

週刊ウイングトラベル WING TRAVEL
WEEKLY

No. 2681

毎週月曜日発行：1部330円（消費税込）1年間13,200円（消費税込）●国土交通省交通運輸記者会加盟
発行所/航空新聞社 The WING Aviation Press ●〒107-0051 東京都港区元赤坂一丁目7番8号 ヒルクレスト373 4階 ●TEL 03-3796-6646 FAX 03-3796-6645

増刊号 2022.6.27

www.jwing.net
mail@jwing.net

ハワイ特集



— MĀLAMA —
HAWAI‘I

地球にやさしい旅を

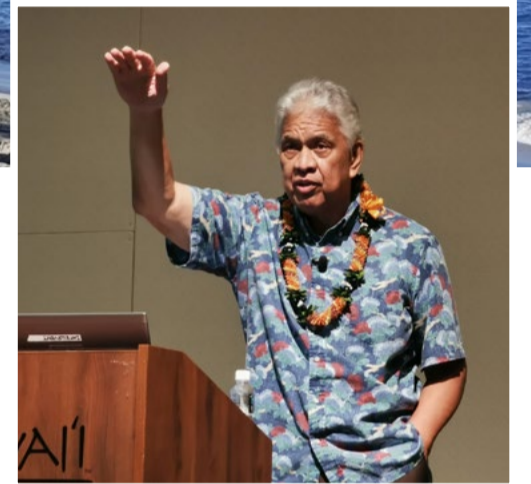
ハワイ州、再生型観光の旅行商品造成を期待 地域と旅行者の満足度高める持続可能な観光へ



ハワイ州観光局(HTJ)は6月上旬に開催した「ジャパンサミット2022」で、日本の旅行会社に対して、再生型観光(リジェネラティブ・ツーリズム)に向けた旅行商品の造成を呼びかけた。トラベルトレードショーとともに、実際に再生型観光のモデルケースとなるタロイモ畑、小川の清掃活動を体験するとともに、自然保全活動を実施する非営利法人などとのワークショップも実施した。

ハワイ・ツーリズム・オーソリティ(HTA)のジョン・デ・フリーズ局長兼CEO(写真)は、ジャパンサミットに参加した日本からの旅行会社関係者に対して、「世界的に技術革新が進み、AI、メタバースなどのテクノロジーなしには事業が考えられない時代だが、AIを超える偉大な知能、『アロハ・インテリジェンス』が必要だということを忘れてはならない」と強調。自然に畏敬の念を抱くハワイと日本に共通する価値観の重要性を指摘するとともに、「日本人旅行者がハワイに帰ってきて、ハワイの再生型観光を共に作りたい」と、ニューノーマル時代の新しい旅行商品の造成を旅行業界に要望した。

【取材・文章・写真：編集統括 石原義郎】



HTA、住民や地域社会が観光の恩恵を受ける 自然保全、文化継承へ責任ある観光を推進

ハワイの観光産業はこれまで、訪問者数を増やすための観光戦略を実施してきたが、世界的な旅行者増に伴い、近年はハワイへの旅行者数が急速に増加したことにより、ハワイの自然環境に影響を与え、住民の観光業への満足度が低下し続けていた。それを受けて、ハワイ州観光局(HTJ)の上局に当たるHTAは、地域社会を重視し、旅行者も住民も満足する観光地にするためのマーケティング戦略に転換した。

HTAは、2020年から2025年までのハ

ワイの観光を支える目標と責任の指針となる6カ年の「ハワイ州観光戦略プラン2020-2025年」戦略計画を策定した。この基本計画は、(1)自然資源(2)伝統文化(3)地域社会(4)ブランドマーケティングの4本柱を中心に編成された。

この計画では、ハワイのブランドを維持・強化しながら自然環境、文化継承、豊かな地域社会に焦点を当て、引き続き基幹産業である観光産業がハワイ経済を支え、持続可能な社会を構築することをめざしている。

HTAカアナアナCBO、日本市場の回復大歓迎 アロハスピリットをハワイと日本は共有する



インタビューに応じたHTAのカアナアナCBO(チーフ・ブランド・オフィサー/写真)は、戦略計画の4本柱の中でも、最も重要なものが(3)の地域社会(ローカルコミュニティ)と強調する。同氏は「一番大切なものは『アロハ』で、ホスピタリティー、おもてなしだが、もう一つは地域の自然を守り、文化・伝統を継承することが大切。それを一番理解しているのが日本マーケットだ」と指摘した。

「日本マーケット、日本人旅行者はハワイの価値観を理解している。日本マーケットはハワイ人の価値観を一番伝えやすい市場で、また、文化交流の繋がりが深く、長年、ハワイをホームのように想ってくれる成熟したマーケット」と評価した。

カアナアナ氏は、さらに強調することとして、「日本も『アロハ』の精神を持っている。日本人のリピーターと話すとき、どれだけハワイを愛し、コネクションとフィーリングを大切にしているかが分か

る。それに対して感謝の念があり、日本の旅行者はハワイで大歓迎される」と語った。

ハワイでは、責任ある観光(レスポンシブル・ツーリズム)として、「マラマハワイ」をスローガンに掲げている。マラマとはハワイ語で「思いやりの心」を意味し、ハワイの伝統・文化、自然環境を守っていくことを目標とする。

同氏は「旅行者を迎えるに当たり安心・安全が大切。州民にとっても旅行者の安全は大切だ。旅行者がハワイ旅行中に何かあった場合のケアとして、ビジターアロハソサエティがあり、事故、病気などで旅行者からニーズがあった場合はサポートする」と述べた。

ビジターアロハソサエティでは、ホテル、エアライン、パートナー、領事館との連絡を密に、旅行中の事故、インシデントに遭った場合の入院、滞在延長などによるホテルの延泊やエアチケットの日程変更などのアレンジメントをサポートする。

ビジターアロハソサエティでは、日本語をはじめ多言語対応ができるスタッフがおり、病院、書類のケア、カウンセリングの手配やアレンジメント、費用の資金援助なども行う。

同氏は「ハワイアンとしての価値観と責任がある。訪問者を迎え入れた時には、楽しい思い出作りと、安心して過ごしてもらうためにしっかりとケアする。インシデントに遭遇してもハワイで良い思い出づくりのために、来訪者を最後までケアする。それがハワイアンのプライドでもある」と語った。

観光地の入場制限で地域と旅行者の満足度向上 オンライン予約システム導入、ダイヤモンドヘッドも

ハワイ州では、再生型観光を推進するため、人々が密集する人気スポットの管理、自然保護のための対処法として、オンライン事前予約システムを導入している。PROS(パーク・レクリエーション・オンライン・システム)はステップ1の段階で、ハワイの観光地は州の各機関、市郡などに管轄が分かれているため、これを統一することから始めた。

オアフ島ではホノルル市が管轄するハナウマ湾自然保護区の入場予約制限から始まり、次にハワイ州が管轄するダイヤモンドヘッド州立自然記念碑の入場事前予約が加わった。



入場予約制限が始まったハナウマ湾自然保護区(オアフ島) © ハワイ州観光局



オアフ島を代表する人気観光地のダイヤモンドヘッド州立自然記念碑もオンライン予約システムによる入場制限が始まった © Hawaii Tourism Authority (HTA) / Vincent Lim

今後は州立公園のホットスポットにオンライン予約システムを拡大する。ハワイ州自然資源環境保全局では、10の州立公園をすべてオンライン化していくことを進めていく。オアフ島は、ダイヤモンドヘッド以外は決まっていないが、全島で10カ所程度をリサーチしている。その次の段階として、日本語などの多言語化に取り組みすることを検討している。

同氏は、オンライン予約システムを旅行者に人気のダイヤモンドヘッドに導入したことで、利用状況を注視している。

ハワイ州としてオーバーツーリズムの「ホットスポット」をどのようにコントロールしていくかの試金石になるようだ。

こうした入場制限は、地域住民の負担を軽減し、旅行者の体験をより良くするためには必要なことであり、再生型観光を進める上で、このようなシステム開発は必要なポイントとなる。

カアナアナ氏は、日本人旅行者にハワイで体験する基本的なこととして、「ハワイに旅行に来て歓迎されていると感じてもらいたい」と「アロハを感じてもらうこと」の2点を挙げた。「ビーチでもトレイルでも地元の人とつながり、スマイルだけでもアロハを感じてほしい」と語った。さらに3点目として「今は世界でコントロールできないことが毎日のように起きていて、ハワイに来た時は癒やし、安らぎにより心が平和になる」ことを願った。

「ハワイにはアロハスピリットがある。それを感じて、家に持ち帰り、家族、友達、知り合いにシェアしてほしい。前向きになることをハワイアンとして願っている」と語った。

さらに同氏は、「地産地消のハワイ料理を味わってほしい。木からもぎ取ったばかりの甘いマンゴーなど、ファーマーズマーケットでローカルのハンドメイドを味わって体験してほしい。ハワイのコミュニティに触れることが理想。旅はその土地のカルチャーを学ぶこと。旅の体験がコネクションにつながるのだから、そうした体験をぜひしてほしい」と述べた。



ジャパンサミットで行われたハワイの文化体験

ジャパンサミット、旅行会社に再生型観光体験 舵は切られた、課題解決し商品造成はチャンス

ハワイ州観光局 (HTJ) は4月にJATA (日本旅行業協会) 視察団の来訪を受け入れ、6月には3年ぶりに「ジャパンサミット」を開催した。その間の5月にはハワイ州のイゲ知事以下のハワイの政界・経済界・観光業界のトップが来日し、岸田首相を表敬訪問するなど、日本の政財界、旅行業界と関係を深めた。4-6月は、日本とハワイ間のビッグイベントが続いた。

海外旅行の再開はJATA視察団のハワイ訪問が契機となったが、コロナ禍を経て、ハワイ州が再生型観光に舵を切ったことを認識させる機会でもあった。6月のジャパンサミットでは、具体的な体験プログラムも導入され、再生型観光へハワイの観光が変わったことを改めて実感させた。ハワイの地域住民が望む再生型観光に向けて旅行会社が商品造成できるのか、ハワイ州観光局のミツエ・ヴァーレイ日本支局長 (写真) に聞いた。

【取材・文章・写真：編集統括 石原義郎】

より深い旅ナカ体験、 新しい商品開発に協力

今回のジャパンサミット開催の意義は

(ヴァーレイ氏) コロナ禍により今回のサミットは3年ぶりで、旅行業界にはまずハワイを体感し、ハワイは訪れても大丈夫と思ってもらうことが重要だった。ハワイはサステイナビリティの中で、最もインフラが整っていることを再認識してもらった。日本とハワイの長い歴史の中でリレーションシップを復活するには対面することが重要と判断した。

ハワイ州としては、再生型観光を啓蒙しなくてはならない。旅ナカの体験を深くするには新しい商品開発が必要になる。これまでのホールセラー商品では形が決まっており、日本語でのサービスは限定される。

日本マーケットは、米本土マーケットと比べると、現地ツアーは2割程度。米本土マーケットは英語ということもあり、深堀の商品が多い。「マラマハワイ」のプロダクト開発を推奨しているが、日本人は自然やハワイの歴史を分かっている。日本マーケットで深いプロダクトを開発するには、造成する旅行会社に再生型観光を体験してもらうことが一番と考えた。

ニッチなツアーをどのように作り、どうやって利益を出すのか。旅そのものの考え方を変えていかなくてはならない。今すぐ変えるのではなく、特別なツアー、ビーチクリーンなど人数限定のものを少しずつ紹介することから始める。ピシヨップ ミュージアムと関係性のある現地NPO法人と接することで、SDGs、サステナブル、再生型観光にはどんなプログラムがあるかを感じてもらった。

それらを知ることで、ハワイ州観光局 (HTJ)、日本ハワイ旅行業協会 (JHTA)、日本旅行業協会 (JATA) が入ってケーススタディを作っていく。旅行会社に興味を持ってもらい、旅行会社に沿ったサービスができるきっかけづくりにしたい。



「マラマハワイ」ウェブサイト
(www.allhawaii.jp/malamahawaii/)

少人数、ニッチなツアーが 求められる

コロナを経てハワイの旅行商品は どう変わっていくとみているか

(ヴァーレイ氏) ニューノーマル後は、こだわりの少人数制、内容の濃い商品が選ばれる。多少単価は高いが少人数制のニッチなツアー造成をしなければならないことは旅行業界も認識している。

