



DÜNYA

MAYIS / MAY 2022

ülke

Japonya

Japan

**Target is 10 billion
dollars of trade in distant
geographies**

**Uzak coğrafyalarda hedef
10 milyar dolar ticaret**



Okyanus Ötesi Dostluk

1890 yılında Osmanlı'ya ait Ertuğrul savaş gemisi Japonya'daki Kii yarımadasının kıyılarında harap olmuştur. Zamanında bölgede yaşayan yerliler mürettebatı kurtarması ve mürettebatın barınması için büyük çabalar sarf etmiş ve sonrasında Türkiye ile Japonya arasındaki dostluk başlamıştır.

1884 yılından bu yana Mitsui O.S.K. Lines (MOL), 130 yılı aşkın deneyimleri ile Dünya'nın en büyük multimodal gemicilik şirketlerinden birisi haline gelmiştir. MOL Turkey kuruluşu ile Türkiye'de hem lojistik hem de diğer sektörlerde çalışmalara başlamıştır. Türkiye'deki şirketlerle ortak çalışmalar geliştirilmeye başlanmıştır.

MOL Grup olarak çevre konusunda da çok hassas davranmaktayız. Bu bağlamda Gemilerin geri dönüşümü konularında çeşitli çalışmalar başlatmış ve gemilerden çıkan ikinci el malzemelerin satışı için bir online platform kurmuş ve geliştirmektedir.

Aynı zamanda MOL Grup, Türkiye ve Japonya arasındaki dostluğun büyümesine gemileri ve çeşitli iş fırsatları ile okyanusları aşarak katkıda bulunacaktır.



Mitsui O.S.K. Lines

MOL Turkey Denizcilik ve Lojistik Tic. A.Ş.

İzzetpaşa Mah. Yeni Yol Cad. No:3 Nurol Tower D: 1905 Şişli / İstanbul

T: +90 212 813 12 89 • info.moltr@molgroup.com

www.molturkiye.com - shop.molturkiye.com





%38

Pazar Payı ile DÜNYA LİDERİYİZ...

**Great
Place
To
Work®**

Certified

ARA 2021-ARA 2022

TURKEY

- **21.000** Üzerinde Çalışan,
- **1.700** Ar-ge Mühendisi,
- **83** Ülkede **532** Lokasyon,
- **700.000**'i Aşan Ürün Çeşitliliği,
- Güçlü Türkiye Organizasyonu,
- Güçlü Stok,
- Güçlü Teknik Destek,

- Yüksek Müşteri Memnuniyeti,
- Dünyanın En İnovatif Şirketlerinden Biriyiz...
- SMC Ailesi Büyük Bir Hızla Büyümektedir...
- Düşük Güç Tüketimli ve Enerji Verimli Ürünlerle, Verimliliğimizi Artırın...
- SMC'nin Çevre Dostu Ürünlerini Tercih Edin,
- Karbon Ayak İzinizi Küçültün.



İmtiyaz Sahibi:
**NASIL BİR
EKONOMİ
MEDYA HABER
BASIN A.Ş.**

Yönetim Kurulu
Başkanı:
Hakan GÜLDAĞ

Genel Yayın
Yönetmeni:
**Ömer
Türkdönmez**

Sorumlu Yazışleri
Müdürü:
Handan Sema Ceylan

Editör:
Selim Özgen

Hazırlayan:
Yeşim Ardiç

Görsel Yönetmen:
Ali Bayram

Tasarım:
Okay Lafçioğlu

Reklam ve Etkinlikler
Grup Başkanı:
Funda Baykal

Reklam Grafik:
Cihandan Kavlo

**NASIL BİR EKONOMİ
MEDYA HABER
BASIN A.Ş.**

Rüzgârlıbahçe Mah.
Cumhuriyet Cad. Gülsan
Plaza No: 22 Kat: 4 34810
Kavacık-Beykoz/İST.
Telefon:
(0216) 440 24 00
Fax:
(0216) 440 24 98-99
www.dunya.com

**Radika Matbaa Sanayi
ve Ticaret Ltd. Şti.**
100. Yıl Mah. Matbaacılar
Sitesi 4. Cadde No:124
Bağcılar/İST.
Tel: (0212) 629 07 47-
629 01 57

SERTİFİKA NO: 46375

İçindekiler/Contents



05 » Uygarlık beşiğinden gelen
iki ülke... / Two countries coming
from the cradle of civilization...

06 » EXPO 2025 OSAKA'da Türkiye'nin
marka değeri tescillenecek /
Turkey's brand value will be
registered at EXPO 2025 OSAKA

08 » Müzakereleri süren 'Ekonomik
Ortaklık Anlaşması' iş çevrelerinin
öncelikli beklentisi / "Economic
Partnership Agreement" which
is still in negotiations is the primary
expectation of the business circles

10 » Bölgesel işbirliği daha nitelikli
yatırımları teşvik edecek / Regional
cooperation will encourage more
qualified investments

12 » Asya ülkeleriyle de işbirliği
geliştirebiliriz / We can also develop
cooperation with Asian countries

14 » Türk ve Japon firmalarını
buluşturuyoruz / We bring Turkish
and Japanese companies together

15 » Sürdürülebilir büyüme için stratejik
ortaklığı derinleştirmek gerekiyor/
Strategic partnership needs to get
deeper for a sustainable growth

16 » Uzak coğrafyalarda hedef 10 milyar
dolar ticaret / Target is 10 billion
dollars of trade in distant geographies



17 » Global gıda devi Ajinomoto,
Türkiye'de 150 milyon dolarlık
yatırıma ulaştı / Global food giant
Ajinomoto reached 150 million
dollars investment in Turkey

18 » "ABD'den Çin'e dünyanın dört
yanında dijital dönüşüm
gerçekleştiriyoruz" / "We carry out
digital transformation all over the
world from USA to China"

19 » Alacalı 140 milyar dolarlık Japon
devi ESR'ye 'gerilmeli' eleman
üretti / Alacalı produced 'strain'
element for Japanese giant ESR
which is worth 140 billion dollars

20 » SMC Türkiye'ye çalışan
memnuniyetinde uluslararası
geçerliliği olan sertifika / Certificate
with international validity to Smc
Turkey on satisfaction of employees

21 » Yusen İnci Lojistik, müşterilerin global
lojistik ihtiyacını karşılıyor / Yusen İnci
Logistics meets the global logistics
needs of customers

22 » "Sadece Türkiye'ye doğrudan yatırım
değil, üçüncü ülkelerde birlikte
büyümek istiyoruz" / "We want to
grow together in third countries, not
just direct investments in Turkey"

Uygarlık beşiğinden gelen iki ülke...

ACIMASIZ savaş yıkımlarına inat, yılmadan toplumlarının refahını artırma, dünyada söz sahibi olma idealleri, iki ülkeyi G20 topluluğunda buluşturdu.

20. yüzyılın ikinci yarısına damgasını vuran, dünyanın üçüncü büyük ekonomisi olarak gösterilen Japonya, 21. yüzyılda da birçok alanda dünya ülkelerine önderlik ediyor.

Türk halkının Osmanlı döneminden bu yana Japon kültürü, teknoloji ve dostluğuna duyduğu yakınlığın bugünün iki ülke ilişkilerine yansımalarını görmekten mutluyuz.

İki ülkenin 2021 yılı itibarıyla 5 milyar dolara yaklaşan karşılıklı ticaret hacmi belli bir artış ritmini yakalamış görünse de daha hızlı genişlemeye açık bir potansiyele sahip.

MAKİNE İTHALAT POTANSİYELİ 70 MİLYAR DOLAR

DÜNYA Gazetesi olarak elinizde tuttuğunuz Japonya ülke ekimizle ekonomik ve ticari ilişkilerin potansiyelini yansıtacak bir kesit sunmaya çalıştık.

Türkiye, her geçen gün daha



Maruf BUZCUGİL
DÜNYA Gazetesi Ankara Temsilcisi

“

İki ülkenin 2021 yılı itibarıyla 5 milyar dolara yaklaşan karşılıklı ticaret hacmi belli bir artış ritmini yakalamış görünse de daha hızlı genişlemeye açık bir potansiyele sahip.



ithalatçı ülkeleri arasında bulunan Japonya, Türkiye ihracatçıları için hedef pazar olma niteliğini koruyor.

Türkiye'nin hızla gelişen makine imalat sektörü, 2021'de 20 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştirerek, 70 milyar dolarlık Japonya makine ithalat pazarından daha fazla pay alabilecek olgunluğa ulaştı. Yaş meyve -sebze, su ürünleri, makine

dışı imalat sanayi ürünleri, Türkiye'nin Japonya'ya ihracatını artırabileceği mallar olarak öne çıkıyor. İki ülkenin müteahhitlik hizmetleri alanında üçüncü ülkelerde sürdürdüğü işbirliği de gelişimini sürdürüyor. Köklü geçmişe sahip iki ülkenin kadim dostluk temelinde ilişkilerini daha da ileriye taşıyacağına güvenimiz tam.

Two countries coming from the cradles of civilization...

Maruf Buzcugil
Dünya Newspaper
Ankara Representative

The ideals of increasing the welfare of their societies and having a voice in the world, despite the brutal destructions of war, brought the two countries together in the G20 community.

Having left its mark on the second half of the 20th century and shown as the third largest economy in the world, Japan also leads the world in many fields in the 21st century.

We are happy to see that the closeness

of the Turkish people to Japanese culture, technology and friendship since the Ottoman period is reflected in today's relations between the two countries.

Although the bilateral trade volume of the two countries, which is approaching 5 billion dollars as of 2021, seems to have caught a certain increase rhythm, it has a potential that is suitable for faster expansion.

Machinery import potential is 70 billion dollars

As DÜNYA Newspaper, we tried to present a section that reflects the potential of

economic and commercial relations with our Japan country edition that you hold in your hands.

Turkey is constantly trying to improve its production environment that can attract more and more Japanese direct investments every day.

Japanese direct investments in Turkey, which is at the level of 2.7 billion dollars with current data, are expected to reach much more important levels. Likewise, Japan, which is among the world's largest importing countries, remains a target market for Turkish exporters.

Turkey's rapidly developing

machinery production sector has reached the maturity to take more share from the 70 billion dollar Japanese machinery import market by exporting more than 20 billion dollars in 2021. Fresh fruits and vegetables, aquatic products, non-machinery manufacturing industry products stand out as the goods that Turkey can increase its exports to Japan. The cooperation between the two countries in third countries in the field of contracting services also continues to develop. We have full confidence that the two countries with a deep-rooted history will continue to develop their relations on the basis of ancient friendship.

EXPO 2025 OSAKA'da Türkiye'nin marka değeri tescillenecek

Biri Asya'nın en batı diğeri ise en doğu ucunda yer alan Türkiye ve Japonya; dostluğu mesafeleri aşmış, müstesna ilişkilere sahip iki büyük ülke. Kültürel iklim ve coğrafya açısından uzak olan iki halkın birbirlerine bu denli muhabbet besleyip gönülden bağlı olmalarında bazı önemli tarihi vakaların dönüm noktaları olarak ön plana çıktığını görüyoruz.



Japonya ile ticari ilişkilerimizin; mal ticareti, yatırımlarla üçüncü ülkelerde müteahhitlik alanında işbirliğinden oluşan üç temeleksende ilerlediğini söyleyebiliriz.



Mehmet MUŞ
Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanı

son yıllarda Japon pazarında daha fazla yer bulmaya başladığını görüyoruz. Ancak 70 milyar dolar düzeyinde ithalatla dünyanın en önde gelen makine ithalatçılarından biri olan Japonya'da, Türkiye'nin makinecilerinin kullanabileceği çok daha büyük potansiyel olduğunu değerlendiriyoruz.

TÜRKİYE YATIRIMCILAR İÇİN OPERASYONEL MERKEZ KONUMUNDA

İkinci temel eksen olarak, Japonya'dan ülkemize gelen doğrudan yatırımların altının çizmek istiyorum. Bugün Türkiye'de faaliyet gösteren Japon firmaların doğrudan yatırımları 2,7 milyar dolar. düzeyine Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği Anlaşması olan Türkiye, nitelikli iş gücü, eğitilmiş genç nüfusu ve rekabetçi pazarıyla bölgesinde öne çıkıyor. Aynı

SALGIN hastalıklar, iklim değişikliği ve jeopolitik risklerin etkisiyle küresel ticarete belirsizliklerin arttığı bu dönemde, sağlam temellere sahip Japonya-Türkiye'nin ticari ve ekonomik alandaki işbirliğini aynı dayanışma ruhuyla geliştirmesi ilişkilerimizdeki samimiyet ve yakınlığı perçinlemesi açısından büyük önem taşıdığına inanıyorum.

