



Estudios de Mercado  
**RESUMEN EJECUTIVO**

# El mercado de piel en Japón Octubre 2016

Este estudio ha sido realizado por  
Regina Isabel García Jiménez, bajo la supervisión de la  
Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Tokio

## EL MERCADO DE PIEL EN JAPÓN

El sector de la piel en Japón es **poco competitivo y está muy protegido** por el gobierno, a través de contingentes a la importación y una intensa labor de promoción comercial del producto nacional.

Según datos del Ministerio de Economía, Comercio e Industria de Japón, **la producción de cuero bovino descendió bruscamente** entre 2012 y 2013, pero poco a poco se ha ido recuperando desde entonces. En cuanto a las pieles curtidas de otros animales, también tuvieron un acusado descenso en 2013, pero en este caso la tendencia decreciente ha perdurado.

En cuanto a la **balanza comercial**, Japón es claro **importador de pieles brutas de bovino y ovino, y exportador de otros tipos de pieles**. Para el total de pieles brutas las exportaciones superaron a las importaciones en los años 2011 y 2013. En 2015 se produjo la diferencia más acusada entre ambas partidas, que generalmente han estado más igualadas.

Japón es un **importador neto de pieles curtidas** desde 2010. La diferencia fue especialmente acusada en 2014, cuando las importaciones superaron a las exportaciones en un 86%. La partida que mayor valor aporta a las exportaciones es la referente a cueros curtidos de bovino o equino. Japón **importa pieles de menor valor añadido** en comparación con las que exporta. Japón también es **importador neto de artículos de cuero** en todos los años analizados.

Los principales socios comerciales dependen del tipo de producto:

- **Pieles brutas:** se dividen en tres grandes zonas geográficas: por un lado, el de las pieles de bovino, búfalo o equino, cuyos principales socios comerciales son Estados Unidos, Canadá, Australia y países europeos, así como China; una segunda categoría relativa a las pieles de ovino, donde destacan Australia y Nueva Zelanda. Esta partida, además, presenta un precio medio por kilo importado más elevado que en el caso de la bovina. Por último, la partida relativa al resto de animales, liderada por China, donde predominan los países del Sudeste Asiático, los africanos y Nueva Zelanda. Se trata una partida en la que el precio medio por kilogramo supera en gran medida a las anteriores. Actualmente, se trata de la partida de piel cruda que mayor valor aporta dentro de las importaciones japonesas, pese al descenso, tanto en valor total como en precio medio, de las importaciones desde China.
- **Pieles curtidas:** La partida que aporta más valor es la referente a pieles curtidas de bovino y equino, siendo los principales socios comerciales Brasil, Corea del Sur y EE.UU. **España** se posiciona como uno de los principales socios comerciales en las partidas referentes a la **piel de ovino**, así como para los cueros y pieles **agamuzados, charolados y metalizados**, y para el cuero **regenerado**. Otros importantes socios comerciales para estas partidas son India, Indonesia e Italia.
- Para todos los artículos de piel y cuero se observa una dominancia de China e Italia, que siempre acaparan los dos primeros puestos, excepto para la partida 420340 (“Los demás complementos (accesorios) de vestir”), en la que EE.UU. es actualmente el mayor exportador. En general, hay una gran predominancia de países europeos y asiáticos. España ocupa, por lo general, buenas posiciones, viéndose en todos los casos superada por competidores como Francia e Italia e incluso, otros como Vietnam.

En cuanto al consumo, el público japonés se decanta por los artículos exclusivos y de calidad, sobre todo aquellos compradores pertenecientes al segmento de mayor edad, que vivieron la época de la burbuja económica de los años 80 a 90. Asimismo, existe un gran segmento pobla-

## EL MERCADO DE PIEL EN JAPÓN

cional masculino, acostumbrado a llevar bolso. Por último, se está fomentando en los últimos años el consumo del producto nacional, mediante intensas campañas de promoción comercial.

Algunas empresas españolas del sector presentes en Japón son Loewe, Lupo Barcelona o Steve Mono. **El principal competidor de España** en este sentido, es Italia, que ha logrado obtener una importante reputación en el mercado japonés, después de años de inversión en marca país.

El principal obstáculo comercial para la importación de cuero en Japón lo constituye la **Tarifa Arancelaria**, impuesta por el gobierno a los artículos elaborados en cuero, pieles curtidas y calzado de piel. Mediante ésta, se aplica una tarifa reducida a aquellas cantidades de importación que queden dentro de los límites de la cuota tarifaria anual y una tarifa superior a las importaciones que excedan de dicha cuota. Asimismo, existen otra serie de leyes que también afectan a la importación de los productos elaborados en cuero.

Algunas oportunidades de negocio las constituyen las tendencias ecológicas en la elaboración del cuero, el segmento masculino de accesorios y complementos, o las nuevas tecnologías móviles, que, cada vez más, demandan accesorios más exclusivos y de calidad.

Se espera una **participación agrupada de empresas españolas** organizada por ICEX en colaboración con ACEXPIEL para la próxima edición de diciembre de **Tokyo Leather Fair**.