

# INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



## JAPÓN Temporada de otoño/invierno 2023-2024

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

[www.tourspain.es](http://www.tourspain.es)

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de Tokio

NIPO: 115-23-008-X

Octubre 2023



### TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

3

# INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

JAPÓN Temporada de otoño/invierno 2023-2024

## COYUNTURA ECONÓMICA

En la actualidad, el principal factor económico a reseñar en la inmensa mayoría de los países del mundo es la tensión inflacionaria. No obstante, en el caso de Japón, todos los indicadores económicos se mantienen considerablemente estables. El Banco de Japón (BOJ) lleva interviniendo en el mercado desde 2013 con el objetivo de mantener una inflación estable del 2%, empleando una política de medidas extraordinarias de relajación monetaria, como la compra masiva de deuda pública, que aceleró la devaluación del yen frente al euro y el dólar en 2022 (devaluación que se mantiene en la actualidad).

### CUADRO MACRO

	2022	Previsión 2023	Previsión 2024
<b>PIB REAL</b> (Tasa de variación Interanual)	1,0	1,2	1,1
<b>RENTA DISPONIBLE</b> (Yenes per cápita)	2.751.060	2.803.577,2	2.838.844,9
<b>TASA DE AHORRO</b> (% s/ ingreso disponible)	12,3	11,2	10,4
<b>GASTO DEL CONSUMIDOR</b> (% s/ PIB)	54,3	53,6	52,9
<b>POBLAC. EMPLEADA (en miles)</b>	67.224,7	67.575,3	67.655,1
<b>TASA DE DESEMPLEO</b> (% s/ poblac. activa)	2,6	2,4	2,5
<b>INFLACIÓN</b> (Tasa de variación interanual)	2,5	2,9	1,6
<b>IPC (2012=100)</b>	107,8	111,0	112,7

Fuente: Euromonitor

	2021	2022	2023*
<b>TIPO DE CAMBIO (yenes/euro)</b>	129,88	138,03	149,65

2021 y 2022: media anual  
2023\*: último día del último mes completo (30 septiembre).

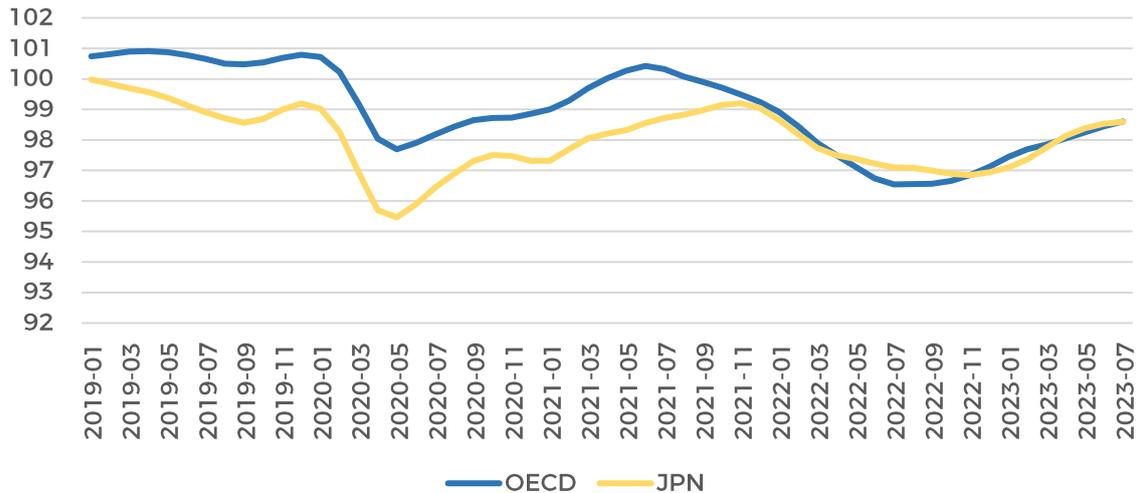
Fuente: Banco Central Europeo.

4



En el siguiente gráfico se muestra el Índice de Confianza del Consumidor elaborado por la OCDE. Por lo general, el índice de Japón es inferior al de los países OCDE, aunque se empieza a igualar a partir de la primavera de 2022, lo que coincide con la relajación de restricciones contra la pandemia en este país.

