vinetur

जापान ने नियमित बीयर और सस्ते विकल्पों पर कर बराबर किया

350-मिलीलीटर कैन पर एकीकृत ¥54.25 कर जापान के बीयर बाजार में कीमतों, फ़ॉर्मूलों और प्रतिस्पर्धा को बदल रहा है।

गुरुवार, 1 अक्टूबर 2026



जापान ने गुरुवार को बीयर और बीयर-जैसे पेयों के कर-उपचार में बदलाव किया, नियमित बीयर पर कर घटाया और उन सस्ती श्रेणियों पर बढ़ाया जो वर्षों से कम दरों का लाभ ले रही थीं। यह कदम 1 अक्टूबर से प्रभावी हुआ और देश के सबसे बड़े उपभोक्ता वस्तु बाजारों में से एक में कीमतों, उत्पाद फ़ॉर्मूलों और प्रतिस्पर्धा को नया आकार देने की उम्मीद है।

संशोधित प्रणाली के तहत, जापान अब नियमित बीयर, हप्पोशु, जो कम-माल्ट वाली बीयर श्रेणी है, और तथाकथित "थर्ड बीयर", एक कम लागत वाला खंड जो ऊंचे बीयर कर से बचने के लिए बनाया गया था, पर एक ही अल्कोहल कर लागू करता है। जापान के वित्त मंत्रालय और गुरुवार को प्रकाशित जापानी मीडिया रिपोर्टों के आंकड़ों के अनुसार, एकीकृत दर ¥155,000 प्रति किलोलीटर है, जो 350-मिलीलीटर कैन पर ¥54.25 बैठती है।

सबसे बड़ा तात्कालिक बदलाव मानक बीयर के लिए है, जिस पर लंबे समय से सबसे अधिक कर बोझ था। पारंपरिक बीयर के 350-मिलीलीटर कैन पर कर ¥63.35 से घटकर ¥54.25 हो गया, यानी ¥9.10 या 14.4% की कमी। आर्थिक श्रेणियों के कम कीमत वाले उत्पादों के लिए, यह कदम उलटी दिशा में गया है। उनका कर प्रति कैन ¥46.99 से बढ़कर ¥54.25 हो गया, यानी ¥7.26 या 15.5% की बढ़ोतरी।

यह सुधार उस कर संरचना का अंत करता है जिसने वर्षों तक जापानी बीयर बाजार को आकार दिया। ब्रुअरों के पास ऐसे पेय बनाने के मजबूत प्रोत्साहन थे जो दिखने और स्वाद में बीयर के करीब हों, लेकिन अलग सामग्री या उत्पादन विधियों का इस्तेमाल करते हों ताकि उन पर कम कर लगे। इसी रणनीति ने हप्पोशु और थर्ड बीयर की वृद्धि को बढ़ावा दिया, खासकर कीमत को लेकर संवेदनशील घरों में। इसने बड़ी कंपनियों को फ़ॉर्मूला बदलावों और उत्पाद विकास में निवेश करने के लिए भी प्रेरित किया, जिसका मकसद उपभोक्ता मांग जितना ही कर नियम भी था।

अब जब कर-अंतर खत्म हो गया है, इन श्रेणियों के पीछे का कारोबारी तर्क बदल रहा है। उद्योग रिपोर्टों के अनुसार, जापान की चार सबसे बड़ी ब्रुअरी प्रमुख कम-कीमत ब्रांडों में बदलाव कर रही हैं ताकि उन्हें कर-लाभ वाले विकल्पों के बजाय कानूनी रूप से बीयर के रूप में बेचा जा सके। बाजार को अब तीन अधिक स्पष्ट स्तरों में पुनर्गठित किया जा रहा है : प्रीमियम बीयर, मानक बीयर और रोज़मर्रा या कम-कीमत वाली बीयर श्रेणी।

संटोरी ने इस बात की सबसे स्पष्ट तस्वीर पेश की है कि कर बदलाव शेल्फ कीमतों को कैसे प्रभावित कर सकता है, हालांकि कंपनी ने जोर दिया है कि ये आंकड़े अनुमान हैं और अनिवार्य देशव्यापी खुदरा कीमतें नहीं हैं। संटोरी के अनुमानों के आधार पर, Premium Malt's का 350-मिलीलीटर कैन ¥254 से घटकर ¥245 हो जाएगा, यानी 3.5% की गिरावट। Suntory Draft ¥202 से घटकर ¥193 हो जाएगा, यानी 4.5% नीचे। Kinmugi, जो कंपनी के उन प्रमुख उत्पादों में से एक है जो पहले थर्ड बीयर श्रेणी में था, ¥179 से बढ़कर ¥187 हो जाएगा, यानी 4.5% की बढ़ोतरी।

खुदरा कीमतों में ये अनुमानित बदलाव कर परिवर्तनों से छोटे हैं, जो दिखाता है कि कर नीति अंतिम कीमत का केवल एक हिस्सा है जो उपभोक्ताओं को दिखती है। ब्रुअरों और खुदरा विक्रेताओं को कच्चे माल, पैकेजिंग, परिवहन, श्रम और प्रतिस्पर्धी दबाव को भी ध्यान में रखना पड़ता है। फिर भी, यह बदलाव खरीददारों को दिखाई दे सकता है क्योंकि नियमित बीयर और बजट विकल्प पहले कर-प्रेरित स्पष्ट मूल्य संरचना से अलग थे।

