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.2431 増刊号 2018.2.5

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

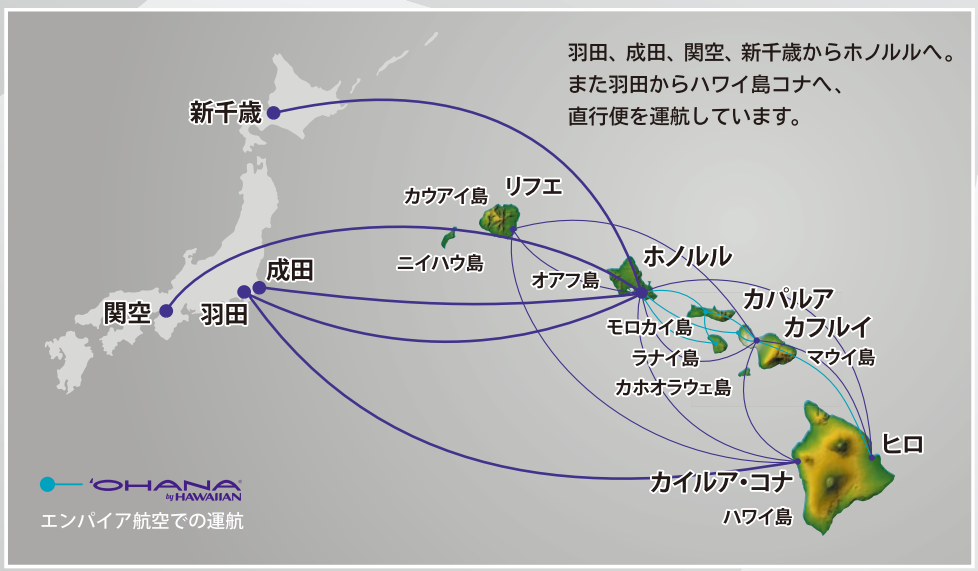
発行所/航空新聞社 The WING Aviation Press ●〒107-0052 東京都港区赤坂四丁目8番6号 赤坂余湖ビル3階 ●TEL 03-3796-6646 FAX 03-3796-6645

www.jwing.net
mail@jwing.net

ハワイ特集2018 春・夏号

ごほうび、ハワイ。

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、
ビジネスクラスのフルフラットシート。
2018年2月2日より、新千歳ーホノルル間でも
フルフラットシートを装備した
エアバスA330ー200型機をご利用いただだけます。
これにより日本発着全路線でフルフラットシートを
搭載したエアバスA330ー200型機での運航となります。
ハワイアンホスピタリティー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。

HawaiianAirlines.co.jp

HAWAIIAN AIRLINES®

マーケットの変化に柔軟に対応

ハワイ州観光局（HTJ）

HAWAI'I TOURISM JAPAN
ハワイ州観光局

航空路線の拡大や安定した為替レートが奏効し、日本マーケットからの訪問者数、総消費額共に好調だった2017年のハワイ。ハワイ州観光局（HTJ）は、2018年へ向けて、旅行スタイルや消費動向の変化、さらにLCCの参入など、変化するマーケットに柔軟に対応、パートナーとの連携を深めながら各施策を展開していく考えだ。マーケット現況や今後の戦略、見通しについて、ミツエ・ヴァーレイ局次長に話を伺った。

HTJ局次長 ミツエ・ヴァーレイ氏

＜2017年を振り返って＞

2017年は訪問者数、総消費額共に好調 消費傾向、滞在スタイルに変化、進むFIT化

日本からハワイへの訪問者数は、最新の数字で2017年１～11月までの累計が前年同期比5.8％増の144万2675人に達し、総消費額も同9.9％増と好調だ。最終的には、訪問者数で「157万から158万人弱」、総消費額で「約10％増」と、「2017年は良い数値となりそうだ」と見込む。

その要因となったのが、航空路線の拡大や安定した為替レートだ。また消費志向が変化。「日本でハワイの情報が入手しやすくなったこともあり、特にリピーターの方々がハワイでこれがしたい、ハワイでしか購入できない『メイド・イン・ハワイ』のものを買いたい、といった目的がはっきりしている。また、旅中体験としての現地でのアトラクションも、こだわりや目的などがはっきりしてきているため、事前にオンラインで情報を入手して前もって計画を立ててくる人が増えている」という。

滞在スタイルも変化。ハワイへのリピーター率は、2017年１～11月の累計で64.8％と安定して高い。「安心して行ける海外、勝手が分かっており、次に何をしたいか目的もはっきりしている」というのが背景にあるが、これまでのホテル滞在からコンドミニアム、さらにタイムシェアへのシフトが進んでいるという。特に「リピーターがタイムシェア物件を所有している点が他の海外デスティネーションと際立って異なるところ」がハワイの特徴だ。

リピーター率の上昇に伴い、FITの比率も高まっている。以前は25％だったものが、最近では30％、「今年８月には44％にも達し、夏休みや年末年始など、ピークシーズンを中心にタイムシェアの利用が増え、FIT率が高まってきている」とのこと。

ヴァーレイ氏は「航空会社やオンライン旅行会社、旅行会社のダイナミックパッケージ、さらにシェアリング・エコノミーといった各社でFITに力を入れており、実績を上げている。最近は１ヶ月毎に客層が変わるので、パッケージのシーズナリティーやキャンペーンもこうした変化に今後注視しなければならなくなるだろう。2018年はさらにいろいろな動きがあるのではないか」と指摘する。

「ごほうび、ハワイ。」が奏効 「今、ハワイへ行く」きっかけ作りに

HTJでは、2017年よりスタートした「ごほうび、ハワイ。」をはじめ、これまでに一般消費者向けのプロモーションを各種実施してきた。その目的は「ハワイへ行くきっかけ作り」だ。「マーケットリサーチによると、ハワイへの渡航経験がない方は、ハワイに対して安全で、いつでも行けるというイメージを抱いている。いつでも行けるということは後でも行けるということ。プロモーションを通じて『今、ハワイへ行く』というきっかけを作りたかった」という背景がある。

特に昨年の「ごほうび、ハワイ。」は、キャンペーンサイトで友達や家族、恋人へハワイ旅行を提案するプレゼンテーション資料「ごほうび、ハワイ案。」を作成できるユニークな内容で、「ごほうび、ハワイ案。」の投稿が約2.7万件に達するなど、一般消費者からの高い参加を集めた。今後は「人気のあった場所や体験を旅行会社と共有したり、商品造成に役立てたり、2018年はさらにパワーアップして展開していく」と意欲を見せる。

＜2018年の施策について＞

「ごほうび、ハワイ。」をさらにパワーアップ 隣島も強化、受け入れ態勢と旅行商品の拡充

2018年の施策について、ヴァーレイ氏は９つの強化ポイントを挙げる。①「ごほうび、ハワイ。」②隣島 ③ミレニアル世代 ④ラグジュアリーマーケット ⑤ロマンスマーケット ⑥アロハプログラム ⑦地方マーケット ⑧ファーストタイマー ⑨異業種とのコラボレーションの９つだ。

このうち、①「ごほうび、ハワイ。」については、よりパワーアップを図り、特に「旅行会社との旅行商品面でのコラボレーションを強化していく」意向。具体的には、企画や販促面でのサポート、「ごほうび、ハワイ。」で実施する一般消費者向けのソーシャルメディアを使ったキャンペーンとの連動を図る。また、ポータルサイト「allhawaii」（www.allhawaii.jp）上に企業ページを設け、「ごほうび、ハワイ。」に参加する旅行会社のパッケージ商品を紹介、検索できるシステムを構築する予定だ。

②隣島については、商品開発に力を入れる方針。FAMツアーに加え、「カウンタースタッフが隣島へいつでも視察に行けるよう、特別レートの案内など、サポートできるプログラムを検討している」とのこと。また、現地の受け入れ態勢を強化し、「現地でもっと楽しめるように、各島の観光局と協力し、現地サプライヤーの日本語サービスのサポートを推進していく」計画。さらに一般消費者へ向けた隣島の認知度アップへ向け、「セグメント別に隣島のブランディング強化を図る」考えだ。

地方開拓、供給量多い成田経由に注目 各セグメントへ訴求、アロハプログラムも強化

⑦地方マーケットと⑧ファーストタイマーについては、地方マーケットの開拓を軸に進めていく。なかでも注目するのが成田経由だ。成田は、日本－ハワイ間の座席供給で最大のシェア（2017年：54％）を占める。そのため「成田経由でのアクセスが良い地点を中心に力の入れきれていない部分をしっかりとセールスしていきたい」意向。

また2018年が「ハワイ日本人移民150周年」に当たることから、日系移民を多く送り出した中国地方や九州／沖縄を中心に「自治体間の交流や教育旅行が活発となり、その潜在性は高い」と見ている。

一方、セグメント別の施策となる③ミレニアル世代、④ラグジュアリーマーケット、⑤ロマンスマーケットだが、ミレニアル世代向けには、旅する人をフォーカスした「VEBOSS」（VR、Event、Book、Online、SNS、Surveyの頭文字をとった造語）のアプローチを継続／強化。「消費が期待できる」とするラグジュアリーマーケットには、調査でターゲット・セグメントを選定し、クローズド・イベントの開催やダイレクトマーケティングを検討、またロマンスマーケットには、リゾート・ウェディングの訴求を高めるため、広告／マーケティング展開や、ウェディング会社などの店頭スタッフ向けのFAMを実施、需要喚起へ向け本腰を入れる。

⑥アロハプログラムでは、2017年11～12月に初の試みとして「アロハプログラムWeek in ハワイ」をオアフ島で実施。２万4000人を数える同プログラム会員を対象に、アロハプログラムのキュレイターを含むハワイ在住の専門家たちが紹介する「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。「ほぼすべてのツアーが満員となり、手応えを感じている」とのことで、今後の「ニッチな商品造成へのサポート」に役立てたいとしている。

また、アロハプログラムの上級会員が在籍する旅行会社やレストラン、ショップ向けに認定する「サテライトグループ」店舗との連動も強化していく。⑨異業種とのコラボレーションについても、2017年は、ハワイの人気フード、ロコモコを訴求した「LOCOMOCO ALLSTARS」などを展開。2018年も同様のコラボレーションを予定する。

「ハワイ日本人移民150周年」で交流増に期待 教育旅行、スポーツ交流を強化

９つの施策と並行して注力するのがMICE。強化項目として、インセンティブ、教育、スポーツ、エンターテイメントを挙げるが、なかでも2018年は「教育とスポーツ」を強化。前述のとおり、2018年が「ハワイ日本人移民150周年」となることから、地元における交流拡大への機運は高く、「日系社会では年間のイベントカレンダーを用意する」など、盛り上がっており、「姉妹都市や県人会などの交流、教育やスポーツ面での交流が期待できる。ハワイは平和学習や歴史学習に最適だ」とアピールする。

3～4％増の160万人前後を目標 LCC「新マーケット拡大へ良いチャンス」

2018年の見通しについて、ヴァーレイ氏は「前年比３～４％増の160万人前後となるのではないか」と見る。「供給量の増加に伴う競争の激化、海外旅行自体へのリスク懸念、今後の消費税率のアップや2020年のオリンピック／パラリンピックなどを見据え、2017年のような６～７％の増加はないと考える」との分析だ。また、総消費額については「為替が安定すれば大きな変動はないと見ている」とのこと。

見通しを踏まえた上で、「航空会社や旅行会社は、ありがたいことに引き続き強化デスティネーションとしてハワイに投資して頂いている。LCCの参入や日本航空とハワイアン航空の提携、ANAのA380導入、さらに旅行会社も各社新体制となり。2018年はいろいろと変化していく。その中で柔軟性を持って対応していきたい」と語る。

メディアに対しても「新しいハワイ」の露出に力を入れる。「ホテルの改装やカカアコ地区の再開発など、ハワイは毎回来る度に新しい点を訴求したい」と意欲を見せる。

LCCについても注目。2017年後半にエアアジアX、スクートが相次いで関西－ホノルル線を開設、「中距離LCCの参入はハワイが初めて。飛行機代を安く抑え、その分現地で消費するリピーターなど、新しいマーケットを広げる良いチャンスだと捉えている。今後の動向に注視したい」と期待を寄せる。

週刊ウイングトラベル「ハワイ特集 2018 春・夏号」目次
WING Travel Weekly “Hawaii Special 2018 Spring & Summer” 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
アクア・アストン ホスピタリティー	Aqua-Aston Hospitality	4-5p
レジャーマーケット	Leisure Market	6p
ヒルトン・リゾーツ・ハワイ	HILTON RESORTS HAWAII	7p
ロマンスマーケット	Romance Market	8p
ワタベウェディング	WATABE WEDDING CORPORATION	9p
プリンスワイキキ	Prince Waikiki	10-11p
MICEマーケット	MICE Market	12p
ポリネシア・カルチャー・センター	POLYNESIAN CULTURAL CENTER	13p
アウトリガー・リゾーツ	OUTRIGGER RESORTS	14-15p
コオリナ＆ウエスト・オアフ情報	Ko Olina & West Oahu Information	16p
アウラニ・ディズニー・リゾート＆スパ コオリナ・ハワイ	Aulani, A Disney Resort & Spa, Ko Olina, Hawai‘i	17p
アロヒラニリゾート・ワイキキビーチ	Alohilani Resort Waikiki Beach	18-19p
ハワイ州観光局プロモーション（「ごほうび、ハワイ。」、ハワイカメラガールズ）	HTJ Promotions	20-21p
ハワイアン航空	Hawaiian Airlines	22p
シーライフ・パーク・ハワイ	SEA LIFE PARK HAWAII	23p
マリオット-ワイキキ コンプレックス	Marriott-Waikiki Complex	24-25p
ハーツレンタカー	HERTZ RENT A CAR	26p
アラモレンタカー	ALAMO RENT A CAR	27p
ネイバーアイランド	Neighbor Islands	28p
おすすめ隣島ドライブコース	Scenic Drive in Neighbor Islands	29-30p
エイビスレンタカー	AVIS RENT A CAR	29p
カアナパリビーチホテル	Kā‘anapali Beach Hotel	31p
航空会社レポート	Airline Report	32p
ハイアット リゾーツ ハワイ	HYATT RESORTS HAWAII	33p
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	34-35p
アラモアナ・ホテル・バイ・マントラ	Ala Moana Hotel by Mantra	36-37p
デルタ航空	DELTA	38-39p
ハワイ州観光局（HTJ）	Hawaii Tourism Japan (HTJ)	40p

※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（2018年1月）のものです。変更となる場合もございますので、ご了承ください。

表紙画像：© Island of Hawaii Visitors Bureau (IHVB) / Ethan Tweedie

ファミリーやFITなどに幅広く対応 ハワイ４島を中心に4ブランドを展開

アクア・アストン ホスピタリティーは現在、ハワイ4島、アメリカ本土と中南米に４つのブランドでリゾートホテルを展開している。
それぞれのブランドに特色があり、ファミリーやカップル、FITなど、さまざまな層に幅広く対応している。

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若年層に人気のあったアクアが統合したのが2015年８月。それ以来、４つのブランドで40軒以上のホテルやコンドミニアムを展開している。

「アストン・ホテルズ＆リゾート」は、創業から70年近い歴史を持ち、「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。アットホームな快適さを求める旅行者から支持されている。

「インスティンクト・ホテル・コレクション」は、「ここにしかない体験を」のコンセプトに基づき運営。「インスティンクト」としての統一仕様はなく、独自色を前面に出して運営するホテルを集めたカテゴリーだ。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。

「ひとりひとりの旅慣れた自分へ」をコンセプトにしているのは、「アクア・ホテルズ＆リゾート」だ。ハワイ全島で中級クラスのスタイリッシュなリゾートホテルを手がけており、リピーターなど旅慣れた旅行者への高い訴求力を誇る。

「ライト・ホテルズ」はバジェットタイプのホテルを展開。「清潔さと快適さだけで十分」がテーマで、バリュー・フォー・マネーを追求したサービスを提供。シンプルでローカルな雰囲気を楽しむことができる。

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。」に呼応した「ごほうびハワイ特別料金」の設定を継続。アストンおよびアクアのアクウェブサイトに特設ページへのリンクを設けている。

アストン・ワイキキ・ビーチ・タワーがリブランドオープン 「ザ・レジデンシズ・アット・ワイキキ・ビーチ・タワー」に

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として人気のアストン・ワイキキ・ビーチ・タワーが、今春に大規模なリノベーションを終え、名称も「ザ・レジデンシズ・アット・ワイキキ・ビーチ・タワー」に変更してリブランドオープンする。すでに１階の玄関やロビー周辺、４階のレクリエーションデッキなどの改装は2017年中に終了。現在は、アクア・アストン ホスピタリティーが運営を受託している客室のリノベーションを行っているところで、今春までには工事を終える予定だ。

このリブランドにおける最大の目的は「ワイキキ・ビーチ・タワーのリポジション」で、新しく生まれ変わったワイキキ・ビーチ・タワーを強くアピールする

上品な共有スペースを新設 フィットネスルームも拡充

バレーパーキングをはじめとするホテル玄関付近や、フロントデスクをわかりやすい位置に移動したロビー周辺、レクリエーションデッキやフィットネスルームのある４階はすでに改装工事を終えており、宿泊客から好評を得ている。

特に４階は大幅な変更となった。滞在中はもちろん、チェックイン前やチェックアウト後にも利用できる共有スペースとして「ホスピタリティルーム」を新設。アーリーチェックインやレイトチェックアウトができない場合でも、上品な雰囲気が漂う空間で、待ち時間をくつろいで過ごすことができる。

共有スペース「ホスピタリティルーム」

フィットネスルームは2カ所設置

ワイキキビーチを眺めながらエクササイズ

同じく４階のフィットネスルームは、ワイキキ・ビーチを望むサイドに２カ所設置した。片方のフィットネスルームでは、最新のトレーニングマシンを海側に据え付け、ワイキキ・ビーチを眺めながらエクササイズができる。もう一方のフィットネスルームには、エアロバイクを複数台設置。こちらも海側に設置したことで、海を眺めながら汗を流すことができる。ヨガなどができるスペースもあり、エクササイズを日課にしている宿泊客でも満足できるよう配慮した。

既に改装を終えたロビーエリア

4階のレクリエーションデッキ

屋外スペースに新設されたバーベキュエリア

さらに屋外スペースのテラスも、ハワイの風を感じられるくつろぎの空間とした。夜間は火が灯され、ゆらめく炎の明かりのもとで過ごすリゾートの雰囲気を演出する。屋外スペースではバーベキューエリアを新設した。このバーベキューエリアを利用して、宿泊客を対象としたイベントなどの開催も検討しているという。ほかにもプールデッキを改修し、子供用の小さなプールを設けたり、プライベート感を楽しみたい人向けのカバナを３つ設置したりした。

リニューアルした４階のレクリエーションデッキは、利用した宿泊客からも高い評価を得ており、家族連れが思い思いの時間を過ごすなど、ホテル内にはさらに活気ある雰囲気が生まれている。

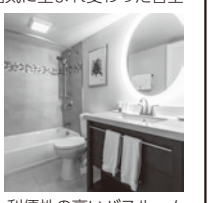
モダンでリゾート感を感じる客室へ キッチンや家具なども一新

今春の完成を目指して工事が進められている客室は、１フロアに４スイートのみのプライベートなコンドミニアムというコンセプトはそのままに、２ベッドルームそれぞれにバスルームがあり、ほぼ全室がオーシャンフロントという、これまで支持されてきた部分を継承しながら、内装は大幅に刷新。都市部にありながらハワイらしいリゾートの雰囲気を感じられるような改装が施される。

例えば、キッチンは全室にフルサイズの大型冷蔵庫とフルサイズのオーブン、最新の食器洗浄機を導入する。また、ダイニングテーブルやソファベッドも新調。リビングルームはウッドフロアなどに変更する。寝室では、ベッドやベッドボードなども完全に新しいものに入れ替える。マスターベッドルームのバスルームに、床に埋め込まれたタイプのバスタブとシャワーブースを設けたユニットもある。洗面台はダブルシンクで、２人同時に身支度ができるよう利便性向上を図っている。

アーバンでリゾート感溢れる雰囲気に生まれ変わった客室

ベッドルームも刷新


利便性の高いバスルーム

客室のほかにも、エレベーターホールや廊下といったパブリックエリアも刷新する。カーペットと壁紙を変更するため、ホテル全体が現代的な雰囲気に生まれ変わる。

リブランドオープンに伴い サービス面もさらに強化

アストン・ワイキキ・ビーチ・タワーとして運営してきたこれまでも、日本語対応可能なスタッフを常駐させるなどサービス面には注力してきたが、リブランドを機にこれまで以上にサービスを重視した施策を展開する。アクア・アストン ホスピタリティーでは、「予約を受けた時点からお客様とのコミュニケーションが始まる」という考え方に基づき、予約時にさまざまなリクエストを受け付け、宿泊客の滞在中の体験がより一層充実したものになるよう、サービスの拡充に注力していく。

現在具体的なサービス内容については検討中だが、４階に新設されたバーベキューエリアを利用し、ウェルカムレセプションなどといったホテル主催のイベントを開催する案もある。ほかにも空港～ホテル間の送迎や、宿泊客の到着前に冷蔵庫に食材を入れておく有料のサービス、滞在中に使用するレンタカーのアップグレード、リニューアルしたフィットネスルームでのヨガ教室などが候補として挙がっている。

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・バニアン
アストン・ワイキキ・ビーチ・ホテル
アストン・ワイキキ・サークル・ホテル
アストン・アット・ザ・エグゼクティブ・センター・ホテル
マウイ島
アストン・カアナパリ・ショアーズ
アストン・アット・ザ・ホエラー・オン・カアナパリ・ビーチ
アストン・マハナ・アット・カアナパリ
マウイ・カアナパリ・ヴィラ
アストン・アット・パパケア・リゾート
アストン・パキ・マウイ
アストン・アット・ザ・マウイ・バニアン
アストン・マウイ・ヒル
ハワイ島
アストン・ショアーズ・アット・ワイコロア
アストン・ワイコロア・コロニー・ヴィラ
アストン・コナ・バイ・ザ・シー
カウアイ島
アストン・アット・ポイプ・カイ
アストン・アイランダー・オン・ザ・ビーチ
アメリカ本土
アストン・アット・レイクランド・ビレッジ（カリフォルニア州）
ザ・ファウンテンズ・アット・チャンピオンズゲート（フロリダ州）
トスカーナ・リゾート・オーランド・バイ・アストン（フロリダ州）

インスティンクト・ホテル・コレクション

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
コスタリカ
クロコダイル・ベイ・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・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
アクア・オアシス・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

HOTELS FOR *Fun*

ハワイでの長年の経験と、多様性のあるホテルラインナップ、
そしてパートナーシップを重視。アクア・アストン
ホスピタリティーは、ハワイ4島、アメリカ本土と中南米に
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、
スペーシャスなコンドミニアムや快適でリーズナブルなホテル
まで、約40軒のコンドミニアムとホテルを運営しています。
あらゆ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ーは、旅行業界に
新しいアイデアをご提供いたします。

