

DÜNYA

ŞUBAT/FEBRUARY 2021

ülke

Japonya

Japan

**10 milyar dolarlık dış ticaret ve
500 bin turist hedefi...**

Foreign trade of 10 billion dollars and
500 thousand tourists target...

İkili ilişkilerde YENİ DÖNEM

New era in bilateral relations

PEKİ TEDARİK ZİNCİRİNİZ BİR HAYAT KURTARABİLSEYDİ?

Gelecekte ilaç sektörü, sadece bir ilaçtan daha fazlasından sorumlu olacak. Geciken sevkiyatın veya hasarlı malların sonuçları çok ciddi olabilir.

Önceliğimiz; küresel ilaç ağımızın, tüm ürünlerin güvenli geçişini ve teslimatını sağlarken, yönetmeliğe uygun bir şekilde tedarik zincirimizdeki riskleri en aza indirmektir. Böylece daha fazla insan, daha mutlu ve sağlıklı yaşamaları için ihtiyaçları olan tedaviye ulaşabilir.

www.yusen-logistics.com
info@tr.yusen-logistics.com
+90 212 259 3777

Yusen İnci Lojistik ve Tic. A.Ş
A Joint Venture of Yusen Logistics and Inci Holding

**Yusen Logistics**
INSIGHT INTO ACTION



Japon Teknolojisi Her Zaman Kaliteli, Her zaman Güvenilir!

Japonya merkezli SMC şirketi, sunduğu inovatif endüstriyel otomasyon çözümleri, yüksek kalite ve teknolojisi ile Türk Sanayi ve Sanayicisinin her zaman yanındadır...



Daha detaylı bilgi için:

SMC Turkey Otomasyon A.Ş.

Halkalı Merkez Mahallesi, Basın Ekspres Yolu,

Capital Tower No:9 Kat:11, 34303, Küçükçekmece – İstanbul

 Tel: +90 212 489 0 440 Tel: +90 212 472 52 52 Fax: +90 212 489 0 437

E-mail:satis@smcturkey.com.tr <http://www.smcturkey.com.tr>





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

Görsel Yönetmen:
Ali Bayram

Editör:
Deniz Bilgen

Tasarım:
Okay Lafçioğlu

Hazırlayan:
Yeşim Ardıç

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 Mahallesi
Matbaacılar
Sitesi 4. Cadde No:124
Bağcılar / İST.
Tel: (0212) 629 07 47-
629 01 57

SERTİFİKA NO: 46375

İçindekiler / Contents

06 ► 10 milyar dolarlık dış ticaret ve 500 bin turist hedefi... / Foreign trade of 10 billion dollars and 500 thousand tourists target...

08 ► STA iki ülke ticaret ve yatırım ilişkilerine ivme kazandıracak / FTA will accelerate trade and investment relations between two countries

10 ► "Türkiye, Japon firmaları için çekici bir ihracat noktası" / "Turkey is an attractive export destination for Japanese companies"

12 ► "Üçüncü ülkelerde ortak işbirliği imkanları değerlendiriliyor" / "Joint cooperation opportunities are being evaluated in third countries"

14 ► JETRO İstanbul yeni işbirliği alanlarını mercek altına aldı / JETRO İstanbul scrutinized the new areas of cooperation

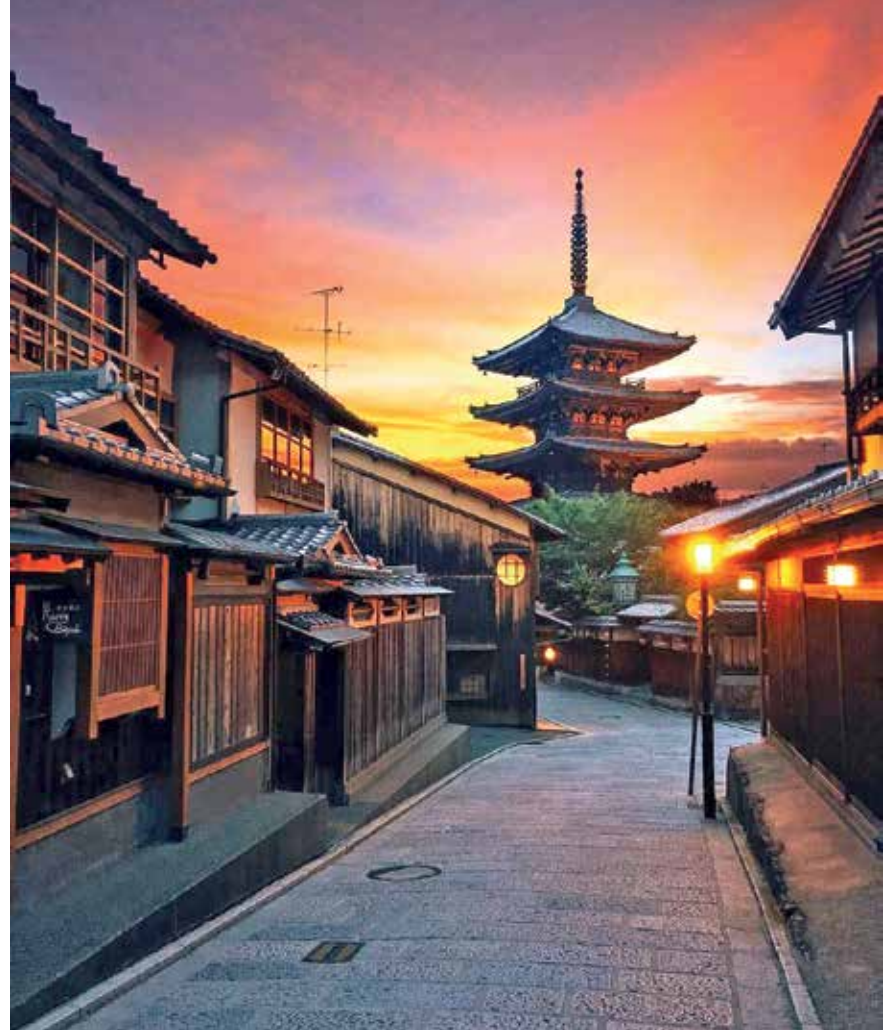
15 ► JICA, Türkiye ile stratejik ortaklığı derinleştirmeyi öngörüyor / JICA envisages to deepen the strategic partnership with Turkey

16 ► Japon şirketler üçüncü ülkelerde Türk şirketleriyle büyümek istiyor / Japanese companies want to grow in third world countries with Turkish companies

17 ► Balık sattık makine aldık / We sold fish, bought a machine

18 ► SMC'nin dev yatırımı 2022'de devreye giriyor / Huge investment of SMC is coming into effect in 2022

19 ► MOL, Türkiye'de denizcilik, gıda ve turizmde yatırım için çalışmalarını sürdürüyor / MOL continues to its studies for investment in tourism, food and maritime in Turkey



20 ► Yusen İnci, 46 ülkede global lojistik ihtiyacını karşılıyor / Yusen İnci meets global logistics needs in 46 countries

21 ► Tosyalı Toyo, 3 yılda 500 milyon dolarlık ithalatı ikame etti / Tosyalı Toyo substitutes 500 million dollars of imports in 3 years

22 ► Daikin Türkiye, 53 milyon dolarlık dev yatırıma hazırlanıyor / Daikin Turkey is preparing for the giant investment of 53 million dollars

23 ► Alacalı, Japon teknolojiyle üretip Japonya'ya satıyor / Alacalı produces with Japanese technology and sells to Japan

with Japanese technology and sells to Japan

24 ► Abdi İbrahim Otsuka, inovatif projelere odaklandı / Abdi İbrahim Otsuka focused on innovative projects

25 ► Hitachi Europe Türkiye, teknoloji ve otomasyona odaklı / Hitachi Europe Turkey is focused on technology and automation

26 ► Toyota Otomotiv, Türkiye'de üretip 150 ülkeye ihraç ediyor / Toyota Motor produces in Turkey and exports to 150 countries

DAIKIN

Doğru Hava Uzmanı

**6 YIL
TAM
GARANTİ**

DÜNYANIN
EN AZ YER KAPLAYAN KOMBİSİ

**DAIKIN
KOMBİ**

• Çok tasarruflu • Çok sessiz

Çağrı Merkezi **444 999 0** • daikin.com.tr

10 milyar dolarlık dış ticaret ve 500 bin turist hedefi...

JAPONYA:

Yüzölçümü yarımız...

Nüfusu 1.5 katımız...

Doğal kaynakları yok...

İhracatı, ithal ürünlere bağlı...

7 bine yakın adadan oluşması nedeniyle "yüksek maliyetli yaşamı", coğrafik zorlukları var...

Pazarlara uzak...

Deprem, volkanik patlamalar, tsunami gibi doğal afetlere açık...

Yüzde 70'i dağlık (çoğu volkanik) olduğu için tarım da yapamıyor...

Ama...

Dünya ihtiyacına göre üretip, satıyor...

Kişi başı gelir bu sayede 43 bin doları buluyor...

Nedeni basit...

Japonya'da, okullarda "hizmetli" kadrosu bulunmuyor...



Ferit PARLAK
DÜNYA Gazetesi Ankara Temsilcisi

Tuvalet temizliğinden cam silmeye kadar tüm işler öğrenci/öğretmen işbirliğiyle yapılıyor...



Doğal kaynakları olmayan Japonya'nın ihracatı ithal ürünlere bağlı. Küresel pazarlara uzaklığı başka bir dezavantaj olarak öne çıksa da Japonya, dünya ihtiyacına göre üretip ihraç ediyor. Dış ticaret sayesinde ülkenin kişi başına geliri 43 bin dolar seviyesinde...

Kirletirse, temizleyecek olanın kendisi olduğunu biliyor...

Okültürle büyüyor...

Ve...

İlkokullarda atölye çalışmaları teşvik ediliyor...

Atölyede daha fazla kalan, çabalayan çocuklara daha iyi liseye/üniversiteye gitme garantisi sunuluyor...

Bu kültüre rağmen, Japonya'nın borcunun yüksek olduğu sıklıkla dillendiriliyor...

Ama uluslararası yatırımlarına bakıldığında bu borcunun ödenebilir miktarda olduğu da biliniyor...

Eğitim, Japon turisti çekme hedefinden, Japonya ile olan ikili ticaret hacmi hedefine kadar her alanda önem taşıyor...

Yaklaşık 25 milyon Japon turist

her yıl yurtdışına çıkıyor ve sayı her yıl artıyor...

Türkiye'ye gelen Japon turist sayısı ise her yıl düşüyor...

Resmi rakamlar Japon turist sayısının 2014'te 150 binlerigörüşken, 2015'te 100 bine, 2016'da 49 bine, 2017'de 44 bine ve en son geçtiğimiz yıl 18 bine düştüğünü gösteriyor...

Toplam sayıdan yüzde 2-3 pay (500 bin) alabilmemizin yolu ise tanıtımın yanı sıra, Japonca bilen gençlerimizin sayısını yükseltmekten yani eğitimin niteliğini ve çeşitliliğini artırmaktan geçiyor...

Aynı şekilde, 2020'de 6 milyar doları aşarak rekora koşan ikili ticareti, karşılıklı yatırımları da artırarak 10 milyar dolar hedefine ulaştırma da, bu yıl imzalanması beklenen Serbest Ticaret Anlaşması'nın yanı sıra, dil bilen gençlerin "katalizör" olacağı biliniyor...

Foreign trade of 10 billion dollars and 500 thousand tourists target...

Ferit Parlak

DÜNYA Newspaper Ankara Representative

Japan:

Its area is half of our area...

Its population is 1.5 times of ours...

They have no natural resources...

Its export depends on imported products...

Since it consists of nearly 7 thousand islands, it has a "high-cost life" and geographical difficulties...

Far from markets...

Open to natural disasters such as earthquakes, volcanic eruptions, tsunamis...

Since 70 percent of it is mountainous (most of it is volcanic), it cannot do agriculture...

But...

It produces and sells according to the needs of the world...

In this way, per capita income reaches 43 thousand dollars...

The reason is simple...

In Japan, there are no "attendant" staff in schools...

All work, from toilet cleaning to wiping the windows, is done with the cooperation of students / teachers...

They know that if it gets dirty they are the ones to clean it up...

They grow up with that culture...

And...

Workshops are encouraged in primary schools...

Children who study and stay longer in the workshop are guaranteed

to attend a better high school / university...

Despite this culture, it is often said that Japan's debt is high...

But considering their international investments, this debt is also known to be affordable...

Education is important in every field, from the goal of attracting Japanese tourists to the goal of bilateral trade with Japan...

Approximately 25 million Japanese tourists go abroad every year and the number is increasing every year...

The number of Japanese tourists visiting Turkey each year is decreasing...

Official figures show that while the number of Japanese tourists saw 150 thousand in 2014, it decreased to 100

thousand in 2015, 49 thousand in 2016, 44 thousand in 2017 and last year to 18 thousand...

The way we can get a 2-3 percent share from the total number (500 thousand) besides promotion is to increase the number of our young people who know Japanese, in other words, to increase the quality and diversity of education...

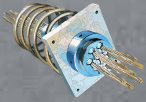
Likewise, it is known that in addition to the Free Trade Agreement, which is expected to be signed this year, young people who can speak languages will be the "catalysts" in increasing bilateral trade, which has set a record by exceeding 6 billion dollars in 2020, and reaching the target of 10 billion dollars by increasing mutual investments.



YASSI ÇELİKTE YÜKSEK NİTELİKLİ ÜRÜNLER



JAPON ORTAKLARIMIZLA 20 YILDIR
ÜLKEMİZİ DEPREMLERE HAZIRLIYORUZ



ALA-SAWA

ARD-GERMELİ YAPI
TEKNOLOJİSİ



**SPlice
SLEEVE**
TÜPLÜ BİRLEŞİM
SİSTEMLERİ



SUMITOMO MITSUI
CONSTRUCTION CO.,LTD.

