

## КРАТКИЕ НАУЧНЫЕ СООБЩЕНИЯ

УДК 339.92, 339.522

*М. Н. Самойлова*

### ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЯПОНСКИХ ГЕНЕРАЛЬНЫХ ТОРГОВЫХ ДОМОВ В ЕВРОПЕ

Генеральные торговые дома — *sōgō sēsha* (*sōgō shōsha*) являются важной составной частью японской экономической системы. Эти компании сыграли значительную роль в развитии торговых отношений не только внутри Японии, но и, в первую очередь, торговли с другими государствами. Помимо этого, генеральные торговые дома, являющиеся, по мнению большинства как японских, так и западных исследователей, специфически японским институтом, выполняют ряд функций по обеспечению процесса иностранного инвестирования. Именно *sōgō sēsha* стали первыми японскими компаниями, вышедшими на иностранный рынок и основавшими за границей свои представительства. Генеральные торговые дома также можно назвать пионерами в деле трансферта технологий, поскольку именно они выступили в роли посредников в процессе их импорта. За более чем вековую историю активного пребывания *sōgō sēsha* на международной арене (необходимо заметить, что на протяжении столетия уровень активности действий компаний менялся) их функции, несмотря на некоторые корректировки, в целом не претерпели значительных изменений.

В то же время за этот период из небольших специализированных торговых домов *sōgō sēsha* превратились в универсальные компании, имеющие представительства во многих странах по всему миру и охватывающие основные отрасли экономики. Проанализировать типичную схему развития японских генеральных торговых домов можно на примере крупнейших *sōgō sēsha* Японии «Мицуй энд Ко» («Mitsui & Co.») и «Мицубиси Корпорэйшн» («Mitsubishi Corporation»).

Торговый дом Мицуй — одна из старейших торгово-предпринимательских компаний Японии, созданных еще в XVII в. Основателем Дома Мицуй является Такатоси Хатиробэй. Его отец Такатоси Сокубэй отказался от самурайского звания, чтобы заняться торговлей. Для эпохи Токугава такое решение было достаточно необычным (сословие торговцев не

---

**Марина Николаевна САМОЙЛОВА** — аспирантка кафедры мировой экономики Экономического факультета Санкт-Петербургского государственного университета. В 2006 г. окончила бакалавриат факультета Международных отношений. В 2009 г. окончила магистратуру Восточного факультета. Сфера научных интересов — экономическое взаимодействие Японии и стран Европейского союза, транснациональные корпорации, европейская интеграция, экономическая дипломатия. Автор трех научных публикаций.

было в почете и находилось на низшей ступени социальной лестницы). Вместе с тем оно положило начало формированию одной из крупнейших японских компаний современности. Изначально Дом Мицуи представлял собой семейное товарищество с ограниченной ответственностью, переросшее со временем в семейную холдинговую компанию [1, с. 113, 131].

В период «реставрации Мэйдзи» Торговый дом Мицуи начинает налаживать прочные контакты со странами Запада. При этом первыми были установлены связи с наиболее экономически и технологически развитыми в то время государствами Европы. Так, например, в конце XIX в. Торговый дом Мицуи организовал массовые поставки хлопкопрядильных машин из Великобритании. Это были машины компании «Platt Brothers», являвшейся на тот момент одним из ведущих производителей такого оборудования. В то же время Торговый дом Мицуи не только обеспечивал поставку хлопкопрядильных машин в Японию, но и занимался сбором технологической информации в этой области, что позволило в дальнейшем наладить производство подобного оборудования в Стране восходящего солнца. Этот Торговый дом первым открыл свои представительства в Европе: сначала в 1878 г. в Париже, а затем в 1880 г. в Лондоне и Милане (представительства в Париже и Милане пришлось в 1881 г. закрыть ввиду неблагоприятных экономических обстоятельств, однако уже через несколько десятилетий их деятельность возобновилась) [2, р. 64].

