

www.jwing.net
mail@jwing.net



カナダ特集 2017

カナダ建国150周年、さらなるマーケット拡大へ
冬、グルメ、都市の魅力



「2022年に60万人」ピーク時回復に意欲 カナダ観光局ゴールドスティーンCEO

カナダ観光局社長兼CEOのデービッド・ゴールドスティーン氏は、同局主催のトラベルトレードショー「ランデブーカナダ」(開催レポートを3ページと6ページに掲載)での業界メディアとのインタビューの中で、日本マーケットについて「昨年は日本人訪問者数が30万人を突破し、前年比で10%の成長を遂げた。今年は5%増を目標としているが、それを上回る成長が可能」と指摘。今後の目標としては「2022年までに、かつてのピーク時に相当する60万人の実現を視野に入れながら、日本マーケットの強化を図りたい」と意欲を見せた。

今年1～3月も28%増と大幅な伸び
冬季の需要喚起が奏効

日本からカナダへの訪問者数(宿泊ベース)は、昨年30万3726人を記録し、30万人を突破。昨年の目標29万1000人を超え、前年比10%の伸びとなった。30万人突破は、昨年設定した目標よりも1年前倒しで達成。今年はすでに発表している1～3月の累計で、前年比28.0%増の5万9779人と大幅な伸びを見せており、かねてより観光局が打ち出している「冬季の需要喚起」が奏功。今年は名古屋～バンクーバー線の復活など、航空座席供給の伸びが引き続き見込まれることから、

昨年同様の伸びに期待が集まる。
日本マーケット好調の要因としてゴールドスティーン氏は、航空座席供給の増加や旅行会社へのサポート、一般消費者向けキャンペーンを挙げ、「特にミレニアル世代の若い世代の数が大きく伸びた。これはカナダが他にはない、ここだけのユニークな体験を提供しているからだ」と説明。日本人訪問者数のうち、ミレニアル世代にあたる20～34歳の割合は昨年、全体の35%を占め、増加傾向にある。課題については、「ピークシーズンとな



カナダ観光局社長兼CEO
デービッド・ゴールドスティーン氏

る夏のホテル供給が逼迫している」と挙げ、「新規ホテルの開業が予定されており、改善が期待できる」としながらも、今後の施策として特に日本マーケットについては、冬を中心としたシーズンリティーの拡大を強化する考えを示す。
カナダ観光局日本代表の半藤将代氏は「冬季に加え、食やアウトドア、都市の



カナダ観光局日本代表半藤将代氏 ランデブーカナダで日本マーケットの動向や今後の戦略について紹介

魅力を切り口とした需要喚起で日本マーケットをさらに拡大していきたい」と述べ、今後の展開について自信を見せた。今年は今回のランデブーカナダに加え、日本マーケットだけにフォーカスした商談会イベント「フォーカス・カナダ・ジャパン」を10月23～24日に東京のお台場で開催する予定だ。

カナダ観光局、冬／ショルダー販促に注力 「あったかい、冬カナダ」で3か年計画



あったかい、冬カナダ

カナダ観光局は、今後3か年計画で冬季およびショルダーシーズンの販促に力を入れる。「あったかい、冬カナダ」と題し、冬の絶景や食、都市滞在の魅力を訴求。夏や秋の紅葉シーズンといったピークシーズンに集中せず、シーズンリティーの拡大を図ることで、日本人訪問者数の拡大を図るのが狙いだ。

旅行会社とメディアへアプローチ
「冬の絶景」や「食」などを切り口に

プロモーションは、旅行会社への取り組みと、一般消費者を意識したメディア露出の2つのアプローチ。旅行会社向けには、「冬の絶景」「食」「クリスマス」「マーケットめぐり」「早春の花」をテーマにツアーコンテンツを提案。今年2月には実際に旅行会社幹部を集めたFAMツアーを実施したほか、旅行会社で行うFAMツアーにも積極的にサポートしていく。

メディア露出としては、増加傾向にある20～30代のミレニアル世代の女性をターゲットに、テレビやオンラインメディア、書籍／雑誌で冬のカナダの魅力を訴求するほか、冬の絶景にフォーカスしたアニメーション動画(30秒)製作、オンラインで動画配信する。また、ポータルサイト「カナダシアター」でのメディアとのタイアップによる冬季コンテンツの拡充も進める。さらに昭文社と協力、今年冬を目標にガイドブック「ことりっぷ」を発行する予定で、ほぼ半分が冬のカナダの魅力を紹介する内容となる。

先日、アルバータ州カルガリーで開かれたカナダ観光局主催のトラベルトレードショー「ランデブーカナダ」では、日本人参加者を対象としたセミナーを開催、



トラベルトレードショー「ランデブーカナダ」で行われた日本人参加者向けセミナーの様子

「あったかい、冬カナダ」を含む、観光局の日本市場での今後の取り組みについて紹介した。

セミナーでカナダ観光局旅行業界担当マネージャーの穴見千穂氏は「冬のカナダのイメージは、いまだに『やることがない』というイメージが根強い。今回『あったかい、冬カナダ』のロゴを設けて取り組んでいくことで、シーズンリティーの拡大を図りたい」とコメント。

またメディア露出について、「アニメーション動画を旅行会社の皆様でも利用できるよう、できるだけ旅行会社様の活動と連携できるよう努めていきたい。皆様が増販のバックアップになれば」と述べ、旅行会社へのサポートにもつながる点を強調した。

「チームカナダ」一丸で旅行会社をサポート
新規デスティネーション開発、教育旅行も

「あったかい、冬カナダ」と並行してカナダ観光局では、旅行会社へのサポート態勢を強化、日本に拠点を持つ6つの観光局(アルバータ州観光公社、カナダ・オンタリオ州観光局、ノースウエスト準州観光局、プリティッシュ・コロンビア州観光局、プリンス・エドワード島州政府観光局、ユーコン準州観光局、五十音順)との協業「チームカナダ」一丸となって取り組んでいく。

中部マーケットにもアプローチ
カナダ建国150周年もきっかけに

さらに、エア・カナダ ルージュが中部～バンクーバー線を季節運航することから、中部マーケットへのアプローチを強化。旅行会社のインハウスセミナーや、エア・カナダが実施するFAMツアーへのサポートを行う。
また今年の「カナダ建国150周年」へ向けた動きとしては、すでに旅行会社と協力し、建国史や西部開拓を題材とした記念ツアーを造成。合わせて「絶景」や

