





ハワイ州観光局(HTJ)

Hawai'i Tourism Japan (HTJ)

業界パートナーと一緒に 相乗効果が出るプロモーションを展開

HAWAI'I TOURISM

JAPAN

2017年のハワイ州観光局

マーケットが堅調に推移するハワイ。ハワイ島コナへの直行便が復活するなど、昨年は新たな動きを見せ、今年も引き続き安定的な成長が見込まれる。こうしたマーケット情勢を受け、ハワイ州観光局(HTJ)では、旅行会社や航空会社、ホテル、アトラクション、レンタカー会社など、業界パートナー各社と連動したプロモーション展開に注力、「最大限の相乗効果を生み出していく」意向だ。2017年のプロモーションについて、HTJ局次長のミツエ・ヴァーレイ氏(写真)に話を聞いた。



2017年ハワイ州観光局プロモーション「7つの柱」

①「ごほうび、ハワイ。」

ターゲット:アクティブシニア、3世代ファミリー、 ロマンス/カップル、友人同士

②「有休ハワイ」

ターゲット: 20~50代男女

③隣島プロモーション

4ファーストタイマー対策 地方、若年層の需要喚起

⑤富裕層向けプロモーション

⑥アロハプログラムの強化

ニッチ・マーケット創出

⑦MICE/教育旅行向けプロモーション

①「ごほうび、ハワイ。」 2017年プロモーションの中心に

ごほうび、ハワイ。



今年からスタートする新プロモーション「ごほうび、ハワイ。」は、アクティブシニアと3世代ファミリー、ロマンス/カップル、友人同士、という4つのターゲット・セグメントを設定。ヴァーレイ氏は「レジャーマーケットでほぼすべてのセグメントをカバーする今年の中心となるプロモーションだ」と説明する。

プロモーションの内容は、この4つのセグメントへ向けたハワイへの「ごほうび」旅行を提案するというもの。ウェブサイトや動画をはじめとしたユニークな仕掛けやさまざまなビジュアルで「ごほうび」旅行に最適なハワイの魅力を紹介する。 ⇒詳し<は20~21ページ

旅行会社との連動も本プロモーションの重要な施策のひとつ。「ホールセラーやHTJが認定するサテライトオフィスで行うキャンペーンと、『ごほうび、ハワイ。』のプロモーションを上手く連動させることで、効率の良いプロモーション展開を図っていきたい」考えだ。

具体的には、ホールセラーへの商品開発/販促面でのサポートに力を入れるほか、「現在、旅行会社など24店舗を数えるサテライトオフィスへも、店舗イベント等でサポートを行っていく。各店舗をまわって、ニーズを把握しながらプランニングしていきたい」と意欲を見せる。

② 「有休ハワイ」 「ごほうび、ハワイ。」 の一環として

有給休暇取得促進を目的に、昨年よりスタートした「有休ハワイ」プロモーション。今年は「ごほうび、ハワイ。」のプロモーションの一環として、20~50代男女をターゲット・セグメントに据え展開していく方針だ。

「ごほうび、ハワイ。」と合わせ、ウェブサイトや動画、画像などのビジュアル・コンテンツを拡充させることで、「各旅行会社のプロモーション展開において自由に使えるようにしていく」計画。

また、SNSでも現在「有休ハワイ」キャンペーンを実施中だ。 → 詳しくは**22ペー**ジ

③ 隣島プロモーション ハワイ島コナ直行便の認知度アップへ

引き続き隣島プロモーションにも力を入れる。特に2016年12月21日にハワイアン航空の羽田-コナ線の運航がスタート、6年ぶりとなる日本から隣島への直

行便復活なだけに、「ハワイ島を含む各島 の観光局やサプライヤーは大変協力的。 情報提供や各種サポートにも積極的」だ

HTJでは、羽田-ハワイ島コナ線の認知度アップへ向けた取り組みを中心に、隣島への需要促進を図る考え。コナへの直行便を紹介するオンライン動画は、すでに再生が80万回(2017年1月16日現在)に迫り、100万回突破に届きそうな勢い。「直行便を利用した旅行商品への商品造成、販促面でのサポートに努めるほか、サテライトオフィスへの協力などを通じて需要を盛り上げていく」意向を見せる。
→詳しくは36ページ

④ ファーストタイマー対策 地方、若年層へ積極アプローチ

リピーター比率が6割を超えるハワイ。マーケット拡大へ向け、HTJではファーストタイマーの獲得を重要な取り組みと位置づける。なかでも力を入れるのが地方マーケットと若年層へのアプローチの2つ。

地方マーケットへ向けては、「地元メディアと協力して、一般消費者向けのイベントを引き続き実施し、需要喚起、旅行商品の販促につなげていく」方針。直行便が飛ぶ札幌、名古屋、福岡で今年も実施していく予定だ。また「ハワイ州との姉妹提携が今年20周年を迎える広島県でも、グループや学校、県人会単位での交流が予定されており、需要を盛り上げていきたい」と意欲を示す。

一方、若年層向けには、メディアミックスによるアプローチを強化。「インフルエンサーや世界一周団体TABIPPOといった若年層に影響のあるところとのコラボレーション、イベントへの参加を進めていく」考えだ。 →詳しくは22ページ

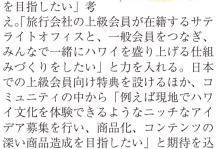
⑤ 富裕層向けプロモーション 戦略策定へ本腰

「各島、各パートナーで富裕層向けのプログラムが充実している」ことから、富裕層へ向けたプロモーションについても今後準備を進めていく。「消費額を伸ばす意味でも富裕層の需要開拓は必要」とのスタンス。「まずは業界パートナーとしっかり戦略固めをしてからプラン策定をする」と抱負を語る。

⑥ アロハプログラムの強化 ニッチなニーズ捉え、内容の濃いツアー造成へ

既に約1万9000人の登録者数を超える(2017年1月10日現在)ハワイ州観光局認定のラーニングポータルサイト「アロハプログラム」。旅行会社スタッフだけでなく、一般会員の数も増加中で、比率で見ると、一般会員が半数を超える。

今後の展開としては「会員同士の交流が図れるコミュニティづくりを日指したい」表



⑦ MICE / 教育旅行向けプロモーション ハワイのブランディング確立へ、ツールも拡充

一方、前述の①~⑥のレジャーマーケット以外のアプローチとして力を入れるのが、教育旅行を含むMICEへの取り組みだ。「ハワイでのMICEや教育旅行への問い合わせは増えてきている。ここでブランディングをしっかりと確立させることが必要」と指摘する。

「例えば『学びの宝庫ハワイ』『チーム ワークを高められるハワイ』のように、 教育旅行やインセンティブ等で、ハワイ のブランディングをしっかりと打ち出し ていきたい」と強調、需要喚起への意欲 を見せる。

ブランディングの確立だけでなく、ツールの拡充にも力を入れる。パンフレットの改訂を予定しているほか、業界サイトでのコンテンツ拡充を進め、「各旅行会社でのプレゼンのサポートになるべく、ツールの拡充を図りたい。営業に使えるツールをしっかりと取り組んでいく」方針だ。 ⇒詳しくは6ページ(教育旅行)

昨年、今年共に1%増の安定成長目指す日本人150万人超、業界向けイベントも

ハワイへの訪問者数は、日本を含む全マーケットで「6年連続の記録更新を続けている」と好調。一方、2016年にハワイへ訪れた日本人は、 $1\sim11$ 月の累計で前年同期比0.9%増(136万7817人)を記録。日本人の海外旅行に占めるハワイのシェアは、0.9ポイント増えており、まずまず

な状況にある。

2016年通年の見込みについて、ヴァーレイ氏は「11月単月では前年同月比4.6%増と好調で、12月も同様の傾向が見られることから、2016年通年は1%増の予測で、2015年の149万9167人を超え、150万人は突破するのではないかと見ている」と見る。

今年については、「トランプ政権のスタート、為替や燃油サーチャージの動向など、不透明要素が多いものの、日本マーケットは比較的安定するのではないかと見ている」と指摘、0.8~1%程度の安定した成長を見込む。

マーケット動向を見る上で、課題となる航空座席供給だが、「ビジネスクラスのグレードアップやプレミアムエコノミーの投入など、イールドアップに動く航空各社の動向も見据えつつ、LCCの参入や将来的なA380型機導入も踏まえ、座席供給改善に期待したい」とする。

業界向けのイベントとしては、1月末~2月のセミナー&ワークショップの全国行脚(5都市:札幌、東京、名古屋、大阪、福岡)に加え、6月には現地ハワイでMICEの商談会を予定。日本からも旅行会社の団体旅行担当者を招待するほか、7月15~17日には東京で3回目の開催となる一般消費者向けイベント「Hawaii EXPO」を実施、日程を延長して3日間の開催とする予定だ。

さらに9月には、昨年4月に現地で開催した「ハワイサミット」を、毎年9月に実施している「ハワイツーリズムカンファレンス」に統合、日本から旅行会社スタッフを招待し、カンファレンスの参加や商談会、FAMツアーなどを展開し



ハワイツーリズムカンファレンス 昨年は日本から約100名が参加

なることが期 昨年は日本から約100名が参加 待される」状況。ハワイへの旅行需要を 盛り上げるべく、業界パートナーと一丸 となって取り組んでいく。

退火

週刊ウイングトラベル「ハワイ特集 2017 春・夏号」目次

WING Travel Weekly "Hawaii Special 2017 Spring & Summer" Content:

	ecial 2017 Spring & Summer" Contents	
ハワイアン航空	Hawaiian Airlines	2 p
ハワイ州観光局(HTJ)	Hawaiʻi Tourism Japan (HTJ)	3 p
パシフィックビーチホテル	Pacific Beach Hotel	4-5 p
教育旅行	Educational Trips	6 p
ポリネシア・カルチャー・センター	POLYNESIAN CULTURAL CENTER	7 p
プリンスワイキキ	Prince Waikiki	8-9 p
ロマンスマーケット	Romance Market	10 p
ワタベウェディング	WATABE WEDDING CORPORATION	11 p
ヒルトン・リゾーツ・ハワイ	HILTON RESORTS HAWAII	12 p
アウラニ・ディズニー・リゾート&スパ コオリナ・ハワイ	Aulani, A Disney Resort & Spa, Ko Olina, Hawaiʻl	13 p
アウトリガー・リゾーツ	OUTRIGGER RESORTS	14-15 p
チャイナ エアライン	China Airlines	16 p
ホットニュース	Hot News	16 p
シーライフ・パーク・ハワイ	SEA LIFE PARK HAWAII	17 p
ザ・リッツ・カールトン・レジデンス ワイキキビーチ	The Ritz-Carlton Residences, Waikiki Beach	18-19 p
ごほうび、ハワイ。	GOHOUBI HAWAI'I	20-21 p
ホットニュース	Hot News	22 p
デルタ航空	DELTA	23 p
スターウッド ホテル & リゾート ワイキキ	Starwood Hotels & Resorts Waikiki	24-25 p
アロハプログラム&サテライトオフィス	Aloha Program & Satellite Offices	26 p
ハイアット リゾーツ ハワイ	HYATT RESORTS HAWAII	27 p
ハーツレンタカー	HERTZ RENT A CAR	28 p
アラモレンタカー	ALAMO RENT A CAR	29 p
ネイバーアイランド(隣島)	Neighbor Islands	30 p
カアナパリビーチホテル	Kāʻanapali Beach Hotel	31 p
おすすめ隣島ドライブコース	Scenic Drive in Neighbor Islands	32-33 p
エイビスレンタカー	AVIS RENT A CAR	32-33 p
FAMツアーレポート	FAM Tour Report	34-35 p
ハワイアン航空	Hawaiian Airlines	35 p
ホットニュース	Hot News	36 p
隣島商品 旅行会社レポート	Neighbor Islands Travel Agency Report	37 p
アクア-アストン・ホスピタリティー	Aqua-Aston Hospitality	38-39 p
	Hawaiʻi Tourism Japan (HTJ)	40 p

※本特集からの文章、写真などの無断転載を禁じます。

※本特集で紹介する事項において生じた損失、傷害、不都合について責任を負いかねます。 ※掲載の情報は発行時(2017年1月)のものです。変更となる場合もございますので、ご了承ください。 (4) WING Travel 2017年(平成29年) 1月30日 増刊 第2367号

パシフィックビーチホテル

Pacific Beach Hotel

全面改装が今秋に完了 新名称「アロヒラニリゾート・ワイキキビーチ」に



大きな円柱が印象的なエントランス



フロントまわりも明るい印象に



全客室は昨年末に改装済

ワイキキビーチでベストな立地を誇る「パシフィックビーチホテル」は、1億1500万ドルを投じた全面改装を経て、新名称「アロヒラニリゾート・ワイキキビーチ」に生まれ変わる。改装は今秋を目処に完了、新名称のもと、装いも新たにグレードアップを図る。またサービス面の向上にも、より一層努めていく方針だ。

ハワイ語で「まばゆい空」 アロヒラニリゾート・ワイキキビーラ

改装完了後の新しいホテル名称となる「アロヒラニリゾート・ワイキキビーチ」だが、「アロヒラニ」とは、ハワイ王師「まばゆい空」という意味。ハワイ王朝最後の君主となったリリウオカラニ女王信託基金が保有する土地に建つ同ホテル。ホテルの周辺は、リリウオカラニ女王の邸宅や、女王が愛情を込めて「ケアロヒラニ(王家の光、あるいはまばゆい空の意)」と呼んでいた浜辺の別荘を含め、王族の住居が密集していたところとして知られている由緒あるエリアだ。

「アロヒラニ」の名の通り、新しいホテルの内装は、ハワイらしさを感じさせ、かつコンテンポラリーな明るいデザインとなる予定。

なお、全客室は2016年末に改装が完了、 パブリックエリア(フロント、ロビー、 オーシャナリアム等)は、5月初旬に完 成予定で、今秋にはすべて完了する計画 となっている。

明るい印象の客室 海側の建物の客室には洗浄機付きトイレ

ワイキキビーチに面し、世界屈指のビーチとダイヤモンドヘッドの絶景が楽しめる客室。改装後は、全839室がハワイアンスタイルをベースに、よりフレッシュな印象を受けるモダンなデザインを取り入れた内装に生まれ変わる。

木や石などの自然の素材を取り入れ、 白やベージュを基調としながらも、要所 にブルーとグリーンでアクセントを効か せ、明るい印象に。溶岩石のモザイクから 木で編まれた円柱、装飾品に至るまで、 ハワイの自然や伝統、文化に敬意を表し た細やかな意匠も盛り込んでおり、ハワ イらしさも感じさせる。

内装だけでなく、設備もグレードアップ。海側の建物の客室には全室洗浄機付きトイレを備える。



明るい印象の客室

ロビーまわりが開放的な空間に 団体の受け入れにも対応

ロビーまわりをはじめとするパブリックエリアも、5月初旬の改装完了後は開放的な空間に一新される。熱帯植物と自然の岩を使った坪庭を配置し、ハワイらしいトロピカルな雰囲気を感じさせつつ、ライムストーンを使ったレセプションデスク、白い布で覆われたソファー、自然の形を活かした天然木のテーブル、照明器具など、落ち着いたインテリアで美が感覚あふれる洗練された内装が特徴

また、団体の受け入れにも対応。ロビーエリアのオーシャナリアム左奥に団体到着や出発、また滞在中に利用できるグループホスピタリティエリアを設置。100名以上収容できるので、大きなグループにも対応が可能。さらに団体専用のツアーデスクの設置もできる。



ロビーラウンジ横には巨大水槽オーシャナリアム

ビーチを臨むラグジュアリーな空間 デスティネーション・プールデッキ

ホテルの新たなアイコンのひとつとなるのがデスティネーション・プールデッキ。既存のプールからよりラグジュアリーな空間へと変貌を遂げる。ビーチを臨む塩水のインフィニティプールには、プールバーやデイベッドを設け、カバナへと続く石の小径は特別感を演出する。子供向けのプールも用意。ヤシの木や

品やランタンなど、洗練された空間でありながらも、ハワイらしいトロピカルな雰囲気も感じさせる。

チーク材の家具、流木を使ったアート作

海洋生物たちがゲストをお出迎え 巨大水槽オーシャナリアム

このホテルだけのユニークな施設として人気を集めていた巨大水槽オーシャナリアム。改装を経て、その規模はさらにアップグレード。サンゴで彩られた水槽は、ワイキキビーチの海の中を再現。1000種以上もの海洋生物を観察でき、海洋自然の大切さを伝える宿泊客向けのユニークな教育プログラムが今後登場予定だ。

鉄人シェフのレストランが誕生 ハワイのグルメシーンを牽引

レストランもグレードアップする。日 本でも「鉄人シェフ」として知られる森 本正治氏が手がける2つのレストランが 誕生。ホテル2階の「モリモト・アジア」 は、ホテルのシグネチャー・レストラン として、西洋と和のテイストを大胆に融 合させた森本氏の代表的な一皿を提供。 ホテル1階には、カジュアルな「モモサ ン・ワイキキ」がオープン。焼き鳥や ラーメンなど居酒屋感覚で味わえるだけ でなく、ビアガーデンも併設する予定。 両レストランは今秋オープン予定だ。ま た、朝食は2階ホテルレストランでサー ビス。農園から直送された新鮮な野菜を ふんだんに使った朝食ビュッフェにも注 目したい。



デスティネーション・プールデッキ



2つのレストランが今秋オープ





'ALOHILANI RESORT

WAIKIKI BEACH













教育旅行に最適なハワイ その8つの理由

抜群の立地環境

ハワイは、日本を含むアジアとアメリ カ本土を結ぶ、いわば「太平洋の中心」。 その地の利を活かし、ハワイは政治や 社会、文化の「交差点」であり続けた。

ポイント

豊かな文化・歴史

ハワイ独自の文化と歴史。日系移民の 時代から続く、日本との深いつながり も。海外から日本を学ぶチャンスに。

Cultural Diversity & Rich History

2 安全、そして安心

治安が良く、日本語対応が充実してい るので、緊急の際も安心。班別行動も 不安なし。衛生面でも不安がない。

Safety & Security

ポイント

恵まれた自然環境 6

ダイナミックな大自然が広がるハワイ は、まさに「地球の縮図」。ハワイを訪 れると、自然の神秘に触れることがで きる。

Living Laboratory

3 教育素材の宝庫

文化交流から語学学習、天文学や海洋 学、自然エネルギー、医療、先端技術 まで、さまざまな教育素材を提供。

Educational Opportunities

ホスピタリティーあふれる 「アロハスピリット」

「アロハ」の心で、愛と思いやり、信頼 など、人間の尊さを学ぶ。私たちに出 会いや喜びを教えてくれるはずだ。

Aloha Spirits

インフラが 整備されている

教育機関が充実しているほか、各学習 テーマを最新の環境で体験できる。宿 泊施設や移動手段も豊富に揃う。

Infrastructure

8 個性的な6つの島

カウアイ島、オアフ島、モロカイ島、 ラナイ島、マウイ島、ハワイ島、それ ぞれがユニークで、島それぞれに多彩 な学習素材が見つかる。

Unique 6 Islands

ハワイでこれを学ぶ おすすめ学習

国際交流、英語学習

英語で実践&コミュニケーション 異文化交流で広がる世界観

教育旅行の目玉のひとつが現地の学校 との交流プログラム。英語でコミュニ ケーションをするからこそ見えてくる新 しい世界観は、生徒たちの学習意欲を大 いに刺激してくれる。また、コミュニケー ションの重要さや、お互いの文化を尊重 する大切さを学ぶ機会としても最適。異 文化交流は、視野を広げ、新しい発想を 育てる貴重な機会となるはず。



産業学習

多彩な産業学習の場 先進的な取り組みも学べる

観光業や農業は、主要な産業としてハ ワイの経済を支えている。また、2045年ま でに100%クリーンエネルギー化を目指 し、最新のIT技術を活用したスマートグ リットを推進するなど、自然エネルギー 関連では先進的な取り組みで世界をリー ド。医療やロボティクスなどの先端産業 にも触れることができ、ハワイは多彩な 産業学習の場を提供してくれる。



歴史&史跡、文化

ハワイ独自の歴史と文化を知る

古代ハワイの誕生からポリネシア人の 渡来、西洋文化の流入、ハワイ王国、日 系移民など、知れば知るほどハワイの歴 史は奥深いもの。また、神聖な踊りのフ ラ、伝統的な祝祭ルアウ、神からマナ(霊 力)を授かるために身につけるレイなど、 今の生活の中にしっかりと根づいている ハワイ独自の文化も魅力的。日系移民が 持ち込んだ日本文化も、ハワイの人々の 間で受け継がれている。



イベント、チームビルディング

気軽に参加できるイベント | ロコ」 たちとの交流は一生の思い出に

ハワイなら、気軽に参加できる現地イ ベントも豊富。学校単位の現地交流プロ グラムとは異なり、「ロコ」と呼ばれる 現地の人たちとの幅広い交流が可能で、 サプライズな体験に出会うことも。ハワ イアン・カルチャーからスポーツ、アー ト、環境保護活動など、生徒/学生たち にとって忘れられない思い出の1ページ となるだろう。



© Global Village Hawa

平和学習

日本とハワイの関わりから学ぶ

希望を持って新天地ハワイへ足を踏み 入れた日系移民たち。プランテーション での労働から活躍し、ハワイ社会の中で も大きな存在となった。大きな転機と なったのが1941年の日本軍による真珠湾 攻撃。祖国日本と、移住国アメリカが戦う という複雑な環境に置かれ、日系人たち は強制的に収容される時代もあった。日 本とハワイとの関わりを知ることで、平 和の尊さ、絆の深さを学ぶことができる。



© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

自然学習

大自然に刺激される学習意欲 SSHの派遣先にも

島ごとに異なる自然の成り立ちは、ハワイ の多様性を物語っている。そんな恵まれた自 然環境のもと、天文学や海洋学の分野でも世 界レベルの研究が進んでおり、今も活発な活 動を続けるキラウエア火山、世界の天文台が 集まるマウナケア、希少な動植物が生息する 海や山など、自然科学をテーマとした学習素 材が多彩に揃う。スーパー・サイエンス・ハ イスクール(SSH)の海外派遣先としても選ば れるなど、ハワイは高い評価を受けている。



© Big Island Visitors Bureau (BIVB) / Kirk Lee Aed

Topics

事前学習に最適 「アロハプログラム」ユース会員

ハワイ州観光局では、教育旅行でハ ワイへ渡航する学生や先生方を対象 に、事前学習に最適な「アロハプログ ラム」ユース会員を設定している。事 前に本プログラムの「ハワイユースス ペシャリスト検定しをウェブサイト上 で受講し、ハワイの文化や歴史、自然 に関する基本的な知識を得ることがで



きる。検定は、全 25問中17問正解す れば合格となり、 合格者には、学校 名と個人名を印字

したアロハプログラム ユース会員証 が無料進呈される。

詳しくはウェブサイトまで

http://www.aloha-program.com/test/youth/outline/

「ハワイ教育旅行ガイド」 改訂版が完成

ハワイの教育 旅行について紹 介するハワイ州 観光局発行の冊 子「ハワイ教育 旅行ガイド」の 改訂版がこのほ ど完成した。ハ ワイで学べる学 習素材をまとめ たほか、各学校



の実施例などを紹介。ハワイで教育旅 行を行うメリットや学習効果の高さに ついてアピールできる冊子として、 セールス等でぜひ活用したい。

ポリネシア・カルチャー・センター(PCC)

Polynesian Cultural Center

PCCでハワイの文化や生活を体験! さまざまな施設やプログラムを提供

ハワイだけでなく、ポリネシア全域の文化を体験できる世界最大のテーマパーク「ポリネシア・カルチャー・センター(PCC)」。ここではさまざまな施設やプログラムでハワイの文化や実際の生活を体験することができる。

ウクレレの奥深さを知る 新施設「ウクレレ・エクスペリエンス」

日本人にも人気のウクレレは、ハワイアンミュージックに欠かせない楽器。そのウクレレの奥深さを体験できる施設「ウクレレ・エクスペリエンス」が新たに誕生した。グルメ&ショッピングエリアの「フキラウ・マーケットプレイス」へ移転したお土産コーナーの跡地にオープン、PCCの入場券がなくても気軽に入ることができる。

館内では、ウクレレができるまでの様子を写真や動画などで説明。タッチパネルを操作しながら各パーツができる過程を知ることができる。写真や動画は、PCCのスタッフがハワイ島にあるウクレレ工房で実際に撮影したものだ。

ほかにもビンテージ品の展示、子供も楽しめるキッズコーナーなどを併設。有名ミュージシャンの演奏が聴けるコーナーもある。少人数向けにウクレレのレッスンをアレンジすることもできるので、是非トライしてみたい。



ハワイでおなじみの「シャカ・サイン」は、PCCのあるライエが発祥。生みの親であるハマナ・カリリ氏の銅像が敷地内に立つ

教育旅行に人気のカイクアアナ・プログラム 現地校訪問や英会話体験、職業体験も

文化体験ができるテーマパークとして、教育旅行に人気のPCC。さまざまなプログラムを用意しており、そのなかでも人気が高いのが「カイクアアナ・プログラム」だ。

ブリガムヤング大学ハワイ校(BYU)の学生がプログラム参加者の案内役を務め、現地体験や英会話実践をサポート。 PCCに限らず、大学内やスーパーマーケット、PCCに近いライエの町に同行して時間を共にする。

生徒8名につき、現地の大学生1名が サポートするので、プログラム中に英語 を話す機会が多く、実践的な英語力を鍛 えることができるのが好評。追加料金で グループの人数調整も可能だ。

また、ホームステイと英語を学ぶクラスを組み合わせたアレンジもできる。期間は2泊3日をベースに、1泊から1週間程度まで柔軟に対応。ホストファミ



現地大学生と一緒に町へ出て実践的な英語力を鍛える (イメージ)

リーはBYUが募集し、責任を持って審査している。

PCCでさまざまな文化体験 チームビルディングにも

PCCでは、各種文化体験プログラムを提供。なかにはチームビルディングに活用できるプログラムもあるので、企業のグループ旅行にもぜひ取り入れたい。プログラムによっては、少人数から100名以上まで対応できる。