Итак, компания Мицуи уже на рубеже XIX–XX вв. выступала в качестве посредника в вопросах импорта машин и оборудования из Европы. Она также сыграла значительную роль в становлении японской легкой промышленности, так как помимо технологий и машин с Запада импортировала на родину хлопок из Китая. Затем обработанное в Японии сырье направлялось на экспорт.

Флагманом японской индустриализации в сфере тяжелой и химической промышленности по праву можно назвать компанию Мицубиси, которая зародилась также благодаря Торговому дому. Он организовал в начале 20-х годов XX в. свои представительства на территории Европы — в Великобритании, Германии и Франции. Эти филиалы занимались главным образом импортом технологий и посредничеством во взаимодействии между принадлежащими к тому времени группе Мицубиси компаниями и европейскими партнерами. К 1937 г. две компании из группы «Мицубиси Шипбилдинг» и «Мицубиси Хэви Индастриз» при посредничестве европейских подразделений приобрели около тридцати различных патентов и лицензий. В химической промышленности почти всеми своими успехами на раннем этапе Дом Мицубиси обязан приобретенным в Европе представительствами-посредниками технологиям [3, р. 99].

Помимо упомянутых выше генеральных торговых домов, в Европе с начала XX в. свою деятельность осуществляли такие сōgō sēся, как Ниссё Иваи (Nissho Iwai), Нитимэн (Nichimen), Марубени (Marubeni), Томэн (Tomen). На этом этапе экономическое значение Европы для Японии было более весомым, чем значение Америки. В первую очередь это выражалось в значительных объемах товарооборота между Японией и европейскими странами, среди которых лидирующие позиции с конца XIX в., а также на протяжении первой трети XX в. по объемам экспорта в Страну восходящего солнца занимала Великобритания, поставлявшая в основном механическое оборудование (именно в Лондоне к 1922 г. действовали и имели представительства семь японских генеральных торговых домов), а по импорту — Франция, в которую из Японии поставляли в больших количествах шелк-сырец и готовую шелковую продукцию [4, р. 201].

Начиная с середины 1950-х годов генеральные торговые дома возобновили на территории Европы свою деятельность, прерванную в связи со Второй мировой войной. Тем самым

они почти на полтора десятилетия опередили предприятия японской обрабатывающей промышленности. Изначально приоритетными направлениями для размещения сōгō сёся являлись два европейских города — Лондон и Гамбург. Однако внутри ФРГ ведущую роль очень скоро взял на себя Дюссельдорф, занимающий центральное положение по отношению к западноевропейским рынкам и находящийся в динамично развивавшемся в период «немецкого экономического чуда» Рурском районе. Таким образом, Германия и Великобритания доминировали и в первые послевоенные десятилетия в области привлечения японских торговых домов. В 1962 г. только в Лондоне и Дюссельдорфе были представлены все девять важнейших на тот момент сōгō сёся, хотя Гамбург и Милан играли также очень значительную роль. В это же время в Париже имели свои представительства лишь четыре из девяти торговых домов, а в Брюсселе — три [2, р. 65].

Японские генеральные торговые дома осуществляли свою деятельность также в Восточной Европе и Советском Союзе, однако это направление начало развиваться ими (как и другими японскими компаниями-инвесторами) значительно позже, чем западноевропейское. В начале 1960-х годов свои представительства в Москве открыли Мицуи, Нитимэн и Мицубиси. Начиная с 1970-х годов деятельность японских сōгō сёся развернулась и в странах Центральной и Восточной Европы, откуда некоторые из них (например, Канемацу (Kanematsu)) ушли в связи с началом политической и экономической трансформации этих стран.

Несмотря на расширение географии присутствия японских торговых домов на территории Европы, до 90-х годов XX в. размещение их представительств по европейским странам и регионам оставалось неравномерным. Ситуация изменилась к середине 1990-х годов, что в значительной степени было связано с наметившимися тенденциями стабилизации в Европе. В странах, где присутствие японских компаний имеет более длительную историю, в основном — на территории Западной Европы, представительства генеральных торговых домов со временем сменили их дочерние компании. Несмотря на то, что к середине 1990-х годов все девять торговых домов в полной мере осуществляли свою деятельность лишь в девяти европейских государствах, представительства или дочерние компании отдельных сōгō сёся присутствовали практически в каждой европейской стране, включая и большинство стран Центральной и Восточной Европы, а также абсолютно в каждой стране, входившей на тот момент в Европейский союз.

