

スポーツ人口拡大に向けた官民連携プロジェクト
マッチング機能等によるスポーツ活動ワンストップ化促進事業
事業成果報告書

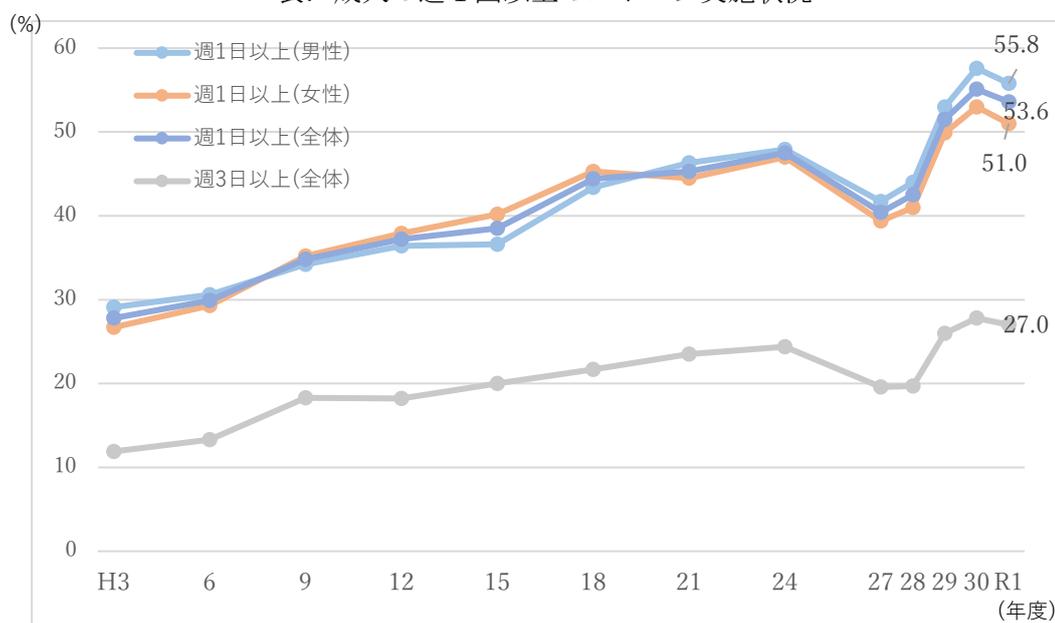
令和2年3月

1 本事業の背景・目的

1.1 背景

スポーツ庁では、第2期「スポーツ基本計画」にて成人の週1回以上のスポーツ実施率を65%程度とする目標を掲げている。一方でスポーツ庁による「令和元年度 スポーツ実施状況等に関する世論調査」では、成人の週1回以上のスポーツ実施率は53.6%となっている。このような状況から、国民の誰もが各々の年代や関心・適性等に応じて日常的にスポーツに親しむ機会を創出し、スポーツの実施を促していく必要がある。

表. 成人の週1回以上のスポーツ実施状況



令和元年度「スポーツの実施状況等に関する世論調査」より PwC 作成

スポーツ実施率の向上のため、国民へスポーツの実施を促すには、スポーツを実施しない阻害要因を明確化し、取り除く施策が必要となる。

「スポーツの実施状況等に関する世論調査」（令和元年、スポーツ庁）では、運動・スポーツの阻害要因として” 仕事や家事が忙しいから”、” 面倒くさいから” という回答が上位に挙げられている（すべての理由を複数回答：仕事や家事が忙しいから 43.7%、面倒くさいから 27.5%）。このようなことから、スポーツ実施率向上は、スポーツ実施に係る手間、つまり仲間、場所、指導者及び大会・イベントを探し・都合を合わせ・予約するといった取引コストを極力最小化することが必要ではないかと考えられる。

表. 阻害要因（上位5つまでを抜粋）

（複数回答 n=17,106）	全体	男性	女性
仕事や家事が忙しいから	43.7%	44.1%	43.3%
面倒くさいから	27.5%	24.7%	30.3%
年をとったから	24.6%	27.5%	21.8%
お金に余裕がないから	16.5%	15.8%	17.2%
特に理由はない	14.3%	14.7%	13.9%
子供に手がかかるから	10.9%	8.6%	13.2%

「スポーツの実施状況等に関する世論調査」（令和元年、スポーツ庁）を基に PwC 作成

1.2 目的

本事業は、成人の週1回以上のスポーツ実施率向上を実現するため、スポーツ実施に係る仲間、場所、指導者及び大会・イベントを探し・都合を合わせ・予約するといった手間を最小化するための仕組みを構築する。

仕組みの構築にあたっては、Webサイトやスマートフォンアプリなどを介して企業と個人（BtoC）、場合によっては個人と個人（CtoC）の間の取引コストを最小化するマッチングサービスに着目し、マッチング機能をスポーツ産業にも適用する。

1.3 本事業の概要

マッチング機能の実現のため、消費者がスポーツを実施したい時にアクセスし仲間、場所、指導者、大会・イベントなどを探ることのできる機能を有したポータルサイトを構築する。ポータルサイトに掲載される情報は、競技団体、施設管理者、大会主催者がサイト上に情報の登録を実施する。

なお、このようなマッチングサイトにおいて最も重要な点は情報を掲載する関係者が相互に不足しているものを補完しあう関係となり、相互にメリットを見いだせる点である。つまり、消費者の取引コストを最小化することは当然のことながら、情報を提供する関係団体側にも明確なメリットの存在が必要となる。

2020年3月時点において、多種多様な種目・競技に亘る全てのスポーツ大会・イベント等の情報を横断的に一元化したサイトは見受けられない。一方で、個々の種目・競技ごとに見ると、仲間、場所、大会・イベント等の情報を集約しているサイトが既に一定数存在しており、社会的認知度が高く競技者の多い、いわゆるメジャースポーツについてはほぼすべての機能が整備されている。

表. スポーツ産業における主要ポータルサイト

Category	サイト名	対象種目	URL
大会・イベント	SPORTS ENTRY	マラソン・ランニング、サイクリング、ウォーキング、ロゲイニング、ゴルフ、サッカー・フットサル、野球、テニス 他	https://www.sportsentry.ne.jp/
	SPORTS ONE	ファンラン、ランニング、フットサル、サッカー、バスケット、ヨガ 他	http://www.sportsone.jp/
	RUNNET	ランニング	https://runnet.jp/
仲間	ジモティー	野球、バレーボール、フットサル、サッカー 他	https://jmtv.jp/
	LaBOLA	フットサル、野球、サッカー、バスケットボール、ソフトボール、テニス、バレーボール 他	https://labola.jp/
	スポーツやろうよ!	サッカー、草野球、フットサル、テニス、バスケ、バレーボール 他	http://www.net-member.com/
場所	SPOT+	ジム・フィットネス、ヨガ、テニス、野球、水泳・プール、サッカー・フットサル 他	https://www.spot.town/
	Spacee	ダンス、ヨガ 他	http://www.spacee.co.jp/
	SPACEMARKET	フィットネス 他	https://www.spacemarket.com/
指導者	トレナビ	フィットネス、ヨガ、格闘技、ジョギング・ランニング 他	http://www.trenavi.jp/
	ストアカ	フィットネス、格闘技、ダンス 他	https://www.street-academy.com/
	アスラボ	フットサル、サッカー、フィットネス、陸上、水泳 他	https://athlete-lab.jp/

こうした現況を鑑みると、仮にこれらの主要サイトを取りまとめるようなポータルサイトを構築したとしても、消費者・主催者側の双方においてメリットが見えにくくなる可能性がある。

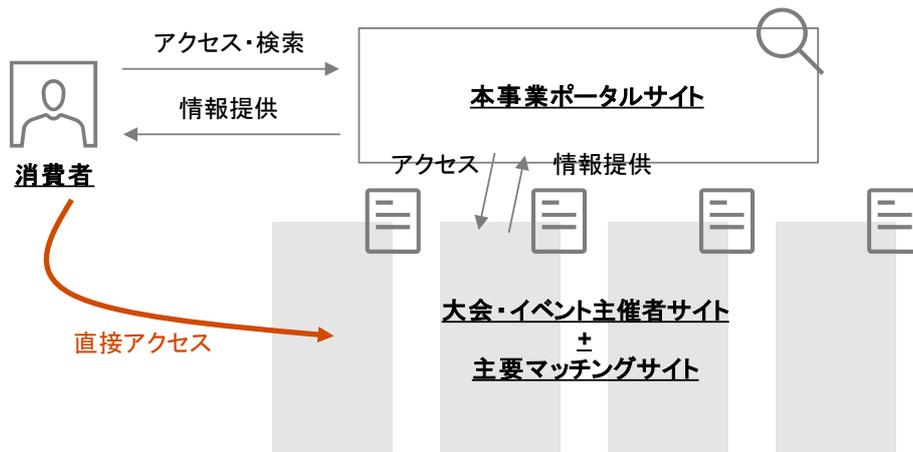


図. 消費者のアクセスルート (メジャースポーツの場合)

消費者 : 既に認知しているスポーツの場合、いわゆる検索サイトにて直接的なキーワードを入力し目的のサイトにたどり着く可能性が高く、本事業のポータルを介する必要がない。

関係団体側 : 既に一定程度認知され、いわゆる顧客の囲い込みができています。囲い込みされた顧客情報は重要な経営資源であり、あえて他サイトと情報を連携する必要がない。

前述の状況を踏まえ、本事業においては取引を行う双方のメリットが見えやすい領域にも焦点をあて取り組む。具体的には、競技者数が少なく認知度が低い、いわゆるマイナースポーツ、障がい者スポーツなどの情報も積極的に収集し、これにより、消費者・関係団体側双方にメリットのある環境も構築する。

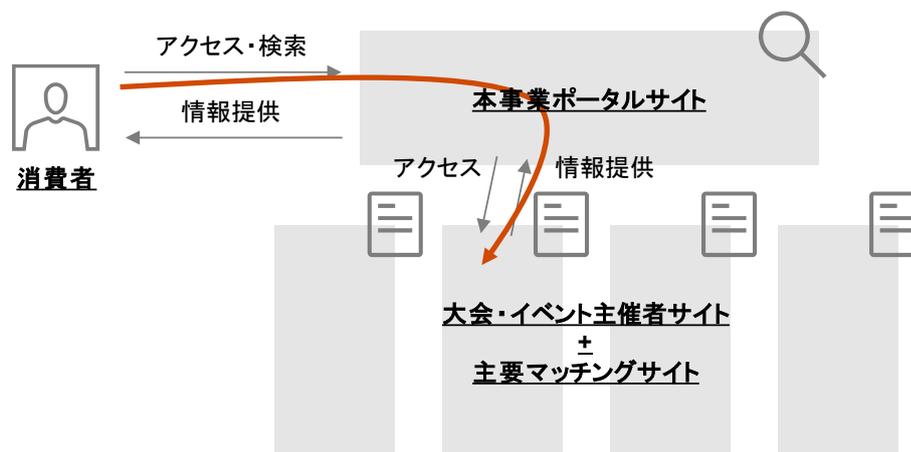


図. 消費者のアクセスルート（マイナースポーツの場合）

消費者 : 数多くのマイナースポーツを全て把握することは困難であり、簡易な条件（時間・場所など）により自分の興味のある新たなスポーツとの出会いを体験することができる。

関係団体側 : 競技自体の認知度が低いため、通常のホームページ公開だけでは周知・集客に限界がある。本事業ポータルサイトが提供されることで新たな誘客が期待される。

こうした考え方はいわゆるロングテール戦略と言われ、多品種少量生産のビジネスとの親和性が高い。従来は多品種少量の商品・サービスは取引コストが高くなるのが通例であったが、IT 技術の活用により取引コストを最小化することであらたな需要を発掘するモデルである。これをスポーツ産業に置き換え、マッチング機能を有したポータルサイトを構築することで、これまでは競技者数が少なく認知度が低かったマイナースポーツも開拓し、消費者側の多様化する趣味・嗜好、身体的な制約に合わせた需要を創出可能な仕組みとする。

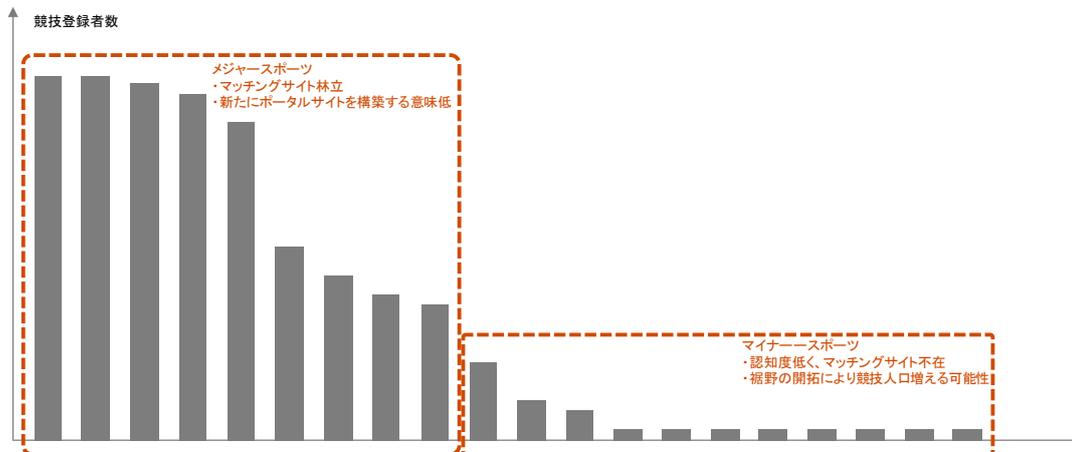


図. スポーツ産業におけるロングテール

このような前提からメジャースポーツはもとより、マイナースポーツの大会、イベント等の情報やそれらに基づく、スポーツ施設、教室、総合型地域スポーツクラブに関する情報を掲載可能なポータルサイトの構築を目指し、以下の事業を実施した。

表. 事業項目一覧

事業項目	事業概要	作業内容
(1) スポーツ大会、イベント等に係るマッチング機能の整備・運用	<ul style="list-style-type: none"> ・全国で開催されるスポーツ大会・イベントの情報を収集 ・収集したスポーツ大会・イベントの情報をもとにしたマッチング Web サイトを構築 ・マッチング Web サイトによる利用者への情報提供を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・スポーツポータルサイト「ココスポ」の構築
(2) スポーツ施設情報のオープン化	<ul style="list-style-type: none"> ・全国の施設情報について日本体育施設協会による情報をもとに、Web サイト上での情報提供を実施 	
(3) 一部地域におけるマッチング機能運用の実証	<ul style="list-style-type: none"> ・施設、教室と総合型地域スポーツクラブとのマッチング機能を構築 ・さいたま市、横浜市での実証 	<ul style="list-style-type: none"> ・さいたま市、横浜市体育協会等での実証事業
(4) マッチング機能の利用者増に資する機能整備	<ul style="list-style-type: none"> ・構築する Web サイトの利用者を増加させるための機能面、情報周知策の実施 ・機能面、情報周知策における有効施策を立案するため、アンケート調査を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・周知、広報 ・アンケート調査

(5)スポーツ実施行動データに係る調査研究	<ul style="list-style-type: none"> ・有識者委員会を設置し、スポーツ実施行動データ、収益性に係る検討を実施 ・必要に応じ、学識者、マッチングサービス提供事業者等へのヒアリングを実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・有識者委員会の開催 ・各種調査研究
(6)収益性に係る調査研究		

○スポーツ庁 スポーツポータルサイト「こコスポ」の構築

全国で開催される、スポーツ大会、イベントおよび全国のスポーツ施設に関する位置情報を日本地図上にマッピングしたスポーツ情報ポータルサイトを構築している。

また、こコスポを国民に広く認知していただくため、周知広報活動についても実施した。

○さいたま市、横浜市体育協会等での実証事業

さいたま市、横浜市体育協会の両団体のご協力のもと、各団体で管理するスポーツ施設、教室、総合型地域スポーツクラブ(さいたま市のみ)の情報を掲載する個別ページを「こコスポ」に追加開発し、さいたま市、横浜市の住民による利用状況等を Web アンケート等により調査した。

また、Web サイトアクセス解析ツールを利用し、全国のスポーツ大会、イベントの情報について、こコスポへの掲載がどの程度有用性があるかについて、アクセスログ解析により、試験的に分析した。

○有識者会議による各種調査研究

スポーツ庁のスポーツ情報ポータルサイトである「こコスポ」を構築し、マッチング機能を提供することにより消費者のスポーツ実施行動にどのような変化が生じるかを調査したスポーツ実施行動データの調査及び「こコスポ」が収益性を保持し、Web サイトとして自走可能なビジネスモデルを形成できるかについて、収益性に係る調査を実施した。

以上のような事業の詳細について、次章より詳細な説明を記載している。

2 こコスポについて

スポーツ庁によるポータルサイトを構築するにあたり、スポーツ産業を含む様々な Web サイトの現状を調査し、以下のような機能をサイト上で実装する基本方針を立案した。

