



おもいっきり、ご褒美はじめよう。
めいっぱい、親孝行はじめよう。
無制限で、青春はじめよう。
全力で、恋をはじめよう。
すべて忘れて、自分磨きはじめよう。
食べて、遊んで、学んで、整えて。
取り戻すには十分すぎる、
色とりどりの体験がここにある。
誰にとっても、優雅で、開放的で、安心して、
非日常的な体験がここにある。
もう一度あの、眩いほどに輝ける
旅、はじめるなら、やっぱりハワイ。



短期、中長期戦略の「二刀流」で 着実な需要回復、拡大を目指す

ハワイ州観光局、2025年に向けた取り組み

コロナ後、円安や物価高の影響を受けながらも、ハワイへの旅行需要は確実に回復している。その流れを確固たるものとし、さらに拡大するためには、明確なターゲット設定と、それに基づく効果的な施策が必要となる。またそれを進める上で、旅行会社や航空会社、現地ホテルやアトラクションなど、日本に限らず現地ハワイのサプライヤーとの連携は不可欠だ。ハワイ州観光局 日本支局 (HTJ) は、こうした状況を踏まえ、直近の旅行予約を促すための短期戦略と、将来を見据えた中長期戦略の「二刀流」で、着実な需要回復とその先の需要拡大を目指していく方針だ。2025年に向けた観光局の施策について、HTJ局長のミツエ・ヴァーレイ氏に話を伺った。



ハワイ州観光局 日本支局 局長
ミツエ・ヴァーレイ氏

短期戦略

業界とのコラボレーションを重視 “付加価値の提供”で予約増狙う

まず、2025年に向けた施策について、ヴァーレイ氏は「短期のさまざまな施策と中長期の施策を分け、意識してプランニングを立てている」と説明。そのなかで、短期戦略については、「ブッキングペースを上げていくには、ハワイにたくさんリソースを投下して頂いている企業さんとのコラボレーションなしではまず難しい」として、業界とのコラボレーションを重視する姿勢を見せる。

旅行会社やOTA、航空会社、現地ホテルやアトラクション、またクレジットカード会社など、各業界パートナーは、それぞれハワイ市場へ向けた戦略や施策を進めている。HTJではそれをきちんと理解した上で、予約増加に向けた適切なサポートを行い、業界との



即効性の高いプロモーションとして、ゴルフ、ロマンスマーケット向けのプロモーションも展開中

コラボレーションを推進する。

こうしたコラボレーションを進めていく上で、特に重視するのが“付加価値の提供”。「単なるディスカウントキャンペーンではなく、付加価値を提供することで、ハワイ旅行をより魅力的なものにし、良いタイミングにキャンペーンを実施してハワイ旅行の予約へとつなげていきたい」と強調する。

また、こうしたコラボレーションを



積み重ね、継続していくことも重要。「リカバリーは、一夜でできるものではない。斬新なキャンペーンを展開するというよりかは、予約促進につながる付加価値の提供と販促プロモーションを、どのタイミングで、誰と、どう打っていくか戦略を立て、その結果を見て分析して、しっかりと回していくことを来年も続けていきたい」と述べ、今後の取り組みへの意欲を示した。

中長期戦略 【ファミリー】

ファミリー層をターゲットに 「やっぱりハワイ」を展開

一方、中長期戦略のひとつとして、今後力を入れていくのがファミリー層の取り込み。ヴァーレイ氏は、「中長期でしっかりとファーストタイマー、ファミリー層の取り込みに注力したい」と

と説明する。具体的には、現在展開しているプロモーション「旅、はじめるなら やっぱりハワイ」の一環として、ファミリー層への訴求を図る。

「やっぱりハワイ」は、コロナ後の需

要喚起を目的に、2023年秋にスタートしたプロモーション。即効性の高い「親孝行」「ロマンス」をキーワードに、ハワイ旅行を訴求する内容で、今後はそれに「ファミリー」が加わる。まずは

業界パートナーで活用してもらえよう
 動画や写真、ソーシャルメディア
 を意識したショート動画など、「使える
 素材、コンテンツを年内にかけて撮影
 する」とのことだ。

パートナーのニーズに合わせた オーダーメイドのサポート

具体的なプロモーション内容だが、
 短期戦略と同様、共通のキャンペーン
 ではなく、各業界パートナーのター
 ゲットに合わせたサポート、いわば
 オーダーメイドの支援をしていく方針
 だ。「業界パートナー各社のニーズに
 合った、役立つ素材をクリアに伝えて
 いくこと、お互いのニーズを把握し、
 それを伝えることがとても大切になる」と指摘する。

例えば、旅行会社においても、それ
 がパッケージ向けの施策なのか、また
 FIT向けの施策なのか、また旅行会社
 でもオンライン旅行会社のプロモ
 ーション施策など、それぞれターゲット
 やニーズが異なってくる。航空会社、
 現地ホテルやアトラクションにおい
 ても同様。パッケージに朝食クーポンや

空港送迎を付けたり、オンライン旅行
 会社や航空会社であれば、ポイントま
 たはマイルキャンペーンを展開するな
 ど、その内容はさまざまだ。

日本と現地をつなぐ役割も 複数社参加でより大きな効果

観光局として、個々の内容に合わせ
 たオーダーメイドのサポートや価値の
 提供だけではなく、「お互いにターゲッ
 トやニーズが一致した日本の旅行会社
 と現地側サプライヤーを、観光局が
 つないで、よりプロモーションを
 実りあるものにしていくこと」も重視
 しており、いわばコーディネーター
 としての役割にも力を入れる。また、
 「1社だけでなく、2〜3社で同時
 期にキャンペーンを提案すること
 も。キャンペーンに合わせ、HTJ
 やメディアと絡めた展開で相乗効果
 を高め、よりキャンペーン

効果を最大化させる取り組みも進め
 ている。

業界パートナーに限らず、メディア
 対応においても、個々のメディアの特
 徴やニーズ、ターゲットに合わせたサ
 ポートを行っていく方針。広告キャン
 ペーンについても、「昔はマスメディア
 向けに、コマーシャルを製作していた
 が、今はターゲットによってソシ
 ャルメディアであったり、インフル
 エンサーへの施策だったり、新聞やラ
 ジオ、テレビ、それぞれ視聴者や読
 者にリーチできるプラットフォーム
 が大きく変わっている」とのこと
 で、より効果的な展開を進めてい
 く。



中長期戦略 【各島のリブラン ディング】

各島のイメージをきちんと訴求 若年層など将来のリピーター醸成へ

また、より先を見据えた中長期戦略
 として、来年以降本腰を入れるのが「各
 島のリブランディング」。ヴァーレイ氏
 は、「新しいハワイのファン層として、
 若年層を意識していかなければなら
 ない。ハワイの典型的なブランドイメ
 ージを刷新していく必要がある」と訴
 える。

一般的に日本におけるハワイのイ
 メージは、未だホノルルやワイキキで

止まっていることが多いのが現状。「イ
 ベントで各島のパンフレットを用意し
 たら、ハワイ島からなくなっていく。
 ハワイ島にワイキキがあると思われ
 ている。それはハワイと書いているから。
 そのくらい各島のブランディングが浸
 透していない」と指摘する。

各島のリブランディングは、
 「Beautiful Hawai'i (ビューティフル
 ハワイ)」キャンペーンの一環として進
 めていく。同キャンペーンは、ハ
 ワイの島々の特徴や本質的なハワイ
 の魅力を伝えることを目的に昨年より
 展開しているものだ。特にリブラン
 ディングにおいては、「各島へ行く
 きっかけ作りにし

たい」考え。また「それぞれの島で体
 験できることを、しっかりと各島の観
 光局と一緒に打ち出していくことで、
 ハワイの幅が広がり、もっとイメ
 ージを変えていきたい」という。

