

HAWAII TOURISM™

KOREA



2025 HTA Spring Tourism Update

- Korea Market

March 5, 2025

Irene Lee
Country Director

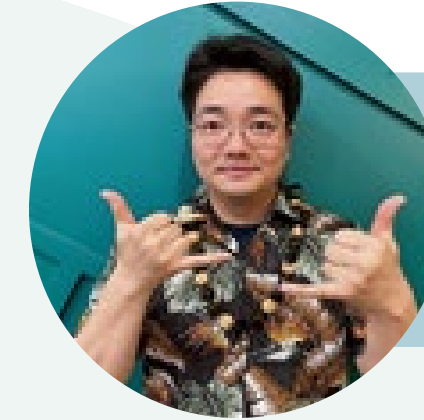
HAWAI'I TOURISM KOREA TEAM



Jin Jang
Account Director



Irene Lee
Country Director



Young Cho
Strategic Director



Minji Kim
Trade Marketing Manager



Rosa Jun
PR Manager



Sam Cho
Marketing Executive



Minnie Song
Consumer Marketing
Manager

GENERAL ECONOMY

**Economic
Growth 2024**

2.2% ↑

**Economic
Growth Forecast
for 2025**

2% ↑

GDP 2024

\$36,024
(1.28% ↑ 2023)

**Fuel Surcharge
(Feb 2025)**

\$99

(3% ↑ vs. Jan. 2025)

**Inflation Rate
(Jan 2025)**

2.2% ↑

1 USD = KRW
(Feb 2025)

KRW 1,452

(9% ↓ vs. Feb 2024)

KOREAN VISITORS TO HAWAI'I

Visitor Expenditures (\$ M)

\$497.9M (2019)
\$430.3M (2023)
\$411.3M (2024)

2019 to 2024

83% Recovery

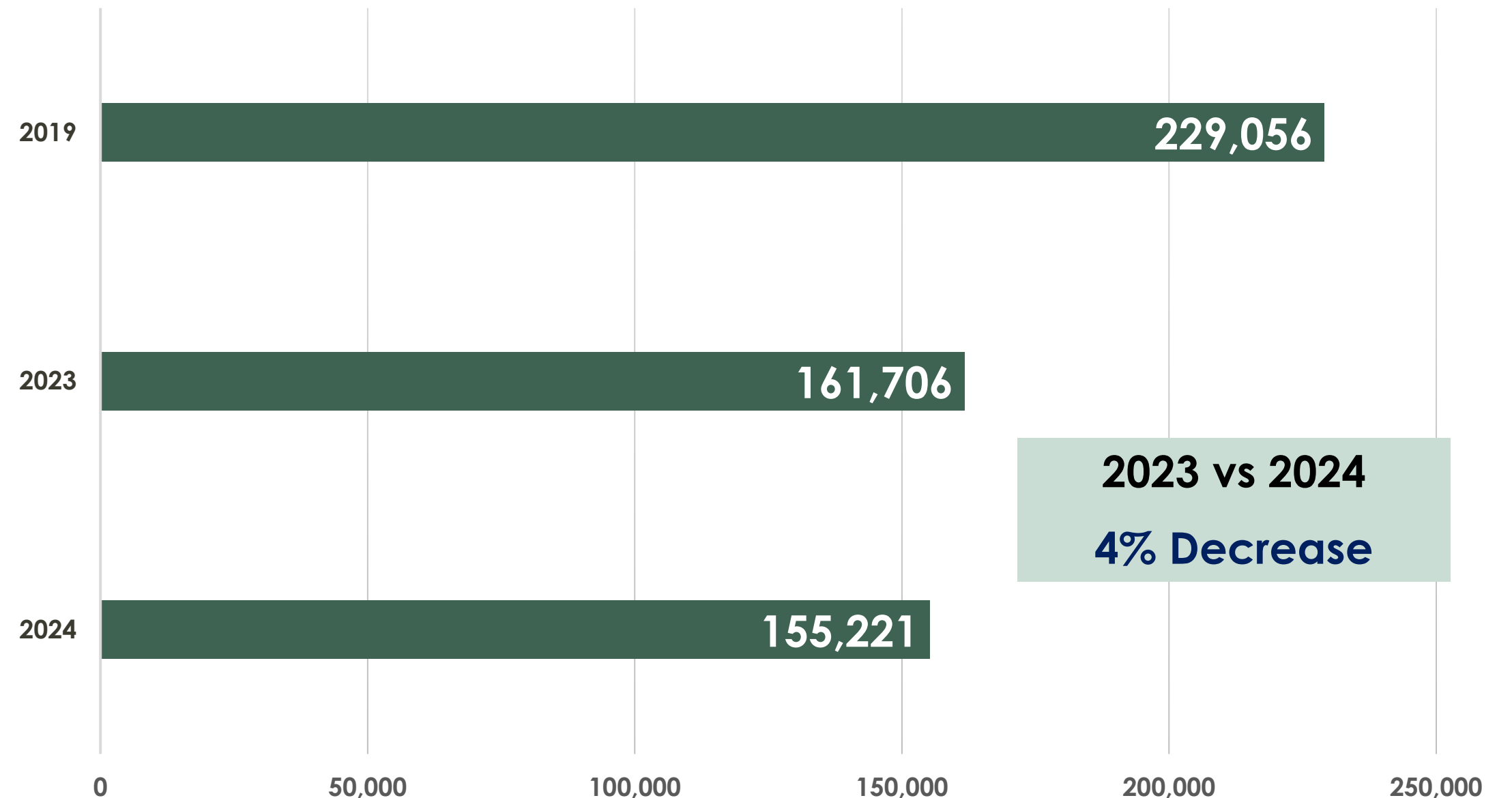
Per Person Per Day Spending (\$)