ウクレレやフラのレッスンは、ハワイの文化を気軽に体験できるプログラムとして人気。開放的なPCCの空間でリフレッシュして楽しむことができる。例えば、フラのグループで利用するのもいいだろう。



ハワイ文化を気軽に体験できるプログラムが充実 (一例)

また、ラオハラという葉で世界にひとっだけの花を作れる「ハワイアン・ローズ作り」体験、リーフクラフト、伝統的な航海術を学ぶ「イオセパ」など、ハワイ文化に触れるここだけのユニークなカルチャー・エクスチェンジ・プログラムも

充実。チームビルディングの場面では、ハワイのボーリング「ウルマイカ」や、カヌー、リズムに合わせて棒を投げ合うゲーム「ティティトレア」、火起こしやスピア(槍)なげなどで結束力を高めることができる。



全面改装で生まれ変わるプリンスワイキキ ハワイ色を強調してリブランドデビュー

日系の安心感のあるホテルとして親しまれてきたハワイ プリンス ホテル ワイキキが、5500万ドル(約55億円)を投じて全面改装を実施。ホテル名を「プリンスワイキキ」に変更し、2017年4月にリブランドオープンする。

新しいブランドのコンセプト

洗練された「新しいハワイ時間」を提案 ハワイ独自のブランドコンセプト

長年、日本人旅行客に親しまれてきた「ハワイ プリンス ホテル ワイキキ」が全面改装をして、リブランドデビュー。 洗練された施設とパーソナライズされたサービスを提供し、新しいハワイ時間を楽しめるホテルとして生まれ変わる。

リブランドでは「ハワイ プリンス ホテル ワイキキ」と4語だった名称を「プリンス ワイキキ」の2語に変更。よりシンプルで親しみやすいイメージとなっている。

プリンスホテルズ&リゾーツは、日本 国内では「ザ・プリンス」「グランドプリンスホテル」「プリンスホテル」の3ブランドで展開し、それぞれのブランドでは、ターゲットに合わせて内装やサービス内容が細かく規定されている。プリンスワイキキのブランドコンセプトは、これらの3ブランドの流れをくみながら、より「ハワイでの滞在」を最前面に押し出す独自のコンセプトを持つブランドになる。

かつては豊穣と安らぎの場所 ホテル立地のストーリーを前面に

全面改装とリブランドにあたって、あらためて見つめ直したのが、ホテルが建つ土地の歴史だ。その結果、この地が、「ピイナイオ(小川)」が海に注ぐ「ムリワイ(河口)」だったことや、生命力が強い「ナイオ(花)」の生育地だったこと、豊かな養分を含んだ川が海に注いで「リムエレエレ(海藻)」を育てたこと、「ヒナナ(魚)」が群れをなしてピイナイオを勘上する場所だったこと、などが明らかになった。かつてハワイの人々がピイナイオの河口で休息をとり、元気を取り戻していたという逸話もあることから、この

土地にあった活力を現代に合わせて再認識し、今後の繁栄につなげたいという想いを新ブランドのバックボーンとして設定した。

特にヒナナは、鮭のように川に戻ってくる魚であることから「宿泊していただいたお客様にまた戻ってきていただけるように」との願いを込めて、新しいブランドロゴにそのモチーフが採用された。また、ナイオは小さいながらも再生力が強い植物であるため、「癒されて元気を取り戻してもらえるように」という思いを込めて、客室の壁に描かれている。

生まれ変わったロビー、客室、レストラン

アートを楽しめる空間に生まれ変わったロビーお客様の滞在をサポートするサービスも充実

ロビーは通常のチェックイン機能があるだけでなく、宿泊客がアートに触れ、 心地よい時間を過ごせる空間として生ま

ハワイで高い評価を受けているアーティストのカイリ・チュン氏の作品「フラリイカラ」を展示。天井から吊るされた無数の銅板は、水面に映える太陽とヒナナの群れをイメージしたもので、プリンスワイキキの新しい未来を表現している。この銅板は、ホテルのスタッフ

やその家族が1枚ずつ手作業で叩き出して作ったもの。新しいブランドロゴのイメージにもなっているヒナナの群れを、ホテルに1歩足を踏み入れた瞬間から目にすることができる。

フロントのゲストサービスも充実し、 ブランドコンセプトの1つでもある 「パーソナライズされたサービス」を提 供。宿泊客の滞在をサポートしたり、1 人ひとりにぴったりのハワイらしいアク ティビティを提案したりする。

視界を広げ海が楽しめる客室へ デザインと機能性をハイレベルで両立

全室オーシャンビューの客室における 改装のテーマは、「ホテルが建つ土地のストーリーを客室全体で表現する」こと。 室内は海と砂をイメージさせる青とベージュを基調とし、この地に生育していたナイオの花を壁に描いた。波をデザインしたアクセントピローやクッションを用意し、まるでビーチでさざなみの音を聞きながら就寝してもらうようなイメージを与える快適な空間となっている。

また、客室の全幅と床から天井まで

ある大きな窓の視界を最大限に活かすため、上下に開閉する全自動のブラインドを採用。ラナイはないものの、視界を妨げる手すりがないため、いわば客室そのものがラナイとなり、窓全体で美しいハワイの海を楽しめるようになった。

このほか、ベッド周りにUSBポートや電源を集約して利便性を向上させ、全室に温水洗浄便座、ハンドシャワーを設置。デザインと機能をハイレベルで両立させた。









メインダイニングはビューを最大限に活用 ビュッフェ動線変更など細部にこだわり

これまでのメインダイニングであった「プリンスコート」も全面的に改装し、「ワンハンドレッド セイルズ レストラン&バー(100 Sails Restaurant & Bar)」として生まれ変わる。コンセプトは、ハワイの地元で採れた素材をふんだんに使った料理を提供する「フレッシュ・アイランド・キュイジーヌ」。ビュッフェに加え、終日アラカルトメニューもオーダーできる。

また、入り口付近にあったビュッフェのラインを奥に移動し、レストランエントランスに着いた時点で、レストランの名前の由来でもあるヨットハーバーのたくさんのセイルが視界に入り、明るく開放的な雰囲気になった。そしてキャプテンズルームがレストランの一部になり、大型プライベートルームも完成。これまであった小型のプライベートダイニングに加え、グループがイベントなどで利用



しやすくなった。

レストラン内には新しいオープンバーも設置。オリジナルカクテルやププ(軽 食)を提供し、1人でも楽しめるように した。そのバーからはハネムーナーなど にぴったりのロマンティックサンセット を眺めることができる。

レストラン内には、「リムエレエレ(海薬)」をモチーフにした装飾を施す。これにより、コンセプトを視覚的にも感じられるようにした。











新設のバーカウンターとメニュー

新たなテナントの入居で抜群の話題性

活美登利寿司がKATSUMIDORI SUSHI TOKYOとして海外初進出 宿泊客は予約が可能

2002年に東京・目黒に1号店を開店した寿司店の活美登利。新鮮で高品質な寿司を手頃な価格で提供することで話題となり、現在は行列ができる人気店となった。魚は築地からハワイに直送するため、日本国内の活美登利と同じクオリティの本格的な寿司を楽しめる。人気の寿司店となり混雑が予想されるが、宿泊客は予約が可能なため、並ばずにKATSUMIDORI SUSHI TOKYOの寿司を堪能できる。



オリジナルメニューのドラゴンロール

ワタベウェディングの新チャペルが ホテル最上階にオープン

ハワイ プリンス ホテル ワイキキ時代にはなかったウェディング施設も、今年5月に加わることになる。ワタベウェディングがホテル最上階の33階に「ラニレア チャペル」を新たにオープン。「喜びの空」という意味のこのチャペルは、地上107mからのパノラマビューを堪能できるハワイ初のスカイチャペルで、ホテル全面改装の目玉の1つでもある。アラワイヨットハーバーやワイキキ市街、オアフ島南岸から太平洋の青い海まで、眼下に広がる絶景を望みながらのウェ



ディングが叶う。ホテル内のパーティースペースもニューオープンし、挙式の感動やセレモニーの余韻をそのままに、プライベートパーティーを開始できる。

ロビーに開店するホノルルコーヒー アロハ精神でお客様をお迎え

改装されたロビーに位置するカフェは、2012年に日本で1号店がオープンして以来、店舗数が増えているホノルルコーヒーが運営する。ハワイ島のコナ地区でしか収穫できない選び抜かれたコー

ヒー豆を、熟練のローストマスターが焙煎。ヴィンテージアロハの空間を提供し続けるホノルルコーヒーにより、プリンス ワイキキのローカル色がより一層強くなっている。





プリンスワイキキ

Address: 100 Holomoana St, Honolulu, HI 96815 TEL: (808) 956-1111 FAX: (808) 946-0811



















ハプナビーチプリンスホテル

Address: 62-100 Kaunaʻoa Drive, Kohala Coast, HI 96743 TEL: (808) 880-1111 FAX: (808) 880-3142











マウナケアビーチホテル

Address: 62-100 Mauna Kea Beach Drive, Kohala Coast, Hawaii 96743 TEL: (808) 882-7222 FAX: (808) 882-5700













ロマンス・マーケット

Romance Market

ウェディングでハワイが選ばれる理由



海外ウェディングで圧倒的な人気を誇るハワイ。「ゼクシィ 海外ウェディング調査 2016」(株式会社 リクルート マーケティング パートナーズ、2016年8月発表)によると、海外ウェディングにおける ハワイのシェアは66.6%に達し、全体の2/3がハワイで挙式したことになる。 その人気の理由は何か、 また最近の傾向について、同調査の結果から読み取りたい。

* 30

© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

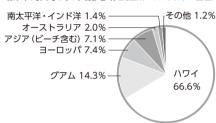
ハワイ州知事のサイン入り結婚認定

証も用意。こちらはプロデュース会社

海外ウェディングの2/3がハワイ オアフ島に集中

まず、「海外挙式の実施地域」で最も多 いのがハワイ。今年の結果は66.6%と、 全体のほぼ2/3がハワイを選んでいる(表 1)。また、ハワイのシェアの推移を見る と、海外ウェディング先にハワイを選ぶ 傾向は年々強まっており(表2)、この6年 ほどの間にシェアが大きく拡大している

(表1) 海外挙式の実施地域 (調査数=350人、単一回答)



出典=株式会社リクルート マーケティング パートナーズ 「ゼクシィ 海外ウェディング調査 2016」(2016年8月)

のが分かる。

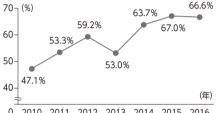
一方、ハワイでの挙式先を見ると、そ のほとんどがオアフ島(98.3%)を選んで いる(表3)。アクセスのしやすさ、施設が 充実している点がその大きな理由と思わ れるが、今後は隣島への誘致強化も重要 な課題となるだろう。

(表2) ハワイのシェアの推移



0 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 出典=株式会社リクルート マーケティング パートナーズ

旅行会社が大きな情報源に 店舗も重要な存在に



「ゼクシィ 海外ウェディング調査 2010~2016」(2010~2016年)

海外挙式を利用する際に利用した情報

ハワイ州観光局では、オリジナルデザインの婚姻届を提供。

ポータルサイト [allhawaii.jp] よりダウンロード可能だ

源で一番多かったのが「結婚情報誌」で 7割以上が回答(表6)。メディアやホーム ページも情報源となっているなか、ホー ムページを除いた「旅行会社利用」の回 答も半分以上に達している。旅行会社の パンフレットやカウンター、ブライダル フェアなど、店頭でのプロモーションが 重要な情報源の一つとなっていることが 分かる。

さらに単一回答の「最も役に立った 情報源」で見ると、「旅行会社のカウン ター」で12.0%、パンフレットやブライ ダルフェアを含めた「旅行会社利用」で は22.0%と、旅行会社を挙げる割合が高 い。この結果から、旅行会社の店頭での アクションがいかに重要であるかが分か るだろう。

経由で発行される

(表3) ハワイでの挙式実施エリア (調査数=233、単一回答) マウイ島 0.4% ハワイ島 1.3%

オアフ島 98.3%

出典=表1に同じ

「リゾート地」が人気 ビーチだけでなく、魅力が多彩なハワイ

海外ウェディングの実施地域の魅力に ついて、最も回答が多かったのが「リゾー ト地に行けること」(表4)。続いて「ビー チでのんびりできること」「海のアクティ ビティが楽しめること」など、リゾート 地であることが海外挙式の大きな決定要 素となっていることが分かる。

また、ショッピングやグルメ、ホテルの

グレードなども回答の上位に挙がる。ハ ワイはビーチの魅力はもちろん、ショッ ピングやグルメ、ホテル、大自然など、 多彩な魅力を兼ね備えたリゾート地とし て、人気を集めており、実際にハワイを 挙式先に選んだ人に限ってみると、各理 由の割合は全体値よりも軒並み高く、よ

り魅力に感じている傾向が見て取れる。

(表4) 実施地域の魅力(調査数=350/233、複数回答)

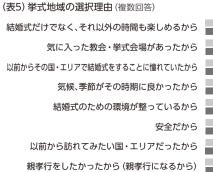


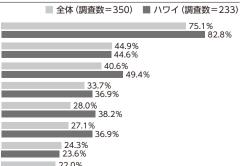
施設、憧れだけでなく絆を重視 列席者の呼びやすさ、親孝行も選択理由

では、挙式地域の選択理由を見ると、 「結婚式だけでなく、それ以外の時間も 楽しめるから」が最も多い回答を集めた (表5)。その他、施設や環境などのインフ ラ面、憧れ、安全面を理由に挙げる傾向 が強い。また、親孝行も大きな理由のひ とつとなっており、昨今の「絆」を大切 にする風潮を反映した結果となった。

全体の結果とハワイの結果を見比べる と、「結婚式だけでなく、それ以外の時間

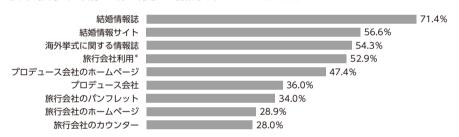
も楽しめるから | 「以前からその国・エリ アで結婚式をすることに憧れていたから| 「結婚式のための環境が整っているから」 「安全だから」「親孝行をしたかったから (親孝行になるから)」の回答で、全体よ りもハワイの割合が高いことが分かる。 ここでもハワイのリゾート地としての魅 力、施設の充実度、安全面などへの評価 の高さが伺われる。





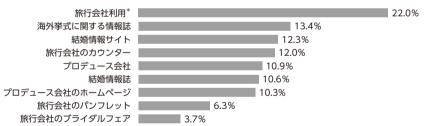
出典=表1に同じ

(表6) 海外挙式を検討する際に利用した情報源(調査数=350、複数回答)



*「旅行会社のパンフレット」「旅行会社のカウンター」「旅行会社のブライダルフェア」のいずれかを回答した人を集計

(表7) 海外挙式の申込先を決めるのに最も役に立った情報源(調査数=350、単一回答)



* 「旅行会社のパンフレット」「旅行会社のカウンター」「旅行会社のブライダルフェア」のいずれかを回答した人を集計 出典=表1に同じ

挙式だけでなく、パーティー/会食も一緒に 列席者は10名前後

ハワイでの挙式実施内容を見ると、挙 式だけと答えたのが全体のわずか1割程 度 (表8)。海外、または国内で何らかの 宴席を設けるケースがほとんどで、全体 の8割以上が海外挙式とセットで、パー ティーや会食を海外で実施している。さ らにそのほぼ半分、全体で4割近くが国 内でも披露宴や披露パーティーを行って おり、親族や親しい友人を招いて行う海 外と、より広範囲に招待して実施する国 内で、宴席を使い分ける傾向が伺われる。

一方、列席者は、全体で80.0%、ハワ イで83.7%が「いる」と回答。列席者の 数は、「6~10人」の回答割合が最も多く

(表9)、「11~15人」を含めた10人前後の 割合が64.1%と大半を占め、平均列席者 数は9.9人となった。

ハワイだけでなく、海外挙式全般でも 同様の傾向を示しており、10人前後の割 合(6~10人と11~15人の合計)は67.1% に達しており、平均列席者数は9.7人。挙 式地域で見ると、ヨーロッパでの列席者 は「2人以内」が40.0%と最も多く、グ アムは「11~20人」の割合がハワイより も多い25.0%で、挙式地域までの距離に よって、列席者数が変動する傾向が見ら れる。

(表8) ハワイでの実施内容 (調査数=233、単一回答)

┌海外挙式のみ 10.3% 海外挙式と海外現地パーティー・会食 43.8%

-海外挙式と国内での披露宴・披露パーティー 5.2%

出典=表1に同じ



26人以上 1.5%]

平均=9.9人 出典=表1に同じ

WATABE WEDDING CORPORATION

ワイキキに地上107mのパノラマビューチャペルがオープン! チャペルのリニューアルや新しいパーティ会場も登場!

ハワイ3島で 多彩なウェディング

リゾートウェディングのリーディング カンパニー、ワタベウェディング。過去60 年間で60万組以上のリゾートウェディン グを手掛けてきたパイオニアだ。なかで も圧倒的な人気を誇るハワイには1973年 にサロンを開業し、以来ハワイでのウェ ディング事業における実績を積み上げて 厚い信頼を築いてきた。

現在ハワイでは3島に18の挙式会場を 展開しており、その内訳はオアフ島12、 ハワイ島3、マウイ島3。同じハワイで もビーチに面したチャペルや歴史を感じ させるトラディショナルな教会、豊かな 緑に彩られたガーデン・ウェディング と、挙式スタイルはさまざまだ。同社で はオアフ島西部のコオリナを「ロイヤル リゾート」、ワイキキを「タウンリゾー ト」、島の東部を「スピリチュアルガーデ ン」、隣島を「ネイバーアイランド」と特 徴づけており、カップルの好みに応じた ウェディングシーンを提供している。

ワイキキに地上107mの新チャペル ラニレア チャペル

ハワイにおけるウェディングを牽引す るワタベウェディングでは、新たな話題 に事欠かない。特に2017年は新しい施設 のオープンが目白押しだ。

来る5月1日、全面改装中の「ハワイ プリンスホテルワイキキ」に新チャペル 「ラニレア チャペル」がオープンする。 ツインタワーから成る同ホテルはワイキ

キビーチとアラモアナの間に位置し、目 の前に青い海とヨットハーバーが広がる ロケーション。アラモアナタワーの33階 に位置する「ラニレア チャペル」の眼下 には、地上107mの天空から望むダイナ ミックなパノラマビューが広がり、ハワ イでも唯一無二の絶景チャペルとなって いる。まさに"喜びの空"を意味するラニ レアと呼ぶにふさわしい場所といえるだ

また、チャペルと同じフロアには挙 式前にゲストがくつろげる空間として 「ウェルカムラウンジ」を用意。挙式後の 撮影スポットとして「ピクチャーラウン ジ」も設け、絵になるさまざまなシーン をバックに思い出の写真撮影ができるよ う工夫が凝らされている。



ラニレアの[ピクチャーラウンジ]でゲストと思い出写真を

さらに、アラモアナタワーの5階には、 「ラニレア チャペル」挙式者専用の2つ のパーティ会場も誕生する。定員は、一つ は16名でもう一つが20名。いずれも窓か らワイキキの海を望む開放的な空間で、 同ホテルの総料理長とシェフによるオリ ジナルのメニューを心ゆくまで楽しむこ レができる。

> Lani Le'a Chapel (ラニレア チャペル) ●収容人数: 28名●バージンロード: 8m、白 ●挙式開始日:2017年5月1日

コオリナの人気チャペルを一新 コオリナ・チャペル アクア・マリーナ

ハワイのなかでも注目度の高いコオリ ナでは、2つのチャペルを展開するワタ ベウェディング。このほどヨットハー バーに隣接する「アクアベール フレ・マ リーナ・コオリナ・ル・プラージュ」を 改装し、2月1日に「コオリナ・チャペ ルアクア・マリーナ」として一新する。



ハワイらしさに溢れる 「コオリナ・チャペル アクア・マリーナ」 の内観

コオリナの美しい海を望む360度ガラ ス張りの内観は、イノセントホワイトの バージンロードが印象的。チャペル前方 には水面が光る美しいシャワーを配し、 バージンロードの両サイドにはアクアマ リンをイメージしたデザインを施してハ ワイらしさを凝縮した洗練された空間を 実現している。

また、建物に隣接するオーシャンビュー のガーデンを新たに「リビングガーデン」 として整備した。自宅のリビングでくつ ろぐような雰囲気を演出しており、歓談 の場としてはもちろん、フォトスポット としても提供。フォトウォールやドリン クワゴンなどを背景に、ゲストと一緒に 写真撮影を楽しめるのが特徴だ。

Ko Olina Chapel at Aqua Marina (コオリナ・チャペル アクア・マリーナ) ●収容人数: 30名●バージンロード: 10m、白 ●挙式開始日: 2017年2月1日

ダウンタウンに新パーティ会場 ザ・バンケット ハーバーコート

4月14日には新しいパーティ会場 「ザ・バンケット ハーバーコート」が オープンする。場所はホノルル港を望む ダウンタウンの一等地。4つのパーティ 会場と3つのブライズルームを備えた施 設で、ラグジュアリーな"大人の社交場"

パーティメニューは、ハワイの地産 地消を堪能できるハワイ・リージョナ ル・キュイジーヌ。メニューを監修する のはアラモアナの人気レストラン「MW Restaurant」のシェフ、ウェイド・ウエ オカ氏とパティシエのミシェル・カー・ウ エオカ氏だ。ハワイの新鮮な食材をふん だんに使い、独創的な料理を創り出す二 人はメディアにも取り上げられており、 ワタベウェディングとのコラボレーショ ンによるオリジナルメニューにも注目が 集まっている。

また、「ザ・バンケット ハーバーコー トーはワイキキとコオリナの中間に位置 しているため、「コオリナ・チャペル ア クア・マリーナ」で挙式した後に利用す るのがお勧め。完全個室のプライベート



趣のある「ザ・バンケット ハーバーコート」

空間でこだ わりの料理 と行き届い たサービス を味わい、 ゲストと共 に極上の時 間を過ごし たいっ

地 上 107m に 位 置 する、 パノラマビュー チャペル 「ラニレア チャペル」誕生







Hawaii

目を奪うほどの雄大さをたたえた地上107mからの絶景が祝福する、 おふたりのウェディングステイ。ここでしか感じれられない 感動を記憶に刻むドラマチックなシーンが、ここで叶います。



お問合せ Ծ 0120-41-2141

ワタベウェディング 検索 ト



ハワイらしい滞在が楽しめるワイキキ屈指のリゾート さまざまなマーケットニーズに対応



ヒルトン・リゾーツ・ハワイは、ハワイで4つのリゾートを運営している。オアフ島では「ヒルトン・ハワイアン・ビレッジ・ワイキキ・ビーチ・リゾート」と「ブルツリー・バイ・ヒルトン・アラナ・ロイキキ・ビーチ」、ハワイ島では「グランド・ワイレア・ア・リッションド・ワイレア・リゾート」。 マウォル もワンランク上のバケーションが続き おールセール商品として引き続き 高い人気があるほか、グループ、スキョフの受け入れでも独自フンで訴求力を高めている。

ヒルトン・ハワイアン・ビレッジ・ ワイキキ・ビーチ・リゾート

好評の「ザ・アリイ」 観光客にも人気のローカルイベントも企画

「ホテル内のホテル」としてホールセールにも販売している「ザ・アリイ」。これまで、オーシャンビューテラス(2階)で金曜日と土曜日に無料でおつまみを提



供していたが、これ を2017年3月いが、これ いで終了了し、バー ミックス・バー 設置。4月からした クテルを中心した クテルで、ナルの コーで まみ類も提供する。



カクテルを中心にした「ミックス・バー」

各部屋には、ティーパックを楽しめるようにティファールの湯沸かしポットも設置している。バスアメニティーは米国で人気のブランドシグネチャーアヌエヌエルームに変わり、ココナッツとパパロやの香りのヘアケア用品、ボディローション、バスジェル、歯ブラシと歯磨う粉を用意。滞在中に利用できるオリジスリッパミネラルウォーターなので快適な滞在を提供。

このほか、アリイ・タワー専用のチェックインカウンターとコンシェルジュをアレンジすることで、ストレスフリーな滞在をサポート。ワンランク上の宿泊体験を提供している。

リニューアル関連では、カリアタワーにあるマンダラスパのフィットネスジムが2017年2月から改装を始め、春には再オープン予定。スペースも現在の3倍ほどに拡張される予定だ。

また、タイムシェア「グランドアイランダー」がいよいよ2017年3月1日にグランドオープンする。グランドフロアーも整備されることで、大型バスやトロリーバスの発着エリアも、工事によって臨時にイリカイホテルに移されていたが、従来のグランドアイランダーに戻ってくることになる。

- こになる。 - ハワイアン・ビレッジでは、ハネムー

ンマーケット向けに引き続きホールセー ル商品で「Eternal Memory (永遠の思い 出)」をテーマにした特典を用意する。ハ ネムーナーが宿泊する部屋にサプライズ ギフトを用意し、永遠に蘇る思い出を提 供する「Eternal Moment」、新しい門出 を迎える新郎新婦の為に創った特製の手 彫りカヌーをデューク・カハナモク・ラ グーンに浮かべて記念撮影をし、一生の 思い出にする「Eternal Scene」、リゾート 内の「バリ・ステーキ&シーフード」で ロマンティックディナーを楽しみ、5感 でハワイを堪能する「Eternal Romance」 の3コース。特別な旅に特別な思い出を 贈るこのプログラムは今年3年目を迎え るが高い人気を続けており、ハネムーン 宿泊者のシェア拡大につながっていると



ハネムーナーには特別の思い出を

ファミリー向けには、今夏も7月15日から9月15日の2ヶ月間、「海の家」をオープンするとともに、朝にランニングを楽しんでもらうプログラム『ハワイで朝ラン!?』を週3回提供する。開始時間は6時から。ランニングコーチもついて、清々しい空気の中、海沿いを走る。

このほか、ハワイアン・ビレッジでは ローカルイベントも積極的に開催してい る。年1回行わるビールフェスティバル のほか、バレンタインデー、イースター、 クリスマスなどシーズンに合わせたイベ ントなど盛りだくさん。ローカルの人た ちが多く訪れるので、地元との交流とし て観光客にも好評だ。ハワイアン・ビレッ ジ恒例の花火とともに、今後さらに訴求 力を高めていきそうだ。

