

1. 事業概要

1.1 目的

本事業は、欧米豪市場を中心とした、海外旅行には頻繁に行くが日本を旅行先として認知・意識していない層をターゲットとした情報発信「Enjoy my Japan グローバルキャンペーン」に対応した滞在コンテンツをDMOをはじめとする地域の関係者と連携して創出することを目的とした事業である。また、旅行商品として、2021年度に販売が見込まれる水準となるようコンテンツを造成することを目的とする。

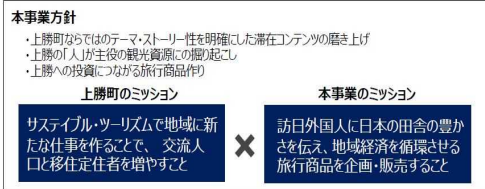
1.2 業務概要

- 事業名：徳島県勝浦郡上勝町における滞在型コンテンツ造成事業
- 事業対象：徳島県勝浦郡上勝町
- 連携先：（一社）イーストとくしま観光推進機構
- 期間：令和3年6月4日（金）から令和4年3月11日（金）
- 商品造成ターゲット：欧米豪のSDGsへの関心が高い層
- 活用する観光資源：SDGsを共通するテーマと捉え、同地域におけるSDGsに関連する「ゼロ・ウェストセンター」や彩事業の維持に関わりながら、日本の原風景を残す棚田や集落といった文化的景観を体験する、など。
- 高付加価値・地域ならではのコンテンツを造成するための方針



背景

徳島県勝浦郡上勝町においては、2003年に日本で初めてゼロ・ウェスト宣言をして「SDGs 未来都市」に選定されるなど、長年持続可能な地域づくりに取り組んでいる。しかしながら、同地域の豊富なSDGsに関わる観光素材を活用したインバウンド誘客や旅行消費額増加に繋がっていない等の課題がある。



1.3 事業内容及び事業工程

事業内容及び事業工程を以下に示す。

(1) 事前調査（市場ニーズ調査、現地調査）

（一社）イーストとくしま観光推進機構が有するデータや日本政府観光局（JNTO）及び国連世界観光機関（UNWTO）等の既存データ等を活用しつつ、海外のサステナブル・ツーリズムの商品動向について情報収集を行い、動向を取り纏めた。また、会議や事前アンケートならびに現地ヒアリングをもとに、「既存コンテンツ」「新規コンテンツ候補」を抽出し、外国人専門家とともに現状を視察。

(2) 滞在コンテンツの企画・開発（滞在コンテンツの選定/滞在コンテンツ企画・開発、受入環境及びその後の販売に対する助言ができる外国人専門家や外国人アドバイザー等を招聘するモニターツアー・検討会/滞在コンテンツの開発・磨き上げ/滞在コンテンツ企画・開発、受入環境及びその後の販売等に関する助言ができる旅行会社等を招聘するモニターツアー・検討会/滞在コンテンツの更なる磨き上げ）

本事業対象地域の特性を活かした滞在コンテンツの選定、磨き上げ等により、欧米豪のSDGsへの関心が高い層に訴求する付加価値が高い滞在コンテンツを企画・開発した。

(3) 滞在コンテンツの販売（販売戦略の策定/販売戦略の実施）

造成された滞在コンテンツの販売を、事業実施中1か月以上の販売期間を設けて実施し、開発・磨き上げられた各滞在コンテンツの販売にかかる内容を検討した。

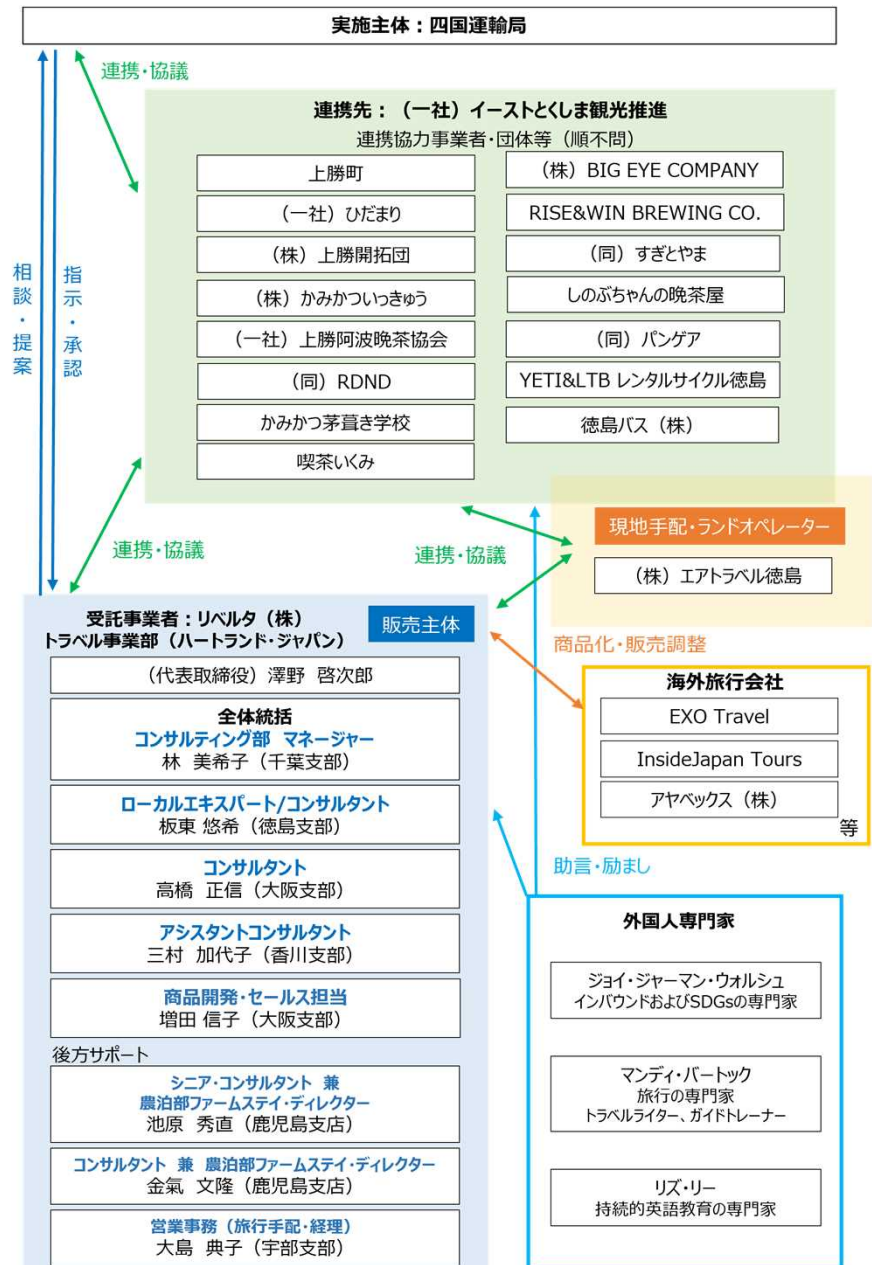
(4) 持続的な仕組みの検討（来年度以降のロードマップの作成）

販売状況を分析し、事業実施以降も維持・継続させていく仕組みの構築について、検討した。



1.4 実施体制及びコンテンツ造成にあたり協力を得た専門家について

本事業は以下の体制で実施した。また、コンテンツ造成にあたり協力を得た専門家は以下の通り。



2. 事前調査

実施時期：令和3年6月～8月

2.1 基礎調査（市場ニーズ調査）

(1) 概要

（一社）イーストとくしま観光推進機構が有するデータや日本政府観光局（JNTO）及び国連世界観光機関（UNWTO）等の既存データ等を活用しつつ、海外のサステナブル・ツーリズムの商品動向について情報収集を行い、動向を取りまとめた。

(2) 実施内容

①目的

上勝町ならびに徳島県のこれまでの来訪者や現状に加え、海外を含めた関連市場のトレンドを調査した上で、今後見込まれる来訪者の属性（ターゲット）やニーズを予測し、滞在コンテンツ造成に活用する。

②調査方法

統計データ等の収集・整理、ならびにインターネットを活用した海外市場のツアー商品リサーチ。
→キーワード検索：SDGs、サステナブル・ツーリズム、レスポンスブル・ツーリズム 等（英語検索）

