

Sport in Life 推進プロジェクト
スポーツに関する情報提供の仕組みづくり事業
事業成果報告書

令和5年3月

目次

1	本事業の背景、及び目的	3
1.1	本事業の背景	3
1.2	本事業の目的	4
1.3	本事業の概要	4
2	「こコスポ」について	6
2.1	「こコスポ」の概要	6
2.2	「こコスポ」の機能	7
2.2.1	トップページの改修について	7
2.2.2	バナー枠の追加について	8
2.2.3	Cookie 使用同意ポップアップの追加について	9
2.2.4	全国のスポーツ施設マップの掲載箇所の移動について	9
2.2.5	ポスター生成機能の追加について	10
2.2.6	教室、サークル、トピックス情報ページのランダム表示設定について	10
2.2.7	ケンスポコムとの連携	11
2.3	こコスポへの情報登録	12
2.3.1	スポーツ少年団情報の追加について	12
2.3.2	施設情報の追加について	12
2.3.3	スポーツ安全情報の追加について	13
3	「こコスポ」を活用した事業の成果	15
3.1	Web 説明会の開催について	15
3.2	管理者アカウントの整備結果	17
3.3	my こコスポアカウントの整備結果	17
3.4	イベント、施設、教室、サークル、トピックスの情報収集と整備結果	19
3.4.1	イベントの整備結果について	19
3.4.2	施設の整備結果について	21
3.4.3	教室の整備結果について	23
3.4.4	サークルの整備結果について	25
3.4.5	トピックスの整備結果について	27
3.5	アクセスログの解析	28
3.5.1	アクセスログの収集方法について	28
3.5.2	アクセスログの分析結果について	28
3.6	管理者アカウント所有者向け Web アンケート調査	32
3.6.1	管理者アカウント所有者向け Web アンケート調査の概要について	32
3.6.2	管理者アカウント向け Web アンケート調査の回答結果について	33
3.7	my こコスポアカウント向け Web アンケート調査	38
3.7.1	my こコスポアカウント向け Web アンケート調査の概要について	38
3.7.2	my こコスポアカウント向け Web アンケート調査の回答結果について	39

3.8	一般消費者向け Web アンケート調査	44
3.8.1	一般消費者向け Web アンケート調査の概要について	44
3.8.2	一般消費者向け Web アンケート調査の回答結果について	48
3.9	広告枠及びバナー枠の利用に関する実証事業	64
3.9.1	広告枠利用に関する実証事業の概要について	64
3.9.2	広告枠利用に関する Web アンケートの概要について	65
3.9.3	広告枠利用に関する Web アンケート調査の回答結果について	66
3.9.4	広告枠及び「ココスポ」の評価に関するヒアリング調査について	70
3.9.5	バナー枠利用に関する実証事業について	73
3.9.6	バナー枠利用後 Web アンケート調査の概要について	73
3.9.7	バナー枠利用後 Web アンケート調査の回答結果について	74
3.9.8	バナー枠及び「ココスポ」の評価に関するヒアリング調査について	75
4	本事業の取り纏め	79
4.1	今年度における課題	79
4.2	次年度以降の取組み	84

1 本事業の背景、及び目的

1.1 本事業の背景

第3期「スポーツ基本計画」（令和4年3月、文部科学省）では、「成人の週1回以上のスポーツ実施率を70%程度（障がい者は40%）となることを目指す。」とされている。一方でスポーツ庁による「スポーツの実施状況等に関する世論調査」（令和4年2月、スポーツ庁）では、成人の週1回以上のスポーツ実施率は56.4%となっている。更なるスポーツ実施率の向上に向けて、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。

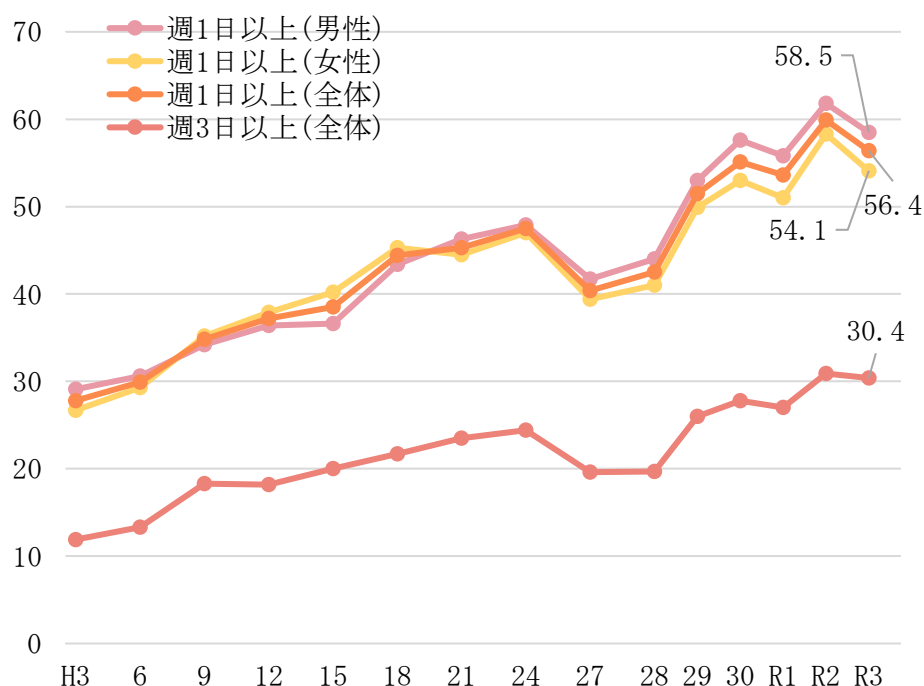


図. 成人の週1回以上のスポーツ実施状況

令和3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

国民のスポーツ実施率の向上のためには、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4年2月、スポーツ庁）では、運動や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」、「年をとったから」などが挙げられている。

表. スポーツ実施の阻害要因（全体の上位7つまでを抜粋）

複数回答（n = 17,097）	全体	男性	女性
仕事や家事が忙しいから	39.9%	40.0%	39.7%
面倒くさいから	26.6%	22.4%	30.7%
年をとったから	23.8%	26.4%	21.2%

特に理由はない	15.0%	16.1%	13.9%
お金の余裕がないから	13.3%	12.4%	14.2%
コロナウィルス感染症対策によるスポーツの必要性に対する意識の変化	10.5%	10.3%	10.6%
運動・スポーツが嫌いだから	9.8%	5.4%	14.2%

令和3年度「スポーツの実施状況等に関する世論調査」を基に PwC 作成

阻害要因の解消のためには、スポーツ実施に係る手間を最小化する必要があり、スポーツ実施をより身近なものとするために「Sport in Life 推進プロジェクト（スポーツに関する情報提供の仕組みづくり事業）」を開始し、2019年にスポーツの情報を集約したポータルサイト「こコスポ」をスポーツ庁にて開設した。

1.2 本事業の目的

本事業は、成人の週1回以上のスポーツ実施率向上を推進するため、スポーツ実施に関する「大会・イベント」、「施設」、「仲間」、「教室」等の全国的な情報を集積することのできるWebサイトの機能拡充を図る。また、Webサイトを用いた実証事業を実施し、Webサイトのスポーツ実施行動への影響を把握することにより、その有効性を把握する。

1.3 本事業の概要

本事業では、スポーツ実施に関する情報を網羅的に収集し、開示するWebサイトである「こコスポ」がより多くの情報を集積でき、利用者が簡易に情報を取得可能な状態とするため、機能拡充に向けた改修を実施するとともに、各種スポーツ関連情報の収集、開示を推進している。

また、これらの取り組みがスポーツ実施行動に与える影響を把握するためのアンケート調査や「こコスポ」の実態を把握するための「こコスポ」ユーザーに対するアンケート調査、「こコスポ」の広告枠やバナー枠を活用した実証事業を展開した。

○「こコスポ」に係る機能整備

過去3年間の貴庁による取り組みにより、全国のスポーツ関連団体等がイベント、施設、教室、サークル、トピックスの情報登録が可能な環境を「こコスポ」で構築したが、全国のスポーツ関連団体による「こコスポ」への情報掲載量は伸び悩んでおり、「こコスポ」へ情報登録するインセンティブを提供する必要があった。そこで、本事業では、「こコスポ」に登録された情報について、一定のポスターやチラシ等のレイアウトに変換し、情報登録者が「こコスポ」からデータをダウンロード可能な「ポスター生成機能」を新たに開発した。

その他にも、2022年4月1日に施行された改正個人情報保護法によって、Cookieが規制対象となる可能性が高いことから、「こコスポ」内に「Cookie使用同意のポップアップ」を新たに表示する機能を整備した。

○イベント・施設・教室・サークル等に係る情報収集・開示

全国に存在するスポーツ団体からの「こコスポ」への認知度は限定的であり、利用するメリットも十分に伝わっていない可能性があることから、「こコスポ」を全国のスポーツ関連団体へ効果的に周知する Web 説明会を今年度も継続して実施した。

○他スポーツマッチングサイトとの連携

本事業では、昨年度から実施している特定の他スポーツマッチングサイトとの連携を継続して実施した。具体的には、特定の他スポーツマッチングサイトからの情報を抽出、加工したうえで、「こコスポ」へ掲載する API 連携機能を継続して実施し、「こコスポ」への情報掲載数の拡大を図った。

○アンケート調査分析の実施

全国の 20～70 代の男女を対象とした「こコスポ」に関するアンケート調査を実施し、「こコスポ」のスポーツ実施工動への影響に関する調査分析を実施した。

また、「こコスポ」の実態を把握するために、管理者アカウント所有者と my こコスポアカウント所有者に対するアンケート調査も実施した。

○広告枠やバナー枠の提供

スポーツ関連団体に対して、「こコスポ」の広告枠及びバナー枠を無償でご利用いただく実証事業を展開した。また、広告枠やバナー枠の実態を把握するためにアンケート調査及びヒアリング調査も実施した。

2 「ココスポ」について

2.1 「ココスポ」の概要

過去3年間の貴庁による取り組みにより、全国のスポーツ関連団体等がイベント、施設、教室、サークル、トピックスの情報登録が可能な環境が「ココスポ」には整備されている。しかし、全国のスポーツ関連団体による「ココスポ」への情報掲載量は伸び悩んでおり、そこで、本事業では、「ココスポ」へ情報登録者へのインセンティブを提供する機能追加、情報閲覧者の利便性の向上を念頭に置いた機能拡張を実施した。

現行の「ココスポ」のページ構成は、下表のとおりである。

表. 「ココスポ」のページ構成

ページの名称	ページの概要
「ココスポ」とは	「ココスポ」の概要文や機能の説明を掲載
イベント	全国のイベントや大会の情報を掲載
施設	全国のスポーツ施設の情報を掲載
教室	全国のスポーツ教室の情報を掲載
サークル	全国のサークルの情報を掲載
トピックス	スポーツに関連する情報の記事を掲載
安心・安全対策リスト	スポーツ庁が発行している新型コロナウイルス感染症対策や競技団体が発行しているガイドライン等の URL を掲載
my ココスポアカウント：新規登録	my ココスポアカウントの新規登録画面
my ココスポアカウントログイン	my ココスポアカウントのログイン画面
管理者アカウント：新規登録	管理者アカウントの新規登録画面
管理者アカウント：ログイン	管理者アカウントのログイン画面
よくある質問	「ココスポ」の利用方法に関する Q&A ページ
利用規約・プライバシーポリシー	「ココスポ」の利用方法に関わる利用規約やプライバシーポリシーを掲載
サイトマップ	「ココスポ」のサイトマップを掲載
アクセシビリティ	「ココスポ」のアクセシビリティへの対応を掲載
利用環境	「ココスポ」の推奨される利用環境を掲載
お問い合わせ	事務局の問い合わせ先を掲載

2.2 「ココスポ」の機能

本事業では、「ココスポ」が全国のスポーツ関連情報を集約した Web サイトとして機能するために、各種機能の改修を実施した。本章では、本事業の一環として実施した主な機能拡張について解説する。

2.2.1 トップページ改修について

本事業では、「ココスポ」の情報閲覧者の利便性を高めるためにトップページの構成を変更している。変更点は下記 4 点である。

① トップページへの掲載情報の変更

これまでのトップページには、ピックアップされたイベント情報が 8 件のみが掲載される仕様となっていたが、本事業からトップページ上にはイベント、教室、サークル、施設の情報を 4 件ずつ表示し、それぞれの一覧ページへ遷移可能なボタンも新たに設置した。なお、イベント、教室、サークル、施設の並び順については、情報の流動性が高いものから順番に掲載している。

② トップページ上の検索機能の削除

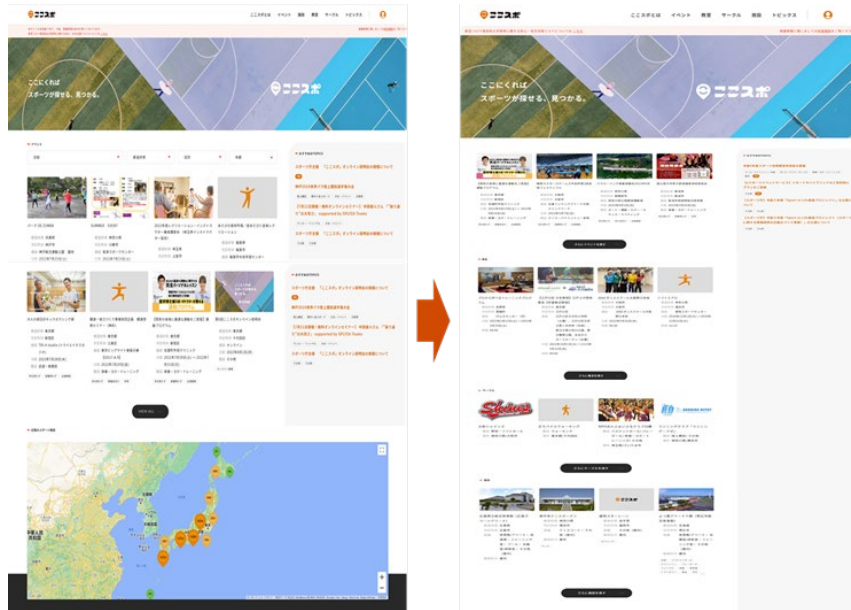
これまではトップページ上にイベントを日程や地域等で絞り込みを行うことが可能な絞り込み検索機能を設けていたが、トップページ上にイベント以外の情報を掲載する都合上、トップページから検索機能を削除した。

③ ヘッダーの掲載順の変更

ヘッダーもこれまではイベント、施設、教室、サークル、トピックスの順番で並んでいたが、トップページの掲載情報と同様の並びとするために、イベント、教室、サークル、施設、トピックスの順番に変更した。

④ 全国のスポーツ施設マップの削除

トップページから全国のスポーツ施設マップを削除した。移動場所については「2.2.4 全国のスポーツ施設マップの掲載箇所の移動について」にて説明している。

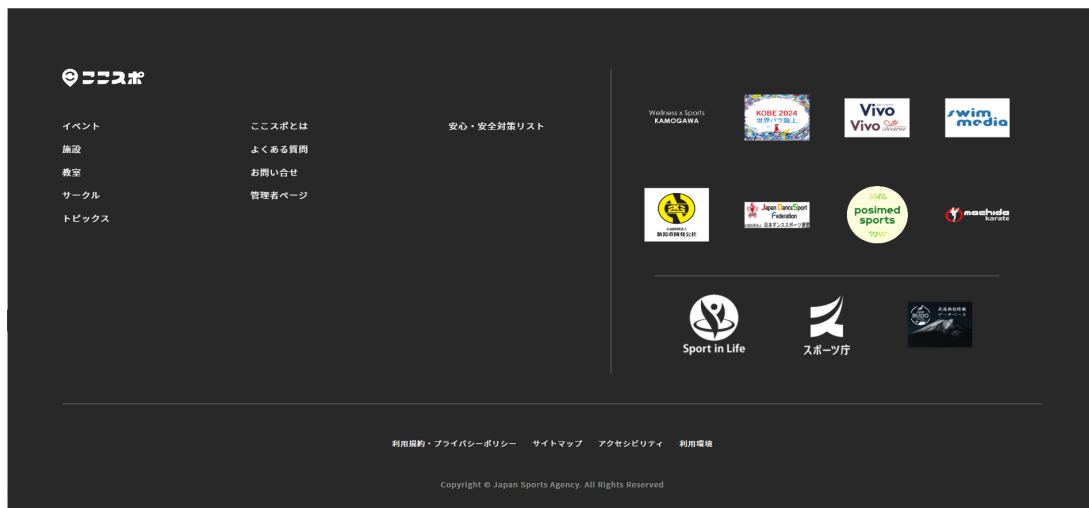


図：トップページ改修後イメージ

2.2.2 バナー枠の追加について

本事業では新たに他団体のロゴを掲載することが可能なバナー枠を「こコスポ」のWebサイトのフッターに設置した。ロゴは最大8件掲載することが可能である。

また、これまでは Sport in Life とスポーツ庁のロゴは常時フッターに掲載していたが、今年度より武道施設データベースのロゴも同様に常時掲載する形となった。



図：フッター改修後イメージ

2.2.3 Cookie 使用同意ポップアップの追加について

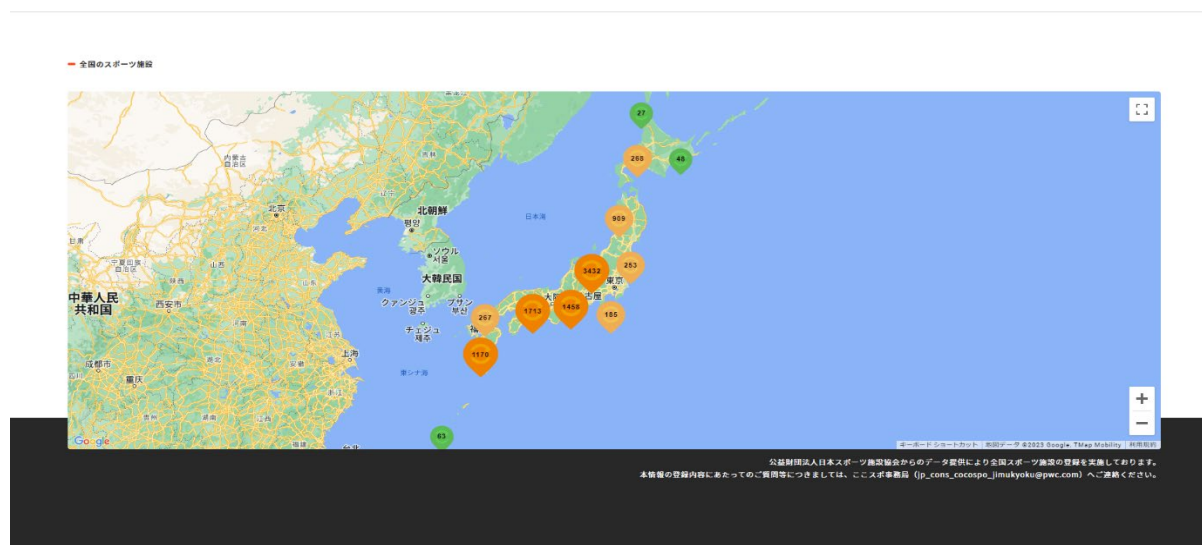
2022年4月1日に施行された改正個人情報保護法によって、Cookieが規制対象となる可能性が高いことから、「ココスポ」にアクセスした際に「Cookie使用同意のポップアップ」が表示される機能を新たに整備した。ポップアップ内には「Cookieについて」の遷移ボタンを設置し、ボタンがクリックされた場合は、「ココスポ」の「利用規約・プライバシーポリシー」ページ内に設けられた「Cookieについて」の欄にてCookieに関する内容を表示する設定とした。



図：Cookie 使用同意ポップアップ イメージ

2.2.4 全国のスポーツ施設マップの掲載箇所の移動について

これまではトップページに掲載していた全国のスポーツ施設マップだが、今年度より掲載場所を施設一覧ページの下部へと変更した。また、掲載情報が日本スポーツ施設協会からの情報であることが明確となるように、施設マップの下部へ「公益財団法人日本スポーツ施設協会からのデータ提供により全国スポーツ施設の登録を実施しております。本情報の登録内容にあたってのご質問等につきましては、ココスポ事務局へご連絡ください。」の文言を追加している。



図：全国のスポーツ施設マップイメージ

2.2.5 ポスター生成機能の追加について

管理者アカウント所有者が「ココスポ」にイベント等の情報を登録するだけで、登録した情報に関するポスターを無料で作成することができるサービス「ポスター生成機能」を新たに開発した。ポスターのパターンは「画像あり/縦型」、「画像なし/縦型」、「画像あり/横型」、「画像なし/横型」の4つのパターンから選択することが可能となっている。

ポスターはイベント等の情報を登録する際に利用する情報登録ページ内から出力することができ、利用手順に関するマニュアルも管理者アカウント内の「使い方マニュアル」ページから確認することが可能となっている。



図：ポスター生成機能利用イメージ図



図：ポスター イメージ図

2.2.6 教室、サークル、トピックス情報ページのランダム表示設定について

これまでの「ココスポ」では、イベントや施設情報についてはランダムで表示される仕様となっていたが、教室、サークル、トピックスの情報については最新の登録情報から順番に並ぶ仕様となっており、特定の団体が一度に複数の情報を掲載すると、ページが特定団体の情報で埋め尽くされてしまう課題があった。そこで、本事業では、教室、サークル、トピックスの情

報もランダムで表示される機能を新たに開発した。

2.2.7 ケンスポコムとの連携

昨年度の事業において、スポーツイベントを掲載する他の Web サイトの情報を掲載するための機能開発を実施し、公益財団法人日本レクリエーション協会（以降、日本レクリエーション協会と記載）にて運営されている Web サイト「ケンスポコム」に掲載された情報を自動的に「ココスポ」へ掲載する API 連携機能を実装した。今年度も日本レクリエーション協会と連携し、「ケンスポコム」に掲載された情報を自動的に「ココスポ」へ掲載する API 連携機能を継続して実施した。



図. API 連携による「ケンスポコム」からの情報収集

2.3 こコスポへの情報登録

本事業では、「こコスポ」の情報拡充のため、事務局で実施した情報登録の内容について解説する。

2.3.1 スポーツ少年団情報の追加について

昨年度事業中に日本スポーツ協会からの協力を得て、全国のスポーツ少年団に対し、「こコスポ」への団体情報の掲載許可の確認を実施した。その結果、許可が得られた150のスポーツ少年団の情報を「こコスポ」のサークル情報ページに登録した。登録した情報は団体名、住所、電話番号のみとなっている。

The screenshot shows the 'こコスポ' website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'こコスポとは', 'イベント', '教室', 'サークル', '施設', and 'トピックス'. Below this, there are two buttons: 'myこコスポログイン' and '管理者ログイン'. The main content area is titled '福島市スポーツ少年団'. There is a 'サークル概要' (Club Overview) section with a text box for contact information and a logo featuring a green leaf and blue rings. Below this is a 'サークル詳細' (Club Details) section with a table of information:

種別	その他
都道府県	福島県
市区町村	福島市
備考	住所：〒960-8021 福島県福島市霞町 4-4 5 NCVふくしまアリーナ
地図	
お問い合わせ	お電話でのお問い合わせ 024-535-4106

At the bottom of the page, there is a button labeled '一覧へ戻る' (Return to list).

図. スポーツ少年団登録情報 イメージ

2.3.2 施設情報の追加について

日本スポーツ施設協会より受領したデータをもとに、全国のスポーツ施設13,684件を「こコスポ」の施設情報ページへ登録した。なお、各スポーツ施設の情報として登録した情報は「都道府県」「市区町村」「施設名」「電話番号」「町丁目」「施設概要」のみとなっていることから、今後、施設の管理者が「こコスポ」に登録済みの施設情報を更新する可能性も考慮し、下記文言を登録情報の「備考」欄に掲載している。

■施設管理者の皆様

本情報につきましては、公益財団法人日本スポーツ施設協会からのデータ提供により登録を実施しております。本情報の登録内容にあたってのご質問等につきましては、こコスポ事務局へご連絡ください。

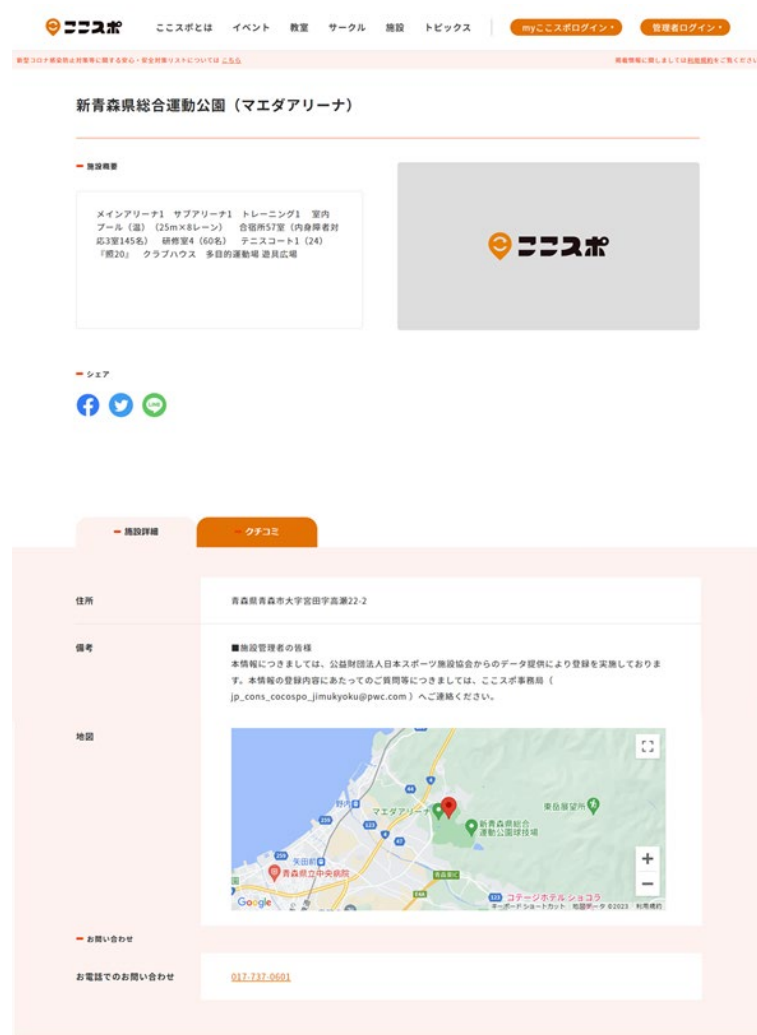


図. 日本スポーツ施設協会からのデータをもとに登録した施設情報 イメージ

2.3.3 スポーツ安全情報の追加について

本事業では、安全にスポーツを実施するための情報の拡充を図るために、「こコスポ」に存在する安心・安全対策リスト内へスポーツ庁や日本スポーツ振興センター、中央競技団体等が発行しているスポーツ事故防止や怪我予防等に関するガイドライン等が掲載されたページへのリンク先を掲載した。

掲載した情報の一覧は以下のとおりである。

表：本事業で追加したスポーツ安全情報一覧

発行団体	スポーツ安全情報
スポーツ庁	体育活動中の事故防止
独立行政法人日本スポーツ振興センター	スポーツ事故防止ハンドブック
公益財団法人日本スポーツ安全協会・公益財団法人日本スポーツ協会	スポーツ外傷・障害予防ガイドブック
公益財団法人日本陸上競技連盟	安全対策ガイドライン
公益財団法人日本水泳連盟	オープンウォータースイミング（OWS） 競技に関する安全対策ガイドライン
公益財団法人日本ボート協会	ローイング安全マニュアル
公益財団法人日本バレーボール協会	怪我の予防と対処
公益財団法人全日本柔道連盟	柔道の安全指導
公益財団法人日本ラグビーフットボール協会	ラグビー外傷・障害対応マニュアル
公益財団法人日本なぎなた連盟	安全対策
公益財団法人日本トライアスロン連合	運動中の事故を防止するために～競技団体からの提言～
公益財団法人日本アメリカンフットボール協会	安全対策

3 「こコスポ」を活用した事業の成果

3.1 Web 説明会の開催について

本事業では、全国のスポーツ関連団体を対象とした「こコスポ」のWeb 説明会を2022年7月11日から7月15日の期間に5回、2022年8月1日から8月5日の期間に5回の計10回をオンライン形式にて実施した。

Web 説明会には311団体からの参加申込があり、合計241団体が参加した。Web 説明会では、本事業や「こコスポ」の機能に関する概要説明、管理者アカウントの作成手順や各種情報登録手順に関する説明等を実施した。また、Web 説明会への参加申込を行った団体に対しては、説明会終了後に数回にわたり「こコスポ」の管理者アカウント発行依頼及び情報登録依頼をメールにて実施した。

表：説明会の概要

項目	概要
開催時期	2022年7月5日（月）～7月9日（金）の5日間 2022年8月1日（月）～8月5日（金）の5日間
開催回数	計10回
申込数	311団体（7月：128団体 8月：183団体）
参加団体数	241団体（7月：98団体 8月：143団体）
開催方法	オンライン形式（Web 会議システムにて実施）
説明会の目的	全国のスポーツ関連団体へ「こコスポ」の機能や情報登録方法を理解してもらう機会を設けること
説明会の概要	<ul style="list-style-type: none">・ 本事業や「こコスポ」の機能に関する概要説明・ 管理者アカウントの作成手順や各種情報登録手順に関する説明・ 好事例の紹介・ 質疑応答

