

Tableau 3

Profil du commerce de détail (1985)

TYPE DE MAGASIN DE DÉTAIL	VENTES ANNUELLES		NOMBRE DE MAGASINS DE DÉTAIL		SUPERFICIE	
	en millions de yens (milliards de \$ CAN)	%	nombre	%	en mètres carrés	%
MAGASINS À RAYONS	7 779 717 (74,8)	7,7	428	0,1	5 721 174	6,1
HYPERMARCHÉS ET SUPERMARCHÉS	19 155 102 (184,2)	18,8	67 150	4,1	21 247 152	22,4
DÉPANNEURS	3 382 902 (32,5)	3,3	29 236	1,8	3 414 521	3,6
MAGASINS SPÉCIALISÉS	46 793 784 (449,9)	46,0	1 004 893	61,7	38 417 728	40,7
AUTRES	24 607 570 (236,6)	24,2	526 937	32,3	25 706 408	27,2
TOTAL	101 719 075 (978,1)	100 %	1 628 644	100 %	94 506 983	100 %

Source : « Census of Commerce », MITI.

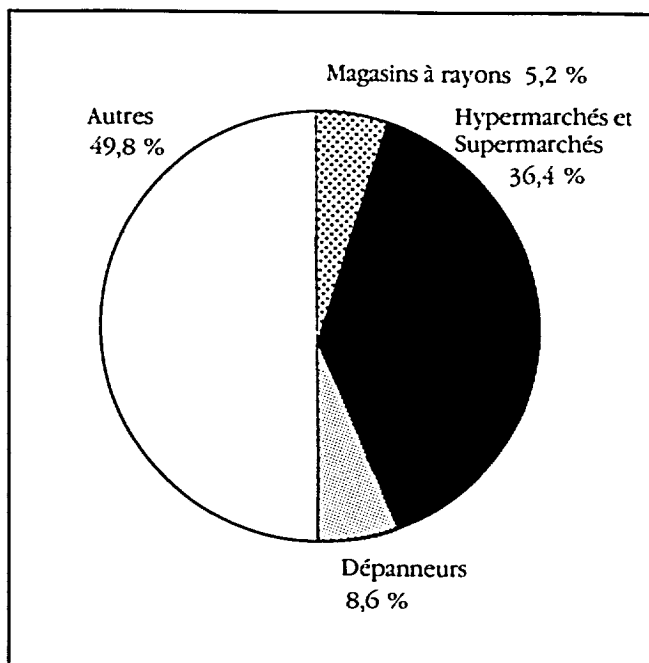
Les ventes au détail ont considérablement augmenté au cours des dix à quinze dernières années. Entre 1976 et 1985, leur volume total s'est multiplié par 1,8, soit un taux de croissance annuel composé de près de 7 %. Au cours de la même période, le pourcentage du total des ventes au détail pour les commerces de libre-service tels que les supermarchés et les dépanneurs est passé de 19,7 % en 1982 à 22,1 % en 1985. Cette augmentation s'est faite surtout aux dépens des autres petits détaillants, quoique les magasins à rayons aient aussi accusé un léger déclin. Les commerces de libre-service devraient continuer à accroître leur part du marché. Les dépanneurs continueront probablement leur croissance rapide pendant plusieurs années.

3. La vente au détail des produits alimentaires

En 1985, le total des ventes au détail des produits alimentaires s'est élevé à 33 221 milliards de yens (319 milliards de dollars canadiens). La figure 4 indique la proportion des ventes réalisées par les catégories de magasins susmentionnées; notons cependant que la catégorie des magasins spécialisés a été incorporée dans celle des autres magasins. Comme dans le cas des ventes au détail en général, la plus grande proportion des ventes de produits alimentaires (49,8 %) revient aux magasins spécialisés et aux petits détaillants. Les supermarchés constituent la deuxième catégorie, suivis par les dépanneurs et les magasins à rayons.

Figure 4

Proportion des ventes au détail de produits alimentaires et de boissons, par catégorie de magasin
Ventes en 1985 – 33 221 milliards de yens
(319 milliards de dollars canadiens)



Source : « Census of Commerce », MITI.
« Japan 1989 », Japan Institute for Social and Economic Affairs.