一般消費者をメインに訴求 旅行会社もサポート

各島のリブランディングは、一般消
 費者へ向けたBtoCプロモーションを
 主軸に据える。特にメディアと協力し
 ながら、「各島での過ごし方、島ごとの
 違い」をしっかりと打ち出していく
 ことで、一般消費者への露出を増や
 していく。若年層を意識したデジ
 タルマーケティングも進める。旅行
 会社に対しても、リブランディング
 を明示していく。「業界パートナ
 ーの方でも、島のパッケージ化に
 意欲のあるところに対してはしっ
 かりとサポートしていく」との
 ことだ。





ジャパンサミット

ジャパンサミット、
HAWAII EXPO

ジャパンサミットや「HAWAII EXPO」など来年も継続 ハワイ関連イベントへのサポートも

これまで実施してきた旅行会社向けの「ジャパンサミット」や、一般消費者向けの「HAWAII EXPO（ハワイエキスポ）」といったイベントも、来年は「短・中長期のリカバリー施策と各島のブランディングをテーマに形を変えて続けていく」（ヴァーレイ氏）とのこと。ジャパンサミットは2025年の4月、またHAWAII EXPOは2025年5月の開催を検討している。

ジャパンサミットは、日本の旅行会社スタッフをハワイに招へい、基調講演のほか、現地でサプライヤーとの商談の場を設けている。「ジャパンサミットは大きな結果を生み出している。何よりも、日本の旅行会社の皆様にはハワイを見て体験して頂くことが大切。何年もハワイに来られていない、また行ったことがないという方々が多いなか、まずは体験してもらい、そこで現

地の方とコミュニケーションして頂く場となる」と、イベントの重要性、意義を指摘する。

また、現地ハワイのサプライヤーにとっても、ジャパンサミットは意義のあるイベントだ。「ハワイの場合は、中小企業も多く、特にニッチなサービスやこれから新しいプロダクト開発を進めている企業は、なかなか日本を含むアジアマーケットへ行くことができない。そうした企業にジャパンサミットに来て頂き、体験し商談して頂くこともすごく大切なこと」と強調する。

HAWAII EXPOについても、「ハワイに興味のある方々や潜在意識の高い方々と、業界パートナーの方々をつなぐイベント」として、来年は「サプライズで違ったコラボレーションができれば」と意気込みを見せる。

一般消費者向けイベントでは、他の

ハワイ関連イベントへの後援も引き続き強化していく方針。「実際にハワイを感じたい、ハワイの情報を得たい、というニーズが高い。BtoCイベントはとても大切なので、しっかりと観光局の活動に活かしていきたい」とのことだ。



HAWAII EXPO（イメージ）

アロハプログラム

FAMや店舗へのサポートを継続 現地専門家の日本巡業も検討

公式ラーニングサイト「アロハプログラム」では、旅行業界向けのスペシャリストプログラムと、一般消費者向けの展開の2つがあり、旅行業界向けにおいては、スタッフへの教育に加え、特にハワイの旅行商品を実際に販売する店舗へ向けたアプローチとして重視している。また、スペシャリストプログラムの上級獲得者がトレーナーとなって、他のスタッフへの教育を行う「トレーナープログラム」も展開。スペシャリスト向けのFAMやウェビナーや店舗へのサポートも継続していく。

一般消費者向けの取り組みとしては、ハワイ文化に詳しい現地ハワイで活躍するハワイ文化専門家を日本に招く「カルチャーブリッツ」の実施を検討する。ヴァーレイ氏は、「来年はターゲットを全国に広げ、北海道から九州、沖縄まで訪問してコミュニティを作っていくことで、ハワイファンを増やしていきたい。何年か続けていくことで、ファンがハワイの魅力を伝えるために地元で活動してもらえるようなアンバサダープログラムのようなものもできればと期待している」と述べ、今後への展開に期待を示した。



ALOHA PROGRAM



アロハプログラムの公式アプリもリリース。若年層への認知度拡大も意識し、より身近にアクセスできるようになった

MCIと
教育旅行

CSRへのニーズ高まる団体旅行 教員視察で文科省とタッグ

MCI（ミーティング、カンファレンス、インセンティブ）については、専門組織「Meet Hawai'i（ミートハワイ）」と連携しながら引き続き誘致強化に努める。特にハワイならではの取り組みとして、インセンティブに向けたCSR（企業の社会的責任）に関する情報提供や素材の提案に力を入れる。



小川での外来種（雑草）の除去作業の様子（イメージ）

ハワイ州観光局では、リジェネラティブ・ツーリズムの理念に基づき、「マラマハワイ」をスローガンに掲げてハワイの文化や伝統、自然環境を持続、再生させる活動を推進している。この「マラマハワイ」の一環として、ビーチクリーニングといった社会貢献活動を提案しており、「ただイベントをするだけでなく、何かしら現地のためになることをやりたいというニーズに応えることができる。今年も6000名以上の報奨旅行が入っており、そうした方々は必ず現地で何かしらのCSR活動を行って頂いている」（ヴァーレイ氏）という。

教育旅行の誘致も重要施策のひとつ。「ハワイでどんなことが学べるのか、どんな素材があるのかということ

を、いろいろな形で提案、強化していきたい」方針。今年7月下旬には、教員向け視察を実施。これは、文部科学省が展開する官民協働の海外留学促進キャンペーン「トビタテ！留学JAPAN」との共催事業として実現したもの。

「【高校等教員向け】探究型海外研修企画のためのハワイ視察プロジェクト」の第一弾として実施したものだ。好評を受け、12月には第2弾を予定している（教員向け視察について詳しくは16ページで紹介）。また双方向交流に基づいた日本とハワイの自治体間の姉妹提携に基づいた交流活性化も教育旅行の誘致において重要な取り組みとなる（姉妹提携について詳しくは20ページで紹介）。

広い意味での教育旅行を提案 「学びの宝庫」ハワイの訴求も

観光局としては、ハワイでは修学旅行に限らず、さまざまなタイプの教育旅行が組める点をアピールしていきたい考え。「業界の中では、『教育旅行＝修学旅行』のイメージがまだまだ根強く残っている。ハワイは教育旅行において、幅広い内容を提供できる強みがある。高校の修学旅行は数の上では主流となっているが、今では小学校の文化交流から大学のゼミまで、さまざまな形態の教育旅行がある。英語留学や夏休み期間中の子どもの留学、アクティビシニアの短期の習い事など、広い意味での教育旅行をもっとブランディングしていきたい」と語る。



今年7月に実施した教員向け研修旅行の様子

また、「学びの宝庫」ハワイの訴求も重要だ。「ハワイには、大学や研究所、NPO、民間などの機関が充実しており、学べる素材がたくさんある。平和学習から天文学、海洋学や医療、環境など学べる素材がたくさん揃いながら、さらにインフラも整っている destinations は数少ない。現地に日本の旅行会社のオフィスがあり、日本マーケットへの理解度がある点も大きな強みだ」とアピールする。

特に最近では、探究型学習へのニーズが高い。事前や事後の学習もしっかり行い、より教育的効果の高い教育旅行が求められている。前述の教員向け視察旅行においてもこうしたニーズを反映して実施に至った。ハワイはいろいろな教育旅行が組める点、「学びの宝庫」である点において、探究型学習の目的地としてふさわしい点を今後アピールしていく。サイズ的にも「2〜300名の修学旅行がある一方で、もっと少人数で内容が濃く、継続できることでリレーションシップが築けるような教育旅行を開発していきたい。ハワイがリーダー的な役割を果たす海外 destinations になれると思っている」と強調する。

メディア施策

観光局プラットフォームの刷新と 情報発信の強化

また、「サウンドメディア施策」として、公式ポータルサイト「allhawaii（オールハワイ）」（www.allhawaii.jp）やソーシャルメディアなど、観光局が運営するプラットフォームの刷新と情報提供の強化を図る。ヴァーレイ氏は「各島での体験や楽しみ方、旅のプラン、さまざまな最新情報や安全情報な