○様々な競技種目、団体のスポーツに関連する情報を広く掲載する

メジャースポーツ、マイナースポーツに限らず、様々な競技種目、団体のスポーツに関連する情報を広く掲載する。特にメジャースポーツと比較し、情報発信量が少ないと想定されるマイナースポーツについては、手厚く情報の収集を実施する。

○利用者の属性情報入力により、大会、イベント等をサイト上で Recommend する

消費者が Web サイトにアクセスするページである Top ページに大会、イベントの情報を絞り込んで検索可能な機能及び属性に沿った情報を提供する Recommend 機能を具備する。

2.1 こコスポの概要

(1) Web サイトの名称及びロゴデザイン

本事業にて構築した Web サイトの名称及びロゴデザインは、様々なスポーツの情報を広く国民に認知いただき、スポーツ実施を促すといった目的から、老若男女を問わず国民から親しんでいただけること、サービス内容の分かりやすさをコンセプトに選定した。

○名称

一般的に Web サイトの名称は、「カテゴリー明瞭型」と「カテゴリー不明瞭型」の2種が存在する。

表. Web サイト名称の分類

分類	カテゴリー明瞭型	カテゴリー不明瞭型
概要	<ul style="list-style-type: none">サービスに関連するカテゴリーやジャンルが名前に<u>含まれている</u>サービス内容の一般認知がない場合でも、名称を見ただけで、内容を理解しやすい	<ul style="list-style-type: none">サービスに関連するカテゴリーやジャンルが名前に<u>含まれていない</u>他サイトとの差別化や自由なネーミングが可能だが、サービス内容の一般認知が前提
例	<ul style="list-style-type: none">食べログ、ヤフオク	<ul style="list-style-type: none">メルカリ、Retty

「表. Web サイト名称の分類」に基づき複数案の名称を検討した結果、普遍性やジャンルの分かりやすさ、サービス内容の分かりやすさ、発音のしやすさ及び「ここにすればスポーツ、スポットが見つかる」といった意味も含め「こコスポ」という名称に決定した。

○ロゴデザイン

ロゴデザインについても名称と同様に老若男女からの親しみやすさを前提とし、以下のコンセプトのもと作成している。

- コンセプト①

「ここにすればスポーツ・スポットが見つかる」ことが伝わるよう、地図のピンをイメージ。ピンの内部にはココスポの頭文字である、「こ」をデザインした。

- コンセプト②

「競技スポーツだけでなく、楽しむスポーツ」をメッセージとし、やわらかい印象を与えつつ、スポーツの持つ躍動感を与えるタイポグラフィーをデザイン。

- コンセプト③

色は、スポーツ庁のテーマカラーを採用し、親しみやすさとスポーツ庁の事業であることを示す。



図. Web サイトの名称及びロゴデザイン

(2) Web サイトのデザイン

「ココスポ」のデザインは、消費者がスポーツに関連する情報を容易に探すことができることを前提にUI (User Interface)、UX (User Experience) を設計している。また、多くの利用者がスマートフォン等のデバイスから閲覧することを想定し、ページ数を減らし、画面遷移を最小限とするとともにスマートフォン表示にも対応した。色調については、スポーツ庁のテーマカラーであるオレンジ色とスポーツの活発さを表現する黒を基調としている。さらに写真のスペースを大きくし、コンテンツの内容が一目で把握できる掲載内容を主軸としたデザインとしている。



図. ココスポの Top ページ

(3) スポーツイベント、大会の情報掲載

「ココスポ」では、全国のスポーツ関連団体からスポーツ大会、イベントの情報を収集し、掲載を実施した。情報の収集にあたっては、全国約 10,000 団体に対して、スポーツ庁を通じ、主催するスポーツ大会、イベントの情報登録を依頼し、268 件の大会、イベントが登録された。

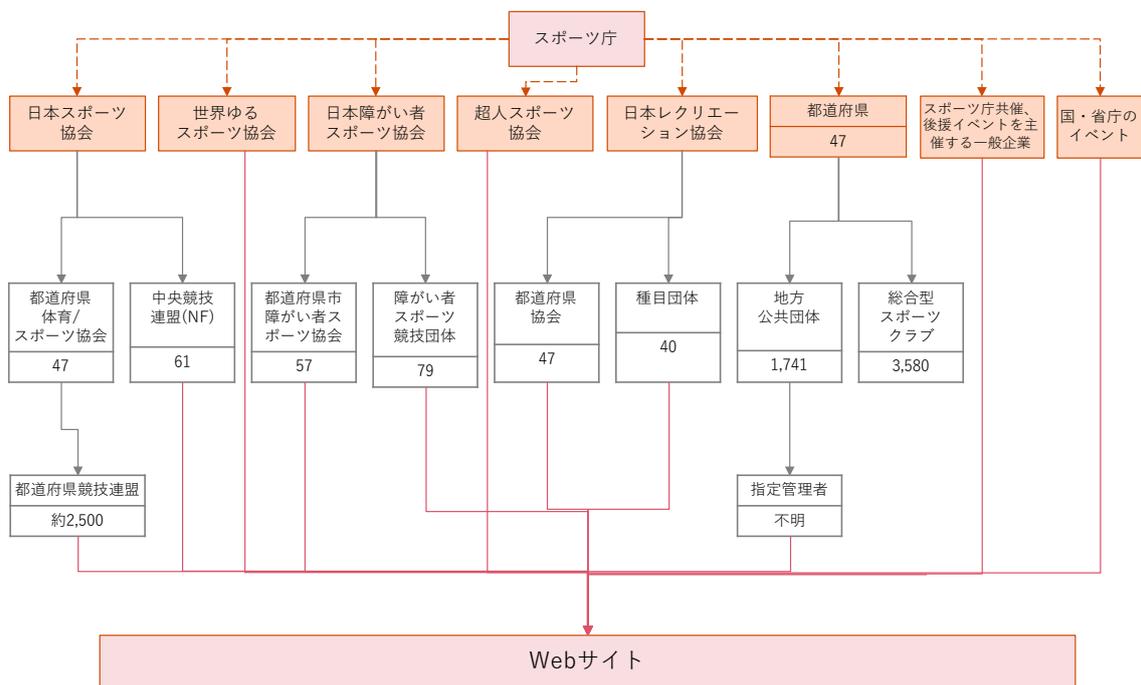


図. スポーツ大会、イベント情報収集の依頼経路及び対象団体

(4) 全国のスポーツ施設位置情報の掲載

スポーツの大会、イベントの情報とともにココスポの Top ページでは、公共スポーツ施設を中心とした全国のスポーツ施設に関する位置情報を地図上に描画している。

情報の掲載にあたっては、公益財団法人日本体育施設協会にて毎年調査収集を実施しているスポーツ施設情報をもとにデータを作成した。

地図情報については、Google マップ (<https://www.google.co.jp/maps>) と API による連携を構築し、詳細な地図データの表示を実現した。

(5) 周知、広報施策の展開

Web サイトを構築し、収集したスポーツ大会、イベント等のスポーツ関連情報を掲載するという本事業の取組みは、スポーツ庁にとって新たな事業である。このため、国民に広く周知、広報を実施したうえでココスポの認知度を向上させることが非常に重要である。本事業では SNS 等を通じ、本事業の取組みやココスポの解説等についての周知、広報施策を展開した。

表. 本事業に関連する周知広報施策の例

発信元	媒体	発信内容
スポーツ庁	公式 Twitter 公式 Facebook ホームページ	・ 本事業の概要 ・ ここスポ開設の案内
さいたま市	ホームページ 市広報誌	・ ここスポ開設の案内 ・ ここスポの活用方法 ・ ここスポへのアクセス QR コード
さいたま市 横浜市体育協会 PwC コンサルティング 合同会社 (委託事業者)	PwC コンサルティング合同 会社ホームページ	・ 実証事業の概要 ・ ここスポ開設の案内 ※3 団体による共同でのプレスリリースを実施

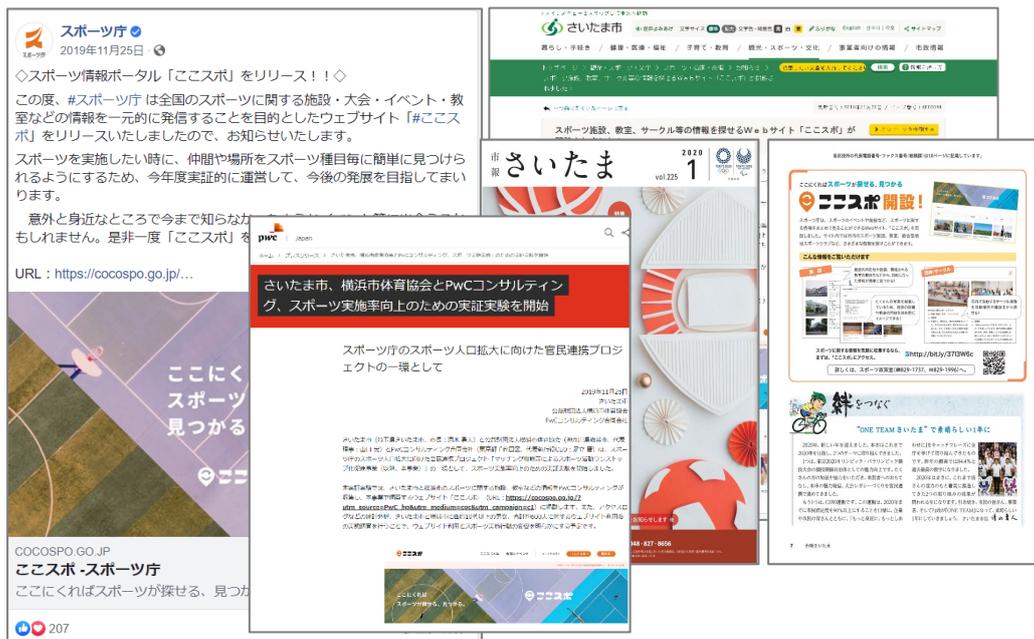


図. 周知広報活動の例

2.2 ここスポの機能

(1) 全国のスポーツ大会、イベント情報の掲載

○利用者向け機能

本事業では前述したように全国のスポーツ関連団体からスポーツの大会、イベントの情報を収集し、ここスポの Top ページに掲載している。利用者はここスポのトップページにアクセスすることにより、全国で開催されるスポーツの大会、イベントの情報を閲覧することが可能である。また、スポーツの大会、イベントの情報については、「日程」「都道府県」「目的」「年齢」という4つの属性情報を入力することにより、利用者の属性に合わせた、スポーツの大会、イベントを表示させることも可能である。

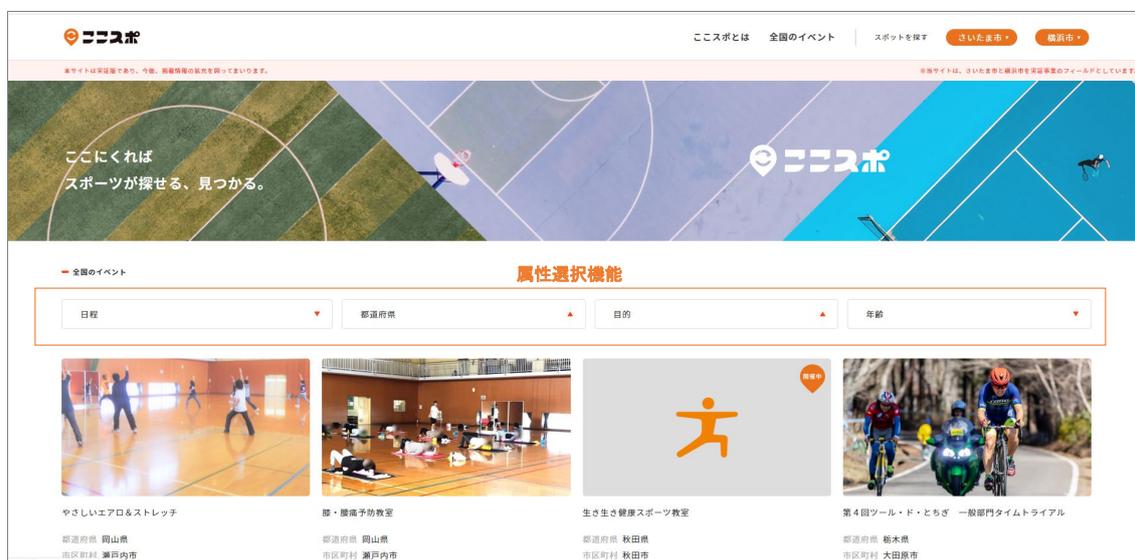


図. 全国のスポーツ大会、イベント情報の属性選択機能例

スポーツの大会、イベントの情報については、ここスポのデータベースに登録されており、開催中であるものを一覧として全て表示させることもできる仕様としている。なお、スポーツの大会、イベントの一覧ページにおいては、「日程」等に加えさらに詳細な条件により、大会、イベントの絞り込み検索が可能である。

図. 全国のスポーツ大会、イベントの詳細検索画面

なお、「表. 全国のスポーツ大会、イベントの詳細検索条件一覧」の項目による詳細な絞り込み検索が可能である。

表. 全国のスポーツ大会、イベントの詳細検索条件一覧

検索条件	選択肢
競技	<ul style="list-style-type: none"> ・ 球技 ・ 陸上競技、ウォーキング ・ ダンス ・ 体操、ヨガ、トレーニング ・ 武道、格闘技 ・ 水中、氷上競技 ・ アウトドア ・ 障がい者スポーツ ・ 超人スポーツ ・ レクリエーションスポーツ ・ ゆるスポーツ ・ その他
性別	<ul style="list-style-type: none"> ・ 男性 ・ 女性 ・ 男女問わず
対象年齢	<ul style="list-style-type: none"> ・ 若い世代（10 歳代～30 歳代） ・ 中高年（40 歳代～50 歳代）

	<ul style="list-style-type: none"> ・シニア（60歳代） ・年齢問わず
イベント目的	<ul style="list-style-type: none"> ・スポーツを観る ・スポーツをする
参加形態	<ul style="list-style-type: none"> ・一人参加歓迎 ・友達との参加歓迎 ・チーム参加歓迎 ・家族・親子参加歓迎 ・障がいのある方歓迎(障がいのある方でも参加可能) ・障がいのある方向け(障がいのある方のみ参加可能) ・子供向け
施設区分	<ul style="list-style-type: none"> ・屋内 ・屋外 ・屋内および屋外
競技レベル	<ul style="list-style-type: none"> ・初心者向け ・経験者向け ・経験問わず
時間帯	<ul style="list-style-type: none"> ・平日終日 ・朝活 ・平日昼間 ・平日夜 ・週末、祝日
開催頻度	<ul style="list-style-type: none"> ・単発 ・定期開催

○大会、イベント主催者向け機能

ココスポではスポーツの大会、イベントの主催者に情報の登録を実施していただくことを前提に情報の収集を実施している。このため、大会、イベント主催者向けに大会、イベントの情報を登録する機能を構築した。特定の ID、パスワードを入力することによりログインできる大会、イベント主催者専用の情報登録フォームを構築し、提供している。

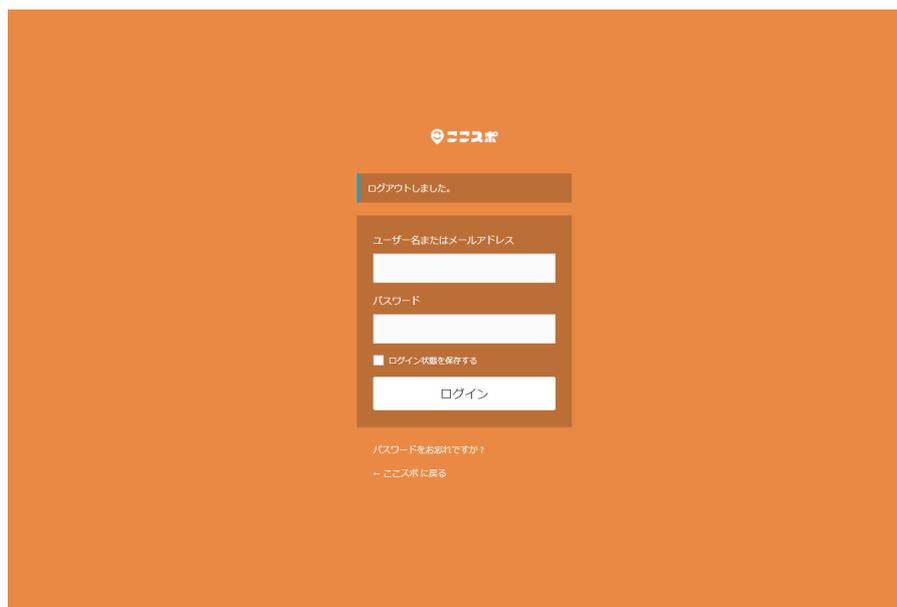


図. ココスポの情報入力用ログイン画面

スポーツ庁より配布された特定の ID、パスワードを入力することにより、開催予定である大会、イベントの情報をココスポへ登録することが可能である。

また、全国の大会、イベント等の主催者によりご登録される情報項目については、民間企業によるイベント関連情報のポータルサイトに掲載されている項目に加え、内閣官房 IT 総合戦略室にて作成している推奨データセットの「基本編 イベント一覧」を参考とし、45 項目の情報項目を設定している。

