

『世界の文化創造拠点 ARITA プロジェクト』概要

1. 現状・課題

(1) 現状

■ 「伝統と革新」で世界に挑戦し続ける “有田焼”

- ・17世紀から18世紀にかけて、「白い黄金」と呼ばれるほど高値で取引された有田焼。「磁器病を患った」と自嘲するヨーロッパの王侯貴族もいたほどであった。柿右衛門様式の“有田焼”は、ルイ15世の王妃愛用のティーセットになるなど世界の陶磁器文化の歴史に大きな存在感を示し、今も、豪華絢爛な金襷手様式の有田焼は、シェーンブルン宮殿などヨーロッパの宮殿を彩り、人々を魅了し続けている。
- ・17世紀から世界と張り合い、400年以上にわたり時代が求める美の欲求に応え、技術を進化させながら、現在も「手仕事」の伝統を受け継ぐ日本唯一の産地、それが有田 (ARITA) である。
- ・そして、「挑戦なくして伝統なし」。人間国宝の井上萬二氏と十四代今泉今右衛門氏は、先駆的な美しさや高い技術に挑み、静（静謐な白磁の美）と彩（鮮やかな色絵の美）の革命を起こした。有田焼創業 400 年の節目には、有田の窯元の匠の技と海外デザイナーの斬新な感性が融合した「2016/」ブランドが誕生。今も、有田に世界の才能が集うアーティスト・イン・レジデンス「Creative Residency Arita」によって伝統と現代の感性を融合させた新しい価値を創出している。
- ・このように、“有田焼”の職人たちは、伝統を受け継ぎながらも常に時代のトップランナーとして新たな挑戦を続け、未来へとつなぎ、それが“有田焼”の大きな魅力となっている。

■ 有田地域 (ARITA) の魅力

- ・17世紀初頭、磁器の原料である陶石が発見され、「日本磁器発祥の地」の舞台となった“泉山磁石場”は、削り出された陶石が露出する圧倒的な地形美であり、訪れた人が皆、感嘆の声を上げる場所である。
- ・そして、ここに続く有田内山地区は、江戸時代、“有田千軒”と呼ばれ、1991年に「重要伝統的建造物群保存地区」に選定。表通りには商家や窯元が軒を連ね、裏通りには特徴的な“トンバイ塀”（登り窯の廃材を再利用したレンガ塀）が見られる、“有田焼”の文化や伝統を象徴する風景である。白壁の町家や窯元、陶磁器店が並び、ここを歩けばまさに、陶磁文化が暮らしに溶け込んでいる様子を体感することができる。
- ・また、2017年には、ICOMOS（国際記念物遺跡会議）国内委員会「20世紀遺産 20選」に「有田の文化的景観」が選定された。20世紀に発展した伝統産業景観の代表であり、日本



の文化的伝統を今に伝える稀有なものと評価。陶磁器産地として唯一の選定であり、価値の高さが際立つ。

- ・さらに、有田町にある“佐賀県立九州陶磁文化館”は、「柴田夫妻コレクション」をはじめ、国指定重要文化財を含む 3 万点にも及ぶ日本一の所蔵数を誇り、量・質ともに比肩なき陶磁器専門ミュージアムである。1980 年の開館以来、“有田焼”をはじめとする九州の陶磁器文化を深く伝えてきた。近年は、英語圏をはじめとする海外からの来訪者も増加し、高い評価を得ている。



■ “有田焼”の歴史は、人を育て、心を耕す「人づくりの文化」

- ・400 年を超える年月の中で、“有田焼”は単なる「器づくり」ではなく、「人づくり」を通じて磨かれてきた。技を伝えるだけでなく、その背景にある精神や美意識、自然と向き合う姿勢までも「薫陶」してきた。「陶冶」という言葉が示すように、有田焼の現場では作品づくりを通して技と感性を磨き、精神を鍛えることで、人そのものが形づくられていく。
- ・本事業を通じて次の 100 年の制度をつくるにあたっては、「人づくりの文化」を未来へとつなぐ新たな挑戦が必要である。世代や国境を越えて、多様な人々がこの地に集い、交わることで、“有田焼”は新しい息吹を得る。そうした ARITA の文化に触れ、刺激を受け、やがて次の誰かを薫陶していく。
- ・「人づくりの文化」を未来へつなぎ、新たな陶磁器文化を創造していくには、「観光」の力で、相互に影響し合う、多様な人々との「交流」を生み出していくことが重要である。
- ・ものづくり産業の面からは、後継者不足や市場縮小、原材料高騰などの課題に直面している。



■ 「観光地」としての有田の現状-地域の関係者や文化資源の連携・受入れ環境の現状

- ・ARITA には、歴史的・文化的価値の高い資源が点在。工房見学ができる窯元や絵付け・ろくろの体験ができる施設も多くあるが、これらの文化資源が有機的に連携されておらず、観光客が「どこをどう巡ればいいのか」が分かりづらい状況となっている。
- ・その要因として、街なかの案内板等の整備が十分ではないこと、観光ハブの拠点となる施設がないこと、文化資源をストーリーとして体験や周遊につなぐ人材及び多言語ガイド人材が不

