EL MERCADO DEL VINO TRANQUILO EN JAPÓN

2025

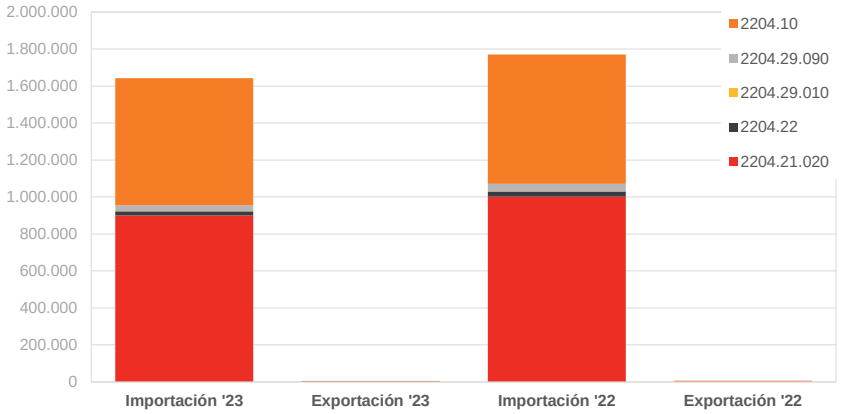
Definición del sector

Productos	Este estudio aborda los vinos tranquilos, es decir, todos aquellos vinos sin presencia relevante de gas carbónico.	**Principales regiones**	A nivel local, la prefectura de Yamanashi es la que cuenta con mayor número de bodegas (94), seguida de Nagano y Hokkaido (72 y 55)
Categorías	Vinos blancos, tintos y rosados.	**Principales productos demandados**	Vinos tranquilos en envase de hasta 2 litros.

Comercio exterior

Importaciones y exportaciones de vinos (2022-2023)

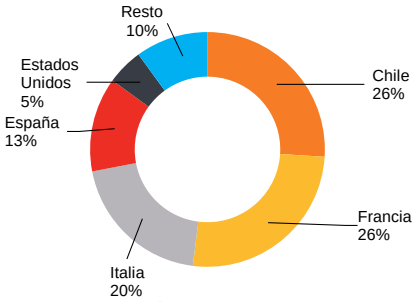
Datos en miles de euros



- Como puede observarse en el gráfico, Japón es un país que apenas exporta vino, sino que su comercio exterior en este sector está centrado de forma exclusiva en la importación.
- Las importaciones japonesas de vino están concentradas mayormente en dos categorías, vinos tranquilos en envase de hasta 2 litros (2204.21.020) y vino espumoso (2204.10)
- Chile es el mayor proveedor de vino tranquilo a Japón en términos de volumen en el año 2023, superando muy ligeramente a Francia. Italia y España ocupan los siguientes puestos y Estados Unidos ocupa el quinto lugar.
- En términos de valor, el mayor proveedor de vino tranquilo es Francia, superando con mucho a Italia, Estados Unidos y Chile. Los vinos españoles, si bien son apreciados en el mercado japonés, apenas representan un 5 % de las importaciones en valor.
- El resto de los vinos apenas tienen importancia en comparación con el vino tranquilo y el espumoso.

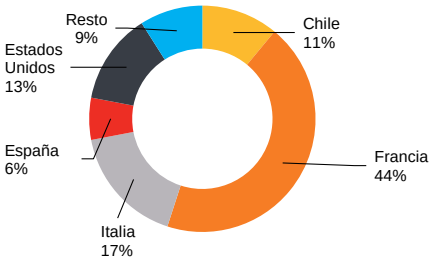
Principales países proveedores (2023)

Exportaciones de vino tranquilo en envase de hasta 2 litros a Japón (En volumen)



Principales países proveedores (2023)

Exportaciones de vino tranquilo en envase de hasta 2 litros a Japón (En valor)



Producción local

Número de bodegas	468 bodegas productoras
Producción:	44.958 kilolitros
Vino Blanco:	5.319 kilolitros
Vino Tinto:	5.054 kilolitros
Otros Vinos:	1.156 kilolitros
Espumoso:	459 kilolitros.

Otras indicaciones

La producción japonesa supone aproximadamente un 16 % de la cuota del mercado.

La mayor parte del vino producido en Japón, no obstante, se conoce como *Kokusan Wine*, elaborados a partir de uvas, mosto y vino a granel importado, que se embotella en Japón.

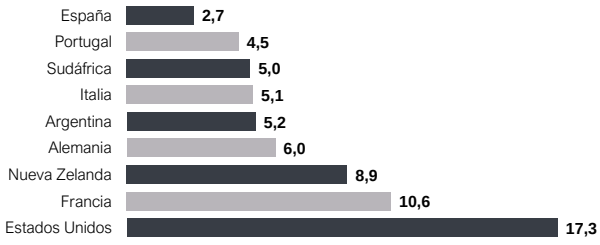
Demanda

El consumo de vino es relativamente bajo, en comparación con los países occidentales. El consumo comienza a dispararse a partir de 1997 con el llamado "*boom* del vino". Ha habido desde entonces otros pequeños *booms*, por ejemplo, a partir de 2012 con el vino chileno.

