



YAMAP SERVICE GUIDE

企業様向けサービスガイド

2025年5月現在

株式会社ヤマッポ
共創推進事業本部 アウトドア事業開発部



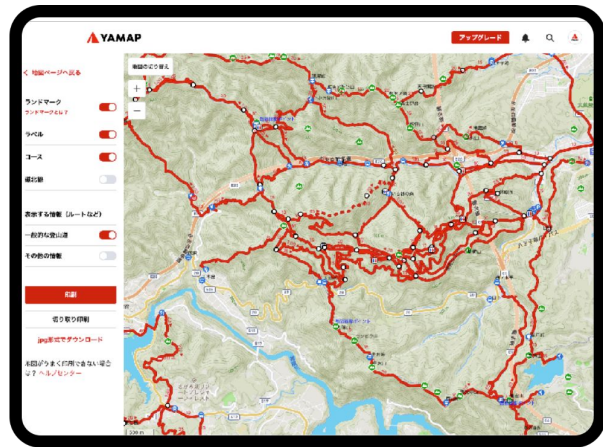
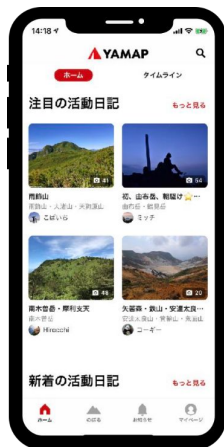
YAMAPとは

電波の届かない山の中でも現在地を表示できる登山GPS地図アプリのサービスです。

会員数が500万人を超える、登山・ハイキング領域で国内No.1のコミュニティ・サービスでもあります。

月間閲覧回数は約2,000万PVに達しており、これは国内登山人口（860万人*）の約60%に相当し、国内トップシェアを誇ります。

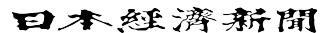
*出典：総務省「15-1 男女、ふだんの健康状態、頻度、年齢、スポーツの種類別行動者数(10歳以上)ー全国」（2021）



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 「YAMAP STORE」運営 「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） 「YAMAP MAGAZINE」運営 「YAMAPふるさと納税」運営
創業日	2013年7月18日		
代表者	春山 慶彦		
資本金	1億円（資本準備金等含む）	オフィス	福岡オフィス 福岡市博多区博多駅3-23-20 博多AGビル6F 東京オフィス 東京都港区西新橋1-5-13 8 東洋海事ビル4F
従業員数	106名		

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



企業向け提供サービス紹介

わたしたちのミッションは、この企業理念を社会実装すること。
社会実装とはすなわち、社会に一般化していくことであり、
自然に触れるよろこびを、その生き方を、誰もが知っていて、愉しんでいる、
日本で当然の「カルチャー」にすることです。

『地球とつながるよろこび。』

を社会実装する集団

ただし、その未来はわたしたちだけで実現できるとは思っていません。
理念をともにする企業・ブランドの皆さま。自治体をはじめとする地域の皆さま
との協業を、連続かつ日本全国で起こしていくことが、やがて社会を変えていく
と信じています。それは単なるマーケティングにとどまらない、
人の生き方すら変える、いわば「カルチャーづくり」への挑戦です。

もちろん、協業にあたっては皆さまのビジネス的利益がある前提で、だからこそ
社会にインパクトを与えうる事業や施策を共につくりあげる所存です。
あなたとヤマップにしかできない「カルチャーづくり」。
この思いに賛同される企業様との出会いを、お待ちしております。

著名なアウトドアブランド様はほぼ全て実績がありほか、登山者やアウトドア愛好家へのアプローチ・同ターゲットへの顧客獲得を希望する一般企業様にも、取り組みは広がっています。

カメラ・スマホ








人生にもっと冒険を

食品・飲料








アパレル・コンシューマー









アウトドア・ギア

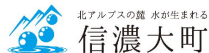









東北から九州まで、過去全国で累計50以上の自治体さまと取り組み実績があります。



YAMAPには以下のような特徴があります。人とメディア双方の強みが噛みあうことで、**より効果的なソリューションとPDCAが可能になり、年度を跨いでの取り組みが複数年継続**しています。

