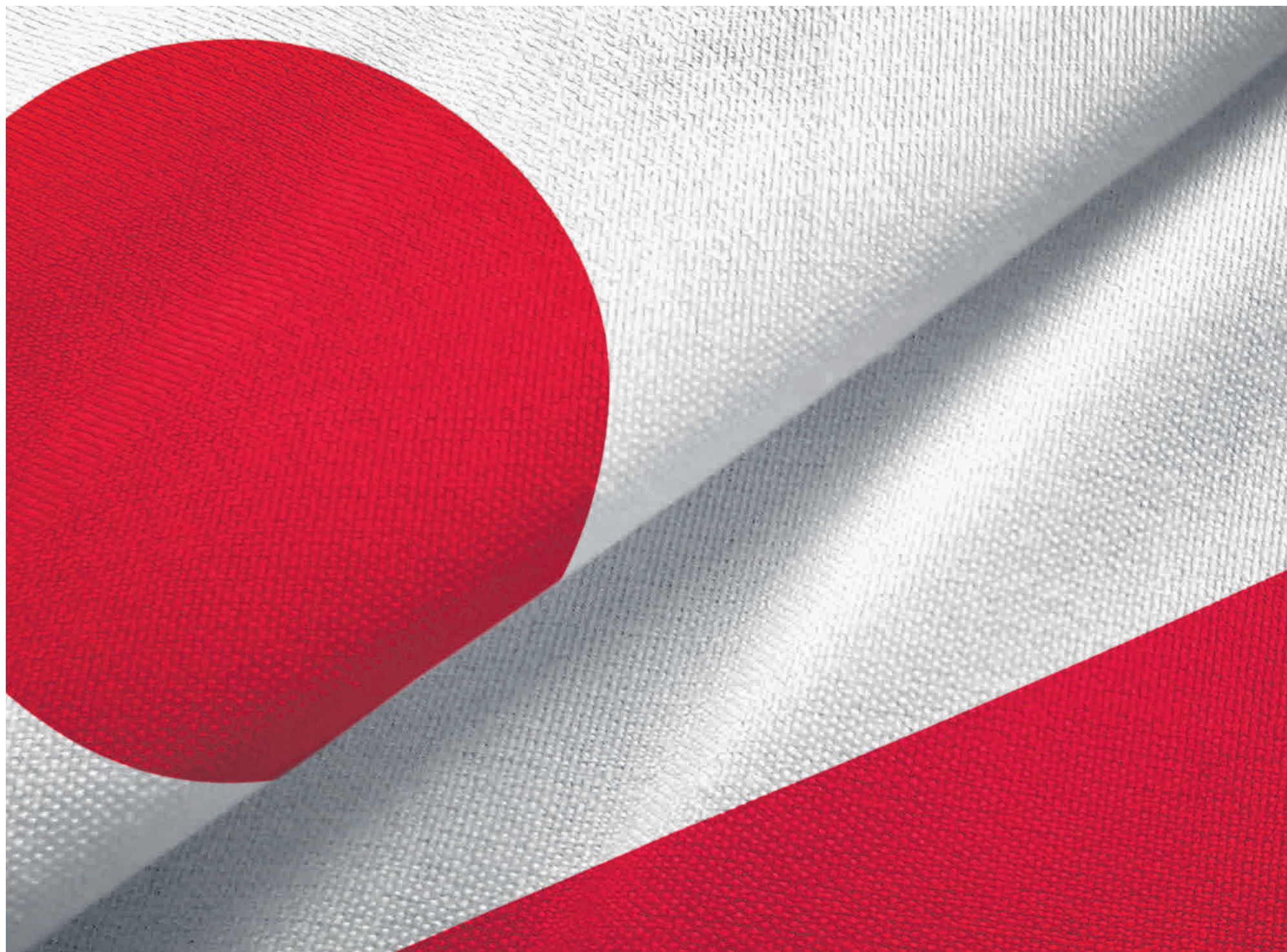


P O L S K O - J A P O Ń S K A

WSPÓŁPRACA

P R Z E S Z Ł O Ś Ć / T E R A Ż N I E J S Z O Ś Ć / P R Z Y S Z Ł O Ś Ć



FOT. ISTOCK

Polskę i Japonię dzieli ponad 8,5 tys. kilometrów, ale łączy zdecydowanie więcej, niż mogłoby się wydawać. Projekt „Mirai. Razem ku przyszłości” ma na celu przybliżyć wiele z punktów wspólnych na przestrzeni dziejów i obecnie. Wraz z Patronem Honorowym – Ambasadą Japonii oraz Partnerami – Muzeum Sztuki i Techniki Japońskiej Manggha i Japan Tobacco International zapraszamy w pasjonującą podróż.

Mirai w języku japońskim oznacza przyszłość. W ramach naszego projektu, poprzez edukację historyczno-kulturalną, pokazujemy ogromny potencjał w zacieśnianiu polsko-japońskich relacji, trwających już ponad 100 lat. W serwisie internetowym dziennika został opublikowany cykl tekstów i materiałów wideo, które poruszają niezwykle ciekawe aspekty związków między naszymi krajami.