\$285.2 (2019)
\$315.8 (2023)
\$318.1 (2024)

2019 to 2024

12% Increase

NO. OF KOREAN VISITORS TO HAWAI'I



TRAVEL TRENDS

Noctourism - Stargazing

Korean travelers have shown interest in night trips to enjoy stargazing.

69% expressed a desire to visit destinations where they can experience beautiful night skies.

75% of respondents planned trips to appreciate stars or 67% chose to observe constellations.



InteresTrip (Interest + Trip)

Travel trend based on personal interests and hobbies, popularized by MZ generation.

Travel agencies are focusing with rising booking on InteresTrip, products including marathon tourism, sports spectatorship, cooking classes, etc.



Increase on Rent – A- Car

80% Korean travelers increase in overseas car rental bookings, with Japan and the U.S. being top destination.

The trend highlights a rise in visits to small cities, reflecting travelers' desire for unique local experiences beyond major attractions.



Adventurous Senior

Korean seniors among the top 10% of retirement asset holders, 74.7% of them prioritize using their savings for leisure and self-development.

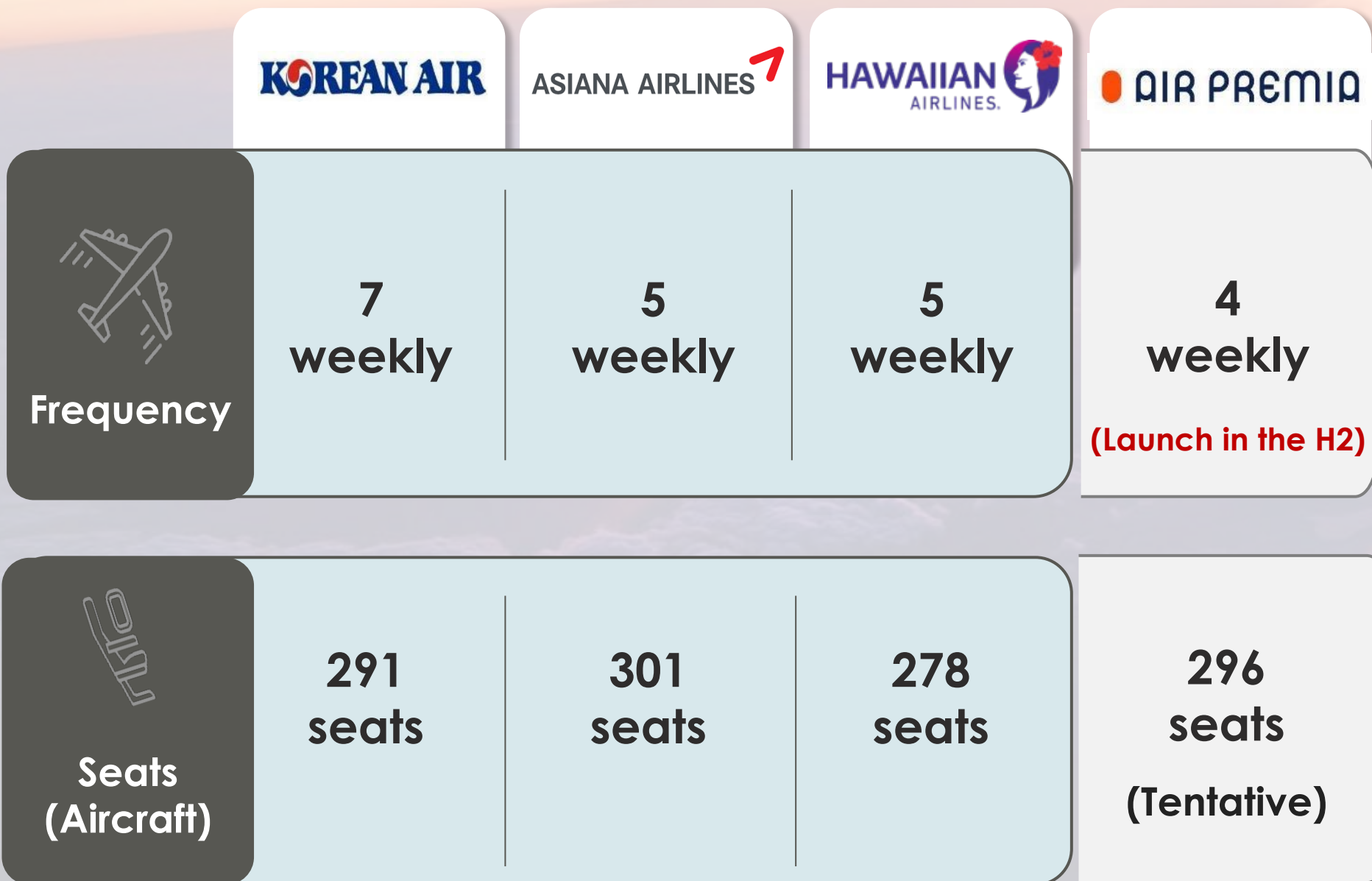
Korean seniors showed strong interest in breaking from routine and rediscovering youthful adventures through overseas travel.



