

事例研究

ユーザーにより創り上げられた登山情報共有サイト

「ヤマレコ」に関する考察

A Study on

“Yamareco”

Mountain-climbing Information-Sharing Site by Users

2014年6月

金 悠佳

慶應義塾大学 商学部 濱岡豊研究会 13期

要約

今日、情報提供は、専門家や企業だけに限らず、一般人も行えるようになってきている。株式会社ヤマレコによる、登山専用サイト「ヤマレコ」で提供される登山情報は、すべて登山者ユーザーの投稿によるものである。金銭的報酬は一切なく、時間も労力も要する地道な作業にも関わらず、年々ユーザーは増加し、情報は膨大な量になり、日本最大級の登山専用コミュニティサイトへと成長した。企業のサポートがあったことも関連するが、ユーザーの自己効力感や楽しさによる要因が成功へつながったと考えた。

キーワード：ユーザー、情報共有、自己効力感、楽しさ

目次

1. はじめに
2. 概要
 - 1) 「ヤマレコ」とは
 - 2) 収益
 - 3) 内容
3. 成功要因
 - 1) ユーザー要因
 - 2) 運営要因
 - 3) システム要因
 - 4) 成功要因のまとめ表
 - 5) 類似サイト「やぶこぎネット」との比較
4. 企業の宣伝活動
5. まとめと考察
6. 参考文献

本文

1. はじめに

近年、「山ガール」などの言葉に代表されるよう、年齢・性別を問わず、登山ブームが沸き起こっている。日本一高い山・富士山が世界遺産に認定されたことも後押ししているのであろう。筆者自身、高校時代より登山の世界に足を踏み入れ、現在も登山サークルに所属している。

一般的に、旅行をする際には、観光スポットのリサーチや宿泊先の決定・予約を行う。同様に、登山をする際も、おすすすめポイントのリサーチや小屋、テント泊の場合は適所を見つける必要がある。これに加え、観光地と違って、山は人間の足でしか入れない場所であるため、ルートに危険箇所がないか、道の状態が悪くないか、水場はあるのか、などの情報が必須となってくる。そして、これらの情報は実際に行ったことのある人にしか分からないことである。そこで生まれたのが、登山専用情報交換・共有サイト「ヤマレコ」である。互いに自らの山行記録を公開することで、情報の共有をするのである。今回は「ヤマレコ」をユーザー・イノベーションの事例として取り上げ、考察を進めた。

2. 概要

株式会社ヤマレコについて概要を述べる。



図：ヤマレコ トップ画面

出典：ヤマレコ (2014/6/4 アクセス) <<http://www.yamareco.com/>>

1) 「ヤマレコ」とは

「ヤマレコ」は、「また山にいきたくなる。山の記録を楽しく共有できる」をコンセプトに開設された登山専用のコミュニティサイトである。本サイトの第一目的は、「情報共有」である。株式会社ヤマレコは場所を提供するだけであり、ユーザーも情報を閲覧するだけでなく、ユーザー自身が情報の発信者となり創り上げられたものである。

元々は、山岳会「カモの会」内で作られたシステムであったが、的場一峰氏により一般向けに作られたのが始まりである。

2007年には、「Yahoo! JAPAN WEB API コンテスト 検索・地図情報・その他 API 部門 グランプリ」を受賞、さらに翌2008年、信濃毎日新聞社の「信毎ホームページ大賞 2008 特別賞」を受賞し、口コミによる宣伝効果もあったとみ

られ、ユーザー数を徐々に伸ばした。2013年7月には、「株式会社ヤマレコ」を創業した。現在では、スマートフォン用アプリも開発され、登山者向けのコミュニティサイトとしては、日本最大級と言える。

2) 収益

「ヤマレコ」の収益は、約80%以上が広告掲載による収入と有料会員の月額料金から成り立っている。その他には、関連グッズの利益や寄付が含まれる。

3) 内容

「ヤマレコ」のサービスを利用するにあたり、山行記録の閲覧や検索をする場合は、会員登録をしなくても利用することができる。無料会員登録をすると、記録の作成や他者との交流機能を利用することができる。さらに、有料会員登録をすると、高度な検索、容量の増加などの特典が受けられる。