ど、観光局として確実な情報を正しく、きちんと発信していくことが大切」と語り、情報発信の重要性を強調する。

またこうした情報発信をのために、「メディアの方々とつながり、もっと拡散していただけるようにしていきたい」とのこと。今後はメディアでのハワイ特集やシリーズといった露出を増やす



ハワイ州観光局の公式ポータルサイト「allhawaii」（www.allhawaii.jp）

べく、適切な情報発信に長期的なプランとして取り組んでいく。「マラマハワイ」などの啓発も進めていく考えだ。

メディアの視察旅行を強化 より細かなニーズに対応

メディア戦略においては、視察旅行も重要な取り組みのひとつに位置づける。特に今年はメディアの視察旅行を多く企画。これは円安や物価高の影響で取材経費がかさむことでハワイ取材を見送ったり、安価な近隣諸国に振り替えたりする動きに対応したものだ。メディアの細かなニーズに合わせた

少人数の視察から20名規模の大規模な視察も実施。サステナビリティをテーマにした視察(4月)や、「メイドインハワイ」をテーマにハワイで活躍する日系人を訪ねた視察(5月)、「はじめてのハワイ」と題し、ハワイに来たことがないメディアを対象とした視察も行った(6月)。今後は、ゴルフやマウイ島のサステナビリティ、オアフ島のグルメ、ハワイ島、カウアイ島、ラナイ島の体験といった細かな視察を計画する。



今年6月に実施した「はじめてのハワイ」視察旅行の様子

現地への取り組み
今後の見通し

現地で日本市場の重要性訴える 海外旅行におけるハワイのシェア拡大目指す

現地ハワイのサプライヤーに対して、日本マーケットの重要性を訴えることも観光局の大きな取り組みのひとつ。ヴァーレイ氏は「現状をしっかりと説明することが大切。日本市場のリカバリーは決して落ちてはおらず、少しずつ上がっている。ただ、日本で誘致活動をするだけでなく、現地側において、日本マーケットの可能性や今ま

での関係性をしっかりと説明する役割が観光局にはある」と強調する。

今後の見通しについては、まずは「海外旅行への前向きな感情、旅行意欲を戻していく」ことが先決とのスタンスを示す。「業界一丸となって、海外旅行への気運醸成に取り組まなければならない。そのなかで、ハワイのシェアをしっかりと取っていききたい」考えだ。

日本発の海外旅行需要は、コロナ前と比べようやく6割回復した段階。円安や物価高の影響もあり、近隣の destinations から需要が回復しており、コロナ前は日本発の海外旅行全体で9%あったハワイのシェアは、現在6%となっている。来年は一連の施策を通じて、「シェアの回復を目指していく」意向だ。

ハワイ州観光局 日本支局 スタッフ紹介



ミツエ ヴァーレイ

ハワイ州観光局 日本支局 局長

東京とホノルルのオフィスを統括。日本市場を対象に、再生型観光の啓発活動、ハワイのブランド価値を高めるためのマーケティング指針策定および推進、旅行業界との連動施策、消費者向けプロモーション活動、広報活動などの destination マーケティングとマネジメント業務を管理、監督



寺本 竜太

ハワイ州観光局 日本支局 局次長

旅行業界を対象としたセールス戦略の立案、市場分析、各種プログラムを構築。東京オフィスの業務全般を統括



高橋 あやか

ハワイ州観光局 日本支局
シニアマーケティングマネジャー

ハワイ州観光局のソーシャルメディアを含むオウンドメディア全般を統括。公式ラーニングサイト「アロハプログラム」の運営管理、広告キャンペーンやマーケティングプロモーションなど、マーケティング活動全般の責任者



桂 小春

ハワイ州観光局 日本支局
イベントプロモーションマネジャー

日本国内で開催するイベントの企画立案・実施を統括するほか、PRチームと連動して、複数の公式サイトでの情報発信を担当



坂梨 好

ハワイ州観光局 日本支局
セールスマネジャー

旅行業界関係各社とのコミュニケーション、販促プロモーション、セミナーやハイクラス育成プロジェクトなど、旅行業界向け施策、運営業務を担当



Eat, Shop and Stay!

旅も新たなスタイルに生まれ変わりつつある中、進化し続けるアラモアナ・ホテル・バイ・マントラ。

ホノルルの有名なビーチにも近く、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も直結する便利なロケーションのホテルです。

館内の充実した施設、アロハスピリット溢れる親しみやすくパーソナライズされたおもてなしで、皆様に快適で心地よいご滞在をお約束いたします。

当ホテルは世界5,000軒以上、43ブランドを保持するアコーホテルズです。



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
f www.facebook.com/AlaMoanaHotelJapan
@alamoanahotelbymantra



滞在して、働いて、毎日ポイントを貯める。当社のロイヤリティプログラム ALL - Accor Live Limitless で自分にぴったりの特典や忘れられない体験をご堪能ください。

ANA HAWAII

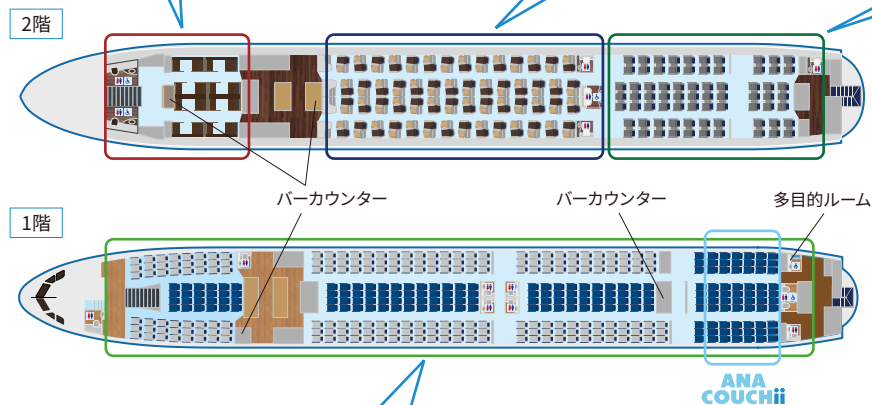
A380 FLYING HONU 成田ーホノルル線で毎日好評運航中

ANAは、羽田ーホノルル線と成田ーホノルル線をそれぞれ毎日運航、多様なニーズに応じたフライト選択が可能だ。特に成田ーホノルル線は、エアバスA380型機「FLYING HONU（フライングホヌ）」が好評運航中。大きな機材ならではの広々とした空間と充実の設備、サービスで、他にはない快適なフライトを提供する。また搭乗の3日前までにANAのウェブサイトから事前にオーダーすれば、機内で免税品の受け取りも可能な「機内免税品プリオーダーサービス」も好評だ。



2階建てのゆとりある空間、ANAならではの充実した設備

<p>FIRST CLASS</p> <p>ファーストクラス</p> <p>シートのドアと個室型のシェルにより、プライベート感を確保しながら、ゆとりある特別な空間を提供。</p> 	<p>BUSINESS CLASS</p> <p>ビジネスクラス</p> <p>充実の56席。隣り合わせのシートもあるので、カップルやご夫婦にもおすすめ！</p> 	<p>PREMIUM ECONOMY</p> <p>プレミアムエコノミー</p> <p>ゆったりとしたシートで、ワンランク上の快適な旅を提供。全73席の広々とした空間で、リラックスした時間を過ごせる。</p> 
--	--	---



ホノルルでも出発前は「ANA LOUNGE」で

ホノルルのダニエル・K・イノウエ国際空港には、空港ラウンジ「ANA SUITE LOUNGE」と「ANA LOUNGE」があり、出発前のひとときをゆったりと過ごせる。



