

## 日本の風物詩を守る キリンビール「晴れ風 ACTION」

全国の桜が消失の危機に アーティストや企業の思いで保全活動の輪が拡大  
「THE FIRST TAKE」が「晴れ風 ACTION」に賛同  
再生回数に応じた金額を桜の保全活動に寄付

miwa は新曲を初披露、レミオロメンは待望の初登場

全国の桜の課題を明らかにした『晴れ風 ACTION 全国桜実態白書 2026』も公開



特設サイト URL : <https://harekaze.kirin.co.jp/sakura/thefirsttake/>

キリンビール株式会社（社長 堀口英樹 以下、キリンビール）は、桜や花火など、ビールとともに楽しまれてきた日本の風物詩を未来につなぐ取り組み「晴れ風 ACTION」の一環として、YouTube チャンネル「THE FIRST TAKE」を通じて、支援の輪を拡大します。「晴れ風 ACTION」に共感いただいた miwa とレミオロメンの 2 組が「THE FIRST TAKE」に出演。桜への思いを込めた新曲や長年親しまれてきた名曲を披露します。さらに、「晴れ風 ACTION」に共感いただいた企業からの支援も広がっており、業界の枠を超えて活動の輪が拡大しています。

また、桜が抱える課題や生活者意識に関する最新の独自調査をもとにした『晴れ風 ACTION 全国桜実態白書 2026』を公開します。調査では、8 割近くの自治体が桜の高齢化などを理由に桜の管理に課題を抱えていることが明らかになり、多数の自治体が「市民や企業など外部からの支援が必要」と回答しています。桜の課題は広く共有される一方で、自治体への支援の必要性が浮き彫りとなりました。

上記取り組みやアップデートする「晴れ風 ACTION 桜 AI カメラ（以下、「桜 AI カメラ）」などの取り組みを通じて、「キリンビール 晴れ風（以下、晴れ風）」は 2026 年も引き続き桜の保全活動に取り組み、人と人がつながる日本の風物詩の保全・継承に貢献します。

## 【晴れ風 ACTION × THE FIRST TAKE】

■「THE FIRST TAKE」に miwa、レミオロメンが出演。動画はそれぞれ3月上旬公開予定。再生回数に応じて、桜を未来へ残すアクションに寄付。

桜は、日本を象徴する風景であり、春の訪れを告げる文化的存在として多くの人に親しまれてきました。一方で、全国の自治体調査では、桜の高齢化や管理負担の増加などの課題が明らかになっています。桜を未来へつないでいくためには、自治体だけでなく、生活者や企業を含めた社会全体での関心と支え合いが求められています。こうした中、桜を守る活動「晴れ風 ACTION」に miwa、レミオロメンの2組から共感いただいたことで、本取り組みが実現しました。「桜を未来に残したい」という思いのもと、miwa、レミオロメンが、桜への思いを含めた新曲や、長年親しまれてきた名曲を3月上旬に披露<sup>※1</sup>します。本動画は再生回数に応じた金額が桜の保全活動へ寄付され、桜を未来へつなぐアクションにつながります。音楽を通じて、桜を守ることの大切さや、一人ひとりが関わるこの意味を伝えていきます。全国の皆さまが、桜の支援について考えるきっかけになることを願っています。