Zagłędając w przeszłość, poszukiwaliśmy polskich śladów na japońskiej ziemi, znaleźliśmy również postacie z Kraju Kwitnącej Wiśni, które zapisały się w naszej historii. O większości z nich mało kto słyszał, a warto zwrócić na nie uwagę.

Przedstawiamy również styczność Polski i Japonii w biznesie, przybliżamy japońskie dobre zwyczaje z nim związane. W świecie sportu również znale-

liśmy postacie, które połączyły nasze kraje. Nie zabrakło też rozmów z ekspertami, wywiadów i materiałów informacyjnych. Wszystkie materiały powstałe w ramach projektu MIRAI można odnaleźć w serwisie internetowym dziennika.

Patronem Honorowym naszego projektu jest Ambasada Japonii, partnerem kulturalnym zostało Muzeum Sztuki i Techniki Japońskiej Manggha, a partnerem głównym firma Japan Tobacco International (JTI).



未来 MIRAI
Razem ku przyszłości



Polska - Japonia: relacje na 102. Kwitnie współpraca gospodarcza i kulturalna

Nie słabnie fascynacja Polaków japońską kulturą i myślą techniczną, zarazem szybko rośnie zainteresowanie Japończyków gospodarką i kulturą polską. Wzajemne relacje chyba nigdy nie były tak owocne, jak w ostatnich latach. 22 marca świętowaliśmy 102. rocznicę nawiązania stosunków dyplomatycznych między oboma krajami.

Japonia bardzo szybko - jako pierwszy kraj w Azji i piąty na świecie - uznała niepodległość odrodzonej pod koniec 1918 roku Polski. Stosunki dyplomatyczne zostały nawiązane w przełomowym dla nas momencie, co było ważne dla odrodzonego po 123 latach zaborów państwa.

Pierwsza w historii misja dyplomatyczna Japonii spotkała się w 1585 r. w Watykanie, między innymi, z polskim biskupem Bernardem Macie-

jowskim. Pierwszym przybyszem z Kraju Kwitnącej Wiśni na polskie ziemie był z kolei major Yasumasa Fukushima, odbywający u schyłku XIX wieku samotną podróż konną z Berlina do Wławy wostoku. 24 lutego 1892 roku dotarł do Warszawy. Opisał ją jako „uporządkowaną, gwarną i ożywioną stolicę wolnej niegdyś Polski”. Wrażenia majora z pobytu w „kraju startym ze wszystkich map” opisał poeta Naobumi Ochiai w wierszu „Wspomnienie Polski” („Pōrando kaiko”).

Do podręczników trafiła podróż, jaką Józef Piłsudski i Roman Dmowski odbyli do Japonii w roku 1904 r., podczas wojny japońsko-rosyjskiej. Piłsudskiemu nie udało się wprawdzie uzyskać upragnionego wsparcia, ale już wtedy zawiązała się nić przyjaźni między Polakami a Japończykami. Rząd Japonii zgodził się na specjalne traktowanie polskich żołnierzy wcielonych do armii rosyj-

skiej. Już w wolnej Rzeczypospolitej, w dziesięciolecie odzyskania niepodległości, z inicjatywy Piłsudskiego orderem *Virtuti Militari* odznaczono 51 oficerów armii Cesarstwa. Bardzo istotną rolę w zacieśnianiu polsko-japońskich relacji odegrał starszy brat Marszałka, Bronisław - wybitny etnograf, badacz rdzennych ludów Japonii, współtwórca Towarzystwa Polsko-Japońskiego, prywatnie żonaty z córką ajnuskiego wodza na Hokkaido.

We wdzięcznej pamięci wielu polskich rodzin pozostaje pomoc, jakiej na początku lat 20. XX wieku, w okresie wojny polsko-rosyjskiej oraz tuż po, udzielił polskiemu Sybirakom rząd Japonii i tamtejszy Czerwony Krzyż. Dzięki ich zaangażowaniu do Japonii udało się przetransportować z Syberii aż 765 polskich dzieci. Zostały one otoczone opieką, a następnie uzyskały pomoc w powrocie do ojczyzny.

W kolejnej dekadzie (1930-36) misję dobroczynną w Nagasaki prowadził o. Maksymilian Kolbe. Wybudował tam klasztor - Ogród Niepokalanej, wydawał po japońsku swego „Rycerza Niepokalanej” i nauczał filozofii. Współtowarzysz św. Maksymiliana, brat Zenon Żebrowski - zwany w Nagasaki Zeno - pozostał w Japonii aż do śmierci w 1982 r. Przeżył atomowy atak w 1945 r. i - choć sam ucierpiał - pomagał mieszkańcom, którzy utracili bliskich i dach nad głową. Działalność dobroczynną prowadził także w Hiroszimie. W uznaniu dla swej pełnej poświęcenia działalności społecznej w 1969 r. został odznaczony przez rząd japoński Orderem Świętego Skarbu.

Z drugiej strony wyjątkowym poświęceniem wykazał się podczas II wojny światowej Chiune Sugihara, wicekonsul w Kownie: latem 1940 roku, tuż przed wkroczeniem na Litwę Sowietów, pracując po kilkanaście godzin na dobę, wy-

stał aż 2139 wiz tranzytowych do Japonii polskim i litewskim Żydom. W ten sposób ocalił życie tysiącom ludzi. Władze III RP uhonorowały go za to Krzyżem Komandorskim z Gwiazdą Orderu Odrodzenia Polski.

