

www.jwing.net
mail@jwing.net



「日本市場にとって重要な年」 業界との連携で海外旅行市場のシェア拡大を目指す

2025年のハワイ州観光局

日本発の海外旅行市場が着実に回復するなか、ハワイ州観光局 日本支局 (HTJ) は、旅行会社や航空会社、現地ホテル、アトラクションなどの業界パートナーとの連携を重視、一体となって海外旅行の需要を盛り上げることで、アウトバウンド市場におけるハワイのシェア拡大を目指す。

具体的には、ファミリー層などを意識した即効性のある短期施策や、隣島への誘導を含む新たな各島のブランディングによる中長期のマーケティング展開を推進。また、公式日本語サイト「allhawaii」やYouTubeチャンネルなど、観光局が提供するコンテンツの拡充、教育旅行や「サテライトオフィス」を活用した販売店向け施策にも注力し、2025年を「日本市場にとって重要な年」と位置付ける。

観光局の一連の施策について、日本支局長のミツエ・ヴァーレイ氏をはじめ、スタッフに話を伺った。



ハワイ州観光局 日本支局 局長
ミツエ・ヴァーレイ氏

マーケット現況

日本市場に大きなチャンス

短期、中長期の「二刀流」で盛り上げる

ハワイへの日本人訪問者数は、2024年72万488人に達し、前年比22.3%増、最新の2025年1月の単月では5万4296人で前年同月比2.6%増となった。依然円安や物価高、世界情勢など、さまざまな要因は残るものの、「数値は年々右肩上がりであり日本マーケットは戻っている」状況だ。

一方、コロナ後好調だったアメリカ本土からの需要が一段落していることから、「ハワイにとって国際マーケットでNo.1である日本にはチャンスがある」と期待を見せる。

例えば、円安傾向が続くなか、「円高まで待つ傾向が徐々に薄れてくれば、ファミリー層で子どもがまだ小さい今こそハワイへ行こう、といった流れが出る可能性がある」と指摘。「今年はいろいろな動きが出てくる。マーケットの動きを把握し、業界と連動したサポートをしていく必要がある」との見通しを示す。

引き続き日本マーケットを盛り上げるためには、旅行会社や航空会社など、業界との協力態勢が不可欠。日本におけるアウトバウンド市場でのハワイのシェアを上げていくため、観光局では、短期的な視点と、中長期的な視点に基づいた「二刀流」の施策やマーケティング展開を進めていく方針。特に「日本マーケットにとって、2025年はとても重要な年となる」と強調する。

【短期施策】

即効性の高い販促を4～6月に投下

「やっぱりハワイ」をファミリー層にも、夏休みを意識

短期施策として注力していくのが、「確実な予約につながる即効性の高いプロモーション」だ。旅行会社や航空会社など、「各社の戦略や販促のタイミングに合わせた内容を観光局として提供し、各社のニーズに沿った形で連動させる」

意向で、特に夏休みの旅行需要に向けた第二四半期となる4～6月のキャンペーン展開を重視。「ある程度円安に慣れてきた状況でもあるので、4～6月のできるだけ早い段階にリソースを投下し、マーケティングの素材を絡めながらブッキング・プロモーションを誘導していきたい」（ハワイ州観光局 日本支局 局次長 寺本竜太氏）考えだ。



ハワイ州観光局 日本支局
局次長 寺本竜太氏

マーケティング面においては、現在展開中のキャンペーン「やっぱりハワイ」のターゲットをファミリー層にも拡大、夏休みの旅行需要を意識した第二四半期（4～6月）での露出を強化する。同キャンペーンは、コロナ後の需要喚起を目的に2023年秋にスタート。まずは即効性の高い「親孝行」や「ロマンス」をターゲットに展開している。

キャンペーンでは、ファミリー向けに新たな動画を製作。三世代のファミリー旅行を紹介する内容で、「どの世代にも楽しめるハワイがコンセプト。子どもにも大人にも寄せず全員が主役の家族旅を趣旨に公開している」（ハワイ州観光局 日本支局 シニアマーケティングマネージャー 高橋あやか氏）という。

