

www.jwing.net
mail@jwing.net

ハワイ特集 2019 秋・冬号

Hawaii 2019 Fall/Winter



ここにしかない
知ってもらいたい
ハワイがある。



HAWAII TOURISM

JAPAN

ハワイ州観光局

「レスポンシブル・ツーリズム」を柱に、ターゲットごとにブランディングを展開



日本局長 ミツエ・ヴァーレイ氏

より深いハワイを訴求し、質の高い旅行者の誘致を

2020年は日本-ハワイ間の航空座席数がさらに増加すると見込まれ、FIT化もさらに進むと予想されるなか、ハワイ州観光局 (HTJ) では、日本人旅行者にもっと深いハワイを知ってもらうことで、よりハワイとの関係性を深めてもらうためのブランディングとプロモーションを展開していく。その柱となるのが「レスポンシブル・ツーリズム」。ハワイ州が推進する持続可能な観光に向けた取り組みだ。その施策にある背景や2020年に展開する具体的な活動内容について、HTJのミツエ・ヴァーレイ日本局長に伺った。

画像提供: ハワイ州観光局

「ハイ・バリュード・カスタマー」の送客に注力

2018年にハワイ州を訪れた総渡航者数は前年比5.9%増の約995万人。年間1000万人が目前と迫るなかで、観光業に対する地元コミュニティの意識が敏感になっているという。「レスポンシブル・ツーリズム」を積極的に展開している最大の理由は、地元の満足度を向上させていくこと。ハワイ・ツーリズム・オーソリティ (HTA) では、責任ある観光の実現に向けてさまざまな活動を行っており、日本マーケットで活動を行うハワイ州観光局 (HTJ) としても、日本市場でその施策に沿ってブランディングやプロモーションを進めているところだ。

ハワイへの全渡航者のうち日本人旅行者が占める割合は約16%。オアフ島に限れば25%と高い。ハワイの観光産業では日本を引き続き重要市場と位置づけており、HTA/HTJのステークホルダーも日本人旅行者のクオリティの高さを評価していることから、「レスポンシブル・ツーリズム」の観点からも日本をケーススタディのマーケットとして見ているという。

そのなかで、ヴァーレイ氏は「成熟市場である日本ではより多くの『ハイ・バリュード・カスタマー (High Valued Customer)』を取り込むことがHTJとしての責任になる」と話し、ハイ・バリュード・カスタマーを「海外に関心が高く、知的好奇心に溢れ、自分の体験のためにお金を使う層」と定義した。具体的には、一概に富裕層ではなく、「ハワイとのつながりを持ち、社会情勢の変化や自然災害が起こっても、継続的に来島してもらえる旅行者」のことだという。こうした旅行者を増やしていくために、HTJでは、大自然やリゾートという定番の観光素材

に加えて、「もっと深いハワイを知ってもらい、ハワイとの関係性を強め、ハワイに貢献してもらえるようなストーリーコンテンツを増やしていく」方針だ。

消費者向けにはより細かくブランディング施策を展開

HTJの施策の柱は、ダイレクトコンシューマー、PR&プロモーション、トラベルトレードレジャー、MICEの4分野。このうち、ダイレクトコンシューマーについては、「日本人旅行者によりよいハワイを体験してもらう」ために、全島でのブランディングを引き続き強化していく。ターゲットオーディエンスを細分化し、情報発信のメディアや伝えるコンテンツも使い分けながら、より細かくブランディング施策を進めていく考えだ。

たとえば、ハワイの各島ブランディングや来年行う新しいプロモーション動画「Hawaii Connection」などの拡散は、交通広告を中心に展開。若年層向けには、SNSやデジタルメディアを中心に、さまざまなスタイルの動画を起用して各島の特徴をアピールする。またロマンスや30~40代向けのストーリーコンテンツは、YouTubeやオンラインメディアなどで幅広くターゲット別に展開していく。

ヴァーレイ氏は「消費者向けのブランディングは、HTJの大きな仕事のひとつになる。来年に向けて、動画などさまざまな素材を準備しながら、いろいろなオーディエンスにリーチできるプラットフォームを構築することに注力している」と明かす。

HTJはすでにポータルサイト「allhawaii」の新しいユーザー版を開設。ユーザー登録をすれば、無料のマイページを作成することができるようになった。また、ユーザーがチェックインしてコメントや写真

などの投稿も可能にした。

来年には、自身のスケジュールの投稿や旅行会社のツアーとの連動も可能にする。また既に、ハワイのステークホルダーが管理画面より、各自で情報をアップすることも可能。ヴァーレイ氏は「誰でも参加できるユーザー拡散型のプラットフォームに進化させていく」と意気込みを示す。

→詳しくは、12ページ

また、SNSの施策については、ツイッター、フェイスブック、インスタグラム、LINEでの情報発信もリピーター向けとファーストタイマー向けに分け、外部の専門家に力を借りながら、メッセージやコンテンツ、リリースのタイミングを変えて細かく対応していく方針だ。

トレード向けにも新しいプラットフォームを立ち上げ

トレードでは、セミナー、FAMツアー、ウェビナーなどを通じてハワイを重視する旅行会社のサポートを継続。旅行会社の戦略を理解したうえで、企画担当者やリテールに対して情報発信や教育の面で側方支援していく考えだ。

また、来春には新しい旅行会社向けプラットフォームを立ち上げる予定。数値の可視化、ハワイの最新情報、各種プレゼンテーション素材のダウンロード、より検索しやすいナレッジバンク、MICE向けにベニュー検索などの機能を備え、「旅行会社にとって役立つプラットフォームにしていく」(ヴァーレイ氏)。

このプラットフォームは、旅行会社専用ではなく、「旅行会社が知りたい情報は、その顧客である消費者も知りたいこと」との考えから、部分的に一般公開も行う。たとえば、再生エネルギーや海洋保全などリゾート以外の情報の配信を想定する。こうした施策を通じて、業界向

けには「効率的に営業サポートと教育サポートを強化していく」方針だ。

「Hawai'i Expo」(ハワイエキスポ) 2020年は5都市で開催

PR/プロモーションでは、「Hawai'i Expo」(ハワイエキスポ)を来年3月に福岡、5月に名古屋、7月に大阪、9月に札幌、10月に東京で開催する計画。地域によって特性が違うため、それに合わせて、旅行会社のセミナーやそのエリアの交通広告、HTJのサテライトオフィスや店舗のキャンペーンを一齐に実施。ヴァーレイ氏は「都市集中型のプロモーションを展開することでハワイへの関心を一齐喚起したい」と話す。

また、「消費額にダイレクトに数字に表れる」ことから、ロマンスとラグジュアリーマーケットを引き続き強化。「Hawai'i Expo」(ハワイエキスポ)などの大型の消費者キャンペーンとは別にプロモーションを展開する。HTJの取り組みとしては、旅行会社、クレジットカード会社、ステークホルダーなどロマンスやラグジュアリー旅行者を取り込みたいパートナーへのサポートが中心になる。このほかPRでは、インフルエンサーなども含めフリーランスのメディアを重視。テーマ別や島別にリクエストベースでメディアをハワイに送り込み、複数の媒体に露出してもらう。

渡航者数よりも「クオリティ・オブ・ビジター」に焦点

今年11月26日からハワイアン航空が週4便でホノルル-福岡線に再就航。来年にはANAが3機目のエアバスA380型機を投入し、来春には羽田空港の昼間国際線発着枠拡大によって、羽田発のホノルル線も増便される。来年の座席供給量は日本全体で2018年比15%~20%増になると見込まれている。

HTJでは、旅行会社からのヒアリングとして、座席供給量が集中する関東エリアではさらにFIT化が進むと予想。一方、地方については、ホールセラーや航空会社と協力しながら、東京経由でのファーストタイマーの送客に力を入れていく。

ヴァーレイ氏は2019年の動向について「第1四半期は好調だったものの、7~8月は低調に推移した。秋に向けて予約状況は改善しているが、年末年始の予約の動きは遅い」と説明。2019年の最終的な日本人渡航者数は、「まだ最終予測は見えにくい」としながらも、前年比1.5~2%増の160万人前後に落ち着くと見ている。

ハワイの渡航者については、タイムシェアやコンドミニアム利用者が増加するなど、「客層は進化している」との認識。HTJとしては、単純に数字を追うのではなく、「クオリティ・オブ・ビジター」に焦点を当てていく方針だ。



週刊ウイングトラベル「ハワイ特集 2019」秋・冬号 目次

WING Travel Weekly "Hawaii Special 2019 Fall & Winter" issue Contents

ハワイ州観光局 (HTJ)	Hawai'i Tourism Japan (HTJ)	2p
レジャーマーケット	Leisure Market	3p
ザ・リッツ・カールトン・レジデンス ワイキキビーチ	The Ritz-Carlton Residences, Waikiki Beach	4-5p
ハーツレンタカー	HERTZ RENT A CAR	6p
カアナパリビーチホテル	Kā'anapali Beach Hotel	7p
プリンスリゾーツハワイ	Prince Resorts Hawaii	8-9p
アロヒラニリゾート・ワイキキビーチ	'Alohilani Resort Waikiki Beach	10-11p
ハワイ州観光局 (HTJ)	Hawai'i Tourism Japan (HTJ)	12-13p
アラモアナ・ホテル・パイ・マントラ	Ala Moana Hotel by Mantra	14-15p
MICEマーケット	MICE Market	16p
日本航空 (JAL)	Japan Airlines (JAL)	17p
レスポンシブル・ツーリズム	Responsible Tourism	17p
アクア・アストン ホスピタリティ	Aqua-Aston Hospitality	18-19p
ポリネシア・カルチャー・センター (PCC)	Polynesian Cultural Center	20-21p
ロイヤル ハワイアン ラグジュアリー コレクション リゾート	The Royal Hawaiian, a Luxury Collection Resort	22-23p
ハワイ州観光局 (HTJ)	Hawai'i Tourism Japan (HTJ)	24p

※本特集からの文章、写真などの無断転載を禁じます。※本特集で紹介する事項において生じた損失、傷害、不都合について責任を負いかねます。
※掲載の情報は発行時(2019年10月)のもので、変更となる場合もございますので、ご了承ください。

「レスポンスブル・ツーリズム」、ハワイ島、地方の3本柱 旅行会社との共同歩調でマーケット底上げを



画像提供:ハワイ州観光局

HTJ 営業部長
酒井 剛士 氏HTJ セールス&マーケティングコーディネーター
齋藤 まなみ 氏

ハワイ州観光局 (HTJ) は、2020年のレジャーマーケットでの強化戦略として、「レスポンスブル・ツーリズム」「ハワイ島の需要喚起」「地方ファーストタイマーの誘客」の3本柱を掲げる。年々FITの割合が高まるハワイだからこそ、旅行会社との関係を今後も重視していく方針は継続。来年は日本-ハワイ間の航空座席量が大幅に増えることから、旅行会社と共同歩調をとりながら、3つの施策を中心にレジャーマーケットの底上げに注力していく考えだ。

2020年は座席供給量大幅増 旅行会社ごとに施策を実施

今年から来年にかけて日本-ハワイ間の航空座席量が大幅に拡大する。今年11月26日からハワイアン航空が週4便で福岡-ホノルル線に再就航。来年にはANAが3機目のA380を投入し、来春には羽田空港の昼間国際線発着枠拡大によって、羽田発のホノルル線も増便される。HTJ営業部長の酒井剛士氏は、日系航空会社の羽田増便が未定としながらも、「2019年は羽田路線で前年比160~200%増になるのではないか」と見込む。その状況のなかで、酒井氏は旅行商品の価格の下落を懸念し、「値下げ合戦になるのは避けたい」と話す。

HTJは、来年の商品造成に向けて旅行会社と話し合いを続けている。JTBは2019年度でグローバル・デスティネーション・キャンペーンとしてのハワイの訴求は終了するが、来年度も引き続きハワイは強化デスティネーションとして位置づけているという。また、エイチ・アイ・エス (HIS) も、ハワイの販売に力を入れる計画。さらに、他社もこれまで以上にハワイへ注力することから、需要喚起の機会と見込む。酒井氏は「旅行会社ごとに話を進めていき、ハワイを盛り上げていきたい」と意欲を示す。

商品パンフレットでも 「レスポンスブル・ツーリズム」を アピール

HTJが進める施策の中で重要なテーマが「レスポンスブル・ツーリズム」。レジャーマーケットでも、旅行会社と協力してそのメッセージを消費者に伝えていく。各社の商品パンフレットで「レスポンスブル・ツーリズム」の取り組みを展開。たとえば2021年1月1日から開始される日焼け止めの規制や、海洋動物保護のためのルールなどの啓蒙を図っていく。

今年10月24日から大阪で開催される「ツーリズムEXPOジャパン2019」でも、持続可能な観光をテーマに展示。昨年好



「ツーリズムEXPOジャパン2019」のパビリオン(イメージ)



好評を集めたVR装置MX4D®

評だったVR装置MX4D®によるハワイの疑似体験も行う予定だ。

また、HTJでは「レスポンスブル・ツーリズム」に関する動画を15本以上制作。旅行会社の販売店などで利用してもらうことで、旅行会社だけでなく消費者の理解も進めていきたい考えだ。

「レスポンスブル・ツーリズム」に関する動画
(ハワイ州観光局公式ポータルサイト「allhawaii」より)

ハワイ島需要喚起は最優先課題 新たなシャトルバスの運行も

ハワイ島のリカバリーも重点施策のひとつ。ハワイ島への日本人旅行者数は、ハワイアン航空と日本航空のコナ直行便就航によって、2017年は前年の約14万3000人から約19万人に増加したものの、2018年はキラウエア火山の噴火の影響で約17