AIR SEAT SYNOPSIS

Current Flight Operations

Total Air Seats & Flights from Korea



| Year | Total Air Seats From Korea | Total Flights From Korea |
|----------------------------|----------------------------|--------------------------|
| 2019 | 326,398 | 1,027 |
| 2023 | 278,670 | 906 |
| 2024 | 278,982 | 923 |
| 2023 vs 2024 % Increase | 0.1% | 1.9% |
| 2019 vs 2024 % Recovery | 85% | 90% |

Air Premia's HNL route, set for June, is delayed to the year's second half due to aircraft delays.



2025 MARKETING STRATEGY

TARGET AUDIENCE

Mindful Korean travelers with household incomes of \$70,000+ and with double incomes of over \$120,000 are being targeted in Seoul Metropolitan Area and Busan-Gyeongnam Area.



MAINSTREAMERS

- Family-oriented vacations
- Emphasis on safety
- Interested in Edu/Eco tourism
- Significant disposable income
- Avid shoppers
- Aged 30s ~ 60s



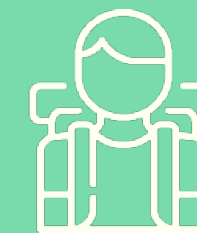
ROMANTIC COUPLES

- Newlyweds
- Honeymooners
- Couples
- Romance
- High spending
- Aged 20s ~ 40s



AFFLUENT TRAVELERS

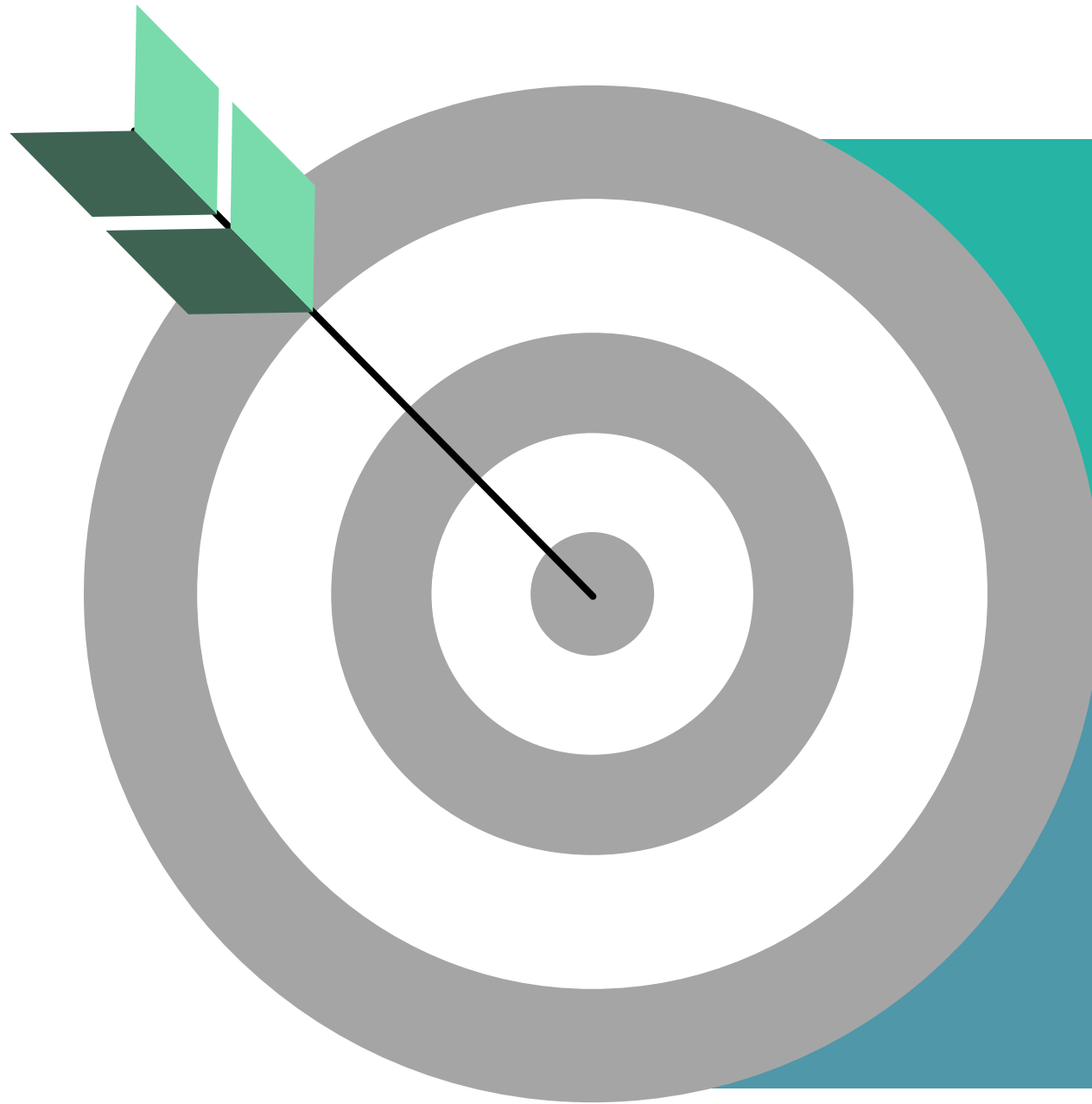
- High purchasing power
- Prefer a luxury, exclusive, premium
- Prioritize comfort, quality
- Avid shoppers
- Aged 40s ~ 70s