「やっぱりハワイ」キャンペーンでは、「さまざまな場所で、海外旅行に興味、関心がある層に向けた」広告を展開。具体的には、観光局が認定する「サテライトオフィス」の店舗やデジタル広告、交通広告等で露出を行う。

また店舗でのディスプレイや旅行商品パンフレットの素材として活用できるように、画像や動画などの素材もキャンペーンに合わせて拡充。旅行会社や航空会社など、「業界全体で取り組んでいきたい」（ヴァーレイ氏）考えを示す。

特に店舗を持つ旅行会社においては、「店舗自体をひとつの広告メディアと捉え、できるだけ同じ素材を用いて、一体感を出すような協業やプロモーションをやっていきたい」（寺本氏）という。



こうした即効性の高いプロモーションは、「評判が良く、組みやすいとの評判を頂いている」とのこと。今後もこうした展開を強化、継続していく方針だ。

エコミークラスの需要喚起で供給増へ 早期予約など促す

短期施策においては、航空座席供給の確保も重要。ビジネスクラスやプレミアムエコノミークラスなど、上級クラスが好調な一方、エコミークラスの需要を高めて便数や座席数を増やしていく意向。特に関西や福岡など、西日本地域では「安定供給を死守し、できるだけ早いタイミングで復便を促すことが重要」（寺本氏）という。

その意味でも『「やっぱりハワイ」キャンペーンを軸とし、4～6月はしっかりと訴求しなければならない』（ヴァーレイ氏）と強調する。

また、団体を含む早期予約を促す施策も進める。「年末年始やゴールデンウィーク、夏休みなど、早期に予約する動きが見られた。早割などの早期取り込み施策を仕掛けていきたい」（寺本氏）とのことで、旅行会社や航空会社と組んだ早割キャンペーンなどを検討していく。

中長期マーケティング

「Beautiful Hawai'i」で各島リブランディング 隣島へ誘致、若年層などファーストタイマー獲得に注力

中長期のマーケティング展開においては、各島のリブランディングを進める。「Beautiful Hawai'i（ビューティフルハワイ）」キャンペーンを軸に各島のイメージを訴求、隣島への誘致を図るほか、若年層などファーストタイマーの獲得を目指す。

展開はデジタルと交通広告が中心となるが、シネマアドなどにも活用できるような魅力的な動画で新たなアイランドブランディングを打ち出していく方針。「ファーストタイマー、オールターゲットを意識し、オアフ島以外の島に行ったことがない人もターゲットとなる。ハワイの自然や文化、人など、より深いハワイの魅力ダイナミックに見せていきたい」（高橋氏）という。

なかでも力を入れるのが新しいハワイの魅力伝えること。「各島の魅力はもちろん、『こんなハワイもあるんだ』ということも含め、『ハワイ＝オアフ島』や、ワイキキだけではないということを訴求していきたい」

ということで、従来のイメージを打破した新しいハワイのイメージを打ち出すことで、ファーストタイマーの掘り起こしを図る。



「Beautiful Hawai'i」キャンペーンで
ハワイの新しいブランディングを示す



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
高橋あやか氏

特に「ハワイの新しいイメージを構築しなければならない。ハワイに興味をもってもらう最初の入口として感情に訴えかけるものでなければならない」と指摘。ショート動画を含む動画をソーシャルメディア（YouTube、TikTok）を使ったアプローチで展開していく意向だ。

キャンペーンは、5月の「HAWAII EXPO」の開催に合わせてスタート。短期戦略の「やっぱりハワイ」と並行して展開していく。

旅行会社に向けては、隣島の旅行商品造成を働きかけていく。「島の日帰りツアーも増えているなか、オアフ島だけではない隣島の商品開発は地道にしっかりと進めていただきたい」とのことで、隣島へのFAMツアーや、画像や動画などの素材を充実させる。