### Índice de Confianza del Consumidor



Fuente: OCDE., siendo 100 el promedio histórico del índice.

El IPC subyacente (excluyendo alimentos frescos) subió un 3,1% en agosto en comparación con el mismo mes del año anterior. La tasa de crecimiento no ha variado desde julio y es el duodécimo mes consecutivo en que se sitúa por encima del 3%.

Esto puede suponer una tendencia favorable para la economía japonesa, que llevaba sufriendo deflación desde el estallido de la burbuja de principios de los años 90. Así, la situación de inflación actual no se considera del todo perjudicial, aunque debe controlarse su rapidez y evitar la estanflación mediante la transmisión de beneficios de las empresas a los trabajadores. El gobierno solicitó subidas salariales a las empresas, y muchas grandes empresas respondieron anunciando subidas en primavera, incluso antes de las negociaciones estacionales con los sindicatos (p. ej., Canon, un 3,8%; Suntory, un 6%; y el grupo empresarial japonés Fast Retailing que alberga empresas de moda como Uniqlo, hasta un máximo del 40%). Además, el salario mínimo subió en octubre 43 yenes (unos 28 céntimos), alcanzando los 1.004 yenes de media nacional, superando los 1.000 yenes por primera vez.

El director del BOJ ha afirmado en repetidas ocasiones que no se cambiará de política mientras no se pueda asegurar que los salarios y los precios se mantendrán en niveles

aceptables. Aunque no se puede correr el riesgo de que la economía japonesa vuelva a la deflación, no es deseable continuar eternamente con la excepcional relajación monetaria. El BOJ relajó su control de la curva de rendimiento de bonos el pasado mes de julio.

Aunque aún son muchos los factores que dependen de la situación de incertidumbre mundial, se vislumbra la posibilidad de que la economía japonesa entre en una nueva etapa después de 30 años de estancamiento.

### FACTORES POLITICO SOCIALES

Actualmente no hay controles sanitarios especiales para entrar en Japón. El 8 de mayo de este año se eliminaron las restricciones fronterizas para todos los viajeros salvo los procedentes de China, para quienes también se suprimieron finalmente el 30 de agosto.

6

Uno de los principales factores político sociales de Japón es el envejecimiento y el proceso de vaciamiento de muchas zonas del país en consonancia con la concentración poblacional en mega urbes como Tokio u Osaka. A fecha de 1 de octubre de 2022, la población de Japón se había contraído un 0,44% con respecto al año anterior, cayendo por debajo de los 125 millones de personas y registrando una pérdida de población por 12º año consecutivo. El índice de envejecimiento<sup>1</sup> de Japón es del 249,9%, y es el único país que supera el 200%. Se estima que en 2050 la población disminuirá hasta los 95,1 millones de personas, lo que significaría una pérdida de un cuarto de la población actual, y la proporción de mayores de 65 llegaría al 39,6%.

