



INFORME
DE FERIAS

2018



Beautyworld Japan

Tokio
14-16 de mayo 2018

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



INFORME
DE FERIAS

22 de agosto de 2018
Tokio

Este estudio ha sido realizado por
Pablo Fernández Oliva

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

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

NIPO: 060-18-044-9



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
2. Descripción y evolución de la Feria	5
2.1. Datos de participación	6
2.2. Organización del evento	8
3. Tendencias y novedades presentadas	10
4. Valoración	12
5. Anexos	14
5.1. Asociaciones de interés	18
5.2. Organismos españoles	20
5.3. Organismos oficiales japoneses	21
5.4. Organismos europeos	22
5.5. Bancos españoles en Japón	23





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

BEAUTYWORLD JAPAN 2018

Fechas:	14, 15 y 16 de mayo de 2018, 21ª edición
Próxima edición:	13, 14 y 15 de mayo de 2019, 22ª edición
Frecuencia:	Anual
Página web:	http://beautyworld-japan.jp.messefrankfurt.com/tokyo/en/exhibitors/welcome.html
Localización:	Tokyo Big Sight, East hall 3, 4, 5, 6,7,8 http://www.bigsight.jp/english/ 3-11-1 Ariake, Koto-ku, Tokio 135-0063
Acceso:	5–10 minutos a pie desde las estaciones Kokusai-Tenjijo (Línea Rinkai) o Kokusai-Tenjijo Seimon (Línea Yurikamome). http://www.bigsight.jp/english/hotel/transportation/
Horario:	10:00 – 18:00 (día 16 hasta las 17:00)
Precios de entrada:	3.000¥. Gratuita para profesionales, con invitación o registro online previo
Precio del espacio (ej.):	-Estand estándar, vacío (9 m ²) / 396.000 JPY (más impuestos) -Estand en <i>Nail Forum</i> , vacío (4 m ²) / 180.000 JPY (más impuestos)
Sectores y productos representados:	Cosméticos, pequeños electrodomésticos de cuidado personal, productos dietéticos, suplementos de belleza, equipamiento y mobiliario para salones y spas, soluciones para empresas, etc.
Organizador:	Messe Frankfurt Japan Ltd. Shosankan 7F, 1-3-2 Iidabashi Chiyoda-ku, Tokyo T: +81-3-3262-8939/ E: info@beautyworldjapan.com



2. Descripción y evolución de la Feria

Beautyworld Japan es una de las ferias de belleza y cosmética de mayor importancia de Japón. Entre sus éxitos se cuentan el ser el evento más veterano y el de mayor afluencia del sector nipón de belleza.

Beautyworld se celebra anualmente en Tokio en el mes de mayo; además, con el objetivo de cubrir otras zonas del país, cuenta con dos ferias asociadas, que se celebran en octubre y febrero en Osaka y Fukuoka respectivamente. La organización corre a cargo de la empresa Messe Frankfurt Japan Ltd., y el recinto que habitualmente acoge esta feria es el *Tokyo Big Sight*; uno de los principales espacios dedicados a grandes eventos de la ciudad.

Una particularidad de esta feria es la venta al por menor que realizan algunos expositores durante el evento. Así, es habitual encontrar stands con stocks amplios y variados que, muchas veces, se asemejan a pequeños establecimientos. Asimismo, son frecuentes las demostraciones que permiten a los visitantes no sólo ver, sino también probar en primera persona tratamientos, productos, etc. Para participar en estas demostraciones, los visitantes interesados suelen apuntarse en listas de espera.

El evento, cuenta con pabellones en los que se pueden encontrar empresas de todo tipo, y otros dedicados a temáticas o segmentos concretos. En esta edición, *Beautyworld* ha vuelto a disponer del espacio *Tokyo Nail Forum*; dedicado exclusivamente al mundo del cuidado y embellecimiento de uñas, que constituye una línea de negocio de gran importancia en Japón. Este espacio ha reunido en 2018, a más de 60 expositores.

Asimismo, este año la feria ha vuelto a apostar por la zona *Creative Hair*, novedad del año anterior, que en 2018 ha reunido a más de 50 expositores. Este espacio tiene por objetivo conectar a los profesionales del cabello, de la estética y a los salones de belleza, con nuevas ideas y productos relacionados con el cuidado profesional del cabello.

El *Platinum Hall* no está enfocado a un segmento concreto del sector de cosmética, sino que busca dar un servicio de alta calidad a los visitantes VIP. Este espacio cuenta con diversas instalaciones y salas de negociación, así como una selección de las marcas más lujosas.

Una de las mayores diferencias a nivel organizativo respecto a otros años, ha sido que en esta edición no se han separado a las empresas del canal minorista de las del canal profesional. No

