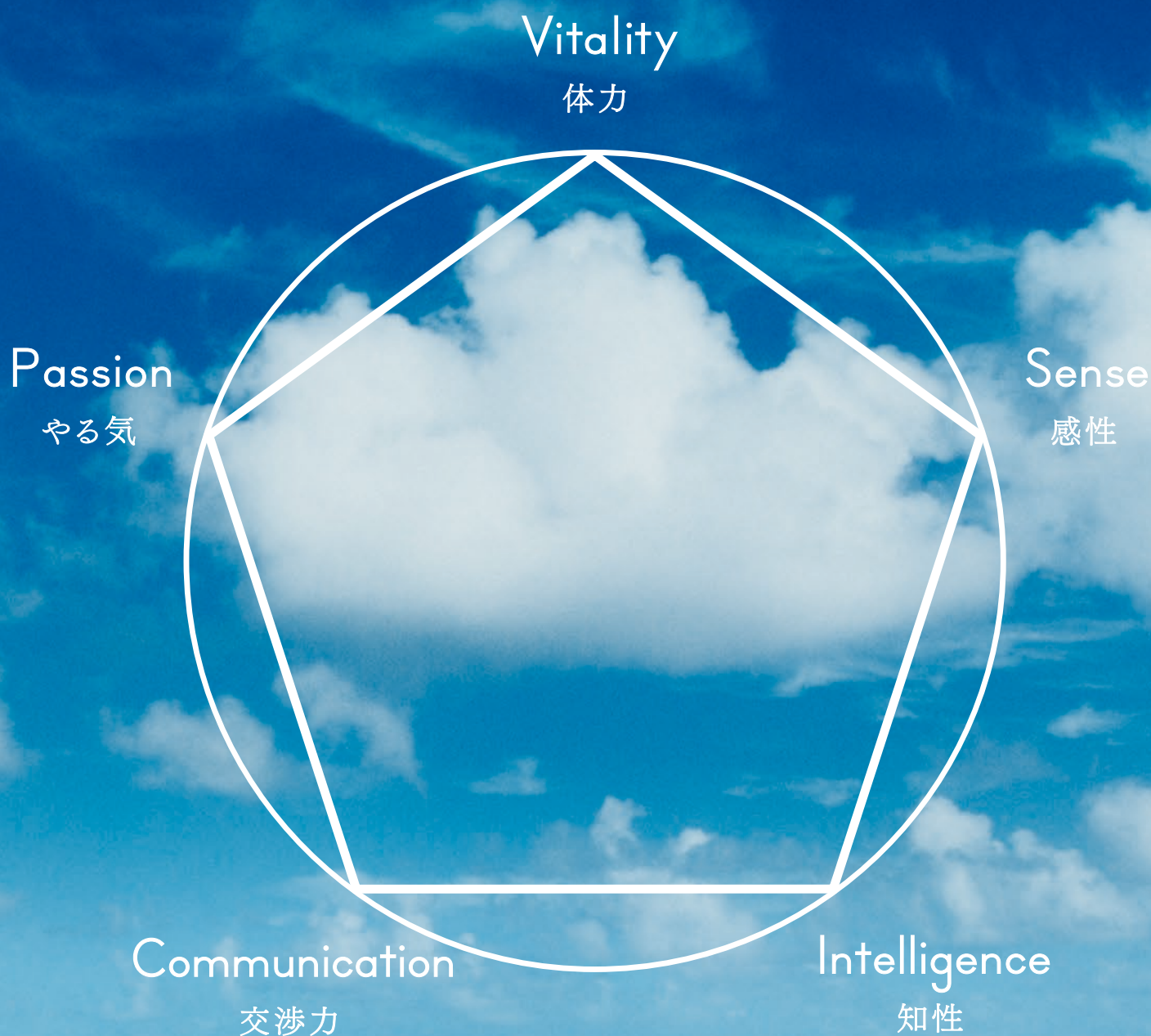


www.jwing.net
mail@jwing.net

ハワイ特集 2016 春・夏号



ハワイで休んで、いい仕事。

有休  HAWAII

HAWAII TOURISM

JAPAN

ハワイ州観光局

思い立ったら あのリゾートへ。

ホノルル、グアム、サイパン、パラオへ
デルタ航空の直行便がお連れします。



「有休ハワイ」など、需要喚起に注力 ハワイ州観光局、2016年の戦略



HTJ局長エリック高畑氏

ハワイ州観光局 (HTJ) は、20～50代の働く男女をターゲットにした大型キャンペーン「有休ハワイ」を開始するなど、ターゲットを明確に設定したプロモーションを展開、また各パートナーとの連携を強化していくことで、実際のハワイへの渡航につなげる施策を次々と打ち出す。2015年の日本からハワイへの渡航者数は、前年比0.8%減の149万9167人。日本人の出国者数が昨年は前年比4.1%減の1621万3763人だったことを考えると、健闘したと言える。今年は1月単月で前年同月比6.4%増と幸先の良いスタートを切ったばかり。今後の需要の伸びが期待されるなか、2016年のHTJの戦略について紹介したい。

4つのターゲット「ハワイらしさ」打ち出す

HTJが定めるターゲットは、20～50代の働く男女、ファミリー、ロマンス・マーケット、MICE／教育旅行の4つ。ハワイ州観光局本局 (HTA、ハワイ・ツーリズム・オーソリティー) が「ハワイらしさ」を切り口に、訪問者の質を重視した指針を示すことから、各ターゲットへ向け、ハワイならではの魅力を打ち出したプロモーション展開を進める。またファーストタイマーの獲得も意識、新たな需要喚起を目指す。

「仕事のためのハワイ」ユニークな視点の「有休ハワイ」

20～50代の働く男女へ向けたプロモーションとして、新たにスタートしたのが「有休ハワイ」だ。有給休暇(有休)を使っ



1月下旬に開催した「有休ハワイ」記者発表会の様子。社会保険労務士の佐佐木由美子さん(左)と映画コメンテーターのLiliCoさん(右)が登場。中央にHTJ局長ミツエ・ヴァーレイ氏

てハワイへ旅行し、ハワイで癒やされ、次の仕事のためにハワイで英気を養おう、というユニークな視点で、「仕事のためのハワイ」を提案する。

特設サイトでは、「自分磨きができる」ハワイのおすすめスポットを提案。テレビCMや交通広告による露出、プロモーションに賛同する企業とのタイアップなど、これまでにない規模で展開、より大きな波及効果を狙う。

➡「有休ハワイ」について
詳しくは14～15ページ

2年目の「妖怪ウォッチハワイ」ファミリー集客に奏効

ファミリー層向けに昨年より開始し、2年目を迎えた「妖怪ウォッチハワイ」。子供たちに人気の「妖怪ウォッチ」と、海外の観光局が初めてコラボレーションしたプロモーションとして注目を集めた。



©L5/YWP・TX Hawaii Tourism Japan

キャラクター「ジバニャン」のHTJキッズ親善大使任命、現地でのスタンプラリーやキャラクター・グリーティング、特設ウェブサイト、オリジナル商品の発売、映画とのタイアップなど、これまでにさまざまな仕掛けを実施。旅行会社と協力し、ツアー参加者へのオリジナル特典も用意し、昨年の夏休み期間中は約3万人の送客を達成、ファーストタイマーの獲得にもつながった。

今年は4月よりワイキキのロイヤルハワイアンセンターで月に1回、ジバニャンのグリーティングを予定、夏に向けて現地で楽しめる企画も計画する。

SNSでロマンス・マーケットに訴求 女性へアプローチ

一方、ロマンス・マーケット向けに、昨年10月にスタートしたのが「Instagenic Hawaii」。画像投稿／共有SNSのインスタグラムを活用したキャンペーンで、ハワイで撮影した画像にハッシュタグ「#instagenichawaii」を付けて投稿、投稿者のなかから毎月抽選でハワイ関連の景品をプレゼントした。

また、HTJポータルサイト「Hawaii-TV」のウェディングチャンネルの内容を拡充。「挙式のプロから探す」を追加したほか、今春からHTJオリジナル婚姻届をダウンロードできるようになる。さらにハワイ州知事のサイン入り結婚認定書も

用意、こちらはウェディング会社経由で提供する。

海外ウェディングで6割超と、圧倒的なシェアを誇るハワイ。ロマンス・マーケットは、ウェディングだけでなく、ハネムーンやカップル、夫婦での旅行など、幅広い層を意識している。HTJでは、女性へのアプローチを強化。上記キャンペーンや女性誌とのタイアップによる露出、さらに女性向けイベントへの参加や共催を引き続き展開していく。



「HTJスタイル親善大使」に就任した梨花さん(中央)

昨年12月には「HTJスタイル親善大使」として、女性から高い支持を集めるファッションモデルでタレントの梨花さんを任命。「HTJビューティー親善大使」の道端ジェシカさんと「HTJロマンス親善大使」の吉川ひなのさんと共に、女性への「インフルエンサー」としてハワイの魅力を発信してもらう。

情報提供とサポート強化 MICE／教育旅行誘致

ビーチリゾートの印象が強いハワイだが、豊富なホテル客室やコンベンション施設があり、州政府をあげてクリーン・エネルギーをはじめとする先進ビジネスや教育交流を促進するなど、MICEや教育旅行の目的地としても今、注目を集めている。実際に、MICE目的による日本人訪問者数は、昨年11万2827人に達し、前年比53.7%増と、大幅な伸びをみせた。

HTJでは、旅行業界向けサイト内の「MICE情報バンク」を軸とした情報提供と、現地での受け入れサポートに注力する方針。教育旅行については、州政府と連動しながら需要促進に努める。修学旅行や語学研修だけでなく、英語教育や自然科学など、世界的に見てもレベルの高い内容をハワイで学べる点を強調、専門的な学習プログラムの充実や留学を見据えた誘致も視野に入れる。また、今後は旅行会社や教育関係者を集めたセミナーも計画する。

全国各地で消費者向けイベント ファーストタイマー開拓も視野に

4つのターゲットへ向けたプロモーションと平行して、HTJでは消費者向けイベントの開催やハワイ関連のイベントへの協力にも力を入れる。2月には札幌と福岡で「ハワイフェスタ」を実施、地方都市におけるファーストタイマー開拓も意識する。また昨年初開催し、好評だっ



今年2月中旬に開催した福岡での「ハワイフェスタ」の様子
た「Hawaii Expo」は、今年も7月16・17日に東京渋谷の渋谷ヒカリエで開催予定だ。

➡「全国各地での取り組み」について
詳しくは20ページ

必ずパートナーを絡めた展開に「ハワイサミット」現地開催

旅行需要を支える上で欠かせないのが、旅行会社や航空会社、ホテルやアトラクション、レンタカー会社、メディアなどの各パートナー。これまで述べた各種キャンペーンやイベントでは、必ずこうしたパートナーを絡ませた展開となっているのが特徴で、HTJはいわば消費者とパートナーを直接つなぐ「橋渡し」的な役割を担う。

4月12・13日には、ホノルルで「ハワイサミット」を開催、旅行会社スタッフを現地へ招き、ハワイ・コンベンション・センター (HCC) を会場にセミナーやワークショップを開催する。前後に隣島へのFAMツアーを実施、旅行会社のカウンタースタッフや営業／企画担当者に「今のハワイ」を体験してもらうことで、ツアー造成や販売促進につなげたい考えだ。

「アロハプログラム」も重視 上級者認定店舗が全国規模で拡大

HTJでは、上記プロモーションやイベントと同様に、ラーニングポータルサイト「アロハプログラム」を、消費者とパートナー双方に向けたアプローチとして重視する。ハワイの文化や歴史、伝統などを楽しく学べるプログラムで、3つのレベル(初級、中級、上級)を設定、メンバー同士がサイト上で交流できる「アロハコミュニティ」、上級取得者限定のオンラインセミナーなどを実施、現在登録者数は1万人以上(2016年2月現在)に達している。今後は修学旅行での事前学習など、教育旅行での活用も図る。

「アロハプログラム」上級認定者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」も全国規模で拡大中。ハワイの知識に長けた上級スペシャリストが対応する「サテライトオフィス」を増やしていく方針だ。

➡「アロハプログラム」「ハワイサテライトオフィス」について
詳しくは4ページ



週刊ウイングトラベル「ハワイ特集 2016 春・夏号」目次

WING Travel Weekly "Hawaii Special 2016 Spring & Summer" Contents

ハワイ州観光局 (HTJ)	Hawai'i Tourism Japan (HTJ)	1p
デルタ航空	Delta Air Lines	2p
ハワイ州観光局 (HTJ)	Hawai'i Tourism Japan (HTJ)	3-4p
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 in Ko Olina, Hawai'i	5p
アウトリガー・リゾーツ	OUTRIGGER RESORTS	6-7p
旅行会社レポート①	Travel Agency Report ①	8p
ジャルパック	JALPAK	9p
ワタベウェディング	WATABE WEDDING CORPORATION	10p
カアナパリビーチホテル	Kā'anapali Beach Hotel	11p
ホットニュース	Hot News	12p
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	13p

ハワイ州観光局 (HTJ)	Hawai'i Tourism Japan (HTJ)	14-15p
おすすめドライブコース	Scenic Drive 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
アラモレンタカー	ALAMO RENT A CAR	19p
ハワイ州観光局 (HTJ)	Hawai'i Tourism Japan (HTJ)	20p
ハイアット リゾーツ ハワイ	HYATT RESORTS HAWAII	21p
ヒルトン・リゾーツ・ハワイ	HILTON RESORTS HAWAII	22-23p
旅行会社レポート②	Travel Agency Report ②	24p
ポリネシア・カルチャー・センター	POLYNESIAN CULTURAL CENTER	25p
アクア・アストン・ホスピタリティ	Aqua-Aston Hospitality	26-27p
ハワイ州観光局 (HTJ)	Hawai'i Tourism Japan (HTJ)	28p

ハワイを楽しく学べる「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1万人を突破し、増加中だ(2016年3月現在)。

また、習得できたかを試せるスペシャリスト検定を設定。クプクプ(初級)、ラウアエ(中級)、ハーブウ(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べる。

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、今後全国規模で認定を増やしていく。

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。

➔ www.facebook.com/aloha-program



「ハワイサテライトグループ」紹介

株式会社JTBコーポレートセールス 新宿第五事業部／国際交流センター



株式会社JTBコーポレートセールス
国際交流センター センター所長 松村 幸博氏(左)
執行役員 新宿第五事業部 事業部長 阿部 一晴氏(右)

MICE、教育旅行分野で初の認定 ハワイへの需要の高まりが背景に

MICEと教育旅行の分野で初めて「ハワイサテライトオフィス」の認定を受ける同社。JTBグループのハワイへの団体旅行のうち、約7割は同社の取り扱いで、中でも新宿第五事業部は、大手企業のコンベンションやインセンティブを中心に20%のシェアを誇る。毎年3月開催のJTBグループのオリジナルイベントである「ホノルル フェスティバル」の取扱い、また、数千人規模の大型案件も多く、「JTBグループの中で、ハワイのMICEにおいて、一番の実績があり、当事業部には実施にあたってのノウハウが蓄積されている」(阿部氏)という。

インセンティブを中心に、ハワイへのニーズは高まっている。「家族で行ってもすべての年代で楽しめるので、ハワイは一番喜ばれるデスティネーション。インセンティブ先として選ぶ企業が増えている」状況だ。

一方、修学旅行だけでなく、研修旅行も含めた教育旅行全般を全国規模で手掛けるべく、2015年度にスタートしたのが国際交流センター。設立の背景について、松村氏は「各学校でグローバル人材育成の機運が高まっており、新しいデスティネーションやプログラムの提供が教育旅行を行う上で学校側から強く求められるようになった」と語る。

そうした動きの中で、注目するのがハワイだ。JTBグループの教育旅行におけるハワイの取り扱い、全体の5～6%で、そのうちの約8割が修学旅行。松村氏は「ハワイは、レジャーのイメージが強いが、英語圏で、多様な文化と独自の

自然がある点で、グローバル人材育成において最も適したデスティネーションのひとつ」と太鼓判を押す。また、州知事夫人が教育に熱心で、「学校交流に力を入れる姿勢を見せている」点も、ハワイに力を入れる大きな理由となったという。