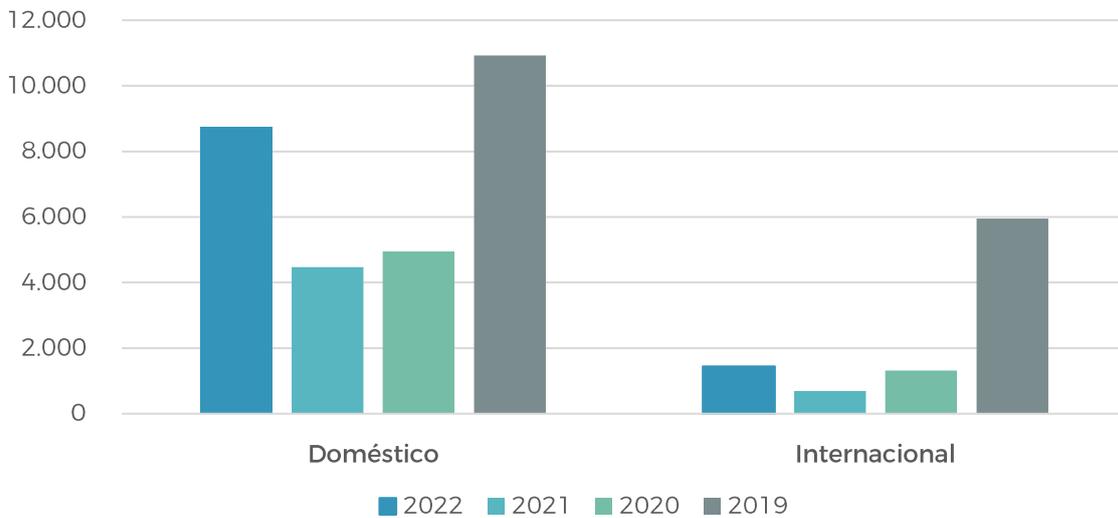
En cuanto a la situación política de actualidad, el Primer Ministro, Fumio Kishida, que empezó su mandato en octubre de 2021 con un índice de confianza del pueblo japonés del 60%, continúa perdiendo el respaldo de la población. En septiembre de 2023 sustituyó a 13 de los 19 ministros del gabinete, pero no consiguió con ello mejorar el índice de confianza, que se mantiene alrededor del 40% desde junio de 2023, según resultados de una encuesta realizada por Nikkei Shimbun y TV Tokyo.

<sup>1</sup> Índice de Envejecimiento=Población mayor de 65 años dividido entre Población menor de 15 años x 100

### EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

La demanda turística de los japoneses se continúa recuperando más lentamente en el caso de los viajes internacionales que en el caso de los domésticos. Aunque ya no hay controles sanitarios al entrar en el país, la inflación, la situación de conflicto en Ucrania y la debilidad del yen continúan lastrando la vuelta a la normalidad de los viajes internacionales.

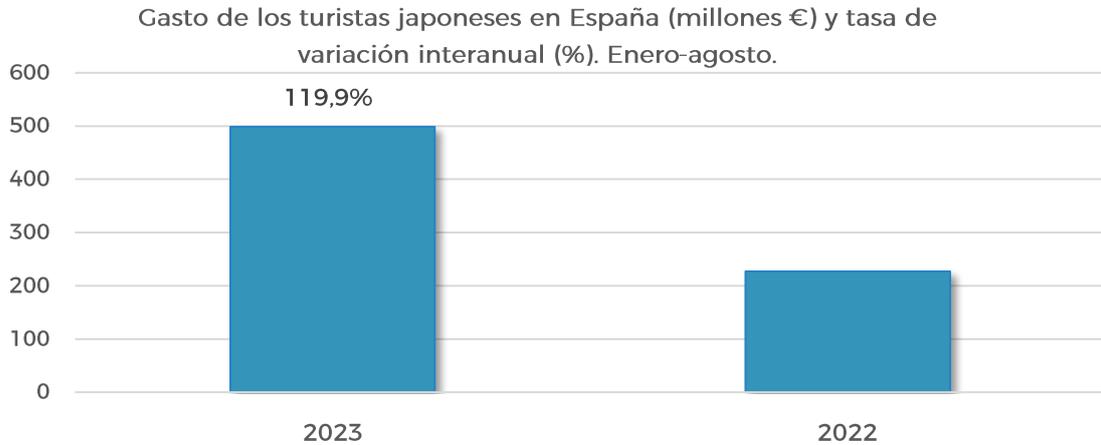
Estimación de gasto en viajes domésticos e internacionales (miles de millones de yenes)



Fuente: Euromonitor

Según estimaciones de Euromonitor, el gasto de los japoneses en viajes domésticos se situó en 2022 muy cerca de los niveles pre-pandemia, ayudado sin duda por las campañas de apoyo (descuentos en alojamiento y bonos de consumo) llevadas a cabo por el gobierno japonés tanto a nivel nacional como regional.

El gasto en viajes internacionales de 2022, por el contrario, se mantuvo aún muy por debajo del de 2019, debido a que aún existían restricciones a la (re)entrada en Japón, las cuales no se levantaron hasta la primavera de 2023.