③調査の成果と結果の整理

- ・滞在コンテンツの抽出や磨き上げに向けて、上勝町の強みを再確認できた。
→ストーリー性やキーワード：上勝町の基本であるゼロ・ウェイストを土台として、より身近なサステナビリティに着目した各コンテンツの磨き上げが重要。
→ターゲット：
 - 1)モダン・ラグジュアリー層
贅沢・消費型のクラシカル・ラグジュアリー層向け商品は不向き。モダンラグジュアリー層を視野に入れた高付加価値化がポイント。国籍・年齢ではなく、嗜好性に着目した商品設計が重要。
 - 2)親和性のある属性
AT層、ヴィーガン・ベジタリアン、リトリート、コロナ禍でサステナビリティを意識するようになった新規層
- 弱みの活用：ホスピタリティ面における「ない」という現状を弱みではなく強みとする。レスポンスブル・ツーリズムとしての磨き上げが重要。
- ・滞在コンテンツのみならず、コンテンツを組み合わせた旅行商品造成において重要なポイントを整理できた。
→二次交通：グリーンエネルギーを意識した交通手段がツアー商品全体の価値に大きく影響する。
→食：地産地消とヴィーガン・ベジタリアンを意識した磨き上げの重要性。日本国内では先進事例となるので、上勝町のブランディングにもつながる。

④調査結果の活用方法

本調査結果は海外市場のニーズやトレンドの参考データとし、後の現地調査（外国人専門家1名同行、7月実施）の調査結果とともに整理し、滞在コンテンツ造成における全体コンセプトの策定やモニターツアー実施に向けた磨き上げ、ならびにコンテンツを組み合わせたツアー造成に活用することとした。



調査の結果、海外のサステナブル・ツアー事例に一部見られた従来型の消費・贅沢タイプのラグジュアリー（高級ホテルへの宿泊や「豪華な食事等」）提供は上勝町の実情、ポテンシャルにそぐわない。そのため、世界的に拡大傾向の新型ラグジュアリー上層向けの指標を踏まえた商品造成が重要なポイントとなる。

2.2 現地調査

実施時期：令和3年7月25～28日（3泊4日）

(1) 概要

本事業参画事業者を中心として、6月25日実施のキックオフミーティングおよび事前に実施した事業者アンケートならびに現地でのヒアリングをもとに、「既存コンテンツ」「新規コンテンツ候補」を抽出し、外国人専門家1名とともに現状を視察。なお、現地調査の機会を活用し可能な限り観光資源を拾い上げるため、現時点では滞在型コンテンツや体験提供の実施段階にはない観光資源（あるいは受入を一時見合わせしている施設等）についても調査対象とした。

(2) 実施内容

①目的

上勝町ならではのインバウンド向け滞在型コンテンツ造成のための観光資源掘り起こしの機会として、現状を把握する。さらに、本調査結果は今後の滞在型コンテンツの絞り込み・磨き上げのための基礎資料として市場ニーズ調査結果とともに取りまとめ、以降の協議およびモニターツアー実施に向けて活用する。

②調査結果の活用方法

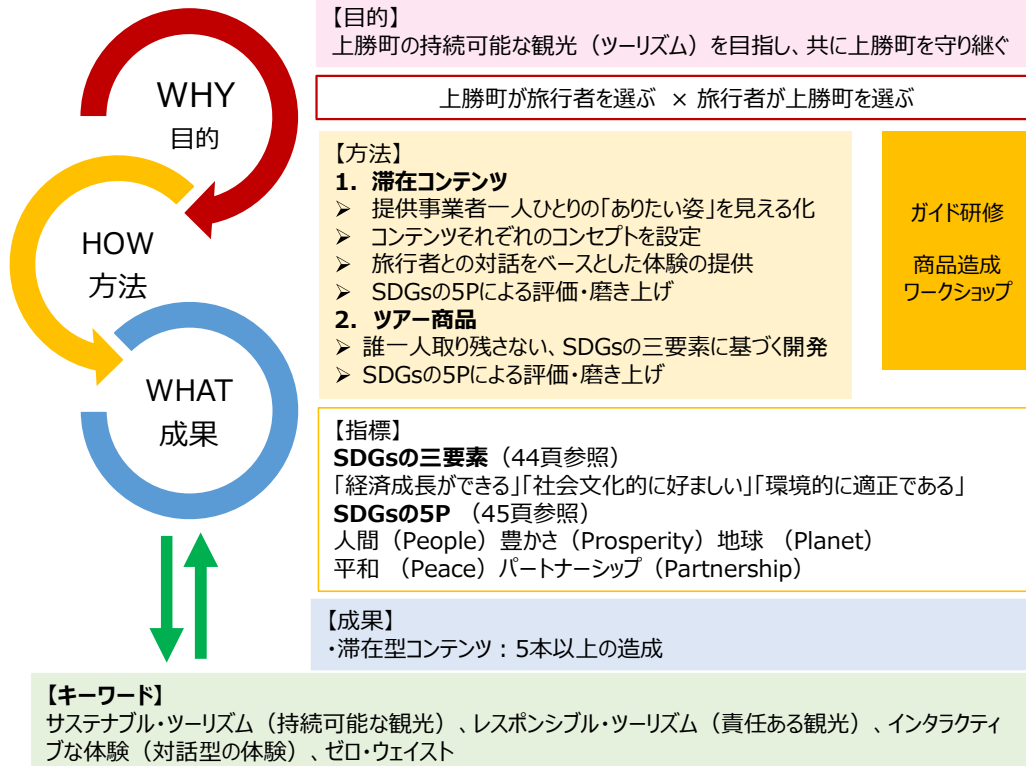
- 本調査結果を参画事業者に共有し、モニターツアーに向けての準備や磨き上げに活用する。なお、改善や磨き上げに時間のかかる内容については、対応時期についても検討。
- モニターツアー（10月実施）には準備段階であっても、試験的な改善対応で検証
 - 旅行会社招請ファミツアー（12月実施）に照準をあて、その時期までの対応を目指す
 - 最終の商品化のタイミングで対応 等

(3) 調査まとめ

	まとめ
外国人専門家の評価について	現状のレベルは高いが、後少しの改善（追加）でコンテンツの価値、上勝町のブランディング力をより高められる。
送迎について	商品化に向けては徳島空港・駅～上勝町への移動、および上勝町内移動について二次交通手配が必要不可欠なため、モニターツアーでの二次交通検証が必要かつ重要であるとの結論に至った。
ガイド人材について	上勝町におけるコンテンツ造成については、旅行者への特別な「お客様対応」ではなく、ありのままの暮らしぶりや人の魅力を見せる・体験や交流してもらうことが本質であるが、受入に際しガイドやコンテンツ提供者が果たす役割は重要と考えられる。
食事について	訪日外国人への食事提供については、統計データを見ても重要ポイントでもあり、特に上勝町の滞在中の食環境整備は、テーマから見ても重要であると考えられる。