「ハワイに強い」の証明 認定が大きなアピールに

新宿第五事業部と国際交流センターでは、それぞれ17名が「アロハプログラム」の上級を取得。阿部氏は「当事業部には、ハワイをよく知る人材が集まっており、ノウハウを自然と育むことができる。それはセールスの上で大きな武器となり、それを示す上でも今回のサテライトオフィス認定は自然の流れとなった」と語る。

さらに「ノウハウがある点をまだまだ充分アピールしきれていないと感じている。各企業に対して、今回のサテライトオフィスの認定が法人部門で初ということもあり、良いアピールになるのではないか」と、今後の効果に期待を示す。

また国際交流センターでも、「グローバル人材育成に適したデスティネーションとして、ハワイを強化していく上で、サテライトオフィス認定は、ぜひ取得したいと考えた」(松村氏)とあるように、「ハワイに深く関わっている」姿勢を表す手段として、サテライトオフィスの認定取得に至った。

新たな展開に意欲 グローバル展開や協力態勢構築

今後、MICEの分野で意欲を見せるのがグローバル展開だ。阿部氏は「日本企業のグローバル化が進んでおり、これからは、日本だけではなく、北米やアジア、欧州やオセアニアなど、全世界を対象とした日本企業のグローバルMICEの開催地としてハワイを提案していきたい。その上でサテライトオフィスである点は非常に効果的だ」と語る。

また教育旅行の面で、松村氏が期待するのがハワイ州観光局(HTJ)やハワイ州政府との協力関係。「HTJや州政府と一緒にプロモーションすることのメリットは大きい」と指摘する。強みを活かした新たなプログラム開発にも意欲的で、「今後は修学旅行だけでなく、より専門的な研修旅行を誘致したい。例えば、オアフ島だけでなく、ハワイ島でフィールドワークを行うような専門性の高いプログラムを積極的に展開していきたい」考えた。

株式会社エイチ・アイ・エス(HIS) Lealea Hawaiian Village by H.I.S. Fukuoka



「ハワイ強化」の一環 大阪、東京での成功も後押し

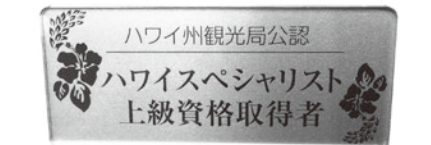
HISにとって、大阪駅前ハワイ支店、Hawaii 新宿三丁目営業所に続く「ハワイ専門店」となった同店は、今年の1月9日にオープンしたばかり(ソフトオープンは昨年末)。スタッフ4名全員が「アロハプログラム」の上級取得者だ。

店舗開設の経緯について、同社九州営業本部TOURディビジョン企画チームの野瀬岳裕氏は「当社全体でハワイを強化していこうという動きがあり、その一環で福岡でもハワイ専門店を開設するに至った」と語る。

また、大阪と東京の既存の「ハワイ専門店」での成功も店舗開設の後押しとなったようだ。「大阪駅前ハワイ支店、Hawaii 新宿三丁目営業所は、共に非常に人気を集めており、実績を上げている。福岡でも人通りの多い天神の中心部という立地の良さを活かし、路面店で開設することになった」という。

「アロハプログラム」を積極取得 独自の「上級取得者」バッジも

九州営業本部では、「ハワイ専門店」開設以前より、店舗スタッフへの「アロハプログラム」取得を進めている。ハワイ専門店スタッフは、上級取得者の中でも、ハワイ渡航歴が豊富で、特に詳しい人を厳選しているという。



ハワイ専門店に限らず上級取得者が在籍する店舗では、上級認定証を掲出するほか、上級取得のスタッフは、ひと目で分かるよう、同社独自の「上級取得者」バッジを付けている。目立つバッジなので、「お客様もすぐに気づかれるので、接客に役立っている」とのことだ。

ハワイアン雑貨を販売 定期的なイベントも

店舗は、同社福岡天神本店があるビルの1階にあり、ウェディング専門店の「アバンティ&オアシス福岡店」が隣接する。店内は、ハワイの雰囲気を感じさせるトロピカルな内装が特徴。大阪や東京



のハワイ専門店同様、ハワイアン雑貨の販売も行っている。

オープンからまだ日は浅いが、集客は上々。ハワイ特産のコナ・コーヒーをサービスしたり、ポリネシア・カルチャー・センター(PCC)のダンサーによるフラを披露したり、月に1回程度、イベントを開催し、集客につなげている。

成約率がアップ 九州唯一の「ハワイ専門店」による効果

店舗開設後の効果について、野瀬氏は「ハワイ旅行に関する問い合わせや予約を、この店舗に集約させるようにしている。ハワイに詳しいスタッフが対応することで、成約率アップにつながっている」と強調する。売上も福岡天神本店の去年の実績を比較すると、「毎月、非常に大きな伸びを見せている」と好調だ。

福岡だけでなく、同店舗は九州唯一の「ハワイ専門店」。その大きな強みも発揮されているようだ。ちなみに同社では「熊本ハワイ・ビーチ営業所」も観光局の「サテライトオフィス」の認定を受けているが、こちらはハワイ以外のビーチ全般も取り扱う。

今後は、物販の強化や隣接するウェディング専門店との連携、新しい切り口による店舗イベントにも力を入れる考え。今年2月に開かれた観光局主催の「ハワイフェスタ」ではブースを出展、店舗の告知を行うなど、外部イベントへの参加、協力も進めていく。

MICEでもディズニーらしい演出で特別な体験 万全の受け入れ体制で个性的なプランをサポート

オアフ島コオリナ地区に広がるアウラニ・ディズニー・リゾート&スパ コオリナ・ハワイは、レジャーだけでなくMICEの受け入れでも高い評価を受けている。企業のインセンティブツアーや社員旅行からさまざまなイベントまで、過去には30名から1000名規模の受け入れを行ってきた。充実の施設、リクエストに応じた柔軟な対応、ディズニー流のホスピタリティー、ディズニーでしかできない独自プログラムで思い出に残る个性的なプランをサポートしている。

過ごしやすいコオリナ ゴルフやショッピングも充実

オアフ島の南西側に広がるコオリナ地区は、北東から吹く湿った貿易風が背後の山々で遮られるため、乾燥した風が流れ込み、天気の良い日が多い。また、島の西側に位置するため、海に沈むサンセットが美しく映える地区としても人気を集めているところだ。

コオリナとは、『The Place of Joy (至福に満ちた場所)』という意味。その過ごしやすい環境だけでなく、リゾートとしての施設も充実している。アウラニからは、米女子ゴルフトーナメントLPGAの「ロッテ・チャンピオンシップ」が毎年開催される「コオリナ・ゴルフ・クラブ」などのゴルフ場へも近いほか、「ワイケレ・プレミアム・アウトレット」などショッピングを楽しめる場所にも気軽にアクセスすることができる。

とっておきのMICEを実現する 3つのポイント

アウラニなら、とっておきのMICEプランを実現することができる。そのポイントは3つ。まず、ディズニーのリゾートだけにディズニー流のアレンジでオリジナルパーティーあふれるプランをサポートしており、人気キャラクターの手配、ディズニー風のテーブルアレンジなど他では真似のできない演出を可能にしている。年齢を問わず誰もが楽しめることも大



きなメリット。広いリゾート内ではさまざまなプログラムやイベントが用意されており、追加料金なしで参加することができる。

さらに、ワイキキの喧騒から離れた場所にあるため、静かな環境でゆったりとした時間を満喫できる点も大きなポイント。美しいビーチをはじめ、周辺にはハワイの雄大な自然を体感できるスポットも多い。

ディズニーだからできる 特別な体験

アウラニが選ばれる理由ひとつがディズニーならではのホスピタリティー。その最大の特長が、ミッキーやミニーなどディズニーの人気キャラクターをパーティーやレセプションで手配できることだ。

また、リクエストベースで、子供向けビュッフェセット、ミッキーをテーマにした会食などスペシャルメニューもアレ



ンジが可能。きめ細かいサービスでオーガナイザーの要望に込えている。

宿泊ゲスト用にハワイの自然や文化を体験できるグループ・アクティビティーも多彩にそろう。「ディズニー・フレンズ・ダンス・パーティー」「ファミリー・ファン・アニメーション」「オハナ・ビーチ・ゲーム」など家族で楽しめるプログラムから、フラ、ウクレレ、レイ・メイキングなどの文化体験教室まで提供。ヨガなど健康志向のアクティビティーも人気を集めている。これらのアクティビティーは、パーティーの催しとしてカスタマイズすることも可能だ。

リゾート内には子供向けのプログラムが多彩に用意されており、特にキッズルームの「アンティーズ・ビーチ・ハウス」は、万全のセキュリティ体制のもとで子供だけでも安心して遊べるため、子供連れのインセンティブにとっては大きな味方になるはずだ。

このほか、日本人ゲストへの対応も充実。コンシェルジュには日本語対応可能

なスタッフもあり、フロントデスクにも日本語ができるスタッフが常駐している。部屋から電話で日本語での案内を頼むことも可能だ。

目的と人数に合わせて選べる 多彩な施設

アウラニにはユニークな演出が可能な施設も充実している。最大1200名まで受け入れ可能なビーチでは、ステージや海上スクリーンの設置のほか、花火のアレンジもできる。また、オアフ島では珍しくビーチでアルコール類が楽しめる点もアウラニならではの。

このほか屋外では、最大900名収容可能な芝生のガーデン「ハラヴァイ・ローン」、白い砂浜と美しい海に臨む「アマアマ・パティオ」、貸し切りも可能な「ワイラナ・プール・デッキ」などがあり、目的と人数に応じて選ぶことができる。また、ビーチ以外の屋外にはキャラクターを手配することが可能だ。

屋内には、利便性に優れた「カイオナ・ボールルーム」と「カアラ・ボールルーム」があり、さまざまな規模のパーティーやイベントに対応している。



緑豊かなハラヴァイ・ローンでガーデンパーティー



サンセットを見ながらのビーチパーティー

日本アクティ・システムズ

ディズニーらしい演出でモチベーションアップ

東京に本社を置くシステム開発会社「日本アクティ・システムズ」は2015年6月にアウラニへの社員旅行を実施した。同社は毎年、国内と海外で交互に社員旅行を行っており、創立30周年を迎えた昨年は、社員の投票によってハワイが選ばれた。ハワイは今回で2回目だ。

代表取締役社長の山口博之さんは、ハワイでもアウラニを選んだ理由について、「創立記念ということもあり、なかなか行く機会のない場所を選んだ」と話す。東京と大阪から2班に分け、それぞれ3泊5日。参加者は社員の家族も含め総勢220名。全員全泊アウラニに滞在した。

2班のツアー旅程のうち、1日だけ重なる日をつくり、合同で屋内パーティーを実施。会場にはステージをつくり、23のテーブルを用意し、ミッキーやチップとデールなど人気キャラクターを呼んで、場を盛り



上げた。山口さんは「ディズニーらしい演出にくわえて、220名でも十分の対応力を示してくれた」とアウラニを評価する。

現地ではフリーな時間を多く設け、クアロアやダイヤモンドヘッドなどへのオプションツアーを用意した。アウラニのあるコオリナ地区はワイキキから離れているため、バスの手配が必要だったが、「それでも、アウラニは泊まる価値のあるところ」と山口さん。社員のアンケートでも、アウラニは「気候がよく快適だった」「フリーの時間でもいろいろ楽しめた」「家族連れでも安心」という意見が寄せられたと明かす。

同社には若い社員が多く、ハワイは初めてという参加者も多かったという。ハワイの自然と文化を体験し、ディズニーの演出を楽しんだことで、「仕事への意欲もさらに高まったようだ」と、アウラニを選んだことに満足感を示した。

フォーエバー・リビング・プロダクツ・ジャパン

柔軟な対応で大規模インセンティブもスムーズに

健康食品の輸入販売会社「フォーエバー・リビング・プロダクツ・ジャパン」は2015年1月に、優秀な成績をおさめた会員(フォーエバービジネスオーナー)を対象にしたインセンティブ・プログラム「PCMリフレッシュセミナー」をハワイで実施。4泊6日の旅程のうち、前半の2泊はアウラニに、後半の2泊はワイキキのホテルに滞在した。

同社ではこれまでに何度も隣島も含めたハワイで同様のセミナーを行ってきたが、同社インセンティブ部部長代理の中禮和人さんは、2015年にアウラニを選んだ理由について、「創立30周年の特別な年ということもあり、今までにないインセンティブにしたかった」と話す。また、「アウラニのスタッフ



丸となった対応」も決め手になったようだ。実際に、準備段階でも開催段階でも、「さまざまなリクエストに柔軟に対応してくれた」と受け入れ体制の質の高さを評価する。

アウラニでは、有料ツアーとして主催した「みんなでハワイ」の参加者と合同でピクニックランチを開催。インセンティブの参加者200名と合わせ総勢750名の大規模



ランチとなり、「3回転させなければならなかったが、アウラニのケータリングチームの働きもすばらしかった」と感謝を示す。

有料ツアーの参加者の宿泊ホテルは全泊ワイキキのホテル。ランチに参加したあと、「アウラニに泊まりたかった」との声も多く、新たにモチベーションを高める機会にもなったようだ。

また、成績優秀会員の表彰式は、屋外のハラヴァイ・ローンにステージを組んで実施。人気キャラクターも登場させるなどディズニーらしい演出で参加者を喜ばせた。「アウラニは、リゾート自体がテーマパークのような楽しさがあり、いろいろなアイデアの実現もサポートしてくれる」と中禮さん。また、コオリナは天気がよく屋外イベントでの心配も少なく、静かな雰囲気も離島にいるような感じだった」という。創立30周年という特別な年にふさわしいインセンティブになったようだ。

誰もが楽しめるハワイらしい宿泊体験を提供 新しいサービスや施設が続々登場

アウトリガー・エンタープライズ・グループは、アジア太平洋地域で最大のホスピタリティー企業のひとつ。そのハウスブランド「アウトリガー・リゾーツ」の代表的なホテルがワイキキの「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」だ。ハワイらしさを感じられるリゾートとして日本人旅行者からも引き続き高い人気を誇っている。新しいサービスや施設も続々と登場。さらに、マーケットでの訴求力を高めている。

「ブルーノート・ハワイ」がオープン
これまでにない夜の過ごし方を提案



昨年12月、アウトリガー・ワイキキ・ビーチ・リゾートに「ブルーノート・ハワイ」がオープンした。ブルーノートは、ニューヨークのほか東京や名古屋にもある日本でも人気のジャズクラブ。ブルーノート・ハワイは世界で6カ所目の展開となる。

アーティストや公演内容については、ブルーノート・エンターテインメント・グループのニューヨーク事務所が手配するため、本場ニューヨークとおなじミュージシャンの公演が楽しめるほか、地元ハワイの人気ミュージシャンもパフォーマ



ンスを披露。今までにない大人のナイトクラブとして観光客のみならず地元の人たちのあいだでも人気を集めている。

ブルーノート・ハワイは、アウトリガー・ワイキキ・ビーチ・リゾートのロビー階にあり、広さは9,000平方フィート(約835平方メートル)。最先端の音響・照明機器を備え、300以上の座席を用意している。プライベートファンクションなどイベントスペースとして貸し切れることも可能だ。

アウトリガー・リゾーツでは、そのブランド方針としてカルチャーやエンターテインメントに力を入れており、このブルーノート・ハワイもその一貫として誘致した。ワイキキの中心にあることから、新しい夜の過ごし方として今後も注目を集めそうだ。

クラブラウンジが今春オープン
ハワイ産食材の朝食も提供

アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビー

チ・リゾートでは今春、オーシャンフロントの場所に新しく「V47クラブラウンジ」をオープンさせる。VはVoyager(航海者)を、47はアウトリガーのホテルが最初にオープンした1947年を示す。今後、ハワイをはじめアジア太平洋の他のアウトリガー・リゾーツにも導入を進めていく計画だ。

このクラブラウンジを無料で利用できるのは、オーシャンフロントおよびスイートルームの宿泊者(シティビュースイートは除く)。朝食ではハワイ産の食材を使ったメニューや同じくハワイのオリジナルコーヒーなどを提供。夜もローカル素材にこだわったカクテルを提供する。

