

Iran-Japan Trade Relationship in Reza Shah Era

H. Shokrzadeh*

H. Hosseinabadian**

Abstract

One of the most important debates during Reza Shah era was the expansion and development of Iran's foreign trade with new countries that had no contribution in Iran's foreign trade before the First World War. Japan was the only Asian country that had not such a strong history of political and economic relation with Iran, but could sharply make certain contribution to Iran's foreign trade.

The present article attempts to investigate trade relation between Iran and Japan in Reza Shah era on the basis of archive documents, press articles, and library sources.

Keywords: Iran, Reza Shah, Foreign Trades, Japan.

Archive of SID

* PhD, Imam Khomeini International University.

** Professor, Imam Khomeini International University.

فصل نامه پژوهش‌های تاریخی (علمی- پژوهشی)
معاونت پژوهش و فناوری دانشگاه اصفهان
سال پنجاه و سوم، دوره جدید، سال نهم
شماره یکم (پیاپی 33)، بهار 1396، صص 41-58
تاریخ وصول: 1393/08/09، تاریخ پذیرش: 1395/02/20

روابط تجاری ایران و ژاپن در دوره رضاشاه (1308 تا 1320 ش/1929 تا 1940 م)

حسن شکرزاده* - دکتر حسین آبادیان**

چکیده

یکی از مباحث مهم در دوره رضاشاه، توسعه و رونق تجارت خارجی ایران با کشورهای جدیدی بود که تا پیش از جنگ جهانی اول، سهمی در تجارت خارجی ایران نداشتند. ژاپن تنها کشور آسیایی بود که با وجود نبود پیشینه قوی از روابط سیاسی و اقتصادی با ایران، توانست به سرعت حجم وسیعی از تجارت خارجی ایران را در دوره پهلوی اول به خود اختصاص دهد. با توجه به اهمیت چنین موضوعی، مقاله حاضر در صدد پاسخ به این پرسش اصلی است که ماهیت شکل‌گیری و توسعه روابط تجاری ایران و ژاپن چگونه بود؟ پژوهش حاضر موضوع روابط تجاری ایران و ژاپن را در دوره رضاشاه به روش مطالعه کتابخانه‌ای و آرشیوی، با تکیه بر اسناد آرشیوی و نشریات و منابع مکتوب دیگر بررسی می‌کند.

واژه‌های کلیدی: ایران، رضاشاه، تجارت خارجی، ژاپن.

* دکتری تاریخ ایران دوره اسلامی دانشگاه بین‌المللی امام خمینی قزوین، Hasanshokrzadeh01@gmail.com

** دانشیار گروه تاریخ دانشگاه بین‌المللی امام خمینی قزوین، Hoabadian@yahoo.com

روابط تجاری ایران و ژاپن در دوره رضاشاه، به‌عنوان بحثی میان‌رشته‌ای، کمتر در کانون توجه پژوهشگران تاریخ قرار گرفته‌است؛ تا آنجا که به‌ندرت می‌توان مقاله یا بررسی عالمانه‌ای را در خصوص چگونگی شکل‌گیری روابط تجاری ایران و ژاپن در دوره رضاشاه سراغ گرفت. با وجود برخی اشاره‌های پراکنده در منابع پژوهشی تخصصی اقتصادی در این باره، همچنان در بازگویی و روشن‌نمایی زوایای مختلف روابط تجاری ایران و ژاپن در این دوره، کمبودهای اساسی ملاحظه می‌شود. در سال‌های اخیر، تنها به مناسبت هشتادمین سالگرد شکل‌گیری روابط ایران و ژاپن، ویژه‌نامه‌ای در فصل‌نامه علمی و ترویجی تاریخ روابط خارجی منتشر شد که حاوی مقالات متعددی در بازنمایی این روابط از زوایای گوناگون بود؛ اما حتی در این ویژه‌نامه نیز، تجارت ایران و ژاپن در عصر پهلوی اول به شکل دقیق و مفصل بررسی نشد (فصل‌نامه تاریخ روابط خارجی، س 11 ش 43، تابستان 1389). اشاره‌های پراکنده و کوتاه در برخی منابع پژوهشی جدید، نظیر تاریخ تحولات اجتماعی ایران از صفویه تا انقلاب اسلامی اثر جان فوران نیز، چندان نمی‌تواند روابط دوازده ساله ایران و ژاپن را از نظر اقتصادی و تجاری تبیین دقیق کند.

اهمیت ایران و غرب آسیا در تجارت خارجی ژاپن بعد از جنگ جهانی اول

ژاپن از معدود کشورهای آسیایی بود که با تمدن جدید غربی، برخوردی هوشمندانه و مدبرانه داشت و در اواخر قرن نوزدهم، با اخذ آگاهانه علوم و تکنولوژی غربی، نه تنها توانست از نفوذ و سلطه اروپایی‌ها ممانعت کند، بلکه در مدت کوتاهی و در آغاز قرن بیستم، خود به کشور صنعتی نیرومند و سلطه‌گری در آسیا مبدل شد. این مهم به دنبال تحولات

با تاسیس دولت پهلوی در ایران (آذر 1304 ش/ 1925 م) عصر تازه‌ای در تحول مناسبات تجارت خارجی ایران آغاز شد. در این دوره، روابط خارجی و در کنار آن تجارت خارجی ایران تغییر و تحولات بسیاری را در زمینه حضور کشورهای جدیدی همچون آلمان، ژاپن، آمریکا و مصر در روابط خارجی و تجاری تجربه کرد. پرسش اصلی مقاله حاضر این است که ماهیت شکل‌گیری و توسعه روابط تجاری ایران و ژاپن چگونه بود؟ سایر پرسش‌های فرعی نیز عبارت‌اند از: روش‌ها و سیاست‌های دولت ژاپن در پیشبرد نفوذ تجاری و اقتصادی در ایران چگونه بود؟ انعکاس داخلی گسترش روابط تجاری ایران و ژاپن به چه شکل بود؟ فرضیه پژوهش حاضر این است که رشد و توسعه صنعتی ژاپن و نیازهای این کشور به داشتن بازارهای فروش و تامین موادخام اولیه برای صنایع خود، از مهم‌ترین عللی بود که بعد از جنگ جهانی اول توجه و گرایش ژاپن را به غرب آسیا و از جمله ایران باعث شد. در نقطه مقابل نیز، تلاش دولت پهلوی در رهایی از نفوذ انحصاری سیاست‌های اقتصادی انگلستان و شوروی همراه با نیاز به تامین لوازم تحقق پروژه تجدد و نوسازی عامل مهم در شکل‌گیری این روابط بود.

مقاله حاضر براساس گزارش‌ها و اطلاعات دستگاه‌هایی همچون وزارت امور خارجه، وزارت دارایی و اداره کل تجارت که در آرشیو سازمان اسناد ملی ایران بودند، کتب خاطرات و سیاحت‌نامه‌ها، آمارهای گمرکی اداره کل گمرکات و گزارش‌ها و اخبار نشریات تخصصی و عمومی به چگونگی و علل ایجاد روابط تجاری بین ایران و ژاپن و توسعه آن پرداخته‌است. ضمن اینکه برخی آثار و پیامدهای این روابط را بررسی کرده‌است.

خونین با یکدیگر بودند، ژاپن از غیبت دولت‌های اروپایی استفاده کرد و به‌ویژه در حوزه صادرات محصولات نساجی و پارچه توانست بیشتر بازارهای آسیایی را در اختیار خود بگیرد (پالمر، 1386: 1376).