FIT & SIT

- Independent
- Passionate individuals with specific hobbies or interests
- Seek unique, memorable experience
- Age 20s ~ 40s

BRANDING MESSAGE



The People. The Place. The Hawaiian Islands.

captures what makes this place special by sharing the values of the Hawai'i people and encouraging visitors to experience the unique culture.

Your One & Only Hawai'i

present the Hawaiian Islands as the ultimate premium destination, offering a high – quality experience.

YTD ACTIVITIES

The People.

The Place.

The Hawaiian Islands.

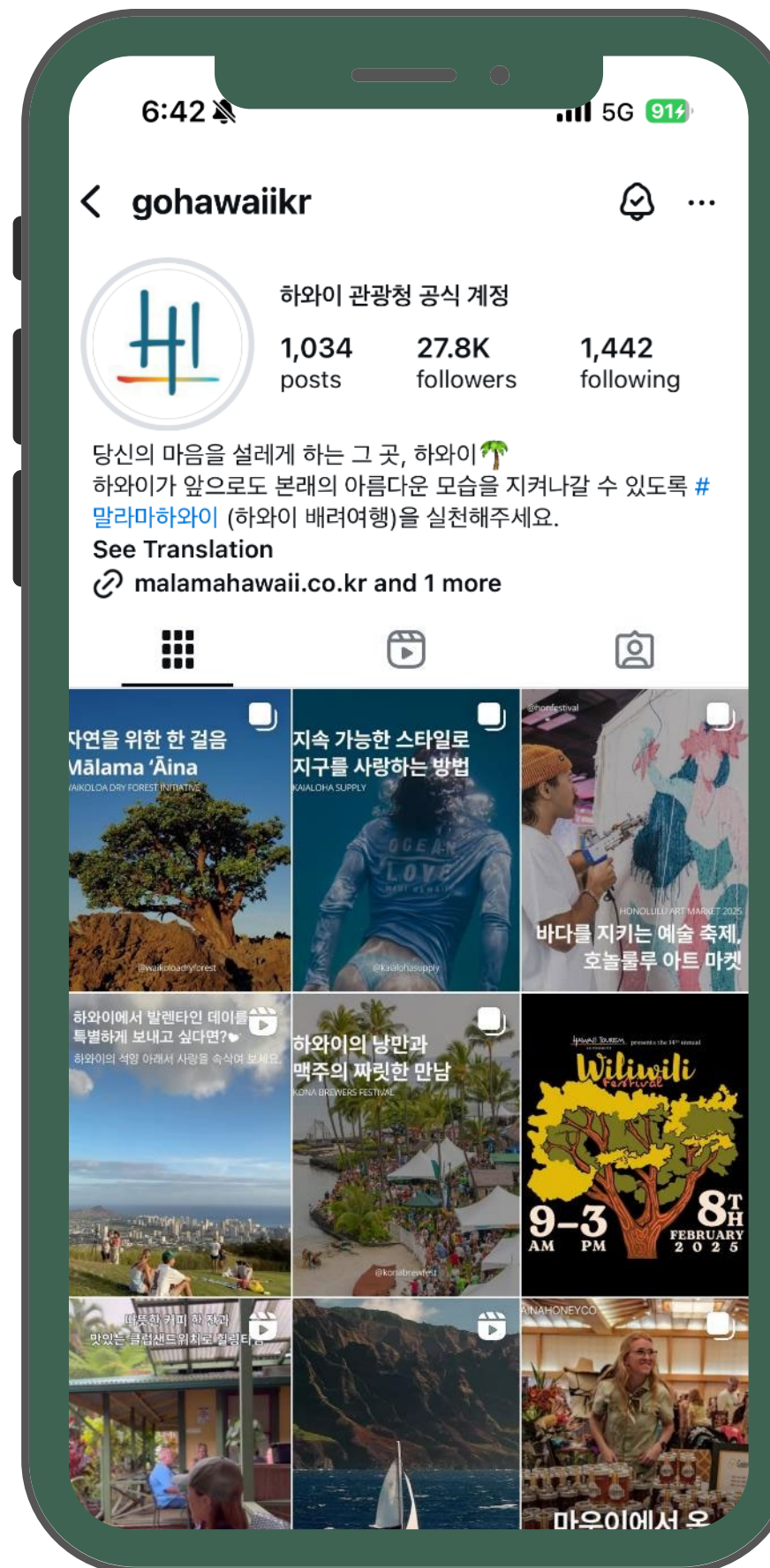
Social Projects

• Program Components:

- ✓ Highlights on local businesses, festivals, agritourism and voluntourism
- ✓ Encourage travelers to share their own special experience

• YTD Results:

- ✓ Total posts: 33
- ✓ Total impression: 60K
- ✓ Projected total post: 160
- ✓ Projected total impression: 350K



Girls' Getaway

Celebrity YouTube Content Creation

- **Program Components:**

- ✓ Two popular female comedians created YouTube contents under the "Girls' Getaway" theme to showcase the Hawai'i travel experience
- ✓ Highlighted sunset cruises, tree planting, ziplining, and shopping, targeting audiences in their 40s and 50s

- **YTD Results:**

- ✓ 2 YouTube Contents
- ✓ 3.6M + impressions, 500K+ reach



TV Reward Trip to Hawai'i

- **Travel Period:** Feb
- **Program Components:**
 - ✓ Co-op with TV show 'A Clean Sweep' to facilitate its rewards vacation to Hawai'i
- **Projected Outcome:**
 - ✓ 15-min Hawai'i feature on JTBC (national broadcast), Netflix, Tving and Wavve (OTT)
 - ✓ Estimated PR Ad Value equivalent to US\$700K+



Esquire Magazine Special Feature of Triennial

- **Travel Period:** Feb
- **Program Components:**
 - ✓ Support Esquire Korea magazine in covering the contemporary art exhibition Triennial 2025
- **Projected Outcome:**
 - ✓ 4-page print feature in April
 - ✓ An angle on Triennial 2025 and the art trip