イベント

現地を体験する良い機会に ジャパンサミット、4月18日に開催

今年も恒例の「ジャパンサミット」を4月18日に開催する。日本の旅行会社スタッフをハワイに招き、基調講演の他、現地サプライヤーとの商談の場も設ける。今年も約100名が参加する予定で、「コロナ禍にハワイを訪れていない販売店スタッフや商品企画担当者は多い。ジャパンサミットは現地ハワイを体験する良い機会。是非現地で一緒にハワイを盛り上げる施策を考えて欲しい」（ヴァーレイ氏）と期待を見せる。



昨年のジャパンサミットの様子

「HAWAII EXPO」、5月10～11日に開催 ハワイ関連イベントにも積極的に協力

BtoC展開としては、一般消費者向けイベント「HAWAII EXPO」を5月10～11日に東京の国立代々木競技場第二体育館で開催する予定。今回は、フラの競技大会「Ke Au Hou Festival 2025（ケアウホウフェスティバル）」とのコラボレーションで実施する。「日本にはフラ愛好家が約200万人いると言われている。ハワイへ行ったことがない人もたくさんいるので、ファーストタイマーとして一番のターゲットになる」と力を入れる。



昨年の「HAWAII EXPO」の様子

同イベント以外にも、全国各地でハワイ関連のイベントが開催されていることから、こうしたイベントへの協賛や協力も積極的に行っていく意向。「北は北海道から南は沖縄まで、チャンスがまだまだたくさんある。そこへちゃんとリーチできるよう、積極的にアプローチできるBtoCイベントはしっかりと捉えていきたい」と意欲を見せる。

オウンドメディア

ウェブサイト「allhawaii」刷新 画像や動画コンテンツを拡充、活用呼びかける

オウンドメディア（観光局のウェブサイトやSNSなど）展開では、ハワイ州観光局公式日本語サイト「allhawaii」の大幅リニューアルを実施。必要な情報をスムーズに探せるように、サイト構成や検索機能を強化。より直感的で使いやすいデザインに刷新し、スマートフォンからでも閲覧、操作しやすくした。



ハワイ州観光局公式ウェブサイト「allhawaii」
www.allhawaii.jp

具体的にはハワイ州観光局公式キャラクター「シャカちゃん」が案内するチャットボットを導入。各島（オアフ島、ハワイ島、マウイ島、カウアイ島）の半日または1日のモデルプランを紹介。初めてハワイを訪れる人向けの滞在プランも動画を交えながら伝える。他にも毎月異なるテーマで発信する特集ページや最新情報を網羅する。

旅行業界、メディア向けのサイトでも、最新情報やニュース、各種統計データ、セミナーやウェビナー、イベント情報などを掲載、登録不要としたことで、誰でも閲覧可能となった。画像や動画のライブラリー、パワーポイント資料のダウンロードも可能（利用には事前の登録申請が必要）。より使いやすくなった。

またハワイ州観光局公式YouTubeチャンネルの内容も拡充。ホテルのスイートルームやプールの様子を紹介するなど、新たに4つの動画シリーズを公開、定期的に配信していく。既存動画もカテゴリー別に整理し、目的に合わせて探しやすい構成にリニューアルした。

オウンドメディアを充実させることで、業界パートナーにとっても有益に活用できる。「観光局として、ハワイの商



ハワイ州観光局公式YouTubeチャンネル
www.youtube.com/@hitube

品を売ってもらうためのコンテンツ素材やストーリーを提供したい。各島の情報やモデルプラン、最新情報など、allhawaiiをひとつのツールとしてぜひ使っていただきたい。観光局で展開するallhawaii、YouTubeチャンネル、公式ラーニングサイト『アロハプログラム』の3つのオウンドメディアにあるすべての素材を有効活用していただきたい」（ヴァーレイ氏）とアピールした。

販売店戦略

「サテライトオフィス」強化へ 観光局の「窓口」として、インセンティブも提供

日本マーケットにとって「重要な年」となる今年は、販売店戦略の強化も大きな施策に位置づける。なかでも観光局の「窓口」となる旅行会社店舗を認定する「サテライトオフィス」を核とした展開を今後強化していく意向。



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」。
ハイスペシャリスト検定取得者は旅行会社で2万1290名を数える（2025年2月現在）
www.aloha-program.com

