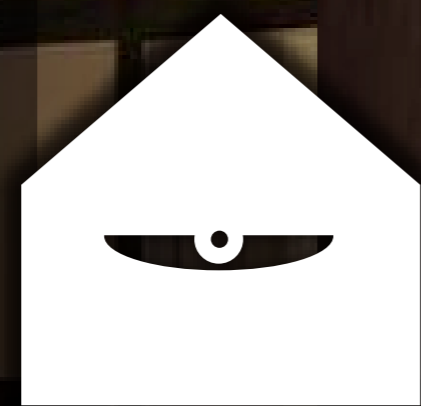


国内外の宿泊者受け入れ促進

伊賀流忍者博物館の所蔵物をあなたの施設に再現！

本物の忍者を感じる
大人のかくれ空間



NINPAK

忍泊

伊賀流忍者博物館監修

伊賀上野観光協会
伊賀流忍者博物館



up to date designing
FUJIYA

コンセプト

伊賀流忍者博物館の再現

(見込み顧客に近づく)

Reproduction Museum

リプロダクション・ミュージアム・ニンジャ・イガ

Ninja IGA

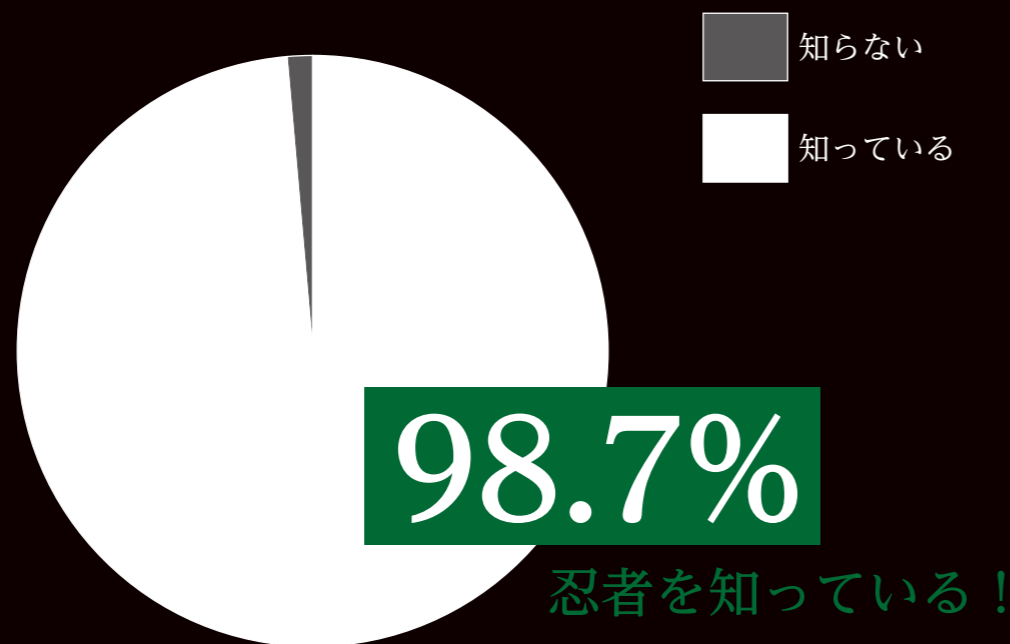
インバウンドにも大人気の伊賀流忍者博物館ですが、コロナ禍来襲で、その導線は止まったままです。この状況も、いずれは改善され、また、世界からの来訪を迎え、博物館も賑やかになることは理解しています。

しかし、今回の経験を今後に生かすためには、じっとコロナ明けを待つのではなく、積極的な攻めの経営・プロモーションを行うことが今後の災害の回避と突破口につながると思い、ニーズを感じるところへ、忍者博物館を再現(Reproduction)する取り組みを考えました。

それは、インバンドが大好きな「忍者・NINJA」を、その来訪接点に再現することです。

忍者屋敷の「からくり」を宿泊ルームに再現、博物館の展示品(忍者道具)を再現し、手にとり実感する体験型の展示や、秘蔵の忍術書を公開するなど、そこに忍者を感じる Reproduction Museum をコラボレーション企業と共に展開いたします。