以下、「ヤマレコ」の機能について紹介する。

3-1) 山行記録検索

全ユーザーが、会員ユーザーにより投稿された山行記録を検索することができる。検索方法としては、山名を記入する他、目的地が未定の場合は、「日帰り」「泊まり」「トレラン」「クライミング」「沢登り」「滑走」「子連れ」のジャンルや地域ごとに分類されているため、条件に合わせて検索することも可能である。有料会員のみ、より便利に検索が可能となる「季節」「日数」「表示順」の条件が利用できる。

また、全山行記録のルートが記載された地図から、およその範囲を選択し、検索することもできる。(参照：図1)



図1 地図検索

出典：「ヤマレコ 地図検索」（2014/3/10 アクセス）

http://www.yamareco.com/modules/yamareco/showroute_rec2.php?showtrks=1

3-2) 山行記録登録

各会員ユーザーは、サイト上に自身の山行記録を投稿できる。記入項目は、必須科目の「場所」「エリア」「ジャンル」「日程」「メンバー」と、選択項目の「担当」「天気」「アクセス」「コースタイム」「コース状況」「装備」「感想」がある。また、地図にルートを記入し、写真を地図と照らし合わせることもできる。他者からのコメントを受け付けることもできる。

投稿された山行記録は、情報量の目安として写真枚数や文字数に応じて、5段階にランク付けされる。さらに、このランク付けによりポイントが付与され、ポイントを貯めることによって写真や記録の容量が増加するシステムになっている。

3-3) 山のデータ

Yahoo! JAPANの地図、国土地理院の2万5000分の1地形図、フリー百科事典Wikipediaと連動して、山の情報を検索することができる。

3-4) 日記

会員ユーザーは、登山関連に関わらず、日記を書くことができる。

3-5) ヤマノート

上記3-4) 日記とは別に、各会員ユーザーが、自身の保有する登山関連の技術・知識を共有するために投稿する。「ジャンル共通」「登山・ハイキング」「雪山登山」「トレラン」「クライミング/沢登り」「山スキー/ボード」「技術・知識」「山道具・装備」「IT」「山ごはんレシピ」「その他」といった分類ができる。

3-6) 質問箱

会員ユーザー同士、質問を解決する場である。「山の情報」「カラダ管理」「装備」「落とし物」「たずね人」「ツアー/講習」「ヤマレコ」「その他」の分類がされている。

3-7) グループとコミュニティ

会員ユーザー同士によるグループやコミュニティがあり、交流の場が設けられている。

グループは、山行を共にする人たちの集まりであり、加入には承認が必要となる。記録として使用されている。

コミュニティは、「山」「山岳会、ワンゲル」「温泉、山小屋」「食事、お酒」「トレーニング、ジム」「ブランド、山道具」「知識、技術」「地域」「同年代」「音楽」「ゲーム、PC」「本、マンガ」アート、写真」「テレビ番組」「非公開、連絡用」「その他」のように登山関連情報から個人の趣味までユーザー同士が自由に語り合う集まりである。また、コミュニティには、管理人による「サポート掲示板」が設置されており、ユーザーの要望を受け付けている。

2014年6月10日現在、グループは951個、コミュニティは87個存在している。

3. 成功要因

「ヤマレコ」は2005年に開設され、2007、2008年と賞を受賞したことをきっかけに、アクセス数もユーザー数も伸びている。2014年6月10日現時点で、ユーザー数は105,033人、山行記録は412,510件にも上る。

