



# **Agroalimentaire Rapport sur le passé, le présent et l'avenir**

***Japon***

***Juillet 2006***



---

Le gouvernement du Canada a préparé le présent rapport en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Les lecteurs sont priés de noter que le gouvernement du Canada ne garantit pas l'exactitude de l'information contenue dans ce document et n'appuie pas nécessairement les organismes qui y sont mentionnés. Il appartient donc aux lecteurs de vérifier l'exactitude et la fiabilité des renseignements. Le présent rapport donne une vue d'ensemble du marché à ceux qui désirent connaître les débouchés dont ils peuvent tirer parti, mais il ne vise pas à fournir l'analyse approfondie dont un exportateur pourrait avoir besoin. Bien que tous les efforts nécessaires aient été déployés pour assurer l'exactitude de l'information, Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité concernant l'exactitude et la fiabilité de l'information ou les conséquences des décisions prises sur la base de ces renseignements.

Veuillez faire parvenir tout commentaire ou toute suggestion au sujet de ce rapport à :

Ben Berry - [berryb@agr.gc.ca](mailto:berryb@agr.gc.ca)

# ***Japon***

## **Rapport sur le passé, le présent et l'avenir Juin 2006**

### **Aperçu**

Le Japon est un pays prospère et avancé sur le plan technologique. Son économie est la deuxième au monde (d'après la valeur totale du PIB), et son importante population de près de 128 millions d'habitants vit dans l'affluence. Le Japon est un important partenaire commercial dans le monde, et son marché occupe le deuxième rang pour les exportateurs canadiens, derrière celui des États-Unis. Il joue un rôle clé dans les économies asiatiques et peut constituer une porte d'entrée pour les entreprises canadiennes qui souhaitent pénétrer les marchés asiatiques émergents.

Le Japon est actif dans la communauté internationale. Il est membre du Groupe des huit (G8), des Nations Unies, de l'Organisation pour la coopération et le développement économiques et de la Quadrilatérale (Canada, Union européenne, Japon et États-Unis). Il participe également aux initiatives des pays riverains du Pacifique et prend part au forum de Coopération économique Asie-Pacifique (APEC) et au Forum régional de l'ANASE - Association des nations de l'Asie du Sud-Est (FRA).

L'économie nipponne émerge de la récession et des tendances déflationnistes avec lesquelles elle est aux prises depuis le début des années 1990. En 2005, la croissance du PIB du Japon s'est élevée à 2,8 %, et on prévoit des taux de croissance supérieurs à 2 % en 2006 et en 2007. Une demande intérieure et régionale vigoureuse, la hausse des bénéfices des sociétés et la stabilisation des marchés financiers locaux ont contribué à la croissance économique. La relance de l'économie japonaise offrira davantage de débouchés aux exportateurs et investisseurs canadiens.

### **Relations entre le Canada et le Japon**

Le Canada et le Japon sont unis depuis longtemps par des liens politiques et économiques. Le Canada a des représentants diplomatiques au Japon depuis plus de 75 ans, et il y a établi sa première délégation commerciale il y a plus de 100 ans. Des visites de haut niveau entre les deux pays ont permis de renforcer les relations. En 2005, le premier ministre du Canada s'est rendu au Japon et y a amorcé des entretiens qui ont abouti à l'élaboration du Cadre économique Canada-Japon, qui vise à renforcer les liens économiques entre les deux pays.

Les relations avec le Japon en matière de commerce et d'investissement sont fort importantes pour l'économie du Canada. Le Japon se situe au deuxième rang des marchés d'exportation du Canada, derrière les États-Unis, et il est sa troisième source d'importations (derrière les États-Unis et la Chine). En 2005, les exportations au Japon ont été les plus importantes en cinq ans, en progression de 9 % sur celles de 2001. Le Canada a également importé du Japon des marchandises d'une valeur de 14,8 milliards de dollars en 2005, ce qui est supérieur aux chiffres de 2004 et à la moyenne quinquennale de 14,4 milliards de dollars.

En 2005, les investissements canadiens directs au Japon totalisaient 7,4 milliards de dollars, en recul par rapport à 2004, année où ils ont atteint 8,5 milliards de dollars.