※1 披露される楽曲の詳細については、近日公開予定

## ■アーティスト コメント

### ●miwa

桜は、ただ咲いているだけじゃない。

毎年そこにて、出会いも別れも、涙も笑顔も、全部知っている。

だから桜を守ることは、景色を守ることじゃなくて、私たちの記憶や、大切な瞬間を守ることだと思います。

桜の下でこの曲を聴いたとき、あなたは誰を思い浮かべますか？

どんな春を思い出しますか？

桜はいつも、私たちのそばで静かに見守ってきた。

だからこそ、未来の春も変わらず咲き続けられるように、桜を守る活動に心から共感しています。

未来の誰かが、また桜の下で恋をして、心が咲くように。

この歌が、あなたの春にそっと届きますように。

### ●レミオロメン

冬の終わりを告げるように、春の訪れを知らせるように毎年、桜が咲きます。

その花を見ると、ふと誰かの顔が思い浮かんだり、懐かしい思い出がよみがえったり、

かと思えば、新しい季節のはじまりにワクワクしたりします。

眺めるだけでこれほど様々な想いが胸に想起される花は、桜をおいて他にないような気がします。

何世代も前から受け継いできた日本の春の風景であり、この感覚を共有できる人がいるって、

何だか幸せなことだと思います。そして次の世代にも、この景色を残してあげられたらとても素晴らしいことだと思います。

藤巻亮太（レミオロメン）

## ■キリンビール コメント

満開の桜の下で花びらが舞い、大切な人とお酒を酌み交わして笑い合う。

そんな春のひとつきの中で、ビールは長く親しまれてきました。

しかし今、その春の風物詩である桜は、少しずつ失われつつあります。

当たり前だと思っていた春の感動を、次の世代にも残していきたい。

ビールを飲むよるこびを伝えてくれた日本の風物詩に、少しでも恩返しをしたい。

そのような思いから、晴れ風は、売上の一部を活用し、桜を守る活動「晴れ風 ACTION」に取り組んでいます。

今回、思いに共感いただいたアーティストの方々、「THE FIRST TAKE」、

そして賛同企業の皆さまのお力をお借りしながら、ひとつでも多くの桜を未来につないでいきたいと考えています。

未来の春にも、お花見ができますように。

## ■『晴れ風 ACTION 全国桜実態白書 2026』調査サマリー※2

- 全国の桜による経済波及効果の総額は1兆5,199億円。
- 全国542自治体のうち77.5%が桜の管理に課題を感じている。課題のトップは「桜の高齢化」(76.7%)で、「自治体の財政負担」(59.0%)、「病害虫対策の負担」(47.6%)、「植え替え・更新コスト」(43.1%)が続く。
- 桜の管理費用は高騰しており、過去10年で約1.5倍に。
- 各自治体の回答から、現状植えられている桜のうち約55%が、「高齢化状態(樹齢60歳程度)にある」と推計される。
- 各自治体の回答から、現状植えられている桜のうち約40%が、「今すぐ対策が必要な状況にある」と推計される。
- 69.9%の自治体が「市民や企業など外部からの支援が必要」と回答。支援内容は「資金援助」(65.7%)、「人材の確保」(60.7%)、「専門知識・技術支援」(47.0%)が上位。
- 生活者の54.8%が「桜の本数が減っている」と感じ、68.0%が「桜が高齢化していることを知っている」と回答。さらに75.5%が「桜には継続的な管理が必要」と認識。
- 「今後も桜がなくなるのではないほしい」と思う人は92.9%に。また、桜を未来に繋いでいくために「協力したいと思うことがある」と回答した人は全体の61.7%。
- 協力したい内容のトップ2は、「イベントに参加する」(27.5%)、「寄付に協力する」(23.8%)。

※2 調査詳細は添付資料に記載

## 【キリンビール「晴れ風 ACTION」と2026年の取り組み内容】

### ■「晴れ風 ACTION」活動振り返り

晴れ風は売上の一部を活用して、失われつつある日本の風物詩である桜と花火大会の保全・継承に取り組んでいます。2024年・2025年共に「桜」「花火大会」をテーマに活動を行い、寄付金額は累計で2億円を突破しました。

また、2025年は新たに、スマートフォンで撮影した桜の健康状態や樹齢をAIが判定し、位置情報とともに全国の自治体に届けられる「桜AIカメラ」や、やむなく中止となった全国の花火を、大阪・関西万博の夜空に打ち上げる「晴れ風 ACTION 特別共催 未来になが希望の花火」といった支援にも取り組み、多くのお客様から反響をいただきました。

### ■「晴れ風 ACTION」への参加方法

1. 晴れ風をご購入いただくと、350ml 1缶につき0.5円、500ml 1缶につき0.8円、中びん1本につき0.8円、3Lペットボトル1本につき4.8円が自動的に寄付されます。
2. また缶の裏面・中びんに印字された二次元コードなどから専用サイトにアクセスすると、1日1回0.5円分の「晴れ風コイン」が無料で付与され、応援したい自治体を選んで寄付することが可能※3です。

※3 晴れ風コインでの寄付金額には上限がございます。

3. 専用サイト上では、本取り組みの概要や参加自治体、寄付総額などが確認できます。また晴れ風コインで寄付をした自治体

に対して、応援メッセージや思い出などを写真とともにサイト上に投稿したり、SNS 上で寄付したことを証明する「参加証明書」をシェアしたりすることも可能です。 <https://harekaze.kirin.co.jp/sakura/>