SQRIM

YÜKSEK KATLI KONUT
YAPIM TEKNOLOJİSİ

AĞIR YÜKLER ALTINDA GENİŞ AÇIKLIKLARI GEÇİLMESİNİ SAĞLAYAN **ARD GERME TEKNOLOJİSİ**
KONYANŞİYONEL SİSTEMLERE GÖRE 2,5 KAT **DAHA HIZLI**
BÜYÜK DEPREMLERDE TECRÜBE EDİLMİŞ **HASARSIZLIK BAŞARISI**
C50 VE ÜSTÜ BETON KALİTESİ
(**TBDY 2018**) TÜRKİYE BİNA DEPREM YÖNETMELİĞİ 'NE TAM UYUM

EZBER BOZAN BETONARME YAPILAR

HAREKETLİ YÜK

ARAKAT DÖŞEME AÇIKLIĞI

Q=5 ton/m²

L=20,00 m

ÇATI KİRİŞİ UZUNLUĞU

ARAKAT KİRİŞ AÇIKLIĞI

KOLON YÜKSEKLİĞİ

L=35,00 m

L=20,00 m

L=32,00 m

HIZLI, TEKNOLOJİK, GÜVENLİ



MERKEZ: Mahmutbey Mah. Küçük Halkalı Cad. No: 26 Bağcılar 34550 İstanbul/TÜRKİYE

Tel: +90 (212) 446 34 50 (pbx)

Fax: +90 (212) 446 34 65

e-mail: teklif@alacali.com.tr

www.alacali.com.tr

STA iki ülke ticaret ve yatırım ilişkilerine ivme kazandıracak

2019 yılında 4,1 milyar dolar gerçekleşen Türkiye ile Japonya arasındaki ticaret hacmi, 2020'de pandemi nedeniyle küresel çapta meydana gelen gelişmelere rağmen aynı seviyeyi korudu.

TÜRKİYE ile Japonya arasında ticaretin dengeli ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşturulmasını, ihracatçılarımızın Japonya pazarına erişim imkanlarının artırılmasını ve iki ülke arasında yatırımların güçlendirilmesini amaçlayan Türkiye-Japonya Serbest Ticaret Anlaşması (STA) görüşmelerine 2020 yılı boyunca da devam edildi.

Küresel salgın koşullarına rağmen, 2020 yılında da sürdürülen teknik görüşmelerde, müzakerelerin özellikle pazara giriş ayağı üzerinde yoğunlaşıldı. Böylece taraflar arasında büyük ölçüde uzlaşa sağlandı.

STA'NIN İKİ ÜLKE ARASINDAKİ TİCARET VE YATIRIM İLİŞKİLERİNE İVME KAZANDIRMAŞI BEKLENİYOR

Coğrafi konumu, nitelikli iş gücü, AB düzeyindeki standartları ve rekabetçi fiyatları gibi birçok ölçütün ülkemizi Japonya açısından önemli bir ticaret ve yatırım partneri haline getirdiği değerlendiriliyor.

13 Ocak 2021 tarihinde Japonya'nın Ankara Büyükelçisi



Ruhsar PEKCAN
Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanı

Kazuhiro Suzuki ile yaptığımız görüşmede de anlaşmanın sonuçlandırılmasına verdiğimiz önemin altını bir kez daha çizdik. Öteyandan, Büyükelçi de STA'nın dünyanın her yerinde faaliyet gösteren büyük firmalardan ziyade üretici KOBİ'ler açısından da çok faydalı olacağını vurguladı ve bu tür firmaların Türkiye'de yatırım yaparak Avrupa'ya ihracat yapma gibi



Japonya ile ülkemiz arasında akdedilecek STA'nın ikili ticaretimizde daha dengeli bir zemin tesis edilmesi açısından anahtar olacağı öngörülüyor.

bir iş modeliyle çalışmayı hedeflediğini belirtti.

STRATEJİK KONUM DAHA ÖNEMLİ OLDU

COVID-19 salgınının lojistik ağlara zarar verdiği günümüz koşullarında coğrafi ve stratejik konumun önemi daha da önemli hale geldi. Ticaret ve yatırımlara sağlayacağı katkı temelinde, ülkemizin üretim kapasitesinin geliştirilmesi ve teknoloji transferinin sağlanması açısından da katkıları olacak STA'nın 2021 yılı içinde sonuçlandırılması yönünde görüşmeler sürdürülecek.

FTA will accelerate trade and investment relations between two countries

Ruhsar Pekcan
Minister of Trade of the Republic of Turkey

4.1 billion dollars of trade volume between Turkey and Japan in 2019, has maintained the same level despite the developments that have occurred on the global scale due to the pandemic.

It is predicted that the FTA to be concluded between Japan and our country will be the key to establishing a more balanced ground in our bilateral trade.

Meetings of Turkey-Japan Free Trade Agreement (FTA) which aims to ensure a balanced and sustainable structure of trade between Turkey and Japan, to increase the access of our exporters to Japan market and to strengthen investment between the two countries, has been continuing throughout 2020.

Despite the global pandemic conditions, the technical negotiations, which continued in 2020, focused on the market entry leg of the negotiations, and a great deal of agreement was reached between the parties.

The Free Trade Agreement is expected to accelerate trade and investment relations between the two countries.

It is considered that many criteria such as geographical location, qualified workforce, EU-level standards and competitive prices make our country an important and attractive trade and investment partner for Japan.

At the meeting we held with Japanese Ambassador to Ankara Kazuhiro Suzuki on January 13, 2021, we once again underlined the importance we attach to the finalization of the agreement. On the other hand, the Ambassador emphasized that the FTA will be very beneficial for producer SMEs rather than large companies operating all over the world; He stated that such firms aim to work with a study model that exports to Europe by investing in Turkey.

In today's conditions, where the Covid-19 outbreak has damaged logistics networks, the importance of the geographical and strategic location has become even more important. On the basis of its contribution to trade and investments, negotiations will continue for the finalization of the FTA in 2021, which will also contribute to the development of our country's production capacity and technology transfer.



ÖYLE SÖYLEME!

Damgalama dilde başlar!

#ÖYLESÖYLEME

Toplumca dilimizi değiştirmek için
www.gormezdengelmeyelim.com

aio
ABDİRAHİM ÖTSUKA

GÖRMEZDEN
GELMEYELİM
PLATFORMU



SİZOFRENİ
DERNEKLERİ
FEDERASYONU



CONNECTING THE FUTURE OF MOBILITY

Hitachi Rail is a fully integrated, global provider of rail solutions across rolling stock, signalling, operation, service & maintenance, digital technology and turnkey solutions. With a presence in 38 countries across six continents and over 12,000 employees, our mission is to contribute to society through the continuous development of superior rail transport solutions.

hitachirail.com

HITACHI
Inspire the Next

"Türkiye, Japon firmaları için çekici bir ihracat noktası"

Japonya'nın Ankara Büyükelçisi SUZUKI Kazuhiro, Türk müteahhitlik firmalarının küresel ölçekte rekabet gücüne sahip olduğunu belirtirken Türkiye'nin çok sayıda küresel marka çıkaracak potansiyelinin olduğunu söyledi.

TÜRKİYE'YE yatırım yapan Japon firmalarının sayısının 2000'li yıllarda 60 civarındayken, bugün 200'ün üzerinde olduğunu ifade eden Japonya'nın Ankara Büyükelçisi SUZUKI Kazuhiro, ilişkilerin sağlam adımlarla ilerlediğini bildirdi.

İki ülkenin ölçekleri göz önünde bulundurulduğunda, ticari yatırım seviyesinin yüksekliğinden bahsedilemeyeceğinin altını çizen SUZUKI, "Tersinden baktığımızda ise bu bize iki ülke arasındaki ekonomik ilişkilerin ilerletilmesinde büyük bir potansiyelin mevcudiyetini gösteriyor" dedi.

İnsanlığın var oluşundan bu



SUZUKI Kazuhiro
Japonya Ankara Büyükelçisi

“

SUZUKI Kazuhiro, iki ülke arasında ticari yatırımın istenen seviyede olmadığına dikkat çekti. Kazuhiro, Türkiye'nin değerinin Japonya'da daha kapsamlı bir şekilde idrak edilmesi için çalışacağını dile getirdi.

yana, Türkiye'nin medeniyetlerin kesişme noktası olan stratejik önemi yüksek bir konuma sahip olduğunun söylendiğine dikkat çeken SUZUKI, günümüzde ise Türkiye'den AB, Rusya, Orta Asya, Orta Doğu, Afrika gibi önemli pazarlara sadece 2-3 saatlik uçuşla ulaşılabilirliğini vurguladı.

"İŞBİRLİĞİ ANLAŞMASI BÜYÜK ÖNEM TAŞIYOR"

Türkiye'nin Japon firmaları için ihracat noktası olarak da son derece çekici bir konumda bulunduğunu vurgulayan SUZUKI, "Türkiye'nin değerinin Japonya'da daha

kapsamlı bir şekilde idrak edilmesi için çaba göstermek istiyorum. Bu yönde atılacak adımlara bakıldığında halihazırda görüşmeleri devam eden Japonya Türkiye Ekonomik İşbirliği Anlaşması önem taşıyor" dedi.

"COVID-19 DÖNEMİNDE ÖNCELİKLE İSTİHDAMI KORUMAYI HEDEFLERDİK"

Japonya'nın, COVID-19'a karşı alınacak ekonomik önlemler kapsamında öncelikle istihdamın korunmasını hedeflediğini belirten SUZUKI, 2 milyon Yen tutarında sürdürülebilirlik yardım fonu ve 40 milyon Yen tutarında faizsiz, teminatsız kredi olanağının sunulduğunu dile getirdi.

Kişisel koruyucu ekipmanların üretiminin teşvik edildiğini söyleyen SUZUKI, medikal ve sağlık alanlarında üretim yapısında iyileştirmeler öngördüklerini belirtti.

SUZUKI, bu dönemde kırsal alanların cazibesinin yeniden yükseldiğini vurgularken enerjide verimlilikle nükleer enerji politikalarına da odaklandıklarını söyledi.

SUZUKI, bu dönemde odaklanacakları başka bir alanın ise özgür ve adil bir ekonomik düzenin genişletilmesi ve çok taraflı serbest ticaret sisteminin korunarak güçlenmesi olduğunu belirtti.

YURTDIŞINA AÇILMAKTA GÜÇLÜK ÇEKEN KOBİ'LERE DESTEK

İnsanlığın COVID-19'a karşı zaferinin delili olarak bu yaz Tokyo Olimpik ve Paralimpik Oyunları'nı organize





edeceklerini belirten SUZUKI, olimpiyatların güven ve huzur içerisinde gerçekleştirilebilmesi için var güçleriyle çalışacaklarını söyledi.

Küresel ölçekte faaliyet gösteren çok sayıda Japon firması bulunduğuna değinen SUZUKI Kazuhiro: "Bu firmalar kendi yönetim ideolojilerine ve politikalarına bağlı kalarak marka yaratma stratejileri geliştiriyor" dedi.

Japon hükümetinin 'Cool Japan' olarak adlandırılan Japonya'nın kendi öz imajının yukarıya taşınmasına yönelik çalışmalar da yürüttüğünü söyleyen SUZUKI, "Bunlar, Japonya'daki toplum, kültür, yaşam tarzı gibi pek çok özelliğin dünyaya tanıtılmasına zemin hazırlıyor" diye konuştu.

Söz konusu çalışmaların Japon firmalarının markalaşma strateji-

leri açısından da önemine değinen SUZUKI, yurtdışına açılmakta güçlük çeken KOBİ'lere de destek olduğunu kaydetti.

"TÜRKİYE ÇOK SAYIDA KÜRESEL MARKA YARATACAK GÜÇTE"

Türk müteahhitlik firmalarının küresel ölçekte rekabet gücüne sahip olduklarına değinen SUZUKI Kazuhiro, "Sanayi alanında da belirli firmalar küresel marka olarak kabul ediliyor. Ayrıca, Türk televizyon dizileri ve filmleri kültürel alanda son derece başarılı küresel mesajlar veriyor. Japonya'nın bunlardan öğreneceği çok şey var" dedi.

SUZUKI, Türkiye'nin çok sayıda küresel marka yaratacak potansiyele sahip bir ülke olduğuna değindi.

"İşbirliği imkanları Orta Asya ile sınırlı değil"

SUZUKI Kazuhiro, bugüne kadar çok sayıda Japon firmasının, Türk firmalarının desteğiyle üretim merkezleri kurup, üçüncü ülkelere olan ihracatın geliştirilmesine yönelik ortak çalışmalar gerçekleştirdiğini aktardı. Bu kapsamda, Orta Asya ülkelerindeki çeşitli santral ve tesislerin inşasını içeren çeşitli projeler yapıldığını dile getiren SUZUKI, "Japon ve Türk firmalarının kendilerine has güçleri farklılıklar gösteriyor. Bu nedenle iki ülke firmalarının birbirlerini desteklemeleri mümkün" şeklinde konuştu. İşbirliğinin Orta Asya ile sınırlı olmadığını, Afrika ve Ortadoğu gibi bölgelerde fırsatlar bulunduğunu ifade eden SUZUKI, bu türdeki ortak çalışmaların artmasını temenni ettiklerini aktardı.

"Turkey is an attractive export destination for Japanese companies"

SUZUKI Kazuhiro
Ambassador of Japan to Turkey

Stating that the number of Japanese firms investing in Turkey was around 60 in the 2000s, reached over 200 today, Ambassador of Japan to Turkey SUZUKI Kazuhiro reported that the relations forge ahead.

Underlining that considering the scale of the two countries, the high level of commercial investment cannot be mentioned, SUZUKI said, "Looking from the reverse, it shows us that there is a great potential in advancing economic relations between the two countries."

