



Who is **Shaka-chan** ?

HAWAII TOURISM

JAPAN

ハワイ州観光局

ターゲットを明確に 業界との協業プロモーションに注力

日本からハワイへの日本人渡航者数は、今年1~7月の累計で84万6762人に達し、前年同期比で2.0%増を記録した。海外旅行需要が全体的に伸び悩む中での堅調な伸びは、ハワイへの根強い人気の表れとも言える。円安傾向など、不安要素が見え隠れする中、今後も需要は堅調に推移していくのか。2015年のハワイ州観光局 (HTJ) のプロモーション方針について触れてみたい。

14年日本人は155万人の見通し 来年は157万人目標に

日本からハワイへの日本人渡航者数を月別に見ると、4月の16%減以外はすべて前年同月比プラスを記録。直近の6月の数字は7.0%増と好調ぶりを見せている。今後の見通しについて、HTJヴァイスプレジデントのミツエ・ヴァーレイ氏 (写真) は、「ハワイ州本局 (Hawaii Tourism Authority, HTA) では、通年で前年比2%増となる155万人程度を見込んでいる」と語る。



また来年については、HTAで2014年比1.3%増の157万人の目標を掲げているものの、「厳しい目標となるだろう」との見通しを示す。しかし、日本マーケットはいわゆる「アベノミクス効果」もあり、消費税増税後も4月単月のマイナスを除き、現在のところ「あまり影響は受けていない状況。小幅ながらも伸びを維持できれば」と期待を見せる。

航空座席供給の安定化がカギ ショルダーシーズンの需要喚起へ

一方、日本を含む全体のマーケットについて、ヴァーレイ氏は「ハワイは10年単位でツーリズムの需要サイクルがある。今年からダウンサイクルに入ると見ており、実際に訪問者数全体の6割を占めるアメリカ本土からの需要が鈍り始めている」と説明する。

今後を「アメリカ本土からの観光需要が冷え込み始めており、各ホテルで稼働率を上げるためのキャンペーン展開も出始めるだろう」と予測。こうした流れの中で、重要となってくるのが航空座席供給の確保だ。日本マーケットにおいても、路線の運休や機材変更による座席供給の減少の動きが出始めており、「日本を含む各マーケットでの航空座席供給の安定化が大きな課題となる」と強調する。

ショルターシーズンに期待できるターゲットを設定 即効性の高いプロモーション

HTJでは、ターゲットを明確にしたプロモーション展開を図る方針だ。ターゲットに掲げるのは、MICE、ロマンス・マーケット、アクティブシニアの3つ。いずれも時期を問わず、ショルダーシーズンの需要を埋める大きなセグメントだ。

航空座席供給を確保するためには、旅行需要を常に維持していく必要がある。HTJではこうした背景を受け、キャンペーンやショルダーシーズンに需要が期待できるセグメントをターゲットに据えた需要喚起を今後の大きな目標に掲げる。

ターゲット①:MICE 国際会議/学会、周年イベントにも注目

まず、ターゲットのひとつとなるのがMICE需要だ。HTJでは、昨年より「Meet Hawaii」のブランドで、インセンティブやエンターテインメント関連の団体需要を積極的に誘致している。「特にコンサートなどのイベント需要は、新しい客層にアピールできるので、以前より目標に掲げているファーストタイマーの誘致にもつながる。インセンティブ



やエンターテインメント関連、スポーツ関連、教育旅行など、まだまだ大きな潜在性がある。引き続きMICEにフォーカスしていきたい」

今後の展開としては、国際会議や学会の誘致、さらに企業の「周年イベント」の開催場所としてのハワイをアピールしていく考え。「『Meet Hawaii』の枠組みの中で、新しいプログラムを作り上げていきたい」と意欲を示す。

→詳しくは6ページ

ターゲット②:ロマンス・マーケット シェア6割超、さらに需要を喚起

また、ウェディングやハネムーンなど、ロマンス・マーケットへの取り組みも積極化させていく。さきごろの調査*によると、海外ウェディングに占めるハワイの割合は、63.7%と8年ぶりに6割超えを記録、昨年より10.7ポイントも上げ、圧倒的なシェアを誇る。

ヴァーレイ氏は、ロマンス・マーケットの特徴について、「消費額の高さ、また同行者の参加が期待できる。ハワイで挙式した際の同行者人数は、平均で10.8人*。多い場合は20~30人規模となり、

グループ需要としても期待できる」と指摘する。

さらにロマンス・マーケットは、ハワイならではの傾向として、「挙式をオアフ島で、その後のハネムーンを隣島で行うケースが多い。隣島誘致としても重要」とのこと。オフ期やショルダーシーズンの需要を満たす存在としても大きなマーケットだ。

→詳しくは10ページ

*「ゼクシィ 海外ウェディング調査2014」(2014年8月/株式会社リクルート マーケティングパートナーズ調べ)



画像提供: ハワイ州観光局

ターゲット③:アクティブシニア 3世代、フラ、ハイキング、セグメントごとに

さらにアクティブシニアへのアプローチも強化する。ヴァーレイ氏は「団塊世代は多趣味で貯蓄も多く、旅行への意欲が旺盛。ハワイはまさにそうした世代に強くアピールできるデスティネーションだ」と語る。

アクティブシニアを攻略する上で、ヴァーレイ氏が着目するのは、セグメントごとによる展開。具体的には「3世代ファミリー、フラ目的のグループ、ハイキングやトレッキングなどの自然に興味のある層へそれぞれのニーズに合わせたアプローチをかけていきたい」考え。メディアを通じた露出や旅行会社へのセールス活動、さらに直接各セグメントに訴える施策を進めていく。



一般消費者向けコンテンツを拡充した「アロハプログラム」
<http://www.aloha-program.com/>

例えば、スペシャリスト・プログラム「アロハプログラム」を活用した取り組みはそのひとつ。一般消費者対象の中上級者向けコンテンツを追加、フラや自然、歴史/文化など、テーマごとのコミュニティを設け、情報発信/情報交換の場とする。

また各セグメントを対象としたセミナー、イベントも強化。「ピンポイントでメッセージが届く即効性のあるイベントを目指したい」

→詳しくは8ページ

消費者向けセミナー、イベントを強化 即効性を意識、地方でも

ファーストタイマー誘致に向けた地方セミナー、一般消費者向けイベント、リピーター向けワークショップなどのイベント開催も増やしていく。第2ターゲット都市 (北信越や中部、四国エリアなど) でも積極的にプロモーション実施していく予定で、ヴァーレイ氏は「ハワイ直行便が飛ぶ都市と国内アクセスが良いエリアを中心にそれぞれの地方特性に合わせ

た内容としたい。直行便のロードファクターを維持する上でも、直接一般消費者にアプローチすることで、短期の効果を得やすい」と述べ、開催意義を強調する。

またリピーター向け対策として、スペシャリストプログラム「アロハプログラム」を中心とした各地ハワイコミュニティ連携活動の活性化を目指す。

→詳しくは8ページ

キャラクター「Shakaちゃん」を起用 日本とハワイの「絆」を伝える存在に

一方、新たな取組としてすすめるのがキャラクター「Shakaちゃん」を起用したプロモーション展開だ。「ハワイは日本人にとって特別なデスティネーション。アロハスピリットなど、ハワイ特有の

ストーリーを伝える存在としてキャラクターを起用した。日本とハワイの関係性、絆に重きをおくことで、共感を持たせ、ハワイへの実際の渡航につなげたい」

→詳しくは3ページ

協業プロモーション 業界パートナーを巻き込んだプログラムに

一連のセミナーやイベントを含め、HTJとして今後力を入れていくのが業界パートナーを巻き込んだ協業によるプロモーション。「航空会社や旅行会社、メディアなどのコラボレーションをベースとしたプログラムを新たに構築、強化していきたい」

例えば、今年展開した「ウルトラハワイ」もその一例。ヴァーレイ氏は「ハワイとウルトラマンというユニークな組み合わせが目を引き、ハワイへの注目が集まった。ファミリー層の誘致など、効果を上げた」と評価する。今後もこうした「業界各社が参加できるプログラムを提供していきたい」意向だ。



話題を集めた「ウルトラハワイ」
©円谷プロ

ハワイの新しいキャラクター 「Shakaちゃん」誕生!

ハワイに新しいキャラクター「Shakaちゃん」が誕生した。ハワイの人たちの心を受け継がれてきたおもてなしの心「アロハスピリット」を伝える存在として登場した「Shakaちゃん」。今後、さまざまな場面でお目見えすることになるだろう。

「アロハスピリット」を伝えるキャラクター ハワイと日本の架け橋に

「Shakaちゃん」のモチーフとなったのが、「Shaka(シャカ)」サイン。親指と小指を立てたサインで、ハワイでは挨拶に使われるおなじみのジェスチャーだ。ハワイへ訪れ、記念写真を撮るときに、この「Shaka」サインでポーズをとったことがある人も多いはず。まさにこの「Shaka」サインが「アロハスピリット」を表している。

「Shakaちゃん」の誕生は、ストーリー仕立てとなっている。もとは「ゲー」の

形をした冴えない表情の「Mr. ゲー」。ハワイへ訪れることで、「ALOHA」の頭文字にそれぞれ込められた「アロハスピリット」を学ぶことで「Shakaちゃん」に生まれ変わり、心から満たされた幸せな時間をハワイで過ごす、という内容だ。

HTJでは、この「Shakaちゃん」がハワイと日本を結ぶ架け橋となり、日本のみならず世界中の人に「アロハスピリット」を啓蒙していけるよう、今後も様々な展開を予定している。



ハワイ州観光局キャラクター「Shakaちゃん」

週刊ウイングトラベル「ハワイ特集2014」目次 WING Travel Weekly "Hawaii Special 2014" Contents

| | |
|---|--------|
| ハワイ州観光局 (HTJ) HAWAII TOURISM JAPAN (HTJ) | 2-3p |
| スターウッド ホテル & リゾート ワイキキ STARWOOD HOTELS & RESORTS WAIKIKI | 4-5p |
| MICEマーケット (Meet Hawaii) MICE MARKET (MEET HAWAII) | 6p |
| ハイアット リゾーツ ハワイ HYATT RESORTS HAWAII | 7p |
| ハワイ州観光局 (HTJ) HAWAII TOURISM JAPAN (HTJ) | 8p |
| ランドマークホテルズグループ THE LANDMARK HOTELS GROUP | 9p |
| ロマンス・マーケット ROMANCE MARKET | 10p |
| ワタベウェディング WATABE WEDDING CORPORATION | 11p |
| アウトリガー・リゾーツ OUTRIGGER RESORTS | 12-13p |
| ドライブで旅するハワイ各島 DRIVING IN HAWAIIAN ISLANDS | 14p |
| アラモレンタカー ALAMO RENT A CAR | 15p |
| ハワイおすすめドライブコース DRIVE COURSES IN HAWAII | 16-17p |
| エイビスレンタカー AVIS RENT A CAR | 16-17p |
| ハーツレンタカー HERTZ RENT A CAR | 18p |
| アラモアナ・ホテル ALA MOANA HOTEL | 19p |
| 旅行会社レポート AGENCY UPDATE | 20p |
| アトランティス・アドベンチャーズ ATLANTIS ADVENTURES | 21p |
| 最新情報 HOT TOPICS | 22p |
| ポリネシア・カルチャー・センター POLYNESIAN CULTURAL CENTER | 23p |

Shakaちゃんストーリー



Mr.ゲーがアロハスピリットを体験することによってShakaちゃんに生まれ変わるストーリーです。



Akahai 優しさ

(アカハイ)

ハワイの人々の優しさ「アカハイ」に触れたMr.ゲーは

A



Lōkahi 協調性

(ローカヒ)

一つにまとまる大切さ、協調性「ローカヒ」を学び

L



'Olu'olu 思いやり

(オルオル)

ハワイの人々の思いやり「オルオル」に感謝しつつ

O



Ha'aha'a 謙虚さ

(ハアハア)

謙虚さ「ハアハア」の大切さを知り

H



Ahonui 忍耐

(アホヌイ)

何事にも忍耐「アホヌイ」で取り組むことを学びました。

A



5つの頭文字を合わせると「ALOHA」。そのアロハスピリットがMr.ゲーの心に芽生え、そして、みんなからShakaちゃんと呼ばれるようになりました。Shakaのサインは、世界の人々に親しまれ、アロハスピリットの証として伝えられています。



ハワイ州観光局キャラクターのShakaちゃんはALOHAを広げるために今後活動していきます。

Shakaちゃんストーリーの詳細は
<http://www.hawaii-tv.jp/promotion>まで

ワイキキで上質の滞在を約束する4つのホテル

スターウッドは、ワイキキ中心部に4軒のホテルを展開、どのホテルも伝統と格式のあるホテルとして、ハワイ流の「おもてなしの心づかい」を感じさせる上質なサービスを提供する。

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



「ワイキキのファーストレディ」の愛称で親しまれる1901年創業のワイキキ最古のホテル。ビーチリゾートとしてのハワイの歴史を物語る。

「シグニチャー・ロミ・フェイシャル」新登場 ハワイアン・ミュージックをBGMに

スパ施設「モアナ ラニ スパ」に今年4月、「シグニチャー・ロミ・フェイシャル」が登場した。ハワイの伝統的なマッサージ技法である「ロミロミ」を取り入れたユニークなフェイシャルメニューで、表情筋を刺激することでフェイスラインのリフトアップを促進。また保湿効果に優れた日本のスキンケアブランド「ライスフォース」のプロダクトを取り入れ、殺菌効果の高いハワイ島のハチミツとコナ・コーヒーと合わせたハワイらしいフェイシャルだ。



「ライスフォース」は、2013年より同スパのトリートメントに導入。肌との相性が良いお米の成分(ライスパワーエキス)に着目したスキンケアは、日本でモデルや主婦などを中心に人気を集めている。

また今年5月には、ハワイの文化を継承していく活動の一環として、ハワイアン・ミュージックのアーティスト、ナタリー・アイ・カマウウ氏とのパートナー提携をスタート。数々の受賞歴を誇る彼女の美しいメロディーは、「モアナ ラニ スパ」の「シグニチャー・ロミ・フェイシャル」を含むロミロミ・メニューの施術中のBGMに採用されている。心地よいハワイアン・ミュージックの調べで真のリラックス体験をぜひ味わいたい。

ホテルの前で歌うナタリー・アイ・カマウウ氏(左)



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

1927年の創業以来、「太平洋のピンクパレス」と呼ばれ、ハワイの歴史と文化を今に伝える。ラグジュアリーな滞在を楽しめる。

海を望むテラスで最高のシーフードに舌鼓 「アズーア」の小グループ向けプラン



メインダイニング「アズーア レストラン」は、小グループ向けのケータリングプランを新たに設定した。プールサイドのレストラン「サーフ ラナイ」のビーチ側に面した天蓋付きテラスエリアで「アズーア レストラン」の味が楽しめる。ビュッフェまたはコース料理で30~60名の収容が可能。ワイキキビーチやダイヤモンドヘッドの雄姿を望みながらの新鮮なシーフードを中心とした「アズーア レストラン」の本格的な食事は、ハワイでの忘れられない思い出となるはずだ。同プランは、ウェディング後のパー



