

www.jwing.net
mail@jwing.net

Canada **WOW**
Experience Collections

カナダ特集 2018

Canada Special 2018

 **DESTINATION
CANADA**

Canada WOW Experience Collections



カナダ観光局、シーズナリティーの拡大に注力 冬だけでなく春も、通年素材の食や都市も訴求

カナダ観光局では、これまで冬季を中心とした需要喚起に努めてきたが、今後は冬に加え、ショルダーシーズンの春にも力を入れる。また通年で楽しめる旅行体験として、食や都市滞在の魅力も訴求していく。

「あったかい、冬カナダ」
3カ年計画で展開
観光局ルギー副社長「大きな潜在性を感じている」



あったかい、冬カナダ

カナダ観光局では、冬季の需要喚起を目的に、3カ年計画で旅行会社と共同で冬の販促プロモーションを展開、シーズナリティーの拡大による渡航者増に取り組んでいる。同局主催のトラベルトレードショー「ランデブーカナダ」で、日本メディアとのインタビューに答えた国際担当副社長のエマニュエル・ルギー氏は、「大きな潜在性を感じている」と述べ、日本市場への期待を見せる。

プロモーションの効果は上がっており、今後はショルダーシーズンの春や、通年で楽しめる旅行体験として、食や都市滞在の提案にも注力。春については、バンクーバー（ブリティッシュ・コロンビア州）の桜や、オタワ（オンタリオ州）のチューリップといった、日本人に人気の花などを訴求。また食については、「実際にパッケージに食体験を取り入れたり、食メインのツアー造成が増えたり、旅行会社の間でもカナダの食に対する関心は高まっている」(カナダ観光局日本代表半藤将代氏)という。都市滞在については、「地元の人の視点でライフスタイルを楽しむ」体験を提案。食や都市滞在を取り入れた商品造成を進め、「通年で売れる商品を造成していく」ことで、シーズナリティーの拡大に努める。

ターゲットを明確化
女性層とシニア層
「価格よりも体験を重視」

また、ルギー氏は「若い女性層をターゲットに、カナダの食やアーバンライフなどを提案していきたい」と語り、明確なターゲット設定によるマーケティングを強化していく方針だ。具体的には、日本からカナダへの旅行者で大きな割合を占める「25～34歳の若い女性層」と、「55歳以上のシニア世代」の2つをターゲットに設定、メディアを使ったプロモーションや、旅行会社の商品造成を積極的に進める。

なかでも若い女性層については、「非日常の体験を求め、ソーシャルメディアを使って積極的に情報発信をする『フリースピリット』を持った層」(半藤氏)と設定。シニア層は「知的好奇心が高い層」とし、どちらも「価格よりも体験を重視する層」と位置づける。

「Canada WOW Experience Collections」を展開
「インスタ映え」する10個の体験

一方、観光局では、昨年より「インスタ映え」する体験型旅行素材を10個集めた「Canada WOW Experience Collections」を日本市場向けに展開する。10個の体験は、カナダ観光局と各州観光局によるパートナーシップ「チームカナダ」が提案した体験の中から旅行会社が投票して選んだもの。

10個の体験は、カナディアン・ロッキーでの星空鑑賞やアイスバブル、バンクーバーとビクトリアでのイルミネーションのような冬の体験、またオカナガンのワ



左からルギー観光局副社長、半藤日本代表

イナリー巡りやプリンス・エドワード島での食の祭典「フォールフレイバー」など、グルメ体験も含まれる。今後はこの10個の体験を軸に、商品造成をはじめとする旅行会社との共同マーケティング活動を展開していく。

→内容について詳しくは4～5ページ参照

旅行会社との関係を重視、
「VIP FAM」を展開
RVCを強化、「フォーカスカナダ」は隔年開催に

旅行会社との関係について、ルギー氏は「日本マーケットにおいて重視している」と強調。今年で3回目となる旅行会社の「VIP FAM」や、ランデブーカナダ(RVC)への誘致を強めていく考えだ。

VIP FAMは、観光局で販売支援を行っている旅行会社の海外旅行担当トップを対象に、3年前より現在のフォーマットで実施。今年は4月にブリティッシュ・コロンビア州のバンクーバーとオカナガン地方を訪ねた。どちらも「バンクーバーの桜とチューリップ、オカナガン地方のワインなど、カナダの春や食を体験してもらう内容」(半藤氏)となった。また今年は旅行会社の幹部以外にも、現地法人やツアーオペレーターのスタッフが協議に加わり、カナダの販売促進へ向けた戦略会議を実施した。

一方、日本で毎年実施していたワーク

ショップ「フォーカスカナダ」は、隔年開催とする。今回は2019年で、開催しない年は「ランデブーカナダへの誘致に力を入れる」方針。ほかにもオンライン旅行会社と組んだプロモーション展開を実施するなど、旅行会社との協業によるカナダへの需要喚起を図る。

2018年日本人は
3%増31.4万人目標
成田－モントリオール線に期待

昨年、カナダへの日本人訪問者数は、30万4318人を記録、前年比で0.2%増となった。2018年については3%増となる31万4000人に目標を設定、消費金額では4%増となる6億2300万カナダドルを目指す。

昨年の日本人訪問者数について、半藤氏は「アメリカ経由の数が減少したことが影響した」と説明。円安傾向や、航空券の価格上昇、またアメリカ経由の場合、アメリカとカナダの電子渡航認証を2度取得しなければならないなど、いくつかの要因を挙げた。今後は「ニューヨーク＋トロント」など、アメリカを組み合わせた新たな商品造成も旅行会社に働きかける。

今年については、エア・カナダの関西／中部－バンクーバー線（エア・カナダルージュ）が減便、成田－カルガリー線が冬期運休するなど、日本－カナダ間の航空座席供給が前年比で3%減となる一方、6月2日にエア・カナダの成田－モントリオール線が就航した。

ルギー氏は、「夏や秋の紅葉シーズンの需要増が期待できるだけでなく、モントリオールでも就航への期待が高まっており、双方向の需要が期待できる」と説明。「チームカナダ」にケベック州観光局が加わり、就航に合わせたイベントを開催するなど、現地観光局も活発な動きを見せており、今後の展開に注目が集まる。

