

 **YAMAP SERVICE GUIDE**

自治体様向けサービスガイド

2026年6月22日現在

株式会社ヤマップ  
共創推進事業本部 アウトドア事業開発部



# 1. 登山アプリ「YAMAP」とは



## 日本最大の 登山アウトドアプラットフォーム

登山アプリ  
利用者数  
**No.1**

登山地図アプリの枠を超え、日本のアウトドアを支える「インフラ」であり、「熱狂的なコミュニティ」。

## 命を守るオフラインGPS



【安全を支える】

電波の届かない山中でも  
現在地を確認。  
「道迷い」を防ぎます。

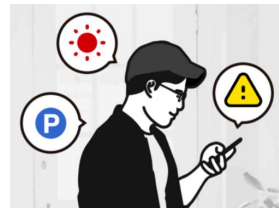
## 活動日記



【体験を、カタチに残す】

ルートや写真を日記として公開。  
月間70万件以上の  
活動ログを蓄積しています。

## 熱量を生む「SNS機能」



【共感で繋がる】

登山者同士が繋がり、感動や情報  
をリアルタイムに共有。  
熱量の高いコミュニティを形成。

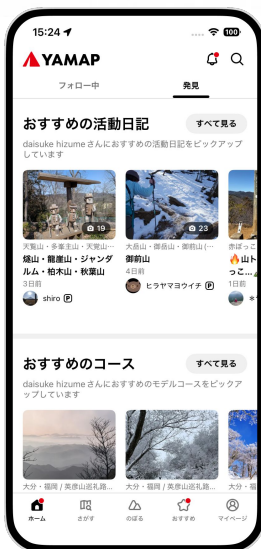


登山の全てがYAMAPで完結、安全に楽しく登山ができる唯一のプラットフォーム。

## 1 探す



どこに登るか決めて、  
情報を集める



## 2 計画する



当日のコース・プランを  
立てる



## 3 登る（登山中）



ルートを確認しながら  
安全に登る



## 4 記録・共有する

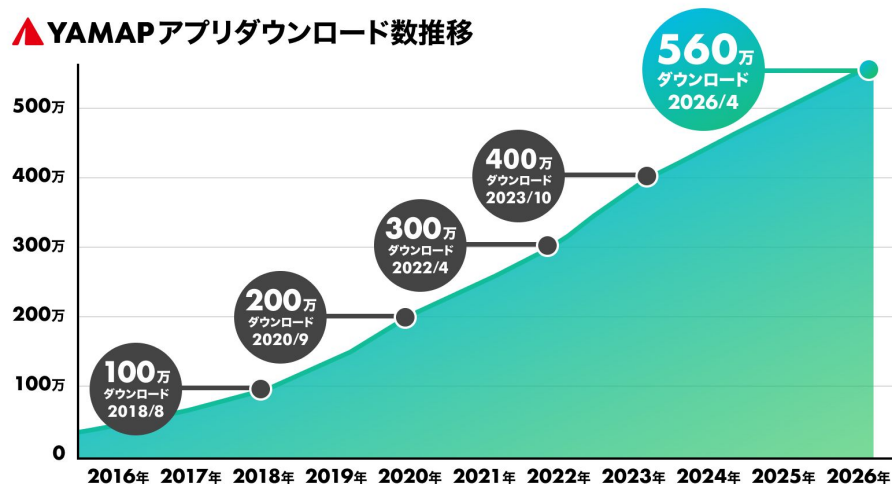


写真や感想を記録して、  
仲間と共有する

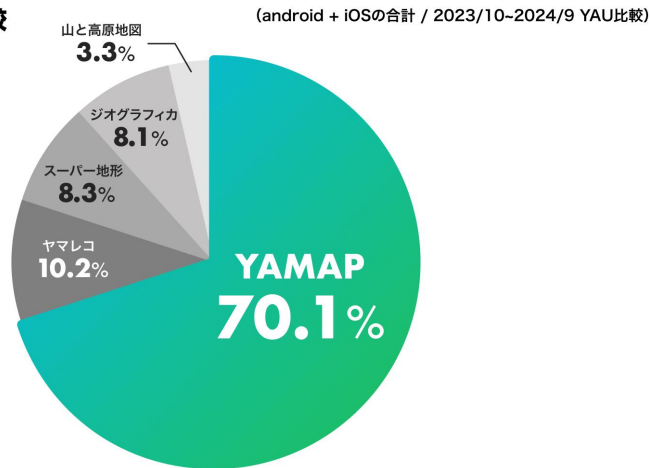


累計560万DL・国内登山者の6割以上相当が利用する圧倒的No.1シェア登山アプリ。  
登山者・アウトドア層をターゲットとした、確実かつ大規模なリーチが可能です。

## ▲YAMAPアプリダウンロード数推移



## 主要な登山アプリ比較



※2025年4月時点

※2026年2月に550万ダウンロードを突破。国内登山人口（860万人※）の約6割の利用に相当する規模

80万MAU・継続率90%を誇る、アクティブで熱量の高いユーザーが常に集結。  
山を愛する良質な顧客基盤へ、大規模かつ確実なアプローチを可能にします。

80万

アプリ MAU

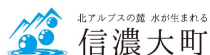
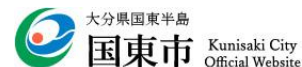
90%

アプリ継続率

70万件

活動日記投稿数（月間）

東北から九州まで、過去全国で累計50以上の自治体さまと取り組み実績があります。



※2025年4月時点

アウトドア業界をリードする著名ブランドから、一般消費財メーカー、自治体まで。  
登山者・アウトドア層へ深くアプローチするパートナーとして、幅広い業界の企業様との取り組みが広がっています。

### カメラ・スマホ








人生にもっと冒険を

### 食品・飲料















### アウトドア・ギア










※2025年4月時点

## 2.なぜYAMAPが選ばれるのか？



YAMAPは、登山・自然体験を通じて、  
「人を動かし、その行動を可視化し、次の施策につなげる」  
国内唯一のプラットフォームです。

## 01 登山者をリアルに動かせる



 登山・自然関心層へ直接アプローチ

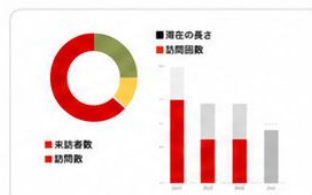
 来訪促進

 周遊促進

 再訪促進

 地域消費の創出

## 02 リアルな行動データを可視化できる



 来訪実態の把握

 周遊傾向の分析

 人気スポットの可視化

 施策前後の効果測定

## 03 分析から施策実行まで一気通貫



データ分析



戦略設計



プロモーション  
実施



効果測定



関係人口創出や自然保全活動への  
参加促進まで見据えた施策設計が可能。



YAMAPは、登山者の行動データを活用した施策設計と実行により、  
**目的地までの来訪・周遊・消費・再訪を促進**し、行動の変化を追跡できます。

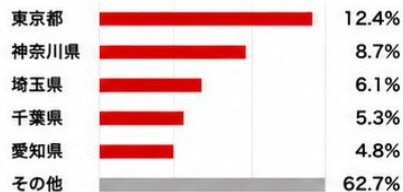


行動データの取得・分析と施策実行を組み合わせることで、登山者を目的地まで動かし、  
**地域での行動（周遊・消費）を生み出し、再訪までのサイクルをつくります。**