Emphasizing that since the existence of mankind, Turkey said to have a high position which is an intersection of civilization with strategic importance, SUZUKI said that today it can be reached to major markets such as the EU, Russia, Central Asia, Middle East and Africa from Turkey with only 2-3 hours of flight.

"Cooperation agreement is of great importance"

Emphasizing that Turkey is in an extremely attractive location as an export destination for Japanese firms, SUZUKI said, "I want to show effort to show the value of Turkey in Japan more comprehensively. As for the steps to be taken in this direction, ongoing Japan-Turkey Economic Cooperation Agreement is very important."

"During the COVID-19 period, we primarily aimed to protect employment"

Stating that Japan aims primarily to protect employment within the scope of economic measures to be taken against COVID-19, SUZUKI stated that a sustainability aid fund of 2 million Yen and an interest-free, unsecured loan of 40 million Yen were offered. Stating that the production of personal protective equipment is encouraged, SUZUKI stated that they foresee improvements in the production structure in the medical and health fields.

SUZUKI emphasized that the appeal of rural areas rose again during this period and they also focused on energy efficiency and nuclear energy policies.

Support for SMEs who have difficulties in expanding abroad

Stating that they will organize the Tokyo Olympic and Paralympic Games this summer as an evidence of humanity's victory over COVID-19, SUZUKI said that they will work with all their strength so that the Olympics can be held in safety and peace.

Pointing out that there are many Japanese companies operating on a global scale, SUZUKI Kazuhiro said, "These companies develop brand creation strategies by adhering to their own management ideologies and policies."

SUZUKI said that the Japanese government also carries out efforts to raise the self-image of Japan, which is called "Cool Japan", and said, "These are the basis for the introduction of many features such as society, culture and lifestyle in Japan to the world." Pointing out the importance of these studies in terms of branding strategies of Japanese companies, Kazuhiro noted that SMEs who have difficulties in expanding abroad are also being supported.

"Turkey is strong enough to create a large number of global brands"

Referring to the competitive power of Turkish contracting companies on a global scale, SUZUKI Kazuhiro said, "In the field of industry, certain companies are considered as global brands. In addition, Turkish television series and films deliver extremely successful global messages in the cultural field. Japan has a lot to learn from these." SUZUKI mentioned that Turkey is a country with lots of potential to create global brands.

"Cooperation opportunities are not limited to Central Asia"

SUZUKI Kazuhiro stated that so far, many Japanese companies have established production centers with the support of Turkish companies and carried out joint studies to improve exports to third countries. Expressing that various projects have been carried out in this context, including the construction of various power plants and facilities in Central Asian countries, SUZUKI said, "The unique strengths of Japanese and Turkish companies differ. Therefore, it is possible for the companies of the two countries to support each other."

Stating that cooperation is not limited to Central Asia and that there are opportunities in regions such as Africa and the Middle East, SUZUKI expressed their hope that such joint work will increase.



“Üçüncü ülkelerde ortak işbirliği imkanları değerlendiriliyor”

Türkiye Cumhuriyeti Tokyo Büyükelçisi Murat Mercan, Türk-Japon müteahhitlerin Afrika ve diğer ülkelerde kamu özel işbirliğine dayalı yatırım projeleri üstlenmesinin hedeflendiğini söyledi.

TÜRKİYE-JAPONYA ticari ilişkilerini değerlendiren Türkiye Cumhuriyeti Tokyo Büyükelçisi Murat Mercan, Türkiye'nin ithalatının 3-4 milyar dolar arasında değiştiğini, ihracatının ise 500 milyon dolar seviyesinde olduğunu söyledi. Japonya'nın toplam dış ticaret hacminin 1.43 trilyon dolar olduğuna dikkat çeken Mercan, buna karşılık iki ülke arasındaki ticaret hacminin yetersiz kaldığını anlattı.

Türkiye'nin ithalatında ağırlığın otomobil yan sanayi ürünleri ve otomobilden oluştuğunu belirten Mercan, ihracatta ise gıdanın ön plana çıktığını kaydetti.

Türkiye'deki 244 Japon firmasının 3 milyar dolar tutarında yatırımı bulunduğunu dile getiren Mercan, “Özellikle imalat sektöründe yoğunlaşan Japon yatırımları sadece Türkiye iç pazarına satış yapmıyor.



Murat MERCAN
Türkiye Cumhuriyeti
Tokyo Büyükelçisi



Ticaret Bakanlığı eş güdümünde Türk ve Japon müteahhitlik firmalarının bir araya geldiğini kaydeden Murat Mercan, “Önümüzdeki dönemde Afrika ve diğer bölgelerde yeni projeler hayata geçecek” dedi.

Türkiye'deki fabrikalarını üs olarak kullanıp Avrupa, Avrasya, Ortadoğu ve Kuzey Afrika'ya ciddi tutarda ihracat yapıyor” diye konuştu.

Asya bölgesinin en güçlü ekonomilerinden birisine sahip olan Japonya'nın tüketici tercihlerini üst düzeyde karşılayan üretim yaptığı için altını çizen Mercan, “Bu ürünler tüm dünyada tüketim alışkanlıklarını yönlendiriyor. Japon yatırımları Asya bölgesi başta olmak üzere diğer ülkelerin kalkınmasında anlamlı bir rol üstleniyor” ifadelerini kullandı.

“AFRİKA VE DİĞER ÜLKELERDE İŞBİRLİĞİ İMKANLARI DEĞERLENDİRİLİYOR”

Türk ve Japon müteahhitlerin Türkiye ile yakın coğrafyada ortak projeler yaptıklarını söyleyen Murat Mercan, “Bu işbirliğinde Japonya'nın sermaye

ve teknolojisi ile Türkiye'nin bölgedeki iş tecrübesi, hızlı hareket kabiliyeti, kaliteli ve uygun maliyetli işbirliği her iki tarafa da kazandırıyor” diye konuştu.

Japonya'nın yüksek standartları nedeniyle zor bir pazar olarak bilindiğine dikkat çeken Murat Mercan, “Japonya'daki yüksek hayat standartları nedeniyle tüketici de yüksek kaliteli mal ve hizmet talep ediyor” şeklinde konuştu.

“TEŞVİKLERE RAĞMEN YATIRIM MALİYETİ YÜKSEK”

Japon hükümeti tarafından sağlanan teşviklere rağmen Japonya'da yatırım yapma maliyetinin diğer bölge ülkelere oranla yüksek olduğuna değinen Mercan, bunun enerji, kira gibi sabit maliyetler üzerinde etkisi olduğunu söyledi.

Japonya'ya gelen Türk yatırımcıların öncelikle hizmet sektörlerine yöneldiğini belirten Murat Mercan, "İnşaat alanında taşeronluk, teknik müşavirlik, lojistik, yazılım, helal gıda tedariki sektörlerinde ve yerel market/büfe işletmeciliğinde başarılı işbirlikleri görülüyor" açıklamasını yaptı.

"FİRMA BAŞARISININ TEMELİ KURUMSALLAŞMA"

Murat Mercan, Japon firmaların başarısının temelinde, genel olarak kurumsallaşma, çalışanların şirketle bütünleşmesi, takım çalışması, uzlaşma kültürünün geldiğini kaydetti.

Ticari ilişkilerde istikrar ve uzun vadeli bakışın da önemli bir faktör olduğuna değinen Mercan, "Riski azaltmak için somut, veriye dayalı çalışılması, fiyattan çok kalite ve yenilikçilik yoluyla rekabet ve Ar-Ge'de yatıyor" dedi.

"EKONOMİNİN CANLANMASI İÇİN 1.8 TRİLYON DOLARLIK İKİ EK BÜTÇE"

Japon hükümetinin salgınla mücadele ve ekonomik faaliyetlerin canlandırılması arasında denge kurmaya çalıştığını ifade eden Murat Mercan, "Salgınla mücadele kapsamında insan hareketliliğinin azaltılması ve sağlık sisteminin sektöre uğramasının önlenmesi çabaları öne çıktı. Salgınla mücadelede cezai yaptırım içeren tedbirlere başvurulmaması Japon halkının işbirliği ve duyarlılığını önemli kılıyor" diye konuştu.

Ekonominin canlandırılması için bugüne kadar 1.8 trilyon dolarlık iki ek bütçenin kabul edildiği bilgisini veren Mercan, "İstihdam desteği, tüm halka nakit yardımı ve tüketimi teşvik kampanyası (Go To Travel/Eat) dahil kapsamlı önlemler uygulamaya kondu" dedi.

Tedarik zincirini güçlendirmeye destek

Kriz döneminde Japonya'da da tedarik zincirlerinin güvenliğini sağlanması ve pazar çeşitlendirme ihtiyacının ortaya çıktığına dikkat çeken Murat Mercan, şunları söyledi: "Japonya hükümeti Japon şirketlerin bu doğrultudaki çalışmalarını desteklemek üzere 2.2 milyar dolar bütçe ayırdı. Mecliste görüşmeleri devam eden üçüncü ek bütçe kapsamında tedarik zincirinin güçlendirilmesine yönelik ilave 2.1 milyar dolar ayrılması bekleniyor."



"Joint cooperation opportunities are being evaluated in third countries"

Murat Mercan

Ambassador of the Republic of Turkey to Japan

Evaluating the Turkey-Japan trade relations, Ambassador of Republic of Turkey to Japan Murat Mercan said that Turkey's imports vary between 3-4 billion dollars and it has 500 million dollars of exports. Noting that the total foreign trade volume of Japan is 1.43 trillion dollars, Mercan explained that the trade volume between the two countries is insufficient despite the numbers.

Stating that Turkey's imports are mostly automobile sub-industry products and automobiles, Mercan said that food stands out in exports.

Stating that 244 Japanese firms in Turkey have 3 billion dollars of investment, Mercan said, "Japanese investments that are particularly concentrated in the manufacturing sector does not only sales to domestic market of Turkey. They are exporting serious amounts to Europe, Eurasia, Middle East and North Africa by using their Turkish factory as base."

Underlining that Japan, which has one of the strongest economies in the Asian region, manufactures to meet the consumer preferences at the highest level, Mercan said, "These products direct the consumption habits all over the world. Japanese investments play a significant role in the development of other countries, especially in the Asian region."

"Cooperation opportunities in Africa and other countries are being evaluated"

Saying that Turkish and Japanese contractors are doing joint projects in the near abroad with Turkey, Murat Mercan said, "Capital and technology of Japan, rapid mobility and business experience of Turkey in the region and quality and cost-effective collaboration pay both sides in this cooperation."

Drawing attention to the fact that Japan is known as a difficult market due to its high standards, Murat Mercan said, "Because of the high living standards in Japan, the consumer also demands high quality goods and services."

"Despite the incentives, the investment cost is high"

Mentioning that despite the incentives provided by the Japanese government, the cost of investing in Japan is higher than in other countries in the region, Mercan said that this has an effect on fixed costs such as energy and rent.

Indicating that Turkish investors coming to Japan primarily lean towards service sectors, Murat Mercan said, "Successful cooperation is seen in the construction sector in subcontracting, technical consultancy, logistics, software, halal food supply sectors and local market / buffet management."

"The foundation of company success is institutionalization"

Murat Mercan stated that the basis of the success of Japanese companies is institutionalization in general, the integration of employees with the company, teamwork, and a culture of consensus.

Stating that stability and long-term perspective in commercial relations are also an important factor, Mercan said, "Working with concrete data to reduce risk lies in competition and R&D through quality and innovation rather than price."

"Two additional budgets of 1.8 trillion dollars for the revival of the economy"

Expressing that the Japanese government is trying to balance between the fight against the pandemic and the revitalization of economic activities, Murat Mercan said, "Efforts to reduce human mobility and prevent the disruption of the health system came to the fore within the scope of combating the pandemic. Failure to apply measures containing criminal sanctions in the fight against the pandemic makes the cooperation and sensitivity of the Japanese people important."

Informing that two additional budgets of 1.8 trillion dollars have been accepted so far for the revival of the economy, Mercan said, "Comprehensive measures including employment support, cash aid for the whole public and consumption incentive campaign (Go To Travel / Eat) have been implemented."

Support to strengthen the supply chain

Drawing attention to the need to ensure the security of supply chains and market diversification in Japan during the crisis period, Murat Mercan said: "The Japanese government has allocated a budget of 2.2 billion dollars to support the efforts of Japanese companies in this direction. Within the scope of the third additional budget, which is still negotiated by the parliament, an additional 2.1 billion dollars is expected to be allocated for strengthening the supply chain."

JETRO İstanbul yeni işbirliği alanlarını mercek altına aldı

Japonya'nın diğer ülkelerle ticaret ve yatırım ilişkilerini geliştirme faaliyeti yürüten bir devlet kurumu olan Japon Dış Ticaret Teşkilatı (JETRO), Türkiye ile startup'lar, medya içeriği, tıp hizmetleri, gıda ve tarım gibi çeşitli ve yeni işbirliği alanlarını mercek altına aldı.

TÜRKİYE'DE yatırım yapmak veya ticaret yapmak isteyen Japon firmalarına destek olduklarını belirten JETRO İstanbul Başkanı Mitsuaki Sano, 1963'te kurulan ofisin, 2015'ten bu yana Kafkasya ve Orta Asya'dan sorumlu bölgesel merkez ofisi olarak çalıştığını kaydetti.

Türkiye'de faaliyeti bulunan Japon şirketlere de destek sağladıklarını belirten Sano, "Ayrıca Japonya'da Ar-Ge merkezi kurmayı düşünen ve bilhassa "Yeni Teknolojiler", "İmalat Sanayinde İleri Teknolojiler", "Yaşam Bilimleri" ve "Yenilenebilir Enerji, altyapı teknolojileri" alanlarında faaliyet gösterip Japonya'ya yatırım düşünen Türk firmalarına da destek vermekteyiz" dedi.

