

FR EN

Nous utilisons des cookies pour sécuriser votre connexion, faciliter votre navigation et réaliser des statistiques de visites. Pour obtenir plus d'information sur les cookies et comment vous y opposer, [visitez notre page de politique de cookies](#).

[Gérer mes cookies](#)REQUIS  
SEULEMENT

ACCEPTER TOUT

## ENVIRONNEMENT DES AFFAIRES

### LE CONSOMMATEUR

#### Le profil du consommateur

La population japonaise est la plus âgée du monde, avec un âge médian de 49,2 ans en 2022 (Data Reportal). Selon les dernières données de la Banque mondiale, quelque 12% de la population a moins de 14 ans, 59% entre 15 et 64 ans et 29% a plus de 65 ans. La population est en baisse (-0,39% en 2022, CIA World Factbook). Le nombre de personnes par ménage est en baisse continue et atteindra 2,21 en 2020, tandis que le nombre de ménage devrait continuer à augmenter malgré la baisse de la population (Bureau des statistiques du Japon). Environ 60 % des ménages sont des couples avec ou sans enfants. Les ménages d'une personne sont en augmentation et représentent près de 35 %. La population japonaise est composée de 51,2 % de femmes et de 48,8 % d'hommes. Le Japon est l'un des pays les plus densément peuplés et 92% de sa population est urbaine (Data Reportal, 2022). Tokyo, suivie de Kanagawa, Osaka, Aichi, Saitama, concentrent 37,4% de la population (Bureau des statistiques du Japon, 2021). Le niveau d'éducation est élevé, la quasi-totalité de la population a suivi un enseignement secondaire. En 2020, 61,5% des 25-34 ans avaient un diplôme de l'enseignement supérieur au Japon, contre 45,5% en moyenne dans les pays de l'OCDE. Environ un cinquième de la population active est constituée d'employés de bureau, 18,8% de professionnels et d'ingénieurs, 12,9% de personnes travaillant dans les procédés de fabrication, 12,6% de vendeurs, 12% de personnes travaillant dans les services, 7,3% de personnes travaillant dans le secteur du transport, du nettoyage et du conditionnement, et 4,2% sont des ouvriers du bâtiment et des mines. Les travailleurs de l'administration, de la sécurité, des transports et de l'agriculture, de la foresterie et de la pêche représentent chacun moins de 3,5%.

#### Le pouvoir d'achat

Au Japon, le PIB par habitant a atteint environ 39.285,2 USD en PPA en 2021 (Banque mondiale). Le Japon est une société à revenu élevé, mais si l'on considère le revenu annuel moyen des pays membres en 2021 publié par l'OCDE, le Japon se classe au 24e rang, avec 40.849 dollars, soit moins que la moyenne de tous les pays de l'OCDE, qui était de 52.436 dollars américains. Au Japon, le revenu disponible net ajusté moyen des ménages par habitant est de 28.872 dollars par an, inférieur à la moyenne de l'OCDE qui est de 30.490 dollars par an. Il existe un écart considérable entre les plus riches et les plus pauvres - les 20 % de la population les plus riches gagnent plus de six fois plus que les 20 % les plus pauvres. Le pays souffre d'inégalités, notamment entre les sexes. Bien que l'écart salarial entre les sexes dans le pays ait diminué au cours des 15 dernières années, il reste important (22,1%), et le Japon se situe à la 4ème place au bas du classement établi par l'OCDE. Les moins de 20 ans sont les moins bien payés. La moitié des consommateurs estiment qu'ils sont plus soucieux de l'environnement lorsqu'ils font leurs achats qu'il y a un an, mais très peu sont prêts à payer plus cher pour cela.