ティーにも最適。絶景を前にした理想的なセッティングで、大切な家族や友人たちだけのアットホームな祝宴を演出する。またVIP向けのエクスクルーシブな食事にも、ピッタリだ。

シェラトン・ワイキキ Sheraton Waikiki

ワイキキのホテルをリードする大型ホテル。「現代的なハワイの洗練さ」をテーマに、充実のサービスを提供する。

最新技術で夜のプールが光りに包まれる! 世界初の「3Dプール・マッピング・ライトショー」

今年8月よりスーパープール「ヘルモア・プレイグラウンド」の水面をスクリーンに見立てた幻想的なライトショーが始まった。



最近、日本でも注目を集める3Dマッピングによるライトショーだが、建物ではなくプールに投影するのは、まったく新しい試み。ショーは「ヘルモア〜ハワイの誕生〜」(毎晩午後8時〜)と「ヘルモア〜ワイキキの伝説〜」(同午後9時〜)の2つで、キラウエア火山の炎や色鮮やかなトロピカルフラワーなどを水面に映し出し、どちらもハワイの歴史と文化を体験できる内容。部屋から眺めるだけでなく、宿泊者以外も観ることが出来る。

また、このライトショーは、カスタマイズできるのが特徴。企業や団体のロゴや画像を組み込んで、ホテルの到着に合わせてプールに投影することができる。世界初の演出は、アッと驚かせるここだけのオプションとしておすすめだ。



本格派のピザが味わえる 「ハパス・ピザ」

1階インフィニティー・エッジ・プール前にオープン。レストラン「カイ・マーケット」のシェフがプロデュースするピザは、ハワイ産のトマトやマッシュルームなど新鮮な食材を使い、イタリア料理であるピザをハワイアンスタイルにアレンジ。テイクアウトも可能だ。



シェラトン・プリンセス・カイウラニ Sheraton Princess Kaiulani

ワイキキ中心地のカイウラニ女王ゆかりの地に構える絶好のロケーション。ハワイの伝統を感じさせるホスピタリティーが自慢だ。

ロビーまわりを改装 より明るくフレッシュな印象に

このほど、1階のロビーを中心としたエリアを改装、このホテルならではのハワイの伝統を守りながら、白を基調としたより明るくフレッシュな印象に生まれ変わった。無料でPCを利用できる「リンク@シェラトン」も装いも新たにリニューアル。毎日午後5時から7時までは「シェラトン・ソーシャル・アワー」として、ワインと「ププ」(ハワイ風のおつまみ)をサービスする。

ロビーに続くレストラン「ピカケ・テラス」のエリアも改装に合わせて椅子の配置を変え、よりスムーズな動線に。ハワイ王家ゆかりの地として、由緒ある歴史



リニューアルした「リンク@シェラトン」



を物語るヒストリカル・エリアも健在。またホテル独自のカルチャー・プログラムで、フラ・レッスンやフラワー・レイ・メイキングなど、ハワイ文化に触れてみたい。

ハワイ・オアフ島ワイキキビーチ



楽園ハワイの、すべてがここに。

遊びも、ショッピングも、アドベンチャーも、ハワイの魅力がすべて揃った楽園の島オアフ。
 スターウッド ホテル&リゾート ハワイは、オアフ島ワイキキビーチに
 個性豊かな4つのホテルをご用意し、皆さまのお越しをお待ちしております。

ご予約・お問い合わせはご利用の旅行代理店、0120-003535、
 またはSTARWOODHOTELSHAWAII.JPまで

オアフ島: シェラトン・ワイキキ、シェラトン・プリンセス・カイウラニ、モアナ サーフライダー ウェスティン リゾート&スパ、
 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 ワイキキ

L MERIDIEN

aloft

FOUR
POINTS

WESTIN

THE LUXURY
COLLECTIONW
HOTELSS
SheratonR
ST REGIS

element

starwood
Hotels and
Resorts

Meet Hawaii 多様なアプローチでMICEを誘致



充実のインフラとサービス、そしてハワイらしいホスピタリティと豊富な経験で、MICEの目的地としても魅力的なハワイ。ビーチリゾートとしての特別感もMICE参加者を満足させる大きな要素だ。ハワイ州観光局 (HTJ) は、「Meet Hawaii」のブランディングのもと、MICE誘致に力を入れている。エンタメ関連のイベントに加え、今後はハワイ州本局のハワイ・ツーリズム・オーソリティー (HTA) 主導の「ELELE Program」のもと、ハワイ・コンベンション・センター (HCC) を加えた三位一体の態勢で学会の誘致にも取り組んでいく方針。多様なアプローチで、MICEの目的地としてのハワイをアピールしていく考えだ。

| | |
|--|---|
| ハワイでMICE! 7つのポイント | |
| 1 快適な気候 一年中いつでも温暖、晴天率の高さにも注目! | 4 充実の施設とサービス ユニークな施設で特徴的なイベントも |
| 2 抜群の立地環境 太平洋の中心に位置する「太平洋の交差点」 | 5 豊かな歴史と文化 日系移民など、日本とのつながりも深い |
| 3 安全、そして安心 日本語対応、バリアフリー対応も万全 | 6 豊富な実績 熟練したノウハウ、APECなど国際会議の実績も |
| | 7 ホスピタリティあふれる「アロハスピリット」 歓迎と友好の心で「おもてなし」 |

MICEを全面サポート 業界ウェブサイトも要チェック!

HTJでは、ハワイを訪れるMICEをサポートすべく、各種サポートを行う。これまでもウェルカム・レターやウェルカム・スピーチ、表敬訪問などをアレンジ。規模に応じて、ホノルル市長やハワイ州知事からのレターやスピーチ、HTJ高畑エリック局長による英語と日本語を交えたスピーチの提供も可能だ。



HTJ親善大使の道端ジェシカさん(左)、吉川ひなのさん(右)

道端ジェシカさん、HTJロマンス親善大使のタレント吉川ひなのさんを、アレンジすることも可能。サプライズゲストの登場で、会場は大いに盛り上がるはずだ。こうしたサポートの申請を行う際は、HTJの旅行業界専用ウェブサイトをチェックしたい。同ウェブサイトにあるMICE情報バンクでは、HTJが行うグループ向けサポートに関する情報やその申請書、販促ツールの申請書、「ハワイMICEガイド」のeBook、ハワイ・コンベンション・センター(HCC)のイベントカレンダーなど、団体旅行に必要な情報をカバーしており、ここから申請書をダウンロードしてサポート申請する手順だ。

Meet Hawaii
これまでのサポート実施例

- ウェルカム・レターの作成
- ウェルカム・スピーチのアレンジ
- 議員団などの表敬訪問
- レイ・グリーティング
- イベントでのエンターテイメントのサポート
- 視察アレンジ

など

また、参加者が一堂に会するガラディナーなどのイベント会場でのレイ・グリーティングやエンターテイメントは、ハワイならではのサポート。スケジュールが合えば、ミス・ハワイやHTJビューティー親善大使として活躍するモデルの

エンタメ系イベントの誘致強化 ショルダーシーズン対策にも

HTJでは、「Meet Hawaii」に基づいたMICE強化の一環として、コンサートやファンミーティングなど、エンターテイメント系イベントの誘致に力を入れている。今年7月の「きゃりーぱみゅぱみゅ (KPP NANDA COLLECTION LIVE in Hawaii)」、9月の「嵐 (ARASHI BLAST in Hawaii)」などのコンサートを実現。特にこうした大物アーティストによるコンサートは、実現すれば大きな集客につながる上、ファーストタイマーや旅行離れしている若年層へのハワイ渡航への動機付けにも大きく寄与する。もちろん、ショルダーシーズン対策としても期待できる。

ほかにも、ファッションショーを中心とした「Hawaiian May! 2014」(5月22日～24日)、駅伝とコンサートを合体した「ホノルル駅伝&音楽フェス 2014」(6月1日)



KPP NANDA COLLECTION LIVE in Hawaii

など、昨年スタートしたイベントも引き続き実施、数多くの集客実績を得た。

こうしたコンサートやファンミーティング、イベントを行う際、多彩な会場を用意できるのがハワイの強み。ワイキキ・シェルヤアロハ・スタジアムなど、大きな会場を確保できるだけでなく、HCCの規模も充分だ。さらに他のデスティネーションにはない特徴として、ホテルの宴会施設を使ったイベントも可能。HTJではこうした会場視察へのサポートも行っている。



Hawaiian May! 2014



ホノルル駅伝&音楽フェス 2014

学会への日本人参加者誘致を強化 「ELELE Program」で情報共有

HTA (ハワイ州本局) が進める「ELELE Program」は、世界各地で開催される学会の情報を、日本のHTJと各国/エリアの観光局オフィスが共有し、日本をはじめ各国/エリアからより多くの学会参加者を誘致しようとする取り組み。同プログラムのディレクターには、アメリカ本土の各学会とのコネクションを持つデボラ・ジンマーマン氏が就任した。

またHCCでは、アジア太平洋地区アカウントディレクターに、ザ・リッツ・カールトン・カパルアでアジア太平洋地区セールス・ディレクターを務めたジャネット・クワタ氏を任命、インターナショナル・セールス・コーディネーターのナタリー・タルス氏と共に、日本側の窓口となるHTJと現地視察サポート、コーディネーション、合同セールスなどの面で連携していく。

学会は大きなもので何万人の規模になることも。その受け皿となるHCCは、ワイキキに隣接しており、各ホテルからのアクセスは至便。近隣の宿泊施設は3万室を超え、受け入れ態勢も万全。なによりもハワイは、日本の主要6都市(東京、大阪、名古屋、福岡、札幌、仙台)から



左からジンマーマン氏、クワタ氏、タルス氏

直行便が飛んでおり、1日あたりの航空座席数は5200席を超える。日本との太いパイプがあり、全国各地から学会への関係者参加誘致も期待できる。

ビーチリゾートであるハワイは、自由な時間にビーチでリラックスできるため、特にアメリカ本土やカナダなどからの学会参加者にとって、開催地として人気のデスティネーション。日本人にとっても同様だ。最近では家族を連れて、というケースも増えており、家族みんなで楽しめるハワイは大きな強みがある。

ハワイは、2011年にAPEC (アジア太平洋経済協力会議) の開催地としての実績がある。HCCを主会場に、大きな国際会議の受け入れも万全であることが大きくアピールできた。こうした実績も学会を誘致する上で、大きなアピールポイントとなっている。

ハワイ・コンベンション・センター含め 三位一体でMICE誘致

ハワイ州本局のハワイ・ツーリズム・オーソリティー (HTA) とHTJ、さらにホノルルにあるハワイ・コンベンション・センター (HCC) が三位一体となってMICE誘致に向けた活動を行う「Meet Hawaii」。ハワイ最大のMICE受け入れ施設であるHCCは、昨年4月よりHTJが日本窓口として、スケジュールや空き状況の問い合わせなどの対応にあたる。今後は貸し切り可能なベニューの検索など、より利用しやすいツールの展開を進めていく予定だ。

HCCは今年より運営会社がAEG社に替わり、新たな体制でスタートしている。同社は、世界各地でコンベンションセンターやアリーナ、スタジアムや劇場を運営、例えばNBAの試合やグラミー賞の授賞式が行われるロサンゼルス・ステイブルズ・センターと隣接するコンベンションセンターもこの会社の管轄だ。



ハワイ・コンベンション・センター(HCC)
© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Chuck Painter

同社の強みは、シドニーやロサンゼルスなど、運営する他の施設の案件をハワイに誘導できる点。実際に国際会議や学会などの大型案件を既にハワイに誘致している。また、エンターテイメント系のイベント実績が特に豊富で、今後はHCCでのエンタメ系イベントに対しても、熟練したノウハウで積極的にサポートできる態勢を整える。

サポート申請方法

まずは申請書類をダウンロード
HTJ旅行業界専用ウェブサイト → 「MICE情報バンク」へ
(<http://member.gohawaii.jp>)

↓

必要事項を記入して、group@htjapan.jpまで

旅行業界専用ウェブサイトにある「MICE情報バンク」

魅力を増すハイアット リージェンシー ワイキキ ビーチ リゾート&スパ 日本人の寛ぎを重視した客室設備が充実

HYATT™

RESORTS & SPAS IN HAWAII

ハイアット リゾーツ ハワイでは、ワイキキの「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」と「ハイアット プレイス ワイキキ ビーチ」、カウアイ島の「グランド ハイアット カウアイ リゾート&スパ」、マウイ島の「ハイアット リージェンシー マウイ リゾート&スパ」と昨年9月開業の「アンダーズ マウイ アット ワイレア リゾート」の5軒をハワイで展開している。なかでも日本人旅行者に圧倒的な人気を誇るハワイの旗艦ホテルが「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」。個人観光客からグループ客まで幅広い客層のハワイ旅行の拠点として愛されている。

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

グループに人気の テラスパーティー

多くのホテルが集まるワイキキビーチでもAAA(全米自動車協会)認定の4ダイヤモンド・ホテルは数少ないが、そのひとつがワイキキを代表する高級ホテル、ハイアット リージェンシー ワイキキ ビーチ リゾート&スパだ。

ハワイ初心者からリピーター、FIT客から大型グループ客まで幅広い客層が宿泊拠点とするワイキキに立地するホテルだけに、さまざまな目的と体験を求めてやってくる旅行者が、それぞれの楽しみ方を追求できるホテルでもある。

グループ旅行者に人気なのが、3階の屋外プールテラスでレセプションが開ける宴会施設「ナレアテラス」だ。30名からの小規模グループでも、スペースを貸し切りで使用でき、カジュアルなバーベキュー パーティーからバンケットスタイルのディナーパーティーなどまでアレンジできる。またバンケットスタイルでは200名まで、レセプションスタイルでは425名までの中規模グループにも対応できる。



屋外プールテラスの宴会施設「ナレアテラス」

「ナレアテラス」を利用したグループ用のパッケージなども用意している。内容はテラス施設での飲食・サービスといった基本要素と、ハワイアン・ミュージックなどのエンターテインメント要素をセットにしたもので、旅行会社やオーガナイザーに好評を博している。

このほか昨年9月にはバンケットスタ

イルで140名収容可能な「コウボールルーム」が宴会場施設として加わった。

全室にウォシュレットを導入

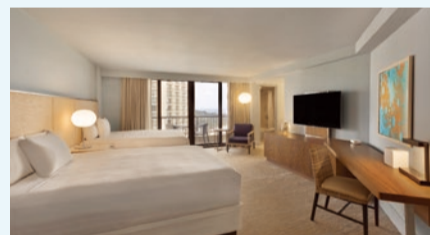
日本人旅行者の快適な滞在を重視するハイアット リージェンシー ワイキキ ビーチ リゾート&スパは、客室設備として日本人の要望が強いTOTOウォシュレットの導入を進めている。上質な滞在を楽しみたいFIT客向けに人気のダイヤモンドヘッドタワー35~40階のエグゼクティブフロア「リージェンシークラブ」の客室では、すでに導入を完了。来年3月末までには全1230室で導入する予定だ。全室導入によりグループ客を同等設備の部屋へ割り振りやすくなるのもメリットだ。またトイレの設備刷新と同時にバスルームの改装と家具の刷新も行う。

