La revitalisation régionale et ses contestations locales. Le cas de la promotion de l'œnotourisme à Yamanashi

地域の対立から見た地方創生の政治経済—山梨県におけるワインツーリズムの振興策—

Regional Revitalization and the Renegotiation of Regional Japan. Promoting Wine Tourism in Yamanashi

Hanno Jentzsch

Traducteur : Sophie Buhnik

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ebisu/4170>

DOI : 10.4000/ebisu.4170

ISSN : 2189-1893

Éditeur :

Institut français de recherche sur le Japon (UMIFRE 19 MAEE-CNRS), Maison franco-japonaise

Édition imprimée

Date de publication : 23 janvier 2019

Pagination : 191-221

ISSN : 1340-3656

Référence électronique

Hanno Jentzsch, « La revitalisation régionale et ses contestations locales. Le cas de la promotion de l'œnotourisme à Yamanashi », *Ebisu* [En ligne], 56 | 2019, mis en ligne le 24 décembre 2019, consulté le 17 janvier 2020. URL : <http://journals.openedition.org/ebisu/4170> ; DOI : 10.4000/ebisu.4170

La revitalisation régionale et ses contestations locales

Le cas de la promotion de l'œnotourisme à Yamanashi

Hanno JENTZSCH

地域の対立から見た地方創生の政治経済
—山梨県におけるワインツーリズムの振興策—

ハノ・イエンシュ

Regional Revitalization and the Renegotiation of Regional Japan.
Promoting Wine Tourism in Yamanashi

Hanno JENTZSCH

▼ **Mots-clés** : œnotourisme, revitalisation régionale, Yamanashi, collectivités territoriales, sixième industrie

L'auteur : Hanno Jentzsch est chercheur à l'Institut allemand de recherche sur le Japon (DIJ). Docteur de l'université de Duisburg-Essen, ses recherches actuelles concernent le Japon rural, la politique agricole, l'informalité institutionnelle et les variétés du capitalisme dans les pays économiquement matures.

Résumé : Cet article examine les mesures de promotion de l'œnotourisme mises en œuvre dans le département de Yamanashi afin de mieux analyser les

processus de revitalisation régionale au Japon. Grâce à des enquêtes de terrain menées sur plusieurs années, il explique pourquoi le tourisme vinicole est un terrain contesté, les politiques nationales et départementales entrant en conflit avec une histoire longue de production de raisin et de vin, que les initiatives locales, anciennes ou émergentes, entreprennent de lier au tourisme. De plus, la viticulture et l'industrie du vin s'organisent selon une mosaïque de divisions socio-spatiales, en-deçà ou par-delà les frontières des municipalités et des coopératives, ce qui complique les tentatives, publiques comme privées, de développement de l'œnotourisme.

▼ キーワード

ワインツーリズム、地方創生、山梨、自治体
と中央政府関係、6次産業化

著者

ハノ・イエンスシュ：ドイツ日本研究所専任研究員。2016年にデュイスブルク・エッセン大学にて博士号を取得。主な研究分野は日本の農業と農業政策、インフォーマル・インスティテューション、先進国における制度変化。

要旨

本論文では山梨県で推進されるワインツーリ

ズムを取り上げ、日本における地方創生について分析する。数年にわたる現地調査の結果、ワインツーリズムが議論を呼ぶ理由が明らかになった。長い歴史を持つワイン用ブドウ栽培に関する国と地方の政策が対立する一方で、地元では観光に結び付けようという新旧の動きが顕著になっているのだ。さらにブドウ栽培とワイン産業は、市町村や協同組合の存在による社会・空間的な分断によって複雑な組織を形作っており、そのために官民を問わずワインツーリズムを発展させようという試みは難しいものになっている。

▼ **Keywords:** Wine Tourism,
Regional Revitalization, Yamanashi,
Central-Local Relations, Sixth Industry

The Author: Hanno Jentzsch is a senior research fellow at the German Institute for Japanese Studies (DIJ). He received his PhD from the University of Duisburg-Essen in 2016. His main research interests include Japanese agricultural politics, informal institutions and processes of institutional change in advanced political economies.

Abstract: This article focuses on recent initiatives to promote wine tourism in the Kōfu Basin in Yamanashi Prefecture in order to analyse the ongoing process

of regional revitalization in Japan. Based on long-term field research in the area, the article argues that wine tourism is a contested field, in which national and prefectural policy initiatives clash with the local history of grape and wine production, as well as pre-existing and emerging local initiatives to link wine production and tourism. Moreover, the article shows that both grape production and the local wine industry are patterned alongside a complicated patchwork of socio-spatial boundaries within and across municipal and cooperative boundaries in the Kōfu Basin, thus complicating both private and public efforts to promote wine tourism.

La revitalisation régionale et ses contestations locales

Le cas de la promotion de l'œnotourisme à Yamanashi

Hanno JENTZSCH*

Introduction

En 2017, trois villes du bassin de Kōfu (*Kōfu bonchi* 甲府盆地) au cœur du département de Yamanashi (Yamanashi-ken 山梨県), ont fait la une des journaux en proclamant leur ambition de devenir le premier « pôle touristique vinicole » du Japon (Japan Times 2017). Cet écho médiatique est le fruit des campagnes de promotion orchestrées par le *Kyōtō Region Wine Resort* (*Kyōtō chiiki wain rizōto* 峡東地域ワインリゾート¹), un projet lancé par

1. En conformité avec l'objectif d'attirer davantage de touristes internationaux, les projets examinés par l'article ont tous une dénomination anglaise (avec sa transcription en *katakana*) qui prévaut sur les traductions en japonais, souvent absentes. Nous gardons ici les appellations anglaises, évocatrices de cette injonction à l'internationalisation de l'économie agricole et touristique nippone. (N.D.T.)

Cet article est la traduction d'une version remaniée, en accord avec l'auteur, de « Regional Revitalization and the Renegotiation of Regional Japan. The Promotion of Wine Tourism in Yamanashi Prefecture », in Lützeler Ralph, Manzenreiter Wolfman & Polak-Rottmann Sebastian (dir.), *Japan's New Ruralities: Coping with Decline in the Periphery*, Londres et New York, Routledge, à paraître en mars 2020.

* Chercheur à l'Institut allemand de recherche sur le Japon (Deutsches Institut für Japanstudien), Tokyo.

le département en 2015. Il concerne les villes de Kōshū 甲州, Fuefuki 笛吹 et Yamanashi 山梨, qui forment la région du Kyōtō 峡東 (fig. 1). Son but est de stimuler l'activité touristique locale en s'appuyant sur une tradition de culture du raisin très ancienne². Il fait ainsi partie des nombreuses initiatives visant à mieux lier viticulture, viniculture et tourisme dans le bassin de Kōfu.

Fig. 1

Le département de Yamanashi au Japon et ses découpages administratifs.

Réalisation : Sophie Buhnik 2019.

Sources des fonds de carte : ArcGis Light maps et service pour l'information géospatiale du ministère du Territoire (*kokudo sūchi jōhō daunrōdo sābisu* 国土数値情報ダウンロードサービス),

<http://nlftp.mlit.go.jp/ksj/>.

Ces efforts de promotion touristique constituent l'entrée par laquelle notre article vise à analyser les politiques de « revitalisation régionale » (*chihōsōsei* 地方創生) telles qu'elles sont conçues aujourd'hui par le gouvernement japonais. Celles-ci encouragent la marchandisation des ressources

2. Mais l'apparition des vignobles et de la viniculture modernes date des années 1870 environ (Kingsbury 2012).

locales et mettent l'accent sur les relations entre activités touristiques et productions agricoles ou artisanales locales. Cette approche de la revitalisation régionale et rurale a cours depuis la fin de la guerre. Cependant, les dispositifs actuels de promotion de la « 6^e industrie » (*rokuji sangyō* 6次産業) – qui défend l'intégration verticale des activités agricoles, de transformation alimentaire et de marketing ou tourisme – prennent place dans un contexte de profond changement institutionnel. Celui-ci est causé notamment par la déréglementation du marché des terres agricoles et l'érosion du pouvoir exercé par l'union des coopératives agricoles (Zenkoku nōgyō kyōdō kumiai 全国農業協同組合 ou Japan Agriculture Group en anglais³), un acteur-clé de l'économie agricole d'après-guerre⁴.

En se fondant sur des sources qualitatives⁵ recueillies grâce à des enquêtes de terrain conduites dans la ville de Kōshū et le bassin de Kōfu, l'article analyse les enjeux qui sous-tendent – parfois entravent – l'application locale des préceptes de la « revitalisation régionale ». Cela comprend l'examen des principaux conflits qui opposent des exploitants établis de longue date à de jeunes entrepreneurs, des pratiques anciennes aux nouvelles formes de tourisme dans la zone étudiée, ainsi que la rivalité croissante entre les projets soutenus par les administrations centrales et des initiatives locales antérieures. En outre, l'économie vinicole elle-même repose sur des bases de plus en plus fragiles. Enfin, nos enquêtes révèlent la multiplicité des divisions sociales et spatiales qui fragmentent le bassin de Kōfu, si bien qu'elles

3. La Zenkoku nōgyō kyōdō kumiai, abrégée en Zennō, supervisait en 2015 les activités de 694 coopératives réparties dans tout le pays, ayant pour tâche d'aider leurs adhérents à différentes étapes de leur activité : fourniture d'engrais, emballage, transport, commercialisation, services de crédit et d'assurance... En 2012, ces coopératives recensaient environ 4,6 millions d'adhérents officiels et 5,4 millions de membres associés. Dans ce texte, « JA » (au féminin singulier ou pluriel) désigne les coopératives agissant à l'échelle locale, tandis que « (le) groupe JA » ou « union des coopératives » se réfère à l'ensemble de la structure Zennō, qui inclut également plusieurs fédérations nationales aux missions distinctes (comme la Nōrin chūō kinko 農林中央金庫, la Coopérative de crédit agricole et sylvicole). (N.D.T.)