از سوی دیگر، ژاپن به علت داشتن نیروی کار ارزان و فراوان، می‌توانست در مقایسه با اقلام مشابه کشورهای اروپایی، محصولات تولیدی خود را با قیمت‌های ارزان و مناسبی به بازارهای آسیایی روانه کند؛ تاجایی که توده‌های بی‌بضاعت و کم‌درآمد در قاره آسیا به راحتی قادر به تهیه اقلام تولیدی این کشور بودند. این یکی از علل مهم موفقیت و کامیابی شرکت‌های تجاری ژاپنی در زمینه یافتن بازارهای فروش در این قاره بود؛ به‌عنوان نمونه، منسوجات و انواع پارچه‌های تولیدی صنایع ژاپنی از جمله اقلامی بودند که به علت کم‌بودن سطح دست‌مزدها در ژاپن و فراوانی نیروی کار، به قیمت ارزان‌تری در بازارهای آسیایی به فروش می‌رسیدند. به همین علت، ژاپن توانست با عرضه ارزان محصولات خود، به‌خصوص منسوجات پارچه‌ای، بازار کشورهای اروپایی را در نواحی مختلف آسیا تصاحب کند و بزرگ‌ترین صادرکننده منسوجات در قاره آسیا شود؛ همچنین، وجود بحران اقتصادی در جهان و کاهش قدرت خرید مردم عامل دیگری در گرایش به سمت اجناس ارزان ژاپنی و در نتیجه، رونق تجارت کالاهای ژاپنی در جهان بود (اتاق تجارت، س 5، ش 79: 13).

قیمت کم و ارزانی فوق‌العاده اجناس ژاپنی تا آنجا نفوذ پیدا کرد که حتی موجب افزایش تقاضا برای کالاهای تولیدی ژاپن، در بازارهای اروپایی شد و «دامپینگ» (Damping) امتعه‌های ژاپنی در بازارهای مغرب بی‌نهایت تشویش ایتالیایی‌ها را فراهم ساخت» (اتاق تجارت، س 5، ش 80: 19).

بزرگی حاصل شد که در عصر امپراتوری موتسوهیتو (Mutsumito) به وقوع پیوست و به عصر میجی (Meiji) معروف شد (1868 م) (پالمر، 1386: 975/2).

طی این تحول تغییرات کلی در ساختارهای سیاسی و اجتماعی و اقتصادی ژاپن روی داد و فئودالیزم منسوخ شد و اشراف سنتی همچون شوگون‌ها و سامورایی‌ها، داوطلبانه از اختیارات و قدرت خود به نفع امپراتور چشم‌پوشی کردند (نقیب‌زاده، 1369: 94). بدین ترتیب، ژاپنی‌ها با دگرگونی و اصلاح ساختار ارتش و تقویت و توسعه صنایع و کارخانه‌ها به تامین و حفظ هرچه بیشتر استقلال خود پرداختند. سوای توسعه ارتش، تحت‌تأثیر تحولات عصر میجی، صنعت مدرن که در اختیار چند خاندان اریستوکرات و موسس گروه‌های اقتصادی مهم همچون میتسویی و میتسوبیشی بود، در ژاپن پایه‌گذاری شد و توسعه یافت. به‌طوری‌که این توسعه صنعتی به ایجاد نیازهای اقتصادی و از اواخر قرن نوزدهم، رشد تمایلات امپریالیستی و دست‌اندازی و تجاوز ژاپن به چین و شبه‌جزیره کره منجر شد (نقیب‌زاده، 1369: 94).

توسعه قدرت سیاسی و اقتصادی ژاپن موجب تصادم و اختلاف نظر این دولت با دولت‌های اروپایی بر سر منافع استعماری در قاره آسیا و به‌خصوص در چین شد. اوج این اختلاف‌ها و رقابت‌ها به جنگ با روسیه در سال 1904 م منتهی شد که با برتری ژاپن و شکست روسیه همراه بود. پیروزی که به تثبیت نفوذ و سلطه ژاپن بر شبه‌جزیره کره و منچوری منجر شد و براساس معاهده صلح پرت موث (port Moth) در سال 1905، روسیه حقوق ژاپن را بر این مناطق به رسمیت شناخت (نقیب‌زاده، 1369: 98).

در سال‌های آغازین قرن بیستم و به‌خصوص در اثنای جنگ جهانی اول، با شتاب گرفتن توسعه صنایع در ژاپن، درحالی‌که کشورهای اروپایی درگیر جنگ و رقابت‌های

هم‌زمان با آخرین سال‌های حکومت قاجارها در ایران بود که به علت نفوذ سیاسی و اقتصادی دولت‌های بزرگی همچون انگلستان و روسیه، قاجارها در عمل فاقد هرگونه ابتکاری در تنظیم مستقل سیاست‌های خارجی و تجاری خود بودند. در بیشتر دوران حکومت قاجار، ضعف سیاسی و اقتصادی موجب تسلط و نفوذ دولت‌های روسیه و انگلستان بر مقدرات اقتصادی و سیاسی ایران شده بود. در ابتدای قرن بیستم، با انعقاد قرارداد 1907م/1286ش که براساس آن ایران به مناطق نفوذ روس و انگلیس تقسیم شده بود، این نفوذ سیاسی و اقتصادی شکل علنی و رسمی به خود گرفت. این قرارداد و پیشینه انحصارطلبی روس و انگلیس در تبدیل ایران به حوزه نفوذ انحصاری خود، مانع ورود یا حضور فعال و گسترده هر دولت دیگری در حوزه فعالیت‌های اقتصادی و تجاری ایران بود. با آغاز جنگ جهانی اول و به دنبال تحولات و دگرگونی‌هایی که در اثر فروپاشی و تغییر برخی رژیم‌های سیاسی در اروپا و دیگر نقاط جهان، در روابط بین‌الملل روی داد، ایران نیز از دایره سیاست‌های انحصاری رایج روس و انگلیس خارج شد؛ بنابراین امکان فعالیت و حضور کشورهای جدید در حوزه تجارت و اقتصاد فراهم شد. ژاپنی‌ها نیز با استفاده از نبود حضور قدرتمند روسیه و انگلستان، «در میدان تجارت ایران عرض اندام نمودند» (اتاق تجارت، س 5، ش 80، 15 بهمن 1312: 10).

اما با پایان جنگ و بازگشت دوباره انگلستان به حوزه تجارت ایران، همچنان توسعه تجارت ژاپن در ایران با مشکلات بسیاری مواجه بود. علاوه بر محدودیت‌های سیاسی ناشی از نبود روابط سیاسی و ممانعت دولت انگلستان از توسعه نفوذ ژاپن به غرب آسیا، نبود وسایل حمل و نقل دریایی و بعد مسافت

در عین حال، بروز برخی محدودیت‌ها و موانع گمرکی در دوره بعد از جنگ جهانی اول، از سوی برخی کشورهای جهان به خصوص آمریکا و هندوستان و چین که مهم‌ترین بازارهای فعالیت شرکت‌های تجاری ژاپنی بودند، زمینه‌ساز توجه بیشتر این کشور به بازارهای غرب آسیا و به خصوص ایران شد. با وجود توجه و آگاهی از منافع که ژاپنی‌ها در خصوص توسعه تجارت خارجی خود به کشورهای غرب آسیا همچون ایران داشتند، در ایران هنوز اطلاع و آگاهی چندان عمیقی در خصوص منافع و اهمیت گشودن باب روابط خارجی با ژاپن به وجود نیامده بود. هرچند در جریان انقلاب مشروطه، تحولات شگرف این کشور و به خصوص پیروزی ژاپن بر روسیه را در سال 1904م، روزنامه‌هایی همچون جبل‌المتین به گوش ایرانیان رسانده بودند و در اذهان ایرانیان، شکست روسیه از این کشور ناشی از لیاقت و کاردانی اولیای امور ژاپن دانسته شده بود؛ تاباندن چاکه ایرانی روشنفکری همچون طالبوف تبریزی را به فکر ترجمه قانون اساسی ژاپن به زبان فارسی انداخت (حائری، 1364: 191).

با وجود پیش‌دستی ژاپنی‌ها در برقراری روابط سیاسی و اقتصادی بین دو کشور، این امر به علت برخی موانع و مشکلات نزدیک به نیم قرن طول کشید و تنها در دوره رضاشاه امکان ایجاد چنین روابطی فراهم شد.