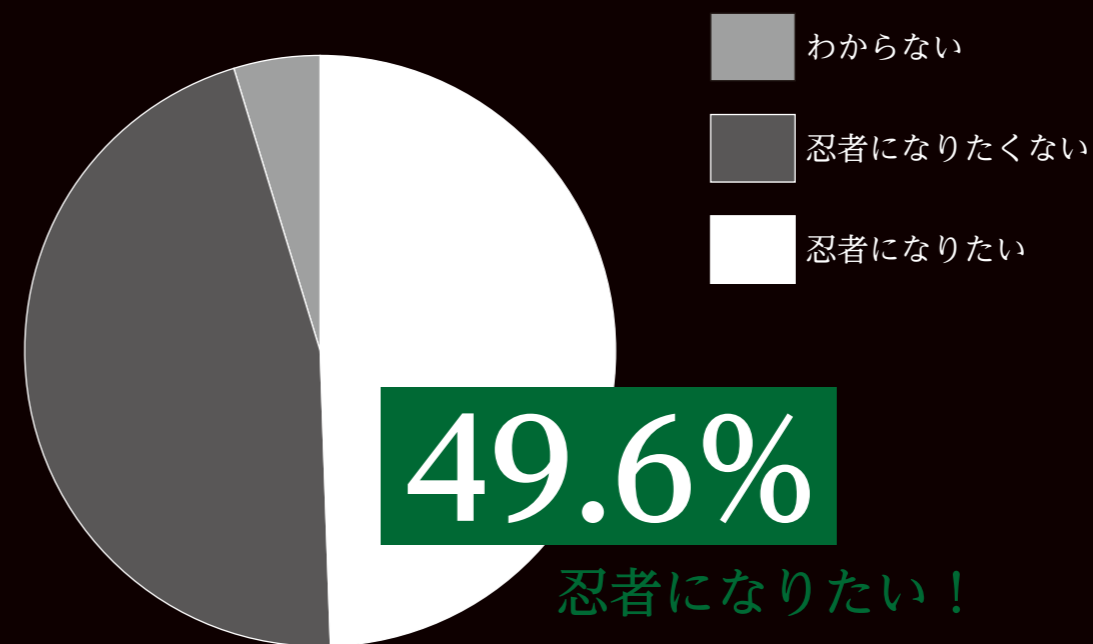
日本忍者協議会(英語名:Japan Ninja Council)では、忍者コンテンツに関する世界規模の調査『忍者グローバル調査』を実施。日本への関心が高いと思われる海外 10 か国(中国、台湾、香港、タイ、マレーシア、インドネシア、米国、オーストラリア、フランス、ドイツ)計 2,000 名を対象に、調査を行いました。



海外 10 か国全体で、忍者の認知度は 98.7%

海外での忍者の認知度は驚くほど高く、「知っている」(「よく知っている」+「少し知っている」+「名前を聞いたことがある程度」)は全体で 98.7%。調査したすべての国で 97%以上という高い結果になりました。

国	知っている	知らない
中国	98.7%	1.3%
台湾	98.7%	1.3%
香港	98.7%	1.3%
タイ	98.7%	1.3%
マレーシア	98.7%	1.3%
インドネシア	98.7%	1.3%
米国	98.7%	1.3%
オーストラリア	98.7%	1.3%
フランス	98.7%	1.3%
ドイツ	98.7%	1.3%



忍者を認知している人の中で、約 50% の人が「忍者になりたい」と回答

10 か国で忍者を認知している人に「忍者になりたいか」を聞いたところ、49.6%(100% から「忍者になりたくない」と「わからない」を引いた値)と、約半数の人が「忍者になりたい」と回答しました。特にタイでは、80.8%の人が「忍者になりたい」と回答する驚くべき結果が明らかになりました。

国	忍者になりたい	忍者になりたくない	わからない
中国	49.6%	50.4%	0%
台湾	49.6%	50.4%	0%
香港	49.6%	50.4%	0%
タイ	80.8%	19.2%	0%
マレーシア	49.6%	50.4%	0%
インドネシア	49.6%	50.4%	0%
米国	49.6%	50.4%	0%
オーストラリア	49.6%	50.4%	0%
フランス	49.6%	50.4%	0%
ドイツ	49.6%	50.4%	0%

