

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



JAPÓN
Temporada de primavera/verano 2026

2

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)
Texto: Oficina Española de Turismo de JAPÓN (Tokio)
NIPO: 219-26-001-4.
Abril 2026



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

COYUNTURA ECONÓMICA

La macroeconomía japonesa continúa mostrando un bajo crecimiento, si bien dentro de una relativa estabilidad. Tras un año 2024 de estancamiento, en 2025 el PIB experimentó una expansión moderada debido a la solidez de la demanda interna y al leve aumento de los salarios, mientras que la estabilidad de los precios de la energía, con subsidios del gobierno, contribuyó a una ligera desaceleración de la inflación y el IPC se mantuvo alrededor del 2 %, cercano al nivel objetivo. El nuevo gobierno de Takaichi Sanae ha reforzado las medidas para aumentar los salarios reales, que en febrero crecieron un 1,9 %, acumulando dos meses consecutivos de aumento.

El conflicto en Irán afecta muy significativamente a una economía como Japón, que importa un 90 % de su energía, casi toda de Oriente Medio. Ello eleva el riesgo de alza en el IPC debido a la subida de los precios del petróleo. No obstante, se espera que en 2026 la tasa de crecimiento real del PIB mantenga un ritmo moderado (+0,6%). En marzo de este año, el Banco de Japón decidió mantener la tasa de interés en torno al 0,75 %, evitando subidas bruscas de tipos mientras evalúa los riesgos sobre precios y actividad económica.

4

En cuanto al tipo de cambio, el yen continúa debilitándose respecto del euro y, en el momento de elaboración de este informe, cambia al mínimo histórico de 187.33 yenes/€, habiéndose depreciado un 35 % desde finales de 2019, con el consiguiente encarecimiento de los viajes al extranjero, especialmente a Europa.

CUADRO MACROECONÓMICO			
	2024	2025	2026 (previsión)
PIB real (% variación interanual)	0,1*	1,2*	0,6
PIB nominal per cápita (euros)	30.010	30.394	30.597
Gasto consumidor (% variación interanual)	1,5*	3,6*	2,1
Población empleada (miles)	67.806	68.181	67.571
Tasa de desempleo (% sobre población activa)	2,5*	2,5*	2,4
IPC (% variación interanual)	2,7*	3,1*	2,0
Población Total	123.802.000*	123.219.000*	122.427.800
Tasa de hogares de clase media (%)	55,7	55,2	55,7

Fuente: Oxford Economics, y Gobierno de Japón*

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

JAPÓN. Temporada de primavera/verano 2026

	2024	2025	2026*
TIPO DE CAMBIO (euro/yen)	163,85	169,04	183,65

2024 y 2025: media anual
2026*: último día del último mes completo (marzo).

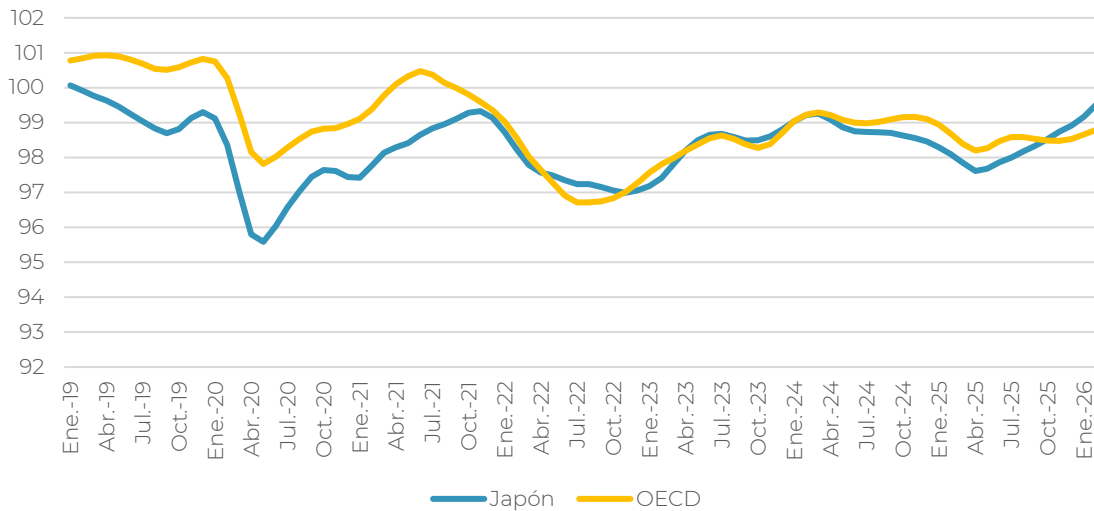
Fuente: Banco Central Europeo.

