

地域の魅力発信!

山と自然で
“人”を動かす
山と溪谷社の
ソリューション
事例集

自然・山岳の専門メディア社として、
山と溪谷社は90年以上にわたり、豊富な出版実績と情報発信を展開してきました。
スタッフの知恵と経験と発想力を結集し、
「山」「自然」「旅」を軸にした「トレッキング・ツーリズム」をテーマとする
幅広い“魅力創造”のソリューションをご提供することで
地域の活性化と観光振興にお役に立てることをお約束します。

専門メディア社ならではの
企画力・実行力で
「地域の課題」を解決します！

ヤマケイだからできる、
 ヤマケイにしかできない制作力と、
 コンサルティング&マッチング。
 山と溪谷社は、山と自然で“人”を動かします。

狩猟メディアでのPR、
 イベント企画、
 ツール制作など
 →P.19

山岳関係に
 焦点を当てた求人情報
 →P.18

野生動物による
 被害と
 ハンター不足を
 どうにかしたい

希望者と
 現地をめぐる
 移住見学会
 →P.16

移住定住の
 希望者を
 増やしたい

山岳自然愛好者向け
 移住ウェブサイトや
 ツールの制作
 →P.16

インバウンドの
 観光客を
 呼び込みたい

自然・山岳情報
 外国語版ウェブサイトの構築
 →P.13

登山×観光、
 アドベンチャー×観光など
 高付加価値コンテンツや
 ツアーの造成
 →P.19

雑誌やウェブサイト、YouTube、
 SNSなど、さまざまなメディアを
 活用したプロモーション
 →P.6~11

山と街を周遊する
 キャンペーンやイベントの
 企画・運営
 →P.8

山・自然はたくさんあるけれど、
**どこに魅力があるのか、
 どう発信してよいか**わからない

旅行会社と協力した
 モニターツアーの
 企画・運営
 →P.11

登山者への
 アンケート調査
 →P.18

地域を訪れる
登山者を増やしたい



地域の課題

地域の山を
 実踏調査して
 登山情報を収集
 →P.14

登山だけでなく
 地域に
 お金を落とす**観光**
 をしてほしい

登山・観光地図や
 リーフレット、小冊子
 などのツール制作
 →P.14

国内外の
 登山者に向けた
ツールを作りたい

提携する
 全国登山用品店にて
 ツールの店頭配布
 →P.7

山と溪谷社からの
 ご提案

英語・中国語の
 登山地図やリーフレットなど
 外国語版ツール制作
 →P.12

山と溪谷社のメディア一覧

雑誌・ムックなどの刊行物

山と溪谷

毎月15日発売の総合登山情報誌

ROCK&SNOW

国内唯一のクライミング専門誌

夏山JOY
Natsuyama

夏山登山の
全国コース
ガイド雑誌

山釣りJOY

大人の冒険心、知的好奇心を
誘う溪流釣り専門誌

狩猟生活

Hunting Magazine
ビギナーからベテランまで
役立つ狩猟情報専門誌

#CLIMBING

スポーツクライミングに
特化したファンブック

富士山ブック