【調査概要】	
目的:	世界各国の人々の「忍者」に関する認知、内容理解等の基礎情報を確認するとともに、インターネット調査や地域誌誌面掲載に合わせたアンケートを実施する。
対象国:	海外: 中国、台湾、香港、タイ、マレーシア、インドネシア、米国、オーストラリア、フランス、ドイツ 計 10 国、計 2000 人
調査:	海外: 200 人 国内: 200 人
対象層:	海外: 一般生活者 男女 20~49 歳 (男女比率、20~29 歳 / 30~39 歳 / 40~49 歳 ほぼ均等) 国内: 一般生活者 男女 20~49 歳 (男女比率、20~29 歳 / 30~39 歳 / 40~49 歳)
調査手法:	インターネット調査(街頭調査機による)
調査期間:	海外: 2017 年 11 月 24 日(月)~2017 年 12 月 1 日(金) 国内: 2017 年 11 月 1 日(金)~2017 年 11 月 8 日(木)



NINPAK

忍泊

伊賀流博物館の監修の下、
所蔵している資料に基づいた”ホンモノ”の
忍者体験が出来る宿泊施設を創出することで
海外の方に向けた日本への誘致を促進します。

下記の5つの要素をポイントに Reproduction Museum を展開します

一

からくり体験

二

本物に
ふれる

三

くらしを知る
(展示)

