



第3回「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」官民連携調整会議

2026年3月3日

アジェンダ

1. 本日の位置づけ P.2

2. 各事業の今年度実績と次年度以降の方針 P.4

①学校連携

②体験会開催

③大会の誘致・開催

④地域の名物等と連携

⑤市内向けプロモーション

⑥市外向けプロモーション

⑦アスリート支援

⑧スポーツライミング環境整備

⑨人材確保

⑩資金調達

1.本日の位置づけ

本日は今年度最後の官民連携調整会議となります

官民連携調整会議運営の想定アジェンダ

	本日		
会議名	第1回	第2回	第3回
候補日時	2025年8月18日	2025年11月18日	2026年3月3日
目的	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 本会議・分科会の位置づけ共有 ✓ 年度内スケジュールを共有 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 各分科会における討議内容の報告 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 今年度の活動実績共有 ✓ 次年度の調整会議、個別事業（案）の実施方針共有
想定アジェンダ	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 今年度事業の背景・目的の共有 ✓ 各事業の実施方針の共有 ✓ 調整会議・各分科会のスケジュール・メンバーの共有 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 各種事業の進捗共有及び意見交換 <ul style="list-style-type: none"> • 学校分科会での協議内容 • 11月体験会開催結果 • 大会の実施方針 • プロモーション制作物の状況等 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 各事業成果の共有 ✓ 各事業の次年度方案の共有 ✓ 次年度の会議体運営方針の共有



分科会

官民連携調整会議で決定した方針の具体案を検討・共有
※討議内容は各事業にて記載

分科会にご参加いただいた皆様、ご協力ありがとうございました

官民連携調整会議／分科会の位置付け

本日はこちら

官民連携調整会議	
事業全体における検討や共有を通して 事業間の連携・調整を図る	
	
目的	事業間の連携、事業全体方針の 合意・調整
開催頻度	3回
想定議論 事項	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 各事業の検討状況報告 ✓ プロモーション・イベントに関する 事業の方針検討・合意 ✓ 次年度以降の事業の方向性 協議 等
参加者	全委員

官民連携調整会議で
決めた方針を基に
実現に向けた具体策を検討



分科会で決めた具体案を
官民連携調整会議で共有し、
横断的な連携等を打診

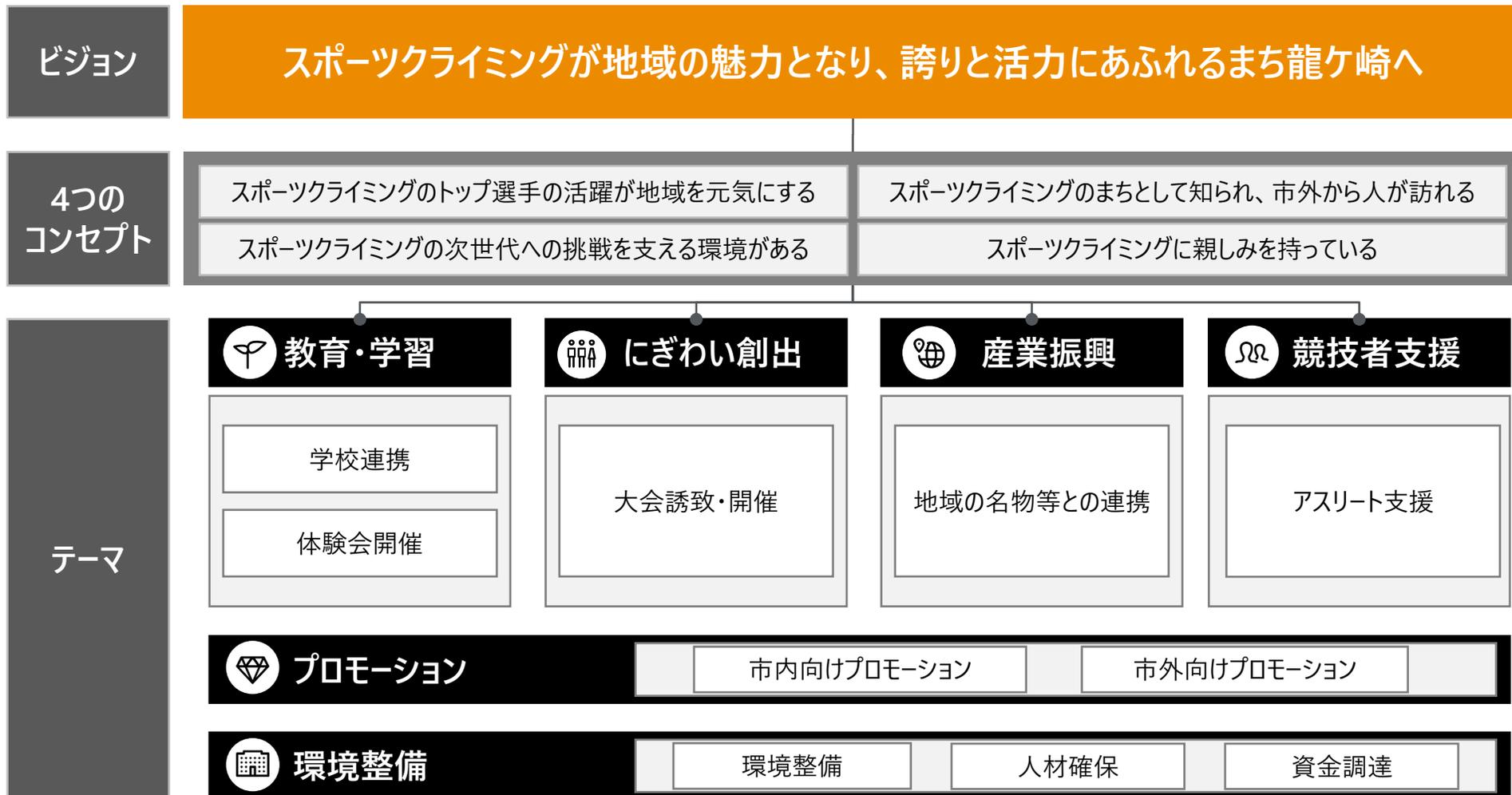
分科会		
各事業テーマへの関連性が高い官民連携調整会議委員を集め 各事業の実現に向けた具体施策・手法を議論		
	 	 
目的	具体案の検討を経て、 参加者で連携し 実行まで推進する	本事業の実現に向けた 整備の方向性を検討する
開催頻度	2か月に1～2回程度*1	随時
想定議論 事項	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 実施コンテンツの検討 ✓ 実施場所・時期の調整 等 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 関係者の洗い出し ✓ 課題のつぶし込み ✓ 事業計画・スケジュール の作成 等
参加者	各事業テーマに関連する委員又はその関係者	

*1参加者がおおむね同一のため、併催を想定

2.各事業の今年度実績と 次年度以降の方針

今年度は、昨年度策定した基本構想に基づき、各種アクションを推進してまいりました

基本構想の全体像



今年度は、昨年度策定した基本構想に基づき、各種アクションを推進してまいりました

※「7 アスリート支援」以外の9アクションが今年度の取組対象

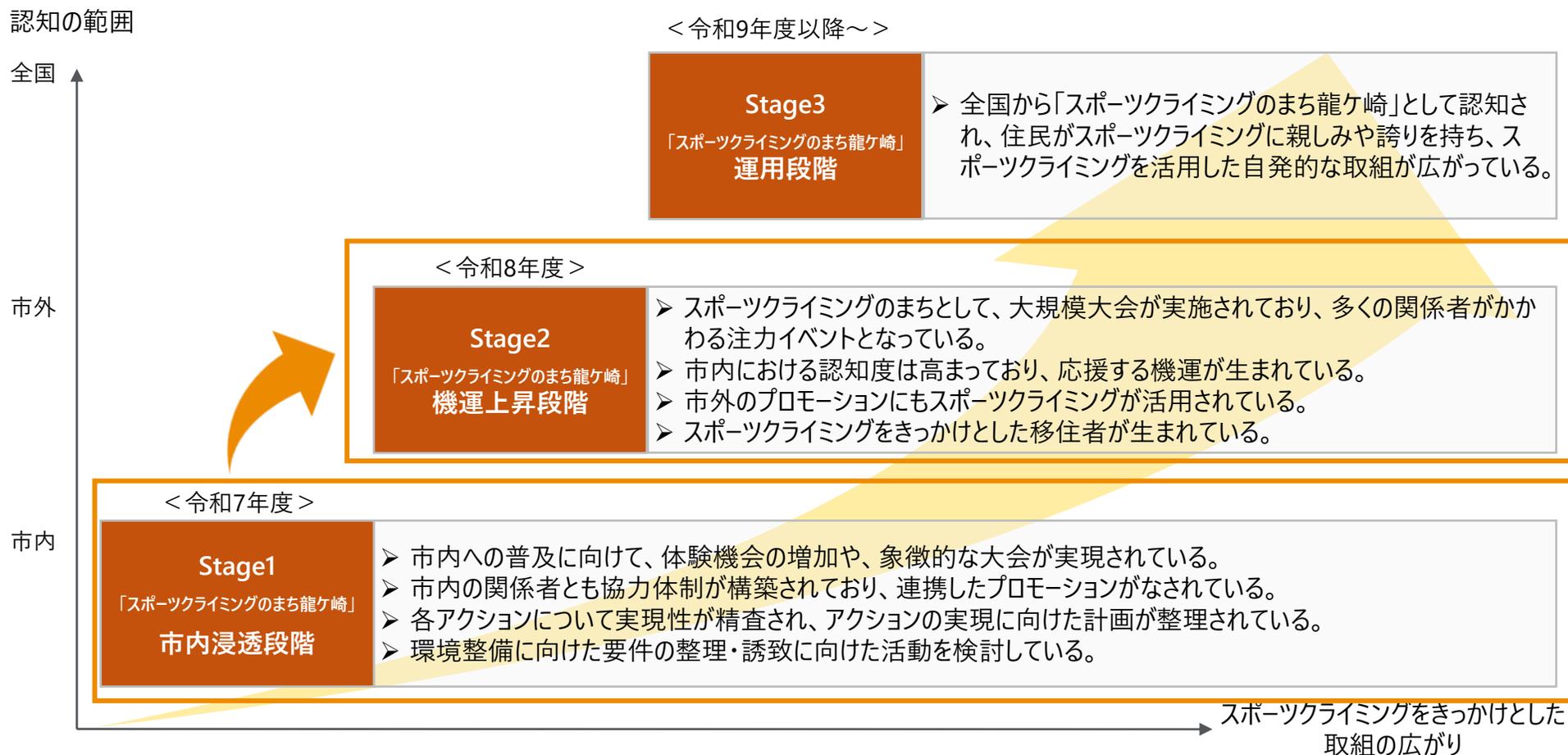
アクションごとのロードマップ

テーマ	アクション	令和7年度	令和8年度	令和9年度以降
①教育・学習	1 学校連携	連携協議・調整	一部連携	連携拡充
	2 体験会開催	企画・検討	体験会開催	体験会(開催数・年代の拡充)
②にぎわい創出	3 大会の誘致・開催	誘致	企画・開催	企画・開催
③産業振興	4 地域の名物等と連携		大会との連携	大会との連携
			制度・連携検討	連携・制度運用
④プロモーション	5 市内向けプロモーション	方針検討	コンテンツ作成・発信	
	6 市外向けプロモーション	方針検討	コンテンツ作成・発信	
⑤競技者支援	7 アスリート支援		方針検討	制度運用
⑥環境整備	8 スポーツライミング環境整備	施設・拠点方針検討	検討結果に応じて実施	
	9 人材確保		人材要件の検討・募集	採用
	10 資金調達	制度検討	制度運用	企業版ふるさと納税確保

凡例： 検討・企画 実施

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の実現は、スポーツライミングに親しむ環境の整備、選手等を応援する機運の醸成、大会等の開催による交流人口増加の3段階で取り組みます

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」実現に向けた今後の展望



市内浸透段階である今年度では、「教育・学習」・「にぎわい創出」・「プロモーション」・「環境整備（人材確保は除く）」を優先事業テーマとして展開してまいりました

今年度事業の位置づけ

1年目：令和6年度

2年目：令和7年度

3年目：令和8年度

令和9年度以降

基本構想策定段階

市内浸透段階

機運上昇段階

運用段階

取組内容

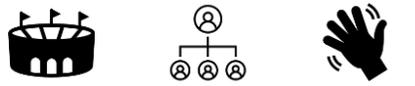
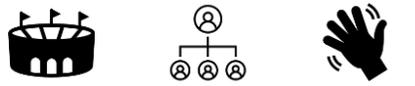
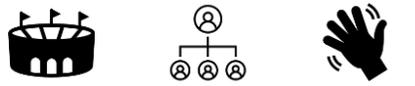
- 「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」として どんなまちを目指し、どんなアクションを展開するかを明確化する
- 体験機会の増加や、象徴的な大会が開催され市内への普及につながっている
- 市内関係者と協力体制が構築されており、連携したプロモーションがなされている
- 環境整備に向けた要件の整理・誘致に向けた活動を検討している
- 各事業について実現性の精査及び計画が整理されている
- 大規模大会が継続実施され、イベントには多くの関係者が関わっている
- 市内における認知度は高まっており、応援する機運が生まれている
- 市外へのプロモーションにスポーツライミングが活用されている
- アスリート支援や人材確保施策にも注力し、総合的なアクション推進が図られている
- 全国から「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」として認知され、市民がスポーツライミングに親しみや誇りを持ち、スポーツライミングを活用した自発的な取組が広がっている

2年目となる本事業では、市民への浸透を図ることを目的に、**「教育・学習」・「にぎわい創出」・「プロモーション」・「環境整備（人材確保は除く）」**を優先事業テーマとして展開するとともに、産業振興や人材確保につながる取組を行う

①学校連携

教育機関等と連携してスポーツライミングの体験・学びの機会を創出するとともに、意欲の高いこどもが練習できる環境づくりに取り組みます

アクション【1】学校連携

施策概要	教育機関等におけるスポーツライミングの体験・学習の機会を創出します。(授業導入・キャリア教育・ウォール設置・定期的な練習会等)	施策イメージ					
目的	スポーツライミングの普及促進を図るとともに、多様なスポーツ体験の機会を提供します。また、意欲の高いこどもの活動機会の確保に取り組みます。	<ul style="list-style-type: none"> ■ 教育機関や就学前教育・保育施設等と連携し、こどもたちがスポーツライミングに触れることができる機会の創出を図ります。 ■ 意欲の高いこどもが定期的に練習できる環境を整備します。 <p><実施内容案></p> <p>教育機関等と①②の実現の可能性について検討し、目的の達成及びこどもの体力向上や健全な成長につながる仕組みや環境を設計します。</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 授業・放課後等でのスポーツライミングの体験・学習機会の創出 ② 定期的に練習が可能な機会や制度(地域クラブ活動化)等の確立 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="background-color: #FFD700; text-align: center;"> ①スポーツライミング体験・学習が可能な機会・場所の創出 </td> <td style="background-color: #FFD700; text-align: center;"> ②定期的に練習可能な機会の創出 </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">  <p>体育の授業 での体験</p> <p>校内での ウォール設置</p> <p>キャリア教育 の授業</p> </td> <td style="text-align: center;">  <p>場所 の確保</p> <p>実行体制 スキームの 検討</p> <p>指導人員 の確保</p> </td> </tr> </table>		①スポーツライミング体験・学習が可能な機会・場所の創出	②定期的に練習可能な機会の創出	 <p>体育の授業 での体験</p> <p>校内での ウォール設置</p> <p>キャリア教育 の授業</p>	 <p>場所 の確保</p> <p>実行体制 スキームの 検討</p> <p>指導人員 の確保</p>
①スポーツライミング体験・学習が可能な機会・場所の創出	②定期的に練習可能な機会の創出						
 <p>体育の授業 での体験</p> <p>校内での ウォール設置</p> <p>キャリア教育 の授業</p>	 <p>場所 の確保</p> <p>実行体制 スキームの 検討</p> <p>指導人員 の確保</p>						
関係者と役割	<ul style="list-style-type: none"> ・ 龍ヶ崎市 教育機関等との連携施策検討・調整 ・ 教育委員会・小中学校 年間を通じた体験・学習機会の設計及び体験場所の検討 ・ スポーツライミング関係団体等 学校での体験会・練習会の実施、キャリア教育等の講師 ・ 指定管理者 たつのごアリーナでの体験会受入 	収益・コスト ・コスト：体験会開催費、指導者・キャリア教育講師等費					
令和7年度以降 取り組む内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 教育機関におけるスポーツライミング体験やキャリア教育の授業等への機会創出 ・ スポーツライミング体験場所の確保に向けた検討(ハード設置/アリーナ訪問) ・ 体験指導人材・キャリア教育人材の確保 ・ 定期的に練習が可能となる場所の検討 ・ 施設保有自治体や民間ジムとの連携検討 						

学校連携では、スポーツライミングの興味を湧かせる体験機会と、興味を持った子どもが競技力を高められる機会／制度を整えることを目指します

学校連携における施策案

目指すべき姿

- ✓ 龍ヶ崎市に住む全子どもが、スポーツライミングを体験する機会がある
- ✓ スポーツライミングに興味を持った子が、定期的に練習できる環境が整っている

実施施策案

■ 基本構想を踏まえ実施施策案について分科会にて検討を進めます

① 授業・放課後等でのスポーツライミングの体験・学習機会の創出

学校と連携しスポーツライミングに親しむ機会を増加させる

- 授業でのスポーツライミング体験の導入
- 学校内へのウォール設置
※一部学校へは助木を活用した取り組みを開始予定
- キャリア教育授業へのスポーツライミングの活用

