

Des entreprises locales revitalisent l'économie régionale : l'exemple de la ville d'Oita

En mai 2019, j'ai passé deux jours dans la région d'Oita où j'ai rendu visite à quatre sociétés : la banque Oita, la Yatsushika Brewery Company, l'Oita Made Company, et la Fundokin Shoyu Company. Comment et pourquoi ai-je été amené à faire ces visites ? que m'ont-elles appris ?

Depuis quelques années, je me rends au Japon deux fois par an, à chaque fois pour des séjours de plusieurs semaines. Je choisis toujours de me rendre dans des villes que je n'ai encore jamais visitées et je les sélectionne en général au hasard. Je ne suis plus très intéressé par le tourisme, je cherche plutôt à découvrir des entreprises locales et les institutions financières qui les soutiennent. Ce n'est pas un projet de recherche sérieux que je cherche à mener, je suis simplement curieux de connaître ces entreprises régionales et leur environnement économique.

Mes collègues de la Development Bank of Japan (la DBJ, « Banque de développement du Japon ») ont pris les dispositions nécessaires pour organiser ces rencontres. À Oita, j'étais accompagné par MAKI Hirofumi, qui travaille au siège de la DBJ à Tokyo, et par FUKUYAMA Kimihiro, représentant en

chef de la DBJ à Oita. Patricia HARA, de l'entreprise Pacific English Inc., a été mon interprète, car ma maîtrise du japonais est insuffisante pour avoir une discussion de fond avec des professionnels. Oita est une petite préfecture située sur la côte orientale de l'île de Kyushu, connue pour ses sources d'eau chaude, notamment celles de la ville de Beppu. La préfecture comptait 1,15 million d'habitants en 2018, soit environ 10 % de moins que son pic de population, atteint en 1955.

À l'instar d'autres préfectures rurales, Oita doit faire face au déclin de sa population, les jeunes quittant la région à la fin de réaliser leurs études secondaires pour entrer à l'université et de faire carrière dans des villes de taille plus importante. Ce phénomène est intensifié par l'actuel recul global de la population japonaise.

La banque Oita, créée en 1893, compte 94 agences dans toute la préfecture. Son activité est florissante, bien que ses bénéfices aient été sous pression à cause du maintien d'une politique de faible taux d'intérêt par la Banque du Japon et de la baisse du nombre de prêts contractés. Elle a toutefois maintenu ses profits en réalisant des plus-values grâce à la vente de Japanese Government Bonds (les JGB, des obligations d'État) et d'autres titres.

La stratégie de la banque consiste à renouveler son offre de prêts et de financements destinés à des projets récents et à de jeunes entreprises afin de « dynamiser la préfecture d'Oita ». Elle participe, en collaboration avec le gouvernement local et d'autres institutions, à un projet d'élevage de bovins de race supérieure (la race wagyu) dans un pâturage vallonné d'une taille de cinquante hectares, où les animaux peuvent se déplacer librement et mettre bas. Ces conditions contrastent avec l'élevage dans de petits enclos où les bêtes sont nourries de céréales et de foin, système permettant une réduction maximale de la main-d'œuvre. La banque s'attend à ce que ce projet soit tout à fait rentable.

La banque Oita n'étant autorisée à détenir que 5 % des parts d'une société, elle s'est associée, en 2017, à quatre entreprises préfectorales pour créer l'Oita Made Company, qui a pour but de promouvoir les produits de ses clients et d'autres entreprises



locales. La boutique de cette entreprise, qui a essentiellement pour clients des touristes japonais, propose une large sélection de produits artisanaux et alimentaires, ainsi que du saké et du shochu.

La société a pour activité principale la vente en gros de produits de la préfecture d'Oita. Elle développe actuellement l'export de bœuf wagyu, de poisson et de champignons shiitake vers Taiwan, ainsi que la promotion de la sauce soja, du miso (des fèves de soja fermentées) et d'autres denrées agricoles. En 2019, l'Oita Made Company a lancé Japan Blue, un stylo plume haut de gamme, conçu à partir d'un matériau métallique innovant, coloré avec de l'indigo naturel.

