

Les mouvements pour la revalorisation de la sauce soja au Japon

11 février 2022

Alice Doublier (CNRS) a mené une enquête, au Japon, sur les mouvements de revalorisation de la sauce soja. Un article paru fin 2021 dans *Anthropology of food* en livre les premiers résultats. Le condiment, obtenu par macération d'un mélange de blé et de graines de soja, constitue un pilier de la gastronomie japonaise, « assaisonnement passe-partout » recherché pour sa régularité et l'apport en *umami*, « cette cinquième saveur qui enrobe le palais ». Produite traditionnellement en fûts de cèdre (image ci-dessous), la sauce fait l'objet, dès les années 1950, d'une production industrielle et d'une consommation globalisée, soutenue par l'implantation des brasseries Kikkoman aux États-Unis et en Europe. La consommation japonaise actuelle est 3,5 fois moins importante que celle des années 1970, les volumes produits dans l'archipel diminuent depuis les années 1990 et les productions traditionnelles sont en crise, ne représentant plus que 1 % du marché national.

Chai de sauce soja de la brasserie Shôkin



Source : © Alice Doublier (Shôdoshima, juin 2019)

Réticents à mettre en place des labels ou des indications géographiques, les petits producteurs s'organisent cependant, depuis une dizaine d'années, sous forme de collectifs et de réseaux protéiformes, pour « défendre une production locale et à taille humaine ». L'article décrit aussi les activités d'un nouveau corps de spécialistes, qui se présentent comme « sommeliers ». Derrière leurs trajectoires singulières (artiste-designer, *salaryman* reconverti, fils d'un brasseur, etc.), on peut voir un effet de génération, ainsi que « l'impérieuse nécessité ressentie » par

de nombreux Japonais de faire vivre leurs industries traditionnelles et leur tissu de petites et moyennes entreprises (céramique, saké, etc.).

L'article souligne les efforts pour faire apprécier, à l'aide de différents dispositifs (livres, dégustations publiques, visites de chai, collaboration avec des chefs étrangers), les nuances entre différentes sauces, « réelles mais fort subtiles ». Comme souvent dans les démarches de patrimonialisation gastronomique, la défense d'une production artisanale est accompagnée « d'une mise en récit de la diversité des modes de fabrication et des saveurs », sous des formes qui évoquent la promotion du vin ou le dynamisme des bières artisanales. L'auteure souligne également la difficulté à justifier un prix bien plus élevé que celui du produit standard vendu en supermarché.

Dans le même [numéro](#) et toujours sur le Japon, signalons un [article](#) consacré aux scènes de cuisine et de dégustation dans les films d'animation, et un [autre](#) sur la fin du tabou de la viande au XIXe siècle.

Florent Bidaud, Centre d'études et de prospective

Source : [Anthropology of food](#)