Japonya Ambalaj Geri Dönüşüm Mevzuatı: Containers and Packaging Recycling Law kapsamında ambalaj malzemeleri geri dönüştürülebilir olmalı ve üzerinde uygun geri dönüşüm sembolü (plastik için "pura", kağıt için "kami" ibareleri vb.) yer almalıdır.
- Balık ve Deniz Ürünleri Ambalajı: Vakumlu ambalaj veya modifiye atmosfer ambalajı (MAP) tercih edilmesi, Japon dağıtım kanalları için rekabet avantajı sağlar. Ürün görünümünü bozan deformasyonlara karşı koruyucu köşe destekleri kullanılmalıdır.

- Peynir Ambalajı: Biri sızdırmaz, diğeri nem tutucu olmak üzere çift katlı ambalaj sistemi tavsiye edilmektedir. Portsiyon ebatları Japon tüketici alışkanlıklarıyla uyumlu olmalı (genellikle 100–200 gram) ve üzerinde açık biçimde tüketim bilgisi/tarihi yer almalıdır.

4.9 Lojistik

Su ürünleri ve hayvansal mamuller sektöründe Japonya'ya yönelik lojistik süreç, mobilya gibi kuru yük sektörlerine kıyasla çok daha katı gereksinimler içermektedir.

- Taşıma Modları: Taze ürünler (taze orkinos fileto, taze peynir) hava yolu taşımacılığını zorunlu kılar. Narita (Tokyo), Kansai (Osaka) ve Chubu (Nagoya) bu amaçla kullanılan başlıca havalimanlarıdır. Dondurulmuş ve işlenmiş ürünlerde ise soğuk depo konteyner (reefer) taşımacılığı standart yöntemdir. Tokyo/Yokohama, Osaka/Kobe ve Nagoya başlıca giriş limanlarıdır.
- Soğuk Zincir: Japonya'nın kargo kanallarında iç nakliye için Yamato Transport, Sagawa ve Japan Post'un soğuk zincir birimleri kullanılmaktadır. Özellikle Tokyo gibi büyük şehirlerde son kilometre soğuk teslimat ekipmanına ve yalıtımlı araçlara ihtiyaç duyulmaktadır.
- Türkiye'den Japonya'ya Hava Yolu Taşıma Süresi: İstanbul'dan Tokyo'ya yaklaşık 11–14 saat.
- Türkiye'den Japonya'ya Deniz Yolu Taşıma Süresi: İstanbul'dan Tokyo'ya soğuk zincir konteyner ile yaklaşık 28–35 gün.

4.10 Dağıtım Kanalları

Japonya'da su ürünleri ve hayvansal mamuller için yedi temel dağıtım kanalı bulunmaktadır:

- Toptan Balık Piyasaları (Wholesale Fish Markets): Toyosu (Tokyo) ve Minami-Honmachi (Osaka) gibi büyük mezbahanelerde birincil toptan fiyat oluşumu gerçekleşmekte; bu pazarlar ülke genelindeki fiyatlara referans teşkil etmektedir.
- Süpermarket Zincirleri: AEON, Ito-Yokado ve Life Corporation gibi büyük süpermarketler hem su ürünleri hem de hayvansal mamuller segmentinin omurgasını oluşturmaktadır.
- Konbini (Kolaylık Mağazaları): 7-Eleven, Lawson ve FamilyMart, özellikle hazır yenecek deniz ürünleri ve peynir içerikli gıda ürünleri açısından hızla büyüyen bir kanal haline gelmiştir.
- HoReCa (Otel/Restoran/Catering) Kanalı: Özellikle sushi restoranları, izakayalar ve uluslararası otellerden kaynaklanan kurumsal alım, işlenmiş orkinos, peynir ve kanatlı eti kategorilerinde belirleyici bir itici güçtür.
- İthalatçılar ve Toptancılar: Büyük gıda ithalatçıları perakendecilerle doğrudan ilişki kurarak çok katmanlı dağıtım yapısını giderek basitleştirmektedir.
- E-Ticaret Kanalı: Rakuten, Amazon Japan ve özel organik gıda platformları aracılığıyla peynir, işlenmiş balık ve diğer hayvansal mamuller için tüketici ile doğrudan satış imkânı giderek genişlemektedir.

4.11 E-Ticaret ve Japonya'daki Pazaryerleri

Japonya, küresel gıda e-ticaret hacminin en büyük pazarlarından biri konumundadır. Gıda alanında e-ticaret payı 2024 itibarıyla yüzde sekiz civarında seyrederken, özel gıda ve ithal ürünler segmentinde bu oran çok daha yüksektir.