日本でいちばん詳しい
富士登山ガイドブック

CAMP LIFE

キャンプビギナーに向けた
ハウツー&スタイルブック

skier

別冊付録『skier親子版』と合わせ
“滑る”楽しさと最新情報が満載

Quadruple
Real

フィギュアスケート
男子シングル専門の
ファンブック

ウェブサイト & YouTube & アプリ

**山と溪谷
オンライン**

日本最大級の
登山情報サイト

**山と溪谷
Channel**

専門メディア社が運営する
本格登山YouTubeチャンネル

ヤマスタ
YAMASTA

スマホを使って
楽しく集める
デジタルスタンプ
ラリーアプリ



**HIKES
IN JAPAN**

海外で見られている
日本の登山情報サイト

登山ガイドブック



47都道府県の山の
情報を集めたガイドブック
「分県登山ガイド」
シリーズなど

環境保全への取り組み



日本山岳遺産基金
JAPAN MOUNTAINS HERITAGE FUND

豊かな自然・文化を
次世代に継承して
いくための基金

山と溪谷社の主なサービス



雑誌・ムック

純広告の掲載や、オリジナルタイアップの制作、雑誌付録の制作など



ウェブサイト

各種バナーの掲載や、特設ページ、オリジナルタイアップなどの制作など



SNS

X (旧Twitter)、Facebookなどの各種SNSを活用した情報の拡散



YouTube

YouTubeチャンネルを使った動画タイアップのほか、LIVE配信によるイベントなど



ツール制作

パンフレットやリーフレット、登山地図の制作、および登山用品店などでのツール配布



実踏調査

ツール制作やタイアップの一環として、登山道の実踏調査や登山道の利用者数調査など



イベント企画

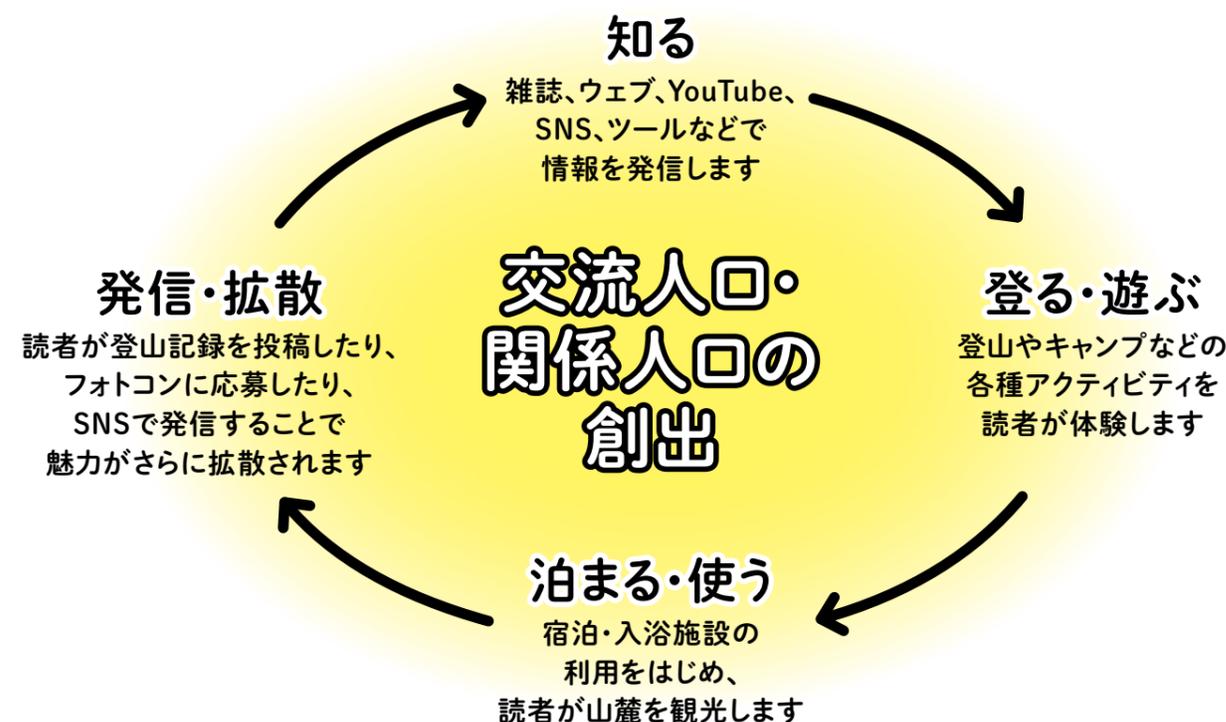
山岳著名人を活用したモニターツアーやトークイベント、フォトコンや写真教室の企画・運営



アンケート

ウェブやメルマガ、SNSなどを活用した登山者を対象とするアンケートや実態調査など

山と溪谷社のトレッキング・ツーリズム



雑誌・ムック

『山と溪谷』をはじめとする雑誌媒体



山と溪谷社の雑誌・ムック(不定期刊行物)は、登山者やアウトドアアクティビティの愛好者向けに特化しており、美しい写真グラフやタイムリーで魅力的な特集記事、実用的な用具・技術・ガイドなどの情報により、多くの読者を引きつけています。月刊誌『山と溪谷』では、登山やハイキングの最新情報、詳細なコースガイド、専門家のアドバイスが豊富に掲載されており、信頼性の高い情報源として評価されています。

雑誌・ムックの強み

明確な読者層をターゲットにしているため、ニーズに合った情報を届けることができます。また、手に取って読むという感覚的な体験は、読者に情報を印象付ける力があります。誌面での広告掲載、タイアップ、付録制作をはじめ、ウェブやYouTubeとの連携も可能です。