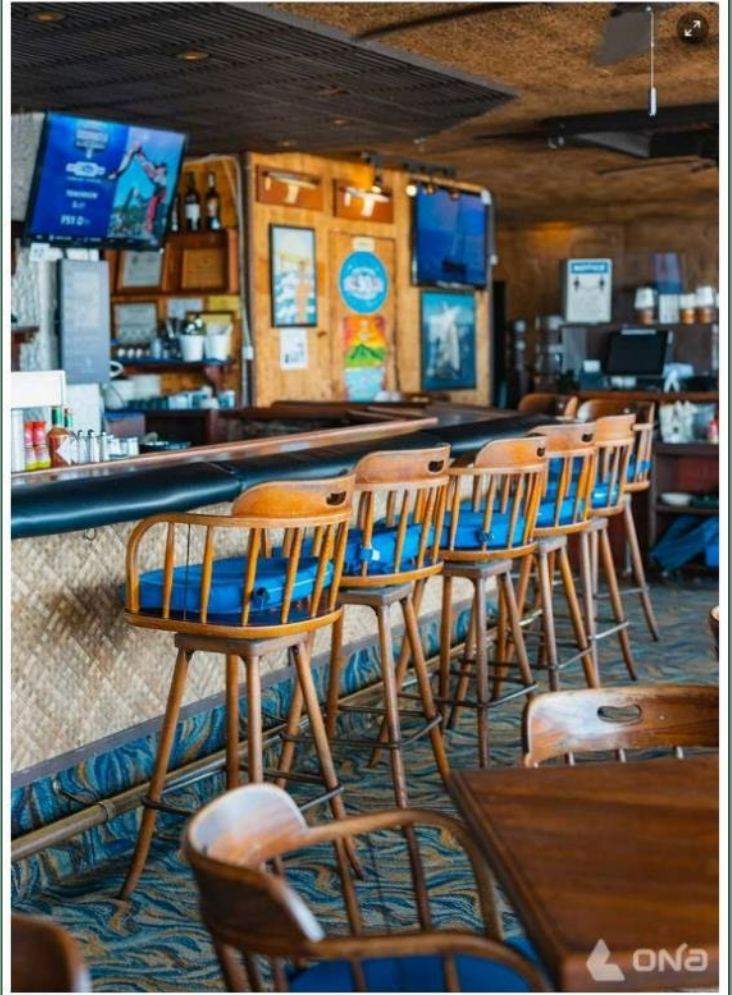


Press Coverage Highlight

열린뉴스통신 하와이 관광청, 신규 레스토랑 3곳 소개

(서울=열린뉴스통신) 최지혜 기자 = 하와이 관광청이 하와이 미식 문화에 새로운 활력을 불어넣을 세 곳의 신규 레스토랑을 소개했다.

오아후 섬의 와이키키 해변과 카카야코 지역, 하와이 아일랜드의 카일루아코나 지역에 각각 위치한 이 레스토랑들은 현지 식재료를 통해 하와이의 전통적인 맛과 현대적인 감각을 조화시킨 메뉴를 선보인다.



ONa

◆**차트 하우스 와이키키**

미국의 유명 해산물 레스토랑 체인인 차트 하우스는 지난해 12월 오아후 섬의 와이키키에 문을 열었다. 와이키키의 알라 와이 항구(Ala Wai Harbor)를 바라보는 곳에 위치한 차트 하우스는 주로 해산물 요리와 스테이크를 선보인다. 매일 라이브 음악공연도 진행되며 오후 3시 30분부터 오전 12시까지 운영된다.

뉴스1 **"알로하, 흠뻑 빠져볼까?"...2025년 상반기 하와이 축제 4선**

일력 2025.02.10. 오전 8:01 수정 2025.02.10. 오전 8:01 기사목록

윤슬빈 기자

하와이 트리엔날레부터 자연 경관 속 마라톤까지



포플러루 픽스티빌(하와이관광청 제공)

(서울=뉴스1) 윤슬빈 여행전문기자 = 2025년 상반기, 하와이가 문화와 예술의 향연으로 물들 예정이다.

10일 하와이관광청에 따르면 올해 세계적 수준의 현대미술을 선보이는 하와이 트리엔날레부터 장엄한 자연경관 속에서 펼쳐지는 마라톤 대회까지 활기 넘치는 지역사회를 온몸으로 체험할 수 있는 축제들이 연이어진다.



