



**Sr. Kenji Inoue,  
Director Ejecutivo de la Oficina  
de preparación para JNTO  
en Madrid**

Nacido en 1970, se incorporó en 1993 a la administración pública del Japón a través del Ministerio de Territorio, Infraestructura, Transporte y Turismo, desempeñando distintos cargos en la Oficina de Transportes de Hokkaido, la Oficina de Aeropuertos de Aviación Civil y como Director Ejecutivo de Estrategias de Turismo Receptivo en la Japan National Tourism Organization. En diciembre de 2016, fue nombrado Director Ejecutivo para España.

FOTOGRAFÍAS: ©Japan National Tourism Organization

Entrevista al Sr. Kenji Inoue, Director Ejecutivo de la Oficina de preparación para JNTO en Madrid

## “Como el interés por Japón en España se está incrementando, estamos preparando la apertura de nuestra Oficina de Turismo en Madrid”

**Japón ha decidido abrir una oficina de turismo en España. ¿Cuál es el motivo de la decisión, a partir de cuándo estará operativa y que funciones desempeñará?**

Se observa que el interés por Japón en España se está incrementando. El punto de mira se concentran especialmente en: cines de popularidad mundial, las culturas y estilos de vida como Anime, Manga, las artes marciales como Karate, Bonsai, y la gastronomía gourmet como la japonesa que no deja de ser bien apreciado por los críticos culinarios del mundo.

Y también turísticamente. Se está incrementando a grandes escalas los españoles que visitan a Japón, incluidos los viajes de luna de miel, por los que Japón se ha convertido en un destino popular para los novios. El año pasado, en octubre, Iberia ha inaugurado su ruta Madrid-Narita, lo que ha significado sin duda un acercamiento de ambos destinos.

Además, el año que viene, en 2018, se celebrará el 150 aniversario del establecimiento de las relaciones diplomáticas entre Japón y España, en el cual está prevista la ejecución de diversas actividades en todo territorio español con el fin de intercambiar la presentación de los atractivos y profundizar la interrelación de ambos países de forma bilateral, por los que esperamos un mayor interés hacia “Japón” en España.

Nosotros, la Oficina Nacional de Turismo de Japón, tenemos en consideración este incremento de interés hacia Japón en España y la popularidad como destino de viaje, y para que esta tendencia se consolide, estamos preparando la apertura de la nueva oficina en Madrid, que será la fuente de informaciones y promociones para la difusión del atractivo turístico de Japón. Tratamos de abrir la oficina durante los primeros meses de este año, para poder ofrecer al público en general las informaciones turísticas a través de la página web, redes sociales y seminarios, y a la vez, movilizar, mediante colaboraciones y promociones en conjunto con los touroperadores, agencias y compañías aéreas, las actividades de desarrollo de nuevos productos, campañas de comercialización y de difusión, para que Japón se convierta en un destino aún más atractivo.

**Tradicionalmente el país tenía una imagen de ser un destino caro, pero últimamente han bajado mucho los precios, ¿cuál ha sido el motivo?**

Quienes han viajado a Japón lo habrán notado; en desacuerdo con lo que se imagina frecuentemente, Japón es, y ha sido siempre, un destino turístico muy razonable. Por ejemplo, en la comida, Japón es el país donde mayor número de restaurantes con tres estrellas se concentran según el libro de guía de los restaurantes con mayor reconocimiento mundial, y estos sí se considerarían de lujo, acorde con su calidad. No obstante, en muchos otros establecimientos ofrecen menú del día, al igual que en España, y además sin necesidad de pagar propina, por lo que se puede comer por un precio muy asequible. También los “Izakaya” para disfrutar de bebidas alcohólicas y tapas, lo que se podría llamar un bar de tapas al estilo japonés, también es muy bien aceptado por sus precios, contenidos y el hecho de poder disfrutar del estilo y cultura de vida de los japoneses.



