

- Alors que le Canada maintient ses ventes traditionnelles de produits provenant de ressources naturelles, les importations japonaises de produits manufacturés ou de produits à valeur ajoutée du Canada forment désormais plus de 40 p. 100 des ventes canadiennes au Japon. L'industrie canadienne exporte de nombreux biens transformés, allant des frites aux éléments de cuisine.
- En mai 1993, le Canada a lancé le *Plan d'action pour le Japon*, entreprise menée de concert avec le secteur privé et destinée à sensibiliser l'industrie à l'évolution des conditions du marché, à favoriser l'adaptation des produits et la promotion des marchandises. On a depuis dressé des «plans d'action» dans sept secteurs prioritaires : aliments transformés, tourisme, technologie de l'information, pièces d'automobile, produits forestiers et de construction, aérospatiale et produits de la pêche.
- Le Japon est la troisième source d'investissements directs au Canada (7,2 milliards de dollars canadiens) et notre deuxième source de placements de portefeuille (49 milliards de dollars américains). Les sociétés du secteur de l'automobile à elles seules ont investi 1,8 milliard de dollars canadiens au Canada.
- Le Canada, qui a des délégués commerciaux à Tokyo, à Osaka, à Fukuoka et à Nagoya, coordonne annuellement de 50 à 60 promotions commerciales, certaines dans le cadre de visites de ministres.
- Parmi les entreprises exportatrices canadiennes ayant particulièrement bien réussi récemment au Japon, citons Clearly Canadian Beverage Corporation, Mitel Corporation, Champion Road Machinery Limited, Aliments Maple Leaf Inc., Northern Telecom Ltée, CAE Électronique Ltée, McCain Foods Ltd. et Douglas Manufactured Homes Ltd.