万7000人に減少。2019年も6月の時点で同22.7%減と苦しんでいる。HTJとしてもハワイ島の復活は最優先課題。2019年は18~19万人を見込み、2020年には23万人まで回復させていきたい考えだ。

今年7月には旅行業界のトレードイベント「ジャパンサミット」をハワイ島で開催。日本の旅行会社と直接コミュニケーションが図れる機会として、現地サプライヤーからも評価が高かった。

また、ハワイ島では地上交通が課題となっていることから、JATAアウトバウンド促進協議会ハワイ分科会の取り組みとして、来年4月から西側のコハラコースと東側のヒロを結ぶシャトルバスの共同運行を計画している。

参加する旅行会社は、6社を予定している。現在のところ、週3便の運行を計画し、ヒロ側ではイミロア天文学センター、ビッグアイランド・キャンディーズなどの主要観光地を巡回した後、リゾートが集まるコナ側に戻るコースを想定しているという。

レンタカーの利用促進も継続。新しい仕掛けを旅行会社と考えていくとともに、レンタカー旅行の動画も活用していく。

このほか、ハワイ島は「全国高等学校グローバル観光コンテスト(観光甲子園)2019」のアウトバウンド部門のデスティネーションに選ばれた。ハワイ島の魅力を高校生の視点で考えるコンテストで、テーマは「知的冒険の島・ハワイ島で次世代観光の可能性を探れ」。

予選会はハワイ州観光局公式ラーニングサイト「アロハプログラム」やこの事業のラーニングサイト「旅する観光学」の情報をヒントに施策提案を行う企画コンテストが行われ、予選通過5校(計15名)が8月末のハワイ島視察旅行に招待された。来年1月の決勝大会に向けて、現地取材に基づくドキュメンタリー動画作品を制作する。

酒井氏は「星空や火山といったハワイ島定番の観光素材だけでなく、リゾートやアドベンチャーなど新しい視点でハワイ島を訴求していくいい機会」と話し、若い世代の着眼に期待を示す。

国内線接続の活用で 地方ファーストタイマーを開拓

地方発のファーストタイマー誘致については、国内線とハワイ線との接続に留意してセールス活動を進めていく。成田空港での接続では、国内線が飛ぶ仙台や小松、広島で取り組みを強化。また、九州市場の開拓については、ホノルル便が増便される羽田空港においては日系航空会社とともに宮崎、鹿児島などからの乗り継ぎ需要の開拓に注力する。また、ハワイアン航空が就航する福岡空港では、福岡をはじめ近隣の熊本、長崎、大分からの送客を促していく方針だ。

九州はアジアへのフライトが充実しており、渡航しやすい環境にある。その一方で「まだ九州では、消費者だけでなく販売店でも、ハワイは一生に一度のあこがれのデスティネーションという考えがある」(酒井氏)ことから、その心理的ハードルを下げるためにも、消費者へのプロモーションや販売店の教育に力を入れていきたい考え。

また、ファーストタイマーやハネムナー向けにパスポート取得の補助を継続するほか、主催する一般消費者向けイベント「Hawaii Expo」(ハワイエキスポ)の全国展開(福岡、名古屋、大阪、札幌、東京/開催順)、その他の都市については、ハワイ会ジャパンとの共同によるセミナーを開催する計画だ。

旅行会社の社内教育も 積極サポート

旅行会社向けのサポートも継続する。FAMツアーを実施し、特にハワイ未渡航者への参加を呼びかけていく。また、観光局公式ラーニングサイト「アロハプログラム」の旅行会社社在籍上級スペシャリストによる社内教育にも力を入れる。上級スペシャリストにHJTの戦略を把握、共有してもらうことにより、それぞれの旅行会社で、自社のスタッフ教育ができるようにしていく。

→詳しくは13ページ

レジャーでもMICEでもリッツブランド最上級のおもてなし オープン3年を迎え、施設もサービスもさらに進化

「ザ・リッツ・カールトン・レジデンス・ワイキキビーチ」は、マリオット・グループの最高級ブランド「ザ・リッツ・カールトン」の世界初のレジデンスタイプのホテル。リピーターを中心に、ワイキキでラグジュアリーな滞在を望む日本人旅行者から支持されている。昨年10月には「ダイヤモンドヘッド・タワー」もオープン。宴会施設も充実していることからMICE市場で訴求を強めているほか、新しいレストランがオープンし、ダイニングでも話題を集めている。オープン3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」の評価はますます高まりそうだ。

ダイヤモンドヘッド・タワーのオープンで 団体の受け入れが拡充

2018年10月に「エヴァ・タワー」に続いて「ダイヤモンドヘッド・タワー」がオープンしたことで、団体の受け入れが拡充したほか、MICEイベントの開催も可能になった。「ダイヤモンドヘッド・タワー」の9階には宴会場の「ザ・ホライズン・テラス (I&II)」を完備。8人掛け円卓で10卓(計80人)まで収容することができる(スクリーンを設置した場合は8卓まで)。



「ダイヤモンドヘッド・タワー」の9階には宴会場の「ザ・ホライズン・テラス (I&II)」

隣接する屋外スペースには海を望む「ホライズン・ラナイ」。そこでは3卓を追加設置できるほか、美しいサンセットの景色を眺めながらカクテルパーティーを行うことも可能。そのままの流れで、屋内宴会場でディナーという演出も団体に喜ばれている。

団体向けにはウェルカムギフトとして、レイ、おしぼり、ウェルカムドリンクを提供。さらにリゾートフィーが無料になる。



グループの要望が多いツインベッドは25室確保



そのほか、ソファベッドとキングベッドを組み合わせれば、全室ツインに対応(写真はソファベッドをセットしたもの)

また、日本人旅行者からの要望が多いツインベッドを25室まで確保。そのほかにも、クオリティーの高いソファベッドとキングベッドを組み合わせれば、全室ツインに対応することから、団体のニーズにより応えやすくなっている。

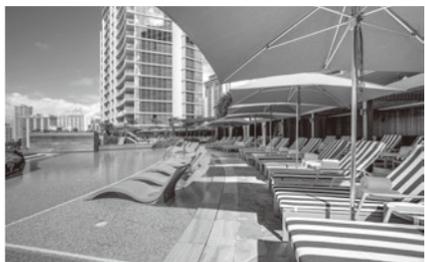
他ホテルでは「部屋指定なし」の契約の場合、シティビューの客室が割れ当てられることもあるが、ザ・リッツ・カールトン・レジデンス・ワイキキビーチはすべての客室がオーシャンビュー。他のホテルのオーシャンビューを指定した場合の価格と比較すると競争力は高く、団体オーガナイザーや旅行会社にとっては、顧客へのアピールポイントにもなる。

今年3月には初めて製薬会社のインセンティブグループを受け入れ、その後も順調に団体の予約を伸ばしている。ザ・リッツ・カールトン・レジデンス・ワイキキビーチの客室オーナーとなっているオーガナイザー自身が、旅行会社に同ホテルを宿泊先/宴会場として指定するケースもあるという。

ハワイは日本のMICE市場では人気のデスティネーション。リッツ・カールトンというラグジュアリーホテルが提供する新しいイベントスペースやプランは注目を集めている。日本地区営業の船岡千晶氏も「ワイキキでこれまでにないインセンティブを提案していきたい」と意欲的だ。

人気の2つのインフィニティプール 無料のアイスクリームサービスを開始

ダイヤモンドヘッド・タワーのオープンによって、新たにファミリープールも加わるようになった。スライダー付きで子供にも大人気。場所はエヴァ・タワーにあるアダルトプールと同じ8階にある。両方ともインフィニティプールで、しかもワイキキで一番高い場所にあることから、その訴求力は高い。アダルトプールは18歳以上の利用に限定。プルーサイド



スライダー付きで子供にも大人気のファミリープール



エヴァ・タワーは18歳以上が利用可能なアダルトプール



MICE市場でも訴求力を強める全室オーシャンビューの「ザ・リッツ・カールトン・レジデンス・ワイキキビーチ」

で静かに過ごすことができ、カバナも設置されていることから特にハネムーンに人気だという。

ファミリープールでは、午後3時からオーガニック食材でつくられたアイスクリームやソルベを無料で提供するワゴンサービス「Low Tide」を始めた。8階は共有スペースとなっているため、アダルトプールの利用者でもこのサービスを受けることが可能だ。



アイスクリームやソルベを無料で提供するワゴンサービス「Low Tide」

このほか、日本でも著名なすし職人である中澤圭二氏の「すし匠」、ハワイ1号店となる「ディーン&デルーカ」も相変わらずの人気。ディーン&デルーカは改装が完了し、2階のワインラウンジがさらにアップグレードした。最大40人ほどの宴会場としても利用することが可能だ。



ディーン&デルーカ 2階のワインラウンジは最大40名の宴会場としても利用可能

モダンフレンチ・レストランが新オープン カジュアルイタリアンも今年秋に

ダイニングもさらにアップグレード。今年8月には「エヴァ・タワー」の8階のフロントの正面に、新たにモダンフレンチの「La Vie (ラ・ヴィ)」がオープンした。キャパシティはダイニング席50席とラウンジ&バー24席で、ブレックファースト(6:30~11:00)、ランチ、ディナー(17:00~21:00)を提供しているほか、ラウンジではピアノの生演奏も楽しむことができる(18:00~21:00)。さらに、今年秋にはカジュアルイタリアンの「Quiora (キオラ)」もオープン予定。ランチとディナーを提供する。

いずれも、ハワイで人気の「ハイズ・ステーキハウス」を運営しているGLion Hawaiiが手掛ける。日本企業の運営のため、日本人の好みに合うと評判だ。また、宴会場のケータリングも同社が担当している。



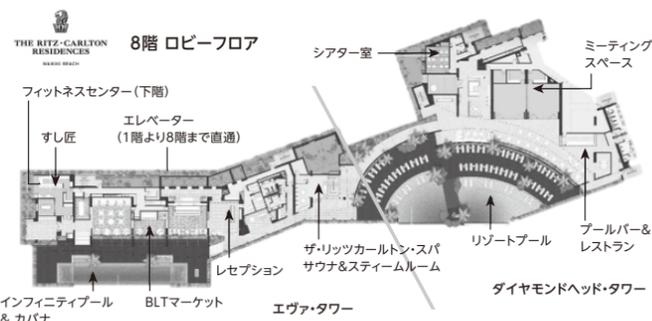
今年秋オープン予定のカジュアルイタリアン「Quiora (キオラ)」

客室カテゴリーをわかりやすく変更 すべてオーシャンビューに

ザ・リッツ・カールトン・レジデンス・ワイキキビーチには、デラックス、グランド、プレミアムの客室クラスがあるが、それぞれにおいて客室カテゴリーの名称を変更。デラックスの「オーシャンビュー・コーナー・スタジオ」を除いて、すべてスタジオという名称を外した。日本人旅行者にはスタジオという呼び名が一般的でなく誤解を招く恐れがあるため、すべてをオーシャンビュー・スイートとすることで、同ホテルの特長を強調した。日本人旅行者に一番人気がある客室は48~50平米の「デラックス・オーシャンビュー・スイート」だという。

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てだ。

レジデンスとはいえ、ホテルとしてのサービスも万全。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・ブランドのホテルサービスをレジデンスでも楽しむことが可能だ。



ザ・リッツ・カールトン・レジデンス ワイキキビーチ

公式ホームページ：
<http://www.ritzcarlton.com/jp/hotels/hawaii/waikiki>
東京予約センター：0120-853-201
団体・営業に関するお問い合わせ：03-6807-1163 船岡まで



ジョン牛嶋氏 船岡千晶氏

LET
US
STAY
WITH
YOU.®

2019 USA トウデイ・リーダーズチョイス・アワード
「ベストホテル - ハワイ」



アメリカ合衆国の全国紙「USAトゥデイ」の2019年リーダーズチョイスで、ハワイのNo.1ベストホテルに選ばれました。

ザ・リッツ・カールトン・レジデンス ワイキキビーチの島内で最大の数を有するラグジュアリーなスイート仕様の客室や、最高層に建つ大人専用プール、プレミアムなスパ、5つの卓越したダイニング体験をお楽しみください。

ご予約は、ritzcarlton.com/jp



**THE RITZ-CARLTON
RESIDENCES**

WAIKIKI BEACH

ハーツレンタカー

HERTZ RENT A CAR

信頼と実績で安心快適なドライブの旅をサポート 利便性に応える幅広い営業所ネットワーク



レンタカー業界で100年を超える実績を持つハーツレンタカー。そのブランド力は世界中に広まっている。日本でも認知度は高く、特に日本人旅行者の多いハワイでは多くのドライバーに支持されている。幅広い営業所ネットワークや安心安全のサポートなどで高い評価を受け、うれしい特典がつくFIT向けロイヤルティプログラムも人気を集めている。ハワイで快適で楽しいドライブの旅。ハーツなら選んで安心だ。



に人気だ。ホノルル国際空港では、あらかじめレンタル情報が登録されているためスピーディーにチェックイン。カウンターでの待ち時間が大幅に短縮される。また、返却もスムーズ。係員による簡単なチェックの後、車を停めたその場でレシートを受けるだけで手続きが完了する。

さらに、会員専用の割引キャンペーンも適時実施しているため、お得にレンタルできる機会も多く、文字通り「リwarズ」、恩恵の多いプログラムになっている。入会金、年会費は無料。入会手続きも同社ホームページから簡単に行うことができる。