モダンをコンセプトに客室改装

一連のリノベーションは比較的大掛かりなものとなるが、宿泊客に迷惑のかわらないよう万全の配慮をしつつ今年6月から実施されている。作業は5フロアずつ進めるが、音の出る作業は真中のフロアだけで行うなど、宿泊客への影響を最小限に抑えるよう工夫している。

新しい客室のデザインは「モダン」コンセプトで、壁面もハワイの海と空の色に同化しやすいブルー系の色調を採用。明るく開放的でありながらモダンを感じさせる雰囲気となる。

洗面台も鏡の両側に新たな照明を取り



改装を終えた客室



付けることで明るさを増す。アメニティも見直しており、来年4月からは日本人宿泊者の要望が強いスリッパと歯ブラシをすべての客室に用意する予定だ。

クイーンサイズベッド2台に

客室改装に伴いツインルームのベッド構成も変更する。従来はダブルサイズを2台設置していたが、より大きなクイーンサイズベッドを2台設置する。これはワイキキの高級ホテルの中でも客室スペースの広いハイアット リージェンシー ワイキキ ビーチ リゾート&スパだからこその特徴となる。ちなみにクイーンサイズ2台設置でもスペースにはまだ余裕があるため、エキストラベッドを置くこともできる。

また料飲施設に関しては、レストラン「SHOR」のディナー営業を9月末で終了。「SHOR」の人気メニューを「ジャパング」で提供し、よりハワイらしい料理をサービスする「ハワイリージョナルキューイジヌ」のレストランとして生まれ変わる。また、今後は「ジャパング」の寿司

バーを閉鎖し、レストラン内のレイアウトを変更、将来的にはテラス席を設置する予定だ。



ジャパング

大人気ファーマーズマーケット

宿泊客やワイキキの観光客に大人気なのが、ハイアット リージェンシー ワイキキ ビーチ リゾート&スパの1階パブリックスペースで毎週2回、火曜日と木曜日の夕方に実施しているファーマーズマーケットだ。ファーマーズマーケットと言えばダイヤモンドヘッドの麓で開催されるKCCファーマーズマーケットが有名だが、いわゆるファーマーズマーケットがワイキキ版だ。コーヒーをはじめとするハワイ産の食材やグッズなど多種多彩な品物が販売され、毎回多くの来場者で賑わっている。



ファーマーズマーケット

アンダーズ マウイ アット ワイレア リゾート

マウイ2軒目のハイアット

東京の新名所となった「虎の門ヒルズ」でアンダーズ東京が6月に開業し、ハイアットの最新ブランドとしての「アンダーズ」の名称は日本でも急速に認知度を上げている。ヒンズー語で「パーソナル・スタイル」を意味し、ブティックホテルの新しい在り方をハイアットが追求するブランド「アンダーズ」は、昨年9月にマウイ島にも開業。マウイ島2軒目のハイアットとなったアンダーズ マウイ アット ワイレア リゾートは、スイート35室を含む全290室とヴィラ7棟の規模。ラナイ(バルコニー)は全客室に付く。



ハイアット リージェンシー マウイ リゾート&スパ

MICE需要にも人気

ハイアット リージェンシー マウイ リゾート&スパは、マウイ島カアナハリ地区最南端に位置する本格リゾートで、AAAの4ダイヤモンドの認定を受けている。ハワイ唯一のオーシャンフロントスパ「マリリン モンロー スパカマハオ」や、滝で隔てられ洞窟でつながった2つのフリーフォームプールもユニークな施設。子供用プールもあり大人から子供まで水遊びを満喫できる。最大2000名収容の屋外ファンクションスペースがあり、インセンティブツアーなどMICE需要にも対応できる体制も整っている。



グランド ハイアット カウアイ リゾート&スパ

全室にウォシュレット装備

カウアイ島でAAAの4ダイヤモンド認定の高級リゾート、グランド ハイアット カウアイ リゾート&スパでは、全602室へのTOTOウォシュレットの装備をこのほど完了。日本人宿泊客にとって快適なトイレ環境が整った。47㎡の広々とした客室スペースと合わせてリゾート滞在を存分に楽しめる施設、設備を常に進化させている。先頃完成したホスピタリティールームでは、早朝到着の宿泊客などが、チェックインまでの時間をここで寛げる。PGAオフィシャルトーナメントコースの「ボイブペイゴルフコース」も併設。



ハイアット プレイス ワイキキ ビーチ

週2回のワインテイasting

革新的なサービス機能を備えた新感覚ホテルで、無料Wi-Fiは426室の全客室を含む全館で利用可能。「e-Room」ではコンピュータとリモートプリンターも24時間無料で利用できる。フィットネスセンターも24時間いつでも利用可能で、ギャラリーメニューの食事も24時間体制で提供する。朝食付きが宿泊の基本で、サンドイッチやワッフル、パンケーキなどのメニューを「ゲストキッチン」で楽しめる。毎週水曜日と金曜日には1階のギャラリーでワインテイasting&アート作品即売会を開催し好評を博している。





ターゲットに特化したセミナー「ウェビナー」にも注力

ハワイ州観光局 (HTJ) は、引き続きセミナーやワークショップによる業界向けアプローチを強化していく。特に今後は、ターゲットに特化したセミナーの開催、さらにオンライン上でセミナーを行う「ウェビナー」で、より多くの人にメッセージが届くような展開を検討している。その取り組みを紹介したい。

来年6月に地方5都市でキャラバン 地方発の商品造成を促進

ターゲットに特化したセミナーとして、来年6月に予定しているのが地方都市でのキャラバン。その目的について、HTJ営業部長の森義直氏は「地方でハワイへのチャーター便実績のある都市へのアプローチの一環。セミナーを通じた情報提供で、ハワイへの商品造成を促したい」と語る。

具体的には、新潟と金沢、静岡、岡山、鹿児島での開催を検討。いずれもハワイへの直行チャーター便が飛んだ実績のある都市だ。内容としては、「30~50名程度のセミナーとワークショップを予定している」とのこと。

ハワイへの渡航者数を伸ばす意味で、リピーターだけでなく、ファーストタイマーの獲得は大きな意味を持つ。特に地方マーケットの開拓は、ファーストタイマーの拡大へ向けた取り組みとして重要だ。



セミナーの様子

来年4月に就航6都市でイベント 新入社員、販売店スタッフにも

また来年4月には、ハワイへの直行便が飛ぶ6都市(東京、大阪、名古屋、札幌、仙台、福岡)で、業界向けのレセプションを開催する予定。

同イベントについて、森氏は「セミナーによる情報提供ではなく、レセプションを行うことでより多くの人を集めたい。特に新入社員や販売店スタッフにも参加を呼びかけることで、HTJの取り組みをいち早く知ってもらいたい」と語る。

レセプション冒頭では、HTJの今後の業界向けプロモーション方針を紹介するプレゼンテーションを行う。新年度のスタートに合わせ、旅行業界の各スタッフにハワイを強く印象づけたいというのが狙いだ。

一方、HTJの会計年度は、1~12月。そのため今年11月に来年度の戦略を発表する場を東京と大阪で設ける。こちらは「上層部も対象にした戦略発表会」という特化した内容となる予定だ。

年内に「ウェビナー」立ち上げ オンラインで新しい内容をオンデマンド配信

「セミナーになかなか参加できない人にも届くように」(森氏)とHTJが展開を進めるのが「ウェビナー」。オンラインでプレゼンテーションを試聴することができ、オンデマンド配信で常に最新の内容を発信する。公式ウェブサイト (<http://www.gohawaii.jp/>) 上の業界サイトに9月よりページを設ける予定だ。

内容としては、「まず9~12月を目処に、デスクティナーションセミナーやウェディングセミナーなどを予定している」とのこと。またスペシャリスト・プログラム「アロハプログラム」の中上級者向けのセミナーも検討している。こちらは

「アロハプログラムのキュレーターであるハワイのエキスパートの人達による講義形式としたい」考えだ。

「ウェビナー」の利点について、森氏は「いつでもどこでも受けられるため、なかなかセミナーに参加できない地方の旅行会社スタッフ、セミナーに参加する時間が割けない販売店のスタッフなどにも内容を伝えることができる」と強調する。

加えて、団体旅行向けのセミナー、旅行会社ごとに個別に行うセミナー、レンタカー会社など、パートナーとの共同セミナーといった展開も目指していく。

「アロハプログラム」で新展開 コミュニティボード設置、サテライトオフィスも

スペシャリスト・プログラム「アロハプログラム」(<http://aloha-program.com/>)でも新展開を図る。現在同プログラムは、旅行業界に限らず、一般消費者向けにも実施。今後はテーマ別による「コミュニティボード」をウェブサイト内に設置、



「サテライトオフィス」(エイチ・アイ・エス大阪駅前ハワイ支店)

食やスポーツ、歴史/文化など、テーマごとにボードを設け、オンラインで自由に情報交換が出来る場とする計画だ。

また、一般消費者及びハワイ関連のショップやレストランなどに携わる人への中上級者向けコンテンツを強化。特にショップとレストランに対しては、アロハプログラムの「認定店」を新たに設定、HTJ公認のサテライトショップ、またはサテライトレストランとして位置づける。「例えば、ショップやレストランなど、旅行業界にかぎらずハワイの情報発信の場、自社PRの場を提供したい」(森氏)

一方、旅行会社も「ハワイスペシャリスト」が在籍する店舗を「サテライトオフィス」としてアピールできる。その第1号店となったのが、エイチ・アイ・エスの「大阪駅前ハワイ支店」。ハワイ専門店として、よりプロフェッショナルな旅行情報の発信の場となっている。9月にはさらにエイチ・アイ・エス関西、シティーズアーズ(名古屋)、エイチ・アイ・エス北海道が同時に店舗をオープン。今後はコンパクトシーク(たびラボ)でも開設を予定、その流れは全国規模で広がっている。



「アロハプログラム」サイト内での「サテライトオフィス」の紹介イメージ

役に立つ認定スペシャリスト・プログラム アロハプログラム

<http://www.aloha-program.com/>

ハワイの文化や歴史、伝統を楽しむことができる観光局認定オンラインプログラム。ハワイ関連のショップやレストラン、旅行会社のスタッフなど会員登録すれば、誰でも参加できるスペシャリスト・プログラムだ。

ハワイの基本情報や歴史、文化、自然、ハワイ語などを学ぶことができ、学習教材はハワイの専門家がサポート。習得したレベルごとに、ワプクブ(初級)、ラウアエ(中級)、ハープウ(上級)に分かれており、アロハプログラムのオリジナルグッズをプレゼント。合格者には認定証を発行する。

現在、一般消費者向けには初級のみ展開だが、今後は中級、上級も順次スタートする計画(旅行業界向けには上級まで提供)。またテーマ別による「コミュニティボード」をウェブサイト上に設置し、認定メンバー同士の情報交換や意見交換を行う場とする。旅行会社やハワイ関連のショップ、レストランと一般消費者をつなぐ架け橋となるだけでなく、ヘビーリピーター層のコミュニティ作りも目指していく。



ハワイの最新情報を発信! facebook

<http://www.facebook.com/discover.aloha>



各分野のスペシャリストが最新情報を発信するFacebookページ。ハワイの最新情報やイベント情報はじめ、スポーツや文化、音楽やグルメ、隣島など、幅広いニューズピックスをリアルタイムで提供している。

ランドマークホテルズグループ

THE LANDMARK HOTELS GROUP

チェックイン前／アウト後も快適に 「ホスピタリティ・スイート」完成 ザ・カハラ・ホテル&リゾート

ランドマークホテルズグループ 日本支社
〒105-0001 東京都港区虎ノ門四丁目1番20号 田中山ビル6F
電話：03-6808-8783
ファックス：03-6808-8793
E-mail: cfunaoka@kahalaresort.com
宿泊予約 オークラ ホテルズ & リゾート
専用ダイヤル 0120-528013
リーディングホテルズオブザワールド
0120-086230



ゆったりとしたホスピタリティ・スイート



ベランダにある天蓋つきベッド



シャワールームも利用できる

ワイキキから車でわずか10分の閑静なカハラ地区に建つザ・カハラ・ホテル&リゾート。今年で開業50周年を迎え、便利な立地にありながらもプライバシーが保たれた静かな環境で、ハワイでの上質な滞在を約束してくれる。さきごろ本館1階に「ホスピタリティ・スイート」が完成。チェックイン前、チェックアウト後でもゆったりとくつろげるスペースとして、好評を得ている。

100平米超の広々空間 シャワーや仮眠スペースも

本館1階101号室の「ホスピタリティ・スイート」は、24時間営業で早朝の到着や夕方の出発など、チェックイン前、またはチェックアウト後客室が利用できないゲストが休憩できる施設。広さはスイートタイプ102平米にラナイ(ベランダ)15平米と広々としたスペースを確保。ゆっくりくつろげるソファやテーブルを備えたリビングルームに、着替えや仮眠に利用できるデイベッドのある個室が2室、さらにシャワートイレと2台の洗面台を設けたシャワールームもある。

一方、ハワイの風を感じられるラナイには、2台の天蓋付きのラウンジチェアを設置。コンピューターとプリンターのあるビジネスセンターも併設し、まさにカハラらしい至れり尽くせりの施設となっているのが特徴だ。

サービスも充実。朝の8時から夕方の17時まで、日本語対応可能なスタッフが常駐。英語と日本語の雑誌や新聞を置き、コーヒーや紅茶、ソフトドリンクを自由に飲むことができる。シャワールームには、シャンプーやコンディショナー、石鹸などのアメニティを用意。ドライヤーやタオル、バスローブも利用できる。またWi-Fiアクセス可能だ。

旅行会社向け動画が登場 「カハラ完全ガイド」

旅行会社の店頭カウンタースタッフ、営業スタッフ向け動画「カハラ完全ガイド」が登場した。13分25秒の中に、ワイキキからの距離感、ホテル施設の紹介、各カテゴリーの客室からの眺望、ビーチアクティビティなど、普段旅行会社からの問い合わせが多い質問に答える内容が詰まっており、これを見れば、カハラのすべてが分かるようになっている。顧客への案内や営業先でのプレゼンテーションにも使える。ランドマークホテルズ日本支社では、動画の入ったUSBの提供など、リクエストに応える。

飛行訓練に挑戦! 開業50周年企画 空から見るハワイはまた格別

開業50周年企画として、新たな記念プランが登場した。プライベート小型飛行機による訓練飛行というびっくりする内容。トリップアドバイザーで5つ星評価を獲得している「マウイフライトアカデミー」の協力を受け、オアフ島からラナ

イ島への往復フライトをパイロット体験する。途中、オアフ島やモロカイ島、そしてラナイ島の絶景を堪能。ラナイ島ではコエレにあるロッジに着陸し、ちょっとした休憩も取れる。