※ご利用には諸条件がございます。詳細は [ANAウェブサイト](#) をご確認ください。

ECONOMY CLASS

エコノミークラス

1階はすべてエコノミークラスで383席。天井が高く、ゆとりある空間はA380型機 FLYING HONUならではの。



多目的ルームも完備

着替えや赤ちゃんのおむつ交換、授乳にも利用できるので、ファミリー旅行でも安心。



日本の航空会社初のカウチシート ANA COUCHii

横3席または4席分のレッグレストを上げて、ベッドのように利用できるので、ファミリーやカップルにおすすめ。専用の寝具も用意。利用人数に応じたエコノミークラス運賃への追加料金で利用が可能。



ワイキキ中心部に専用ラウンジ、専用電気バスも

ANA便名の東京発ホノルル線に往復搭乗予定のANAマイレージクラブ会員向けサービス^{*}として、ワイキキ中心部に専用ラウンジ「マハロラウンジ」を設け、無料ドリンクやWi-Fiを提供。安心の日本語サポートで、ホテルのチェックイン前に荷物を預けたり、ラウンジでくつろいだりできる。また、無料の「ANAエクスプレスバス」は、ワイキキとアラモアナ間をノンストップで運行。土曜午前には人気のカカアコファーマーズマーケットまで延長する便もある。



※ご利用には諸条件がございます。詳細は [ANAウェブサイト](#) をご確認ください。



さあ、ハワイへ



ANA HAWAII

FLYING HONU は成田から毎日運航

 2024年10月27日～2025年3月29日までの運航スケジュール

便名	路線	出発時刻	到着時刻	運航機種
NH184	成田→ホノルル	20:25 ^{*1}	8:25	A380 「FLYING HONU」
NH182 ^{*2}	成田→ホノルル	21:15	9:15 ^{*3}	A380 「FLYING HONU」
NH186	羽田→ホノルル	21:55	9:55 ^{*4}	ボーイング787
NH183	ホノルル→成田	11:30	15:45+1 ^{*5}	A380 「FLYING HONU」
NH181 ^{*2}	ホノルル→成田	12:40 ^{*6}	16:55+1	A380 「FLYING HONU」
NH185	ホノルル→羽田	13:25 ^{*7}	17:40+1	ボーイング787

「+1」は翌日を表します。スケジュール・機種および国際線についてのその他のフライト情報は、予告なしに変更する場合があります。

*1: 2025年1月1日から20:35発、*2: 2025年1月11日から3往復/週運航(火・金・日)、2025年3月18日～23日のみ火・木・土運航、

*3: 2025年1月1日から9:05着、*4: 2025年1月1日から9:45着、*5: 2025年1月1日から15:55着、

*6: 2025年1月1日から12:30発、*7: 2025年1月1日から13:15発

商品造成にも役立つハワイ最新情報

コロナ禍を経て、新しい姿に生まれ変わったハワイ。フリータイムの過ごし方や、お財布にもやさしい楽しみ方など、ちょっとした工夫でよりハワイの奥深い魅力に触れられる最新情報を紹介したい。



© Hawaii Tourism Authority (HTA)

ハワイアンカルチャーを体験 おすすめ無料アトラクション

フラやハワイアンミュージックなど、ハワイの文化体験は、旅の大きな楽しみのひとつ。ハワイは無料で楽しめるアトラクションが充実している。買い物や食事の前後に、気軽にハワイアンカルチャーの魅力に触れてみたい。



クヒオビーチ・フラショー



キロハナ・フラショー

クヒオビーチ・フラショー

毎週火・土の18時半からスタート、月末の最終日曜日にも開かれる。気軽にハワイ文化に触れることができるアトラクションとして人気。

kbhulashow.wixsite.com/official

キロハナ・フラショー

伝説のコダックフラショーが現代に復活。著名なダンサーとプロデューサーによる本格的なショー。毎週月～水の9時半からクヒオビーチのフラステージで鑑賞できる。

experiencekilohana.com

ワイキキビーチウォーク

ハワイアンミュージックのライブやフラ、地元ビジネスを支援するマーケット、ウクレレのレッスンなど、定期的開催される。

www.waikikibeachwalk.com/Events-And-News/Entertainment-Cultural-Activities.htm

インターナショナル マーケット プレイス

クイーンズコート1階の広場で毎週月・水・金の18時半(9～2月は18時)から無料のフラショーが開かれる。買い物や食事の前後、気軽に楽しめるのが魅力。

shopinternationalmarketplace.com/events

アラモアナセンター

センターステージでフラショー(毎日17時～)と子どもたちによる「ケイキフラショー」(毎週日曜13時～)を開催。エヴァウイングステージでは、ミュージシャンによる演奏も。

www.alamoanacenter.com/en/events/performances

ヒルトン・ハワイアン・ビレッジの花火

レインボータワー前から打ち上げる花火は、ハワイの定番アトラクションのひとつ。

毎週金曜日の19時45分(5～8月は20時)から。

www.hiltonhawaiianvillage.jp

お得に賢くハワイのグルメを堪能する 日系人シェフの活躍にも注目!

多文化共生のハワイでは、和食など、さまざまな国の料理のエッセンスが融合し、新鮮なハワイの食材を使ったオリジナルなグルメが味わえる。お得に賢く楽しむのもよし、また若い日系人シェフの活躍が目覚ましく、ハワイだから手に入る珍しい食材を使った地産地消の一皿にも出会えるだろう。

ハッピーアワーやテイクアウトを活用する

現地での出費の中で、大きな部分を占めるのが食費。ちょっとした工夫でお得に賢く現地グルメを楽しむならハッピーアワーやテイクアウトがおすすすめだ。

ローカルの人たちも利用するハッピーアワーでは、生ビールが4~6ドル(約600~900円)と、日本とさほど変わらない。また人気レストランの味を

気軽に味わえるチャンスにもなる。

レストランのテイクアウトやスーパーマーケットのデリコーナーもぜひ活用したい。デリコーナーでは、ポケやライスボウル、プレートランチなど、ハワイの名物料理が揃う。ホテルに持ち帰って、みんなでシェアしながら地元の味を堪能すれば、忘れられない旅の思い出となるはずだ。

地産地消ムーブメントを実践する日系人シェフのレストランへ

ハワイでも動きが盛んな地産地消のムーブメント。地元の新鮮で美味しい食材を使った美味しい料理は、まさにハワイだけの体験となる。近年は日系

人シェフの活躍が目覚ましく、数々の賞を受賞しており、味わえる料理の幅広さにも注目したい。



ハッピーアワーでお得にハワイのグルメを堪能



スーパーのデリコーナーでテイクアウト



エル・シエロ

スペイン料理

マサ・アルナルド・グシケン氏

elcielo-hawaii.com



アーデン・ワイキキ

コンテンポラリー・ハワイアン・キューζίヌ

マコト・オノ氏

www.ardenwaikiki.com

アペティート

イタリア料理

伊藤 直美氏

appetitowaikiki.com/ja

ナチュラルワイキキ

サステナブルなフランス料理

小川 苗氏

www.naturewaikiki.com



タオルミーナ シチリアン キューζίヌ

イタリア料理

三村 浩之氏

taorminarestaurant.com/jp



ピース・カフェ

ヴィーガン・カフェ

寺井 将太氏

www.peacecafehawaii.com/japanese



MWレストラン

ハワイ・リージョナル・キューζίヌ

ウェイド・ウエオカ氏

mwrestaurant.com

羽田からホノルルへ毎日運航 デルタ航空で行くハワイ



CHECK POINT

デルタ航空のおすすめポイント

POINT
01

利用しやすい羽田発着

時間を有効活用できる便利なスケジュール



羽田-ホノルル線の使用機材

デルタ航空の羽田—ホノルル線は、毎日の運航。都心からアクセスしやすい羽田空港発着なのが便利。また羽田を夜に出発するので、仕事終わりでも利用できるほか、現地ホノルルには翌日の午前中に到着するので、到着日を有効活用できる。戻りのホノルル発も午後なので、ゆっくりとランチを楽しみながら出発できる。