موانع و محدودیت‌ها در روابط تجاری ایران و ژاپن

ایران و ژاپن تا دوره پهلوی اول هرگز دارای روابط رسمی سیاسی و اقتصادی نبودند؛ البته تلاش‌هایی که طرفین در گشودن مناسبات سیاسی رسمی آغاز کردند، با کندی و موانع متعددی همراه بود. آغاز قرن بیستم

عامل اصلی ناکامی ماموریت هیئت یوشیدا بود. تنها ارمغان این ماموریت نگارش سفرنامه‌ای بود که یوشیدا از مشاهدات و جریانات سفر خود به ایران جمع‌آوری کرده بود. بدین ترتیب با وجود تلاش‌های انجام‌شده از سوی دولت ژاپن، بیش از پنجاه سال طول کشید تا روابط رسمی سیاسی و اقتصادی بین ایران و ژاپن آغاز شد.

آغاز روابط سیاسی و اقتصادی

با انقراض قاجاریه و تاسیس دولت پهلوی به دست رضاشاه در آذرماه 1304 ش/1925 م با آغاز سیاست‌های نوسازی و تجددخواهانه که تمامی حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و اداری، به غیر از حوزه سیاسی، را تحت تاثیر قرار داده بود، در زمینه تجارت خارجی نیز دگرگونی‌هایی به وقوع پیوست که ناشی از نیازها و ضرورت‌های پیشبرد پروژه تجدد از سوی دولت پهلوی و تامین منابع و هزینه‌های آن بود. در حوزه مناسبات اقتصادی و تجاری، این دگرگونی نزدیکی دولت پهلوی به کشورهای جدیدی را موجب شد که تا این زمان نقش چندانی در تجارت خارجی ایران نداشتند. در این زمینه، بی‌گمان ژاپن به علت اهمیت سیاسی و اقتصادی که در آسیا داشت، نمی‌توانست از دید سیاست‌گذاران روابط خارجی عصر رضاشاه پنهان بماند. علاوه بر آن، دوران سلطنت رضاشاه اوج گرایش‌های ناسیونالیستی منبعت از تحولات اروپا، به خصوص ظهور هیتلر در آلمان و تبلیغات نازی‌ها در زمینه برتری نژاد آریا در برابر سایر نژادها بود؛ از این رو، تحت تاثیر چنین ایدئولوژی ناسیونالیستی، در این زمان در نزد دولتمردان عصر پهلوی اول نزدیکی به آلمان نازی اهمیت پیدا کرد. بنابراین در چارچوب سیاست‌های ناسیونالیستی و دوری از

بین ایران و ژاپن از دیگر عواملی بود که توسعه روابط دوجانبه را تا سال‌های اولیه تاسیس دولت پهلوی در ایران مانع می‌شد.

براساس شواهد موجود، در جریان سفر اول و دوم ناصرالدین‌شاه به فرنگ، زمینه برقراری روابط متقابل فراهم شد. در سفر اول ناصرالدین‌شاه که به سال 1873 م/1290 ق صورت گرفت، سفیر ژاپن در فرانسه با شاه قاجار دیدار کرده و علاقه‌مندی او را به برقراری روابط با دولت ژاپن جلب کرد (ناصرالدین‌شاه، 1377: 215).

پنج سال بعد، یعنی در سال 1878 م/1295 ق و در پی سفر دوم ناصرالدین‌شاه به اروپا از طریق خاک روسیه، سفیر ژاپن در روسیه با شاه ایران دیدار کرد و با کسب نظر مساعد شاه قاجار برای برقراری روابط با ژاپن، مقدمات ارسال هیئتی سیاسی و تجاری به ایران فراهم شد (یوشیدا، ماساهارو، 1373: 30). این هیئت سیاسی و تجاری به ریاست یکی از دیپلمات‌های خبره ژاپن به نام یوشیدا ماساهارو (Yoshida Masaharu)، در سال 1880 م/1297 ق عازم ایران شد. علاوه بر فرستاده فوق، این هیئت را یک افسر ارتش ژاپن به نام فورکاو (Furukawa) و پنج بازرگان ژاپنی همراهی می‌کرد. مهم‌ترین هدف وی برقراری روابط بازرگانی میان ایران و ژاپن بود و یوشیدا در پاسخ سوال ناصرالدین‌شاه، این هدف را به صراحت بیان کرد (یوشیدا، ماساهارو، 1373: 189). یوشیدا در مدت شش ماه ماموریت خود، توانست با شاه ایران دیدارهای رسمی و غیررسمی داشته باشد؛ اما ماموریت این هیئت در ایجاد روابط سیاسی و تجاری متقابل میان ایران و ژاپن قرین موفقیت نبود. انتظار دولت ژاپن در برخورداری از حقوق کشور کامله‌الوداد و موافقت نکردن دولت ایران با این امر،

17 آذر 1308/دسامبر 1929، آکیوکازاما استوارنامه خود را تقدیم کرد. در فروردین 1309/1930م، دولت ایران آوانس خان مساعدالسلطنه را به‌عنوان وزیرمختار دولت ایران در ژاپن تعیین کرد (اطلاعات: س 7 ش 1033: 2).

با وجود تلاش‌های دو طرف، در دوازده سال روابط رسمی ایران و ژاپن در دوره رضاشاه، در انعقاد عهدنامه‌های تجاری موفقیتی حاصل نشد. دو سال بعد از آغاز روابط رسمی سیاسی، یعنی در 26 مهر 1311/18 اکتبر 1932، ایران و ژاپن به منظور توسعه و گسترش سطح روابط خارجی و تجاری خود، به امضای اولین معاهده رسمی «مودت و تجارت و بحریمایی» مبادرت کردند که با حضور وزیرمختار ژاپن و نواب سفارت در عمارت وزارت خارجه در قالب یک عهدنامه انجام گرفت. عهدنامه مزبور را غفاری، کفیل وزارت امورخارجه، به نام دولت شاهنشاهی ایران و وزیرمختار ژاپن در ایران به نام دولت ژاپن امضا کرد (وزارت امورخارجه، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، 1369: 41)؛ اما این توافق‌نامه نتوانست به امضای نهایی نمایندگان دو طرف برسد. به گزارش اسناد وزارت خارجه، علت آن سیاست‌های جدیدی بود که دولت ایران براساس «قانون جدید انحصار تجارت خارجی» از سال 1310 ش/1931م در زمینه نحوه تنظیم و گسترش تجارت خارجی اتخاذ کرده بود (سازمان اسناد ملی ایران: سند شماره 8323-240).

اما درباره انعقاد یک معاهده بازرگانی، با وجود تمایل و تلاشی که طرف ژاپنی انجام داد، به علت مخالفت دولت ایران در این زمینه موفقیتی حاصل نشد. براساس اسناد وزارت امورخارجه، در سال 1317 ش/1938م سفیر ژاپن برای رسیدن به توافقی کلی در زمینه امضای پیمانی بازرگانی و

قدرت‌های سنتی همچون انگلستان، ایجاد رابطه با یک کشور بزرگ و پیشرفته آسیایی همچون ژاپن به علت همخوانی با جو سیاسی موجود، امری اساسی و ضروری بود (فوران، 1386: 345). تلاش‌های اولیه در ایجاد روابط سیاسی و اقتصادی بین ایران و ژاپن، در دوره حکومت رضاشاه پهلوی، مربوط به مهرماه 1305/1926م است که نخستین بار هیئت مخصوصی از ژاپن برای ایجاد روابط دوستانه به تهران وارد شد (فصل‌نامه تاریخ روابط خارجی، ش 43، س 11، تابستان 1389: 10). این هیئت سیاسی از طریق سفارت ژاپن در ترکیه و با ابتکار اوشی یاما (ushiyama)، سفیر این کشور در اسلامبول، ضمن هماهنگی با مقامات ایرانی توانست پاسخ مثبت طرف ایرانی را در برقراری روابط سیاسی بین دو کشور در ایران به دست آورد. با ورود این هیئت، مذاکرات مستقیم دو طرف برای ایجاد روابط به جای آنکه در کشور ثالثی انجام شود، در ایران و به‌صورت مستقیم آغاز شد. این مذاکرات به طول انجامید؛ اما در نهایت پس از دو سال و نیم مذاکره، بالاخره زمینه تفاهم و دوستی دو کشور فراهم شده و به‌صورت رسمی، روابط سیاسی و اقتصادی مدتی بین ایران و ژاپن آغاز شد. (فصل‌نامه تاریخ روابط خارجی، ش 43، س 11، تابستان 1389: 11). پس از دسترسی به تفاهم اولیه، در 10 فروردین 1308/30 مارس 1929، یادداشت‌های مربوط به برقراری روابط بین ایران و ژاپن مبادله شد. این متون را محمدعلی‌خان فرزین، کفیل وزارت امورخارجه ایران و هیوجی نی بی (bi hioji ni)، نماینده سیاسی دولت ژاپن، امضا کردند. به دنبال این توافق، دولت ژاپن آکیوکازاما (A kio Kazama) را به‌عنوان وزیرمختار کشورش در ایران تعیین کرد. با تایید وزارت دربار پهلوی در روز