ユーザー数と山行記録の増加と共に、情報共有を第一目的とする「ヤマレコ」の価値も増加している。開設以来、順調に運営されている成功要因を三つの視点から考察する。

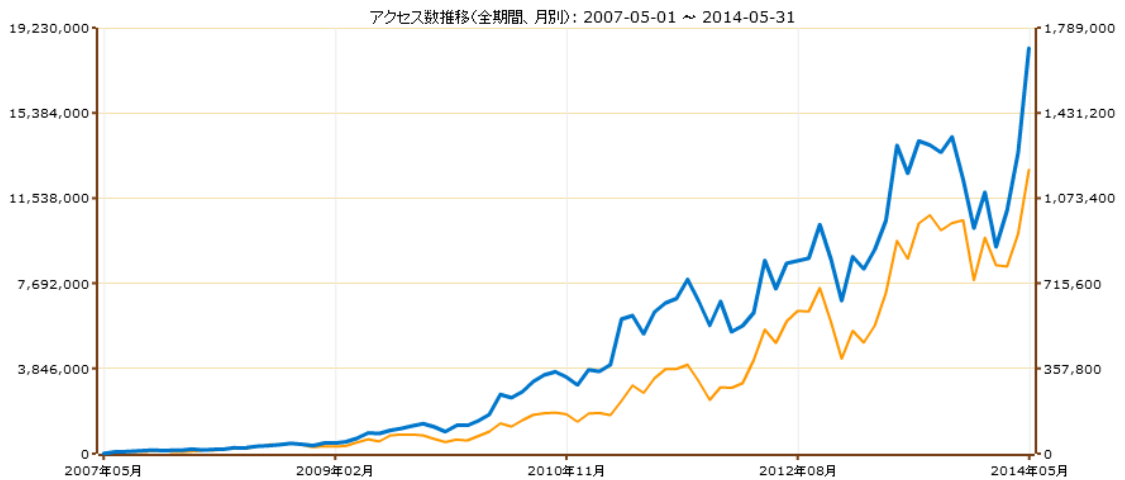


図2 アクセス状況 (青線がページビュー、オレンジ線がユーザー数を示す)¹

出典:「ヤマレコ アクセス状況」(2014/6/10 アクセス)

<<http://www.yamareco.com/modules/yamareco/ga.php?mode=all>>

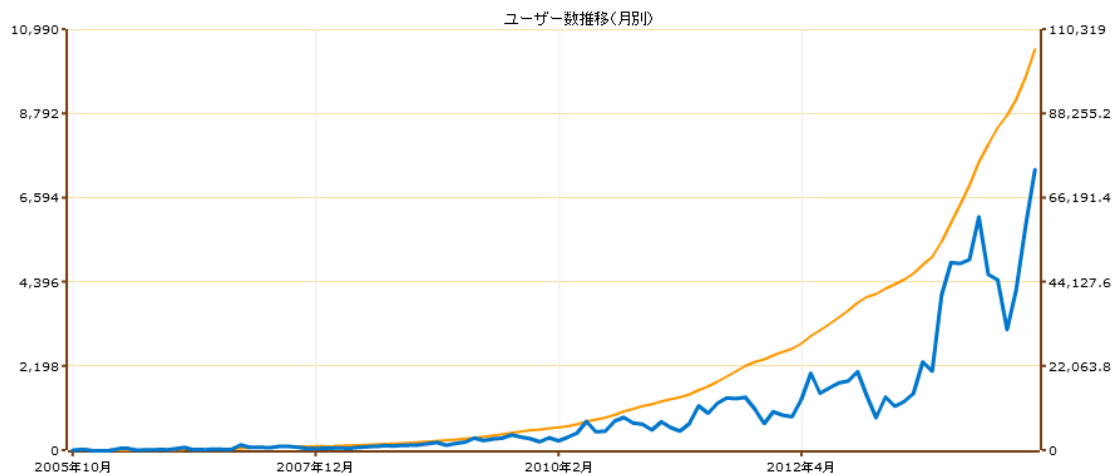


図3 ユーザー数の推移 (青線が新規、オレンジ線が合計を示す)

出典:「ヤマレコ アクセス状況」(2014/6/10 アクセス)

<http://www.yamareco.com/modules/yamareco/num_users.php>

1) ユーザー要因

「ヤマレコ」が円滑に運営されるためには、閲覧者だけでなく、山行記録やヤマノートを投稿するユーザーの存在が必須である。だが、山行記録やヤマノートを書き上げるには、かなりの時間と労力を要する。自分用あるいはグルー