Los alojamientos también, contamos con una amplia tipología de instalaciones, desde los más razonables como los Guest-House, hoteles cápsula o los Minshuku, hasta los tradicionales Ryokan o los hoteles de súper-lujo donde se frecuentan las celebridades con mayor fortuna del mundo, por lo que los viajeros pueden elegir su alojamiento que más se adaptan a sus estilos. Nosotros hemos trabajado en ofrecer estas informaciones que reflejan la realidad y a esto se sumó el boca a boca de los que han viajado a Japón, que cada vez son más, contribuyendo a la difusión de imagen y reconocimiento correcto, que viene a ratificar que Japón es un destino muy razonable. Consideramos que la divulgación de informaciones correctas sobre los atractivos de Japón como destino turístico es una de las misiones más importantes de la nueva oficina.

**Y además al existir más conexiones aéreas, también hay más competencia con ofertas económicas de vuelos ¿Esto es muy beneficioso para Vd.?**

En octubre del año pasado, Iberia ha inaugurado su vuelo directo entre Madrid y Narita, por lo que Japón y España son ahora un destino más cercano. Y como bien usted menciona, hay una red de conexiones muy variada entre España y Japón, por las

“...la cultura gastronómica japonesa “Washoku”, está declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO...”

cuales los viajeros pueden escoger la ruta que más se adapta a sus agendas y presupuestos entre las diversas ofertas de horarios y costes. En suma, consideramos que es muy favorable para el turismo receptivo japonés.

**¿Hasta qué punto muchas personas se compran el Japan Rail Pass y se hacen el recorrido por su cuenta?**

Según nuestro conocimiento, más de un 90% de los españoles que visitan a Japón lo hacen por su cuenta, sin participar en los tours organizados, disfrutando del viaje de forma libre en función de los intereses de cada persona. Últimamente, se ha visto incrementado los viajeros que muestran su interés hacia la periferia, fuera de la convencional Golden Route que conecta las ciudades más turísticas como: Tokio, Kioto u Osaka, para disfrutar de hermosos paisajes rurales, naturaleza, fiestas y cultura de cada lugar, y a este fenómeno se suma el desarrollo de infraestructuras receptoras en las zonas rurales, como el fomento de atención multilingüe o conexión Wi-Fi, por lo que consideramos que ahora hay muchos viajeros que visitan las zonas periféricas de Japón en tren aprovechando la atractiva tarifa de Japan Rail Pass.

**¿Quizás hay más dudas a la hora de elegir alojamientos? Entre grandes hoteles, riokanes, e incluso hoteles cápsula, que recomiendan?**

Como he indicado anteriormente, en Japón tenemos una amplia gama de tipos de alojamientos, desde los más económicos hasta los hoteles súper-lujosos, por lo que cada viajero puede elegir su alojamiento según sus necesidades. Entre los viajeros extranjeros jóvenes hay los que escogen un hotel cápsula, por su reducido coste y también por la experiencia peculiar, que dicen que es como “dormir en una nave espacial”. Hay otros que se centran en lo funcional y comodidad a la hora de elegir su hotel.

Mi recomendación es, ya que están en Japón, alojarse en establecimientos que representan la cultura tradicional del país, en concreto en un Ryokan o en los Kominka, las casas antiguas convertidas en alojamientos, por los cuales sus huéspedes podrán disfrutar con tiempo de la tradición y las costumbres tradicionales japonesas durante su estancia. Los alojamientos con Onsen (termales) son ideales para restablecer el cuerpo

cansado del viaje. Me gustaría que la gente disfrutara del Onsen, una cultura autóctona de nuestro país. También son recomendables para quienes buscan paisajes y naturaleza, festivales y costumbres de las zonas rurales, que últimamente son cada vez más los que prefieren este tipo de viajes, los Minshuku, alojamientos gestionados en ocasiones por agricultores o pescadores locales, quienes sirven sus alimentos frescos cocinados de la mejor forma y ofrecen la experiencia de compartir la vida como hacen ellos en su entorno.

