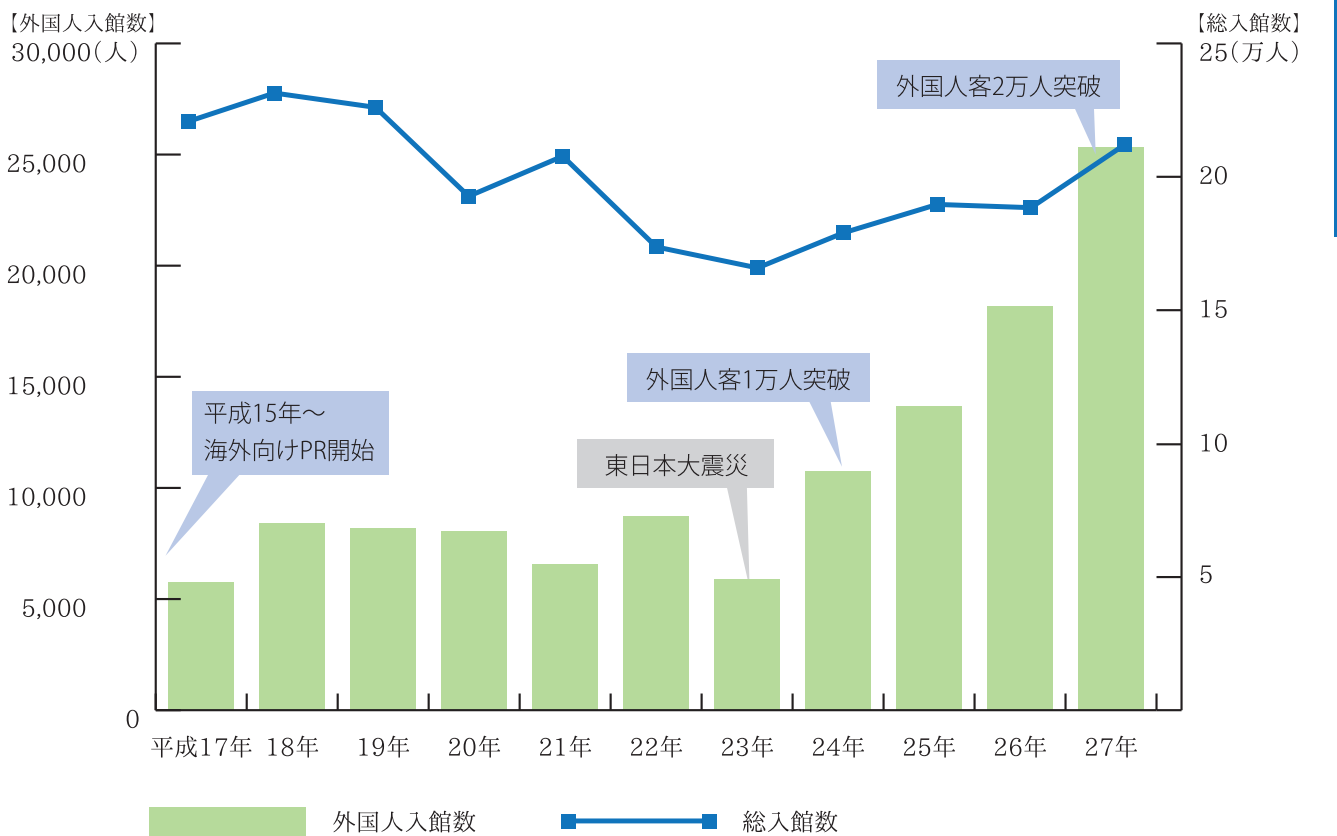


■「伊賀流忍者博物館」における総入館数と外国人入館数の推移



「忍者と言えば伊賀」と広く知っていただきました。それはもう大盛況で、翌年には在台湾の企業様やテレビ局様から、取材依頼や公演のお誘いがかかるようになったほど。大きな手応えを感じました。

