

サイバーコミュニティ
要件定義 & サイト構想イメージ

2004年 8月

1. 地域スポーツサイトの強み

コミュニティサイトである強み:

大量の情報でも、自分たちと同じ利用者が発信する情報であるので、違和感が無い。

→所謂 **ロコミ効果**

大量の情報を企業サイドが発信するのは高コストだが、その問題が無い。

→活性化したコミュニティでは自分たちでやってくれる。

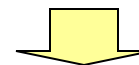
→おばちゃんの **井戸端会議**

→子供同士の **秘密基地**

多種多様な欲求でも、同じような欲求をもつユーザーが情報提供することでその課題をクリアできる。

懸念事項:

- ・まずは立ち上げと活性化が最大テーマ。
- ・心地よい場を提供する工夫、アイデアの継続的投入と運用。



サイトディレクタ課題

地域スポーツサイトである強み:

お父さんを巻き込む。

(1960年以降の遊び方を知ってる世代

= 琴線に触れれば活発な消費を行う世代)

土日や就業時間外が活発。

= **サラリーマン層にターゲット**している。

身元確認の取れた利用者。

= 団体が確認してくれる。

ファミリーマーケットが充実。

地域(郊外、地方)生活に根ざしたコミュニティ。

懸念事項:

- ・都市郊外と地方とでは利用方法、ニーズにも大きな差が予想されサイトの性格がどちらかに偏る可能性がある。

- ・団体法人格向けとしてスポーツNPO向けの団体管理機能を設けているが、実利用はスポーツNPOの浸透度合いに依存する。

2004年06月1日現在申請・認証数は1,589団体。

(参考)100ClubNets情報より

<http://www.clubnetz.or.jp/>



サイトプロデューサ課題

2. サイトの課題

企業のニーズ(企業の顔)

情報に価値

- 販促活動
即効性、対費用効果が大事。儲かるの？
- 消費者の情報収集したい。
直接商品開発に繋がる様な情報が欲しい。
- 手はかけたくない
コストや手間がかかるなんてとんでもない。
- 開発
商品開発のヒントが欲しい。口コミで商品がうれたらうれしい
- ロイヤリティー獲得
サイトの人気⇒うちの会社の宣伝になれば...

サイト利用者のニーズ(家庭人、個人の顔)

価値創造の場

- 情報獲得
いい情報ないかな？
- 情報発信、交流
リアルではみつからないニッチな仲間が見つかった
- コミュニケーションによる価値創造
具体的なサークル活動、イチゴ大福
- コミュニケーションによる価値交換
ニーズに答える。代わりに情報もらった
- 問題解決
こまった。誰か助けて。

- 数値化とサイトイメージの提案
利用者数、地域活性、お父さん(以外と金持ち)を巻き込む、ファミリー、安心感
→サイトブランドの向上
- 企業向けにデータを加工して提供
分析サンプルの提供
- 大義名分と参加パターンの提供
地域活性、企業イメージ、企画
- 数値化だけでなく、コミュニティ情報内容の提供。

サイトテーマ
★各ニーズの組み合わせ

- コミュニティをコントロール(押し付け)するのではなく、如何に楽しんでもらえるかに重点を置いた運営
良い出会いの場を提供する。
オピニオンリーダーを放さない。
(先鋭的な人ではなく、普通に発言してコミュニティを活性化させる人)
アバタなど楽しいコンテンツの投入
サイトのブランドイメージを大事にする。

スポーツ団体のニーズ (趣味人の顔、地域ボランティアの顔)

機能に価値

- 事務管理のコスト削減
- 広報・会員募集のチャネルを広げたい
- 情報獲得
企画材料とか研修とかどうしてるの？

- 団体管理が低コストで気楽にしたい
メンバーの管理とか連絡、掲示板とかを安心できる場所で安価にできれば、できればタダが良い。
- 団体向け商品の情報が欲しい
スポーツ保険、旅行商品
- NPO(法人格)向けのサポート機能