지난해 하와이 트리엔날레에서 선보인 작품(하와이관광청 제공)

02 **하나무너를 위한 최상의 파라다이스, 하와이**

하와이는 로컬스, 모질 그리고 육식을 즐기는 신음부들에게 이상적인 여행지다. 오아후섬의 활기찬 해변에서부터 이웃섬인 카우아이섬, 하와이 아일랜드, 카우아이섬, 몰로카이섬, 라나이섬의 다채로운 자연경관까지, 하와이는 하나무너들에게 잊지 못할 경험을 선사할 것이다. 김가리, 문지연 커플도 들린 한상위식 하와이, 신비로운 해니슬레비보자.



오아후는 하와이의 문화와 도시 중심지로, 활기찬 도시 생활과 자연의 아름다움이 조화를 이루는 곳이다. '가터링 플레이스(Gathering Place)'라는 별칭을 다량한 사람들이 모여드는 중심지의 역할에서 유래했다. 그만큼 오아후는 볼거리와 놀거거리 다양하다. 오랫동안 전 세계 서민들에게 사랑받아온 사탕 땅인 호놀룰루에서부터 사탕 땅 후시원한 세이브어시스를 맛보는 것도 추천한다. 쇼핑을 원한다면 알라모아나 쇼핑센터, 로열 하와이안 센터에서 하와이안 세트와 마카디미아너트 등의 특산품을 둘러봐도 좋다. 로이스 와이키키길은 현지 맛집에서 보게와 신선한 해산물을 맛보는 경험을 추천한다. 오아후 하나무너들을 위한 호텔로는 세계적 인스타 서비스로 유명한 '알레클라니 호텔', '힐레무나 와이키키', '인파'를 소개한다. 오아후는 세계적 인스타 서비스로 유명한 '알레클라니 호텔', '힐레무나 와이키키', '인파'를 소개한다. 오아후는 세계적 인스타 서비스로 유명한 '알레클라니 호텔', '힐레무나 와이키키', '인파'를 소개한다.