羽田 (HND) -ホノルル (HNL) 線 運航スケジュール (2024年10月27日から)*

便名	出発地	出発時間	到着地	到着時間	運航日
DL180	羽田	21:00	ホノルル	9:25	毎日
DL181	ホノルル	14:45	羽田	18:45(翌日)	毎日

*運航スケジュールは予告なく変更になる場合があります

POINT
02

「ハワイ+アメリカ」も可能

アメリカの航空会社ならではの充実のネットワーク



アメリカの航空会社として、充実のネットワークを誇るデルタ航空だからこそ、ハワイ—アメリカ本土間、羽田—アメリカ本土間を結ぶことが可能。アメリカ本土での出張の帰りに、ハワイに立ち寄ってバカンスを楽しむ、といったアレンジもできる。

POINT
03

ニーズに合わせた4つの座席クラス

快適なフライトを提供する人気のプレミアムエコノミーも



フルフラットシートを備えた
ビジネスクラス
「デルタ・ワン」



広めのレグフルームと優先サービス
でワンランク上の快適さを提供する
「デルタ・コンフォートプラス」



標準的な快適さを備えた
「メインキャビン」

プレミアムエコノミー 「デルタ・プレミアムセレクト」



上質な空間とサービスで快適な旅を約束する

シートピッチ最大38インチ(約96.5cm)の広いスペースに深いリクライニング、可動式レグレストとフットレストを備えた快適なシート。またチェックインや搭乗、保安検査場(一部空港)、手荷物取り扱いなど、「スカイプライオリティ」の各種優先サービスを受けることができる。アメニティキットやノイズキャンセリングヘッドセットも提供。機内食の事前予約サービスもスタートした。

POINT
04

羽田空港「デルタスカイクラブ」

米国航空会社で唯一の自社ラウンジ



総座席数230席、延床面積867㎡の広々とした空間。作りたての食事が味わえるビュッフェコーナーや目の前で調理するヌードルバー、フルサービスのバーカウンター、シャワールーム(5室)、ワークブースなど設備が充実。ほぼ全座席に電源を備え、高速Wi-Fiでビジネス対応も万全。

POINT
05

有効期限のない「デルタ スカイマイル」



デルタ航空のマイレージプログラム「デルタ スカイマイル」は、獲得したマイルの有効期限がないので、期限を気にすることなくマイルを貯めることができる。貯まったマイルはデルタ航空のフライトをはじめ、スカイチーム加盟航空会社のフライトにも交換可能。またスカイマイルに登録すると、米国内線でのWi-Fi接続が無料となるのもうれしいサービスだ。

DELTA TOPICS

イタリア高級ブランド「ミッソーニ」のアメニティキットを導入

ビジネスクラス「デルタ・ワン」に導入したミッソーニのアメニティキットは、ジグザグ模様のミッソーニらしいデザインのパーチに、オーストラリアのスキンケアブランド「グロウン・アルケミスト」のスキンケア製品、環境に配慮した竹製の歯ブラシと歯磨き粉、アイマスク、耳栓、靴下、ペンが入っている。なお、プレミアムエコノミークラス「デルタ・プレミアムセレクト」では、引き続きサムワ・サムウェア製のアメニティキットを提供する。



全クラスでミシュランシェフ監修の和食メニュー スターバックスのコーヒーをサービス



日本発着フライトの機内食では、ミシュラン★獲得の和食店「一汁二菜うえの」(大阪府箕面市)の上野法男シェフが監修した和食メニューを用意。季節ごと*に趣向を凝らしたメニューは、全クラスで味わうことができる。また、デルタ・ワンとデルタ・プレミアムセレクトでは、事前の機内食予約サービスを提供。さらに、機内ではスターバックスの香り高いコーヒーをサービスする。

*メインキャabinは半年ごとにメニューを変更

座席指定やグッズを進呈 学生団体プログラム

10名以上の団体を対象に、まとまったエリアの座席指定(空き状況による、一部制限あり)や、学校名を入れたウェルカムアナウンス(30名以上)、引率の先生1名無料(30名以上)、オリジナルグッズのプレゼントなどの特典を提供。国際交流団体向けには、同様の「国際交流・姉妹都市プログラム」も用意している。詳しい内容や申し込みについては旅行会社まで。



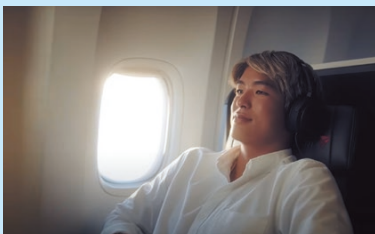
バゲージタグとヘルリッツ・デルタ航空共同監修のオリジナル英会話ブックを提供

持続可能な未来へサステナビリティへの取り組み

デルタ航空は、2050年までに二酸化炭素排出量の「ネットゼロ」達成を目指し、さまざまな取り組みを進めている。2030年までにジェット燃料の10%を持続可能な航空燃料(SAF)に置き換える目標を掲げ、退役予定のボーイング767型機と比べ、燃料効率が20%アップするエアバスA350-1000型機を2026年より20機導入する予定。またアメニティキットや寝具のビニール包装をなくし、カトラリーや歯ブラシを竹製品に変更することで、年間約2200トンの使い捨てプラスチックを削減。持続可能な航空業界の未来に向けたリーダーシップを発揮している。



プロサーファー五十嵐カノア選手を引き続きブランドアンバサダーに起用



デルタ航空は、羽田ーホノルル線のプロモーションの一環として、引き続き同社のブランドアンバサダーを務めるプロサーファーの五十嵐カノア選手(木下グループ)を起用した動画をソーシャルメディアで公開している。動画は羽田空港の「デルタスカイクラブ」で撮影、世界中の大会に参加するためにデルタ航空を利用する五十嵐選手が長時間のフライトでリラックスすることの大切さについて語っている。

動画はこちら



デルタ航空公式日本語ソーシャルメディア



日本語公式Facebookとインスタグラムでは、ハワイを含むアメリカ各地の魅力や最新の機内サービス、キャンペーン情報など、スペシャルなコンテンツを提供。ぜひフォローを!

スムーズなご旅行をサポート Fly Deltaアプリ



フライトの予約・変更はもちろん、座席の指定、チェックイン、預け入れ荷物のリアルタイムでの追跡など、さまざまなシーンで利用できるアプリ。フライト前にダウンロードをしておくで便利。

よりプレミアムな体験を。

可動式レッグレストや大型スクリーンを備えたお座席と本格的なお食事。
デルタ航空のプレミアムエコノミー「デルタ・プレミアムセレクト」



デルタ航空はプロサーファー 五十嵐カノア選手をサポートしています。

KEEP CLIMBING



学びと冒険が出会う場所 充実のプログラムで教育旅行に最適

オアフ島西部、空港から車でわずか30分の便利な立地にある「Wai Kai (ワイカイ)」は、楽しく遊べるウォーターパークとしてオアフ島でも人気のアトラクションのひとつ。また、教育プログラムも充実しており、修学旅行や英語研修など、成果のある教育旅行が実現できる。

Wai Kaiの特徴とおすすめポイント

安全にウォータースポーツを体験

2023年3月にオープン。海と緑に囲まれた自然豊かな環境で、監視員常駐のもと、安全にウォータースポーツを体験できる。

グループが同時に一緒に楽しめる

班分けや日程調整なく、全員が同時に一緒に楽しめるので、教育旅行の一体感がさらに高まる。

多彩なウォータースポーツ体験

サーフィンやSUP、カヤックなど一度に体験できるので、短時間でも効率的に楽しめる。

質の高いインストラクターによる指導



地元のベテランサーファーや世界チャンピオンが指導。初心者から上級者まで安心して学べる。

食事やミーティング、イベントも可能



レストランや屋外スペースが充実。スクリーンや音響など最新設備も完備。

無料の大型バス駐車場

広い駐車場を無料で利用可能。団体での移動もスムーズに行える。



ウォータースポーツだけでなく、
ハワイ文化やSDGs、英語や異文化交流も幅広く体験

Wai Kaiの教育プログラム

学ぶ Learn

●オーシャンセーフティー

ハワイで安全に海を楽しむための知識とスキル（ライフガードスキル、ハワイの海との文化的なつながり、サーフィンコミュニティのエチケット、海への畏怖の念など）

●ハワイ大学ウエスト校との提携プログラム

ホスピタリティ	ハワイの伝統医療とヒーリング	英語	福祉
ジェンダー論	サイバーセキュリティ	IT	
ビジネスアドミニストレーション	クリエイティブメディア	映画・メディア・文化論	