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

AQUA ASTON HOSPITALITY | *HOTELS FOR ALL*

レジャーマーケット　Leisure Market

地方戦略を深化させ、マーケットの底上げ狙う
アロハプログラムやセミナーによる教育も重視

© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Mark Kushimi

HTJ 営業部長
酒井剛士氏

HTJ セールスマネージャー
蕗谷桂子氏

ハワイ州観光局（HTJ）は、2018年も引き続き「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を強化していく。そのうち、2018年は特に地方戦略を深化させ、マーケットの底上げを図っていく考えだ。その取り組みについて、営業部長の酒井剛士氏とセールスマネージャーの蕗谷桂子氏に話を伺った。

パスポート取得率の低い、地方からの送客に期待
ファーストタイマーの取り込みにも注力

HTJが地方戦略に注力していく背景には、航空路線網の充実がある。「ハワイ島コナへの直行便や、関空発直行便の増加」（酒井氏）など、ハワイ路線はより充実したものになってきている。

まず、札幌－ホノルル線では、ハワイアン航空が今年２月から新機材となるA330-200型機を導入。これにより、新たにエクストラ・コンフォート（プレミアムエコノミークラス）が提供されることになる。新機材の導入に合わせ、旅行会社各社もさまざまなキャンペーンを行っており、北海道、東北マーケット全体の盛り上がりを期待している。

酒井氏は「新機材導入は、新しい客層の取り込みとともに、リピーターの獲得にも大きな力になる」とコメント。今年は北海道からの送客がさらに増えると期待されているところだ。

東京路線では、2016年12月のハワイアン航空による羽田－コナ線の就航に続いて、日本航空が2017年９月に成田－コナ線を開設。これにより、東京－コナ線の座席供給量は年間11万席以上が予想され、ハワイ島への送客がさらに増加すると期待は大きい。

大阪では、エアアジアXに続き、LCCのスクートが2017年12月に関西－ホノルル線を週４便で開設。さらに、日本航空は今年４月17日から10月27日の期間限定で関西－ホノルル線をダブルデイリーに増便することから、関西および西日本マーケットでの需要拡大が期待される。

このほか、2019年春には、全日空がA380型機を成田－ホノルル線に投入する予定など、今年から来年にかけても日本－ハワイ間の航空ネットワークは拡大が見込まれている。

今後は「ハワイに行く選択肢が増えることで、地方からハワイへの送客も増える」ことを期待し、今年も日本旅行業協会（JATA）のアウトバウンド促進協議会やハワイ会ジャパンと連携して、地方でのキャンペーンを強化していく方針だ。

セミナーなど教育プログラムも強化
現地視察の機会をサポート

また、日本各地で業界向けの教育プログラムも積極的に展開していく。ハワイ会ジャパンと協力し、各地での業界向けハワイセミナーを強化していくほか、旅行会社で行う地方セミナーでは、webセミナー（ウェビナー）などで対応していく予定だ。

なかでも、地方の販売店のスタッフには、まだハワイに行ったことがない人も多いため、「教育は非常に大切」（酒井氏）というスタンス。特に九州では、地理的関係からアジア方面ツアーには行きやすい傾向にあることから、よりハワイを知ってもらうためにサポートを強化。販売店スタッフが自社の売れ筋ツアーでハワイに行く場合は、金銭的なサポートを提供していく計画だ。

「自分のハワイ体験をお客様に話してもらうことが非常に大事」と酒井氏。実際に現地を見てハワイの楽しさを体験してもらうことが販促につながるとの考えだ。

「ごほうび、ハワイ。」と連動したコラボレーションも
ハワイ島では共同シャトルバスも運行開始

このほか、旅行会社とのコラボレーションでは、「地域によっても、企画や販促によっても販売戦略が変わってくる」（酒井氏）ことから、各社の事情に合わせたサポートを展開していく。エアラインやサプライヤーを含め、各社とのミーティングも継続的に実施。「ごほうび、ハワイ。」キャンペーンと組み合わせて相乗効果を高めていく。

ごほうび、ハワイ。

一方、現地ハワイでの各社共同の取り組みも進んでいる。直行便が増えたハワイ島では、コハラコースト内を回る「イブニングシャトル」が今年４月１日から開始される予定。大手旅行会社７社（当初）が協力し、HTJがサポートする。運行時間は午後３時から午後10時までの予定だ。

この取り組みは、JATAアウトバウンド推進協議会ハワイ分科会でアイデアが出され、2017年９月にハワイで開かれた「グローバル・ツーリズム・サミット」でハワイ島観光局を含め会議を開催、その後各社と協議を重ね具体化したもの。HTJとしては、将来的にはカイルアコナや、ヒロを結ぶルートや他島でも同様の取り組みを実現したい考えだ。

ロマンスでは同行者向けの観光素材の提案も
節目のアニバーサリーも訴求

ウェディングとハネムーンを合わせたロマンスマーケットで、ハワイは引き続き圧倒的な支持を受けている。旅行会社各社もハワイでの挙式販売に力を入れており、独自で現地研修などを行っているという。HTJとしては、「チャペルやホテルだけでなく、同行者が楽しめる観光素材も含めて提案していく」（蕗谷氏）考え。また、その視点に立った研修旅行も企画していく。

このほか、ウェディングやハネムーンだけでなく、婚前、アニバーサリー、銀婚式など、カップルや夫婦の節目の時期もロマンスマーケットと位置づけ、今後「ロマンチックハワイ」と題したイメージ・キャンペーンを展開、マーケットの底上げを目指す。

ロマンチックハワイ

会員数を伸ばす「アロハプログラム」
ハワイサテライトオフィスは全国40店舗まで拡大

ハワイの歴史文化や伝統を楽しく学べるHTJ公式のラーニングポータルサイト「アロハプログラム」。旅行業界に限らず、ハワイ関連のレストランやショップ、一般の人も登録している。2017年12月18日現在で、会員総数は２万6494人で前年比44%増。内訳は、旅行業界が１万2235人、一般が１万3520人、レストラン／ショップが299人、20歳以下のユース会員が440人と毎年増加を続けている。このうち、初級以上のスペシャリスト検定合格者は１万6231人に増えた。

アロハプログラムでは、昨年11月25日から12月２日にかけて「アロハプログラムウィーク in Hawaii」という新しい取り組みを行った。「クアロアの知られざる一面を知る！」や「ポリネシア伝統航海術を一緒に学ぼう！」など、現地を熟知したキュレーターが選定した体験ツアーを13コース設定。現地集合型ツアーながら65人が参加した。好評だったことから、2018年も継続していく予定だ。

HTJでは、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／ショップなどを「ハワイサテライトオフィス」として認定している。現在、その数は全国40店舗まで拡大した（2017年12月18日現在）。

そのうち、昨年は「株式会社シティツアーズ」「JSTハワイアンエイト」「ワタベウェディング大阪グランドプラザ店」「ワタベウェディング福岡店」「株式会社JTB九州天神店」の５店舗を「ハワイサテライトオフィス・オブ・ザ・イヤー」として表彰した。特典として、今年開催されるファムツアーに優先的に無料招待する。

Aloha Program アロハプログラム

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

HAWAI'I SATELLITE OFFICE of the Year 2017 ALOHA PROGRAM

今年のサテライトオフィスの応募は４月と11月に行われる。HTJとしては、姉妹都市や地方での拡大を目指しており、今年中には45店舗まで増やしていき、将来的には47都道府県すべてにサテライトオフィスを置きたい考えだ。

このほか、旅行会社に対しては、スペシャリスト向けに「いつでもFAM」という新しい取り組みも始める。これは、航空券あるいはホテルの料金を部分的にサポートするもの。実際に現地を見てもらう機会を増やすことで、新しい経験をしてもらい、販促にも役立ててもらうのが狙いだ。

さらに高まるリゾートとしての総合力 各マーケットに充実のサービスを提供

ヒルトン・リゾーツ・ハワイは、日本人旅行者に人気のオアフ島「ヒルトン・ハワイアン・ビレッジ・ワイキキ・ビーチ・リゾート」とハワイ島「ヒルトン・ワイコロア・ビレッジ」、ブティックホテルとして日本人旅行者の取り込みに力を入れているオアフ島「ダブルツリー・バイ・ヒルトン・アラナ・ワイキキ・ビーチ」を運営している。付加価値の高いホールセール商品とともにFIT向けにも質の高いリゾートバケーションを提供。施設のリノベーションも完了し、各マーケットで存在感をさらに増している。

ヒルトン・ハワイアン・ビレッジ・ワイキキ・ビーチ・リゾート

ホールセールにも充実の内容を提供 リゾート内の施設もさらに進化

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、さまざまな新しい取り組みを進めており、各マーケットでさらにリゾートとしての訴求力を高めている。

まず、ホールセール向けには、レインボー・タワーとアリイ・タワーに宿泊するパッケージ旅行者向けに「パラダイス・ラウンジ」で夕方に軽食やドリンクを提供していたが、2018年上期商品では毎朝コンチネンタルブレックファストを７時～10時まで提供するようにした。また、滞在中１回、リゾート内の「バリ・ステーキ＆シーフード」で指定メニューのディナーを無料提供する。

パラダイス・ラウンジでコンチネンタルブレックファストを

ハネムーンマーケット向けに好評の「Eternal Memory（永遠の思い出）」については、2018年4月以降、これまで提供していたサプライズギフトと記念撮影を中止し、「バリ・ステーキ&シーフード」でのロマンティクディナーのみを提供する。

バリ・ステーキ＆シーフードでロマンティックディナー

ファミリー向けには、今夏も好評の「海の家」をオープンするが、期間は７月１日～８月19日に変更する。また、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!?』も引き続き週３回提供する。開始時間は６時から。ランニングコーチの指導のもと、清々しい朝に海沿いをランニングする。

人気の「ハワイで朝ラン!?」

ヒルトン・グランド・バケーションが運営するタイムシェア「グランドアイランダー」のオープンにともない、そのグランドフロアーも一新。大型バスの発着エリアが復活したことで、大型団体の動線もスムーズになり、宿泊客の利便性が高まることになった。

このほか、カリア・タワーにある「フィットネスセンター」は今年１月10日にリニューアルオープンした。また「マンダラスパ」は来年以降の改装を予定している。

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

また、リゾート内の施設も進化。2017年10月にメインロビーにヒルトンのロゴグッズをメインに扱う「アヌエヌエ・ストア」がオープンした。リゾートのシンボルでもある「レインボー・タワー」の壁画をイメージした小物や「ザ・アリイ」で提供されているアメニティーなどを購入することができる。自宅用だけでなくハワイ土産としても喜ばれそうだ。

昨年10月にオープンした「アヌエヌエ・ストア」

さらに、11月には、タパ・タワーの「マーティンマッカーサー」があった場所に、DFSギャラリアが新規オープン。ロイヤルコナコーヒー、キング・キャンディーズなどハワイブランドのお土産のほか、ワインや洋酒、タバコ、人気の化粧品やフレグランスブランドなどを取り揃えている。

アリイ・タワーの１階にある「プロント・ピックル」が名称を変更。「ウィキウィキ・マーケット」として新たにスタートした。同様に、「パラダイスプール」に併設されている「プロント・ピックル２」も「ラグーン・グリル」に変更。いずれも、引き続きペイストリー、ヨーグルト、フルーツ、ピザ、パニーニ、寿司ロールなどの軽食をテイクアウトすることができる。

このほか、昨年新たにオープンした「ミックス・バー」では、カクテルなどのドリンクに加えて、リゾート内のレストラン「トロピックス・バー＆グリル」のメニューをオーダーできるようになり、食事も楽しめる場所となった。

ダブルツリー・バイ・ヒルトン・アラナ・ワイキキ・ビーチ

ユニークな「ハイキング・ハワイ・カフェ」も人気 日本人旅行者の取り込みも強化

アラモアナ・ブルーバードに面して立つダブルツリー・バイ・ヒルトン・アラナ・ワイキキ・ビーチでは、２階にある「ツリーズレストラン」の全面改装が完了し、2017年９月にリニューアルオープンした。朝昼夜にコンテンポラリーな食事が手軽に楽しめるようになり、宿泊客でたけでなくウォークインの旅行者や地元の人たちでも賑わっている。

また、正面玄関近くに新たなテナント「ハイキング・ハワイ・カフェ」がオープン。オーガニックなアサイーボウルやスムージー、サンドイッチなどヘルシー志向のメニューが揃う。このカフェでは、オアフ島８ヶ所のハイキングツアーも催行しており、プロのローカルガイドがハワイの人気ハイキングスポットや観光ではなかなか行けない場所に案内してくれるのも特長だ。

ヘルシーメニューも揃う「ハイキング・ハワイ・カフェ」

ホテル施設のリノベーションはすでに完了。エントランス周りとボールルームが新装されたほか、部屋には電子レンジと最新のコーヒーマシーンを設置した。

このホテルの主力マーケットはアメリカ本土。また、最近では中国からの旅行者も増えているという。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、日本市場でのアプローチを強化していく方針だ。

ヒルトン・ワイコロア・ビレッジ

直行便就航で日本人宿泊者が増加 パレスとラグーンで質の高い宿泊を提供

ハワイ島のヒルトン・ワイコロア・ビレッジでは、オーシャンタワーがヒルトン・グランド・バケーション運営のタイムシェア専用タワーに変わる。部屋の改装は今年３月から段階的に実施。一般旅行者の予約受け付けについては、工事期間ということもあり、今年８月までは割安価格で提供していくことにしている。工事期間中も、リゾート内の移動で利用されているトラムと船は通常通り運行される。

ホールセールへの販売は、パレス・タワーとラグーン・タワーの部屋。パレス・タワーではすでに大規模なリニューアルが完了している。一方、ラグーン・タワーでは、162室とスイートルーム９室で提供している宿泊プログラム「マカイ・プログラム」が引き続き好評だ。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している。

このほか、レストラン関連では、日本料理の「伊万里」と中華料理の「キリン」がなくなり、今年夏までに新たにテイクアウト専用のカジュアルダイニングが入る予定。オープエアのレストラン「ボート・ランディング・カンティーナ」、朝食会場にもなる「ビッグアイランド・ブレックファースト・アット・ウォーターズ・エッジ」、絶景サンセットが眺められる「カムエラ・プロビジョン・カンパニー」は引き続き人気を集めている。

絶景サンセットを眺めながら「カムエラ・プロビジョン・カンパニー」で食事を

ハワイアン航空の羽田／コナ線に続き、昨年９月からは日本航空が成田／コナ線を復活させたことから、ハワイ島への日本人旅行者が増加。あわせて、ヒルトン・ワイコロア・ビレッジの日本人宿泊客も増えているという。今後もハワイ島の人気は続くと見込まれることから、さらなる日本人旅行者の取り込みに期待をかけているところだ。

ホールセール商品はもっと差別化を 増加するタイムシェアへの対応も

ハワイ・リゾーツ・ハワイ・アジア地区担当営業本部長の松田光裕氏は、同リゾートの最新情報の紹介と合わせて、日本市場での課題についても言及。ハワイへの日本人旅行者数は安定しているが、「ホールセール商品の旅行者が伸びていない」と懸念を示す。特に、年末年始、ゴールデンウィーク、お盆などのピーク時で、その傾向は強まっているという。その要因として「OTAとの差が顕著になっている」と説明。世界的に強まっている傾向だが、「ハワイは日本人とって特別なデスティネーション。もっとホールセールは差別化をすべきではないか」と提言する。

また、ハワイは現在タイムシェアが増加しており、新たな宿泊オプションとして人気が高まっていることから、「旅行会社としても対応が求められているのではないか」と付け加えた。

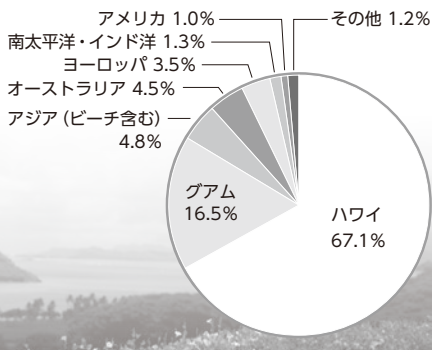
海外挙式先としてのハワイ シェア2/3強、調査からその傾向を探る

「ゼクシィ 海外ウェディング調査2017」（株式会社リクルート マーケティングパートナーズ、2017年8月発表）によると、海外挙式におけるハワイのシェアは67.1％で、2/3強の圧倒的なシェアを誇り、ハワイへの旅行需要を支える上でもロマンスマーケットは重要なセグメントだ。同調査から読み取れる傾向を探ってみた。

画像提供：ハワイ州観光局

(表1) 海外挙式の実施地域（調査数＝310人、単一回答）

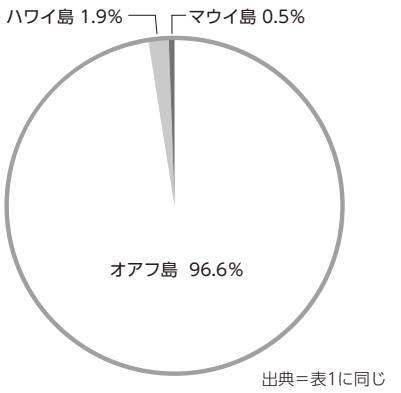
出典＝「ゼクシィ 海外ウェディング調査 2017調べ」



オアフ島に集中 ハワイ島、マウイ島は上昇傾向に

まず、ハワイでの挙式先は、96.6％とそのほとんどがオアフ島を選んでいる（表2）。アクセスのしやすさや挙式会場など設備の充実度を反映した結果となったが、オアフ島のシェアは前年調査の98.3％より若干ポイントを下げており、逆にハワイ島は1.3％から1.9％、マウイ島は0.4％から0.5％へとわずかながら上昇、特にハワイ島に関しては、コナへの直行便開設が影響しているものと思われる。ただし、海外挙式先としてハワイを選んだ人のうち、84.1％が新婚旅行先にもハワイを選んでおり、「挙式はオアフ島、新婚旅行は隣島」といったケースも考えられる。

(表2) ハワイでの挙式実施エリア（調査数＝208、単一回答）



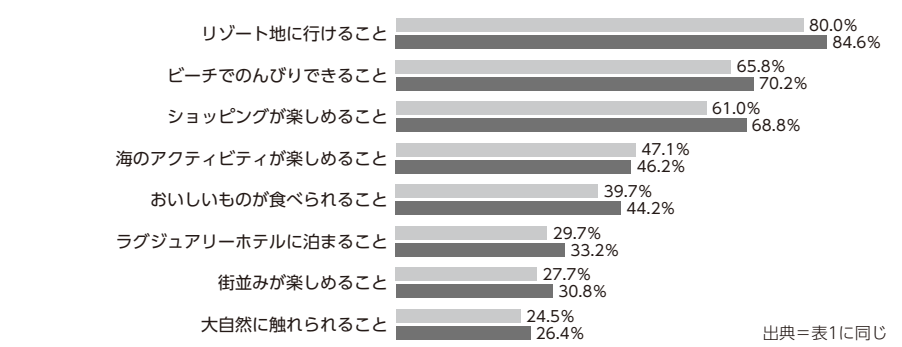
出典＝表1に同じ

多彩な魅力で人気のハワイ 「安全重視」の傾向へ

海外ウェディングの実施地域の魅力について見ると（表3）、最も回答が多かった「リゾート地に行けること」をはじめ、「ビーチでのんびりできること」「海のアクティビティが楽しめること」など、リゾート志向が強いことが分かる。ほかにもショッピングやグルメ、ラグジュアリーホテル、大自然などさまざまな要素が理由になっており、それらすべてを満たすハワイの強さを物語る。

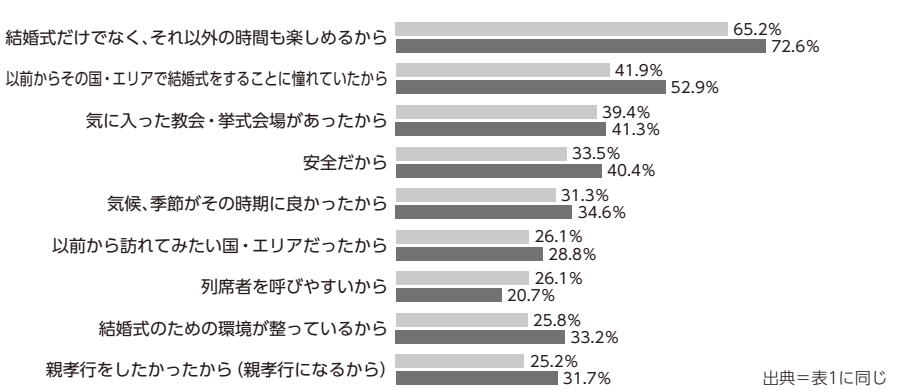
挙式地域の選択理由（表4）では、「結婚式だけでなく、それ以外の時間も楽しめるから」「以前からその国・エリアで結婚式をすることに憧れていたから」「気に入った教会・挙式会場があったから」に多くの回答が集まり、とりわけハワイの結果は全体の結果の数字を上回っている。なかでも「安全だから」は、前年調査では上位６位（全体27.1％、ハワイ33.5％）だったものが、2017年調査では４位に浮上、ハワイの結果では40％に達しており、昨今の不安定な世界情勢の中、「安全重視」の傾向がより強まっていることが分かる。

(表3) 実施地域の魅力（調査数＝310/208、複数回答）　■全体（調査数＝350）　■ハワイ（調査数＝233）



出典＝表1に同じ

(表4) 挙式地域の選択理由（複数回答）　■全体（調査数＝350）　■ハワイ（調査数＝233）



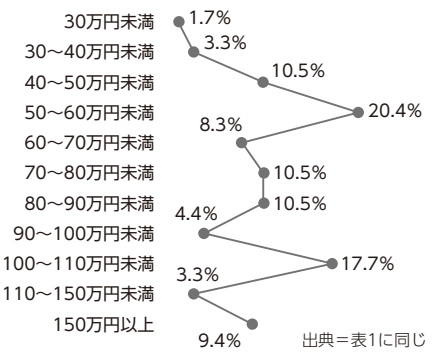
出典＝表1に同じ

旅行代金は2極化？ 日数は7～8日が6割近くに

一方、ハワイで挙式する際の２人分の旅行代金（航空代金と宿泊代）を見ると（表5）、「50～60万円未満」と「100～110万円未満」で２つの山があり、２極化傾向にあることが分かる。「150万円以上」についても１割未満あるので、よりゴージャスにという動きも見られる。なお、ハワイの平均は81.6万円。全体平均は76.7万円で、ハワイは若干高い。