3. 滞在コンテンツの企画・開発

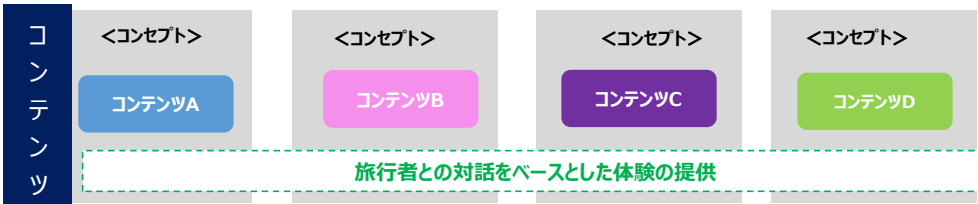
3.1 企画・開発の方向性



3.2 コンテンツとツアーの定義

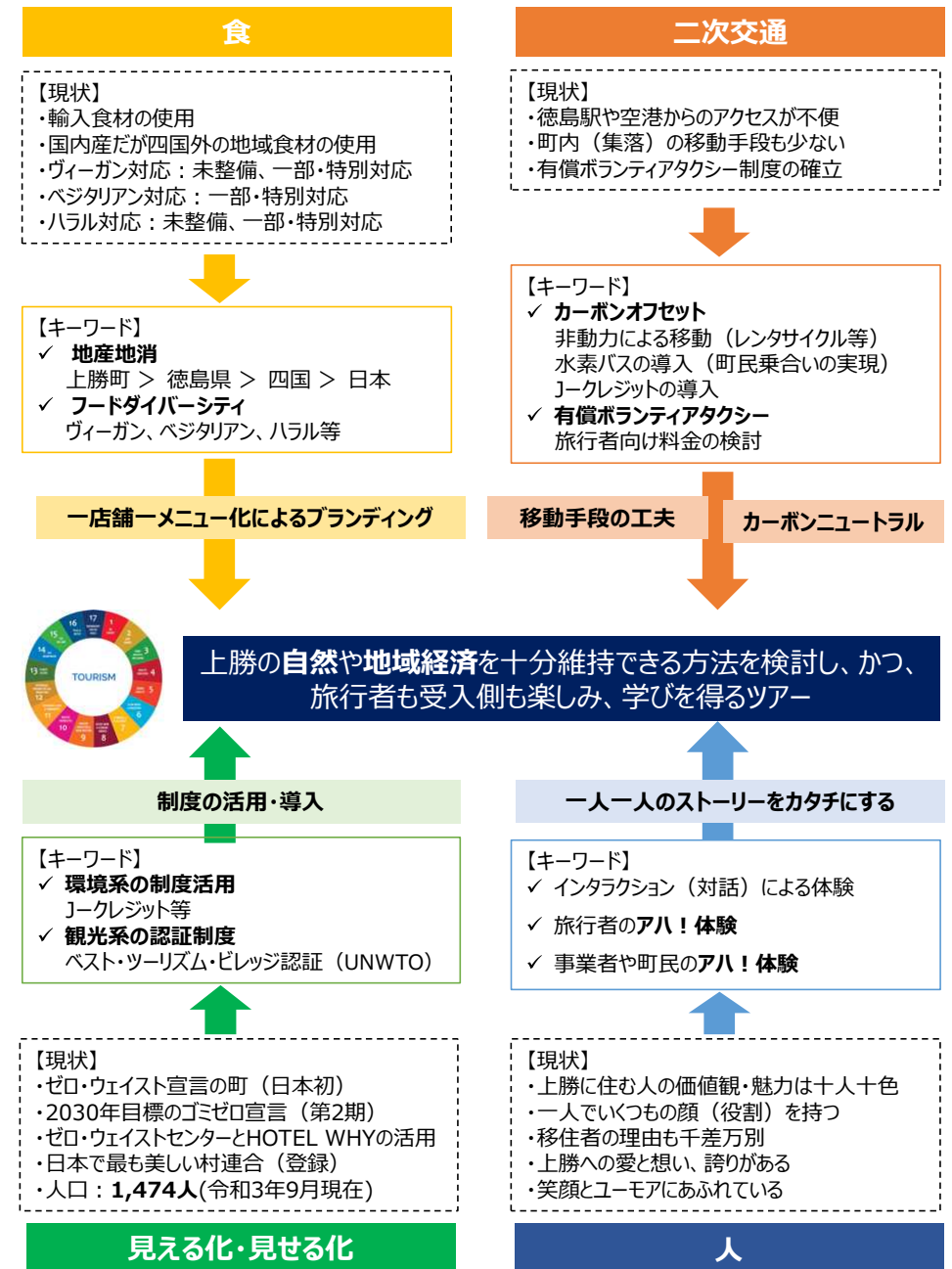
本事業では、コンテンツとツアーを以下のように定義した。

- コンテンツ：体験の提供（移動や食事を含む場合あり）→旅行業登録：不要
- ツアー：コンテンツ、食事、宿泊、移動（交通手段）を含むトータル滞在プラン→旅行業登録：必要



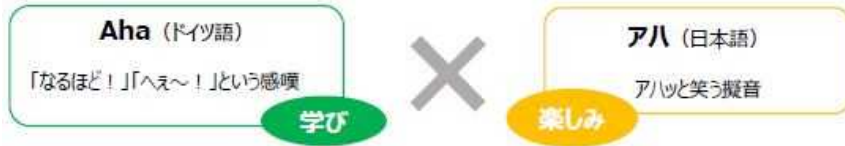
3.3 ツアー造成における重点要素

「ニーズ調査」ならびに「現地調査」の結果から、上勝町のサステナブル・ツアー（体験コンテンツを含む全体行程）造成においては、次の4要素が重要であると考えた。



3.4 コンセプトの策定

WHYから始まる、ゼロ・ウェイストの上勝アハ！体験
～上勝を彩る人と暮らしの交流体験～



※アハ！体験
ドイツの心理学者カール・ビューラーが提唱した心理学上の概念で、ドイツ語では「Aha-Erlebnis」。「Aha」とは「なるほど!」「へえ～!」という感動詞、「Erlebnis」は「経験や体験」を意味する。
今まで全くできなかったことや理解できなかったことが突然できるようになる、ひらめき体験により、一気に問題解決に導かれポジティブな感情が引き起こる。物事をよく考え学ぶこと、リラックスすることはアハ！体験の第一段階として重要なプロセスであると考えられる。

上勝町における滞在型コンテンツの付加価値とは？

＞ 「共に良く考え、学ぶ」

旅行者：なぜ、上勝町に来たのか？
受入側：なぜ、旅行者を迎え入れるのか？
旅行者：なぜ、上勝町はゼロ・ウェイストに取り組んでいるのか？
受入側：なぜ、私はゼロ・ウェイストに取り組んでいるのか？

過疎と高齢化による上勝の伝統的な暮らし方の衰退や後継者不足など、上勝での体験コンテンツを通じて、上勝の課題と向き合い、上勝の人と旅行者との対話から、それぞれが十人十色の答え（種）を持ち帰っていく。

＞ ゼロ・ウェイストで暮らしを彩る、暮らしぶり

無駄やゴミ、浪費をなくす「ごみを出さない」社会を目指す街全体の取り組みや、上勝の暮らしの端々で見られる資源の活用、暮らしの彩り方が旅行者への刺激となる。

＞ 「人」の魅力：十人十色の価値観に触れる

上勝に暮らす人々の十人十色の価値観、上勝の暮らしぶり、生き方に触れ、そこでの体験や交流が旅行者それぞれの価値観（社会観、人生観）への刺激となる。

自分なりの旅の答え（上勝アハ！体験の種）を持ち帰り、価値観が変わる、人生の洗濯に影響するなど、新しい生き方への一助となることを滞在コンテンツ提供価値とする。

「上勝アハ！体験」の種が芽を出すのは、いつかわからない。
上勝滞在中のこともあれば、その他の日本旅行中かもしれない。
あるいは、帰国後しばらく経ってから、何年も先のこともかもしれない・・・

しかし、上勝で撒いた種がいつか海の向こうで芽吹くことは、上勝にとってのサステナブル・ツアーの本質であると考ええる。

3.5 滞在コンテンツの選定

現地調査の結果や受け入れ状況をもとに、下記11のコンテンツを選定。10月実施のモニターツアー以降の磨き上げ対象とした。

この中から、コンテンツの磨き上げについて次の条件を定め、10月のモニターツアーに向けて11の体験や観光資源を対象コンテンツとして選定した。

- (選定条件)
- 受け入れへの意欲があり、負担が少ないこと
 - 提供場所の立地的に、移動に無理がないこと
 - サステナブルの観点から、磨き上げによる効果が期待できるもの
 - 選定コンテンツ全体のバランスが取れており、類似していないこと

現地調査			モニターツアー	
対象	評価	対象		
1 上勝町ゼロ・ウェイストセンター	5	1 上勝町ゼロ・ウェイストセンター		
2 いろどり山周辺散策 (栗っぽビジネスとバイオマス)	6	2 いろどり山周辺散策 (栗っぽビジネスとバイオマス) + つまもの収穫と飾り付け体験		
3 山犬獣トレッキングと榎原の棚田	6	3 山犬獣トレッキングと榎原の棚田		
4 昔の暮らし体験(のぼさん)	4	4 昔の暮らし体験(のぼさん)		
5 かみかつ茅葺き学校	4	5 かみかつ茅葺き学校		
6 ローカル・ブルワリー見学とBBQランチ	6	6 ローカル・ブルワリー見学とBBQランチ		
7 リユースショップ「ひだまり」訪問	6	7 リユースショップ「ひだまり」訪問		
8 正木ダム・SUP体験	6	8 正木ダム・SUP体験		
9 上勝阿波晩茶 (飲み比べと茶擦り道具見学)	5	9 上勝阿波晩茶 (出張飲み比べ体験)		
10 集落を結ぶ道「赤線」を歩く	5	10 集落を結ぶ道「赤線」を歩く		
11 慈眼寺 (穴禅定・休止中)	5	-	→受入中止のため見送り	
12 高丸山トレッキング	4	-	→移動手段、テーマ性 (現状でもエコロジーや教育要素が強く、他トレッキングと比較して磨き上げの必要性が少ない)	
13 Bar IRORI (視察時：情報提供のみ)	-	11 Bar IRORI		
14 INOWプログラム (ヒアリング)	-	-	→短期滞在への対応について、検討依頼	
追加：バンガアでの体験 (野々山氏) *繁忙期で未調査	-	-	→繁忙期で対応が難しいため、調整中	
追加：KINOF藍染ワークショップ ((同) すぎとやま)	-	-	→10月モニターツアー日程の調整がつかず	

※評価スコア：視察・体験・ヒアリング後の評価 (ジョイ氏)

- 6.非常に高い・素晴らしい
- 5.完璧ではないが素晴らしい
- 4.可能性がある・修正が必要
- 3.平均レベル・特別なことはない
- 2.平均以下・修正が必要
- 1.不快である・採用すべきでない

