

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



JAPÓN Temporada de verano 2023

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

2

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de Tokio

NIPO: 115-22-008-5

Abril 2023



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

3

COYUNTURA ECONÓMICA

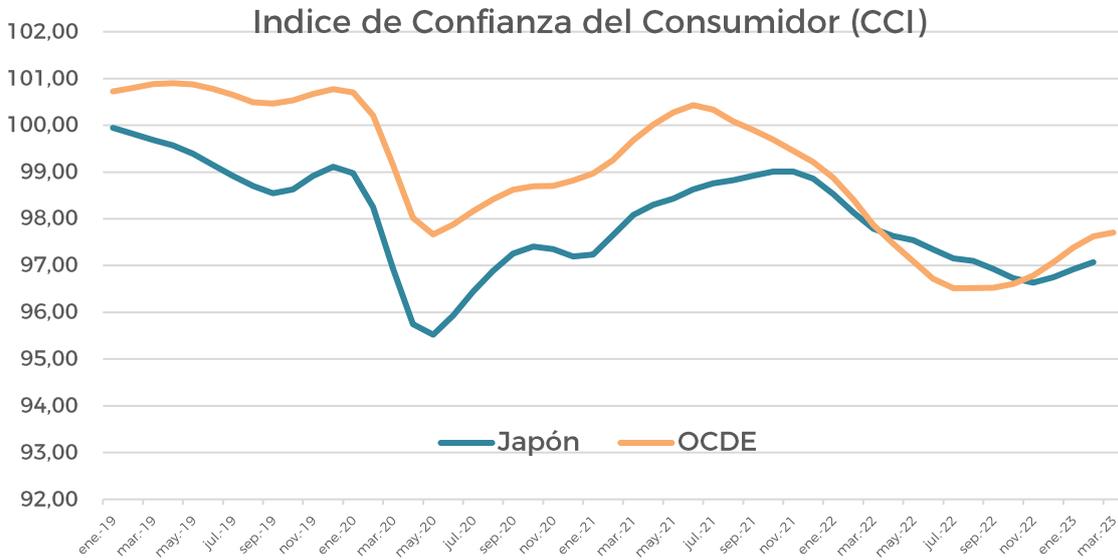
En la actualidad, el principal factor económico a reseñar en la inmensa mayoría de los países del mundo es la tensión inflacionaria. No obstante, en el caso de Japón, todos los indicadores económicos se mantienen considerablemente estables. El Banco de Japón (BOJ) lleva interviniendo en el mercado desde 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. Según declaraciones del BOJ, la inflación se está viendo afectada en la actualidad por factores como la subida de los costes de la energía y de los alimentos en todo el mundo (debido, entre otros motivos, a la situación de conflicto en Ucrania), pero considera que son circunstancias temporales y no contempla modificar su postura monetaria por el momento.

CUADRO MACRO

	2022	Previsión 2023	Previsión 2024
PIB REAL (Tasa de variación Interanual)	1,1	1,3	1,1
RENTA DISPONIBLE (Yenes japoneses per cápita)	2.932.547,6	3.007.022,4	3.045.405,4
TASA DE AHORRO (% s/ ingreso disponible)	17,7	16,8	15,8
GASTO DEL CONSUMIDOR (% s/ PIB)	54,4	54,4	54,3
POBLAC. EMPLEADA (en miles)	67.224,7	67.239,8	67.190,6
TASA DE DESEMPLEO (% s/ poblac. activa)	2,6	2,6	2,8
INFLACIÓN (Tasa de variación interanual)	2,5	2,1	1,3
IPC (2010=100)	107,8	110,1	111,5

Fuente: Euromonitor.

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 ve un crecimiento desde finales de 2022.



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

5

El IPC Core (excluyendo alimentos) en diciembre de 2022 registró un aumento por 16º mes consecutivo, llegando a un 4%, el récord en 41 años (entonces aún quedaban rastros de la crisis del petróleo). 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 ha solicitado subidas salariales a las empresas, y muchas grandes empresas ya han respondido anunciando subidas incluso antes de las negociaciones estacionales con los sindicatos (p. ej., Canon, un 3,8%; Suntory, un 6%, y el sector de fast retailing hasta un máximo del 40%).

