



NOTA SECTORIAL

El sector del vino en Japón.

Antena del IGAPE en Japón

Autor: Masahiro Masuda, director de la antena del IGAPE en Japón

Fecha: 23/10/2024

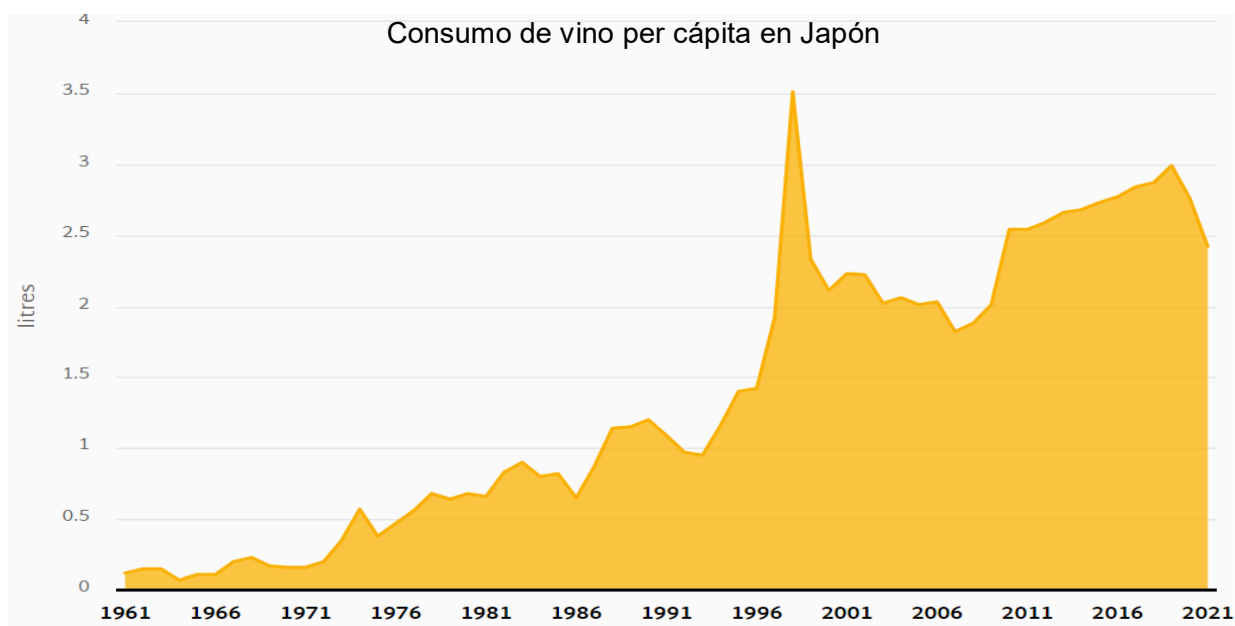
ÍNDICE

1. Consumo de vino en Japón	3
2. Consumo de vino per cápita	4
3. Perspectivas del mercado hacia 2030	5
4. Importación de vino a Japón	6
4.1 Importación de vino tranquilo	6
4.2 Importación de vino espumoso	7
4.3 Análisis de precios	9
4.3.1 Vino tranquilo	9
4.3.2 Vino espumoso	9
4.3.3 Precio de importación	9
5. Cambios en los canales de comercialización de bebidas alcohólicas en Japón	11
5.1 Off-trade y On-trade, el futuro de la venta minorista	13
6. Mercado de los vinos de Galicia en Japón	14
7. Conclusiones y recomendaciones	17

1. Consumo de vino en Japón

El vino ha sido considerado un producto de lujo hasta hace poco en Japón. **Hoy en día, es posible comprar vino en tiendas de conveniencia y supermercados desde tan solo ¥500 (3,13€), lo que ha facilitado e incrementado su consumo.**

Basándose a las estadísticas del Ministerio de Finanzas y la Agencia Nacional de Impuestos, el consumo interno de vino en 2020 fue de 347.710 kilolitros, con una disminución del 1,4% respecto al año anterior, debido principalmente al impacto de la pandemia de COVID-19. Sin embargo, **en comparación con 2010, muestra un aumento del 30%, y, comparándolo con los últimos cuarenta años, el mercado se ha multiplicado por ocho desde 1980.**



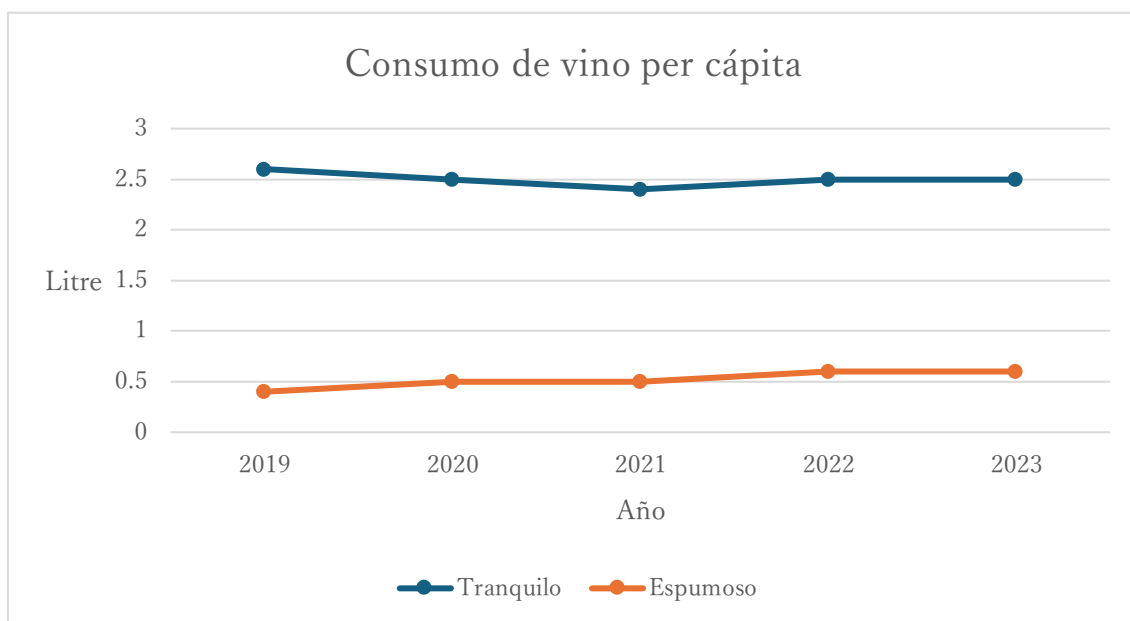
(Gráfico por Helgi Library basado en los datos de Faostats)