## ■ 2026 年寄付対象自治体一覧（桜の植樹・保全活動等に対する寄付）

全国 47 都道府県からそれぞれ 2 自治体（市区町村）を選定しました。

都道府県	自治体名	都道府県	自治体名	都道府県	自治体名	都道府県	自治体名	都道府県	自治体名	都道府県	自治体名	都道府県	自治体名
北海道	新ひだか町 千歳市	茨城	神栖市 日立市	新潟	上越市 見附市	静岡	磐田市 南伊豆町	奈良	吉野町 田原本町	徳島	つるぎ町 吉野川市	長崎	佐世保市 東彼杵町
青森	むつ市 青森市	栃木	真岡市 小山市	富山	高岡市 立山町	愛知	岡崎市 岩倉市	和歌山	すさみ町 古座川町	香川	三豊市 多度津町	熊本	水上村 水保市
岩手	陸前高田市 盛岡市	群馬	前橋市 館林市	石川	七尾市 白山市	三重	木曽岬町 名張市	鳥取	智頭町 琴浦町	愛媛	上島町 松山市	大分	津久見市 臼杵市
宮城	栗原市 柴田町	埼玉	飯能市 さいたま市	福井	勝山市 福井市	滋賀	大津市 湖南市	島根	雲南市 出雲市	高知	宿毛市 奈半利町	宮崎	西都市 新富町
秋田	秋田市 仙北市	千葉	松戸市 茂原市	山梨	北杜市 笛吹市	京都	八幡市 笠置町	岡山	新庄村 井原市	福岡	志免町 久留米市		鹿児島 奄美市
山形	南陽市 飯豊町	東京	目黒区 青梅市	長野	松川村 辰野町	大阪	柏原市 大阪狭山市	広島	庄原市 北広島町	佐賀	鹿島市 多久市	沖縄	本部町 うるま市
福島	喜多野市 田村市	神奈川	大井町 横浜市	岐阜	大垣市 可児市	兵庫	丹波篠山市 西宮市	山口	美祿市 田布施町				

## 【「桜 AI カメラ」について】

- ① スマートフォンで桜の写真を撮影すると、独自に開発した AI 技術で桜の健康状態や樹齢を判定します。
- ② 桜の写真と健康状態や樹齢のデータが、位置情報とともにデータベース上に集積されます。
- ③ 自治体専用ページを通じて、集まった写真やデータは、桜保全の担当者や樹木医の方々に閲覧・活用されます。

## ■「桜 AI カメラ」の AI 学習とアップデート内容

樹木医の協力のもと、約 5,000 件の学習データを用意し、画像内の桜を正確に認識するために領域判定（セグメンテーション）を実施。桜の樹形や樹勢、幹の太さや模様といった特長を抽出し、それらの特長データと診断結果をディープラーニングさせることで、桜の元気度や推定樹齢を判定できる AI を開発しました。2025 年には、多くの方々にご参加いただき、全国から約 2 万 6 千枚の桜の画像データが集まりました。2026 年は、樹木医の協力のもと、これらの画像データを追加学習させ、開花状態ごとの桜の特長データと診断結果をディープラーニングすることで、桜の元気度判定の精度をさらに高めるアップデートを行っています。

## <体験フロー>



## ■ 賛同企業も拡大、広がる支援の輪

日本の春を象徴する桜は、長年にわたり人々の暮らしや街の風景に寄り添ってきた存在である一方、近年では樹木の高齢化や管理負担の増加などにより、全国各地で保全の課題が顕在化しています。こうした状況を受け、桜を未来へつなぐためには、自治体や関係者のみならず、企業や生活者を含めた社会全体で支えていく取り組みが求められています。晴れ風は、2024 年の発売以来、日本の風物詩を未来へつなぐ活動「晴れ風 ACTION」を通じて、桜保全の取り組みを推進してきました。この取り組みに共感いただく企業も広がっており、新たに 6 社の賛同企業が参画します。賛同企業各社では、売上の一部を桜の保全活動へ寄付するなど、それぞれの事

業活動を通じた支援を実施します。企業の枠を越えた協働を通じて、日常の消費行動が桜の保全活動につながる仕組みを広げ、支援の輪をさらに拡大していきます。今後も「晴れ風 ACTION」は、企業や地域、生活者の皆さまとともに、日本の風物詩を守り、未来へつなぐ取り組みを継続していきます。