En el siguiente gráfico se muestra el Índice de confianza del consumidor elaborado por la OCDE. Entre 2019 y 2022, el índice de confianza del consumidor en Japón, en general, se mantuvo ligeramente por debajo del promedio de la OCDE. Tras la caída registrada en 2020 por la pandemia, ambos índices experimentaron una recuperación gradual. Desde mediados de 2023 hasta enero de 2026, la confianza en Japón se estabilizó en torno a 98–99 puntos, mostrando una tendencia ascendente hacia principios de 2026 y superando a los niveles promedio de la OCDE.

Para mitigar el impacto de la inflación repentina sobre los hogares, el gobierno japonés y las autoridades locales han implementado diversas medidas, incluyendo subsidios a los servicios esenciales como electricidad, gas y gasolina, así como subvenciones dirigidas a familias con hijos. Adicionalmente, con la colaboración de la Federación Empresarial de Japón (Keidanren), el gobierno ha fomentado el aumento salarial, lo que ha resultado en un crecimiento del ingreso promedio durante cuatro años consecutivos, y en un incremento positivo de los salarios reales a partir del presente año.

5

Índice de confianza del consumidor (CCI)



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

FACTORES POLITICO SOCIALES

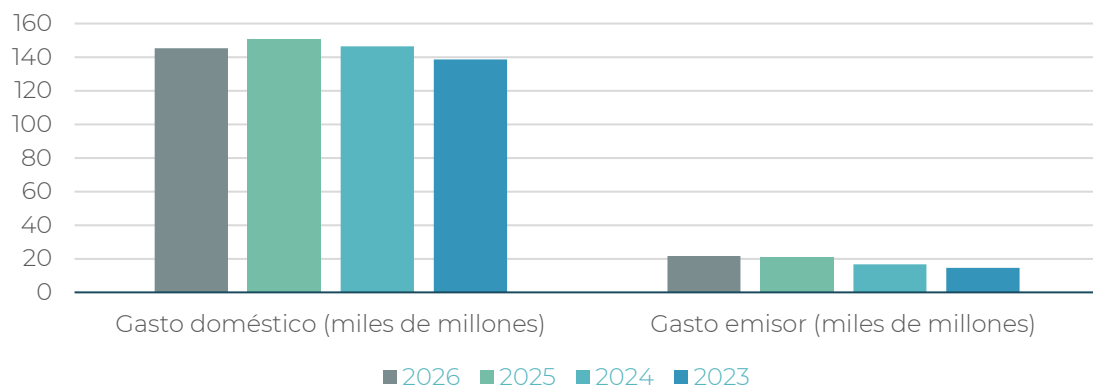
En octubre de 2025, Sanae Takaichi hizo historia al convertirse en la primera mujer elegida presidenta del Partido Liberal Democrático (PLD, centro-derecha) y en Primera Ministra de Japón. Bajo su liderazgo, el PLD puso fin a su coalición de 26 años con el Partido Komeito y estableció una nueva alianza de gobierno con el Partido Nippon Ishin no Kai. Su agenda principal es marcadamente conservadora y nacionalista y se centra, en el ámbito doméstico, en la reactivación económica, promoviendo aumentos salariales y fomentando la inversión empresarial. En política exterior el objetivo es consolidar la alianza estratégica con Estados Unidos, así como en fortalecer la defensa nacional, lo que ha tensado notablemente la relación bilateral con China.

