



Japón: Aumento del consumo de vino español

Julio 2024



PUNTOS CLAVE

- El consumo del vino en Japón aumentó un 800% en 40 años.
- España es el cuarto proveedor de vino en el mercado japonés.
- Las consumidoras japonesas de vino blanco representan un 58,2% del total.
- Las ferias FOODEX Japan y ProWine Tokyo son unas plataformas idóneas para presentar los vinos a los importadores y compradores japoneses.

CONTENIDO

1. Tendencia de consumo en el vino
2. Consumo del vino blanco
3. Desafíos y oportunidades
4. ProWine Tokyo y FOODEX Japan
5. Conclusiones



El sector del vino en el mercado japonés ha mostrado un crecimiento constante en los últimos años, con un interés particular por los vinos europeos. En este contexto, el vino español ha ido ganando terreno, con una progresiva

apreciación de la cultura vinícola española entre los consumidores y profesionales japoneses.

Los vinos que han mostrado una tendencia alcista en el último año, y se prevé continúe así a corto y largo plazo, son principalmente el vino blanco y el espumoso.

En la presente nota veremos además de las tendencias y los últimos datos de consumo de vino en Japón, el perfil del consumidor y los factores que influyen en la elección del vino en la población

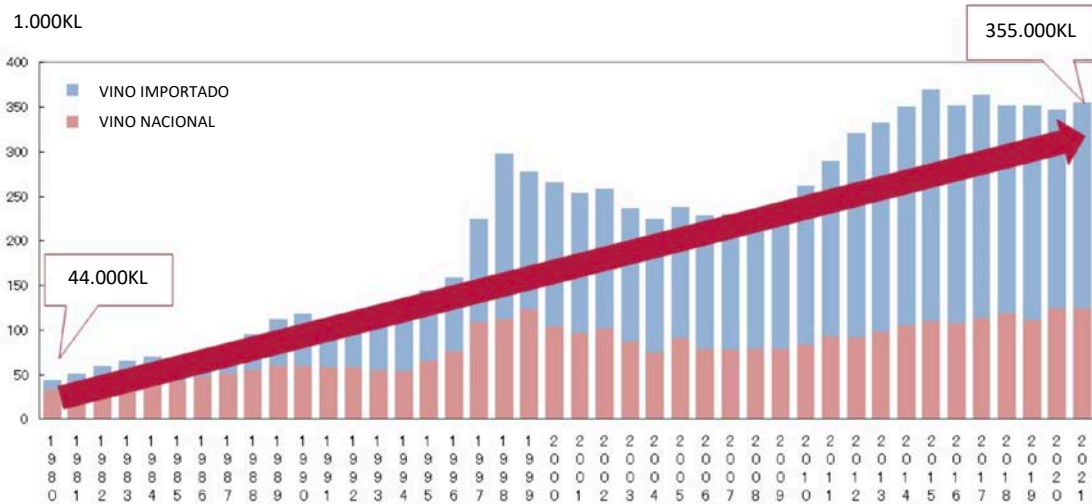


Japón: Aumento del consumo de vino español

1. TENDENCIA DEL CONSUMO DEL VINO

Según la empresa Kirin Holdings, fabricante de una de las cervezas más famosas de Japón e importadora de vino, el consumo del vino en los últimos 40 años ha aumentado un 800%: de 44.000KL en 1980 a 355.000KL en 2021.

CONSUMO DE VINO EN JAPÓN DESDE 1980 A 2021



Como podemos apreciar en el gráfico anterior, en los años 1997-98, en Japón ocurrió lo que se llamó la sexta ola del Boom del Vino, que se estabilizó en los años posteriores. Sin embargo, la pandemia del coronavirus provocó un comienzo en el aumento del consumo de vino en casa, debido a que el Gobierno Japonés prohibió el consumo de bebidas alcohólicas en restaurantes y bares. En la actualidad, el consumo ha superado esta sexta ola, haciéndose más maduro y siendo los consumidores japoneses más conscientes en sus elecciones a la hora de consumir vino.

Este aumento en el consumo conlleva un aumento en la importación, puesto que la cantidad de producción propia es aún limitada y la imagen de estos nuevos vinos “made in Japan” no es aún tan buena como las de los vinos europeos. Francia e Italia van a la cabeza en la importación, habiéndose convertido España en el cuarto proveedor de vino importado en Japón. Algunos datos que ofrece la Asociación de Importadores de Vino y Bebidas Espirituosas de Japón, el pasado mes de mayo del presente 2024 se importó un total de 14.159.896 litros de vino embotellado, representando casi un 8% más que en el mismo mes en 2023, cuya cantidad de importación fue de 11.140.590 litros.

CANTIDAD IMPORTACIÓN VINO (Comparación Mayo 2023-2024)

Producto	Cantidad Mayo 2023 (Litros)	Cantidad Mayo 2023 (Cuantía Yenes)	Cantidad Mayo 2024 (Litros)	Cantidad Mayo 2024 (Cuantía)	Comparación 2023-2024 (%)
Vino Embotellado	11.140.590	10.616.868	14.159.896	13.188.970	107,9%

Cambio EUR/YEN: 175 YENES/1 EURO

Japón: Aumento del consumo de vino español

2. CONSUMO DEL VINO BLANCO

El consumo del vino blanco en Japón ha mostrado una tendencia al alza en los últimos años, siendo importante observar los patrones demográficos y de género asociados para entender el mercado.