2022 yılı da ülkemiz adına oldukça pozitif başlamış ve bu yılın ilk çeyreğinde Japonya'ya gerçekleştirilen ihracat bir önceki

yılın aynı dönemine göre yüzde 33 artarak 175 milyon dolar düzeyine ulaşırken, aynı dönemde ithalattaki artış yüzde 2,5 seviyesinde kaldı.

10 MİLYAR SU ÜRÜNLERİ İTHALATI

Japonya bir ada ülkesi olmasından ötürü, zirai karantina tedbirlerini sıfır toleransla uygulanıyor. Japonya'nın yaş meyve-sebze pazar büyüklüğü dikkate alındığında; bu sektörde yer alan ihracatçılarımızın böylesi büyük bir pazarda kendilerine sağlam bir yer edinmeleri

adına gerekli kriterlerin sağlanmasını hızlıca temin etmek, ikili ticaretimizdeki önceliklerimizden biri.

10 milyar doların üzerinde ithalatıyla dünyanın üçüncü en büyük su ürünleri ithalatçısı konumundaki Japonya'nın, özellikle 1 milyar dolar tutarındaki orkinos pazarından ülkemizin aldığı payın yıllar içerisinde düzenli şekilde artması memnuniyet verici bir gelişme.

2021 yılında 20 milyar dolar eşliğini aşarak önemli bir başarıya imza atan makine sektörümüzün

zamanda ülkemiz, jeoekonomik konumuyla uluslararası yatırımcıların Balkanlar, Ortadoğu ve Körfez Ülkeleri ile Kuzey Afrika ve Türk Cumhuriyetleri pazarlarındaki faaliyetleri bakımından operasyonel bir merkez konumunda.

1.2 TRİLYON DOLAR DİŞ YATIRIM

Ülkemizde halihazırda faaliyet gösteren 200'den fazla Japon firmasının sağladığımız bu avantajların bilincinde olduğunu görmek bizi memnun ediyor.

Ancak, Japonya'nın toplam dış yatırımlarının 1,2 trilyon dolar olduğu göz önünde bulundurulduğunda, Japon firmalarının Türkiye'deki yatırımları noktasında halen alınacak ciddi bir mesafe olduğunu kanıslıyorum. Japon

firmaların Türkiye'de otomotiv, altyapı, gıda ve muhtelif hizmet sektörlerinde yoğunlaştırdıkları yatırımlarını çeşitlendirerek artırmaları iki tarafın da faydasına olacak pozitif sonuçlar doğuracak.

Ülkemiz müteahhitlik sektörünün küresel ölçekte rekabetçi bir konumda olması bizler adına gurur verici. Yurtdışı müteahhitlik sektörümüz günümüze kadar dünyanın hemen hemen her bölgesinde 457,1 milyar dolar değerinde 11 bin 211 proje üstlendi. Bu kapsamda, Japon müteahhitlik sektörünün teknik kapasitesi ve finansal etkinliğiyle ülkemiz müteahhitlik sektörünün tecrübesi ve değişken koşullara hızlı refleks gösterebilen yapısı bir araya geldiğinde hedef pazarlarda yüksek bir başarı oranına ulaşılacağına değerlendiriyoruz.

EXPO 2025 OSAKA etkinliğine geniş katılım

Bunlara ek olarak; iki ülke arasındaki ilişkilerin orta vadede daha da ileri seviyeye taşınmasına ve ülkemizin marka değerinin dünyanın birçok bölgesinde olduğu gibi Japonya'da da tescillenmesine büyük katkı sağlayacağına inandığımız EXPO 2025 OSAKA etkinliğine, ülkemizin söz konusu organizasyona verdiği önem çerçevesinde yüksek düzeyde katılım sağlayacağız. Bu itibarla, Türkiye'nin Japonya'da tanınırlığının 2025 yılına kadar daha fazla artırılmasına yönelik çalışmalarımızı ilgili kurumlarımız, sivil toplum kuruluşlarımız ve meslek örgütlerimiz ile koordineli bir şekilde sürdürüyoruz.



Turkey's brand value will be registered at EXPO 2025 OSAKA

Mehmet Muş

Minister of Trade of the Republic of Turkey

I believe that it is of great importance for Japan-Turkey, which has solid foundations, to develop their cooperation in the commercial and economic fields with the same spirit of solidarity, in terms of reinforcing the sincerity and closeness in our relations, in this period of increasing uncertainty in global trade due to pandemic, climate change and geopolitical risks.

2022 also started very positively for our country and in the first quarter of this year, exports to Japan increased by 33 percent compared to the same period of the previous year, reaching the level of 175 million dollars, while the increase in imports remained at the level of 2.5 percent in the same period.

Aquaculture imports of 10 billion

Because of the fact that Japan is an island country, agricultural quarantine measures are being implemented with zero tolerance. Considering the fresh fruit and vegetable market size of Japan, to quickly ensure that the necessary criteria are met in order for our exporters in this sector to gain a solid place in such a large market is one of our priorities in our bilateral trade.

It is a pleasing development that the share of our country in Japan, which is the world's third largest aquaculture importer with an import of over 10 billion dollars, has increased regularly over the years, especially in the tuna market that worths 1 billion dollars.

We see that our machinery sector, which has achieved a significant success by exceeding the threshold of 20 billion dollars in 2021, has started to find more space in the Japanese market in recent years. However, we think there is a much greater potential that Japan, which is one of the leading machinery importers in the world with an import of 70 billion dollars, has that can be used by Turkey's machinery manufacturers.

Turkey is an operational center for investors

As the second main axis, I would like to underline the direct investments coming from Japan to our country. Today, the direct investments of Japanese companies operating in Turkey are in the level of 2.7 billion dollars. Turkey, which has a Customs Union Agreement with the European Union, stands

out in its region with its qualified workforce, educated young population and competitive market. At the same time, our country, with its geoeconomic position, is an operational center for the activities of international investors in the markets of the Balkans, Middle East, Gulf Countries, North Africa and Turkic Republics.

Foreign investment of 1.2 trillion dollars

We are pleased to see that more than 200 Japanese companies currently operating in our country are aware of these advantages we provide.

However, considering that Japan's total foreign investments are 1.2 trillion dollars, I believe that there is still a serious distance to be covered in terms of investments of Japanese companies in Turkey. Increasing the investments of Japanese companies in the automotive, infrastructure, food and miscellaneous service sectors in Turkey by diversifying them, will have positive results that will benefit both sides.

The fact that our country's contracting sector is in a competitive position on a global scale makes us proud. Until this day, our overseas contracting sector has undertaken 11.211 projects worth 457.1 billion dollars in almost every region of the world. In this context, we consider that a high success rate will be achieved in target markets when the technical capacity and financial efficiency of the Japanese contracting sector and the experience of our country's contracting sector and its structure that can respond quickly to changing conditions will be combined.

Wide participation in EXPO 2025 OSAKA event

Additionally, we will participate in the EXPO 2025 OSAKA event, which we believe will contribute greatly to furthering the relations between the two countries in the medium term and to registering our country's brand value in Japan as in many other regions of the world, within the framework of the importance our country gives to the organization in question.

In this respect, we continue our efforts to further increase Turkey's recognition in Japan until 2025, in coordination with our relevant institutions, non-governmental organizations and professional organizations.

Müzakereleri süren 'Ekonomik Ortaklık Anlaşması' iş çevrelerinin öncelikli beklentisi

Geleneksel ihracat pazarlarımızdan oldukça farklı dinamiklere sahip olan Japon'yaya giriş, uzun süreli, istikrarlı çaba, güven tesisi, sürdürülebilir ve kaliteli ürün temini gerektiriyor. Bu pazarda yer edinilmesi ve başarılı olunabilmesi için firmalarımızın Japonya'da yerel ofislerini kurmalarında fayda var.

COVID-19 salgını, iklim değişikliğiyle mücadele, enerji ve hammadde fiyatlarının şoku Japonya'yı tedarik zincirlerini çeşitlendirmeye, alternatif üretim merkezleri oluşturmaya ve yenilenebilir enerji alanında yeni işbirlikleri kurmaya itti. Japonya'nın bu arayışında Serbest Ticaret ve Ekonomik Ortaklık Anlaşmaları imzaladığı ülkelere öncelik verdiği biliniyor. Bu bağlamda, Türkiye için ortaya çıkabilecek fırsatların değerlendirilmesi müzakereleri devam eden Ekonomik Ortaklık Anlaşması'nın (EPA) sonuçlandırılması önem arz ediyor. Keza, 2014 yılından

beri müzakere edilen EPA'nın en kısa zamanda imzalanmasının Türk ve Japon iş çevrelerinin de en öncelikli beklentisi olduğu görülüyor.

Japon makamları, iş çevreleri, enerji, inşaat-müteahhitlik sektöründeki mevcut başarı örneklerinden hareketle Türkiye ile Orta Asya ve Afrika başta olmak üzere üçüncü ülkelerde işbirliği imkanlarını geliştirmek arzusunda. Bu yıl içinde Türkiye'de düzenlenmesi planlanan Türkiye-Japonya İş Konseyi'nin bu yönde iyi bir fırsat teşkil edeceği düşünülüyor.

Gıda ürünlerinin geniş yer

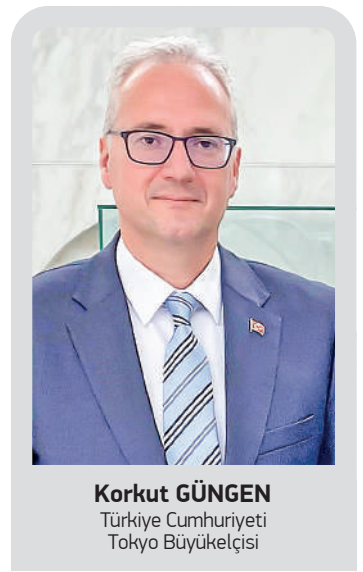
tuttuğu Japonya'ya ihracatımız giderek artmakla birlikte, otomotiv, konfeksiyon ve çelik ihracatımız sınırlı kaldı. İthalatımız ise Türkiye'de Japon proje ve yatırımlarına bağlı olarak uzun yıllardır 3- 4,5 milyar dolar bandında seyrediyor. En çok ithal ettiğimiz ürünler, ülkemizdeki otomotiv ve imalat sektöründe kullanılan otomotiv yan sanayi ürünleri, teçhizatla iş makineleri geliyor.

**252 JAPON FİRMASINDAN
3,3 MİLYAR DOLAR YATIRIM**

Ticaret müşavirliğimizle eşgüdüm

“

Japonya, Türkiye'yi Avrupa, Avrasya, Ortadoğu ve Kuzey Afrika'ya ihracata yönelik bir üretim ve ticaret üssü olarak görüyor. Japon girişimcilerin enerji yatırımlarına ilgisi de artıyor, finansman sağlamada istekli olduğu gözleniyor.



Korkut GÜNGEN
Türkiye Cumhuriyeti
Tokyo Büyükelçisi

halinde ticaret ve yatırım seminerlerimizi sürdürüyor, ihracatçılarımızı Japon alıcılarla bir araya getiriyoruz. Seyahat kısıtlamalarının kaldırılmasıyla iş heyetleri, fuarlar ve iş ağı oluşturma faaliyetlerine ağırlık vereceğiz. Ticaret Bakanlığımız da ihracatçılarımızın Japonya'daki pazarlama faaliyetlerini desteklemek için mali katkı veriyor.

Türkiye'deki Japon yatırımlarına bakıldığında Toyota başta olmak üzere klima ve lastik fabrikaları bulunan Daikin, Mitsubishi Elektrik, Bridgestone, Sumitomo Rubber firmalarının esasen ihracat ağırlıklı üretim yaptıkları görülüyor. Keza, Japon yatırımları halihazırda genel ihracatımıza 5 milyar dolardan fazla katkı sağlıyor. Türkiye'de halihazırda 257 Japon firmasının 3,3 milyar dolar yatırımını önemli. İmalat sektöründe yoğun-





laşan bu yatırımlar teknoloji transferi ni içeriyor. Japon yatırımcılar Türkiye'yi, Avrupa, Avrasya, Ortadoğu ve Kuzey Afrika'ya ihracata yönelik olarak bir üretim ve ticaret üssü olarak da görüyor. Japon girişimcilerin enerji yatırımlarına ilgisi de artıyor, finansman sağlamada istekli olduğu gözleniyor. Bu yıl içinde Enerji Forumu'nu düzenlenmek üzere çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

SALGIN, HALKI TASARRUFA YÖNLENDİRDİ

Salgın yüzünden ekonomik ve sosyal faaliyetlerin kısıtlanması hane halkı tasarruflarının yükselmesini sağladı. Alışkanlıklarında da değişimler gözlemlendi. Ülkede nakit kullanımı azaldı, elektronik ödeme arttı, çevrimiçi alışverişte çok kanallı (omnichannel) mağazalara yönelim oldu. Ayrıca yeme içmede eve servis, organik gıdalara, ev cihaz ve aletleriyle dış yaşam/kamp ürünlerine talep arttı.