以来、開催地を変えながら、4年間海外プロモーションを継続しました。5年目を迎えたためです。その後、海外プロモーション

動くチャンスは広がる

近年は県の海外誘客キャンペーンなどで、伊賀をPRさせていただく機会が増えました。ワシントンD.C.やスペイン、パリ、タイ、マレーシアなど。また、三重県の協力を得て『美杉リゾート』、『伊賀鉄道』、『名阪上野忍者ドライブイン』とタイアップして作成した広域的な旅行商品「忍者体験パック」も大きな転機となりました。

活動は一旦休止中となっています。もう一つの理由として、鈴木英敏三重県知事が就任され、県のプロモーションが盛んになったことも挙げられます。



博物館内の一部は外国語解説文が、からくり式に現れる仕掛け。



- ① 個という点ではなく、面で
 - ② 特別感のある商品を造成し
 - ③ 中長期的に取り組み
- 私どもの経験から言えることがあるとしましたら、

【取材地 DATA】

一般社団法人 伊賀上野観光協会／伊賀流忍者博物館

(伊賀流忍者博物館) 〒518-0873 三重県伊賀市上野丸之内 117
 TEL : 0595-23-0311
 WEB : http://www.iganinja.jp
 (伊賀上野観光協会) 〒518-0873 三重県伊賀市上野丸之内 122-4
 TEL : 0595-26-7788
 WEB : http://www.igaueno.net



取材を終えて 編集長 / 川北

伊賀が熱い！そんな噂を耳にしての訪問。そこで拝見した下準備の期間や思い切った取組、採用など。「忍者」という外国人からウケがいいものがあるから…。と思ってしまう自分を大反省。そしてさらなる期待を！

「伊賀？どこ？」

平成15年から、国内開催のインバウンド商談会に参加し始めました。当時の風当たりは、それはもう冷たく(笑)。当時、旅行業界の皆様が目を向けていたのは、ゴールデンルート(東京→箱根→富士山→名古屋→京都→大阪)。

「ふーん、忍者ね。伊賀？ それどこ？」と軽くあしらわれてばかりでした。それでも私どもにとっては、勉強になることが多かったです。「海外の方にどんなコースが人気なのか」「どんな旅行が求められているのか」など、会話から色々なことが垣間見えました。

訪日旅行のゴールデンルートに組み込んでもらうにはどうすれば良いか？ 考えた末、伊賀の立地の優位性を売り出すことに。伊賀は、京都や奈良と隣接しており、中部国際空港、関西国際空港から約2時間。まずは伊賀がどこにあるかを認知していただくことに身を砕きました。

単独海外忍者PRに挑戦

平成18年からは、海外でのキャンペーンにも挑戦しています。きっかけは、とあるお誘いでした。「外国で開催する日本キャンペーンに、数ある団体の一つと

インバウンド誘致を継続することで、チャンスが広がっていることを実感しています。これまではB to Bで「忍者のまち伊賀」をセールスしてきました。けれどこれからはF to Tのお客様に向けたB to Cのアプローチも重要だと感じています。それはSNS等の活用も欠かせないので、が、なかなかそこまで手が回らず……。今後の課題となっています。

今から海外誘客に取り組みなら

を中心に海外プロモーションを実施し、積極的に誘客してきました。③については、日本から離れば離れるほど結果を出すには時間がかかるので、中長期的な事業として地道に取り組むことが大切だと思えます。

ここ伊賀では、今日も各国からお客様が大勢来てくださっています。最近では英語と中国語の2言語フォローでは不足だと感じるが増えています。年々増す勢いを現場で体感すると、未来への大きな可能性を認識させられます。インバウンドビジネスには、まだまだ多くの宝が眠っていると思えますよ。



ジャパニーズ・ニンジャによる技の数々に、外国人は大喜び。



本物の刀や手裏剣などの忍具を使用した技を披露する。