¹ 増減が激しい理由としては、誰でも登山できる無雪期と限られた人しか登山をしない積雪期に分かれるからである。

プ内で共有する場合は、省略して記録することもできるが、一般に向けて公開する場合には、人に読まれることを意識して執筆も慎重になるものである。また、金銭的報酬は一切ない。それでも山行記録やヤマノートを書こうとする動機として、自分の書いた山行記録やヤマノートによって他者に対して有益な情報を与えられることで得られる「自己効力感」が考えられる。感謝や激励のコメントにより、さらに「自己効力感」を得られると考えられる。

他には、「名声・認知欲求」が働いていることも考えられる。レベルが高いと言われる山行をしたのならば、それを多くの人々の目に晒すことで「名声・認知欲求」を満たすことができる。「自己顕示欲」とも言い換えられる。

2) 運営要因

管理者である的場一峰氏も登山をしており、「ヤマレコ」の一ユーザーでもある。ユーザー側の視点も持ち合わせているため、ユーザーに寄り添った運営がなされている。また、ユーザーからの質問・要望を受け付ける掲示板への管理者の素早い対応により、ユーザーへ安心感がもたらされていると考えられる。

3) システム要因

山行記録や日記においては、コメントのやり取りが行える。質問箱やコミュニティなどでは、ユーザー同士で情報交換や共有ができる。身近に登山者がいなくとも、登山について語り合える交流の場を設けることで、ユーザーの「ヤマレコ」への利用頻度を高めていると考えられる。

4) 成功要因のまとめ表

上記1)～3)の成功要因を表にまとめた。大きく「個人のモチベーション」「コミュニティ」「企業」に分け、「ヤマレコ」の成功に影響を与えた程度を「○」「△」「空欄」の記号で表した。

表1 「ヤマレコ」の成功要因のまとめ表

成功要因		記号	概要
個人のモチベーション	自己効力感	○	他人の役に立てていることが実感できる。
	責任感	△	「ヤマレコ」以外にも市販ガイドブックにも情報はあることにはあるので、そこまで大きな要因にはならない

	自己顕示欲	○	難易度の高い山行をしたことを公開できる
	楽しさ	○	自己の記録を簡単に残せる点と交流できる点が挙げられる
コミュニティ	インターアクション	○	山行記録に関してコメントのやりとりができる
	共有	○	山行情報以外にも、登山全般に関する情報の共有もできる
企業	登録制	△	登録なしでも利用できるが、登録した方が利用しやすい
	手順の明確化	○	フォーマットが完成されている
	サポート	○	質問や要望への対応が早い
	ソフトウェアの提供		特に見られない
	イベント		まだ回数は少ない
	商品化		関連グッズの販売はあるが、影響は少ないと考える
	課金	△	有料会員の特典が少ないように思える

5) 類似サイト「やぶこぎネット」との比較

「やぶこぎネット」も「ヤマレコ」と同様、登山に関する情報共有を目的とするサイトである。

表2から分かるように、情報数・ユーザー数に大きな差が見られる。「やぶこぎネット」はユーザー数が少ないためかオフ会が定期的に行われており、ユーザー同士の結びつきは強いと考えられる。関西圏のユーザーが集中していることも影響しているだろう。「やぶこぎネット」は個人が運営する掲示板に近い形のサイトであるため、山行記録の投稿や検索の利便性が劣っている。

以上から、「やぶこぎネット」は自己効力感や楽しさといったユーザー要因では大きな差が見られないものの、運営やシステム要因で「ヤマレコ」と差がつ

いたと考えられる。

表2 「ヤマレコ」と「やぶこぎネット」の比較

	ヤマレコ	やぶこぎネット
地域	全国、海外もある	関西に偏りがある
山行情報数	406,553件	14,691件
山行記録フォーマット	あり	なし（指示のみ）
検索	条件検索可	キーワード検索のみ
ユーザー数	102,881人	106人
ユーザー期限	なし	あり
ユーザー未登録者	閲覧・検索可、書き込み不可	閲覧・検索・書き込み可
サイト上の交流	あり	あり
オフ会	過去に1度のみ、企業主催	定期的にあり（管理人も参加）、ユーザー主催ユーザーのみ参加もあり
営利性	営利	非営利