新たにサンセットセレモニーを企画
パウ・リニューアルも好評継続

このほか、1日を締めくくるとして両ホテルで週2回「サンセットセレモニー」を新たに設けた。アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リゾートは月曜りと木曜日、アウトリガー・ワイキキ・ビーチ・リゾートは火曜日と金曜日(変更あり)に提供され、誰でも参加することができる。

一方、1日の始まりを夫婦の愛の誓いで迎える「パウ・リニューアル・セレモニー」も引き続き好評だ。アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リゾートではホテル前のビーチで火曜日と金曜日、アウトリガー・ワイキキ・ビーチ・リゾートではビーチ沿いのデッキエリアで月曜

りと木曜日に執り行われる。両ホテルの宿泊者は無料で参加可能。セレモニー後には特製証明書を記念として提供している。



スポーツイベントを積極的に支援
4月のハーフマラソンにも協賛

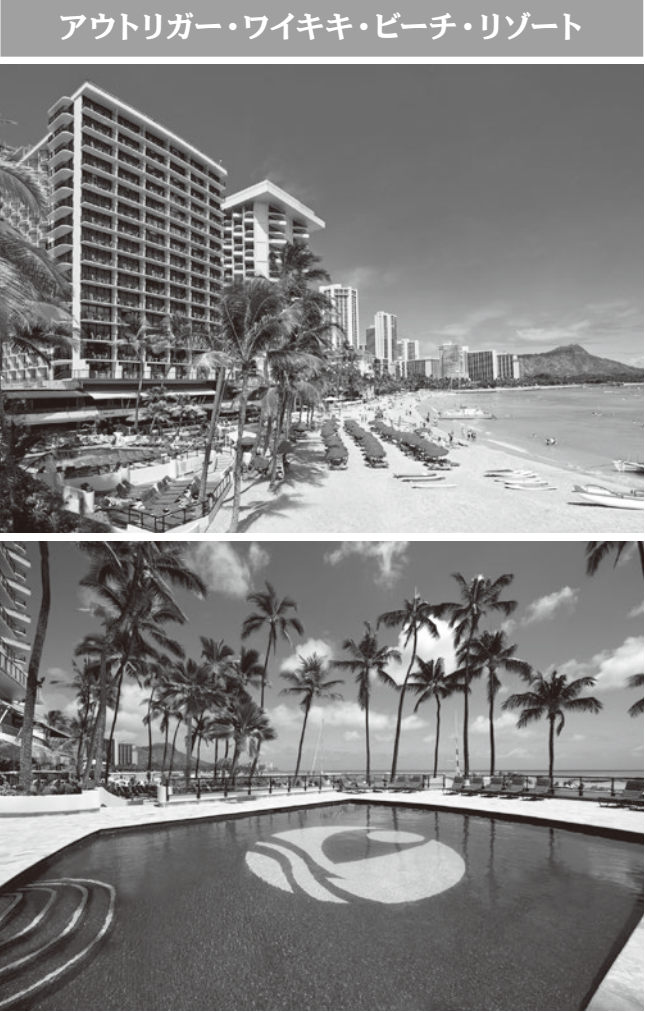
アウトリガー・リゾーツは、スポーツ振興と地域コミュニティへの貢献を目的として、ハワイで開催されるさまざまなスポーツイベントへの協賛にも力を入れている。今年4月10日に行われる「ホノルルハーフマラソン・ハバリア2016」ではコーポレートスポンサーを務めるほか、5月22日に開かれる「ホノルル駅伝&音楽フェス」、8月に開催されるマリンスポーツの祭典「デュークス・オーシャン・フェスト」、そして12月の「ホノルルマラソン」などでも協力している。

ワイキキで選べる2つのアウトリガー
それぞれの特長で日本市場に訴求

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ホテル。賑やかなワイキキでものんびりと時間を過ごせるリゾートとして日本人旅行者のあいだでも人気が高い。館内にはハワイの歴史的文化財や芸術作品を展示しており、ハワイの歴史と文化を体験できる点も特長だ。

一方、アウトリガー・ワイキキ・ビーチ・リゾートは、ワイキキ中心部のオン・ザ・ビーチとワイキキの目抜き通りカラカウア通りに面したロケーション抜群のホテル。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ショッピングにも便利な場所にある。また、館内にはアウトリガ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。

このほか、自社ブランドとして「オハナ・ホテルズbyアウトリガー」、独立ブランドの「カバルア・ヴィラ」「アラモアナ・ホテル」、ブランドフランチイズとして「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」「ホリデイ・イン・リゾート・ワイキキビーチコマー」などを運営している。



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・ホテルズ・アンド・リゾーツでは、ハワイ各島やグアムのほかにアジア太平洋の各地域でリゾートを幅広く展開している。

〈タイ〉	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・ラグーナ・プーケット・リゾート・アンド・ヴィラ アウトリガー・コサムイ・ビーチ・リゾート
〈モーリシャス〉	アウトリガー・モーリシャス・ビーチ・リゾート
〈モルディブ〉	アウトリガー・コノッタ・モルディブ・リゾート
〈フィジー〉	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
〈グアム〉	アウトリガー・グアム・ビーチ・リゾート



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・コノッタ・モルディブ・リゾート



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。

太平洋地区に広がるアウトリガーのおすすめリゾートラインアップ



【ハワイ】
アウトリガー・リーフ・
ワイキキ・ビーチ・リゾート



【グアム】
アウトリガー・グアム・
ビーチ・リゾート



【プーケット】
アウトリガー・ラグーナ・
プーケット・ビーチ・リゾート



【モルディブ】
アウトリガー・コノッタ・
モルディブ・リゾート
*2015年夏オープン

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

www.facebook.com/outriggerhotelsjapan

*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ホテルも名称変更いたしました。

HAWAII FIJI THAILAND GUAM MAURITIUS MALDIVES UPCOMING: CHINA VIETNAM


OUTRIGGER
RESORTS

近畿日本ツーリスト

KNT

初心者からリピーターまで 幅広く今までにないハワイを訴求



コンドミニアムの活用が奏功 卒業旅行ニーズに合致

2015年下期のハワイの販売状況は対前年と変わらず堅調を維持した。それを支えたもののひとつが、年末から販売を開始した「売り切れゴメン！」シリーズだ。第3カテゴリーの価格訴求型ながらホテルを厳選し、なかでもキッチン付きのコンドミニアムに宿泊するツアーが飛躍的に人気を博した。好調の理由を「時期的に学生の卒業旅行の需要が高いときだったというプラス要因もあるが、今まで第3カテゴリーでのコンドミニアム商品がなかったこと、そして値ごろ感がニーズと合致した」と、塚田氏は分析する。

新しい切り口で 隣島の魅力を訴求

2016年度上期商品では、隣島商品で新しい切り口によるユニークな商品を盛り込んだ。まず、旅慣れたリピーター向けにアピールしているのが、ホリデイの「世界遺産キラウエア火山に泊まるハワイ島6日間」。キラウエア火山近くの火口が見えるホテル「ボルケーノ・ハウス」のクレータービューの部屋に滞在するのがポイント。朝、昼、夜のそれぞれのキラウエア火山の表情を堪能できる。

またレンタカー利用が多い点を想定し、レンタカーを組み込みにした点も特徴。さらにWi-Fiルーターも付くので、スマートフォンの地図アプリをナビ代わりに利用できる。

ホールセラー商品ではユニークな3島を訪ねる「愛されるハワイの島々をめぐる旅 3島周遊8日間」は、ハワイが初めての方や熟年層向け。「ゆったりした日程で、ハワイ各島の魅力を堪能していただけるツアーを造成した」と塚田氏。ハワイ島、マウイ島、オアフ島それぞれ2連泊、部屋は各島オーシャンビュー／フロントで、2名催行保証・毎日出発と、充実の内容でメディア系旅行会社によくあるタイプの商品との差別化を図る。

ハネムーンは思い出に残るものを 「天国の海」を組み込んで強化

ハワイの主力商品であるハネムーンに関しては、別パンフレットで展開。なかでも人気の商品は「憧れの天国の海で心満たされる6・7日間」。これはオアフ島

北東のカネオヘ湾の沖、干潮時に現れる遠浅の「天国の海」サンドバーのツアーを組み込んだもの。「このツアーは、ハワイでの希少な体験が楽しめるものなので、本体のハワイパンフレットにも2016年から掲載し、販促を図っていく」と、塚田氏は強調する。

「まつりインハワイ」に参加 人々の祝福に包まれたウエディング

またウエディング商品では、「5万人に祝福してもらうハワイウエディング」を企画。毎年6月に開催される同社主催イベント「まつりインハワイ」の最終日に、結婚式を終えたカップルがオープンカーに乗って、カラカウア通りのパレードに参加し、沿道の人々からも祝福してもらうという内容だ。

「まつりインハワイ」は、今年で開催第37回を数え、今では州公認の国際文化交流イベントにまで成長。日本からの参加も含む数多くの団体によるパフォーマンスがホノルル各所で繰り広げられる。カップルが参加する「パンパシフィック・まつりパレード」は、イベントのフィナーレを飾るもの。長野氏は「全社をあげてこの歴史ある参加型イベントに取り組むなかで、より思い出に残るハワイウエディングができると企画した。お二人はもちろん、ご両親をはじめ参列者の方もまつりイベントに参加でき、満足度は高い」と自信をみせる。沿道5万人による祝福、両親への感謝、そして一緒にパレードに参加するという希少な体験は、新婚カップルだけでなく列席者全員の心に残るウエディングになるという。

観光局のプロモーションとも連携

ハワイ州観光局(HTJ)が展開する各種プロモーションとの連携も図る。今年からスタートした「有休ハワイ」に関しては、ゴールデンウィーク前に発表する「大人の夏休み」商品に「有休ハワイ」のロゴを掲載。また、HTJが昨年から実施している「妖怪ウォッチハワイ」では、夏の家族旅行商品「ファミリーゾート」で対応。昨年は、ツアー参加の12歳未満の子供に「ホリデイオリジナル妖怪ウォッチフェイラタオル」をプレゼントするなどの特典を提供、今年もキャンペーンとの連携を図る。

ジャルパック

JALPAK

ニーズに応えたワンランク上の商品を提供 発売タイミングを見極め、早期予約を促す施策

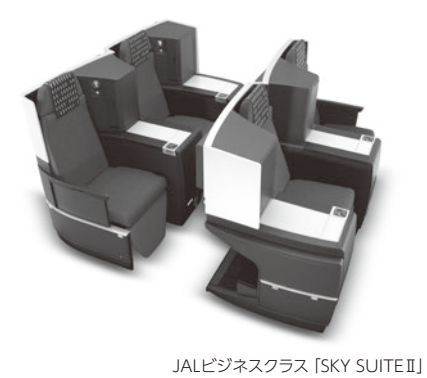


ビジネスクラス、プレミアム エコノミー利用の商品を強化

2015年下期のハワイ方面で、顕著だったのはブライダル需要。特に11月を中心に大きな伸びを見せた。またビジネスクラス利用のニーズも引き続き高く、2016年度はビジネスクラス、さらにホノルル線でも搭載が始まったプレミアムエコノミークラス利用の商品強化に努める。

特に今年1月より日本航空(JAL)の羽田-ホノルル線のコンフィグレーション変更に伴い、ビジネスクラスが56席に倍増。プレミアムエコノミーも40席導入され、ジャルパックにとって大きなビジネスチャンスになると考えている。すでに成田-ホノルル線では2015年3月よりフルフラットシートのビジネスクラス「SKY SUITE II」や座席のピッチが大幅に広がったエコノミークラス「SKY WIDER」を搭載した機材が運航しており、JALホノルル線はこれまで以上に快適な座席が増えた。

昨年度は機材変更の影響でビジネスクラスの座席が大幅に減少し、顧客ニーズに応えることができなかったこともあり、今年度での巻き返しを図る。五明田氏は「ビジネスクラスやプレミアムエコノミークラスを利用した上質な商品を提供し、本来ジャルパックが得意とする層への販売を強化していきたい」と意気込む。



早期受注を促進

2015年下期のジャルパック・ハワイ方面の販売状況は、取扱人数ベースでは前年をわずかに下回る結果になる見込みだ。円安による旅行代金の上昇や企業業績の回復で社員旅行や報償旅行などの団

体需要が堅調だったこともあり、ホノルル線の航空座席がタイトであったことが要因だ。

同社ではホノルル線のロードファクターが高い状況はしばらく続く想定しており、これまで以上に早期予約を促す仕掛けが必要だと考えている。例えば、ブライダル需要は例年、年末年始やGW、お盆といった大型連休明けに挙式申込みのピークを迎えるため、このタイミングに合わせて旅行商品も予約できるように、商品の発売タイミングや出発設定日を見直した。

今後は、これまでの上期、下期という商品造成サイクルだけではなく、商品によってベストなタイミングに発売できるような態勢を整えていく方針。また「早決90」など、旅行代金の割引だけではなく、120日前や60日前の予約でホテルのレストランやスパで使えるルームクレジット特典なども設定している。

WEB販売にも力を入れる HTJ「有休ハワイ」も意識

一方、WEB販売にも工夫を凝らす。最近では家族旅行のWEB予約比率が高くなる傾向にあり、特に夏の人気商品「ファミリージェットで行くハワイ」はWEB予約比率が8割に達するほどだ。この商品専用に用意しているコンテンツサイトでは、昨年参加したファミリーの様子や感想を紹介し、実際に参加した人の声を通じて商品の魅力を届けるよう工夫している。

また、ホノルルマラソンやセンチュリーライド等のイベント参加型商品もWEB予約比率が高くなる傾向にあるため、動画でのツアー紹介やツアー参加者の生の声を届けることで商品の魅力を伝えるような工夫をしている。

ハワイ州観光局(HTJ)が20~50代の働く世代をターゲットに展開している「有休ハワイ」キャンペーンとの連動も図っていく。ジャルパックではこれまで「急に取れた有休を楽しむ」「せっかくの有休を効果的に」といった視点から、自社サイトで「有休」関連の需要取り込みを図ってきたが、五明田氏は「今後はハワイ州観光局の『有休ハワイ』キャンペーンで使用されている美しいハワイの写真を活用しながら、パンフレットやWEBで『有休を使ってハワイへ』という流れを後押ししていきたい」と意欲を見せる。



多彩なプランで大切な記念日を演出 ジャルパックのハワイ



人気のオリジナル観光「ホクレア」(イメージ)

新登場の「アニバーサリープラン」 トロリーやクルーズを貸し切り

新登場の「アニバーサリープラン」は、ハネムーンやブライダル、3世代旅行などをターゲットに大切な記念日を華やかに演出する特別なプランを用意する。

「ハワイで思い出に残る特別なひとときを過ごしていただく」をコンセプトに3つのプランで構成され、「レインボートロリー チャータープラン」は、ジャルパックが定期運行する「レインボートロリー」を、1台丸ごとチャーターできる内容。1日1台限定、日本語ガイドが同乗し、約1時間30分にわたって記念写真に適したスポットを巡る。代金は1台4万8000円という設定で、すでにブライダルや3世代旅行を中心に予約が多数入っている。



レインボートロリー チャータープラン (イメージ)

「クルーズチャータープラン」は、豪華クルーザーの貸し切りプラン。所要3時間(クルーズ貸切時間2時間)で料金は39万8000円と高級志向の旅行者による利用を想定した。また「レストラン記念日プラン」は、記念日に相応しいワイキキを代表する人気レストランでのランチとディナーをラインナップした。ダイヤモンドヘッドが見える席を事前予約するなどジャルパック限定の特別なプランを用意した。その他、ブライダルカップルとその同行者には、カップルと同行者が3部屋/3連泊以上すると、最大6名までディナーが1回無料やカップルの部屋をアップグレードするなどの特典プランも用意している。

ホテルルームにこだわり ジャルパックだけの事前指定

ジャルパックのハワイ商品で、特にこだわりを見せるのがホテルのルームカテゴリー。部屋番号指定や眺望指定など、きめ細かなニーズに応え、リピーターも多い。例えばモアナ サーフライダー ウェスティン リゾート&スパでは、タワーウイング各フロアに1部屋しかない、ダイヤモンドヘッドが見える「ダイヤモンドヘッド・スイート96号室」(9階以上)など、ジャルパックだけの事前予約が多数揃う。スイート系のルームカテゴリーでは、4連泊以上でレストランやスパで使える900ドル分のリゾートカードが付くのも嬉しいポイントだ。



ダイヤモンドヘッド・スイート96号室 (イメージ)

また、オリジナルのサービスも多数企画。7～9月出発限定で、モアナ サーフライダー ウェスティン リゾート&スパのシンボルでもあるパニヤツリの下でのブフェディナーは同社限定。ワイキキのシェラトンホテルズ宿泊の対象ツアーなら滞在中1回無料で参加できる。



ジャルパック限定のパニヤツリの下でのブフェディナー (イメージ)

ほかにもモアナ サーフライダー ウェスティン リゾート&スパのスパ施設「モアナ・ラニ・スパ」の施設無料利用(滞在中1回)やホテルラウンジの利用など、滞在ホテルごとの特典が充実しているのも特徴だ。

改良を重ねたホクレア観光 ジャルパックだけのユニークな内容

ジャルパックオリジナル観光が楽しめる「ホクレア」は内容をさらに改良。追加料金なしのスタンダードルート「ノー

スショア&ハレイワ」では、ハレイワの滞在時間をもっと長くしてほしいという声を受けて、今上期からはハレイワコースを選択すれば2時間半(従来は2時間)の滞在を可能にした。「カイルアタウン散策」も、人気のパンケーキ店に入店しやすくするため出発時間を繰り上げた。

プレミアムルート(追加料金要)では、新たに「パールハーバー 戦艦ミズーリ&航空博物館」を設定。3世代旅行やシニアでも楽しめるルートを設定したいという思いから企画担当者が実際に視察、体験し、十分に楽しめる内容と確信してルート化したもの。利用者からの評判も上々ですすでに人気を集めている。

同じくプレミアムルートとして設定している「トップ・オブ・タナラス」もジャルパックだけのオリジナル観光として人気が高い。通常オプションルツァーで訪れる「タナラスの丘」から車でさらに10分ほど登った場所から、より雄大な夜景を鑑賞できるのが特徴となっている。



こころはずむ風景を探しに。

ワイキキビーチ (ハワイ)

いい旅、あたらしい旅。

JALパック



4月からのツアー 好評発売中!