図. ここスポのスポーツ大会、イベントの情報入力画面

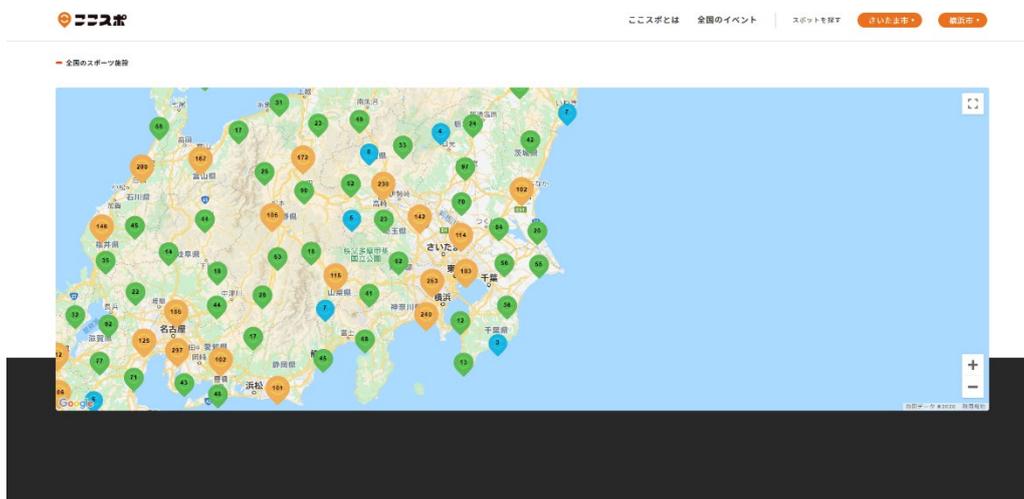
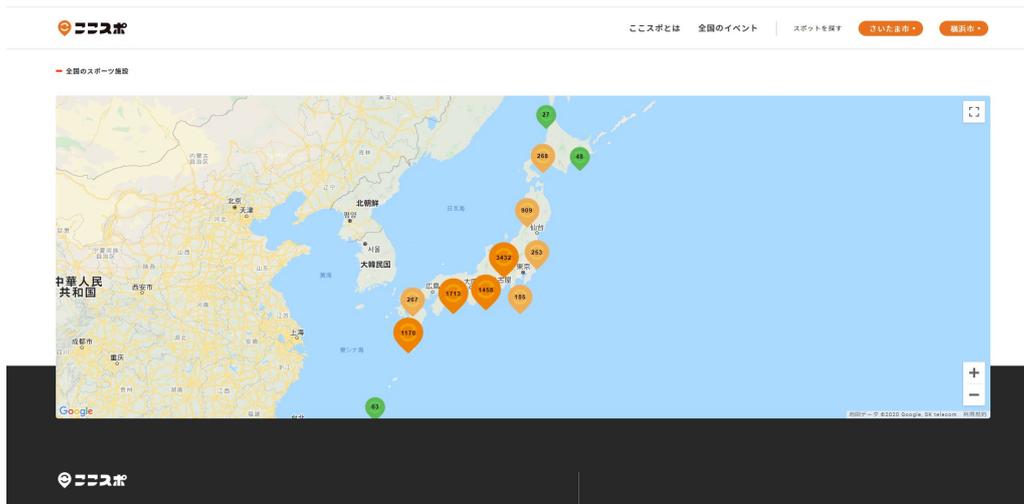
表. スポーツ大会、イベント・教室等における情報登録項目

項目	概要	記入方式	例
イベント名	イベントの名称	自由記述	第4回 XXX 甲子園
イベント名_カナ	イベントの名称 (カナ)	自由記述	ダイヨンカイ XXX コウシエン
画像ファイル名		自由記述	XXX. JPEG
開始日	イベント期間の開始日	自由記述 (YYYY-MM-DD)	2019-08-13
終了日	イベント期間の終了日	自由記述 (YYYY-MM-DD)	2019-08-20
日程特記事項	日程に関する詳細説明や備考	自由記述	8月18日は休養日
開催時間	イベントの開始時間や終了時間	自由記述	9:00～11:00 2日目は、15:00 終了予定。
大会、イベントに関するメッセージ (20文字以内)	イベント主催者が発信するメッセージ	自由記述	目指せ優勝!
イベント詳細説明文 (400文字以内)	イベントに関する詳細の説明文	自由記述	イベントは～
開催場所①都道府県	開催場所の都道府県	選択式	東京都
開催場所②市区町村	開催場所の市区町村	自由記述	港区
開催場所③町丁目	開催場所の町丁目	自由記述	芝浦 1-16-1
開催場所④建物名	開催場所の建物名	自由記述	みなとパーク芝浦
開催場所⑤階数	開催場所の建物内における階数	自由記述	3階～8階

開催場所⑥開催地名称	開催地名称（建物名と同じ場合も記載）	自由記述	港区スポーツセンター
バリアフリー	イベント開催施設のバリアフリー設置状況	車いす席、多目的トイレ、エレベーター、エスカレーターから選択	
定員数	イベントの定員数	自由記述	200
参加資格（条件）	イベント参加に必要な資格や条件	自由記述	・港区在住者のみ参加可能 ・初心者参加不可
持ち物	イベント参加に必要な持ち物	自由記述	ヘルメット
参加料金	イベント参加料の有無	有料または無料を選択	有料
参加料金特記事項	料金に関する詳細説明や備考	自由記述	港区民、18歳以下無料 その他¥1,000
決済方法	決済方法	申込サイトに準ずる、クレジットカード決済、銀行振、コンビニ決済、現金から選択	
予約の必要性・予約方法	予約の必要有無や予約方法の説明	自由記述	必要。ウェブサイトから登録
申込終了日	申込が必要な場合の期限	自由記述	2019-08-10
交通アクセス	イベント開催場所までのアクセス	自由記述	JR 田町駅徒歩5分
駐車場（台数）	イベント開催場所の駐車場情報	自由記述	100
イベント主催者名称	イベント主催者（団体など）の名称	自由記述	XXX 協会
イベント主催者連絡先電話番号	イベント主催者（団体など）の連絡先	自由記述	XXX-XXX-XXX
イベント公式サイト・主催者公式サイト URL	イベントのサイト URL またはイベント主催者のサイト URL	自由記述	XXX. Com
特記事項	イベントに関する注意事項など	自由記述	申込後のキャンセル不可

(2) 全国のスポーツ施設位置情報の検索

ここスポでは公共スポーツ施設を中心とした全国のスポーツ施設に関する位置情報を検索することも可能である。Top ページ下段に GoogleMap と連携した日本地図を掲載しており、地図の縮尺を拡大することにより施設名、施設場所を検索することが可能である。地図上では、縮尺が広い場合は当該地域におけるスポーツ施設の数が表示され、地図の縮尺を変更することにより施設の位置情報を地図上で確認できる仕様とした。



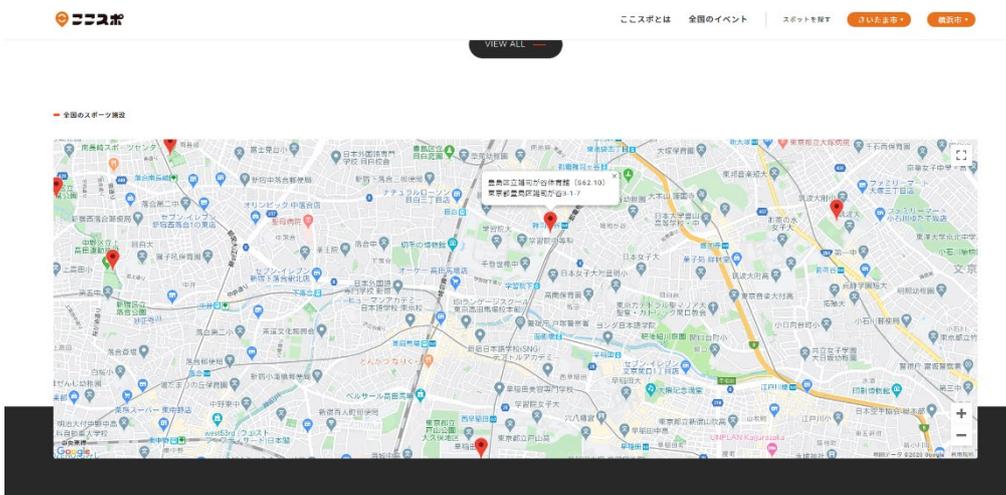


図. ここスポにおけるスポーツ施設位置情報の掲載画面

3 さいたま市、横浜市体育協会等での実証事業

本事業ではさいたま市、横浜市体育協会をフィールドとした施設、教室、仲間のマッチング機能実証及びWeb サイトアクセス解析ツールによるココスポの有用性に関する実証を実施している。

さいたま市、横浜市体育協会における実証事業については、事業効果の測定について、利用者に対する Web アンケート調査を実施した。

アンケートはWeb モニターを利用した調査とし、特定のモニターに対しココスポ開設直後と一定期間をおいた、計 2 回の調査を実施している。これにより、ココスポによるスポーツ施設、教室、仲間とのマッチングがスポーツ実施に対して有効であったかを把握した。

表. 利用者アンケート調査の概要

サンプリング項目	概要
サンプル数	特定モニターで 600 サンプル ※第 1 回、第 2 回とも同じモニターの回答を収集する。
年齢区分	10 代、20 代、30 代、40 代、50 代、60 代以上の区分で男女 50 サンプルを収集する。 ※なお、10 代の Web モニターが少ないことからサンプルが収集できない場合は、他の年代で補填している。
性別	男女
住所	さいたま市もしくは横浜市に在住
調査時期	第 1 回調査：令和 2 年 1 月 24 日～26 日 第 2 回調査：令和 2 年 3 月 13 日～15 日
その他	ココスポを 1 度は利用したユーザーによる回答を収集 ※第 1 回調査時に強制的にココスポへアクセスする調査設計を実施 ※第 2 回調査時はココスポの説明、URL リンクを表示

		年代					
		10代	20代	30代	40代	50代	60代～
性別	男性	50人程度	50人程度	50人程度	50人程度	50人程度	50人程度
	女性	50人程度	50人程度	50人程度	50人程度	50人程度	50人程度

図. 利用者アンケート調査のサンプル割付

また、アンケートの設問項目は、「現在の運動、スポーツ実施状況」「運動、スポーツにおける行動変容」等を40問程設定した。なお、第1回アンケート調査では、ココスポを強制的に閲覧する調査の流れを設定している。

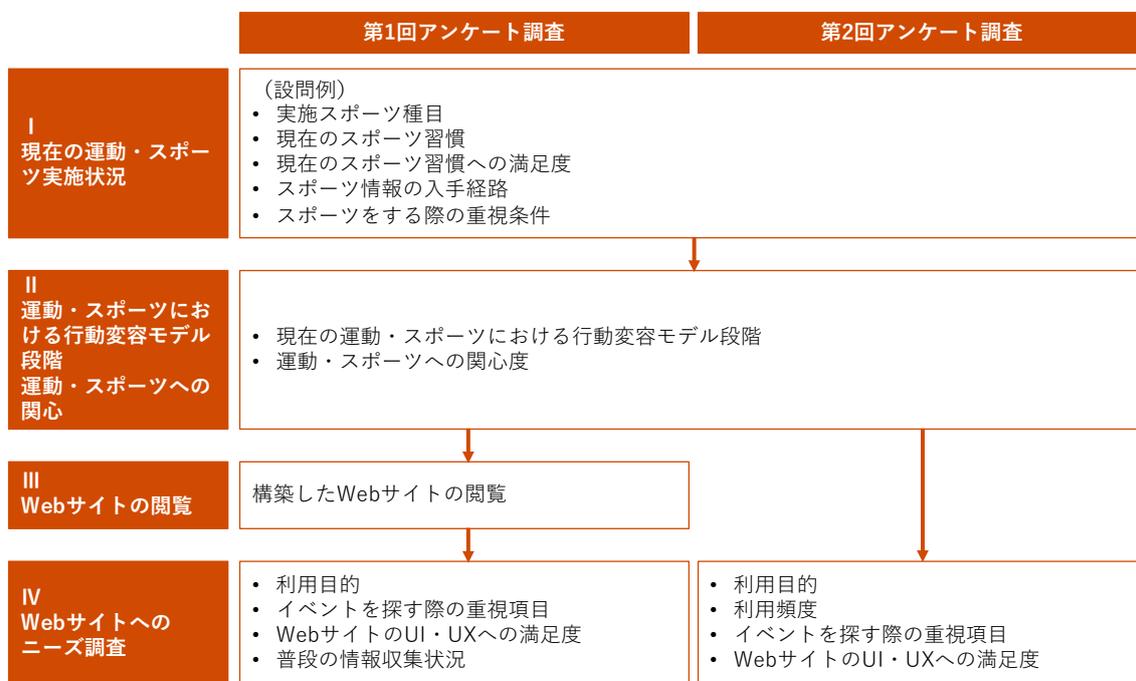


図. 利用者アンケート調査の設問概要

3.1 実証事業の概要

3.1.1 さいたま市、横浜市体育協会

さいたま市、横浜市体育協会をフィールドとした実証事業については、両団体が管理する公共スポーツ施設、スポーツ教室等の情報収集及び施マッチングについての取組みを実施している。なお、実証にあたり、さいたま市、横浜市専用のページを構築したうえで、情報の掲載を実施した。

また、掲載する情報の登録については、全国のスポーツの大会、イベントと同様に情報入力フォームを用意し、さいたま市、横浜市体育協会側でも登録が可能な状態とした。

○実証地域における公共スポーツ施設とのマッチング機能

登録する施設情報については、内閣官房 IT 総合戦略室にて作成されている推奨データセットの「基本編 公共施設」を参考とし、スポーツ施設特有の情報項目（例えば、総合運動公園、総合体育館等については、当該施設内にサッカー場、テニスコート、アリーナ等が整備されている場合が多いため、Level1、Level2 といった形で施設のレベル分けを実施している。）を追加し、構成した。

表. 実証地域におけるスポーツ施設情報項目の一覧

○スポーツ施設 (Level. 1)

項目	概要	例
都道府県	施設所在地の都道府県	北海道
市区町村	施設所在地の市区町村	札幌市
町丁目	施設所在地の町丁目	
建物名	施設所在地の建物名	
階数	施設所在地の建物内における階数	
施設名称 (Lv. 1)	施設名称(建物名と同じ場合も記載)	新横浜公園
施設名称_カナ (Lv. 1)	公共施設の名前をカナで記載。	〇〇コウミンカン
設備	公共施設の保有する設備（競技場、体育館、武道場等）を記載。	サッカー場、野球場、体育館2面
設備特記事項	更衣室、シャワー、照明、備品（ダンベル、シューズ貸出あり）、観客席	
電話番号	公共施設の管理者の連絡先（電話番号）を記載。	000-000-0000
団体名	公共施設の管理団体の名称を記載。	〇〇市
利用可能曜日	公共施設が利用可能な曜日を記載。	火水木土日
開始時間	開始時間を記載。	9:00
終了時間	終了時間を記載。	18:00
利用可能時間特記事項	利用可能曜日、開始時間、終了時間についての特記事項・例外（祝日、年末年始の変更点など）等があれば記載。	火曜日について祝日は利用不可。また、12/31、1/1は終日利用不可。
概要	公共施設の説明を記載。	卓球スペース、茶室の無料貸し出し有り
バリアフリー情報	バリアフリー情報を「;」（半角のセミコロン）区切りで記載。	多目的トイレ有り;車椅子貸出有り
URL	公共施設のHPのURLを記載。	http://www.ooo.lg.jp/abc1.html
備考	特記事項等があれば記載。	
対象競技種目	施設が対象とする競技種目名を記載。	サッカー、野球
利用条件	施設利用にあたり必要となる条件等	市内在住・在勤・在学者

	を記載。	のみ利用可能
予約必要性・予約方法	予約の必要有無や予約方法の説明。	電話による予約必須
利用料金	施設利用料を記載。	市内在住者(18歳以上) : 300円、市外在住者(18歳以上) : 600円、18歳以下無料
駐車場	施設における駐車場の有無や収容台数を記載。	あり(50台、車いす用5台)、1時間100円
交通アクセス	施設までの交通アクセスを記載。	JRXX駅 徒歩5分。バスXXより徒歩5分。

○付帯施設 (Level.2)