② 定期的に練習が可能な機会や制度(地域クラブ活動化)等の確立

施策を通して興味を持った人が、継続的に練習し将来的な選手を目指すことができる環境の構築を目指す

- 練習場所の確保
- 実行体制スキームの検討
- 指導人員の確保

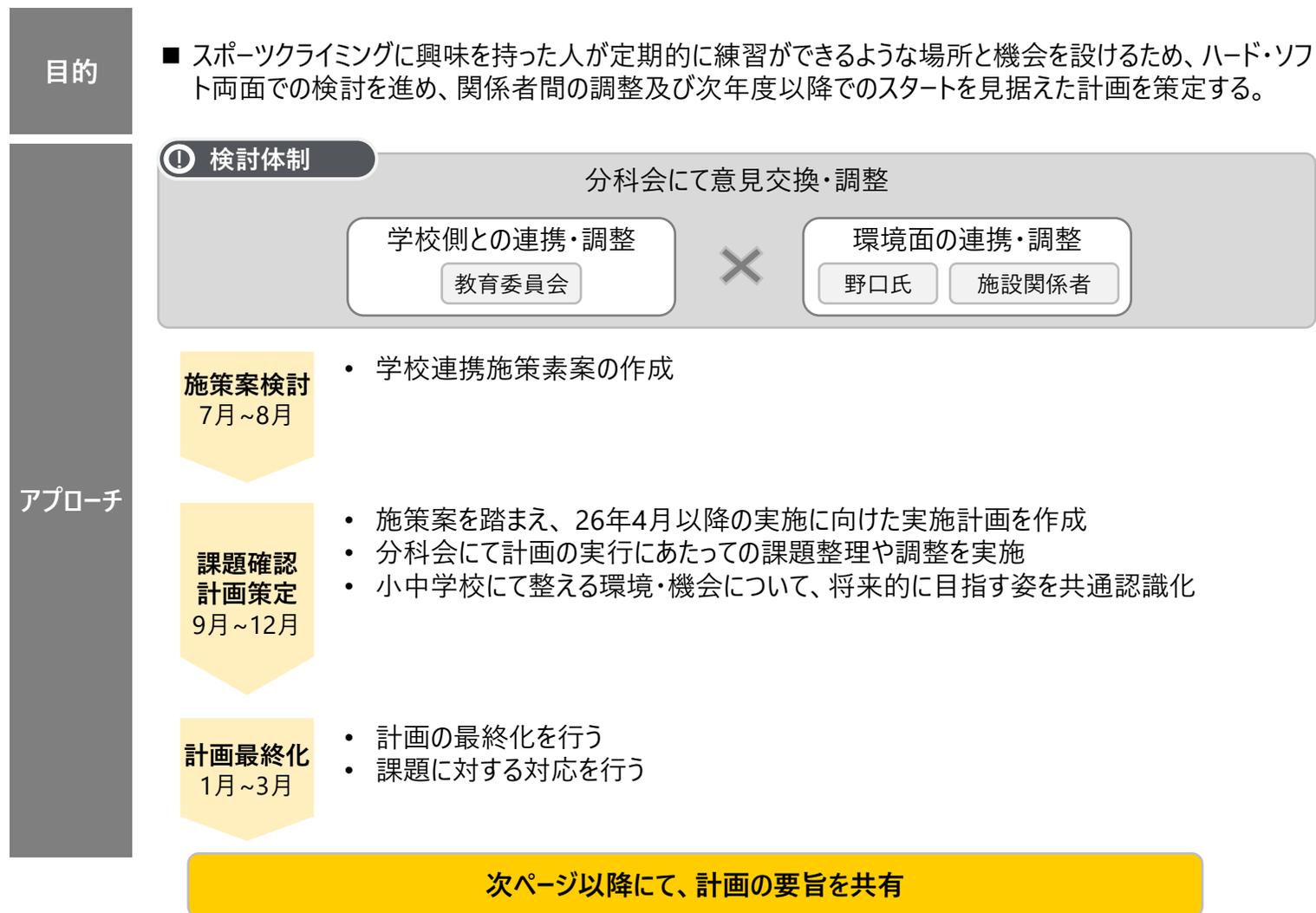
“いつ”・“どこで”・“誰が”・“何を”行っていくのか検討する

今年度のゴール

分科会の意見や想定される課題と対応方針を踏まえ、
目的・主体・場所・時期・実施内容を整理した計画案を策定する

学校連携においては、今年度に将来目指す姿をすり合わせ、 次年度以降の運用を見据えた計画の策定や関係者調整を行いました

学校連携の進め方



龍ヶ崎市では、若年層がスポーツクライミング体験する機会を創ることを最優先に据えつつ、興味喚起から競技者の育成まで可能な状態を目指していきます

実施目的と理想像

実施目的	以下の優先度で、施策の実現を目指す
	①市内におけるスポーツクライミングの普及 次世代に対してスポーツクライミングの魅力を伝えることで、若者に対して求心力のあるスポーツクライミングを市内に浸透させる
	②市内からのハイレベル競技者の輩出 興味喚起から競技力養成まで実現できる仕組みを整え、国内で“スポーツクライミングのまち”として差別化させ、確立させる



体験・学習機会を創出するためには、ハードの調整を伴った体育の授業への導入を主として、関心度合に合わせたソフト事業の展開も求められます

体験・学習機会の創出

理想像

龍ヶ崎市に住む全てのこどもが身近にスポーツライミングに触れる環境があり、実際に体験する機会を有している

理想像実現に向けたハード・ソフトの関係図

【ソフト】

“する”ことに興味を持った子が、継続的にスポーツライミングに触れたい／触れられる仕組み
＝授業外での利用に関するマニュアルの展開・指導体制の充実化

【ソフト】

“する”ことに興味がない子でもスポーツライミングに愛着が湧く機会
＝道徳教材や美術ワークショップの企画／提供



【ソフト】

全てのこどもがスポーツライミングに触れることができる機会
＝市内全校における体育の授業を含めた校内活動での導入

【ハード】

全てのこどもたちの身近にスポーツライミングができる環境

難度低

一部学校・保育所等への小規模ウォール（肋木ウォール）設置

たつのごアリーナ既存ウォールへの移動による体験

市内全校への移動式ウォールの巡回

市内全校への小規模ウォール設置
※港区イメージ

市内学校への大規模ウォール設置
※多久高校イメージ

難度高

理想像実現のためには、ソフト事業によってスポーツクライミングを継続して取り組むこどもを増やした後に、ハード整備に本格着手するか検討する流れが望ましいと考えています

実現に向けた今後のステップ

銚田市ヒアリング結果

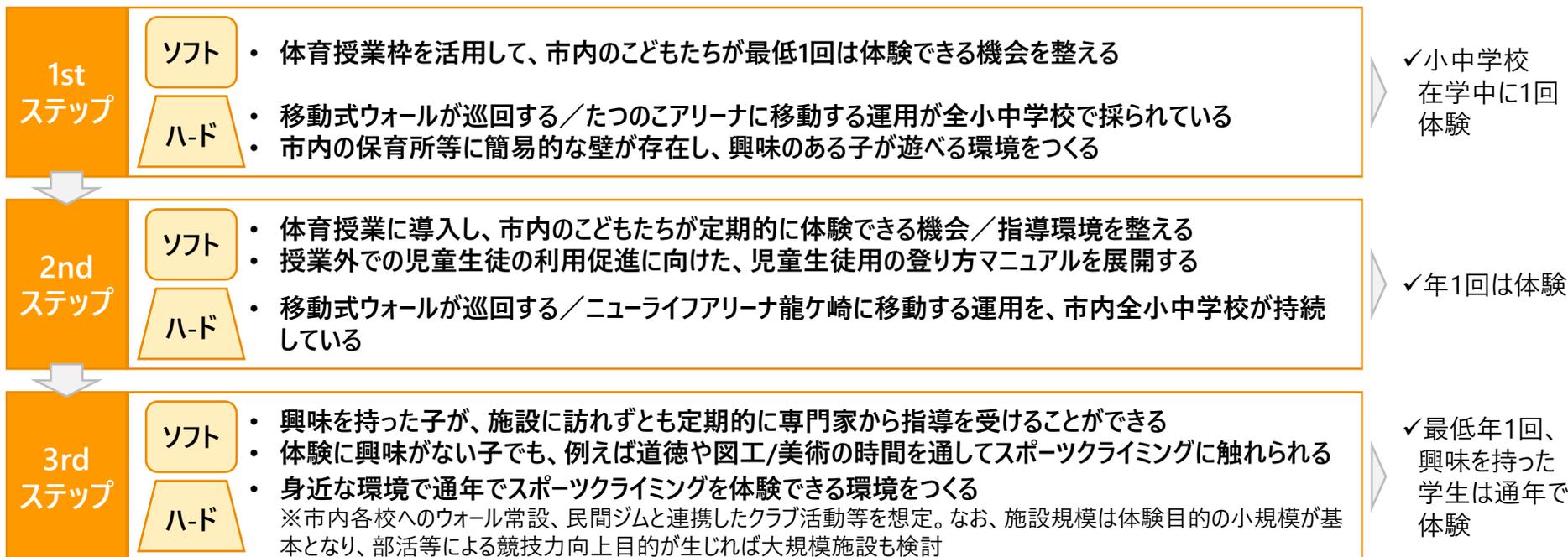
- ✓ 施設として充実した地域のクライミングウォールにて、専門家が指導する体育の特別授業では満足度が高い
- ✓ 一方で、学生の身近な環境では体験できないため、1回の体験で興味を持った子の興味を伸長できない

港区ヒアリング結果

- ✓ 学校に競技環境が整っているため、年数回ではあるもの、毎年体育の授業で体験ができる
- ✓ 一方で、授業外での利用に関するルールがないと、継続的な体験につながらず、定着し切らない

市内3校へのヒアリング結果

- ✓ 肋木ウォール設置当初や授業等での初回の体験機会では、学生たちが興味深く取り組んでいる
- ✓ 難度が高くないため、生徒がチャレンジしたくなる工夫（課題・指導者）がないと、利用者が減っていく恐れがある



市としては、市内学校の体育授業にスポーツライミング体験がある状態と地域クラブが持続的に存在する状態を理想と捉え、実現手法を模索したいと考えています

定期的に練習が可能な機会や制度等の確立

理想像

スポーツライミングの競技力をより高めたいこともが、気軽に・定期的に練習できる制度や環境が整っている

特に不足している競技環境の整備は前提となりつつ
制度設計やヒト・カネの設計が必要

理想像実現を支える状態像

【ヒト：指導体制】

✓ 安全管理に関する知見を有しながら
AKIYO's DREAM with RYUGASAKIに出場する
ような選手を指導・育成できる人材が継続的
に存在している

持続性を
担保

【カネ：活動財源】

✓ 市内の子どもたちからは、継続的に参加が
可能な費用を徴収するのみで
活動を継続することができる

【情報：制度（情報共有）】

✓ 市内の子どもたちが、身近にスポーツライミングを練習できる環境（施設・団体）があることが知れ、参加できる

【モノ：競技施設】

✓ 中学生の体格であっても、満足に練習ができ、自らの競技力を伸ばせる
✓ 市内の子どもたちが放課後や土日に、定期的に通うことができる

↑
継続要件
↓

↑

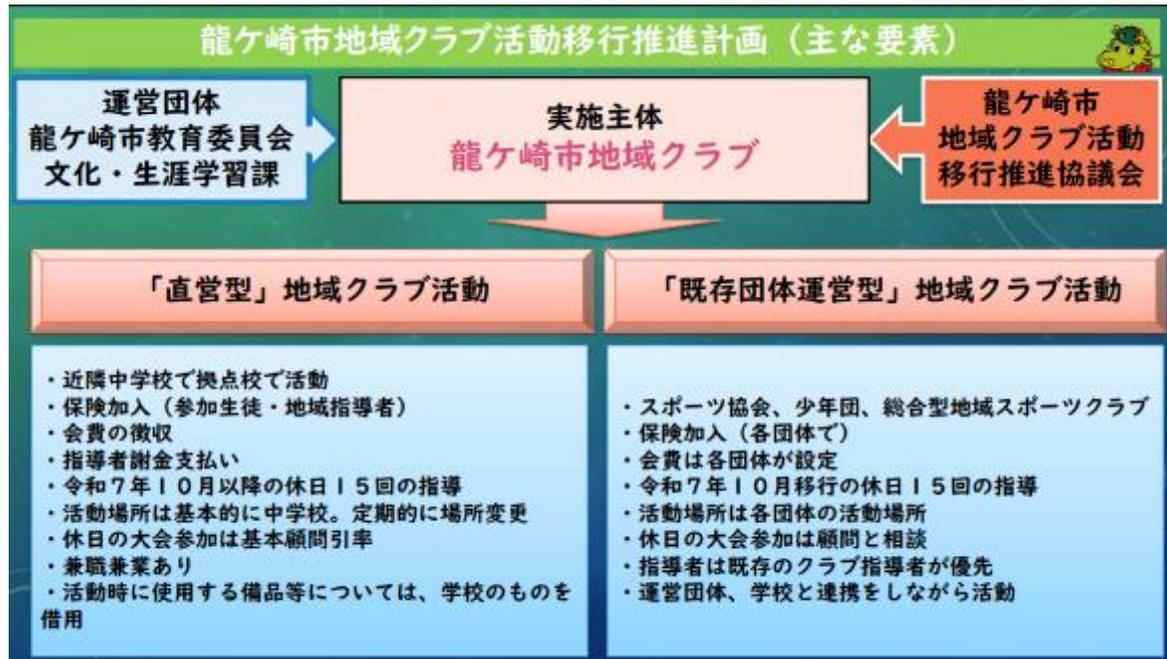
開始要件

↓

龍ヶ崎市内でスポーツライミングの活動団体を組成する場合、活動の自由度等を鑑みて地域の民間団体による活動として認定する方向性が望ましいです

定期的な練習機会の在り方

龍ヶ崎市地域クラブ



バスケ、卓球、柔道など

サッカー、野球、陸上など

- ✓ 教育委員会で定める部活動の運営方針に準拠した活動内容を設計する必要あり（活動時間、体制、禁止事項等）
- ✓ 加盟している地域クラブは、中体連の登録を想定 ※スポーツライミングは中体連無し
- ✓ 地域クラブの1つとして、新入生を始め生徒に対する活動紹介はあり

活動の自由度を鑑みて
目指すべき位置づけ

地域で活動している少年団や
民間スクール事業

龍ヶ崎水泳

龍ヶ崎柔道

龍ヶ崎剣道・城南支部

龍ヶ崎空手

龍ヶ崎合気道

等

※参考：龍ヶ崎市スポーツ少年団新入団員募集！

- ✓ 民間団体が定めた活動内容を了承した人が練習や大会に参加
- ✓ 地域に存在する学外活動の受け皿として、新入生に対する活動紹介あり

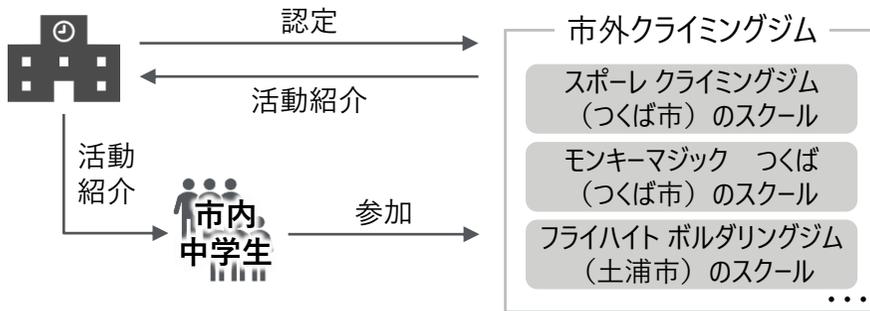
中学生が満足に練習できる施設がない市の現状を踏まえると、市外ジムとの連携か、新施設を整備した上での競技団体設立によって活動母体を用意する必要があります

地域の民間団体による活動として認定されるための手法

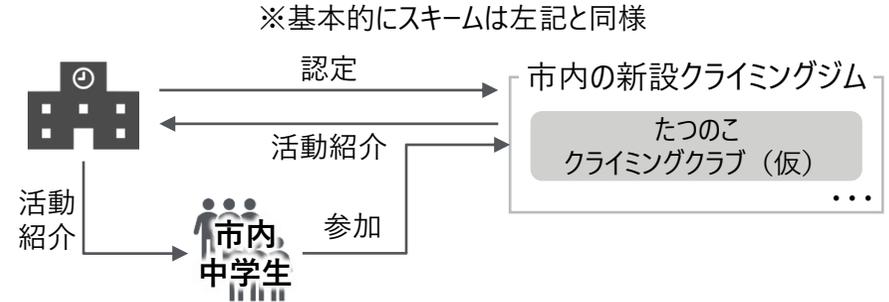
市内の現状

- ✓ たつこのアリーナにスポーツクライミングのスクールが存在しているものの、壁の難易度が高くないため、小学生が大半を占めている
- ✓ 上記のスクールを通して上手くなった小中学生たちは、市外のスポーツクライミングジムを個人的に利用している

① 市外のクライミングジムのスクールを認定



② 市内で、今後新たに組成された地域活動を認定



課題

- ✓ 練習環境が周辺にあることを示しているのみで、定期的な練習環境として享受できる層が限られる
→ 一定レベル以上に達した競技者に対する助成等は財源の確保次第で検討可能性あり
- ✓ 過去の類似実績がないため、各所への説明及び合意取得が必要な可能性あり

課題

- ✓ 中学生が満足に練習できるレベルの施設を、市内に設立する必要がある（民間ジムの誘致含む）

市内への中規模施設の整備（官民間問わず）を目指しつつ
市外クライミングジムが行うスクールの認定を目指す

R8年度は、はこどもがスポーツクライミングにより触れられる／定期的に練習できる機会・環境を実現できる範疇から整えつつ、R9年度以降の市内展開を目指します

今後の進め方



今後の実施計画策定

- 実施計画策定
- 次年度体験会を開催する学校との、実現性に係る調整
- 市内イベント等での体験会開催
- 他自治体への視察
- 肋木ウォールの設置及び設置校へのヒアリング

理想像の実現に向けた実現性検証・環境の整備

- 開催希望校における体験授業の開催
- 特設ウォールの市内校設置
- 学生用・先生用マニュアルの作成
- 市内保育所等でのクライミング遊具導入
- 本実施計画の見直し（特に、上記購入物等を踏まえたハードの利用手法の整理）

理想像の実現に向けた市内展開

- 体験授業の開催校・対象学年の展開
- 授業外体験機会の創出に向けたルールの策定／学校への普及
- 指導者増加に資する施策の検討・実施

体験・学習機会の創出

定期的に練習が可能な機会や制度等の確立

- 民間ジムの誘致を含めた中規模／大規模施設の検討
- （上記の推進に時間を要する場合）市外クライミングジムのスクールを市の地域活動として認定することを目指し、関係者と合意形成
- （民間ジムの誘致を含めた中規模／大規模施設の整備が実現した場合）施設側と連携した地域クラブの設立、学校側への周知依頼

まずは2026年度、開催を希望する対象校に対して体験会を開催いたします

ソフト施策) 2026年度に開催する学校体験会の概要

体験会開催概要

希望する学校の授業約2コマ分を借り、初心者向けの体験会を開催

目的

- ✓ 市内のこどもにスポーツクライミングの魅力を認識してもらい、体験／応援意欲を促進する
- ✓ 実用性の伴った目指す姿を実現するために、こどもたちのニーズを把握する