Działacze i kronikarze pierwszej Solidarności doskonale pamiętają, jak wielkiego wsparcia temu wyjątkowemu ruchowi w wolnościowemu udzielali od początku istnienia, czyli od sierpnia 1980 r., delegaci japońskich central związków zawodowych. Po spotkaniu z Mitsuo Tomizukim, dyrektorem biura organizacji Sōhyō i japońskimi ekspertami związkowymi, Lech Wałęsa powtórzył zapowiedź wybudowania w Polsce „drugiej Japonii”. Wiosną 1981 lider „S” wraz z delegacją związku odwiedził Kraj Kwitnącej Wiśni. Spotkanie z przedstawicielami związków zawodowych, parlamentarzystami, ludźmi kultury i dziennikarzami bardzo po-

mogło potem w nawiązaniu i rozwijaniu bliskich relacji.

W latach 90. i później liczni Polacy, w ramach prężnych organizacji, ale też spontanicznie, angażowali się w pomoc dla ofiar trzęsień ziemi w Japonii. Japończycy doskonale o tym pamiętają. Równocześnie znane są zasługi Andrzeja Wajdy, jednego z najwybitniejszych reżyserów świata, dla upowszechniania kultury i sztuki japońskiej oraz bliskich relacji. Ich ucieleśnieniem stało się krakowskie Muzeum Manggha.

Niezwykle ważna dla pogłębienia i rozwijania relacji polsko-japońskich była wizyta Cesarza Akihito i Cesarzowej Michiko w Polsce w lipcu 2002 roku (para odwiedziła także Mangghę). Zawowocowała ona licznymi wizytami na szczeblu rządowym, w tym premierów obu państw, oraz znacznymżywieniem współpracy politycznej, naukowej, gospodarczej, kulturalnej.

Fukushima po 10 latach. Nowe życie regionu

Likwidacja skutków katastrofy w elektrowni atomowej w Fukushima była jednym z największych wyzwań w najnowszej historii Japonii. Dziś dzięki wyteżonej pracy tysięcy Japończyków jest już coraz bliżej do jej zakończenia.

11 marca minęło 10 lat od najsilniejszego w historii Japonii trzęsienia ziemi i wywołanego przez nie tsunami, które uderzyło we wschodnie wybrzeża japońskich wysp. Kataklizm pochłonął życie prawie 20 tysięcy ofiar i sprawił, że pół miliona osób czasowo straciło dach nad głową. Bezpośrednim skutkiem tej klęski żywiołowej była katastrofa położonej w prefekturze Fukushima elektrowni atomowej Fukushima 1. Trzęsienie ziemi spowodowało uruchomienie procedury awaryjnej i automatyczne wyłączenie reaktorów. Na skutek tsunami doszło jednak do serii zniszczeń, które nie pozwoliły na prawidłowe działanie systemów chłodzenia reaktorów. Zbyt późna była też reakcja zarządzającej elektrownią firmy TEPCO. W efekcie doszło do poważnych awarii trzech z sześciu reaktorów i w konsekwencji do wydostania się do otoczenia substancji radioaktywnych.



Fukushima

Natychmiast po katastrofie rozpoczęła się akcja ograniczania i usuwania jej skutków - w dodatku w warunkach, w których ogromnej pracy służb ratunkowych wymagały wszystkie obszary wybrzeża Japonii dotknięte przez tsunami. Dziś, po 10 latach, odbudowa jest już na ukończeniu.

W pierwszych tygodniach po katastrofie podziw Japończyków i całego świata budziła tak zwana Pięćdziesiątka z Fukushima. Byli to pracownicy elektrowni i członkowie ekip ratunkowych, którzy wykazali się odwagą i ochotniczo podjęli pracę nad usuwaniem skutków katastrofy w najbardziej skażonych częściach elektrowni, choć skala ryzyka

była jeszcze nie w pełni możliwa do oszacowania i część uczestników akcji była przekonana, że może zapłacić za nią życiem. Ich liczba pod koniec akcji znacznie przekroczyła 50 osób i zbliżyła się do setki. W Japonii Pięćdziesiątkę z Fukushima postrzegano jako współczesny odpowiednik słynnych 47 roninów ze wspaniałej samurajskiej legendy o lojalności i poświęceniu - częściowo zresztą opartej na faktach z epoki shōguna Tsunayoshi Tokugawy (początek XVIII wieku).

Jednocześnie z akcją w samej elektrowni trwała wielka operacja ewakuacji ludności z zagrożonych obszarów. Strefa ewakuacji osta-

tecnie objęła teren w promieniu 20-40 kilometrów - w zależności od ukształtowania terenu i dominujących kierunków wiatru mogącego nieść potencjalne skażenie.

