

En 1988, les 80 439 commerces de détail et de gros de Hokkaido employaient 500 000 travailleurs et ont réalisé des ventes de 20,7 billions de yens au total. Sapporo est de loin le plus grand marché et le seul centre de l'île qui intéresse vraiment les fabricants japonais. Les régions éloignées et les petites villes sont généralement desservies par Sapporo. Depuis le milieu des années 1970, la pression concurrentielle des grandes chaînes nationales a obligé les magasins à rayons de Sapporo, jadis puissants, à fusionner avec ces chaînes ou à liquider leurs stocks.

L'on ne s'étonnera pas d'apprendre que le réseau de commerces au détail reflète la faible densité de population de l'île. Hokkaido ne compte en effet que 0,75 commerce au détail par km<sup>2</sup>, comparativement à la moyenne nationale de 43,2 par km<sup>2</sup>. Cependant, avec un chiffre d'affaires moyen de 92,9 millions de yens par point de vente, les ventes sont passablement plus élevées que la moyenne nationale de 70,1 millions de yens. Les magasins de Hokkaido ont en moyenne plus d'employés (90,3) que la norme nationale (75,6).

Bon nombre des systèmes de vente au détail traditionnels, dont le reste du pays doit subir l'inefficacité, sont heureusement inexistant à Hokkaido. Même s'il est relativement jeune, le secteur de la vente au détail de l'île est assez avancé et témoigne d'une orientation cosmopolite. Les grandes chaînes de supermarchés et de magasins à rayons sont bien représentées et les dépanneurs solidement établis. Les chaînes de supermarchés les plus solides de la région, comme le Sapporo Food Center et Hokkyu Lucky, continuent également à prospérer. Les magasins coopératifs (seikyo) jouissent aussi d'une popularité exceptionnelle et cela n'a rien d'étonnant, compte tenu de la forte orientation agricole de l'économie de l'île.

Relativement nouveaux à Sapporo, les magasins ouverts «le week-end seulement» ont obtenu un succès considérable. Chaque point de vente est spécialisé dans un type d'aliments — la viande ou le poisson, par exemple — et les consommateurs y font leurs provisions pour la semaine.

Les statistiques sur la vente au détail révèlent plusieurs caractéristiques propres à l'île de Hokkaido. Comparativement à la moyenne nationale, les habitants de l'île consacrent une moins grande part de leur budget total aux appareils électroménagers et aux meubles (6,7 % contre 8,9 %) et une part légèrement moins importante aux vêtements (9,1 % contre 10,7 %), et dépensent un peu plus d'argent pour leur alimentation (32,7 % contre 31,1 %). Cependant, 28,2 % des ventes au détail de Hokkaido tombent dans la

catégorie «autres», ce qui, comparativement à la moyenne nationale de 23,4 %, indique peut-être que les consommateurs s'intéressent à un plus large éventail de produits qu'il n'est d'usage dans le reste du pays.

Le contexte du commerce au détail à Hokkaido ressemble beaucoup à ce que nous connaissons au Canada. Les grands magasins et les gros paniers à provisions sont les similitudes les plus frappantes. Bien que Hokkaido représente un marché relativement limité, de telles ressemblances font sans doute de l'île un point de départ attrayant pour les fabricants canadiens qui souhaitent pénétrer le marché japonais des produits de consommation.

## Sciences et technologie

Comme beaucoup d'autres régions du pays, Hokkaido s'efforce d'attirer les industries de pointe en créant une infrastructure propice à la recherche et au développement. Les sociétés visées en premier lieu sont les compagnies de haute technologie de même que les entreprises qui fabriquent des produits transformés, de la machinerie et des produits métalliques à très forte valeur ajoutée.

L'une des initiatives les plus exemplaires, à cet égard, est le parc de la baie d'Ishikari, près de Sapporo. D'une superficie de 2 952 ha, ce parc se compose à 30 % d'espace vert. Jusqu'à maintenant, il a attiré 289 compagnies, dont Novo Biochemical (Danemark), Hoxan, Tokuyama Soda et SS Pharmaceutical.

Plusieurs compagnies de développement de logiciels et de recherche en informatique se sont aussi établies dans le parc technologique de Sapporo, notamment IBM Japon et Unisys; l'on y trouve également une école de traitement de l'information. Sapporo est reconnue comme la ville du Japon où l'on trouve le plus grand nombre d'entreprises liées au traitement des données après Tokyo, Osaka et Kanagawa.

Les parcs de la région de Tomakomai ont attiré 131 compagnies, y compris Hitachi, Hokkai Semiconductor, Kikkoman, Isuzu, Toyota et Nippon Light Metal (une coentreprise d'Alcan).

L'on vient aussi d'inaugurer un centre de microgravité qui est le plus grand centre souterrain d'expérimentation en apesanteur au monde. Utilisant des puits de mine souterrains dans une mine de charbon abandonnée de Kami Sunagawa, les scientifiques seront en mesure de réaliser des expériences impossibles à mener dans des conditions de pesanteur normale.