

FRANCE JAPON ÉCO

フランス・ジャポン・エコ / 日本で唯一のフランス語・日本語2か国語ビジネス雑誌 / VIE ET AFFAIRES AU JAPON

ANALYSE 分析

15270070330146
AU PAYS DU DUTY FREE

デューティーフリーの国

LES TÉMOINS 対談

ANNE HIDALGO
& VALÉRIE PÉCRESSE

パリ市アンヌ・イダルゴ市長
& バレリー・ペクレス氏

COMMERCE 貿易

CES FROMAGERS
QU'ON ASSASSINE !

チーズ業界の危機!

ボンジュール
フランス 2016
**BONJOUR
FRANCE**
2016

DOSSIER 特集

QUELQUES IDÉES
JEUNES SUR 若い人口統計学
LA DEMOGRAPHIE

ET AUSSI REPÈRES 比較 INDICATEURS インデックス SÉBASTIEN LEMOINE セバスチャン・ルモアヌ AUDREY BESSON オドレ・ベッソン
JÉRÔME FINCK ジェローム・フィンク JÉRÔME CHOUCAN ジェローム・シュシャン WATSON ワトソン...

CCI FRANCE JAPON
在日フランス商工会議所

PRINTEMPS 春 2016

N°146

Saké : leçon de Français

フランス人が紹介する日本酒

*

DEPUIS DES ANNÉES SÉBASTIEN LEMOINE INITIE LES NÉOPHYTES AUX SUBTILITÉS DU SAKÉ. LEÇONS D'UN PÈLERIN

INTERVIEW

C

omment expliquer que le saké demeure si inconnu à l'étranger ?

Le saké part avec un déficit d'image à l'étranger. On a exporté sous la désignation de « saké » tous types d'alcools asiatiques, dont des alcools de faible qualité, et il faut commencer par éclaircir les choses. D'autre part, le monde du saké est un univers encore complexe, animé par de petits producteurs, sans produit leader, ni branding, ni stratégie d'éducation du consommateur. Mais les choses sont en train de changer sous l'égide de maisons innovantes et d'ambassadeurs du saké, par des événements et de la diffusion d'informations. En Asie, Mouton Rothschild avec Mouton Cadet a fait un travail d'éducation dans le domaine du vin que les grands noms du saké n'ont pas fait. Ensuite, les étiquettes des bouteilles de saké, en japonais, sans véritable stratégie de marque, restent difficiles à retenir malgré la contre-étiquette. Les maisons de saké qui se lancent à l'étranger n'ont pas vraiment les moyens financiers des ambitions du secteur et ne parlent pas bien, en général, la langue de leur prospect. Enfin, pour ce qui est du marché européen, le saké reste un produit relativement cher par rapport aux autres alcools, le vin en particulier. La logistique entre le Japon et

l'Union Européenne ne semble pas bien fonctionner pour ce produit.

Pensez-vous que le saké lui-même soit naturellement incapable d'égaliser le vin ?

Non. Le saké est une excellente alternative au vin blanc et parfois même au vin rouge pour la plupart des cuisines du monde.

Le saké suscite-t-il des débats au Japon comme le vin en France ?

À Tokyo, les discussions sont très vives. Les journalistes en parlent, relèvent des tendances et des modes. Ce début d'année a été marqué par quantité de symposiums, d'articles et de dossiers sur le saké dans la grande presse. Mais à la campagne cela reste un produit local, destiné à être consommé localement, et qui donc donne peu lieu aux débats.

Est-il facile de convertir des non-initiés au saké ?

Avec un peu d'éducation, un consommateur comprend rapidement les distinctions entre les bons et les mauvais produits. Mais même ceux à qui j'ai fait aimer le saké se heurtent vite à une barrière linguistique. Au Japon il n'est pas facile de distinguer un *honjozo* d'un *junmai* ou d'un *ginjo*, à moins de bien maîtriser les kanjis !

Peut-on conserver du saké en vue de le faire vieillir ?

C'est possible pour beaucoup de sakés. Mais en réalité cela se heurte à la philoso-

phie des producteurs et des commerçants, qui vous incitent à le consommer au moment de l'achat. La bonne analogie pour comprendre un producteur de saké n'est pas celle du vin mais du champagne. Un producteur de champagne a comme but de réussir la même production, et de vendre la même bouteille, tous les ans. C'est exactement l'état d'esprit d'un producteur de saké ! Cela dit quelques *kura* (chai) vendent des sakés vieilliss en cave.

Le terroir a-t-il la même importance dans le vin et dans le saké ?

Moins qu'avant. Jadis, le saké était produit et vendu localement. Il était adapté à la gastronomie locale, ce qui le liait fortement à sa région. C'est moins vrai aujourd'hui. Le saké est un mélange d'eau, de riz et de levure, et ces deux derniers éléments voyagent facilement, beaucoup plus facilement que le raisin par exemple.

Que pensez-vous des efforts de Dassai, peut-être la maison la plus volontaire pour exporter son saké ?