なかでも「あったかい、冬カナダ」による冬季／ショルダーシーズンの販促によるシーズンリティーの拡大に加えて、力を入れるのが新規デスティネーション開発で、旅行会社に対して新たな商品開発と販促強化へのサポートを行う考え。また教育旅行にも注力。旅行会社と長期連携を図ることで、需要喚起を目指すべく現在計画策定中だ。

カナダ建国150周年でメディア露出も強化
蔦屋書店でキャンペーンも

一方、カナダ建国150周年へ向け、メディア露出も強化。一般消費者に対し、カナダの新しい魅力を訴求していく。具体的にはミレニアル世代や女性層などを意識したインフルエンサーによるカナダの新しい魅力の発信、また建国記念日の7月1日の前後1ヶ月間は蔦屋書店(代官山、湘南、梅田、枚方)でのキャンペーンを実施する予定だ。

メディアとのタイアップによるプロモーションでは、都市の食や文化、デザイン、音楽、ファッションの魅力を伝えるべく、女優の原沙知絵氏やYouTuberミカエラ氏、料理研究家の有元葉子氏、旅行誌「クレアトラベラー」による情報発信を展開。

ほかに、お笑い芸人大納言光子氏を起用した「LOVE CANADA 150 笑顔でつながるカナダ」キャンペーン、ジャーナリスト上原善広氏が2年をかけてカナ

「都市」「ライフスタイル」「食」といったキーワードによる旅行素材発掘やプロモーション強化も図る。「建国150周年で盛り上がりを見せる中、この1年で盛り上がりが終わることのないよう、今回の建国150周年をうまく活用して、絶景や都市、ライフスタイル、食など、カナダの魅力が大きくアピールし、マーケットに定着できるきっかけになれば」(穴見氏)と期待を見せる。



カナダ観光局のポータルサイト「カナダシアター」
<https://www.canada.jp/>

ダを横断した紀行をまとめた「カナダ歴史街道をゆく」(文芸春秋)も出版された。

蔦屋書店でのキャンペーンでは、カナダ建国150周年をテーマに、カナダの食、文化、ライフスタイルを訴求する内容で、書店でのキャンペーンやカナダの食を題材としたタブロイド紙の発行、カナダフードフェアの開催や、有元葉子氏や上原善広氏のトークショーも行う予定だ。

「ランデブーカナダ2017」レポート①

Rendez-vous Canada 2017 Report ①

「ランデブーカナダ2017」 アルバータ州カルガリーで開催 日本から49名が参加

カナダ観光局主催のトラベルトレードショー「ランデブーカナダ2017」がアルバータ州カルガリーで5月9～12日に開催された。今年で41回目を数えるランデブーカナダは、カナダ最大のトラベルトレードショー。カナダ側サプライヤーと日本を含む世界各国からのバイヤーを合わせた参加者は1840名に達し、過去最大の規模となった。

「ランデブーカナダ2017」会場の様子

過去最大規模での開催 日本は国別で5番目の規模に

過去最大規模での開催となった今年のランデブーカナダ。カナダ側のサプライヤーは567社から1050名、一方バイヤーは世界28か国から565名が集まり、このうち日本は現地法人含む49名が参加した。昨年の55名から参加者は減少したものの、

国別では、101名の中国、90名のカナダ、75名のアメリカ、50名の英国に次ぐ5番目の規模となった。期間中は、のべ3万件のアポイントが行われ、サプライヤー、バイヤーとの活発なやり取りが繰り返された。

観光大臣が新ビジョン発表 2025年までに「世界トップ10観光地」に

ランデブーカナダでは、カナダ政府による新たな観光ビジョンが発表された。「2025年までにカナダを世界トップ10の観光地にすること」を目標とした内容で、中小企業・観光大臣のバーディッシュ・チャガー氏が明らかにしたもの。他にも「2021年までに国際マーケットからの訪問者数を3割増とする」「中国人訪問者数を2倍にする(2016年:60万1300人)」ことを目指す。

実現へ向け、「マーケティング」「アクセス」「プロダクト」の3つの分野に力を入れる。マーケティングでは、カナダ観光局への年間予算として今年は9550万カナダドル(約86億円)を投じるほか、20～30代の「ミレニアル世代」へのプロモーション、デジタル・マーケティングの強化を図る。

アクセスでは、ビザ取得の緩和と航空アクセスの拡大を軸に展開。ビザの面では、昨年メキシコへのビザ免除でメキシコからの訪問者数が大幅に増加したほか、中国国内でのビザ申請できる地点を7カ所へ増やす計画。航空アクセスでは、オープンスカイ化の推進で国際線を積極的に誘致していく方針だ。

プロダクトでは、先住民族を新たな観光素材のひとつとして、2017年予算で860万(約7億7400万円)カナダドルを投じてサポートするほか、国立公園や食、文化アートを軸としたプロダクト開発、LGBT(LGBTQ2)ツーリズムの推進、またスタッフ教育やデータ分析への投資も行う。

チャガー大臣は「カナダは2002年の段階では世界で7番目に国際マーケットからの観光客が多い国だったが、2015年には18位までダウンした。この新たな観光ビジョンを通じて、我々はカナダの美しい自然景観と驚くべき体験の数々、そしてユニークな文化を世界に向けて発信することができるだろう。カナダを再び国際マーケットにおいて競争力のあるデスティネーションにしたい」と抱負を述べた。



業界メディア向け記者会見の場でのチャガー中小企業・観光大臣

国際訪問者数2000万人まで目前 カナダ観光局「2020年に2200万人」達成に意欲

一方、カナダ観光局は、昨年の日本を含む全国際マーケットからのカナダへの訪問者数(宿泊ベース)が前年比11%増の1997万7285人を記録したことを受け、昨年のランデブーカナダでカナダ観光局社長兼CEOのデービッド・ゴールドスティーン氏が発表した「2020年での訪問者数2000万人、消費金額200億カナダドルの達成」目標を、「2022年で訪問者数2200万人、消費金額220億カナダドルの達成」に上方修正すると発表した。