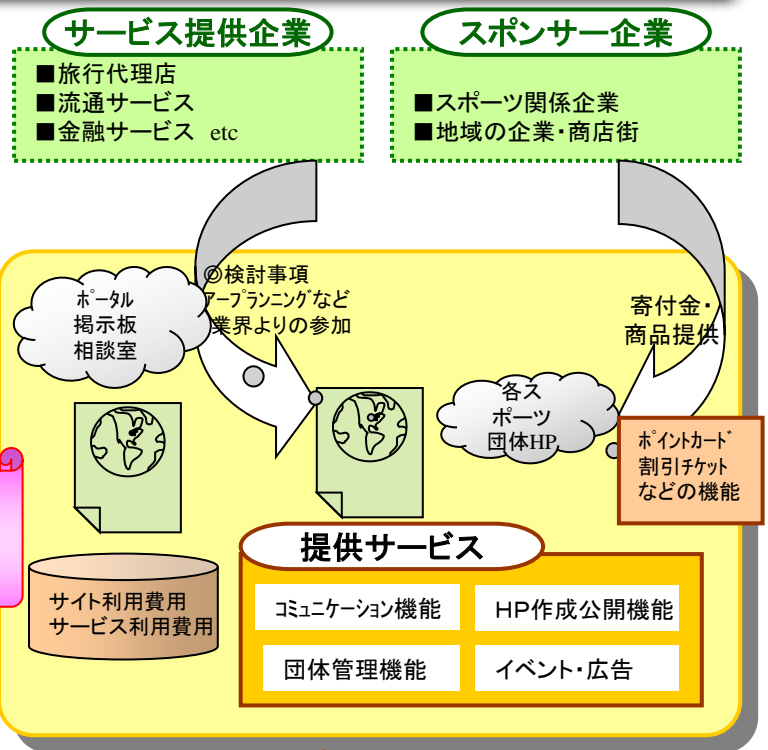
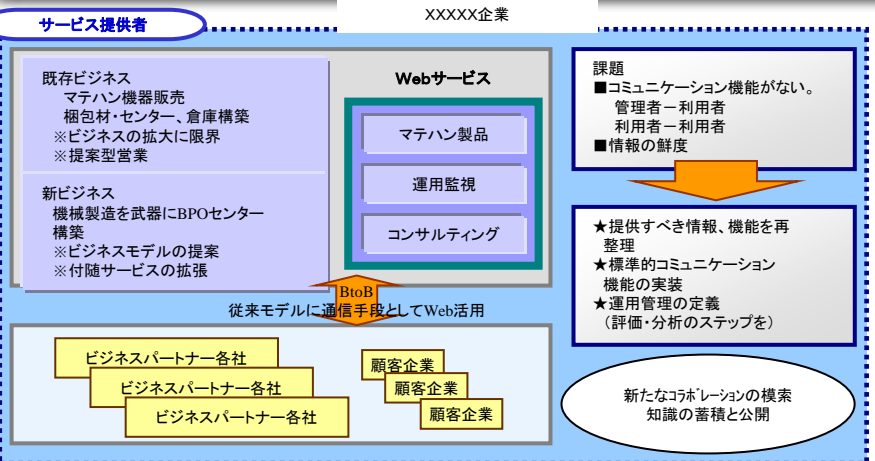
ユーザーの立場で活性化
＝モデレータの育成

スポーツ・地域にターゲットイン
シアクティブな利用者を集客する。

仮想マーケット
情報の卸問屋

機能追加で集客拡張
アバタ:コミュニティ
展示会場
企業ユース
個人ユース(芸術系)