Dassai a révolutionné le monde du saké. Pas de doute. Ils ont standardisé leur production et se sont concentrés sur quelques références en adoptant un positionnement haut de gamme.

L'incroyable popularité du whisky japonais est-elle riche d'enseignement pour le saké ?

Je ne pense pas. Le whisky est un monde relativement simple, avec quelques grands noms adossés à de grands groupes capables d'imposer des marques. Le saké, lui, compte des milliers de références. Ensuite le whisky japonais est, précisément, du *whisky*, compris par Européens et Américains, donc beaucoup plus facile à comprendre et à accepter que du saké. RA

➔ 数年前から、セバスチャン・ルモワヌ氏は日本酒の奥義への案内人である。行脚の成果を語る。

海外で日本酒があまり知られていない理由は为什么呢？

日本酒は、何のイメージもないまま外国に向けて輸出されました。あらゆる種類のアジアのアルコール類、それも質の低いものも含めて、すべて「saké」という表示で海外に広まったため、まず

« UN SAKÉ EST UNE
EXCELLENTE ALTERNATIVE
À UN VIN BLANC »

「日本酒は、見事に白ワインの
代わりになります」



は、すべての事を明確にするところから始めなければなりません。一方、日本酒の世界はまだ複雑な領域であり、製造元は小規模で、リーダー的な商品が存在せず、ブランディングも消費者を啓蒙する戦略がありません。ただし、革新的な酒蔵、酒親善大使の活躍や情報発信のおかげで、徐々に状況は変わりつつあります。ムートン・ロートシルト氏は、アジアにおいて、ワインの啓蒙活動をムートン・カテ氏とともに行いましたが、日本酒の大手銘柄は同じことをしませんでした。しかも、日本酒の日本語で書かれたラベルは実際のブランド戦略もなく、ビンの裏ラベルもあまり記憶に残りません。海外に進出する酒蔵は、希望に見合う資金力があるわけでもなく、有望な取引先の言語もわかりません。さらに、ヨーロッパの市場で日本酒は、他のアルコール類、とりわけワインと比べて、比較的高価な商品とされています。日本とヨーロッパ間のロジスティックス（輸送）は、日本酒に関しては、あまり良く機能しているとは言えません。

日本酒は、ワインと同じ地位を築けないのでしょうか？

いいえ、日本酒は世界中のほとんどの料理にとって、見事に白ワインの代わり、時には赤ワインの代わりにもなります。

日本酒は、フランスのワインのように、日本国内でさらに話題になるのでしょうか？

東京では頻繁に話題に上ります。ジャーナリストが話題にし、トレンドや流行についても取り上げます。この年頭には、大手メディアに、日本酒に関するシンポジウム、記事や特集が数多く取り上げられました。一方、地方では地元の商

品、つまり地元で消費されるものにとどまり、あまり話題にはなっていません。

日本酒をまったく知らない人でもわかりやすいのでしょうか？

少し学べば、すぐに良い酒と悪い酒の区別ができるようになります。ただし、私が日本酒好きにした人たちもそうですが、すぐに言語の壁にぶつかります。日本では、漢字を習得しない限りは、本醸造を、純米や吟醸と区別することは容易ではありません！

日本酒を熟成させるために、保存しておくことはできますか？

多くの日本酒は可能ですが、実際には生産者や販売者が勧めているわけではありません。彼らは購入したらすぐに消費することを勧めています。実際のところ、日本酒の生産者を理解するために、もっとも比較できるものは、ワインではなくシャンパンです。シャンパン生産者は、毎年同じ商品を、同じボトルで販売することを心がけています。日本酒生産者の精神は、まさにそれと同じなのですが、なかには貯蔵室で十分に寝かせた日本酒を販売している酒造所もあります。

産地は、ワインのように日本酒でも重要なのでしょうか？

以前ほどではありません。かつて日本酒は、地元で生産され、地元で消費されていました。地元の料理に合わせ、その地と密接に結びついていました。現在はそうとは限りません。日本酒は、水、米、酵母から造られていますが、米と酵母については、例えばブドウに比べてはるかに容易に移動させることができます。

海外進出に最も意欲的な酒蔵と思われる「獺祭（だっさい）」の努力をどう思われますか？

獺祭は日本酒の世界に改革を起こしたといっても過言ではありません。自社商品を最高レベルに位置づけるために、すべての製品を規格化し、少量の銘柄で、高品質の酒造りを実現しました。

日本ウィスキーの絶大な人気は、日本酒にとっても見事なお手本になりますか？

私はそうは思いません。ウィスキーは比較的シンプルな世界で、代表商品にブランドを付けることができる大手企業グループが背景にいます。日本酒は、多くの銘柄がある一方、ウィスキーは欧米の消費者にとって完全に馴染みのある飲み物です。高品質の日本産ウィスキーは、強いブランドを打ち出す力がある大手企業グループで、かつ銘柄はわずかです。さらに、日本のウィスキーは、まさしく、欧州や米国が良く知る「ウィスキー」であり、よって理解されることも、受け入れられることも、日本酒よりは明らかに容易なのです。RA