お得な特典がうれしい
「ハーツGoldプラス・リwarズ」
レンタカーの旅がさらに快適に

「ハーツGoldプラス・リwarズ」は、ハワイを含む4,000ヶ所の営業所で利用できるハーツオリジナルのロイヤルティプログラム。会員だけの特別なサービスを利用できることから、FITを中心に快適で便利なレンタカーの旅を求める旅行者

リピーターの多いハワイでは、レンタカーを借りて、暮らすように旅を楽しみたいというニーズも多い。「ハーツGoldプラス・リwarズ」は、ハーツのヘビーユーザーはもちろんのこと、これからハーツを利用する旅行者にとってもありがたいプログラム。また、レジャーだけでなく、ビジネスとレジャーを組み合わせ「プレジャー」でも利用価値は高い。

ハワイでも充実の営業所ネットワーク
目的に合わせて柔軟にレンタル

ハーツの強みのひとつが充実の営業所ネットワーク。世界145カ国1万ヶ所以上に広がり、その規模は世界最大級だ。ハワイでも各所に営業所を構え、旅行者の利便性に応えている。

日本人旅行者の利用が多いオアフ島には、「ホノルル国際空港(ダニエル・K・イノウエ国際空港)」「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)」「ワイキキ・ビーチ・マリOTT・リゾート&スパ」「イリカイ・ホテル&ラグジュアリー・スイーツ」の7ヶ所あり、目的と時間にあわせて利用することができる。

日本から日本航空とハワイアン航空の直行便も飛んでいるハワイ島には、「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」の5ヶ所。ハワイ島は見所が散在しているため、自由に動けるレンタカーでの観光が効率的で便利だ。

カウアイ島では、「リフエ空港」に加えて「シェラトン・カウアイ・リゾート」と「ヒルトン・ガーデン・イン・カウアイ・ワイレアベイ」に営業所を構え、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ヶ所を展開している。

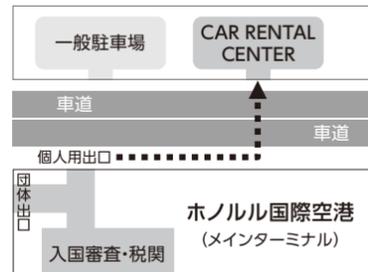


ホノルル国際空港で簡単レンタル
到着後徒歩でカウンターまでアクセス

ハワイへのゲートウェイで日本人のレンタカー利用者も一番多いホノルル国際空港では、快適かつ簡単にレンタルすることが可能だ。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、ターミナル2正面の個人用出口を出て、道路を渡った一般駐車場の隣にあり、到着後徒歩でアクセスが可能。アメリカの空港ではレンタカー会社までバスで移動するケースが多いが、ホノルル国際空港ではバス移動もなくスムーズにレンタルすることができる。

隣島からターミナル1あるいはターミナル3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ものの、そこからも十分に徒歩で行くことができる。

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warズ」会員向けには専用カウンターも用意している。



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1万200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)



We're here to get you there.

海外ミーティング、のち、ドライブ。

海外での移動は何かとペースが乱れがちですが、
ハーツの無料会員制度「Goldプラス・リwarズ」で、
カウンターに並ぶことなく、すぐに旅をスタートさせましょう。
仕事もドライブも、ハーツのレンタカーでスムーズに。

www.hertz-japan.com

カアナパリビーチホテル(マウイ島)

Kā'anapali Beach Hotel

「ハワイで最もハワイらしいホテル」で体験する本物のハワイ



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



プールや11エーカー(約4万4500㎡)ものトロピカルガーデンに囲まれた絶好のロケーションを誇る。

ビーチでもハワイ文化を「ハレ・フアカイ」

オーシャン・アクティビティー・センター「ハレ・フアカイ」では、シュノーケルやSUP、ウミガメの観察ツアーなどが人気だ。また6人乗りのカヌー「ワア」のツアー(写真)では、90分間パドリングに挑戦。沖合からカアナパリビーチの美しい海外線と、その奥の西マウイの山並みを眺めながら経験豊富なガイドによる説明が行われる。カヌーを使ってハワイへたどり着いたポリネシアの航海者たちの優れた航海術を疑似体験できる内容だ。



充実のハワイ文化体験プログラム「ハレ・ホオキパ」

「ハワイで最もハワイらしいホテル」と評されるカアナパリビーチホテルの一番の特徴が、併設するハワイ文化センター「ハレ・ホオキパ」で毎日開かれる無料の

ハワイ文化体験(一部有料)だ。同ホテルが「ハワイで最もハワイらしいホテル」と言われる理由のひとつでもある。さまざまな内容のプログラムが提供されており、ハワイの文化や歴史をより「深く」体験できると好評だ。そのいくつかを下の囲みで紹介したい。

マウイ島カアナパリビーチ 絶好のロケーション

カアナパリビーチホテルは、世界的にも有名なマウイ島カアナパリビーチのオーシャンフロントに位置。4つのウイングに432室を有し、クジラの形をした

ハワイ文化センター「ハレ・ホオキパ」での毎日開かれる無料のハワイ文化体験(一部有料のプログラムもあり)

フラ(ハワイアン・ダンス)

単なるダンスの取得だけでなく、ハワイの文化、言語、歴史、物語を守っていく上でフラがどのように重要な役割を果たしているのかを学ぶ。

オーレロ(ハワイ語)

ハワイ語のアルファベットの正しい発音や一般的な単語と文章、また絶滅の危機からの再生といったハワイ語の歴史も学習。

マアヴェ(ハワイの織物)

さまざまな素材や技術を用いて作られてきたハワイの織物の歴史を学び、実際に製作を体験。自分で織ったものは持ち帰り可。

レイ(伝統的なレイ・メイキング)

伝統的なレイを体験するだけでなく、レイのさまざまなスタイルや使い方、花の集め方、またこの最も知られたハワイのシンボルとしての重要性を学ぶ。



キロモアナ(ハワイの海洋資源)

ハワイの生活における海の役割を学習。マウイ島の人たちにとっていかに重要かを学ぶ。漁師やサーファーとの話を通じて、海洋資源の大切さを認識できる。

メア・ホオカニ(ハワイの楽器)

ハワイのさまざまな「楽器」を使って実際に演奏することで、それらがいつ、なぜ使用され、どのように作られたかを発見する。

モオレロ(ハワイの物語)

ハワイの人たちは、マウイやハワイの文化、精神、言葉について語るのが大好き。積極的に参加しているのと質問してみよう?

カパ(ハワイの布、プリント)

布がどのように作られたかを学び、使用された植物を観察。一連のプロセスを体験して、自分だけの小さなカパ(布)を製作&デコレーション。



メレ(ハワイの音楽、ウクレレ)

ハワイの音楽と歌を実際に体験し、ウクレレのコードや音楽に関するハワイ語、ハワイアンミュージックの発展について学ぶ。



マーラマアイーナ(ハワイの植物)

植物に関連するハワイの言葉や、食材の栽培、調理方法、ハワイの植物との精神的なつながりなどを学び、実際に伝統的な食材の加工と生産に参加する。

ホオラウレア(お祝い)

スタッフと一緒に音楽セッションに参加して、音楽を演奏したり、フラダンスを踊ったり、一緒に歌ったり、楽しんだりする内容。

スタッフは経験と知識豊富なスタッフで構成され、マウイやハワイの文化、精神性、言語に関する専門知識で参加者を迎える。これらのアクティビティなどを提供することにより、同ホテルは、ハワイ文化の保存、永続化、支援に努めている。

ハワイで1番に選ばれたホテル。

ハワイのマウイ島
WWW.KBHMAUI.COM
1-808-661-0011

新総支配人着任でリブランドは第2フェーズへ スポーツを軸として充実した滞在を提供



2017年4月のリブランドオープン以降、プリンス ワイキキは宿泊客から高い評価を得ている。5500万ドル(約55億円)を投じた大規模改修から3年目に入った今年、8月に新総支配人が着任し、リブランドのコンセプトを継続しつつ、スポーツを軸として充実した時間を過ごせるホテルを目指す姿勢をあらためて示している。

リブランド以降続く高い評価 新GMハーグローブ氏は 「さらなるサービス向上」に意欲

プリンス ワイキキはリブランドからまる2年が経過し、トリップアドバイザーで2年連続の1位獲得や、コンデナスト・トラベラーの「2018年 リーダーズ・チョイス・アワード」での3位選出など、宿泊客から非常に高い評価を得てきた。3年目に入った今年も、『USA TODAY』紙の「読者が選ぶハワイのホテル ベスト10」で9位に選出された。高評価の背景には、大きな窓を採用した全室オーシャンビューの客室や、美しいサンセットが堪能できるフォトジェニックなインフィニティプールといったハード面での充実が挙げられる。また、フレンドリーなスタッフの接客などのサービス面も、評価を押し上げる大きな要因となっている。

そのプリンス ワイキキの総支配人に、8月16日付でジョシュア・ハーグローブ氏が就任した。ハーグローブ氏は、これまでハワイ各島のラグジュアリーホテルで14年間にわたりマネジメント職の経



フォトジェニックなインフィニティプール

験を持つ。ハーグローブ氏は着任にあたり、「プリンス ワイキキの魅力は改装後の恵まれた施設だけでなく、競合リゾートをしのぐ卓越したサービスだ。その努力は、トリップアドバイザーで2年連続1位という形で実り、その実績を認められている」などとコメント。さらに、「プリンスの伝統ともいえるゲストサービスのさらなる向上に、ホテル総支配人として貢献していく」とも語り、リブランド第2フェーズにおいてもサービス面のさらなる拡充に意欲を見せている。

サービス向上策の中には、メインダイニングのビュッフェでメイン料理を毎月異なるテーマを設定してメニューを変えるなど、すでに始まっているものもある。こういったリピーターを飽きさせない、細かい点のサービス拡充にも注力していく。



全室オーシャンビューの客室

立地のストーリーをスポーツで体現 「特別な時間」の演出に

プリンス ワイキキはリブランドにおいて、ホテルが建つ場所のストーリーをコンセプトにしており、「この場所で英気を養って元気になってもらい、また戻ってきてもらう」というメッセージを発信している。そのためプリンス ワイキキは「健康」をキーワードの1つに定め、それを象徴するスポーツイベントにスポンサーとして協賛するなど、積極的に関わりを持っている。

また、昨年6月と今年7月には、モデルおよびヨガインストラクターとして活躍する野沢和香さんとコラボレーションし、ヨガのリトリートプランを展開。2回目の今年は、初めて地元のヨガファンも



野沢和香さんとコラボレーションしたヨガセッションを実施

参加できるヨガセッションを設定。参加者とローカルの交流の場を提供した。リトリートプランのメインイベントとなったこの企画は大好評で、継続を希望する声が多数届けられていることから、プリンス ワイキキでは来年の実施も予定している。さらに、現在は提供していないヨガのプログラムのレギュラー化を求める顧客からの声も少なくない。内容やインストラクターの選定なども含め、こちらも前向きに検討していく方針だ。

健康志向による充実した時間 個性的なハワイでの過ごし方を提案

リブランド第2フェーズでは、スポーツ好きな人や健康志向の人たちへのアピールをより強めていく。価格による競争ではなく、ハワイでの個性的な時間の過ごし方や、質の高い時間の過ごし方を提案していく方針だ。リブランドのコンセプトにある「プリンス ワイキキに泊まり、リラックスしてエネルギーをリチャージして日本に帰ってもらい、またハワイに来たらプリンス ワイキキに戻ってきてもらう」というストーリーをベースに、ヨガだけでなくトライアスロンやマラソン、自転車など、さまざまな興味を持った顧客を抱える旅行会社との商品開発を進めていくという。



ホノルルトライアスロンなどのスポーツイベントへのスポンサー参加

ハワイ島の2軒のホテルは1つのデスティネーション グランピングなど新商品で「マウナ ケア リゾート」の魅力をもっと



ハプナ ビーチ プリンスホテルがウェスティン ハプナ ビーチ リゾートとしてリブランドしてから1年以上が経過。この間、マウナ ケア ビーチ ホテルと合わせた「マウナ ケア リゾート」という1つのデスティネーションとしてのアピールが奏効しつつある。



リブランドした「ウェスティン ハプナ ビーチ リゾート」

新商品「グランピング」を開発 日本航空と手を組み販売を開始

キラウエア火山の噴火により、旅行者が大幅に減少したハワイ島。旅行者が訪れるエリアへの影響はほとんどないという実情が周知されつつあり、過去最長の10連休となった今年のゴールデンウィークでは、マウナ ケア リゾートの日本人宿泊客は全体の20%を超える日もあった。徐々にではあるが、日本人旅行者は戻りつつある。

ハワイ島のリカバリーへの思いを強く持つマウナ ケア リゾートは、「1つのデスティネーション」として2軒のホテルを運営。このうち2018年6月にリブランドオープンしたウェスティン ハプナ ビーチ リゾートでは、新商品の「グランピング」を開発。同様にリカバリーに本腰を入れる日本航空と手を組み、今年4

月からJALパックのオプションとして販売を開始した。

この商品は、ウェスティン ハプナの敷地内にある800平方メートルもの広大なスペースで、ラグジュアリーなデイキャンプを行うというもの。ハワイの文化に触れられるゲームやアクティビティのほか、ハワイ島産の新鮮な素材を使ってアレンジしたBBQディナーなどが含まれており、プログラムの最後には、満天の星空を眺めるスターゲイジングも付いている。最少催行人数を2名からとしたことで、発売前には「広すぎるスペースに2人では寂しいのではないか」との懸念もあった。ところが、実際にグランピングを体験した顧客からは、「広々としたスペースを独占できて贅沢な時間を過ごせた」とか「日本ではできない、一生の思い出になるような経験を子供にさせることができた」といった声が寄せられた。全ての懸念材料が、実はポジティブな要素で