4. Pour plus d'informations sur le fonctionnement du Groupe JA et les réformes dont il a été l'objet, voir George Mulgan (2000) et Tashiro (2018).

5. Construites autour de sessions de participation observante, d'entretiens semi-directifs auprès d'une cinquantaine d'interlocuteurs et de la collecte de documentation, entre mars et juin 2013, avec des retours réguliers sur le terrain de janvier 2017 à mai 2018.

incitent à se demander comment les « régions à revitaliser » sont découpées, et par qui. Il convient toutefois de présenter au préalable les cadres historiques et institutionnels entourant la mise en place des politiques actuelles de revitalisation régionale au Japon.

I. Les périphéries japonaises, entre déclin et revitalisation

Depuis les années 2000, la marginalisation⁶ des régions périphériques japonaises rurales ou relativement peu urbanisées suscite des débats plus forts qu'auparavant, aussi bien parmi les chercheurs qu'auprès de l'opinion publique. De nombreux indicateurs – comme le taux de chômage, le produit intérieur brut par tête ou le vieillissement démographique – laissent entrevoir des disparités socioéconomiques croissantes entre le « Japon des régions » (*regional Japan* [Kelly 1990]) et les centres des métropoles situées sur le littoral Pacifique (Chiavacci & Hommerich 2016; Song 2015). Durant les décennies d'après-guerre, des mécanismes diversifiés de redistribution publique, sous la forme d'un soutien continu au secteur agricole (protégé de la concurrence extérieure), de transferts fiscaux ou de programmes d'investissement, ont masqué le manque de dynamisme économique dont souffraient la plupart des régions japonaises non-métropolitaines. Cela n'a pas pour autant endigué un déclin démographique continu lié à des soldes migratoires négatifs et à des processus de vieillissement (Matanle & Rausch 2011).

À partir des années 1990, les mutations de l'économie japonaise ont de plus en plus mis en lumière les faiblesses structurelles des régions périphériques rurales et des villes petites et moyennes. Avec l'éclatement de la bulle spéculative, les marges de relance par la dépense publique ont été considérablement amoindries. La réforme électorale de 1994 (*seiji kaikaku yon hō* 政治改革四法) a incité par ailleurs les candidats à délaisser la stratégie qui consistait à promettre des dépenses d'investissement en faveur des régions périphériques, longtemps privilégiées du fait de la surreprésentation du

6. Le terme « marginalisation » fait ici allusion à la notion de *Peripherisierung* théorisée par Kühn (2014). Ce terme insiste sur le caractère processuel, multidimensionnel (économique, social, politique...) et relationnel des inégalités différenciant les territoires.

vote rural et des spécificités du système électoral instauré en 1947⁷. Enfin, les mesures de décentralisation mises en place sous le gouvernement de Koizumi Jun.ichirō 小泉純一郎 (2001-2006) ont réorganisé les transferts de l'État vers les collectivités territoriales, obligeant la plupart des villes moyennes et des villages très endettés à fusionner avec d'autres villes. De petites collectivités autrefois indépendantes ont ainsi été reléguées aux marges de municipalités élargies, plus hétérogènes (Rausch 2006, 2016), et les disparités socioéconomiques préexistantes entre aires métropolitaines et non-métropolitaines s'en sont trouvées amplifiées (Song 2015).

Ces évolutions ont grandement influencé la conception gouvernementale de la revitalisation régionale. Par contraste avec les programmes de redistribution massifs visant à redynamiser les régions en déclin démographique jusqu'aux années 1990, la période post-Koizumi prône l'initiative locale, la responsabilisation et l'entrepreneuriat, considérés comme les ressorts de la régénération des économies périphériques⁸. Même si l'État n'a pas renoncé à utiliser la dépense publique pour stimuler la croissance régionale, sa distribution est devenue plus conditionnelle. Le second gouvernement Abe Shinzō 安倍晋三 (depuis 2012) a accru la pression sur les départements et les municipalités afin qu'ils développent leurs propres plans de revitalisation. Cela a entraîné une nouvelle concurrence entre territoires – non seulement pour croître démographiquement et économiquement, mais aussi pour accéder aux subventions publiques (Kanai & Yamashita 2015).

Le rôle conféré à la « 6^e industrie » [...] illustre parfaitement l'effet des changements de contexte politique et institutionnel sur la mise en œuvre des politiques de revitalisation. Le second gouvernement Abe a combiné des mesures de déréglementation et des programmes de soutien afin d'atteindre des objectifs ambitieux et ciblés de hausse de la valeur dégagée par la « 6^e industrie », ainsi que du nombre de touristes, dont ceux internationaux (MLIT 2016; Cabinet du Premier ministre 2014). Dans tout le Japon, les

7. Cette réforme consacre le passage d'un système à vote unique non transférable à un système mixte. Elle vise ainsi à lutter contre la personnalisation des campagnes électorales, et leur financement opaque, notamment par l'intermédiaire des comités de soutien aux candidats (*kōenkai* 後援会).

8. À propos de l'évolution des sens attribués à la notion de « revitalisation régionale », voir Odagiri (2014 : 48-55). Pour l'accent mis sur la notion de « responsabilité » durant les années Koizumi, voir notamment Hook & Takeda (2007).

collectivités territoriales sont dès lors invitées à monter des plans de promotion pour leur agro-industrie et leurs sites touristiques.

Il est important de noter que la revitalisation par le tourisme, tout comme la « 6^e industrie », ne sont en rien de nouveaux concepts – ou plutôt, ce sont des concepts qui réapparaissent dans un environnement institutionnel modifié. Ladite 6^e industrie a en effet été précédée de diverses initiatives de soutien à la transformation alimentaire et à la commercialisation des produits agricoles japonais depuis les années 1950. Historiquement, l'organisation des liens entre production agricole, agroalimentaire et commercialisation relève presque exclusivement du domaine de l'union des coopératives agricoles (ou Groupe JA), un acteur incontournable du vaste régime de soutien et de protection du secteur agricole d'après-guerre. Pratiquement tous les ménages agricoles ont rejoint cette union de coopératives (alors surnommée Nōkyō 農協) peu après sa création en 1947. Les coopératives sont ainsi devenues l'organe exécutif de l'État japonais pour la collecte et la commercialisation d'aliments d'une part, pour l'application de multiples politiques agricoles d'autre part. Simultanément, le groupe JA s'est fait le porte-parole des revendications de ses très nombreux adhérents, et s'est imposé comme un partenaire politique de premier plan pour le Parti libéral-démocrate (Jimintō 自民党) au pouvoir, et comme un géant économique (George Mulgan 2000).

Les précurseurs de la 6^e industrie étaient des entreprises coopératives agroalimentaires, dont certaines sont encore en activité (Muroya 2016). Le terme *rokuji sangyō* fut inventé en 1992 par Imamura Naraomi 今村奈良臣, un spécialiste d'économie agricole qui avait étudié le cas d'Ōyama dans le département d'Ōita. La production agricole, les activités agroalimentaires et un restaurant fermier y fonctionnaient de manière intégrée aux fins de redynamiser cette bourgade. Fait significatif, ce projet avait émergé sous l'égide d'une coopérative locale influente, et s'appuyait sur des bases communautaires solides⁹.

À partir des années 2000, les politiques nationales ont commencé à resserrer le lien entre soutien à la diversification agricole et réformes encourageant l'esprit d'entreprise au sein du secteur. En 2008, la loi de Promotion

9. D'après un entretien avec un représentant de la coopérative d'Ōyama, novembre 2018.

de la coopération entre agriculture, transformation alimentaire et commercialisation (*nō shōkō renkei sokushin hō* 農・商工連携促進法) est promulguée. Puis en 2011, le gouvernement du Parti démocrate du Japon (Minshutō 民主党), situé au centre-gauche de l'échiquier politique, fait voter la loi sur la Sixième Industrialisation, sur la production et la consommation locales (*rokuji sangyōkai chisan chishō hō* 6次産業化・地産地消法), première à utiliser explicitement le terme de 6^e industrie. Ces deux lois forment ensemble le socle d'un généreux subventionnement des projets de diversification agricole, à condition qu'ils remplissent plusieurs critères formels (Muroya 2013).

Mais l'importance que les autorités centrales confèrent à la « 6^e industrie » se révèle au moment où les effets des réformes structurelles et des dérégulations du secteur agricole prennent de l'ampleur, après l'adoption en 2000 de la nouvelle loi Fondamentale agricole (*shin nōgyōkai hō* 新農業基本法). En particulier, une révision en 2009 de la législation sur le foncier agricole autorise des entreprises privées à louer des terres agricoles au Japon, pour la première fois depuis la fin de la guerre. Le gouvernement lève par ailleurs les restrictions qui contraignaient les capacités d'investissement des sociétés privées dans des structures agricoles. Ces réorientations des politiques publiques visent à réformer de petites structures de production agricole (où le travail s'exerce souvent à temps partiel), avec comme conséquence une remise en cause de la place du groupe JA, dès lors engagé dans une lutte pour conserver sa puissance politique et économique jadis incontestée (Jentzsch 2017b).

