



Destination Watch

Guam



アプガン砦からはハガニアの街が一望できる

人気を集めるブルー・アステール

グアムを見直そう! 文化・歴史で団塊世代に訴求力



グアム博物館の完成予想図(GVB提供)

グアム政府観光局(GVB)が05年に始めた新しいブランド戦略が前進している。日本との観光交流が40周年を迎えたのを機に、美しい自然と併せて独自のチャモロ文化や歴史を前面に打ち出し、魅力の多様性をアピールしていく計画だ。中心地のハガニアではグアム博物館の新設や史跡の整備など、再生プロジェクトも進む。安・近・短の既存イメージを脱し、「大人の上質なグアム」を目指す現地の動向取材した。

文・写真 / 西村健太郎

生まれ変わるハガニア

ブランド強化に向けた象徴的な動きが、中心地ハガニアの再生プロジェクトだ。ハガニアにはスペイン広場やラッテ・ストーン公園など、グアムの歴史と文化にまつわる観光スポットが集まっている。スペイン広場にはスペイン総督一家の住居跡や石造りアーチが残る。長年の風雨に晒され黒ずんだ石造りの塀や柱だけが残った建築物は、迫力こそあるものの、誘導路がわかりづらかったり、建物跡は少々荒れていて整備状況が良好とはいえない。一方、不可思議な石柱が並ぶラッテ・ストーン公園は、謎の多いチャモロ文化への想像がかき立てられるスポット。日本語の解説板もあるが、チャモロの歴史がもっとよく理解できるような関連展示も欲しいところ。

これらスペイン統治時代の面影とチャモロ文化が色濃く残る史跡を、新たに観光地として活かそうというのが

「復興再生プロジェクト」だ。ハガニアを「オールド・ハガニア」と名づけ、文化の発信地として整備していこうという計画で、08年度からラッテ・ストーン公園近くにグアム博物館の建設が始まる。同博物館は文化遺産の展示とともに、チャモロ文化が体験できる施設となる予定。スペイン広場も整備するほか、スキナープラザやハガニア湾沿いには遊歩道が設けられる。

ハガニアにはこのほか、ビューポイントとして知られるアプガン砦や、チャモロ文化の発信地チャモロ・ビレッジといった見どころもあり、再生プロジェクト推進を機に一大観光スポットに生まれ変わりそうだ。

ホテルは高級化路線へ

グアムの新ブランド戦略には、ホテルやウエディング施設のクオリティー向上が欠かせない。近年、各ホテルは高級化を志向し、積極的なリノベーションが行われている。ウエディング需要への対応も活発だ。

なかでも注目されるのが、今年4月20日に開業したシェラトン・ラグーナ・グアム・リゾート。旧パレスホテルを買い取ったケン・コーポレーションが、5000万USDドルを投じて改装したもので、311室のうちスイートを84室設け、8000㎡を超える大型ラグーンを新設するなど、ハイエンドなホテルに生まれ変わった。「グアムのブランドイメージ



リニューアルが計画されているスペイン広場



不可思議な石柱が並ぶラッテ・ストーン公園



現代チャモロ文化の発信地「チャモロビレッジ」



オークラでは12月完成に向けて改装工が進む



ハイエンドに生まれ変わったシェラトン・リゾート

シェラトン・リゾートは約3割がスイートルーム

タモンビーチとホテル街(ハガニア側から撮影)

全体を引き上げる象徴的な存在」(地元の観光業者)と期待されている。

ヒルトン・グアム・リゾート&スパは、昨年3月に高級客室棟の「タシクラブ」を開業し、今年3月までに全館リノベーションを図った。ホテル・ニッコー・グアムも、この4月に全客室のリニューアルを終え、グアムでは初めて全室にウォシュレットを備えた。今年で開業35周年を迎えたグアム・ホテル・オークラは、昨年秋から大規模な改装工事に着手しており、今年12月をめどにヴィラタイプの高級客室をオープンさせる予定だ。