4. 企業の宣伝活動

「ヤマレコ」の第一目的は、「情報共有」であるため、山行記録とユーザーの増加が目的達成につながると考えられる。以下、株式会社ヤマレコが行っている宣伝活動について述べる。

1) 宣伝ページの作成

「ヤマレコ」はユーザー登録なしでも閲覧・検索ができるため、情報収集にのみ利用することもできるが、「情報共有」という目的達成のためには、まずユーザーの増加が必要である。そのため株式会社ヤマレコは、検索結果の2ページ目はユーザーのみ閲覧可にしたり（参照：図4）、複数回の検索を行うとユーザー登録の案内が出たり、ユーザー登録の宣伝を行っている。（参照：図5）

ERROR: このページにアクセスするためには、ヤマレコにログインする必要があります。

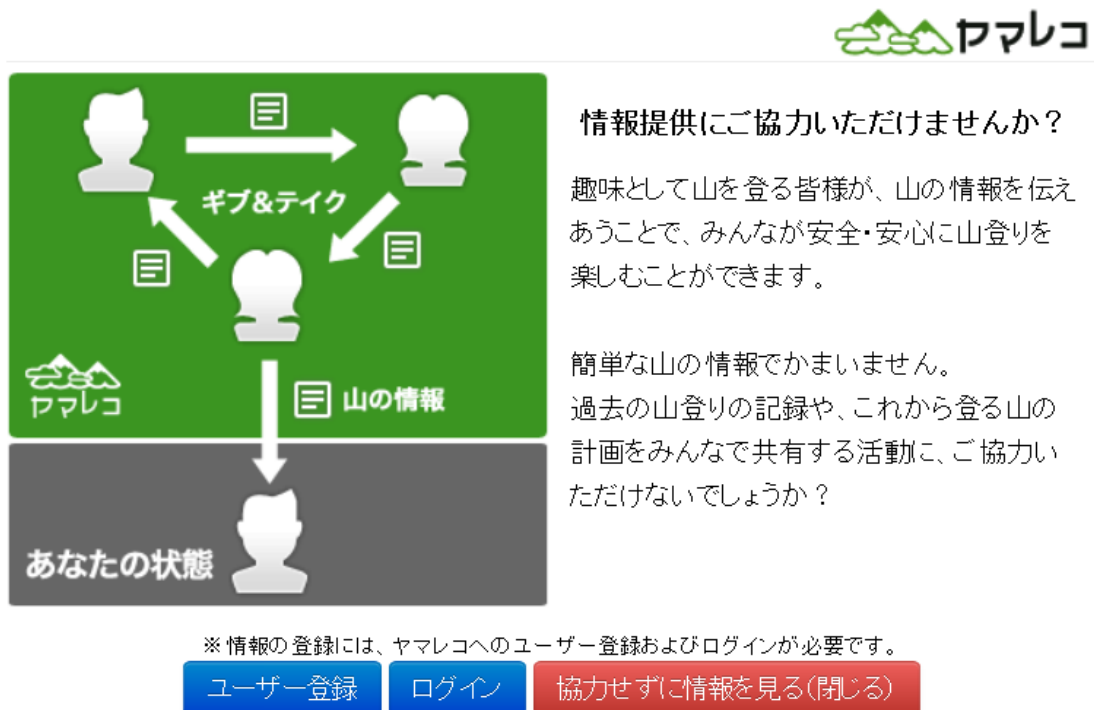
[ログインはこちらから](#)

無料 新規ユーザ登録
はこちらから>>

図4 検索2ページ目以降の表示画面

出典：「ヤマレコ」(2014/5/29 アクセス)

<http://www.yamareco.com/modules/pico/index.php?content_id=59>



The screenshot shows the Yamareco website interface. At the top right is the Yamareco logo. Below it is a green box containing a diagram of user interactions. The diagram shows a central user icon with arrows pointing to other user icons, labeled 'ギブ&テイク' (Give & Take). Below this, an arrow points to a box labeled '山の情報' (Mountain Information). At the bottom of the diagram is a box labeled 'あなたの状態' (Your Status). To the right of the diagram is a text block asking for information provision. Below the diagram are three buttons: 'ユーザー登録' (User Registration), 'ログイン' (Login), and '協力せずに情報を見る(閉じる)' (View information without cooperation (Close)).