「誰が」「どこから」「どのように行動したか」の来訪実態や、  
実際の口コミを把握し、エリアの集客・周遊施策の改善に活かします。

### 登山者行動データ分析レポート（イメージ）

#### 居住地分析（土地地域）

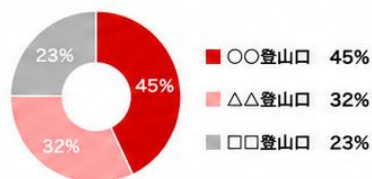


#### 人気ルート TOP3

- 〇〇登山口～△△山頂ルート
- 〇〇峠経由ルート
- 尾根ルート



#### 登山口利用状況（上位）



#### 周辺施設に関する口コミ・声（参考）

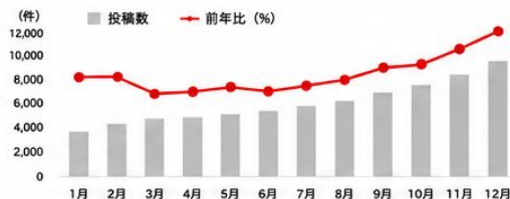
活動日記やアンケートの声から、立ち寄り傾向を把握

- 温泉・入浴施設が良かった
- 道の駅で地元の食材を購入した
- 下山後にカフェに立ち寄った

活動日記や  
アンケートの口コミから  
利用傾向を把握できます

※定量的な人数は把握できないため、定性的に傾向を分析します。

#### 活動日記投稿数の推移



前年比  
+32%

### YAMAPで把握できるデータ例

居住地分析  
どこに住んでいる人が来ているか

来訪者数  
エリア別の来訪者数の把握

登山口利用状況  
登山口ごとの利用者数の把握

人気ルート  
よく利用されているルートの把握

活動日記投稿数  
投稿数の推移・エリア比較

周辺施設に関する口コミ・声（参考）  
活動日記やアンケートから利用傾向を把握  
（定量的な人数は把握不可）

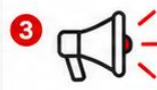
データ分析だけで終わらず、企画・実行・効果検証までワンストップでご支援します。



データ分析



戦略設計



プロモーション実施



効果測定



## 地域活性化と 自然保全の好循環を支援

来訪促進だけでなく、再訪・関係人口創出・  
自然保全活動まで見据えた施策設計が可能です。



持続的な来訪・再訪を促進し、  
関係人口の増加に貢献



自然環境の保全と利用の  
バランスを実現



### 3.自治体様での取り組み事例

## 低山でも、来訪者は増やせる。

福岡県宮若市・六ヶ岳（標高339m）での取り組みの事例をご紹介します。



### 六ヶ岳の基本情報

|      |               |
|------|---------------|
| 標高   | 339m          |
| 所在地  | 福岡県宮若市・鞍手町    |
| アクセス | 福岡市街地から車で約50分 |

### 六ヶ岳 活動日記数

215%

前年同月比（2025年12月）

### YAMAP MAGAZINE 記事PV

53,278PV

目標4万PVを大幅超過（公開後2ヶ月）



**登山者が増えない。来ても、町には回らない。**  
宮若市・六ヶ岳が抱えていた課題

登山者数の伸び悩み

**年間 約2,000人**

福岡県内の人気低山の約18%  
(立花山:10,296人)  
市外からの誘客が課題。

知名度が低い

**標高339mの低山**

初心者向けの眺望や  
周回コースなどの魅力が十分  
に発信されていなかった。

山麓観光に繋がっていない

**立ち寄り率 12%**

約88%の登山者が登山口で  
帰ってしまう。  
「観光情報がわからない」と  
いう声が最多。



**まずは「誰に」「何を届けるか」を知ることから始めた。**

YAMAPのデータとアンケート調査をもとに、登山者の実態やニーズを分析し施策の方向性を整理。

STEP 1



**データ分析**

YAMAPユーザーの行動データから、ターゲットとポテンシャルを定量化

STEP 2



**アンケート検証**

実際の登山者に「何が魅力か」を聞き、訴求ポイントを言語化

STEP 3



**戦略的な記事制作**

検証された訴求軸を元に、YAMAP MAGAZINEで記事プロモーション

STEP 4



**成果測定 / 二次拡散**

活動データで成果を測定。地元メディアへの波及まで含めて検証

アンケート調査

STEP 1：データ分析とアンケート検証

YAMAP登山者の行動データを分析 → 仮説をアンケート(n=898件)で検証

 データ分析で見えたこと

メインターゲット規模

約3.7万人

- ・福岡・山口在住
- ・登山意欲が高い(直近1年でログイン+活動)
- ・六ヶ岳には未訪問

→ 誰に届けるべきかが、データで明確に。

 アンケートで検証された訴求ポイント

- 低山ながらの360°大パノラマ
- 短時間で複数ピークを縦走できる(24座)
- 福岡・北九州から車1時間のアクセス
- 下山後の温泉(脇田温泉)

→ 何を訴求すべきかが、利用者の声で確定。

記事タイアップ

**STEP 2：戦略に基づく記事制作・情報発信**  
調査で導いた訴求軸に沿って、YAMAP MAGAZINE記事を制作



「24座が連なる奇跡の低山「六ヶ岳」  
雲海も出現する絶景パノラマをめぐる日帰り登山」

打ち出した訴求軸（データから導いた3本）

01 「24座が連なる奇跡の低山」

短時間で複数ピーク縦走できる魅力

02 「絶景パノラマ」

低山ながらの360° 展望

03 「日帰り登山」

福岡市街地から車50分のアクセス

プッシュ通知 102万通 / メールマガジン 35万通 / SNS発信



## 4.YAMAP 主要メニュー

YAMAPの行動データとプロモーション力を掛け合わせ、地域の課題解決と継続的な発展を支援します。

## 1 データ分析・ 戦略支援

### 目的

地域の現状課題・ポテンシャルを  
把握し、施策方針を整理する

## 2 認知・来訪促進

### 目的

地域を知ってもらい、  
地域内での回遊・滞在・消費を  
促進する

## 3 再訪・ファン化

### 目的

一度訪れた登山者との  
継続接点をつくり、  
再訪・ファン化につなげる

## 4 関係人口化・ 地域共創

### 目的

地域に継続的に関わる  
関係人口を育てる



データ分析



アンケート調査



活動日記キャンペーン



デジタルバッジキャンペーン



公式アカウント



記事タイアップ



動画制作



モデルコース実装



保全ツアー



リアルイベント

メニュー紹介

# ①データ分析・戦略支援



## 行動データから登山者の動態を可視化。 地域の現状や課題を把握し、施策の意思決定を支援



### 月別の登山者数

月ごとの登山者数の推移を可視化し、  
シーズナリティや需要のピークを把握します。

月別 登山者数の推移（年間）



| 対応範囲   | 分析設計／データ抽出・加工／<br>各種分析の実施／分析レポート作成                                          |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------|
| 条件     | 以下から1テーマを選択し、行動データ分析を実施<br>①観光地利用実態調査：登山者数、属性分析など<br>②保全箇所特定調査：危険箇所、道迷い分析など |
| 費用     | ¥1,500,000～                                                                 |
| 申し込み期日 | 実施3ヶ月前                                                                      |
| オプション  | 調査テーマの追加：応相談                                                                |