#### Le comportement de consommation

Les consommateurs japonais ont longtemps eu tendance à préférer une consommation de qualité à une consommation de masse. Cependant, le ralentissement économique a amené certains consommateurs à adopter des prix plus bas et des produits de moins bonne qualité. Cela est particulièrement vrai pour la génération Yutori (Millennials). Près de 50% des personnes de moins de 25 ans travaillent à temps partiel et

gagnent environ 100 à 500 dollars par mois (Bureau des statistiques du Japon, 2021). Ils sont généralement disposés à se rendre dans les centres commerciaux et dans des magasins spécialisés s'ils offrent des expériences d'achat divertissantes. Les magasins discount et les marques de distributeurs, qui avaient autrefois du mal à percer sur le marché japonais, ont gagné des parts de marché. Les normes de qualité et les attentes en matière de services (processus de vente, livraison, emballage, service après-vente, etc.) sont élevées au Japon. Le panier moyen au Japon, relativement élevé par rapport aux pays occidentaux, est en baisse, en raison du changement de mode de consommation (produits moins chers notamment). En raison de la situation économique au Japon, la confiance des consommateurs s'effrite. Les achats en ligne attirent de plus en plus de consommateurs, toutefois, alors que le pays est largement connecté, le e-commerce est moins présent que dans l'Europe de l'Est ou aux États-Unis. Les consommateurs japonais sont très largement ouverts aux entreprises multinationales pour les biens de consommation courants et sont généralement attirés par les produits importés de pays spécialisés : les montres suisses, les vins français par exemple. Le Japon est le troisième plus grand marché de produits de luxe au monde après les États-Unis et la Chine. La part des revenus mondiaux du groupe LVMH en provenance du Japon était de 7% en 2021 (Retail en Asie).

Les consommateurs au Japon sont généralement très fidèles aux marques, cependant, la population âgée n'est plus que la jeune génération. Il y a une forte attractivité pour les nouveaux produits, généralement, les consommateurs s'orientent vers des innovations de marques qu'ils connaissent, même si, au fur et à mesure des années, le sentiment de fidélité s'effrite. La moitié de la population utilise les médias sociaux régulièrement. Les Japonais regardent principalement des vidéos et suivent les influenceurs qui donneront des opinions sur des produits. Aussi, près de trois quarts des consommateurs se renseignent auprès des réseaux sociaux avant d'acheter certains produits, notamment sur les produits de beauté et la mode. En règle générale, les Japonais ne sont pas inquiets face au Big Data, notamment grâce à la législation en vigueur. Cependant, la plupart estime que la contrepartie de l'accumulation de données personnelles est de recevoir des offres adaptées et promotionnelles régulières.

Depuis la crise économique, les Japonais évoluent vers un mode de consommation moins coûteux. Selon une étude McKinsey, alors qu'auparavant ils étaient prêts à dépenser plus pour gagner du temps, la tendance s'inverse pour certains consommateurs japonais qui préfèrent prendre du temps pour dépenser moins. Cela se reflète notamment par l'alimentation : une partie de la population privilégiée maintenant de faire la cuisine à domicile plutôt que de manger au restaurant. Aussi, alors que la population passe la plupart du temps à l'extérieur du domicile, en raison de leur petite taille et des larges horaires de travail, on observe toutefois une hausse du temps passé à la maison. Concernant l'environnement, plus de la moitié de la population s'y intéresse plus que l'année précédente. Cependant, très peu sont prêts à payer plus cher pour consommer des produits responsables. L'économie collaborative, tel que Airbnb, peine à attirer la plupart des Japonais.

### **Le recours au crédit à la consommation**

Les cartes de crédit et de débit sont de plus en plus utilisées, leur utilisation ayant doublé en 10 ans. Les cartes de débit sont plus utilisées et acceptées que les cartes de crédit (qu'on trouve principalement dans les grands hôtels et magasins des grandes villes). Après avoir stagné depuis 2010, les crédits aux ménages sont de nouveau en hausse. L'encours de crédit est estimé à 4 744 864 de Yen selon la Bank of Japan. Les crédits à la consommation sont largement accordés par les banques, plutôt que par les entreprises. La majorité des crédits à la consommation sont destinés au logement. Avec la politique monétaire accommodante menée par la Banque Centrale, les prêts à la consommation devraient continuer leur croissance.

