

Les coopératives

La coopérative de vente au détail de produits alimentaires tire son origine de deux types d'organisation coopérative. Le premier est constitué de coopératives ordinairement organisées par des mères de famille ou des voisins qui s'unissent pour acheter en commun et en gros et ainsi bénéficier de rabais. Quelques-unes de ces coopératives sont devenues d'importantes organisations, certaines avec leurs propres marques de commerce. La plus grande de ces organisations est la Nada-Kobe Consumer's Cooperative Society qui compte 105 magasins et qui, en 1986, a réalisé un chiffre d'affaires de 256 milliards de yens (voir le tableau 5).

Les coopératives agricoles et les coopératives de consommation continuent leur expansion, améliorant leur organisation et diversifiant leurs services. D'ici quelques années, les ventes des seules coopératives de consommation devraient augmenter de 33 % et atteindre les 2 000 milliards de yens (19,2 milliards de dollars canadiens).

Tableau 5

Principales coopératives de consommation (1986)

Nom	Ventes		Nombre de magasins
	en millions de dollars canadiens	en milliards de yens	
Nada-Kobe Consumers Coop Society	2 462	256	105
Zenkoku Rodosha Kyosai Seikyo Rengokai	1 279	133	117
Seikatsu Kyodo Kumiai Shimin Seikyo	1 144	119	117
Kanagawa Seikatsu Kyodo Kumiai	1 135	118	143
Toyota Co-operative	519	54	29
Tokyo Tomin Seikatsu Kyodo Kumiai	510	53	58
Miyagi Seikatsu Kyodo Kumiai	452	47	n.d.
Shimin Seikyo Saitama	423	44	31

Source : Ryutsu Kaisab Nenkan.

En 1985, on dénombrait au total 2 300 coopératives de consommation regroupant 4 millions de ménages et réalisant un chiffre d'affaires d'environ 1 317 milliards de yens (12,7 milliards de dollars canadiens), ce qui représente 1,3 % du total des ventes au détail de 1985. Environ 60 % de ces coopératives sont petites, leur superficie étant inférieure à 100 mètres carrés. Cependant, quelques-unes ont la même superficie qu'un gros supermarché.

L'autre type de coopérative est la coopérative agricole Nokyo. Nokyo est une gigantesque organisation agricole nationale qui regroupe environ cinq millions de ménages. L'une des nombreuses entreprises de Nokyo est sa chaîne de magasins d'alimentation « A Coop » qui, en 1985, comptait environ 2 000 magasins et un chiffre d'affaires de 800 milliards de yens. « A Coop » s'occupe de créer des produits portant la marque de la coopérative.

Les magasins spécialisés

Les magasins spécialisés représentent les réseaux les plus importants de distribution au détail et plus particulièrement des produits alimentaires, quant au nombre de magasins, d'employés et du chiffre d'affaires. Le magasin spécialisé est défini comme un magasin où le client s'adresse directement au vendeur et qui réalise plus de 90 % de son chiffre d'affaires en vendant certaines catégories de produits, tels que du poisson, des boissons alcooliques, etc.

Dans les autres secteurs que celui de l'alimentation, les magasins spécialisés voient leur part de marché diminuer de plus en plus au profit des chaînes de magasins spécialisés. Dans le secteur de l'alimentation, la plus vive concurrence provient des chaînes de supermarchés, de supérettes et de dépanneurs. L'hémorragie a diminué grâce à la loi limitant la superficie des nouveaux magasins, mais la part globale du marché des libre-service a en général continué d'augmenter au cours de la dernière décennie.