事例① 福島県新地町

課題

新地町は福島県浜通りの北に位置し、コロナ渦という状況下で、東日本大震災から10年後の“今”を正しく伝え、新地町の認知を拡大させたい。ならびにその魅力をプロモーションすることで風評被害を払拭したい。

提案

福島県再生加速化交付金事業として、観光コンテンツの造成、モニターツアーの企画・催行、プロモーションサイトの制作などを実施。そのなかで、新地町の観光資源である鹿狼山(429m)を紹介するオリジナルタイアップを雑誌に掲載しました。



登山系インフルエンサーに出演いただき、鹿狼山と周辺施設の魅力・楽しみ方を紹介しました。『山と溪谷』2023年1月号掲載

事例② 八幡平市観光協会(岩手県八幡平市)

課題

市町村合併で八幡平市が誕生し、山の名称と国立公園、市の名称が同じになった。一方で、八幡平市を代表する「裏岩手縦走路」には、「八幡平」というワードがなく「岩手山、八幡平、安比高原50kmトレイル」として、より多くの観光客を迎えたい。



取材で撮影した写真を使用し、6ページにわたってエリアやコースの魅力を紹介しました。『夏山JOY』2023掲載

提案

八幡平や安比のリゾート施設と協力し、「岩手山、八幡平、安比高原50kmトレイル」のマップ制作や、さまざまなメディアでのタイアップを提案。冬季には、上記リゾート施設とともにスノーアクティビティエリアを紹介することで、八幡平の知名度を上げています。

事例③ 鹿児島県

課題

国内の登山者や観光客をターゲットとした、鹿児島県内の山と観光のプロモーションを活字媒体を活用して実施したい。
※「国内誘客プロモーション(活字媒体を活用した情報発信)業務」に参加し、企画競争入札にて受託。

提案

『山と溪谷』の別冊付録として20ページの記事を展開しました。また、同内容をウェブ『山と溪谷オンライン』にも展開し、SNSでの誘導のほか、YouTube「山と溪谷ch.」でも取材動画を制作するなど、メディアミックスにてPRしました。



登山情報や山麓観光情報を収録した小冊子を作成。雑誌付録のほか、提携するショップにて配布しました。『山と溪谷』2022年3月号別冊付録

ウェブ 山と溪谷オンライン

2010年、『ヤマケイオンライン』としてサービス開始。

登山地の残雪・花・紅葉などの最新情報や登山界のニュース、登山地図閲覧&計画サービス、登山記録投稿などの機能を提供して展開し、2023年5月に『山と溪谷オンライン』としてリニューアルしました。月間約180万UU、600万PV、会員43万人超が集まるウェブサイトです。

ウェブ媒体の強み

サイト運営の中で、会員向けメールマガジン(21万通以上)を発信しているほか、SNSも運用し、X(旧Twitter)11万人、Facebook6.2万人のフォロワーを抱え、登山愛好者へしっかりリーチできる媒体です。

タイアップから特設ページ制作、メルマガなど、さまざまなプランをご用意
企業様、自治体様のご要望に合わせて、広告宣伝手法やタイアップ事例をご提案しています。



事例① ふくしま尾瀬(福島県)

課題

福島県から訪れる尾瀬の魅力
を情報発信するとともに、フォトコン
テスト、ムービーコンテストを実施する
ことで、その魅力を登山者に伝えたい。ま
た、「ふくしま尾瀬」を目的地とする公募
ツアーを2回実施し、そのツアーの様子
をYouTubeで発信したい。

提案

『山と溪谷オンライン』内に特
設ページ「フォト&ムービーコンテスト」
を設置したほか、複数の雑誌・ムックで
も展開するメディアミックスを実施。ツ
アーは、動画撮影教室と親子自然体験を
テーマにして企画し、動画レポートを
YouTubeに公開しました。



フォトコンテストは、2部門20作品が入賞。
ムービーコンテストは5作品が入賞となりました



事例② 阿智☆昼神観光局(長野県阿智村)



課題

百名山の恵那山を含む村内の「阿智セ
ブンサミツ」をPRしながら、阿智村が「登山初
心者からベテランまで楽しめる山々のある村」と
して認知されるようにしたい。定期的に山と溪谷
社とコラボした登山イベントを実施したい。



阿智セブンサミツの登り方の紹介のほか、
定期的にイベント情報を発信する形で運用を続けています

提案

長期にわたって『山と溪谷オンライン』に
特設ページを設置し、イベントコンテンツ、開催告知、
当日取材、事後レポートなどで協力しながら、定期的
に登山イベントを実施しました。ウェブとSNSのリー
チ力を生かして認知度を高めています。