**Abril y Octubre son épocas de matusris o festivales, además de los paisajes de primavera y otoño ¿Cuál es el mejor momento para visitar Japón?**

Como bien dice usted, Japón tiene una configuración geográfica alargada de norte a sur, y aunque la mayoría del territorio japonés corresponde a un clima moderado con las cuatro estaciones claramente marcadas, hay excepciones como Hokkaido, al norte, que pertenece al clima subpolar u Okinawa, al sur, que pertenece al clima subtropical, por lo que existe una gran variedad de microclimas por los que los viajeros pueden elegir su temporada según los intereses de cada uno.

Por ejemplo, primavera es popular por su paisaje embellecido por las flores de cerezos o el verano cuando en diversos lugares de Japón se celebran los grandes festivales y exhibiciones de fuegos artificiales. O quienes les llaman las vacaciones en playa y actividades en el mar como el buceo, el verano en Okinawa es ideal, donde podrán disfrutar del océano azul y arrecifes de coral llena de colores. El otoño, cuando las hojas rojizas o las brillantes espigas de arroz colman la escena paisajística también es muy bien valorado. A los aficionados de deporte sobre nieve recomiendo las regiones de: Hokkaido, Tohoku y Kita Shinetsu, en invierno. Son áreas que últimamente se ha convertido en focos de mira por los esquiadores internacionales por su calidad de nieve polvo, considerada la mejor del mundo.

**¿Nos podría proponer una ruta por lo más interesante de Japón?**

Como hemos venido mencionando, Japón es un destino que muestra diferentes facetas atractivas según estaciones del año, por lo que la ruta recomendada varía en función de los intereses, objetivos o temporada de cada viajero. Los viajeros que visitan Japón por primera vez suelen parar en las ciudades más turísticas como: Tokio, Hakone, Nagoya, Hida-Takayama, Kioto, Osaka e Hiroshima, entre otros. Además de estos -la ruta llamada Golden Route- se está incrementando los viajeros que visitan el "Kumano Kodo" o la región de Shikoku, ambos por su camino de peregrinaje, siendo el primero declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, al igual que el Camino de Santiago. En la página web de JNTO estamos publicando los principales atractivos y propuestas de rutas turística de diferentes regiones de Japón, por lo que estas informaciones servirán para planificar y disfrutar imaginando el viaje más adaptado al gusto de cada persona.



**La comida japonesa también se ha popularizado mucho en el mundo ¿También es una forma indirecta de promoción?**

En Japón hay una riqueza de variedad culinaria enraizadas en cada región, por lo que la cultura gastronómica japonesa "Wahoku", es declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, y muchos turistas internacionales se sienten atraídos por Japón, considerado el "país gourmet". Sin lugar a dudas, la gastronomía japonesa, que gozan de las mejores valoraciones a nivel internacional, es uno de los atractivos más importantes del turismo receptivo japonés.

Pienso que Japón es un destino muy adaptado para los españoles, para quienes provienen de la gran potencia gastronómica como España, por lo que saben valorar muy bien la calidad culinaria, y así con capacidad de disfrutar aún más el viaje a Japón que los turistas de otros países.

