



HAL
open science

Conflits autour de l'indication géographique Hatcho miso : de l'exclusion vers le choix d'une alternative ?

Kenjirō Muramatsu

► **To cite this version:**

Kenjirō Muramatsu. Conflits autour de l'indication géographique Hatcho miso : de l'exclusion vers le choix d'une alternative?. *Ebisu - Études Japonaises*, 2023, 60, pp.279 - 310. 10.4000/ebisu.8775 . halshs-04834291

HAL Id: halshs-04834291

<https://shs.hal.science/halshs-04834291v1>

Submitted on 12 Dec 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Conflits autour de l'indication géographique *Hatcho miso* : de l'exclusion vers le choix d'une alternative ?

八丁味噌の地理的表示(GI)をめぐる紛争 - 排除からオルターナティブな選択へ？

The Conflict Surrounding Hatcho Miso as a 'Geographical Indication': What are the Alternatives to Exclusion?

Kenjiro Muramatsu



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/ebisu/8775>

DOI : 10.4000/ebisu.8775

ISSN : 2189-1893

Éditeur

Institut français de recherche sur le Japon à la Maison franco-japonaise (UMIFRE 19 MEAE-CNRS)

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2023

Pagination : 279-310

ISSN : 1340-3656

Référence électronique

Kenjiro Muramatsu, « Conflits autour de l'indication géographique *Hatcho miso* : de l'exclusion vers le choix d'une alternative ? », *Ebisu* [En ligne], 60 | 2023, mis en ligne le 20 février 2024, consulté le 29 février 2024. URL : <http://journals.openedition.org/ebisu/8775> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ebisu.8775>



Le texte seul est utilisable sous licence CC BY-NC-ND 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.

Conflits autour de l'indication géographique *Hatcho miso* : de l'exclusion vers le choix d'une alternative ?

Kenjirō MURAMATSU

八丁味噌の地理的表示 (GI) をめぐる紛争 - 排除からオルターナティブな選択へ？

村松研二郎

The Conflict Surrounding *Hatcho Miso* as a 'Geographical Indication':
What are the Alternatives to Exclusion?

Kenjirō MURAMATSU

▼ **Mots-clés** : indication géographique, *Hatcho miso*, terroir, sectoriel, territorial, mode de gouvernance, bien commun

L'auteur : Kenjirō Muramatsu est maître de conférences à l'université Jean Moulin Lyon 3. Titulaire d'un doctorat de sociologie (2012), consacré à l'usage de l'agriculture dans le social au Japon et en France, il est coordinateur du projet scientifique « Retour à/de la terre » (MISHA, UAR3227) depuis 2019.

Résumé : Le cas de la certification de l'indication géographique (IG) *Hatcho miso* constituerait un des cas les plus

conflictuels des politiques japonaises de « marques régionales » promues depuis les années 2000 : les deux fabricants historiques de la ville d'Okazaki se sont en effet retrouvés exclus du groupe des producteurs inscrits dans ce label validé en 2017 par l'État. Les conflits autour de cette certification ont pour toile de fond l'opposition profonde entre deux modes de gouvernance « sectorielle » et « territoriale », qui rend difficile la recherche d'un compromis entre deux parties. Pour sortir de cette impasse, il est proposé de construire un autre marché légitime fondé sur des normes à base civique, déli-bérative et territorialisée.

キーワード

地理的表示、八丁味噌、テロワール、業界的論理、地域の論理、ガバナンス、共有財

著者

村松研二郎はリヨン第三大学准教授であり、2012年に日本とフランスにおける農業の福祉的活用事業についての博士論文(社会学)を執筆している。2019年からは研究プロジェクト「大地の回帰 / 大地への回帰」(MISHA, UAR3227)の責任者を務めている。

要旨

八丁味噌の地理的認証(GI)の事例は、2000年代から推進されてきた日本の「地域ブランド」政策の中でも、最も矛盾と対立に満ちた事例の一つであろう。そこでは、国が2017年に認証したGI八丁味噌の登録生産者グループから、最も歴史が古く、老舗と評される2つの生産者が除外された。この認証問題の背景には、「業界的論理」と「地域の論理」という二つのガバナンス論理の間の断絶があり、二者間の妥協点を見出すことが難しい状況となっている。この行き詰った状況を脱するためには、市民的、熟議的、領土的な基準に基づくもう一つの正当な市場が構築される必要があるとされている。

Keywords: geographical indication, *Hatcho miso*, terroir, sectoral, territorial, mode of governance, common good

The Author: Kenjiro Muramatsu is an associate professor at the University Jean Moulin Lyon 3. He holds a doctorate in sociology (2012) on the use of agriculture in the field of welfare in Japan and France. Since 2019, he has been the coordinator of the “Retour à/de la Terre” project at the MISHA Interuniversity House for human Sciences (MISHA, UAR3227).

Abstract: Of the “regional brand” policies promoted in Japan since the 2000s, certification of the *Hatcho miso* brand of miso flavouring as a “geographic indication” (GI) has caused the most debate. The product’s two most longstanding traditional manufacturers were excluded from the group of officially certified producers ratified by the Japanese government in 2017. Underlying the certification issue is a conflict between two modes of governance – sectoral and territorial. As a solution to the impasse, this article proposes the development of a separate market built on deliberate, civic and territorialized standards.

Conflits autour de l'indication géographique *Hatcho miso* : de l'exclusion vers le choix d'une alternative ?

Kenjirō MURAMATSU*

I. Introduction

Depuis l'introduction de la Loi sur les Indications d'origine géographique (*GI Act*) en 2015, le cas de la certification du *Hatcho*¹ *miso* 八丁味噌 du département d'Aichi s'est révélé être le plus conflictuel (Sekine & Bonnano 2018 ; Baumert 2019 ; Katō 2019). En effet, les deux fabricants historiques les plus réputés de *Hatcho miso*, situés dans le quartier éponyme de Hacchō de la ville d'Okazaki, se sont retrouvés exclus du groupe de producteurs inscrits dans l'indication géographique validée en 2017 par le ministère de l'Agriculture, des Forêts et de la Pêche (Nōrinsuisanshō 農林水産省, ci-après MAFF : Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries). Ces deux fabricants formant la Coopérative du *Hatcho miso* (*Hatcho miso kyōdōkumiai* 八丁味噌協同組合, ci-après dénommée Union d'Okazaki) ont déposé un recours contre la dénomination *Hatcho miso* de l'IG. Le recours de l'Union d'Okazaki a été officiellement rejeté le 19 mars 2021 par le MAFF à la suite d'un examen effectué au sein de la commission de recours administratif du

1. Ici, nous respectons le style courant et non Hepburn adopté pour l'appellation de ce produit.

* Maître de conférences à l'université Jean Moulin Lyon 3.

ministère des Affaires intérieures et des Communications (Sōmushō 総務省, ci-après MIC : Ministry of Internal Affairs and Communications).

La question de l'indication géographique (ci-après IG) *Hatcho miso* se place dans le cadre plus général de la promotion et de la protection des produits traditionnels. Depuis le milieu des années 2000, une série de mesures publiques et privées ont été mises en place afin de promouvoir des « marques régionales » (*chiiki burando* 地域ブランド) pour des produits agroalimentaires, artisanaux et touristiques. C'est le cas notamment du label produit local authentique (*honba no honmono* 本場の本物) créé en 2005, de la marque collective à nom géographique (*chiiki dantai shōhōyō* 地域団体商標) en 2006 et de l'indication géographique (*chiriteki hyōji* 地理的表示, IG) en 2015 qui, pour le cas du *Hatcho miso*, a fini par révéler des oppositions sous-jacentes.

Les différentes mesures de protection des produits traditionnels locaux ont été appliquées dans une perspective post-industrielle de croissance qualifiée de *new tourism* ou de *softpower* (Ishimori 2008). Leur objet est de garantir publiquement la valeur ajoutée en mettant l'accent sur le lien entre le produit et le lieu de production. De la sorte, ces labels et appellations d'origine géographique peuvent contribuer à un « renversement de la hiérarchie entre les producteurs et les distributeurs » (Baumert, *op. cit.*) et servir une forme de « résistance à l'industrie agroalimentaire néolibérale » (Sekine et Bonanno, *op. cit.*). Ces mesures de protection et de mise en valeur d'un artisanat culinaire local ne sont toutefois pas dénuées de contradictions et peuvent nourrir de nouveaux circuits concurrentiels. Une forme de compétition peut apparaître entre les nouveaux labels, aussi bien entre les régions qu'à l'intérieur d'une même région (Baumert, *op. cit.*). Sekine et Bonanno soulignent, par ailleurs, l'existence de rapports ambigus entre ces systèmes de protection des terroirs et l'industrie agroalimentaire, qui est susceptible de récupérer ces appellations à son profit. Les problèmes de certification du *Hatcho miso* ont pour toile de fond l'opposition profonde entre deux idées : l'une, « sectorielle », fondée sur une logique industrielle avec un standard minimum, et l'autre, « territoriale », sur une logique artisanale liée à la spécificité locale. Ce désaccord rend difficile la recherche d'un modèle de gouvernance flexible entre deux parties ; il est motivé par des divergences politiques et symboliques et par des facteurs historiques et culturels. S'il est difficile de rechercher un compromis au sein du marché existant (solution actuellement proposée

par l'autorité publique), ne faudrait-il pas construire un autre type de marché légitime fondé sur des normes à base civique, délibérative et territorialisée ?