<https://www.jal.co.jp/intltour/>

JALパック

検索



明日の空へ、日本の翼

バリエーションに富むハワイウェディング 注目度高まるコオリナではファーストクラスの挙式を

ハワイ専用サイトがオープン

日本人の海外ウェディングを牽引するワタベウェディングは、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。なかでも圧倒的な人気を誇るハワイでは、1973年にワイキキの中心部にサロンを開き、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きた。

同社ではこのほど、リゾ婚準備初心者向けハワイウェディングススペシャルサイトをオープン。ワタベウェディングが提供しているハワイ3島18の挙式会場をチェックできるほか、事前の準備から挙式当日、帰国後のアフターパーティーまでの流れが分かりやすく紹介されている。国内のサロンには豊富な知識と経験をもつハワイのスペシャリスト検定上級を保持するスタッフが多く、こうした熟練のプランナーがお勧めのエリアやチャペルを紹介しているのも興味深い。

また、同サイトでは、今SNSで話題のシンガーソングライター山下歩さんが歌う「ハワイウェディングの唄」を聴くことができる。リゾ婚準備を経験したカップルの多くが共感する“あるある”が、軽快な音楽によって描かれている一曲だ。

なお、ワタベウェディングでは、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」と呼び、さらに隣島を「ネイバーアイランド」としてエリアごとに特徴を打ち出している。そのため、海の見える風景にこ

だわりたい、ハワイの伝統や歴史を感じたい、豊かな自然の中で祝福されたいなど、カップルの好みに応じたウェディングシーンの提供が可能となっている。

ハワイの聖地、コオリナの魅力

ハワイ4エリアの中で最も注目度の高い場所といえば、やはりコオリナだろう。ハワイの古代王族に愛された土地として知られており、「ロイヤルリゾート」と呼ばれるのもそのためだ。

島の西部に位置するコオリナは、“オアフの中の隣島”と呼ばれている通り、ワイキキの喧騒とはかけ離れたラグジュアリーなリゾート。エメラルド色に輝く4つのラグーンを中心に、豪華なホテルやコンドミニアム、チャペル、マリナー、ダイニングレストラン、チャンピオンシップのゴルフコースなどが点在し、フォーシーズンズ・リゾートのオープンが近いことでさらに脚光を浴びている。

ワイキキからコオリナまでの移動は車で約50分だが、ウェディングカップルにはストレッチ・リムジンを用意。宿泊ホテルまで迎えに来てくれる送迎サービスを申し込み、乳幼児や高齢者を伴う列席者にとってもチャペルまでのアクセスに負担はかからない。



また、ウェディングにおけるコオリナの最大の魅力は、なんといっても風光明媚なロケーションにある。晴天率の高いエリアとしても知られているので、抜けるような青空と海をバックに、白砂のビーチやラグーンを格別のフォトスポットとして活用できるのだ。また、水平線に沈む美しい夕陽やハワイの歴史を感じさせる「ハワイアン・レイルウェイ」の線路など、コオリナでは魅力的なフォトスポットに事欠かない。

ハワイで人気No.1 コオリナ・チャペル・プレイス・オブ・ジョイ

ワタベウェディングでは、コオリナに3つのチャペルを展開しているが、なかでもハワイで一番人気を誇るのが、コオリナ・チャペル・プレイス・オブ・ジョイだ。真っ白なチャペル内の祭壇奥には、全面ガラス窓の向こうに海と空が溶け合う青の世界が広がる。チャペルの目の前には美しいビーチが横たわり、親族や友人と想いのままに撮影できるのも同チャペルの魅力だろう。ガーデンでのケーキカットから始まるパーティーは、同じ敷地内の「オーシャンフロント コオリナ・ヴィラ」で。ハワイアン・テイストを取り入れつつ、日本人の味覚に合うオリジナルメニューが好評だ。

なお、コオリナには、ワンランク上のラグジュアリーなウェディングを叶えてくれる「ホヌカイルニ コオリナ・プレイス・オブ・ウェリナ」とカジュアルなウェディングに最適な「アクアベール フレ・マリナー・コオリナ・ル・ブラージュ」がそろっている。



ワイキキの新チャペル ジ・アカラ チャペルがオープン

この2月、ワタベウェディングはワイキキ地区に新たなチャペル「ジ・アカラチャペル」をオープンした。ヒルトン・ハワイアン・ビレッジ・ワイキキ・ビーチ・リゾートの中庭に佇む同チャペルは、クラシカルな白亜の外観が印象的。木漏れ日が差し込む館内は開放的で、まさに楽園ハワイを感じられるガーデン・ウェディングの理想形となっている。



フォトシューティングには、2014年に全米ベストビーチ1位に輝いたデューク・カハナモク・ビーチがお勧め。ダイヤモンドヘッドと青い海をバックに収める最高の瞬間は、何よりの思い出になるだろう。また、新チャペルがヒルトンに位置していることで、カップルや列席者が同一ホテルに宿泊できるのも大きなメリット。海を望むレストランでのパーティーやアフターウェディングの観光拠点として、利便性に優れている点も見逃せないポイントとなっている。



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ー会場等、花嫁の憧れが詰まったチャペル。



ホヌカイルニ 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・マリナー・コオリナ・ル・ブラージュ

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

ジ・アカラチャペル

ヒルトン・ハワイアン・ビレッジ内の緑溢れるガーデンに建つ白亜のチャペル。ビーチ撮影やパーティーなど全てがヒルトンで叶う。



その日は、消えない。
WATABE WEDDING

お問合せ ☎ 0120-41-2141

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/グアム/サイパン/オーストラリア/ニュージーランド/タヒチ/北米/カナダ/パリ/フィレンツェ/パリ
【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
【国内サロン】札幌/仙台/新潟/金沢/高崎/宇都宮/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/広島/岡山/福岡/熊本/鹿児島/沖縄

ハワイで「最もハワイらしい」ホテル マウイ島で本物のハワイを体験!

マウイ島西岸、全米でも屈指の美しさを誇るカアナパリビーチに面するカアナパリビーチホテル。「最もハワイらしいホテル」として公認されているユニークなホテルだ。ここで体験できるのは、まさに本物のハワイ。他のホテルとは一味違う、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。

ビーチのベストポジション 広い客室からクジラ鑑賞も

マウイ島のカアナパリビーチの中心に位置する同ホテル。客室数は432室で、各部屋平均40平米とゆとりがあり、ハワイアン風のインテリアで統一。なかでもオーシャンフロントの部屋からは、毎年冬の季節に来るクジラの観賞が出来る。しかも歩いて5分の所にはマウイで大人気のシュノーケリング・スポット、ブラックロック(プウケカア)があるのでとても便利だ。またベランダでタバコが吸える部屋を全体の20%確保。無料Wi-Fi(客室及び中庭)を提供、リゾートフィーは不要な点も大きなアピールポイントだ。



ベストビューを誇るオーシャンフロント

広い中庭でハワイ文化を体験 豊富な無料アクティビティ

ホテルの自慢は、11ヘクタールもの広大な敷地。特に、ハワイの自然を感じさせる中庭は、のんびりとしたハワイの雰囲気を味わえる。ハワイ文化を体験できる無料アクティビティを多数用意。フラやウクレレのレッスン、中庭の植物について学ぶクラスやレイ作り体験、フラのステップを取り入れた「フラロビクス」、ハワイ語の学習クラスなど、多彩な内容をラインナップ。同ホテルが「最もハワイらしいホテル」と呼ばれる所以のひとつだ。



無料アクティビティでハワイ文化を体験

ルアウショーがスタート ハワイ流の「おもてなし」に触れる

昨年からは毎週月曜日に中庭でルアウショーがスタート。宿泊者は割引となるほか、月曜日以外にも中庭では無料のエンターテイメントやフラショーを行う。またチェックアウト時には、ホテルの全スタッフが身に着けているククイナツ



ルアウショー



レイセレモニーの様子

のレイをプレゼントするセレモニーが行われ、訪れるたびにレイの内容がグレードアップする。まさに「最もハワイらしいホテル」として、さまざまな面でハワイらしさを大事にしていることから、リピーターが多いというのも頷ける。

充実の子供向けサービス お得に、ホテルならではの楽しみも

子供向けサービスも充実。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名毎に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



アロハパスポートをプレゼント

タンブラリーなどのプログラムを楽しむ。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。

ラハイナ地区に近い立地 ショッピング、食事も便利

同ホテルから、おしゃれなショッピングやレストランが建ち並ぶラハイナの町へは、車で約10分。公共バス、または「ザ・アウトレット・オブ・マウイ」のシャトルも毎時運行しているの、便利だ。ホテルのレストランも充実。数々の栄誉ある賞に輝いたトム・ムロモトがエグゼクティブ・シェフとして腕をふるう「ティキテラス」は、ハワイのリージョナル・キューズを味わうことができる。なかでもサンデーブランチは、地元で大人気だ。



「ティキテラス」の料理に舌鼓

世界的に有名なカアナパリビーチ



リゾートフィーなし | KIDSは、無料で滞在 | 無料WiFi | 家族向け



HO'ONANE

[美しい人生]



KĀ'ANAPALI BEACH HOTEL
HAWAII'S MOST HAWAIIAN HOTEL

www.kbhmaui.com | 1-808-661-0011



ホットニュース

Hot News

Hot News

1

今年6月より一般宿泊可能に
ザ・リッツカールトン・レジデンス・ワイキキビーチ



2016年6月1日からホテル客室として、一般客の宿泊予約を受け付けているザ・リッツカールトン・レジデンス・ワイキキビーチは、ワイキキビーチから徒歩圏内で、ショッピングセンター「ラグジュアリー・ロウ」に隣接。全室広大なオーシャンビューでプライベートラナイ(バルコニー)を備えており、スタイリッシュな内装のステュディオ、1〜3ベッドルームレジデンス、penthouseなどの計307室で構成され、2009年以降、ホノルルで初めて新築オープンするホテルとして注目を浴びている。

レジデンス内には、インフィニティプールのプライベート・カバナや「ザ・リッツ・カールトン・スパ」、子供向け



「リッツ・キッズ・プログラム」など、バラエティに富んだ体験とアメニティを完備、そしてリッツ・カールトンの伝説的なサービスを提供する。

また、厳選したダイニングでは、五感を満足させる食事を用意しており、「BLTマーケット」は、レジデンスの開業日である4月15日にオープンの予定。ハワイ州初の店舗となる「DEAN & DELUCA」と、海外初進出となる「すし匠」も今夏にオープンする。

各室内には、大きなソファがエクストラベッドとなるため、3人目のエクストラチャージを無料としていることも魅力的。グランドオープンを記念して、期間限定の「3泊目無料及びBLTで使用する料飲クレジット(客室カテゴリーに応じて100〜200ドル)付き宿泊プラン」を提供している。

問い合わせ先:
ザ・リッツカールトン・レジデンス・ワイキキビーチ
日本予約センター: 0120-853-201
営業に関するお問い合わせは、
電話: 03-6817-1163、または
E-mail: sales@theresidenceswaikiki.com

Hot News

2

東京、大阪、名古屋、福岡からノンストップ
デルタ航空で行くホノルル



日本の4都市とホノルルを結ぶ
福岡ーホノルル線は今年就航5周年

東京(成田)、名古屋(セントレア)、大阪(関空)、福岡の日本4都市とホノルルをノンストップで結ぶのはデルタ航空だけ。ホノルルからアメリカ本土へのフライトもあるので、周遊旅行にも便利だ。特に今年は、福岡ーホノルル線が就航5周年を迎える。福岡から唯一のホノルルへの直行便として人気を集めている。

ビジネスクラス「デルタ・ワン」
高品質なサービスを機内で

ホノルル線の全フライトに180度水平になるフルフラットベッドシートを搭載。全席通路側の座席配置で、中央の隣り合う2席はカップルでの利用に最適だ。最新のエンターテインメントが楽しめる大型モニター、ウェスティンホテルがデルタ航空専用に開発した「ヘブンリーベッド」寝具、各座席に備える充電用コンセントとUSBポート、また日本でも人気のブランド「TUMI」のケースに入ったアメニティキットは、往復で異なるデザインを用意するなど、各種アイテムが充実。また、日本人総料理長監修の本格的な和食の機内食は事前予約ができる。

ホノルル空港のラウンジ
「デルタ スカイクラブ」

またホノルル空港の「デルタ スカイクラブ」は、ハワイアンカルチャーをテーマにした内装が特徴。日本行のフライト搭乗口の近くに位置しているので、利用しやすいのも大きなポイントだ。



デルタ・ワン(イメージ)

Hot News

3

進化し続けるアラモアナセンター
西側エリアがますます拡張、新規オープン続々



新しくオープンしたエヴァ(西側)拡張スペース。左に「ブルーミングデールズ」

約340店舗のショップやレストランが集まるハワイ最大、そして世界最大級のオープンエアのショッピングセンター、アラモアナセンター。昨年11月にエヴァ(西側)拡張スペースがオープン。高級デパート「ブルーミングデールズ」をはじめ、ハワイ初出店のショップや地元で人気のショップの移転拡張など、30店舗以上が新たに登場。ハワイ随一のショッピングスポットとして、これまで以上に賑わいを見せている。

西側エリアは今後も拡大を続ける。今年3月には、「ノードストローム」が移転オープン。また6月には「シロキヤ Japan Village Walk」、7月には「フードランド・ファームズ」のオープンを控えている。シロキヤ-Japan Village Walkは、その名の通り、日本の古都をイメージしたテーマパーク的な空間に、フードコート(屋台村)やショップ(日本小町)、イベント会場(お祭り広場)などを設ける。ま



ノードストロームが移転オープン



シロキヤ- Japan Village Walk (予定イメージ)

