

Восемь пунктов долгосрочного сотрудничества
Как пенсионеры продвигают национальную экономику

с. 92

с. 96



Canon

NIIPPON

Реклама

Японский рецепт производительности

Инвестиционное сотрудничество с японскими партнерами способно раскрыть производственный и экспортный потенциал российских регионов.

Отношения России и Японии на подъеме. Лидеры стран регулярно встречаются, говорит исполнительный директор Российско-японского делового совета Игорь Дьяченко: «Диалог строится стратегически, в горизонте десятилетий».

В многополярном мире Россия и Япония — привлекательные друг для друга партнеры, отмечает директор Института истории и международных отношений Виктор Апрыщенко.

Япония — одна из ведущих мировых экономик с долей 6,2% в мировом ВВП, говорится в обзоре Торгового представительства РФ в Японии за 2018 год. Несмотря на сокращение за 30 лет ее доли в мировом экспорте — с 9,1 до 4%, по объему внешней торговли страна — четвертая после Китая (13,1%), США (9,1%) и Германии (8,4%).

Активизация диалога лидеров стран стимулирует совместные экономические проекты. В июне этого года главы государств договорились об актуализации действующего плана сотрудничества. Предложенный премьер-министром Японии Синдзо Абэ в 2016 году документ предусматривает взаимодействие в области энергетики, диверсификации промпроизводств и формировании на Дальнем Востоке экспортной базы для рынков Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР), а также сотрудничество в развитии здравоохранения, градостроении, поддержке малого и среднего бизнеса. 2019-й объявлен Годом российско-японского межрегионального сотрудничества.

Сырьевой путь в Азию

По данным Федеральной таможенной службы (ФТС), с 2014 года объем товарооборота между Россией и Японией растет: в 2017 году он увеличился на 13,4%, в 2018-м — на 17% и достиг порядка \$21,3 млрд. Динамика обусловлена ростом объемов и цен экспортируемых в Японию нефти и СПГ, а также импорта продукции японского автомобилестроения, отмечает завсектором Японии Института мировой экономики и международных отношений РАН Виталий Швыдко.

Экспорт из Японии в Россию в денежном выражении растет третий год подряд, отмечает председатель Японской организации по развитию внешней торговли (JETRO) Сасаки Нобухико: в 2018 году его объем превысил \$7 млрд — рост на 21,5% к предыдущему году. Импорт увеличился на 12,9%, до \$15,6 млрд.



По данным Минфина Японии, доля продукции автопрома в структуре экспорта в Россию достигает 60% (данные за 2018 год). 69% поставок из России в Японию — минеральное топливо (уголь, нефть, СПГ).

Развитие Северного морского пути (СМП) стимулирует инвестиции в совместные проекты в нефтегазовой отрасли и энергетике, а также в инфраструктуру Дальнего Востока, который станет связующим звеном между Арктикой и Азией, говорит Игорь Дьяченко.

По СМП планируются поставки российских энергоресурсов в Азию, в первую очередь в рамках проекта «Арктик СПГ-2», в разработке которого примут участие японские компании.

Япония не только один из крупнейших потребителей СПГ, местные компании нацелены на расширение поставок высокотехнологичного оборудования для производства СПГ и развитие бизнеса по его перегрузке, говорится в отчете о ходе реализации плана сотрудничества на сайте посольства Японии.

Восточный сосед участвует в расширении использования ветряной электрогенерации в холодных климатических условиях портов СМП. В 2018 году в арктическом поселке Тикси на японском оборудовании запущена первая из трех турбин арктического ветропарка российского энергетического комплекса «РусГидро». Ветроэлектростанция повысила надежность энергоснабжения поселка морского порта с населением более 4600 человек, сообщается на сайте компании.

На Дальнем Востоке рождается новый российско-японский бизнес, отмечает Игорь Дьяченко. В прошлом году заключено соглашение между АО «Хабаровский аэропорт» и консорциумом японских компаний о реконструкции аэропорта, во Владивостоке открылся японский реабилитационный центр «Хокуто». Японские компании заходят на территории опережающего развития (ТОР) региона и в Свободный порт Владивосток. Инвесторов, по его словам, привлекают созданные условия.