Fuente: Estimación Turespaña a partir de datos INE

Según la estimación de Turespaña a partir de datos del INE, el gasto de los japoneses en España en los ocho primeros meses de 2023 supuso más del doble del gasto en el mismo período de 2022. El motivo de que el gasto haya aumentado menos, en proporción, que el número de turistas (que ha crecido un 180% en el mismo intervalo de tiempo, frente al 120% de crecimiento del gasto) es el acortamiento de la estancia media.

De acuerdo con los datos de los que se dispone hasta el momento, la estancia media de los turistas japoneses en España habría disminuido hasta, aproximadamente, 6 días, número similar al anterior a la pandemia e inferior al registrado los dos últimos años (13 días), lo que acarrea, en consecuencia, un gasto medio por persona y viaje más bajo aunque sigue siendo uno de los mercados emisores de alto rendimiento. Los viajes se alargaban en 2021 y 2022 debido, principalmente, a la exigencia de una serie de medidas para volver a entrar en Japón (vacunación, cuarentena, etc.) que hacían que sólo valiese la pena viajar a los destinos de largo radio si se tenía intención de pasar allí períodos prolongados de tiempo.

Como se menciona en otros puntos del informe, todas las medidas restrictivas derivadas de la pandemia ya han sido eliminadas en Japón, por lo que podemos decir que se ha vuelto a una normalización de los viajes aunque todavía está en fase de recuperación en algunos factores como la conectividad. Así, tanto la estancia media como el gasto medio por persona, amén del gasto medio diario, han vuelto a niveles de 2019, mostrando un ligero crecimiento en los tres casos.

### INDICADORES DE PROSPECTIVA

#### Percepción, consideración e intención del viaje

En las siguientes tablas figuran la consideración, intención de viaje y satisfacción de los viajeros japoneses durante el último cuatrimestre (2 de julio a 1 de octubre) hacia algunos de los países europeos que son los destinos competidores de España.

Para los japoneses, España mantiene el segundo puesto en consideración y satisfacción, detrás de Italia, y dejando atrás a otros países vecinos con bastante diferencia. No obstante, en la categoría de intención de viaje, España perdió el primer puesto obtenido en primavera, quedando en cuarto puesto con 0,1 puntos porcentuales de diferencia con el tercer puesto de Alemania.

En general, las cifras son muy parecidas a las del año pasado, reflejando que ninguno de los destinos europeos ha recuperado aún la cuota de mercado que tenía antes de la pandemia.

9

#### ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN

Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	Italia	8,3	9,9
<b>2</b>	<b>España</b>	<b>8,2</b>	<b>9,3</b>
3	Francia	7,8	7,6
4	Alemania	7,5	7,5
5	R. Unido	5,8	8,4

#### ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE

Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	Italia	1,6	2,8
2	Francia	1,3	1,5
3	Alemania	1,1	1,4
<b>4</b>	<b>España</b>	<b>1,0</b>	<b>2,1</b>
5	R. Unido	0,9	1,7

#### ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

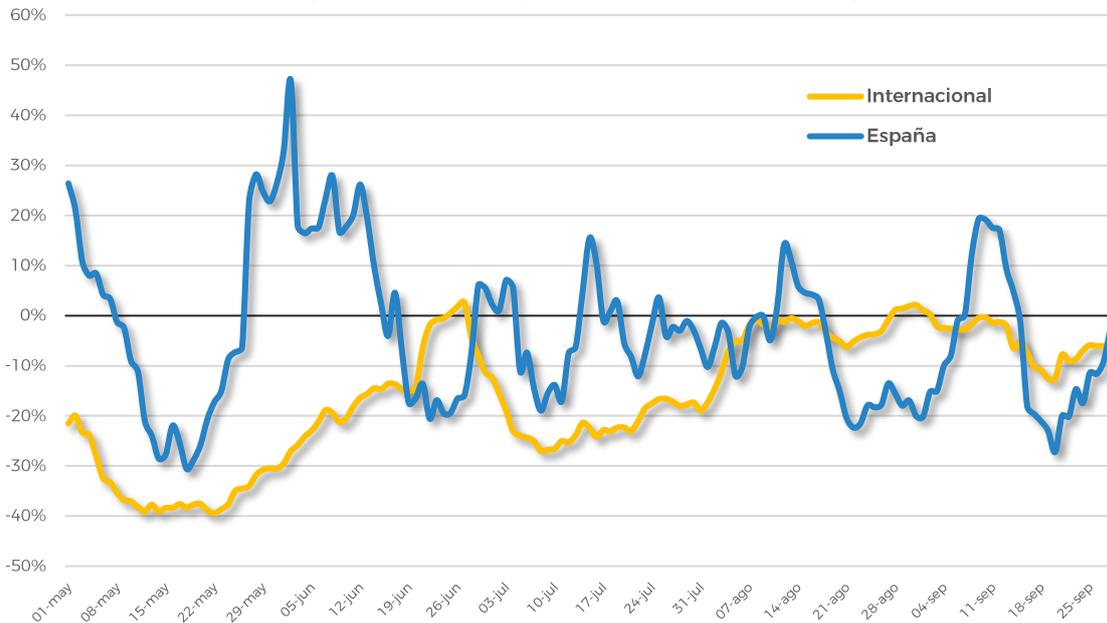
Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	Italia	65,4	60
<b>2</b>	<b>España</b>	<b>60,8</b>	<b>73,8</b>
3	Alemania	49,2	66,5
4	Francia	46,3	55,6
5	R. Unido	45,7	54,4