"TÜRKİYE'NİN BÖLGE ÜSSÜ KİMLİĞİNİ ÖNEMSİYORUZ"

Türkiye'de; bölgesel kalkınma, yaşam tarzındaki değişiklikler, yüksek teknolojiye yönelik talep ve girişimcilik gibi hızla artan yeni eğilimler gözlemlediklerini kaydeden Mitsuaki Sano, bunları dikkate alarak, başta hizmetler olmak üzere; startup'lar, medya içeriği, dijitalleşme, gıda ve tarım gibi çeşitli ve yeni işbirliği alanlarını mercek altına aldıklarını aktardı.

İstanbul Ofisi olarak Türkiye'nin konumu, gelişmiş sanayi altyapısı ve sunduğu ulaşım olanakları ile bölge üssü kimliğini önemsediklerini ifade eden Sano, "İki ülke firmalarının birbirini tamamlama prensibi ile üçüncü ülkelerde de işbirliği potansiyelinin yüksek olduğunu, büyük Japon firmalarının yanı sıra, ileri teknolojiye sahip Japon KOBİ'lerinin de inovatif çözümlerle Türk sanayicilerinin gücüne güç katacağını düşün-



Mitsuaki SANO
JETRO İstanbul Başkanı

yoruz" dedi. Sano, ayrıca Türkiye'nin üçüncü ülke pazarlarına açılmak için çok ideal bir lokasyon olduğunu da artık Japon firmalarının geneli tara-

findan anlaşıldığını söyledi.

"COVID-19'A RAĞMEN YATIRIMA DEVAM"

Türkiye'de halen 200'ün üzerinde Japon firmasının faaliyet gösterdiğini ve COVID-19'a rağmen Japon firmaların yatırıma devam ettiğini bildiren Sano, "Geçen sene, Japon Kalkınma Bankası JBIC, haber ajansı JiJi Press ile Daio Paper, Taiko Pharmaceutical ve Ebara'nın yatırımları ve Hitachi ile Arçelik'in işbirliği gibi gelişmelerle hareketli geçti. Türkiye ve Japonya arasında halen müzakereleri devam eden Ekonomik Ortaklık Anlaşması'nın sonuçlandırılmasıyla ikili ilişkilerin daha da ivme kazana- cağını ve bu örneklerin çoğalacağını düşünüyoruz" diye konuştu.



"Türkiye'deki Japon yatırımcılar işlerini büyütmeyi öngörüyor"

JETRO'nun her yıl, bulundukları ülkelerin iş ve yatırım ortamı hakkında Japon firmalarının değerlendirmelerini tespit amaçlı dünya çapında bir anket düzenlediği bilgisini veren Mitsuaki Sano, "Türkiye'de bulunan Japon firmalarından anketimize cevap verenlerin yüzde 50'si önümüzdeki 1-2 yıl içerisinde buradaki işlerini büyütmeyi, yüzde 70'i ise endüstriyel otomasyon, startuplar gibi yeni alanlarda büyüme potansiyeli olduğunu düşünüyor" dedi. Sano buna karşılık, ilave gümrük vergisi kararı gibi mevzuattaki ani değişikliklerin firmaları çok zorlayan, iyileştirilmesi beklenen noktalardan biri olduğunu altını çizdi.

JETRO İstanbul scrutinized the new areas of cooperation

Mitsuaki Sano
JETRO İstanbul Chairman

Indicating that they are supporting Japanese companies wishing to invest or trade in Turkey, JETRO İstanbul Chairman Mitsuaki Sano noted that the office founded in 1963, is the regional center that is responsible of Central Asia and Caucasus since 2015.

Stating that they provide support to Japanese companies with operations in Turkey, Sano said, "We support the Turkish companies considering to invest in Japan, thinking to establish R & D center in Japan and operates in fields like 'new technologies', 'advanced technologies in the manufacturing', 'life sciences' and 'renewable energy infrastructure technologies'."

"We care about the regional base identity of Turkey"

Noting that they observed rapidly growing new trends in Turkey such as regional development, changes in life style, demand and entrepreneurship for high-tech, Mitsuaki Sano said that by considering these new trends, they scrutinized the new areas of cooperation such as startups, media content, digitalization, food and agriculture and mainly services.

Saying that as İstanbul Office, they care about the regional base identity of Turkey with its position, developed industrial infrastructure and transportation facilities Turkey offers, Sano said, "Companies of the two countries have high potential for cooperation in third countries with the principle of complementing each other. We think that Japanese SMEs with advanced technology, as well as Japanese companies, will strengthen Turkish industrialists with innovative solutions."

"Continuing to invest despite COVID-19"

Stating that over 200 Japanese companies are still operating in Turkey and continuing to invest despite Covid-19, Sano said, "Last year was an active year due to developments like the Japanese Development Bank (JBIC), the news agency JiJi Press and Daio Paper, investments of Taiko Pharmaceutical and Ebara and cooperation between Hitachi and Arçelik. We think that bilateral relations will gain more momentum with the conclusion of the Economic Partnership Agreement which has ongoing negotiations between Turkey and Japan."

JICA, Türkiye ile stratejik ortaklığı derinleştirmeyi öngörüyor

Japonya'nın resmi kalkınma yardımlarını yöneten JICA, ülkelerin sosyoekonomik kalkınmalarını destekliyor. Türkiye ile işbirliğine ilk kez 1959'da başlayan JICA, kentsel altyapı, afet risklerinin azaltılması, enerji, tarım, insan kaynakları ve bölgesel kalkınma gibi alanlarda destek sağlıyor.

DÜNYANIN önde gelen yardım kuruluşlarından Japonya Uluslararası İşbirliği Ajansı (JICA), desteklerini teknik işbirliği, finans-yatırım işbirliği ve hibe gibi yöntemlerle sağlıyor. JICA'nın 2019'da 1.7 milyar dolarlık teknik işbirliğine gittiğini belirten Türkiye Ofisi Başkanı Nobuhiro Ikuro, 147 projeye ise 800 milyon dolarlık hibe verildiğini söyledi.

Özel sektör yatırım finansmanı kapsamında 11 kuruluşa 600 milyon dolar destek sağlandığını ifade eden Ikuro, 40 projeye 13.9 milyar dolarlık resmi kalkınma yardımı kredisi sağlandığını bildirdi.

"TÜRKİYE'NİN SOSYOEKONOMİK KALKINMASINI HIZLANDIRMAYA ÇALIŞIYORUZ"

Türkiye ile ilişkilerin 1959'da Türk uzmanların Japonya'da eğitimiyle başladığını hatırlatan Nobuhiro Ikuro, "O zamandan beri JICA, kentsel altyapı, afet risklerinin azaltılması, enerji, tarım, insan kaynakları ve bölgesel kalkınma gibi geniş kapsamlı konuları ele alarak Türkiye'nin sosyoekonomik kalkınmasını hızlandırmaya çalışıyor" dedi.

Türkiye ile stratejik ortaklığı derinleştirmek amacıyla bazı öncelikli alanlar belirlediklerini ifade eden Ikuro, ekonomiyi destekleyen güçlü bir sosyal altyapı oluşturmayı öngördüklerini bildirdi.

Afet riskinin azaltılmasına yönelik kapasite geliştirme politikaları uyguladıklarına değinen Ikuro, Türkiye'de bulunan Suriyeli mültecilere de destek sağladıklarını anlattı.



Nobuhiro IKURO
JICA Türkiye Ofisi Başkanı

“

Nobuhiro Ikuro, JICA olarak Türkiye ile Japonya arasındaki güvene dayalı ilişkilerin güçlenmesine katkıda bulunmak için çalışacaklarını vurguladı.

JICA envisages to deepen the strategic partnership with Turkey

Nobuhiro Ikuro
JICA Turkey Office Chief Representative

The Japan International Cooperation Agency (JICA), one of the world's leading aid organizations, provides its support through methods such as technical cooperation, finance-investment cooperation and grants. Stating that JICA went to 1.7 billion dollars worth technical cooperation in 2019, Chief Representative of Turkey Office Nobuhiro Ikuro said that 800 million dollars of grants were given to 147 projects. Stating that 600 million dollars were provided to 11 organizations within the scope of private sector investment financing, Ikuro reported that 13.9 billion dollars of official development assistance loans were provided to 40 projects.

"We are trying to speed up Turkey's socio-economic development"

Reminding that their relations with Turkey started with training of Turkish experts in Japan, in 1959, Nobuhiro Ikuro said, "Since then, JICA is trying to accelerate Turkey's socio-economic development by addressing wide range of issues such as urban infrastructure, reduction of disaster risks, energy, agriculture, human resources and regional development."

Stating that they have implemented capacity development policies for disaster risk reduction, Ikuro said that they provide support to Syrian refugees in Turkey.

Two new projects for Turkey

Stating that they are preparing two new credit projects for Turkey, Nobuhiro Ikuro reported that they operate the Emergency Support Project for Micro and Small Businesses with the World Bank. Ikuro stated that the second project is the Local Governments Environmental Improvement Project-2nd Stage.

Türkiye'ye yönelik iki yeni proje

Türkiye'ye yönelik iki yeni kredi projesi hazırladıklarını ifade eden Nobuhiro Ikuro, Mikro ve Küçük İşletmeler İçin Acil Destek Projesi'ni Dünya Bankası ile yürüttüklerini bildirdi. İkinci projenin ise Yerel Yönetimler Çevre İyileştirme Projesi-2'nci Aşama olduğunu ifade etti. İki ülke arasındaki tarihi ilişkilere de değinen Nobuhiro Ikuro, 1890'da Japonya'da batan savaş gemisi Ertuğrul'dan Kuşimoto köylülerinin yardımıyla 69 Türk denizcinin kurtarıldığını, 1985'te ise İran-İrak savaşında mahsur kalan 215 Japon'un Türk hükümeti tarafından kurtarıldığını söyledi.

Japon şirketler üçüncü ülkelerde Türk şirketleriyle büyümek istiyor

Japonya'nın Türkiye için her zaman güvenilir bir dost ve önemli iş ortağı olduğunu belirten Şerif Tosyalı, Japon şirketlerin üçüncü ülkelerde ortak yatırım projeleri için çok hevesli olduğunu bildirdi.

DEİK/Türkiye-Japonya İş Konseyi Başkanı Şerif Tosyalı, COVID-19'un ardından işbirliklerinin öneminin daha da artacağına yönelik olarak Japonya ile Türkiye arasındaki teknik işbirliği anlaşmasını örnek gösterdi. Japonya'nın Türkiye için her zaman güvenilir bir dost ve önemli iş ortağı olduğunun altını çizen Tosyalı, anlaşmayla üçüncü ülkelerde yeni işbirliği olanaklarının ortaya çıkacağını aktardı.

İş konseyi olarak iki ülke arasındaki ticari ilişkileri geliştirmeyi amaçladıklarını belirten Tosyalı, iş insanları arasında doğrudan diyalog kurma yanı sıra Japon firmaların Türkiye'de yatırım yapmalarını da öngördüklerini söyledi.

Bu amaç doğrultusunda son iki yılda önemli toplantılar organize ettiklerinin altını çizen Tosyalı, "DEİK Türkiye-Japonya İş Konseyi olarak Japonya ve Türkiye arasındaki kazan-kazan anlayışına dayanan ekonomik ortaklık anlaşmasının tüm dünyaya örnek teşkil ettiğine inanıyoruz" diye konuştu.

"JAPON ŞİRKETLER DE ALTERNATİF PAZAR ARAYIŞINDA"

Türkiye'de bulunan 200 civarındaki Japon firmasının büyük kısmının burada üretim yaptığı bilgisini veren Şerif Tosyalı, "Japonya'nın ülkemizdeki doğrudan yatırımı bugün 2,3 milyar dolara ulaşmış durumda. Japon yatırımlarının aynı zamanda bölgesel bir hub özelliği olan Türkiye'den



Şerif TOSYALI
DEİK/Türkiye-Japonya
İş Konseyi Başkanı



Şerif Tosyalı, Türkiye'nin uzak coğrafyalardaki en önemli ticari partnerleri arasında bulunan Japonya'nın Türkiye'nin pazar çeşitlendirme çalışmalarının odağını oluşturduğunu kaydetti.

tüm dünyaya yayıldığını söyleyebiliriz" dedi.

Japon şirketlerin de alternatif pazar arayışında olduğuna vurgulayan Tosyalı, "Afrika ilgilenedikleri pazarların başında geliyor. Bu keşifte de yol arkadaşı olarak

Türk şirketlerini tercih ediyorlar. İki sene önce Türkiye'ye gelen 120 Japon şirketi başta Afrika olmak üzere dünyanın çeşitli bölgelerinde üçüncü ülkelerle ortak yatırım planlarının tohumları attı" ifadelerini kullandı.



"Asya'nın iki ucundaki iki ülke"

Japon şirketlerin Türk şirketleriyle Avrupa, Balkanlar ve Afrika'da büyümek istediğine anlatan Şerif Tosyalı, şunları söyledi: "Bu kapsamda Türkiye ile ilgilenen Japon girişimcilerin sayısı her geçen gün artıyor. Önümüzdeki dönemlerde özellikle akıllı şehirler, sağlık, inşaat alanlarında önemli projeler gündeme gelebilir. İki ülke arasındaki yaratılacak bu sinerjiyle Türkiye ve Japonya arasındaki ticaret hacminin orta vadede 10 milyar dolar seviyesine yaklaşmasını hedefliyoruz"

Japanese companies want to grow in third world countries with Turkish countries

Şerif Tosyalı

DEİK / Turkey-Japan Business Council Chairman

Chairman of DEİK Turkey-Japan Business Council Şerif Tosyalı showed the technical cooperation agreement between Japan and Turkey as a sample of further increase of the importance of the cooperations after Covid-19 period. Underlining that Japan is always a reliable friend and partner for Turkey, Tosyalı said that new cooperation opportunities will emerge in third world countries with agreement.