Une enquête récente du ministère de l'Agriculture, des Forêts et de la Pêche (Nōrin suisanshō 農林水産省, MAFF, [Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries]) indique que les projets portés par les coopératives JA génèrent toujours une majorité du revenu agricole national, autant en matière de transformation que de commercialisation des produits agricoles (MAFF 2016). Cependant, cette part décline constamment. En outre, parmi les projets enregistrés et subventionnés selon les règles en vigueur depuis 2008, ceux issus du JA ne jouent qu'un rôle mineur (Keizai hōrei kenkyū-kai 2011 ; Muroya 2016). C'est pourquoi, à l'heure d'un changement du régime de protection et de soutien à l'agriculture, la 6^e industrie s'est muée en une arène où des acteurs anciens et émergents se battent pour gagner à la fois des parts de marchés et les aides de l'État.

Le tourisme au Japon a aussi connu de manière concomitante une longue histoire d'instrumentalisation politique, dans une optique de revitalisation des régions en dépeuplement. À la fin des années 1980 par exemple, le « boom » des complexes touristiques porta à son paroxysme une approche du développement régional héritée de l'après-guerre et de la Haute croissance¹⁰. Mais en raison de la baisse des dotations de l'État vers les collectivités à partir des années 2000, les investissements publics massifs dans des infrastructures se raréfient. Des initiatives locales permettant de redécouvrir la valeur touristique des productions agricoles ou artisanales et des espaces ruraux s'y substituent peu à peu (Cooper & Funck 2015 ; Tabayashi 2010). Partout au Japon, les stands de vente directe de produits locaux (*michi no eki* 道の駅¹¹), les tours gastronomiques, les opérations de marketing autour de certains aliments ou les restaurants spécialisés dans la cuisine de produits issus de l'agriculture biologique, multiplient les croisements entre tourisme et 6^e industrie. Ces intersections sont considérées comme la principale voie vers une « revitalisation » des régions, mais elles sont fortement teintées d'enjeux politiques.

Les changements structurels qui viennent d'être décrits ont une envergure nationale, qui forme l'arrière-plan de notre analyse des politiques de promotion du tourisme vitivinicole dans le bassin de Kōfu, en tant qu'outils de sa revitalisation. Ces démarches sont, dans une large mesure, modelées par les intérêts divergents de plusieurs acteurs (dont les entreprises privées, les autorités locales et les coopératives). Elles s'inscrivent également dans un tissu organisationnel et social complexe, constitué d'une myriade de structures intra-municipales, les acteurs supra-municipaux en charge des politiques de revitalisation n'ayant qu'une capacité limitée à tenir compte de ces spécificités. Tous ces éléments peuvent éventuellement compliquer, voire empêcher, la promotion de l'œnotourisme. En fonction des acteurs privés et publics impliqués, celui-ci revêt des significations et représente des opportunités différentes. Au-delà de ces conséquences concrètes, le but de notre étude de cas est de montrer que l'on peut affiner l'analyse

10. La construction d'une part importante de ces complexes est en effet financée grâce à des subventions prescrites pour des travaux publics, ou des incitations publiques à l'investissement privé (Horne & Manzenreiter 2004).

11. Ces stands sont souvent installés près de gares (*eki* 駅) ou en bord de route. (N.D.T.)

de l'économie politique de la revitalisation régionale et ses évolutions au Japon, en prêtant plus d'attention à la variété des dynamiques locales là où les répercussions des changements macro-institutionnels se matérialisent.

II. Vin, tourisme et revitalisation du bassin de Kōfu : des initiatives difficilement conciliables

Le bassin de Kōfu forme une zone densément peuplée à l'échelle du département, hétérogène du point de vue socioéconomique mais active dans le domaine agricole, à moins de deux heures de train de Tokyo (fig. 1 et 2). Il a acquis le surnom de « berceau de la viticulture au Japon », le premier vignoble japonais ayant été fondé en 1877 à Katsunuma 勝沼, commune faisant désormais partie de la ville de Kōshū. La prééminence de la viniculture est manifeste dans les villes de Kōshū, Fuefuki et Yamanashi, ce qui explique leur réunion dans une sous-division départementale appelée Kyōtō. À l'heure actuelle, environ 80 vignobles se situent dans le bassin de Kōfu, la région du Kyōtō en accueillant près de 60 (Kyōtō Region Wine Resort Promotion Conference 2016). En se fondant sur le succès d'un cépage autochtone (le kōshū), le bassin est aussi à l'avant-garde d'un essor des vins *made in Japan*¹², même si leur part de marché nationale demeure modérée : seuls 3,5 % des vins consommés au Japon se composeraient entièrement de raisins cultivés dans le pays¹³. Des opérations gouvernementales ont en outre encouragé les achats de vin de Kōshū sur les marchés national et international depuis la fin des années 2000. Cela s'est accompagné d'une mise aux normes internationales des modalités de production et de consommation de ce vin. En 2013, l'Organisation internationale de la vigne et du vin (OIV) a accordé le label de « terroir viticole » au

12. Ce cépage considéré comme autochtone est en fait une variante de *Vitis Vinifera*, Proles Orientalis, Subproles Caspica Negr., originaire d'Iran et probablement importée au Japon via la Chine. Pour plus de détails sur l'introduction de la viticulture et de la vinification au Japon, voir Pitte Jean-Robert, « Vins et vignobles du Japon », *Annales de géographie*, n° 510, 1983, p. 172-199. (N.D.T.)

13. Source : Ville de Kōshū (2017), *Kōshū-shi wain shinkō keikaku* 甲州市ワイン振興計画 (Plan municipal de promotion de la viniculture). <https://www.city.koshu.yamanashi.jp/sangyou/files/甲州市ワイン振興計画.pdf> (dernière consultation en novembre 2019).

département Yamanashi – le premier du Japon à l’avoir reçu, et jusqu’ici le seul (Wang 2017).

Dans une perspective socioéconomique plus large, Yamanashi figure cependant parmi les départements « structurellement faibles » du pays, avec un PIB par habitant équivalent à 91 % de la moyenne nationale (Yamanashi Prefecture Statistical Office 2016b). Il est entré en déclin démographique dès l’année 2000 et son taux de maisons vacantes, de 22 % en 2013, est l’un des plus élevés du Japon (Yamanashi Prefecture Planning Department 2017). Au-delà de ces chiffres, il suffit de parcourir le bassin de Kōfu à pied pour percevoir la réalité de ce déclin. L’entremêlement des parcelles résidentielles, agricoles ou commerciales, caractéristique des villes moyennes nippones, est peu à peu perforé par des friches de toutes sortes : champs abandonnés, équipements non entretenus et commerces vides sont devenus les paysages ordinaires de cette région. L’augmentation récente du nombre de visiteurs dans la région a certes conduit à une (re)découverte de son potentiel de valorisation touristique. Néanmoins, la majorité des visiteurs se dirige vers le sud de Yamanashi, à proximité du mont Fuji. Et il est peu plausible que le Kōfu bénéficie des retombées engendrées par les Jeux olympiques en 2020 (Kyōtō Region Wine Resort Promotion Conference 2016).

Fig. 2
Carte des densités de population, de la part des habitants de plus de 65 ans
et des actifs du secteur primaire dans le département de Yamanashi en 2015.

Réalisation : Sophie Buhnik, 2019.

Sources : Portail de la statistique publique (*seifu tōkei no sōgō madoguchi* 政府統計の総合窓口), recensement de 2015 sur la population par groupes d'âge (*nenreibetsu jinkō* 年齢別人口) et catégories socioprofessionnelles (*shokugyōbetsu shūgyōshasū* 職業別就業者数), www.e-stat.go.jp, et service pour l'information géospatiale du ministère du Territoire, <http://nlftp.mlit.go.jp/ksj/>.

Dans ces conditions, nombreux sont les acteurs publics et privés essayant d'affiner l'image de marque attachée aux spécialités viticoles du bassin. Les liens entre agriculture, tourisme et vin y sont tissés depuis longtemps, le Kōfu étant une destination populaire pour la visite organisée de gîtes viticoles où l'on peut cueillir soi-même des grappes et les manger, souvent en complément de la dégustation de vins fabriqués sur place ou dans des vignobles voisins. Ce sont des crus plutôt médiocres, si l'on se réfère aux critères occidentaux : la vinification est réalisée à partir de raisin de table ou de raisin importé et de moût en vrac. Reflétant une tendance nationale, ce type de voyage organisé recule après avoir atteint son apogée dans les années 1980. Les visites guidées demeurent toutefois une source importante

de revenus pour certains viticulteurs, malgré l'abandon de nombreux gîtes (Kingsbury 2012, 2014). À Katsunuma, les grands vignobles, ainsi qu'un point de vente de vins géré par la mairie, appelé Budō no oka ぶどうの丘, satisfont toujours des touristes venus en groupes. Selon des viticulteurs interrogés en avril 2018, le complexe Budō no oka, réunissant un magasin et des équipements hôteliers, constitue toujours un lieu de vente essentiel pour les vignobles plus petits de Katsunuma.