Fuente: <https://es.yougov.com/>

### Búsquedas y reservas

Tal y como indica la línea amarilla del gráfico posterior, las búsquedas de vuelos internacionales de los últimos 6 meses (abril 2023 a septiembre 2023) para viajar en la temporada de invierno de 2023/2024 (octubre 2023 a marzo 2024), en comparación con el mismo periodo de 2019, se están recuperando, especialmente en los últimos meses. Las cifras aún siguen ligeramente por debajo de las de 2019, en concreto, un 11% menos a finales de septiembre.

Búsquedas cualificadas desde Japón para vuelos entre 1 de octubre y 31 de marzo  
(tasa de variación 2023/2019 sobre media móvil de 7 días)

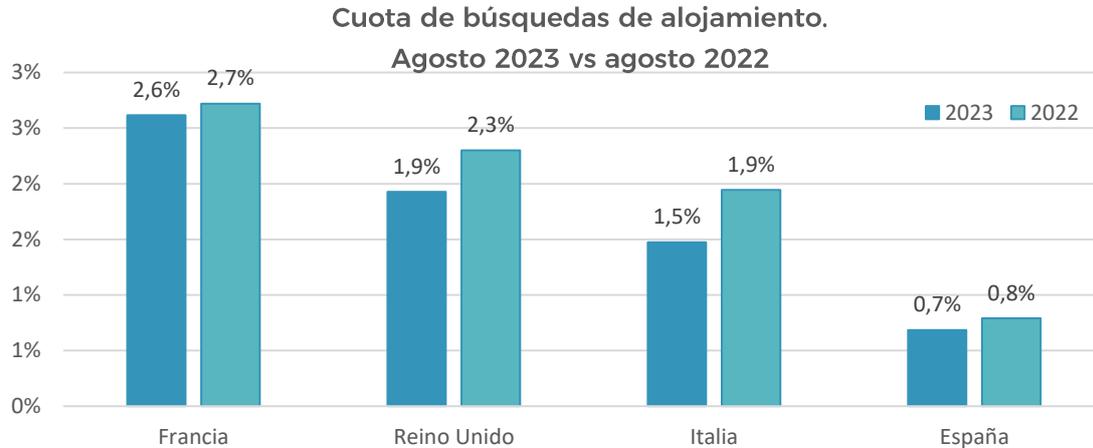


Fuente: <https://www.partners.skyscanner.net/>

Si se limitan las búsquedas de vuelos exclusivamente a España (línea azul), aunque hay meses en los que las búsquedas se encuentran por encima de las de 2019 y otros por debajo, se podría decir que, de media, se ha recuperado el nivel de búsquedas anterior a la pandemia.