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

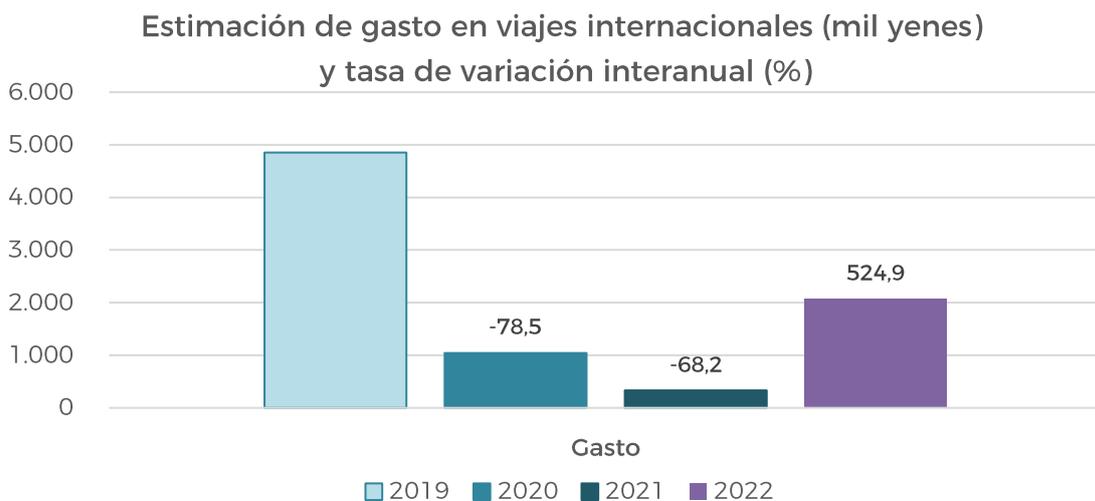
Desde octubre de 2022, cuando se empezó a permitir la entrada en Japón de residentes y turistas con certificado de vacunación de pauta completa (3 dosis) o con certificado de PCR negativa, ha aumentado el número de salidas al exterior de los japoneses, alcanzando en diciembre un crecimiento del 782,88% respecto al mismo mes del año anterior, y ello a pesar de un incremento en el precio de los billetes de avión de entre un 100% y un 200% respecto a los precios anteriores a la pandemia.

El pasado mes de marzo, el gobierno dejó de aconsejar el uso de mascarillas tanto en exteriores como en interiores, salvo en algunos casos concretos, y se eliminó el límite al número de espectadores en eventos que aún se mantenía.

Recientemente se ha anunciado también que se eliminarán las restricciones fronterizas a partir del día 8 de mayo, salvo para los viajeros que lleguen en vuelos directos procedentes de China. Hasta ese día, tanto residentes en Japón como turistas seguirán teniendo que presentar certificado de vacunación completo (3 dosis) o de PCR negativa realizada menos de 72 horas antes de viajar a Japón. Esta medida ha podido venir desincentivando en cierta medida los viajes al exterior, por ejemplo, entre la cohorte de los jóvenes turistas japoneses, que son el segmento de población con el menor porcentaje de vacunación del país.