Pazaryeri	Açıklama	URL
Rakuten Ichiba	Japonya'nın en büyük yerli pazaryeri; gıda/gurme kategorisi güçlü	rakuten.co.jp
Amazon Japan	Uluslararası gıda ürünleri için FBA sistemi mevcut	amazon.co.jp
Oisix ra daichi	Organik ve premium import gıda platformu; abone sistemi	oisix.com
Yahoo! Shopping	Geniş kitlelere ulaşan ikinci büyük pazaryeri	shopping.yahoo.co.jp
Tokpick / Nihonbashi	Yabancı gıda ürünlerine odaklı niş platform	-

4.12 Sektörde Vergiler

Türkiye menşeli ürünler için en çok kayırılan ülke (MFN) tarifesi geçerlidir. Başlıca vergi oranları aşağıda belirtilmiştir:

GTİP	Ürün	Gümrük Vergisi	KDV (%10)	Notlar
030235	Taze maviyüzgeçli orkinos	%3,5	%10	TRQ kapsamı dışı
030314	Dondurulmuş sarıyüzgeçli orkinos	%3,5	%10	Bazı CPTPP ülkeleri için %0
030792	Dond. deniz salyangozu	%4,8	%10	TRQ kapsamı yok
020712/13/14	Tavuk eti (bütün/parça)	%8,5	%10	Yüksek MFN; CPTPP'de %0'a gidecek
020741	Donmuş bütün ördek	%10,0	%10	Yüksek MFN tarife
160232	İşlenmiş tavuk eti	%6,0	%10	CPTPP ülkeleri avantajlı
040410	Peynir altı suyu	%21,3	%10	TRQ yok; yüksek MFN

GTİP	Ürün	Gümrük Vergisi	KDV (%10)	Notlar
040610	Taze peynir ve lor	%29,8	%10	TRQ ile kota uygulanır
040620	Rendelenmiş/toz peynir	%25,5	%10	TRQ ile kota uygulanır
040711	Kuluçkalık yumurta	%7,0	%10	-

Kaynak: Japonya Gümrük Tarife Cetveli, www.customs.go.jp/english/tariff/index.htm

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Mevcut Fırsatlar

Gökkuşığı Alabalığı (Türk Somonu) Talebi Hızla Artıyor

Norveç ve Şili'nin küresel somon tedarikinde yaşanan fiyat artışları ve tedarik güvenliği endişeleri, Japonya'nın tedarikçi çeşitlendirmesini gündeme getirmektedir. Türkiye, bu fırsatı değerlendirmek için stratejik bir konumdadır. Gökkuşığı alabalığı Japonya'da "somon" muadili olarak satılabilmekte; bu durum Türk ürünlerine pazar girişi açısından benzersiz bir avantaj sunmaktadır.

Taze Atlantik Orkinosunda Artan İthalat Talebi

Japonya'nın taze/soğutulmuş maviyüzgeçli orkinos (GTİP 030235) ithalatı 2021 yılında yaklaşık 60 milyon dolar iken, 2024 yılında 24,6 milyon dolara gerilemiş, 2025 yılında ise 30,4 milyon dolara yükselmiştir. İspanya, Hırvatistan ve Malta gibi Akdeniz tedarikçileri bu segmentte öne çıkmakta olup; üretim kısıtlamaları ve kota uygulamaları arzı etkilemektedir. CITES ve WCPFC kapsamındaki kota düzenlemeleri talebin seyrinde belirleyici olmaya devam edecektir. Türkiye, Karadeniz ve Ege'deki orkinos stokları ile bu segmentte potansiyele sahip olmakla birlikte; sürdürülebilir avcılık kotaları çerçevesinde hareket edilmesi gerekmektedir.

Dondurulmuş Yumuşakçalar (HS 030792; deniz salyangozu/rapana dâhil)

Japonya'nın dondurulmuş yumuşakçalar (HS 030792; istiridye, tarak ve midye hariç) ithalatı istikrarlı bir seyir izlemektedir. Bu fasıl içinde yer alan deniz salyangozu (rapana) kaleminde Türkiye'nin Karadeniz ve Ege kaynaklı stokları, Japonya pazarına yönelik bir ihracat fırsatı sunmaktadır.