なお、本説明会の広報活動については、「こコスポ」のプラットフォームやスポーツ庁のプラットフォームを活用した周知だけでなく、スポーツ庁から関係団体への加盟団体等に対する周知依頼や関係団体のメーリングリストを活用した周知等幅広く実施した。

表：Web 説明会に関する周知方法

No.	周知方法一覧	実施時期
1	「こコスポ」のトピックスページへの投稿	6/21、7/21
2	Sport in Life 加盟団体へのメールマガジンを利用した周知	6/22
3	日本レクリエーション協会経由での周知	6/22

4	「ココスポ」の管理者アカウント所有者へのメール配信	6/23、7/22
5	日本スポーツ振興センターへの周知	6/24、7/25
6	スポーツ庁 SNS (Facebook, Instagram, Twitter) への投稿	6/27、7/25
7	Sport in Life Web サイトへの掲載	6/30
8	日本スポーツ協会経由への周知	6/30、7/27
9	スポーツ庁 Web サイトへの掲載	7/1
10	運動・スポーツ習慣化促進事業の参画自治体への周知	7/1
11	Smart Wellness City Project のメーリングリストへのメール配信	7/1
12	健康・体力づくり事業財団のメーリングリストへのメール配信	7/1
13	運動指導者連絡協議会への周知	7/1
14	マタニティフィットネス協会への周知	7/1
15	日本スポーツ施設協会への周知	7/1
16	日本フィットネス産業協会への周知	7/1
17	PR Times (スポーツ庁ページ) への掲載	7/5、7/26
18	Sport in Life 加盟団体へのメールマガジンを利用した周知	7/25
19	日本パラスポーツ協会経由での周知	7/28

3.2 管理者アカウントの整備結果

「ココスポ」にスポーツに関する情報を登録するためには、管理者アカウントの発行が必要であり、2020年度事業では136、2021年度事業では94の管理者アカウントが発行されている。本事業中に新たに発行された管理者アカウントについて整理した結果、2022年4月1日から2023年2月28日までの期間で計244の管理者アカウントが発行された。

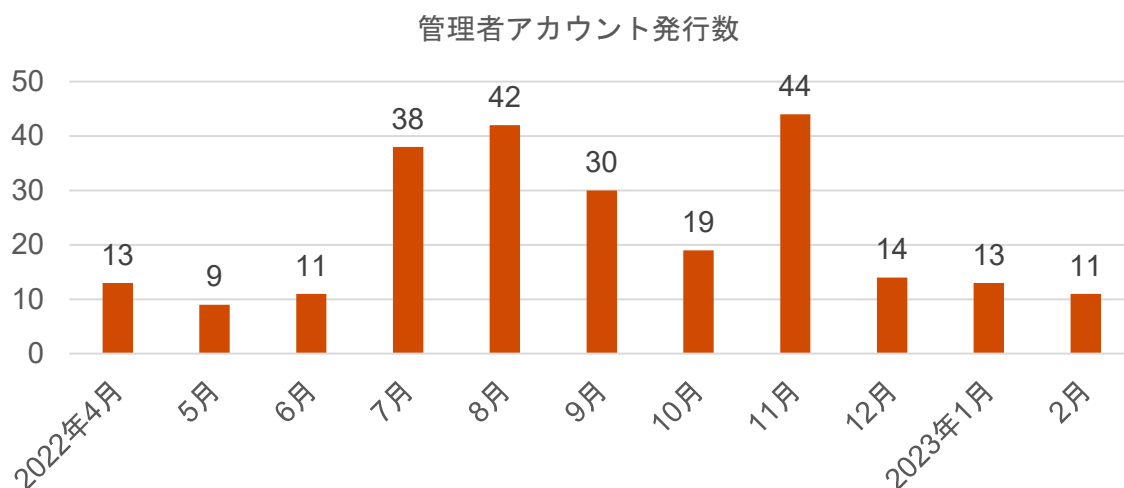


図. 管理者アカウント発行数（月別）

7月と8月に多くの管理者アカウントが発行されたことの大きな要因としては、「ココスポ」のWeb説明会の開催が想定される。また、11月にスポーツ庁から日本フィットネス産業の加盟企業に対して「ココスポ」を紹介したことが多くの新たな管理者アカウントの発行に繋がっていることが想定される。より多くの管理者アカウントを発行されることで、「ココスポ」に掲載されるイベント等のスポーツ関連情報が増加することが期待されることから、今後も全国のスポーツ関連団体が「ココスポ」を認知するための取り組みや管理者アカウントの発行を促す活動を実施する必要がある。

3.3 myココスポアカウントの整備結果

2022年4月1日から2023年2月28日までの期間において、計97のmyココスポアカウントが作成され、昨年度のmyココスポアカウントの発行数を上回っている（昨年度発行されたmyココスポアカウントは42）。しかし、myココスポアカウントの発行数は「ココスポ」へアクセスしたユーザー数（32,458）の1%にも満たない水準にあることから、発行数は限定的である。

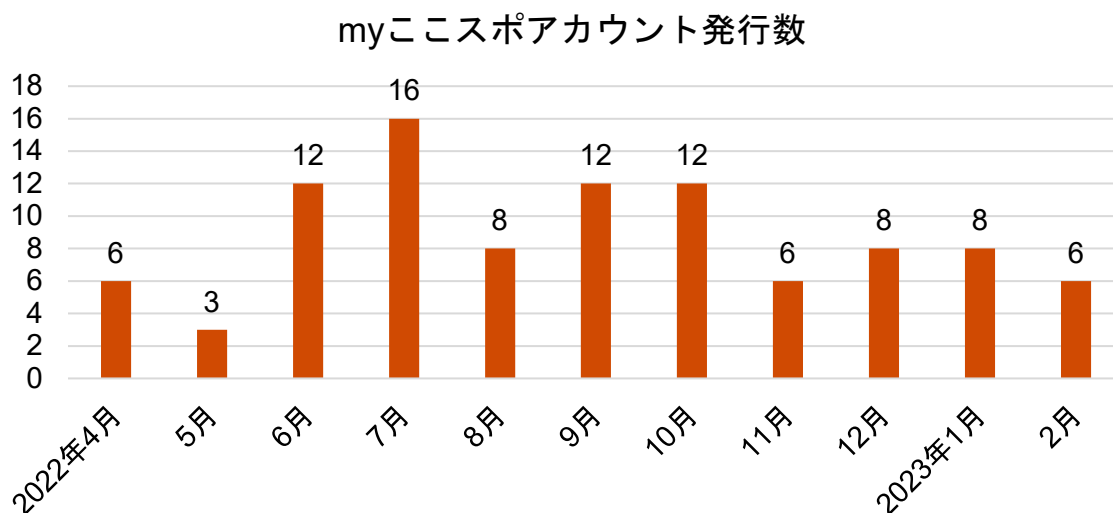


図. my こコスポのアカウント登録数（月別）

また、my こコスポアカウント自体の認知度が低いことが原因でアカウント発行数が限定的となっている可能性もある。現状の「こコスポ」では画面右上に「my こコスポログイン」のボタンが設置されているが、本事業で一般消費者に対して実施した Web アンケート調査では、回答者の約 1 割程度しか my こコスポアカウントを認知していなかった（全ての Web アンケート回答者が「こコスポ」のトップページに 1 度はアクセス済み）。

myこコスポアカウントの認知度

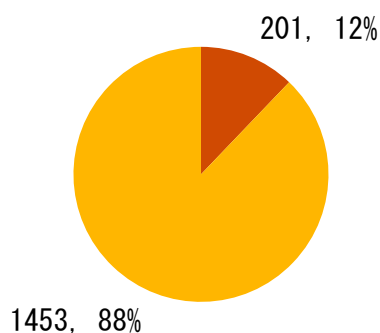


図. my こコスポのアカウントの認知度に関するアンケート結果

今後はまずは my こコスポアカウントを作成する可能性がある潜在的な情報閲覧者の総数を増やすために Web サイトの認知度向上、及び Web サイトへのアクセス数を確保する施策について実施することに加えて、my こコスポアカウントの認知度や発行数を増加させるための具体的な取り組みの実施も併せて検討する必要がある。

3.4 イベント、施設、教室、サークル、トピックスの情報収集と整備結果

本事業で「こコスポ」に登録されたイベント、施設、教室、サークル、トピックスに関する情報について整理した。

3.4.1 イベントの整備結果について

2022年4月1日から2023年2月28日までの期間において、計258件のイベントに関する情報が「こコスポ」に公開された。昨年度の事業期間中に掲載された131件と比較すると増加しているが、400以上の管理者アカウントが「こコスポ」に登録されていることを考慮すると、イベントの情報掲載数は少ない状況である。

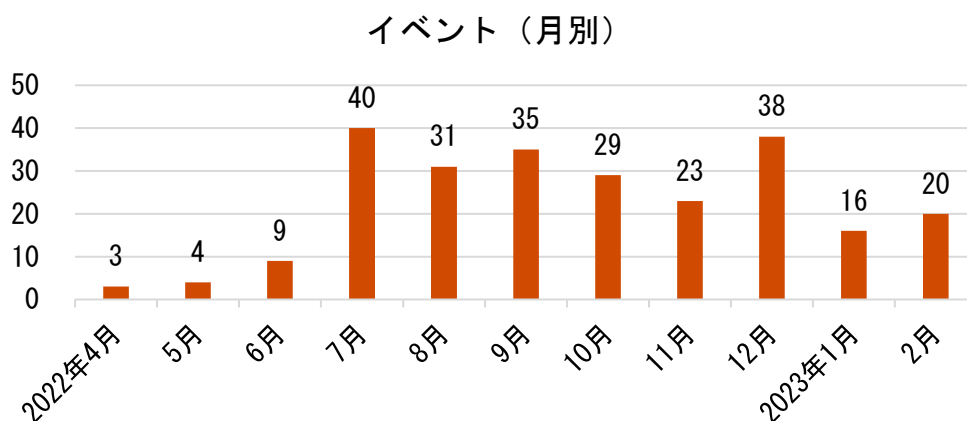


図. イベント情報登録数（月別）

また、本事業中に登録されたイベント情報を都道府県別に分類すると、東京都（86件）と大阪府（56件）で開催されたイベント情報の登録数が特出して多かった。一方で、イベント情報の登録数が0件の地域が18県存在していることから、登録された情報に地域の偏りが生じていることも確認できる。「こコスポ」は全国のスポーツ情報を取り扱うWebサイトであることから、今後は幅広い地域の情報を取り扱うための施策を実施し、全国の情報閲覧者のニーズに対応する必要がある。

イベント（都道府県別）

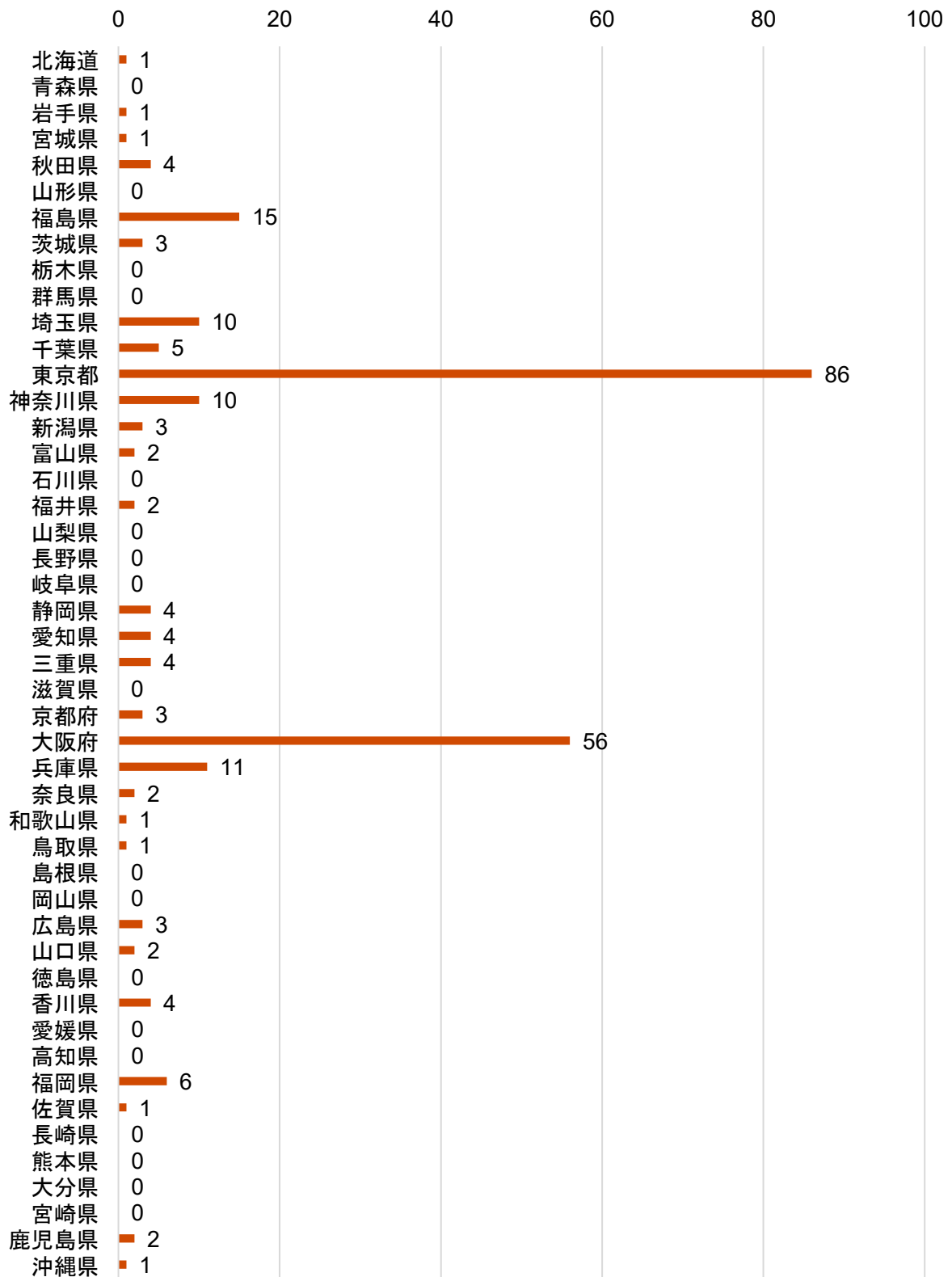


図. イベント情報登録数（都道府県別）

3.4.2 施設の整備結果について

2022年4月1日から2023年2月28日までの期間において、計162件の施設情報が「ここスポ」にて公開された。昨年度の施設情報登録数（134件）を上回っている。

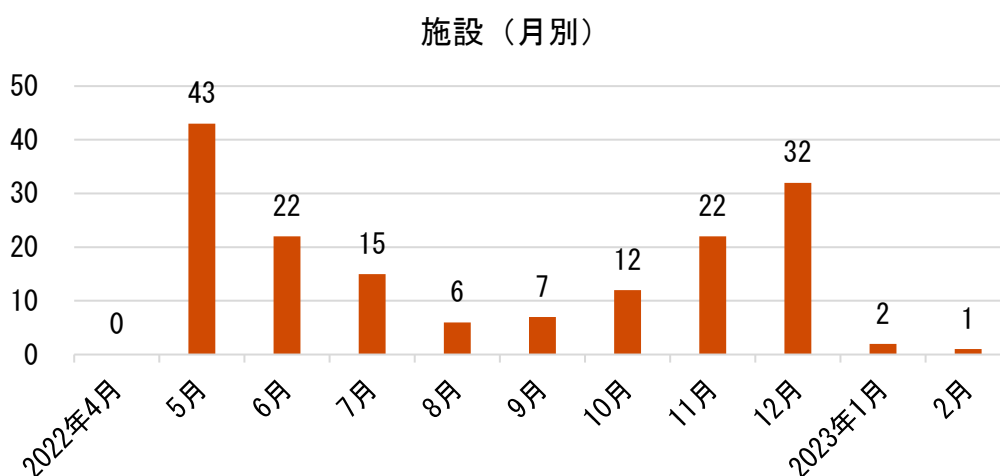


図. 施設情報登録数（月別）

また、本事業中に登録された施設情報を都道府県別に分類すると、大阪府（78件）の施設情報の登録数が特出して多かった。

また、先述のとおり、今年度事業中に事務局にて日本スポーツ施設協会から提供を受けた全国のスポーツ施設の情報13,684件を登録している。登録内容は限定的ではあるが、「ここスポ」に全国のスポーツ施設の情報を集約することは達成できているため、今後はスポーツ関連団体からの情報登録を促す取り組みを実施することが肝要である。

施設（都道府県別）

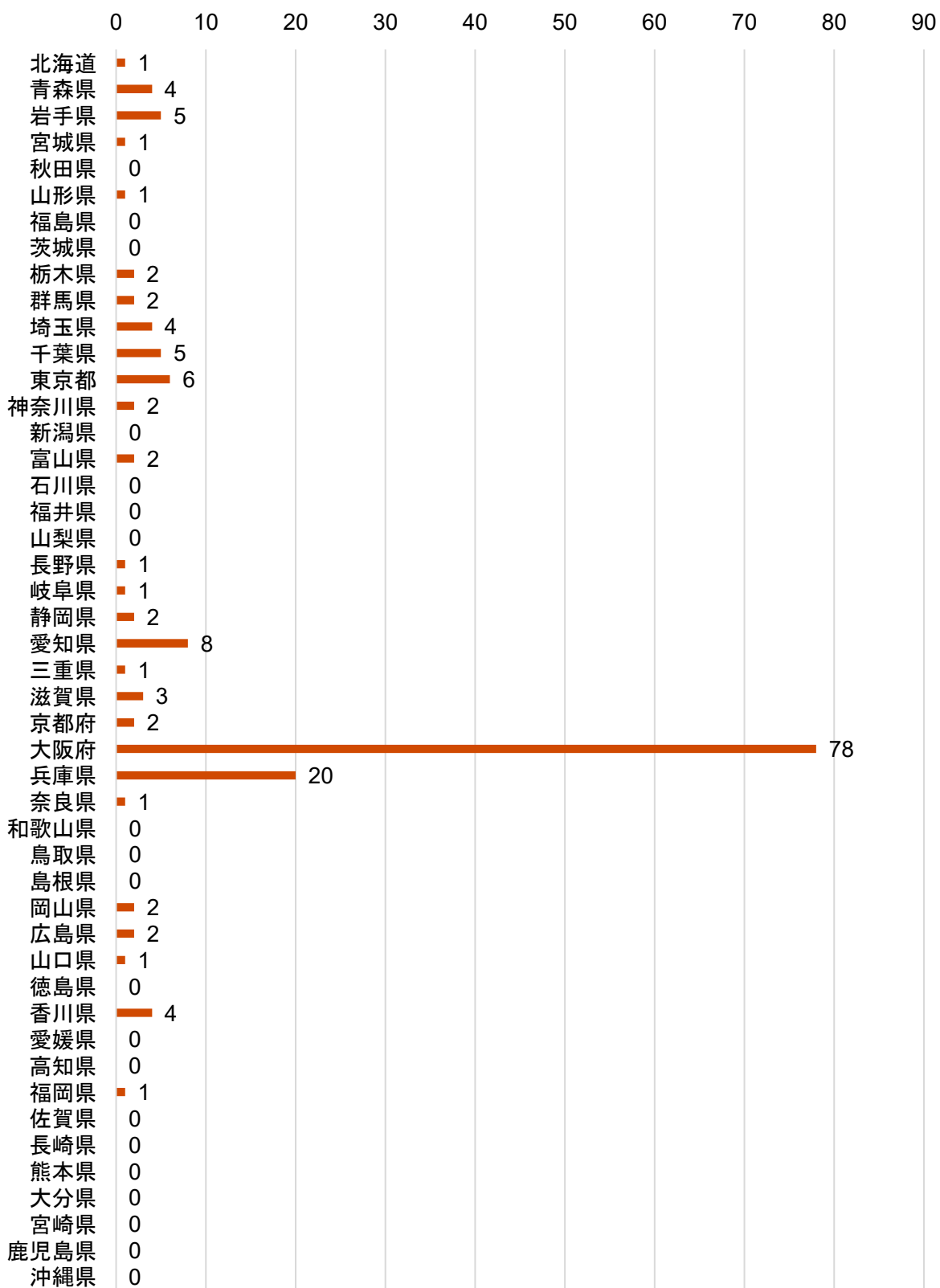


図. 施設情報登録数（都道府県別）

3.4.3 教室の整備結果について

2022年4月1日から2023年2月28日までの期間において、計89件の教室情報が「こコスポ」に公開され、今年度の登録件数は、昨年度の事業の期間中に登録された27件を大幅に上回る結果となった。

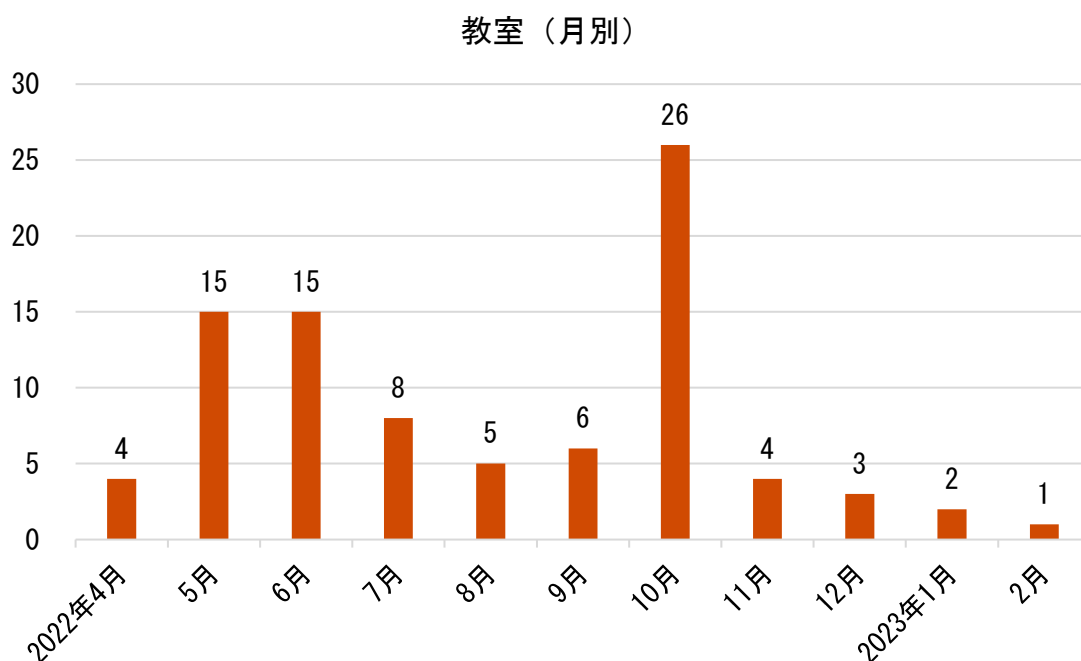


図. 教室情報掲載数（月別）

また、本事業中に登録された教室情報を都道府県別に分類すると、福島県（23件）と広島県（18件）で開催された教室の情報が多く登録されていることが確認できる。一方でこれらの情報はそれぞれ1団体によって掲載された情報であることから、登録されている教室情報の種類は限定的である。また、教室情報の登録数が0件の地域が多数存在していることも踏まえると、今後は幅広い地域で開催される多様な情報を取り扱うための施策を実施し、全国の情報閲覧者のニーズに対応する必要がある。

教室（都道府県別）

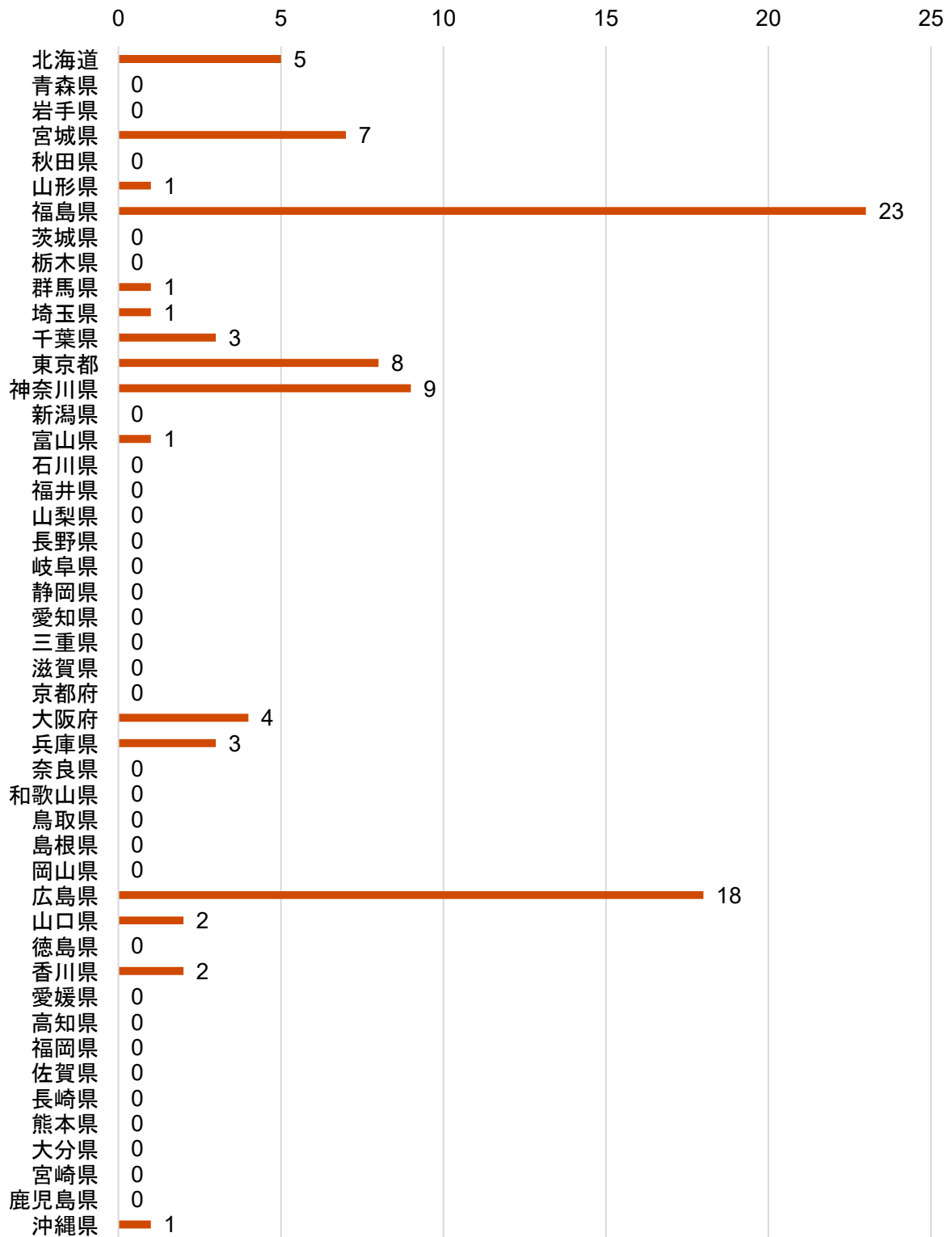


図. 教室情報登録数（都道府県別）

3.4.4 サークルの整備結果について

2022年4月1日から2023年2月28日までの期間において、計28団体の情報が「こコスポ」に公開された。今年度の登録件数は、昨年度の事業の期間中に登録された13団体を上回る結果となったが、情報数は限定的である。なお、先述のとおり、2022年6月に事務局にて150件のスポーツ少年団に関する情報を「こコスポ」に登録している。