La Primera Ministra ha impulsado políticas para gestionar lo que se ha denominado el “Problema extranjero” en sus dos vertientes de inmigración y turística. El objetivo es ordenar la llegada masiva de trabajadores extranjeros y turistas, a fin de garantizar una convivencia ordenada y segura con el residente. Así, la recepción de trabajadores calificados y estudiantes extranjeros se complementa con programas de educación en japonés, medidas de seguridad y la garantía de igualdad salarial, buscando equilibrar la atracción de visitantes y mano de obra extranjera con la protección y el bienestar de la población. En el ámbito turístico, Japón es hoy uno de los destinos turísticos más populares y de más rápido crecimiento del mundo, ayudado por la debilidad del yen. Este vertiginoso crecimiento está provocando no pocos problemas y debates sociales en un país históricamente poco acostumbrado al turismo extranjero.

6

EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Evolución gasto turístico



Fuente: Oxford Economics.

Al objeto de ordenar y planificar el crecimiento turístico, una creciente demanda en la sociedad japonesa, la Japan Tourism Agency (JTA, equivalente a la Secretaría de Estado



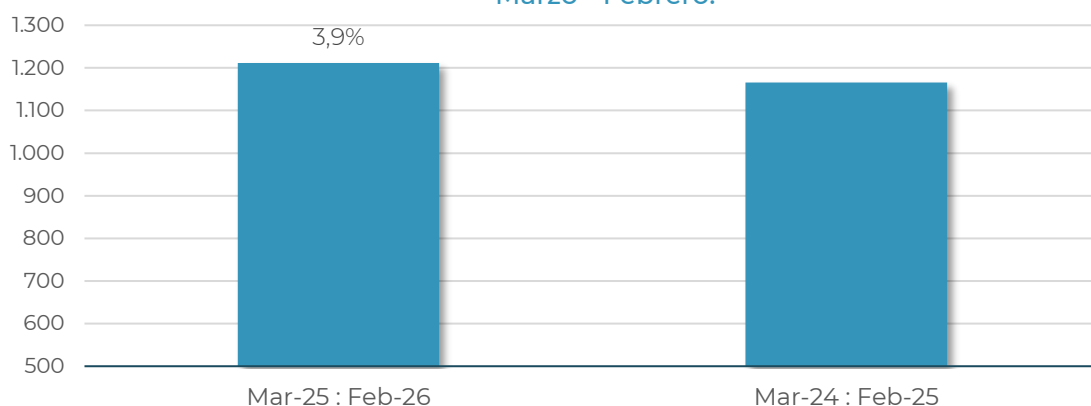
de Turismo en España), lanzó el pasado 27 de marzo su plan nacional de turismo (“Plan Básico para la Promoción de una Nación Turística de Japón 2026-2030”). Este es un plan que guarda notables paralelismos con la estrategia “España Turismo 2030” al plantear la necesidad de armonizar la llegada de visitantes con el bienestar del residente y de desconcentrar los flujos turísticos desde los destinos más masificados a los menos visitados.

El plan mantiene inalterado el objetivo previo de recibir 60 millones de turistas internacionales y también un objetivo de turismo emisor: el superar las 20,08 millones salidas de japoneses al exterior para 2030. A tal efecto, el gobierno reducirá la tarifa de emisión de pasaporte desde 16.000 yenes (unos 90 euros) a 9.000 yenes (unos 50 euros), para animar a la población japonesa viajar al exterior, y aumentar el porcentaje de población con pasaporte en vigor, que actualmente es de sólo un 17 %. En cuanto al gasto turístico, mientras que el gasto doméstico se ha mantenido prácticamente constante durante los últimos años, el gasto en viajes internacionales (transporte incluido) aumentó un 46%, pasando de 14.600 millones en 2023 a 21.300 millones en 2025.

7

Según datos de JNTO, 14.731.565 japoneses viajaron al exterior en 2025, lo que representa un aumento interanual del 13,3 %. A pesar de que aún estamos un -26,6 % de las cifras del 2019, año récord histórico en número de salidas de japoneses, Japón continúa recuperándose de manera lenta pero constante.