項目	概要	例
施設名称 (Lv.2)	公共施設の名前を記載。	日産スタジアム
施設名称_カナ (Lv.2)	公共施設の名前をカナで記載。	〇〇コウミンカン
利用可能曜日	公共施設が利用可能な曜日を記載。	火水木金土日
開始時間	開始時間を記載。	9:00
終了時間	終了時間を記載。	18:00
対象競技種目	施設が対象とする競技種目名を記載。	サッカー、野球
予約必要性・予約方法	予約の必要有無や予約方法の説明。	電話による予約必須
利用料金	施設利用料を記載。	市内在住者(18歳以上) : 300円、市外在住者(18歳以上) : 600円、18歳以下無料

新横浜公園

施設概要

「日産スタジアム」のある横浜市最大の都市型運動公園です。日産ウォーターパーク・日産フィールド小机・しんよこフットボールパーク・スケボー広場・インラインスケート広場・バスケットボール広場・テニスコート・運動公園・野球場・投てき練習場・他。



サッカー ラグビー 野球 水泳 野球

設備1
日産スタジアム
サッカー ラグビー 野球

設備2
日産ウォーターパーク
水泳

設備3
日産フィールド小机
地上競技 サッカー ラグビー

設備4
しんよこフットボールパーク
サッカー

設備5
インラインスケート広場
スケートボード インラインスケート BMX

設備6
スケボー広場
スケートボード

図. 実証事業の個別ページにおける施設情報の掲載内容

○実証地域における自主事業等の教室とのマッチング機能
同様に自主事業等による教室の情報についても「表. 実証地域における教室の情報項目」に基づき情報掲載を実施した。

表. 実証地域における教室の情報項目

#	項目	概要	記入方式	例
1	教室名	教室名を記載。	自由記述	ソフトテニス（軟式低級）を やりませんか（旭区ソフト テニス部）
2	教室名_かな	教室名（かな） を記載。	自由記述	
3	種目	教室が対象とす る種目名を記 載。	選択	ソフトテニス
4	概要	教室の内容を記 載。	自由記述	能力別に分かれた、初級から ベテランまでの講習会。
5	開催期間	教室の開催期間 （開催初日～最 終日）を記載。	プルダウン	2019/05/25 ～ 2019/11/17
6	開催日	教室が実際に開 催される日付を 記載。	複数選択	5/25、5/26、6/2、6/16、 7/13、7/21、8/11、8/25、 9/15、9/29、10/5、10/13、 11/3、11/17
7	開催時間	教室の開催時間 を記載。	自由記述	9:00～11:00（11月3日のみ 900～15:00）
8	開催区・場所	教室の開催区及 び場所を記載。	自由記述	旭区 / 今川公園テニスコート
9	開催区・場所 備考		自由記述	第3体育館
10	募集予定	募集予定人数を 記載。	自由記述	各日先着40人
11	参加費	参加費を記載。	自由記述	一般300円、小学生～高校生 100円（1回）
12	申込方法	申込方法を記 載。	自由記述	当日直接お越しください。

13	申込期間	申込期間を記載。	プルダウン	2019年5月25日～2019年11月17日
14	問合せ先	教室に関する問い合わせ先を記載。	自由記述	旭区体育協会ソフトテニス部 XXさん TEL045-XXX-XXXX FAX045-XXX-XXXX
15	備考	教室参加に関する注意事項や持ち物、制限などを記載。	自由記述	参加対象：旭区内在住・在勤・在学またはクラブに在籍している人 持ち物：テニスシューズ、運動ができる服装（ラケットは貸出もあり）
16	画像ファイル		アップロード	

ココスギヒは 全館のイベント | スポットを探す [ログイン](#) | [ログアウト](#)

空手教室【大宮武道館】

教室概要

小学生以上であればどなたでも参加可能です。
強い身体と強い心の心を育てます。日本空手協会大宮支部の指導員が丁寧に指導いたします。
別途申し込みで保護者名も受け付けます。



教室詳細

種別	武道・格闘技
活動地区/開催場所	旭区/さいたま市大宮区武道館
開催日程	2019年12月7日(土)～2020年1月18日(土) 12月7日(土)、12月14日(土)、12月21日(土)、12月28日(土)、1月4日(土)、1月11日(土)、1月18日(土)
定員数	200
開催時間	09:30～11:00 通年開催の教室です。毎週土曜9:30～11:00 ※詳細はお問い合わせください。
参加費	全8回、3,120円 ※2ヶ月ごと。開催日数が8回に満たない場合は都合の曜日で調整をお願いします。 ※詳細はお問い合わせください。
申し込み方法	受付窓口か、お電話にて、無料受付中。大宮区空手教室受付 048-687-0100
お問い合わせ先	さいたま市大宮区武道館

図. 実証事業の個別ページにおける教室情報の掲載内容

○実証地域における仲間とのマッチング機能

さいたま市においては、スポーツを実施する仲間といった観点から総合型地域スポーツクラブの情報も「表. 総合型地域スポーツクラブの情報項目」に基づき情報掲載を実施している。

表. 総合型地域スポーツクラブの情報項目

項目	概要
クラブ名	総合型地域スポーツクラブ名を記載。
概要	総合型地域スポーツクラブの概要を記載。
ホームページ	総合型地域スポーツクラブの URL を記載。
主な活動場所	総合型地域スポーツクラブの活動場所や施設名を記載。
主な活動曜日	総合型地域スポーツクラブが活動する曜日や頻度を記載。
活動時間帯	活動日の詳細情報を記載。
構成メンバー	構成メンバーの男女比等を記載。
主な年齢層	構成メンバーの年齢層を記載。
費用	参加人あたり生じる費用（参加費、指導費等）を記載。
入会条件	健康状態、用意する必要のある用具等について記載。
発信情報	運営者やメンバーが発するメッセージを記載。



図. 実証事業の個別ページにおける総合型地域スポーツクラブの掲載内容

以上のようにスポーツ施設、教室、仲間に関する情報を収集し、ココスポへの情報掲載を実施した。さいたま市、横浜市体育協会におけるコンテンツ数は「表. 実証地域におけるココスポへの掲載コンテンツ数」のとおりである。

表. 実証地域におけるココスポへの掲載コンテンツ数

地域	項目	件数
さいたま市	教室	96
	施設	35
	サークル	11
横浜市	教室	440
	施設	25

3.1.2 Web サイトアクセスツールによる分析

本事業では、Web サイトアクセスツールを活用し、ここスポへのアクセスデータを解析している。Web サイトアクセスツールではユーザー数やページ閲覧数、利用者の年齢、性別、興味関心といった項目を計測しており、定量的な分析を実施することが可能である。収集した各種アクセスログの分析を実施するとともにここスポの有用性について検討を実施した。

一方で集計される利用者のデータは、利用者が能動的に回答したデータではなく、クッキー情報等に基づき推測したデータであるため、あくまで推計値である。

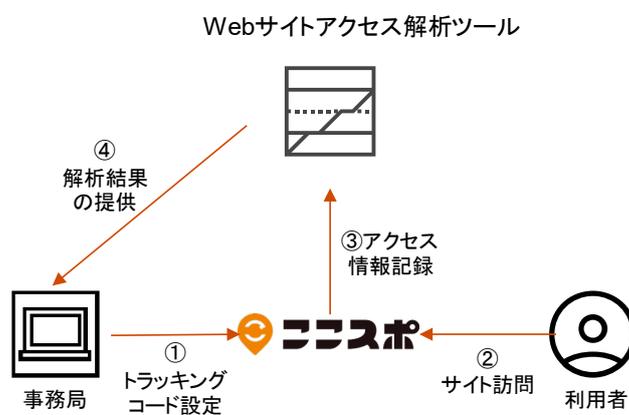


図. Web サイトアクセス解析ツールの分析イメージ

(1) ここスポのアクセス数等

ここスポへアクセスしたユーザー数は昨年 11 月 22 日の開設から約 3 か月で 8,814 ユニークユーザーとなっている。特徴的な結果として、「ページ/セッション」が 2.0 を超えており、Top ページへアクセスした利用者の多くは、下層ページにアクセスする等、なんらかの操作をしていることがアクセスデータから読み取れる。

表. Web サイトアクセス解析ツールによるデータ把握例¹

項目	概要	数値
ユーザー数	期間内にここスポにアクセスした固有の利用者の総数	8,814
ページビュー数	期間内にページが読み込まれた回数	25,005

¹ ユーザー数、ページビュー数等の計測値については、第 1 回利用者アンケート調査の回答者数 (1602 サンプル) が含まれることに留意が必要。第 1 回利用者アンケート調査では必ず、ここスポへアクセスする仕様の調査としていた。

平均セッション時間	ココスポにアクセスした利用者が、サイトを離脱するまでの平均時間（＝平均滞在時間）	1分43秒
ページ/ セッション	ココスポにアクセスした利用者が、サイトを離脱するまでに閲覧するページ数	2.19

3.2 実証事業の結果

3.2.1 さいたま市、横浜市体育協会

(1) スポーツ施設、教室、仲間の情報収集

さいたま市、横浜市体育協会にて実施したスポーツ施設、教室、総合型地域スポーツクラブのマッチング機能を全国的に拡大するうえで、スポーツ施設、教室、総合型地域スポーツクラブ等の所有者もしくは運営管理者からどのように情報収集をするかが重要となる。

ここスポの利便性を向上させ利用者を増加させるためには、全国のスポーツ施設、教室、地域総合型スポーツクラブの情報を収集し掲載する必要がある一方で、スポーツ庁が一元的に情報を収集し、掲載することは情報量が膨大となり、困難であると想定される。

本実証事業では、施設、教室、総合型地域スポーツクラブの運営管理者等が主体となりここスポへ情報を登録するための仕組みを構築に向けて、現状の課題を把握した。

○スポーツ施設情報の収集

情報の収集にあたっては、さいたま市、横浜市体育協会がスポーツ施設の情報を提供し、事務局による情報登録作業を実施した。

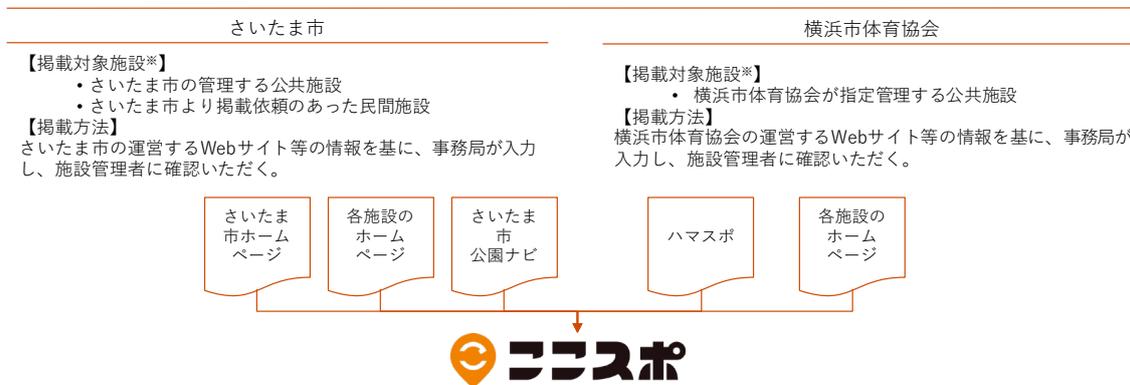


図. 実証事業におけるスポーツ施設情報の登録スキーム

情報収集にあたっては、当初さいたま市、横浜市体育協会側での情報登録作業を前提としていたが、スポーツ施設の情報登録項目数が多い点等から作業負荷が大きいという課題が生じ、事務局にて情報入力作業を実施することとなった。また、情報の収集にあたり、以下のような課題が顕在化した。

・団体毎に保有する情報の項目や粒度に差異がある

公共スポーツ施設は、自治体により保持する情報の種類や扱い（情報の項目や粒度、消費者に対する情報提供の方法など）が大きく異なるため、ここスポのスポーツ施設情報入力

フォームにおける情報項目では入力が困難な団体が発生する可能性がある。

・施設区分により所管部署が異なる

施設区分（スポーツ施設、都市公園等）により、所管の部署が異なるため、同一の自治体においても、保持する情報の粒度や扱いが異なる。また、情報の掲載にあたっては所管部署ごとに調整が必要となる。

・施設の利用料金や利用時間帯の区分が複雑

公共スポーツ施設の利用料金は、同じ自治体内の設備（サッカー場、テニスコート等）であっても施設毎に異なり、利用者区分（在住者、学生等）、利用時間帯等によっても差異がある。また、利用可能時間等も様々な区分がある。

公共スポーツ施設の情報収集にあたっては、多くの課題があるもののここスポへ情報登録を実施していただくことにより、施設区分等によりこれまで各団体の複数の Web サイトに跨って掲載されていた情報が一元化され、施設情報の検索が容易になるといった効果が想定される。

○スポーツ教室の情報収集

さいたま市においては、スポーツ教室を開催している指定管理者により情報の登録が実施された。また、横浜市の指定管理者でもある横浜市体育協会については、独自のスポーツ情報ポータルサイト「ハマスポ」において、自主事業等の教室情報を提供していた経緯から、「ハマスポ」の情報を CSV (Comma Separated Value) データにてご提供いただき、ここスポへ一括の情報登録を実施した。

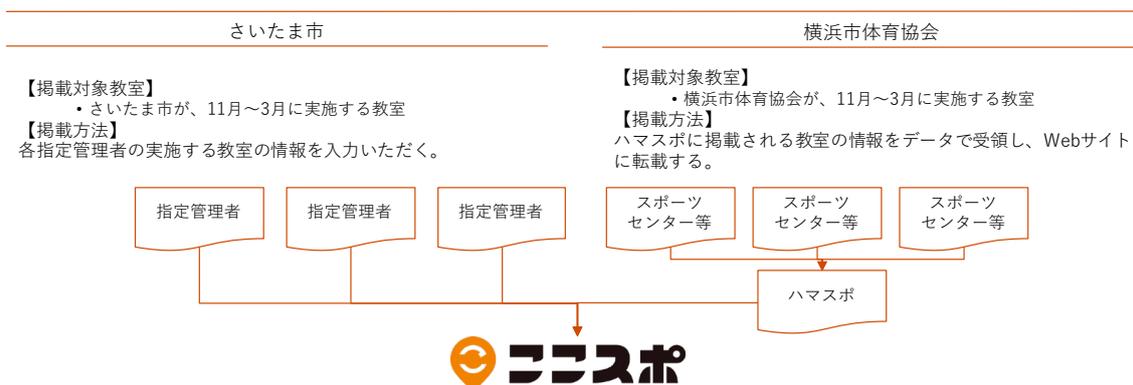


図. 実証事業におけるスポーツ教室情報の登録スキーム

一方で、以下のような課題が顕在化した。

・ 団体毎に保有する情報の項目や粒度に差異がある

教室情報も施設情報と同様に地方公共団体毎の保持する情報の扱い（情報の種類や粒度、消費者に対する情報掲載の方法など）が大きく異なるため、ここスポのスポーツ教室情報入力フォームにおける情報項目では入力が困難な団体が発生する可能性がある。

・ 競技、種目の明確な基準が存在しない

各教室で実施される「競技・種目」については、明確な基準が存在しないため、主催者の考えに基づくことが多く、一般的にスポーツと考えられにくい教室も「スポーツ教室」として掲載されることがある。同様に、「バリアフリー状況」等の項目についても、明確な基準がないため、選択肢の範囲を一律で設定することが困難である。

スポーツ教室の情報収集にあたっては、さいたま市の指定管理者による情報入力や横浜市体育協会によるハマスポのデータ提供により、一定の課題はあったものの、円滑な情報収集を実現できた。また、ここスポへの情報登録により、これまで各団体の複数の Web サイトに跨って掲載されていた情報が一元化され、教室情報の検索が容易になった。特定のスポーツセンター等の Web サイトを閲覧していた利用者が、ここスポの存在により他の教室情報を閲覧することにより、新たなニーズを発掘できる可能性があるといった相乗効果も期待できる。

○仲間の情報登録

スポーツを実施する仲間とのマッチング機能といった観点からさいたま市において総合型地域スポーツクラブの情報を掲載したが、スポーツ施設と同様に入力の負荷が生じることから、事務局により情報の登録を実施したうえで、総合型地域スポーツクラブに確認を実施いただいた。

さいたま市

【掲載対象教室】

- ・さいたま市で活動する総合型スポーツクラブ

【掲載方法】

さいたま市のサイトの情報を基に、PwCが入力し、さいたま市に確認いただく。

さいたま市
ホームページ



図. 実証事業における仲間情報の登録スキーム

仲間情報（総合型地域スポーツクラブ）の情報登録における課題は以下のとおりである。

・ここスポへの情報掲載に関する承諾が得られない

本事業では当初、総合型地域スポーツクラブだけではなく、生涯学習等の地域で実施されている一般のスポーツサークルについても情報の登録を実施することを想定していた。しかし、当 Web サイトへの 2 次掲載を承諾いただくことが困難であった。これは、ここスポの認知度が低く、情報掲載に関する不安感払拭することをできなかったことが要因であるとも考えられる。