Cet article tentera d'éclairer le contexte historique et social des conflits et des contradictions apparus autour du cas du *Hatcho miso*, afin de proposer des pistes de réflexion permettant aux fabricants historiques de sortir de l'impasse. Notre étude sociologique² porte sur les modes d'organisation des acteurs au niveau économique, mais également au niveau des politiques publiques. Elle s'appuiera sur deux cadres de réflexion complémentaires : l'un à portée économique sur le mode de gouvernance de la filière protégée de type appellation d'origine contrôlée (AOC) française ou appellation d'origine protégée (AOP)³ européenne (Allaire & Sylvander 1997 ; Perrier-Cornet & Sylvander 2000) et l'autre à portée sociopolitique sur le processus de construction de biens communs dans l'action publique locale (Lascoumes & Le Bourhis 1998).

Tout d'abord, nous expliquerons les contextes historiques et géographiques du *Hatcho miso* et le déroulement des conflits institutionnels ayant donné lieu à l'actuel problème de l'IG *Hatcho miso*. Ensuite, nous analyserons les modes de gouvernance de la filière au sein des deux groupes de producteurs en opposition autour de l'IG *Hatcho miso*, puis la perspective de sortie de la situation de crise dans laquelle se trouvent les fabricants historiques.

2. Nous avons principalement analysé les données publiées dont les journaux, les magazines, les articles journalistiques et académiques et divers documents officiels (rapports parlementaires ou ministériels, sites Internet officiels, etc.). Nous n'y avons pas inclus nos propres entretiens avec les acteurs concernés en tenant compte de la conflictualité élevée entre les parties et le caractère actuel du cas traité.

3. L'AOC a été créée en 1935 en France pour la protection des vins contre la fraude. Ensuite, l'AOP a été créée en 1992 au niveau européen sur la base du système d'AOC. Ces deux systèmes intègrent toutes les étapes de fabrication. Et l'indication géographique protégée (IGP) créée en 1992 intègre au moins une des étapes de production.

II. *Hatcho miso* : un *mame miso* 豆味噌 (*miso* de soja) rare et convoité

1. Contextes historique et géographique

Le *Hatcho miso* se caractérise par sa composition à 100 % de graines de soja, sa période de maturation relativement longue, sa texture ferme ainsi que par un goût corsé ou amer et une couleur très foncée. Il occupe une place particulière dans la production des *miso* japonais en tant que variété du *mame miso*, pâte de soja fermentée par du *kōji* 麹 (*aspergillus oryzae*⁴). Selon les recherches historiques, le *mame miso* a conservé la forme la plus ancienne et populaire du *miso* japonais qui, provenant de Corée, s'est diffusé à partir du XIII^e siècle (époque de Kamakura) auprès des samouraïs et par la suite au sein de la population. Il sert principalement à faire la soupe *miso*⁵ (Kawamura 1982 ; Koizumi 2016). Très riche en protéines et en saveur *umami* (*ibid.* : 100), il est aujourd'hui fabriqué quasi exclusivement dans trois départements de la région du Tōkai (Aichi, Gifu et Mie) (fig. 02).

Le *mame miso* ne représente qu'environ 5 % du *miso* consommé au Japon⁶. Les deux autres types de *miso* sont le *kome miso* 米味噌 (*miso* de riz, pâte de soja fermentée à partir du *kōji* de riz), le plus consommé (80 %), et le *mugi miso* 麦味噌 (*miso* de blé, pâte de soja fermentée à partir du *kōji* de blé), produit principalement à Shikoku et à Kyūshū (environ 5 % du *miso* consommé).

Le *mame miso* se distingue des autres types de *miso* par sa méthode de fabrication où la pâte de soja entière forme le *kōji* : il est fabriqué avec des *misodama* 味噌玉 (boules de *miso*⁷) préparées à partir de graines de soja

4. Il s'agit d'un type de bactérie japonaise élaboré par un fabricant spécialisé, qui accélère la décomposition de la protéine en acide aminé en se développant sur la pâte de soja même, source de la saveur dite *umami* 旨み.

5. Les plus anciens documents attestant l'utilisation du *miso* datent du VIII^e siècle, sous forme d'impôts payés à la cour de Nara sous les anciens noms du *miso*, soit *bishio* 醬, *kuki* 鼓, *mishō* 末醬, dont l'origine et la forme des produits ne sont pas certaines.

6. Environ 20 000 tonnes par an, dont environ 40 % produites dans le département d'Aichi (Chūbukan shakai keizai kenkyūjo 2015 : 29).

7. Les *misodama* du *Hatcho miso* (de 45 à 65 millimètres de diamètre, la taille d'un poing) sont généralement plus grosses que les autres *mame miso* (de 20 à 30 millimètres) (Kume, Itō 1999 : 195).

cuites à la vapeur, écrasées, mélangées avec du sel et de l'eau et enfin mises dans une cuve pour maturation (1-3 ans⁸). Sur la cuve, un poids doit être mis pour évacuer l'air et faciliter la circulation de l'eau à l'intérieur de la pâte (*moromi* 醪⁹). Il en résulte un *miso* brun rougeâtre ou presque noir, à faible teneur en eau, avec une amertume et une aigreur distinctives, ainsi qu'une saveur forte (*umami*), qui convient au stockage à long terme.



Fig.01
Cuve de *Hacho miso* du fabricant Kakukyū d'Okazaki
(photo prise par l'auteur en 2003).

8. La maturation du *mame miso* prend plus de six mois pour une mise en cuve au printemps, environ un an pour la mise en cuve en automne ou hiver, et au moins deux étés pour le *Hacho miso* (*ibid.* : 197 ; Esaki 2010 : 3).

9. Pour le *Hacho miso*, ce poids doit être en pierres naturelles et peser plus de la moitié du poids de l'ensemble de la pâte *moromi* (Kume, Itō, *op. cit.* : 196).

La naissance de ce type de *miso* dans la région du Tōkai est due au climat relativement chaud et humide par rapport aux régions limitrophes plus fraîches, telles que Nagano ou Hokuriku, ce qui a nécessité d'avoir un produit capable de résister à une maturation plus longue permettant une meilleure conservation.

Cependant, sa couleur sombre et son goût amer, astringent et corsé, ou encore son caractère peu soluble dans l'eau font que la consommation des *mame miso* à l'échelle nationale est restée faible, malgré sa grande réputation d'avant-guerre. C'est la raison pour laquelle, peu après la guerre, les fabricants de *mame miso* et de *Hatcho miso* ont lancé l'*aka dashi miso* 赤出し味噌, un mélange de *mame miso* et de *kome miso* auquel on ajoute du *dashi* (bouillon de poissons et d'algues) et des assaisonnements. Ce produit déjà prêt à l'emploi est facile à utiliser pour les bouillons dits *aka dashi* (bouillon rouge), si bien que le *mame miso* et le *Hatcho miso* ont tendance à être assimilés au type d'*aka miso* 赤味噌 (*miso* rouge) dans tout le pays, ce qui constitue souvent des sources de confusion pour les Japonais, y compris les habitants de la région¹⁰.

Si nous nous en tenons à une définition stricte du produit, il n'existe plus que deux fabricants de *Hatcho miso*. Il s'agit de Kakukyū et de Maruya, deux fabricants établis de longue date à Okazaki. Ces deux maisons sont nées respectivement au début de l'époque d'Edo (vers 1645) et à l'époque de Muromachi (1337) et la recette du *Hatcho miso* a été créée par le fondateur de Kakukyū au XVII^e siècle, date depuis laquelle les deux fabricants ont produit leur *miso* presque sans interruption.

10. Il existe également une distinction de couleur pour le *kome miso* et le *mugi miso* entre le rouge, le blanc et la couleur teinte en fonction des modes de cuisson du soja (à la vapeur ou à l'eau), des durées de maturation et de bien d'autres facteurs. C'est pourquoi l'identification courante du *mame miso* comme *aka miso* n'est pas correcte.

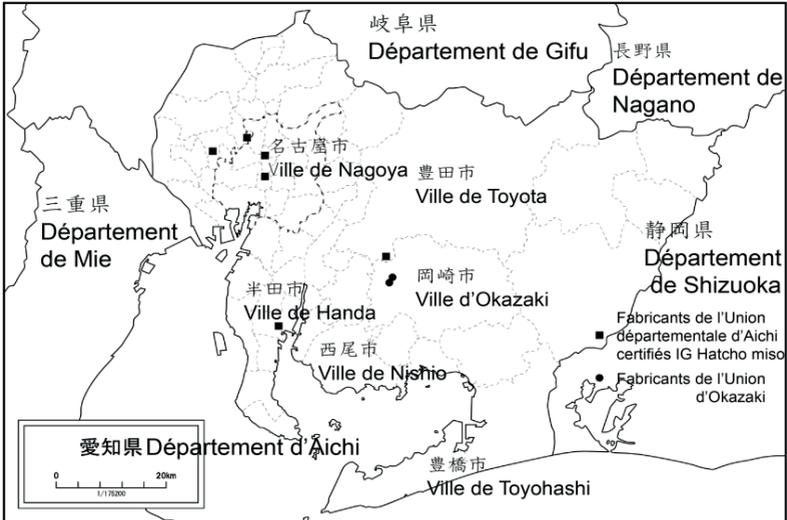


Fig. 02
 Département d'Aichi et les fabricants du *Hatcho miso*
 (carte élaborée par l'auteur).