به نظر می‌رسد که از نتایج مهم و فوری این معاهده، گسترش و توسعه سطح روابط تجاری دو کشور به میزان درخور توجهی بود؛ تا بدان حد که در سال 1318 ش/1939 م ژاپن با اختصاص بیش از 96 میلیون ریال صادرات به ایران و در حدود 53 میلیون ریال واردات از ایران، 10/5 درصد از کل تجارت خارجی ایران را به خود اختصاص داد و از نظر رتبه تجاری در تجارت خارجی ایران نیز، به رتبه باورنکردنی دوم دست یافت. رتبه‌ای که نه پیش از آن وجود داشت و نه پس از این سال هرگز تکرار شد (وزارت دارایی، اداره کل گمرک، آمار بازرگانی کشور شاهنشاهی ایران با کشورهای خارجه در سال 1319: 41)

شیوه‌های نفوذ ژاپن در بازارهای تجاری ایران

الف. تاسیس شرکت تجاری ایران و ژاپن

محدودیت‌هایی که در دهه 1930 م/1310 ش، در بازارهای آمریکا و چین و هندوستان برای تجار ژاپنی ایجاد شده بود، از مشکلات مهم در زمینه تجارت خارجی ژاپن به شمار می‌رفت که به گرایش این کشور به غرب آسیا و کشورهای همچون ایران و عراق را موجب شد. بنابراین به‌عنوان اقدامی عاجل، شرکت‌های تجاری ژاپنی بازارهای غرب آسیا را میدانی مناسب برای حضور و فعالیت تجاری خود دیدند. چنین انگیزه‌ای باعث توجه و حضور شرکت‌های تجاری ژاپنی در ایران و رقابت شدید آن‌ها در جهت به‌دست‌آوردن سهمی از بازارهای ایران شد. در نامه‌ای که سفارت ایران در توکیو برای وزات دارایی نوشت، این وضعیت را بیان کرد. مضمون نامه این بود که هدف شرکت‌های ژاپنی بعد از ناکامی در بازارهای آمریکا و هندوستان، توسعه و بسط تجارت خود در ایران است؛ بنابراین «اینک

پیمان دوستی و اقامت، به رایزنی و مذاکره با مقام‌های ایرانی پرداخت؛ اما در نهایت، درباره تعیین تکلیف در خصوص عقد پیمان بازرگانی بین دو کشور، از وزارت دارایی استعلام شد که پاسخ این استعلام با جواب منفی همراه بود: «چون تجارت ایران با ژاپن محدود است تصور نمی‌رود احتیاجی به عقد قرارداد بازرگانی باشد. خاصه اینکه عقد قراردادی نظیر قرارداد با ترکیه صلاح نیست...» (سازمان اسناد ملی ایران: سند شماره 8323-240).

بنابراین با وجود انعقاد قرارداد مودت ایران و ژاپن در 25 مهر 1318/18 اکتبر 1939، هیچ‌گونه قرارداد بازرگانی بین دو کشور منعقد نشد. در هر حال با وجود ناکامی در عقد قرارداد تجاری، در 25 مهر 1318/18 اکتبر 1939، موافقت‌نامه دوستی و مودت و بحر پیمایی دو کشور در کاخ وزارت امور خارجه بین مظفر اعلم، در مقام وزیرامور خارجه به نمایندگی دولت ایران و شواشی ناکایاما، وزیرمختار دولت امپراتوری ژاپن به امضا رسید (اطلاعات، ش 3989، س 13: 2). این پیمان دوستی و مودت شامل چهار ماده اصلی بود که ماده اول پیمان بر وجود «صلح خلل‌ناپذیر و دوستی حقیقی و دائمی بین دو کشور و اتباع آن‌ها» تأکید می‌کرد؛ ماده دوم بر برخورداری نمایندگان سیاسی دو طرف در سرزمین‌های یکدیگر از «شرط معامله متقابل از مزایا و معافیت‌های حقوق عمومی بین‌المللی که در هیچ مورد کمتر از مزایا و معافیت‌های که به نمایندگان دولت کامله‌الوداد اعطا می‌شود، نباشد» تأکید می‌کرد؛ ماده سوم بر نحوه «تعیین و فعالیت کنسول‌های دو طرف در پایتخت یا شهرهای که چنین مأمورانی مجاز به اقامت هستند» اشعار داشت؛ ماده چهارم به نحوه تصویب و مبادله اسناد معاهده فوق مربوط می‌شد (اطلاعات، ش 4033، س 13: 2).

صادرات و واردات انواع محصولات ایرانی به ژاپن و بالعکس را انجام می‌داد.

در اردیبهشت 1313 ش/1933م، با تشکیل شرکت تجارتي ایران و ژاپن که خود شعبه‌ای از شرکت بزرگ میتسویی بود، تجارت محصولات ایرانی، یعنی پنبه و تریاک، به ژاپن و برعکس آن، یعنی منسوجات پارچه‌ای و قماش، به طور انحصاری در اختیار این شرکت گذاشته شد. براساس توافقنامه اولیه‌ای که بین شرکت و دولت ایران به امضا رسید، از طرف دولت ایران حق هرگونه صادرات و واردات بین ایران و ژاپن منحصر به شرکت بود و دولت ایران مانع هرگونه صادرات یا واردات از مجاری غیر از شرکت می‌شد (سازمان اسناد ملی ایران، سند شماره 5509-240). در یادداشت تقدیمی شرکت به اداره جلیله تجارت درباره توسعه و بسط روابط تجاری ایران و ژاپن و موانع و مشکلات پیش روی آن عنوان شده است که: «غرض از تهیه این پروژه توسعه و بسط روابط تجارتي بین دولتین ایران و ژاپن بوده و نیز برای برطرف کردن هرگونه سوء تفاهمات و از بین بردن احساسات آمیخته به عدم رضایتی است که اخیراً در این مملکت نسبت به تجارت ژاپن و ژاپنی‌ها تولید شده است». در این گزارش همچنین، به مسئله نبود روابط تجارتي مستقیم بین دو کشور و انجام امور تجاری توسط تجار هندوستان و بین‌النهرین اشاره شده است؛ سپس تاکید شده است که این تجار نیز به علت سوءاستفاده از ناآگاهی تجار ایرانی از صنایع ژاپنی و تغییر و تحولات بازار و سایر عوامل تجاری، بازار ایران را با اجناس مختلف پست و ارزان مصنوع ژاپن مملو کرده و با ایجاد نارضایتی در میان مردم و تجار نسبت به اجناس ژاپنی، نوعی فضای رعب و وحشت

متجاوز بر دو سال است که نمایندگان چند تجارتخانه مهم ژاپنی به تدریج به ایران آمده و صادرات ژاپن به ایران زیاد گردیده است. ازدیاد تعداد شرکت‌های تجاری ژاپنی در ایران و تلاش آن‌ها برای یافتن بازارهای جدید با هدف واردات محصولات و فراورده‌های خام کشاورزی همچون تریاک، پنبه، کتیرا و نیز برخی محصولات دامی همچون انواع پشم در مقابل صادرات انواع منسوجات پنبه‌ای، شیشه‌آلات، چای و سیمان رقابت شدیدی را بین آن‌ها موجب شده بود (اطلاعات، س 8، ش 2036: 2). در فروردین 1310/آوریل 1930، با توجه به مشکلات ناشی از رقابت‌های تجار ژاپنی با یکدیگر، شرکت‌های تجاری ایده تشکیل سندیکای تجاری را مطرح کردند. این سندیکای تجاری را سه شرکت مهم و معتبر ژاپنی در ایران برای انجام معاملات گسترده تریاک با حاج میرزا حبیب‌الله امین اصفهانی، در سال 1310 ش/1931م به وجود آوردند. در ادامه، سه شرکت معتبر ژاپنی یان‌کیو و اکورا و میتسویی علاقمند به توسعه فعالیت‌های خود به دیگر حوزه‌های تجاری شدند (اطلاعات، س 5، ش 1290: 3).

