

香りで覚えて、
香りで帰ってくる。

富士宮・酒蔵の香りの旅

嗅ぐことを主役にした、感覚体験ツアー

東洋大学　佐野ゼミ　Dチーム

若者に
酒蔵に行く
理由がない課題

飲むことが前提の場が多く
未成年やお酒が飲めない人は入りにくい

試飲中心の体験では、関心が生まれにくい

酒蔵の魅力や背景が伝わりきっていない

選択肢が少なく、きっかけも見つけにくい



発想の転換：
「飲む」から「嗅ぐ」へ

香りは、**記憶や感情**に強く結びつく

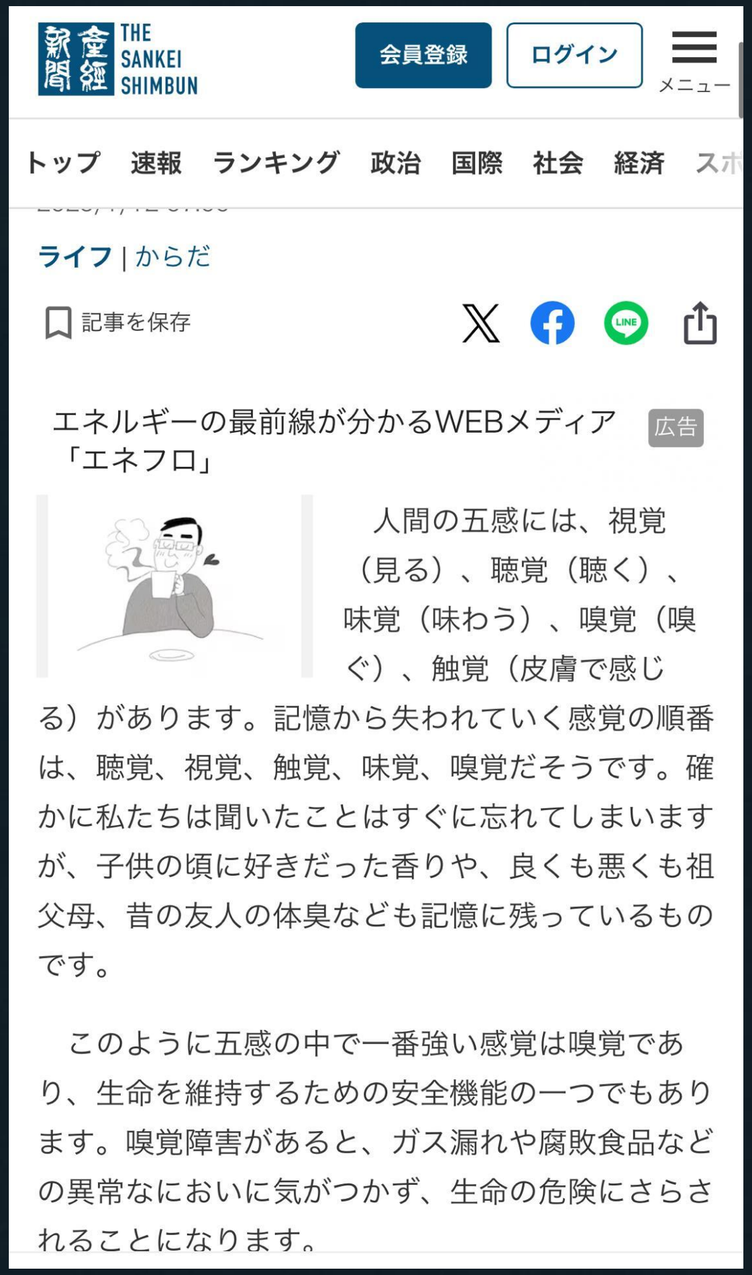
産経新聞コラムでも「香りは記憶や感情を鮮明に思い出させる」と紹介

日本酒が**飲めなくても、主役**になれる

嗅くことが主役だから、年齢やお酒の強さは関係ない

香りを軸にした、新しい酒蔵体験を提案

感性で楽しみ、記憶に残る酒蔵の旅へ



https://www.sankei.com/article/20250112-WLXHROTLPZOXBKL34QCSXDY3ZU/

なぜ富士宮か？

香りの旅の出発点は
富士山の湧き水

富士山が育む湧玉池の清らかな水
澄んだ水が、香りのすべてを支える

↓

その水が、米・麹・発酵をやさしく育てる
静かに、豊かな香りを生み出す

↓

酒蔵に息づく香りとして広がり
旅の記憶として、心に残る



4時間の香りの旅の流れ（湧玉池→酒蔵→飲食店）

ジャンボタクシーで、嗅ぐことを主役に巡る旅



湧玉池

富士の清らかな水と
自然の香りに出会う



酒 蔵

米・麹・発酵が生む
香りをじっくり嗅ぐ



飲食店

地元の食とお酒の
香りをゆっくり楽しむ



移 動

ジャンボタクシーで
快適に移動

移動も含めて、すべての時間が「香りを感じる」体験

①湧玉池
(香りと水の原点に触れる)