Malgré tout, ils ont progressé de 175 % depuis 1996. Les investissements japonais directs au Canada augmentent régulièrement depuis dix ans, et ils s'établissent à 10,8 milliards en 2005, ce qui place le Japon au sixième rang des pays pour les investissements directs au Canada.

<b>Commerce bilatéral Canada-Japon (2005)</b>	
<b>Japon – Commerce total</b>	<b>1,3 billion \$</b>
Exportations	720,5 milliards \$
Importations	624,7 milliards \$
Balance commerciale	95,8 milliards \$
<b>Commerce Canada-Japon</b>	<b>23,9 milliards \$</b>
Exportations	9,1 milliards \$
Importations	14,8 milliards \$
Balance commerciale	(5,7 milliards \$)
<b>Comm. agr. Canada-Japon</b>	<b>2,68 milliards \$</b>
Exportations	2,63 milliards \$
Importations	42,7 millions \$
Balance commerciale	2,59 milliards \$

- En 2005, les principales exportations du Canada au Japon ont été le bois d'œuvre (1 milliard \$), la viande de porc (950 millions \$) et le charbon (824 millions \$).
- En 2005, les principales importations du Canada provenant du Japon ont été les véhicules automobiles (3,9 milliards \$), les pièces d'automobiles (1,4 milliard \$) et les bouteurs, décapeuses et niveleuses autopropulsés (522 millions \$).

### **Commerce des produits agricoles**

Le Japon accuse un important déficit commercial en alimentation et dépend des importations pour nourrir sa population. En 2005, il était au troisième rang dans le monde parmi les importateurs de produits agroalimentaires et de fruits de mer, car il a importé pour 52,1 milliards \$ en produits agroalimentaires et 17,2 milliards \$ en poisson et fruits de mer. Les principaux exportateurs de ces produits au Japon ont été les États-Unis (26 %), la Chine (15 %), l'Australie (8 %), la Thaïlande (6 %) et le Canada (5 %).

En 2005, le Japon a également exporté 4 milliards \$ de produits agroalimentaires et de la mer. Les principaux marchés de ces produits ont été les États-Unis (18 %), Taïwan (17 %), Hong Kong (17 %), la Chine (12 %) et la Corée du Sud (11 %).

- En matière agricole, le Japon est le deuxième partenaire commercial du Canada, car il reçoit environ 10 % des exportations canadiennes de produits agroalimentaires.
- En 2005, les exportations canadiennes de produits agroalimentaires vers le Japon ont dépassé 2,63 milliards de dollars. Ces exportations se composaient de 1,2 milliard de dollars de produits de consommation (46 %), de 1,1 milliard de dollars de produits en vrac (42 %) et de 323 millions de dollars de produits intermédiaires (12 %).
- Les exportations canadiennes de poisson et de fruits de mer au Japon se sont élevées à 470 millions de dollars en 2005. Les principaux produits ont été les œufs et la laitance de hareng séchés, fumés ou salés (64,6 millions \$), les crevettes congelées (62,2 millions \$) et le crabe des neiges congelé (52,3 millions \$).

- En 2005, le Canada a été le principal exportateur de graines de lin, de graines de canola, de graines de moutarde et de malt au Japon. Il s'est également classé au deuxième rang pour le blé et au troisième pour l'orge et le soya. Près de 100 % des importations de blé dur du Japon proviennent du Canada.
- En 2005, les importations canadiennes de produits agroalimentaires provenant du Japon ont totalisé 42,7 millions de dollars. Elles comprenaient 4 millions de dollars de mandarines, 2,7 millions de dollars d'huile de sésame et 2,6 millions de dollars de sauces et préparations.
- Le Canada a également importé pour 17,1 millions de dollars de poisson et de fruits de mer du Japon en 2005.

<b>Les cinq principales exportations agricoles du Canada vers le Japon (2005)</b>	
Porc congelé	648 millions \$
Graines de canola	632,9 millions \$
Porc frais	293,2 millions \$
Blé non dur	192,5 millions \$
Fèves de soja	129,5 millions \$

On trouvera un résumé statistique complet à l'adresse suivante : [http://ats.agr.gc.ca/stats/japan\\_e.pdf](http://ats.agr.gc.ca/stats/japan_e.pdf).