「ランデブーカナダ2018」

Rendez-vous Canada 2018

「ランデブーカナダ」開催、日本から59名参加 過去最大規模、17年訪問者数も過去最高に

カナダ観光局は、毎年恒例のトラベルトレードショー「ランデブーカナダ」(RVC)を、カナダ東部のノバスコシア州ハリファックスで開催した。42回目となる今年は、5月13～16日の期間中、カナダ側セラーと、日本を含む世界29カ国から集まったバイヤー、メディア関係者を合わせて1910名が参加、過去最大の規模となった。日本からは、59名(現地法人、メディア含む)が集まり、こちらも過去最高、国別では中国、アメリカに次ぐ規模となった。



「ランデブーカナダ」会場の様子

昨年の訪問者数、過去最高の2080万人に 「3つの目標達成」に自信

RVC開催期間中の行われたメディア向けの記者会見で、中小企業・観光大臣のバーディッシュ・チャガー氏は、「観光産業は、カナダ経済に活力を与え、新たな職を生み出している。世界レベルの体験やアトラクションが、2080万人という過去最高の訪問者数の達成につながった」と強調。カナダ観光局社長兼CEOのデービッド・ゴールドスティーン氏は「2017年は、過去最高となる2080万人の訪問者数と、消費金額で213億カナダドルを達成し、そして今年は過去42年で最大となる歴史的なRVCを開催することができた。カナダは『cold』ではなく、『cool』だという認識が広まった表れだ」とアピールした。

またチャガー大臣は、昨年のRVCで発表した新たな観光ビジョンについて触れ、「3つの目標達成へ向け、昨年は良いスタートを切れた」と評価。カナダ連邦政府が掲げる目標は、「2025年までに、カナダを世界トップ10の観光地にする」「2021年までに、国際マーケットからの訪



左からチャガー観光大臣、ゴールドスティーン観光局社長兼CEO

問者数を3割増やす」「2021年までに中国からの訪問者数を倍増させる」の3つで、国際マーケットからの訪問者数は、昨年過去最高となる前年比4%増の2080万人、中国人訪問者数はこちらも過去最高の前年比12%増の68万2000人を記録した。

先住民族の文化を観光素材に 地域色あふれるイベントも、来年は5月末トロントで開催

今回のRVCで目立ったのが、カナダの先住民族を観光素材として積極的に打ち出しているという流れだ。例えばオープンニングで、開催地ノバスコシア州の先住民族ミックマックのセレモニーが厳かに執り行われたり、昼食に先住民族のレシピが反映されたり、また昼食イベントのステージ上で先住民族の語り部によるデモンストレーションが行われたり、いくつかの場面で、その文化を感じることができた。先住民族の文化を尊重するという意味でも、こうした取り組みには大きな意義があり、新たな動きとして注目される。

RVCは、カナダ側セラーと、日本を含む世界各国からのバイヤーとによる事前アポイント制の商談がメイン。だが、商談後のイベントも楽しみのひとつ。なかでも印象的だったのが、ノバスコシア州やプリンス・エドワード島州をはじめとするアトランティック・カナダのイベント。このエリアの名産であるロブスターを振る舞い、ステージ上ではバグパイプの



1800名以上の参加者にロブスターが振る舞われた

演奏やアイリッシュ・ダンス、フランス系アカディアン歌や先住民族ミックマックの音楽などを披露、そこに暮らす人々のルーツを感じさせる内容で大いに盛り上がった。

なお来年のRVCは、5月28～31日にオンタリオ州トロントで開催する予定だ。



昼食ステージでの先住民族ミックマックのデモンストレーション(画像提供:カナダ観光局)

各州観光局の動き

ケベック州

成田ーモントリオール線就航で日本市場に攻勢 東京と大阪でイベント、冬や春の需要喚起も

エア・カナダの成田ーモントリオール線就航により、日本から直行便でアクセス可能となったケベック州。ケベック州観光局(ケベック・ツーリズム・インダストリー・アライアンス)アジア市場マネージャーのサイモン・グレニエ氏は、「この直行便は、日本からケベック州への訪問者数増に大きく寄与するだろう」と期待を見せる。

ここ数年、アジア市場においては、中国への活動が中心だった同州観光局。昨年より、カナダ観光局を軸に、各州／地域観光局が連携する「チームカナダ」のパートナーシップに参加。今年は直行便の就航に合わせ、エア・カナダと共催で東京と大阪で旅行会社向けのイベントを実施した。

日本市場へ向け、グレニエ氏は「ピークとなる秋の紅葉以外にも、冬や春の旅行素材を提案していきたい」と語る。なかでも冬から春にかけては、特産のメープルシロップの収穫時期にあたり、伝統的な方法を体験できる「シュガーシャック(砂糖小屋)」は、「食に関心の高い日本人にうってつけの素材だ」とアピールする。

観光局では、日本を含む全マーケット向けに、アウトドアや野生動物、都市滞



観光局グレニエ氏

在や文化歴史、フェスティバルなど、14の切り口で同州の魅力を訴求。アイスホテルやホエールウォッチング、近年注目が高まっているセントローレンス川のクルーズなど、ユニークなプロダクトも多い。

ケベック州への訪問者数は、国際マーケット全体で昨年314万4685人を記録、前年比で7.0%増となった。このうち日本人は9251人で、前年比で1%のマイナス。成田ーモントリオール線就航を機に、今年は大きな増加が期待できそうだ。

オンタリオ州

冬を引き続き訴求、グルメや新素材も 10月にミッション予定

昨年のオンタリオ州への日本人訪問者数は、前年比微減の12万7918人。「繁忙期におけるナイアガラやトロントのホテル確保が厳しくなっている」(カナダ・オンタリオ州観光局 トラベル・トレード・マネージャー、日本 田中恵美氏)という。そのため、観光局で力を入れるのが冬の需要促進。その効果は表れてきており、「例えば、ナイアガラのアイス・ワイン・フェスティバルを取り扱う旅行商品が増え、ひとつの冬のキーワードとして定着しつつある。またトロントのクリスマス・マーケットも、旅行会社の『世界のクリスマス特集』に取り上げてもらえるようになるなど、引き続き冬のオンタリオを訴求していきたい」と意気込む。

また、メープル街道以外のエリアの知名度アップにも努める。カナダ観光局で進める「Canada WOW Experience Collections」のひとつ、アガワ渓谷鉄道もそのひとつ。ここの紅葉も美しく、「個人的には新緑の季節もおすすめ」とのこ