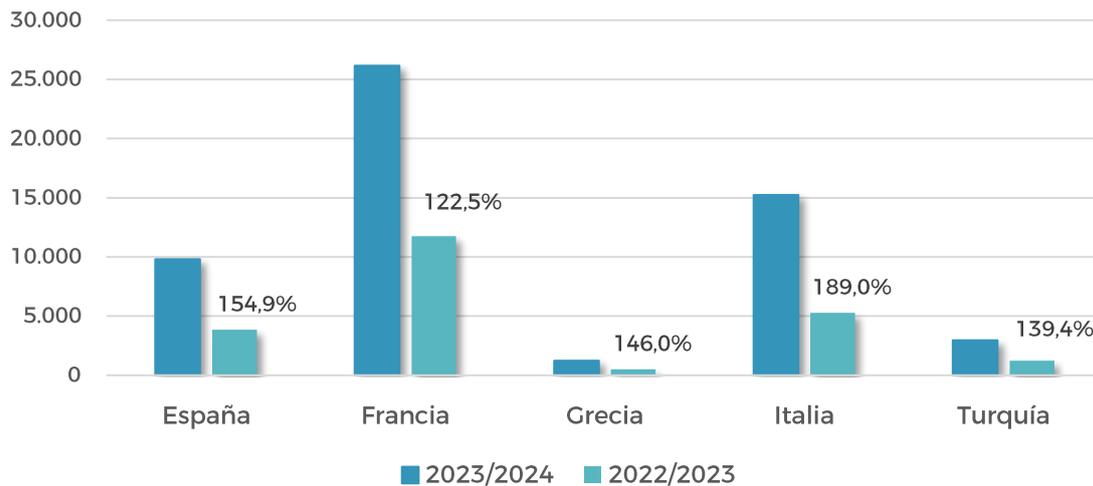
En el gráfico siguiente se recogen las cuotas de búsqueda de alojamiento en Google de España y los tres principales destinos competidores en agosto de 2022 y 2023. Los cuatro países han perdido cuota de búsqueda, si bien en el caso de España y Francia esa bajada de cuota se limita a 0,1 puntos porcentuales, mientras que en el caso de Reino Unido e Italia la caída es de 0,4 puntos porcentuales.

Esto puede deberse a que los mercados de proximidad de Japón se siguen recuperando este año a un ritmo más rápido que los mercados de largo radio, como los europeos.



Fuente: Google Destination Insights – explotación Turespaña

### Reservas en aerolíneas IATA. Temporada invernal



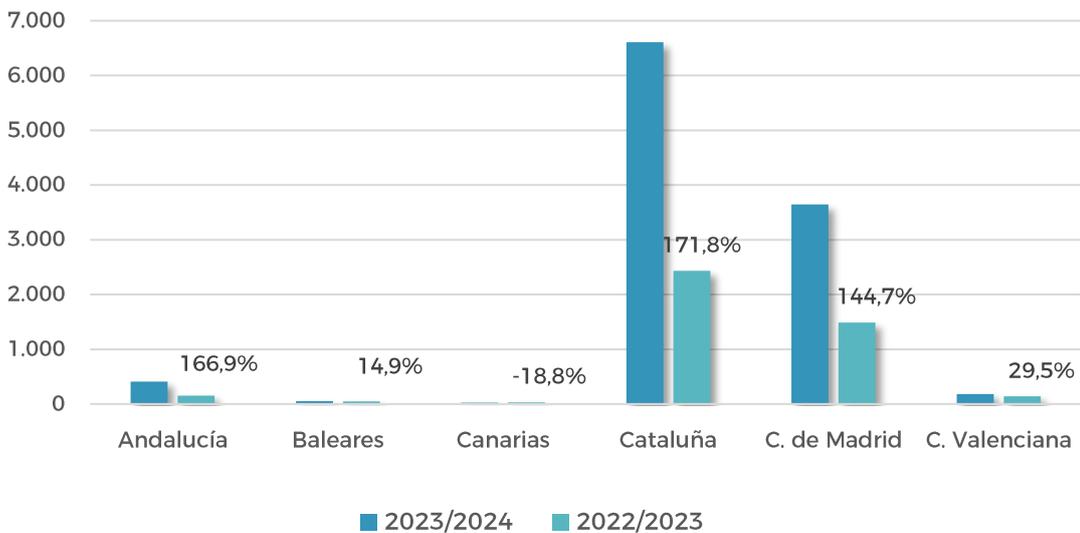
Fuente: <https://forwardkeys.com/es/>

En el gráfico precedente se recogen las reservas para vuelos en temporada de invierno (1 de octubre de 2022 a 31 de marzo de 2023) desde Japón a España realizadas durante último año (octubre 2022 a septiembre 2023) y diversos competidores en aerolíneas IATA (no incluye, por tanto, ni bajo coste ni chárter). España es el segundo país en el que más crecen las reservas en términos relativos, sólo por detrás de Italia, si bien en términos absolutos Francia también gana más reservas que España.