昨年のカナダへの訪問者数は、過去最高を記録した2002年の数値に迫り、この14年間で最大の数字となった。国別では、アメリカ(1389万9814万人/前年比10%増)、英国(83万3329人/同17%増)、中国(61万139人/24%増)、フランス(54



開催初日にプレゼンテーションを行うカナダ観光局ゴールドスティーンCEO

万5786人/9%増)、ドイツ(36万9216人/12%増)、オーストラリア(33万3473人/16%増)に次いで日本(30万3726人/10%増)となる。

「チームカナダ」を全マーケットに適用 協業の効果協調

目標達成へ向け、ゴールドスティーン氏は、日本マーケットからスタートした各州観光局との協業態勢「チームカナダ」



ランチのイベントでは「世界最大のアウトドアショー」と呼ばれる「カルガリースタンビード」で人気のロデオショーが行われた。スピードと迫力ある動きに参加者は熱中

のコンセプトを全マーケットで展開すると説明し、「カナダとして一体化したマーケティング展開を推進する」と、目標達成への自信を見せた。



来年は東部のノバスコシア州ハリファックスで開催(2018年5月12～16日)

食のシーンに注目 カルガリー



カルガリーのダウンタウン

カナダ西部アルバータ州最大の都市カルガリー。都市圏の人口は150万人に達し、今でも成長を続けている。そんなカルガリーで今注目を集めるのが食のシーン。カナダの一大穀倉地帯としても知られるアルバータ州の豊かな農作物の恵みを活かし、地産地消の取り組みが活発に行われている。

今回、そんなカルガリーのグルメを体

験できる2つのツアーに参加した。まず「地ビール巡り」ツアーは、その名の通り地ビールの醸造所を巡りながら、製造工程の見学やさまざまなタイプのビールを試飲できるもの。

ロッキー山脈の澄んだ水と、アルバータ州で広く栽培されている麦を活かした地ビール醸造。カルガリーには、52もの醸造所があり、その味を競う。ラズベリーの風味を生かしたユニークなビールは日本にはあまりなく、女性に好評。訪れた時期は、ホップの苦みを効かせたさ



地ビール醸造所で説明を聞く



フードツアーの様子

ファーマーズマーケット
© Calgary Farmers Market

わやかな風味のIPA(インディアンペールエール)が人気で、ツアーではたっぷり初夏の期間限定の地ビールを堪能した。

カルガリーには、地ビールを集めたレストランもあるので、食事にこうした地元でしか味わえない地ビールを楽しむのも旅の良い思い出となる。

またファーマーズマーケットや人気のレストランを巡りながら試食などを楽しむフードツアーにも参加。こちらはカルガリー郊外のおしゃれなエリアを訪ね、ギャラリーや観光ポイントも抑えているので、カルガリーの成り立ちについても知ることができる。

ツアーでは、デザインホテルのレストラン

ランでの朝食に始まり、漫画の主人公を題材にしたユニークなコンセプトでのレストランやホームメイドのお菓子屋さん、食をテーマにした本と食材、調理器具を集めたショップで試食を楽しんだ。なかでもオランダからの移民によって始めたチェダーチーズは、地元の材料を使った本格派で世界的な賞を受賞した逸品で、その味わい深さが印象的だった。

ファーマーズマーケットにも是非足を運びたい。地元の新鮮な野菜や食料品が並び、おみやげ探しにも最適だ。

こうしたフードツアーは、カルガリーに限らず、州都エドモントンやキャンモアでも展開。内容のアレンジも可能で、ツアー内容に組み込むことで、他にはないユニークなツアーとなるはず。旅の最後はカルガリーに滞在して、こうしたグルメシーンを体験するツアーはいかがだろうか。

カルガリー・ブリューワリー・ツアーズ
<http://www.calgarybrewerytours.beer/>
アルバータ・フード・ツアーズ
<http://albertafoodtours.ca/>

「チーム カナダ」各州観光局いち押し 冬、ショルダーシーズンに おすすめの旅行素材

ブリティッシュ・コロンビア州 (British Columbia)



クリスマス 食 マーケットめぐり 冬の絶景 早春の花 © The Butchart Gardens

ロマンチックなクリスマスの庭園へ ブッチャート・ガーデン

1年中花を見ることができ、花の街ビクトリアならではの場所が、12月1日～1月6日の間、イルミネーションで輝きを見せる。昼間のブッチャート・ガーデンとはまた違った美しさで、クリスマスのロマンチックな雰囲気を楽しませてくれる。春・夏のブッチャート・ガーデンを知っている方もぜひ一度訪れてみたい。

www.butchartgardens.com/activities/5-seasons



クリスマス 食 マーケットめぐり 冬の絶景 早春の花 © Capilano Suspension Bridge

バンクーバーから30分で飛び込む冬の絶景 渓谷に架かる「光の吊り橋」

ノース・バンクーバーの観光名所キャピラノの吊り橋で行われるイルミネーション。渓谷の暗闇の中に浮かびあがる「光の吊り橋」は、神秘的な森を背景にとても幻想的。2017年11月23日～2018年1月28日までライトアップされる。クリスマスの期間は世界で最大規模を誇る高さ46.4mの「生きたままの」クリスマスツリーも必見。

www.capbridge.com/explore/canyon-lights/



クリスマス 食 マーケットめぐり 冬の絶景 早春の花 © Vancouver Foodie Tour

ローカル気分でマーケット散策 バンクーバーの台所 グランビル・アイランド

バンクーバーの人気観光スポット、グランビル・アイランド。地元産のフルーツや野菜、とれたてのシーフード、目にも楽しい絶景の数々など、ローカル気分で散策を楽しめるパブリック・マーケットは必見。この場所を効率よく巡り、食べ歩きしながら、おすすめのショップを教えてください。フードツアーもおすすめ (日本語ツアーあり)。

foodietours.ca/granville-island-market-tour/ (フードツアー)