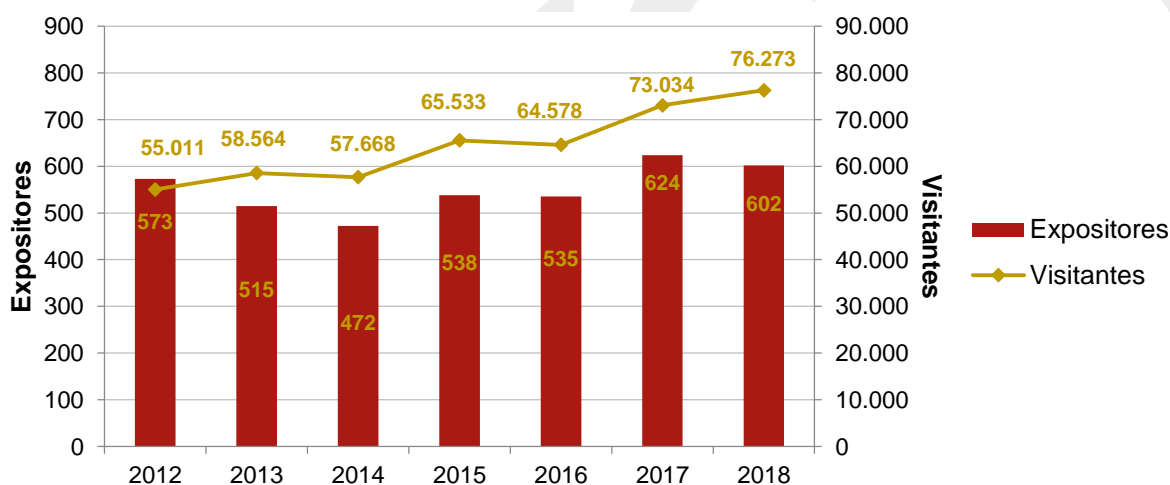
obstante, *Beautyworld* continúa siendo un evento muy enfocado a este perfil profesional, spas, salones, tiendas especializadas etc. De hecho, si bien pueden encontrarse todo tipo de productos orientados al consumidor final—desde jabones o champús a suplementos dietéticos o pestañas postizas—, el equipamiento tecnológico, los tratamientos profesionales y los servicios a empresas tienen un gran protagonismo.

2.1. Datos de participación

La edición de 2018 de *Beautyworld* ha contado con una afluencia de 76.273 visitantes (4,4% más que el año anterior). No obstante, conviene tener presente que estas cifras tan elevadas se deben, principalmente al perfil de los visitantes, entre los que se encuentran dueños o empleados de spas, de centros de belleza, e incluso estudiantes de cosmética.

Respecto a los expositores, el evento ha contado con 22 menos que el año pasado (3,5%), lo que sitúa esta edición en un nivel muy similar.

GRÁFICO 1 EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DE *BEAUTYWORLD JAPAN*



Fuente: Elaboración propia con datos de Messe Frankfurt Japan Ltd.

Si bien el mercado japonés de cosmética está considerado como un referente a nivel global, este evento se caracteriza por tener un perfil muy nacional. Los expositores japoneses representan el 84,5% del total, y aproximadamente otro 10% de los expositores provienen de China o Corea del Sur; lo que supone que más del 90% de la oferta expositora proviene de Asia. La participación europea es bastante limitada, reduciéndose a algunas empresas alemanas, y alguna italiana o francesa.



TABLA 1 NÚMERO DE EXPOSITORES POR NACIONALIDAD

País	2017	2018	País	2017	2018
Japón	526	506	Francia	2	1
China	28	29	Tailandia	1	1
Corea del Sur	32	29	Bélgica	0	1
Alemania	18	16	Polonia	0	1
Letonia	0	4	Brasil	1	1
Taiwán	5	3	Bulgaria	1	1
EE.UU.	0	3	Emiratos Árabes Unidos	1	0
Reino Unido	2	3	Islas Vírgenes Británicas	1	0
Hong Kong	2	2	Australia	1	0
Italia	2	1	Chipre	1	0

Fuente: Elaboración propia con datos de Messe Frankfurt Japan Ltd.

Como se comentaba anteriormente, si bien el número de visitantes es muy elevado, conviene tener presente el perfil de los mismos. Como se observa en la Tabla 2 este evento está muy enfocado al sector de servicios profesionales del sector de cosmética y belleza (salones, peluquerías etc.), y engloba a la gran mayoría de asistentes.

TABLA 2 CATEGORÍA PROFESIONALES DE LOS VISTIANTES

Categoría	2016	2017	2018	Var. 2017-2018	Peso sobre el total
Salón de estética	13.949	15.118	15.865	4,9%	20,8%
Salón de uñas	12.076	13.730	14.034	2,2%	18,4%
Salón múltiple	10.397	11.466	10.373	-9,5%	13,6%
Peluquería	5.360	6.938	7.246	4,4%	9,5%
Fabricante	4.391	5.331	6.712	25,9%	8,8%
Distribuidor/Mayorista	3.423	4.382	5.720	30,5%	7,5%
Otros (asociaciones, embajadas, etc.)	4.391	4.163	3.509	-15,7%	4,6%
Importador	2.389	2.848	3.432	20,5%	4,5%
Estudiante (escuelas de estilismo)	2.841	2.994	2.822	-5,7%	3,7%
Minorista	2.260	2.337	2.746	17,5%	3,6%
Institución médica	1.873	2.118	2.212	4,4%	2,9%
N/A	323	584	610	4,5%	0,8%
Spa	452	511	534	4,5%	0,7%
Hoteles e instalaciones de ocio	452	511	458	-10,4%	0,6%
Total	64.578	73.034	76.273	4,4%	

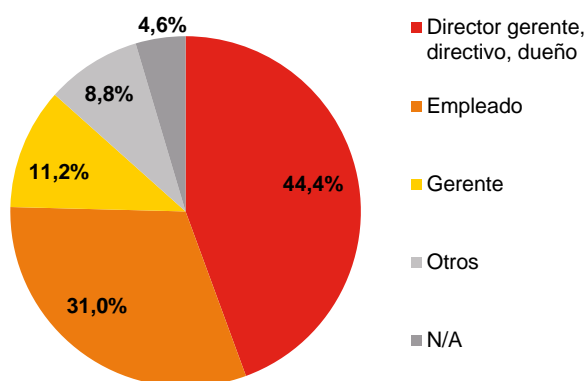
Fuente: Elaboración propia con datos de Messe Frankfurt Japan Ltd.

No obstante, conviene tener presente que los perfiles de importador y distribuidor suman más de 9 mil visitantes. Es decir, que si bien en este evento destaca el canal profesional, el volumen de negocio de los importadores y distribuidores presentes en la feria puede ser también significativo.

