

Check against delivery

“Os doces agradam a toda a gente no Japão”

By Mr. Kazuhiro FUJIMURA,

Chargé d'affaires ad interim of Japan,

At the conference “O 53º Encontro dos Descobrimentos

-A Industria do Doce no Mercado Internacional”

on November 14th, 2013, Lisboa, PORTUGAL

Good morning.

Bom dia.

(Greetings)

First of all I would like to express my gratitude to Mrs. Gabriela Faria de Oliveira, Executive Director of the Centro Internacional de Cultura, for giving me today's occasion to make a presentation on Japanese sweets. Also I would like to thank all for their efforts of organizing this event.

(Saudações)

Em primeiro lugar gostaria de agradecer à Dra. Gabriela Faria de Oliveira, Directora Executiva do Centro Internacional de Cultura, por hoje me dar esta oportunidade para fazer uma palestra sobre os doces do Japão. Gostaria igualmente de agradecer a todos pelos esforços na organização deste evento.

(Introduction)

In order to assume a current position at the Embassy of Japan in Portugal, I came from Tokyo to Lisbon last year in April. Before that, I visited Portugal for the first time as a tourist in the middle of 1980s but since then I did not have chance to come here. So for me it was a first visit to Lisbon in nearly 30 years. My first impressions on Lisbon were mixed ones: lots of beautiful things remained unchanged but at the same time there were many changes as well. One of the biggest surprises for me was to find a good number of Japanese restaurants in Lisbon. And soon I came to notice that Japanese food was trendy in Portugal.

(Introdução)

A fim de assumir a posição actual na Embaixada do Japão em Portugal, vim de Tóquio para Lisboa no ano passado, em Abril. Antes disso, tinha visitado Portugal pela primeira vez como turista no meio da década de 1980 mas desde então não tive oportunidade de vir aqui. Por tanto, para mim, esta foi uma primeira visita a Lisboa em quase 30 anos. As minhas primeiras impressões sobre Lisboa foram mistas: muitas coisas bonitas permanecem inalteradas mas ao mesmo tempo, houve muitas mudanças também. Uma das maiores surpresas para mim foi encontrar um bom número de restaurantes japoneses em Lisboa. E rapidamente me apercebi de que a comida japonesa se tornou moda em Portugal.

It is very encouraging for me to see Japanese restaurants not only in Lisbon but also in other cities of Portugal. Of course some are authentic and others are not so much. But anyway I regard this trend as an indication that Japanese cuisine is being liked by Portuguese people.

É muito encorajador para mim ver restaurantes japoneses, não só em Lisboa, mas também noutras cidades de Portugal. Claro que alguns são autênticos e outros nem tanto. Mas de qualquer forma, considero essa tendência como uma indicação de que a culinária japonesa é apreciada pelo povo português.

We are very proud of Japanese food. It is delicious and healthy. And it is now gaining an international recognition. In this regard we are happy that the UNESCO will include “*Washoku*---Traditional Dietary Cultures of the Japanese” in their Intangible Cultural Heritages list. We feel impatient for a formal decision in December, because up to today the UNESCO has given this status only to 4 cuisines in the world: French cuisine, the Mediterranean diet in Spain, Greece, Italy and Morocco, Mexican cuisine and “keskek,” a traditional ceremonial dish in Turkey.

Temos muito orgulho na comida japonesa. É deliciosa e saudável. E está agora a ganhar um reconhecimento internacional. A este respeito, estamos felizes que a UNESCO venha a incluir “*Washoku*---Culturas Alimentares Tradicionais dos Japoneses” na sua lista de Património Cultural Intangível. Temos grande expectativa na decisão formal em Dezembro, porque até hoje a

UNESCO deu esse estatuto apenas a 4 cozinhas do mundo: a cozinha francesa, a dieta Mediterrânica na Espanha, Grécia, Itália e Marrocos, a cozinha mexicana e "keskek", um prato tradicional cerimonial na Turquia.

Among a wide variety of Japanese diets, sushi and tempura are already well-known in Portugal, too. But today I will not talk about these dishes but will address sweets in Japan.

Entre uma grande variedade de dietas japonesas, o sushi e a tempura são também já bem conhecidos em Portugal. Mas hoje não vou falar sobre esses pratos mas sim sobre os doces no Japão.