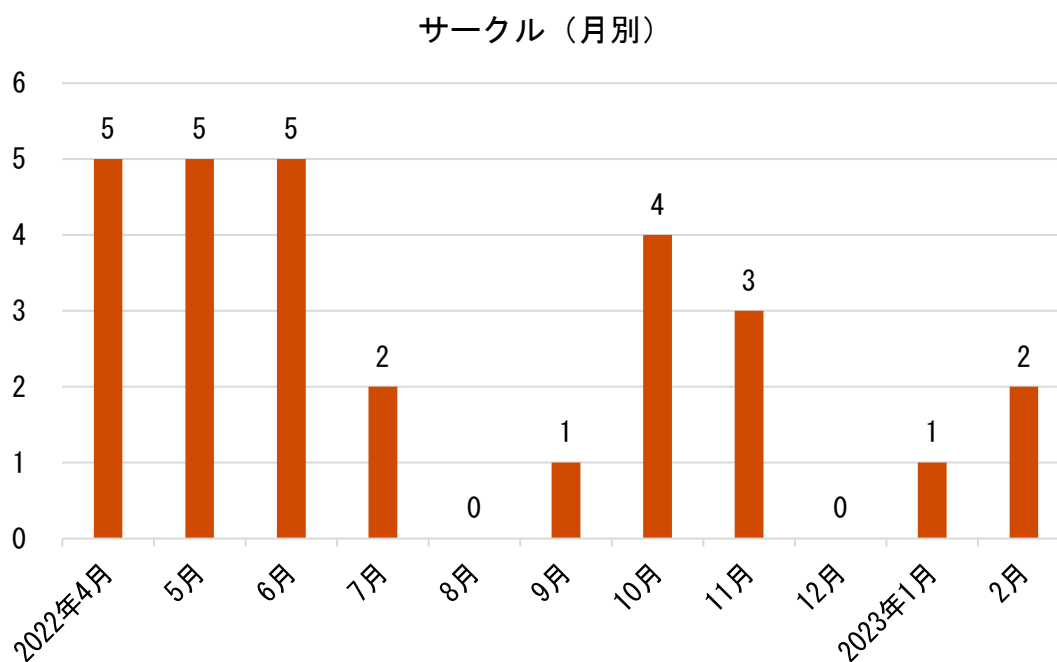


図. サークル情報登録数（月別）

また、本事業中に登録された教室情報を都道府県別に分類すると、東京都（12件）に存在するサークルの情報が多く登録されていることが確認できる。

サークル（都道府県別）

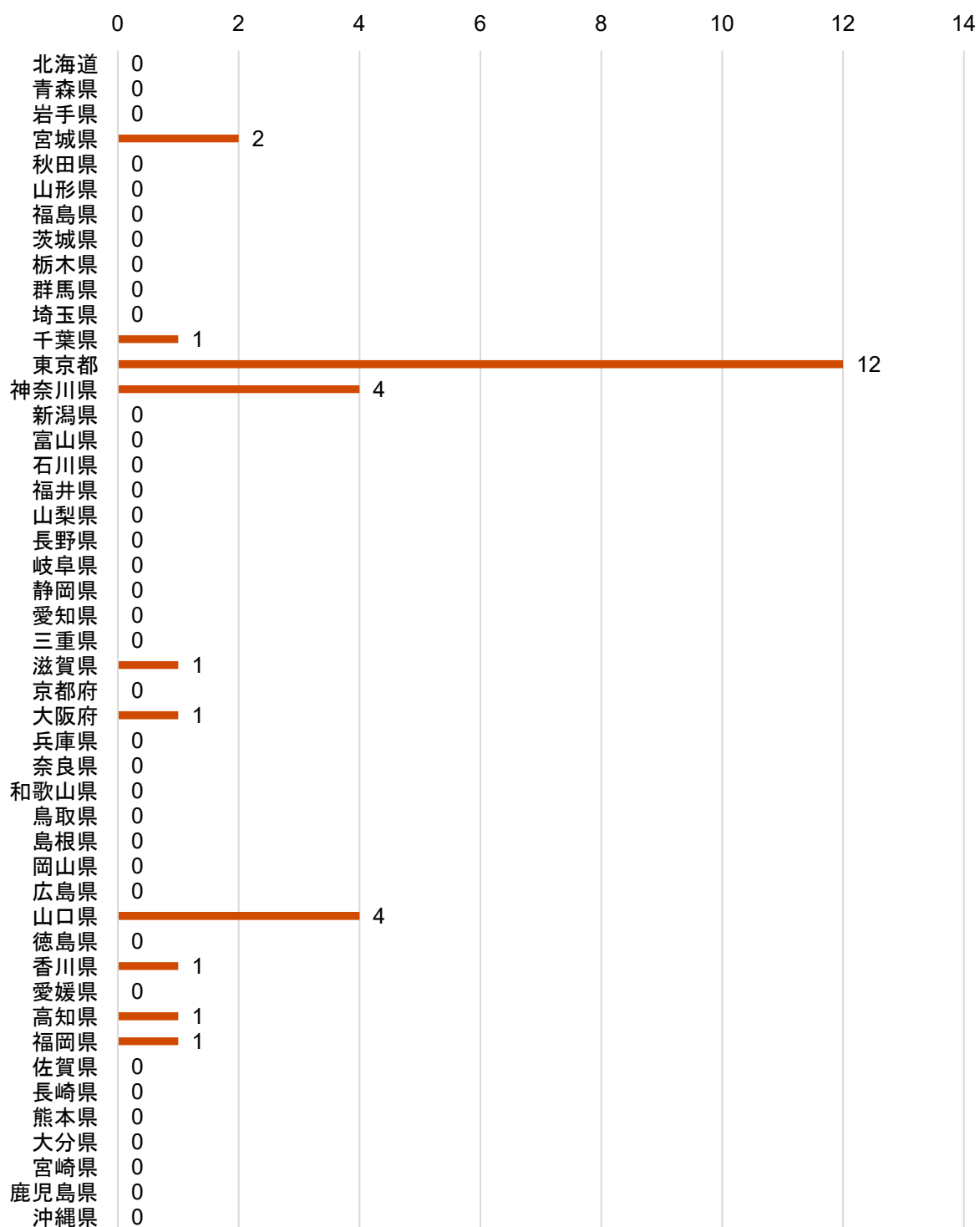


図. サークル情報登録数（都道府県別）

3.4.5 トピックスの整備結果について

2022年4月1日から2023年2月28日までの期間において、計29件のトピックス情報が「ココスポ」に公開された。今年度の登録件数は、昨年度の事業の期間中に登録された282件を大幅に下回る結果となったが、昨年度登録された282件の施設情報のうち、257件は1団体により登録された情報であることは留意する必要がある。

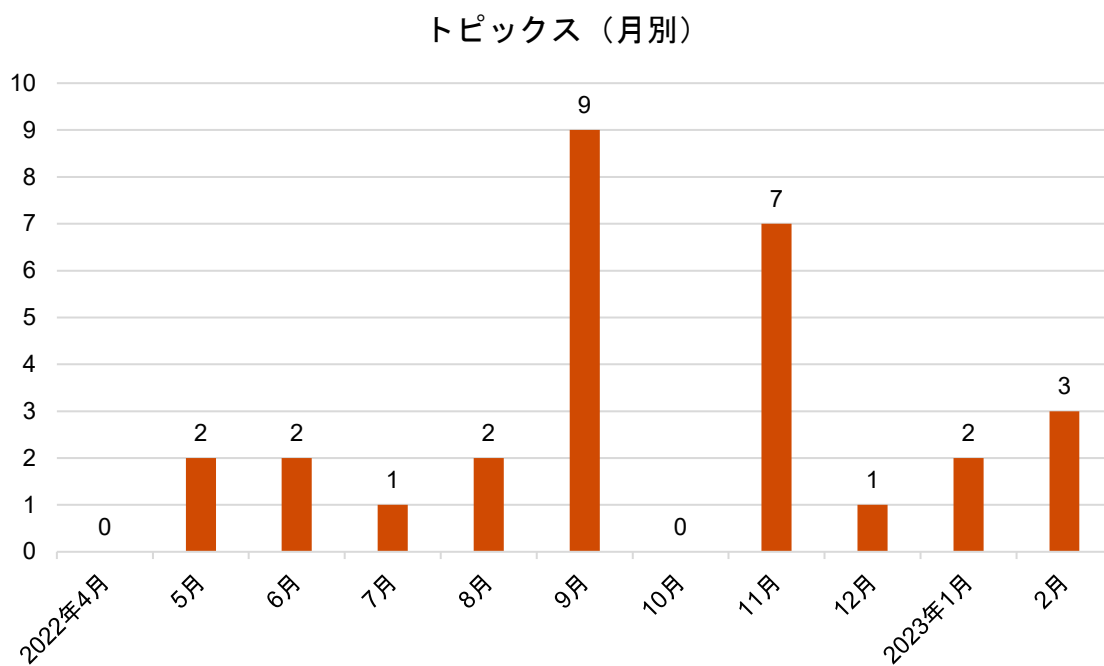


図. トピックス情報掲載数（月別）

3.5 アクセスログの解析

3.5.1 アクセスログの収集方法について

本事業においては、Web サイトアクセスツールによる「こコスポ」へのアクセスデータを分析している。Web サイトアクセスツールを活用することによって、「こコスポ」のアクセス数、ユーザー数、ページ閲覧数等の一般的なトラフィックデータや、ユーザーの年齢や性別等のような属性情報を取得することが可能である。収集したデータを活用することによって、Web サイトにアクセスした情報閲覧者の動向を把握し、定量的なデータに基づいた「こコスポ」の有用性を検証している。

なお、Web サイトアクセスツールが取得するデータは、情報閲覧者が能動的に回答したデータではなく、情報閲覧者の Cookie 情報等に基づき推測されたデータであることを留意する必要がある。

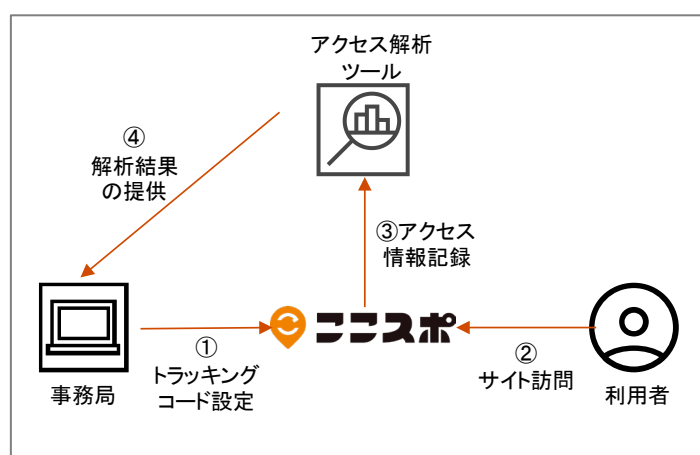


図. アクセスログ分析のイメージ

3.5.2 アクセスログの分析結果について

Web サイトアクセス解析ツールを用いて、2022年4月1日時点から2023年2月28日時点までのユーザー数等を整理した。当該期間において、「こコスポ」には32,458名のユーザーが訪問している。また、ページビュー数は90,614となっており、昨年度から大幅に上昇している。(昨年度はユーザー数17,748名、ページビュー数58,324)

表. Web サイトアクセス解析ツールによるデータ把握 (2022年4月1日~2023年2月28日)

項目	概要	数値
ユーザー数	期間内に「こコスポ」にアクセスした固有のユーザーの総数	32,458
セッション数	期間内に「こコスポ」にアクセスされた数	41,848
ページビュー数	期間内にページが読み込まれた回数	90,614
平均セッション時間	「こコスポ」にアクセスしたユーザーがWebサイトを離脱するまでの平均時間 (=平均滞在時間)	1分36秒
ページ/セッション	「こコスポ」にアクセスしたユーザーがWebサイトを離脱するまでに閲覧するページ数	2.17

「月間ページビュー数」や「月間ユーザー数」のデータにも着目した結果、2022年7月、2023年1月、2023年2月のページビュー数が10,000ビューを超える結果となっている。2022年6月下旬から7月下旬にかけて実施した「ココスポ」の説明会に関する周知をスポーツ庁のプラットフォームや他のスポーツ団体を通して実施したこと、2023年1月と2月には一般消費者向けのアンケート調査（詳細については後述）を実施したことが要因として想定される。

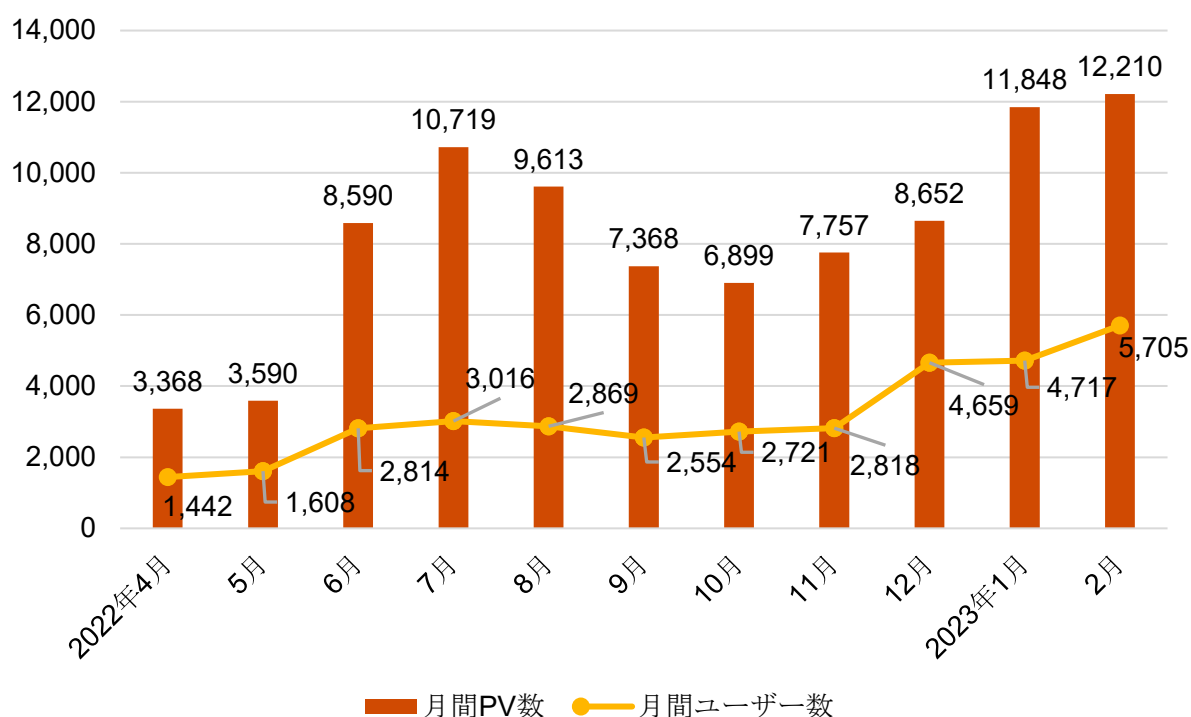


図. 「ココスポ」の月間ページビュー数、及び月間ユーザー数

「ココスポ」への流入チャネルを確認すると、検索エンジンの検索結果ページからアクセスしたユーザーが最も多い結果であった。

表. 「ココスポ」への流入チャネル別のユーザー数

流入チャネル	概要	ユーザー数
Organic Search	検索エンジンの検索結果ページからの流入	21,430
Referral	別サイトからの流入	6,351
Direct	別サイトを經由せずに直接の流入（URL をアドレスバーに直接入力、閲覧履歴からのアクセス等）	4,547
Social	SNS（Twitter や Facebook 等）からの流入	678
Other	その他の流入方法	123

また、「ココスポ」のページビュー数をページ別で整理した場合、多くのアクセスがトップページに集中していることが確認できる。続いて「イベント」ページへのアクセスが多く、詳細情報

に関するページでは、「トピックス」ページ内に掲載した「こコスポ」のWeb 説明会開催に関するページへのアクセスが最も多かった。

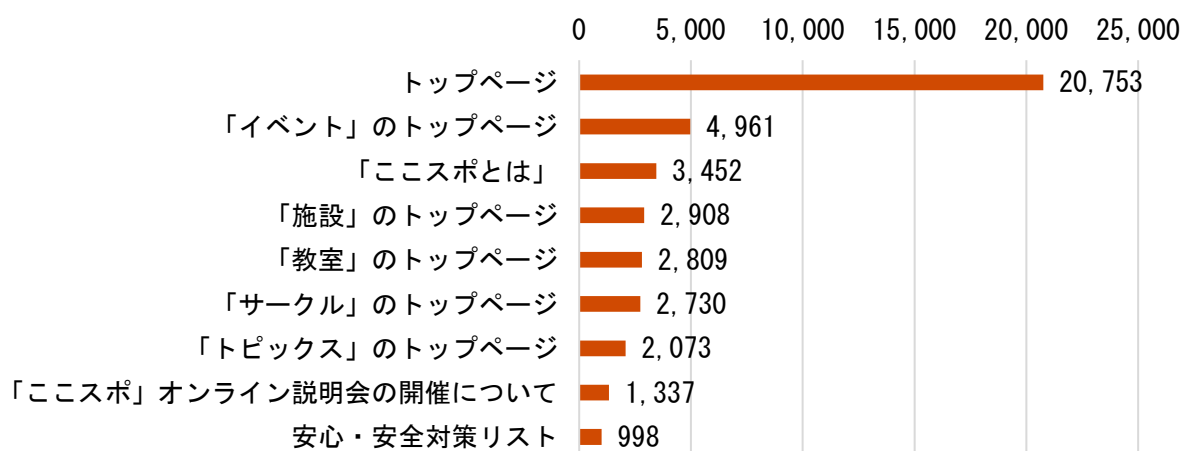


図. 「こコスポ」のページ別アクセス数

さらに、「こコスポ」のランディングページ別のセッション数を整理した結果、ユーザーがイベントや施設の詳細情報ページに直接アクセスしていることが確認できる。これは、一定数のユーザーが「こコスポ」を検索するのではなく、特定のイベントや施設の名称を検索エンジンにて検索し、検索結果の上位に掲載された「こコスポ」の詳細情報ページにアクセスしていることが考えられる。

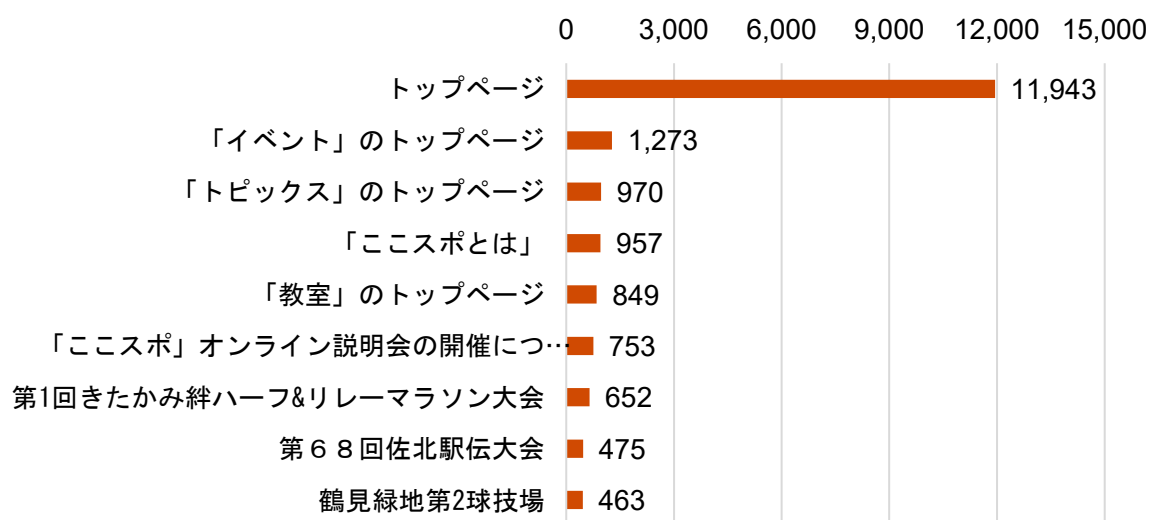


図. 「こコスポ」のランディングページ別のセッション数

一方で、ランディングページとしてアクセスが多かったページの「ページ/セッション」を分析した場合、トップページや各種情報のトップページ、「こコスポとは」のページ等では、それぞれの数値が「こコスポ」の平均値(2.17)を上回っていることが分かる。一方で、詳細情報のページでは、「ページ/セッション」が2.00を下回っているため、特定のイベント情報にアクセスしたユーザーの多くはそのまま「こコスポ」の他ページを閲覧せず、Web サイトから離脱していることが想定される。全体として、まずはユーザー数やページビュー数を向上させる必要があるが、

特定のイベント等の情報検索から流入したユーザーをいかに「ココスポ」へ掲載されている他の情報へ誘導し、多くの情報を閲覧いただくか等の離脱率を下げる対策も併せて検討することが肝要である。

表. 「ココスポ」のランディングページ別のページ/セッション

ページの名称	ページ/セッション
トップページ	3.21
「イベント」のトップページ	2.69
「トピックス」のトップページ	2.61
「ココスポとは」	3.06
「教室」のトップページ	3.01
スポーツ庁主催 「ココスポ」オンライン説明会の開催について	2.59
第1回きたかみ絆ハーフ&リレーマラソン大会	1.14
第68回佐北駅伝大会	1.15
鶴見緑地第2球技場	1.10

3.6 管理者アカウント所有者向け Web アンケート調査

3.6.1 管理者アカウント所有者向け Web アンケート調査の概要について

本事業では「ココスポ」の管理者アカウントを作成したスポーツ関連団体の実態を把握するために管理者アカウント所有者に対するアンケート調査を実施した。管理者アカウントを所有している 474 団体に対してメールにてアンケート調査を依頼し、147 団体より回答があった。

表. 管理者アカウント所有者向け Web アンケート調査の実施概要

項目	概要
調査日時	2023 年 2 月 9 日～2023 年 2 月 23 日
実施方法	Web アンケート
対象者	管理者アカウントを所有している 474 団体
回答数	147 件

管理者アカウント所有者向け Web アンケート調査の項目は下表のとおりである。「ココスポ」の利用状況や利用目的、管理者アカウント所有者からの目線による「ココスポ」に関する評価等を把握するための設問を設定している。

表：管理者アカウント所有者向け Web アンケート調査項目

No	設問	回答方法
1	管理者アカウントの作成時期について	選択式
2	管理者アカウントを作成したきっかけについて	選択式
3	直近 1 年間で平均的な「ココスポ」への情報登録頻度について	選択式
4	「ココスポ」を利用する目的について	選択式
5	管理者アカウントの作成手順における利便性の満足度について	選択式
6	管理者アカウントの作成手順において不満な点について (満足度について「不満」と回答した場合のみ回答)	自由記述
7	「ココスポ」への情報登録手順における利便性の満足度について	選択式
8	「ココスポ」への情報登録手順において不満な点について (満足度について「不満」と回答した場合のみ回答)	自由記述
9	改善が必要な「ココスポ」の機能について	選択式
10	改善が必要な「ココスポ」の機能の具体的な内容について	自由記述
11	トピックスの認知度について	選択式
12	ポスター生成機能の認知度について	選択式
13	お問い合わせ機能の認知度について	選択式
14	空き状況カレンダーの認知度について	選択式
15	今後利用したい機能について	選択式
16	今後の「ココスポ」への情報登録意向について	選択式

17	今後「こコスポ」に期待する機能やサービスについて	自由記述
18	スポーツ庁からのメールマガジン配信の受信意向について	選択式
19	スポーツ庁からのメールマガジン配信の頻度について	選択式
20	スポーツ庁からの情報発信で期待する内容について	選択式

3.6.2 管理者アカウント向け Web アンケート調査の回答結果について

○ 管理者アカウント作成したきっかけ

管理者アカウントを作成したきっかけとしては、「関連団体より紹介があったため」との回答が最も多かった。次いで「スポーツ庁のホームページや SNS を通してこコスポの存在を知ったため」との回答が多かった。

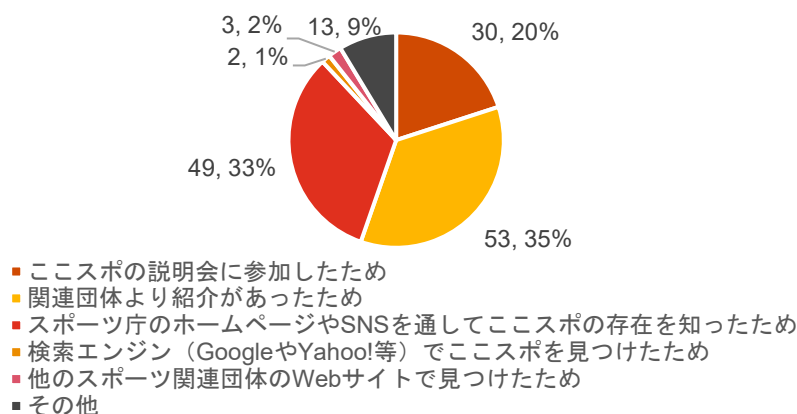


図. 管理者アカウントを作成したきっかけ (n =150)

○ 直近1年間での平均的な「こコスポ」への情報登録頻度について

直近1年間での平均的な「こコスポ」への情報登録頻度については、「1年に1回程度」との回答が最も多かった。一方で、「直近1年間では1度も利用していない」または「これまで1度も利用したことがない」との回答が4割以上存在した。

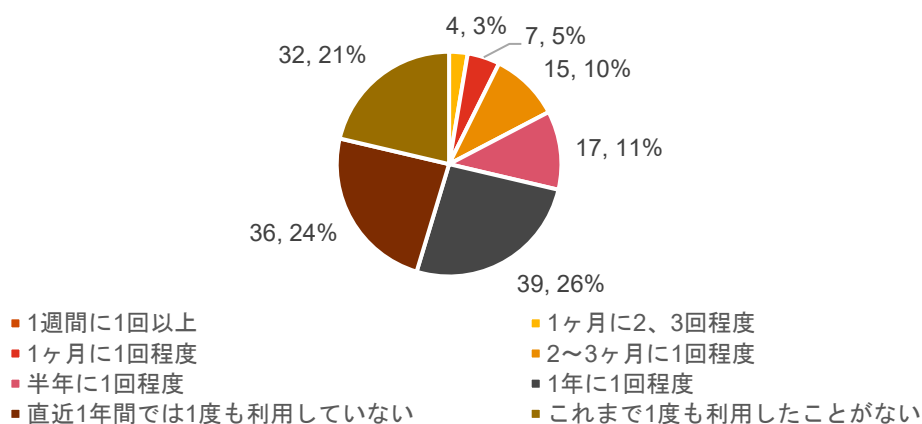


図. 直近1年間での平均的な「こコスポ」への情報登録頻度 (n =150)

○「ココスポ」を利用する目的について

「ココスポ」を利用する目的については、5割以上が「イベント情報掲載のため」と回答しているが、3割以上が「情報収集のため」または「特に目的はなく、管理者アカウントを所有しているだけである」と回答しており、「ココスポ」への情報掲載を実施していないことが把握できる。

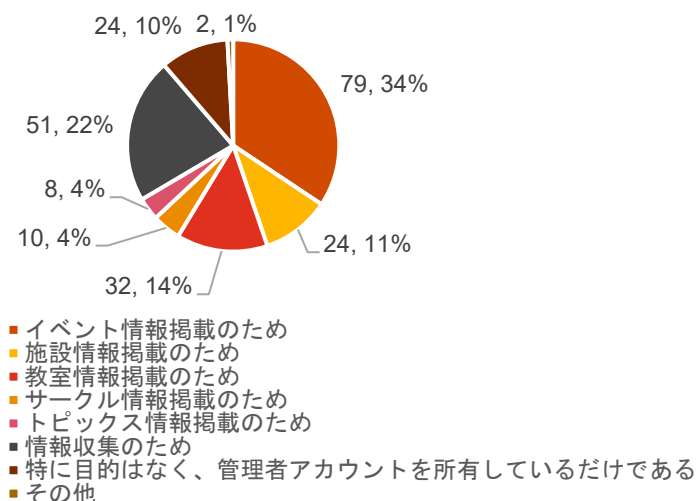


図. 直近1年間での平均的な「ココスポ」への情報登録頻度 (n=150)

○管理者アカウントの作成手順の満足度について

管理者アカウントの作成手順について「覚えていない/分からない」との回答を除くと、ほとんどが満足していることが把握できる。

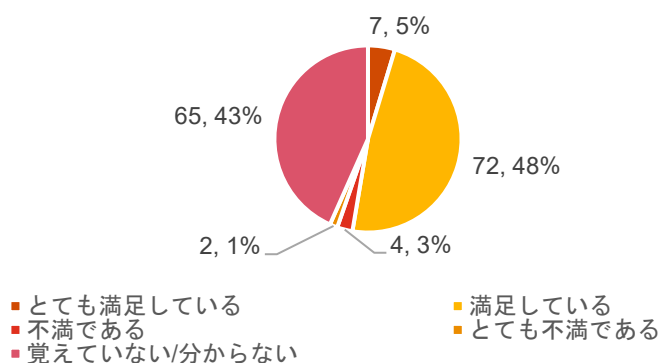
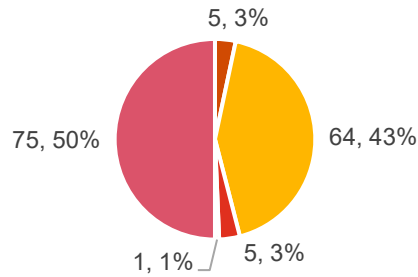


図. 管理者アカウントの作成手順の満足度 (n=150)

○「ココスポ」への情報登録手順の満足度について

「ココスポ」への情報登録手順について「覚えていない/分からない」との回答を除くと、ほとんどが満足していることが把握できる。



■ とても満足している ■ 満足している ■ 不満である ■ とても不満である ■ 覚えていない/分からない

図. 「ココスポ」への情報登録手順の満足度 (n=150)

○改善が必要な「ココスポ」の機能について

「ココスポ」の機能について「特に改善が必要な点はない」との回答が最も多く、次いで「トップページの検索機能」や「SNS シェア機能」について改善が必要との回答が多かった。

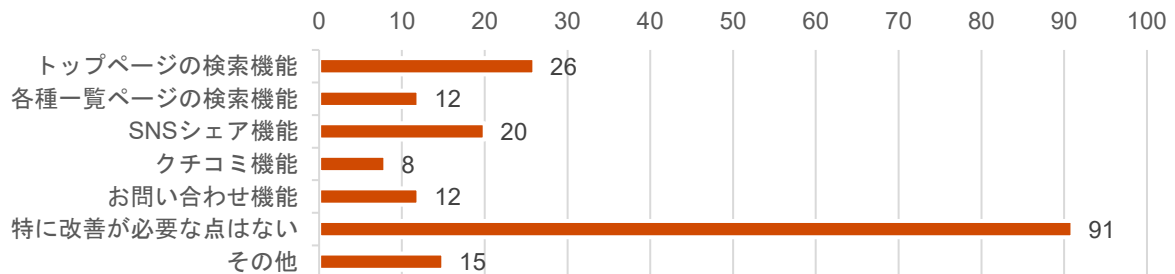
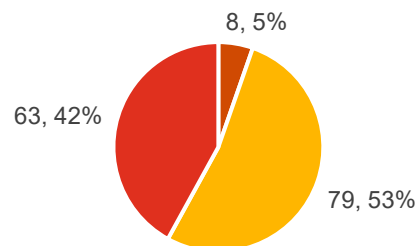


図. 改善が必要な「ココスポ」の機能 (n=147)