در فروردین 1312 ش/1932م، موسیو میچتسو (MICHTSU)، یکی از نمایندگان شرکت‌های مهم تجاری ژاپن، برای بررسی بیشتر نحوه خرید و صدور دو محصول مهم پنبه و تریاک ایران در مقابل واردات انواع نخ و چیت به ایران آمد و با یاسایی، رئیس اداره کل تجارت، دیدار و مذاکره کرد (شفق سرخ، س 12، ش 2317: 3). به نظر می‌رسد که تلاش‌هایی از این دست، مدتی بعد زمینه‌ساز تشکیل یک شرکت بزرگ انحصاری در حوزه تجارت خارجی ایران و ژاپن شد که به‌طور کلی، امر

البته براساس توافقی‌های به عمل آمده، این پیشنهاد «فقط در مورد منسوجات نخی و تریاک معتبر خواهد بود و دولت علیه و شرکت اختیار خواهند داشت که هر نوع اجناس وارداتی از ژاپن و صادراتی به آن مملکت را بدون هیچ قسم الزامی نسبت به یکدیگر مورد معامله قرار دهند» (سازمان اسناد ملی ایران، سند شماره 5509-240).

از دیگر زمینه‌های علاقه‌مندی شرکت تجاری ایران و ژاپن، سرمایه‌گذاری در خصوص استخراج و صادرات نمک از ایران به ژاپن بود. همان‌گونه که قبلاً اشاره شد، تجار ایرانی به علت بعد مسافت و هزینه گزاف حمل و نقل نمک از ایران به ژاپن، با چنین سرمایه‌گذاری موافق نبودند و در این خصوص نیز اقدام عملی انجام ندادند؛ اما شرکت فوق از این موضوع استقبال کرده و قرارداد تقدیمی خود را در این خصوص مطرح کرده و به دولت ایران ارائه کرده بود. براساس این قرارداد، دولت ایران حق انحصاری استخراج نمک از معادن واقع در جزیره قشم، پهل، بستانو، هرمز و لارک را به مدت 15 سال به این شرکت واگذار می‌کرد؛ علاوه بر آن، شرکت در مدت اشتغال به عملیات استخراج، در خصوص واردات ماشین‌آلات و سایر لوازم ضروری از معافیت‌های گمرگی و مالیاتی برخوردار می‌شد (سازمان اسناد ملی ایران، سند شماره 5509-240).

تریاک از دیگر محصولاتی بود که برای تجار و شرکت‌های ژاپنی جاذبه داشت. از همان نخستین روزهای آغاز روابط، محصول تریاک ایران در کانون توجه و علاقه شرکت‌های تجاری ژاپنی بود. از مواد توافق شده با شرکت تجاری ایران و ژاپن در سال 1316، صادرات حداقل پانصد صندوق تریاک ایران با جوهر ده‌ونیم بوده و این از تعهدات شرکت بود. در عین حال «دولت علیه نیز قبول می‌نمود که شرکت را برای فروش تریاک ایران به سمت وکلاء انحصاری خود در ژاپن و مستعمرات و ممالک

و مخالف با تجارت ژاپن را موجب شده‌اند (سازمان اسناد ملی ایران، سند شماره 5509-240).

در تبصره‌ای که در انتهای پروژه آمده بود، مدت قرارداد پنج سال شمسی قید شده بود؛ یعنی با توجه به آغاز مذاکرات و گفتگوها در این زمینه در اردیبهشت 1313/1933 م قرارداد منعقد شده تا سال 1318 ش/1939 م می‌توانست اعتبار داشته باشد. این در حالی بود که «دولت پس از انقضا مدت فوق، حق تقدم در تجدید این قرارداد و یا نظیر آن را به شرکت خواهد داد» (سازمان اسناد ملی ایران، سند شماره 5509-240).

در 12 مهر 1313/1933 م به دنبال توافقات اولیه، شرکت «رئوس مسائل پیشنهادی خود را جمع به موضوع وارد نمودن اجناس نخی از ژاپن و صدور محصول ایران را به مقام منیع وزارت جلیله مالیه دامت شوکت» تقدیم کرد. در این پروژه تقدیمی، شرکت در قسمت صادرات از ایران متقبل می‌شد که در «مدت نه‌ماه از سال اقتصادی در حدود دو الی سه میلیون تومان متاع اولیه و ساخته شده ایران را صادر نماید» (سازمان اسناد ملی ایران، سند شماره 5509-240). در قسمت واردات، دولت ایران قبول می‌کرد که در حدودی که قانون انحصار تجارت خارجی اجازه می‌داد، در مقابل تمام صادرات شرکت، از شرکت منسوجات نخی بخرد. نکته مهمی که در ذیل تبصره‌های این قرارداد وجود داشت، موضوع انحصار شرکت در فروش منسوجات نخی به ایران بود. در این قرارداد، قید شده بود که «برای آنکه از تراکم اجناس در بازار جلوگیری شود، دولت علیه منسوجات نخی ژاپنی را از منابع دیگر اکتفا نخواهد کرد تا آنکه از قوه فروش شرکت کاسته نشده و در عملیات آن وقفه روی ندهد» (سازمان اسناد ملی ایران، سند شماره 5509-240).

ب. عرضه ارزان و فراوان اجناس ژاپنی در بازارهای

ایران

از مهم‌ترین آثار برقراری روابط تجاری بین ایران و ژاپن در دوره رضاشاه، ورود بی‌رویه و گسترده اجناس ژاپنی به ایران با قیمت‌های کم بود که امکان رقابت را برای محصولات مشابه خود از کشورهای دیگر از بین می‌برد. در چارچوب سیاست‌های اقتصادی دولت ژاپن در افزایش صادرات کالاهای ساخته‌شده ژاپنی به کشورهای دیگر، در قبال خرید مواد خام و اولیه از این کشورها، هجوم گسترده تجار و شرکت‌های مختلف تجاری ژاپن به ایران آغاز شد. با گسترش دامنه تجارت پایاپای دو کشور شاهد افزایش عرضه کالاهای ژاپنی، به‌خصوص اقلام منسوجات این کشور، در بازارهای ایران هستیم. کالاهایی که با قیمت ارزان عرضه می‌شد (اطلاعات، س 8، ش 1965: 3).

شاید ارزانی اجناس ژاپنی در بازارهای ایران سیاستی بود که تجار و شرکت‌های ژاپنی به منظور مسدود کردن امور تجاری کشورهای دیگر در ایران انجام می‌دادند تا با بیرون‌راندن رقبای خارجی دیگر، اجناس ژاپنی بدون رقیب در بازارهای ایران یکه‌تازی کنند. در نهایت نیز با انحصاری کردن بازارهای ایران، اداره آن را خود و براساس منافع و سود دراز مدت انجام دهند. همچنین سیاست ارزانی اجناس ژاپنی را می‌توان ابزاری از سوی کمپانی‌های تجاری این کشور در ایران دانست که از طریق آن سعی می‌کردند در بازارهای ایرانی بیشترین محبوبیت را از نظر مصرف‌کننده ایرانی داشته باشند.

علاوه بر عرضه ارزان کالاها، یکی دیگر از روش‌های ترویج اجناس ژاپنی استفاده از مارک‌ها و علائم مشهور شرکت‌های معروف خارجی بود که در ایران و بین مصرف‌کننده ایرانی طرفدار بسیاری داشتند؛ برای مثال در گزارشی، علت رونق بازار چینی‌آلات ژاپنی را استفاده ژاپنی‌ها از مارک‌های خارجی دانسته‌اند. ژاپنی‌ها روی

تحت‌الحمایه ژاپن و مملکت منچوکو برای مدت یکسال از تاریخ این قرارداد تعیین نماید» (سازمان اسناد ملی ایران، سند شماره 240-9425).