3.6 その他の要素について

滞在コンテンツのほか、旅行商品の構成要素として次の3要素についても検証・磨き上げの対象とした。

①二次交通

二次交通については、新規で2つの交通手段を検証することとした。

対象	
1	上勝町ボランティアタクシー
2	レンタサイクル：事業者要検討

②宿泊施設

現地調査では視察のみ（宿泊せず）であった2施設を宿泊先として追加。農家民宿わかっについては、状況的に今後の受け入れ・改善対応が難しいため対象外とした。

現地調査		10月モニターツアー	
対象	評価	対象	
1	HOTEL WHY	-	1 HOTEL WHY
2	グランピング Base Camp	-	2 グランピング Base Camp
3	月ヶ谷温泉 月の宿	5	3 月ヶ谷温泉 月の宿
4	農家民宿わかっ	2	- →受入中止のため見送り

③食事

食事については現地調査で視察した4店舗に加え、1店舗を追加した。

現地調査		10月モニターツアー	
対象	評価	対象	
1	カフェ・ポールスター	5	1 カフェ・ポールスター
2	RISE&WIN	6	2 RISE&WIN
3	月ヶ谷温泉 月の宿	6	3 月ヶ谷温泉 月の宿
4	喫茶 いくみ	5	4 喫茶 いくみ
		-	5 グランピング Base Camp/Bar IRORI

【ヴィーガン対応について】

カフェ・ポールスター：ヴィーガン対応メニューあり（予約不要）

RISE&WIN：ヴィーガン対応あり（要事前相談）

月ヶ谷温泉 月の宿：ヴィーガン対応あり（要事前予約）

グランピング Base Camp：ヴィーガン対応あり（要事前相談）

3.7 滞在コンテンツの磨き上げ

人・食・二次交通・体験コンテンツ・宿、いずれについても今回の外国人専門家の評価をもとに、下記の対応を進めた。

- ①ファミツアー実施までに改善が可能な事項
各事業と協議の上、旅行会社招請に向けて改善策を協議した。
- ②ファミツアー実施までに改善が難しい事項
商品化までの改善を目指し、かつ、旅行会社招請時には現状を説明。

また、今回は旅行会社招請ファミツアーであり、今回の外国人専門家とは立場と視点も異なる。そのため、今回のアドバイスや課題解決策に対し想定とは異なる意見や評価となる可能性も十分に考えられる。ツアーの商品化ならびに効果的な販路形成につなげるべく、ファミツアー行程については旅行会社のニーズを踏まえ、下記のポイントを押さえ、実施する。

【ファミ行程のポイント】

- ・滞在型コンテンツ：一部簡略・短縮版で提供し、より多くのコンテンツ候補を視察・評価する
今回のモニターツアーで視察できなかったKINOFも追加調整
- ・宿泊施設：1泊ごとに変え、宿泊できない施設については極力視察時間をとる
- ・食事場所：可能な限り、多くの店舗を回るように調整
11月29日実施のフードダイバーシティ研修の実施状況から、反映できる事があれば対応
- ・二次交通：有償ボランティアタクシー、e-bikeに加え、徳島駅から上勝町までの移動は水素バスを検証
→水素バス：徳島県庁の担当者にも同行いただき、水素バス導入の背景を説明いただく。
→e-bike：単なる町内移動ではなく、上勝町内をめぐるとして検証

対象	協議内容
1 上勝町ゼロ・ウェイストセンター	・英語でのスタディアの対応に個人のストーリーを盛り込む
2 いろどり山周辺散策（葉っぱビジネスとバイオマス）+つまもの収穫と飾り付け体験	・夕食時のいろどりの量の調整（減らす）と、プラパッケージを使わず提供する
3 山犬嶽トレッキングと榎原の棚田	・外国人旅行者のニーズを踏まえ、金比羅宮を回るルートを検証する（展望岩を含む）
4 昔の暮らし体験（のぼさん）	・のぼさんの工房訪問にて、昔の暮らしの説明を聞いたり、ものづくりの様子を見学する
5 かみかつ茅葺き学校	・ものづくり体験をなくし、のんびりと交流を楽しむ内容とする
6 ローカル・ブルワリー見学とBBQランチ	・英語対応によるブルワリーのガイド ・e-bikeでの移動ではなく有償ボランティアタクシーで移動し、試飲まで体験してもらう
7 リュースショップ「ひだまり」訪問	・販売に向けた体験内容の再検討（ファミツアー時は時間短縮のため、サンプルでさわり織を一機動かし、少しずつ体験してもらう）、受入人数や体験の流れについての確認
8 正木ダム・SUP体験とクリーンアップ	・販売に向けた体験内容と条件確認 ・クリーンアップを有料コンテンツとして体験いただくための内容調整 ・ゴミ引受け、ゼロ・ウェイストセンターへの持ち込み方法について
9 上勝阿波晩茶（飲み比べと茶擦り道具見学）	・実施場所を変えての検証（ゼロ・ウェイストセンター） ・ツアー初日、冒頭でウェルカム的に体験提供する
- ※集落を結ぶ道「赤線」を歩く（説明）	・商品化に向けての課題 安全管理と人員配置、参加条件、催行条件、赤線保全活動維持への投資の仕組みづくり等
10 ※Bar IRORI（説明・店舗視察）	・定休日のため体験できないが、視察とメニュー説明をいただく
11 e-bikeツアー	・上勝町内巡りとして、滝やダム湖をめぐるガイド付きツアーとして検証
既存 INOWプログラム（説明・意見交換）	・ファミツアー最終日の商品会議に参加し、招請旅行会社それぞれへ直接INOWプログラムの説明、意見交換をしていただく
追加 KINOF藍染プログラム（説明）	・販売に向けた体験内容と条件確認 藍染体験（価格、最少・最大催行人数、実施時期、手仕事等）

3.8 モニターツアー・ファムツアーの実施

3.8.1 モニターツアーの開催

10月14日～17日の日程でモニターツアーを開催した。モニターツアーには外国人有識者が参加し、専門的な観点より課題点を抽出した。また初日にはガイドトレーニングを実施した。

モニターツアー実施目的
 基礎調査及び現地調査を踏まえて滞在につながる体験コンテンツの磨き上げ(第一段階)と提供を行い、課題を抽出する。外国人専門家のフィードバックならびに提供事業者側の状況を鑑み、さらなる磨き上げ(第二段階)の方向性を模索する。

3.8.2 モニターツアー結果：モニターより以下のような意見を収集し、各コンテンツの解決策を検討した。

- ◎旅行者向けのボランティアタクシーのさらなる応用の可能性、上勝阿波晩茶とその他のビジネス、またくるくるワークショップ製品と他のビジネスとのコラボによるメリット、HOTEL WHYと月ヶ谷温泉が上勝のゼロ・ウェイト商品とサービスを宣伝する中心として機能する方法等。
- ◎上勝の総合的な観光案内所があって、そこに立ち寄って地域のことを質問したり、地元のアクティビティを紹介してもらったり、スタッフが直接、体験やレストランの予約を手伝ってくれたりすると良いと思う。
- ◎訪問先で英語の通訳を提供する必要がある。有料のゲストを迎えるときに苦勞しないようにする必要がある。統計や工程の説明が重要な場所では、英語の資料を用意する必要がある。また、有料のゲストには、どのようなスケジュールで、どのように準備をすればいいのかを、頻繁に思い出してもらいたい。ツアーリーダーは常に、タイミング、準備(アクティビティに必要な服や靴、トイレの有無など)、予測されることについて、ゲストやクライアントに最新情報を伝えなくてはならない。これは特に安全面で重要である。ゲストがアクティビティの準備ができていて感じることは非常に重要なことだ。緊急時にガイドとのコミュニケーションが取れないと、せっかくのアクティビティも楽しめない。

→磨き上げの例

- SUP体験に加え、陸でのクリーンアップを組み込む。
- 基本説明事項は事前にゲストに伝わる仕組みを検討(ギブアウェイ等)
- WHY(なぜ上勝?)を案内に大きく取り入れる。
- プロジェクト活用により冒頭に映像を流し、上勝阿波晩茶及び生産者への理解につなげる工夫。
- 各観光資源における英語による案内書面の用意
- 池添氏自身が写真を使い、上勝に来たストーリーや上勝での暮らしぶりを伝える
- ガイドがいなくても食材がゲストに伝わる工夫