クリスマス 食 マーケットめぐり 冬の絶景 早春の花 © Vancouver Cherry Blossom Festival

海と山に囲まれた桜色の街 バンクーバー早春の花旅

冬でも温暖な気候に恵まれるバンクーバー。2月ごろになると次々と春の花が咲き始め、なかでも年によっては日本よりも早く開花を迎える桜が注目だ。早い年には2月下旬～3月上旬頃に開花。3月下旬～4月は、海と山に囲まれた美しい都市が桜色に染まり、この時期ならではのほんわりとした風景が広がる。

www.tourismvancouver.com/activities/sightseeing/cherry-blossoms/

ブリティッシュ・コロンビア州観光局

HelloBC.jp

アルバータ州 (Alberta)



クリスマス 食 マーケットめぐり 冬の絶景 早春の花 © Paul Zizka Photography

アイスバブル

湖底の植物から発生するメタンガスの泡が凍ってできる現象「アイスバブル」は、湖面も凍てつく冬のカナディアン・ロッキーならではの絶景。まるで魔法にかかったように時間の止まった気泡が足元に広がる様は、なんとも不思議な光景だ。近年人気が高まり、日本語の観光ツアーも開催されている。



クリスマス 食 マーケットめぐり 冬の絶景 早春の花 © Tourism Calgary

カルガリー・ブリュワリー・ツアー

カナダ有数の穀倉地帯を有する食の宝庫アルバータ州では、良質な大麦と清らかな水を使った貴重なクラフトビールが各地で味わえる。特に、個性あふれる醸造所をめぐりながら職人のこだわりの秘訣を聞いたり、試飲を楽しんだり、ブリュワリーツアーは観光もグルメも楽しみたい旅行者にぴったりだ。

www.calgarybrewerytours.beer/

アルバータ州観光公社

travelalberta.jp



クリスマス 食 マーケットめぐり 冬の絶景 早春の花 © Tourism Calgary

カルガリー・ファーマーズマーケット

広大な敷地にアルバータが誇る多種多様な名産品が一同に集まり、フレッシュでカラフルな雰囲気を楽しめるファーマーズマーケットは、カルガリーにきたら絶対にはずせないスポット。試食はもちろん、生産者とのふれあひも体験しながらマーケット内を巡るツアーもおすすめだ。

www.calgaryfarmersmarket.ca/



クリスマス 食 マーケットめぐり 冬の絶景 早春の花 © Kelly MacDonald

バンフのクリスマス

雪景色のカナディアン・ロッキーに囲まれたバンフのクリスマスは、山岳リゾートならではの暖かみのある雰囲気がある。2017年11月24～26日はバンフ・クリスマス・マーケットが開かれ、かわいらしいクラフトアートやハチミツなどの名産品が並び、お土産探しに最適。また、11月18日にはサンクロース・パレードが開催。目抜き通りのバンフ・アベニューが一気に華やぐ。

www.banffchristmasmarket.com/ (バンフ・クリスマス・マーケット)
www.banfflakelouise.com/SantaClausParade (サンタクロース・パレード)

ノースウエスト準州 (Northwest Territories)



クリスマス 食 マーケットめぐり 冬の絶景 早春の花

オーロラ鑑賞

冬の旅行としては王道の素材となる「オーロラ鑑賞」。鑑賞率が高いと定評のイエローナイフでは、さまざまなオーロラ鑑賞ができる場所やツアーがある。大型ティービーやキャンピングで待機しながら待つオーロラは、冬の寒さを忘れさせてくれるほど素晴らしい自然が織りなす光のショーを繰り広げてくれる。また、犬ぞりや4



クリスマス 食 マーケットめぐり 冬の絶景 早春の花

オーロラ鑑賞

輪駆動車を利用するオーロラハンティングツアーも最近では人気だ。オーロラの登場を温かい場所で待機するか、それとも出現するオーロラをこごとく追いかけるなど、いろいろな方法で二度と出会えないオーロラを楽しんでみてはいかがだろうか。

ノースウエスト準州観光局

www.spectacularnwt.jp



クリスマス 食 マーケットめぐり 冬の絶景 早春の花 Photo by Katsu Sakuma

白フクロウ

オンタリオ州でしか見られない冬の絶景は、野生の白フクロウ。エサを求めて、北極から南下し、オンタリオ湖北岸のアマースト島やウルフ島で越冬する。ハリーポッターでも有名になった白フクロウやその他の野鳥、野生動物が間近で見られる。



クリスマス 食 マーケットめぐり 冬の絶景 早春の花 © オンタリオ州観光局

ワイン

カナダ産ワインの8割がオンタリオ州で生産されている。ナイアガラのほか、最近ではオンタリオ湖北岸、トロントからも2時間でアクセスできる、プリンス・エドワード・カウンティ (PEC) が人気。ワインのほか、クラフトビールやグルメなど、美食ならPECがおすすめだ。

カナダ・オンタリオ州観光局

www.ontariostyle.com

プリンス・エドワード島州 (Prince Edward Island)



クリスマス 食 マーケットめぐり 冬の絶景 早春の花 © Tourism PEI / Stephen Harris

食べ歩きツアー

食材の宝庫、プリンス・エドワード島では、さまざまな食べ歩きツアーが人気だ。ガイドとシャロットタウンの町を歩きながら牡蠣、ムール貝、ジャガイモなどの地元グルメを食べ歩きして歴史も学べる「Taste the Town」(英語) や、1日かけて島のマーケットやレストラン、チーズやスイーツなど食べ尽くす「Tasting PEI」(日本語) などがある。

www.experiencepei.ca/taste-the-town (Taste the Town)
www.peiselecttours.ca/shoukai.htm (Tasting PEI)

プリンス・エドワード島州政府観光局

www.tourismpei.com/jp



クリスマス 食 マーケットめぐり 冬の絶景 早春の花 © Tourism PEI / Alanna Jankov

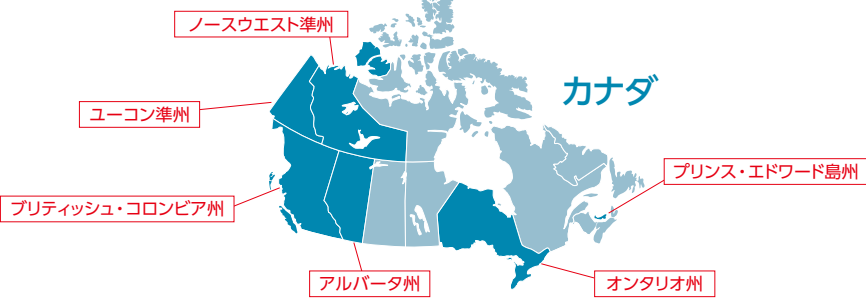
Fall Flavours (フォール・フレイバース)