En 2024, el vino fue la **segunda bebida alcohólica más consumida, tras la cerveza**. En 2024, los japoneses consumieron una media de 4 botellas de 750 ml por persona.

Precios

Precio medio de los exportadores de vino tranquilo en envase de hasta 2 litros a Japón.



EL MERCADO DEL VINO EN JAPÓN

2025

Percepción del producto español

- Los vinos españoles son bastante conocidos en el mercado japonés, gracias a la marca España y su presencia en restaurantes y otros establecimientos.
- Ahora bien, a pesar de ser de los países que más vinos exporta a Japón, España cuenta con el precio por litro más bajo de los países analizados.
- La mayoría de los vinos españoles se concentran en los tramos de menos de 1.500 yenes (9,86 euros) por botella de 750 ml.

Marcas españolas más destacadas en el año 2023.

Félix Solís (Albariño)

Lágrima Real

Bodegas Torres

Bodegas Fontana Mesta

Don Romero

Montelago

Canales de distribución

Importación a través de productores locales.	Casi todos los productores de bebidas alcohólicas, como sake o whisky, importan vino. Estos fabricantes cuentan con una red de ventas muy elaborada y completa. Es el canal más presente y utilizado, destacando empresas como Mercian, Asahi y Sapporo.
Importación a través de mayoristas especializados	Hay unos 620 mayoristas en Japón con licencia para vender vino. Estos, mayormente, cuentan con licencia para la venta minorista también, aunque no suelen utilizar este canal. Tres formas: importarlo para sí mismos, para otros, u obtenerlo de productores nacionales.
***Tradings* especializados**	Compañías intermediarias entre el productor y el consumidor. Son los mayores conocedores del mercado y el producto, por lo que destacan particularmente en el canal HORECA. Las más pequeñas suelen funcionar sólo en las grandes ciudades, las medianas y grandes en todo el país.

Perspectivas del sector

- Las tendencias del consumo de vino en Japón se orientan hacia una mayor atención a vinos de calidad, e interés en productos ecológicos y bajos en alcohol.
- En este sentido, los productos de vino ecológico están creciendo en el país año tras año, contando España con 4 de las 10 marcas más populares, especialmente entre los más jóvenes.
- Es destacable también, el crecimiento que está viviendo el vino desalcoholizado. Tras la pandemia, ha aumentado la concienciación sobre la salud propia, llevando a los más interesados en el vino a apostar por estas variedades.

Acceso al mercado

Fiscalidad	Impuesto al consumo del 10 % sobre el precio, y tasa de 100 yenes por litro (0,66 euros)
Normativa **Ley sobre higiene de los alimentos**	Todos los alimentos deben seguir un proceso de entrada y control. El proceso empieza cuando el importador da la Notificación de entrada.
Etiquetado	Debe especificarse claramente el contenido en alcohol.
Ley de Bebidas Alcohólicas	Exigencia de obtención de un permiso de producción o venta de bebidas alcohólicas en Japón, emitido por la oficina fiscal japonesa correspondiente.

Oportunidades

- Las bodegas que más éxito han tenido en el mercado japonés son las que han diversificado más su actividad, con diferentes rangos de precio y vinos procedentes de varias Denominaciones de Origen.
- Los vinos de alta calidad comienzan a venderse progresivamente por comercio electrónico, cuya presencia en Japón está aumentando.
- Es importante destacar que el consumidor japonés aprecia que el producto cuente con una historia singular, ya sea relativa a la bodega en cuestión o al vino concreto. Además, es apreciado también si el producto cuenta con una forma o embotellado particular.
- Existen grandes oportunidades para aquellos vinos con bajo o nulo contenido en alcohol, debido a la mayor concienciación sobre la salud tras la pandemia.
- Hay que destacar, como punto negativo, la fuerte competencia que existe, con gran saturación de marcas, así como el mejor posicionamiento de los vinos franceses e italianos, cuyas condiciones también mejoraron tras el acuerdo comercial con la UE en 2019.

Información práctica

Ferias	Publicaciones	Asociaciones
FOODEX Informe de Feria Foodex	*Wands Review* Wands Review	Japan Wines and Spirits Importers' Association Asociación de Importadores de Vino
Supermarket Trade Show Informe de Feria SMT	*La Vinotheque* La vinotheque.jp	Japan Wineries Association Asociación de Bodegas japonesas
ProWine Tokyo Informe de Feria	*Wine Kingdom* Winekingdom.co.jp	Japan Sommeliers Association Asociación Sumilleres de Japón

Más info

Accede aquí al estudio de mercado completo

Realización
Mauro Rodríguez Soengas

5 de febrero de 2025
Tokio

Supervisión
Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Tokio

http:/Japon.oficinascomerciales.es

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

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.

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
www.icex.es

FEBRERO, 2025 · NIPO 224250273