写真 モニターツアーの様子

モニターツアー行程表

日時		行程	
10月14日 木曜日	11:05	12:05	JR徳島駅に集合、上勝町有償ボランティアタクシーで上勝町へ移動
	12:05	12:45	いきゅう茶屋にて各自昼食
	12:45	12:50	徒歩にて上勝町ゼロ・ウェイトセンターへ移動
	13:00	15:30	ファンリレーション型ガイド研修(ワークショップ) 於：上勝町ゼロ・ウェイトセンター 交流ホール
	15:50	17:00	HOTEL WHY チェックイン及びスタディツアー(施設、センターの取組説明)
	18:10	18:25	喫茶いくみへ送迎(上勝町有償ボランティアタクシー)
	18:25	21:10	喫茶いくみにて夕食(焼肉・湯豆腐・ハーブサイズカレー・ばんチャイ)
	21:10	21:20	HOTEL WHYへ送迎(上勝町有償ボランティアタクシー)
		宿泊(外国人アドバイザー)：ゼロ・ウェイトアクションホテル“HOTEL WHY” 宿泊(リベルタスタッフ)：月ヶ谷温泉 月の宿	
10月15日 金曜日			各自部屋にて朝食(但しサンドイッチは持ち出してSUP上にて)
	6:45	7:00	HOTEL WHYより正木ダムへ
	7:00	9:00	正木ダム モーニングSUP
	9:00	9:15	正木ダムよりHOTEL WHYへ
	10:00	10:40	HOTEL WHY チェックアウト 45分別体験
	10:55	11:10	レンタルe-bike*にて出発 RISE&WIN BREWING CO. BBQ&GENERAL STOREへ 到着後、店舗の沿革・取組の説明を受けその後昼食
	12:45	13:30	レンタルe-bike*にて出発 ゼロ・ウェイトセンター眺望ポイントを経てRISE&WIN BREWING CO. KAMIKATZ STONEWALL HILL(醸造所)へ 到着後、施設見学
	15:05	15:40	レンタルe-bike*にて出発 上勝開拓団 BASE CAMPへ 到着後ウェルカムドリンク(阿波晩茶) その後、チェックイン(グランピング) 巻き割り・風呂焚き体験等
18:00	20:40	上勝開拓団 Bar IRORI にてアラカトの夕食	
		宿泊(外国人アドバイザー・リベルタスタッフ)：上勝開拓団 グランピング Base Camp 宿泊(リベルタスタッフ)：月ヶ谷温泉 月の宿	
10月16日 土曜日	7:00	8:00	朝食
	8:10	10:00	早朝赤線*トレッキング体験へ
	10:15	12:00	BarIRORIスペースにて「しのぶちゃんの晩茶屋」による上勝阿波晩茶の説明と飲み比べ体験
	12:00	12:15	レンタルe-bike*にて出発 月ヶ谷温泉 月の宿へ
	12:15	13:30	月ヶ谷温泉 月の宿にて昼食
	13:30	13:45	レンタルe-bike*にて出発 (一社)ひだまり運営のくるくる工房へ 到着後、さりを織り体験、店内見学、出品作家との交流
	16:10	16:40	レンタルe-bike*にて出発 月ヶ谷温泉 月の宿へ、到着後いどり体験といどり山散策 その後チェックイン
	18:30	20:30	月ヶ谷温泉 月の宿にて夕食(つまもの飾りつけ体験付)
		宿泊(外国人アドバイザー・リベルタスタッフ)：月ヶ谷温泉 月の宿	
10月17日 日曜日	7:00	7:50	朝食
	8:10	8:35	山犬嶽登山口へ出発(事業者無料送迎)
	8:40	11:00	山犬嶽トレッキング(準備体操、途中休憩時上勝阿波晩茶・ゆこうチーズケーキ付き、終了時のヨガを取り入れたクールダウン)
	11:05	11:30	月ヶ谷温泉 月の宿へ(事業者無料送迎)
	12:00	13:00	カフェ・ポールスターにて昼食
	13:10	13:30	昼食後、上勝町八重地地区へ(上勝町有償ボランティアタクシー)
	13:30	16:00	到着後、駐車場より徒歩にて八重地集落を散策しながら八重地花野邸(かみかつ茅葺き学校)へのぼさんによるミニ草履づくりのワークショップ、石臼によるコーヒー豆挽、囲炉裏でのヨモギ餅焼体験
	16:10		徳島駅、徳島阿波おどり空港へ出発
	17:35	JR徳島駅着	
	18:00	徳島阿波おどり空港着 解散	
		モニターツアー終了	

*e-bike(E-バイク) スポーツバイクに電動アシストユニットを取り付けた自転車
 *赤線 上勝町では集落と集落を結ぶ山中の道、生活路を赤線と呼ぶ

3.8.3 ファムツアーの開催

12月6日～9日の日程でファミツアーを開催した。ファミツアーには海外に販路を有する旅行会社の担当者等が参加し、専門的な観点より課題点を抽出した。実施に際し、インフォメーションバック（旅のしおり）を英語で作成し、招請者に事前配布した。また最終日には商品開発会議を開催し、現地ランドオペレーターを交えて個別協議にて販路としての可能性やターゲット等についての意見交換を行った。具体的な商品像を模索した。

ファミツアー実施目的

これまでの実施業務をもとに、上勝町のサステナブル・ツアー商品化に向けた招請旅行会社各社のターゲット像を明確にし、実際の商品に反映させる。また、招請旅行会社との協議を通じ、上勝町のコンセプトを土台とする持続可能な商品造成を行う。

3.8.4 招請者の評価

- ◎ 上勝の場合、アクセスのし易さと英語ガイドの有無が最重要課題だ。特に英語ガイドは、FITのお客様に上勝を紹介する際に必要。団体客にとって一番ネックなのは、観光地までの道が狭く、マイクロバスでの移動が難しい点だ。
- ◎ 上勝は幅広い魅力を持っている。もちろん、サステナビリティに関心のある方にも魅力的だが、自転車やハイキングができる自然環境や、日本の他の地域で問題になっているようなオーバーツーリズムに悩まされることなく、「小さな町」を体験できることも大きな魅力である。徳島空港または駅からの移動を含むロジスティクスを構築する必要がある。どのアクティビティにも英語でのガイドが必要。通訳ガイドさえいれば、他の問題点は解決できる。
- ◎ 実際の日常生活にはサステナブルなライフスタイルに取り組んで成功したところの話が一番重要。

→商品化への検討例磨き上げの例

- SUP：安全管理について確認し、体制を整えてから実施時期について調整。クリーンアップのみの体験についても、上勝らしい体験コンテンツとして商品化を検討。回収時の分類ルールについて再検討。
- RISE&WIN：上勝に来たストーリーや上勝での暮らしぶりを直接、写真などを使って伝える。
- BarIRORIほか：ヴィーガン、ベジタリアン対応：無理のない範囲でリクエスト



写真 ファムツアーの様子

ファミツアー行程

【ファミツアー行程のポイント】

- ・滞在型コンテンツ：一部簡略・短縮版で提供し、より多くのコンテンツ候補を視察・評価した
今回のモニターツアーで視察できなかったKINOFも追加
- ・宿泊施設：1泊ごとに替え、宿泊できない施設については極力視察時間を確保
- ・食事場所：可能な限り、多くの店舗を回るように調整
11月29日実施のフードダイバーシティ研修の実施状況より、反映できる点があれば反映
- ・二次交通：有償ボランティアタクシー、e-bikeに加え、徳島駅から上勝町までの移動は水素バスを検証
→徳島県庁の担当者にも同行いただき、水素バス導入の背景を説明いただいた

【行程表】

日程	時間	行程	移動手段
12月6日 月曜日	8:55	10:15 羽田発徳島行 ANA281 →飛行機組はリムジンバスで徳島駅へ	
	10:20	10:48 リムジンバス 徳島空港発→徳島駅前着	
	10:55	徳島駅集合	
	11:00	12:00 水素バスで上勝へ	水素バス
	12:00	13:00 昼食@いっきゅう茶屋	
	13:30	15:00 上勝阿波晩茶飲み比べ&フリーフィング@ゼロ・ウエストセンター交流ホール	---
	15:10	16:10 くるくる工房視察	---
	16:15	17:00 HOTEL WHY チェックイン (スタディーツアー)	---
	18:10	18:25 喫茶いくみへ送迎 (ボランティアタクシー (以下、VT))	
	18:30	20:30 夕食@喫茶いくみ	VT
20:30	20:45 HOTEL WHYへ送迎 (VT)		
12月7日 火曜日		朝食	---
	8:30	9:00 HOTEL WHY 分別体験→チェックアウト	---
	9:00	11:30 e-bikeで滝めぐり 灌頂ヶ滝→雄淵	
	11:30	12:00 雄淵からカフェ・ボールスターへ移動	
	12:00	12:45 昼食@カフェ・ボールスター	
	13:00	14:00 上勝開拓団視察 赤線トレイル (説明のみ) Bar IRORI (説明のみ)	E-bike
	14:30	16:00 のぼさん工房見学	
	16:30	月ヶ谷温泉チェックイン	
	18:00	20:00 夕食@月ヶ谷温泉	---
	7:30	朝食@月ヶ谷温泉	---
12月8日 水曜日	9:00	10:00 すぎとやま (KINOFと藍染体験の説明)	---
	10:15	11:00 RISE&WIN集合→正木ダムモーニングSUP現地見学+クリーンアップ	
	11:00	11:15 RISE&WINへ移動	
	11:30	14:00 RISE&WIN + STONEWALL HILL フルワイヤー見学+ランチ	
	14:30	16:00 八重地花野邸視察 八重地散策+囲炉裏で石臼挽きコーヒー	VT
	16:30	農家民宿山挨拶チェックイン	
	18:30	20:30 夕食@農家民宿山挨拶	
12月9日 木曜日	7:00	朝食@農家民宿山挨拶	VT
	8:30	9:30 いろどり山&バイオマス紹介ツアー@月ヶ谷温泉	
	9:30	12:30 山犬嶽トレッキング	
	12:30	13:30 昼食@月ヶ谷温泉	---
	14:00	15:30 商品開発会議+INOWプログラムプレゼン @福原ふれあいセンター	---
	16:00	17:30 上勝町有償ボランティアタクシーで徳島駅へ	
	17:45	18:15 上勝町有償ボランティアタクシーで徳島空港へ	VT
19:20	20:35 徳島発→羽田行		