2. Les sources du problème contemporain de l'IG *Hatcho miso*

Depuis la fin de la bulle économique au début des années 1990, dans un contexte de baisse constante du taux d'autosuffisance alimentaire¹¹, de hausse du taux de repas pris hors domicile et des plats préparés¹², une série de certifications régionales a été mise en place dans le domaine agroalimentaire dans le but de protéger et valoriser les produits locaux de qualité. Il y a d'abord eu la certification pour les alcools (saké type *seishu* 清酒, alcools distillés *jōryūshu* 蒸留酒 et vin) créée en 1994 par l'Agence nationale des impôts, puis le label produit local authentique promu par le Centre de l'industrie agro-alimentaire (un organisme privé promouvant la coopération parmi les industriels agro-alimentaires), et enfin la marque collective à nom géographique mise en place par le ministère de l'Économie et de l'Industrie (Keizaisangyōshō 経済産業省, ci-après METI : Ministry of Economy, Trade and Industry). Comme ces trois systèmes n'impliquaient pas de système de sanction directe dans le cas d'une usurpation des marques, le MAFF a mis en place un système d'indications dans le cadre de la Loi sur les Indications d'origine géographique (*GI Act*) de 2015. Ce système concerne les produits agricoles alimentaires et artisanaux et permet à l'État d'intervenir en cas d'usurpation.

Dans le cas du *miso*, il existe neuf produits certifiés comme marque collective à nom géographique, deux certifiés comme produit local authentique et trois certifiés IG¹³. La question des certifications du *Hatcho miso* remonte à 2005, un an avant la création de la marque collective à nom géographique. Rappelons ici le déroulement des certifications.

11. Le taux d'autosuffisance alimentaire du Japon est passé de 43 % à 38 % sur une base calorique et de 74 % à 58 % en termes de production en valeur entre 1995 et 2022.

12. En 1990, ce taux dit d'externalisation des repas a dépassé 40 % (Namimatsu 2020 : 87).

13. Le nombre des fabricants de *miso* au Japon en 2013 est de 958, dont 321 produisent exclusivement du *miso* (Koizumi, *op. cit.* : 142-143).

Tableau 1 : Les certifications d'origine géographique au Japon

	Année de création	Objets	Organisme de certification	Type de certification ¹⁴	Nombre de certifications
Alcool	1994	<i>Seishu</i> 清酒, <i>jōryūshu</i> 蒸留酒 (alcool distillé) et vin	Agence nationale des impôts (Loi sur l'impôt sur les alcools)	Équivalent aux IGP	14 (janvier 2021)
Produit local authentique	2005	Produits agricoles et alimentaires	Centre de l'industrie agroalimentaire (organisme semi-public)	Type I (équivalent aux AOC/AOP) et type II (équivalent aux IGP)	58 (mars 2020)
Marque collective à nom géographique	2006	Tous les produits et services (aliments, plantes, artisanat, sources thermales, etc.)	Ministère de l'Économie, de l'Industrie, Office des brevets	Marques combinant le nom d'une région avec le nom d'un produit ou service	699 dont 415 produits agricoles et aliments (déc. 2020)
Indication géographique	2015	Produits agricoles et alimentaires	Ministère de l'Agriculture, des Forêts et de la Pêche	Équivalent aux IGP	139 (octobre 2023)

14. Ici, nous employons à titre indicatif les termes européens de certification : AOC/AOP et IGP. La première intègre sur le territoire désigné à la fois la production, la transformation et l'élaboration du produit, tandis que pour la deuxième, au moins une de ces étapes doit être réalisée sur le territoire désigné.

La création de la marque collective à nom géographique en 2006

Dans le cadre de la préparation du dossier d'inscription pour la marque collective à nom géographique, le *Hatcho miso*, qui a débuté en 2006, le conseil municipal et la chambre de commerce de la ville d'Okazaki ont reconnu la valeur historique et culturelle du *Hatcho miso*. Les deux fabricants d'Okazaki (Kakukyū et Maruya), qui n'étaient jusque-là que des concurrents de longue date pour le droit de posséder la marque, se sont associés pour la première fois afin de créer la Coopérative du *Hatcho miso* (Katō, *op. cit.* : 35). La même année, leurs caves ont servi de décor à la série télévisée matinale de la chaîne NHK, ce qui a donné lieu à une importante promotion de leurs produits. Depuis, ils ont chacun travaillé sur des projets innovants visant à produire un *miso* de haute qualité à partir de soja cultivé localement. En 2009, la coopérative (Union d'Okazaki) a obtenu une certification produit local authentique au nom du « *Hatcho miso* fabriqué à partir de soja cultivé à Mikawa »¹⁵.

À cette période, la Coopérative départementale des industries du *miso* et du *shōyu* de *tamari*¹⁶ d'Aichi (*Aichi-ken miso tamari shōyu kōgyō kumiai* 愛知県味噌溜醤油工業組合, ci-après dénommée Union départementale), regroupant une quarantaine de fabricants de *miso* et de *shōyu* incluant alors les deux fabricants d'Okazaki, a également lancé une demande pour inscrire, en tant que marque collective à nom géographique, le *Aichi Hatcho miso*. Le département était alors en pleine croissance économique (nouvel aéroport international, Expo Aichi 2005, essor continu de l'industrie automobile) et les *Nagoya meshi* 名古屋めし (plats de Nagoya¹⁷) connaissaient alors une certaine popularité, amplifiée par la vague nationale du *gotōchi gurume* ご当地グルメ (amateur des plats à caractère local) du début des années 2000. Les noms de *mame miso*, *aka miso* et *Hatcho miso* sont devenus célèbres comme

15. Mikawa 三河 est le nom de l'ancienne province d'Okazaki et ses environs. *Mikawa miso* est également une appellation courante du *Hatcho miso*.

16. Il s'agit d'un type de *shōyu* extrait uniquement ou quasi exclusivement du soja fermenté (*mame kōji*). Le *tamari*, aujourd'hui connu et produit internationalement, est à l'origine un produit quasi exclusivement issu de la région du Tōkai.

17. Par exemple : *miso katsu* 味噌カツ (porc pané au *miso*), *miso nikomi udon* 味噌煮込みうどん (nouilles *udon* cuites dans un bouillon de *miso*), *hitsumabushi* ひつまぶし (anguille grillée et hachée sur le riz), *kishimen* きしめん (nouilles plates), etc.

condiments des *Nagoya meshi* et la certification du *Aichi Hatcho miso* visait à protéger leur authenticité.

Finalement, le processus de certification du *Hatcho miso* et celui du *Aichi Hatcho miso* en tant que marque collective à nom géographique n'a pas pu aboutir en raison d'une concurrence et d'un désaccord entre producteurs d'une même région pour un produit similaire (Naitō, Suda, Haneda, 2012 : 56). À la suite de ce premier conflit, en 2009, les deux fabricants d'Okazaki ont décidé de se retirer de l'Union départementale.

Certification de l'IG depuis 2015

Le conflit entre l'Union départementale et l'Union d'Okazaki s'est intensifié en 2015 lors de la demande de certification dans le cadre de la Loi sur l'IG. En effet, l'Union d'Okazaki et l'Union départementale déposèrent toutes deux leur demande sous le même nom de *Hatcho miso*.

Néanmoins, si les deux demandes se font en théorie sur un même produit, on peut noter de grandes différences dans le contenu de leurs dossiers. D'abord, parmi les quarante-trois fabricants membres de l'Union départementale, seuls six affirment effectivement produire des produits appelés *Hatcho miso*, alors que les deux fabricants de l'Union d'Okazaki sont des fabricants historiques. Ensuite, la taille des zones de production diffère (un quartier d'Okazaki ou le département entier). Enfin, l'ensemble des caractères distinctifs du *Hatcho miso* furent en fait définis selon des critères tout à fait différents : taille des zones de productions, taille des *misodama*, durée de maturation, matières et formes des cuves, des poids en pierres naturelles mis sur le couvercle pour la maturation, utilisation d'alcool ou d'autres additifs à la fin de la production.

Tableau 2 : Différences entre le *Hatcho miso* de l'Union départementale certifié par l'IG et celui demandé par l'Union d'Okazaki

	<i>Hatcho miso</i> inscrit par le MAFF	<i>Hatcho miso</i> de l'Union d'Okazaki
Lieu de production	Département d'Aichi	Quartier de Hatchō (ancien-nement village de Hatchō), ville d'Okazaki, département d'Aichi
Ingrédients	Soja, eau salée (et d'autres ingrédients autorisés non mentionnés)	Soja et eau salée uniquement
<i>Misodama</i>	Plus de 20 mm de diamètre, plus de 50 mm de longueur	Environ la taille d'un poing
Période et durée de maturation	Au moins un été (au moins 10 mois à plus de 25 degrés en cas d'ajustement de la température)	Au moins deux ans de maturation naturelle (sans ajustement de température)
Cuve de maturation	Réservoir en métal	Cuve en bois uniquement (pour environ 6 tonnes de <i>miso</i>)
Poids	Toutes formes	Poids en pierres naturelles et empilées en forme de cône sur la cuve (environ 3 tonnes)
Alcool et additifs	Non répertoriés dans l'avis public d'enregistrement, mais inclus	Pas d'utilisation

Source : *Hatcho miso kumiai* 八丁味噌組合 (Coopérative du Hatcho miso, 2019).

Faute d'un accord entre les deux unions, et suite à plusieurs demandes informelles de la part du MAFF, l'Union d'Okazaki s'est crue obligée de retirer sa demande en juin 2017 pour la même raison qu'en 2006, c'est-à-dire un désaccord non résolu entre producteurs d'une même région¹⁸. Les deux producteurs ont pensé que leur retrait signifiait la fin du processus de

18. Par une résolution supplémentaire votée à la Diète sur la Loi sur l'IG de 2015, les producteurs de la même région fabricant le même produit sont encouragés à se mettre d'accord sur les critères d'évaluation du produit, sans qu'il n'y ait de sanctions sur l'absence d'un tel accord.

certification. Cependant, l'Union départementale a de son côté maintenu sa demande qui a finalement été acceptée fin 2017. Le *Hatcho miso* de l'Union départementale a donc été certifié par le MAFF grâce au retrait de l'Union d'Okazaki, mais sans l'accord de cette dernière. De plus, suite à cette décision, et en raison de la spécificité de la Loi sur les IG, les deux fabricants d'Okazaki risquent de perdre *de facto* le droit d'utiliser le nom *Hatcho miso* s'ils ne sont pas inscrits dans la certification, même s'ils disposent d'un droit d'usage antérieur (modification de la Loi sur les IG de 2019) qui leur laisse sept ans pour trouver un compromis.