- 富士山の湧き水のピュアな空気と冷涼な透明度を体験。
- これからの香りの旅のベース（基準値）になる清らかな香りをインプット。



②酒蔵
(利き香ワークで没入)

- 温かい「蒸米の香り」や甘い「麹の香り」を小瓶で嗅ぎ比べ。
- 発酵のメカニズムに触れ、お酒が飲めない人や未成年でも夢中になれる体験。

③香りの持ち帰り＝記憶のスイッチ
(香りと水の原点に触れる)

- 今回のツアーの中の香りを「おみくじ」や「ガチャ」をしてもらい、持ち帰ってもらう。（匂いカード等）

- 家に帰ってからその匂いで記憶を呼び起こし、「蔵の人や富士宮の人とのつながりや旅の思い出、感動」を思い出すトリガーに。



④地元飲食店
（食×香り）

- 富士宮の食材や仕込み水を使ったドリンク等を楽しむ。

- 「さっきの香りが料理と合わせるとこうなるんだ！！」と五感を通して学びに。

再訪の仕掛け①

参加者の声から生まれる「共創型」の宿泊プランへ

①アンケートによるアイディアの回収

- 日帰りツアー終了後、LINE公式アカウントでアンケートを配信し実施。
- 「次回、どんな香りの体験や企画があったら楽しそう？」という参加者のリアルな声を募集する。

→

②自分のアイディアが形になる

- 集まった回答の中から実現できそうなものをピックアップし、実際にツアーとして企画化
- LINEで一斉通知することで、
  - ◆ 自分の案が採用された人→「自分の案が形になってる！！」という驚きと特別感
  - ◆ 他の回答した人→「この体験面白そう！！」という新たな興味

→

③日帰りから宿泊へのステップアップ

- LINEの通知の中で、参加者の声から生まれた体験と日帰りでは味わえない「朝の香り・夜の香り」も体感できる宿泊プランへとご案内

再訪の仕掛け②

蔵の人とまた会う約束



仕掛け：蔵の人との「また来るね」の約束

・日帰りツアーの最後に蔵の人やスタッフと「また来ます！！」と直接言葉を交わす。

・後日、公式LINEから「この前の体験した季節とは、また違う新しい香りになってきました、ぜひ来てください！！」と蔵人からの温かいメッセージを通知。

実現性① 交通手段と費用



乗り合いジャンボタクシーで

快適・効率的に移動

参加費 (想定)

4,000~5,000円

お一人あたり

協賛の力で

負担を軽減

旅の質をさらに向上

費用のイメージ

交通費 (タクシー利用) ＋ 体験料 (香りの体験) ＋ 飲食費 (協賛店舗で提供) ＝ 充実した体験を適正価格で提供

飲食店の協賛メリット

新規顧客との接点
将来の来店につながる

地域全体の活性化
酒蔵・店舗の相乗効果

ブランド価値の向上
地域を支える存在として

実現性② 日帰り実施から宿泊へ

まずは一度、日帰りツアーとして実施します
参加者の声をもとに必要な改善を重ね、
継続的に楽しめる取り組みへ育てていきます



01 → **02** → **03** → **04**

日帰りツアー実施

少人数で丁寧な体験を提供し、
反応や課題を把握します

参加者の声を収集・分析

感想や要望を整理し、
需要の大きさと改善点を明確にします

役場の助言を反映

地域との連携や運営面の助言を受け、
実施フローを最適化します

宿泊へ

参加者の声を基に、日帰りツアーとは違う体験を提供。

まとめ

新しさ・再訪・実現性の3基準で評価

新しさ
飲む中心から
嗅ぐ体験へ革新

再訪性
共創型宿泊プランや蔵の人との交流で
繰り返し訪れたくなる

実現性
乗り合い交通と協賛体制で
持続可能に運営できる

富士宮を、飲んだ記憶だけでなく、
香りで思い出せる場所にする。