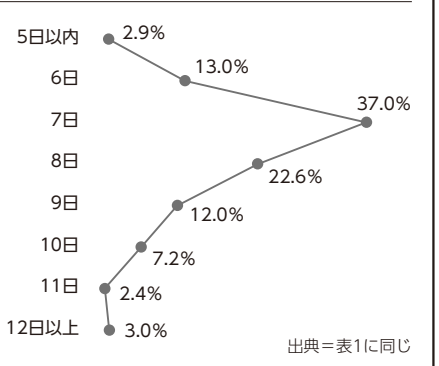
旅行の期間については（表6）、７～８日が全体の６割近くを占め、その前後が続く状況。ハワイの平均は7.8日で、全体平均は7.6日とほぼ同一となった。

(表5) 2人分の旅行代金〈航空代金、宿泊代〉（ハワイのみ。調査数＝181、単一回答）



出典＝表1に同じ

(表6) 旅行の期間（ハワイのみ。調査数＝208、単一回答）



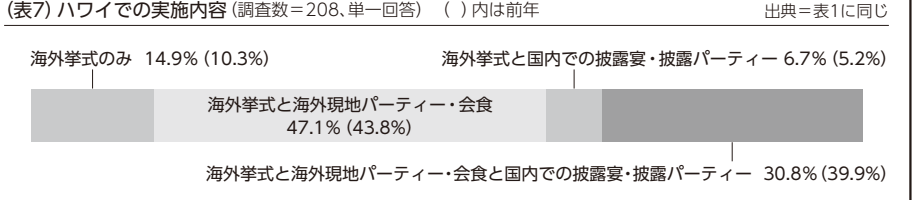
出典＝表1に同じ

現地でパーティー／会食が主流 一方で「スリム化」も

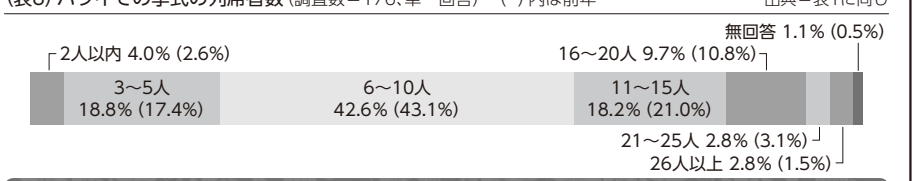
ハワイでの挙式実施内容を見ると（表7）、海外、または国内で何らかの宴席を設けるケースがほとんどで、全体の８割以上を占める。ただし、「海外挙式のみ」と答えた人は、前年の10.3％から14.9％へ割合は大きくなっており、一部スリム化の動きも見られる。

一方、列席者数は（表8）、全体で81.9％、ハワイで84.6％が「いる」と回答。「いない」と答えた人はハワイで15.4％を占め、これは（表7）の「海外挙式のみ」と答えた割合14.9％とほぼ同じ。列席者の数は、「６～10人」の回答割合が最も多く、平均列席者数は10.1人となった。ただこちらも６人以下の割合が増える一方、11人以上の割合は減っており、スリム化の傾向が見られる。

(表7) ハワイでの実施内容（調査数＝208、単一回答）　（ ）内は前年　出典＝表1に同じ



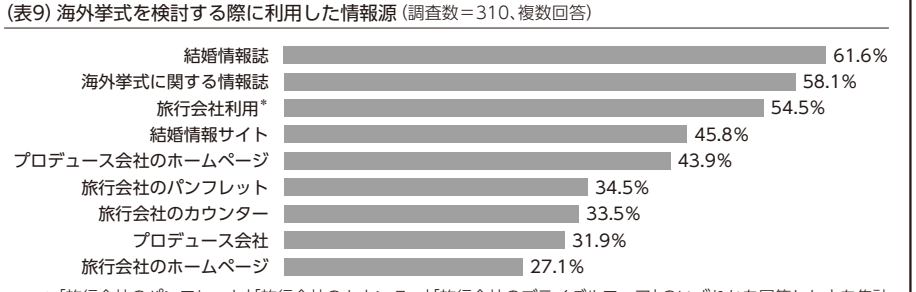
(表8) ハワイでの挙式の列席者数（調査数＝176、単一回答）　（ ）内は前年　出典＝表1に同じ



情報源は「リアル」傾向に 旅行会社の利用率が上昇

海外挙式を利用する際に利用した情報源（表9）と海外挙式の申込先を決めるのに最も役に立った情報源（表10）で共通しているのが「リアル」傾向だ。利用した情報源（表9）での「旅行会社利用」は、前年の52.9％から54.5％へ上昇、そのなかでも「旅行会社のカウンター」は、28.0％から33.5％へと比率を上げた。逆に「結婚情報サイト」（56.6％→45.8％）「プロデュース会社のホームページ」（47.4％→43.9％）と、ネット系は減少している。最も役に立った情報源（表10）でも数字は小さいが同様の傾向を示しており、改めて「リアル店舗」の必要性が求められている。

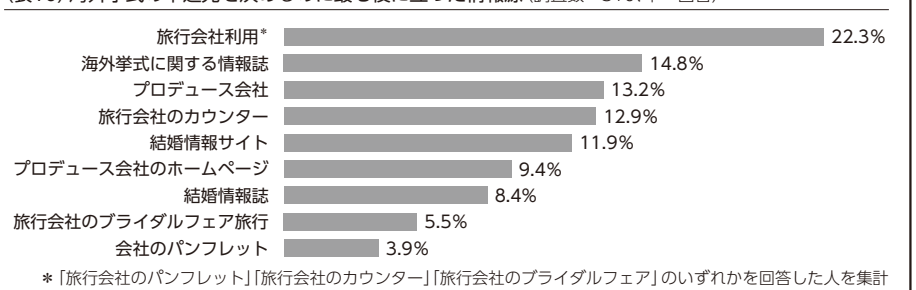
(表9) 海外挙式を検討する際に利用した情報源（調査数＝310、複数回答）



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

出典＝表1に同じ

(表10) 海外挙式の申込先を決めるのに最も役に立った情報源（調査数＝310、単一回答）



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

出典＝表1に同じ

「コオリナ・チャペル・プレイス・オブ・ジョイ」がリニューアル
海を臨むガラス張りのバンケットとブライズルームを新設

ワタベウェディングは、コオリナに建つ「コオリナ・チャペル・プレイス・オブ・ジョイ」のリニューアルを発表した。同社のリゾートウェディングを象徴するチャペルだけに、業界内外の注目度は高い。

神聖なるロイヤルリゾートに建つ 奇跡のコオリナ・チャペル・プレイス・オブ・ジョイ

ハワイ・オアフ島西部、ワイキキから車で約50分のコオリナ地区は、ハワイ王朝ゆかりの高級リゾート地。ワイキキの喧騒を離れた静かな環境は“オアフ島の中の離島”と形容され、穏やかな時間が流れるハワイ屈指のリゾートエリアとなっている。

そんなコオリナの美しいラグーンを臨むロケーションに、「喜びの結晶」を意味する「コオリナ・チャペル・プレイス・オブ・ジョイ」は建つ。ハワイウェディングのすべてを叶えてくれる奇跡のチャペルとして、変わらず不動の人気を誇っているのだ。

人気の理由は、目の前に白砂のビーチと碧いラグーンが広がり、どこにいてもコオリナの美しい風景を独り占めできる環境にある。ホテルに隣接していない独立型のオン・ザ・ビーチ チャペルであること、エンゲージメントダイヤモンドをイメージした外観や白を基調にした純白のセレモニー会場も、花嫁の憧れをそのまま形にした造りになっている。

2018年10月17日のリニューアルオープンでバンケットとブライズルームが登場

この度のリニューアルでは、チャペルの内部にブリリアントホワイトのチャペ

純白に輝くセレモニー会場の内観

ルフラワーを装飾。挙式の行程には、ダズンローズというセレモニーも追加される予定だ。これは、入場する新郎がゲスト一人一人から12本のホワイトローズを受け取り、言葉とともに新婦に手渡すというもの。12本のバラには「感謝、誠実、幸福、信頼…」などの意味があり、新婦に対してこれらを誓うセレモニーとなっている。

また、チャペルのすぐ隣には、ビーチフロントバンケットを新設。天井の高さが５ｍもあり、海側は全面ガラス張りというハワイならではの開放感が魅力だ。２～32名に対応可能な室内は、チャペルと同じ純白をイメージしたデザインを予定。青い海と空を眺めながらゆったりとパーティが楽しめる趣向で、料理はハワイ産の食材をふんだんに使った日本人好みの極上西洋料理となっている。

祝福の光が差し込む新しいバンケットルーム

なお、新たにブライズルームが登場することで、これまでホテルで行っていた挙式当日の支度をコオリナで行うことも可能となる。準備から挙式、撮影、パーティまで、コオリナの魅力を存分に味わいながら、特別な一日を過ごすことができる。

人気上昇中のガーデンウェディング アロハ・ケ・アクア・チャペル

ビーチリゾートウェディングと対極をなすガーデンウェディングもまた、近年人気が高い。ハワイではオアフ島東海岸のカネオへエリアにある「アロハ・ケ・アクア・チャペル」が注目されている。

ここはハワイ王室にゆかりのある歴史的意味の深いエリアで、神話に出てくる妖精が造ったとされるハート型の湖が特徴のスピリチュアルな土地。ゲートを入るとまず目に飛び込んでくるのは豊かな緑だ。その中に伝統儀式を行う「ホウクプの石」やガゼボ、湖畔に佇むチャペル、ガーデンパーティの会場が点々とあり、まるでプライベートガーデンを貸し切っているかのような環境となっている。

木造のチャペルは、アンティークなステンドグラスと木のぬくもりにあふれ、どこか懐かしいようなくつろぎに満ちている。伝統儀式「ハワイアンチャント」やコアの木で作られた結婚証明書など、オールドハワイアンの伝統を感じさせるセレモニーは、神聖にしてアットホームな雰囲気と好評だ。

木のぬくもりに包まれたチャペル

風が吹き抜けるガーデンダイニングでのパーティは、開放感いっぱい。ウクレレの生演奏をバックに、芝生の上でくつろいだり、祝福のフラダンスを踊ったり、気取らないカジュアルなひとときを楽しむことができる。

オープンエアのガーデンダイニングでパーティを

また、神々しく切り立つコオラウ山脈をバッグに行う撮影も、このエリアならでは。東海岸屈指のビーチ撮影もでき、ハワイらしさもふんだんに取り入れることができる。

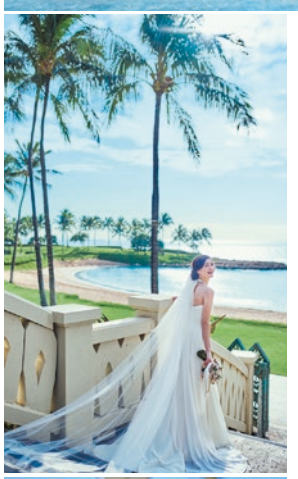
コオリナ・チャペル・プレイス・オブ・ジョイ
2018年秋 リニューアルオープン

目の前に広がる海を見ながら挙式とパーティが叶う
話題のコオリナエリアに、2018年秋に新しく白亜のチャペルが誕生！

その日は、消えない。
WATABE WEDDING

TEL.0120-41-2141

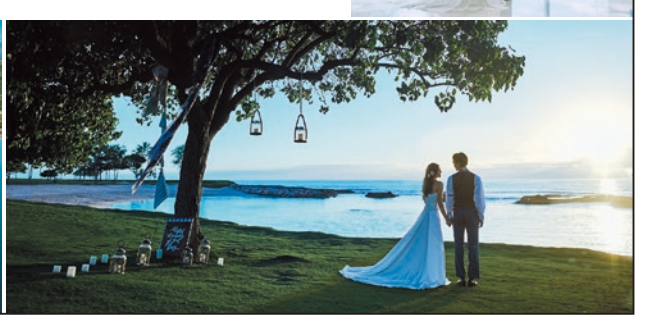
ワタベウェディング　検索



奇跡の場所で、
喜びの結晶が、
あたらしく輝く。

コオリナ・チャペル・プレイス・オブ・ジョイ
Ko Olina Chapel
Place of Joy

そこは、かつてハワイ王室の保養地だった
オアフ島屈指のロイヤルリゾートの中でも、
オン・ザ・ビーチという特別なロケーション。
その名前は「喜びの結晶」を表わし、
ブリリアントホワイトの透きとおるような純白が、
ふたりのウェディングを、
忘れられないものにしてくれます。



プリンスワイキキ　Prince Waikiki

新生「プリンスワイキキ」としてリブランドデビュー初年 宿泊客からも大好評の全面改装

日系の安心できるホテルとして親しまれてきたハワイ プリンス ホテル ワイキキが、2017年４月に「プリンスワイキキ」として全く新しいコンセプトでリブランドデビューした。5500万ドル（約55億円）を投じ、ホテル立地のストーリーを前面に出した大規模改装後は、宿泊客から大好評を得ている。

立地の物語を前面にサービスも強化

かつての「豊穣と安らぎの場所」をコンセプト パーソナライズされたサービスを展開

昨年のホテル全面改装では、ホテルが立つ場所が「豊穣と安らぎの場所」であったというストーリーを前面に出したのが大きな特徴。客室の壁にこの地が生育地だった「ナイオ」の花を描いたり、ロビーの天井からは小川に群れをなしていた「ヒナナ(魚)」をイメージした銅板を吊るしたほか、メインダイニングに「リムエレエレ(海藻)」を模した装飾を施したりと、館内随所にさまざまなモチーフを取り入れている。スタッフに対しては、宿泊客からこれらのアートについて質問があれば、ホテルが建つこの地のストーリーを説明できるように研修を行ってきた。座学だけではなく、スタッフもこれらのアートに日々接することで、ブランドコンセプトを日常的に意識して業務にあたっている。

そしてリブランドで強化されたのは、よりパーソナライズされたサービスの提供だ。目指したのは、日本やアジアのホテルでは当たり前とされている、宿泊客１人ひとりに寄り添った「かゆい所に手が届くサービス」。宿泊客の要望を各部署間で共有しており、各種アメニティのプレゼントなど、きめ細やかな演出にも対応している。旅行会社を通じた予約の場合でも、例えば「結婚〇周年の旅行」や「親孝行のための旅行」などといった情報が事前にホテルに伝わっていれば、サプライズ的な演出を行うことも可能だ。リブランド後の宿泊利用者から喜びの声も寄せられており、「新しいハワイ時間」を過ごしてもらえるような滞在体験を最前面に押し出している。

生まれ変わった館内施設

大幅に変更したプールエリア リピーターからも驚きの声

全面改装により姿を大幅に変えたプリンスワイキキにあって、特に高い評価を得ているのがプールエリアだ。インフィニティプールの先には、全面にオーシャンフロントビューが広がり、ハワイの海を存分に楽しめるリゾート感あふれるプールエリアとなった。ハワイ プリンス ホテル ワイキキ時代を知るリピーター客からは「こんな風に変わるなんて！」と驚きの声が寄せられている。よりプライベートな時間を楽しみたい人には、プールデッキにオーシャンビューカバナを５つ、オーシャンフロントカバナを３つ用意。いずれも予約制で宿泊客専用となる。

客室全体がラナイとなる 窓を開ければハワイの風も

「ホテル立地のストーリーを客室全体で表現する」ことをテーマに改装された客室は、全室がオーシャンビュー。海と砂をイメージさせる青とベージュを基調とし、この地に生育していた「ナイオ」という花を壁に描いた。他にも波をデザインしたアクセントピローやクッションを用意。ビーチでさざ波の音を聞きながら眠りに就くような、快適な空間をイメージした。

改装後に好評なのが、客室の大きな窓から見える眺めだ。従来の左右に開くカーテンではなく、上下に開閉する電動ブラインドを採用し、客室の全幅と床から天井までの高さがある大きな窓を最大限に活かしている。「客室全体をラナイとしてハワイの海を楽しめる」というコンセプトどおり、手すりなどに遮られない眺望は圧巻。窓は上部が開閉できるため、日本人がハワイに感じる最大の魅力ともいえる“ハワイのさわやかな風”を客室にいながら感じることができる。

ソフト・ハード両面で 細部にこだわったメインダイニング

メインダイニングは「ワンハンドレッド セイルズ レストラン＆バー」として生まれ変わった。ハワイで採れた素材をふんだんに使った料理を提供する「フレッシュ・アイランド・キュイジーヌ」をコンセプトに、ビュッフェと終日オーダーできるアラカルトメニューを用意している。

もともと地元の人にも定評があり人気が高かったビュッフェ。入口付近にあったビュッフェラインを奥に移動、動線を移したことでスムーズになり、入りやすい雰囲気を作り出した。また、ビュッフェラインでは料理一品あたりの一度に提供する量を以前よりも少なくしその回数を増やすことで、いつでも作り立ての新鮮な料理を楽しめるよう、質にもこだわっている。

そのほか、レストラン内に新たに設けたオープンバーでは、1人でも気軽にカクテルやププ（軽食）を楽しめるようにした。バーから見えるロマンティックなサンセットは、ハネムーナーなどから好評を得ている。

新たに入居したテナントが もたらした効果

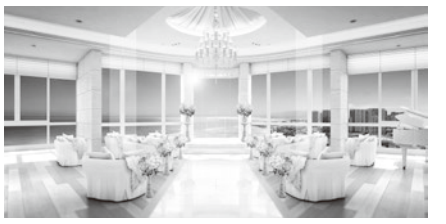
大盛況のKATSUMIDORI SUSHI TOKYO 宿泊客だけでなく地元の人にも好評

2002年に東京・目黒に１号店を開店して以来、行列ができるほど人気となった寿司店の活美登利。プリンスワイキキ内にオープンした「KATSUMIDORI SUSHI TOKYO」は、同店の海外初進出となる店舗だ。築地からハワイに魚を直送して提供する寿司は、日本国内の活美登利と同等のクオリティを誇る。宿泊客だけでなく地元の人にも好評で、ホテルに活気のある雰囲気をもたらしている。

2017年７月には、ハワイ州観光局の公認プログラム「111-HAWAII AWARD（ワン・ワン・ワン ハワイ アワード）」の寿司部門で１位に選ばれたほか、2017年10月には地元紙「ホノルルアドバタイザー」主催のイリマ・アワードで「大絶賛」を意味するRave Reviews部門のレストランに選ばれたりするなど、高い評価を得ている。

新チャペルのオープンで ホテル内にも「幸せな雰囲気」が

プリンスワイキキとして生まれ変わった後に大きな話題となっているのが、ホテル最上階にオープンしたワタベウェディングの新チャペルだ。地上107mにあるこのチャペルは、「喜びの空」を意味する「ラニレア チャペル」と名付けられ、空と海と街を一望するパノラマビューで最高のウェディングを演出する。挙式後もチャペル併設のピクチャーラウンジでアフターセレモニーや、専用のパーティ会場などで、列席者とハワイらしいアットホームな雰囲気で幸せな時間を過ごすことができる。



ウェディング施設はハワイ プリンス ホテル ワイキキ時代にはなかったもの。挙式カップルの若年層や、参列者の宿泊利用も増え、利用客層に変化がみられたのも特徴。ウェディングでの利用者がホテル内にいると、その姿を見た他の宿泊客も幸せな気持ちになれるもの。ホテル全体に幸せな雰囲気が満ち溢れている。

ハプナビーチプリンスでバリューアップ投資 「ウェスティン」として再オープン

ハワイ島のハプナビーチプリンスホテルが、2018年3月から「ウェスティン ハプナ ビーチ リゾート」として営業を開始する。ウェスティンホテルマネジメントLP(米国)とのフランチャイズ契約に基づき、「ウェスティン」ブランドに加盟し運営するもの。これを機に約4600万ドルを投じて全面バリューアップ投資を実施。ロビー、客室、レストラン、ラウンジ、プール増設、フィットネスセンターの移設、ホテルからビーチへの動線の整備などを含む大規模な改装となり、工事は2018年６月まで行われる予定。これまで以上にリゾート感に溢れ、快適な滞在を実現する。

ハワイ島リゾートの先駆的存在として 時代を超えて高い評価を得たマウナケアビーチホテル

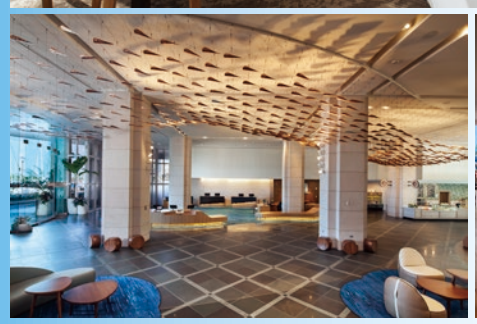
ハワイ島初のリゾートとして、1965年にオープンした「マウナケアビーチホテル」。ハワイ島におけるリゾートのスタンダードを確立した先駆的な地位だけでなく、時代を超越した不変の上質なサービスで、ハワイ島屈指のラグジュアリーリゾートとして現在も高い評価を受けている。宿泊客を「オハナ(家族)」として温かく迎えるおもてなしが、幅広い層から支持されてきた。このオハナスピリット溢れるサービスに加え、ミッドセンチュリーの個性的なモダン建築、三日月型の美しい白砂のビーチ、マウナケア独特のさりげないエレガンスなど、他ではできない宿泊体験が可能だ。

PRINCE WAIKIKI

プリンスワイキキ

Prince Resorts Hawaii

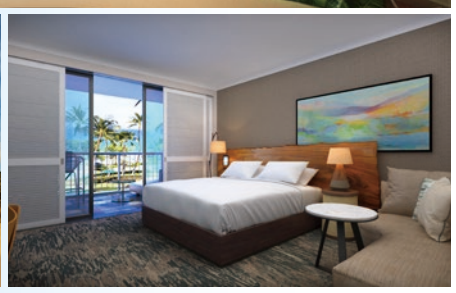
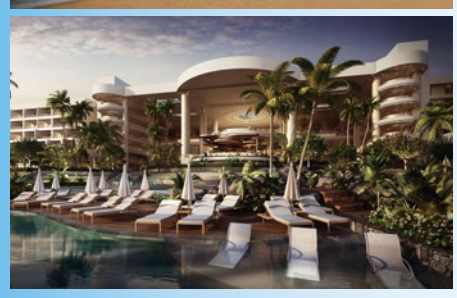
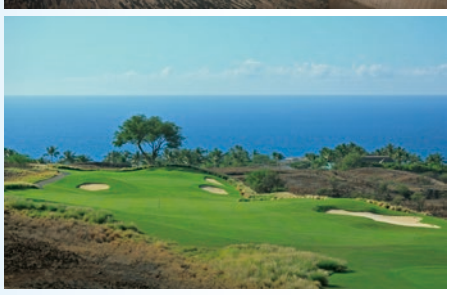
Address: 100 Holomoana St, Honolulu, HI 96815
TEL: (808) 956-1111 FAX: (808) 946-0811



ウェスティンハプナビーチリゾート

ハプナビーチプリンスホテルは2018年春にウェスティン ハプナ ビーチ リゾートとして新たに出発する為に現在準備を進めています。ウェスティン仕様になった新しいお部屋、コンセプトを一新したお食事、そして健康向上を意識したサービスで皆さまをお迎えいたします。