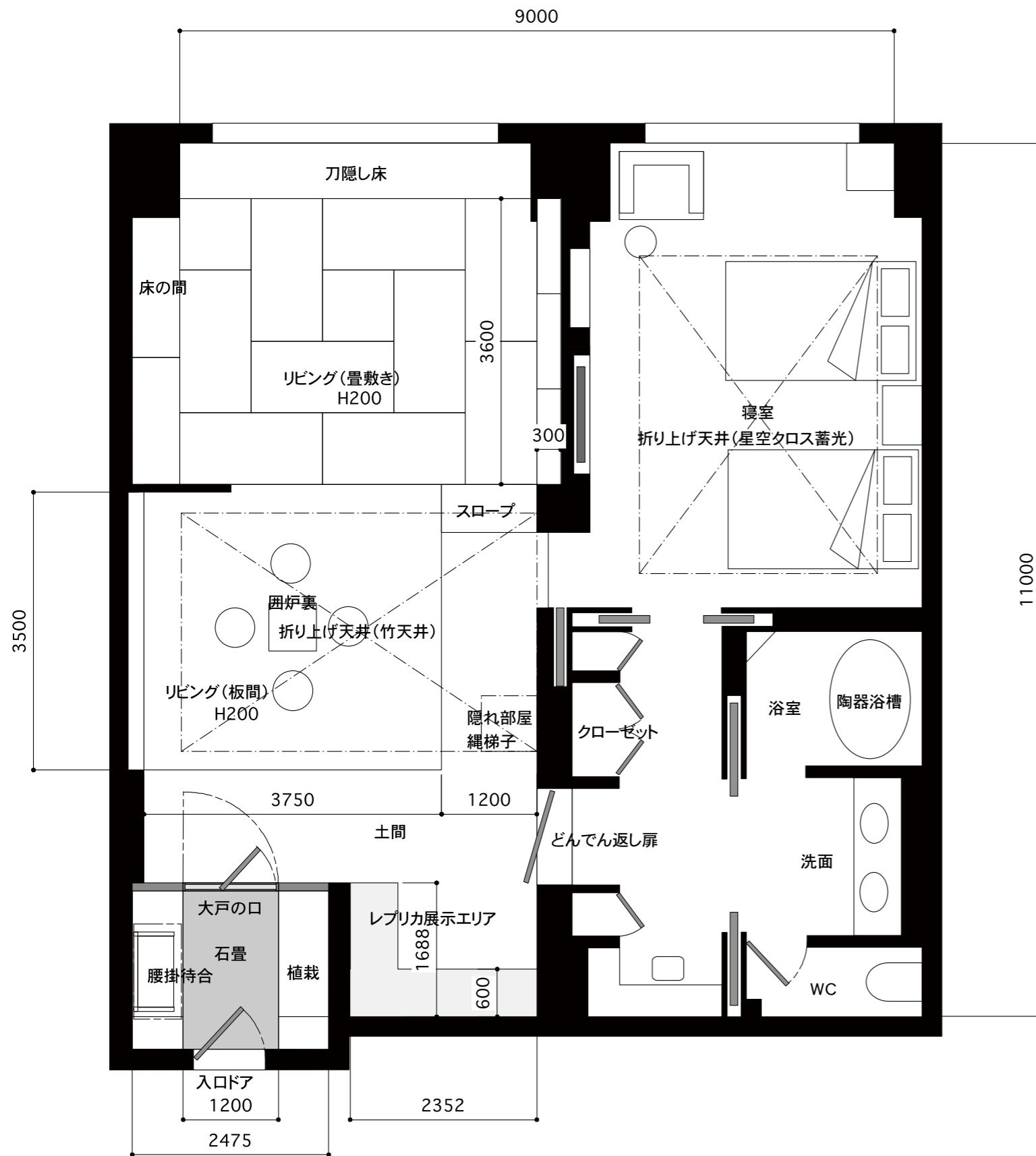
四

サプライズ

五

内装

“忍泊”で想定している空間ストーリー



エントランス



大戸の口を再現(木扉 × 大小)

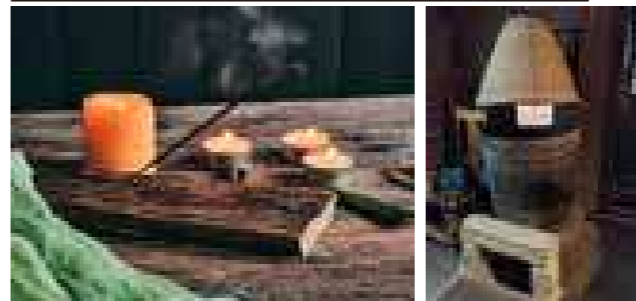
おもてなしの玄関には忍者屋敷の庭をイメージしたフェイクグリーンにて再現。「忍者の掟」を学びながら忍者屋敷への期待感を促進。