たフードランド・ファームズは、ハワイ最大の地元スーパーマーケット。ハワイ産食材を数多く揃え、おみやげ探しにも最適だ。

ほかにも今年は、ヴァレンティノやセリーヌ、モンクレール、ドルチェ&ガッバーナ、オメガなどの高級インターナショナルブランドのショップが新たに加わる予定だ。

Hot News

4

ホノルルがアートのメッカに
「ホノルル・ビエンナーレ」前に、「草間作品」初登場

ハワイで活躍するアーティストに加え、世界に名を馳せる第一線のアーティストたちを集結させるべく、来春発足予定の「ホノルル・ビエンナーレ」。単なる屋内展示だけでなく、コミュニティエリアや歴史地域、公共地区、さらにアッと驚くような場所での屋外展示も計画しており、まさにホノルルが世界の「アートのメッカ」となるべく準備中だ。

来春のスタートに先立ち、特別先行イベントとして、世界的に著名な現代美術家である草間彌生氏の作品「Footprints of Life」を、再開発が進行中の「ワードビルレッジ」内のIBMビルディングコートヤードで展示する。草間氏の作品は、アメリカ、アジア、太平洋地域からのアーティストに脚光を当てることに焦点をおいたホノルル・ビエンナーレのビジョ

ンを反映したものの。近隣住民や観光客に、気軽にアートに触れることができる機会を提供するのも目的のひとつだ。

Footprints of Life は、草間氏のハワイ初の展示となり、地元でも話題となっている。リゾート地としてのイメージが強いハワイだが、これからはアートの発信地としても、世界の注目を集めることになる。今後は「アート」というハワイの新たな旅の目的が加わるはずだ。



草間彌生氏



展示会場となるIBMビルディング。シンボリックな外観が印象的



草間彌生氏の作品「Footprints of Life」(イメージ)

ラグジュアリーの 新たな領域

ザ・リッツ・カールトン・レジデンス ワイキキビーチは、ワイキキの新たなラグジュアリースタイルを象徴するレジデンシャルリゾートであり、目の前に広がる太平洋と活気あふれるワイキキ、そして伝説的なサービスが皆様をお待ちしています。全室オーシャンビュー、最上級のおもてなし、魅惑の料理そして理想的なライフスタイルを提案出来るオアフ島のリッツ・カールトン・レジデンスは、2016年6月より皆様をお迎えいたします。

ご宿泊のご予約は、WWW.RITZCARLTON.COM/WAIKIKI | 0120-853-201

ザ・リッツ・カールトン・レジデンス ワイキキビーチは、ザ・リッツ・カールトン・リワードプログラムおよびマリオット リワードに参加していません。

ザ・リッツ・カールトン・レジデンス ワイキキビーチは、ザ・リッツ・カールトンホテルカンパニーおよびその関連会社（リッツ・カールトン）が所有、開発、販売している不動産ではありません。RCWB LLCおよびその関連会社は、ザ・リッツ・カールトンホテルカンパニーよりライセンスを受けて「ザ・リッツ・カールトン」の商標を使用しておりますが、リッツ・カールトンは当資料およびその他の資料の監修を行っておりません。



THE RITZ-CARLTON
RESIDENCES

WAIKIKI BEACH

ハワイ州観光局 (HTJ) 新プロモーション

ハワイで休んで、いい仕事。

有休👉HAWAII

働く20～50代男女をターゲットに、有給休暇（有休）を利用したハワイへの旅行を提案するハワイ州観光局（HTJ）の新プロモーション「有休ハワイ」。キャッチフレーズにある「ハワイで休んで、いい仕事。」には、ハワイで癒やされ、次の仕事へ向けた活力や能力をハワイで養おう、というメッセージが込められており、仕事のモチベーション向上につながる旅の目的地としてのハワイをアピールする。「有休ハワイ」のプロモーション内容や、そんな次の仕事に対する「自分磨き」ができるハワイの各島の魅力を紹介したい。

ワークライフバランスの向上と年次有給休暇取得促進が目的

仕事へのモチベーションを高める「仕事のためのハワイ」というユニークな切り口でハワイの魅力を提案する「有休ハワイ」は、ワークライフバランスの向上と年次有給休暇取得促進の2つを目的としたプロモーションだ。世界の中でも低い水準にある日本の有休取得率。こうした状況を受け、厚生労働省では、年間5日間の有給休暇取得を社員に義務付けるよう各企業に働きかけるべく、労働基準法の改正案を発表、有給取得促進へ向け動き出している。「有休が取りやすく、働きやすい」環境づくりの後押しとなるべく、今回の「有休ハワイ」プロモーションが企画されたわけだ。



「自分磨き」ができるスポットを紹介「有休ハワイ」特設サイト

「有休ハワイ」プロモーションでは、次の仕事に役立つ能力を、体力（Vitality）、感性（Sense）、知性（Intelligence）、交渉力（Communication）、やる気（Passion）の5つに分類。特設サイトでは、この5つの能力をパラメーターで表示。パラメーターは自由に動かすことができ、例えば体力を伸ばしたいなら体力の項目を引き上げると、それに見合った最適なスポットをハワイ6島の中から紹介する。パラメーターを動かしながら自分が求めている能力が養えるハワイのスポットをチェックできる仕組みだ。

スポットは、それぞれ臨場感あふれる動画で紹介。気に入ったスポットを最大12ヶ所までストックできる「MY 有休ハワイ」ページを設け、選んだスポットや自分が養える能力が分かる自分だけのオリジナル「MY 有休ハワイ」ブックを作成できる。

テレビCMなど、大がかりな広告展開働く世代へ広く訴求

「有休ハワイ」のターゲットは、働く20～50代の男女。ターゲット層が広いことから、より広範囲にメッセージが届くよう、HTJでは大がかりな広告展開を実施。交通広告やオンライン広告に加え、久々の取り組みとして4種類のテレビCMを制作、首都圏と関西圏で放映した。テレ



テレビCM（イメージ）

ビCMは各都市で実施するイベントでも放映、特設ウェブサイトでも観ることができる。

また、プロモーションのスタートに合わせ、1月26日に都内で記者発表会を開催。会場には、映画コメンテーターのLiLiCoさんや社会保険労務士の佐佐木由美子さんがゲストとして来場した。



トークショーの様子。中央に佐佐木さん、右にLiLiCoさん

発表会のトークショーの中で、LiLiCoさんは「ハワイは国籍に関わらず、すべての人がパワーをもらえる。帰ってきたら丁寧に仕事をしようと思わせる場所だ」とアピール。佐佐木さんは「有休取得で身も心もリフレッシュされるというマインドが育っていき、有給取得推進の流れが広がっていくことを期待している」と述べ、今回のプロモーションへの期待感を示した。

旅行会社と商品造成で協力企業とのタイアップも

HTJにとって重要なパートナーである旅行会社との協力もプロモーションの大きな柱のひとつ。商品造成面で協力を進めるほか、「有休ハワイツアー」として、特設ウェブサイトでの商品告知も行う。さらに、今回のプロモーションに賛同する企業を募り、企業とのタイアップ企画も計画する。旅行業界にとどまらず、広く異業種とのコラボレーションを呼びかけていく方針で、「有休ハワイ」を軸に、旅行業界だけでなく、より広範囲な波及効果を狙う。



交通広告も大々的に展開

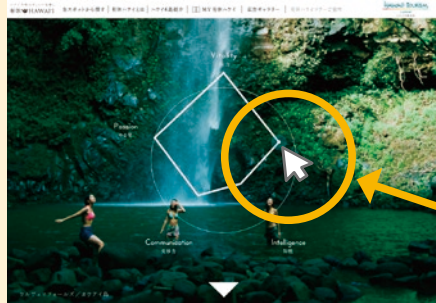
「有休ハワイ」特設サイト
<http://www.yukyu-hawaii.com/>



スマートフォンにも対応

「有休ハワイ」特設ウェブサイトの活用方法

自分に必要な能力が得られるスポットを探す



例えばサイト上にあるパラメーターの「知性」を動かすと、それに見合った最適なスポットを紹介

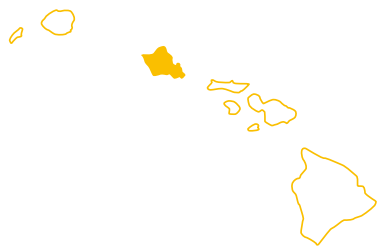
「MY 有休ハワイ」



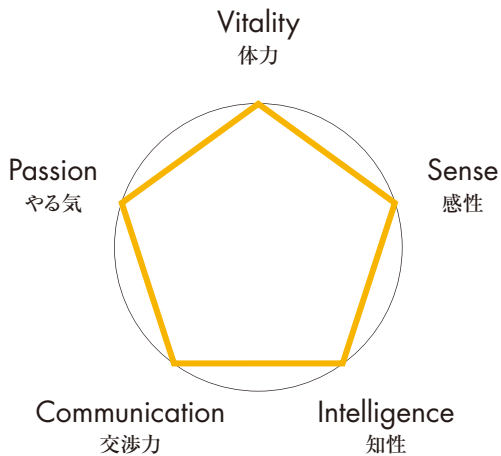
気に入ったスポットを「MY 有休ハワイ」にストックできる（最大12ヶ所まで）



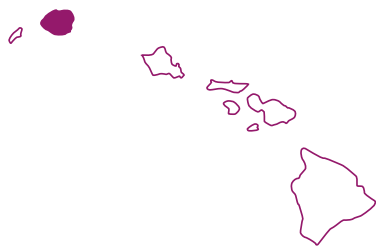
お気に入りのスポットをまとめた「MY 有休ハワイ」ブックを作成（一例）



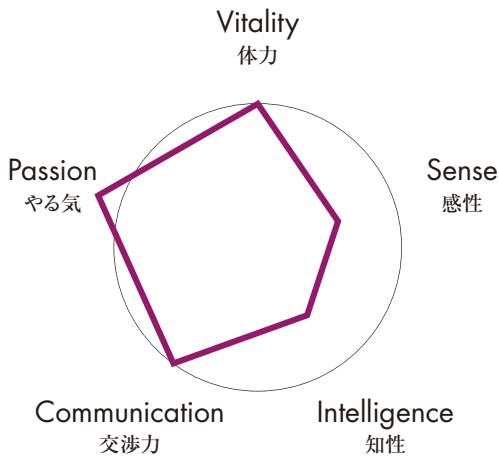
仕事のための、オアフ島。
すべての癒やしが揃う、
ハワイの最先端



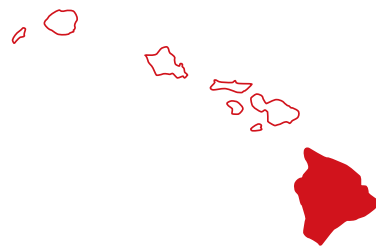
フラ



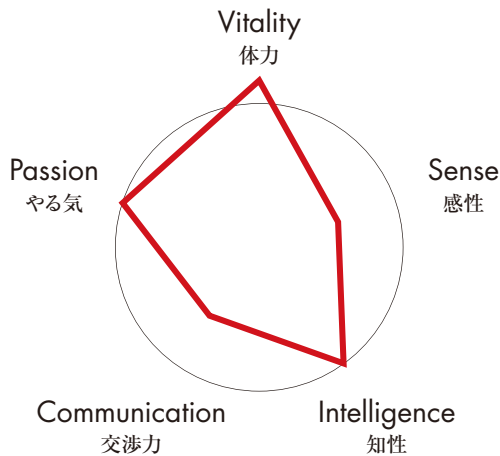
仕事のための、カウアイ島。
大自然に試されて、
チャレンジ・スピリットが育つ島



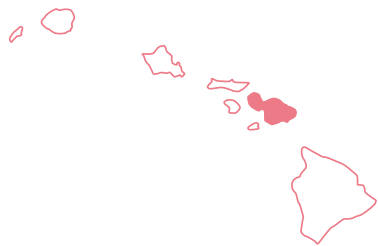
ナパリ・コースト



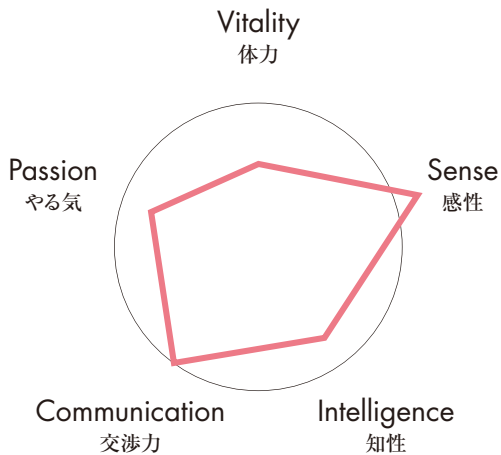
仕事のための、ハワイ島。
ここと視野が広がる、
地球スケールの大自然



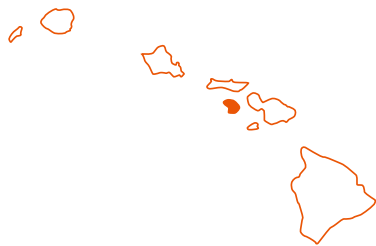
天体観測



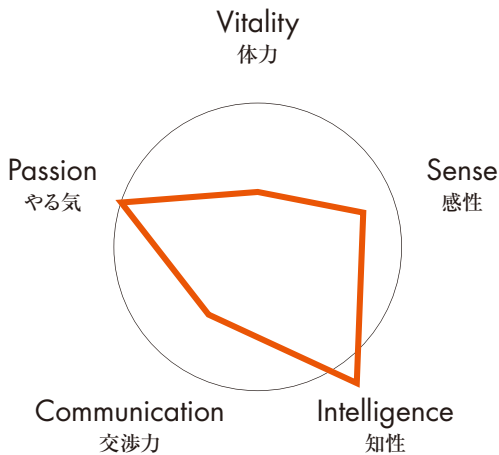
仕事のための、マウイ島。
企画センスを刺激する、
天然アートミュージアム



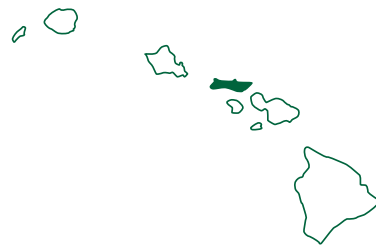
ハレアカラ国立公園



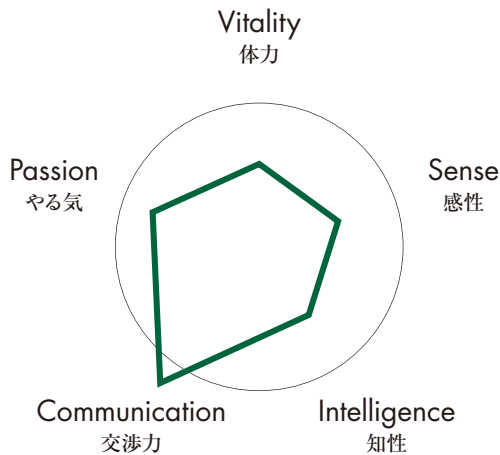
仕事のための、ラナイ島。
大人の喜びを知る、
一流プライベート・アイランド



ケアヒアカヴェロ (神々の庭園)



仕事のための、モロカイ島。
「アロハ・スピリット」が
永久保存される村



カプアイワ・ココナッツ・グローブ

ハワイの世界遺産ハワイ火山国立公園

ダイナミックな地球の進化を体感するドライブコース

ハワイの中でも最も大きく新しい島、ハワイ島。東の玄関口、ヒロを起点に、世界遺産であるハワイ火山国立公園では、今も活発に活動続ける様子を見学。また真っ黒の砂浜が広がるビーチや、有名なコーヒーの産地、コナを巡るなど、ハワイ島のスケールの大きさを体感できるドライブの旅へ。



© Hawaii Tourism Authority (HTA) /Tor Johnson

ハワイ島



© Hawaii Tourism Authority (HTA) /Tor Johnson

1 ヒロ

ハワイ第二の都市ヒロは、どこかほっとする雰囲気
に包まれた街並みが魅力。ダウントウンで開かれる
ファーマーズ・マーケットには、地元産の新鮮な野菜
や色鮮やかなフルーツのほか、手作りアクセサリー
も並び、旅の記念やお土産さがしにもおすすめ。



写真提供: ハワイ州観光局

2 カラパナ溶岩見学エリア

キラウエア火山の活発な火山の活動の様子を見学で
きる場所。ヒロから車でわずか約20分。駐車場に車
を停めて、歩いて展望場所へ。時期によって、噴煙
や真っ赤な溶岩が海へ流れ落ちる様子が見られるこ
とも。