Исключение к 1996 г. составляли Эстония, Латвия, Литва, Белоруссия, Молдова, Албания и большинство республик бывшей Югославии (в Белграде после распада единого государства сохранили свое присутствие лишь Мицуи и Нитимэн, притом, что в 1983 г. в Югославии существовали филиалы всех девяти торговых домов) [2]. Важно отметить, что генеральные торговые дома, хотя в целом и следуют общим тенденциям, размещая свои представительства на территории Европы, в значительной степени опережают другие японские компании в вопросе продвижения на европейском рынке. Это, прежде всего, объясняется функциями сōгō сёся, которые, по сути, помимо медиаторов в сфере торговли и отчасти в сфере финансовых операций являются также своего рода первопроходцами, на собственном опыте знакомящимися с новыми рынками и помогающими освоиться на них другим, аффилированным с ними, японским компаниям.

В настоящее время на территории Европы действуют представительства и дочерние компании многих японских генеральных торговых домов. Они расположены как в Западной, так и в Центральной и Восточной Европе и позволяют сōгō сёся осуществлять свою деятельность на всей европейской территории. Так, компания «Мицубиси Корпорэйшн» на 2009 г. располагала девятнадцатью офисами в шестнадцати европейских

государствах; компания «Мицуи энд Ко. Лтд» — двадцатью одним представительством; «Сумитомо» была представлена в одиннадцати государствах, в основном — в Западной Европе [5, р. 56–57]; Торговый дом Итою (Itochu) располагает сейчас четырнадцатью офисами в тринадцати европейских странах, причем эта компания шире большинства других представлена именно в странах Центральной и Восточной Европы; Дом Марубени в настоящее время имеет тринадцать представительств в одиннадцати странах по всей Европе; Компания «Содзиц» («Sojitz»), образовавшаяся в апреле 2003 г. в результате слияния двух торговых домов — «Ниссё Иваи» и «Нитимэн Корпорэйшн», представлена двенадцатью офисами в десяти европейских государствах<sup>1</sup>.

В целом функции, выполняемые японскими генеральными торговыми домами, со временем несколько трансформировались и расширились для того, чтобы соответствовать возрастающим потребностям как мировых рынков, так и японских предпринимателей. Большинство сōгō сёся начинали свою деятельность, специализируясь на одном товаре или группе товаров, а также изучая западные технологии и осуществляя взаимодействие в рамках одной отрасли промышленности. На сегодняшний день этот спектр у каждого генерального торгового дома значительно расширился, распространившись на различные отрасли и группы товаров и услуг.

Помимо торговли сōгō сёся занимаются деловым посредничеством. Они сводят вместе не только заинтересованных продавцов и покупателей, но и инвесторов из Японии и стран по всему миру. Поэтому присутствие представительств или дочерних компаний генеральных торговых домов в том или ином государстве позитивно влияет на приток японских инвестиций. Участие генеральных торговых домов в процессе подготовки инвестиционных проектов можно считать особенностью японского типа ведения международного бизнеса. Сōгō сёся изучают структуру рынка, собирают всю необходимую информацию об особенностях ведения бизнеса, проводят маркетинговые исследования, оценивают потенциальные возможности для японских инвесторов. Последние, таким образом, не только получают необходимые сведения от японской, а не местной компании (что в значительной степени облегчает процесс коммуникации и принятия решений), но и минимизируют издержки на получение информации. Сōгō сёся не требуют плату за подобные услуги, активно принимая участие в последующем процессе инвестирования. Налицо приобретение генеральными торговыми компаниями функции прямого инвестора.