○ポスター生成機能の認知度について

本事業にて開発を実施したポスター生成機能の認知度については、約4割の団体には認知されていないことが把握できた。また、1割未満の団体にしか過去にポスター生成機能を利用されていないことが把握できた。



■ 利用したことがある
 ■ ポスター生成機能について知っていたが、利用したことがない
 ■ ポスター生成機能について知らなかった

図. ポスター生成機能の認知度 (n=150)

○今後利用したい「ココスポ」の機能について

今後利用したい「ココスポ」の機能については、本事業で開発した「ポスター生成機能」を利用したいとの回答が最も多かった。次いで「トピックスへの投稿権限」との回答が多かった。

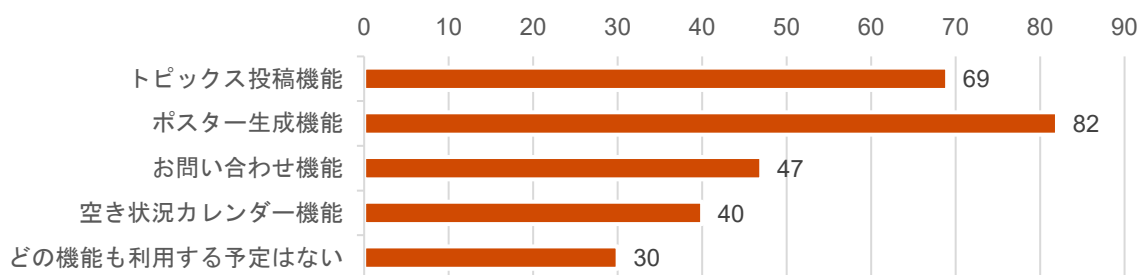


図. 今後利用したい「ココスポ」の機能 (n=147)

○今後の「ココスポ」への情報登録意向について

今後の「ココスポ」への情報登録意向については、7割が「今後も情報登録を行う予定である」と回答している。

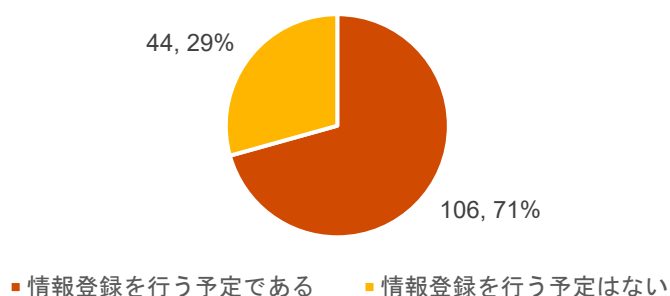


図. 今後の「ココスポ」への情報登録意向 (n=150)

「今後情報登録を行う予定はない」と回答した団体が情報登録を行わない理由としては、「特に理由はない」が最も多かったが、次いで「ココスポでの情報発信は効果的でないため」との回答が多かった。

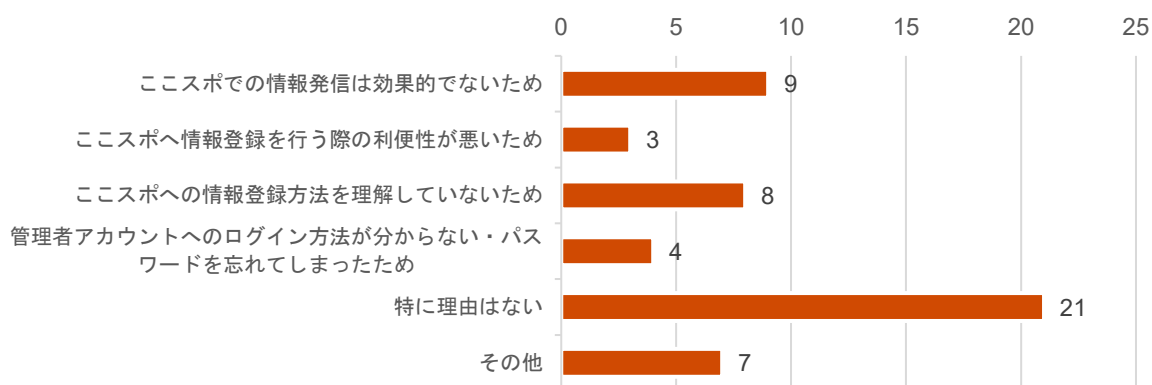


図. 今後「ココスポ」への情報登録を行わない理由 (n=44)

○スポーツ庁からのメールマガジン配信の受信について

今後スポーツ庁からメールマガジン配信があった場合の受信意向について6割以上が「受信したい」と回答している。

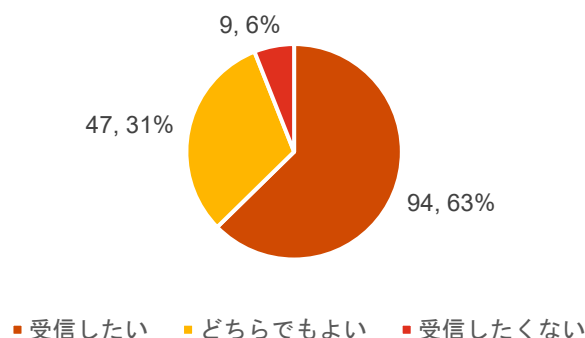


図. スポーツ庁からのメールマガジン配信の受信 (n=150)

受信頻度については「新たな情報がリリースされるたびに配信」が最も多く、次いで「1ヶ月に1回程度の配信」との回答が多かった。

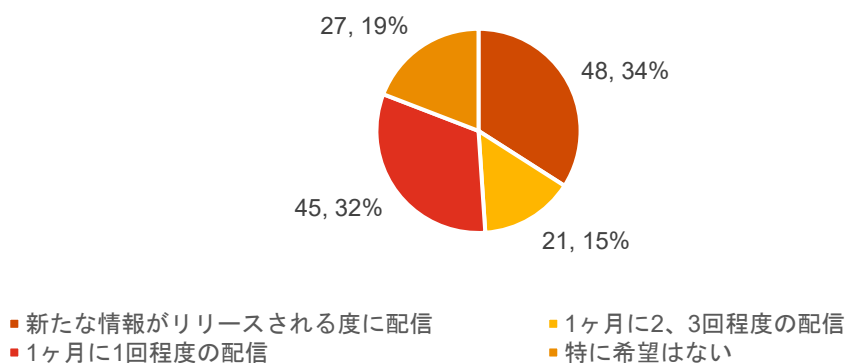


図. スポーツ庁からのメールマガジン配信頻度 (n=141)

また、受信したい情報については「新たな制度や取り組みに関する情報」や「補助金や助成金に関する情報」との回答が多かった。

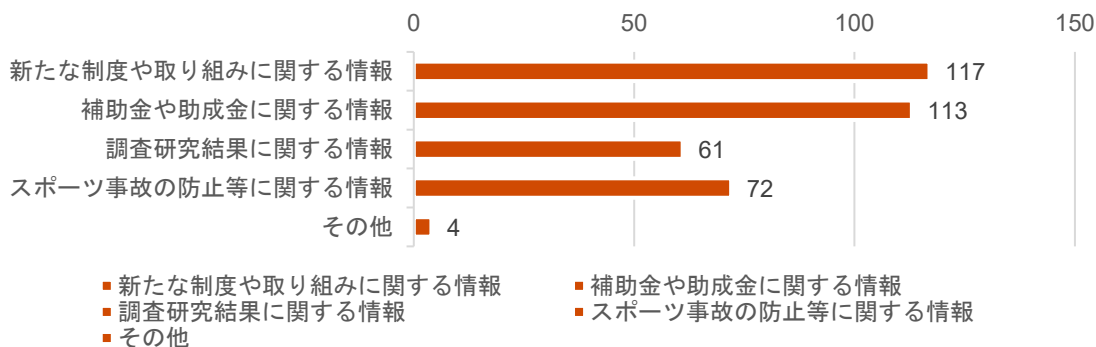


図. スポーツ庁からのメールマガジン配信頻度 (n=141)

3.7 my ここスポアカウント向け Web アンケート調査

3.7.1 my ここスポアカウント向け Web アンケート調査の概要について

本事業では my ここスポアカウントを所有したユーザーの実態を把握するためのアンケート調査も実施した。my ここスポアカウントを所有している全ユーザーに対してメールにてアンケート調査を依頼し、合計 18 件の回答があった。

表. my ここスポアカウント所有者向け Web アンケート調査の実施概要

項目	概要
調査日時	2023 年 2 月 9 日～2023 年 2 月 23 日
実施方法	Web アンケート
対象者	my ここスポアカウントを所有している全ユーザー（176 アカウント）
回答数	18 件

my ここスポアカウント所有者向け Web アンケート調査の項目は下表のとおりである。「ここスポ」の利用状況や利用目的、ユーザー目線での「ここスポ」に関する評価等を把握するための設問を設定している。

表：my ここスポアカウント所有者向け Web アンケート調査項目

No	設問	回答方法
1	my ここスポアカウントを作成した時期について	選択式
2	「ここスポ」を知ったきっかけについて	選択式
3	my ここスポアカウントを作成した理由について	選択式
4	直近 1 年間で平均的な「ここスポ」へのアクセス頻度について	選択式
6	直近 1 年間でここスポを 1 度も利用しなかった理由について （「1 度もアクセスしていない」と回答した場合のみ回答）	選択式
7	「ここスポ」を利用することで得られたメリットについて	選択式
8	「ここスポ」を利用する目的について	選択式
9	「ここスポ」で閲覧したイベント、施設、教室、サークルへの参加・利用経験について	選択式
10	「ここスポ」で閲覧したスポーツイベント、施設、教室、サークルに参加・利用しなかった理由について （「参加・利用していない」と回答した場合のみ回答）	選択式
11	今後 my ここスポアカウントで利用したい機能	選択式
12	「ここスポ」の内容・コンテンツに関する評価について	選択式
13	「ここスポ」の情報の探しやすさに関する評価について	選択式
14	「ここスポ」の役立ち度合いに関する評価について	選択式
15	今後の「ここスポ」の利用意向について	選択式

16	「こコスポ」の改善点について	選択式
17	今後「こコスポ」に増加が必要な情報について	選択式

3.7.2 my こコスポアカウント向け Web アンケート調査の回答結果について

○ my こコスポアカウントを作成したきっかけについて

my こコスポアカウントを作成したきっかけとしては、「スポーツ庁のホームページや SNS 等で見ただため」との回答が最も多かった。

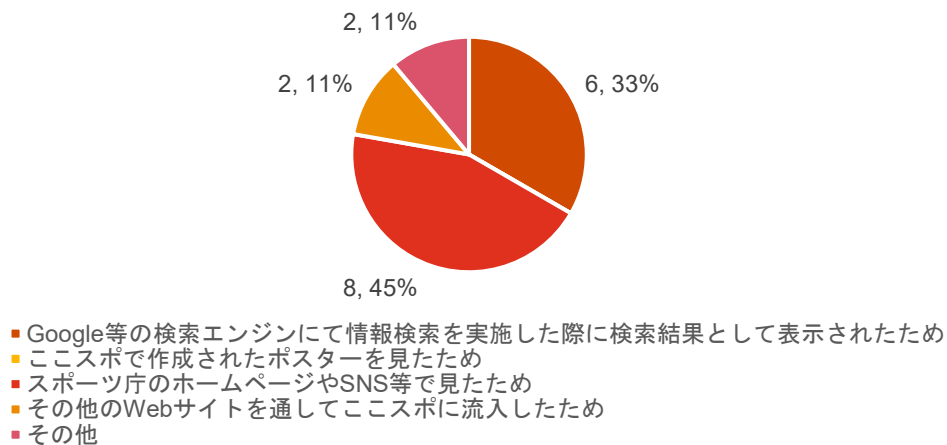


図. my こコスポアカウントを作成したきっかけ (n =18)

○ my こコスポアカウントを作成した理由について

my こコスポアカウントを作成した理由としては、「my こコスポアカウントを作成することで利便性が高まると思ったため」との回答が最も多かった。

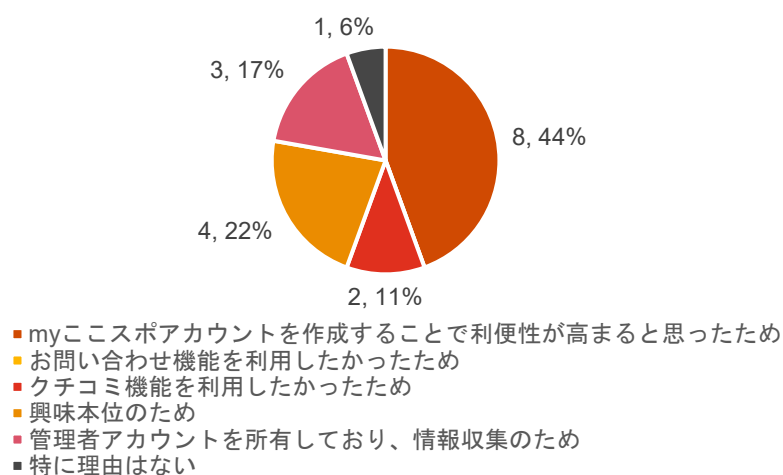


図. my こコスポアカウントを作成した理由 (n =18)

○直近1年間での平均的な「こコスポ」へのアクセス頻度について

直近1年間での平均的な「こコスポ」へのアクセス頻度については、「2~3ヶ月に1回程度」が最も多かった。

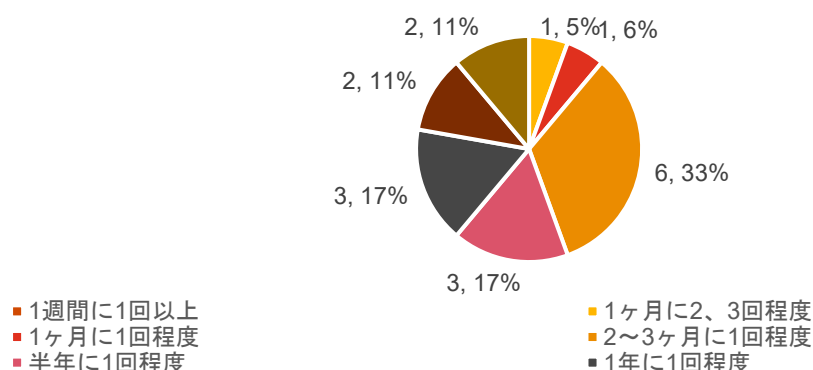


図. 直近1年間での平均的な「こコスポ」へのアクセス頻度 (n=18)

○「こコスポ」を利用する目的について

「こコスポ」を利用する目的としては、「イベント情報閲覧のため」との回答が最も多かった。次いで「教室情報閲覧のため」が多かった。

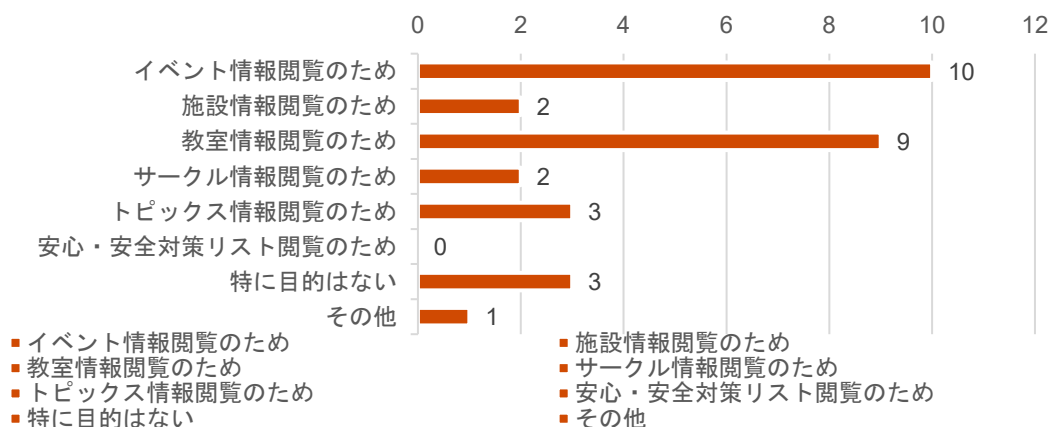


図. 「こコスポ」を利用する目的 (n=18)

○「こコスポ」で閲覧した情報への参加状況について

全ての回答者が「こコスポ」に掲載されているイベントや教室への参加、施設の利用等を実施したことがない。



図. 「こコスポ」で閲覧した情報への参加状況 (n=18)

また、イベントや教室への参加、施設の利用等を実施しなかった理由としては、「在住地域近辺のスポーツ情報が見つからなかったから」が最も多かった。

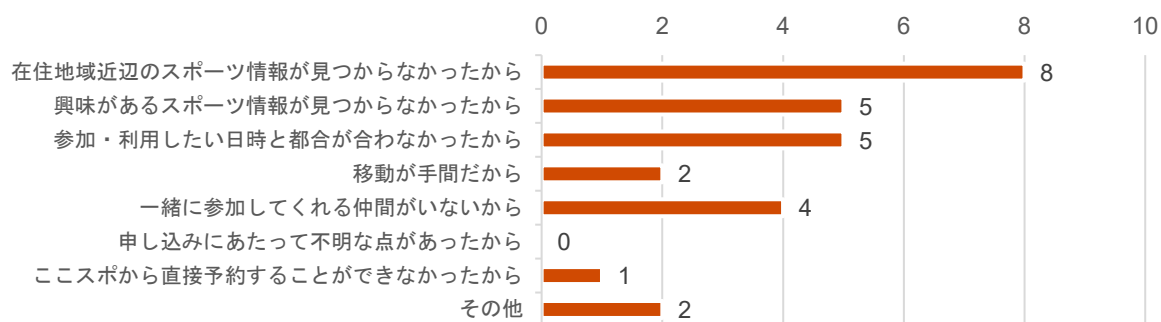


図. 「ココスポ」で閲覧した情報への参加状況 (n=18)

○今後 my ココスポアカウントに期待する機能について

今後は my ココスポアカウントに装備される新機能として、「近くのスポーツ関連情報を教えてくれる機能」を期待するとの回答が最も多かった。

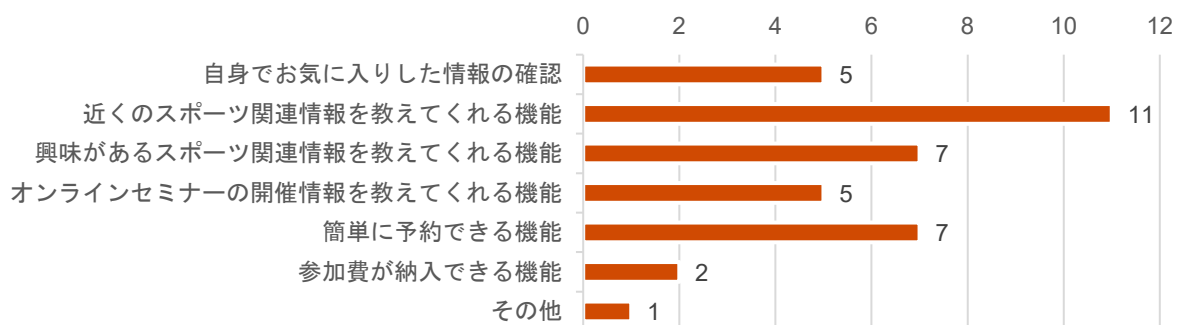


図. 今後 my ココスポアカウントに期待する機能 (n=18)

○「ココスポ」の内容・コンテンツの充実度について

「ココスポ」の内容・コンテンツの充実度について「やや不十分」または「不十分」との回答が半数以上を占めた。

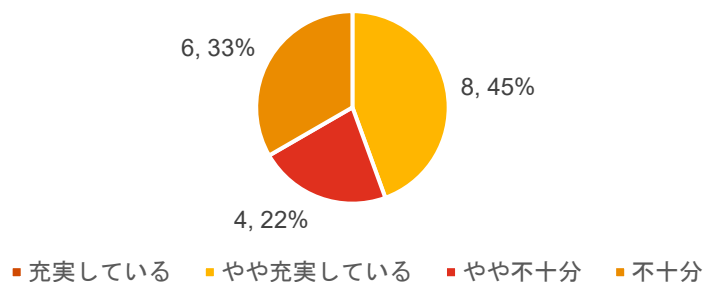


図. 「ココスポ」の内容・コンテンツの充実度 (n=18)

○「ココスポ」の情報の探しやすさについて

「ココスポ」の情報の探しやすさについて「やや探しにくい」または「探しにくい」との回答が半数以上を占めた。

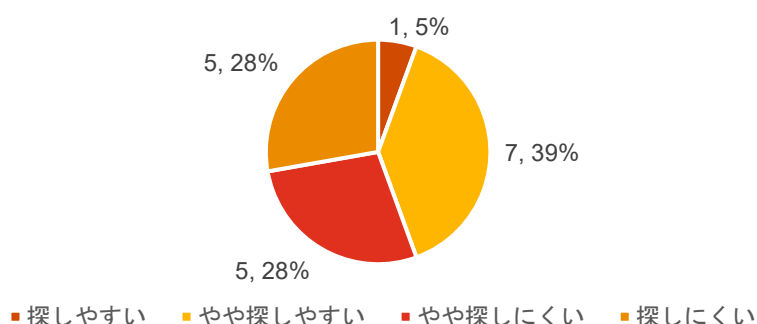


図. 「ココスポ」の情報の探しやすさ (n=18)

○「ココスポ」の情報の役立ち度合いについて

「ココスポ」内の情報の役立ち度合いについて「あまり役に立っていない」または「役に立っていない」との回答が半数以上を占めた。

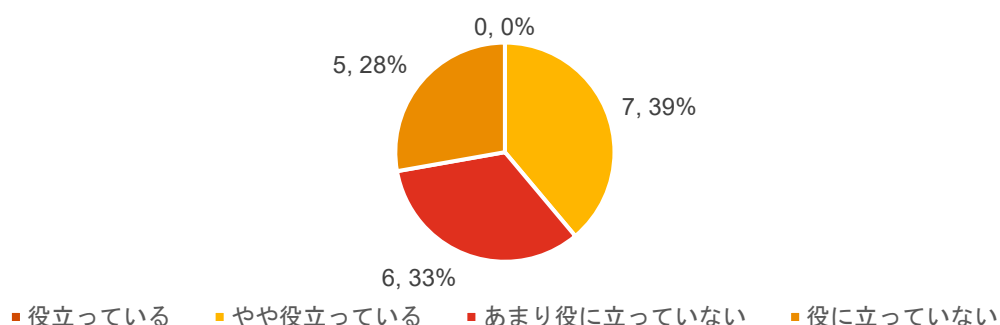


図. 「ココスポ」の情報の役立ち度合い (n=18)

○「ココスポ」の今後の利用意向について

今後の「ココスポ」の利用意向について半数以上が「利用したいと思う」「利用したいとやや思う」と回答した。

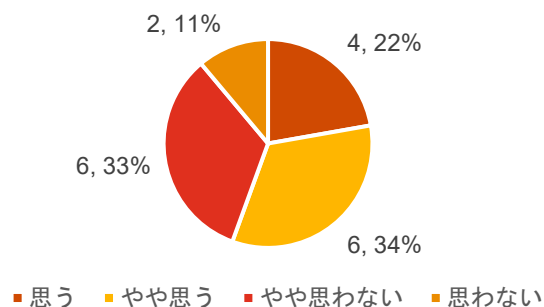


図. 「ココスポ」の今後の利用意向 (n=18)

○「こコスポ」の改善点について

「こコスポ」の改善点について「掲載情報量の増加」との回答が最も多かった。

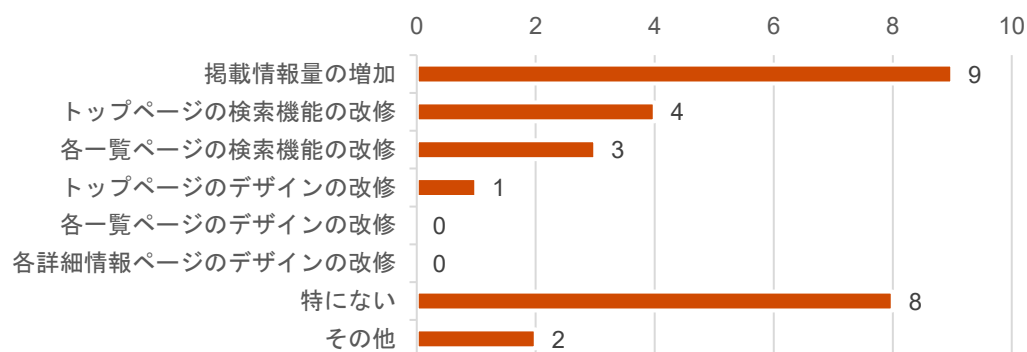


図. 「こコスポ」の改善点 (n=18)

○「こコスポ」に必要な情報について

「こコスポ」に拡充が必要な情報としては、「スポーツイベントや大会の情報」が最も多く、次いで「スポーツ教室やレッスンの情報」、「スポーツサークルやクラブの情報」との回答が多かった。

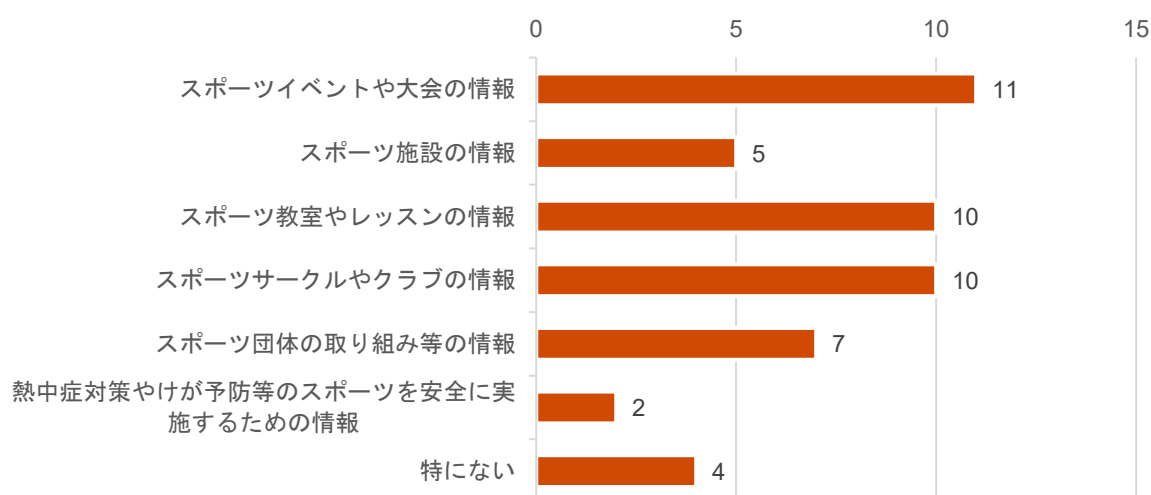


図. 「こコスポ」に必要な情報 (n=18)

3.8 一般消費者向け Web アンケート調査

3.8.1 一般消費者向け Web アンケート調査の概要について

本事業では、「こコスポ」を紹介することによる自主的な「こコスポ」の利用度の変化や、「こコスポ」の利用によるスポーツ・運動への実施意欲や実施頻度の影響を把握するため、全国の20～79歳の男女を対象としたアンケート調査を実施した。「こコスポ」を紹介することによる自主的な「こコスポ」の利用度の変化や、「こコスポ」の利用によるスポーツ・運動への実施意欲や実施頻度の影響を把握するため、アンケート調査の対象者を複数回の介入を実施する「介入群（大）」と1回のみ介入を行う「介入群（小）」に分類し、アンケートを1回目（2022年12月下旬）と2回目（2023年2月下旬）の計2回に渡って実施した。1回目調査時点では、全対象者に対して「こコスポの概要、及びURLを提示する」といった介入を施し、その後、「介入群（大）」に対してのみ計3回のミニアンケート調査を用いた「こコスポ内の各種ページのURLを提示する」といった介入を実施し、最終的に2回目の調査時点における「介入群（大）」と「介入群（小）」の回答結果を比較することによって、複数回の介入から起因する回答結果の差分を分析している。なお、アンケート調査の対象者は無作為に「介入群（大）」と「非介入群（小）」に割り当てている。

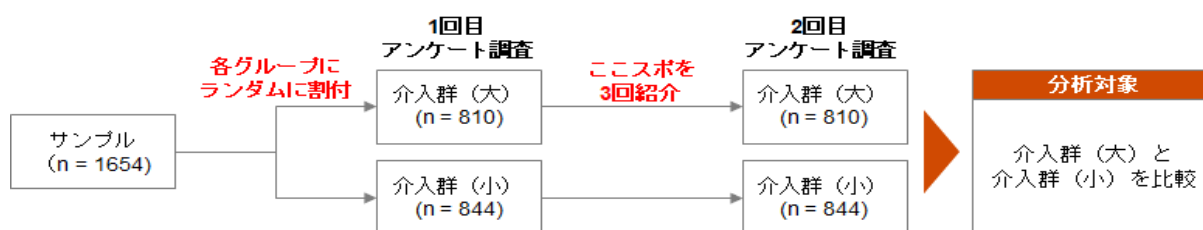
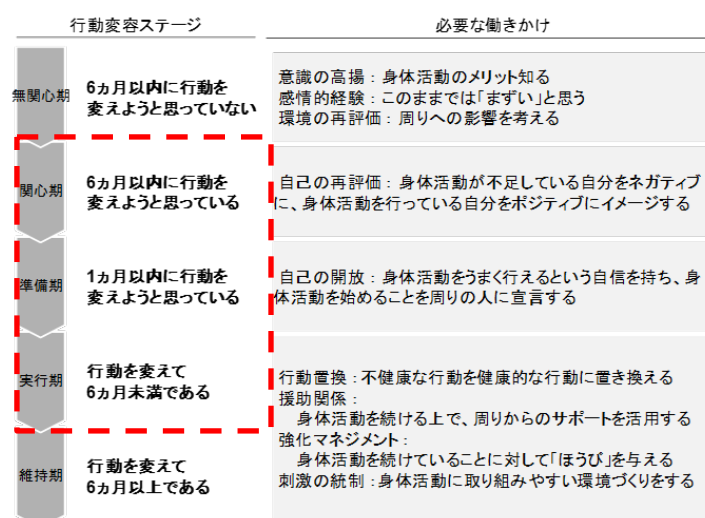