サテライトオフィスは、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」のハイスペシャリスト検定上級（ハーブウ）取得者が一定の割合在籍する店舗を認定するもので、現在全国75グループ357店舗（2025年2月現在）を数える。

サテライトオフィスとしての活動は、新型コロナウイルスの影響により、一時ストップしていたが、「今年から再開していく」（ハワイ州観光局 日本支局 セールスマネージャー 坂梨好氏）という。

すでに、各サテライトオフィスの検定受検状況を精査している段階で、異動等で条件に至らない場合は改めて検定を受けてもらうなど、今年1年かけて改めて見直ししている状況にある。

また、これまでやってきたディスプレイコンテストなどのイベントや、サテライトオフィスを表彰する「サテライトオフィス・オブ・ザ・イヤー」も今年は復活させたい考え。

本格的なサテライトオフィスとしての展開は2026年以降となる予定。「ハワイの販売に力を入れている店舗にはインセンティブを提供したり、送客が伸び悩む店舗にはフォローアップしたり、今年はずり来年へ向けた整理の年にし



ハワイ州観光局 日本支局
セールスマネージャー
坂梨好氏

ていきたい」と意気込む。サテライトオフィスのスタッフを対象としたFAMの実施も2026年に検討している。

ハワイを盛り上げる上でも、サテライトオフィスは重要な存在。「小さい店舗から大きな店舗まで、一丸となってハワイを盛り上げていけるような活動をしていきたい」と、今後の活動に意欲を見せる。

他にも、旅行会社の上級取得者がトレーナーとなって、社内での上級取得者を増やす「トレーナープログラム」も引き続き強化。ハワイに精通したスタッフが社内でもトレーナーとなり、より多くの専門知識を持つ人材を育成することで、社内教育の内製化を図る方針だ。

教育旅行、MCI

堅調な需要、内容の深い少人数案件にも注力 MCIでは「Meet Hawai'i」と連携

教育旅行においては、昨年7月と12月に文部科学省の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」と題したハワイへの研修旅行を実施した。



2024年12月に実施した研修旅行の様子
(ハワイ大学を訪問)

研修旅行には21校の教員が参加。「実際に今年や来年のブッキングにつながっており、今後も継続しつつ、内容を進化させていきたい」（寺本氏）と意欲を見せる。

教育旅行の需要は引き続き堅調に推移している。「為替や現地での費用増で、規模が小さくなったり、選択式になったり」と変化はしているが、大型の修学旅行も戻りつつある。生徒や学生を確保する上で、学校の特色として打ち出していることから引き続き誘致を強化していく考え。「大型の案件ももちろん取っていく一方で、より深い体験ができる少人数で長期の研修などにもフォーカスしていきたい」という。

教育旅行については、引き続き、文部科学省や旅行会社との連携を強化し、誘致を進める方針。また、日本とハワイの間には33件の姉妹都市関係があり、自治体間の交流事業が活発なことから、例えば、医療関係者の交流を目的とした視察旅行など、新たな需要の獲得も目指す。

インセンティブについては、MCI(Meeting、Convention and Incentive)を管轄する「Meet Hawai'i」との連携を図る。「情報交換や共有、送客サポートなど、これまで同様緊密に継続してやっていく」方針だ。

現地トレンド

再生型観光の商品をサポート 日本の旅行商品にも

ハワイでは、再生型観光（リジェネラティブ・ツーリズム）へのシフトが進む。観光を通じて自然環境や地域社会

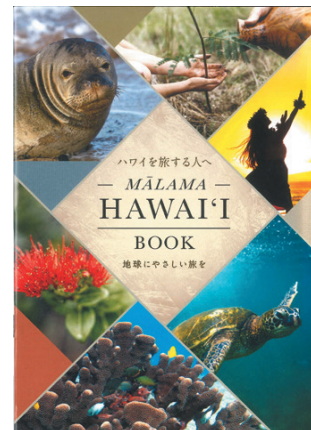
の再生を目指す観光戦略は、オーバーツーリズムの抑制や地域住民の観光に対する満足度向上にもつながっている。