با توجه به مرغوبیت تریاک ایران، ژاپن یکی از مشتریان اصلی این محصول بود و برای خرید آن، چندین قرارداد با شرکت سهامی انحصار صدور تریاک ایران منعقد کرد. دو نمونه از اسناد این قراردادها مربوط به سال‌های 1316 و 1317 ش/ 27 دسامبر 1937 تا دسامبر 1938 بوده و دیگری مربوط به سال 1317 و 1318 ش/ 1938 و 1939 م است (سازمان اسناد ملی ایران، سند شماره 240-9425).

خرید محصول پنبه ایران و صادرات آن به ژاپن از دیگر علایق سرمایه‌گذاری شرکت تجاری ایران و ژاپن بود. البته براساس توافق‌های انجام‌گرفته با شرکت، در قبال صادرات پنبه هیچ نوع ارزی به دولت ایران پرداخت نمی‌شد؛ بلکه معادل ارزش ارزی آن منسوجات و قماش ژاپنی به سفارش شرکت سهامی قماش ایران وارد ایران می‌شد. در نامه شرکت ژاپنی به شرکت سهامی پنبه و پشم و پوست در خصوص مبادله پنبه خام، بر مسئله مبادله پایاپای به شکل واردات متقابل پارچه نخی و با حق انحصار شرکت ژاپنی در انجام این معامله تأکید شده است (سازمان اسناد ملی ایران، سند 240-17292).

شرکت تجاری ایران و ژاپن برای تحکیم موقعیت اقتصادی و تجاری خود در ایران، از موقعیت‌ها و مناسبت‌های مختلف به‌خوبی بهره می‌برد؛ به‌عنوان مثال، در جشن عروسی ولیعهد ایران در سال 1318 ش/ 1939 م شرکت با دراختیار قراردادن خط هوایی و هواپیمای تولیدی شرکت موسوم به سوبوکازه، به نحو مطلوب در این مراسم شرکت کرد و با انتشار اعلامیه‌ای، این رویداد بزرگ را به دولت و خاندان پهلوی تبریک گفت (اطلاعات، س 13، ش 3813: 2).

به‌خصوص منسوجات بود، به‌تدریج محافل ایرانی واکنش‌های معترضانه و انتقادی را از چنین وضعیتی به منصفه ظهور رساندند؛ به‌عنوان نمونه می‌توان به نامه‌ای اشاره کرد که از اتاق تجارت ایرانیان در بمبئی، به ریاست اتاق تجارت ایران ارسال شده و در آن، هشدارهایی درباره تکاپوهای تجاری شرکت‌ها و تجار ژاپنی داده شده‌است: «ژاپنی‌ها به‌طوری‌که تا به حال امتحان داده‌اند هر کجا و در هر مملکتی رخنه تجاری داشته‌اند، در اثر دامپینگ ژاپن صدی نود کارخانجات داخلی آن از کار افتاده و از بین رفته‌اند... تصور می‌رود اگر ژاپنی‌ها در تجارت ایران به‌طور مستقیم رخنه نمایند، دیری نخواهد گذشت که نصف تجارت ایران را که حالیه توسط تجار داخلی انجام می‌گیرد، قبضه خواهند کرد و به عینه همانند مسئله روس‌ها اسباب زحمت دولت و ملت خواهد گردید. موکداً وخامت این دخالت ژاپنی‌ها را گوشزد کرده و تمنای عطف توجه مخصوص می‌شود» (اتاق تجارت، س 5، ش 78، دی 1312: 9).

به نظر می‌رسد این نامه انعکاسی از احساسات تجار ایرانی مقیم هند، به فعالیت‌های تجاری ژاپن در ایران است که با بدبینی تمام، توسعه آن را به ضرر ایرانیان دانسته و از سوی دیگر، رقیب و مانعی در برابر توسعه فعالیت‌های تجاری خود در هند و ایران تلقی کرده‌اند. هجوم گسترده شرکت‌های تجاری ژاپنی و افزایش حضور اقتصادی این کشور در حوزه تجارت خارجی ایران، از شواهدی بود که در سال‌های بعد، تاحد بسیاری این نگرانی و تردید را تقویت کرد.

از فحوای متن مذاکرات مقام‌های ایرانی و نمایندگان کمپانی‌های تجاری ژاپن درباره تاسیس یک شرکت انحصاری تجاری ژاپنی معلوم می‌شود که حضور تجار و کالاهای ژاپنی در ابتدا، در نزد تجار و مردم ایران چندان با رغبت و علاقه‌مندی همراه نبود. در این مذاکرات، یکی از اهداف تاسیس شرکت

اجناس خود از مارک دو عقاب که از علایم چینی‌سازی توزنتسوف در عهد تزار بود، استفاده می‌کردند؛ زیرا در کانون پسند و توجه اهالی ایران بود (اتاق تجارت، س 5، ش 80: 10). در خبری دیگر از عرضه ارزان اجناس ژاپنی، به‌خصوص مال ذرعی، در بازارهای ایران صحبت شده‌است. یکی از اقلام اجناس مذکور که در داخل مصرف عمده داشت، چلوار بود که به قیمت بسیار ارزان به فروش می‌رسید و با مخارج گمرکی و سایر عوارض مرسوم و حمل و نقل، به قیمت 48 ریال وارد بازار می‌شد؛ همچنین سمند از اجناس دیگر بود که به مقدار بسیاری وارد شده و به قیمت ارزان به معرض فروش گذارده می‌شد. به‌رحال اجناس مذکور با اجناس متشابه خارجی آن رقابت عمده داشت (اطلاعات، س 8، ش 1976: 2). اما روی‌آوری تجار ایرانی به واردات اجناس ژاپنی از یک سو موجب افزایش میزان کالاهای ژاپنی در بازار و کاهش شدید قیمت این کالاها در بازار شد؛ از سوی دیگر نیز، کاهش شدید قیمت اجناس مشابه خارجی را در بازارهای ایران باعث شد که این مسئله ضرر و زیان عده‌ای از تجار ایرانی را به همراه داشت. این نتیجه‌گیری حتی در جلسه شورای تجارت که با حضور نخست‌وزیر وقت برای بررسی تجارت ایران و ژاپن تشکیل شده بود، تایید شد (اتاق تجارت ایران، اسفند 1312، ش 82-83، س 5: 25). بررسی آماری تجارت دو کشور در سال‌های بعدی نیز، از برتری ورود کالاهای ژاپنی به ایران حکایت دارد. ارقام جدول شماره 1 نشان می‌دهد که در تمامی سال‌های بعد از برقراری روابط سیاسی، واردات ایران در برابر صادرات به ژاپن گاه تا دو برابر بود.

دیدگاه ایرانیان به توسعه تجارت ژاپن در بازارهای ایران

با ازدیاد تجارت شرکت‌های تجاری ژاپنی در ایران که همراه با عرضه گسترده و ارزان انواع کالاهای این کشور

سیاست‌های اقتصادی انگلستان و شوروی، با وجود نبود عهدنامه تجاری و حتی اکراه برخی دستگاه‌های حکومتی و نهادهای مالی وابسته به بازار و تجار، زمینه رشد و گسترش فعالیت‌های تجاری ژاپن در ایران فراهم شد و ژاپن جایگاه مناسبی را در بین شرکای تجاری ایران به دست آورد. پیش از آغاز رسمی روابط سیاسی دو کشور، ژاپن در رتبه‌های مابین ده تا سیزده شرکای تجاری ایران قرار داشت. اما در سال 1310 ش/ 1931 م با توجه به جدول شماره 1 ژاپن با اختصاص 31 میلیون ریال از مجموع تجارت خارجی ایران، در جایگاه ششم شرکای تجاری ایران قرار داشت که این سال را می‌توان آغاز رشد تجارت خارجی ژاپن با ایران دانست (اداره کل گمرکات، احصائیه تجارتی ایران، مجموعه تجارت عمومی ایران با ممالک خارجه در سال اقتصادی 1 تیر ۱۳۱۰ تا ۳۱ خرداد ۱۳۱۱/ ۲۳ ژوئن ۱۹۳۱ تا ۲۱ ژوئن ۱۹۳۲: 42).

