

週刊ウイングトラベル WING TRAVEL
WEEKLY 昭和44年6月10日
第3種郵便物認可

No. 2407

毎週月曜日発行：1部324円(消費税込) 1年間12,960円(消費税込) ●国土交通省交通運輸記者会加盟

発行所/航空新聞社 The WING Aviation Press ●〒107-0052 東京都港区赤坂四丁目8番6号 赤坂余湖ビル3階 ●TEL 03-3796-6646 FAX 03-3796-6645

増刊号 2017.9.18

www.jwing.net
mail@jwing.net

ハワイ特集 2017 秋・冬号



ごほうび、ハワイ。

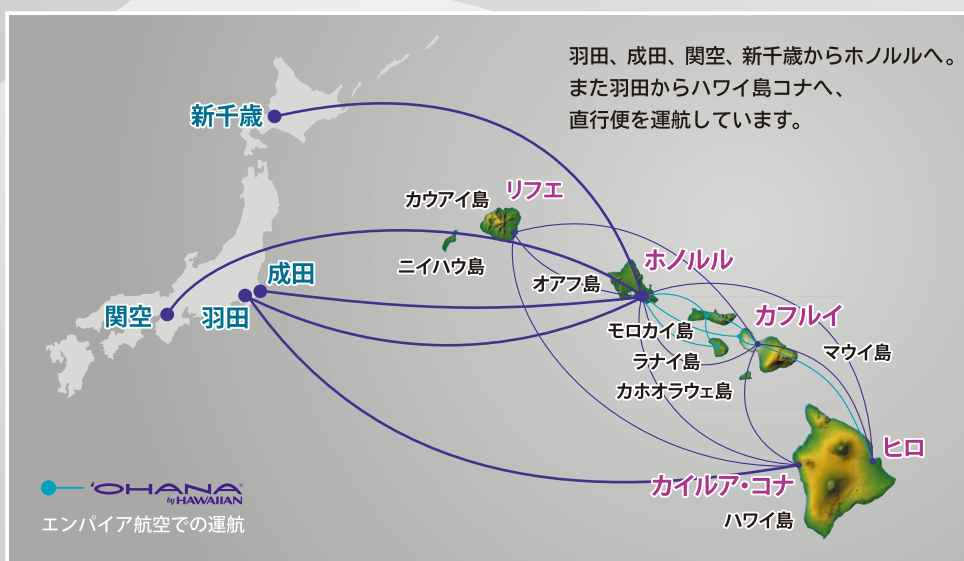
あなたと、ふたりと、かぞくと、みんなのごほうびに。

HAWAII TOURISM

JAPAN

ハワイ州観光局

特別なハワイへ、
心地よい夢を乗せて。



ハワイへの旅をより鮮やかに彩る、
プレミアムキャビンのフルフラットシート。
羽田、成田、関空からの路線に加え、
2018年2月より新千歳ーホノルル間にも導入する、
エアバス330型機にてご利用いただけます。
ハワイアンホスピタリティあふれる優雅な空間で、
ワンランク上のフライトをお楽しみください。

www.HawaiianAirlines.co.jp

HAWAIIAN
AIRLINES.



地域ごとの展開を強化 パートナーとの協業にも注力 ハワイ州観光局2018年に向けて



日本からハワイへの訪問者数は、今年1～7月の累計で前年同期比7.0%増の87万3928人と、順調に推移する。航空路線の拡大などが背景にあり、今後はハワイ島コナへの便数拡大やLCCの参入など、新たな動きの行方が注目される。2018年へ向けたマーケティング戦略について、ハワイ州観光局（HTJ）局次長のミツエ・ヴァーレイ氏に話を伺った。



HTJ局次長 ミツエ・ヴァーレイ氏

各社がハワイを重視 航空会社の戦略

日本からハワイへの旅行需要は、訪問者数だけでなく、消費額でも今年1～7月は前年同期比で12.3%増と、好調ぶりを見せる。ヴァーレイ氏は「国内旅行への需要が強まるなか、ハワイは成熟した海外デスティネーションとして、客層が広がり、リピーターも伸びを見せるなど、良い状況にある。安心して行けるデスティネーションという認識が高まった」と指摘する。

好調ぶりを支える要因なのが、「旅行会社や航空会社、クレジット会社や各企業でハワイを強化デスティネーションと位置づけ、多くの予算を投じている」点だ。観光局では、こうした動きに合わせ、さまざまな形でコラボレーションを展開。「各社の取り組みに感謝している。今後も積極的にコラボレーションしていきたい」と意欲を見せる。

なかでも盛んな動きを見せるのが航空会社だ。昨年12月には念願のハワイ島コナへの直行便（ハワイアン航空：羽田－コナ線）が復活。航空座席供給の増加は、旅行需要の大きな刺激となっている。

今後もLCCの参入（エア・アジアX、スクート：関空－ホノルル線）、新機材の投入（ハワイアン航空：A330型機／新千歳－ホノルル線、ANA：A380型機）、コナ線の拡大（日本航空：成田－コナ線）など、各社で動きが盛ん。観光局として「航空会社の動きを注視し、定期的に話し合いの場を設けるなど、常に密な関係を図っていく」意向だ。

①各地域のニーズに合った施策

地方でも「HAWAII EXPO」 ハワイの「存在感」を強く打ち出す

好調な状況を受け、観光局は2018年に向けた「攻めの一手」を打ち出す。ヴァーレイ氏は「為替や国際情勢など、こちらでコントロールできない部分は状況を注視しながらその都度適切な対応を講じたい」としながら、①各地域のニーズに合った施策、②パートナーとの協業、という2つの施策に力を入れる考えだ。

まず、各地域のニーズに合った施策では、「例えば、関東と関西で客層やニーズが異なるように、各地域のニーズに合った地域ごとのセールス＆マーケティングプランを練る必要がある」との認識だ。

なかでも注力するのが「ハワイ関連のイベントやプロモーション、販促キャンペーンを、地域ごとに時期を合わせて集中して開催し、ハワイの『存在感』を高めていく」こと。「セールスとマーケティングの動きを連動させ、これまでバラバラに行っていた消費者イベントや旅行会社へのセールス、広告展開などの実施時期を集中させる」という。

その流れで検討するのが消費者向けイベント「HAWAII EXPO」の地方展開だ。大阪や名古屋など、既に観光局が後援するイベントがあるところは、協力し

合えるイベントを抽出し、観光局のイベントコンセプトを理解してもらえらパートナーと連動していく方向で進める。地元メディアとのイベント、SNSの活用、ラーニングプログラム「アロハプログラム」のワークショップ、観光局が旅行会社店舗、ショップを認定する「サテライトオフィス」でのプロモーション、地元旅行会社店舗へのセールスなど、あらゆる活動を集中して行う考えだ。

ファーストタイマー対策 姉妹都市、隣島へのアプローチも

また地方需要を盛り上げる上でカギを握るのがファーストタイマーへの対策。旅行会社や自治体と組んで、特にパスポート取得促進につながるコラボレーションを創造していきたい考え。また日本旅行業協会（JATA）アウトバウンド促進協議会への協力を推進していく。ヴァーレイ氏は「観光局としてしっかりと協力／対策を立てなければならない」と強調、ハワイへの直行便就航都市に近い九州各地、中四国、北陸、甲信越エリアなど、より地域を掘り下げた取り組みも検討する。

さらに姉妹都市へのアプローチを強化。「広島や福岡、沖縄や北海道など、双方向交流への期待が高まっており、県人会や教育旅行での国際交流や文化交流へのニーズは高い」と指摘する。来年は「ハワイ日本人移民150周年」で、さらなる交流拡大が期待されることから、「しっかりと実際の渡航につなげていき、教育ツーリズム誘致につなげたい」と意欲を見せる。

隣島への需要拡大にも取り組む。「路線維持のためにも、ハワイ島を中心とした隣島強化を図りたい。メディアや消費者、旅行会社へのアプローチを強化していく」という。また島におけるインフラ整備、商品開発に関しては、現地各島のパートナーや各機関と協議を進めていく。

②パートナーとの協業強化

「ハワイ」ブランド向上へ 「創造する」コラボレーションを目指す

パートナーとの協業強化については、これまでも旅行業界の枠を超えたコラボレーションを展開。最近の例では、日本マクドナルド、すかいらーく（ガスト）、ローソンとの「LOCOMOCO ALLSTARS」がある。ハワイのローカルフード「ロコモコ」を「ハワイ州観光局公認」として紹介、ヴァーレイ氏は「企業の拡散力を利用したキャンペーン。ハワイのポジティブなイメージを発信することで、ハワイへ行くきっかけづくりとなった。異業種との協業で大きな結果が生まれる」と語り、意義を強調する。

今年はほかに、日本最大のカメラ好き女子サークル「カメラガールズ」とコラボレーションし、「ハワイカメラガールズ」を設立。まずはハワイ島のプロモーション強化を目的としたコラボレーションを予定する。各島の魅力をカメラ好き女性の目線から訴求し、ウェブサイトでの展開や、企画で集まった写真の活用、ツアー企画に有益な情報収集、将来的には募集ツアー企画などを図る。これからも「相乗効果のあるコラボレーション・キャンペーンを主軸に、ハワイのブランド力を上げていきたい。新たに創造できるコラボレーションを展開していく」という。

セールスチームを強化 レジャー、MICEに分け強力サポート

こうした取り組みを推進すべく、ハワイ州観光局では、セールスチームを強化。レジャー、MICEの2つに担当を分け、旅行会社へのサポートを強化していく。ヴァーレイ氏は「各旅行会社で戦略や強化したい分野が異なる。旅行会社の意向によりマッチできるようにセールスチームを強化した」と強調する。サポートで特に力を入れるのが「教育と販促」の2つ。旅行会社スタッフへの教育協力と、販促サポートを、各旅行会社のニーズに合わせた形で展開していく。

ごほうび、ハワイ。

今年より展開するキャンペーン「ごほうび、ハワイ。」も、これまでに約2万5000件以上の「ごほうびハワイ案」が一般消費者から集まり、「どんな素材を選んだのかをデータベース化することで、ニッチなツアーの造成など、旅行会社の商品造成に役立てたい」とする。

また、現在2万4000人のメンバーを抱える「アロハプログラム」も重要なプログラムのひとつだ。各旅行会社がハイスペシャリスト検定の義務化を進めていくなか、一般のメンバーも1万3000人を超え、リピーターのデータベースも確立しつつある。確実にハワイをサポートしてくれるリピーターのさまざまなプログラムへの参加、アイデア投下も今後のニッチ商品企画や募集ツアーへの大きなサポートとなる。



またMICEは、「ハワイへの問い合わせは増えている。それを実績につなげたい」考え。具体的にはインセンティブ、教育、スポーツ、エンターテインメント、会議といったターゲット・セグメントへのアプローチを図り、セグメントごとに戦略を立てている。例えば教育では、姉妹校交流や、日本から近い英語圏というメリットを活かした小グループの英語研修、さらに環境、自然、医療の面で素材が豊富なハワイ島への誘致を図る。学会もそれぞれの業界へのアプローチを強めていく。

ウェディング、富裕層、 若年層にもアプローチ

ほかにも、ウェディングや富裕層、若年層への需要開拓を進めていく。ウェディングについては、ハワイのシェアが海外ウェディングの67.1%を占めることから（リクルートマーケティングパートナーズ「ゼクシィ 海外ウエディング調査2017」）、販売する旅行会社販売店のスタッフへの協力、トレンドである婚前旅行や、フォトツアーへのアプローチを図る。

富裕層については、「ニーズを汲み上げ、なぜハワイなのか、を訴求する」方針。ハワイ島やマウイ島、オアフ島のコオリナ地区など、具体的なメッセージを発信していく。ヴァーレイ氏は「各ホテルのグレードもアップし、さまざまな開発が進み、旅行者のチョイスも広がる中、今後富裕層へのメッセージとアプローチ戦略を具体的に固めていきたい」とする。

若年層へ向けでは、バーチャルリアリティー（VR）動画やテクノロジー、SNSなどを使った「VEBOSS（VR、Event、Book、Online、SNS、Surveyの頭文字を取った造語）」を展開。若年層が集まる世界一周団体「TABIPPO」や「trpppiece（トリッピーズ）」が主催するイベントなどインフルエンサーとのコラボレーションを中心に、ハワイの新しい訴求方法を模索していく考えだ。



週刊ウイングトラベル「ハワイ特集 2017 秋・冬号」目次

WING Travel Weekly "Hawaii Special 2017 Fall & Winter" Contents

ハワイアン航空	Hawaiian Airlines	2p
ハワイ州観光局 (HTJ)	Hawai'i Tourism Japan (HTJ)	3p
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	4-5p
レジャーマーケット	Leisure Market	6p
ANA	ANA	7p
MICEマーケット	MICE Market	8p
ハイアット リゾーツ ハワイ	HYATT RESORTS HAWAII	9p
アロヒラニリゾート・ワイキキビーチ	Alohilani Resort Waikiki Beach	10-11p
ごほうび、ハワイ。	GOHOUBI HAWAII	12-13p
アラモレンタカー	ALAMO RENT A CAR	14p
おすすめドライブコース	Scenic Drive in Hawaii	15p
ハーツレンタカー	HERTZ RENT A CAR	16p
ハワイ州観光局 (HTJ) 最新情報	HTJ Hot Topics	17p
アロハプログラム&グローバル・ツーリズム・サミット	Aloha Program & Global Tourism Summit	18p
ワタベウェディング	WATABE WEDDING CORPORATION	19p
ハワイアン航空	Hawaiian Airlines	20p
カアナパリビーチホテル	Kā'anapali Beach Hotel	21p
アクア・アストン・ホスピタリティ	Aqua-Aston Hospitality	22-23p
ハワイ州観光局 (HTJ)	Hawaii Tourism Japan (HTJ)	24p

※本特集からの文章、写真などの無断転載を禁じます。 ※本特集で紹介する事項において生じた損失、傷害、不都合について責任を負いかねます。 ※掲載の情報は発行時（2017年9月）のもので、変更となる場合もございますので、ご了承ください。

オープン1周年を迎え、高級レジデンスとして高まる注目度 来秋にはタワーII、より幅広い層への訴求力アップ



今年7月にオープン1周年を迎えた「ザ・リッツ・カールトン・レジデンス ワイキキビーチ」。オアフ島のリッツブランドとして注目度は高く、ハワイへのヘビーリピーターを中心に人気を集めているほか、トリップアドバイザーではホノルルにある84軒のホテルの中で1位を獲得するなど高い評価を受けている。オープン1周年を記念して、さまざまな特典を用意。新しいレンタルルームも登場したほか、2018年初秋にはタワーIIとなる「ダイヤモンドヘッドタワー」のオープンを控えるなど新しい話題も豊富だ。