毎年9月になると、島最大の食のイベント「フォール・フレイバース」が開催される。ロブスターやムール貝、牡蠣などのシェルフイッシュをテーマにしたイベント、シーフードチャウダーコンテスト、カナダ全土から集まった有名シェフによるディナーや、メインストリートがファーマーズマーケットと化す1日(写真) など、この1ヶ月間、島の至る所で美味しい催し物が尽きることがない。

fallflavours.ca

プリンス・エドワード島州政府観光局

www.tourismpei.com/jp



あったかい、冬カナダ

「ランデブーカナダ2017」レポート②

Rendez-vous Canada 2017 Report ②

各州観光局の動き

アルバータ州〈Alberta〉

冬季需要が増加傾向に
季節平準化図る

日本からアルバータ州へは、年間約6万人(2015年)の訪問者を数え、増加傾向にある。その理由をアルバータ州観光公社 市場開発担当ディレクター 小西美砂江氏は「日本からカナダへの航空座席供給量が伸びているため」と指摘する。関空－バンクーバー線の復活で、大阪発のカナダの周遊ツアーが増加。「カナダの周遊ツアーの場合、必ずカナディアン・ロッキーに立ち寄る」ことから、同州への訪問者も増えるという構図だ。

冬季需要も順調に伸びている。「冬季の需要喚起を目指したマーケティングを本格的にスタートして今年が2年目。数が少しずつ増えている」という。夏季のカナディアン・ロッキーのホテル供給が逼迫するため、今後も季節の平準化を進める方針で、冬季のカナディアン・ロッキーでの滞在を提案するほか、夏場ではカナディアン・ロッキー以外の滞在を紹介していく。

例えば「カルガリーに滞在して、カルガ

リーをベースにカナディアン・ロッキーや、恐竜の化石が発掘された世界遺産の州立恐竜公園と化石を展示する博物館のあるドラムヘラー、カルガリーのグルメ体験など、新しい素材を積極的に発信していく」考えだ。

また、冬季の他デスティネーションとのコンビネーションも訴求していく。「カナディアン・ロッキーとイエローナイフでのオーロラ鑑賞、オンタリオ州やブリティッシュ・コロンビア州、さらにアメリカとの組み合わせも紹介していきたい」(小西氏)



アルバータ州観光公社
市場開発担当ディレクター
小西美砂江氏

ブリティッシュ・コロンビア州〈British Colombia〉

テーマ性のある旅を提案
中部線再開でアプローチ強化

ブリティッシュ・コロンビア(BC)州への冬季需要も伸びている。今年1～2月の同州への日本人訪問者数は、前年同期比の15.2%増。「カナダ観光局が目標としていた冬季需要の10%増を上回る伸びを見せている」(BC州観光局 日本担当マネージャー モラス奈津子氏)と好調だ。

好調の理由が冬季の需要喚起だ。「クリスマス素材や食、早春のお花など、テーマ性を持たせた旅を旅行会社に提案したことで、商品造成が進んだ」ことが大きい。こうした「テーマ性を持った旅」は、日本マーケットが主導しているとのこと。モラス氏は「日本マーケットへは旅行会社への働きかけ、サポートが必要で、冬季やショルダーシーズンの需要喚起をするためにさまざまな提案をしなければならない」と指摘する。

本局では昨年「コンテンツチーム」を開

設、「食やハイキングなど、それぞれのテーマの専門家が情報を調べる専門の部署が立ち上がった。それにより、さまざまな切り口のテーマで情報を取得できるようになった」という。

今年はさらに、中部－バンクーバー線が再開したことで、旅行会社の担当セクションへ出向くインハウスセミナーやFAMツアーへのサポートを行うなど、中部マーケットでのアプローチを強化していく。



BC州観光局
日本担当マネージャー
モラス奈津子氏

オンタリオ州〈Ontario〉

機材大型化で冬季需要大幅増
「女子旅」向けプロモーションも

オンタリオ州への日本人訪問者数は、今年1～2月の数字で、前年同期比56%増と、こちらも大幅な伸びを見せている。その背景にあるのが他州同様、航空座席供給量の増加だ。特に「冬季の羽田－トロント線の使用機材が大型化したことで、座席数が30～35%増加した」(カナダ・オンタリオ州観光局 アカウント・マネージャー 田中恵美氏)と、カナダ・オンタリオ州観光局 アカウント・マネージャー 田中恵美氏は「カナダ・オンタリオ州観光局 アカウント・マネージャー 田中恵美氏」ことが大きい。また「旅行会社各社で冬商品のプロモーション強化を図ったことも冬季の需要増につながった」という。



カナダ・オンタリオ州観光局
アカウント・マネージャー
田中恵美氏

新たな展開としては、旅行会社の協力を受け、若い女性のFIT層をターゲットに、「女子旅」を意識した旅行説明会を実施。「ナイアガラのワインをサービスする」など、同州の魅力をアピールした。ほかにもシニア向けに冬や春の旅行を訴求、教育旅行やLGBTへのアプローチも継続的に行っていく。

さらに昨年より本格的にスタートし

た、食を切り口としたプリンスエドワード島(PEI)州政府観光局との「東部カナダグルメ街道」も、旅行会社で商品化が進んでいることから、「知名度アップに努めたい」と意欲を見せる。

「Canada's Downtown」トロント
モンゴメリーゆかりの地を訪ねるツアー

一方、トロント観光局では、日本で人気の小説「赤毛のアン」の作者ルーシー・モード・モンゴメリーのゆかりの地を訪ねる旅を提案。「赤毛のアン」の舞台であるPEI州政府観光局と協力しながら、旅行商品の造成サポートなどを通じた需要促進に力を入れる。

トロント観光局では新たに「Canada's Downtown」というキャッチフレーズを採用。「トロントは先住民の言葉で『出会いの町』という意味。ここではさまざまな出会いがある」(トロント観光局 日本・韓国マーケット開発マネージャー 鈴木正城氏)とのことだ。