・スポーツサークルが主体となった情報掲載を推進

今年度においては、さいたま市という限られた地域であったため、事務局での情報入力を実現できたが、情報掲載数を増やすためには、サークル主催者が情報を掲載することに、インセンティブを持ってもらえるような付加価値を生み出す必要がある

(2) さいたま市、横浜市体育協会でのマッチングの実績

実証事業の結果を検証するため、ココスポに掲載したさいたま市、横浜市体育協会の管理するスポーツ施設、教室等にどの程度の利用申し込みがあったかを利用者アンケートにて調査した。ただし、検証にあたっては、Web モニターによるアンケート調査結果のみを扱っているため、これ以外の利用申し込みが発生している可能性がある。

なお、利用者アンケートでは以下の設問を設定している。

表. スポーツ施設、教室への申し込みに関する利用者アンケートの設問

設問内容	回答選択肢
あなたはココスポで見つけた施設に申し込みましたか。	・ 申し込んだ ・ 申し込んでいない
あなたはココスポで見つけた教室に申し込みましたか。	・ 申し込んだ ・ 申し込んでいない

「表. スポーツ施設、教室への申し込みに関する利用者アンケートの設問」に対する回答として、スポーツ施設に申し込んだ回答者は51名となり、7.0%の回答者がココスポで見つけたスポーツ施設に申し込んだ結果となっている。また、スポーツ教室については、44名となり、6.0%の回答者が申し込みを実施したとの回答であった。

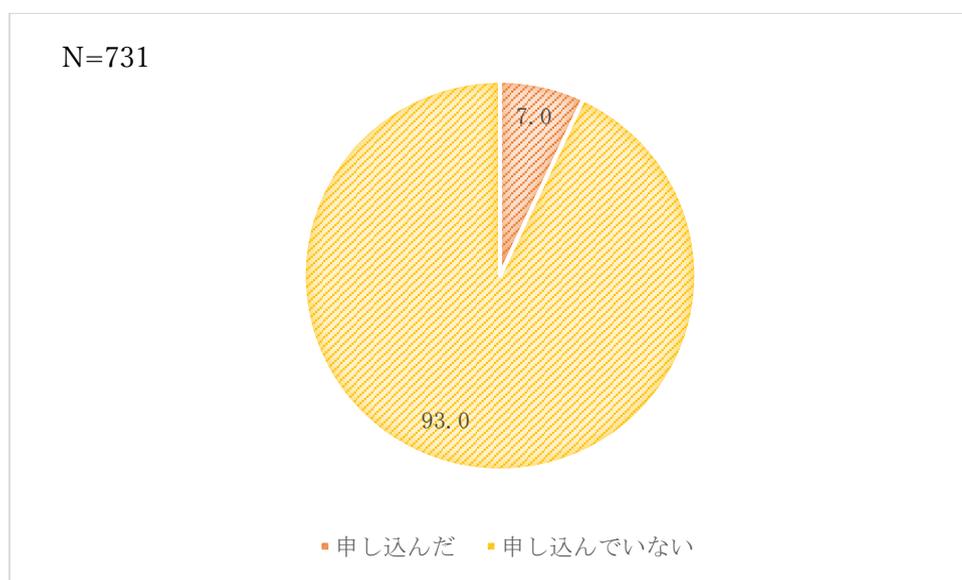


図. ココスポで見つけたスポーツ施設への申し込み状況

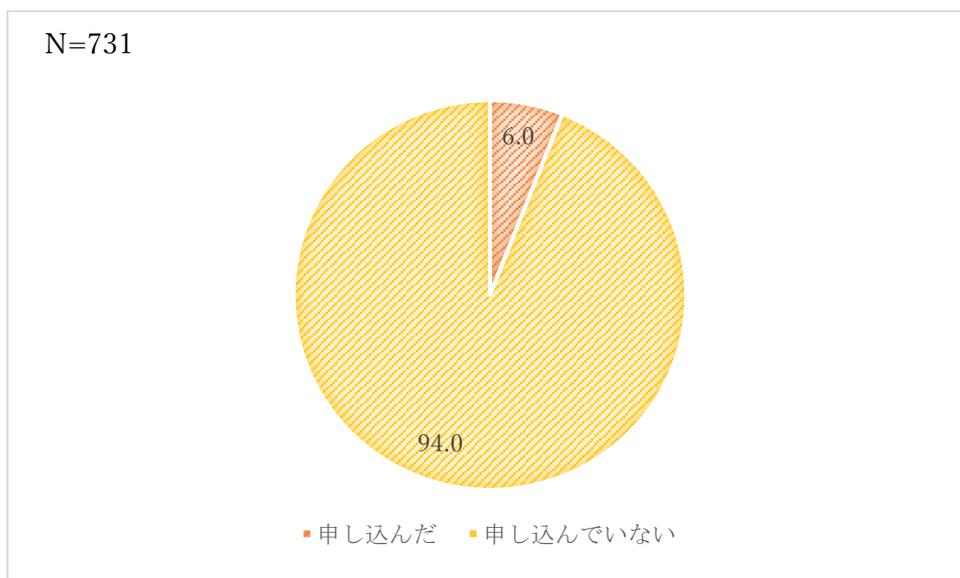


図. ここスポでみつけたスポーツ教室への申し込み状況

以上のような結果から、スポーツ施設や教室の情報を掲載することにより、ここスポの利用者については、1割弱程度の利用を促す効果があったと推定される。

一方で9割以上の利用者はスポーツ施設や教室等への申し込みを実施していない。利用者アンケートでは、ここスポに情報が掲載されたスポーツ施設や教室に申し込みを実施しなかった利用者に対して、その理由についても設問を実施している。

表. スポーツ施設や教室に申し込みを実施しなかった理由に関する設問

設問内容	回答選択肢
スポーツ施設に申し込まなかった理由で最も当てはまるものを教えてください。	<ul style="list-style-type: none"> ・自分の興味がある教室が見つからなかった ・参加したい教室に開催日時と都合が合わなかった ・申し込みにあたって不明な点があった ・ここスポから直接予約することができなかった ・その他
スポーツ教室に申し込まなかった理由で最も当てはまるものを教えてください。	<ul style="list-style-type: none"> ・自分の興味がある施設が見つからなかった ・施設の空き情報を確認したが、利用したい日時に施設の空きがなかった ・申し込みにあたって不明な点があった ・ここスポから直接予約することができなかった ・その他

「表. スポーツ施設や教室に申し込みを実施しなかった理由に関する設問」について、スポーツ施設に申し込まなかった理由で最も多い回答は「自分の興味がある施設が見つからなかった」との回答が最も多く、回答者の60.3%（410サンプル/680サンプル）であった。また、次いで「施設の空き情報を確認したが、利用したい日時に施設の空きがなかった」との回答が22.8%（155サンプル/680サンプル）となり多い結果であった。また、スポーツ教室についても「自分の興味がある教室が見つからなかった」という回答が51.2%（352サンプル/687サンプル）で最も多い回答であり、次いで「参加したい教室の開催日時と都合が合わなかった」との回答が31.1%（214サンプル/687サンプル）で多い結果であった。

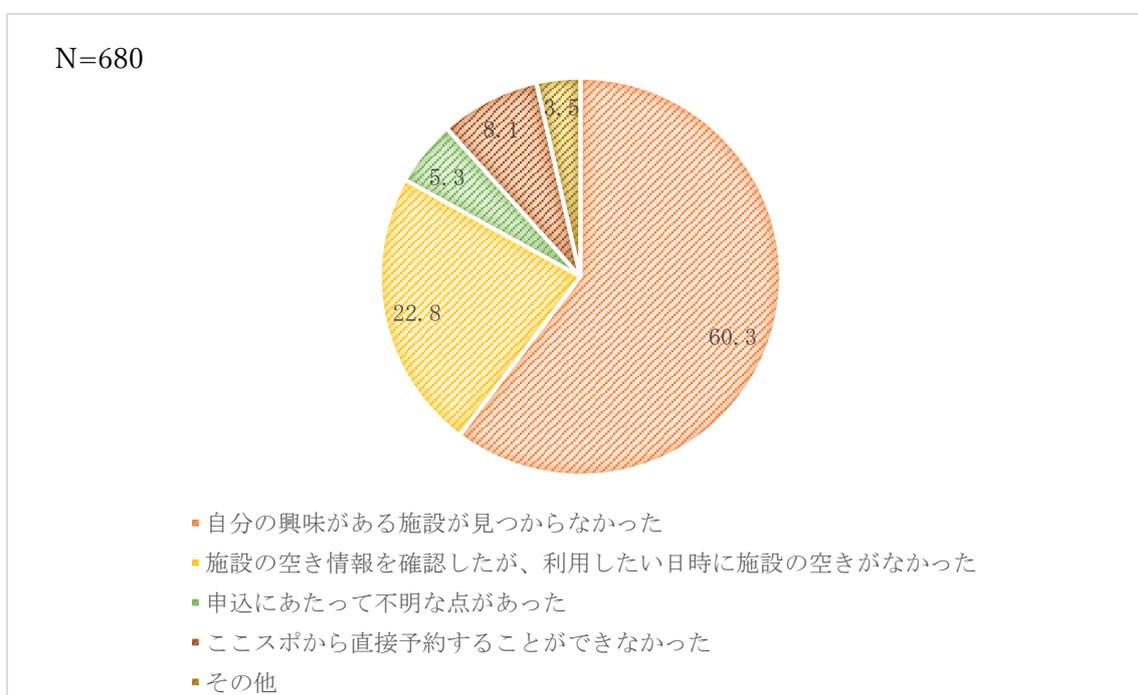


図. ここスポで見つけたスポーツ施設に申し込まなかった理由

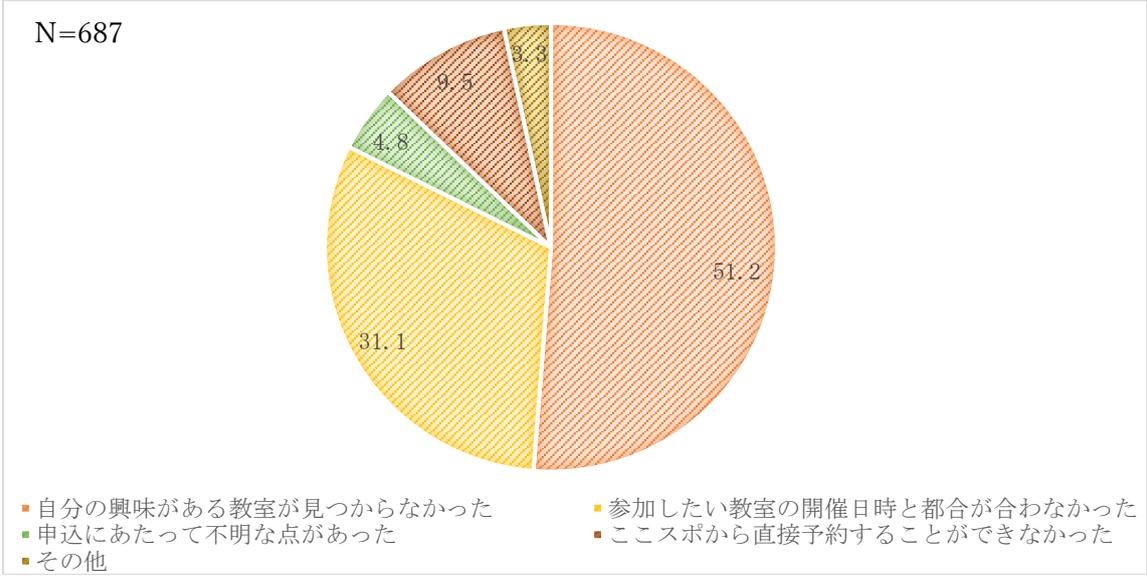


図. ココスポで見つけたスポーツ教室に申し込まなかった理由

アンケート調査の結果から推察すると、ココスポに掲載されている情報項目数や予約機能等の具備といった課題以前に利用者の選択肢を広げるため、さいたま市や横浜市におけるスポーツ施設や教室の情報量を現状よりも増加させるといった課題が顕在化している。

3.2.2 全国のスポーツ大会、イベント

(1) 全国のスポーツ大会・イベントのマッチング実績

さいたま市、横浜市体育協会をフィールドとした実証と同様に情報収集を実施し、ココスポに掲載を実施したスポーツ大会・イベントのマッチング実績を利用者アンケートにより調査、検証した。

ココスポの利用者で本事業におけるアンケート調査の回答者全体における7.0% (51 サンプル/731 サンプル) については、なんらかのスポーツ大会・イベントに申し込みを実施したという結果となった。

表. スポーツ大会、イベントへの申し込みに関する利用者アンケートの設問

設問内容	回答選択肢
あなたはココスポで見つけた大会、イベントに申し込みましたか。	・ 申し込んだ ・ 申し込んでいない

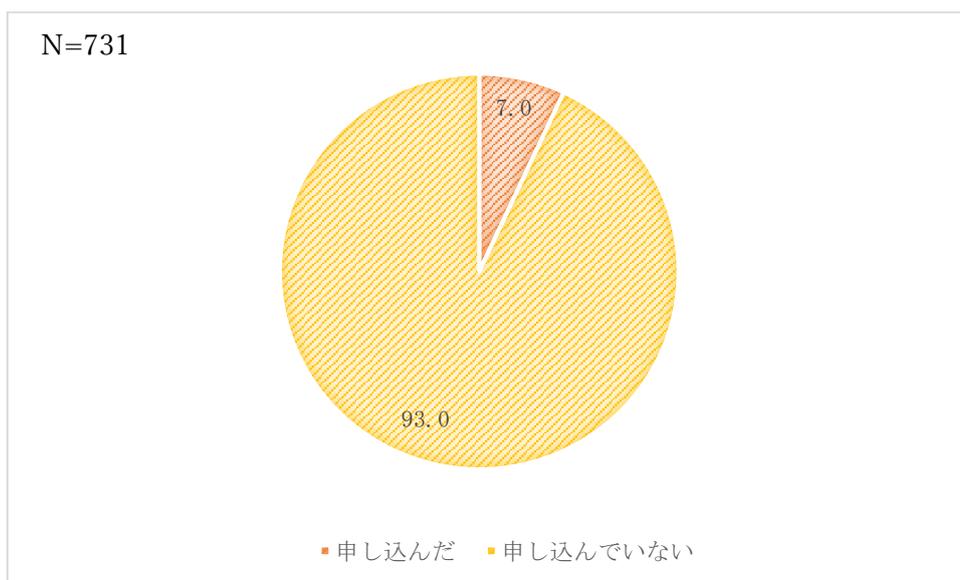


図. ココスポで見つけたスポーツ大会、イベントへの申し込み状況

本事業のアンケート調査の回答者において、10%弱の方がココスポでスポーツ大会・イベントの情報を見つけ、申し込みを実施している結果となっている。また、今回のアンケート調査対象については、さいたま市、横浜市の在住者を条件としているため、全国的な情報を掲載しているスポーツ大会、イベントについては、さらに多くの申し込みにつながった可能性がある。

一方で申し込みを実施されていない回答者がスポーツの大会、イベントについても9割以上との結果であった。こちらについてもスポーツ施設、教室と同様に申し込みを実施しなかった理由について、設問を実施している。

表. スポーツ大会、イベントに申し込みを実施しなかった理由に関する設問

設問内容	回答選択肢
大会、イベントに申し込まなかった理由で最も当てはまるものを教えてください。	<ul style="list-style-type: none"> ・自分の興味があるイベントが見つからなかった ・参加したいイベントの開催日時と都合が合わなかった ・申し込みにあたって不明な点があった ・ここスポから直接予約することができなかった ・その他

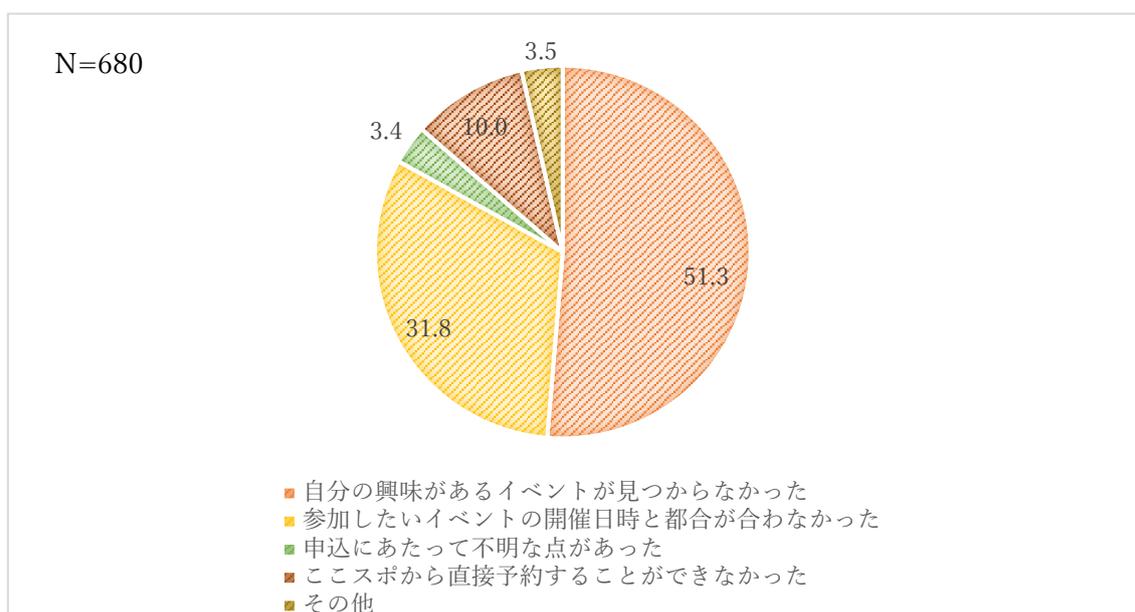


図. ここスポで見つけたスポーツ大会・イベントに申し込まなかった理由

スポーツ大会、イベントについても「自分の興味があるイベントが見つからなかった」「参加したいイベントの開催日時と都合が合わなかった」といった、掲載されたスポーツの大会、イベントの条件が要因となり申し込みを実施していないとの回答が 8 割以上であった。スポーツ施設、教室と同様に掲載件数を増加させる等の施策が次年度以降必要となる。