参加者

- <対象者>
- ✓ 対象校における1学年～全学年
- <指導者>
- ✓ たつこのアリーナ職員 or 外部クライマー

実施時期

各校と調整

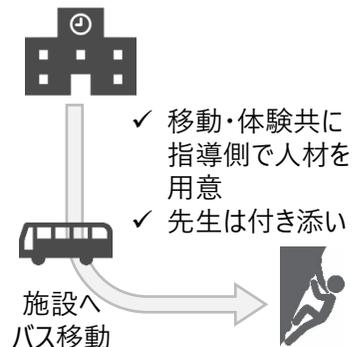
対象校

2026年度時点では開催を希望する小中学校

実施手法

学校側の意見も伺い、以下パターンのうち実現できる手法で準備・開催

実現パターン①：たつこのアリーナに移動して、体験会開催



メリット／デメリット

- (+) 同時に登れる人数がより多い
- (+) 1～2回体験したことがある生徒でも十分に楽しむことができる
- (-) 児童生徒誘導にあたる人的コストと、バス移動による金銭的成本が発生する。当該コストが対象クラス分発生する
- (-) 移動時間込みとなるため、2～3コマ分の授業時間を確保する必要がある

実現パターン②：学校へウォールを持ち込み、体験会開催



メリット／デメリット

- (+) 目指す姿に近い環境で体験会を開催でき、今後発生しうる課題を把握しやすい
- (+) 生徒移動に係る人的・金銭的成本がない／先生の負担も少ない
- (-) 特設ウォールを一定期間置けるスペースが必要になる
- (-) 体験会以外の時間での利用ルールを定める必要がある
- (-) ウォール設置の人員・期間が要る

②体験会開催

幅広い年代がスポーツライミングを身近に感じ、関心を高める機会を創出するため、イベント等と連携し、体験会を実施します

アクション【2】体験会開催

<p>施策概要</p>	<p>幅広い年代が集まる市内のイベントやにぎわいの場と連携し、スポーツライミング体験会を開催します。</p>	<p>施策イメージ</p>	
<p>目的</p>	<p>スポーツライミングを身近に感じ、関心を高める機会として体験会を開催します。また、幅広い世代の交流機会につなげます。</p>	<p>■ 市民を対象とし、市内集客施設・スペース等で体験会を開催します。 <連携施設・スペース（案）> ・たつのこアリーナ ・にぎわい広場 ・流通経済大学 ・商業施設 ・森林公園 ・龍ヶ岡公園</p>	
<p>関係者と役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・龍ヶ崎市 連携候補イベントの整理・調整 ・商工会・観光物産協会 連携候補イベントの助言・連携 ・スポーツライミング関係団体等 体験会ブースの企画・運営 ・イベント実行団体・場所提供事業者 体験会場所の各種調整 	<p>■ 市内外から人が集まる大規模イベントと連携したスポーツライミングの体験会を開催します。 <連携イベント（案）> ・いがっぺ市 ・桜まつり ・まいんバザール ・たつのこマルシェ</p>	 
<p>令和7年度以降 取り組む内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・体験会の開催が可能な既存イベントや場所の整理 ・体験会実施に向けた関係者との連携・調整 ・既存イベントと連携した体験会の開催 	<p>収益・コスト</p> <ul style="list-style-type: none"> ・収益：体験会での物販売り上げ（出展有の場合） ・コスト：体験会開催の出展費、その他設備費・人件費 	

今年度、若年層中心に多くの市民に対して体験機会を提供いたしました

今年度の体験会開催予定

今年度開催した体験会



11/8 (土) たつのごアリーナ
(P.25にて共有)



11/23 (日) 龍ヶ崎産業祭いがっぺ市
(P.27にて共有)



2月 AKIYO'S DREAM期間中
(P.31にて共有)

11/8にて、野口啓代氏を始めトップクライマー3名による親子向け体験会を開催。 保護者25名、児童28名の計25組53名にご参加いただきました

11/8実施報告

1.学校連携

2.体験会

3.大会開催

4.地域連携

5.市内PR

6.市外PR

8.環境整備

9.人材確保

10.資金調達

開催概要

- 野口啓代氏を始め、トップクライマー3名による2部構成の体験会と、アリーナウォールの無料開放を実施
- 大人の体験機会創出も兼ね、体験会の対象は親子30組とした

2025
11月8日(土)
10:00-11:00
11:30-12:30

親子でボルダリング体験

参加費無料

ゲストクライマー

野口啓代さん
地元のスポーツクラブで指導員として活動中。ボルダリングの楽しさを多くの人に伝えたいと、定期的にワークショップを開催。その活動を通じて、多くの子供たちがボルダリングに興味を持ち、挑戦する姿を見て、自分も子供と一緒に楽しみたいという思いから、今回の体験会を開催することになった。

渡部 睦太さん
2015～2022年、ボルダリング指導員として活動中。2024年、ボルダリング指導員として活動中。

通谷 健さん
2011～2024年、ボルダリング指導員として活動中。2024年、ボルダリング指導員として活動中。

会場: ニューライフアリーナ観客席サブアリーナ (設け地市中區 3-2-1)

対象: 市内在住のボルダリング初心者の小学生と保護者 (各日 15組)

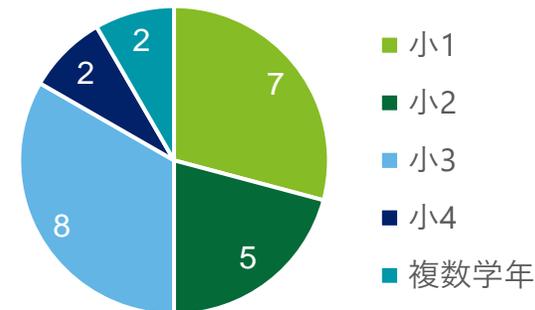
参加申込: 10月8日(水)午前8時から申込開始
詳細・申込は右下の二次元コードから

実施報告

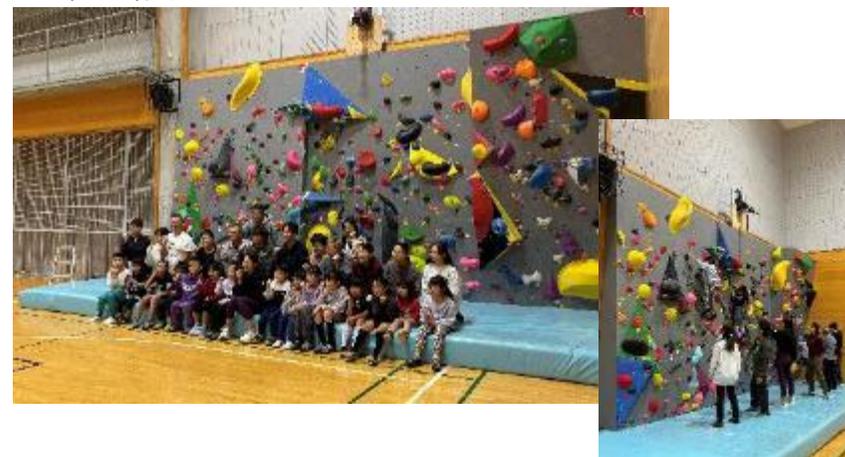
参加者

保護者: 25名

児童: 28名



当日の様子



保護者への事後アンケートにて、参加者の8割以上がボルダリングを続けたいと回答。保護者の競技への理解を深める上でも、親子での体験機会は今後も作っていく必要があります

11/8実施報告

1.学校連携

2.体験会

3.大会開催

4.地域連携

5.市内PR

6.市外PR

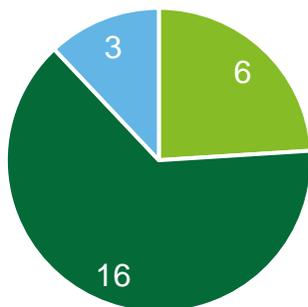
8.環境整備

9.人材確保

10.資金調達

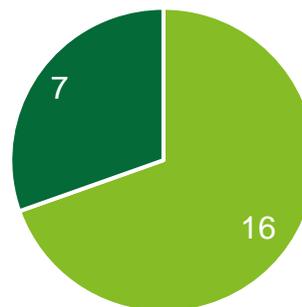
アンケート結果（参加保護者25名が回答）

■ これからボルダリング(スポーツクライミング)を続けたいですか。



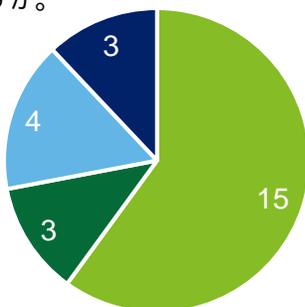
- 必ず続ける
- 機会があれば続ける
- 分からない

■ ニューライフアリーナ龍ヶ崎でボルダリング教室を行っていることを知っていますか。



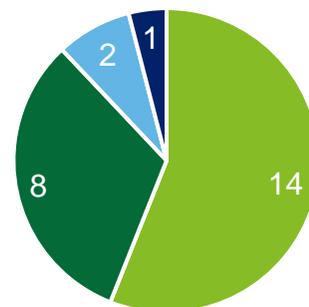
- 知っている
- 知らない

■ 「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の取組を知っていますか。また、関わりたいと思いますか。



- 認知○、関与意欲○
- 認知○、関与意欲×
- 認知×、関与意欲○
- 分からない

■ ニューライフアリーナ龍ヶ崎のボルダリング教室に参加してみたいと思いますか。



- 思う
- 少し思う
- あまり思わない

■ その他自由記載（全15件：一部抜粋）



保護者

とても楽しかったです、やさしいご指導ありがとうございました。
久しぶりに動き、くたくたになりました、やって良かったです。

実際クライミングを体験してみて腰を曲げたり柔軟性がないと登れないということが体感できた。初めてやったが楽しかった、こういう機会があればまたやりたい。

示唆

一般開放では、体験会に参加した親子で登り方を相談している場面もあった。子どもが競技に関心を持ち、継続していく上で保護者の関与は重要であり、競技の楽しさ、難しさを体感してもらう機会は引き続きつくっていく必要がある

11/23産業祭にも特設ウォールを設置し、体験会を開催しました。約300名が体験し、小学生の他、未就学児や高校生、保護者など幅広い層が利用しました

11/23実施報告

開催概要

- 産業祭の1区画に特設ウォールを設置し、体験会を実施。
現役流経大生のスポーツクライミング経験者2名をはじめ、市職員らにて運営し、約300名が体験

<開催日時>

- ✓ 11/23 10-15時

<開催場所>

- ✓ 龍ヶ崎市役所南駐車場

<運営人数>

- ✓ 9名
 - ✓ 龍ヶ崎市 6名
 - ✓ 流経大 2名
 - ✓ DTC 1名

実施報告

- 参加者

約**300**名

※集計方法

- 10~14時にて目視で集計（234名）
- 1時間当たりの参加者を計算し10~15時での参加人数を算出

- 当日の様子



③大会の誘致・開催

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」を象徴する大会を誘致・開催し、交流人口の拡大と地域活性化を図ります

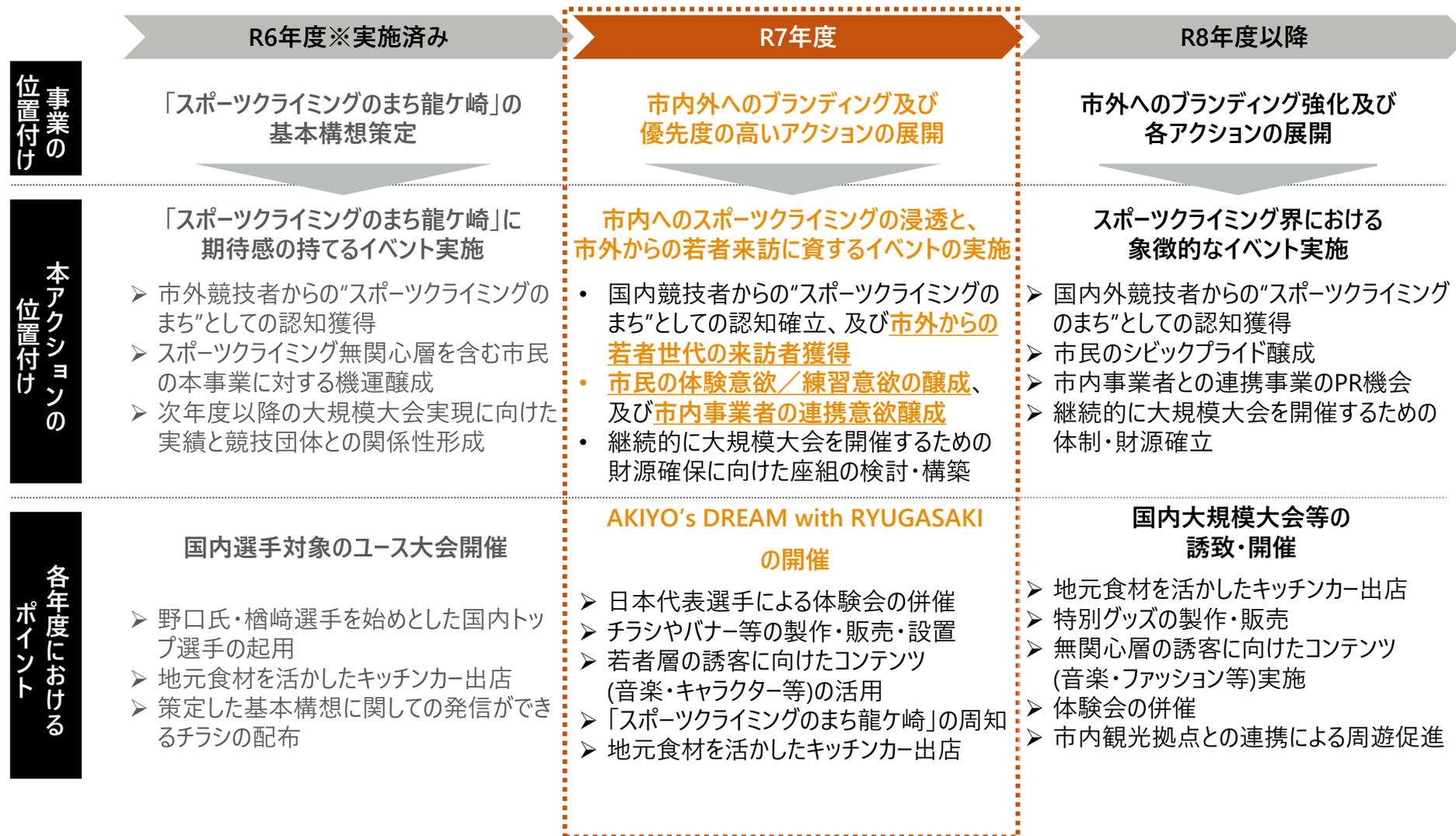
アクション【3】大会の誘致・開催

<p>施策概要</p>	<p>大規模大会（World Cup、JAPAN CUP等）や市民が出場できる大会等の誘致・開催や、スポーツライミングと親和性の高いコンテンツとのかけ合わせイベントを行います。</p>	<p>施策イメージ</p>	
<p>目的</p>	<p>「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」として象徴的なにぎわいイベントの開催等により交流人口の拡大と地域経済の活性化及び関心度を高めます。</p>	<p>■ 「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」を象徴する市内外から参加・観戦されるような、トップ選手の集まる大会を誘致・開催します。</p> <p>< 誘致大会例 ></p> <ul style="list-style-type: none"> • Japan Cup(主催：日本山岳・スポーツライミング協会) 国内最高峰の大会。日本のトップ選手が集結 • World Cup(主催：国際スポーツライミング連盟) 世界最高峰の大会。世界中からトップ選手が集結 <p>■ 市民も競技者として参画可能な大会・イベントを開催します。 (例：ユース大会、誰もが参加できる市民大会等)</p> <p>■ 市内の既存にぎわいイベントとの告知連携や、フードやファッション、音楽等を活用したフェス等、にぎわいづくりにより無関心層に向けた取組を推進します。 (例：いがっぺ市・まいんバザール・たつこのマルシェ、つくばね祭など)</p> <div style="text-align: right;">   </div>	
<p>関係者と役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 龍ヶ崎市 大会コンセプトの検討、大会誘致・開催取りまとめ・関係者調整、市内機運の醸成、ボランティアの確保 • 商工会・観光物産協会 事業者との連携、協力 • イベント事業者・スポーツライミング関係団体等 大会誘致、開催運営、選手の募集 • 近隣自治体 大会等開催にかかるプロモーション連携 	<p>収益・コスト</p> <ul style="list-style-type: none"> • 収益：参加費・協賛費 • コスト：大会誘致・開催費 	
<p>令和7年度以降 取り組む内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 大会開催に向けたコンセプト設計 • 大会誘致費用の精査及び開催実現に向けた資金調達 • 誘致の実現に向けた競技団体等との調整 • 会場及び体制の整備・構築 • 市内にぎわいイベントとの連携・調整 		

昨年度に続いてAKIYO's DREAM with RYUGASAKIを開催し、「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の市内への浸透と若者世代の呼び込みを図りました

賑わい創出事業の進め方

- 1.学校連携 2.体験会 3.大会開催 4.地域連携 5.市内PR 6.市外PR 7.環境整備 8.人材確保 9.人材確保 10.資金調達



昨年度に続き、ユース大会「AKIYO's DREAM with RYUGASAKI」を2/7,8に、関連イベントとして日本男子トップ選手のコンペ、様々な層向けの体験会を2/10,11に開催しました

AKIYO's DREAM with RYUGASAKI、関連イベントの概要

2/7,8 AKIYO's DREAM with RYUGASAKI

1 AKIYO's DREAM with RYUGASAKI

- ユース（小3～中3）世代を対象としたスポーツライミングの「ボルダー」競技の大会向けの大会を開催
- 国内トップ選手をゲストとして招待し、大会の解説やデモンストレーション、サイン会を実施
- 第一回となる昨年度よりもコンテンツを充実させ、大会会場に体験用の特設ウォールやフォトスポットを設置
- 市内中学校の吹奏楽部の演奏も実施

<ゲストクライマー>

2/7 檜崎智亜／檜崎明智



2/8 中村 真緒／森秋彩



2/10,11 大会アレンジ企画（昨年度から拡充）

2 日本男子トップ選手のシミュレーションコンペ（2/10）

- 大会壁を活用した賑わいイベントを併催
- 日本を代表するボルダー男子トップ選手によるシミュレーションコンペを実施
 - 学校連携として市内小学校から120名の生徒が試合を観戦、体験会を実施
 - その後コンペ壁は一般開放

