

Japón comienza a explotar sus recursos turísticos infrautilizados

El número de turistas que visitan Japón ha experimentado un fuerte incremento. En 2015, 19,74 millones de personas llegaron a Japón en viaje de turismo, una cifra que dobla la registrada en 2013. Hay algunos factores que podrían estar favoreciendo este crecimiento, como la depreciación del yen, la facilitación de la obtención de visados, los crecientes niveles de riqueza en algunos países vecinos, etcétera. Y es muy probable que la tendencia se mantenga en el futuro.

Datos publicados recientemente por la Agencia de Turismo de Japón avalan que el auge turístico se está extendiendo a muchas regiones del país, una prueba de que los visitantes extranjeros son cada vez más conscientes de que los atractivos de Japón no se agotan en la llamada “Ruta de Oro”, formada por Tokio, el monte Fuji y Kioto. La extensión del fenómeno indica que estamos ante un mercado, el del turismo regional, con mucho margen de crecimiento.

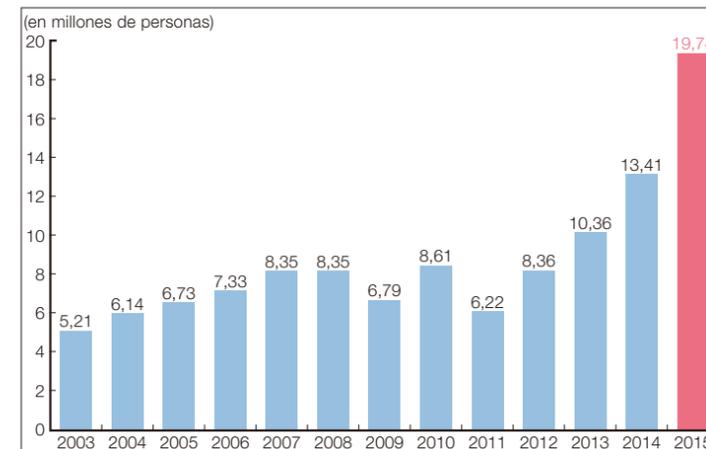
Veamos el caso de una región que ha sabido aprovechar sus recursos turísticos para atraer a visitantes extranjeros. Las instalaciones de esquí de Hokkaidō, en particular las de Niseko y Rusutsu, han estado entre los destinos favoritos de los esquiadores japoneses que buscan nieve polvo (nieve de azúcar) de alta calidad, pero hoy en día están atrayendo también a un creciente número de extranjeros, muchos de ellos procedentes del sudeste asiático, donde la nieve no es un espectáculo habitual, o de Australia, que entra en verano al iniciarse la temporada de esquí en Hokkaidō. Ross Findlay, un australiano enamorado de Hokkaidō, se ha comprometido personalmente en el desarrollo turístico de Niseko y colabora con vecinos interesados en promover la imagen de su localidad como destino turístico, para hacer las adaptaciones que permitan acoger de la mejor manera a los visitantes extranjeros. Fruto de este trabajo, Niseko se ha convertido en un punto turístico de gran popularidad entre los extranjeros. Fildlay dice que su siguiente meta será promover la imagen de Niseko como zona de verano. Cree que muchos otros lugares del país tienen ese mismo potencial de atracción del turismo internacional.

Esta misma dimensión internacional puede verse en los casos en que empresas extranjeras han adquirido y relanzado posadas tradicionales japonesas (*ryokan*) que se encontraban en difícil situación financiera. Uno de estos *ryokan* es el Chikusenso, en la zona de Zaō (prefectura de Miyagi), que fue comprado por la empresa Mingly, de Hong Kong. Su presidente, Payson Cha, dice que creyó que sería posible hacer del *ryokan* un negocio más internacional, más eficiente y más moderno como hotel, manteniendo sus valores originales, cultura y entorno. Las regiones japonesas son una mina de este tipo de recursos turísticos infrautilizados y faltos de desarrollo.

El desarrollo del turismo internacional no depende solo de estos recursos tangibles especiales. Martín Barrow, un británico que coopera en una campaña de promoción turística de Japón como Visit Japan Ambassador, explica que los extranjeros no vienen a Japón solo para ver los lugares más famosos o históricos: su deseo es conocer el verdadero Japón, las vidas y la actividad cotidiana de la gente en sus regiones. Esos aspectos típicamente japoneses tienen un encanto que no ha sido explotado y un gran potencial de atracción de viajeros internacionales, y pueden encontrarse muy cerca de los lugares donde se disfruta de las vistas urbanas y de los puntos más turísticos, lo que significa que los turistas pueden combinar en su viaje esta faceta cotidiana de la vida japonesa con sus visitas a los sitios históricos y con el disfrute de lo más nuevo en materia de ocio.

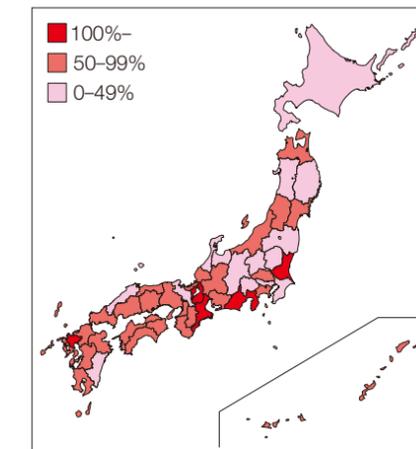
Lo indudable es que las regiones japonesas merecen ser visitadas. Y si llega usted a conocer toda su riqueza en formas de vida, historia y naturaleza, quizás concluya que podría ser interesante invertir en su potencial de desarrollo.

Número de extranjeros que visitan Japón



Fuente: Organización Nacional del Turismo de Japón (JNTO)

Incremento interanual de las pernoctaciones de visitantes extranjeros en alojamientos turísticos



- Ross Findlay está expandiendo sus negocios en Niseko.
- Muchos visitantes extranjeros llegan a Niseko atraídos por sus pistas de esquí.
- Entrada y terraza de una de las habitaciones del Chikusenso, en Zaō (Miyagi). Un ambiente de lujo rodea las instalaciones.



▶ Invertir en Japón: los atractivos de las ciudades regionales (en inglés)
 Invest in Japan: The Attractions of Regional Cities
<https://youtu.be/GpumpMdr9to>

▶ Historia de un alojamiento con *onsen* (en inglés)
 A Story of an Onsen Resort
<http://youtu.be/o2t-IE7XCfY>