## ●賛同企業 コメント<sup>※4</sup>

### <東酒類株式会社>（東京都）

日本の美しい風景や風物詩を守ることは、人々が心からお酒を楽しみ、大切な人との時間に没頭できる基盤です。私たちは桜を次世代へ繋ぐ活動を通じ、単なる商品の提供を超えた「豊かな体験」の創出を目指しています。この挑戦は、人々の日常に彩りを添え、「もっと夢中になれる時間を創造する一番近くのパートナー」として、社会に貢献し続けるための大切な一歩であると確信しています。

### <株式会社英雄>（秋田県）

酒の英雄は秋田県産の地酒を有名ブランドから幻といわれるものまで県内随一の品揃えでお客様のニーズにお応えしております。この度のキリンビール「晴れ風 ACTION」が掲げる日本の風物詩や地域のつながりを未来へつなぐという取り組みは当社の「秋田のお客様と共に」という思いにもつながります。

1杯、1本の晴れ風で秋田、そして日本の風物詩や地域のつながりを未来へつないでいく本 ACTION に賛同し参加いたします。

### <桶谷ホールディングス>（奈良県）

桶谷ホールディングスは、お酒の専門店として奈良県吉野町にて1934年に創業しました。これまでもSDGsの取り組みの一環として、2023年にはボトルワールド OKとして吉野山の桜の保護に向けた寄付を実施し、奈良県水循環・森林・景観環境部長より目録を受領しております。また、会長・桶谷陸は有志にて、同地域の桜の保全活動に取り組んでおります。

今回、キリンビール「晴れ風 ACTION」としての桜の保全活動の支援先自治体に吉野町が選定されており、地域への貢献の想いが共通であることをきっかけに賛同させていただくに至りました。

### <株式会社カネサ藤原屋>（宮城県）

私たちカネサ藤原屋は、東北6県に支店・営業所を構え、地域の飲食店とともに季節行事や祭りを支えてきました。お酒文化と親和性の深い桜を守る晴れ風 ACTION に共感し、メーカー・酒販店・飲食店が手を取り合って地域貢献の輪を広げたい。風物詩の継承と観光資源の保全を通じ、業界の維持・発展と次世代の笑顔につなげます。

### <ビーズワンカンパニー株式会社（東京純豆腐）>（東京都）

私たち東京純豆腐は、「人の心と体を温め、日常に小さな豊かさを届けたい」という想いで店づくりを行っています。キリンビール「晴れ風 ACTION」が掲げる、日本の風物詩や地域のつながりを未来へつなぐという姿勢は、私たちが大切にしてきた“食を通じて人と地域を元気にする”考え方と深く重なります。一杯の晴れ風をきっかけに、店内にやさしい時間と前向きな循環が生まれることを願い、本アクションに賛同しました。

### <株式会社山田酒店>（岩手県）

お陰様で弊社は、本年、創業100周年を迎えることが出来ました。盛岡をはじめとした地域の皆様への御礼と感謝を込めて何か出来ないかと思い、本アクションに賛同させて頂きました。

※4 掲載順は50音順

## 【出演アーティスト詳細】

### ■ miwa



2010年大学在学中にデビュー。翌年発表した1stアルバム「guitarissimo」でアルバムチャート1位を獲得。2012年には「ヒカリヘ」が大ヒット、大学の卒業式と同時期に初の日本武道館公演を開催し、翌年にはNHK紅白歌合戦に初出場を果たす。昨年3月にデビュー15周年を迎え、ベストアルバム「miwa」をリリース。今年2月には、大阪・東京・愛知をまわるZeppツアー15th anniversary tour "miwa"を開催。

### ■レミオロメン



小中高の同級生である山梨県出身の3人によって、2000年12月6日に結成。2003年にデビューし、以降「3月9日」「粉雪」をはじめとする世代を超えて聴き歌い継がれる名曲をリリース。2005年3月9日、2ndアルバム「ether[エーテル]」のリリース日に、初の武道館公演を行う。2006年、地元山梨で行われた「SUMMER LIVE "STAND BY ME"」は、日本航空学園の滑走路にて約3万人を動員し行われ、地元はもちろんのこと、全国からファンが駆けつけ社会現象とも言えるライブとなった。同年には初の横浜アリーナ、2009年にはさいたまスーパーアリーナでのライブを成功させるなど、名実ともにトップアーティストとして活躍。2012年2月1日、活動休止を発表。2025年12月6日、活動再開を宣言し、15年ぶりとなる全国ツアー「レミオロメン Reunion Tour 2026」を3月9日より開催する。