(2) 特定の大会、イベントへのアクセスログ分析による検証

Web アクセス解析ツールによる分析において、ココスポの Top ページを除くと「青木半治杯第71回中学校銚子半島一周駅伝大会・第2回中学校女子銚子半島一周駅伝大会（以降、銚子駅伝）」へのアクセスが最も多い結果となった。

イベントの一覧ページ等、ココスポの主要ページよりも多いアクセスが発生している特異な情報となっている。

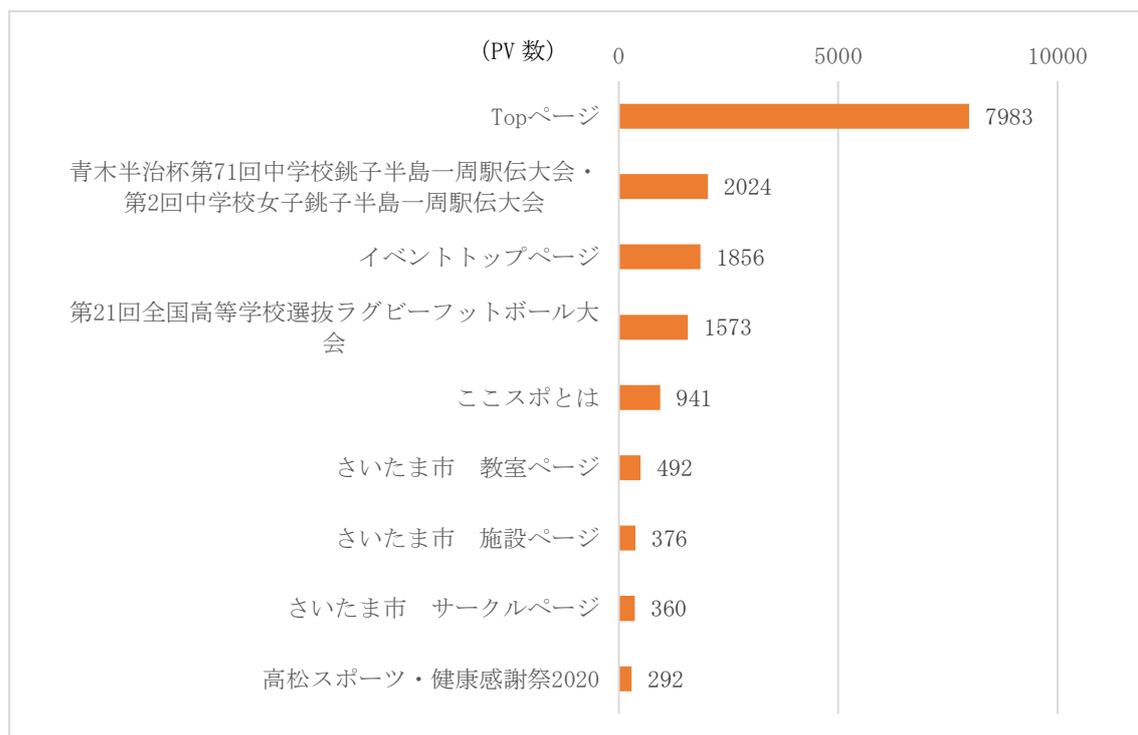


図. ココスポのページ別アクセス数

また、検索エンジン等でどのようなワードを検索を実施し、ココスポにアクセスを実施しているかといった観点で分析を実施すると、「銚子半島一周駅伝 2020」「銚子駅伝 2020」のワードで検索を実施、ココスポにアクセスしたログが最も多い結果であった。

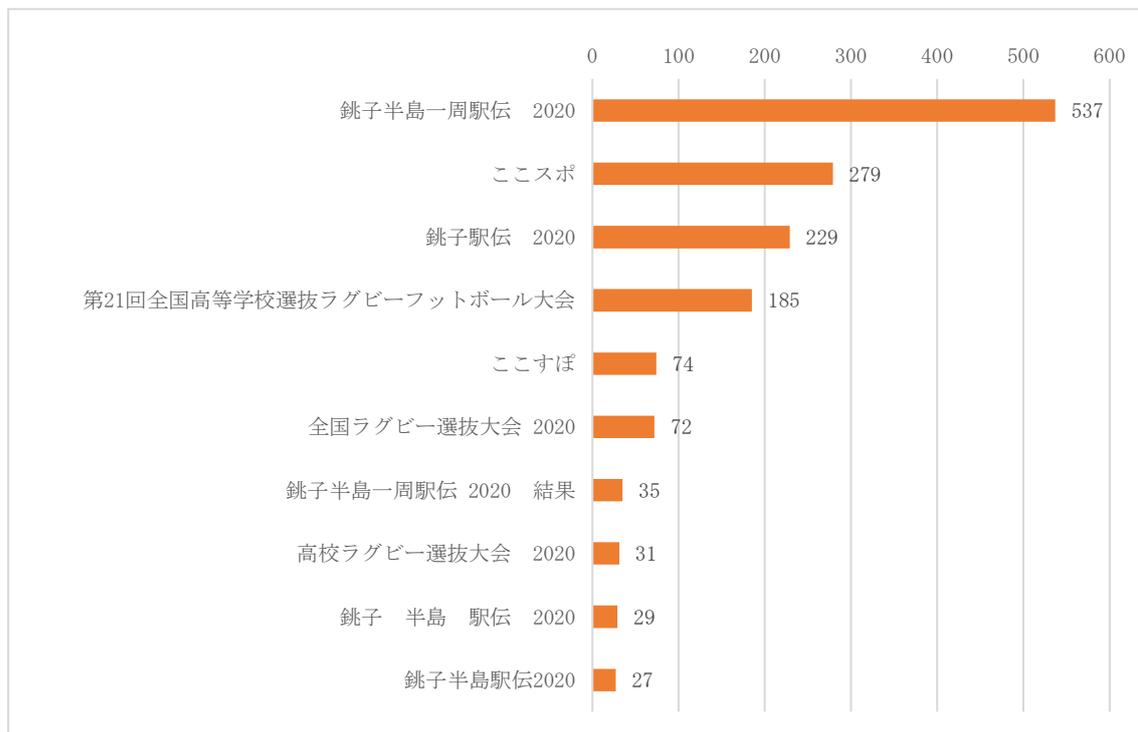


図. ここスポのアクセスにおける検索ワード数の上位 10 項目

これは、銚子駅伝を検索した際に消費者が知りたい情報が、銚子駅伝に関連する公式サイトに掲載されていなかった、あるいは見つけにくかったことが推察される。ログを解析した当時（令和 2 年 1 月）、銚子駅伝を検索すると当日の交通規制に関する情報が検索トップに表示されていた。このため、検索上位となっていた、「銚子駅伝」「ここスポ」の組み合わせに一定のアクセスが実施されたと考えられる。

また、「銚子駅伝」に関するここスポのイベントページが検索エンジンの上位に掲載された理由として、情報入力項目を細分化したこと等が検索エンジンで優位となったことが推察される。検索エンジンでは「サイト構造」「サイトマップ」「サイトのページ数」「サイトの信頼性」「モバイルの最適化」等の観点で検索結果の上位に表示するかを決定している。ここスポでは、イベント情報の項目を細分化し、入力していたため、検索アルゴリズムにおいてサイト構造やモバイルの最適化等の項目が高く評価された可能性が高い。以上の検証結果から、スポーツ大会、イベント等について、ここスポの情報項目を正確に入力することにより、検索エンジンを利用するユーザーに対して、効果的な情報発信が可能であると考えられる。

また、「銚子駅伝」のように特定地域において認知されている大会やイベントについて効果的な情報発信を実施できていないものは全国に数多く存在すると想定される。そういった大会、イベントの情報をここスポへ掲載することは非常に重要である。

4 本事業における調査研究

4.1 検討会の設置

事業の方向性並びにスポーツ実施行動データ、収益性について助言を得るため有識者により構成される検討会を開催している。検討会メンバー並びに検討会の開催日程及び議題については以下の通り。

浅井 慎也 : 日本スポーツ協会 スポーツ推進部長
石黒 えみ : 亜細亜大学 講師
小田原 一記 : 日本レクリエーション協会 事務局長
熊谷 哲 : 笹川スポーツ財団 研究調査グループ グループ長
○澤井 和彦 : 明治大学 准教授
関口 一道 : 日本障がい者スポーツ協会 スポーツ推進部長
*五十音順、○ : 座長

- 第1回 (令和元年7月2日)

協議事項 : マッチング機能の整備方針、概要、検討の方向性の議論など

- 第2回 (令和元年11月1日)

協議事項 : マッチング機能の整備内容、スポーツ実施行動データ分析方針
ポータルサイトの収益性方策の方向性など

- 第3回 (令和2年2月3日)

協議事項 : マッチング機能の運用状況報告、収益性に関する具体案など

- 第4回 (メール開催)

協議事項 : マッチング機能の運用結果、スポーツ実施行動データ分析結果、収益性
に関する検討結果など**調査研究の概要**

4.1.1 スポーツ実施行動データ

スポーツ実施行動データは、消費者のスポーツ実施行動全般の実態を把握したものである。本事業ではここスポの利用者におけるスポーツ実施行動データの変遷を分析することにより、スポーツ実施行動データとここスポとの関連性を検証する。

また、消費者のここスポへのニーズを把握することにより、スポーツ実施行動の改善に繋がる Web サイトのあるべき姿を検討した。

(1) ここスポ利用者アンケート調査

スポーツ実施行動データを収集するため、Web モニターを利用したアンケート調査を実施した。(アンケート調査の詳細については、「3 さいたま市、横浜市体育協会での実証事業」を参照。)

また、アンケート調査を計 2 回実施し、回答の変化を分析することによって、ここスポを通じて利用者に「大会、イベント」「仲間」「施設」「教室」の情報を提供することによる利用者のスポーツ実施行動の変化を調査している。

本アンケート調査については、20 歳代、30 歳代、40 歳代、50 歳代、60 歳代以上の各年齢層で男女ともに 50 サンプル程度を収集している。また、アンケートの結果から週に 1 日以上、運動、スポーツを実施している回答者が 67.9%となっており、比較的運動、スポーツを実施されている方からの回答が多い結果となっている。

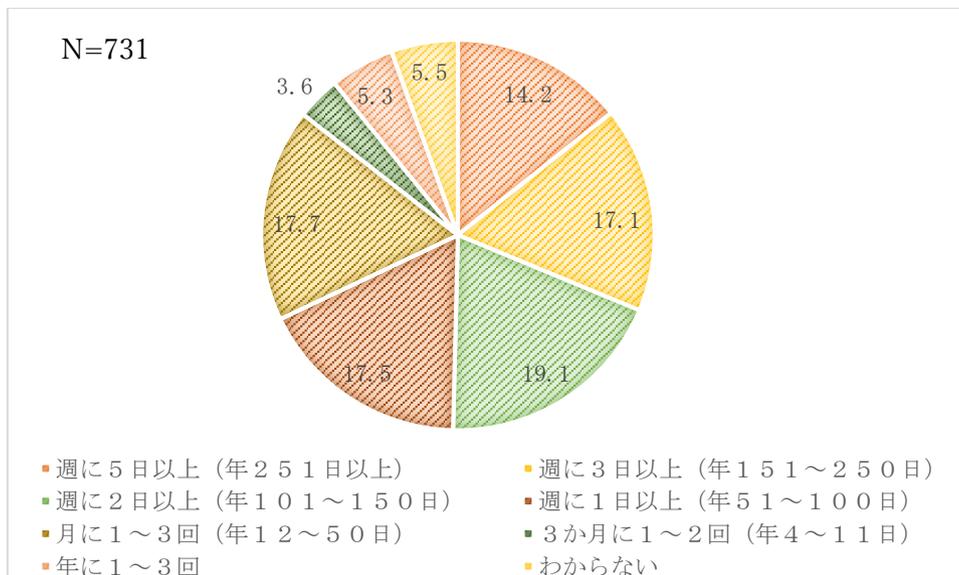


図. 年間の運動、スポーツ実施日数

また、過去 1 年間での運動・スポーツを実施する頻度については、「あまり変わらない、変わらない」との回答が最も多く、58.8%となり、「減った」との回答が 19.6%、

「増えた」との回答が 18.5%となり同数程度の結果であり、6割弱の回答者はこの1年間において運動習慣に変化のない傾向である。

このような回答者サンプルにおいて、定期的な運動（20分から30分以上の運動を週2回から3回実施）を実施しているかについて、第1回利用者アンケート及び第2回利用者アンケートにて設問している。

		第1回					
		回答者総数	私は現在、運動・スポーツをしていない。また、近い将来に始めようとも思っていない。	私は現在、運動・スポーツをしていない。しかし、近い将来に始めようとは思っている。	私は現在、運動・スポーツをしている。しかし、定期的ではない。	私は現在、定期的に運動・スポーツをしている。しかし、始めてから6か月以内である。	私は現在、定期的に運動・スポーツをしている。また、6か月以上継続している。
		731	127	158	168	33	245
第2回	私は現在、運動・スポーツをしていない。また、近い将来に始めようとも思っていない。	137	76	30	21	1	9
	私は現在、運動・スポーツをしていない。しかし、近い将来に始めようとは思っている。	197	30	100	49	3	15
	私は現在、運動・スポーツをしている。しかし、定期的ではない。	149	8	18	72	10	41
	私は現在、定期的に運動・スポーツをしている。しかし、始めてから6か月以内である。	49	6	4	14	11	14
		199	7	6	12	8	166

図. 第1回調査時点から第2回調査時点での定期的な運動状況の変遷

第1回調査時点で運動、スポーツを実施していない回答者が運動、スポーツを実施したいもしくは実施しているといった回答数の変化がその他の回答数の変化よりは多いものの全体的に大きな変遷は見られない。

また、現状の運動習慣に関する設問については、第1回調査と第2回調査について検定により比較したところ、運動、スポーツの習慣に対するネガティブな回答が増加する結果となっており、ここスポがスポーツの実施を促した結果とはなっていない。

第1回調査及び第2回調査結果の検定による回答の変遷

	平均値±標準偏差	平均値±標準偏差	Z値	有意確立
自発的かつ自然に運動・スポーツを始める	2.19±0.93	2.27±0.97	2.364	0.018
運動・スポーツをしていないと不安になる	2.57±0.91	2.55±0.94	-0.587	0.557
運動・スポーツに関する情報に興味がある	2.22±0.79	2.34±0.85	3.566	0.000
新しい運動・スポーツを始めてみたいと思う	2.53±0.88	2.53±0.87	-0.133	0.894
現在より運動・スポーツをする時間を増やしたい	2.26±0.86	2.24±0.86	-0.806	0.420
運動・スポーツをすることを楽しんでいる	2.29±0.88	2.36±0.91	2.262	0.024
健康維持など目的を持って運動・スポーツをしている	2.11±0.93	2.20±0.95	2.771	0.006

(2) ここスポのスポーツ実施行動への影響度合い

計2回のアンケート調査実施期間である1か月半程度において、ここスポがスポーツ実施を促す影響を与えている傾向は見られなかった。1か月程度という短い間隔での調査となったことにより変化がみられなかったという点は想定されるが、ここスポの認知度が低く、利用者アンケート調査の回答者においても利用されていない状況であったことが最も大きな要因であったと考えられる。

第2回利用者アンケート調査では、ここスポへのアクセス頻度を設問しているが、最も多い回答は1か月に1回程度であり、69.8%となった。回答者に対しては、第1回利用者アンケートの際に必ずここスポへアクセスを実施していただく設定としていたため、実質的には約7割の回答者が利用していない状況であると想定される。