左から田中氏、マーケティング&トレード・コンサルタント アジア ハービー浜崎氏

と。ほかにもブルース半島など、「新しいデスティネーションにも目を向けていきたい」方針だ。

ほかにも、プリンス・エドワード島州政府観光局と共同で展開する「カナダ

エア・カナダ

成田ーモントリオール線、カナダ東部へのネットワーク拡大に 双方向の需要、ビジネス利用にも期待

6月2日より成田ーモントリオール線の運航を開始したエア・カナダ。同路線について、日本支社長兼アジア・太平洋地区プレミアム レベニュー統括本部長のワイズ貴代氏は、「これまでトロントだけだったカナダ東部へのゲートウェイが増えることで、プリンス・エドワード島やハリファックスなど、カナダ東部へのネットワークが広がる」とコメント。加えてカナダ発のインバウンド、モントリオールへのビジネス需要にも期待を見せた。

同路線の輸送状況について、ワイズ氏は「6月は会議需要が高く、7月以降の需要に注目していきたい。秋の紅葉シーズンも充分期待できる」と説明。同路線のプロモーションでは、昨年末より専用サイトを開設、同サイトへの誘引を図ってきたほか、告知動画をトレインチャンネルで展開。また5月21日よりテレビ東京でスタートする韓流ドラマ「トッケビ 君がくれた愛しい

日々」には、モントリオール線就航を告知するCMを放映。ドラマにはモントリオールのあるケベック州ケベックシティで撮影されたシーンがあり、韓国では同地を訪ねるのが今ブームとなっている。

関西ーバンクーバー線は 来年「エア・カナダ」で運航

また同社は、現在レジャーブランド「エア・カナダ ルージュ」で運航している関西ーバンクーバー線を、来年より「エア・カナダ」で運航する。同路線は2015年に夏季限定で就航。「エア・カナダ」運航となる来年は、夏季に最大週5～6便の運航を予定。機材はB787-8型機を投入する計画で、リブランドしたばかりのビジネスクラス「エア・カナダ シグネチャークラス」や、プレミアムエコノミークラスも利用できるようになる。なお、成田ーモントリオール線については、今年の冬期スケジュールは運休となる予定だ。



ワイズ氏

東部グルメ街道」では、昨年に旅行会社スタッフ向けのFAMを実施。いくつかツアー化も進む。今年10月には日本へのミッションも予定。「現地より日本マーケットに力を入れている12～13団体が来日する予定だ」という。

トロント カナダの自然を描いた7人の画家 「Group of Seven」を紹介

アクセス面では、エア・カナダの成田ートロント線が成田ーモントリオール線にシフトするが、「トロントin/out、モントリオールout/inなど、周遊が伸びることに期待したい」(トロント観光局日本・韓国マーケット開発マネージャー鈴木正城氏)とのこと。旅行会社と連携しつつ、自由時間に活用できる「まち歩きルート」をソーシャルメディアで発信、またクリスマス前のイルミネーション、ホンダイنديなど、イベントを絡めた展開や、昨年より進めている「赤毛のアン」の作

者ルーシー・モード・モンゴメリ氏ゆかりの地を訪ねる旅などを提案する。

さらに新しい素材として、カナダの雄大な大自然をユニークなタッチで描いた7人のカナダ人画家「Group of Seven」を紹介。日本ではまだほとんど知られていないが、1910～30年代に活躍し、トロント近郊には収集家が集めた「マクマイケル美術館」がある。



鈴木氏

開催地 ハリファックス

今年のRVCの開催地となったノバスコシア州ハリファックスは、カナダ東部、大西洋に面したアトランティック・カナダで最大の都市。街自体はコンパクトで、歩いて回ることができる。坂道のある街並みは印象的で、周辺には世界遺産の可愛い町もあり、訪れる価値のある場所だ。



国定史跡ハリファックス・シタデル(要塞)から眺めるハリファックスの街並み。函館の五稜郭のモデルとも言われ、その縁でハリファックス市と函館市は姉妹都市関係にある

ー アトランティック・カナダの拠点都市



ハリファックスと、入江を挟んで対岸のダートマスを結ぶフェリーは、北米最古、世界で2番目に古い。船の形がとてもユニーク



ノバスコシア美術館に再現されたカナダ人画家モード・ルイス氏の家。美術館には、明るい色彩と温かみのあるタッチでカナダの日常を描いた絵が所蔵されている。彼女の生涯を描いた映画「しあわせの絵の具 愛を描く人 モード・ルイス」は日本でも公開されたばかりだ



ハリファックスから車で1時間半のところにある世界遺産の港町、ルーネンバーグ。カラフルな建物が可愛い

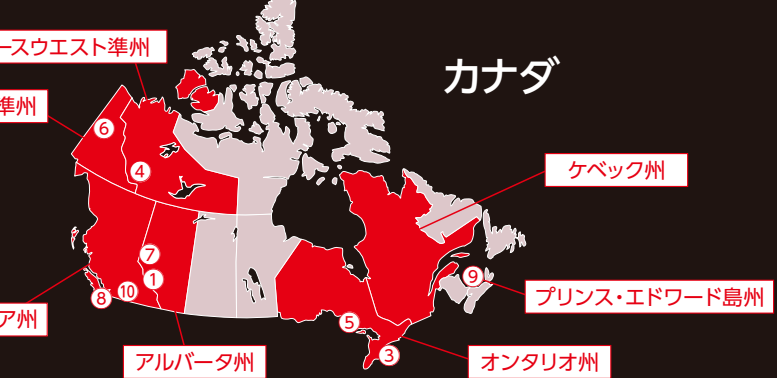
Canada

WOW

Experience Collections

Canada

WOW Experience Collections



© Stevin Tuchiwsky



© VIA Rail Canada / Simon Ratcliffe



© Jason van Bruggen



© Ontario Tourism Marketing Partnership

1

アイスバブル
ICE BUBBLES

カナディアン・ロッキーの湖で冬に見られる特別な絶景がアイスバブル。湖底の植物から発生するメタンガスが湖面にたどり着く前に凍り付いてできる現象で、白い無数の気泡がまるで時が止まったように足元に広がる様子は、なんとも不思議な光景だ。バブルの数や重なり方によって、さまざまな模様が凍った湖面の上から見ることができ、近年は注目度が上がり世界中から訪れる写真家がアーティスティックな作品を残している。カナディアン・ロッキーのいくつかの湖で観測されているが、特に見られる確率の高いアブラハム湖がおすすめ。最近ではヘリでアイスバブルを見に行く贅沢なツアーも登場している。