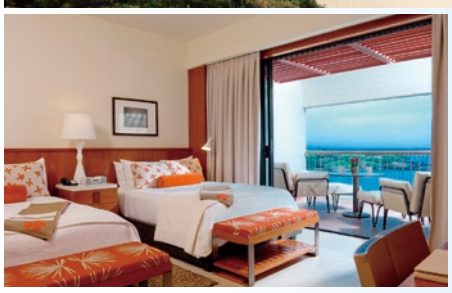
Address: 62-100 Kauna'oa Drive, Kohala Coast, HI 96743　TEL: (808) 880-1111 FAX: (808) 880-3142

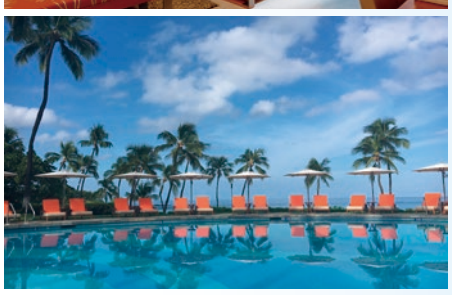
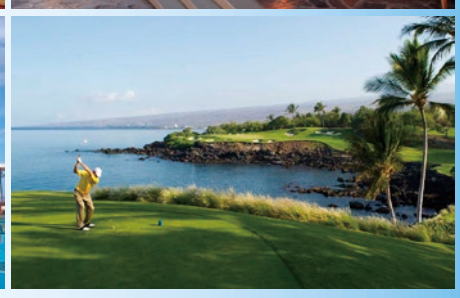




マウナケアビーチホテル

ハワイ島で初めてのリゾートとして1965年にオープンしたマウナケアビーチホテルは、時を越えた不変の上質なサービスでハワイ島の屈指のラグジュアリーリゾートとして現在も高い評価を受けています。 オハナスピリット溢れるおもてなしで、幅広い世代のお客様を魅了します。

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



www.PrinceResortsHawaii.com

MICEマーケット　MICE Market

潜在性の高い教育旅行とスポーツ交流に注力
レジャーマーケットと連動した取り組み展開

© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Mark Kushimi

HTJ 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

ハワイ州観光局（HTJ）では、MICEも重要マーケットと位置づけ、「インセンティブ」「教育」「スポーツ」「エンターテイメント」「国際会議」の5つの柱でプロモーション展開している。レジャー担当のセールスチーム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。航空路線が拡充しているなか、グループの取り込みを大きなチャンスと捉えている。2018年の方針について、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。

地方都市でのプロモーションを積極展開
航空路線拡大で新しい需要創出にも期待

HTJは2018年、5つの柱のうち特に教育旅行とスポーツ交流に力を入れていく。レジャーマーケットにおける地方戦略と連動した取り組みを展開。特に、広島、札幌、福岡でのプロモーションに注力していく方針だ。

また、航空ネットワークが拡充しているなか、直行便が就航する５都市に加えて、地方から羽田／成田経由の送客もサポートしていく。さらに、関西圏ではエアアジアXやスクートといったLCCが関西－ホノルル線に就航し、日本航空もダブルデイリーに増便することから、関西発の修学旅行など新しいマーケットの創出にも努めていく考えだ。

教職員のハワイファンを増やす取り組みを強化
学びのデスティネーションとしての認知度向上を

教育旅行での取り組みでは、引き続き、「抜群の立地環境」「安全、そして安心」「教育素材の宝庫」「豊かな文化・歴史」を主要テーマに教育旅行先としてのハワイの訴求力を高めていく。

その一貫として、各地で積極的にセミナーも開催。昨年10月から12月にかけては、大阪では全国修学旅行研究協会（全修協）と共同でセミナーを開催したほか、札幌、名古屋、大阪では現地米国領事館と共同で教職員向けに「米国教育旅行セミナー」を実施した。「ハワイには、2000人以上の旅行会社スタッフが常駐するなど旅行者の受け入れ体制がしっかりとており、有事の際の横の連携は他のデスティネーションでは見られない」ことを強調し、改めて安心安全のデスティネーションであることを訴えた。

札幌での「米国教育旅行セミナー」の様子

今年は、日本旅行業協会（JATA）のアウトバウンド推進協議会と連携しながら、教職員向けの研修も積極的に進めていく方針。まず１月にはスクートと共同で大阪から、旅行会社の教育旅行担当者向けの研修旅行を実施したほか、２月末と３月末には大阪、札幌からそれぞれ教職員向けの研修旅行を企画している。

「『先生方のハワイファン化計画』を進めていきたい」と寺本氏。研修旅行では、現地の交流プログラムなどグローバル人材育成の現場を実際に視察してもらうほか、柔軟にカスタマイズできるプログラムを体験してもらうことで、「レジャーだけでなく、学びのデスティネーションであることを認識してもらう」ことに注力していく。

また、旅行会社向けには、直行便が飛んでいる５都市で、２月と11月に教育旅行に特化したセールスブリッツを実施する予定だ。

このほか、今年は明治元年（1868年）に「元年者」と呼ばれる日本人最初の集団移民がハワイへ渡ってから150年の節目の年を迎えることから、その取り組みと連携していくほか、姉妹都市提携やアロハプログラム（ユース検定）とも連動し、教育旅行マーケットの拡大を図っていく考え。

全修協の調査によると、2016年度にハワイへの修学旅行および研修旅行を実施した公私立高校は142校で前年度の135校から増加。人数ベースでも前年度の１万4083人から１万4879人に増えた。それでも、米国本土、オーストラリア、台湾、シンガポールなどと比べると少ないことから、「まだ伸び代はある」（寺本氏）として、強化を進めていく。

事前学習に最適！
アロハプログラム（ユース検定）

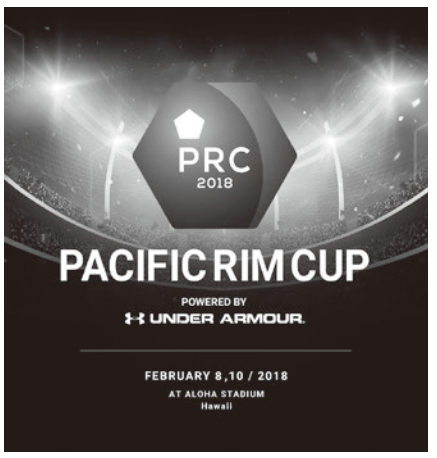
HTJの公式ラーニングポータルサイト「アロハプログラム」のユース検定は、20歳未満が対象。60分の検定は無料で受けられ、ハワイの観光名所、歴史、文化、自然などから3択問題が25問出され、17問正解すると合格になる。個人だけでなく学校単位での登録も可能。合格者には学校名（学校単位で登録した場合）と個人名、などを印字した「アロハプログラム」ユース会員証が無料で進呈される。

「アロハプログラム」ユース会員証

スポーツの国際大会をフックに日本人の誘致を
ユースのスポーツ交流の発展に期待大

スポーツ交流では、ハワイ州本局であるハワイ・ツーリズム・オーソリティー（HTA）が国際スポーツ大会の誘致に力を入れていることから、HTJとしてもその取り組みに連動した活動を展開していく。

今年2月8日と10日には、アロハスタジアムでサッカーの国際大会「パシフィック・リム・カップ2018」を開催。日本からは北海道コンサドーレ札幌といわきFCが参加し、米国とカナダのチームを加えた４チームで試合を行う。北海道とハワイ州、カウアイ島と福島県いわき市は友好都市提携関係にあり、選手団が特使として表敬訪問することも予定されている。



「パシフィック・リム・カップ2018」
pacificrimcup.com

３月には、バスケットボールBリーグの横浜ビー・コルセアーズのユースチームがハワイを訪れ、現地の高校４～６チームと交流試合を行う。この試合は同じ月に実施される教職員向け研修旅行でも視察する予定。寺本氏は「これをモデルケースとして、今後もユースのスポーツ交流を増やしていきたい」と意気込みを話す。

６月には、２回目となる「環太平洋国際フットサルカップ2018」を開催。会場は前回に引き続きカポレイ地区にあるフットサル専用施設「808アリーナ」。日本チームも参加する予定で、1000人ほどの参加者が見込まれている。この大会は、個人でもエントリー可能なアマチュアのイベント。将来的には、プロの大会と組み合わせることで大会規模を大きくしていきたい考えだ。

また、９月には、AVP（Association of Volleyball Professional）主催のビーチバレー大会がヒルトン・ハワイアン・ビレッジのラグーンでの開催が検討されている。現在のところ男子18チーム、女子８チームのオリンピック選手がエントリー。日本からの選手派遣も模索しているという。この大会は無料イベントとなるため、HTJは、この時期にハワイで実施されるインセンティブや教育旅行に向けて観戦の告知をしていく。

エンタメ案件も続々進行中
HTAとの連動で国際会議への誘致も

このほか、エンターテイメントでは、今年から来年にかけて、ファンクラブミーティングや数千人規模のファンクラブ向けコンサートなどの企画が進んでいるという。

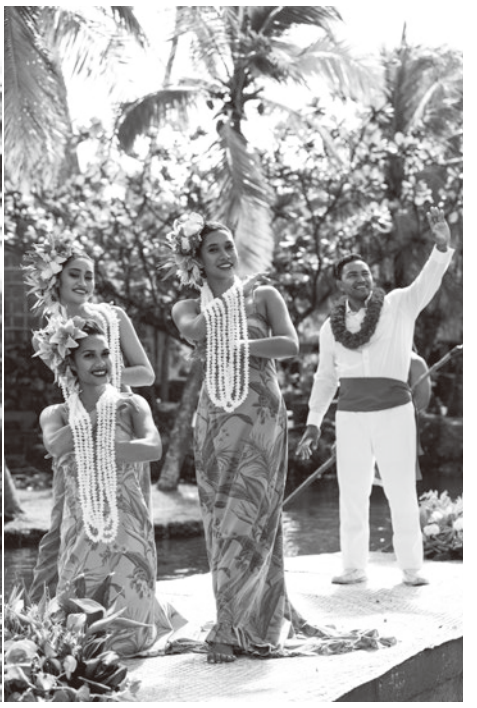
インセンティブについては、引き続き旅行会社のサポートを強化していくほか、業界サイトでのコンテンツも充実させていく計画。

国際会議への誘致では、HTAが進める「Elele（エレレ）プログラム」を活用していく。これは、ハワイ大学教職員を筆頭に「ハワイ・ビジネス・アンバサダー」と呼ばれるボランテイアが、ハワイ・コンベンションセンターで開かれる国際会議に参加するキーパーソンとのミーティングをマッチングできるようサポートする取り組み。このプログラムを活用していくことで、キーパーソンへのダイレクトアプローチを行い、日本からの参加を促していきたい考えだ。

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

開園55周年、新カヌー・ショー「Huki」今夏スタート
ポリネシア神話の英雄マウイが繰り広げるストーリー

ポリネシア・カルチャー・センター（PCC）では、広大な５万坪の敷地内に６つのポリネシアの村があり、それぞれの文化をショーやアクティビティを通して体験できる。



今夏スタート予定の新カヌー・ショー「Huki」の様子（イメージ）

ポリネシアン・スピリットを感じる新しいカヌー・ショー「Huki」

今年で開園55周年を迎えるPCC。開園当初からのひとつのメインプログラムであるカヌー・ショーは、2018年の７月から、全く新しいものへと生まれ変わる。開演は午後２時半から（変更の可能性あり）。ハワイでは唯一の水上でのショーにゲストが集まる。カヌーの上ではポリネシアンダンスや歌が披露される。

ショーの名前は「Huki」。Hukiとはハワイ語で「引く、引っ張る」という意味。ポリネシアの神話や慣習、地元ライエの歴史や歌を通して、ポリネシアン・スピリットが体験できる。

ショーの最初は、マウイが登場し、それぞれのポリネシアの島々（カヌー）を「引く（Huki）」ところから始まる。マウイの伝説は、アオテアロア（ニュージーランド）やハワイ、タヒチ以外にも、トンガやフィジー、サモアなどでも昔から語り継がれている。

新しいカヌー・ショーでは、ポリネシアの神話に出てくる島々の交易や戦い、また結婚によって文化や島々が一体となるために、海が架け橋となったことを、歌と踊りを通して披露する。広大な太平洋でこの「Huki」が行われ、他の島の国や文化を取り込むことによって、ポリネシア人は新しい事を学んできた。

新しいショーの「Huki」では、有名な地元のHukilauビーチで昔、ハワイ特有の網漁が行われたことも紹介する。Hukilauでは、海に網を張って砂浜からその網を引く（Huki）ことで魚を獲る。Lauは葉っぱという意味。カヌー・ショー、「Huki」では、海はそれぞれの文化を隔てていたのではなく、つながりをつくり上げていったということを思い起こさせてくれる（ショーの内容は変更の可能性あり）。

ショーの場所は2つから1つに 席の場所は大きく拡大

今までのカヌー・ショーでは、ハワイ村とタヒチ村沿いのラグーンと、サモア村横のラグーンの２箇所で行われていたが、新しいショーは場所がひとつとなり、サモア村横のラグーン１箇所で行われる。また、12時にワイキキを出発して午後２時半にセンターに到着すると、既に他のゲストが待っており、座ってショーを見ることはどうしても難しかったが、ハレ・オハナレストランの一部と、ラグーン沿い、サモア村の横に1000人以上が座れる席を新設、より多くのゲストが座ってショーを楽しむことができるようになる。

PCCでさまざまな文化体験 少人数から大型団体まで対応

ショーを観る以外にも、PCCでは様々なプログラムを提供している。各種文化体験プログラムは人気の１つだ。特にハワイならでは、そしてここでしか出来ないことを取り入れているので、グループに最適なプログラムだ。プログラムによっては、少人数から5000名以上まで対応できる。

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

PCCは、モノづくりも得意分野のひとつだ。ラウハラという葉でバラの花を作れる「ハワイアン・ローズ作り」体験、リーフクラフト、伝統的な航海術を学ぶ「イオセパ」など、ハワイ文化に触れるここだけのユニークなカルチャー・エクスチェンジ・プログラムも充実している。

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

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

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

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

また、ホームステイと英語を学ぶクラスを組み合わせたアレンジもできる。期間は２泊３日をベースに、１泊から１週間程度まで柔軟に対応。ホストファミリーはBYUが募集し、責任を持って審査している。

一味違う
ルアウ
がここに

ポリネシアを丸ごと
体験しませんか？

TRIP ADVISOR CERTIFICATE OF EXCELLENCE
2017 HAWAII MAGAZINE
HAWAI'I MAGAZINE BEST LIVE SHOW

Polynesian Cultural Center
One Place Like No Other

POLYNESIA.JP

アウトリガー・リーフのオーシャンフロントの絶好の立地に新レストラン
市場直送の新鮮素材で、ワンランク上のビーチバーベキュー気分を

アジア太平洋地域で最大級のホスピタリティ企業として知られるアウトリガー・ホテルズ&リゾーツのフラッグシップ・ホテル、アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リゾートに、新レストラン「ザ・リーフ バー&マーケットグリル」が登場。また、アウトリガー・ワイキキ・ビーチ・リゾートの「ブルーノート」や新生ワイキキ・ビーチコマー byアウトリガーの「マウイ・ブリューイング」など、いずれのレストランもワイキキの最新レストランとして大変な人気で、充実した飲食体験もアウトリガーの大きな魅力として注目されている。

アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リゾート

「ザ・リーフ バー&マーケットグリル」がオープン

オーシャンフロントに登場した「ザ・リーフ バー&マーケットグリル」

アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リゾートに昨年11月、新レストランが開業。美しいワイキキビーチが目の前に広がるオーシャンフロントに登場した「ザ・リーフ バー&マーケットグリル」は、ハワイらしい活気に満ちたホテル直営のダイニングだ。

「ザ・リーフ バー&マーケットグリル」は、地元で獲れた食材をふんだんに提供するハワイのマーケット（市場）をモチーフにした新感覚のレストランで、新鮮な野菜や活きのいいシーフード、ステーキ用の肉類など豊富な食材を、来店客が自分で見て選べるのが特徴。ハワイらしい雰囲気を満喫しながら、ワンランク上のビーチバーベキュー気分を味わえる。

地元で獲れた新鮮な食材を使用

選んだ食材は基本的に、自分で焼くシステムで、ハワイらしい雰囲気を満喫しながら、ワンランク上のビーチバーベキュー気分を味わえる。また、専属のシェフに調理を依頼する事も出来る（有料）。ダイナミックなバーベキュー体験を、ハワイの海風を感じる開放的なシチュエーションで楽しめ、ホテル直営の強みを生かして優秀なスタッフが上質なサービスを提供する。一般的なバーベキューレストランとは一線を画し、より内装もアップグレードし、ワンランク上の食体験を実現。

ワンランク上の食体験を実現

営業時間は午前７時から深夜までで、朝食、ランチ、ディナーだけでなく、ハッピーアワーやカクテルタイムなどと１日中利用できる。家族や友人との利用はもちろん、グループでの利用にも対応可能で、ホテル宿泊者以外でも、もちろん利用可能。地元ローカルの来店客もたくさん訪れており、早くも人気店の仲間入りを果たしている。

ハッピーアワーやカクテルタイムも人気

同じく、アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リゾートにある、「カニ・カ・ピラ・グリル&バー」も大好評。本物のハワイアンミュージックが楽しめる場所として日本人旅行者にも人気で、ハワイアンミュージック界の権威である「ナ・ホク・ハノハノ賞」受賞アーティストらによるライブ演奏を毎晩開催している。プールサイドで心地よい音楽を聴きながら、ハワイアン・フード満載の絶品オリジナルメニューより、ハワイアン・スタイルの食事を楽しめるのが人気の理由だ。

毎晩ライブ演奏が行われる「カニ・カ・ピラ・グリル&バー」

プレミアム志向に応えるクラブ・ラウンジ

アウトリガー・ホテルズ&リゾーツは、1947年に最初のホテルを開業し70年以上の歴史を誇るハワイを代表するホテル企業の一つ。そのフラッグシップ・ホテルに位置付けられているアウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リゾートは、ワイキキを見渡すことが出来る絶好の位置に立地し、賑やかなワイキキ地区にありながら、ゆったりと寛いだ時間を過ごせるリゾートとして評価されている。また、ハワイの歴史的文化財や芸術作品が飾られた館内で、ハワイの歴史や文化を体感できる空間としても価値が認められ、本当のハワイアンの文化と歴史を、宿泊客に提供する事に重きをおいている。さらに、ワンランク上の滞在を希望する宿泊客のために「ボエジャー47クラブ・ラウンジ」を用意。ラウンジ名に冠された「47」はホテルを最初に開業した年を示すもので、ホテルのプライドを凝縮したラウンジでもある。現在、各都市に展開するアウトリガーグループのホテルへの導入も進んでいる同ラウンジの中でも、アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リゾートにあるラウンジは、他グループホテルをリードするフラッグシップ的な存在。

ボエジャー47クラブ・ラウンジは、ホテルのダイヤモンドヘッドタワー3階に位置し、オーシャンフロントとスイート（シティビュースイートを除く）の客室の宿泊客が無料で利用できる。ラウンジには地元芸術家のアート作品や、ポリネシア航海協会とのパートナーシップを象徴するアウトリガー・パドルを展示するなど、ハワイならではの雰囲気に満ちた寛ぎの空間を提供している。

ワンランク上の滞在に「ボエジャー47クラブ・ラウンジ」

同ラウンジは、午前7時～10時の軽朝食タイムと夕方17時～19時のカクテルタイムでは、ハワイの食材やハワイアン・プレミアムコーヒー、マウイ島のワイン、地元のクラフトビールなどハワイならではの味わいにこだわっており、夕方のププ（ハワイ風おつまみ）は大変好評だ。

ハワイの食材や地元のクラフトビールを提供

アウトリガー・ワイキキ・ビーチ・リゾート

ワイキキ・ビーチ・リゾートの「ブルーノート」が人気スポットに

アウトリガーを代表するもう一つのビーチフロントのホテル、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・ビーチにある数少ないホテルの一つであるだけでなく、目抜き通りのカラカウア通りに面し、通りに直接出入りできる最高のロケーションに恵まれたホテルだ。ホテルの目の前に美しく広がるビーチから、圧倒的に美しい海が広がる。その絶景を間近で眺めることができるよう、海正面サイドのバルコニーはすべてガラス張りになっているので、部屋からも圧巻の景色がひろがる。

アウトリガー・ワイキキ・ビーチ・リゾート

世界６店目の出店の「ブルーノート」

同ホテルの特徴の一つにも挙げられるのが、日本でも有名ジャズクラブとして知られる「ブルーノート」がテナント出店していることだ。ニューヨークを本拠とする「ブルーノート」が、世界６店目として2015年に出店。以来、ハワイの新しい人気エンターテインメントスポットとして着実にファンを拡大している。また同店は9000平方フィート（約834㎡）の広々としたスペースに、最先端の音響・照明設備を導入しており、イベントスペースとしての対応力も高いため、プライベートファンクションの会場としても活用できる。

ワイキキ・ビーチコマー byアウトリガー

ワイキキにアウトリガーブランドがまたひとつ

waikiki BEACH COMBER by OUTRIGGER

アウトリガー・ホテルズ&リゾーツは、ワイキキの中心でカラカウア通りに面した好立地に、「ワイキキ・ビーチコマー byアウトリガー」を開業。２月１日付でアウトリガーブランドへ名称を変更して営業し、2018年夏頃までに全客室、プールデッキ及びロビー、廊下、エレベーターなどの公共エリアや外観の大幅なリニューアルの改装を順次行う予定。リニューアル後の客室は海の色を基調とし、ハワイに咲くマリーゴールドの花の色をアクセントに添えた明るい色調を採用し、客室内に最新技術を取り入れた環境配慮型のホテルを目指す計画だ。ワイキキビーチにも近くインターナショナルマーケットプレイスにも隣接しており、ワイキキでも最高レベルの立地条件を生かしたオンリーワンのデラックス・リゾートへリニューアルする。

MAUI BREWING Co

「マウイ・ブリューイング」

アジア太平洋に広がるアウトリガーのリゾート

- アウトリガー・ラグーナ・プーケット・ビーチ・リゾート
- アウトリガー・コサムイ・ビーチ・リゾート
- アウトリガー・モーリシャス・ビーチ・リゾート
- アウトリガー・コノッタ・モルディブ・リゾート
- アウトリガー・フィジー・ビーチ・リゾート
- キャスタウェイ・アイランド、フィジー
- アウトリガー・グアム・ビーチ・リゾート

アウトリガー・リゾーツ・ハワイは、ますます進化しながら皆様を笑顔でお迎えしております。

アウトリガー・リーフに「ザ・リーフ バー＆マーケットグリル」オープン

ザ・リーフ バー＆マーケットグリル

インターネットで簡単予約

日本語サイトリニューアル、リアルタイムで最安値検索

アウトリガーホテル　検索

jp.outrigger.com

お電話でのお問合せ

アウトリガー予約センター

☎03-4588-6441

営業時間　平日9:30～17:30

旅行代理店様営業専用 03-6741-7090

JALマイルがたまる予約なら

JAL×アウトリガー専用サイト　www.jal.co.jp/outrigger/

JALクーポンご利用の予約なら

オークラニッコーホテルズ予約センター

☎0120-58-2586　03-5715-7766

JAPAN AIRLINES

最新情報はこちら　旅行代理店 メディア 業界専用サイト　http://outriggerjapanagent.com

HAWAI'I　FIJI　THAILAND　GUAM　MAURITIUS　MALDIVES

OUTRIGGER®
HOTELS AND RESORTS

コオリナ&ウエスト・オアフに注目!