マラマハワイのコンセプトに共感してもらうのを、ここから始める。現地でも体感してもらい、ハワイの現状を知り、サプライヤーと話し、ワークショップに参加し、実際に体感してもらい、ネットワークを構築していただく。

地域貢献へ

MICE、教育旅行でケーススタディ

NPOが用意する体験やアクティビティを旅行会社が利用する場合は、ボランティアとして参加料を払うことで、地域への貢献となるのか

(ヴァーレイ氏) いろいろな方法があり、企業CSRでは活動に参画してもしなくても企業として寄付する。そ

の後のレポートで海の透明度が数%増した、ハワイアン・モンクシールの頭数が増えたなどと報告する。その対価として寄付する。

もう一つは教育旅行などのグループ。ゼミやクラス単位で来て、マラマハワイの啓蒙活動を行う。エアラインもマイルを寄付する。

その土地にある自然を次世代に残すためにどう貢献できるか。地元が守ろうとしているものを知ってもらい啓蒙するだけでもプラスになる。それを体験型ツアーに組み込むには時間がかかる。

大手よりもニッチな旅行会社のほうが得意とする分野かもしれない。大手も細分化してスペシャルチームを作っているの、大手ならMICEの企業CSR、教育旅行でケーススタディ化していくことはあると思っている。

マラマハワイ、SDGsが 浸透する日本市場

日本とハワイに共通する 価値観ということがよく言われるが

(ヴァーレイ氏) お互いに島国で自然資源の山も海もあり、自然に神が宿る古い教え、先祖代々のものを守り



今回のジャパンサミットで旅行会社の参加者が実際に体験した小川の清掃活動



継いでいく意識を持っている。ハワイの自然資源を地域社会が守る活動を紹介すると、日本では賛同する人が多い。

これを旅行商品に結びつけることができるか。地域社会と旅行会社、自治体がつながり、地元を軸として、どういう人に来てほしいのか。地域を守るためにメッセージを発信する。

地元が地域をどうするかということが、コロナ禍で起きた。マラマハワイの指針を示した時に、日本マーケットほど、このことを理解してくれるところはなかった。ワークショップのコミュニティも日本側と意見交換すると同じ思いを持つ。地域社会がプライドを持って次世代に環境を残し、資源を守ることが問われる。

マラマハワイのコンセプトの理解は日本で進んでいる。内容が浸透して、メッセージを寄せてくれる。SDGsがこれほど浸透しているマーケットは他にはない。

マラマハワイのムーブメントを起こしていきたい。マラマハワイに合った日本市場が一番欲しいマーケットだ。日本も逆にこれを取り込むこともできる。再生型観光という新しい旅の形が、DMOとしての将来の観光促進に向けての良いケーススタディになると考える。

旅は変わる、 旅行会社の商品開発に期待

ハワイ観光と旅行会社の将来をどう見るか

(ヴァーレイ氏) ホールセラー、旅行会社はチャンスだと思う。ニューノーマル後の旅は絶対に変わる。その中で、安心・安全は絶対に必要となる。パッケージツアーの魅力は自分では手配できない、自分では見つけられない体験があることだ。旅行会社がニューノーマル後に、どんなプロダクトを出してくるかが楽しみであり、意見交換もしている。

軸となるのはサステナブルツーリズムで、マラマハワイに賛同しているが、実際に具体的な商品化をするとなると、ステップが大切になる。地元にあるものをどうやってパッケージ化するかは難しいが、必要なもの。少人数で単価は高くても、商品を開発してメッセージと一緒に伝えられると、一つのケーススタディとしては素晴らしいものになる。FITでは決してアレンジできないものだ。

また、商品を開発・造成したものの、ターゲット・オーディエンスの絞り込みをどうするか。宣伝部、広報部、商品企画、営業、団体旅行、教育旅行の横断の連動も必要になる。大手は経験値、コンテンツ、パワーがある。中小でもそれが可能になっている。



週刊ウイングトラベル「ハワイ特集2022 Summer」目次

WING Travel Weekly "Hawaii Special 2022 Summer" issue Contents

ハワイ州観光局 (HTJ)	Hawai'i Tourism Japan (HTJ)	2-3 p
ジャパンサミット	Japan Summit	4-5 p
ハワイ州の観光戦略	Tourism Strategy of Hawai'i	6 p
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	7 p
日本航空	Japan Airlines	8 p
ハワイ島観光局	Island of Hawaii Visitors Bureau	8 p
ヒルトン・リゾーツ・ハワイ	HILTON RESORTS HAWAII	9 p
おすすめドライブコース	Scenic Drive Course	10 p
エイビスレンタカー	AVIS RENT A CAR	10 p
ハイアット リゾーツ ハワイ	HYATT RESORTS HAWAII	11 p
ハワイ州観光局オンラインツール	HTJ Online Tools	12 p
アウトリガー・ホテルズ&リゾーツ	OUTRIGGER HOTELS & RESORTS	13 p
ハワイ・オンライン・フォーラム	Hawai'i Online Forum	14 p
アクア・アストン ホスピタリティ	Aqua-Aston Hospitality	15 p



3年ぶりにジャパンサミット開催 再生型観光商品化へ商談会や体験プログラム

ジャパンサミットがハワイ・コンベンション・センターで開催

ハワイ州観光局(HTJ)が主催する「ジャパンサミット2022」が6月6日、7日の両日(現地時間)、オアフ島アラモアナ地区のハワイ・コンベンション・センターで開催された。ジャパンサミットは、日本の旅行会社と現地サプライヤーが一堂に会するトラベルトレードショー。リアル開催は2019年のハワイ島以来3年ぶりで、会場は海外旅行の本格的な再開、ハワイ旅行の商品化に向けて大きな盛り上がりを見せた。とくに6月8日には、ハワイ・ツーリズム・オーソリティー(HTA)、HTJが進める「マラマハワイ」の再生型観光の商品化へ旅行会社が体験するFAMツアーのプログラムが盛り込まれ、アフターコロナのハワイ旅行の方向性が示された。今回のジャパンサミットには日本から65名が参加し、ハワイ側のサプライヤーは50社約100名など、主催者、メディアなどを含め総勢200名近くが参加する一大イベントとなった。

【取材・文章・写真：編集統括 石原義郎】

HTJ日本支局長、ここから日本市場回復へGWに日本人6571人、驚異のポテンシャル

日本とハワイの観光関係者によるプレゼンテーションでは、HTJのミツエ・ヴァーレイ日本支局長が最初に登壇した。「4月にJATA視察団がハワイを訪問され、これをきっかけにいろいろな動きが始まった。4月末には日本ハワイ友好議員連盟が来日、政府間も動き出し、5月初めにはイゲ・ハワイ州知事一行が岸田首相を表敬するなど政界、経済界、観光業界関連の3本柱で日本を訪問し意見交換した。」と述べ、JATA視察団のハワイ訪問を契機に日本市場の再開が動き出したことを強調した。

同支局長は、ハワイ観光の現状について「2022年は、4月末時点までの全渡航者数が2019年比約84%まで回復している」とし、その理由は米国市場が昨年5月から19年比でプラスに転じ、その後も米本土からの「リベンジ旅行」が好調に推移している。同支局長は「ニューノーマル後のハワイ観光のあり方、商品開発は変わってくる」との見通しを語った。

日本市場は3月マイナス97%、4月マイナス94%で推移。JATA視察団がハワイを訪問した4月の日本人旅客数は6749人だったが、ゴールデンウィーク(GW)1週間で6571人がハワイを訪問。ハワイに対する日本市場のポテンシャルの高さをGWではっきりと示した。同支局長は「ここからが日本マーケットのリカバリーであり、プラスに転じるために皆さんと頑張っていきたい」と参加者に呼びかけた。

ハワイの旅行市場のシェアを見ると、



会場となったハワイ・コンベンション・センター



最新情報と日本市場への取り組みを語る
ハワイ州観光局ミツエ・ヴァーレイ日本支局長

2019年は日本が15.3%と国際市場ではトップで、カナダ、オセアニアと続き、韓国は2%、中国は1%。同支局長は「日本マーケットがどれだけ大切かが分かる。とくに、オアフ島は25%、ハワイ島は10%、マウイ、カウアイは2%のシェアで、オアフ島のリテール業者が日本人旅行者の激減で大きな打撃を受けている。今後の日本市場のリカバリーをオアフ島のビジネス全体が心待ちにしている」と強調した。

日本人のハワイ旅行再開に伴い、航空会社の運航状況は5月90便、6月98便から7月は146便、8月は222便と2倍以上に定期便が拡大する(ジャパンサミット開催時の情報)。7月、8月はそれぞれ1万5000席が増加する。名古屋便が再開、関西便はデイリー化で、航空会社も夏に向けて本格的なプロモーションを展開する。とくに、JALは8月3日から成田-コロナ線を再開することを決めた。

地域社会と新たな体験の旅行商品造成を 自然環境保全へ事前予約、人数制限拡大

ハワイ州の観光戦略についてヴァーレイ日本支局長は、「自然保全、文化継承、地域社会、ブランドマーケティングの4本柱は変わっていないが、とくに地域社会の活性化に力を入れている」と強調。地域のコミュニティとともに新しい体験を作り出すことに注力しており、旅行業界もこれからのツアーの再生型観光に向けた商品造成を訴えた。

そのためのアクションプランとして、各島のサプライヤーとコミュニティが集まり、島の自然保全をしながら観光を盛り上げる「DMAP」を発表している。同支局長は「今後はDMAPと4本柱に沿って啓蒙活動を行っていく」と述べた。

ハワイ州は観光戦略をツーリズム・ブランディングからマネジメント、プロモーションからエデュケーションに方向

転換し、再生型観光を進める。そのキーとなるのが人気観光地の事前予約システムの導入で、プラットフォームはこれからも改良を加えていく。

現在、カウワイ島ハエナ州立公園、ハナウマ湾自然保護区、マウイ島ハレアカラ国立公園、ダイヤモンドヘッド州立自然記念碑が事前予約制となり、環境保全と混雑緩和のために入場者数が制限された。

ハナウマ湾に続き、日本人旅行者にも人気のダイヤモンドヘッドも入場料金、駐車料金が上がり、多い時は1日7000~8000人が登っていたが、これを半数にして、登る人の満足度と安全性を高めていくという。今後、州立公園などのオーバーツーリズムな「ホットスポット」に人数制限などの施策が拡大していくことになる。

→ハワイ州の観光戦略、DMAPについて詳しくは6ページへ

HTJ、日本市場でキャンペーン目白押し マハロレセプション 東京と大阪で商談会

ハワイ州観光局では、日本市場のハワイ旅行の本格的な再開に向けてキャンペーンを展開する。マラマハワイのハワイ州全体のグローバルキャンペーンはもとより、JATAが7月15日に計画する海外旅行再開キャンペーンと連動して、業界

と協力した広告展開を予定している。既に、SNSなどのデジタル広告を展開し、テレビ、雑誌などのタイアップ企画も目白押しとなっている。また、セブンイレブン国内全店のハワイフェアも始まった。

教育旅行では姉妹都市連携を強化するとともに、出版社とのコラボレーションも計画。隣島ではゴルフプロモーション、ロマンスマーケットではファミツアー実施、若年層マーケットではインフルエンサーキャンペーンを展開する。

旅行業界とは様々な連携を展開し、ハワイトレーナー養成プログラムの活性化とともに、11月にマハロレセプションを東京と大阪で計画し、日本での商談会の再開を検討している。



対面による商談会も開催された

ハワイ島観光局長、日本人再訪を心待ち JALコナ線再開、コナ空港リニューアル

次に、ハワイ島観光局のロス・パーチ局長が登場し、エリソン・オニヅカ・コナ国際空港のリニューアルを中心に説明した。8月3日からJALが成田-コナ線を再開することが決まり、ハワイ島への日本人旅行者の回復に期待が高まる。

コロナ禍の間にコナ空港がリニューアルされて、外観も大きく変わった。パーチ局長は「顔認証も最新システムに変わり、到着手続きはスムーズにできるようになった。新しいゲート11が完成し、空港の第1フェーズが完了した」と述べた。