リビング / 板間と和室

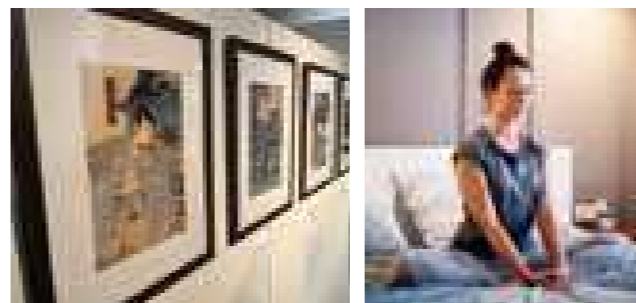


板間と和室の落ち着いた空間で、展示品や忍者屋敷の仕掛けを通してタイムスリップしたような非日常感を演出。

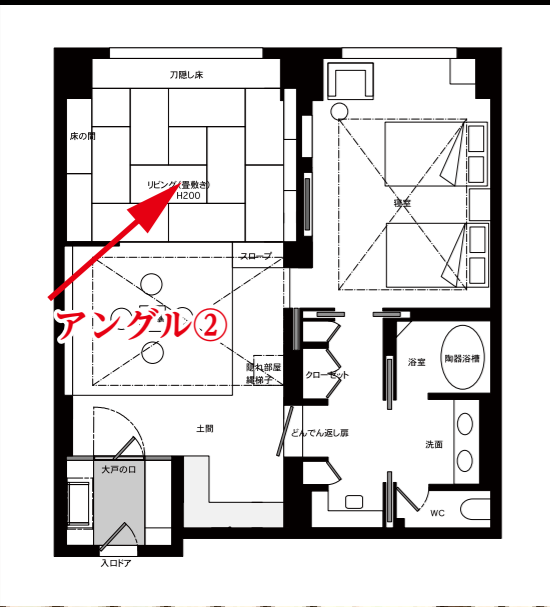
水回り・寝室

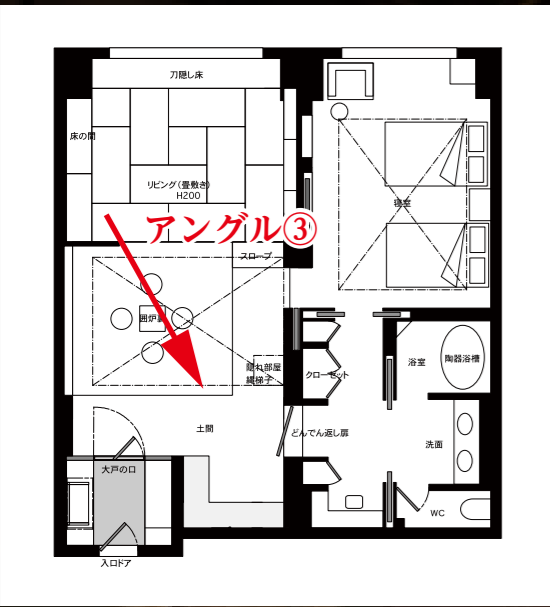


浴室では五感を刺激し、心と体に深い癒しを感じていただくヒーリング効果の高い、匂いや音の演出。



寝室は日本の「和」と、インターナショナルの「洋」がバランスよく共存する世界を表現。







からくり体験

忍者屋敷に隠されたからくりを解明しながら
忍者を**体感**する

どんでん返し



少ない建て込みで忍者屋敷のからくりを表現。

伊賀流忍者博物館に併設されている忍者屋敷をモチーフにバリエーション豊かに再現していきます。

刀隠し



忍者屋敷の実際の刀隠し
/ 伊賀流忍者博物館より



隠し階段



隠し部屋



仕掛け戸



忍者屋敷の実際の仕掛け戸
/ 伊賀流忍者博物館より





本物に触れる

歴史的に確かなレプリカ展示を**発見**。

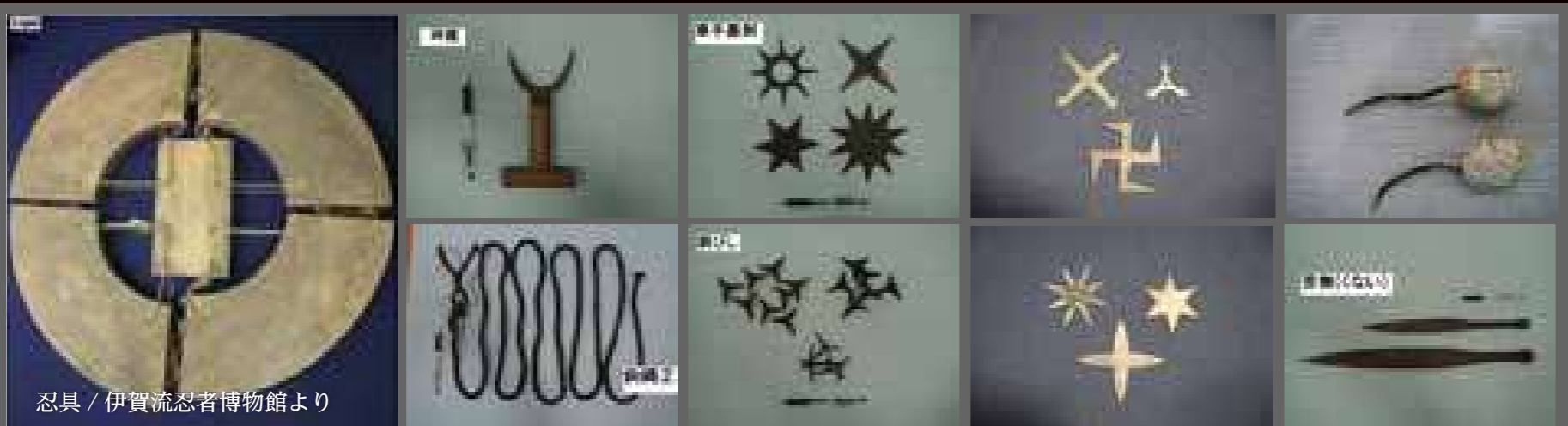
展示品に触れることで忍者の世界観を感じる

忍具のレプリカ展示



伊賀流忍者博物館に展示されている歴史的に貴重な資料や忍者の道具などのレプリカを部屋の壁面を使って展示。忍者のいた時代に思いを馳せながら、正しい忍者の知識を学んでもらえる空間を提供します。