3. コミュニティサイトイメージ



**サイトテーマ：
スポーツを通じた
地域コミュニティ**

- 地域のスポーツクラブ会員
- 健康のためこれからスポーツを検討している潜在利用者

コミュニケーション利用者

- ニーズ**
- スポーツを通じた生活の充実
 - 安価なスポーツ
 - 家族コミュニケーション
 - 地域コミュニケーション



コンテンツ提供者

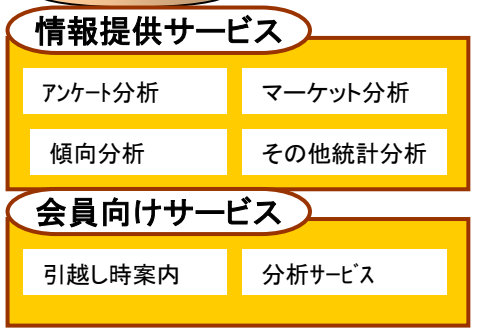
- 地域のスポーツクラブ

クラブ概要
活動方針・目的
活動拠点
経営組織
運営組織
収支決算
活動実績

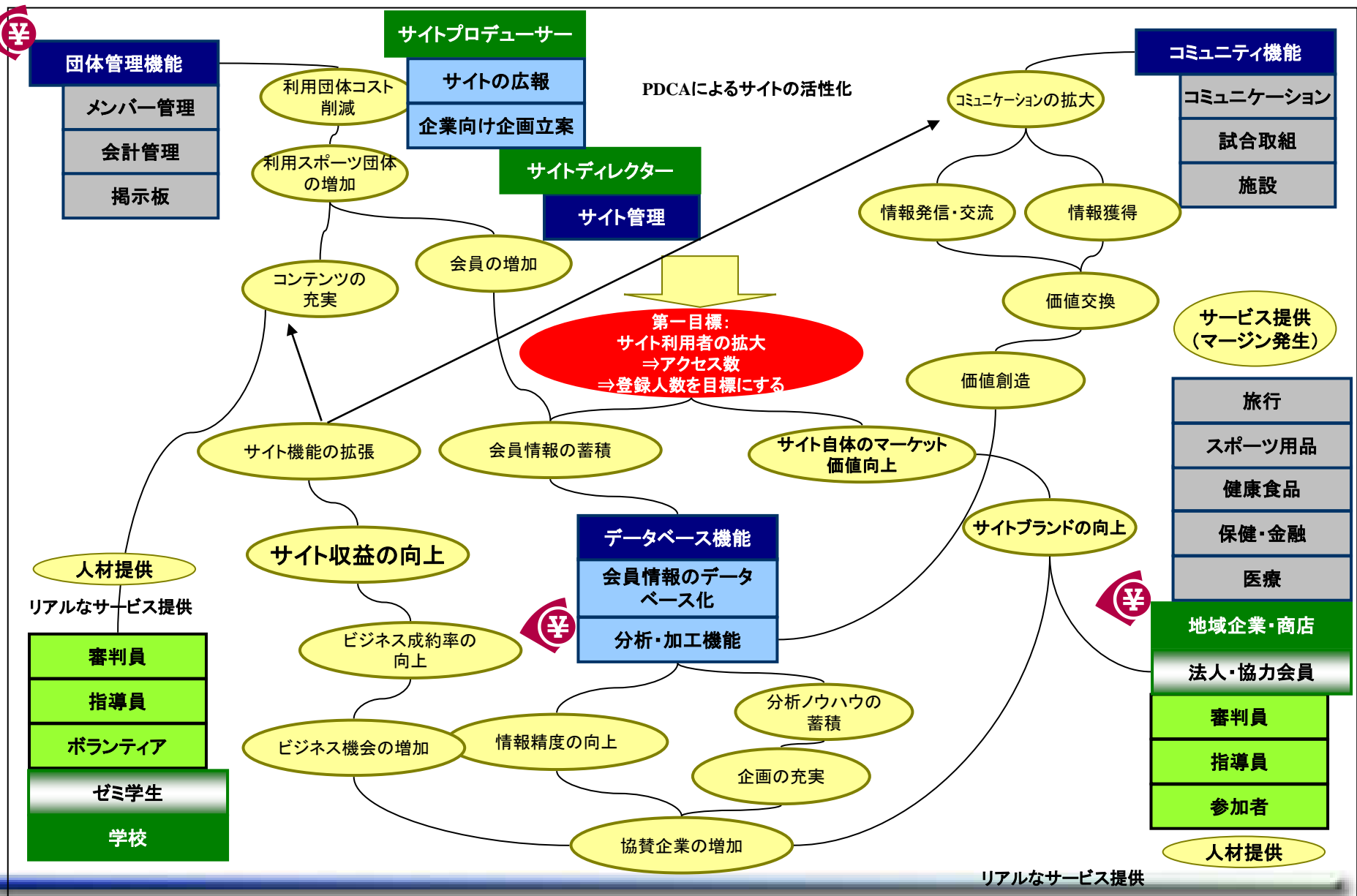
ニーズ

- クラブ広報・会員募集
- 財源確保・会計事務
- 部内の連絡調整
- イベント企画
- 研修企画 etc

会費収入
事業収入
寄付金収入
受託事業収入
協賛金収入
助成金収入



4. サイト機能と効果の関連図



5. 具体的な目論見

立ち上げ期

- サイト収益
 - スポーツ団体の利用料 年契約