## **Économie**

L'économie japonaise se classe au deuxième rang dans le monde, derrière celle des États-Unis, avec un PIB de 4,6 billions de dollars américains en 2005. Le secteur manufacturier, dominé par l'électronique et l'automobile, assure plus de 20 % de ce PIB. Le Japon est le plus grand fabricant de machines-outils au monde et l'un des plus importants fabricants de fer et d'acier. Bien qu'il dépende lourdement des importations pour se procurer ses matières premières, il affiche un excédent commercial.

Les entreprises japonaises sont des joueurs clés dans l'économie asiatique et elles participent à un certain nombre d'initiatives visant à promouvoir une plus grande intégration économique de l'Asie. Le Japon ne fait partie d'aucun bloc commercial régional, mais il a préconisé des accords bilatéraux de libre-échange avec divers pays. Il a signé le premier avec Singapour en 2002 et a ensuite établi des accords de libre-échange avec le Mexique, la Malaisie et la Thaïlande. Des accords sont en voie de négociation avec divers autres pays.

Le Japon a été frappé par la récession et des tendances déflationnistes depuis le début des années 1990, mais son économie semble se rétablir. Un certain nombre de facteurs contribuent à la relance de l'économie japonaise, dont la reprise de l'économie mondiale, une vigoureuse demande régionale des produits japonais (notamment en Chine), un regain de la consommation des particuliers, la hausse des

bénéfices des sociétés et la stabilisation des marchés financiers locaux. Malgré la relance de l'économie, la lourde dette de l'État et le vieillissement de la population active continuent de faire problème. La population japonaise vieillit plus rapidement que celle de tout autre pays au monde, ce qui exerce des pressions sur le système économique.

Le gouvernement japonais a lancé de vastes réformes en vue de privatiser des entreprises d'État et de déréglementer une grande partie de son système financier. Actuellement, la cible la plus importante de la privatisation est Postes Japon, dont la privatisation se fera entre 2007 et 2017. Cette privatisation aura un grand retentissement sur le secteur financier, étant donné les actifs énormes de cette entité étatique en assurance-vie et en épargne postale.

<b>Produit intérieur brut (2005)</b>	
PIB	4,6 billions \$US
Croissance du PIB	(2005) 2,8 % (2006e) 2,5 %
PIB par habitant	35 787 \$US
PIB par habitant (PPA)	30 615 \$US

À l'heure actuelle

- En 2005, le secteur de l'agriculture a fourni 1 % du PIB, tandis que l'industrie était à l'origine de 25 % et les services de 74 % du PIB.
- Depuis les années 1990, la déflation est un problème au Japon. Le taux d'inflation y a été de -0,3 % en 2005.
- En 2005, le taux de chômage a été très faible : 4,4 %.
- Les principales industries sont les suivantes : fabrication de voitures automobiles, matériel électronique, machines-outils, acier et métaux non ferreux, navires, produits chimiques, textiles et aliments transformés.
- Les principales importations sont le pétrole, les machines, les denrées alimentaires et les produits chimiques.
- Les principales exportations sont les automobiles, les machines électriques, les machines mécaniques et les produits industriels.
- La consommation des particuliers, les importations et les exportations augmentent modérément.

Prévisions

- Les tendances déflationnistes du Japon devraient disparaître en 2006. Le taux d'inflation devrait s'établir à 0,2 % en 2006 et à 0,7 % en 2007.
- Le taux de croissance du PIB prévu est de 2,5 % en 2006 et de 2,2 % en 2007.
- Le taux de chômage devrait demeurer stable, à 4,3 %, en 2006 et 2007.
- La population devrait diminuer et passer de près de 128 millions en 2006 à 110 millions en 2040.
- Le yen devrait continuer de se raffermir face au dollar américain.
- La consommation des particuliers devrait continuer d'augmenter, la reprise économique encourageant l'investissement et la relance des dépenses.

## Marché de la consommation

### Généralités

Le Japon est un pays prospère qui compte de nombreux consommateurs et dont le PIB par habitant est élevé (35 787 \$US en 2005). Les consommateurs japonais ont un revenu disponible plus important que celui des consommateurs de nombreux autres pays, et ils sont à la recherche de produits alimentaires variés et de haute qualité. La fraîcheur, notamment, revêt la plus grande importance pour eux. Ils se soucient également de la salubrité et de la traçabilité des aliments et sont disposés à payer plus cher des produits alimentaires dont l'innocuité est garantie. Les aliments produits au Japon et ceux qui ne sont pas génétiquement modifiés sont populaires parce qu'ils ont une réputation de salubrité.