(Short history of sweets in Japan)
(Breve história dos doces no Japão)

Like Portuguese people, we Japanese are great lovers of sweets. Japanese sweets have a long history. According to scholars, sweets began with nuts and fruits in the primitive times. In the 6th century, Japan imported the Buddhism and sweets related to this religion from the Korean Peninsula. In the periods of *Nara* and *Heian* from the 8th century to the 12th century, pine nuts, chestnuts, persimmons, rice crackers were used as the sweets for special ceremonies. Today you can visit Yoshida Shrine in Kyoto. It was built in the middle of the 7th century and is regarded as a sacred place where a God in charge of sweets is worshiped.

Tal como o povo português, os japoneses são grandes amantes de doces. Os doces japoneses têm uma longa história. De acordo com estudiosos, os doces começaram com nozes e frutas em tempos primitivos. No século VI [sexto], o Japão importou o budismo e os doces relacionados com esta religião desde a península coreana. Nos períodos de *Nara* e *Heian* do século VIII [oitavo] para o século XII [doze], pinhões, castanhas, dióspiros, bolachas de arroz, foram usados como doces para cerimónias especiais. Hoje pode-se visitar o santuário Yoshida em Quioto. Ele foi construído em meados do século VII [sétimo] e é considerado um lugar sagrado, onde um Deus responsável por doces é adorado.

And then Japanese sweets developed their history as green tea came from China to Japan: during *Muromachi* period from the 14th century to the 16th century, the tea ceremony became a part of Japanese cultures and people enjoyed sweets as something indispensable at the tea ceremony.

E de seguida os doces japoneses desenvolveram a sua história com o chá verde que veio da China para o Japão: durante o período *Muromachi* do século XIV [catorze] ao século XVI [dezassexto], a cerimónia do chá tornou-se uma parte da cultura japonesa e as pessoas apreciavam os doces como algo indispensável na cerimónia do chá.

In the 16th century, 470 years ago, the first Portuguese nationals arrived at Japan. This contact led to a revolution not only in the battle fields for Samurai with imported rifles, but also in the sweets field for Japanese people with several Portuguese sweets such as *confeitos*. At the period of *Edo* from the 17th century to the 19th century, so-called *Namban* sweets became widespread in Japan.

No século XVI [dezassexto], há 470 anos atrás, o primeiro português chegou ao Japão. Esse contacto levou a uma revolução, não só nos campos de batalha para os Samurai com espingardas importadas, mas também no campo dos doces para o povo japonês, com vários doces portugueses como os *confeitos*. No período de *Edo* do século XVII [dezassete] ao século XIX [dezanove], os chamados doces *Namban* foram difundidos no Japão.

And then there happened the Meiji Restoration in 1868, marking the beginning of the European-style modernization in Japan, when people came to know European sweets like candies, cookies, cakes, chocolates and so on. A large event called “the National Sweets Exposition” dates back to 1911. It has been held in order to convey the history and the culture of Japanese sweets to younger generations and to give boost to the sweets industry across the country. From April to May this year in 2013, Hiroshima City hosted the 26th Exposition, showing many kinds of sweets to more than 800.000 visitors. Among them, we could see a Castella coming from a *pão-de-ló* as something MUST in Japanese sweets menu.

E então aconteceu a Restauração Meiji em 1868, marcando o início da modernização no Japão ao estilo europeu, quando as pessoas conheceram os doces europeus como doces, biscoitos, bolos, chocolates e assim por diante. Um grande evento chamado "A Exposição Nacional de Doces" data de cerca de 1911. Tem sido realizado a fim de transmitir a história e a cultura dos doces japoneses para as gerações mais jovens e para dar impulso à indústria de doces em todo o país. De Abril a Maio deste ano de 2013, a cidade de Hiroshima foi anfitriã da 26ª [vigésima sexta] exposição, mostrando muitos tipos de doces para mais de 800.000 [oitocentos mil] visitantes. Entre eles, pudemos ver um “Castella” proveniente do pão-de-ló, algo que DEVE fazer parte do menu de doces japoneses.

(Sweets market in Japan)

(Mercado de doces no Japão)

Now let me move on to the sweets market in Japan.