手裏剣のレプリカ展示



忍具 / 伊賀流忍者博物館より

忍者の生活用品の展示



三

くらしを知る (展示)

伊賀流忍者博物館所蔵の貴重な資料で**学ぶ**。
部屋で過ごししながら忍者の生活を知ることができる

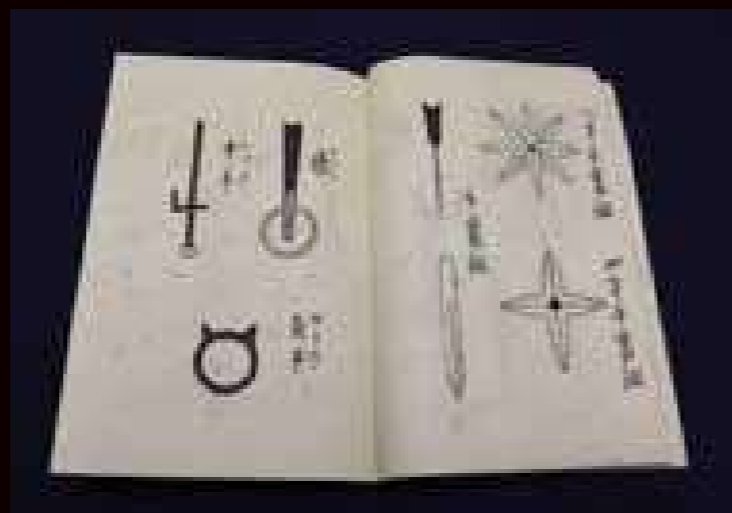
古文献のレプリカ展示



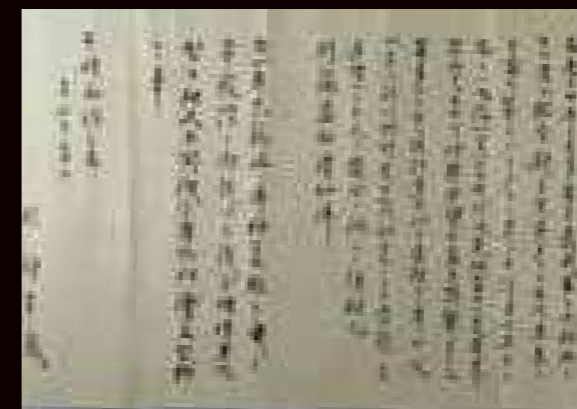
伊賀流忍者博物館に所蔵されている古文献（複製）を展示。
九字法と呼ばれる精神統一法や、効率良く栄養が摂れる忍者食をまとめた「忍者五道」で忍者発祥の地である伊賀での忍者の生活を学び、擬似体験を行う



古文献 / 伊賀流忍者博物館より



古文献の中には海外の方の認知度が高い、服部半蔵に関する文献もある



四

サプライズ

動きのある空間演出をデジタルで表現。

子どもも大人も楽しめるコンテンツで**驚き**を提供



展示品の横には QR コードを配置。
スマホやタブレットで読み取ることで説明文を表示することができます。ブラウザ上で説明することで、多言語対応ができ、より多くの海外の方にも理解してもらいやすい工夫です。