ハワイアン・ビレッジではホールセール商品の強化とともに、インセンティブなどのグループの受け入れも積極的に取り組んでいる。セールスマネージャーのほか、イベントの企画や宴会場のアレンジなどでオーガナイザーをサポートするイベントサービスマネージャーも置き、マーケットのニーズに応えている。

ダブルツリー・バイ・ヒルトン・ アラナ・ワイキキ・ビーチ

ヘルシー志向のハイキング・ハワイ・カフェがオープン 日本マーケットにも訴求強化

アラモアナ・プルーバードに面して立つダブルツリー・バイ・ヒルトン・アラナ・ワイキキ・ビーチでは、2階のツリーズレストランが2017年春から改装に入る。この期間、中2階に臨時にダイニングスペースを設ける計画だ。

また、正面玄関近くに新たに「ハイキング・ハワイ・カフェ」が2017年春にオープンする予定。アサイーボウルなどヘルシー志向のメニューがそろう。このカフェでは、6ヶ所のハイキングコースでツアーも提供している。

リノベーション関連では、すでにエントランスとボールルームの改装が完了している。また、アラナスィートでは全48室に電子レンジを導入していく。

主なマーケットは米本土のビジネス旅行者。最近では、価格が手頃なことからアジア、特に中国からの旅行者が増えているという。日本人旅行者のシェアは現在のところ低いものの、ヒルトンがマネージメントするブティックホテルとして、日本市場での訴求力も高めていきたい考



ヒルトン・ワイコロア・ビレッジ

オーシャンタワーがタイムシェアに ハワイアン航空の羽田/コナ線に大きな期待

ヒルトン・ワイコロア・ビレッジでは、オーシャンタワーがタイムシェア棟として生まれ変わる。全600部屋を段階的にタイムシェアに改装。2017年3月末でホールセールへの販売は終了するが、改装前の部屋についてはFIT向けに販売を続ける。ホールセールへの販売はパレス・タワーとラグーン・タワーとなる。

パレス・タワーではすでに大規模なリ ノベーションが完了。ハワイらしい滞在 スタイルを追求した「ハレ・イケ(Hale Ike)」というコンセプトで訴求力を高め ている。ハレ・イケとはハワイ語で「家 のような心地よさ」という意味。客室も 従来よりも開放感あふれるレイアウトに し、全室にバスタブを設置した。アメニ ティには、ハレ・イケのロゴを記したバ スローブ、ココナッツ・マンゴーの香り のディフューザー、リゾートのオリジナ ル製品コハラ・スパのココナッツ・マン ゴーの石鹸、シャンプー、コンディショ ナーを用意する。さらに、パレス・タワー の前を覆っていたヤシの木を手入れした ことで、オーシャンビューの部屋を増や



ラグーン・タワーでは [マカイ・プログラム] が好評

ラグーン・タワーでは、162室とスイートルーム9室で提供している宿泊プログラム「マカイ・プログラム」が好評だ。専用チェックインを用意し、チャックイン手続きの間に部屋まで荷物をお届け。プライベート・コンシェルジュサービスも提供し、ゲストひとりひとりの滞在計画をサポートする。

客室には専用バスローブと毎日の飲料水を用意。ハワイ色豊かなカードや花を添えたターンダウンサービスも行い、これまでにないラグジュアリーな宿泊体験を提供する。

また、館内レストラン「カムエラ・プロビジョン・カンパニー」、日本料理と 鉄板焼きの「伊万里」、「レジェンド・オブ・ハワイ・ルアウ」で座席の優先予約 を保証するほか、フィットネス、スチームルーム、サウナ、ジャグジーなどを含 む「コハラ・スパ」施設の利用を無料で 提供する。

このほか、ロビーにあるマロロ・ラウンジがクローズ。改装後、ハワイ島のコナ・ブリューイング・カンパニーが醸造する地ビールが楽しめる「コナ・タップ・ルーム」に生まれ変わった。

ハワイ島については、2016年12月からハワイアン航空が羽田/コナ線に就航したことから、日本人旅行者の増加が見込まれる。これまではオアフ島からハワイ島に移動する旅行パターンだけだったが、今後は逆パターンも増えると予想される。ヒルトン・リゾーツ・ハワイとしてもハワイ全体の活性化につながると大きな期待を寄せているところだ。

グランド・ワイレア・ア・ウォルドルーフ・ アストリア・リゾート

メインダイニングがリニューアルオープン 充実のプール施設も引き続き人気

グランド・ワイレア・ア・ウォルドルーフ・アストリア・リゾートでは、メインダイニングの「フムフムヌクヌクアプアア」が2016年12月21日にリニューアルオープンした。内装を新しくしたほか、周りを囲んでいる池のクリーンアップ、カウンターバーのリニューアルなどが行われた。

客室のリノベーションは完了しており、モダンな雰囲気に生まれ変わっている。また、アメリカ旅行誌で全米トップ10にランキングされたこともある「スパ・グランデ」の改装も完了。タイルの張替えなど化粧直しを行い、さらにゴージャスな空間に生まれ変わっている。タラソセラピー、東洋やハワイで古くから継承されてきた理念、そして最新技術の要素を組み合わせた極上のセラピーを提供すハワイ最高クラスのスパとして人気は相変わらずだ。



極上のセラピーを提供するスパ

同ホテルの特長のひとつがプールアクティビティー。世界初のウォーターエレベーター、ロープスイングのついたターザンプール、バー併設のプール、急流スライダー、大人専用のハイビスカス・プール、新感覚のウォーターライド「フィッシュパイプ」など誰もが楽しめるウォーター・アクティビティーが充実している。

アウラニ・ディズニー・リゾート&スパ コオリナ・ハワイ

Aulani, A Disney Resort & Spa, Ko Olina, Hawai'i

開業5周年、ディズニー・マジックがさらに進化 ハワイらしいエンターテイメントも新登場

2011年8月29日にオアフ島コオリナに オープンした「アウラニ・ディズニー・リ ゾート&スパ コオリナ・ハワイ」は2016 年夏、開業5周年を迎えた。これを記念 して、エンターテイメントショー「カ・ ヴァア:ルアウ・アット・アウラニ」が 新たに登場するなど、さまざまなアウラ 二5周年アニバーサリーを展開。ディズ ニー・マジックとハワイの豊かな文化や 美しい自然を融合させたリゾートとして さらにパワーアップしている。

ロケーション、料理、演出が三位一体 ハワイを体感できる最新ルアウショー

晴天が多いと言われるコオリナ地区 は、海を染めるサンセットの美しさも格 別。日中の活気が落ち着き、リゾートがや さしい表情に移りゆくそんな夕暮れから 始まるのが、2016年11月15日からスター トしたエンターテイメントショー「カ・ ヴァア:ルアウ・アット・アウラニ」だ。

グランドオープンのこの日、リゾート 内でショー会場へと向かう途中、海辺か らサンセットを眺めていると、太陽が海 に沈む前のほんの一瞬、緑色の光を放つ グリーンフラッシュに。滅多に見られな いことから幸運を導くと言われるこの現 象。幸先のいいスタート日となった。

ポイやレイメイキングなど ハワイらしいカルチャー体験

ルアウショーが行われる会場は、素足 で歩いてみたくなるほど、ふかふかの芝 生で覆われたハラヴァイ・ローン。中庭 のようなロケーションで、南国の木々と 緑に囲まれた会場は、他のゲストが行き 来することがなく、プライベート感あふ れるゆったりした雰囲気も魅力だ。

温かい笑顔がアロハの精神そのものの スタッフによるレイグリーティングで迎 えられ会場へと入ると、そこではハワイ



ウェルカムドリンク

アンカルチャー体 験のコーナーが点 在。それぞれのア クティビティに精 通したキャストが ゲストを迎える。 オーキッドやブー ゲンビリアといっ たハワイらしい

花々を束ねて作るレイのブレスレット、 ペンひとつで見事な作品に書き上げてく れるハワイアンタトゥー、ハワイ伝統の カパの文様をスタンプして作るカードの クラフトなどがあり、中でもかつてのハ ワイの主食、タロイモをペースト状にし



た「ポイ」作りは、蒸したタロイモをポイ パウンダーと言われる石器でつぶしてい

く昔ながらのや り方で、子ども たちに人気だ。 リラックスした 雰囲気の中、ハ ワイの文化や伝 統を体感できる カルチャーアク ティビティ。子



どもも大人も満足度が高い本格的なもの で、ハワイらしい時間を開演前からたっ ぷり味わうことができる。

伝統と洗練が融合したメニュー が独自のアイランドビュッフェ

ルアウと言えば古代よりハワイで特別 な時に催した祝宴で、今日でもその伝統 は様々な形で受け継がれている。その





モンやトマトな どを細かく切っ たものを和えた ロミロミサーモ ン、タロイモを 使ったポイ、新 鮮なマグロのぶ つ切りを海塩や ごま油などで和 えたポキなど。 豪華アイランド

代表的な料理と

いえば、カルー

アピッグ、サー

ビュッフェが楽しめるルアウショーで は、こう言ったハワイの伝統料理はもち ろん、ハワイの地元の人がほっとできる "コンフォート・フード"を、一流ホテルら

しいアレンジで洗練の品に仕上げた料理 が次々と並び、食事のおいしさでも話題 となりそうだ。くわえて、キッズのビュッ フェコーナーも充実し、ディズニーらし い演出もちりばめられている。たとえば ミッキーマウスの形をしたパスタを使っ たミートボールソースパスタ、日本では 2017年3月公開の映画『モアナと伝説の 海』のヒロイン、モアナをモチーフにし たデザートなど、ほかにはない料理はア ウラニだからこそ。食事中は、地元アー ティストによるライブミュージックが楽 しいムードを醸し出し、オープンエアの 心地よさとともに食事のおいしさを増し てくれる。

喜び、感動、ノスタルジー ストーリー展開で楽しむショー

ハワイアンアクティビティ体験と豪華 アイランドビュッフェを楽しみ、この時 点でもかなり満足度が高い「カ・ヴァ ア:ルアウ・アット・アウラニ」。 夜の帳 が下り、星空が輝き始めると、いよいよ ショーの開演だ。

ハワイで親しみを込めて呼ぶ "アン ティ(女性)"と"アンクル(男性)"のナ レーションで導くショーは、ハワイの先 祖たちがヴァア (ハワイ語でカヌーの意 味)の航海でたどり着いたシーンで本格 的に幕開けし、古典フラ・カヒコのパ フォーマンスでは、夜空に打楽器のビー トとチャントがこだまし、なんとも幻想 的で魂に響くシーンだ。このほかにもハ ワイ王朝統一における戦い、アウラニの ある美しいオアフ島のエヴァ地域の恵み を魅せるシーン、モダンなアウアナ・フ ラなど、さまざまにショーは展開してい く。そして息をのむファイヤーダンスで クライマックスへ。

「アウラニならではのルアウというも

のを、創業以来5年の歳月を掛けて温め てきました。地元のパートナーの方とと もにこのたび完成させることができた新 しいエンターテイメントショー『カ・ヴァ ア:ルアウ・アット・アウラニ』を通じ て、ハワイの魅力をみなさまにお伝えし ていきたい | とディズニーランド・リゾー ト・ホテルズならびにアウラニ・ディズ ニー・リゾート&スパ、ヴァイス・プレ ジデントのエリオット・ミルズ氏は話す。 衣装、演出、パフォーマンスにいたる まで、ディズニーならではのクオリティ で魅せるルアウショーは、ストーリー仕 立てでハワイのルーツや歴史、文化を体 感できるのもポイント。そこには、ハワ イの人々に流れる広い意味で家族や仲間 を表す"オハナ"と、"アイナ"(ハワイ語で 土地の意味)への親愛が息づいている。 見終わった後に家族、友人、同僚など、 観る人にとって大切な"オハナ"とともに 感動を分かち合えたことに感謝したくな る、温かい気持ちにあふれたエンターテ イメントは、ハワイ滞在の幸せ感を増し



●スケジュール

VIP席 5:00PM~8:30PM 一般席 5:15PM~8:30PM

●予約

電話予約: +1(808) 674-6320

ホロホロ・デスク・ツアー&トラベルで直接予約も可能 ※2016年12月26日現在

開業5周年アニバーサリーで

のほかにも、アウラニ5周年アニバーサ リーのひとつとして、新しいキャラクター 間入りした。加わったのは、プルート、デ イジーダック、シェリーメイ。アロハなど アウラニ限定のコスチュームを着たバケー ション中の新キャラクターとリゾート内の さまざまな場所でグリーティングすること

また、映画『モアナと伝説の海』に登場す る新ヒロイン「モアナ」とのグリーティン グも始まった。ティーン向けスパ「ペイン テッド・スカイ」では、モアナのヘアスタ イルやメイクアップに変身するメニューも 登場。モアナのコスチュームのほかマニ



キュアやペディキュアも楽しむことが可能 だ(対象は3~10歳)

この映画は南の島を舞台にした感動の 公開され大ヒット。日本では2017年3月 10日から公開される。

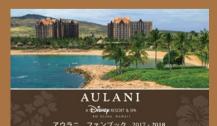
このほか、マカアラ・ロビーでは古代ポ リネシアンのカヌーを再現した「ホクレア 号」の1/6サイズレプリカの展示も始め、 アウラニのテーマのひとつであるハワイ文 化を伝えている。

アウラニ3連泊以上で

アウラニでは、日本の契約旅行会社を通じ て3連泊以上の宿泊パッケージを予約した ゲストに2つの特典を用意している。

ひとつは「リゾートクレジット」。アウ エクスカーション、有料アクティビティに 利用することができる。1泊1部屋につき 50ドル(合計150ドル)。さらに、4連泊 以上では、リゾート内のレストラン「マカ ヒキ」で開催されるキャラクターブレック ファストを子供(3歳以上)を含む人数分 (1名につき1回)プレゼントする。

もうひとつは「アウラニ・ファンブッ



ク」。アウラニおよびコオリナ・リゾート 周辺で利用できるお得な割引クーポンブッ ク。たとえば、リゾート内では、レストラ シュ1品の注文で子供一人分のランチが無 リゾートやカポレイ・コモンズの店舗で特

典を利用することができる。



お問い合わせは ディズニー・デスティネーション・インターナショナル マネージャー 羽田三輝

〒106-0041 東京都港区麻布台2-4-5 メソニック39MTビル TEL:03-5404-6005 FAX:03-5404-6072 mitsuteru.hada@disney.com

「ボエジャー47クラブ・ラウンジ」でプレミアムな寛ぎのひと時 最高のロケーションでダイナミックなワイキキビーチを一望するリゾートステイ

アウトリガー・ホテルズ&リゾーツのハ ウスブランドで、ビーチフロントホテル の「アウトリガー・リゾーツ」では、宿 泊客の満足度をさらに向上させるため、 世界規模でプレミアム・クラブ・ラウン ジのリブランディングを実施している。 ハワイでも「アウトリガー・リーフ・ワ イキキ・ビーチ・リゾート」に「ボエ ジャー47クラブ・ラウンジ」が登場。宿 泊客の好評を博している。

大好評「ボエジャー 47クラブ・ ラウンジ」がオープン

アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビー チ・リゾートは、ワイキキを代表するリ ゾートホテルであると同時に、アウトリ ガー・ブランドのフラッグシップ・ホテ ルでもある。そのアウトリガーのフラッ グシップに2016年4月、新しいプレミア ム・クラブ・ラウンジの「ボエジャー47 クラブ・ラウンジ」がオープンした。ラ ウンジ名に冠された「47」は、アウトリ ガーのホテルが最初にオープンした1947 年を示している。

クラブ・ラウンジのリブランディング は、世界中にホテルを展開するアウトリ ガー・リゾーツ全体の取り組みで、「ボ エジャー47クラブ・ラウンジ」は、アウ トリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・ リゾートが世界初お披露目となった。そ の後、グアムのアウトリガー・グアム・ ビーチ・リゾートやタイのアウトリガー・ プーケット・ビーチ・リゾートでもオー プンしている。今後は、ワイキキにある もう一つのアウトリガーである「アウト リガー・ワイキキ・ビーチ・リゾート」 にも開設する予定だ(時期は未定)。

「ボエジャー47クラブ・ラウンジ」は、同 じホテル内にありながら、エクスクルー シブな別格の滞在を満喫したいというプ レミアム志向の旅行者に対応している施 設。アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ ビーチ・リゾートのダイヤモンドヘッド タワーの3階に位置し、スイート(シティ ビュースイートを除く)とオーシャンフ ロントの客室の宿泊客が無料で利用でき

ラウンジには地元のアーティスト、



シャノン・マッカーシーが手掛けたアー ト・ディスプレイが飾られ、アウトリガー とポリネシア航海協会のパートナーシッ プを象徴するアウトリガー・パドルが展 示されており、ハワイならではの雰囲気 に満ちている。屋外デッキからは美しい ワイキキビーチの眺めを堪能でき、屋内 でも屋外でもゆったりとソファーで寛ぎ ながら、特別な時間を過ごすことができ

地産地消にこだわる オリジナルフードやドリンクも提供

「ボエジャー47クラブ・ラウンジ」で は、軽朝食タイム(7:00~10:00)には、 ハワイの食材を取り入れた朝食とハワイ アン・プレミアムコーヒーを提供する。 屋外デッキではワイキキビーチを一望す る壮大なハワイの景色を楽しみながら、 1日を始めることができる。

また夕方のカクテルタイム(17:00~ 19:00) には、美しいサンセットを望み ながら、ププ(ハワイのおつまみ)とア ルコール類で1日の疲れを癒すことがで きる。マウイ島産のスパークリングワイ ンや、「ボエジャー47クラブ・ラウンジ」 のオリジナルカクテル、コナ・ブリュー イング・カンパニーが製造する人気クラ フトビールなど、ハワイならではの味わ いも多数取り揃えているのが特徴だ。

世界レベルのホスピタリティを提供し ながら、宿泊客にその土地の文化を体験 してもらうことを重視するアウトリガー のコンセプトを前面に打ち出したサービ スを充実させているのが「ボエジャー47 クラブ・ラウンジ」といえる。

「ボエジャー47クラブ・ラウンジ」には ラウンジ専属のコンシェルジェも待機し ている。宿泊客の滞在中のさまざまな要 望に適切に対応したりアドバイスしたり するのがコンシェルジェの役割(ただし 英語での対応)。たとえば、その日1日を どう過ごしたらいいか相談すれば、宿泊 客の希望に沿った最適なプランを提案し てくれる。もちろんホテル内の各種アク ティビティの予約なども依頼できる。

アウトリガーならではの 宿泊特典ももりだくさん

アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビー チ・リゾートとアウトリガー・ワイキキ・ ビーチ・リゾートの宿泊客には、専用の乗

り放題トロリー「ワイキキ・コネクショ ン・トロリー」のサービスが利用でき、 ダイヤモンドヘッドやホノルル動物園/ カピオラニ公園、カハラモール、イオラ 二宮殿、キング・カメハメハ像、デュー ク・カハナモク像、サラトガ通り、ホノ ルルミュージアム(月曜以外)、KCCフ マーズマーケット(土曜のみ)に行く ことができる。このトロリーを、より効 率的に上手に使いこなして充実した1日 をプランニングしたい場合も、コンシェ ルジェの適切なアドバイスが頼りになる

とことんハワイらしさにこだわる オリジナルイベントが盛りだくさん

アウトリガーではハワイらしいイベン トを企画して旅行者を楽しませている。 アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビー

チ・リゾートとア ゾートの両ホテル で、それぞれ週2 回「サンセットセ レモニー」を実施 している。誰でも 参加できるイベン トで、夕日をバッ クにフラを踊りな



がらサンセットを楽しむ。

朝の時間帯には「バウ・リニューアル・ セレモニー」が用意されている。すでに 伴侶となったカップルが再び愛を確かめ 合うイベントで幅広い年齢層が参加でき る。こちらも両ホテルで、それぞれ週2 回の開催。両ホテルの宿泊客が無料で参 加でき、セレモニー後は特製証明書もプ レゼントされる。



ワイキキビーチの絶好のロケーションに位置する ふたつの 「アウトリガー | のビーチフロントリゾート

アウトリガー・ホテルズ&リゾーツは、 アジア太平洋地域で最大級のホスピタリ ティ企業であり、創業地のハワイでは地 元を代表するようなホテルを複数運営。 日本人旅行者にも親しまれている。「アウ トリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リ ゾート」は、ワイキキの西側のビーチに 立地。賑やかなワイキキ地区にありなが らも、のんびりと時間を過ごせるリゾー としての評価が高い。館内にはハワイの 歴史的文化財や芸術作品が展示され、宿 泊者は居ながらにしてハワイの歴史と文 化を体感できるのが特徴だ。

ワイキキのアウトリガーを象徴するも う一つのホテルが「アウトリガー・ワイ キキ・ビーチ・リゾート」。ワイキキ中 心部のオン・ザ・ビーチにあり、なおか つワイキキの目抜き通りであるカラカ ウア通りにも面しているという最高の立 地条件を備えている。さらにTギャラリ ア ハワイ by DFSやワイキキ・ビーチ・ ウォークも徒歩数分という抜群のロケー ションが人気の理由のひとつになってい る。2015年12月にはホテル内にNYに本 店を持ち、日本でも人気のジャズクラブ 「ブルーノート」の世界6店目として「ブ ルーノート・ハワイ」がオープン。ハワ イの新たな人気エンターテインメント・



Blue I Note

スポットとなっているほか、最先端の音 響・照明設備と9000平方フィート(約834 m) のスペースがあるため、プライベー トファンクションなどのイベントスペー スとしても活用されている。

このほか、アウトリガーは自社ブラン ドとして「オハナ・ホテルズbyアウトリ ガー」を、また独立ブランドとしては「カ パルア・ヴィラ」を運営。このほか「エ ンバシー・スイーツ・バイ・ヒルトン・ ワイキキ・ビーチ・ウォーク」や「ホリ デイ・イン・リゾート・ワイキキビーチ コマー」などをブランドフランチャイズ 形式で運営している。

アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リゾート







アジア太平洋に広がるアウトリガーのリゾート

アウトリガー・ラグーナ・プーケット・ビーチ・リゾート アウトリガー・コサムイ・ビーチ・リゾート アウトリガー・モーリシャス・ビーチ・リゾート アウトリガー・コノッタ・モルディブ・リゾート

アウトリガー・ワイキキ・ビーチ・リゾート







アウトリガー・フィジー・ビーチ・リゾート キャスタウェイ・アイランド、フィジー アウトリガー・グアム・ビーチ・リゾート

アウトリガー・リゾーツのハワイのご宿泊で JALクーポンが使える、JALマイルがたまる。

アウトリガーハワイのオン・ザ・ビーチのリゾート滞在でJALクーポンの利用が可能に。



·リガー·リーフ·ワイキキ·ビーチ·リゾート

ハワイへご旅行の際には、お持ちのマイルをJALクーポンに交換し、アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リゾート、 アウトリガー・ワイキキ・ビーチ・リゾートでのご宿泊代にご利用頂けるようになりました。



JALクーポンご利用の予約なら 携帯スマートフォンからもOK

JALマイルがたまる予約なら トリプルマイルキャンペーン実施中!