La décision rapide du MAFF de certifier le *Hatcho miso* de l'Union départementale peut s'expliquer par deux facteurs qui dépassent le cadre départemental : l'inclusion du *Hatcho miso* à l'APE (accord de partenariat économique) Japon-UE conclu en 2018 et la lutte contre les usurpations de la marque, dont quelques cas ont déjà été détectés en Chine et ailleurs (Nōrinsuisanshō 2021 : 27). Le président de l'entreprise Maruya qualifie ainsi cette décision de « volonté d'État » (*kokusaku* 国策) (Tanaka 2019) et diverses actions d'opposition ont été menées par les deux fabricants d'Okazaki, de concert avec la ville d'Okazaki (opinion d'opposition soumise au gouvernement par la municipalité et la Chambre de l'industrie et du commerce d'Okazaki, recours administratif par l'Union d'Okazaki, pétition lancée par une association de soutien, etc.).

Suite au recours intenté par l'Union d'Okazaki, la Commission de recours administratif du MIC annonça en septembre 2019 que la décision de certification du MAFF « ne pouvait pas être considérée comme appropriée » et, bien que cet avis ne soit pas juridiquement contraignant, la Commission demanda au MAFF un examen plus approfondi.

Si la décision du MIC a été accueillie avec surprise et enthousiasme par les deux fabricants d'Okazaki et par leurs soutiens, le MAFF a finalement rejeté une nouvelle fois leur demande de retrait de la certification en mars 2021. Le MAFF s'est cette fois appuyé sur un comité d'experts dit « de tierce partie » (*daisansha* 第三者) pour prendre sa décision. Toutefois, ce comité était formé *au sein du* et *par* le MAFF et a tenu des discussions dont les procès-verbaux n'ont pas été publiés, mais seulement les résumés et un rapport final (disponible sur Internet, ci-après dénommé « rapport du MAFF »). En juin 2022, le nouveau recours judiciaire déposé par Maruya contre le MAFF au tribunal régional de Tokyo en septembre 2021 a encore été rejeté, cette fois pour des raisons de procédure.

III. Modes de gouvernance bipolarisés : vers une filière territoriale et alternative ?

1. Modes de gouvernance

Le cas conflictuel de l'IG *Hatcho miso* présente une certaine similitude par rapport aux systèmes européens d'appellation d'origine et, comme eux, révèle les ambiguïtés des indications d'origine géographique. Selon Allaire et Sylvander (*op. cit.* : 18-20) et Perrier-Cornet et Sylvander (*op. cit.* : 83-87), le système de production au sein des AOC (en particulier pour les fromages français) n'est pas nécessairement orienté vers le territoire et la qualité, et ne peut pas non plus être considéré en termes de dichotomie industriel/artisanal ou moderne/traditionnel. Le cas du Comté, l'un des plus anciens fromages certifiés AOC en France (depuis 1958) montre que ce dernier fonctionne selon une relation de « compromis industriel » (Perrier-Cornet 1986 ; Jeanneaux *et al.* 2009) entre les coopératives de producteurs de lait (fruitières) et les affineurs sous la pression d'un marché de plus en plus international et concurrentiel¹⁹. Par ailleurs, le Camembert, protégé par l'AOC Camembert de Normandie depuis 1983, constitue un cas plus conflictuel : face à la pression exercée par une firme industrielle pour alléger les normes de production (utilisation du lait cru provenant de vaches de race normande), l'AOC/AOP fait désormais accepter à la firme des règles plus strictes qu'avant, mais en autorisant l'utilisation du lait pasteurisé (AFP 2018).

Pour saisir la diversité de ces situations, les auteurs ont identifié deux logiques, sectorielle et territoriale, à partir desquelles ils ont développé un « modèle flexible » qui combine les trois variables suivantes : les normes de production ; les relations interentreprises et le type de concurrence (marché) visée ; les relations interprofessionnelles (par exemple, producteurs/transformateurs). Nous n'avons retenu que les deux premières variables, la troisième apparaissant moins pertinente dans le cas japonais²⁰.

19. Il s'agit d'une relation mutuellement bénéfique entre les producteurs se conformant à des normes strictes (interdiction de l'ensilage, race montbéliarde obligatoire, etc.) pour un prix élevé de vente de leur lait, et les affineurs qui, en échange du maintien d'un prix élevé d'achat de lait, gardent le droit à la commercialisation des fromages.

20. Ce système de coopération interprofessionnelle répandu en France reste rare au Japon, la Loi japonaise sur les IG ne favorise pas le lien entre lieu d'origine et matière première. Il

Dispositifs de normalisation

Comme indiqué précédemment, le *mame miso* et le *tamari* sont des spécialités du département d'Aichi et de ses environs, alors que le *Hatcho miso* est une variété de *mame miso* originaire d'Okazaki et réputée pour sa qualité. Parmi les fabricants pouvant être considérés comme des producteurs de *mame miso* et de *tamari* : six sont officiellement cités comme producteurs de *Hatcho miso* labélisé IG (Tanaka, *op. cit.* ; Nōrinsuisanshō 2021). Deux sont relativement importants (avec un capital d'au moins 100 millions de yens et plus de 100 employés) et les quatre autres sont des PME (avec un capital inférieur à 50 millions de yens et moins de 50 employés)²¹.

Force est de constater qu'aucun des fabricants ne présente le *Hatcho miso* comme produit principal et que ce nom de produit ne figure dans aucun des historiques des entreprises présentés sur leurs sites officiels (consultés en juillet 2021). Ils élaborent des produits alimentaires variés dérivés ou non du *mame miso* (sauces, soupes *miso* instantanées, etc.). Deux n'affichent même aucun produit portant le nom de *Hatcho miso*. De plus, quatre des six fabricants présentés comme producteurs de *Hatcho miso* ont été fondés au départ comme producteurs de *tamari*.

Jusqu'à la fin de la seconde guerre mondiale, le *mame miso* était (à l'exception du *Hatcho miso*) la lie du *tamari*. Il était appelé *tamari miso* ou *Nagoya miso* et était considéré comme de classe inférieure en raison d'une qualité gustative amoindrie suite à l'extraction du jus (Yoshihara 1961). Cependant, à partir des années 1920, certains fabricants ont commencé à produire et vendre du *miso* séparément du *tamari* avec une teneur en eau moindre « à l'image du » *Hatcho miso* (Maeda 1973 : 520 ; Kume & Itō, *op. cit.* : 195-196). Ces produits nous semblent être à l'origine des « autres » *Hatcho miso* produits par les six fabricants de l'Union départementale et dont il est question aujourd'hui²².

Selon le rapport du MAFF, cette opacité de la production dudit *Hatcho miso* dans le département d'Aichi semble liée au fait que ces fabricants fournissent principalement du *Hatcho miso* à « usage professionnel » (*gyōmuyō*

se rapproche plutôt du système européen de l'IGP que de celui de l'AOC/AOP.

21. Sauf un des 75 employés.

22. Nous n'abordons pas ici la tradition de l'autoproduction ou fermentation du *miso* à domicile, qui s'est poursuivie au Japon jusque dans les années 1960 environ.

業務用) à des transformateurs et à des restaurateurs (y compris ceux liés aux *Nagoya meshi*). Ce qui fait que ces six fabricants produisent environ 600 à 700 tonnes par an (Registre des produits certifiés IG), soit 60-70 % de la production des deux fabricants d'Okazaki. De ce fait, le *Hatcho miso* et ses dérivés distribués par ces fabricants de l'Union départementale sont faiblement connus sur le marché de détail.

Les deux fabricants d'Okazaki (Kakukyū et Maruya), des PME avec un capital de moins de 20 millions de yens et environ 50 employés, produisent principalement du *Hatcho miso* depuis le xvii^e siècle et vendent également de l'*aka dashi miso* et d'autres produits dérivés (environ 1 000 tonnes par an au total pour les deux sociétés). À la différence des autres fabricants, leur *Hatcho miso* n'a jamais été un sous-produit de *tamari*. Kakukyū et Maruya n'en produisent pas. Notons également que les produits des deux fabricants ont remporté des prix lors de nombreuses foires et expositions depuis la fin du xix^e siècle. La maison Kakukyū, en particulier, était célèbre comme fournisseur direct du *miso* de la maison impériale jusqu'à la fin de la seconde guerre mondiale, ce qui contraste avec les autres *mame miso* d'avant-guerre dérivés de *tamari*, réputés de qualité inférieure (Hara 1925 : 51).

À partir de ce contexte historique, observons les modes de normalisation des fabricants des deux parties.