パーチ局長は「空港のリニューアルによりターミナルの取扱人数も拡大し、日本からの旅行者を迎えることを楽しみにしている」と期待した。このため、今後は日本語対応を充実させていくことを計画する。

キラウエア火山活動もこの2年間で変わり、噴火口の近くまでマグマが上がり、壮観な眺めを展望できる。間近で活きた火山、地球の鼓動を体験できる。また、



ハワイ島観光局ロス・パーチ局長

コナとヒロをつなぐ公共無料バスも運行しており、ハワイ島のアクセスの利便性が向上している。

新しいオプションツアーもできており、パーチ局長は「日本からの旅行者が戻ってくることを楽しみにしている」と語った。

JATA稲田部長、ハワイ視察団で潮目変わる 7月に海外旅行再開キャンペーンを展開

日本側を代表して登壇した日本旅行業協会（JATA）の稲田正彦海外旅行推進部長は、潮目の変化、海外旅行ロードマップ、海外旅行再開の3点について説明した。

海外旅行全体の潮目の変化は、4月のJATA視察団のハワイ訪問で、これがテレビや新聞に多く取り上げられたことがきっかけになった。稲田部長は「海外旅行に行きたいんだという雰囲気をつくり、ハワイに行きたいと気持ちを目覚めさせた非常にいい機会だった」と語った。

海外旅行再開への残る課題として、入国者制限の撤廃、日本入国のための海外でのPCR検査廃止などがあるが、稲田部長は、航空座席数の拡大による需給のアンバランス、ランドコスト高、ヒューマンリソースの確保を挙げた。中でもコロナ禍による人的資源の不足をどうカバーしていくかを旅行業界共通の課題として挙げた。

海外旅行再開については、JATAは海外旅行再開キャンペーンを展開する。まず7月15日に北海道から沖縄まで全国8カ所で海外旅行再開に向けたピラを配布する。JATA役員も参加し、全国に海外



JATA稲田正彦海外旅行推進部長

旅行再開をアピールする。

次に同じ7月15日の一般紙に海外旅行再開の全面カラー広告を掲載する。この新聞広告のデザインと同じポスターやうちわを制作して配布する。さらに、海外旅行再開に向けたSNSハッシュタグキャンペーンを実施する。

ハワイに関しては、JATAアウトバウンド促進協議会（JOTC）ハワイ部会で、このキャンペーンに連動する活動を検討している。



伝統的なアウトリガーカヌーをジャパンサミット参加者が体験



ワイキキの様子

JHTA久保会長、事業パートナー復活ケア 安心安全なツアー提供へ旅行会社価値向上

次に日本ハワイ旅行業協会（JHTA）の久保哲也会長が登場し、ハワイでの日本人旅行者対応の取り組みなどについて語った。久保会長は「この2カ月間で市場回復に向けてハワイの声をしっかりと届けた。規制緩和が実現し、座席も増え、市場の環境は着々と良い方向に進んでいる」との見方を示した。

ただ「日本市場の回復の遅れが起因して、日本語サービスを提供していた事業パートナーが復帰しきれていない。規制緩和と市場の回復を注視しながら、1社でも多くの会社の復活をケアしていく」と課題を語った。

また、日本人旅行者が増えれば、ハワイでのPCR検査で陽性になる可能性は増えてくる。これに対して久保会長は「受地側としては一つひとつ丁寧に対応していく。陽性反応が出るとホテル延泊、自主隔離、食事アレンジメントを手配する。陽性者は翌日以降に再検査、ここでまた陽性が出るとまた5日後に再々検査、陰性が出るまでこれが続くことになる」と説明した。

「パッケージツアー、団体旅行は各社がケアするが、FITは限られるかもしれない。陰性が確保できない場合は総領事館に相談する。この間のケアはできるが費用は発生する」と述べ、事前に海外旅行保険に入り、その内容を熟知しておくことを指摘した。

久保会長は「PCRの陽性は一例だが、ウィズコロナの旅では回復期の最中に新たな課題が生まれてくる。安心安全な環境を提供する」と旅行会社の重要性を指摘した。

「コロナのない平常時は多くのサービスを削ぎ落としてFITの傾向に流れる



JHTA久保哲也会長



ワイキキの様子

が、今こそ、海外旅行先の安心安全の確保をお客様が求めており、この対策を実行していくことで、パッケージツアー、団体旅行の価値が高まっていく」との見解を示した。

久保会長は「渡航手続きの正確な情報の提供、日々変わる現地の発信を含めて、業界全体の価値向上に一丸となって取り組む。お客様を全力でサポートし、そこで生まれる旅行者の満足度を将来につなげて、多くの人がハワイに戻ってくる好循環サイクルを作り上げたい」と述べた。

12月11日にホノルルマラソン50周年記念大会 マラマハワイに共感する日本人の参加を呼びかけ

最後にホノルルマラソンのジム・バラホル事務局長が登場し、12月11日のホノルルマラソン50周年記念大会への日本からの参加を呼びかけた。日本のハワイ旅行が再開され、同事務局長は今年の50周年記念大会へ日本人の参加を期待した。

同事務局長は「ホノルルマラソンには全世界から参加するが、マラマハワイの精神、ハワイ文化を尊重してマラソンを楽しむのは日本人以外にいない。ぜひ戻ってきてほしい」と要望した。

ホノルルマラソンはコロナ前には、日本から毎年1万人以上、累計で47万人が参加していた。「ホノルルマラソンがここまで成長したのは、マラソンを走ることによって、日本人がハワイのコミュニティと触れ合ったことが大きく、イベントに参加している感覚が非常に重要なポイント」と指摘した。

ホノルルマラソンは長年JALがサポートし、50周年記念大会でJALは支援を強化する。また、ハワイ州観光局（HTJ）もホノルルマラソンのサポートを検討する。

2021年のホノルルマラソンでは、コロナ感染者は1人も出なかったという。同事務局長は医師でもあり、「ホノルルマラソンには安心して参加できる」と強調。



ホノルルマラソン・ジム・バラホル事務局長

また、万が一陽性になった場合でも医療体制に万全を期していると自信を示した。

ジャパンサミットは、プレゼンテーションの後に、旅行会社とサプライヤーによる活発な商談会が行われ、夕刻からはディナーレセプションが開催され、参加者によるネットワークキングが展開された。

6月7日には引き続き商談会、ハワイ語レッスン、ハワイアンカルチャーワークショップで伝統・文化の体験、6月8日にはマラマハワイ体験FAMツアーが実施された。



ホノルルマラソン（イメージ）2022 © HMA Honolulu Marathon

ハワイ各島別にDMAP作成、観光産業再構築へ 地域主体でつくる観光再生アクションプラン

ハワイ・ツーリズム・オーソリティ(HTA)は、「ハワイ州観光戦略プラン2020-2025年」戦略計画で、目標数値をこれまでの訪問者数から、住民の満足度、旅行者の満足度、旅行者の1日あたりの消費額、総旅行者消費額に変更設定した。これに基づき、HTAはカウアイ郡、マウイ郡(マウイ島、モロカイ島、ラナイ島)、ホノルル郡、ハワイ郡、各島の観光局と協力し、2021年から2023年までの3年間で観光産業の安定化、新型コロナからの回復、各島が希望する観光産業への再構築のための地域密着型のデスティネーション・マネジメント・アクション・プラン(DMAP)を作成し、観光の再生をめざす。

【取材・文章・写真：編集統括 石原義郎】

島ごとにアクションプラン「DMAP」を策定 地域主導型のプログラム、州の観光戦略と連携

2019年にハワイ諸島への訪問者数は、過去最高の1038万人に達した。総消費額177億1060万ドル、税収入は20億7000万ドル、雇用は21万6000人で、観光産業はハワイ州国内総生産(GDP)の16.2%を占めた。これは、不動産・レンタル・リースの18.8%に次ぐ2番目のGDPで、ハワイは観光産業が基幹産業となっている。

一方で、訪問者数の増加は一部の観光地や地域社会の環境に影響を及ぼした。旅行者の増加により、ハワイでは住民の生活の質だけでなく、訪問者の旅行体験の質にも影響を与えた。

DMAPは、各島の運営委員会の指揮のもと、地域社会、観光産業、その他の企業団体の参加によって、レスポンスブル・

ツーリズム(責任ある観光)、オーバーツーリズムの観光地、交通負荷、その他の観光関連問題の解決策を見出す。

とくに、自然・文化資産の保全などについての意見を反映し、地域住民の生活の質を向上させ、訪問者の体験を改善するために必要な分野や実行可能な解決策を明らかにする。

活動内容は、HTAの戦略プランの4つの柱である自然資源、文化継承、地域社会、ブランドマーケティングと相互に関連づけて実施される。

HTAは、地域主導型の観光プログラムで、地域社会、観光産業、その他の企業団体がハワイの観光産業をより良い発展のために必要な取り組みを支援する。



ハワイ文化の継承は観光戦略の柱のひとつ(イメージ) © Hawaii Tourism Authority (HTA) / Tor Johnson

HTAアンダーソン氏、オーバーツーリズム解決へ コロナを経て再生型観光へハワイ州民の意識高まる

HTAのキャロライン・アンダーソンプランニングディレクターはDMAPについて、「デスティネーションをどのようにマネジメントしていくかにフォーカスを置いている。DMAPの推進には、責任ある旅行を啓蒙していくことが重要。また、オーバーツーリズムのインフラなどの問題点を協議、意見交換し、解決策に向かって関連する組織が連動して働きかけをしていくことが重要」と指摘した。

DMAPは2020~2025年の観光戦略に基づき島ごとに策定され、地域住民の満足度、問題意識、住民の意見を取り入れ、島ごとに活動が始まっている。

アンダーソン氏によると、DMAPは地域と協議、連動していくことが重要、各島の市郡、地域社会がグループでディスカッションし、旅行者に新しい体験を提供し、島のオーバーツーリズムになっているところを解決、自然保全を遵守しながら体験を生み出すことを協議している。したがって、DMAPは各島の住民が参加して最終的に作成したものであることを強調した。



ハワイ・ツーリズム・オーソリティ(HTA)キャロライン・アンダーソン プランニングディレクター

2021年から始まったDMAPはフェーズ1が終わった段階だが、アクションプランは四半期ごとにレポートが提出されている。オアフ島はスタートが8月31日だったため、フェーズ1の途中にあるという。

各島では、旅行者の責任について啓蒙教育活動を行っている。次世代までに自然環境を守るため各空港で啓蒙ビデオを放映したり、サイネージ広告を掲出している。

具体的な事例では、ラナイ島はファンディングによりカルチャー・ヘリテージセンターがモバイルアプリを制作した。このアプリを旅行者がダウンロードして、情報のみならず安心・安全に旅する方法やハワイアンカルチャーを学ぶことができる。アプリには一定の場所に行くと、その先は行かないなどの注意事項も示されるようになっていく。

カウアイ島はレンタカーが多すぎて交通渋滞が問題になっていた。カウアイ島観光局が情報をついにまとめて、ここはシャトル、ここはバイクで走るなどの交通手段を推奨し、車の交通量を減らす運動を展開した。カウアイ島の自治体と観光局が住民を含めて協議して作成した。

オアフ島も交通渋滞が問題になっている。そこで、オアフ島の地域住民と旅行者をつなげるプログラムを作成した。各島のことを各島の住人が考えることが重要で、旅程、体験を島のアドバイザーグループがつくっている。

モロカイ島ではDMAPタスクフォースが構成され、トップや住民と一緒にメッセージを考える。どうやって伝え、啓蒙していくか。モロカイ島はビジネス開発、商品開発、サービスのあり方を協議している。島への航空便が少ないために航空運賃が高いため、地域住民、旅行者が安く往来することができないか協議している。

HTA、観光収益を地域社会の事業に還元 イベント、文化継承、ボランティア活動に補助

HTAでは、観光で得た利益を地元還元する3つのプログラムを用意している。

まず第1は「Community Enrichment Program (CEP)」で、ハワイのコミュニティに根ざしたプロジェクト、フェスティバル、イベントを支援し、住民や観光客の体験を向上させ、有意義な経済発展の機会を創出することを目的としている。例えば、オキナワン・フェスティバルやコナコーヒーフェスティバルなどのイベントで地元と繋がり、旅行者が体験できるフェスティバルに補助金を出したり、サポートをしている。