①熱量の高いユーザーを保有

YAMAPのユーザーは非常に活動的です。多くの方が現役の登山者のため、情報提供次第で商品購買に繋がる可能性が高くなります。

アプリ継続率
約90%

MAU (Web / App)
197万人 / 76万人

月間活動日記投稿数
約60万件



②登山者目線で企画・実施

YAMAPメンバーは現役の登山者。ターゲットである登山者目線で企画・遂行できるため、実効性の高い企画を提供し、実施できます。



③多様なタッチポイントを展開

登山アプリはもちろん、コンテンツメディアから各種SNSまで、幅広く展開し、登山ユーザーを囲い込んでいるNo.1プラットフォーム。

YAMAPアプリでのプッシュ通知
150万人

フォロワー数 13万人



フォロワー数 5.9万人



毎月 197万人訪問 (Web)
※アプリは70万人訪問

登山GPSアプリ
YAMAPの
コミュニケーション
チャンネル



メルマガ読者 30万人



フォロワー数 4.9万人



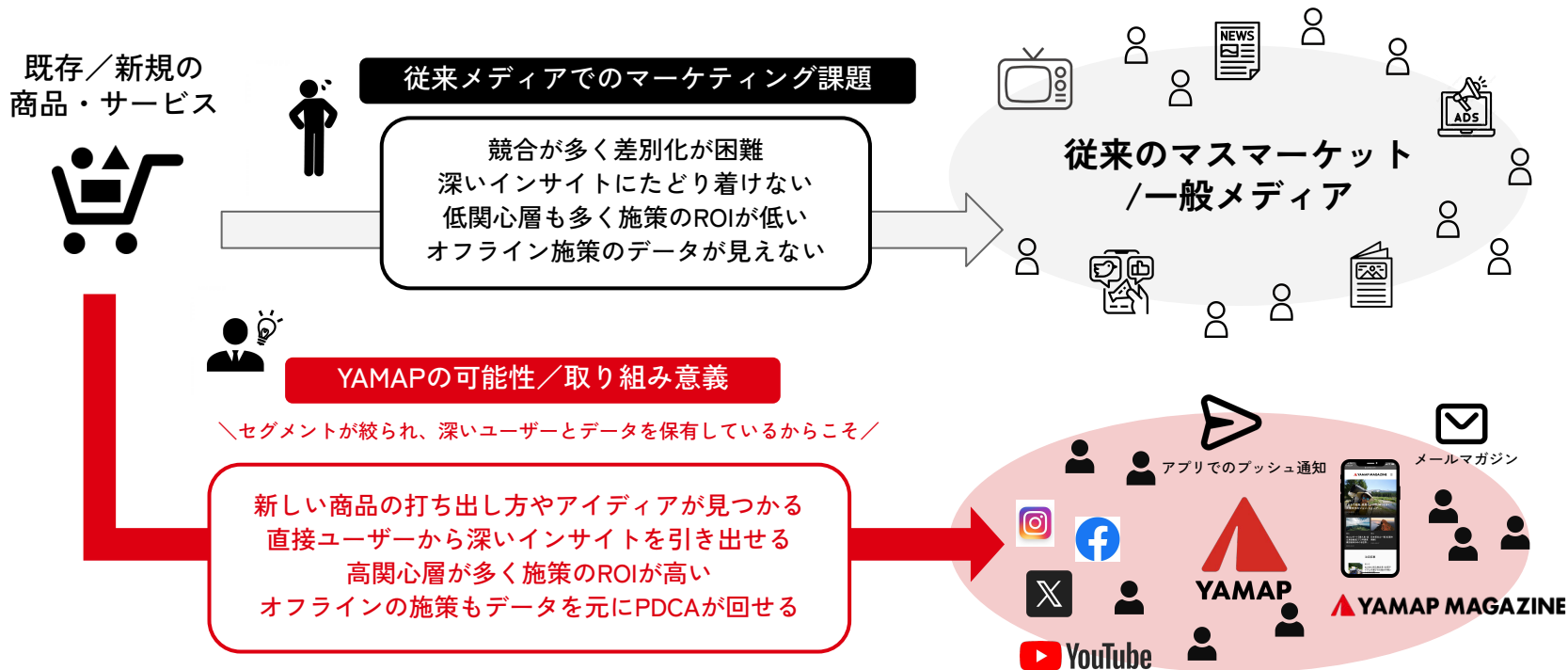
YouTube チャンネル登録者数 8万人

④リアルな顧客属性データを保有

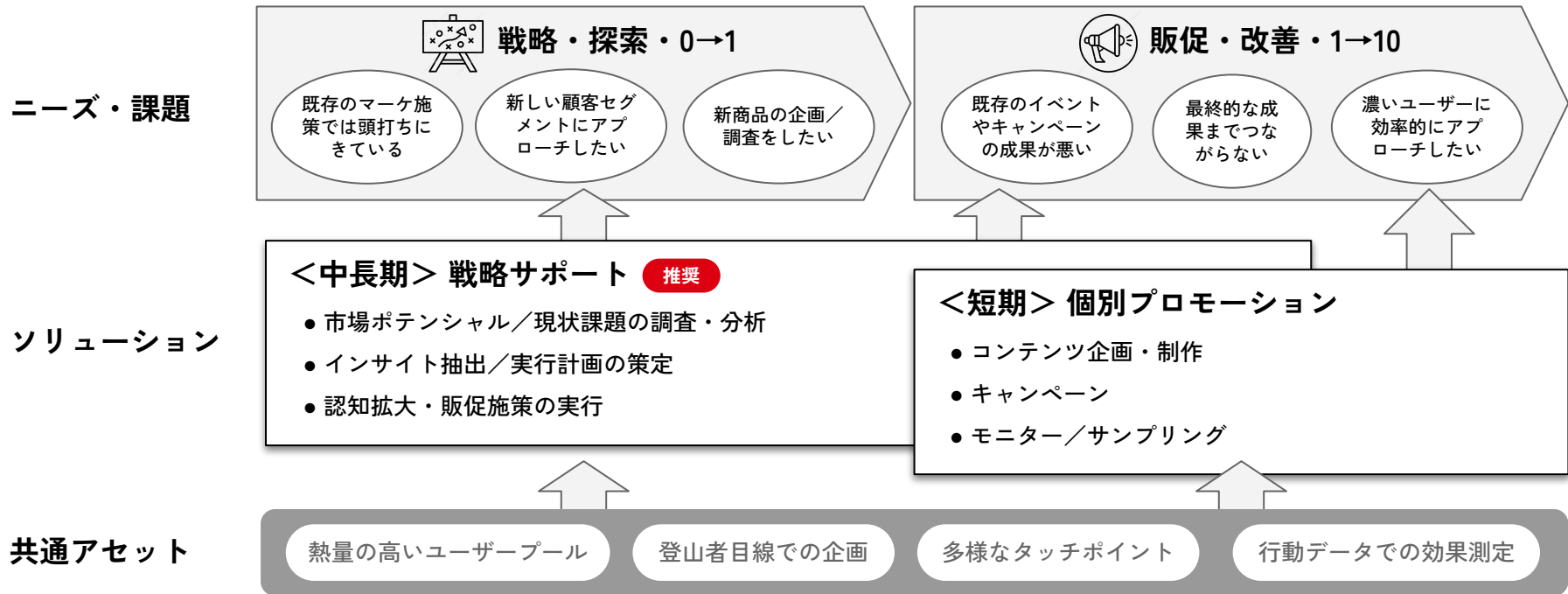
キャンペーン参加者などについて、実際の登山行動も含めた顧客属性を把握・分析することが可能。