## ■ 魅力ポイント（複数回答）



## ■ 良かった点の理由（自由回答の主な意見）



コースが整備されていて歩きやすかった  
(40代・女性)



下山後に温泉に入れて満足度が高かった  
(20代・女性)

## アンケート調査で意識・ニーズを可視化し、 ターゲットに響く訴求ポイントを抽出

|        |                                                                  |
|--------|------------------------------------------------------------------|
| 対応範囲   | 設問作成／アンケート配信／分析レポート作成                                            |
| 条件     | <p>テーマ：観光実態・満足度調査、<br/>観光ブランド認知・誘客ポテンシャル調査等</p> <p>設問数：最大20問</p> |
| KPI    | アンケート回答数（目安：300～400）                                             |
| 費用     | ¥1,500,000～                                                      |
| 申し込み期日 | 実施3ヶ月前                                                           |
| オプション  | 設問数やデータ粒度を増やす場合：応相談                                              |

メニュー紹介

- ②認知・来訪促進
- ③再訪・ファン化



## 「デジタル版スタンプラリー」で、 地域を巡るきっかけを創出

|        |                                                     |
|--------|-----------------------------------------------------|
| 実施期間   | 約3ヶ月                                                |
| 対応範囲   | キャンペーン設計・運用／バッジ・ノベルティ作成<br>／YAMAP内でのPR（紹介記事）／レポート作成 |
| 条件     | バッジ：最大5種<br>ノベルティ：1種・上限1,000個まで                     |
| KPI    | キャンペーン参加者数<br>インセンティブ引換数                            |
| 費用     | ¥6,000,000～                                         |
| 申し込み期日 | 実施3ヶ月前                                              |
| オプション  | バッジ数量・インセンティブ追加は応相談                                 |

## 1 キャンペーン PR

アプリやWebで  
キャンペーンを知り、  
達成条件や期間を確認して参加。



## 2 登山中に条件達成

GPSを活用して、指定ポイントの通過や山頂到達を自動でチェック。  
登山を楽しむだけで、条件達成に向けて進捗します。



### バッジの例



## 3 バッジ獲得 & シェア

条件を達成するとデジタルバッジを獲得。  
プロフィールに表示し、SNSでシェアして  
達成の喜びを広げよう。



### 目標の可視化

達成条件が明確で、次の山行の目標になる。



### キャンペーンがもたらす価値

#### 達成感の強化

努力の成果がバッジとして形に残る。



#### コミュニティでの承認

シェアを通じて、つながりや共感が生まれる。



## 01 登山者の周遊・消費を促進



山頂だけでなく、「道の駅」や「温泉施設」なども設定可能。  
地域内の回遊・滞在を促し、登山者の消費創出につなげます。

## 02 来訪効果を可視化・分析



GPSログから「誰が・いつ・どこで参加したか」を把握。客観的な行動データに基づき、施策効果の可視化・分析が可能です。

## 03 口コミ・情報発信を創出



参加者が活動日記やSNSに投稿。広告色の少ないリアルな  
口コミが広がり、新たな来訪を促進します。





熊本県阿蘇エリア



<https://yomap.com/magazine/59956>

参加者数目標対比：約**200%**

阿蘇山を中心とする登山・自然スポットを巡りながら、各地域で特典を受け取れるO2O方式を採用。デジタルバッジを活用し、観光も含めた広域周遊を促進するキャンペーンを展開。



## 「活動日記」の投稿を促し、 ユーザーのリアルな体験を可視化・拡散

|        |                                                                      |
|--------|----------------------------------------------------------------------|
| 実施期間   | 約2ヶ月                                                                 |
| 対応範囲   | キャンペーン設計・運用／YAMAP内でのPR（紹介記事制作）／キャンペーンまとめ記事制作／レポート作成<br>※賞品はご支給いただきます |
| KPI    | 参加者数・投稿数<br>まとめ記事PV数（想定：40,000PV～）                                   |
| 費用     | 活動日記型：¥4,500,000～<br>フォトコン型：¥4,000,000～                              |
| 申し込み期日 | 実施3ヶ月前                                                               |
| オプション  | ※オリジナルノベルティ制作：応相談<br>デジタルバッジ連動プラン：¥500,000                           |

01



## キャンペーンPR

特設ページや記事で、  
施策を広く周知・告知。

02



## 活動日記の投稿

ユーザーが山を歩き、  
実体験を日記として投稿。

03



## 参加者の選定

投稿内容に基づき、  
事務局が良質な日記を選定。

04



## ノベルティ進呈

ブランドロゴ入りの限定品  
などをユーザーへ贈呈。



## 山頂で「ティータイム」活動日記投稿キャンペーン

拡散



山頂でおにぎりと紅茶、最高！



木漏れ日の中でほっと一息  
幸せな時間♪



景色を眺めながらのティータイム  
癒される～





<https://yamap.com/campaigns/3378>

「山と街を巡る旅」をコンセプトに、絶景・グルメ・温泉など群馬の魅力を「#私が見つけた群馬」で発信。

CPページPV数  
**約10万**

応募総数  
**8,000 件超え**

県外の参加者が  
**80%以上**



<https://yamap.com/magazine/61893>

## マガジン記事の制作・PRを通じ、自然な流れで 登山者の興味を喚起し、認知・来訪を促進

|        |                                                      |
|--------|------------------------------------------------------|
| 対応範囲   | 企画提案／取材・制作ディレクション／<br>モデルアサイン（10万まで）／記事掲載／<br>レポート作成 |
| KPI    | PV数<br>（想定：40,000PV～/1ヶ月）                            |
| 費用     | ¥2,000,000～                                          |
| 申し込み期日 | 実施2ヶ月前                                               |
| オプション  | 素材二次利用（1年）：¥300,000<br>著名人起用：応相談                     |