操縦する飛行機は最新設備の「シー

ラスSR22」。女優アンジェリーナ・ジョリーも所有するプライベート機と同モデルだ。教官は飛行時間5000時間以上、30年以上の経験を誇るベテランパイロットが務める。

また操縦の様子をカメラで録画。まさ

に一生に一度の体験は、ハワイでのベストな旅の思い出となるはずだ。料金は2名から3名利用(総重量で決定)で、カハラの創業年である1964年にちなんで1964.50ドル(通常2500ドル)。今年の12月31日までの限定サービスだ。

HONOLULU, HAWAII

ザ・カハラ・ホテル&リゾートには、お客様に愛された
50年の伝統があります。

皆様に感謝の気持ちを込めて、創業50周年記念宿
泊プランをご用意いたしました。



伝統あるザ・カハラ・ホテル&リゾートは50年にわたり特別なリゾートとして愛されてまいりました。中心街の喧騒から逃れて、まるで離島を思わせるような絶好のロケーションでありながら、ワイキキのショッピングスポットやエンターテインメントエリアには車でわずか15分。ザ・カハラでは創業50周年のこの年に、当館のファンの皆様にも、初めてご利用になる皆様にも最高の滞在をお約束する特典満載の50周年記念ご宿泊プランをお届けいたします。ゆったりとした客室やスイートルーム、数々の受賞歴を誇るスパ、5つの洗練されたレストラン、スタッフのアロハスピリッツ、そして美しい白砂のビーチが皆様に至福の時間をお約束いたします。

ご予約、お問い合わせは当ホテルウェブサイト jp.kahalaresort.com、ホテル予約課 808-739-8888またはEメール reservations@kahalaresort.com

SABRE: 21838 AMADEUS: HNL713 WORLDSPAN: 2713 GALILEO: 66964

ザ・カハラ・ホテル&リゾート専用フリーダイヤル: 0120-528013
リーディングホテルズオブザワールド: 0120-86230

THE KAHALA
HOTEL & RESORT
Honolulu, Hawaii
THE LEGEND INSPIRES
THE PROMISE CONTINUES

LEADING HOTELS® Okura HOTELS & RESORTS

海外ウェディングで高いシェア 6割超、潜在需要の掘り起こしに注力

海外ウェディングでハワイは高いシェアを誇る。調査*によると、海外ウェディングにおけるハワイのシェアは、63.7%と6割を超え、第2位のグアムの17.9%を大きく引き離すダントツの1位だ。「ハワイで挙式したい」という憧れは根強く、その傾向は年々高まっている。ハワイ州観光局 (HTJ) は、来年のターゲットにロマンス・マーケットを挙げ、潜在需要の掘り起こしに力を入れる方針だ。

*「ゼクシィ 海外ウェディング調査2014」(2014年8月 株式会社リクルート マーケティング パートナース)

HTJ、ウェディング冊子でアピール 「海外挙式の不安払拭に」

ウェディングマーケットの現状について、ハワイ州観光局 (HTJ) PRマネージャーの宮本紗絵氏は「リゾートウェディング、海外ウェディングのパイはまだ増やすことができる。もっと裾野を広げていきたい」と語る。

ハワイでの海外挙式に対するニーズは高い。ただ「何らかの理由で断念するケースも多い」のも事実。HTJでは、こうしたハードルを下げるべく、各種ツールを使った需要喚起に努めていくことで「ハワイでのウェディングに対する不安を払拭させたい」考えだ。

その大きな柱となるのが、ウェディング冊子「ウェディング・アイデアブック (仮称)」。年内の発行を予定しており、モデルを使った現地取材で、ハワイ・ウェディングの魅力や余すことなく紹介する。ポスターも用意。宮本氏は「イメージしやすい内容で、安心感を与え、家族で来て楽しめる点をアピールすることで、さらにハワイのシェアを伸ばしていきたい」と意気込みを見せる。冊子をプロモーションツールに、来年は各種ウェディング関連のイベントやセミナーへの参加も検討する。



リニューアルした「HawaiiTV」のウェディングチャンネル (http://www.hawaii-tv.jp/wedding/)

また、「現在展開中の総合ポータルサイト「HawaiiTV」のウェディングチャンネルのデザインをリニューアル。「ハワイのすべてに祝福されて。」のキャッチはそのままに、動画の追加やコンテンツの拡充を図る。

ほかにも「今後はHTJ独自のマーケットリサーチも検討している。ハワイで挙式した人や検討している人への調査などを考えている」とのことだ。

4月に関連メディアのプレスツアー マウイ島へも訪問、隣島にも注目集まる

メディアへのアプローチも引き続き力を入れる。今年4月にはロマンス・マーケットに関連したメディアのプレスツアーを実施、オンラインを含む4社が参加した。訪れたのはオアフ島とマウイ島。オアフ島では、サービスや会場の充実さ、ウェディング業界パートナーとの情報交換、また最近情報ニーズの高いギフトアイデアやパーティーアイデアの促進のための関連業者視察などを実施、インフラの充実やプロダクトの広さをアピールした。

一方、マウイ島では「ハネムーンで訪れるケースを想定し、カナナパリでのゴルフレッスンやハレアカラなどを訪問、会

場視察も行った」とのこと。例えば、瀟洒な邸宅で1週間に1組限定で挙式を受け付ける「ハイクミル」は、ハリウッドセレブをはじめ欧米で人気のベニュー。メディアからの関心も高かったという。

隣島でのウェディングについて、宮本氏は「言葉や同行者のスケジュールなど、まだまだ数は多くなく、やはりオアフ島が主体。ただ、メディアからの関心は高く、ハワイ・ウェディングの違った側面として打ち出していきたい」と語る。また平行して「オアフで挙式し、隣島でハネムーンという提案も続けていきたい」考えだ。



プレスツアーの様子

旅行会社の取り組み

エイチ・アイ・エス

ニーズに応えるこだわりのウェディングプラン 少人数でも屋外挙式が可能に

「アバンティ&オアシス」のブランドでウェディング商品を展開するエイチ・アイ・エス。目的意識やこだわりを求めるニーズに対応し、オリジナルプランの開発に力を入れている。

新たに登場した「Feel Hawaii Wedding」もそのなかのひとつで、屋外での挙式とパーティーを楽しむプランを商品化。カハラ地区のカワイキビーチパークで挙式し、パーティー会場は、同社オリジナルとしてアウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リゾートのオープンエアスペースを用意した。

屋外でのパーティーはこれまでも要望は多かったが、少人数での実現は難しかったという。同社では今回、そのニーズに応えるかたちで、6~50名で催行可能なプランを商品化。「まだ販売を開始して間もないが、すでに予約も入り、問い合わせも多い」(同社広報)と予想以上の反響を得ている。

また、ウェディングデザイナーの立原綾乃氏とのコラボレーションで商品化した同社独自の邸宅ウェディングプラン「One Day House Wedding」の新しいウェディング会場として、オアフ島ノー

スショアの溪谷にある「サンセット・ランチ」を加えた。牧場での挙式は日本ではまだ馴染みがないが、欧米やオーストラリアなどでは人気が高まっているという。他とは違うウェディングを求めるカップルに訴求していく考えだ。

従来のプランも好評。歴史的建造物に指定されている「ザ・ベイヤー・エステート」でノスタルジックかつアットホームな挙式、ハナウマ湾に近い軒家「ハレプナカイ」で自然に囲まれながらのガーデン・ウェディング。こだわりのプランで他社との差別化を図っている。

また最近の傾向として挙げるのが記念写真へのこだわり。年々強くなっており、さまざまなシーンに合わせた写真撮影サービスを用意する。ハワイ各所で撮影するフォトツアーの実施率も高まっているようだ。



JTBワールドパッケージズ

「スリムウェディング」と「ふたりの思い出ハワイ」でウェディング&ハネムーン需要の取り込み強化

手間をかけずに旅行&挙式を販売

ルックJTBは下期の販売拡大の一環としてウェディングとハネムーン需要の取り込み強化を図る方針を掲げている。とくに10月~12月を重点期間とし、この間の販売拡大を目指す。

ウェディング商品の柱となるのが上期から発売した「スリムウェディング・ハワイ」。最大のポイントは、航空券やホテルといった旅行サービスと、挙式場や貸衣装などの挙式関連サービスをセットで提供できる点。しかも「内容とバランスがとれたお手頃価格で提供できるのが強み」(ハワイ部企画チーム遊佐司マネージャー)という商品だ。また現

地のルックJTB専任ウェディングアドバイザーが新郎新婦と同行者の挙式や滞在をトータルでサポートする体制を整えており、ウェディングカップルが安心してできる内容となっている。

さらに旅行から挙式までをセットで商品化しているため、販売店の負担も軽い。利益は大きいものの手間がかかるの

がウェディング商品販売の難点だが、「スリムウェディング・ハワイ」なら販売店のそうした悩みの解消にも役立ちそうだ。

12月までの先行受注を目指す 「ふたりの思い出ハワイ」

ハネムーンのための受け皿商品として用意されたのが「ふたりの思い出ハワイ」シリーズだ。同シリーズは、これまではウェブや単品パンフレットなどを主体に販売してきたが、販売強化の一環として下期からは初めて「ふたりの思い出ハワイ」として別冊パンフレットを用意した。また別冊化に伴い、需要の前広な取り込みを意識し、商品設定は7月1日~12月23日とした。これにより「夏前の発売時点から、12月までの先行受注を心がけていきたい」(遊佐マネージャー)としている。

商品内容としては、オプションツアーやフォトプランを特別価格で用意したのが特徴。ハネムーンのために記念写真撮影のチャンスを提供するフォトプランは、ビーチ撮影、ビーチとワイキキでの撮影、観光スポットでの撮影の3タイプから選択できる。またワイキキでの宿泊とは別に、コオリナリゾートの「アウラニ・ディズニー・リゾート&スパ・コオリナ・ハワイ」に1泊2日滞在できるプランを新設。追加代金も3万2000円からの特別価格を設定している。



ワタベウェディング

海を臨むガーデンで贅沢ウェディング ロイヤル ハワイアンで新プラン誕生

ワタベウェディングは、人気の高級ホテル「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」内の同社限定ウェディング「コンセプトウェディング」に、海を臨むガーデンで挙式できる新たなプラン「OCEAN FRONT STYLE @オーシャンローン」を加えた。「海が見える場所で挙式したい」というニーズに応えたもので、ワイ

キキビーチに面し、海を目の前にしたガーデンスペース「オーシャンローン」に会場を設営。緑美しいガーデンの中、青い海とダイヤモンドヘッドも一望できる絶好のロケーションで挙式できる贅沢な体験を提供する。

同社は2013年2月よりホテルの中庭で行う「ROMANTIC PRAIRIE STYLE @ヘルモア・ガーデン」をスタート、既に人気を集

めている。また同プランの内容をそのままに、さらに広いガーデンスペースを確保した「ROMANTIC PRAIRIE STYLE @ココナッツ・グローブ」も新たに設定。こちらは「ピンクパレス」の愛称で親しまれるホテルの外観と緑豊かなガーデン、そして花嫁の白いドレスとのコントラストが美しい印象的なガーデンウイングが実現できるのが特徴だ。



新プラン「OCEAN FRONT STYLE @オーシャンローン」 ©ワタベウェディング

ワタベウェディング

WATABE WEDDING CORPORATION

離島感覚の特別空間が出迎えるオアフ島コオリナ ワンランク上のリゾートウェディングを実現

ハワイ屈指のリゾートエリア 「コオリナ」

観光客のざわめきが溢れるワイキキを離れ車で西へ50分ほど走れば、そこは同じオアフ島とは思えない別天地の魅力を備えたコオリナ・リゾート。いわば“車で行ける”離島である。挙式に向かう道中の50分は、カップルが2人の現在までを振り返り語り合う特別な時間も提供してくれる。ハワイの古代王族たちも愛したロイヤルリゾート、コオリナはハワイを象徴する正統的なリゾートの一つである。それと同時に「至福に満ちた」を意味するハワイ語にちなんで命名されたコオリナの土地は、歴史的にもウェディングに最適な場所である。

手つかずの自然と 抜群の晴天率

オアフ島西部に広がる大自然の中に開発されたコオリナ・リゾートは、自然環境にも十分配慮されており、周辺には手つかずの豊かな自然が残されている。陸上に緑の木々や美しい花々が生い茂り、海では野生のイルカが遊ぶ。そんな環境の中で行うリゾートウェディングは、大自然からも祝福を受けているかのような幸福感にも包まれる。

さらにコオリナは、天までもカップルを祝福する場所だ。というのもコオリナはハワイの太陽に愛された聖地であり、オアフ島の中で最も晴天率の高いエリアだからだ。澄み渡る青空と、それを映し

て青く輝く海が、いつでもカップルの門出を祝福してくれる。それがコオリナだ。

コオリナリゾートの挙式は ワタベウェディングのみ

コオリナ・リゾートは、4つのラグーンを囲む形でチャンピオンシップ・ゴルフコースや、ラグジュアリーホテル、高級コンドミニウム、スパ、ダイニングレストランといったリゾート施設が整うデラックス・リゾートだ。ここには現在、ワタベウェディングのチャペルが3つあり、施設ごとに異なった魅力を感じさせる特別感あふれるセレモニーを提供しているが、コオリナ・リゾートでウェディングを提供しているのはワタベウェディングだけである。

ワタベウェディングがコオリナでサービスをスタートしたのは1999年。最初に開設したチャペルは「コオリナ・チャペル・プレイス・オブ・ジョイ」だった。現在もコオリナでの人気ナンバーワンであるこのチャペルがコオリナにおけるウェディング人気の火付け役となった。1999年当時、ウェディングセレモニーはまだワイキキ近郊で執り行うのが一般的だったが、ワイキキの賑やかな環境を好むカップルが存在する一方で、徐々にワイキキとは異なる静かな環境を求める挙式ニーズが増加していた。そのタイミングでワンランク上のリゾートとして知る人ぞ知る存在だったコオリナに、ワタベウェディングが進出し、コオリナでのリゾートウェディングが注目を集めるようになったわけだ。ワタベウェディングに

とって、コオリナは新たなリゾートウェディングの可能性を切り拓く特別な場所と位置付けられている。

ハワイの人気No.1チャペル コオリナ・チャペル・プレイス・オブ・ジョイ

ハワイで一番人気のチャペル。祭壇奥の全面ガラスの向こうには海と空が溶け合った景観が広がる。白い砂浜、青い海と空、ロマンチックなチャペル——とイメージ通りのリゾートウェディングを実現できるのが人気の理由。また、ワタベウェディングのコオリナ・リゾートのチャペルにおいて共通の魅力であるビーチフロントという立地により、挙式後に親族・友人と一緒に気軽にビーチ撮影できるのも特徴。併設するパーティ会場では美しいビーチを眺めながら食事を楽しめる。料理は、ハワイアン・テイストを取り入れつつ日本から招いたシェフが日本人の味覚に合わせて開発したオリジナルメニューで、これも人気の理由の一つだ。