Gasto de los turistas japoneses en España (millones €) y tasa de variación interanual (%).
Marzo - Febrero.



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos INE

El gráfico anterior muestra la estimación del gasto de los turistas japoneses en España elaborado por Turespaña a partir de microdatos del INE. En el periodo de un año comprendido entre marzo de 2025 y febrero de 2026, se registró un incremento interanual del 3,9 % en comparación con el mismo periodo del año anterior.

El mercado japonés se caracteriza principalmente por su elevado nivel de gasto. Según los datos correspondientes a 2025, los turistas japoneses registraron el mayor gasto diario mundial en España, alcanzando los 584 €, lo que supone una diferencia significativa respecto a otros mercados emisores, como Corea del Sur (480 €) y Australia (478 €), que ocupan el segundo y tercer lugar, respectivamente.

Por otro lado, en cuanto al gasto por persona, Japón no está en el primer puesto debido a la corta estancia de los turistas japoneses, que se ha reducido de unos 7 días en 2024 a 5 días en 2025, si bien el aumento del gasto diario ha compensado la caída de la estancia media. En este contexto, se considera estratégico para España fomentar la prolongación de la estancia media como una vía para maximizar el impacto económico de este mercado.

INDICADORES DE PROSPECTIVA

Consideración, intención del viaje y satisfacción.

En el mercado japonés, España sigue gozando de un excelente posicionamiento como destino turístico, siendo el segundo destino europeo tanto en consideración como en intención de viaje y el primero en satisfacción percibida. Así, según las encuestas realizadas por YouGov durante el último trimestre (entre el 3 de enero y el 2 de abril de 2026), Italia ocupa el primer lugar tanto en consideración como en intención de viaje. España se sitúa en segunda posición, por delante de otros destinos competidores como Francia, Reino Unido y Alemania.

Por otro lado, en cuanto a la satisfacción, España supera a Italia y se posiciona en el primer lugar, seguida por Alemania, Francia y Reino Unido. Este resultado es prueba de la alta valoración que los turistas japoneses otorgan a los servicios y experiencias, así como la excelente relación calidad-precio, que ofrece España.

ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN			
Ranking	Destino	2026 (%)	2025 (%)
1	Italia	7,8	6,3
2	España	5,2	5
3	Francia	4,8	5,1
4	R. Unido	4,4	4,3
5	Alemania	3,9	4,6

ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE			
Ranking	Destino	2026 (%)	2025 (%)
1	Italia	2	1,5
2	España	1,3	1,1
3	Francia	0,9	0,7
4	R. Unido	0,8	1,1
5	Alemania	0,6	0,9

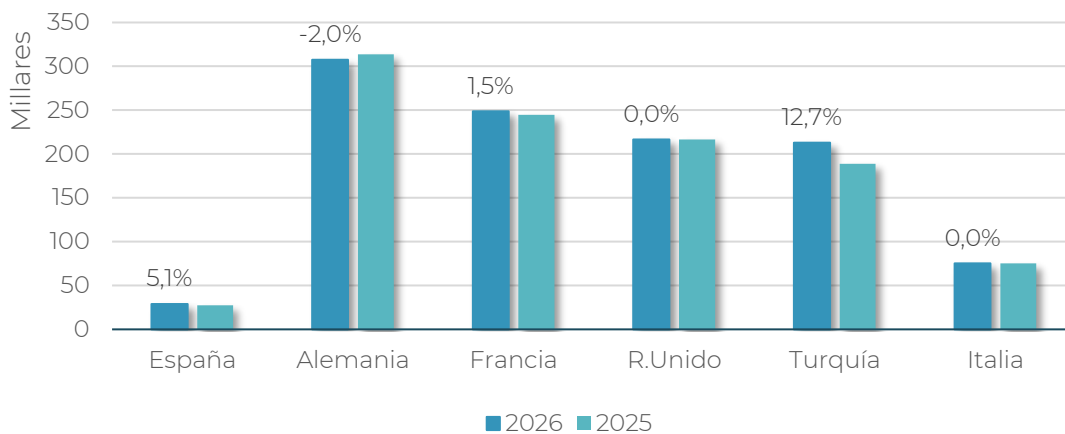
ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Ranking	Destino	2026 (%)	2025 (%)
1	España	68,7	59
2	Italia	64,1	62,4
3	Alemania	59	60
4	Francia	54,6	51,3
5	R. Unido	50,1	47,9