Underlining that for they organized important meetings in the last two years for this purpose, Tosyalı said, "As DEİK Turkey-Japan Business Council, we believe that economic partnership agreement based on the win-win understanding between Turkey and Japan, serves as an example to the whole world."

"Japanese companies are also looking for alternative markets"

Informing that majority of the approximately 200 Japanese companies located in Turkey produces here, Şerif Tosyalı said, "Japan's direct investment in our country today has reached 2.3 billion dollars. We can say that Japanese investments spread all over the world from Turkey which has a regional hub quality." Emphasizing that Japanese companies are also in search of alternative markets, Tosyalı said, "Africa is one of the markets they are interested in. They prefer Turkish companies as their companions in this discovery."

"Two countries on both ends of Asia"

Explaining that Japanese companies wants to grow in Europe, Balkans and Africa with Turkish companies, Şerif Tosyalı said: "In this context, the number of Japanese entrepreneurs interested in Turkey is growing every day. In the upcoming periods, important projects may come to the fore, especially in smart cities, health and construction areas. With these synergies to be created between the two countries, we aim for the trade volume between Turkey and Japan to get closer to 10 billion dollars in the medium term."

Balık sattık makine aldık

Türkiye ile Japonya arasındaki ekonomik ve ticari ilişkiler finans ve yatırım alanlarında önemli işbirliğini kapsıyor. Japonya'nın 2020'de Türkiye'ye yaptığı ihracat 3 milyar 313 milyon dolar olarak gerçekleşirken ithalatı da 373.5 milyon dolar oldu. Türkiye, Japonya'ya en fazla ton balığı sattı ve ithalatında da makine öne çıktı.

JAPONYA'NIN 2020'de Türkiye'ye yaptığı ihracat 3 milyar 313 milyon dolar olarak gerçekleşirken ithalatı da 373.5 milyon dolar oldu. Uzmanlar, iki ülke arasındaki Ekonomik Ortaklık Anlaşması'nın (EPA) Türkiye tarafından yakından izlenerek, Gümrük Birliği taahhütlerini zedelemeyen ekonomik ilişkilerini geliştirecek bir anlaşma zemini oluşturulması için çaba harcaması gerekiyor.

Japonya'ya ihracatımızın başında gıda maddeleri (ton balığı, domates salçası), mineraller, tütün, dokuma halı, ev tekstili ve kimyasal ürünler geliyor. İthalatımızdaki ürünler ise başta makinelerle ulaşım araçları olmak üzere kimyasallar, eczacılık ürünleri, ölçüm cihazları, kauçuk mamulleri, demir-çelik ve plastikler geliyor. Türkiye'nin Japonya'ya ihracatının artırılması için Türkiye'de Japon yatırım ve ortaklıklarıyla istenilen standartlarda üretim gerçekleştirilmesi önemli.

YATIRIMDA ÖNCELİKLİ ALANLAR
İhracata yönelik üretimini Japonya dışına kaydıran Japon şirketleri, Doğu Asya başta olmak üzere, Avrupa ve Kuzey Amerika'da yatırımlarını artırdı. Elektronik sektöründe ise yurtiçi talebin de artmasıyla Japon firmalar hem ülkedeki yatırımlarını hem de yurtdışı yatırımlarını güçlendirdi. Yatırımcı Japon firmalarının öncelikli stratejileri arasında Ar-Ge çalışmaları geliyor. Diğer Asya ülkeleriyle maliyet açısından rekabet yapma olanağı olmayan Japon şirketleri, diğer ülkelerin sahip olmadığı yüksek teknoloji ürün ve prosesler sayesinde rekabetçi gücünü koruyabileceğini düşünüyor. Büyük öncelik verilen bir diğer strateji ise yurtiçi üretimin güçlendirilmesi.

Japonya'nın toplam üretiminin



yüzde 30'unu yurtdışı üretim oluşturuyor. Özellikle elektronik sektöründeki konvansiyonel ürünlerde Japon firmaları tarafından Çin ve ASEAN ülkelerinde gerçekleştirilen üretim miktarı, Japonya içindeki üretim miktarını aşmış durumda. Ancak katma değeri yüksek ve yeni teknoloji içeren ürünlerin çok büyük bir kısmı Japonya'da üretiliyor. Özellikle yüksek teknoloji ürünü dijital kamera, LCD televizyon, mobil telefon gibi ürünlerdeki iç talep artışı, Japon ekonomisinin büyümesindeki önemli itici faktörlerden.

FARKLI TEŞVİKLER VAR

Japan External Trade Organization (JETRO) ülkede iş kurmak isteyen

potansiyel yatırımcılara ücretsiz danışmanlık hizmeti veriyor. Söz konusu danışmanlık ülkenin sanayi yapısı, hammadde temini, satış sistemleri konuları üzerine olabildiği gibi firmanın ihtiyaçlarına göre de değişiklik gösterebiliyor. Biyoteknoloji, bilgi teknolojileri, ilaç sanayi, tıbbi alet, işlenmiş gıda, çevre teknolojileri, nanoteknoloji, genel ticaret ve yatırım mevzuatı konusunda uzman personel bulunuyor. Ülkede hem yerel hem de ulusal bazda faaliyet gösteren çeşitli otoritelerin farklı teşvik programları söz konusu. Bunlar bazı vergilerden muafiyet veya vergi indirimi, arazi ya da bina temini, finansman ve kredi alanında kolaylık getiriyor.

Japonya'da yatırım yapmak isteyenler için avantajlar

- ▶ Teknolojik gelişmeler ve yenilikler
- ▶ Dünyanın en iyi eğitim sistemlerinin başında gelmesi
- ▶ Suç oranının düşük olması
- ▶ Ekonomik güç
- ▶ İstikrarlı siyaset
- ▶ Pazar büyüklüğü

- ▶ Ticaret potansiyelinin fazla olması
- ▶ e-ticaret payının artması

Dezavantajlar

- ▶ Çevre ülkelerle yaptıkları işbirliği
- ▶ Yaşlanan nüfus
- ▶ Üretim maliyetleri artışı
- ▶ Uluslararası ticarete katı kurallar

We sold fish,
bought a machine

Economic and commercial relations between Turkey and Japan covers the important cooperation in the field of finance and investment. Japan's exports to Turkey in 2020 were 3 billion 313 million dollars and its imports were 373.5 million dollars. Turkey sold tuna the most to Japan and machinery stood out in its imports. Experts need to show some effort to closely monitor the Economic Partnership Agreement between the two countries (EPA) in Turkey and to create a base for an agreement to develop their economic relations without damaging the Customs Union.

Our main exports to Japan are foodstuffs (tuna, tomato paste), minerals, tobacco, woven carpets, home textiles and chemical products. The products in our import are mainly machinery and transportation vehicles, chemicals, pharmaceutical products, measuring devices, rubber products, iron-steel and plastics.

Priority areas in investment

Shifting their export-oriented production out of Japan, Japanese companies increased their investments in Europe, North America and especially in East Asia. In the electronics sector, with the increase in domestic demand, Japanese companies strengthened both their investments in the country and their investments abroad. R&D studies are among the primary strategies of investor Japanese companies. Japanese companies, which cannot compete with other Asian countries in terms of cost, think that they can maintain their competitive power thanks to high-tech products and processes that other countries do not have. Another strategy that is given great priority is to strengthen domestic production.

There are different incentives

Japan External Trade Organization (JETRO) provides free consultancy services to potential investors who want to start a business in the country. The said consultancy can vary according to the needs of the company as well as the industrial structure of the country, raw material supply, sales systems. There are personnel specialized in biotechnology, information technologies, pharmaceutical industry, medical equipment, processed food, environmental technologies, nanotechnology, general trade and investment legislation.

SMC'nin dev yatırımı 2022'de devreye giriyor

Otomasyon çözümlerinde 60 yıldır faaliyet gösteren SMC Corporation, 1993'te girdiği Türkiye pazarında 2011'de yüzde 100 özsermayesiyle SMC Turkey Otomasyon'u kurdu. Şirket, artan talepleri karşılayabilmek amacıyla Hadımköy'de yaklaşık 21 bin metrekare kapalı alana sahip, yeni bir tesis kurmaya hazırlanıyor.

SMC Turkey Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Turgay Uçar, 21 bin kişiyi istihdam eden SMC Corporation'un 83 ülkede faaliyet gösterdiğini söyledi.

Uçar, ayrıca bünyelerinde bin 500 kişilik Ar-Ge mühendislik ekibi ve 8 bin 200 kişilik güçlü satış kadrosu bulunduğunu aktardı.

Pnömatikte yüzde 37'lik pazar payıyla dünya lideri olan SMC Corporation'un endüstriyel otomasyon alanında 12 bin temel ve 700 bin ürün çeşidi bulunduğu bilgisini veren Uçar, Ar-Ge çalışmaları sonucunda pazara sürekli yeni ürünler sunduklarını kaydetti.

Ar-Ge'ye her yıl 352 milyon dolar harcama yapıldığının altını çizen Turgay Uçar, son yıllarda sürdürülebilir çevreye yönelik sosyal sorumluluk çalışmaları da yaptıklarını anlattı.

ÇEVRE DOSTU ÇÖZÜMLER

Öncelikle CO2 emisyonunun daha az olduğu çevre dostu çözümler geliştirmeye çalıştıklarını bildiren Uçar, "Bu kapsamlı yaklaşımımızın temel bileşenlerinden birisi de kompakt ve hafif ürünler tasarlamak" dedi.

Turgay Uçar, uzun vadeli üretim prensiplerinin temelinde ise mevcut ürünlerin daha kompakt, hafif ve uzun ömürlü hale getirilmesinin oluşturduğunu ifade etti.

Bazı ürünlerde yüzde 70'e yakın enerji tasarrufu sağlandığının altını çizen Uçar, ürünlerin çevre üzerindeki azalan etkilerinin tasarım aşamasında başlayıp kullanım ömrü boyunca devam ettiğini vurguladı.



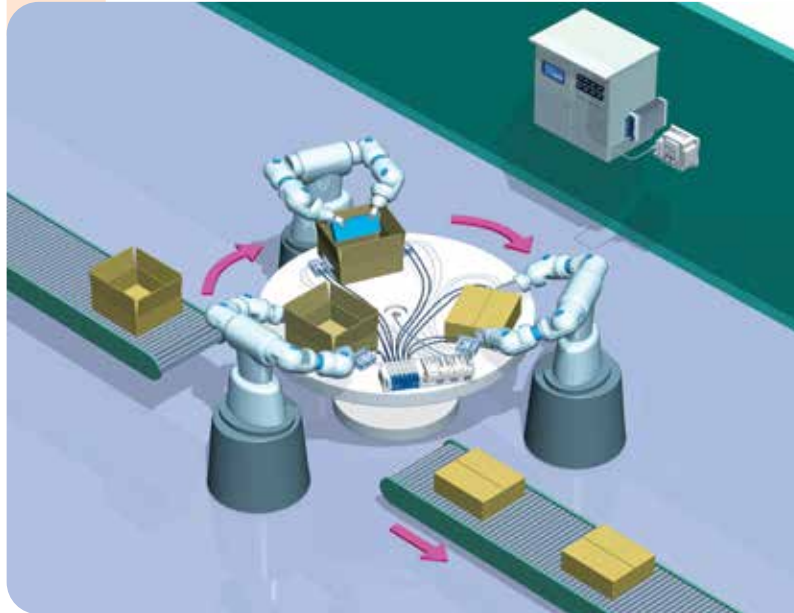
Turgay UÇAR
SMC Turkey Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü



COVID-19 vakasıyla başlayan zorlu süreçte, iş ortaklarını en iyi şekilde desteklemeye devam ettiklerini belirten Turgay Uçar, "Aşılmanın başlaması ile beraber, pazarın 2021'in sonlarına doğru normale dönmesini ümit ediyoruz" dedi.

"Türkiye ekonomisine güvenimiz tam"

SMC Turkey olarak zorlu koşullarda da piyasalara iyimser yaklaşarak yatırımlara ara vermeden devam ettiklerini aktaran Turgay Uçar, şunları söyledi: "SMC, Türkiye'ye ve ekonomisine olan güvenini Deliklikaya Organize Sanayi Bölgesi'nden satın aldığı arsaya gösterdi. Tesisimiz, İstanbul Hadımköy Sanayi Bölgesi'nde yaklaşık 21 bin metrekarelik kapalı bir alana sahip olacak."



Huge investment of SMC is coming into effect in 2022

Turgay Uçar
SMC Turkey President and General Manager

SMC Turkey President and General Manager Turgay Uçar said that SMC Corporation, which employs 21 thousand people, operates in 83 countries.

Uçar also stated that they have an R&D engineering team of 1,500 people and a strong sales staff of 8,200 people.

Informing that SMC Corporation, the world leader in pneumatics with a 37 percent market share, has 12 thousand basic and 700 thousand product types in the field of industrial automation, Uçar noted that they constantly offer new products to the market as a result of their R&D studies.

Underlining that 352 million dollars are spent on R&D every year, Turgay Uçar explained that they have also carried out social responsibility studies for the sustainable environment in recent years.

Environmentally friendly solutions

Stating that they are trying to develop environmentally friendly solutions with less CO2 emission, Uçar said, "One of the basic components of this comprehensive approach is to design compact and light products."

Turgay Uçar stated that the basis of long-term production principles is to make existing products more compact, lighter and longer-lasting.

"We have full confidence in Turkey's economy"

Stating that as SMC Turkey, they continue their investments without stopping by approaching the markets with an optimistic approach in difficult conditions, Turgay Uçar said: "SMC has showed its confidence in Turkey and its economy with the land they purchased from Deliklikaya Organized Industrial Zone. Our facility will have an area of approximately 21 thousand square meters in İstanbul Hadımköy Industrial Zone."