図. ランダム比較試験の設計図

また、「こコスポ」による情報提供が運動実施に一定の興味関心を持っている利用者に対して効果的であるとの仮説に基づいて、アンケートの対象者はトランスセオレティカル・モデルにおける「関心期」、「準備期」、「実行期」に該当する方とした。



<https://www.e-healthnet.mhlw.go.jp/information/exercise/s-07-001.html> をもとに PwC 作成

図：トランスセオレティカル・モデルの概念図

「ココスポ」には東京都と大阪府の情報量が多いことから、地域差についても分析するために、東京都在住者、大阪府在住者、その他地域在住者の割合がおおよそ均等となるように調節のうえ、アンケート調査を実施した。

なお、本章では1回目のアンケート調査と2回目のアンケート調査の双方に回答した回答者のデータのみを取り扱う。1回目のアンケート調査のみに回答した回答者のデータ ($n = 977$) は、最終的な調査対象より除外している。

また、アンケート調査の実施概要については、下表のとおりである。

表. Web アンケートの実施概要

項目	概要
調査日時	<ul style="list-style-type: none"> ・ 1回目アンケート調査：2022年12月23日～12月27日 ・ ミニアンケート1回目：2023年1月13日～1月17日 ・ ミニアンケート2回目：2023年1月27日～1月31日 ・ ミニアンケート3回目：2023年2月10日～2月14日 ・ 2回目アンケート調査：2023年2月24日～2月28日
対象者の条件①	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全国の20～79歳の男女 ※東京都在住者、大阪府在住者、その他地域在住者のサンプル数がおおよそ均等となるように調整
対象者の条件②	<ul style="list-style-type: none"> ・ 関心期：私は現在、運動をしていない。しかし、近い将来（6か月以内）に始めようとは思っている ・ 準備期：私は現在、運動をしている。しかし、定期的ではない ・ 実行期：私は現在、定期的に運動をしている。しかし、始めてから6か月以内である <p>※「定期的な運動」とは、早歩きと同じかそれ以上のきつさで行われ、1回あたり20分以上の運動を週2回以上行うことを指す</p>
サンプルの割当	<ul style="list-style-type: none"> ・ グループ①：介入群（大）/関心期 / 東京都在住（91名） ・ グループ②：介入群（大）/関心期 / 大阪府在住（88名） ・ グループ③：介入群（大）/関心期 / その他地域在住（92名） ・ グループ④：介入群（大）/準備期 / 東京都在住（91名） ・ グループ⑤：介入群（大）/準備期 / 大阪府在住（90名） ・ グループ⑥：介入群（大）/準備期 / その他地域在住（92名） ・ グループ⑦：介入群（大）/実行期 / 東京都在住（88名） ・ グループ⑧：介入群（大）/実行期 / 大阪府在住（84名） ・ グループ⑨：介入群（大）/実行期 / その他地域在住（94名） ・ グループ⑩：介入群（小）/関心期 / 東京都在住（94名） ・ グループ⑪：介入群（小）/関心期 / 大阪府在住（96名） ・ グループ⑫：介入群（小）/関心期 / その他地域在住（95名）

	<ul style="list-style-type: none"> グループ⑬：介入群（小）/準備期 /東京都在住（93名） グループ⑭：介入群（小）/準備期 /大阪府在住（95名） グループ⑮：介入群（小）/準備期 /その他地域在住（97名） グループ⑯：介入群（小）/実行期 /東京都在住（94名） グループ⑰：介入群（小）/実行期 /大阪府在住（87名） グループ⑱：介入群（小）/実行期 /その他地域在住（93名）
実施方法	<ul style="list-style-type: none"> 1回目のアンケート調査時には、グループ①～⑱の全てに対して「ここのスポ」の概要、及びURLを提示。 その後、グループ①～⑨にはミニアンケート計3回を実施し、ミニアンケート時に「ここのスポ」内の各種ページのURLを提示。 なお、URL先となる「ここのスポ」のWebサイトに遷移しない限りは、各アンケート調査を完了できない仕組みである。

アンケート調査の設問項目は、「ここのスポ」の利用頻度や「ここのスポ」によるスポーツ・運動の実施意欲や実施頻度に係る項目に限らず、「ここのスポ」に掲載されている情報の利活用や、「ここのスポ」の満足度等も含まれている。設問項目の概要については、下表のとおりである。

表：1回目アンケート調査の設問項目

No	設問	回答方法
1	属性情報について（性別 / 年齢 / 居住 / 職業 / 婚姻状況 / 子供の有無 / 世帯構成）	選択式
2	現在のスポーツ・運動実施頻度について	選択式
3	スポーツ・運動実施に関する現在の満足度について	選択式
4	スポーツ・運動実施する際の阻害要因について	選択式
6	スポーツ・運動に関する情報の入手媒体や経路について	選択式
7	スポーツ・運動に関する情報入手のために利用したことのあるWebサイト （Webサイトでスポーツ・運動に関する情報を取得すると回答した場合のみ）	選択式
8	Webサイトを利用する目的について （Webサイトでスポーツ・運動に関する情報を取得すると回答した場合のみ）	選択式
9	「ここのスポ」での閲覧内容について	選択式
10	過去の「ここのスポ」の利用について	選択式
11	「ここのスポ」を知った経緯について （過去に「ここのスポ」を利用したことがある場合のみ回答）	選択式
12	今後の「ここのスポ」を利用意向について	選択式

表：2回目アンケート調査の設問項目

No	設問	回答方法
1	現在のスポーツ・運動実施に関する現在の満足度について	選択式
2	過去2ヶ月間における「こコスポ」の自主的な利用頻度について	選択式
3	「こコスポ」を利用しなかった理由について (「こコスポ」を利用しなかったと回答した場合のみ)	選択式
4	「こコスポ」を利用した結果得られたメリットについて	選択式
5	「こコスポ」利用時に閲覧した情報について	選択式
6	イベント・施設・教室・サークル情報閲覧時の操作について	選択式
7	「こコスポ」で閲覧したイベント・施設・教室・サークル情報への参加・利用状況について	選択式
8	「こコスポ」で閲覧したイベント・施設・教室・サークル情報へ参加・利用しなかった理由について (参加・利用していないと回答した場合のみ)	選択式
9	トピックス情報閲覧時の操作について	選択式
10	安心・安全対策リスト閲覧時の操作について	選択式
11	my こコスポアカウントの認知度について	選択式
12	今後 my こコスポアカウントに必要な機能について	選択式
13	「こコスポ」の利用によるスポーツ・運動実施意欲の変化について	選択式
14	「こコスポ」の利用によってスポーツ・運動実施意欲が変化した理由について	自由記述
15	「こコスポ」の利用によるスポーツ・運動実施頻度の変化について	選択式
16	「こコスポ」の利用によってスポーツ・運動実施頻度が変化した理由について	自由記述
17	「こコスポ」の内容・コンテンツに関する評価について	選択式
18	「こコスポ」の情報の探しやすさに関する評価について	選択式
19	「こコスポ」の役立ち度合いに関する評価について	選択式
20	今後の「こコスポ」の利用意向について	選択式
21	「こコスポ」の改善点について	選択式
22	今後「こコスポ」に増加が必要な情報について	選択式

3.8.2 一般消費者向け Web アンケート調査の回答結果について

Web アンケート調査の回答結果の分析を行い、「ココスポ」を紹介することによる自主的な「ココスポ」の利用頻度の変化や、「ココスポ」の利用によるスポーツへの実施意欲や実施頻度の影響を確認した。また、「ココスポ」の今後の在り方を検討するうえでの示唆となる「ココスポ」への全体的な評価や「ココスポ」に今後掲載されることを期待する情報等に関する回答結果についても集計を行った。

■ココスポの自主的な利用頻度の変容について

○関心期における「ココスポ」の利用頻度について

関心期に該当する回答者の 2 回目アンケート調査時における「ココスポ」の自主的な利用頻度について調査したが、「介入群（大）」と「介入群（小）」では「ココスポ」の利用頻度に大きな変化はなかった。

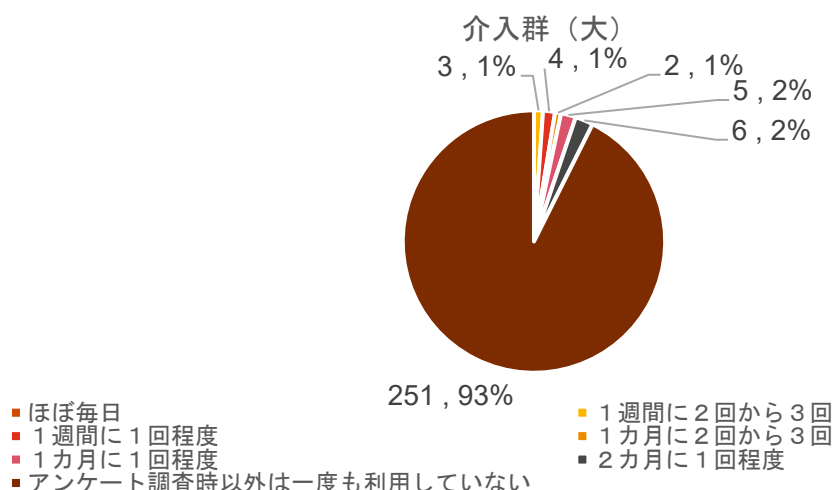


図. 関心期に該当する回答者の「ココスポ」の利用頻度 (n=271)

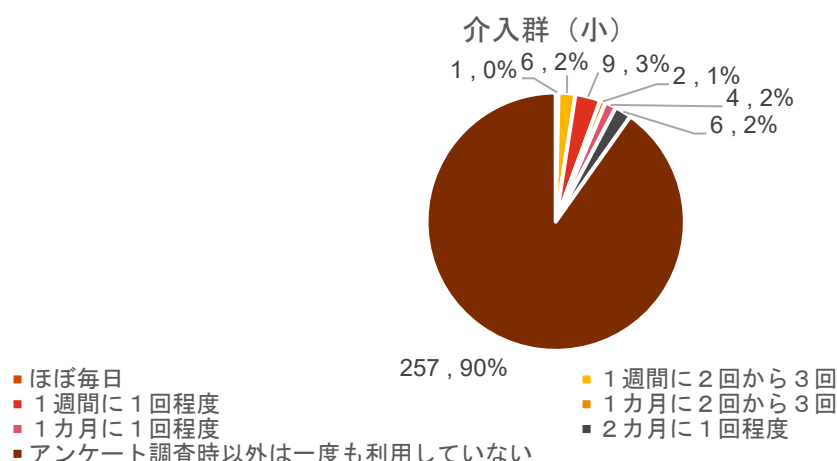


図. 関心期に該当する回答者の「ココスポ」の利用頻度 (n=285)

○準備期における「ココスポ」の利用頻度について

準備期に該当する回答者の2回目アンケート調査時における「ココスポ」の利用頻度についても調査したが、「介入群（大）」の方が僅かに「ココスポ」を自主的に利用した割合が多いが、大きな変化はなかった。

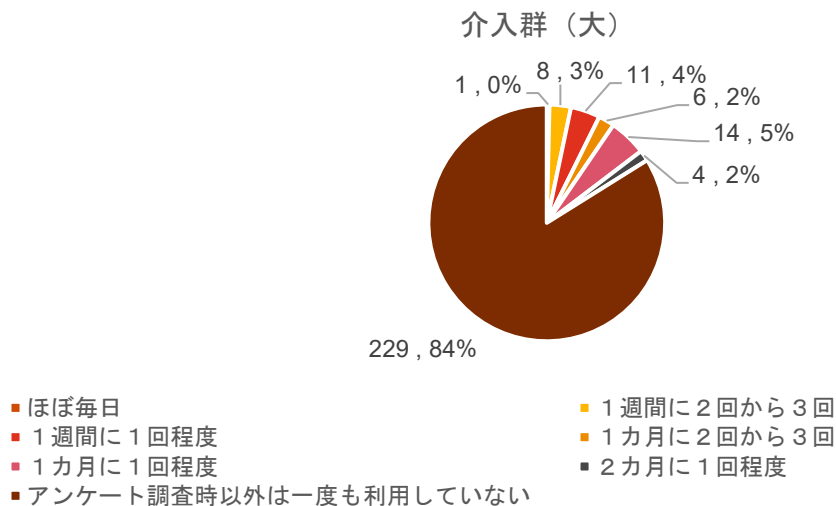


図. 準備期に該当する回答者の「ココスポ」の利用頻度 (n =273)

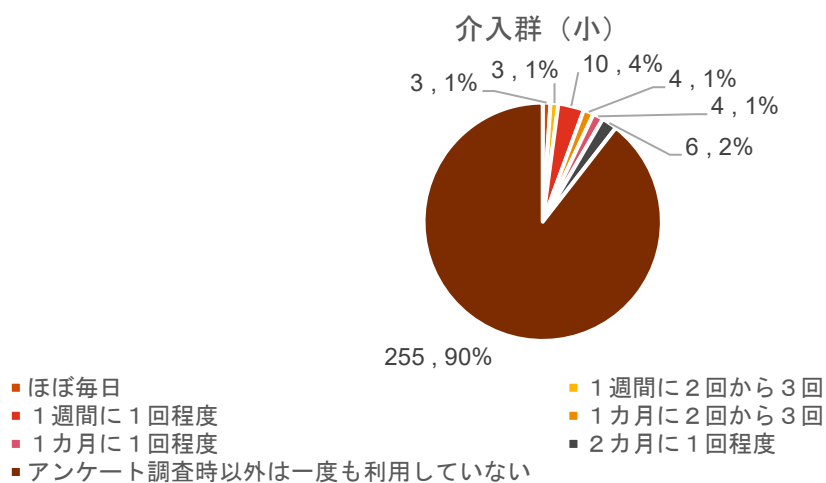


図. 準備期に該当する回答者の「ココスポ」の利用頻度 (n =285)

○実行期における「ココスポ」の利用頻度について

実行期に該当する回答者の2回目アンケート調査時における「ココスポ」の利用頻度について調査したが、「介入群（大）」の方が僅かに「ココスポ」を自主的に利用した割合が多いが、大きな変化はなかった。

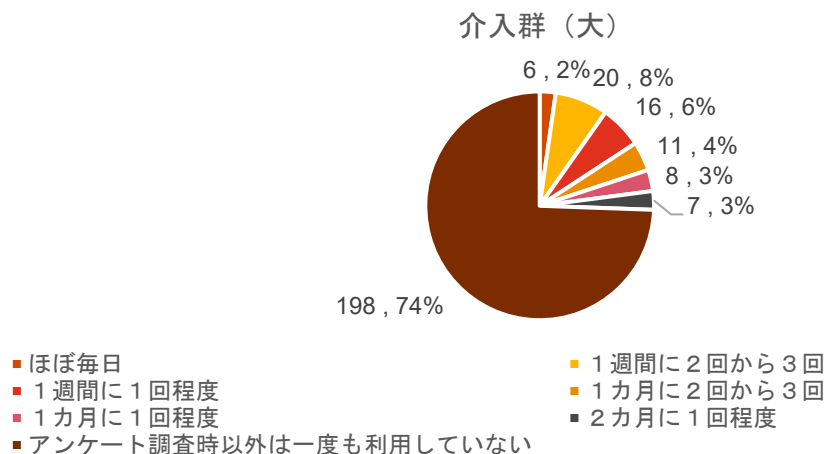


図. 実行期に該当する回答者の「ココスポ」の利用頻度 (n =266)

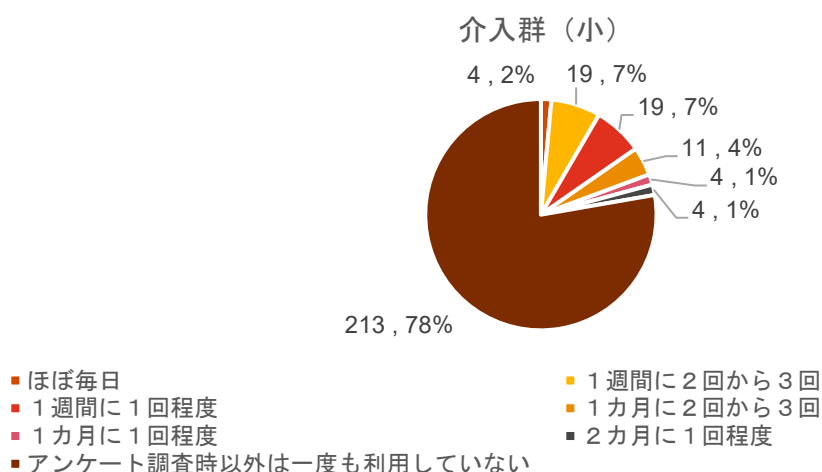
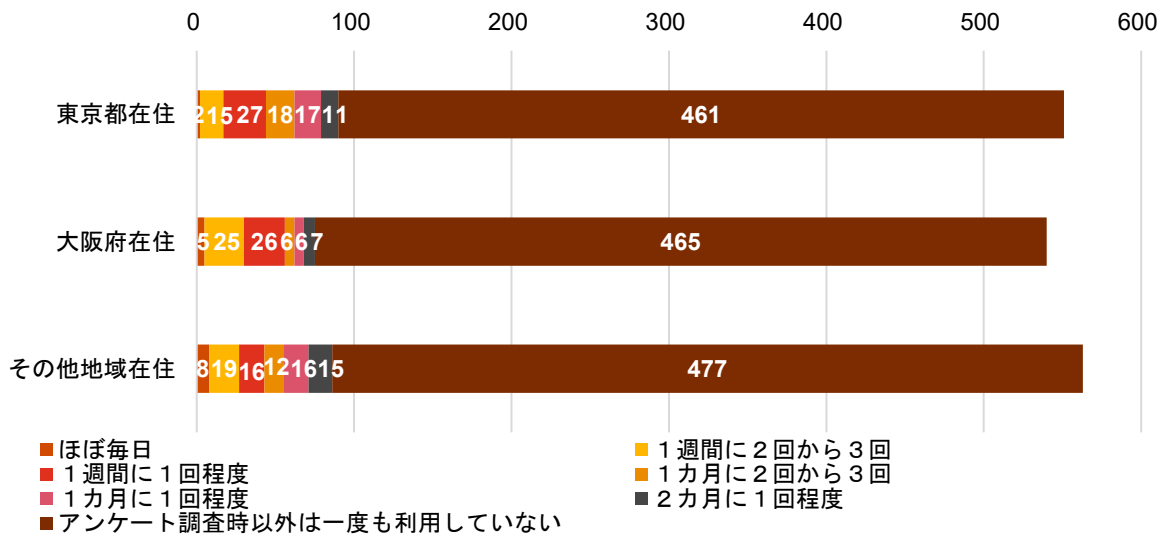


図. 実行期に該当する回答者の「ココスポ」の利用頻度 (n =274)

○在住地域ごとによる「ココスポ」の利用頻度について

東京都、大阪府、その他地域に在住する回答者ごとの2回目アンケート調査時における「ココスポ」の利用頻度について調査したが、在住地域で「ココスポ」の利用頻度について大きな変化はなかった。



東京都在住 (n=551) 大阪府在住 (n=540) その他地域在住 (n=563)

図. 在住地域ごとに分類した場合の「ココスポ」の利用頻度

結論として、「ココスポ」の自主的な利用頻度については、関心期と実行期においては「介入群（大）」の方が僅かに「ココスポ」を自主的に利用した割合が多いが、大きな変化がないことから、「ココスポ」を複数回紹介することによる「ココスポ」の利用頻度への影響はほとんどないことが分かった。

また、在住地域ごとで分析した場合も、「ココスポ」に比較的多くの情報が掲載されている東京都や大阪府に在住している方々による「ココスポ」の自主的な利用頻度の増加は見られなかった。

■ 「ココスポ」を利用しなかった理由について

「ココスポ」を利用しなかった理由については、「特に理由がない」との回答が最も多かった。次いで「ココスポの存在を忘れていたから」との回答が多く、複数回「ココスポ」を紹介した介入群（大）でもその解答が多く見られた。

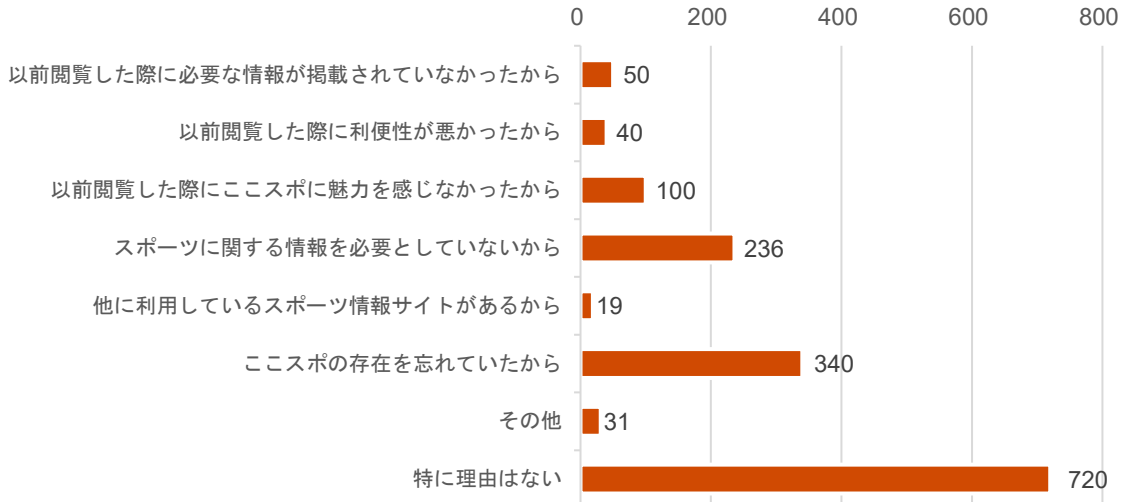
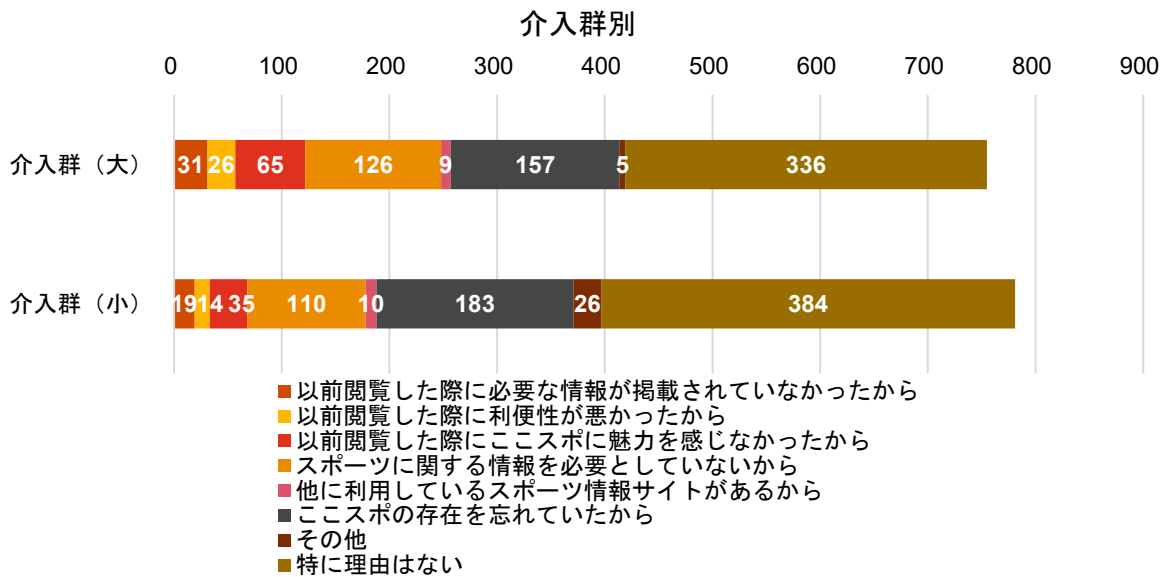


図. 「ココスポ」を一度も利用していない回答者の利用しなかった理由 (n =1403)



介入群（大）：n =678 介入群（小）：n=725

図. 介入群別の「ココスポ」を一度も利用していない回答者の利用しなかった理由 (n =1403)

■「ココスポ」の利用によって解消された阻害要因

「ココスポ」を自主的に利用した回答者からは、「ココスポ」を利用したことによって解消された阻害要因として、「近場にあるスポーツ施設や、自分自身のニーズにあった運動施設の情報を入手できた」との回答が最も多かった。

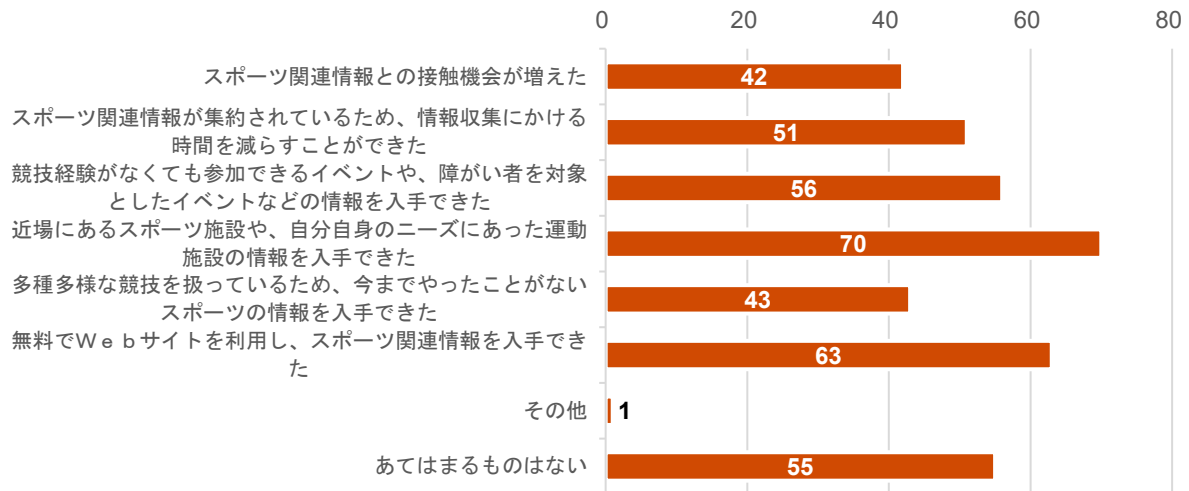


図. 「ココスポ」に利用によって解消された阻害要因 (n =251)

■自主的に「ココスポ」を利用した際に閲覧した情報

「ココスポ」を自主的に利用した回答者が閲覧した情報としては「イベント」が最も多かった。次いで「サークル」との回答者が多かった。

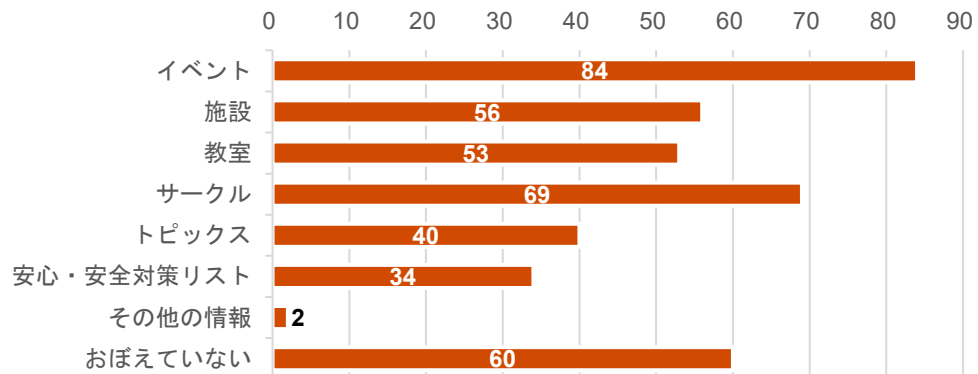


図. 「ココスポ」で閲覧した情報 (n =251)

■ 「ココスポ」で閲覧した情報への参加・利用

「ココスポ」で閲覧したイベント、施設、教室、サークルへの参加・利用については、回答者の約半数が「参加・利用した」と回答している。また、介入度合いでの分析を実施すると、介入が少なかった「介入群（小）」の方が参加・利用している割合が高いことが把握でき、「ココスポ」を複数回紹介した効果はなかった。