 - INET経由の新規会員加入時マージン
 - 広告企業よりの購買成立時のマージン
 - 協賛企業からの支援
 - 当初は収益は期待できない。
- 利用者向けサービス
 - 口コミによるコミュニティ活性化:
 - 当プロジェクト関係者の個人的な人脈でのお願いによる募集
 - オピニオンリーダーの意見反映、「荒らし」の排除
 - ⇒モデレータの育成
- 企業向けサービス
 - 利用者母数がないので、当初はサービス提供は困難。
 - スポーツ関連商品企業との趣旨、企画説明とリンク。
 - 保険、旅行、医療関係企業への趣旨、企画説明とリンク。

第三期: サイト機能拡張

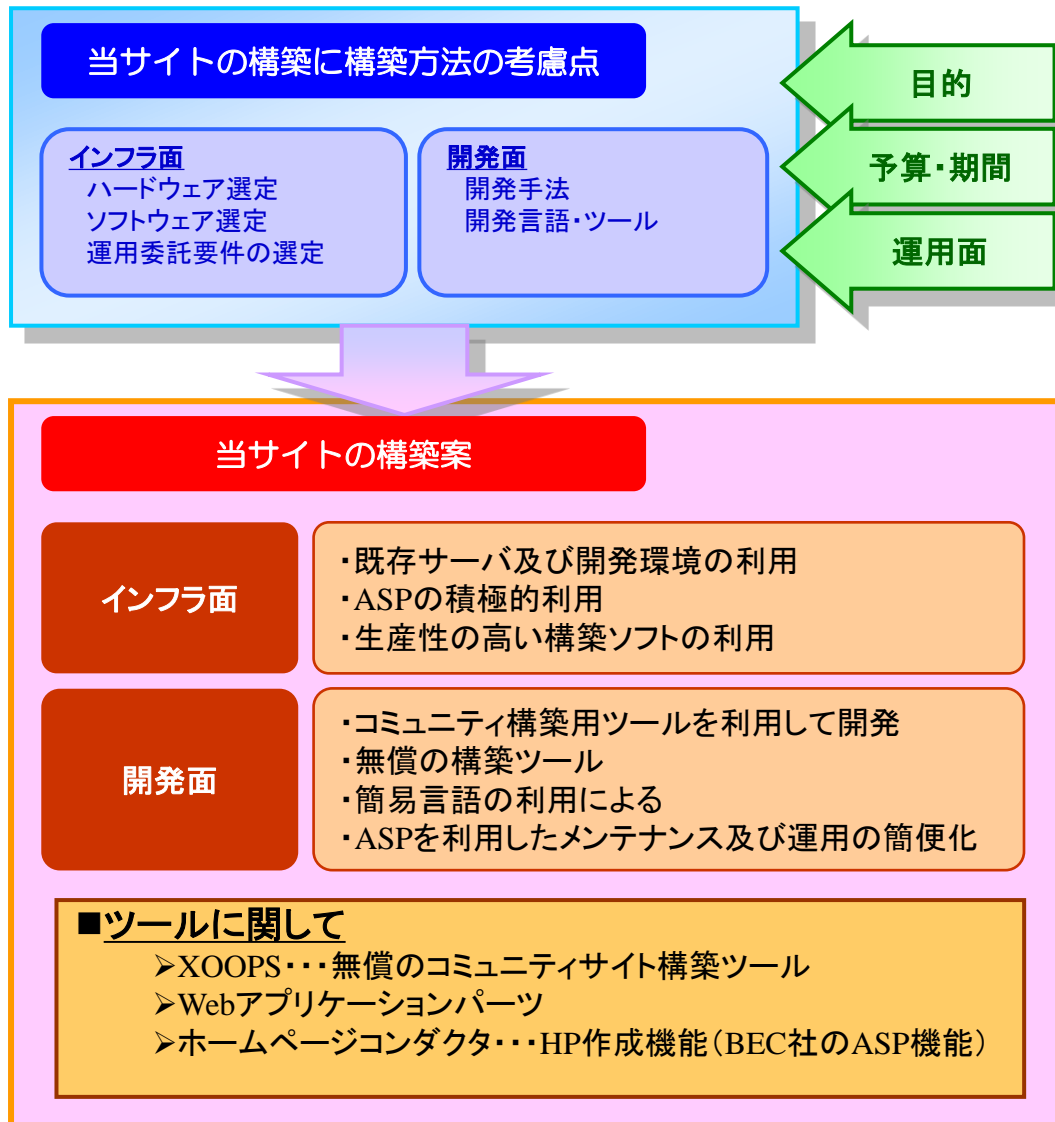
- サイト収益
 - 広告・サービス適用企業からのバックマージン
 - 企業への情報提供
 - スポーツ団体の利用料
 - 利用者向けサービス収益
- 利用者向けサービス
 - サービス選定
- 企業向けサービス
 - 社員向けにスポーツクラブの紹介、参加特典
- ターゲットの検討