アルバータ州 カナディアン・ロッキー

2

VIA鉄道
VIA RAIL CANADA

広大な国土と多彩な魅力を持つカナダを満喫する方法として、鉄道は最も適した旅のスタイルと言えるだろう。活気あふれる都市や迫力のカナディアン・ロッキー、のどかな牧草地、きらきらと輝く湖や鮮やかな紅葉と、ルートや季節によってさまざまな車窓が楽しめる。車内でのカナダの食材を取り入れた美味しい食事を楽しむのひとつ。流れてゆく車窓と共に、舌でもカナダを味わえる鉄道旅ならではの醍醐味だ。VIA鉄道ではカナダ全土に広がる個性豊かな6ルートを展開。鉄道でしか味わえないカナダを感じる、贅沢な時間が待っている。

カナダ全土

3

ホーンブローワー・ナイアガラクルーズ
HORNBLOWER NIAGARA CRUISE

豪快に水しぶきをあげて流れ落ちる様が壮観なナイアガラの滝。2014年に「ホーンブローワー・ナイアガラクルーズ」として新登場。最大収容人数700名のカタマラン船に乗り、いざ滝へ。アメリカ滝の前を通り過ぎ、カナダ滝に近づくにつれ、流れ落ちる風圧と水しぶきは迫力を増して、まるで台風のまっただ中に突入するかのような。日中のクルーズのほか、夕方以降、ワインやカクテルと共に楽しめるクルーズもある。サンセットタイムに滝近くまで行く「Sunset Cocktail Cruise」や、夜にはライトアップされた滝を水の上から楽しむ「Falls Illumination Cruise」、打ち上げ花火の下で遊覧する「Fireworks Cruise」の3コースもおすすめだ。

オンタリオ州 ナイアガラ・フォールズ

4

ナハニ国立公園 遊覧飛行
NAHANNI NATIONAL PARK RESERVE SIGHTSEEING FLIGHT

ナハニ国立公園保護区へは、保護区の本部があるフォート・シンプソンからチャーター機でアクセスするのが一般的。フォート・シンプソンは保護区が一番南東の端から145km離れた場所にあり、空中散策やエクスペディションのツアー会社はここを拠点にしている。おすすめは、サウス・ナハニ川のヴァージニア・フォールズ（別名ナイレチョ／Nailicho）を上空から飛行機で、またはカヌーで訪れること。この素晴らしい滝は、ナイアガラの滝の倍の落差がある。滝の周辺には管理の行き届いた陸路があり、日帰りでこの素晴らしい景色を拝みに来ることができる。

ノースウエスト準州 ナハニ国立公園

5

アガワ渓谷ツアー列車
AGAWA CANYON TOUR TRAIN

スー・セント・マリーから470km北のハーストまでをつなぐアガワ鉄道は、北部の鉱物産地から物資や労働者を運ぶことを目的として、1914年に開通した歴史的な鉄道。その途中、スー・セント・マリーから180km地点にあるのがアガワ渓谷だ。丘の上から谷間へ150m以上の落差を下り、岸壁に囲まれた谷底を走り抜ける車窓からの景観美が評判となり、通常運行の列車とは別に、スー・セント・マリーとアガワ渓谷間を1日で往復するツアー列車の運行が始まった。渓谷での停車時間は2時間ほどあり、周辺でハイキングや動物ウォッチングなどを楽しむことができる。

オンタリオ州 アガワ渓谷



© Tourism Jasper / Jeff Bartlett



© Yvonne Duivenvoorden



© Stevin Tuchiwsky

6

トゥームストーン準州立公園ツンドラの紅葉
TOMBSTONE TERRITORIAL PARK TUNDRA AUTUMN COLOR

北極圏の少し南に位置するトゥームストーン準州立公園は、墓石のように切り立った山々と谷間が広がるユーコン有数の絶景スポット。ハイキングやキャンピング、野生動物観察が人気で、秋は誰もが憧れる貴重な紅葉「ツンドラの紅葉」が一面に広がる。ハイキングをしなくても、車でツンドラ紅葉のスポットを周遊して回れるのは便利。ドーソンに宿泊して日帰り観光でこのまれに見る絶景を楽しむことができる。また、ハイカーや自然愛好家にはキャンプがおすすめ。ツンドラの紅葉を楽しんだ後は、夜にオーロラをキャンプ地から観賞することができる。

ユーコン準州 トゥームストーン準州立公園

7

カナディアン・ロッキー 星空観賞
STARGAZING IN THE CANADIAN ROCKIES

カナディアン・ロッキーで眺める星空が格別の理由…。そのひとつは、ジャスパーがダークスカイ保護区として認定されているように、星空を見るのに最適な暗闇が確保されていること。そしてもうひとつは、カナディアン・ロッキーに点在する多様な景観と星空の特別なコラボレーションが楽しめるということ。そして季節によってもその魅力は異なる。夏は鏡のような湖に映りこむ星空を、冬は雪をかぶり白く浮かび上がる山々とのコントラストを。さらに運が良ければオーロラが加わることもある。カナディアン・ロッキーの夜空の魅力は無数に広がる。

アルバータ州 カナディアン・ロッキー

8

バンクーバー・ビクトリア イルミネーション巡り
VANCOUVER VICTORIA ILLUMINATION TOUR

毎年11月末頃からクリスマスのイルミネーションに彩られ、光輝くバンクーバーとビクトリア。1年で一番華やかな夜の季節の始まりだ。ダウンタウンの中心地、Jack Poole Plaza（聖火台付近）で開催されるバンクーバー・クリスマスマーケットをはじめ、各スポットでは盛大なイルミネーションイベントが行われる。特にカナダらしいのは、広大な森の中、庭園の中がおとぎ話の世界のように光り輝く風景。ブッチャート・ガーデンやバンデューセン植物園など、定番の観光スポットも昼間と全く違うロマンティックな世界へと様変わりするので、リピーターにもおすすめだ。

