

※本資料に記載のアクションプランは文化庁への申請書に記載した内容で、あくまで現時点での想定されるものです。ACE プログラムの対象事業として認められたものではなく、自走化戦略策定の過程において変更となる可能性があります。

## (参考) アクションプラン詳細

### I. Momentum Makers of ARITA -有田革新者-

#### (1) プロジェクト体制 (ARITA イノベーションチーム) の確立

##### ・自走化戦略策定及びプロジェクトチーム運営事業

プロジェクトの持続的・自律的な展開を目指し、その礎となる「自走化戦略」の策定と、戦略推進に向けたプロジェクトチームの運営（謝金・旅費支払い等）を行う。

自走化戦略策定にあたっては、対象地域における現状課題の把握、対象地域のニーズの把握及び統計データ等の分析を通じて、地域が直面する構造的な課題を再整理し、プロジェクトの目指すべき姿の具体化やターゲット整理を行うとともに、令和11年度までのアクションプランをまとめる。

また、自走化戦略だけでなく、九州陶磁文化館の文化観光ハブ拠点化のための拠点整備計画や、インバウンドの受入環境を整えるためのデジタル導入計画についても併せて策定する。

実施想定期間：R7 自走化戦略策定、チーム運営

R8～R11 戦略進捗把握・分析、チーム運営

#### (2) 効果測定調査

##### ・人流データによる効果分析事業

事業の即時的な効果検証および継続的な改善を着実に推進するため、人流データ・モニタリングツール「お出かけウォッチャー（訪日版）」を活用し、旅行者の国籍別や県内外の導線、滞在時間等を多角的に把握・分析できる環境を整備する。

効果検証および改善策の検討にあたっては、ARITA イノベーションチームの連携体制のもと、収集された人流データを適切に共有・分析し、その結果をフィードバックとして迅速に活用する仕組みを構築する。これにより、自走化戦略を、状況に応じて柔軟かつ実証的に調整していく。

実施想定期間：R7～R11

## 2. The Living Museum ARITA Project -生きたミュージアム ARITA-

### (1) 佐賀県立九州陶磁文化館のデスティネーション化・文化観光ハブ拠点化

#### ・九州陶磁文化館のデスティネーション化・文化観光ハブ拠点化改修事業

佐賀県立九州陶磁文化館を、日本随一の陶磁器専門ミュージアムとして、一層の展示魅力化を図ることで、国内外の観光客が“ここを目的に旅をする”文化観光拠点へ進化させる。

併せて、文化観光ハブ機能を付加することにより、「陶磁器文化のゲートウェイ」として、周遊へつなげていくための改修を行う。

実施想定期間：R7 拠点整備計画策定

R8 整備計画、設計、エントランス（観光機能）先行工事

R9～R11 展示室工事

### (2) ARITA を肌で感じるエリアプランディング

#### ア. 九陶から繋がる文化体験コンテンツ造成・受入環境の向上

#### ・コンテンツ造成・受入環境整備補助事業

佐賀の陶磁器を活用した体験型コンテンツの造成（ハード面の整備を含む）および受入環境の向上を図る取り組みに対し、事業者等に補助制度を提供する。

#### 《補助対象例》

体験コンテンツ：窯元の工房の一部を改修し、特別な体験コンテンツを造成

受入環境整備：古民家改修による宿泊施設やレストラン整備、2次交通整備等

補助要件として、①インバウンドの利便性を向上させるキャッシュレス決済の導入や②Wi-Fi 環境の整備、さらには③自走化に向けた複数年計画等を設定する。

さらに、単なる経済的支援にとどまらず、補助対象者が自走化を目指す過程で、クリエイターやデザイナー等のアドバイザーを派遣し、具体的な助言や伴走型の支援を提供する。

実施想定期間：R8～R9 ※R10、R11 の実施については調整中

#### ・デジタルガイド導入事業

有田町に点在する陶磁器文化関連の観光資源（窯元、体験型施設、歴史的建造物等）を対象に、誰もがアクセス可能な多言語対応デジタルガイドを整備し、国内外の来訪者の体験価値向上を図る。

加えて、各スポットの歴史的背景や文化的魅力を、視覚・聴覚両面から体感できるコンテンツを実装。例えば、歴史的施設においては陶磁器づくりにまつわる当時の音や風景を再現し、来訪者が「耳で味わう有田文化」を体験できる仕組みとする。

さらに、各窯元では各職人自らが語るガイド音声を収録し、技術的特色や制作へのこだわりをデジタルで伝える。

実施想定時期：R8～R11

#### ・多言語ガイド確保・育成事業（FIT 向け）

地域と旅行者の“架け橋”として価値を創出する多言語ガイド（FIT 向け、高付加価値旅行者向け）を確保し、研修等による育成を実施する。

多言語ガイドについては、町歩きや九州陶磁文化館との連携を想定している。

実施想定時期：R8～R9

### イ. 地域 DMO・DMC・事業者等の自走化支援

#### ・佐賀県観光事業者対応力強化事業（エリアフォーラム等の開催）

地域 DMO ならびに地域 DMC 及び地域の観光関連事業者等を対象とした富裕層旅行市場に関するセミナーや事業者を含む地域住民対象のエリアフォーラムを開催し、受け入れ体制の強化や機運の醸成を図る。

実施想定時期：R7～R10

#### ・地域 DMO・DMC の多言語人材の確保・育成事業

ARITA をハブとした文化体験を取り扱い、周辺地域内のヤド・ウリ・アシ・ヒト等を一括手配する地域 DMC または DMO に、問い合わせ窓口となる多言語人材を配置し、自走化支援を実施。

実施想定時期：R9～R11

・地域 DMO・DMC 等のオンライン予約環境支援事業

地域 DMO・DMC 等が導入する多言語対応のオンライン予約システムの整備を通じて、インバウンド旅行者をはじめとする来訪者が、対象地域内における体験プログラムや宿泊施設等を円滑に予約できる環境を構築する。

実施想定時期：R8～R10

・地域 DMO・DMC 等の販路構築支援事業

全国 DMC や海外旅行会社とのマッチング商談会等を通じてネットワークを構築し、ARITA をハブとした文化体験プログラムの販路を構築。

実施想定時期：R8～R11

3. Beyond ARITA Project -有田の先、佐賀の真髄へ-

(I) 世界へ届けるオーセンティック SAGA (ブランディング・販路拡大)

・文化体験をつないだ高付加価値ルート造成事業

文化体験を繋いだ高付加価値モデルルートをブラッシュアップしながら、海外に向けた販路構築を実施し、ブランディングに繋げていく。

実施想定時期：R8～R11

・佐賀県陶磁器ブランディング動画制作・配信事業

文化観光拠点としての認知度を向上させるために、佐賀県の陶磁器文化をテーマとしたブランディング動画を制作し、米国・英国・仏国など訪問可能性の高い潜在顧客に対するターゲティング広告動画を配信。

動画の配信に際しては、ブランドリフト調査を実施し、動画が視聴者に与えた影響等を分析し、今後のマーケティング施策に活かす。

実施想定時期：R7～R11