<コンペの様子>



3 ボルダリング体験ラリーイベント（2/11）

- 大会用に設置したウォールをなど活用し、計3つのウォールでなたでもチャレンジできる体験会を開催
- コンペ壁の一般開放も実施



大会来場者は昨年度大会を上回り、コンペ・体験イベントでも多くの方に来場・参加いただきました。

全体を通しての振り返り

開催
目的

「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」として象徴的なにぎわいイベントの開催等により
交流人口の拡大と地域経済の活性化及び関心度を高める
(※推進計画のアクション【3】大会の誘致・開催より抜粋)

振り返り
(大会)

交流人口の拡大

- (○) 大会では参加者206名を含む来場者1500名程度が訪れ、昨年度以上に大きなにぎわいをつくることができた
- (○) アレンジ企画でもコンペ、体験イベントにも、大会をきっかけに多くの方が来場

地域経済の活性化及び関心度

- (○) 大会では飲食や物販で本取組とコラボした商品を多数販売
- (○) 大会期間から設置した体験壁も多くの方が利用しており、この体験をきっかけに2/11のイベントに訪れる方もいた
- (△) クライミングに関心が薄い市民が参加しやすい周知方法／囲い込みをより行えると良い(団体への案内等)
- (-) 演出含めハイレベルな大会だったことを市媒体などで積極的に事後発信

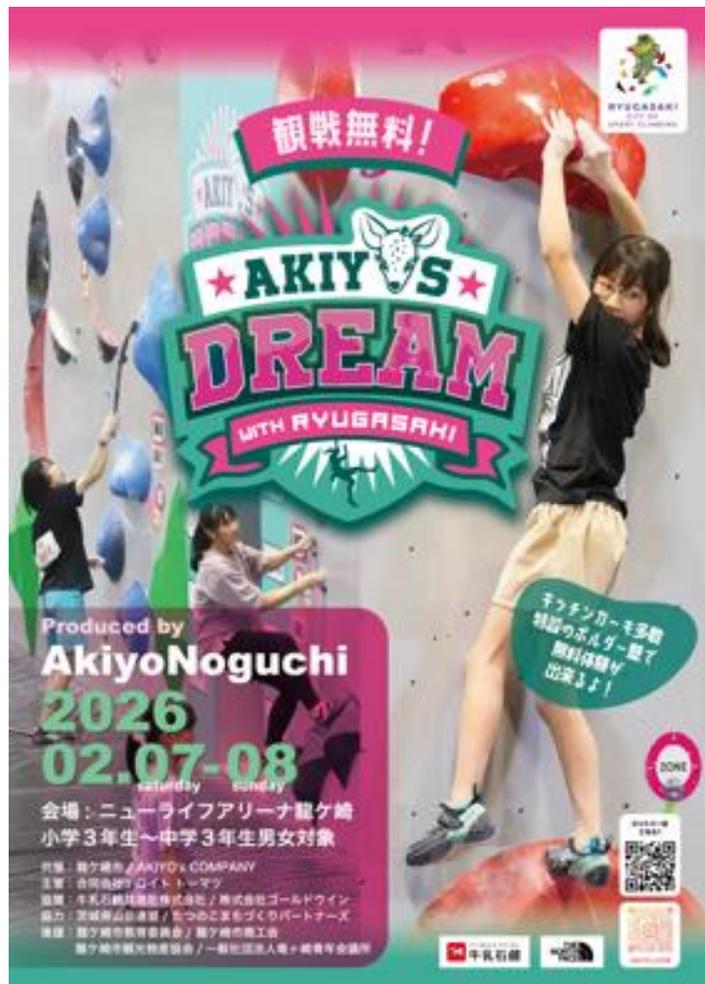
その他

- (△) 特に交付金期間終了後も、継続的に大会・イベントの開催を見据えた際に、収入源の多様化をはじめ収益性の更なる改善を図る必要あり

大会参加者は206名、来場者数は2日間合わせて概算で1500名程度。
市内外から人が集まる賑わいのあるイベントとなりました

大会開催概要

<案内チラシ>



【来場者数】延べ人数：1,459名

- 2月7日（土）延べ人数：929名
予選：480名 決勝：300名 協賛社・サプライヤー：31名
スタッフ等：82名 ボランティア：16名 吹奏楽：20名
- 2月8日（日）延べ人数：530名
予選：250名 決勝：130名 協賛社・サプライヤー：31名
スタッフ：82名 ボランティア：18名 吹奏楽：19名

【大会参加者】エントリー229名／参加206名

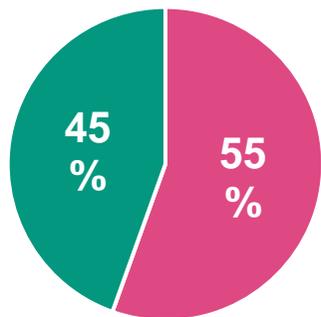
	エントリー			参加		
	男子	女子	合計	男子	女子	合計
小学3～4年生	31	31	62	30	27	57
小学5～6年生	44	60	104	38	57	95
中学1年生	9	15	24	7	15	22
中学2年生	11	17	28	10	15	25
中学3年生	4	3	7	4	3	7
総計	99	126	225	89	117	206

参考) エントリー選手男女比・拠点地詳細

大会開催結果概要

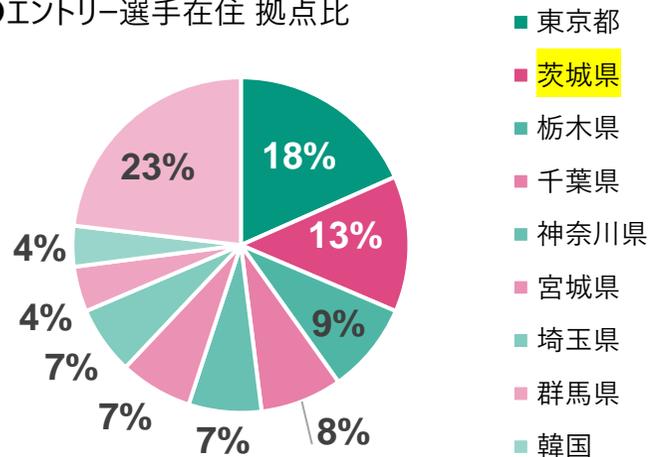
【エントリー詳細】

●エントリー選手男女比



■ 女性(127人) ■ 男性(102人)

●エントリー選手在住 拠点比



- 東京都
- 茨城県
- 栃木県
- 千葉県
- 神奈川県
- 宮城県
- 埼玉県
- 群馬県
- 韓国
- その他(右図の8名以下の国/都道府県)

●エントリー選手在住 拠点 詳細

国内 (都道府県/人数)			
東京都	42	福岡県	4
茨城県	30	青森県	4
栃木県	20	新潟県	4
千葉県	18	佐賀県	3
神奈川県	16	愛知県	3
宮城県	16	北海道	2
埼玉県	15	京都府	2
群馬県	10	岐阜県	2
山形県	8	長野県	1
福島県	5	大阪府	1
岩手県	5	秋田県	1
沖縄県	5	山口県	1
		三重県	1

国外 (国/人数)	
韓国	9
中国	1

オープニングセレモニーでは市長や野口さんのご挨拶の他、市内中学校吹奏楽部による演奏を行いました

大会の様子_オープニングセレモニー

< 龍ヶ崎市萩原市長と野口啓代氏による挨拶 >



< 龍ヶ崎中学校吹奏楽部の演奏 >



国内最高峰の音響・演出の下、各カテゴリーの選手が予選・決勝を行いました。
小学3・4年生女子の部では、市内の選手が2名決勝に進出、内1名が1位を獲得しました

大会の様子_競技・表彰

< 予選・決勝 >



< 表彰 >



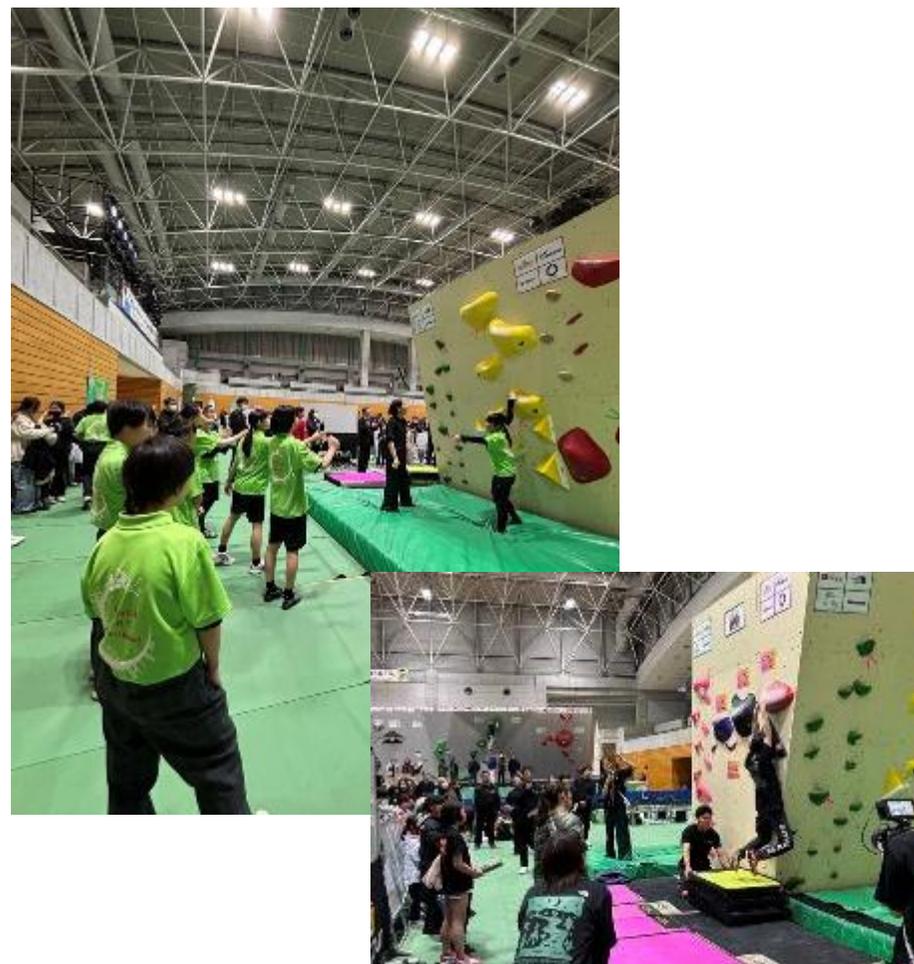
試合観戦以外のコンテンツとして、大会会場にフォトブースや体験用の特設ウォールを設置。撮影写真はSNS等での発信もあり、プロモーション面でも有効なコンテンツとなりました

大会の様子_フォトブース・特設ウォール

<フォトブース>



<特設ウォール>



参考) 飲食店出店者一覧 (2/7)



1 高橋肉店

メニュー

- みっちープリン等
- コロッケドッグ
- エビカツ/メンチバーガー
- 常陸牛焼肉/ハンバーグ/ステーキ/ステーキ



2 名古屋食品

メニュー

- くず餅
- ところてん
- 飲むゼリー



3 Ring Ring

メニュー

- シフォンケーキ



4 もみの木

メニュー

- 手作りパン



5 龍ヶ崎市産直市場移動販売

メニュー

- トマト
- 干し芋
- イチゴ



6 OLI'OLI

メニュー

- クレープ
- あんバターサンド
- ドリンク



7 かまど焼き芋おいもぷらす

メニュー

- 汁なし担々麺
- 揚げやきいも
- 紅はるかチップス



8 Bamboo

メニュー

- ホットドッグ
- カレーライス
- タコライス



9 WAIWAI

メニュー

- じゃがいもフライ
- フライドポテト
- 唐揚げ
- 揚げたこ焼き
- 揚げパン



10 川村製麺

メニュー

- 焼きそば
- 揚げたこ焼き
- チヂミ
- とり皮ギョーザ



11 まいんコロッケ

メニュー

- コロッケ
- ライスクリームコロッケ
- メンチ



12 saloon bar TABIDO

メニュー

- コロッケ
- キューバサンド
- 唐揚げ



参考) 飲食店出店者一覧 (2/8)



1 高橋肉店

メニュー

- みっちープリン等
- コロッケドッグ
- エビカツ/メンチバーガー
- 常陸牛焼肉/ハンバーグ/ステーキ



2 名古屋食品

メニュー

- くず餅
- ところてん
- 飲むゼリー



3 Ring Ring

メニュー

- シフォンケーキ



4 もみの木

メニュー

- 手作りパン



5 龍ヶ崎市産直市場移動販売

メニュー

- トマト
- 干し芋
- イチゴ



6 手造り工房 やしろ味噌

メニュー

- 焼肉丼味玉
- モツ煮込み
- 鶏つくね串焼き
- 麴の甘酒



7 かまど焼き芋おいもぷらす

メニュー

- 汁なし担々麺
- 揚げやきいも
- 紅はるかチップス



8 Bamboo

メニュー

- ホットドッグ
- カレーライス
- タコライス



9 まいんコロッケ

メニュー

- コロッケ
- ライスcreamコロッケ
- メンチ



※ 荒天により出店を見送った店舗を含みます。

大会チラシの制作・配布やクライミング専門誌への掲載等にて市内外へのプロモーションを実施。大会と併せて「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の取組を広く発信しました

大会プロモーション

大会プロモーション

- 市役所での定例記者会見
- 市のプレスリリース配信
- 大会チラシの制作・配布
 - 市公式HPや市公式LINE・ファンクラブのほか、学校やスクリーンにて告知
- 大会・野口啓代氏のSNSアカウントのPR投稿
- クライミング専門メディア「Climbers」への大会PR記事掲載



取組プロモーション

- 市内へののぼり・横断幕設置
プラザホテルや龍ヶ崎市駅等
- 大会期間中でのプロモーション動画放映



- アリーナ内へのオブジェ・のぼり・横断幕設置



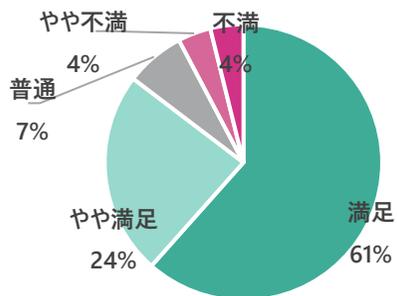
約90%が本大会に満足と回答。昨年度同様に大会としての完成度の高さが評価される他、体験ウォールやフォトスポットの設置を評価する声も多く寄せられました

大会参加者満足度_参加者アンケート抜粋

満足度

n=130

85%と大多数が大会に満足と回答

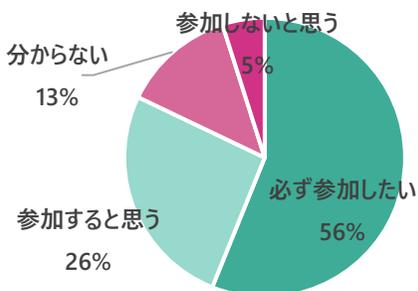


満足度	人数
満足	80人
やや満足	31人
普通	9人
やや不満	5人
不満	5人

次回大会への参加意向

n=123

82%と大多数が次回への参加意向を表明



次回参加	人数
必ず参加	69人
参加すると思う	32人
分からない	16人
参加しないと思う	6人

満足度の理由

n=100

ポジティブな意見

- **大会としての完成度の高さ（豪華な壁とホールド、大会の雰囲気や演出）**
公式戦レベルの豪華な壁とホールド、大会の雰囲気や演出が評価されています
 - ・ 今まで参加した大会のなかでダントツ1位と言える豪華なセット、会場、演出でした。何より見る側も広い会場でゆったり見れました
- **有名選手やセッターとの交流**
オリンピックや有名なクライマーやセッターとの交流がモチベーションに繋がっていました
 - ・ 去年はアイソの時間がわかりにくく困った覚えがありましたが、改善されていて不自由なく過ごせました。何より、あきよちゃん達が去年のことを覚えていてくれたり、アイソ中でイベントに参加できない選手のためにアイソに来てくれたり、子どもたちに夢を与える優しさで感動しました。悪天候でしたが参加できて良かったです。
- **充実したコンテンツ**
参加者・来場者双方から体験ウォールやフォトスポットの設置が評価されています
 - ・ 昨年よりも色々な面で充実していた。プリクラ、応援グッズ、会場内のイベントウォール、野口さんと榎崎兄弟のトークセッション、シールが増えていた、受付が名前のみでいけた
 - ・ 体験でこどもが今までで1番楽しそうにクライミングをしていたため。また、スタッフの方の対応がとても温かく、安心したため

ネガティブな意見

- **触れられなかった課題の多さ**
トライ数の限定等していた中、触れられない課題があったことへ一部要望が見られます
 - ・ 参加人数が多く、触れない課題がありました。並び方も実力のうちとは思いますが、しかしやっぱり本来の登りの実力で勝負したいです。難しいとは思いますが、対策をしていただきたいです
- **ブラシの使用不可**
ブラシを使用したかった／使用できるべきという声が10件程度ありました
- **観覧席の座席不足**
初日後半（5, 6年生）で座席が足りなかったという意見が2件ほどありました

大会壁を活用したアレンジ企画として、世界で活躍する日本ボルダ界のトップ選手たちの模擬試合を開催し、市内小学校120名を招待し観戦・体験を行いました

アレンジ企画_日本男子トップ選手のシミュレーションコンパ (2/10)

【開催概要】

- 日本ボルダ界のトップ選手らを招き、模擬試合を実施
- 市内の小学校を招き、トップ選手の迫力を間近で体験する機会を提供

市内
学校との
連携内容

- ✓ 2/10コンパ見学 & 体験への生徒の誘致
【AM】60名 (松葉・長山小の6年生)
【PM】60名 (川原代小の3~6年生)

【当日来場者】

- 平日開催の中、小学生を含め約300名程度が来場



<案内チラシ>

2/10(火)
日本男子トップ選手のシミュレーションコンパ
@ニューライフアリーナ龍ヶ崎メインアリーナ

✓ 開催概要

- 「AKIYO's DREAM with RYUGASAKI」の大会ウォールを使い、世界で活躍する日本ボルダ界のトップ選手たちが公式大会さながらの環境で競技に挑みます！
- トップ選手の迫力を目の前で体感できるとも貴重な機会です(観覧無料)！

✓ スケジュール (予定)

8:30 選手会場入り・アップ開始
10:30 準決勝開始
12:00 準決勝終了 ~セットチェンジ~
14:00 決勝開始
15:30 決勝終了 ~一般開放~

✓ 参加選手

龍ヶ崎市にゆかりのある檜崎智亜選手を筆頭に、ボルダワールドカップという世界の舞台や国内最高峰の大会であるボルダージャパンカップで活躍している選手らが参加する予定です。



檜崎智亜選手

模擬試合（シミュレーションコンペ）には国内最高峰の大会であるボルダージャパンカップで優勝・準優勝した檜崎明智選手、智亜選手を始め、8名の選手にお越しいただきました

アレンジ企画_日本男子トップ選手のシミュレーションコンペ（2/10）

< 選手紹介 >



< コンペの様子 >



体験会はサブアリーナの常設ウォール、大会用に設置した選手アップ用ウォールを用いて小学生30名ずつ計120名が参加し、教員の方も含め楽しく登っていただけました

アレンジ企画_日本男子トップ選手のシミュレーションコンパ (2/10)

< 体験会 >



大会用に設置した選手アップウォールや特設ウォールを活用し、初心者も楽しめるような体験ラリーイベントを開催。市内外から計162名にご参加いただきました

アレンジ企画_ボルダリング体験ラリーイベント (2/11)

【開催概要】

- 常設ウォール他、3つのウォールを用意し、どなたでもチャレンジできる体験ラリーイベントを開催
- チャレンジに応じて景品をプレゼント

【当日来場者】

- 市内外から計162名が参加
- 大会期間中にイベントを知って参加した方や、併設の施設ジム利用者なども体験に参加

<参加者年代>

- 未就学児 23名
- 小学生 55名
- 中学生 8名
- 高校生 2名
- 20～30代 26名
- 40～50代 37名
- 60代～ 10名

<案内チラシ>

2/11(水・祝)
ボルダリング体験ラリーイベント
@ニューライフアリーナ龍ヶ崎メインアリーナ・サブアリーナ

✓ 開催概要

- ・ ニューライフアリーナ龍ヶ崎のサブアリーナに常設しているボルダリングウォールをはじめ、3つのウォールを用意し、どなたでもチャレンジできる体験ラリーイベントを開催します！
- ・ ご来場の際は、館内履きをご持参ください(体験無料)。

✓ 体験の流れ

10:00 ラリーイベント開始 (いつ来てもOK!)

