

El mercado del aceite de oliva en Japón

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Tokio

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

23 de noviembre de 2023
Tokio

Este estudio ha sido realizado por
Aída María Ortega González

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Tokio

<http://japon.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-23-010-0



El mercado japonés de aceite de oliva se ha vuelto crucial para las compañías españolas del sector, no solo debido a que España es el principal exportador a Japón, sino también por el potencial de crecimiento en el mercado japonés debido a su clara dependencia de las importaciones. Los datos recientes indican que la producción de aceite de oliva en Japón apenas alcanza las 45 toneladas anuales, en marcado contraste con las más de 60.000 toneladas importadas.

Japón constituye un mercado atractivo para las empresas españolas de aceite de oliva no solo por ser España el primer exportador de aceite de oliva a Japón, sino también por el potencial de crecimiento que ofrece. En efecto, Japón es el tercer país no europeo con mayor importación de aceite de oliva, aunque su consumo per cápita solo alcanza los 0,4 litros anuales, siendo esta ratio menor que la de otros países donde el aceite de oliva tampoco forma parte de la dieta tradicional.

España ostenta una posición de liderazgo en el mercado japonés de aceite de oliva con una cuota de mercado del 57,5 % frente al 32,6 % de Italia. En términos de volumen, España es el primer exportador a Japón en las tres categorías de aceite de oliva analizadas en este Estudio de Mercado: aceite de oliva virgen, aceite de oliva refinado y otros aceites con una participación del 53,73 %, 68,83 % y 63,51 % respectivamente. En términos de valor, España también lidera en estas tres categorías.

Aunque España e Italia representan el 90 % de las importaciones de aceite de oliva de Japón, otros competidores como Turquía, Grecia, Portugal y Chile también tienen una presencia destacada en el mercado nipón.

Las perspectivas esenciales para el sector del aceite de oliva en Japón son las siguientes:

- La imagen del aceite de oliva es muy buena, sobre todo cimentada en su percepción como alimento saludable.
- Los japoneses están dejando de ver el aceite de oliva como un alimento ajeno a su dieta diaria. Así, progresivamente lo están incorporando a su dieta de formas muy diferentes: como aliño para ensaladas, en recetas de cocina japonesas y occidentales, para elaborar postres, etc.
- La distribución comercial se organiza principalmente por dos sistemas: a granel y al detalle. El primer sistema coincide con la distribución de aceite normalmente de precio inferior, dirigido a la venta a hogares a través de supermercados. El segundo sistema comprende la venta a restaurantes de gama media y alta que lo emplean como ingrediente premium, su venta como producto para regalo, su comercialización en centros comerciales de lujo y mediante el comercio electrónico.



- Cada forma de distribución presenta sus propias particularidades. La distribución a granel se articula a través de grandes compañías de trading y distribuidor único para cada área geográfica mientras que la venta al detalle es más capilar, requiere de una mayor interacción con cada comprador y una implantación mayor en el mercado japonés.
- Es muy frecuente contar con importadores especializados en la distribución a comercios físicos, y otro centrado en la venta a tiendas electrónicas. Es importante trabajar esta vía, puesto que las compras efectuadas a través de este medio, en especial para los aceites de categoría premium, son cada vez más frecuentes.
- El aceite de oliva es un producto atractivo en un mercado maduro y altamente competitivo como el japonés. Normalmente se tarda cierto tiempo en obtener resultados, entre 6 y 8 meses de negociaciones antes de comenzar las primeras operaciones. Además, el consumidor promedio no posee un gran conocimiento sobre el aceite de oliva, por lo que la variable precio sigue siendo un factor decisivo en la compra.

Aunque el mercado japonés ofrece oportunidades significativas para los aceites de oliva españoles, el éxito pasa por definir una estrategia comercial sólida y adaptativa. Mantener una comunicación cercana con importadores, adaptarse a los gustos locales y promover el uso versátil del aceite de oliva son pasos cruciales. La proliferación de restaurantes españoles y la difusión de la gastronomía española en medios de comunicación, revistas especializadas, campañas promocionales en centros comerciales, etc. están contribuyendo a crear una imagen positiva de nuestra cultura y, por ende, de nuestro aceite de oliva.

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