Le Japon compte 12 centres urbains de plus d'un million d'habitants. Les plus importants sont Tokyo/Yokohama, Osaka et Nagoya. Il existe des différences dans les préférences des consommateurs des diverses régions. Ainsi, les consommateurs de Tokyo sont moins conscients des coûts de l'alimentation et préfèrent les aliments salés et épicés ainsi que les produits occidentaux. À Osaka, ils sont plus sensibles aux prix et préfèrent les produits moins salés et épicés. Les produits occidentaux y sont également moins populaires, les préférences des consommateurs allant vers les mets japonais plus traditionnels.

### Consommation et tendances

Bien que les tendances occidentales en matière d'alimentation aient de plus en plus d'influence au Japon, les consommateurs y préfèrent les produits japonais. Le régime alimentaire nippon contient une proportion relativement nettement plus élevée de poisson et de fruits de mer que de viande. Le riz est un aliment de base, mais d'autres sources d'hydrates de carbone comme des racines riches en amidon et la pomme de terre sont aussi un élément important du régime japonais. Les fruits sont populaires, mais leur consommation est limitée par des prix élevés.

Le marché des aliments santé est en croissance au Japon; on en estime la valeur à 14 milliards de dollars par année. La population vieillissante se soucie particulièrement de sa santé et elle contribue à la demande de tels produits. Les consommateurs exigent une plus grande variété d'aliments santé et d'aliments fonctionnels, et les produits-crèneos ciblant des aspects particuliers de la santé sont populaires. L'accroissement de la demande d'aliments santé et fonctionnels et d'aliments biologiques ouvre de nouveaux débouchés aux exportateurs canadiens.

Les produits sous emballage pratique comme les aliments préparés, prêts à consommer et transformés gagnent en popularité au Japon. Les consommateurs japonais ont tendance à manger plus fréquemment que par le passé des repas à emporter et des mets déjà cuits, et la consommation d'aliments transformés entre dans les mœurs. Le marché des substituts de repas-maison augmente et il pourrait offrir des débouchés à des fournisseurs canadiens de denrées alimentaires qui cherchent à donner de l'expansion à leurs activités au Japon. La consommation de ces substituts et la fréquentation des restaurants augmenteront probablement, les ménages d'une personne devenant plus nombreux.

La présentation joue un rôle important dans la commercialisation au Japon; les consommateurs accordent de l'importance à un emballage attrayant. Ils appuient les

marques associées à une image de fraîcheur et de grande qualité. Ils préfèrent également les petits emballages et les portions individuelles, car il est fréquent qu'ils aient peu d'espace d'entreposage, et les familles sont plutôt petites.

Le Japon compte l'un des marchés les plus importants au monde de prêts-à-boire. Les boissons à base de thé sont les plus populaires, suivies de celles à base de café. Si on compare ce marché à celui du Canada, les boissons gazeuses y détiennent une part relativement faible (16 %). L'eau en bouteille est un secteur en croissance, car les consommateurs japonais s'inquiètent de plus en plus de la qualité de l'eau du robinet.

Alors que la demande globale de boissons alcoolisées est à la baisse, le marché du vin est à la hausse. Et malgré la popularité de plus en plus grande du vin, la bière demeure la boisson alcoolisée la plus populaire. Les principaux brasseurs sont Kirin, Asahi et Sapporo. Au deuxième rang des boissons alcoolisées les plus populaires, on trouve le saké, boisson traditionnelle fabriquée par la fermentation du riz.

### Débouchés

Il existe des possibilités appréciables pour les exportateurs canadiens, puisque l'économie japonaise se rétablit et que les consommateurs japonais adoptent un régime plus occidentalisé. Ce sont les produits santé et prêts à manger qui offrent le plus de débouchés aux exportateurs canadiens de produits agroalimentaires. En outre, comme la population japonaise vieillit, les produits de consommation destinés aux personnes âgées offrent d'excellentes possibilités.