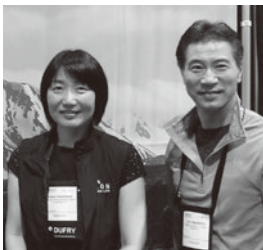
トロント観光局
日本・韓国マーケット開発マネージャー
鈴木正城氏

ユーコン準州〈Yukon〉

本局に日本人スタッフの山本氏
夏の魅力を訴求、地方需要喚起も

オーロラの地として、日本でも認知度が上がってきたユーコン準州観光局に今年、山本安彦氏がマーケット マネージャー アジア・パシフィックに就任した。日本を拠点に活動するセールス担当の高橋由香氏と連携して、日本マーケットへのアプローチを強化していく。高橋氏は「本部に日本人スタッフがいることで、お互いに日本マーケットの課題を共有し、よりスムーズかつ迅速に対応できるようになったことが大きい」と指摘する。

今後の展開について、山本氏は「夏の良さを訴求していきたい。ユーコンは夏でも冬でも年間通じて楽しめるカナダでも珍しいデスティネーションだ」と語る。



左からユーコン準州観光局 セールス担当 高橋由香氏、同 マーケットマネージャー アジア・パシフィック 山本安彦氏

ドイツやオーストラリアなど、ほかの海外マーケットでは夏の人気が高く、「ホテルのキャパシティを慎重に見極めながら夏の魅力を訴求していく」考えだ。

また、旅行会社やメディアを対象としたFAMツアーに力を入れるほか、地方からの需要喚起にも注力。山本氏は「今年6月に来日する予定。北海道から沖縄まで、地方からの需要喚起にも取り組んでいきたい」と意欲を見せる。

ノースウエスト準州〈Northwest Territories〉

他州とのコンビネーションが増加
夏場の国立公園を紹介

ユーコン準州と共に、オーロラが人気のノースウエスト準州。冬シーズンの集客は「微増」(ノースウエスト準州観光局 日本オフィス アカウント・マネージャー 田中映子氏)とのこと。日本からカナダへの航空座席供給は増加傾向にあるが、「その先のアクセスには大きな変動がないため」という事情が背景にある。

昨年の傾向としては、「カナディアン・ロッキーやナイアガラなどのコンビネーション商品が増えたのが大きな動き。これまでイエローナイフのみ滞在だったも

のから、滞在日数や消費額が増えた形だ」と説明する。

今後は、夏場の国立公園を訴求していく考え。「ナハニ国立公園やウッド・バッファロー国立公園など、大自然の絶景や野生動物が楽しめる」とのこと。どちらも世界自然遺産で、特にウッド・バッファロー国立公園はイエローナイフからアクセスしやすく、日帰りも可能だ。



ノースウエスト準州観光局日本オフィス
アカウント・マネージャー
田中映子氏

プリンスエドワード島州〈Prince Edward Island〉

FITが堅調、「赤毛のアン」映画公開
食体験でオンタリオ州観光局とコラボ

プリンスエドワード島(PEI)州の状況について、PEI州政府観光局日本代表の高橋由香氏は「グループは若干弱含みだが、FITが堅調で、全体的には安定している」と語る。現在公開中の映画「赤毛のアン」で、関連のメディア露出が増えており、相乗効果に期待する。

また、オンタリオ州観光局と組んだ食を切り口とした「東部カナダグルメ街道」のプロモーションを継続。今年はFAMツアーの実施や札幌、福岡のセミナーを予定する。他にも、トロント観光局との



左よりPEI州政府観光局日本代表 高橋由香氏、広告&パブリシティ マネージャー ロバート・ファーガソン氏

「赤毛のアン」作者ルーシー・モード・モンゴメリーのゆかりの地めぐりのツアー造成にも力を入れる。

ケベック州〈Quebec〉

「日本マーケットは大変重要」
今後のアプローチを検討

現在、日本に拠点のないケベック州観光局だが、国際マーケティング担当ディレクターのドミニク・ラベル氏は「日本は我々にとって大変重要なマーケット。秋の紅葉シーズンだけでなく春や夏、冬の新プロダクトを紹介していきたい」と意欲を見せる。

バンクーバー拠点の日系旅行会社現地法人との協力のほか、今年10月の「フォーカス・カナダ・ジャパン」への参加も検討、「日本マーケットへの投資はこれから



左からケベック州観光局 アジア中国市場担当マネージャー リン・ガオ氏、同観光局 国際マーケティング担当ディレクター ドミニク・ラベル氏

となるが、状況を見ながら少しずつ進めていきたい」と前向きな姿勢だ。

エア・カナダ〈Air Canada〉

中部－バンクーバー線の運航スタート
周遊ツアーが好調

6月1日より「エア・カナダ ルージュ」にて中部－バンクーバー線の運航を開始したエア・カナダ。同社 中部地区 旅客営業担当部長の橋本享士氏は「12年ぶりの直行便復活で、既にマーケットに受け入れられている」と説明。特に「周遊ツアーでの利用が好調」とのこと。

また、プレミアムエコノミークラスに相当する「プレミアムルージュ」の売上也好調に推移。商圏としては、愛知県と三重県、岐阜県の全域、さらに長野県と静岡県の一部を想定しており、今後は北陸地方への展開も検討する。



エア・カナダ
中部地区 旅客営業担当課長 橋本享士氏

カナダの魅力はドライブで

自分のペースで自由に観光ポイントを巡ることができるのが、レンタカーの最大のメリット。建国150周年を迎えるカナダの歴史や文化、また大自然の恵みが育んだ美味しい食材を使ったグルメスポットを体験できるドライブ旅行を提案したい。



コース1

カナダのワイナリーと絶景を体験



1 バンクーバー

空港でレンタカーを借りて、**ダウンタウン**へ。

まずは空港で車をかりて市内へ。ゆっくり街を散策して、市内を自由に楽しむ。



© Tourism Vancouver

2 オカナガン地方(ケロウナ)

人気ワイナリーと美食巡り

カナダ有数のワインの生産地「オカナガン地方」で、ワインをテイasting。豊かな土壌で育まれた、フルーツをはじめ、はちみつ農園、チーズ工房も見逃さず。途中フルーツスタンドに立ち寄って、もぎたての果実を味わってみよう。