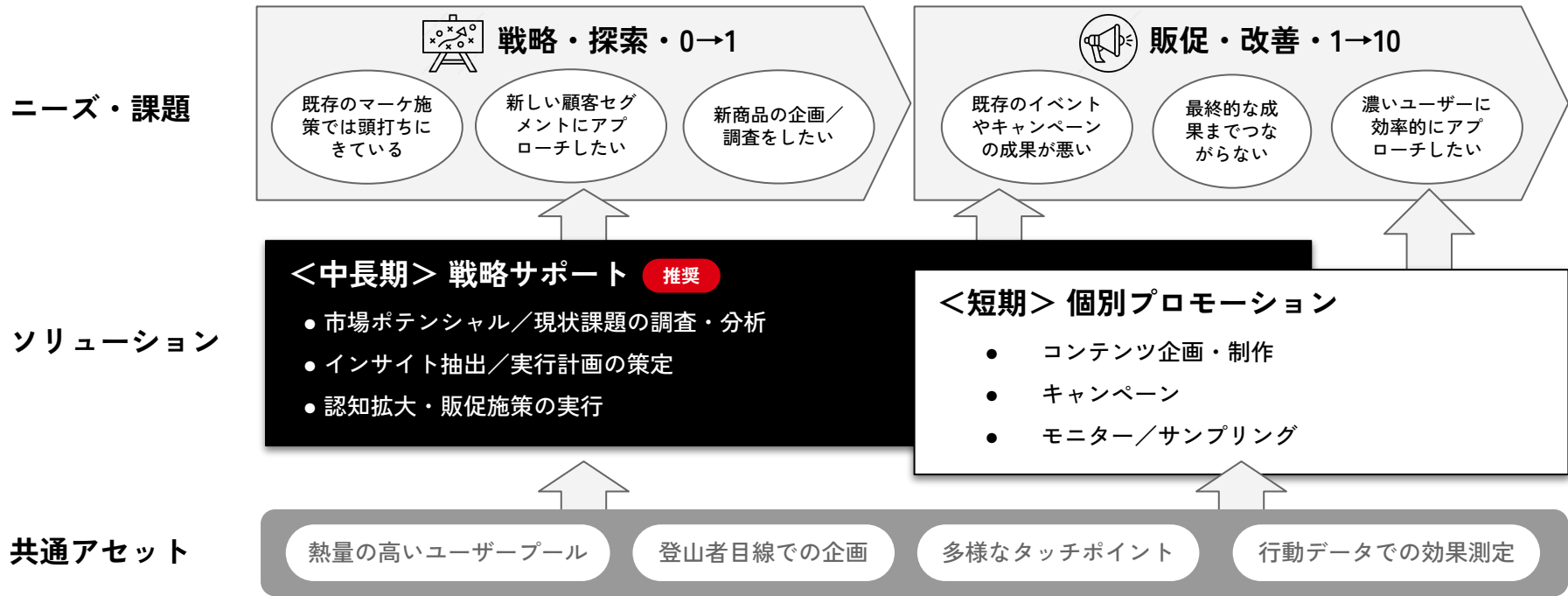
約860万人の登山・ハイキング市場というニッチな領域でサービスを展開していますが、その中で登山アプリ市場の約7割という圧倒的なシェアをYAMAPは占めています。そうしたポジションのサービスであるからこそ、濃いユーザーにファンになってもらう・ユーザーのインサイトが深く知れるといった、**マスマーケティングにはできない価値やソリューションを提供することが可能です。**



戦略設計・そのための探索から実際の販促に至るまで、企業様のニーズに応じて柔軟にサポートします。特に登山者をターゲットにしたワンストップサポートは、他のメディアにはないソリューションであり、企業様からご好評頂いています。



登山者をターゲットとして中長期で戦略を立案し、そのための調査設計から、現状把握後の各種プロモーション施策の立案・実行までワンストップで担います。



OMデジタルソリューションズ株式会社（旧オリンパス）様をクライアントに、**登山者を対象とした新規顧客開拓に向けた戦略サポートを導入**いただいています。ユーザー調査から具体的なターゲット設定、N-1顧客の抽出、ターゲットに最適化したコンテンツ制作・キャンペーン実施など、**年間を通じた戦略構築から各種施策の設計・実施まで一貫して担っています。**

対象企業・ブランド



導入背景・理由

- 登山者市場を開拓したいものの、顧客解像度が粗く、そのために適切な認知拡大の打ち手に悩んでいた。
- ヤママップが登山アプリ市場の7割を占めているという背景があり、具体的な認知施策の打ち手を検討したい旨、ご相談いただく。
- ご相談を受けてヒアリングをすると、ターゲット設定に課題を発見。より具体的かつ適切なターゲット設定をするため、ユーザー調査を実施の上で認知拡大施策を実施することをご提案。

登山者を対象とした市場調査、加えてユーザーへのデプスインタビューを通じてリアルなターゲット顧客のセグメントを可能にしました。この施策によりターゲットをまさに具現化したN1となるユーザーを発見。各施策を設計するうえでのペルソナとして、将来的な新商品開発をも見据えつつ、認知拡大フェーズに移っています。

アンケート調査での 市場評価・戦略仮説構築

認知度の現状を定量的に把握するためにYAMAP
ユーザー向けに認知度調査（アンケート調査）を
実施しました。

「YAMAP」における推定TAM（総顧客数）が109万人存在することが判明し、投資対効果を見込める市場であることを把握できました。

カメラメーカー認知度調査（回答数：8,710名）の項目（例）

[illegible]

未顧客数 (on YAMAP): 109万人(推定*1)
登山用カメラが欲しいユーザー (カメラ未保有者)