足していることがある。

- ・地域全体の魅力を十分に発揮するための産業と観光を橋渡しする人材や仕組みが充分ではない。
- ・歴史的町並みが残る内山地区では、通年で営業している店舗や飲食店に限られており、賑わいが陶器市などのイベント時期に偏る傾向にある。NPO 法人や若者たちが空き家や古民家を活用して、カフェや店舗を開く動きは見られるものの、まだ限定的である。宿泊施設も小規模な施設が数か所しかなく、長期滞在のネックとなっている。
- ・また、有田はバスなどの公共交通機関が不便な状況。文化資源を結ぶ二次交通が未整備であり、自家用車で来られた観光客以外は、スムーズな周遊につながないのが現状。
- ・さらに、町内の飲食店・宿泊施設ではキャッシュレス決済対応も徐々に進んでいるところであるが、有田町全体としては、インバウンドの方々が十分に満足できる受入れ環境は、十分に整っているとはいえない状況。

■世界へ佐賀・ARITA を。そして文化継承へ

- ・「ARITA」は、世界的に評価される名窯が点在し、職人の手仕事など“有田焼”の美と技が連綿と続いている。本質的な価値を持つ文化資源が多く、高付加価値旅行者をはじめとする知的関心層を誘致する大きなポテンシャルを持っている。また、“有田焼”は、グローバルブランドとしての認知があり、世界からインバウンドを呼び込む、唯一無二の旅のデスティネーションとなるにふさわしい地である。
- ・今こそ佐賀・ARITA の価値を、もっと深く、もっと鮮烈に届けるために、文化観光の視点で磨き上げねばならない。
- ・そして、世界中から ARITA に人を呼び込み、“有田焼”の背景や文化に触れ、その価値を深く理解していただくことが、陶磁器関係者に新たな顧客や収益をもたらし、経営の安定や技術継承につながる。
- ・文化観光の力で、“有田焼”産地の持続的発展と「人づくりの文化」の継承を図ることが必要。

■佐賀が誇る陶磁器文化

- ・佐賀県は、まさに“やきものの聖地”。“有田焼”を生んだ有田をはじめ、伊万里、唐津、武雄、嬉野 - それぞれに技と美が息づいている。これらの地域が織りなす陶磁器文化は、2016年に「日本磁器のふるさと 肥前～百花繚乱のやきもの散歩～」として、長崎県の2産地を含め、日本遺産に認定。
- ・将軍家の献上品として焼かれ、精緻な絵付け、格式ある意匠など日本最高峰の磁器といえる伊万里の“鍋島焼”、“伊万里焼”、「一楽、二萩、三唐津」と称され、茶道界で高く評価されてきた“唐津焼”など、それぞれが圧倒的な個性を放つ。

- ・ ARITA を起点として、陶磁器文化をフックに、伊万里市・唐津市・武雄市・嬉野市への広域周遊につながるストーリーを作ることで、経済波及効果や文化継承に寄与できる。さらに、地方創生に留まらず、“日本の文化力”を世界に発信し、日本全体の観光ブランドの底上げにもつながるものである。
- ・ そして、佐賀の陶磁器は、「土」「水」「火」という自然と大地から生まれた文化の結晶である。これを営む産地の人々が、技と感性を注ぎ込み、命を吹き込んできた。佐賀の風土と人々が織りなす共生の営みは、サステナブルな旅、地域の物語に出会う旅を求める世界の観光潮流とも重なり合っている。
- ・ しかし、これだけのポテンシャルがあるにも関わらず、地域間の連携や周遊ルートの整備、エリアブランディングが十分ではなく、周遊につながっていないのが現状である。

(参考) “有田焼”のグローバルブランドとしての認知を示す調査結果

令和3年度に(一社)九州観光機構が実施した「九州の陶磁器・火山・温泉をテーマとした関心度調査(米国・英国・豪州市場)」では、九州で陶磁器が最も関心の高いテーマであり、特に、マイセン磁器やデルフト陶器に影響を与えた有田焼をはじめとする佐賀の陶磁器文化への関心が高いという結果。

(米・英・豪のオンラインユーザー2000万人の閲覧履歴から関心度を分析)

(2) 課題

ARITA の点在する本物の文化資源を有機的に結び、文化の体感フィールドへと昇華させ、海外の感性豊かな旅人たちを魅了する。そして陶磁器文化のストーリーで周遊につなげ、人を呼び込み、人を育て、文化の継承と革新の循環へとつなげていくことが必要。

