

共創プラン概要書

募集要項を確認の上、共創を希望するスポーツパートナー及び共創テーマを1に繋がる事業プランを提案してください。

(共創プラン＝スポーツパートナーとの共創により社会課題解決に繋がる新

架空のサッカーチームの”さいたまスポコミFC”が設定した共創テーマに対して、事務局が過去の採択事例を参考に作成したものです。

内容や構成は、あくまで例として作成しております。提案内容に応じてご自由に作成してください。

選択したテーマ情報の入力欄

選択スポーツパートナー：

さいたまスポコミFC

選択共創テーマ：

共創テーマ①（女子スポーツを軸とした新事業の創出）

共創プランのタイトル：

『スポコミFCと作る新しい生理セミナー』

応募企業（団体）情報の入力欄

企業・団体名： 株式会社〇〇〇

部署名・役職： △△事業部 / マネージャー

ご担当者氏名： 埼玉 太郎

電話番号： 048-ABC-ABCD

メールアドレス：
□□□_saitama@example.jp

【企業理念】：すべての女性の、最高のパートナーに。

会社概要

会社名：株式会社〇〇〇

代表者名：◇◇ ◇◇

所在地：さいたま市浦和区～～

設立年月日：20xx年x月 x 日

資本金：xx00万円

事業内容：

- ・女性アスリート向け生理セミナーの開催
- ・フェムテック製品の開発・販売
- ・～～～～～～～～
- ・～～～～～～～～

主な実績・強み

・キャラバン型の生理セミナーの開催

累計で〇〇〇人に対してセミナーを実施。

・アスリートと共同で「高機能吸水ショーツ」を開発

（詳細）：～～～～～～～～（※1）

・～～～～～～～～

（詳細）：～～～～～～～～

※1：プロジェクトの詳細を別途、添付ファイルで紹介。

自社の活用アセット（サービス・プロダクト等）の概要

作成例

本共創で活用する自社アセット

『キャラバン型の生理セミナー』

日本全国の学生やユースアスリート、指導者を対象に、生理についてのセミナーを実施。

活用実績・エビデンス

- ・全国〇〇クラブ・〇〇〇名以上に実施
- ・参加満足度〇〇%、理解促進の効果を確認

そのほか詳細など

高性能吸水ショーツ

ユースアスリート〇〇名と共同開発。

~~~~~

#### 活用実績・エビデンス

- ・使用者の〇〇%がパフォーマンス向上を実感。
- ・~~~~~

そのほか詳細など

...

### アセット③：~~~~~

- ・~~~~~
- ・~~~~~
- ・~~~~~

# 共創プラン概要 その1 （社会課題の現状について）

作成例

「生理の悩み」は、女性をスポーツから遠ざける見えない壁になっている

## 課題①

女子アスリートの悩みが放置されている

当社のセミナー参加者へのアンケートでは、

- ・生理で悩んだ経験がある⇒〇〇%
- ・生理用品に悩み ⇒〇〇%
- ・周囲に相談できない ⇒〇〇%

## 課題②

指導者・保護者も向き合い方が分からない

選手を支えたい大人も生理・健康のサポート方法が分からず手探り。家庭・チームでの正しい知識と対話の機会が不足している。

エビデンスや現状分析など

● ● ●

## 課題③

~~~~~

課題についての詳細を記載

共創テーマとの接続：

女子アスリートの「生理の悩み」を軽減・解消し

- ・さいたま市の女子スポーツの活性化
- ・さいたまスポコミFCがこれまで縁の薄かった層をターゲットにする新規事業を創出

共創プラン概要 その1（狙い&仮説）

作成例

誰に（顧客）

- ・生理に悩む中高生の女性ユースアスリート
- ・生理時のサポート方法が分からない指導者
- ・保護者
- ・~~~~~

何を（提供体験）

- ・生理時でも高いパフォーマンスを発揮できる
- ・周囲のチームメイトや指導者、保護者に悩みを共有し、相談できる
- ・~~~~~

どのように（解決方法）

対話を促すキットの開発
+
スポコミFCのアスリートが登壇し、経験を共有
↓
参加者同士の活発な対話、悩みの共有が
生まれる新しい生理セミナーを開催

実証で検証する仮説：Before（現状の課題） → After（仕組み導入後の変容価値）

Before

「生理の悩み」は、女性をスポーツから遠ざける
見えない壁になっている

- ・女性アスリートの悩みが放置されている
- ・指導者・保護者も向き合い方が分からない
- ・~~~~~

After

目指すビジョン：女性が安心してスポーツに取り組める環境の醸成

（具体的な成果）

- ・女性の生理時のパフォーマンス向上
- ・生理時の正しい対処方法、知識の普及
- ・指導者、保護者に相談しやすくなる

目指すビジョン：さいたまスポコミFCがさいたま市の女子スポーツを
支える存在に

（具体的な成果）

- ・市内のあらゆる女子スポーツチームとの接点づくり
- ・新規ファンの獲得

仮説

「対話キット×アスリート」のセミナーにより参加者の対話の増加 ⇒ セミナー実施後の整理の悩みの共有、アクションの増加

成長戦略について

作成例

実証期間 (2026年9月～2027年3月)

アクション

- ・スタジアムでキット体験セミナーを3回実施
- ・女子ユース／女性ファン／保護者向けに展開
- ・満足度・リテラシー変化・購買率を測定
- ・~~~~~

顧客・対象

- ・さいたまスポコミ FCの女子スクール生・保護者
- ・女性ファン・近隣の親子層
- ・~~~~~

収益・メリット

- ・プロダクト物販テスト
- ・LINE・顧客ID取得で関係構築
- ・~~~~~

事業化 (2027年〇月～)

アクション

- ・さいたまスポコミ FCの健康プログラムとして定着
- ・ファンクラブ特典・スクール連携に組込
- ・キットの販売／貸出メニュー化
- ・~~~~~

顧客・対象

- ・FC会員・スクール・地域の女性層
- ・学校・企業
- ・~~~~~

収益・メリット

- ・プロダクト売上 (To C)
- ・研修・登壇フィー、キット販売 (To B)
- ・~~~~~

事業拡大 (5年後までに)

アクション

- ・県内クラブ・企業・自治体へ横展開
- ・キットの知的財産化
- ・アスリートアンバサダーの拡充
- ・~~~~~

顧客・対象

- ・広域のクラブ・学校・企業・自治体
- ・働く女性層
- ・~~~~~

収益・メリット

- ・キット販売・貸出の全国展開
- ・企業研修・自治体連携・協賛
- ・~~~~~

収益モデル

- ・To C：プロダクト物販・EC
- ・To B：研修・登壇フィー、キット販売・貸出
- ・さいたまスポコミFC：ファン獲得・協賛。FY2026→FY2028で、接触 2,000⇒20,000名、10⇒20 SKUへの拡大を想定。
- ・~~~~~