### **Les secteurs de consommation porteurs**

Consoles de jeux, montres, téléphones mobiles, appareils ménagers (machines à laver, etc.), appareils électriques de soins personnels, meubles de salle à manger (tables, chaises, etc.), plats cuisinés, vêtements japonais, parcs d'attractions, services sportifs, services vétérinaires, services de soins à la personne, produits d'hygiène, services pour personnes âgées, biens et services liés à l'éducation.

### **Les associations de consommateurs**

JCCU , Organisation des consommateurs japonais

## IMPORTATION ET DISTRIBUTION

---

### Les procédures d'importation

Toute personne souhaitant importer des marchandises doit les déclarer à la Direction générale des douanes et obtenir un permis d'importation après l'examen, si nécessaire, des marchandises concernées. Les formalités commencent par le dépôt d'une déclaration d'importation et se terminent par la délivrance d'un permis d'importation après l'examen et le paiement nécessaires des droits de douane et de la taxe d'accise. De cette manière, des mesures sont prises pour assurer le respect des exigences en matière de contrôle des changes et d'autres réglementations concernant l'importation de marchandises. Plus de 90% des procédures d'importation sont actuellement informatisées.

Toutes les étapes et documents à produire sont listés sur le site Internet des Douanes japonaises.

Le Système de conseil douanier assiste les sociétés avec les procédures d'importation.

### Les procédures spécifiques à l'importation

Grâce au « système de permission immédiat d'import à l'arrivée », une permission d'import peut être accordée dès que l'arrivée de la cargaison est confirmée. Pour être éligible à ce système, les importateurs doivent remplir au préalable une [déclaration en ligne](#).

Pour les marchandises dont la valeur est inférieure ou égale à 200,000 yen, [un système de déclaration simplifiée s'applique](#).

### Les réseaux de distribution

Selon le dernier rapport de l'USDA Foreign Agricultural Service, en 2021, la valeur totale de toutes les ventes au détail de produits alimentaires et de boissons au Japon s'élevait à 467,20 milliards de dollars, soit une baisse globale de 2,3% par rapport à l'année précédente. L'industrie alimentaire a produit pour 216 milliards de dollars de produits alimentaires et de boissons en 2021. Les supermarchés représentent la majorité des ventes au détail de produits alimentaires, soit 74%, mais le secteur des magasins de proximité, en pleine croissance, représente désormais 14,4% des ventes. Les produits alimentaires prêts à consommer ou à emporter représentent un secteur en pleine expansion. Bien que le Japon soit un énorme marché, il est très fragmenté. Le secteur japonais de la vente au détail de produits alimentaires et de boissons comprend les supermarchés, les magasins de marchandises générales, les grands magasins, les magasins de proximité, les pharmacies et l'internet.

Les magasins de grande et moyenne surface offrent la possibilité au consommateur japonais de regrouper ses achats pour les produits de grande consommation, les produits frais, l'habillement, les produits d'équipement ménager et électroménager. Ces mêmes magasins sont exploités par des chaînes nationales disposant d'un réseau de centaines de magasins sur l'ensemble du territoire et d'un système d'achats centralisés. Ils achètent souvent les produits étrangers via des entreprises de négoce.

Les supermarchés sont plus petits en taille que les magasins de marchandises générales et sont plus spécialisés dans les produits alimentaires et les biens ménagers. Ils ont des coûts d'achat plus élevés. Ils cherchent des voies de différenciation au travers de produits/services différents, du développement de marques privées et de sourcing de produits internationaux. Afin de réaliser des économies d'échelle, les supermarchés régionaux forment des alliances à travers des sociétés de merchandising conjointes avec des distributeurs non concurrents.

Les ventes des grands magasins ont lentement diminué au cours des dernières années en raison de la concurrence accrue d'autres distributeurs.