4. 検討会の実施

本事業において、3回の検討会並びにファミツアー中の商品開発会議を開催し、事業の中間と最終には全体報告を行った。

	検討会日程			
	時間	場所	参加人数	概要
第1回検討会	令和3年6月25日(金) 13:30~15:30	上勝町ゼロ・ウェイトセンター、オンライン	会場19名 オンライン9名	上勝町役場ならびに協力予定の事業者を対象に事前アンケートを実施し、課題や希望、事前質問をとりまとめた上で本事業全体の概要説明を行った。
第2回検討会	令和3年10月1日(金) 14:00~16:00	オンライン	25名	ニーズ調査と現地調査の結果を踏まえ、今後の商品造成と販売に向けての方針や上勝らしいコンセプトの提案ならびに協議を行った。
中間報告会	令和3年11月24日(水) 10:00~11:00	オンライン	19名	本事業の中間報告として、現地調査からの観光資源抽出・滞在コンテンツの選定、モニターツアーに向けた磨き上げまでの一連の業務をまとめながら説明し、今後の取り組みについての提案ならびに協議を行った。
商品開発会議	令和3年12月9日(木) 13:30~15:30	上勝町福原ふれあいセンター	16名	ファミツアーの最終日に設定され、招請旅行会社3社それぞれの得意とする顧客層・売り方・商品設計についてヒアリングし、具体的な商品内容や価格設計への参考にするとともに、販売形成に向けての協議を行った。
第3回検討会	令和4年1月12日(水) 13:30~15:30	上勝町ゼロ・ウェイトセンター、オンライン	会場16名 オンライン6名	ファミツアーで抽出された課題や旅行会社のニーズを踏まえ、上勝町側の状況や意向を考慮したターゲット像の再設定について協議し、中長期ビジョンでのロードマップ作成に向けての課題や展望など、意見交換を行った。
最終報告会	令和4年3月3日(水) 13:30~15:30	オンライン	27名	体験コンテンツ造成の進捗度ならびに販売状況の報告が行われた。また、上勝町ロードマップの説明と質疑応答の後、事業全体の総括が行われた。

5. ガイドトレーニングの実施

(1)実施概要

10月のモニターツアー日程に合わせ、以下の内容で実施した。

場所：上勝町ゼロ・ウェイトセンター交流ホール

日時：10月14日木曜日 13:00-15:30

参加者：26名

■研修内容：

- 当プロジェクトのコンセプトの共通理解。
- ワークを中心として、ファシリテーション型のガイドにおける対話や傾聴スキルの習得。
- 上勝町の理想的なツアー造成のためのアイデア出しと共有。

■研修の「目的・目標」：

目的：

- 共通コンセプトを実現する手段としてのファシリテーション型ガイドに必要なスキルの理解。
- モニターツアー参加の外国人専門家、上勝の方がどういったマインドを持っているかを理解してもらう。
- 普段知っている人同士の新しい側面を知る。
- 今の上勝の暮らしを住民の方がどう考えているかを知る。

目標：

- ファシリテーション型のガイドングのワークを実施し、参加者のアイスブレイクを促す。
- モニターツアー招請の外国人専門家を「評価者」として見るのではなく、「個人」の側面を知り、距離を縮める。

■研修の「結果」：

- ワークショップを通じて、ファシリテーション型ガイドに必要な「会話」のスキルを学んだ。
- 参加者同士で議題に沿って意見交換をすることにより、自分たちの考える理想の旅の形を共有することができた。

■研修の「問題・改善点」：

問題：

- 限られた時間での実施（事業内で1回）だったため、参加者全員が十分に満足する結果とはならなかった。1回の実施時間としては長く、かつ、内容や目標への到達としては足りない。

改善点：

- 町全体の問題や方針に関わるテーマであるため、本事業の範囲としてのみ取り扱うのではなく、中長期の視点から次年度以降もワークショップやガイド育成の機会を設け、継続的に磨き上げていく必要がある。
- 本ワークショップの参加対象者が中心となり、今後のワークショップやガイド研修を実施していくことが理想。

(2)実施成果と課題

成果：

- 上勝町内の事業者がコンテンツ提供者として参加することで、ガイドに求められる対話の重要性を知る機会となり、ガイドングの基盤づくりができた。

課題：

- 現実的には、インバウンド旅行者に対応できるガイド育成には至っておらず、今後のガイド育成の機会創出が求められる。

6. 滞在コンテンツの販売

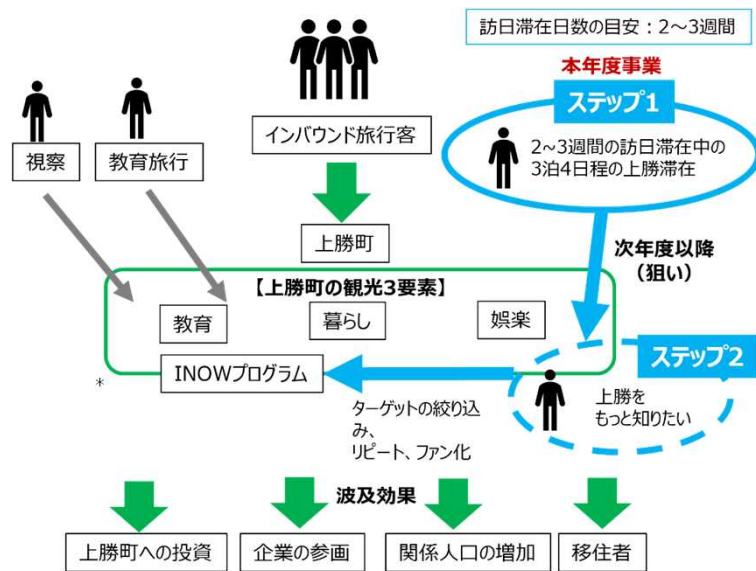
6.1 販売戦略の策定

前章までの結果ならびに地域の実情を踏まえ、下記の中期戦略で本年度内の販売開始を目指すこととなった。

6.2 販売ビジョン

「上勝町が旅行者を選ぶ」×「旅行者が上勝町を選ぶ」

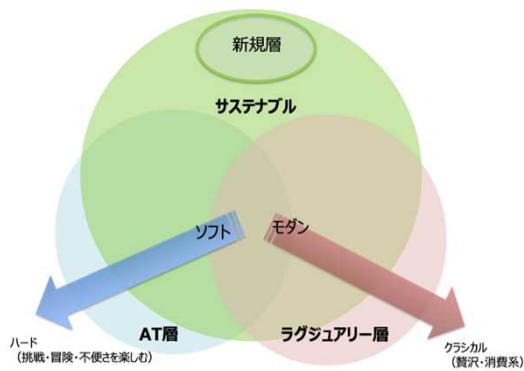
旅行者は“お客様対応”ではなく交流や対話を求め、受入側は上勝の何を持ち帰ってもらいたいかを描き自分自身を楽しむ