各島で策定した「DMAP（Destination Management Action Plan）」など、地域住民が主体となって観光施策の策定に関わり、再生型観光を推進。また、再生型観光に基づいた体験プログラムの開発や促進、支援が進む。

具体的には、再生型観光プログラムを支援する「スチュワード・プログラム」や、ガイドへのトレーニングプログラム、再生型観光に取り組む観光事業者（企業、団体）を認証する「キュレーター認証」など、さまざまな面で再生型観光をサポートしている。

再生型観光に基づいた観光プログラムについては、「今後日本マーケットに合わせた形での商品化への可能性がある」と、商品化への期待を見せる。

またこうした再生型観光に対するハワイの先進的な取り組みは、日本でもDMOを中心に注目を集めており、観光局においても「日本の自治体からいろいろと問い合わせが来る。サステナブルからリジェネラティブへ、観光のあり方の変化というのが今後いろいろな形で波及してくる。ハワイは常にそこを意識して双方向の関係構築、情報交換をしていきたい」とのことだ。



ハワイ州観光局 日本支局では、旅行者にハワイの自然環境や文化、歴史を尊重しながら訪れることの大切さを伝える「マラマハワイ」をスローガンに掲げ、責任ある観光、再生型観光を推進するプロモーションを展開
www.allhawaii.jp/docs/ebook/MalamaHawaii

ハワイ旅行に価値を見出す人を誘致

再生型観光へのシフトにより、これまでの訪問者数を追うスタイルから、「旅行者や住民の満足度、消費高」を目標とする施策に変わり、それに伴いターゲットも「ハイ・バリュード・カスタマー（HVC）」を志向するようになった。

HVCについては、「日本語に訳すと『富裕層』となるが、ニュアンスが違う」（ヴァーレイ氏）と指摘する。「ただ富裕層だけを狙っているのではなく、教養や好奇心が高く、旅行が生活の一部、価値のある大切なものを捉えている層を指す。現地のアクティビティにも積極的に参加し、自分の価値観を増幅させるような旅行者という意味合い」とのこと。日本市場においても短期施策や中長期プロモーションなど、旅行会社や航空会社、メディアを絡めた施策により、需要を喚起していく意向だ。

Amnet「2025 ホノルルFAMツアー」実施 FIRST CABIN初の海外進出を視察



株式会社Amnetは、3月22日から25日に現地2泊4日の日程で、「2025 ホノルルFAMツアー」を実施した。今回のFAMツアーでのメインイベントは、4月1日にワイキキ・カラカウア通り沿いにオープンする「FIRST CABIN INTERNATIONAL HAWAII」の開業記念レセプションへの参加と、施設内インスペクション及び試泊だ。

アメリカ本土・ハワイ・日本拠点に旅行業務を展開

Amnetは、アメリカでの起業支援、人材／人事サービス、イベント／マーケティング、米国進出、旅行事業の4ソリューションを提供するASTRONET GROUPの一員。アメリカ本土各地とハワイ、東京、大阪に拠点を置き、旅行業務全般を担っている。中でも、長年の経験と実績に裏打ちされた法人、団体、組織のツアーアレンジには定評がある。本FAMツアーも、「FIRST CABIN INT'L INC」の山田由輝子代表取締役社長から、「FIRST CABIN初の海外進出なので、認知度を高めたい」と相談を受けたのがきっかけとなった。

「FIRST CABIN」開業に合わせてツアーをアレンジ

「FIRST CABIN」は日本国内で主要都市及び羽田空港、関西国際空港に10施設を展開する、飛行機のキャビンイメージしたコンパクトホテル。ハワイでは、ファーストクラス（男女共用4室）、ビジネスクラス（男女共用9室）、初新設のプレミアムエコノミープラス（男性専用42室、女性専用40室、男女共用4室）を展開。全室テレビ、内鍵、セキュリティボックス完備で、別途1人1ロッカーが使用できる。