According to a survey conducted by the Government of Japan about disbursement per household of 2012, a Japanese family spent 702.000 yens (about 5.400 euros (#)) for food and out of them spent 49.752 yens (about 381 euros) for sweets in one year. It means that sweets account for more than 7 % of a Japanese family's annual food consumption. This figure has been almost constantly growing, although at a slow pace, since several decades ago: the number was 5.4% in 1960 and 6.3% in 1965. If we include expenditures for sweets as gift, this figure becomes bigger by more than 1%, reaching over 8% out of total food consumption.

Agora deixem-me passar para o mercado de doces no Japão.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo governo do Japão sobre os gastos por agregado familiar em 2012, uma família japonesa gastou 702.000 ienes (cerca de 5.400 euros (#)) em alimentação e, destes, gastou 49.752 ienes (cerca de 381 euros) em doces num ano. Isto significa que os doces representam mais de 7% do consumo anual alimentar da família japonesa. Estes números têm crescido quase constantemente, embora a um ritmo lento, desde há várias décadas: o número era de 5,4% em 1960 e 6,3% em 1965. Se

incluirmos as despesas com doces como prenda, esse número fica superior em mais de 1%, alcançando mais de 8% do consumo total de alimentos.

There is a research that one think-tank (##) realized about sweets sales in Japan. I would like to introduce some of its outcomes to you.

This research estimates that the size of Japanese sweets retail market will be around 745.700 million yens (about 5.736 million euros) in 2013. In Japan they sell the sweets for family consumption at sweets shops as well as so-called "Convenience Stores," which are corner stores like "Seven Eleven." The sweets sales at "Convenience Store" is estimated at 181.200 million yens (about 1.393 million euros). On the other hand, as to the sweets for gifts, the sales at key transport routes such as sweets shops inside railway stations and related buildings, airports and rest areas along highways, are very important. They will be around 347.300 million yens (about 2.671 million euros) mostly for souvenirs.

Há uma pesquisa que um Grupo de Reflexão (##) realizou sobre as vendas de doces no Japão. Gostaria de apresentar-lhes alguns dos seus resultados.

Esta pesquisa estima que o tamanho do mercado de retalho de doces japoneses será aproximadamente de 745.700 milhões de ienes (cerca de 5.736 milhões de euros) em 2013. No Japão, vendem-se doces para consumo familiar, em lojas de doces, bem como as chamadas "lojas de conveniência," que são lojas de esquina como as "Seven Eleven." As vendas de doces na "loja de conveniência" são estimadas em 181.200 milhões de ienes (cerca de 1.393 milhões de euros). Por outro lado, quanto aos doces como prendas, as vendas em rotas de transporte chave tais como lojas de doces no interior de estações de comboio e prédios relacionados, aeroportos e áreas de descanso ao longo das estradas, são muito importantes. Serão cerca de 347.300 milhões de ienes (cerca de 2.671 milhões de euros) principalmente para lembranças.

A different research shows that European-style sweets account for 62% while traditional Japanese sweets represent 38% in Japanese market as of 2010. So it can be said that Japanese people like both European-style sweets and Japanese traditional ones. It is true that a series of boom have been taking

place on one European-style sweet item to another in recent years in my country. Japanese sweets-lovers have had fads about *Baum Kuchen* and *Rusk* of Germany, *Macarron* of France and *Swiss Roll*. This *Swiss Roll*, which is called *Roll Cake* in Japan, has been winning a big market. One of the biggest hit products in the last few years is *Premium Roll Cake* sold at a Convenience Store "Lawson." Its high quality with fresh cream has been highly appreciated by Japanese consumers.

Uma pesquisa diferente mostra que os doces de estilo europeu representavam 62%, enquanto os doces tradicionais japoneses representavam 38% do mercado japonês em 2010. Então pode-se dizer que o povo japonês gosta quer de doces de estilo europeu quer dos tradicionais doces japoneses. É verdade que têm ocorrido vários fenômenos de popularidade nos doces de estilo europeu nos últimos anos no meu país. Os japoneses amantes de doces estiveram presos à moda dos *Baum Kuchen* e *Rusk* da Alemanha, dos *Macarron* da França e dos *Swiss Roll*. Este *Swiss Roll*, que é chamado de bolo de rolo no Japão, tem ganho um grande mercado. Um dos produtos com maior sucesso nos últimos anos é o *Premium Roll Cake*, vendido na loja de conveniência "Lawson". A sua alta qualidade com creme de leite fresco tem sido altamente apreciada pelos consumidores japoneses.