Функции торговых домов по организации инвестирования японскими компаниями в местную экономику в настоящее время наиболее четко раскрываются на территории Центральной и Восточной Европы, привлекающей, в первую очередь, низкими производственными издержками и качеством рабочей силы. Однако на примере этого региона проявляется и важная черта поведения японских торговых домов — гибкая политика размещения представительств. Некоторые сōгō сёся, такие как Сумитомо и Итою, увеличивают свою активность в регионе, поскольку они с самого начала преуспели в привлечении инвесторов, а также сами широко инвестируют в экономику стран Центральной и Восточной Европы. Другие генеральные торговые дома, деятельность которых в этом регионе не была столь успешной (Марубени, Мицубиси), закрывают свои представительства в странах ЦВЕ, куда им не удалось пригласить аффилированных с ними инвесторов, и ищут новые, более выгодные направления.

В числе прочих функций, выполняемых генеральными торговыми домами на современном этапе их развития — маркетинг, риск-менеджмент, развитие и внедрение компьютерных технологий в сфере бизнеса, финансирование и логистика [6, р. 4]. По своей сути современные генеральные торговые дома являются организаторами сложной системы деловых отношений между представителями бизнеса из различных стран.

Значительная степень диверсификации товаров и услуг, которыми торгуют сѳгб сѳся, а также изменения в Европе, вызванные углублением процесса европейской интеграции, поставили перед генеральными торговыми домами задачу оптимизации системы управления и координации деятельности. Ранее представительство в каждом государстве Европы было напрямую подотчетно головной компании в Токио, которая, в свою очередь, осуществляла координацию действий представительств и дочерних компаний. В конце 1980-х годов первые торговые дома («Мицубиси Корпорэйшн» и «Сумитомо Корпорэйшн») перешли на новую модель управления [2, р. 67–68]. Помимо основного руководящего офиса в Токио были созданы региональные координирующие центры. Подобная структура управления в разных вариациях используется сегодня не только сѳгб сѳся, но и другими японскими компаниями, действующими как в третичном, так и во вторичном секторе. Однако, несмотря на то, что система управления европейскими представительствами и дочерними компаниями сѳгб сѳся продолжает развиваться, их руководству необходимо и в дальнейшем, именно в условиях работы на территории такого регионального интеграционного объединения, как Европейский союз, уделять пристальное внимание процессу оптимизации взаимодействия между местными подразделениями.

В целом можно говорить об успехе многолетней деятельности японских генеральных торговых домов на территории Европы. На примере ведущих торговых домов, имеющих длительную историю, видно, насколько значительна их роль не только в развитии торговли между Японией и Европой (а позднее и другими регионами мира), но и в процессе индустриализации страны, становлении и совершенствовании ведущих отраслей промышленности. На современном этапе деятельность сѳгб сѳся приносит пользу не только самим компаниям, но и целому ряду японских инвесторов, а также странам — реципиентам инвестиций, а сами генеральные торговые дома давно превратились в глобальных игроков мировой экономики.

---

<sup>1</sup> Информация опубликована в бюллетенях корпораций.

---

1. *Лещенко Н. Ф.* Из самураев в купцы: история Торгового дома Мицубиси // История и современность. 2008. № 1. С. 113–132.

2. *Dicken P., Miyamachi Y.* 'From Noodles to Satellites': The Changing Geography of The Japanese Sogo Shosha // Transactions of the Institute of British Geographers. New Series. 1998. Vol. 23. N 1. P. 55–78.

3. *Maeda K.* Business Activities of General Trading Companies // General Trading Companies / Ed. by S. Yonekawa. Tokyo, 1990.

4. *Dicken P., Tickell A.* Putting Japanese Investment in Europe in Its Place // Area. 1997. Vol. 29. N 3. P. 200–212.

5. Sumitomo Corporation. Annual Report 2009. URL: <http://www.sumitomocorp.co.jp/english/ir/doc/2009f/ar2009.pdf> (дата обращения: 30.05.2010).

6. Our Role as a General Trading Company // Mitsui & Co. Ltd. Data Book. 2009.

Статья поступила в редакцию 6 сентября 2010 г.