6

EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA



Fuente: Euromonitor

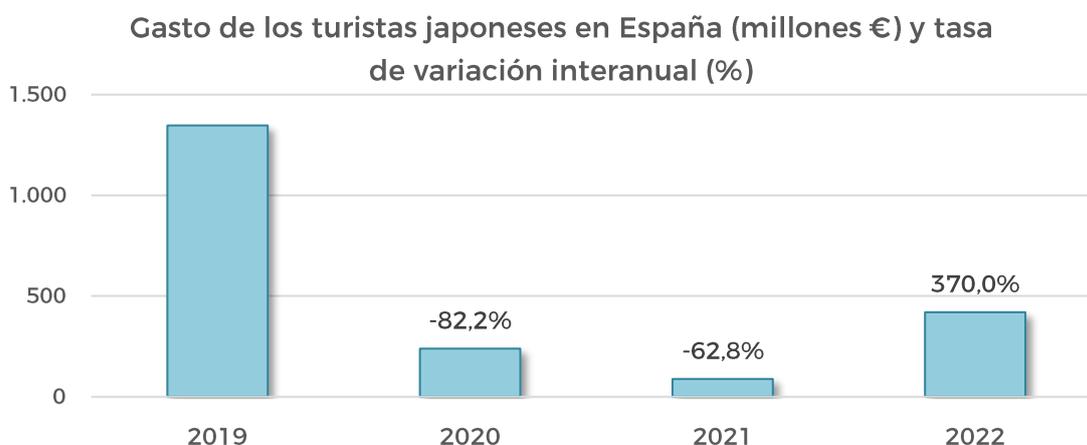


Según los últimos datos publicados en Euromonitor, el gasto en viajes internacionales de los turistas japoneses comenzó a recuperarse en 2022. La relajación de las restricciones de entrada en el cuarto trimestre y la actitud prudente de los consumidores hacen prever que, en términos anuales, la recuperación en 2022 será moderada.

Según datos de Egatur (INE), el gasto de los turistas japoneses en España creció un 370% en 2022 respecto al año anterior. A pesar de esta recuperación, las cifras del 2022 representan solamente un 31,2% de las de 2019.

Factores como la subida de los precios de los billetes de avión y de las tasas aéreas, el incremento de la duración de los vuelos para evitar sobrevolar espacio aéreo ruso o la depreciación del yen frente al dólar, ralentizaron la completa recuperación de los viajes al exterior. Aun así, el gasto medio por persona de los turistas japoneses en España en 2022 ascendió a 3.371 euros, el segundo más alto después del de Australia (3.433 euros), y muy por delante del tercer país, Corea del Sur (2.898 euros).

7



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de datos INE (Frontur y Egatur).

INDICADORES DE PROSPECTIVA

Percepción, consideración e intención del viaje

Para los japoneses, España es el primer país en intención de viaje y el tercero en consideración de entre los países vecinos. España ha subido de posición en ambas categorías respecto al año anterior; sin embargo, es superada por Italia, Francia y



INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

JAPÓN Temporada de verano 2023

Alemania en el índice de resonancia, lo que implica que los niveles de satisfacción, calidad y reputación serán inferiores que los de estos países. Hay que prestar especial atención a la evolución del nivel de satisfacción, categoría en la que España siempre conseguía el primer o segundo puesto.

En general, todas las cifras son inferiores 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.

ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN

Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	Italia	6,9	10
2	Francia	5,5	7,2
3	España	5,3	6,1
4	Alemania	3,9	6,3
5	R. Unido	3,8	5,6

ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE

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

ÍNDICES DE RESONANCIA

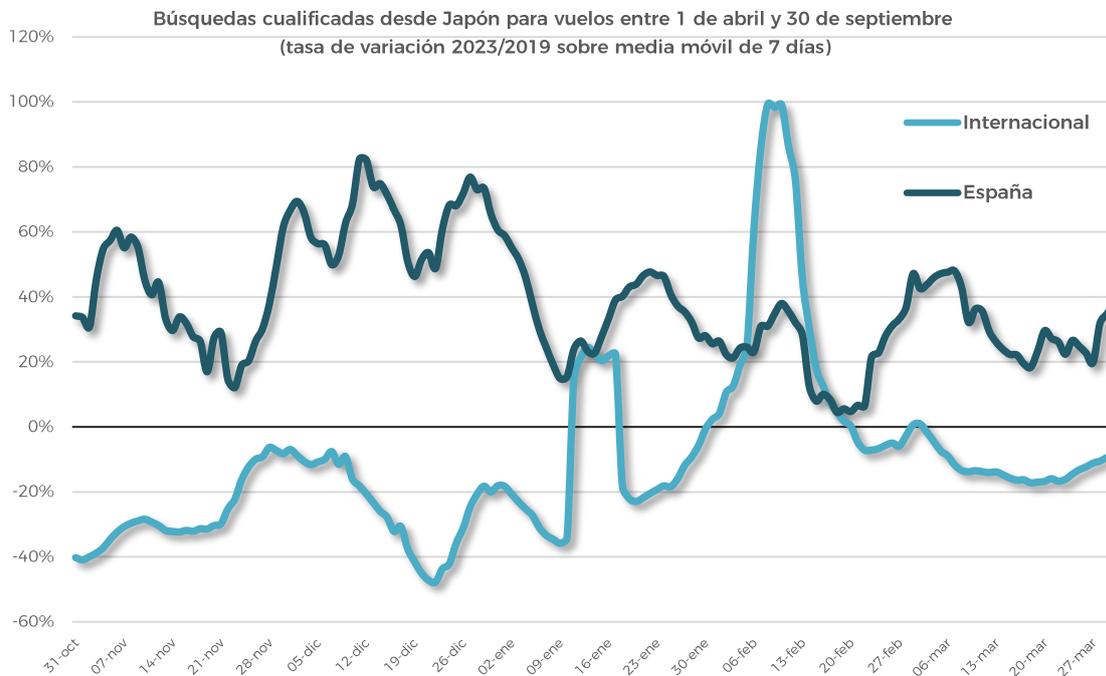
Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	Italia	13,4	17,9
2	Francia	11,5	15,3
3	Alemania	9,7	11,8
4	España	9,5	12,8
5	R. Unido	8,1	10,4

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

Búsquedas y reservas

Tal y como indica la línea azul claro del gráfico inferior, las búsquedas de vuelos internacionales de los últimos 6 meses (octubre 2022-marzo 2023) para viajar en la temporada de verano de 2023 (abril-septiembre 2023) están aumentando ligeramente, aunque siguen aproximadamente un 20% por debajo de las de 2019 a finales de marzo.

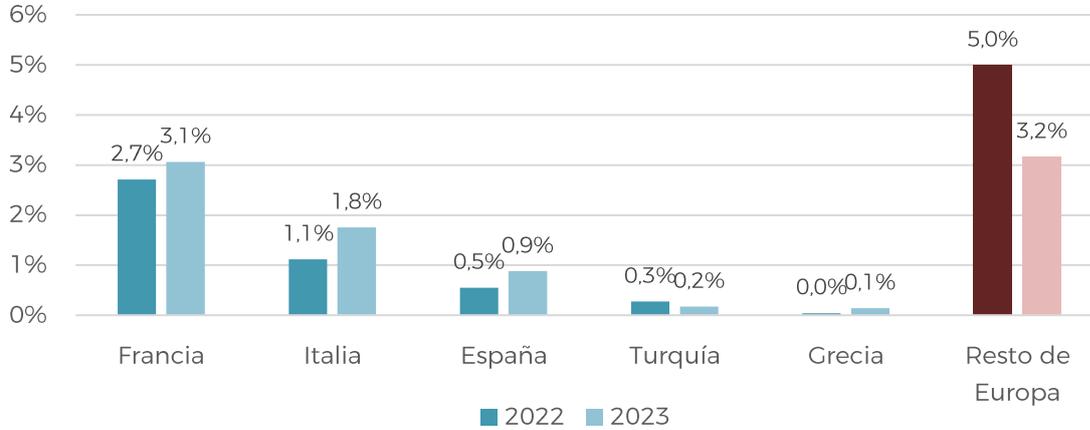
Si se limitan las búsquedas de vuelos exclusivamente a España (línea azul oscuro), la cuota de búsquedas es superior a la de 2019 en todo el periodo, y también es superior a la de los destinos internacionales salvo en un breve periodo a principios de año.



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

En el gráfico siguiente se recogen las búsquedas de alojamiento en España y los 4 principales destinos competidores realizadas por japoneses en Google en el mes de marzo. España es la tercera tras Francia e Italia, superando a Turquía y Grecia. Para todos los países mencionados, la cuota subió en comparación con el año pasado, salvo en el caso de Turquía, que bajó un 0,1%, y el resto de Europa, que bajó un 1,8%.