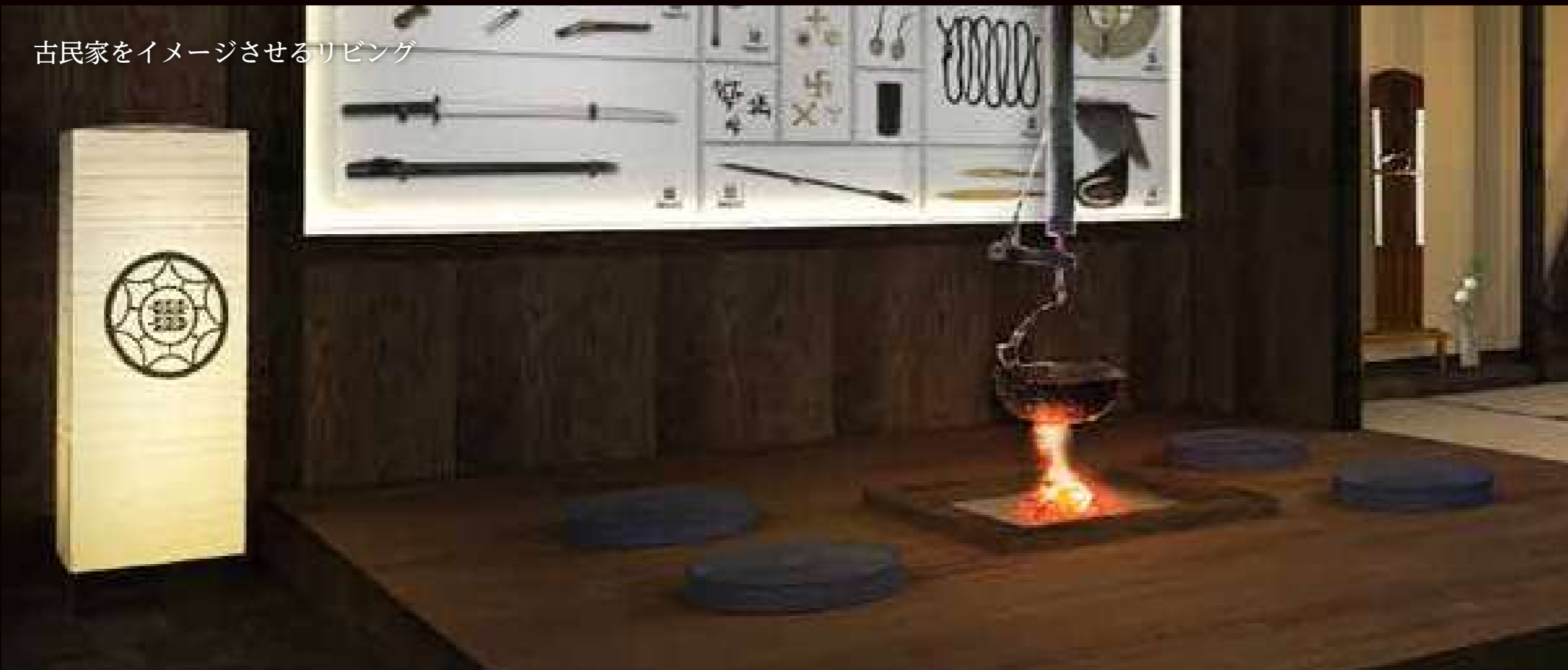
また、AR 技術を取り入れることで、空間の中でアプリを起動させるだけで、忍者が登場したり、情報が展示に合わせて出てくる仕掛けが可能です。より楽しみながら忍者の知識を知ってもらい、また訪れたいと思えるリピーターを増やす狙いです。

五

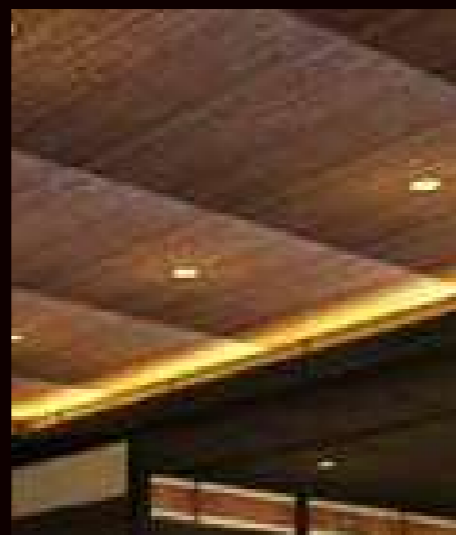
内装

忍者屋敷を参考に忍者の発祥の地、伊賀上野の昔ながらの日本家屋を想像させる空間をトータルで**演出**

古民家をイメージさせるリビング



一室丸ごと忍者ルームとして表現することで、忍者屋敷をそのまま再現したような印象を与え、より忍者を感じる世界観を部屋の中に再現します。



ホテルの一室を改造しやすい壁紙や床面のツール作りを行い、期間限定での宣伝効果を狙った誘致や海外の方向けの事業展開にも活用できるコンテンツを開発いたします。



“ホンモノ”の証として伊賀流忍者博物館の認定証を発行します。

平米違いレイアウト

平米数に合わせてレイアウトは構成可能です。