Respecto al nivel profesional de los visitantes, más del 40% (33.865) ostentaban el cargo de director o dueño. Una vez más, la afluencia del canal profesional facilita que se alcance esta cifra; si el evento se enfocase a otras partes del negocio de cosmética (distribución, fabricación etc.), el porcentaje de empleados probablemente sería más elevado.

Los niveles profesionales de los visitantes recogidos en el Gráfico 2 coinciden además con los poderes de compra que los visitantes declararon. Un 50% de los visitantes tenía autoridad total para comprar, un 16,9% autoridad parcial y el 10,2% declaró tener cierta influencia sobre las decisiones de compra de su empresa.

GRÁFICO 2 NIVEL PROFESIONAL DE LOS VISITANTES



Fuente: Elaboración propia con datos de Messe Frankfurt Japan Ltd.

2.2. Organización del evento

La empresa que organiza *Beautyworld Japan* acostumbra a ofrecer servicios de promoción antes durante y después del evento:

Promoción anterior al evento:

- **Inclusión en el servicio de newsletter de la organización.** La empresa organizadora envía a más de 40.000 agentes de la industria nipona de belleza, una *newsletter* en 3 ocasiones previamente al evento. La organización brinda la posibilidad a los expositores de promocionarse en estas *newsletters* mediante un breve texto. Este texto ha de estar en japonés (se ofrece servicio de traducción) y no constar de más de 100 caracteres, el precio de este servicio es de 250.000 yenes (1.880 euros aproximadamente). Además, se ofrece la posibilidad de incluir el logo de empresa por 100.000 yenes adicionales (750 euros).
- **Anuncios de distintos tamaños en la página web del evento,** cuyo precio oscila entre los 150.000 y los 300.000 yenes (entre 1.150 y 2.260 euros aproximadamente). Este anuncio se muestra en la página desde un mes antes del evento, hasta el último día del mismo.

Promoción durante el evento:

- **Anuncios de distintos tamaños en la guía oficial del evento**, ésta se pone a disposición de los visitantes durante la feria; el precio de este servicio oscila, en función del tamaño, entre los 160.000 y los 630.000 yenes (entre 1.200 y 4.740 euros aproximadamente).
- **Anuncios de pequeño tamaño** a las entradas de los pabellones, por un precio de 90.000 yenes (cerca de 675 euros).
- **Vídeo comercial** reproducido en uno de los dos escenarios del evento. La organización ofrece la posibilidad al expositor de proveer el vídeo e imágenes y por 150.000 yenes se le añadirá una narración y subtítulos. Asimismo, por 150.000 yenes adicionales, la organizadora ofrece la elaboración del vídeo.
- **Inclusión de muestras en las bolsas promocionales del evento**, estas bolsas se reparten a los asistentes VIP de las tres ediciones de *Beautyworld* en Japón (un total de 6.500 asistentes). En función del precio se ofrece la posibilidad de colocar muestras en las bolsas destinadas a alguna de las ediciones (100.000-300.000 yenes) o en todas ellas (400.000 yenes).
- **Reparto de muestras durante la encuesta a los visitantes**. Dicha encuesta se realiza a unas 1.500 personas; el precio de este servicio es de 150.000 yenes (1.280 euros).
- **Inserción de logo en photocall**. Se colocan 3 de estos *photocalls* dentro del evento para que los visitantes puedan tomarse fotos; por 300.000 yenes (2.250 euros aproximadamente) la organización brinda la oportunidad a los expositores de incluir su logo en uno de estos elementos.
- **Cartelería**. Distribuida por el evento; su coste varía en función del tamaño entre 100.000 y 150.000 yenes.

Promoción tras el evento:

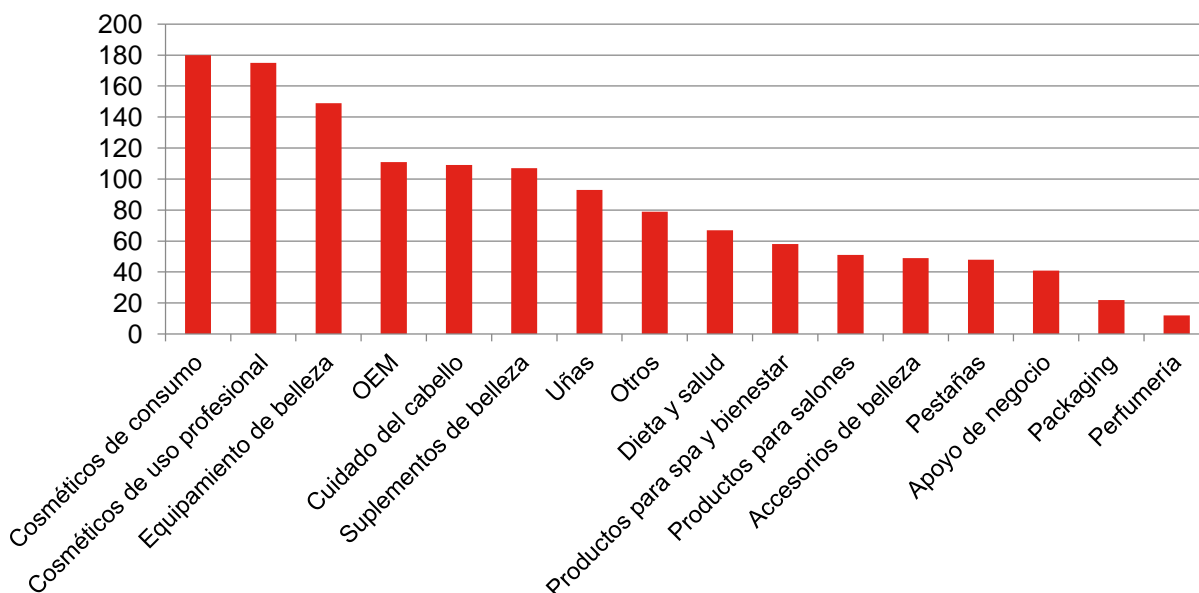
- **Envío de email personalizado**. Este email con contenido exclusivo de un expositor se manda dos semanas después del evento; puede incluir texto en japonés o inglés, imágenes etc. Su precio se compone de una tarifa fija de 200.000 yenes más una variable de 10 yenes por destinatario (puede mandarse a todos los visitantes o seleccionando por línea de negocio).