体験する Experience

●アクアベンチャー（水上SASUKE）

安全な環境でチームビルディング、グループ全員で一緒に体験

●サーフィン

ハワイ発祥の文化としてのサーフィンを学び、ベテランのインストラクターと交流

●パドル体験

カヤック、SUP、パドルボード、ハワイアンアウトリガーカヌーなどチームビルディング、地元学生との交流も



つながる Connect

●ローカルとつながる：ハワイ大学ウエスト校との提携プログラム

キャンパスツアー	スカベンジャーハント (宝探し/探索ゲーム/謎解き)	チームビルディング・アクティビティ
SDGsパネルディスカッション		現地大学生との交流会

●ハワイとつながる：ハワイアンカルチャー体験

地元のクムによるレイメイキングワークショップ、レベルに合わせたフラダンスワークショップ

●自分とつながる：アートワークショップ

カラージュアール（ビジョンボード作成）、マイクロプラスチックサンドアート（SDGs座学付き）



Wai Kai

ウェブサイト：Waikai.com  waikaijp

お問い合わせはこちらのQRコードからメールで

メール：aloha@waikaiwave.com



ハワイ州観光局、文科省と共同で 教員向け視察を実施

探究学習の目的地としてハワイを訴求

ハワイ州観光局（HTJ）は、文部科学省が展開する官民協働の海外留学促進キャンペーン「トビタテ！留学JAPAN」との共催事業として、「【高校等教員向け】探究型海外研修企画のためのハワイ視察プロジェクト」をスタート、その第一弾となる教員向け視察を今年7月下旬に実施した。より高い学習効果を求め、探究学習型の海外教育旅行へのニーズが高まる中、探究学習の目的地としてのハワイを訴求するのが狙いだ。

全国各地から教員が参加 事前に視察プランを発表

今回のプロジェクトは、「時代に合った学習効果の高い探究型海外研修を教師が自らプロデュースする」をテーマに企画されたもの。「トビタテ！留学JAPAN」では、留学促進の一環として、留学の「きっかけ」となる学校主催の海外研修をサポートしており、ハワイを教育旅行先として誘致を進めるHTJの意向と一致し、プロジェクト実現に至った。

プロジェクト対象は、「新たな探究型研修を創出する意欲、遂行能力がある」高等学校教員で、1年半～3年程度以内にハワイへの海外研修の実施を求めている。今年4～5月に募集し、募集人数10名のところ、多数の応募者を集め、第一弾として12名を選出した。

選ばれた12名の教員は、北は北海道から南は九州まで、国公立や私立、また国際系の学校やSSH（スーパーサイエンスハイスクール）、工業高専、中等教育学校など、実にさまざま。年齢層も30～50代とバラエティー豊かな教員が集まった。

6月には事前のワークショップをオンラインで実施。各教員は、海外研修の状況やどんな海外研修にしたいか、また研修を有意義なものとするため、現地でのフリー視察に何をやるのか、それぞれのプランを発表、意見交換を行った。

【高校等教員向け】

探究型海外研修企画のためのハワイ視察プロジェクト

視察旅行日程：2024年7月20日（土）～7月24日（水）／3泊5日

1日目	現地到着、オリエンテーション後、歴史散策（パンチボウル国立太平洋記念墓地、ダウンタウン散策：州庁舎、ワシントン・プレイス、キャピトル・モダン（旧ハワイ州立美術館）、カメハメハ大王像、イオラニ宮殿）、ポリネシア航海協会（ホクレア、ヒキアナリア）視察
2日目	ハワイ大学（マノア校、医学部キャンパス）、ビショップミュージアム視察
3日目	フリー視察（参加者各自で視察内容を計画）
4～5日目	現地発、翌日着

1日目

戦争と平和、ハワイの歴史文化 自然との共生をテーマに視察

初日は、パンチボウル国立太平洋記念墓地やダウンタウン散策など、戦争と平和、ハワイの歴史文化について視察。昼食はダウンタウンで飲茶を体験し、移民文化に触れた。その後、ポリネシア航海協会を訪問し、「ホクレア」のプロジェクトについて学習。星や波などを判断しながら進む伝統的な航法で日本を含む太平洋各地を航行するホクレア。留学中に日本人として初めてクルーとなった内野加奈子氏の話に耳を傾けたり、また実際にホクレアに乗船して舵を切ったり、有意義な体験となった。



星や波などを判断しながら進む伝統的な航法で日本を含む太平洋各地を航行するホクレア。留学中に日本人として初めてクルーとなった内野加奈子氏の話に耳を傾けたり、また実際にホクレアに乗船して舵を切ったり、有意義な体験となった。



イオラニ宮殿

ホクレアを見学、実際に体験

2日目



ハワイ大学

ハワイ大学とビショップミュージアムで さまざまな学習素材に触れる

2日目はハワイ大学マノア校へ訪問。同大学経済学部教授、経済学研究科委員長、社会科学部国際連携担当顧問の樽井礼氏からは、大学の紹介、サステナビリティと経済学研究の切り口から、気候変動による海面上昇がハワイ経済や社会にどう影響を与えているか、またオーバーツーリズムの影響などについて、具体例やデータを交えながら説明を受けた。

また大学でアスリート教育を手掛ける部署で活躍する高田祐太郎氏がスポーツ関連施設を案内。1万5000名以上を収容できるスタジアムをはじめ、さまざまな施設を見学した。

医学部キャンパスでは、ハワイ大学がんセンター・がん疫学部で疫学専門家として活躍する岡田悠偉氏より、がんセンターや大学院の特徴などの話、また気兼ねない運動習慣を身につけるためにスタートした自転車レンタル事業についての解説も受けた。岡田氏との話の中では、働き方やイノベーションを生み出す環境づくり、大学と自治体とのまちづくり連携など、医療に限らず、幅広い話題が上がった。

大学でのランチの後は、ビショップミュージアムを視察。カメハメハ王朝の数奇な歴史ストーリーについて、ハワイ大学を卒業した日本人ガイドの解説を受け、見識を深めた。

3日目

ハワイ島への弾丸研修も それぞれが独自のフリー研修を実践

3日目はフリー視察として、参加者それぞれが事前に計画したプランを遂行。いわばこの日がプロジェクトのテーマである「時代に合った学習効果の高い探究型海外研修を教師が自らプロデュースする」を実践する日となった。

例えば、宇宙や自然環境に関心の高い学校は、日帰りでハワイ島を訪問。ヒロ高校の訪問と先生との交流、伝統的な魚の養殖池の再生プロジェクトの視察、さらに「すばる望遠鏡」山麓施設では研究者からの参加型講義を受けるなど、盛りだくさんの内容となった。

また移民や多文化共生をテーマに、ハワイ日本文化センターを訪問、日系三世の学芸案内員によるリアルな日系人の歩みについての話を受けた教員も。実際に生徒が探究活動することを想定し、公共交通機関だけでオアフ島を移動、クアアロランチでハワイ文化に触れ、日系人の果樹園カフェで農業を学んだ教員もいた。

研修1週間後

事後ワークショップで振り返り 12月にも研修を予定

研修1週間後には、事後ワークショップをオンラインで実施。今回の現地研修の感想や報告だけでなく、今後実際に海外研修旅行を実施する上での具体的な取り組みをどう進めていくのかを議論した。

