vinetur

Le esportazioni di sake in Giappone crescono a 43,5 miliardi di yen

Le esportazioni di sake in Giappone aumentano dell'80% dal 2020

sabato 4 ottobre 2025



Il Sake Day, osservato ogni 1° ottobre, ha segnato un momento significativo per l'industria giapponese del sake sin dalla sua istituzione da parte della Japan Sake and Shochu Makers Association (JSS) nel 1978. La data è stata scelta per onorare sia l'inizio tradizionale dell'anno di produzione del sake sia il simbolismo culturale del carattere cinese per "ottobre", che si riferisce anche alle bevande alcoliche. Nel corso di quasi

cinque decenni, il Sake Day è diventato un'occasione per eventi in tutto il Giappone e a livello internazionale, incoraggiando le persone a gustare e conoscere il sake.

Il panorama del sake è cambiato radicalmente dagli anni Settanta. Nel 1973, le spedizioni nazionali hanno raggiunto un picco di circa 197 milioni di casse da nove litri. Nel 2023, quel numero era sceso a circa 47 milioni di casse, appena un quarto del volume precedente. Nonostante questo declino, il sake rimane un punto fermo della cultura giapponese, con un consumo pro capite nel 2023 di 3,8 litri, superiore ai 3,2 litri di vino per persona.

Mentre il consumo interno è diminuito, l'interesse internazionale per il sake è cresciuto notevolmente. Nel 1988, le esportazioni ammontavano a circa 2,2 miliardi di yen in 50 Paesi e regioni, con un prezzo medio di soli 243 yen per bottiglia da 720 ml. Nel 2024, le esportazioni avevano raggiunto circa 43,5 miliardi di yen in 80 Paesi e regioni e il prezzo medio per bottiglia era salito a circa 1.008 yen. Solo tra il 2020 e il 2024, il valore delle esportazioni è aumentato di circa l'80%.

Le categorie di sake premium come Junmai e Junmai Daiginjo hanno guadagnato popolarità all'estero, con un'ampia gamma di profili di sapore ora disponibili a livello globale. Anche le regioni di produzione stanno cercando di ottenere lo status di Indicazione Geografica (IG) per proteggere i loro nomi e promuovere l'identità regionale; a partire da quest'anno, 18 regioni hanno ottenuto il riconoscimento IG.

Un fattore chiave della recente crescita delle esportazioni è la collaborazione con le associazioni internazionali di sommelier. La partnership del JSS con l'Association de la Sommellerie Internationale (ASI) ha contribuito a rendere la conoscenza del sake un requisito dei migliori sommelier di tutto il mondo. Al concorso Best Sommelier of Asia & Pacific tenutosi in Malesia nel settembre 2025, il sake è stato messo in primo piano. Nanoha Higuchi, Overseas Business Department Manager di JSS, ha notato che i gruppi di ristoranti di lusso in Australia e i ristoranti raffinati in Vietnam offrono ora abbinamenti con il sake, un'indicazione del fatto che il sake si sta spostando oltre i ristoranti giapponesi occasionali verso i locali di fascia alta.

Nonostante questi successi all'estero, il settore si trova ad affrontare serie sfide in patria a causa dell'aumento dei prezzi del riso e della scarsità delle forniture. I birrifici di sake si affidano a tre tipi di riso: il riso specifico per il sake (shuzo-koteki-mai), il riso per gli alimenti lavorati e il riso da tavola. La coltivazione del riso per il sake richiede più manodopera e produce meno rispetto alle altre varietà, il che lo rende due volte più costoso. La varietà più conosciuta è la Yamada Nishiki. Dallo scorso anno, le interruzioni della fornitura di riso da tavola e l'aumento dei prezzi hanno ridotto gli incentivi degli agricoltori a coltivare il riso sake. Se questa tendenza continua, un numero maggiore di agricoltori potrebbe passare dalla coltivazione del riso per sake a quella del riso da tavola, minacciando il futuro della produzione di sake premium.

Per affrontare questi problemi, il JSS sta sollecitando l'azione del governo, concentrandosi anche sugli sforzi di promozione globale. Nel novembre 2025, cinque rinomati sommelier visiteranno la regione giapponese di Tohoku, una delle principali aree di produzione del sake, per visitare i birrifici e conoscere la cultura della fermentazione attraverso visite ai produttori di muffe koji e di miso. Queste esperienze mirano ad approfondire la loro conoscenza del sake in modo da poterla condividere a livello internazionale.

Il JSS prevede di continuare la sua presenza alle principali fiere commerciali come Wine Paris e ProWein nel 2026. Inoltre, amplierà i programmi educativi con le associazioni nazionali di sommelier, organizzerà eventi in Polonia e gestirà il programma annuale di formazione della Japan Sake and Shochu Academy.

In Giappone, i birrifici stanno sviluppando nuovi prodotti come i sakè a basso contenuto alcolico e frizzanti per attirare i consumatori più giovani. I ristoranti stanno anche diffondendo il "Sake-High", un mix di sake con acqua gassata. La JSS e i produttori di birra stanno lavorando insieme per adattarsi alle mutevoli preferenze dei consumatori, mantenendo la tradizione e il fascino del sake sia a livello nazionale che all'estero.

Mentre l'industria si trova ad affrontare la crescita delle esportazioni e le sfide interne dovute all'aumento dei costi e al cambiamento delle priorità agricole, le parti interessate rimangono impegnate a promuovere le qualità uniche del sake in tutto il mondo e a garantirne il futuro come simbolo della cultura giapponese.