Respecto al alquiler del espacio para la exposición, la opción estándar son 9m² por 396.000 yenes, 3.000 euros, si bien en el área *Tokyo Nail Forum* se da la opción de alquilar 4 m². Asimismo, pueden alquilarse estands desde los 120.600 yenes; cuyo precio varía en función de la superficie y el tipo de stand. Adicionalmente, la organización brinda la opción de alquilar mobiliario como sillas, mesas, televisiones etc.

3. Tendencias y novedades presentadas

Respecto al perfil de las empresas expositoras el número de empresas dedicadas a la cosmética de consumo, es muy similar al de cosmética profesional.

GRÁFICO 3 EMPRESAS EXPOSITORAS POR SEGMENTOS



Fuente: Elaboración propia con datos de Messe Frankfurt Japan Ltd.

Aquellos cosméticos y electrodomésticos de belleza enfocados al usuario, despertaron gran interés entre los visitantes. No obstante, el carácter profesional del evento hizo que los accesorios y equipamientos enfocados al segmento más profesional fueran los que mayor acogida tuvieron.

Como viene siendo ya habitual desde otras ediciones, entre el equipamiento de belleza estuvieron presentes: máquinas de masaje, baños para pies, máquinas anticelulitis, pistola para pintauñas en spray o equipo LED para blanqueamiento dental, entre otros. Asimismo, hubo muchas demostraciones de técnicas depilatorias, de alargamiento de uñas o de masaje, y de otro tipos de tratamientos y maquinaria.



Asimismo, novedades de años pasados han vuelto a estar presentes en esta edición; entre otros, el uso del oxígeno y el hidrógeno como componentes de productos y tratamientos: baños de oxígeno, cremas con oxígeno activo o como suplementos (agua enriquecida).

El maquillaje siempre tiene un sitio de importancia en *Beautyworld*, al tratarse de un evento de cosmética; no obstante, la demografía nipona actual da una preponderancia significativa a los cosméticos para el cuidado de la piel, así como a los tratamientos y cremas antienvjecimiento.

Una tendencia de otros años que parece estar consolidándose en Japón es la de los productos naturales. Esta tendencia, presente en otros eventos del sector, potencia la promoción del carácter natural del producto, que puede contar con certificación de natural u orgánico. La promoción de estas características suele apoyarse en un minimalismo en el *packaging* que busca poner de relieve la esencia simple pero natural del producto. Esta tendencia está teniendo una acogida especialmente buena en Japón, por la importancia que tienen para los consumidores del país las especias y hierbas, así como de los tés e infusiones.

La sección *Tokyo Nail Forum* siempre despierta el interés de gran parte del público asistente. No en vano, se trata de un segmento con un mercado muy desarrollado en Japón, y en el que la innovación tiene un gran peso. Como es habitual en esta sección, se pudieron encontrar gran número de demostraciones en vivo, charlas y seminarios, donde los expositores explicaban una gran variedad de técnicas a los profesionales asistentes. Por lo general, además de dar importancia al cuidado de sus uñas, las consumidoras japonesas tienden a estar más dispuestas que las españolas a utilizar pestañas postizas, siendo éste uno de los productos destacados de la exposición.

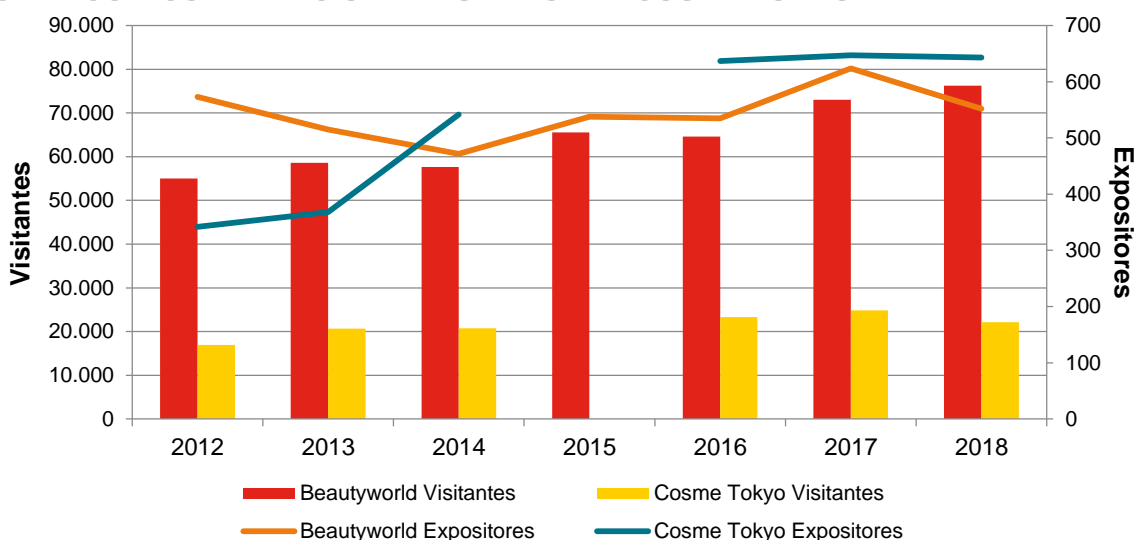
4. Valoración

Si bien es verdad que *Beautyworld Japan* es uno de los eventos de referencia del sector de belleza japonés, no es el único. Así, *Cosme Tokyo* es otra feria comercial que ha conseguido establecerse como evento de gran importancia.