特典満載の 1周年記念パッケージを提供

ザ・リッツ・カールトン・レジデンス ワイキキビーチでは、オープン1周年を記念したパッケージ「A Year of Celebrations」の提供を始めた。これは、デラックス及びグランドライベルの1ベッドルーム・オーシャンビュー以上のカテゴリ向けの限定プランで、以下の特典を提供する。



デラックス・カテゴリーのベッドルーム

- 対象となるルームを2泊以上予約した場合にお得な特別料金を用意。
- レジデンスに併設された「BLTマーケット」では、季節の食材を使った日替わり朝食メニューを提供。
- ティファニー社特製ホテル・ロゴ入りの1周年記念シャンパングラスをペアでプレゼント。
- リッツ・カールトンホテル特注のシャンパン「パロン・ド・ロスチャイルド・リッツ・キューヴェ・シャンパーニュ」1本を提供。
- レジデンス併設の「ザ・リッツ・カールトン・スパ」では、50分のリラクゼーションマッサージ2回分を提供。

この記念パッケージは、2017年8月22日からスタート。2018年3月31日予約分まで適用となる(2017年12月27日～2018年1月2日は適用外)。対象となる部屋の料金は1泊シングルまたはダブルの一部屋料金。団体には適用されない。

メゾネットタイプ4ベッドルームの レンタル開始

ザ・リッツ・カールトン・レジデンス ワイキキビーチは、部屋を所有しているオーナーが、その部屋を旅行者にレンタルするスタイルをとっている。ザ・リッツ・カールトンとして、こうしたレジデンスタイプのユニットをホテルとして展開するのはハワイが初めてだ。総ユニッ

ト数は307室だが、ホテル客室レンタルプログラムに参加しているユニットは現在270室。

このうち、新たに4ベッドルーム、1ユニットのレンタルを新たに始めた。23階と24階にまたがるメゾネットタイプで、部屋は278㎡、ラナイも58㎡と広々としたスペース。10人まで宿泊が可能だ。一泊3800米ドルから。ミニマムステイは2泊となっている。

客室は檜の床材や大理石の床が使われた豪華なつくりで、キッチンにはミーレ社の電化製品、食洗機、フルサイズの冷蔵庫、5人がけのアイランダーカウンターを設置。キングベッドのマスターベッドルームのほか、別室にキングベッド2台とクイーンベッド1台を備える。また、リビングルームと書斎にはソファベッドも完備している。バスルームは5ヶ所。すべてウォシュレットトイレだ。



メゾネットタイプの客室

部屋からの眺望も絶景。ほかの客室と同様に、レジデンスの前方は米陸軍のフォートデルシー・ビーチパークで視界が開けているため、すべての部屋から太平洋を望むことができる。

このほか、2017年中には7室あるペントハウスのうち3室のレンタルも開始する予定だ。



ペントハウス

エージェント・インセンティブで 販売を働きかけ

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

ホテルルームとしての販売では旅行会社との関係も重視しており、新たに「トラベルエージェント・インセンティブ」の提供を始めた。これは、「グランド・4ベッドルーム・オーシャンビュー」を2泊以上販売した旅行会社に対して、「デラックス・スタジオ・オーシャンビュー」の部屋を2泊分プレゼントする。販売した旅行者がチェックアウトした段階で1年間有効のギフト・サティフィケートを旅行会社に対して発行。予約を手配した

本人だけでなく、同じ旅行会社であれば他の人が利用することもできる。予約方法は、ホテルのウェブサイト、GDSや東京予約センターで受け付けている。

タワーIIが2018年初秋オープン予定 新たなプールやイベントスペースも

ザ・リッツ・カールトン・レジデンス ワイキキビーチのタワーI「エバタワー」は、カラカウア通りに面しており、ワイキキの玄関口にある。宿泊者の約50%が日本人。ホテル・スタイル以外の宿泊オプションとして、レジデンスに暮らすように泊まりながら、ハワイのライフスタイルを体験できることから、ハワイへのヘビーリピーターの間で人気が高いという。

このエリアは、ワイキキ再開発の一貫として整備されているところ。2018年初秋にはタワーIIとなる全246室の「ダイヤモンドヘッドタワー」がオープン予定だ。タワーIのエバタワーと林立し、同じくフォートデルシー・ビーチパークに面し、全室オーシャンビューとなる。



2018年初秋オープン予定のタワーII完成予想CG



両タワーは8階の共有スペースでつながり、タワーIIには新たに大型のリゾートプールがつけられる。これにともない、現在タワーIにある長さ22.3メートル、幅16メートルのインフィニティプールは大人専用のプールとなる予定。また、リゾートプールサイドには「BLT Grill」が新たにオープンするほか、広さ約233㎡で最大100名収容可能なイベントスペースも設置される。さらに、子供向けのアミューズメント施設「ザ・リッツ・キッズ」も設けられる。

同じく8階にある「ザ・リッツカールトン・スパ」も拡張される計画だ。このスパは、全世界のザ・リッツ・カールトンと同様に英国ブランドのESPAの製品を使ったトリートメントが受けられることから高い人気を誇っている。

このほか、ダイヤモンドヘッドタワーの1階には高級食料雑貨店が入る。キッチンでの料理を望む宿泊者にとっては食

材の調達がいかに便利になるほか、ハワイらしいお土産などもそろえることから旅行者にとっても魅力的なショップになると期待されている。

加えて、コミュニティコンサートなどに使えるステージ3つとイベントなどで利用可能なパビリオンを備えたガーデンもグラウンドフロアーに整備される計画だ。

レストランも充実 地産地消からハワイ初進出まで

エバタワーには現在3つのレストランが入っている。8階にある「BLTマーケット」では、朝食、ランチ、ディナーを提供。日替わりで提供されるメニューは、クアロア牧場のオイスターなど地元の商品やファーマーズマーケットのほか農家から直接仕入れた旬の食材を利用したもので、ファーム・トゥ・テーブル クアロア牧場で生産されたオイスター(地産地消)を大切にしている。ドリンクには、厳選されたクラフトビール、世界各地のワイン、季節のオリジナルカクテルを用意。また、レジデンスのルームサービスやプールサイドダイニングで提供する料理とドリンクも担当している。

また、日本でも人気の「ディーン&デルuca」はハワイ初進出。食品雑貨にはハワイ各地の商品も並び、オリジナルのグルメデリの量り売りも提供。「タコと卵のボキ」「中華ソーセージ炒飯」「アボガドマリネの胡麻わさびドレッシング」などを取り揃えている。また、サンドイッチやサラダなども豊富で、朝食などに最適なメニューを提供している。起床後、部屋から気軽に1階まで下り、店内で販売されているクロワッサンとカフェ・ラテ等を調達し、部屋のリビングやバルコニーで食するのも、まさしく「暮らすように滞在」できる醍醐味だ。

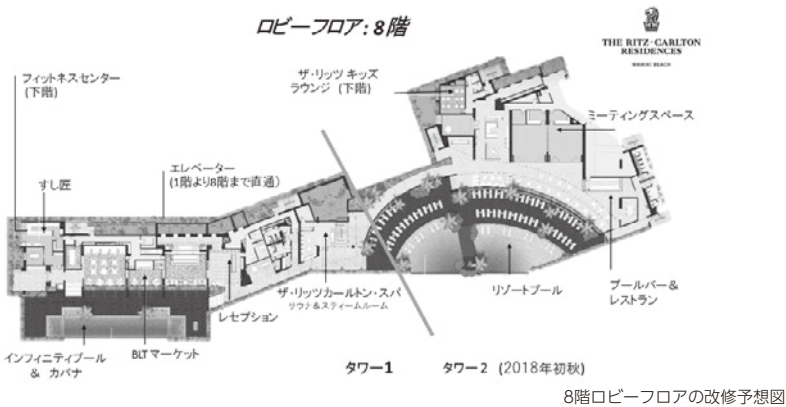
店舗の2階にはワインバーも設置。ビオ・ワインとバイオダイナミック農法で作られたワインを中心に独自にセレクトされた国内外のワインを取り揃えているほか、ワインを引き立てる特性フードメニューも充実している。

このほか、東京・四谷の名店「すし匠」は相変わらずの人気。予約が取りづらい状況が続いている。

ファミリーやグループの 取り込みも強化

来年タワーIIのダイヤモンドヘッドタワーが完成することで、一連の開発プロジェクトが完了することになる。現在のところFITが中心だったが、新たにイベントスペースやキッズ施設もできることから、幅広い層の取り込みも可能になってくる。ザ・リッツ・カールトン・レジデンス ワイキキビーチでは今後、団体や3世代を含めたファミリーなどのセグメントへのプロモーションを強化するとともに、旅行会社に対してはグループパッケージの造成も働きかけていく方針だ。

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





THE RITZ-CARLTON
RESIDENCES

WAIKIKI BEACH

ワイキキのラグジュアリーは ここから始まる

ワールドクラスのホスピタリティと、バラエティーに富んだ料理、そして何よりも美しいオーシャン・ビューを独り占めできる客室。新たなオアフ島を発見 — ザ・リッツ・カールトン・レジデンス ワイキキビーチ。

今日から新たなラグジュアリーな旅を計画しませんか？

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

レジャーマーケットの大きな柱は地方戦略 隣島への送客、ロマンス需要拡大にも注力



HTJ営業部長
酒井剛士氏



HTJ セールスマネージャー
落谷桂子氏

セールスチームを強化したハワイ州観光局(HTJ)。レジャーとMICEの2つに担当を分け、旅行会社への取り組みをさらに強化している。2018年のレジャーマーケットでのセールステーマは9つ。それぞれについて、マーケットでの訴求力を高めるとともに、旅行会社に対してハワイ商品の造成と販売を働きかけていき、マーケットの底上げを狙う。HTJが描くレジャーマーケット拡大の戦略とは？営業部長の酒井剛士氏とセールスマネージャーの落谷桂子氏に話を伺った。

パスポート取得のサポートで地方需要を底上げ 各地域の姉妹都市も誘客に積極活用

直近の2017年1～7月のハワイへの日本人訪問者数は前年比7.0%増と引き続き好調に推移し、航空路線の拡大など明るい話題も多いなか、HTJでは「ごほうび、ハワイ。」「隣島」「ミレニアム」「ラグジュアリーマーケット」「ロマンスマーケット」「アロハプログラム」「地方需要の底上げ」「ファーストタイマーの取り込み」「他業界とのコラボレーション」の9つをメインテーマとして、レジャーマーケットへ取り組みを強化していく。

このうち、柱となる「ごほうび、ハワイ。」キャンペーンについては、各旅行会社とのコミュニケーションをこれまで以上に密にとっていき、さらに地方戦略にも力をいれていく。そのなかで注力していくのが地方イベントと絡めたパスポート取得の促進だ。外務省の統計によると、2016年の全国のパスポート保有率は23%ほど。首都圏では30%を超える都県もあるものの、北海道、東北、四国、九州(福岡県以外)では20%以下となっている。HTJではパスポート保有率を上げていくことが、地方需要の開拓とハワイへのファーストタイマーの取り込みにつ

ながるという考えから、各地域の日本旅行業協会(JATA)支部、各空港、現地旅行会社と協力しながら、パスポート取得のサポートに力を入れていく。

また、航空路線が拡大していることから、地方とハワイとを結ぶアクセスにも注目。たとえば、北海道でも札幌、旭川以外の地域では東京経由という選択肢もあり、四国や中国でも、地域によっては、関西や福岡ではなく東京経由の需要が多いなど、地域によってアクセスの方法に特長があるため、「地域の特色に合わせたサポートをしていく」(酒井氏)考えだ。今後も東京発の座席増が見込まれることから、地方戦略のひとつとしても東京経由の訴求も強めていく方針だ。

このほか、ハワイとの姉妹都市も有効に活用していく。ハワイ州には福岡県、沖縄県、広島県、愛媛県、そして今年5月には北海道が新しく姉妹都市として提携を始めたが、「まだまだ知られていないのが現状」。今後各地で各県と共に、認知度を上げる取り組みを進めながら、各地域でのハワイへの誘客を働きかけていく。

ハワイ州 State of Hawai'i	福岡県(1981年) 沖縄県(1985年) 広島県(1997年・友好提携) 愛媛県(2003年) 北海道(2017年)
ホノルル市部 (オアフ島) City & County of Honolulu	広島県 広島市(1959年) 沖縄県 那覇市(1961年) 和歌山県 白浜町(2003年・ワイキキビーチと白良浜との友好浜提携) 大分県 佐伯市(2003年・友情都市協定) 愛媛県 宇和島市(2004年) 新潟県 長岡市(2012年) 神奈川県 茅ヶ崎市(2014年)
ハワイ郡 (ハワイ島) Hawai'i County	東京都 大島町(1962年・姉妹島提携) 沖縄県 名護市(1986年) 鳥取県 湯梨浜町(1996年) 群馬県 渋川市(1997年) 兵庫県 洲本市(2000年) 沖縄県 久米島町(2011年)
カウアイ郡 (カウアイ島) Kaua'i County	山口県 周防大島町(1963年・姉妹島提携) 滋賀県 守山市(1975年) 沖縄県 石垣市(1999年) 福島県 いわき市(2011年)
マウイ郡 (マウイ島、モロカイ島、ラナイ島) Maui County	東京都 八丈町(1964年・姉妹島) 沖縄県 宮古島市(1965年) 広島県 福山市(2008年・親善友好都市提携)

新規路線でハワイ島への送客増に期待 ハワイ島ベースの隣島周遊も提案

隣島への送客も引き続き注力していく。今年6月までの各島への送客を見ると、オアフ島が前年比6.1%増、マウイ島が同1.7%減、カウアイ島が同12.1%増、ハワイ島が同27%増。特にハワイ島は、昨年12月にハワイアン航空の羽田ーコナ線が就航したことから、大きな伸びを示した。今年は9月15日に日本航空(JAL)が成田ーコナ線を7年ぶりに復活させたことから、さらなるハワイ島への送客増への期待は大きい。

こうした路線網拡大に合わせて、旅行

旅行会社の戦略との相乗効果狙う 業界サイトもリニューアル

ハワイについては、各社販売に力を入れているが、「各社の戦略を理解したうえで、HTJの『ごほうび、ハワイ。』キャンペーンと各社のキャンペーンを組み合わせで相乗効果を出していきたい」との考えを示す。また、さらにハワイを企画、販売するのに便利な業界向けサイトもリニューアルする予定。ハワイの最新情報を紹介するとともに、各社で行うスタッフ教育向けのツールなども提供して