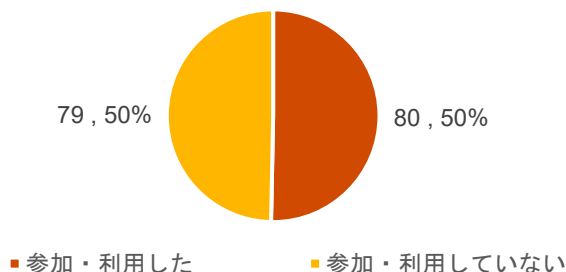
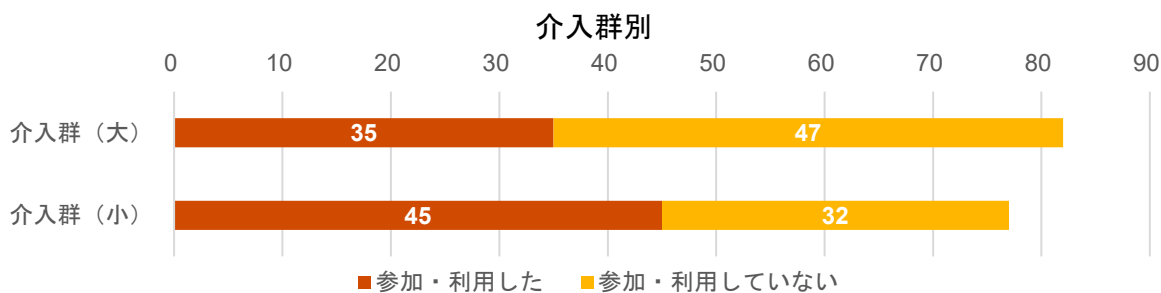


図. 「ココスポ」で閲覧した情報 (n = 159)



介入群（大）：n=82 介入群（小）：n=77

図. 介入群別「ココスポ」で閲覧した情報

■ 「ココスポ」で閲覧した情報へ参加・利用しなかった理由

「ココスポ」で閲覧したイベント、施設、教室、サークルへ参加・利用しなかった理由としては、「参加・利用したい日時と都合が合わなかったから」との回答が最も多かった。

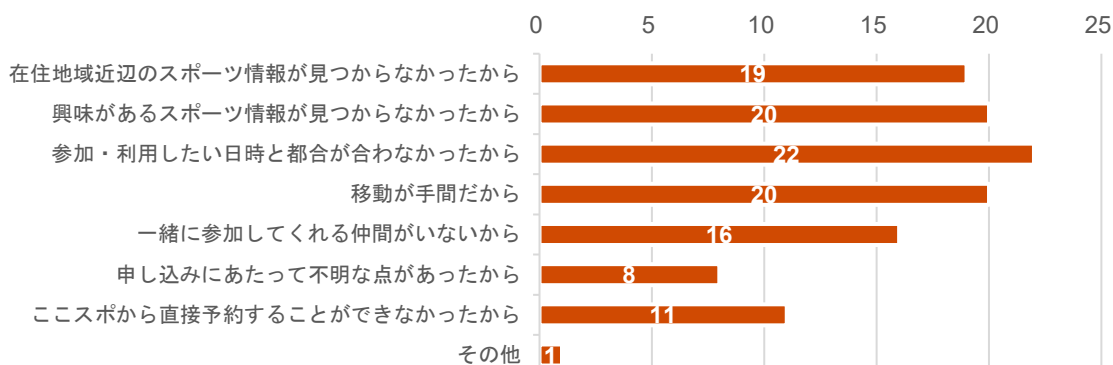


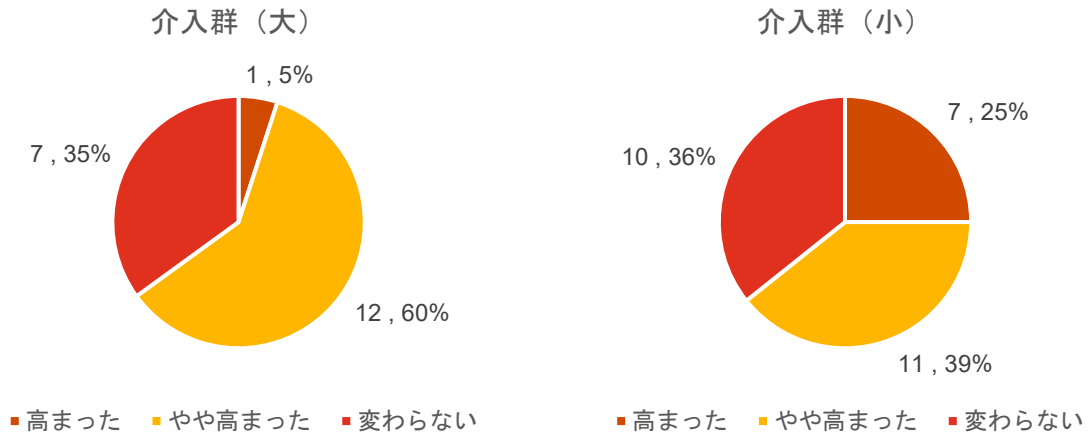
図. 「ココスポ」で閲覧した情報に参加・利用しなかった理由 (n = 79)

■「ココスポ」の利用によるスポーツ実施意欲及び実施頻度の変容について

○関心期におけるスポーツ実施意欲及びスポーツ実施頻度の変容

関心期に該当する回答者の2回目アンケート調査時における「ココスポ」を利用したことによるスポーツ・運動の実施意欲に変化があったか調査したが、「介入群（大）」と「介入群（小）」では大きな差分はなかった。

スポーツ実施意欲

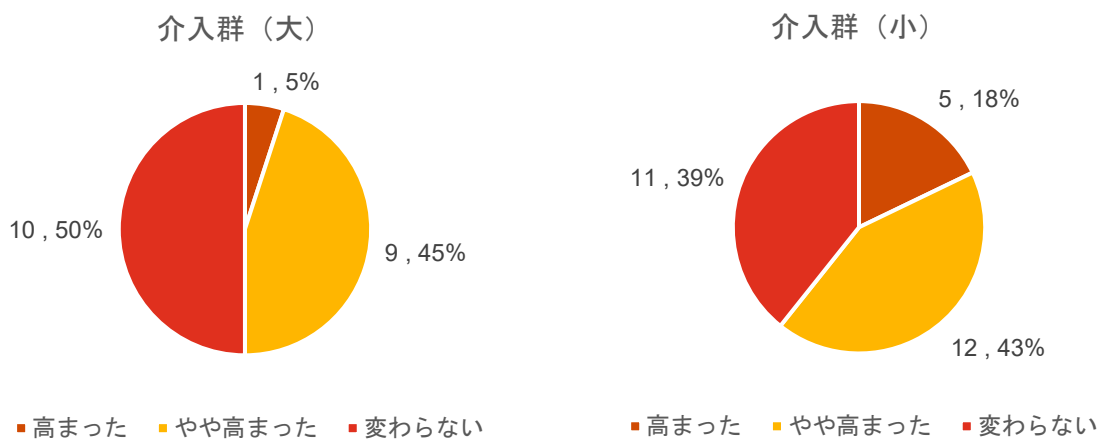


介入群（大）：(n = 20) / 介入群（小）：(n = 28)

図. 関心期に該当する回答者のスポーツ実施意欲の変容

また、2回目のアンケート時に「ココスポ」を利用したことでスポーツ・運動の実施頻度に変化があったか調査したが、「介入群（小）」の方が「高まった」または「やや高まった」と回答した割合が多かった。

スポーツ実施頻度



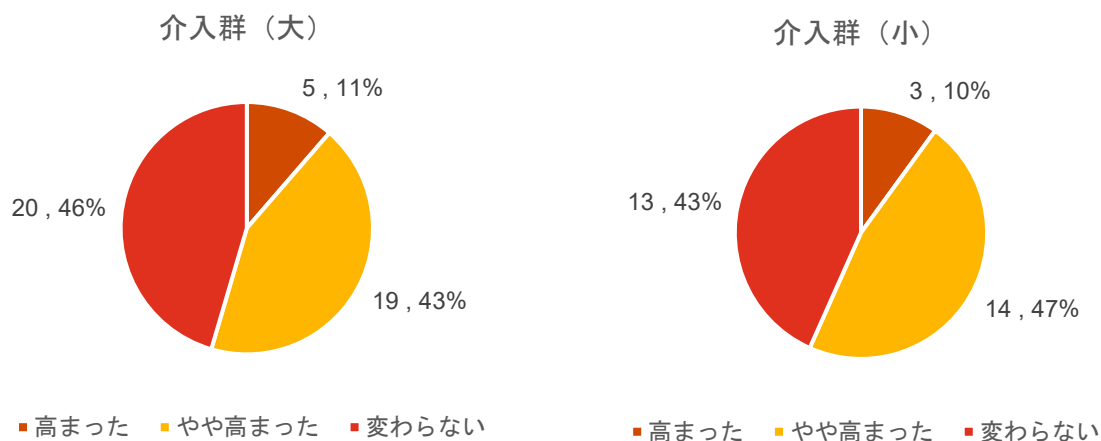
介入群（大）：(n = 20) / 介入群（小）：(n = 28)

図. 関心期に該当する回答者のスポーツ実施頻度の変容

○準備期におけるスポーツ実施意欲及びスポーツ実施頻度の変容

準備期に該当する回答者の2回目アンケート調査時における「ココスポ」を利用したことによるスポーツ・運動の実施意欲に変化があったか調査したが、「介入群（大）」と「介入群（小）」では大きな差分はなかった。

スポーツ実施意欲

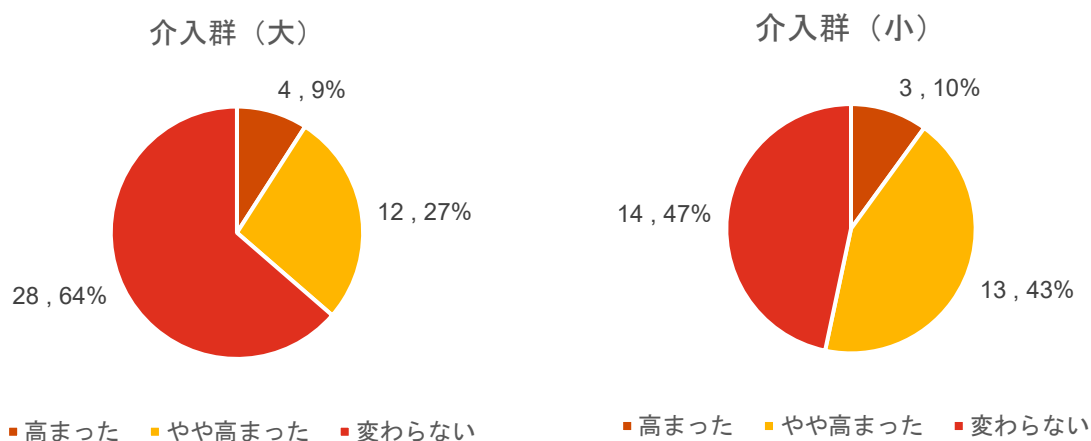


介入群（大）：(n=44) / 介入群（小）：(n=30)

図. 準備期に該当する回答者のスポーツ実施意欲の変容

また、2回目のアンケート時に「ココスポ」を利用したことでスポーツ・運動の実施頻度に変化があったか調査したが、「介入群（小）」の方が「やや高まった」と回答した割合が多かった。

スポーツ実施頻度



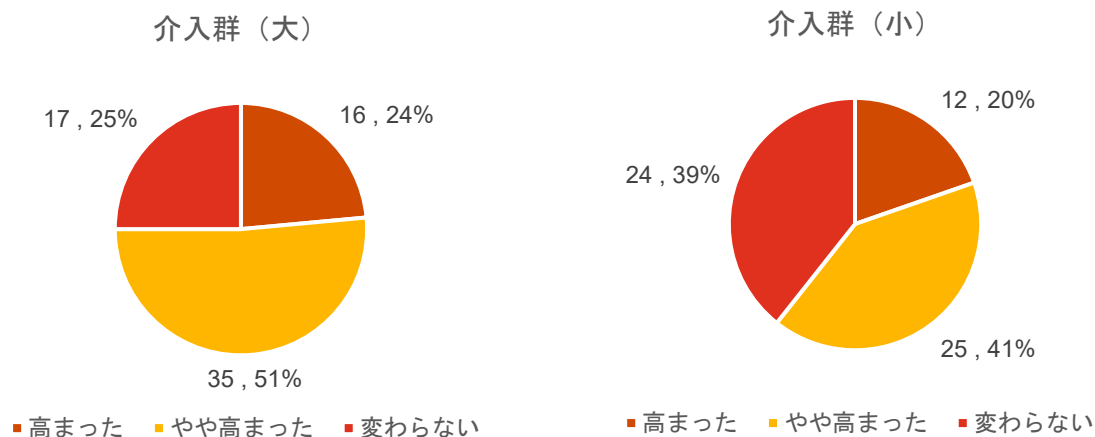
介入群（大）：(n=44) / 介入群（小）：(n=33)

図. 準備期に該当する回答者のスポーツ実施頻度の変容

○実行期におけるスポーツ実施意欲及びスポーツ実施頻度の変容

関心期に該当する回答者の2回目アンケート調査時における「ココスポ」を利用したことによるスポーツ・運動の実施意欲に変化があったか調査したところ、「介入群（大）」の方が「高まった」または「やや高まった」と回答した割合が「介入群（小）」より多かった。

スポーツ実施意欲

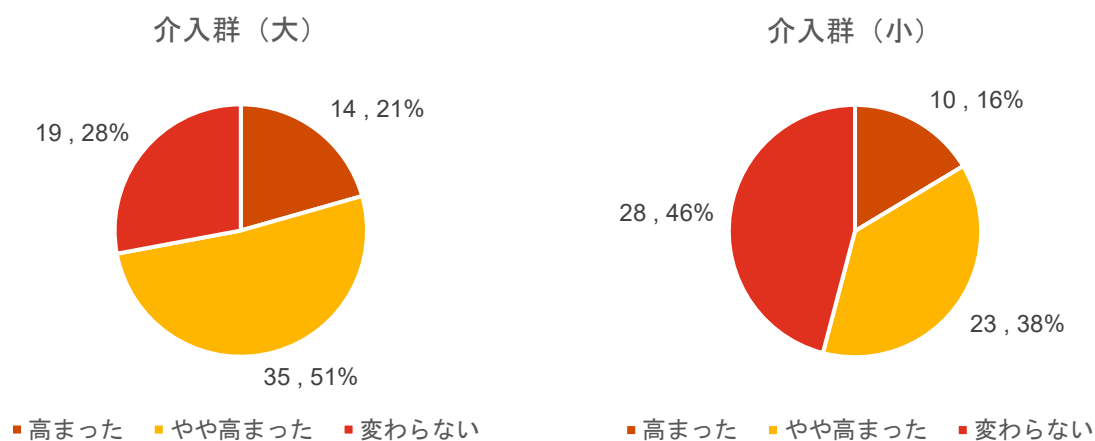


介入群（大）：(n=66) / 介入群（小）：(n=61)

図. 実行期に該当する回答者のスポーツ実施意欲の変容

また、2回目のアンケート時に「ココスポ」を利用したことでスポーツ・運動の実施頻度に変化があったか調査したが、「介入群（大）」の方が「高まった」または「やや高まった」と回答した割合が多かった。

スポーツ実施頻度

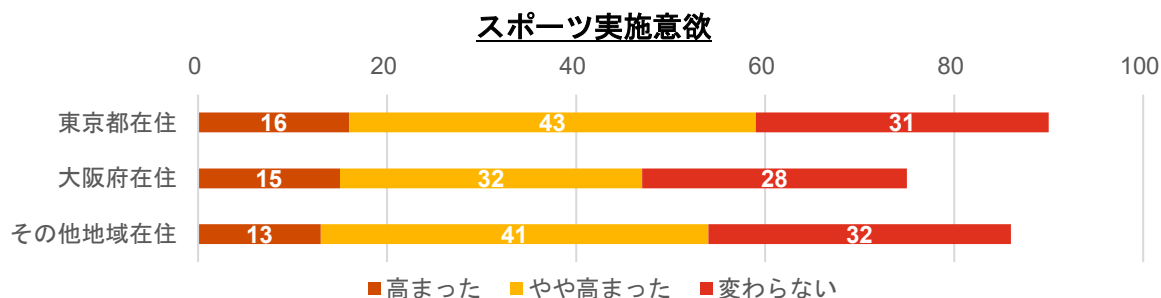


介入群（大）：(n=68) / 介入群（小）：(n=61)

図. 実行期に該当する回答者のスポーツ実施頻度の変容

○地域によるスポーツ実施意欲及びスポーツ実施頻度の変容

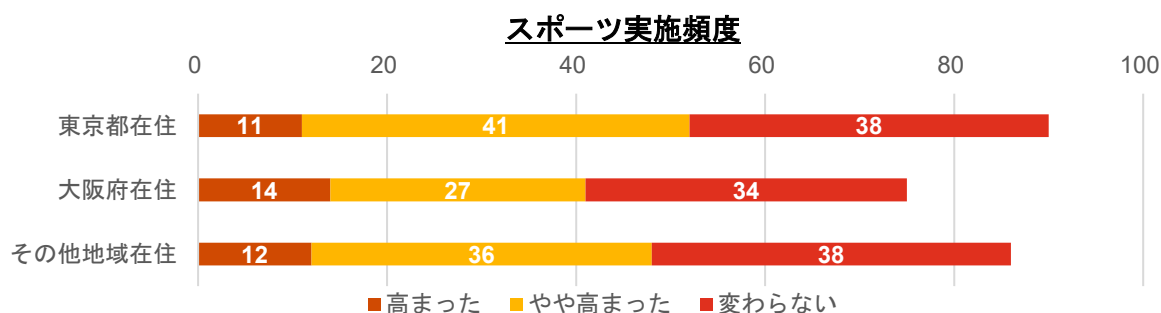
在住地域ごとのスポーツ実施意欲の変容について分析した場合、東京都在住者でスポーツ実施意欲が「高まった」または「やや高まった」と回答した割合が大阪府在住者やその他地域在住者より僅かに上回っているが、大きな差は存在しない



東京都在住 (n=90) 大阪府在住 (n=75) その他地域在住 (n=86)

図. 2回目調査時点で在住地域ごとに分類した場合の回答者の運動実施意欲の変容

在住地域ごとのスポーツ実施頻度の変容についても分析した結果、東京都在住者でスポーツ実施頻度が「高まった」または「やや高まった」と回答した割合が大阪府在住者やその他地域在住者より僅かに上回っているが、大きな差は存在しない



東京都在住 (n=90) 大阪府在住 (n=75) その他地域在住 (n=86)

図. 2回目調査時点で在住地域ごとに分類した場合の回答者の運動実施頻度の変容

結論として、実行期に該当する方々には、「こコスポ」を紹介する介入を複数回実施し、「こコスポ」上でスポーツに関する情報に触れる機会を提供することで、スポーツの実施意欲や実施頻度が向上することが把握できた。関心期や準備期では介入による効果が見られなかったことも考慮すると、現状の「こコスポ」は定期的な運動を実施しない方々にとっては効果的な情報サイトではないことが考えられる。

また、在住地域ごとで分析した場合は、東京都在住者でスポーツ実施意欲及び実施頻度が「高まった」または「やや高まった」と回答した割合が大阪府在住者やその他地域在住者より僅かに上回っているが、大きな差は存在しないことから、「こコスポ」に掲載された情報量によるスポーツ実施意欲及び実施頻度への影響はほとんどないことが考えられる。

■過去の「こコスポ」の利用経験

1 回目調査時に「こコスポ」の過去の利用経験について調査すると、ほとんどが「こコスポ」の利用経験がなかったが、実行期に該当する回答者が「利用したことがある」と回答した割合が最も多かった。また、在住地域では「こコスポ」の利用経験にほとんど差分がなかった。

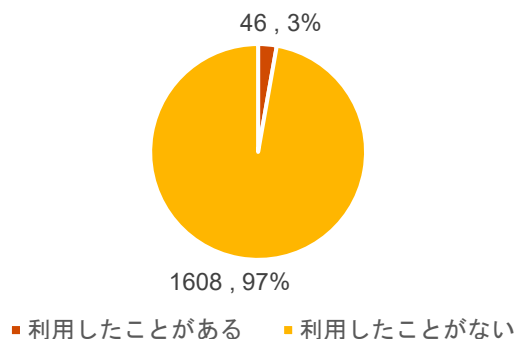
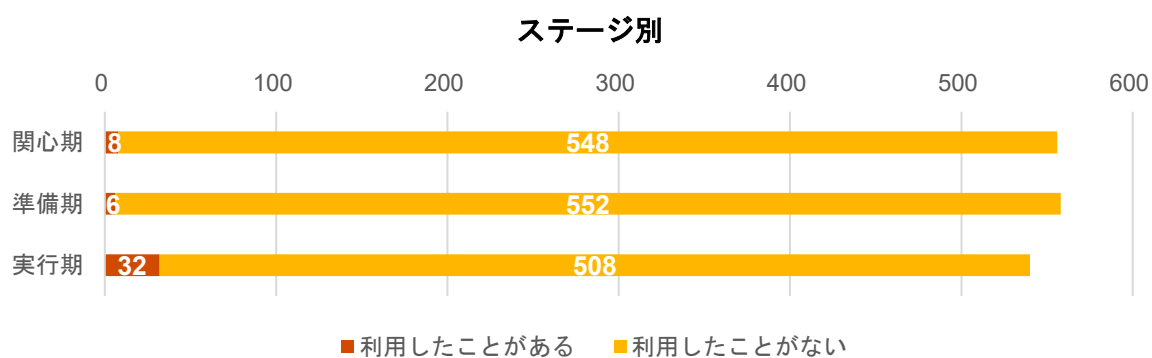
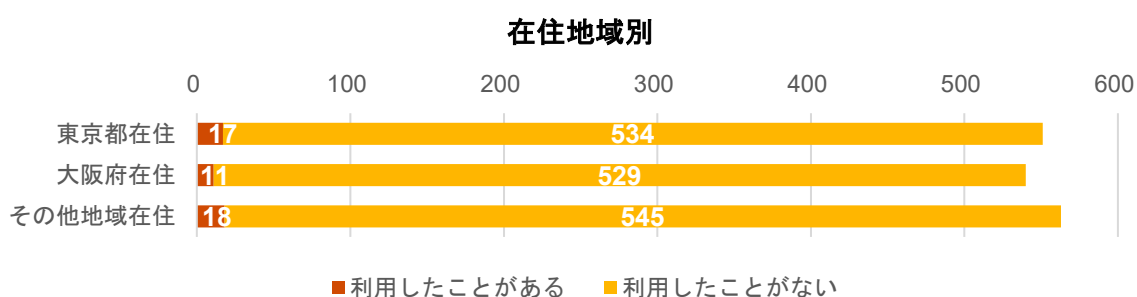


図. 「こコスポ」の利用経験 (n=1654)



関心期 (n=556) 準備期 (n=558) 実行期 (n=540)

図. 「こコスポ」の利用経験



東京都在住 (n=551) 大阪府在住 (n=540) その他地域在住 (n=563)

図. 「こコスポ」の利用経験

■「ココスポ」を知った経緯

過去に「ココスポ」の利用したことがあると回答した方々に情報の入手経路について調査した結果、サンプル数が少ない点は留意する必要があるが、全体を通して、「ココスポのポスターを見たため」と回答した割合が多かった。

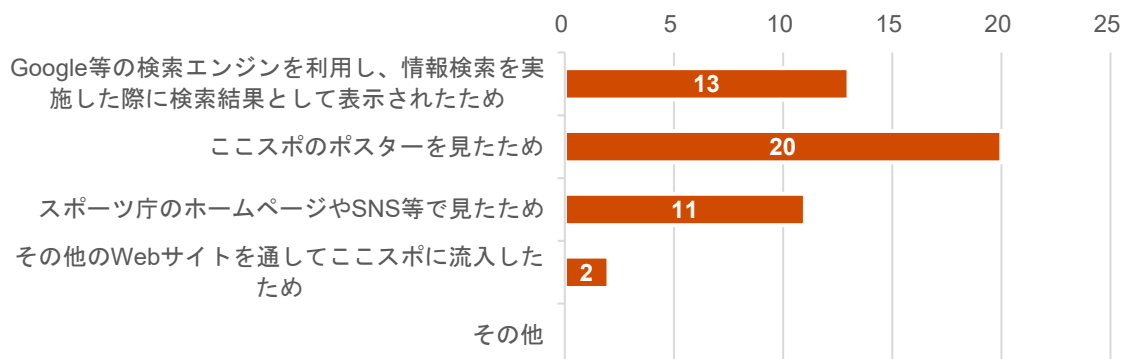


図. 「ココスポ」を知った経緯 (n=46)

■my ココスポアカウントの認知度

my ココスポアカウントの認知度は回答者の1割程度であり、限定的である。

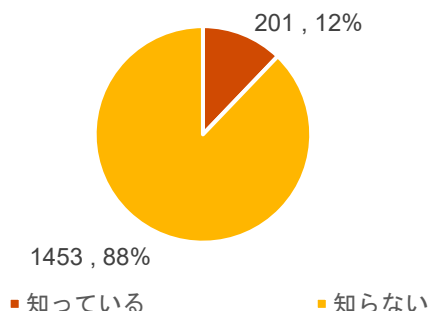


図. my ココスポアカウントの認知度 (n= 1654)

■今後期待する my ココスポアカウントの機能

「今後 my ココスポアカウントを作成／利用する予定はない」との回答が最も多かったが、機能面では「近くのスポーツ関連情報を教えてくれる機能」との回答が多く存在した。



図. 今後期待する my ココスポアカウントの機能 (n= 1654)

■「ココスポ」の内容・コンテンツの充実度

半数以上の回答者が「充実していた」または「やや充実していた」と回答した一方で、約2割の回答者が「不十分だった」と回答した。

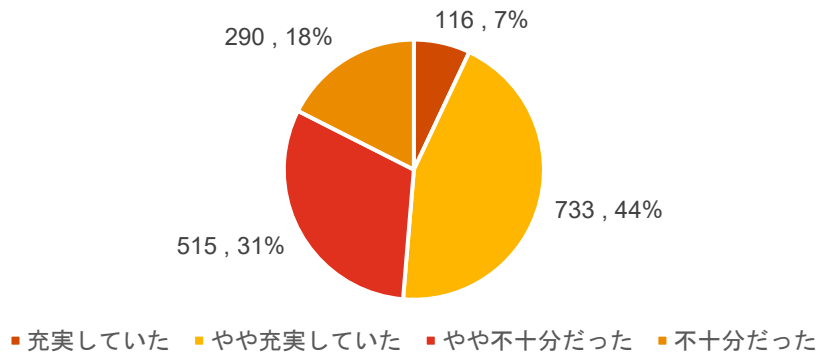


図. 「ココスポ」の内容・コンテンツの充実度 (n= 1654)

■「ココスポ」の情報の探しやすさ

半数以上の回答者が「やや探しにくかった」または「探しにくかった」と回答した。

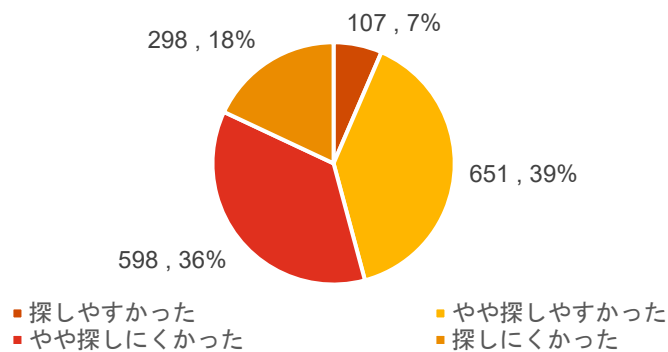


図. 「ココスポ」の情報の探しやすさ (n= 1654)

■「ココスポ」の役立ち度

6割以上の回答者が「あまり役に立たなかった」または「役に立たなかった」と回答している。

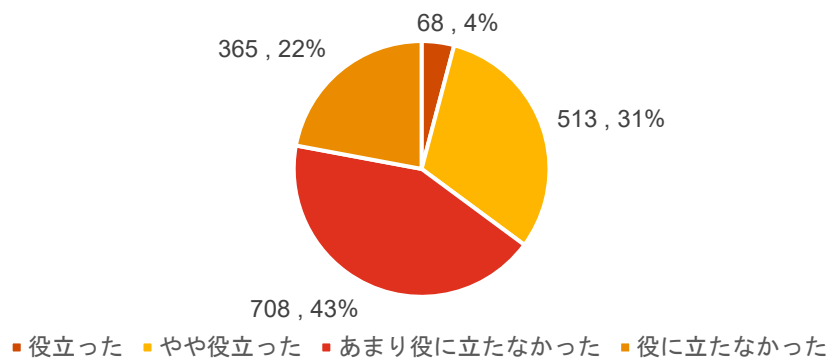


図. 「ココスポ」の役立ち度 (n= 1654)

■今後の「ココスポ」の利用意向

「ココスポ」の今後の利用意向について、約3割の回答者のみが「利用したいと思う」または「やや利用したいと思う」と回答しており、3割以上の回答が「利用したいと思わない」と回答している。

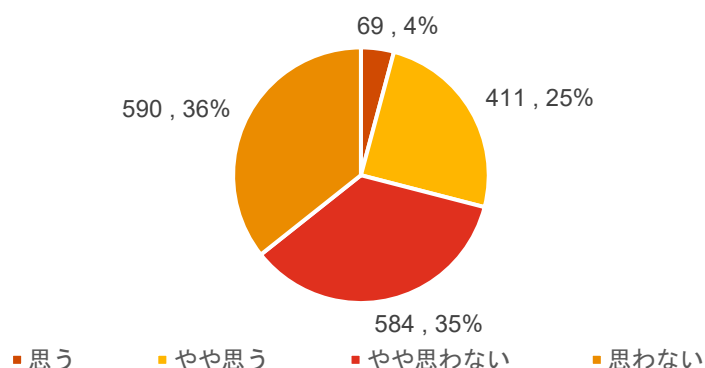


図. 今後の「ココスポ」の利用意向 (n= 1654)