Экспортный потенциал

Важнейшей сферой российско-японского взаимодействия в ближайшей перспективе останется топливно-энергетический комплекс, отмечают в торгпредстве РФ в Японии. Однако нынешняя фаза отношений двух стран дает возможность диверсифицировать структуру российского экспорта в Японию, увеличить долю продукции с высокой добавленной стоимостью и несырьевых товарных групп. Инвестиционное сотрудничество, считают в торгпредстве, может раскрыть экспортный потенциал России, обеспечить включение отечественных предприятий в производственные цепочки японских корпораций и организовать экспортные потоки в третьи страны.

Япония входит в десятку наиболее перспективных стран для развития экспорта российских товаров, особенно продуктов переработки лесопромышленного комплекса и металлопродукции, подтверждают аналитики Российского экспортного центра. Она третья после Германии и США и первая среди стран Азии по количеству заводов, построенных в промышленных парках нашей страны, и по количеству привлеченных в них инвестиций — 55,6 млрд руб. по состоянию на 2018 год, отмечают в Ассоциации промышленных парков России.

Прямые инвестиции японского бизнеса в российские территории, по данным отдела японско-российских отношений МИД Японии, в 2017-м выросли до 167 млрд иен (\$1,5 млрд) с 119 млрд иен годом ранее (около \$1 млрд по текущему курсу). В прошлом году их

объем увеличился более чем втрое — до 379 млрд иен (\$3,5 млрд).

География российско-японского сотрудничества уже давно вышла за пределы Дальнего Востока. Экономические отношения должны развиваться на межрегиональном уровне, прежде всего в области технологического развития, внедрения цифровых технологий в экономике и социальной сфере, считает Игорь Дьяченко.

Повышение производительности

Роботизация и автоматизация управления производством и подъем производительности труда — ключевые потребности нашей страны, отмечает Игорь Дьяченко. Япония, по его словам, один из лидеров в этой области.

По данным Международной федерации роботостроения (IFR), страна входит в пятерку лидеров по занятости роботов в обрабатывающей промышленности — 308 роботов на 10 тыс. работников — и является одним из крупнейших производителей робототехники. В России, по данным Национальной ассоциации участников рынка робототехники (НАУРП), установлено около 4 тыс. промышленных роботов. Низок уровень автоматизации в целом: до 90% российских предприятий, по оценке SAP, не используют современных систем планирования.

Японские технологии будут способствовать развитию в России импортозамещения, считают в JETRO: «Для японских производителей автомобильного оборудования и запчастей в России остро стоит проблема повышения уровня локализации». Нужны российские производители высококачественных запчастей. Требуемый уровень качества продукции будет способствовать внедрению на российских производствах новых технологий, а также модернизации системы организации самого производства.

РБК+ «ЯПОНИЯ» (18+)

Тематическое приложение к журналу «РБК» является неотъемлемой частью журнала «РБК» №9/2019. Распространяется в составе журнала. Материалы подготовлены редакцией партнерских проектов РБК+. Партнеры проекта: «Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.», ООО «Канон Ру», ООО «НИПОН». Реклама

Учредитель: ООО «БизнесПресс»
Издатель: ООО «БизнесПресс»
Директор ИД РБК: Ирина Митрофанова
Главный редактор партнерских проектов РБК+: Наталья Кулакова
Шеф-редактор печатной версии РБК+: Юрий Львов
Редактор РБК+ «Япония»: Юлия Хомченко
Выпускающий редактор: Андрей Уткин

Руководитель дизайн-департамента: Евгения Дацко
Дизайнеры: Дмитрий Иванов, Сергей Пивоваров
Фоторедактор: Алена Кондюрина
Корректоры: Татьяна Поленова, Маргарита Тарасенко

Рекламная служба: (495) 363-11-11, доб. 1342

Коммерческий директор издательства РБК: Анна Брук
Директор по продажам РБК+: Евгений Карлина

Директор по производству: Надежда Фомина

Адрес редакции: 117393, Москва, ул. Профсоюзная, 78, стр. 1

«Регионы играют большую роль в расширении связей с Россией»

О том, что способствует локализации японских производств в России, РБК+ рассказал посол Японии в России **ТОЁХИСА КОДЗУКИ**.



В прошлом году были актуализированы восемь приоритетных направлений сотрудничества. Какие совместные проекты станут ключевыми?

Прошло более трех лет с тех пор, как премьер-министр Абэ предложил президенту Путину план сотрудничества из восьми пунктов. За это время было сформировано более 200 проектов, примерно по половине из них уже начаты конкретные действия.