アウトリガーホテルズ&リゾーツ [予約センター] 03-4588-6441

http://www.jal.co.jp/outrigger/ 🌃 🎯



オークラ ニッコー ホテルズ [予約センター] 0120-58-2586

チャイナ エアライン

China Airlines

Network

成田一ホノルル線を運航 日本各地からは台北経由でホノルルへ



成田-ホノルル線を毎日運航するチャイナ エアライン。また、台北-ホノルル線 も飛んでいるので、日本各地から台北経由でホノルルへアクセス可能だ。同社 は北海道から九州、沖縄まで、日本全国15空港と台湾を結んでいる。台北から ホノルルへのフライトの出発時間は夜なので、日本路線との接続もスムーズだ。

成田/台北-ホノルル線 運航スケジュール (2016年10月30日~2017年3月25日)

便名	出発	出発時間	到着時間	到着	運航曜日
CI018	成田	20:10	08:00	ホノルル	毎日*3
CI017	ホノルル	12:00	16:25 +1*1	成田	毎日*3
Cl002	台北(桃園)	23:30	14:15	ホノルル	水・日
CI001	ホノルル	23:25	05:00 +2*2	台北(桃園)	水・日

スケジュールは予告なしに変更する場合があります。

- *1 翌日着 *2 翌々日着
- *3 成田およびホノルル木・日発は臨時便設定のため、スケジュールが変更される場合があります。

Service

フルサービスを提供

ワンランク上のビジネスクラスも



ビジネスクラフ



ビジネスクラス機内食 (イメージ)



成田空港の自社ラウンジ



高品質なサービスを提供する客室乗務員

チャイナ エアラインは、フルサービスの航空会社として、機内食や飲物はもちろん無料でサービス。日本語対応可能な乗務員が搭乗しているので、言葉の心配も不要だ。

なかでも注目したいのがワンランク上の快適で高品質なサービスを提供するビジネスクラス。シートは、リクライニング160度、シートピッチ60インチ(約152センチ)と、ゆとりある空間を提供。シェル型なので、リクライニングで前の座席は倒れることはない。また電動ランバーサポートや6段階調節可能なヘッドレストで身体をしっかりとサポート。パーティションを引き出せば、プライベートな空間をしっかりと確保できる。

さらにシート前方には、15.4インチのパーソナルモニターを備え、最新のエンターテイメントプログラムを楽しめる(最前列のモニターサイズは12インチ)ほか、USBポートや電源(110V)、LED読書灯を完備。ドリンクホルダー、マガジンラックやコートラック、シューズボックスなど、収納も充実している。

もちろんシートだけでなく、こだわりの機 内食をはじめとする定評のあるサービスを提 供。フライト出発前は、空港ラウンジの利用が 可能で、成田とホノルルの両空港では自社ラ ウンジを利用できる。

チャイナ エアライン http://www.china-airlines.com/jp/jp



ホットニュース

Hot News

進化するハワイのショッピングシーン

インターナショナル・マーケット・プレイスが復活 ハワイ文化のデモンストレーションも

ワイキキの中心に位置し、長らく観光客に親しまれてきたインターナショナル・マーケット・プレイスが昨年8月に復活した。ハワイ初進出となるデパート「サックス・フィフス・アベニュー」をはじめ、ショップやレストランが続々とオープンしている。アラモアナセンターにはないお店も出店しているので、ぜひチェックしてみたい。

シンボルのバニヤンツリーは健在で、ツリーの上部にはかわいらしいツリーハウスが設けられた。ハウスの中では、ワイキキの歴史や文化について学ぶことができる。また館内には小川が流れ、南国リゾートらしいトロピカルな雰囲気。中庭では、ハワイアンミュージックやフラなどのショーが行われるので、ショッピングや食事後の休憩にもぴったりだ。







館内には「セルフィー(自撮り)」スポットも

http://ja.shopinternationalmarketplace.com/

アラモアナセンターがますますパワーアップ! 新エリアが続々オープン

340のショップやレストランが集まるハワイ最大のショッピングセンター、アラモアナセンター。2015年から2016年にかけて、西側のエヴァウイングが拡張し、高級デパート「ブルーミングデールズ」がハワイ初の店舗を開設、山側にあった「ノードストローム」が移転し、ハワイ初出店のショップや地元の人気店も続々とオープンした。

また、昨年夏には、「シロキヤ・ジャパン・ビレッジ・ウォーク」と「フードランド・ファームズ」が相次いでオープン。シロキヤ・ジャパン・ビレッジ・ウォークは、日本をイメージしたテーマパーク的な空間に、日本食を中心としたフードコートやショップ、イベントスペース、ユニークなところでは、おみくじコーナーなどを設け、連日大賑わいとなっている。

地元スーパーのフードランドが拡張オープンしたフードランド・ファームズは、新鮮なハワイ産食材を数多く揃え、お土産コーナーもあるので便利。量り売りの惣菜/弁当コーナー、おしゃれなバーカウンターやイートインコーナー、カフェ「The Coffee Bean & Tea Leaf」、ステーキのプレートランチで人気の「HI Steaks」なども併設する。

さらに、今年も新たなエリアがオープンする予定。ダイヤモンドウイング2階の旧シロキヤに誕生する「ザ・ラナイ@アラモアナ」は、ハワイや世界各国の料理や飲み物が味わえるダイニングエリア。テイクアウトも可能だ。ますますパワーアップするアラモアナセンターから目が離せない。



シロキヤ・ジャパン・ビレッジ・ウォーク



ザ・ラナイ@アラモアナ (完成予想図 提供:アラモアナショッピングセンター)

http://www.alamoanacenter.jp/

ワードビレッジにも新エリア 地元のアートやカルチャーを凝縮

地元で人気のショップが集まるワードビレッジにも、新エリア「サウスショア・マーケット」が昨年11月にオープンした。地元ショップを含む18の店舗が新たなラインナップに加わった。センスが光るこだわりのセレクトショップをはじめ、地元ハワイ産にこだわったスイーツやレストラン、アートギャラリーなど、ほかにはない顔ぶれだ。

またユニークなのが、シグ・ゼーン、ケルシー・モンタギュー、ピーター・シェパード・コール、グレッグ・リー、ケアロピコといった、地元のアーティストたちによるアート作品の数々。再開発が進み、アートで注目を集めるカカアコ地区ならではのショッピング施設として、ぜひ足を運びたい。



http://www.wardvillage.com/jp

服を着たままでイルカと触れ合い 着替えなしの手軽なアトラクション

楽しみながら、海と海の生き物たちについて学べるシーライフ・パーク・ハワイ。なかでも人気のプログラムが、水に入らずイルカと触れ合える「ドルフィン・アロハ」。気軽に立ち寄り、手軽に楽しめるプログラムだ。

手軽さが人気の 「ドルフィン・アロハ」 プログラム

イルカと触れ合える各種体験プログラムで知られるシーライフ・パーク・ハワイは、1964年の開園以来、50年以上にわたり観光客に愛されている人気の海洋テーマパークだ。

なかでも人気上昇中の体験プログラムが「ドルフィン・アロハ」だ。その人気の理由が、水に入らず服を着たままでイルカと触れ合える点。通常は一般の入園者の立ち入りが制限されているバックステージプールまで行き、プールサイドでイルカにタッチできる。ちょうど大人の腰のあたりまでの高さのフェンス越しに、手を伸ばせば届く距離までイルカが近づいて来てくれる。



小さな子どもも楽しめる「ドルフィン・アロハ」

水着に着替える必要もなく体力的な負担も小さいため参加者の対象も幅広く、対象年齢は1歳以上なら老若男女を問わず、妊婦でも楽しめる。

小団体の立ち寄り観光にも最適 イルカとの記念撮影もハワイの思い出

「ドルフィン・アロハ」プログラムでは、トレーナーの指示で近づいてきたイルカにタッチできるだけでなく、餌を与え、目の前でイルカの回転技などを見ることもできる。希望者はプロのカメラマンがイルカと記念撮影(有料)もしてくれる。プログラムの所要時間は約20分。シャワーも着替えも不要なため、正味20分程度で次の行動に移れるのも"お手軽観光"としての魅力だ。

ワイキキから車で30分ほどの距離にあるシーライフ・パーク・ハワイを目的にやって来る観光客だけでなく、オアフ島の観光スポットを巡る途中に立ち寄る旅行者や、ドライブ中の休憩を兼ねた観光体験を求める旅行者なども「ドルフィン・アロハ」プログラムはうってつけと言える。

もちろん、水着に着替えてプールに入り、イルカとのより本格的な触れ合いを体験できるドルフィン・プログラムもある。

「ドルフィン・ロイヤル・スイム」は2頭のイルカに足の裏を押してもらい水上滑走を楽しむ「フットプッシュ」や、背ビレにつかまってライド、イルカと握手やキスなどを体験できる。また「ドルフィン・スイム・アドベンチャー」は、フットプッシュ以外はほぼ同様の内容で、相



ドルフィンロイヤルスイムでイルカにライド

手をしてくれるイルカが1頭となり、胸 びれを掴んで泳ぐベリーライドができる プログラムだ。

「ドルフィン・ロイヤル・スイム」と 「ドルフィン・スイム・アドベンチャー」 の両プログラムは8歳以上から参加でき るが、3歳からの小さな子どもでも参加 できる、より浅い場所でイルカの様子を 観察し、握手やキスなどイルカとの触れ 合いを楽しむ「ドルフィン・エンカウン ター」プログラムも用意されている。

10名以上なら団体料金も適用されるので、子供や高齢者を含む小グループの観光にも適している。

タッチプールで 海洋生物とも触れ合い

シーライフ・パーク・ハワイでは、イルカ以外の各種海洋生物とも手軽に触れ合うことができる。最も手軽な体験ができるのはタッチプール。279㎡の大きさがあるプールにはシラヒゲウニ、アカシマシラヒゲエビ、ナガウニなどの海洋生物が3区画に分けて飼育されており、目の前でその生態を観察したり、触ってみたりできる。

名物のホットドッグも魅力 ハワイメイドのお土産屋「シーサイドブティック」 登場

インセンティブなどの大型団体向けの プログラムも用意している。人気プログ ラムは「チーフ・ルアウ」。ハワイ伝統 料理とポリネシアン・ショーが楽しめる

ディナー・ファン クションで、200名 から700名まで対 応可能だ。

園内の飲食施設も充実している。 フードコートの 「ビーチボーイ・ラ



ナイ」には、カリ
団体向けに人気の「チーフ・ルアウ」

フォルニアで人気の有名ホットドッグ店 「ピンクス(Pink's)」があり、ハリウッド セレブに人気の味をハワイで楽しめる。

また、ハワイメイドのお土産屋「シーサイドブティック」が登場。ウミガメやスターフィッシュなど、海の生物をイメージしてデザインした小物やアクセサリー、ハワイの自然の恵みがぎゅっとつまった石鹸など、ハワイアンテーストを取り入れた雑貨を数多く取り揃えている。



ハワイメイドのお土産屋「シーサイドブティック」



オアフ島待望のラグジュアリー・レジデンス 「暮らすように滞在する」スタイルを提案

2016年7月15日にオープンした「ザ・ リッツ・カールトン・レジデンス ワイ キキビーチ」。オアフ島初のリッツブラ ンドで、ワイキキエリアでは7年ぶりの 新規ホテルとなる。波を打つような外観 は、ハワイの自然からインスピレーショ ンを得たもの。全室オーシャンビューの ロケーションはワイキキでも随一だ。テ ナントとして入るレストランもハワイ初 進出の名店ぞろい。ザ・リッツ・カール トン・レジデンス ワイキキビーチは、ワ イキキにラグジュアリートラベルの新た な風を吹き込んでいる。

印象的なタワーで 約260室がルームレンタル

ザ・リッツ・カールトン・レジデンス ワイキキビーチは、部屋を所有している オーナーが、その部屋を旅行者にレンタ ルするスタイルをとっている。ザ・リッ ツ・カールトンとして、こうしたレジデ ンスをホテルとして展開するのはハワイ が初めだ。全307室は発売開始2週間で完 売。現在のところ、そのうち約260室が ルームレンタルとして旅行者に提供され ており、最終的には280室ほどに増えると 見込まれている。

レジデンスは38階建て。「山(マウカ) から海(マカイ)へ」という発想のもと、 精巧なディテールと技巧によって、息を のむような外観を生み出している。レジ デンス前面は、海、空、風のイメージで 緩やかなウェーブを作り出し、背面は山 とホノルルの都会的な都市を表現してい る。タワーの1階から3階までは、ハワ イの伝統的なカパ(樹皮布)をモダンにア レンジした3Dデザインが施されている。

抜群のロケーション 2018年にはタワーⅡも

ロケーションは、カラカウア大通り沿 いで、ワイキキの玄関口にあり、落ち着 いた滞在を楽しむことができる。レジデ ンスの隣には高級ブランドが並ぶ「ラグ ジュアリーロウ」があり、ワイキキの中 心地やTギャラリア ハワイ by DFSにも 近い。

このエリアは、ワイキキ再開発の一貫 として整備されており、2018年夏には、 現在のタワー I に加えて、全257室のタ ワーⅡがオープンする予定。その1階に はスーパーマーケットが入る予定になっ ているため、近隣のレジデンスやタイム シェアの宿泊者にも喜ばれそうだ。



多彩な客室カテゴリー 全室オーシャンビュー

客室は「スタジオ・オーシャンビュー」 から「4ベッドルーム・グランド・オー シャンビュー」まで多彩に揃う。レジデン スの前方は米陸軍のフォート・デ・ルッ シービーチパークで視界が開けているた め全室オーシャンビュー。ワイキキのビ ル群の間の空間を通して、すべての部屋 から太平洋を望むことができる。

客室の内装はシンプルでナチュラル。 大きな窓を設置し、バルコニーの手すり もガラス張りにすることで、室内からも 太平洋の絶景を楽しめるような設計にし た。



レジデンスタイプのため、全室に洗 濯機、乾燥機、電子レンジ、冷蔵庫、 ウォッシュレット機能付きトイレなどを 完備。スタジオタイプの客室はキチネッ トだが、ほかのカテゴリーにはすべてフ ルキッチンが備えられている。バスルー ムアメニティーは世界のリッツ・カール トン共通のAsprey製だ。



3ベッドルーム・プレミア・オーシャンビューのリビングスペー



1 ベッドルーム・グランド・オーシャンビューの客室



デラックス・ステューディオ・オーシャンドューの客室

ホテルとしてのサービスも リッツクオリティ

レジデンスとはいえ、ホテルとしての サービスも万全だ。ハウスキーピングは ターンダウンを含めて1日2回。日本語 スタッフも多く、全スタッフのうち約半 数を占める。世界で認められた高品質の リッツ・カールトン・ホテルのサービス をレジデンスでも受けることができる。

ミニマムステイは、通常2泊(4ベッ ドルーム・グランド・オーシャンビュー は4泊)。現在、1~4ベッドルームの客 室を4泊以上、またはスタジオの客室を 5 泊以上予約したゲストには1 泊分を無 料にするプランを実施している。

ダイニングでもラグジュアリー体験 ハワイ初進出が2軒

ザ・リッツ・カールトン・レジデンス ワイキキビーチには3つのレストラン が入っている。日本でも人気の「ディー ン&デルーカ」はハワイ初進出。食品雑 貨にはハワイ各地の商品も並び、オリジ ナルのグルメデリの量り売りも提供。 「タコと卵のポキ|「中華ソーセージ炒飯|



ング」などを取り揃えている。また、サ ンドイッチやサラダなども豊富で、朝食 などに最適なメニューを提供している。

店舗の2階にはワインバーも設置。ビ オ・ワインとバイオダイナミック農法で 作られたワインを中心に独自にセレクト された国内外のワインを取り揃えている ほか、ワインを引き立てる特性フードメ ニューも充実している。



ハワイ初進出の「ディーン&デルーカ」

東京・四ツ谷の名店「すし匠」もハワ イ初進出。現在最も影響力のある寿司職 人のひとりで、江戸前鮨の名匠と知られ る中澤圭二氏が腕を振るう。カウンター 10席、個室1室(カウンター席)。提供さ れるのは、おまかせのコース料理のみ。 予約は必須だ。



東京・四ツ谷の名店 「すし匠」 がハワイ初進出

「BLTマーケット」では、朝食やラン チ、デイナーを提供。日替わりで提供さ れるメニューは、地元の食品店やファー マーズマーケットのほか農家から直接 仕入れた旬の食材を利用したもので、 ファーム・トゥ・テーブル (地産地消) を大切にしている。ドリンクには、厳選 されたクラフトビール、世界各地のワイ ン、季節のオリジナルカクテルを用意。ま た、レジデンスのルームサービスやプー ルサイドダイニングで提供する料理とド リンクも担当している。



地元の旬の素材を取り入れた [BLTマーケット]

ホテルライフが楽しめる 充実の施設

このほか、ホテルとしての施設も充実 している。8階(下段)にあるインフィニ



太平洋の水平線と一体となったような絶景が楽しめる

ティプールもそのひとつ。長さ22.3メー トル、幅16メートルのプールは太平洋の 水平線と一体となったような絶景を楽し むことができる。また、温水ジャグジー が2つ設置されているほか、プールサイ ドにはフラットTV、ソフトドリンク、セ イフティーボックスなどを備えたプライ ベートカバナ(有料)が7つ設けられて

7階には フィットネ もあり、ハ リウッドセ レブのパー ソナルト レーナーを



ザ・リッツ・カールトン・スパ

務めるスタッフもサポート。6~8階に は「ザ・リッツ・カールトン・スパ」が あり、全世界のザ・リッツ・カールトン と同様に英国ブランドのESPAの製品を 使ったトリートメントが受けられる。

今年はプロモ強化 ラグジュアリーグループの取り込みも

ザ・リッツ・カールトン・レジデンス ワイキキビーチのコンセプトは、レジデ ンスという特長を生かした「暮らすよう に滞在するライフスタイルの提供」だ。 オープンして半年余りだが、ゲストの6 割が日本人旅行者。今年からは雑誌など メディアの露出も増えることから、さら に知名度が上がることが期待されている。

昨年来日したダグラス・チャン総支配 人もインタビューのなかで、「メディア などを活用したアピールに力を入れてい きたいと考えている。それと併行して、 ホールセラーやオンライン旅行会社など 幅広い旅行会社に対してプロモーション を行っていきたい」とコメントしており、 一般消費者と旅行業界双方に向けてハワ イのリッツ・カールトンのアピールを強 めていく考えだ。

このほか、販売戦略としては、FITや ホールセール商品だけでなく、ラグジュ アリーなグループの取り込みも強化して いく方針。最大30室ほどをグループ向け に販売することを考えており、ワイキキ にはホテルが多いため、分宿も可能なこ とから、例えば、インセンティブではトッ

や表彰者、 社員旅行で あれば重役 クラスの利 用を想定し ている。

プセールス

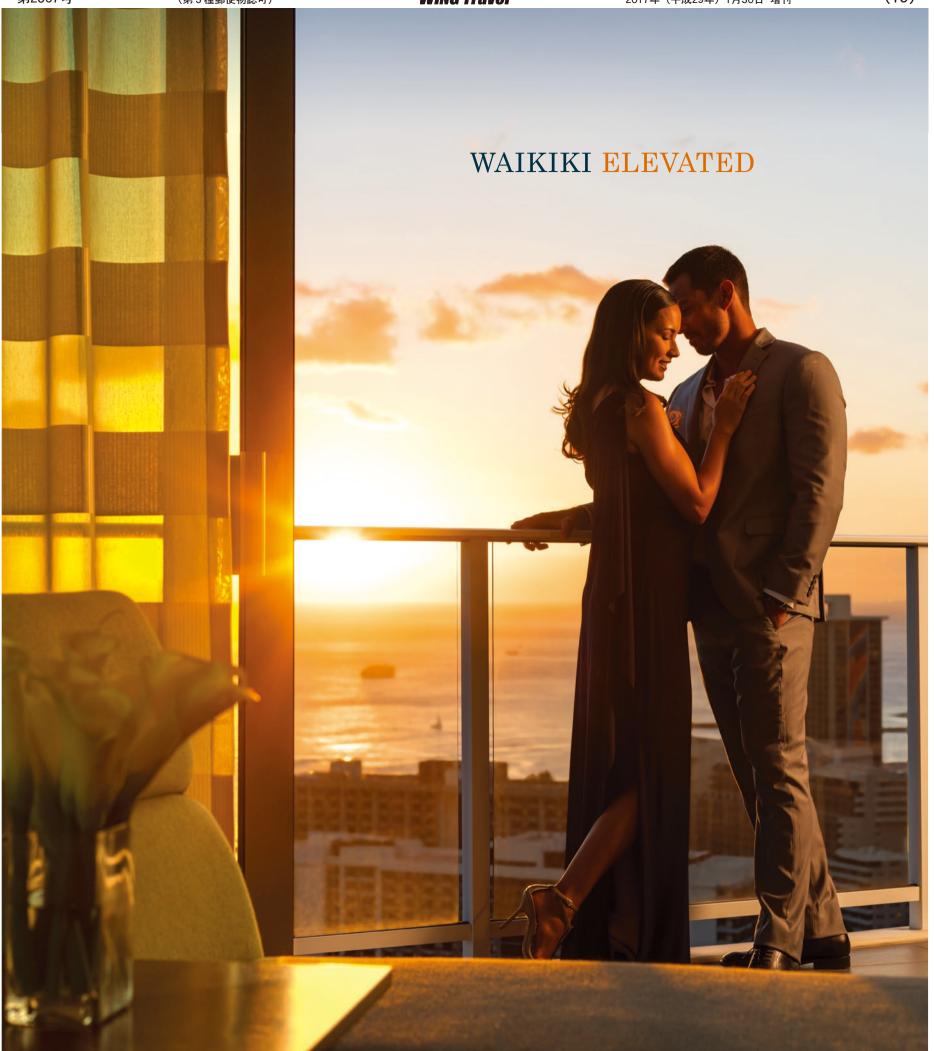
リゾート 営業部長の



リゾート営業部長のジョン・牛嶋氏と ジョン・牛マーケティング広報部長のフイ・ヴォー氏

嶋氏とマーケティング広報部長のフイ・ ヴォー氏の2名は、現在も日本マーケッ トに対してのプロモーションやメディア のタイアップなどを積極的に取り組んで おり、リピーター率の高いハワイに"新し いハワイの過ごし方"を提案していきた いと意気込みを述べている。

ザ・リッツ・カールトン 東京予約センター: 0120-853-201 営業に関するお問い合わせ: 03-6807-1163 舩岡まで



憧れのワイキキで、これまでにない最高の贅沢

2016年夏、ザ・リッツ・カールトン・レジデンス ワイキキビーチがオープン。全室オーシャンビューのレジデンスタイプ、インフィニティプールやスパ、バラエティに富んだ美食、そして何よりもリッツ・カールトンの伝統的なサービスをご体験下さい。

WWW.RITZCARLTON.COM/JP | 0120-853-201



WAIKIKI BEACH

GDS: RZ | AMADEUS: HNLRRZ | SABRE: 0309068 | APOLLO/GALLILEO: C5022 | WORLDSPAN: HNLRR

ごほうび、ハワイ。

今、ハワイに行く「きっかけ」創りに ハワイ州観光局2017年プロモーション

ごほうび、ハワイ。 ごほうび、ハワイ。

ハワイ州観光局 (HTJ) が2017年にスタートするプロモーション「ごほうび、ハ ワイ。」は、「今、ハワイに行く"きっかけ"を創ること」がコンセプト。「ごほう び」という言葉を用いて、ハワイ旅行への動機づけとなる「きっかけ」をHTJが 提供、実際のハワイへの渡航につなげようとするのが狙いだ。ウェブサイト上で ハワイへの「ごほうび」旅行へと誘うユニークな「仕掛け」を用意するほか、メ ディア露出や広告展開、さらに各旅行会社のプロモーションとも連動した盛りだ くさんの内容となる予定だ。

すべての世代に向けたプロモーション 4つのカテゴリーを設定

今回の「ごほうび、ハワイ。」は、すべての世代がターゲット。なかでも4つの カテゴリーを設定する。

4つのカテゴリーそれぞれにプロモーション用のビジュアルを制作。各カテゴ リーのニーズを満たしてくれる、ハワイ各島のスポットや体験を提案するビジュ アルで、ハワイへの「ごほうび」旅行を提案する。

なお、2016年より展開しているプロモーション「有休ハワイ」も並行して実施。 こちらは、「ごほうび、ハワイ。」の傘下で、2つのカテゴリー(ロマンス、友人 同士)を対象に、有給休暇の旅行先としてのハワイの魅力を訴求していく。

ウェブサイトで「ごほうび」旅行の プレゼン資料を作成



「ごほうび、ハワイ。」 ウェブサイト http://www.gohoubi-hawaii.com/

プロモーションの軸となるのがウェブサイト。スマー

トフォンやタブレットの画面にも対応でき、なかでもユ

ニークなのが、ハワイへの「ごほうび」旅行実現へ向け たプレゼン資料「ごほうび、ハワイ案」をウェブサイト

プレゼン資料を作成するには、まず誘う対象をプロ モーションの4つのカテゴリーである「恋人」「家族」

「友人」「夫婦」の4つから選択。そして旅行する時期や

「ごほうび」の内容、ハワイでの旅行スタイル(どんなハ

ワイに誘う?)、実際に行きたい場所(ハワイで何した

い?)を選ぶと、プレゼン資料「ごほうび、ハワイ案」

が完成する仕組みだ。なお、プレゼン資料には、訪問時

期に開催されるイベントやESTA(電子渡航認証システ

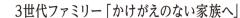


ロマンス 「大切な恋人へ」

ハワイ火山国立公園 (ハワイ島)

ごほうび、ハワイ。4つのカテゴリー

アクティブシニア「親愛なる妻へ」





ワイキキビーチ (オアフ島)

友人同十 「大好きな親友へ」



「ごほうび」旅行を誘う対象となる4つのカテゴリー それぞれに違った旅行スタイルや実際に行きたい場所を ウェブサイトが提案するので、プレゼン資料の内容は実 に50万通りものバリエーションができる。内容は、旅行 に誘う背景、どんな旅行か、行きたい場所の説明を盛り 込んだ詳細なプラン、さらに「ハワイ旅行によるメリッ ト」を数値で紹介するKPI(重要業績評価指標)といっ たユニークなページもある。

「ごほうび、ハワイ案」は、実際にプレゼンできるよう に印刷用データ(PDF)としてダウンロードできるほか、 EメールやSNSでリンク共有も可能で、誘う相手みんな でシェアできる。今後は、作成した「ごほうび、ハワイ案」 を、「ごほうび、ハワイ。」ウェブサイトで公開すると、抽 選でハワイ旅行が当たるキャンペーンを展開する予定だ。

まずは「ごほうび、ハワイ。」ウェブサイトへアクセス → http://www.gohoubi-hawaii.com/

ム)などの情報も一緒に含まれる。

上で作成できる点だ。

プレゼン資料「ごほうび、ハワイ案」を作成(一例)



「ごほうび、ハワイ。」ウェブサ イトから「START」(スタート)



「ごほうび、ハワイ案をつくる」 トップページから [START] (ス



誰を誘うか「恋人」「家族」「友人」 「夫婦」の4つから選択



4 いつ行くかを選択



何の「ごほうび」かを選択

完成した「ごほうび、ハワイ案」(一例)

表紙はそれぞれ





提案の背景を説明





旅行を提案



訪れる場所や体験を紹介

プランの詳細を紹介





旅行会社の商品情報も掲載 販促ツールも充実

HTJ業界サイト: https://member.gohawaii.jp

また「ごほうび、ハワイ。」プロモーションに参画す る旅行会社やホテルなどの各パートナーの情報もウェブ サイト上で随時紹介。プロモーションの主旨に合った旅 行商品を造成して、ウェブサイトの情報を掲載すれば、 ウェブサイトから旅行会社のページへ飛ぶことができる。 旅行会社向けの販促ツールも充実している。ポスター

やパンフレット(全36ページ)は、それぞれHTJ業界サ イトから注文が可能。パンフレット用に掲載できるコ ラム素材、店頭で流せるプロモーション用映像(各カ テゴリー45秒の動画をつなげた3分の動画)、プロモー ションのロゴと写真データ(使用にはHTJ側のチェッ クが必要)も用意する。

パンフレット用に掲載できる コラム素材



全対象

シニア向け



恋人同士向け

友人・同僚向け

メディア露出、広告展開も SNSキャンペーン、イベントも計画

プロモーションのメディア露出や広告展開 も進めていく。メディアとのタイアップ、 FacebookやYouTube、映画でのプロモーショ ン動画を使った広告展開、交通広告では車両内 のトレインチャンネルで動画を流す予定だ。

ほかにもSNSキャンペーン、レストランなど ハワイ関連ショップとのコラボレーションを検 討するほか、直行便が飛ぶ日本5都市(札幌、

東京、名古屋、大阪、福岡)での一般消費者向 けイベントの開催なども計画する。

さらに、旅行会社とのコラボレーションも検 討。ウェブサイトでの商品紹介だけでなく、店 頭でのキャンペーンやイベント、「アロハプログ ラム」上級取得者が在籍するHTJ認定の「サテ ライトオフィス | 店頭でのキャンペーンなども 積極的に進めていく意向だ。

















プロモーション動画 (イメージ)



6 どんなハワイに誘うかを選択



ハワイで何をしたいかを選択



心配事を選択



表紙をカスタマイズ ションのビジュアルを使いたい場合は「完成」 をクリック



10 めでたく完成!