■本物の文化資源が点に留まり、産業と観光をつなぐ人材が不足

- ・ “有田焼”の美しさと物語は、世界の人々の感性を惹きつける圧倒的な力を持っているといえるが、まだ、体験の磨き上げは不十分であり、点としての存在に留まっている。
- ・ これからは海外から文化の価値を求める関心層が窯元を訪れ、体験料が窯元の収益になるとともに、ファンの拡大と購買促進による収益を産地に再投資するという好循環を生み出すために、文化観光の取組を行うことが必要。
- ・ そのためには観光と産業双方の視点を持ち、窯元・作家・商社と旅行会社・宿泊施設などをつなぐ「地域コーディネーター」の存在が不可欠である。この人材が“有田焼”産地への深い理解と関係者との信頼関係を築きながら、国内外の旅行会社の要望にも柔軟に対応することで、地域全体をプロデュースしていくことが求められる。
- ・ さらに、「地域コーディネーター」を中心に、県、町、地域事業者、窯元などが連携し、佐賀県立九州陶磁文化館、内山地区、窯元、宿泊・飲食施設などをつなぐ「線」としての観光導線を設け、エリア全体を「面」として、陶磁器文化の魅力を訴求していく必要がある。

■佐賀県立九州陶磁文化館の文化観光ハブ機能の不足

- ・“有田焼”は世界的に認知度が高く、自国でその歴史・文化に触れた海外の方が、その背景や本物（実物）の魅力を知るために訪れるのが「佐賀県立九州陶磁文化館」であり、有田観光のメルクマールとなっている。特に英語圏のFITが多く、静かな山あいの小さな町から400年以上も有田焼が輸出されていることに甚く感動される。
- ・今後さらに、知的好奇心が高い海外からの旅行者の誘致を図り、さらなる陶磁器文化の興味喚起を図るためには、老朽化した展示室の改修による魅力向上や多言語による情報の充実化が必要である。
- ・また、館内を観覧したあとに、周辺地域の関連する文化資源への訪問へとつながっておらず、地元への消費に回っていない状況である。ARITA、ひいては佐賀、九州の陶磁器の本質的な価値や歴史を知り、ここでの学びが、次の訪問先へ繋がるような導線を作ることが必要。佐賀県立九州陶磁文化館を、“観光のハブ”として、周遊地域への来訪を促す機能を強化することが急務である。

■ARITA の磁器文化が体感できる環境の整備不足

- ・ARITAでは、現在、まちづくりに積極的に取り組むNPO法人や若者の動きが出ており、歴史ある古民家などを改装したお洒落なショップやカフェも、少しずつ増えてきている。この動きを後押しすることが必要。
- ・また、まちを歩きながら磁器文化を体感できるよう、ストーリー性のある案内表示やデジタルガイドの充実、ガイドやコンシェルジュ人材の確保・育成が求められる。
- ・加えて、観光地をつなぐ二次交通（タクシー、レンタサイクル、巡回バス等）の整備を検討する必要がある。

■ARITA を起点とした佐賀の陶磁器産地への周遊機会の損失

- ・今後は、本質を求めるインバウンドに、ARITA を起点として、器×歴史、器×食、器×お茶、器×酒など、佐賀の陶磁器文化と豊かな地域資源を組み合わせた高付加価値な周遊ツアーを造成し、各産地への周遊につなげていくことが必要。これにより、長期滞在や消費額の増加、旅行者の満足度の向上にもつながる。
- ・そのために、各産地での体験型コンテンツの充実や、旅を手配する地域DMO・DMCの育成・強化に取り組まねばならない。
- ・また、「日本磁器のふるさと 肥前～百花繚乱のやきもの散歩～」と連携することにより、各産地の魅力をストーリーでつなぎ、産地間の周遊を促進する。