Voici d'autres produits qui peuvent présenter un bon potentiel de croissance sur le marché japonais :

- baies, surtout le bleuets et, moins connues, la canneberge et l'amélanche;
- eau embouteillée;
- céréales, comme les graminées du son et le millet;
- aliments congelés comme les aliments frits congelés, les nouilles et les hamburgers;
- aliments santé et fonctionnels;
- substituts de repas-maison;
- vin de glace;
- fromages naturels;
- produits biologiques;
- aliments pour animaux;
- porc – La consommation et les importations japonaises de porc ont augmenté à cause des inquiétudes suscitées par la grippe aviaire et l'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB).

### Concurrents

Les principaux pays qui exportent des produits agroalimentaires et de la mer au Japon sont les États-Unis, la Chine, l'Australie et la Thaïlande. Ces pays ont fourni plus de la moitié des importations japonaises de produits alimentaires en 2005. Les États-Unis sont la plus importante source d'importations agroalimentaires du Japon, tandis que la Chine est son plus grand fournisseur de poisson et de fruits de mer. Les importateurs canadiens font face à une concurrence acharnée de la part des États-Unis pour le blé et le soya, et de l'Australie pour le canola et le blé. Les

exportateurs canadiens doivent aussi affronter une concurrence de plus en plus vive de la Chine, dont les prix sont faibles.

Des entreprises japonaises investissent à l'étranger pour assurer un approvisionnement satisfaisant en produits alimentaires et répondre à une demande spécialisée. Les coentreprises et les installations de production de propriété japonaise dans des pays asiatiques à proximité du Japon, comme la Chine et la Thaïlande, ainsi qu'en Australie et aux États-Unis, sont également des concurrents clés sur le marché japonais.

### **Problèmes d'accès**

Bien que le marché japonais offre des possibilités importantes, sa taille et sa complexité ne sont pas sans présenter quelques difficultés. L'engagement, les ressources et la présence locale sont des facteurs essentiels à la réussite commerciale au Japon. Parmi les problèmes à surmonter, notons des coûts de commercialisation élevés, des lois et règlements peu familiers en matière d'étiquetage ainsi que la complexité du réseau de distribution. Il peut être essentiel d'avoir un partenaire japonais pour accéder au marché et s'assurer que les produits respectent la réglementation et les normes. En outre, un tel partenaire peut aider les entreprises canadiennes à conserver leur identité tout en adaptant leurs produits et leur commercialisation aux consommateurs japonais.

En 2003, on a mis sur pied des bureaux d'investissement au Japon afin d'aider les entreprises étrangères qui souhaitent investir dans ce pays. La Japan External Trade Organization (JETRO) offre également un soutien pour le commerce et l'investissement et possède des bureaux dans le monde entier (dont deux au Canada). Le programme de promotion des partenariats commerciaux de JETRO aide les entreprises étrangères à trouver des partenaires japonais à partir d'une importante base de données. Voir le site Web de JETRO à l'adresse <http://www3.jetro.go.jp/tppoas/index.html>.

Le Service de délégués commerciaux du Canada offre aussi un soutien en matière d'investissement et de commerce aux Canadiens qui souhaitent investir au Japon ou y faire du commerce. Le gouvernement du Canada est très présent au Japon; il a une ambassade à Tokyo, des consulats à Fukuoka, Nagoya et Osaka, ainsi que deux bureaux commerciaux à Hiroshima et Sapporo. Pour de plus amples renseignements, consulter le site Web du Service des délégués commerciaux, à l'adresse <http://www.infoexport.gc.ca/jp/index.htm>.

Ces dernières années, le nombre de filiales étrangères a augmenté au Japon, à la faveur d'une plus grande libéralisation économique et de la déréglementation. Les entreprises étrangères doivent s'inscrire et se soumettre à d'autres exigences aux termes du code commercial et de la loi sur l'enregistrement des commerces. Elles ne peuvent mener leurs activités qu'après avoir satisfait à toutes les exigences.

Le Japon est doté d'infrastructures de transport et de communication modernes et bien développées. Le réseau national de transport repose en très grande partie sur un vaste réseau ferroviaire. Bien que les infrastructures soient fort développées, certains problèmes entravent la distribution des produits. Notamment, les routes du Japon sont souvent insuffisantes et encombrées, les transports aériens intérieurs coûtent cher et les pratiques portuaires sont peu efficaces, au regard des normes



mondiales. Bien que le Japon tente d'améliorer les infrastructures à des fins commerciales, les progrès sont lents.