No obstante, estos dos eventos tienen conceptos distintos; conceptos que una empresa interesada en el mercado nipón de cosmética debe conocer.

Como se comentaba anteriormente en el presente informe, *Beautyworld* es un evento muy enfocado al canal profesional. Al englobar no sólo productos de cosmética, sino también equipamiento y maquinaria de estética consigue atraer a salones de belleza, spas etc.; que son de hecho los perfiles principales de los visitantes. Este enfoque le otorga unas cifras de asistencia de más de 70.000 personas. Por otro lado, *Cosme Tokyo* se centra en la cosmética de consumidor, dejando de lado la maquinaria de estética. Este enfoque hace que sus visitantes sean, primordialmente, importadores, distribuidores o fabricantes. Debido a este perfil de *Cosme Tokyo*, la asistencia al evento, 22.000 personas, es mucho menor que en el caso de *Beautyworld*.

GRÁFICO 4 COMPARACIÓN BEAUTYWORLD-COSME TOKYO



Fuente: Elaboración propia con datos de Messe Frankfurt y Reed Exhibitions Japan.



No obstante, la empresa que decida ir a uno de estos eventos ha de plantearse que canal y enfoque le interesa más, si el canal profesional de *Beautyworld* o la cosmética de consumidor de *Cosme Tokyo*.

Asimismo, conviene indicar que mientras *Beautyworld* tiene un carácter muy nacional, con un 84% de expositores japoneses; en *Cosme Tokyo* este porcentaje baja hasta el 60%. En este último evento, no sólo la presencia de otros países de Asia es mucho mayor, sino también la de países occidentales (los expositores europeos suponen el 8%). Esta mayor internacionalización ayuda a entrar en contacto con otros mercados asiáticos, no sólo el japonés; además de facilitar el uso del inglés.

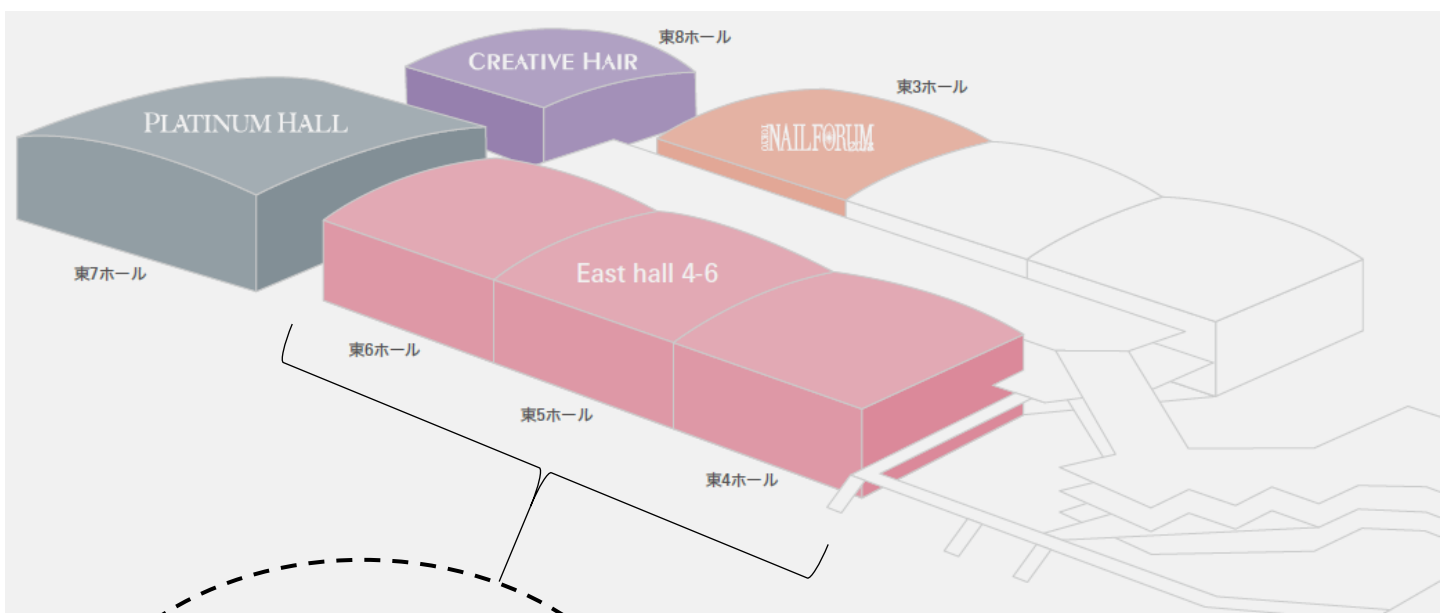
No obstante, sea cual sea el evento que se escoja (o si se asiste a ambos), se recomienda acudir habiendo desarrollado un exhaustivo trabajo previo de investigación y búsqueda de contactos, con el objetivo de maximizar el tiempo de participación en la feria y posibilitar el acceso a clientes o socios. De lo contrario, solo sería recomendable participar en caso de que se tenga un producto muy diferenciado que pueda destacar entre la numerosa y variada competencia. Asimismo, es de gran ayuda para despertar el interés de los visitantes, contar con certificaciones internacionales que les garantizan que un producto cumple ciertos estándares. Por ello, es de gran ayuda para estos eventos contar con certificaciones como ECOCERT, o aquellas que certifican nuestro producto como natural u orgánico.

Asimismo, con el objetivo de facilitar la comunicación con los visitantes japoneses, es recomendable contratar los servicios de un intérprete; ya que el manejo del inglés no está muy extendido en el país nipón.