### トレイル



上村愛子さんが癒された南伊豆ロングトレイル | 海を見ながらの絶景山歩き

<https://yamap.com/magazine/61893>

元モーグル日本代表・上村愛子さんの体験を通じて、地域の自然や文化の魅力を発信。トレイルを起点とした新たな旅の楽しみ方を提案。

### 低山



レッツ妄想登山！織姫・彦星ミステリーと川辺町6座巡りの旅

<https://yamap.com/magazine/31890>

標高約300mの低山を「岐阜のグランドキャニオン」として発信。  
2週間で登山者数約3倍、周辺店舗への送客にも貢献。

### 山麓旅



鈴木ともこさんと四角友里さんが巡る | 富士と南アルプスに抱かれる山梨・山麓旅

<https://yamap.com/magazine/58763>

鈴木ともこさん・四角友里さんの体験を通じて、山と街の魅力を発信。  
登山と観光を組み合わせた周遊体験を提案。



## 登山者に響く動画コンテンツを制作。 プロモーション動画からライブ配信まで幅広く対応



<https://www.youtube.com/c/YAMAP5586/streams>

|        |                                                  |
|--------|--------------------------------------------------|
| 対応範囲   | 企画提案／出演者アサイン（10万まで）／撮影・編集<br>ディレクション／動画制作／レポート作成 |
| KPI    | 再生数・同時接続数                                        |
| 費用     | ¥3,000,000～                                      |
| 申し込み期日 | 実施3ヶ月前                                           |
| オプション  | 素材二次利用（1年）：¥500,000<br>まとめ記事制作：¥1,000,000        |

YAMAPアプリ内で、モデルコースや観光スポットを実装し、登山者に向けた周遊促進・魅力発信が可能です。

## モデルコース

常陸国日立市  
**HITACHINOKUNI**  
 常陸国日立市 (高萩スカウトフィールド〜春友彫刻の森運動公園)

コース詳細

常陸国風土記の時代に遡る長い歴史を感じられる神秘的な磐城山には、それぞれに逸話を持つ奇岩が複数点在し、目を惹きつけながら歩くことができます。

また、自然豊かな里見地区大宮町の梨木平周辺には滝が多いため、登山者だけでなく、自然愛好者にも人気です。

もっと見る

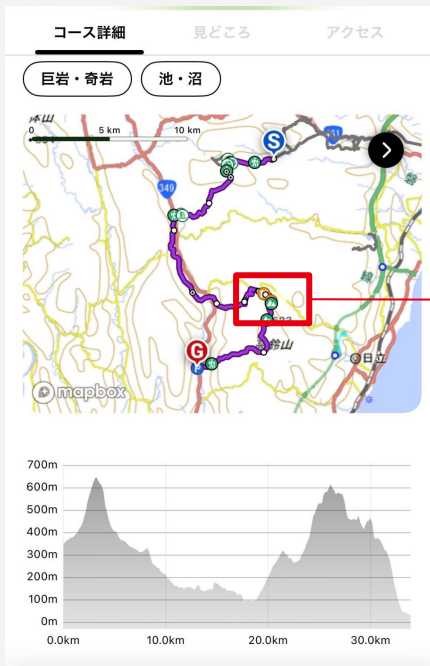
タイム 12:12

距離 33.8 km

標高 1612 m

下り 1931 m

コース定数 49



## 観光スポット

御岩神社

神社

御岩神社

319m

日本最古の書のひとつ「常陸国風土記」に登場し、古来より信仰の地であった磐城山のふもとにある御岩神社は、118柱もの神々を祀るパワースポットとして、参拝者の絶えない人気の神社。樹齢600年を超えるご神木「三本杉」も見。

地図アプリで開く

ここを通る活動日記を検索

御岩山

山頂

御岩山

530m

常陸国最古の霊山と言われている磐城山には、縄文時代から人々の信仰の地であったと考えられており、188の神々が宿るとされています。頂上からは太平洋を一望でき、遠く那須連山まで見渡せるため、多くの人が訪れます。

1日前

4日前

4日前

地域のニーズや予算規模に合わせて選べる、3つの実装プランをご用意しています。

### 初期整備プラン

¥1,500,000

税抜

- ✓ ランドマーク新規設置（10個まで）
- ✓ モデルコース（2本まで）

### 基本整備プラン

¥2,500,000

税抜

- ✓ ランドマーク新規設置（30個まで）
- ✓ モデルコース（6本まで）

### 広域整備プラン

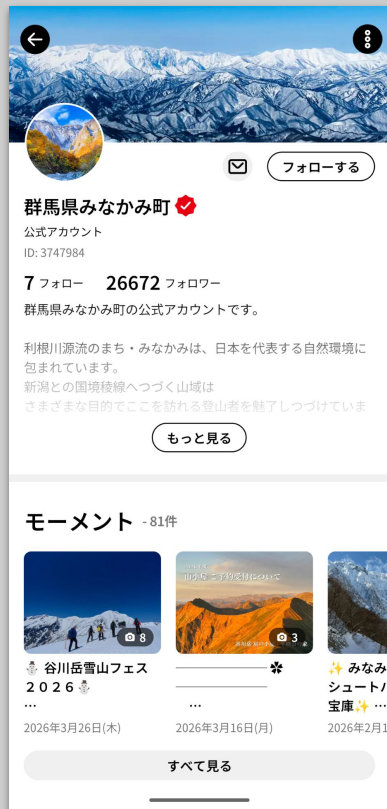
¥3,500,000

税抜

- ✓ ランドマーク新規設置（50個まで）
- ✓ モデルコース（10本まで）

### 留意事項

- ・実装に必要な情報・素材は、自治体様にてご準備・ご提供いただきます。
- ・ランドマーク：写真・説明文の追加情報掲載可。
- ・モデルコース：表紙写真・コース情報・見どころ・アクセス情報掲載可。区間・本数はYAMAPと協議の上決定。各コースは日帰りを想定。
- ・保守費用：契約期間中は継続掲載。期間終了後に情報維持・更新が必要な場合は翌年度以降に保守費用が発生。

[公式アカウントの一覧はこちら](#)

### ポイント 1

## ユーザーと「直接」繋がり、 「地域の魅力」を継続的に発信

活動日記やモーメントを通じて、地域の観光情報や魅力を登山ユーザーへ継続的に届けられます。

### ポイント 2

## ユーザーとのコミュニケーションでファン化促進

コメント機能などを通じてユーザーと直接やりとりでき、双方向の関係構築でファンを育てられます。

### ポイント 3

## 地図DLで「フォロワー」を自動獲得

山の地図をダウンロードしたユーザーが自動でフォロワーに。開設後1ヶ月でフォロワー3,000人の実績。

アカウント作成からフォロワー獲得まで、貴社のアカウント運用をトータルに支援します。

| 項目                   | 料金         | 内容                                                     |
|----------------------|------------|--------------------------------------------------------|
| 年間利用料                | ¥700,000   | 公式アカウント継続利用のための年間利用費                                   |
| アカウント開設料金<br>(初年度のみ) | ¥200,000   | YAMAP内に専用の公式アカウントを開設                                   |
| 地図スポンサー機能            | ¥0 (初年度のみ) | 選択した山の地図をDLしたユーザーが自動フォロー。<br>初年度、地図1枚付き。2年目以降、有償オプション。 |

| 地図スポンサー機能 2年目以降、有償オプション |   |          |
|-------------------------|---|----------|
| 地図DL数／年                 |   | 料金       |
| 0                       | ～ | ¥30,000  |
| 5000                    | ～ | ¥50,000  |
| 10000                   | ～ | ¥100,000 |
| 20000                   | ～ | ¥200,000 |
| 30000                   | ～ | ¥300,000 |
| 50000                   | ～ | ¥500,000 |