Peynirde Niş Pazar Fırsatları

Japonya'da Batı mutfağının yaygınlaşmasıyla birlikte özellikle İtalyan ve Fransız mutfağında kullanılan 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.

E-Ticaret Yoluyla Pazara Erişim

Japonya'da Rakuten, Amazon Japan ve Oisix gibi platformlar üzerinden premium ithal gıda ürünlerine erişim kolaylaşmaktadır. Bu durum, büyük fiziki dağıtım ağına sahip olmayan Türk KOBİ'lerine pazar girişi açısından önemli bir fırsat sunmaktadır.

Başlıca Tedarikçi Ülkelerin Karşılaştırmalı Tablosu

Ülke	Temel Güçlü Yön(ler)
Çin	Düşük maliyet, yüksek kapasite; işlenmiş kanatlı eti ve dondurulmuş deniz ürünleri segmentlerinde dominant
Norveç	Premium somon ve atlantik orkinosu; soğuk zincir altyapısı; CPTPP avantajı yok ama köklü marka
Şili	CPTPP üyesi; somon, orkinos ve kabuklu deniz ürünlerinde güçlü ihracatçı
Avustralya/NZ	CPTPP üyesi; peynir ve süt ürünlerinde dominant; lojistik avantajı var
Tayland	RCEP üyesi; hazır işlenmiş kanatlı eti (160232) segmentinde lider; yakın coğrafi konum
Brezilya	Düşük maliyetli dondurulmuş kanatlı eti; Japonya'nın kanatlı ithalatının yaklaşık %30'u
İspanya/ Hırvatistan	Akdeniz taze maviyüzgeçli orkinos; showroom varlığı; ancak CITES kota kısıtı var
Türkiye	Gökkuşluğu alabalığı/Türk somonu; Akdeniz ve Karadeniz kaynaklı taze orkinos; özgün peynir türleri; fiyat/kalite dengesi

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Yoğun Rekabet ve Coğrafi Uzaklık

Japonya'nın su ürünleri tedarikçileri olan Norveç, Şili, Çin ve ASEAN ülkeleri coğrafi yakınlık ve ticaret anlaşmaları avantajlarıyla öne çıkmaktadır. Türkiye'nin hava yolu taşımacılığındaki süresi ve maliyeti rekabetçi fiyatlamayı güçleştirmektedir.

Japonya'nın Teknik Tarife Dışı Engelleri

Gıda güvenliği standartları, pestisit/antibiyotik kalıntı limitleri, HACCP gereksinimleri ve ithalat kota (IQ) sistemi, sektöre girişi zorlaştıran yapısal engellerdir. Bu düzenlemelere uyum için yatırım ve zaman gerekmektedir.

Peynir Tarifelerinin Yüksekliği

Türkiye ile Japonya arasında serbest ticaret anlaşması bulunmadığından, peynir ürünleri MFN tarifesi kapsamında yüksek gümrük vergisine (%25–%30 ve üzeri) tabidir. Bu durum Türk peynirlerinin premium fiyat segmentinde bile rekabetini zorlaştırmaktadır.

Kuş Gribi (HPAI) Kısıtları

Japonya, kanatlı eti ihracatında HPAI salgınlarına bağlı olarak ülke veya bölge bazlı geçici yasaklar uygulayabilmektedir. Türkiye, 2024–2025 kış döneminde yaşanan HPAI salgınlarından etkilenmiş; bu durum ihracat süreçlerinde aksamalara yol açmıştır.

Döviz Kuru Dalgalanmaları

Japon yeninin son yıllarda ABD doları ve euro karşısında değer kaybetmesi, Türk ihracatçıların Japonya pazarındaki karlılığını olumsuz etkilemektedir. Fiyatlandırma stratejilerinde döviz kuru riskinin 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 ve sabırlı bir pazar geliştirme stratejisi gerekmektedir.

7. Sektörde İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Gökkuşuğu Alabalığı ve Taze Orkinos Odaklı Niş Strateji

Türk somonu markalaşması altında gökkuşuğu alabalığını konumlandırmak; Japon ithalatçıların tedarik çeşitlendirme talebine yanıt verebilecektir. Bu ürün segmentinde ürün boyutunu (Japon sushi ve sashimi standartlarına uygun trim-E fileto), hazır tüketim formatını ve soğuk zincir paketlemeyi optimize etmek gereklidir.