Toutefois, les circuits organisés ne constituent plus le seul modèle touristique proposé. Au cours des années 2000, de nombreux viticulteurs se sont efforcés d'améliorer la qualité de leur vin afin de la rapprocher des standards occidentaux, en se focalisant sur des crus plus sophistiqués, issus du cépage kōshū. Ce « boom du kōshū », quoique modeste par rapport à la consommation totale de vin au Japon, s'imbrique dans les nouveaux projets publics de promotion du vin de Yamanashi, et du Kōfu comme destination touristique (Kingsbury 2014; Wang 2017), ainsi que dans une multitude d'initiatives privées poursuivant le même objectif. Deux exemples récents sont ici examinés, car ils illustrent les conflits naissant de cette diversification des actions entreprises, sur fond d'injonction à la revitalisation régionale et de mutation de la viticulture locale. Il s'agit d'abord du *Kyōtō Region Wine Resort* puis de *Yamanashi Wine Tourism* (*Wain tsūrizumu Yamanashi* ワインツーリズム山梨), un projet d'origine privée.

Le département de Yamanashi a lancé le *Kyōtō Region Wine Resort* (KRWR) en 2015 en vue d'améliorer l'attractivité touristique de ses traditions vitivinicoles. Il associe en théorie de nombreux acteurs : vignobles, associations de tourisme, les coopératives agricoles et les communes de Kōshū, Yamanashi et Fuefuki. D'après un représentant de la Chambre de commerce, d'industrie, et du tourisme de Kōshū¹⁴, les villes et le département financent chacun une moitié du budget alloué à ce projet (environ 6 millions de yens par an). Son ambition est d'accroître le nombre de touristes dans la région de 5,62 millions en 2014 à 5,88 millions en 2019, et d'augmenter de 15 % sur la même période les achats de produits et services liés au tourisme. À cette fin, le KRWR dresse une liste de recommandations, telles que l'amélioration des infrastructures touristiques ou des

14. Afin de conserver l'anonymat des interlocuteurs, le texte n'indique pas le nom japonais de ce service.

efforts de communication et de publicité. Il suggère notamment d'inciter les vignobles à « auto-évaluer » la qualité de leur accueil, ou de garantir une production suffisante de raisins de kōshū (Kyōtō chiiki wain rizōto suishin kyōgi-kai 峡東地域ワインリゾート推進協議会 [Region Wine Resort Promotion Conference] 2016). En pratique, cependant, le but principal de l'opération consiste à sponsoriser un circuit annuel de dégustation de vin. Un voyage de deux jours conduit les clients dans divers vignobles du Kyōtō et les fait séjourner à la station thermale d'Isawa (Isawa onsen 石和温泉), désormais située à Fufuki après une fusion communale de 2004. La gestion du circuit absorbe plus de la moitié du budget annuel du KRWR. Mais sans cette aide publique, le coût de ce séjour doublerait pour les clients. Hors des campagnes de communication et du circuit, aucune autre des mesures énumérées dans la présentation de l'opération ne se voit affecter un budget : elle ne liste en réalité que des mesures déjà mises en œuvre, des mécanismes de financement ou bien des améliorations conseillées, sans pour autant avancer – encore moins subventionner – de nouvelles actions¹⁵.

L'accent mis sur le circuit de dégustation de vin est la raison pour laquelle les représentants des vignobles de Kōshū, les services municipaux compétents, ainsi que d'autres responsables d'initiatives de promotion de l'œnotourisme, sont sceptiques vis-à-vis du *Kyōtō Region Wine Resort*, quand ils ne le dédaignent pas ouvertement. Leurs critiques traduisent des divergences d'intérêt entre les parties prenantes, des visions différenciées des « bons » moyens de promouvoir le tourisme vitivinicole ; elles pointent un manque de compréhension des réalités socioéconomiques locales, de la part des décideurs départementaux surtout. Aux yeux des acteurs publics et privés locaux, le KRWR relève d'un fonctionnement pyramidal qui néglige leurs intérêts et leurs avis. Comme le dit un vigneron de Kōshū, c'est « la voix du gouvernement départemental qui se fait le plus entendre » dans la conduite du projet, tandis que les vignobles plus petits et les fonctionnaires municipaux se sentent sous-représentés. À Kōshū, l'un des agents de la mairie pense que le département se soucie avant tout d'augmenter le nombre de touristes séjournant à Yamanashi, ce qui explique son choix d'inclure l'association départementale des transports et de l'hôtellerie dans

15. Entretien avec la Chambre de l'industrie, du commerce et du tourisme de la ville de Kōshū, mai 2018.

le comité de projet. En définitive, le circuit de dégustation de vin au cœur du KRWR reproduirait régionalement une approche du tourisme typique de la Haute croissance, plutôt qu'elle ne stimule de nouvelles formes d'œnotourisme – au point de négliger, voire de déstabiliser les initiatives allant dans ce sens.

Au cours de la décennie écoulée, plusieurs acteurs locaux se sont en effet mobilisés pour faire émerger un tourisme innovant, reflétant la progression nationale (et mondiale) du voyage individualisé et la montée des aspirations à une revitalisation rurale par la base. Parmi leurs projets les plus aboutis, *Wine Tourism Yamanashi* rassemble un ensemble d'événements organisés par des agences de communication et une entreprise de transport. Il propose lui aussi des circuits de dégustation dans le bassin du Kōfu, au cours desquels les clients peuvent sillonner des vignobles à pied ou grâce à des bus spécialement affrétés. L'initiative a débuté en 2008 à Katsunuma, puis elle s'est étendue à d'autres municipalités voisines, y compris la capitale départementale, Kōfu. La principale manifestation annuelle, à l'automne, dure deux jours : elle couvre la ville de Kōshū et ses environs le premier jour et se déplace vers la région proche de la ville de Kōfu le lendemain.

Ce projet constitue la première tentative de promouvoir le bassin de Kōfu comme site de tourisme vinicole à part entière. Dès avant sa première édition, en 2008, l'un des initiateurs de *Wine Tourism Yamanashi* avait publié des cartes et des brochures contenant des portraits de vignerons locaux : il répondait ainsi à ce qui lui semblait être un défaut de reconnaissance de la viticulture régionale et un déficit de coopération entre les producteurs de vin, par-delà les frontières politiques et sociales, comme cela est discuté plus loin. Ces documents et les animations sont le fruit d'un long travail de recherche et de mise en réseau mené parmi les différentes parties prenantes du bassin de Kōfu [...]. Certaines sources rapportent que les cadres dirigeants de l'Association des vignobles de Katsunuma étaient particulièrement réticents à l'idée de s'engager dans un projet dont le porteur principal était un jeune professionnel en relations publiques, venu de la ville de Kōfu mais sans connexions notables avec l'industrie vitivinicole. Ajoutant à la méfiance ressentie à l'origine par certains vignerons expérimentés, le projet est formulé en des termes relativement abstraits et idéalistes : créer un nœud de communication intra-régional, qui favoriserait la régénération non seulement économique mais aussi socioculturelle de la région, en instillant chez les habitants un sentiment de fierté et d'amour-propre. Mais

grâce à ce discours optimiste, la principale manifestation annuelle a attiré plusieurs milliers de visiteurs, dont beaucoup reviennent régulièrement. Le projet a engendré des profits, même si les viticulteurs impliqués soulignent qu'ils ne peuvent vivre uniquement de *Wine Tourism Yamanashi*. Le plus remarquable est que, selon les organisateurs, plus de 60 % des visiteurs sont restés au moins une nuit sur place, alors qu'en général, la plupart d'entre eux ne s'arrêtent pas à Yamanashi, ce qui constitue l'une des préoccupations les plus pressantes de l'industrie touristique régionale.

Il est vraisemblable que les autorités politiques départementales ont pris ce projet pour modèle de leur *Kyōtō Region Wine Resort*. Aux yeux des vignerons et des représentants de la ville de Kōshū, toutefois, le département se serait contenté d'absorber une initiative réussie afin de la présenter sous sa propre étiquette. Qui plus est, le projet parrainé par le département entre en contradiction avec l'approche plus personnalisée de *Wine Tourism Yamanashi*, bien que le département ait passé un contrat avec les organisateurs de *Wine Tourism Yamanashi* pour la planification de son circuit annuel. Les résultats ne satisfont ni les aspirations des initiateurs du projet, ni les attentes des autres acteurs locaux. Un vigneron de Kōshū estime ainsi que le département « promeut un style de tourisme vinicole obsolète », avec circuits organisés pour des groupes et dégustations à volonté, sans grand égard pour la qualité ou le producteur. [...] En outre, selon l'un de ses organisateurs, le nombre de participants aux festivités liées à *Wine Tourism Yamanashi* a légèrement diminué depuis le lancement du KRWR – une relation de causalité étant toutefois difficile à établir.

Les membres de la Chambre du commerce, de l'industrie et du tourisme de Kōshū se montraient encore plus véhéments. Lors d'un entretien en mai 2018, l'un d'entre eux a jugé que le circuit soutenu par les autorités départementales constituait un gaspillage de fonds publics qui n'aurait pas de retombée durable sur l'œnotourisme régional. L'administration locale se trouve dès lors dans une position délicate, devant d'une part contribuer au budget du *Kyōtō Wine Resort*, d'autre part jouer les intermédiaires entre le département et des acteurs locaux mécontents. Le département souhaite par exemple installer un système de cartes d'abonnement, offrant à leurs détenteurs des réductions valables dans les vignobles, gîtes ou magasins associés au projet – une idée à laquelle les producteurs de vin sont fortement opposés. Tout cela ne fait qu'accroître la frustration, si l'on en croit

le chargé de la médiation à Kōshū : « Ce projet ne fait que créer du travail superflu, j'aimerais qu'il cesse ».