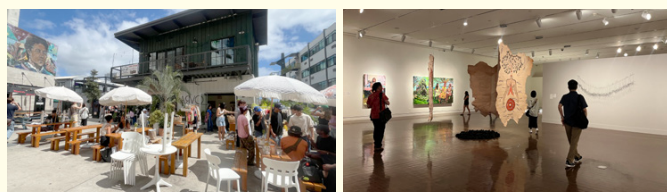
アメリカでは前例のない形態の宿泊施設だったこともあり、許認可や工事の進行に課題があったが、限られた時間の中、3月22日（土）の開業記念レセプションに合わせて行程を組み、同時に旅行会社やメディアへの声掛けや航空券の手配等を進めていった。短期間でのFAMツアーアレンジとなったが、Amnetの持つ各方面とのつながりの強さが遺憾なく発揮された。



「FIRST CABIN」の客室
（写真左がファーストクラス、右がビジネスクラス）

ハワイの観光スポットを巡る

FAMツアーのスタートはダニエル・K・イノウエ国際空港から。Amnetツアーオペレーター課の林由理さんと、本FAMツアーのためにニューヨークから駆けつけたツアーオペレーター課日米統括責任者今岡信介氏が、ツアー参加者と合流した。専用車にて、オアフ島随一の展望スポットで、「カメハメハ決戦の地」として知られる「ヌアヌア・パリ展望台」、「ハワイ出雲大社」「カメハメハ大王像」、ウォールアートで有名な芸術の街カカアコの新名所「ソルト・アット・アワ・カカアコ」を下車視察。作品の收藏数、質ともに米国内で高



ハワイの見どころを視察（写真左がカカアコの「SALT」、右はホノルル美術館）



Amnetで食事の手配やアレンジも可能
（写真：HoMAカフェ）
Amnetで食事の手配やアレンジも可能
あまり知られていないローカルに人気のカフェ「HoMAカフェ」で昼食をとった。

ハワイの文化体験や記念レセプションを企画

その後、「FIRST CABIN INTERNATIONAL HAWAII」に到着。ホテルインスペクションを行い、開業記念レセプションに参加。レセプションにはハワイ在住のインフルエンサーやメディア、旅行関係者などを招き、FAMツアー参加者にとっても、ハワイ最新情報を得られる貴重な機会となった。

FAMツアー2日目は、同ホテルラウンジで、オアフ島北岸のライエにある文化観光施設「ポリネシア・カルチャー・センター（PCC）」のスタッフを招き、FAMツアー参加者たちは、ハワイの伝統工芸「ラウハラ編み」でバラの花づくりに挑戦した。PCCは、Amnetの取引先であることから、このアクティビティが実現。施設のプレゼンテーションと合わせて、バラの花づくりを楽しんだ。



ハワイの伝統工芸
「ラウハラ編み」を体験

今回、FAMツアーのアレンジと同行を行ったAmnetの林由理さんは、ハワイ在住経験もあるハワイのエキスパート。「準備期間は短かったものの、コロナ後のハワイの現状を参加者に体感してもらうことができ、レセプション参加者やツアーメンバー間で活発な情報交換ができたと思う。今後、さまざまなニーズに対応し、個人旅行や団体旅行ツアーに加え、視察や研修ツアーなど多様なアレンジが可能だ。Amnetでは、ホノルルだけでなく、ニューヨークやロサンゼルスに長年在住していたスタッフが日本オフィスに在籍し、業界にも精通している。ぜひ問い合わせを欲しい」と話している。



参加者による意見交換会

日本航空

Japan Airlines

JAL 関西、中部ーホノルル線増便 7月18日より毎日運航



NETWORK & SCHEDULE

羽田からは1日2便、成田からは期間限定で1日2便運航

路線	便名(日本発)	期間	運航曜日	便名(日本着)	期間	運航曜日
羽田ーホノルル	JL072	3/30~10/25	毎日運航	JL071	3/30~10/25	毎日運航
羽田ーホノルル	JL074	3/30~10/25	毎日運航	JL073	3/30~10/25	毎日運航
成田ーホノルル	JL784	3/30~10/25	毎日運航	JL783	3/30~10/25	毎日運航
成田ーホノルル	JL8786	7/1~7/31	毎日運航	JL8785	7/1~7/31	毎日運航
関西ーホノルル 増便!	JL792	3/30~7/17	月火木金日	JL791	3/30~7/17	火水金土日
		7/18~10/25	毎日運航		7/18~10/25	毎日運航
中部ーホノルル 増便!	JL794	3/30~7/17	火水金土	JL793	3/30~7/17	月火木金
		7/18~10/25	毎日運航		7/18~10/25	毎日運航