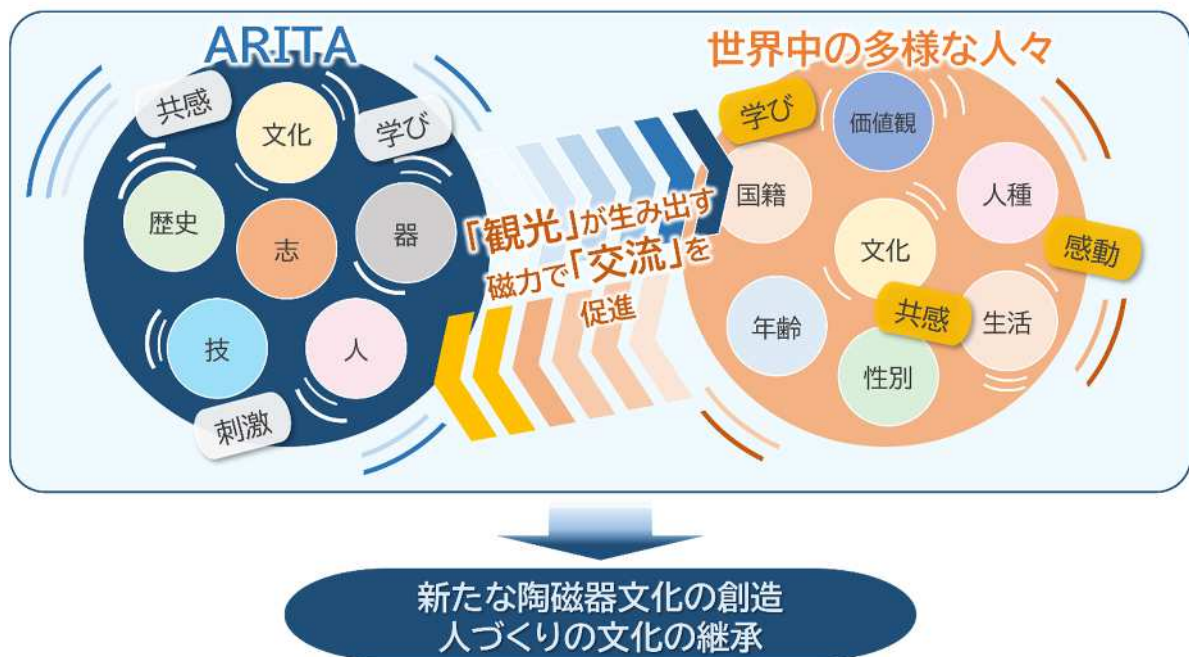
2. 取組

(1) 取組の全体像

■ 基本的な考え方：

Inspire the world ARITA（世界に影響を与え続ける ARITA へ）

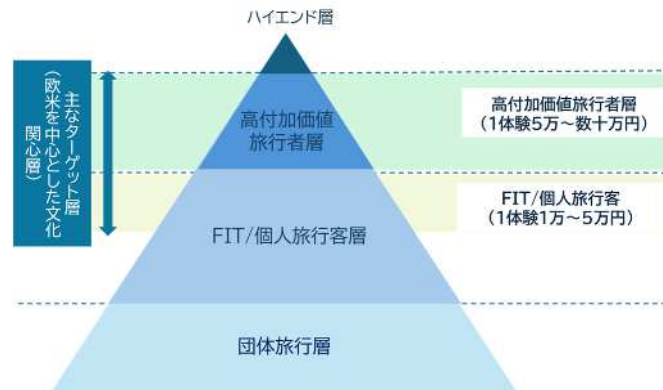
- ・17 世紀はじめの有田焼創業以来、世界中に愛され、時々世界の影響を受けながらも「挑戦なくして伝統なし」の精神で常に革新を続け、伝統を紡いできた有田焼。
- ・本事業は、有田焼の産地・有田町を起点として、観光をツールに世界中の人々との交流を促進することで新たな陶磁器文化を創造し、人づくりの文化を未来につなぎ、世界に影響を与える地「ARITA」となることを目指すプロジェクトである。
- ・そのためには、「観光」が生み出す磁力（人と人の交流を育む力）を活用して、「ARITA」へ多様な人々を引きつけ、更に、「ARITA」に集まる人、モノ、歴史、価値観、創造的な原動力などが、相互に共鳴し、影響を与え合いながら、新しい未来を創造する「**文化の磁場**」にしていく必要がある。



(2) メインターゲット ※旅行会社や地域の方々へのヒアリング結果等をもとに設定

主に欧米を中心とし、地域の伝統文化の発展・継続に寄与する旅に関心が高く、体験価値に
正当な対価を払う文化関心層

(高付加価値旅行者及び FIT の目的型旅行者 (Art/Craft Seeker:アート・クラフトシーカー))



✓ 主に欧米市場をターゲットとする理由

- ・有田焼 (IMARI) は歴史的に欧州の王侯貴族を魅了し、高い認知と関心がある。
- ・マイセン・デルフトなど欧州の陶磁器文化にも影響を与えたことから、文化的価値が理解されている。
- ・有田町には韓国、中国、台湾のほか、既に欧米の個人旅行者が一定数訪れている。
- ・九州陶磁文化館は県内の博物館の中でも外国人の来館者率が高いが、中でも欧米系が多く、また、内山地区では欧米系の旅行者が散策する姿が日常的に見られるところ、上記の文化的背景によるものと考えられる。この層は、学びや深い文化体験を求めるため、より長期の滞在や観光消費額の増加、また、リピーター獲得の観点から大きな伸び代が見込めるとともに、欧米市場を起点としたエリアブランディングに取り組むことで、東アジア市場の高付加価値化にも寄与する。

✓ 高付加価値旅行者層をターゲットとする理由

- ・(一社)九州観光機構の調査で、米・英・豪の高付加価値旅行者が九州で最も関心のある資源は「有田焼・伊万里焼」との結果。
- ・R7年度に観光庁事業「地方創生プレミアムインバウンドツアー集中展開事業」を活用して造成した陶磁器関連の体験プログラムに、欧米の高付加価値旅行者からの予約が継続的に入っていることから、有田の魅力を訴求し、拡大につなげていくことができる層である。
- ・高付加価値旅行者が訪れることでブランディングに繋がり文化への関心が高いFIT層への波及が期待できる。