受付でラリーカードをもらい、3つのウォールの様々な課題にチャレンジ、1課題ごとにチャレンジしたら獲得できるシールを集め、景品の抽選へ (景品はなくなり次第終了となります。)

15:00 ラリーイベント終了

※ 先着順で参加賞をご用意する予定です。

✓ 当日の体験ウォール



サブアリーナ
常設ウォール

特設ウォール

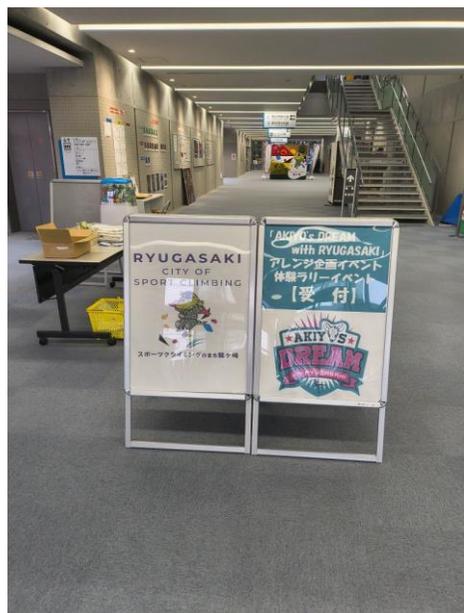
大会用
アップウォール

子どもはもちろん、親世代や60代以上のスポーツジムの利用者らにも体験いただきました

アレンジ企画_日本男子トップ選手のシミュレーションコンパ (2/10)

< 受付・商品 >

< 体験の様子 >



2/10のシミュレーションコンペ後、トップ選手の凄さを肌で感じられる機会として使用したウォールは一般開放。市内外から計116名が挑戦しました

アレンジ企画_シミュレーションコンペ課題チャレンジ (2/10~11)



<案内チラシ>

～スポーツクライミングのまち龍ヶ崎～
2/10,11「AKIYO's DREAM with RYUGASAKI」
 アレンジ企画イベント開催のご案内

2/7,8にニューライフアリーナ龍ヶ崎メインアリーナで行われるスポーツクライミングのユース大会「AKIYO's DREAM with RYUGASAKI」。大会時に特設で作られるクライミングウォールを活用して、大会後も多くの方楽しんでいただけるイベントを2/10,11に開催いたします！



2/10(火)
日本男子トップ選手のシミュレーションコンペ
 @ニューライフアリーナ龍ヶ崎メインアリーナ

▽開催概要

- ・「AKIYO's DREAM with RYUGASAKI」の大会ウォールを使い、世界を活躍する日本ボルダリング界のトップ選手たちが公式大会ながらの環境で競技に挑みます！
- ・トップ選手の迫力を目の前で体感できるとも貴重な機会です(観覧無料)！

▽スケジュール(予定)

8:30 選手会編入り・アップ開始
 10:30 審決開始
 12:00 準決勝終了 ～セットチェンジ～
 14:00 決勝開始
 15:30 決勝終了 ー一般開放ー

▽参加選手

龍ヶ崎にゆかりのある福岡智雄選手を筆頭に、ボルダリングワールドカップという世界の舞台や国内最高峰の大会であるボルダリングジャパンカップで活躍している選手らが参加する予定です。



福岡智雄選手

2/11(水・祝)
ボルダリング体験フリーイベント
 @ニューライフアリーナ龍ヶ崎メインアリーナ・サブアリーナ

▽開催概要

- ・ニューライフアリーナ龍ヶ崎のサブアリーナに常設しているボルダリングウォールをはじめ、3つのウォールを用意し、どなたでもチャレンジできる体験フリーイベントを開催します！
- ・ご来場の際は、館内様子をご拝観ください(体験無料)。

▽体験の流れ

10:00 フリーイベント開始(いつでもOK)
 受付でフリーカードをもらい、3つのウォールの様々な課題にチャレンジ。1課題ごとにチャレンジしたる獲得できるシールを集め、景品の抽選へ(景品はなくなり次第終了となります。)

15:00 フリーイベント終了
 ※先着順で参加費をご用意する予定です。

▽当日の体験ウォール



サブアリーナ
常設ウォール



特設ウォール



大会用
アップウォール

2/10(火)・11(水・祝)
シミュレーションコンペ課題チャレンジ
 @ニューライフアリーナ龍ヶ崎メインアリーナ

トップ選手が競技したウォールを一般開放！
 この機会にぜひチャレンジして、トップ選手の凄さを肌で感じてみてください！
 【2/10(火)17:00-20:00 / 2/11(水・祝)10:00-18:00】
 ※市内に在住、在勤、在学の方は無料、龙ヶ崎以外の方は1,000円(高校生以上1,500円)

次年度に向けても、スポーツライミング界における象徴的なイベントを開催し、市外へのブランディング強化を図ります

賑わい創出事業の進め方

1.学校連携

2.体験会

3.大会開催

4.地域連携

5.市内PR

6.市外PR

8.環境整備

9.人材確保

10.資金調達

R6年度※実施済み

R7年度

R8年度以降

事業の
位置付け

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の
基本構想策定

市内外へのブランディング及び
優先度の高いアクションの展開

市外へのブランディング強化及び
各アクションの展開

本
アクションの
位置付け

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」に
期待感の持てるイベント実施

- 市外競技者からの“スポーツライミングのまち”としての認知獲得
- スポーツライミング無関心層を含む市民の本事業に対する機運醸成
- 次年度以降の大規模大会実現に向けた実績と競技団体との関係性形成

市内へのスポーツライミングの浸透と、
市外からの若者来訪に資するイベントの実施

- 国内競技者からの“スポーツライミングのまち”としての認知確立、及び**市外からの若者世代の来訪者獲得**
- **市民の体験意欲／練習意欲の醸成、及び市内事業者の連携意欲醸成**
- 継続的に大規模大会を開催するための財源確保に向けた座組の検討・構築

スポーツライミング界における
象徴的なイベント実施

- 国内外競技者からの“スポーツライミングのまち”としての認知獲得
- 市民のシビックプライド醸成
- 市内事業者との連携事業のPR機会
- 継続的に大規模大会を開催するための体制・財源確立

各
年度における
ポイント

国内選手対象のユース大会開催

- 野口氏・檜崎選手を始めとした国内トップ選手の起用
- 地元食材を活かしたキッチンカー出店
- 策定した基本構想に関する発信ができるチラシの配布

AKIYO'S DREAM with RYUGASAKI
の開催

- 日本代表選手による体験会の併催
- チラシやバナー等の製作・販売・設置
- 若者層の誘客に向けたコンテンツ(音楽・キャラクター等)の活用
- 「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の周知
- 地元食材を活かしたキッチンカー出店

国内大規模大会等の
誘致・開催

- 地元食材を活かしたキッチンカー出店
- 特別グッズの製作・販売
- 無関心層の誘客に向けたコンテンツ(音楽・ファッション等)実施
- 体験会の併催
- 市内観光拠点との連携による周遊促進

④地域の名物等との連携

スポーツライミングをきっかけとした地域産業振興に資する連携を図り、「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」としての関係人口の増加や事業推進に係る機運醸成を図ります

アクション【4】地域の名物等との連携

<p>施策概要</p>	<p>にぎわいイベント等を活用した地域の名産品等のプロモーションやスポーツライミングに関連した商品開発を促進します。</p>	<p>施策イメージ</p>	
<p>目的</p>	<p>大会・イベントでの出店により、地域経済の活性化を図るとともに魅力を発信します。また、スポーツライミングと地域の名物を掛け合わせた商品開発等により相乗効果を生み出します。</p>	<p>■ スポーツライミングと名産品等が連携した地域プロモーションや、事業者とクライマーが連携した商品、スポーツライミングとコラボした商品等の開発を促進します。</p> <p><「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」と連携した地域プロモーション例></p> <ul style="list-style-type: none"> • 大会等ににぎわいイベントにおける地元企業の出店 • 大会開催に合わせた名産品の提供 • コロケ型のホルドの作成 • クライミングウォールへのまいりゅうの掲載 <p><スポーツライミングを活用した新たな取組による産業振興例></p> <ul style="list-style-type: none"> • スポーツライミンググッズの作成・販売等 • 名産品や飲食店とスポーツライミングコラボメニューの開発 • スポーツライミングと関連した商品開発の促進 • 「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」観光周遊ツアー等コンテンツの造成 • ふるさと納税返礼品の開発 • ローカルスタートアップ支援制度等を活用した地域密着型事業の支援 	
<p>関係者と役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 龍ヶ崎市 新規事業・取組立ち上げ支援 • 商工会・観光物産協会 市内事業者のニーズ把握協力 • 市内事業者 スポーツライミングを活用した商品開発等 	<p>収益・コスト</p> <ul style="list-style-type: none"> • 収益：新規事業に関連する売り上げ • コスト：開発等支援金、プロモーション費用 	
<p>令和7年度以降 取り組む内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 商品等の事業開発意向を有する企業の発掘・ニーズの確認 • 事業開発に要する助成・支援内容の検討・構築 		

スポーツライミングに関連した商品の開発に向けた意欲・機運を醸成するため、今年度はワークショップを開催しました

地域連携方針

1.学校連携

2.体験会

3.大会開催

4.地域連携

5.市内PR

6.市外PR

8.環境整備

9.人材確保

10.資金調達

本事業で推進が期待されるアクションの方向性

- 地元有志企業を募り、スポーツライミングの活用に向けた意見交換を行い、スポーツライミングに関連した商品開発に向けたニーズ把握及び、本年度実施するにぎわいイベント等を活用した地域の名産品等のプロモーションへの参画促進を図る

検討ステップ

STEP.1
8月

- 新事業創出に向けたテーマ・関与方法の洗い出し
(例)：スポーツライミング×食、ファッション

STEP.2
10～11月

- 青年会議所/商工会の会員企業を巻き込み、事業アイデア発散に向けたワークショップの開催
(事前に募集チラシを作成・配布)

R7年度ゴール

- 施策及び手法が完了/地域企業がプロモーションに参画

検討ポイント

【テーマの導出例提示】

- ✓ 市としてPRしたい特産品、事業者が新規事業として挑戦してみたいテーマ等を例として提示

【企業の事業開発意欲の醸成】

- ✓ ワークショップの実施により事業立案に向けた意向醸成に繋がる
- ✓ 2月の大会での限定商品発売に向けた準備期間を確保する

スポーツライミングに関連した事業アイデアを地元企業様が考えられる場を設計し、機運の醸成や事業アイデア実現のために必要な支援の把握を行いました

ワークショップの開催概要

目的	<ul style="list-style-type: none"> ✓ スポーツライミングに関連した商品開発に向けたニーズの把握 ✓ にぎわいイベント等を活用した地域の名産品等との連携に関する意欲促進
参加者	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 市内事業者 飲食系・製造系・サービス系をはじめとした事業者16名が集まりました
実施時期	2025年11月5日
場所	龍ヶ崎市役所保健福祉棟3F多世代交流センター「RINK」コミュニティホールA・B
開催形式	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 参加者を5～10名程度の小グループに分けて、意見交換 ※各グループで事務局にて進行

プログラム	全体説明
	15:00-15:05 ご挨拶・本日の進め方ご共有
	15:05-15:15 本事業のご紹介
	15:15-15:30 スポーツライミングとは？の説明 (競技について、市場性、関連商品等)
	ワークショップ①
	15:30-15:50 ワークショップ① < 想定議題 > ✓ スポーツライミングに関連した事業のアイデア 15:50-15:55 各グループで議論されたことを共有
ワークショップ②	
15:55-16:10 意見交換② < 想定議題 > ✓ ①で考えた事業アイデアを実現するために必要な支援	
16:10-16:15各グループで議論されたことを共有	
16:15-16:25 プロモーション施策を共有	
16:25-16:30 クロージング	

事業者との連携として、 プロモーションや期間限定品販売が実現性の高い内容として挙がりました

スポーツライミングに関連した事業アイデア

① 自社事業との連携も想定しつつ、スポーツライミング・本事業と絡めて、どのような事業が考えられますか？

大きく以下3つのカテゴリに関するご意見が挙がりました

プロモーションにおける連携

商品パッケージのデザインに、取り組みのロゴや標語を入れることは可能

大会や施設は、市内の観光コンテンツと連携し、周遊を促進する企画を作れると、地域経済活性化にもつながると感じた

野口氏や檜崎氏に実際に食べてもらい、PRしてもらうことはありがたい

期間限定の連携

市内に複数存在する温浴施設へ、大会後に参加者が流れていく導線が作れると良い

短期イベントでの限定商品制作といった連携は可能。一方で、年間通じた商品作りはハードルが高い。

新規商品／サービスの開発

必勝を祈願するお守りグッズはスポーツと親和性が高いと思う

カラビナやチョーク汚れに適した洗剤等のグッズ類はロット数が担保できる、BtoBビジネスの方が可能性がある

企業の店舗スペース等を活用することは可能

事業アイデアを実現するためには、金銭的・プロモーション支援が求められるというご意見があった他、市内事業者がスポーツクライミングを知る機会を求める声が上がりました

事業アイデアを実現するために必要な支援

② 自社事業との連携も想定しつつ、スポーツクライミング・本事業と絡めて、どのような事業が考えられますか？

以下のようなご意見が挙がりました

金銭的支援

市から助成できる仕組みを作れると良い。また、国や県などからの補助金の受け取りを目指し、申請書作成を支援することも可能

プロモーション支援

パッケージデザインはやってほしい。また、クライミングイベント時の出店の際、当日の販売スタッフとしてサポートがあるとありがたい店舗は多いのではないかと

ロゴ掲出のためのポスターや、ステッカーなどプロモーション媒体を支給してもらえるとありがたい

人が集まるイベントを、平日含め複数回開催してほしい。小規模でも市内でイベントが増えることは事業者メリットにつながる

事業者への普及

その他にも...