ブリティッシュ・コロンビア州 バンクーバー、ビクトリア

9

フォールフレイバース
FALL FLAVOURS

ムール貝やロブスターといったシーフード、カナダの生産量を誇るジャガイモにベリー類、そしてアイスクリームに代表される乳製品など、プリンス・エドワード島(PEI)は食の宝庫と言われ、その新鮮な食材から生み出される味は格別。そのPEIで毎年9月に「フォールフレイバース」が開催され、カナダ全土から集った有名シェフが島の食材を使ってディナーを振る舞ったり、ロブスターの浜焼きや、ディナークルーズ、ワインと地ビールのテイस्टینگやツアーを楽しめる。また、ワインの美味しい場所には新鮮な食があるのもポイント。レストランやビストロを併設しているワイナリーでは、自慢のワインと共においしい地産地消の料理が味わえる。

プリンス・エドワード島州

10

オカナガン ワイナリー巡り
OKANAGAN WINERY TOURS

数々の国際的コンテストで受賞するワインが続出し、今では世界中から注目されるオカナガン地方のワイン。湖に面した斜面を持つ丘陵地帯で、雨が少なく夏は高温という、ぶどうの産地としての好条件が整っていて、現在では160以上のワイナリーが点在する。また高緯度の産地の特性を活かし、凍った状態のぶどうから造るアイスワインも有名。多くのワイナリーで、テイस्टینگやツアーを楽しめる。また、ワインの美味しい場所には新鮮な食があるのもポイント。レストランやビストロを併設しているワイナリーでは、自慢のワインと共においしい地産地消の料理が味わえる。

ブリティッシュ・コロンビア州 オカナガン

各州観光局の動き

ブリティッシュ・コロンビア(BC)州

シーズンナリティー拡大で訪問者数が増加 冬が浸透、春と秋のショルダーシーズン強化へ

東京(成田／羽田)だけでなく、大阪(関西)と名古屋(中部)からも直接アクセス可能なBC州。昨年の日本人訪問者数は、前年比5.1%増の15万9336人。BC州観光局日本担当マネージャーのモラス奈津子氏は、「冬やショルダーシーズンの需要喚起を図り、旅行会社の協力もあって、健闘した年と言える」と振り返る。

特に昨年12月は26.2%増の伸びを記録。モラス氏は「3年前より、バンクーバーのクリスマスに取り組んでおり、旅行会社の間でも商品化が進み、露出も増えたことが奏効した。一昨年は1社のみの取り扱いだったが、今では複数の会社がクリスマスを取り上げるようになった」と語る。

また今年に入っても、「昨年2月に2000人規模の大型インセンティブがあったため、今年の2月はその反動があると思っていたが、蓋を開けてみると、前年同月比4.4%増で大きく数字を落とすことはなかった」と引き続き堅調。クリスマスだけでなく、通年対応可能な食を切り口とした取り組みも強化した結果、「バンクーバーは、比較的温暖で東京の冬とあまり変わらず、冬に美味しい食材もある。旅行会社でもこれまで夏のツアーで面倒だったものが、冬のツアーの商品数と露出を増やす傾向にある」と言う。

今後力を入れるのが、春や秋といったショルダーシーズンの需要開拓。「それぞれテーマ性を持たせて展開していく」方針で、具体的にはウィスラーの秋やバンクーバーの早春を提案。秋のウィスラーは「紅葉した街並みが美しく、ホテルも非常にリーズナブル」な点が魅力。現地での体験型アクティビティーも合わせて紹介していく。また早春のバンクーバー



モラス氏

は、桜やチューリップが花咲く時期。「今年より新しく『チューリップ・トレイル』のプロモーションを始めたので併せて訴求したい」とのこと。

一方、観光局全体では、アーバン、ワイルドライフ、ツアリング、スキーの4つのプロモーションを展開。日本市場向けには市場特性に合わせ、「アーバンに集中していく」方針。バンクーバー、州都のビクトリア、オカナガン地方(ケローナ)、ウィスラーを軸に、「食や都市滞在、ワイナリー巡りや街めぐり、ソフト・アドベンチャーなどを提案していきたい」という。

教育旅行も重要なマーケットだ。モラス氏は「ESLや修学旅行など、人数が多く、ショルダーシーズンにも来てもらえるマーケット。関西や中部からも直行便があり、需要が期待できる」と指摘。英語学習だけでなく、環境学習、メディア／映画産業の体験プログラムなど、こちらもテーマ性を持たせた素材発掘に努めていく。

アルバータ州

冬の需要開拓とミレニアル世代への訴求 他エリアとの組み合わせも提案、食もアピール

最新の数字で2016年の同州への日本人訪問者数は7万人。消費金額は1億1200万カナダドルで、1人あたりの消費金額では国際マーケットで日本がトップとなった。今後の課題となるのが、冬季の需要開拓とミレニアル世代への訴求だ。

ピークシーズンは人気のカナディアン・ロッキーのホテル供給が逼迫するため、「冬など他のシーズンやカナディアン・ロッキー以外の場所の提案に力を入れている。他のマーケットと比べ、日本は反応が鈍く大きな課題となっている」(アルバータ州観光公社 市場開発担当ディレクター 小西美砂江氏)とのこと。ミレニアル世代についても日本は他マーケットと比べ割合が低く、底上げの必要があるという。

冬季の需要開拓では、カナダ観光局と一体となって展開する「チームカナダ」の枠組みで投資しており、「昨シーズンの結果はこれからだが、確実に前のシーズンと比べ需要は伸びている。費用対効果が顕著に表れている」と自信を見せる。

具体的には、「Canada WOW Experience Collections」の中にあるカナディアン・ロッキーでの星空鑑賞とアイスバブルにフォーカス。今年の冬季シーズンには、ヘリコプターでアイスバブルのある湖へ向かうツアーなど、「冬ならではのツアーもスタートする予定」とのことだ。

こうした状況のなか、エア・カナダの成田－カルガリー線が冬期スケジュールに運休、影響が懸念されるが、「冬商品については、アルバータ州単独よりも、他デスティネーションとの組み合わせが圧倒的に多く、他の路線を使って来てもら



小西氏

うことができる。まずは結果を出すことで、次の冬期スケジュールでの運航再開につなげたい」考え。

他デスティネーションとの組み合わせで人気なのが、イエローナイフとのオーロラのコンビネーションや、バンクーバー、ナイアガラ、アメリカなど。「例えば、オーロラ＋カナディアン・ロッキーでいかに増やせるか、アピールできる素材を訴求していきたい」と力を入れる。