MOL, Türkiye'de denizcilik, gıda ve turizmde yatırım için çalışmalarını sürdürüyor

Yaklaşık 130 yıllık geçmişi bulunan Mitsui O.S.K. Lines Ltd. (MOL), çeşitli tipte 850 gemiyle 3 bin 500'den fazla sefer düzenliyor. Çok modlu bir nakliye grubu olan MOL, Türkiye'de denizcilik ve lojistiğin yanı sıra balıkçılık, gıda, ticaret, turizm gibi alanlara da yatırım için çalışmalarını sürdürüyor.



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



MOL continues to its studies for investment in tourism, food and maritime in Turkey

Satoshi Katada
MOL Turkey Denizcilik ve Lojistik Tic. A.Ş.
Managing Director

Satoshi Katada, Managing Director of MOL Turkey Denizcilik ve Lojistik Tic. A.Ş. has reported that the main working area of MOL Group is shipping however there are many other group companies which are operating in various areas.

Katada listed the company's general fields of activity as LNG transportation and LNG related business, liquid chemical transportation, dry bulk cargo transportation, cruise ship, sea / air cargo with logistics services, heavy cargo transportation, sales of oil and various equipment for ships, port facility construction / development consultant and office-building leasing.

Indicating that so far they have not invested much in Turkey, but they have port and ship development plans, Katada said, "Addition to shipping and logistics, we will consider investing in other fields like fishery, food, trading, tourism. MOL Turkey will not act as a Japanese company but as a Turkish company."

Trade in third countries will be promoted

Stating that cooperation with Karadeniz Holding in the field of Powership has expanded mainly in the African market, Satoshi Katada said, "Like this cooperation, we want to encourage "commercial developments in third countries." Our main target is the African market. In 2019, we signed an agreement with Tosyalı Holding for strategic cooperation. This cooperation will include businesses in Africa."

When implying that MOL would like to connect Japan and Turkey with shipping services like multi purpose vessel, chemical tankers and car carriers and promote trade between two countries, Katada said that they have no logistics infrastructure in Turkey yet but they have already started discussions with several Turkish Logistics companies for realizing "Consultant Logistics" service.

MOL Türkiye Denizcilik ve Lojistik Tic. A.Ş. Genel Müdürü Satoshi Katada, ana işlerinin denizcilik olmakla birlikte birçok alanda faaliyet gösteren şirketleri bulunduğunu bildirdi.

Katada, MOL Group'un genel faaliyet alanlarını LNG taşımacılığı ve LNG ilişkili işler, sıvı kimyasal taşıma, kuru dökme yük taşımacılığı, seyahat gemisi, lojistikle deniz/ hava kargosu, ağır yük taşımacılığı, gemilere ilişkin yağ ve çeşitli ekipman satışı, liman tesisi inşaa / geliştirme danışmanlığı ve ofis-bina kiralaması olarak sıraladı.

Şu ana kadar Türkiye'de çok fazla yatırım yapmadıklarını, ancak liman ve gemi geliştirilmesine yönelik planları bulunduğunu söyleyen Katada, "Denizcilik ve lojistiğin yanı sıra balıkçılık, gıda, ticaret, turizm gibi diğer alanlara da yatırım yapmayı düşüneceğiz. MOL Türkiye, Japon şirketi olarak değil Türk şirketi olarak hareket etmeye devam edecek" diye konuştu.

ÜÇÜNCÜ ÜLKELERDEKİ TİCARET TEŞVİK EDİLECEK

Powership alanında Karadeniz Holding ile işbirliğinin ağırlıklı olarak Afrika pazarında genişlediğini söyleyen Satoshi Katada, "Bu işbirliği gibi biz de 'üçüncü ülkelerdeki ticari gelişmeleri' teşvik etmek istiyoruz. Ana hedefimiz Afrika pazarı. 2019 yılında Tosyalı Holding ile stratejik işbirliği çalışması için anlaşma imzaladık. Bu işbirliği Afrika'daki işleri de kapsayacak." dedi.

MOL Türkiye'nin şirket politikası olarak okyanusla birbirine bağlanan Japonya-Türkiye dostluğu mottosuyla hareket ettiklerini bildiren Katada, "Ürün taşımacılığının ana modu olan konteyner taşı-

macılığı MOL'den ayrıldı ve 3 Japon konteyner hattı MOL/NYK/KL yatırımlarıyla Ocean Network Express (ONE) kuruldu. ONE bizim denetimimizde değil ve Türkiye'de kendi organizasyonunu gerçekleştiriyor" ifadelerini kullandı.

Japonya ile Türkiye'yi çok amaçlı gemi, araç taşıyıcıları, kimyasal tankerler gibi nakliye hizmetiyle birbirine bağlamak ve Türkiye ile Japonya arasındaki ticareti teşvik etmek istediklerine değinen Katada, Türkiye'de henüz lojistik altyapılarının olmadığını, ancak "lojistik danışmanlığı" hizmetini gerçekleştirmek için Türk lojistik şirketleri ile görüşmeler yaptıklarını aktardı.

Dostluklar okyanus üzerinden gelişecek

Satoshi Katada, "Japonya açıklarında Ertuğrul savaş gemisinin talihsiz kazasından itibaren başlayan Japonya ile Türkiye arasında uzun yıllar süren derin dostluk bağı okyanus üzerinden daha da geliştirmeye ve derinleştirmeye çalışıyoruz" dedi.

Yusen İnci, 46 ülkede global lojistik ihtiyacını karşılıyor

Ryoko Kosha ile 1955'te Japonya'da hava taşımacılığı alanında faaliyetlerine başlayan Yusen Lojistik, Türkiye pazarına 2012'de Yusen Logistics Turkey olarak girdi. Ardından 2017'de İnci Lojistik ile birleşerek Yusen İnci Lojistik olarak yoluna devam etti.

DÜNYANIN ilk 15 lojistik şirketi arasında olduklarını belirten Yusen İnci Lojistik Genel Müdürü Hakan Meriç, global bir halkanın zinciri olduklarını söyledi.

Meriç, Yusen İnci Lojistik olarak lojistik hizmetler, tedarik zinciri çözümleri, tedarik zinciri danışmanlık hizmetleri alanında ulusal ve uluslararası düzeyde hizmet verdiklerini bildirdi.

Dünyanın 46 ülkesinde ofisi bulunan şirket bünyesinde 25 bin çalışan, 500'ü aşkın lojistik üssü ve 2.90 milyon metrekare depolama alanı bulunduğu bilgisini veren Meriç, "Genel olarak Uzakdoğu, Avrupa, Ortadoğu, Kuzey Afrika, Amerika ile Türkiye arasında deniz, kara, havayolu taşıma ve depolama hizmetleri veriyoruz. Bu kapsamda tedarik süreçlerinin iyileştirilmesi, yeni tedarik zinciri süreçlerinin kurgulanması, uygulamaya geçirilmesi konusunda yönetim ve mühendislik danışmanlığı hizmetleri de faaliyet alanımız içinde" dedi.



Hakan MERİÇ
Yusen İnci Lojistik Genel Müdürü

"İNTERMODELDE FARK YARATMAK İÇİN MODELLER GELİŞTİRİYORUZ"

Yusen İnci Lojistik'in özellikle uluslararası deniz, hava, kara taşımasında ve son destinasyon ülkedeki depolama hizmetiyle fark yarattığını vurgulayan Hakan Meriç, tedarik zinciri yönetimi ekranıyla 100'den fazla tedarikçinin ürünlerini internet ortamında kon-



2021 yılı hedeflerini temkinli iyimser bir modelde planladıklarını söyleyen Hakan Meriç, pandemi sürecinden güçlenerek çıkmak için dijital altyapıyı sürekli geliştirdiklerini belirtti.



solide ederek müşterilere zaman kazandırdıklarını aktardı.

Bu modelle müşterilere hem zamandan hem de ekonomik tasarruf sağladıklarını dile getiren Meriç, "Aynı zamanda intermodel hizmetleriyle fark yaratmak için modeller geliştiriyoruz. Türkiye'nin dış ticaretinin

yüksek ve gelişmekte olduğu ülkelerde Yusen'in ofislerinin ve operasyonel kabiliyetinin yüksek olması için çalışıyoruz. Dolayısıyla ihracat müşterileri için daha kaliteli ve rekabetçi çözümler sağlaması, müşterilerimiz tarafından tercih edilme nedenlerimiz arasında" ifadelerini kullandı.

"Katma değerli çözüm üretiyoruz"

Hakan Meriç, "Genel merkezimiz olan İstanbul'un yanı sıra İzmir ve Bursa'da şubelerimiz, havalimanı ofislerimiz, Manisa ve Kemalpaşa'da 30 bin metrekare depolama alanlarımız mevcut. Başta otomotiv, sağlık, havacılık endüstrisi, teknoloji, gıda ve perakende olmak üzere pek çok sektöre özel çözümlerle katma değerli hizmetler sunuyoruz" diye konuştu.

Yusen İnci meets global logistics needs in 46 countries

Hakan Meriç
Yusen İnci Logistics General Manager

Stating that they are among the top 15 logistics companies in the world, Yusen İnci Logistics General Manager Hakan Meriç said that they are the chain of a global ring.

Meriç stated that as Yusen İnci Logistics, they provide services at national and international level in the fields of logistics services, supply chain solutions and supply chain consultancy services.

Informing that within the

company which has offices in 46 countries worldwide, they have 25 thousand employees, more than 500 logistics base and 2.90 million square meters of storage space, Meriç said, "In general, we provide air, sea and land transportation between the Far East, Europe, Middle East, North Africa, America, Turkey and storage services."

"We are developing models to make a difference in intermodel"
Emphasizing that Yusen İnci Logistics made a difference especially

in international sea, air, land transportation and storage services in the last destination country, Hakan Meriç stated that they save their customers time by consolidating the products of more than 100 suppliers on the internet with the supply chain management screen.

Stating that they save both time and economy of their customers with this model, Meriç said, "At the same time, we are developing models to make a difference with intermodel services. We are working for the offices and operational capabilities of

Yusen to be high in countries where foreign trade of Turkey is high and developing."

"We produce value-added solutions"
Hakan Meriç said, "In addition to our headquarters in İstanbul, we have branches in İzmir and Bursa, airport offices, and 30 thousand square meters of storage areas in Manisa and Kemalpaşa. We offer value-added services with customized solutions for many sectors, especially automotive, healthcare, aviation industry, technology, food and retail."

Tosyalı Toyo, 3 yılda 500 milyon dolarlık ithalatı ikame etti

Türkiye'nin global çelik üreticisi Tosyalı ile Japonya'nın lider üreticilerinden Toyo Kohan'ın ortaklığıyla hayata geçirilen Tosyalı Toyo Çelik A.Ş., üç yıl gibi kısa zamanda 500 milyon dolarlık ithalatı ikame eden üretime imza attı.



Tosyalı Toyo substitutes 500 million dollars of imports in 3 years

Tosyalı Toyo, which was established in Osmaniye in 2017 with the partnership of Tosyalı Holding and Japanese Toyo Kohan, produces high-tech steel. Value-added production realized in Osmaniye with Tosyalı Toyo, which is among the biggest investments of Tosyalı Toyo in partnership with Japan, is exported to all sides.

TOSYALI HOLDİNG ile Japon Toyo Kohan ortaklığıyla 2017 yılında Osmaniye'de kurulan Tosyalı Toyo, yüksek teknoloji çelik üretimi gerçekleştiriyor.

Türkiye'de Japon ortaklığıyla gerçekleştirilen en büyük yatırımlar arasında yer alan Tosyalı Toyo ile Osmaniye'de gerçekleştirilen katma değerli üretim dünyanın dört bir yanına ihraç ediliyor.

PEÇETE İNCELİĞİNDE ÇELİK

Yıllık 6 milyon tonu aşan üretimle dünyanın en büyük demir-çelik üreticileri arasındaki yerini güçlendiren Tosyalı Grubu'nun Japonya'nın bu alandaki lider şirketlerinden Toyo Kohan ortaklığıyla hayata geçirdiği Tosyalı Toyo Çelik A.Ş., Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu yeşil ve yüksek teknoloji çelik üretimine devam ediyor.

Yüzde 51'i Tosyalı Grubu'na ait olan Tosyalı Toyo ürün gamında, Türkiye'nin daha önce ithal ettiği birçok katma değerli ürün yer alıyor. Üretilen peçete inceliğinin

deki katma değerli çelik ise bugün dünyanın dört bir yanına ihraç ediliyor. Diğer bir ifadeyle Tosyalı Toyo, Türkiye'nin çelikte katma değerli ürünlerde dışa bağımlılığının kaldırılması yolundaki en büyük adımların başında yer alıyor.

"CARİ AÇIĞIN AZALTILMASINA KATKI SAĞLIYORUZ"

Tosyalı Toyo, Osmaniye OSB'de 650 milyon dolar yatırımla 250 bin metrekarelik alanda 2017'de faaliyete geçti. Burada üretilen yüksek katma değerli çelik ise ambalaj sanayiden elektrikli ev aletlerine, bilişim ürünlerinden inşaat sektörüne ve beyaz

eşyaya kadar onlarca farklı sektörde kullanılıyor. Türkiye'de bu alanda 500 milyon doları aşkın bir ithalatı ikame eden Tosyalı Toyo, aynı zamanda gerçekleştirdiği ihracatla Türkiye'nin cari açığının azalmasına da önemli bir katkı sağlıyor.