そもそも、事業を営む大人世代がスポーツクライミングの魅力を把握していないため、魅力に気づくための機会が必要

考えられる施策

- ✓ 運動不足解消などのメリットを発信
- ✓ 企業対抗のチーム戦イベントの開催
- ✓ 大人向けクライミング教室の開催

今後の、スポーツライミングと事業者の皆様の連携手法としては、ラッピング、限定商品／サービス、新規商品／サービスが考えられます

地域の名物等との連携パターン

目的

大会・イベントでの出店により、地域経済の活性化を図るとともに魅力を発信します。また、スポーツライミングと地域の名物を掛け合わせた商品開発等により相乗効果を生み出します。

以下パターン①～③の事例を創出できるような取り組みを行っていく

①ラッピング／デザインをスポーツライミング仕様に変更

例) 神奈川県横須賀市
「アーバンスポーツのまち横須賀」を推進している中で、プロジェクトシンボルが描かれた限定デザインビールをふるさと納税返礼品限定で出品



出典：横須賀市
(https://www.city.yokosuka.kanagawa.jp/2110/nagekomi/20241220_perry_logo_beer.html) の情報を踏まえ、受託者にて作成 (2025年10月時点)

②スポーツライミングの特徴を踏まえた限定商品／サービスを開発

例) B-R サーティワン アイスクリーム (株)
『スポーツライミング』をモチーフとした、プロテイン強化フレーバー「ドリーム クライマー」を限定販売
『登る人 (= 競技者)』と『挑戦者』の意味を込めたネーミングを考案

③スポーツライミング業界の状況を踏まえた新規商品／サービスを開発

例) 株式会社UNDERWATER
スイマーの休憩中の様子を見た創業者が、アスリート向けの飲むあんこを販売

次年度は、事業者からの関連商品開発を促進する他、スポーツライミング・事業者それぞれの認知度向上につながる取り組みも行うべきだと考えております

地域の名物等との連携パターン

目的

大会・イベントでの出店により、地域経済の活性化を図るとともに魅力を発信します。また、スポーツライミングと地域の名物を掛け合わせた商品開発等により相乗効果を生み出します。

以下パターン①～③の事例を創出できるような取り組みを行っていく

①ラッピング／デザインを
スポーツライミング仕様に変更

②スポーツライミングの特徴を踏まえた
限定商品／サービスを開発

③スポーツライミング業界の状況を踏まえた
新規商品／サービスを開発

次年度実施内容

A

市内事業者が「ライミングまいりゅう」を使用することを促進していく支援

B

市内事業者が、「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」関連商品／サービスを新たに開発することを支援

C

新たに作ったスポーツライミング関連商品・サービス（①～③いずれも）を市としてプロモーション
&
市内事業者向けにスポーツライミング関連の情報を発信する仕組みの構築／在り方の検討

市内事業者が積極的に本事業に協力して商品／サービスを開発するためにも、事業者に向けた促進策・支援策を検討し、試行していきます

次年度実施内容AおよびB

「クライミングまいりゅう」の活用促進

- 今年度作った右の「クライミングまいりゅう」ロゴを、市内事業者が自ら進んで活用していくように、市HPで案内
- 活用している市内事業者は、本事業のサイトでも発信する他、大会等のイベントでも調整次第で出店



活用事例



左から
クライミングまいりゅう入りTシャツ、
サウナハット

スポーツクライミング関連商品／サービスの開発促進

- 市内事業者が、スポーツクライミング関連商品／サービスを新規開発するために必要な支援を実施
- 次々年度以降も、市内事業者からの開発が生まれるような支援の在り方も検討

開発までの流れ

開発意向がある企業の発掘

- ✓ 今年度、産業振興ワークショップに参加した企業をはじめ、スポーツクライミングに関心度や親和性の高い事業者を洗い出し、開発を打診

開発支援

- ✓ 市内事業者と協議の上、支援を実施
 - <支援内容例>
 - スポーツクライミング関連事業者の紹介
 - 選手ヒアリング会のセッティング
 - 補助金獲得に係る助言
 - パッケージデザインに用いることができる素材の提供等

開発商品／サービスに係る情報発信

- ✓ 市HPや広報誌など、各種媒体で開発した商品／サービスを紹介
※詳細は次ページ

スポーツライミング関連の商品／サービスが次々年度以降も継続的に生まれるよう、 一般向け／事業者向けそれぞれ様々な手法で、関連情報を発信していく必要があります

次年度実施内容C

商品／サービスのプロモーション支援

- スポーツライミング関連の商品／サービスを開発するメリットを市内事業者に感じてもらうため、本事業としても開発された商品／サービスを積極的に発信
- 市で開催する大会やイベントなども販路として活用いただけるよう、本事業として各所への調整も実施
- 将来的に龍ヶ崎市ふるさと納税の返礼品として取り扱えるよう調整できれば、より大きな販路を確保可能

プロモーションや販路として活用できる媒体等



左から市HP、広報紙

AKIYO's
DREAM with
RYUGASAKIで
の出店の様子



市内事業者に向けたスポーツライミング関連情報の発信

- 今後も、スポーツライミング関連の商品／サービスが継続的に市内から生まれるよう、スポーツライミングに少しでも関心を有する企業をリスト化し、当企業群に向けて定期的にスポーツライミング関連の情報を発信

発信内容例

バウンドテニスで関東大会出場

イメージ

市内選手の活躍



本事業の市民向け
イベントに係る内容



市内事業者との
連携に係る内容

⑤市内に向けたプロモーション

⑥市外に向けたプロモーション

市内イベントや市民の生活に密着したプロモーションにより、市民がスポーツライミングを感じる機会を増やし、「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」としての認知度向上に努めます

アクション【5】市内に向けたプロモーション

<p>施策概要</p>	<p>スポーツライミング推進のシンボルとして、市内活動やイベント、情報発信等に活用可能なコンテンツを作成します。</p>	<p>施策イメージ</p>	
<p>目的</p>	<p>市内の「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の認知度を高めるとともに、興味喚起を図り、本事業への参画意欲を高めます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 市内のイベントや各発信媒体で活用可能な、スポーツライミングへの取組や事業内容が認識できるコンテンツを作成します。 • 名刺や特産品パッケージ等に掲載可能なロゴデザインの作成 • パナーのぼりの作成 • マスコットキャラクターの活用 <div style="text-align: center;">  </div> <ul style="list-style-type: none"> ■ 市内の媒体を活用し「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」を発信します。 • 商業施設や事業者と連携し、ポスター・音声・映像等を活用した「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」のPR • 駅や市役所等人目のつくところにスポーツライミングを連想するアートやオブジェを設置 • 広報誌や民間の広報媒体による記事発信・情報発信 • 民間事業者による「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」コンテンツの活用促進 	
<p>関係者と役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 龍ヶ崎市 コンテンツ開発及びブランディングに関する方針検討・実施 • コンテンツ作成事業者 コンテンツのデザイン、作成、発信 • 商工会・観光物産協会・青年会議所 コンテンツの作成連携及び市内展開の協力 • 官民集客施設（図書館・コミュニティセンター・観光物産センター・商業施設等） 作成物の設置協力 	<p>収益・コスト • コスト：デザイン費、作成費、発信費</p>	
<p>令和7年度以降 取り組む内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 基本構想に基づいたプロモーション方針(費用対効果・実現性を踏まえた優先順位付け等)の策定 • 市内ニーズや活用方法を踏まえた、必要性の高いコンテンツの検討・作成 • 各種コンテンツ作成者の候補選定（龍ヶ崎市に縁のある人物・組織等） • 作成コンテンツの掲載・配架場所検討及び配架に係る協力依頼 		

市外に向けて「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」としての認知度向上に資するコンテンツを作成し、市内の魅力とともに発信します

アクション【6】市外に向けたプロモーション

<p>施策概要</p>	<p>「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」と市の魅力を組み合わせたコンテンツを作成し広く発信します。</p>	<p>施策イメージ</p>	
<p>目的</p>	<p>「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」として、本市ならではのコンテンツを作成・発信し、認知度を高めるとともに、本市のファン化や来訪意欲の創出につなげます。</p>	<p>■ 若者世代に訴求するプロモーション案①～⑤を参考に実施内容を検討します。</p> <p><プロモーション案></p> <ol style="list-style-type: none"> ① トップ選手らによる、市やライミングのプロモーションビデオの作成・発信 ② スポーツライミングのまち龍ヶ崎基本構想の内容をPR媒体等で発信 ③ SNSによる「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」コンテンツの発信 ④ プロスポーツ（鹿島アントラーズ等）と連携した発信 ⑤ 観光資源や交通機関等地域事業者と連携した発信 	
<p>関係者と役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 龍ヶ崎市 コンテンツ開発及びブランディングに関する方針検討・実施 • コンテンツ作成事業者 コンテンツのデザイン、作成、発信 • 商工会・観光物産協会・青年会議所 コンテンツの作成連携及び市外PRに適した手法の検討、助言 • 市内事業者・スポーツライミング関係団体等 コンテンツの作成協力 	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div data-bbox="1058 719 1355 982" style="border: 1px solid gray; border-radius: 15px; padding: 10px; text-align: center;"> <p>PV</p>  <p>市内外の若者が自発的に拡散したくなるPRコンテンツ作成</p> </div> <div data-bbox="1363 719 1659 982" style="border: 1px solid gray; border-radius: 15px; padding: 10px; text-align: center;"> <p>SNS</p>  <p>各種SNS媒体で情報発信（トップ選手にも協力）</p> </div> <div data-bbox="1667 719 1970 982" style="border: 1px solid gray; border-radius: 15px; padding: 10px; text-align: center;"> <p>リアルな場</p>  <p>龍ヶ崎市内外の関係者/関係企業とコラボしたPR</p> </div> </div>	
<p>令和7年度以降取り組む内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 基本構想に基づいたプロモーション方針の策定 • 市外ニーズや活用方法を踏まえた、必要性の高いコンテンツの検討・作成 • 各種コンテンツ作成者・発信者の選定 • 作成コンテンツの発信方法の検討及び発信に係る協力依頼 		
		<p>収益・コスト ・コスト：デザイン費、作成費、発信費</p>	

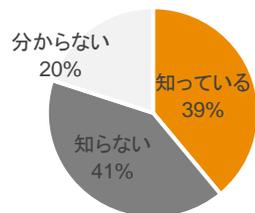
市内の「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の認知度が4割弱であったことを踏まえ、今年度は無関心層への取組周知をプロモーションの取組方針としました

R7取組方針

スポーツライミングに関する市民の現状

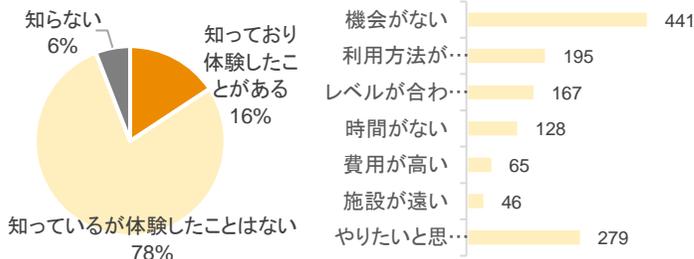
令和6年度に実施した市民アンケートの結果、**「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の認知度は39%と低く、スポーツライミングを体験したことがない人が84%と高い結果であった**

Q.「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」を知っていますか？



「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の認知率39%

Q.スポーツライミングを知っていますか？または体験したことがありますか？体験したことがない理由は何ですか？



スポーツライミングを知らない・体験したことがない人は84%、その理由は「機会がない」、「やりたいと思えない」

令和7年度プロモーションの方向性

大会等の大規模なイベントプロモーションと並行して、「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の市民認知度向上を目的に、**主にスポーツライミングへの関心が低い層をターゲットに、「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」とのタッチポイントを多数設定する**

プロモーションの目的

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の取組みを知る機会とスポーツライミングに触れる機会を増加させ、**スポーツライミングへの愛着と参画意欲の醸成**を図る

ターゲット



- 「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」を知らない
- 40代以上かつライミング経験がない
(アンケートを踏まえてターゲットとして選定)

プロモーション施策

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」を“知る”コンテンツ

➤ スポーツライミングを認知する



➤ スポーツライミングのまち龍ヶ崎を詳しく知る

スポーツライミングを“体験する”コンテンツ

➤ スポーツライミングを体験する

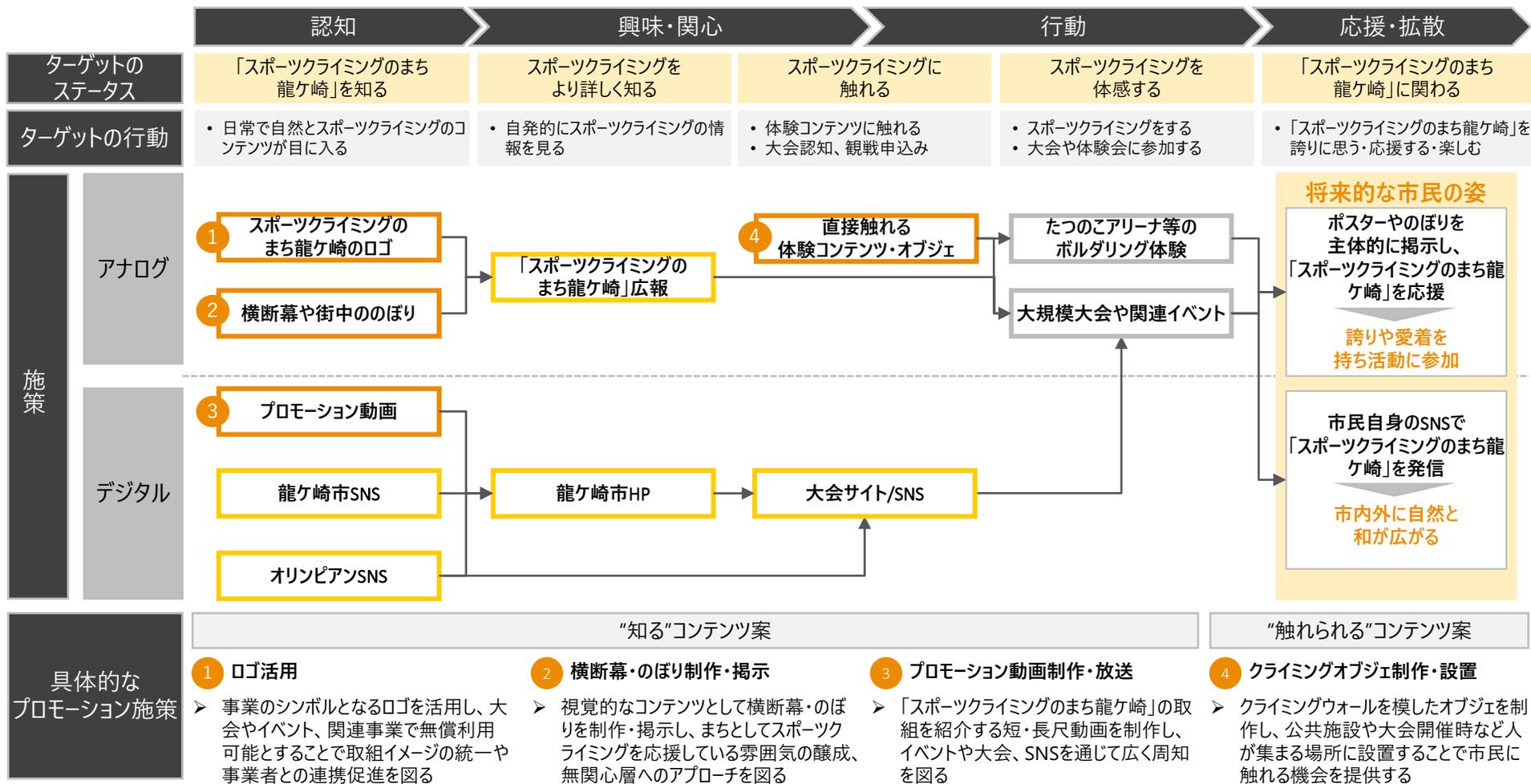


凡例： 新規PR施策 既存PR施策 PR施策以外

市民の「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の認知、更にスポーツライミングへの興味関心の醸成に向け、新規施策としては生活動線に溶け込む4つの施策を実施しました

R7プロモーション施策の全体像

凡例： 新規PR施策 既存PR施策 PR施策以外



「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」に対する当事者意識の醸成を目的とし、市民巻き込み型でプロモーション動画を作成しました

R7プロモーション施策方針_③プロモーション動画作成方針

「プロモーション動画」の作成方針

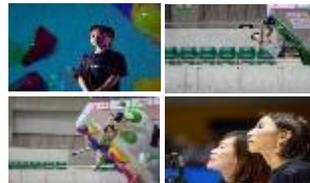
映像を見た人は「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」を認知し、興味関心を高め、応援したい・関わりたいと思う



■ 動画コンセプト

龍ヶ崎市×スポーツライミングの未来

野口氏やスポーツライミングに取り組むこどもたち、市内の高齢者、市外在住者等に出演いただき、スポーツライミングによるまちづくりの未来像を描く
→現状の無関心層を巻き込んだ構成



■ 動画の活用方法

多くの人が集まる大会やイベント、商業施設や駅等での放映の他、市長や野口氏の講演等での活用を想定

チャンネル	ターゲット
大会・イベント、駅・商業施設等	市民、市外在住者
各種SNS、HP等のWEB	若者、関心の高い市民
講演等	市外在住者

■ 作成スケジュール



体験コンテンツの作成では、市民、来街者へのPRとしてインパクトがあり、かつ実際に触れて体験できることをコンセプトに制作したのち、設置に向けた調整を実施しました

R7プロモーション施策方針_④体験コンテンツ・オブジェ作成方針

体験コンテンツ・オブジェの作成方針

「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の市内浸透に向けて、“興味・関心”を引き、実際に触れられるコンテンツを設置

興味・関心が沸くような
外見적인インパクト

実際に触り体験できる
コンテンツ



「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の認知機会の拡大及び
スポーツクライミングの体験意欲を醸成

■ 体験コンテンツ作成に向けたステップ

弊社にて作成したコンテンツ案を基に、分科会にて合意形成を図ることで、関連するステークホルダーの巻き込みにつなげます

	8月	9-11月	12-3月
フェーズ	実施方針検討	内容確定・発注	設置
実施内容	体験コンテンツの内容合意 ➢ 作成物検討	分科会にて合意形成 ➢ コンテンツ決定 ➢ 設置場所検討（駅、商業施設、公園等）	コンテンツ設置に向けた活動 ➢ 設置場所関係者との最終調整

コンテンツ案

当初方針

スポーツクライマーが壁を登る様子を模した大規模な装飾

多くの人が集まる大会やイベント、商業施設や駅等でスポーツクライマーが壁を登る様子を模したインパクトのある大きな装飾を施し、来場者の注目を獲得



更新結果

クライミングまいるゅうロゴを活用したクライミングオブジェ

設置場所の制約等も踏まえ、装飾からオブジェの制作に方針を変更。また、人が集まる場所・時期に合わせて設置場所を変更できるように可動式のコンテンツとして検討



アナログコンテンツとして横断幕、のぼり、クライミングオブジェを制作。動画と合わせて大会や体験会時も活用し、にぎわい創出事業との連携による効果的な集客・周知を行いました

R7プロモーション施策①_アナログコンテンツ

	ロゴ活用	横断幕 (3枚)	のぼり (50枚)
概要	<ul style="list-style-type: none"> 市のマスコットキャラクター「まいりゅう」のクライミング事業用のロゴを作成・活用 	<ul style="list-style-type: none"> 「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の文字と壁を登るまいりゅうのロゴで構成 	
作成目的	<ul style="list-style-type: none"> 事業のシンボルとなるロゴを活用し、大会やイベント、関連事業で無償利用可能とすることで取組イメージの統一や事業者との連携促進を図る 	<ul style="list-style-type: none"> 市内の駅や公園等の人が集まる場所に横断幕を設置し、まちとしてスポーツクライミングを応援している雰囲気醸成、無関心層へのアプローチを図る 	
活用状況	<ul style="list-style-type: none"> 各種チラシへの掲載 各種グッズでの使用 	<ul style="list-style-type: none"> ニューライフアリーナ (大会開催時) 歩道橋 	<ul style="list-style-type: none"> 市役所 官民連携調整会議や事業者向けワークショップに参加をいただいた市内事業者を中心に随時設置

