

Chubu est le centre de la néo-céramique au Japon, et sa part du marché, 77 % est énorme. La préfecture de Aichi accueille près de la moitié des entreprises japonaises de ce secteur et le niveau des ventes dont elle bénéficie est du même ordre.

Le groupe Noritake a été le catalyseur d'une partie importante des activités de ce secteur. Il a ouvert sa division des isolants en 1919 et a donné naissance à des sociétés comme Toto, Inax, NGK et NTK. Nagoya a profité du rôle de premier plan que joue la région dans ce secteur en créant le Centre de la céramique technique du Japon et en tenant chaque année le Salon de la céramique technique.

La région de Tokai est également devenue le cœur de l'industrie des machines-outils du Japon. Cette industrie est souvent considérée comme un indicateur de premier plan de la santé d'une économie puisque la demande pour ses produits découle directement de ses investissements de capitaux. Les figures de proue de l'industrie, comme Toyota Machine Works, Yamazaki Mazak Corporation et Okuma Machinery Works, font partie du secteur des machines-outils de Tokai lequel exporte environ 50 % de sa production.

Soutenue par la demande intérieure, l'industrie est en plein essor actuellement, en partie à cause de la pénurie de main-d'œuvre. Les machines-outils aident les clients acheteurs à accroître leur productivité tout en réduisant les besoins en main-d'œuvre. La plupart des clients sont des sous-traitants de l'industrie des machines et de l'industrie automobile où une hausse de la productivité permet de réduire les coûts de production et de contrer la force du yen.

Nagoya est également un grand centre de fabrication de divers types de machines que produisent des PME privées. Par exemple, la fabrication de machines pour le travail du bois occupe une place importante dans l'industrie; près de 60 % de la production japonaise vient de la région de Tokai. Parmi les autres secteurs de fabrication de machines qu'on trouve surtout dans la région de Tokai, notons les textiles, le matériel de climatisation et d'imprimerie, et les moteurs ca.

On note également que l'industrie de Nagoya s'est ramifiée à l'étranger dans plusieurs secteurs et que la tendance s'accroît. D'après une enquête menée en 1987, 176 entreprises, y compris 123 entreprises manufacturières, avaient ouvert 705 installations à l'étranger. Soixante-trois autres entreprises, dont 44 fabricants, projetaient, à l'époque, d'investir dans des usines situées à l'étranger. Ce nombre a probablement augmenté depuis.

Pendant que ces entreprises de Nagoya se ramifient, en Asie et aux États-Unis surtout, des entreprises étrangères ne cessent de venir s'installer dans la région. Dans le secteur manufacturier, la région de Tokai n'est dépassée que par le district de Kanto pour le nombre d'usines appartenant à 100 % à des intérêts étrangers ou ayant des liens de coentreprise de plus de 50 % (voir tableau 5).

#### Vente au détail et distribution

En 1988, les activités des grossistes de Tokai ont atteint une valeur de 49,3 billions de yens ou 11,1 % du total du pays; les ventes au détail ont totalisé 9,97 billions de yens, pour une part de 8,7 %.

Plusieurs grands magasins et supermarchés, tels que Meitetsu, Matsuzakaya, Maruei et UNY, ont leur siège social dans la région de Nagoya. Par ailleurs, les magasins de Tokyo commencent à peine à faire des percées dans la région.

Les gros détaillants de Tokai sont une cible tout indiquée pour les producteurs canadiens de biens de consommation à cause de leur propension à importer et de leur croissance soutenue. Comme d'autres parties du Japon, la région se dirige vers une diminution du nombre de petits distributeurs et détaillants. Les ventes des gros détaillants s'accroissent d'environ 7 % par année, bien que leur part des ventes nationales soit assez modeste, soit environ 8 %.

À Nagoya, le marché de la vente au détail comprend 8 grands magasins ayant 160 % plus de surface de plancher que les 34 magasins libre-service de la ville et plus de deux fois leur chiffre d'affaires : en 1989, 424,6 milliards de yens comparative-ment à 152,4 milliards. Les grands magasins vendaient surtout des biens de consommation durables, alors que les libre-service vendaient principalement des denrées alimentaires. Entre 1978 et 1988, le nombre de grands magasins a augmenté de 33,3 % et celui des libre-service, de 17,2 %; le nombre de petits détaillants a chuté de 7,6 %.

À Nagoya, les prix sont un peu plus élevés que dans le reste du pays. En janvier 1990, l'indice national des prix à la consommation s'élevait à 104,6 alors qu'il atteignait 105,4 à Nagoya. Cette hausse s'explique par les revenus qui sont un peu plus élevés dans la région de Tokai, et aussi parce que le réseau de la vente au détail et de la distribution y est moins complexe qu'ailleurs. En 1989, la préfecture de Aichi comptait plus de 82 000 détaillants et environ 30 000 grossistes.