新商品の「グランピング」を企画



夜には満天の星空を眺めるスターゲイジング

あったことを確信したウェスティン ハプナは、グランピングを商品に組み込む旅行会社を積極的に増やしていく考えだ。

また、この商品はインセンティブの小規模グループへの転用も可能。ゲームやアクティビティは、チームビルディングにも適している。「ハワイ島のグランピング」は売りになると見て、MICE向けにも積極的に提案を続けていく。

コハラのパイオニアとして 成熟した大人のリゾートをアピール

「1つのデスティネーション」としたことの効果は、マウナ ケア ビーチ ホテルにも現れている。特にウェブサイト経由のダイレクトブッキングでは、上級カテゴリーの客室から埋まっていくようになり、滞在日数も伸びている。そもそもマウナ ケア ビーチ ホテルは、コハラコー



パラダイスのような美しいビーチを臨む「マウナケアビーチホテル」



海越3番ホールを抱えるゴルファー憧れの「マウナケアゴルフコース」

ストに最初にできたラグジュアリーホテル。「コハラ=ラグジュアリーホテルが並ぶエリア」というイメージの礎となった、品格と歴史観を備えたホテルだ。地形や風の流れの影響で、コハラコーストは北に行くほど晴天率が高くなる。これまで日本からの宿泊客は多くなかったものの、コハラコーストの北端に位置するマウナケア ビーチ ホテルは、ハワイでは珍しい天然の三日月型ビーチを眼前に臨む客室、青い海と青い空、ヤシの木といった「これぞパラダイス」といった雰囲気を高確率で堪能できる。コナ空港から車で約40分という立地だが、そこまで足を伸ばして初めて出会える成熟した大人のリゾートがあることをアピールしていく。

2軒のホテルどちらに泊まっても 同レベルのサービス

1つのデスティネーションとしてアピールしているマウナ ケア リゾートでは、2軒のホテルを往復しやすいシャトルサービスを提供。ウェスティン ハプナに宿泊してもマウナケア ビーチ ホテルのマンタに出会えるレストランを利用したり、マウナケア ビーチ ホテルの宿泊者でもウェスティン ハプナのスパを利用したりできる。また、マウナケアビーチホテルの宿泊プランにも、ウェスティン ハプナで実施するグランピングを含めたプランを用意している。もちろん、どちらのホテルに宿泊しても、ハイレベルなサービスが受けられる。



プリンス ワイキキ

Address: 100 Holomoana St, Honolulu, HI 96815
 TEL: (808) 956-1111 FAX: (808) 946-0811
<http://jp.princewaikiki.com>



言いたくても言えないの。
 自分で一人占めしたいもん。

私の秘密の場所、
 プリンス ワイキキ。



マウナケア リゾート

ウェスティン ハプナ ビーチ リゾート

マウナ ケア ビーチ ホテル

Address: 62-100 Kauna'oa Drive, Kohala Coast, HI 96743
 TEL: (808) 880-1111 FAX: (808) 880-3142 <http://www.westinhapunabeach.jp/>

Address: 62-100 Mauna Kea Beach Drive, Kohala Coast, Hawaii 96743
 TEL: (808) 882-7222 FAX: (808) 882-5700 <http://jp.maunakeabeachhotel.com/>



アロヒラニ・リゾート・ワイキキ・ビーチ

'Alohilani Resort Waikiki Beach

新施設がオープン 多彩なニーズに応える

ワイキキビーチに面した「アロヒラニ・リゾート・ワイキキ・ビーチ」は、フルリノベーションを経て、「上質なハワイ」を体験できる5スターのラグジュアリークラスのリゾートホテルだ。この夏には新たな施設がオープン、MICEやより快適な滞在を求める層など、多彩なニーズに対応するべく、進化を遂げている。



【ロングボードクラブ】

New! 「アロヒラニ・ボールルーム」誕生 ワイキキで3番目の広さ、大型団体にも対応

アロヒラニ・リゾート・ワイキキ・ビーチでは、「記憶に残るミーティングやイベント」を実現するため、MICE専門のスタッフを配置。屋内外合わせ約2000㎡のスペースでは、ミーティングや特別なイベント、またウェディングなど、さまざまなアレンジに対応する。人数も50名程度の小規模なグループから1000名規模の大型団体まで受け入れ可能だ。

して「アロヒラニ・ボールルーム」がオープン。ホテル6階に位置し、その広さは約1100㎡と、ワイキキの宴会/会議場でも3番目の広さを誇る。最新のテクノロジーを駆使し、シアタースタイルで最大1100名、バンケットスタイルで最大700名の収容が可能。2分割すれば、それぞれ約520㎡、約585㎡のスペースとして活用できる。

8月にはホテル最大の宴会/会議場と



New! プールのバーが最新アート空間に早変わり スウェル プール「Video Art Series」

ホテル5階のプールエリア「スウェル プール」は、アメリカのファッション誌で「アメリカで最もインスタ映えするプール トップ10」のひとつに選ばれたホテルを象徴するスポット。ワイキキビーチを

見渡すモダンでスタイリッシュな空間が広がっている。

プール内にある「スウェル プール&バー」では、毎晩午後7~10時に「Video Art Series」を開催(悪天候時除く)。美しいオアフ島の景色を捉えた動画をビーチサイドタワーに投影、地元DJによる音楽と共に、目や耳でハワイを感じながらバーでの夜を楽しむことができる。



New! 「ロングボードクラブ」でより快適な滞在を メンバー限定の空間で厳選したサービスを提供

また同じ8月にオープンしたのが「ロングボードクラブ」。クラブアクセス付き客室のゲスト限定のスペースだ。ワイキキビーチとダイヤモンドヘッドのパノラマを楽しめる絶好のロケーションで、屋外スペースにはプライベートカバナ(要予約)も用意。時間に応じてドリンクや軽食をサービスする(右参照)。またプライベート感あふれる小規模なミーティングができるスペースもある。

- (朝食) 新鮮なローカル産フルーツとジュース、自分で作るアサイボール、コーヒー、紅茶
- (軽食) 世界中から集めたチーズとハムをラインナップ、夕方限定のオードブルも
- (ドリンク) ナバパレーをはじめとするワインセレクションや「Honolulu Beerworks」のクラフト生ビール
- (デザート) ホームメイドのチョコレートやクッキー、デザート

絶景を楽しめる客室も 海側の建物の客室には洗浄機付きトイレ

風通しが良く、落ち着いた印象の客室は、全839室すべてプライベートなラナイ付き。オアフ島の穏やかな自然にインスピレーションを受けたデザインは、豊かな自然素材と、白や薄茶色のアースカラーをアクセントに配した内装となっている。また、スイートを含むすべての客室には、「マリエ オーガニクス」のコケエ(Koke'e)の香りのアメニティを提供、カスタム・ブレンドのコーヒーも用意す



る。さらに海側の建物の客室には全室洗浄機付きトイレを備える。

鉄人シェフのレストランを含む 5軒のレストラン

アロヒラニリゾートには、日本でも「鉄人シェフ」として知られる森本正治氏による「モリモト アジア」と「モモサン」を含む5軒のレストランがある。「モリモト アジア」は、屋内外のダイニングスペースのほか、バンガロースタイルのバーやアウトドアのラナイも併設。「モモサン」では、よりカジュアルな居酒屋スタイルで食事を楽しめる。ほかにも、プールエリアの「スウェル プール&バー」、オーシャナリウムに面した「Oバー」、ハワイ産の食材にこだわっ



モリモト アジア

た朝食ビュッフェが味わえる「ライチ」がある。

New! いつもと違う車でハワイをドライブ ここだけの特別なレンタカー

6月にオープンした「エキゾチック・カーレンタルズ・バイ・エンタープライズ」は、世界最大のレンタカー会社「エンタープライズ・レンタカー」の特別なコレクションを取り扱うブランドで、ハ

ワイ州では唯一ここだけ。テスラのモデルSや、マセラティ ギブリ、レンジローパーといった高級車をラインナップする。いつもとは違った車でハワイをドライブすれば、気分も爽快になるはずだ。

New! インスタ映えする巨大ペイントが登場 「Greetings From Hawaii」

ホテルの敷地、約350㎡のスペースに「Greetings From Hawaii」と描かれたカラフルな巨大ペインティングが登場した。ペインティングは、5階のスウェルバーから見下ろせるほか、その上の客室からも見ることができる。



の美しい光景を見事に再現し、昔のポストカードの図柄のようなちょっとレトロなデザインが特徴だ。

10万本の木を植樹 宿泊者も植樹への参加可能に



アロヒラニ・リゾート・ワイキキ・ビーチは、レスポンシブル・ツーリズムに基づいた自然環境保護活動の一環として、NPO法人「Hawaiian Legacy Reforestation Initiative」とのパートナーシップにより、オアフ島とハワイ島にトータル10万本の植樹を行うと発表した。このうちオアフ島では、ノースショアのガンストック牧場に「アロヒラニの森」を開き、宿泊者も植樹ツアーに参加できる。植樹した木にはチップが埋め込まれ、その後の成長をチェックすることが可能。ツアーには、牧場での乗馬やヘリコプター、4WDツアーが含まれる。



'A LOHILANI RESORT

WAIKĪKĪ BEACH

ELEVATED
FOR EVERYONE.



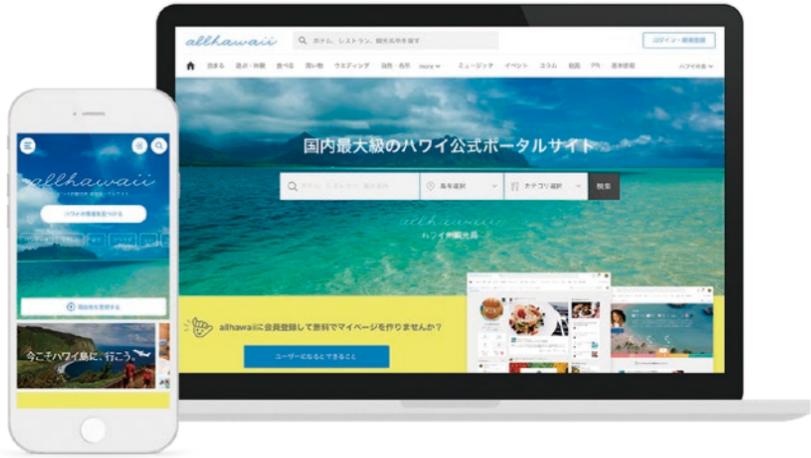
アロヒラニ・リゾート・ワイキキ・ビーチは、世界的に著名な料理の鉄人、森本正治シェフによるレストランをはじめ、太平洋を見下ろせる海水を使ったインフィニティプールを備えた他にはない洗練かつ荘厳なデザインのホテルです。クラブアクセス付きのお部屋をご予約されたお客様は、完成したばかりのロングボードクラブでゆっくりとお寛ぎ頂けるプライベートなスペースと厳選された地元や国際色豊かな軽食のサービスをお楽しみください。

www.alohilaniresort.com | 808.922.1233 | 2490 Kalakaua Avenue, Honolulu, Hawaii 96815

使いやすく、より進化中 ハワイ州観光局のオンラインプラットフォーム

ハワイ州観光局 (HTJ) では、オンラインプラットフォームの整備に努めている。一方的な情報発信にとどまらず、サイトを利用するユーザー自身が情報発信できる仕組みを構築することで、双方向の情報交流ができる場を目指している。さらに今後は、旅行会社のシステムとの連携も進め、旅行会社の販売にも直結できるようなサイトにしていく予定だ。HTJの取り組みを紹介したい。

ハワイ州観光局 公式ポータルサイト allhawaii www.allhawaii.jp



マイページ機能を追加 自分専用のハワイ情報サイトを構築



「マイページ」は、文字通り自分だけの「allhawaii」サイト。サイト内のアクションや興味に合わせて、マイページに好みの情報が自動的に集まるようになっている。

「マイページ」のイメージ

好みの情報をセレクト 情報発信、共有も

また「allhawaii」は、ハワイの「ポータルサイト」として、ハワイのさまざまなカテゴリに関する情報をカバーしており、ユーザーは、好みの情報や知らなかったスポット、気になるユーザー等をフォローすることができる。フォローすることで、最新の情報がマイページに反映される仕組みだ。さらに、行ったことのあるスポットをチェックインできる機能も追加。スポットやお店の情報、口コミを投稿することができる。投稿をユーザー同士

で共有することも可能。サイト上で気軽に情報をシェアすることができるようになった。スポットは、ホテルやショップなど、のべ3566軒をラインナップする(2019年10月2日現在)。今後は、チェックインなどのアクションでポイントを獲得できるようにする。一定のポイントを獲得すると、ステージが上がり、特別なキャンペーンへの応募など、特典を提供していく予定で、サイトへのロイヤリティ向上を図る。



気になる人やスポットをフォロー



記事やチェックインをお気に入りしよう



行った場所にチェックイン!

