

2026年8月11日（火）
株式会社 unerry（東証グロース・証券コード：5034）

【報道関係各位】

【独自調査】春の日本百名山、熊の出没が集中した東北は2年で登山者数34%減 ＜人流ビッグデータで見る来訪動向＞

リアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank」を運営する株式会社 unerry（本社：東京都千代田区、代表取締役社長 CEO：内山 英俊、以下、unerry）は、2024年から2026年にかけての4～6月期における日本百名山への来訪動向について、人流ビッグデータを活用し、「全国」「エリア別」「山別」の3つの視点から分析しました。



調査背景

山菜採りが盛んになる春は、冬眠から目覚めたクマの活動が活発になる時期でもあり、環境省も継続的に注意を呼びかけています。unerryは、国内約2.4億ID超の人流ビッグデータを保有するリアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank」を活用し、日本百名山の山頂周辺への来訪者数を分析。熊の出没が増え始める4～6月期に絞って3カ年の推移を可視化することで、この間の登山者の動向を明らかにしました。

調査サマリー

- 全国合計は2024年→2026年の2年間で-18%
- エリア別で最も落ち込んだのは東北。2024年→2026年の2年間で人出は-34%におよぶ
- 熊の出没は例年東北エリアに集中しており、登山者数の落ち込みと地理的に符合
- 近畿は2024年→2026年でほぼ横ばい（-3%）、中国四国は-6%にとどまる
- 山別でも東北の山は軒並み低水準が続く

【調査概要】

- ・調査対象：日本百名山
- ・調査対象期間：2024年～2026年の各4～6月期（3カ年比較）
- ・データソース：リアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank」の人流ビッグデータのうち、対象の山頂から半径500m圏内への来訪が推定されるスマートフォンの位置情報データ
- ・データに関する留意事項

本調査で用いた人流ビッグデータは、特定の個人を識別することができない個人関連情報です。また法令および各社のユーザーの許諾の範囲で取得・活用をしています。 なお、本調査による人流分析結果は熊の出没動向との因果関係を直接的に示すものではありません。

<調査期間と熊の出没状況について>

今回の調査対象である2024年度～2026年度の3カ年は、2023年度に熊の出没が急増して以降、高い水準での増減を繰り返してきた期間にあたります。環境省のクマ出沒情報（速報値 令和8年8月6日）によると、出沒件数は2024年度に20,513件だったのに対し、2025年度は東北でのドングリなど堅果類の凶作等を背景に秋の市街地出沒が相次ぎ、50,801件と1年で2倍以上に急増。2026年度に入ってから、6月の出沒件数は6,260件と、2022年度以降5カ年の6月としては最も多い水準です。なかでも東北は、同5カ年において出沒件数が全国最多のエリアとなっており、2025年度の急増時には全国の出沒件数の約7割が東北6県に集中していました。

<熊の出没に関する公式情報>

- ・環境省「クマに関する各種情報・取組」：

<https://www.env.go.jp/nature/choju/effort/effort12/effort12.html>

- ・環境省「令和7年度のクマ類の動向」（令和7年度第1回クマ被害対策等に関する関係省庁連絡会議資料）：

<https://www.env.go.jp/nature/choju/effort/effort12/kuma-docu-r070911.pdf>

- ・環境省「クマ被害対策等について」（令和7年10月30日資料）：

https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/kumahigai_taisaku/dai1/shiryo1.pdf

主な分析結果**全国：2024年から2年で-18%。「下げ止まり」の兆候も**

日本百名山への来訪者は、2024年から2026年にかけての2年間で-18%となりました。なお、2025年は前年比-18%と大きく落ち込みましたが直近1年では下げ止まりの兆しも見られます。

春（4月～6月）の日本百名山における人出＜全国＞

	2024 → 2026	2024 → 2025	2025 → 2026
全国	-18%	-18%	0%

※対象の山頂から半径500m圏内への来訪を推定

エリア別：東北エリアの減少が突出

7 エリアを 2024 年→2026 年の 2 年間で比較すると、最も落ち込んだのは東北エリアで-34%。北海道が-32%と続き、関東（-17%）、中部（-15%）、九州（-11%）も二桁の減少となりました。一方、近畿（-3%）、中国四国（-6%）はほぼ横ばいで踏みとどまっており、エリアによって傾向が分かれる結果となりました。