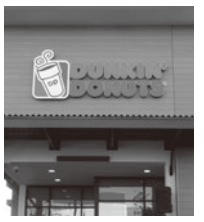
西海岸のコオリナ地区を中心に今注目のウエスト・オアフ。ショッピングやダイニング、そしてゴルフやウェディングなど、新しい施設が続々とオープンしている。

カポレイ・コモンズ 充実のショッピングとダイニング

ウエスト・オアフのカポレイ地区に2009年オープンした「カポレイ・コモンズ」。オープンエアーのショッピングセンターとして、敷地内には映画館やオーガニックスーパー「ダウン・トゥ・アース オーガニック＆ナチュラル」、大型ディスカウントストア「ターゲット」「ロス」が入居する。

敷地面積は50エーカー（約20万㎡）と広大で、今後も新店舗がオープン予定。立地も至便で、特にコオリナ地区に近く、高速道路の出口からも近いので、ワイキキへは車で約30～40分でアクセスできる。

またハワイアン・リージョナル・キュイジーヌの「イーティング・ハウス1849 by ロイ・ヤマグチ」をはじめ、ダイニングも充実。2017年11月には、ダンキンドーナツがオープン。ハワイで２番目のドライブスルー付きのダンキンドーナツで、レンタカーでのドライブがてらに、またショッピングを兼ねた休憩にも活用できそうだ。



theKapoleiCommons.com

ミッキーマウスがテーマのバンカーも コオリナ・ゴルフクラブが改修完了

コオリナ・リゾート内に位置し、「LPGAロッテ選手権」の開催コースとして知られる「コオリナ・ゴルフクラブ」が、３ヵ月にわたるグリーンとフェアウェイバンカーの改修工事を完了した。今回の改修工事では、バンカーの形状変更やバンカーサンド（珪砂）の追加、一般に「ビリーバンカー方式」として知られる最先端の排水システムの敷設などを実施、レベルを問わずすべてのゴルファーにとって、より最適なコンディションでプレーできるよう改修を行った。

なかでも「アウラニ・ディズニー・リゾート＆スパ コオリナ・ハワイ」の正面に位置する第10ホールには、ミッキーマウスがテーマのバンカーを造成。グランドオープニングには、ミッキーマウス自身とハワイが生んだLPGAのスター、プロゴルファーのミシェル・ウィー氏が駆けつけ、華やかに完成を祝った。

ウィー氏は「アウラニを背景に、可愛らしくキャラクターを感じる素敵なバンカー」とコメント。2009年のLPGAツアー参加以来、ウィー氏はゴルフ界のスターとして人気を集めている。ハワイ滞在中は幼少時より親しんだコオリナ・ゴルフクラブをホームコースとしている。2014年には同コースで開催されたLPGAロッテ選手権で優勝。さらに同年、パインハーストで行われたUS女子オープンで初のメジャー優勝を果たしている。コオリナ・ゴルフクラブでは、2018年４月11日から14日まで、第７回目となるLPGAロッテ選手権が開催される予定だ。

コオリナ・ゴルフクラブは、テッド・ロビンソン氏設計の全18ホールのチャンピオンシップ・コース。効果的にウォーターハザードを配したゴルファーのチャレンジ精神を掻き立てるコースで、広々としたフェアウェイと段差のあるグリーンが特徴だ。

またクラブハウスには、受賞暦のあるゴルフショップやロッカールームがあり、レストラン「ロイズ・コオリナ」は、ハワイ・リージョナル・キュイジーヌの先駆者として国際的に有名なロイ・ヤマグチ料理長によるハワイアンフュージョン料理が楽しめる。

jp.KoOlinaGolf.com

マイケル・ミーナのレストランが開業 「ミーナズ・フィッシュハウス」

コオリナ・リゾート内に、セレブリティー・シェフのマイケル・ミーナ氏がプロデュースしたレストラン「ミーナズ・フィッシュハウス」がオープンした。「フォーシーズンズ リゾート オアフ アット コオリナ」内に位置する「フィッシュハウス」とパートナーシップを組み、生まれ変わった新たなレストランで、屋外オーブンやプライベートダイニングルームを新設。また、ここだけでしか味わうことのできない新しいメニューも登場する予定だ。

マイケル・ミーナ氏は、2005年に「International Food and Beverage Forum」にて「Restaurateur of the Year賞」、「ボナペティ誌」と「サンフランシスコ・マガジン」より「Chef of the Year賞」を受賞。2013年には、ジェイムス・ビアード財団の「Who's Who of Food & Beverage」に殿堂入りを果たすなど、輝かしい受賞歴を誇る。ジャクソンホールやワシントンD.C.、ボルチモアとドバイのフォーシーズンズでも活躍するミーナシェフは、大胆なコンセプトでサンフランシスコを世界でも有数の美食都市として位置づける周知活動に貢献し、全米のみならず世界中のレストラン業界で不可欠な存在となっている。

Fourseasons.com/jp/Oahu

カ・マカナ・アリイがオープン１周年 ファーマーズ・マーケットも登場

2016年10月にグランドオープンした「カ・マカナ・アリイ」がオープン１周年を迎えた。ハワイで今最も急成長する地区の中心に位置する総面積140万平方フィート（約13万㎡）の複合施設で、多彩なショップやレストラン、アトラクションを集め、地元の人々だけでなく、観光客でも楽しめる。高速道路でのアクセスの良さ、大型駐車場の完備、公共交通機関の便の良さなど、優れた立地条件を誇る。

まずフェーズ１では、メイシーズをアンカーストアに、100軒を超えるショップやレストラン、最先端の上映システムを完備した映画館、ハワイ州初の「ハンプトン イン & スイーツ バイ ヒルトン」が完成。ウエスト・オアフ地区には、今後2025年までに８万戸もの住宅が新築されることが予想され、カ・マカナ・アリイは、それに伴うショッピングおよびダイニングの需要に応える。

2017年７月からは「ファーマーズ・マーケット」が登場。近隣の「ナロ・ファームズ」から果物や野菜、熱帯植物や花、食材などが届く。その場で購入できるのでお土産探しにもいい。またハワイアン・ミュージックやフラのパフォーマンスなども併せて行われる。毎週水曜日の午後４時から８時まで、センターコートでの開催だ。

kamakanaalii.com

コオリナのチャペルをリニューアル ワタベウェディング

ワタベウェディングは、コオリナ地区に建つ「コオリナ・チャペル・プレイス・オブ・ジョイ」を今年10月17日にリニューアルオープンする。「喜びの結晶」を意味する「コオリナ・チャペル・プレイス・オブ・ジョイ」は、コオリナ地区のオン・ザ・ビーチという特別なロケーションが特徴の独立型のチャペル。今回のリニューアルでは、「オン・ザ・ビーチ」という最高のロケーションを活かした、より開放的で美しい会場に生まれ変わる予定だ。

収容人数は32名で、バージンロードの長さは10メートル。内観には、ブリリアントホワイトのチャペルフラワーが登場。挙式では、ゲストから12本のバラを受け取りながら新郎が入場し、言葉を添えて新婦に渡す「ダズンローズ」というセレモニーで特別感を演出する。

さらに挙式後には、エンゲージメントダイヤモンドをイメージした可愛らしい外観のチャペルをバックに、海を眺めながら行うフラワーシャワーや、ビーチサイドガーデンでのレイセレモニーを行うことができる。

また、新設するバンケットは、海側が全面ガラス張り。天井高５メートルの広々とした空間で、コオリナの美しい海と空を間近に臨みながらのパーティーが可能。パーティーでは、ハワイの食材をふんだんに取り入れた料理を提供する。

（左）バンケット外観（右）チャペル外観

チャペル内観

家族で楽しめる映画と音楽の祭典 コオリナ・リゾートで9月22日に開催

今年で第５回目となる「コオリナ・チルドレンズ・フィルム&ミュージック・フェスティバル」が９月22日にコオリナ・リゾートで開催される予定だ。コホララグーンとアウラニ・ディズニー・リゾート&スパ コオリナ・ハワイの敷地内を会場に、ビデオや音楽を使った参加型アクティビティをはじめ、ライブパフォーマンスや、屋外の巨大スクリーンを使った映画の上映会など、家族全員で楽しめる。上映される映画は、ディズニーやディズニー／ピクサーの人気作や、ハワイ・インターナショナル・フィルム・フェスティバルで上映された映画などをラインナップする予定。イベントの詳細についてはウェブサイトまで（英語）。フェスティバルの収益金は、すべてカピオラニ病院の小児治療科及び婦人科へ寄付される。

www.KoOlinaChildrensFestival.com

過去のフェスティバルの様子

アウラニ・ディズニー・リゾート＆スパ コオリナ・ハワイ　Aulani, A Disney Resort & Spa, Ko Olina, Hawai'i

充実のアクティビティでディズニー流リゾートライフ
最低3泊は必要！ 多彩な過ごし方を提案

ハワイで特別なリゾートライフが過ごせる「アウラニ・ディズニー・リゾート&スパ コオリナ・ハワイ」には、キッズ、ファミリー、大人旅、女子旅などさまざまな層が楽しめるエンターテインメントやアクティビティが満載。リゾートホテルながら、ディズニーランドパークのような夢の時間を過ごすことができる。また、ホテル内で楽しめる70以上のアクティビティーを提供。追加料金無しのインクルーシブ・プランも用意するなど楽しみ方はいろいろ。これらのアクティビティの中にはグループ用にカスタマイズできるものもある。ディズニー流リゾートライフを満喫するには、少なくとも3泊は必要だ。

朝　カラダもココロも目覚めさせるエクササイズで1日をスタート

キャラクター・ブレックファスト
キッズ　ファミリー　大人

「マカヒキ」でのビュッフェ朝食で人気キャラクターたちと写真撮影やアンティとの歌やダンスを体験。

オーシャン・ヨガ
大人

美しいラグーンできれいな朝日を眺めながら行うパドルボード・ヨガ。

トドラー・タイム・スプラッシュ・アンド・プレイ
キッズ　ファミリー

追加料金なしで楽しめるビーチアクティビティ。砂でお城を作ったり、「メネフネ」が隠したお宝を探したり、ファミリーで楽しむことができる。

カーディオ・ラッシュ　大人
心機能を高める爽快なエクササイズ。

シーサイド・ストレッチ　大人
ラグーンで行う可動域を広げる動的ストレッチと静的ストレッチ。

グループ・スピニング　大人
音楽を聴きながら室内で行なうサイクリング・クラス。

ビーチボディブートキャンプ　大人
水着の似合う体を目指すブートキャンプ。

★その他にもいろいろなアクティビティを提供

昼　キャラクターが登場するディズニーらしいアクティビティからハワイの文化体験まで楽しみ方は多彩

シェイク・ア・シャカ・プール・パーティ
キッズ　プレスクール　ファミリー

ダンスやゲームなどが楽しめるプールパーティー。お気に入りのディズニーキャラクターに会うチャンスも。

オハナ・ホオカニ・ピラ
キッズ　ファミリー　大人

気軽に参加できる無料のウクレレ・レッスン。ウクレレやハワイアン・ミュージックの歴史も教えてくれる。

カパラ・キイ・オハナ・Tシャツ・スタンピング
キッズ　プレスクール　ティーン　大人

カパデザインのスタンプを使い、カパの歴史を学びながら、「世界に一つだけのTシャツ」をデザインするプログラム。

アロハ・ファン・ウィズ・ディズニー・フレンズ　キッズ　ファミリー
アウラニ内のさまざまな場所で人気のディズニーキャラクターが子供たちを迎えてくれる。

オハナ・フラ
キッズ　プレスクール　ティーン　大人

家族全員で参加できる無料のフラ・レッスン。

カパのデモンストレーション
キッズ　プレスクール　大人

ハワイ伝統の布「カパ」作りのクラス。地元アーティストによるデモストレーションを通じてハワイの文化を学ぶことができる。

★その他にもいろいろなアクティビティを提供

夜　ハワイの伝統からマジカルなエンターテインメントまでアウラニだからこそ体験できるプランが充実

オハナ・ディズニー・ムービー・ナイト
キッズ　プレスクール　ティーン　大人

星空の下、ハラヴァイ・ローンでディズニー映画を鑑賞。映画の前には、楽しいゲームやトリビアクイズ大会なども。

カ・ヴァア：ルアウ・アット・アウラニ
キッズ　プレスクール　ティーン　大人

ハワイ伝統のルアウショー。豪華なハワイ料理を味わいながら、活気に満ちた歌と踊りを堪能できる。

サンセット・フォトグラフィー・トレーニング・クラス/ナイト・フォトグラフィー・クラス　ティーン　大人
アウラニで「インスタ映え」する写真を撮りたい人にオススメのプログラム。プロの技術が学ぶことができる。

ライブ音楽
キッズ　プレスクール　ティーン　大人

オレロ・ルームやアマアマでは毎日違うミュージシャンの演奏を楽しむことができる。

ティーン・ホオカニ・ピラ
ティーン

夕方５時以降に行われるティーン向けのウクレレ・レッスン。このほかにも、アニメーションクラス、ゲームナイト、レイメイキングなどのアクティビティも提供。

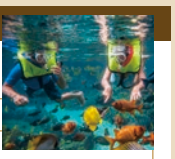
★その他にもいろいろなアクティビティを提供

モデルプラン

ミュージシャン「ヘマパア」

ゆっくり過ごしたい人向けの1日例

朝	サンライズ・ヨガでハワイの朝日を見ながら一日を開始。
午前中	ハワイアンアートにちなんだアクティビティでハワイの文化体験。
昼	無料のシャトルバスでカ・マカナ・アリイ・ショッピングセンターへ。ランチとショッピングを満喫。
夕方	インスタグラム用にプロの技術が学べるフォト・ツアーに参加。
夜	カ・ヴァア：ルアウ・アット・アウラニなどアウラニならではのショーに参加。その後、オレロ・ルームで音楽を楽しんでから就寝。



アクティブに過ごしたい人向け1日例

朝	カーディオ・ラッシュなどスポーツ系のアクティビティで一汗かいてから一日を開始。
朝食	マカヒキでキャラクター・ブレックファスト。キャラクターと楽しい時間を。
午前中	子供をアンティーズ・ビーチ・ハウスに預けて、ミッキー・バンカーのできたコオリナ・ゴルフクラブでゴルフや、アウラニ内にあるラニヴァイ・スパを楽しむ。
午後	子供をお迎えに行き、一緒にアウラニ内の多彩なプールやビーチでウォーターアクティビティを楽しむ。
夜	天体観測を楽しむアクティビティに参加したり、日中アウラニのカメラマンに撮ってもらった写真をDVDに焼いたり、カレパ・ストアでアウラニ限定のお土産を買ったりと、さまざまな楽しみ方で夜を過ごす。

ウエディングセレモニー参加キャラクターのコスチューム衣装が一新

アウラニで行われる結婚式「ディズニー・フェアリーテール・ウエディング」に参加するキャラクターのコスチューム衣装が一新された。今年から新たに参列するドナルドダックとデイジーダックのコスチュームは爽やかなブルーの背景の上に花柄が全体にあしらわれている。また、ミッキーマウスはアイランドスタイルのシャツにベージュのパンツとデッキシューズを合わせ、ドレッシーでありながらとカジュアルさを兼ね備えたコーディネート。ミニーマウスはラップドレスとブルーのコントラストが

鮮やかなピンクのシューズが特徴。いずれもコスチュームはアウラニでの挙式の際にのみ着用する特別なコスチュームだ。

新しいファンブックが登場、お得な特典いろいろ

2018年４月、新しいファンブックが登場する。これはアウラニに３泊以上滞在するゲストにプレゼントされるもの。アウラニのリゾート内の施設をはじめ、コオリナ地区やエクスカーションでも使えるお得な特典が満載だ。たとえば、リゾート内のギフトショップ「カレパ・ストア」や「ハレ・マヌ」では、１商品につき10%のディスカウントクーポン。また、「ラニヴァイ・ディズニー・スパ」では、通常のロミロミ・マッサージを無料でシグニチャー・ロミロミ・マッサージにアップグレード。「アマアマ・

コンテンポラリー・アイランド・クッキング」や「ウル・カフェ」などのダイニングで使えるお得なクーポンも付いている。

AULANI A Disney RESORT & SPA KO OLINA, HAWAII

お問い合わせは　ディズニー・デスティネーション・インターナショナル　マネージャー　羽田三輝
〒106-0041 東京都港区麻布台2-4-5 メソニック39MTビル
TEL：03-5404-6005　FAX：03-5404-6072　mitsuteru.hada@disney.com

www.aulani.jp

As to Disney artwork, logos and properties: ©Disney

アロヒラニリゾート・ワイキキビーチ　Alohilani Resort Waikiki Beach

ワイキキビーチに上質なリゾートが誕生 団体の受け入れ態勢も万全

ワイキキビーチに面した絶好のロケーションを誇る「アロヒラニリゾート・ワイキキビーチ」(旧パシフィックビーチホテル)。全面改装を経て、米国国内旅行業界における「５スター」のラグジュアリークラスのホテルとしての評価が語るように、ハード／ソフト両面でグレードアップ。また団体の受け入れ態勢も万全だ。

明るい印象に生まれ変わった客室

圧倒的スケールの巨大水槽「オーシャナリアム」を臨む「オー・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」

「上質なハワイ」を体感 ハード／ソフト共にグレードアップ

「上質なハワイ」を体感できる「アロヒラニ・リゾート・ワイキキ・ビーチ」。全面改装後は、独立系の高級ホテルブランド「Preferred Hotels & Resorts」の「Lifestyle Collection」に加入、ゲストからの評価も格段にアップしている。

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「上質なリゾート」に生まれ変わった。ハード面でのグレードアップだけでなく、ソフト面でもスタッフを増員、これまで以上にきめ細かなサービスを提供する。

団体向け専用スペースを確保 宴会／会議施設も充実

ロビーエリアの「オーシャナリアム」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

宴会／会議施設も充実。レセプション・スタイルで最大1500名収容可能なグランド・ボールルーム「エンジェルフィッシュ」（２分割可能）をはじめ、団体の規模に応じてさまざまなサイズの会議スペースを用意する。

ホテルが新しくなったことで、エンターテイメント系やアパレル系、金融、自動車メーカーなど、感度の高い人たちからの団体利用が増えているという。

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

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リフレッシュした全839室の客室。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 巨大水槽オーシャナリアム

ロビーまわりをはじめとするパブリックエリアも「上質なリゾート」を感じさせる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がハワイらしいトロピカルな印象を演出。また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ー、自然の形を活かした天然木のテーブル、照明器具などのインテリアが落ち着いた雰囲気を醸し出し、他にはないここだけのシックなムードが漂う。

シックな印象に生まれ変わったパブリックエリア

ホテル自慢の巨大水槽「オーシャナリアム」もアップグレード。サンゴで彩られた水槽は、ワイキキビーチの海の中を再現。1000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が用意されている。

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

「上質なリゾート」感を演出する「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。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」もオープンした。

鉄人シェフのレストランが誕生 「モリモト・アジア」

ホテルの２階にある「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、日本でも「鉄人シェフ」として知られる森本正治氏がプロデュース。ホテルの２階に位置し、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、早くもローカルでも話題のレストランだ。

また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、ガーデンテラスも併設し、イーストワイキキのホットスポットになるだろう。

プールにはラグジュアリーなカバナも

他にも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サービス。また巨大水槽「オーシャナリアム」に面した「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提供する。

朝食ビュッフェレストラン「ライチ」

会議スペースも洗練された雰囲気

シグネチャー・レストラン「モリモト・アジア」

Introducing
ʻALOHILANI
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。
ALOHILANIRESORT.COM | SALES@ALOHILANIRESORT.COM

ハワイ州観光局プロモーション

ごほうび、ハワイ。

今、ハワイに行く「きっかけ」づくりに

昨年より展開しているハワイ州観光局（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。今年は旅行会社や各種ウェブサイトでのパートナーシップを強化、プロモーションをより広範囲に浸透させたい考えだ。

ごほうび、ハワイ。

プロモーション内容

ハワイの「ごほうび」旅行を提案
プレゼン資料「ごほうび、ハワイ案。」を作成

「ごほうび、ハワイ。」では、下記の４つのセグメントを設定。それぞれハワイ各島のスポットや体験を織り交ぜたビジュアルで、ハワイへの「ごほうび」旅行を提案する。

またウェブサイトで作成できるのが、「ごほうび」旅行実現へ向けたプレゼン資料「ごほうび、ハワイ案。」。４セグメントからひとつを選択し、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、実際に行きたい場所を選ぶと、「ごほうび、ハワイ案。」が出来上がる。

「ごほうび、ハワイ案。」のバリエーションは実に51万通り以上。旅行に誘う背景やどんな旅行か、また行きたい場所の詳細な説明のほかにも、「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。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。

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

「ごほうび、ハワイ案。」作成画面

「ごほうび、ハワイ。」４つのセグメント

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

「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。旅行会社が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。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。

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）も提供する。

HTJ業界サイト　member.gohawaii.jp

パンフレット用に掲載できるコラム素材の一例

プロモーション展開

さまざまな場面で告知／露出
「ごほうび、ハワイ案。」の作成へ誘導

「ごほうび、ハワイ。」のプロモーション展開では、これまでにさまざまなイベントでの告知やコラボレーションを実施、またオンラインを中心とする露出や広告展開を通じて、浸透を図ってきた。

海外旅行イベントや、地元メディアとの共催によるイベントでのトークショーでは、実際に「ごほうび、ハワイ案。」を作成するデモンストレーションを披露。異業種とのコラボレーションでは、ゲームアプリとのタイアップで懸賞を行ったところ、単月で1万5000件もの「ごほうび、ハワイ案。」が集まるなど、一定の効果を収めた。ほかにも飲食施設や映画館、プラネタリウムや飛行機の機内モニターでのタイアップでは、プロモーション動画を店内で流すなどの告知活動を展開した。

名古屋でのイベントの様子

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展開。「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強化した。

さらに女性向けの情報サイト「オズモール」（2017年12月）や旅行ポータルサイト「トラベルコ」（2018年1～2月）では特集を組み、いずれも「ごほうび、ハワイ。」のプロモーション紹介をはじめ、「ごほうび、ハワイ案。」の作成ページへのリンクを設けることで、プロモーションとの連動を図り、投稿数の拡大を狙う。