第二期: RDBMSによる分析・情報提供開始

- サイト収益
 - スポーツ団体の利用料 年契約
 - INET経由の新規会員加入時マージン
 - 広告企業よりの購買成立時のマージン
 - 企業への情報提供収益
 - 協賛企業からの支援
- 利用者向けサービス
 - 活性化につながるサービスの投入
 - 案: アバタ、展示会、TV会議、転居時地域スポーツの自動紹介・案内
 - 個人ビジネス立上げサポート
- 企業向けサービス
 - スポーツ・地域向けの共同商品開発。
 - 保険、旅行、医療関係企業などサイトコンセプトに合致した企業向けの出店サービス。
 - 利用者情報を元にしたデータ提供。

6. 構築方法及び運用

当サイトの構築における課題



■ 提供する機能の課題

- ・提供機能をさらに情報収集し、取捨選択が必要
 - ポイントカード
 - キャンペーン
 - ツアー・研修・合宿手配
 - 海外交流
 - 展示会
 - アバタ・・・etc
- ・サイト分析の機能面の洗い出しが必要
 - 有償ツール利用の検討
BayPublish(ペイテック)
SharePoint Portal Server(マイクロソフト)

■ サイト運営の課題

- ・構築時の初期登録会員募集方法の検討と実装
 - 検索サイトへの登録
 - 検索サイトキーワードの考慮
 - 相互リンク
 - 広告掲載
- ・収益構造に関するモデルの定義
 - スポンサー・サービス提供企業への対応
 - 会費徴収方法の確立
- ・コンテンツメンテナンスの方針
 - 基本的に機能拡張や不具合修正以外のメンテナンスは実施しないが、必要最小限のコストは必要
- ・オフラインイベント開催などの検討
- ・コミュニティの監視(違反チェック、法的対応)
- ・モデレータの育成(ユーザーの立場でコミュニケーション活性を図る)

■ システム運用の課題

- ・継続運用のコスト(Webマスターコスト)