© Hawaii Tourism Authority (HTA) /Tor Johnson

3 ハワイ火山国立公園

ユネスコの世界遺産に登録されているハワイ火山国立公
園は、世界で最も激しい火山活動が続いている場所のひ
とつ。ハイキングコースが用意されているほか、車に乗っ
たまま公園内を見て回ることもできる。灼熱の土地が作り
あげて独特の光景と、独自の進化を遂げた植物も必見。



© Hawaii Tourism Authority (HTA) /Tor Johnson

4 プナルウ黒砂海岸

溶岩が砕けてできた真っ黒な砂浜が広がるビーチ。
海辺ではウミガメがのんびりと日光浴している姿に
出会えることも。ピクニック設備とトイレが整って
いるので、ハワイ島らしい独特な漆黒の海岸の光景
を眺めながらランチタイムも楽しめる。



写真提供: ハワイ州観光局

5 コナ

火山性の土壌と水はけの良さ、そして独特の気候が育んだコナ・
コーヒーを栽培する農園が広がる。カメハメハ大王が晩年を過ご
したことで知られ、歴史公園や史跡など、見どころが多い。コナ
コーストショッピングセンターなど、ショッピングエリアも充実。
日用品のお買い物もレンタカーなら荷物をたくさん運べて便利。

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
場所で車を停めてローカルに人気のスポットへ。
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ことも。

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
約したりするケースが多い。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
ができる。

AVIS®

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

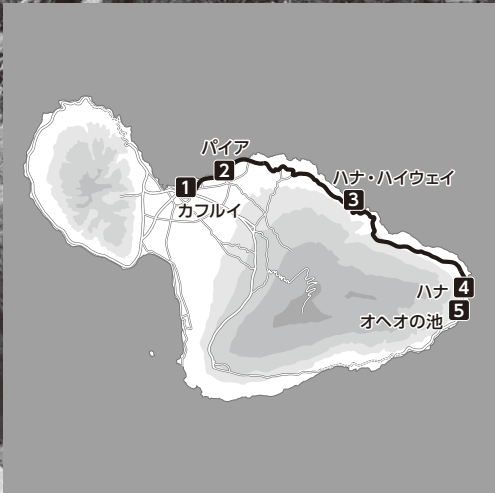
おすすめドライブコース

Scenic Drive in Hawaii

600のカーブと54の橋を越えて天国へ マウイ島の東に静かにたたずむ「ハナ」へのんびりドライブ

カフルイを起点に「天国のような村・ハナ」を目指す、全長83キロ、約3時間のドライブコース。急な曲がり道が続くハナ・ハイウェイの周囲には、色鮮やかな花が咲き乱れる熱帯雨林、水量豊かな滝、眼下には海が広がり、美しい光景に何度も出会える。

マウイ島



© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson



© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

1 カフルイ

まずは空港で車をレンタルして、ドライブスタート。



© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

2 パイア

風情のある昔の街並みが残り、ローカルな雰囲気を楽しめるかわいらしい町。個性派ショップや素朴なアートギャラリー、アパレルショップやコスメショップなどが軒を連ねる。1時間もあればゆっくり見て回れるので、ちょっとした散策にぴったり。



© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

3 ハナ・ハイウェイ

600のカーブと54の橋が続く、カフルイからハナへ向かう唯一のハイウェイ。緑が濃い熱帯雨林や、豊かな水が流れ落ちる滝、狭い一車線の橋やヘアピンカーブなど、ドライブならではの醍醐味が満載。朝早く出発して、景色を楽しみながら、ゆっくりと楽しみたい。



© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

4 ハナ

「天国の村」と言われるハナ。古き良きハワイが残る最後の場所と言われ、手つかずの自然に囲まれた小さな町だ。広大な牧場「ハナ・ランチ」や、海水浴が楽しめる「ハナ・ビーチ・パーク」など、アロハ・スピリットが根付いていると言われるこの地で、のんびりと過ごしたい。



© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

5 オヘオの池

ハナから南下、川の浸食で生まれた池は、まるで天然のプール。オヘオ渓谷から流れ出た川の水が滝となって流れ落ちてできたもので、池は階段状になっていてとても穏やか。天気の良い日は水遊びをする人たちが賑わう。

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、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とりも少ないので、手続きもスムーズ。

③運転免許翻訳サービス

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。レンタカー会社では、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®

リピーターにも初心者にもうれしい安心サポート 快適ドライブをささえる信頼と実績

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業界をリードするハーツレンタカー。その信頼と実績は、ビジネス旅行だけでなくレジャー市場でも高い評価を受けている。ホノルル空港営業所もリニューアル。ハワイでのレンタカーの旅がさらに便利になった。快適ドライブをサポートするサービスも変わらず充実。初心者でも安心してレンタルできる環境を整えている。

ホノルル空港営業所、徒歩でアクセス可能に豊富な車種でハワイらしいドライブを

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。現在オアフ島に6店舗、ハワイ島に5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。

このうち、日本人の利用が多いホノルル空港営業所のカウンターがCAR RENTAL CENTERに移転した。場所



は、国際線ターミナル正面の個人用出口を出て、道路を渡ったところで、一般駐車場の隣にある。歩いてアクセスできるため、これまで以上に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だ。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ニティ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。

営業所ネットワークに加えて、幅広い車種から選べる点もハーツの強み。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。

情報満載「海外ドライブ・パーフェクトガイド」
基本情報からドライブプランまで

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している。はじめての海外レンタカーにとっては強い味方だ。

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載だ。

このほか、ハワイでのレンタカーを使ったモデルプランとしてオアフ島一周、女子力アップ、ドライブ満喫の3つのプランを提案。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く、見ていだけでもハワイでドライブしたくなるようなコンテンツになっている。

万が一のときも安心サポート
ネバーロストでスムーズなドライブを

ハーツは、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ーターが日本語で対応してくれる。

また、日本語音声対応オリジナルカーナビ「ネバーロスト」も引き続き好評。日本語で道案内をしてくれるので、ドライブ中もストレスフリー。薄型タッチパネル式で操作もシンプルで使いやすい。



ハワイでのレンタルには、セルフガイド機能「Explore Hawaii」も付属。ビーチ、ゴルフ場、レストランなどのカテゴリから行きたい場所を簡単に検索することができる。

事前の計画にそったドライブを楽しむことできる「オンライン・トリップ・プランニング」も好評。出発前にネバーロスト専用サイト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だけ。コールセンターで取得できるピンコードを複数の車のネバーロストに入力すれば、グループ旅行でも利用することができる。

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 0120-489-882(土日祝祭日除く9:00-18:00)

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。

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

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

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。好きな車を選べる「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。

初心者最適「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。タッチスクリーン入力で操作も簡単。ポータブル式のため、車を離れる際のセキュリティ面でも余計な心配をする必要がないのもうれしい。

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。

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

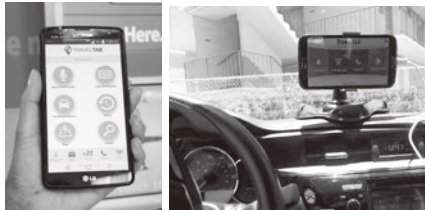
アラモの特長のひとつが自動チェックインシステム。ハワイでは、ホノルル、カフルイ、コナ、ヒロの各空港営業所に設置しており、ホノルルでは常時6台が稼働。このほかの空港でも複数台設置されている。

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ため、言葉の心配もいらない。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



空港営業所に自動チェックインシステムを設置



多機能タブレット「TRAVEL TAB」

「Travel Tab」のWi-Fi機能は容量上限なしで5台まで接続可能

語音声認識が付いたカーナビ機能に加えて、Wi-Fiによるテ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。

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日約\$22。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

主要空港営業所で独自サービス「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。

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ールのほか、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いる。

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。

アラモレンタカーで 楽しむハワイの島々



「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

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!

さらに運転免許証翻訳サービスでハワイでのレンタカーも安心です。



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>

ハワイ州観光局 (HTJ)

Hawai'i Tourism Japan (HTJ)

全国各地で需要喚起 ハワイ州観光局、福岡での取り組み

一般消費者へ向けたイベントを通じ、ハワイへの渡航需要喚起に力を入れるハワイ州観光局(HTJ)。昨年、初開催した東京でのイベント「HAWAII EXPO」は記憶に新しいところだが、HTJではハワイへの直行便が飛ぶ都市を中心に、全国各地でプロモーション活動を積極的に展開している。イベントを継続的に開催している福岡の例を紹介したい。



夜の部「スペシャルハワイアンナイト」の様子。東貴博さんのトークショー

今年2月に「ハワイフェスタ」を初開催 平日に約900名が来場

HTJでは、昨年11月に一般消費者を対象とした「ハワイアンナイトセミナー」を福岡市内のホテルで開催、好評だったことを受け、今年の2月16日に「ハワイフェスタ2016 in 福岡」を初開催した。昼の部(予約不要)と夜の部(予約制)の2部構成で、平日にもかかわらず約900名が来場、盛況となった。

昼の部は、「ウェルカム! ハワイデイ」と題し、ミスハワイ2015がゲストに登場。ポリネシア・カルチャー・センターのダンサーたちや学校、フラグループによるフラショー、HTJや福岡からハワイへ唯一直行便を運航するデルタ航空によるプレゼンテーションのほか、HTJがファミリー向けに展開するプロモーション「妖怪ウォッチ ハワイ」の紹介では、HTJキッズ親善大使のジバニャンとの撮影会も行われた。



ハワイ観光局キッズ親善大使のジバニャンが登場

平行してホテル各社による「最旬ホテルガイド」、HTJが展開する「アロハプログラム」の初級/中級セミナー、レイ作りやウクレレ、ロミロミなどの体験ワークショップも開催。イベント会場には、「ハワイ・旬トピステーション」として、HTJやデルタ航空、旅行会社、ホテル、ハワイ関連の店舗(雑貨及び飲食)の計18社/団体がブースを出展、ハワイ往復航空券が当たるアンケートも実施した。



体験ワークショップの様子



「ハワイ・旬トピステーション」の様子

一方、事前予約制の夜の部は、「スペシャルハワイアンナイト」として、BS12トゥエルビ「ハワイに恋して」の新MCを務めるタレントの東貴博さん、人気ブログ「リサのLOVEハワイ」を手掛けるブロガーの小笠原リサさんによるトークショー、フラショー、HTJの新プロモーション「有休ハワイ」の紹介など、こちらも盛りだくさんの内容となった。

来場者の反応は上々 ハワイ旅行への機運高まる福岡

「ハワイフェスタ」来場者の反応はおおむね上々。ハワイ旅行への動機付けに大きくつながったようだ。イベントに参加したHTJ営業部長の森 義直氏は「リピーターも数多く集まった。隣島への旅行経験のある方も多い。旅行に関する問い合わせもたくさん頂いた」と印象を語る。

福岡は、中国や韓国などに近く、地理的にも海外旅行への関心が高いエリアだ。福岡からは、ハワイだけでなく、アジア各国やグアム、ヨーロッパへの直行便が飛んでおり、新規就航やチャーター便など、国際線のフライトは増加傾向にある。森氏は「今回のイベントは、こうした国際線の競争が激化する中、ハワイの存在感を今一度アピールするのが目的だ」と強調する。

また、今年は福岡県とハワイ州が姉妹提携を結んで35年目となることから、自治体レベルでの関係強化も重要だ。さらに今年は、福岡からハワイへ、唯一の直行便を運航するデルタ航空が就航から満5年を迎える節目の年。デルタ航空では今後、福岡でのプロモーションを強化し

ていく意向で、HTJとしても「次の10年を見据え、福岡-ハワイ間の直行便維持のためにもパートナーであるデルタ航空との関係を強化していく必要がある」という認識だ。

ほかにも福岡市がハワイを中心とした教育旅行セミナーの開催を計画、旅行会社でも路面店やハワイ専門店の開設などの動きがあり、ハワイ旅行に対する気運が高まっている。こうしたムードの中、満を持して開催したのが今回の「ハワイフェスタ」というわけだ。

HTJでは、今回の「ハワイフェスタ」ととどまらず、福岡空港での海外旅行イベントなど、旅行関連イベントへの協力にも力を入れるほか、福岡周辺の九州、中四国全体での需要喚起へ向けた取り組みも強化していく意向だ。



「ハワイフェスタ」の様子。フラを披露



ミスハワイ2015も登場

旅行会社向けセミナーも実施 重要な旅行会社の存在

今回の「ハワイフェスタ」では、旅行会社対象のセミナーも実施した。マーケットアップデート、デルタ航空によるプレゼンテーション、団体旅行やホテル紹介など、充実の内容で、旅行会社スタッフ54名が集まった。

セミナー後のアンケート結果を見ると、ハワイへの渡航歴が0回だった人が全体の15%を占めた。ほかのエリアと比べ、その割合は少ないと思われるが、渡航歴0回の人からは、こうしたセミナーを「ハワイ販売に活かしている」という声が挙がるなど、セミナーが旅行会社ス

タッフの大きなサポートとなっていることが分かる。

福岡マーケットでは、大手旅行会社に加え、西鉄旅行など、地元の旅行会社の影響力も強い。旅行会社は、一般消費者とハワイ旅行をつなぐ重要な存在。HTJでは、こうしたセミナーに加えてウェブセミナーも定期的な実施、旅行会社スタッフのニーズを踏まえ、業務に役立つ情報の発信に努めている。

また今年の1月末にはデルタ航空協賛による福岡発のFAMツアーも実施、今後も福岡だけでなく、全国各地の旅行会社向けにFAMツアーを定期的に企画していく方針だ。



盛況だった旅行会社セミナーの様子

イベント主催だけでなく共催、協力も 全国各地で

「ハワイフェスタ」同様の一般消費者向けイベントは、福岡だけでなく、同じ今年2月に札幌でも開催。札幌も新規国際線フライトが増えるなど、競争が厳しくなっており、ハワイの存在感を高める重要な機会となった。

また東京では、今年も「HAWAII EXPO」の開催が決まっている(7月16~17日)。HTJでは、こうした主催イベントに限らず、旅行会社や空港、地元メディアが主催する旅行関連やハワイ関連イベントへの共催、協力にも積極的。こうしたイベントへの協賛を通じ、ハワイの露出を増やし、実際の渡航につなげていきたい考えだ。



昨年、東京で開催した「HAWAII EXPO」の様子。今年は7月16~17日に開催

日本人にやさしいハイアット リージェンシー ワイキキ 個人客から団体までハワイらしい滞在をサポート



ハワイで5軒のホテルを展開するハイアット リゾーツ ハワイ。いずれも、充実の設備と質の高いサービスで日本マーケットから高い評価を受けている。「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」では、日本人宿泊者にうれしい設備やアメニティが続き登場。これまで以上に訴求力を高めている。



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

快適性を追求したサービスと設備 日本人宿泊者の満足度もアップ

日本人旅行者に人気のハイアット リージェンシー ワイキキ ビーチ リゾート&スパでは、日本人宿泊者のニーズを意識した設備やアメニティを充実させている。

ワイキキのホテルとしては初めて、TOTOウォッシュレットを全1230室に完備している。快適性が向上したことで宿泊者の満足度がアップしただけでなく、グループ客の部屋の割り振りも容易になったことから、旅行会社やオーガナイザーにも好評だ。

部屋のアメニティ類もアップグレード。ニーズの高かったスリッパ、歯ブラシ、歯磨き粉を新たに全室に加えるなど内容を拡充している。

ワイキキ最大級の40㎡を誇るツインルームには、その広さを活か



して、クイーンサイズベッド2台を設置。快適でぜいたくな睡眠環境を提供している。ベッドサイズを大きくしても、部屋の広さにはまだゆとりがあるため、エクストラベッドを置くことも可能だ。

ネット環境も万全。客室ごとにWi-Fiアンテナが設置されているほか、デスク上には6つのコンセントユニット、ベッド脇にもコンセント4ヶ所とUSB充電口4ヶ所を設置することで、PCやスマートフォンを使いやすい環境を整えている。また、各部屋には55インチの大画面液晶テレビを設置。大迫力でさまざまな映像コンテンツが楽しめる」と好評を得ている。