※素材提供と入稿期限： 投稿に使用する画像・ロゴ等の素材は貴社にてご用意ください。公開日の10営業日前までをご入稿の目安とさせていただきます。

※代行の範囲： 運用代行（クリエイティブ作成・投稿設定等）を含むプランの場合、追加で費用をいただきます。詳細は担当者へご相談ください。

※一括請求について： 本メニューの費用は、原則として運用開始月（または契約初月）を基準とした一括請求となります。

※契約期間と解約： 最低契約期間の設定がある場合、期間内の中途解約による返金は致しかねます。あらかじめご了承ください。

※表示価格はすべて税抜金額となります。

※公式アカウントプランの費用はネット料金（マージン別）となります。

対象の山の地図をダウンロードしたユーザーが自治体公式アカウントを自動フォロー。  
山情報ページ内にも投稿が掲載され、継続的な情報発信が可能です。

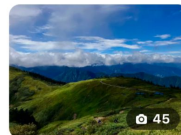
## 地図ダウンロード導線



## 山情報ページにも投稿が掲載

### 関連する活動日記

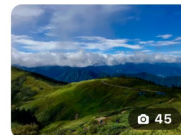
すべて見る



平成新山を見に行く／国..

雲仙岳・普賢岳・綱笠山

daisuke hizume



平成新山を見に行く／国..

雲仙岳・普賢岳・綱笠山

daisuke hizume

### 現地のおすすめ情報

すべて見る

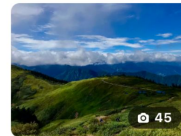
阿蘇の山でみちな...

20分前

阿蘇の山でみちな...

20分前

この季節のおすすめの花は○○です。ぜひ訪れてみてください。



この季節のおすすめの花...



「町外への発信力不足」を解消し、有料イベントの集客・宿泊に直結

1 ターゲット層の変化

**広域（町外）へ拡大**

これまで町内・リピーターに偏っていたイベント参加者が、公式アカウント運用により「広域（町外）」へ拡大。

2 有料イベントでの反応率

**参加者の40%がYAMAP経由**

有料のアウトドアイベントにて、約40%がYAMAP経由で参加。

3 経済波及効果

**新規宿泊層を獲得**

イベント参加を目的とした「新規宿泊層」の獲得に成功。

**担当者様の声**

「これまで町外へ情報を届ける手段が限られていたが、YAMAPを通じて確実に『山好き』な層へ届いている。投下予算以上の手応えを感じています。」

メニュー紹介

## ④関係人口化・地域共創



<https://yamap.com/magazine/62047>

登山者が「利用者」から「担い手」へ。保全活動を通じて、地域との継続的なつながりを育みます

|        |                                              |
|--------|----------------------------------------------|
| 実施期間   | 日帰り～1泊2日                                     |
| 対応範囲   | ツアー企画設計／募集ページ制作・参加募集／<br>当日運営／まとめ記事制作／レポート作成 |
| 条件     | 実施：1回／定員：約10名                                |
| KPI    | ツアー参加者数<br>まとめ記事PV数（想定：40,000PV～）            |
| 費用     | ¥3,500,000～                                  |
| 申し込み期日 | 実施3ヶ月前                                       |

# ユーザー・企業・地域がつながる、 新しい登山道整備モデル

アーケテリクス 様 | <https://yamap.com/magazine/62047>

奥秩父・金峰山の「御嶽古道」を舞台に、登山者・自治体・企業が連携した登山道整備ツアーを実施。クラウドファンディングにより再整備された登山道に対し、参加者自身が実際に歩きながら課題箇所を発見し、専門家の指導のもと整備作業を行いました。

単なる体験イベントにとどまらず、登山道の維持・再生にユーザーが主体的に関わる仕組みを構築。参加者の高い満足度とともに、登山道への理解・愛着を醸成し、継続的な関与につながる取り組みとなりました。

また、企業にとってはフィールド保全への関与というCSR的価値の創出、自治体にとっては登山道整備の担い手不足の補完という側面もあり、官民連携による新しい登山道整備モデルの一例となっています。





地域のファンづくりにつながる、  
リアルな接点を創出します。

|        |                                           |
|--------|-------------------------------------------|
| 実施期間   | 1～2日間                                     |
| 対応範囲   | イベント企画設計／募集ページ制作・集客支援／<br>当日運営／レポート作成     |
| 条件     | 実施：1回                                     |
| KPI    | イベント参加者数                                  |
| 費用     | ¥5,000,000～ ※規模・内容に応じて相談                  |
| 申し込み期日 | 実施3ヶ月前                                    |
| オプション  | 素材二次利用（1年）：¥500,000<br>まとめ記事制作：¥1,000,000 |



## 北アルプスの玄関口で衛星通信を体感！ 最新テクノロジーの「体験機会」を創出

KDDI株式会社（au）様

「電波が届かない」という、登山者にとって最大の不安要素。この本質的な課題を根本から解決するため、電波が届かないエリアでもスマートフォンへ直接通信できる「au Starlink Direct」の体験ターミナルを、あえて通信環境の厳しい北アルプ스에設置。

「安心して山に行ける」というYAMAPの理念と「どこでもつながる」というauのブランド価値が重なる施策として、実際に通信が必要な場所でつながる安心感を実証。技術とアウトドアの融合を体験価値として提供することで、登山者の心理に深く響く共感・納得感を創出。

「au Starlink Direct」の認知・ブランド想起率向上に寄与し、定性・定量の両面で極めて高い広告効果を達成しました。

圏外の心配なし! 安心・安全な登山体験を実現!