第2は「Kūkulu Ola program」で、主にハワイ文化継承の団体、グループ補助金をサポートする。住民や観光客に本物の体験を通してハワイ文化を高め、強化し、永続させる地域密着型の受賞団体に資金援助を提供する。カヌーを置く場所の補助、ハワイ語の新聞をデジタル化するなどのサポートをしている。

第3は「Aloha 'Āina program」で、'Āinaはハワイ語で大地という意味。ハワイの自然資源と環境を管理、保全、再生するアイナ・カナカ(大地と人間)の関係と知識に重点を置いた責任あるコミュニティベースの事業体に資金援助する。次世代に教育しながら伝えていくプログラムが多い。ボラントゥーリズム、ビーチクリーンナップ、トレイルの整備、フィッシュバンド(養魚池)の復元、タロイモ畑の育成体験プログラムなどが挙げられる。

アンダーソン氏は、DMAPにより「住民と旅行者の満足度を上げることが重要



ジャパンサミット参加の旅行会社関係者が体験したタロイモ畑の育成体験や草取り清掃活動

で、満足度は確実に上がっている」と評価した。

再生型観光への取り組みは、ハワイの人々が望んでいることであり、オーバーツーリズム、コロナ禍を経て、ハワイ州全体で自然環境に対する意識が高まった。解決すべき課題は多いが、旅行会社には、地域住民と旅行者の満足度が向上する旅行商品の造成が期待される。



ハワイの文化を体験できるボランティア・プログラムの一例。タロイモを使った伝統的な料理を作って味わう © Hawaii Tourism Authority (HTA) / Heather Goodman

LET
US
STAY
WITH
YOU.®

MĀLAMA HAWAII マラマハワイ



オアフ島最大の運河再生という歴史に残る取り組みに参加して、
ハワイでの旅行をより有意義な旅に。

ワイキキビーチが今日のような世界的観光地になることができたのは、
アラワイ運河があったからと言っても過言ではありません。当リゾートの
「マラマハワイ」パッケージをご予約いただくと、ご滞在1泊につき20ドル
をアラワイ運河の浄化プロジェクトに寄付させていただきます。

パッケージご利用のお客様には、寄付への感謝の意を表して、キオラ
またはラヴィでのお食事、ザ・リッツ・カールトン・スパでのトリートメント
やインフィニティプールのプライベートカバナなどにご利用いただける
リゾートクレジットとしてご宿泊1泊につき20ドル分を差し上げます。

次回のハワイ旅行は、今すぐritzcarlton.com/jp/Waikikiにてご計画ください。



**THE RITZ-CARLTON
RESIDENCES**

WAIKIKI BEACH

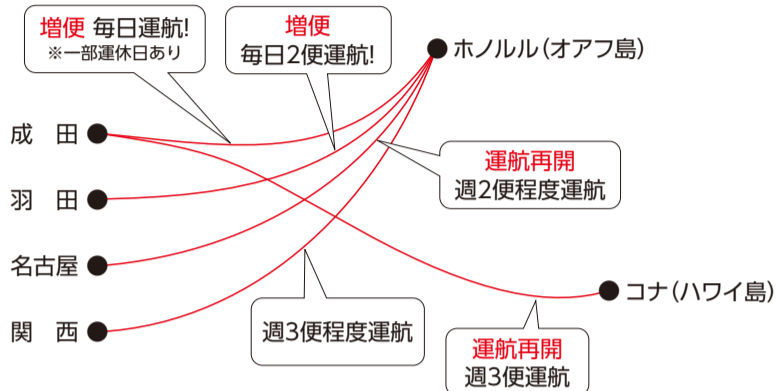


JALでハワイへ 充実のネットワークと安全・安心のサービス

70年近くにわたり、日本とハワイの架け橋としてハワイの観光産業の発展に貢献してきた日本航空(JAL)。この夏はハワイ路線の増便や運航再開のほか、安全・安心なサービスの提供、さらに現地でのスポーツイベント協賛などを進め、ハワイへの旅行需要回復に努めていく。

Network

ホノルル線増便、コナ線再開 ※2022年8月の運航情報に基づく
大阪、名古屋からもハワイへ



Sport Events

9/25開催「ホノルルセンチュリーライド」
50回目の「ホノルルマラソン2022」にも協賛

スポーツを通じてハワイの旅行需要を盛り上げるべく、JALでは現地スポーツイベントの協賛に力を入れている。9月25日には「ホノルルセンチュリーライド2022」が開催予定で、現在参加者募集中。爽やかな風を感じながら、自転車でハワイを駆け抜ける絶好の機会だ。また今年が50回目の節目となる「ホノルルマラソン2022」は、12月11日の開催。こちらも参加者の募集をスタートした。



「ホノルルセンチュリーライド2022」
特設ページ [ここをクリック](#)

「ホノルルマラソン2022」
特設ページ [ここをクリック](#)



ホノルルセンチュリーライド(イメージ)



ホノルルマラソン(イメージ)
2022 © HM-A Honolulu Marathon

詳しい情報は「www.jal.co.jp/jp/ja/inter/route/hawaii/」まで [ここをクリック](#)

Service

安全・安心な旅行をサポート「VeriFLY」

安全・安心な旅行を提供するため、JALでは徹底した感染症対策「JAL FlySafe」を展開。その一環として、お客さまにおすすめしたいのがデジタル証明書アプリ「VeriFLY」だ。日本出発時、新型コロナウイルスの陰性証明書やワクチン接種証明書など、事前に入国検疫書類をアプリに登録。搭乗手続きやハワイ到着後の検疫手続きがスムーズになるだけでなく、羽田空港と成田空港には「VeriFLY」優先チェックインカウンターを設置しており、その利用メリットは大きい。



「VeriFLY」の利用/登録方法については特設ページまで [ここをクリック](#)
※海外発では「VeriFLY」はご利用いただけません。日本政府の検疫ファストトラックをご利用ください。

ハワイ島観光局

Island of Hawaii Visitors Bureau

JAL8月コナ線就航で日本市場回復に期待 キラウエア火山見学、過去最高の状況

4月のJATA視察団のハワイ訪問を契機に、海外旅行が再開され、水際対策の規制は維持されているものの、FITを中心に海外旅行は動き出してきた。そうした中で、日本航空(JAL)は8月3日から成田-コナ線の運航再開を決定し、日本からハワイ島へ直行便で行くことが可能になる。エリソン・オニヅカ・コナ国際空港はコロナ禍の間にリニューアルされ、日本人旅行者の受入体制は整った。ロス・バーチハワイ島観光局長に、日本市場に対する期待を聞いた。
【取材・文章・写真：弊社編集統括 石原義郎】



ロス・バーチハワイ島観光局長

キラウエア火山の活動と見学状況はどのようになっているか

(バーチ氏) 2018年の噴火の時と違い、今は噴火というよりは活動が活発化して、これまでのキラウエア火山の歴史上、最高に見学できる状況になっている。

ハレマウマウの火山は、以前は煙が上がっている程度だったが、マグマが火口付近まで上がってきていて、マグマを実際に見ることが出来る。ハワイ火山国立公園を見学するには最高の時期に来ている。過去にここまでマグマが火口に上がってきたことはなく、夜もオレンジ色に輝いている。

8月3日からJALが成田-コナ線就航するが、これに対する期待は

(バーチ氏) 当初の予想としては年末に戻ったらいいなと思っていたが、夏に戻るといって、ハワイ島の住民はエキサイトしているし、就航を待ち望んでいる。ホテル、サプライヤーも日本市場のカムバックは大変うれしいニュースで、準備はできている。

ハワイ島は米国市場のリカバリーがオアフ島、マウイ島よりも早く好調だった。全体のハワイ島の旅行者は、インバウンドでは日本市場が10%

で、これを米本土からの旅行者でカバーしているが、米本土市場が人数的に落ち着いてきており、米国のリベンジ旅行が落ち着いてきているところに日本市場が戻ってくるのがベストだ。今回はニューノーマル後ということで、昔のトレンド、旅行者の推移が参考にならない。今後、徐々に様子を見ながら、今後のトレンドをみていくしかない。予測は難しく、新しいトレンドが変わっていくと見ている。

ハワイ島では人材不足が発生している、新しい市場が戻るに当たり、とくにホテルは10%、20%の足りない人材の確保を、旅行者の戻る需要を見ながら進めていかなくてはならない。

コナ空港リニューアル、受入体制万全 ハワイ島の多様性を旅行者に体験を

コナ空港の改装はどのような状況か

(バーチ氏) 1996年6月2日に成田-コナ線が開港された。その当時は入国審査のテントを別に作っていた。ようやく建物でコロナ禍の中で、2021年9月に完成した。これにより、米本土市場からのフライトが増えており、実際に空港もオーバーフローしていた。新しいターミナル

は日本からの直行便だけでなく、米本土からの航空便も使用されている。

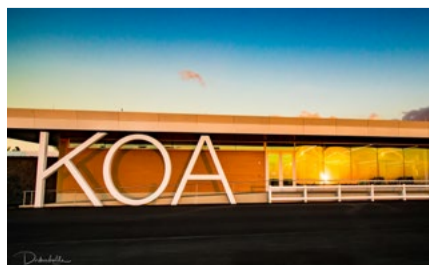
トラップを降りて空港施設に入る体験は維持した。建築的に自然の中に取り入れるようにガラス張りにして、サンセットなど以前の雰囲気を出しているが、建物は最新の設備で快適に過ごすことができる。

日本人旅行者への期待は

(バーチ氏) ハワイ島はここ数年、とくにコハラ地域でホテルのリノベーション、新しいプロダクトができていて、ホテルはブランドを変えて生まれ変わっている。改装後はスペシャルキャンペーンやプロダクトが増えてプロダクトのリフレッシュなどが提供できるようになった。

1980年代から90年代には日本市場は40~45%を占めた時期があった。この10年にシェアは10%まで減少している。ハワイ島としては日本市場のシェアを増やしたい。一つの市場に頼るのではなく、バランスの良い市場にするために、日本市場を増やしたいと考えている。

そのためにもサービスのレベルを上げるとともに、ハワイ島の多様性ある体験



改装されたハワイ島コナ空港ターミナル

を旅行者に提供したい。他の島にはないハワイ島の魅力をアピールする。日本市場のホスピタリティに対する期待は感じており、ハワイ島が持つプログラムをしっかりと提供していきたい。

ハワイ島周遊の無料公共バスを運行 日本人旅行者戻れば現地ツアーも再開 島内交通の状況はどうか

(バーチ氏) 公共バスがフリーで運行している。昔はヒロからコナへの南回りのバスしかなかったが、今はコナ空港-ヒロ空港、コナーコハラと全部つながり、このバスが無料になった。観光客ももちろん無料で利用でき、バスに乗れば、フリーでハワイ島を一周できるようになった。

また、レンタカーの数は増え、戻ってきている。借りられる確率は高く、台数も増えているが、事前予約を推奨する。ホテルにいる間は車を使わずリゾートを楽しんで、そこにいる間は、車は使わず、必要に応じてレンタカーを借りれば、ホテルの駐車場も埋まったままにならない。今は非常に良い状況で、交通量も減った。コロナ禍を契機に、そういう滞在の仕方が、ニューノーマル後の旅行で生まれた。

日本市場向けのオプションツアーはどのようになっているか

(バーチ氏) 先週も現地ハワイ島の日本のホールセラーと話したが、多くの業者がクローズしたり、他の仕事をしたり、補助金の生活で休業している。ただ、日本市場が戻ってくるニュースを聞いて、再開に向けて準備している。彼らは日本人が戻らないので、米国人対象のツアーで事業を継続していた。日本市場向けにバーチャルツアーを実施している事業者もある。メインの会社は健在なので、日本人旅行者が戻れば、これから人材を確保して再開していくことになるだろう。

フライデーナイト花火ショーを2年ぶりに再開 ハワイ初登場の体感型アトラクションシアターもホテル館内に

ハワイで3ホテルを運営するヒルトン・リゾーツ・ハワイ。それぞれのホテルは立地、施設・設備の特徴、主な客層等が異なり、ハワイのヒルトン全体として幅広く多様なニーズを取り込める。FITからファミリー、ハネムーン、団体などまで、日本市場の各種ニーズに適したホテルを探すのならば、この3軒のヒルトンの中から選べば安心。そう信頼される内容と実績がヒルトン・ブランドにはある。