人気レストラン「ジャペngo」 オープンテラスで上質の料理を

数々の賞に輝いているハワイアンリージョナルキューイジヌのレストラン「ジャペngo (Japengo)」では、以前ハーブガーデンだったスペースを108席のオープンテラスに変更した。テラスからはカラカウア通りとワイキキビーチを一望。開放感あふれる雰囲気のおかげで、リラックスしながら、ハワイの地元食材を中心とした洗練された料理と上質なサービスを楽しむことができる。



ジャペngo

大差なニーズに応える「ナレアテラス」 グループツアーの強い味方

収容人数250名(バンケットスタイル)の宴会施設「ナレアテラス」はグループ旅行に人気だ。カジュアルなパーティーから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。少人数でもスペースを分けて利用することが可能。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」を利用したグループ向けパッケージも用意。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。



ナレアテラス

日本人サポートが充実する本格リゾート

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全室806室の本格リゾート。アジア・ゲスト・サービスでは、日本からの個人客および団体客に対して、チェックインから滞在中の要望までさまざまな場面でサポートしている。

エンターテインメントも充実しており、日曜日を除く毎日開催されるポリネシアンルアウショー「ドラム・オブ・ザ・パシフィック」は高い人気を集めている。また、グループ向けの屋外ファンクションスペースも充実しており、MICE需要に応えている。

ラグジュアリーな滞在が楽しめる大人のリゾート

アンダーズ マウイ アット ワイレア リゾート



ハイアットの新しいブランド「アンダーズ」。ヒンズー語で「パーソナルスタイル」を意味し、新しいホテルライフを提案している。2014年6月には東京虎ノ門ヒルズに「アンダーズ東京」がオープンし、そのブランドは日本でも認知度を上げている。

マウイ島にある「アンダーズ マウイ アット ワイレア リゾート」はパーソナルな滞在が楽しめるラグジュアリーリゾート。部屋数はビラ7室、スイート35室を含む297室。大人のリゾート4段式のインフィニティープールも人気だ。

広々とした客室でリラックス滞在

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「グランド ハイアット カウアイ リゾート&スパ」は、ハワイで最初に全客室(602室)にTOTOウォッシュレットを導入した。特長は47㎡の広々とした客室。リゾートらしくリラックスした滞在を楽しむことができる。ラウンジ&バーの「スチーブンソンズ・ライブラリー」には本格的な寿司バーもあり、日本人をはじめ寿司好きの宿泊客に好評だ。また、PGAグランドスラムを10年以上にわたって開催している「ポイブベイゴルフコース」も併設している。

無料朝食サービスが好評の新感覚ホテル

ハイアット プレイス ワイキキ ビーチ



「ハイアット プレイス ワイキキ ビーチ」は新感覚ホテルとして人気を集めている。全426室を含む全館でWi-Fiが無料で利用することができるほか、「e-Room」ではコンピューターとリモートプリンターを24時間いつでも利用することも可能だ。

フィットネスセンターやギャラリーメニューの食事も24時間提供。さらに、朝食付きが基本で、全ての宿泊客に朝食ブュッフェを無料でサービスするなど他ホテルとの差別化で好評を得ている。

ワンランク上のプログラムでグレードアップ 特別感いっぱいの宿泊体験で高まる訴求力

オアフ島の「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「ダブルツリー・バイ・ヒルトン・アラナ・ワイキキ・ビーチ」、ハワイ島の「ヒルトン・ワイコロア・ビレッジ」、マウイ島の「グランド・ワイレア・リゾート」の4つのリゾートを運営しているヒルトン・リゾーツ・ハワイ。各リゾートとも、さまざまなアップグレードを進めており、さらに日本市場での訴求力を高めている。ホールセラー向けのプランも拡充しているほか、ウェディングやインセンティブの受け入れでも独自のプログラムを用意している。

ヒルトン・ハワイアン・ビレッジ・ワイキキ・ビーチ・リゾート

アライを「ホテル内のホテル」として販売開始

ヒルトン・ハワイアン・ビレッジ・ワイキキ・ビーチ・リゾートでは、宿泊タワーのひとつ「アライ・タワー」の名称を「アライ・アット・ヒルトン・ハワイアン・ビレッジ」に変えた。アライのブランドを前面に出しながら、「ホテル内のホテル」として、ホールセールでも単独のホテルとして販売できるようにした。これに合わせて、サービス内容もアップグレード。フリーギフトとして、今年4月からモーニングティとイブニングティの2種類のティーパック詰め合わせ「アライスペシャルティコレクション」の提供を始める。また、各部屋には、そのティーパックを楽しめるように新たに湯沸かしポットも設置。バスルームのリンスやシャンプーも持ち帰りができる容量に増やした。



アライスペシャルティコレクション

また、特別サービスとして、オーシャンビューテラス(2階)では、金曜日と土曜日に無料でおつまみを提供。金曜日の夜には、目の前で恒例の花火を鑑賞することが可能だ。



無料でおつまみを提供

さらに、アライ・タワーの宿泊者には、人気レストランの「トロピックス・バー&グリル」と「バリ・ステーキ&シーフード」を優先的に予約する特典も用意した。このほか、アライ・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



アライ・タワー専用のチェックインカウンター



を提供している。

受け入れ態勢の整備では、2017年1月にタイムシェア「グランドアイランダー」の完成に合わせて、大型バスの発着エリアを、その1階に移して再開する予定。各主要マーケットの取り組みでは、ファミリー向けに今年も7月15日から9月15日の2ヶ月間、「海の家」をオープン。新た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時からで初級、中級、上級とレベルを分けて実施し、ランニングコーチもつける。

ハネムーンマーケット向けには、昨年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。主な内容は、ハネムナーが宿泊する部屋にサプライズギフトを用意する「Eternal Moment」、新郎新婦が乗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が楽しめる「Eternal Romance」の3つ。

ウェディングでは、これまでの「オーシャン・クリスタル・チャペル」が「ジ・アカラ・チャペル」にアップグレード。収容人数は50人。1階部分にはブライズルームのほかに新たにゲスト専用のラウンジを設置し、招待客にもゆったりとした時間を過ごしてもらえるようにした。

インセンティブやグループ向けには、昨年12月にセールスマネージャーを置いたほか、今年3月からは、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増員し、今後も需要の取り込みを積極的に展開していく方針だ。

ダブルツリー・バイ・ヒルトン・アラナ・ワイキキ・ビーチ

エントランスの改修で動線をスムーズに日本市場への売り込みも強化

ダブルツリー・バイ・ヒルトン・アラナ・ワイキキ・ビーチでは昨年10月にエントランスのリニューアルが完了した。これまで以上にスペースが広くなり、車寄せも新たに設置した。両側に入り口を2ヶ所設け、ホテル内への動線をスムーズにしたほか、片側にはスロープを設け、車いすでもアクセスできるようにした。



エントランスのリニューアルが完了

ヒルトン・ハワイアン・ビレッジ・ワイキキ・ビーチ・リゾート
また、180名収容可能なボールルームのリノベーションも完了し、グループマーケットへの訴求力も高めている。

ロマンスマーケット向けには、スイート48室、ペントハウス8室をアピールし、取り込みを強化している。

レストランではパシフィックリム料理がメインの「ツリーズ・レストラン&バー」が引き続き好評。ブレックファストとディナーを提供しているほか、毎日5時から7時まで提供されているハッピーアワーでは賑わいを見せている。



ツリーズ・レストラン&バー

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、日本市場での売り込みにも力を入れていると考えている。

ヒルトン・ワイコロア・ビレッジ

新しいプログラムでラグジュアリーな宿泊体験 好評のルアウもグレードアップ

ハワイ島のヒルトン・ワイコロア・ビレッジでは、改装が完了したラグーンタワーの162室とスイートルーム9室で新たな宿泊プログラム「マカイ・プログラム」を始めた。専用チェックインを用意し、チェ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」施設を無料で利用できる。

パレス・タワーのリノベーションも昨年12月に完了。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生まれ変わった。ハ



パレス・タワーのリノベーション

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。

くわえて、パレス・タワーの前を覆っていたヤシの木を移動させることで、部屋から海が見える環境にグレードアップさせた。

さらに、好評の「レジェンド・オブ・ハワイ・ルアウ」は、これまでの週3回から週4回に増やし、観客全員にフレッシュなレイをプレゼントするサービスも始めた。

このほか、グループ市場での取り組みも強化しており、昨年2月からは、日本を含む極東アジア市場を専任で担当するグループ・セールス・マネージャーを置いた。同リゾートは、広大な敷地に宿泊タワーが3棟ありキャパシティも十分なことから、グループをさらに取り込むことで、稼働率を上げていきたい考えた。

グランド・ワイレア・リゾート

全客室リノベーション完了 「スパ・グランデ」もさらにゴージャスに

マウイ島のグランド・ワイレア・リゾートでは、昨年12月に客室を含むリノベーションが完了した。ベッド、壁紙など内装をリニューアル。モダンな雰囲気生まれ変わった。また、ワンランク上の宿泊が楽しめる「ナプア・クラブ・ルーム」があるナプア・タワーでも部屋とラウンジの改装が終了している。

あわせて、「スパ・グランデ」のリノベーションも実施。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た。スパ・グランデは、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ハワイ最高クラスのスパ。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受けることができることで人気を集めている。



プールもリニューアル

さらに、グランド・ワイレア・リゾートの特長のひとつであるプールもリニューアル。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。



目の前に広がる全米No.1 ビーチとコバルトブルーの穏やかなラグーン、
広大な敷地を誇るワイキキ屈指のリゾートホテル
ヒルトン・ハワイアン・ビレッジ・ワイキキ・ビーチ・リゾート。

プライベート&ラグジュアリーなリゾートステイは、
ワンランクアップの『アライ・アット・ヒルトン・ハワイアン・ビレッジ』で満喫。
世界中の旅人に愛されてきた楽園リゾートで究極のバカンスをお過ごし下さい。


Hilton
HAWAIIAN VILLAGE®
WAIKIKI BEACH RESORT

日本からのご予約・お問い合わせは ヒルトン・リザーベーション・カスタマー&ケア
(03) 6679-7700 または フリーダイヤル 0120-489-582 (03以外)
www.hiltonhawaiianvillage.jp



エイチ・アイ・エス

H.I.S.

新しい仕掛けで夏期需要の取り込みを強化 潜在需要の掘り起こしにも注力



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

2015年度の販売は「想定内の伸び」 FIT化が進むマーケット

2015年度(2015年10月期)、エイチ・アイ・エスはハワイ商品の販売を順調に伸ばした。パッケージ、FITも含め送客は前年よりも増加。「想定内の伸び」と評価する猪腰氏は、その要因のひとつとして、昨年3月にオープンしたハワイ専門店「H.I.S. Hawaii 新宿三丁目」を挙げる。ハワイ旅行の枠を超えて、幅広くハワイを訴求する取り組みが一定の効果を生み、夏のプロモーション展開、現地でのコンテンツの充実などと合わせて、「通年での成果につながったのではないかと分析する。

今年1～3月については、1月は前年とほぼ変わらないものの、2月と3月はパッケージが若干苦戦している様子。「FIT化がますます進んでいる」とマーケットの変化を口にする。

新宿の「ハワイ専門店」が1周年 製販一体の場として期待

「H.I.S. Hawaii 新宿三丁目店」は、今年3月に1周年を迎え、新たな取り組みを始めた。店内を3フロアに拡大、フラ、家族旅行、グルメ、スポーツなど、8つの専門デスクを設け、それぞれに関心のある人を呼び込み、そのコンテンツを通してハワイの魅力を訴求していく。



猪腰氏は、この取り組みを「ハワイへの潜在需要の裾野を広げていく」と説明し、「製販一体となった取り組みにつながるのではないかと」期待感を表す。特に同店舗はオープン以来、「予約の約6割がファーストタイマーで占めた」一方、リピーターの来店も多く、それぞれのニーズに合った専門店ならではの接客に力を入れる。

他にも、現地人気ショップの限定商品をラインナップに加えるなど、ハワイ関連の物販を強化。また4K対応の360度広視野角のオキュラスリフトによるバーチャル体験も継続、ハワイ文化を体験できるワークショップを定期的に開催するなど、ハワイへの関心を高めるべく、こ



れからもさまざまなアイデアで仕掛けていく考えだ。

2016年度、夏に向けてさまざまな施策を企画 HTJ「有休ハワイ」でも共同企画

2016年度も引き続き「プレミアム路線は継続していく」方針。また「レアレア・トロリー・アプリ」をリリース。トロリーの待ち時間や利用法などの情報を含んだアプリで、「タビナカ強化の一環」(猪腰氏)として提供を始めた。今後、グアムやバリ島でも対応するアプリをリリースする予定だ。

このほか、ハワイ州観光局(HTJ)が展開する「妖怪ウォッチハワイ」プロモーションにも引き続き協賛。「幅広い層にハワイの魅力を発信するいい機会になっている」との認識から、ファミリー市場でのアピール材料として力を入れていく。

また、HTJが今年から新たに始めた「有休ハワイ」キャンペーンでは、「HTJとの共同企画をいろいろ考えている」と明かし、特にオフシーズンでの需要喚起に期待をかける。「H.I.S. Hawaii 新宿三丁目店」の1周年では、同店舗限定で「有休取得日数×1000円」引きとなる「有休割」を実施した。

タートル・ラグーン、H.I.S.レアレアラウンジ、無料Wi-Fi、アクティビティを追加料金なしで選べるレアレアプラスなどエイチ・アイ・エスのオリジナルサービスは2016年度も継続。また、好評のホテルのフロア貸し切りも引き続き提供していく。パンフレットで展開している



のは、「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 マイラニタワー」「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」「シェラトン・ワイキキ」「ハワイ プリンセスホテル ワイキキ」「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6ホテルだ。

早期予約取り込みを引き続き強化 市場環境好転で今夏に期待大

エイチ・アイ・エスは昨年、夏に向けた仕掛けとして、『わすれない夏』を4月から展開し、早期予約の取り込みに成功した。パッケージツアーでの航空座席の仕入れ環境が厳しくなっているなか、猪腰氏は「今年度も引き続き予約の早期取り込みを強化していく」と話す。

また、今年4月～5月には燃油サーチャージがなくなることや円高傾向にある為替レートなど、海外旅行市場にとっては追い風が吹いているなか、ありがたい傾向。旅行者も販売サイドもモチベーションがあがるだろう」と話し、夏に向けてハワイ市場の拡大に期待を寄せた。

JTBワールドバケーションズ

JTB World Vacations

「先行受注」に注力 隣島を「販売強化地域」に



ハワイ部企画チーム
マネージャー 遊佐 司 氏

「先々の需要を喚起」 赤パンフは12月までの代金を掲載

2016年度上期の同社パッケージ商品「ルックJTB」の取り組みで、大きなポイントとなるのが「先行受注」。全方面で「先々の需要を喚起する」施策に転換、基幹商品の「赤パンフレット」では、旅行代金の記載をこれまでの10月から12月までに拡大(出発日は2017年4月まで)、また「早特割引120」を新設するなど、早期予約割引も拡充した。

手頃な価格帯を訴求する「黄パンフレット」でも、旅行代金を10月まで発表、こちらは全方面で旅行代金変動型とした。旅行代金固定型の赤パンフレットとは異なり、旅行代金自体を2ヶ月毎に見直し、マーケットと正対した代金設定とする。

先行受注を強化する背景について、遊佐氏は年々厳しさを増す仕入環境を挙げる。「昨年、ハワイへの日本人訪問者数は微減となった一方、全世界からの訪問者数は増加となっている。ホテル客室の仕入環境は一層厳しさを増しており、航空座席もパッケージ用の運賃が取りづらくなっている。今後はリスクを取ってでも座席を確保し、売り抜くことが重要となる」と指摘する。

「お客様ニーズ」と仕入れ力で「数を積む」戦略 一部商品を赤・黄パンフに重複掲載

商品面では、これまで赤パンフレットと黄パンフレットで完全に商品を区切っていたものを、上期からは一部部屋カテゴリーの商品を両方のパンフレットで紹介している。例えば、赤パンフレットの「オーシャンフロント指定」が黄パンフレットにも掲載されるようになった。