Malgré tout, les organisateurs de *Wine Tourism Yamanashi*, tout comme les vignerons et les agents municipaux, voient en principe d'un bon œil l'implication du département. Nos interlocuteurs admettent en général que les mesures proposées dans le cadre du KRWR sont substantielles, surtout celles qui concernent le soutien financier aux vignobles les plus petits : ces derniers n'ont ni les moyens ni la volonté d'investir dans la modernisation de leurs équipements à destination des touristes, en particulier étrangers. C'est pourquoi les acteurs locaux sont persuadés que le département néglige, consciemment ou non, leurs vrais problèmes, en laissant le circuit annuel accaparer la majeure partie d'un budget déjà restreint. L'approvisionnement en raisin de qualité est l'un des problèmes dont l'économie vinicole se pré-occupe le plus.

III. Les productions de raisin et de vin dans le bassin de Kōfu : une structure duale

Dans le bassin de Kōfu, la viticulture repose sur des fondations fragiles, bien que la culture du raisin et d'autres fruits soit la base de son économie rurale. Le raisin de variété kōshū y serait cultivé depuis plus de 1 000 ans, alors que la riziculture inondée, à la différence d'autres régions, est marginale. Cette singularité n'empêche pas un déclin du secteur agricole, comme ailleurs au Japon¹⁶. De 2005 à 2015, le nombre d'exploitations en activité dans le département de Yamanashi a chuté de 24 063 à 17 970, les structures commerciales ayant été les plus touchées. La majorité des agriculteurs encore actifs a plus de 65 ans, et seuls quelques ménages ont des successeurs soucieux de perpétuer, sur de petites parcelles, une agriculture fruitière exigeante en main-d'œuvre. En 2015, 5 781 hectares de terres arables sont déclarés à l'abandon, soit plus de 10 % de la superficie agricole du département (Yamanashi Prefecture Statistical Office 2016a),

16. Selon les données du recensement de 2015, la population agricole représente moins de 4 % de la population active du Japon, et la production agricole moins de 1,5 % du PIB, tandis que plus de 60 % des agriculteurs étaient âgés de 65 ans et plus. (N.D.T.)

avec une augmentation visible dans le bassin de Kōfu¹⁷. Ces mutations menacent l'approvisionnement en matières premières dont l'industrie vinicole a besoin, ce qui heurte dans ses fondements la volonté politique de promouvoir la 6^e industrie.

Plus précisément, ces difficultés d'approvisionnement s'ancrent dans des héritages sociaux et institutionnels durables, et vont au-delà du phénomène de déclin que nous venons de décrire. L'intégration verticale que prône la 6^e industrie est entravée par son net décalage avec le fonctionnement traditionnel de l'industrie vinicole d'une part, la situation économique de la viticulture dans le bassin de Kōfu d'autre part – spécialisée dans la culture du raisin de table. À l'origine, le vin du Kōfu provient de la fermentation de raisins endommagés, donc invendables, et était destiné à la consommation personnelle des exploitants. De nombreux vignobles relativement anciens ont été créés par les membres de coopératives et restent en activité. Leurs méthodes artisanales ne sont guère adaptées aux exigences de la viticulture globalisée, à laquelle les opérations de marketing locales se réfèrent pourtant. Ce n'est que depuis les années 2000 que les techniques occidentales de vinification se sont répandues dans la région. De nombreux vignobles continuent à vendre des crus issus de raisin de qualité inférieure et/ou en utilisant des cuves conçues pour la fermentation du saké ainsi que d'autres procédés inappropriés (Kingsbury 2012, 2014).

Au Japon, les productions de raisin et de vin ne sont en général pas aussi étroitement liées qu'en Europe et en Amérique du nord. Les vignobles commerciaux les plus vastes, en particulier, préfèrent commander du raisin à des exploitants ou à des coopératives voisins, quand ils n'optent pas pour l'importation de matières premières (Kingsbury 2012). C'est un contrecoup de la loi sur le Foncier agricole (*nōchi hō* 農地法), qui a pendant longtemps interdit aux entreprises (hors coopératives et agriculteurs indépendants¹⁸) d'exploiter des terres agricoles. Durant les années 2000, un processus de déréglementation graduelle a facilité l'acquisition de terres par

17. Depuis notre première enquête en 2010, des friches sont apparues même dans les zones agricoles les plus dynamiques de Kōshū. Les exploitants s'en plaignent car cela rend les terres encore cultivées plus vulnérables aux parasites.

18. Jusqu'en 1970, la superficie maximale d'une propriété individuelle était fixée à 12 ha dans le Hokkaidō et à 3 ha dans le reste du pays. (N.D.T.)

des entreprises, si bien que les vignobles commerciaux contrôlent désormais la majeure partie des surfaces agricoles qu'ils utilisent. Les vignobles plus petits ont souvent pu contourner la loi avant sa réforme, en cultivant des raisins sur des sols possédés par des membres de leur famille plus ou moins étendue, transmis de génération en génération. Néanmoins, même ces petits producteurs ont coutume de se fournir en raisin auprès de leurs voisins, *a fortiori* s'ils les connaissent depuis longtemps. La stabilité de ces liens est indispensable pour garantir la qualité des fruits achetés (en particulier leur haute teneur en sucre) et la pérennité de l'offre, les plus gros vignobles achetant la majeure partie des volumes mis en vente *via* le groupe JA. Plus récemment, certains viticulteurs se sont engagés dans la culture de cépages européens afin d'obtenir des crus appréciés sur les marchés étrangers ; mais ils ne représentent qu'une faible part de la production locale actuelle¹⁹.

Quand on sait à quel point la production locale dépend de viticulteurs de plus en plus âgés, dont le nombre diminue, la complexité des relations nouées entre viniculteurs et viticulteurs du bassin fait planer une menace existentielle sur l'ensemble du secteur. On relèvera en outre ses implications pour la promotion du tourisme régional, non sans ironie. Comme cela se fait sur d'autres sites de renommée mondiale (de nombreux sondés prenant la vallée de Napa en Californie pour modèle), les touristes sont invités à profiter de la beauté des paysages de Yamanashi... dont les relations avec le vin consommé sur place sont plus que ténues. « Admirez toutes ces plantations, nous dit nonchalamment un viticulteur lors d'une visite de son domaine. Je doute que plus de 5 % d'entre elles servent à la vinification ».

Dans cette configuration, le cépage autochtone du *kōshū* tient une place problématique. Comme nous l'avons déjà dit, l'essor récent du vin d'origine japonaise et les stratégies touristiques du département s'en remettent à la réputation montante du vin de *Kōshū* aux niveaux national et international, entre autres parce qu'il se conforme de plus en plus aux normes gustatives occidentales. Cependant, l'approvisionnement en raisin *kōshū* de qualité a depuis longtemps atteint un étiage critique. Il s'agit d'un raisin à double usage, qui peut servir à la fois comme raisin de table et de cuve. Mais en fonction de sa qualité, la vente du *kōshū* à des fins vinicoles peut s'avérer moins lucrative que sur les marchés de produits frais. En outre,

19. Entretiens avec des viticulteurs de *Kōshū*, avril 2018.

d'autres variétés de raisin de table ont une valeur marchande plus élevée que le *kōshū*. C'est pourquoi de nombreux producteurs du bassin se sont tournés vers la culture de variétés plus rentables, si bien que la production totale de *kōshū* a chuté de 7 300 à 2 460 tonnes entre 1999 et 2008 (Kingsbury 2014 : 37-38). Des statistiques publiées par le *Kyōtō Region Wine Resort* suggèrent certes une reprise (avec 3 200 tonnes consacrées à la fabrication de vin en 2014), mais ses bases demeurent incertaines, surtout si l'on tient compte du déclin général de l'économie agricole.

Conscient de ce problème, le projet KRWR s'est fixé pour objectif d'augmenter la production départementale annuelle de *kōshū* à 4 200 tonnes dédiées à la vinification d'ici 2025 (Kyōtō Region Wine Resort Promotion Conference 2016). Mais leur programme ne prend pas de mesures concrètes, à l'exception de propositions visant à attirer de jeunes exploitants et à réaménager des terres en friche. Selon la municipalité de *Kōshū*, les objectifs du *Wine Resort* sont donc inatteignables. Or, comme les plus importantes zones de culture du raisin se situent dans son périmètre, la ville de *Kōshū* a formulé son propre plan de soutien à la viticulture, moins ambitieux mais sans doute plus réaliste : il vise à maintenir la production de raisin à son volume actuel d'à peu près 1 600 tonnes. Les villes de *Fuefuki* et *Yamanashi* n'ont pas exprimé de telles ambitions, et semblent moins enclines à soutenir le raisin *kōshū*.

La division entre viticulture et viniculture caractéristique du bassin de *Kōfu* se reflète aussi dans les approches contrastées de la 6^e industrie par des acteurs locaux divers, allant des gestionnaires d'équipements communaux sous tutelle des JA aux nouveaux entrepreneurs privés indépendants. En effet, les projets caractérisés par des modes de gestion « traditionnels » ou au contraire plus « modernes » réalisent différemment leur intégration verticale et n'ont pas le même accès aux subventions nationales. Or l'exiguïté du contexte social et territorial les met fréquemment en interaction.