3 クートニー・ロッキーズ(レベルストーク)

ドラマティックな国立公園と隠れ家リゾート

カナディアン・ロッキーの豊かな自然を満喫できるこのエリアには、4つの国立公園が集まる。隠れ家リゾートもあり、静かで落ち着けるエリアなので、心安らぎ贅沢なひとときを過ごしてみよう。



© Destination BC / Kamil Bialous

4 レイクルーズ

カナディアン・ロッキーの「宝石」ターコイズブルーの湖

氷河から溶け出した岩粉によって、まるで宝石のような青色に輝く美しい湖。アクティビティが豊富で、年間を通じて楽しめる。



© Banff & Lake Louise Tourism/Paul Zizka Photography

5 バンフ

温泉保養地としても人気 ワールドクラスのリゾート

カナディアン・ロッキーの山並みが一望できるリゾート地のバンフ。毎年6～8月にピークを迎える高山植物は大きな見どころ。ハイキングで日本では珍しい希少種に出会える。



© Banff & Lake Louise Tourism/Paul Zizka Photography

6 カルガリー

アルバータ州のゲートウェイ 西部開拓時代の面影も

冬期オリンピックの開催地としても有名な、日本からの直行便が飛ぶ大都市。毎年7月に開催されるカウボーイの祭典「カルガリー・スタンピード」をはじめ、イベントもたくさん。



© Tourism Calgary

コース2

大自然の恵みを堪能して、歴史を巡る



1 トロント

カナダ最大の都市 たくさんのカルチャーが融合したユニークな魅力

100以上の民族の文化がミックスされ、多彩な表情をもつマルチカルチャー都市。レストラン、ナイトスポット、ショッピングも充実。美術館、博物館も数多い。

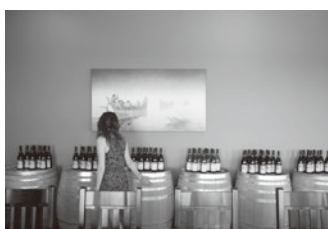


© www.torontowide.com

2 プリンセスエドワードカウンティ

カナダ有数のグルメエリアのどかな昔ながらの景色が広がる

美食家や有名シェフも集まるワインの産地。テイスティング・トレイルやアート・トレイルなど、食やアートによるツーリズムにも力を入れているこの地域で、スローフードとワインを満喫。



© オンタリオ観光局

3 キングストン

多くの史跡が残る古都 絶景スポットもたくさん

世界遺産「リドー運河」のスタート地点で、かつてカナダの首都があった場所。古くから交通の要として発展してきた。水門の上に鉄橋が走る「キングストン・ミルズ」は絶好のフォトスポット。



© Asymmetric / Quinn Vorster

4 オタワ

「リドー歴史街道」を北上 メープルシロップたっぷりのパンケーキディナーも

リドー運河を北上してオタワに向かう運河は、現役の運河としては北米最古。水路一帯は「リドー歴史街道」と呼ばれ、クラフトを売るお店やカフェなどが集まるかわいい町並みも。途中ラクーナはメープルシロップの里。



© Ottawa Tourism

5 モントリオール

フランス語圏のケベック州最大の都市 建築やアートを満喫

フランス文化が色濃く残り、カナダでも屈指の歴史を誇る。旧市街には、18～19世紀の古い建物が今でも残り、レストランやカフェ、ショップも多く、街歩きにも最適。



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®

ノースウエスト準州

Northwest Territories

オーロラと大自然の絶景で選ばれるデスティネーション グルメからアクティビティまで多彩な楽しみ方を提案

一生に一度はオーロラを見てみたい。そんな夢を高い確率で叶えてくれるのがノースウエスト準州(NWT)。観光の拠点となるイエローナイフでは3日間滞在すれば90%の確率でオーロラが鑑賞できるといわれている。このほか、カナダらしいダイナミックな絶景も広がり、季節ごとに印象的な表情を見せてくれる。食ではジビエ料理も魅力のひとつ。さまざまな旅の楽しみ方を提案できるのがNWTの特長だ。

絶景が広がる2ヶ所の世界自然遺産 北極圏デンプスター・ハイウェイが延伸

世界有数のオーロラデスティネーションとして人気のNWTだが、楽しみ方はそれだけではない。NWT全域に日本では味わえない壮大な絶景が広がっている。

ユーコン準州との州境に広がる「ナハニ国立公園」はNWTでの大自然体験ハイライトのひとつ。その唯一無二のランドスケープから、1978年にガラパゴス諸島やイエローストーン国立公園などとともにユネスコ世界自然遺産第1号に登録された。総面積3万km²におよぶこの公園は、サウス・ナハニ川を中心に広がっており、峡谷の中を563kmにわたって流れるサウス・ナハニ川、落差90mの絶壁を勢いよく流れ落ちるヴァージニア滝、切り立つテーブルランド、ラム・プラトーなど変化に富んだ絶景をハイキングなどで楽しむことができる。



ナハニ国立公園



また、オオツノヒツジ、シロイワヤギ、ウッドランドカリブー、オオカミ、アメリカグマ、ハイイログマ、ナキハクチョウなど貴重な動物たちも生息。手つかずの大自然は世界中の旅行者を惹きつけている。トレッキングやカヌーなどのアウトドア・アクティビティも充実。「ナチュラリスト・ロッジ」と呼ばれる宿泊施設での自然体験も人気だ。

ナハニ国立公園へは、保護区の本部があるフォート・シンプソンからチャーター機でアクセスするのが一般的。フォート・シンプソンは保護区の一帯南東の端から145km離れた場所にあり、遊覧飛行や周遊ツアーの会社の拠点にもなっている。

グレートスレーブ湖の南からアルバータ州にかけて広がる「ウッド・バッファロー国立公園」もNWTを代表する自然公園。その名称通り、バッファローを保護するために指定された公園で、1983年には世界自然遺産にも登録された。バッファローのほかにも、絶滅危惧種のアメリカシロゾル、ムース、オオカミ、ブラックベアなど多種多様な野生動物も生息。NWTの豊かな自然を象徴する場所として大切にされている。