Przez dziesięć lat, które upłynęły od katastrofy, kilkutyśięcna armia pracowników operatora dawnej elektrowni TEPCO walczyła ze skutkami katastrofy w ewakuowanym regionie. Choć wokół akcji usuwania skutków katastrofy nie brakowało kontrowersji, osiągnięcia okazały się imponujące - o ile początkowo nakazy ewakuacji objęły aż 12% powierzchni całej prefektury Fukushima, to dziś obowiązują one jedynie na 2,4% powierzchni. Udało się odbudować aż 96% infrastruktury, zaś produkcja na obszarach dotkniętych katastrofą osiągnęła 90% poziomu sprzed awarii. Zmniejsza się nawet tzw. Strefa Utrudnionego Powrotu. Nazwano tak rejon, w którym skutki katastrofy wyglądały na zbyt poważne, by można było myśleć o szybkim powrocie jego mieszkańców. Z czasem jednak i to okazało się, przynajmniej częściowo, możliwe.

W latach 2017-2020 udało się przeprowadzić całkowitą dekontaminację części ewa-

kuowanego po katastrofie miasta Futaba. Wymagało to rozbiórki wszystkich budynków i elementów infrastruktury, zebrania i wywiezienia całej wierzchniej warstwy gleby z kilkuset hektarów oraz intensywnych prac nad roślinnością i krajobrazem naturalnym. Teraz jednak trwa tam odbudowa, udało się też uruchomić wiodącą przez Futabę kluczową linię szybkiej kolei.

Skutki katastrofy w Fukushima okazały się zdecydowanie mniej groźne niż początkowo się obawiano. Na skutek radiacji zarówno w trakcie katastrofy, jak i po niej nie zginęła ani jedna osoba. Według oficjalnego raportu WHO katastrofa mogła przyczynić się do najwyższej jednoprocenowego wzrostu zachorowań na choroby nowotworowe wśród japońskich dzieci, ewentualny wzrost zachorowań wśród osób dorosłych uznano za pomijalny.

Zupełnie inaczej wygląda natomiast kwestia skutków ekonomicznych i ideologicznych katastrofy. Do 2016 roku według japońskiego Ministerstwa Gospodarki, Handlu i Przemysłu łączne koszty katastrofy i usuwania jej skutków sięgnęły 188 mld dolarów. Globalna panika związana z katastrofą doprowadziła do wycofania się niektórych krajów z pozyskiwania energii w elektrowniach jądrowych. Inne kraje, jak Polska, na długo porzuciły plany budowy własnych elektrowni. Dziś, gdy po zaledwie 10 latach od katastrofy, Japończycy zdążyli się pozbyć większości jej skutków, warto być może zrewidować część wy-

prowadzonych wtedy wniosków.

Nie wszystkie problemy związane z likwidacją skutków katastrofy zostały do dziś w pełni rozwiązane. Obecnie toczy się na przykład międzynarodowa dyskusja na temat tego, jak rozwiązać kwestię milionów litrów skażonej wody służącej do chłodzenia reaktorów, obecnie magazynowanej w licznych zbiornikach na terenie dawnej elektrowni.

W tej chwili w otoczeniu dawnej elektrowni trwa budowa kompleksu służącego pozyskiwaniu energii - tyle że ze źródeł odnawialnych. W rejonie elektrowni powstaje 11 elektrowni słonecznych i 10 farm wiatrowych. Łączna moc całego kompleksu ma wynieść 600 MW. Pieniądze na budowę (ok. 300 mld yenów, czyli ok. 11 mld złotych) wyłożyły rządowy Bank Rozwoju Japonii i Mizuho Bank. Cała prefektura Fukushima stawia zaś na turystykę - i to całkowicie konwencjonalną. To piękny górski region o sporych - często wciąż nieodkrytych - walorach narciarskich.

MIRAI, czyli przyszłość. Polska i Japonia budują duży sukces małymi krokami

Trudno znaleźć w Polsce kogoś, kto nie miałby w domu lub garażu jakiejś rzeczy związanej z techniką bądź kulturą japońską – lub chociaż się z nią nie zetknął. Nic dziwnego, że 30 lat temu hasło polskich reformatorów brzmiało: Polska druga Japonia. Od tego czasu współpraca polsko-japońska rozkwitła, a dla wielu japońskich firm Polska stała się kluczowym ośrodkiem rozwoju. O korzyściach ze współpracy, ale też różnicach kulturowych i barierach do pokonania rozmawialiśmy w gronie znakomitych ekspertów.

- Dla Japan Tobacco International, firmy działającej w 130 krajach, Polska stała się strategicznym biznesowo miejscem. Od 2008 roku JTI zainwestowało nad Wisłą ponad miliard dolarów. W Gostkowie pod Łodzią znajduje się największe centrum produkcyjne JTI na świecie. Ponadto, od 2019 r. w Warszawie działa największe z trzech globalnych centrów usług biznesowych JTI, które obsługuje firmę na całym świecie w zakresie finansów, zarządzania zasobami ludzkimi, marketingu i sprzedaży, kwestii prawnych i regulacyjnych czy globalnego łańcucha dostaw – opisuje Agata Kwiek z JTI Polska.

Firma ta jest kluczowym inwestorem w województwie łódzkim i zatrudnia już w Polsce blisko 2,9 tys. osób i ta liczba cały czas rośnie.