FOODEX Japan Fuarına Milli Katılım

Her yıl Mart ayında düzenlenen FOODEX Japan fuarı, Türk gıda ihracatçılarının Japon alıcı, distribütör ve ithalatçılarla doğrudan temas kurması açısından en etkin platformdur. Peynir, işlenmiş deniz ürünleri ve kanatlı eti kategorilerindeki ihracatçı firmalarımızın Ege İhracatçı Birlikleri milli katılım organizasyonu kapsamında katılımı değerlendirmelerinde fayda mülhaza edilmektedir.

Japon İthalatçılarla Doğrudan İş Birliği Geliştirme

Maruha Nichiro, Kyokuyo, Snow Brand Milk ve Nippon Ham Foods gibi sektörün önde gelen ithalatçı ve toptancılarıyla birebir iş geliştirme görüşmeleri başlatmak, pazara hızlı ve güvenilir giriş için kritik öneme sahiptir. Bu süreçte sabırlı ve aşamalı bir yaklaşım benimsenmesi; küçük ölçekli sipariş-deneme aşamalarından başlanarak ilişkinin kademeli biçimde geliştirilmesi tavsiye edilmektedir.

E-Ticaret Pilot Programları

Rakuten veya Amazon Japan gibi platformlarda belirli ürün kategorileri (örneğin tuz kurutulmuş hamsi, halloumi peyniri, çeşitli kuruyemişler ve işlenmiş ürünler) için pilot e-ticaret mağazası açılması, büyük lojistik yatırımı gerektirmeden pazar tepkisini ölçmek açısından etkili bir yöntem olarak öne çıkmaktadır.

Teknik Uyum Yatırımı

HACCP sertifikası, JAS standardına uygun işleme tesisi ve Japonya'nın kalıntı eşik değerlerine uyumlu üretim, Japonya pazarına giriş için ön koşuldur. Gıda güvenliği altyapısına yapılacak yatırım, uzun vadede sürdürülebilir ve ölçeklenebilir bir ihracat ilişkisinin temelidir.

Türkiye-Japonya EOA Sürecinin Aktif Takibi

Sektör temsilcilerinin Türkiye-Japonya EOA müzakerelerini takip etmesi, özellikle peynir ve balıkçılık fasıllarında tarife indirimi imkânlarını proaktif biçimde değerlendirmesi büyük önem taşımaktadır.

8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

Japonya ile Ticari İlişkilerde Dikkat Edilmesi Gereken Kültürel Unsurlar

Su ürünleri ve hayvansal mamuller gibi yüksek standart gerektiren gıda ürünlerinin satışında Japon iş kültürünün özellikleri belirleyici rol oynamaktadır:

- **Güven İnşası:** Japon alıcılar, yeni tedarikçilerle çalışmaya başlamadan önce uzun bir değerlendirme ve güven inşa etme sürecine ihtiyaç duyarlar. İlk temaslarda ürün kalitesi ve güvenilirliği kanıtlayan belgeler, referanslar ve sertifikalar son derece önemlidir.
- **Teknik Belge Hazırlığı:** Japon ithalatçılar ürünün içeriği, üretim süreci, soğuk zincir uygulamaları ve kalite kontrol mekanizmaları hakkında ayrıntılı teknik dokümantasyon talep etmektedir. Bu nedenle ihracatçı firmaların ürünlerine ilişkin bilgi paketlerini hem Türkçe hem de İngilizce olarak hazır bulundurmaları tavsiye edilmektedir.
- **Numune Gönderimi:** Japonya'da satın alma kararları büyük ölçüde numune değerlendirmesine dayalıdır. Taze ve dondurulmuş ürünler için soğuk zincir bütünlüğünü koruyarak numune gönderilebilmesi zorunludur.
- **Kartvizit (Meishi) Sunumu:** Japon iş dünyasında standart bir protokol olan kartvizit takdimi esnasında kartın iki elle sunulması, Japonca yüzünün karşıya dönük tutulması ve dikkatle incelenmesi beklenmektedir.
- **Uzun Dönem Taahhüdü:** Japonya'da başarılı tedarikçiler, yıllık tutarlı arz ve fiyat taahhüdü sunan firmalar arasından çıkmaktadır. Sezonluk veya spekülatif tedarik anlayışı Japon alıcıları tarafından güven zedeleyici biçimde algılanmaktadır.
- **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.

