vinetur

# Les ventes de bière au Japon ont bondi de 22 % en octobre après une réforme fiscale

Les nouvelles règles ont fait entrer davantage de boissons assimilées à la bière dans cette catégorie, compliquant les comparaisons sur un an.

jeudi 12 novembre 2026



Les ventes de bière au Japon ont progressé de 22 % en octobre par rapport à l’année précédente, selon une estimation du secteur fondée sur les volumes écoulés par les quatre principaux brasseurs du pays. Il s’agit de la première mesure portant sur un mois complet depuis une révision fiscale et une modification du classement de certains produits.

Le chiffre, rapporté par Jiji Press et repris par Nippon.com le jeudi 12 novembre, fait état d’un net rebond de la catégorie bière en octobre 2026 par rapport à octobre 2025. Cette hausse ne signifie toutefois pas, à elle seule, que la consommation de bière a progressé dans les mêmes proportions à périmètre comparable, car une partie de l’augmentation tient au transfert de produits vers la catégorie légale de la bière, depuis un segment distinct de boissons assimilées à la bière.

Selon les médias japonais, le résultat d’octobre s’explique par deux facteurs simultanés. D’une part, la modification fiscale a réduit la charge pesant sur la bière et resserré l’écart avec les produits de substitution moins taxés. D’autre part, la composition de l’offre a changé : des boissons auparavant commercialisées dans la catégorie dite de troisième catégorie ont commencé à être vendues comme de la bière.

Cette distinction est importante sur le marché japonais des boissons, où la bière est depuis longtemps en concurrence avec des catégories apparentées qui lui ressemblent, mais relèvent de règles fiscales et de classement différentes. Pendant des années, les brasseurs ont utilisé ces catégories pour proposer des solutions moins chères. À la suite de la dernière réforme, certains de ces produits ont été reformulés ou repositionnés afin de pouvoir être vendus comme de la bière.

FNN, le service d’information de Fuji Television, a indiqué le jeudi 12 novembre que ce changement de catégorie avait sensiblement modifié la composition du marché. Selon ce média, la part de la bière dans l’ensemble plus large constitué de la bière et des boissons similaires est passée d’environ 60 % à environ 80 %, soit une hausse d’environ 20 points de pourcentage. En octobre, une plus grande part des achats des consommateurs a donc été comptabilisée comme de la bière qu’au même mois de 2025.

En raison de ce changement, la hausse annoncée de 22 % ne peut pas être directement comparée à une mesure de la demande à périmètre constant. Aucun des deux médias cités n'a publié de volumes absolus en litres, de chiffre comparable depuis le début de l'année ni de ventilation indiquant quelle part de la hausse s'explique par les effets fiscaux et quelle part résulte du reclassement de produits dans la catégorie bière.

Cette estimation donne néanmoins un premier aperçu de l'ampleur des bénéfices que les brasseurs ont tirés de la réforme d'octobre. La bière était traditionnellement davantage taxée que les catégories voisines, ce qui incitait producteurs et consommateurs à se tourner vers des produits de substitution moins chers. En réduisant cet écart, la réforme a donné aux grands fabricants une raison de réorienter les ventes vers la bière, une catégorie qui bénéficie d'une meilleure notoriété et, dans certains cas, d'un pouvoir de fixation des prix supérieur.

Le chiffre d'octobre couvre les quatre principaux fabricants, qui dominent le marché japonais de la bière. Les articles ne détaillaient pas les chiffres par entreprise dans leur présentation de l'estimation du secteur, mais la hausse générale laisse penser que le mouvement a concerné l'ensemble du marché, plutôt qu'un seul brasseur ou une seule marque.

Les données soulignent également les limites d'un pourcentage mensuel isolé, qui ne permet pas de conclure clairement à une hausse de la consommation. Si davantage de produits sont classés comme bières qu'un an auparavant, la catégorie peut rapidement s'élargir même si les achats totaux de bière et de boissons assimilées progressent peu ou restent stables. En l'absence d'un tableau consolidé détaillé distinguant ces effets, les articles publiés ne permettent pas de déterminer quelle part de la hausse d'octobre reflète une demande plus forte des consommateurs et quelle part tient à la comptabilisation des ventes dans une autre catégorie.

Le résultat d'octobre marque néanmoins un tournant important pour les brasseurs japonais. C'est le premier mois complet à refléter la nouvelle structure fiscale et les changements de produits qui en découlent, donnant aux investisseurs et au secteur une première indication de la rapidité avec laquelle les habitudes d'achat peuvent

évoluer lorsque le prix relatif de la bière devient plus favorable.

Les articles ne comportaient pas de chiffres d’affaires, et l’estimation ne faisait intervenir aucune donnée monétaire. Le chiffre publié portait uniquement sur le volume physique de bière vendu en octobre 2026 par rapport à octobre 2025.