活用イメージ



プロモーション映像はSNS等での配信を想定した30秒版のショート動画、撮影場所となった市内施設の説明が含まれる10分程度のメイキング動画を作成しました

R7成果物_デジタルコンテンツ

	ショート動画	メイキング動画
概要	<ul style="list-style-type: none">30秒のストーリー（演技やセリフ）重視の構成映画の予告編のような構成 <ストーリー> 野口さんのオリンピックでの活躍を見た市内の女子高生がスポーツクライミングを始め、大会へ出場するまでの過程を追った青春クライミングムービー	<ul style="list-style-type: none">10分程度のショート動画撮影時のメイキング映像撮影風景や演者のコメントの他、市内撮影場所の紹介がされる
活用想定	<ul style="list-style-type: none">「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の取組をより多くの人に認知してもらうため、イベント実施時の他、SNSやサインージでの活用を想定	<ul style="list-style-type: none">30秒のショート動画では伝えきれない市の魅力スポットをPRするため、イベントや講演等実施時の活用を想定
動画イメージ		

アナログコンテンツとしてクライミングオブジェを制作。動画と合わせて大会や体験会時も活用し、にぎわい創出事業との連携による効果的な集客・周知を行いました

R7成果物_アナログコンテンツ

大型オブジェ (1個)

概要

- 可動式の台にスポーツクライミング×まいりゅうの等身大のロゴを据え、背面に実際のホールドを使用したクライミングの壁を設置したオブジェ

作成目的

- 多くの人が集まる大会やイベント、商業施設や駅等でスポーツクライマーが壁を登る様子を模したインパクトのある大きな装飾を施し、来場者の注目を得る

設置場所

- 市役所、ニューライフアリーナ龍ヶ崎、その他イベントなどを想定

活用イメージ



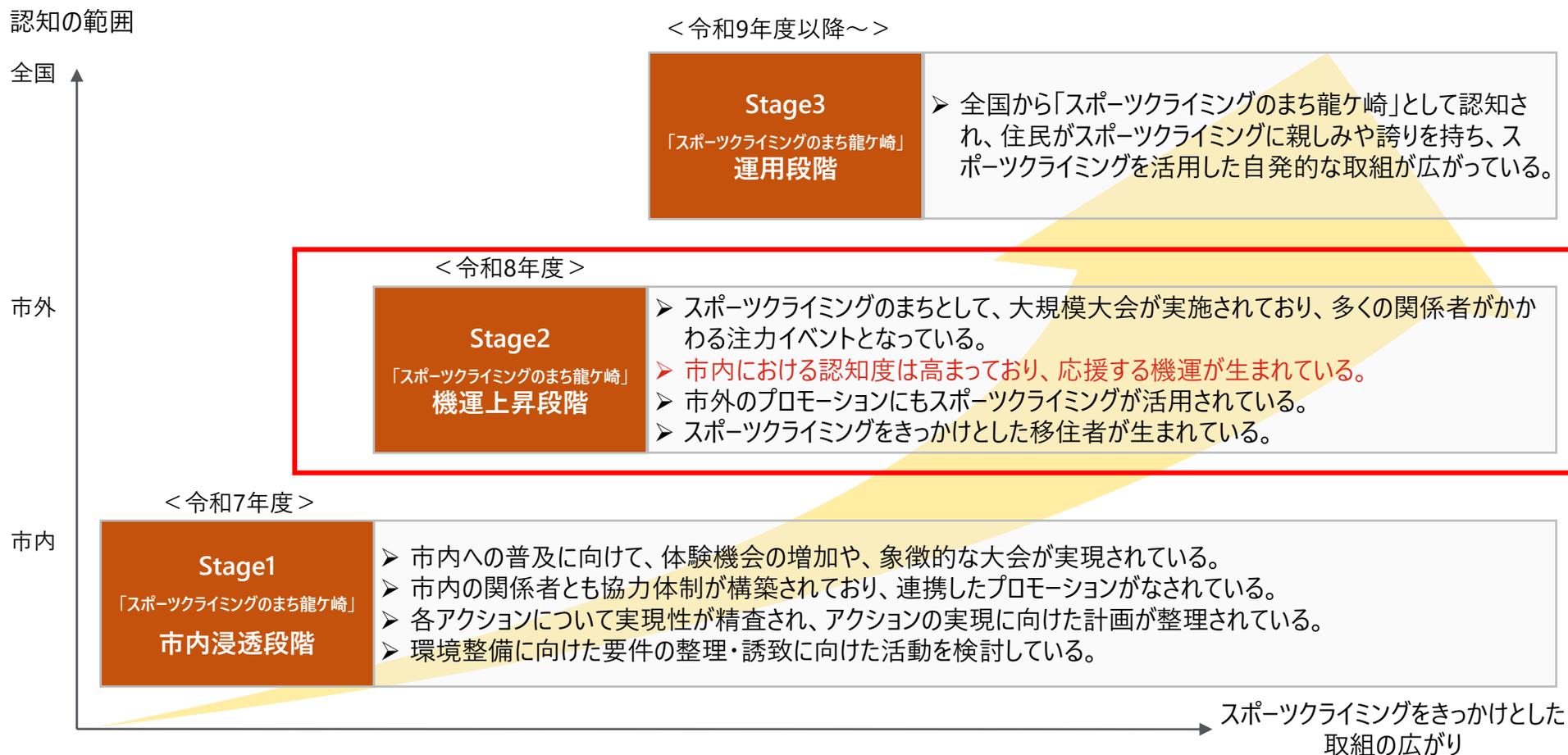
認知拡大に向けたコンテンツ作成や大会期間中のチラシ配布、応援の受け皿整備により、市内浸透に向けた基盤を構築。今後はプロモーション期間・場所・発信主体の拡大が必要

R7時点での取組結果・課題

	認知	興味・関心	行動	応援・拡散
ターゲットのステータス	「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」を知る	スポーツライミングをより詳しく知る	スポーツライミングに触れる・体感する	「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」に関わる
今年度実施内容	<ul style="list-style-type: none"> 知る・体感するコンテンツ設置 大会期間のプロモーション動画放映 市SNS・HPでのイベント情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> 体験するコンテンツ設置 大会来場者への大会ルールチラシ配布 大会・イベントチラシの作成・配布 イベント参加者への取組説明 		<ul style="list-style-type: none"> 応援の受け皿整備（GCF、ふるさと納税） 産業振興に向けた意見交換会の開催 大会ボランティアの募集・運営参加
取組結果	<ul style="list-style-type: none"> 「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の発信機会増加や発信媒体の基盤を構築 ※実際の認知度向上については大会アンケートの結果から評価予定 	<ul style="list-style-type: none"> 大会・イベントでの体験用ウォールを活用し、スポーツライミングの新たな参加者（体験・観戦・出店・ボランティア）を獲得 市外からも一定数のライミングファンが大会期間中に来場した ※トップクライマーを招いた体験会、産業祭での特設ウォール設置、大会期間中にも体験機会を創出（大会・イベント結果を踏まえ定量的に評価予定） 		<ul style="list-style-type: none"> GCFについては現在3割程度を達成 ※ふるさと納税については納税額を要確認 産業連携に向けて地元事業者が16団体参加 大会運営にボランティアが参加
課題	<ul style="list-style-type: none"> 今年度作成のコンテンツについては掲示・設置期間が短く、場所も限定的 発信が行政のみになっており、市民側での自発的な発信が限定的 	<p><大会></p> <ul style="list-style-type: none"> 参加者増加に向けた大会実施時期を調整 来場者への協議ルール周知方法を工夫 ライミング無関心層の来場意欲を醸成 <p><体験会></p> <ul style="list-style-type: none"> 大人の自発的な体験意欲を醸成 ライミング無関心層の来場意欲を醸成 		<ul style="list-style-type: none"> ふるさと納税については実施からの日が浅く、継続的な周知が必要 取組への関与に前向きな関心層や事業者との更なる連携

R8は引き続き認知度を高めつつ、応援する機運が生まれている状態を目指します

プロモーション事業における令和8年度の目指す状態



認知に向けた継続的なプロモーションが必要。また、体験者増加に直結する効果的なイベント設計・告知に取り組んでいきます

R8の取組方針

基本構想 市内PR/市外 PR目的	<ul style="list-style-type: none">✓ 市内の「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の認知度を高めるとともに、興味喚起を図り、本事業への参画意欲を高めます。✓ 「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」として、本市ならではのコンテンツを作成・発信し、認知度を高めるとともに、本市のファン化や来訪意欲の創出につなげます。
-------------------------	--

R7年度の取り組みと課題

■ 昨年度事業の振り返り

- スポーツライミングへの関心が低い層をターゲットに、タッチポイントを多数設定できるような、基盤づくりとしてプロモーション媒体・コンテンツを作成

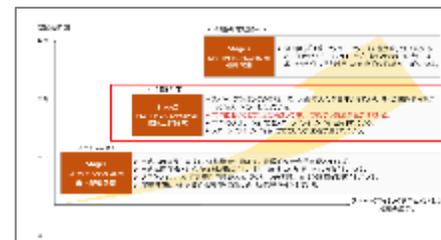
■ 改善方針

- ① R7コンテンツを活かし、プロモーションの期間・場所を拡大し、“より多くの人”が本取り組みに触れる機会”を創出する
- ② 様々なステークホルダーの協力を引き出し、“触れる”から“参画する”アクションの変化を生み出していく

基本構想におけるR8年度（機運醸成フェーズ）の目指す姿

基本構想において、令和8年度は機運醸成を図るフェーズと位置づけ

- 市内における認知度は高まっており、応援する機運が生まれている。
- 市外のプロモーションにもスポーツライミングが活用されている。



R8年度プロモーション方針：「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」活用促進

- R7のPR基盤と産官学の協力のもと“知る・体験する”に加えて“「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の活用”を促進し、市内でのスポーツライミング機運の醸成を図る

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」を“知る”コンテンツの発信

- R7制作コンテンツの継続活用(横断幕・のぼり・オブジェ・動画の露出)
- 市内クライマーの活躍紹介
- 各アクションの取り組み進捗、情報の定期的なコンテンツ発信(HP・SNS)
- 各種市外向け、龍ヶ崎市情報発信コンテンツへの掲載
- 民間事業者への情報提供及びロゴ活用の協力依頼

スポーツライミングを“体験する”コンテンツの機会づくり

- 大会の誘致及び、開催に合わせた市民向けコンテンツの充実
- 学校と連携した体験機会の拡大・拡充
- 市内イベントと連携した体験機会の拡大・拡充
- クライミング体験への企業巻き込み
- ノバルティコンテンツを活用した普及・PR連携

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」コンテンツの活用促進

“知る”コンテンツとしては、これまでの取組から生まれてきた／形成されてきた制作物やイベント・選手等をより幅広く知ってもらうための工夫が求められます

R8の新規施策イメージ_“知る”コンテンツ

R7制作コンテンツの継続活用(横断幕・のぼり・オブジェ・動画の露出)

- 今年度制作した横断幕・のぼり・オブジェ・動画を市内外の人が多く集まる場所で掲出・露出
- また、「AKIYO's DREAM with RYUGASAKI」の動画も市内外で発信することで、大会・本市に対する関心度の向上が可能

大会ではフォトスナップが盛況露出だけでなく、二次発信が促進できると効果性アップ



日本最高峰の大会であるジャパンカップレベルの演出がされた大会の様子は発信力〇

各種媒体を活用した情報発信

- 市内クライマーの活躍紹介／各アクションの取り組み進捗、情報の定期的なコンテンツ発信：
市HPにある本事業のサイトページやスポーツ推進課SNSで、市内クライマーや本事業の近況を定期的に発信
- 各種市外向け、龍ヶ崎市情報発信コンテンツへの掲載：
市外在住者に向けて茨城県や龍ヶ崎市を発信しているサイト等の媒体で、「スポーツクライミングのまち 龍ヶ崎」の取組紹介例) いばらき移住定住ポータルサイト



スポーツ推進課
↓ Instagram ↓



民間事業者への情報提供及びロゴ活用の協力依頼

- 「クライミングまいりゅう」のロゴなどを一般の方も利用できるようにする仕組みづくりや協力企業は市HPで紹介する等の事業者にもメリットのあるスキームも併せて要検討

<キャラアイコン等>



スポーツクライミングのまち龍ヶ崎

<ロゴ活用のイメージ>



“体験する”コンテンツとしては、無関心層が気軽に体験できる仕組みづくりや、日常的に使われるグッズとの連携によって、立ち寄ってもらう／手に取ってもらう工夫をします

R8の新規施策イメージ_“体験する”コンテンツ

市内イベントと連携した体験機会の拡大・拡充

- 市内で開催される季節イベントやスポーツ交流会と連携し、移動式ウォールを設置。
イベントのにぎわいの中で気軽に体験できる仕組みをつくり、普段スポーツクライミングに馴染みのない方や親子連れの参加を促す

< 今年の産業祭の様子 >



クライミング体験への企業巻き込み

- 市内の企業や団体と連携し、社員やその家族を対象としたクライミング体験会や交流イベントを開催。
社員や家族と一緒に体験できる場を提供しつつ、ノベルティコンテンツの配布等を実施

< イメージ >



ノベルティコンテンツを活用した普及・PR連携

- 取組のロゴやクライミングをモチーフにした商品、ノベルティ（2/11イベント時はボールペンやステッカー、Tシャツ）を制作し、市内飲食店や商店、イベント会場で配布・販売。

飲食関連 : コースター、おしぼり等

観光関連 : うちわ、キーホルダー

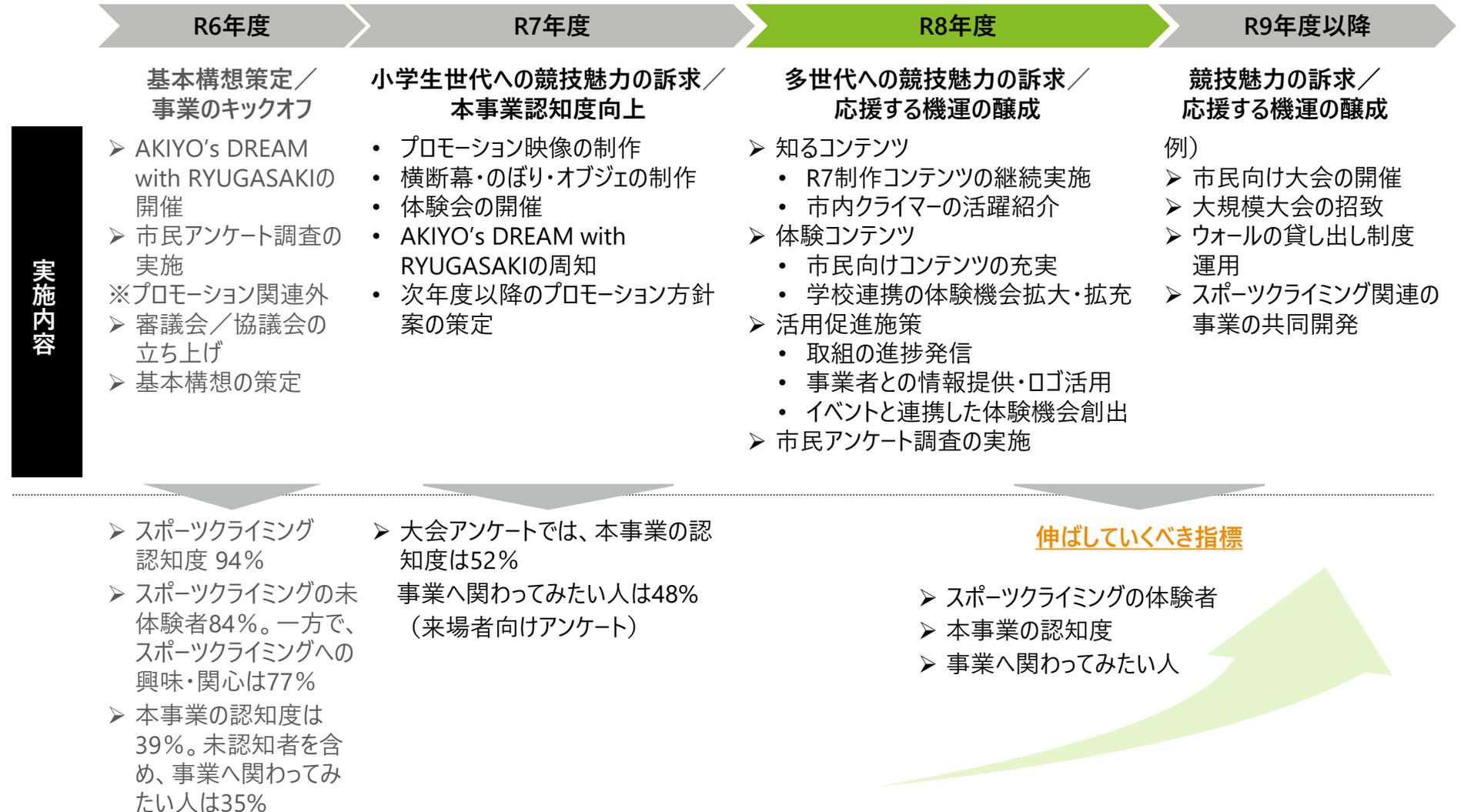
スポーツ関連 : タオル、シューズケース

< イメージ >



令和7年度のプロモーション基盤を継続的に活用しつつ、ステークホルダーと協力し本事業の参画者の増加を図ります

R8プロモーション



⑦アスリート支援

市内トップ選手や次世代アスリートを応援する仕組みを作り、アスリートの支援を行うとともにアスリートの本事業への協力意向の醸成と、活躍支援の好循環を図ります

アクション【7】アスリート支援

<p>施策概要</p>	<p>トップ選手や次世代アスリートを対象とした資金・PR・就業等の援助等により、まちづくりにおける連携・協力意向を醸成します。また、市民とアスリートの交流機会を創出します。</p>	<p>施策イメージ</p>
<p>目的</p>	<p>アスリートの郷土愛の醸成や市外からの移住を促進します。また、多様な人々の本事業への連携・協力意向の醸成に取り組めます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 市内のトップ選手や次世代アスリートを、市民・市内事業者・市外事業者が応援できる仕組みを作り、アスリートの活躍や感動の市内循環を促進します。 <ul style="list-style-type: none"> ・ トップ選手への活動資金支援(大会出場経費等) ・ トップ選手のプロモーション支援(市内広報やイベント等での連携) ■ 市内のトップ選手による市民との交流機会の創出を目的とした連携を図ります。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 体験会の開催、イベントへの登壇等 ■ 市外のクライミングアスリートが市内に移住する支援を行います。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 移住補助金・雇用の確保等 <p><アスリート支援スキーム(案)></p>
<p>関係者と役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 龍ヶ崎市 支援に関する方針検討、助成条件の検討 ・ 商工会 応援可能な事業者の洗い出し・お声がけのご協力 ・ スポーツクライミング関係団体等 選手選定基準への助言、選手へアプローチ ・ 民間事業者 就業等援助、企業版ふるさと納税、寄付等の実施 	<p>収益・コスト</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 収益：企業版ふるさと納税・協賛金等 ・ コスト：支援金
<p>次年度以降取り組む内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ スポーツクライミングアスリートのニーズ調査 ・ 支援スキーム構築に係る体制・財源の確保 ・ 民間事業者の協力確保 ・ 移住に係る支援メニューの整理・検討 	

アスリートの移住・定住には競技環境の充実化が前提条件ではあるものの、自治体としてアスリートを支援する仕組み・取組も整っていることで、より移住・定住を後押しできます

アスリートの移住・定住のために必要な考え方

市外のトップ選手や次世代アスリート

市外の選手たち 

充実した練習環境があって
初めて来訪に至る

移住



アスリートを支援する仕組みがあることで、移住先を検討する際の差別化に

スポーツライミングは競技施設が少ないため、練習のために遠方まで移動する場合あり（上級者であればより傾向が強まる）

充実した競技環境（施設・指導者等）

住みやすさに
つながる各種取組
※他事業にて
市内各部署が推進

+

アスリートを応援する
仕組み・取組

住みやすさ／アスリート支援が充実した環境

市内のトップ選手や次世代アスリート

市内にトップ選手や次世代アスリートが練習できる公共／民間施設がない現状では...