В ходе недавней встречи на высшем уровне лидеры Японии и России приветствовали продвижение конкретизации данного плана. Например, было принято официальное решение об участии японских компаний в проекте «Арктик СПГ-2». Этот крупномасштабный проект вносит вклад в российское освоение Арктического региона и стабильные поставки энергоресурсов в Японию. Нынешнее решение отвечает концепции, о которой премьер-министр Абэ говорил на Петербургском международном экономическом форуме в прошлом году: он сказал, что «Северный Ледовитый океан, Берингово море, северная часть Тихого океана и Японское море станут морской магистральной дорогой мира и процветания».

При этом наши интересы не ограничиваются сферой энергетики. План сотрудничества из восьми пунктов согласуется с работой по реализации 12 национальных проектов, которые правительство России разработало для конкретизации

прошлогоднего майского указа президента.

Сотрудничество со стороны Японии способствует повышению качества жизни россиян. Например, я могу назвать два значимых документа в сфере медицины, которые были подписаны после январской встречи лидеров. Первый — о создании Японо-российского центра превентивной медицины и диагностики на базе больницы РЖД в Хабаровске. Этим занимаются компания «Марубени Корпорейшн» и медицинская компания «Тэссёкай». Второй документ — договор о взаимодействии между компаниями «Кэнон Медикал Системз» и «Р-Фарм». Он нацелен на осуществление продаж визуального диагностического оборудования этой японской компании и на организацию локального производства в будущем. Оба этих документа будут способствовать увеличению продолжительности здоровой жизни россиян.

Кроме этого достигнуты договоренности об участии японских компаний в строительстве и эксплуатации завода по производству

метанола в Волгоградской области. Эти договоренности будут способствовать увеличению несырьевого неэнергетического экспорта. Мы также работаем над активизацией гуманитарных контактов между Японией и Россией. Нами поставлена общая цель — увеличить к 2023 году число взаимных поездок до уровня 400 тыс. человек в год, по меньшей мере до 200 тыс. с каждой стороны.

Можно ли ожидать упрощения визового режима?

Правительство Японии и раньше осуществляло различные меры по упрощению визового режима. В 2018 году Японию посетило рекордное количество россиян — 94,8 тыс. человек. В 2017 году рост по сравнению с предыдущим годом составил 40,8% (страну посетили более 77 тыс. россиян), в 2018-м — 22,7%. Это очень высокие показатели. В связи с этим премьер-министр Абэ объявил о решении ввести с сентября текущего года новые меры по смягчению визового режима, а именно: выдачу многократных виз максимальной продолжительностью

до пяти лет для штатных сотрудников российских компаний и научно-исследовательских организаций, имеющих отношение к реализации плана сотрудничества из восьми пунктов; упрощение визовой процедуры для российских студентов и др. Надеюсь, эти меры послужат дальнейшей активизации наших гуманитарных обменов.

Россия развивает несырьевой экспорт. Есть у японских компаний интерес к нашим товарам?

Мы видим тенденцию к расширению торговли между нашими странами. Объем нашего товарооборота в 2018 году увеличился на 40% по сравнению с 2016-м и на 14% — по сравнению с 2017 годом и составил \$22,9 млрд.

Однако около половины всего объема импорта из России в Японию занимают нефть и СПГ, около 60% экспорта из Японии в Россию — автомобили и товары, связанные с ними. Важной дальнейшей задачей является взаимная диверсификация нашего товарооборота, и на практике движение в этом направлении уже началось.

Например, ожидается дальнейший рост торговли в сфере мясной продукции в связи со снятием запрета на ввоз в Японию российского мяса, прошедшего термическую обработку.

Между нашими странами также ведутся тщательные консультации по дальнейшему расширению взаимного доступа к животноводческой продукции.

Наблюдается тенденция к увеличению экспорта кукурузы, сои и другого фуражного зерна — после того как в 2016 году компании «Мицуи» и «Русагро» подписали соответствующий меморандум.

Кроме того, в лесной отрасли в Амурске (Хабаровский край) ведется строительство завода, который впервые будет осуществлять полномасштабные поставки в Японию древесных пеллет для производства электроэнергии с помощью биомассы. Средства для строительства выделили японские и российские компании, в дальнейшем ожидается рост торговли в этой сфере.

Какие регионы интересны японскому бизнесу?