* INOWプログラムとは
上勝の人と一緒に過ごし、一緒に暮らし、長期滞在を通じてゲストに地域に溶け込んでもらうプログラム

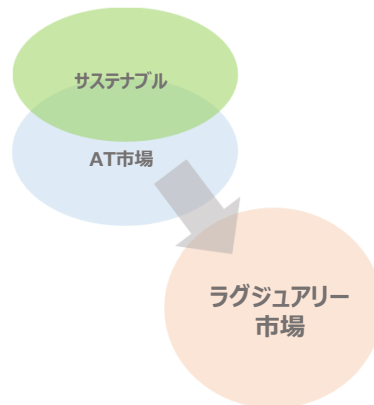
6.3 ターゲットのセグメント

欧米豪市場を基本とし、国籍よりも志向性を重視



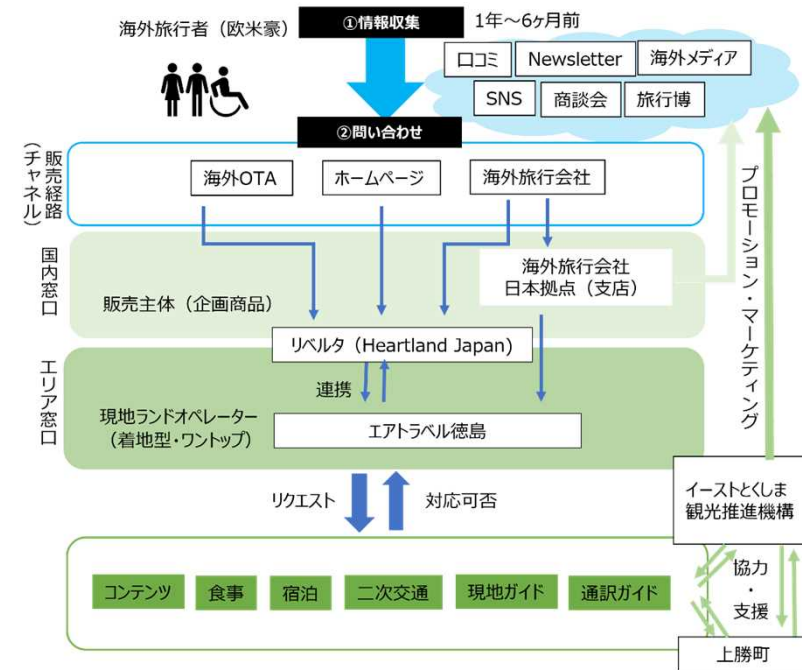
6.4 販路形成

適切かつ段階的な市場へのセールス
AT市場からラグジュアリー市場へ



6.5 販売戦略の実施補助

前項の戦略実行に向けて、下記の協力体制・役割分担のもと、本年度の販売に向けての商品最終化に着手した。



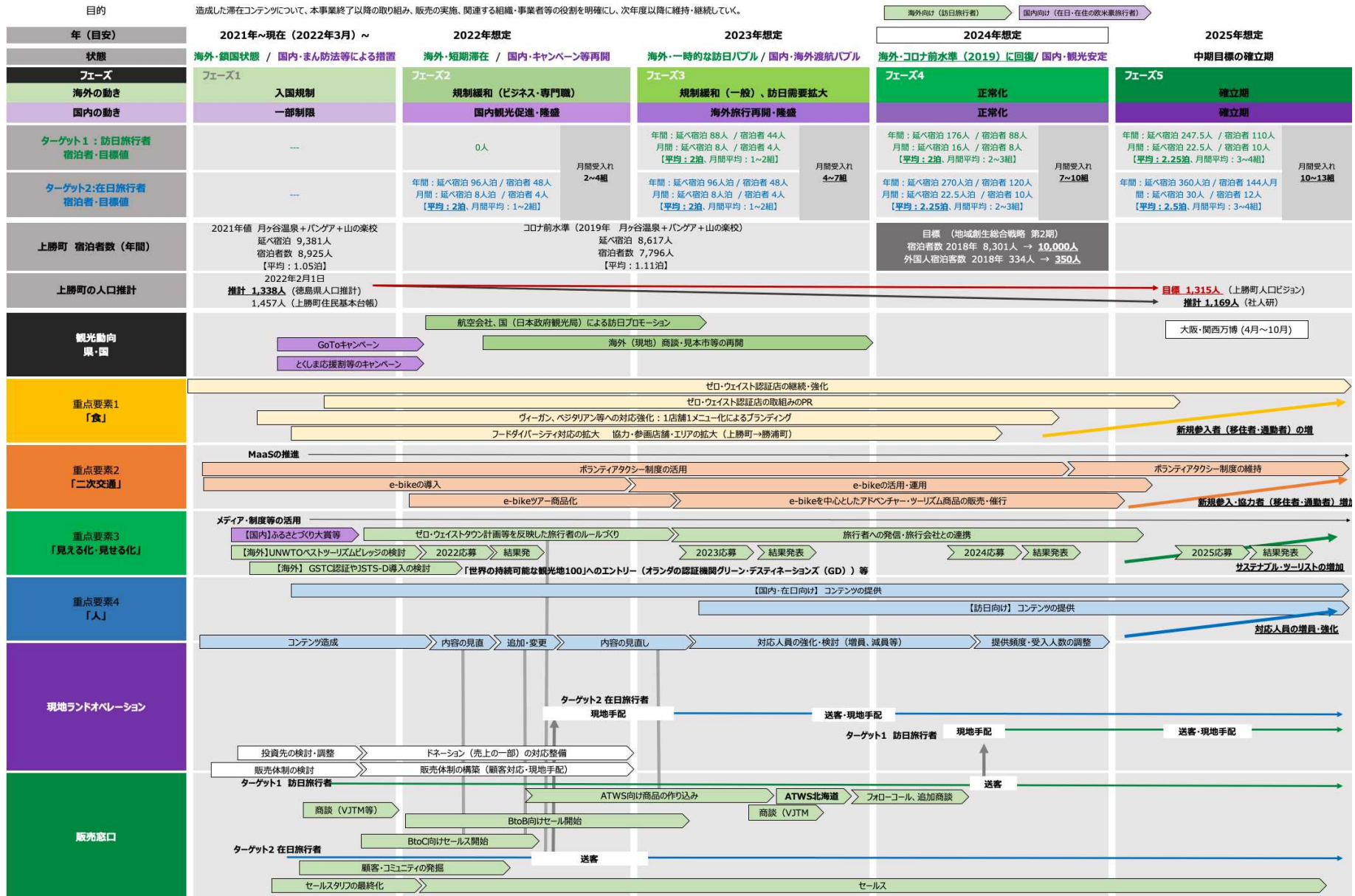
商品造成ならびに販売状況は以下の通りである。

No.	対象コンテンツ	商品化	販売開始時期	販売方法
1	上勝町ゼロ・ウェストセンター スタディツアー	○	3月	リベルタ(株) 自社旅行ブランド「Heartland Japan」 ホームページにて販売
2	いろどり山周辺散策 (葉っぱビジネスとバイオマス) + つまもの収穫と飾り付け体験	○	2月8日～	
3	山犬嶽トレッキングと榎原の棚田	○	2月8日～	
4	昔の暮らし体験(のぼさん)	○	3月	
5	かみかつ茅葺き学校	○	2月8日～	
6	ローカル・ブルワリー見学とBBQランチ	○	2月8日～	
7	リユースショップ「ひだまり」	○	3月	
8	正木ダム・SUP体験とクリーンアップ	○	3月	
9	しのぶちゃんの上勝阿波晩茶	○	2月8日～	
10	集落を結ぶ道「赤線」を歩く	○	3月	
11	Bar IRORI	○	3月	
12	KINOF藍染プログラム	○	3月	
13	e-bikeツアー	○	3月	

7. 持続可能な仕組みの検討

これまでの実施業務から抽出された課題や地域の可能性を整理し、以下のように上勝町の持続可能なインバウンド観光の実現に向けたロードマップを作成し、関係者間にて中期ビジョンを共有した。

上勝町ロードマップ



8. 本事業成果

8.1 事業KPIに対する成果

アウトプットは滞在コンテンツ造成数5本の目標に対し、5本完成。1ヶ月の以上の販売期間を設け、販売中である。また、本年度内の販売開始予定にて、8本の滞在コンテンツの最終商品化に取り組んでいる。

さらに、アウトカムとして、滞在コンテンツを組み込んだモデルツアー商品3本についても、本年度内の販売開始に向けて最終商品化に取り組んでいる。

No.	項目	内容	事業KPI	定量成果	
1	アウトプット	滞在コンテンツ造成数	5本 本年度内	完成・販売中	5本
				造成・販売準備中	8本
2	アウトカム	モデルツアー商品造成数	なし 本年度内	完成・販売中	0本
				造成・販売準備中	3本

8.2 その他の成果

前項に加え、各業務より得た成果は下記の通りである。

No.	項目	定量成果	定性成果と課題、改善・提案
1	ガイド育成に向けたワークショップ(実施回数)	1回	【定性成果】 コンテンツ提供事業者を対象にガイド育成の基盤となるワークショップを実施し、インバウンド旅行者向けのインタラクション(対話)の重要性や他コンテンツを互いに知り、上勝の全体像を理解し伝えていくことの必要性について共通認識するとともに、上勝が求める旅行者像についての意見交換を通じてインバウンド観光受入の方向性を共有する場づくりができた。
2	検討会・報告会等		【定性成果】 3回の検討会ならびに2回の全体報告会を開催。第一回検討会は上勝町ならびに協力事業者等計8団体(連携先DMO・受託事業者を除く)から始まり、本事業最終段階ではその数は計17団体まで広がった。各回において積極的な協議が行われ、連携体制の構築に繋がった。
	検討会の開催(実施回数)	3回	
	全体報告会	2回	
3	参画・協力団体(参画数)	17団体	【成果】 ・段階的な磨き上げ 現地調査からモニターツアー、ファミツアーへと3段階の検証を行い、観光資源の掘り起こしや新規協力者の発掘、課題をもとに見せ方や提供方法を変える ・商品化に向けた市場ニーズの検証 ファミツアー招請旅行会社が得意とするターゲットや商品形態があり、上勝町側が求める旅行者像や受入負担とのギャップも明確となった。販路形成においても海外旅行会社やランドオペレーター側の特性を踏まえ、段階的に進めていく必要性を確認できた。
	① 現地調査(実施回数)	1回	
	② モニターツアー(実施回数)	1回	
4	③ ファミツアー(実施回数)	1回	【成果】 サステナビリティに着目して、国籍や年齢ではなく嗜好性に着目してコンテンツを造成できた。 コロナ禍でサステナビリティを意識するようになった新規層も想定。
	販売戦略やターゲット設定		