✓ FIT/個人旅行者をターゲットとする理由

- ・有田においても個人旅行者が増加している。このFIT層は、自らの興味で有田を訪れていることから、文化への関心が高く、体験、器の購入など消費額が大きい傾向がある。さらに、陶磁器文化への理解を通じて、リピーター化、高付加価値旅行者への移行を図り、観光消費を増大させることにつながる。
- ・数も多く、現状は日帰りが多いが、体験プログラムや宿泊施設の拡充により観光消費が大きく伸びる余地がある。また、有田の文化価値を発信し、伝える担い手になることも期待される。

(3) 取組概要

ア. Momentum Makers of ARITA (有田改革者)

観光と産業をつなぐ“地域コーディネーター”が中心となり、観光の収益を文化振興に再投資させる仕組みを構築するため、専門家と連携した「ARITA イノベーションチーム」を結成。自走化戦略を策定し、地域 DMO・DMC の組織強化と文化体験コンテンツの企画等を一体的に行う。

有田改革者として、文化・観光・地域産業の好循環モデルの構築に取り組む。

イ. The Living Museum ARITA Project (生きたミュージアム ARITA)

有田の町全体が生きたミュージアムのように、その歴史を学び、400年前から職人が作陶を続けてきた伝統的な街並み、洗練された陶磁器から革新のヒストリーが垣間見られる商店、究極の美を探求する職人の息づかい、若手作家の志や挑戦など、ARITA の陶磁器文化が肌で感じられる環境を整備する。

そのフロント機能を担うべく「佐賀県立九州陶磁文化館」を大規模改修・機能強化し、文化観光ハブ拠点化する。

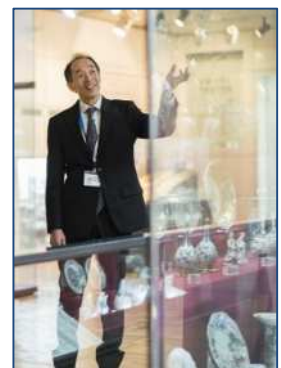
(ア) 佐賀県立九州陶磁文化館のDESTINATION化・文化観光ハブ拠点化

約3万点という量・質ともに圧倒的なコレクションを誇る「佐賀県立九州陶磁文化館」を世界の人々の旅の目的地化するために、アートシーカーが繰り返し訪れたいくなるような視点で大規模改修を行い、文化観光ハブ拠点としての機能を強化。さらに入館料を有料化し、収入の一部を文化振興に再投資する仕組みを検討する。

窯元・商社の商談場所として、地域の方々が人をもてなす際の応接室として、世界の人々が学びを得る場所として、「文化の磁場」を生む ARITA のシンボルとする。

(文化体験コンテンツ例)

- ・陶磁器の専門家によるプレミアムガイド
- ・若手作家の陶磁器をセレクトし、来館者が器を選んで食事ができるカフェ体験



(イ) ARITA を肌で感じるエリアブランディング

世界中から ARITA に「学びを得るために」、「世界のトップシェフがオーダーメイドする器の商談のために」、「美術館に行くようにアートを楽しむために」と目的を持って来ていただく方々に対し、「ARITA」に息づく磁器文化の源流を辿り、現代に続く息吹（志・技・人）とその本質的な価値を肌で感じられる文化体験コンテンツの造成やデジタルガイドの導入、二次交通の整備等の受入環境を整える。これにより、有田の町全体が“生きたミュージアム”のように、磁器文化を肌で感じられる環境を整備する。

(文化体験コンテンツ例)

- ・有田焼産業発祥の地となった「泉山磁石場」から歴史を体感するガイド付きまちあるきツアー
- ・有田を代表する窯元である「柿右衛門窯」等での非公開工房プレミアムツアー
- ・名匠がマンツーマンで指南するエクスクルージブなろくろ体験



ウ. Beyond ARITA Project (有田の先、佐賀の真髄へ)

ARITA からさらに、唐津焼、鍋島焼、肥前吉田焼、武雄焼など独自の輝きを放つ陶磁器文化をつなぐ周遊ルートを構築し、ARITA を含むエリア全体で世界から本質を求める旅行者を惹き付けるためのブランディングや販路拡大を実施し、その効果を佐賀県全体に波及させていく。

(文化体験コンテンツ例)

※観光庁「地方創生プレミアムインバウンドツアー集中展開事業」とも連携

- ・ミシュラン御用達の有田焼カスタムオーダー体験と佐賀の食・宿泊をセットにした周遊ツアー
- ・絵付けから焼成迄1日で体験できる特別な「唐津焼」作陶体験で、自身の作った器で極上鮎堪能
- ・うれしの茶農家がプライベートバーで提供する「肥前吉田焼」等器ごとの味や香りを楽しむ茶体験
- ・宿泊しながら職人から直接佐賀の伝統工芸の指南を受けることができる宿泊施設の整備