2. Consumo de vino per cápita

Según los datos preliminares de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) de 2023, Portugal lidera el consumo per cápita de vino a nivel mundial, con 53,82 litros, superando con creces a otros países.

En Japón, el consumo anual per cápita de vino en 2021 fue de aproximadamente 3.0 litros. A nivel mundial, el consumo de Japón es relativamente bajo, representando solo el 5,6% del de Portugal.

A continuación, podemos observar un gráfico con los datos de los últimos cinco años (de 2019 a 2023) sobre el consumo per cápita de vino tranquilo y espumoso en Japón.



(Elaboración propia por la Antena del IGAPE en Japón)

A partir de estos datos, se puede observar que el consumo de vino tranquilo se ha mantenido relativamente estable, mientras **que el consumo de vino espumoso muestra una tendencia ligeramente creciente**. Se considera que este aumento en el consumo de vino espumoso está impulsado principalmente por el incremento de su consumo en el ámbito doméstico.

3. Perspectivas del mercado hacia 2030

Según informes de Inkwood Research y Spherical Insights, se proyecta un **crecimiento modesto para el mercado de vino en Japón para 2030**. En términos de ingresos, se espera un aumento con una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) de **aproximadamente 0,80%, alcanzando unos 14.300 millones de dólares estadounidenses**. Sin embargo, se pronostica una disminución en el consumo en volumen a largo plazo, bajando de 678,5 millones de litros en 2022 a 615,3 millones en 2030. Asimismo, según el Instituto Nacional de Investigación sobre Población y Seguridad Social de Japón, se espera que la población japonesa descienda hasta los 116,62 millones de personas, es decir, una pérdida neta de más de 8,3 millones de personas respecto a 2022.

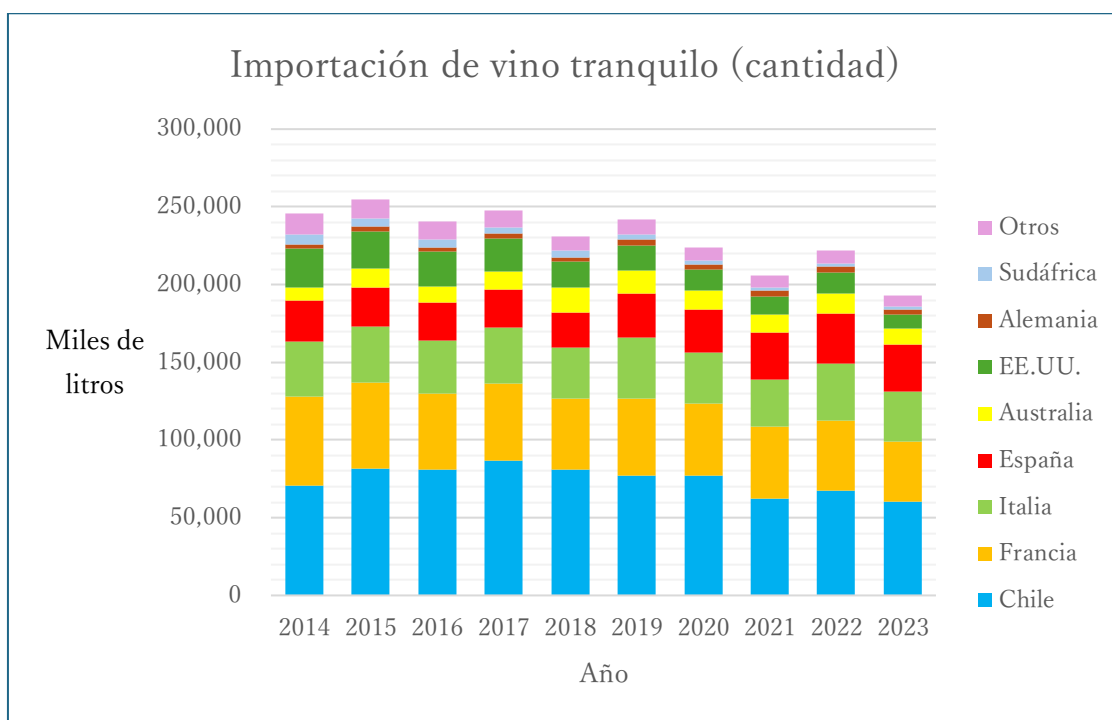
Las principales categorías que impulsan la demanda incluyen el vino tinto, que mantiene una parte significativa del mercado, junto con el vino espumoso, cuya popularidad está creciendo, especialmente para celebraciones. La producción nacional de vino también está ganando impulso, con regiones como Yamanashi y Hokkaido incrementando su contribución al mercado, según informes de IMARC y ASD Reports.