Tout d'abord, pour l'Union départementale, les normes présentées dans le formulaire de demande de certification de l'IG sont minimalistes et standardisées à tel point que la limitation de la zone de production aurait peu de sens. Les exigences du cahier des charges sont tellement basses que, dans le rapport du MAFF, nous trouvons des fabricants qui affirment que leurs méthodes de production sont plus « traditionnelles [que ce que les normes exigent] » (Nōrinsuisanshō, *op. cit.* : 13). Cette formulation est tout à fait possible, puisque le cahier des charges d'une IG n'interdit pas d'utiliser des processus de fabrication plus strictes et sa mention reflète bien que la qualité exigée par l'Union départementale est minimale, même si cette dernière affirme qu'il n'y a aucune différence de qualité entre leur *miso* et le *Hatcho miso* d'Okazaki

Les critères proposés par les deux fabricants d'Okazaki sont en revanche maximalistes et reflètent les traditions locales. Les ingrédients et la longue durée de maturation du *Hatcho miso* font bien entendu partie des critères exigés, mais l'Union d'Okazaki va dans le détail. Par exemple, les deux fabricants mentionnent les poids utilisés sur les cuves et la manière de les

empiler (d'autres producteurs du département utilisent comme eux des cuves en bois et des poids en pierre, mais les posent à plat, sans les empiler en forme de cône). Il est donc très difficile pour d'autres producteurs de respecter toutes les normes exigées par l'Union d'Okazaki.

Perrier-Cornet et Sylvander appellent le mode minimaliste qu'utilise l'Union départementale une « logique sectorielle » qui, pour une entreprise, veut dire :

Suivre les normes qui permettent de se mesurer avec des concurrents proches par les activités, sans pour autant être présents sur le même produit protégé, mais sur des substituts élaborés à moindre coût (Perrier-Cornet & Sylvander, *op. cit.* : 85).

Bien que, pour les auteurs, cette logique existe, elle est « contradictoire avec l'esprit des AOC » (*ibid.*). Inversement, nous constatons ici ce qu'ils appellent la « logique territoriale » que l'on retrouve du côté des deux fabricants d'Okazaki, caractérisée par des normes « élaborées localement et validées globalement qui déterminent un fort lien au territoire²³ » (*ibid.*), par opposition à la « logique sectorielle ».

Type de relations interentreprises et de concurrence

Il existe peu d'informations sur la coopération entre les fabricants de l'Union départementale. En outre, ces fabricants sont répartis dans différentes zones de production et ont souvent des traditions et des noms de produits différents, même s'ils ont pour dénominateur commun la production de *mame miso* et de *tamari*. De plus, le site officiel de l'Union et celui de chaque fabricant ne mentionnent qu'à peine les labels tels que la marque collective à nom géographique et l'IG²⁴.

Concernant le marché cible, l'Union présente l'IG *Hatcho miso* comme « condiment représentatif (*daihyōteki na chōmiryō* 代表的な調味料) des *Nagoya meshi* » pour la certification par l'IG, alors qu'il y a peu d'informations concrètes à ce sujet à part la distribution de *mame miso* pour

23. Dans le cas des fromages français, comme le Comté, il s'agit par exemple de spécifier la race de la vache laitière, d'interdire l'ensilage pour l'alimentation animale, d'exiger le pâturage, etc.

24. Bien entendu, il n'est jamais fait mention d'un quelconque conflit avec les deux fabricants d'Okazaki.

des « usages professionnels » et de produits portant des noms similaires à *Hatcho miso*.

La coopération entre les fabricants de l'Union d'Okazaki a été étroite dès leur candidature pour la marque collective à nom géographique en 2005 sur différents aspects (production, distribution, relations publiques, développement local ou encore services touristiques) et, entre autres, en ce qui concerne l'unification de la norme pour la durée de maturation à « deux étés et deux hivers » (au minimum), formule utilisée pour la demande de l'IG en 2015. Notons également que même si les fabricants d'Okazaki ont vendu à l'échelle nationale le *miso* assaisonné (*aka dashi miso*) dès les années 1950 (Katō, *op. cit.* : 9)²⁵, ils n'emploient jamais le nom *Hatcho miso* pour distinguer ce produit dérivé du *Hatcho miso* « pur », ce qui reflète leur exigence d'authenticité. Kakukyū distribue également ses produits dans les grandes villes à travers son propre réseau de magasins spécialisés. Les deux fabricants exportent le *Hatcho miso* vers l'Europe et les États-Unis depuis les années 1960, et Maruya en exporte un certifié biologique depuis les années 1980²⁶.

Selon Perrier-Cornet et Sylvander, au niveau de la concurrence, la logique sectorielle se caractérise par une stratégie de domination par les coûts dans le cadre d'un marché générique où une grande variété de produits et de services peut répondre à un besoin général partagé par la majorité des consommateurs. La différenciation se fait donc par des facteurs technologiques plutôt que par les matières premières (Perrier-Cornet & Sylvander, *op. cit.* : 85). Parmi ces caractéristiques, la priorité donnée à la technologie semble être la position de l'Union départementale. Concernant le marché cible, on peut dire que l'Union départementale vise moins le marché haut de gamme ou le public avisé qu'un marché générique et populaire avec un large éventail de produits conformes aux tendances, comme les *Nagoya meshi* ou de nombreux produits précuisinés et dérivés du *miso*. Citons ici des témoignages du directeur de l'Union départementale :

25. Le *Hatcho miso* a commencé à circuler à Edo dès le début du xvii^e siècle. Pendant l'ère Taishō (1912-1926) ou après la première guerre mondiale, la croissance de l'entreprise Kakukyū a été déterminée par la fourniture du *miso* à courte maturation (environ un an) vers l'extérieur de la région.

26. En France, on peut trouver du *Hatcho miso* dans les magasins d'alimentation biologique, probablement celui de l'un des deux fabricants d'Okazaki.

Par la mécanisation et l'introduction de nouvelles méthodes, il faut maintenir les prix à un niveau bas en réduisant la charge de travail. Il est possible de produire des *miso* dignes du nom *Hatcho Miso* par des technologies modernes en utilisant des cuves en acier inoxydable à la place des cuves en bois, sans empiler des pierres naturelles (directeur de l'Union départementale, cité dans Ôtake 2018).

Il est vrai que dans le passé, la fabrication était entièrement manuelle. Cependant, pour populariser le produit auprès des consommateurs, il faut le produire en masse et cela nécessite inévitablement des équipements plus modernes (*idem*, cité dans Tanaka, *op. cit.*).

Dans la logique territoriale, la concurrence est organisée par des organisations professionnelles qui délimitent leur territoire, classent et contrôlent la quantité des produits distribués. Elles peuvent être orientées vers les produits haut de gamme, et la différenciation se fait sur le plan de la qualité des matières premières plutôt que sur celui de la technologie (Perrier-Cornet & Sylvander, *op. cit.* : 85). Ces caractéristiques s'appliquent à l'Union d'Okazaki qui limite la production en utilisant un nombre réduit de cuves en bois et en exigeant une longue période de maturation. Les produits témoignent également d'une approche sélective. Pour la différenciation des produits, ils tentent d'établir des liens avec leur terroir en utilisant des sojas cultivés localement. Les témoignages suivants des présidents de Maruya et de Kakukyū illustrent leur position attachée à la tradition locale pour défendre leur produit :

Le *Hatcho miso* qui a obtenu la certification IG est très différent de la méthode de production et de la tradition que nous avons maintenue pendant de nombreuses années. Cela détruira la relation de confiance avec nos clients, et nous ne pourrions pas conserver notre méthode traditionnelle de fabrication du *miso*. Par conséquent, nous craignons que la réputation de la marque du *Hatcho miso* ne décline (président de Maruya, cité dans Ôtake, *op. cit.*).

Je suis content que les habitants d'Okazaki aient pu, à travers cette affaire [de l'IG], connaître notre conviction que le *Hatcho miso* est un trésor local (président de Kakukyū, cité dans Kokokara, 2018).

Je souhaiterais profiter de cette affaire [de l'IG] pour transmettre l'histoire et la saveur du *Hatcho miso*, au Japon comme à l'étranger (président de Maruya, cité dans *ibid.*).

2. Construction sociopolitique et territoriale des biens communs

Le processus de certification des zones de production implique non seulement des stratégies d'entreprises, mais également de politiques publiques. Lascoumes et Le Bourhis (*op. cit.*) avancent que l'intérêt général manifesté dans le processus de mise en œuvre d'une politique locale est toujours ambigu et qu'il est d'abord un cadre auquel les acteurs mobilisés donnent corps via leurs interactions successives. Un slogan tel que « le *Hatcho miso* en tant que bien commun (*kyōyū zaisan* 共有財産)²⁷ de la région » en est un exemple : il ne s'agit pas d'un mot doté préalablement d'une substance, mais ce sont les diverses interactions entre les acteurs impliqués dans la défense du produit qui lui donnent des définitions et des substances²⁸.

Dans le processus de redéfinition du *Hatcho miso* comme bien public et local, un contraste entre l'Union départementale et l'Union d'Okazaki apparaît dans les relations qu'elles nouent avec les organisations publiques, notamment depuis le milieu des années 2000.

Du côté de l'Union départementale, on constate peu d'actions directes significatives pour promouvoir le *Hatcho miso*, pourtant mis en avant dans les médias depuis le milieu des années 2000 par la ville de Nagoya et le département d'Aichi avec les *Nagoya meshi*. En outre, de 2011 à 2017, la municipalité de Nagoya a organisé chaque année un événement sur le thème des *Nagoya meshi* (Nagoya Meshi Expo なごやめし博覧会), et le Comité de promotion des *Nagoya meshi* a été créé par le département d'Aichi et la ville de Nagoya en 2015²⁹. Cependant, la principale composante des *Nagoya meshi* est toujours le *mame miso*, spécialité de la région du Tōkai, plutôt que le *Hatcho miso*. On ne trouve d'ailleurs pas d'autre *Hatcho miso* que ceux d'Okazaki dans la liste de souvenirs présentée sur le site officiel de l'office

27. Selon Torrè (2002), l'indication géographique telle que l'AOC constitue un type de bien commun qui n'est ni public ni privé, mais de type « club » en tant que réputation. Il s'agit d'un bien dont le droit d'entrée est limité par la délimitation géographique et les normes de production peuvent bénéficier sans être en concurrence.