(4) アクションプラン

No.	事業名(大項目)	事業名(小項目)
1	Momentum Makers of ARITA -有田革新者-	プロジェクト推進分析及びチーム運営事業 人流データによる効果分析事業
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DESTINATION化・文化観光ハブ拠点化 九州陶磁文化館のDESTINATION化・文化観光ハブ拠点化改修事業 (2)ARITAを肌で感じるエリアブランディング 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 「第21回世界観光ガイド連盟(WFTGA)会議2026」ポストツアー造成事業(R7終了) コンテンツ造成・受入環境整備事業 地域コーディネーターによる「文化体験プログラム造成事業」の監修・サポート事業 地域コーディネーターによる「宿泊施設整備事業」の監修・コンサルティング事業 有田の文化資源の記録化・ストーリー化事業(デジタルガイド導入事業) 多言語ガイド確保・育成事業 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 地域DMO・DMCの販路構築支援事業 地域DMO・DMC等のオンライン予約環境支援事業
3	Beyond ARITA Project -有田の先、佐賀の真髄へ-	(1)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) コンテンツ造成・受入環境整備事業 世界の文化関心層誘客促進プロモーション事業

(5) 文化・観光・地域産業の好循環モデルの構築(リジェネラティブ・ツーリズム)

⇒ 佐賀県立九州陶磁文化館を含む ARITA、さらにそこから繋がる Beyond ARITA で、観光をツールに文化や地域をさらに発展させていく好循環モデル(収益を文化振興に再投資させる仕組み)を構築する。

ARITA を全国展開可能な先進モデルの実証フィールドとしていく。

【文化体験コンテンツ造成による好循環の創出】

- ・本事業では、旅行会社だけでなく、文化体験コンテンツを造成する地元事業者や、地域コーディネーター自身が必要な収益を得られる仕組みを整えることにより、継続して取り組める体制を構築する。
- ・造成した文化体験コンテンツの質や、ブランディングのためのルールが適切に管理・運用される仕組みを構築する。

【有田を起点とした人材育成】

- ・本事業で有田に整備された宿泊施設や文化体験コンテンツを、文化観光サービス人材の研修・実践の拠点として位置付け、佐賀県全体のサービス水準やブランド価値の向上を図る。
- ・有田を起点に、地域文化への深い理解と、欧米はじめ異文化との高度なコミュニケーション力を持ち、お客様と文化観光との懸け橋となる高付加価値なサービス人材を育成する。当該人材は、文化関心層からの「また会いたい」という再訪への強い動機となるとともに、更なるサービスの向上や開発に積極的に繋げていく。

<収益を文化・産業の振興に再投資させる仕組みの例>

- ・有田焼の技術の奥深さや美しさを体感できる高付加価値な体験コンテンツの造成・提供により、体験料と購買の喚起による窯元への収益の向上を図る。そして、それを後継者の育成や技術継承のために再投資する。
- ・一部が陶磁器文化の継承のために使われる体験コンテンツやツアーを造成し販売。購入者にとって、文化継承に貢献しているという満足感がインセンティブとなる。
- ・佐賀県立九州陶磁文化館で陶磁器文化を理解し興味を持った人を、コンシェルジュが窯元の高付加価値体験コンテンツへ誘導することで、窯元へ直接収益をもたらす。
- ・佐賀県立九州陶磁文化館の改修を契機に、入館料の有料化を具体的に検討
入館料収入を以下の事業に活用（再投資）することにより、陶磁器文化を継承
 - ✓資料（作品）の購入や展示の魅力向上を図り、来館者の満足度を高め、陶磁器文化継承の質を高める
 - ✓教育機関や研究施設等と連携した技術支援や人材育成事業に活用
 - ✓カフェやミュージアムショップに若手作家の作品を展示し、作品の購入に繋げる。
 - ✓県内の日本語学校等と連携し、館内の多言語ガイドとして生徒を育成する。

(6) 主な成果指標

本事業は、佐賀県立九州陶磁文化館を起点に、ARITA を文化観光ハブ拠点地域として、周辺地域と繋ぐ多彩な文化体験コンテンツを造成し、受入環境の整備を図ることで、消費の拡大と滞在の長期化を実現するものである。また、観光の収益が文化資源の保存や活用、価値の顕在化・発信、専門人材の育成などに再投資されることを目的としているため、下記の成果指標を設定する。

ア. 外国人観光客の消費単価（佐賀県）

R6: 51,000 円 → R11: 59,000 円 (全国平均 58,000 円)

※5年以内に全国平均以上へと引き上げる

イ. 外国人観光客の延べ宿泊者数（佐賀県）

R6: 229,300人 → R11: 540,000人

※本施策の効果検証については、地域への来訪者である「入れ込み客数」よりも、滞在することで宿・食事・買い物など地域経済への影響が大きい、延べ「延べ宿泊者数」を指標として重視する。

3. 目指す姿

■ Inspire the world ARITA (世界に影響を与え続ける ARITA へ)