Emtia fiyatlarındaki artış ve doları karşısında zayıflayan Japon Yeni, ço-

ğunluğu ithal edilen tüketim mallarının maliyetlerinde tabiatıyla kısmi bir yükselişe sebep oldu. Zira 2021 yılı sonunda ÜFE yüzde 8,9'a çıkarken TÜFE sadece yüzde 8 arttı. Son derece düşük enflasyona rağmen yaşanan Japon nüfusu ve zayıf seyreden iç talep, tüm bu gelişmelerin tüketici fiyatlarına yansımaları sınırlandırdı. Gıda ve enerji başta olmak üzere tüketici fiyatlarında yaşanabilecek artışın ev bütçesine duyarlı ve tasarrufa meyilli Japon halkını tüketimden uzaklaştırabileceğinden endişe ediliyor.



Yeni işbirlikleri oluşturulabilir

Büyükelçiliğimizin COVID-19 salgını döneminde dahi kültür turizmine yönelik tanıtıma ara verilmedi. Japonya'daki önde gelen turizm ve medya kuruluşlarıyla acentelerine yönelik çalışmalar yürütüyoruz. Bu bağlamda, Kültür ve Tanıtma Müşavirliğimizce Japon turistlerin ilgisini çekebilecek kış turizmi, kültür-gastronomi hazineleri hakkında tanıtım gezileri ve seyahat acentelerine yönelik FAM Trip programları uygulanıyor. Tanıtımda geleneksel kanallara ek olarak sosyal medya araçlarından aktif şekilde faydalaniyoruz, salgın nedeniyle sınırlı sayıda fuarlara katılıyoruz. Diğer taraftan, Japonya'da salgın sonrası dönemde sıkça gündeme getirilen 'sürdürülebilir turizm' anlayışı gelişmeye başladı. Türkiye'nin kültür turizmi alanında sunabileceği imkanların, bu anlayış temelinde doğabilecek yeni işbirliği fırsatlarının değerlendirilmesinde de avantaj sağlayabileceği düşünülüyor.

"Economic Partnership Agreement" which is still in negotiations is the primary expectation of the business circles

Korkut Güngen

Ambassador of the Republic of Turkey to Tokyo

The COVID-19 pandemic, the fight against climate change, the shock of energy and raw material prices have pushed Japan to diversify its supply chains, create alternative production centers and establish new partnerships in the field of renewable energy. It is known that in this search, Japan gives priority to the countries which it has signed Free Trade and Economic Partnership Agreements with. It is important for Turkey to evaluate the opportunities that may arise and to conclude the Economic Partnership Agreement (EPA), which is still in negotiations. Likewise, the signing of the EPA, which has been negotiated since 2014, seems to be the top priority expectation of the Turkish and Japanese business circles.

Based on the existing examples of success in the business circles, energy, construction-contracting sectors; Japanese authorities have a desire to develop cooperation opportunities in Turkey and in third countries, especially in Central Asia and Africa. It is being considered that the Turkey-Japan Business Council, which is planned to be held in Turkey this year, will provide a good opportunity in this direction.

Although our exports to Japan, where food products have a large place, are increasing gradually, our exports of automotive, confection and steel remained limited. Our imports on the other hand, have been hovering in the band of 3-4.5 billion dollars for many years, depending on Japanese projects and investments in Turkey. The products we import the most are automotive sub-industry products, equipment and construction machineries used in the automotive and manufacturing sector in our country.

3.3 billion dollars of investment from 252 Japanese companies

Looking at the Japanese investments in Turkey, it is seen that other than Toyota; Daikin, Mitsubishi Electricity, Bridgestone and Sumitomo Rubber companies, which have air conditioning and tire factories, mainly produce export-oriented production. Likewise, Japanese investments currently contribute more than 5 billion dollars to our overall exports. Currently, investment of 3.3 billion dollars in Turkey made by 257 Japanese companies is very important. These investments, which are concentrated in the manufacturing sector, include technology transfer. Japanese investors also see Turkey as a production and trade base for exports to Europe, Eurasia, the Middle East and North Africa. The interest of Japanese entrepreneurs in energy investments is also increasing and it is observed that they are willing to provide financing. We are continuing our efforts to organize the Energy Forum this year.

New collaborations can be formed

Restriction of economic and social activities due to the pandemic led to an increase in household savings. Changes in habits were also observed. The use of cash in the country has decreased, electronic payment has increased and focus shifted towards omnichannel stores in online shopping. In addition, demand for home service, organic food, home appliances and tools and outdoor living/camping products increased.

Our Culture and Promotion Counselor is organizing promotional trips about winter tourism, cultural and gastronomic treasures and FAM Trip programs for travel agencies that may attract Japanese tourists. On the other hand, the concept of "sustainable tourism", which was frequently brought to the agenda in the post-pandemic period in Japan, began to develop. It is being considered that the opportunities that Turkey can offer in the field of cultural tourism may also provide an advantage in the evaluation of new cooperation opportunities that may arise on the basis of this understanding.

Bölgesel işbirliği daha nitelikli yatırımları teşvik edecek

Japonya 'Hür ve Açık Hint-Pasifik'i büyük bir bölgesel işbirliği girişimi olarak sürdürüyor. Türkiye ise Asya'ya yönelik bir girişim olan 'Yeniden Asya' olarak adlandırılan bölgesel işbirliği faaliyetlerini gerçekleştiriyor. Birbirini tamamlayıcı niteliklere haiz bu iki bölgesel işbirliği girişimi, Japonya ve Türkiye'ye birçok alanda önemli imkanları sunuyor.



RUSYA'NIN Ukrayna'ya saldırısı, Ukrayna'nın egemenliğini ve toprak bütünlüğünü ihlali, statükonun tek tarafı olarak zorla değiştirilmesine izin vermeyen uluslararası düzenin temellerini sarsıyor. Japonya olarak bu işgali hiçbir şekilde kabul etmiyor ve en sert şekilde kınıyoruz.

Japonya aynı zamanda durumun iyileştirilmesine yönelik olarak, uluslararası toplumla işbirliği içinde çalışıyor ve Türkiye ile yakın iştişare halinde. Bu koşullar altında halen G7 ülkeleri başta olmak üzere uluslararası toplum tarafından Rusya'ya karşı sert ekonomik yaptırımlar uy-

gulanıyor. Japonya ve Türkiye başta olmak üzere uluslararası toplumun Ukrayna'da ateşkes ve barışın en kısa zamanda sağlanmasını güçlü bir şekilde temenni ettiği aşikar. Mevcut koşullar altında iyimser olamıyoruz ancak, bu tür eylemlerde bulunan Rusya ile ilişkiler konusunda uluslararası toplumun tüm üyelerinin Rusya'ya yönelik risk değerlendirmelerini yeniden gözden geçireceklerini düşünüyorum.

**TÜRK FİRMALARI
AFRİKA'DA DİKKAT ÇEKİCİ
BAŞARILARA İMZA ATIYOR**
Japonya halen 'Hür ve Açık Hint-Pa-



SUZUKI Kazuhiro
Japonya Ankara Büyükelçisi

“

COP26'nın sonuçlarının ardından Japonya, Türkiye için iklim değişikliği ve çevreyle ilgili projeleri de teşvik ediyor. Örneğin Japonya Uluslararası İşbirliği Bankası (JBIC) küresel çevre koruma operasyonu kapsamında 220 milyon dolar yeni bir kredi sağlayacağını duyurdu.

sifik'i (Free and Open Indo-Pacific (FOIP) büyük bir bölgesel işbirliği girişimi olarak sürdürüyor. Türkiye ise Asya'ya yönelik bir girişim olan 'Yeniden Asya' (Asia Anew) olarak adlandırılan bölgesel işbirliği faaliyetlerini gerçekleştiriyor. Birbirini tamamlayıcı niteliklere haiz bu iki bölgesel işbirliği girişimi, Japonya ve Türkiye'ye birçok alanda önemli imkanları sunuyor. Örneğin, Türk firmalarının bundan sonra Rusya riskini göz önünde bulundurarak, Hint-Pasifik bölgesinin umut vadeden pazarlarına yö-



nelmeyi değerlendirmeleri ihtimalinin yüksek olduğunu düşünüyorum. Ancak, Türkiye'nin yüksek rekabet gücüne sahip olduğu inşaat gibi sektörlerde faaliyet gösteren firmalar, Afrika'da son derece dikkat çekici başarılarına imza atıyor olsalar da, bu firmaların Güney Doğu Asya'daki başarıları sınırlı.

Diğer yandan, Japonya Güney Doğu Asya ülkeleriyle bugüne kadar son derece büyük ekonomik ilişkilere sahip oldu. Japon firmalarıyla Türk firmalarının Asya pazarına girmelerinin sorunsuz bir şekilde ilerleyebileceğini düşünüyorum. Öte yandan, Japon firmalarının Afrika pazarına girişleri ise Türk firmalarıyla mukayese edildiğinde daha zayıf. Bu sebeple Japonya'nın başarılı olduğu sermaye ortaklığı gibi yöntemlerden istifade etmek suretiyle Türk firmalarıyla işbirliği gerçekleştirmeleri halinde Japon firmalarının Afrika pazarına girişlerinin de daha sorunsuz ilerleme ihtimalinin yüksek olacağını düşünüyorum.

ANLAŞMA DAHA ÇOK YATIRIMI TEŞVİK EDECEK

Toyota, Honda, Sony gibi şirketler Türkiye'de oldukça tanınıyor. Fakat Japonya'da, dünya çapında bilinirlikleri o kadar yüksek olmasa da belirli bir alanda son derece mükemmel ve dünya lideri konumunda birçok Japon firması mevcut. Öte yandan, bu tür Japon firmalarının Toyota kadar büyük ol-

mamasının bir sonucu olarak proje planlamalarında kâr marjı ve yüksek öngörülebilirlik hususları yabancı yatırıma karar verme aşamasında önemli faktörler.

Avrupa ülkelerinden farklı olarak Türkiye'de bulunan Japon firma sayısı da turist sayısı da daha az. Pek çok Japon Türkiye'yi bizzat ziyaret edip Türkiye'yi kendi gözleriyle görmemiş durumda. Bunun neticesinde Japonların Türkiye hakkındaki izlenimi medyada çıkan haberlerden büyük ölçüde etkileniyor. Üstelik ne yazık ki son zamanlarda gelişmiş ülke medyalarında Türkiye hakkında çıkan haberlerde ekonomi alanına ilişkin olumsuz içeriklere aşırderecede yer verildiği kanaatindeyim. Özellikle bu husus Türkiye'de yaşayan, zenginliğini ve insanların yüksek yaşam kalitesini büyükelçi olarak bizzat tecrübe eden benim için üzücü bir nokta.

Fırsatları stratejik olarak kullanmak istiyoruz

İki ülke arasındaki turizmin teşvik edilmesi son derece önemli. 2024 yılı Japonya ile Türkiye arasında diplomatik ilişkilerin kurulmasının 100. yıl dönümü, 2025 yılında ise Osaka Expo'nun düzenlenmesi planlanıyor. Bu tür fırsatları stratejik olarak kullanarak bundan böyle iki ülke arasındaki turizmi teşvik etmek ve insani etkileşimi artırmak istiyoruz.

Regional cooperation will encourage more qualified investments

SUZUKI Kazuhiro

Ambassador of Japan to Turkey

Russia's attack on Ukraine, its violation of Ukraine's sovereignty and territorial integrity, is shaking the foundations of the international order that does not allow for a unilateral forcible change of the status quo. As Japan, we do not accept this invasion in any way and we condemn it in the strongest way.

Japan is also working in cooperation with the international community to improve the situation and is in close consultation with Turkey. Under these conditions, harsh economic sanctions against Russia are still being applied by the international community and especially the G7 countries. It is obvious that the international community, especially Japan and Turkey, strongly wishes for a ceasefire and peace in Ukraine as soon as possible. We cannot be optimistic under the current circumstances but I think that all members of the international community will reconsider their risk assessments for Russia regarding relations with Russia, which has taken actions such as these.