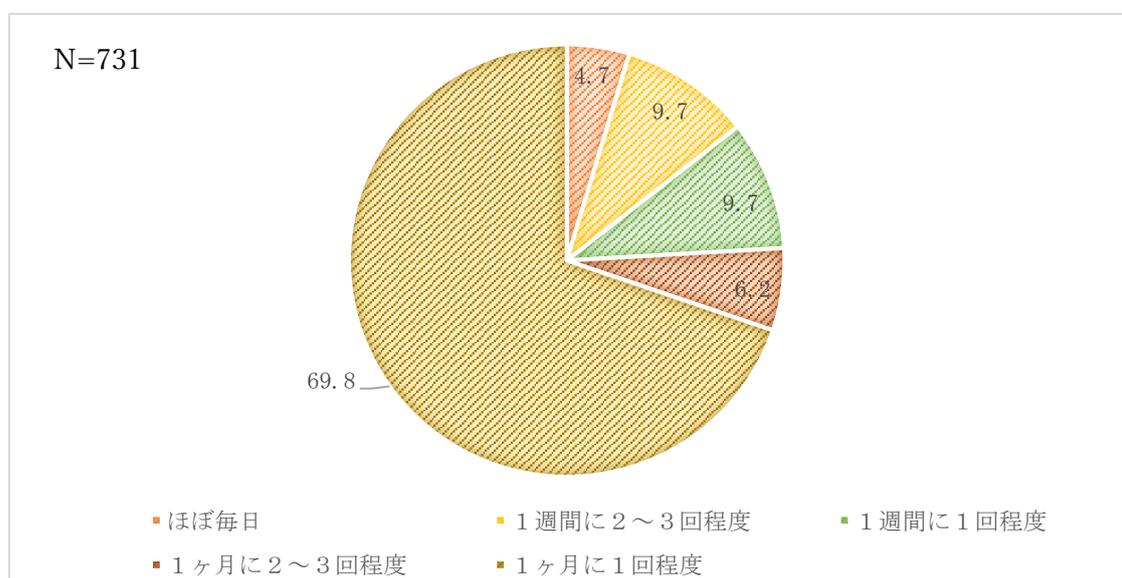


図. ここスポへのアクセス状況

また、1か月前と比較し、ここスポによる情報提供が要因で運動、スポーツを実施する頻度が増加したという回答は、全体の2%弱（14サンプル/731サンプル）となっており、スポーツ実施行動に対する影響度合いは低い傾向である。

このような結果からもここスポ自体の認知度を向上させ、現状よりも利用される機会を創出することが最も重要であると考えられる。そのため、ここスポにより多くの情報を掲載し、充実したコンテンツとすることも肝要である。

4.1.2 こコスポの収益性

Webサイトを継続的に運用するためには、一定のコストを運営者が負担する必要がある。Webサイトを構築するサーバーの費用、ドメインの使用料、コンテンツの運用管理費用等がコストとして発生する。こコスポも例外ではなく、現状ではスポーツ庁による費用負担が発生する。

民間のWebサイト等については、このような費用を賄うため、また事業として利益を発生させるためにWebサイト自体の収益モデルを構築し、運営を実施している。

一般的にWebサイトの収益モデルについては、以下のようなものとなる。

収益モデルの分類		収益モデルの概要
手数料収入モデル	予約成果報酬型	Webサイトに掲載するイベント等において、予約が発生した際に、情報提供者から手数料を徴収する
	掲載型	Webサイトにイベント情報などを掲載する際に、情報提供者から手数料を徴収する
会員収入モデル	消費者	消費者から月会員費や年会費を徴収する
	情報提供者	店舗やイベント主催者等、情報提供者から月会員費や年会費を徴収する
スポンサー収入モデル	広告収入	Webサイトにバナー広告等を掲載し、広告主から掲載費を徴収する
	協賛	Webサイトの付加価値（閲覧数等の消費者との接点や社会的認知度等）に対する、一般企業等からの出資を収入源とする

図. Webサイトの収益モデル

本事業では、こコスポにおける「手数料収入モデル」「会員収入モデル」「スポンサー収入モデル」の実現性や課題等について事例調査、ヒアリング調査、検討会での有識者の協議等を通じて検討を実施した。

(1) 手数料収入モデル、会員収入モデル

Webサイトにより収益を上げている民間事業者において、手数料収入モデルや会員収入モデルにより収益を上げている事例は多い。カカコム株式会社が運営するグルメレビューサイト、食べログについてもレストラン等からの手数料収入やWebサイトを利用するユーザーからの会員収入によりWebサイトの運営を実施している。

一方でWebサイト開設当初から手数料収入モデルや会員収入モデルにより収益を上げることは困難であると考えられる。食べログ等の収入モデルについては、Webサイトが広く認知され、多くの登録会員を獲得していることが前提で、情報の掲載者や会員登録を実施するユーザーにメリットを提供することができるモデルである。

一般的にWebサイト開設当時は認知度が低く、ユーザーのアクセス数も低い状態となる

場合が多く、一定の収益性を確保するためには、数万人以上のユーザー数が必要であると考えられるが、アクセス数を確保するには、一定の期間が必要である。



図. 食ブログのアクセス数と売上高の推移

カカコム株式会社決算資料より PwC コンサルティングが作成

また、スポーツ産業をはじめ、現在では多くの Web サイトや Web サービスが提供されており、消費者にとっても多くの選択肢があることから、多くのアクセス数を確保することは容易ではない。ココスポにおいてもサービス開始後数年間はアクセス数が少なく、手数料等の方法による収益性確保が困難であると想定され、他の収益を検討する必要がある。

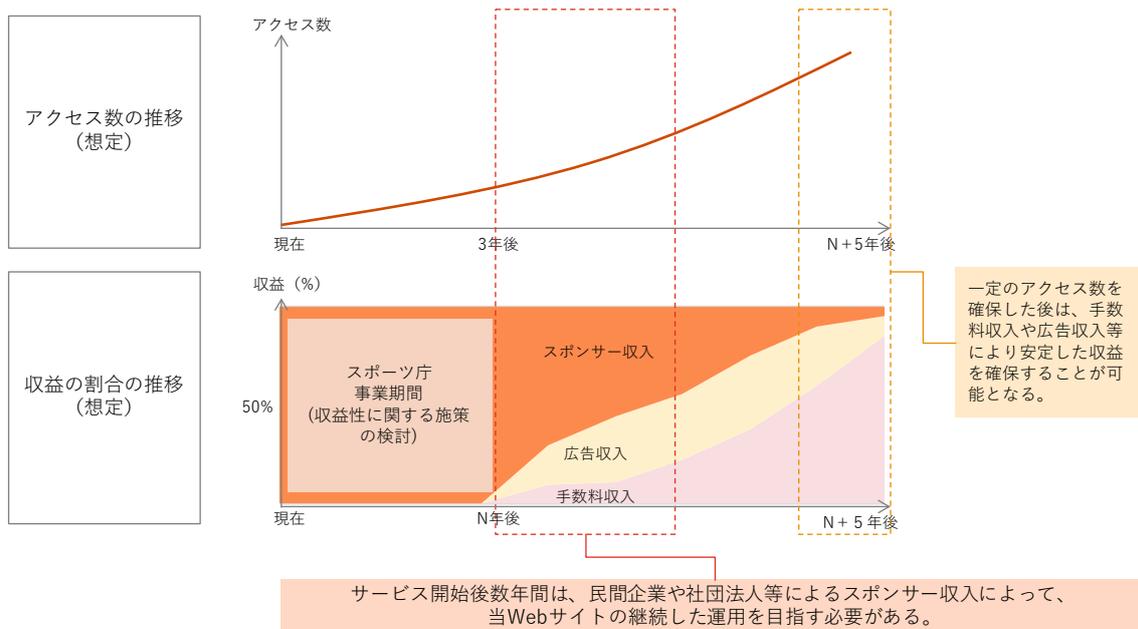


図. ココスポの収益性に関する想定モデル

このため、本事業ではアクセス数の確保にかかる期間を考慮し、スポンサー収入モデルについても実現可能性を検討することとした。

(2) スポンサー収入モデル

ここスポが有する資源を活用し、民間企業や公共団体等になんらかのメリットをご提供することにより、運営資金を出資いただく収入モデルの検討を実施した。検討にあたっては、出資元として想定される企業・団体を選定し、ここスポに対する評価や出資の実現性についてのヒアリング調査を実施した。

ヒアリング先の団体については、スポーツとの親和性が高く、リーグ、チーム、アスリート等に対するスポンサー実績を持つ企業を対象とし、「ありおいニッセイ同和損害保険株式会社」「セントラルスポーツ株式会社」「アシックスジャパン株式会社」「株式会社ルネサンス」を選定した。

表. スポンサー収入モデルの実現性等に関するヒアリング調査概要

項目	概要
ヒアリング日程	令和2年1月14日から2月10日
ヒアリング先	<ul style="list-style-type: none"> ・あいおいニッセイ同和損害保険株式会社 ・セントラルスポーツ株式会社 ・アシックスジャパン株式会社 ・株式会社ルネサンス
ヒアリング項目	<p>○本事業やここスポの評価</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当事業の取組みに関するご意見、期待される点、協働の可能性等 ・ここスポに関するご意見、スポーツ庁が運営することに関する示唆 <p>○スポンサーシップについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・これまでのスポンサー実績 ・スポンサードする際の目的や期待効果 <p>○ここスポのスポンサードについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・期待効果 ・想定するスポンサー形態 ・出資いただくうえでの条件 等

各団体へのヒアリング調査では、本事業やここスポの構築、運営についてスポーツ庁が新たな施策として展開している点を評価された。スポーツ産業における多く Web サイトについては、民間団体により運営されているものが多く、スポーツ庁の事業である、またはスポーツ庁の Web サイトであるという信頼性は他にはない強みであるとのこと意見もいただいた。

一方で、民間団体として出資する場合には何らかのビジネスと親和性を持った付加価値が提供されなければ、スポンサードすることが難しいとの見解がほとんどであり、現状ではそのようなコンセプトがここスポには感じられないとの評価であった。また、ここスポの出資を検討するには、一定数のアクセス数、会員数等の定量的なデータが必要であるとの意見もあった。

また、ここスポの公共性を生かした連携先として地方公共団体との親和性を指摘する意見も多かった。さらにスポーツの観点だけでなく、健康医療の観点から医療機関等との連携や健康経営の観点から福利厚生代行企業との連携についても検討の余地があるとの意見もあった。

表. スポンサー収入モデルに関するヒアリング結果の概要

ヒアリング項目	ヒアリング内容
ここスポの評価	<ul style="list-style-type: none"> ・スポーツ実施率を上げることが目的である以上、消費者にここスポを認知してもらう必要がある ・スポーツ庁が運営することで Web サイトへの信頼性は高い ・正しい情報を掲載し続けなければならない等、情報入力に関する労力に不安がある ・今年度については、公的な団体との連携が目立っているが、消費者に広く認知していただくためには、フィットネスクラブ等の民間団体との連携も必要
スポンサーシップの考え方	<ul style="list-style-type: none"> ・協賛について明確な基準を設けている企業は少ない ・事業者のビジネスと親和性を持った何らかの付加価値が提供されなければ、スポンサードすることが難しい ・ここスポのスポンサードを検討するには、一定数のアクセス数、会員数が必要となる。また、それらの情報を定量的なデータとして提示する必要がある
ここスポの収益モデル	<ul style="list-style-type: none"> ・自治体との連携は民間事業者の Web サイトにはない大きな強み ・予約機能が付加され、各自治体が使用する施設予約システムに変わる存在になるといったマネタイズも検討す

	<p>べき</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ここスポは公共性が高く、利用者層、地域、競技等の幅が広いので、広告によるスポンサードを実施するうえで重要なターゲットの絞り込みが実施しづらい ・福利厚生代行会社との連携や医療団体との連携等、健康経営、健康志向の観点からの取組みを推進することも重要
--	---

(3) ここスポの収益性に関する考え方

ここスポの収益性については、「手数料収入モデル」「会員収入モデル」「スポンサー収入モデル」を並行して検討し、それぞれの収入を確保するためのビジネスモデルを検討する必要がある。

「手数料収入モデル」「会員収入モデル」については、情報の掲載者及び閲覧者に認知されるとともに、一定のアクセス数を確保し、スポーツ大会・イベント、施設、教室等の情報を掲載、閲覧するメリットを提供できる仕組みを確立する必要がある。

一方で、早期に多くのアクセス数を確保することはWebサイトの特性上困難であることから、スポンサー収入モデルも具体化することが肝要である。

本事業における民間団体からのご意見のように、公的団体、民間団体のニーズやここスポを取り巻く外部環境を改めて理解したうえで、ここスポの方向性を検討することが必要となる。

<p>【強み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ スポーツ庁のサイトであるため、自治体との連携がとりやすい ・ 公共的なイメージがあり、信頼感がある ・ 情報収集にあたり、スポーツ関連団体からの協力が得やすい 	<p>【弱み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 認知度が低い ・ 老若男女、地域、競技を問わないため、ターゲットを絞りにくい
<p>【機会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 予約機能を搭載することにより、ここスポが各自治体が委託している予約システムの代替となる可能性がある ・ 健康志向の高まりにより医療団体、福利厚生団体との連携可能性もある ・ オリンピックに向け、スポーツに関する興味関心が高まる 	<p>【脅威】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ アクセス数や会員数が、コンテンツの数や質に依存するため、継続したコンテンツ掲載の必要がある ・ スポーツ関連の情報サイトは数多く存在する

図. スポンサー収益モデル確率のための環境分析

5 検討すべき課題

本事業ではここスポを構築し、ここスポを活用した全国のスポーツ大会、イベント、施設位置情報の提供やさいたま市、横浜市体育協会をフィールドとした実証事業等といった新たな施策展開を実施する中で多く課題が生じている。

次年度以降のここスポのさらなる発展のためには、発生した課題を正確に把握、整理し、その対応策を明確化することが重要となる。

以下に本事業における事業項目にそった課題を抽出した。

5.1 大会、イベント情報の整備

(1) スポーツ大会、イベント情報の拡張

地方公共団体やスポーツ関連団体によるスポーツの大会、イベントは全国各地で開催されており、個々に情報発信が実施されている。スポーツ庁が構築したここスポに情報を登録していただくことにより一元的な情報発信が可能になると考えられるが、多くの大会、イベントの主催者等は周知広報に人的資源をまわすことのできない小規模団体である可能性が高い。このような場合、ここスポへの情報入力自体が負担となり、情報発信の機会損失ならびにここスポのコンテンツ向上にとっても障壁となる。

(2) ここスポの有用性の発信

全国各地で開催されているスポーツ大会、イベント等については、主催者により一定の周知広報が実施されている場合も多い。一方で実施された周知広報を本事業のように分析されているものは少なく、効果的な情報発信が実施されているかは不透明である。多くの大会、イベントの主催者等については、ここスポにも同様の認識である可能性が高く、独自に周知広報活動を実施している中で、同様の情報発信をここスポで実施する判断がなされないと考えられる。

(3) ここスポの認知度向上

本事業で構築したここスポは現状ではほとんど認知されていない可能性が高い。このため、スポーツの大会、イベント情報を探す利用者もここスポにアクセスせず、主催者についても利用者が閲覧しないWebサイトへの情報提供にメリットを感じる可能性は低い。また、運動、スポーツの無関心層に対してどのように認知度を拡大するかを検討する必要がある。今年度、ここスポにアクセスした利用者はスポーツに興味関心のある方であったと想定されるが、スポーツ実施率向上のためには無関心層での認知度をいかに向上させるかが肝要である。

5.2 施設、教室情報の整備

(1) 全国の地方公共団体との連携

公共スポーツ施設やスポーツ教室（地方公共団体主催、指定管理者による自主事業等）については、地方公共団体内でも部署間で情報が分散した状態となっている。多くの地方公共団体において、このような状況が想定されるため、ここスポに情報を集約するためには庁内説明や情報収集等の各種マネジメントが必要となる。

本事業ではさいたま市、横浜市体育協会という2団体での実証事業であったため、対応が可能であったが、将来的なここスポの全国展開にむけては、地方公共団体がここスポへの情報掲載を主導する環境を整備する必要がある。このためには、地方公共団体にスポーツ施設や教室等の情報を掲載するメリットをここスポに掲載するメリットを浸透させる必要がある。

(2) マッチング機能の拡充

本事業では、スポーツ施設、教室、総合型地域スポーツクラブの情報を掲載し、利用者へ情報提供を実施する機能のみで実証事業を実施した。利用者アンケート調査ではここスポでの情報からスポーツ施設や教室の申し込みを実施したとの回答はあったが、ごく少数であった。ここスポにて情報を確認し、通常の手続きを実施するといった手順では一定の手間がかかることが想定されるため、予約、決済機能のここスポへの具備を検討する等、マッチング機能の拡充についても検討の余地がある。

一方で予約や決済機能といった利用者とスポーツ施設、教室等とのコミュニケーションが必要となる機能については、導入における運用方法の検討等の調整が必要となる可能性が高いため、地方公共団体への支援についても検討する必要がある。