28. Il s'agit également de la dimension culturelle et symbolique qui touche le niveau territorial et public, que Katō appelle « création culturelle » dans les activités d'une entreprise (Katō 2019).

29. Selon son site Internet, les *Nagoya meshi* sont classés premiers parmi les ressources touristiques de Nagoya en 2014, devant les sites touristiques célèbres : <https://nagoyameshi.jp/nagoyameshi/> (dernière consultation le 18 juin 2022).

de tourisme du département d'Aichi³⁰. Nous constatons ici l'absence de « médiateur » (Lascoumes & Le Bourhis *op. cit.* : 39) qui puisse révéler « ce que [les acteurs locaux] ont en commun », c'est-à-dire un bien commun³¹, et pour poser un cadre d'interaction donnant corps à une politique d'intérêt général.

Du côté de l'Union d'Okazaki, on constate inversement une série d'efforts pour patrimonialiser le *Hatcho miso* dès le début des années 1990. Une ancienne cave du fabricant Kakukyū a été transformée en musée du *Hatcho miso* et classée monument historique. Il y a eu des recherches et des publications sur l'histoire des entreprises, des visites guidées organisées tous les jours chez les deux fabricants, etc.

Comme mentionné précédemment, la coopération entre les deux fabricants d'Okazaki a commencé en 2005 avec un soutien fort des organismes publics locaux (conseil municipal, chambre de commerce et d'industrie) qui ont reconnu la valeur patrimoniale du *Hatcho miso* pour la ville. Ici, nous constatons une manifestation de l'intérêt général par ces « médiateurs » et le début d'un processus d'action collective entre acteurs privés et publics vers la concrétisation locale d'un bien public mis en commun. En outre, la certification obtenue en 2009 du « *Hatcho miso* fabriqué à partir du soja de Mikawa » sous la marque du produit local authentique (type I, équivalent aux AOC/AOP, voir le tableau 1) représente également une étape vers la substantialisation du *Hatcho miso* comme bien commun de la région. Soulignons ici que cette certification privée adopte une modalité de contrôle plus civique et ouverte en faisant participer différents types d'experts, tels que représentants de coopératives de consommation, journalistes et chercheurs du monde agroalimentaire et culinaire.

Le retrait des deux fabricants d'Okazaki de l'Union départementale en 2009 peut être vu comme un « changement relationnel » (*ibid.* : 56-60) déclenché par ce processus d'action publique locale. Par ailleurs, tandis que l'Union départementale a placé le *Hatcho miso* ou *mame miso* comme un élément du marché des *Nagoya meshi*, l'Union d'Okazaki l'a érigé en

30. <https://aichinavi.jp/souvenirs/> (dernière consultation le 18 juin 2022).

31. Ici, les auteurs entendent par bien commun la reconnaissance de l'intérêt général à un objet parmi les acteurs territoriaux. Nous employons cette approche sociopolitique de manière à compléter l'approche économique.

symbole d'une « culture traditionnelle » locale en accord avec la municipalité. D'où le décalage et l'opposition entre deux unions sur le plan cognitif. Cette divergence cognitive se reflète particulièrement dans deux modes contrastés d'action publique locale.

Les différences et oppositions se manifestent également dans les modes de justification des deux parties autour de l'article 2-2 de la Loi sur l'IG (2015) : « la qualité (*binshitsu* 品質), l'évaluation sociale (*shakaiteki hyōka* 社会的評価) et d'autres caractéristiques établies sont principalement attribuables au lieu d'origine ». Ainsi, en réponse au recours administratif soumis au MIC par l'Union d'Okazaki, et à la demande du MIC, le Comité de la tierce partie du MAFF a de nouveau examiné la validité des liens entre le lieu de production, la qualité et la réputation (ou évaluation sociale) présentés par les deux parties (les deux unions). Examinons ici les manières dont chaque partie a essayé de justifier sa cause.

Sur l'évaluation sociale, l'Union départementale a présenté au moment de sa demande d'IG le résultat d'une enquête réalisée par une agence publicitaire, auprès de 300 consommateurs de Tokyo. En voici le résultat cité dans le rapport du MAFF :

Le plus grand nombre de répondants (27 %) a déclaré que le *Hatcho miso* est le *miso* de Nagoya ; 14,7 % qu'il est celui de la région de Tōkai ; et 20,7 % qu'il est celui du département d'Aichi³² (Nōrinsuisanshō, *op. cit.* : 18).

La Commission de recours administratif du MIC, lors de son avis de 2019 ayant approuvé la plainte déposée par l'Union d'Okazaki, a jugé ce résultat « insuffisant » pour prouver que le *Hatcho miso* est un produit propre à l'ensemble du département d'Aichi. Elle a évoqué le faible nombre de personnes interrogées. En revanche, le rapport du MAFF a jugé « convaincantes » ces données remises par l'Union départementale en raison de la représentativité des « consommateurs de Tokyo » et du fait que près de la moitié (47 %) ont répondu que la zone de production du *Hatcho miso* est soit le « département d'Aichi », soit la « ville de Nagoya » (*ibid.*).

De son côté, l'Union d'Okazaki a soumis des documents présentant la volonté de plus de 60 000 résidents du département d'Aichi de s'opposer

32. Ceci sans que l'on puisse savoir si les choix de réponse proposés incluaient la ville d'Okazaki.

à la certification IG de *Hatcho miso* obtenue par l'Union départementale³³. Mais le rapport du MAFF a mis en doute la validité même de cette pétition en la présentant comme une démarche fondée sur un discours faussé, car, selon le MAFF et l'Union départementale, les deux fabricants d'Okazaki ne sont pas menacés d'être privés de la marque *Hatcho miso*, car ils peuvent toujours l'utiliser à condition de s'inscrire à l'IG *Hatcho miso* déposée par l'Union départementale.

Le questionnaire réalisé par l'Union départementale se caractérise par l'accent mis sur un marché très générique, à l'échelle nationale, et sur une image stéréotypée du *Hatcho miso* (ni scientifique, ni fondée sur un rapport de confiance avec les clients). À la lecture du rapport du MAFF, on constate une faiblesse argumentative sur la définition même du produit. Il stipule que « le *Hatcho miso* est un condiment représentatif des *Nagoya meshi* », mais il est très probable que des *mame miso* provenant d'autres départements que celui d'Aichi soient utilisés dans la production des *Nagoya meshi* (Nōrinsuisanshō, *op. cit.* : 20). Ce fait met en doute la représentativité du *Hatcho miso* comme condiment indispensable des *Nagoya meshi*. Un point que le rapport du MAFF ne questionne pas.

A contrario, l'Union d'Okazaki a mené une campagne de pétition manuscrite recueillie pendant plusieurs mois grâce à son propre réseau de soutien (dans la rue, dans les magasins, les restaurants, etc.) et aux appels de groupes de citoyens³⁴. Dans l'appel à signatures, les deux fabricants ont souligné à plusieurs reprises les risques de disparition de méthodes de fabrication traditionnelles, préservées de longue date, et ont exprimé leur opposition à la certification IG qui les empêcherait d'utiliser le nom *Hatcho miso* à l'avenir. Dans le cadre de cette campagne, l'accent était mis sur la solidarité directe entre les deux fabricants et les signataires individuels (texte explicatif d'une page et signatures manuscrites). Le nombre de signatures recueillies témoigne du succès de cette campagne.

33. Selon l'Union d'Okazaki, plus de 70 000 signatures à l'échelle nationale, dont 60 000 à l'échelle départementale, ont été recueillies en date du 30 septembre 2018 (*Hatcho miso kumiai, op. cit.*).

34. L'association est représentée par les présidents de quatre universités d'Okazaki et les deux fabricants d'Okazaki.

Cependant, l'argument de l'Union d'Okazaki n'était pas sans défauts. Le fait d'insister sur le caractère traditionnel de leurs procédés de fabrication pouvait, en effet, prêter le flanc à la critique dans la mesure où certains de leurs ingrédients ou de leurs pratiques ne correspondent pas aux méthodes les plus traditionnelles (par exemple, l'utilisation partielle de soja étranger ou d'une cuisson à la vapeur mécanisée). Le rapport du MAFF affirme que l'utilisation de pierres empilées et de cuves en bois pratiquée par l'Union d'Okazaki a peu d'effet sur la qualité et l'a réduit à un élément « paysager » (*keikan* 景観). Il indique qu'il s'agit d'« une tâche qui était autrefois nécessaire, mais qui a aujourd'hui davantage d'importance pour le paysage que pour la nécessité de la production » (*ibid.* : 16).

Il faut ici souligner l'usage argumentatif à revers de la « culture traditionnelle » ou du « paysage » de la part de l'Union départementale et du MAFF. Il leur permet de neutraliser la valeur des méthodes de production traditionnelles en termes de qualité³⁵. Constatons ici que le MAFF part du principe que le processus de maturation peut être mécanisé, et ne doit pas nécessairement être naturel³⁶. Concernant la qualité, le rapport du MAFF consacre une sous-partie à la notion française de « terroir » (*terowāru* テロワール) qui est à la base des IG et qui est assimilée dans le cas du *Hatcho miso* à ce qu'on appelle le *kuraguse* 蔵ぐせ (spécificité de chaque cave) (Nōrinsuisanshō, *op. cit.* : 11-12). En se basant sur ce qu'il considère comme l'absence de « preuves » objectives, le rapport remet également en question l'effet des « éléments qui donnent de la saveur au *miso* dans chaque cave, les levures et les bactéries lactiques qui y vivent » (*ibid.*) que décrit l'Union d'Okazaki. De son côté l'Union départementale avance que, d'après le résultat d'un examen sensoriel et de celui des composantes des *Hatcho miso* des deux parties, il n'y a pas de différence significative entre les deux produits, ce qui lui permet de relativiser l'apport de « méthodes traditionnelles ».