事例③ 長野県安曇野市



課題

安曇野市街の西には日本を代
表する山岳地・北アルプスの高峰が並ぶ。
一方で、東にも山脈が連なっているが、
北アルプスに比べると小ぶりなこともあ
って登山者が少ないので、認知度を上げ
て観光を始めて誘客したい。



制作したハイキングマップは登山口に設置したほか、
データをウェブサイトにも掲載し、
ブラウザ上で確認できるようにしました

提案

北アルプスを展望できる「安
曇野ひがし山」として、ウェブを中心にPR
を展開。手軽に登れて絶景を望み、観光も
楽しめるプランやハイキングマップの制
作のほか、地元の自然写真家とともに山
を歩くフォトツアーを実施しました。

YouTube 山と溪谷ch.



山岳雑誌『山と溪谷』のYouTube版として、全国の山の魅力や、安全登山のノウハウ、最新の山道具などを紹介するYouTubeチャンネルです。

チャンネル登録者数は9万人を超え、合計200本以上の動画を配信しています。

YouTubeの強み

雑誌の購買層やウェブの会員という垣根を超え、幅広い登山愛好者に視聴してもらえます。美しい映像とわかりやすい音声解説で、地域の魅力を発信できるのも魅力です。

さまざまな要望に対応する動画制作

「山と溪谷ch.」では、地域の魅力発信に最適な動画制作を心がけており、以下の3種類の構成を基本とし、ご要望に最適な動画の制作方法をご提案します。

登山案内……動画のために現地で撮影を行ないます。

レポート……登山ツアーやイベントを実施し、その様子を撮影します。

LIVE配信……視聴者が興味のあるテーマと豊富なゲストを迎え、地域の魅力を視聴者参加型で発信します。

事例① 登山案内 × 岐阜県



課題 飛騨地域の自然資源の魅力を発信し、登山者に岐阜県側から乗鞍岳にアプローチしてもらうほか、回遊してもらうためのキャンペーンを行ないたい。
※「中部山岳国立公園プロモーション強化事業（乗鞍キャンペーン）」に入札し受託。

提案 『山と溪谷オンライン』に特設ページを設置して情報発信を実施。また、弊社が企画したスタンプラリーキャンペーンの利用促進のため、人気の登山YouTuberにキャンペーンを実践してもらい、その魅力を双方のYouTubeチャンネルにて公開しました。



「初心者でも楽しめる3000m峰 花と絶景の乗鞍岳へ」QRコードを活用し、アプリをDLしなくても楽しめるデジタルスタンプラリーの解説と、達成ノベルティの紹介も兼ねたPR動画となりました

事例② 登山案内 × JAPAN TRAIL



課題 全国各地のロングトレイルをつないだ全長1万kmの「JAPAN TRAIL」構想を広め、登山者に興味をもってほしい。過去に実施したことのある雑誌やウェブを使ったタイアップとは異なる新しい手法でPRしたい。

提案 人気の登山YouTuberとのコラボレーションを提案し、「岩手山・八幡平・安比高原50kmトレイル」のロングトレイルを実践取材。山と溪谷ch.とYouTuberのそれぞれのチャンネルで違う視点の動画として公開し、計28,000回以上の再生回数を得ました。



「岩手山・八幡平・安比高原50kmトレイルへ！」登山の楽しさ、山の美しさに加え、山麓の温泉や文化も紹介するなど、地域の魅力を盛り込みました

事例③ レポート × 福島県



課題 「ふくしま尾瀬」の魅力発信事業（P.8参照）のメインコンテンツである「ムービーコンテスト」を実施するにあたり、「動画撮影・編集」が学べるような公募ツアーを実施し、またその様子を動画にしたい。

提案 スマホを使った動画編集テクニックを解説する書籍の著者を講師に招き、「スマホで撮影・編集し、3日でショートムービーを完成させる」をテーマとする動画撮影教室ツアーを実施。その様子を山と溪谷ch.にも公開し、YouTubeでもコツを理解できるようにしました。



「登山者必見！映える動画の撮り方、つなぎ方」動画の撮影技術、特に編集技術には興味のある登山者が多く、全国からツアーの申込みをいただきました

事例④ LIVE配信 × 秋田県



課題 秋田県と青森県にまたがる世界自然遺産の白神山地は世界最大級のブナの原生林が見られ、貴重な生態系が保たれており、この美しい自然を多くの人に訪れて体感してほしい。地域の魅力と観光情報を含んだ動画にして発信したい。

