vinetur

El vino japonés conquista a los turistas internacionales y se abre paso en la escena mundial

Bodegas y nuevos espacios impulsan el enoturismo y la proyección internacional de la producción vinícola nipona

martes 3 de febrero de 2026



El turismo internacional en Japón alcanzó cifras históricas en 2025, con más de 40 millones de visitantes. Este aumento ha impulsado el interés por experiencias auténticas y productos locales, entre ellos el vino japonés. Aunque Japón es conocido principalmente por el sake, el whisky y la ginebra, su producción vinícola está ganando terreno tanto dentro como fuera del país.

En los últimos años, los vinos japoneses han recibido premios internacionales y han comenzado a figurar en cartas de restaurantes en ciudades como París y Nueva York. A pesar de este avance, la cultura del vino en Japón sigue siendo poco conocida para la mayoría de los turistas. La aparición de bodegas boutique en distintas regiones del país refleja un esfuerzo por dar a conocer esta faceta menos explorada de la gastronomía japonesa.

En Tokio, la apertura reciente de THREE GRAPES busca acercar el vino japonés a los visitantes extranjeros. Este espacio, situado en Yoyogi y a pocos minutos del santuario Meiji Jingu, se presenta como el primer lugar dedicado exclusivamente al vino japonés para turistas internacionales. El local ofrece catas guiadas de una hora con especialistas en vino que hablan inglés, lo que facilita el acceso a quienes no dominan el idioma local.

La propuesta de THREE GRAPES incluye vinos difíciles de encontrar fuera de Japón y pretende mostrar la diversidad y calidad de la producción nacional. Desde su inauguración, el establecimiento ha recibido valoraciones positivas en plataformas como TripAdvisor y Google, donde los visitantes han señalado la oportunidad de conocer una parte poco visible de la cultura japonesa.

El auge del enoturismo en Japón responde a una demanda internacional que busca experiencias diferentes a las tradicionales rutas del sake. Las bodegas japonesas están adaptando sus instalaciones y servicios para recibir a un público extranjero cada vez más interesado en aprender sobre las variedades autóctonas y los métodos de producción locales.

La región de Yamanashi es uno de los principales centros vinícolas del país, conocida por su uva Koshu. Sin embargo, otras zonas como Hokkaido o Nagano también están desarrollando proyectos vinícolas que buscan posicionarse en el mercado internacional. Los productores locales trabajan para mejorar la calidad y ampliar la oferta, conscientes del potencial que representa el turismo extranjero.

El interés por el vino japonés se refleja también en la presencia creciente de estos productos en ferias internacionales y concursos especializados. Los expertos señalan que la combinación entre técnicas tradicionales japonesas y métodos modernos está permitiendo crear vinos con identidad propia.

La experiencia que propone THREE GRAPES se suma a otras iniciativas similares que buscan poner en valor el vino japonés como parte integral del patrimonio gastronómico del país. La tendencia apunta a un crecimiento sostenido del sector, apoyado tanto por la demanda interna como por el flujo constante de visitantes internacionales interesados en descubrir nuevos sabores y tradiciones.