*1[注釈] YAMAP登録ユーザー数ベース。MAUベースだと10万人(推定)

デプスインタビュー によるN1調査

YAMAPユーザーへのアンケート/インタビュー調査で、顧客解像度を高め、**クライアントが従来設定していたペルソナとは異なるターゲット顧客像が導出**されました。その結果、まさに「究極のN1」といえるような、ターゲットに完全に合致するユーザーも発見しています。



YAMAPユーザーの中の
「究極のN1」 きらこさん
(※当該企業にとっての)

きらこ ⑤
2024.08.28(水)



《お知らせ》 こんにちは～一眼カメラの購入に至るまでは、めちゃくちゃ迷っちゃいましたが皆様にあい

アプリでの活動日記投稿キャンペーン による認知拡大

「登山シーンに最適なカメラ」であることを訴求するため、活動日記キャンペーンを実施しました。自らの登山記録（活動日記）を他ユーザーに共有できるというコミュニティ機能を活かし、**ユーザーを通じて草の根的に登山者へ認知拡大を図ることが可能です。**



問答中

スマホ写真も応募可能な「登山の思い出」投稿キャンペーン | 賞品は登山に最適な一眼カメラOM-5

戦略サポートでは、500万DLを超える登山者ユーザーを抱え、自らも登山者目線で考えられるヤママップだからできるリアルなターゲット設定を含んだ戦略設計（上流）から、具体的な販促施策の立案・実行（下流）といった打ち手の部分まで、一気通貫の対応が可能です。