Turkish companies are achieving remarkable success in Africa

Japan still maintains the "Free and Open Indo-Pacific (FOIP)" as a major regional cooperation initiative. Turkey, on the other hand, carries out regional cooperation activities called "Asia Anew", which is an initiative for Asia. These two regional cooperation initiatives, which are complementary to each other, offer important opportunities in many fields to Japan and Turkey. For example, I think that there is a high probability that Turkish companies will consider heading towards the promising markets of the Indo-Pacific region, taking into account the risk of Russia from now on. However, although companies operating in sectors such as construction, where Turkey has a high competitive power, are achieving remarkable success in Africa, their success in South East Asia is limited.

On the other hand, Japan has had extremely great economic relations with South East Asian countries to date. I think that the entry of Japanese companies and Turkish companies into the Asian market

can proceed smoothly. On the other hand, entry of Japanese companies into the African market is weaker when compared to Turkish companies. For this reason, I think that if they cooperate with Turkish companies by making use of methods such as capital partnership, which Japan has been successful in, the entry of Japanese companies into the African market will be more likely to progress more smoothly.

The Agreement will encourage more investment

Companies such as Toyota, Honda, Sony are well-known in Turkey. However, in Japan, there are many Japanese companies that are extremely excellent and world-leading in a particular field, although their worldwide awareness is not that high. On the other hand, profit margin and high predictability in project planning are important factors in the decision-making process for foreign investment, as such Japanese firms are not as large as Toyota.

Unlike European countries, the number of Japanese companies and tourists in Turkey is less. Many Japanese have not visited Turkey personally and have not seen it with their own eyes. As a result, the Japanese impression of Turkey is greatly influenced by the news in the media. Moreover, unfortunately I believe that the media of developed countries has given excessive coverage to negative content on the field of economy on the news about Turkey. This is a particularly sad point for me, who lives in Turkey and personally experienced its wealth and high quality of life as an ambassador.

We want to use opportunities strategically

It is extremely important to promote tourism between the two countries. 2024 is the 100th anniversary of the establishment of diplomatic relations between Japan and Turkey, and Osaka Expo is planned to be held in 2025. By using such opportunities strategically, we want to promote tourism and increase human interaction between the two countries from now on.

Asya ülkeleriyle de işbirliği geliştirebiliriz



Türkiye ile Japonya arasında yeşil enerji, sanayi yatırımları, akıllı şehirler, Afrika, Güney Asya ülkelerinde büyük müteahhitlik projeleri, otomotiv tedarik sanayi, gıda ve ekolojik ürünler öne çıkıyor. Afrika'nın yanı sıra Endonezya gibi Asya ülkelerinde de Japon firmalarıyla işbirliklerinin geliştirilmesi mümkün.

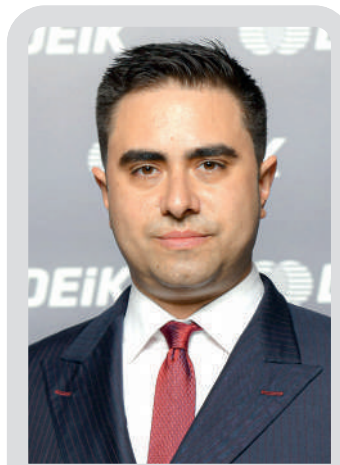
TÜRKİYE'NİN 2021 yılı ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 20 artarak 530 milyon dolar olurken Japonya'dan ithalatı ise yüzde 17 artarak 4,4 milyar dolar seviyesinde gerçekleşti.

İthalatımızda önemli olan hususlardan bir tanesi de Türkiye'de yerleşik üretim yapan Japon firmalarının Japonya'dan gerçekleştirdiği ithalat. Küresel ölçekte ülkemizin bölgesel bir merkez olması nedeniyle Türkiye'ye olan ilgi artarken Japon şirketlerinin Avrupa, Balkanlar ve Afrika'da büyümek istediklerini söyleyebiliriz.

Bu dönemde e-ticaretin ticarete daha fazla pay sahibi olması nedeniyle Japon tüketicilerin ve alıcıların beklediği yüksek standartlara Türk markalarının uyumu ve ürünlerinin marka bilinirliği önem taşıyor. İş hacmi açısından Japonya'nın

ithalatından ülkemiz yüzde 1'in altında pay alıyor. Türkiye'nin Japonya'ya en fazla ihracat yaptığı sektörler; balık, kabuklu hayvan, tahıl, meyve, kuruyemiş, otomotiv, sebze ve bitki preparatları. Otomotiv haricinde gıda alanına yönelen ihracatımızda son yıllarda balıklar ve kabuklu hayvanlar en çok artış gösteren sektör.

Türkiye'nin ihracatıyla Japonya'nın ithalatı arasında ticarete tamamlayıcılık endeksi 2011 yılında yüzde 25 dolaylarındayken 2020 yılında yüzde 29'u aştı. IMF tahminlerine göre Japonya'nın 2022-2023 döneminde dünyanın ortalama ithalat büyümesinin üzerinde bir büyümesi kaydetmesi bekleniyor. Burada ihracatımızda bir gelişme potansiyelinden söz edebiliriz. Toplam ticaret hacmimizi 10 milyar dolar seviyesine çıkarabiliriz.



Oğulcan Kemal SAGUN
DEİK/Türkiye-Japonya
İş Konseyi Başkanı

DEİK DOĞRUDAN TEMAS VE DİYALOĞA ODAKLANACAK

DEİK/Türkiye-Japonya İş Konseyi olarak, ikili ticari ve ekonomik iliş-



Türkiye'nin ihracatıyla Japonya'nın ithalatı arasında ticarete tamamlayıcılık endeksi 2011 yılında yüzde 25 dolaylarındayken 2020 yılında yüzde 29'u aştı. IMF tahminlerine göre Japonya'nın 2022-2023 döneminde dünyanın ortalama ithalat büyümesinin üzerinde bir büyümesi kaydetmesi bekleniyor.

kileri geliştirmek, belirlediğimiz sektör hedefleri çerçevesinde iki ülke iş insanlarını bilgilendirmek, ülkemize Japonya'dan daha fazla yatırımın gelmesi için teşvik etmek hedeflerimiz arasında. Gelecek çalışma dönemimizde bu hedefler için en önemli adım olarak gördüğümüz doğrudan temas ve diyalog imkanı yaratmak konusuna odaklanacağız. Türkiye'de faaliyet gösteren önde gelen Japon firmalarıyla yakın iletişim içerisinde çalışmalarımızı yürüteceğiz.

Yeşil enerji ve sanayi yatırımları, akıllı şehirler, Afrika, Güney Asya ülkelerinde büyük müteahhitlik projeleri, otomotiv tedarik sanayi, gıda ve ekolojik ürünler gibi sektörler öne çıkıyor. Afrika'nın yanı sıra Endonezya gibi Asya ülkelerinde de Japon firmalarıyla işbirliklerinin geliştirilmesi potansiyeli var.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KONUSUNDA KARARLI ÇALIŞMALAR DEVAM EDİYOR

Karbon sıfır politika hedeflerinin bir yansıması Japonya'da izliyoruz. Japonya 2050 yılına kadar sıfır karbon hedefine ulaşmayı planlıyor. Ülkemizin de yeşil kalkınma hedefleri çerçevesinde Türk ve Japon firmalarının yeşil enerji çalışmalarında işbirlikleri geliştirebileceklerini düşünüyoruz.

Bir diğer öne çıkan sektör akıllı ve otonom şehirler. Japonya'da sürdürülebilirlik konusunda kararlı çalışmalar devam ediyor. Otonom ve çevreci şehirler konusunda karbondioksit azaltımı, su tasarrufu, sanayiyle evlerde yenilenebilir ve temiz enerjinin payının artırılması gibi hedefler üzerinde çalışmalar bulunuyor. Girişimcilikle akıllı şehirler konusunda da Japon firmalar, girişimciler ve kurumlarla işbirlikleri geliştirilebilirler.

We can also develop cooperation with Asian countries

Oğulcan Kemal Sagun

DEİK / Türkiye - Japan Business Council Chairperson

Exports in 2021 increased by 20 percent compared to the previous year and reached 530 million dollars, while imports from Japan increased by 17 percent to 4.4 billion dollars.

In this period, as e-commerce has a greater share in trade, the compliance of Turkish brands with the high standards expected by Japanese consumers and buyers and the brand awareness of their products are important.

In terms of business volume, our country receives a share of less than 1% from Japan's imports. The sectors to which Turkey exports the most to Japan are; fish, crustaceans, cereals, fruit, nuts, automotive, vegetable and plant preparations. In recent years, fish and crustaceans have been the sectors that increased the most in our exports, which are focused on the food field, except for automotive.

While the trade complementarity index

between Turkey's exports and Japan's imports was around 25 percent in 2011, it exceeded 29 percent in 2020. According to IMF estimations, Japan is expected to grow above the world's average import growth in the 2022-2023 period. Here, we can talk about a development potential in our exports. We can increase our total trade volume to the level of 10 billion dollars.

Sectors such as green energy and industrial investments, smart cities, large contracting projects in African and South Asian countries, automotive supply industry, food and ecological products stand out. In addition to Africa, Asian countries such as Indonesia also have the potential to develop cooperation with Japanese companies. There is a cooperation signed and extended for three years in 2021 between EXIMBANK and JBIC, one of Japan's official export support organizations.

Determined work on sustainability continues

We are watching a reflection of the carbon zero policy targets in Japan. Japan plans to reach its zero carbon target by 2050. We think that Turkish and Japanese companies can develop cooperation in green energy studies within the framework of our country's green development goals. Another prominent sector is smart and autonomous cities. Determined work on sustainability continues in Japan. There are studies on targets such as reducing carbon dioxide, saving water, increasing the share of renewable and clean energy in homes with industry, in autonomous and environmentally friendly cities. Cooperation can be developed with Japanese companies, entrepreneurs and institutions on entrepreneurship and smart cities.

● Abdi İbrahim Otsuka Genel Müdürü Monseook Choi

Abdi İbrahim Otsuka 10 Yaşında

Abdi İbrahim Otsuka, Japonya'nın en köklü ilaç şirketlerinden Otsuka Pharmaceutical Co. Ltd. ile Abdi İbrahim'in yüzde 50-50 ortaklığıyla 2012'de kuruldu. Başarıyla geçen 10 yıllık süreçte gücümüzü kurucu ortaklarımızın hayatları iyileştirmeye adanmış eşsiz tecrübesinden aldık. Yenilikçi ürünlerimizle hayatları iyileştirmek ve ihtiyacı olan hastalara daha kaliteli bir yaşam süresi sunabilmek için Türkiye'nin 1 numaralı Japon ilaç firması olma hedefimize doğru kararlılıkla ilerliyoruz. Otsuka'nın ileri teknolojisini Türkiye'ye transfer ediyoruz. Üretimimizin dörtte üçünü Türkiye'de Abdi İbrahim üretim tesislerine gerçekleştirerek yerli üretime katkı sağlıyoruz. Bu yaklaşımımız sayesinde -genç bir şirket olmamıza rağmen- kısa sürede büyük yol kat ettiğimizi görüyoruz. Son 4

yılda ciromuzun 7'ye katlanması, Singapur ve Tunus'a gerçekleştirdiğimiz ihracat ile cari açığı azaltma mücadelesine verdiğimiz katkının doğru yolda ilerlediğimizin göstergeleri olduğuna inanıyoruz. Türk ilaç sektöründeki ilk ve tek Japon ortaklığı olma özelliğini taşıyan Abdi İbrahim Otsuka olarak hem Abdi İbrahim'in hem de Otsuka'nın gücünü bir araya getiriyoruz. İki ortağın da bir asrı aşan köklü ve güçlü geçmişi, nesillerdir aile üyelerince başarıyla yönetilen şirketler oluşu Abdi İbrahim Otsuka'yı daha da güçlü kılıyor. Bu ortaklığın iki paydaşı, daha asırlarca sektör lideri olarak sağlık alanında en ileri hizmeti vereceğine inanıyorum. 10'uncu yılımızda da ortakların asırlık tecrübelerinin ışığında dünyadaki herkesin sağlığına ve hayatlarına katkı sağlamaya devam edeceğiz.

Çalışma odağımızda her zaman inovatif ürünler geliştirmek, bu ürünler ile büyümek ve elbette hizmet ettiğimiz topluma sosyal fayda yaratacak çalışmalarını hayata geçirmek oldu. Odak tedavi alanlarımız; merkezi sinir sistemi, kardiyovasküler sistem hastalıkları ve polikistik böbrek gibi nadir görülen hastalıklar. Bu alanlarda ilk ve tek olan niş tedavi yöntemlerini sunuyoruz. Sosyal sorumluluk da odaklandığımız ana alanlardan. Tüm paydaşların hayatına dokunan ve sosyal fayda sunan çalışmalarımızı da hayata geçirdik. Örneğin şizofreni ile ilgili toplumsal algıyı kırmak için 2014'te başlattığımız "Görmezden Gelmeyelim" projemizin başarısını, dildeki ayrımcılığı ortadan kaldırmak için 2020'de başlattığımız "Öyle Söyleme!" hareketi ile güçlendirdik.