ウェディング需要の喚起のため、 ウェディング商品販売員向け教育へも積極サポート

ハワイは、ウェディングとハネムーンをターゲットとしたロマンスマーケットで圧倒的な支持を受けている。ウェディングのシェアは海外ウェディングの67.1%を占めることから(リクルートマーケティングパートナーズ「ゼクシィ海外ウェディング調査2017」)、引き続きセールス協力を強化していく。

ロマンスマーケットも担当する落谷氏は「挙式をしないナシ婚が増え、ハネムーンだけを実施する層が増えているが、ウェディング会社、旅行会社へヒアリングしながら、ハワイウェディングを向上させるプロモーションを展開していきたい」と意気込みを話す。



今後はラグジュアリーを開拓 若者層には最新テクノロジーで訴求

今後は、これまであまり手をつけてこられなかったラグジュアリーマーケットにも力をいれていくとのこと。各社ハワイ線には新しい機材を導入し、ビジネスクラスでは最新の快適なプロダクトを提供、今後ファーストクラス導入も予想されることから、「これまでにないマーケットが開拓できるのではないか」と期待は

会社からハワイ島に関するセミナーやファムツアーなどの開催依頼が多く寄せられているという。

HTJとしては、予算は限られているものの、できる限り要望に協力していくことで、ハワイ島の認知度をさらに上げていきたい方針。

また、ハワイ島以外の隣島については、これまでのホノルル経由に加え、コナ直行便を利用したハワイ島経由の隣島ツアーの造成も各旅行会社と共に進めていきたいと考えている。

いく。「特にツアー造成の方や、販売店のスタッフにとって『気軽に使えるサイト』にすることで、販売につながるサポートをしていきたい」考えだ。

さらに、HTJ公式のラーニングポータルサイト「アロハプログラム」と絡めながら、さまざまな業界向けのサポートも検討していく。

HTJ業界サイト
<https://member.gohawaii.jp>



HTJポータルサイト「allhawaii」
www.allhawaii.jp

また、写真だけを撮るフォトツアーが人気を高めていることから、ウェディングで人気のフォトジェニックなロケーションもHTJポータルサイト「allhawaii」等を通じて、アピールしていく予定。さらに、来年に向けてウェディング販売スタッフ向けの研修ツアーも検討していく考えだ。

このほか、婚前旅行、3世代旅行を絡めたバウリニューアルなどもロマンスマーケットのひとつとして訴求を強めていく。

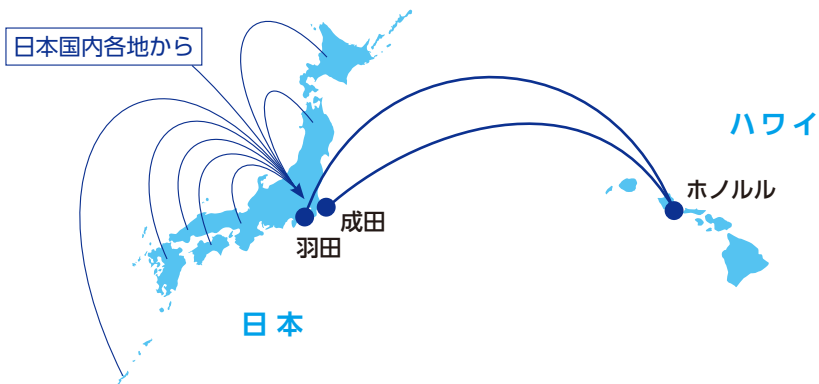
大きい。

ミレニアムマーケットでは、バーチャルリアリティー(VR)動画やテクノロジー、SNSなどを使ったメディア&イベントミックスを手がけていくほか、インフルエンサーとのコラボレーションも模索していきたい考えだ。

ANAで行くホノルル

すべてのフライトに最新鋭のB787-9型機を導入

成田、羽田からホノルルへ
国内各地からの乗り継ぎも便利



ANAは、成田ーホノルル線を毎日2便、羽田ーホノルル線を毎日1便運航している。成田と羽田の両空港からフライトがあり、現地での時間をたっぷり取れるスケジュールが便利。また成田、羽田とも国内線との乗り継ぎがしやすく、日本各地から成田、または羽田経由でホノルルへスムーズにアクセスできる。

最新設備のシートで快適な空の旅

ビジネスクラス

全席通路側、フルフラットで心地よい睡眠を

日本の航空会社として初めて、シートを互い違いに配置する「スタッガード配列」を採用したことで、どの席からでも直接通路にアクセスが可能。180度水平になるフルフラットシートと、東京西川が開発したオリジナル寝具で、機内での心地よい睡眠を追求した。また、読書灯とUSB接続端子を備えた大型サイドテーブルのほか、収納もたっぷり。クラス最大級18インチの大型タッチパネル式液晶モニターで、機内エンターテインメントがオンデマンドで好きなだけ楽しめる。



プレミアムエコノミー

ゆったり＆快適なシートでワンランク上の空の旅



軽食に「ハウス食品」のシチューを提供

シートピッチ38インチ(約97cm)、シート幅19.3インチ(約49cm)で、エコノミークラスと比べ、ゆとりのあるスペースを確保。レッグレストとフットレストが付いているので、長いフライトでも快適に過ごせる。さらにユニバーサル電源とUSB接続端子、11インチのタッチパネル式液晶モニターを全席に完備する。サービスも充実。エコノミークラスの食事と飲み物に加え、スパークリングワインや日本酒、スープやミニ麺類、ビジネスクラスのワインとデザートを揃えるほか、空港でも専用のチェックインカウンターや、空港ラウンジ利用、手荷物の優先受け取りなど、ワンランク上のサービスを受けられる。

エコノミークラス

スリムなシートで足元スッキリ、十分なスペース

薄型9インチのタッチパネル式液晶モニターで、快適性はそのままにシートのスリム化を実現。シートピッチは34インチ(約86cm)とゆとりがあり、手持ちのスマートフォンを接続できるUSB端子やユニバーサル電源を全席に装備する。



リゾート気分を盛り上げるサービス



ビジネスクラス



エコノミークラス

日本発の機内食(洋食)では、ハワイアンメニューをサービス。日本発の子供向けミールには、食育にもこだわったANAのパパ・ママシェフ考案「デコ弁」も用意(要事前予約)。また、プレミアムエコノミー、エコノミークラスの1食目では、当たりくじを実施。当たると機内でささやかなプレゼントやサービスが。搭乗/降機時にはハワイアンミュージックでリゾート気分を盛り上げる。



従来と比べ、約1.3倍の広さの窓、湿度が保たれたクリーンな機内環境、身体への負担を軽減してくれるLED照明、「ウォシュレット」*付きの化粧室など、最新鋭の機材ならではの先進の設備で機内は快適。

*「ウォシュレット」はTOTO株式会社の登録商標です。



機内でもリアルタイムでテレビが視聴できる「SKY LIVE TV」や、雑誌や人気コミックが読める「e-books」など、これまで以上にエンターテインメントが充実。また機内Wi-Fiサービス(有料)で、機内でもインターネットが楽しめる。



日本唯一！
5年連続、最高評価
「5スター」を獲得

英国SKYTRAX(スカイトラックス)社が運営するエアライン・スター・ランキングにおいて、日本のエアラインとしては唯一、最高評価である「5スター」を5年連続で獲得！



2019年春、A380型機
「FLYING HONU」が空を飛ぶ！

2019年春導入予定の世界最大の旅客機A380型機は、特別塗装機「FLYING HONU」として運航。「HONU(ホヌ)」とは、ハワイ語で「ウミガメ」という意味。ハワイでは幸福と繁栄の象徴とされており、乗った人に幸福が訪れるよう願いが込められた素敵なネーミングだ。大きな機材で、より多くの人をハワイへリゾート路線に力を入れるANAに期待したい。

白いプレートとお絵かきペンで、世界にひとつの「思い出プレート」を作ってみよう*1。新婚旅行やお誕生日、記念旅行など、ANAで行ったハワイを思い出に。また機内では、客室乗務員がインスタントカメラ「チェキ」で記念撮影するサービス*2も。

*1プレートの搭載数には限りがあります。
*2都合により実施できない場合があります。



日本発のプレミアムエコノミーとエコノミークラスでは、1食目のサービスの後にホノルル路線オリジナルバッグに入れたスナックを用意。バッグはビーチに持って行ったり、旅行中に活用できる。

地方のMICE需要開拓を積極推進 認知度高まる教育旅行先としてのハワイ

ハワイ州観光局 (HTJ) では、教育旅行を含むMICEも重要マーケットと位置づけ、専属セールsteamを新たに組織した。レジャー担当のセールsteamと密にコミュニケーションをとりながら各旅行会社の戦略に合わせたサポートを提供している。強化している点は担当スタッフへの教育と販促。ハワイでできることを発信しながら、販売を後押ししていく。航空路線が拡充しているなか、グループの取り込みも大きなチャンス。HTJが進める戦略について、MICE & 新規事業開発部長の寺本竜太氏とセールスマネージャーの平牧紗美氏に話を伺った。



HTJ MICE & 新規事業開発部長
寺本竜太氏



HTJ セールスマネージャー
平牧紗美氏

ハワイのリソースを生かした企業研修も提案
スポーツではコンベンションセンターをアピール

HTJは企業MICEの需要創出にも力を入れていく。ハワイ州政府は2008年に開始した「ハワイ・クリーンエネルギー・イニシアチブ」のもと、再生可能エネルギー発電比率を段階的に引き上げる目標を掲げており、2015年5月に全米50州で初めて、2045年までに再生可能エネルギー発電の割合を段階的に100%まで引き上げる法案を制定した。再生可能エネルギー分野では「未来の実験場」と呼ばれる、なかでもオアフ島の南北両岸における洋上風力発電プロジェクトは注目を集める。また、医療分野では世界レベルの先進的な取り組みが行われており、その歴史的背景から多民族が混在する地域特性もあり、特に臨床試験の分野ではアメリカのインフラのもとで、世界各国の検体が揃う重要な場所として位置づけられているという。

このような背景もあり、「再生可能エネルギー、医療分野をはじめとする企業によるテクニカルビジットにも大きなポテンシャルがある」と寺本氏。地方自治体、旅行会社との協業による企業の研修やインセンティブの開拓にも意欲的に取り組んでいく方針だ。

また、エンターテインメントも有望なMICEマーケット。2014年に行われた人気グループ「嵐」のコンサートは、ハワイへのエンターテインメント送客の可能性を大いに高めた。東京オリンピック開催に向けた大型施設の改装で会場が枯渇状態にあり、来年以降もハワイにおけるコンサートやファンクラブイベントなどの企画が進み始めているという。大手旅行会社が独自に企画を進めることも多いが、HTJとしては、「各社企画のサポートと



ハワイ・コンベンションセンター
© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Dana Edmunds

併せ、複数の旅行会社が介在する大型イベントの誘致に取り組んでいきたい」(寺本氏) とする。

このほか、スポーツ関連では、ハワイ・コンベンションセンターの1階のスペースをスポーツ会場に転換できることをアピール。床に屋内用スポーツ床材を張ることで、28のバレーボールコート、28のバドミントンコート、19のバスケットボールコート、11のフットサルコート、それぞれに転換することが可能だ。

寺本氏は「ユースの交流試合なども仕掛けていきたい」と意欲的で、2018年3月開催を目指しバスケットボールの交流試合を調整中。また、かつて日本のプロ野球チームがマウイ島で春季キャンプを行ったように、将来的にはプロチームのキャンプ誘致にも取り組んでいきたい考えだ。

路線拡充がグループ送客の追い風に
関西ではLCC利用にも期待

グループ送客においては、日本とハワイを結ぶ航空路線が拡充している点が追い風になっている。航空座席数は6月末までの前年比で7.7%増。特に、今年6月にLCCのエアアジアXが関西ーホノルル線に就航し、さらに年内にもLCCのスクートが同路線でサービスを開始する予定であることから、関西圏での需要喚起を強化していきたい考えだ。

スクートについては、最新鋭のB787機材の使用が決まっており、座席数が多く団体案件の早期予約も可能になることから、寺本氏は「修学旅行など教育旅行分野でも新しいマーケットの創出につながる」と大きな期待を寄せる。

また、ハワイアン航空による羽田ーコナ線が就航し、日本航空 (JAL) による成田ーコナ線が7年ぶりに復活するハワ

イ島を「学びや企業研修の島として売り込んでいきたい」(寺本氏) 考えだ。ただ、現地インフラの整備に課題を残すため、寺本氏は「まずは30~50名程度の小グループの送客から基礎作りを行う。ハワイ島は小グループに最適な島というイメージをつくり、送客の頻度を増やしていきたい」と話す。

このほか、2019年春のANAのA380就航にも大きな期待を寄せるほか、新しい機材の導入、幅広い選択肢をもとに団体案件に対する理解度を深める取り組みも進めていきたい考え。

HTJは今年6月に実施したMICE向けのファミツアーに続き、12月には旅行会社向けに教育旅行をテーマとしたファミツアーを主催する計画だ。

自治体との協力でMICE需要を開拓
姉妹都市交流では広島に注目

HTJが教育旅行とMICEで主軸と据えるのが地方マーケットの開拓。レジャーマーケットと同様にパスポート取得のサポートを進めながら、自治体との協力関係にも意欲を示す。

需要促進のフックのひとつとして位置づけているのが姉妹都市だ。そのなかでも、2017年は広島県とハワイ州との友好提携20周年、2018年には広島県福山市とマウイ郡が親善友好都市提携を結んで10周年を迎えるほか、2019年には広島市と

ホノルル市が姉妹都市となって60周年になるなど節目の年が続くことから、直行便がない地方での展開では広島を軸としてMICE誘致を仕掛けていく。

今年10月に広島県で開催が予定されている友好提携20周年記念式典にあわせて、レジャーマーケット向けにはハワイ会と連動したイベントを開催するほか、教育旅行関連のプレゼンテーション機会も設ける予定だ。

教育旅行では安心安全を前面に
「アロハプログラム」も有効活用

教育旅行マーケットでは、引き続き「安心安全のハワイ」を前面に打ち出す。昨今の不安定な国際情勢のなかで、「ハワイは安心安全のデスティネーションの代名詞、日本各地5都市よりの直航便を有し、宿泊施設も多岐に渡る。教育旅行受け入れのインフラとしては最適な渡航先である」(寺本氏) との認識だ。このほか、訴求ポイントとして、アメリカ50州のひとつで英語圏であること、長年にわたる日本との歴史文化の親和性、つながりなどを掲げる。