En conclusión, aunque el volumen total de vino consumido en Japón podría disminuir ligeramente, **se espera que el valor del mercado crezca debido a la preferencia por productos premium** y los cambios en las preferencias de los consumidores.

4. Importación de vino a Japón

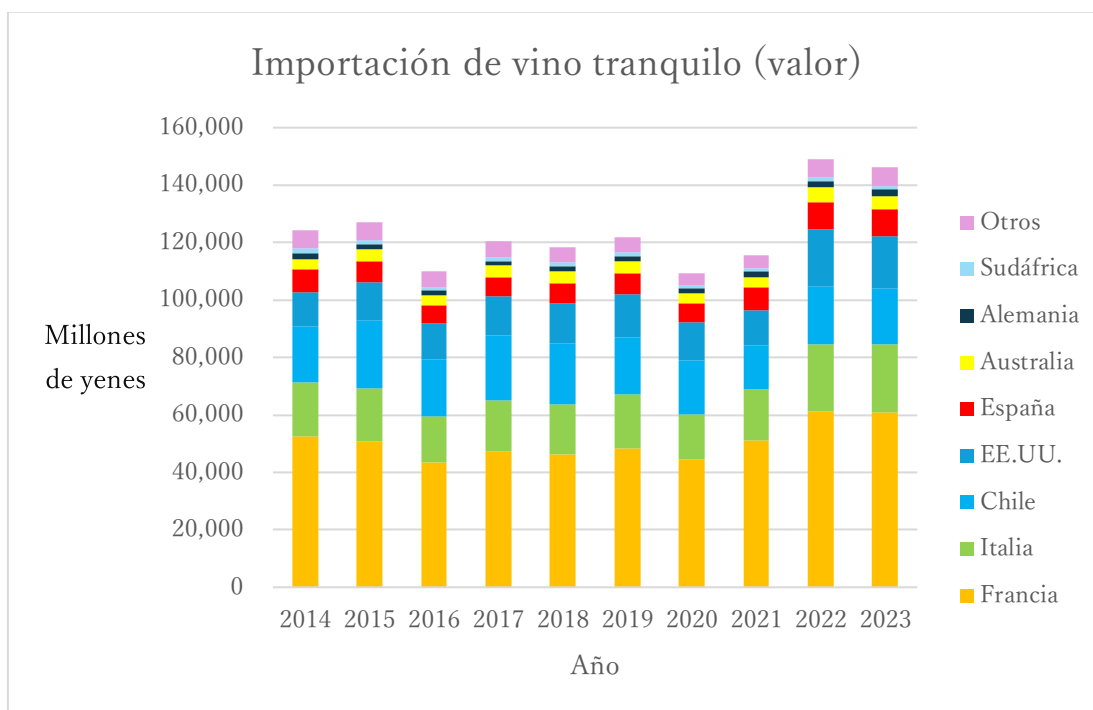
4.1 Importación de vino tranquilo

En la importación de vino tranquilo, **Chile ha sido durante mucho tiempo el líder, seguido por Francia, Italia y España.** La percepción que tienen los japoneses es que «el vino chileno tiene una buena relación calidad-precio» lo que es uno de los principales factores que han fortalecido la presencia del vino chileno en el mercado.



(Preparado por la Antena del IGAPE en Japón con datos del Ministerio de Hacienda)

Según señala la gran empresa importadora japonesa Mercian, la reciente tendencia de disminución en la cantidad de importaciones se debe a que la preferencia de los consumidores ha cambiado. Anteriormente, buscaban un equilibrio entre precio y calidad, pero **ahora le otorgan más importancia a la calidad que al precio.**



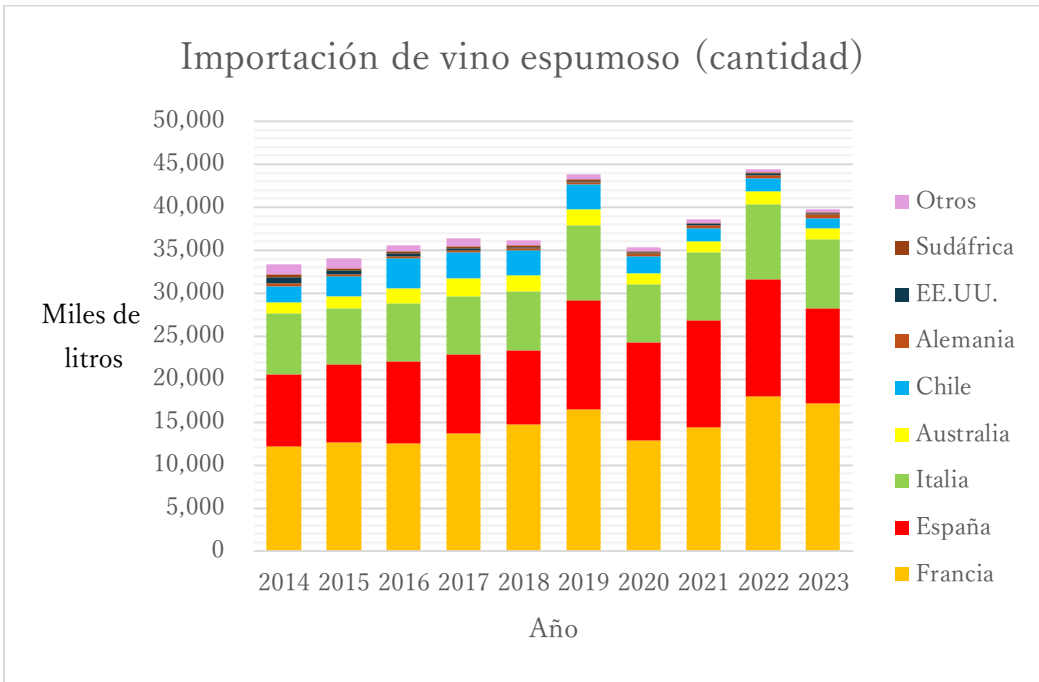
(Preparado por la Antena del IGAPE en Japón con datos del Ministerio de Hacienda)