ヒルトン・ハワイアン・ビレッジ・ワイキキ・ビーチ・リゾート

金曜夜のお楽しみはホテル前の打ち上げ花火

2年以上も続いたコロナ禍もようやく収束に傾き始め、ワイキキビーチに日本人観光客が戻る日も確実に近づいている。ヒルトン・ハワイアン・ビレッジ・ワイキキ・ビーチ・リゾートでは、戻って来る日本人観光客にもハワイの夜の思い出を持ち帰ってもらうと、2年3か月ぶりにお楽しみイベントを再開した。それが毎週金曜日、夜8時から（10月1日以降は夜7時45分から）ホテル前のビーチで行われる打ち上げ花火だ。

この金曜夜の花火は30年以上も続くワイキキの名物イベントだったが、コロナ禍の影響で2020年3月から休止。しかしコロナの状況が落ち着いたことから6月3日にイベント再開となった。

5分間ほどの催しだが、この花火を見るためにハワイ滞在を延ばす観光客もいるほどの名物イベント。また観光客のみならず地元の人々も再開を待ち望んでいたイベントとあって、再開のニュースはハワイのメディアに大きく取り上げられたほどだ。



タパ・コレクションの中のファミリー・シティビュー

ワイキキ・ビーチの各所から鑑賞できるが、もちろんベストビューはヒルトン・ハワイアン・ビレッジ・ワイキキ・ビーチ・リゾートの客室からの眺め。特等席で花火大会を堪能する贅沢は、このホテルならではの体験となる。

複数のホテル棟で構成され3000室に迫る客室数を誇るヒルトン・ハワイアン・ビレッジ・ワイキキ・ビーチ・リゾートは、常にホテルのどこかで進化が起きている。現在の進化の最先端は「タパ・タワー」だ。4段階のリノベーションが進行しており、すでに第1・第2段階で25階から35階までの客室をグレードアップ済みで、8月からは第3段階として24階から15階の改装に着手する計画だ。最終の4段階目として来年には14階から3階までの作業を開始して夏までには完了する計画。

リノベーションを済ませた客室は新たに「タパ・コレクション」の名称で販売している。したがって来年夏にはタパ・タワーの全客室がタパ・コレクションとなる予定だ。

また従来のタパ・タワー客室の3ベッドルームが3台のダブルベッドを設置していたのに対し、タパ・コレクションの3ベッドルームは、クイーン/クイーン/キングとベッドのサイズを拡大した。これによって、たとえば6名までの家族旅行の場合、タパ・コレクションの3ベッドル

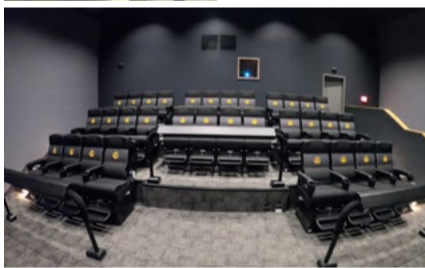


ワイキキ名物のヒルトン・ハワイアン・ビレッジの花火

ムであればエキストラベッド無しでも余裕で滞在できるようになった。

ヒルトン・ハワイアン・ビレッジ・ワイキキ・ビーチ・リゾートはアトラクションでも注目を集めている。昨年6月にタパ・タワー1階にオープンした「ハワイ・シネマトラクション」はコロナ禍中の開業だったにもかかわらず、いまやワイキキでも人気アトラクションの一つに定着。

映像に合わせて前後左右に動く座席に座り、ハワイ各地を鳥の目線で上空から眺めると



「ハワイ・シネマトラクション」では様々な映像を楽しむ



「バリ・オーシャンフロント」で眺望を楽しみながら朝食をいう疑似飛行体験型の映像アトラクションもあり、有料だがハワイ観光のための事前情報収集にも役立てられる。

ホテル内のレストランはコロナ禍を機に提供する料理の内容や営業時間に変更になったケースも多い。朝食バイキングを提供していたレインボー・ラナイは閉鎖中で、その代わりレインボー・タワー中2階にある眺望抜群のレストラン「バリ・オーシャンフロント」（旧名「バリ・ステーキ&シーフード」）でアラカルトメニューによる朝食を楽しめる。宿泊客からは「料理を運んでもらえるし眺めも良い」と好評を博しているという。

ダブルツリー・バイ・ヒルトン・アラナ・ワイキキ・ビーチ

再開されたレストラン「ツリーズ・バー&グリル」で朝食・夕食を提供

ダブルツリー・バイ・ヒルトン・アラナ・ワイキキ・ビーチは、ヒルトン・ハワイアン・ビレッジの向かい、アラモアナ・ブルーバードを隔てて立つ、ヒルトン・ブランドのプティックホテルだ。

賑やかなワイキキとは異なり比較的静かな立地環境が特徴で、料金もワイキキ中心部のホテルより手頃なため、自由行動に適した環境を望む修学旅行などにも人気のホテルになっている。ちなみに修学旅行をはじめとする団体の受け入れ体制も充実しており、150名収容のボールルームがあるほか、団体のハンドリングに配慮してリニューアルしたエントランスも評価の高いポイントだ。

コロナ禍が落ち着き始め観光客が戻って来たのに伴い、営業を休止していたレストラン「ツリーズ・バー&グリル」が営業を再開。カジュアルで開放的な雰囲気の中で朝食と夕食を提供している。宿泊客が無料で参加できる体験プロ



「ツリーズ・バー&グリル」はカジュアルで解放的な雰囲気のラムには、今年2月から「パパレ・メイキング」を新たに開始した。「パパレ」は言わばハワイ版の麦わら帽子で、麦わらの代わりにココナッツの葉を材料にして作る日よけ帽子。自分で作ったパパレを持ち帰ることもでき、ホテル滞在中に何回でもプログラムに参加できる。



参加型体験プログラム「パパレ・メイキング」

米国需要は落ち着く見込みで、次は日本市場に期待感

ワクチン接種の浸透などもあり新型コロナ感染症の心配が少しずつ遠のくに連れて、大挙してハワイを訪れるようになったのが米国人観光客。その旅行需要も間もなく落ち着くはずだと分析するのはヒルトン・リゾーツ・ハワイ・アジア地区担当営業部長の松田光裕氏だ。「移動にかかわる規制がなく、到着地での隔離も求められず自由に往来できる米国内の旅行目的地として、本土の旅行者から人気を集めたのがハワイだった。しかし世界的

ヒルトン・ワイココア・ビレッジ

人気のビッグアイランドで楽しむ朝食のひと時

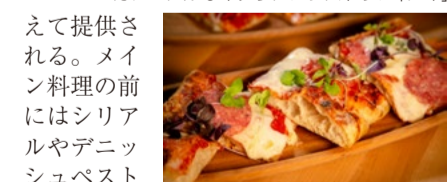
ビッグアイランドの愛称で知られるハワイ島は、米国人旅行者を中心に数多くの観光客が訪れており、いち早く需要回復を果たしている。激しく活動する活火山や、ハワイの歴史を物語る魅力的なスポットの存在が人気の理由。そんな人気の島でも屈指のリゾートの一つとされるのがコハラ・コーストのヒルトン・ワイココア・ビレッジだ。

コロナ禍前はレストラン「ビッグ・アイランド・ブレイクファースト・アット・ウォーターズ・エッジ」で朝食バイキングを提供していたが、休業中の同レストランの代りにカジュアル・イタリアンのレストラン「ヌイ」で、朝食アラカルトを提供している。

一番人気は「ビッグアイランド・ヌイ・ブレイクファースト」。卵3個を使ったオムレツか、卵2個とベーコン、ハム、ソーセージのいずれかを組み合わせる卵料理がメインで、ポテトやフルーツを添



カジュアルなイタリアンレストラン「ヌイ」



えて提供される。メイン料理の前にはシリアルやデニッシュやペストリーを選ぶことができる。このほかパンケーキやアボカドトースト、ベーグル、サンドイッチなどもアラカルトでオーダーできる。

に国際旅行のハードルが低くなり、米国人旅行者の選択肢が広がったことで、ハワイに集中していた米国人の観光需要は今後分散化していく見通し。その為、米国人旅行者の勢いは下がっていくというわけだ。

こうした変化の中にあって、米国市場が引いた後にちょうど需要拡大が期待できる日本市場への期待は高いという。松田氏は「長年にわたり日本人観光客を数多く受け入れてきたホテルのスタッフたちは日本人客の良さを理解している。みな日本人が大好きで再びハワイに戻ってきてくれることを楽しみにしている」と現地の様子を紹介した。

レンタカーで実現できる ニーズに合ったこだわりの旅

コロナを経て、ニューノーマルの中で求められる新しい旅の形。ハワイ州観光局が提案するマラマハワイのコンセプトでは、その土地に敬意を表し、ハワイの自然資源を大切にしながら、旅を楽しむことが求められる。車の不足、交通渋滞など、課題はあるものの、こうした「新しい旅」へのニーズは今後さらに高まることが推測される。地元の方との相互理解を深めることで、その土地のリアルな魅力を知ることができる自由な旅をレンタカーで実現させたい。



© Hawaii Tourism Authority (HTA) Tor Johnson

オアフ島

言わずと知れた世界屈指のリゾート「ハワイ」。シティの魅力と自然の美しさ、そしてハワイの歴史や文化と、その魅力が凝縮されている。ワイキキを抜け出し、オアフ島の西側までドライブスタート。



© Hawaii Tourism Authority (HTA) Blake Bronstad

1 ワイキキ

世界中の人たちを魅了し続けるハワイ。その中心地、ワイキキは、実はかつての王族が避暑地として過ごした場所。ショッピングやダイニングが楽しめ、質の高いリゾートライフを満喫できる。



© Hawaii Tourism Authority (HTA) Tor Johnson

2 ダウンタウン

ホノルルは、ハワイ州の州都。政治や経済の中心地で、平日はリゾートとは違った一面を垣間見ることができる。また、カメハメハ大王像やイオラニ宮殿など、歴史的建造物や史跡も集まっている。



© Hawaii Tourism Authority (HTA) Tor Johnson

3 パールハーバー

第二次世界大戦の舞台となったパールハーバーは、現在も、現役の軍事基地がある港。戦争の歴史を今に伝える「USS Arizona記念館」や「戦艦ミズーリ記念館」など、平和の尊さを学ぶ施設がある。



© Hawaii Tourism Authority (HTA) Tor Johnson

4 コオリナリゾート

オアフ島の西側で、美しい山並みと海に囲まれた大型リゾートエリア。高級リゾートやゴルフ場が、海沿いに並ぶ。ワイキキの喧騒から離れて、ゆっくりとリゾートライフを楽しむのに最適な場所。

ハワイ島

世界にある全気候帯17のうち15の気候帯が存在するハワイ最大の島。マグマが流れるハワイ火山国立公園、雪が降るマウナケア、鬱蒼とした熱帯雨林。多様な自然が生み出す壮大な景色を見つけに。



© Hawaii Tourism Authority (HTA) Tor Johnson

1 カイルア・コナ

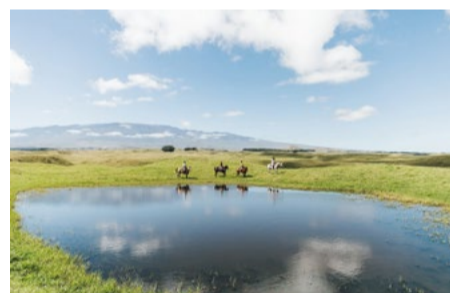
ハワイ島西側の街で、散歩にぴったり。海沿いに小さなレストランやショップが立ち並び。またハワイで最初の教会や、宮殿など歴史的な史跡も点在し、見どころも多い。このエリアはコーヒーの産地としても知られる。



© Island of Hawaii Visitors Bureau (IHVB) Kirk Lee Aeder

2 コハラ・コースト

溶岩の広大な大地に広がるハワイ島でも有数の高級リゾートエリアのワイコロア。ショッピング施設もあるので、車を使ってお買い物に行けば、たくさん買い物をしてもらえらる。