また、教育旅行の裾野を広げる取り組みとして、HTJの公式ラーニングポータルサイト「アロハプログラム」のユーススペシャリスト検定を推奨していく。平牧氏は「(この検定は) 事前学習に効果的。ハワイで学びたい若い人たちの背中を押してあげる存在になれるのではないかと提案する。

「アロハプログラム」のユース会員の対象は20歳未満。60分の検定は無料で受けられ、ハワイの観光名所、歴史、文化、自然などから3択問題が25問出され、17問正解すると合格になる。個人だけでなく

く学校単位での登録も可能。合格者には学校名(学校単位で登録した場合)と個人名、などを印字した「アロハプログラム」ユース会員証が無料で進呈される。

このアロハプログラムでは、現地キュレーターがハワイの歴史や文化についてのストーリーを投稿しており、生きた情報からハワイを学べる機会にもなっている。

ハワイ州も、現地と日本との若者交流事業に積極的な姿勢を見せており、HTJでは旅行会社向けに教育旅行に関するセミナーなどを全国で展開。また、米国総領事館、自治体、空港、エアラインなどが主催する学校担当者向けのセミナーにも参加するなどの取り組みを強化してきたところ、最近では教育旅行デスティネーションとしてのハワイの認知度も高まり、「直接学校からの問い合わせも増えてきている」(平牧氏) と手応えを感じているところだ。



「ハワイ教育旅行ガイド」冊子。
ハワイで教育旅行を行うメリットや学習効果の高さ、またハワイで学べる学習素材や各学校の実施例などを紹介



「アロハプログラム」ユース会員証

教育旅行に最適なハワイ その8つの理由

ポイント 1 抜群の立地環境 ハワイは、日本を含むアジアとアメリカ本土を結ぶ、いわば「太平洋の中心」。その地の利を活かし、ハワイは政治や社会、文化の「交差点」であり続けた。 Location	ポイント 2 安全、そして安心 治安が良く、日本語対応が充実しているので、緊急の際も安心。班別行動も不安なし。衛生面でも不安がない。 Safety & Security	ポイント 3 教育素材の宝庫 文化交流から語学学習、天文学や海洋学、自然エネルギー、医療、先端技術まで、さまざまな教育素材を提供。 Educational Opportunities	ポイント 4 インフラが整備されている 教育機関が充実しているほか、各学習テーマを最新の環境で体験できる。宿泊施設や移動手段も豊富に揃う。 Infrastructure
ポイント 5 豊かな文化・歴史 ハワイ独自の文化と歴史。日系移民の時代から続く、日本との深いつながりも。海外から日本を学ぶチャンスに。 Cultural Diversity & Rich History	ポイント 6 恵まれた自然環境 ダイナミックな大自然が広がるハワイは、まさに「地球の縮図」。ハワイを訪れると、自然の神秘に触れることができる。 Living Laboratory	ポイント 7 ホスピタリティーあふれる「アロハスピリット」 「アロハ」の心で、愛と思いやり、信頼など、人間の尊さを学ぶ。私たちに出会いや喜びを教えてくれるはずだ。 Aloha Spirits	ポイント 8 個性的な6つの島 カウアイ島、オアフ島、モロカイ島、ラナイ島、マウイ島、ハワイ島、それぞれがユニークで、島それぞれに多彩な学習素材が見つかる。 Unique 6 Islands

グレードアップするハイアット リージェンシー ワイキキ 9月から新GMにダグ・シアーズ氏が就任

HYATT™

RESORTS & SPAS IN HAWAII

ハワイ3島に6軒のホテルを展開するハイアット リゾーツ ハワイ。1つのデスティネーションに多彩なホテルカテゴリーを展開し、幅広いマーケットにアピールできるブランド力を示している。ワイキキでは「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」に新しいGMが就任し、特に日本マーケットに向けたサービス展開に期待がかかる。

ハイアット リージェンシー ワイキキに 新GMダグ・シアーズ氏就任



9月21日、「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」の新しい総支配人にダグ・シアーズ氏が就任した。シアトル出身の同氏は、1979年からハイアットでのキャリアをスタート。ハイアットの多くのプロパティで実績を重ね、グランド ハイアット カウアイ リゾート&スパをはじめとする5つのハイアットホテルで総支配人を務めた。2013年に米国本土に戻ったが、このほど第2の故郷というハワイに戻ることに決めた。「再びハワイで日本の皆様とお仕事ができることを嬉しく思います。当ホテルは前回の改装により日本のお客様にもご満足いただける客室となりました。これからはサービス面でも一層の強化を図り、より快適にご滞在いただけるリゾートを目指します」とコメントを寄せている。

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

日本人にやさしい設備とサービスで ストレスのない快適な滞在を約束

ワイキキの中心に位置する「ハイアット リージェンシー ワイキキ ビーチ リゾート&スパ」では、日本人ゲストのニーズに応えた設備やアメニティが充実している。ワイキキのホテルとしては初となるTOTOのウォシュレットを全1230室



に完備しており、宿泊客に快適な滞在を提供。客室のアメニティには特にニーズの高かったスリッパ、歯ブラシ、歯磨き粉を加え、内容をより拡充させた。

ワイキキ最大級を誇る40㎡のツインルームには、クイーンサイズのベッドを2台設置して快適な睡眠環境を提供。部屋の広さにゆとりがあるので、エキストラベッドを置くことも可能だ。

ネット環境も充実している。客室ごとにWi-Fiアンテナを設置しているほか、デスクの上に6つのコンセントユニットを完備。ベッド脇にもコンセント4カ所と



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

真のウェルネスを追求する 「ナホオラ スパ」で至福の時を

ハワイらしいゆったりとした時間を楽しむなら、同リゾートが誇る「ナホオラ スパ」がお勧めだ。ワイキキビーチを望むガラス張りの館内は開放的で、スパとは思えないスケールが魅力。ハワイ古来の文化や哲学に基づいた心身のウェルネスを追求する本格的なスパでは、ハワイの海と大地の恵みを取り入れたトリートメントで至福の時間を過ごすことができる。季節ごとにお得な優待キャンペーンを展開しているため、最新の情報も見逃さない。



ナホオラ スパ

多彩なニーズに応える「ナレアテラス」 グループ向けパッケージメニューも

大型グループには「ナレアテラス」が用意されている。これはバンケットスタイルで200名を収容できる宴会施設。カジュアルなパーティーからフォーマルなディナーパーティーまで、さまざまなニーズに応えることができる。少人数用にスペースを分けて利用することもでき、リクエストがあれば30名からの貸し切りも受け付けている。

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



ナレアテラス

クラブラウンジやボールルームをリニューアル

ハイアット リージェンシー マウイ リゾート&スパ



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

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

ラグジュアリーな滞在を提案するアンダーズ

アンダーズ マウイ アット ワイレア リゾート



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

客室は7棟のレジデンシャルヴィラ、35室のスイートルームを含む全297室で、オーシャンビューの客室からは美しい夕日を望むことができる。また、滝を配した4つのインフィニティプールから雄大なサンセットを眺めるのもお勧めだ。

最高級の施設で優雅なホテルライフを

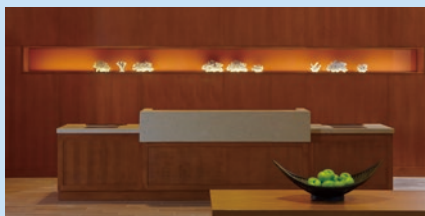
グランド ハイアット カウアイ リゾート&スパ



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

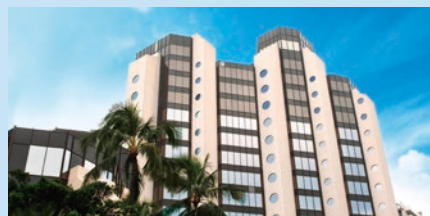
また、ビーチハットのレストラン「タイドプールズ」が全面改装を終え、よりハワイらしくリニューアル。極上のコンテンポラリー・ハワイアン・キュージーンズで思い出に残るディナーを楽しみたい。

ハイアット プレイス ワイキキ ビーチ



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

ハイアット セントリック ワイキキ ビーチ



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

「アロヒラニリゾート・ワイキキビーチ」誕生

上質なハワイを体感

ワイキキビーチに面した絶好のロケーションを誇る「パシフィックビーチホテル」が全面改装を経て、このたび装いも新たに「アロヒラニリゾート・ワイキキビーチ」として生まれ変わる。「上質なハワイ」を体感できる場所として、ハードとソフトの両面でグレードアップを図った同ホテルの魅力を紹介したい。



圧倒的スケールの巨大水槽「オーシャナリウム」を臨むロビーバー



ラグジュアリーな雰囲気漂う「デスティネーション・プールデッキ」



明るい印象に生まれ変わった客室

ハワイらしさを感じながら シックで洗練された内装に

新しいホテル名の「アロヒラニ」とは、ハワイ語で「まばゆい空」という意味。ハワイ王朝最後の君主となったリリウオカラニ女王を称えて付けられた。ホテルは、リリウオカラニ女王信託財団が保有する土地に建っており、周辺はリリウオカラニ女王の邸宅や、女王が愛情を込めて「ケアロヒラニ（王家の光、あるいはまばゆい空の意）」と呼んでいた浜辺の別荘を含め、王族の住居が密集していた由緒あるエリアだ。

その「アロヒラニ」の名の通り、内装は、ハワイらしさを感じさせながら、コンテンポラリーで明るいデザインを取り入れた、シックで洗練された印象に生まれ変わった。

絶景を楽しめる明るい客室 海側の建物の客室には洗浄機付きトイレ

全839室の客室は、ハワイアンスタイルをベースとしたモダンなデザインで、より明るい雰囲気になりフレッシュ。ワイキキビーチに面し、世界屈指のビーチと、ダイヤモンドヘッドの絶景が楽しめる。設備もグレードアップ。海側の建物の客室には全室洗浄機付きトイレを備える。



ダイヤモンドヘッドの絶景を望む客室

ロビーまわりが開放的な空間に 団体の受け入れにも対応

ロビーまわりをはじめとするパブリックエリアも、開放的な空間に一新された。熱帯植物と自然の岩を使った坪庭を配置



シックな印象に生まれ変わったパブリックエリア

し、ハワイらしいトロピカルな雰囲気を感じさせながら、ライムストーンを使ったレセプションデスクや、白い布で覆われたソファ、自然の形を活かした天然木のテーブル、照明器具など、落ち着いたインテリアで美的感覚くすぐるシックな内装だ。

団体の受け入れ態勢も充実。ロビーエリアのオーシャナリウム左奥には、団体到着や出発、また滞在中に利用できるグループホスピタリティエリアを設置。100名以上収容できるので、大きなグループにも対応が可能だ。団体専用のツアーデスクも設置できる。



団体専用ホスピタリティエリアとツアーデスク

ラグジュアリーな雰囲気の デスティネーション・プールデッキ

ラグジュアリーな空間へと進化を遂げた「デスティネーション・プールデッキ」は、ホテルの新たなアイコンのひとつ。ワイキキビーチを臨む温塩水のインフィニティプールには、プールバーやデイベッドを設け、カバナへと続く石の小径は特別感を演出。



プールにはカバナも用意

ヤシの木やチーク材の家具、流木を使ったアート作品やランタンなど、洗練された空間でありながらも、ハワイらしいトロピカルな雰囲気を感じさせる。またファミリーで楽しめる子供用のプールも完備、ハイエンドのスパ施設「Island Club & Spa」も今後オープン予定だ。

巨大水槽オーシャナリウムが アップグレード

改装を経て、アップグレードしたのが巨大水槽「オーシャナリウム」。サンゴで彩られた水槽は、ワイキキビーチの海



巨大水槽「オーシャナリウム」と「オー・バー」

の中を再現。1000匹以上もの魚を観察でき、海洋自然の大切さを伝える宿泊客向けのユニークな教育プログラムも用意されている。

鉄人シェフのレストランが誕生 ハワイのグルメシーンを牽引

レストランも充実。2階の「ライチ」では、農園から直送された新鮮な野菜をふんだんに使った朝食ビュッフェを提供。また「オー・バー」では、フレッシュなコーヒーをはじめとする飲物や軽食をサービス。さらに日本でも「鉄人シェフ」として知られる森本正治氏が手がける2つのレストランがカラカウア通り沿いに今後オープン予定だ。

ホテル2階の「モリモト・アジア」は、ホテルのシグネチャー・レストランとして、西洋と和のテイストを大胆に融合させた森本氏の代表的な一皿を提供。1階には、カジュアルな「モモサン・ワイキキ」がオープン。焼き鳥やラーメンなど居酒屋感覚で味わえるだけでなく、ビアガーデンも併設する予定となっており、イーストワイキキのホットスポットになるだろう。



朝食ビュッフェレストラン「ライチ」



シグネチャー・レストラン「モリモト・アジア」



Introducing
‘ALO HILANI
RESORT
WAIKĪKĪ BEACH

Aloha Chic

アロヒラニリゾート・ワイキキビーチは、シックなワイキキをプロデュースします。

ALOHI LANIRESORT.COM | SALES@ALOHI LANIRESORT.COM

ごほうび、ハワイ。

ごほうび、ハワイ。

今、ハワイに行く「きっかけ」づくりに

2017年よりスタートしたハワイ州観光局(HTJ)のプロモーション「ごほうび、ハワイ。」。「ごほうび」という言葉を用いて、ハワイ旅行への動機づけとなる「きっかけ」をHTJが提供、実際のハワイへの渡航につなげようとするのが狙いだ。プロモーションのコンセプトと、これまでとこれからのプロモーション展開について紹介したい。



4セグメントでハワイへの「ごほうび」旅行を提案

全ての世代をターゲットに据える「ごほうび、ハワイ。」だが、特に4セグメントを設定し、それぞれにプロモーション用のビジュアルを用意。ハワイ各島のスポットや体験を提案するビジュアルで、ハワイへの「ごほうび」旅行を提案する。

アクティブシニア「親愛なる妻へ」



ハワイ火山国立公園(ハワイ島)

3世代ファミリー「かけがえのない家族へ」



ワイキキビーチ(オアフ島)

ロマンス「大切な恋人へ」



ラハイナ(マウイ島)

友人同士「大好きな親友へ」



ワイメアバレー(オアフ島)

旅行会社の商品情報をウェブサイトで紹介 販促ツールも充実

また「ごほうび、ハワイ。」ウェブサイト上には、プロモーションに参加する旅行会社やホテルなどの各パートナーの情報をウェブサイト上で紹介。プロモーションの主旨に合った旅行商品を造成すると、商品が「ごほうび、ハワイ。」のウェブサイトで紹介され、旅行会社のウェブサイトともリンクできる。旅行会社向けの販促ツールも充実。ポスターやパンフレット(全36ページ)は、それぞれHTJ業界サイトから注文が可能だ。パンフレット用に掲載できるコラム素材や、店頭で流せるプロモーション用映像、プロモーションのロゴと写真データ(要監修)も提供している。