#### Vue d'ensemble

- Les salons de l'alimentation au Japon peuvent être un outil important pour les exportateurs canadiens qui souhaitent pénétrer le marché japonais. On trouvera la liste des manifestations à venir à l'adresse suivante : [http://atn-riae.agr.ca/events/events\\_asia-f.htm](http://atn-riae.agr.ca/events/events_asia-f.htm).
- Le Web peut également être un moyen efficace d'accéder au marché japonais. Les ventes de produits alimentaires par Internet augmentent, et devraient atteindre 28,5 millions de dollars en 2006. Ce moyen peut intéresser plus particulièrement les fournisseurs de produits de valeur élevée et de spécialité.
- Des droits tarifaires élevés frappent la plupart des produits importés transformés et à valeur ajoutée ainsi que les produits laitiers, les racines et tubercules, les produits des minoteries et le sucre. Il appartient au bureau des douanes et des droits tarifaires d'administrer ces droits.
- Des contingents tarifaires s'appliquent aux produits laitiers, au riz, au blé, à l'orge, et aux matières grasses et amidons comestibles préparés.
- Les lois japonaises sont parmi les moins restrictives au monde pour la réglementation des alcools, mais les taxes d'accise et de vente sont élevées, et la concurrence est acharnée. Environ 80 % des boissons alcooliques consommées sont de marque japonaise.
- Au Japon, l'étiquetage des produits issus de la biotechnologie est obligatoire. La *Food Sanitation Law* et la *Genetically Modified Food Labeling Standard Law* précisent les exigences applicables aux produits génétiquement modifiés.
- En 2003, le Japon a fermé ses frontières au bœuf canadien après qu'on eut décelé un cas d'ESB en territoire canadien. En 2005, le Japon a accepté de reprendre le commerce du bœuf avec le Canada pour les bêtes de 20 mois et moins.
- Depuis 2005, le Japon applique une politique d'avis préalable pour l'importation d'animaux. Elle exige la production d'un certificat de santé par le pays exportateur, certifiant que les animaux sont exempts de maladies infectieuses.

Pour de plus amples renseignements sur les normes et règlements en matière d'importation, consulter le site suivant :

<http://www.jetro.go.jp/en/market/regulations/index.html/>

#### Conseils aux voyageurs de commerce

- La tenue vestimentaire est plus stricte qu'en Amérique du Nord. Les hommes portent généralement un costume bleu foncé et une chemise blanche dans tous les contextes d'affaires.
- Au cours des réunions, les sièges sont attribués en fonction du statut des participants. Les invités sont dirigés vers le siège qu'ils doivent occuper.
- Les cartes d'affaires jouent un rôle important dans les transactions commerciales au Japon. La politesse veut qu'on donne et reçoive les cartes d'affaires avec les deux mains.
- Les permis de touristes sont de 90 jours au plus. Les voyageurs de commerce canadiens peuvent avoir besoin d'un permis pour affaires. Ils peuvent communiquer avec l'ambassade ou un consulat du Japon avant leur départ.

- Les Canadiens qui veulent se rendre au Japon doivent être munis d'un passeport canadien en règle. Pendant leur séjour, les visiteurs étrangers sont tenus d'avoir leur passeport sur eux en tout temps.
- Les cartes de crédit canadiennes sont largement acceptées. Normalement, les guichets automatiques n'acceptent pas les cartes de débit canadiennes. On peut toucher les chèques de voyage dans les grandes banques et les grands hôtels.
- Il est vivement recommandé de se munir d'une protection complète en matière de santé, car les services médicaux coûtent d'habitude beaucoup plus cher qu'au Canada.

Pour de plus amples détails sur les voyages, consulter le document *Conseils aux voyageurs* du Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international pour le Japon, à l'adresse : <http://www.voyage.gc.ca/dest/report-fr.asp?country=140000>.

### **Secteur et politiques agricoles**

Le Japon ne produit pas assez de denrées alimentaires pour satisfaire ses besoins, et il importe environ 60 % des aliments qu'il consomme. Seule une faible partie de la superficie du Japon (13 %) convient à l'agriculture, et la production vivrière japonaise continue de diminuer. Les pénuries de main-d'œuvre et les politiques sur l'utilisation des sols ont fait augmenter les coûts de la production intérieure, ce qui a rendu les importations de plus en plus concurrentielles.