इस संशोधन पर वर्षों से चर्चा चल रही थी और यह उस व्यापक सरकारी प्रयास का हिस्सा है जिसका उद्देश्य उस प्रणाली को सरल बनाना था जो लगातार अधिक खंडित होती जा रही थी। जापान के अल्कोहल कर नियम ऐतिहासिक रूप से माल्ट सामग्री और अन्य तकनीकी परिभाषाओं के आधार पर उत्पादों में अंतर करते थे, जिसके कारण कंपनियों ने ऐसे पेय विकसित किए जो खास तौर पर कम-कर श्रेणियों में फिट बैठें। इससे ऐसा बाजार बना जहां कानूनी परिभाषाओं का महत्व ब्रांड ताकत या स्वाद जितना ही था।

बीयर के विकल्पों को पुराना लाभ हटाकर सरकार नियमित बीयर को उस सस्ते उत्पादों के मुकाबले प्रभावी रूप से बेहतर स्थिति दे रही है जो पिछले सिस्टम के तहत बढ़े थे। साथ ही, कर-दक्षता के इर्द-गिर्द बनाए गए ब्रांडों को अनुकूलन के लिए मजबूर होना पड़ रहा है। कुछ को बीयर की कानूनी परिभाषा में फिट होने के लिए फिर से तैयार किया जा रहा है, जबकि कंपनियां यह भी देख रही हैं कि उन्हें दुकानों और विज्ञापन में कैसे पेश किया जाए।

संभावित असर सिर्फ हर तरफ सस्ती बीयर का नहीं है। फायदा मुख्य रूप से पारंपरिक बीयर पर केंद्रित है, जबकि कम-कीमत श्रेणियों पर निर्भर रहने वाले खरीददारों को ऊंची कीमतों का सामना करना पड़ सकता है। जापान में यह तब खास मायने रखता है जब व्यापक मुद्रास्फीति के कारण खाद्य और दैनिक जरूरत की वस्तुओं पर घरेलू बजट पर दबाव बना हुआ है। जो ग्राहक पैसे बचाने के लिए थर्ड बीयर की ओर गया था, उसे अब मानक बीयर के साथ अंतर पहले से कम लग सकता है, जिससे चुनाव उतना साफ नहीं रहेगा।

उद्योग विश्लेषकों ने यह भी बताया है कि उत्पादों के विपणन के तरीके में भी बदलाव हो सकता है। जब कर-अंतर बड़े थे,

तब ब्रुअरों के पास मूल्य और कीमत के अंतर को उजागर करने का कारण था। अब कर-भार समान होने से कंपनियां ब्रांड, सामग्री, गुणवत्ता छवि और पीने के अवसर पर अधिक प्रतिस्पर्धा कर सकती हैं। यह कदम मानक बीयर को अपना हिस्सा वापस हासिल करने में मदद कर सकता है, लेकिन यह बीयर श्रेणी के भीतर प्रतिस्पर्धा को भी तेज कर सकता है, क्योंकि बजट-सचेत उपभोक्ता अब कीमत में एक-दूसरे के करीब मौजूद उत्पादों की तुलना करेंगे।

इसका असर सुपरमार्केटों और कंवीनियंस स्टोर्स की तुलना में बारों और रेस्तरांओं में कम दिखने की उम्मीद है। गुरुवार को जापानी मीडिया रिपोर्टों में कहा गया कि हॉस्पिटैलिटी क्षेत्र में बड़ी कीमत कटौती की संभावना नहीं है, क्योंकि कई प्रतिष्ठान कर बचत को ग्राहकों तक पहुंचाने के बजाय खुद ही समाहित करने की योजना बना रहे हैं। रेस्तरां और बार कच्चे माल, मजदूरी और लॉजिस्टिक्स की बढ़ी लागत का सामना कर रहे हैं, और कई कारोबारी किसी भी राहत का उपयोग उन बढ़ोतरी को संतुलित करने के लिए कर रहे हैं।

ऑफ-प्रिमाइज़ और ऑन-प्रिमाइज़ बिक्री के बीच यह अंतर यह तय कर सकता है कि उपभोक्ता इस सुधार का अनुभव कैसे करते हैं। घर पर सेवन के लिए कैन खरीदने वाला ग्राहक देख सकता है कि मानक बीयर अब पुरानी कम-कर वाली विकल्पों की तुलना में अधिक सस्ती हो गई है। रेस्तरां में ड्राफ्ट बीयर ऑर्डर करने वाले व्यक्ति को मेनू में तुरंत बहुत कम या कोई फर्क दिखाई नहीं दे सकता।

गुरुवार को जारी आंकड़े जापान के वित्त मंत्रालय, Food Industry Newspaper और प्रसारक FNN से आए, जिन्होंने नई प्रणाली के पहले दिन इस पर रिपोर्ट की। मंत्रालय की कर-सूची इस बदलाव का औपचारिक आधार देती है, जबकि संटोरी जैसे कंपनी-आकलन यह शुरुआती संकेत देते हैं कि उत्पादक खुदरा बाजार में कैसे प्रतिक्रिया देने की उम्मीद कर रहे हैं।

ब्रुअरों के लिए यह बदलाव सिर्फ एक साधारण कर-संशोधन से कहीं अधिक है। यह उस लंबे दौर के अंत को चिह्नित करता है जिसमें श्रेणी-डिज़ाइन और सामग्री के चुनाव कर-योजना से बारीकी से जुड़े हुए थे। उपभोक्ताओं के लिए, यह उस परिचित तीन-तरफा विकल्प की अर्थव्यवस्था बदल देता है : नियमित बीयर, कम-माल्ट वाले पेय और थर्ड बीयर। गुरुवार से, वह अंतर कर कार्यालय में कम और कैश रजिस्टर पर अधिक मायने रखता है, जहां पुरानी सस्ती श्रेणियां उस लाभ का कुछ हिस्सा खो रही हैं जिसने उन्हें इतने लंबे समय तक जापान के बीयर कारोबार का केंद्रीय हिस्सा बनाए रखा।