Японские компании разворачивают свои проекты не только на Дальнем Востоке, но и во многих других российских регионах. Например, их деятельность активна в европейской части России. Приведу самые значимые примеры. В Санкт-Петербурге осуществляется производство автомобилей Toyota и Nissan, в Калужской области — Mitsubishi Motors. В апреле этого года состоялась церемония начала строительства нового завода по производству грузовиков Hino в Московской области. В Ульяновской области построены заводы компаний Takata и Bridgestone, которые выпускают продукцию для российского рынка. Фармацевтическая компания Takeda получила в 2017 году разрешение на продажу в России своего препарата для лечения множественной миеломы. В прошлом году была создана линия по производству этого лекарства на ярославском заводе компании, а также подписан меморандум о сотрудничестве в данном вопросе с Ярославской областью. В настоящее время на этом заводе ведется работа по локализации полного цикла производства этого лекарства. Японские компании обращают внимание на бизнес-климат в регионах. Большую роль в улучшении делового климата играет поддержка со стороны губернаторов и местных правительств.

Завершился Перекрестный год России и Японии. Каких результатов удалось достичь?

Перекрестный год охватил очень широкий круг областей: не только культуру, искусство, но и бизнес, науку, образование, молодежные, спортивные, межрегиональные обмены. Ожидалось, что это даст прекрасную возможность для мак-

симальной реализации потенциала развития наших двусторонних отношений. Девиз «Есть Япония, которую вы не знаете» обязывал нас искать новые, свежие формы проведения мероприятий, которые помогли бы прикоснуться к Японии тем россиянам, которые с ней не знакомы, а тем, кто уже хорошо знает нашу страну, продемонстрировали бы ее новые аспекты. С учетом этих задач в рамках Года Японии в России состоялось более 600 различных мероприятий, в которых приняли участие более 1,6 млн человек. Такое количество масштабных событий с участием большого количества людей уже говорит о том, что Перекрестный год оставил значительный след в истории японо-российских отношений. Пользуясь случаем, хочу поблагодарить всех, кто помог нам успешно его провести.

Будет ли у этой инициативы продолжение?

На церемонии закрытия Перекрестного года России и Японии было объявлено о решении премьер-министра Абэ и президента Путина: 2020 год — впервые в истории наших стран — станет Годом японо-российских межрегиональных и побратимских обменов. Это прекрасная возможность расширить наши контакты до самых удаленных уголков обеих стран. Россия имеет большую территорию и множество регионов со своими индивидуальными особенностями. Каждый из японских регионов тоже имеет свои характерные черты и сильные стороны. С учетом этого регионы играют большую роль с точки зрения кардинального расширения гуманитарных обменов с Россией, поэтому активизация региональных обменов становится одним из ключей для достижения наших целей.

“Важной дальнейшей задачей является взаимная диверсификация нашего товарооборота”

«Большая часть покупателей долгосрочных контрактов на поставку СПГ — японские компании»



О тенденциях рынка СПГ, опыте крупнейшего проектного финансирования в России и пути постоянного совершенствования РБК+ рассказал главный исполнительный директор «САХАЛИН ЭНЕРДЖИ» **РОМАН ДАШКОВ**.

Компания первой в России десять лет назад построила и ввела в эксплуатацию завод по производству сжиженного природного газа (СПГ). Насколько сегодня изменился рынок СПГ?

Мы живем в эпоху сверхскоростей. За последние десять лет глобальный рынок СПГ осуществил настолько гигантский количественный и качественный скачок в своем развитии, что его можно охарактеризовать не иначе как революционный рост и масштабная трансформация. СПГ пришел к покупателям в новых странах, в мире стабильно растет его потребление. В силу перехода к «чистым» источникам энергии все больше государств и регионов направляют свои энергетические политики на замещение угля и нефтепродуктов природным газом. Естественно, увеличилось и производство СПГ, произошла сланцевая революция в США, на всех континентах (кроме Антарктиды) строятся новые мегапроекты и расширяются мощности существующих. Рынок становится конкурентным, ликвидным и диверсифицированным.

При этом изменения коснулись технологий добычи углеводородов, производства и транспортировки СПГ, энергетической инфраструктуры и географии поставок, условий контрактования и ценообразования, финансирования проектов, трейдинга и страхования рисков, регулирования коммерческих отношений. Наш проект изначально ориентирован на крупнейший рынок СПГ в мире — рынок Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР). Порядка 60% нашего торгового портфеля СПГ приходится на покупателей Японии, 25% — на Тайвань, 17% — на Южную Корею, оставшуюся часть СПГ мы реализуем нашим китайским покупателям. При этом доля нашей компании в импорте СПГ в Японию составляет более 8%, а в отдельных префектурах и выше. Например, в Хиросиме, где мы выступаем основным поставщиком СПГ, она превышает 50%, что возлагает на нас особую ответственность в отношении надежности поставок. Обладая эффективной нефтегазовой производственной, логистической и транспортной инфраструктурой,

«Сахалин Энерджи» имеет прекрасные возможности для расширения производства и экспорта углеводородов в нашем регионе.