一方、通年でも訴求できる素材として食を切り口としたプロモーションも展開。今年3月にはブリティッシュ・コロンビア州と共同でFAMを実施。カルガリーのフードツアーに参加したり、カナダスナックにできたノルディックスナックに滞在したり、新しい素材も体験した。食については、アルバータ牛や穀類、はちみつやサスカトーン・ベリーなど、肥沃な大地から生まれる食材を使った「地元ならではのものの、アルバータ州ならではの美味しいもの」を積極的に紹介していく考えだ。

ノースウエスト準州

夏／秋へ、シーズンナリティーが拡大 周遊が人気、オーロラ以外の素材を訴求

日本から同準州への需要は「引き続き上向き」(ノースウエスト準州観光局日本オフィス アカウント・マネージャー 田中映子氏)な傾向。特に、主力のオーロラ鑑賞のシーズンナリティーが拡大、「冬だけでなく、8月後半から10月頭にかけての夏／秋のオーロラ商品も定着してきた」ことで数字が伸びたほか、「バンクーバー－イエローナイフ線の供給増」も大きな要因となった。

最近の傾向として人気を集めるのが、他州との組み合わせによる周遊商品。「フライトが増え、スケジュールが組みやすくなった」ことが大きく、なかでもカナダの冬の異なる大自然を体験できる「冬のロッキーとイエローナイフとの組み合わせの反応が良い」とのこと。また「都市と自然」を組み合わせたバンクーバーとのコンビネーションも好調だ。

旅行素材の面では、「オーロラ＋α」としてオーロラ以外に楽しめる素材を訴求。例えばイエローナイフの街歩きは



左から観光局CEOキャシー・ボルスタッド氏、田中氏

「近年、レストランやカフェ、ショップが増え、いろいろな年齢層の方々に楽しめるようになった」という。ほかにも冬のシーズンにイベントとの組み合わせを提案。イエローナイフの「スノーキング・ウィンター・フェスティバル」(3月)は、「雪で固めた氷で作ったお城や彫像、音楽など楽しめる。1ヶ月間続くイベントなので、ツアーにも組み入れやすい」という。

ユーコン準州

夏の需要も増加傾向に 「ユーコン・ファン」を増やす取り組み

日本マーケットの傾向について、ユーコン準州観光局マーケット マネージャー アジア・パシフィックの山本安彦氏は「昨年の訪問客数は満足の行くレベルでありながらも、冬のオーロラはほぼ横ばい。一方、アウトドアを楽しむ層など、少しずつ夏の需要が増えており、年間通じて全体的に伸びている印象だ」と語る。

日本を含む国際マーケット全体では、昨年フライトで同準州に入る数が前年比で8%増加。またアメリカから同準州へ入る数は4%増、宿泊者数で3%増、消費金額で6%増と、いずれもプラス。さらに準州GDPにおける観光産業のシェアは、2016年の3.9%から2017年は4.4%へと拡大した。

日本市場へ向けた今後の展開について、山本氏は「まずはユーコンの良さを伝えていきたい。一度来て頂いた人には、観光アンバサダーとして口コミでその良さを伝えてもらうことで、ユーコンのファンを確実に増やしていきたい」と強調。また観光局セールス担当の高橋由香氏も「ホテルのキャパシティーなど限られていることから、急な拡大ではなく、旅行



左から高橋氏、山本氏

会社と一緒に、長いスパンで徐々に数を増やしていきたい」と語る。

具体的には、新しい取り組みとして、「ユーコンの良さを体験できる小規模なロッジでの滞在など、FITや少グループに提案していきたい」考え。「大自然の中でゆっくりと滞在でき、冬にはその場でオーロラ鑑賞もできる」ロッジは、ユーコンならではのプロダクトだ。

また今年中を目処に、ユーコンを拠点とする航空会社「エア・ノース」の航空券切り込みが可能となり、手配面での利便性も向上する予定。ユーコンへの旅行がより手配しやすくなる。

プリンス・エドワード島(PEI)州

モントリオール線就航でアクセスがより便利に 「グルメの島」の認知度上がる

アクセス面では、エア・カナダの成田－モントリオール線の就航により、トロント経由に加え、モントリオール経由でもアクセスできるようになったことで、「島への需要拡大が期待できる」(PEI州政府観光局日本代表の高橋由香氏)とのこと。現地サプライザーの話によると、実際に6～7月にかけて日本からの問い合わせが増えており、「カナダ全体では繁忙期のホテル確保が厳しい状況だが、PEIは比較的混雑せずリラックスできるので、誘導していきたい」という。

また「グルメの島」としても引き続き訴求していく。PEIはカナダ有数のジャガイモの産地であり、ロブスターやカキ、ムール貝など、海産物の宝庫。ほかにもチーズやジャム、アイスクリーム、ワインなど、食材のバリエーションも豊かだ。昨年はカナダ・オンタリオ州観光局と共同で展開する「カナダ東部グルメ街道」のFAMを実施した。

高橋氏は「島での滞在を増やすべく、グルメの島として、ここ数年取り組んでおり、認知度も上がってきている」と語る。州都シャーロットタウンでの「食べ



左から観光局 トレード&セールスマネージャー クレイグ・スリス氏、高橋氏

歩きツアー」といったユニークなプロダクトもあり、砂浜でのハマグリ採り体験など、内容は豊富。一部日本語で提供できるツアーもある。

定番の「赤毛のアン」関連では、講談社とのコラボレーションで、「アンに手紙を書こうフェア」を実施。青い鳥文庫の「赤毛のアン」シリーズ6作目「炉辺荘のアン」発行に合わせた企画で、抽選で30名にPEIからの手紙が届くというものだ。

プリンス・エドワード島 (PEI) 州

Prince Edward Island (PEI)

カナダの「島旅」 ゆったりとした時間が流れる プリンス・エドワード島へ

カナダ東部のプリンス・エドワード島 (PEI) は、愛媛県ほどの広さで、島まるごとがひとつの州。カナダで最も小さな州だが、カナダ発祥の地として歴史的に重要な場所でもある。本土とは橋で結ばれているが、島にはのんびりとした時間が流れており、初めて訪れてもどこか懐かしさを感じさせる風景が広がる。この島で、ユニークなカナダの「島旅」を体験したい。