Para respaldar lo señalado por Mercian, al observar las cifras del período 2020-2023, se puede ver que, aunque la cantidad muestra una tendencia decreciente, especialmente a partir de 2022, tras el final de la pandemia, el valor ha aumentado notablemente. Además, **el precio por unidad de los vinos franceses es considerablemente más alto en comparación con otros países**. En el caso del vino espumoso, **España empieza a hacerle competencia a Francia**. El cava, producido principalmente en Cataluña, utiliza el mismo método de producción que el champán francés, pero con un precio más asequible, lo que lo hace popular para un consumo diario, incluso en el hogar.

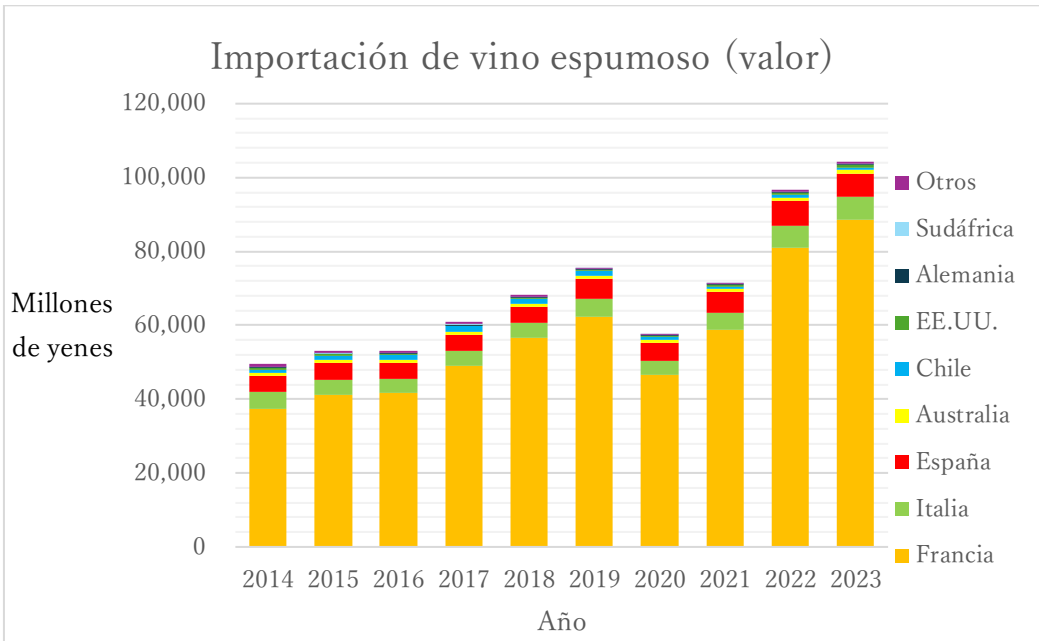
4.2 Importación de vino espumoso

En el caso de la cantidad de vino espumoso importado, Francia y España están bastante igualados.

Sin embargo, al observar las ventas en términos de valor, es evidente que Francia mantiene una ventaja significativa. El cava, por su parte, es conocido como un producto más casual.



(Preparado por La Manga Corporation con datos del Ministerio de Hacienda)



(Preparado por la Antena del IGAPE en Japón con datos del Ministerio de Hacienda)

4.3 Análisis de precios

A continuación, se presenta información relativa sobre el precio de venta medio por botella de vino tranquilo y vino espumoso en Japón durante los últimos 10 años:

4.3.1 Vino tranquilo

2013-2019: El precio medio por botella se mantuvo estable en un rango aproximado de 800 a 1.200 yenes (entre 5 y 7,5€).

2020-2023: **El precio medio del vino tranquilo mostró un incremento, situándose entre 1.400 y 1.600 yenes en 2023 (entre 8,75€ y 10€).** Este aumento se debe al incremento de los costos de importación y a la **mayor demanda de vinos de alta calidad por parte de los consumidores.**