© Island of Hawaii Visitors Bureau (IHVB) @HungryHipsters

3 ワイメア

牧草が広がり、ところどころで牛がたむろする牧歌的な雰囲気。ハワイアン・カウボーイである「パニオロ」の文化を垣間見ることができる。お土産やカウボーイグッズを扱うお店も。



© Hawaii Tourism Authority (HTA) Heather Goodman

4 ワイピオ溪谷

ハワイ島の北東、ハマクア・コースト。切り立った崖と深くえぐられた谷が印象的なワイピオ溪谷は、カメハメハ大王のゆかりの地。岸に打ち寄せる白い波と太平洋の海の青、そしてみどりのコントラストが美しい。

AVIS®

<https://www.avis-japan.com>

3島に7ホテルを展開するハイアット リゾーツ ハワイ 日本からの送客に万全の受け入れ体制

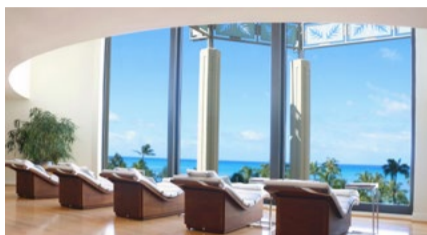
7軒のホテルでハワイの主要3島を網羅するハイアット リゾーツ ハワイ。多彩なホテルカテゴリーで、幅広いマーケットにアピールできるのが強みだ。いずれのホテルもコロナ前の稼働水準に戻っており、日本マーケットの受け入れ体制も万全。「ハイアット リージェンシー ワイキキ ビーチ リゾート&スパ」ではカルチャーセンターが拡張され、ハワイの歴史や文化を体験できる各種プログラムを提供している。



ハイアット リージェンシー ワイキキ ビーチ リゾート&スパ

**日本人向けサービスで快適な滞在を
豊かな食体験と極上のスパもご用意**

ツインタワーが目印の旗艦ホテルでは、日本人ゲストのニーズに応える設備やアメニティが充実している。40㎡のツインルームにはクイーンサイズのベッドを2台設置しており、全室にTOTOのウォシュレットを完備。また、各部屋にニーズの高いスリッパ、歯ブラシ、歯磨き粉を含む各種アメニティもそろえている。



ナホオラ スパ

**カルチャーセンターを4倍に拡張
ファーマーズマーケットも再開!**

カルチャーセンター「ホ・オケラ」がこれまでの4倍の広さに拡張された。ハワイアンミュージシャンのクワイボ・クマカヒ氏をダイレクターに迎え、地域の人々と日本人ゲストがハワイの歴史や文化でつながる場を提供している。

プログラムは、伝統的なハワイアンアートのパンプースタンピングやハワイ語クラスなどを用意。ウクレレやフラのレッスン、レイメイキングといったプロ

ワイキキから、アロ〜ハ!

昨夏より回復したアメリカ国内の旅行需要で、当ホテルは2019年と変わらない稼働状況となっています。スタッフはかねてよりフレンドリーで礼儀正しい日本のお客様に好意を抱いており、私は毎日「日本人のゲストはいつになったらいらっしゃるのか」と質問を受けています。日本からのお客様の受け入れ準備は整っていますので、どうぞ安心してご送客をお願いいたします。

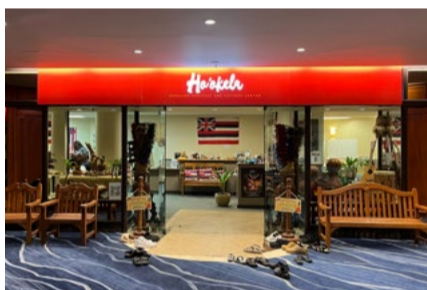
日本からお客様がお越し頂ける日を、スタッフ一同心待ちにしております。

ハイアット リージェンシー ワイキキ ビーチ リゾート&スパ総支配人 アービー・モーバント



食の評価も高く、ビュッフェレストラン「ショア」の朝食はワイキキ最大級と称されるほど。ディナーは新鮮なシーフード料理をメインに、ローストビーフや寿司、ハワイ産の食材を使った数々の料理が並び、至極のディナーを味わうことができる。

ハワイらしいゆったりとした時間を過ごすなら、「ナホオラ スパ」は外せない。自然の恵みを取り入れたトリートメントで、真のウェルネスを堪能できる。



ファーマーズマーケット



グラムも、地域のコミュニティからボランティアが参加し、サポートしている。

また、コロナ禍で中止していたファーマーズマーケットも再開。毎週、月・水曜日の16:00～20:00まで開催している。



ナレアテラス



**多彩なニーズに応える「ナレアテラス」
グループ向けパッケージツアーも**

ハワイならビジネスのニーズにも即時

対応可能だ。ハイアット リージェンシーには、ミーティングからガラディナーまでさまざまなタイプのイベントスペースがそろっているほか、グループの希望に応じたサービスに柔軟に対応することができる。

おすすめは、ホテル唯一の屋外イベントスペース「ナレアテラス」だ。スペースを分けて利用することもできるので、30～200名までに対応でき、貸し切りも可能。同テラスを利用するグループ向けのパッケージツアーも用意している。

マウイ島にタイプの異なる3ホテル カウアイ島にはラグジュアリーリゾート、ワイキキにはアーバンホテルを展開

ラグジュアリーな滞在を提案するアンダーズ アンダーズ マウイ アット ワイレア リゾート



ヒンズー語で「パーソナルスタイル」を意味する「アンダーズ」は、ゲストのテイストでラグジュアリーなホテルライフを楽しめるのが特長だ。目の前にモカプビーチが広がるワイレア地区に位置しており、客室は7棟のレジデンシャルヴィラ、35室のスイートルームを含む全297室。美しい夕日を望むなら、滝を配した4つのインフィニティプールからの眺めがおすすめ。

全客室改装で、より快適な滞在を約束 ハイアット リージェンシー マウイ リゾート&スパ



カアナパリビーチを望む本格的なリゾートは、このほど全806の客室を改装した。エレガントな中にビビットなハワイアンカラーを効かせた室内は、ゆったりとくつろげる広さが特長。また、敷地内には9軒のレストラン&ラウンジ、贅を尽くしたスパ、本格的なルアウショーなど、レベルの高い施設やサービスを備えている。1546㎡のボールルームでは、あらゆるMICEのニーズに対応可能だ。

ハナ地区のリゾートがハイアットに ハナ マウイ リゾート



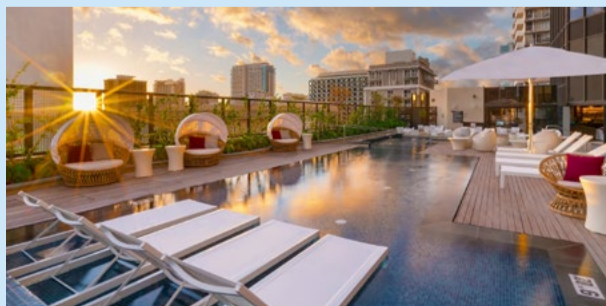
マウイ島東部のハナ・ハイウェイ沿いに位置するリゾートが、新たにハイアットの仲間となった。客室は、ホテルルームとスイートのほか、ファミリーレジデンスを含む全74室。オアシスのように静かな隠れ家的リゾートは、新たなハワイを求めるニッチな層に最適だ。

最高級の施設で優雅なホテルライフを グランド ハイアット カウアイ リゾート&スパ



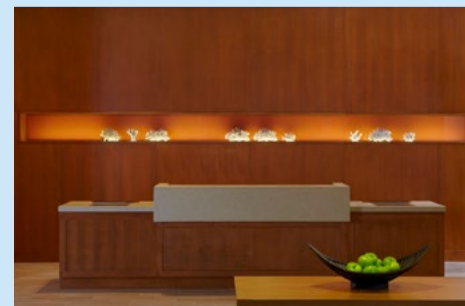
カウアイ島の南海岸沿い、ビーチフロントに建つエレガントなリゾート。全602の客室はスタンダードでも47㎡と広く、すべての部屋にTOTOのウォシュレットが設置されている。ベッドタイプの指定・確約も可能で、日本人ゲストのニーズにきめ細かく応えることができる。プールをはじめとするパブリックエリアの改装も終了しており、リゾートの魅力が一段とレベルアップした。

ワイキキのシティリゾートでカジュアルな滞在を ハイアット セントリック ワイキキ ビーチ



オフィスビルを改装し、クヒオ通り沿いオープンした「セントリック」は、ハイアットのライフスタイルホテルブランド。コンテンポラリーな客室はスイートを含む全230室で、屋上にある開放感たっぷりのプールではリゾート気分を満喫できる。必要最小限のサービスとお得な料金が特長で、ハイアットクオリティにしてカジュアルかつ快適な滞在ができると好評を博している。

レジャーにもビジネスにも、気軽に快適ステイを ハイアット プレイス ワイキキ ビーチ



新感覚のホテルとして注目の「ハイアット プレイス ワイキキ ビーチ」。全426室および全館で無料のWi-Fiを利用できるほか、すべての宿泊客に朝食ブッフェを無料で提供している。パソコンとプリンターを24時間利用できる設備もあり、特にビジネス客に好評だ。

ハ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、ハワイに関する幅広い内容を動画やテキストで分かりやすく紹介。ハワイ在住含む専門家が監修した講座は570を超え、さまざまなテーマからハワイを学ぶことができる。今後の商品企画の中で「マラマハワイ」を実践していくうえでも、是非おさえておきたいプログラムだ。



ハワイを学べるラーニングサイト ALOHA PROGRAM

メンバー数6.2万人に 3つのレベルのスペシャリスト検定

「アロハプログラム」の2022年6月22日時点でのメンバー総数は6万2464人。内訳は、一般が3万6172人、旅行業界が2万2884人、ハワイ関連ショップ/レストラン、イベント、メディア、その他に関連企業/団体が1360人、20歳未満のユース会員が2048人となっている。「アロハプログラム」では、習熟度を試すハイスペシャリスト検定を設定。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る。ハイスペシャリスト限定のLIVEウェブセミナーもあり、キュレーター(ハワイ州観光局認定講師)や特別講師がさまざまな内容を配信、より深く正しいハワイの情報を取得することができる。ウェブセミナーはアーカイブ配信もあり、繰り返し学ぶことが可能。現在、公開中のアーカイブ動画は132本に達する。



<https://www.aloha-program.com/>



左から初級、中級、上級カード。旅行業界メンバーはマイページから電子版の合格カードが確認可能

ハイスペシャリスト上級取得が 旅行会社の大きなアピールに 観光局認定「ハワイサテライトグループ」

現在、ハイスペシャリストは2万1505人、うち上級取得者は一般メンバーで774人、旅行業界メンバーは1万401人となっている(2022年6月22日時点)。上級資格取得を積極的に奨励している旅行会社は多く、ハイスペシャリストの在籍がハワイを訴求する上での旅行会社の大きなアピールにつながっている。



その一例が、ハイ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」だ。全員がハイスペシャリスト検定を保有しており、さらに上級保有者が5割以上であることが認定条件のひとつ。現在、日本国内のみでなくハワイ州内にも合計391店舗のハワイ州観光局認定サテライトグループがある。観光局の狙いは、観光局と同じレベルで、正しいハワイを情報発信できる環境を整えること。観光局と店舗双方にメリットのあるプログラムとして、今後もハワイサテライトグループ特典や、キャンペーンなども実施する意向だ。また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」は大きな役割を担う。ハワイ州観光局では、旅行会社のハイスペシャリスト上級保有者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なプログラムも今後展開していく予定だ。

また実際の活動に参加できる「アフアア・プロジェクト」を発足。「アフアア」は、ハワイの人たちが共同生活を営んでいたひとつの地域や土地区画を指すハワイ語。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。ウェブサイト経由で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いる。

教育旅行の事前学習に効果的 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問正解すると合格となる。



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」ユース合格カードが無料で進呈される。現在2048人がユース会員に登録されている(2022年6月22日時点)。

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」ユース合格カードが無料で進呈される。現在2048人がユース会員に登録されている(2022年6月22日時点)。

再生型観光への取り組みも NPO団体をサポート

再生型観光「リジェネラティブ・ツーリズム」に軸を置いた活動を展開するハワイ州観光局では、「アロハプログラム」においても、ハワイの自然環境や伝統文化を守る活動を行うNPO団体をサポートする社会貢献プロジェクトを行っている。ハイスペシャリスト検定料(ラウアエ、ハーブウ)の一部を観光局が支援する各NPO団体に寄付することで、ハイスペシャリストメンバーがNPO団体の活動をサポートできるという内容だ。2022年は、「イオラニ宮殿」、「ビショップミュージアム」、「ポリネシア航海協

会」、「コーラル・リーフ・アライアンス」、「イミロア天文学センター」、「ハワイ・ランド・トラスト」の6団体をサポートする。

ハワイ州観光局「ハワイ業界サイト」

www.allhawaii.jp/business/

ハワイ州観光局の「ハワイ業界サイト」は、会員登録(無料)すると、最新の業界向けニュースやイベント情報、ウェビナー情報、講演情報、統計情報といったさまざまなコンテンツにアクセスできる。その他にも、画像・動画ライブラリーやMICE企画に役立つ施設情報や検索機能、社内教育に役立つ各島の詳細情報、事例、プレゼンデータ資料、ウェビナーアーカイブ動画も公開しており、ハワイの旅行商品企画やセールスに活用できるコンテンツが満載だ。また、業界サイトと連動し、業界向けTwitter(アカウント名: @htjbiz)を開設、最新情報を提供している。まずは登録&フォローを!