をクリック。URLリンクを共有できるほか、 印刷用データ (PDF) もダウンロード可能

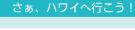














ごほうび、ハワイ。



ホットニュース

福岡ーホノルル線就航5周年 デルタ航空





小川洋福岡県知事(左から3人目)、ミスハワイ、森本大デルタ航空日本支社長(右端)

デルタ航空は、福岡 - ホノルル線就航 5周年を記念して、2016年12月13日に福 岡でパーティーを開催、関係者約110名が 集まった。デルタ航空からは、代表して 日本支社長の森本大氏が地元自治体や経 済界、空港関係者への感謝の意を伝え、 来賓として福岡県知事の小川洋氏や福岡 市長の高島宗一郎氏が同社に対し、福岡 空港で唯一となるホノルル直行便運航へ の感謝と、福岡県と姉妹提携関係を結ぶ ハワイ州との間を結ぶ架け橋としての期 待を述べた。パーティーではアメリカか らパイロットやフライトアテンダントも

また翌日の12月14日には、福岡発ホノ ルル行きの598便の出発ゲートで、搭乗者 にミスハワイよりプルメリアのヘア・ア クセサリーが贈呈された。

参加。2016年のミスハワイも登壇し、フ

ラを披露するなど、終始和やかなパー

ティーとなった。



デルタ航空の福岡 - ホノルル線は、 2011年12月28日の就航。現在、福岡とハワ イを結ぶ唯一の定期直行便として運航し ており、福岡のみならず、広く九州や中 四国からハワイへの足として重要な存在 となっている。2017年は夏のピークシー ズン(6月14日~9月18日)に毎日1便の デイリーフライトへ増便、需要増に対応

初の「ホノルル・ビエンナーレ」 3月8日から5月8日まで開催

HONOLULU **BIENNIAL 2017**

ハワイで初となる国際芸術祭「ホノル ル・ビエンナーレ」が2017年3月8日から 5月8日まで、ホノルル市内各所で開催さ れる。「今、ここの渦中から(Middle of Now | Here)」と題し、太平洋地域をつ なぐハワイで、ダイナミックなコンテン ポラリーアートを通して人々に芸術や文 化の拠点、またアイデアや美のグローバ ルな交流の場を提供する。

森美術館館長の南條史生氏がキュレト リアル・ディレクターを務め、各会場で は、ハワイをはじめ、太平洋諸島やアジ ア、北米、オーストラリア、ニュージー ランドのコンテンポラリーアートをはじ め、太平洋に広がるさまざまな土地に住 む人々のユニークな発想や多様な芸術の 可能性を紹介する。日本からは草間彌 生氏の参加が決定。作品の展示だけでな く、イベントやVIPプログラム、ワーク ショップや教育プログラム、試写会、パ フォーマンスなど、多角度で「アートの 今」に触れることができる。

会場は、ワード・ビレッジやIBMビル ディング、ホノルル・ハレ(ホノルル市 庁舎)、フォスター植物園、マッコイパビ リオンなどの公共の歴史的建物のほか、 チャイナタウンのアーツ・アット・マーク ス・ガラージやペギー・ホッパー・ギャ ラリー、ハワイ大学マノア校のハミルト ン図書館やジョン・ヤング美術館、ホノ ルル美術館、ドリス・デューク・イスラ ム美術財団の管理するシャングリ・ラ邸 も会場となる予定だ。

http://www.honolulubiennial.org

日本の食文化を発信! 「ワイキキ横丁」オープン

ワイキキの中心に立つワイキキ・ ショッピング・プラザの地下1階に、2016 年12月1日「ワイキキ横丁」がオープン した。コンセプトは、「アロハナオモテナ シワイキキ横丁」。北は北海道から南は九 州まで、日本全国から人気と実力を備え た総勢16店舗が集結し、「横丁」ならでは の賑わいと楽しさを、スタイリッシュで 洗練された空間で提供する。

京都の町家をイメージした「のれんス トリート」と、茶屋をイメージした開放 的な空間が広がる「えんがわテラス」、白



のれんストリート (イメージ)

壁土蔵や塗屋造りの街並みで小江戸をイ メージした小江戸「らーめんロード」か らなる3つのゾーンを展開。各ゾーンの 店舗を回遊しながら、自由に食事を楽し むことができる。

店舗は、天丼「金子半之助」やラーメ ン「つじ田」、串かつ「串カツ田中」、旭 川ラーメン「梅光軒」など、日本でも人 気の店舗が出店。既に地元の人気スポッ トとなっている。

http://waikiki-yokocho.com



らーめんロード (イメージ)

ハワイ州観光局、若年層へ新たなアプローチ 「VEBOSS | まずはVR体験で刺激!



VR映像の視聴ができるアプリをダウンロードしたスマートフォンをセットして気軽にVR映像を楽しめる

ハワイ州観光局は、若年層へ向けた新 たな取り組みとして、「VEBOSS」を開始 する。「VEBOSS」とは、バーチャルリア リティー(VR)やイベント(Event)、書 籍(Book)、オンライン(Online)、SNS、 アンケート (Survey) の頭文字を取った 造語で、デジタルとアナログの双方でア プローチするという意味。

まずVRでは、どのアングルからでも 楽しめる360°映像を用意。ハワイで旅行 を楽しむ「男旅」をまとめた映像やハワ イで楽しめるさまざまなアクティビティ を体験した映像など、オアフ島を皮切り に、2017年後半までにハワイ島やマウイ 島、カウアイ島の映像も公開していく 予定。360° VR映像は、動画投稿サイト YouTubeからでも視聴可能だ。

先日は、世界一周団体「TABIPPO」主 催のイベント「BackpackFESTA名古屋」 の会場で日本初規模となるVR400人同時 視聴体験を実施。名古屋以外の仙台や沖 縄、京都、福岡、東京でのイベントでも VRコーナーを設け、約1000名が体験。 同イベントは若年層が多く集まるイベン ト。イベントを通じ、ハワイの魅力を訴 求した。



また書籍では、「365日絶景の旅」シ リーズの最新刊「365日ハワイー周絶景 の旅」(仮、出版社:いろは出版、著書: TABIPPO)の今夏の発売が決定。既刊 の「365日世界一周絶景の旅」「365日日本 一周絶景の旅」は好評で、今回はハワイ 州観光局が協力、絶景写真は一般からも 募集する。

SNSキャンペーンも継続展開 「#絶景有休ハワイ」

SNSでは、現在「#絶景有休ハワイ」を 展開中。2016年にスタートしたプロモー ション「有休ハワイ」にちなんだ第1弾 となるSNSキャンペーンで、2016年12月 20日~2017年3月31日まで、「有休ハワ イ」をする友達や家族、彼女、彼氏に見 せたい、また自分が再度見てみたいハワ イの絶景を募集するという内容。投稿作 品の中から優秀作品を選び、プレゼント も用意する。審査員には、「死ぬまでに行 きたい!世界の絶景」プロデューサーの 詩歩氏が務める。

Hot News

応募方法は、ハワイ州観光局のTwitter (@goHawaiiJP) もしくは Instagram (@ gohawaii_jp) をフォローして、ハッシュ タグ「#絶景有休ハワイ」と撮影場所 と共に投稿するほか、ポータルサイト 「allhawaii」内のキャンペーンサイトから も投稿が可能だ。有休ハワイのSNSキャ ンペーンは、テーマを変えて第2弾、第 3弾も行う計画で、各テーマに合った審 査員を迎える。

ほかにも若年層2000人を対象としたア ンケートを実施、旅行全般やハワイに関 する意識や行動パターンを調査し、結果 を基に新たな施策を展開していく考えだ。



ハワイ州観光局YouTubeサイト https://www.youtube.com/user/ HawaiiTourismJapan 「#絶景有休ハワイ」 キャンペーンサイト https://www.allhawaii.jp/snscampaign/

買い物でJALマイルが貯まる Tギャラリア ハワイ by DFS

Tギャラリア ハワイ by DFSでは、こ のたび日本航空のマイレージプログラム 「JALマイルバンク(JMB)」と提携、2017 年1月1日より同店舗での買い物3ドル につき、1マイルのマイル積算が可能と

購入レシートとJMBカードもしくは JALカードを3階のコンシェルジュデス クで提示して手続きする流れ。内容につ いて詳しくはJMBウェブサイトまで。な お、マイル加算は現在のところハワイ店 のみとなっている。



【JMBウェブサイト】 http://www.jal.co.jp/jmb/dfs/

新感覚の電動三輪車で気分爽快! アロハ・トライク

電動三輪車「トライク」に乗って、ワ イキキやダイヤモンドヘッド、ダウンタ ウンなどを巡る新感覚のツアー。時速 約23kmでガイドと一緒に観光しながらユ ニークな体験ができるので人気。コース は4つ。三輪車なのでバランスが取りや すく、直感で操作できるハンドルで、す ぐに乗りこなせる気軽さも魅力。風を感 じながら気分爽快。いつもとは違ったア ングルで、ハワイの絶景を楽しみたい。



http://www.alohatrikke.com/japanese/



Network

より便利に

ハワイ路線を強化





デルタ航空は、今年の夏休みシーズンへ向けてハ ワイ路線の増便を行う。東京(成田) - ホノルル線は 毎日3便に、名古屋(セントレア)-ホノルル線と、 昨年就航5周年を迎えた福岡-ホノルル線は、それ ぞれデイリー運航に増便。また大阪(関空) - ホノル ル線は、毎日1便に加えて週3便増便、A330型機の 投入で座席供給量もアップする。

全米を中心としたグローバルなネットワークを誇 る同社。ハワイからはアメリカ本土へのフライトが 充実。ハワイとアメリカ本土を組み合わせた周遊旅 行が可能なのも同社ならではの強みだ。



安心の 日本語サービス 日本語を話せる乗務員が 各フライトに搭乗してい るので、機内でも安心。

日本-ホノルル線 運航スケジュール

成田-ホノルル線(7月29日~9月18日)									
便名	成田発	ホノルル着	運航日	使用機材	便名	ホノルル発	成田着	運航日	使用機材
DL576	19:00	7:18	毎日	B747	DL577	10:47	13:45 ⁺¹	毎日	B747
DL580	20:25	9:15	毎日	B767	DL579	11:28	15:00 ⁺¹	毎日	B767
DL578	21:20	10:10	毎日	B767	DL581	15:01	18:40 ⁺¹	毎日	B767

セントレア	ーホノルル約	泉(6月13E	~9月22日])					
便名	セントレア発	ホノルル着	運航日	使用機材	便名	ホノルル発	セントレア着	運航日	使用機材
DL612*	19:20	8:21	毎日	B767	DL611*	13:50	17:35 ⁺¹	毎日	B767
		—						>	

※月·水·金は19:45発、8:37着 (使用機材: A330)

関空-ホノルル線(7月21日~9月4日)

※火・木・日は14:13発、17:45 (+1) 着 (使用機材: A330)

DL278	22:55	12:12	毎日	A330	DL277	15:48	19:55 ⁺¹	毎日	A330
DL280	20:20	9:45	月・水・金	B767	DL279	14:10	18:35 ⁺¹	火・木・日	B767
福岡-ホノルル線(6月14日~9月18日)									

福岡-ホノルル線(6月14日~9月18日)									
便名	福岡発	ホノルル着	運航日	使用機材	便名	ホノルル発	福岡着	運航日	使用機材
DL598	19:10	8:52	毎日	B767	DL599	12:53	17:25 ⁺¹	毎日	B767

上記はすべて、2016年12月現在の2017年8月のスケジュールです。スケジュールは予告なく変更になる場合があります。 +1 翌日着

Service

より快適に

機内サービスがさらにグレードアップ

最上級のくつろぎ ビジネスクラス「デルタ・ワン」

空港でも、機内でも、快適さ を極めた最上級のサービスを 提供する「デルタ・ワン」。 空港でのスムーズな手続きの 後は、ラウンジ「デルタ ス カイクラブ」**で出発前のく つろぎのひとときを。全席通 路側に配置したシートは、完 全に水平となるフルフラット シート。ウェスティンホテル 開発の「ヘブンリーベッド」寝 具、往復で異なるデザインの ケースに、ニューヨーク生ま れのキールズのスキンケアを セットしたTUMI製のアメニ ティキットなど、こだわりの



プロダクトを提供。大型モニターでは、豊富なプログラムを誇るオ ンデマンド型機内エンターテインメントシステム「デルタ・スタジ



オ」を楽しむことができる。食 事は、シェフ監修による洋食と 和食のコースを用意。マスター ソムリエによるワインのセレク ション、スピリッツ、カクテル、 焼酎、日本酒など、豊富なドリ ンクと共に堪能したい。

※セントレア、関空、福岡の各空港では提携 ラウンジを利用

足もとにゆとり

メインキャビンのサービスに加え、機内で快 適に過ごせるためのワンランク上のサービスを 提供。メインキャビンの座席より、足もとのス ペースが最大4インチ(10センチ強)広く、リク ライニング角度が1.5倍深いシートで快適に過 ごせる「デルタ・コンフォートプラス」。専用の 頭上荷物棚スペースがあるほか、各座席に電源 を設置。メインキャビンのスリープキットに歯 磨きセットを加えてサービスするなど、アメニ ティも充実。優先搭乗サービスでメインキャビ ンよりもいち早く搭乗できるだけでなく、前方 の座席となるため到着時もスムーズに飛行機を 降りることができる。



アメニティが充実 エコノミークラス「メインキャビン」



エコノミークラス「メインキャビン」でもアメ ニティは充実。搭乗後すぐに、食事の内容とサー ビス時間を日本語で記載したメニューと、機内

用スリッパも付いた スリープキットを配 布。オンデマンド型 機内エンターテイメ ントシステム「デル タ・スタジオ」を全 席搭載の個人用モニ



ターで楽しむことができる。邦画を含め、日本語 で楽しめる映画を約100タイトルもラインナッ プ、海外ドラマや音楽、ゲームなど、多彩なコン テンツが自慢だ。また食事と一緒に楽しめるア



ルコールはすべて無料。 人気のスターバックス コーヒーと、ベン&ジェ リーズのアイスクリーム のサービスもうれしい。

ワイキキの中心に位置する個性と話題あふれる4つのリゾート

ロイヤル ハワイアン ラグジュアリー コレクション リゾート

The Royal Hawaiian, a Luxury Collection Resort



サーフ ラナイの朝食ビュッフェ Surf Lanai Breakfast Buffet

2016年4月からスタートしたサーフラナイでの朝食ビュッフェ。メインコースを一つ選ぶ事ができ、キッチンから出

来たての料理がテーブルに届く。



グルメなザ・ロイヤル・ロコモコやピンクパレス・パンケーキは、すでにワイキキでの朝食に欠かせないアイテムになっている。



生誕90周年 90th Anniversary

1927年2月1日のオープン以来、太平洋のピンクパレスと呼ばれ、各国の要人やハリウッドのセレブなども魅了してきたロイヤル ハワイアン ラグジュアリーコレクション リゾート。

生誕90周年を迎えた今でも訪れる人を魅了し続けている。90周年を祝し、2017年上旬にはベーカリー・ショップがオープン。また、Azure Restaurantには新たに"Bar"がオープンする。90周年記念特別価格宿泊プランには、90ドル分のリゾートクレジットや記念品が含まれる。3月3日には盛大な90周年記念イベントが開催される。年間を通し、さまざまなイベントが開催される予定だ。

ここだけのウェディング Only at the Royal Weddings



ロイヤルハワイアンだけで体験できる"Only at the Royal Weddings"。6つのパーソナライズウェディングをプロデュース。



モアナ サーフライダー ウェスティン リゾート & スパ

Moana Surfrider, A Westin Resort & Spa



モアナ ラニ スパ Moana Lani Spa

ワイキキ唯一のオーシャンフロントスパとして名を誇り、海辺テラスのジャクジー、2種類のサウナ、広々としたオーシャンビューのラウンジなど、ワイキキでは類のない施設を完備している。2017年にはさまざまなハワイアンスタイルの施術メニューが増え、さらに魅力的なスパへとグレードアップ。

また、モアナ サーフライダーといえば、大人気のアフタヌーンティー。このア



フタヌーンティー もスパのラウンジ でゆっくりと楽し むことができる。

しこかできる。 自分へのご褒 美、友人との特別 なひととき。新し いスパの楽しみ方 を提案している。



ビーチハウス・アット・ザ・モアナ beachhouse at the moana

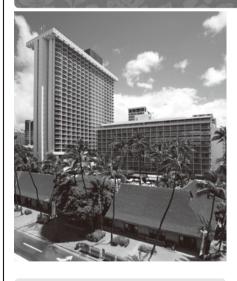
"一口食べただけで違いが分かる"と誰をも魅了する最高級アンガスステーキをはじめ、地元で採れた新鮮な食材などをふんだんに取り入れ、クリエイティブかつ繊細な料理を創作し続けるビーチハウス・アット・ザ・モアナのシェフ、デイビット・ルケラ氏。

かつてNobuやVintage Coveなどの有名レストランでも活躍をしてきた彼が、この春からシーフードメニューを豊富にプロデュースする。息を呑むようなサンセットの景色を前に、日常を忘れ、選りすぐりのワインと料理を堪能しながら至極の時を



シェラトン・プリンセス・カイウラニ

Sheraton Princess Kaiulani



スプラッシュ・バー Splash Bar & Bento

ワイキキで気軽に楽しめるオープンテラスのホテルバー。プールサイドのお洒落なカバナは、グループで飲食50ドル



以上の利用があれば使用できる。このたび、ハッピーアワーが11~18時と、大幅に延長となり、アメリカのビールやインポート&クラフトビール、グラスワインを通常よりもお得に楽しめる。レストランシェフの作るおつまみや料理も絶品だ。

アイナハウタワーの客室改装 Ainahau Tower

昨年8月、アイナハウタワーの高層階10フロアーの客室の改装が完了した。モダンでコンテンポラリーな客室は清潔で快適。高層階オーシャンビューの部屋から眺める景色は、まるでオーシャンフロントに滞在しているかのようだ。

ロビーもモダンに改装され、ワイキキの中心地に立地し、海へも徒歩3分と絶好のロケーションにありながら、コストパフォーマンスが良い。





シェラトン・ワイキキ

Sheraton Waikiki



ラムファイヤー RumFire

アップスケールなオーシャン・フロント・レストラン&バー「ラムファイヤー」。ヴィンテージ・ラムやプレミアム・ラム、そしてここでしか飲めない貴重なラム酒を含む101種類のラム酒がある。

ドリンクだけではなく料理も充実しており、グルテンフリーやベジタリアンメニューなども用意されている。



新たなハッピーアワー、その名も洒落た「ファイアー・ドリル(防火演習)」。 ラムファイヤーのシグネチャーカクテル やキムチチャーハンなどが手頃に楽しめる。ハッピーアワーは毎日15~16時。

刺激的なイベントを Event

ハワイ最大級の宴会/会議施設を持つシェラトン・ワイキキ。屋内のイベントに限らず、シェラトン・ワイキキならではの屋外施設での斬新なイベントも話題を呼んでいる。プールの水面と海がひとつになり、無限に広がるかのような錯覚に陥る、ワイキキ初のインフィニティープールの中にステージを設置し、フラやファイアーダンスの演出やDJのパフォーマンスで屋外のディナーパーティーやダンスパーティーを盛り上げる。

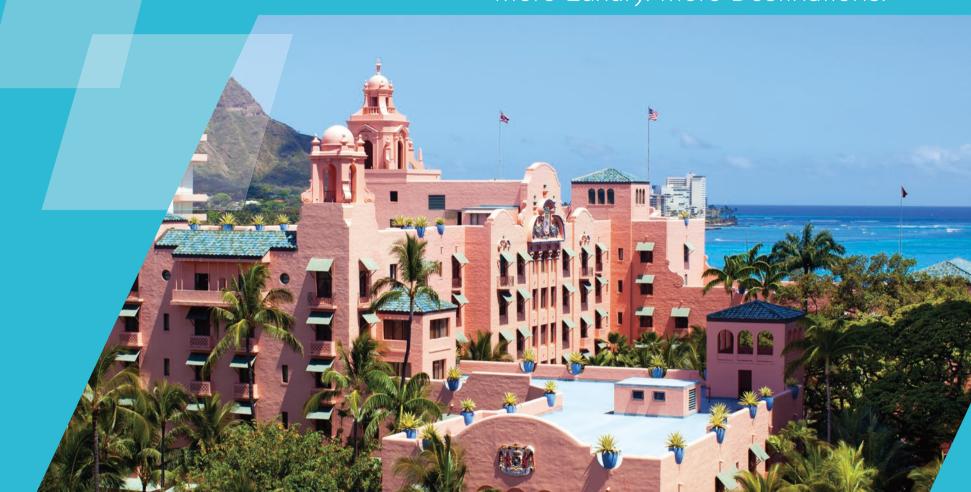




第2367号 (第3種郵便物認可) **WING Travel** 2017年(平成29年) 1月30日 増刊 (25)

Spg* Starwood resorts Preferred resorts

More Luxury. More Destinations.



ロイヤル ハワイアン ラグジュアリー コレクション リゾート (オアフ島)

次のハワイ滞在は、一等地のリゾートで*

オアフからマウイ、カウアイ、ハワイ島まで、ハワイ4島の一等地で4ブランド11軒ものリゾートホテルからお選びいただけるのはスターウッドホテル&リゾートだけ。「オーシャン・プロモーション・プラス」プランでは、美しいオーシャンビューを含む人気の客室にお得にご宿泊いただけます。毎日のご朝食1室2名様分付き。

パッケージの詳細は、OCEANPROMOTIONHAWAII.COMもしくは 電話0120-922-775にてコード「オーシャン・プロモーション・プラス」をお伝えください。



カウアイ島



マウイ島



オアフ島



ハワイ島

Spg*
Starwood
Preferred
Guest





WESTIN







FOUR X POINTS



Le MERIDIEN



(画像左から) セントレジス プリンスヴィル リゾート、シェラトン・マウイ・リゾート&スパ、モアナ サーフライダー ウェスティン リゾート&スパ、 シェラトン・コナ・リゾート&スパ・アット・ケアウホウ・ベイ

空室状況や期間によりご利用いただけない場合があります。料金や条件は対象ホテルにより異なります。 その他条件が適用される場合や予告なく内容が変更される場合があります。詳細なご利用規約はoceanpromotionhawaii.comをご参照ください。

©2016 Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. All Rights Reserved.