Monseook Choi
Abdi İbrahim
Otsuka Genel
Müdürü

Türk ve Japon firmalarını buluşturuyoruz

Merkezi Tokyo'da bulunan JETRO, yurtiçinde 48 noktada ve yurtdışında 55 ülkede hizmet veriyor. Geniş ofis ağıyla Japonya ve diğer ülkeler arasında ticaret, yatırım ilişkilerini geliştirmek amacıyla çalışan JETRO, öncelikle Japon KOBİ'lerinin yurtdışı pazarlara açılmalarını desteklerken 2000'li yıllarla Japonya'ya yapılacak yatırımlar için yetkili kurum olarak atandı.

JAPAN External Trade Organisation (JETRO), Japonya Ekonomi, Ticaret ve Sanayi Bakanlığı'na bağlı bir kuruluş. Merkezi Tokyo'da bulunan JETRO, 1958 yılında kuruldu. Yurtiçinde 48 noktada ve yurtdışında 55 ülkede bulunan JETRO, geniş ofis ağıyla Japonya ve diğer ülkeler arasında ticaret, yatırım ilişkilerini geliştirmek amacıyla çalışmalar yürütüyor. Başlangıçta özellikle Japon KOBİ'lerinin yurtdışı pazarlara açılmalarını desteklerken 2000'li yıllara gelindiğinde Japonya'ya yatırımları desteklemek konusunda Japon devleti tarafından yetkili kurum olarak atandı.

JETRO İstanbul ofisimiz ise 1963 yılından beri faaliyetlerini sürdürüyor. Faaliyetlerimiz; Japon ve Türk firmalarını buluşturan organizasyonlar, Türkiye'ye yatırım yapmayı düşünen Japon firmalarına bilgi desteği, Türkiye'ye açılmayı düşünen Japon firmalarına potansiyel Türk partnerler konusunda destek, Japonya'da iş kurmayı düşünen Türk firmalarına destek ekleninde yer alıyor. Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi işbirliğiyle Japon firmalarına yönelik 'Türkiye'ye Yatırım' seminerleri gerçekleştirdik. Japonya'nın önde gelen bilişim ve elektronik fuarı CEATEC'e 2020 ve 2021'de Türkiye'den startup'ların katılmasını sağladık.

TÜRKİYE'YE İLGI GÖSTEREN 10 FİRMA VAR

Pandemi dönemindeki kısıtlamalar ve her türlü zorluğa rağmen ciddi olarak yatırım düşünen 4-5 Japon firması Türkiye'ye geldi. Japonya Uluslararası İş Birliği Bankası



Mitsuaki SANO
JETRO İstanbul Başkanı

(JBIC) bilhassa üçüncü ülkelerde işbirliğini desteklemek amacıyla İstanbul'da ofis açtı. Mayıs ayında, Japon haber ajansı JIJI Press de ofis açtı. Haziran ayında Japonya'nın dördüncü büyük kağıt üreticisi Daio Paper, Yıldız Holding'e bağlı Özen Kişisel Bakım firmasını bünyesine kattı. Ayrıca aralık ayında Arçelik ve Hitachi, Japonya dışındaki ev aletleri pazarı için çoğunluk hissesi Arçelik'e ait olacak şekilde ortak şirket kurma kararına imza attılar. 2021 yılı nispeten durgun geçerken bu yıl Türkiye'ye ilgi gösteren yaklaşık 10 Japon firması var.

Japonlarla iş yapmak isteyen aceleci davranmamalı

Türk gıda ürünleri son yıllarda Japon zincir marketlerde daha fazla görülmeye başladı. Sözelimi; Duru bulgur, Damak çikolata ya da Tamek meyve suyu gibi oldukça başarılı örnekler var. Bir başka örnek, Güllüoğlu baklavalara ve Divan çikolatalarına Japonya'daki AVM'lerde düzenlenen etkinliklerde, geçici mağazalarda ya da Japon e-ticaret sitelerinde tüketicilerin yoğun ilgisi oldu, ürünleri büyük beğeni kazandı. Japonlar uzun vadeli güvene dayalı ilişkilerden yana oldukları için Türk firmalarının sonuç almak konusunda aceleci davranmamaları bir anahtar nokta olabilir.



We bring Turkish and Japanese companies together

Mitsuaki Sano
JETRO İstanbul Chairman

Japan External Trade Organization (JETRO) is an affiliate of the Ministry of Economy, Trade and Industry of Japan. Headquartered in Tokyo, JETRO was founded in 1958. Our JETRO İstanbul office has been operating since 1963. Our activities are organizations that bring Japanese and Turkish companies together, information support for Japanese companies considering investing in Turkey, support for potential Turkish partners for Japanese companies considering expanding to Turkey and support for Turkish companies considering establishing a business in Japan. We held 'Investment in Turkey' seminars for Japanese companies in cooperation with the Presidential Investment Office. During the pandemic period, we organized bilateral meetings in various fields and enabled start-ups from Turkey to participate in CEATEC, Japan's leading IT and electronics fair, in 2020 and 2021.

There are 10 companies showing interest in Turkey

Trade relations between Japan and Turkey in recent years have been affected by travel restrictions and closure measures. On the other hand, despite the limitations and every kind of difficulties in the pandemic period, 4-5 Japanese companies that are seriously considering to invest came to Turkey. In March the same year, Japan Bank for International Cooperation (JBIC) opened an office in İstanbul to support cooperation, especially in third countries. In May, the Japanese news agency "JIJI Press" also opened an office. While 2021 is relatively stagnant, there are about 10 Japanese companies showing interest in Turkey this year.

Sürdürülebilir büyüme için stratejik ortaklığı derinleştirmek gerekiyor

Japonya'nın resmi kalkınma yardımlarını yöneten JICA dünyanın en büyük ikili yardım kuruluşlarından biri. JICA'nın 2020 Japon mali yılındaki faaliyetlerine bakıldığında, bu amaca uygun olarak uygulanan teknik işbirliğinin 1,23 milyar dolar olduğu görülüyor.

JAPONYA'NIN resmi kalkınma yardımlarını yöneten Japonya Uluslararası İşbirliği Ajansı (JICA) dünyanın en büyük ikili yardım kuruluşlarından biri. JICA, teknik işbirliği, finans, yatırım işbirliği ve hibeler gibi çeşitli yardım yöntemlerinin esnek kombinasyonu yoluyla gelişmekte olan ülkelerde sosyoekonomik kalkınmayı destekliyor.

JICA'nın 2020 Japon mali yılındaki faaliyetlerine bakıldığında, JICA tarafından uygulanan teknik işbirliğinin 1,23 milyar dolar olduğu görülüyor. Hibelere gelince, JICA 0,79 milyar doları tutarında 155 yeni projeyi sonuçlandırdı. Finans ve yatırım işbirliği kapsamında Japonya resmi kalkınma yardımı kredi projeleri için 13.99 milyar dolar 43 yeni kredi anlaşması ve 0.69 milyar dolar tutarında 10 yeni özel sektör yatırım finansmanı projesi sonuçlandırıldı.

Sürdürülebilir ekonomik büyüme için Türkiye ile stratejik ortaklığı derinleştirmek adına aşağıdaki öncelikli üç destek alanını şöyle sıralayabiliriz:

Ekonomiyi destekleyen güçlü bir sosyal altyapı oluşturmak, afet riskinin azaltılması için kapasite geliştirme politikaları belirlemek, zorla yerinden edilenler de dahil olmak üzere savunmasız insanlara hizmet sağlamak için topluluklara destek vermek.

130 YILLIK DOSTLUK

Bilindiği gibi Türkiye ile Japonya arasında uzun bir yardımlaşma geçmişi var. 1890'da Türkiye'nin savaş gemisi Ertuğrul, Türkiye'ye dönerken Wakayama Eyaleti sahili



Yuko TANAKA
JICA Türkiye Ofisi Başkanı

yakınlarında battığında, Japonya'nın Kushimoto köylüleri 69 denizciyi canları pahasına kurtardı. 1985 yılında İran-İrak savaşı sırasında birçok Japon vatandaşı Tahran'da mahsur kalınca Türk hükümeti cesurca Tahran'a uçak göndererek 215 Japon'u kurtardı.

130 yıl önce Ertuğrul savaş gemisine verilen desteği Türk halkı hala hatırlıyor. Türkiye ile Japonya arasındaki bu tür güvene dayalı ilişkilerin günümüzde de devam ettiğini düşünüyorum. JICA olarak Türkiye ve Japonya arasındaki güvene dayalı ilişkilerimizin güçlenmesine katkı sağlamak için elimizden gelen çabayı göstereceğiz.

İki önemli proje

Geride bıraktığımız 2021 yılında Dünya Bankası ile ortak finanse edilen KOSGEB ile 'Mikro ve Küçük İşletmelere Hızlı Destek Projesi' ve İller Bankası ile 'Yerel Yönetimler Çevre İyileştirme Projesi' olmak üzere iki önemli projeyi hayata geçirdik.

Strategic partnership needs to get deeper for a sustainable growth

Yuko Tanaka

JICA Turkey Office Chief Representative

Japan International Cooperation Agency (JICA), which manages Japan's official development assistance, is one of the world's largest bilateral support agencies. JICA supports socioeconomic development in developing countries through the flexible combination of various support methods such as technical cooperation, finance and investment cooperation and grants.

Looking at JICA's activities in Japanese fiscal year of 2020, it is seen that the technical cooperation implemented by JICA is 1.23 billion USD. As for grants, JICA has concluded 155 new projects worth 0.79 billion USD. Within the scope of finance and investment cooperation, 43 new loan agreements for Japanese ODA loan projects worth 13.99 billion USD and 10 new Private-Sector Investment Finance projects worth 0.69 billion USD were concluded.

In order to deepen the strategic partnership with Turkey for sustainable economic growth, we can list the following three priority support areas: building a strong social infrastructure that supports the economy, setting capacity-building policies for disaster risk reduction, supporting communities to provide services to vulnerable people, including those forcibly displaced.

In 2021, we have launched two important projects, the 'Rapid Support to Micro and Small Enterprises Project' with KOSGEB, which is co-financed with the World Bank and the 'Local Authorities Environmental Improvement Project' with İller Bank.

130 years of friendship

The Turkish people still remember the support given to the Ertuğrul warship 130 years ago. I think that this kind of trust-based relations between Turkey and Japan continues today. As JICA, we will do our best to contribute to the strengthening of our trust-based relations between Turkey and Japan.

Uzak coğrafyalarda hedef 10 milyar dolar ticaret

2021 yılında Türkiye'nin Japonya'ya ihracatı yüzde 9, ithalatı ise yüzde 22 civarında azalarak ticaret hacmi 4,4 milyar dolara geriledi. Buna göre Türkiye'nin 2021 yılı ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 20 artarak 530 milyon dolar olurken Japonya'dan ithalatı ise yüzde 17 arttı. İki ülke arasındaki ticarete hedefe 10 milyar dolar koymak ise güçlü ihtimal.



Target is 10 billion dollars of trade in distant geographies

DÜNYACA ünlü birçok teknoloji şirketine ev sahipliği yapan Japonya, teknolojideki gelişmişliğini tüketici elektroniği, otomotiv, yarı iletkenler, optik fiberler, elektrikli elektronik, biyokimya gibi birçok alana başarıyla uyguluyor. Japonya, dünyanın en büyük elektronik ürünler endüstrisine sahip ve en büyük üçüncü otomobil üreticisi.

Japonya, modern endüstrisi için gerekli olan demir, bakır ve alüminyum gibi maden cevherinde dışarıya bağımlı. Türkiye'den tedarikini yaptığı maden cevherleri ve demir çelik, Japonya'ya ihracatımızda ilk 10'da yer alan ve son 5 yılda yıllık ortalama yüzde 37-1 büyümeye gösteren ürün grupları. Japonya için devamlı bir talep oluşturan bu gruplar,

ülkeye ihracatımızın artması anlamında önemli bir potansiyel. 2021 yılında Türkiye'nin Japonya'ya ihracatı yüzde 9, ithalatı ise yüzde 22 azaldı. Buna göre ticaret hacmi 4 milyar dolara geriledi. Türkiye'nin 2021 yılı ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 20 artarak 530 milyon dolar olurken Japonya'dan ithalatı ise yüzde 17 artarak 4,4 milyar dolar oldu. Ancak uzmanların altını çizdiği en önemli konu toplam ticaret hacmimizin 10 milyar dolar seviyesine çıkarılabilecek olması.

