

福島県浜通りの日本酒一合缶を通じた新しい飲酒スタイルの醸成と地域産品の発信

【いわき市・浪江町・川内村】 × 【株Agnavi】

1 解決したい地域課題

- 地域特産品としての日本酒と米の発信
米どころの福島県の日本酒の発信を行う。スタートアップとしての柔軟性と即効力を生かし、浜通り地域の日本酒の普及を行う。
- 瓶は重く、量が多く、古臭いイメージがあり、若年層や少量を楽しみたい層へのハードルが高い。
復興を担う次世代の人口流入、交流人口や関係人口拡大のためには、現代のライフスタイルを先行する魅力的な生活様式・利便性の発信が必要である。

2 実証事業の到達目標

- 自治体と連携し、日本酒のデザイン・パッケージ・販売手法を検討し、観光資源としての価値を高める。
- 地域産品を通じた情報発信が展開されることによって関係人口、交流人口の拡大を図る。
- 日本酒一合缶®の生産から充填・販売までのサイクルを構築する。
- 浜通り地域での安定的な販路を確立する。

3 実施内容

浜通り地域には、東日本大震災により被災した蔵元が3蔵存在しており、いずれも復興を遂げ、現在も日本酒の製造を継続している。これらの蔵元は、全国的に見ても高品質な日本酒を生産しているものの、流通形態は依然として従来の「瓶」のみである。近年、消費者のライフスタイルは大きく変化しており、日本酒産業においても流通の在り方を見直すことが求められている。このまま従来の流通形態を維持した場合、市場の変化に適応できず、業界全体の衰退につながる可能性がある。こうした背景を踏まえ、本取り組みでは日本酒の流通変革を推進し、より現代の消費スタイルに適応した形での販売・供給を実現することを目的とする。

【去年の取り組み】 浜通り地域の日本酒一合缶の生産・販売



* 第二弾で、県政150周年ロゴを付した日本酒を開発中。

福島県ハイクプラザ



「清酒製造技術研究会@会津若松」登壇。県内30歳以上が参加。酒米分析など意見交換。

日本酒イベント



導入店舗：セブンイレブン(横浜HH店)・イオン系列店(首都圏複数店舗)ビック酒販(新宿東口店)・オオゼキ(大森北店)など

実際の販売・展開方法



【今年の取り組み】

- ◆【自治体】 川内村様
- ◆【内容】 川内村産米を100%使った唯一の日本酒「カエル」の宴です。国の天然記念物に指定されている「モリアオガエル」の生息地（平伏沼）で有名で、そのカエルをモチーフに醸した特徴的な日本酒です。地域のお土産と「かわうち屋」を中心に販売します。
- ◆【発売】 2026年3月中予定
- ◆【蔵元】 大和川酒造（喜多方市）
- ◆【数量】 5400本
- ◆【デザイン】 2種類



4 まとめ（今後の展望）

<自治体>

- 村特産品である「帰の宴（かえるのうたげ）」の海外展開も見据えた販路拡大を目指す。
- 消費者の新しいライフスタイルに対応した製品展開により、村資源の効果的な活用及び情報発信が期待される。

<事業者>

- 各自自治体様との取引が一回転した。県も巻き込む取り組みになっている。
- 福島県内における観光流動の促進を図ると共に県内の蔵元と協力関係を強化し、地域全体としての流通改革の実現に向けた枠組みができ始めている。