- Krokiem milowym w relacjach między Polską a Japonią była wizyta pary cesarskiej w 2002 roku. Dzięki niej nasz kraj zyskał duże zaufanie Japończyków – mówi Katarzyna Nowak z krakowskiego Muzeum Sztuki i Techniki Japońskiej Manggha, które wytrwała wieloletnią pracą wyrobiło sobie silną markę nie tylko w Europie, ale i w Japonii. Drugim ważnym impulsem do rozwoju wzajemnych relacji były obchody stulecia nawiązania wzajemnych stosunków dyplomatycznych: rok 2019 obfitował w wydarzenia i spotkania, i w Polsce, i w Japonii, co zaowocowało rozwinięciem relacji kulturalnych i gospodarczych.

Potwierdza to Tadeusz Woszczyński kierujący Hitachi Europe Ltd. w Polsce, Austrii, Czechach, Słowacji i państwach bałtyckich. Dla technologicznego giganta Polska stała się w ostatnich latach bardzo ważna. - W 2007 roku centrala Hitachi otworzyła oddział będący z założenia inkubatorem innowacji. Polacy są bowiem postrzegani w Japonii jako naród, który nie boi się innowacji – wyjaśnia Tadeusz Woszczyński.

KROKIEM MILOWYM W RELACJACH MIĘDZY POLSKĄ A JAPONIĄ BYŁA WIZYTA PARY CESARSKIEJ W 2002 ROKU. DZIĘKI NIEJ NASZ KRAJ ZYSKAŁ DUŻE ZAUFANIE JAPOŃCZYKÓW

Katarzyna Nowak

Współpraca owocuje m.in. w IT (Hitachi jest liderem rozwiązań dla banków) i energetyce (firma stworzyła m.in. pierwszy w Polsce magazyn energii na Pomorzu – projekt ten wsparł rząd japoński). - Ponadto przejęliśmy ABB Power Grids, za sprawą czego Hitachi powiększyło się o kolejnych 3,5 tys. pracowników. Do tego mamy firmę logistyczną, czołową firmę leasingującą samochody oraz trzy centra usług wspólnych – dla Hitachi Vantara, Hitachi ABB PG i Hitachi Europe Ltd. – wylicza Woszczyński.

- Od 30 lat współpracujemy z firmami japońskimi, w tym najsilniej, od 14 lat, z Kawasaki Robotics. W 2020 roku podpisaliśmy przełomową umowę i zostaliśmy centrum operacyjnym Kawasaki

na dwanaście krajów Europy Środkowej i Wschodniej. Są produkty, które my importujemy z Japonii, ale są też takie, które eksportujemy i już niebawem będziemy sprzedawać właściwie na całym świecie. Współpraca jest zatem dwustronnie korzystna – mówi Stefan Życzkowski, prezes krakowskiej firmy ASTOR, która od wielu lat robotyzuje i automatyzuje polski przemysł.

- W japońskiej firmie bardzo długo się planuje, bo jest to kultura perfekcjonistów. Wielką wagę odgrywa budowanie relacji opartych na zaufaniu i lojalności. Przy czym Japończycy rozumieją to jako dwustronną wymianę – mówi Agata Kwiek z JTI Polska. Zaznacza, że lojalność pracownika jest doceniana. Aż 80 procent stanowisk kierowniczych w JTI Polska obsadzonych jest w drodze wewnętrznych awansów.

Nie sposób tu nie wspomnieć o wpływie filozofii Kaizen, czyli ustawicznego wprowadzania udoskonaleń, nawet małych, poprawiających funkcjonowanie firmy we wszystkich aspektach – może to być produkcja, ale też zarządzanie pracownikami. - Duży sukces budujemy małymi krokami – mówi przedstawicielka JTI Polska.

- O ile w wielu amerykańskich korporacjach pieniądź

jest celem, o tyle w japońskich jest narzędziem. To podejście jest mi bardzo bliskie – przyznaje Stefan Życzkowski.

- Różnice kulturowe są znaczne i aby harmonijnie współpracować, trzeba je znać. Dlatego przybliżamy kulturę, japońską tradycję, pomagamy zrozumieć relacje polsko-japońskie i na bazie kultury budować relacje także biznesowe. Znakomitym przykładem jest nasza długoletnia współpraca z JTI Polska – wyjaśnia Katarzyna Nowak.

Wszyscy nasi rozmówcy zwracają uwagę, że wieloletnie budowanie biznesu opartego na zaufaniu wymaga przewidywalności i stabilności przepisów, a to nie jest silną stroną Polski. Dla wielkiego inwestora, jak JTI, szczególnie ważna jest przewidywalność podatkowa. Branża tytoniowa pozostaje jednym z filarów polskiej gospodarki: z produkcji i sprzedaży jej wyrobów budżet państwa uzyskuje co roku aż 29 mld zł, a wartość eksportu wynosi ponad 15 mld zł. Przy tym 80 proc. ceny papierosów stanowią podatki.

- Jeśli podatki, a w naszym przypadku chodzi przede wszystkim o akcyzę, zmieniają się szybko i w nieprzewidywalny sposób, to efektem jest rozrost szarej strefy, co nie tylko uderza

KOMENTARZ AMBASADY JAPONII

W 2019 roku Japonia i Polska obchodziły setną rocznicę ustanowienia oficjalnych stosunków dyplomatycznych.