提案 「あきた白神」をブランド化するプロジェクトとともに、ウェブの特設ページの制作のほか、モデルやYouTuberとコラボしたPR動画を多数制作。白神山地の世界遺産30周年を迎えた2023年には、LIVE配信でその魅力を発信しました。



「世界自然遺産登録30周年記念トークイベント『あきた白神のここがすごい！』」地元の名物ガイドをはじめ、地域で働く方に出演いただき、動画の制作とLIVE配信で魅力を発信しました

ツール・ウェブ

インバウンド旅行者への プロモーション対応



日本の山を歩く外国人客が増えています。彼らにどう安全に楽しんで山を歩いてもらうかは地域の大きな課題となっています。また、せっかく観光に訪れてくれたのだから、山麓の地域文化や食文化も大いに知ってもらいたい、そしてできれば再訪してもらいたい。山と溪谷社のインバウンド事業は1回きりでなくリピートしていただくための情報提供に重きを置いた外国人目線に立った施策です。どの地域も課題は同様なので、ここでは提案事例のみを紹介します。

事例① 中部山岳国立公園(環境省信越自然環境事務所)

提案 中部山岳国立公園は、北アルプス一帯を占める日本を代表する山岳公園です。このエリアを訪れる登山者が年々増しているという背景もあって、英語版の登山地図を制作しました。表面には登山地図、裏面には登山のアドバイスおよび周辺案内を掲載し、登山と観光に役立つツールとしました。



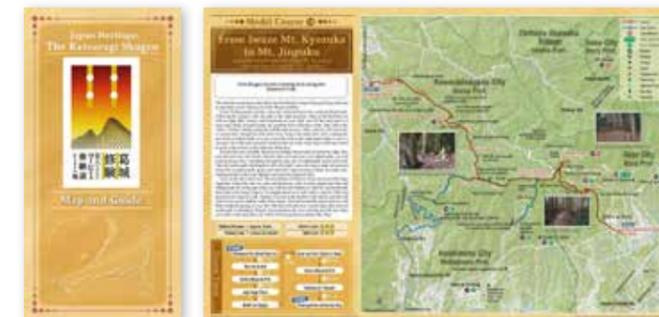
事例② 尾瀬国立公園(福島県)

提案 英語圏だけでなく、中国からの観光客に対応する登山地図の制作を行いました。制作したのは「英語版」「繁体字版」「簡体字版」の3種類で、それぞれ表面には尾瀬エリア全体の登山地図を、裏面には登山アドバイスおよび周辺案内を掲載しました。



事例③ 日本遺産・葛城修験(和歌山県)

提案 経塚巡りの旧修験道(登山・ハイキング道)について実踏調査を行ない、その調査結果をもとに登山・ハイキング道の策定とコースタイムを設定しました。その後、登山地図と構成文化財ガイドを掲載した小冊子を、日本語版・英語版の2種類で制作しました。



事例④ 日光国立公園(自然公園財団・日光支部)

提案 外国人観光客からの人気が高い日光国立公園、奥日光エリアの英語版登山地図を制作しました。表面には登山地図、裏面には登山のアドバイスおよび周辺案内を掲載し、登山と観光に役立つツールとしました。



事例⑤ 富士山(富士山世界文化遺産協議会議)

提案 弊社ガイドムック『富士山ブック』にて富士登山啓発・注意のオリジナルタイアップを日本人登山者に向けて実施しました。その後、同タイアップを英語に翻訳し、リーフレットとして制作。現地で外国人登山者に配布しました。



HIKES IN JAPANのご紹介

すばらしい日本の山を安全に楽しく歩いてもらうために、全国の登山情報を世界に発信する英語版の専門サイトです。ガイドだけでなく自然概論や山小屋活用法、遭難時の対応なども掲載。注目の「アドベンチャー・ツーリズム」にも則して、世界中と接点もてるInstagramでも情報を発信しています。



そのほかの事例

コンサルティング業務

企画・運営、講演、実踏調査など



雑誌・ムックでのタイアップ掲載やウェブ、動画等の制作だけでなく、山と溪谷社には地域の課題を解決するための第一歩として幅広いコンサルティングの実績があります。広域での事業展開における取りまとめや、現地登山道などにおける実踏調査、コースタイムの整備、山岳自然業界に造詣の深い有識者やインフルエンサーの派遣、イベントの運営など、地域のブランド力向上のバックサポートを行なっています。