提供価値の例



マスマーケットでは
リーチできない新たな
顧客層へリーチできる

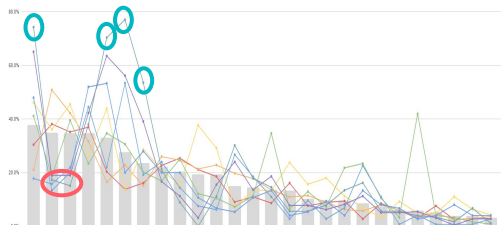
現在の顧客像や
ペルソナが正しいか
検証できる

「登山に最適なxxxx」
というポジション確立
のヒントが得られる

登山・アウトドア
向けの新商品を
共同開発できる

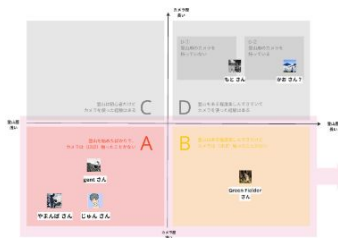
①調査・検証／現状把握

クライアントさまの業界・市場のポテンシャルを図る他、商品認知度や想定顧客の精度を検証するための調査が可能です。



②戦略企画・実行計画

現状把握調査を踏まえ、具体的なターゲットに即した販促施策を年間あるいは複数年単位で立案します。

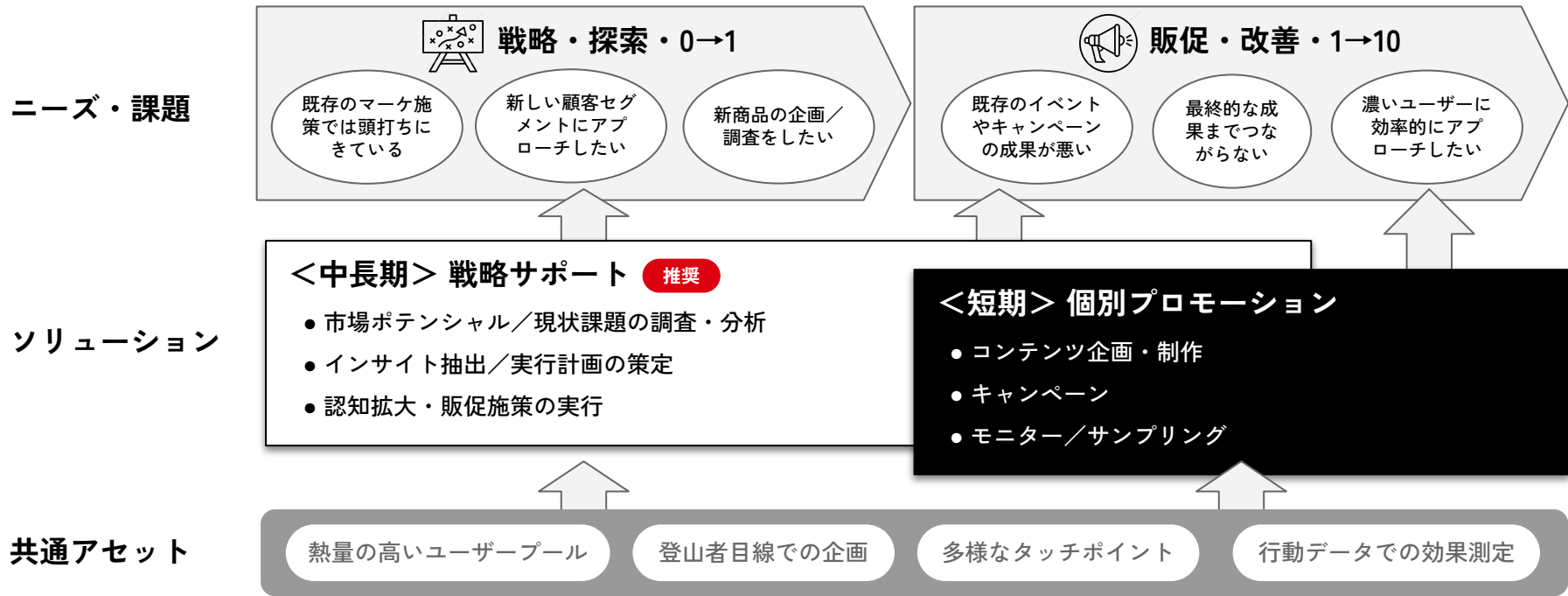


③施策・プロモーション実行

オウンドメディアやアプリ実装の機能・登山者との各種コミュニケーションチャネルを活用し、実践的な施策を実行します。



単発の施策として、各種プロモーションの企画・実施も可能です。具体的な課題に対して最も即した施策を立案。その実行もヤママップが担います。



個別プロモーションでは、月間PV数最大200万のオウンドメディア「YAMAP MAGAZINE」での登山・アウトドア好き向けコンテンツ制作・情報発信や、500万DLを超えるYAMAPアプリユーザー参加型キャンペーンのアプリ実装など、クライアントさまの課題に合わせた多様なプロモーションサービスをご提供します。

提供価値の例



熱量の高いユーザーに
直接アプローチできる

アプリを使うことで、
登山者参加型のキャン
ペーンを設計できる

まずは小規模な予算で
試すことができる

複数の情報発信チャネ
ルを用い、登山者へ認
知拡大できる

コンテンツ企画・制作

登山者に最適化されたコンテンツを企画・制作します。制作したコンテンツは各種コミュニケーションチャンネルでの発信が可能です。



キャンペーン/フォトコンテスト

多くのユーザーを抱えるYAMAPアプリの機能を活用し、いわば一般ユーザーの力を借りたユーザー参加型企画が実装可能です。



亀田の柿の種 活動日記キャンペーン

モニター／サンプリング

登山者ユーザーに実際にクライアントさまの商品をお渡しし、生の声をもとにリアルな口コミとして、記事コンテンツ等での情報発信が可能です。



コンテンツ企画・制作

記事コンテンツ制作

月間100万PVを誇るウェブマガジン「YAMAP MAGAZINE」で記事内でタイアップ記事を制作・公開します。

登山・登山アウトドア好きに絞ってリーチできるのが特徴で、記事公開時にはアプリ上でのプッシュ通知を行うことで、数万規模のPVを獲得することが可能です。

アンケート調査

コミュニティに対してアンケート調査を行うことで登山・アウトドアという明確なセグメントにおける客観的なデータを集めることができます。

ユーザー属性から対象者を絞ってより深い質問を投げかけることも可能です。コミュニティに熱量が高いため、自由記述でもしっかりした回答が多いのも特徴のひとつです。

地図制作

YAMAP上のマップに新しく登山ルートを追加したり、観光スポットを網羅した自然観光マップを提供できます。

各スポットにWEBリンクを設けて詳細情報を表示したり、オフラインでも表示できるポップアップを設定できます。ルートを難易度に合わせて表記するグレーディング調査にも対応します。

動画制作

オリジナルの動画を企画・制作いたします。YAMAP YouTubeチャンネルで人気の「ひげ隊長」シリーズの他、自治体プロモーション動画、商品タイアップ動画などこれまで数々の商品を手掛けており、商材や地域に合わせた動画の制作が可能です。リアルタイムの視聴者コミュニケーションが魅力のライブ動画の配信実績もあります。