하와이 아일랜드는 하와이 제도 중 가장 큰 섬이 아니다. 하지만, 열대우림과 다양한 자연 경관을 감상할 수 있는 곳이다. 특히, 하나무너들에게 가장 가까운 섬으로 하와이 아일랜드는 '하나무너'의 마음을 사로잡을 수 있는 곳이다. 하와이 아일랜드의 자연 경관은 아름다운 풍경과 다양한 야생 동물을 감상할 수 있다. 하와이 아일랜드의 자연 경관은 아름다운 풍경과 다양한 야생 동물을 감상할 수 있다.



240

하와이어를 지켜낸 건 다름 아닌 가수들



카우아이(Kauai) 섬 마나올라에서 지란 심어송라이터 카이나니(Kainani)

하와이 전통음악을 통해 자신의 땅과 문화를 노래하는 심어송라이터 카이나니는 '하와이 음악을 들으며 왜 이토록 특별한 감정을 느끼는가?'라는 질문을 남기고 싶어 한다. 그는 "우리의 언어는 한때 금지되어 사라질 위기에 처했으나, 음악이 언어를 지켜냈다"며 자신의 음악이 가족과 유대감과 조화의 지혜를 담았다고 말했다. 그의 교회 '케아쿠아 마나 (Ke Akua Mana)'는 하와이 언어와 멜레(Mele: 노래, 시를 뜻하는 하와이어)를 통해 교회의 음악적 전통을 유지하고 있다.

카이나니는 어머니와 조상의 유산을 이어가고 있으며 그가 노래하는 목표가 있다면 바로 '기쁨'과 '연결'이라고 밝혔다. 이제는 딸과 함께 노래를 한다는 카이나니. 그는 "어머니와 어른들에게 우리가 유산을 이어가고 있는 걸 보여드릴 수 있어서 행복하다"고 전했다. 또한, 방문객들이 하와이 음악을 통해 섬에서의 기억을 오래도록 간직하길 바란다고 덧붙였다.

"지역 농부들을 돕기 위해 푸드트럭 운영에 창의성을 더했다"

마우이섬 푸드트럭의 특별한 레시피를 가진 요리사 카일(Kyle) 업컨트리 마우이(Uppcountry Maui) 출신인 카일은 단순한 식당을 넘어 지역 사회에 기여하기 위해 푸드트럭 '마우이 프레시 스트레트리(Maui Fresh Sreatery)'를 시작했다. 그의 요리에는 지역 농부와 자원에 대한 애정이 깃들여 있다.

하와이에는 아름다운 땅에서 나는 신선한 물과 맛 좋은 해산물, 영양가 있는 제품을 공급하는 독점 주인들이 있기에, 그는 푸드트럭을 운영하기 위해 본토에 의존해야 한다는 사교 방식을 바꾸어야 한다고 말한다. 지역 농부와 상생하기 위해서는 레시피와 운영 방향 모두에 기반한 아이디어가 필요했다고. 특히, 카일은 지난 10년간 자신의 푸드 트럭 한쪽에 '알로하 팁(Aloha Tip)' 병을 놓고, 그렇게 모인 약 100만 달러의 기금을 꾸준히 어려운 이웃에 기부해 왔다.

라하이나(Lahaina)와 업컨트리에 산불 피해가 발생했을 때는 산불 당시 신속대응팀이었던 지인에게 받은 문자한 통만큼 지역 사회를 돕기 위해 관장 행동을 나섰다. 그 문자안쪽은 바로 "준비됐어?(Are you ready?)"라는 내용이었다. 그는 방문객들에게 마우이의 아름다움을 전하는 말로, "마우이는 여전히 열려 있는 섬이다, 그리고 여전히 아름다운 곳이다. 그러나 이곳의 진정한 가치는 아름다운 해변을 넘어 주민과 문화에 있다"고 강조했다.



카일(Kyle)/사진-하와이관광청

241

Hawai'i Golf Promotion

- **Promotion Period:** Jan - Feb
- **Program Components:**
 - ✓ Co-op with Mode Tour and Hana Tour to launch Hawai'i golf consortium product
 - ✓ Highlight Hawai'i as a premier golf destination and encourage higher spending
 - ✓ The itinerary included Waikele C.C., 'Ewa Beach C.C, Kapolei Golf Club
- **YTD Results:**
 - ✓ Total impression: 686K
 - ✓ Press coverage: 10



모두투어
모두투어 '골프 그리고 하와이' 한정 프로모션 진행

하와이 관광청·하와이안 항공과 협업... 골프와 여행을 동시에 즐길 수 있는 신상품 출시
 단 하루, 선착순 40명 한정... 다색골프 라운드, 18홀 무료 추가, 송영 서비스 등 풍성한 혜택 제공

뉴스 제공
 모두투어
 2025-01-13 09:10

서울--(뉴스와이어)--모두투어는 하와이 명품 골프 라운드와 여행을 결합한 신상품에 풍성한 혜택을 담은 '골프 그리고 하와이'를 선보인다고 13일 밝혔다.