東北エリアが来訪者数の落ち込みが最も大きく、熊の出没動向との因果関係は証明できないものの、地理的には符合する結果となっています。

春（4月～6月）の日本百名山における人出＜エリア別＞

	2024 → 2026	2024 → 2025	2025 → 2026
北海道	-32%	-18%	-17%
東北	-34%	-35%	2%
関東	-17%	-16%	-1%
中部	-15%	-9%	-6%
近畿	-3%	-31%	39%
中国・四国	-6%	-17%	12%
九州	-11%	-9%	-2%

※対象の山頂から半径500m圏内への来訪を推定

山別：東北の山は軒並み低水準

山ごとに見ても、東北エリアの山は、2024 年と比べるといずれも低い水準にとどまっており、なかでも岩手県・八幡平は 2 年前比-46%となっています。ただし直近 1 年では、福島県・磐梯山（前年比+36%）や安達太良山（同+12%）のように回復の動きを見せる山もありました。2 年前比で、プラスとなったのは 2 3 山中、九州・開聞岳（2 年前比+18%）、滋賀県・伊吹山（同+2%）のみとなりました。

春（4月～6月）の日本百名山における人出＜山別＞

			2024 → 2026	2024 → 2025	2025 → 2026
東北	岩手県	八幡平	-46%	-44%	-3%
東北	福島県	安達太良山	-27%	-35%	12%
東北	福島県	磐梯山	-11%	-34%	36%
東北	青森県	岩木山	-23%	-22%	-1%
関東	埼玉県	雲取山	-33%	-23%	-14%
関東	栃木県	那須岳<茶臼岳>	-5%	-8%	3%
関東	神奈川県	丹沢山	-22%	-17%	-6%
関東	群馬県	赤城山<黒檜山>	-24%	-18%	-7%
関東	茨城県	筑波山	-13%	-16%	4%
中部	山梨県	大菩薩嶺	-21%	-14%	-8%
中部	山梨県	瑞牆山	-14%	-8%	-6%
中部	長野県	美ヶ原<王ヶ頭>	-5%	-15%	11%
中部	長野県	蓼科山	-11%	-6%	-5%
中部	長野県	赤岳	-5%	-10%	5%
中部	長野県	霧ヶ峰<車山>	-16%	-8%	-9%
近畿	奈良県	大台ヶ原山<日出ヶ岳>	-14%	5%	-18%
近畿	滋賀県	伊吹山	2%	-39%	68%
中国・四国	徳島県	剣山	-5%	-13%	10%
中国・四国	愛媛県	石鎚山<天狗岳>	-20%	-31%	17%
九州	大分県	くじゅう連山<久住山>	-19%	-18%	-1%
九州	宮崎県	霧島山<韓国岳>	-3%	-30%	38%
九州	熊本県	阿蘇山<高岳>	-18%	0%	-18%
九州	鹿児島県	開聞岳	18%	16%	2%

※対象の山頂から半径500m圏内への来訪推定

※山別分析を行うにあたり、信頼性を担保するのに十分な量の人流データを取得できた23山を掲載

最後に

新緑が広がる春、日本百名山は登山シーズンを迎えます。しかし近年、その足取りには、地域による違いが表れました。今回の分析を通じて、熊の出没状況が高水準であった3年間、日本百名山への来訪動向がどのように変化してきたかを定量的に可視化しました。

人流データは単なる数字の集合ではなく、「人の営み」。春の山を目指す楽しみな気持ちと、熊への警戒がないまぜになった登山者たちの想いが想像されます。unerryは、今後もリアル行動ビッグデータを通じて、こうした人々の胸の内を捉えることで、「心地よい未来を、データとつくる。」というミッションを実現してまいります。

※unerryの人流ビッグデータは、特定の個人を識別することができない個人関連情報です。また法令および各社のユーザーの許諾の範囲で取得・活用をしています。

※本ニュースリリースに記載された商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

※本ニュースリリースに記載された内容は発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがあります。

<お問い合わせ>

株式会社 unerry 広報 内山、柳田

information@unerry.co.jp

■株式会社 unerry について

会社名：株式会社 unerry

代表取締役社長 CEO：内山 英俊

設立：2015 年 8 月

本社所在地：100-0011 東京都千代田区内幸町二丁目 1 番 6 号 日比谷パークフロント 19 階（WeWork 内）

URL：<https://www.unerry.co.jp/>

リアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank (<https://www.beaconbank.jp/>)」を運営する 2015 年創業のデータカンパニーです。GPS およびビーコン技術を活用し、約 150 のスマートフォンアプリから取得する約 8.5 億 ID（うち国内約 2.4 億 ID）の屋内外の人流ビッグデータを AI で解析。「心地よい未来を、データとつくる。」というミッションを掲げ、OMO マーケティング支援や、スマートシティの実現に向けた事業等を展開しています。