イベント企画

アウトドア文脈において訴求力が高いのは「現場での体験価値」です。コミュニティのオフ会的な要素を加えることで、自然な形で集客し交流の場を演出することができます。イベントの体験を参加者がSNSで発信するよう促したり、オウンドメディアでコンテンツ化することにより、体験価値をオンラインで最大限に拡散します。

特設サイト制作

キャンペーン

活動日記キャンペーン

YAMAPアプリ内の機能「活動日記」を用いたユーザー参加型キャンペーンです。ユーザーが山行終了後に登頂ルートや写真、日記のようなコメントも保存でき、ユーザー同士で共有できる活動日記。これの作成時に任意のタグを設定してもらうことで、関連地域や商品等に紐付いたUGCコンテンツをYAMAP内で拡散できます。

デジタルバッジキャンペーン

登頂した山の記録機能では、地図上の特定のスポットをGPSの現在地が通過したかどうかで判定をし、デジタルバッジを付与することができます。これを利用して、誘導したい山頂や観光スポットを設定し、ユーザーに訪れてもらう施策を行えます。自治体様にご利用いただくケースが多いですが、「活動日記で特定のタグを設定して公開すると獲得できる」バッジの実装もできるため、ブランドプロモーションにも活用いただけます。

モニター

モニター／サンプリング

登山・アウトドア好きなYAMAPユーザーをメインターゲットに、商材のモニター/サンプリング施策も可能です。
過去には登山口で数千規模のサンプリング実績もあり、ニッチなターゲットに合わせたサンプリング方法も提案いたします。

貴社の課題解決（ソリューション）が不要の場合、個別プロモーションの実施も可能です。
まずは一度ご相談ください。

内容	料金目安
記事コンテンツ制作	¥2,000,000~
動画配信	¥2,000,000~
活動日記キャンペーン	¥4,500,000~
デジタルバッジキャンペーン	¥6,000,000~

※ダイナミックプライシングを採用しており、実施時期により金額が変動します。
※動画制作、アンケート調査、特設サイト制作などその他メニューはご相談ください。
※施策提供内容により、実施項目・金額が異なります。

お問い合わせ

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
セールス担当

 sales@yamap.co.jp

貴社の課題感とご要望に合わせて個別にご提案させていただきます。

まずは一度ご相談ください。

内容	料金目安
現状把握（マーケットポテンシャル把握） ※アンケート調査(ターゲットの特定と訴求ポイントの検証)	¥3,000,000～
現状把握＋認知拡大 ※各種マーケティング施策実施・認知度調査	¥6,000,000～
現状把握＋販売拡大 ※企業のKGI（商品の販売増・売上増）にコミットした各種マーケティング施策実施・効果測定	¥10,000,000～

※ダイナミックプライシングを採用しており、実施時期により金額が変動します。

※施策提供内容により、実施項目・金額が異なります。

お問い合わせ

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

セールス担当



sales@yamap.co.jp



企業とのタイアップ事例

YAMAPユーザーを活用して 読者に自分事化を促進

日本新薬 様

記事コンテンツ制作

特設サイト制作

LIVE配信

URL : <https://sp.yamap.com/winzone/>

「YAMAPユーザーを活用」したタイアップ事例です。
サプリメントを製造開発している日本新薬様からのお題は「中高年の登山者に訴求したい」。そこで、ユーザーをモデルに起用して、日本第二位の高峰「北岳」登頂を目指し、登山前から体を整える「準備編」と北岳登山を取材した「挑戦編」の2本のタイアップ記事を制作しました。
YAMAPの中高年ユーザーをモデルとして起用する事で、読者に「自分事」として登山でのサプリ活用を意識してもらい、「北岳挑戦」という目標に向けて日々のトレーニングとサプリメント活用のヒントを提案しました。
また、「レベルアップ登山術」という括りで特設サイト化することで、コラボのブランディングと「サプリメント 登山」というワードでの検索順位の獲得に繋がりました。



アプリユーザーを巻き込み、座談会や商品開発を実施。登山者の生の声を商品に反映。

京セラ 様

記事コンテンツ制作

モニター／サンプリング

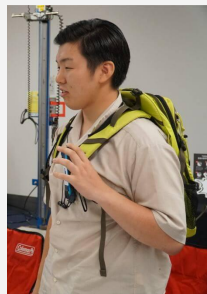
まとめ記事ページ：<https://yamap.com/magazine/6016>