Curiously enough, European-style sweets sales are closely associated with some Christian dates in Japan. For example, February 14th is St. Valentine Day. In Japan it is said that only on this day girls are allowed to declare her love to boys by giving a chocolate as a gift. So the sales of chocolate sharply rise as St. Valentine day comes nearer. Also Christmas is regarded as a special day by Japanese people: they eat European-style cakes with their families or sweethearts on Christmas Eve. Then cake sales explode just before December 24th. These two examples show that even religious days are commercialized so much in Japan, but at the same time they are providing people with good excuses to profusely enjoy sweets without worrying about weight or thinking about a diet.

Curiosamente, as vendas de doces de estilo europeu estão intimamente associadas com algumas datas cristãs no Japão. Por exemplo, o 14 de Fevereiro é o Dia dos Namorados / São Valentim. No Japão, diz-se que

somente neste dia as raparigas podem declarar o seu amor aos rapazes dando-lhes um chocolate de presente. Assim as vendas de chocolate aumentam drasticamente à medida que o dia de São Valentim se aproxima. Também o Natal é considerado como um dia especial pelo povo japonês: comemos bolos de estilo europeu, com as nossas famílias ou namorados na véspera de Natal. Desta forma, as vendas de bolos explodem antes de 24 de Dezembro. Estes dois exemplos mostram que até os dias religiosos são tão comercializados no Japão, mas ao mesmo tempo estão a dar às pessoas boas desculpas para desfrutar profusamente de doces sem se preocupar com o peso ou pensar em dietas.

(Portuguese sweets in Japan)

(Doces portugueses no Japão)

As I have mentioned, Portugal has had impact on Japanese sweets as well. In Japan we enjoy Kompeito coming from confeito and a Castella coming from a pão-de-ló. But these are not all.

A pastel de nata, known as an egg tart in Japan, has been becoming more and more popular particularly among young boys and girls. It has been on sale at a Convenience Store “Lawson” that I have already mentioned across the country. In Tokyo now we can find a growing number of Portuguese food shops: not only restaurants but also sweets shops as well. For example, a Portuguese sweets shop was opened in Yoyogi area and their specialty is a pastel de nata. Also there is a shop specialized in pão-de-ló in Azabu area. Both are located in very prestigious areas of Tokyo. By the way, you might well wonder about a price: how much are these Portuguese sweets in Japan? In Tokyo one pastel de nata is more than one euro and a slice of pão-de-ló is about 3 euros.

Como referi, Portugal tem tido também um impacto sobre os doces japoneses. No Japão, apreciamos “Kompeito” que vem de confeito e Castella que provém do pão-de-ló. Mas estes não são todos.

Um pastel de nata, conhecido como torta de ovo no Japão, tem sido cada vez mais popular, sobretudo entre os jovens. Tem estado à venda nas lojas de

conveniência "Lawson" em todo o país. Em Tóquio, podemos agora encontrar um número crescente de lojas de comida portuguesa: não só restaurantes mas também lojas de doces. Por exemplo, uma loja de doces portugueses foi aberta na área de Yoyogi e a sua especialidade é o pastel de nata. Também existe uma loja especializada em pão-de-ló na área de Azabu. Ambas estão localizadas em áreas de grande prestígio em Tóquio. A propósito, podem também perguntar sobre o preço: quanto custam esses doces portugueses no Japão? Em Tóquio, um pastel de nata custa mais do que um euro e uma fatia de pão-de-ló cerca de 3 euros.

Of course it is not easy to open a new market in foreign countries. One might come across bitter experiences with difficulties in Japan as well. Having said so, I still would like to welcome bold challenges from Portuguese sweets dealers into Japan. I would like to do so because, as you say in Portugal, "Não merece o doce quem não prova o amargo."

É claro que não é fácil abrir um novo mercado em países estrangeiros. Podem-se também ter experiências amargas com as dificuldades no Japão. Tendo dito isso, gostaria ainda de dar as boas vindas aos desafios ousados dos empresários de doces portugueses no Japão. Gostaria de fazê-lo porque, como se diz em Portugal, "Não merece o doce quem não prova o amargo."

Thank you very much for your attention.

Muito obrigado pela vossa atenção.

END

FIM

(#) 1 euro = 130 Japanese yens

(##) Fuji-Keizai Group