تجاری ایران و ژاپن زدودن ذهنیت منفی و ناخوشایندی بود که در بین مردم ایران به محصولات ژاپنی و تجار این کشور وجود داشت. «غرض از تهیه این پروژه توسعه و بسط روابط تجاری بین دولتین ایران و ژاپن بوده و نیز برای برطرف کردن هرگونه سوء تفاهمات و از بین بردن احساسات آمیخته به عدم رضایتی است که اخیراً در این مملکت نسبت به تجارت ژاپن و ژاپنی‌ها تولید شده است». در سال 1317 ش/ 1938 م براساس مکاتباتی که بین وزارت امور خارجه و وزارت دارایی درباره انعقاد عهدنامه تجاری بین ایران و ژاپن به عمل آمده بود و پیشتر نیز اشاره شد، در دستگاه مالی کشور در زمینه توسعه بیش از حد روابط با تکیه بر بستن عهدنامه تجاری، نوعی بی‌میلی و اکراه ملاحظه می‌شود (سازمان اسناد ملی، سند شماره 5509-240).

جایگاه ژاپن در تجارت خارجی ایران

به نظر می‌رسد که با توجه به تلاش دولتمردان عصر پهلوی اول در زمینه خروج از دایره بسته و انحصاری

جدول 1. شرکای تجاری عمده ایران در سال ۱۳۱۰ ش

کشور	سهم به میلیون ریال
اتحادشوروی	۵۲۰ میلیون
انگلستان همراه با هند	۳۳۰ میلیون
آمریکا	۱۲۲ میلیون
عراق	۴۵ میلیون
ترکیه	۳۴ میلیون

ژاپن	۳۱ میلیون
جمع کل	۱۰۷۲۰۰۰۰۰۰ ریال

داشت (اطلاعات، س 8، ش 2195: 2). در تاریخ تجارت خارجی ایران و ژاپن، سال 1318 ش/1938 م مهم ترین نقطه عطف بود؛ زیرا در این سال، میزان تجارت خارجی دو کشور به شدت توسعه یافت و ژاپن با وجود رقبای بزرگی همچون شوروی و انگلستان، با اختصاص 149 میلیون ریال که حدود 10/5 درصد تجارت کل ایران را تشکیل می داد، توانست مقام دوم را در تجارت خارجی ایران به دست آورد و بعد از آلمان، دومین شریک تجاری ایران باشد (وزارت دارایی، اداره کل گمرک، آمار تجارتي کشور شاهنشاهی ایران با کشورهای خارجی در سال 1318: 36).

اما با آغاز سال 1319 ش/1939 م و شدت گیری جنگ جهانی دوم، تجارت خارجی دو کشور کاهش محسوسی یافت؛ به طوری که در تجارت خارجی ایران، ژاپن رتبه هفتم را به خود اختصاص داد (وزارت دارایی، اداره کل گمرک، آمار تجارتي کشور شاهنشاهی ایران با کشورهای خارجی سال 1319: 38). در سال 1320 ش/1940 م نیز، با توجه به اشغال نظامی ایران

ارزیابی تجارت خارجی ایران تا پایان سال 1313 ش/1933 م نشان می دهد که ژاپن در سال اقتصادی 1311 و 1312 ش/1931 و 1932 م با موفقیت هرچه بیشتر با صدور بیش از 52 میلیون ریال جنس به ایران، در برابر واردات بیش از 4/5 میلیون ریالی، توانست در تجارت خارجی پس از کشورهای شوروی، بریتانیا، آمریکا، هند، مصر رتبه ششم را همچنان به خود اختصاص دهد (اداره کل گمرک، احصائیه تجارتي ایران، مجموعه تجارت عمومی ایران با ممالک خارجه در سال اقتصادی 1313 و 1314/1933 و 1934: 41).

این در حالی بود که ژاپن در سال های قبل از جنگ جهانی اول (1913 و 1914 م/1292 و 1293 ش به طور تقریبی چهارصد هزار تومان تجارت واردات به ایران داشت و دوپست و بیست هزار ریال صادرات ایران به آن کشور بود؛ یعنی از حیث تجارت با ایران، در رتبه بیستم قرار داشت. با مقایسه این دو آمار، می توان گفت که تجارت ژاپن با ایران پانزده برابر ترقی

صادرات ژاپن به ایران بیشتر از واردات این کشور از ایران بود. در این میان، تنها سال‌های 1307 و 1308 و 1309 ش/1928 و 1929 و 1930 م از این قاعده مستثنی بود و تراز تجاری دو کشور در این سال‌ها، از صادرات بیشتر ایران به ژاپن حکایت دارد؛ هرچندکه در این سال‌ها نیز، حجم تجارت ایران و ژاپن در آن حد چشمگیر و گسترده نبود؛ زیرا در این سه سال، ژاپن تنها 2 تا 3 درصد از تجارت ایران را تشکیل می‌داد. مجموع تجارت خارجی ایران و ژاپن از حیث واردات و صادرات در سال‌های 1307 تا 1320 ش/1928 تا 1940 م براساس گزارش‌های اداره کل گمرکات در جدول شماره 2 تا 5 به تفصیل آمده‌است.

در شهریورماه توسط قوای متفقین، حجم تجارت خارجی ایران با ژاپن که در این زمان یکی از اعضای دول محور بود، به شدت کاهش یافت و به کمتر از 13 میلیون ریال رسید. در این سال، در تجارت خارجی ایران ژاپن رتبه یازدهم را اخذ کرد که در جدول شماره 2 آمده‌است (وزارت دارایی، اداره کل گمرک، آمار تجاری کشور شاهنشاهی ایران با کشورهای خارجی سال 1320: 40).

آمارهای اداره کل گمرکات ایران در این دوره، از منفی بودن تراز تجاری ایران و افزایش واردات از ژاپن در برابر صادرات کم به این کشور حکایت دارد. جدول شماره 2 وضعیت تجاری موجود بین ایران و ژاپن را در فاصله سال‌های 1307 تا 1320 ش/1928 تا 1940 م نشان می‌دهد. ارقام جدول نشان می‌دهد که در بیشتر سال‌ها، میزان

جدول 2 صادرات و واردات ایران ژاپن در دوره رضاشاه

سال	صادرات ژاپن	صادرات ایران	جمع کل	درصد	رتبه
1307	4 میلیون قران	18 میلیون قران	22	2	10
1308	7 میلیون قران	5 میلیون قران	12	1	13
1309	9 میلیون ریال	32 میلیون ریال	41	3	8
1310	" 25	" 6	31	2	8
1311	" 52	" 5	57	5	6
1312	82	12	94	9	6
1313	55	9	64	6	6
1314	78	8	86	6	6
1315	33	13	46	3	6
1316	32	26	58	4	6
1317	33	1	34	2/5	6
1318	96	53	149	10/5	2
1319	49	6	49	3	7
1320	12	0/5	12/5	0/75	11

جدول 3: صادرات پنبه خام ایران به ژاپن

سال	وزن	ارزش به هزار ریال
1311	34 تن	140 هزار ریال
1312	3870 تن	12080 میلیون ریال
1313	1220 تن	4670 میلیون ریال
1314	19 تن	62 هزار ریال
1315	-----	-----
1316	-----	-----
1317	2694 تن	14588 میلیون ریال
1318	8751 تن	49254 میلیون ریال

جدول 4: صادرات تریاک ایران به ژاپن

سال	وزن	ارزش پولی	کل صادرات	ارزش کل
1308 ش	1272 م (3816 کیلو)	29561 قران	164888 م (494600 کیلو)	70213424 میلیون قران
1309 ش	80995 م (242980 کیلو)	3127334 ریال	125454 م (376350 کیلو)	49130297 میلیون قران
1310 و 1311	14811 م (44430 کیلو)	5056000 ریال	65163 کیلو	20907196 میلیون ریال
1311 و 1312	-----	-----	-----	-----
1312 و 1313	-----	-----	38573 کیلو گرم	9174000 ریال
1313 و 1314	-----	-----	-----	1211600 ریال
1314 و 1315	30749 کیلو	4121000 ریال	270978 کیلو گرم	33914652 ریال