35. La position de l'Union départementale et du MAFF adoptée ici semble à l'évidence celle du principe de la neutralité sur la qualité selon lequel la réputation est prioritaire sur la qualité intrinsèque liée à la zone de production (terroir). Mais la notion même de réputation reste vague.

36. Yoshikawa (1965 : 36) mentionne que le *mame miso* nécessite une analyse plus poussée que celles, habituelles, des composantes (eau, sel, potentiel hydrogène, acidité, sucre réducteur) pour mesurer son goût.

Ici, on peut non seulement constater l'usage réducteur de la notion de terroir³⁷, mais également les approches contrastées des deux parties. En effet, tandis que l'Union d'Okazaki souligne son importance au sens de la spécificité de chaque cave (*kura*), l'Union départementale ainsi que le MAFF relativisent ses effets et privilégient plutôt les facteurs objectivables et standardisables par la technologie.

L'examen du processus de certification du *Hatcho miso* en tant que construction sociopolitique mené ici, met en évidence le contraste entre le mode dit « techniciste » de l'Union départementale (et du MAFF) et le mode qui se voudrait « délibératif » de l'Union d'Okazaki. Selon Lascoumes et Le Bourhis, le premier se caractérise par un consensus fondé sur une coordination opaque entre un nombre limité d'acteurs et un espace de discussion fermé, et le second par la recherche d'un consensus transparent qui intègre les intérêts et les opinions de divers acteurs et un espace de discussion ouvert (Lascoumes & Le Bourhis, *op. cit.* : 63-64). Outre ces aspects divergents, nous avons souligné la faiblesse des arguments fournis par les deux unions.

3. Perspective de sortie vers un marché alternatif légitime ?

Dans leur étude sur l'agriculture civique et les systèmes alimentaires alternatifs, Dupuis et Gillon (2009) développent une analyse également sous l'angle des « modes de gouvernance³⁸ » dont ils définissent le but comme la construction durable de la légitimité des marchés alternatifs en rupture avec les marchés conventionnels. Le cas étudié peut être comparé à celui du *Hatcho miso*. Il s'agit d'une action en justice intentée par un producteur de myrtilles biologiques contre l'USDA (United States Department of Agriculture) en vertu de la Loi sur la production d'aliments biologiques (*Organic Foods Production Act : OFPA*) concernant la manière dont les normes biologiques nationales sont mises en œuvre. Dans ce cas d'étude, les

37. Au niveau international, c'est plutôt « la communauté humaine qui construit le terroir dans [cet] espace correspondant à un milieu défini », et le terroir se repose sur la « typicité » plutôt que l'originalité de chaque produit, désignant une catégorie unifiée d'un produit régional (Casabianca *et al.* 2006).

38. Définition du concept : « les rationalités, agences, relations institutionnelles et technologies de gouvernement qui s'articulent autour d'objectifs particuliers et d'entités à gouverner » (*ibid.* : 44).

agriculteurs et les groupes de consommateurs soutenant les aliments sains et authentiques étaient en opposition avec des transformateurs alimentaires et le ministère de l'Agriculture orientés vers un marché plus industriel et à grande échelle. Dans le cas du *Hatcho miso*, l'Union départementale est soutenue par le MAFF (et un pouvoir de marché) et l'Union d'Okazaki par une ville de taille moyenne et des citoyens amateurs de ses produits traditionnels et authentiques.

Cette étude concernant l'utilisation de produits synthétiques dans la transformation de produits biologiques a montré une opposition entre deux modes de gouvernance. D'un côté, le mode de gouvernance de l'USDA et des transformateurs agroalimentaires fondé sur un pouvoir de contrôle et un espace de débat exclusif et opaque sur les normes techniques des produits. De l'autre, un mode fondé sur un rapport de confiance et de solidarité fort et un processus transparent et ouvert sur ces normes (*ibid.*).

Ici, il semble important de réinterroger les normes de production en termes de relations entre la méthode de production et la qualité. Il faudrait d'abord que, comme Sekine (2020) le suggère, le processus de certification de l'IG ne se limite pas au seul examen des documents de candidature fournis par les producteurs, mais exige également des examens analytiques et organoleptiques comme dans le cas des AOC française³⁹. Mais, au-delà du niveau institutionnel, nous estimons également important de renforcer en amont les modalités civiques et délibératives de discussion et de décision en matière de normes. À cette fin, il conviendrait de construire un débat pour les futures actions judiciaires, en intégrant les opinions de divers acteurs tels que les consommateurs, les associations, les experts et les journalistes, tout en assurant une neutralité suffisante, ce qui constitue un « travail à la frontière (*boundary work*) » (Dupuis, Gillon, *op. cit.* : 44) destiné à établir un marché différent et légitime pour le *Hatcho miso* d'Okazaki.

Sur ce point, les fabricants d'Okazaki pourront s'appuyer sur des expériences et des labels acquis préalablement : obtention de plusieurs

39. Pour les vins sous AOC, on effectue régulièrement un examen analytique des composantes, et un examen organoleptique réalisé par une commission composée non seulement d'experts, mais aussi de techniciens de la filière concernée, de porteurs de mémoire du produit (par exemple, retraités reconnus par la profession) et d'usagers du produit (restaurateurs, commerçants, représentants de consommateurs, etc.) (INAO 2008).

certifications biologiques américaines et européennes (OCIA : Organic Crop Improvement Association, Ecocert ou encore Kosher, organisme de contrôle des aliments casher), exports vers de nombreux pays et obtention du label produit local authentique de type I (équivalant aux AOC/AOP), dont le contrôle est effectué par une commission d'experts de profils divers (consommateurs, journalistes, spécialistes du monde agroalimentaire et/ou du monde culinaire).

Cette perspective civique et délibérative peut être combinée à des systèmes économiques et territoriaux tels que le propose Pecqueur dans son concept de « panier de biens et de services » (Pecqueur 2001). Ce concept permet de relier différents biens et services au sein d'un territoire au-delà de ce qui se joue au niveau du producteur concernant la réputation d'un produit certifié IG (comme c'est le cas, par exemple des AOC/AOP). Il en va de même pour l'« économie patrimoniale », qui représente « une possibilité de dépasser les oppositions de logique, comme une figure possible de compromis entre plusieurs cités, comme un “monde commun” en gestation » (Vivien 2009). Cette proposition semble apporter une solution à la situation d'impasse du *Hatcho miso* des fabricants historiques, qui permettrait d'articuler la logique « domestique » (tradition, transmission d'un bien) aux logiques industrielles (efficacité) et civiques (débat collectif et ouvert, solidarité), sans que la première soit reléguée au second plan, derrière l'économie de marché⁴⁰.

IV. Conclusion

L'opposition et les perceptions divergentes autour du *Hatcho miso* en tant que bien commun de la région d'Okazaki ou de l'ensemble du département d'Aichi n'ont toujours pas été résolues. En ce sens, le processus de définition même du *Hatcho miso* comme bien commun est toujours en cours. Néanmoins, d'une manière ou d'une autre, un certain « modèle flexible » devra être envisagé pour répondre aux pressions du marché national et mondial.

Plutôt que d'idéaliser les systèmes européens d'indication et d'appellation d'origine ainsi que la notion de terroir, il apparaît, à la lumière de cette étude

40. Cette perspective sociologique se réfère également à Boltanski et Thévenot (1991).

sur le *Hatcho miso*, qu'il serait plus judicieux de prendre en compte les multiples modes de gouvernance et d'actions envisageables et disponibles, que ce soit dans des situations de coopération ou de conflit. Les valeurs publiques et collectives des produits locaux devraient être (re)construites sur la base de dynamiques de pouvoir fondées sur les pratiques quotidiennes des acteurs, et non sur l'importation de modèles étrangers⁴¹. Il devient alors important de savoir quels débats et compromis sont en cours pour circonscrire la légitimité d'un produit et définir les normes techniques qui lui sont associées. C'est à cette condition que l'on peut échapper à des querelles commerciales et/ou politisées, tant du côté des grands fabricants que des plus petits.

41. Pour cette perspective sociologique dite de transaction sociale, voir Rémy (1992).

Bibliographie

AFP 2018

« Camembert : la guerre des appellations prend fin », *Le Point*, 22 février 2018, https://www.lepoint.fr/societe/camembert-la-guerre-des-appellations-prend-fin-22-02-2018-2197188_23.php (dernière consultation le 11 juillet 2021).

ALLAIRE Gilles & SYLVANDER Bertil 1997

« Qualité spécifique et systèmes d'innovation territoriale », *Cahiers d'Économie et Sociologie Rurales*, 44 : 29-59.

BAUMERT Nicolas 2019

« Les indications géographiques alimentaires *made in Japan*. Une nouvelle orientation géopolitique et une évolution des critères de définition de qualité », *Ebisu. Études japonaises*, 56 : 163-189.

BOLTANSKI Luc & THÉVENOT Laurent 1991

De la justification : les économies de la grandeur, Paris, Gallimard.

CASABIANCA François, SYLVANDER Bertil, NOËL Yolande, BÉRANGER Claude, COULON Jean-Baptiste, GIRAUD Georges, FLUTET Gilles & RONCIN François 2006

« Terroir et typicité : propositions de définitions pour deux notions essentielles à l'appréhension des indications géographiques et du développement durable », VI^e Congrès international sur les terroirs viticoles, Bordeaux-Montpellier, 2-8 juillet.