Япония и Южная Корея многие десятилетия в совокупности обеспечивали около 70% мирового потребления СПГ. Что будет влиять на потребность этих стран в СПГ и изменится ли структура потребления в целом?

В первую очередь стоит обратить внимание на официальную энергетическую политику этих государств, определяющую ключевые направления развития энергетики, в том числе курс на либерализацию рынка и расширение энергетической инфраструктуры, включая газовую. Кроме этого в отсутствие собственных источников углеводородного сырья японские электрогенерирующие и газовые компании диверсифицируют портфель инвестиционных проектов по добыче, переработке, сжижению природного газа. А главное, Япония намерена создать условия для формирования на своей территории

центра азиатской торговли СПГ — СПГ-хаба.

Говоря о стратегии Южной Кореи и Тайваня, следует прежде всего отметить стремление обоих государств максимально сократить использование менее экологичных источников энергии (угля, атомной энергетики) и заместить такие источники энергией СПГ.

Какова роль японских инвесторов в проекте, это обеспечивает компании долгосрочные контракты?

Безусловно, наличие в составе акционеров «Сахалин Энерджи» крупнейших японских промышленно-торговых групп Mitsui и Mitsubishi способствовало прямому выходу на японский рынок СПГ, повысило солидность, узнаваемость и доверие к проекту на японском рынке как со стороны весьма консервативных японских покупателей СПГ, так и финансовых институтов.

Проект «Сахалин-2» осуществляется на основе проектного финансирования от японских банков. Договор о проектном финансировании — кстати, один из крупнейших в России — позволил профинансировать и завершить строительство, испытания и ввод в эксплуатацию инфраструктуры второго этапа проекта. Как правило, структура и условия проектного финансирования СПГ-проектов напрямую зависят от наличия долгосрочных контрактов на поставку СПГ. Поскольку большую часть покупателей долгосрочных контрактов на поставку СПГ составляют японские газовые и электрогенерирующие компании, японские инвесторы могли быть уверены в своих вложениях. Японские покупатели, в свою очередь, могли быть уверены, что проект действительно

будет реализован, СПГ произведен и поставлен в Японию.

Однако участие японского бизнеса в нашем проекте этим не ограничивается. СПГ в Японию доставляют танкеры-газовозы, в том числе принадлежащие компаниям NYK, MOL и K Line, задействованные в нашем проекте на основе долгосрочных договоров фрахта. Завод по производству СПГ в Пригородном был спроектирован и построен под ключ совместным предприятием японских инжиниринговых и строительных корпораций Chiyoda и Toyo. А сегодня техническое обслуживание наших интегрированных производственных объектов осуществляется при непосредственном участии специалистов компаний Yokogawa, Mitsubishi Hitachi Power Systems и других японских производителей оборудования. Словом, наш проект — показательный пример успешного масштабного экономического сотрудничества между Россией и Японией.

«Сахалин-2» реализован в целях добычи нефти и природного газа, с производством и экспортом СПГ преимущественно в страны АТР. Будет ли меняться эта стратегия в связи с ростом спроса на СПГ в других регионах?

Мы находимся в рынке, мы в нем живем и работаем. Потенциал рынка СПГ Азиатско-Тихоокеанского региона с учетом роста потребления в Китае беспрецедентен. Углеводородные ресурсы Сахалинского шельфа в своем товарном виде находятся в самом центре этого рынка. Добавьте к этому перспективы использования СПГ в странах Юго-Восточной Азии и, наконец, в Индии, и станет ясно, что наш

проект географически и ментально близок к ключевым мировым потребителям. Ни один другой регион мира не обладает существующим или перспективным объемом спроса на СПГ, сравнимым с АТР. Наши текущие поставки в Японию, Корею и на Тайвань имеют важнейшее значение как для продавца, так и для покупателей, а рынок Китая обладает колоссальным потенциалом роста, в котором компания уже принимает участие. За десятилетие работы в регионе АТР мы заработали репутацию надежного производителя СПГ и на деле оправдываем статус ведущего премиального поставщика углеводородов.