4.3.2 Vino espumoso

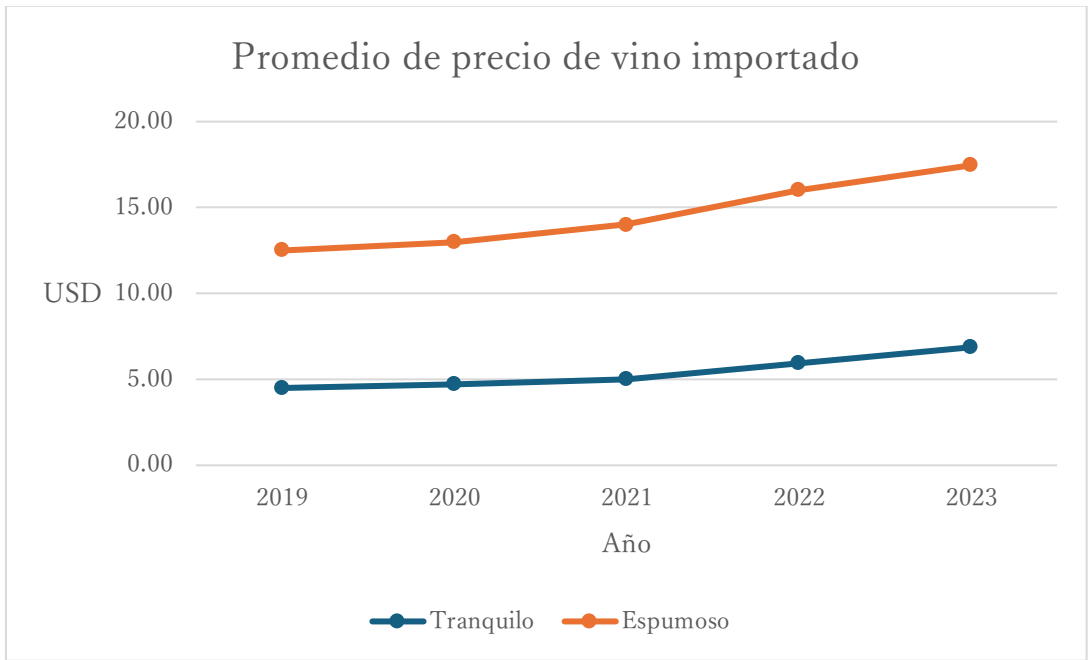
2013-2019: El precio medio osciló entre 1.500 y 2.500 yenes (entre 9,38€ y 15,63€), con una popularidad destacada en vinos espumosos de alta gama de Francia e Italia.

2020-2023: **El precio del vino espumoso también aumentó, alcanzando un promedio de 2.800 a 3.000 yenes en 2023 (entre 17,5€ y 18,75€).** Este incremento ha sido impulsado por una **mayor demanda de vinos espumosos de alta calidad, como el champán y el cava.**

Como muestran estos datos, si bien ha habido una disminución en el volumen de importación, éste ha ido acompañado de un aumento del precio medio por botella, resultando en un aumento del valor total de las importaciones.

4.3.3 Precio de importación

A continuación, se detalla el precio medio de importación de vino tranquilo y vino espumoso en Japón durante los últimos 5 años (2019-2023).



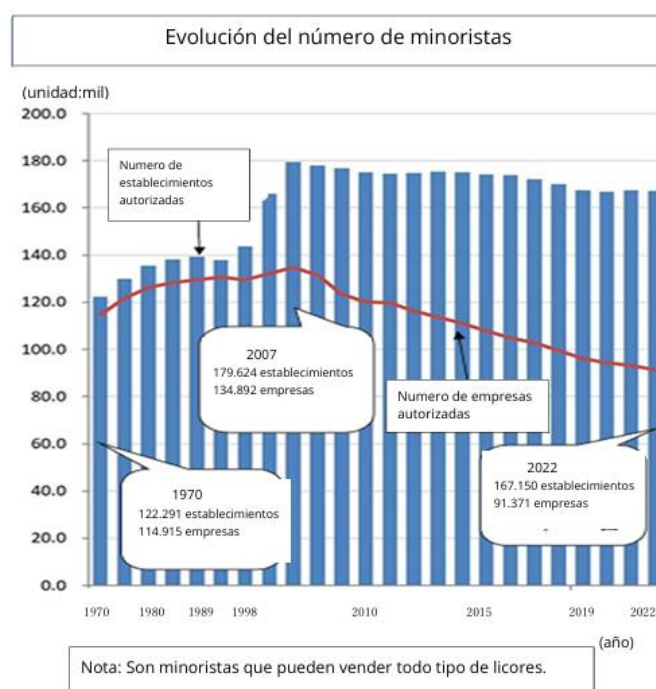
Estos datos reflejan el aumento de los costos de importación en los últimos años y el incremento en la demanda de vinos de alta calidad, destacando un significativo aumento en el precio del vino espumoso. Además, en 2023, se registró el precio medio más alto en ambas categorías.

5. Cambios en los canales de comercialización de bebidas alcohólicas en Japón

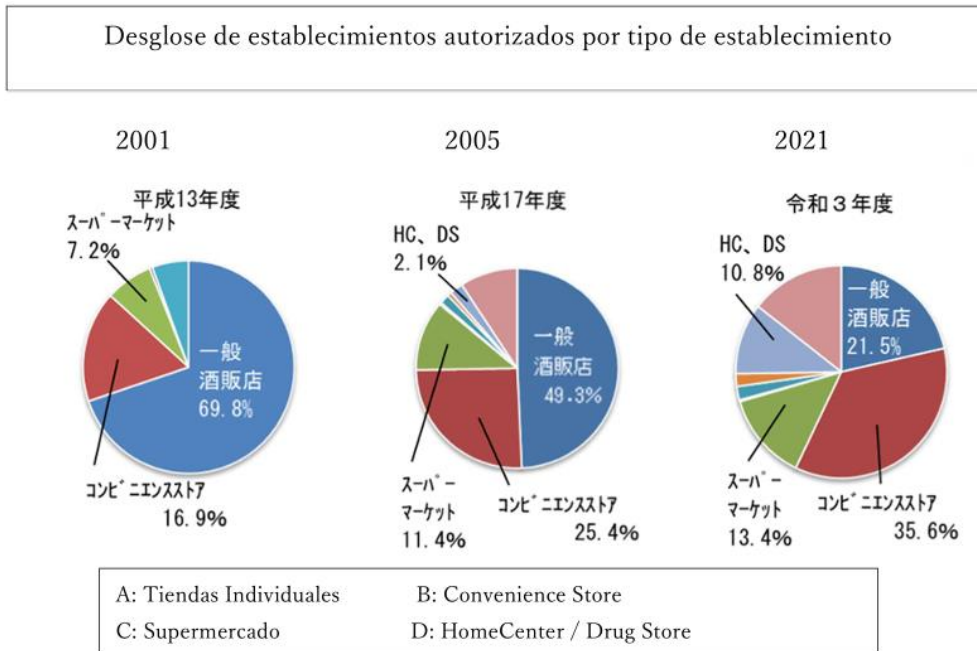
Para llevar a cabo la venta de bebidas alcohólicas, es necesario obtener una licencia de venta de bebidas alcohólicas por cada establecimiento. Las licencias de venta de bebidas alcohólicas se dividen en licencias para mayoristas y licencias para minoristas. En el año fiscal 2022, había 4.827 establecimientos con licencia de mayorista y 167.150 establecimientos con licencia de minoristas.