Chūbukuken shakai keizai kenkyūjo 中部圏社会経済研究所 2015

« *Chūbukuken no hakkō bunka ni kansuru chōsa kenkyū* » *hōkokusho* 「中部圏の発酵文化に関する調査研究」報告書 (Rapport « Recherche sur la culture de fermentation dans la région de Chūbu »).

DUPUIS Melanie & GILLON Sean 2009

« Alternative Modes of Governance: Organic as Civic Engagement », *Agriculture and Human Values*, 26 (1) : 43-56.

ESAKI Hideo 江崎秀男 2010

« Miso o kagaku suru » 味噌を科学する (Faire de la science du *miso*), *Seikatsu no kagaku* 生活の科学, 32 : 1-9.

HARA Tokuji 原徳治 1925

« Shikōhin toshite no jōzōbutsu (sono jū) » 嗜好品としての醸造物(其一〇) (Produits fermentés comme produits de luxe), *Jōzōgaku zasshi* 醸造學雜誌, 2 (10) : 47-54.

Hatcho miso kyōdō kumiai 八丁味噌協同組合 (Coopérative du *Hatcho miso*) 2019

Chiriteki hyōji hogo seido (GI) ni okeru « *Hatcho miso* » no *tōroku minaoshi ni kansuru yōbō* 地理的表示保護制度(GI)における『八丁味噌』の登録見直しに関する要望」(Demande de révision de l'inscription du *Hatcho miso* dans le système de protection par l'indication géographique), https://www.hatcho.jp/GI_problem.html (dernière consultation le 13 janvier 2020).

INAO (Institut national des appellations d'origine) 2008

« Vins sous AOC. Plan de contrôle et d'inspection », <https://extranet.inao.gouv.fr/fichier/PLAN-TYPE-AOC-VITI.pdf> (dernière consultation le 29 novembre 2022).

JEANNEUX Philippe, CALLOIS Jean-Marc & WOUTS Claire 2009

« Durabilité d'un compromis territorial dans un contexte de pression : compétitivité accrue, le cas de la filière AOC Comté », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 1 : 179-202.

KATŌ Keita 加藤敬太 2019

« Shinise kigyō no bunka sōzō to dentō keishō : Okazaki chiiki no Hatchō miso mēkā no jirei bunseki » 老舗企業の文化創造と伝統継承：岡崎地域の八丁味噌メーカーの事例分析 (Création culturelle et transmission de la tradition d'entreprises établies de longue date : une analyse de cas des fabricants de *Hatcho miso* dans la région d'Okazaki), *Shōkō kinyū* 商工金融, 69 (11) : 23-41.

KAWAMURA Wataru 川村渉 1982

Miso shōyu no hyakka. Nihon no shokubunka taikei (dai 10 kan) 味噌醤油の百科 (日本の食文化大系 第10巻) (Encyclopédie du *miso* et du *shōyu*. Compendium de la culture alimentaire japonaise [tome 10]), Tokyo, Tokyo shobōsha 東京書房社.

KOIZUMI Takeo 小泉武夫 2016

Shōyu/miso/su wa sugoi. Sandai hakkō chōmiryō to Nihonjin 醤油・味噌・酢はすごい 三大発酵調味料と日本人 (Les

étonnants *shōyu*, *miso* et vinaigre : trois grands condiments fermentés et les Japonais), Tokyo, Chūōkōron shinsha 中央公論新社.

KOKOCARA 2018

Konomama dewa « Hatcho miso » o nanorenakunaru !? Chiriteki hyōji wa, chiiki no dentōshoku o mamoreru noka ? このままでは「八丁味噌」を名乗れなくなる!? 地理的表示 (GI) は、地域の伝統食を守れるのか? (Si la situation ne change pas, ils ne pourront plus s'appeler « *Hatcho Miso* » !? L'indication géographique (IG) peut-elle protéger les aliments traditionnels et régionaux ?), le 3 septembre, <https://kokocara.pal-system.co.jp/2018/09/03/geographical-indications-hacho-miso/> (dernière consultation le 5 octobre 2023).

KUME Takashi 久米堯 & ITO Akinori 伊藤明德 1999

« Mugi miso/mame miso » 麦味噌・豆味噌 (*Miso* d'orge et *miso* de soja), *Nihon jōzō kyōkai shi* 日本醸造協会誌, 94 (3) : 187-200.

LASCOUMES Pierre & LE BOURHIS Jean-Pierre 1998

« Le bien commun comme construit territorial. Identités d'action et procédures », *Politix*, 11 (42) : 37-66.

MAEDA Hiroyuki 前田弘之 1973

« Aichi » 愛知 (Aichi), *Nihon jōzō kyōkai zasshi* 日本醸造協会雑誌, 68 (7) : 518-521.

NAMIMATSU Nobuhisa 並松信久 2020

« Kōdo keizai seichōki ni okeru shoku bunka no henbō. Shoku no fyūjonka

o megutte » 高度経済成長期における食文化の変貌—食のフュージョン化をめぐる— (Transformation de la culture alimentaire dans la période de la haute croissance économique : autour du phénomène de fusion), *Kyōto sangyō daigaku Nihon bunka kenkyūjo kiyō* 京都産業大学日本文化研究所紀要, 25 : 47-95.

NAITŌ Yoshihisa 内藤恵久, **SUDA Fumiaki** 須田文明, **HANEDA Tomoko** 羽子田知子
2012

Chiriteki hyōji no hogo seido nitsuite. EU no chiriteki hyōji hogo seido to waga kuni e no seido no dōnyū 地理的表示の保護制度について—EUの地理的表示保護制度と我が国への制度の導入— (Sur le système de protection par les indications géographiques. Le système de protection par les indications géographiques de l'Union européenne et son introduction au Japon), *Nōrinsuisan seisaku kenkyūjo* 農林水産政策研究所.

Nōrinsuisanshō 農林水産省 (MAFF)
2021

« *Hatcho miso* » no *chiriteki hyōji tōroku ni kansuru daisansha iinkai. Hōkokusho* 「八丁味噌」の地理的表示登録に関する第三者委員会 報告書 (Rapport du comité de la tierce partie sur l'inscription du *Hatcho miso* dans l'indication géographique).

ŌTAKE Toshiyuki 大竹敏之 2018

« Nagoya meshi no shōchō Hatchō miso burando mondai no "naze ?" » 名古屋めしの象徴・八丁味噌ブランド問題の「なぜ？」 (Le « pourquoi » du problème de la marque *Hatcho miso*, un symbole des *Nagoya meshi*), 13 février,

<https://news.yahoo.co.jp/byline/otaketoshiyuki/20180213-00081429/> (dernière consultation le 10 juillet 2021).

PECQUEUR Bernard 2001

« Qualité et développement territorial : l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés », *Économie rurale*, 261 : 37-49.

PERRIER-CORNET Philippe & SYLVANDER Bertil
2000

« Firms, coordinations et territorialité. Une lecture économique de la diversité des filières d'appellation d'origine », *Économie rurale*, 258 : 79-89.

PERRIER-CORNET Philippe 1986

« Le massif jurassien. Les paradoxes de la croissance en montagne : éleveurs et marchands solidaires dans un système de rente », *Cahier d'économie et sociologie rurale*, 2 : 62-121.

RÉMY Jean 1992

« La vie quotidienne et les transactions sociales : perspectives micro ou macrosociologiques », in Blanc Maurice (dir.), *Pour une sociologie de la transaction sociale*, Paris, L'Harmattan : 83-111.

SEKINE Kae 関根佳恵 & **BONANNO Alessandro** 2018

« Geographical Indication and Resistance in Global Agri-Food. The Case of *Miso* in Japan », in Bonanno Alessandro & Wolf Steven A. (dir.), *Resistance to the Neoliberal Agrifood Regime. A Critical Analysis*, Londres, Routledge : 106-119.

SEKINE Kae 2020

« Chiriteki hyōji (GI) hogo seido to dentōshoku no kachi sōzō : chiiki shokuhin no burando senryaku o Hatchō miso mondai kara kangaeru » 地理的表示(GI)保護制度と伝統食の価値創造—地域食品のブランド戦略を八丁味噌問題から考える— (Système de protection par les indications géographiques et création de la valeur des aliments traditionnels : repenser la stratégie de marque des aliments locaux à partir des problèmes du *Hatcho miso*), conférence, 5^e Expo Organic Lifestyle/1^{er} Lifestyle Forum, 17 octobre.

TANAKA Yoshihito 田中嘉人 2019

« Aichi no misogyōkai ga mapputatsu ! Chiiki burando shisaku “GI seido” ga okoshita ronsō » 愛知の味噌業界が真っ二つ！地域ブランド施策「GI制度」が起こした論争 (L'industrie du *miso* d'Aichi divisée en deux ! La controverse suscitée par la politique de la marque régionale « système IG »), *Bamp*, 18 juin, <https://bamp.media/column/tanaka12.html> (dernière consultation le 10 juillet 2021).

VIVIEN Franck-Dominique 2009

« Pour une économie patrimoniale des ressources naturelles et de l'environnement », *Mondes en développement*, 145 (1) : 17-28.

YOSHIHARA Seikō 吉原精行 1961

« Mame miso to tamari (5). Sono rekishiteki kaisetsu » 豆味噌と溜 (五) その歴史的解説 (*Mame miso* et tamari [V]. Explications historiques), *Nihon jōzō kyōkai zasshi* 日本醸造協会雑誌, 56 (5) : 80-85.

YOSHIKAWA Seiji 吉川誠次 1965

« Miso no aji » 味噌の味 (Le goût du *miso*), *Nihon jōzō kyōkai zasshi* 日本醸造協会雑誌, 60 (1) : 34-37.