Pod względem gospodarczym, wymiana handlowa między oboma państwami systematycznie wzrasta dzięki podpisaniu umowy o partnerstwie gospodarczym między Polską a Japonią. Obecnie w Polsce działa ponad 300 japońskich firm. Cieszy nas bardzo, że odbyła się żywa debata na temat MIRAI – przyszłości współpracy biznesowej między Polską a Japonią, przykładów sukcesu oraz zadań wciąż do rozwiązania. Japonia bardzo ceni Polskę, położoną w sercu Europy i zyskującą coraz mocniejszą pozycję ze względu na silny rozwój gospodarczy, i chce z nią współpracować dla jeszcze lepszego rozwoju relacji gospodarczych między oboma państwami – komentarz do debaty Ambasady Japonii.

w legalnych producentów, ale przede wszystkim zmniejsza wpływ budżetu państwa. Dlatego postulujemy wypracowanie mapy drogowej, czyli planu, wedle którego kształtowane będą w najbliższych latach obciążenia podatkowe – tłumaczy Agata Kwiek.

Rośnie zainteresowanie japońskich firm Polską

JETRO (Japan External Trade Organization) od czasu powstania w 1958 roku działa jako organizacja rządowa wspierająca japoński handel i inwestycje. Ma 50 biur w Japonii, w tym główną siedzibę w Tokio, oraz 76 biur zagranicznych. W Polsce działa od 1975 roku, czyli już ponad 45 lat. O przybliżeniu działalności organizacji poprosiliśmy Mikihiko Shimizu, dyrektora generalnego JETRO w Warszawie.

Czy japońskie firmy interesują się Polską?

Aktualnie działamy pod wpływem pandemii, jednak polska gospodarka ma mocne podstawy i zapotrzebowanie na dobra konsumpcyjne, np. żywność, wzrasta. Polska jest więc atrakcyjnym rynkiem dla japońskich firm. W listopadzie 2020 roku zorganizowaliśmy rozmowy handlowe online dla japońskich firm i kupców z środkowo-wschodniej Europy z branży

spożywczej. Ze strony japońskiej wzięło w nich udział 63 dostawców, Polskę reprezentowało 4 importerów. Z kolei w marcu 2021 zorganizowaliśmy wirtualne rozmowy handlowe dla japońskich producentów alkoholi. Bez wątpienia rośnie liczba japońskich firm zainteresowanych Polską, można się spodziewać, że rozbudowane relacje biznesowe przełożą się na powstanie nowych inwestycji.

Jak się rozwija współpraca handlowa między Japonią a Polską?

W 2019 roku eksport Polski do Japonii wzrósł o 18,2%, a import z Japonii o 23,2%. W tym samym roku zaczęła obowiązywać umowa o współpracy gospodarczej, tzw. EPA, między Japonią a Unią Europejską. Pod wpływem pandemii eksport Japonii do Polski zmalał tylko o ok. 3%, czyli utrzymał się na wysokim poziomie.

Czy japońskie firmy chcą inwestować w Polsce?

Już w 2017 roku w Polsce działało ponad 300 japońskich firm. Aktualnie Polska jest najczęściej wybieranym przez japońskie firmy kierunkiem inwestycyjnym w środkowo-wschodniej Europie. Poczynając od inwestycji Toyoty, największej inwestycji jest związana z branżą maszynową, zwłaszcza samochodową. Toyota Manufacturing Poland zaczęła swoją działalność na Dolnym Śląsku we wrześniu 1999 roku. Ostatnio powstała fabryka i centrum dystrybucyjne firmy Mitsui HighTech na Opolszczyźnie, a firma Nippon Seiki ogłosiła budowę w okolicach Łodzi zakładu wyświetlaczy typu HUD wykorzystywanych w samochodach. W związku z polityką klimatyczną UE ukie-runkowaną na neutralność węglową europejski rynek motoryzacyjny przedstawia się na elektromobilność. Może to

spowodować napływ japońskich inwestycji związanych właśnie z produkcją części samochodowych o wysokiej wartości dodanej.

Z drugiej strony, czy polskie firmy chcą wchodzić na rynek japoński?

Japoński rynek cechuje wysoki poziom konkurencji. Problemem jest również bariera językowa. Z drugiej strony, jest wiele technologii, usług i produktów, które funkcjonują w Polsce, a w Japonii jeszcze nie zaistniały. Japonia aktualnie poszukuje innowacyjnych urządzeń i rozwiązań technicznych, nowych modeli biznesowych, w szczególności duże nadzieje związane są z branżą IT. Jest również wiele japońskich firm, które chcą współpracować ze startupami. JETRO ze swojej strony wspiera ekspansję tego typu firm do Japonii.

Wiele polskich firm interesuje się japońskim rynkiem. W 2018 zorganizowaliśmy wyjazd do Tokio dla firm branży



Mikihiko Shimizu, JETRO

IoT z Europy środkowo-wschodniej (Polski, Czech i Węgier). Z 10 firm, które wzięły udział w programie, aż 6 było polskich. W 2019 zorganizowaliśmy podobny wyjazd pod hasłem „Digital Innovation”. Z Polski tym razem wyjechały 3 firmy. Takie wyjazdy to możliwość bezpośredniego poznania japońskiego środowiska biznesowego.

Coutrudnia nawiązywanie relacji biznesowych z Japonią?