■ 「ココスポ」の改善点

「ココスポ」の改善点としては、「掲載情報量の増加」との回答が最も多い。なお、全回答者の3割程度が「今後ココスポが改善されても利用する予定はない」と回答した。

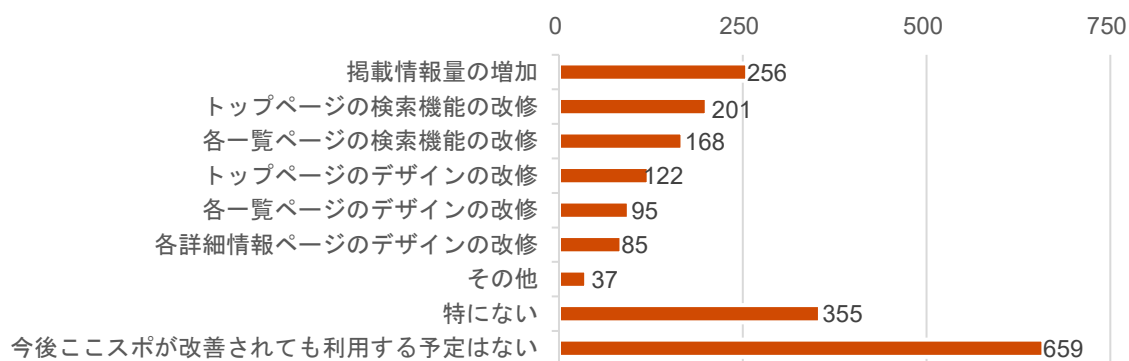


図. 「ココスポ」の改善点 (n= 1654)

■今後「ココスポ」に追加が必要な情報

「ココスポ」に追加すべき情報について「特にない」との回答が最も多かったが、次いで「スポーツ施設の情報」との回答が多かった。

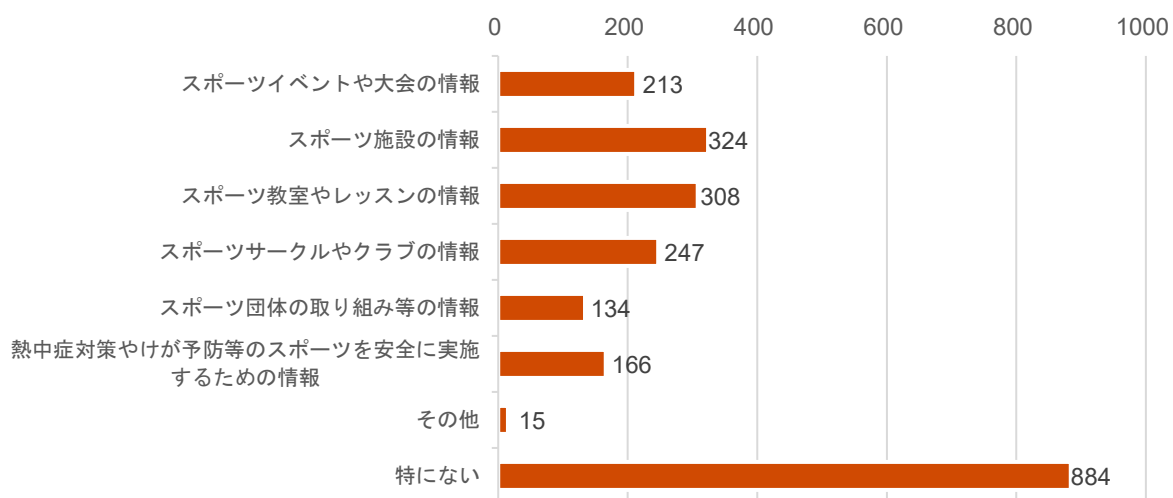


図. 今後「ココスポ」に追加が必要な情報 (n= 1654)

3.9 広告枠及びバナー枠の利用に関する実証事業

3.9.1 広告枠利用に関する実証事業の概要について

昨年度の事業では、2021年11月1日から2022年1月31日までの期間中に8団体によって広告枠が利用されたが、本事業では2022年10月1日から2023年2月28日までの期間中に合計29団体によって利用された。

本事業では、昨年度と同様にスポーツ関連団体のみならず、スポーツ関連以外の業種の企業や団体にも広告枠の利用を促したうえで、「ココスポ」に広告を掲載することを希望する事業者へ広告枠を無償で提供し、広告枠の利用に対してどの程度ニーズがあるか検証を実施した。

表：広告枠利用に関する実証事業の概要

項目	概要
利用期間	① 2022年10月1日～10月31日 ② 2022年11月1日～11月30日 ③ 2022年12月1日～12月31日 ④ 2023年1月1日～1月31日 ⑤ 2023年2月1日～2月28日 ⑥ 2023年3月1日～3月31日 ※原則、1か月単位で利用可能
利用団体数	29団体
広告掲載箇所	<ul style="list-style-type: none"> ・ トップページ ・ トピックス一覧ページ ・ トピックス詳細ページ ・ 「myココスポ」マイページ
周知方法	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「ココスポ」のトピックス欄への告知記事の掲載 ・ 「ココスポ」管理者へのメール配信（計2回実施）

広告枠を提供した期間中における各広告が掲載されたページへのアクセス数は以下のとおりである。特にmyココスポアカウントのマイページへのアクセス数が限定的であり、広告効果が得られていない可能性がある。

表. 各広告掲載ページへのアクセス数

広告の配信枠が掲載されているページ	掲載期間				
	10月1日 ～10月31日	11月1日 ～11月30日	12月1日 ～12月31日	1月1日 ～1月31日	2月1日 ～2月28日
トップページ	1,312 PV	1,317 PV	3,297 PV	1,160 PV	3,231 PV
トピックス欄の一覧	88 PV	110 PV	59 PV	81 PV	1,062 PV

ページ					
トピックス欄の詳細ページ	470 PV	465 PV	550 PV	527 PV	849 PV
my こコスポアカウ ントのマイページ	23 PV	38 PV	36 PV	32 PV	24 PV

3.9.2 広告枠利用に関する Web アンケートの概要について

「こコスポ」への広告掲載期間終了後には、広告枠の利用団体に対して広告枠を利用した背景や利用結果、広告枠の改善点等について調査するための Web アンケート調査を実施した。なお、本 Web アンケート調査は 2022 年 10 月 1 日から 2023 年 1 月 31 日までの期間中に「こコスポ」の広告枠を利用した 25 団体を対象としており、24 団体から回答があった。(2023 年 2 月 1 日～2023 年 2 月 28 日の期間で広告枠を利用した 4 団体はアンケート調査対象外)

表. 広告枠利用後 Web アンケート調査の実施概要

項目	概要
調査日時	2023 年 2 月 8 日～2023 年 2 月 20 日
実施方法	Web アンケート調査
対象団体	25 団体 ※2023 年 2 月 1 日～2023 年 2 月 28 日の期間で広告枠を利用した 4 団体はアンケート調査対象外とした
回答団体数	24 団体

また、広告枠の Web アンケート調査の項目は下表のとおりである。

表：広告枠利用後 Web アンケート調査項目

No	設問	回答方法
1	広告枠の利用期間について	選択式
2	広告枠利用に関する情報の入手経路について	選択式
3	広告枠を利用した目的について	選択式
4	広告枠を利用したいと考えた理由について	選択式
5	広告枠を利用して得られた満足度について	選択式
6	満足度について「どちらともいえない」と回答した理由について (満足度について「どちらともいえない」と回答した場合のみ回答)	自由記述
7	広告枠を利用したことによって得られた効果について	選択式
8	得られた具体的な効果について (効果ありと回答した場合のみ回答)	選択式

9	期待していた具体的な効果について (効果なしと回答した場合のみ回答)	選択式
10	具体的な改善点の内容について	自由記述
11	今度の広告枠について	選択式
12	今後の利用意向について	選択式
13	今後も利用したい理由について (利用したいと回答した場合のみ回答)	自由記述
14	今後も利用したくない理由について (利用したくないと回答した場合のみ回答)	自由記述

3.9.3 広告枠利用に関する Web アンケート調査の回答結果について

■広告枠利用に関する情報の入手経路について

アンケートに回答した 24 団体のうち、18 団体が「こコスポのメール配信」を通して広告枠利用について知ったと回答した。

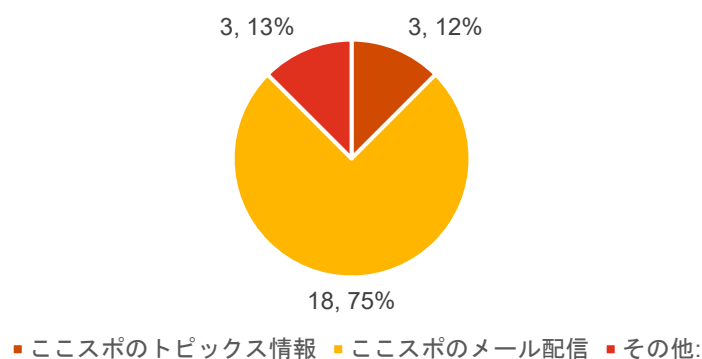


図. 広告枠利用に関する情報の入手経路 (n=24)

■広告枠を利用した目的

「こコスポ」の広告枠を利用した目的として、24 団体中 15 団体が「イベント・大会の告知のため」と回答した。

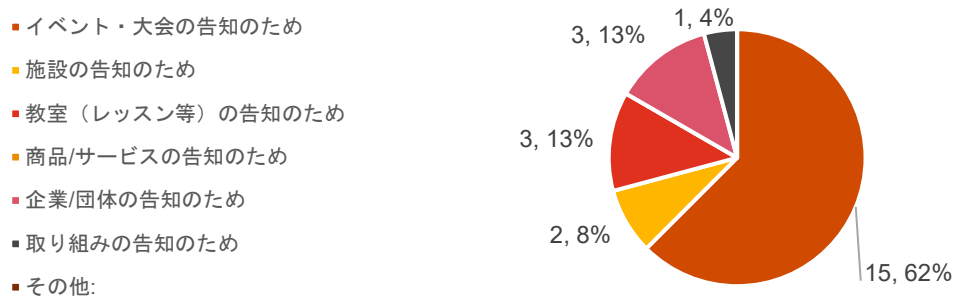


図. 広告枠を利用した目的 (n=24)

■広告枠を利用した理由

「ココスポ」の広告枠を利用した理由として、「無料のため」、「スポーツ庁運営サイトのため」との回答が最も多かった。

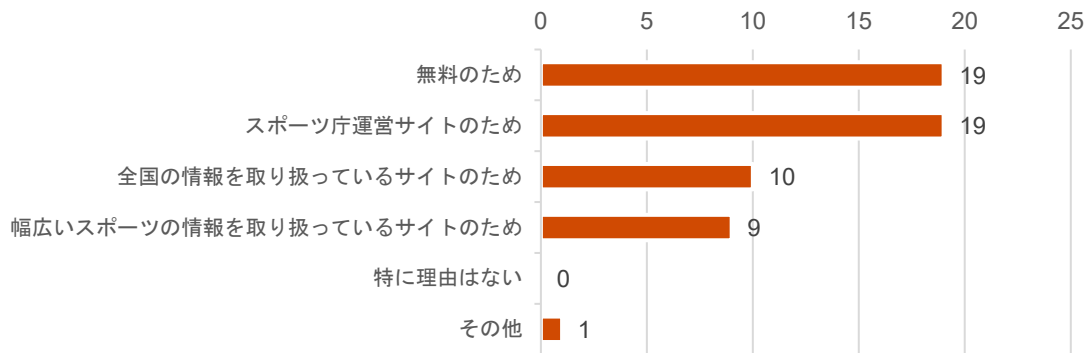


図. 広告枠を利用した理由 (n=24)

■広告枠の満足度について

広告枠の満足度については、24 団体中 14 団体が「満足している」と回答している。「どちらともいえない」と回答した団体の理由としては、効果が測れないことが理由であると回答した団体が多かった。

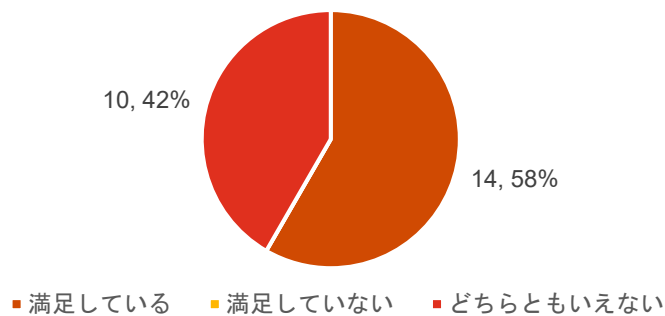


図. 広告枠の満足度 (n=24)

■広告枠の効果について

広告枠を利用したことによる効果については、「どの程度の効果があったかわからない」と回答した団体が最も多かった。

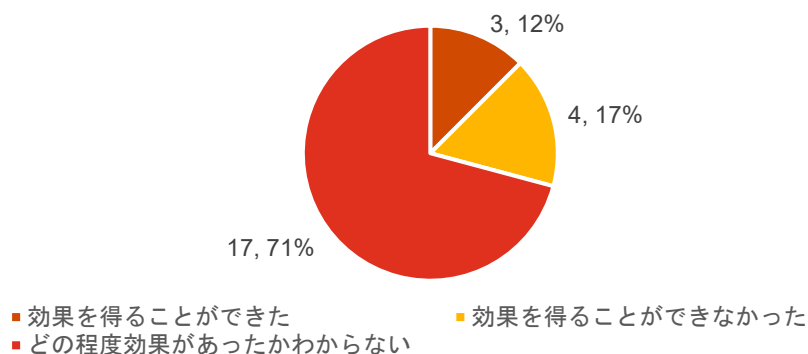


図. 広告枠の効果 (n=24)

「どの程度の効果があったかわからない」と回答した団体が期待した効果としては、「イベント・大会への参加/参加申込の増加」や「認知度の向上」、「ホームページへのアクセスの増加」が多く挙げられた。



図. 広告枠利用で期待した効果 (n=17)

■ 広告枠の改善点について

広告枠で最も改善が必要な点としては、「広告枠へのクリック数等のより詳細なアクセスデータの提供」との回答が最も多かった。具体的には、広告へのクリック数やアクセスしたユーザーの属性に関する情報を希望する声があった。

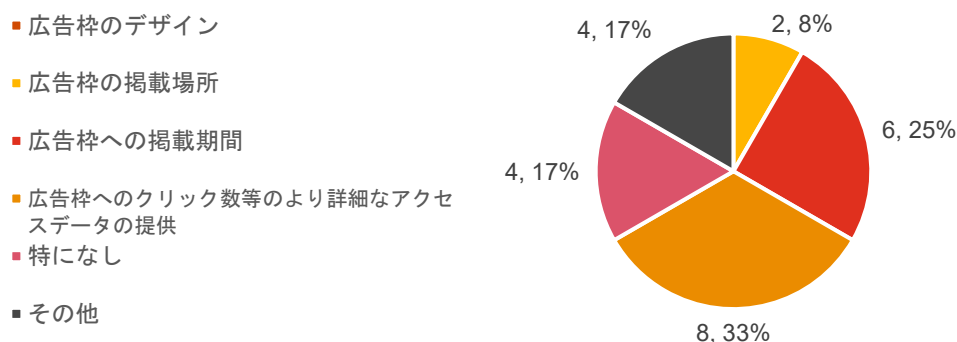


図. 広告枠の改善点 (n=24)

■今後の広告枠の改修について

今後広告枠を改修する場合、「トップページへ画像付きでの広告掲載」を希望するとの回答が最も多かった。

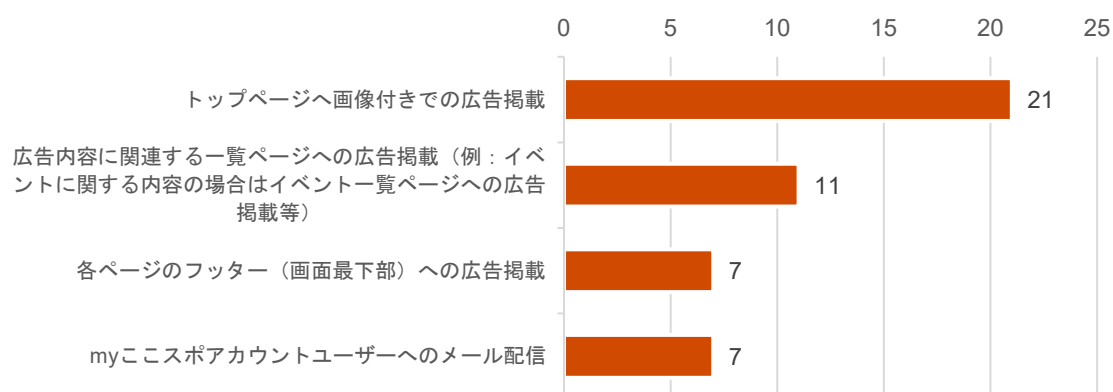


図. 今後の広告枠の改修（ $n=24$ ）

■今後の広告枠の利用意向について

広告枠の今後の利用意向について 24 団体中 22 団体が「利用したい」と回答した。

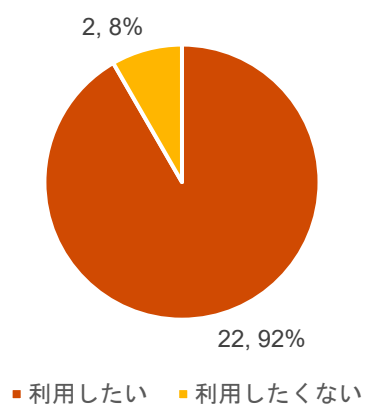


図. 今後の広告枠の利用意向（ $n=24$ ）

3.9.4 広告枠及び「こコスポ」の評価に関するヒアリング調査について

Web アンケートへの回答があった3団体に対してヒアリング調査を実施した。なお、本ヒアリングは広告枠を利用した「こコスポ」の管理者アカウント団体を対象としたことから、ヒアリングでは、広告枠の課題や改善点について確認するとともに、管理者アカウントを作成した経緯や理由、今後「こコスポ」をより良いサイトへの発展させていくために必要な機能やサービス等についても調査した。

ヒアリングの実施概要及びヒアリング項目は下表のとおりである。

表. ヒアリング調査の実施概要

項目	概要
日程	2022年3月6日(月)～3月13日(月)
実施方法	Web会議
対象団体 (順不同)	○競技連盟：2団体 ○民間スポーツ団体：1団体
ヒアリング項目	<p>○広告枠について</p> <ul style="list-style-type: none">・ 広告枠を利用した理由・ 広告枠を利用することのメリット・ 広告枠の課題や改善点 <p>○管理者アカウントについて</p> <ul style="list-style-type: none">・ 管理者アカウントを作成した経緯や理由 <p>○こコスポについて</p> <ul style="list-style-type: none">・ 他のスポーツ情報サイトと比較した際の「こコスポ」の強み・ 「こコスポ」の改善点について <p>○今後の「こコスポ」について</p> <ul style="list-style-type: none">・ 今後より多くの団体が「こコスポ」に情報掲載するために必要なインセンティブの内容・ 期待する月間のアクセス数・ スポーツ庁からの情報発信の受信意向・ 今後「こコスポ」に期待することや追加すべき機能・情報

広告枠に関する意見をヒアリングにより調査したところ、「こコスポ」がスポーツ庁の運営している信憑性の高い情報サイトであることから、「こコスポ」に広告を掲載することで団体やサービス自体の信頼度を高めることができる点や無償で利用できる点がメリットであるとの評価があった。

一方で、広告枠のデザインが他の情報と似通っているため、視覚的なインパクトが不足してい

る点やクリック数が把握できないため、効果検証が実施できない点が課題として挙げられた。

「ココスポ」の広告枠を有償化する場合は、広告が掲載されたページ等へのアクセスデータの提供が好ましいとの意見が各団体から挙げられた。

表：ヒアリング調査結果まとめ

<p>広告枠について</p>	<p>【広告枠を利用することのメリット】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ スポーツ庁が運営しているため、サイト自体の信憑性が高く、「ココスポ」に広告を掲載することで団体としての信頼度を高めることができること ・ 無償で広告掲載をできること <p>【広告枠の課題や改善点】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ クリック数等が把握できないため、効果検証を実施できない点は課題である ・ 広告枠のデザインが通常の掲載情報と似ているため、広告枠の特別感をあまり感じられない ・ 広告枠の「概要」欄に掲載可能な文字数が少ない
<p>「ココスポ」について</p>	<p>【他のスポーツ情報サイトと比較した際の「ココスポ」の強み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ スポーツ庁の運営サイトであり、ココスポに情報を掲載することで信憑性の高い情報であるとユーザーに認識してもらえる ・ 自団体のプラットフォームではリーチすることができない幅広い層に対して情報を届けることができる ・ 情報登録手順やサイト自体の利便性は高い。情報登録項目が豊富な点も評価できる <p>【ココスポ」の改善点について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 現状の「ココスポ」には地域で開催されるイベント等の情報が中心となっているため、全国規模や知名度の高いイベントや大会等の情報を拡充することが望ましい。ある程度の規模の情報や認知度が高い情報が掲載されていることで、Web サイトへの訪問者の増加が期待され、「ココスポ」に情報掲載を行う価値がより創出される ・ ポスター生成機能の作成手順（導線）やポスターへの掲載項目について改修が必要。ポスターではなくチラシとして利用される可能性が高いため、名称を「チラシ」に変更することも一案
<p>今後の「ココスポ」について</p>	<p>【「ココスポ」がスポーツ団体に提供すべきインセンティブ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「ココスポ」に掲載した情報に対するアクセスデータやクリック数等の情報の提供 ・ 「ココスポ」を情報発信ツールとして活用することを助成金の加点

	<p>項目として設定する</p> <p>【期待する月間のアクセス数】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 中央競技団体と同等程度のアクセス数は最低でも必要 ・ 具体的な数字としては5～10万ビュー程度を期待する <p>【スポーツ庁からの情報発信の受信意向】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ メール配信では他のメールに埋もれてしまう可能性があるため、スポーツ団体向けのページが「ココスポ」内に新たに作成され、情報が集約されていると利便性が高い ・ スポーツ庁、日本スポーツ協会、日本スポーツ振興センターから発信されたスポーツ団体向けの全ての情報が「ココスポ」に集約されていることが理想的 <p>【今後「ココスポ」に期待することや追加すべき機能・情報】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 関係団体や加盟団体に対して「ココスポ」を周知するための広報資料が必要。広報資料には「ココスポ」を活用している団体を好事例として紹介することで利用イメージがしやすくなる。
--	--

3.9.5 バナー枠利用に関する実証事業について

本事業中に新たに「こコスポ」のフッターに最大8件の他団体のロゴ等を掲載することを可能とするバナー枠を設けたが、そのバナー枠を活用した実証事業についても本事業の中で実施した。バナー枠の提供は2022年10月1日から2022年12月31日、2023年1月1日から2023年3月31日の計2回の期間に分けて提供し、合計16団体によって利用された。

本事業では、「こコスポ」のバナー枠にロゴを掲載することを希望する事業者へ「こコスポ」のロゴをWebサイトに掲載することを条件に無償で提供し、バナー枠の利用に対してどの程度ニーズがあるか検証を実施した。

表：バナー枠利用に関する実証事業の概要

項目	概要
利用期間	① 2022年10月1日～12月31日 ② 2023年1月1日～3月31日 ※原則、3か月単位でのみ利用可能
利用団体数	16団体（16枠のみ提供可能）
バナー掲載箇所	・ 「こコスポ」Webサイトのフッター
利用条件	・ 「こコスポ」のロゴをWebサイトに掲載すること
周知方法	・ 「こコスポ」のトピックス欄への告知記事の掲載 ・ 「こコスポ」管理者へのメール配信

なお、バナー枠は僅か2週間で上限である16枠に達する申込があったため、追加募集等は実施しなかった。

3.9.6 バナー枠利用後Webアンケート調査の概要について

「こコスポ」のバナー枠利用終了後には、利用者に対してバナー枠を利用した背景や利用結果、バナー枠の改善点等について調査するためのWebアンケート調査を実施した。なお、本Webアンケート調査は2022年10月1日から2022年12月31日までの期間中に「こコスポ」のバナー枠を利用した8団体を対象とし、7団体より回答があった。（2023年1月1日～2023年3月31日の期間でバナー枠を利用した8団体はアンケート調査対象外）

表. バナー枠利用後Webアンケート調査の実施概要

項目	概要
調査日時	2023年2月8日～2023年2月20日
実施方法	Webアンケート調査
対象団体	8団体 ※2023年1月1日～2023年3月31日の期間でバナー枠を利用した8団体は

	アンケート調査対象外とした
回答団体数	7 団体

また、広告枠の Web アンケート調査の項目は下表のとおりである。

表：バナー枠利用後 Web アンケート調査項目

No	設問	回答方法
1	バナー枠利用に関する情報の入手経路について	選択式
2	バナー枠を利用したいと考えた理由について	選択式
3	バナー枠の満足度について	選択式
4	満足度について「どちらともいえない」と回答した理由について (満足度について「どちらともいえない」と回答した場合のみ回答)	自由記述
5	バナー枠を利用したことによって得られた効果について	選択式
6	得られた具体的な効果について (効果ありと回答した場合のみ回答)	選択式
7	期待していた具体的な効果について (効果なしと回答した場合のみ回答)	選択式
8	バナー枠の改善点について	選択式
9	今後のバナー枠の利用意向について	選択式
10	今後も利用したい理由について (利用したいと回答した場合のみ回答)	自由記述
11	今後も利用したくない理由について (利用したくないと回答した場合のみ回答)	自由記述

3.9.7 バナー枠利用後 Web アンケート調査の回答結果について

■バナー枠利用に関する情報の入手経路について

アンケートに回答した 7 団体のうち、5 団体が「こコスポのメール配信」を通してバナー枠利用について知ったと回答した。また、2 団体は「こコスポのトピックス情報」を通してバナー枠利用に関する情報を得たと回答した。

■バナー枠を利用した理由

バナー枠を利用しようと考えた最も大きな理由として、「スポーツ庁運営サイトにロゴが掲載できるため」との回答が最も多く、次いで、「無料のため」、「こコスポのロゴを HP に掲載できるため」との回答が多かった。

■バナー枠の満足度について

バナー枠の満足度について、7 団体中 5 団体が「満足している」と回答した。また、2 団体が「ど

ちらともいえない」と回答しており、その理由として「問い合わせがなかったこと」や「期待していた HP へのアクセス数増加には至らなかったこと」等が挙げられた。

■バナー枠の効果について

バナー枠を利用したことによる効果については、7 団体中 4 団体が「どの程度の効果があったかわからない」と回答し、最も多かった。期待していた効果としては、「ホームページへのアクセスの増加」や「認知度の向上」等が挙げられた。

■バナー枠の改善点について

バナー枠の改善点としては、7 団体中 4 団体が「ロゴへのクリック数等の詳細なアクセスデータの提供」と回答した。具体的にはロゴへのクリック数を希望する声があった。

■今後の広告枠の利用意向

バナー枠の今後の利用意向については、全ての団体が「利用したい」と回答した。その理由としては無料であることやスポーツ庁の Web サイトにロゴを掲載することで団体の信頼性が上がること等が挙げられた。

3.9.8 バナー枠及び「ココスポ」の評価に関するヒアリング調査について

表. ヒアリング調査の実施概要

項目	概要
日程	2022 年 3 月 8 日（水）～3 月 13 日（月）
実施方法	Web 会議
対象団体 (順不同)	○プロスポーツチーム：1 団体 ○スポーツクラブ：1 団体
ヒアリング項目	<p><u>○バナー枠について</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ バナー枠を利用した理由 ・ バナー枠を利用することのメリット ・ バナー枠の課題や改善点 ・ 今後のバナー枠の利用意向 <p><u>○管理者アカウントについて</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 管理者アカウントを作成した経緯や理由 <p><u>○ココスポについて</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 他のスポーツ情報サイトと比較した際の「ココスポ」の強み ・ 「ココスポ」の改善点について

	<p>○今後の「こコスポ」について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「こコスポ」がスポーツ団体に提供すべきインセンティブ ・ 期待する月間のアクセス数 ・ スポーツ庁からの情報発信の受信意向 ・ 今後「こコスポ」に期待することや追加すべき機能・情報
--	--

ヒアリング調査からバナー枠を利用するメリットとしては自団体の認知度を高めることやスポーツ庁の取り組みに賛同していることのアピールになる点が挙げられた。また、バナー枠の改善点としては、広告枠と同様にクリック数等の効果検証を可能とするためのデータの提供を希望するとの声があった。

表：ヒアリング調査結果まとめ

バナー枠について	<p>【バナー枠を利用することのメリット】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 自団体のプラットフォームではリーチできない層に対してアプローチすることができ、団体の認知度を拡大することが可能となる ・ スポーツ庁が運営する Web サイトに自団体のロゴを掲載することができること、また「こコスポ」のロゴを自団体の Web サイトに掲載できることで、団体の信頼性を高めることが可能となる。 ・ スポーツ庁の取り組みに賛同していることもアピールできる <p>【バナー枠の課題や改善点】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ バナー枠へのクリック数等が把握できていないため、バナー枠の具体的な効果については検証できない状況。今後はロゴへのクリック数やアクセスデータ等の詳細情報の提供を希望する ・ 現状のバナー枠はロゴが掲載されているだけであり、Web サイト訪問者の目に留まらない可能性もあるため、視覚的な仕掛けがあっても良い <p>【今後のバナー枠の利用意向】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「こコスポ」のロゴは利用期間終了後も継続して掲載したい ・ 機会があれば掲載したいが、認知度が低い他団体にも活用できる機会を提供してほしい
「こコスポ」について	<p>【他のスポーツ情報サイトと比較した際の「こコスポ」の強み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 情報登録を実施する際の利便性が高い点 ・ 特定の情報だけでなく、幅広いスポーツに関する情報を掲載することが可能な点