旅行会社との連携も強化 販売アップに貢献できるサイトに

来年を目処に予定しているのが旅行会社システムとの連携だ。APIを公開することで、旅行会社側からも積極的にサイト上で自社商品や各種プロモーション、キャンペーンの情報を公開できるようになる。これにより、ユーザーが「allhawaii」サイトで旅行会社からの情報をチェック、共有できるようになり、実

際の販売にもつなぐことができる。旅行会社にとっては販売アップに、また観光局にとっても、実際の渡航につながるという意味で、サイト上でのコンバージョン・アップに期待する。ユーザー、旅行会社、観光局の3者が共に満足できる「win-win-win」のサイト構築だ。

旅程作成機能も ハワイ旅行の「ワンストップ」サイトに

さらにユーザーがサイト上の情報を集めることで、自分の旅程が作れる機能を今後追加する予定。旅程は他のユーザーとの共有も可能だ。観光局では、ユーザーがこのサイトにアクセスするだけで、ハワイのさまざまな情報を収集し、そして実際の旅

行につながるアクションもこのサイトを介してできるようにすることで、「allhawaii」をハワイ旅行の「ワンストップ」サイトにしていく方針。パートナーである旅行会社や航空会社、現地ホテルなどのサプライヤーにとっても有効なサイトとなるはずだ。

ハワイの歴史を深く知るツール 「ハワイ ヒストリック ガイド」



PDF版



PDF版

ハワイの歴史をより深く知ることができるツールとして登場したのが「ハワイ ヒストリック ガイド」。おすすめコースを設定し、街歩きをしながらハワイの歴史について学ぶことができる。紹介する各スポットにはQRコードが付いており、かざすとアロハプログラムの該当ページに飛ぶことができ、より深いストーリーを知ることができる。 「ハワイ ヒストリック ガイド」は冊子だけでなく、PDFでも参照が可能。現在は「オアフ島ワイキキ」と「オアフ島ダウンタウン ホノルル」の2つのシリーズを発行、まもなくハワイ島のヒロ、コナ編が登場する予定だ。

「Hawai'i Expo」(ハワイエキスポ) 来年は5都市で開催予定



ハワイ州観光局が主催する一般消費者向けイベントとして定着した「Hawai'i Expo」(ハワイエキスポ)。今年は6月に福岡で開催したが、来年は福岡と名古屋、大阪と札幌、そして東京の日本5都市(開催予定順)で開催、よりパワーアップした内容となる予定だ。

「Hawai'i Expo」(ハワイエキスポ)

2020年の開催予定スケジュール

3月:福岡 5月:名古屋 7月:大阪 9月:札幌 10月:東京

「Hawai'i Expo」(ハワイエキスポ)は、2015年に東京で初開催、2018年には東京から札幌へ会場を移し、今年は福岡で開催した。過去5年間3都市にて開催し、約7万3500人の来場者を魅了し、大きな注目を集めた。一般消費者向けのイベントだけでなく、開催前後には交通広告やサテライトオフィスでの露出を強化。また旅行会社向けのBtoBセミナーも行うなど、開催期間中はハワイ関連の露出やイベントを開催都市において集中して行うのが特徴。集中させることで「ハワイの認知度」を最大限に引き上げるのが狙い。来年も同様なスタイルでこれまで以上に展開していく。

ハワイ州観光局 公式ラーニングサイト アロハプログラム www.aloha-program.com



会員数4万5000人超に 旅行会社も上級取得を奨励

ハワイ州観光局公式ラーニングサイト「アロハプログラム」は、旅行業界に限らず、ハワイ関連のレストランやショップ、イベント、メディア、一般の人でも登録が可能で、基本情報から歴史、文化、自然、ハワイ語など、ハワイに関するさまざまな内容を動画やテキストで分かりやすく紹介する。

スタート以来、順調に登録者数を増やしており、2019年10月2日時点での会員総数は4万6236人に達した。内訳を見ると、一般が2万6053人、旅行業界が1万8682人、ハワイ関連ショップ/レストラン、イベント、メディアが475人、20歳未満のユース会員が1026人となっている。

「アロハプログラム」では、習熟度を試すスペシャリスト検定を設定しており、クプクプ(初級)、ラウアエ(中級)、ハーブウ(上級)の3つのレベルに分かれ、各レベル合格者には認定書を発行する。中級、上級取得者限定の



オンラインウェブセミナーもあり、現地在住の講師(キュレーター)やハワイの専門家がさまざまな内容を配信、より深くハワイについて学ぶことができる。

現在、スペシャリストは2万2306人おり、うち上級取得者は一般会員で529人、旅行会社会員は6568人となっている(2019年10月2日現在)。上級資格取得を積極的に奨励している旅行会社は多く、スペシャリストがハワイを訴求する上での旅行会社の大きなアピールポイントになっている。

会員同士の交流も 会員向けイベントを現地でも開催

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

また、こうしたセミナーやワークショップを、観光局主催のイベント「Hawai'i Expo」(ハワイエキスポ)期間中に開くことで、同イベントへの集客効果を上げている。

ハワイ現地でもハワイスペシャリスト向けの現地集合型ツアー「アロハプログラムWeek in ハワイ」を開催している。ハワイ在住のアロハプログラムキュレーターをはじめとする現地在住の専門家たちが紹介する、ほかでは味わえない「ディープなハワイ」を体験できるツアーを用意。取得級に応じて



「アロハプログラムWeek in ハワイ」の様子

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

修学旅行の事前学習にも効果的 ユース検定

「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。

ユース検定は、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。現在1026人がユース会員に登録されている(2019年10月2日現在)。



上級会員が在籍、観光局のお墨付き 「ハワイサテライトグループ」

アロハプログラムの上級スペシャリストが在籍する旅行会社やレストラン、ショップを認定する「ハワイサテライトグループ」。「ハワイ州観光局お墨付き」の店舗として、現在旅行会社の店舗を中心に84グループ229店舗が認定を受けている(2019年10月2日現在)。

認定を受けた店舗では、随時ハワイ関連のイベントを開催、店舗限定ツアーの販売を行う店舗もある。観光局では、今後認定店舗の役割を強化すべく、現地での特典の提供やFAMツアーへの招待といった取り組みを検討。またサテライトオフィスを対象としたディスプレイコンテストを順次実施するなどの取り組みも行っている。

観光局の狙いは、観光局のある東京以外でも観光局と同じレベルで、全国のスペシャリストがハワイの情報を提供できる態勢を整えること。認定を受けた店舗側でも集客につながることから、観光局と店舗双方にメリットのあるプログラムにしていこうと意図。最終的には、認定店舗の全47都道府県への拡大を目指す。



今年実施したディスプレイコンテストの様子
上から第1位: JALプラザ有楽町、第2位: H.I.S. Hawaii 横浜店、第3位: JTBトラベルゲート天神

旅行会社のスペシャリストが 自社スタッフを教育

旅行会社スタッフへの教育という意味においても、「アロハプログラム」は大きな役割を担っている。観光局では、旅行会社の上級スペシャリストに観光局の戦略を把握、共有してもらうことで、各店舗のスタッフ教育を各社内で行えるよう取り組んでいる。



上級スペシャリストを販促に活用
店舗スタッフへの教育にもあたる(JTBの例)

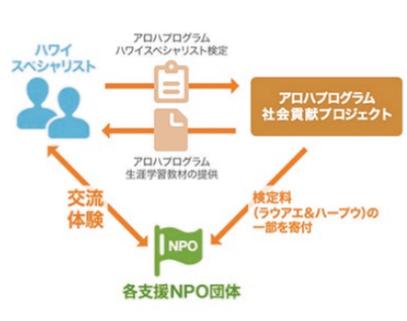
NPO団体をサポート 社会貢献プロジェクト

「レスポンシブル・ツーリズム」を推進するハワイ州観光局。「アロハプログラム」においても、「レスポンシブル・ツーリズム」に基づいた取り組みとして、社会貢献プロジェクトを立ち上げた。

ハワイの伝統や文化を守る活動を行っているNPO団体をサポートするプログラムで、「アロハプログラム」メンバーがこれらNPOの活動に参加することで、結果的にハワイの文化継承

や自然保護につながるという流れ。メンバーにとってもユニークなハワイの体験ができる。

また、ハワイ文化継承や自然保護活動に参加できる「アフプアア・プロジェクト」を発足。第一弾として「ハワイ島にコアの木1000本植えよう!」キャンペーンを実施中。「アロハプログラム」ウェブサイト内からコアの木の植樹ができ、ハワイの自然を守る活動に参加ができるようになってきている。



「アフプアア・プロジェクト」ウェブサイト
www.aloha-program.com/ahupuaa/koa

「アロハプログラム」ウェブサイト
来年大改訂を予定、より使いやすく

観光局では、来年4月を目処に「アロハプログラム」ウェブサイトの大改訂を予定している。「allhawaii」と合わせ、観光局の2大オンラインプラットフォームとして、より使いやすいサイトに生まれ変わる。



ALA MOANA HOTEL by mantra

豊富なグループ受入実績 MICEや修学旅行にも

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」に直結する「アラモアナ・ホテル・バイ・マントラ」。2018年6月より、世界90ヶ国以上で3500軒以上のホテルを運営している「アコーホテルズ」の一員となった。1100室と、ハワイ最大級の客室数を誇り、大型グループの受入実績が豊富で、MICEや修学旅行で利用されるケースが多い。

至便な立地、充実の受入スペース
最大1000名まで受入可能な
会議／宴会場など

大型グループの利用が多い理由に挙げられるのが、ホテルの立地と、会議／宴会スペースなど、受け入れスペースの充実度だ。ハワイ最大のイベント会場である「ハワイ・コンベンション・センター」が徒歩圏内。地元団体のイベントなどにも頻りに利用されている。



ハイビスカス・ボールルーム

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、またグループ向けの食事メニューのアレンジにも対応する。



団体向けのスペースが充実

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、大型インセンティブや修学旅行にも適している。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。

ハワイ最大級の1100室
部屋割りしやすいシンプルな
客室構成

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。スイート以外はすべて同タイプというシンプルな客室構成なので、大型グループでも平等に部屋割りしやすく、旅行会社やオーガナイザーからの評価が高い。

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。

絶景が自慢の「シグニチャー・プライム・ステーキ&シーフード」
ここだけの特別な「スターボックス」も

レストランやカフェも充実。特にホテル最上階の36階に位置する「シグニチャー・プライム・ステーキ&シーフード」は、地元で人気のレストラン。太平洋を見下す美しい眺望が自慢で、特に海に沈むサンセットは、特別なディナーを演出してくれる。

ここでは、グルメの間で評判の熟成肉のプライム・ステーキや、ロブスターをはじめとする新鮮なシーフードが味わえる。ワインも100種類以上を用意。小グループ向けの個室もあり、最大10名、25名、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や食事、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、ラウンジエリアにある「スターボックス・コーヒー」は、ハワイでは数少ない「スターボックス リザーブ®」の取扱店のひとつ。世界の貴重なコーヒーをラインアップし、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。なお、ホノルルのスターボックスで唯一ビールやワインを提供する。

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。なかでも新設のワッフルセクションでは、自分でもち粉ワッフルを作ることができ、小さな子供連れに人気だ。



「スターボックス リザーブ®」



プランテーション・カフェ



スイートルームには料理に必要な包丁やまな板、お鍋など、キッチンエッセンスを完備



絶景の夜景を眺めながら、「シグニチャー・プライム・ステーキ&シーフード」で食事を

ショッピングに便利な
絶好のロケーション
注目の再開発エリア「カカアコ」も

アラモアナ地区の中心という絶好のロケーションも魅力のひとつ。アラモアナセンターへは、スカイウォーク専用通路で直結。さらに、アラモアナにはオフ島最大の市バスターミナルがあり、観光で人気のカイルアやノースショアまでもバス1本で行ける。また、ハワイ限定のエコバックなど、お土産探しにも最適なホールフーズマーケット、フォトジェニックなアートやおしゃれなお店が集まる人気のカカアコ地区もホテルから近く、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良いホテルだ。