YAMAP × au | STARLINK

### 安心登山“つながる”ターミナル

開催日時 2025.9.20 (土) / 21 (日) / 22 (月)  
6:30~16:00

開催場所 上高地バスターミナル近く

上高地で  
3日間限定  
開催

YAMAP× au Starlink Direct お試し体験 /  
圏外を想定した「みまもり機能」 /  
限定ノベルティプレゼント等

YAMAPが圏外でも使える  
「au Starlink Direct」を  
を体験しよう





表内の金額は概算となりますので、ご予算や施策規模に合わせて柔軟に調整可能です。まずは詳細をご相談ください。

| メニュー          | 費用                                     | 開始タイミング | ページ数 |
|---------------|----------------------------------------|---------|------|
| データ分析/アンケート調査 | ¥1,500,000～                            | 開始3ヶ月前  | p24～ |
| デジタルバジキャンペーン  | ¥6,000,000～                            | 開始3ヶ月前  | p27～ |
| 活動日記キャンペーン    | 活動日記型： ¥4,500,000～／フォトコン型： ¥4,000,000～ | 開始3ヶ月前  | p31～ |
| 記事タイアップ       | ¥2,000,000～                            | 開始2ヶ月前  | p34～ |
| 動画制作・ライブ配信    | ¥3,000,000～                            | 開始3ヶ月前  | p36～ |
| モデルコース実装      | ¥1,500,000～                            | 開始2ヶ月前  | p37～ |
| 公式アカウント       | ¥900,000～(初年度)                         | 開始1ヶ月前  | p39～ |
| 保全ツアー         | ¥3,500,000～                            | 開始3ヶ月前  | p44～ |
| リアルイベント       | ¥5,000,000～                            | 開始3ヶ月前  | p46～ |

※費用は概算です。内容により変動する場合があります。※表示価格はすべて税抜金額となります。

※期限を過ぎた場合、特急費が発生する可能性があります。

© YAMAP Inc.

※代理店様向け料金はすべて代理店マージン15%込み（グロス）の表記です。

（例：1,000,000円の場合＝貴社マージン 150,000円 / 弊社ご請求額 850,000円）

## 5. 広告配信サービス「YAMAP Ads」とは

アプリ内の様々な画面で表示されるバナー広告やメールマガジン等を活用し、  
登山・アウトドア好きユーザーに対してダイレクトなターゲティングコミュニケーションが可能になります。

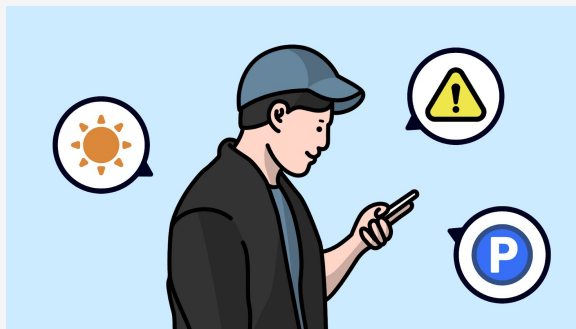
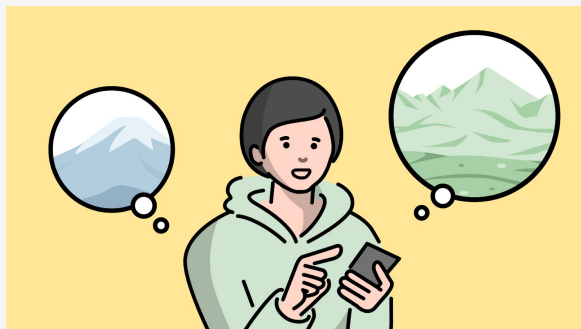
## YAMAP Ads

情報収集中

計画中

登山中

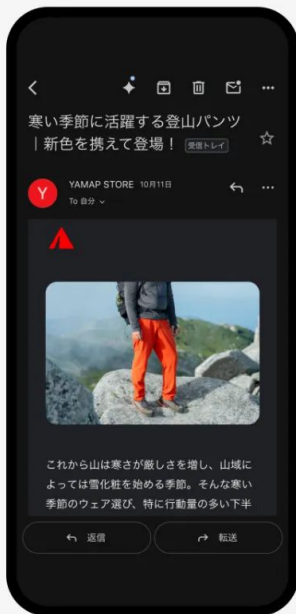
登山後



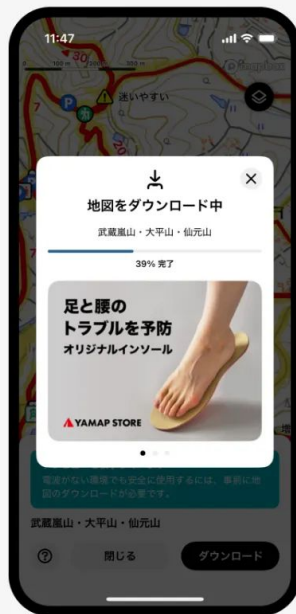
一人ひとりの登山者に、最適なカタチでメッセージを。

認知拡大からファン育成まで、施策の目的に合わせた「4つのアプローチ」でユーザーと深く繋がります。

メールマガジン



バナー広告



ポップアップメッセージ



公式アカウント



想定を上回る反響により、多くの企業様から継続的な支持を獲得。  
単発の施策に留まらず、中長期的なブランド成長を支えるパートナーとして選ばれています。

## A 社（ヘルスケア用品）

メールマガジン

販売促進

配信後4時間で  
在庫完売

## 配信前の課題

課題：マス訴求では表現が抽象的になり、差別化やマンネリ化が課題。

## 配信後の成果

「山の特定シーン」へのインサイト訴求が  
的中。開始4時間で完売。

## B 社（健康アプリ）

ポップアップ

リード獲得

他チャネル対比で  
CPA最安

## 配信前の課題

課題：健康意欲の高いシニア層へ効率よく  
アプローチできていなかった。

## 配信後の成果

狙い通り登山者×シニア層でダウンロード  
多数。他チャネル対比で安価な結果に。

## C 社（アパレル・ファッション）

メールマガジン

購買転換

ROAS160%  
を達成

## 配信前の課題

新規認知が広がらず、ECサイトへの流入  
およびCVRの低迷が課題。

## 配信後の成果

YAMAPユーザーとの高い親和性から効率的  
な購買に繋がり、ROAS 160%を達成。

※掲載している実績は一部です。商材・業種の特定を避けるため一部表現を変更しています。

プロモーションの目的に応じて、最適な配信プランをお選びいただけます。  
アプローチしたいターゲット層や、伝えたい情報の深さに合わせ、最適な組み合わせをご検討ください。

| プラン      | 目的      | 概要                                                             | 料金（税別）    |
|----------|---------|----------------------------------------------------------------|-----------|
| メルマガ広告   | 理解促進・獲得 | 約45～60%の圧倒的な開封率。<br>アクティブなYAMAP会員へ、<br>メルマガ形式で商品のストーリーを直接届けます。 | ¥350,000～ |
| バナー広告    | 認知      | 日常的な接触で認知を最大化。<br>登山行動中の自然なタイミングで広告接触し、<br>ブランド認知を一気に高めます。     | ¥450,000～ |
| ポップアップ広告 | 認知・獲得   | プッシュ型でダイレクトに表示。<br>登山前・後などの最適な瞬間に、<br>特定のユーザに確実に情報を届けます。       | ¥300,000～ |