25945920 ریال	225216 کیلوگرم	7348000 ر	58569 کیلو	1315 و 1316
48126040 ریال	394121 کیلوگرم	2452608 0 ریال	191540 کیلو	1316 و 1317
146435730 ریال	132432 کیلوگرم	----- -	-----	1318
30370706 ریال	135000 کیلوگرم	----- -	----- -	1319
48040790 ریال	125000 کیلوگرم	----- -	----- -	1320

جدول 5: صادرات عمده ژاپن به ایران

شیشه و بلور	سیمان	چای	منسوجات پنبه‌ای	سال
	-	-	340 تن	1309
	-	-	1600 تن	1310
	-	-	2300 تن	1311
	1700 تن	79 تن	5340 تن	1312
		301 تن	3159 تن	1313
	5900 تن	320 تن	3670 تن	1314
	4200 تن	571 تن	873 تن	1315
	9500 تن	420 تن	1663 تن	1316
	-	136 تن	-	1317
	1100 تن	239 تن	6533 تن	1318
	14000 تن	66 تن	1900 تن	1319
	2300 تن	61 تن	205 تن	1320

نتایج حاصل از بررسی روابط تجاری ایران و ژاپن

نتیجه

مسئله اصلی این بود که ایران همچنان به‌عنوان صادرکننده موادخام و اولیه برای دولت ژاپن مطرح بود و در مقابل، ژاپن صادرکننده کالا و مواد ساخته‌شده به ایران بود. از آن مهم‌تر، چرخش تراز تجاری به نفع واردات کالا از ژاپن بوده و سهم بسیار اندک ایران در صادرات به ژاپن بود. هر چند که این امر تنها به ژاپن اختصاص نداشته و درباره سایر شرکای تجاری ایران نیز وجود داشت. با این حال، قرارگرفتن ایران به‌عنوان شریک تجاری ژاپن در عرصه تامین موادخام و اولیه مسئله‌ای بود که در سال‌های بعد از جنگ جهانی دوم و بازگشایی روابط دو جانبه همچنان ادامه داشت.

کتابنامه

الف. کتاب های فارسی

- . پالمر، رابرت روزول، (1386)، تاریخ جهان نو، ترجمه ابوالقاسم طاهری، 2 ج، تهران: امیرکبیر.
- . حائری، عبدالهادی، (1364)، تشیع و مشروطیت در ایران و نقش ایرانیان مقیم عراق، تهران: امیرکبیر.
- . فوران، جان، (1378)، مقاومت شکننده؛ تاریخ تحولات اجتماعی ایران از صفویه تا انقلاب اسلامی، ترجمه احمد تدین، تهران: رسا.
- . ماساهارو، یوشیدا، (1373)، سفرنامه یوشیدا ماساهارو، ترجمه هاشم رجب‌زاده، مشهد: آستان قدس رضوی.
- . ناصرالدین‌شاه، (1377)، روزنامه خاطرات ناصرالدین‌شاه در سفر اول به فرنگستان، ویرایش فاطمه قاضیها، تهران: بی‌نا.
- . نقیب‌زاده، احمد، (1369)، تحولات روابط بین‌الملل از کنگره وین تا امروز، تهران: قومس.
- . وزارت امور خارجه، (1366)، سیاست‌گزاران و رجال سیاسی در روابط خارجی ایران، تهران:

در دوره رضاشاه نشان می‌دهد که این روابط به صورت محدود، مدت‌ها قبل از آغاز روابط رسمی سیاسی وجود داشت. اما میزان دادوستد و معاملات تجاری چندان گسترده و درخور ذکر نبود. در این مقاله، در پاسخ به پرسش اصلی علل و چرایی شکل‌گیری و گسترش روابط تجاری ایران و ژاپن، اشاره شد که نیازهای صنعتی ناشی از یافتن بازارهای جدید فروش برای اجناس صنعتی و نیز دستیابی به منابع اولیه و خام برای تغذیه صنایع و کارخانجات، از مهم‌ترین علل توجه ژاپن به بازارهای غرب آسیا از جمله ایران بود. افزون بر آن، مشکلاتی که در زمینه محدودیت تجارت ژاپن در بازارهای چین و هند و آمریکا ایجاد شده بود، ژاپن را به اهمیت هرچه بیشتر بازارهای غرب آسیا رهنمون کرده بود؛ از سوی دیگر، تلاش دولت پهلوی در گسستن فضای انحصاری تجارت خارجی کشور که بیشتر در اختیار کشورهای همچون انگلستان و شوروی بود، موجب شد تا برای فعالیت‌های تجاری کشورهای دیگری همچون ژاپن و آلمان و آمریکا زمینه فعالیت فراهم شود. همچنین برنامه‌نوسازی و تجدد دولت رضاشاه عامل دیگری بود که توجه بیشتر این دولت را به کشورهای صنعتی و پیشرفته در تامین نیازهای صنعتی و اجرای پروژه تجدد موجب شده بود. در عین حال، ژاپن بعد از ورود رسمی به حوزه سیاسی و تجاری ایران سعی بر آن داشت تا با عرضه فراوان و ارزان محصولات صنعتی خود در ایران (دامپینگ)، در قبال خرید محصولات خام کشاورزی و دامی که شرکت تجاری ایران و ژاپن به‌طور انحصاری انجام می‌داد، دو هدف را دنبال کند؛ از یک سو رقیبان خود را از بازارهای ایران خارج کند و از سوی دیگر، به‌نوعی باعث وابستگی اقتصادی ایران به خود شود. اما در این دادوستد دو جانبه،

- دFTER مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
- اداره کل گمرکات، (1311)، احصائیه تجارتي ایران، مجموعه تجارت عمومي ایران با ممالک خارجه در سال اقتصادی اول تیر ۱۳۱۰ تا ۳۱ خرداد ۱۳۱۱ / ۲۳ ژوئن ۱۹۳۱ تا ۲۱ ژوئن ۱۹۳۲، تهران: چاپخانه فردوسی.
- وزارت دارایی، اداره کل گمرک، (1319ش)، آمار تجارتي کشور شاهنشاهی ایران با کشورهای خارجی در سال ۱۳۱۸ تهران: چاپخانه فاروس.
- وزارت دارایی، اداره کل گمرک، (1320ش)، آمار بازرگانی خارجی کشور شاهنشاهی ایران با کشورهای خارجی در سال ۱۳۱۹، تهران: چاپخانه فاروس.
- وزارت دارایی، اداره کل گمرک، (1321ش) آمار بازرگانی ایران با کشورهای خارجه در سال ۱۳۲۰، تهران: چاپخانه فاروس.
- ، 17 مرداد 1312، س 8، ش 1965.
- ، 30 مرداد 1312، س 8، ش 1976.
- ، 8 آبان 1312، س 8، ش 2036.
- ، 3 اردیبهشت 1318، س 13، ش 3813.
- ، 25 مهر 1318، س 13، ش 3989.
- ، 11 آذر 1318، س 13، ش 4033.
- شفق سرخ، 13 فروردین 1312، س 12، ش 2317.
- فصل نامه تاریخ روابط خارجی، مرکز اسناد و تاریخ دیپلماسی وزارت امور خارجه جمهوری اسلامی ایران، (تابستان 1389)، س 11، ش 43، (ویژه نامه روابط ایران و ژاپن).

ب. اسناد آرشیوی

- آرشیو سازمان اسناد ملی ایران، اسناد شماره: 240-13521، س 1319 ش؛ 240-5509، س 1313 ش؛ 240-9425، س 1316 و 1317 ش؛ 240-17292، س 1317 ش؛ 240-8323، س 1317 ش.

ج. روزنامه ها و نشریات ادواری

- اتاق تجارت ایران، 15 دی 1312، س 5، ش 78.
- ، 15 بهمن 1312، س 5، ش 80 و 79.
- ، 15 اسفند 1312، س 5، ش 82 و 83.
- اطلاعات، 17 فروردین 1310، س 5، ش 1290.
- ، 3 خرداد 1313، س 8، ش 2195.