Como resultado de la flexibilización gradual de los requisitos para obtener la licencia de venta minorista de bebidas alcohólicas que comenzó en 1998, el número de establecimientos con esta licencia aumentó hasta el año 2007, pero en los últimos años, ha mostrado una tendencia a la baja.

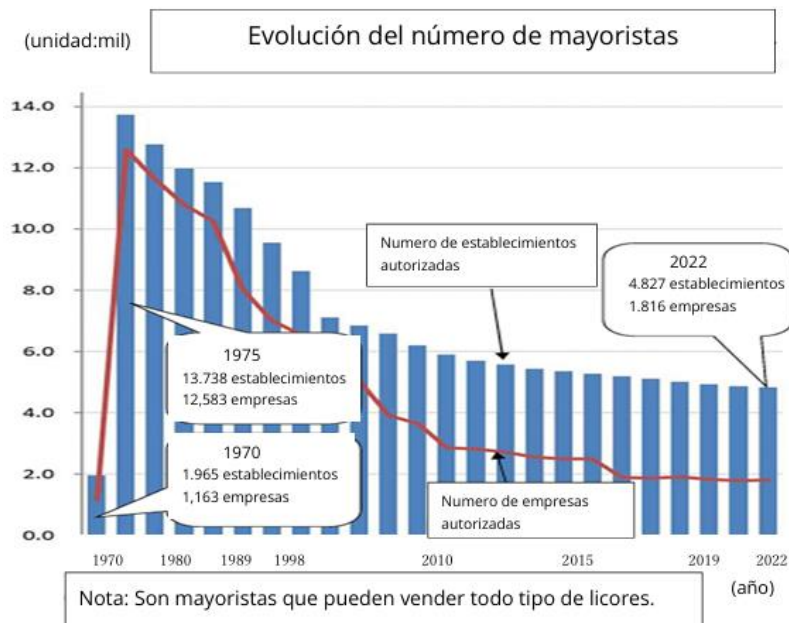
Cabe destacar que **esta flexibilización permitió la entrada en el mercado de supermercados, tiendas de conveniencia, centros comerciales e incluso farmacias**. Como resultado, en la composición por tipo de establecimiento, **la proporción de estos negocios ha aumentado, mientras que la de las tiendas tradicionales especializadas en bebidas alcohólicas ha disminuido significativamente debido a su incapacidad de poder competir**. Las tiendas han tenido que abandonar el mercado, lo que ha provocado un cambio importante en la industria minorista de bebidas alcohólicas como se puede observar a continuación en el gráfico.



Mientras que las tiendas de bebidas alcohólicas convencionales (A) disminuyeron drásticamente del 69,8% al 21,5%, la cuota de mercado de las grandes superficies (B, C, D) aumentó del 24,1% en 2001 al 59,8% en 2021, superando la mitad del total.



Sin embargo, mientras se aceleraba la integración de grandes actores minoristas del sector, los distribuidores regionales que solían tener como clientes a los minoristas tradicionales disminuyeron considerablemente como podemos observar a continuación en el gráfico:



(Fuente : Agencia Nacional de Impuestos)

5.1 Off-trade y On-trade, el futuro de la venta minorista

Durante el período de la pandemia, el mercado del vino en Japón favoreció al off-trade o consumo de vino procedente de tiendas, supermercados, tiendas online, etc., con ventas que en 2021 aumentaron a 5.900 millones de dólares estadounidenses en comparación con los 5.700 millones de 2019. Por otro lado, las ventas en el on-trade o consumo en bares, restaurantes y pubs disminuyeron a 7.200 millones de dólares desde los 11.900 millones de 2019. En 2021, el off-trade representó el 45,2% de las ventas de vino en Japón, frente al 44,2% en 2019.

Se espera que el on-trade crezca un 7,0% desde 2021 hasta 2026, a medida que el sector se recupera de la pandemia. En contraste, en el off-trade no se prevé crecimiento sino, más bien, una disminución del 1,5%

Distribution channel for wine, % breakdown by off-trade volume from 2016 to 2021

Distribution channel (unit %)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR* 2016-2021
Store-Based Retailing	96.4	96.2	95.8	95.6	94.5	94.1	-0.5
Grocery Retailers	90.3	90.1	89.7	89.4	88.6	88.2	-0.5
Modern Grocery Retailers	59.2	58.5	58.9	59.1	60.1	59.9	0.2
Convenience Stores	8.8	9.2	9.7	9.9	9.1	9.1	0.7
Supermarkets	50.3	49.3	49.2	49.2	51	50.8	0.2
Traditional Grocery Retailers	31.2	31.6	30.8	30.3	28.5	28.3	-1.9
Food / drink / tobacco specialists	29.8	30.3	29.7	29.3	27.6	27.4	-1.7
Independent Small Grocers	1.4	1.3	1.0	1.0	0.9	0.9	-8.5
Non-Grocery Specialists	0.6	0.6	0.6	0.6	0.7	0.7	3.1
Drugstores/parapharmacies	0.6	0.6	0.6	0.6	0.7	0.7	3.1
Mixed Retailers	5.5	5.5	5.6	5.5	5.2	5.2	-1.1
Department Stores	1.6	1.6	1.6	1.5	1.2	1.2	-5.6
Mass Merchandisers	2.6	2.7	2.7	2.8	2.9	2.9	2.2
Variety Stores	1.1	1.1	1.2	1.2	1.0	1.0	-1.9
Warehouse Clubs	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0
Non-Store Retailing	3.6	3.8	4.2	4.4	5.5	5.9	10.4
E-Commerce	3.4	3.6	3.9	4.2	5.4	5.8	11.3
Vending	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	-12.9