"Dünya çapında kabul gören üretim"

Tosyalı Toyo'da üretilen katma değerli çeliğin kullanıldığı alanlardan biri de otomotiv. Dünya çapında kabul gören "IATF 16949 Otomotiv Kalite Yönetim Sertifikası"nın sahibi olan Tosyalı Toyo Çelik A.Ş., Türkiye'de otomotiv sektörünün ihtiyaç duyduğu yüksek teknoloji çeliği üretmeyi de sürdürüyor. Sadece 3 yıl içinde önemli bir başarı hikayesine imza atan şirket, Türkiye'nin en büyük 500 sanayi kuruluşunun yer aldığı ISO 500 listesinde bu yıl 73'üncü sırada yer aldı.

Napkin-thin steel

In the Tosyalı Toyo product line which 51 percent of it belongs to Tosyalı Group, there are many value-added products which were imported before by Turkey. The napkin-thin value-added steel that is being produced is exported all over the world today. In other words Tosyalı Toyo is in the top of the biggest steps towards the abolition of Turkey's dependence on foreign steel in value-added products.

"We contribute to the decrease of the current account deficit"

Tosyalı Toyo started operations in Osmaniye OIZ in 2017 with an investment of 650 million dollars on an area of 250 thousand square meters. The high value-added steel produced here is used in dozens of different sectors from the packaging industry to electrical household appliances, from information products to the construction sector and white goods. Tosyalı Toyo, which substitutes a field of over 500 million dollars of import in Turkey, also makes an important contribution to the decrease of the current account deficit with its exports.

Automotive is one of the areas where value added steel produced in Tosyalı Toyo is used. Tosyalı Toyo Steel which owns the worldwide acceptable "IATF 16949 Automotive Quality Management Certification" continues to produce high-tech steel needed by the automotive sector in Turkey.

Daikin Türkiye, 53 milyon dolarlık dev yatırıma hazırlanıyor

İklimlendirme sektörünün global oyuncularından Daikin, 2011'de Airfel'i satın alarak girdiği Türkiye pazarında yatırımlarını sürdürüyor. Şirket, 53 milyon dolarlık 5 ayrı yatırımla, bir yandan ihracata yönelik split klima üretimi artıracak, diğer yandan da Türkiye'de merkezi iklimlendirme sistemi üretimine başlayacak.



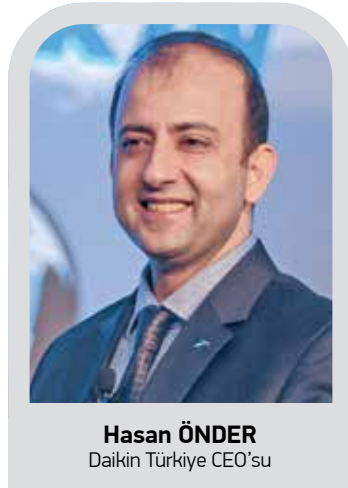
İKLİMLENDİRME sektöründe 1924 yılından bu yana ısıtma, soğutma, havalandırma ve sektörel kimyasal gibi alanlarda hizmet veren Daikin, Türkiye'nin de dahil olduğu 100'den fazla ülkede üretim tesisi bulunan bir global oyuncu.

Ana şirketin cirosunun 24 milyar doları bulduğunu belirten Daikin Türkiye CEO'su Hasan Önder, iklimlendirme sektöründe Türkiye'nin ürün gamı en geniş markası olduklarını bildirdi.

Daikin'in sadece iklimlendirme ürünleri üreten, satan bir firma olmadığını dile getiren Önder, inovasyon ve teknoloji odaklı ürünlerde geliştirmeler yaptıklarını aktardı.

"COVID-19 TAZE HAVANIN ÖNEMİNİ GÖSTERDİ"

Isıtma ünitelerinde fosil yakıt kullanımını minimize etmek için ısı pompaları geliştirdiklerini söyleyen Önder, COVID-19 döneminde taze havanın öneminin ortaya çıktığını kaydederek, "Daikin teknolojileri, bir ortamın ısıtma ve soğutmasının dışında nem, taze hava oranı, alerjen, polen ve küf gibi rahatsızlık veren etmenleri minimize eden tek-



Hasan ÖNDER
Daikin Türkiye CEO'su

nolojilerin de mucidi" dedi.

Türkiye'de daha önce distribütörler aracılığıyla hizmet verirken 2011'de Airfel'in bünyeye katılmasıyla Daikin Türkiye'nin kurulduğu bilgisini veren Hasan Önder, bugün Türkiye'de 7 bölge müdürlüğü, 370 bayi, 500 satış noktası ve 500'ün üzerinde yetkili servisle hizmet verdiğini bildirdi.

Toplam 53 milyon dolarlık 5 ayrı yatırım yapacaklarını ifade eden Önder, split klima üretiminde yeni hat yatırımının ihracata 100 milyon

dolarlık katkı sağlayacağını belirtti.

VRV adı verilen iklimlendirme sistemleri üretimi için de hazırlık yaptıklarını söyleyen Önder, ağırlıklı olarak Avrupa'ya yönelik yapılacak üretimin ihracata katkısının ise 100 milyon euro olacağını söyledi.

"2021 yatırım yılı olacak"

Hasan Önder, Daikin Türkiye olarak Azerbaycan, Özbekistan, Türkmenistan, Kazakistan, Kırgızistan, Ermenistan, Tacikistan, Gürcistan, Moğolistan, Kuzey Irak ve Kuzey Kıbrıs pazarlarından da sorumlu olduklarını söyledi.



Daikin Turkey is preparing for the giant investment of 53 million dollars

Hasan Önder
Daikin Turkey CEO

Serving in the fields like heating cooling, ventilation and chemical industry in air conditioning sector since 1924, Daikin is a global player with production facilities in more than 100 countries including Turkey.

Stating that the main company has a 24 billion dollars turnover, Daikin Turkey CEO Hasan Önder said that as a brand they have the widest range of products in Turkey in the air conditioning sector.

Expressing that Daikin is not a company that only produces or sells air conditioning products, Önder stated that they have made improvements in innovation and technology-oriented products.

100 million dollars contribution to export

Informing that while serving in Turkey through distributors before, Daikin Turkey was established in 2011 with the incorporation of Airfel, Hasan Önder said that they operate with seven regional offices, 370 distributors, 500 sales points and more than 500 authorized services in Turkey.

Expressing that they will make 5 investments of 53 million dollars in total, Önder stated that the new line investment in split air conditioner production will contribute 100 million dollars to exports. Saying that they are also preparing for the production of air conditioning systems called VRV, Önder said that the production to be made mainly for Europe will contribute 100 million Euros to exports.

Hasan Önder said that as Daikin Turkey, they are responsible for markets of Azerbaijan, Uzbekistan, Turkmenistan, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Armenia, Tajikistan, Georgia, Mongolia, North Iraq and Northern Cyprus.

Alacalı, Japon teknolojisiyle üretip Japonya'ya satıyor

Alacalı İnşaat, Asya Kıtası'nın en büyük prekast betonarme elaman üretim tesisine sahip Japon KUROSAWA ile 1999 yılında yaptığı 'know-how' anlaşmasıyla 20 yılı aşkın süredir depreme dayanıklı yapılar üretiyor.

KURULDUKLARI 1987 yılından bu yana sanayi yapılarındaki tecrübelerini Japon betonarme teknolojisiyle birleştirdiklerini belirten Alacalı İnşaat Genel Müdür Yardımcısı Birol Doyranlı, lojistik, depo, konut, okul, hotel, alışveriş merkezi, kongre merkezi gibi nitelikli yapılar inşa ettiklerini söyledi.

Biri Japonya, diğeri iç piyasaya olmak üzere Tekirdağ Muratlı'da 8 bin m3/ay kapasiteli 2 üretim tesisiyle hizmet verdiklerini bildiren Doyranlı, son iki yıldır anahtar teslimi müteahhitlik projeleri de yaptıklarını aktardı.

1999 yılında Japon KUROSAWA ile Kobe depremini hasarsız atlatan ard-germeli yapı sistemini Türkiye'de uygulamak üzere 'know-how' anlaşması yaptıkları bilgisini veren Doyranlı, depreme dayanıklı ALA-SAWA sistemiyle 20 yıldır Türkiye'de birçok projeye imza attıklarını bildirdi.

2020'de Japonya'daki çok katlı lojistik depo binalarının ard-germeli kolon-kiriş elemanlarını Türkiye'de üretmek üzere ALA-SAWA İnşaat'ı kurduklarını söyleyen Birol Doyranlı,



Birol DOYRANLI
Alacalı İnşaat Genel Müdür Yardımcısı

sadece Japonya'ya yönelik üretim yapacak tesisten her hafta düzenli gemiyle ihracat yaptıklarını kaydetti.

"JAPON KALİTE SİSTEMİNE UYGUN ÜRETİM"

İşbirliği yaptıkları KUROSAWA'nın Asya Kıtası'nın en büyük prekast betonarme elaman üretim tesisine sahip olduğu bilgisini veren Doyranlı, "Kullandığı ard-germeli yapı sistemiyle fark yaratan ve sektöründe Japon-



Doyranlı, KUROSAWA ile deprem izolatörü ve epoksi kaplı öngerme halatı üretecek iki tesis yatırımını da 2021 yılının ikinci yarısında tamamlayacaklarını belirtti.



ya'nın en büyüğü. Özellikle çok katlı lojistik depolar, hastaneler, konutlar konusunda büyük tecrübe ve bilgi birikimine sahip" diye konuştu.

20 yıldır birlikte çalıştıkları firmayla Türkiye'den Japonya'ya Japon kalite sistemlerine uygun yapı elemanları ihraç ettiklerine değinen Doyranlı, "Sumitomo Mitsui ve

NMB (Splice Sleeve) firmaları da Japonya'daki diğer partnerlerimiz. Sumitomo Mitsui, Japonya'da çok katlı (50 kat) yapılarda yaklaşık 30 yıldır başarıyla uygulanan SQRIM sistemi olarak adlandırılan patentli, ön üretimli çok katlı yapı sistemini'nin sahibi. Alacalı İnşaat bu sistemin Türkiye uygulayıcısı" dedi.

"Kapasite artırımı yatırımı 2021'de tamamlanacak"

2021 yılında Japonya'ya üretim yapan fabrikanın iş hacmini artırmak istediklerini söyleyen Doyranlı, "Şimdilik 8 hatla üretim yapıyoruz. 2021 yılı Şubat ayında Japonya için 2 yeni lojistik binanın elemanlarını üretmeye başlayacağız. Bu yeni binalar ve yıl içinde alınacak yeni işlerle tam kapasite üretime geçmeyi hedefliyoruz" diye konuştu.

Alacalı produces with Japanese technology and sells to Japan

Birol Doyranlı
Alacalı Construction Deputy General Manager

Stating that they have combined their experience in industrial buildings with Japanese reinforced concrete technology since their establishment in 1987, Alacalı Construction Deputy General Manager Birol Doyranlı said that they have built qualified buildings such as logistics, warehouse, housing, school, hotel, shopping center, congress center.

Saying that they established ALA-SAWA Construction to produce the post-tensioned beam-column members of the Japanese multi-level logistics warehouse in Turkey, in 2020, Birol Doyranlı noted that they export regularly with ship every week from the facility that will produce for only Japan.

"Production in accordance with the Japanese quality system"
Giving the information that KUROSAWA

that they cooperate with has the largest precast reinforced concrete element production facility in Asia, Doyranlı said, "It makes a difference with the post-tensioned structure system it uses and is the largest in Japan in its sector. It has great experience and knowledge, especially in multi-storey logistics warehouses, hospitals and residences."

Stating that they export proper structural elements of the Japanese quality system, from Turkey to Japan

with the company they work with for 20 years, Doyranlı said, "Sumitomo Mitsui and NMB (Splice Sleeve) companies are also our other partners in Japan. Sumitomo Mitsui is the owner of a patented, pre-produced, multi-storey building system called the SQRIM system, which has been successfully implemented in multi-storey (50-storey) buildings in Japan for nearly 30 years. Alacalı Construction is the Turkey practitioner of this system."

Abdi İbrahim Otsuka, inovatif projelere odaklandı

Nöropsikiyatri alanındaki güçlü Ar-Ge çalışmalarıyla dikkat çeken Japon Otsuka'nın 2012'de Abdi İbrahim ile yaptığı güç birliğiyle kurulan Abdi İbrahim Otsuka, tasarım odaklı düşünce metodolojisiyle yenilikçi projeler geliştirmeye devam ediyor.

ABDİ İBRAHİM'İN nöropsikiyatri alanındaki kayda değer Ar-Ge çalışmalarıyla öne çıkan Otsuka ile 2003'te başlayan iş birliğinin 2012'de güç birliğine dönüştüğünü söyleyen Abdi İbrahim Otsuka Şirket Yöneticisi Elif Elkin, bunun ilaç sektöründeki ilk Türk-Japon ortaklığı olduğunu bildirdi.

Elkin, odaklandıkları alanlar arasında; şizofreni, bipolar bozukluk, majör depresyon ve otizm gibi tedavilerin yanı sıra hiponatremi, polikistik böbrek hastalığı, kemik iliği transplantasyonu, periferik arter hastalığının bulunduğunu kaydetti.

Otsuka'nın yenilikçi ürünlerinin Abdi İbrahim'in Türkiye'deki tesislerinde üretildiğini vurgulayan Elif Elkin, Tunus ve Singapur'a yaptıkları ihracatla ekonomiye katkı sağladıklarını aktardı.

BİLGİ BİRİKİMLERİNİ TIP DÜNYASINA SUNDU

Ruh sağlığı alanında tedavinin bir bütün olduğuna vurgu yapan Elif Elkin, bu çerçevede sosyal fayda odaklı projelerinin çatısı olan Görmeden Gelmeyelim platformu altında başlattıkları Öyle Söyleme! hareketiyle toplumdaki ve özellikle günlük dildeki damgalamaya karşı farkındalık yaratmak amacıyla geniş kitlelere ulaştıklarını belirtti.