既に研修に参加したいいくつかの学校はハワイへの教育旅行を決定、成果が表れた形だ。7月に続き12月も同様の視察を計画し、全国から高等学校、中等教育学校、中学校の教員計9名が参加する予定となっている。

「学びの宝庫」ハワイ

おすすめ学習／研修テーマ

国際交流、英語学習

英語で実践&コミュニケーション
異文化交流で広がる世界観

英語圏であり、多文化共生の環境の中、
グローバル人材育成にも有効

歴史&史跡、文化

ハワイ独自の歴史と文化を知る

ハワイ王国や日系移民の歴史、ポリネシアにおける
ハワイ固有の文化を探求し、日本との
つながりを通じて日本を見つめ直す機会にも

平和学習

日本とハワイの関わりから学ぶ

日系人の歴史や近代史にも触れ、平和
の尊さ、絆の深さを学ぶ

自然学習

大自然に刺激される学習意欲
SSHの派遣先にも

島ごとに異なる自然環境、海洋学や天文
学は世界トップレベル

産業学習

多彩な産業学習の場
先進的な取り組みも学べる

観光業や農業だけでなく、自然エネ
ルギー、医療、ロボティクスなども

イベント、チームビルディング

気軽に参加できるイベント

現地の学生たちとの交流は一生の思い出に
文化やスポーツ、アート、また環境保護活動
を通じてよりハワイの真髄に触れる体験に

人気のショーが復活！ ポリネシアの文化をマルチに体験

広大な5万坪の敷地にある6つのポリネシアの村で、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)。この8月には人気のカヌーショー「HUKI」が復活し、ハワイきっての人気アトラクションとして、ハワイに限らず、ポリネシア地域全体の文化を体験できるのが魅力だ。

カヌーショー「HUKI」が再開 ポリネシア創造の歴史を体感する

「HUKI」とはハワイ語で「引く」という意味。マウイが島々を引き上げたというポリネシアの神話や、PCCのある地元ライエで行われた伝統的なフキラウ（漁網を引いてコミュニティがひとつになった歴史）がテーマになっている。観客全体が一体となり、エネ



ルギーと楽しさに胸高まるハワイ唯一の水上パフォーマンス。ストーリーを通して、ポリネシアの島々は海によって隔てられたのではなく、ひとつとなっていたことを伝える。ラグーンに浮かぶカヌーがステージとなり、揺れながらも安定感のあるダイナミックな歌と踊りが圧巻だ。

世界最大のポリネシアンショー 「HĀ：プレス・オブ・ライフ」

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子を、唄と踊りで表現する。ダンスの抑揚と迫力あるパフォーマンスは観る者を引き込む。総勢100名以上のキャストが織りなすこのショーでは、PCC所



人気のカヌーショー「HUKI」が8月に再開



世界最大のポリネシアンショー「HĀ：プレス・オブ・ライフ」

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しており、完成度が高い。

入場と夕食、ショーがセットに 「ゲートウェイ・ピュッフェ」でお得に楽しむ

PCCの入場とアクティビティー、夕食、さらに「HĀ：プレス・オブ・ライフ」の鑑賞（シルバーレベル）が付いたお得なパッケージ。夕食はゲートウェイ・レストランでのピュッフェで、ポリネシア風にインスパイヤされたアジア料理やアメリカ料理が味わえる。オプションで往復送迎バス（ワイキキのみ）を利用すれば、一日観光の完成だ。



ゲートウェイ・レストランでのピュッフェ

英語を実践、教育旅行に高い効果 「カイクアアナ・プログラム」

実践的な英語力が鍛えられると好評の教育旅行プログラム。ブリガムヤング大学ハワイ校（BYU）の学生が案内役を務め、現地体験や英会話実践をサポート。PCCだけでなく、大学内やスーパーマーケット、ライエの町での体験も含まれる。生徒8名につき、現地の大学生1名がサポートし、追加料金で人数調整も可能。他にもPCCでは、幅広い文化体験プログラムを用意。教育旅行に限らず、団体旅行でも活用できる。



学生がガイドとなり、現地体験や英会話実践をサポート



ポリネシアの

すべてがここに

唯一無二の島の体験！
 42エーカーの広大な空間で、
 数々の体験やグルメ、
 そしてエンターテインメントが
 エンドレスに楽しめます。
 さらに、古き良きハワイをテーマにした
 「フキラウ・マーケットプレイス」で
 お買い物やダイニングも
 お楽しみ頂けます。

さまざまなアワードを獲得



Polynesian Cultural Center
One 'Ohana Sharing Aloha

ポリネシア・カルチャー・センター (PCC)

polynesia.jp

2024年1月1日より新料金に改定しました。
新しい料金について詳しくはウェブサイトをご参照ください。



交流拡大が大きなビジネスチャンスに 日本-ハワイ間の姉妹提携

日本とハワイの各自治体間には、数多くの姉妹提携が結ばれている。こうした姉妹提携は、教育旅行やインセンティブ、団体旅行など、幅広い場面において、日本とハワイ間の双方向交流の促進や拡大に大きく寄与することが期待されている。今年5月に姉妹都市提携を締結した東京都渋谷区とホノルル市もその一例。特に2024年は「日米観光交流年2024*」として、コロナ禍を経ての交流再開、さらに交流促進や拡大の動きが活発化しており、新たなビジネスチャンスとして注目を集めている。

*日米観光交流年の期間は2025年3月末まで

観光をはじめ、 多方面での交流に意欲

【渋谷区とホノルル市】

2024年5月31日付で姉妹都市提携に関する協定を締結した渋谷区とホノルル市。多種多様な民族と文化が共生するホノルル市と、「ちがいをちからに変える街」を基本構想に掲げ、ダイバーシティ&インクルージョンを推進する渋谷区は、共に大都市である点も含め、共通点が多い。今回



渋谷区とホノルル市の姉妹都市協定調印式の様子。左から渋谷区議会議長丸山高司氏、渋谷区長長谷部健氏、ホノルル市首席補佐官のアンディ・サグ氏、副本部長クリシュナ・ジャヤラム氏。調印書とお互いに贈られた記念品を手に

の姉妹提携は、相互交流を深めることで友好関係を築き、多様な文化での知識及び経験を交換、共有することで、両都市の発展につなげるために締結されたもの。ハワイ州観光局 (HTJ) をはじめ、関係各所がサポートし、実現に至った。

日本-ハワイ間の姉妹提携

※カッコ内は締結年

ハワイ州

福岡県 (1981)
沖縄県 (1985)
広島県 (1997)
愛媛県 (2003)
北海道 (2017)
山口県 (2022)

カウアイ郡 (カウアイ島)

山口県周防大島町 (1963)
滋賀県守山市 (1975)
沖縄県石垣市 (1999)
福島県いわき市 (2011)

マウイ郡 (マウイ島)

東京都八丈町 (1964)
沖縄県宮古島市 (1965)
広島県福山市 (2008)

ハワイ郡 (ハワイ島)

東京都大島町 (1962)
沖縄県名護市 (1985)
鳥取県湯梨浜町 (1996)
群馬県渋川市 (1997)
兵庫県洲本市 (2000)
沖縄県久米島町 (2011)
福岡県みやこ町 (2015)
広島県廿日市市 (2024)

ホノルル市郡 (オアフ島)

広島県広島市 (1959)
沖縄県那覇市 (1961)
和歌山県白浜町 (2004)
愛媛県宇和島市 (2004)

新潟県長岡市 (2012)
神奈川県茅ヶ崎市 (2014)
茨城県境町 (2021)
大分県宇佐市 (2019)*

沖縄県金武町 (2020)*
神奈川県三浦市 (2020)*
東京都江戸川区 (2022)
東京都渋谷区 (2024)