Par exemple, l'un des domaines viticoles les plus anciens du bassin se situe dans une zone couvrant neuf villages au sein de la ville de *Yamanashi*. Au début des années 1960, ces villages et la coopérative qui agissait sur ce territoire ont investi dans un petit vignoble utilisant des raisins invendables. Aujourd'hui, ce vin est soit consommé par les agriculteurs voisins, soit vendu en ligne ou *via* la coopérative. Ce vignoble est un exemple typique de gestion en coopérative d'après-guerre. Mais les agriculteurs locaux, désormais âgés de plus de 65 ans en moyenne, n'aspirent plus guère à devenir

entrepreneurs. Un couple d'agriculteurs a cependant suivi une autre voie : à côté du vieux vignoble, il a ouvert un café-restaurant, vend directement ses fruits à des détaillants de Tokyo et propose des visites guidées de son domaine – cochant ainsi toutes les cases des bonnes pratiques promues par les discours sur la 6^e industrie. Le père du propriétaire actuel faisait partie des villageois qui ont investi dans le vignoble coopératif cinquante-cinq ans plus tôt ; le fils adhère toujours à la coopérative, même s'il ne s'en remet plus à elle pour commercialiser ses produits, et ne lui expédie plus qu'occasionnellement ses fruits endommagés.

Un viticulteur entreprenant de la commune de Kōshū a quant à lui ouvert son vignoble en 2014, grâce à une subvention importante accordée par le ministère de l'Agriculture. Son domaine – devenu une société par actions – a recruté un œnologue et plusieurs autres travailleurs réguliers. Il estime que la coopérative locale ne pouvait pas l'aider à développer efficacement sa stratégie parce que les démarches de candidature auprès du ministère étaient trop compliquées pour elle. Avec le développement de ses affaires, ce viticulteur recourt de plus en plus à ses propres réseaux de commercialisation et s'efforce de réduire sa dépendance vis-à-vis de la JA.

Ces exemples illustrent les sentiers divergents que les JA et les exploitants empruntent en réaction aux politiques de promotion de la 6^e industrie. À Yamanashi comme ailleurs au Japon, la majorité des exploitants, du fait de leur âge, n'ont ni l'envie ni la force de se muer en entrepreneurs. Ceux qui sont prêts à diversifier leurs activités reçoivent des aides conséquentes de la part de l'État, mais ils ont dès lors peu de motifs de rester attachés à leur coopérative.

IV. Stratégies de promotion touristique et géopolitique locale : des divisions régionales persistantes

Si certains agriculteurs s'éloignent de l'union des coopératives, les branches du groupe JA dans le Kōfu restent néanmoins une force sur laquelle de nombreux producteurs de raisin et de vin doivent compter, même si leur implication dans ces organisations varie. La diversité des situations influence de manière déterminante la territorialisation des politiques de promotion touristique et rappelle que cette région n'est en rien un espace de production homogène. Sur le territoire des municipalités de Kōshū,

Fuefuki et Yamanashi, la viticulture et la viniculture demeurent structurées par des divisions socioculturelles, administratives et politiques persistantes.

Les politiques municipales menées afin d'encourager la production de raisin kōshū suggéraient déjà l'existence de rivalités entre les collectivités locales concernées. Leur désunion est ici renforcée par une longue histoire de coopération étroite entre les gouvernements municipaux et les coopératives adhérant au groupe JA. Jusqu'aux années 1980, les juridictions de ces dernières correspondaient aux limites des communes où elles se trouvaient et ne se chevauchaient pas (George Mulgan 2000 ; Jentzsch 2017a). Mais, ajoutant à la complexité de la structure socio-spatiale du bassin, le périmètre des coopératives comme celui des communes a changé au cours des dernières décennies. Si la coopérative de Fuefuki (JA Fuefuki) a gardé son indépendance, celles des villes de Kōshū et Yamanashi ont été intégrées à JA Fruits Yamanashi (fig. 1). Ces districts coopératifs (au sein de JA Fruits Yamanashi) contiennent à leur tour d'anciennes coopératives locales, à l'intérieur desquelles s'organisaient les réseaux locaux et les relations entre viticulteurs et viniculteurs. Par exemple, la coopérative ayant investi dans le petit vignoble a été incorporée à JA Fruits Yamanashi au cours des années 1990. En dépit de ce regroupement, ce vignoble continue de produire son vin exclusivement à partir de raisin inutilisé en provenance des neufs villages à l'origine de sa création, reproduisant ainsi les frontières des anciennes JA²⁰. D'une manière générale, les vagues de fusions de coopératives des années 1990 puis de fusions communales des années 2000 n'ont guère créé qu'une fine couche administrative supplémentaire, surmontant la mosaïque de règlements formels et informels, de réseaux et d'identités, qui continuent à régir la production vitivinicole du Yamanashi.

L'étude des localités de Katsunuma et Enzan 塩山 donne une idée du rôle encore joué par ces héritages institutionnels et ce mille-feuille d'acteurs dans la production agricole. Bien qu'elles appartiennent désormais toutes deux à la même coopérative (depuis le milieu des années 1990) et à la municipalité de Kōshū (depuis 2005), Katsunuma et Enzan conservent des méthodes de viticulture et de vinification distinctes et encore rivales. Pour donner un exemple concret, l'Association des vignobles de Katsunuma

20. D'après des entretiens menés en mai 2013 auprès des viticulteurs et vignerons concernés.

(Katsunuma wain kyōkai 勝沼ワイン協会), avait formulé avec la coopérative agricole opérant dans cette commune et son ex-administration municipale, un plan pour fixer le prix annuel du raisin kōshū, afin de stabiliser sa production. Ce plan a survécu aux fusions communales et coopératives, mais il ne s'applique que dans les limites de Katsunuma et de la coopérative qui lui correspondait (à présent un district de JA Fruits Yamanashi). Le Club des viticulteurs d'Enzan (Enzan wain kurabu 塩山ワインクラブ) ne bénéficie pas d'un tel instrument de fixation des prix, la relation généralement tenue de ces derniers à leur coopérative locale s'étant encore effritée sur la période récente. Ces différences s'expliquent par l'importance relative de l'activité vinicole dans chaque localité. Le Club des viticulteurs d'Enzan réunit sept adhérents, tous à la tête de microexploitations. L'Association des vignerons de Katsunuma compte en revanche plus de trente membres, allant de petites entreprises familiales à des sociétés commerciales. Le besoin de mettre en place des règles pour coordonner l'offre et la demande en raisin, et de veiller à leur respect, était ainsi plus affirmé à Katsunuma, d'où l'influence encore forte de la coopérative²¹.

Ces différences historiques et organisationnelles ont forgé des identités distinctes au sein de la municipalité fusionnée de Kōshū, créant des divisions internes qui ne s'estompent pas. Si tous les acteurs mobilisent la rhétorique du « eux contre nous » dans leurs discours, les personnes interrogées à Enzan insistent davantage sur le style plus sophistiqué, plus individualisé – donc plus « moderne » – de leurs méthodes de vinification et de commercialisation. Elles l'opposent ainsi aux techniques industrielles caractérisant la production de vin à Katsunuma : achat en masse de raisin et de moût, circuits touristiques tournés vers de plus grands groupes de visiteurs²². Depuis Katsunuma, un autre point de vue se fait entendre : l'ex-municipalité d'Enzan, plus peuplée mais n'ayant pas autant d'exploitations que Katsunuma, aurait cherché la fusion afin de gagner du pouvoir sur le tissu économique plus florissant de cette dernière. Un interlocuteur

21. Entretien mené à Enzan, avril 2018. Bien qu'il ait décliné, le mécanisme de contrôle des prix concerne toujours environ 500 tonnes annuelles de raisin.

22. On notera toutefois que le mouvement d'appropriation de normes de vinification occidentales, afin d'améliorer la qualité du vin, est parti de cette commune.

d'Enzan a déclaré sans plus d'explications qu'il n'aimait pas les gens de Katsunuma, son Association des vignobles en particulier²³.

Ces tensions freinent la recherche de solutions communes pour sécuriser l'approvisionnement en raisin, mais aussi la promotion concertée des industries locales. Les événements devenus réguliers et reconnus restent confinés dans les frontières de leurs localités respectives. Par exemple, des interlocuteurs ont remarqué que la Fête de la vigne²⁴ – un événement annuel important et déjà ancien lancé par l'Association des vignobles – reste réservé aux vignerons de Katsunuma. Même des festivals répondant aux goûts plus contemporains n'ont pu permettre de surmonter ces divisions. En 2017, le Club des vignerons d'Enzan a lancé le *Shionoyama Wine Fest* (*Shionoyama wain fesu* 塩ノ山ワインフェス), qui annonçait entre autres des concerts, des « DJ-sets » et la présence de camions-restaurants. En s'adressant ainsi à un public plus jeune et urbain, ce festival adopte l'approche « modernisée » du tourisme que *Wine Tourism Yamanashi* souhaite diffuser – l'un des membres du projet *Wine Tourism Yamanashi* étant d'ailleurs impliqué dans le *Shionoyama Wine Fest*. Un autre membre de son comité d'organisation, un néorural venu de Tokyo, s'est dit lui-même peu réceptif aux conflits intra-municipaux. C'est pourquoi il a sollicité des établissements de Katsunuma. L'hostilité sous-jacente entre le Club d'Enzan et l'Association de Katsunuma l'a contraint à renoncer, en dépit de ses bonnes relations avec les plus jeunes vignerons de Katsunuma. En conséquence, les deux premières éditions du *Shionoyama Wine Fest* (2017 et 2018) n'ont accueilli que des établissements d'Enzan. D'après un jeune exploitant de Katsunuma, certaines personnes d'Enzan auraient peu apprécié le simple fait qu'il participe avec d'autres collègues, comme musiciens ou bénévoles.