A la hora de abordar el mercado japonés, un mercado maduro y competitivo, las ferias comerciales deben considerarse como una herramienta de promoción además de una ocasión para cerrar tratos. Asimismo, es conveniente la participación en estos eventos para reforzar los lazos comerciales existentes con socios japoneses. En consecuencia, deben establecerse objetivos a medio y largo plazo, valorando la participación continuada en el tiempo y ajustando las expectativas a la realidad del mercado, sobre todo durante los primeros años de participación.

5. Anexos

ILUSTRACIÓN 1 DIAGRAMA DE LA DISPOSICIÓN DEL EVENTO



- *Cosmetics zone*
- *Retail zone*
- *Spa & Wellness zone*
- *Diet & Health zone*
- *Eyelash zone*
- *Beauty & supplement zone*
- *Natural & organic zone*

Fuente: Messe Frankfurt Japan Ltd.

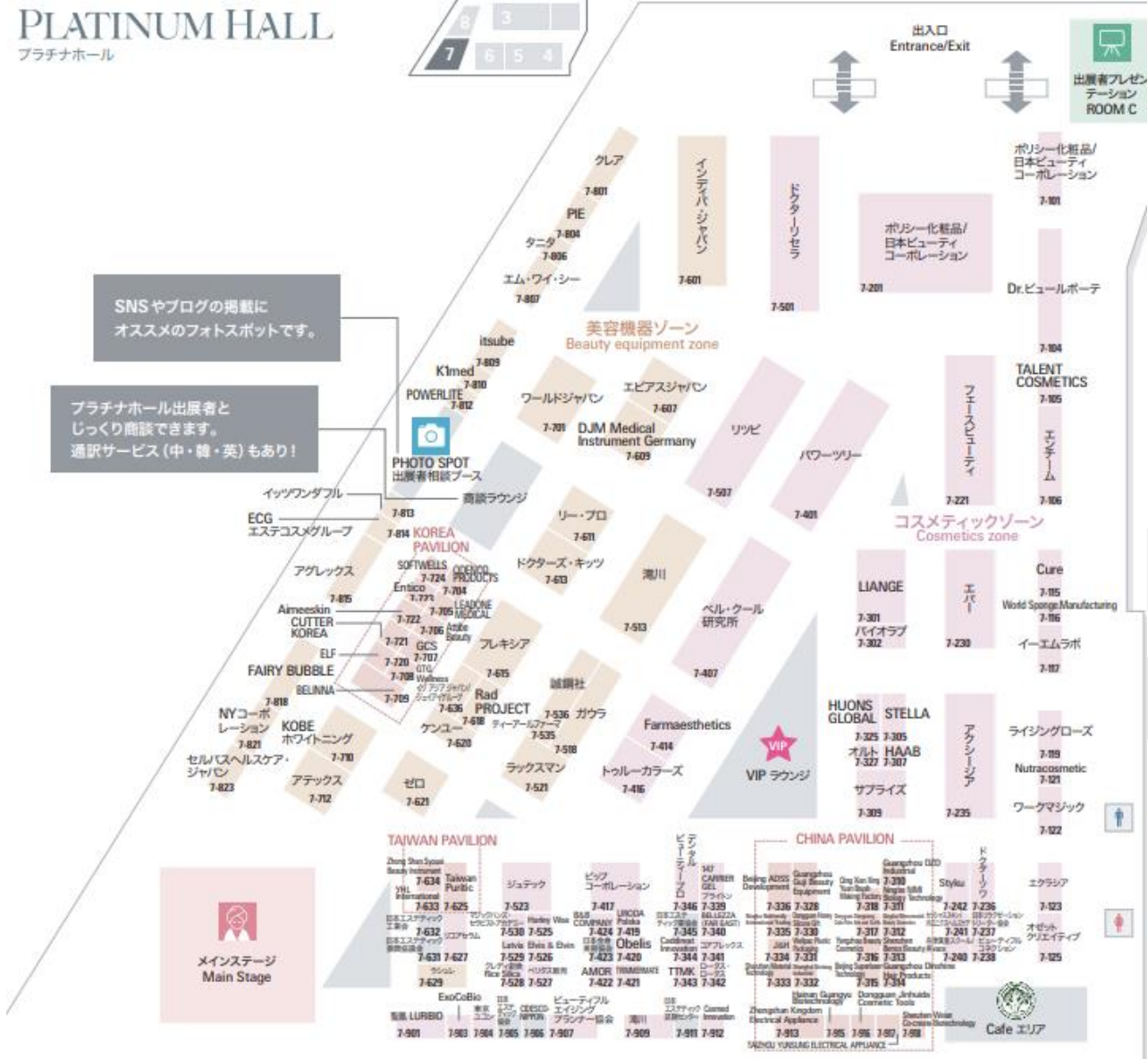
ILUSTRACIÓN 2 PLANO DE LOS EAST HALLS 3, 4 Y 5



Fuente: Messe Frankfurt Japan Ltd.