最上のウェディングを叶える ホヌカイラニ・コオリナ・プレイス・オブ・ウェリナ

贅を尽くしたプレミアムなウェディングセレモニーを望むカップルたちのために工夫を凝らしたチャペル。日本の高級ホテルと同レベルのサービス提供を意識

し、7つの最上級のおもてなしを掲げる。たとえばカップルごとの専任パーティーマスターの存在や専属のフラワーコーディネーターチームが挙式を支え、音楽はギターアンサンブルの生演奏で、写真撮影はハワイをベースにアメリカ本土でも人気の高い腕利き写真家集団「ヴィジョンナリ」をはじめ、高い技術をもったフォトグラファーが担当。パーティの料理メニューはハワイのトップシェフ、アラン・ウォン氏とのコラボレーションによるものという贅沢さだ。



二人だけのカジュアルな挙式にも アクアベール・フレ・マリーナ・コオリナ・プラーージュ

新しい船出を祝福する“ヨットがモチーフ”の外観が特徴的。建物は360度ガラス張りのうねバーজনロードもガラス張りで透明感があふれる。パーティ会場を併設せず、2人きりでカジュアルなリゾートウェディングを楽しみたいカップルには最適な選択だ。



ラグジュアリーリゾート「コオリナ」で ワンランク上のウェディングが 今、始まる——

WEL.COM

Ko Olina Resort

Ko Olina Area



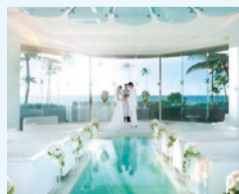
コオリナ・チャペル・プレイス・オブ・ジョイ

ハワイ人気No.1のチャペル。目の前には美しいラグーン、ガラス張りの真っ白な内観、挙式の余韻を楽しむ敷地内のパーティ会場等、花嫁の憧れが詰まったチャペル。



ホヌカイラニ・コオリナ・プレイス・オブ・ウェリナ

ロケーション、料理、フラワー、ビューティ、音楽、PHOTO、そしてパーティー。最上のウェディングを叶えられるように全てにこだわったおもてなしをお約束するプレミアムウェディングチャペル。



アクアベール・フレ・マリーナ・コオリナ・プラーージュ

360度ガラス張りの透明感溢れる内観。さらにガゼボのある緑豊かなガーデンのフォトスポットなど、ゆっくりとおふたりで挙式を楽しめるチャペル。

ハワイには他にも魅力的なエリア、会場が多数ございます。

Kaneohe Area

アロハ・ケ・アクア・チャペル

数々の神話や伝説が残る神聖な地でスピリチュアルなウェディングがあげられる。



Waikiki Area

ロイヤルハワイアン・コンセプトウェディング・オーシャンローン

世界の人々に愛されてきたホテルのガーデンで新しくオーシャンフロントスタイルのウェディングが登場。



その日は、消えない。

WATABE WEDDING

お問合せ



0120-41-2141

<http://www.watabe-wedding.co.jp/>

ワタベウェディング

検索

【海外ウェディング取扱エリア】ホノルル/コナ/カウア/サイパン/ゴールドコースト/シドニー/ケアンズ/タヒチ/ラスベガス/パリ/フィレンツェ/バリ
【国内リゾートウェディング取扱エリア】沖縄/北海道/京都/軽井沢/小田原
【国内サロン】札幌/函館/秋田/仙台/新潟/金沢/高崎/大宮/東京/池袋/南青山/銀座/新宿/立川/横浜/千葉/名古屋/静岡/京都/大阪/神戸/奈良/広島/岡山/松山/福岡/熊本/鹿児島/沖縄

新ブランド戦略でビーチフロントリゾートの価値をさらに強化 ハワイを含めアジア太平洋で高まる存在感



OUTRIGGER RESORTS

アウトリガー・エンタープライズ・グループは、ハワイを中心としたアジア太平洋地域で最大のホスピタリティ企業のひとつ。今年7月には、そのハウスブランドを「アウトリガー・ホテルズ&リゾート」から「アウトリガー・リゾート」に変更。統一したブランド戦略のもと、グローバルにサービスのクオリティを高めていく。ハワイ以外のリゾートでも新しいリゾートが続々オープン。最上級のビーチフロントのリゾートとして、アジア太平洋でその存在感を強めている。

ワイキキのリゾート名も変更

アウトリガー・エンタープライズ・グループは今年7月、ハウスブランド名を「アウトリガー・ホテルズ&リゾート」から「アウトリガー・リゾート」に変更。

あわせて、ブランドのロゴも刷新した。この変更とともに、ワイキキの2つのビーチフロントのリゾートも改名し、「アウトリガー・リーフ・オン・ザ・ビーチ」を「アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リゾート」に、「アウトリガー・ワイキキ・オン・ザ・ビーチ」を「アウトリガー・ワイキキ・ビーチ・リゾート」とした。

新しいリゾート名は今年9月1日から正式に採用。オンラインから名称を変更していき、来年初頭にはすべての媒体での変更を完了する予定だ。

ハワイだけでなくアジア太平洋地域でのネットワークを拡大しているアウトリガー・リゾートは、グローバルな視点でブランドの統一を図ることで、プレミアムなビーチフロントリゾートとしての価値を高めていく。コンセプトは「Locally inspired, authentic hospitality」。各リゾートにおいて現地の人々と文化を最もリスペクトしたうえで、アウトリガー・リゾートが誇るワールドクラスのホスピタリティを提供し、ゲスト満足度をさらに高めたオンリーワンのリゾートカンパニーを目指す。

コンドミニアムのブランドも統一

リゾート名の変更に加えて、コンドミニアムのブランド名も「アウトリガー・コンドミニアム・コレクション」から「ハワイ・バケーション・コンドズ・バイ・アウトリガー」に変更。「リージェンシー・オン・ビーチウォーク・ワイキキ・バイ・アウトリガー」、「ワイキキ・ショア・バイ・アウトリガー」などと、すべてにバイ・アウトリガーという名称をつけることで、オン・ザ・ビーチに位置するアウトリガー・リゾートとのブランドと差別化を図る。

アジア太平洋に広がるプロパティ

アウトリガー・リゾートは、ハワイのほかにもグアム、タイ、オーストラリア、フィジー、モーリシャス、※中国(海南島)、※ベトナム(※予定)で45以上のプロパティを展開。2012年には豪ゴールド

コーストに「アウトリガー・サーファーズ・パラダイス」、2013年にはタイ・プーケット島に「アウトリガー・プーケット・ビーチ・リゾート」、2014年にはインド洋モーリシャスに「アウトリガー・モーリシャス・リゾート&スパ」を開業した。

このほか、自社ブランドとして「オハナ・ホテルズ&リゾート」、独立ブランドの「カバルア・ヴィラ」「アラモアナ・ホテル」、ブランドフランチャイズとして「エンバシー・スイーツ・ワイキキ・ビーチ・ウォーク」「ホリデイ・イン・ワイキキ・ビーチ・ウォーク」などを運営している。

客室のリノベーションが進む エンバシー・スイーツ

全室スイートルームが好評の「エンバシー・スイーツ・ワイキキ・ビーチ・ウォーク」では、全客室のリノベーションを行っている。今年6月にはアロハタワーが完了。今年12月上旬にはフラタワーのリノベーションも完了する予定だ。これまでの明るい基調のインテリアから赤と茶を基調としたシックなインテリアに改装。一部をのぞき家具類をすべてリニューアルしたほか、カーテンやリネンなども一新した。すでにリニューアルオープンしているアロハタワーではゲストの評判も高いという。フラタワーの客室も同様の改装になる。



東急ホテルズとのアフィリエイトプログラムスタート 提携ウェブサイト開設

アウトリガー・リゾートは、東急ホテルズとのアフィリエイトプログラムをスタート。まずは提携ウェブサイトを開設し、アウトリガーを代表するハワイのフラッグシップでビーチフロントホテル「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」を紹介している。同提携ウェブサイトから予約、またはアウトリガー・リゾート予約センター(TEL:03-4588-6441)を通じて予約の上、宿泊した場合、東急ホテルズのポイントプログラム

「コンフォートポイント」を1滞在につき500ポイント加算する。

今後は、姉妹ブランドであるオハナ・ホテルズ&リゾート、アウトリガー・グアム・リゾートなどポイント加算対象ホテルを増やす予定。東急ホテルズの国内の強固なネットワークと、アウトリガー・リゾートのハワイでの強固なネットワークという両者の強みを活かして日本国内の東急ホテルズでのイベントの協賛等、今後様々な取組を行う計画だ。

東急ホテルズ×アウトリガー・リゾート提携ウェブサイト
<http://outriggerhotels.jp/tokyo/>

アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リゾート



日本人旅行者にも人気の フラッグシップリゾート

ワイキキの西側のビーチに面した「アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リゾート」はアウトリガー・ブランドのフラッグシップリゾート。ハワイアン・デラックスを体験できるビーチフロントのリゾートとして日本人旅行者にも人気は高い。

館内にはハワイの歴史的文化財や芸術作品を展示。ハワイの歴史と文化を肌で感じることで空間を演出している。また、さまざまなオリジナル・カルチャープログラムも提供するなど、五感でハワイを体験できる機会も多い。

このほか、最新トレンドが集まるワイキキ・ビーチ・ウォークに隣接しているのもゲストにとって大きなメリットだろう。

実力派ミュージシャンの ホットなライブも

カジュアルダイニングの「カニ・カ・ピラ・グリル」では、ハワイアンミュージックのライブ演奏が好評だ。ハワイのグラミー賞と呼ばれる「ナ・ホク・ハノ・ハノ・アワード」を受賞した地元ミュージシャンが日替わりで出演しており、他では見ることでできないライブであることから、ロコたちにも大人気だという。

さらに、ハワイ産プロダクトの振興を目的に行われる「メイド・イン・ハワイ・フェスティバル」の



イベントで優勝したミュージシャンには、1ヶ月間「カニ・カ・ピラ・グリル」で演奏のチャンスが与えられる。観光客向けのエンターテインメントというだけでなく、この取り組みを通じてハワイアンミュージックを育てていくためだ。

日本人夫婦にも人気高まる 無料のバウ・リニューアル

夫婦の愛を新たに誓うバウ・リニューアル。このセレモニーをハワイのリゾートとして初めて採り入れたのがアウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リゾートだ。ハワイアンカフ(司祭)によるハワイ語のチャント(祈祷)から始まり、祝の歌やフラが続く。最後に夫婦が向かい合って誓いを新たに誓う。リゾート前のビーチで行われる約30分のセレモニー。当初は欧米人のゲストが大部分だったが、最近では日本人夫婦の参加も増えているという。

毎週火曜日と金曜日の朝8時から実施。アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リゾートあるいはアウトリガー・ワイキキ・ビーチ・リゾートに宿泊している法的に結婚しているカップルであれば誰でも参加することができる(要予約・先着順)。また、アウトリガー・ワイキキ・ビーチ・リゾートでも毎週月曜日と木曜日に同様のサービスを提供。ここではプールサイドでのセレモニーになる。



アウトリガー・ワイキキ・ビーチ・リゾート



ビーチにもショッピングにも 抜群のロケーション

アウトリガー・ワイキキ・ビーチ・リゾートは、ワイキキビーチの中心部からワイキキの目抜き通りカラカウア通りの中心からといずれからもアクセス可能なロケーション抜群のリゾート。2つの条件を満たすリゾートは、アウトリガー・ワイキキ・ビーチ・リゾートを含めてワイキキには2軒しかない。カラカウア通りから出れば、隣がロイヤルハワイアンセンター。DFSやワイキキ・ビーチ・ウォークも歩いて数分という距離だ。

また、アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リゾートと同様に、館内にはアウトリガー・カヌーやハワイアンアートなどを展示。ハワイの伝統文化を今に伝えている。

リニューアルで さらにリゾート感アップ

一昨年にはすでに全室リニューアル完了。深みのあるモスグリーンとゴールドを基調としたアースカラーで統一され、ハワイアンテイストいっぱいのインテリアにグレードアップされている。

オーシャンフロント以上の客室カテゴリーにはガラス張りのラナイを設置。客室から美しい海が眺められるようになり、リゾート感



がさらにアップした。また、プールもアップグレード。ビーチとプールとの境目をガラス張りにすることで、プールデッキから海の眺めが楽しめるようにした。肩肘をはずらさず快適なハワイアンスタイルのステイが楽しめる。それが、アウトリガー・ワイキキ・ビーチ・リゾートが選ばれる理由のひとつだ。

バラエティーに富んだ ダイニング

ワイキキビーチを望むレストランも引き続き人気を集めている。アイランドスタイルのカジュアルダイニングの「デュークス」は連日大盛況。このほかにも、ハワイの素材を使ったコンテンポラリー・キューズ・スタイルの「フラ・グリル・ワイキキ」、ステーキ&シーフードの「チャックス・ステーキ・ハウス」、軽食の「ハワイ・サンドイッチ・ショップ」とバラエティーに富んだダイニングが揃っている。

また、今年中には現在の「Society of Seven」に代わって、ハワイ初上陸の有名店がオープンする予定。今後もアウトリガー・ワイキキ・ビーチ・リゾートには注目が集まりそうだ。





アウトリガー・リゾートは
皆様を笑顔でお迎えしております。



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



お問合せ: アウトリガー・リゾート

東京予約センター: 03-4588-6441 旅行代理店営業: 03-5456-7688

Jp.outrigger.com

アウトリガー・リゾート www.facebook.com/outirggerhotelsjapan

*アウトリガー・ホテルズ&リゾートは、ブランド名をアウトリガー・リゾートに変更し、それに伴いワイキキの2つのビーチフロントホテルも名称変更いたします。

HAWAII FIJI AUSTRALIA THAILAND GUAM MAURITIUS UPCOMING: CHINA VIETNAM



ハワイ各島の「個性」を体感! ドライブだから実現できるハワイの楽しみ方

ホノルル空港があり、日本からの観光客が最も訪れるオアフ島以外にも、ハワイには「ネイバーアイランド(隣島)」と呼ばれる個性あふれる島が点在する。ハワイへの渡航者数の6割も占めるリピーターの需要促進の面においても、こうした「ネイバーアイランド」への誘致は重要。特に島の足として活躍するレンタカーを使ったドライブ旅行は、「ネイバーアイランド」というハワイの旅の魅力をさらに拡げてくれる大切な存在だ。もちろんオアフ島でも、ノースショアなど、訪れたいエリアへの足としてレンタカーは大活躍。レンタカーを使ったドライブ旅行でハワイの楽しみ方は大きく変わるはずだ。



レンタカーで自分スタイルの旅行を 子供連れでも安心

自分だけの旅行を自由にアレンジできるのがレンタカーの最大のメリット。気になる場所に車を停めて立ち寄ってみれ



ば、今まで知らなかったハワイの新しい表情に出会えることも。ローカルで人気のスポットへも気軽に訪れることができる。

また、子供連れでも安心して利用できるのも大きなポイント。ファミリー、カップル、また一人でも、人数に合わせて車種をチョイスしよう。

オアフ島の場合、空港到着時に空港の営業所でレンタカーを借りるケースだけでなく、ワイキキエリアにもレンタカー会社の営業所があるので、そこで借りることもできる。ツアーの自由時間に車を借りて、ドライブを楽しむことも可能だ。

充実のサポート 「海外ドライブ」に挑戦!

