

en marché des denrées alimentaires, Seibu Department Stores.

- En 1985, les ventes au détail ont totalisé 32 500 billions de yens. Les supermarchés ont accaparé 20 p. 100 de cette somme, les grands magasins 5 p. 100 et les petits commerces près de 50 p. 100.

- Les produits sont classés selon les catégories suivantes: viandes, denrées alimentaires et produits de la pêche. Ces derniers ont connu les plus fortes augmentations de leurs ventes, les crevettes se classant au 1^{er} rang, le saumon au 6^e, le thon au 8^e et le crabe au 11^e.

- En 1988, c'est le poisson frais qui s'est le plus vendu dans les petits magasins. Sur ce chapitre, la part des importations du groupe Seibu est faible mais en constante progression, la distribution étant de plus en plus assurée par les supermarchés et les grands magasins.

- Que ce soit dans les magasins Seibu ou ailleurs, les produits importés, principalement du thon, du saumon et du crabe, représentent entre 35 et 40 p. 100 des ventes de produits de la pêche, cette hausse des importations ayant pour cause un accroissement des revenus et une baisse du volume des prises locales.

- Points à retenir pour les exportateurs: il est important de respecter les normes de sécurité (les produits ne doivent pas être pollués ou contaminés), de proposer de nouvelles recettes (les jeunes Japonais délaissent les méthodes traditionnelles de cuisson) et d'offrir des produits frais et réfrigérés, plus populaires que les produits surgelés ou salés.

- Toute stratégie de mise en marché se doit de tenir compte de l'évolution du mode de vie des Japonais. Or, pour bien comprendre le marché japonais, il est essentiel de considérer trois phénomènes sociaux importants à l'origine de ces bouleversements:

- 1) La croissance de la main-d'oeuvre féminine: Depuis 1988, le pourcentage de femmes sur le marché du travail augmente rapidement et ce phénomène s'accompagne d'une hausse de leur revenu disponible, combinée à leur ascension dans les entreprises et dans l'échelle sociale. On a donc de plus en plus affaire à des consommatrices aux goûts raffinés, qui exigent des aliments plus frais et plus nutritifs.
- 2) Le vieillissement rapide de la population: Ce phénomène va en s'accroissant. Sur 53 personnes, 10 ont présentement 65 ans ou plus au Japon. En l'an 2000, le rapport sera de 10 sur 38.