

全国30のスキー場を繋げ地域消費拡大を目指す「スノーリゾート経済圏」構築に向けた実証事業（アースホッパーコンソーシアム）

実施地域

全国30地域以上のスキー場（北海道・岩手県・山形県・新潟県・山梨県・兵庫県）

事業概要

アースホッパーコンソーシアムでは、日本のスキー・スノーボードの人口減少により、知名度の低いスキー場は新規顧客の集客が難しい状況であること、顧客の来訪が冬季に集中していること、顧客がリフト券のみの消費に留まり、周辺の宿泊・飲食等の観光事業者との連携が不足による機会損失が発生していることを課題としていた。

これらの課題を解決するべく、サブスクリプション型デジタルチケットであるアースホッパーを通じて、スキー・スノーボードを目的として訪れる顧客のデータを収集。収集したデータを通じて、知名度の低いスキー場への新規顧客の送客、グリーンシーズン（夏季）にも活用可能なサービスとの連携、各スキー場にある観光産業との連携を通じて、新たなスポーツと旅を通じた観光消費のあり方と観光消費増に向けた施策を実施した。

事業目標と成果

KPI	目標	実績
2022-23シーズンのユーザー数	6,000人	4,200人
参加施設への配分金額の単価	定価の35%→60%	アースホッパーライト：65% アースホッパー4day：80% アースホッパー1day：91%
地域内事業者と連携したマーケティング施策の実施	1施策以上	3施策
ユーザー1人あたりの平均スキー場訪問回数	8回	9回

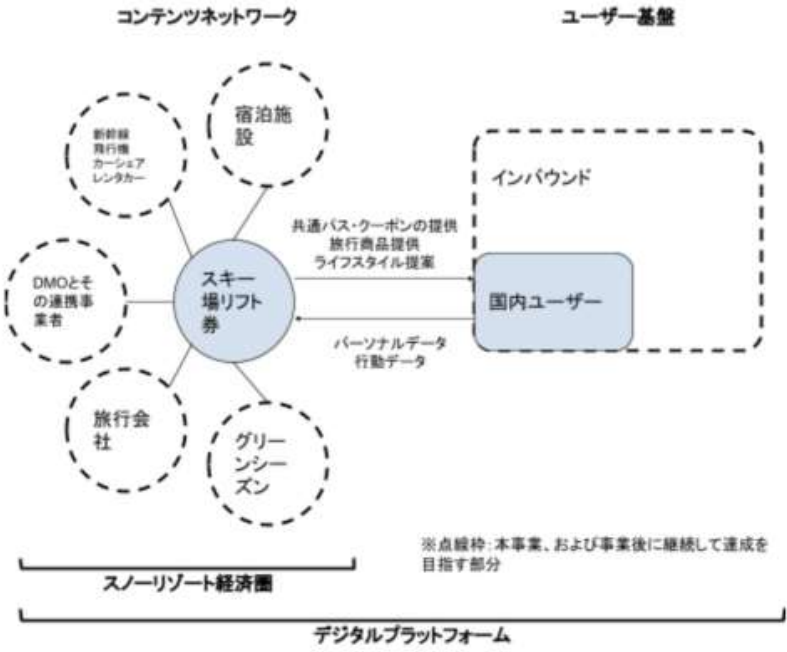
事業の成果

- **利用者ニーズに合致した新商品造成により新規ユーザーの獲得**
アースホッパーユーザーの特性を分析し口コミによる拡散効果に着目。ライトユーザー向けの新商品導入及び「お友達紹介プログラム」施策（2,000人以上に拡散）により販売枚数全体の4割に当たる新規ユーザーを獲得。
- **参画施設への拡大及び参画した施設への売上配分金額の向上**
サブスクリプション型サービスは、サービスの利用者と参画施設に対して適切な費用を支払うことで成立する。アースホッパーでは、利用頻度の高いユーザが施設への配分金額を下げる傾向にあったことから、新たにライトに利用できるユーザの取り込みに向けた3商品をリリースすることで、サービス利用者の満足度と参画施設への費用のリバランスを実現した。
- **ユーザーデータ可視化による地域事業者と連携したマーケティング施策の実施**
アースホッパー利用者の年齢・所在地等の個人属性データをスキー場の来場記録と結びつけ、ユーザーの地域での消費行動を可視化したことで、ターゲットユーザーのニーズ分析を行った。また、コアユーザーのデータを抽出し、該当ユーザー向けイベント（FWT）を実施したことで、地域事業者と連携した誘客施策を実施できた。

実施体制

観光等事業者：(株)Pioneerwork、バルール(株)、(株)アドレス、赤井川村国際リゾート推進協議会、(株)八幡平DMO
その他：スキーリゾート運営会社15社

実証内容(概要図)



施策イメージ



今後目指す姿

国内外10万人が利用するアジア最大スノーリゾートプラットフォームを目指す

- **ユーザー数の拡大と参画施設数の拡充**
アースホッパーに参画する国内でスキー場・周辺観光施設を増やし、サブスクリプションサービスとしての基盤を固める。加えて、本事業で構築したシステムを活用し更なるライト層の取り込みを推進する。特に全国のスキー場のうち紙リフト券発行を行っており単独でのデジタル導入が難しい小規模なスキー場においてアースホッパーの参画の仕組みを展開することで、デジタル化・新規顧客獲得を目指す。
- **インバウンド向け商品プロモーションの強化**
2024～2027年にかけてインバウンドがコロナ前の水準に戻ることを想定し、インバウンド向けに多言語の対応を実施。また、新たな商品として4day passを活用し、海外の類似サブスクリプションサービスとの連携も検討する。