이번 프로모션은 하와이 관광청과 하와이안 항공과의 협업으로 기획됐고, 신상품은 2월 24일 단 하루 출발하는 일정이다. '하와이 다색골프 6일'은 하와이안 항공의 인천-호놀룰루 왕복 직항편(A330 기종)을 이용한다. 특히 하와이안 항공은 주요 항공사 최초로 스타링크 서비스를 통해 기내 와이파이를 무료 서비스 제공해 고객 편의를 한층 강화했다.

아울러 매일 다른 세계적인 수준의 골프장에서 라운드를 즐길 수 있는 점이 특징이다. LPGA 대회가 열렸던 '카롤레이 C.C.'를 비롯해 하와이의 아름다운 자연 경관을 만끽할 수 있는 코스로 유명한 '와이켈레 C.C.', '에바비치360도 C.C.' 등 하와이를 대표하는 명품 골프장에서 특별한 라운드 경험을 할 수 있다.

와이켈레 C.C 전경



Your One & Only Hawai'i Premium Promotion

- **Promotion Period:** Mar - May
- **Program Components:**
 - ✓ Co-op with Hana Tour Zeus to target affluent travelers with premium products
 - ✓ The product includes a 10-night, 12-day long-stay itinerary featuring 4 nights in O'ahu, 3 nights on Hawai'i Island, 3 nights in Maui, and a day trip to Kaua'i, with an estimated price of US\$21,000 per person
- **Projected Outcome:**
 - ✓ Target Impression: 1M

zeus world by Hanatour

해외 테마 제주

여행상품 핵심정보

ZEUS

빅아일랜드/오아후 7일 #페어몬트오키드 #리츠칼튼와이키키 #헬기투어 #스페셜다이닝

① 신비로움을 간직하고 있는 화산섬 빅아일랜드와 와이키키비치를 품고있는 오아후를 단독가이드/차량으로 관광과 휴양을 즐기는 상품입니다.

#휴양+레저 #힐링휴양 ★ 4.8 1

5박 7일 국적기 쇼핑없음 우리끼리 가이드경비없음 선택관광없음

출발예정 항공예정 일정예정 호텔예정 가격예정

zeus world by HanaTour

HIGH-END TRAVEL BRAND INTRODUCTION

An aerial photograph of a lush green forest on the left and a body of water on the right. The water is a deep teal color, and there are some rocky or sandy patches visible. The text is centered over the image.

2025 UPCOMING PROGRAMS/ACTIVITIES



The People. The Place. The Hawaiian Islands. Campaign

- **Timeline:** H1
- **Program Components:**
 - ✓ Organize a trade FAM trip focusing on agritourism and voluntourism
 - ✓ Co-op with airlines to promote regenerative tourism as part of the post-FAM promotion
 - ✓ Create new Neighbor Island content and promote regenerative tourism



Your One & Only Hawai'i Campaign

- **Timeline:** Q1, Q3
- **Program Components:**
 - ✓ Organize a romance FAM trip for new honeymoon products
 - ✓ Partner with credit card companies to boost traveler spending
 - ✓ Promote the Lotte LPGA Championship with key travel agents
 - ✓ Collaborate with department stores to feature attractions in their magazine



Signature Hawai'i Campaign

- **Timeline:** Q1, Q3
- **Program Components:**
 - ✓ Create a B2B2C signature travel magazine focused on adventure, wellness, family travel, and eco-tourism
 - ✓ Conduct a thematic FAM trip with media
 - ✓ Collaborate with a leading consumer brand to showcase themed travel content for Hawai'i
 - ✓ Develop and promote a signature themed product, such as a run tour during the Honolulu Marathon Festival



Hawai'i Travel Mission in Korea

- **Period:** Nov 5 - 6
- **Program Components:**
 - ✓ Aloha VIP reception, Hawai'i Destination Seminar, Hawai'i Travel Mart & MCI Travel Mart
- **Projected Outcomes:**
 - ✓ More than 100+ travel partners' participation
 - ✓ More than 10+ travel mart meetings per participating company

PARTNERSHIP OPPORTUNITIES

Contact: HTK@aviareps.com

| ACTIVITY | DATE |
|--|------------|
| Hawai'i Travel Mission | Nov 5 - 6 |
| Romance FAM | May |
| Hawai'i Specialist Program | Q3/Q4 |
| Filming Neighbor Island Travel Content FAM | Aug/Sep |
| B2BC Signature Travel Magazine | Year-round |
| Signature Hawai'i FAM with KOLs | Q2 |
| Signature Hawai'i consumer event | Q3 |



MAHALO!

Kamsa-hap-nida!