Sürdürülebilirlik ve MSC/ASC Sertifikasyonu

Japonya'da tüketici ve kurumsal alıcılar arasında sürdürülebilir kaynaklardan temin edilmiş ürünlere yönelik talep giderek artmaktadır. MSC (Marine Stewardship Council) ve ASC (Aquaculture Stewardship Council) sertifikaları, özellikle büyük süpermarket zincirleri ve premium HoReCa kanalları tarafından tercih edilen tedarikçilerde aranan bir kriter haline gelmiştir. Türk balıkçılık ve su ürünleri işletmecilerinin bu sertifikasyonlara yatırım yapması, uzun vadeli pazar erişimi açısından stratejik bir avantaj sağlayacaktır.

9. Genel Değerlendirme

Japonya, su ürünleri ve hayvansal mamuller sektöründe dünya genelindeki en büyük ve en sofistike pazarlardan biri olmayı sürdürmektedir. Orkinos, somon, dondurulmuş deniz ürünleri, peynir ve işlenmiş kanatlı gibi ürünlerin tüketimi Japon mutfak kültürüyle derinden bütünleşmiş olup bu kategorilerde düzenli ve yapısal ithalat talebi varlığını korumaktadır.

Türkiye, gıda güvenliği standartları, coğrafi konum ve marka tanınırlığı açısından Norveç, Şili veya ASEAN ülkeleri gibi yerleşik tedarikçilerle doğrudan rekabette sınırlı kalabilmektedir. Ancak tedarikçi çeşitlendirmesi yönündeki talep ve Türk somonu markalaşması gibi özgün konumlandırma unsurları sayesinde pazar girişi için gerçekçi ve sürdürülebilir stratejik fırsatlar mevcuttur.

Kısa vadede taze maviyüzgeçli orkinos ve gökkuşacağı alabalığı/Türk somonu en umut verici ürün kategorileri olarak öne çıkmaktadır. Japonya'nın özel peynir tüketiminin büyümesiyle birlikte halloumi ve tulum gibi özgün Türk peynirleri için de niş pazar fırsatları ortaya çıkmaktadır.

İşlenmiş kanatlı eti kategorisinde Tayland ve Brezilya ile rekabet etmek güç olmakla birlikte, HPAI salgını dönemlerinde ikame tedarikçi olma fırsatları doğabilmektedir.

Uzun vadeli başarı için ürün kalitesi ve gıda güvenliği yatırımı, soğuk zincir lojistiğinin güçlendirilmesi, FOODEX Japan gibi stratejik fuarlardan etkin yararlanılması ve yerel distribütör-ithalatçı ortaklıklarının kurulması büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, Türkiye-Japonya EOA müzakerelerinin takip edilmesi gerekmekte olup, peynir ve balıkçılık fasıllarında gerçekleştirilecek gümrük vergisi indirimlerinin ülkemiz ihracatçıları için Japonya pazarındaki rekabet gücünü kalıcı biçimde artıracığı öngörülmektedir.

10. Kaynakça

1. Japan Customs, Trade Statistics of Japan – www.customs.go.jp/toukei/info/index_e.htm
2. Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF) – www.maff.go.jp/e/
3. Ministry of Health, Labour and Welfare (MHLW), Imported Food Safety – www.mhlw.go.jp/english/topics/importedfoods/
4. Ministry of Economy, Trade and Industry (METI) – www.meti.go.jp/english/
5. ITC TradeMap – www.trademap.org
6. Japan External Trade Organization (JETRO) – www.jetro.go.jp/en/
7. Japan Fisheries Association (JFA) – www.suisankai.or.jp
8. Agriculture and Livestock Industries Corporation (ALIC) – www.alic.go.jp/english/
9. Frozen Food Association of Japan (JFFA) – www.reishoku.or.jp
10. USDA FAS GAIN Reports, Japan – <https://www.fas.usda.gov/newgainapi/>
11. USDA FAS, Poultry and Products Annual Japan 2024 – <https://www.fas.usda.gov/>
12. USDA FAS, Dairy and Products Annual Japan 2025 – <https://www.fas.usda.gov/>
13. SeafoodSource – www.seafoodsource.com
14. Maruha Nichiro Corporate IR – www.maruha-nichiro.co.jp/ir/english/
15. Japan Seafood Expo – www.seafood-expo.jp
16. FOODEX Japan – www.jma.or.jp/foodex/
17. Consumer Affairs Agency (CAA), Food Labeling – www.caa.go.jp/en/
18. WTO TBT Enquiry Point – Japan – www.wto.org/english/tratop_e/tbt_e/
19. Statista Japan – www.statista.com
20. Tridge Intelligence Platform – www.tridge.com