Perfil del consumidor

Según la empresa de investigación japonesa CCC MK Holdings, el consumo de vino blanco es común sobre todo entre adultos jóvenes hombres (30 años) y mujeres de mediana edad (40-50 años). Si bien tanto hombres como mujeres consumen vino blanco, hay una tendencia significativa hacia un mayor consumo entre las mujeres.



Las mujeres japonesas aprecian mucho la presentación de las botellas. Un mercado tan centrado en la apariencia, como es el japonés, requiere de un cuidado especial en este aspecto. En los últimos meses, han aumentado bastante los artículos del vino orientado a mujeres en páginas especializadas en bebidas alcohólicas. Por ejemplo, en la revista online sobre el mundo de vino WSomelier podemos encontrar un artículo que habla del tipo de vino que gustan a las mujeres y pueden ser una buena opción para regalar en el “White Day” (14 de marzo), un día en el que los

hombres japoneses suelen hacer regalos a sus novias o esposas como respuesta al regalo que ellos recibieron el día de San Valentín, un mes antes. De los 9 vinos aconsejados, solo 1 es tinto y 2 son rosados. Los 6 restantes son blancos.

En una encuesta que realizó el magazine online para foodies Gurunabi Pro, el resultado confirmaba que mientras los hombres japoneses preferían beber cerveza, las mujeres no solo preferían vino, sino que se decantaban por los blancos o los espumosos. Factores que influyen en la preferencia de estos vinos:

- Sabor más ligero y fresco (a menudo con notas frutales y florales)
- Percepción de una opción más saludable y menos calórica (en comparación con el tinto)
- Buen maridaje con la cocina japonesa (especialmente sushi, shashimi y mariscos)

En cuanto a este último punto, no es poca la información que podemos encontrar acerca del buen maridaje de los vinos blancos y rosados con la comida japonesa, como en este artículo de la revista online *Marriage Wine*.



10 vinos que maridan bien con la comida japonesa [LINK](#)

Japón: Aumento del consumo de vino español

3. DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

El principal desafío es la competencia con vinos extranjeros. El vino español debe competir en Japón con los franceses, italianos y chilenos. Los dos primeros tienen un buen posicionamiento de marca/imagen, lo que se traduce en prestigio, y los terceros son más baratos. Para que esto cambie es necesario aumentar el conocimiento sobre otras variedades y regiones vinícolas de España, lo que podría fomentar un mayor consumo. Además, se podrían atraer a más consumidores japoneses promoviendo el maridaje de vinos españoles con platos japoneses.

En cuanto a las oportunidades, podemos hacer mención al aumento del interés de los vinos blancos por parte de las mujeres japonesas. Aprovechar este punto para promocionar vinos españoles con un packaging o apariencia más atractiva para el público femenino sería un acierto. Como se menciona anteriormente, presentar a importadores japoneses vinos blancos con una imagen más “femenina” que puedan ser regalados a las mujeres japonesas en el “White Day” o las fiestas navideñas podría ser una idea interesante.

4. FOODEX Japan Y ProWine Tokyo



Foodex Japan es la feria de alimentación más importantes de Asia, con más de 80.000 expositores y visitada por 4.000.000 de compradores durante los 4 días que tiene de duración. Es la plataforma perfecta para presentar vinos a importadores tanto de Japón como del resto de países asiáticos. Este próximo 2025 cumplirá 50 años, y sigue siendo aún considerada como un encuentro significativo entre profesionales del sector agroalimentario japonés e internacional.

Acerca de ProWine Tokyo, ha debutado este año 2024 en el recinto ferial Tokyo Big Sight con un total de 5.000 expositores y 50.000 visitantes tanto japoneses como de otros países de Asia. La llegada de este evento profesional del sector vitivinícola a Tokio corrobora el interés creciente del mercado en este producto, convirtiéndose este evento en una nueva plataforma para presentar nuevas referencias.

REFERENCIAS

- **Kirin Holdings**
(Noviembre 2023) Aumento en el consumo de vino en Japón, 130% en 10 años
[LINK](#) (Idioma: Japonés)
- **Asociación de Importadores de Vino y Bebidas Espirituosas de Japón**
(Junio 2024) Cantidad de importación de vino en Japón
[LINK](#) (Idioma: Japonés)
- **Wine Life**
(Febrero 2024) Tipo de vinos preferidos de las mujeres
[LINK](#) (Idioma: Japonés)
- **CCC MK Holdings**
(Diciembre 2023) Diferencia entre los consumidores de vino blanco y vino tinto
[LINK](#) (Idioma: Japonés)
- **Gurunabi Pro**
(Noviembre 2023) Resultado encuesta sobre el consumo de bebidas alcohólicas en 2023
[LINK](#) (Idioma: Japonés)