Les épiceries généralistes représentent un format de magasin important au Japon. Elles disposent d'une surface de vente limitée, environ 100m<sup>2</sup> en moyenne, et d'un référencement d'environ 3 000 produits. Leur avantage concurrentiel repose sur la volumétrie et un approvisionnement performant. Les épiceries généralistes présentent une rude concurrence, notamment sur le segment des plats préparés.

### Les acteurs de la distribution

Les détaillants ayant réalisé les ventes au détail de produits alimentaires les plus importantes en 2021 (USDA, dernières données disponibles) :

- Supermarché : 345,59 milliards de dollars - 74% des ventes
- Convenience Store : 67,18 milliards de dollars - 14,4% des ventes
- Magasin de marchandises générales : estimé à 24,78 milliards de dollars
- Grand magasin : 13,98 milliards de dollars - 3% des ventes
- Pharmacie : 20,34 milliards de dollars - 4,4% des ventes
- Internet : 20,70 milliards de dollars en 2020 (dernières données disponibles) - 4,3% des ventes

Le plus grand magasin de détail est Aeon Co. Ltd, acteur de premier plan dans les supermarchés. Le deuxième plus grand détaillant en termes de valeur totale des ventes est Seven & I Holdings, qui exploite Ito-Yokado, qui est un commerce de proximité. Les célèbres détaillants américains de marque Costco et Walmart ont également du succès au Japon.

### Les organismes de la vente au détail

[Association des détaillants japonais](#)

[Association des grands magasins japonais](#)

[Conseil japonais des centres commerciaux](#)

---

## GÉRER UNE ENTREPRISE

---

### Types d'entreprise

#### **Kabushiki Kaisha (société publique à responsabilité limitée)**

**Nombre de partenaires et d'associés :** Au moins un ; ou 400 si la société est cotée à la Bourse de Tokyo. Le nombre minimum d'administrateurs est de trois dans un KK avec conseil d'administration, ou un pour un KK sans conseil d'administration ; sans limitation du nombre d'actionnaires.

**Capital minimum et/ou maximum :** Minimum 1 JPY.

**Responsabilité des associés :** Limitée au montant apporté au capital.

#### **Godo Kaisha (société privée à responsabilité limitée)**

**Nombre de partenaires et d'associés :** Au moins 1.

**Capital minimum et/ou maximum :** Minimum 1 JPY.

**Responsabilité des associés :** Limitée au montant apporté au capital.

#### **Goshi Kaisha (partenariat limité)**

**Nombre de partenaires et d'associés :** Au moins 2.

2 types de partenaires : les partenaires actifs et passifs.

**Capital minimum et/ou maximum :** Minimum 1 JPY.

**Responsabilité des associés :** Illimitée pour les partenaires actifs

Limitée au montant apporté au capital pour les associés passifs.

## Gomei Kaisha (partenariat général)

**Nombre de partenaires et d'associés :** Au moins 2.

**Capital minimum et/ou maximum :** Pas de capital minimum.

**Responsabilité des associés :** Illimitée.

Créer une entreprise	Japon	OECD
Procédures (nombre)	8,0	5,2
Temps (jours)	11,1	9,5

Source : *Doing Business - Dernières données disponibles.*

## Le coût du travail

### Le salaire minimum

Selon les données du gouvernement japonais, le salaire minimum est de 930 yens par heure en 2022, soit environ 8,4 USD.

### Le salaire moyen

Salaire mensuel moyen des travailleurs à temps plein : 307.400 JPY, soit environ 2.248 USD (Ministère de la Santé, du Travail et du Bien-être, 2021)

## Les cotisations sociales

Les contributions sociales payées par l'employeur: Le Japon dispose de quatre types de systèmes d'assurance différents auxquels les entreprises sont légalement tenues de participer :

- Assurance accidents du travail : le taux de prime maximum est de 8,8 % et le minimum de 0,25 %. L'employeur supporte la totalité du coût des primes. 0,35 % dans le cas des industries d'importation et de commerce, et de vente.
- L'assurance emploi : Le taux de cotisation à l'assurance est de 0,9 %, l'employeur payant 0,6 %.
- Assurance maladie et assurance soins infirmiers : les primes d'assurance générale sont de 9,84%, l'employeur payant 4,92% (5,82% pour les personnes âgées de 40 ans ou plus).
- Assurance pension des employés : Les cotisations d'assurance sont de 18,3 %, l'employeur payant 9,15 %.