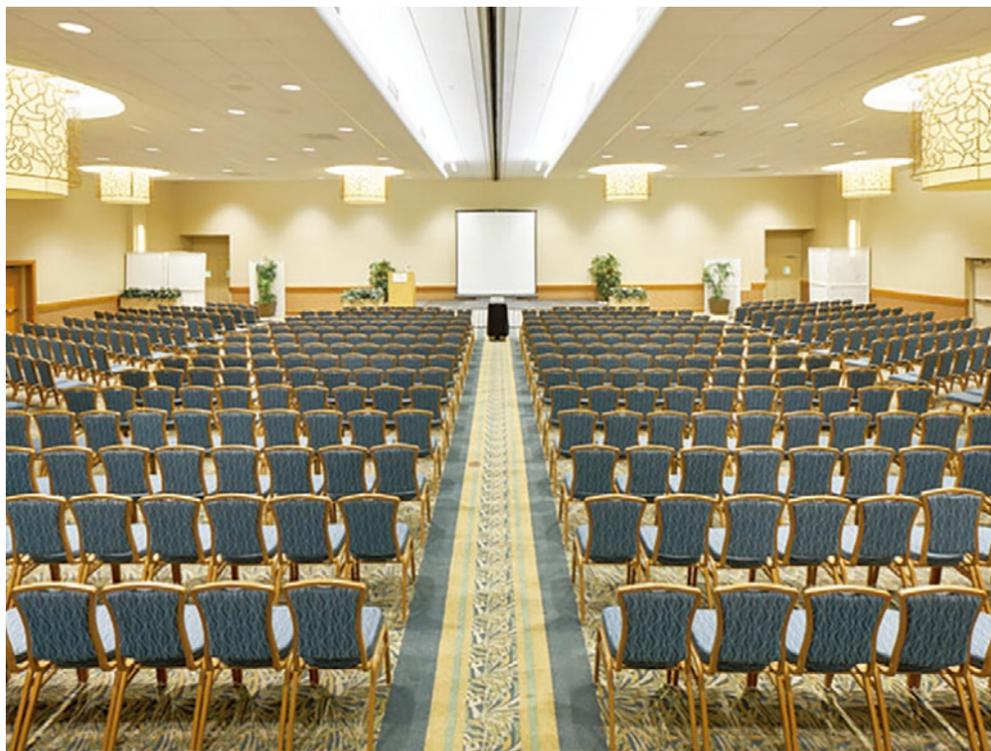
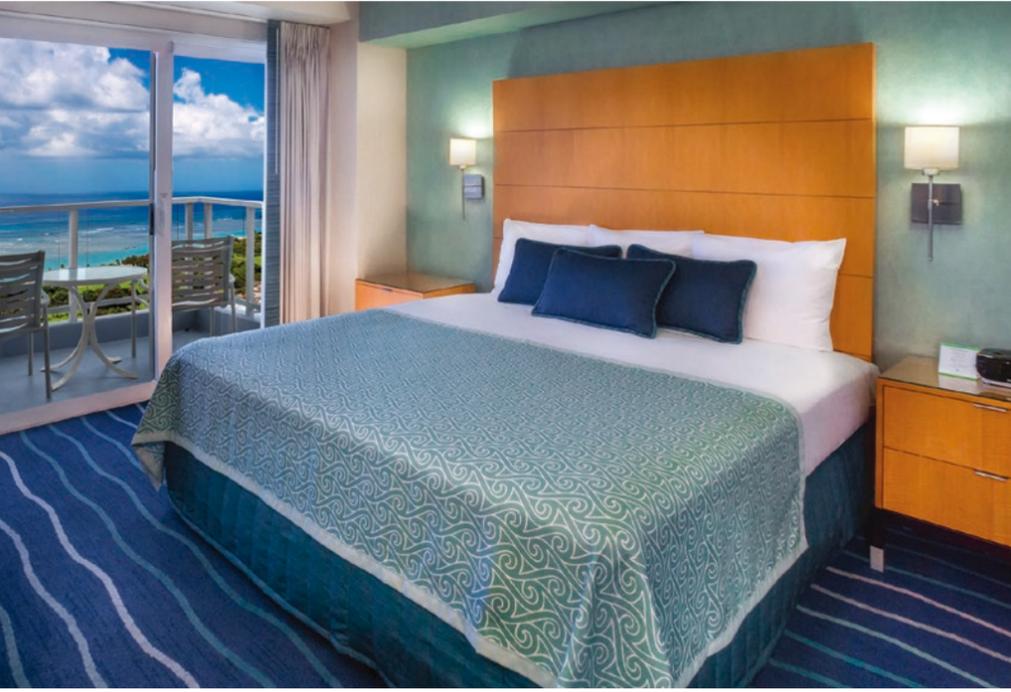
日本人に人気の「アラモアナセンター」と通路で直結



人気のホールフーズマーケットや再開発でおしゃれに生まれ変わったカカアコ地区からも近い

日本人ゲストマネージャーがサポート

ホテルでは日本人ゲストマネージャーが、日本からのお客様をサポート。不在の場合も、24時間対応可能な日本語アンサーリング・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。



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「シングネチャ・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

お問い合わせ：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・バイ・マントラ日本語公式Facebookページ

 www.facebook.com/AlaMoanaHotelJapan

 @alamoanahotel  @alamoanahotel



持続可能な観光に向け、「レスポンシブル・ツーリズム」を推進 教育旅行とインセンティブで送客の理由づけに



HTJ 営業部長
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)のMICEマーケットの戦略は、引き続き「インセンティブ」「教育旅行」「スポーツ交流」「国際会議」「エンターテインメント」の5本柱。ハワイ州政府やハワイ・ツーリズム・オーソリティー(HTA)が推進する「レスポンシブル・ツーリズム」については、MICE市場でも啓蒙と関連する活動を展開することで、ハワイへの団体送客の理由づけとしていきたい考えだ。特に教育旅行とインセンティブでは親和性が高いため、積極的なアプローチを展開していく。

画像提供: ハワイ州観光局

「レスポンシブル・ツーリズム」で持続可能なMICEを

ハワイ州は、国連が定める「持続可能な開発目標(SDGs)」をアメリカでリードする州として、17の設定目標のうち特に「クリーンエネルギーへの転換」「自然資源の管理」「持続可能なスマートコミュニティの形成」「廃棄物の削減」「グリーンジョブ・環境教育」「地元産の食料供給」の6つの目標に焦点を当て、政策を進めているところだ。

電力については、2045年まで全電力を再生エネルギーに変換する法案を可決するなど、着実に目標達成に向けた動きを見せている。また、その政策を周知啓蒙する「Aloha+Challenge」を立ち上げ、数値目標を可視化するとともに、進捗状況を公開している。

→詳しくは17ページ

その動きに合わせて、観光分野では「レスポンシブル・ツーリズム」を推進。ハワイへの観光客が年間1000万人に迫るなか、オーバーツーリズムなどの課題の解決や地元コミュニティの満足度向上に向けて、渡航者の量から質への転換を図っている。国際市場では日本のシェアが突出していることから、HTJでは州をあげたこの取り組みを日本で積極的に進めていく。HTJ営業部長の寺本竜太氏は「日本のMICE渡航者も、いろいろなことを学んでから、ハワイに来て頂きたい」と話す。

HTJでは、日本での啓蒙活動の一貫として、「Mālama Hawai'i(マラマハワイ)」を展開。マラマとは「大切にする/守る」というハワイ語。海洋生物の保護、サンゴ礁の保護、固有種の保護、ハワイ文化への尊重を柱に、「ハワイで守って欲しいこと」への協力を呼びかけている。

→詳しくは17ページ、裏表紙

この活動では、啓蒙動画を15本以上制作。HTJ公式ポータルサイトの「allhawaii」で公開するほか(3ページでQRコードのリンクを紹介)、ANAやJAL(今年11月~)のハワイ線の機内で放映。寺本氏はこの動画について、「全マーケットで同じコンテンツを共有して、ハワイのレスポンシブル・ツーリズムのメッセージを伝えていく」と、その狙いを話す。

教育旅行とインセンティブで環境保護活動の提案を

レスポンシブル・ツーリズムは特に教育旅行とインセンティブで親和性が高

い。HTJでは、教育旅行では文字通り教育の観点から提案していき、インセンティブではCSRの観点から訴求を強め、関連NPOへの寄付や現地でのボランティア活動に結びつけていきたい考えだ。

毎年9月の第3土曜日は「ICC(International Coastal Cleanup)の日」と定められており、今年もハワイ島南部のカミロポイントで北太平洋の還流で流れ着いた漂流物の回収ボランティア活動が行われた。日本からも京都の立命館宇治高校の学生のほか、ライフセーバーも参加した。

この取り組みでは、回収活動だけでなく、ハワイ島の高校2ヶ所、オアフ島の小学校1ヶ所で、各国の高校生が体験報告や環境保護に対する意思表示を実施。これまでにない国際学校交流の機会となった。HTJでは「今後も継続していきたい」考えだが、来年以降については、日本独自の開催、あるいは環太平洋諸国による協力など実施形態を検討。実施場所も再考していく。



ICCでのボランティア活動の様子

ゴミ回収活動については、10月24日から大阪で開催される「ツーリズムEXPO ジャパン2019」とも連動。ICCに参加した立命館宇治高校は10月6日に鴨川で実施したクリーンアップ活動で回収したゴミで、ウミガメ(ホヌ)のオブジェを制作し、HTJのパビリオンで展示する。

また、ハワイは再生エネルギー分野で先進的な取り組みを展開していることから、今年11月には今年で5回目を迎える「Student Energy Summit」をブループラネット・ファンデーションの主催で開催。

今年から国際的な取り組みになることから、日本からも視察として、3高校、それぞれ教員1名と生徒2名、計9名を送る。2020年も11月に開催予定で、来年は視察ではなく本格的な参加を呼びかけていく。寺本氏は「現地では実際に活動に関わるアクティブ・ラーニングが中心になるため、これまでとは違う教育旅行の機会になる」と期待をかける。

このほか、2014年から2017年にかけて行われた「ホクレア号」世界一周航海のドキュメンタリー映画も活用。上映会を、来年の「Hawaii Expo」(ハワイエキスポ)が開催される5都市(福岡、名古屋、大阪、札幌、東京)に加えて、団体送客の観点では姉妹提携を結ぶ自治体や姉妹校が重要になることから、広島県や愛媛県などを含めて10~12都市で実施していく計画だ。

プロスポーツ大会を交流の機会に、東京五輪採用のサーフィンもアピール

スポーツ交流では、HTAが地元コミュニティへの貢献の一貫として、さまざまなプロ競技団体や大会の誘致を積極的に行っていることから、HTJでもその機会を捉えて日本との交流を進めていく。

たとえば、今年12月にはテニスのハワイ・オープンが開催され錦織圭選手も参加。トーナメントだけでなく、地元の子供たちにテニスクリニックも開くという。また、ハワイ・コンベンション・センター(HCC)では仮設のアイスリンクを設置。今年11月には、オリンピック金メダリストで現在プロスケイターのクリスティー・ヤマダさんがトップスケイターを集めてチャリティーイベントを開催する。

プロスポーツ関連では、バスケットボールNBAのロサンゼルス・クリッパーズが3年連続でプレシーズンマッチを実施。アメリカンフットボールNFLでは、



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



アロハ・スタジアム
© Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

ロサンゼルス・ラムズが今年8月にアロハ・スタジアムでプレシーズンマッチを行った。

さらに、アロハ・スタジアムでは来年も2月にサッカーの国際イベント「Pacific Rim Cup」を開催予定。日本のJリーグからも参加が予定されている。今年は、北米からはメジャー・リーグ・サッカー(MLS)のVancouver Whitecaps FCとReal Salt Lake、日本からはJリーグのV・ファーレン長崎と東北社会人サッカーリーグ2部のいわきFCの4チームが参加した。なお、アロハ・スタジアムの改修が決定し、音響などさまざまな設備がアップグレードされるという。

寺本氏はスポーツ交流について「ただのスポーツイベントへの参加だけではなく、自治体や姉妹都市とからめた交流を進めていきたい」と意欲を示す。

このほか、来年の東京オリンピックではサーフィンはじめて競技種目として加わることから、サーフィンのルーツとしてのハワイの訴求も強めていきたい考え。それに合わせて、ビーチクリーンなど環境保護の活動も提案していきたいとする。

「ANA HONOLULU MUSIC WEEK」を積極サポート

エンターテインメント関連では、今年11月15日~17日にANAが主催する「ANA HONOLULU MUSIC WEEK」をサポート。今年では来年以降の本格開催に向けたプレフェスティバルの位置づけながら、世界中からさまざまなジャンルのアーティスト18組が参加。ホノルル市内9会場ライブ・コンサートを行う。ハワイ州は新しいイベントとして地元経済界を巻き込んでいく動きを見せるなど積極的。HTJとしても、「本格的な芸術に触れることのできるイベントになれば」(寺本氏)と期待は大きい。

JALで行くハワイ 自由で快適な旅を提供



style yourself

JAL HAWAII

日本-ハワイ間で数多くのフライトを運航する日本航空 (JAL)。JALで行くハワイなら、より自由で快適な旅行が可能だ。この10月からスタートした新サービスを含む「JALハワイ」のサービスを紹介したい。

NEW! サービス その① 日本語対応「アロハステーション」*



2019年10月よりシェラトン・ワイキキ内JALPAK「アロハステーション」にてコンシェルジュサービスがスタート。日本語での対応なので旅が不慣れのお客さまでも安心だ。

*アロハステーションはJAL便往復の個人運賃・特典航空券をご利用のお客さままで、JALALOCARDをお申込みいただいた方が対象となります。また、有料のサービスとなり、特設サイトでの事前予約が必要です。

提供サービス一例*

- ジャルパックが契約するレストランの予約や観光に関する問い合わせ
- パスポートの紛失や盗難など、緊急トラブル時の相談 (日本語)
- 万が一のケガ、病気の際の病院、通訳の紹介 (通訳代は有料)
- ジャルパックが契約するオプションツアー、お土産5%割引券プレゼント
- 現地ガイドブック、情報誌の閲覧

*上記サービスはJALALOCARD安心サポート・シンプルプラン (1家族 \$5) 及び事前予約が必要です。

さらにこんなサービスも*

- 3つの観光ツアー (オアフ島必見ポイントを巡る半日観光、ノースショア&ハレイワ、カイルアタウン散策) から1人ひとつをチョイス
- ジャルパック「レインボートルーリー」ダイヤモンドヘッドルート1日乗車券
- 荷物の一時的預けサービス (午前8時~午後7時)

*上記サービスは1人: \$50 (大人、こども同額) 及び事前予約が必要です。

サービス その②

アーリーチェックイン*



12時にホテルにチェックイン。到着後そのままホテルへ。ホテルでゆったり過ごせる。ハワイ島のホテルも加わり、対象ホテルは、10ホテル。

*日本発JALハワイ線航空券をご購入後、特設サイトより「JAL HAWAIIホテルアーリーチェックインプラン」を予約されたお客さまが対象です。

サービス その③

レインボートルーリーが滞在中無料!*



ワイキキで運行しているジャルパック「レインボートルーリー」が滞在中無料で利用可能。

*アラモアナルートのみ。JAL便往復の個人運賃・特典航空券をご利用のお客さままで、JALALOCARDをお申込みいただいた方が対象となります。

サービス その④

自動チェックイン機でスムーズに



ホノルル空港に自動チェックイン機を導入。長蛇の列に並ばずスムーズにチェックインできる。

ウェブサイトでも情報を発信!
www.jal.co.jp/inter/benefit



レスポンスブル・ツーリズム

Responsible Tourism

「責任ある旅行者」へ ハワイ州、ハワイ州観光局の取り組み

ハワイへの訪問者数が年間1000万人に迫るなか、観光業に対する地元コミュニティの意識が敏感になっている。いわゆる「オーバーツーリズム」に対する懸念だ。ハワイ・ツーリズム・オーソリティ (HTA) では、こうした地元の人たちの満足度を上げるべく推進するのが「レスポンスブル・ツーリズム (責任ある観光)」だ。旅行者に、その土地の文化や歴史、自然環境を尊重し、その土地の人たちの暮らしやライフスタイルにも配慮した旅行を提唱することで、ハワイの観光業を新たなステージへと転換させようとしている。こうした動きに対応し、日本マーケットを担うハワイ州観光局 (HTJ) でも「レスポンスブル・ツーリズム」に基づいた活動をスタートさせている。ハワイ州での動きも含め、その取り組みを紹介したい。