造成されたコンテンツシートの一例

山犬嶽トレッキングツアー(徳島県上勝町)

事業実施前に地域が抱えていた課題


苔の名所だがアクセスが悪く駐車スペースも狭い。地元の人が魅力に気づいておらず、来訪者へのアピールが不足している。

課題解決に向けた打ち手

周辺宿泊施設から送迎車を出すことでアクセスの問題と駐車スペースの問題を解決した。休憩時に苔の名所で阿波晩茶をたて、上勝町の銘菓・特産品とともに振る舞うことで、高付加価値化を図る。他の登山者が少ない時間帯や、より写真映えするルート設定を模索する。

コンテンツを活かした商品概要

- 概要 山頂の苔の形が、山犬が口を開いたような形であることから名付けられた「山犬苔」には、日本有数の規模を誇る水苔の森と巨石群が織りなす幻想的な空間が広がっています。自然を存分に満喫した後、地産地消のウチと温泉でリラックス。上勝の魅力を五感で楽しむトレッキングツアー。
- 料金 12,600円～
- 対応言語 英語
- 所要時間 4時間～4時間半



上勝阿波晩茶飲み比べ体験(徳島県上勝町)

事業実施前に地域が抱えていた課題


個々の生産者が自分たちで楽しむ分だけ茶葉を作っており、上勝阿波晩茶についてインバウンドに向けて一体となったPRが不足している。

課題解決に向けた打ち手

数種のお茶を用いて、晩茶ノムリエ的な演出による高付加価値化を模索。(例)複数の生産者から茶葉を確保し、来訪者に飲み比べ体験(試飲・解説)の場を提供する。阿波晩茶及び生産者への理解を高める映像を制作した。今後、映像の英語対応(字幕等)も考慮に入れる。

コンテンツを活かした商品概要

- 概要 世界的にも珍しい「京産製茶のお茶」「上勝阿波晩茶」。貴重なお茶づくりの方法(4国の重要無形民俗文化財)にも指定されました。作る年、作る人によって風味や味が変わるお茶数種の飲み比べ体験。
- 料金 7,100円～
- 対応言語 英語
- 所要時間 2時間



8.3 造成されたコンテンツ

造成されたコンテンツの一例を以下に列挙する。

NO	エリア	新規	パッション	コンテンツの名称	概要	高付加価値・地域ならではのポイント
1	上勝町	✓	Tradition, Nature, Art, Gastronomy	～上勝発・日本の食文化を楽しむ～ ～ いろどり山散策というどり体験付 きディナー	食を飾る色とりどりの葉は上勝の特産品のひとつであり、日本人の美意識から生まれた文化の一つです。 上勝の葉は「いろどり」ブランドとして販売され、日本全国の料亭でその価値が認められています。季節の葉や花、山菜などを収穫し、出荷・販売する。高齢者がパソコンを使って生き生きと働けるこのビジネスモデルは、全国からも注目されています。 上勝ならではの産業を知り、食膳をアート感覚で彩り五感で楽しめる体験です。	<ul style="list-style-type: none"> ➢ いろどりの葉っぱから上勝の産業を学ぶ ➢ いろどりの葉っぱ収穫と飾り付け体験がセットになった宿泊者限定の特別体験 ➢ 徳島に伝わる、小さな手提げ重箱「遊山箱」を使った特別な夕食膳
2	上勝町	✓	Nature, Outdoor, Relaxation	～苔の秘境でリラクゼーション～ 山 犬嶽トレッキングツアー	山頂の岩石の形が、山犬が口を開いたような形であることから名付けられた「山犬嶽」には、日本有数の規模を誇る水苔の森と巨石群が織りなす幻想的な空間が広がっています。かつては修験道の行場でもあり、呑むす谷に点在する三三三四国八十八ヶ所の石仏も見どころの一つ。山中にはかつての居住地跡があり、登山口まで広がる美しい棚田の数々。上勝の人と自然との共存を感じられる神秘的なエリアです。 自然を存分に満喫した後は、月ヶ谷温泉で地産地消のランチと温泉でリラックス。上勝の魅力を五感で楽しむトレッキングツアーです。	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 苔の名所が持つ自然の美しさと感動を提供 ➢ かつての暮らしの痕跡を辿る ➢ 森林ヨガでリラックス&クールダウン ➢ トレッキング後は地元食材のランチと温泉でリフレッシュ
3	上勝町	✓	Tradition, Nature, Relaxation	～山の恵みと集落の伝統的な暮らしの 伝承～ 八重地花野邸・里山 体験ツアー	上勝の奥地にある八重地集落。ここには、日本の原風景が広がっています。山あい広がる美しい棚田や、田んぼの脇を流れる水の音。夕方になれば民家から新風呂の煙がのぼり、今も昔も変わらない人々の暮らしが肌で感じられます。 棚田を見下ろす高台に建つ茅葺きの花野邸は、地元素材と地元で伝わる技術で復元された貴重な古民家です。集落の保存に取り組む人々と輪になって囲炉裏を囲み談笑したり、石臼でコーヒーを轆いたり、お餅を焼いたり…。ただただ縁側に腰掛けて、何もせずゆっくり棚田を眺めるのもおすすめです。八重地集落で、ゆったりと心温まる時間をお過ごしください。	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 茅葺きの民家から眺める、今も昔も変わらない八重地の美しい棚田。 ➢ 「何もしない」という贅沢を楽しめる、とにかくゆったりとした時間が流れる場所。 ➢ 石臼でコーヒーを挽くのも一苦労、古道具を通して、昔の日本の暮らしを体感できます。
4	上勝町	✓	Nature, Gastronomy, Art	～ゼロ・ウェイストをとことん楽しむ～ 地産地消のクラフトビールRISE & WIN プルワリー見学とBBQランチツ アー	上勝の玄関口にたたずみ、上勝に来る人をお迎えするベンガラ色のユニークな建物『RISE&WIN BREWING CO. BBQ & GENERAL STORE』。 ここでは、上勝のクラフトビールや地元食材を使ったBBQ料理が楽しめるだけでなく、よく見ると建物の建材一つ一つにも上勝のストーリーがあります。上勝在住の明るいスタッフとの交流を通じて、上勝でのリアルな暮らしについても知ることできるでしょう。お腹が満たされた後は、ゼロ・ウェイストなクラフトビールの醸造所へ。インディゴブルーが目を魅くプルワリーで、ゼロ・ウェイストな上勝のクラフトビールづくりを学ぶことができます。	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 上勝でのリアルな暮らしぶりやゼロ・ウェイストの実践について、ランチタイムにスタッフから直接聞くことができます。 ➢ 建物にも注目！ 昼食をいただくRISE&WIN店舗とビール醸造所STONEWALL HILLは建築物としても非常に美しく、上勝のストーリーに溢れています。 ➢ ビール作りへの理念と情熱を感じ、学び、テイastingが楽しめる貴重な見学ツアーです。
5	上勝町	✓	Tradition, Nature, Gastronomy	～上勝の伝統的なお茶づくりを後世へ～ しのぶちゃんの上勝阿波晩茶飲み比べ 体験	世界でも珍しい乳酸発酵のお茶「上勝阿波晩茶」。独特の香りと爽やかな酸味が特徴の黄金色のお茶は、代々自家用として上勝の地に伝えられてきました。その製法は独特で、茶摘みから袋詰めまで、工程のほとんど全てが手作業です。作る年によっても、作り人によっても風味や味が変わり、千差万別のお茶が生まれます。 この貴重なお茶づくりの方法は、国の重要無形民俗文化財にも指定されました。後継者不足に直面しながらも、この伝統を後世につないでいこうと、しのぶちゃんをはじめ生産に関わる人たちが上勝阿波晩茶の保存や普及に取り組んでいます。	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 世界でも珍しい、乳酸発酵により作られる上勝阿波晩茶の飲み比べ体験 ➢ 上勝では日常で飲まれているお茶を通して、上勝の文化や生活に触れてもらう ➢ しのぶちゃんセレクトで、市場に流通されていない貴重な上勝阿波晩茶もテイasting