スターポイント、SPG、スターウッド プリファード ゲスト、シェラトン、フォーポイント、Wホテル、アロフト、ル メリディアン、ラグジュアリー コレクション、トリビュート ポートフォリオ、エレメント、 ウェスティン、セント レジスおよびそのロゴは、スターウッド ホテル&リゾート ワールドワイドInc.またはその系列会社の登録商標です。 デザインホテルは、 デザインホテルの登録商標です。

ますます進化するアロハプログラム

「アロハプログラム」は、ハワイの文化や歴史、伝統などを楽しく学べるハワイ州観光局公式のラーニングポータルサイト。旅行業界に限らず、ハワイ関連のレストランやショップ、一般の人でも登録が可能で、基本情報から歴史、文化、自然、ハワイ語など、ハワイに関するさまざまな内容を動画やテキストで分かりやすく紹介。現在、登録者数は1万9000人を突破し、増加中(2017年1月現在)。うち半数を超える約1万人が一般会員で、旅行会社会員数は約8700人を数える。



「アロハプログラム」 ウェブサイト https://www.aloha-program.com/

また、習得できたかを試せるハワイスペシャリスト検定を設定。クプクプ(初級)、ラウアエ(中級)、ハープウ(上級)の3つのレベルに分かれ、各レベル合格者には認定カードを発行する。中級、上級取得者限定のオンラインウェブセミナーもあり、現地在住の講師がさまざまな内容を配信、より深くハワイについて学ぶことができる。現在、上級取得者は一般会員で58人、旅行会社会員は3429人に達している(2017年1月現在)。

昨年は、新たにユース会員を設定。これは修学旅行や研修など、教育旅行でハワイを訪れる生徒向けに事前学習ができるコンテンツとして提供するもの。検定に合格すれば、ユース会員証を無料で進呈する。

→ アロハプログラム ユース会員について 詳しくは6ページ

メンバー同士がオンライン上で交流できる「アロハコミュニティ」では、食やスポーツ、歴史、文化といったテーマごとにボードを設け、情報交換が可能。上級スペシャリストが在籍する旅行会社やレストラン、ショップを認定する「ハワ

イサテライトグループ」は、「観光局お墨付き」の店舗として、認定するもの。現在、旅行会社23店舗、レストラン1店舗が認定を受けており、全国規模で認定を増やしていく(2016年12月現在)。

また、「アロハプログラム」のFacebook ページでは、更新内容やハワイの魅力を 定期的に伝えている。

→ http://www.facebook.com/aloha.program

一般会員対象のセミナー、 ワークショップを全国展開

一方、新たな取り組みとして進めているのが、一般会員向けのセミナーやワークショップだ。今後、ハワイへ直行便が飛ぶ全国5都市(札幌、東京、名古屋、大阪、福岡)で順次展開していく予定。昨年12月には、「アロハテーブル ハワイアンバー赤坂」にて一般会員向けのセミナー、ワークショップを実施。約60名が集まり、ハワイ語や歴史に関するセミナー、ウクレレやハワイアンミュージックのワークショップのほか、昼食を交えた会員同士の交流の場も設けた。





「アロハプログラム」 一般会員向けのワークショップの様子

また1月20日には東京・代官山の蔦屋 書店とのコラボレーションで「トラベル コーヒートーク ハワイスペシャリスト 検定中級講座」を開催、オンラインだけ でなく、オフラインのこうした活動も増 やしていく。

アロハプログラムの告知にも力を入れる。全国5都市での「シティリビング」 紙に紹介記事を掲載、実際に会員数も増えているという。

「ハワイサテライトグループ」店舗紹介

株式会社セブンフォーセブンエンタープライズ ファーストワイズ

専門店として認知度向上を目指す

セブンフォーセブンエンタープライズは、オリジナル旅行ブランド「ファーストワイズ」を展開するハワイ専門旅行会社。創業以来30年以上にわたり、数多くのハワイ好きやリピーターに支持され、ハワイのファン層の旅行需要を手堅くつかんできた。

今後は新たに、客層の拡大を図る方針を打ち出し、その一環として「ハワイサテライトオフィス」の認定を取得した。方針転換のきっかけとなったのはハワイ州観光局(HTJ)主催の消費者イベント「Hawaii Expo」への参加だった。「初めての出展だったが、来場者から『ファーストワイズでハワイに行ってきました」。『知っていますよ』などと声をかけられることが多く、旅行者に喜ばれていることが多く、旅行者に喜ばれていることを肌で感じることができた。なら門に、もっとが多くの人々に知ってもらい、専門はたっと喜んでもらえるようにしようと考えた」(企画グループマネージャー松本卓也氏)。

そのためには、HTJの「お墨付き」を得て、「ハワイの専門会社として十分な資格を備えていることをアピールするためにサテライトオフィスの認定を目指した」という。

もともとハワイ旅行のエキスパート集団だけに、資格取得もスムーズに進み、スタッフ全22名のうち11名がハワイスペシャリスト検定の上級資格に合格し、2016年12月に「ハワイサテライトオフィス」の認定を取得した。

スペシャリスト検定を通じて新たに得たものも多い。「ハワイの歴史をより詳



カウンターに置かれたサテライトオフィス認定の盾

しく学んだり、日本との文化的、歴史的なつながりを改めて勉強したりすることで、知識の厚みも増したほか、旅行者へのアドバイスに活かせる面も多い。『このホテルは、もともとハワイの王女様が愛していた場所に建てられているんですよ』など、ちょっとした話題を提供でするだけでもお客様と会話が弾む効果がある。オンライン旅行会社には真似のできない対応をするという意味でも、スタッフがハワイについて学び直した意味は大きかったと思う」と実感する。

2017年は積極的に顧客拡大へ

今後はこれまで以上に、より積極的、 能動的にハワイ旅行市場に働きかけて いく考え。「ハワイサテライトオフィス」 として、HTJのホームページで存在感を アピールすると同時に、自社サイトもリ ニューアルし新規顧客へのアプローチを 強化する計画だ。

客層も広げたい考えだ。同社は30代後半~40代前半の"大人"な世代が顧客の中心だが、今後はハネムーナーの取り込みも強化する。同社は専属担当制を敷いており、問い合わせを受けた担当者が、相談から予約、出発、旅行終了まで一顧客の面倒を見るスタイルがハネムー大ーにも応用可能なことや、「ハワイはハネムーナーにとっての重要デスティネーションであり、大きな需要が存在するこの市場に改めて取り組むことで客層を広げたい」との思いがハネムーナー強化の背中を押したという。

全スタッフの約半分がハワイスペシャリストの上級取得者だが、ファーストワイズではすでに中級まで取得している者も多く、専門旅行会社としては全員の上級取得を目指していくとのことだ。



http://www.1stwise.com/

株式会社ジェイエスティ ハワイアンエイトツアーセンター

スペシャリスト上級認定証を 店頭に掲示

名古屋の中心地、栄地区に店舗を構える同社。中京テレビ主催「JST名古屋ハワイフェスティバル」(毎年5月)の冠スポンサーなど、ハワイには力を入れており、その専門性の高さを打ち出すために、2015年にサテライトオフィス認定を受けた。現在、20名のスタッフ全員がアロハプログラムの上級資格を持っており、今年入社予定の社員も取得を目指す。

店舗に入ると、目立つ場所に各スタッフの上級認定証が掲示されている。「待ち時間にでも見て頂けるよう、現地やお客様からのはがきと共に貼り出している」(同社マネージャー山田高広氏)とのこと。カウンターには、上級認定の盾も飾るなど、実際に「店頭での上級に関するお客様からの問い合わせは多い」とのことだ。

ハネムーナーに高い訴求力、 教育旅行にも

サテライトオフィスの認定を受けて1 年以上が経ち、特にその効果を感じるというのが「ハネムーナーからの問い合わせ」だ。「競合が激しい中、上級資格が大きなセールスポイントにつながっている」という。

ハネムーナーは単価が高く、「名古屋はもともと結婚式や披露宴にお金をかける土地柄だが、最近ではシンプルにしてハネムーンにお金をかける傾向がある。飛行機の上級クラスを積極的に利用するなど、ハネムーナーの旅行単価は前年比で上がっている」とのこと。同社では、ハネムーナー向けのパンフレットを製作中。ここでもアロハプログラムの上級を謳っており、「フック、信用につながれば」と期待を込める。

また、ハワイ州観光局のサテライトオフィス紹介ページに定期的に情報を投稿しており、ウェブサイト経由の問い合わせも多い。さらにハワイへの教育旅行を誘致する上でも「アロハプログラムで培ったハワイの歴史や文化の知識が役立った」とのこと。同社では毎年大学の研修旅行をアレンジしており、現地での交流プログラムが単位取得につながるなど、教育旅行に対する「学校からのニーズも高い」という。





スペシャリスト上級認定証を店内に掲示

専門店ならではの強みを活かす

同社のハワイ方面の取り扱いは、順調に推移している。今年は「人数ベース、売上ベース共に、前年比で110%に達する」見込み。今後の展開としては、富裕層やハネムーナー、リピーター、教育旅行などに注力する方針だ。

富裕層については、「隣島を提案することで需要を喚起していきたい」考え。ハネムーナーについては、前述のパンフレットのほか、「単なる金額だけでなく、専門店だからこそ提案できる部分を打ち出していく」とのこと。

またリピーターについては、「フラの グループやハワイ好きのお客様にもっと もっとハワイに行って頂けるよう、パッ ケージツアーにない、他社ではやってい ない仕入れを現地と協力して取り組んで いきたい。専門店らしい品揃えを目指し たい」と意欲を見せる。

同社では、コンドミニアム「ワイキキサンセット」の30階以上の部屋を自社所有しており、同社ならでは特徴として打ち出している。教育旅行についても、専門店の豊富な知識を前面に打ち出しながら、需要の掘り起こしを進めていく考えだ。

グレードアップするハイアット リージェンシー ワイキキ 新ブランド登場でハワイらしい滞在に多彩な選択肢



RESORTS & SPAS IN HAWAII

ハワイ3島に6軒のホテルを展開するハイアット リゾーツ ハワイ。 「ハイアット リージェンシー ワイキキ ビーチ リゾート&スパ」を 筆頭に、充実の施設と質の高いサービスを提供し、国内外から高い 評価を得ている。特に日本人旅行者を意識した設備やアメニティも 好評だ。2016年は新ブランドの「セントリック」がワイキキにお 目見えし、ハイアットのブランド力がより強固なものとなった。

ハイアット リージェンシー ワイキキ ビーチ リゾート&スパ

日本人にやさしい設備とサービスで ストレスのない快適な滞在を約束

ワイキキの中心に位置する「ハイアット リージェ ンシー ワイキキ ビーチ リゾート&スパ」では、日本 人ゲストのニーズに応えた設備やアメニティが充実し ている。ワイキキのホテルとしては初となるTOTOの ウォシュレットを全1230室に完備しており、宿泊客に 快適な滞在を提供。客室のアメニティには特にニーズ の高かったスリッパ、歯ブラシ、歯磨き粉を加え、内 容をより拡充させた。

ワイキキ最大級を誇る40㎡のツインルームには、ク イーンサイズのベッドを2台設置して快適な睡眠環境



を提供。部屋の広さにゆ とりがあるので、エキス トラベッドを置くことも 可能だ。

ネット環境も充実して いる。客室ごとにWi-Fiア ンテナを設置しているほ か、デスクの上に6つの コンセントユニットを完



備。ベッド脇にもコンセント4カ所とUSB充電口4カ 所を設けることで、パソコンやスマートフォンの使用 環境を整えている。また、各客室には55インチの液晶 テレビも設置されており、迫力のある大画面でさまざ まな映像コンテンツが楽しめると好評だ。

「ジャペンゴ」でハワイらしい極上ディナーを 「ナ ホオラ スパ」 で至福のリラックスタイムを

数々の賞に輝いているレストラン「ジャペンゴ」 は、このほどステーキ&シーフードのレストランにリ ニューアル。お勧めはトマホーク リブアイやポーター ハウスなどの極上ステーキメニュー、そして新鮮なロ ブスターやオイスターなどのシーフードメニューだ。 新設されたオープンテラス席をはじめ、開放的あふれ る空間で、洗練された料理を心ゆくまで味わいたい。

ハワイらしいゆったりとした時間を楽しむなら、同 リゾートが誇る「ナ ホオラ スパ」がお勧めだ。ワイ キキビーチを望むガラス張りの館内は開放的で、スパ とは思えないスケール。ハワイの海と大地の恵みを取 り入れたトリートメントで至福の時間を過ごすことが できる。季節ごとにお得な優待キャンペーンを展開し ているので、最新の情報も見逃せない。



多彩なニーズに応える「ナレアテラス」 グループ向けパッケージメニューも

大型グループには「ナレアテラス」が用意されてい る。これはバンケットスタイルで250名を収容できる 宴会施設。カジュアルなパーティーからフォーマルな ディナーパーティーまで、さまざまなニーズに応える ことができる。少人数用にスペースを分けて利用する こともでき、リクエストがあれば30名からの貸し切り も受け付けている。

また、「ナレアテラス」を利用するグループ向けの パッケージメニューも用意。フラダンサーとミュージ シャンによるエンターテインメントのアレンジも可能 で、グループツアーのオーガナイザーや旅行会社から 高い評価を受けている。



クラブラウンジやボールルームをリニューアル

ハイアット リージェンシー マウイ リゾート&スパ



マウイ島カアナパリ地区の最南端に位 置する本格リゾート。全806の客室、9軒 のレストラン&ラウンジ、贅を尽くした スパ、本格派のルアウショーなど、レベ ルの高い施設やサービスを備えている。

この度、アトリウムタワー最上階の リージェンシー クラブ ラウンジを大幅 にリニューアル。場所をロビーフロアに 移し、新たにテラス席を設けたことでこ れまでの2.5倍の広さになった。また、 1546㎡のグランド ボールルームも改装 し、よりきめ細やかにMICEのニーズに 対応している。

最高級の施設で優雅なホテルライフを

グランド ハイアット カウアイ リゾート&スパ



カウアイ島の南海岸沿いに建つエレガ ントなリゾート。全602室の客室は47㎡ 以上と広々しているのが特長で、すべて の部屋にTOTOのウォシュレットが設 置されている。ベッドタイプの指定・確 約もできるようになり、日本人ゲストの ニーズによりきめ細かく応えることがで きるようになった。

また、ビーチハットのレストラン「タイ ドプールス」が全面改装を終え、よりハ ワイらしくリニューアル。極上のコンテ ンポラリー・ハワイアン・キュイジーヌ で思い出に残るディナーを楽しみたい。

ラグジュアリーな滞在を提案するアンダーズ

アンダーズ マウイ アット ワイレア リゾート



ヒンズー語で"パーソナルスタイル"を 意味する「アンダーズ」。ゲストのテイス トでラグジュアリーなホテルライフが楽 しめるのが特長で、マウイ島では目の前 にモカプビーチが広がるワイレア地区に 位置している。

客室は7棟のレジデンシャルヴィラ、 35室のスイートルームを含む全297室で、 オーシャンビューの客室からは美しい夕 日を望むことができる。また、滝を配し なサンセットを眺めるのもお勧めだ。

ハイアット プレイス ワイキキ ビーチ ハイアット セントリック ワイキキ ビーチ



新感覚のホテルとして人気を集めてい る「ハイアットプレイス ワイキキ ビー チ」。全426室を含む全館で無料のWi-Fiを 利用できるほか、すべての宿泊客に朝食 ブッフェを無料で提供。パソコンとプリ ンターを24時間利用できる設備もあり、 特にビジネス客に好評だ。



12月8日、クヒオ通り沿いにハイアット の新ブランド「セントリック」がオープン した。オフィスビルを改装したもので、コ ンテンポラリーな客室はスイートを含む 全230室。必要最小限のサービスとお得な 料金が特長で、カジュアルかつ快適な滞在 を好むあらゆる客層にマッチしている。

ハーツレンタカー

HERTZ RENT A CAR

充実のサービスと安心のサポートでレジャーでも高評価 満足度の高いドライブを支える信頼と実績

ハワイでも幅広いネットワーク、安心の サポート、クオリティーの高いサービス で好評のハーツレンタカー。充実のサー ビスやサポートはビジネス旅行だけでな くレジャーでも高い評価を受けている。 海外ドライブ初心者でもリピーターでも ハーツレンタカーならまかせて安心。満 足度の高い車の旅を楽しむことができる



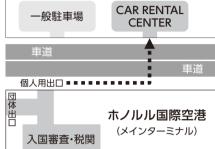
ハワイ島の営業所ネットワーク拡大 幅広い車種からスタイルに合わせてチョイス

ハーツの強みのひとつが、営業所ネッ トワークが充実しているところだ。現在 オアフ島に7店舗、マウイ島に3店舗、 カウアイ島に1店舗を構えているほか、 ハワイ島では新たにカイルア・コナ地区 のキング・カメハメハ・ホテル内とサウ ス・コハラ・リゾート地区のフェアモン ト・オーキッド・ホテル内に営業所を設 け合計7店舗となった。2016年12月には ハワイアン航空の羽田/コナ線が就航し たことから、今後増加が見込まれる日本 人旅行者にとっても利用価値が高まりそ

日本人旅行者の利用が多いホノル ル空港営業所のカウンターは「CAR RENTAL CENTER」にある。場所は、 国際線ターミナル正面の個人用出口を出

てアクセスできるため、以前よりもレン タルしやすい環境となった。

ハーツのパーキングはビルの1階と2 階にあり、手続き完了後、すぐに車をピッ クアップすることが可能。また、ハーツ Goldプラス・リワーズ会員向けには専用 カウンターも用意している。なお、隣島か らインターアイランドターミナルあるい はコミューターターミナルに到着した場 合は、従来通りハーツのシャトルバスを 利用してカウンターに向かう必要がある。



このほか、幅広い車種が用意されてい るのもハーツが選ばれる理由のひとつ。 コンパクトセダンからミニバンや高級 SUVまで。グループやファミリーなら大 型車、ハワイらしいドライブを楽しみた いならオープンカーなど、好み、用途、人 数、予算に応じて車を選ぶことが可能だ。

利用価値高い「海外ドライブ・パーフェクトガイド」 ドライブが楽しくなるコンテンツも充実

ハーツは、レンタカーの旅の楽しさを 伝える特設サイト「海外ドライブ・パー フェクトガイド (info.hertz-car.co.jp)」を 提供している。レンタカー利用の基本

的な流れを 実際のドラ イバーの視 点から動画 で分かりや すく説明。



カーにとっては強い味方になっている。 また、基本情報に加えて、タイプ別に モデルケースを設定し、安心で快適なド ライブをアドバイス。たとえば、ファミ リーのケースではチャイルドシートの利 用法、女子旅のケースは車から離れる場 合の注意点、カップルのケースはバレー サービスの利用法など知りたい情報も満

このほか、ハワイでレンタカーを使っ たモデルプランも提案。オアフ島一周、 女子力アップ、ドライブ満喫の3つの コースを設定し、ルートごとにおすすめ の観光スポットも案内している。情報収 集サイトとしての利用価値も高いコンテ ンツとなっているため、ハワイでドライ ブを計画している人はもちろんのこと、 そうでない人もドライブしたくなる内容

安心サポートで海外ドライブの不安を解消 日本語音声のカーナビも強い味方

ハーツでは、海外ドライブの不安を解 消し、快適なレンタカーの旅をサポート するさまざまなサービスも提供してい る。そのひとつが、ハワイを含むアメリ カ全土で提供している「日本語アシスタ ントダイヤル」。日本人ドライバーに特化 したサポートとして、万が一の事故やト ラブルのほかに、返却日時の変更、契約 内容の確認、車の操作、カーナビの操作 などレンタル中に不安に思ったことに対 して、レンタカー知識の豊富なオペレ ターが日本語で対応してくれる。

また、日本語音声対応のカーナビも引 き続き人気を集めている。日本語で道案 内をしてくれるので、運転中もストレス フリー。ドライブの楽しさだけでなく、 安全運転もサポートしてくれる。また、 薄型タッチパネル式で操作性も抜群。シ ンプルで使いやすいと好評だ。

業界向けにディスカウントを提供 まずは体験を

ハーツレンタカーでは旅行業界関係者向 けにお得なディスカウント料金を用意。 まずは業界関係者にレンタカーの楽しさ や便利さを体験して欲しいとこのディス カウント・サービスを勧めている。対象 エリアは世界145カ国、10,300ヶ所の 営業所。車のクラスと優待料金は利用営 業所によって異なる(最大で20%の割引)。 問い合わせは

ハーツレンタカー予約センターまで。 フリーダイヤル 0120-489882

(土日祝祭日除く9:00-18:00)



スタイルに合わせて選べるレンタカーの旅 充実のサポートで初心者も安心ドライブ

ハワイでも旅のスタイルに合わせたレン タカーの旅を可能にするアラモレンタ カー。好きな車を選択できる「Alamo Select」、さまざまな場面で助けてくれる 日本語サービス、快適なレンタルを支え てくれる各種サポート、豊富な商品ライ ンアップ、幅広い営業所ネットワークな どでマーケットの高い支持を得ている。

自動チェックインシステムでスムースにレンタル 「Travel Tab」はドライブ中の強い味方

アラモレンタカーでは、利用者がス ムーズにチェックインできる環境を整え ている。そのひとつが、ホノルル、カフ ルイ、コナ、リフエの各空港営業所で導入 されている自動チェックインシステム。 ホノルルでは常時6台が稼働。このほか の空港でも複数台設置されている。

カウンターを通さず自分でレンタル手 続きを行うことができるため、カウン ターに並ぶ時間が省け、言語選択として 日本語にも対応しているので、言葉の心 配もいらない。ウォークインによるレン



空港営業所に自動チェックインシステムを設置

タルはもちろんのこと、日本で予約した クーポンにも対応している。

また、ドライブ中のサポートツールと して、スマートフォンサイズの多機能タ ブレット「Travel Tab」も好評だ。日本 語音声認識が付いたカーナビ機能に加え て、Wi-Fiによるデザリングによって最 大5台のデバイスとインターネット接続 ができるほか、国内/国際電話の通話も 可能で、レンタル1日につき60クレジッ トを無料で利用することができる(1ク レジットは1分の通話か1通のテキスト メッセージ相当)。長距離電話やローミ ングあたりの追加料金はかからない。ま た、クレジットが切れたあとも緊急ダイ ヤルの使用は可能だ。





多機能タブレット [TRAVEL TAB]

「Travel Tabl のWi-Fi機能は 容量上限なしで5台まで接続可能

ハワイでは主要空港営業所のほかワイ キキの各営業所でもレンタルが可能。レ ンタル料金は1日\$25前後。日本語に設 定することもできるため、日本人ドライ バーにとってもうれしいサービスだ。

「Alamo Select」で自分好みの車を選択 5島で営業所を展開、ワイキキの街中にも

主要空港営業所の独自サービス 「Alamo Select」はレジャーマーケットに 強いアラモならではのサービス。サイズ カテゴリーの中から、利用者自身が実際 に車を現地で確認してから選択すること が可能で、自身の好みに応じて、また目 的や人数に応じて車を選べば、ハワイで のレンタカーの旅がさらに楽しくなるは ずだ。

また、営業所ネットワークも充実。オア フ島では空港を含め4ヶ所。「アウラニ・ ディズニー・リゾート&スパ コオリナ・ ハワイ」に加えて、ワイキキのディスカ バリーベイ営業所やカイウラニ営業所も あるため、滞在先での駐車代を気にする ことなく、旅のスタイルに合わせてレン タルすることができるのもメリットだ。

ハワイ島には3ヶ所。コナとヒロの空 港のほか、「ヒルトン・ワイコロア・ビ レッジ」にも営業所を構える。ワイコロ アでは、営業所が閉まったあとでも、ヒ ルトンのバレーサービスに返却を頼むこ とが可能だ。

このほか、マウイ島にはカフルイ空港、 カウアイ島はリフエ空港、さらに大手レ ンタカー会社で唯一モロカイ島の空港に も営業所を構えている。

初心者に最適な「スーパーゴールドプラン」 サポート充実のお得な安心プラン

アラモでは、「ゴールド」「ボーナス」 「スタンダード」の各プランに加えて、 ハワイを含むアメリカであらかじめGPS カーナビとロードサイドプラスを組み込 んだ「スーパーゴールドプラン」を提供 している。個別にそれぞれのサービスを レンタルするよりもお得なパッケージ。 オールインクルーシブのため、初心者で も安心して利用できるプランとして人気 を集めている。

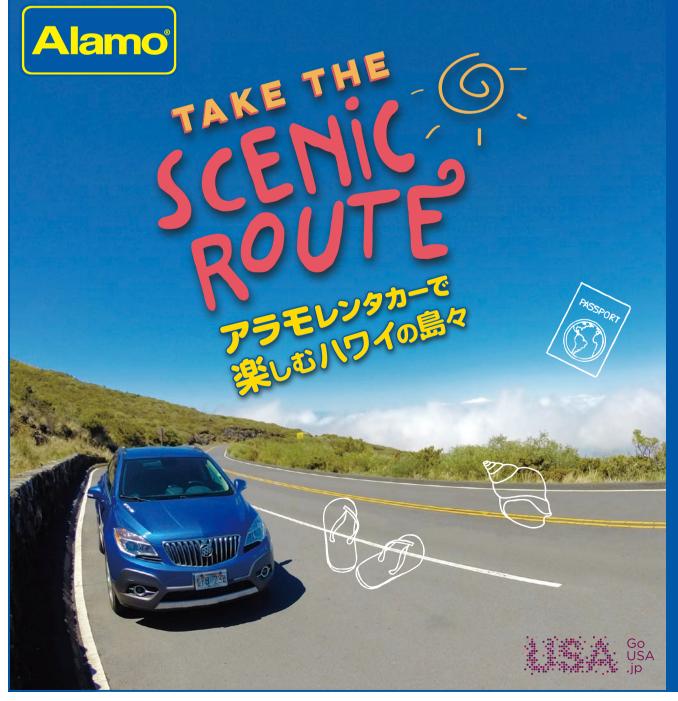
GPSカーナビは初めての場所でもスト レスフリーなドライブをサポート。日本 語音声ガイドで目的地までの道順を分か りやすく案内してくれる。スクリーン・ タッチ入力で操作も簡単。ポータブル式 のため、車を離れる際のセキュリティー 面でも余計な心配をする必要がないのも

ロードサイドプラスは万が一の場合の 強い味方だ。タイヤのパンク修理/交換や 鍵の閉じ込めなどの手数料をカバーして いるほか、ハワイでは24時間体制でドラ イバーをサポートする「ロードサイド・ア シスタンス」と、日本人利用者が多いハ ワイに特化した「ハワイ日本語ホットラ イン」も提供。どちらも24時間、フリー ダイヤルで利用することができる。

役立つ販促ツールも提供 ウェブでは動画で情報発信

アラモでは、旅行会社向けの販促ツ-ルのほか、消費者向けの情報発信も拡充 している。販促ツールとしては、ハワ イ・ドライブマップ」を要望に応じて配 布しているほか、ホノルル国際空港とワ イキキ営業所でのレンタル手続きの方法 や返却の手順を分かりやすく解説した動 画DVDもリクエストに応じて提供して

同社のウェブサイト (www.alamo.jp) では、初心者向けにレンタカーの借り方・ 返し方を動画で分かりやすく解説してい る。オアフ島、ハワイ島、マウイ島をそ れぞれ紹介。不安解消に役立つだけでな く、旅情を誘う内容になっている。



「アラモセレクト」で 希望のカテゴリーから、 お好きな車を自由に選択

ハワイの主要な4ヶ所の空港営業所で、 ご希望サイズカテゴリーの中からお好み の車を現地にて選べます。

カーナビ機能付きタブレット端末 「Travel Tab」レンタル開始

日本語音声認識が付いたカーナビ機能の ほか、インターネット接続や国内/国際電 話(時間制限あり)など様々な機能がご 利用できます。

安心の日本語サポート

万一のトラブルでも24時間日本語対応 のオペレーターがサポートします。

日本語対応 自動チェックインシステム

カウンターを通らずに契約手続きができ る! ホノルル・カフルイ・コナ・リフエ の各空港営業所でご利用可能です。

お問い合せ・お申し込みは

0120-088-980

アラモレンタカー日本事務所

₸104-0045

東京都中央区築地7-10-2 築地小川ビル2階 TEL: 03-5962-0345 FAX: 03-5962-0346

http://www.alamo.jp

ネイバーアイランド (隣島)

Neighbor Islands

ハワイの奥深さに触れる ネイバーアイランド(隣島)の魅力

カウアイ島、オアフ島、モロカイ島、ラナイ島、マウイ島、ハワイ島の主要6島からなるハワイ。日本からのフライトが集まる「ハワイの玄関口」 ホノルルのあるオアフ島だけでハワイを語ることはできない。ぜひ足を延ばして、「ネイバーアイランド(隣島)」と呼ばれる各島へ訪れてみたい。 各島それぞれ個性的な表情を見せ、ハワイの奥深さに気づかされるはずだ。2016年12月21日からは、羽田からハワイ島コナへのフライトがスタート。 ネイバーアイランドへノンストップで行ける今こそ、改めてネイバーアイランドにフォーカスしてみたい。

カウアイ島 Kaua'i

飛行機で



マイナスイオン溢れる緑豊かなハワイ最古の島。 100万年以上もの歳月をかけて自然が創り出した ダイナミックな景観が随所に残されている。ゆっ くりした時間の流れの中で自分を見いだせる島。