ここスポへの予約機能、決済機能の導入により地方公共団体等が費用負担を検討できる土台を構築することも必要である。

(3) ここスポの認知度向上

地方公共団体や地域の民間企業等にここスポを構築し、無償で展開しているという本事業自体の認知度を向上させる取組みが必要である。現状は認知度が低く、さいたま市、横浜市の住民にも利用されていない可能性が高い。

5.3 利用者増加に資する機能整備

(1) 利用者ニーズにそったココスポの機能拡張

利用者アンケート調査の結果等では、スポーツ関連情報の集約、提供機能をもったポータルサイトだけでなく、予約機能やマイページ機能、ニュース配信機能等の機能拡張へのニーズが高く、利便性の向上に向けた機能拡張を検討する必要がある。

また、利用者属性にあった情報を自動的に提供するレコメンド機能等がないことから、情報検索に一定の手間が生じる点や掲載されている情報について画像や動画等の情報が少ないため、特に無関心層の興味を引き付けるコンテンツの検討が必要である。

これらの機能を提供するために個人情報等を取り扱う場合については、情報セキュリティの観点からの検討も必要となる。

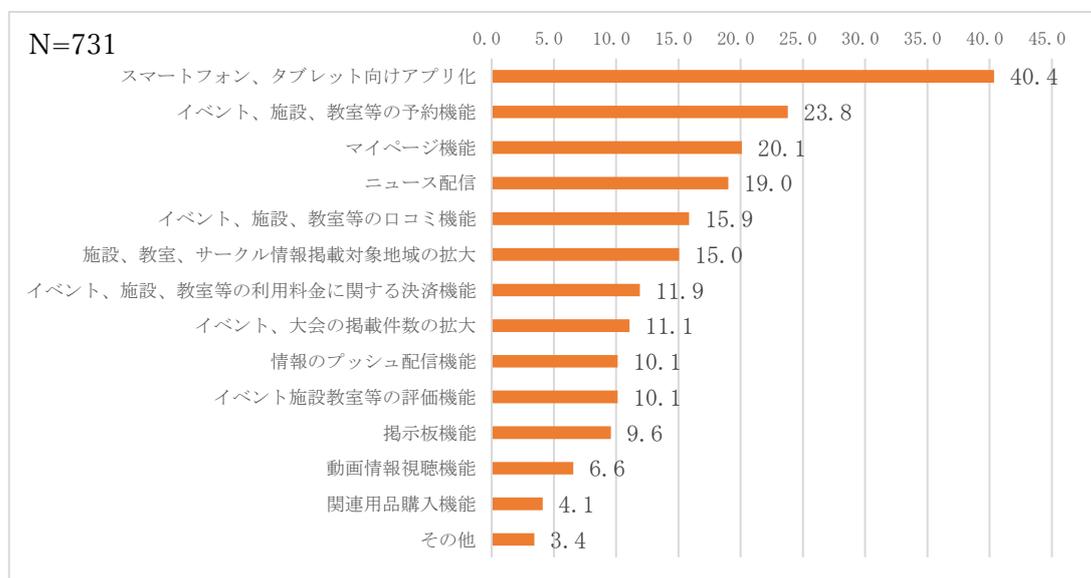


図. ココスポ機能拡張についての利用者ニーズ

(2) 他産業と連携した周知広報活動

スポーツ産業内だけでの展開では利用者の認知度を向上に限度がある。現状ではスポーツ関連分野だけでの周知広報活動となっており、美容や健康、医療といった関連性の高い産業分野、それ以外の新しい産業分野との連携や周知広報の検討が必要である。

5.4 収益性について

(1) ここスポを活用した事業モデルの確立

会員費、手数料の収益モデルを成立させるだけのアクセス数確保は難易度が高く、実現するためには一定の期間が必要となる。また、収益性を求める場合、すでに Web サイトを保持する民間団体等から情報の集約について協力を得られない可能性もある。

さらに、民間事業者によるスポンサードについては、事業との親和性を考慮した Web サイトの機能や事業モデルの検討が必要となる。

表. 本事業における各種課題の一覧

No.	項目	課題
1	大会、イベント情報の整備	① スポーツ大会、イベント情報の拡張 ② ここスポの有用性の発信 ③ ここスポの認知度向上
2	施設、教室情報の整備	① 全国の地方公共団体との連携 ② マッチング機能の拡充 ③ ここスポの認知度向上
3	利用者増加に資する機能整備	① ここスポの機能拡張 ② 他産業と連携した周知広報活動
4	収益性について	① ここスポを活用した事業モデルの確立

6 次年度以降の取組みについて

6.1 課題への対応策

(1) スポーツ大会、イベント情報の拡張

本事業にて構築したココスポのデータベースを継続運用し、次年度は早期にスポーツ大会、イベント等の情報収集及び掲載を実施する。これにより、大会、イベント情報の充実を図る。特に全国各地で開催されている全国的な知名度は高くないものの特定地域では人気のある大会、イベント等について、適切な情報発信が可能となるよう主催団体等との連携を推進する。

また、情報入力負荷によりココスポを活用することが難しい大会、イベントの主催者向けに情報入力代行サービスの提供を検討する。

(2) ココスポの有用性発信

ココスポへの情報掲載がスポーツ大会、イベント、また、スポーツ施設や教室等への誘客に効果的であるという理解を促すため、本事業の報告書等を活用し、地方公共団体やスポーツ関連団体向けに情報発信を実施する。

(3) ココスポの認知度向上

地方公共団体、民間団体と連携した情報発信の充実を図る。情報発信については、本事業で活用した SNS やホームページ等の Web 媒体に加え、できる限り広範囲の利用者へ発信可能な周知広報媒体の活用を検討する。

また、美容、健康、医療等のスポーツと親和性がある分野での情報発信を強化することに加え、新たな視点で様々な産業分野との連携による情報発信の検討を実施する。

(4) 全国の地方公共団体との連携

地方公共団体向けにココスポに関する情報発信を実施し、ココスポの有用性を広く浸透させる取組みを促進する。また、地方公共団体や指定管理者等との連携による実証事業を拡張し、ココスポを使ったスポーツ施設や教室の予約機能の実証等についても継続的に実施する。

(5) マッチング機能の拡充

本事業にて実施したスポーツ施設、教室の情報掲載に加え、利用者がスポーツ施設、教室へココスポを通じて予約可能な機能を具備する。予約機能の導入については、スポーツ施設の管理者、スポーツ教室の主催者側との運営に関する検討も必要であるため、次年度以降も実証事業として実施する。

(6) ココスポの機能拡張

ココスポの機能拡張に関するニーズは第2回利用者アンケートの回答結果から、アプリ化、予約機能やマイページ機能、ニュース配信機能等の要望が高い結果であった。利用者アンケートの結果等を含め、利便性向上に資する機能の具備について検討を実施する。また、マイページ機能等によりココスポにて個人情報を取り扱う場合については、政府機関等の情報セキュリティ対策のたえの統一基準（サイバーセキュリティ対策本部、平成30年度）等に応じたセキュリティ対策を実施する。

(7) 他産業と連携した周知広報活動

美容、健康、医療等のスポーツと親和性がある分野での情報発信を強化することに加え、新たな視点で様々な産業分野との連携による情報発信の検討を実施する。

(8) ココスポを活用した事業モデルの確立

手数料収入モデル、会員収入モデル、スポンサー収入モデル等について、具体的な事業モデル化に向けた検討を実施する。

6.2 ココスポのあるべき姿

これまで全国的に開催されているスポーツの大会、イベントを一元的に取りまとめ情報発信しているWebサイトは多く存在しなかった。本事業では、スポーツ庁がココスポを活用した情報発信機能やマッチング機能を整備することによる効果等について実証事業や利用者アンケートを通じて検討を実施した。

このような取組みに対して、実証事業のフィールドとなったさいたま市や横浜市体育協会からは消費者にとってスポーツ実施の取引コストを低減できる可能性のあるWebサイトであるとの評価もなされている。

次年度以降は様々な媒体や産業での周知広報や機能拡張による利便性向上により、利用者等の認知度を向上させる取組みを推進する。

参考

有識者検討会の概要

・第1回検討会

議 題	第1回検討会
日 時	令和元年7月2日(火) 15時00分～17時00分
場 所	丸の内パークビルディング 21階 (PwCコンサルティング合同会社 会議室)
出席者 (敬称 略、順不 同)	<p><u>1. 検討委員 (〇…座長)</u> 日本スポーツ協会 ブランド推進部 部長 浅井 慎也 亜細亜大学 経営学部 講師 石黒 えみ 日本レクリエーション協会 事務局長 小田原 一記 明治大学 商学部 准教授 〇澤井 和彦</p> <p>笹川スポーツ財団 政策ディレクター 藤原 直幸</p> <p><u>2. オブザーバー</u> 公益財団法人 日本体育施設協会 専務理事 堀部 定男</p> <p><u>3. 業務委託元</u> スポーツ庁 健康スポーツ課 障害者スポーツ振興室 専門職 樋口 慎二郎</p> <p><u>4. 事務局</u> PwCコンサルティング合同会社</p>

議 事 項 目	<ol style="list-style-type: none"> 1. 開会挨拶 2. 資料説明 <ul style="list-style-type: none"> ・ 検討会について ・ 背景/課題/概要 ・ ポータルサイトについて ・ スポーツ実施行動データについての検討方針 ・ ポータルサイトの収益性についての検討方針 3. 意見交換 4. 事務連絡
資 料	<ul style="list-style-type: none"> ・ 資料 1 「マッチング機能等によるスポーツ活動ワンストップ化促進事業」検討会について ・ 資料 2 第 1 回検討会 説明資料 ・ 参考資料 1 大会、イベントに関する情報収集フォーマット ・ 参考資料 2_1 第 1 回アンケート調査票 (案) ・ 参考資料 2_2 第 2 回アンケート調査票 (案) ・ 参考資料 2_3 アンケート項目 (案)
要 旨	
<p>1. 【Web サイトの方向性】ロングテール戦略に基づき、なるべく多くの競技種目の情報を掲載するようにする。また、既存のスポーツ情報サイトとの違いとしては、情報を一元化して提供することにより、消費者へより高い利便性を提供できることが挙げられる。</p>	
<p>2. 【課題等の掘起こし】当事業におけるヒアリング等で把握する課題についても取りまとめることで、翌年度以降の取り組み方針を明確化する。</p>	
<p>3. 【マッチング機能】本事業では情報の電子化や一元化を優先的に取り組み、マッチング機能の提供についてはレコメンド機能を具備する等、限定的となる。</p>	
<p>4. 【情報収集フォーマット】Web サイトの情報収集フォーマットについては、情報提供者の負荷の軽減や情報更新のしやすさの観点から、Excel ではなく、Web サイトの管理画面から入力してもらうことを検討する。</p>	
<p>5. 【アンケート】アンケートの調査対象に、「スポーツをしたいと思わない」、「スポーツが嫌い」といったサンプルを含めるかどうか、再度検討する。また、アンケートの調査項目に、スポーツ実施に関する認知の変化を測定できる項目を含めるかについても検討する。</p>	

・第2回検討会

議 題	第2回検討会
日 時	令和元年11月1日(金) 13時00分～15時00分
場 所	丸の内パークビルディング 21階 (PwCコンサルティング合同会社 会議室)
出席者 (敬称 略、順不 同)	<p><u>1. 検討委員 (〇…座長)</u></p> <p>日本スポーツ協会 ブランド推進部 部長 浅井 慎也</p> <p>亜細亜大学 経営学部 講師 石黒 えみ</p> <p>日本レクリエーション協会 事務局長 小田原 一記</p> <p>笹川スポーツ財団 研究調査グループ グループ長/研究主幹 熊谷 哲</p> <p>明治大学 商学部 准教授 〇澤井 和彦</p> <p>日本障がい者スポーツ協会 スポーツ推進部長 関口 一道</p> <p><u>2. 業務委託元</u></p> <p>スポーツ庁 健康スポーツ課 課長補佐 本多 秀幸</p> <p>スポーツ庁 健康スポーツ課 障害者スポーツ振興室 専門職 樋口 慎二郎</p> <p><u>3. 事務局</u></p> <p>PwCコンサルティング合同会社</p>

議事項目	5. 開会挨拶 6. 資料説明 <ul style="list-style-type: none"> ・ 検討会について ・ 第1回検討会の振り返り ・ ポータルサイトについて ・ スポーツ実施行動データについて ・ ポータルサイトの収益性について ・ 報告書骨子概要 7. 意見交換 8. 事務連絡
資料	<ul style="list-style-type: none"> ・ 資料1 「マッチング機能等によるスポーツ活動ワンストップ化促進事業」検討会について ・ 資料2 第2回検討会 説明資料 ・ 参考資料1 第1回検討会議事録 ・ 参考資料2 掲載施設一覧 ・ 参考資料3-1 スポーツ実施行動データに係る調査研究 1回目調査票 ・ 参考資料3-2 スポーツ実施行動データに係る調査研究 2回目調査票
要旨	
6. 【方向性】「スポーツ実施率を向上させる」というテーマを前面に打ち出すことが重要である。	
7. 【方向性】スポーツ庁として、こコスポを継続して運用する意思があることを、明確にする必要がある。	
8. 【情報入力】本年度に関しては、情報入力のアカウントを団体ごとに付与するが、来年度以降の運用方法については引き続き検討する。	
9. 【周知施策】入力を依頼する団体にもこコスポのリンクを設置してもらおう等、周知施策を充実させる必要がある。	
10. 【実施率】「年に1度程度スポーツを実施する人のスポーツ実施率を向上させる」という仮説を明確にし、アンケートを実施することが重要。	
11. 【実施率】アンケート調査については、1回目と2回目の分析結果に明確な差が出るよう、調査項目の再検討を実施する。	
12. 【収益性】こコスポを、自治体等が運用するサイトに置き換わるかたちで事業化するためには、目的に合わせた予約機能などの機能追加の検討が重要である。	
13. 【収益性】競技団体等において収益力の強化に向けた施策が増加しており、参考にする必要がある。	

・第3回検討会

議 題	第3回検討会
日 時	令和2年2月3日(月) 15時00分～17時00分
場 所	丸の内パークビルディング 21階 (PwCコンサルティング合同会社 会議室)
出席者 (敬称略、順不同)	<p><u>1. 検討委員 (〇…座長)</u> 日本スポーツ協会 ブランド推進部 部長 浅井 慎也 亜細亜大学 経営学部 講師 石黒 えみ 日本レクリエーション協会 事務局長 小田原 一記 明治大学 商学部 准教授 〇澤井 和彦 日本障がい者スポーツ協会 スポーツ推進部長 関口 一道</p> <p><u>2. 業務委託元</u> スポーツ庁 健康スポーツ課 課長補佐 本多 秀幸 スポーツ庁 健康スポーツ課 障害者スポーツ振興室 専門職 樋口 慎二郎</p> <p><u>3. 事務局</u> PwCコンサルティング合同会社</p>
議事項目	<p>9. 開会挨拶</p> <p>10. 資料説明 2.1. 第2回検討会の振り返り 2.2. ポータルサイトについて 2.3. スポーツ実施行動データについて 2.4. 収益性について 2.5. 次年度に向けた課題と事業の方向性について</p> <p>11. 意見交換</p> <p>12. 事務連絡</p>

資 料	<ul style="list-style-type: none"> ・ 資料 1 第 3 回検討会 説明資料 ・ 参考資料 1 第 2 回検討会議事録 ・ 参考資料 2 第 1 回利用者アンケート調査票 ・ 参考資料 3 第 1 回利用者アンケート調査結果 ・ 参考資料 4.1 収益性に関するヒアリング議事録（あいおいニッセイ同和損保） ・ 参考資料 4.2 収益性に関するヒアリング議事録（セントラルスポーツ株式会社） ・ 参考資料 4.3 収益性に関するヒアリング議事録（アシックスジャパン株式会社） ・ 参考資料 5.1 今年度の取り組みに関するヒアリング議事録（横浜市体育協会） ・ 参考資料 5.2 今年度の取り組みに関するヒアリング議事録（さいたま市）
要旨	
14. 【掲載情報の充実】ここスポが長期的に運用されるためには、掲載されるコンテンツの数を増やすことが重要である。そのための施策として、「銚子駅伝」の事例をここスポの成功事例として周知し、入力者側にインセンティブを感じてもらったり、東京オリンピック・パラリンピックの開催に向けて各競技団体等との協働を検討する。	
15. 【アンケート調査】調査結果を分析するうえで、Google Analytics の調査結果と合わせて多面的に分析することが望ましい。	
16. 【周知】日常的にスポーツを実施する習慣がない消費者に対し、ここスポを使ってもらうためには、既存の周知とは異なる施策が必要になる。	
17. 【収益性】ここスポの強みである公共性やロングテールに基づく幅広い情報掲載は、企業目線では消費者のターゲットを絞りにくく、協賛を得ることが難しい。	
18. 【障がい者スポーツ】知的障がい、精神障がいを持つ競技者に対し、スポーツに関する情報を周知する施策が必要である。	