Source: Euromonitor International, 2023 *CAGR: Compound annual Growth Rate

6. Mercado de los vinos de Galicia en Japón

Según la base de datos de comercio exterior de la Agencia Tributaria española, **las ventas de vino gallego a Japón han mostrado una disminución en volumen desde 2020**, pasando de 476.700 kg en ese año a 356.600 kg en 2023. **Sin embargo, los ingresos en euros han aumentado de 948.600 euros en 2020 a 1.184.300 euros en 2023**. Este comportamiento indica que, aunque se exporta menos cantidad, el valor promedio por kilo ha aumentado, lo que sugiere una orientación hacia vinos de mayor calidad o mayor valor añadido en el mercado japonés.

Código aduanero

2204.- VINO DE UVAS FRESCAS, INCLUSO ENCABEZADO; MOSTO DE UVA, EXCEPTO EL DE LA PARTIDA 2009

	2020		2021		2022		2023	
	Mil Kg	Mil EUR	Mil Kg	Mil EUR	Mil Kg	Mil EUR	Mil Kg	Mil EUR
Andalucía	260,4	1.214,6	832,1	1.784,9	1.460,0	3.209,2	1.207,0	2.412,4
Aragón	792,1	2.096,9	896,1	2.298,5	617,6	2.043,2	573,7	1.737,0
Asturias	28,5	66,2	1,8	10,6	15,9	34,4	1,1	6,2
Baleares	1,4	18,4	3,5	51,7	2,5	58,2	45,1	108,3
Canarias	2,4	30,8	14,1	150,2	6,7	95,1	4,9	61,7
Cantabria	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,1	6,3	35,7
Castilla la Mancha	14.888,0	19.583,0	15.809,0	19.912,2	18.055,3	23.823,3	17.505,4	24.600,0
Castilla Leon	474,1	2.229,2	459,6	2.055,3	407,0	5.520,9	387,3	3.386,4
Cataluña	10.320,4	33.977,4	10.869,2	37.252,3	10.585,6	38.173,3	9.017,7	33.213,8
Valencia	5.415,1	8.764,6	6.590,9	10.239,6	5.578,3	9.860,7	5.394,4	9.078,7
Extremadura	506,1	1.002,6	610,3	1.073,3	631,2	1.218,5	551,7	958,2
Galicia	476,7	948,6	477,5	1.258,7	345,4	1.070,5	356,6	1.184,3
La Rioja	539,4	1.738,4	810,6	3.164,7	704,0	3.362,5	679,3	2.646,2
Madrid	844,6	1.741,5	793,2	1.813,7	1.639,3	3.536,6	638,2	1.375,4
Murcia	4.230,2	7.567,9	4.217,4	7.063,1	4.315,0	7.500,5	4.017,9	6.939,9
Navarra	273,5	874,9	355,3	1.319,3	222,0	809,3	212,6	871,8
Pais Vasco	586,2	2.903,0	352,4	2.147,3	387,3	2.257,4	844,5	4.444,0
	39.639,2	84.758,1	43.092,8	91.595,5	44.973,0	102.573,7	41.443,8	93.060,1

Tabla obtenida de <http://aduanas.camaras.org/>

Lamentablemente, no hay más detalles acerca de qué denominaciones de origen o empresas tienen el liderazgo en estas ventas.

Para este estudio se han revisado los catálogos de las páginas web de más de 240 importadores de nuestra base de datos y se ha elaborado el siguiente listado de 43 importadoras que cuentan en la actualidad con vinos gallegos. De media, estas importadoras cuentan con 2,5 referencias gallegas por importadora.

Las importadoras que ya trabajan con bodegas gallegas son las siguientes:

1. DAIEI-SANGYO KAISHA, LTD.
2. Grape Off CO., LTD.
3. INABA & CO. LTD.
4. MOTTOX
5. PARA JAPAN CORPORATION
6. PARQUE
7. Racine
8. SEIKOSHA CO.,LTD.
9. SUNTORY WINE INTERNATIONAL LIMITED
10. TAKAMURA CO., LTD.
11. TOKO Trading co., ltd
12. TOYOTA TSUSHO FOODS CORP. WINE DIVISION
13. TWENTY ONE COMMUNITY CO., LTD.
14. Twin Peaks Japan Co.
15. UMINEKO JOZO CO., LTD.
16. UNION LIQUORS K.K.
17. VINIALIA
18. VINOMIO G.K.
19. VINTNERS
20. VOGA JAPAN Inc.
21. WINE TO STYLE KK
22. Wineshop Nishimura Co., Ltd.
23. ZAS LTD.
24. AGRI CO., LTD.
25. Alcotrade Trust INC.
26. ALL NIPPON AIRWAYS TRADING CO., LTD.

