

Si les Japonais dépensent plus en restaurant, c'est surtout parce qu'ils n'ont pas l'habitude de recevoir chez eux, leurs logements étant trop petits. En général, ils ont plutôt tendance à amener leurs amis ou leurs clients à leurs restaurants ou bars préférés.

En outre, dans les restaurants japonais, les repas sont relativement moins chers qu'au Canada. Les permis de vente d'alcool ne coûtant aussi pas cher que chez nous, l'alcool n'est pas vendu aussi cher qu'au Canada. Il en va de même pour le whisky qui, très en demande au Japon, peut être acheté à la bouteille et non pas seulement au verre ce qui fait une grande différence sur la note. Le facteur du maintien des prix à la baisse est la concurrence très vive dans ce secteur : il existe littéralement au Japon des centaines de milliers de restaurants et la plupart d'entre eux servent des boissons alcoolisées. Au dernier recensement (recensement de 1982), le Japon en comptait 838 000, soit 2,3 fois plus qu'aux États-Unis.

Quoique les frais de restaurant dans les grands hôtels ou les dépenses dans les « bars » de Ginza ou d'Akasaka soient élevés, il existe aussi une grande variété de débits de boissons moins dispendieux qui offrent de la bonne nourriture. Ainsi, l'habitude de manger et de boire à l'extérieur de chez-soi, que ce soit avec une ou deux personnes ou en groupe, est beaucoup plus fréquente et plus abordable au Japon qu'au Canada.

Au Japon, la restauration est caractérisée par un grand nombre de petits établissements, habituellement concentrés autour de la gare locale, qui ne servent souvent qu'une spécialité : sushi (poisson cru), ton-katsu (porc frit), nouilles chinoises ou yaki-niku (viande rôtie à la broche). Au Japon, le restaurant moyen peut habituellement accueillir entre 6 et 15 personnes à la fois; il compte trois employés, y compris le propriétaire, et son chiffre d'affaires annuel s'élève seulement à 19,1 millions de yens (184 000 \$CAN).

2. La consommation et l'importation des denrées alimentaires par l'industrie de la restauration

La consommation des denrées alimentaires

En 1984, l'industrie de la restauration a consacré environ 38 % de son chiffre d'affaires total à l'achat de produits alimentaires, soit près de 7 trillions de yens (67 milliards de dollars canadiens). Le tableau 3 présente un état ventilé des produits alimentaires consommés par type de restaurant. Les restaurants de style occidental sont les plus gros acheteurs de viande, la viande représentant d'ailleurs 37 % du total des achats de denrées alimentaires. Les restaurants japonais achètent proportionnellement plus de produits du poisson 28 % que les restaurants de type occidental. Les cafétérias comme celles que l'on trouve dans les usines ou les hôpitaux sont les plus gros acheteurs d'aliments transformés et de céréales, plus particulièrement de riz. Les restaurants de style occidental consomment aussi une forte proportion d'aliments transformés.

La production de produits surgelés destinés au secteur de la restauration a atteint 613 000 tonnes en 1987 et a enregistré une croissance annuelle de 6 % depuis 1982. Les tendances dans la production des aliments surgelés à l'intention des établissements de restauration sont présentées au tableau 4. Les aliments transformés et surgelés représentent environ les deux tiers de la production totale et comprennent des aliments frits surgelés, comme les pommes de terre frites ou les crevettes, et des produits à base de viande surgelés comme les galettes de boeuf.

Tableau 3

Pourcentage des achats de produits alimentaires, par type de restaurant (1982)

	Shokudo**	Restaurants japonais	Restaurants de style occidental	Cafétérias*	Tous les restaurants
Viande et viande transformée	24	23	37	17	20
Poisson	16	28	10	13	16
Fruits et légumes	14	12	11	16	13
Autres aliments transformés	13	12	19	25	19
Boissons	13	11	12	2	14
Céréales	20	14	11	27	18
Total	100	100	100	100	100
* Ne comprend pas les cafétérias des écoles					
** Le shokudo est décrit au chapitre 3.					
Achats de produits alimentaires (en milliards de yens)	533	422	242	1 174	6 285

Source: Centre Gaisboku Sogo Chosa.