ヤマレコ

情報提供にご協力いただけませんか？

趣味として山に登る皆様が、山の情報を伝えあうことで、みんなが安全・安心に山登りを楽しむことができます。

簡単な山の情報でかまいません。
過去の山登りの記録や、これから登る山の計画をみんなで共有する活動に、ご協力いただけないでしょうか？

※情報の登録には、ヤマレコへのユーザー登録およびログインが必要です。

ユーザー登録 ログイン 協力せずに情報を見る(閉じる)

図5 ユーザー登録の案内

出典：「ヤマレコ」(2014/5/29 アクセス)

<<http://www.yamareco.com/>>

2) ユーザビリティテスト

ユーザー登録をしても、山行記録を投稿しない人がいる。そのような人たち向けに、本社で謝礼付きのユーザビリティテストを行い、山行記録システムについての調査を行った。現時点では1回だけの開催であるが、改善され今後役に立てられるのだろう。

5. まとめと考察

今日、Google や Yahoo! などのポータルサイトで山名を検索すると検索結果の上部に「ヤマレコ」内の山行記録がある。ここまで成長した要因として大きいのは、やはりユーザーの存在である。管理者も登山家であるとはいえ、すべての登山情報を提供することは不可能であろう。情報享受者であるユーザーが、自らも情報提供者となることで、「ヤマレコ」は成立している。

問題点としては、一般人であるユーザーが提供する情報であるため、有用度の差が目立つ。ランク付けにより付与されるポイントが異なるため、上のランクを目指そうとする人がいる一方で、気にしない人もいるため、記入必須項目を増やす、などし、有用度の差を縮める対策が必要であると考ええる。

現在、株式会社ヤマレコの業務は、サイトの管理、広告掲載、関連グッズの販売に留まっている。日本最大級の登山専用コミュニティサイトと成長していることを活用し、株式会社ヤマレコ主催のイベントを開催することもできるのではないかと考える。登山に関する近況情報の共有、「ヤマレコ」に寄せられた質問や要望への回答、管理者を含むユーザー同士の交流などを行えば、非常に有意義なものになるのではないだろうか。宣伝を兼ねて、ユーザー未登録者も参加可能にすることで、ユーザー登録へのきっかけともなり、さらに大きなコミュニティサイトへと成長できるのではと考える。また、最近、「山ガールネット」と共同で読図講習会を開催する予定があり、今後もこのようなイベントを行っていくと良いのではないかと考える。

6. 参考文献

- 濱岡豊、田中秀樹 (2007) 「創造/発信する人々の動機と能力」『マーケティングジャーナル』 vol. 26, No. 4, p. 52-65 (2014年3月10日アクセス)
<<http://news.fbc.keio.ac.jp/~hamaoka/papers/2007mj-active.pdf>>
- 「やぶこぎネット」(2014年5月29日アクセス) <<http://www.yabukogi.net/>>
- 「山ガールネット ニュース」(2014年5月29日アクセス)
<<http://www.yamagirl.net/news/details.php?p=18402>>
- 「ヤマレコ」(2014年6月10日アクセス) <<http://www.yamareco.com/>>
- 「ヤマレコ (ウィキペディア フリー百科事典)」(2014年3月10日アクセス)
<<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%83%A4%E3%83%9E%E3%83%AC%E3%82%B3>>
- 「『ヤマレコ』って知ってる？」(2014年3月10日アクセス)
<<https://www.yamagirl.net/staff-blog/details.php?p=14278>>
- 「ヤマレコの開発秘話と現状」(2014年3月10日アクセス)
<<http://d.hatena.ne.jp/matoyan/20130630/1372594752>>
- 「ヤマレコは本日で5周年です！」(2014年3月10日アクセス)
<<http://d.hatena.ne.jp/matoyan/20101030/1288391562>>