「Aloha+Challenge」

ハワイ州での取り組み

持続可能な社会へ向け、ハワイ州では、経済や社会、環境の側面から目標を設定、「Aloha+Challenge」として、2030年までに以下の6セグメントにおいて目標達成に向けた取り組みを行っている。6セグメントは、国連が定める「持続可能な開発目標 (SDGs)」のゴールやターゲットに対応している。「レスポンスブル・ツーリズム」は、この目標に基づき、観光産業として貢献できることを提唱したものとなる。



「Aloha+Challenge」の取り組みを紹介するウェブサイト



ウェブサイトの「DASHBOARD」では、各取り組みの進捗状況が分かる



「Aloha+Challenge」ウェブサイト

「Mālama Hawai'i (マラマハワイ)」 「責任ある旅行者」に

海洋生物の保護

ビーチや海で、ウミガメやハワイアンモンクシール、イルカ、ザトウクジラなどに遭遇した際は、一定の距離を守って観察する。

廃棄物の削減

2030年までに地元のグリーンジョブや環境教育を増やす。

サンゴ礁の保護

白化を防ぐために、有害成分が含まれる日焼け止めを使わない。2021年より州法で有害成分が含まれた日焼け止めの販売が禁止に。

固有種の保護

ハイキングなどをする際は、靴や用具などは事前に洗浄して、固有種の脅威となりにかからない外来種を持ち込まないようにする。

ハワイ文化への尊重

伝統文化を尊重し、文化的な史跡を破壊したり、進入禁止エリアに立ち入ったり、神聖な岩を動かしたり、持ち帰ったりしない。

ハワイ州が取り組む「Aloha+Challenge」 持続可能な社会の実現へ

クリーンエネルギーへの転換

2045年までにエネルギー供給量の70%をクリーンエネルギーに転換し、100%代替エネルギーを供給する。

自然資源の管理

2030年までに、河川流域の森林30%の保全や海洋資源の管理、外来種の抑制、在来種の保護を行う。

持続可能なスマートコミュニティの形成

2030年までに経済的な豊かさ、複数の交通手段の幅広い選択肢、災害からの回復力、温室効果ガスの緩和など、生活しやすい社会を形成する。

廃棄物の削減

発生源での削減、リサイクル、生物学的転換、埋め立てからの回避という手法を通して、ごみ処理の段階に至るまでの廃棄物の流れを70%削減する。

グリーンジョブ・環境教育

2030年までに地元のグリーンジョブや環境教育を増やす。

地元産の食料供給

ハワイ州で消費される食料の20~30%を地元産のものを使う。

「Mālama Hawai'i」

(マラマハワイ)

ハワイ州観光局での取り組み

ハワイ州観光局では、「レスポンスブル・ツーリズム」に対応した取り組みとして、「Mālama Hawai'i (マラマハワイ)」を立ち上げた。「Mālama (マラマ)」とは、ハワイ語で「大切にする/守る」という意味。旅行者に、「ハワイを思いやる気持ち」で、ハワイの自然環境や伝統文化の保護をお願いする試みだ。以下項目に分け、「責任ある旅行者」として守ってもらいたいことを記している。観光局では、ハワイ渡航前に知ってもらいたい事項として、コラムや映像などを用意、旅行者への周知を図る考えだ。

▶ 裏表紙で「Mālama Hawai'i (マラマハワイ)」について紹介

ハワイ各島で提供する「特別な滞在体験」 ファミリーやFITなど向けに4ブランド約40軒を展開

アクア・アストン ホスピタリティーは現在、ハワイ各島で4ブランド・約40軒のリゾートホテルを展開している。「Hotels for All」の理念に基づき、異なる特色を持つ各ブランドでファミリーやカップル、FITなどのさまざまな層のニーズに応えてくれる。

コンドミニアムを多く展開してきたアストンと、若年層に人気のあったアクアが統合し、2015年8月にアクア・アストン ホスピタリティーが誕生した。現在同社はハワイ各島などに4ブランド約40軒のホテルやコンドミニアムを展開している。

「ようこそ我が家へ」を基本コンセプトとする「アストン・ホテルズ&リゾート」は、創業から70年以上の歴史を持ち、コンドミニアム・リゾートやヴィラを展開。宿泊客からはアットホームな快適さが支持されている。

「インスティンクト・ホテル・コレクション」は、ブランド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。コンセプトは「ここにしかない体験を」で、個性

的でパーソナルな宿泊サービスを提供している。

「アクア・ホテルズ&リゾート」のコンセプトは、「ひとりひとりの旅慣れた自分へ」。スタイリッシュなリゾートホテルをハワイ全島で展開し、リピーターなど旅慣れた旅行者に対して高い訴求力を誇っている。

「清潔さと快適さだけで十分」がテーマの「ライト・ホテルズ」は、バジェットタイプのホテルを展開。バリュー・フォーマネーを追求したサービスを提供している。

**レスポンスブル・ツーリズムに賛同し
さまざまな活動を積極展開**

社会、経済、環境面への影響を最小限

に抑えるため、ハワイ州観光局 (HTJ) が推進しているのがレスポンスブル・ツーリズムだ。すでに有害物質が含まれる日焼け止め販売を規制する法案が成立 (施行は2021年1月から) したり、プラスチック・バッグの使用が禁止されたりしている。アクア・アストン ホスピタリティー全体としても、この活動に全面的に賛同。宿泊客に対し、「責任ある旅行者」になるためのヒントや情報を提供するなど、積極的な活動を展開している。その一例が「リーフセーフ」で、サンゴ礁を保護するため、法の施行を待たずに海を汚染しない日焼け止めの使用を促している。

**日本語ポータルサイトで認知度向上
「アロハプログラム」向け特別料金も設定**

日本を重要市場と位置づけるアクア・アストン ホスピタリティーでは、4ブランドを統合したポータルサイトを開設した。また、ロイヤリティプログラムとし

て「A-LIST」も開始。会員にさまざまな特典を提供するなどして、日本での会員登録を増やし、ホテル全体のさらなる認知度アップを目指していく考えだ。

さらにHTJのラーニングサイト「アロハプログラム」のスペシャリスト検定合格者を対象とした「いつでもFAM」の取り組みに呼応。特別料金を設定し、担当者が現地に来て学びやすい環境づくりをサポートしている。



4ブランドを統合した日本語による新ポータルサイト (イメージ) <https://www.aquaaston.jp/>

代表的な8つのホテル紹介

〈オアフ島〉

ESPACIO THE JEWEL OF WAIKIKIが 9月7日にオープン!



ワイキキの中心に位置しながら、プライバシーを確保できる今までにない全く新しいコンセプトのESPACIO THE JEWEL OF WAIKIKIが9月7日にオープンした。全9ユニットのスイートは各フロアに1ユニットのみで、広々としたリビングにキングサイズベッドを備えた3つの寝室、シャワー付きトイレも備わっている。内装はイタリア産大理石で装飾され、ジャグジーやサウナも備えるラグジュアリーな造りとなっている。空港とホテルの送迎はもちろん、滞在期間中に自由に利用できる車も用意。また、宿泊客のニーズに合わせてパトラーがサポートするパーソナルサービスを提供する。

〈オアフ島〉

アストン・ワイキキ・ビーチ・タワー



カラカウア通り沿いに位置し、ワイキキ・ビーチを臨むオーシャンフロントで人気のコンドミニアム「アストン・ワイキキ・ビーチ・タワー」。97室の運営をアクア・アストン ホスピタリティーが受託している。2018年春に改装工事が完了、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、モダンでリゾート感あふれる客室へと生まれ変わった。ワイキキ・ビーチを臨むフィットネスルームや、チェックイン前後に利用できる共用スペースとして新設された「ホスピタリティー」[BBQエリア]「無料のフラ、ウクレレ体験レッスン」も好評だ。

〈オアフ島〉

イリカイ・ホテル& ラグジュアリー・スイーツ



「落ち着いた休暇を楽しめる場所」として、旅慣れた旅行者に人気のイリカイ・ホテル&ラグジュアリー・スイーツ。歴史と伝統、モダンさが調和したラグジュアリー・ジュニアスイートと最大6名まで利用可能な2ベッドルーム・スイートがある。フルキッチンと広いパルコニーが特徴。

〈オアフ島〉

ザ・サーフジャック・ ホテル&スイム・クラブ



ワイキキの中心に位置し、活気に満ちた本物のホノルル体験を提供している新しいホテル。地元コラポレターの手による70年代のサーフィンカルチャーをテーマに現代のハワイらしさが融合した雰囲気の特徴。サーフィンコテージを思わせるバンガローから8名利用可能な3ベッドルームまで多彩な部屋タイプをご用意。

〈オアフ島〉

ルアナ・ワイキキ・ ホテル&スイーツ



フォートデルッシー公園を見下ろすコンテンポラリーなブティックホテル。ワイキキビーチ周辺にありながら、喧騒から離れてリラックスして過ごすことができる。キッチン付きステューディオやフルキッチン付きスイートなど、広々とした客室を用意。サンデッキやプール、フィットネスセンター、ヨガクラス、BBQグリルなどを利用できる。

〈ハワイ島〉

アストン・ワイコロア・ コロニー・ヴィラ



世界的に知られるワイコロア・リゾートの高級住宅地に2003年にオープン。ビーチ・ゴルフコースの10番ホールのフェアウェイに隣接し、マウナ・ケアや溶岩台地などの素晴らしい眺めを楽しめる。1~3ベッドルームの客室は全て2階建てで、フルキッチンと室内洗濯機/乾燥機、広いラナイが付いている。

〈ハワイ島〉

アストン・コナ・ バイ・ザ・シー



シュノーケリングやサーフィンで人気のコナの海岸線沿いに建つリゾート「アストン・コナ・バイ・ザ・シー」。1ベッドルームと2ベッドルームのコンドミニアムスタイルの客室があり、フルキッチン、WiFi接続、洗濯機・乾燥機を備えている。プライベートラナイではコナ・コーストの向こうに沈む雄大なサンセットを望むことができる。

〈マウイ島〉

アストン・カアナパリ・ ショアーズ



マウイ島のカアナパリ・ビーチに面した4万㎡もの敷地にあるリゾート。スイートにはフルキッチンと洗濯機/乾燥機を完備。アクティビティデスクや通年のキッズプログラムがあるほか、宿泊客には無料のスキューバダイビングのレッスンを行うなど、さまざまなアクティビティを体験できる。

アストン・ホテルズ&リゾート

- オアフ島**
アストン・ワイキキ・ビーチ・タワー
アストン・ワイキキ・サンセット
アストン・アット・ザ・ワイキキ・パニアン
アストン・ワイキキ・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・パワカア・リゾート
アストン・パキ・マウイ
アストン・アット・ザ・マウイ・パニアン
アストン・マウイ・ヒル

- ハワイ島**
アストン・ショアーズ・アット・ワイコロア
アストン・ワイコロア・コロニー・ヴィラ
アストン・コナ・バイ・ザ・シー
- カウアイ島**
アストン・アット・ポイプ・カイ
アストン・アイランダー・オン・ザ・ビーチ
- アメリカ本土**
ザ・ファウンテンズ・アット・チャンピオンズゲート (フロリダ州)
トスカナ・リゾート・オーランド・バイ・アストン (フロリダ州)

インスティンクト・ホテル・コレクション

- オアフ島**
ESPACIO THE JEWEL OF WAIKIKI
ザ・サーフジャック・ホテル&スイム・クラブ
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
アクア・パシフィック・モナーウ
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
アクア・オヒア・ワイキキ

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
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・カボレイ