Pour plus d'informations, visitez le site de l'Organisation japonaise du commerce extérieur [JETRO](#).

Les contributions sociales payées par l'employé:

- L'assurance emploi : Le taux de cotisation à l'assurance est de 0,9 %, l'employé payant 0,3 %.
- Assurance maladie et assurance soins infirmiers : les primes d'assurance générale sont de 9,84%, l'employé payant 4,92% (5,82% si l'employé a 40 ans ou plus).
- Assurance pension des employés : Les cotisations d'assurance sont de 18,3 %, l'employé payant 9,15%.

## La propriété intellectuelle

### Les organismes nationaux compétents

Organisation Japonaise des Brevets (JPO)

Organisation japonaise des informations sur les brevets (JAPIO)

### **Les organismes régionaux compétents**

Groupe d'Experts sur les Droits de Propriété Intellectuelle (IEPG), ressource sur la propriété intellectuelle pour chacun des membres de la communauté économique de l'APEC.

### **Les accords internationaux**

Membre de l'OMPI (Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle)

Signataire de la Convention de Paris sur la protection de la propriété intellectuelle

Signataire des ADPIC - Aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce

## **LES TAUX STANDARDS**

---

### **Les taxes à la consommation**

#### **La nature de la taxe**

Taxe sur la consommation japonaise ou [Shouhizei](#)

#### **Le taux standard**

10% (7,8% de taxe nationale et 2,2% de taxe locale)

#### **Le taux réduit**

Un taux réduit de 8% s'applique: aux fournitures de nourriture et de boissons (hors boissons alcoolisées et repas au restaurant); abonnements aux journaux (limités aux journaux publiés au moins deux fois par semaine et présentant des informations sur des sujets généraux tels que la politique, l'économie, la société et la culture).

### **Les autres taxes à la consommation**

Des taxes d'accise sont perçues sur l'essence, le carburant d'aviation, l'alcool et le tabac.

Des droits de douane sont perçus sur les marchandises importées.

Des droits de timbre de 200 JPY à 600 000 JPY sont imposés sur la signature des documents imposables.

La taxe d'enregistrement et de licence est perçue lorsque certains biens sont enregistrés, à un taux de 0,1% à 2% de la base imposable ou à un montant fixe. Une taxe d'enregistrement des actions est évaluée à 0,7% sur l'enregistrement du capital social nouveau ou complémentaire.

### **Les taxes sur les sociétés**

#### **Impôt sur les sociétés**

23,2%

## **Le taux d'imposition pour les sociétés étrangères**

Une société qui a son siège social au Japon est considérée comme une société nationale, quel que soit le siège de la direction centrale ou la nationalité de ses actionnaires.

## **La taxation des plus-values**

Les plus-values sont imposées en tant que revenu ordinaire au taux normal de l'impôt sur les sociétés, les moins-values pouvant généralement être déduites intégralement. Le droit d'apport est inclus dans la taxe d'habitation locale et l'impôt local sur les entreprises.

La comptabilisation des plus ou moins-values de cession de certains actifs entre les sociétés du groupe doit être différée jusqu'à ce que l'actif soit transféré à une autre société du groupe ou à une société hors groupe.

## **Les déductions et les crédits d'impôt**

Pour pouvoir bénéficier de privilèges fiscaux, y compris les déductions pour dépenses d'entreprise, les reports de pertes fiscales et l'amortissement accéléré, les sociétés doivent demander une déclaration bleue au début de l'année d'imposition.

