vinetur

Les ventes de saké sans produits chimiques bondissent après le renouvellement de 2025

Kojima Sohonten indique que TOKO AIGAMO s’est vendu environ 3,3 fois plus après une refonte mettant en avant ses méthodes agricoles durables

vendredi 17 avril 2026



Un saké élaboré à partir de riz cultivé sans produits chimiques a vu ses ventes progresser d’environ 3,3 fois après un renouvellement en 2025, selon Kojima Sohonten Co., Ltd., une brasserie de la préfecture de Yamagata qui estime que ce résultat montre que la durabilité devient un critère dans les choix d’achat des consommateurs.

Le produit, désormais commercialisé sous le nom TOKO AIGAMO, avait été lancé à l’origine en octobre 2023 sous l’appellation TOKO Junmai Daiginjo AIGAMO Robot Farming, puis renouvelé en mars 2025. L’entreprise a indiqué avoir comparé le volume

total des ventes sur la période d’un an suivant le lancement de la version initiale et du produit renouvelé, et avoir constaté que les ventes après le renouvellement étaient environ 3,3 fois plus élevées.

Basée à Yonezawa, Kojima Sohonten brasse du saké depuis plus de 400 ans, depuis 1597. Ces dernières années, elle est passée à une production exclusivement de junmai sake, brassé sans ajout d’alcool distillé, et a également mis en avant des mesures environnementales liées à son processus de production. L’entreprise a indiqué avoir atteint la neutralité carbone pour les émissions des scopes 1 et 2 en 2023 grâce à l’utilisation d’énergie renouvelable produite à partir des lies de saké dans un système de biogaz.

TOKO AIGAMO est élaboré à partir de riz cultivé sans produits chimiques grâce au robot AIGAMO Robot™, alimenté par énergie solaire, une machine de désherbage automatique qui remue la boue dans les rizières afin de bloquer la lumière du soleil et de freiner les mauvaises herbes. Cette méthode permet aux agriculteurs d’éviter les herbicides chimiques tout en favorisant la biodiversité, a précisé l’entreprise.

Lors du renouvellement de mars 2025, la brasserie a conservé le même riz cultivé dans la préfecture de Yamagata, Dewasansan, mais a modifié le taux de polissage de 50 % à 80 %. Le polissage du riz consiste à retirer les couches externes du grain avant le brassage. Kojima Sohonten a indiqué que cette nouvelle version avait été conçue pour mieux valoriser le caractère naturel du riz tout en conservant un goût équilibré avec une acidité adaptée aux accords mets-vin. L’étiquette a également été redessinée avec un pictogramme AIGAMO afin de rendre plus lisible l’origine du produit.

L’entreprise a indiqué que plusieurs facteurs avaient contribué à la hausse des ventes, notamment une meilleure mise en rayon chez les détaillants, des supports promotionnels autour du goulot expliquant l’histoire du produit et des dégustations en magasin. Elle a ajouté que les clients réagissaient souvent positivement après avoir découvert la méthode de culture puis goûté le saké.

Chez Kanamori Liquor Store, à Yamagata, le gérant Shikama a déclaré que les conversations avec les clients commencent souvent par des questions sur ce qu’est le AIGAMO Robot et sur son fonctionnement. Il a expliqué que les dégustations

permettent de transformer l’intérêt en achat et que ce saké offre un « caractère naturel et un umami net ».

Le président de Kojima Sohonten, Kenichiro Kojima, a déclaré que l’entreprise estime que la durabilité est de plus en plus reconnue non seulement comme une idée, mais comme une valeur que les clients choisissent activement. Il a ajouté que les jeunes consommateurs, en particulier, se sont montrés intéressés par l’origine des produits issus d’une culture sans produits chimiques et par des méthodes de brassage qui respectent le caractère des ingrédients.

La brasserie a indiqué que ses efforts en matière de durabilité comprennent également des formations sur le terrain pour les employés dans la zone source de la rivière Mogami, au mont Azuma, ainsi que des visites d’une centrale au biogaz à Iide Town, où les lies de saké sont transformées en énergie. Selon elle, ces activités visent à approfondir la compréhension des ressources locales en eau, des systèmes de recyclage et du rôle du brassage dans une économie circulaire.

TOKO AIGAMO s’est également développé au-delà du Japon vers des marchés comme la Corée du Sud, Taïwan et le Canada, avec des projets pour l’Europe, selon l’entreprise.