事例① 妙高戸隠連山国立公園「歩く利用」事業

課題 妙高戸隠連山国立公園内での滞在時間を広域的にもっと延長させ、満足度の向上を図りたい。またそのための課題を整理し、関連自治体で協議、解決していきたい。

提案 地域の関係者を集めて「歩く利用」を推進するためのワークショップや講演会を開催しました。また全国の先進地域事例を調査し、現地の抱える問題点を現地調査により取りまとめ、「点と点」から「面」での利用を促進するための意識づくりを強化。具体的な集客事業へのヒントを数多く見つけることができました。



事例② 室生青山赤目国立公園 実踏調査

課題 “修験の道”で知られる同国立公園を観光資源として確立させたい。そのための登山・ハイキングコースの実情を調査してコースタイムを設定し、マップ&ガイドのツールを制作したい。

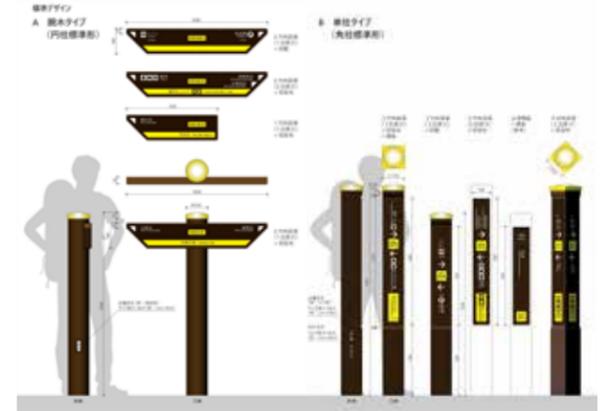
提案 現地に精通したスタッフによる実踏調査を1カ月にわたり実施し、指導標の不備や道の不具合などの課題を取りまとめました。このデータをもとに国立公園全域に登山・ハイキングコースを策定したB2判マップ(仕上りサイズはB5判)を制作。さらにこれを翻訳し、英語版、繁体字版も展開しました。



事例③ 北アルプス登山道標デザイン統一事業

課題 長野、岐阜、富山にまたがる北アルプスは外国人に人気があるが、登山道標が統一されておらず不備も多い。世界水準の山岳地としてふさわしい統一された登山道標をデザインし、安全登山につなげていきたい。

提案 世界の先進事例を調査した上で、工業デザイナーによる「円柱+矢羽」「角柱(高・低)」「壁面パネル」4種類のデザイン基準を策定しました。3県で関係者による検討会を実施し、素材、表記の書体・色、さらにはピクトグラムも統一。外国人登山者の安全登山を考慮して、ナンバリングのルール作りまでを行ないました。



事例④ 山から始める福島の旅 ウェブ制作

課題 福島県内には7つの日本百名山をはじめとする名山が多い。登山者にもっと観光客になってもらうために山麓情報満載の「登山+観光」のホームページを制作し、福島県の魅力をより多くの人に知ってもらいたい。

提案 まず、福島県でも特に魅力のある「ふくしま30座」を策定し、すべての山を現地取材しました。これを「浜通り」「中通り」「会津」エリアにわかりやすく配置し、コースタイム入りのマップ、登山ガイド、山麓情報を掲載。「登山+山麓観光」のセット組みで展開しています。情報の更新等にも迅速に対応する運営およびメンテナンス業務も行なっています。



そのほかのコンサルティング事例

大雪山登山道利用者推計調査業務

提案 大雪山国立公園の登山口に設置してある登山カウンターを集計。登山者数を把握し、とりまとめ、環境省の同国立公園管理運営の基礎資料として活用いただきました。またカウンターのデータ回収、集計、メンテナンスに至るまでの指針を取りまとめ、マニュアルを策定しました。

「山の日」記念式典関連事業

提案 山の日アンバサダーとしての記念式典コンサルティングを行ない、登山雑誌や登山専門サイトによる式典の告知と周知を実施しました。また、ユニバーサル・ツーリズムをテーマとしたシンポジウムやトークイベントの企画運営の実績もあります。

長野県・御嶽山噴火災害対応記録集の制作

提案 御嶽山の噴火という自然災害に対し、長野県の救助・救出活動と防災対策について、山と溪谷社ならではの取材力と知見を結集しまとめた報告書です。火山災害は日本全体の課題。発生した際に自治体や関係機関がどう連携して活動すべきか、その礎となるべく制作しました。