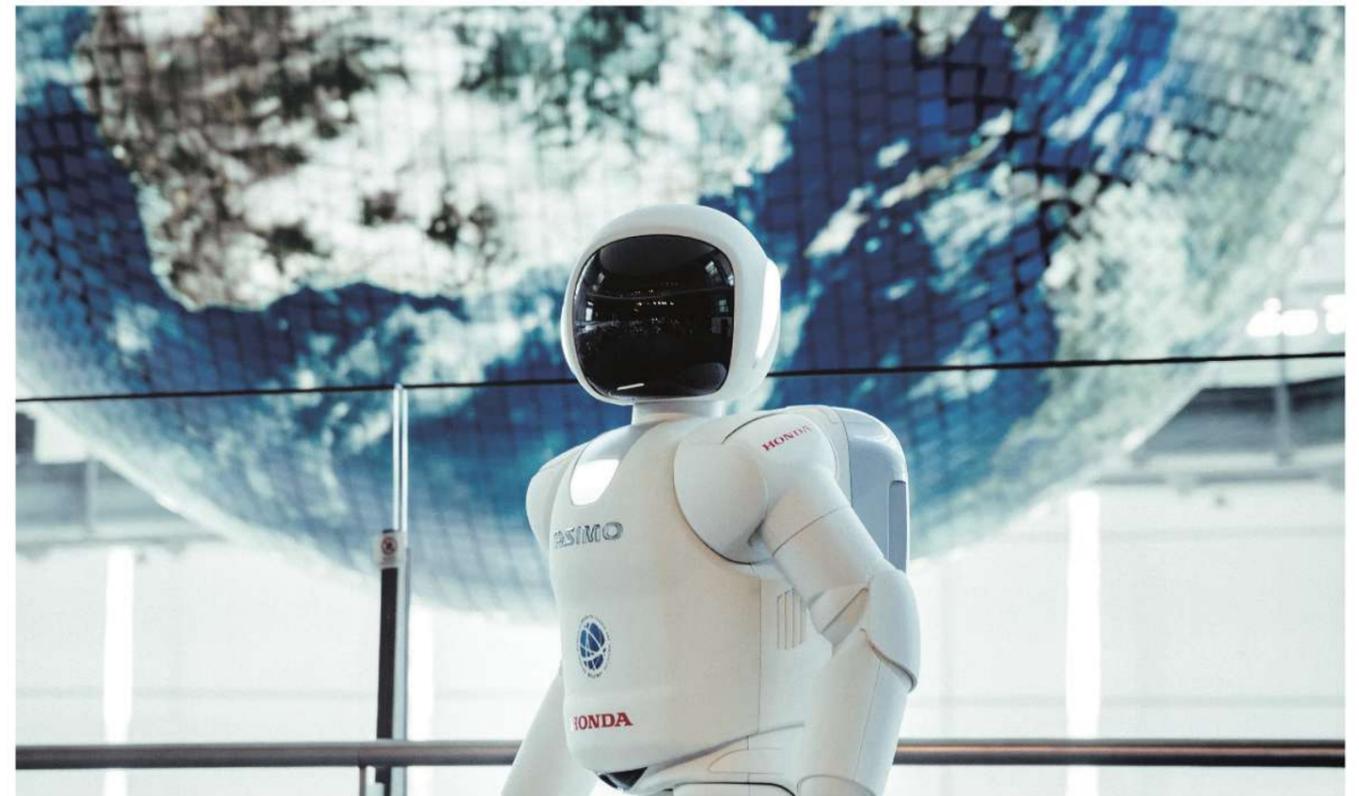
**¿Le gustaría añadir alguna cosa más?**

En la Oficina Nacional de Turismo de Japón (JNTO) estamos preparando la apertura de la nueva oficina en Madrid, que servirá de fuente de información y base de promociones para la difusión de atractivos turísticos de Japón, motivado por creciente interés y popularidad hacia nuestro país en España. En paralelo con el fomento de divulgación y visualización de Japón como destino turístico en España, a través de medios como televisiones, revistas, entre otros, y también por la web y redes sociales, en cooperación con CEAV, iremos ofreciendo informaciones turísticas actualizadas y en detalle, tales como: los destinos más populares, gastronomía, fiestas, eventos como las exhibiciones especiales de los tesoros nacionales o los medios de transporte... a los socios de CEAV, así como ofrecerles nuestro servicio a desarrollo y planificación de nuevos productos turísticos con destino Japón o en promociones colaborativas destinadas a sus actividades comerciales.

Es todo un placer para mí poder potenciar junto a los socios de CEAV el mercado emisor español hacia Japón, un país que está experimentando un boom como destino turístico y que tienen infinitas posibilidades y recursos para conseguir un mayor crecimiento.



**JAPAN**  
Where tradition meets the future



Discover more at [visitjapan-europe.jnto.go.jp](http://visitjapan-europe.jnto.go.jp)  
Japan National Tourism Organization [JNTO]