*友好都市



U.S. - JAPAN
TOURISM YEAR 2024

日米観光交流年2024

大学女子バスケット部の交流 中学校で「ハワイ給食週間」

今後は、観光や教育、スポーツ、環境など、多方面で交流を進める。すでに今年6月には、ハワイ大学女子バスケットボール部が渋谷区を訪問し、小学生対象のクリニックや交流試合を実施した。

また9～10月には、区立小中学校25校でHTJ監修による「ハワイ給食」を提供する予定。フリフリチキンやサイミン、ロミサーモン、ガーリックシュリンプ、マラサダなど、期間中はハワイの味が楽しめる。



渋谷区で行われたハワイ大学女子バスケットボール部による小学生を対象としたクリニックの様子



これに先行して7月には渋谷区立原宿外苑中学校で「ハワイ給食」を提供。グローバル人材育成推進校の指定を受ける同校では、給食を通じた交流会を実施。ホノルル市在住の中学生3名がハワイの文化や料理を紹介。また同校の生徒と一緒に給食を食べ、探求「シブヤ未来科」の授業や部活動を体験。同校の生徒宅にホームステイした。

今年12月には渋谷区議員団によるホノルル市訪問を予定。他にも、先進的な観光産業やスポーツウェルネス、多様性、アート、自然保護、音楽、ファッション、文化継承、スタートアップ企業支援など、よりユニークで幅広い交流が期待されている。

フリータイムの力強い味方 電動自転車や公共交通機関を使いこなす

日本でも普及が進むレンタル電動自転車。ハワイでは、旅行者でも気軽に利用できる。またザ・バスなど、公共交通機関で使える「ホロカード」がお得。どちらもフリータイムの力強い味方となる。

レンタル電動自動車 「biki (ビキ)」



カカアコやダウンタウン、カイムキなど、ワイキキ周辺への気軽な足として利用できる。130以上のステーションに1000台以上の電動自転車を配置しているので便利。レンタルの手続きはステーションまたはオンラインで可能。気軽なワンウェイ（1回）から時間制（30分または24時間）まで、用途に合わせて選択できる。なお、ワイキキとダウンタウンの歩道走行、所定外の放置は厳禁。利用前にハワイの交通ルールと安全上の注意を確認しよう。

gobiki.org/japanese

公共交通機関で使える 「HOLO (ホロ) カード」

ローカルの足としてオフ島を走る「ザ・バス」に利用できる「HOLO (ホロ) カード」のカード発行料は2ドルで、ABCストアやセブンイレブンなどの店舗で購入でき、フードランド、セブンイレブンなど一部の店舗でチャージが可能。大人は1日に7.5ドル利用すれば、それ以上は1日無料となるのが嬉しい。実質1日7.5ドルで利用できる。



昨年開通した高架鉄道システム「スカイライン」でも使用が可能

65歳以上であれば、シニアカードの申請が可能。わずか3ドルで1日乗り放題となるのでお得だ。

申請は空港近くの「カリヒ・トランジット・センター」で受け付ける。

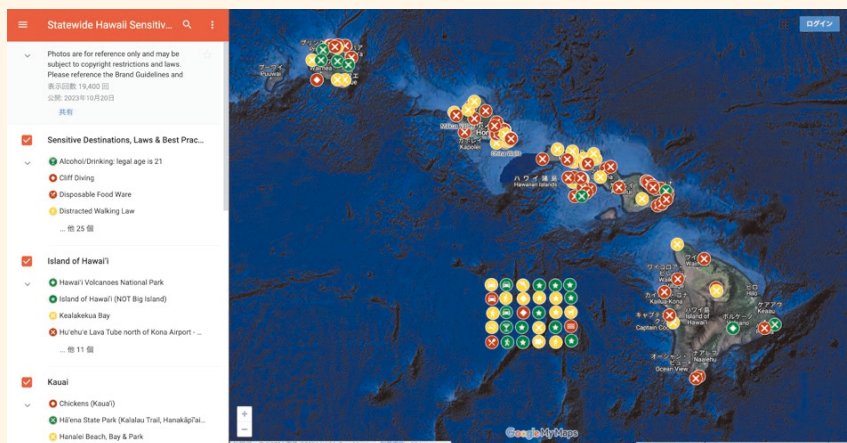
www.holocard.net/ja

保護や配慮が必要な地域、アクティビティを明示 センシティブ・デスティネーション&アクティビティ

旅行者の安全上の理由やハワイの自然や文化史跡の保護、地域や住民への配慮を心がけるために、プロモーション活動を行わない地域やアクティビティをオンライン上の地図にまとめ、旅行業界やメディアに向けて公開している。

地図には「DO NOT PROMOTE」（赤色の×）、「PROMOTE WITH CAUTION」（黄色の×）を島別に記載、その理由も含めて紹介している。

またハワイを紹介するときを知っておきたいハワイ州の法律や、保護、配慮に即した優良事例も参照できる。



bit.ly/47g1mML



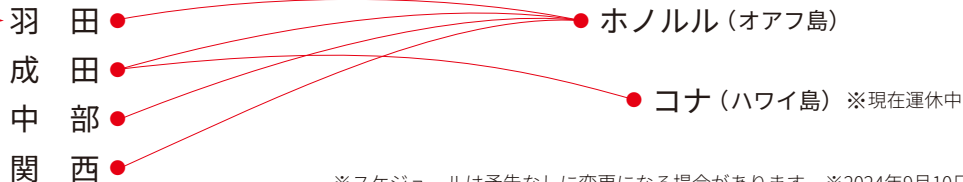
JAL羽田ーホノルル線 毎日2便 好評運航中



NETWORK & SCHEDULE

成田からは1日1便、関西から週5便、中部から週4便運航中!

毎日2便運航



※スケジュールは予告なしに変更になる場合があります。※2024年9月10日現在の情報です。

SPORTS EVENTS

ホノルルマラソン2024

初心者からベテランまで、誰もが参加できる制限時間のないマラソン大会

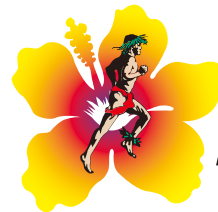
JAL便
利用者特典

JALのマイルでエントリーが可能!

特典交換は2024年9月30日まで

「JALテント」を用意

大会当日、カピオラニ公園内に「JALテント」を用意。
ゴール後の休憩に。



2024
HONOLULU
MARATHON®

© HM-A / HONOLULU MARATHON

2024年12月8日 (日) 開催予定

JALはオフィシャルエアラインとして「ホノルルマラソン」に協賛しています。

JALOALO CARD

アプリ版JALOALOカードで ハワイの観光や移動が便利に

JALでは日本からハワイへ、JAL便往復の個人運賃、またはマイル利用による特典航空券の利用客を対象に、ハワイの観光や移動に便利なデジタルカード「JALOALOカード」を提供している。

エコノミークラス、プレミアムエコノミークラスの利用客は黄色いJALOALOカード(左)、ビジネスクラスの利用客は赤色のJALOALOカードALII(右)を用意。



※コードシェア便は対象外
※表示にはJALアプリが必要

JALOALOカードでお得に

1

観光、ショッピングに便利な

Hi Bus (ハイバス) が滞在中乗り放題!



<バス画像はイメージです>

主要ホテルとアラモアナセンターを結ぶ便利な「アラモアナルート」に加え、赤色のJALOALOカードALIIカードなら、ダイヤモンドヘッドやKCCファーマーズマーケット(曜日限定)を回る「ダイヤモンドヘッドルート」も乗り放題。

2

観光・空港送迎が

割引/定額料金で利用可能

チャーター・タクシーとロバーツ・ハワイ(送迎バス)の空港-ホテル間、ホテル-人気観光スポット間の送迎サービスをチップ込みの定額料金で利用可能。



詳しい情報は「www.jal.co.jp/hawaii/」まで

※上記の情報は2024年9月23日現在の情報です。



PLAY GOLF PLAY HAWAII'



<https://www.allhawaii.jp/spotcategory/golf/>

