



El interés del consumidor por la cocina mediterránea impulsará la demanda de aceite de oliva en Japón

Pese a que el consumo per cápita de aceite de oliva en Japón todavía es reducido en comparación con los países europeos, se prevé que aumente en los próximos años gracias a las campañas de promoción que impulsan su percepción como producto saludable. Además, se estima que la demanda de aceite de oliva en el país nipón crezca en los próximos años apoyada en el interés del consumidor por la cocina mediterránea, según un estudio de ICEX España Exportación e Inversiones.

Este organismo resalta que el mercado del aceite de oliva en Japón es muy importante para las empresas españolas del sector. Al no existir apenas producción nacional, la dependencia de las importaciones es casi del 100%. Así, en los últimos cinco años las importaciones han aumentado un 20%. En concreto, Japón importó 70.128 toneladas de aceite de oliva en 2020, por valor de 29.886 millones de yenes (245,3 millones de euros), lo que lo sitúa como el octavo mayor importador de aceite de oliva a nivel mundial.

Japón es el octavo mayor importador de aceite de oliva a nivel mundial

Italia había sido hasta el año 2014 el principal proveedor del mercado del aceite de oliva japonés. Sin embargo, en ese año España pasa a ocupar la posición de liderazgo con una cuota de mercado del 48,5% frente al 43,3% del país transalpino en términos de volumen.





España finalizó el ejercicio 2020 con un total de 45.548 toneladas y 16.715 millones de yenes exportados a Japón (137,2 millones de euros), frente a las 20.555 toneladas y 11.285 millones de yenes (92,6 millones de euros) alcanzados por los aceites italianos. Esto supone un porcentaje del 64,9% del volumen total y 55,9% en términos de valor, frente al 29,3% y 37,8% de Italia, respectivamente.

Teniendo en cuenta las características del sector tanto en España como en Japón, según ICEX, parece posible continuar mejorando la posición de los aceites españoles dentro de este mercado y continuar con la tendencia de crecimiento de los últimos años.

Asimismo, el estudio señala que el consumo de aceite de oliva per cápita en Japón es todavía muy inferior al de otros países donde tampoco forma parte de la dieta tradicional. Se trata de un mercado en crecimiento desde hace varios años, acompañado por la progresiva popularización de la Dieta Mediterránea en el país.

El Consejo Oleícola Internacional (COI) estima que el 64% de los japoneses consume aceite de oliva, con un consumo per cápita de 0,4 litros al año, una cifra "muy baja" comparada con otros países. La frecuencia de compra también es baja.

El 64% de los japoneses consume aceite de oliva, con un consumo per cápita de 0,4 litros al año

Este organismo destaca que los exportadores de aceite italianas cuentan con una ventaja competitiva clave para el éxito en el mercado japonés: la imagen producto-país, favorecida por la asociación entre la comida italiana y el aceite de oliva. Esta tendencia, aunque todavía persistente, ha disminuido en los últimos años, gracias a una revalorización del aceite de oliva español.



A pesar de estas dificultades, asegura que las empresas españolas están en 2020 bien posicionadas en el mercado internacional, con lo que pueden asegurarse tener el tamaño adecuado para abordar con mejores garantías de éxito la penetración en el mercado japonés, con un mayor control de la relación comercial y la posibilidad de competir en igualdad de condiciones con las empresas italianas.

A su juicio, las mayores posibilidades de éxito del aceite de oliva a medio y largo plazo pasan por reforzar su imagen de producto saludable para estar en directa competencia con otros alimentos como el aceite de soja.

A su vez, ICEX también subraya que continúa la tendencia de penetración de la cocina mediterránea en Japón y una mejora de la imagen país española en el caso del aceite de oliva; y que conviene hacer un esfuerzo por adaptar los envases a los hábitos de consumo japoneses. Los formatos actualmente más reclamados son los de 200 y 600 ml.

La evolución del consumo de aceite de oliva en Japón es favorable entre japoneses de mediana edad, residentes en Tokio o en grandes ciudades

Pese a que el aceite de oliva todavía es considerado en Japón como un ingrediente especial, está ampliando sus hábitos de consumo. La proliferación de restaurantes occidentales, especialmente italianos y españoles, y su diversificación hacia segmentos de poder adquisitivo medio han facilitado la familiarización de la sociedad japonesa, y especialmente las nuevas generaciones, con la dieta europea y mediterránea. El consumidor japonés es proclive al uso de nuevos productos y a las nuevas modas culinarias, especialmente de alimentos extranjeros, por lo que una correcta promoción del aceite en este mercado puede permitir continuar esta tendencia.



La evolución del consumo de aceite de oliva en Japón es especialmente favorable entre japoneses de mediana edad, residentes en Tokio o en grandes ciudades japonesas. Entre las jóvenes japonesas también están teniendo un éxito cada vez mayor los productos para el cuidado de la piel y el cabello en cuya elaboración se utiliza aceite de oliva.

Por otro lado, el informe indica que la pandemia del COVID-19 afectó al consumo en restauración, que cayó de manera significativa. No obstante, los datos totales muestran que la importación de aceite de oliva a Japón, si bien decreció, no se vio especialmente resentida, lo cual parece indicar que el consumo de aceite en el hogar palió la caída.

Lien article :

<https://www.mercacei.com/noticia/54175/actualidad/el-interes-del-consumidor-por-la-cocina-mediterranea-impulsara-la-demanda-de-aceite-de-oliva-en-japon.html>