MÜTEAHHİTLİK ALANINDA DA BÜYÜK BİR İŞBİRLİĞİ POTANSİYELİ VAR

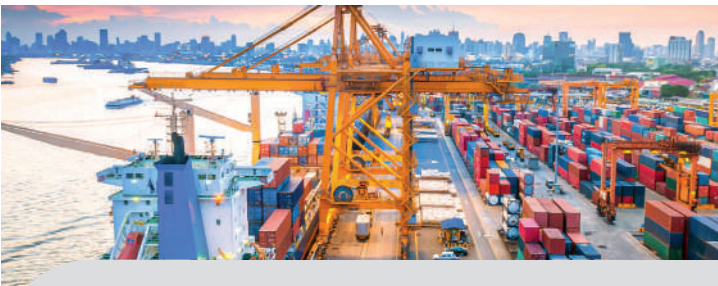
İki ülke arasında müteahhitlik

alanında da büyük bir işbirliği potansiyeli mevcut. Bugün Türk ve Japon müteahhitlik firmaları üçüncü ülkelerde ortak projeleri başarıyla gerçekleştiriyor. Bu alandaki işbirliği iki ülke arasındaki diğer konulardaki işbirliğini daha da geliştirecek ve bu bağlamda önemli bir katalizör olacak. Özellikle Sahraaltı Afrika, Orta Asya ve Ortadoğu'da Türk ve Japon iş dünyası için önemli işbirliği potansiyeli mevcut.

20 YILDA 3,28 MİLYAR DOLAR DOĞRUDAN YATIRIM

Japonya, ABD ve Çin'den sonra dünyanın üçüncü büyük ekonomisi. Japonya, otomotiv-yan sanayi, imalat sanayi, gıda ve altyapı sektörlerine özel ilgi gösteriyor.

2021 itibarıyla ülkemizde faaliyet gösteren 257 Japonya sermayeli firma var. Japonya'da bulunan Türk sermayeli şirket sayısı ise 4. Ayrıca, Japonya'daki vatandaşlarımız tarafından işletilen restoranlar ve küçük işletmeler de mevcut. Ülkemize 20 yılda 3,28 milyar dolar Japon kaynaklı doğrudan yatırım yapıldı. Japonya Uluslararası İşbirliği Ajansı (JICA) tarafından sağlanan kredilerle Haliç Köprüsü, Hasan Uğurlu Barajı, HES, Altınkaya Barajı ve HES ile II. Boğaz Köprüsü, Marmaray gibi önemli projelere finansman sağlandı.



Ne satıyoruz?

- Tekstil-konfeksiyon
- Makarna
- Balıkçılık ürünleri
- Otomotiv parçaları

Ne alıyoruz?

- Makine ve cihazlar
- Kimyasallar
- Otomotiv ürünleri
- Demir-çelik

There is also a great potential for cooperation in the field of contracting

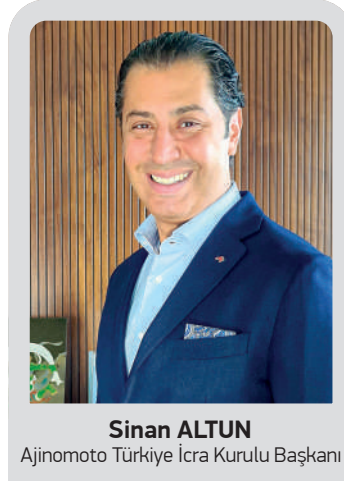
There is also a great potential for cooperation between the two countries in the field of contracting. Today, Turkish and Japanese contracting companies successfully carry out joint projects in third countries. Cooperation in this field will further develop cooperation between the two countries on other issues and will be an important catalyst in this context. There is significant cooperation potential for the Turkish and Japanese business world, especially in Sub-Saharan Africa, Central Asia and the Middle East.

3.28 billion dollars of direct investment in 20 years

As of 2021, there are 257 companies with Japanese capital operating in our country. The number of companies with Turkish capital in Japan is 4. In addition, there are restaurants and small businesses operated by our citizens in Japan. In 20 years, 3.28 billion dollars of direct investment from Japan was made in our country. With the loans provided by the Japan International Cooperation Agency (JICA), important projects like the Golden Horn Bridge, Hasan Uğurlu Dam, HEPP, Altınkaya Dam, II. Bosphorus Bridge with HEPP and Marmaray were financially provided for.

Global gıda devi Ajinomoto, Türkiye'de 150 milyon dolarlık yatırıma ulaştı

Halen 36 bölgede 120 fabrikada ürettiği gıda ürünlerini 135'ten fazla ülkede tüketicilere ulaştıran Ajinomoto, kuruluşundan bugüne 113 yılı geride bıraktı. Şirketin Türkiye'deki yatırımları 150 milyon doları aştı.



Sinan ALTUN
Ajinomoto Türkiye İcra Kurulu Başkanı

DÜNYANIN en büyük gıda firmalarından biri olan Ajinomoto, Türkiye'deki yatırımlarına 2011 yılında başladı. Ajinomoto'nun, Bizim Mutfak ve Kemal Kükrer markaları ile Türkiye'nin de en önemli gıda firmalarından biri olmayı başardığını belirten Ajinomoto Türkiye İcra Kurulu Başkanı Sinan Altun, "Türkiye, Ajinomoto için önemli bir konuma sahip, potansiyeli yüksek bir ülke. Ajinomoto'nun gücü ve global tecrübesi doğrultusunda Türkiye ve çevre ülkelerde yeni kategorilere girme fırsatlarını değerlendireceğiz" dedi.

Japon sermayesinin, Türkiye'nin genç nüfusuyla potansiyel vadeden özellikleri sebebiyle Türkiye'de yatırım yaptığını dile getiren Altun, "Genç, dinamik, üretime ve yeniliğe odaklı bir güce sahibiz ve genç bir nüfusla dünyaya açılmak Japonlar için çok önemli bir konu. Bugüne kadar Türkiye'de 150 milyon dolarlık yatırım yaptık. Her yıl yatırım yapmaya devam ediyoruz" bilgisini verdi.

Yeni fırsatların da mutlaka değerlendirileceğinin altını çizen Sinan Altun, "Yeni yatırımlara bakarken

hem Ajinomoto Türkiye olarak bizim hem de Ajinomoto Global'in katma değer sağlayacağı alanlara odaklanıyoruz. Bunu yaparken de Ajinomoto'nun Ar-Ge gücünü arkamıza alıyoruz" şeklinde konuştu.

"ORTALAMA HER 8 ÇALIŞANA 1 PATENT"

Altun, "Ajinomoto'da her 20 kişiden biri Ar-Ge'de görev alıyor. Bu güçlü Ar-Ge organizasyonu sayesinde Ajinomoto bünyesinde geliştirilen ürünlere ait 4 bin 300 patent bulunuyor. Böylece global olarak 33 binden fazla çalışanı

olan Ajinomoto'da yaklaşık her 8 çalışana bir tane patent düşüyor. Bilimin gücüne inanan Ajinomoto, bünyesinde hizmet veren bilim insanlarıyla insan sağlığı odağında, doğru beslenmeye katkıda bulunan ürünler sunuyor" yorumunda bulundu.



"Öncelik Türkiye pazarında inovatif ürünlerle ihtiyaca cevap vermek"

"Ajinomoto Türkiye olarak çok değerli iki ulusal marka olan Bizim Mutfak ve Kemal Kükrer markalarına sahibiz" diyen Sinan Altun, önceliklerinin bu iki köklü markayla pazara değer katacak inovatif ürünlerle tüketicilerin ihtiyaçlarına cevap vermek olduğunu bildirdi. Altun, orta ve uzun vadede Ajinomoto'nun Ar-Ge gücüyle global tecrübesi doğrultusunda Türkiye ve çevre ülkelerde yeni kategorilere girme fırsatlarını değerlendireceğini belirtti.

Global food giant Ajinomoto reached 150 million dollars investment in Turkey

Sinan Altun
Chief Executive Officer of Ajinomoto Turkey

Ajinomoto, one of the largest food companies in the world, started its investments in Turkey in 2011. Stating that Ajinomoto succeeded to become one of the most important food companies of Turkey with Bizim Mutfak and Kemal Kükrer brands, Chief Executive Officer of Ajinomoto Turkey, Sinan Altun, "Turkey is a country with high potential and important location for Ajinomoto. In line with Ajinomoto's R&D power and global experience, we will evaluate the opportunities to enter new categories in Turkey and its neighboring countries."

Stating that Japanese capital has invested in Turkey due to Turkey's young population and its potential promising features, Altun said, "We have a young, dynamic, production and innovation-oriented power, and opening up to the world with a young population is a very important subject for the Japanese. To this date, we have invested 150 million dollars in Turkey. We continue to invest every year."

"A patent for approximately every 8 employees"

Altun said, "One out of every 20 people in Ajinomoto works in R&D. Thanks to R&D organization, there are 4.300 patents for the products developed within Ajinomoto. Thus, in Ajinomoto, which has approximately 33 thousand employees globally, there is one patent for every 8 employees. Believing in the power of science, Ajinomoto offers products that contribute to proper nutrition with a focus on human health with its scientists."

Sinan Altun said, "As Ajinomoto Turkey, we have two very valuable national brands, Bizim Mutfak and Kemal Kükrer." He also stated that their priority is to meet the needs of consumers with innovative products that will add value to the market with these two well-established brands.

Altun stated that in the medium and long term, in line with Ajinomoto's R&D power and global experience, they will evaluate the opportunities to enter new categories in Turkey and the surrounding countries.

"ABD'den Çin'e dünyanın dört yanında dijital dönüşüm gerçekleştiriyoruz"

Japonya merkezli dünyanın en büyük teknoloji şirketlerinden biri olan NTT DATA Business Solutions, Türk danışmanlar ile yurtdışındaki birçok şirketin dijital dönüşüm süreçlerini yöneterek önemli projelere imza atıyor.

NTT DATA Business Solutions Türkiye ve MENA CEO'su Dr. Abdülbahri Danış, NTT Group şirketi olan Tokyo merkezli NTT DATA'nın, yenilikçi yaklaşımlarıyla, IT ve kurumsal hizmetler alanında dünya çapındaki öncü şirketler arasında yer aldığını söyledi.

Danışmanlık hizmetleri, endüstriyel çözümler, iş süreci optimizasyonu, dijital servisler, IT modernizasyonu ve yönetilen hizmetler aracılığıyla müşterilerinin dönüşüm süreçlerine yardımcı olduklarını belirten Danış, müşterilerinin ve toplumun dijital bir geleceğe güvenle ilerlemesini sağladıklarını kaydetti.

Kurumların uzun vadeli başarısına odaklandıklarına vurgu yapan Danış, "NTT DATA, 139.000 çalışanı ile 50'den fazla ülkede hizmet verdiği müşterisi için küresel erişimi yerel iş ihtiyaçlarıyla birleştiriyor. Yılda 3.6 milyon dolar Ar-Ge yatırımı yapan NTT DATA aynı zamanda dünyanın en büyük 10 IT hizmet sağlayıcısından biri olarak faaliyet gösteriyor" diye konuştu.

30'U AŞKIN ÜLKEDE

Danış, Türkiye'de 2012'de faaliyete başlayan NTT DATA Business Solutions Türkiye'nin ilk dönem 150 kişilik olan ekibin, bugün bin 650 kişilik büyüklüğe ulaştığını kaydetti.

Türkiye'nin yanı sıra 30'u aşkın ülkede kurumların dijital dönüşüm hikayelerini oluşturmak için uçtan uca danışmanlık ve süreç yönetimi sağladıklarını anlatan Abdülbahri Danış, "Yeni nesil teknoloji uygulamaları ve SAP uygulamalarında pazar lideri olan NTT DATA Business Solutions Türkiye, genç, dinamik ve uzman ekibiyle kurumsal yazılım çö-



zümleleri ve danışmanlık hizmetleri veriyor" dedi.

Kurumlara, dijital dönüşüm konusunda uçtan uca teknolojik çözümler sunduklarını ve rehberlik ettiklerini söyleyen Danış, Sanayi Bakanlığı'nın onayı ile kurulan Ar-Ge merkezi aracılığıyla sürdürülebilir insan hayatı için yeni nesil teknolojiler geliştirdiklerini aktardı.

"2025 YILI SONUNA KADAR CİROMUZU 2 KAT ARTIRMAYI HEDEFLİYORUZ"

Türkiye'deki büyük grup şirketleri ile yenilikçi teknolojileri buluşturdıkları bilgisini veren Abdülbahri Danış, "Aynı zamanda KOBİ'lerin de dijitalleşme süreçlerinde onlara yol arkadaşlığı yapıyoruz. Dünyanın her yerinde Türk danışmanlarımız ile birlikte değer üreten projeler gerçekleştiriyoruz" dedi.