- ・観光が生み出す「磁力」を活用して交流を促進し、「ARITA」を新しい未来を創造する「文化の磁場」にしていくために、この事業を通して、大きく次の3点に注力。
 - ① 400年以上にわたり紡がれてきた陶磁器を軸とした地域文化資源の価値の増大
 - ② ARITAの「磁力」(地域人財・交流人口・場の居心地や雰囲気)を高めること
 - ③ ARITAを軸に佐賀県の「磁力」(グローバルへの影響力・存在感)を高めること
- ・デスティネーションとしての地域ブランディングにとどまらず、世界から本質を求める人々を強い磁力で引きつける場所とすることで、これまで400年以上に渡って引き継がれてきたこの地域を国内のみならず世界規模の文化圏として認知拡大し、多くの文化・産業・人材交流を生み出す。
- ・世界に影響を与え、世界を引き込み、さまざまな人や文化が「陶磁器文化」を軸に交じり合い、高めあうARITAをコアとした「文化の磁場」を形成。ARITAは世界へ影響を与え続ける。
- ・さらにリジェネラティブ・ツーリズムの視点を加え、観光をツールに文化資源や地域産業への再投資が続く「文化・観光・地域産業の好循環モデル (SAGA-ARITAモデル)」を構築する。



◆有田焼を日本のブランド力向上に – “ARITA” と言えば “日本” –

- ・本事業では、ARITA を舞台に観光というツールで海外との「交流」を促進し、有田焼に新たな革新と共感が生まれ続ける環境を構築する。
- ・地域文化と世界の多様な視点が交わることにより、有田焼はさらなる進化を遂げ、将来的に日本文化を象徴するブランドとしての地位を確立し、ARITA が本質を求める世界中の人々が集い、互いに影響を与え続ける“精神的な目的地”となる。

■ 5年後（2030年頃）：文化“交流”の拠点としてのARITA

【目標】

- ・ARITA が世界の感性豊かな人々を惹きつける文化交流拠点となっており、“地域コーディネーター”が、さらなる発展を主導している

（実現する姿）

- ・**地域コーディネーターを中心として自走可能な推進体制の構築**
 - 地域コーディネーターや地元事業者が、自身が造成した文化体験コンテンツによって必要な収益を得て活動を継続することが可能となっており、新たな体験コンテンツ造成に挑戦している。
 - 造成した文化体験コンテンツの質や、ブランディングのためのルールが適切に管理・運用がなされ、地域コーディネーターを中心とした県内各地域の人材が連携して活動している。
 - 文化観光コンテンツの造成やコーディネート業務、文化観光サービス人材によるアテンド、旅行業務の実施を地元主体で担う体制が構築され、利益が地域に還元され、人材が育つ仕組みが構築されている。
- ・**有田を起点とした人材育成**
 - 本事業によって有田に整備された宿泊施設が、文化観光サービス人材の育成拠点として機能している。県内の旅館やホテルから人材を受け入れ、研修を実施することで、その人材が有田焼や嬉野茶、地域ごとの歴史など、佐賀の地域文化への深い理解を身につけている。その結果、有田における文化観光サービスの質が向上し、高い評価を得ている。
 - さらに、そこで育成された人材が各地域へ戻ることで、佐賀県全体の文化観光サービス向上へとつながる仕組みが生まれつつある。

・町全体が“生きた陶磁器ミュージアム”に

- ARITA が世界の文化関心層の旅の目的地になっている。
- 泉山磁石場での文化体験、窯元工房の見学、陶芸家との語り、ワークショップなど、ARITA ならではの特別な体験コンテンツが充実している。
- 有田の文化資源のデジタルアーカイブを活用して、歴史的スポットや窯元のこだわり、作陶への想いなど器の裏に隠れたストーリー等を多言語で楽しみながら“まちあるき”ができ、旅の深みが増している。
- 重要伝統的建造物群保存地区に整備された宿泊施設では、ARITA の歴史や文化に触れながら滞在を楽しむ滞在型観光が広がっている。
- 県内の日本語学校等と連携し、多数の留学生等がツアーガイドとして街なかを案内している。

・佐賀県立九州陶磁文化館の進化

- ARITA の文化観光において、陶磁器の文化的・歴史的背景を理解するために最初に訪れる必訪スポットとして認知され、陶磁器文化を学びながら、ARITA・SAGA 巡りを案内する文化観光のハブ拠点としての地位を確立している。
- 五感で楽しめる展示、職人技の体感、シンポジウムやワークショップの開催など、多様な文化プログラムを展開している。

・ARITA を起点とした周辺地域への周遊

- 伊万里・唐津・武雄・嬉野など県内の陶磁器産地との連携を強化し、「陶磁器×食」「陶磁器×お茶」「陶磁器×日本酒」などの体験コンテンツやツアーが造成され、周辺地域への周遊につながっている。
- 県内の滞在長期化により観光消費額が向上するとともに、事業者の収益が多層化している。