Le secteur agricole japonais produit un peu plus de 1 % du PIB, et il occupe environ 5 % de la population. Il est fortement subventionné et dominé par les petites exploitations. Celles-ci sont regroupées dans un grand et puissant réseau de coopératives agricoles qui réclame des prix de soutien élevés, des droits tarifaires sur les importations et la protection des petites exploitations.

L'agriculture japonaise est axée sur la production de riz, de bétail, de fruits et de légumes. Le riz, la production agricole la plus importante du Japon, assure environ le tiers du revenu agricole brut. Le Japon a également établi des installations de production à l'étranger et investi dans des entreprises de transformation des aliments, notamment en Chine et en Asie du Sud-Est. Ces installations fournissent des produits expressément conçus pour le marché japonais.

### **Contacts**

#### **Ambassade du Canada au Japon**

Adresse postale  
3-38 Akasaka, 7-Chome  
Tokyo, 107-8503  
JAPON

Téléphone : (011-81-3) 5412-6200  
Télécopieur : (011-81-3) 5412-6254  
Courriel: [jpn.commerce@international.gc.ca](mailto:jpn.commerce@international.gc.ca)  
Site Web : <http://www.infoexport.gc.ca/jp>

## **Ambassade du Japon au Canada**

255, promenade Sussex  
Ottawa (Ontario)  
K1N 9E6  
Téléphone : 613-241-8541  
Télécopieur : 613-241-7415  
Courriel : [infocul@embjapan.ca](mailto:infocul@embjapan.ca)  
Site Web : <http://www.ca.emb-japan.go.jp/>

## **Japan External Trade Organization (JETRO)**

<http://www.jetro.go.jp/canada/>

### **Sources**

Agence canadienne d'inspection des aliments – Le Japon ouvre ses frontières au bœuf canadien  
<http://www.inspection.gc.ca/francais/corpaffr/newcom/2005/20051211f.shtml>

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Coup d'œil sur le Japon  
[http://ats.agr.gc.ca/stats/japan\\_e.pdf](http://ats.agr.gc.ca/stats/japan_e.pdf)

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Japon – Profil du secteur agroalimentaire – Février 2003  
<http://ats.agr.gc.ca/asia/f2982.htm>

Agriculture et Agroalimentaire Canada, L'évolution de la demande des consommateurs sur les marchés prioritaires du Canada - Le Japon  
[http://www.agr.gc.ca/spb/rad-dra/publications/japan/japan\\_f.pdf](http://www.agr.gc.ca/spb/rad-dra/publications/japan/japan_f.pdf)

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Profil des consommateurs de produits agroalimentaires – Japon - Juin 2006  
[http://www.ats.agr.gc.ca/asia/4150\\_f.htm](http://www.ats.agr.gc.ca/asia/4150_f.htm)

CIA – The World Factbook – Japan  
<http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/geos/ja.html>

Commerce international Canada – Aliments et boissons transformés - Profil - Japon  
<http://www.infoexport.gc.ca/ie-fr/MarketProspect.jsp?cid=515&oid=146>

Commerce international Canada – Produits agricoles – Profil - Japon  
<http://www.infoexport.gc.ca/ie-fr/MarketProspect.jsp?cid=515&oid=146>

Commerce international Canada – Réglementation de l'importation - Japon  
<http://www.infoexport.gc.ca/ie-fr/DisplayDocument.jsp?did=14785>

Economist Intelligence Unit – Japan – Country Commerce 2005  
[www.eiu.com](http://www.eiu.com)

EDC – Aperçu sur le Japon  
[http://www.edc.ca/french/docs/gjapan\\_f.pdf](http://www.edc.ca/french/docs/gjapan_f.pdf)

Euromonitor International – Consumer Lifestyles in Japan - Février 2005

Euromonitor International – Packaged Food in Japan - Février 2006

Global Trade Atlas  
<http://www.globaltradestatistics.com/>  
<http://www.qtis.com/qta/>