「赤毛のアン」ゆかりの地 物語の世界に触れる

プリンス・エドワード島を語る上で欠かせないのが小説「赤毛のアン」。この島は、不朽の名作として世代を超えて数多くのファンに愛されている同作品の舞台であり、作者ルーシー・モード・モンゴメリが生まれ育った場所でもある。

この島での観光のハイライトが「赤毛

のアン」ゆかりの地を訪ねるツアー。物語の世界に触れるだけでなく、作者モンゴメリの生涯をたどることもできる。

また同作品をモチーフとしたミュージカルを鑑賞したり、物語の時代のレシピを再現した「カントリーディナー」を味わったり、コスプレで主人公のアンになりきってみたり、ここでは、五感をフル活用して「赤毛のアン」の世界を体験できるアトラクションが揃っている。



モンゴメリが育ったキャベンディッシュ村にある「グリーン・ゲイブルズ・ハウス」。「赤毛のアン」に登場する「緑の切妻屋根の家」のモデル。新しいビジターセンターが今年中にオープン予定



アンのコスプレができる「Shop & Play」。老若男女で楽しめ、大いに盛り上がること間違いなし！



「グリーン・ゲイブルズ・ハウス」に再現された主人公アンの部屋。約100年以上前の世界が見事に再現されており、決してファンでなくても、その様子や雰囲気はとても可愛らしく、そして興味深く映るはずだ



「カントリーディナー」を提供するシャーロットタウンにあるホテル「ダンディー・アームズ・イン」のレストラン。クラシックな雰囲気にながらディナーが味わえる

豊かな歴史と文化

州都シャーロットタウンは、1864年にカナダ建国へ向けての会議が行われ、「カナダ発祥の地」として知られる。そのためか、島には「コンフェデレーション」(連邦)と名付けられた橋や建物が多く、島の人の誇りでもある。

また「食べ歩きツアー」では、グルメ・シーンだけでなく、シャーロットタウンの歴史や文化の魅力に触れることも。スコットランドやアイルランドからの移民が多く、そのためケルティック文化の伝統が今でも息づく。街並みからもその雰囲気は感じられ、パブが多いのもうなずける。島にはフランス系のアカーディアンや先住民族の文化も残る。



州都シャーロットタウンの街並み。スコットランドやアイルランドのどこかの町に迷い込んだかのような重厚な雰囲気



カナダ建国の会議が行われた州議事堂は改修工事中で、2020年に完了予定。現在は、一時的に隣のコンフェデレーション・センターで会議が行われた部屋を再現している



「食べ歩きツアー」で訪れた楽器店。ハープティールとクッキーを頂きながらアイリッシュ・ハーブの演奏による伝統的な歌に耳を傾ける

「美食の島」 絶品グルメを味わい尽くす

プリンス・エドワード島で特に注目したいのが食の魅力。ロブスターやカキ、ムール貝などのシーフードはもちろん、ジャガイモやベリー類などの農作物も豊富。「地産地消」を掲げるレストランで味わうのはもちろん、料理教室に参加した



訪れた5月は、ロブスター漁の時期。母の日に一家揃ってその年の初物を食べるのが島の人たちの何よりの楽しみ。身がプリプリとして、実に食べごたえある。1人に1匹、日本ではなかなか味わえない代物だ



元教会の建物を料理教室にした「ザ・テーブル・カリナリー・スタジオ」。地元の家庭料理を自分たちで作って、ここで食べることができる。8〜32人で貸切可能



ハチミツのワイン「ミード」は、ほのかに甘い女性好みの味。ラベンダーやハスカップなど、元の蜜の種類で味が異なる。口に含めば、フワッと花の香りに包まれる



シャーロットタウンを歩きながら食の魅力を体験できる「食べ歩きツアー(Taste The Town)」に参加。島のカキは、収穫場所によって種類が異なる



島の味あれこれ。ミルフィーユのようなポテトパイはボリュームたっぷり(左上)、地元の果実で作られたジャムはお土産に(左下)、地ビール醸造も盛ん。ストロベリーとルバーブのビールは爽やかな味(中)、酪農が盛んな島の牛乳を使った「カウス」のアイスクリーム。「カナダで一番」と言われ、キュートなグッツも豊富(右)

どこか懐かしい風景に出会う

この島で特に印象的だったのが、どこか懐かしさを感じさせる風景だ。シャーロットタウンから離れてすぐ広がる田園風景。起伏もあり、ドラマチックに変化し、広告看板が禁止されているため、昔ながらの光景がそのままに残る。



島のほとんどが赤土。鉄分が酸化して赤く見えるもので、木々や牧草地の緑とのコントラストが実に美しく、「パッチワーク」とも評される



島と本土を結ぶコンフェデレーション・ブリッジ。全長12.9kmで、1997年に完成した。島側から本土側を眺める

オーロラと大自然、冬も夏も魅力満載のノースウエスト準州 イエローナイフ滞在もさらにアップグレード

オーロラ王国と呼ばれるカナダ。そのなかでも、出現率の高いオーロラベルトの北限に近い場所に位置するノースウエスト準州(NWT)のイエローナイフは、3日間滞在すれば90%の確率でオーロラを鑑賞できると言われている。最近では、冬だけでなく夏のオーロラ鑑賞の人気も高まるとともに、オーロラ以外の自然の素晴らしさにも注目が集まっている。季節によってさまざまな表情を見せるNWT。他州とのコンビネーションも含め、商品造成の選択肢は多彩だ。

オーロラ出現率の高いNWT 鑑賞は冬だけでなく4月末まで可能

オーロラの発生頻度が高いのは緯度60～80度のオーロラベルト。緯度69度に位置し、晴天率の高いイエローナイフは、絶好の観測ポイントとなっており、この地球の不思議を一生に一度は見てみたいと世界中から観光客が集まる。

オーロラ鑑賞のベストシーズンは1月～3月の冬。極寒の中、厚手のカナダグースのジャケットを着込み、分厚いブーツを履き、完全装備で鑑賞するのが定番だが、NWTでは実は4月末、ゴールデンウィーク前半まで鑑賞することが可能だ。最近では、その認知も広がり、ホテル代も下がり、混雑も避けられることから、その時期のオーロラ鑑賞を商品化する旅行会社も増えてきた。