ここをクリックして
ページの切り替えが可能

一般ユーザーページとの切り替えも

「ハワイ業界サイト」は、旅行業関係者向けの「TRAVEL」、報道・メディア関係者向け「MEDIA」、イベント関係者向け「EVENT」、教育関係者向け「EDUCATION」、ハワイ関係のショップやレストラン、パンフレット制作、学生

などに向けた「OTHERS」の5つのカテゴリに分類。それぞれのニーズに合った情報提供を行う。登録すると、一般向けマイページと、登録したカテゴリのマイページの2つを持つことが可能で、ページの切り替えは、旅行業関係者として登録している場合、ログイン後画面右の「FEED一般ユーザー」「TRAVEL旅行業関係者」のボタンから可能だ。

こんなことができる! 「ハワイ業界サイト」機能一覧

業界向けニュース	ハワイ州観光局からのお知らせをはじめ、最新の渡航者数情報、ウェビナーを含むセミナー、国内/ハワイで開催するイベント情報、イベントやファムツアーなどの報告レポート、プレスリリースなどのニュースや更新情報
お役立ちツール	社内教育に利用できるプレゼンテーションの閲覧、PDFダウンロード
ウェブセミナー	ウェビナー、各種セミナーの募集案内、過去セミナーのアーカイブ視聴
販促ツールの発注	ハワイ渡航促進に活用できるハワイ州観光局のポスター、マップや冊子などのオンライン発注
画像・動画ライブラリー	ハワイ州観光局のプロモーション動画の閲覧、渡航促進のための販促物制作に必要な画像、映像素材のダウンロード(映像は申請の必要あり)。
事例・モデルプラン	島、目的、日数別に検索できるモデルプラン。検索結果のCSV(テキストデータ)ダウンロード機能付き
団体施設検索	島、目的、施設区分、屋内・屋外、人数規模といった絞り込み検索機能もある団体施設検索機能と各施設の紹介。検索結果のCSVダウンロード機能付き
グループサポート申請	グループサポートへのオンライン申請
ハワイ州観光局のニュース	一般向けにも公開しているハワイ州観光局ニュース
業界メルマガ配信	ハワイ業界の最新ニュースやトレンド、渡航者数数値を毎月メールマガジンで送付

アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リゾート全面改装 全館内にハワイの歴史・伝統・文化が息づく

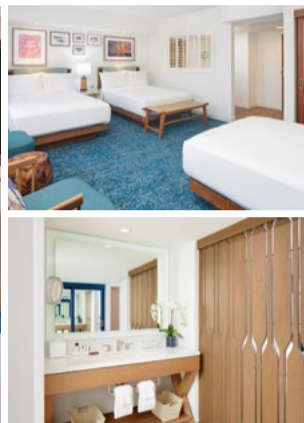
アウトリガー・ホテルズ&リゾートが運営する「アウトリガー・リーフ・ワイキキ・ビーチ・リゾート」は、ワイキキビーチを一望できるビーチフロントホテル。ハワイの数あるオン・ザ・ビーチのホテルの中でも抜群の立地で、ワイキキビーチとダイヤモンドヘッドが一望できるのが魅力。ワイキキ・ビーチ・ウォークが至近のロケーションで、ロイヤルハワイアンセンターにも近くショッピングや食事にも大変便利だ。

OUTRIGGER
REEF WAIKIKI BEACH

全室改装完了 究極のハワイアンモダンを追求

昨年春に全室改装が完了し、全館内がハワイの伝統・文化を象徴するラグジュアリー・ハワイアン・ビーチフロント・リゾートに生まれ変わった。

客室はミッドセンチュリーとモダンハワイアンを融合、追求したデザインに改装。ベッドルームには、伝統航海カヌー「ホクレア号」の絵画などハワイを題材の作品が飾られ、ハワイの文化を全面に出した。また、バスルームも全室改装し、明るく、清潔さを追求した。



「ハーブ・カネ・ラウンジ」がオープン

パブリックスペースの「ハーブ・カネ・ラウンジ」では、4月のJATA視察団のハワイ訪問でレセプションパーティが開催され、日本からハワイへの海外旅行再開のキックオフイベントの会場となった。

同ラウンジは、土の質感を取り入れたモダンなデザインに生まれ変わり、パシフィック航海協会創立メンバーで、芸術家、歴史家の故ハーブ・カワイヌイ・カネ氏の原画4点を展示。また、ファイバーアーティストのマルケス・ハナレイ・マルザン氏の作品も展示されている。



リアルハワイアンカルチャーを 体現するリゾートへ

同ホテルの「アオ・カルチャー・センター」には、ハワイ現代アートやデザインのオリジナル作品を展示。デジタルアーティストのカーリーケ・ハウ・ノエ氏デザインのホクレア号のバーチャルアートが見られる。また、肖像画家のカメア・ハダ氏が描いたカメハメハ大王の巨大壁画もある。さらに、本物の歴史的文化財や芸術品を数多く展示してあるだけでなく、ハワイアン・アンカルチャー・アクティビティを開催しており、宿泊客は、無料で参加することができる。



毎晩ライブ演奏が楽しめる 「カニ・カ・ピラ・グリル」

人気のレストラン「カニ・カ・ピラ・グリル」では、ハワイアンミュージックのグラミー賞といわれるナ・ホク・ハノハノの受賞歴のあるハワイアンミュージシャンのライブ演奏が毎晩楽しめるレストランで、美味しい料理と本格的ライブ演奏が楽しめる。



ワンランク上の ハワイアンラグジュアリーリゾートへ

海側に位置する低層階のタワー「ダイヤモンドヘッドタワー」には、宿泊者専用のボエジャー47クラブ・ラウンジがリニューアル・オープン。ワイキキビーチが一望でき、壮大なハワイの景色と共に、朝は朝食を、夕方のカクテルタイムにはお飲み物やプブ(ハワイ風おつまみ)が楽しめる。



アウトリガー・コナ・リゾート&スパ

ハワイ島に 新たなリゾート誕生

OUTRIGGER
KONA RESORT AND SPA

シェラトン・コナ・リゾート&スパ・アット・ケアウホウ・ベイから2021年8月に名称変更し、アウトリガー傘下のブランドホテル「アウトリガー・コナ・リゾート&スパ」として生まれ変わった。約8万9000平方メートルもの広さを有する緑豊かな大型リゾートホテルで、オーシャンフロントのプールとウォータースライダー、スパ、ウェディングチャペル、カルチャーセンター、フィットネスセンター、キッズクラブ、2つのレストラン、コナコーストで最大の約930平方メートルの宴会場を含む4つの屋内会議室を備えている。リゾートを囲む美しいターコイズブルーの海は、マンタと一緒に泳ぐことができる世界で数少ない場所だ。



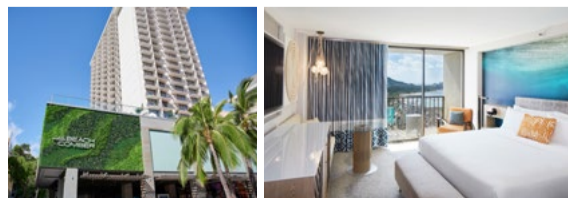
ワイキキ・ビーチコマー by アウトリガー

ワイキキのど真ん中に立地 スタイリッシュなリゾート

**WAIKIKI BEACH
COMBER**
by OUTRIGGER

カラカウア通りに面したホテルの隣にインターナショナルマーケットプレイス、目の前にはロイヤル・ハワイアン・センターがあり、ワイキキ観光の拠点としてこれ以上ないロケーションだ。ワイキキの白砂ビーチからはわずか300歩。客室にはChromecast装備のテレビやBluetooth内蔵の目覚まし時計が用意され、自分のスマホやタブレットの映像や音楽を楽しむことができる。

ロビー階の人気カフェ、ハワイアン・アロマ・カフェが昨年11月にアートギャラリーカフェ「The Gallery Waikiki」をオープン。ハワイらしいお洒落なアートで彩られた店内では、コーヒーはもちろん、アサイボウルやワッフルなど、ハワイアン・アロマ・カフェのメニューを楽しめる。



ワイキキ・マリア by アウトリガー

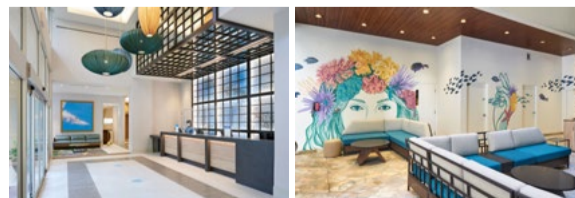
2020年12月1日より ホテル名称変更

**WAIKIKI
MALIA**
by OUTRIGGER

オハナ・ワイキキ・マリアbyアウトリガーはオハナブランドから離れ、2020年12月1日よりワイキキ・マリアbyアウトリガーと名称を変更し、独自路線のホテルとして再スタート。まずは新しいロビーが完成している。ハワイならではの肩肘張らない居心地の良さはそのままに、モダンで心落ち着く寛ぎの空間と、ワイキキ滞在中の「ホーム」として、真心こもったおもてなしを提供している。

コネクティングルームやキチネットルームもあり、ファミリー旅行やグループ旅行にも最適。

プール横には、地元アーティストによるウォールアートが描かれたスペースを新設。宿泊客にジェラートのサービスなども提供している。



●アウトリガー・ホテルズ&リゾートに関するお問合せ先
アウトリガー・ホテルズ&リゾート (東京オフィス)
TEL: 03-6741-7090
E-mail: japan.sales@outrigger.com

●ご宿泊に関するご予約・お問い合わせ先
アウトリガー・ホテルズ&リゾート 東京予約センター
TEL: 03-4588-6441 (月~金 午前9時半より午後5時半まで)
ホームページ: <http://jp.outrigger.com>

OUTRIGGER
HOTELS AND RESORTS

「新しいハワイ観光のあり方」を議論 ハワイ・オンライン・フォーラム第1回開催

ハワイ州観光局は、「ハワイ・オンライン・フォーラム2022」の第1回を5月19日に開催した(航空新聞社ウイングトラベル事業部協力)。「新しいハワイ観光のあり方とは」をテーマに、4月初旬の日本旅行業協会(JATA)ハワイ視察団の報告、またそれを踏まえた今後の海外旅行市場本格再開へ向けた取り組み、ハワイの旅行商品造成のあり方など議論した。

海外旅行の再開は 最も重要なハワイから JATA高橋会長

冒頭、JATAハワイ視察団の団長を務めたJATA会長の高橋広行氏(JTB取締役会長)がビデオメッセージを寄せ、「海外旅行の再開に向けては、海外旅行の象徴であり、最も重要なデスティネーションであるハワイを皮切りに、という思いから、4月初旬にJATAとして最初の視察団をハワイに派遣することとした」と述べ、視察団の経緯を説明。