HTJ業界サイト <https://member.gohawaii.jp>

旅行のプレゼン資料に「ごほうび、ハワイ案。」

プロモーションの主軸となるのが、プレゼン資料「ごほうび、ハワイ案。」だ。ウェブサイト上で、ハワイへの「ごほうび」旅行実現へ向けたプレゼン資料を作成できるもので、まずは4セグメント(「恋人」「家族」「友人」「夫婦」)より、ひとつを選択、そして旅行する時期や「ごほうび」の内容、ハワイでの旅行スタイル(どんなハワイに誘う?)、実際に行きたい場所(ハワイで何したい?)を選ぶと、プレゼン資料「ごほうび、ハワイ案」が完成する。

プレゼンする相手に合わせ、旅行スタイルや実際に行きたい場所をウェブサイトが提案するので、プレゼン資料の内容は実に51万通り以上ものバリエーションができる。内容は、旅行に誘う背景、どんな旅行か、行きたい場所の説明を盛り込んだ詳細なプラン、さらに「ハワイ旅行によるメリット」を数値で紹介するKPI(重要業績評価指標)といったユニークなページもある。

「ごほうび、ハワイ案」は、実際にプレゼンできるように印刷用データ(PDF)としてダウンロードできるほか、EメールやSNSでリンク共有も可能で、誘う相手みんなでシェアできる。



パンフレット用に掲載できるコラム素材の一例



「ごほうび、ハワイ。」ウェブサイト
<http://www.gohoubi-hawaii.com/>
スマートフォンやタブレットの画面にも対応



「ごほうび、ハワイ案」作成画面

イベントやタイアップも さまざまな場面で告知／露出

「ごほうび、ハワイ。」は、これまでにさまざまな場面で告知、露出を行ってきた。なかでも力を入れたのがイベントでの告知活動だ。例えば、今年5月の「閑空旅博」では、観光局としてブースを出展、セミナーで「ごほうび、ハワイ。」の紹介を兼ねた最新情報を説明したほか、ステージではタレントの菊地亜美さんを交えたトークショーを開催。菊地さん考案の「ごほうび、ハワイ案。」が披露された。

また今年8月には、地元メディアと共催によるイベントを名古屋と札幌で実施。名古屋では女性向け情報誌「月刊ケリー（KELLY）」との共催で、女性向けのイベントを開催。札幌では北海道新聞と共催し、それぞれ「ごほうび、ハワイ案。」の人気素材トップ5を紹介したプレゼンテーションで盛り上がった。

異業種コラボレーションによる露出も強化。今年4月には、地域活性すごろくゲームアプリ「ごちぼん」とタイアップ。ごちぼん内にオアフ島の特設ステージ「ハワイいいトコ一度はおいで♪」が登場、ハワイの情報を提供するほか、「ごほうび、ハワイ案。」に投稿した人の中からハワイ往復航空券が当たる「ふくびき大会」を実施、キャンペーン期間を含む4月単月で1万5000件もの「ごほうび、ハワイ案。」が集まった。

また回転寿司チェーン店の「スシロー」で、ハワイ料理レストラン「アロハテブル」監修の「ハワイアン・フレンチトースト」が期間限定販売するのに合わせ、プロモーション動画等で「ごほうび、ハワイ。」を告知。ほかにも東京スカイツリータウンのプラネタリウム「天空」で上映中の「アロハスピリッツ 星降る島ハワイ」や、ANA国際線の機内モニター、先日公開された映画「モアナと伝説の海」、航空・海外旅行の疑似体験型エンターテインメント施設「FIRST AIRLINES」でのプロモーション動画の放映も行った。また「FIRST AIRLINES」が期間限定（9月15日～10月30日）で商業施設「渋谷modi」に出店するのに合わせ、「ごほうび、ハワイ。」の映像やパネル展示を行う予定だ。

広告展開では、FacebookやYouTube、amebaブログ、LINEを中心に実施。交通広告では、車両内のトレインチャンネルを行った。

さらに、旅行会社とのコラボレーションでは、ウェブサイトでの商品紹介に加え、店頭でのキャンペーンやイベント、「ごほうびハワイツアー」の販売が行われている。また「アロハプログラム」上級取得者が在籍するHTJ認定の「サテライトオフィス」店頭でのキャンペーンも積極的に進めていく。また、「CREA web」のコラムでハワイの情報発信と、「ごほうび、ハワイ。」の告知を行うなど、メディアを使った露出も展開している。



名古屋と札幌でのイベントの様子。ハワイ好きのタレント東貴博さんが実際に「ごほうび、ハワイ案。」を作成した。



ゲームアプリ「ごちぼん」とタイアップ（イメージ）



プロモーション動画（イメージ）

「ごほうび、ハワイ案。」人気素材トップ10

これまでに集まった「ごほうび、ハワイ案。」の数は、2万5000件以上にものぼる。その中から最も多く選ばれた素材（ハワイで何かしたいのか）のトップ10を紹介したい（2017年9月6日現在）。定番のものから絶景のあの場所、意外な体験まで、「ハワイで何をしたいのか」の人気ランキングとなるので、商品造成にも役立つはずだ。

第1位

6281件

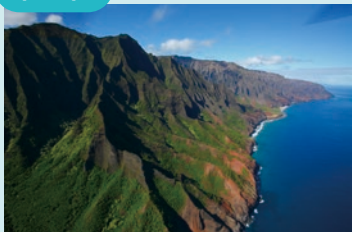


ハワイ・リージョナル・キューζίヌ

ハワイ・リージョナル・キューζίヌは、ハワイ独特の料理と世界中のキューζίヌを調和した創作料理です。地元ハワイの新鮮な食材を使いのが特徴です。

第2位

6084件



ナパリコースト

カウアイ島を象徴するノースショアの海岸線。ナパリ・コーストの自然美を楽しむには、海からのボートツアー、空からの遊覧飛行、そしてトレッキングがあります。空、陸、海から、自然が織りなす神秘的な景色を堪能できます。

第3位

6047件



コオリナ

天候に恵まれているオアフ島西部の静かな海岸沿いに位置する600エーカーを越えるコオリナ・リゾート。リゾート内には、ホテルやゴルフコース、チャペル、ショップ、レストランが点在しています。

第4位

5609件



セスナ

小型飛行機のセスナだと、快適な空の旅を少人数で楽しむことができます。大切な人とハワイ全体を空の上から見てみませんか。

第5位

2656件

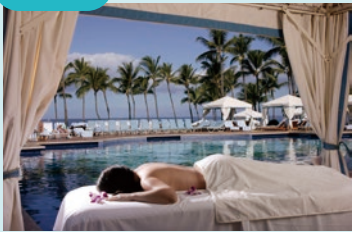


ワイキキビーチ

ワイキキを象徴するビーチ。ワイキキビーチは、ヒルトン・ハワイアン・ビレッジ前のデューク・カハナモク・ビーチからカイマナビーチあたりまで東西約3kmにわたる8つのビーチの総称です。

第6位

1552件



スパ

ハワイのスパは最高の景色とラグジュアリーな空間によって全ての披露を癒してくれます。日頃の疲れた心と体を休ませてあげましょう。

第7位

1351件



ステーキ

ハワイでしか味わえない絶景で堪能するステーキは、肉本来のうまみを引き出す伝統の味付けと柔らかくジューシーな焼き上がりによる極上の一品です。

第8位

1260件



ワイキキ

カラカウア通り沿いにはリゾートホテル、コンドミニアム、大型ショッピングセンター、高級ブランドのショップ、お土産店、レストラン等が建ち並び、世界中から観光客が集まる活気あるスポットです。

第9位

1245件



マリンスポーツ（バナナボート、シーウォーカー）

バナナの形をしたボートに乗り、ハワイの海や風を浴びながら楽しむことができるのがバナナボートです。会場を堪能した後は海中散歩シーウォーカーを体験してみませんか。

第10位

1241件



ハプナビーチ州立公園

ハワイ島西部のコハラコーストに位置するハプナビーチは、白砂が続くビーチで、全米で最も美しいビーチとしても選ばれたことがあります。

ハワイでレンタカーの旅が楽しくなる豊富なサービス リピーターから初心者まで安心サポート

旅のスタイルに合わせたレンタルができ、レジャー旅行者から人気を集めているアラモレンタカー。スムーズな自動チェックイン、自分好みの車を選べる「Alamo Select」、多機能タブレット「Travel Tab」などドライブの旅が楽しくなるサービスが豊富。万が一の場合に強い味方となってくれる「ロードサイドプラス」といったレンタカー初心者でも安心してドライブを楽しめるサポートも充実している。

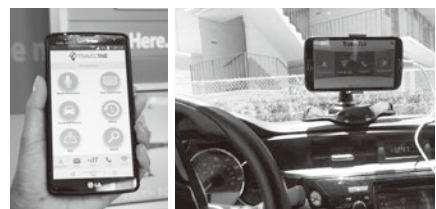
自動チェックインでらくらくレンタル 利用価値大の多機能「Travel Tab」

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

カウンターを通さず自分でレンタル手続きを行うことができるため、カウンターに並ぶ時間が省け、言語選択として日本語にも対応しているの、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」も引き続き好評だ。日本語音声認識が付いたカーナビ機能に加えて、Wi-Fiによる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。



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

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

楽しさ広がる「Alamo Select」 モロカイ島を含む5島に営業所

主要空港営業所で提供している「Alamo Select」は、レジャーマーケット

に強いアラモならではの独自サービス。サイズカテゴリーのなかから、利用者自身が実際に車を現場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、また目的や人数に合わせて車を選べば、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て4ヶ所に展開。「アウラニ・ディズニー・リゾート&スパ コオリナ・ハワイ」のほか、ワイキキのディスカバリーベイ営業所やカイウラニ営業所もあるため、滞在先での駐車場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、カウアイ島にはリフエ空港、さらに大手レンタカー会社としては唯一モロカイ島の空港にも営業所を構えている。

便利でお得な「スーパーゴールドプラン」 日本人にうれしい充実のサポート

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。初心者でも安心して利用できるプランとして人気を集めている。

GPSカーナビは初めての場所でもストレスフリーなドライブをサポート。日本語音声ガイドで目的地までの道順を分かりやすく案内してくれる。スクリーン・タッチ入力で操作も簡単。ポータブル式のため、車を離れる際のセキュリティ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。また、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、日本人利用者の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。

販促ツールで旅行会社をサポート 消費者向けにはウェブで情報配信

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開設した動画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。また、オアフ島、ハワイ島、マウイ島の魅力をそれぞれ紹介。レンタカーの不安解消に役立つだけでなく、旅情を誘う内容にもなっている。



空港営業所に自動チェックインシステムを設置

Alamo®

TAKE THE
SCENIC
ROUTE

アラモレンタカーで
楽しむハワイの島々

PASSPORT

USA

Go USA
.jp

「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。

日本語対応
自動チェックインシステム

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

お問い合わせ・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>

オアフ島

ワイキキの喧騒を抜け出し、オアフ島西側へ 注目のコオリナエリアマカハビーチまで足を延ばす



スタート!



写真提供: ハワイ州観光局

1 ワイキキ

世界中からの観光客が集まる世界屈指のリゾート。ハワイ語で「あふれる水」という意味を示すワイキキは、かつてハワイの王族に避暑地として愛された場所だ。

世界有数のリゾートシティ、ワイキキを抜け出し、オアフ島の歴史、文化を学びにオアフ島の西側エリアを目指してドライブをスタート。途中、ショッピングやランチを楽しんだあとは、新しい開発が進むコオリナエリアへ。

© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson



写真提供: ハワイ州観光局

2 ダウンタウン

オアフ島の行政、経済の中心地。カメハメハ大王像、イオラニ宮殿など、歴史的建造物や重要な史跡が集まる。またチャイナタウンはオアフ島のアート・シーンの中心地。毎月第一金曜日は、アーティストによるライブパフォーマンスが楽しめる。



© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

3 パールハーバー

現在も現役の軍事基地がある港で、戦争の歴史を今に伝える「USSアリゾナ記念館」や当時の戦闘機や爆撃機を展示した「太平洋航空博物館」など、戦争の歴史を伝える5つの建造物がある。

**4 ワイケレ・プレミアム・アウトレット**

世界有数のブランド品がアウトレット価格で揃うアウトレットモール。日本では手に入らないアイテムや掘り出しものが見つかることも。レンタカーなら、ショッピングのあとも荷物を運ぶのがラクラク。



写真提供: ハワイ州観光局

5 コオリナリゾート

高級リゾートやゴルフ場が美しいビーチ沿いに並び、ワイキキに次ぐ、注目の大型リゾートエリア。静かなラグーンを擁しており、ワイキキの喧騒から離れて、のんびりと過ごすのにおすすめ。

ハワイ島

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



スタート!