7. サイト実現方法

XOOPSによるコミュニティ機能の実現

- OpenSourceとして公開されているCMS (ContentsManagementSystem) を用い安価にコミュニティサイトを構築する。
- 標準機能
 会員管理、掲示板、投票の管理と実施、リンク集管理、ニュース集の管理、ニュース記事の管理、FAQ、お問い合わせ、広告バナー表示、ヘッドライン
- サーバー
 レンタルサーバー もしくは自社で構築
 参考：<http://www.broad.ne.jp/xoops/>
 初期費用7万～12万、月額費用2万～5万 ※団体にサービスする際の目安とする。
- メリット
 低コストでの構築
 コア部分の開発は不要。
- デメリット
 ディストリビューターがないため、問題発生時は基本的に自力で対応。

※参考:

XOOPS日本公式サイト

<http://jp.xoops.org/>

8. XOOPSによる構築イメージ

一般ポータル



会員ポータル(団体単位にある)

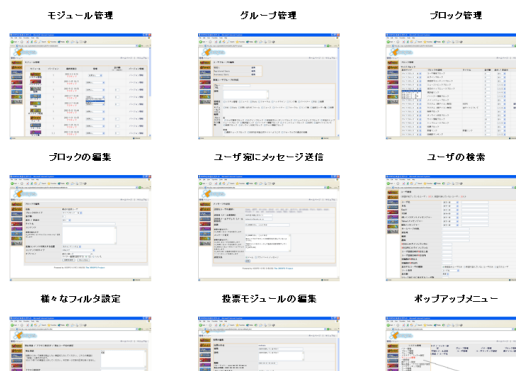


スポーツ団体向け
有料機能
Xoopsテーマの提供
スポーツ団体向け
カスタム構成の提供



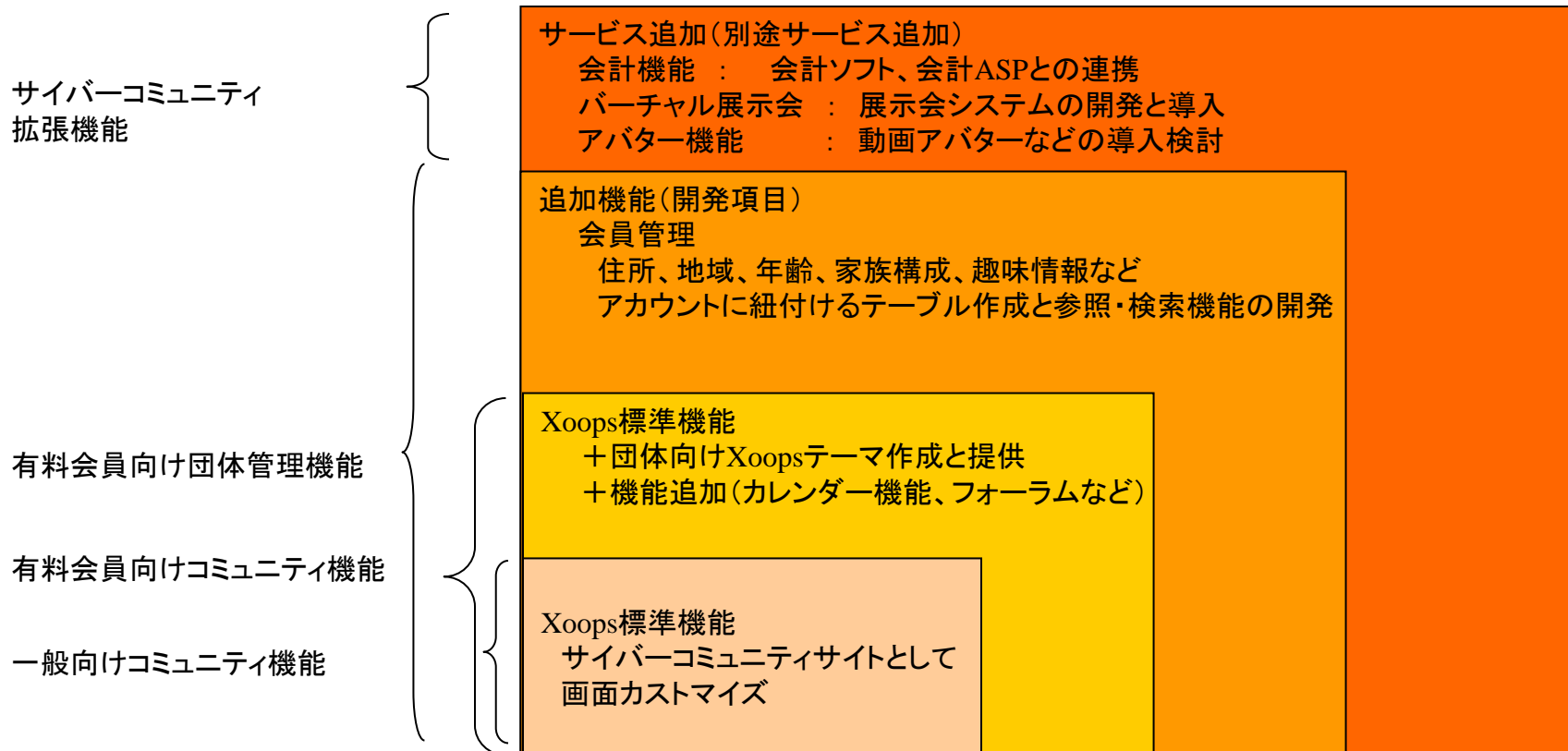
スポーツコミュニティサイト
最初のコミュニティ
会員認証
フォーラム
ニュース
掲示板
★誰でも使える一般サイト