[【詳細版】YAMAP Adsの媒体資料をダウンロード▶](#)



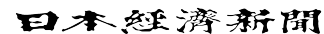


## 6. 会社概要

|      |                       |      |                                                                               |
|------|-----------------------|------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 会社名  | 株式会社ヤマップ (YAMAP INC.) | 事業内容 | 「YAMAPアプリ・Web」開発・運営                                                           |
| 創業日  | 2013年7月18日            |      | 「YAMAP STORE」運営                                                               |
| 代表者  | 春山 慶彦                 |      | 「YAMAPアウトドア保険」販売（ヤマップネイチャランス損害保険代理店）<br>「YAMAP MAGAZINE」運営<br>「YAMAPふるさと納税」運営 |
| 資本金  | 1億円（資本準備金等含む）         | オフィス | 福岡オフィス<br>福岡市博多区博多駅3-23-20 博多AGビル6F                                           |
| 従業員数 | 94名                   |      | 東京オフィス<br>東京都港区西新橋1-5-13 8 東洋海事ビル4F                                           |

## メディア情報











グッドデザイン賞・特別賞  
「ものづくりデザイン賞（中小企業庁長官賞）」受賞



アジアデジタルアート大賞  
「エンターテインメント部門」優秀賞



B Dash Camp 2016 Spring in Fukuoka  
ピッチアリーナ優勝



EYアントレプレナー・オブ・ザ・イヤー 2015  
ジャパン 九州ブロック代表



「2017 Red Herring Top 100  
Global Winners」を受賞



経済産業省「新事業創出のための目利き・支援人材育成等事業」認定事業



環境省・国立公園オフィシャルパートナーシップ締結



国土地理院・登山道情報に関する協力協定締結



第3回宇宙開発利用大賞  
内閣府特命担当大臣（宇宙政策）賞 受賞



経済産業省「J-Startup」に選定



「Ruby biz Grand prix 2021」グランプリ受賞



企業成長率ランキング  
「2021年 日本テクノロジー Fast 50」7位受賞



「FUKUOKA Ruby Award 2022」県知事賞 受賞

Appendix

# YAMAP ユーザー属性

購買力の高い“**アクティブ大人層**”が中心。

40代以上がボリュームゾーン。健康・体験・趣味への投資意欲が高いユーザー基盤です。

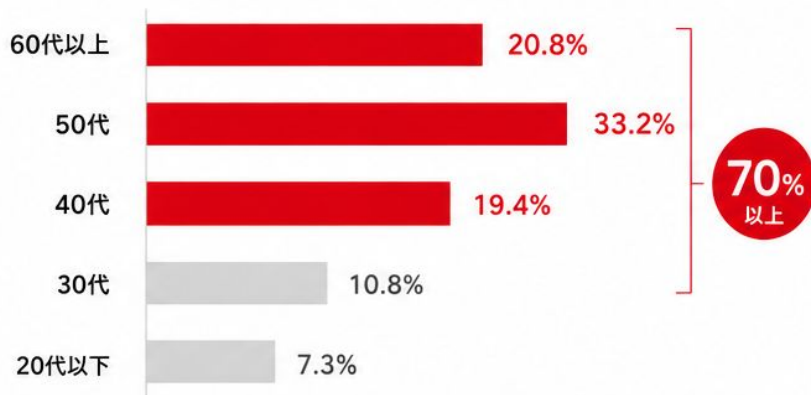
## 年齢

40代以上が

**70%**以上



20～30代も増加しており、  
幅広い層をカバー



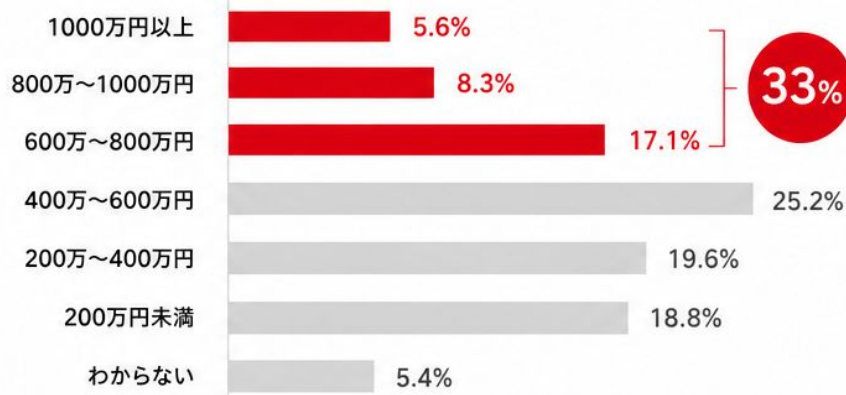
## 個人年収

年収600万円以上が