	<p>【「ココスポ」の改善点について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「ココスポ」に掲載されているスポーツに関する情報が限定的となっており、特定地域で検索をしてもほとんど情報が表示されないため、まずは情報の拡充が急務である。 ・
<p>今後の「ココスポ」について</p>	<p>【「ココスポ」がスポーツ団体に提供すべきインセンティブ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 団体向けのインセンティブを提供する前に、スポーツ庁のプラットフォームを積極的に活用し、まずはスポーツ団体と消費者の両者からの「ココスポ」認知度が向上する取り組みが必要 ・ 「ココスポ」に掲載された情報がスポーツ庁の SNS を通して発信されることが確約されれば、スポーツ団体にとって大きなインセンティブとなる。スポーツ庁の SNS からの発信が難しい場合は「ココスポ」の SNS ページを作成することも一案 ・ 「ココスポ」に掲載した情報に対するアクセスデータやクリック数等の情報の提供 <p>【期待する月間のアクセス数】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ スポーツ庁の Web サイトまでとは言わないが、スポーツ庁の下部組織にあたる中央競技団体と同等程度のアクセスがあることが理想的 ・ <p>【スポーツ庁からの情報発信の受信意向】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ スポーツ庁が実施した調査研究等は事業推進のうえでも参考になることが多く、数字等をファクトとして活用する場面もあるため、調査研究結果をまとめた情報の発信は実施してほしい。 ・ スポーツ庁から発信されるスポーツ団体にとって有益な情報は様々なページに散乱しており、全ての情報を確認できるページが存在しないため、「ココスポ」上に情報がまとまったページがあれば活用したい。 ・ スポーツ庁から管理者アカウント所有者に対してメール配信を実施する場合は、発信する情報を取捨選択したうえで、提供する必要がある。全ての情報を発信することは逆効果になることが想定される <p>【今後「ココスポ」に期待することや追加すべき機能・情報】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 掲載情報への注目度を高める仕組みとして、情報閲覧者が「ココスポ」にアクセスした際にポップアップで特定の情報が表示される仕組みを検討することも一案 ・ 「ココスポ」の利用者に対するプッシュ型での通知（「ココスポ」に掲載された情報に関するメール配信機能等）についても検討する余

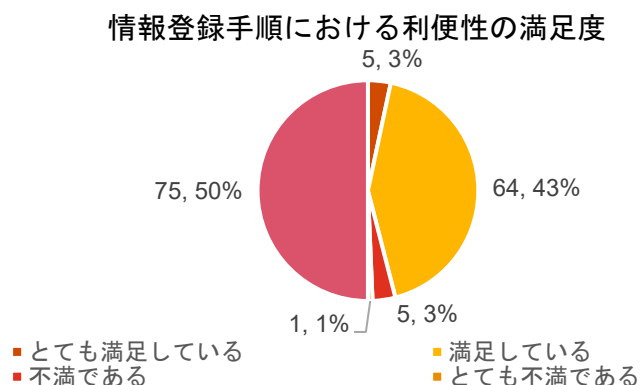
	<p>地あり</p> <ul style="list-style-type: none">・ スポーツ団体向けの発信だけでなく、一般消費者向けに広報誌やチラシを作成し、「こコスポ」の認知度を高める施策を実施することも重要
--	--

4 本事業の取り纏め

4.1 今年度における課題

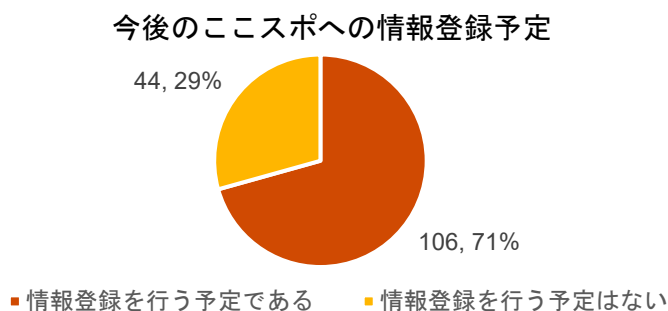
本事業では、昨年度事業までの課題を踏まえた「こコスポ」の機能改修を実施し、情報掲載者に対するインセンティブを提供する「ポスター生成機能」の開発や「こコスポ」の利便性向上のためデザイン面の変更等を実施している。また、全国のスポーツ団体向けのWeb説明会を計10回実施し、こコスポの操作手順や活用方法について説明した。さらに、「こコスポ」の管理者アカウントやmyこコスポアカウント所有者に対する「こコスポ」の現状を把握するためのアンケート調査や一般消費者に対する「こコスポ」によるスポーツ実施頻度や実施意欲への影響度を把握するためのアンケート調査、「こコスポ」の広告枠やバナー枠を活用した実証事業も実施した。

機能改修やWeb説明会の効果もあり、本事業では昨年度事業から比較し、「こコスポ」の管理者アカウント数及びスポーツ関連情報掲載数の増加が実現された。また、管理者アカウント所有者からは「こコスポ」について非常にポジティブな回答を得られている。具体的には、「こコスポ」の利便性の満足度については「覚えていない/分からない」と回答した方々を除くと、「とても満足している」または「満足している」との回答が9割以上となっている。



図：情報登録手順における利便性の満足度に関する調査結果 (n=150)
(管理者アカウント向けアンケート調査)

また、今後の「こコスポ」への情報登録についても約7割が「今後も情報登録を行う予定である」と回答しており、「こコスポ」を利用している団体にとっては、継続して利用したい利便性の高い情報発信ツールとなっている。



図：今後こコスポへの情報登録予定 (n=150)
(管理者アカウント向けアンケート調査)

一方で、いくつかの課題も顕在化しており、本章では具体的な課題の内容を取りまとめるとともに次年度以降の対応策について解説を実施する。

○スポーツ関連団体による「こコスポ」の認知度

本事業でも全国のスポーツ関連団体に対する「こコスポ」の説明会を実施した。参加団体は241団体と昨年度より上昇し、管理者アカウントの発行数も244件と昨年度から大幅に増加しているが、全国的な「こコスポ」の認知度は未だ限定的である。

「こコスポ」がスポーツ関連情報を集約したポータルサイトとしての役割を果たすためには、情報掲載を行うスポーツ団体からの認知度向上へ向けた更なる取り組みを推進することが肝要である。

○「こコスポ」の掲載情報数

本事業における「こコスポ」へのスポーツ関連情報の登録数は昨年度からは増加しているが、他のスポーツ関連Webサイトと比較すると情報掲載数は限定的な状況となっている。情報閲覧者が求めている全国のスポーツ関連情報が「こコスポ」に掲載されていない場合、情報閲覧者が「こコスポ」を閲覧する意義を感じず、「こコスポ」の利用率は低下することが予想される。実際に、一般消費者向けのアンケート調査では、約半数の回答者が「こコスポ」の内容やコンテンツが「やや不十分だった」または「不十分だった」と回答している。

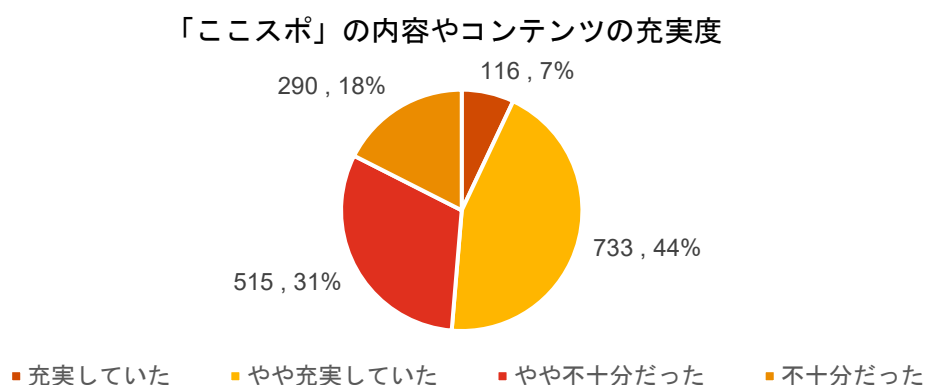
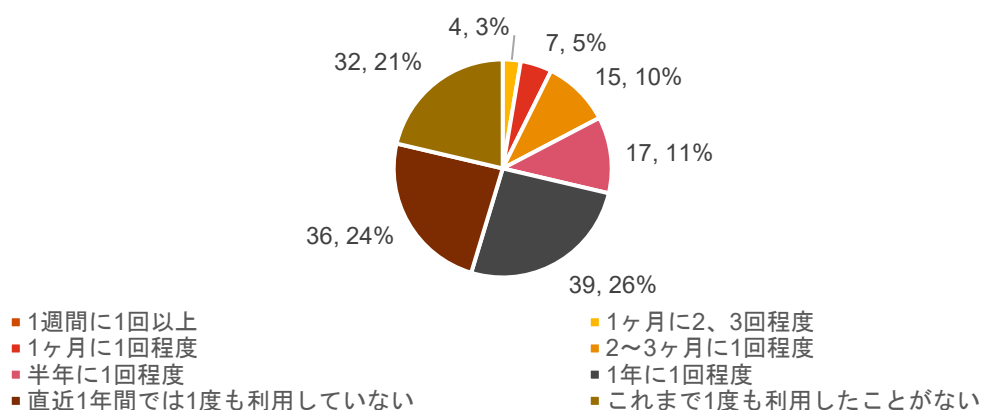


図. 「こコスポ」の内容やコンテンツの充実度について (n= 1654)
(一般消費者向けアンケート調査結果)

また、「こコスポ」の情報閲覧者数が減少することによって、「こコスポ」がユーザー数の少ないWebサイトであるとスポーツ関連団体が認識し、「こコスポ」へ情報を掲載する意義を感じず、管理者アカウントの作成や情報掲載を取りやめるといった悪循環が発生する可能性もある。

実際に、管理者アカウント所有者に対するアンケート調査でも、回答した団体の約半数は「直近1年間では1度も利用していない」または「これまで1度も利用したことがない」と回答している。

平均的な「こコスポ」への情報登録頻度



図：平均的な「こコスポ」への情報登録頻度に関する調査結果（n=150）
（管理者アカウント向けアンケート調査）

今年度の事業ではポスター生成機能を作成するなど、情報掲載者にとって有益となるサービスも展開しているが、掲載情報数は「こコスポ」の評価に直結する課題であるため、情報掲載数の拡充を実現するための施策について今後も継続して検討する必要がある。

○情報閲覧者による「こコスポ」の認知度

本事業では、情報掲載者が利用する機能の拡張に加えて、情報閲覧者による「こコスポ」の利便性を考慮したデザイン面の改修や掲載情報の拡充を実施している。具体的にはトップページ上への掲載情報の変更、150のスポーツ少年団の情報登録や日本スポーツ施設協会が所有する全国のスポーツ施設に関する情報の登録等を今年度の事業にて実施している。

一方で今年度事業中の「こコスポ」へのログデータを分析すると、ユーザー数は32,458名と昨年度（17,748名）より増加しているものの、全国のスポーツに関する情報を収集したWebサイトとしてはアクセス数が限定的である。

また、一般消費者向けのアンケート調査では、「こコスポ」の過去の利用について調査したところ、約3%（46名）の回答者のみが「こコスポ」を過去に利用したことがあると回答している。そのうち32名が実行期に該当する回答者であり、関心期及び準備期に該当する回答者はわずか14名のみが「こコスポ」を認知している結果となった。

過去の「ココスポ」の利用について

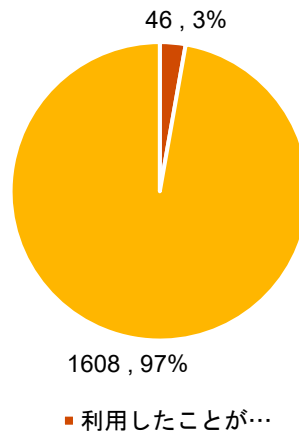


図. 「ココスポ」の過去の利用経験 (n= 1654)
(一般消費者向けアンケート調査結果)

今後は情報閲覧者による「ココスポ」の認知度を高めるためには、情報閲覧者の属性を考慮する必要がある。

○情報閲覧者による「ココスポ」への定期的なアクセス

本事業における「ココスポ」へのアクセス状況を整理し、セッション数をもとに「ココスポ」に再訪問しているユーザーについて分析を行った結果、全体の2割程度となっていた。

「ココスポ」のセッション数

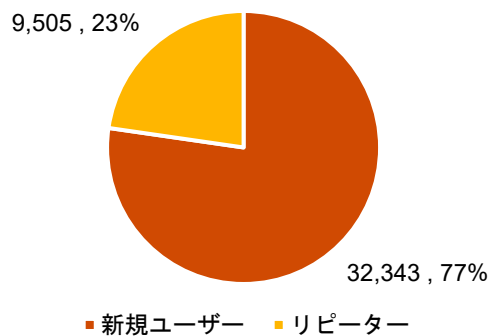


図. 「ココスポ」への再訪問者について
(アクセスデータ分析結果)

また、サンプル数が少ないことを留意する必要があるが、my ココスポアカウント所有者へのアンケート調査結果から、1ヶ月に1回以上「ココスポ」にアクセスしているユーザーは1割程度となっており、定期的に「ココスポ」を利用しているユーザーは限定的であることが判明した。

myこスポアカウント所有者による「こスポ」へのアクセス頻度

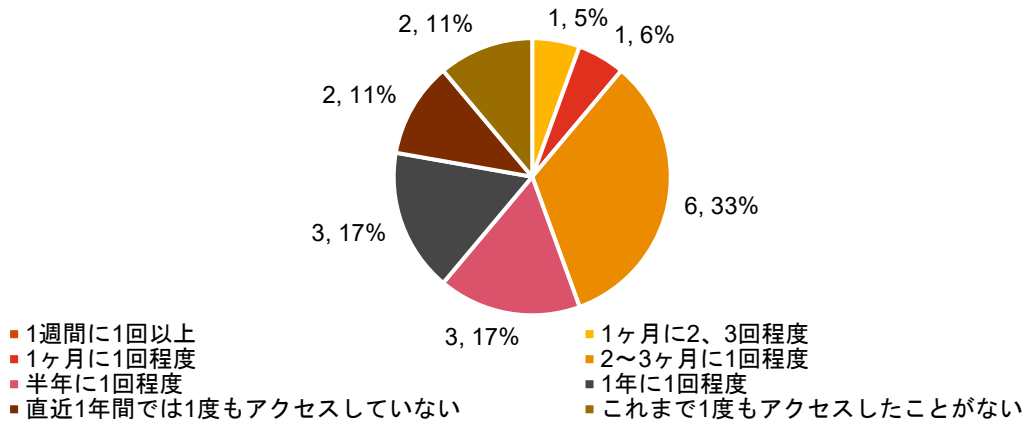


図. 「こスポ」へのアクセス頻度 (n=18)
(一般消費者向けアンケート調査結果)

「こスポ」の新規ユーザーを獲得することは喫緊の課題ではあるが、新規ユーザーを獲得するための施策だけでなく、myこスポアカウントを活用した「こスポ」を継続的に利用してもらうための施策についても検討する必要がある。

○Webサイトとしての将来性

情報を掲載されるスポーツ関連団体等にとって、「こスポ」への継続的な情報掲載、掲載情報の維持管理については、一定の負荷がかかる作業となることから、「こスポ」は一過性のものではなく、継続的かつ安定的に運用されるWebサイトである必要がある。

本事業では、「こスポ」の広告枠及びバナー枠を無償で提供し、スポーツ団体からのニーズを把握するための実証事業の展開を行った。広告枠及びバナー枠を利用した団体からは、「こスポ」がスポーツ庁の運営している信頼性の高い情報サイトに無償で広告やバナーを掲載できる点が評価されている。また、「こスポ」に情報を掲載することで団体やサービス自体の信頼度を高めることができる点にメリットがあるとの評価もあった。

一方で、広告やバナーへのクリック数の提供がないため、掲載効果を測ることができない点や広告枠としての特別感のなさ等が課題として挙げられた。今後も継続して広告枠やバナー枠のサービスを提供する場合は、クリック数を含めたより詳細なアクセスデータの提供等、効果を利用者が把握できる方法を検討する必要がある。また、「こスポ」が今後も継続的に利用されるためにスポーツ団体にとって有益となる新たなサービスの提供や情報発信の実施についても検討する価値がある。

4.2 次年度以降の取組み

本事業の課題に対して、取り組むことが考えられる施策を下記にて示している。

○「ココスポ」の全国のスポーツ団体からの認知度の向上及びの情報掲載数の増加

今年度実施した説明会には、幅広い種別の団体が参加したが、市区町村レベルの体育・スポーツ協会や競技団体、スポーツ少年団等の団体の参加は限定的であった。これらの団体による説明会への参加が限定的な原因としては、スポーツ庁から各方面へ発信した「ココスポ」の説明会に関する情報が行き届いていないことやWeb説明会への参加ハードルが高いこと、「ココスポ」自体について正確に理解されず、説明会に参加されなかったこと等が想定される。

このような課題を解決するための取組みとして、「ココスポ」について容易にかつ効果的に認知いただくための広報資料を作成することが考えられる。広報資料には「ココスポ」の機能や活用メリット、活用事例等を取りまとめ、スポーツ団体が「ココスポ」について簡単にご理解いただける環境を整備するで、スポーツ庁から市区町村レベルのスポーツ団体までの円滑な情報伝達が可能となることが考えられる。「ココスポ」は全国の幅広い情報を取り扱う情報サイトであることから、リソースが限定的で、情報発信ツールをお持ちでないことも想定される地域レベルのスポーツ団体からの認知度をさらに高め、情報発信ツールとして活用いただくことでより多くの情報が掲載されることが期待される。

また、地域のスポーツ団体の情報に加え、スポーツ庁の関係団体や中央競技団体等が開催する規模の大きいイベント等の情報が「ココスポ」に掲載されることも重要であると考え。これらの情報は、検索される機会も多く、「ココスポ」への流入が期待されるだけでなく、スポーツ団体が信頼性のあるサイトであると認識し、情報掲載を行うきっかけとなることも考えられる。

また、管理者アカウント数や情報掲載数を増加させるための施策としては、今年度新たに開発したポスター生成機能のように、「ココスポ」の管理者アカウントを作成することや情報掲載を行うことで情報掲載者が得ることが可能なインセンティブを引き続き提供することも効果的であると考え。具体案としては、管理者アカウント所有者に対して、スポーツ庁の取り組みや制度、補助金等に関する情報の発信を行うことが考えられる。本事業で実施した管理者アカウント向けのアンケート調査では、スポーツ庁の取り組みや制度等について発信するメールマガジンを受信したいと回答した団体が6割以上存在した。受信したくないと回答した団体も1割未満であったことも考慮すると、メール配信等のプッシュ型で管理者アカウント所有者へ情報提供を行う取り組みの実施が管理者アカウントを作成する新たなインセンティブとなる可能性がある。

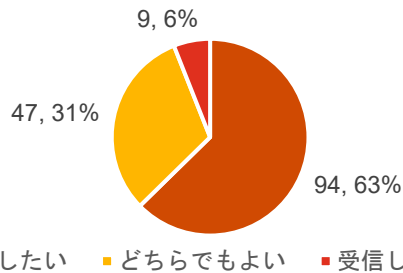


図. スポーツ庁からのメールマガジンの発信に関する調査結果
(管理者アカウント向けアンケート調査)

○情報閲覧者向け機能や情報の拡大

今年度の事業ではデザイン面の改修、事務局による施設情報やサークル情報の追加等を実施したが、新たなユーザーを獲得するため、またユーザーによって継続的な利用意向を保持していただくためには、ユーザビリティを考慮したサイト構成や機能向上、掲載情報の拡充を図ることは依然と重要な観点である。

本事業で実施したアンケート調査では、「こコスポ」の改善点として「掲載情報量の増加」が最も多く挙げられた。

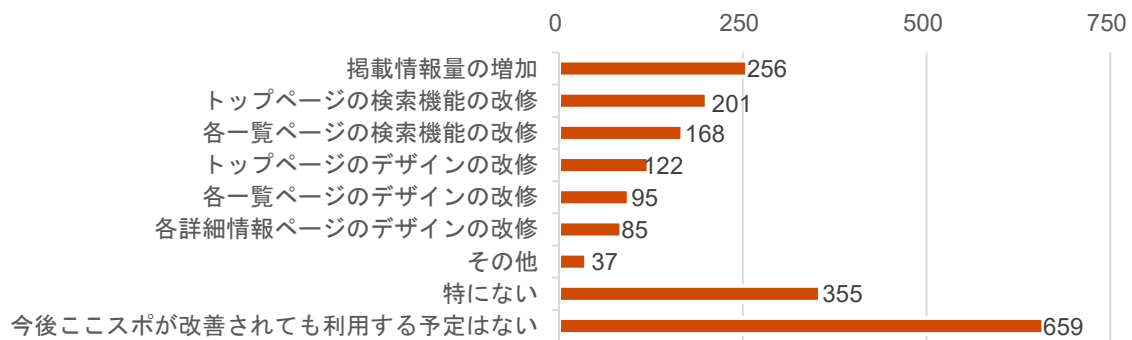


図. 「こコスポ」の改善点 (n= 1654)
(一般消費者向けアンケート調査結果)

また、今後「こコスポ」に追加が必要な情報として「スポーツ施設の情報」や「スポーツ教室やレッスンの情報」が多く挙げられたことから、今後はこれらの情報を中心に「こコスポ」へ取りまとめていくことが肝要である。さらに、「熱中症対策やけが予防等のスポーツを安全に実施するための情報」との回答も一定数存在することから、安心、安全にスポーツを実施するための情報を更に拡充することも情報閲覧者のニーズを充足する観点として必要になると考えられる。

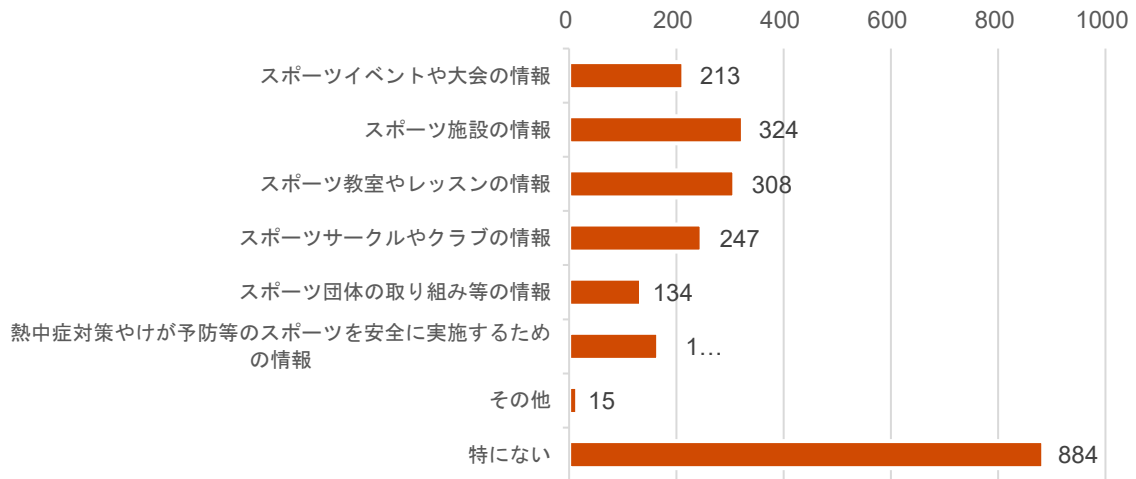


図. 今後「ココスポ」に追加が必要な情報 (n= 1654)
(一般消費者向けアンケート調査結果)

○「ココスポ」の定期ユーザーの拡大

今後は定期的に「ココスポ」で情報閲覧を実施するユーザーを増やす施策の検討も必要である。本事業で実施した一般消費者向けアンケート調査結果では、約3割の回答者のみが継続した「ココスポ」の利用意向を示している状況である。については、現状の「ココスポ」では情報閲覧者が定期的に利用したいと思うような情報や機能が備わっていないことが考えられる。

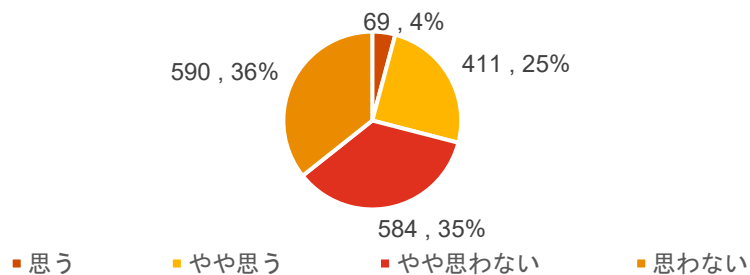


図. 今後の「ココスポ」の利用意向 (n= 1654)
(一般消費者向けアンケート調査結果)

また、「ココスポ」の情報閲覧者向けのアカウントである「my ココスポアカウント」の認知度も限定的となっている。

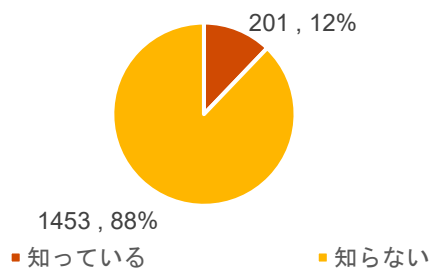


図. my ココスポアカウントの認知度 (n= 1654)
(一般消費者向けアンケート調査結果)

アンケート回答者からは、my ここスポアカウントの機能拡張として「近くのスポーツ関連情報を教えてくれる機能」や「興味があるスポーツ関連情報を教えてくれる機能」を希望するとの回答が多かったことから、今後はmy ここスポアカウント所有者へ対するプッシュ型での情報発信を可能とする機能を新たに装備することで、my ここスポアカウント所有者による定期的な「ここスポ」の利用に期待できる可能性がある。さらに、スポーツ庁のプラットフォームを活用した情報発信やSEO対策の強化、チラシの作成等を実施し、一般消費者に対するmy ここスポアカウントを周知することも重要な取り組みであると考えられる。



図. 今後期待する my ここスポアカウントの機能 (n= 1654)
(一般消費者向けアンケート調査結果)

○広告枠を活用した情報掲載効果の計測

これまで「ここスポ」の広告枠は無料にて利用可能な機能であり、数多くの団体に利用されてきたことから一定数のニーズがあることは把握できたが、本事業においても広告枠利用による効果が測れないとの声が多く存在した。

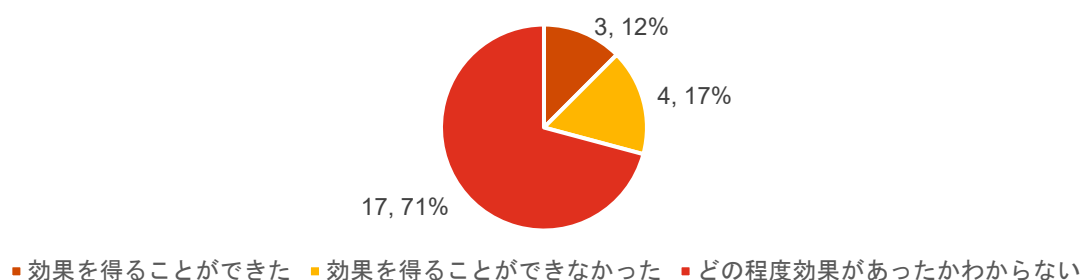


図. 広告枠の効果 (n =24)
(広告枠利用団体向けアンケート調査結果)

また、「ここスポ」にはスポーツに関する様々な情報が掲載されているが、実際に「ここスポ」を通して情報を入手した利用者がどの程度大会・イベントや教室に参加したのか現行の「ここスポ」では把握することができない。このため、「ここスポ」に情報を掲載する効果が可視化できないことから、スポーツ団体から情報掲載を敬遠されてしまっている可能性もある。

一方で、一般消費者向けアンケートでは、「ここスポ」を自主的に利用し、イベント、施設、教

室、サークルの情報を閲覧したと回答した方々のうち、約半数が「ココスポ」で閲覧したイベント、施設、教室、サークルのいずれかに参加・利用したと回答しており、「ココスポ」の利用者による掲載情報への参加・利用は一定数確認することができる。

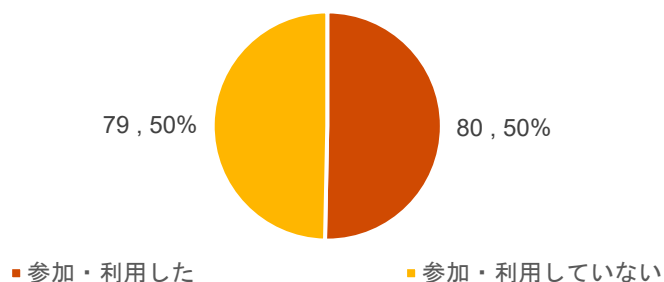


図. 「ココスポ」で閲覧したイベントや施設への参加・利用 (n=159)
(一般消費者向けアンケート調査結果)

については、「ココスポ」に掲載された情報がどの程度閲覧されているか、実際にどの程度参加・利用されているか把握するために広告枠を活用した実証事業を実施することで、「ココスポ」への情報掲載効果を可視化できると考える。

実証事業を通して一定の効果を得られることができた場合は、実績として、今後「ココスポ」について紹介する際に「ココスポ」への情報掲載を行うことのメリットとして全国のスポーツ団体へ発信することも可能となり、「ココスポ」の価値を高めることが期待できる。