またその目的として、ハワイが日本の旅行者にとって「安心・安全」かどうか、これまで通り日本人旅行者の受け入れ態勢が可能かどうか、の2点を挙げ、どちらも満足のいく結果だったことを報告。今後の商品造成においては、「これから旅行会社も、ただ単に観光客を送るだけではなく、ハワイの人々と共に「思いやりの心」をもってハワイの観光振興に主体的に関わっていかねばならない。そうすることで、これまでとは一味も二味も違う新たなハワイの魅力をお客様にお届けできるようになるのではないかと強調した。

安心・安全の体制構築など 3つの課題を提示

JATA稲田海外旅行推進部長

続いて、同じく視察団に参加したJATA海外旅行推進部長の稲田正彦氏が「ハワイ旅行の再開と需要回復の取り組み 今後の展開と課題について」と題したプレゼンテーションを実施。稲田氏はハワイ旅行再開へ向けた課題として、(1)安心・安全の体制構築と旅行参加者に対する案内項目の検討、(2)本格的な再開時に向けた航空手配、地上仕入れ、サービスの確保、(3)造成、手配、販売、各部門での人的インフラ不足の補完、の3点を挙げた。またJATAとして7月15日から実施を予定している「JATA海外旅行再開プロジェクト」について説明した。

現地、旅行会社、航空会社の 連携が重要

JAL中野執行役員

次にプレゼンテーションを行った日本航空(JAL)執行役員旅客営業本部営業統括の中野星子氏は、視察団への参加を踏まえ、航空会社の視点でハワイ旅行再開へ向けた今後の展開と課題について言及。ハワイ線の現状においては、3月の水際対策緩和によりビジネスクラスを中心に需要が回復、ゴールデンウィーク期間中は満席のフライトが出るなど、高い搭乗率を記録したが、夏以降の本格的な回復に期待を寄せた。

また需要回復へ向けた取り組みとして、デジタル証明書アプリ「VeriFLY」によるスムーズな渡航へのサポート、さらなる増便、今年50回目を迎えるホノルルマラソンをはじめとした現地イベントによる需要喚起などについて説明。「コロナ後のハワイ需要の回復においては、現地、旅行会社、航空会社、この三者がこれまで以上に連携し、協力していくことが重要だ」と訴えた。

「マラマハワイ」の推進、 イベントにも注力

HTJヴァーレイ日本支局長

ハワイ州観光局からは、日本支局長のミツエ・ヴァーレイ氏がハワイの現状、観光局で展開する「マラマハワイ」、今後の施策について紹介。ハワイの現状においては、JATAハワイ視察団の様子、5月9～13日にハワイ州知事のデービッド・イゲ氏をはじめとするハワイ州代表団が来日した様子を挙げ、航空各社の運航状況、ワクチン接種証明の取得やPCR/抗原検査など、渡航の基本プロセスについて改めて内容を伝えた。

「マラマハワイ」においては、地元社会に配慮し、持続再生可能な観光を目指す「再生型観光(リジェネラティブ・ツーリズム)」に基づいた取り組みとして、環境保護、訪問者の満足度向上、またオーバーツーリズムへの対応として導入したハナウマ湾自然保護区をはじめとするオンライン予約システムなどについて触れた。

今後の施策については、デジタルマーケティング、旅行会社、航空会社と組んだプロモーション、さらに全国各地のイベントプロモーションに力を入れる姿勢を見せた。

現地の熱意、高い期待を実感 「日本は一番戻って欲しいマーケット」

プレゼンテーションの後には、航空新聞社ウイングトラベル事業部編集統括の石原義郎をモデレーターに、JATA稲田氏、JAL中野氏、HTJヴァーレイ氏によるパネルディスカッションを実施。JATAハワイ視察団に参加しての感想、ハワイツアー再開後の状況、ハワイツアーの課題、需要回復に向けた取り組み、中期的な需要予測、再生型観光など、さまざまな話題について議論を重ねた。



視察団参加の感想については、JATA稲田氏、JAL中野氏ともに現地ハワイ側の日本マーケットに対する熱意、高い期待について言及。改めて海外旅行の良さ、ハワイの良さを実感したと答えた。これを受け、HTJヴァーレイ氏は、「日本人はハワイの自然や文化、人々に対して敬意を持っており、マナーもきちんと守る。その意味でも日本はハワイにとって一番戻って欲しいマーケットであることを伝えたい」と強調。今後はマーケットバランスを保つ上でも「日本マーケットの比率をきちんと上げていかなければならない」と述べた。

パッケージ商品は夏以降に期待

JAL、需要増に応じて「確実に座席を戻す」

ツアー再開の状況については、旅行会社各社でハワイの旅行商品を発表しているものの、現状は個人旅行や手配旅行がメインで、「7月以降の夏休み、秋の予約は入っている」と聞いている(JATA稲田氏)。「主催旅行は夏休みに期待している」(JAL中野氏)といった状況。ヴァーレイ氏も現況として、「3～4月はタイムシェアや物件を持っている人などが動いた。そ



JATA視察団とイゲ・ハワイ州知事夫妻をはじめハワイ観光関係者との記念撮影



ハワイへのツアー再開へイゲ知事に協力を求める高橋JATA会長(左)と、日本市場の重要性を強調するデービッド・イゲハワイ州知事(右)のミーティング

の後、富裕層、ハイエンドが動き、次いで家族連れが急増している」と説明。観光局への問い合わせも増加しているという。また団体についても、「既に600名の団体が予定されているし、学校もクラス単位のグループが動いている」と答え、大型団体や教育旅行も今後戻っていく状況だ。

一方、ツアー再開にあたっての課題として、JATA稲田氏は、数十名から100名以上の大型団体が出た場合の座席の確保、また「コロナ前の状況と比較してどのくらい対応できるのか」など、受け入れ態勢について指摘。これを受け、JAL中野氏は「航空会社としては、需要の戻りとともに、確実に座席も戻していこうと思っている」と強調、出入国要件の緩和に応じた積極的な施策を行っていく姿勢を見せた。

またプレゼンテーションの中で、「世間の目」が課題だと指摘したJATA稲田氏。「視察団派遣後、マスコミからは肯定的な報道が多かった。「お隣さんが行った」という状況が進めば、行きやすい雰囲気が出てくるので、それをスムーズに進めるべく、海外旅行再開プロジェクトを大きく取り上げて「海外は安心だよ」ということを、しっかりとやっていきたい」と語り、今後への期待を示した。

コラボレーションによる相乗効果に期待 現地での消費額増へ

需要回復に向けた取り組みとしては、JAL中野氏が自社で実施した「ハワイウィーク」について紹介。「まずは、旅に出よう!という気運づくりが大切」とアピールした。またHTJヴァーレイ氏は、「新しい情報、啓蒙したい情報をしっかりと提供していきたい」とした上で、パートナーと時期を見たコラボレーションの重要性について言及、相乗効果の高いプロモーションを目指していく考えを示した。

中期的な予測に関しては、JATA稲田氏が「2023年の訪問者数と消費額について、消費額10%増の目標を掲げていたが、滞在者数が同程度伸びたら、消費額をさらに増やしたい。今までのアイテムだけでなく、新しい内容、付加価値の高いものを加えていきたい」とコメント。またJAL中野氏は、「隣島はハイエンドのお客様が多い。ハイエンドの層を取り込んでいき、現地での滞在消費額を増やし

ていきたい。現地での体験型、アドベンチャーツアーなど、積極的に取り組んでいきたい。また需要に応じて増便し、地方も増やしていきたい」と述べ、ともに現地での消費額増について言及した。

現地の満足度を上げる「再生型観光」の重要性 旅行会社の意識変革も重要

また、再生型観光についてHTJヴァーレイ氏は、「観光は大切な産業ということが高いなか、消費額を高めるというのが一番分かりやすいが、ハワイの人たちはマインドフルな旅行者を増やしてほしいという気持ち強い」と述べ、「質の高い、意識の高いお客様が欲しい。観光業に対する地元コミュニティの満足度を上げていくことに重きを置いている」と現状を語った。

こうした取り組みを展開した上で、「アメリカマーケットのボランツーリズム、エコツーリズムなどを、どうやって日本マーケット向けに開発していくか、日本のテイストを加えて変えていくことが大切」と強調した。

これを受け、JATA稲田氏は「造成に携わる人がどこまで理解して、販売していくか、という折り合いをつけていくことが大切」と指摘。「旅の意義を旅行会社が意識する方向にもっていかないと、価格一辺倒になってしまう」と答えた。またJAL中野氏は「日本人にとってやはりハワイは特別な場所。それを維持する新しいツアーが必要。体験型ツアーなど、参加したいと思うような意識な人に参加してもらいたい。それが再生型観光につながるのでは」と提案した。

再生型観光を「共創する」 ハワイが「新しい観光」のモデルケースに

パネルディスカッションの最後に、モデレーターを務めた航空会社石原より、「競い合う『競争』は必要不可欠と思うが、コロナを経て『協調』と、共に創る『共創』の大切さはJATA高橋会長も指摘している。持続可能な観光、責任ある観光、観光の再生は言葉で言うのは簡単だが、実際に推進するのは容易ではない。ハワイではそれが実践されており、コロナ前には戻らないという強い決意を感じている。旅行者も業界もこれに参画し、ハワイが観光のモデルケースになることを期待したい」と述べ、新しいハワイ観光のあり方の道筋を示した。

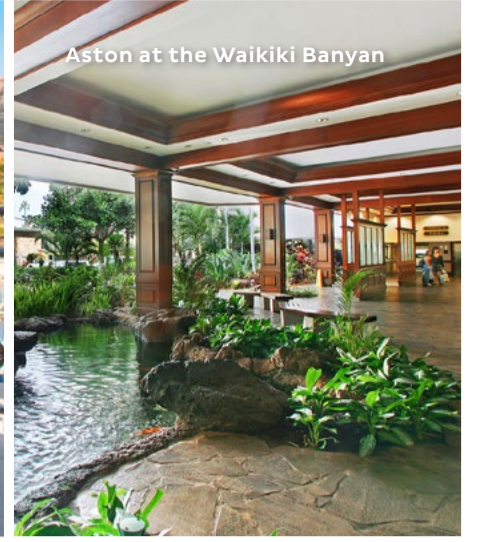
ハワイ・オンライン・フォーラム 第2回が6月30日、第3回は7月に開催

ハワイ州観光局では、昨年に引き続き「ハワイ・オンライン・フォーラム」を計3回開催する予定だ。第2回は、6月30日に「リジェネラティブ・ツーリズム」をテーマに開催、第3回目は団体旅行をテーマに7月に開催する。なお、第1回目のハワイ・オンライン・フォーラムの内容については、ハワイ州観光局業界サイト内でアーカイブを公開している。

[業界サイトへの登録はここをクリック](#) ※ウェブサイトが開きます。



Ilikai Hotel and Luxury Suites



Aston at the Waikiki Banyan



Aston Kona by the Sea



Aston Waikiki Beach Tower

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。



Luana Waikiki Hotel and Suites



Aqua Palms Waikiki



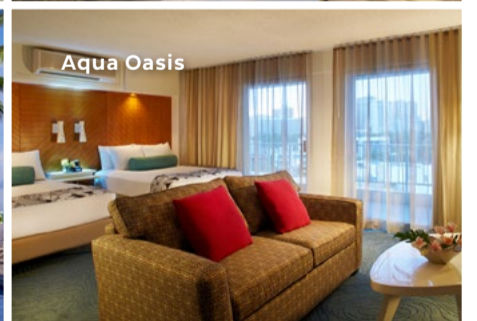
Aston Islander on the Beach



Aston at The Whaler on Kaanapali Beach



Aston Kaanapali Shores



Aqua Oasis



Aston Waikiki Circle Hotel



Aston Waikiki Sunset

地球にやさしい旅を

自然を、大地を、人間を
想いやる心、愛する心。

Mālama - マラマ

ハワイが、そして世界が

この言葉に、この優しさに包まれたなら
この地球はもっと美しくなれるはず。

この星のための合言葉。

— MĀLAMA —
HAWAII‘I

ハワイ州観光局 マラマハワイ情報サイト

<https://www.allhawaii.jp/malamahawaii>



マラマとはハワイの言葉で“思いやりの心”。何十年後も、何百年後も
ハワイの素晴らしい伝統文化や美しい自然環境を守っていくために、
住民と旅行者が思いやりの心で地球にやさしい旅を。それが、マラマ
ハワイの精神です。

HAWAII TOURISM

JAPAN

ハワイ州観光局