### ■ THE FIRST TAKE (ザ・ファースト・テイク)

アーティストによる一発撮りのパフォーマンスを鮮明に切り取るYouTubeチャンネル。2019年11月15日開設、現在チャンネル登録者数は1,180万人（2026年2月24日時点）。

## 【晴れ風 ACTION 全国桜実態白書 2026】

### ■ 桜の経済波及効果推計<sup>※5</sup>

- 全国の桜による経済波及効果の総額は1兆5,199億円。その価値の消失は、文化的損失にとどまらず、地域経済における大きな経済効果の喪失につながりかねないことが明らかに。
- 2025年のお花見や桜観光実施者は延べ1億4,875万人。来訪者の支出総額は5,917億円、波及効果は9,192億円。
- 桜の維持管理や保全に関わる自治体の支出総額は35億円、これに伴う波及効果は55億円。

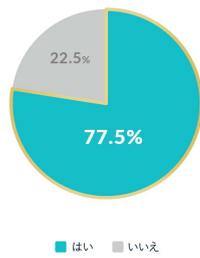
※5 各数値は推計値

### ■ 自治体調査

#### <桜の管理に関する課題>

- 自治体の77.5%が、近年桜の管理に課題を感じていることが明らかに。課題の理由としては、「桜の高齢化」（76.7%）が最も多く、次いで「自治体の財政負担」（59.0%）、「病害虫対策の負担」（47.6%）、「植え替え・更新コスト」（43.1%）が上位に。桜の高齢化が、管理負担の増大を引き起こしている実態が浮き彫りとなった。

Q: 近年、桜の管理に課題を感じていますか？



課題を感じる理由

1 桜の高齢化	76.7%
2 自治体の財政負担	59.0%
3 病害虫対策の負担	47.6%
4 植え替え・更新コスト	43.1%
5 人手不足	40.7%

## <桜の管理費用の高騰>

- 桜の管理費用は、過去 10 年で平均約 1.5 倍に高騰。桜一本における年間管理費用の平均は 52,986 円。※6  
※6 高騰幅の平均値、管理費用の金額に関しては推計値

## <高齢化状態にある桜の割合>

- 各自治体の認識から、現状植えられている桜のうち約 55%が、「高齢化状態（樹齢 60 歳程度）にある」と捉えられていることがわかった。一方で、38.2%の自治体が桜の健康状態を把握しきれていないと回答しており、桜の高齢化が進行する一方で、現状把握が十分に行き届いていない自治体も多いことが明らかになった。
- 各自治体の認識から、現状植えられている桜のうち約 40%が、「今すぐ対策が必要な状態にある」と捉えられていることがわかった。桜の対策の必要性について状況を把握できていない自治体も 37.8%存在しており、こちらも同様に、対策の必要性が高まる一方で、客観的な現状把握が十分に進んでいない実態が明らかになった。

Q: 現状植えられている桜の何割ほどが、高齢化状態(樹齢60歳程度)にあると感じますか？



Q: 現状植えられている桜の何割ほどが、今すぐに対策が必要な状態にあると感じますか？(高齢化以外の要因含む)



## <桜の老朽化や管理負担による支援の必要性>

- 桜の老朽化や管理負担を背景に、69.9%の自治体が市民や企業など外部からの支援が必要だと回答。支援内容としては、「資金援助」（65.7%）、「人材の確保」（60.7%）、「専門知識・技術支援」（47.0%）が上位となり、桜の維持管理が自治体単独では対応しきれない段階に入りつつあることが示された。

Q: どのような支援が必要ですか？

1 資金援助	65.7%
2 人材(ボランティア含む)の確保	60.7%
3 専門知識・技術支援	47.0%
4 制度的支援(補助金・交付金など)	28.8%
5 民間企業による支援	25.9%