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

Previsiones de vuelos

Asientos programados para la temporada de primavera/verano



Fuente: OAG Schedules Analyser

España parte en el mercado japonés de una clara desventaja competitiva, al contar con una capacidad aérea instalada entre 7 y 10 veces inferior a la de algunos de sus principales competidores europeos. Como consecuencia, presenta una mayor dependencia de las aerolíneas de Oriente Medio, que, antes del conflicto de Irán, concentraban el 35 % del tráfico aéreo hacia España. (Durante la pandemia de COVID-19, mientras que las aerolíneas europeas suspendieron sus operaciones, las compañías de Oriente Medio continuaron operando sus vuelos, lo que les permitió ampliar su cuota en las rutas hacia Europa).

Si miramos el tráfico aéreo directo, según datos de OAG, las capacidades programadas de vuelos desde Japón a Europa entre el 1 de abril y el 30 de septiembre de 2026, reflejan un comportamiento dispar entre los principales destinos europeos analizados. España registra un crecimiento del 5,1%, hasta situarse en 28.888 asientos. Iberia mantendrá tres frecuencias semanales en su vuelo directo entre Madrid y Tokio



durante esta temporada de verano, a pesar de haber incrementado temporalmente a cuatro vuelos semanales en marzo y abril para atender la demanda de viajeros hacia Japón.

A partir de la temporada de invierno 2026-2027, la aerolínea española modificará el horario de este vuelo, que pasará a ser nocturno en ambos sentidos. Este ajuste beneficiará a los turistas japoneses que necesiten coger vuelos de conexión dentro de España, así como atraer a un mayor número de residentes japoneses de diferentes regiones del país que podrán enlazar a través de vuelos domésticos.

Alemania continúa concentrando el mayor número de asientos, pese a registrar una disminución del 2,0 % respecto al año anterior. Francia muestra un avance moderado (+1,5 %), mientras que Reino Unido se mantiene prácticamente sin cambios. Turquía es el mercado que presenta una evolución más dinámica, con un 12,7 % más que en 2025. Italia, por su parte, permanece estable.

Con respecto al tráfico aéreo indirecto, según los últimos datos de Oxford Economics, el tráfico aéreo Japón-Oriente Medio se habría recuperado en torno a un 65 %, con una mayor recuperación de Emirates (68 %) y Ethiad (51 %) frente a Qatar Airways (23 %), si bien con alto riesgo de cancelaciones, retrasos y desvíos, y la consiguiente incertidumbre.