Les réserves pour créances douteuses et le retour de biens non vendus sont déductibles aux fins de l'impôt sur les sociétés. Des déductions sont également disponibles pour les dons de bienfaisance (jusqu'à certaines limites). Les sociétés peuvent déduire 50% des frais de représentation pour la nourriture et les boissons; tandis que les dépenses de divertissement ne sont déductibles que pour les PME (capital versé jusqu'à 100 millions JPY), jusqu'au plus petit de 8 millions JPY ou du décaissement réel pour les frais de représentation. Les frais de démarrage peuvent être amortis sur une base volontaire. Les frais d'intérêts sont généralement déductibles dans le calcul du revenu imposable.

La rémunération versée aux administrateurs n'est déductible que dans des cas spécifiques. L'impôt sur les entreprises et la taxe sur les locaux commerciaux sont déductibles dans le calcul du revenu imposable.

Les PME peuvent reporter leurs pertes en arrière pendant un an. À la suite de la crise du COVID-19, la NTA a annoncé que les sociétés dont le capital déclaré ne dépasse pas 1 milliard JPY peuvent également reporter les pertes générées entre le 1er février 2020 et le 31 janvier 2022 du COVID-19 et demander des remboursements. 95% des dividendes reçus par une société d'une société étrangère dans laquelle elle a détenu au moins un quart des actions en circulation pendant une période ininterrompue d'au moins six mois peuvent être exclus du revenu imposable de la société.

Pour plus d'informations sur les incitations fiscales, consultez le site de JETRO (Organisation japonaise du commerce extérieur).

## **Les autres taxes sur les sociétés**

Les autres taxes comprennent: le droit de timbre (200 à 600 000 JPY), la taxe municipale sur les immobilisations (prélevée à 1,4%), un impôt sur les acquisitions immobilières de 3% à 4% (réduit temporairement à 1,5% -2%) et les droits de succession (taux progressifs de 10% à 55%).

La taxe d'enregistrement et de licence est perçue lorsque certains biens sont enregistrés, à un taux de 0,1% à 2% de la base imposable ou à un montant fixe. Une taxe d'enregistrement des actions est évaluée à 0,7% lors de l'enregistrement du capital social nouveau ou complémentaire.

Une taxe sur les locaux commerciaux est perçue dans certaines villes, notamment Tokyo, Osaka, Nagoya, Fukuoka, etc. Les entreprises de plus de 100 employés dans une ville désignée et / ou avec des locaux commerciaux de plus de 1000 mètres carrés sont soumises à la taxe basée sur l'utilisation de l'entreprise (600 JPY par mètre carré) et la masse salariale brute (0,25% de la masse salariale brute).

Les cotisations sociales payées par l'employeur s'élèvent au maximum à 16,23%.

Les sociétés familiales sont soumises à un impôt supplémentaire sur leurs bénéfices courants non distribués au-delà des limites spécifiées, avec des taux comme suit: premier 30 millions JPY 10%; 70 millions JPY suivants 15%; plus de 100 millions JPY 20%.

## **Les autres ressources utiles**

[Agence fiscale nationale](#)

[Doing Business - Japon](#), pour connaître le montant des impôts et des cotisations obligatoires.

## **Les conventions de non double imposition**

### **Les retenues à la source**

Dividendes : 15,315% (si payé par une société cotée à un non-résident)/20,42% (payé à un résident ou non-résident), intérêts : 0% (payé à une société résidente)/15,315% (sur les dépôts et obligations) /20,42 % (versé à une personne physique ou à une société non résidente), redevances : 0 % (versée à une entreprise résidente)/10,21 % (versée à une personne physique résidente pour des montants jusqu'à 1 million JPY ; 20 % pour le partie excédentaire)/20,42 % (payé à une personne physique ou morale non-résidente).

Tous les tarifs ci-dessus incluent une surtaxe de 2,1 %.

Les taux peuvent être abaissés en vertu d'une convention fiscale.