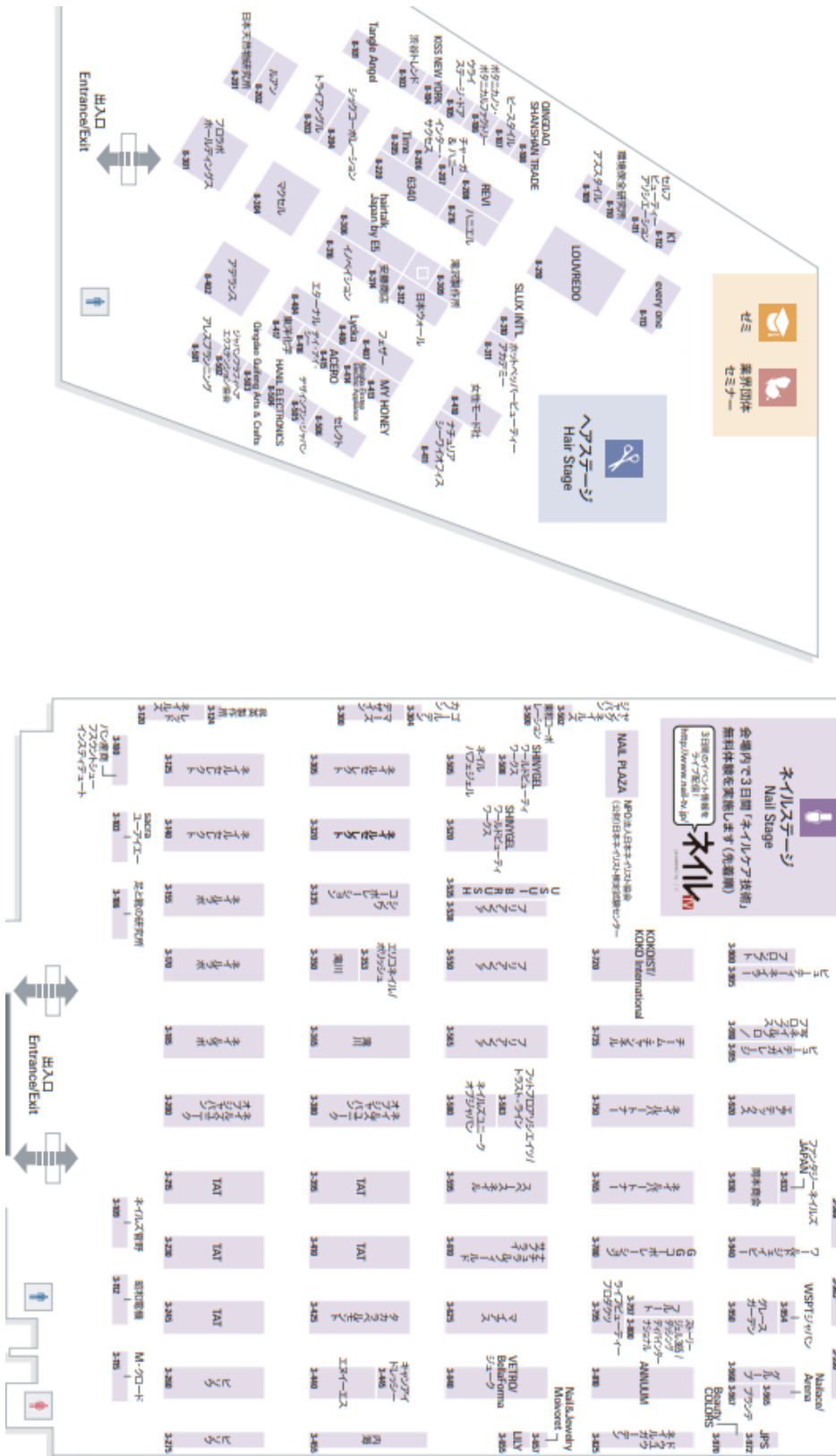


ILUSTRACIÓN 3 PLANO DEL ÁREA PLATINUM HALL



Fuente: Messe Frankfurt Japan Ltd.

ILUSTRACIÓN 4 PLANO DE LAS ÁREAS CREATIVE HAIR Y TOKYO NAIL FORUM



Fuente: Messe Frankfurt Japan Ltd.





5.1. Asociaciones de interés

Japan Cosmetic Industry Association (JCIA)

FAX +81-3-5472-2536

E-mail: info@jcia.org

6F, 5-1-5, Toranomon, Minato-ku,
Tokio 105-0001

Teléfono: (+81)-3-5472-2530

Fax: (+81)-3-5472-2536

<http://www.jcia.org/n/en/>

Cosmetic Importers Association of Japan (CIAJ)

Kaseihin Kaikan, 5-18-17, Roppongi, Minato-ku,
Tokio 106-0032.

Teléfono: (81) 3-5439-5320

Fax: (81) 3-5439-5321

<http://www.ciaj.gr.jp/> (versión japonesa)

Japan Cosmetics Suppliers Association

Teléfono: (81)3 3662 2562

<http://jcsa.ne.jp/en/index.html>

Direct Selling Cosmetic Manufacture's Association of Japan

Teléfono: (81) 3-5472-2534

<http://www.hoshokyo.org/> (versión japonesa)

Japan Cosmetics Wholesalers Association

Teléfono: (81) 3-5839-2944

<http://park8.wakwak.com/~zenorosiren/> / (versión japonesa)

Japan Organic Cosmetics Association

Teléfono: (81) 42-679-9671

<http://joca.jp/> (versión japonesa)

Japan Organic Cosmetics Organization

09-01-16 Tomigay Corp N ° 805 Yoyogi, Shibuya-ku,
Tokio 151-0063

Teléfono: (81) 50 5534 2852

<http://www.j-organiccosme.org/> (japonés)





Japan Federation of Importers Organizations

Hougaku Bldg., 4F, 19-14 Toranomom 1-chome Minato-ku,
Tokio 105-0001
Teléfono: (+81) 3-3581-9251
Fax: (+81) 3-3581-9217

Japan Business Federation (KEIDANREN)

Keidanren Kaikan, 1-3-2, Otemachi, Chiyoda-ku,
Tokio 100-8188
Teléfono: (+81) 3-6741-0171
Fax: (+81) 3-6741-0301
Correo electrónico: webmaster@keidanren.or.jp
Página web: <http://www.keidanren.or.jp/en/>

National Federation of Small Business Associations

Zenchu – Zemmi Bldg., 1-26-19, Shinkawa, Chuo-ku
Tokio 104-0033
Teléfono: (81) 3-3523-4901
Fax: (81) 3-3523-4909
Página web: <http://www.chuokai.or.jp/en/index.htm>

Japan Tariff Association (headquarters)