Gouvernement australien – Ministère des Affaires étrangères et du Commerce – Japan Country Brief May 2005 - Economic Developments in Japan  
[http://www.dfat.gov.au/geo/japan/japan\\_brief\\_economic.html](http://www.dfat.gov.au/geo/japan/japan_brief_economic.html)

Gouvernement australien – Ministère des Affaires étrangères et du Commerce – Japan Fact Sheet  
<http://www.dfat.gov.au/qeo/fs/jap.pdf>

Gouvernement du Canada – Le Canada au Japon  
[http://www.dfait-maeci.gc.ca/asia/main/japan/menu-fr.asp?lang\\_update=1](http://www.dfait-maeci.gc.ca/asia/main/japan/menu-fr.asp?lang_update=1)

Gouvernement du Japon – Ministère de la Santé, du Travail et des Affaires sociales – New Notification System for the Importation of Animals  
<http://www.mhlw.go.jp/english/topics/importanimal/index.html>

Gouvernement du Japon – Ministère de l'Intérieur et des Communications – Statistical Handbook of Japan  
<http://www.stat.go.jp/English/data/handbook/c02cont.htm>

Gouvernement du Japon – Monthly Economic Report – Juin 2006  
<http://www5.cao.go.jp/keizai3/getsurei-e/2006jun.html>

Industrie Canada – Strategis – Données sur le commerce en direct  
[http://www.strategis.gc.ca/sc\\_mrkti/tdst/frndoc/tr\\_homep.html](http://www.strategis.gc.ca/sc_mrkti/tdst/frndoc/tr_homep.html)

Japan External Trade Organization – Points of Survey – Processed Foods  
[http://www.jetro.go.jp/en/stats/survey/access/processed\\_foods.html](http://www.jetro.go.jp/en/stats/survey/access/processed_foods.html)

Japan External Trade Organization – Standards and Regulations  
<http://www.jetro.go.jp/en/market/regulations/index.html/>

Ministère des Affaires étrangères – Aperçus-pays – Japon  
[http://www.intercultures.ca/cil-cai/country\\_overview-fr.asp?vl=8&ISO=JP](http://www.intercultures.ca/cil-cai/country_overview-fr.asp?vl=8&ISO=JP)

Ministère des Affaires étrangères du Japon - Cadre économique Canada-Japon  
<http://www.mofa.go.jp/region/n-america/canada/framework0511.pdf>

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international – Alimentation - Bulletin - Japon  
<http://www.infoexport.gc.ca/ie-fr/DisplayDocument.jsp?did=50843>

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international – Conseils aux voyageurs - Japon  
<http://www.voyage.gc.ca/dest/report-fr.asp?country=140000>

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international – Le contexte d'affaire en évolution - Japon  
<http://www.infoexport.gc.ca/ie-fr/DisplayDocument.jsp?did=55722>

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international - Opportunités d'affaires dans le nouveau Japon en 2005  
<http://www.infoexport.gc.ca/ie-fr/DisplayDocument.jsp?did=55725>

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international – Profil économique - Japon  
<http://www.infoexport.gc.ca/ie-fr/DisplayDocument.jsp?did=61363>

OECD Economic Outlook No. 79 – Japon  
<http://www.oecd.org/dataoecd/45/48/20431842.pdf>

Profil du secteur agro-alimentaire - Région du Kansai, Japon - Avril 2004  
[http://ats.agr.gc.ca/asia/3871\\_f.htm](http://ats.agr.gc.ca/asia/3871_f.htm)

Statistique Canada – CANSIM – Tableau 376-0051  
[http://estat.statcan.ca/cqi-win/CNSMCGI.EXE?CANSIMFILE=ESat%5CEnglish%5CCII\\_1\\_F.htm](http://estat.statcan.ca/cqi-win/CNSMCGI.EXE?CANSIMFILE=ESat%5CEnglish%5CCII_1_F.htm)

Système canadien de commerce agroalimentaire (données de Statistique Canada)

The Economist – Country Briefings – Japon  
<http://www.economist.com/countries/Japan/>

US Commercial Service – Doing Business in Japan 2006  
[http://www.buyusainfo.net/docs/x\\_5818157.pdf](http://www.buyusainfo.net/docs/x_5818157.pdf)

USDA Foreign Agricultural Service – Japan Export Guide 2005 - GAIN REPORT JA6504  
<http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200602/146176867.doc>