Cuota de búsquedas de alojamiento. Marzo 2022 vs marzo 2023



Fuente: [Google Destination Insights](https://www.google.com/destinationinsights/) - explotación Turespaña

10

Aunque las aerolíneas han aumentado las frecuencias para la temporada de 2023, sus ofertas todavía se encuentran muy limitadas y los precios son muy altos, y no disponer de un vuelo directo supone una gran desventaja para España. El vuelo directo operado por Iberia antes de la pandemia aún se encuentra suspendido.

La búsqueda de vuelos a España aumenta ligeramente respecto al mes de marzo del año pasado, aunque por detrás de la subida de Italia (la mayor de entre los competidores), que el pasado noviembre inauguró el vuelo directo Tokio-Roma operado por ITA Airways.

Alemania y Francia son los países mejor conectados. Air France opera 14 vuelos semanales desde Tokio y 5 desde Osaka; y Lufthansa opera un vuelo directo diario a Frankfurt y Múnich desde Tokio y 3 semanales desde Osaka, aparte de las operaciones de las aerolíneas niponas JAL y ANA.

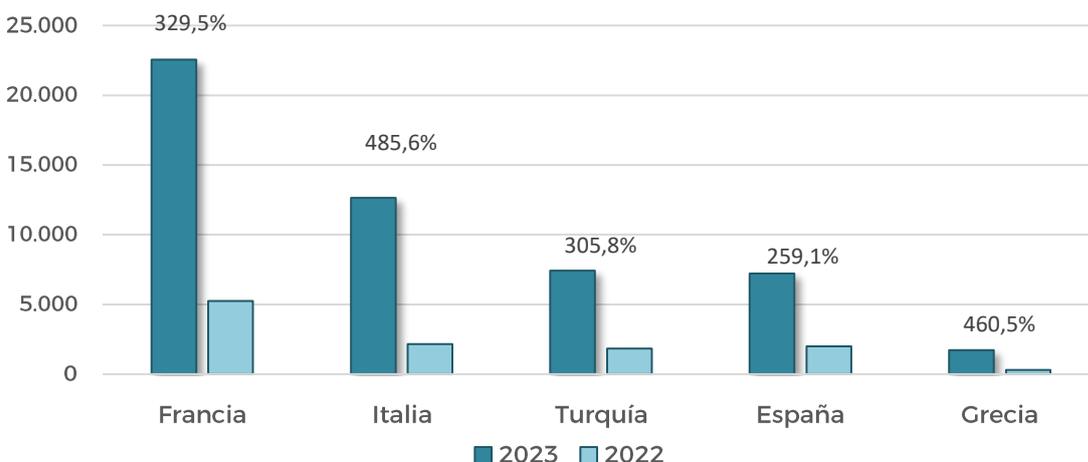
Cuota de búsquedas de vuelos.



Fuente: [Google Destination Insights](https://www.google.com/destinationinsights/) - explotación Turespaña