ABD, İngiltere, Norveç, Japonya, Birleşik Arap Emirlikleri ve Çin'de



Dr. Abdülbahri DANIŞ
NTT DATA Business Solutions
Türkiye ve MENA CEO'su

dünyanın dört bir yanında dijital dönüşüm hayata geçirdiklerini ifade eden Danış, "2021 yılını 800 milyon TL'lik bir ciro ile kapattık. Her sene ortalama yüzde 30-40 oranında büyüme kaydediyoruz. 2025 yılı sonuna kadar ciromuzu 2 kat artırmayı hedefliyoruz" diye konuştu.



Abdülbahri Danış, Sanayi Bakanlığı'nın onayıyla kurulan Ar-Ge merkezi aracılığıyla sürdürülebilir insan hayatı için yeni nesil teknolojiler geliştirdiklerini aktardı.

"MENA bölgesinde de önemli oyunculuk yolunda ilerliyoruz"

Türkiye ile eş zamanlı olarak yönetimini üstlendikleri MENA bölgesinde de Türkiye'de olduğu gibi sektörün en önemli oyuncusu olma yolunda ilerlediklerini söyleyen Abdülbahri Danış, şunları söyledi: "Tüm gelecek hedeflerimizi, geleceğin toplumunu müşterilerimizle birlikte şekillendirmek ve uzun vadeli ilişkilere dayalı değer yaratarak sürdürülebilir kalkınma amaçlarına ulaşılmasına katkı sağlamak bakış açısıyla oluşturuyoruz. Oluşturduğumuz değer önerilerini global mükemmellik merkezimizden (CoE) yararlanarak ve farklı bölgelerde de yaygınlaştırarak müşterilerimizi bir bütün olarak destekliyoruz."

"We carry out digital transformation all over the world from USA to China"

Dr. Abdülbahri Daniş
NTT DATA Business Solutions
Turkey and CEO of MENA

NTT DATA Business Solutions Turkey and CEO of MENA Dr. Abdülbahri Daniş said that Tokyo-based NTT DATA, a company of NTT Group, is among the leading companies worldwide in the field of IT and corporate services with its innovative approaches.

Stating that they help their customers in their transformation processes through consultancy services, industrial solutions, business process optimization, digital services, IT modernization and managed services, Daniş noted that they enable their customers and society to move forward with confidence to a digital future.

Emphasizing that they focus on the long-term success of institutions, Daniş

said, "NTT DATA is combining global reach with local business needs for its customers, which it serves in more than 50 countries with its 139.000 employees. NTT DATA, which makes an annual R&D investment of 3.6 million dollars, also operates as one of the 10 largest IT service providers in the world."

In more than 30 countries

Explaining that they provide end-to-end consultancy and process management to create the digital transformation stories of institutions in more than 30 countries besides Turkey, Abdülbahri Daniş said, "NTT DATA Business Solutions Turkey, the market leader in new generation technology applications and SAP applications, offers corporate software solutions and consultancy services with its

young, dynamic and expert team."

Stating that they provide end-to-end technological solutions and guide institutions in digital transformation, Daniş stated that they have developed new generation technologies for sustainable human life through the R&D center established with the approval of the Ministry of Industry.

"We aim to double our turnover by the end of 2025"

Abdülbahri Daniş said, "At the same time, we provide companionship to SMEs in their digitalization processes. We carry out projects that create value together with our Turkish consultants all over the world."

Stating that they have implemented digital transformation all over the world in the USA, England, Norway, Japan, United

Arab Emirates and China, Daniş said, "We closed the year 2021 with a turnover of 800 million TL. We are growing at an average of 30-40% every year. We aim to double our turnover by the end of 2025."

"We are on the way to become an important player in the MENA region as well"

Stating that just like in Turkey, they are on the way to become the most important player of the sector in the MENA region, which they manage simultaneously with Turkey, Abdülbahri Daniş said; "We set all our future goals with the perspective of shaping the society of the future together with our customers and contributing to the achievement of sustainable development goals by creating value based on long-term relationships."

Alacalı 140 milyar dolarlık Japon devi ESR'ye 'gerilmeli' eleman üretti

Prekas beton imalatında İstanbul Yeni Havalimanı dahil önemli projelere imza atan Alacalı İnşaat, 140 milyar dolarlık büyüklüğüyle dünyanın önde gelen gayrimenkul yatırımcısı olan Japon ESR'ye de ard germeli önerilmeli prekast eleman üretti. Alacalı, Tekirdağ Muratlı'da yaklaşık 7 bin metrekarelik kapalı alana sahip yeni bir fabrika inşa edecek.

TEKİRDAĞ merkezli Alacalı İnşaat'ın ürettiği prekast elemanlar, lojistik tesisler ve merkezler geliştiren Japon ESR grubu tarafından gerçekleştirilen projelerde kullanılıyor.

Bugüne kadar Asya'nın en büyük yüzölçümüne sahip olan "ESR Amagasaki Dağıtım Merkezi" dahil Japonya'da toplam 25 lojistik tesisi hayata geçiren ESR'nin bütçe büyüklüğü 140 milyar dolara

ulaşmış durumda.

ÖZEL BİR TEKNOLOJİYLE DENETLENİYOR

Burada üretilen prekast elemanların kalite kontrol denetimleri, Alacalı ve Japon ortağı Kurosawa Construction şirketi arasında online olarak yapılıyor.

Alacalı'nın yaptığı üretim, Kurosawa şirketinin geliştirdiği özel bir teknolojiyle denetleniyor.

Kullanılan RIP Programı sayesinde üretimlerdeki tüm veriler anlık olarak tablete aktarılıyor.

Tekirdağ Muratlı'da yaklaşık 7 bin metrekarelik kapalı alana sahip yeni bir fabrika inşa eden Alacalı İnşaat, bu fabrikasında, prekast elemanları Japon standartlarına uyumlu olarak üretiyor. 31 Ocak 2022'de açılışı yapılan tesiste üretilen Türk imalatı prekast elemanlar da Japonya'da ilk kez kullanıldı.

Alacalı produced 'strain' element for Japanese giant ESR which is worth 140 billion dollars

The precast elements produced by Tekirdağ-based Alacalı İnşaat are used in projects carried out by the Japanese ESR group, which develops logistics facilities and centers.

ESR, which has implemented 25 logistics facilities in Japan, including the "ESR Amagasaki Distribution Center", which has the largest surface area in Asia, has reached a budget of 140 billion dollars.

Controlled by a special technology

Quality control evaluations of the precast elements produced here are being made online between Alacalı and its Japanese partner Kurosawa Construction. Alacalı's production is controlled by a special technology developed by the Kurosawa company.

Having built a new factory with a closed area of approximately 7 thousand square meters in Muratlı, Tekirdağ, Alacalı İnşaat produces precast elements in accordance with Japanese standards in this factory.

SMC Türkiye'ye çalışan memnuniyetinde uluslararası geçerliliği olan sertifika

Türkiye'ye 1993 yılında giren endüstriyel otomasyon ekipmanları üreticisi SMC, 2011 yılından bu yana SMC Türkiye olarak faaliyet gösteriyor. Şirket, 22 bin metrekare kapalı alana sahip yeni hizmet tesisini 2023 yılı ocak ayında devreye alacak. Firma, aynı zamanda 700 bini aşan çeşitliliğiyle geniş ürün yelpazesine sahip.

DÜNYA genelinde yüzde 38'lik pazar payıyla pnömomatik sektörde lider konumda olduklarını belirten SMC Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Turgay Uçar, 1959 yılında Japonya'da kurulan firmanın 5.35 milyar dolarlık ciroya ulaştığını kaydetti.

Şirketin 83 ülkede 21 binin üzerinde çalışanın yanı sıra 34 ülkede de fabrikası bulunduğu bilgisini veren Uçar, Ar-Ge personeli sayısının bin 700, bu alandaki harcamanın ise 200 milyon dolar olduğunu bildirdi.

"SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜME VE TEKNOLOJİK YENİLİK"

SMC'nin CO2 azaltımıyla yeni ve daha çevreci çözümler geliştirmeyi amaçladığını vurgulayan Uçar, "Kapsamlı yaklaşımımızın temel bileşenlerinden biri, kompakt ve hafif ürünleri geliştirmek. Daha küçük, daha hafif ürünler yapmak için daha az hammadde ve işlemek için daha az zaman gerektiriyor. Ek olarak, ürünlerin kendileri daha az enerji kullanılıyor. Tüm bu çabalar, CO2 emisyonlarının azaltılmasına katkıda bulunuyor" dedi.

Sürdürülebilir büyüme ve teknolojik yeniliklerin geliştirilmesi ne katkıda bulunduklarına değinen Uçar, "SMC, otomasyonu destekleyen kapsamlı bir otomatik kontrol ekipman üreticisi olarak dünyanın herhangi bir yerindeki müşterilerimizin ihtiyaçlarını karşılayan ürünleri ve hizmeti anında sunuyor" ifadesini kullandı. Uçar, her yıl yaptıkları anketlerde %92'inin üzerinde



Turgay UÇAR
SMC Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı & Genel Müdürü



SMC ürünlerini rakiplerinden ayırtan en önemli özelliklerin yenilikçi ve kaliteli üretim olduğunun altını çizen Turgay Uçar, 700 bini aşan çeşitliliğiyle en geniş ürün yelpazesine sahip olduklarını söyledi.

bir müşteri memnuniyeti sağladıklarını belirtti ve "Çalışan Memnuniyeti ile ilgili en son yapılan anket ile Great Place to Work sertifikasını kazanan ve en yüksek puanı alan şirketlerden birisi olduk" dedi.

"Ocak 2023'te yeni merkezimizde hizmet vermeye devam edeceğiz"

Türkiye pazarına 1993 yılında adım atan, 2011 yılında ise yüzde 100 kendi sermayesiyle SMC Türkiye'yi kuran SMC'nin büyüme ivmesini artırdığını vurgulayan Turgay Uçar şunları söyledi: "İstanbul Arnavutköy-Deliklikaya Organize Sanayi'de başladığımız 22 bin metrekarelik kapalı alana sahip yeni merkezimizde ocak 2023 itibarıyla daha güçlü şekilde hizmet vermeye devam edeceğiz. Yeni merkezimizde büyük bir depo, üretim alanı, büyük bir showroom, eğitim ve seminer odaları, konferans salonu, artan iş hacmiyle daha büyük stok ve üretim alanına sahip olacağız."



Certificate with international validity to SMC Turkey on satisfaction of employees

Turgay Uçar

SMC Turkey President & General Manager

Stating that they are in the leading position in the pneumatic industry with a market share of 38 percent worldwide, SMC Turkey Automation Chairman of the Board Turgay Uçar noted that the company, which was founded in Japan in 1959, reached a turnover of 5.35 billion dollars.

Noting that the company has over 21 thousand employees in 83 countries and factories in 34 countries, Uçar stated that the number of R&D personnel is 1.700 and the expenditure in this area is 200 million dollars.

"Sustainable growth and technological innovation"

Emphasizing that SMC aims to develop new and more environmentally friendly solutions with CO2 reduction, Uçar said, "One of the key components of our comprehensive approach is the design of compact and lightweight products. It requires less raw materials to make smaller, lighter products and less time to process. In addition, the products themselves use less energy."

"We will continue to operate in our new center in January 2023"

Emphasizing that SMC, which stepped into the Turkish market in 1993 and established SMC Turkey with 100 percent of its own capital in 2011, increased its growth momentum, Turgay Uçar said, "As of January 2023, we will continue to serve more strongly in our new center with a closed area of 22 thousand square meters, which we started in Istanbul Arnavutköy-Deliklikaya Organized Industry. In our new center, we will have a large warehouse, production area, a large showroom, training and seminar rooms, a conference hall, and a larger stock and production area with increased business volume."

Yusen İnci Lojistik, müşterilerin global lojistik ihtiyacını karşılıyor

Ryoko Kosha adıyla 1955'te Japonya'da faaliyete başlayan Yusen Lojistik, 2012'te Yusen Logistics Turkey adıyla girdiği Türkiye pazarında yoluna 2017 yılında İnci Holding'in iştiraki olan İnci Lojistik ile güçlerini birleştirerek devam etti. Firma, uluslararası deniz, hava, kara taşımasında ve son destinasyon ülkedeki depolama hizmetleriyle öne çıkıyor.