ウッド・バッファロー国立公園

ゲートウェイは公園の北側に位置するフォート・スミス。イエローナイフからも定期便が運航されており、アクセスが容易な点も観光客から支持されている理由のひとつ。日帰りもできるため、イエローナイフでの夜のオーロラと組み合わせた商品の造成も可能だ。

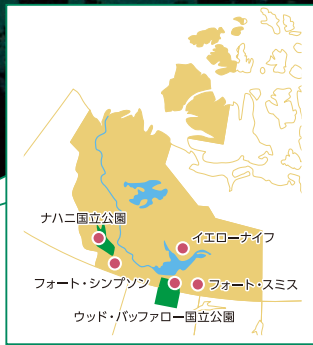
このほか、今年10月末にはNWTの北部ユーコン準州からイヌビク(Inuvik)までの「デンプスター・ハイウェイ」が最北の街タクトゥーヤクトゥク(Tuktoyaktuk)まで延伸される予定。これにより、夏から秋にかけてはこれまで以上に快適にドライブを楽しめるようになり(冬は閉鎖)、日本の紅葉とは一味も二味も違う黄葉の絶景を気軽に鑑賞することができるようになる。



デンプスター・ハイウェイ

NWT観光に外せないオーロラ 施設も充実、冬でも快適に鑑賞

NWTの観光ハイライトとしてやはりオーロラは外せない。オーロラの発生頻度が高いのは緯度60〜80度のオーロラベルト。緯度69度に位置し、晴天率の高いイエローナイフは、絶好の観測ポイントとなっている。オーロラのシーズンと言えは1月〜3月の冬というイメージが強いが、実は8月下旬から9月末の夏のオー



ロラも絶景。緑色に波打つオーロラが湖面に反射する光景を目当てに夏のオーロラ鑑賞に訪れる観光客は多い。

冬のオーロラで日本人に人気の施設がイエローナイフの郊外にある「オーロラビレッジ」。広い敷地内には、先住民が利用していたテント「ティーピー」が点在し、オーロラが出現するまで、その中で快適に待つことができるようになっている。広さは2〜5名のプライベートタイプから最大50名の収容が可能なタイプまで揃うため、幅広い層の受入が可能だ。



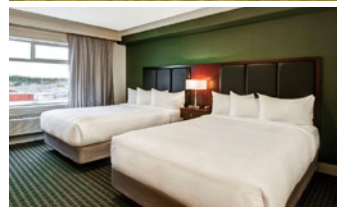
オーロラビレッジ

ここでは、オーロラ鑑賞だけでなく、オーロラが出現するまで、あるいはその合間に楽しめるアトラクションも充実している。極寒の屋外で行う実験教室では、濡れたタオルを振り回すと、あっという間に凍りつくデモンストレーションなど極北らしい体験も楽しめる。さらに、周りに遮るものがないため、星空鑑賞にも最適な場所だ。

このほか、同じくイエローナイフ郊外にある「オーロラステーション」も小規模ながら快適にオーロラ鑑賞ができると好評だ。オーロラ出現までは温かい室内で待ち、出現すると建物の屋上のデッキのベンチに座って鑑賞する。

さらに充実する受け入れ態勢 来夏には5つ星ホテルもオープン予定

イエローナイフには日本人観光客の利用が多いエクスプローラー・ホテルのほか、モータータイプのイエローナイフ・イン、ディスカバリー・イン、デイズ・インなどがあるが、2016年9月にはダウンタウンに3つ星ホテル「シャトー・ノヴァ・イエローナイフ(Chateau Nova Yellowknife)」がオープンした。部屋数はサウス・ノヴァも含め全141室とグループにも対応。宴会場やフィットネスセンター、無料Wi-Fiサービス、ステーキレストラン「ザ・クオリ」レストラン&ラウンジ」を備えるフルサービスホテルだ。



シャトー・ノヴァ・イエローナイフ

また、待望の5つ星ホテル「ソルスティス(Solstice)」が2018年8月にオープン予定。全37ユニットでアルコール類も含むオールインクルーシブのサービスが特長。オーロラ鑑

賞用にはカナダグース・ジャケットが用意されているほか、部屋の外にはデッキも備えられている。このホテルがオープンすれば、オーロラ鑑賞や大自然ツアーなどを含めたラグジュアリートラベルのデスティネーションとしてNWTの訴求力が高まると期待される。

ジビエ料理でユニークなグルメ体験 地ビール・レストランも人気

イエローナイフではグルメも楽しみのひとつ。特長はバイソン、シカ、イワナなど地元でとれる食材を使ったジビエ料理だ。地元の人たちにも人気の「ブロックス・ビストロ」、エクスプローラー・ホテル内にある「トレダーズ・グリル」などではクオリティーの高いジビエ料理が楽しめる。

また、2015年12月にオープンした「NWTブリューイングカンパニー」は、地ビールが楽しめるレストラン。ピュアな水とカナダ産麦芽やポップで醸造されたクラフトビールが楽しめるほか、地産食材を生かした料理を提供している。



バイソンステーキ



NWTブリューイングカンパニー

アルバータと共同プロモで冬の需要喚起 建国150周年で150の観光ストーリー展開中

日本からイエローナイフへは、エアカナダの直行便でバンクーバー経由あるいはカルガリー経由で飛ぶのが便利だ。バンクーバーからはエドモントン経由で約1時間半、カルガリー経由で約2時間半のフライト。いずれも同日にイエローナイフに到着することが可能だ。

NWT観光局では、このアクセス経路を活用して、アルバータ州観光公社とコラボレーション。冬のカナディアンロッキーとイエローナイフのオーロラを組み合わせた商品造成を提案している。また、他州と組み合わせた商品造成も積極的に取り組む意向だ。

カナダは今年建国150周年。これに合わせてNWT観光局では、同本局ホームページ(英語)で準州内の観光ポイントを押さえた150のストーリーを展開中。たとえば、ナハニやウッド・バッファローといった国立公園から犬ぞり、アイスフィッシング、スノーシューなどの体験素材までNWTの魅力を伝えている。建国記念日の今年7月1日まで継続的に掲載を進めることでアピールを強めていきたい考えだ。



アイスフィッシング



犬ぞり