10

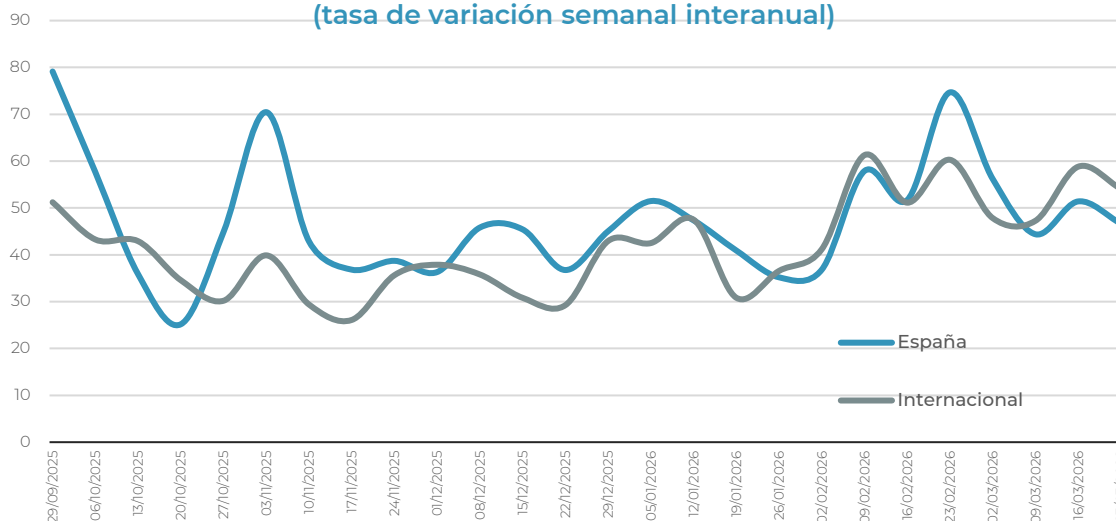
Búsquedas y reservas

El siguiente gráfico demuestra la comparación interanual de las búsquedas de vuelos de ida y vuelta a España y a todos los destinos del exterior en el motor de búsqueda de Skyscanner. Se trata de las búsquedas realizadas en Japón entre octubre 2025 y marzo 2026, para los viajes de la temporada de verano 2026 (abril-septiembre).

Tanto las búsquedas de vuelos hacia España como hacia otros destinos internacionales superaron los niveles del año anterior durante todo el período analizado, reflejando el crecimiento del turismo outbound japonés. Además, en la mayor parte del período, las cifras hacia España se mantuvieron por encima del promedio de destinos internacionales, lo que evidencia la fuerte demanda de España frente a otros destinos competidores.

No obstante, resulta relevante señalar como elemento de preocupación los datos correspondientes al mes de marzo, ubicados en el extremo derecho del gráfico. Tras alcanzar su punto máximo en la semana del 23 de febrero, se observa un descenso acusado en la semana siguiente, consecuencia de la situación geopolítica en Oriente Medio.

Búsquedas desde Japón para vuelos entre
1 de abril y 30 de septiembre
(tasa de variación semanal interanual)



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

11

Aunque algunas de las compañías aéreas de Oriente Medio ya han reanudado parcialmente sus operaciones, las principales agencias de viajes han suspendido la comercialización de paquetes turísticos con destino o tránsito en países de Oriente Medio hasta mediados o finales de mayo debido a la alerta de viaje del gobierno japonés, que recomienda no viajar a la región (Alerta 3 de 4, siendo 4 equivalente a prohibición de viaje).

Como resultado, la demanda hacia aerolíneas europeas y japonesas ha aumentado temporalmente, con vuelos de la aerolínea japonesa ANA a Europa con índices de ocupación media de más del 90 % en marzo y abril, coincidiendo con la temporada alta de "inbound" por la floración del sakura o cerezo japonés.

Por otro lado, a la reducción de la oferta de asientos vía Oriente Medio hay que añadir un segundo factor que incide en el incremento de precios de los billetes aéreos: el aumento del coste del combustible de aviación que se ha duplicado desde el inicio de la guerra de Irán. Esto ha obligado a las aerolíneas a aplicar tarifas extra por combustible (Fuel surcharge). JAL y ANA han incrementado un 70 % el recargo por combustible para vuelos a Europa y Norteamérica, que hasta mayo se situaba en torno a los 30.000 yenes, situándose en aproximadamente 110.000 yenes (unos 610 euros) en ANA y 100.000 yenes (unos 555 euros) en JAL para un billete de ida y vuelta, el nivel máximo previsto en el sistema actual. Como consecuencia, el recargo puede llegar a representar entre un 30 % y un 50 % del precio final del billete, lo que previsiblemente favorecerá la demanda de destinos asiáticos de corta distancia, mientras que Europa

tenderá a consolidarse, como ya ocurrió tras la pandemia, como un destino más orientado a viajeros con experiencia internacional o con mayor poder adquisitivo.

Asimismo, debido al conflicto en Ucrania, las aerolíneas europeas continúan evitando el espacio aéreo ruso, optando por dos rutas alternativas, la ruta norte, que sobrevuela las proximidades del Ártico, o la ruta sur, a través de Asia Central, lo que ha incrementado la duración de los vuelos en aproximadamente dos horas en comparación con la situación previa. Como resultado, el aumento de los costes asociados, tales como el mayor consumo de combustible y la necesidad de incrementar el número de tripulantes, supone ya una carga significativa para las aerolíneas.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

Estamos en un momento de notable incertidumbre causado por el conflicto en Oriente Medio que, muy probablemente, tendrá importantes consecuencias si el conflicto se alarga.