ILIKAI HOTEL & LUXURY SUITES



ASTON AT THE WAIKIKI BANYAN



ASTON WAIKIKI BEACH TOWER



ASTON KAA NAPALI SHORES



THE SURFJACK HOTEL & SWIM CLUB



ESPACIO THE JEWEL OF WAIKIKI



ASTON WAIKIKI-SUNSET



ASTON KONA BY THE SEA



ASTON SHORES AT WAIKOLOA



AQUA OASIS



ASTON WAIKOLOA COLONY VILLAS



ASTON AT THE WHALER ON KAA NAPALI BEACH

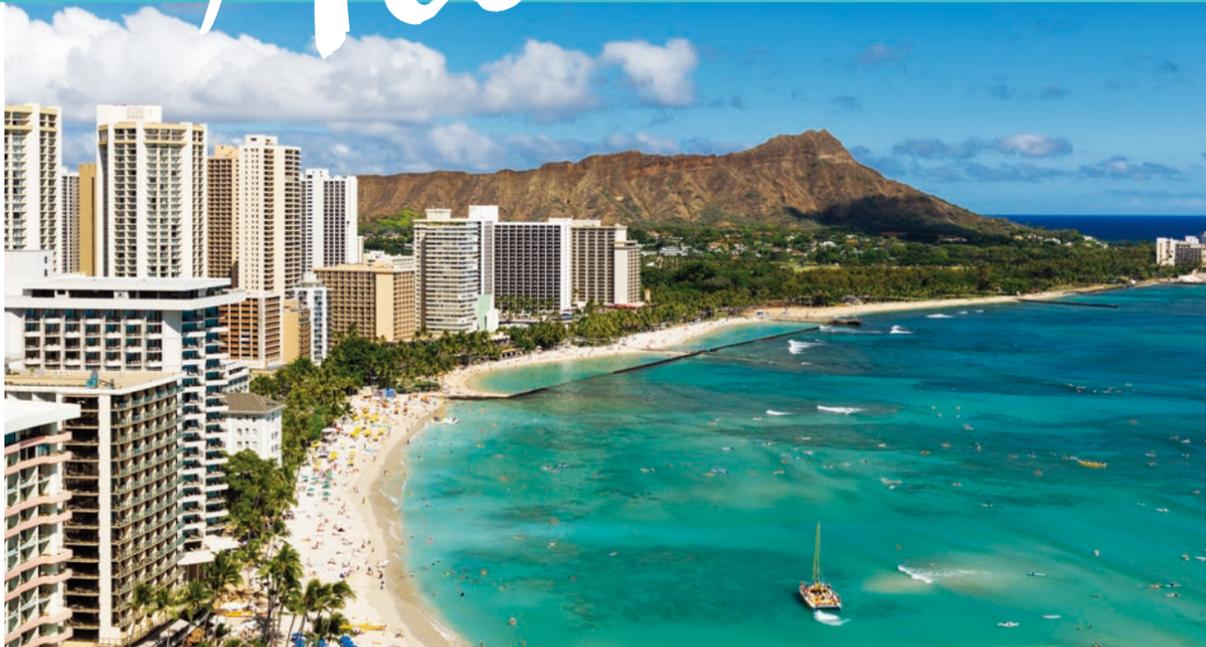
HOTELS FOR All

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、スペースシャスなコンドミニウムや快適でリーズナブルなホテルまで、約40軒のコンドミニウ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は、旅行業界に新しいアイデアをご提供いたします。

AquaAston.jp

フリーダイヤル | 0120-080102

Aqua GDS Code: QU | Aston GDS Code: AH



見逃せない2大ショー 団体・教育旅行向けプログラムも充実

広大な5万坪の敷地に、6つのポリネシアの村があり、それぞれの文化を体験できるショーやアクティビティーが繰り広げられるポリネシア・カルチャー・センター(PCC)。ハワイきっての人気アトラクションとして、団体旅行や教育旅行にも最適なプログラムを提供している。

見逃せない2大ショー

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」

PCCでは、1963年の開園当初より、カヌーに乗ったダンサーたちがパフォーマンスを繰り広げる水上カヌーショーを披露。56年経った今でもその伝統を変えることなく、ショーを続けている。

昨年8月には、ショーの内容を一新。「HUKI」というタイトルのもと、100名以上のパフォーマーがショーに出演している。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、ポリネシア神話の英雄マウイが登場し、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ものだ。

続いて、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、歌と踊りによって披露する。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。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感じさせてくれる。

またショーでは、Hukiにちなんだ地元のフキラウ(Hukilau)ビーチで昔、ハワイ特有の網漁が行われたことも紹介。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だ。

ショーが行われるのは、サモア村横のラグーン。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人以上の座席を新たに確保しているので、午後到着の場合などでも、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。



新しいカヌーショー「HUKI」

10周年を迎えた
「HA:プレス・オブ・ライフ」

PCC最大のクライマックスと言えるのが、世界最大のポリネシアンショー「HA(ハア):プレス・オブ・ライフ」だ。開演から10周年を迎え、ショーの来場者数は、累計700万人を超える。

このショーを目的にPCCへ訪れる人は数多い。世界中から観光客が訪れるハワイにおいて、USAトゥデイ紙の「ハワイ・ベスト・アトラクション2019」の1位にも選ばれている。

ショー自体は英語だが、英語がわからなくても理解しやすいストーリーが特徴。主人公のマナが6つのポリネシアの文化を通して、人生の試練や喜びを経験し成長していく様を、唄と踊りで表現する。

PCC所属のクムフラ(ハワイ最高峰の資格を持つフラのマスター)が作曲や振り付けを担当。そのためショーの完成度は高く、観客へ訴える力も抜群で、多くの鑑賞者を魅了している。

展開はスピード感にあふれ、ダンスの抑揚も見事に観る者に飽きる暇を与えない。キャストは総勢100名以上。迫力のある群舞やダイナミックなパフォーマンスは鑑賞後も感動の余韻を心に残してくれる。

日本人のゲストには、ディナーと「HA:プレス・オブ・ライフ」がセットの「トワイライト・パッケージ」が人気。多くの人がハワイ滞在最後の締め、このパッケージを選んでる。



団体・教育旅行向けプログラム

充実の文化体験プログラム
チームビルディングにも

PCCでは、各種文化体験プログラムを提供。なかにはチームビルディングに活用できるプログラムもあるので、団体旅行にもぜひ取り入れたい。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。

プログラムは、いずれもハワイならではのものばかり。ウクレレやフラのレッ



スは、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。

また、ラウハラという葉で世界にひとつだけの花を作る「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「イオセバ」など、ハワイ伝統の技に触れるユニークなプログラムも充実している。

チームビルディングの場面では、ハワイ式のポーリング「ウルマイカ」や、カ



ヌー、リズムに合わせて棒を投げ合うゲーム「ティティトレア」、火起こしやスピア(槍)投げなどで結束力を高めることができるものから、競争するものまで、幅広く取り揃える。

カイクアアナ・プログラム
現地校訪問や英会話・職業体験も

文化体験ができるテーマパークとして、教育旅行にも人気のPCC。なかでも好評なのが「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。



全身で、ハワイ文化の 歓喜の中へ。

まるで、あなたを迎える祝宴のよう。
誇り高きポリネシア文化が、そこで
鮮やかに咲いています。眼前に迫る、情熱の踊り。
伝統料理を深く味わい、共に奏で、共に歌う。
そこは、千年の島の歓喜に全身で飛び込む場所。
リゾート地だったあなたのハワイは、
帰るときには、きっと、偉大な友の暮らす島です。

アロハの原点、
ポリネシア・カルチャー・センターへ。



CULTURE DIVING in HAWAII

Taste / Eyesight / Hearing / Smell / Touch





ここだけの極上ステイ さまざまなシーンに対応する ロイヤル ハワイアン ホテル

「太平洋のピンク・パレス」の愛称で親しまれるロイヤル ハワイアン ラグジュアリー コレクション リゾートは、1927年の創業以来、ここだけの極上ステイを提供し続けてきた長きにわたる実績と伝統を誇る。優雅でクラシカルな建物、贅沢な調度品が配された客室、そして椰子の木が揺れる清々しい中庭のココナッツ・グローブやワイキキ・ビーチ随一のプライベートエリアを有し、ファミリーやカップル、また女子旅など、さまざまな滞在シーンに対応したサービスを用意している。

For Family Stay

【ファミリー】 お得に、そして
ハワイならではの体験も



ファミリーにおすすめなのが、コネクティングルームやジュニアスイートの利用。例えばヒストリックガーデンジュニアスイート(上)とヒストリックルーム(下)のコネクトができるので、トロピカルな雰囲気あふれる緑豊かな中庭を眺めながらのんびりと滞在できる。なお、18歳未満の子供ならエキストラベッドやベビーベッドは無料だ。



隣接するセラトン・ワイキキにある子供に大人気のスーパープール「ヘルモア・プレイグラウンド」が利用可能。噴水のように水が飛び出す岩場があり、高さ約21mのウォータースライダーやワイキキ・ビーチを一望する2つのジャグジーなど、あらゆる世代の人が楽しめる「プレイグラウンド(遊び場)」となっている。



シックなプールサイドにたたずむオープンエアの空間が心地良い「サーフ ラナイ」では、朝食とランチが楽しめる。サーフ ラナイでの朝食は、大人1名につき、同伴の12歳以下の子供1名分が無料! (「キッズ・イート・フリー」プログラム)

こんな楽しみ方も

ロイヤル ハワイアン ホテルでは、ハワイの歴史や文化、伝統を知る無料のプログラムを用意。例えば、お花のレイ作りに親子で参加することも。他にもサーフィンの基本講座やヨガクラスなども。

For Couple Stay

【カップル】 ロイヤル ハワイアン ホテルならではの
ロマンティックで贅沢なステイを実現



カップルでの滞在なら「マイラニ・タワー」がおすすめ。オーシャンフロントの開放感あるモダンラグジュアリーな客室(上)が自慢だ。また専用の「マイラニ・ラウンジ」(下)の利用が可能。海へと続くプールの景色を見渡しながら、朝食やドリンク、おつまみをゆったりと堪能できる。



夜はシグニチャー・レストラン「アズーア レストラン」でのロマンティックなディナーを。シェフの自慢はシーフード。毎朝市場から仕入れる新鮮な魚を、伝統的な調理法やトロピカルなフレーバーを取り入れた斬新なハワイ式の調理法で提供してくれる。ソムリエ厳選のワインとのペアリングも楽しみたい。



ワイキキで唯一、オーシャンフロントで行われる「ロイヤル ハワイアン ルアウ ～アハ アイナ～」。ダイヤモンドヘッドとワイキキ・ビーチを背景とした美しいロケーションで、食事、メレ(歌)、フラダンス、物語などを通してハワイの壮大な歴史と文化を体験できる贅沢な内容だ。



カップルでスパを楽しめるのもロイヤル ハワイアン ホテルならではの体験。「アバサ スパ」では、中庭の心地良いそよ風と緑に覆われたプライベートな空間の中で、ゆっくりと優雅なリラクゼーションマッサージを受けることができる。ここでしか味わうことのできない楽園のひとときを。

For Women Stay

【女子旅】 あこがれの「ピンク・パレス」は
とってもフォトジェニック



ロイヤル ハワイアン ホテルは、女子旅にもぴったり。ダブルベッド2台の部屋確保や「アズーア レストラン」でのワイン・テイasting、「ロイヤル ハワイアン ベーカリー」のギフトなど、特典充実の「プリティ・イン・ピンク」パッケージを用意。



ピンク色の外観やプールサイドなど、写真映えるスポットがあちこちに。なかでも、世界的にも有名な「マイタイパー」で今、フォトジェニックなカクテルとして人気なのがピンクビール。太平洋に沈むサンセットを眺めながら、小皿料理とともに楽しみたい。



「ロイヤル ハワイアン ベーカリー」では、ぜひホテル限定のお土産品をチェックしたい。ドリンクやちょっとしたデザートなど、テイクアウトで気軽に購入できる。

こんな楽しみ方も

無料のプログラムに参加して、ハワイの歴史や文化、伝統に触れるのも、旅の忘れられない思い出となるはず。なかでも体験してみたいのが、毎週金曜日の「ヒウワイ・モーニング・セレモニー」。ビーチで日の出と共に行われる伝統的なハワイの儀式で、新しい朝を迎えながら身も心もリフレッシュできる。



THE
ROYAL HAWAIIAN
RESORT
WAIKIKI

THE
LUXURY
COLLECTION

楽園で伝統と出会う

1927年の創業以来、「太平洋のピンク・パレス」として愛されてきたオアフ・ワイキキのロイヤル ハワイアン。絵のような風景の中で優雅なご滞在をお約束しています。

ROYAL-HAWAIIAN.JP

MĀLAMĀ HAWAII

マラマハワイ



責任ある旅行者になるために!



ハワイへ旅行される皆様に、自然環境や文化保護を、**ハワイを思いやる気持ち(マラマハワイ)**で、ご協力お願いいたします。ハワイ州観光局では、ハワイで守っていただきたいことをまとめたコラム、映像をご用意しております。ハワイ渡航前には是非ご覧ください。



詳細はこちら▲

海洋生物の保護

ビーチや海で、ウミガメ、ハワイアンモンクシール、イルカ、ザトウクジラに遭遇された場合は、推奨距離以内に近づかず、マナーを守って観察してください。

推奨距離

ウミガメ	ハワイアンモンクシール	イルカ	ザトウクジラ
3メートル 10フィート 以上	15メートル 50フィート 以上	45メートル 50ヤード 以上	90メートル 100ヤード 以上



サンゴ礁の保護

サンゴ礁は、海洋生物の生存を支えている海のオアシスですが、近年その白化が進んでいます。原因の1つは、日焼け止めに含まれる有害成分と言われています。ハワイ州では、2021年1月1日より、これらの有害成分(オキシベンゾン、オクチノキサートなど)が含まれた日焼け止めの販売が禁じられます。旅行者の皆様も、是非サンゴ礁にやさしい日焼け止めをご使用ください。



固有種の保護

ハワイには豊かな大自然があり、約2,944種類もの固有種が生息しています。これらの固有種は、ハワイに持ち込まれた外来種によって被害を受けることもあります。森林を訪れる前には、靴やハイキング用品を洗浄し、外来種を持ち込まないように気を付けてください。

ハワイ文化への尊重

ハワイ文化は、アロハスピリットに基づく、ハワイの土地に長年根付いた文化です。ネイティブハワイアンと伝統文化を尊重しましょう。文化的史跡を破損したり、進入禁止エリアに侵入しないこと、また、岩を動かしたり、持ち帰らないようにしてください。



HAWAII TOURISM

JAPAN

ハワイ州観光局