レンタカー各社では、「不安、面倒、むずかしい」という初めて海外で運転する際のイメージを払拭する便利なツールやサービスを提供している。

日本語音声対応カーナビゲーションはそのひとつ。初めての道を日本語で案内

してくれる。また、各社とも現地で日本語通訳サービスも提供しており、万が一トラブルや事故を起こしても、日本語で対応してもらえるので英語が苦手な人でも不安はない。

また、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。そのため、レンタカー会社によっては、運転免許証の翻訳サービスを行っているところもある。

料金プランもバラエティに富んでいる。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安心。商品内容も分かりやすく、旅行会社にとっても、接客の際の顧客への細かい説明の手間も省ける。また現地営業所での英語によるやりとりもないので手続きがスムーズに行える。

こうした充実のサポートがあれば、「海外ドライブ」のハードルは低くなるはず。ハワイは交通量も比較的少なく、ドライ

ブしやすい土地。ぜひ、ハワイで「海外ドライブ」のデビューを果たしたい。

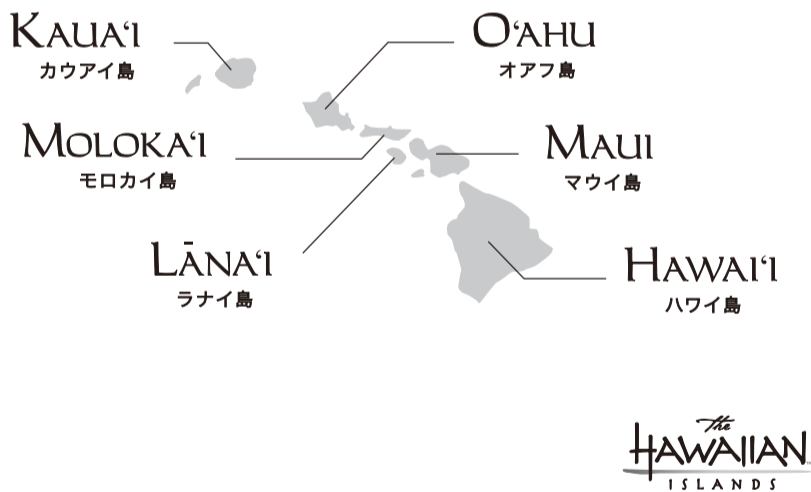
レンタカー販売を収益に 高いコミッション率に注目

手配する旅行会社にとってもレンタカーは魅力的な商品だ。そのメリットはコミッション率の高さ。現在、レンタカーの予約は直接レンタカー会社を通して行われたり、または現地の営業所で直接契約したりするケースが多い。旅行会社がこの需要を日本出発前に取り込めば、売上を伸ばすことができる。

レンタカー利用中のトラブルや事故は、ドライバーとレンタカー会社間の問題で、その解決も両者間で行われるのが基本。旅行会社としては、商品造成上の一般的な留意点をクリアできれば、レンタカーを安心して販売できるはずだ。

海外でレンタカーを利用した旅行者のリピーター率は高い。是非ともレンタカー販売を促進してみたいはかがらうか。

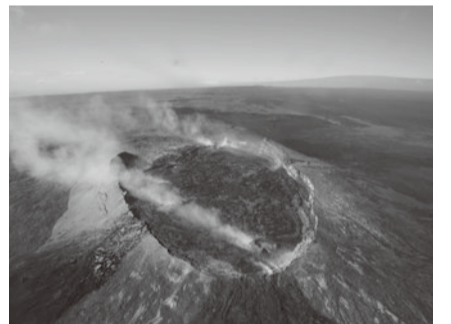
ハワイ各島の魅力をフォーカス!



オアフ島

世界有数のリゾートとして知られるオアフ島は、ワイキキがあり都会的要素「タウン」と昔ながらの自然や風景が残る「カントリー」が融合し、ショッピング、アクティビティー、グルメなど誰もが自分の楽しみ方を見つけられるエキサイティング・アイランド。いつまでも新しい発見がありながら、タウン&カントリーの良さを持ち続ける柔軟性ある島だ。

© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson



ハワイ島

ビッグアイランドと呼ばれるハワイ諸島最大の島。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。一方でリゾートやノスタルジックな雰囲気、ヒストリックタウンも魅力。世界遺産、国立公園を有し自然エネルギーが満ちているハワイ島でしか得ることができない体験と新しい発見が待っている。

画像提供: ハワイ州観光局



カウアイ島

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。ハワイ最大級の植物園を有し、別名「庭園の島」とも呼ばれている。ゆっくりとした時間の流れの中で自分を見いだせる島。

画像提供: ハワイ州観光局



マウイ島

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なれるマウイ島は、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。

© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson



モロカイ島

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。フラ発祥の地とも言われ、古来の伝統文化を大切に受け継ぐこの島で、アロハ・スピリットの真髄に触れてみては。

画像提供: ハワイ州観光局



ラナイ島

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、ゴルフファーマーが憧れる一流のゴルフコースがあることでも有名。

© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Ron Dahlquist

アラモレンタカー

ALAMO RENT A CAR

アラモで、ハワイの旅をもっと楽しく 新サービスでさらにドライブが快適に

レンタカーを使って、もっとハワイの旅を楽しみたい。アラモレンタカーなら、安心のサポートと充実のサービスでその期待に応えてくれる。各空港営業所にキオスク(自動チェックイン機)を設置したほか、新しくカーナビ機能付きのタブレット端末のレンタルを開始するなど新サービスも続々と登場。これまでのサービスと合わせて、引き続きレジャーマーケットで高い評価を受けている。

空港にキオスクを設置、手続きがスムーズに人気の「Alamo Select」にも対応

アラモは今年7月中旬からハワイのホノルル、カフルイ、コナ、ヒロの各空港営業所にキオスクを設置した。これを利用すれば、カウンターを通さず自分でレンタル手続きをすることが可能だ。各空港営業所で複数台のキオスクを設置。カウンターに並ぶ必要はなく、言語選択として日本語にも対応しているため、英語でのやりとりを心配する必要もない。



空港営業所にキオスク(自動チェックイン機)を設置

ウォークインによるレンタルはもちろんのこと、日本で予約したクーポンでも利用することができる。

キオスクは、アラモのオリジナルサービス「Alamo Select」にも対応。このサービスを利用すれば、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を確認してから選ぶことができる。たとえば、ファミリーやグループでミニバンを利用する場合、同じ7人乗りでもベンチシートあるいは個別シートを用途に応じて選ぶことが可能。ブランド、色、DVD付き、サンルーフ付きなど好みによって車を選ぶこともできる。ハワイで「Alamo Select」を利用できるのはホノルル、カフルイ、リフエ、コナの各空港営業所。

旅の楽しさ広がる「Travel Tab」従来のGPSカーナビも利用価値大

また、アラモでは「Travel Tab」のレンタルも開始した。これは、スマートフォン・サイズの多機能タブレットで、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可能。さらに、国内/国際電話(時間制限あり)やSMS送信も可能なほか、カメラ、翻訳ツール、ゲームなども楽しむことができる。



多機能タブレット [TRAVEL TAB]



カーナビのほか多機能搭載

レンタル料金は1日\$25前後だが、各機能の利用はすべて無料。言語選択で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利便性は高いだろう。

ハワイでは、ホノルル、コナ、リフエなどの空港営業所のほかワイキキのカウラニ営業所、ディスカバリーベイ営業所でもレンタルが可能だ。

従来の日本語対応GPSカーナビゲーションも引き続き提供している。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機能は引き続き人気だ。ホテル、レストラン、ビーチパークなどの検索もできるため、観光案内機能としても利用価値は高い。入力はスクリーン・タッチで操作は簡単。ポータブル式で取り外しができるため、車を離れる際のセキュリティ面でも余計な心配をする必要がないのもうれしい。

安心便利な「ゴールドプラン」頼れるサポートも充実

アラモでは、数ある商品プランのなかでも、フルカバーのゴールドプランを勧めている。フルセットの保険に加えて、税金、1名分の追加ドライバー登録料金

も含まれる安心プラン。また、ガソリン代金もカバーしているため、満タンにして返却する必要がなく、返却時にガソリンスタンドを探す手間と時間も省けるなどメリットは大きい。

利用者向けのサポートとしては、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」を提供。故障や交通事故など万が一の場合にバックアップしてくれる。日本語による対応も行っており、言葉の心配がない点も心強い。さらに、ハワイ州内では、日本人利用者が多いことから「ハワイ日本語ホットライン」も設置。緊急時のロードアシスタントサービスに加えて、送迎のリクエスト、道路状況などレンタカーに関わる情報を教えてくれる。

また、運転免許証翻訳サービスを引き続き好評。このサービスを利用すれば、国際免許証をわざわざ取得する必要はない。ただし、ドライブ中、日本語免許証は必携。料金は郵送料込みで1,500円、有効期限は発効日から90日間。申し込みは個人、エージェントとも同社ウェブサイト(www.alamo.jp)で受け付けている。

旅行会社向けの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。アラモの各営業所の場所や各島の観光ハイライトやおすすめコースを紹介しているほか、交通ルールと注意点、セルフサービスガソリンスタンドの利用法などの基本情報も掲載している。

このほか、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配布している。

アラモレンタカーで 楽しむハワイの島々

Alamo

Drive Happy

「アラモセレクト」で希望のカテゴリーから、好きな車を自由に選択

全米40ヶ所の主要な空港営業所で、ご希望サイズカテゴリーの中から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。

ハワイは日本の免許証が使えます!

運転免許証翻訳サービスでアメリカでのレンタカーも便利です。



お問い合わせ・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>

USA
DiscoverAmerica.com

マウイ島「ハナ・ハイウェイ」 手付かずの自然が残る「楽園」へ

マウイ島東部のハナは、昔ながらのハワイの面影を残すのどかな町。ハナへ向かう「ハナ・ハイウェイ」は、熱帯雨林や太平洋を臨みながらの迫力あるドライブを楽しめる。レンタカーを借りて、のんびりと自分のペースでハワイの自然や文化を体験したい。



ハナ・ハイウェイ © Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

マウイ島ドライブコース
(所要時間：2～4時間)

1 カフルイ
マウイ島の中心地。空港もあるマウイ島のゲートウェイ



2 イアオ渓谷
針のように尖った奇岩「イアオ・ニードル」。植物が生い茂り、ハイキングに最適

写真提供：ハワイ州観光局



7 ハナ
まるで時間が止まったかのような「癒しの楽園」。真のハワイの魅力を感じたい

6 ワイアナパナパ州立公園
マウイ島では珍しい黒砂のビーチと湧き水が出る洞窟が有名



3 パイア
注目のおしゃれタウン。ここからハナまでガソリンスタンドがないので、給油を

© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson



4 ワイカモイ・ネイチャー・トレイル
近くには植物園「ガーデン・オブ・エデン&ボタニカル・アーボレタム」も

途中にはフルーツスタンドも © Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson



5 ハナ・ハイウェイ
人気のドライブコース。600以上のカーブと50以上の橋を走りぬけ、絶景も楽しめる

緑豊かな自然の中を爽快ドライブ © Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

AVIS®

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

ハワイおすすめドライブコース

Drive Courses in Hawaii

アクティブに楽しむオアフ島 東回りでノースショアへ

ワイキキビーチだけではないオアフ島の魅力を感じるなら、やはりドライブがおすすめ。ワイキキから一路東へ、紺碧の太平洋を横に途中ビーチやアトラクションに立ち寄りながらサーファーの聖地ノースショアへ向かう。オアフ島の魅力を体験できるアクティブなコースだ。



オアフ島の東海岸をドライブ ©Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

オアフ島ドライブコース
(所要時間：4~6時間)



1 ワイキキ
美味しい朝食を食べたらいざ出発

2 ハナウマ湾
シュノーケリングで有名な海洋保護区。運が良ければウミガメと一緒に泳げるかも



写真提供：ハワイ州観光局

3 マカプウ岬
日の出を望む神聖な場所として知られ、今でもパワースポットとして人気がある

4 カイルアビーチ/ラニカイビーチ
パウダーサンドとエメラルド色の海が美しい。お洒落タウンのカイルアにも立ち寄って



美しいビーチ

7 ノースショア (ハレイワ)
ビッグウェーブ目指して世界中のサーファーたちが集まる。ハレイワなど、魅力的な町も



ノースショアの町ハレイワ 写真提供：ハワイ州観光局

6 ポリネシア・カルチャー・センター
ハワイの文化だけでなく、ポリネシア全域の文化を体験できるスポット。人気のショーも必見



写真提供：ハワイ州観光局

5 クアロアランチ
岩山に囲まれた自然豊かな場所。乗馬やバギーなど、たくさんのアクティビティに挑戦

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



ハーツレンタカー

HERTZ RENT A CAR

ハワイでも信頼のサービスとサポート 旅行会社にもうれしいレンタカー商品



ハワイでも幅広い営業所ネットワーク、質の高いサービス、安心のサポートで利用者の快適なドライブを支えているハーツレンタカー。GPSカーナビ「ネバーロスト」や「海外ドライブ・パーフェクトガイド」などハーツ・オリジナル・サービスを評価する利用者も多い。FITだけでなく、旅行会社に対しても、旅行商品としてレンタカーを販売しやすい環境を整えることで、レンタカーの利用を促進している。

はオアフ島で4%、オアフ島以外で7.5%にのぼる。

この調査からも分かるように、ハワイ旅行でレンタカーの存在は大きい。現地で申し込んだ旅行者の割合も高いため、旅行会社が出発前にこの数字を取り込めれば、収益源として期待できるはずだ。

ハワイは最もレンタカーを販売しやすいデスティネーションでもある。まず、利用者にとって特別な準備が必要ないという点が大きな理由のひとつだ。ハワイでレンタカーを借りる場合、国際免許証は不要。本人名義のクレジットカードと日本の免許証があれば、利用することができる。また、渡航前に日本で予約をしておけば、現地のカウンターでは内容を確認して契約するだけなので、手続きは非常に簡単。特にはじめて海外でレンタカーを利用する旅行者にとってはハードルが低くなる。

ハーツでは、そうした利点とともに、幅広い営業所ネットワークを持っている

ため、利用者のさまざまなニーズに応えられるとアピールしている。たとえば、到着後空港でレンタルして、ホテルのチェックインまで自由に動く。ワイキキにも営業所を構えているため、滞在中1日だけレンタルしてドライブを楽しむことも可能だ。

セルフガイド機能「Explore Hawaii」では、トップ画面の「Explore Hawaii」をクリックするだけで、ビーチ、ゴルフ場、レストランなどのカテゴリーから行きたい場所を簡単に検索。さらに、「Self-Guided Tours」を選択すると、さまざまなツアー情報が得られ、ナビがその場所