YUSEN Lojistik ile İnci Lojistik birlikteliğinin Türkiye'deki müşterilerin global pazardaki ihtiyaçlarını karşıladığını belirten Yusen İnci Lojistik Genel Müdürü Hakan Meriç, aynı zamanda global müşterilerin de Türkiye'deki ihtiyaçlarının karşılandığını söyledi.

Genel merkez İstanbul'un yanı sıra satış ve operasyon faaliyetlerini İzmir, Bursa ve Manisa bölge ofisleri, havalimanı ofisleriyle yürüttüklerini belirten Meriç, "Manisa ve Kemalpaşa'da 40 bin metrekare depolama alanlarımızla hizmet veriyoruz" dedi.

Şirketin özellikle uluslararası deniz, hava, kara taşımasında ve son destinasyon ülkedeki depolama hizmetleriyle son teslimatta fark yaratabildiklerini belirten Hakan Meriç, "Başta otomotiv, sağlık, havacılık endüstrisi, teknoloji, gıda ve perakende sektörleri olmak üzere pek çok sektöre özel çözümlerle katma değerli hizmetler yaratıyoruz" diye konuştu.

GLOBAL HALKANIN ZİNCİRİ

Yusen Logistics olarak 46 ülkede ofisi, 25 bin çalışanı, 500'ü aşkın lojistik üssü ve 2,90 milyon metrekare depolama alanlarıyla, dünyanın ilk 15 lojistik şirketi arasında yer alan global bir halkanın zinciri konumunda olduklarının altını çizen Meriç, "Genel olarak Uzakdoğu, Avrupa, Ortadoğu, Kuzey Afrika, Amerika ile Türkiye arasında uluslararası deniz, kara ve hava yolu taşıma ve depolama hizmetleri veriyoruz. Beraberinde tedarik süreç-



Hakan MERİÇ
Yusen İnci Lojistik
Genel Müdürü



Hakan Meriç, Yusen Logistics olarak 46 ülkede ofisi, 25 bin çalışanı, 500'ü aşkın lojistik üssü ve 2,90 milyon metrekare depolama alanlarıyla dünyanın ilk 15 lojistik şirketi arasında yer aldıklarını anlattı.

lerinin iyileştirilmesi, yeni tedarik zinciri süreçlerinin kurgulanması ve uygulamaya geçirilmesi konusunda yönetim ve mühendislik danışmanlığı hizmetlerinde faaliyet gösteriyoruz" dedi.

"Hedef ilk 10 hizmet sağlayıcısı arasına girmek"

Hakan Meriç, Yusen İnci Lojistik'in kaliteyle değer beklentisi yüksek olan pazarda uluslararası ve yurtiçi lojistik hizmetlerde Türkiye'de ilk 10 lojistik hizmet sağlayıcısı arasında olmayı planladığına değindi. Teknoloji ve dijital dönüşümle ilgili sadece Türkiye olarak değil globalde birçok hedeflerinden bahseden Hakan Meriç, araçların ve ürünlerin takibini kolaylaştıran çözümlere de vurgu yaptı.

Yusen İnci Logistics meets the global logistics needs of customers

Hakan Meriç

Yusen İnci Logistics General Manager

Stating that the cooperation of Yusen Logistics and İnci Logistics meets the needs of customers in Turkey in the global market, Yusen İnci Logistics General Manager Hakan Meriç said that the needs of global customers in Turkey are also met.

Stating that they carry out their sales and operation activities with their İzmir, Bursa and Manisa regional offices and airport offices in addition to their headquarters in İstanbul, Meriç said, "We serve with our 40 thousand square meter storage areas in Manisa and Kemalpaşa."

Stating that the company can make a difference in the final delivery, especially in international sea, air, land transportation and storage services in the final destination country, Hakan Meriç said, "We create value-added services with special solutions for many sectors, especially the automotive, health, aviation industry, technology, food and retail sectors."

The chain of the global ring

Emphasizing that, as Yusen Logistics, they are in the position of a chain in global ring which is among the top 15 logistics companies in the world with their offices in 46 countries, 25 thousand employees, more than 500 logistics bases and 2.90 million square meters of storage areas, Meriç said, "In general, we provide international sea, land and air transportation and storage services between Far East, Europe, Middle East, North Africa, America and Turkey. We also provide management and engineering consultancy services for improving supply processes, designing and implementing new supply chain processes."

Hakan Meriç explained that as Yusen Logistics, they are among the top 15 logistics companies in the world with offices in 46 countries, 25 thousand employees, more than 500 logistics bases and 2.90 million square meters of storage areas.

"Sadece Türkiye'ye doğrudan yatırım değil, üçüncü ülkelerde birlikte büyümek istiyoruz"

MOL Turkey Denizcilik ve Lojistik Genel Müdürü Satoshi Katada, Karadeniz Holding ile Afrika'da yürütülen LNG yakıtlı yüzer elektrik santrali projesi gibi diğer ülkelerde yeni işbirlikleri geliştirmeyi planladıklarını söyledi. Katada, "Sadece Türkiye'ye doğrudan yatırım yapmayı değil Türk şirketleriyle işbirliği içinde olan diğer ülkelerde de iş geliştirmek istiyoruz" dedi.



Satoshi KATADA
MOL Turkey Denizcilik ve Lojistik
Tic. A.Ş. Genel Müdürü



"We want to grow together in third countries, not just direct investments in Turkey"

Satoshi Katada
General Manager of MOL Turkey
Denizcilik ve Lojistik Tic. A.Ş.

KÜRESEL denizcilik şirketlerinden MOL'un Türkiye operasyonu olan MOL Turkey Denizcilik ve Lojistik Tic. A.Ş. Genel Müdürü Satoshi Katada, salgın döneminde işlerinin büyük oranda aksadığını ancak yeni dönemde ilerleme sağladıklarını belirtti.

Karadeniz Holding ile Afrika'da yürütülen LNG yakıtlı yüzer elektrik santrali projesi gibi üçüncü ülkelerde yeni işbirlikleri geliştirmeyi planladıklarını söyleyen Katada, "Sadece Türkiye'ye doğrudan yatırım yapmayı değil Türk şirketleriyle işbirliği içinde olan diğer ülkelerde de iş geliştirmek istiyoruz" dedi.

MOL Group'un 2017'de Türkiye'de temsilcilik açtığını, iş potansiyelini görmesiyle 2019'da MOL Türkiye'yi şirket olarak kurduklarını kaydeden Satoshi Katada, geçen dönem içinde, BOTAŞ için dünyanın en büyük FSRU gemisinin kiralandığını, Karadeniz Holding ile ortak yürütülen LNG yakıtlı yüzer elektrik

santrali projesinin ise başarıyla devam ettiğini belirtti.

2050'DE SIFIR SERA GAZI

Yeşil dönüşüm çerçevesinde emisyonlu taşımacılık hedeflerinin bulunduğunu kaydeden Satoshi Katada, "Mitsui O.S.K. Lines Ltd.(MOL), dünyanın en büyük ticari filolarından birine sahip. Kapsamlı güvenlik yaklaşımıyla çeşitli taşımacılık ihtiyaçlarını karşılayan çok modlu bir grup. 130 yıllık geçmişinde tüm taşımacılık varlığının kaybı gibi dönemler de

yaşadı, ancak MOL meydan okuma ve yenilik ruhuyla dünyanın en büyük tam hatlı deniz taşımacılığı gruplarından biri haline geldi. Çevre duyarlılığı doğrultusunda, 'emisyonlu taşımacılık' için çalışıyoruz. 2050'de sıfır sera gazı emisyonu salınımı hedefliyor, ağır yakıt ve LNG yerine geçecek yenilenebilir enerji türevi yakıtları araştırıyoruz. Biz de aktif olarak bu yakıtların üretimi, taşınması, depolanması gibi konularda Türk şirketleri ile ortak çalışma yapmak isteriz." açıklamasını yaptı.

Yaratıcı yan hizmetler

MOL Group'un genel hizmetlerinin yanı sıra sökülen gemilerin, kullanılabilir ikinci el malzemelerinin satılacağı e-ticaret sitesi gibi yaratıcı yan hizmetlerin başladığını belirten Katada, "Türkiye'deki denizcilik endüstrisini Japonya'daki taşımacılık endüstrisine tanıtmak istiyoruz. Japonya ve Türkiye'yi birbirine bağlayan işlerin yanı sıra lojistik gibi herkes için faydalı işler yapmaya devam etmek istiyoruz. Türk şirketlerinin iş yapma hızları ve kararlılığından çok etkileniyoruz" dedi.

Satoshi Katada, the president of MOL Turkey Shipping & Logistics, Trading Co., who promotes the business of the MOL Group and operates the businesses worldwide in Turkey, established a representative office in Turkey in 2017 and established MOL Turkey in 2019. So far, MOL has chartered the world's largest FSRU to BOTAŞ, and is jointly promoting an off-shore power generation business using LNG as fuel with Karadeniz Holding.

Due to the affect of the pandemic, MOL Turkey could not realize some initial business, but on the contrary, we started to get involved in the ship recycling business that expanded due to the affect of the pandemic and we have started to sell secondhand materials from demolished ships through e-commerce website.

Satoshi Katada stated that he wants to expand E-Commerce Business and promote Turkish Maritime industries to Shipping Industry in Japan and he wants to do business with Turkish companies in other markets, such as Africa, like the collaboration with Karadeniz Holding.

Zero greenhouse gases by 2050

Satoshi Katada said that Mitsui O.S.K. Lines Ltd. (MOL) is a multimodal group that meets a variety of transportation needs with a comprehensive security approach. Throughout 130 years of history with the spirit of challenge and innovation, MOL has grown into one of the largest full-line shipping groups in the world.

Katada also said that MOL should be the leader in green transformation as the world's largest commercial fleet operator and MOL has set a challenging goal of zero greenhouse gases by 2050. For achieving this goal, the most important thing is to find the fuels obtained from renewable energies as an alternative to heavy oil and LNG. When such new fuels are used on ships, we would like to actively collaborate with Turkish companies to work on the production, transportation, storage etc.

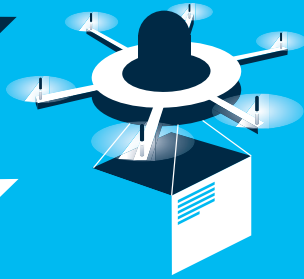
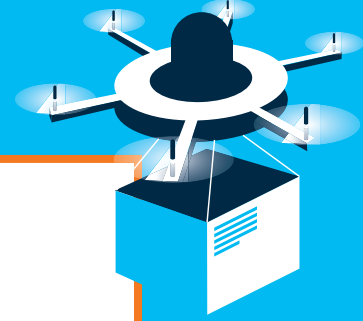
ÖNGÖRÜLEMİYEN GELECEK UYARLANABİLİR BİR STRATEJİ GEREKTİRMEZ Mİ?

Daha yüksek tüketici beklentileri ve yıkıcı iş modelleri, küresel ticaretin baskılarını daha yoğun ve daha az öngörülebilir hale getirerek yerleşik pazarları tehdit ediyor.

Bu da, yenilikçi ve esnek stratejilerle bir adım önde olmanız gerektiği anlamına geliyor.

Özel tedarik zinciri çözümleri aracılığıyla işletmenizin çalışma şeklini en iyi hale getirerek size yardımcı olmak için burdayız.

Böylece gelecek ne getirirse getirsin, buna hazırlıklı olacaksınız!



Fırsatları yakalamak için
info@tr.yusen-logistics.com
0212 259 3777
www.yusen-logistics.com


Yusen Logistics

INSIGHT INTO ACTION

A Joint Venture of Yusen Logistics and Inci Holding

NTT Data

Trusted Global Innovator

NTT DATA Business Solutions Türkiye olarak, 1600'den fazla çalışanımızla, kurumsal iş uygulamaları ve yeni nesil teknoloji çözümlerimizle; başta SAP uygulamaları olmak üzere sunduğumuz yazılım teknolojilerinin tasarımını, uygulamasını ve yönetimini gerçekleştiriyor, bu çözümleri kurumların ve kurum çalışanlarının iş ihtiyaçlarını en üst seviyede karşılayacak ve geliştirecek şekilde zenginleştiriyoruz.

Geleceği Değere Dönüştürüyoruz.

Japonya'dan Türkiye'ye Uzanan Teknoloji ve İnovasyonun Gücü Bir Bakışta NTT DATA



>139,000
TEKNOLOJİ
UZMANI



\$21 MİLYAR
YILLIK CİRO



50'DEN FAZLA
ÜLKEDEN HİZMET
MERKEZİ



GARTNER'IN EN BÜYÜK
10 IT SAĞLAYICISI
SIRALAMASINDA #6



YILLIK \$3.6 MİLYAR
AR-GE YATIRIMI