## ■生活者調査

### <お花見への参加意欲>

- 2026年に「お花見をしたい」と回答した人は59.6%にのぼり、過半数が来春のお花見への参加意向を示している。お花見をしたい理由としては「景観を楽しみたい」（65.8%）、「春の風物詩を感じたい」（62.3%）が上位を占め、桜は季節性や視覚的体験と強く結びついた存在であることが示された。
- 記憶に残っているお花見や桜に関する思い出としては、「家族と一緒に見た思い出」27.6%が最も多く、「恋人やパートナーと一緒に見た思い出」18.2%、「友人と一緒に見た思い出」14.8%が続いた。

### <桜の思い出>

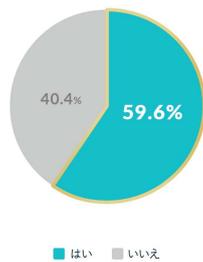
#### 家族との思い出

- 実家の近所にきれいな桜の並木道があり、年老いた母としんみり眺めて歩いたことを思い出します。
- 散歩コースに桜が沢山咲いている公園があり、子供を連れてよく出かけていました。

#### 友人との思い出

- 遠くに引っ越す友人とお酒だけ買って夜桜を見たのが一番の思い出です。
- 桜祭りがとても記憶に残っています。同僚とお酒やお弁当を食べたことも含めて良い思い出です。

Q:今年(2026年)にお花見をしたいと思っていますか?



Q:お花見をしたいと思う理由は何ですか?

1 景観を楽しみたい	65.8%
2 春の風物詩を感じたい	62.3%
3 季節の食や飲み物を楽しみたい	31.7%
4 思い出を作りたい	30.8%
5 旅行や観光を楽しみたい	24.7%

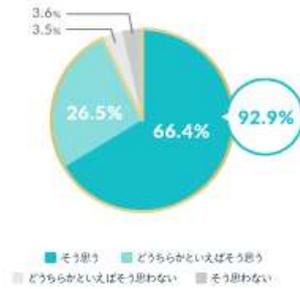
### <桜を取り巻く変化の認識>

- 近年の桜について、「桜の本数が減っていると思う」と回答した人は54.8%、「桜まつりの中止が増えていると思う」は43.9%に。また、「桜が高齢化していることを知っている」は68.0%、「桜の管理が困難になっていることを知っている」は61.0%、「桜の倒木が増えていると思う」は51.1%という結果となった。さらに、「継続的な管理が必要であることを知っている」は75.5%にのぼり、桜の維持には継続的な手入れが必要である認識が広まっていることが明らかになった。

### <桜を残したいという意識>

- 「今後も桜がなくなるはいらないほしい」と回答した人は、「そう思う」66.4%、「どちらかと言えばそう思う」26.5%を合わせて92.9%に達した。その理由としては、「日本の象徴だから」（69.9%）、「景観として価値がある」（66.9%）が上位に挙がり、桜が文化的・象徴的価値を持つ存在として認識されていることが示された。

Q:あなたは今後も桜が残り続けてほしい  
(無くならないで欲しい)と思いますか。



Q:残り続けて欲しいと思った理由は何ですか？

1 日本の象徴だと思う	69.9%
2 景観として価値があると思う	66.9%
3 風物詩として残ってほしい	59.6%
4 次世代(子ども)にも残したい	44.5%
5 地域や観光にとって価値があると思う	40.4%

## <桜を未来につなぐための協力意向>

- 桜を未来に繋いでいくために、「協力したいと思うことがある」と回答した人は全体の61.7%。協力したいこととしては、「イベントに参加する」(27.5%)、「寄付に協力する」(23.8%)が上位に。

Q:桜を未来に繋いでいくために  
「あなたが協力したいと思うこと」

1 イベントに参加する	27.5%
2 寄付に協力する	23.8%
3 手入れ(ボランティア)に参加する	17.3%
4 情報発信に協力する	13.0%
5 桜のデータ収集に協力する	11.6%

## ■ 調査概要<sup>※7</sup>

※7 いずれの調査も WEB にて集計

### <経済波及効果>

総務省統計局「統合大分類（37 部門）による経済波及効果の簡易計算ツール」（令和2年版）を使用し算出

参考データ：生活者調査、自治体調査の結果

### <生活者調査>

「桜に関する意識調査」

調査期間：2026/01/21~2026/02/06

性別：男女

年齢：10代~60代

地域：全国

回答数：800

### <自治体調査>

「桜に関するアンケート」

調査期間：2026/01/21~2026/02/06

調査対象：桜祭り運営団体、自治体

地域：全国

回答数：542