Рынок СПГ становится все более конкурентным, цены — волатильными. Что позволяет снижать издержки?

У нас сбалансированная модель совместного предприятия, где мы внедряем лучшие практики наших акционеров. В том числе программу постоянного совершенствования. Есть такая японская методика «кайдзен» — путь постоянного совершенствования. Мы стараемся придерживаться того же подхода. Корпоративная программа непрерывного совершенствования — это поиск скрытых возможностей для улучшения, стимулирование инициативы по улучшению у работников всех рангов. Эти инициативы направлены на снижение рисков и создание более безопасных условий работы, на повышение эффективности, оптимизацию системы производства, экономию затрат и т.п.

Наша компания основана на эффективном партнерстве четырех акционеров и давно завоевала доверие покупателей на рынке АТР. В связи с этим расширение производственных мощностей и сырьевой базы «Сахалина-2» и увеличение поставок СПГ служат интересам всех вовлеченных сторон: акционеров, покупателей, банков, а также правительств России и Японии, прямо или косвенно заинтересованных в развитии одного из наиболее успешных проектов российско-японского экономического сотрудничества.

“ Ни один другой регион мира не обладает существующим или перспективным объемом спроса на СПГ, сравнимым с АТР »

Активное долголетие

Вовлечение пожилых в экономическую деятельность в России требует иного уровня здравоохранения и качества жизни граждан. Японское общество может быть примером включения пенсионеров в экономическую жизнь страны.

Текст: Владимир Паньков

Продолжительность жизни японцев — одна из самых высоких в мире. По данным ООН, в 2018 году она достигла 83,9 года, это второе место в мире после Гонконга. К 2060 году средняя продолжительность жизни японцев может увеличиться до 84,19 года, а японок — до 90,93 года (данные научного журнала «Японские исследования»).

В России средняя продолжительность жизни — 71,2 года, 116-е место в мировом рейтинге ООН. Доля пожилых в нашей стране — 14%, и она растет. Это требует повышения качества жизни пожилых, поддержки их участия в социальной и профессиональной жизни, говорит куратор программы магистратуры «Персонализированное управление здоровьем и активное долголетие» Сеченовского университета Ольга Сафоничева. Япония может стать примером и партнером в увеличении продолжительности жизни и повышении ее качества, считает эксперт.

Более 25% населения Японии — пожилые люди, отмечает Ольга Сафоничева. При этом активную жизненную позицию, по ее словам, граждане сохраняют до 70–73 лет.

По данным журнала «Японские исследования», с середины 2000-х годов растет занятость пожилых японцев. Продлению активной жизни способствует госполитика в области трудоустройства. В частности, в 2013 году законодатели смягчили правила принудительного увольнения пожилых (тэйнэн): работодатели обязаны предоставлять работу желающим продолжить трудовую деятельность после 60 лет.

В системе жизненных ценностей японцев труд занимает приоритетное положение, отмечает Ирина Лебедева, автор исследования «Япония: проблемы занятости пожилых работников» (2018), главный научный сотрудник Института востоковедения РАН: «Порядка трети пожилых граждан страны хотели бы продолжать работать до 70–75 лет».

Культура здоровья

Способствует занятости пожилых и их здоровью. Согласно ежегодному рейтингу Bloomberg, японская национальная система здравоохранения в десятке наиболее эффективных. Здесь расширен перечень методик и технологий для ежегодной диспансеризации, разработана национальная программа по функциональным продуктам питания, многие препараты антивозрастной медицины входят в список обязательного медицинского страхования (ОМС).

Если в России о необходимости приучать граждан к ответственности за собственное здоровье заговорили не так давно, то в Японии высока культура сохранения здоровья. Каждый японец посещает врача в среднем 15 раз в год — это один из самых высоких показателей в мире, говорит Ольга Сафоничева. Все необходимые обследования предусмотрены программой ОМС.

Национальный центр гериатрии и геронтологии Японии при составлении госпрограмм продления активного долголетия большое внимание уделяет раннему выявлению и эффективному лечению хронических возраст-ассоциированных заболеваний — сердечно-сосудистых и онкологических, а также профилактике старческой деменции (в Японии 15–20% пожилых людей страдают этим недугом).