En tant que projet récent et d'initiative privée, *Wine Tourism Yamanashi* a permis quelques rapprochements au-delà des divisions locales. Mais même dans ce cadre, la perspective d'une intégration touristique régionale demeure hypothétique. Durant les manifestations annuelles, Enzan et Katsunuma restent répertoriées séparément – comme des localités

23. Entretiens et conversations tenues lors d'événements liés à la promotion de la viculture régionale, en novembre 2017, avril et mai 2018.

24. Appelé *Kōshū-shi Katsunuma budō matsuri* 甲州市かつぬまぶどうまつり, soit littéralement, le Festival de la vigne de Katsunuma dans la ville de Kōshū. (N.D.T.)

indépendantes, possédant chacune leurs cartes de parcours. Lors d'un rendez-vous avec trois responsables de *Wine Tourism Yamanashi* et un exploitant (en décembre 2017), tous ont souligné les divisions internes au bassin de Kōfu et, notamment, la complexité sociale et politique propre au territoire de Katsunuma. Les événements de promotion tendraient donc à dupliquer les frontières au lieu de les effacer. Après la tenue du *Wine Fest* de 2017, à l'automne, des vignerons et des bénévoles d'Enzan se sont réunis pour une fête qui, selon l'un d'eux, « vous savez, n'aurait jamais lieu à Katsunuma » ; « ils ne s'entendent pas bien entre eux, contrairement à nous ».

Les conflits se cristallisent également autour du Budō no Oka, fondé en 1975 grâce aux actions conjointes de la coopérative et de la ville de Katsunuma. Les vignerons considèrent que cette structure « leur appartient ». Néanmoins, le Budō no Oka dépend des financements municipaux – soit, désormais, des taxes versées par les habitants d'Enzan. Il a donc été ouvert, à contrecœur, aux vignerons d'Enzan. Le conseil municipal, dominé par des élus issus de la circonscription plus grande d'Enzan, envisage de privatiser l'équipement à moyen terme, ce qui atténuerait encore son statut de magasin dédié au vin de Katsunuma. Les vignerons de Katsunuma s'y opposent avec vigueur, surtout les plus âgés.

Le projet départemental *Wine Resort* n'a pas mieux contribué à l'intégration touristique de la région du Kyōtō. Cette désignation-même (*Kyōtō chihō* 峡東地方²⁵), d'usage purement administratif, n'est pas couramment employée et n'évoque pas de lieu familier. Si on la compare avec la portée symbolique d'autres divisions sociales et spatiales locales, une telle dénomination renforce l'aspect artificiel du projet. Ses frontières n'épousent pas celles d'organisations préexistantes opérant à l'échelle des (ex-)municipalités ou du bassin dans son ensemble, comme dans le cas de *Yamanashi Wine Tourism*. L'expérience du *Wine Resort* a convaincu les acteurs de la ville de Kōshū interrogés, que seules des politiques élaborées à l'échelle municipale peuvent résoudre les difficultés de promotion de l'œnotourisme. En concertation avec le département, les trois villes ont d'ailleurs construit plusieurs scénarios de développement de l'économie vitivinicole (2017-2026) : d'après des vignerons et des élus de la ville de Kōshū, ils retracent plus

25. La traduction japonaise donnée au *Kyōtō Region Wine Resort*, moins usitée que sa version anglaise, parle de *Kyōtō chiiki* 峡東地域 et non *Kyōtō chihō*.

fidèlement la situation et les opinions des citoyens que le *Wine Resort*, avec des ambitions plus réalistes (voir *supra*). La ville de Kōshū trouve aussi que la posture de *Wine Tourism Yamanashi* est plus prometteuse. Son comité chargé de mettre en œuvre les scénarios départementaux de développement sert *in fine* à apaiser les antagonismes entre les ex-citoyens des communes d'Enzan et Katsunuma.

Bien qu'ils apprécient les positions actuelles de leur municipalité, les acteurs économiques de Kōshū estiment que cela ne règle pas un problème de fond posé par la gouvernance de la revitalisation régionale, à savoir la nature hiérarchique des relations État-régions ou centre-périphéries. Idéalement, élus et vignerons voudraient d'abord bâtir leurs stratégies de promotion touristique à l'échelle municipale puis demander des subventions *ad hoc*. En réalité, ce sont toujours les organes de l'État et des départements qui décident des dispositifs et des budgets, puis exhortent les municipalités à obtempérer, même si, comme dans le cas du KRWR, leurs décisions défient le bon sens ou s'appuient sur une unité territoriale sans grande pertinence pour les initiatives locales. À Kōshū, les acteurs locaux partagent donc le sentiment de mieux connaître la situation et les besoins du secteur, mais l'état désastreux des finances municipales les force à se ranger derrière les politiques sectorielles conçues à distance par les départements et les autorités centrales afin de concrétiser leurs projets.

Conclusion

Dans le département de Yamanashi, le potentiel de revitalisation qu'offre l'œnotourisme est reconnu par tous les acteurs et tous les échelons de gouvernement. Cependant, les moyens de sa réalisation sont très controversés. À partir de cette étude de cas, on peut supposer que l'intégration verticale prescrite dans le cadre de la « 6^e industrie », la redéfinition des industries locales en ressources commercialisables ou la mise en tourisme de nouveaux sites, forment des objectifs remodelés par l'étendue et l'intensité des conflits locaux. Ceux-ci opposent des structures établies et des entreprises émergentes ainsi que des initiatives d'origine publique ou privée. De nombreuses institutions socioéconomiques et politiques locales se trouvent ainsi remises en cause. En ce sens, la revitalisation des périphéries japonaises ne peut se contenter d'une évaluation fonctionnelle, à l'aune de ses « succès »

ou de ses « échecs » : il faut avant tout l'analyser en tant qu'outil de (re)configuration politique et économique du « Japon des régions », dans un contexte de mutations institutionnelles de grande ampleur.

Les réformes de décentralisation et la vague de fusions communales qui s'en est suivie, durant les années 2000, ont accéléré la marginalisation des régions japonaises périphériques, par pans entiers. Elles ont bousculé les frontières sociales et politiques constitutives du bassin de Kōfu, et de bien d'autres localités japonaises. Ces recompositions territoriales, qui resituent les identités locales et les sites de production (ainsi que les règles et pratiques en vigueur sur ces sites) au sein de périmètres beaucoup plus vastes, les modifient en conséquence et ont des impacts concrets sur les actions de revitalisation. Le cas du bassin de Kōfu montre que les redécoupages administratifs n'ont pas atténué les divisions entre municipalités : ils ont plutôt ajouté une couche de frictions à l'intérieur des municipalités, ce qui nuit finalement aux possibilités de mise en cohérence des stratégies de soutien au tourisme vinicole²⁶. Nos résultats rejoignent l'hypothèse selon laquelle les réformes de décentralisation visaient avant tout à réduire les prestations versées par l'État japonais (*inter alia*, Song 2015 ; Yamada 2012), les objectifs d'autonomisation des collectivités locales et d'amélioration de la démocratie participative ayant peu progressé en comparaison (Hüstebeck 2014). Dans le cadre des programmes de revitalisation régionale, les acteurs de la ville de Kōshū perçoivent toujours les relations hiérarchiques centre-périphéries comme une réalité politique qui n'a guère évolué depuis l'après-guerre – sauf que les subventions publiques deviennent plus difficiles à obtenir, et les objectifs fixés beaucoup plus durs à atteindre dans un contexte de déclin socioéconomique local. Alors que les décideurs nationaux pressent les collectivités périphériques d'assumer la responsabilité de leur revitalisation, le cas du bassin de Kōfu suggère que les acteurs locaux sont justement capables d'innover dans leurs réponses aux évolutions globales du marché du vin et du tourisme, mais qu'ils sont freinés par les ingérences du département et des autorités centrales en général.

Notre étude révèle enfin l'influence persistante d'organisations sociales préexistantes aux fusions communales et coopératives. Cela suscite des

26. Une conclusion à laquelle Muroya (2013) parvient aussi dans son étude des approches municipales de la 6^e industrie.

interrogations sur la manière de définir les limites des régions à revitaliser. *A fortiori* depuis la vague de fusions des années 2000, les régions japonaises se composent d'une multitude de strates disparates, parfois emboîtées, parfois en conflit, qui structurent les organisations socio-spatiales et les sentiments d'appartenance. Dans cet article, les strates en question sont le bassin du Kōfu lui-même, des systèmes productifs distincts à l'échelle des (ex-)communes, ou bien des périmètres d'action artificiellement imposés et fort peu ancrés aux territoires locaux, comme le *Kyōtō Region Wine Resort*. Une identification de ces strates, de leurs frontières politiques et sociales et de leurs interrelations, est déterminante si l'on veut mieux comprendre la renégociation en cours entre les acteurs économiques et politiques du Japon périphérique.

Traduit de l'anglais et annoté par Sophie BUHNIK.