オーロラ鑑賞施設としてよく利用されるのが日本人対応に定評のある「オーロラビレッジ」。広い敷地内には、先住民が利用していたテント「ティーピー」が点在し、オーロラが出現するまで、その中で快適に待つことができるようになっている。広さは2～5名のプライベートタイプから最大50名の収容が可能なタイプまで揃うため、幅広い層の受け入れが可能。極寒ならではの体験教室も人気を集めている。

オーロラビレッジは通常4月第1週でクローズするが、その後も、日本語対応はしていないものの、他の地元オペレーターを使って、オーロラ鑑賞を商品化することが可能だ。



日本人に人気のオーロラ鑑賞施設「オーロラビレッジ」

北極圏デンプスター・ハイウェイの延伸完了 2ヶ所の世界自然遺産も必見

オーロラはNWTのアイコン的観光素材だが、最近ではそれ以外の自然も知られるようになってきた。特に夏から秋にかけての素材は、カナダ北部のダイナミックな自然を体験する絶好の機会となっている。

昨年11月上旬には、ユーコン準州からNWT北部のイヌビック(Inuvik)までの「デンプスター・ハイウェイ」が最北の街タクトーヤークツ(Tuktoyaktuk)まで延伸された。これにより、カナダ本土で唯一、陸路で北極圏にアクセスすることが可能になった。このハイウェイの開通により通年にかけて極北の街へ陸路でアクセスすることができるが、夏から秋にかけては、日本の紅葉とは規模感も色彩も異なる黄葉の絶景を快適なドライブで鑑賞することができる。



デンプスター・ハイウェイの開通でカナダで唯一陸路で北極圏へ



夏から秋にかけて黄陽の絶景が広がる



冬期はもちろん4月末までオーロラが見られる



2ヶ所の世界自然遺産も見逃せない。ひとつは、ユーコン準州との州境に広がる「ナハニ国立公園」。その独特の景観と成り立ちから、1978年にガラバゴス諸島やイエロストーン国立公園などとともにユネスコ世界自然遺産第1号に登録された。総面積3万平方kmにおよぶこの公園は、サウス・ナハニの渓谷とフラット川を中心に広がっており、峡谷の中を563kmにわたって流れるサウス・ナハニ川、落差90mの絶壁を勢よく流れ落ちるヴァージニア滝、切り立つテーブルランド、ラム・プラトーなど変化に富んだ絶景をハイキングなどで楽しむことができる。



ナハニ国立公園

ナハニ国立公園へは、保護区の本部があるフォート・シンプソンからチャーター機でアクセスするのが一般的。フォート・シンプソンは保護区が一番南東の端から145km離れた場所にあり、遊覧飛行や周遊ツアーの会社の拠点にもなっている。

もうひとつは、グレートスレープ湖の南からアルバータ州にかけて広がる「ウッド・バッファロー国立公園」。その名称通り、バッファローを保護するために指定された公園で、1983年には世界自然遺産にも登録された。バッファローのほかにも、絶滅危惧種のアメリシロゾル、ムース、オオカミ、ブラックベアなど多種多様な野生動物も生息。NWTの豊かな自然を象徴する場所として大切にされている。



ウッド・バッファロー国立公園

ゲートウェイは公園の北側に位置するフォート・スミス。イエローナイフからも定期便が運航されており、アクセスが容易な点も観光客から支持されている理由のひとつ。日帰りもできるため、イエローナイフでの夜のオーロラと組み合わせた商品の造成も可能だ。

イエローナイフ滞在もさらに楽しく エクスプローラーホテル、全室スイート棟を増築

NWT観光の拠点となるイエローナイフでの滞在もアップグレードされている。日本人観光客に人気の「エクスプローラーホテル」では、新たに全室スイート(70部屋)の新棟が今年末にオープン予定。最上階の一部の客室はバルコニー付きで、条件によっては、部屋に滞在しながらオーロラを鑑賞することも可能だ。

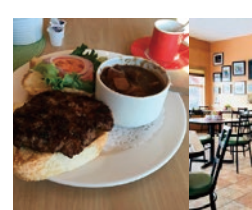


新棟がオープンする「エクスプローラーホテル」(CG)

イエローナイフ」は2019年春に新たに50部屋を増築する計画。

このほか、イエローナイフから小型機で30分ほど飛んだ場所にある「ブラッチフォード・レイク・ロッジ」。ここは、イギリスのウィリアム王子とキャサリン妃が訪れたところとして注目が高まっており、自然の中でのロッジ滞在を体験することができる。

イエローナイフのダウンタウンには、地元のベーカリーコンテストで優勝した日本人がオーナーを務めるベーカリーがオープンする予定であるほか、女性に好まれそうなカフェやホットポットのレストランも増えた。



おしゃれなカフェやレストラン



毎年3月に開催される「スノーキング・フェスティバル」



ウィリアム王子とキャサリン妃が訪れた「ブラッチフォード・レイク・ロッジ」

イベント関連では、毎年3月に開催される「スノーキング・フェスティバル」も注目。アイスロードの隣で開かれる氷の彫刻イベントで、趣向を凝らした氷の彫像が揃うほか、氷造バーが登場するなどイエローナイフらしい滞在を楽しむことができる。

他州とのコンビネーションを積極提案 ロッキー、バンクーバーなどと組み合わせ

NWT観光局では、季節ごとに他州とのコンビネーションアイテナリーを提案している。アルバータ州観光公社とのコラボレーションでは、冬のカナディアンロッキーとイエローナイフのオーロラを組み合わせた商品造成を提案。ここ2、3年継続してきており、商品化も進み、送客も増えているという。

また、プリティシュコロンビア(BC)州観光局ともバンクーバーを組み合わせた商品造成に向けてBC州とのコラボレーションを展開する予定。2018年9月～2019年4月にかけて、エア・カナダがバンクーバー／イエローナイフ線のダイヤを改正し、日本線との乗り継ぎがよくなることから、冬だけでなく、秋のバンクーバーと組み合わせた商品を訴求していく。

最近では、ナイアガラ滝とイエローナイフの夏オーロラを組み合わせたコースも人気が出ているという。NWT観光局としては、今後も継続的に他州との組み合わせに力を入れていくことで、NWTへの送客だけでなく、カナダ全体の旅行需要の喚起に努めていく考えだ。

