

**L'**île de Kyushu est aussi connue sous le nom de « Silicon Island », étant donné les nombreuses entreprises de fabrication de circuits intégrés qui s'y trouvent. Kyushu, la préfecture voisine de Yamaguchi ainsi que l'île d'Okinawa forment la Sphère économique Kyushu-Yamaguchi, une région comptant près de 15 millions d'habitants et un PIB plus important que celui de l'Australie, de la Corée du Sud ou du Mexique. On fait souvent référence à cette région comme étant une « économie de 10 % »; de fait, elle représente de 9 à 12 % du total national japonais pour ce qui est de la superficie, de la population, du PIB, des ventes au détail, du budget du gouvernement local et d'autres indicateurs économiques.

Kyushu entretient des liens étroits avec ses voisins asiatiques; de fait, 75 % des entreprises de Kyushu qui ouvrent des bureaux à l'étranger s'installent en Asie. L'Asie représentait plus de 45 % du volume brut des échanges commerciaux de Kyushu en 1998

Fukuoka, la plus grande ville de l'île, arrive au quatrième rang des agglomérations urbaines du Japon avec une population de 1,3 million d'habitants. De grandes entreprises étrangères telles que Costco (magasins à prix réduits réservés aux membres) et AMC (cinémas) ont récemment établi des installations à Fukuoka et prévoient étendre leurs activités dans d'autres régions.

### Évolution de l'infrastructure

L'infrastructure de Kyushu s'est développée rapidement au cours des dernières années, ce qui a facilité les échanges commerciaux et les déplacements et les a rendus plus efficaces. La route express Transkyushu, terminée en 1996, relie Fukuoka à toutes les villes importantes de Kyushu. Le nouvel aéroport de Fukuoka, terminé en 1999, offre pour sa part des vols à destination de 18 villes dans 8 pays. Grâce à la déréglementation des services aériens, on a assisté ces dernières années à l'établissement de partenariats public-privé (troisième secteur) pour la création de petites lignes aériennes régionales en vue de faciliter le développement économique des régions en les rendant plus accessibles. Le Dash 8 de Bombardier répond parfaitement aux exigences de ces lignes aériennes, qui ne nécessitent que de courtes pistes d'atterrissage.

Les sociétés Ryukyu Air Commuters (Okinawa) et Amakusa Airlines (Kumamoto) utilisent actuellement cet appareil, qui devrait sillonner le ciel de Nagasaki en 2001.

### Débouchés dans les secteurs de pointe

Avec la hausse de l'utilisation de l'internet comme outil de communications, le

### Un marché à explorer

# Le sud du Japon

nombre de fournisseurs de services internet de la région de Kyushu a plus que quadruplé depuis 1995. Dix sociétés de câblodistribution ont récemment reçu la permission de fournir des services internet, et les autorités locales cherchent à favoriser le développement des échanges par l'entremise de l'internet. En septembre dernier, le magasin de rabais Mr. Max de Fukuoka a inauguré un service d'achat en direct qui offre des vêtements, des articles pour enfants et bébés ainsi que des produits pour animaux domestiques. Les entreprises peuvent maintenant faire sans frais la promotion de leurs produits et de leurs services, en anglais, grâce à un nouveau site internet ([www.business-mart.ne.jp](http://www.business-mart.ne.jp)) créé par l'Association du commerce extérieur de Fukuoka.

### Réseaux de distribution modifiés

Des modifications dans les réseaux de distribution japonais ont créé des débouchés pour certains types de produits canadiens, en particulier sur les marchés régionaux. C'est particulièrement le cas à Kyushu, où les échanges commerciaux, auparavant contrôlés par de grandes entreprises de distribution, sont maintenant ouverts aux nouveaux venus. On a d'ailleurs assisté à plusieurs succès dans le domaine des importations directes d'aliments et de boissons canadiens ainsi que de matériaux de construction et de meubles dans cette région du Japon. Parmi ces produits, mentionnons

le vin, les gâteaux congelés, les portes et fenêtres et les meubles.

### Société Fukuoka-Canada

La Société Fukuoka-Canada, fondée le 30 septembre 1999, a pour mandat de promouvoir l'amitié et la compréhension entre le Japon et le Canada dans les domaines de la culture, de l'économie et de la technologie. La Société compte plus



Le Canada au Japon  
Canada in Japan

de 400 membres individuels et entreprises membres, dont Kyushu Matsushita Electric (Panasonic), Shin Idemitsu (le plus important détaillant de produits pétroliers à Kyushu) et Toto (le plus grand fabricant japonais d'appareils sanitaires en porcelaine et de raccords métalliques).

À l'occasion de la Fête du Canada, le 1<sup>er</sup> juillet dernier, la Société a organisé une projection du film canadien *Le violon rouge*. L'ambassadeur du Canada au Japon, M. Len Edwards, a par ailleurs assisté à la première assemblée générale annuelle de la Société Fukuoka-Canada le 10 juillet 2000. Il a profité de l'occasion pour promouvoir les atouts du Canada en tant que partenaire commercial dans le domaine de la haute technologie. En septembre, 78 membres de la Société ont visité le Canada. D'autres activités visant à resserrer les liens entre Fukuoka et le Canada sont prévues.

Pour de plus amples renseignements, communiquer avec M<sup>me</sup> Josiane Simon, consul et déléguée commerciale, consulat du Canada à Fukuoka, tél.: (011-81-092) 752-6055 - (011-81-092) 752-6057 (après les heures de bureau), téléc.: (011-81-092) 752-6077, courriel : [josiane.simon@dfait-maeci.gc.ca](mailto:josiane.simon@dfait-maeci.gc.ca) ✪

(On trouvera la version intégrale de cet article à [www.infoexport.gc.ca/canadexport](http://www.infoexport.gc.ca/canadexport) puis cliquer sur la rubrique Cap sur le Japon.)