Bibliographie

CHIAVACCI David & HOMMERICH Carola (dir.)

2016

Social Inequality in Post-Growth Japan. Transformation during Economic and Demographic Stagnation, Londres, Routledge.

COOPER Malcolm & FUNCK Carolin **2015**

Japanese Tourism. Spaces, Places and Structures, New York et Oxford, Berghahn Books.

GEORGE MULGAN Aurelia **2000**

The Politics of Agriculture in Japan, Londres et New York, Routledge.

HOOK Glenn D. & TAKEDA Hiroko **2007**

« "Self-Responsibility" and the Nature of the Postwar Japanese State: Risk through the Looking Glass », *Journal of Japanese Studies*, 33 (1) : 93-123.

HORNE John & MANZENREITER Wolfram **2004**

« Accounting for Mega-Events: Forecast and Actual Impacts of the 2002 Football World Cup Finals on the Host Countries Japan/Korea », *International Review for the Sociology of Sport*, 39 (2) : 187-203.

HÜSTEBECK Momoyo **2014**

Dezentralisierung in Japan. Politische Autonomie und Partizipation auf Gemeindeebene, Wiesbaden, Springer VS.

Japan Times **2017**

« Yamanashi Aims to Become Center for

Wine-Based Tourism », édition du 17 juin 2017.

JENTZSCH Hanno **2017a**

« Subsidized Tradition, Networks, and Power: Hamlet Farming in Japan's Changing Agricultural Support and Protection Regime », in Niehaus Andreas & Walravens Tine (dir.), *Feeding Japan*, New York, Palgrave Macmillan : 413-442.

JENTZSCH Hanno **2017b**

« Tracing the Local Origins of Farmland Policies in Japan: Local-National Policy Transfers and Endogenous Institutional Change », *Social Science Japan Journal*, 20 (2) : 243-260.

KANAI Toshiyuki 金井利之 & **YAMASHITA**

Yusuke 山下祐介 **2015**

Chihō sōsei no shōtai 地方創生の正体 (La Véritable Nature de la revitalisation régionale), Tokyo, Chikuma shobō 筑摩書房.

KELLY William **1990**

« Regional Japan: The Price of Prosperity and the Benefits of Dependency », *Daedalus*, 119 (3) : 209-227.

KINGSBURY Aaron J. **2012**

Re-Localizing Japanese Wine: The Grape and Wine Clusters of Yamanashi Prefecture, Japan, Honolulu, University of Hawaii at Manoa.

KINGSBURY Aaron J. **2014**

« Constructed Heritage and Co-Produced Meaning: The Re-Branding of Wines from the Koshu Grape », *Contemporary Japan*, 26 (1) : 29-48.

KÜHN Manfred 2014

« Peripheralization: Theoretical Concepts Explaining Socio-Spatial Inequalities », *European Planning Studies*, 23 (2) : 367-378.

MATANLE Peter & RAUSCH Anthony 2011

Japan's Shrinking Regions in the 21st Century. Contemporary Responses to Depopulation and Socioeconomic Decline, Amherst, Cambria Press.

MUROYA Arihiro 室屋有宏 2013

« Rokuji sangyōka no genjō to kadai. Chiiki zentai no kasseika ni tsunagaru "chiiki no rokujika" no hitsuyōsei » 6次産業化の現状と課題—地域全体の活性化につながる「地域の6次化」の必要性— (La 6^e industrialisation : état des lieux et enjeux. Nécessité d'un 6^e industrialisation conduisant à une revitalisation de la région), *Nōrin kin.yū* 農林金融, 66 (5) : 2-21.

MUROYA Arihiro 室屋有宏 2016

« Nōkyō to rokuji sangyōka » 農協と6次産業化 (L'union des coopératives et la 6^e industrialisation), *Nōrin kin.yū* 農林金融, 69 (2) : 2-16.

ODAGIRI Tokumi 小田切徳美 2014

Nōsanson wa shōmetsu shinai 農山村は消滅しない (Le village de montagne ne disparaît pas), Tokyo, Iwanami shoten 岩波書店.

RAUSCH Anthony 2006

« The Heisei Dai Gappei: A Case Study for Understanding the Municipal Mergers of the Heisei Era », *Japan Forum*, 18 (1) : 133-156.

RAUSCH Anthony 2016

« The Heisei Municipal Mergers: Measures of Sustainability, Equality and Identity », in Assmann Stephanie (dir.), *Sustainability in Contemporary Rural Japan*, New York, Routledge : 35-48.

SONG Jiyeoun 2015

« Japan's Regional Inequality in Hard Times », *Pacific Focus*, 30 (1) : 126-149.

TABAYASHI Akira 2010

« Regional Development Owing to the Commodification of Rural Spaces in Japan », *Geographical Review of Japan*, 82 (2) : 103-125.

TASHIRO Yōichi 田代洋一 2018

Nōkyō kaikaku to Heisei gappei 農協改革と平成合併 (La réforme de l'union des coopératives et les fusions de l'ère Heisei), Tokyo, Tsukuba shobō 筑波書房.

WANG Chuanfei 2017

« Joining the Global Wine World: Japan's Winemaking Industry », in Niehaus Andreas & Walravens Tine (dir.), *Feeding Japan*, New York, Palgrave Macmillan : 225-250.

YAMADA Kyōhei 2012

« Municipal Mergers in Japan: How Did the Fiscal Incentives by the Central Government Affect Municipalities' Decisions? », APSA 2012 Annual Meeting Paper.

<http://ssrn.com/abstract=2107502>

(dernière consultation en novembre 2019).

Rapports et enquêtes

Japan Cabinet Office 2014

Japan Revitalization Strategy.

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/honbunEN.pdf> (dernière consultation le 18 décembre 2018).

Keizai Hōrei Kenkyūkai 経済法令研究会 (Institut de recherche juridique et économique) 2011

Rokuji sangyōka to JA no aratana yakuwari. Nōgyō no mirai no tame ni 6次産業化とJAの新たな役割—農業の未来のために (La 6^e industrialisation et le nouveau rôle des JA : pour l'avenir de l'agriculture), Tokyo.

Kyōtō chiiki wain rizōto suishin

kyōgikai 峡東地域ワインリゾート推進協議会 (Assemblée pour la promotion du Kyōtō Region Wine Resort) 2016

Fuji no kuni Yamanashi. Kyōtō wain rizōto kōsō 富士の国やまなし—峡東ワインリゾート構想 (Yamanashi, pays du Fuji. Présentation du projet de Kyōtō Region Wine Resort).

https://www.pref.yamanashi.jp/kankou-sgn/documents/Kyōtō_u_wine_resort_plan.pdf (dernière consultation le 23 mai 2018).

Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (Nōrin suisanshō 農林水産省 [ministère de l'Agriculture, des Forêts et de la Pêche]) 2016

Rokuji sangyōka sōgō chōsa 6次産業化総合調査 (Enquête générale sur la 6^e industrie).

<http://www.maff.go.jp/j/tokei/>

kouhyou/rokujika/index.html (dernière consultation le 18 décembre 2018).

Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism (Kokudo kōtsūshō 国土交通省 [ministère du Territoire, des infrastructures, des transports et du tourisme]), Council for the Development of a Tourism Vision to Support the Future of Japan (Ashita no Nihon o sasaeru kankō bijon kōsō kaigi 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議 [Comité pour le développement d'une stratégie prospective de développement du tourisme]) 2016
New Tourism Strategy to Invigorate the Japanese Economy.

<http://www.mlit.go.jp/common/001172615.pdf> (dernière consultation le 15 mai 2018).

Yamanashi Prefecture Planning Department (Yamanashi-ken kikaku kenminbu 山梨県企画県民部 [Département de Yamanashi, bureau de l'aménagement et de la planification]) 2017

Heisei nijūgo nen jūtaku tochi tōkei chōsa kekka. Yamanashi-ken no gaiyō 平成25年住宅・土地統計調査結果—山梨県の概要 (Résultats de l'enquête statistique de 2013 sur le logement et le foncier, pour le département de Yamanashi).
https://www.pref.yamanashi.jp/toukei_2/HP/DATA/25jutaku.pdf (dernière consultation le 21 septembre 2018).

Yamanashi Prefecture Statistical Office, 山梨県 (Services statistiques du département de Yamanashi) 2016a
Nisenjūgo nen nōringyō sensasu kekka.

Yamanashi-ken no gaiyō 2015年農林業
センサス結果—山梨県の概要 (Résultats
du recensement agricole et sylvicole
de 2015, pour le département de
Yamanashi).

[https://www.pref.yamanashi.jp/toukei_2/
HP/DATA/2015nourin_1.pdf](https://www.pref.yamanashi.jp/toukei_2/HP/DATA/2015nourin_1.pdf) (dernière
consultation le 21 septembre 2018).

**Yamanashi Prefecture Statistical
Office, 山梨県 (Services statistiques du
département de Yamanashi) 2016b**
Heisei nijūshichi nendo Yamanashi-ken
no GDP ni tsuite 平成27年度山梨県のGDP
について (Sur le produit intérieur brut du
département de Yamanashi en 2015).
[https://www.pref.yamanashi.jp/toukei_2/
HP/DATA/27syotokunen_youyaku.pdf](https://www.pref.yamanashi.jp/toukei_2/HP/DATA/27syotokunen_youyaku.pdf)
(dernière consultation le 27 mai 2018).