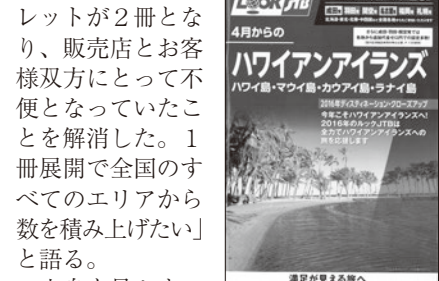
こうした商品展開について、遊佐氏は「お客様ニーズとルックJTBの仕入れ力が活かせるもので数を積む戦略」と語る。実際に「重複掲載した商品は前年を大きく上回る伸びを見せている」と効果が出ており、「黄パンフレットに載せた赤パンフレットの商品が売れるなど、下振れせずグレードの高い商品が売れている」という。

またクラスター戦略商品を除き、パンフレットの数自体も削減。「ボリュームゾーンは黄パンフレットに集中させる。実際に黄パンフレットの数が伸びている」と今後に期待をかける。

隣島商品に本腰 「お客様と販売店」目線に

「2016年ディスティネーション・クローズアップ」として、全社的な販売強化地域となった隣島。ハワイ島をメインに、商品展開で最も心がけたのが「販売店が売りやすく、お客様も選びやすい」という「お客様と販売店」目線だ。

パンフレット「ハワイアンアイランズ」では、出発地ごとの分冊とせず、1冊で全国対応とした。遊佐氏は「例えば、北陸や静岡など、名古屋発と東京発のどちらでも対応できるエリアの場合、パンフ



レットが2冊となり、販売店とお客様双方にとって不便となっていたことを解消した。1冊展開で全国のすべてのエリアから数を積み上げたい」と語る。

中身も見やすい内容とした。「各島で何ができるか、各ホテルで何ができるかを分かりやすくした。行ったことがない販売店のスタッフでも説明しやすく、販売しやすい心がけた」という。内容面も充実。90日前までの予約に限り、各島の定番観光を日本円の特別価格で提供する。パンフレットには巻頭で紹介、販売店でも案内しやすいようにした。また35日前までの予約であれば、各島～ホノルル間の移動日の航空便時間帯を「午前」「午後」「夕刻」から無料で選択できるようになった。「OLI OLIレンタカープラン」では、任意保険とガソリン満タン1回分に加え、隣島での利用には「ルックJTBおすすめドライブルート」が付いた日本語音声付きカーナビを付ける。

ハワイ島では、各ホテルのパブリックエリアや特徴的な客室を360度のバーチャルツアーで紹介。パンフレット内のQRコードをかざせばスマートフォンから内容を確認できる。販売店でのセールスにも活用可能だ。

オアフ島も内容充実 観光局プロモーションにも協力

一方、オアフ島では、「OLI OLIウォーカー／トロリー」の台数を増やし、利便性を拡充。人気の「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」のレストランを専用の朝食会場として利用、フルブレックファストを提供する。また「ハレクラニ」の一部客室(オーシャンビュー／フロント)を対象にチェックイン時間を13時に早め、パンフレットには同ホテルでの過ごし方を提案する。パンフレットでは、自然、体験、グルメを切り口に、各種ルックJTBのサポートを紹介する内容に刷新した。

ハワイ州観光局(HTJ)が展開する「有休ハワイ」や「妖怪ウォッチハワイ」にも協力。特に夏休みのファミリー向け商品では「妖怪ウォッチハワイ」のオリジナル企画を予定、遊佐氏は「昨年を上回る内容で、ルックJTBのオリジナリティーを出せる形にしたい」と意欲を見せる。

教育旅行もMICEもPCCで 多彩なグループプランを用意



ポリネシアをテーマとする世界最大の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、グループ旅行の受入体制も整っている。その特徴を活かし、国際交流、英会話体験等を組み込んだ教育旅行向けプランや、チームビルディングのプログラムを含む企業旅行向けプランも用意している。

人気のカイクアアナ・プログラム

PCCにはすでに数多くの教育旅行が訪れており、各種プログラムを体験している。なかでも人気のプログラムが「カイクアアナ・プログラム」だ。現地の大学生がプログラム参加者の案内役として、現地体験や英会話体験をサポートするのが特徴。案内役を務めるのがブリガムヤング大学ハワイ校 (BYU) の学生たち。修学旅行生とも年の近い学生が、大学内、スーパーマーケット、ライエの町、PCC (園内では日本語を話すツアーガイドの案内付き) などの見学や観光に同行し、時間を共にすることで、生徒たちがハワイの大学生の生活を「1日体験」できるのも人気の理由だ。



生徒8名に対して現地学生1名が付き添うため、プログラム中に英会話を交わす機会も多く、実践的な英語力を鍛えることにもつながる。追加料金でグループの人数の調整も可能で、さらに濃密な英会話体験を提供することもできる。

ホームステイ+カイクアアナも可能

人気のカイクアアナ・プログラムにホームステイを組み合わせることも可能だ。カイクアアナ・プログラムでハワイの大学生の生活を「1日体験」できるのに加えて、現地の家族の一員となってハワイの文化を学べるわけだ。対象は8名以上のグループとなる。

ホストファミリーはBYUが募集し責任を持って審査している。ベースとなるプランは2泊3日の内容だが、1泊から1週間程度の日程まで柔軟に対応できる。

英語を鍛えるESLプログラムも

夏休みや冬休みを利用した語学研修旅行に最適なのがESLプログラムだ。

ESL (ENGLISH AS A SECOND LANGUAGE) は、BYUが非英語圏の12歳~18歳を想定して開発した英語教育プ

ログラムで、夏休み(6月~8月)と冬休み(1月・2月)に合わせて開講する。夏は1週間~3週間の受講が可能で、冬は1週間のみのプログラム。1日3~4時間の英語授業の他、PCCでのポリネシア文化体験も組み込める。滞在はBYUのドミトリールかホームステイを選択できる。

チームビルディングにチャレンジ

PCCは企業のグループ旅行にも対応。人気の高いチームビルディングもアレンジできる。ハワイやポリネシアを体感する内容が特徴だ。たとえばウル・マカイは、ハワイ版のボーリングで、2つのピンの間にピンを倒さず石を転がすゲーム。火おこしチャレンジはサモア文化からヒントを得たもので、チーム別に火おこしの速さを競う。いずれもグループでコミュニケーションを取りながら力を合わせてチャレンジをクリアする内容だ。

各種ワークショップも用意

PCCは趣味の集まりのグループ旅行の目的地としての魅力も備えている。代表的な例がフラ愛好家グループのためのフラ・フェスティバル開催だ。PCCでは毎年1月にフラ・フェスティバルを開催しており、これに合わせて、地元ダンサーとの共演や、観客の前での踊りの披露の機会をアレンジできる。またハワイ語レッスン、レイメイキング、ウクレレ・レッスンや、やり投げ、ハワイアン・キルト作りといった各種ワークショップも用意できる。



ホームステイ+カイクアアナ スケジュール

モデル・プラン (2泊3日)

[1日目]

午前 PCCに到着しランチ

午後 PCC体験
17:30過ぎにホストファミリーと対面
(ホストファミリー宅泊)

[2日目]

午前 BYUに集合し、カイクアアナ開始。BYUのカフェテリアでランチの後、14:00過ぎにPCCへ移動

14:30~17:30

ハワイ・ポリネシアの各種体験やショーの鑑賞等
食べ放題の夕食の後、自由時間を挟んで
ナイトショー鑑賞
(ホストファミリー宅泊)

[3日目]

午前 PCCに集合し、今回の体験を発表後、
チームビルディング

11:20~12:30 食べ放題のランチ

午後 カヌー・ショーなどPCCを楽しむ

15:15 PCC出発。ワイキキへ

あの伝説の ハワイが戻ってきた

Hukilau
MARKETPLACE
at the POLYNESIAN CULTURAL CENTER
LAIE, HAWAII



古きよき時代のノースショアをノスタルジックに再現。ハワイの中でもここフキラウ・マーケットプレイスにしかないユニークなお土産やグルメも多数。ポリネシア・カルチャー・センターに新たに登場したフキラウ・マーケットプレイスへ是非お越しください。

新しいショッピング&グルメ

無料駐車場、無料wi-fi、無料エンターテインメント。お手洗い完備。
日曜日を除く毎日 10:00~22:00営業

<http://polynesia.jp/shopping/hukilaumarketplace/>

5つのブランドで幅広いマーケットニーズに対応 ファミリーからFITまで、ハワイ滞在がさらに楽しく

ホノルルをベースとしてハワイ各島でリゾートホテルを展開するアクア・ホスピタリティーとアストン・ホテルズ&リゾートは昨年8月に統合。「アクア・アストン・ホスピタリティー」として新たなスタートをきった。傘下で展開するブランドは5つ。それぞれ特色のある施設とサービスでマーケットのニーズに添えている。

「アストン」は自宅にいるような快適さ
「アクア」はスタイリッシュな宿泊体験

アクア・アストン・ホスピタリティーは、コンドミニアムを多く展開し、ファミリー層に強いアストンとブティックホテルやバジェットタイプのホテルなどを展開し、若者層に人気のアクアが統合したことで、5つのブランドで約50軒のホテルやコンドミニアムを展開し、これまで以上に幅広いタイプのホテルを提供することになった。

創業から65年以上の歴史を持つ「アストン・ホテルズ&リゾート」は従来通り「ようこそ、我が家へ」を基本コンセプトに、コンドミニアム・リゾートやヴィラを提供。自宅にいる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、アクアのブランドであったモノグラム・ホテル・コレクションからブランド名を変更。「ここにしかない体験を」をタグラインに、ほかでは体験できない個性的で

パーソナルな宿泊サービスを提供している。

「アクア・ホテルズ&リゾート」のコンセプトは「ひとりひとりの旅なれた自分へ」。ハワイ全島に中級クラスのスタイリッシュなリゾートホテルを展開し、旅慣れた旅行者を中心に個性的な宿泊体験を提供している。

「ライト・ホテルズ」は、バジェットタイプのホテルブランド。「清潔さと快適さだけで充分」をテーマに、バリュー・フォー・マネーを追求したサービスで、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添えている。

「ハワイ・コンド&ホーム」は、マウイ・コンド・アンド・ホームからブランド名を変更。長期滞在者向けにコンドミニアムをハワイ諸島で展開し、現地の人たちのように暮らすように滞在する体験を提供している。コンセプトは「パラダイスをあなたに」。

ウェブサイトとSNSで積極的な情報発信

アクア・アストン・ホスピタリティーでは、重要市場と位置づけている日本向けにデジタルマーケティングも強化している。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。日本語での情報提供と予約受付を行っているほか、ツイッターとフェイスブックも開設し、SNSでの情報発信とコミュニケーションにも力を入れている。

代表的な9つのホテル紹介



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。



アストン・ワイキキ・サンセット
ダイヤモンドヘッドやマノアの夜景が望めるコンドミニアム。静かな環境に立ちワイキキビーチまで1ブロックの好ロケーション。フルキッチンとラナイのある1〜2ベッドルームから選ぶことができる。



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、カピオラニ公園、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つのレストランもある。



アストン・ショアーズ・アット・ワイコロア
ハワイ島ワイコロアリゾート内のゴルフコースに隣接する広々とした客室とラナイのコンドミニアムで、2世代/3世代ファミリー、ゴルフ仲間、2組のカップルなどに最適。



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・オヒア・ワイキキ
ワイキキビーチから1ブロック半、ショッピングやダイニング、アクティビティに便利なロケーション。全室キッチン付きホテルルーム、ステューディオ、ジュニアスイートを用意。



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ど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保護区内に位置する歴史あるホテル。キラウエア火山のハレマウマウ・クレーター縁に立ち、レストランからは火口を見渡すことができる。

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・パニアン
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・ワイキキ・ビーチサイド・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・パニアン
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・モンテラゴ・ヴィレッジ・リゾート(ネバダ州)
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

オアフ島
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

オアフ島
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
マイル・スカイ・コート
(ホリデイ・イン・エクスプレスとしてオープン予定)
パゴダ・ホテル
ホワイト・サンズ・ホテル

マウイ島
マウイ・ビーチ・ホテル

ハワイ島
ヒロ・ナニロア・ホテル
(グランド・ナニロア・ホテル、ア・ダブルツリー・バイ・ヒルトンとして2016年春オープン予定)

その他

ヒルトン・ガーデン・イン・カウアイ・ワイルアベイ(カウアイ島・旧アストン・アロハ・ビーチ・ホテル。2016年春オープン予定)

強みはこれまでの経験、多様性、そしてパートナーシップ。アクア-アストン・ホスピタリティーは、ハワイ及びアメリカ本土にフルサービスのリゾートやスタイリッシュなホテルからコンドミニアムや快適でリーズナブルなホテルまで、50軒以上約10,000室のコンドミニアム&ホテルを運営しています。いかなるライフスタイルや好み、予算にも合う5つのブランドを展開するアクア-アストン・ホスピタリティーは、旅行業界に新しいアイデアをふきこみます。

AQUA-ASTON

HOSPITALITY

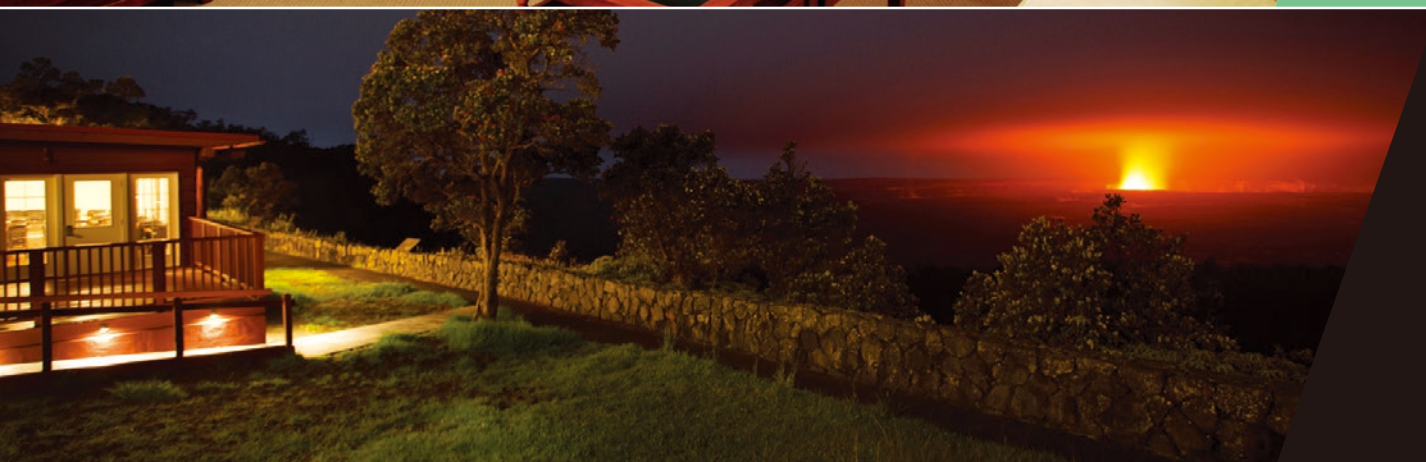
アクア-アストン・ホスピタリティ



Aston
HOTELS & RESORTS

アストン・ホテルズ&リゾート

ようこそ、我が家へ



INSTINCT
HOTEL COLLECTION

インスティンクト・ホテル・コレクション

ここにしかない体験を



AQUA
HOTELS & RESORTS®

アクア・ホテルズ&リゾート

ひとりひとりの旅なれた自分へ



lite
HOTELSSM

ライト・ホテルズ

清潔と快適さだけでじゅうぶん



MAU
condo and home

マウイ・コンド・アンド・ホーム

パラダイスをあなたに



仕事の ための、 ハワイ。

「仕事が忙しくて休んでる暇なんてない」
そんな人にこそ仕事を休んで来てほしいのが
ハワイです。島中にあふれる虹色の自然と
ホスピタリティ、そして力強いアロハ・スピリット。
不思議とみんな来る前よりいい顔になって
いく。あなたもここで、仕事のための英気を
養ってみませんか。さあ、一緒に。アローハ!

ハワイで休んで、いい仕事。
有休👉HAWAII

<http://www.yukyu-hawaii.com>

HAWAII TOURISM
JAPAN
ハワイ州観光局