Główne przeszkody to różnice językowe i odmienne zwyczaje biznesowe, jak również

odległość między naszymi krajami. Przewyciężenie tych barier wymaga znalezienia właściwego partnera biznesowego, potrzebny jest czas i zbudowanie relacji opartych na dobrym porozumieniu i zaufaniu. JETRO organizuje rozmowy handlowe i misje wyjazdowe – sądzę, że udział w nich to świetna okazja do spotkań z kandydatami na partnerów biznesowych i do znalezienia tego właściwego.

Jakie są perspektywy na rozwój współpracy między naszymi krajami?

Spodziewam się, że współpraca biznesowa będzie się zwiększać, ale aktualnie głównym problemem jest oczywiście kwestia odbicia po wzroście zachorowań na COVID-19. W badaniach przeprowadzonych przez JETRO jesienią zeszłego roku ponad 40% japońskich firm w Polsce spodziewało się, że główną strategią rewalizacji po pandemii będzie wsparcie dla inwestycji związanych z zieloną energią.

Material Partnera Głównego projektu MIRAI

JTI – tradycja i nowoczesność



Rozmowa z Oguzem Kose, dyrektorem operacyjnym fabryki JTI Polska w Starym Gostkowie.

Fabryki Japan Tobacco International w Starym Gostkowie pod Łodzią to ogromne centrum produkcyjne. Co dokładnie jest tu wytwarzane?

Aby choć trochę wyobrazić sobie skalę wielkości zakładów w Starym Gostkowie, proszę pomyśleć, że zajmują powierzchnię ponad 155 tys. m kw.! Znajdują się tu aż 4 fabryki. Co ważne, w Polsce produkujemy nie tylko papierosy, tytonie do palenia czy cygarетки, ale także wyroby nowatorskie oraz aromaty do wyrobów tytoniowych. Dwie fabryki – właśnie wyrobów nowatorskich oraz fabryka aromatów to jedyne tego typu fabryki na świecie poza Japonią. Pokazuje to ogromną rolę Polski w międzynarodowym biznesie JTI.

Ile osób obecnie pracuje w fabrykach?

W tej chwili zatrudniamy ponad 1900 osób. Chcę w tym miejscu podkreślić, że to dzięki naszym pracownikom JTI tak wspaniale rozwija się w Polsce. Jesteśmy największym centrum produkcyjnym JTI na świecie, 80 proc. produkcji trafia stąd do 70 krajów.

Czy pandemia nie powstrzymała tak dynamicznego rozwoju firmy?

Obecna sytuacja jest wyzwaniem, ale JTI to dojrzała i nowoczesna firma. Wiele rozwiązań technologicznych czy organizacyjnych mieliśmy na długo przed pojawieniem się pandemii, co bardzo pomogło nam w dostosowaniu się do wyjątkowych okoliczności.

Jedno jest dla nas pewne – najważniejsze jest zapewnienie bezpieczeństwa naszym pracownikom i ich rodzinom oraz naszym partnerom handlowym, i na tym się obecnie skupiamy. Fundamentem naszej kultury organizacyjnej jest stawianie ludzi na pierwszym miejscu.

Wspomniał pan o fabryce wyrobów nowatorskich, która jest drugą na świecie po Japonii. Dlaczego akurat w Polsce JTI ulokowało tę fabrykę?

Dodam też, że JTI jest jedyną firmą, która w Polsce produkuje nowatorskie wyroby ty-



Największe centrum produkcyjne JTI na świecie, Stary Gostków k. Łodzi

toniowe, w których tytoń jest podgrzewany, a nie spalany. Ta fabryka była naturalnym uzupełnieniem naszego kompleksu produkcyjnego. Dobra infrastruktura, dostęp do ekspertów, zaplecze w postaci pozostałych fabryk – to czynniki decydujące o tym wyborze.

Chcę też podkreślić, że od początku działalności mogliśmy liczyć na wsparcie wszystkich lokalnych władz i mieszkańców, co pozwala na wspólne wypracowywanie

rozwiązań służących rozwojowi regionu. Dziś współpracujemy z około 800 lokalnymi dostawcami, z którymi generujemy obrót na poziomie 70 mln dolarów rocznie.

Czy w JTI Polska widać japońską kulturę pracy?

Na naszą japońską tradycję składa się kilka elementów: z jednej strony to ciągłe dążenie do doskonałości, w duchu filozofii kaizen. Nie zawsze oznacza to wielkie zmiany,

chodzi też o drobne usprawnienia wprowadzane każdego dnia. Przy czym dotyczą one nie tylko produkcji wyrobów tytoniowych, ale też np. naszych procedur HR i zarządzania ludźmi. Od 12 lat jesteśmy w gronie najlepszych pracodawców w Polsce w prestiżowym rankingu Top Employers, a to oznacza, że mamy bardzo wysoko postawioną poprzeczkę, jeśli chodzi o kulturę organizacji. Co więcej, od 5 lat zajmujemy w tym rankingu 1

1 MLD DOLARÓW
KWOTA INWESTYCJI
JTI W POLSCE

>2800
LICZBA
PRACOWNIKÓW JTI
W POLSCE

lub 2 drugie miejsce. Aby utrzymać taki wynik, trzeba cały czas poprawiać swoje własne rezultaty. Z tym łączy się kolejna japońska cecha naszej firmy – ogromny szacunek do naszych pracowników, partnerów biznesowych i lokalnych społeczności. W regionie łódzkim, gdzie znajdują się nasze fabryki, wspieramy organizację Poddębickiej Akademii Przedsiębiorczości, która rokrocznie ma kilkuset absolwentów. Jest skierowana do osób chcących założyć własną działalność gospodarczą czy osób starszych, pragnących być aktywnymi zawodowo. Akademia została wyróżniona w ramach ogólnopolskiego konkursu pod patronatem prezydenta RP Andrzeja Dudy.