Por un lado, hay tendencias positivas:

- Cuadro macroeconómico relativamente estable, con medidas gubernamentales dirigidas específicamente a aumentar el poder adquisitivo de la clase media japonesa (Japón acaba de aprobar un aumento promedio superior al 5 % en las negociaciones salariales, marcando su cuarto año consecutivo con incrementos en este ámbito).
- Plan gubernamental para aumentar el número de pasaportes en circulación y fomentar los viajes internacionales de los japoneses, con el objetivo del gobierno de llegar a 20 millones de salidas para 2030
- Se observa una fuerte demanda de viajes hacia Europa, especialmente hacia España. Según los turoperadores consultados, las reservas para esta temporada de verano eran entre un 20 % y un 50 % superiores a las del mismo periodo del año anterior antes del conflicto. JTB estimaba que el número de viajeros durante la Golden Week de 2026 alcanzaría las 570.000 personas (+8,5 % respecto al año anterior), mientras que HIS estimaba un aumento del 34 % respecto al mismo mes del año anterior.
- Asimismo, ante la previsión de un incremento en los recargos por combustible en los vuelos internacionales a partir de junio, junto con una posible depreciación adicional del yen, se observa una tendencia entre los consumidores a adelantar sus planes de viaje de verano. Por otra parte, la configuración del calendario festivo este año permite disfrutar de periodos vacacionales consecutivos de hasta 9 o 12 días, lo que ha impulsado

especialmente la demanda de viajes de larga distancia, en particular hacia Europa.

- Las aerolíneas del Oriente Medio aumentarán frecuencias a partir de mayo o junio preparándose para recibir a los clientes de viajes en grupos organizados; Emirates volverá a operar 100 % a partir de mayo, mientras Qatar operará dos vuelos diarios desde Tokio-Narita y 5 frecuencias semanales desde Osaka-Kansai a partir del 16 de junio.
- Impulsadas por la elevada demanda de viajes a España, las reservas para la temporada de verano se sitúan actualmente por encima del mismo periodo del año anterior. No obstante, esta tendencia podría verse significativamente afectada por la evolución de la situación en Oriente Medio, así como por factores económicos como los precios del petróleo, las fluctuaciones del tipo de cambio y otras dinámicas de los mercados internacionales.

Entre los aspectos más negativos:

- Reducción de capacidad aérea instalada hacia España por cancelación de vuelos vía Oriente Medio, que supone un 35 % del tráfico de Japón a España.
- Aumento del precio de los billetes por alta demanda y recargos por combustible.
- Posibilidad de que aumenten cancelaciones en los próximos meses por la ampliación de las políticas de cancelación (en Japón un paquete turístico puede cancelarse sin coste hasta 1 mes antes al viaje). JTB, Hankyu Travel International y Nippon Travel Agency han extendido las cancelaciones para salidas hasta el 31 de mayo, Club Tourism hasta el 28 de mayo, y HIS hasta el 11 de mayo.
- Percepción de inseguridad en el viaje en un mercado especialmente sensible como el japonés
- Yen débil con el consiguiente encarecimiento de los viajes a España y Europa.
- Recomendación de viaje: Nivel de Alerta 3 sobre 4 (recomendación de no viajar) para la región de Oriente Medio. En consecuencia, las agencias de viajes se han visto obligadas a cancelar los circuitos con escala en Oriente Medio o con destino a dicha región.

En base a lo anterior, si la situación se normaliza en las próximas semanas es previsible que el impacto sobre el mercado emisor japonés hacia España se limite a la pérdida de unas decenas de miles de turistas durante las semanas del conflicto. Sin embargo, si el cierre del hub intermedio de Oriente Medio se prolonga, podría consolidarse una tendencia de sustitución de los viajes a Europa por destinos más cercanos en Asia.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