写真提供: ハワイ州観光局

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も包まれた街並みが魅力。ダウンタ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。

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、今も活発に活動が続ける様子を見学。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。

写真提供: ハワイ州観光局



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。



写真提供: ハワイ州観光局

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を続け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。



写真提供: ハワイ州観光局

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。

ハーツレンタカー

HERTZ RENT A CAR

信頼のサービスとサポートで快適で楽しいドライブの旅 ハワイの営業所ネットワークがさらに拡大



レジャーマーケットでも旅行者の足として高い評価を受けているハーツレンタカー。その信頼と実績はハワイでも変わらない。ハワイでの営業所ネットワークも拡大したほか、日本人旅行者のゲートウェイとなるホノルル国際空港でのレンタルもさらに便利になった。好評のカーナビ「NEVERLOST®」もグレードアップ。充実のサービスと安心のサポートでハワイでのドライブの旅がさらに楽しく。ハーツが選ばれるのには理由がある。



ペリアル・ハワイ・リゾート・アット・ワイキキ」「パゴダ・ホテル」「ザ・カハラ・ホテル&リゾート（宿泊者のみ利用可）」を加え、7ヶ所に拡大した。

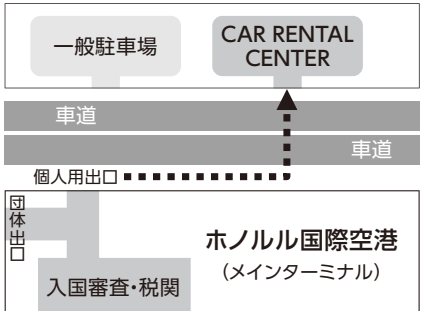
ハワイ島には、「コナ国際空港」「ヒロ国際空港」「ザ・フェアモント・オーキッド・ハワイ」「シェラトン・コナ・リゾート&スパ・アット・ケアウホウベイ」「コートヤード・キング・カメハメハ・コナ・ビーチ・ホテル」「フォーシーズンズ・リゾート・フアラライ（宿泊者のみ利用可）」の6ヶ所。昨年12月のハワイアン航空の羽田／コナ線に続き、今年9月15日からは日本航空（JAL）も成田／コナ線を開設することから、さらに日本人旅行者の利用が増えると期待されている。

このほか、マウイ島では「カフルイ空港」「マウイ・ビーチ・ホテル」「ハイアット・リージェンシー・マウイ・リゾート・アンド・スパ」の3ヶ所、カウアイ島には「リフエ空港」にそれぞれ営業所を構えている。

徒歩でアクセス、ホノルル国際空港 CAR RENTAL CENTER

日本人旅行者の利用が最も多いホノルル国際空港では、ハーツをはじめとするレンタカー会社が集まる「CAR RENTAL CENTER」が整備されたことで、利便性がさらに高まった。場所は、国際線ターミナル正面の個人用出口を出て、道路を渡った一般駐車場の隣。バス移動の必要がなく徒歩でアクセスできる。

ハーツのパーキングはビルの1階と2階にあり、手続き完了後、すぐに車をピックアップすることが可能。また、ハーツ Gold プラス・リワーズ会員向けには専用カウンターも用意している。



隣島からインターアイランドターミナルあるいはコンピューターターミナルに到着した旅行者向けには、従来通りハーツのシャトルバスが用意されているが、そこから十分に徒歩圏内だ。

進化したNEVERLOST® 機能満載のスマホタイプに

好評のハーツ・オリジナルのカーナビ「NEVERLOST®」も従来のジェネレーション6からさらに進化を遂げている。これまでは、固定タイプだったが、ポータブル式のスマートフォン



タイプに生まれ変わった。タイプは、空港をはじめ主要な営業所で取り扱う「NEVERLOST NAVIGATOR+」とその他の営業所で取り扱う「NEVERLOST MAGELLAN® GPS」の2種類で、どの車種でも利用が可能だ。値段は以前と変わらず1日16.99米ドル。

日本人旅行者の利用が見込まれる「NEVERLOST NAVIGATOR+」にはさまざまな便利機能が搭載されている。700万の検索ポイントから行きたい場所を検索できる「トラベルガイド」、車の返却場所を道案内してくれる「Easy Return」、定額制の通話料金が含まれる「国内&国際電話（追加料金が必要）」、日本語を含む複数言語による音声入力/文字入力に対応する「言語翻訳機能」、さらにはアクションやショッピングの割引クーポンもあり、レジャートラベラーにはうれしい機能が満載だ。

もちろんWi-Fi機能も搭載。ポータブル式のためドライブ中のナビだけではなく街歩きでも利用価値は高い。

ADでレンタカー体験を

ハーツレンタカーでは旅行業界関係者向けにお得なエージェントディスカウント料金（AD）を用意している。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150ヶ国、8,500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。

問い合わせは
ハーツレンタカー予約センターまで。
フリーダイヤル 0120-489882
(土日祝祭日除く9:00-18:00)

新規オープンした営業所は、ワイキキ東側エリアのカラカウア通り沿いにある「ワイキキ・ビーチ・マリOTT・リゾート&スパ営業所」とワイキキ西側エリアでアラモアナビーチやアラワイヨットハーバー近くにある「イリカイ・ホテル&ラグジュアリー・スイーツ営業所」。

これにより、オアフ島の営業所ネットワークは、従来の「ホノルル国際空港」「ハイアット・リージェンシー・ワイキキ・リゾート・アンド・スパ」「ザ・イン

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。

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

Hertz®

ハワイ州観光局 最新情報

「VEBOSS」で若年層開拓 旅イベントにも参加

ハワイ州観光局(HTJ)では、若年層の需要開拓として、「VEBOSS」を展開している。VEBOSSとは、VR(Virtual Reality)映像、イベント(Event)、書籍(Book)、オンライン(Online)、SNS、アンケート(Survey)の英語の頭文字をとったデジタルとアナログのmixアプローチのこと。

HTJでは、どのアングルからでも楽しめる360°VR映像を新たに制作。現在、ハワイ島4本、オアフ島6本のVR映像がHTJ総合ポータルサイト「allhawaii」にアップされている。また手持ちのスマートフォンをセットして手軽にVR映像を楽しむオリジナルVRゴーグルも用意、迫力の映像でハワイの魅力伝える。



可愛いデザインオリジナルVRゴーグル



屋外VRドームで驚きのハワイ体験を提供

さらに9月3日に千葉県幕張海浜公園で開催されたTABIPPO主催の「旅祭」に出展、日本初となる屋外VRドームを設置し、VRゴーグルなしのVR映像体験を提供。参加者から好評を集めた。

TABIPPOは、「旅で世界を、もっと素敵に」を理念に活動する世界一周団体。若年層に人気で、HTJでは昨年のTABIPPO主催のイベント「Backpack FESTA名古屋」で、日本初規模となるVR400人同時視聴体験を実施。名古屋以

外でも仙台や沖縄、京都や福岡、東京でのイベントでもVR視聴体験コーナーを設け、約1000名が体験した。

TABIPPO以外にも、「みんなで旅をつくる」がコンセプトのソーシャル旅行サービス「trippiece(トリッピーズ)」代表の石田言行氏をはじめ、若手インフルエンサーにハワイでの実際の体験をトークショーで発信してもらうなどして、若年層開拓に取り組んでいる。

また書籍「365日絶景の旅」シリーズの最新刊として、「365日ハワイ一周絶景の旅」(編: TABIPPO、いろは出版)が7月5日に発売。HTJが監修を務め、一般の人から募集した写真も一部採用されている。出版を記念し、7月22・23日に湘南T-SITEと梅田 蔦屋書店で、TABIPPO代表やトラベルプロデューサーを交えたトークショーを開催した。

ほかにもオンライン展開やSNSキャンペーン、3月には若年層対象のアンケートを実施するなど、次の世代の「ハワイファン」を増やす取り組みは続いている。



「365日ハワイ一周絶景の旅」の表紙と中身



「365日ハワイ一周絶景の旅」の表紙と中身



「365日ハワイ一周絶景の旅」出版記念トークショーの様子

「LOCOMOCO ALLSTARS」 業界の垣根を超えた初の異業種コラボ



異業種とのコラボレーションに積極的なハワイ州観光局(HTJ)。日本マクドナルド、すかいらーく(ガスト)、ローソンと、ハワイの人気フード「ロコモコ」でコラボレーションしたのがハワイ州観光局公認「LOCOMOCO ALLSTARS」。日本の暑い夏を乗り切る「夏のエナジーフード」として提案、話題を集めた。マクドナルドのハンバーガー「ロコモコ」に、ガストの「チーズINロコモコボウル」、ローソンの「からあげクン ロコモコ デミグラスソース味」のラインナップで、発売日の7月11日を「ロコモコ開きの日」とし



て制定し、日本記念日協会より認定を受けた。また、Twitterリツイートキャンペーンや801枚のロコモコ画像を集めるSNSキャンペーンなどを展開した(一部終了)。

今後も異業種とのコラボレーションを予定、次はどんな内容となるのか、期待が集まる。



「LOCOMOCO ALLSTARS」
発表記者会見の様子

祝! 「Shakaちゃん™」 8月8日に誕生日を迎える

ハワイ州観光局(HTJ)キャラクターの「Shakaちゃん™」が、この8月8日(ハワイの日)に誕生日を迎えた。ハワイの「ALOHA」を伝えるために活動するShakaちゃん™。誕生日当日は、お祝いのメッセージやイラストに囲まれながら喜びいっぱいの様子。メッセージを送った人の中から抽選でShakaちゃん™をプレゼントするキャンペーンや、11月にはクレイ粘土でShakaちゃん™を作るワークショップの開催も予定する。イベントに登場するとたちまち人だかりのできる人気者のShakaちゃん™。これからの活動に期待したい。



Shakaちゃん™ストーリー
www.allhawaii.jp/shakachan/

「ハワイカメラガールズ」発足 まずはハワイ島から

ハワイ州観光局(HTJ)は、このほど日本最大のカメラ女子サークル「カメラガールズ」とコラボレーションし、「ハワイカメラガールズ」を立ち上げる。写真画像投稿SNS「インスタグラム」が若い女性を中心に人気を集めるなか、「フォトジェニックなハワイの島々をもっと楽しもう」をコンセプトに、写真からハワイの魅力を発掘するプロジェクトだ。

具体的には、「カメラ女子」の目線で撮影したハワイ島の写真を集めたハワイカメラガールズの特設サイトを、HTJ総合ポータルサイト「allhawaii」内に設け、今後は他の島の写真なども随時アップしていく予定。さらに写真スポットを訪ねるツアー造成や、全国各地で開催するハワイ関連イベントでの写真撮影のコツを教えるワークショップやセミナー、そのほか写真展やフリーペーパーなども来年で展開していく計画だ。



カメラガールズ
www.camera-girls.net



カメラガールズは、写真好きの女子が集まるメンバー制のウェブサイトを中心に、全国各地にサークル「カメラガールズ」を結成、旅や暮らし、アートなど、いろいろな角度から写真を楽しむ目的で各種活動を展開している。

HTJ総合ポータルサイト「allhawaii」 www.allhawaii.jp

「ぼちゃティブ」をハワイへ発信! 「ラファモ フラ部」始動



「ぼっちゃり女子」のおしゃれバイブルとして人気を集める雑誌「ラ・ファーファ」(発行: ぶんか社)と、「おおらかサイズ」の洋服を提案するブランド「AS KNOW AS olaca」による「PJP(ぼちゃティブジャパン プロジェクト)」。ぼちゃティブとは、「ぼっちゃりをポジティブに」という意味。PJPの一環として、ぼちゃティブを世界に発信すべく結成されたのが「ラファモ フラ部」だ。

ラ・ファーファのモデル「ラファモ」達によるラファモ フラ部。現在、フラ教室を主宰する木村朱里氏の指導のもと、フラの練習を重ねている。今後は日本各地にとどまらず、将来的には現地ハワイでも披露できるよう鋭意努力中だ。

島ごとの「トラベルプランナー」が登場 動画配信、「LINE@」で情報提供も

ハワイ州観光局(HTJ)は、新たにハワイ島とマウイ島の「トラベルプランナー」を発行。エリアごとの紹介や、アクティビティー、グルメ、ショッピングなど、最新情報もカバーする盛りだくさんの内容となっている。



またハワイ島への直行便新規就航を前に、ハワイ島の魅力を紹介する動画を制作。「Moment of Island of Hawai'i by Hawai'i Tourism Japan」と題した3分超の内容で、自然と神秘的島、ハワイ島の魅力をさまざまなアクティビティーやスポットを交えながら紹介する。動画はHTJ総合ポータルサイト「allhawaii」で視聴可能だ。

さらに新たな情報提供のツールとして、コミュニケーションアプリ「LINE」の公式アカウントを開設。最新情報や今後賞品の当たるキャンペーンも実施していく。



@gohawaii.jp

進化続ける「アロハプログラム」 11月に初の一般会員向けイベントを現地で開催

「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2万4541人(2017年9月4日現在)に達している。11月には一般会員向けのイベントを初めて現地ハワイで開催するなど、進化を遂げるアロハプログラムについて紹介したい。

スペシャリストが続々誕生 「ハワイを深く知る」手段に

アロハプログラムは、旅行業界だけでなく、一般にも広く門戸を開く。一般会員は現在1万3048人、旅行業界会員は1万936人を数える(2017年9月4日現在)。ほかにもハワイ関連のショップやレストラン、さらに昨年にはユース会員を新たに設定。これは修学旅行や研修など、教育旅行でハワイを訪れる生徒向けに事前学習ができるコンテンツとして提供するもの。検定に合格すれば、ユース会員証を無料で進呈する。

また習熟度を試すスペシャリスト検定を設定しており、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書を発行する。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(キュレーター)やハワイの専門家がさまざまな内容を配信、より深くハワイについて学ぶことができる。現在、スペシャリストは1万6054人おり、う

ち上級取得者は一般会員で172人、旅行会社会員は4308人となっている(2017年9月4日現在)。

「アロハコミュニティ」で交流 全国でセミナー、ワークショップも

アロハプログラムでは、メンバー同士の交流の場として、「アロハコミュニティ」をサイト上に設けている。食やスポーツ、歴史、文化といったテーマごとにボードがあり、そこでの情報交換が可能だ。またアロハプログラムのFacebookページ(www.facebook.com/aloha.program)では、ウェブサイトの更新内容やハワイの魅力を定期的に伝えている。

一般会員向けのセミナーやワークショップも随時開催する。ハワイ語や歴史に関するセミナー、ウクレレやハワイアンミュージックのワークショップのほか、食事を交えた会員同士の交流の場も設けるなど、オンラインだけでなく、オフラインでの交流の場も積極的に展開していく考えだ。



一般会員向けのセミナー、ワークショップの様子

「アロハプログラムWeek in ハワイ2017」 ディープなハワイを体験

その流れで今年11月25日～12月2日にオアフ島で初開催するのが「アロハプログラムWeek in ハワイ2017」だ。ハワイ在住のアロハプログラムキュレーターをはじめとする現地在住の専門家たちが紹介する、ほかでは味わえない「ディープなハワイ」を体験できる現地集合型ツアーを用意。ハワイスペシャリスト検定中級以上の人は無料、初級、アロハプログラム会員であれば特別料金で参加できるというものだ。

ツアーは、伝統的なハワイアンフードを作りながらハワイの食文化について触れてみたり、ハワイ王国ゆかりの人の墓所をめぐりながらハワイの歴史について学んだり、またダウントウンツアーや、マノア、クアロアなど、ワイキキ以外のオアフ島のエリアを訪ねたり、バラエティーに富んだ内容だ。今後は会員向けツアーの催行も検討する。

観光局のお墨付き 「ハワイサテライトグループ」

アロハプログラムの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」。「ハワイ州観光局お墨付き」



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

の店舗として、現在旅行会社の店舗を中心に38店舗が認定を受けている(2017年9月4日現在)。

ハワイサテライトグループの認定を受けた店舗では、随時ハワイ関連のイベントを開催、店舗限定ツアーの販売を行う店舗もある。観光局では、今後認定店舗の役割を強化すべく、現地での特典の提供やFAMツアーへの招待といった取り組みを検討、認定店舗を増やしていく意向だ。