までガイドしてくれる。また、「オンライン・トリップ・プランニング」もハーツならではの。出発前にネバーロスト専用サイト

(www.hertzneverlost.com)で目的地をフラッシュメモリーにダウンロードし、それをネバーロストに読み込ませると、現地でその計画にそってドライブを楽しむことができる。さらに、事前セッティングできなかった場合でも、無線機能を利用し、ドライブ前にコールセンターに目的地を連絡すると、ピンコードが伝えられ、それを出発時にネバーロストに入力すれば、登録した目的地をダウンロードすることもできる。最大50方面のダウンロードが可能。同一ピンコードを複数の車のネバーロストに入力すれば、グループ旅行での利便性も高まる。

ネバーロストはオプションとして、コンパクト・クラスを含めた全車種で、1日あたりUS\$13.99でレンタルすることが可能だ。

使って便利「ネバーロスト」 複数車のドライブでも利用価値大

ハワイでもドライバーをサポートするツールとしてGPSカーナビ「ネバーロスト」が高い評価を受けている。最新のG5ネバーロストは薄型でタッチパネル式。操作しやすく、GPSも高感度なので、使用中のストレスがない。もちろん日本語音声も内蔵されている。



Since 1918

ご存じですか？

ハーツは1918年、ウォルター・ヤコブによって世界初のレンタカー会社として創業しました。

以来「常にお客様に最適なサービスを」という企業理念のもと

常に新しい時代のニーズを的確に捉え

レンタカーの未来を創造してきました。

海外旅行のレンタカーならハーツにお任せ下さい。

情報満載の「海外ドライブ・パーフェクトガイド」 出発前に要チェック

ハーツでは、海外でのレンタカーの旅を広げるために、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)」で、さまざまなレンタカーの旅の楽しさを提案。ファミリー、女子旅、カップルのモデルケースを設定し、それぞれでワンポイントアドバイスをしているほか、ハワイらしいテーマにあわせたモデルプランも紹介している。

レンタカーの基本もわかりやすく説明。車種、料金システム、保険などレンタル前の情報から、予約の方法、現地での車の借り方、交通ルールやマナー、ガソリンの入れ方、車の返し方まで一連の流れを動画で分かりやすく説明している。



特設サイト「海外ドライブ・パーフェクトガイド」
<http://info.hertz-car.co.jp/>

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・サービスを勤めている。対象エリアは世界145カ国、10,000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 0120-489-882 (土日祝除く9:00-18:00)

Hertz®

日本からのご予約・お問い合わせは
0120-489882 9:00~18:00/土日祝祭日除く
www.hertz.com



Ala Moana Style



ショッピングもビーチもホテルライフも。 アラモアナで叶えるハワイ。

ホノルル市民のオアシスであるアラモアナ・ビーチパークにも近く、ハワイ最大のショッピングモール、アラモアナセンターに隣接するベストロケーションのホテル。現在、ホノルルで最もスタイリッシュなエリアとして注目されているアラモアナ・エリアの中心にあります。アラモアナ・センターをはじめ、周辺はショッピングパラダイス。徒歩圏内のアラモアナビーチは、アクティブにもリラックスにも最適。ホノルルが一望できる最上階に、極上のステーキ&シーフードが味わえる人気の「シグニチャー・プライム・ステーキ&シーフード」もお楽しみ頂けます。



ALA MOANA
HOTEL

Honolulu's Landmark Hotel

お問合せ:アウトリガー・エンタープライズ・グループ
東京予約センター:03-4588-6441 旅行代理店営業:03-5456-7688

jp.alamoanahotel.com

アウトリガー・リゾーツ日本語公式Facebookページ

アウトリガー・リゾーツ www.facebook.com/outriggerhotelsjapan



旅行会社レポート

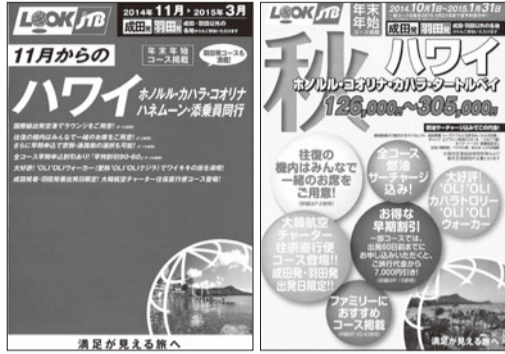
AGENCY UPDATE

JTBワールドバケーションズ JTB WORLD VACATIONS

Aグレードホテルの仕入れ強化で商品力増強 現地受け入れ体制の補強も着々と



ハワイ部 企画チーム 遊佐 司 マネージャー



エイチ・アイ・エス

H.I.S.

プレミアム商品戦略を継続 「忘れないハワイ」で新機軸



関東業務事業部 ハワイ・オセアニア・南太平洋・インド洋旅行事業グループ 猪腰 英知 グループリーダー



上期は「わいわいファミリー」が健闘

ルックJTBを含むハワイ方面の取扱全商品の上期販売人員は、全国発着ベースで前年比102%が見込まれ、下期は前年比112%を目標に掲げている。主力商品であるルックJTBの上期ハワイ方面は、消費税増税による消費の冷え込みの影響もあって4~6月は苦戦し前年実績を下回ったが、その後7~9月は持ち直している。販売回復の原動力となったのはファミリー層で、「わいわいファミリー」と黄パンフレットの「夏ハワイ」における商品力強化がファミリー層に対して成果を上げることができた(遊佐マネージャー)とのことだ。

特に「わいわいファミリー」の巻頭で、家族の思い出作りとして提案した宝探しの仕掛けが家族連れに好評を博した。また人気のタレントを起用した販促の一環として実施した「きゃりーぱみゅぱみゅ KAWAII HAWAII キャンペーン」も成功。現地でのライブパフォーマンスだけでなく、きゃりーぱみゅぱみゅ仕様のオリジナル'OLI'OLIウォーカーをワイキキで運行するなど複合的なキャンペーン展開が功を奏した格好だ。

Aグレードホテルの仕入れを再強化

上期のうちに販売回復への手応えをつかんだルックJTBは、下期はさらに販売拡大への取り組みを強めていく考えだ。その中心に据えるのがスケルトン型商品の赤パンフレットと黄パンフレットの価格競争力の強化と、ハネムーンやカップル向け商品の補強だ。

赤パンフレットと黄パンフレットでテコ入れしたのがホテル仕入れで「ホテル価格が上昇傾向にある中で、マーケット価格にできるだけフィットした価格設定が可能になるよう、仕入れの在り方を見直した。その結果、ルックJTBだからできる価値と価格のバランスを提案できた(遊佐マネージャー)。

最も強化したのは、シェラトン、ヒルトン、ハイアットといった日本人旅行者に最も人気があるAグレードのホテル。この結果、たとえば黄パンフレットの「秋ハワイ」の「ホノルル5日間」は、シェラトン・ワイキキ利用で17万円台から、ヒルトン・ハワイアン・ビレッジ・ワイキキ・ビーチ・リゾートで16万円台から、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16万円台からと競争力の高い価格設定となっている。

カハラトリローなど 'OLI' OLIハワイを拡充

ルックJTBの強みである現地受け入れ体制の中心となる'OLI'OLIハワイも一段と強化している。10月から運行されるカハラトリローも強化事例の一つ。パンケーキで有名なカフェ・カイヤ、名物「マラサダ」の名店レナーズへ行くのにも便利なルートを走るのがカハラトリローの特徴だ。以前にも運行していたが上期は運休。しかし旅行者からの要望が多かったため再度運行することになった。

'OLI'OLIスニーカーの「ハレイワ散策コース」も11月からの新コース。旅行者が個人でも簡単にいけないオアフ島北部を訪れたい場合に便利な交通手段としてサービスを提供する。

滞在中のサポート体制も強化

ルックJTB利用者の滞在中のサポート体制もさらに進化している。ルックJTB利用者が宿泊ホテルにおいて、朝食やドリンク類の提供を受けたり、日本語コンシェルジュサービスを利用したりできる「ルアナ・ラウンジ」を、ワイキキの主要4ホテルに設置している。14年上期にはヒルトン・ハワイアン・ビレッジ・ワイキキ・ビーチ・リゾートにも同ラウンジを設置。バルコニーからは毎週金曜日に開催される花火の打ち上げを鑑賞でき好評を博している。

宿泊ホテルでのサービス提供とは別に、ハワイ滞在を幅広くサポートする「トラベルプラザ」も10月に新設する。ワイキキの中心地にあるワイキキショッピングプラザに設置される「トラベルプラザ」がそれで、オプションツアーの申し込みや、ショッピングやイベント、エンターテインメント情報の提供、レストランやスパ・ゴルフの予約、'OLI'OLIスニーカーの予約などを行える。

JTBでは同様の機能を持つサポートデスク「OLI'OLIステーション・アラモアナ」をすでにアラモアナ・ショッピングセンター内に設けているが、ワイキキのど真ん中にも「トラベルプラザ」を設けることで、「サポート機能を滞在中フルに活用してもらうことができる(遊佐マネージャー)」と期待する。

マーケット二極化 中間層は航空券+ホテルに

猪腰氏は同社上期(2014年10月期)のハワイ市場について「客単価が上がったため、収益は前年を上回ったものの、送客は前年比減という結果になった」と説明。パッケージ全般の傾向として「良い商品が売れ、安価な商品も出ている。一方、その中間層が減っている」と話し、マーケットの二極化が進んでいるという見解を示す。

また「航空券のPEX化が進んでいることもあり、OTAで航空券+ホテルを予約してハワイに行くお客さまが増えている。中間層がそこに流れているのだろう」と分析。情報リテラシーの高い20~50代が中心で、ハワイを含むビーチデスティネーションでその傾向は強いとした。

顧客層では、商品価格が上がったため、安価商品を求めるファミリー層の動きは鈍かった。猪腰氏は「やはりLCCが飛び始めた沖縄が価格的に魅力的になっている」と説明。一方で、プレミアム商品を求めるハイエンド・ファミリー層は伸びており、「狙いにいったところは取れた」という認識だ。

好評のドラえもん企画、隣島ではハワイ島が好調

エイチ・アイ・エスでは、今年10月まで同社オリジナル企画として、ドラえもんを切り口としたさまざまなイベントを開催。猪腰氏は「他社との差別化になっているほか、ファミリーマーケットに対してハワイに行く動機付けにもなっている」として、その効果を強調。また、ウルトラマンをフューチャーしたハワイ州観光局(HTJ)とのコラボレーション『ウルトラハワイ』についても、「意外性がインパクトになった。特にファミリー層の送客に効果があったのではないかと評価した。

また、今年6月には第2回目となる『ホノルル駅伝&音楽フェス2014 in ハワイ』を開催。参加者は目標とした1000名を超えた。来年も継続していく計画だが、「現地からの参加者をもっと増やしていく必要がある」との課題も示す。

このほか、隣島への送客も強化。その結果、特にハワイ島への送客が増加した。猪腰氏は「隣島のパンフレットをリニューアルし、現地での過ごし方を提案した方法がよかったのではないかと手応えを示す。また、昨年末から実施した「ラナイ島キャンペーン」については、全体数は少ないものの、前年比を上回る実績を残したという。

フロア貸し切り追加、屋外BBQも開始

下期については、プレミアム商品の基本戦略を継続していき、「その完成度を上げていく(猪腰氏)」。フロア貸し切りについては、これまでのハイアットリージェンシー ワイキキ ビーチ リゾート

&SPA、ヒルトン・ハワイアン・ビレッジ・ワイキキ・ビーチ・リゾート、モアナ サーフライダー ウェスティン リゾート&スパに加えて、シェラトン・ワイキキとハワイプリンスホテルワイキキでも用意。プレミアムステイとして単独パンフレットで展開している。



新しい取り組みとしては、ハワイでも屋外でBBQを楽しみたいという要望を商品化。今年7月21日から「ヒルトン星空BBQ」を始めた。月・木・金にヒルトン・ハワイアン・ビレッジのタバプールのプールサイドで開催。金曜日には、名物の花火も鑑賞することも可能だ。

猪腰氏は「旬のものをこれからも提案していきたい」と意気込みを話す。ハワイH.I.S.が運営する現地情報サイト「ハワイスクープ」(http://www.hawaiiscoop.com/)に寄せられる質問や情報も参考にしながら、新しいニーズに対応していきたい考えだ。

「忘れないハワイ」で特別な提案、安売りには走らず

エイチ・アイ・エスでは今夏、「忘れない夏」をテーマに販売を強化しており、ハワイでは「忘れないハワイ」をパンフレット展開。いつもとは違うハワイの過ごし方を提案している。

「暮らすように過ごす」をキャッチフレーズにプール付きの別荘やコンドミニアムでの滞在プランを商品化。食事では、通常では入れない会員制レストランでのディナーやプライベートシェフによる滞在部屋でのディナーを用意した。また、プライベートチャーターボートで行くサンドバー「天国の海」など特別感いっぱいのプランも提案している。猪腰氏は「ハワイはリピーターが多いが、こうした商品を提案していくことで、さらにハワイ旅行に広がりが出てくるだろう」と今後の展開への期待も大きい。

猪腰氏は下期の取り組みについて、この冬ダイヤの航空座席量が前年比10%ほど減少すると見込んでおり、「需要を見ながらチャーター便などで対応し、送客を伸ばしていきたい」と話す一方、「数を伸ばすために安売りには走らない」と続ける。そのうえで、パッケージだけでは数は伸びていかないという認識のもと、「航空券+ホテルなどオンラインへの取り組みも強化して、ハワイのマーケットを拡大していきたい」と意気込みを示した。



トラベルプラザ(イメージ)

「アトランティス・サブマリン」と「ナバテック号」で ハワイの海を海中散歩&クルーズ!