堅調なウエディング需要を背景に、チャペルの新設も目立つ。昨年9月にパンフィック・アイランド・クラブ(PIC)内に、ワールドブライダルがプロデュースするセントラグーナ・チャペルが新設され、話題を呼んだ。続いて12月には、旧フジタホテルの跡地に挙式施設ブルー・アステールが誕生。同式場はオープンから半年で2000組以上受注する好実績を残している。今年にはシェラトンの敷地内にホワイアロウ・チャペルがオープン(7月7日) 続いて11月1日にはヒルトンの敷地内にアクアステラ・チャペルが新設される。

これらのチャペルでの挙式をプロデュースするのが、国内ブライダル大手のテイクアンドギヴ・ニーズの子会社で、リゾートウエディングを専門に手がけるアールイズ(株式会社グッドラック・コーポレーション)。新たにグアムに参入し、好調なウエディング需要を取り込んでいく。12月にオークラ内に新設されるチャペル、オーシャン・シンフォニーは、クチュールナオコが挙式をプロデュースする予定だ。

「交流型観光」の促進も

ブランド力の強化を図る背景のひとつには、団塊世代を中心とした、金銭・時間に余裕のあるシニア層への訴求力を高める狙いがある。昨年、グアムを訪れた観光客のうち50歳以上は約17%で、その比率は年々増えている。島内でツアーバスなどを運行するラムラムツアーズの山口正ジェネラルマネージャーによれば、「グアム一周コースの人気の年々高まり、しかも50代以上の乗客が5割を占める」という。

こうした傾向について、GVB本局のジェラルド・S.A.ベレス局長は「シニア世代は長期的な滞在が期待できる」と、顧客単価の上昇に期待を寄せる。また、「この層にグアムへ来てもらうためには、ホテルのファシリティー向

上だけでなく、文化や歴史面の素晴らしさを訴えていくことが大事」と述べ、ハガニア再生プロジェクトなどに力を注ぐ意向だ。ローカルな祭りや各種イベントを通して、観光客と地元住民の交流も促していきたいという。

GVBでは今年、日本とグアムの観光交流が40周年を迎えたのを機に、記念キャンペーンを展開していく。主眼は団塊世代へのアプローチ強化で、グアム観光親善大使に伴優・歌手の寺尾聰氏を起用。全国から「おやしバンド」を募集し、寺尾氏が審査員となってグアムでライブイベントを行う。また、40年前の1967年5月1日にグアムに初めて降り立った日本人観光客を探し出し、グアムへ招待するという企画を実施したところ、全国から大きな反響があった。GVBはウェブサイトの刷新を図るとともに、「すべては日本から3時間後。Do you know true Guam?」と題したテレビCMの放映回数も昨年より増やすなど、ブランド力向上の取り組みを強化していく考えだ。



GVB本局のベレス局長

(取材協力:グアム政府観光局)

ハファディ研修旅行に全国から108人 飛行機格納庫でパーティーも

グアム政府観光局(GVB)が例年実施している研修旅行「ハファディ・スタディツアー」が5月21日から3泊4日の日程で行われ、16回目となる今回は全国各地の旅行会社やウエディング専門会社のスタッフら108人が参加した。



格納庫で行われたコンチネンタル航空のパーティー

23日夜にはコンチネンタル航空の日本就航30周年記念パーティーに出席した。グアム国際空港内にある同社の飛行機格納庫内にステージを組み、機内食として出されている特製ハンバーガーなどをその場で作って振る舞うほか、整備中のB737-800型

機が目の前に駐機され、全員に機内を公開するという異例のづくしの演出。普段は見ることができない珍しい光景に、参加者たちは記念撮影をするなど大喜びだった。

今年も団体サポートキャンペーン

10月から30人2泊以上を対象に

GVBは昨年からはじめた「グアム団体旅行イベントサポートキャンペーン」を今年も実施する。10月1日~08年1月31日に日本を出発するグループ

(30人以上)が対象。レセプションやパーティーの際にシェレイトと記念品が贈呈される。なお、12月28日~08年1月3日は対象外。