vinetur

La exportación de sake japonés crece un 80% y conquista la alta gastronomía internacional

Sumilleres de todo el mundo consideran imprescindible el conocimiento del sake, impulsando su presencia en restaurantes de prestigio

jueves 20 de noviembre de 2025



El interés por el sake japonés entre los sumilleres internacionales ha aumentado de forma notable en los últimos años. Así se ha puesto de manifiesto durante la celebración del “ASI Best Sommelier of Asia & Pacific 2025”, que tuvo lugar este otoño en Kuala Lumpur, Malasia. En el marco de este evento, la Japan Sake and Shochu Makers Association (JSS) organizó una clase magistral sobre sake que reunió a profesionales del sector de diferentes países.

William Wouters, presidente de la Association de la Sommellerie Internationale (ASI), que representa a más de 40.000 sumilleres en todo el mundo, explicó que la presencia del sake en los menús de restaurantes de alta cocina ya no sorprende a nadie. Según sus palabras, la colaboración entre ASI y JSS permite que tanto sumilleres como clientes puedan elegir sake con confianza en restaurantes de diferentes estilos.

La exportación de sake japonés ha crecido cerca de un 80% entre 2020 y 2024, impulsada sobre todo por los mercados de Norteamérica y China. Desde que JSS y ASI firmaron un acuerdo en 2022, ambas entidades han trabajado para impulsar la formación sobre sake a nivel internacional. Uno de los avances más recientes es la creación de una plantilla para catas a ciegas basada en los estándares de ASI, lo que sitúa la evaluación del sake al mismo nivel que la del vino y otras bebidas espirituosas.

Reeze Choi, sumiller de Hong Kong y ganador del título “Best Sommelier of Asia & Pacific 2025”, subrayó que el sake es mucho más que una bebida y representa parte fundamental de la cultura japonesa. Choi considera que el conocimiento sobre el sake es ahora imprescindible para cualquier sumiller.

Durante la clase magistral celebrada en Kuala Lumpur, Sean Ou, responsable del JSS Singapore Support Desk, explicó algunas características del sake. Señaló su alta concentración de aminoácidos, lo que aporta profundidad al sabor umami. Además, al ser bajo en acidez y no contener taninos, combina bien con muchos tipos de cocina. Ou también indicó que el sake se conserva mediante pasteurización (hi-ire) sin necesidad de utilizar dióxido de azufre ni nitritos, lo cual responde a las preferencias actuales por productos más naturales.

La JSS organiza además el “Sake Study Tour for International Industry Influencers”, un programa que invita a sumilleres extranjeros a Japón para visitar bodegas y conocer la cultura local. Esta iniciativa busca ampliar el conocimiento sobre el sake fuera del país asiático.

Hiromi Iuchi, directora del departamento internacional de JSS, recordó las dificultades iniciales para introducir el sake en restaurantes no japoneses hace quince años en Nueva York. Según Iuchi, esa barrera está desapareciendo poco a poco. Actualmente, seis de los 31 restaurantes franceses con tres estrellas Michelin ofrecen sake en su carta, lo que supone cerca del 20%. El interés por el sake también crece en otros mercados. Por ejemplo, el restaurante Burnt Ends (una estrella Michelin) en Singapur ofrece veinte tipos diferentes junto a vinos australianos. En Hong Kong, L’Atelier de Joël Robuchon incluye varias referencias en su carta. Incluso en países donde la figura del sumiller es menos común, como Kenia —con solo cuarenta sumilleres certificados— se observa una mayor curiosidad por esta bebida japonesa.

Akira Koga, director general de JSS, señaló que aunque el consumo interno de sake en Japón disminuye debido a una menor demanda general de bebidas alcohólicas, el interés internacional resulta alentador para el sector. La asociación espera que este impulso desde fuera ayude también a revitalizar el mercado nacional.

JSS tiene previsto continuar su colaboración con ASI mediante programas educativos y actividades culturales para seguir promoviendo el conocimiento y consumo del sake tanto dentro como fuera de Japón.