

La EPA lleva *Shochu* a la UE

Con el Acuerdo de Asociación Económica (EPA) entre la Unión Europea y Japón, el *shochu* puede encontrar compradores en el nuevo mercado mundial.

Uno hace referencia al sake japonés, en el mundo occidental, generalmente mediante la palabra *nihonshu*. El hecho es que, la palabra japonesa “sake” también significa bebida alcohólica, y el *shochu* es otro tipo de sake tradicional japonés del que el mundo dispone para poder explorar.

Este alcohol destilado que cuenta con una historia de quinientos años está fermentado utilizando un hongo llamado *koji* (*Aspergillus oryzae*) antes de realizarse su destilación. La mezcla de sus ingredientes le da características distintivas, incluyendo complejos sabores y aromas.

Hecho de batatas, trigo sarraceno, cebada, arroz o azúcar de caña, el *shochu* ofrece una nueva propuesta a la mesa de los comensales en forma de una bebida espirituosa (contenido de alcohol entre el 25 % y el 45 %) que se puede servir con alimentos. Una nueva categoría en el mundo de las bebidas.

El *nihonshu*, de forma similar a los vinos, es más fácil de maridar con los alimentos desde una perspectiva occidental, lo que facilita su comercialización. Sin embargo, el *shochu* mantiene su posición en la escena gastronómica mundial.

Kyushu, una de las islas del archipiélago japonés ubicada en el sur, es sede de muchas destilerías, incluyendo

la de TAKAHASHI SHUZO CO., LTD., que introdujo su *shochu* de arroz en la Expo Milano 2015. El presidente de la compañía, Mitsuhiro Takahashi, dijo: “Nuestro principal producto es el *shochu* de arroz. En la Feria Mundial, presentamos el *nihonshu* como una bebida elaborada y el *shochu* de arroz como un producto destilado. Ambos están hechos de arroz: el cultivo principal de Japón. Ofrecimos una degustación de *shochu* de arroz con sushi para mostrar a los visitantes lo bien que se complementan. Fue todo un éxito”.

Después de la positiva respuesta de 2015, las exportaciones europeas de TAKAHASHI SHUZO aumentaron, al año siguiente, un 112,5 %. En 2017, la tasa de crecimiento interanual aumentó un 268,5 % y continúa al alza. En Europa actualmente exportan al Reino Unido, a los Países Bajos, a Bélgica y a Suecia, y el número de países va en aumento.

Las destilerías están explorando nuevas formas de llevar el *shochu* al mundo occidental, incluyendo una ginebra artesanal utilizando *shochu* de batata como base llamada Yuzugin de Kyoya Distiller and Brewer Co., Ltd.

“Deseábamos proponer una nueva bebida espirituosa que se pudiera disfrutar como el güisqui o el brandi en un bar. Yuzugin ofrece un sabor fresco y limpio



Combinando *shochu* de arroz TAKAHASHI SHUZO con sushi en la Expo Milano 2015. Esta nueva categoría de bebidas alcohólicas cautivó a los camareros italianos.



con un buen equilibrio entre la batata y el cítrico *yuzu*, ambos de Kyushu. Perfecto antes, durante o después de las comidas. Yuzugin ha obtenido popularidad en el Reino Unido. Después de probar la ginebra a base de *shochu*, muchas personas han mostrado su interés en relación al *shochu*”. —Shinichiro Watanabe, presidente de Kyoya Distiller and Brewer Co., Ltd.

Las negociaciones del Acuerdo de Asociación Económica comenzaron en



Presidentes de *shochu* de los tres mercados. Izquierda: Mitsuhiro Takahashi, presidente de TAKAHASHI SHUZO CO., LTD. Centro: Shinichiro Watanabe, presidente de Kyoya Distiller and Brewer Co., Ltd. Derecha: Kazuto Hombo, presidente de Hombo Shuzo Co., Ltd.

2013 y finalizaron en 2017. Una vez que estén vigentes, unos aranceles más bajos promoverán el comercio, facilitarán la inversión, crearán nuevos puestos de trabajo y fomentarán una sensación de competencia al mercado, a la vez que impulsarán la economía en general.

Y el Acuerdo de Asociación Económica protege las Indicaciones de Procedencia (GI, por sus siglas en inglés) como propiedad intelectual, usando un signo distintivo para indicar que un producto

proviene de un país, región o localidad en particular para preservar la calidad, la reputación y otras valiosas características. También evita que aparezcan imitaciones en el mercado mundial, lo cual es una buena noticia para los fabricantes de *shochu*.

“El Acuerdo de Asociación Económica mejorará el reconocimiento de la marca Kyushu como isla del *shochu*. Bajo la protección de la IG, los fabricantes japoneses de *shochu* pueden aunar sus

Botellas de *shochu* de los tres mercados. Las formas y tamaños de las botellas difieren según el producto, y cuando el Acuerdo de Asociación Económica entre en vigor y se relajen las restricciones en cuanto a las cantidades contenibles en las botellas, los fabricantes podrán utilizar sus botellas originales que fueron diseñadas para productos individuales.

esfuerzos para llevar el verdadero sabor del *shochu* japonés a Europa. Además, las restricciones relajadas en la cantidad contenida por botella nos permitirán exportar botellas y tapas originales que hemos diseñado cuidadosamente para cada producto, ofreciendo a los consumidores una amplia variedad de opciones para disfrutar”. —Kazuto Hombo, presidente de Hombo Shuzo Co., Ltd. Ahora, brindemos... ✿