Nissenren Asahi Seimei Bldg. 6F, 3-4-2 Kanda-Surugadai, Chiyoda-ku,
Tokio 101-0062
Teléfono: (+81) 3-6826-1430
Correo electrónico: info@kanzei.or.jp
Página web: <http://www.kanzei.or.jp/english/>

Manufactured Imports and Investment Promotion Organization (MIPRO)

World Import Mart Bldg., 6th fl., Sunshine City Complex, 1-3, Higashi-Ikebukuro 3-chome,
Toshima-ku,
Tokio 170-8630
Teléfono: (+81)3-3988-2791
Fax: (+81) 3-3988-1629
Correo electrónico: info.mipro@mipro.or.jp
Página web: <http://www.mipro.or.jp/english/>





5.2. Organismos españoles

Embajada de España

1-3-29, Roppongi, Minato-ku,
Tokio, 106-0032

Teléfono: (+81) 3-3583-8531/32/33

Fax: (+81) 3- 3582-8627

Correo electrónico: emb.tokio@maec.es

Web: <http://www.exteriores.gob.es/Embajadas/TOKIO/es/Paginas/inicio.aspx>

Oficina Económica y Comercial de España en Tokio

3F, 1-3-29, Roppongi, Minato-ku
Tokio, 106-0032

Teléfono: (+81) 3-5575-0431

Fax: (+81) 3-5575-6431

Correo electrónico: tokio@comercio.mineco.es

Página web: <http://japon.oficinascomerciales.es>

Camara de Comercio de España en Japón

3F, 1-3-29, Roppongi, Minato-ku
Tokio, 106-0032

Teléfono: (+81) 03-3505-1730

Correo electrónico: moe.kato@spanishchamber.or.jp

Página web: <http://spanishchamber.jp>

Instituto para la Competitividad Empresarial de Castilla y León (ICE)

3F, 1-3-29, Roppongi, Minato-ku
Tokio, 106-0032

Teléfono: (+81) 3-3505-0504

Correo electrónico: nessanse@jcyl.es

Página web: <https://empresas.jcyl.es>

Extenda

1-3-29, Roppongi, Minato-ku
Tokyo 106-0032, Japan

Tel. +81 3 35 60 90 10

Fax +81 3 35 60 01 30

Correo electrónico: japon@extenda.es

Página web: <https://www.extenda.es/web/opencms/>





5.3. Organismos oficiales japoneses

Ministry of Economy, Trade and Industry (METI)

1 -3-1, Kasumigaseki, Chiyoda-ku,
Tokio 100-8901
Teléfono: (+81) 3-3501-1511
Página web: <http://www.meti.go.jp/english/index.html>

Ministry of Finance

3 -1-1, Kasumigaseki, Chiyoda-ku,
Tokio 100-8940
Teléfono: (+81)-(0) 3-3581- 4111
Página web: <http://www.mof.go.jp/english/index.htm>

Ministry of Health, Labour and Welfare

1-2-2, Kasumigaseki, Chiyoda-ku,
Tokio 100-8916
Teléfono: (+81) 03-5253-1111
Página web: <http://www.mhlw.go.jp/english/>

JETRO (Japan External Trade Organization)

Ark Mori Building 6F, 12-32, Akasaka 1-chome Minato-ku,
Tokio 107-6006
Teléfono: (+81) 3-3582-5511
Página web: <https://www.jetro.go.jp/en>

Japan Customs(Tokyo Customs Headquarters)

Customs and Tariff Bureau, 3-1-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku,
Tokio 100-8940
Teléfono: (+81) 03-3529-0700
Correo electrónico: tyo-gyomu-sodankan@customs.go.jp
Página web: <http://www.customs.go.jp/english/index.htm>

Statistics Bureau

19-1, Wakamatsu-cho, Shinjuku-ku
Tokyo 162-8668
Teléfono: (81) 3-5273-1132
Fax: (81) 3-5273-1133
Correo electrónico: toukaisoudan@soumu.go.jp
Página web: <http://www.stat.go.jp/english/>





Japan Fair Trade Commission

1-1, Kasumigaseki 1-chome, Chiyoda-ku
Tokyo 100-8987
Teléfono: (81) 3-3581-1998
Página web: <http://www.iftc.go.jp/en/>

Tokyo Chamber of Commerce and Industry

2-2, Marunouchi 3-chome, Chiyoda-ku
Tokyo 100-0005
Teléfono: (+81) 3-3283-7500
Correo electrónico: kokusai@tokyo-cci.or.jp
Página web: <http://www.tokyo-cci.or.jp/english/>

Osaka Chamber of Commerce and Industry

2-8, Honmachi-Bashi, Chuo-ku,
Osaka 540-0029
Teléfono: (+81) 6-6944-6400
Fax: (+81) 6-6944-6293
Página web: <http://www.osaka.cci.or.jp/e/>

5.4. Organismos europeos

European Business Council in Japan (EBC)

Sanbancho POULA Bldg. 2F, 6-7 Sanbancho, Chiyoda-ku
Tokio 102-0075
Correo electrónico: ebcam@gol.com
Página web: www.ebc-jp.com

Delegation of the European Union to Japan

4-6-28 Minami Azabu, Minato-ku,
Tokio 106-0047
Teléfono: (+81) (3)-5422-6001
Centralita para información pública: 32-(2)-584-11-11
Fax: (+81) (3)-5420-5544
Correo electrónico: delegation-japan@eeas.europa.eu
Página web: <http://www.euinjapan.jp/en/>





5.5. Bancos españoles en Japón

GRUPO BBVA

Fukoku Seimei Building 12F, 2-2-2 Uchiwaiwaicho, Chiyoda-ku
Tokio, 100-0011

Teléfono: (+81) 335 011 061

Fax: (+81) 335-011-064

Correo electrónico: hiroshi.hashida@bbva.com

Página web: www.bbva.es

icex

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

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

www.icex.es