・文化と観光、地域産業の好循環モデルの構築

- 九州陶磁文化館の入館料収入を活用し、同館エントランス付近やカフェスペース等で若手陶芸家の作品展示等を実施。旅行者の関心を集め、販路拡大やビジネス創出につながっている。
- ARITA での文化体験（学び）が世界のアート・文化関心層の間で話題になっている。
- 旅行者との交流をとおして、新たな有田焼、文化体験コンテンツが次々と誕生している。
- 窯元では、体験コンテンツが重要な収益源となりつつあり、観光の価値を認識し、得られた収益が、職人の育成や工房改修、イベント開催などに再投資され始めている。

→売上の一部が文化・自然環境の保全、地域課題の解決、コミュニティの発展等に活用される体験コンテンツやツアーが造成され、その趣旨に賛同する旅行者が ARITA の応援者となっている。

(例：参加者（地元の子どもや観光客）が有田川で“べんじゃら（陶片）”を拾い、学芸員が時代考証を行い、貴重な“べんじゃら”を見つけた参加者には景品がもらえるなど、楽しみながら学び、研究にも寄与することができるような体験コンテンツなど)

・国際的な文化交流の活性化

→欧州の美術館キュレーターが古民家に滞在し、研究活動や展示活動を行っている。

→アーティスト・イン・レジデンスで生まれた作品が街なかに展示され、有田の風土や歴史と作品が一体となったアート鑑賞が人気となっている。

・世界の料理人が世界に一つだけの自分仕様の器を求めて訪れる場所に

→世界のトップシェフが唯一無二の器を求めて ARITA を訪れ、器をオーダーメイドしている。

→器に加え、ARITA や SAGA の魅力的な食材に触れ、佐賀の食と器のマリアージュが生まれ、世界に発信されている。

■ 10年後（2035年頃）：文化“創造”の拠点としての ARITA

【目標】 ARITA が世界の文化潮流を生み出す場となる

- ・ ARITA を起点に、地域文化への深い理解を持つ高付加価値サービス人材が多数育成され、県全域での文化観光サービスの質が高く評価されている。
- ・ ARITA の「器を工夫して、美しく使う文化」を学びに世界中から訪れる旅行者が増加している。
- ・ ARITA が「次世代文化都市」として認知され、移住者（アーティスト・料理人・研究者）が増加。
- ・ 地元住民が文化活動の担い手となり、観光と文化が融合した地域経済が確立。
- ・ 世界の美術館、料理人、アーティストをはじめとしたアートシーカーが「心を整える」「新たな自分と出会う場所」になっている。
- ・ ARITA で誕生した現代作家の作品が世界でも高い評価を受けている。
- ・ 住民が旅行者と自然に語り合う「文化ナビゲーター」になっている。
- ・ 佐賀大学×九州陶磁文化館によるサマースクールに、多様な国の学生が参加している。
- ・ ARITA へ移住してレストランを開く海外のトップシェフが現れる。

- ・世界のトップシェフ監修の器×ガストロノミーイベント（世界料理学会やマドリード・フュージョンのようなイベント）が定期開催され、世界のグルメが注目、佐賀を目指して訪れている。
- ・有田焼が世界のラグジュアリー文化の一翼を担っている。

■ 有田焼創業 500 年（2116 年）：世界に影響を与え続ける ARITA

【目標】 ARITA が世界の感性・文化・美意識を牽引する存在に

- ・ 有田焼が日本文化を象徴するブランドとしての地位を確立し、日本の陶磁器全体のブランド価値が向上している。
- ・ 陶磁器文化は、ARITA をはじめ日本人の精神性と深く結びついている。「器は料理の着物」と言われ、器は料理との調和を演出する芸術品と考える視点や、割れても直して使う「金継ぎ」の文化、茶道における器が単なる道具ではなく鑑賞の対象であり、客人との対話の媒介でもあるという考え方など、総じて“器を大切に使う”という文化が世界中に浸透し、有田焼が世代を超えて受け継がれ、愛用されている。
- ・ ARITA が“精神的な目的地”として、本質を求める世界中の人々が集う場所に。
- ・ ARITA 発の文化が世界のアート・デザイン・食・教育分野に影響を与え続ける。

4. 対象区域

有田町（有田焼）を軸として、鍋島藩の御用窯が置かれた大川内山や、欧州への有田焼の積み出し港もあった伊万里市（伊万里・鍋島焼）、茶陶の名声名高い唐津焼の産地である唐津市（唐津焼）・1300年以上の歴史ある温泉地で、土味を生かした陶器と磁器の両方が作られている武雄市（武雄焼）・美肌の湯で知られる温泉地でもあり、400年の歴史ある陶磁器産地である嬉野市（肥前吉田焼）を周遊の対象地域とする。

※事業立ち上げ時は、有田町をはじめ陶磁器の産地を対象として事業を推進するが、事業進行に伴い、陶磁器とストーリーが繋がる文化資源のある市町を追加していく予定