11

Reservas en aerolíneas IATA



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

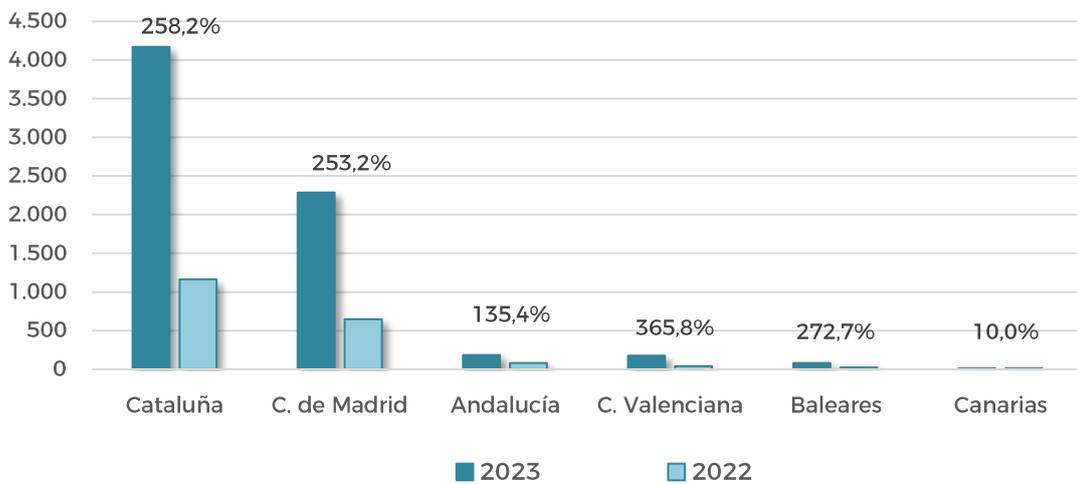
En el gráfico precedente se recogen las reservas para vuelos en temporada de verano (1 de abril a 30 de septiembre) desde Japón a España y diversos competidores en aerolíneas IATA (no incluye, por tanto, ni bajo coste ni chárter). El crecimiento más bajo de reservas lo experimenta España, con un 259,1%, y el más alto, Italia, con un 485,6%. Las reservas superan con creces, para los cinco destinos, las realizadas en el mismo periodo de 2022, lo que refleja la recuperación del mercado emisor japonés al que se ha hecho referencia en los anteriores apartados del informe.

En el gráfico que puede encontrarse a continuación, observamos los mismos datos referidos a los principales destinos españoles. Cataluña y la Comunidad de Madrid



experimentan ambas un crecimiento similar, que supera ligeramente el 250% respecto al mismo periodo del año pasado, en línea con el crecimiento de reservas para toda España mencionado en el párrafo anterior. El mayor crecimiento podemos verlo en el caso de la Comunidad Valenciana (365,8%) y, el más pequeño, en el caso de Canarias (10%).

Reservas en aerolíneas IATA



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

PRINCIPALES CONCLUSIONES

En conclusión, como se ha ido comentando a lo largo de todo el informe, se espera que la recuperación del turismo emisor japonés a España durante 2023 sea paulatina, pero constante. Los datos del INE para enero y febrero de 2023 muestran crecimientos de en torno al 300% respecto a los mismos meses de 2022, pero aún se encuentran por debajo de los de 2019 (-60%) anteriores al pandemia.

Los precios de los billetes de avión siguen siendo altos debido a la subida de los precios del combustible y las tasas aéreas, y el yen ha perdido valor frente al euro y al dólar. En conectividad, España se ve especialmente perjudicada al no disponer todavía de un vuelo directo desde Japón, lo que sería muy beneficios teniendo en cuenta que pese a tal circunstancia, España lidera el índice de Intención de Viaje,

En todo caso, un factor coyuntural inmediato que va a influir muy positivamente en los viajes al extranjero de los japoneses es la inminente eliminación de todos los requisitos de entrada al país relacionados con la pandemia. En este sentido, es significativo que

las agencias de viajes están volviendo a incrementar la variedad de sus productos y las aerolíneas están aumentando las frecuencias de vuelo a todos los destinos, incluidos los de largo radio.

JTA (Japan Tourism Agency, la organización oficial equivalente a la Secretaría de Estado de Turismo en España) publicó el pasado mes de marzo su plan objetivo de recuperación del turismo, en el que incluyó la meta de alcanzar 20 millones de salidas al exterior en 2025. En consonancia, la industria del turismo japonés está preparándose para superar ya a la mayor velocidad los extraordinarios datos record y la tendencia de aumento del turismo emisor que se registraba antes de la pandemia.

La industria turística española, incluyendo a las aerolíneas, hostelería, espectáculos, transportes, restauración y toda la cadena de valor del sector, teniendo en consideración la alta rentabilidad y calidad del turista japonés, debe adelantarse en la generación de ofertas que atraigan a estos viajeros priorizando y favoreciendo el destino España frente a otros destinos de largo recorrido, tanto europeos como de otras regiones.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 