ハワイサテライトグループについて、ハワイ州観光局セールス&マーケティングアシスタントマネージャーの高橋あやか氏は「弊局は東京にしかオフィスがなく、東京以外でも観光局と同じレベルで、ハワイの情報を提供できるスペシャリストが全国にいる。ニッチな限定ツアーを提供することでお客様は店舗に足を運び、店舗への集客につながる。観光局と店舗双方にメリットの有るプログラムにしたい」と語る。



グローバル・ツーリズム・サミット、ハワイで開催 2017年9月19～21日 ジャパンサミットを日本の旅行業界パートナー対象に同時開催 “サステイナブル”をテーマに、持続可能なツーリズムの実現に向けて

ハワイ・ツーリズム・オーソリテイ(HTA)は、2017年9月19日から21日までグローバル・ツーリズム・サミットを開催する。このサミットは、観光関連の担当者を対象として、観光戦略、観光ビジネスに関するディスカッション、世界マーケット動向など情報収集やネットワーキングを行う年次総会。今年は「サステイナブル」をテーマに、今後のハワイ観光業について、ハワイおよび世界の観光業界担当者と持続可能なツーリズムの実現に向けて、ハワイの文化継承、テクノロジーやイノベーションを融合した取り組みなどの協議や情報収集を行う場として開催する。また、各国のハワイ州観光局(アメリカ、カナ



ダ、オセアニア、日本、韓国、中国、香港、台湾、東南アジア、ヨーロッパ)が、2018年に向けたマーケティング戦略を発表する。

また、期間中の9月20日には、日本の旅行業界を対象にジャパンサミットを並行して開催。ジャパンサミットでは、昨年と同様に、現地ステークホルダーとの商談会、基調講演を計画し、日本から約100名の旅行業界関連者を誘致している。

グローバル・ツーリズム・サミットは、これまで「ハワイ・ツーリズム・カンファレンス」の名称を使用していたが、今年より、「グローバル・ツーリズム・サミット」に名称を変更。ジャパンサミットも、日本旅行業界パートナーを対象に毎年ハワイで開催している。本年の開催概要は以下の通り。

■グローバル・ツーリズム・サミット&ジャパンサミット概要

開催日程：2017年9月19日(火)～21日(木)
開催場所：ハワイコンベンションセンター(1801 Kalakaua Avenue Honolulu, HI 96815)
参加費用：グローバル・ツーリズム・サミット&ジャパンサミットへの出席には、登録、参加費用が必要。
3日間(9/19-9/21)すべての参加費用：395ドル(7/31までのご登録で325ドル)
2日間(9/19-9/20)の参加費用：275ドル
2日間(9/20-9/21)の参加費用：265ドル
*上記参加費用には、宿泊代、交通費は含まれていない。
開催内容：各種セミナー(9/19-9/21) *言語は英語
懇親会(9/19、9/20)
ジャパンサミット(9/20) *基調講演、商談会



昨年9月に行われた「ハワイ・ツーリズム・カンファレンス」の様子

■ジャパンサミット概要

開催日時：2017年9月20日(水) 10:30-11:45(基調講演)、14:00-17:00(商談会)
開催内容：①基調講演

「ハワイ日系人の歩み～2018年は「元年者」がハワイに渡って150年。ハワイと日本にまつわる歴史を日系移民より学ぶ」
登壇者：ハワイ報知社社長 吉田太郎氏

②基調講演
「次に来るのはこれ！～ハワイローカルメディアが次のハワイブームを予想します～」
登壇者：アロハストリート編集長 松本律子氏
③現地サプライヤーとの商談会(60社参加予定)

●吉田 太郎氏
(株)ハワイ報知社 代表取締役社長
1969年東京都出身、慶應義塾大学法学部政治学科卒業。1992年日本長期信用銀行(現・新生銀行)に入行し、主に法人営業を担当。2000年、レストラン経営のWDHに転職、ウルフギャングステーキハウス開店のため2008年よりハワイに駐在。2010年帰国し、2011年アコーディアゴルフに入社。2014年静岡新聞社に移りハワイ報知社副社長としてハワイ駐在となり、2015年4月に現職に就任

●松本 律子氏
ハワイの人気フリーマガジン「aloha street」の編集長
大学卒業後、株式会社リクルート(東京・名古屋)にて広告制作・編集に従事した後、結婚を機に2000年にハワイへ移住。ハワイの最新情報を、マガジン&ウェブサイトを通じて日本のハワイラバーに伝えるべく日々奮闘中。17歳の娘、15歳の息子の母でもある。



昨年4月に行われた「ジャパンサミット」の様子

若者達の熱きバトル 国際学生討論大会開催 日本からは早稲田大学高等学院、立命館慶祥が参加

グローバル・ツーリズム・サミットのもうひとつの目玉が、学生討論大会だ。今年には日本からは、早稲田大学高等学院(東京)、立命館慶祥(北海道)の二校が参加。他にも地元ハワイに、アメリカ、カナダ、香港、中国、台湾、マレーシア、ニュージーランドから学生が集まる。

今年の討論のテーマは“Resolved: On balance, tourism helps to preserve culture.”

参加学生は、事前に与えられたテーマについて、HTAのパートナーから、情報収集等の支援を受けられるのが特徴。テーマに沿って、各チームがプレゼンテーションをした後は、制限時間に従って、討論が行われる。

討論は全て英語で行われ、その得点を審査員が採点。参加校はランダムでペアリングされ、討論を実施。各ラウンドの勝利チームが選ばれ、合計得点が最も高い2チームが、最終討論に望む。

ワイキキに天空の“ラニレア チャペル”がオープン! 新パーティ会場の登場やラグジュアリーリゾートでの挙式も

ハワイでのウェディング事業に実績と信頼を積み上げてきたワタベウェディング。この1年でも次々に新しい施設やサービスを展開しており、ハワイにおける手配力をより強固なものとしている。

ワイキキに地上107mの新チャペル ラニレア チャペル

2017年5月、「プリンスワイキキ」に「ラニレア チャペル」がオープンした。同ホテルはワイキキビーチとアラモアナの間に位置し、目の前に青い海とヨットハーバーが広がるロケーション。アラモアナタワーの33階に位置する「ラニレアチャペル」の眼下には、地上107mから望むダイナミックなパノラマビューが広がり、ハワイでも唯一無二の絶景チャペルとなっている。

また、同じフロアには挙式前にゲストがくつろげる「ウェルカムラウンジ」を用意。挙式後の撮影スポットになる「ピクチャーラウンジ」も設け、絵になるシーンをバックに思い出の写真撮影ができるよう工夫されている。

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



ラニレアとは「喜びの空」を意味する

コオリナの人気チャペル コオリナ・チャペル アクア・マリーナ

ハワイのなかでも注目度の高いコオリナにチャペルを展開するワタベウェディング。今年2月にはヨットハーバーに隣接する「コオリナ・チャペル アクア・マリーナ」がオープンし、早くも話題を集めている。

360度ガラス張りの館内に足を踏み入ると、コオリナの美しい海が見渡せる構造が印象的。チャペルの前方には水面が光る美しい演出を配し、バージンロードの両サイドにはアクアマリンをあしらったデザインを施してハワイらしい洗練された空間を実現している。



緑の木々に囲まれたリビングガーデン

また、チャペルに隣接するオーシャンビューのガーデンを「リビングガーデン」として新設した。自宅のリビングでくつろいでいるかのような雰囲気を演出しており、歓談の場としてももちろん、フォトスポットとしても提供。フォトウォールを背景に、ゲストと一緒に写真撮影やトースティングなどを楽しむことができる。

ダウンタウンに新パーティ会場 ザ・バンケット ハーパーコート

今年4月には新しいパーティ会場「ザ・バンケット ハーパーコート」もオープンした。場所はホノルル港を望むダウンタウンの一等地。4つのパーティ会場と3つのブライズルームを備えた施設で、ラグジュアリーな“大人の社交場”がテーマとなっている。



品のあるパーティ会場、ハーバーコート

パーティメニューは、ハワイの地産地消を堪能できるハワイ・リージョナル・キュージース。メニューを監修するのはアラモアナの人気レストラン「MW Restaurant」のシェフ、ウェイド・ウエオカ氏とパティシエのミシェル・カー・ウエオカ氏だ。独創的な料理を創り出す二人はメディアにも取り上げられており、ワタベウェディングとのコラボレーションによるオリジナルメニューにも注目が集まっている。

また、「ザ・バンケット ハーパーコート」はワイキキとコオリナの中間に位置しているため、コオリナで挙式した後に利用するのがお勧め。完全個室のプライベート空間でこだわりの料理と行き届い

たサービスを味わい、ゲストと共に極上の時間を過ごしたい。

憧れのラグジュアリーリゾートで 挙式&パーティを

ワタベウェディングでは、今年からハレクラニのバンケットで行う「ハウテラス・ウェディング・アット・ハレクラニ」をスタートさせた。海を望む会場を白い壁一面の白バラが印象的(ハレクラニ)とするのが特徴で、シックで落ち着いたのある式を挙げることができる。緑と海に囲まれたテラスでのフラワーシャワー、名店と謳われるレストランでのパーティなど、“ハレクラニ エレガンス”に包まれる一日を演出することが可能だ。

ロイヤル・ハワイアン・ガーデンで行う「ロイヤル・ハワイアン・ウェディング」は、コーディネートをより華やかな演出に変更した。海を望む「オーシャンローン」はピンクを基調にした装飾がロマンティック。中庭の庭園「ヘルモアガーデン」は南国ムードにあふれ、プライベート感に包まれた雰囲気となっている。



ガーデンを彩るピーチとピンクローズ(ロイヤル・ハワイアン)

地上107mに位置する、
パノラマビューチャペル
「ラニレア チャペル」誕生

Hawaii

Lani Le'a Chapel

AT WAIKIKI

それはハワイ語で“喜びの空”を意味する「ラニレアチャペル」。
目を奪うほどの雄大さをたたえた地上107mからの絶景が祝福する、
おふたりのウェディングステイ。ここでしか感じられない
感動を記憶に刻むドラマチックなシーンが、ここで叶います。



その日は、消えない。

WATABE WEDDING

TEL.0120-41-2141

ワタベウェディング

検索



New Chapel Open!!

2017
Spring



成長続けるハワイアン航空 コナ線も好調、「ハワイらしさ」を重視



2010年の日本路線就航以来、着実に成長を続けるハワイアン航空。現在は東京（羽田、成田）と大阪（関空）、札幌（新千歳）からハワイへの直行便を運航する。なかでも昨年12月に開設した羽田ーコナ線は、羽田からハワイ島コナへの唯一の直行便として好調だ。日本マーケットでの輸送状況や今後の展開について、日本支社長 の穴戸隆哉氏（写真）に話を伺った。

FIT、ファミリー層の利用も コナから他の隣島へアクセス可能に

羽田ーコナ線について

昨年12月の就航以来、旅行会社のサポートもあり、当初の計画通り推移している。初めてとなったこの夏休みも高いロードファクターを維持した。旅行会社のパッケージ商品だけでなく、FITでの利用も多い。特にファミリー層に人気で、他の路線よりもFITのシェアが少し高い。ファミリー層については、当初の想定よりも多く利用している印象で、ハワイに行き慣れている層を中心に、空港ではよく三代目ファミリーの姿を見かける。

羽田ーコナ線は、上手く差別化できていると考える。利便性の高い羽田発という点に加え、スケジュールも羽田空港の深夜早朝の発着枠を利用しており、羽田発は夜の23時55分と、仕事後でも充分に利用できる。またコナ到着は午後となり、ホテルのチェックイン時間に合わせることができるので、大きなメリットがある。

さらにコナ発着の隣島路線のスケジュールを羽田線の発着に合わせて調整したことで、マウイ島へもベストなコネクションを提供できるようになった。ホノルルと比較してコナ空港での入国審査は比較的スムーズなので、乗り継ぎも楽。ハワイ島に限らず、他の隣島へのアクセスとしても販促していきたいと考えている。

羽田ーコナ線の課題は？

羽田ーコナ線の就航によって、ハワイ島への日本人訪問者数が大幅に伸びているが、隣島への旅行需要のシフトはまだまだと捉えている。例えば韓国やオーストラリアなど、弊社が直行便を運航する日本以外のマーケットでは、日本よりも隣島へ行く比率が高い。

航空会社として、旅行会社や観光局と協力してハワイ島を中心とする隣島の良いところを積極的にアピールする必要性を感じている。隣島の良さを分かってもらい、実際に行って頂けるようなプロモーションも今後検討していきたい。まもなく就航1周年を迎え、これまでも振り返って、足らなかった点を洗い出し、しっかりと販促していきたい。

全路線にA330導入へ 高付加価値のプロダクトを提供

その他の日本路線について

全体的に計画通りに推移している。なかでも今年で就航5周年を迎える札幌は、今年5月に北海道とハワイ州が姉妹友好提携を結んだことで、ハワイへの注目が高まっており、今後は教育面での交流など積極的にサポートしていきたい。

札幌線については、来年の2月から使用機材をA330にする予定で、現在のB767と比べ、フルフラットシートのプレミアムキャビン（ビジネスクラス）や、シートピッチの広いエクストラ・コンフォート（プレミアムエコノミークラス）など、付加価値の高いプロダクトを提供できるようになる。これにより、日本のすべての路線にA330を投入することができ、旅行会社でも高付加価値の商品造成が可能となる。



A330

大阪線についても、競争が激しくなる中、順調に推移している。特に「乗った瞬間からハワイを感じる」点がマーケットに浸透してきており、ハワイ好きの方々から支持されている。

ハワイらしさと 島間ネットワークに強み

ハワイアン航空の強みは？

やはり「ハワイらしさ」にあり、ハワイならではのサービスを提供している点がアピールポイント。例えば、日本発のフライトの機内食にオアフ島の人気レストラン「Koko Head Café」のオーナーシェフであるリー・アン・ウォン監修のメニューを提供。ハワイ発は、当社のエグゼクティブシェフであるチャイ・チャオワサリーのメニューだ。また島内ネットワークも当社の大きな強みだ。この強みを、いかに旅行会社を通じて、お客様にアピールできるかが課題だ。



機内食にも「ハワイらしさ」を打ち出す
(9月30日までのメニュー)

日本人向けサービスを拡充 好評のプレミアムキャビンと エクストラ・コンフォート

今後の展開について

日本マーケットは、当社の国際線では最大、国内含めても規模は大きく、「最重要マーケット」という位置づけ。今後は新機材のA321neoをハワイー米西海岸路線に投入する計画で、それに伴い、同路線に投入しているA330を国際線に運用する予定。新路線の開設については、現時点では具体的なプランはないが、日本市場のプレゼンスをさらに高めるべく、定期的にマーケットの動きを見ている。