ウェブサイトののコラボ例
（トラベルコ　www.tour.ne.jp）

25～30歳の女性層をターゲットにする「オズモール」では、宿泊券のプレゼントを絡めるなど、関心を持たせる内容に、一方「トラベルコ」では、特集ページから旅行会社のツアーにリンクする仕組みになっており、旅行予約も可能だ。

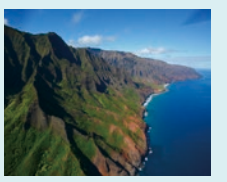
オズモールについては認知拡大、トラベルコは実際のツアー検索につながるよう、各ウェブサイトの特性を活かした露出を進めいく考え。ほかにもオンラインバナーを例えば「ビーチリゾートの検索をしている時にバナーが表示できるようにする」など、オンライン広告展開を強化していく意向。動画広告も「駅の柱など、縦型サイズに合わせたプロモーション動画を用意して流していきたい」とのことだ。

「ごほうび、ハワイ案。」人気素材トップ10

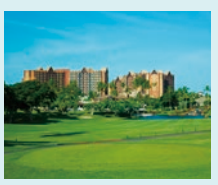
これまでに集まった「ごほうび、ハワイ案。」の数は、約2万7000件（2017年12月末現在）にものぼる。その中から最も多く選ばれた素材（ハワイで何がしたいのか）のトップ10を紹介したい。定番のものから絶景のあの場所、意外な体験まで、「ハワイで何がしたいのか」の人気ランキングとなるので、商品造成にも役立つはずだ。

第1位　6683件
ハワイ・リージョナル・キュイジーヌ

第2位　6461件
ナパリコースト

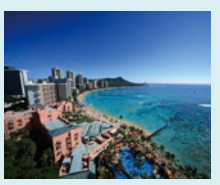


第3位　6408件
コオリナ

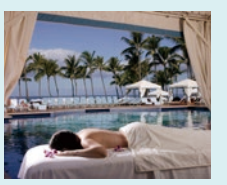


第4位　5675件
セスナ

第5位　4204件
ワイキキビーチ



第6位　2455件
スパ



第7位　2040件
ステーキ

第8位　2002件
ワイキキ

第9位　1897件
マリンスポーツ
（バナナボート、シーウォーカー）

第10位　1896件
ハプナビーチ州立公園

ハワイ州観光局調べ

フォトジェニックなハワイの魅力を発信
ハワイカメラガールズ

「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「ハワイカメラガールズ」がスタートした。まずは特設サイト上でハワイカメラガールズが撮影したハワイ島の写真を紹介、今後は全島に範囲を広げていく。「カメラ女子」の目線で切り取られたハワイは、きっと商品造成の新たなヒントにつながるはずだ。

まずはハワイ島から、隣島の需要喚起にもプロモーションやイベントでも写真を活用

ハワイカメラガールズは、日本最大のカメラ女子サークル「カメラガールズ」とのコラボレーション。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軸に、全国各地にサークル「カメラガールズ」を結成し、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さまざまな活動を展開している。メンバー数は1500人強を数え（2017年12月現在）、20～40代の女性が中心だ。

カメラガールズのサークルの中で、初の海外展開となるハワイカメラガールズ。まずは2017年10月に直行便就航で盛り上がるハワイ島への撮影旅行を実施。参加したのは8名で、社会人や学生、主婦など、さまざまな人が集まった。

撮影された写真はHTJ総合ポータルサイト「allhawaii」内に設けた特設サイト「Photogenic Island of Hawaii」で公開されており、今後は他の島への撮影旅行を企画、随時特設サイト内で写真をアップすることで、隣島への需要喚起も図る考え。写真はカテゴリー別、撮影者別、場所での検索が可能。今後各種プロモーションやイベントなど、さまざまな場面で利用される。旅行会社の今後の商品造成においても活用できるようにしていきたい考えだ。

特設サイト「Photogenic Island of Hawaii」 www.allhawaii.jp/hcg

インスタグラムで投稿キャンペーン メンバー向けのワークショップを実施

また画像投稿SNS「インスタグラム」を使ったプロモーションを展開。ハッシュタグ「#ハワイカメラガールズ」による画像投稿を募集、毎月優秀作品を選出し、アカウント「@hawaii_cameragirls」で紹介、いずれは優秀作品を集めたカレンダーの制作なども検討する。

インスタグラムを軸に、各種アプリケーションとのコラボレーションも進めていく。インスタグラムの撮影スポットを地図上から検索できるアプリケーション「GENIC WALL」とのコラボレーションはその一例で、GENIC WALLでハワイの地図から撮影スポットを検索すると、カメラガールズが撮影した写真が表示される仕組みとなっている。GENIC WALLとしてはサイトへの誘導、認知度アップに繋がり、HTJにとってもハワイカメラガールズの認知度アップとメンバー拡大という双方にメリットがある。

ハワイカメラガールズのメンバー登録は無料。メールマガジンを登録すると、会員章がもらえるほか、様々な特典が受けられる。メンバー向けのワークショップも企画。12月15日に行われたワークショップでは、ポートレート撮影の仕方を紹介、実際にモデルを使った撮影体験も行った。今後も同様のワークショップを予定、コミュニティーとして機能させていく。

アプリケーション「GENIC WALL」

ワークショップの様子

会員章と台紙

HTJ Inromation

タリーズコーヒーからHTJ公認商品発売 コナコーヒー100%のコーヒー豆

ハワイ州観光局（HTJ）は、タリーズコーヒージャパン株式会社（以下、タリーズコーヒー）が２月２日に発売した「タリーズカッパーリザーブコレクション ハワイコナ100% アリナファーム」を新たなハワイ州観光局公認商品として認定した。

同商品は、ハワイ島コナにある「アリアナファーム」で栽培されたコーヒー豆だけを使用したもの。アリアナファームは、地元イベント「コナコーヒー・カルチュラル・フェスティバル」でのコンテストで過去４度も受賞経験があるコーヒー農園。

今回公認商品となった「タリーズカッパーリザーブコレクション ハワイコナ100% アリナファーム」は、2017年の「コナコーヒーカッピングコンテスト」の優勝ロットを使用。花のようなアロマと、シトラスを感じる風味、そして透明感のある明るい酸味を味わえるコーヒー豆だ。

ハワイ島コナは、コーヒー豆の産地として日本でも知名度が高い。日本からの直行便が復活し、ますます注目を集めている。ハワイ島はコナ以外にもカウ、ヒロが産地として知られており、コナでは毎年11月に「コナコーヒー・カルチュラル・フェスティバル」が開催される。今年で48回目を迎える歴史あるフェスティバルで、イベント会期中はカッピングコンテストやコーヒー豆摘み体験、パレード、農園ツアー、「ミスコナコーヒー」のコンテストなど、さまざまなイベントが行われる。

HTJでは、公認商品を記念として、コナへの往復航空券が１組２名に当たるアンケートキャンペーンを実施。なお、商品は1袋150グラムで価格は5000円（税込）だ。

※写真はイメージです。

ハワイ州観光局（HTJ）キャラクター「Shakaちゃん™」は今年も大活躍!

ハワイの「ALOHA」を伝えるために活動するハワイ州観光局（HTJ）キャラクターの「Shakaちゃん™」。HTJでは、昨年11月にクレイ粘土でShakaちゃん™を作るワークショップを開催、参加者からユニークで可愛らしい作品がたくさん集まった。ワークショップは引き続き実施していく予定だ。

また初の試みとして、SNSを使ったコスチューム・コンテストを開催。「Shakaちゃん™に何を着せたい？」というお題に対して、パイナップルやドラキュラ、キャラクターのミニオンなど、さまざまな投稿が寄せられた。

クリスマスに合わせた「Shakaちゃん™サンタのプレゼント・キャンペーン」も実施。参加にあたっては、「おみやげアンケート」の回答を条件とし、7666件の回答が集った。集計結果は、現在HTJ総合ポータルサイト「allhawaii」上で紹介している。今後もHTJでは、こうしたプレゼント・キャンペーンを組み合わせた調査を実施、旅行者のリアルな動向を把握していく方針だ。

ほかにも、ハワイの「ALOHA」を伝えるという教育的な要素が高いことから、幼稚園や学校などのイベントに登場させ、「ALOHA」の意味を教えたり、ハワイの魅力を紹介したり、さまざまな取り組みも予定している。

クレイ粘土でShakaちゃん™を作るワークショップの様子

Shakaちゃん™ストーリー　www.allhawaii.jp/shakachan/
「おみやげアンケート」集計結果　www.allhawaii.jp/htjnews/2741/

画像提供：ハワイ州観光局

ハワイアン航空　Hawaiian Airlines

快適な機内でハワイへ

日本路線の全便がA330-200型機の最新機材に

新千歳－ホノルル線にもA330-200型機を投入

2018年2月2日（新千歳発）より、昨年就航5周年を迎えた新千歳－ホノルル線にもいよいよ最新機材のA330-200型機が導入される。これにより、同社の日本路線はすべて同機材による運航となり、すべてのフライトで快適な機内プロダクトを提供するようになった。ここでは注目の2つの機内プロダクトを紹介したい。

ハワイらしさにこだわったプレミアムキャビン

ビジネスクラス

フルフラットシートを採用

180度水平になるフルフラットシートは、幅約52㎝、長さ約193㎝のゆとりあるスペースを確保。横2-2-2席の配置なので、ハネムーナーやカップルの旅行に最適。３世代連れの家族旅行にも好評だ。ハワイの自然をモチーフに、モダンな内装がリゾート感を演出する。

ゆっくり休みたい時は、ハワイ島をベースに活躍するデザイナーのシグ・ゼーン氏デザインの毛布やマットレスパットで。また次世代型大型タブレットで、映画や音楽、ハワイのガイドなど、豊富なプログラムを揃えた機内エンターテインメントも楽しめる。

上質なハワイを機内で

ハワイ発のフライトで楽しめるのは、エグゼクティブ・シェフを務める地元で人気のシェフ、チャイ・チャオワサリー氏が監修した機内食。食器やトレイ、ナプキンも特別にデザインされたものだ。日本発は「ココヘッドカフェ」のリー・アン・ウォン氏考案のメニューを提供。またマスター・ソムリエのチャック・フルヤ氏が厳選したワインをはじめ、オリジナルのマイタイ、ハワイの地ビールや蒸留酒などを取り揃える。

オリジナルのマイタイ（イメージ）

機内で配られるアメニティキットのデザインもシグ・ゼーン氏が手がけた。ハワイに生息する花をモチーフとしたデザインが人気で、同氏は2017年に導入された制服のデザインも手がけている。また、ちょっと嬉しいサービスとして、オリジナルのホノルルクッキーカンパニーのクッキー詰め合わせがお土産として配られる。

チャイ・チャオワサリー氏が監修した機内食（一例）

シグ・ゼーン氏デザインのアメニティキット

ビジネスクラスの魅力を動画で紹介！（YouTubeサイト）

ワンランク上のゆとりエクストラ・コンフォート

エクストラ・コンフォートは、エコノミークラスと比べ、シートピッチが約13㎝広いので、足元にゆとりがある。一度体験すれば、その良さを実感できるはず。エコノミークラスのすべての運賃から追加料金でアップグレードできるのもうれしい。

また、優先搭乗やシグ・ゼーン氏デザインのアメニティキット、全席に個人用電源コンセントを用意するなど、サービスも充実している。

ここにも注目

- 日本発着路線には、日本語を話す乗務員が2名以上乗務
- 日本語も充実した機内エンターテインメント
- 各シートに充電用USBポートを搭載

子供（ケイキ）向けサービスも充実

- 機内エンターテインメントのケイキ用プログラム（ゲームやアニメなど）
- チャイルドミール（要事前予約）
- 「ケイキ・キット」（チャイルドミールと一緒におもちゃのセットをプレゼント）

成田－ホノルル線に夏期臨時便 2018年8月と9月は1日2便に

ハワイアン航空は、8月1日から9月30日の期間に、成田―ホノルル線で夏期臨時便を運航する。これにより、同区間は1日2便での運航となり、より利便性の高いスケジュールを提供する。

成田－ホノルル線 夏期運航スケジュール

便名	出発	出発時間	到着時間	到着	運航曜日
HA822	成田	21:00	9:55	ホノルル	毎日
HA823	成田	21:30	10:20	ホノルル	毎日（8月2日～9月30日）

便名	出発	出発時間	到着時間	到着	運航曜日
HA821	ホノルル	15:30	19:00^{+1}	成田	毎日
HA824	ホノルル	16:05	19:30^{+1}	成田	毎日（8月1日～9月29日）

2018年1月15日現在。関係当局認可条件、スケジュールは予告なしに変更する場合があります。
+1：翌日着

使用する機材は、日本路線の他のフライトと同様、フルフラットのビジネスクラスと、人気の「エクストラ・コンフォート」を搭載したA330-200型機。羽田を含めると、同社の東京からのハワイ路線は、1日4便となり、ホノルルだけでなく、ハワイ島のコナへもノンストップでアクセス、またホノルル、コナ経由でハワイの各島へスムーズな乗り継ぎが可能だ。

シーライフ・パーク・ハワイ　SEA LIFE PARK HAWAII

服を着たままでイルカと触れ合い 着替えなしの手軽なアトラクション

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

手軽さが人気の「ドルフィン・アロハ」プログラム

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

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

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

小さな子どもも楽しめる「ドルフィン・アロハ」

小団体の立ち寄り観光にも最適 イルカとの記念撮影もハワイの思い出

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

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

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

「ドルフィン・ロイヤル・スイム」は、２頭のイルカに足の裏を押してもらい、水上滑走を楽しむ「フットプッシュ」や、背ビレにつかまってライド、イルカと握手やキスなどを体験できる。また「ドルフィン・スイム・アドベンチャー」は、フットプッシュ以外はほぼ同様の内容で、相手をしてくれるイルカが１頭となり、胸びれを掴んで泳ぐベリーライドができるプログラムだ。

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

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

10ドルクーポンなど お得な特典も

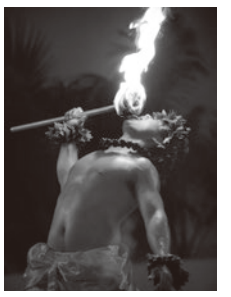
また、「ドルフィン・アロハ」をはじめとする４つのドルフィン・プログラムには、パーク内で利用できる10ドルのクーポンが特典として付く。レストランやお土産、写真の購入などに使える便利なクーポンだ。さらに「ドルフィンロイヤルスイム」には、10ドルクーポンに加え、おかわり自由なソフトドリンク用のタンブラーや、プログラムの写真3枚がセットになっている。

ドルフィンロイヤルスイムの特典は75ドル相当にも

インセンティブ向けプログラムも 飲食、ショップも充実

インセンティブなどの大型団体向けのプログラムも用意している。なかでも人気なのは、ハワイ伝統料理とポリネシアン・ショーが楽しめるディナー・ファンクションで、200名から700名まで対応可能だ。

ドルフィンロイヤルスイムでイルカにライド



園内の飲食施設も充実している。フードコートの「ビーチボーイ・ラナイ」には、カリフォルニアで人気の有名ホットドッグ店「ピンクス（Pink's）」があり、ハリウッドセレブに人気の味をハワイで楽しめる。

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

ハワイメイドのお土産屋「シーサイドブティック」

４つのドルフィン・プログラム

イルカと同じプールで一緒に泳いだり遊んだり。イルカと身近にコミュニケーションが取れる４つのプログラムをご用意しています。

●ドルフィン・アロハ
時間：11:30 / 14:20

●ドルフィン・ロイヤル・スイム
時間：9:30 / 11:00 / 13:45 / 15:15*
*15:15は6月1日～9月3日のみ

●ドルフィン・エンカウンター
時間：10:15/11:45/13:00/14:30

●ドルフィン・スイム・アドベンチャー
時間：9:30 / 11:00 / 13:45 / 15:15*
*15:15は6月1日～9月3日のみ

教育プログラムの充実

教育部スタッフによる海洋生物に関するレクチャー（３０分）を各種用意。人気プログラムはイルカトレーナーによるレクチャーでイルカの生態や特徴の他、パフォーマンスや演技を披露。
所要時間：３０分

団体貸切プラン

敷地内で、貸切のランチやディナーと共にファンクションの場としてご利用いただけます。
ランチやディナーのメニューなど、お問い合わせください。

団体貸切プラン：２００～７００名

イルカとクジラのハーフ ウォルフィン”ケカイマル”

ご予約・お問合せはお近くの旅行会社または下記へ

シーライフ・パーク・ハワイ

[営業時間：９：３０～１６：００]
41-202 Kalanianaole Higway #7, Waimanalo, Hawaii 96795 TEL:８０８-２５９-２５００
[日本国内] シーライフ・パーク・ハワイ日本地区販売総代理店　株式会社パシフィックリゾート
東京本社：０３-３５４４-５０２０　大阪営業部：０６-６８０９-１４７１
https://www.hawaiisealifepark.jp/　/SeaLifeParkHawaii

マリオット - ワイキキ コンプレックス　Marriott – Waikiki Complex

ハワイでMICE

歴史と信頼のある2つのホテルで

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 と モアナ サーフライダー ウェスティン リゾート&スパ

ハワイのMICEで「ロイヤル ハワイアン」と「モアナ サーフライダー」が選ばれる５つの理由

その① アロハの心あふれるホスピタリティ

アロハ・スピリットの明るく温かいおもてなしで、これまでにも数多くの世界的なMICE開催地に選ばれた実績を誇るハワイ。「太平洋の交差点」という便利な立地と、充実のインフラ、そしてアクティビティーの豊富さで、誰でも楽しい時間を過ごすことができる。

その② 歴史と伝統に支えられた信頼感とステータス

「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」と「モアナ サーフライダー ウェスティン リゾート&スパ」は、ハワイを代表するワイキキビーチに立地、ワイキキのシンボルとして長く世界中の人々に愛されてきた。

その③ 4つの姉妹ホテルの施設を自在に組み合わせ可能

姉妹ホテルの「シェラトン・ワイキキ」と「シェラトン・プリンセス・カイウラニ」を含めた4つのホテルは徒歩数分以内に位置。宿泊ホテルはもちろん、大小さまざまな宴会場やレストラン、会議施設を目的に合わせてフレキシブルに組み合わせできる。

その④ グループならではの豊富な客室数と便利なサービス

4ホテル合計4000以上の客室数は、ワイキキ最大の規模を誇り、用途に応じてさまざまなタイプの部屋をチョイスできる。また4ホテルのどのレストランを利用しても宿泊している部屋にチャージ（部屋付け）できるのもグループ・ホテルならではのサービスだ。

その⑤ 日本語対応スタッフによる安心のサービス

打ち合わせはすべて日本語で対応。フロントや電話オペレーター、団体旅行専属チームなど、あらゆるセクションに日本語対応スタッフを配置。また「シェラトン・ワイキキ」内には年中無休の診療所があり、日本語対応スタッフが常駐するので安心だ。

楽園ハワイの絵画のような風景に佇む「太平洋のピンクパレス」

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

1927年創業のワイキキビーチのなかでもひときわ目立つピンクの外観。クラシカルな本館と、2015年に新装されたマイラニ・タワーが新しいリゾートの世界を創り出す。オーシャンフロントでシーフードが楽しめる「アズーア レストラン」や、カクテルの名を冠した「マイタイ バー」も人気だ。

アズーア レストラン

贅を尽くした空間 開放感のあるガーデンパーティーも

ワイキキビーチに面した「モナーク・ルーム」や、贅を尽くした「リージェンシー・ルーム」をはじめ、総面積1000㎡以上の会議・宴会スペースを用意。さらに、ガーデンパーティーに最適な「オーシャン・ローン」や「ココナッツ・グローブ」など、バンケットで2700名、レセプションで4000名まで対応可能な約6100㎡の屋外スペースも利用できる。また、熟練したスタッフによるサポートに加え、ロマンティックイベント＆ウェディング・スペシャリストによるオリジナルの演出も可能だ。

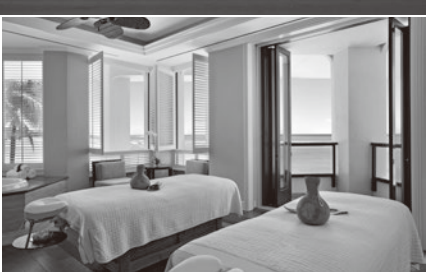
ワイキキビーチのすぐ前に位置する唯一の屋内外宴会施設「モナーク・ルーム」

眼前に海が広がる芝生エリアでガーデンパーティーを「オーシャン・ローン」

伝統と優雅さに満たされたハワイのおもてなしを実感する「ワイキキのファーストレディー（貴婦人）」

モアナ サーフライダー ウェスティン リゾート&スパ

ワイキキビーチの中心に位置。1901年創業のワイキキ最古の歴史を誇り、ビクトリア様式の格式ある白亜の佇まいが印象的。優雅な客室と、きめ細かなおもてなし、そして一流レストランや、海の絶景が広がる「モアナ ラニ スパ」など、五感を満たすリゾート体験を提供する。



「モアナ ラニ スパ」で癒やしのひとときを

ここだけの空間で ハワイならではのイベントを

「ボールルーム」は、広さ約400㎡、レセプションで300名、バンケットで260名までの収容が可能。ほかにもダイヤモンドヘッドや太平洋を望む「ルーフガーデン＆テラス」など、総面積約2230㎡の屋内外の宴会・会議スペースを提供。また、バニヤンツリーのある中庭や、ホテル専用のビーチ・エリア「モアナ・ビーチ」、海辺の芝生スペース「ダイヤモンド・ローン」など、リゾートならではの開放感あふれる屋外スペースが充実。最新の設備と経験豊かなスタッフによるサポートで、ハワイならではのユニークなイベントが実現できる。

カラカウア通りを見下ろす絶好のロケーションが自慢「ボールルーム」

中小規模の会議やレセプションに最適な「ルーフガーデン＆テラス」

spg Starwood Preferred Guest resorts

More Luxury. More Destinations.