講演

提案 地域の自然・山岳資源をどう活用すべきか、どう発信すべきか、これらを主なテーマに講演の依頼を承っています。専門メディア社だからこそその熟達したスタッフ、あるいは有識者やインフルエンサーの派遣まで、「山と自然で人を動かす」ための実りのある内容が好評です。

移住定住プロモーション ウェブ、移住見学会、 ツール制作など



山と溪谷社の移住定住プロモーションは、地方自治体に向けて登山・アウトドアの魅力を活用した地域活性化を支援しています。登山愛好者にとって自然の豊かな山麓での暮らしは憧れの一つです。こうした移住意欲の高い登山愛好者を対象にした特設ページを制作し、移住希望者の関心を引きつけるための情報提供や移住体験イベントの企画・運営を行なっています。「地域のことを知ってもらい、移住してもらいたい」という課題に対し、山と溪谷社で実施してきた事例を紹介します。

事例① 長野県大町市

提案

北アルプスの主要登山口を有する山麓の街ということもあり、移住候補地として「いつかは」と憧れを抱く登山者が多い地域です。一方で、実際にアクションを起こす人は少ないという背景があり、移住後の暮らしを具体的にイメージしてもらう機会を創出する移住見学会を実施。山が好きで移住したという先輩移住者に協力してもらい、地域の方との交流、北アルプスを眺められるビュースポットへの登山などを行ない、登山愛好者の人生の決断を後押ししてきました。2018年以降、本イベントを通して毎年移住者が出ています。



事例② 北アルプス連携自立圏



提案

北アルプス連携自立圏では、長野県北西部に位置する小谷村、白馬村、大町市、池田町、松川村の5市町村が連携し、それぞれの地域の資源を生かしながら地域・生活圏づくりを行なっています。北アルプス連携自立圏の特設ページを制作し、それぞれの地域の魅力や、移住をサポートする取り組み、先輩移住者へのインタビュー、地域おこし協力隊座談会などを数年かけて掲載。また、特設ページに掲載した充実の情報を小冊子にまとめ、イベントにて配布するなど、登山愛好者に向けた情報発信、ツール制作を継続してきました。



事例③ 長野県佐久地域振興局



提案

観光地として有名な軽井沢町をはじめ、小諸市や佐久市など、11の市町村から成る佐久地域について、各地域の特色や魅力の特設ページで発信。四季折々のアウトドアの遊びや、先輩移住者へのインタビューなどをまとめました。また、当初は現地での移住見学会を想定していましたが、新型コロナウイルスの影響もあり、オンラインでの移住セミナーに切り替えて実施。多くの方に参加いただき、各市町村との個別オンライン面談も行なうなど、移住検討者の現地訪問につながりました。



事例④ 山形県寒河江市



提案

市職員が「典型的な郊外型の町」という寒河江市。登山愛好者目線で市の魅力を探してほしいという相談をもとに、市民から親しまれている里山「葉山」を中心としたアウトドアライフスタイルに着眼して、その魅力を発信しました。地元の方が「生活するうえで便利だけど、適度に田舎」というその住みやすさを移住希望者に知ってもらうため、先輩移住者を都内に招いての移住セミナーや現地での移住体験ツアーなども実施しました。



その他の事例

ニュース掲載、メルマガ、求人情報、アンケート調査など



地域の課題は、そのエリアの特色ごとに本当にさまざま。山と溪谷社では、こうした多様なご相談に対応できるよう、スタッフの知恵と経験を生かして多数の提案を行ってきました。なかには、「とにかく急いで情報を発信したい」「限られた予算のなかでできることを実施したい」「登山者向けの求人情報を発信したい」といったご相談をいただくことも。これまでの事例で紹介しきれなかった山と溪谷社の自治体様向け施策をまとめました。

施策① 山のニュース・メルマガ

提案 ウェブ『山と溪谷オンライン』では、毎日さまざまな「山のニュース」を発信し、その更新情報をXやFacebookで拡散しています。このニュース掲載・拡散システムを利用し、ご希望の情報を有料パブリシティとしてご活用いただけます。また、『山と溪谷オンライン』では、定期的にメルマガを配信しており、メルマガ会員は21万人を超えます。このメルマガ定期便にて広告を掲載することも可能です。