Японский опыт можно использовать для разработки стратегического плана по активному долголетию, говорит академик РАН, заведующий кафедрой лучевой диагностики и лучевой терапии лечебного факультета Сеченовского университета Сергей Терновой. Совместная работа над проектами, студенческие и профессиональные обмены, по словам главного врача Медицинского центра Дальневосточного федерального университета Олега Пака, способствуют внедрению передовых технологий в клиническую практику и образовательный процесс.

>25%

населения Японии составляют пожилые люди, при этом активную жизненную позицию граждане сохраняют до 70–73 лет

«Начинать сотрудничество японцы готовы через проверенных людей»



Как развивать отношения с японскими партнерами, РБК+ рассказал совладелец группы компаний «НИППОН» **РОМАН ФАДЕЕВ**.

Товарооборот между Россией и Японией заметно растет. Что этому способствует?

Действительно, в 2018 году товарооборот между странами вырос на 16,5% и продолжил расти в 2019-м, причем за пределами таких традиционных секторов, как энергетика. Увеличению российского экспорта способствует прежде всего выгодный курс рубля, а импорта — общий азиатский тренд. Поскольку японские товары ассоциируются у потребителей с максимальным качеством, покупатели выбирают их среди всех азиатских, даже несмотря на то, что это товары ценового сегмента «средний плюс».

Если говорить о нас и нашем интернет-портале nippononline.ru, мы научились работать с японцами, получили большой кредит доверия, сейчас нам легко договариваться даже с крупными компаниями. У нас появились японские партнеры-друзья, которые могут ручаться за нас.

Насколько просто далось решение работать с японскими производителями?

Это было 12 лет назад, до этого мы несколько лет занимались продажей

сладостей и искали новое направление. Мой тесть 30 лет работал с японцами. Приезжая в гости на Сахалин, я видел много продуктов из Японии, которые пользовались там популярностью, но которых не было в центральной части России. Имея проверенных партнеров, мы решили попробовать.

Начали с пищевых продуктов, сейчас занимаемся в том числе оборудованием под заказ: можем найти поставщика, провести переговоры, организовать логистику от японского производителя до получателя в Москве или другом регионе.

С какими трудностями вам пришлось столкнуться?

На старте было тяжело. У японцев особая бизнес-философия: они стараются что-то начинать только с планом на сто лет вперед. Когда мы пришли к первым производителям, они сказали: нам надо подумать, хотим ли мы вам продавать. Для нашего менталитета это непонятно, мы даже немного обиделись: как так, мы пришли с деньгами, возьмите их и дайте нам товары! Но этого недостаточно: даже небольшие предприятия изучали нас, насколько

мы надежный партнер в долгосрочной перспективе.

Для российского потребителя японские товары традиционно ассоциируются с автомобилями и электроникой. Насколько они готовы пробовать что-то новое?

Техника и электроника и сейчас занимают большую долю товаров, привозимых из Японии. Они заработали положительную репутацию на рынке, и надпись Made in Japan стала знаком качества. Сложно привлечь клиента попробовать что-то в первый раз, но нет никаких проблем его удержать: 80% становятся нашими постоянными покупателями.

Видите ли вы рост интереса японского бизнеса к России?

Японцы всегда хотят развиваться, в том числе и в России, все больше среднего и малого бизнеса стало смотреть в эту сторону. Однако Россия остается для них непонятной, а ряд наших предшественников оставили о себе негативное впечатление. Начинать японцы готовы через проверенных людей.

Есть недоверие к бизнес-климату?

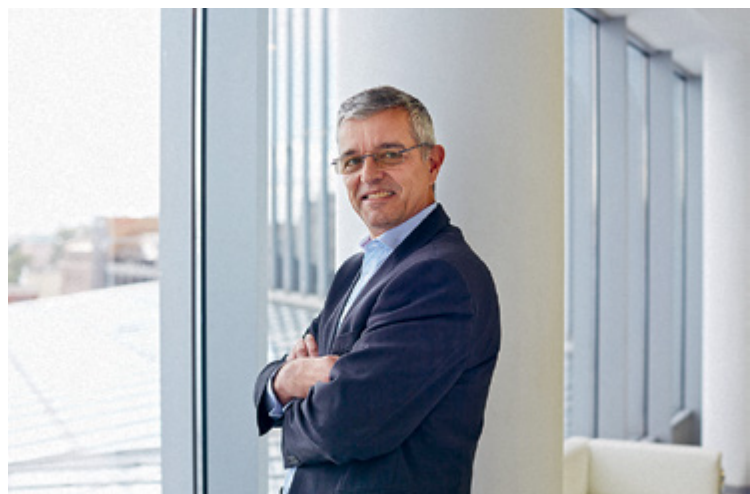
Есть геополитические проблемы, но главное — глобальный разрыв в бизнес-культуре. В России слишком мало четких и строгих правил — даже в том, что касается таможенного оформления. У японцев же это заложено на генетическом уровне, они воспитываются с сознанием, что есть правила, которые должны неукоснительно выполняться. Основной барьер — на уровне менталитета.