Być blisko miejsca, w którym produkt jest wytwarzany

O polsko-japońskich doświadczeniach opowiada Hidenori Tachibana, Kierownik ds. wspierania jakości w JTI Polska.

Hidenori Tachibana jest z pochodzenia Japończykiem i pracuje w Japan Tobacco International od 18 lat, z czego aż 10 spędził poza Japonią, w tym w Irlandii Północnej i w Belgii. Ostatnio obowiązki zawodowe sprawadziły go do Polski, gdzie mieszka z rodziną już od ponad 3 lat. W fabrykach JTI Polska jest odpowiedzialny za zarządzanie jakością wyrobów tytoniowych i wsparcie techniczne w tym zakresie.

Co wiedział Pan o Polsce, zanim przyjechał tu do pracy?

Zanim trafiłem do Polski, słyszałem tylko o Szopenie i Koperniku (śmiech). Słyszałem też, że polskie pierogi są podobne do japońskich pierożków gyoza, dlatego wybrałem to danie na jedną z pierwszych moich polskich kolacji.

Co zwróciło Pana uwagę w naszym kraju?

Ogromna prędkość, z jaką kierowcy poruszają się po autostradzie! Zauważyłem też, że Polacy bardzo często wyciągają rękę na powitanie. Nawet na tle innych krajów europejskich

znacznie częściej witają się uściskiem dłoni. To ogromne przywiązanie wagi do budowania relacji międzyludzkich moim zdaniem bardzo wyróżnia Polaków. W Japonii rzadko podajemy sobie dłoń, a kontakty poprzez dotyk czy jegoś ciała są bardzo ograniczone, nawet w życiu codziennym. Japończycy zwykli przekazywać innym wiele komunikatów poprzez samo pochylanie głowy w ukłonie, dlatego muszę uważać, by nie nadużywać tego zachowania w Polsce.

Czy miał Pan okazję podróżować po Polsce?

Uwielbiam podróże i byłem już z rodziną w wielu miejscach w Polsce: w Warszawie, Poznaniu, Krakowie. Największe wrażenie wywarło na mnie jednak Morskie Oko koło Zakopanego. Już sam spacer w kierunku jeziora był wielką przyjemnością, ale gdy dotarliśmy na miejsce, widok był zachwycający. Byliśmy też w Bolesławcu, gdzie zakupiliśmy słynną bolesławiecką ceramikę, którą mamy nadzieję zabrać kiedyś do Japonii.

Pracował Pan już w różnych międzynarodowych oddziałach JTI – czym wyróżnia się praca w JTI Polska?

Myślę, że na pewno wyróżnia nas międzynarodowy charakter. W JTI Polska pracują przedstawiciele 11 narodowości, a tylko w moim dziale są osoby z 4 krajów. Możliwość pracy w międzynarodowym otoczeniu uważam za ogromną zaletę.

Jakie japońskie cechy organizacji obserwuje Pan w JTI Polska?



Hidenori Tachibana, Kierownik ds. wspierania jakości w JTI Polska

Na pewno przywiązanie dużej wagi do oglądania wszystkiego w praktyce, do rozmów z osobami, które daną pracę wykonują. Chodzi tutaj przede wszystkim o regularną obecność personelu każdego szerebła w hali produkcyjnej. Po japońsku mówi się o tym gemba, co oznacza miejsce, w którym coś powstaje lub się wydarza.

Dopiero w miejscu wytwarzania można wszystko z bliska zobaczyć. W naszym przypadku osoby pracujące

przy produkcji i operatorzy maszyn regularnie badają jakość papierosów i innych wyrobów. Pozostały personel, tak jak ja, też pracuje blisko produkcji – wystarczy, że wyjdę z mojego pokoju i już jestem w hali produkcyjnej! Bardzo japońska cecha naszej polskiej fabryki to bazowanie na faktach i liczbach, które sprawdzamy naocznie i poprzez bezpośrednią rozmowę – to są podstawy naszego zarządzania jakością.

Widzę też jeszcze jedną ważną cechę – pracownicy JTI są traktowani z najwyższym szacunkiem.

A jak w fabrykach JTI Polska objawia się filozofia Kaizen, ciągłego doskonalenia?

Bardzo mocno wsłuchujemy się w opinie konsumentów o naszych produktach, bierzemy ich opinie pod uwagę i na tej podstawie wprowadzamy udoskonalenia. Również nasi pracownicy mają możliwość zgłaszania propozycji ulepszeń – a dobry pomysł jest nagradzany przez zarząd fabryki i zdobywa uznanie w JTI globalnie.