観光用潜水艦とクルーズ船で
ハワイの海を満喫できる



観光潜水艇「アトランティス・サブマリン」とクルーズ船「ナバテック号」は、アトランティス・アドベンチャーズが運航するハワイきっての海洋アトラクションだ。美しいハワイの海を満喫できる上、グループのニーズに合わせて、バラエティーに富んだプランを提供。さまざまなニーズに柔軟に対応できるため、幅広いマーケットで人気を集めている。

アトランティス・サブマリン

美しいハワイの海中を気軽に“体感”
多彩なプログラムを企画できる

アトランティス・アドベンチャーズは、5隻の観光潜水艦「アトランティス・サブマリン」を所有。現在、オアフ島ワイキキで3隻、ハワイ島コナで1隻、マウイ島のラハイナで1隻を運航中だ。それぞれ64人または48人が乗船でき、観光用潜水艦として世界最大級の収容人数を誇る。その船内は地上と同じ気圧に保たれ、美しい海洋生物やサンゴ礁が織りなすハワイの美しい海中を、快適な環境で観察できるのが特長だ。

いずれの運航ルートも変化に富んだ海中世界が広がるが、なかでも日本人旅行者が多いワイキキのルートは圧巻。艦船や旅客機の残骸をはじめ、日本の設計による人工漁礁構造物やハワイ大学と共同開発したコンクリート製構造物に生息する、多種多様な海洋生物を目の前で観察できる。

また、ハワイ島のコナのコースでは、人気のダイビングスポットにもなっている場所。火山の噴火によって海に流入した溶岩の上に、1万8000年も前から形成された天然のサンゴ礁が広がり、カラフルな熱帯魚や海洋生物が集まる様子を、快適な船内から眺められる。

ハワイの海洋生態系研究でも貴重な場所を進む、マウイ島ラハイナのツアーも好評だ。これは19世紀の捕鯨船のレプリカ「カーサジニアン号」が、海洋生物の保全と育成を目的に、人工漁礁として沈められた場所。今では、さまざまなハワイ固有の海洋生物が棲みついている。

こうしたコースを運航するアトランティス・サブマリンは、海洋環境の再活性化を理念に掲げるエコツーリズムとしての側面を持つ。ハワイの海中散歩を楽しむながら、サンゴ礁の役割や生態系の発展など、環境保護の観点から学べることができるのだ。その学習効果の高さから、環境問題に関心の高いインセンティブや教育旅行からも注目されている。

さらに日本の旅行会社向けに、アトランティス・アドベンチャーズは独自のプログラムを企画。海洋生物の解説を載せた海中マップを配布し、キャプテンとの記念撮影や、体験証明書を発行。また、潜水艦の仕組みや運航方法など、技術的なバックグラウンドを紹介する教育ツアーなども提案している。グループ向けにも、特別プランを用意。ヒルトン・ハワイアン・ビレッジからアトランティス・サブマリンまでの移動に使うシャトルボート上で、80~100人規模のパーティープランが楽しめる。

ナバテック号

揺れの少ないクルーズ船ナバテック号で
ハワイの海を満喫できる

クルーズ船「ナバテック号」は、アロハタワー・マーケットプレイスを出航し、ダイヤモンドヘッドの沖合を越えてカハラコーストに向かう。この波が荒いダイヤモンドヘッド沖合の航行許可を得ているのは、洋上での安定性が高い「ナバテック号」だけ。SWATH型の双胴船「ナバテック号」は、波の上を浮かせて走るため、一般的な船と比較して揺れが少なく、安定した航行が可能だからだ。船酔いの心配も少なく、誰もが安心してハワイのクルーズを満喫できる。

船内は140人収容の1階と、160人収容できる2階とに分かれている。通常のディナー・クルーズでは、1階ではプライムリブが人気のビュッフェスタイル、2

階ではステーキとロブスターをメインとするコース料理が提供される。船内だけでなく、船首や船尾、屋上デッキにも出ることが可能で、ハワイの海を360度見渡せるのも大きな魅力。

「ナバテック号」では、インセンティブや教育旅行など、さまざまなグループ向けプランを提案。船全体だけでなく、フロアごとにチャーターでき、希望のエンターテインメントをアレンジした、独自のパーティープランを組むことができる。

さらにロマンチックなサンセットが魅力のハネムーンプラン、ゆったりとしたクルーズを堪能できるシニアプラン、参加者の絆を深めるためのチームビルディングプランなどを提案。幅広いマーケッ



ロイヤル・サンセット・ディナー
クルーズ(コース・ディナー)

トや年齢層に対応できる。

その他、ホエールウォッチング・クルーズなど、シーズンに合わせたスペシャルクルーズも好評だ。同クルーズは、毎年くじらの遭遇率が高く日本人をはじめとした参加者からの満足度が高い(今年度は12月20日から4月19日までの予定)。また、ムーンライトクルーズやブランチクルーズなど、時間帯に合わせて気軽に乗船できるプランも実施している。

リピーターの多いハワイでは、観光客を飽きさせない新しいプランを打ち出していく必要がある。アトランティス・アドベンチャーズでは、そうしたマーケットのニーズに対応し、これからもユニークなプログラムをいち早く提案できる高いポテンシャルを備えている。



人気のホエールウォッチングは
12月20日~4月19日まで

Atlantis®

ADVENTURES

アトランティス・ナバテック・クルーズ

サンセットディナーには
ハワイで最も快適に航走する
ナバテック号で

EXPERIENCE OUR HAWAII!

アトランティス・サブマリン

ハワイで唯一の海中探検ツアー
ワイキキ・マウイ・コナ

ご予約とお問い合わせは
(808) 973-9811

www.AtlantisAdventures.jp



役立つ情報がいっぱい ハワイ州観光局 旅行業界専用サイト

ハワイ州観光局公式ウェブサイト「gohawaii.jp」にある旅行業界向けの専用サイトには、役立つ情報がいっぱい。資料請求もできるので、ブックマークにしておいていつでもチェックできるようにしておくと便利。なお、コンテンツを利用する際は、あらかじめ事前登録が必要となる。

<http://member.gohawaii.jp/>

より使いやすく 販売促進ツールの発注サイトがリニューアル

旅行業界専用サイトにある「販売促進ツール」の発注サイトがこのほどリニューアル。より使いやすくなった。観光局が発行するトラベルプランナーや教育旅行ガイド、MICEガイドなどのパンフレットをはじめ、全島/各島のマップ、ポスター、キャンペーンPOPなど、販売促進に役立つツールをオンラインで簡単に発注できる。また、発注後約1週間程度かかった配送期間を2~3営業日に短縮、欲しい時にすぐ手元に届くようになった。



ほかにもこんな機能が

トラベル情報バンク

ハワイ州観光局とハワイ関連企業の最新情報をカバー。「ハワイ州観光局トラベル情報バンク」では、ニュースリリースをはじめ、統計データ、セミナーやワークショップで使用したプレゼンテーション、ロゴのダウンロードなどができる。「ハワイ関連企業トラベルバンク」は、現地ホテルやアクティビティのファクトシート、ニュースリリース、写真や動画、プレゼンテーション資料などの情報を掲載している。

MICE情報バンク

団体営業スタッフなら必見。観光局のグループ向けサポートに関する情報やその申請書、販促ツールの申請書、ハワイコンベンションセンターのイベントカレンダーなど、団体旅行で必要な情報をカバーする。

ハワイNEWS

セミナー開催などのハワイ州観光局の活動情報、渡航者データ、最新情報を確認できる。

イメージライブラリー

パンフレットの作成などで、ハワイの画像が必要になった際はここをチェック! 「ハワイ州観光局イメージライブラリー」とHawaii Visitors and Convention Bureau管轄の「ハワイグローバルイメージライブラリー」の2つのライブラリーから直接画像をダウンロードすることができる(使用にはクレジット記載が必要)。

Topics

オアフ島でもレジ袋有料化 2015年7月から

環境保護を目的としたレジ袋有料化。2014年1月のハワイ島に続き、2015年7月よりオアフ島でも実施される予定だ。環境に負荷を与えるビニール袋が禁止となり、例えば土産物屋でおみやげを購入した際も今後はマイバッグの携行が必要となる。あらかじめ荷物はマイバッグを用意するのも手だが、お店でハワイらしいトロピカルな柄のバッグをマイバッグとして購入するのもおすすめ。バッグ自体がハワイのおみやげにもなる。



アラモアナセンター拡張工事進行中 2015年末完成予定

ハワイの人気ショッピングスポット、アラモアナセンターの拡張工事が進行中だ。現在西側のエヴァ(西)ウイングに生まれる拡張エリアは総面積約6万平米。ハワイ初進出となる高級デパート「ブルーミングデールズ」を含む大型テナントや約50のショップ、エンターテイメントスペース、1000台収容可能な駐車場を予定する。また約30店舗が入るマイ・マーケット・フードコートも進行中。どちらも2015年末の完成を予定している。



ダイヤモンドヘッドにキオスクグッズを販売、おみやげにも

多くの人が訪れる観光スポットのダイヤモンドヘッド入り口に、2014年7月キオスク(ビジターセンター)がオープンした。Tシャツや帽子、エコバッグなど、ダイヤモンドヘッドの絵が入ったグッズなどを販売、おみやげとしてもおすすめです。隣にはトイレを併設、ダイヤモンドヘッドに関するパネル展示(英語)もある。営業時間は毎日午前7時から午後5時まで。



ポリネシア・カルチャー・センター

POLYNESIAN CULTURAL CENTER

新しい大型複合施設の開業予定決まる 来年1月に「フキラウ・マーケットプレイス」がオープン



ポリネシアの文化体験ができる 新マーケットプレイス

世界最大のポリネシアンテーマパークであるポリネシア・カルチャー・センター(PCC)は5年前から、100億円を投じた改装プロジェクトに取り組んでいる。すでに園内施設の改装を済ませており、改装プロジェクトの目玉施設としてPCC隣接地に構想された新しい大型複合施設「フキラウ・マーケットプレイス」の開業予定が来年1月に決定した。

「フキラウ・マーケットプレイス」は、飲食や物販関連のテナントショップや、エンターテインメント関連サービスを集めた大型複合施設。PCCへ入園せずに専用の入り口から入場することもでき、入場料もかからず駐車場代も無料(同施設利用者には駐車券を提供するバリエーション付き)で利用できる。PCCの入園客が入園前や退園後に利用してもいいし、PCCの利用に関係なく「フキラウ・マーケットプレイス」単独で楽しむこともできる。

場所は、カメハメハ・ハイウェイに面する駐車場スペースと、パシフィック・シアターの横のスペースを利用して設置され、総面積は1万1000㎡。テナント構成については、ハワイでオリジナルのレストランやフードワゴン、小売店などが出店する予定だ。

営業時間は月曜から土曜日の午前10時から午後10時までの予定だ。

PCCの原点を施設名に

新しい大型複合施設の開業に対するPCCの力の入れ方は、施設名からもうかがえる。「フキラウ・マーケットプレイス」の「フキラウ」とは、ハワイ語で「地引網で魚を捕える」という意味。PCCが立地するライエには、フキラウ・ビーチという砂浜があり、漁師たちが地引網漁を行い漁獲はコミュニティでシェアするのが伝統だった。また、1940年代からは地引網漁(フキラウ)体験と、食事や音楽を楽しむルアウ体験を組み合わせたアクティビティを観光客に提供し、ライエの観光素材として人気を博した。このため同じライエの地で1963年に観光施設を開業したPCCは「フキラウ」という言葉に、観光施設としてのPCCの原点という意味を込めている。

オープン予定の小売店、レストラン、屋台、エンターテインメントの一部リスト

- パウンダーズ・レストラン**
フルサービスレストラン。アイランドをテーマとしたランチ、ディナーを提供
- ポリネシアン・ベーカリー**
伝統的なポリネシアン料理であるミートパイやパニポポ、マラサダ、ピザを提供
- ルーロット・コート**
タヒチがテーマの「屋台の味」を提供。ステーキ、チキン、魚などをプレートランチスタイルで
- コンフェクション・ストア**
チョコレートやディップしたクッキーなどのお菓子を販売
- キオスク・カート屋台**
バーベキュープレート、ホットドッグ、クレープ、ハワイピアなどの食べ物から、ポリネシアン工芸品、ローカルアーティストによるアート、コミュニティTシャツ、帽子などまでを販売
- ライエ・ジェネラル・ストア**
おみやげ、ギフト、日用品などを販売
- ハバ・ホームストア**
ホーム用品、ライフスタイル商品などを販売
- エンターテインメント**
パウンダーズ・レストラン前のオープンステージでは、音楽やライブパフォーマンスを常時楽しめる。
- その他**
ウクレレショップ、高級ハワイアン・ジュエリー店、スポーツ・アウトドア・アクティビティ、スペシャルハンバーガー・ショップ、アイスクリーム・ショップやランチワゴン、カフクシュリンプ等の誘致を予定。

ノースショアの新名所に



PCCでは「フキラウ・マーケットプレイス」がノースショアの新しい観光名所になることを期待している。飲食店での食事や土産物のショッピングが入場無料で気軽楽しめる「フキラウ・マーケットプレイス」ができることで、個人旅行者にとっての新観光スポットのみならず、旅行会社にとっても、た

とえば島巡りのツアー中のランチスポットやショッピングスポットとしての選択肢が増えるわけだ。

レストランやシアターは改装済み

施設改装プロジェクトは「フキラウ・マーケットプレイス」を残してほぼ完了している。すでに11年11月には1100万ドルを費やした「ゲートウェイ・レストラン」の改装が完了。13年3月には全面改装した体感型4Dシアターを「ハワイアン・ジャーニー・シアター」としてグランドオープンした。

PCCの園内にあるアオテアロア(ニュージーランド)、フィジー、ハワイ、サモア、タヒチ、トンガの6つのポリネシアの国と地域を紹介する各村も改装を済ませている。また3つあるルアウ用レストランのうち「ハレ・アロハ」は建物を改装して昨年9月にリオープンしている。



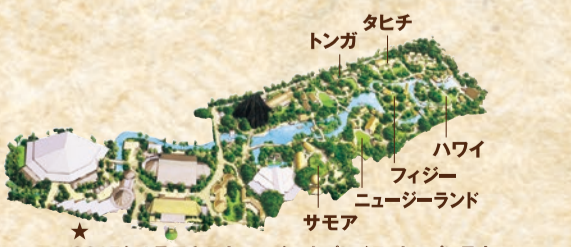
Celebrating Fifty Years
50 Polynesian CULTURAL CENTER

- “ベスト・ファミリー・アトラクション”
「ホノルル・マガジン」ベスト・オブ・ホノルル2012
- “驚くべき舞台だ...”
「ホノルル・アドバイザー」芸能評論家 ウェイン・ハラダ
- “ロコが選ぶビジターを連れて行きたい観光地ベスト1”
「ホノルル・マガジン」ベスト・オブ・アワード2010
- “#1 ベスト・ツーリスト・アトラクション”
「スター・ブリテン」ハワイ・ベスト・アワード2009

ハワイ最大のテーマパークで驚きのポリネシア・カルチャーと ハワイのルーツを体感しよう!

東京ドーム3個分の大きなスケールに、6つの島々のアクティビティ&ショー。

- 6つの村でたっぷり遊べる一番人気の「アンバサダー・デラックス(送迎付き)」
 - ワイキキ〜センター間の往復送迎 ●日本語専任ガイドによる園内ツアー ●カヌーでラグーンを遊覧
 - ピュッフェディナー ●イブニングショー「ハア：プレス・オブ・ライフ」デラックス席
- その他にも、本格的なルアウやファミリー向けアクティビティなど様々なパッケージを取り揃えています。\$64.84〜。
- ご予約・お問い合わせは、ポリネシア・カルチャー・センター
【ハワイ】808-924-1861(日本語) 55-370 Kamehameha Highway, Laie, Hawaii 96762
【日本国内】0120-080165 株式会社パシフィックリゾート 東京本社 〒104-0045 東京都中央区築地7-10-2 築地小川ビル2階



★ 2015年1月フキラウ・マーケットプレイス オープン予定

polynesia.jp f/polynesia.jp



ハワイ州観光局キャラクター Shakaちゃん

HAWAII TOURISM

JAPAN

ハワイ州観光局