27. BELLUNA CO., LTD.
28. DIONY
29. IBERIA TRADING, CO. LTD
30. IIDA CO LTD.
31. MIKUNI WINE
32. MILLESIMES CO., LTD.
33. Raffiné Corporation
34. ROHPA
35. SHIGEMATSU & CO., LTD.
36. SHIRAIMATSU FOODS CO., LTD. (EX. SHIRAIMATSU
PHARMACEUTICAL CO., LTD.)
37. SU-KORUNI WINE CO., LTD.
38. TERRA VERT CORPORATION
39. AITANA CO., LTD.
40. ALTO PICO CO., LTD.
41. AZUMA CO., LTD.
42. NIHON SHURUI HANBAI
43. PANAVAC CORPORATION

Todas las empresas cuentan con un enlace a su página web, al clicar encima del nombre, esta redirige a las webs.

7. Conclusiones y recomendaciones

Tal y como muestran los datos aduaneros del Ministerio de Finanzas, el mercado de vinos importados en Japón está dominado principalmente por los cinco o seis principales países exportadores, entre ellos España. No obstante, desde la perspectiva del consumidor japonés, las opciones disponibles son realmente variadas. Las plataformas de comercio electrónico como Rakuten, ofrecen vinos de 29 países diferentes, incluyendo regiones menos tradicionales en la producción vinícola como Moldavia, Israel, China, Rusia y Líbano. Esto refleja que **el mercado japonés está saturado de opciones, siendo un mercado altamente competitivo y difícil debido a la amplia oferta disponible.**

Los **importadores japoneses**, conscientes de esta realidad, **se esfuerzan por diferenciarse ofreciendo productos únicos y atractivos.** En las webs de estos importadores, podemos encontrar descripciones detalladas y apasionadas sobre las características, fortalezas y filosofías de los productores de vino a los que representan, muchas veces basadas en visitas personales a las bodegas. A pesar de que este contenido se encuentra en japonés, recomendamos que cualquier empresa gallega interesada en exportar a este mercado acceda a las páginas web de importadores japoneses y dedique un tiempo a estudiar cómo comercializan los vinos.

A la hora de considerar nuevas relaciones comerciales, **muchos importadores ponen énfasis en productos que no están presentes en el mercado local, que no son importados por otras empresas o que poseen características únicas.** Esto indica que no solo buscan diferenciarse a través del sabor o el precio, sino también mediante la narrativa y los valores asociados al producto. Aspectos como la tradición, la sostenibilidad, las historias familiares detrás de las bodegas suelen ser factores clave para captar la atención de los importadores y consumidores japoneses.

Aunque no se espera un crecimiento significativo del mercado de vinos en Japón en un futuro cercano, existe un interés continuo por descubrir y ofrecer nuevos productos que aporten valor añadido. Los consumidores japoneses muestran una creciente apreciación por los vinos de alta calidad y están dispuestos a probar nuevas opciones.

La clave para que las bodegas gallegas prosperen en este mercado es comprender las necesidades y preferencias de los importadores y consumidores japoneses, y ofrecer productos que no solo cumplan con altos estándares de calidad, sino que también cuenten una historia que conecte cultural y emocionalmente con el público.

FUENTES

1. **Ministerio de Finanzas de Japón.** Página web oficial.
<https://www.mof.go.jp/english/index.htm>
2. **Agencia Nacional de Impuestos de Japón.** Datos sobre establecimientos con licencia de venta de bebidas alcohólicas.
<https://www.nta.go.jp/english/index.htm>
3. **Aduanas de Japón.** Página web oficial.
<https://www.customs.go.jp/english/index.htm>
4. **Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV).** (2023). *Estado del sector vitivinícola mundial en 2023.*
https://www.oiv.int/sites/default/files/2024-04/OIV_STATE_OF_THE_WORLD_VINE_AND_WINE_SECTOR_IN_2023.pdf
5. **Helgi Library.** *Wine Consumption per Capita in Japan.*
<https://www.helgilibrary.com/indicators/wine-consumption-per-capita/japan/>
6. **FAOSTAT.** Base de datos estadísticos de la FAO.
<http://www.fao.org/faostat/en/#data>
7. **Inkwood Research.** *Japan Wine Market Forecast.*
<https://www.inkwoodresearch.com/>
8. **Spherical Insights.** *Japan Wine Market Insights.*
<https://www.sphericalinsights.com/>
9. **Instituto Nacional de Investigación sobre Población y Seguridad Social de Japón.** Proyecciones demográficas.
<https://www.ipss.go.jp/>
10. **IMARC Group.** *Japan Wine Market: Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast.*
<https://www.imarcgroup.com/>

11. **ASD Reports.** *Japan Wine Market Forecast*. Recuperado de:
<https://www.asdreports.com/market-research-sample-624956/japan-wine-market-forecast>
12. **Mercian Corporation.** Observaciones sobre el mercado del vino en Japón.
www.mercian.co.jp/
13. **Agriculture and Agri-Food Canada.** (2022). *Sector Trend Analysis – Wine, Beer and Spirits in Japan*.
<https://agriculture.canada.ca/en/international-trade/market-intelligence/reports/sector-trend-analysis-wine-beer-and-spirits-japan>
14. **Agencia Tributaria Española.** Base de datos de comercio exterior.
<https://www.agenciatributaria.es/>
15. **Cámara de Comercio de España.** Estadísticas de comercio exterior.
<http://aduanas.camaras.org/>
16. **Rakuten.** Plataforma de comercio electrónico en Japón.
<https://www.rakuten.co.jp/>
17. **Winetimes.jp.** (2021). Artículo sobre el consumo de vino en Japón.
<https://winetimes.jp/15595/>
18. **Importadores japoneses.** Páginas web de importadores de vino en Japón. (Referenciadas en el informe).