管理者画面



スポーツ団体単位にコミュニティサイトを構築
こちらでは身内での活動がメイン。
団体をまたがるコミュニケーションは一次に上がる。

9. 実現イメージ



XOOPSとは？

XOOPSとはヤフーやCNETのようなポータルサイト(コミュニティサイト)を個人でも手軽に立ち上げることのできるソフトです。

通常、このような高機能コミュニティサイトを構築するには、高価なハードウェア/ソフトウェア、高度な技術、そして多大な時間を要し、必ずしも容易であるとはいえない状況です。XOOPSはオープンソースライセンスであるGPL(GNU 一般公有使用許諾書)に基づいて開発されたソフトで、一般的にフリーソフトと呼ばれる部類に入ります。つまり、少なくともソフトウェア部分では一切の費用がかかりません。また、インストールも非常に簡単で慣れれば5分とかかりません。XOOPSを使用するのに必要なハードウェアについては後述します。

XOOPSとはeXtensible Object Oriented Portal System の略で、直訳すると「拡張可能なオブジェクト指向ポータルシステム」ということになります。

-拡張可能

- ・ モジュール追加などで様々な機能・プログラムを自由に追加・削除することができます。

-オブジェクト指向

- ・ PHPは完全なオブジェクト指向ではありませんが、XOOPSではPHPの中のオブジェクト指向部分が多用されています。

-ポータルシステム

- ・ 「ポータルシステム」は「コンテンツマネジメントシステム(CMS)」とも呼ばれることもあります。日本ではまだあまり聞きなれない言葉ですが、海外ではすでに多くのユーザの間に広まっており、これを素直に訳すと、「サイトのコンテンツを管理するためのシステム」ということになりま

参考抜粋「XOOPS日本公式サイト(/jp.xoops.org)」

用語

GPL【GNU一般公的使用許諾】

読み方： ジーピーエル

フルスペル： The GNU General Public License

FSFの理念に基づいて明文化されたソフトウェアライセンス体系。主にGNUプロジェクトで開発されたソフトウェアや、その派生物などに適用されている。ソースコードの公開を原則とし、使用者に対してソースコードを含めた再配布や改変の自由を認めている。また、再配布や改変の自由を妨げる行為を禁じている。