昨年の7月より、日本の営業チームが立ち上がり、マーケットの変化に素早く対応できるようになった。また今年7月には日本支社のオフィスを移転し、これも日本マ



新しい日本支社のオフィスの入口には
ハワイアン航空の歴史を紹介するパネルが

また本社サイドでは、日本語が堪能な客室乗務員の採用が進んでいる。現在はフライトあたり最低2〜3名の日本語対応可能な乗務員がサービスにあたっており、今後は日本人向けサービスのさらなる拡充を図りたい。



今年5月にブランドを一新

サービス面について

A330のプレミアムキャビン（ビジネスクラス）ではフルフラットシートを提供し、お客様からのフィードバックでも良い結果を得られている。ビジネス客を意識した他社のシートとは異なり、当社のビジネスクラスはレジャーマーケットに特化しているのが特徴だ。

内装はハワイらしいリゾート感のある落ち着いたデザイン。横2-2-2席の配列で、2人で並んで利用できる点で差別化している。実際にカップルや夫婦での利用が多く、旅行会社でも積極的にパッケージ商品化して頂いている。シートのモックアップを「HAWAII EXPO」などの消費者向けイベントで展示をしており、そこらも好評だ。



A330のプレミアムキャビン（ビジネスクラス）



人気の高いエクストラ・コンフォート

またA330では、エクストラ・コンフォート（プレミアムエコノミークラス）をこれまでの40席から68席へ大幅に増やしている。他社と異なり、エコノミークラスのすべての運賃から追加料金で利用できる点が好評。シートピッチが広いので、一度利用すると、その良さを認識してもらっている。事前予約だけでなく、当日利用も多い。旅行会社も販売に積極的だ。

旅行会社へのメッセージを

2010年の日本路線就航以来、旅行会社へのサポートは今後も変わることはない。羽田ーコナ線や付加価値の高い新しいプロダクトなど、旅行会社と一緒に積極的にプロモーションしていきたい。ハワイの良さをどうやって伝えるか、一緒に考えていきたい。

Topics

札幌ーホノルル線にA330導入 2018年2月から

ハワイアン航空は、2018年2月より札幌（新千歳）ーホノルル線にA330-200型機（A330）を導入すると発表した。同路線は北海道からハワイへの唯一の直行便として、今年で就航5年目を迎える。

A330では、プレミアムキャビン（ビジネスクラス）、エクストラ・コンフォート（プレミアムエコノミークラス）、メインキャビン（エコノミークラス）の3つのクラスを提供。

なかでも18席のプレミアムキャビンはフルフラットシートで、横2-2-2席の配置。カップルやハネムナー、夫婦での利用に最適だ。またエクストラ・コンフォートは、68席あり、シートピッチ36インチ（約91.44cm）と、足元のスペースを十分に確保。優先搭乗やアメニティキットなど、ワンランク上のサービスを提供する。

なお、札幌ーホノルル線の導入により、日本路線のすべての路線がA330での運航となる。

シグ・ゼーン氏デザインの 新制服が登場



プレミアムキャビンのアメニティキット

ハワイアン航空は今年後半を目処に、ハワイ島をベースに活躍するシグ・ゼーン氏デザインによる新制服を導入する。「クウ・マコウ（ハワイ語で“力を合わせる”）」をテーマに、ハワイの伝統的な模様やハワイに自生する植物をイメージしたハワイらしさを取り入れたデザインとなっている。

シグ・ゼーン氏は他にも寝具やアメニティキット、「オハナ・バイ・ハワイアン」の機体デザインなども手がけている。

インスタグラムを開設 @hawaiianairlinesjp

ハワイアン航空日本支社は、このほど公式のインスタグラムを立ち上げた。カラフルなビジュアルで、同社やハワイの魅力を伝える。



カアナパリビーチホテル(マウイ島)

Kā'anapali Beach Hotel

マウイ島で「本物のハワイ」に触れる 「ハワイで最もハワイらしいホテル」



「ハワイで最もハワイらしいホテル」として愛されてきたカアナパリビーチホテル。11ヘクタールもの広大な敷地を誇り、全米でも屈指の美しさを誇るマウイ島西岸のカアナパリビーチに面したベストなロケーションが自慢だ。またその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・アクティビティ・センター「ハレ・フアカイ」

ビーチ・アクティビティなら、「ハレ・フアカイ」へ。SUP、シュノーケリングやコンチシェルの鳴らし方など、人気アクティビティからユニークなものまで、ぜひ一度チャレンジしたい。

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

レストランも充実。なかでも、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・シェフとして腕を振るう「ティキ・テラス」では、ハワイのリージョナル・キューズを味わいたい。また毎週月曜日に開催されるルアウショー「レジェンズ・オブ・カアナパリ・ルアウ」も人気だ。

ファミリーも、カップルも
大切な思い出を演出



12歳以下の子供たちにはアロハパスポートをプレゼント。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

ファミリーにもお得でうれしい特典がいっぱい。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(1室の定員は最大4名)。また大人1名につき5歳以下の子供1名の食事も無料だ。

また、ウェディングやハネムーン、結婚記念日など、大切な思い出づくりも演出。敷地内にはビーチを臨む愛を伝えるための特別な場所をいくつか設け、ウェディングやバウリニューアルなどのパッケージも用意する。

広い客室からクジラ鑑賞も
リゾートフィーが不要、至便な立地

432室の客室は、平均40㎡と広々。特にオーシャンフロントは、毎年冬に訪れるクジラも鑑賞できる。またベランダでタバコが吸える客室を全体の20%確保、また無料Wi-Fi(客室/中庭)を完備、リゾートフィーが不要なものも大きなアピールポイントだ。

カアナパリビーチの中心、ラハイナへは車で約10分という立地も便利。公共バス、または「ザ・アウトレット・オブ・マウイ」のシャトルが毎時運航している。



ハワイアン風の内装が特徴

無料のアクティビティが充実
「本物のハワイ」を体験

「ハワイで最もハワイらしいホテル」として、ハワイ文化を体験できるアクティビティが充実。フラやウクレレのレッスン、レイ作り、フラのステップを取り入れた「フラロビクス」、ハワイ語講座など、いずれも無料で参加可能だ。



また、オヘハノイフ(ノーズフルートメイキング)、ウペナキロイ(ネットスローのデモストレーション)、オヘカパラ(バンブープリンティング)、カウラ(ロープメイキング)、プーオヘ(バンブートランペットメイキング)の子供から大人まで楽しめる5つのアクティビティが新登場した。

ハワイならではの食も
人気のルアウショーも必見



リゾート料金なし | キッズ・ステイ・フォー・フリー | 無料WiFi | 家族に親切



3軒のアフィリエイトホテルが加わり、多様化するニーズに対応 ファミリーからFITまで、特別なハワイ滞在を提供

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

アクア・アストンに加え 3軒のアフィリエイトホテルマネージメント

アクア・アストン・ホスピタリティーは現在、46軒のホテルやコンドミニウムを展開し、幅広いニーズに対応している。「アストン・ホテルズ&リゾート」は、自宅のような快適さを求める旅行者に高い訴求力を持つ。「インスティンクト・ホテル・コレクション」は、個性的でパーソナルな宿泊サービスを提供。旅慣れた

旅行者がターゲットの「アクア・ホテルズ&リゾート」は、ハワイ全島で中級クラスのスタイリッシュなホテルを展開している。「ライト・ホテルズ」は、シンプルにローカルな雰囲気を楽しみたい旅行者の期待に応える。

これらに加え、2016年後半から2017年初めにかけて、3軒のアフィリエイトホテルが仲間入りした。

ハワイ島・ヒロの「グランド・ナニロア・ホテル、ア・ダブルツリー by ヒルトン」は、2016年11月から同ブランド名

に変更して再オープン。ハワイ火山国立公園へのアクセスが良く、ハワイ島の自然環境を探索する拠点として良好な立地と言える。

2016年秋には、オアフ島西部カポレイ地区に、「ハンプトン・イン&スイーツ by ヒルトン・オアフ・カポレイ」がオープンした。ハワイ初のハンプトンホテルで、カ・マカナ・アライ・ショッピングモール内というロケーションも便利だ。

2017年1月には、マイレ・スカイ・コートの改修工事が終了し、「ホリデイ・イン エクスプレス ワイキキ」としてリブランドオープンした。クヒオ通り沿いの静かなエリアに位置し、海からは離れているが高層階にはオーシャンビューやパースシャルオーシャンビューの客室もある。

ウェブサイトおよびSNSを積極活用
「ごほうび、ハワイ。」特別料金も設定

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

さらにハワイ州観光局のプロモーション「ごほうび、ハワイ。」に呼応し、特別料金を設定。従来の「有休ハワイ」特別料金も継続し、アストンおよびアクアの各ウェブサイトの特設ページへのリンクを設けている。

代表的な12のホテル紹介



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



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ウムタイプ。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・ビーチ・タワー
カラカウア通り沿いに位置し、ワイキキ・ビーチを臨むオーシャンフロントのホテル。洗練された上品な内装で仕上げられた全ての客室には、広いラナイが付いており、ワイキキ・ビーチを見渡すことができる。2017年から順次客室のリノベーションを行っており、順調に新しい客室へと生まれ変わっている。



アストン・カアナパリ・ショアーズ
マウイ島の美しいカアナパリビーチのオーシャンフロントに佇むコンドミニウム。全室にフルキッチンを備えたコンドミニウムならではの快適さと便利さに加え、ホテル同様のサービスを提供し、旅行者が期待するハワイらしい休暇を満喫できる。



アクア・カウアイ・ビーチ・リゾート
カウアイ島で最も長いビーチで25エーカーもの広大な敷地を持つ、ハワイのプランテーションスタイルのリゾートだ。4つのプール、ウォーターライダー、レストラン、フィットネスセンター、スパなど充実のホテル設備を誇る。伝統的なカウアイのスタイルを重視しつつ、最新のアメニティーも用意している。



アストン・ワイキキ・ビーチ・ホテル
現代的なハワイアンビーチをテーマにしたロビーから、自然からインスピレーションを得た客室まで、楽しく活き活きとした雰囲気のホテル。ほとんどの客室がオーシャンビューまたはパースシャルオーシャンビューで、一部にはリラックスしながら風景を楽しめるラナイが付いている。



アクア・オヒア・ワイキキ
インターナショナル・マーケットプレイスが徒歩圏内、ワイキキ・ビーチまで1.5ブロックという抜群のロケーション。ホテルルーム、ステューディオ、ジュニアスイートの各タイプの客室があり、全室に4口コンロと小型冷蔵庫を備えたキッチン付き。中長期滞在の旅行者にもおすすめ。



アストン・ショアーズ・アット・ワイコロア
風光明媚なコハラコーストにあるワイコロアリゾートのゴルフコースに隣接するリゾート。全ての客室は、高級ながらアットホームな快適さで過ごすことができるよう、カジュアルなハワイ島のライフスタイルを反映した特注家具を採用している。

3軒のアフィリエイトホテル



**ハンプトン・イン&スイーツ
by ヒルトン・オアフ・カポレイ**
ハワイで初のハンプトンホテル。活気あふれる多目的センターのカ・マカナ・アライ内という利便性抜群のロケーションを誇る。客室のベッドには、清潔で心地よく眠れると定評のあるハンプトン・ベッドを使用している。



**グランド・ナニロア・ホテル、ア・ダブルツリー
by ヒルトン**
三日月型のヒロ湾に面するヒロを象徴するリゾート。ハワイ火山国立公園をはじめハワイ島の多様な自然を満喫する拠点として最適だ。ヒロ唯一の9ホール・ゴルフコースでの無料プレーなども含まれている。



ホリデイ・イン エクスプレス ワイキキ
2017年1月にリブランドオープンした44階建てのホテル。ワイキキ・ビーチまで3ブロック、ハワイ・コンベンション・センターまで4ブロックという立地は、ショッピングやアクティビティーに便利だ。

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・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・パイ・ザ・シー
カウアイ島
アストン・アット・ポイプ・カイ
アストン・アイランダー・オン・ザ・ビーチ
アメリカ本土
アストン・アット・レイクランド・ビレッジ
(カリフォルニア州)
ザ・ファウンテンズ・アット・チャンピオンズゲート
(フロリダ州)
トスカナ・リゾート・オーランド・パイ・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&スィム・クラブ
ハワイ島
ボルケーノ・ハウス
コスタリカ
クロコダイル・ペイ・リゾート
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・パンプー・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

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

ライト・ホテルズ

オアフ島
エバ・ホテル・ワイキキ
パゴダ・ホテル
ホワイト・サンズ・ホテル
イリカイ・ライト
マウイ島
マウイ・ビーチ・ホテル

アフィリエイトホテルズ

ハンプトン・イン&スイーツ by ヒルトン・オアフ・カポレイ
グランド・ナニロア・ホテル、ア・ダブルツリー by ヒルトン
ホリデイ・イン エクスプレス ワイキキ

HOTELS FOR ALL

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
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、ほぼ50軒約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4つのブランドを
展開するアクア-アストン・ホスピタリティは、旅行業界に
新しいアイデアをふきこみます。

aquahospitality.jp | astonhotels.co.jp
フリーダイヤル 0120-080102

AQUA-ASTON
HOSPITALITY

アクア-アストン・ホスピタリティ

ようこそ、我が家へ

Aston
HOTELS & RESORTS

アストン・ホテルズ&リゾート

ここにしかない体験を

INSTINCT
HOTEL COLLECTION

インスティンクト・ホテル・コレクション

ひとりひとりの旅なれた自分へ

AQUA
HOTELS & RESORTS®

アクア・ホテルズ&リゾート

清潔と快適さだけでじゅうぶん

lite

HOTELS™

ライト・ホテルズ

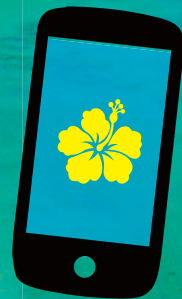


ごほうび、 ハワイ案。

GOHOUBI HAWAII PLAN

あなたの大切な人に
ハワイ旅行の提案書を作ろう。

3分でプレゼン
資料が完成！



作ってそのまま
送れる！

ごほうび、ハワイ案

gohoubi-hawaii.com/create/

STEP 1

ハワイに誘いたい人を選んで ...

STEP 2

どんなごほうびにしよう？

STEP 3

行きたい場所を選ぼう！

完成！



ごほうび、ハワイ案。

GOHOUBI HAWAII PLAN

gohoubi-hawaii.com/create/

HAWAII TOURISM

JAPAN

ハワイ州観光局