Pandemi döneminde hekimlerin talep ve ihtiyaçlarını yakından takip ettiklerini kaydeden Elif Elkin, "Hekimlerimizin günlük süreçteki ihtiyaçlarını kadarmesleki



Elif ELKİN
Abdi İbrahim Otsuka
Şirket Yöneticisi



Abdi İbrahim Otsuka'nın amacının yenilikçi ürün ve projelerle tüm paydaşlarının hayatını iyileştirmek, hasta ve hasta yakınlarının daha kaliteli bir yaşam sürmelerini kolaylaştırmak olduğunu belirten Elif Elkin, Türkiye'deki bir numaralı Japon ilaç firması olmak için çalıştıklarını vurguladı.

gelişim ihtiyaçlarının da karşılanması için tüm bilgi birikimimizi ve Otsuka küresel ağındaki bilimsel kaynakları onlara sunduk" dedi.

Şirket bünyesinde inovatif projeler geliştirmek için AsistAİO

adlı özel bir ekip kurdukları bilgisini veren Elkin, "Ekibimiz, tasarım odaklı düşünce metodolojisiyle çalışmaları-mızı nasıl daha inovatif hale getirip daha etkili sonuçlar alırsız sorusunun yanıtını arıyor" diye konuştu.



Pazara inovatif ürünler sunacak

Abdi İbrahim Otsuka olarak ilaç sektöründeki gelişmeleri yakından takip ettiklerini ve farklı tedavi alanlarında keşfedilen pek çok inovatif ürünü Türkiye pazarına sunmayı hedeflediklerini belirten Elif Elkin, "Ayrıca ihracat ağıma yeni ülkeler eklemek için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. 2023'e kadar yeni lansman planlarımız çerçevesinde kurulacak ekiplerimizle daha da büyüyeceğiz" diye konuştu.

Abdi İbrahim Otsuka focused on innovative projects

Elif Elkin
Abdi İbrahim Otsuka Managing Director

Stating that Abdi İbrahim's strong relationship with Otsuka, who stands out in the field of neuropsychiatry with its strong R&D, started in 2003 and turned into a power union in 2012, Managing Director of Abdi İbrahim Otsuka Elif Elkin stated that this is the first Turkish-Japanese partnership in the pharmaceutical industry.

Elkin noted that among the fields they focus on, in addition to treatments such as schizophrenia, bipolar disorder, major depression and autism, are hyponatremia, polycystic kidney disease, bone marrow transplantation and peripheral artery disease.

Emphasizing that innovative products of Otsuka are being produced in the facility of Abdi İbrahim in Turkey, Elif Elkin stated that they contribute to the economy with their export to Tunisia and Singapore.

Presented their knowledge to the medical world

Noting that they closely monitor the demands and needs of physicians during the pandemic period, Elif Elkin said, "We have provided all our knowledge and scientific resources in the Otsuka global network to meet the professional development needs of our physicians as well as their daily needs."

Giving the information that they established a special team called AsistAİO to develop innovative projects within the company, Elkin said, "Our team is looking for the answer to the question of how we can make our work more innovative and get more effective results with a design-oriented thinking methodology."

Will offer innovative products to the market

Stating that as Abdi İbrahim Otsuka, they closely follow the developments in the pharmaceutical industry and aim to provide many innovative products discovered in different treatment areas to Turkish market, Elif Elkin said, "We are also continuing our efforts to add new countries to our export network. We will grow even more with our teams to be established within the framework of our new launch plans until 2023."

Hitachi Europe Türkiye, teknoloji ve otomasyona odaklı

Japonya'da 1910 yılında kurulan teknoloji şirketi Hitachi, dünyada 814 şirket ve 300 bin çalışanla geniş bir yelpazede hizmet veriyor. Ar-Ge'ye yılda 3 milyar dolar harcayan Hitachi, Türkiye'de 5 fabrikada bin personelle bilişim, fren sistemleri, sinyalizasyon, tıbbi görüntüleme alanlarında üretim yapıyor.

HITACHI'NİN yıllık 80 milyar dolarlık ciro elde ettiğini belirten Hitachi Europe Türkiye Ülke Müdürü Murat Yılmaz, her yıl Ar-Ge için yaklaşık 3 milyar dolarlık harcama yaptıklarını bildirdi. Şirketlerinin Hitachi Metals ve Hitachi İş Makineleri gibi iki grup altında 5 kümede toplandığını belirten Yılmaz, bilişim teknolojilerinde en önemli konunun veri depolama olduğunu söyledi.

Mobilitede raylı sistem araçlarının sinyalizasyondan elektrifikasyona kadar çeşitli alanlarda çözüm ürettiklerini vurgulayan Yılmaz, endüstride büyük pompa, kompresör, otomasyon, su geri kazanım, çevre sistemleri üretimi yaptıklarını aktardı.

"KLASİK İŞ MODELLERİNİ DEĞİŞTİRDİK"

Hitachi'nin 'Lumada' isimli nesnelerin interneti platformuyla operasyonel teknoloji (OT) yeteneklerini IT teknolojisiyle birleştirdiğini bildiren Yılmaz, son yıllarda klasik iş modelini değiştirme konusunda ciddi adımlar attıklarını kaydetti.



Murat YILMAZ
Hitachi Europe Türkiye Ülke Müdürü

Türkiye'de 7 şirket ve 5 fabrikada bine yakın çalışanları bulunduğunu söyleyen Yılmaz, dört fabrikada gerçekleştirdikleri trafo ve ekipmanları üretimi yanı sıra şebeke otomasyonu, şebeke entegrasyonuyla yüksek gerilim işleri yaptıklarını ifade etti.

Şirket bünyesine geçen yıl katılan Hitachi Automotive'de fren sistemleri üretip dünyanın dört bir yanına ihraç ettiklerini vurgulayan Yılmaz, "Hitachi Vantara ile bilişim teknolojileri, Hitachi Rail ile sinyalizasyon konusunda Türkiye'de birçok başarılı proje gerçekleştirdik" dedi.

Biyometrik kimlik doğrulama çalışmaları artacak

Türkiye pazarında 8 binden fazla Hitachi iş makinesi bulunduğu değinen Murat Yılmaz, şunları söyledi: "Hitachi Healthcare ile radyoloji görüntüleme faaliyet gösteriyoruz. Şehir hastaneleri projesinde başarıyla yer alıyoruz. Klasik genel müdürlük ve iş geliştirme fonksiyonlarımıza ilaveten endüstriyel projeleri yürütüyoruz. Ayrıca 2020 senesinde kurduğumuz Hitachi-Mitsubishi-Çalık Dijital ortaklığıyla parmak damarı biyometrik kimlik doğrulama alanındaki faaliyetlerimizi artırmayı hedefliyoruz."

Hitachi Europe Turkey is focused on technology and automation

Murat Yılmaz

Hitachi Europe Turkey Country Manager

Stating that Hitachi has achieved an annual turnover of 80 billion dollars Hitachi Europe Turkey Country Manager Murat Yılmaz reported that nearly 3 billion dollars in R & D are being spent each year.

Stating that their companies are gathered in 5 clusters under two groups such as Hitachi Metals and Hitachi Heavy Equipment, Yılmaz said that the most important issue in information technology is data storage.

Emphasizing that the rail system vehicles in mobility produce solutions in various fields from signaling to electrification, Yılmaz stated that they produce large pumps, compressors, automation, water recovery and environmental systems in the industry.

"We changed the classical business models"

Stating that Hitachi combines the Internet platform of objects named 'Lumada' with its operational technology (OT) capabilities with IT technology, Yılmaz noted that they have taken serious steps to change the classical business model in recent years.

Stating that they have 7 companies and thousand employees in 5 factories in Turkey, Yılmaz said that they do works of high-voltage with the network automation, network integration as well as production of transformers and equipment they perform in four factories.

Biometric authentication studies will increase

Stating that there are more than 8 thousand Hitachi construction machinery in Turkish market, Murat Yılmaz said: "We operate in radiology imaging with Hitachi Healthcare. We successfully take part in the city hospitals project. In addition to our classic headquarters and business development functions, we run industrial projects. In addition, we aim to increase our activities in finger vein biometric authentication field with the partnership of Hitachi-Mitsubishi-Çalık Digital that we established in 2020."



Toyota Otomotiv, Türkiye'de üretip 150 ülkeye ihraç ediyor

Dünyanın önde gelen otomobil üreticilerinden Toyota'nın bugüne kadar Türkiye'de yaptığı yatırımlar 2 milyar euroyu aştı. Markanın temeli 1992'de atılan ve üretime 1994'te başlayan Sakarya fabrikasında üretilen araç sayısı 3 milyonu buldu.

1937 yılında kurulan Toyota, bugün dünya genelinde 15 Ar-Ge-tasarım merkezi ve 69 tesiste üretimini sürdürüyor. Global şirketin 350 bin kişiye istihdam sağladığını belirten Toyota Otomotiv Sanayi Türkiye Genel Müdür ve CEO'su Toshihiko Kudo, Türkiye'deki üretim tesisinin temelinin 1992'de atıldığını söyledi.

Sakarya'daki fabrikada üretimin 1994'te başladığını vurgulayan Kudo, "Bu yıl kutladığımız 30'uncu kuruluş yıldönümümüzde Amerikalı bağımsız araştırma şirketi JD Power tarafından Avrupa ve Afrika bölgesindeki en iyi fabrika seçilerek 'altın fabrika' ödülüne layık görülmemiz bizi çok gururlandırdı" dedi.

"AVRUPA'DAKİ EN YÜKSEK ÜRETİM KAPASİTESİ"

Yıllık 280 bin üretim kapasitesiyle Toyota'nın Avrupa'daki en yüksek üretim kapasitesine sahip tesis olduğu bilgisini veren Toshihiko Kudo, "Halen haftanın 6 günü 3 vardiya devam eden üretimimizin yüzde 90'ını dünyanın 150 ülkesine ihraç ediyoruz" diye konuştu.

Merkezin, üretim ve bakım proseslerinin daha emniyetli, az maliyetli teknolojiler geliştirmek için kurulduğunun altını çizen Kudo, "Oluşturduğumuz bu merkezde Endüstri 4.0, IoT, görüntü işleme ve otomasyon sistemleri gibi konularda çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Üretimin kalbi ve beyni niteliğinde olan bu akıllı sistemleri ihraç etmeyi de hedefliyoruz" ifadesini kullandı.



Toshihiko KUDO
Toyota Otomotiv Sanayi Türkiye
Genel Müdür ve CEO'su

“

Kudo, 2019 yılında kurdukları "üretim mühendisliği ve sistem geliştirme merkezi" için Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'ndan Ar-Ge onayı aldıklarını belirtti.

3 milyon araç

COVID-19 salgınının tüm sektörler gibi otomotiv de olumsuz etkilediğini bildiren Kudo, ara verdikleri üretime 11 Mayıs itibarıyla tekrar başladıklarını aktardı. Sürekli iyileştirme ilkesiyle üretim yaptıklarına değinen Kudo, Türkiye'deki kümülatif yatırımlarının 2.03 milyar euroyu aştığını ve bugüne kadar ürettikleri araç sayısının da 3 milyona yaklaştığını bildirdi.

Toyota Motor produces in Turkey and exports to 150 countries

Toshihiko Kudo
Toyota Motor Manufacturing Turkey
General Manager and CEO

Investments that Toyota, one of the world's leading automobile manufacturers, made in Turkey has exceeded 2 billion euros. Foundation of the brand was laid in 1992 and the number of vehicles produced in the Sakarya factory, which started production in 1994, reached 3 million.

Founded in 1937, Toyota today continues its production in 15 R&D design centers and 69 facilities worldwide. Indicating that global company employs 350 thousand people, CEO and General Manager of Toyota Motor Manufacturing Turkey Toshihiko Kudo said that the foundation of the production facility in Turkey was laid in 1992.

Emphasizing that production in the factory in Sakarya started in 1994, Kudo said, "We are very proud that we were selected as the best factory in Europe and Africa regions and given the "golden factory" award by JD Power, an American independent research company, on our 30th anniversary this year."

"The highest production capacity in Europe"

Stating that Toyota has the highest production capacity in Europe with an annual production capacity of 280 thousand, Toshihiko Kudo said, "Currently, we export 90 percent of our production, which continues 3 shifts 6 days a week, to 150 countries of the world." Underlining that the center was established to develop safer, less costly technologies for production and maintenance processes, Kudo said, "In this center we have established, we continue our work on Industry 4.0, IoT, image processing and automation systems. We also aim to export these smart systems, which are the heart and brain of production."

3 million vehicles

Stating that the COVID-19 pandemic negatively affected the automotive industry as well as all sectors, Kudo stated that they resumed their production as of May 11. Stating that they produce with the principle of continuous improvement of production, Kudo said that their cumulative investments in Turkey exceeded 2.03 billion euros and reported that the number of vehicles produced up to now is approaching 3 million.



NUMBER 1
PASTA IN TURKEY

www.nuh.com.tr



Okyanus Ötesi Dostluk

1890 yılında Osmanlı'ya ait Ertuğrul savaş gemisi Japonya'daki Kii Yarımadası'nın 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. Karşılaştığı engelleri aşarak müşterilerimizin ihtiyaçlarına uygun çözümler sunmuştur ve gelecek talepleri karşılamak için çalışmalarına son hız devam etmektedir. Bizi bu zorlu yolda güçlü kılan ise meydan okuma ve yenilikçi ruhumuzdur.

MOL Grup, sahip olduğu yetenekleri birleştirerek gemicilik sektörünün ötesine doğru ilerlemektedir.

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 Denizecilik ve Lojistik Tic. A.Ş.
İzzetpaşa Mah. Yeniyol Cad. No:3 Nurol Tower D:1905 Şişli / İstanbul
T: +90 212 813 12 89 • info.moltr@molgroup.com
www.molturkiye.com