京セラ様のアウトドア専用スマホ「TORQUE」シリーズのプロモーション施策です。アプリユーザーの中から、アンケートを通して「TORQUE」ユーザーを抽出し、スマホ自体の使い勝手や、スマホホルダーについての座談会を実施しました。また、座談会で交わされた意見をもとに、アウトドアユースにあったスマホホルダーを開発。座談会や開発風景を読み物記事にして、プロモーションを行いました。さらに座談会参加者には、開発したホルダーを進呈するプレゼントキャンペーンも実施しました。

国内最大級の登山・アウトドアプラットフォームだからこそ、ギアやエリアに関する熱量の高い意見を持ったユーザーが集まるという強みがあります。



普段TORQUEを使用するユーザーの座談会や、サンプルテストを実施



トップページ 使う 小物

公開日 2019.10.09 更新日 2020.11.17

Sponsored

使う

YAMAPコラボスペシャル！TORQUE G04専用ホルダーが完成しました！

開発経緯を記事



ユーザーの声を反映した
スマホホルダー

三菱自動車×YAMAP

登山文脈の掛け合わせでブランド認知拡大

三菱自動車 様

記事コンテンツ制作

特設サイト制作

URL : <https://sp.yamap.com/mmc/>

YAMAPIは三菱自動車とタイアップし、ブランドサイトや動画を制作。クルマとアウトドアの楽しみ方を提案するプロモーション施策を実施しました。

統一された世界観のもと、HIKE & BIKE、HIKE & CLIMB等の自動車を用いたアウトドアの魅力をコンテンツにしました。

本施策内で紹介している車種を、ユーザーさんがブランドサイトを通じて認知。実際に購入に至ったなど、明確なプロモーション効果も表れている事例です。



自動車を利用した動画・記事など、
アウトドアコンテンツの制作を行いました。

HIKE & BIKE



HIKE & CLIMB



歴史になぞらえ、複数回の現地訪問を促す バッジキャンペーン

京王電鉄 様

デジタルバッジキャンペーン

特設サイト制作

古来より正□・5□・9□はお詣りの□とされてきました。慣習では「正五九(しょうごく)詣り」として年三回のお参りが推奨されてきた歴史をなぞらえ、「高尾山お三度参り」として年間で3度の高尾来訪を促すキャンペーンです。

YAMAPアプリを使って高尾山の薬王院を参拝された方へ、冬(12・1・2月)、春(4・5・6月)、晩夏～秋(8・9・10月)それぞれの季節をあしらったデジタルバッジをアプリ上で付与します。そして3つのバッジを揃えた方には、アプリ上のコンプリートデジタルバッジに加え、特別な「ピンバッジ」をご用意しました。

コンプリートで獲得できるピンバッジは用意した1500個が全て配布が完了し、特設サイトのPVはも11万を超える好評企画となりました。



特設サイトでおおすすめのコースやスポット情報を紹介



三度訪れた人だけがもらえるピンバッジ

登山における行動食シーンでの利用訴求を ユーザーが盛り上げる活動日記キャンペーン アプリ内での応募投稿は1万件超え

亀田製菓 様

活動日記キャンペーン

ユーザーを巻き込んだ登山市場の開拓に寄与するのが活動日記キャンペーンです。
「亀田の柿の種」を持って登山を楽しんだ様子をYAMAPアプリ内で活動日記または
モーメントに投稿してくれた方の中から、100名様にオリジナルコラボボトルと亀田
の柿の種をセットでプレゼントするというキャンペーンを実施。
応募条件には、投稿した「活動日記」か「モーメント」の中で、「亀田の柿の種」が
写った写真が1枚以上あること、「#行動食には亀田の柿の種」もしくは「#山頂では
亀田の柿の種」のタグがつけられていることを設定し、ユーザーによる投稿を促しま
した。
合計14,000件を超える投稿が集まり、UGCの拡散とともに、登山市場におけるリアル
な登山者口コミを生み出したことで、2年継続して実施しています。



終了 亀田の柿の種 活動日記キャンペーン

応募期間 2023.04.19 - 2023.06.18

[応募画面へ](#)

[応募要項を見る](#)

「亀田の柿の種」をお供に、活動日記やモーメントで楽しい写真を投稿しよう

素敵な投稿をしてくれた方にはオリジナルコラボボトルと亀田の柿の種をセットでプレゼント！