Se ve que los cinco países analizados han experimentado un claro aumento en las reservas de vuelos en la primera temporada invernal tras la total apertura de las fronteras japonesas.

En el siguiente gráfico observamos los mismos datos referidos a los principales destinos españoles, que reflejan crecimientos en todas las comunidades autónomas analizadas excepto Canarias. El crecimiento es especialmente alto en Cataluña, Madrid y Andalucía, que más que duplican sus reservas, y los dos primeros destinos se consolidan como puerta de entrada habitual a nuestro país de los turistas japoneses.

Reservas en aerolíneas IATA. Temporada de invierno



12

Fuente: <https://forwardkeys.com/es/>

## PRINCIPALES CONCLUSIONES

El principal hito a destacar en Japón desde la publicación del último informe de tendencias es, sin duda, la supresión total de las medidas restrictivas derivadas de la pandemia. Ya se puede entrar y salir del país con total libertad; no obstante, la recuperación del turismo emisor japonés está siendo aún muy lenta.

Esto se debe a una serie de causas ya mencionadas a lo largo del informe y que se están prolongando en el tiempo, a saber: la subida de precios generalizada en todo el mundo, que está afectando especialmente al transporte aéreo debido al crecimiento de los precios del combustible, la situación en Ucrania, que obliga a los aviones a evitar el espacio aéreo ruso y aumenta el tiempo de vuelo en las rutas con escala en Europa, y la debilidad del yen. A estos factores hay que añadir, en el caso de España, la falta de un vuelo directo entre ambos países, lo que alarga aún más el tiempo de viaje.

A pesar de la lenta recuperación de los flujos turísticos emisores japoneses, hay que ver como algo positivo que la caída del número de turistas entre 2019 y 2023 en España se mantenga exactamente en el mismo nivel que la caída del número de turistas japoneses a todo el mundo (-57% en ambos casos para el período acumulado enero-agosto), lo que quiere decir que, a pesar de ser un destino de largo radio al que le afectan especialmente las trabas al turismo, se encuentra en una posición en línea con la del resto de mercados receptores.

También es una buena noticia que el gobierno japonés haya comenzado a promocionar con más fuerza los viajes internacionales. En marzo de 2023, la Japan Tourism Agency (JTA) anunció su plan estratégico 2023-2025, que incluía el objetivo de recuperar el número de salidas al exterior de 2019 para el año 2025, y en mayo lanzó un paquete de promoción de los viajes internacionales, donde seleccionaba 24 países y regiones como destinos prioritarios. Entre ellos se encontraban España y otros 5 países europeos: Francia, Alemania, Italia, Reino Unido y Finlandia. Entre las actividades planeadas, en las que colabora JATA (Japan Association of Travel Agents), se incluyen subvenciones a la emisión de pasaportes y acciones de promoción a los consumidores finales a través de las RR. SS.

13

Asimismo, existe una nueva iniciativa gubernamental de promoción de los estudios en el extranjero para los jóvenes, que busca fomentar una mejora de las relaciones internacionales despertando el interés en los países extranjeros entre los estudiantes. Desde el punto de vista del turismo, este proyecto resulta interesante ya que es más probable que las personas que han viajado al exterior en alguna ocasión vuelvan a hacerlo, en comparación con aquellas que nunca han abandonado el país.

La industria turística española deberá aprovechar estas nuevas oportunidades e intentar atraer a los turistas japoneses, continuando la gradual recuperación hacia los niveles anteriores a la pandemia, que no se verá aún este año pero que ya empieza a vislumbrarse.



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, COMERCIO  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO

TURESPAÑA 