オアフ島



ハワイ州の州都ホノルルがあり、ハワイの政治や 経済、文化の面で中心となる島。世界屈指のビー チリゾートであるワイキキをはじめとして、数多 くの見どころや体験が詰まっている。

モロカイ島 Moloka'i

飛行機で



© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Dana Edmunds

今も昔も変わらずゆったりとした時間が流れるモ ロカイ島では、何千年、何万年と変わらない素朴 なハワイの風景に出会える。

דכע Hawaiian カウアイ島 **Neighbor Islands**

航空路線

日本から

オアフ島

モロカイ島 ホノルルマ

> マウイ島 カフルイ

ラナイ島

羽田-コナ線 2016年12月21日運航開始

ハワイ島

X LO

ラナイ島 Lānaʻi



© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Pierce M Myers Photography

自然の静けさに包まれ、日常の喧騒を忘れられ るラナイ島は、エレガントで気品溢れる2つのリ ゾートホテル、ゴルファーが憧れる一流のゴルフ コースがあることでも有名。

マウイ島

Maui



五感で自然の素晴らしさを感じながらラグジュア リーな気分に浸れるマウイ島は、美しいビーチ、高 級リゾート、壮大なハレアカラ、有名ゴルフコー ス、ホエールウォッチング、個性溢れるカラフル な町並みで、洗練されたワンランク上の旅が楽し める。またロマンティックでカップルにぴったり の島でもある。

ハワイ島

Hawai'i

ドノルルから



© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

ハワイ諸島最大の島で、活火山と標高1万メート ルを超えるマウナケア山、豊かな熱帯雨林、満天 の星空など自然の驚異が溢れている。世界遺産、 国立公園を有し、自然のエネルギーが満ちている 一方で、リゾートやノスタルジックな雰囲気のヒ ストリックタウンも魅力だ。

Kāʻanapali Beach Hotel

「ハワイで最もハワイらしいホテル」 マウイ島で本物のアロハを感じる

全米でも屈指の美しさを誇るマウイ島西岸のカアナパリビーチに面し、「ハワイで 最もハワイらしいホテル」として愛されてきたユニークなホテル。11ヘクタール もの広大な敷地を誇り、アットホームな雰囲気は、ハワイならではのおもてなし 「アロハ・スピリット」を感じさせてくれる。

ビーチの中心で便利な立地 広い客室からクジラ観賞も

カアナパリビーチの中心に位置し、ラ ハイナの町へは車で約10分と便利。公共 バス、または「ザ・アウトレット・オブ・ マウイ」のシャトルが毎時運行している。

432室の客室は、平均40㎡で広々。ハワ イアン風の内装で、オーシャンフロント の客室からは、毎年冬の季節に訪れるク ジラを観賞できる。また、ベランダでタ バコが吸える客室を全体の20%確保。無 料Wi-Fi(客室及び中庭)、リゾートフィー が不要な点もアピールポイントだ。

真のハワイ文化を体験 無料アクティビティーが充実

「ハワイで最もハワイらしいホテル |と 呼ばれる所以のひとつが、真のハワイ文 化を体験できる豊富なアクティビティー だ。フラやウクレレのレッスン、レイ作 り、フラのステップを取り入れた「フラ ロビクス」、ハワイ語講座など、無料で利 用できるプログラムが充実。

海のアクティビティーなら、ビーチ・ アクティビティー・センター「ハレ・フ アカイ」で。サーフィンやSUP、シュ ノーケリングやコンチシェルの鳴らし方 など、多彩なアクティビティーを体験で







ーチ・アクティビティー・センタ

月曜はルアウショー 食事にもハワイらしさ

毎週月曜に中庭で行われるルアウ ショー「レジェンズ・オブ・カアナパリ・ ルアウ」も好評だ。宿泊者は割引となる ほか、月曜日以外にも無料のエンターテ イメントやフラショーが行われる。

レストランも充実。数々の栄誉ある賞 に輝いたトム・ムロモト氏がエグゼク ティブ・シェフとして腕を振るう「ティ キ・テラス」では、ハワイのリージョナ ル・キュイジーヌをぜひ味わいたい。



ルアウショ



「ティキ・テラス」の料理に舌鼓



チェックアウト時の「レイセレモニー」 で贈られるレイを 毎回ホテルへ持って帰るたびに白いナッツが増えていく

ファミリーでも、カップルでも お得に、ここだけの体験を

ファミリーでお得に滞在できるのも同 ホテルの強み。エキストラベッドを使用 しない場合、17歳以下の子供は無料の宿 泊が可能(1室の定員は最大4名)で、大 人1名ごとに5歳以下の子供1名の食事 が無料となるほか、12歳以下の子供にア ロハパスポートを進呈、スタンプラリー などのプログラムを楽しめる。パスポー トには子供の名前にちなんだハワイ語の 名前を記しているのも、同ホテルならで はのサービスだ。

ウェディングやハネムーン、結婚記念 日など、大切なひとときにも最適。敷地 内の3つの芝生のエリアと、4つのガー デンエリアは、ビーチを臨む愛を伝える ための特別な場所。ウェディングやバウ リニューアルなどのパッケージも用意し



子供たちにはアロハパスポートをプレゼント



(32)**WING Travel** 2017年 (平成29年) 1月30日 増刊





© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johns

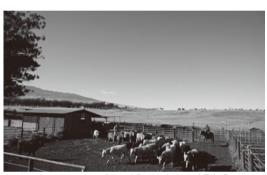
海岸線沿いにさまざまなショップやレストランが建 ち並び、ハワイ最古の教会モクアイカウア教会やフ リヘエ宮殿などの史跡も点在する。

1 カイルア・コナ



2 ワイコロア

溶岩に囲まれたリゾート開発エリア。クイーンズ・ マーケットプレイスやキングス・ショップなどの ショッピングセンターがあるので、ショッピングに 最適。



3 ワイメア

今年で170年の歴史を誇る「パーカー牧場」がある 高原の町。ところどころでたむろする牛の姿は牧歌 的。お土産やカウボーイグッズを揃えたショップも ある。



© Big Island Visitors Bureau (BIVB)

4 ホノカア

古き良き時代のハワイを彷彿とさせる建物がノスタ ルジックな雰囲気を感じさせる。日本映画『ホノカ アボーイ』の舞台としても知られている。



© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johr

5 ワイピオ渓谷

切り立った崖と深くえぐられた谷が印象的。緑で覆 われた風景と太平洋の海の青、岸に打ち寄せられる 白い波のコントラストが見事で、まさにフォトス ポット。

レンタカーのメリットは?

①自分だけのオリジナルな旅をアレンジ

旅の足として活躍するレンタカー。ハワイは交通 量が比較的少なく、ドライブしやすい。気になる 場所で車を停めて地元の人に人気のスポットへぜ ひ足を運んでみたい。また、たくさん買い物して も、車に積んで移動できるのでラクラク。今まで 知らなかったハワイの新しい表情に出会えるかも。

②手配する旅行会社にとっても魅力的

現在、利用者がレンタカーを予約する際、直接レ ンタカー会社を通したり、現地の営業所で直接契 約したりするケーズが多い。旅行会社が、旅行商 品の販売の際に顧客に一声かけることで、この需 要を日本出発前に取り込めば、売上を伸ばすこと

予約センター: 0120-31-1911 www.avis-japan.com

おすすめ隣島ドライブコース(マウイ島)

Scenic Drive in Neighbor Islands

イ空港からハレアカラ国立公園まで標高3000%=トルを超えるハレアカラ山頂までのドライブコース。 山頂でのサンライズとサンセットは実にドラマティック。絶景だけでなく、マウイの豊かな食の魅力も体験できる。



ハレアカラ国立公園 写真提供:ハワイ州観光局



1 パイア

昔ながらの町並みが残るかわいらしい町。個性派 ショップや素朴なアートギャラリーなどが軒を連ね る。シーフードを堪能できるレストランも。



2 マカワオ

ハワイアン・カウボーイ [パニオロ] の町として 知られ、ハワイの歴史を感じさせる。おしゃれな ショップやアートギャラリーは、ついつい立ち寄り たくなる。



3 クラ

農場が広がり、特産のマウイオニオンをはじめ、ト マトやラベンダーなどの栽培も盛ん。農場見学や併 設のレストランで新鮮な味を楽しみたい。島で唯一 のワイナリーもある。



© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

4 ハレアカラドライブ

ハレアカラ山頂へのドライブルート。カーブの多い 道は、爽快なダウンヒルライドが楽しめる。



画像提供:ハワイ州観光局

5 ハレアカラ国立公園

休火山ハレアカラの巨大クレーターは圧巻で、トレ イルも整備されている。その光景は、まるで地球で はない別の星にたどり着いたかのよう。標高が高い ので防寒着の用意を。

レンタカー各社が海外ドライブをサポート

①日本語対応が充実で安心

日本語音声対応カーナビゲーションは、初めての道を日本語で 案内してくれる心強いツール。また万が一のトラブルや事故を 起こした場合でも、日本語で対応する日本語通訳サービスを各 社提供しているので、海外ドライブの不安を払拭してくれる。

②豊富な料金プラン

顧客のニーズに合わせたバラエティー豊かな料金プランのなか でも、事前に日本で支払いを済ませるオールインクルーシブの プランは、すべての保険が含まれているので、利用者にとって も、また販売する旅行会社にとっても安心。現地営業所での英 語によるやり取りも少ないので、手続きもスムーズだ。

③運転免許証翻訳サービス

ハワイで車を借りる場合、日本の免許証だけでも借りることは 可能だが、まさかの時のために、国際免許証を取得することが 推奨されている。レンタカー各社では、運転免許証の翻訳サー ビスを行っているところもあるので活用したい。

自由旅好きのお客様にはレンタカーがオススメです。

エイビスレンタカー

予約センター: 0120-31-1911 www.avis-japan.com

AVIS®

直行便開設でより近くなった隣島へ ハワイ島とカウアイ島を訪ねる

2016年12月21日にハワイアン航空が羽田-ハワイ島コナ線に新規就航 した。日本からハワイ島への直行便は、ハワイ島はもちろんのこと、ハワ イ全体の活性化につながると期待も大きい。2016年12月中旬、そのハワ イアン航空を利用して実施されたハワイ島とカウアイ島へのFAMツアー に同行。あらためて隣島の魅力と日本市場における潜在性を探ってみた。 【取材協力:ハワイ州観光局、ハワイアン航空、取材/文章:山田友樹】

ハワイアン航空のコナ直行便に 大きな期待

直行便がない期間、ハワイ島を訪れる にはホノルル経由のインターアイランド 便を利用するほかなかった。ただ、「心 配していたほど、日本人の落ち込みはな かった」と話すのはハワイ島の現地ツ アーオペレーターのスタッフ。「かつて直 行便が飛んでいた間に、ハワイ島の認知 度も上がり、島の魅力も伝わっていたか らではないでしょうか」と説明する。

日本からの直行便がないの は、ファーストタイマーに とっては足かせになるが、一 度ハワイ島の魅力を感じたリ ピーターにとってはホノルル 経由でも再訪したくなるデス ティネーションなのだろう。

それでも、ハワイアン航空の羽田-コ ナ線の就航は、現地の観光産業にとって は「大きな出来事」であることは間違い

「最近では、1日何もしないでリゾート ライフを楽しむ日本人観光客も増えてき



ディズニー最新映画 [モアナと伝説の海]*の特別塗装機

ました。日本では味わえないハワイ島の 空間の広さのなかで、気分も晴れやかに なると話す旅行者も多い」。

羽田-コナ線は現在、週3便の運航だ が、「将来的には、ハワイ島を訪れる日本 人が増えてデイリー運航になるといいで すね」と期待をかける。

コナ空港 日本人旅行者のサポートも万全

ハワイアン航空のコナ便は、JAL便で かつて使われていた国際線用ターミナル に到着。ターミナル内には、日本語にも 対応するAPC(自動入国審査機)が複数 台置いてあるほか、案内板も設置されて いるので便利だ。

コナ空港はオープンエアの小さな空港 のため、出発エリアもコンパクトでゲー トも分かりやすい。お土産店やカフェが あり、オープンエアの広い青空の下で搭 乗を待つ。また、空港には日本語スタッ フが常駐しているため、FITでも安心。 キオスクでのチェックインなども日本語 でサポートしてくれる。

*『モアナと伝説の海』3月10日(金)ロードショー

ハワイ島

Hawai'i

多彩な観光素材が揃う

日系移民の歴史も学べる ハワイ島名産コナコーヒー

今ではすっかり有名になったコナコー ヒー。コーヒーがブラジルからオアフ島 に入ってきたのは19世紀初頭、その後ハ ワイ島に渡ったという。フアラライの標 高500~600メートルの一帯がコーヒー農 園となり、100%手摘みを貫くことで高 価ながらもブランド化に成功している。

コナコーヒーは、コナ側の土壌と気候 と密接に関係していると同時に、サトウ キビ産業後の日系移民の生活や歴史と 切っても切れない関係だ。収穫方法など で効率化を進める上で、日系人の知恵が 大いに生かされた。

現在、この一帯には700軒ほどのコー ヒー農園がある。そのうちのひとつ「ド トールコーヒー農園」は、コーヒー畑だ けでなく、ハイビスカス、ブーゲンビリア などの南国の花々が咲くほか、ライチ、 スターフルーツ、オレンジ、アボカド、 シナモン、カシューナッツなど農産物の 栽培もしている観光農園。散策する楽し

インフィニティの人工池やガゼボがあ る広場は、カイルア・コナの街並みとコ ナコーストを見渡せる絶好のロケーショ ン。そこでこの農園で摘まれ焙煎された コナコーヒーを試飲し、購買することも でき、コーヒー好きの自宅用だけでなく コナらしいお土産としても喜ばれている。



ドトールコーヒー農園からはコナコーストの絶景も



数々のフルーツが栽培されているのも ドトールコーヒー農園の特長

このほか、焙煎体験ができる「UCCハ ワイコナコーヒー直営農園」、往時の日 系人コーヒー農家の生活が垣間見られる 「内田コーヒー農園」など、さらにコナ コーヒーを深く知ることのできる農園が この一帯にある。

街歩きも楽しい カイルア・コナ





ロコたちにも人気のカフェレストラン 「デイライト・マインド」もカイルア・コナに

ハワイ島西海岸で最大の街カイルア・ コナは、隔絶されたリゾートエリアとは 異なり、街歩きが楽しめる場所だ。ハ ワイ王族ゆかりの品々が展示されている 「コートヤード・キングカメハメハズ・コ ナビーチ・ホテル」とルアウショーが人 気の「ロイヤルコナ・リゾート」に挟まれ たアリイ通り沿いには、数々のショッピ ングスポットやレストランが立ち並ぶ。

また、1820年に創始されたハワイ最古 の「モクアイカウア教会」、ハワイ王族の 離宮として建てられ、現在はカラカウア 王とカピオラニ王妃時代に集められた美



木造の柱が今も残るモクアイカウア教会の礼拝堂



カイルア・コナにある「ロイヤルコナ・リゾート」は、 街歩きやナイトライフも楽しめる便利なホテルだ 術品が展示されている「フリヘエ宮殿」、 毎週水曜から日曜にかけてウォーターフ ロント・ロウ駐車場で開かれる「コナ・ ファーマーズ・マーケット」などの観光 スポットも点在している。

マウナケアでサンセット&星空鑑賞 ハワイ島のハイライトは相変わらずの人気

ハワイ島はハワイ諸島のなかで最も若 い島。今も成長を続けている。最も古い 火山のコハラと標高4205メートルのマウ ナケアは死火山。コナ空港あたりの土地 の土台となった溶岩を噴き出したフアラ ライは休火山。マウナロアは1983年3月 から1984年4月にかけて噴火を繰り返し たあと休止状態。そして、ユネスコ世界 自然遺産「ハワイ火山国立公園」の中心 となるキラウエアは今も活発な活動を続 けており、特にその赤々と流れ出る溶岩 流を観察する観光ツアーが人気を集めて

その火山群のなかでも、ハワイ島観光 のハイライトのひとつとなるのがマウナ ケアでのサンセットとスターゲイジング (星空鑑賞)だろう。

このツアーで豊富な実績と確かな知識 を持つ太公望ハワイでは、午後2時ごろ にコナ&コハラサイドの各リゾートで参 加者をピックアップしたのち、ハワイ島 を横断するサドルロード、パーカー牧場、 マウナロア溶岩大地を走り、標高約2800 メートルの「オニヅカ・ビジター・イン フォメーション・センター」で高所順応 も兼ねた休憩を取る。オニヅカとは、エ リソン・オニヅカのこと。コナ出身の日 系人初の宇宙飛行士で1986年のスペース シャトル・チャレンジャー号の事故で非 業の死を遂げたハワイ島の英雄だ。

太公望ハワイでは、数年前まではこの ビジターセンターで夕食として弁当を提 供していたが、午後4時過ぎという夕食 には早い時間ということもあり、また各 リゾートに戻る午後10時ごろには、レス

トランなども閉まっていることが多く、 食事の機会もないことから、各リゾート に到着した際に、作りたての夜食を渡す サービスに切り替えた。ちなみに、この 日のメニューはワイコロア・ヴィレッジ にあるイタリアンレストラン[プエオズ・ オステリア」の地元産野菜やキノコをふ んだんに使ったペンネ。



オニヅカ・ビジター・インフォメーション・センターの ショップには宇宙食も売られている

サンセットはマウナケアの頂上付近か ら観賞。太陽が西の空に赤みを増しなが らゆっくり沈み、その光が山頂に設置さ れた数々の天体展望台に反射し、キラキ ラと煌く。その神々しさは、その場にい る者しか味わえない特別感だ。沈みきっ たあとも残光がにじむようにスカイライ ンに広がり、やがて淡い夜空が訪れた。 漆黒の空になるには、もう少し時間が必 要だ。



神々しい夕日にマウナケアは照らされる

星空鑑賞の場所は、山頂とビジターセ ンターの中間地点。そこまで下ってくる ころには、夜の闇は深くなり、見上げる と満天の星空が目の前に広がる。知識豊 富な星空ガイドが、星座や星の成り立ち を説明してくれるほか、天体望遠鏡で星 の輝を観察する機会も提供してくれる。

見上げていると、一筋の流れ星の光 跡。それよりもゆっくりと移動して消え ていったのは、国際宇宙ステーション (ISS)だと教えてくれた。また、1時間後 くらいに同じ空に戻ってくるという。し ばらくすると山腹から月がのぼり、月光 が増すにつれて、その明るさで星の輝き は薄れていった。そろそろ下山の時間だ。

FAM Tour Report

Kauaʻi

ダイナミックな自然が魅力

変化に富んだ自然を まるごと体感

カウアイ島

ハワイ主要6島の中で一番北に位置す るカウアイ島は、6島の中で最も古い島。 最も南に位置するハワイ島との間には実 に400万年以上の時間の差がある。切り 立った山、深い谷、断崖の海岸線、肥沃な 平野。貿易風の影響を大きく受けるため 降水量も多く、長い年月をかけて侵食が 進み、現在の起伏の大きい地形となった。

そのダイナミックな自然を堪能するな ら、ワイメア渓谷がおすすめだ。『トム・ ソーヤの冒険』の著者マーク・トウェイ ンが「太平洋のグランドキャニオン」と 評したこの渓谷。展望台から見下ろす長 さ22キロ、幅2キロ、深さ1097メートル の自然の彫刻は圧巻の一言。緑と赤土の コントラストが太陽の光を浴びて刻々と 変化する様子を見飽きることはない。



カウアイ島は豊富に雨を溜め込んでい るため、豊かな水量の川、起伏の大きい地 形から生まれる滝、多湿な環境で育まれ た植物など他島には見られない自然の特 長があり、ハワイアンソングの中にも、 カウアイの雨の美しさを歌ったものが多 いという。

ワイルア川の中流にある「シダの洞窟」 も、豊富な水の恩恵を受けた場所のひと つ。この洞窟へは、スミス・モーターボー ト・サービスの遊覧船で向かう。深く切



り込まれた洞窟には無数のシダが垂れ下 がり、その緑色の群生にジャングルの木 漏れ日が当たり、神秘的な空間を演出す る。その脇には一筋の滝。洞窟の前は広 く開けており、この幻想的な場所で結婚 式を挙げるカップルも多いという。この 付近はエルビス・プレスリー主演の『ブ ルーハワイ』(1961)の舞台にもなった。

ジュラシックパークの ロケ地にもなった植物園

ナショナル・トロピカル・ボタニカル・ ガーデン (NTBG) に指定されている「ア ラートン・ガーデン」もカウアイ島らし い観光スポットだ。1938年、ハワイ王家ゆ かりの土地の一部を建築家のロバート・ アラートンが購入。造園家のジョン・グ レッグとともに、自然を生かしながら、



『ジュラシックパーク』ではこのモレトン・ベイ・フィッグで 恐竜の卵が見つかったシーンが有名

噴水、ガゼボ、庭園などを加え独自の世 界観で造園した。

植物園にはビジターセンターからトラ ムに乗り、約15分渓谷を降りていく。そこ からはガイドツアー。約1時間半の徒歩 ツアーとなる。ハイライトは映画『ジュ ラシックパーク』で恐竜の卵が見つかっ たシーンに使われた「モレトン・ベイ・ フィッグ」と呼ばれるイチジクの巨木。 タコ足のようにくねる根からは、強い生 命力が感じられるはず。

ツアーの最後は、ビーチに面したア ラートンの邸宅でのディナーを楽しみ、 送迎車でビジターセンターに戻るという 行程だ。

プランテーション時代に タイムトリップ



プランテーション時代の面影残すゲイロード・レストラン

カウアイ島の歴史の一端に触れたいな ら、19世紀に隆盛を極めたサトウキビプ ランテーションの名残をとどめる「キロ ハナ・プランテーション」。サトウキビ 畑の大地主であったゲイロード・ウィル コックス氏の豪邸がミュージアムとして 開放されているほか、隣接するレストラ ン「ゲイロード」も地元産食材を使った メニューで人気を集めている。

敷地内には、サトウキビを原料とする ラム酒を販売するショップ「コロア・ラ ム・カンパニー」もあり、テイスティン グを楽しむこともできる。カウアイ島で のサトウキビの歴史と深く関わっている



ハワイアン・ラム酒「コロア」はお土産に最適



キロハナ・プランテーションでは 1周40分のレトロ列車ツアーも

ことから、カウアイらしいお土産として も人気を集めているという。

また、毎週火曜と金曜の夕方からはル アウショーも開催。広いスペースを有す ることから、地元のファンクションや ウェディングでの利用も多い。日本から のインセンティブではユニークベニュー として活用できそうだ。



カウアイ島の宿泊ホテル「ヒルトン・ガーデン・イン」は リフエ空港から10分程の便利なロケーション

HAWAIIAN - AIRLINES.-

ハワイアン航空 羽田-コナ線就航

隣島へのアクセスがより便利に ハワイ島以外へも多彩なフライトパターンを提供

ハワイアン航空は、2016年12月21日 より羽田-コナ線の運航を開始した。 日本からハワイ島への唯一のフライト となるだけでなく、既存のホノルル線 との組み合わせで、より隣島への旅の バリエーションが広がる。

ハワイのエアラインとして、各島間 のフライトが充実している同社。ホノ

ルルに加え、コナへの直行便がスタート したことで、コナ経由でもマウイ島への アクセスが便利となり、多彩なフライト パターンを提供できるようになった。

羽田からは仕事終わりでも利用できる 便利なスケジュール。またコナ発は夕方 となるので、時間を有効活用できるのが 大きなメリットだ。

羽田 – コナ線 フライトスケジュール

便名	運航曜日	出発	到着
852便	水・金・日	羽田 23:55	コナ 12:15
851便	火・木・土*	コナ 17:05	羽田 22:05(翌日着)

*2017年3月25日より水・金・日に変更

スケジュールは予告なしに変更する場合があります。



ハワイらしさを打ち出したサービス ビジネスクラスに新シート導入

ハワイアン航空では、「乗ったときか ら、ハワイがはじまる」をコンセプト に、「アロハスピリット」あふれるおも てなしの心で、ハワイらしさにこだわっ たサービスを提供する。2016年12月から は、ハワイ島のデザイナー、シグ・ゼー ン氏プロデュースによるアメニティキッ トのサービスを開始。ビジネスクラスだ けでなく、エクストラ・コンフォートと メインキャビンにも用意する。

機内食にもこだわりを見せる。羽田一 コナ線を含む日本発のフライトでは、オ アフ島の人気レストラン「ココ・ヘッド・ カフェ」のオーナーで、ハワイのカリス マ・シェフとして知られているリー・ア ン・ウォン氏監修の機内食メニューを サービス。モダンなハワイ料理を味わう ことができる。ほかにもすべてのクラス でハワイのクラフトビールが楽しめるほ か、ビジネスクラスのオリジナルカクテ



順次導入中のビジネスクラス新シート



ビジネスクラスの新アメニティキット

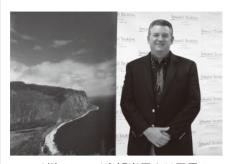
また同社では、成田-ホノルル線を 皮切りに、ビジネスクラスの新シート の導入を進めている。フルフラットに すると、そこは快適なベッドに早変わ り。足元がメインキャビン(エコノ ミークラス)よりもひと回り広いエク ストラ・コンフォート(プレミアムエ コノミークラス) もハワイまでの旅を ゆったりと過ごせるプロダクトとして 人気を集めている。



ゆとりある空間を提供するエクストラ・コンフォート

ホットニュース(ハワイ島)

ハワイ島観光局トップ来日、州観光局と連携 ハワイ島直行便の認知度アップに注力



ハワイ州のハワイ島観光局より局長のロ ス・バーチ氏(写真)が来日、業界メディ アとの会見の中で、新たに運航を開始し たハワイ島への直行便(2016年12月21 日就航のハワイアン航空羽田-コナ線) の認知度アップへ向け、日本のハワイ州 観光局(HTJ)との連携を図る考えを示 した。バーチ氏は「まずはハワイ島への ファーストタイマー獲得を目指していき たい」と述べ、6年ぶりとなる直行便復 活に大きな期待を見せた。

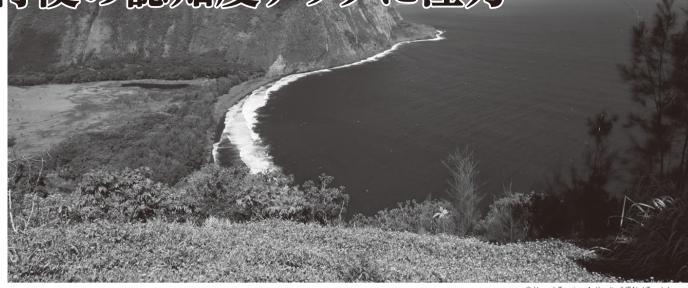
2017年上半期にプロモーション 新たに動画を制作

ハワイ島観光局の意向を受け、ハワイ 州のプロモーションを日本で展開する HTJでは、2017年の第1四半期(1~3月) と第2四半期(4~6月)を中心に、ハワイ 島のプロモーション強化を図る。会見に 同席した局次長のミツエ・ヴァーレイ氏 は「一般消費者へ向けたハワイ島直行便 の認知度拡大と、旅行会社とのコラボ レーションによる販促拡大に取り組みた い。60%を占めるハワイのリピーターか らは、ハワイ島への直行便を心待ちにし ている声を聞くが、直行便への認知度は まだ低く、旅行会社からも認知度アップ へのリクエストは強い」とコメント。

具体的には、一般消費者へ向けたアプ ローチとして、新たに制作したプロモー ション動画をYouTubeやSNSを中心に 展開。動画はハワイ島の代表的な観光素



ハワイ州観光局「もう一つの、ハワイ。」プロモーション動画 ハワイ州観光局YouTubeサイト (https://www.youtube.



© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

て、バーチ氏はキラウエア火山とマウナ

ケアの星空観賞を挙げ、「ハワイ島には、

他の島では体験できない象徴的なイメー

ジが数多く存在する。なかでもキラウエ

ア火山とマウナケアの星空観賞は、日本

人の人気も高く、一生に一度の体験とな

化する側面についても触れ、「直行便で多

くの日本人が訪れていた20年前と比べ、

施設が充実している」と説明。加えて「ハ

ワイ島は、ハワイの島の中でも一番地元

の人たちとの距離が近く、地元の人たち

との体験ができる島。町ごとに表情が多

彩で、キラウエア火山やマウナケア以外

にもたくさん選択肢がある」と紹介した。

APC10台設置、国際線ターミナル建設へ

設置する。バーチ氏は「飛行機を降りて

から空港を出るまでがスムーズ」と述 べ、空港受け入れ態勢の充実度を強調。 なお、州政府より国際線ターミナルの建

設認可が下り、2017年には着工、「3~5

また、1996~2010年に日本からハワ

イ島へ直行便を運航していた日本航空

(JAL)について、バーチ氏は「ハワイの

隣島という新たなマーケットを開拓した

功績は大きい。今でもそのブランディン

グは続いている」と称える。今後はハワ

イアン航空の運航となるが、バーチ氏は

「羽田 - コナ線が飛ぶことで、島間フライ

トも充実し、いろいろなフライトパター ンが組めるようになる点が大きい」と指

摘、今後のマーケット拡大に大きな期待

年後に完成予定」とのことだ。

また、ショッピングやゴルフなど、進

るはずだ」とアピール。

Hot News

材を織り交ぜながら、ハワイ島への直行 便を訴求する内容。ターゲットは「25~ 65歳の幅広い女性層。アクティブで旅行 が好きな人」に定める。またアクティブ シニアにも照準を定め、ハワイ島へのメ ディアFAM実施で、新聞などのメディア 露出も増やしていく。

旅行会社に向けた取り組みとしては、 ホールセラーやオンライン旅行会社との 商品造成、販促面でのサポートに加え、 観光局が認定するサテライトオフィスと の協業も進める。

→サテライトオフィスについて詳しくは、26ページ

ほかにも、小グループを中心とした MICE需要、教育旅行、ウェディングな どへのアプローチも強化。エリア展開と しては、羽田へアクセスしやすい首都圏 全域、静岡や新潟などの近隣エリアを中 心に攻勢をかける。

'アーストタイマー獲得に注力 リピーター育成に自信、多彩な観光素材

日本からハワイ島への渡航者数は、日 本航空の直行便が飛んでいた1998年の31 万8171人をピークに、世界情勢の変化や

(表) ハワイ島への日本人渡航者数の推移

2006年の直行便運休を経て、2015年は14 万634人となり、2016年は最新の数字で 1~10月の累計が前年同期比2.1%増の12 万496人と、増加傾向にある。

今後の目標について、バーチ氏は「直 行便の年間供給座席はおよそ4万6000席。 少なく見積もってもこの30%にあたる 1万5000人のファーストタイマー獲得を 目指したい」と意気込みを見せる。

ハワイ島への日本を含む全マーケット からの旅行者のうち約65~75%がリピー ターで、リピーター比率は高い。バーチ 氏は「一度、ハワイ島へ来て頂ければ必 ずリピーターになってもらえる自信があ る。ファーストタイマーを確保できれば、 その後長期にわたってハワイ島へ来て頂 けるはずだ」と自信を見せた。

ハワイ島の代表的な訴求ポイントとし



JALの功績称える、島間フライトの充実度アピール 一方、羽田からのフライトが発着する コナ空港では、現在仮設の施設となって いるが、ホノルルより派遣された5名の 係員が入国審査を担当、迅速な手続きが 可能な自動入国審査端末 (APC) を10台

318.171 9.11同時多発テロ 過去最高 日本航空直行便運休

消費税増税 243,420 250,000 199,117 200,000 192.809 150,000 164,745 140,634 100.000 SARS リーマンショック 50,000

1998 1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 (出典) Hawaii Tourism Authority

通省の今込毅東京航空局東京国際空港長 は「今回のコナ線就航により、羽田の国 際化がまた一歩近づいた」と述べ、新路 線就航を歓迎した。さらに「今回は週3 便ということだが、将来的にはぜひデイ リー運航を実現してもらいたい」とコナ 線のさらなる増強に期待を寄せた。 来賓あいさつ終了後は、ハワイの伝統

を示した。

儀式で安全祈願を行ったほか、搭乗客に 対してハワイアンミュージックの生演奏 やハワイアンダンスでおもてなしを行う など、深夜の羽田空港が一気にハワイの ムードに包まれた。

ハワイアン航空、羽田ーコナ線の運航開始 ホノルル以外で初の国際路線、初便搭乗率9割超

ハワイアン航空は羽田-コナ線を新規 に就航し、12月21日に記念式典を開催し た。日本からハワイ島への定期直行便は 日本航空が2010年に撤退して以来約6年 ぶりの復活となった。また同社としては 現在唯一のホノルル以外からの初の国際 定期便就航となった。就航初便の搭乗率 は9割を超え、上々の滑り出しを見せた。 同社はコナ線を週3便で運航するのに合 わせて、羽田-ホノルル線についても4 便増やし、ホノルル線は週11便で運航す ることになった。今回の就航が日本人に よるハワイ旅行マーケットに大きな効果 をもたらすことは確実視されており、旅 行会社のみならず、ハワイの観光産業全 体が今回の同社の就航に期待を寄せてい

羽田-コナ線はエアバス330型機を使 用。座席数はビジネスクラス18席、プレミ



アムエコノミークラス40席、エコノミー クラス236席の計294席で運航する。増便 するホノルル線についても、同型機で運

同社による日本路線就航は、今回のコ ナ線就航で5路線となる。就航記念式典 であいさつしたテオ・パナジオトゥリア ス上席副社長は「今回、コナ線を就航する ことができたのは、既存路線に搭乗して くれた利用者なくしては実現できなかっ た」と述べ、ハワイ渡航におけるこれま での同社路線利用者に対して感謝の意を 述べた。さらに「ハワイ島はオアフ島に 次いで日本人に人気の高い島だ。今回の 新路線就航により、いろいろな観光オプ ションを楽しめることになるだろう。わ れわれは日本の旅行者に対して、さらな る利便性と真のハワイアンホスピタリ ティを提供していきたい」と意気込みを 述べた。

また、来賓としてあいさつした国土交



隣島商品 旅行会社レポート

Neighbor Islands Travel Agency Report

JTBワールドバケーションズ

JTB World Vacations

パンフレットを一冊に集約 バーチャルツアー活用で隣島のホテル選びに工夫



オアフ島と隣島が一冊に 店頭での比較しやすさと露出増を狙う

2017年度「ルックJTB」ハワイ商品の最大の特徴は、パンフレットを一冊にまとめた点。2016年度までは、「オアフ島」と「ハワイアンアイランズ」(隣島)と、別パンフレットで展開していた。

「360°バーチャルツアー」 導入 店頭でのセールスにも有効

また、2016年度より本格導入したのが「360°バーチャルツアー」。隣島の各ホテルの記載にQRコードを併記し、これをスマートフォンなどで読み取るとホテルの客室や設備を360°の画像で見ることができる。

コンテンツは、JTBが撮影隊を現地に派遣して独自に撮影して用意したもの。お客様がホテルを比較検討しやすいように、という目的があるのはもちろんだが、実は店頭スタッフにとっても有意義なツールとなっている。というのも、多くのスタッフは研修などでオアフ島を訪れたことはあるものの、隣島は未体験という人も少なくないからだ。「360°の写真を見せながら臨場感たっぷりに説明し、お客様に隣島の理解を深めてもらうという狙いがある」(遊佐氏)という。

隣島は「どの島にするか」から始まり、「どこのリゾート地にするか」「どのホテルにするか」といった「予約前の段階から選ぶ楽しさがあるのが隣島の魅力だ」と遊佐氏は話す。

ちなみにこのQRコードは、オアフ島のホテルには掲載されていない。パンフレットを一冊にまとめたことで隣島が埋もれないよう、オアフ島のホテルと明確な差別化を図った結果だ。

ファミリーや女子旅へも訴求強化 ルックJTBならではの安心感も

ハネムーンをはじめとするロマンスマーケットが多いというイメージのハワイ島だが、「実はファミリー層の割合も多い」と遊佐氏は言う。360°の写真が見られれば、事前にホテルの状況を知ることができるため、安心して購入してもらうことにつながりそうだ。

今後の展開について遊佐氏は、「オアフ 島商品を支えている大きなセグメントで





ある女子旅の層に対しても、ハワイ島の魅力を訴求していきたい」と話す。ハワイ島は絵になる場所が多い。島内の名所を360°バーチャルツアーで紹介すれば、「素敵な場所で写真を撮り、その写真をSNSなどにアップして自慢をしたい」という女性の心理をくすぐることができる。女子旅の層は価格の変動に敏感な面はあるが、こういった仕掛けで女子旅のハワイ島商品の購入拡大につなげたい考え。

また、ルックJTBならではの安心感も打ち出していく。「ルックJTBのパッケージツアーは、安心・安全の点で到着直後から違いを感じられる」と遊佐氏が強調するように、羽田からの直行便が就航したコナ国際空港の入国審査を出てすぐの場所に同社の専用スペース「OLIOLI(オリオリ)ステーション」を設置。パンフレットにも記載し、ハワイ島でも不安なく旅行できることをアピールしている。

航空座席の仕入に注力、コナ線に期待 観光局のプロモーションにも呼応

ハワイアン航空の日本就航以来、同社 利用商品を期首商品などとは別立てで展 開してきた同社。安定した集客実績か ら、ハワイアン航空と良好な関係を築い てきた

同社では、2016年12月21日の羽田 - コナ線の運航開始に合わせ、就航記念商品を発売。この商品の販売が好調なことから、今後のハワイ島への送客増に大きな期待を寄せている。



遊佐氏は「この路線をマーケットに浸透させるためにも、ハワイアン航空と共に隣島のプロモーションを強化し、ハワイ全体に追い風を吹かせたい。旅行会社、ハワイアン航空、ホテルが一丸となって取り組みたい」と話す。

また、ハワイ州観光局(HTJ)のプロモーションとの連携も重視。2017年のプロモーション「ごほうび、ハワイ。」についてもパンフレットにビジュアルを掲載、プロモーションを盛り上げる。

阪急交通社

Hankyu Express International

全体の2割を占める隣島商品の伸びに期待ハワイ島のホテル強化で取り込み拡大へ



下期の隣島は15%増と好調

2016年12月からハワイアン航空の羽田 -コナ線が就航することで利便性が向上 し、「これからの隣島は期待感が高まって いきます」と藤崎氏。コナ線就航に合わ せて1月からの第4四半期はハワイ島を 中心とした隣島の商品展開を拡大してお り、2016年度下期の隣島への送客は、前 年より15%ほど増加する見込みだ。

2016年度の隣島関連商品は、ハワイ全体の約20%を占める。この数年、隣島への直行便がなかったため、オアフ島と隣島間のフライト確保が隣島商品造成のネックとなっていたが、コナ線就航に伴い、状況を大きく改善できるチャンスが生まれる。今後はさらに多くの座席を確保して新しいハワイの魅力を顧客に提案していく方針だ。

隣島商品の主力は 添乗員付き3島巡り

同社パッケージツアーの隣島商品の主 力は、トラピックスが得意とする添乗員 同行で、ハワイ島、マウイ島、オアフ島 を巡る「まるごとハワイ3島巡り6日 間」。隣島関連パッケージツアーの約半 分を占める主力中の主力で、客層はトラ ピックス倶楽部会員の中でも比較的年齢 が高い層が中心。ハワイ旅行が初めてだ が、せっかくだから島を巡ってみたいと いう客層と、これまで隣島には行く機会 がなかったというハワイのリピーターが ほぼ半々となっている。「3島巡りとなる と、添乗員が同行するツアーが安心とい う旅行者の要望に応える商品」(藤崎氏) として企画されている。ポイントは安心 感。添乗員が同行し、観光と食事付き、 往復は日本航空利用という内容だ。

2016年度下期からは、ハワイアン航空の取り扱いを開始したことで、新たに活乗員同行でハワイ島とオアフ島を訪問する「はじめてのハワイ2島巡り6日間」を商品化。現在は往復ともハワイアン航空の成田 – ホノルル線を利用しているが、「今後は、コナINホノルルOUTやその逆パターンなど、ハワイアン航空利用のさまざまなパターンを試す余地がある」(藤崎氏)とのこと。直行便という利便性に加え、国内線を利用する回数を減らすことで価格面のメリットも期待する。



添乗員同行なしの ハワイ島モノ商品<u>も造成</u>

羽田 - コナ線就航を機に、添乗員が同行しないハワイ島モノ商品も新設した。「マウナケア天文台内部見学と絶景のハワイ島5日間」は、世界的天体観測地として知られるマウナケア天文台の内部見学(同社限定企画)と、クジラウォッチングクルーズを組み込み、全食事を付けた充実の内容が特徴。

もうひとつは「神秘のハワイ島6日間」だ。マウナケア山頂やキラウエア火山を訪れ、ハワイの大自然に触れる内容。「直行便の就航により、便利で安くなったハワイ島商品をアピールし、2名催行でツアーキャンセルも気にせず、より多くの旅行者にハワイ島の魅力を知ってもらいたい。徐々に市場の反応も良くなってきている」(海本氏)という。



阪急交通社では「この2つのハワイ島 モノ商品で、コナ線就航後のハワイ島の 盛り上がりに弾みをつけたい」としてい る。

ハワイ全体の送客増で 重要度増す隣島商品

4月からの2017年度上期商品に関しては、ハワイ島関連商品をさらに強化する方針だ。米国本土からの旅行者の増加で宿泊供給がタイト化しているマウイ島と異なり、ハワイ島の宿泊事情はまだ余裕があるため、「ハワイ島で利用するホテルのバリエーションを増やすことで、商品全体のバリエーションや魅力を高めていきたい」(藤崎氏)としている。

同社では2017年度のハワイ方面について、送客数増はもちろんのこと、ネイチャー体験などテーマ性を持たせた付加価値のある商品にこだわる方針を打ち出している。そのためには航空座席の供給量確保が重要なポイントで、ハワイアン航空との関係強化を推し進める考えだ。そうした連携強化のためには、羽田ーナ線の利用拡大は不可欠。隣島商品の拡大は、ハワイ方面全体の戦略的取り組みとしても重要性を増している。

またプロモーション面では、ハワイ州 観光局(HTJ)との連携も図りながら、ハ ワイ全体の送客アップに取り組む考えだ。

4軒のアフィリエイトホテルが加わり、多様化するニーズに対応 ファミリーからFITまで、特別なハワイ滞在を提供

2015年アクア・ホスピタリティーとアストン・ホテ ルズ&リゾートが統合し、新たにアフィリエイトホ テルも加わり拡大中のアクア-アストン・ホスピタリ ティー。「Hotels for All」の理念のもとでブランドを 展開し、さまざまなニーズに応えている。

アクア・アストンに加え 4軒のアフィリエイトホテルマネージメント開始

アクア-アストン・ホスピタリティーは現在、48軒の ホテルやコンドミニアムを展開し、幅広いニーズに対 応している。

「アストン・ホテルズ&リゾート」は、自宅のよう な快適さを求める旅行者に高い訴求力を持つ。「イン スティンクト・ホテル・コレクション」は、個性的で パーソナルな宿泊サービスを提供。旅慣れた旅行者が ターゲットの「アクア・ホテルズ&リゾート」は、ハ ワイ全島で中級クラスのスタイリッシュなホテルを展 開している。「ライト・ホテルズ」は、シンプルにロー

カルな雰囲気を楽しみたい旅行者の期待に応える。 これらに加え、2016年後半から2017年始めにかけて、 4軒のアフィリエイトホテルが仲間入りした。

カウアイ島の東岸、ワイルア川が太平洋に注ぐワイ ルア湾にある「ヒルトン・ガーデン・イン・カウアイ・ ワイルアベイ」は、2016年8月にリノベーションを終え てリニューアルオープン。通常の客室に加え、スイー トやコテージもある。

また、2016年秋には、オアフ島西部カポレイ地区に、 ハンプトン・イン&スイーツ・バイ・ヒルトン・オア フーカポレイがオープンした。カ・マカナ・アリイ・ ショッピングモール内に位置しており、ローケーショ ンも便利。ハワイ初のハンプトンホテルだ。

ハワイ島・ヒロの「グランド・ナニロア・ホテル、 ア・ダブルツリー バイ・ヒルトン」は、2016年11月か ら同ブランド名に変更して再オープン。ハワイ火山国 立公園へのアクセスが良く、ハワイ島の自然環境を探 索する拠点として良好な立地といえる。

2017年1月にマイレ・スカイ・コートの改修工事終

了とともにリブランドオープンする「ホリデイ・イン・ エクスプレス・ホノルル-ワイキキ」は、クヒオ通り 沿いの静かなエリアに位置し、海からは離れているが 高層階にはオーシャンビューやパーシャルオーシャン ビューの客室もある。

ウェブサイトおよびSNSを積極活用 「有休ハワイ」特別料金も設定

アクア-アストン・ホスピタリティーでは、日本を重 要市場と位置づけてデジタルマーケティングを強化。 アストン、アクアそれぞれで日本語公式ウェブサイト を開設し、日本語での情報提供と予約受付を行ってい る。また、SNSでの情報発信とコミュニケーションに も注力している。

さらにハワイ州観光局のプロモーション「有休ハワ イ」に呼応し、「有休ハワイ特別料金」を設定。アスト ンおよびアクアの各ウェブサイトに特設ページへのリ ンクを設けている。

代表的な12のホテル紹介



イリカイ・ホテル& ラグジュアリー・スイーツ

ワイキキへの旅慣れた旅行者たちをひきつけるイ リカイ・ホテル&ラグジュアリー・スイーツ。2階 と最上4フロアには、歴史と伝統を守りながらモ ダンな魅力が感じられるラグジュアリー・ジュニ アスイートと2ベッドルーム・スイートがある。コ ンドミニアムは、フルキッチンと広いバルコニー



アストン・ワイキキ・ビーチ・タワー

カラカウア通り沿いに位置し、ワイキキ・ビーチ を臨むオーシャンフロントのホテル。洗練された 上品な内装で仕上げられた全ての客室には、広い ラナイが付いており、ワイキキ・ビーチを見渡す ことができる。プールエリアとロビー周辺などの 改装が終了し、2017年は客室のリノベーション



ロータス・ホノルル・ アット・ダイヤモンドヘッド

ダイヤモンドヘッドと素晴らしい海の眺望が楽し める洗練された隠れ家的ホテル。プライベート感 があり、親しみを感じられるホスピタリティーは、 静かな滞在を求める旅行者におすすめ。



パークショア・ワイキキ

ワイキキビーチの向かいに建つオーシャンフロン ト・ホテル。ホノルル動物園、カピオラ二公園、 ワイキキシェル、ワイキキ水族館は徒歩圏内。館 内にはオーシャンビューのプールや3つのレスト



アストン・アット・ザ・ホエラー・ オン・カアナパリ・ビーチ

ビーチフロントの美しく洗練されたサービスと、 アットホームな快適さを備えたビーチリゾート。 マウイ島でアクア-アストン・ホスピタリティーが 運営するホテルでも最もデラックスなカテゴリー で、全室フルキッチン付きの客室は、最も小さく ても約60平方メートルの広さを誇る。2016年12 月にロビー周囲の改装が終了した。



ザ・サーフジャック・ホテル&スイム・クラブ

ワイキキの中心で活気あふれるホノルル体験を提 供している新しいブティックホテル。遊び心のあ るバンガローや1~3ベッドルーム・スイートが あり、パーソナルな滞在を楽しむことができる。



アクア・パシフィック・モナーク

ワイキキビーチから2ブロック、ショッピングや グルメに絶好のロケーションに建つコンドミニア ムタイプ。広々としたラナイのある角部屋の1 ベッドルームがおすすめ。



マウイ・ビーチ・ホテル

マウイ島カフルイ湾に面して建つホテル。カフル イの中心、カフルイ空港、ショッピングエリアな 保護区内に位置する歴史あるホテル。キラウエア どへ数分のロケーション。客室はアイランドスタイルの印象的な内装で。スイートからは海やガー デン、街の眺望が楽しめる。



ボルケーノ・ハウス

ユネスコ世界遺産のハワイ火山国立公園と生物園 火山のハレマウマウ・クレーターの縁に立ち、レ ストランからは火口を見渡すことができる。









ハンプトン・イン&スイーツ・バイ・ ヒルトン・オアフーカポレイ





ヒルトン・ガーデン・イン・ カウアイ・ワイルアベイ



GRAND NANILOA HOTEL

グランド・ナニロア・ホテル、 ア・ダブルツリー バイ・ヒルトン





ホリデイ・イン・エクスプレス・ ホノルル-ワイキキ

アストン・ホテルズ&リゾート

オアフ島

アストン・ワイキキ・ビーチ・タワー

アストン・ワイキキ・サンセット

アストン・アット・ザ・ワイキキ・バニアン

アストン・ワイキキ・ビーチ・ホテル

ホテル・リニュー アストン・ワイキキ・サークル・ホテル

アストン・アット・ザ・エグゼクティブ・センター・ホテル

マウイ島

アストン・カアナパリ・ショアーズ

アストン・アット・ザ・ホエラー・オン・カアナパリ・ビーチ

アストン・マハナ・アット・カアナパリ

マウイ・カアナパリ・ヴィラ

アストン・アット・パパケア・リゾート アストン・パキ・マウイ

アストン・アット・ザ・マウイ・バニアン

アストン・マウイ・ヒル

ハワイ島 アストン・ショアーズ・アット・ワイコロア

アストン・ワイコロア・コロニー・ヴィラ

アストン・コナ・バイ・ザ・シー

カウアイ島

アストン・アット・ポイプ・カイ

アストン・アイランダー・オン・ザ・ビーチ

アメリカ本土

アストン・アット・レイクランド・ビレッジ (カリフォルニア州) ザ・ファウンテンズ・アット・チャンピオンズゲート (フロリダ州) トスカーナ・リゾート・オーランド・バイ・アストン (フロリダ州)

| インスティンクト・ホテル・コレクション

ロータス・ホノルル・アット・ダイヤモンドヘッド ザ・サーフジャック・ホテル&スイム・クラブ

ハワイ島

ボルケーノ・ハウス

アクア・ホテルズ&リゾート

アクア・アロハ・サーフ・ワイキキ

アクア・バンブー・ワイキキ イリカイ・ホテル&ラグジュアリー・スイーツ

ア・ジョイ・ホテル

アクア・パシフィック・モナーク

アクア・パームズ・ワイキキ

アクア・スカイライン・アット・アイランド・コロニー アクア・ワイキキ・パール

ルアナ・ワイキキ・ホテル&スイーツ

パークショア・ワイキキ アクア・オヒア・ワイキキ

カウアイ島

アクア・カウアイ・ビーチ・リゾート カウアイ・ショアーズ

ライト・ホテルズ

オアフ島

エバ・ホテル・ワイキキ パゴダ・ホテル ホワイト・サンズ・ホテル イリカイ・ライト

マウイ島

マウイ・ビーチ・ホテル

アフィリエイトホテルズ

ヒルトン・ガーデン・イン・カウアイ・ワイルアベイ ハンプトン・イン&スイーツ・バイ・ヒルトン・オアフーカポレイ グランド・ナニロア・ホテル、ア・ダブルツリー バイ・ヒルトン ホリデイ・イン・エクスプレス・ホノルルーワイキキ











「ごほうび」って魔法の言葉だと思うんです。

その言葉だけで、すべてを忘れて楽しめる。 その言葉だけで、いつもとは違う自分に会える。 その言葉だけで、みんなが嬉しくなる。

> ワクワクドキドキするあの絶景。 何もかも忘れられるあの世界。

「あなた」の、たくさん頑張ったごほうびに。 「ふたり」の、支え合った日々のごほうびに。 「かぞく」の、変化を記念したごほうびに。 「みんな」の、出会いと旅立ちのごほうびに。 特別なごほうびは、ハワイで。

ごほうび、ハワイ。 あなたと、ふたりと、かぞくと、みんなのごほうびに。

http://gohoubi-hawaii.com/



JAPAN ハワイ州観光