※※2025年3月21日現在の情報です。最新スケジュールについてはJALウェブサイトをご確認ください。

CAMPAIGN

今まで、そしてこれからの人生の記念となる旅をハワイで ホノルル線限定 Hawaii Anniversary Trip キャンペーン

キャンペーン期間中に専用フォーム（Google Forms）からエントリーして対象便に搭乗したJMB会員を対象に特典をご用意。

特典一覧

- ホテル特典
- JAL ABC 空港宅配・モバイルレンタル割引特典
- JALPAKハワイ アクティビティ割引特典
- ハーツレンタカー優待特典

■対象便：

羽田／成田／関西／中部ーホノルル線のJAL便名JAL運航便
※他社運航コードシェア便は対象外



詳しくは www.jal.co.jp/jp/ja/inter/campaign/hawaii-anniversary

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ALI'i（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！

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ALI'i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

チャーターズ・タクシーとロバーツ・ハワイ（送迎バス）の空港ーホテル間、ホテルー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2025年3月31日現在の情報です。

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）。昨年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するのが魅力だ。

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」が昨年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・ビュッフェ」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・レストランでのビュッフェで、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。



ビュッフェでは新鮮なマグロの刺身も味わえる

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



60 YEARS
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。

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

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ー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

カラージュアート（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）



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



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。

*一部の海外発便では申込締切が1日早くなる場合があります。



2階建てのゆとりある空間、ANAならではの充実した設備

FIRST CLASS

ファーストクラス

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。



BUSINESS CLASS

ビジネスクラス

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！



PREMIUM ECONOMY

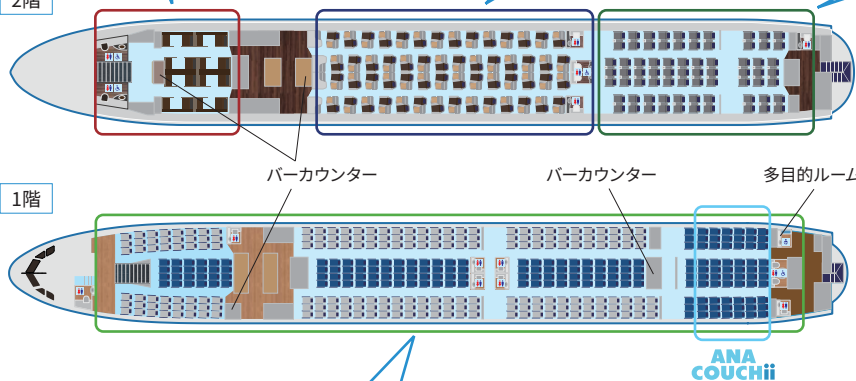
プレミアムエコノミー

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。



2階

1階



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 Couch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。

「マハロラウンジ」の詳細は[こちら](#)

「ANAエクスプレスバス」の詳細は[こちら](#)

ハワイでも貯まる、使える ANAマイレージクラブ

ワイキキ中心部にある「マハロラウンジ」でのツアー予約や商品の購入、また対象店舗で提示するとマイルが貯まる。



詳細はANAウェブサイトをご確認ください。



何故、私たちは旅をするのか。

旅、それはどこかへ行くこと、何かを消費することなのでしょうか。

感謝と礼節。愛と信念。思いやりと助け合い。

そんな透明な美しさとの出会いは、旅人を、純真な想いに揺き立て、伝道師へと変えていく。

心にまっすぐ届いたものは、しまっておくより、大切な誰かに伝えたいから。

人の愛に、自然の命に、歴史の力に溢れた、ハワイの島々へ訪れませんか。

忘れかけていた大切なものは、少しだけ遠くにある。

いま、いちばん美しいハワイから。

旅は、世界を美しくできる。

Beautiful Hawaii