La Yatsushika Brewery Company, située dans la ville de Kokonoe, est un important producteur régional qui possède plusieurs marques de saké et de shochu haut de gamme et primés. Fondée en 1864, cette entreprise familiale est actuellement gérée par un membre de la sixième génération de dirigeants. La société n'a commencé à produire du shochu qu'à partir de 1981 – en dépit de l'image moins prestigieuse de ce spiritueux – car le shochu est rentable tandis que le saké ne l'est pas. Le marché intérieur est régional et en déclin, ce qui incite l'entreprise à développer activement ses débouchés vers la Chine et le Sud-Est asiatique. Le fils aîné du PDG a élaboré un saké pétillant qui est conditionné dans des bouteilles résistantes à la pression, fabriquées en France. Cette famille d'entrepreneurs a, depuis des générations, réinvesti les bénéfices de sa société.

La Fundokin Shoyu Company, située dans la ville d'Usuki, est un autre exemple d'entreprise familiale, captivante et

innovante, dédiée à l'industrie traditionnelle de l'alimentation. Fondée en 1861, elle produisait initialement du shoyu (« sauce soja ») et du miso. Son président actuel, issu de la cinquième génération de dirigeants, a rejoint la société en 1985 après avoir travaillé pendant plusieurs années à la Banque de développement du Japon. La Fundokin Shoyu Company est le plus important producteur de sauce soja et de miso de l'île de Kyushu, à l'échelle du Japon l'entreprise se classe en neuvième position pour la production de sauce soja et en cinquième position concernant le miso. Il y a une trentaine d'années, en réponse à une demande du marché, la société a développé des assaisonnements à base de sauce soja. Elle a également créé une variété d'autres assaisonnements, dont la très populaire vinaigrette au sésame qui représente aujourd'hui presque la moitié de ses ventes d'assaisonnements. La Fundokin Shoyu Company possède quatre usines, chacune étant spécialisée dans un type de produits. Ces usines sont constituées en sociétés indépendantes, organisées en coopérative ayant pour actionnaires minoritaires d'autres producteurs locaux. Mon voyage à Oita m'a permis de confirmer mon impression quant au Japon et d'affirmer qu'une de ses forces réside dans ses petites entreprises privées. Elles prospèrent dans tout le Japon et font de leur pays bien plus qu'une économie de villes importantes et de grands groupes. J'ai rédigé de brefs comptes-rendus sur chaque entreprise, que vous pouvez consulter sur le site internet du Centre d'études sur l'économie et le commerce japonais de l'université Columbia, grâce au lien suivant : www.gsb.columbia.edu/cjeb/research/companyreports. ✨



Hugh Patrick

Hugh Patrick est le fondateur et le président du Centre d'études sur l'économie et le commerce japonais ainsi que le co-directeur du Centre d'études APEC de l'université de Columbia. Il est également professeur émérite de la chaire R. D. Calkins de commerce international de l'école de commerce de Columbia. Il a obtenu une licence à l'université de Yale en 1951, un master en études japonaises (1955) et en économie (1957), et un doctorat en économie à l'université du Michigan (1960). Il a publié à titre professionnel dix-huit ouvrages et une soixantaine d'articles et d'essais, dont

le plus récent, *How Finance Is Shaping the Economies of China, Japan, and Korea* (Columbia University Press, 2013), a été co-édité avec Yung Chul Park. Le professeur Hugh Patrick a été récompensé par les bourses Guggenheim et Fulbright, et a reçu le prix Ohira. Il est membre du *Council on Foreign Relations* depuis 1974. En novembre 1994, le gouvernement du Japon lui a décerné l'Ordre du trésor sacré, étoile d'or et d'argent (Kunjitō Zuihōshō). En novembre 2010, il a reçu le prix *Eagle on the World* de la Chambre de commerce et d'industrie japonaise de New York.