ロイヤル ハワイアン ラグジュアリー コレクション リゾート（オアフ島）

次のハワイ滞在は、一等地のリゾートで

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

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

カウアイ島

マウイ島

オアフ島

ハワイ島

spg Starwood Preferred Guest

ST REGIS　THE LUXURY COLLECTION　W HOTELS
Sheraton　WESTIN　Le MERIDIEN　TRIBUTE PORTFOLIO　DESIGN HOTELS
FOUR POINTS　aloft　element

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

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

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

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

ハーツレンタカー　HERTZ RENT A CAR

旅行者の期待に応える充実の営業所ネットワーク 信頼と実績でレジャーでも高い満足度

ハワイでも充実の営業所ネットワークを持つハーツレンタカー。オアフ島だけでなく日本から直行便が就航したハワイ島でも日本人旅行者の足として存在感を増している。好評のカーナビ「NEVERLOST®」もグレードアップし、安心のサポートとともにドライブの旅を強力サポート。ビジネスだけでなくレジャーでもドライバーの満足度は高い。

広がる営業所ネットワーク ワイキキに新たに2ヶ所

ハーツは、世界145カ国1万ヶ所以上の営業所ネットワークを持つ世界最大級のレンタカー会社。ハワイでもその充実のネットワークで旅行者の期待に応えている。2017年８月にはオアフ島ワイキキ地区に２ヶ所の営業所がオープンし、旅行者の利便性がさらに高まった。

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・マリオット・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」。

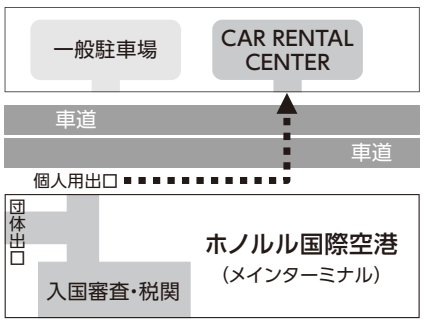
これにより、オアフ島の営業所ネットワークは、従来の「ホノルル国際空港」「ハイアット・リージェンシー・ワイキキ・リゾート・アンド・スパ」「ザ・インペリアル・ハワイ・リゾート・アット・ワイキキ」「パゴダ・ホテル」「ザ・カハラ・ホテル＆リゾート（宿泊者のみ利用可）」を加え、７ヶ所に拡大した。

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。2016年12月のハワイアン航空の羽田／コナ線に続き、昨年９月には日本航空（JAL）も成田／コナ線を開設したことから、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「リフェ空港」にそれぞれ営業所を構えている。

徒歩でアクセス、便利になったホノルル国際空港でのレンタル

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ミ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、そこからも十分に徒歩圏内だ。

NEVERLOST®がさらに進化、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」、さらにはアトラ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）

アラモレンタカー　ALAMO RENT A CAR

気軽にレンタカーの旅を楽しめる多彩なサービス 充実のサポートで安心ドライブをバックアップ

気軽にレンタカーの旅を楽しめる環境を整えているアラモレンタカー。ストレスフリーの自動チェックイン、旅行スタイルに合わせて車が選べる「Alamo Select」、ドライブの強い味方「Travel Tab」などレジャートラベラーにうれしいサービスを提供している。万が一の場合のサポートも充実。レンタカー上級者から初心者まで、安心のドライブを強力にバックアップしてくれる。

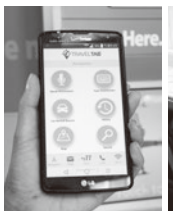
ストレスフリーの自動チェックイン 「Travel Tab」でドライブがさらに楽しく

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

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

空港営業所に自動チェックインシステムを設置

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もうれしいサービスだ。

「Alamo Select」で好みの車をチョイス 充実の営業所ネットワーク

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でも、ヒルトンのバレーサービスに返却を頼むことが可能だ。

このほか、マウイ島にはカフルイ空港、カウアイ島にはリフエ空港、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。

「スーパーゴールドプラン」で賢くレンタル 初心者も安心のサポートサービス

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ー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。

「アラモセレクト」で 希望のカテゴリーから、 お好きな車を自由に選択

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

カーナビ機能付きタブレット端末 「Travel Tab」レンタル開始

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

安心の日本語サポート

万一のトラブルでも24時間日本語対応のオペレーターがサポートします。

日本語対応 自動チェックインシステム

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

お問い合せ・お申し込みは

0120-088-980

アラモレンタカー日本事務所
〒104-0045
東京都中央区築地7-10-2　築地小川ビル2階
TEL: 03-5962-0345　FAX: 03-5962-0346
http://www.alamo.jp

オアフ島から一歩先のネイバーアイランド（隣島）へ ハワイの多彩な表情に触れる

日本では、オアフ島のイメージが強いハワイだが、もちろんそれだけではない。ハワイは、カウアイ島、オアフ島、モロカイ島、ラナイ島、マウイ島、ハワイ島の主要６島からなり、各島それぞれ多彩な表情を見せる。オアフ島から一歩先へ、そんなユニークなハワイの「ネイバーアイランド（隣島）」の魅力を紹介したい。日本からのフライトが飛ぶオアフ島のホノルル、そしてハワイ島のコナを拠点に、各島へのアクセスは至便だ。

カウアイ島

ホノルルから飛行機で約35分

© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

ハワイ諸島最北端に位置する最も歴史が古い島。緑豊かな自然美にあふれ、美しいココナッツ・コーストのビーチや、「太平洋のグランド・キャニオン」として知られるワイメア峡谷、風光明媚なナパリ・コーストなど、アウトドア・アクティビティやロマンチックなスポットが満載だ。

オアフ島

© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

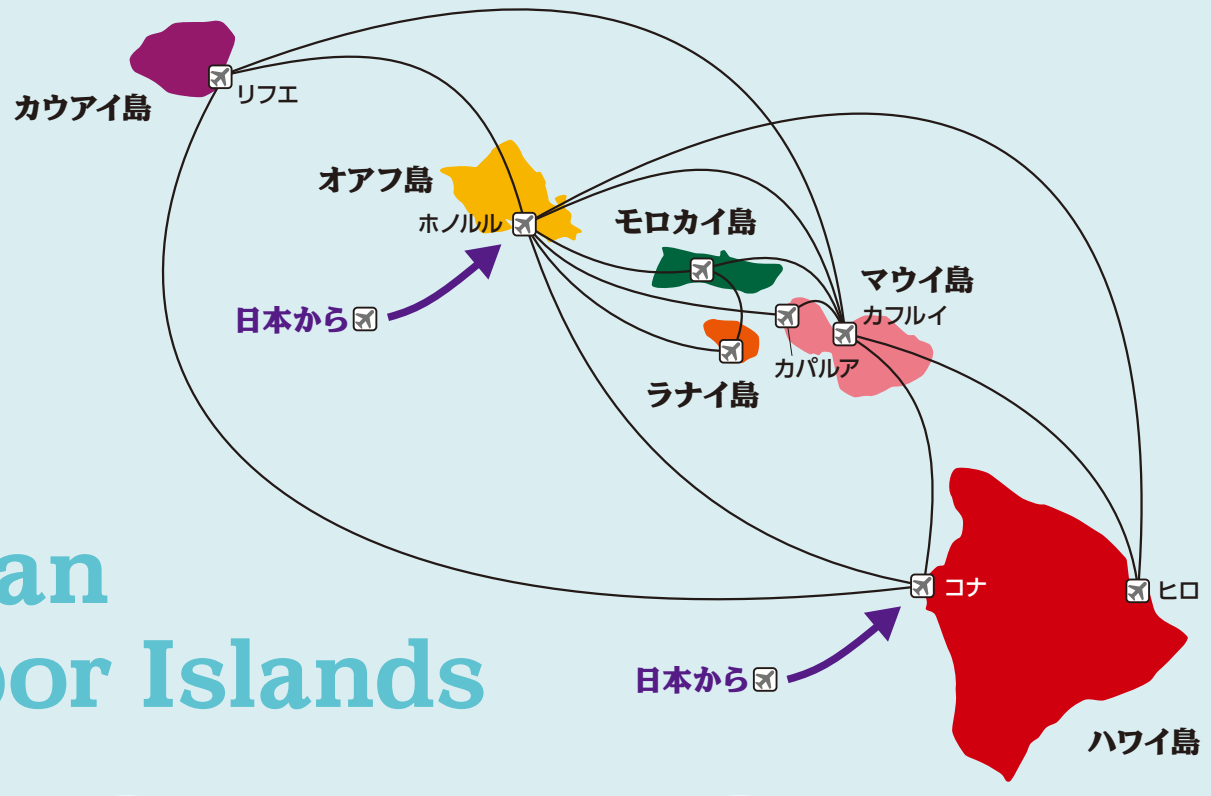
州都ホノルルがあり、ハワイのほとんどの人口が集中しているオアフ島。美しい自然と現代の都会の魅力が絶妙に溶け合い、島の別名「集いの島」にふさわしい活気にあふれている。文化やモダン・アート、エンターテイメントが幅広く揃い、冬のノースショアでビッグ・ウェイブに挑むサーファーの雄姿を見たり、パール・ハーバーの記念館や博物館で米国の歴史を学んだり、ワイキキ・ビーチでサーフィンレッスンをしたりと、思い思いの過ごし方ができる。

モロカイ島

ホノルルから飛行機で約25分

© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Dana Edmunds

人口のほぼ半数がハワイ先住民の血を引くモロカイ島では、古くから受け継がれる伝統や大自然への敬意がとても大切にされている。島の中心部カウナカカイの静かな町や、壮大な自然が残るハラワ渓谷、ハンセン病患者に貢献したダミアン神父の業績が学べるカラウパパ国立歴史公園など、見所も数多くある。



Hawaiian Neighbor Islands

── 主要航空路線

ラナイ島

ホノルルから飛行機で約30分

© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Dana Edmunds

手つかずの大自然が広がるラナイ島。信号がひとつもないこの島では、都会の喧騒から離れ、ロマンチックな雰囲気や贅沢な時間をゆったりと楽しめる。世界に名高い豪華リゾートホテルや、島内屈指の透明度を誇るフロポエ湾、ラナイ・シティの豪華リゾート、「神々の庭園」と呼ばれるケアヒアカヴェロでの岩石層見学、マンロー・トレイルでの4WD体験など、他にはないアクティビティが豊富に待っている。

マウイ島

ホノルルから飛行機で約35分

© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

ハワイ島に次いで２番目に大きい島。世界屈指の美しいビーチや、冬のホエール・ウォッチングが人気。ハレアカラ山から望む美しい日の出や、ノスタルジックなラハイナ・タウンの歴史散策、島の最東端ハナへと続く風光明媚なドライブ・コースなど、見所もアクティビティも満載だ。

ハワイ島

ホノルルから飛行機で約40~50分

© Island of Hawaii Visitors Bureau (IHVB) / Paul Zizka

他の島の面積を全部合わせてもさらに大きいことから「ビッグ・アイランド」とも呼ばれるハワイ島。ビーチから冬には頂上を雪で覆われる山まで表情に富み、世界にある17種類の気候帯のうち15種類がここにある。ヒロで滝や熱帯雨林、植物園を見学したり、コナの穏やかで澄んだ海を楽しんだり、ハワイ火山国立公園で、世界で最も活発な火山のひとつ、キラウエア山で溶岩を見たりと、盛りだくさんのアクティビティが待っている。

おすすめ隣島ドライブコース　Scenic Drive in Neighbor Islands

ダイナミックなハワイの大自然を体感!

ハワイ島の玄関口、コナを起点にサドルロードを抜けてヒロへ

ハワイ島

日本からの直行便が飛ぶコナを起点に、通行が可能になったサドルロード（ダニエル・K・イノウエ・ハイウェイ）を通り、ハワイ島のスケールの大きさを体感。古き良きノスタルジックなハワイの魅力に出会えるヒロを訪れた後は、今も活発に活動を続ける火山を見学。

写真提供：ハワイ州観光局

写真提供：ハワイ州観光局

1 カイルア・コナ

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

写真提供：ハワイ州観光局

5 カラパナ溶岩見学エリア

キラウエア火山の活発な火山活動の様子を見学できる場所。ヒロから車でわずか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

2 ワイコロア

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

写真提供：ハワイ州観光局

3 サドルロード（ダニエル・K・イノウエ・ハイウェイ）をドライブ

ハワイ島を東西につなぐサドルロードは、マウナ・ケアへと続くドライブルート。かつてはレンタカーでの走行が禁止されていたが、道路の整備が進み、近年が利用できるようになった。荒涼とした大地に伸びる道のりでは、ハワイ島の雄大な景色を眺めながら運転が楽しめる。

写真提供：ハワイ州観光局

4 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。

AVIS®

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

ハワイ王朝の保養地「ウエストマウイ」をドライブ

高級リゾート地カアナパリビーチを起点にショッピングやレストラン、アクティビティなど、ハワイならではのリゾート体験を

マウイ島

カアナパリからラハイナを通るホノアピライニ・ハイウェイは、マウイ島最南端のリゾートエリア、ワイレアへ向かう爽快なドライブルート。マエラエアを過ぎた辺りの見晴らし台から、シーズンによって鯨が見えることも。

写真提供：ハワイ州観光局

写真提供：ハワイ州観光局

1 カアナパリビーチ

世界中のリゾート地のモデルとなったハワイを代表する高級リゾートエリア。最北端の崖プウ・ケカア（ブラック・ロック）でのクリフダイビングは人気のアトラクション。

写真提供：ハワイ州観光局

5 ワイレア

一流ホテルやショッピングセンターが並び、ゴルフも楽しめ、ハイクラスな雰囲気が漂う。海水浴やシュノーケリングに最適なポロビーチも人気。

写真提供：ハワイ州観光局

2 サトウキビ列車

サトウキビ産業が盛んだった19世紀に走っていた蒸気機関車がラハイナからカアナパリの間の観光列車として往復する。車窓からの美しい海岸線や街並みは必見。

写真提供：ハワイ州観光局

3 ラハイナ

かつてハワイ王朝の首都が置かれ、捕鯨時代の面影を残した街。ノスタルジックな雰囲気の中、のんびり歩きながら散策を楽しみたい。

© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

4 マウイ・オーシャン・センター

ハワイ諸島最大の水族館。マンタやサメなど2000種を超える海洋生物が泳ぎ回るトンネル水槽や実際に触れながら観察できるタイドプールも人気。

レンタカーのメリットは？

1 自分だけのオリジナルな旅をアレンジ

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

2 手配する旅行会社にも魅力的

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。

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、また販売する旅行会社にとっても安心。現地営業所での英語によるやり取りも少ないので、手続きもスムーズだ。

3 運転免許証翻訳サービス

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

マウイ島で本物のハワイを体験!「ハワイで最もハワイらしいホテル」

マウイ島の西岸、全米屈指の美しさで知られるカアナパリビーチ。その最高のロケーションにあるのがカアナパリビーチホテルだ。「ハワイで最もハワイらしいホテル」として、そのアットホームな雰囲気は、ハワイ流のおもてなし「アロハ・スピリット」を感じさせてくれる。マウイ島でぜひ本物のハワイを体験したい。

ハワイ文化を体験！豊富な無料アクティビティー

「ハワイで最もハワイらしいホテル」の最大の特徴が、ハワイ文化に関する無料の体験プログラム。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、その内容は多彩。また、子供から大人まで楽しめるアクティビティーも用意。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）など、ファミリーでの思い出づくりにもぴったりだ。

ビーチ・アクティビティーも充実。「ハレ・フアカイ」では、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ーからユニークなものまで、幅広いラインナップを揃える。

ビーチ・アクティビティー・センター「ハレ・フアカイ」

広い客室からクジラ鑑賞も至便な立地、リゾートフィーが不要

11ヘクタールのも広大な敷地には、ハワイの自然を感じさせる中庭が広がる。432室の客室は、平均40㎡と広々。毎年冬にやってくるクジラを鑑賞できるオーシャンフロントは特に人気だ。またベランダでタバコが吸える客室を全体の20%確保、ほかにも無料Wi-Fi（客室／中庭）を完備、リゾートフィーが不要なのもうれしいポイントだ。

リゾート感あふれるハワイアン風の内装

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。

ハワイならではの食を味わう人気のルアウショーも必見

充実のレストラン。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・キュイジーヌが味わえる。

また毎週月曜日に中庭で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」も必見。月曜日以外には無料のエンターテイメントやフラショーが行われる。

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

カップルの思い出作りにファミリーにお得な特典も

ホテルでは、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を演出。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。

各種特典でお得に泊まれるので、家族連れにもやさしい。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。

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

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

2017年より供給増に 成田シフト進む

【日本－ハワイ間航空座席供給動向】

旅行需要を支える上で重要となるのが「足」となる航空路線だ。近年、日本－ハワイ間の航空座席供給は微減傾向にあり、ハワイへの訪問者数にも反映されている。だが2016年後半より航空各社で新路線や増便への動きが加速、2017年より供給量はプラスに転じ、それに合わせて日本人訪問者数も好調に推移している。2018年以降はさらに増加する見通しで、今後旅行需要にどう影響が出るのか注目したいところだ。

「プレミアム化」による供給減 2017年は1割近くの増加に

（表1）にある通り、日本－ハワイ間の航空座席供給は、減少傾向が続いた。これには、航空各社による「プレミアム化」戦略が要因として挙げられる。高品質なサービスを提供すべく、ビジネスクラスでは最新のプロダクトを搭載、さらにプレミアムエコノミークラスの導入が進み、結果的に機材あたりの座席数が減少、これが全体の航空座席供給減につながった。

この流れが変わったのが2016年だ。ピークシーズンの増便に加え、2016年12月にハワイアン航空が羽田－コナ線を開設、新たな航空路線の開設で、ハワイ州全体への旅行需要が高まった。2017年に入るとこの動きはさらに加速する。ピークシーズンの増便、そしてLCCの参入だ。2017年6月にエア・アジアX、12月にはスクートがそれぞれ関西－ホノルル線を開設。また９月には日本航空が成田－コナ線の運航を開始した。これら一連の動きにより、2017年の航空座席供給は前年比8.8%増（1～11月の累計）と、大幅なプラスとなった。供給増に合わせ、訪問者数も前年比で5.8%増（同累計）と好調だ。

2018年も2017年の動きを受けて供給増の傾向が続くと思われる。ハワイアン航空の成田－ホノルル線など、ピークシーズンでの増便が既に発表されており、2019年からはANAによる超大型機A380型機の就航も予定されている。

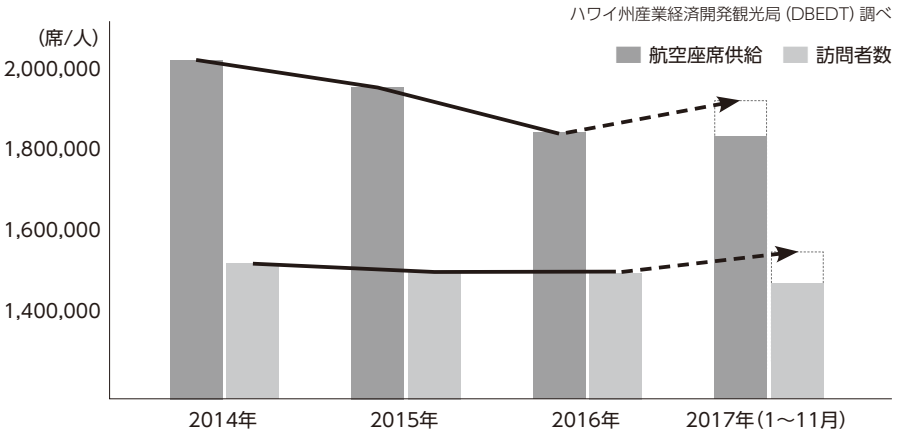
成田発が全体の5割以上に 成田経由による地方からの誘導を

一方、日本－ハワイ路線の日本側の発地別割合（表2、表3）を見ると、羽田も含む各空港のシェアが下がるなか、成田空港を発着するフライトの割合が５割超に増加していることが分かる。成田へのシフトは、旺盛な首都圏需要を反映したものだが、日本航空が羽田発のフライトを成田発にしたほか、国際線発着枠の制限がある羽田空港と比べ、成田空港は比較的フライトを開設しやすいといった事情もある。

ハワイ州観光局（HTJ）では、地方発の需要開拓の一環として、地方路線の活用だけでなく、供給の多い成田経由の利用促進に努めている。成田へのフライトが飛ぶ都市を中心とした成田経由の商品造成など、全体需要の底上げには地方発の需要喚起は不可欠だ。

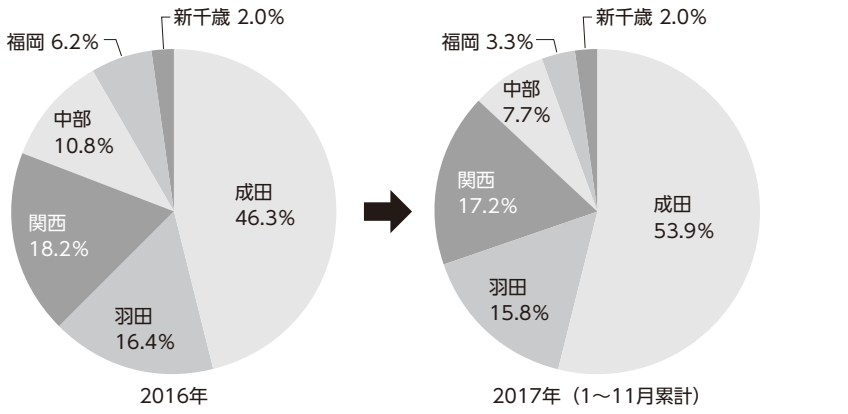
（表1）日本－ハワイ間の航空座席供給とハワイへの日本人訪問者数の推移

ハワイ州産業経済開発観光局（DBEDT）調べ



（表2）日本－ハワイ路線発地別の割合

ハワイ州産業経済開発観光局（DBEDT）調べ



（表3）日本－ハワイ路線の発地別航空座席供給数（2017年1～11月累計）

発地	航空座席供給数	2016年同期比
成　田	984,922	12.6%増
羽　田	288,614	5.0%増
関　西	314,762	12.0%増
中　部	141,171	9.2%減
福　岡	60,773	7.6%増
新千歳	37,037	0.7%減
合　計	**1,827,279**	**8.8%増**

ハワイ州産業経済開発観光局（DBEDT）調べ

2019年春の就航を予定しているANAのA380型機

LCCスクート、関西－ホノルル線就航 旅行会社の商品造成に協力、競争に自信

シンガポールをベースとするLCCのスクートが2017年12月19日より関西－ホノルル線を週4便で開設した。ハワイ路線へのLCCの参入は、2017年6月28日に関西－ホノルル線を開設したエア・アジアXに続いて２社目となる。最高執行責任者（COO）のビノード・カナン氏と、日本支社長の坪川茂樹氏が弊社単独インタビューに答え、旅行会社による販売を推進すると共に、競争が激しいホノルル線で燃費効率の高い787型機を運航することで、競争に十分に勝てると自信を示した。

カナンCOO（右）と坪川日本支社長（左）

スクートの関西－ホノルル線は、シンガポール－関西－ホノルル線として運航。これにより同社の関西路線は、従来のシンガポール－高雄－関西線の週４便、シンガポール－バンコク－関西線の週３便に加えて、関西－ホノルル線、関西－シンガポール線を各週４便、新たに運航することになった。

関西－ホノルル線は、日本人需要が90％を占める。顧客層はファミリー、若者と「若い心を持った熟年層」が多いとし、残り10%はシンガポール人などだが、これまでシンガポール－ホノルル線の運航便がなかったため、シンガポールの富裕層からホノルル線の要望が強かったという。関西－ホノルル線の予約状況は、現段階で平均80％を推移しており、スクートでは80％超えを目指している。