左/「山のニュース」として掲載した大町市観光協会の情報 右/メルマガはHTML形式で、広告に写真を掲載することも可能です



施策② 山の求人情報

提案 ウェブ『山と溪谷オンライン』では、トップページに「山の求人情報」というバナーを掲出しており、有料にて求人情報を掲載可能です。山が好き、自然が好き、アウトドア用品が好きというユーザーに向けて、「好き」や「経験」を仕事にできる、山小屋、旅行会社、メーカー、ショップなどの求人情報を、常時20~40件近く掲載しています。山に関連する仕事であれば、自治体様からの求人情報を掲載することも可能です。

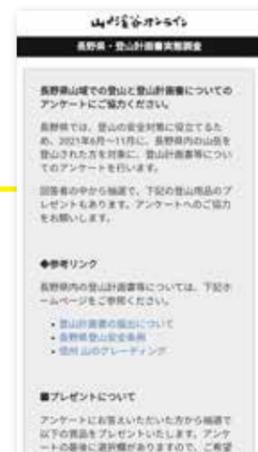


『山と溪谷オンライン』のトップページにある「山の求人情報」のバナーからアクセスできます



施策③ 登山者アンケート調査

提案 40万人を超える『山と溪谷オンライン』の会員を対象に、アンケート調査を実施することも可能です。過去には「長野県山域での登山と登山計画書について」というテーマで、2021年6月から9月にかけて、長野県内の山を登山した人が登山計画書を提出したかどうか、その方法や理由に関するアンケート調査を実施しました。



2021年に実施した長野県での登山と登山計画書に関するアンケート。回答者には抽選で登山用品が当たる、というプレゼント企画を組み合わせることで多くのユーザーに参加いただきました

施策④ ヤマスタ



提案 スマートフォンのGPS機能を利用した登山でのデジタルスタンプラリーアプリ「ヤマスタ」の運営も行なっています。各ポイントに到達後、「チェックイン」をすることでデジタルスタンプが入手でき、すべてのスタンプを集めるとオリジナル缶バッジや特製ピンズがもらえます。デジタルとリアルを組み合わせたスタンプラリーが好評で、自治体様や鉄道会社様とコラボレーションした誘客企画も多数行なっています。



全国さまざまな場所でのスタンプラリーを実施することが可能です



施策⑥ イベント

提案 山と溪谷社では登山やアウトドアを愛する人たちのコミュニケーションを図るためのリアルイベントも行なっています。中部山岳国立公園にて開催している「湖沢フェスティバル」では、環境保全、安全登山、次世代育成をテーマに、ビギナーの方にも安全で楽しく登山を楽しんでもらうフェスを開催してきました。また、東京・高尾山や神奈川・東丹沢では見る、聞く、体験するをテーマに山を楽しむコンテンツが盛りだくさんの「山もり！フェス」も行ないました。



国立公園内で開催される唯一の山岳フェス、湖沢フェスティバル。コロナ禍で休止しましたが、2024年に6年ぶりに開催します。

施策⑤ 有害鳥獣捕獲協力



提案 山と溪谷社では『狩猟生活』という趣味の狩猟を楽しむための雑誌を刊行しています。また、『狩猟生活』では「note」にて情報も発信しており、紙媒体とnoteを組み合わせることで有害鳥獣捕獲協力等の情報発信を行なうことも可能です。2024年には千葉県有害鳥獣捕獲協力隊の隊員募集という求人案内をnoteを活用して発信しました。



『狩猟生活』のnote。紙媒体とnoteを組み合わせることで、より多くのユーザーに専門的な情報を発信しています

施策⑦ ツアー造成

提案 山と溪谷社では、登山系の旅行会社と協力し「アドベンチャー・ツーリズム」などのツアー造成の提案も行なっています。単なる登山や観光を脱却し、地域の文化や歴史、伝統も体験できるアウトドアアクティビティの造成は全国的に需要が高まっており、専門メディアならではの知識と経験を結集したツアー商品を全国で採用いただいています。



山と溪谷社が提案した道東でのアドベンチャーツアーのひとつ。体験を重視したコンテンツを制作しています

本事例集のほかにもさまざまな事例がございます。タイアップした誌面や制作したツールはサンプルをお送りすることもできますので、裏表紙に掲載している問合せ先からお気軽にご相談ください。



お問い合わせ

株式会社 山と溪谷社 法人営業部

〒101-0051

東京都千代田区神田神保町1-105

神保町三井ビルディング

koukoku-yk@yamakei.co.jp

Tel: 03-6744-1907 Fax: 03-6744-1929

<https://www.yamakei.co.jp/ad>



*本資料に掲載している内容は、2024年6月時点のものです。