vinetur

Le vendite di birra in Giappone sono aumentate del 22% a ottobre dopo la riforma fiscale

Le nuove norme hanno portato più bevande simili alla birra nella categoria della birra, limitando la comparabilità con l’anno precedente

giovedì 12 novembre 2026



A ottobre le vendite di birra in Giappone sono aumentate del 22% rispetto allo stesso mese dell’anno precedente, secondo una stima di settore basata sui volumi di vendita dei quattro maggiori produttori del Paese. È il primo dato mensile completo dopo una revisione fiscale e modifiche alla classificazione di alcuni prodotti.

Il dato, riportato da Jiji Press e ripreso giovedì 12 novembre da Nippon.com, indica una forte ripresa della categoria della birra nell’ottobre 2026 rispetto all’ottobre 2025. L’aumento, tuttavia, non dimostra di per sé che il consumo di birra sia cresciuto nella stessa misura a parità di perimetro, perché parte del balzo è dovuta al passaggio di prodotti dalla categoria distinta delle bevande simili alla birra a quella legale della birra.

Secondo i media giapponesi, il risultato di ottobre è stato determinato da due fattori concomitanti. Il primo è la modifica fiscale, che ha ridotto il carico sulla birra e ristretto il divario rispetto alle alternative soggette a imposte più basse. Il secondo è il cambiamento nella composizione dei prodotti: bevande precedentemente vendute nella cosiddetta terza categoria hanno iniziato a essere commercializzate come birra.

La distinzione è importante nel mercato giapponese delle bevande, dove la birra si è da tempo confrontata con categorie affini, simili alla birra ma soggette a norme fiscali e di prodotto diverse. Per anni i produttori hanno utilizzato queste categorie per vendere alternative più economiche. Dopo l’ultima riforma, alcuni di quei prodotti sono stati riformulati o riposizionati per poter essere venduti come birra.

FNN, il servizio di informazione di Fuji Television, ha riferito giovedì 12 novembre che il cambiamento di categoria ha modificato in modo sostanziale la composizione del mercato. Secondo il servizio, la quota della birra sul totale composto da birra e bevande simili è salita a circa l’80%, dal 60% circa: una variazione di circa 20 punti percentuali. Ciò significa che a ottobre una quota maggiore degli acquisti dei consumatori è stata conteggiata come birra rispetto allo stesso mese del 2025.

Per effetto di questo cambiamento, l’aumento dichiarato del 22% non è direttamente comparabile con una misura della domanda calcolata a perimetro costante. Nessuno dei due servizi citati ha pubblicato i volumi assoluti di vendita in litri, un dato comparabile da inizio anno o una ripartizione che indichi quanta parte dell’aumento sia dovuta agli effetti fiscali e quanta alla riclassificazione dei prodotti come birra.

La stima offre comunque un primo quadro dell’entità dei benefici che i produttori hanno tratto dalla riforma di ottobre. Tradizionalmente la birra è stata soggetta a un carico fiscale più elevato rispetto alle categorie affini, spingendo produttori e consumatori a orientarsi verso sostituti più economici. Riducendo il divario, la riforma ha dato ai principali produttori un motivo per riportare le vendite verso la birra, una categoria con una maggiore riconoscibilità del marchio e, in alcuni casi, un più alto potere di determinazione dei prezzi.

Il dato di ottobre riguarda i quattro maggiori produttori, che dominano il mercato giapponese della birra. Nei riepiloghi della stima di settore, i servizi non hanno fornito dati sulle singole aziende, ma l’aumento complessivo suggerisce che il cambiamento abbia interessato l’intero mercato, anziché essere limitato a un solo produttore o marchio.

I dati evidenziano anche i limiti di una lettura della variazione percentuale di un singolo mese come indicatore netto di un aumento dei consumi. Se più prodotti rientrano nella categoria della birra rispetto all’anno precedente, questa può crescere rapidamente anche quando gli acquisti complessivi di birra e bevande simili aumentano solo di poco o restano stabili. In assenza di una tabella consolidata ufficiale che distingua questi effetti, dai servizi pubblicati non è possibile stabilire quanta parte dell’aumento di ottobre rifletta una domanda più forte da parte dei consumatori e quanta dipenda dal fatto che le vendite sono state conteggiate in una categoria diversa.

Il risultato di ottobre segna comunque un importante punto di svolta per i produttori giapponesi. È stato il primo mese intero a risentire della nuova struttura fiscale e delle modifiche ai prodotti a essa collegate, offrendo a investitori e operatori del settore una prima indicazione della rapidità con cui i modelli di acquisto potrebbero cambiare una volta migliorato il prezzo relativo della birra.

I servizi non hanno incluso dati sui ricavi e la stima non riguardava alcuna valuta. Il dato pubblicato si riferiva esclusivamente al volume fisico di birra venduta nell’ottobre 2026 rispetto all’ottobre 2025.