Как его преодолеть?

Самое главное — отвечать за свои слова и действия. Долгосрочное выстраивание отношений важнее, чем подписанные договоры. А начинать лучше всего с поиска опытного проводника с проверенной репутацией — это поможет избежать ошибок и лишних затрат.

«Наши решения должны быть одинаково благоприятны для бизнеса, общества и окружающей среды»

О стратегии развития компании на трансформирующихся рынках РБК+ рассказал генеральный директор Canon в России **ПИТЕР БАЛДАУФ**.



Как вы оцениваете ситуацию на профильных для вас рынках в России?

Российский рынок всегда был очень динамичным — с сильным ростом и не менее сильным падением в зависимости от внешних факторов. Canon в России представляет и развивает не только сегменты фото-, видео- и офисной техники, но и решения для профессиональной и широкоформатной цифровой печати.

После общего проседания рынков в 2010 году, и рынка фото- и видеотехники в частности, распределение долей вклада b2c- и b2b-решений в бизнес компании изменилось: доля b2c сократилась более чем с 75% в 2012-м до 50% уже к 2016 году.

Это отчасти стало результатом того, что рынок пользовательских компактных фотокамер уменьшился, в том числе из-за растущей конкуренции со стороны смартфонов. Сегмент профессиональной техники для создания изображений по-прежнему развивается неплохо как в фото-, так и в видеосегменте — сегменте, в который мы успешно вошли с запуском видеосистемы Cinema EOS.

Если говорить о рынке решений для бизнеса, то в структуре продаж компании увеличилась доля производительных цветных офисных МФУ формата А3 и продажи решений «Печать как услуга» (Manage Print Services). Эти изменения отражают тренд к освоению компаниями

инфраструктур печати, базирующихся на небольшом количестве унифицированных высокопроизводительных аппаратов, установленных в принт-румах, либо созданию отдельного CRD-департамента для печати заданий больших объемов.

В чем ваша стратегия на кардинально меняющихся рынках?

Диверсификация бизнеса, широкое портфолио предлагаемых продуктов и услуг, действующая стратегия — корпорация Canon постоянно развивает новые сегменты.

В «Canon Россия» мы предлагаем фото- и видеопродукцию для потребителей и профессионалов, печатное оборудование для дома, офиса, а также для профессиональной печати различных областей применения. Мы также предлагаем высококачественную телевещательную оптику и проекторы.

Преимущество столь широкого предложения: один сектор всегда компенсирует другой в случае изменений ситуации на рынке.

Является ли угрозой для сегмента печатной техники переход на электронный документооборот?

Я в компании с 1989 года, и уже тогда в «Canon Австрия» мы обсуждали создание безбумажного офиса. У Canon есть программные и продуктовые решения для этого, но переход на электронный документооборот происходит гораздо медленнее, чем виделось 30 лет назад.

Возможно, потому, что человеческий мозг, на мой взгляд, лучше воспринимает информацию все же с бумажного носителя.

Каковы приоритеты компании в области инноваций?

Ежегодно 6–8% годовой выручки компании на глобальном рынке (\$30 млрд) мы направляем на исследования.

Последние 30 лет компания Canon входит в топ-5 компаний по числу зарегистрированных в США патентов, заняв третье место в 2018 году более чем с 3 тыс. патентами. Наш опыт лежит в области работы с изображением. Мы живем в мире, где изображение, визуализация вездесущи и помогают находить новые решения во всех областях — от медицины и систем безопасности до автопромышленности.

Философия компании строится на японском принципе kyosei. Что определяет этот термин?

В переводе с японского эта фраза означает «жить и работать сообща для общего лучшего будущего». Мы руководствуемся этим принципом во всем, что делаем. Любое наше решение должно быть одинаково благоприятно для всех заинтересованных сторон: владельцев компании, общества и окружающей среды.

Если действовать в соответствии с этой философией, тогда то, что хорошо для бизнеса, будет хорошо и для общества.