スクートは、旅行会社のパッケージ造成などの販売態勢にも注力する。他のLCCと違い、GDSの予約で、IATAチケットの発券も可能で、このため「公示運賃も設定されており、FSC（フルサービスキャリア）と同様に旅行会社にタリフ料金も出せる」としている。また旅行会社向けにアロット席を出すこともでき、スクートでは、「どこの旅行会社でも販売が可能なところが、他社のLCCとの違い」と指摘する。

坪川支社長は「日本に就航して５年になるので、既に日本の旅行会社との信頼関係は構築できている」と旅行会社との良好な関係を強調。今後は、日本事業拡大に向けた施策として、旅行会社にはIATA発券で対応する一方で、一般消費者への直販の販売決済方法に、クレジットカード決済とともに、今後は新たにコンビニエンスストアでの支払いや、銀行のペイジー利用の振り込みの導入を検討している。

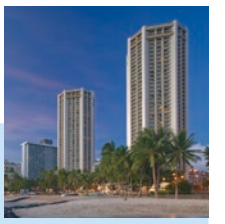
また競争が激しい関西－ハワイ線について、「日本航空やデルタ航空、そしてLCCのエア・アジアXが既に進出しているが、その中でスクートが戦っていける強みは、ハワイ線で使用している機材のB787型機が他社で使っているB777型機などより20％以上燃費効率が良い点。例え価格競争になったとしても、他社と比べて高い収益を上げることが可能」と自信を示した。

就航セレモニーの様子

就航セレモニーの様子

関西－ホノルル線に投入するB787型機

ハワイ3島に多彩なホテルを展開、ハイアット リゾーツ ハワイ
ワイキキの旗艦ホテルもますます進化



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が強みだ。ワイキキの旗艦ホテル「ハイアット リージェンシー ワイキキ ビーチ リゾート＆スパ」には新たなディナーブッフェが登場する予定で、ますます魅力を増している。

ハイアット リージェンシー ワイキキの総支配人 ダグ・シアーズ氏あいさつ

昨年9月、「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」の総支配人にダグ・シアーズ氏が着任した。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なったもの。「再びハワイで日本の皆様と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

日本人ゲストに快適な滞在を約束 新たなディナーブッフェも登場

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。

また、洗練された食の評価も高い。ビュッフェレストラン「ショア」の朝食はワイキキ最大級と称され、野菜やフルーツ、はちみつにいたるまでハワイ産にこだわった食材をたっぷり使っているのが特徴だ。この冬からは新たなディナービュッフェが登場する。メインは新鮮なシーフード料理。これに風味豊かなステーキやハワイ産の食材を使った料理の数々が並ぶゴージャスな内容となる。

真のウエルネスを追求する 「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エ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ので、最新の情報も見逃せない。

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

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・キュイジーヌで思い出に残るディナーを楽しみたい。

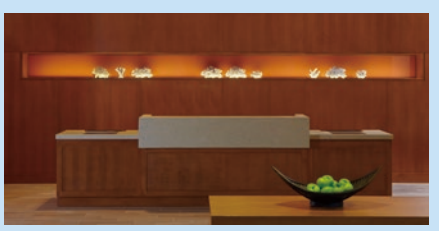
クラブラウンジやボールルームをリニューアル

ハイアット リージェンシー マウイ リゾート&スパ

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

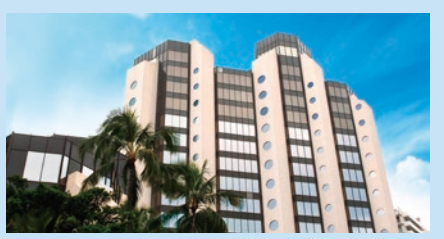
この度、アトリウムタワー最上階のリージェンシー クラブ ラウンジを大幅にリニューアル。場所をロビーフロアに移し、新たにテラス席を設けたことでこれまでの2.5倍の広さになった。また、1546㎡のグランド ボールルームも改装し、よりきめ細やかにMICEのニーズに対応している。

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



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。

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

新しい最上級ペントハウス・コレクションがオープン ラグジュアリートラベル市場でさらに高まる存在感

オープン２年目を迎えた「ザ・リッツ・カールトン・レジデンス　ワイキキビーチ」。最高級リッツブランドのレジデンスとして、リピーターを中心に高い評価を受けている。昨年末には、新たにペントハウス・コレクションも発表。第一弾として「アオ・ハヴェオ・ペントハウス」のレンタルを開始し、ラグジュアリートラベル市場での存在感をさらに高めている。今夏には、タワーⅡとなる「ダイアモンドヘッドタワー」が完成する予定。オープンすると、総客室数が500室を超え、「ザ・リッツ・カールトン」ブランドとしては世界最大のプロパティとなる。

「アオ・ハヴェオ・ペントハウス」のレンタル開始

ザ・リッツ・カールトン・レジデンス ワイキキビーチは昨年末、最上級ペントハウス「The Ao Penthouse Collection」を発表した。Ao（アオ）はハワイ語で「雲」という意味。風・雨・雲など自然環境と常に共生しているハワイの文化と、コンテンポラリーな新しいスタイルのコラボレーションがテーマとなっている。最上階の37階から38階に入る２階建てペントハウス7室は、それぞれ「アオ」の名が付いたコレクションになる。

アオ・ハヴェオ・ペントハウス

そのうち、最初にレンタルプログラムに入ったのが「アオ・ハヴェオ・ペントハウス」。広さ2,386平方フィート（約727平方メートル）のオーシャンビュー。ベッドルーム３室、バスルームは３ヶ所。アイランド・カウンター付きのフルキッチンやワインクーラー付きのバーも備える。また、マスターベットルームにはプライベートサウナも設置されている。

さらに、529平方フィート（約161平方メートル）のルーフトップには、広々としたデッキ、プライベートプール、ガスグリル付きのキッチン、ダイニングエリアなどを備えている。

部屋にはウェルカムドリンクとしてドンペリニヨンのシャンペンを用意。バーにはハワイ産のアルコール類もストックされてある。

このほか、往復の空港送迎、無料のバレーパーキング、アーリーチェックイン／レイトチェックアウト、プライベート・チェックインなども提供する。

ウエディング同行者にも人気のメゾネットタイプ4ベッドルーム

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ホテルを展開するのはハワイが初めだ。２月現在の総ユニット数は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250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3000米ドルから。ミニマムステイは２泊となっている。

客室は樫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。

また、この４ベッドルームのユニットはウエディングマーケットでも訴求力は高い。ハワイでのウエディングでは、同行者がコネクティングルームや同一フロアーの部屋をリクエストする場合が多いが、確約できるホテルは少ないのが現状。その点、このユニットは広いリビングやダイニングテーブルもあり、同行者や友人などの２次会的スペースに活用することも可能。さらに、各ベッドルームには個別にトイレ、シャワー、シンクが備え付けられているため、全員が集まる場所と完全にプライバシーを確保できる部屋に分かれることができる。

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、本年度も「トラベルエージェント・インセンティブ」の提供を続行。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年夏オープン予定 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年夏にはタワーⅡとなる全246室の「ダイア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。

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くられる。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。

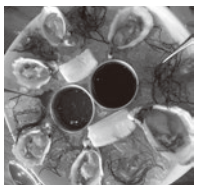
このほか、ダイアモンドヘッドタワーの１階には高級食料雑貨店とイートインスペースが設けられる。キッチンでの料理を望む宿泊者にとっては食材の調達がさらに便利になるほか、ハワイらしいお土産などもそろうことから旅行者にとっても魅力的なショップになると期待されており、最近話題のクヒオ通りにさらに注目が集まりそうだ。

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。

2018年夏オープン予定のタワーⅡ完成予想CG

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、デイナーを提供。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食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（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。



クアロア牧場で生産されたオイスター

また、日本でも人気の「ディーン&デルーカ」はハワイ第一号店。食品雑貨にはハワイ各地の商品も並び、オリジナルのグルメデリの量り売りも提供。「タコと卵のポキ」「中華ソーセージ炒飯」「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。

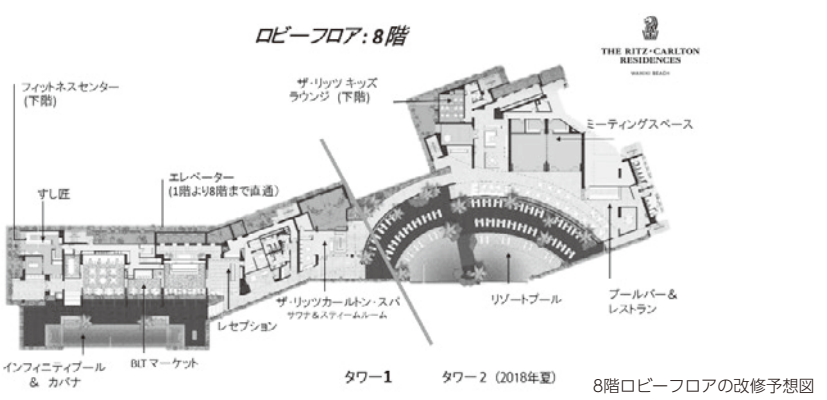
店舗の２階にはワインバーも設置。ビオ・ワインとバイオダイナミック農法で作られたワインを中心に独自にセレクトされた国内外のワインを取り揃えているほか、ワインを引き立てる特性フードメニューも充実している。

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

今年夏にタワーⅡのダイア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。

マリオット・グローバル
東京予約センター：0120-853-201
営業に関するお問い合わせ:
03-6807-1163 舩岡まで



8階ロビーフロアの改修予想図

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　ー　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

アラモアナ・ホテル・バイ・マントラ　Ala Moana Hotel by Mantra

MICEから修学旅行まで 大型グループの受入実績が豊富

ALA MOANA HOTEL by mantra

1100室と、ハワイで最大級の客室数を誇る「アラモアナ・ホテル・バイ・マントラ」。現在はオーストラリアを中心に135軒のホテルを展開する「マントラ・グループ」の一員だ。同ホテルの特徴は、何と言っても大型団体の受入実績が豊富な点とその立地だ。MICEや修学旅行で利用されるケースが多く、ハワイ最大のショッピングセンター「アラモアナセンター」に直結、さらには今注目の再開発エリアのカカアコ地区やMICEの拠点ハワイ・コンベンション・センターからも近く、その利便性は高い。

最大1000名まで可能な会議／宴会場 団体受入スペースも充実

大型団体に最適な「アラモアナ・ホテル・バイ・マントラ」。ハワイ最大のイベント会場となるハワイ・コンベンション・センターが徒歩圏内にあるため、MICEでの利用が多く、地元団体のイベントなどにも頻繁に利用されている。また、団体集合に適したパブリックスペースも充分確保されているので、修学旅行の受入実績も豊富だ。

会議／宴会場の総面積は約1400㎡。大小９つのスペースがあり、最大のハイビスカス・ボールルーム（640㎡、２分割可）ならレセプション形式のパーティーで1000名、シアター形式なら750名の収容が可能。このほか、ガーデン・ラナイ（レセプション形式で400名、シアター形式で300名）、イリマ（レセプション形式で100名、シアター形式で75名）など、さまざまな選択肢がある。

各スペースにはサテライト・ミーティングの設備やWi-Fi、映像、音響設備などを完備、グループ向けの食事メニューのアレンジにも対応する。

団体客が利用しやすいパブリックスペースが充実しているのも大きな強みだ。大型バスの乗降が可能な専用エントランスをはじめ、ツアーデスク用のスペースも確保。団体客がバスを降りてそのままチェックイン、そしてすぐに客室へスムーズに向かうことができる。

団体向けのスペースが充実

部屋割りしやすいシンプルな客室構成 全室改装済みで快適

シンプルな客室構成もホテルの大きな特徴のひとつ。スイート以外はすべて同タイプの部屋の提供が可能であるため、大型団体を平等に部屋割りしやすい点で、旅行会社やオーガナイザーからの評価が高い。

宿泊棟はワイキキ・タワーとコナ・タワーの２つで総客室数は1100室。2015年12月にすべての客室の改装が完了、ブルーを基調としたスタイリッシュで、明るい雰囲気の空間に生まれ変わった。

客室全体の約８割に相当する811室を有するワイキキ・タワーの客室面積は約32㎡（スイートは52㎡）で、すべての客室がバルコニー付き。各客室には、深いフルバスタブ、液晶フラットテレビ、無料Wi-Fi、セーフティボックス（無料）、ヘアドライヤー、冷蔵庫、電子レンジを標準装備。便利な設備で快適な宿泊をサポートする。

日本人ゲストマネージャーがサポート

ハード面だけでなく、ソフト面も充実。日本人ゲストサービスマネージャーが、日本からのお客様をサポート。不在のときでも、24時間対応可能の日本語アンサリング・サービスがあり安心だ。団体向けには、旅行会社やオーガナイザーと協力し、快適な滞在を提供できるよう各種アレンジにも対応している。

最上階の絶景が素晴らしいレストラン スペシャルなスターバックスも

料飲施設も充実。なかでも、最上階の36階にある「シグニチャー・プライム・ステーキ&シーフード」はホノルルでも人気のレストラン。メインメニューは、肉好きグルメの間で評判の熟成肉のプライム・ステーキと、ロブスターをはじめとする新鮮なシーフード。ワインリストも100種類以上から選べる充実ぶりだ。

太平洋を見下ろす美しい眺望もこのレストランの人気の理由。海に沈むサンセットは、特別なディナーを演出。小グループ向けの個室もあり、最大10名まで、25名まで、40名までの３タイプの個室を利用できる。

ディナーのほか、多彩なバーメニューとワインやビールなどのドリンクがお得な料金で楽しめるハッピーアワーも好評だ。

また、ラウンジエリアにオープンした「スターバックス・コーヒー」も好評。ハワイでは数少ない「スターバックス リザーブ®」の取扱店のひとつで、世界の貴重なコーヒーを味わえる。ハワイ島のカウ地区で栽培される希少なカウ・コーヒーも期間／数量限定で提供されることもあるので、要チェックだ。またホノルルで唯一ビールやワインが楽しめるスターバックスというのも大きな魅力。店内は広めのスペースで、座席も多めに設置、無料Wi-Fiも提供する。

このほか、カジュアルレストランの「プランテーション・カフェ」では、朝食ビュッフェを提供、手頃な値段でバラエティー豊かなメニューを用意する。

アラモアナ地区の絶好のロケーション 開発進む話題のスポットが徒歩圏内

アラモアナ地区の中心という絶好のロケーションもホテルの自慢のひとつ。人気のディスカウントストア「ターゲット」や、「メイド・イン・ハワイ」のプロダクトが充実するスーパー「フードランド・ファームズ」、さらに「シロキヤ・ジャパン・ビレッジ・ウォーク」や「ラナイ@アラモアナセンター」といった新しいフードコートがオープンし、ますますパワーアップした「アラモアナセンター」とは、スカイウォーク専用通路で直結。

また、再開発が進み、「インスタ映え」するウォールアートで注目を集めるカカアコ地区もホテルから近い。他にも「ワード・センター」や24時間営業のディスカウントストア「ウォルマート」、ハワイ土産も充実している「ドン・キホーテ」なども徒歩圏内。団体客はもちろん、旅慣れた旅行者にとっても使い勝手のいいホテルだ。

日本人に人気の「アラモアナセンター」と通路で直結

再開発で注目を集めるカカアコ地区からも近い

ショッピングもビーチもホテルライフも。アラモアナで叶えるハワイ。

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

ALA MOANA HOTEL by mantra

お問合せ：アラモアナホテル・バイ・マントラ
予約・旅行代理店営業：+1 (808) 955-4811
jp.alamoanahotel.com　アラモアナ・ホテル　検索

アラモアナホテル・バイ・マントラ日本語公式Facebookページ
www.facebook.com/AlaMoanaHotelJapan
@alamoanahotel　@alamoanahotel

デルタ航空　DELTA

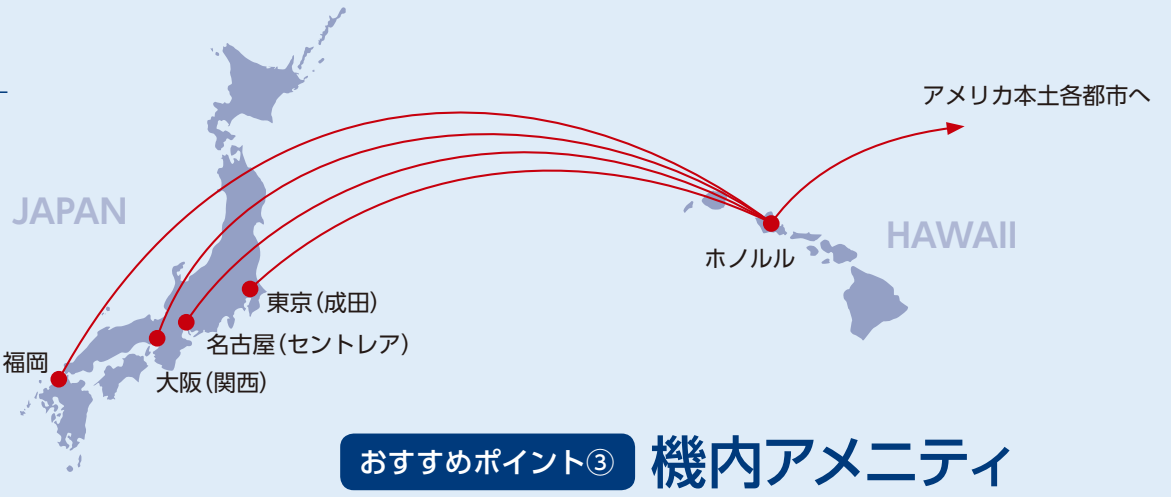
ハワイへはデルタ航空がおすすめ

グレードアップしたサービスに注目

おすすめポイント① ネットワーク

日本４都市からホノルルへ ノンストップ！

東京、名古屋、大阪、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。ハワイ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。



おすすめポイント② 機内食と飲物

メインは3種からチョイス可能 メインキャビンの機内食はボリュームたっぷり

「デルタ・コンフォートプラス」「メインキャビン（エコノミークラス）」の機内食のメインは、なんと３種類（和食、パスタ、チキン）からチョイスが可能。小分けされた松花堂弁当スタイルの前菜も可愛らしい。

ホノルル発のフライトでは「ベン＆ジェリーズ」のアイスをサービス。コーヒーはおなじみのスターバックスコーヒーを淹れたてで提供する

お好きな飲物をお好きなだけ 今年からスパークリングワインも無料！

また「メインキャビン」でもアルコール飲料を含むすべての飲物は無料。この１月からはスパークリングワインが登場、より幅広いラインナップから飲み物を選べるようになった。

提供するスパークリングワインは、イタリアのプロセッコ「Avissi」のミニボトル。既に昨年11月より一部路線でテスト導入していたが、好評だったことからすべての国際線への提供が決定したものだ

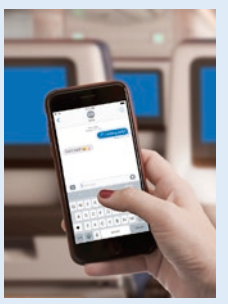
おすすめポイント③ 機内アメニティ

メインキャビンでも スリッパ付きのスリープキットを提供

「メインキャビン（エコノミークラス）」でもアメニティは充実。搭乗後すぐにアイマスクと耳栓、さらに機内用スリッパが付いたスリープキットを配布している。食事の後にはペットボトルの水も配られる。また「デルタ・コンフォートプラス」では、歯磨きセットも提供する。

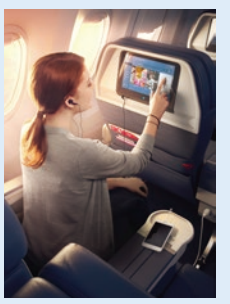
おすすめポイント④ Wi-Fiとエンターテインメント

機内でのテキスト送受信が無料に 便利な機内Wi-Fi



各社で進む機内Wi-Fi。デルタ航空は、機内エンターテインメント「デルタ・スタジオ」やデルタ航空ホームページへのアクセス以外は機内Wi-Fiを有料としていたが、このほどテキストメッセージの送受信が無料に。利用できるのは、Facebookのメッセンジャーやアップルのi Message、WhatsAppメッセンジャーなど。

充実の「デルタ・スタジオ」 日本語対応映画は約100タイトル！



長時間のフライトでも楽しく過ごせる機内エンターテインメント「デルタ・スタジオ」。全席に搭載された個人用モニターで、好きな時に好きなだけ楽しめる。日本語対応のコンテンツも充実しており、映画なら全300本のうち約100タイトルが日本語で楽しめる。他にもTV番組や音楽、ゲームなどを用意。子供向けのチャンネルも豊富だ。

使って便利、モバイルサイト 日本語でより使いやすく

スマートフォンに対応したデルタ航空のモバイルサイト。これまで英語対応のみだったが、新たに日本語にも対応、より分かりやすく、使いやすくなった。モバイルサイトから手軽に航空券の予約やオンライン・チェックインができるほか、最新の運航情報やフライトスケジュールの確認が簡単にできるのがうれしい。今後は手荷物情報など、旅に必要な各種コンテンツを、日本の「お客様目線」に立った、分かりやすく操作しやすい形で、順次提供していく予定だ。

思い立ったら
あのリゾートへ。

成田、名古屋、関西、福岡から
デルタ航空の直行便で、ホノルルへ。

KEEP CLIMBING
DELTA SKYTEAM

ハワイカメラガールズ 発足！

ハワイ州観光局は、日本最大級のカメラ女子サークル・カメラガールズと共に、
ハワイカメラガールズを2017年10月1日に設立しました。
カメラ女子たちのパワーを使って、
一緒にハワイの魅力を発掘・発信していこうという取り組みです。

ハワイカメラガールズ 会員募集中！

Hawai'i Camera Girls

現在、ハワイカメラガールズに加入したいというカメラ女子を、ハワイ州観光局総合ポータルサイトallhawaii（www.camera-girls.net/hcg/）上で募集中です。ハワイカメラガールズに加入し、メルマガ登録をすると、メンバーの証であるハワイカメラガールズ会員章がもらえるほか、今後、アンケートキャンペーンでオリジナルグッズがもらえたり、カメラで撮影するコツなどのワークショップを開催するなど、特典はもりだくさん。会員登録自体は無料ですので、ぜひご参加ください。

ハワイカメラガールズが ハワイの魅力を紹介するサイト

「Photogenic Island of Hawai'i」を
2018年1月15日より公開

ハワイカメラガールズ発足に伴い、2017年10月にハワイカメラガールズの撮影会を開催。その際に撮影した写真を中心にハワイの魅力を発信するサイトを開設しました。まずはハワイ島の魅力を中心に発信していきますが、今後はオアフ島など他のハワイの島々の紹介も予定しています。ぜひお楽しみに！

ウェブサイトURL https://www.allhawaii.jp/hcg

ハワイカメラガールズ インスタグラム開設

@hawaii_cameragirls

#ハワイカメラガールズのハッシュタグを添えて投稿いただいたお写真の中から、毎月優秀作品を選出しますので、ぜひ投稿してくださいね。