**33%**を占める



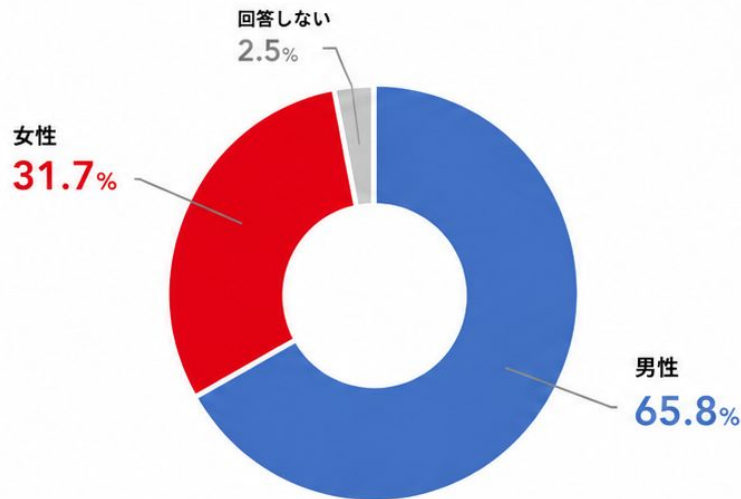
経済的余裕とアクティブな  
行動力を兼ね備えた、  
質の高い消費層です



3大都市圏が約8割。購買意欲の高いアクティブ層を全国規模で網羅。  
性別を問わず幅広いターゲットへ、主要経済圏を中心に効率よくリーチ可能です。

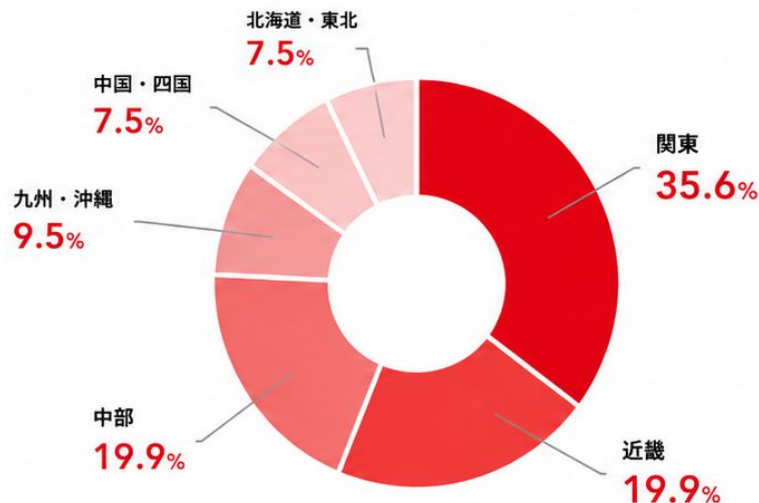
## 性別

- ✓ 男性を中心としつつも、女性比率も約4割と高く、
- ✓ 性別を問わずアプローチ可能です。



## 居住地

- ✓ 関東・中部・近畿の主要経済圏がボリュームゾーン。
- ✓ 地方エリアも含め、全国規模でのリーチが可能です。



※2026年4月時点  
※YAMAP30日以内ログインユーザー対象

© YAMAP Inc.

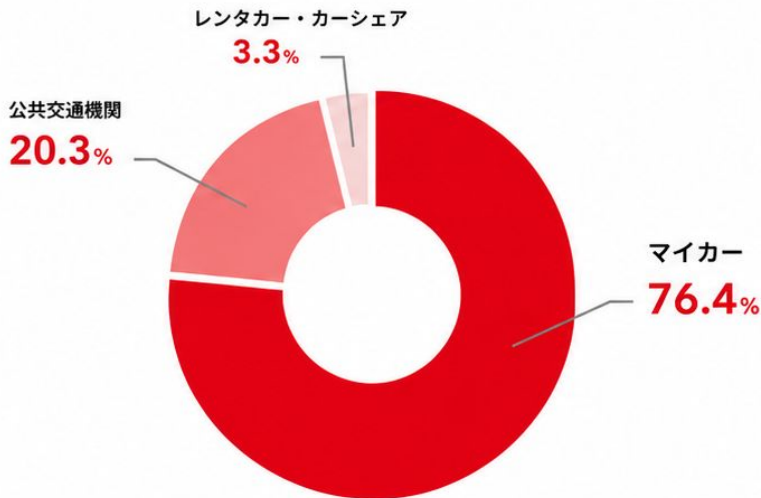
※2026年4月時点  
※YAMAPユーザー480人対象



県境を越えて広範囲に活動する、圧倒的な「**移動力**」。  
山域だけでなく、道中のサービスエリアや宿泊施設、観光地など、地域経済への高い波及効果を持つユーザー層です。

### 移動手段

- ✓ マイカー利用率が7割を超え、自由な移動スタイルが主流。
- ✓ 飲食・ガソリン・宿泊など、道中での消費活動も活発です。



### 活動エリア

- ✓ 都市部から地方へ、県境を越えて広範囲に活動。
- ✓ 長距離移動を伴うため、道中の消費や宿泊にも繋がります。



※2026年4月時点  
※YAMAP30日以内ログインユーザー対象

© YAMAP Inc.

※2025年4月時点  
※YAMAPユーザー10,711件

身体の悩みやトラブルを抱えながらも、挑戦を続けるアクティブ層。  
**機能性食品やセルフケア製品に対する高い潜在ニーズ**が裏付けられています。

## 登山者の悩み



## 相性の良い商材・サービス



### 膝・関節ケア

サプリメント／サポーター  
痛みケアアイテムなど



### 疲労回復

リカバリーウェア／サブリ  
ドリンク／休養サポートなど



### スキンケア

UVケア／保湿ケア  
敏感肌ケアなど



### ボディケア

ボディクリーム／  
入浴剤／マッサージアイテムなど

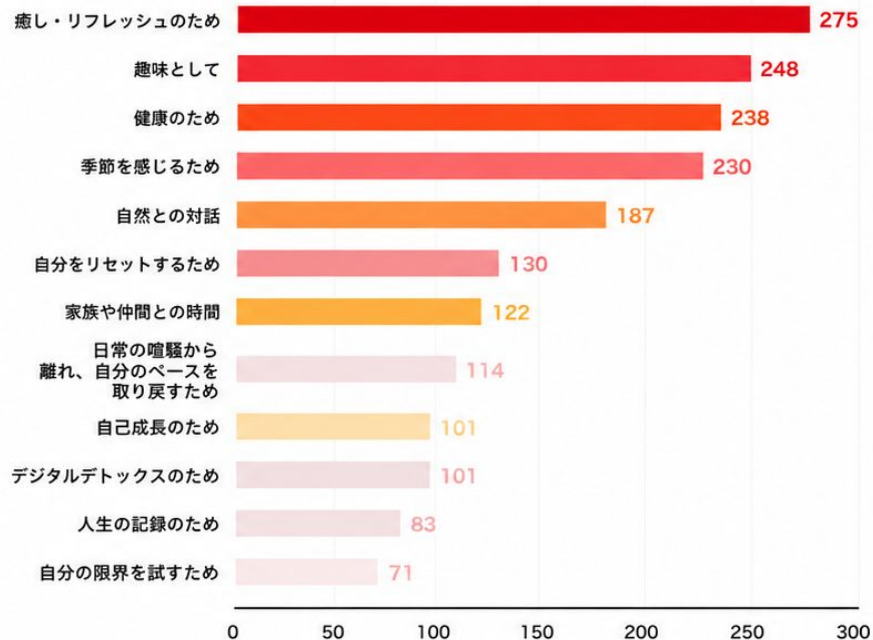


### エネルギー補給

行動食／エネルギー飲料／サプリメントなど

日常のリフレッシュ目的のユーザーが多く、睡眠・美容・健康食品・ガジェットなど、**幅広いライフスタイル商材との高い親和性**を持っています。

## 登山の目的



※2026年4月時点

※YAMAPユーザー480人対象

## 相性の良い商材・サービス



睡眠・寝具ケア



カメラ・  
ガジェット



美容・ウェルネス



デジタル  
デトックス



健康食品

# 地球とつながるよろこび。

山を歩く。風土の中で遊ぶ。  
そこで私たちが伝えたいのは「つながるよろこび」です。

山があり、雨が降り、川が流れ、海に注ぐ。  
草木が芽吹き、命が育ち、あらゆるものが、ぐるぐるとめぐる。  
その「つながり」の中に自分がいるという実感は、  
何ものにもかえがたい、よろこびです。

だから、YAMAPはつくりつづけたい。  
よろこびへとつながる、たくさんのきっかけを。

登山道で。いつもの道で。  
旅で。人と人との支え合いの中で。

地球とつながるよろこびを、ともに体感するために。

## **YAMAP** プロモーションに関するお問い合わせ窓口

---

お問い合わせはこちら

1分程度で入力は完了します