龍ヶ崎市



選手たちは市内で
日常生活



充実した
競技環境で
練習するために
移動

市外



龍ヶ崎市より、練習施設のある地域に魅力を感じてしまうと移住してしまう可能性あり
→トップ選手や次世代アスリートが住み続けたいと思える環境を整える必要あり

競技環境の充実化は他アクションで進めつつ、本アクションではまず市内のトップ選手や次世代アスリートにとって魅力的な仕組みを整える
→競技環境の充実が実現された段階で、整えた仕組みは市外の選手たちの移住を後押しすることにつながる

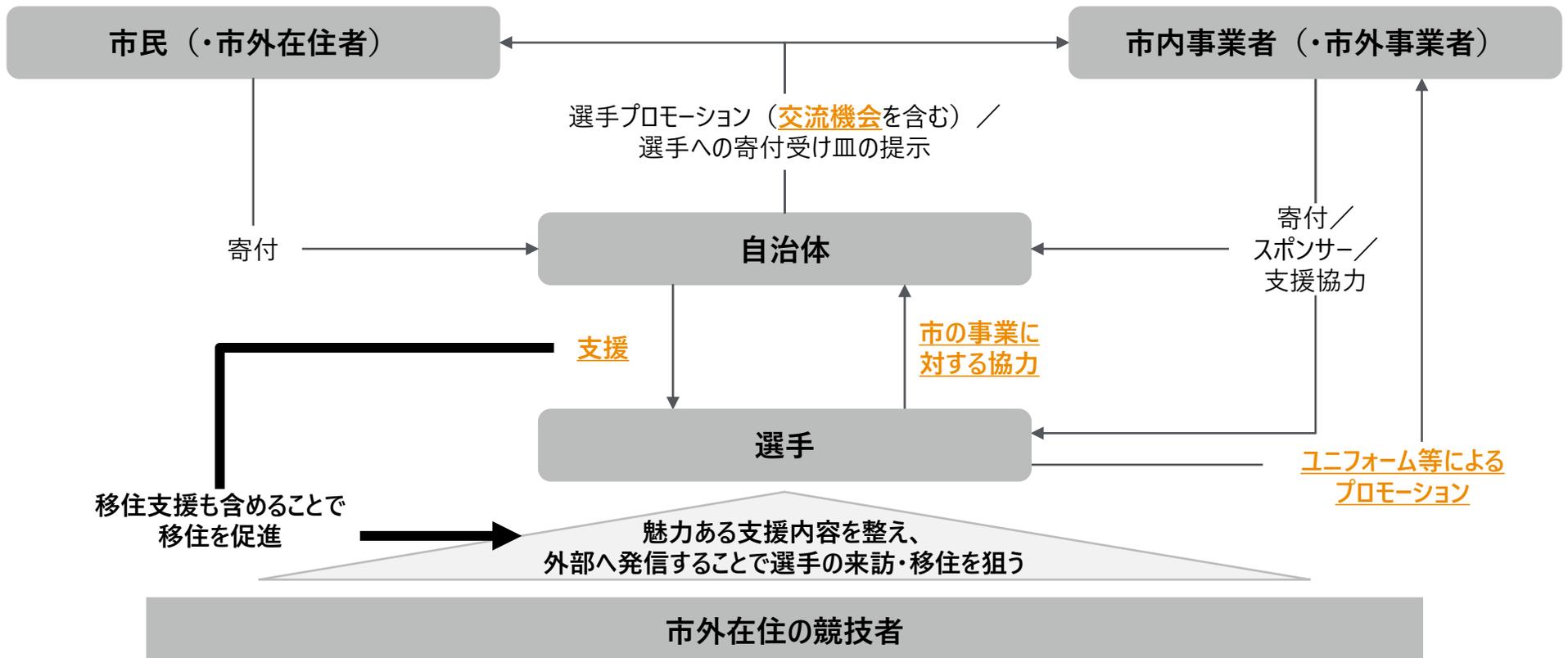
自治体・市民／市内企業・選手の三方にメリットをもたらすことができる支援の仕組みが最も持続性に長け、将来的な競技者の定住／移住につながられます

アスリート支援の理想像

目的

- ✓ アスリートの郷土愛の醸成や市外からの移住を促進
- ✓ 多様な人々の本事業への連携・協力意向の醸成

目指すスキーム



選手に対する支援は、選手のニーズを把握した上で、実現性を担保できる内容を設計していく必要があります

選手に対する支援内容

2026年度は、選手ニーズをより明確に把握し、支援内容を策定

		選手にとっての優先度（例）								
		低				高				
選手が求める支援内容例	情報収集に係る支援	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 選手が活用可能な市の制度や情報（スポーツ医学など）の紹介 ✓ 移住者向け情報の取りまとめ・発信（地域おこし協力隊の情報含む） 	情報発信に係る支援	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 市民／市内事業者に対する活躍紹介（複数の媒体で、継続的に発信） ✓ プロ撮影素材の提供 	人に係る支援	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 市主催の次世代トップ選手向け練習会の開催 ✓ 流経大先生によるスポーツ医学（栄養学やケガ予防など）のレクチャー開催 ✓ 選手に対して理解のある就労先の紹介 	練習環境に係る支援	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 市内クライミング施設・ジムの利用料割引／免除 ✓ 競技に係るグッズや商品等の贈呈 	金銭に係る支援	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 大会参加費・移動／宿泊費の補助負担 ✓ 市民・市内事業者からの寄付受け皿の設置 ✓ 移住者に対する補助金負担
	現状	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 移住者向けサイトの運営 ✓ 移住者向け特典の提供 ※いずれもアスリートに限らない 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 市HPサイトでの活躍紹介 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 市としての取り組みは特になし 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 市としての取り組みは特になし 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ スポーツ大会出場激励金の運用 				

支援内容だけでなく、持続的にアスリート支援が運用されていくための ヒト・モノの確保手法やオペレーションまで協議していく必要があります

次年度以降に協議していく論点

優先度が高いと思われる論点

論点	詳細
Why 本アクションの位置づけ	<ul style="list-style-type: none"> 「スポーツ大会出場激励金」等、既存事業とのすみ分け 対象スポーツの整理／関係機関との調整
What 支援内容	<ul style="list-style-type: none"> 選手ニーズに即したアスリート支援の内容を整理 実現可能な支援内容の設計 移住促進に資する支援内容の検討
how much 財源確保	<ul style="list-style-type: none"> 支援に必要な費用の算出 財源確保方法の整理／協力先への打診
Who 運営担い手	<ul style="list-style-type: none"> 本スキームを持続的に運営し続ける担い手の検討 担い手確保に必要な費用の算出／工面方法の検討
Whom 対象選手の選定	<ul style="list-style-type: none"> 支援対象となる選手の範疇を協議・決定 募集～選定の方法や対象人数の協議・決定
When スケジュール	<ul style="list-style-type: none"> アスリート支援を行う際の、手順／スケジュールを整理・調整 ※今後の持続的な運用も見据える必要あり
how オペレーション	<ul style="list-style-type: none"> 選定された選手に対して支援を行う場合の具体的な業務内容整理 情報管理／連絡経路手法の検討

適宜、関係性の深い方々を招いた分科会を開催し、論点をつぶしこんでいく想定

⑧スポーツクライミング環境整備

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」として、スポーツライミングを身近に感じ、親しみを持つ環境づくり、選手育成拠点の整備を検討するとともに、競技団体の組織化を目指します

アクション【8】スポーツライミング環境整備

<p>施策概要</p>	<p>「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」に必要な環境整備の実現性を検討します。また、本市におけるスポーツライミング競技団体の組織化を目指します。</p>	<p>施策イメージ</p>
<p>目的</p>	<p>「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」として、事業を展開する上で、求められる拠点や体制を様々な視点から検証し、持続可能な環境整備の方向性を検討します。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 市民がスポーツライミングに親しみを持てるような既存施設の活用促進及び市内の環境整備に向けた検討を行います。 (公園等に遊具として設置・学校内の肋木として設置等) ■ 本市におけるスポーツライミング競技団体の組織化の検討・支援を行います。 (（仮称）龍ヶ崎市スポーツライミング協会の設立等) ■ スポーツライミングの普及及び選手育成に資する環境の整備について、公設・民設双方の実現可能性を踏まえた検討を行います。 (一定の壁の高さを有する中上級者向けの屋内クライミング施設、商業施設と連携したボルダリング施設等) <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;"> <p>< 求められる環境 ></p> <p>スポーツライミングに親しむ環境</p> <p>スポーツライミングの練習ができる環境</p> <p>スポーツライミングの大規模大会ができる環境</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>< 取組の方向性 ></p> <p>たつごアリーナ等が存在も、遊具や学校への配置等によるさらなる環境の拡大を検討</p> <p>大型のウォールを有する施設の設置に向けて、民間の誘致や助言・助成等の支援を検討</p> <p>中長期的な設置に向けた機運の醸成及び、民間の誘致や設計・助成等の支援を検討</p> </div> </div> <p style="font-size: small; margin-top: 10px;">現状施設なし</p>
<p>関係者と役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 龍ヶ崎市 拠点施設の検討、整備手法、補助制度の調査、庁内調整、公園等への遊具設置に向けた検討、財源確保 ・ 民間事業者 施設の建設等・運営に向けた検討、資金調達 	<p>収益・コスト</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 収益：施設利用料 ・ コスト：施設建設費、維持管理運営費
<p>令和7年度以降取り組む内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ コンセプトに応じた環境整備の在り方、整備手法の検討（設計・要件の整理、民間事業者との連携・調整、公園や学校への設置等） ・ 補助メニュー等の財源確保策の検討 ・ 新規拠点整備の在り方の検討 	

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」を実現する施設整備の方針について検討を進めるべく、各施設規模に応じた要件及び事業方式を整理し、取り組みの方向性を整理

環境整備方針

1.学校連携

2.体験会

3.大会開催

4.地域連携

5.市内PR

6.市外PR

8.環境整備

9.人材確保

10.資金調達

本年度のゴール

- スポーツライミングの普及及び選手育成に資する環境の整備について施設規模に応じた取組の方向性について整理する

環境整備方針

- ① 基本構想に則り、コンセプトに応じた環境整備の在り方、整備手法の検討を進める（要件の整理、民間事業者との連携・調整、公園や学校への設置等）
- ② 官民連携手法を整理・検討し、**官民連携での「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」に資する拠点の創出**に向けた検討を進める

環境整備の方向性については、以下3つのカテゴリに分けて資料化を進めていく想定

①施設規模ごとに合わせた要件の整理

- 各施設規模感に応じた想定スペックと概算での収支シミュレーションを実施する

想定 記載内容	<ul style="list-style-type: none"> 施設の必要性 規模毎の施設コンセプト・機能 想定スペック 収支シミュレーション
------------	--

今後の 調査内容	<ul style="list-style-type: none"> 各規模の施設で求められるスペック 他施設の収支状況
-------------	--

②運営／資金調達手法の検討・整理

- 民間参入の可能性も含め、想定される施設の運営手法や活用できる資金調達手法を整理する

想定 記載内容	<ul style="list-style-type: none"> 運営手法 民間ジム参入に必要な要件 資金調達手法 他地域での好事例
------------	--

今後の 調査内容	<ul style="list-style-type: none"> 民間ジムの参入要件 他地域での収支改善に資する取組内容
-------------	--

③現状・①②を踏まえた方向性導出

- 既存施設の稼働状況や他自治体の取組を調査し、①②の整理結果と合わせて、施設整備の方向性を導出する

想定 記載内容	<ul style="list-style-type: none"> 既存施設へのヒアリング 関連団体へのヒアリング 今後の方向性
------------	--

今後の 調査内容	<ul style="list-style-type: none"> 既存施設の稼働状況 市内外の現況を踏まえた、市に求められる環境整備要件
-------------	--

⑨人材確保

国の制度である地域おこし協力隊等を活用し、「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の持続的な推進に求められる人材を確保します

アクション【9】人材確保

<p>施策概要</p>	<p>国の制度等を活用し、「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の持続的な推進に求められる人材を確保します。</p>	<p style="text-align: center;">施策イメージ</p>
<p>目的</p>	<p>「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」事業の推進に必要となる様々な特徴を持つ人材を確保し、持続可能な運営体制を整備します。</p>	
<p>関係者と役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> 龍ヶ崎市 必要人材要件の整理、人材確保に向けた関係課との調整 スポーツライミング関連団体等 地域おこし協力隊等の確保に向けた連携 	<p>収益・コスト</p> <ul style="list-style-type: none"> 収益：特別交付税による財政措置 コスト：人材募集・受け入れにかかる経費
<p>令和7年度以降 取り組む内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> 人材受け入れに係る調整 募集要件を整理し、スポーツライミング関係団体等と連携し、人材を確保 受け入れ後の業務及び連携する関係者の抽出・合意形成 	

学校連携時の指導や環境整備後の施設管理等を担う人材の確保に向け、今後地域おこし協力隊を招聘していく想定です

人材確保方針

1.学校連携

2.体験会

3.大会開催

4.地域連携

5.市内PR

6.市外PR

8.環境整備

9.人材確保

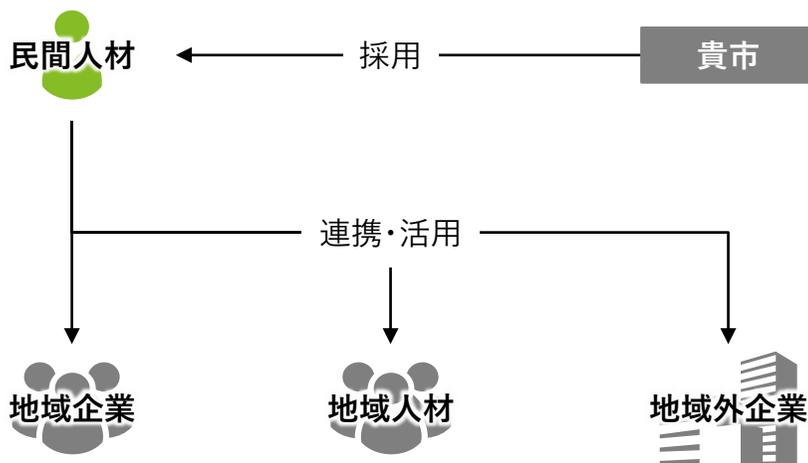
10.資金調達

本事業で推進が期待されるアクションの方向性

- 野口氏のリレーションを活かし、**指導者や事業推進人材として関与可能なプレイヤー候補とその関与形態を整理する**

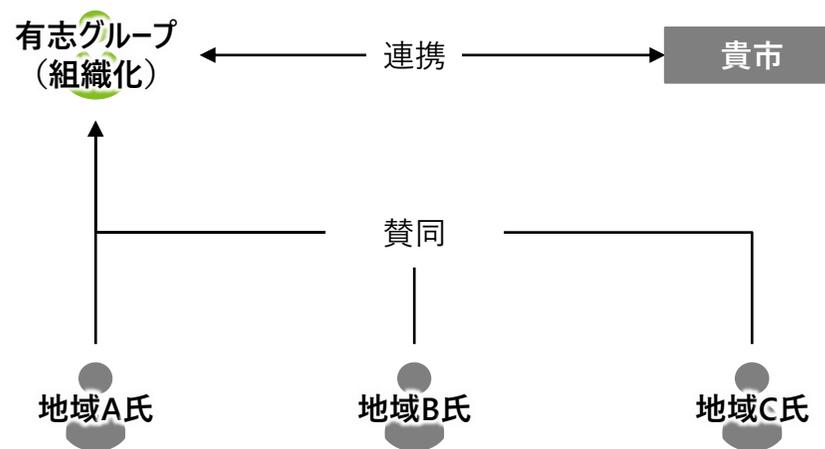
民間人材主導型

地域おこし起業人や地域おこし協力隊などの制度を活用し、ノウハウを持つ民間人材を採用し、それら人材が事業推進をリード



地域団体組成・主導型

有志グループでの任意団体の組成や地域団体に事業移管し、それら地域団体が事業推進をリード



地域おこし協力隊が担う業務として、 例えば体験会開催や情報発信、大規模大会の開催等が挙げられます

地域おこし協力隊が担う業務内容例

<p>スポーツ クライミング 体験会への 企画・指導</p>	<p>想定される体験機会</p> <ul style="list-style-type: none">✓ 市内教育機関で開催するスポーツクライミング体験授業✓ 市内で開催するイベントや市内の商業施設にて開催するスポーツクライミング体験会✓ その他、市が希望する機会 <p>具体的な作業内容</p> <ul style="list-style-type: none">✓ 体験会の企画✓ 開催に向けた、関係者等への調整／準備✓ 体験会当日の運営／安全管理／指導✓ 事前事後における告知内容の作成／発信
<p>スポーツ クライミングのまち 龍ヶ崎に係る 情報の発信</p>	<ul style="list-style-type: none">✓ スポーツ推進課公式Instagramの運用支援（投稿内容の作成等）✓ 各種広報物の作成／各所への掲載対応（市HPへのリリース掲載等）
<p>大規模大会の 開催に向けた 事務局業務の 支援</p>	<p>大規模大会開催時における事務局業務は以下となっており、適宜市と相談した上で支援を実施</p> <ul style="list-style-type: none">✓ 業務委託の監督業務✓ 会場の提供及びイベント当日の飲食店等との連携調整✓ 広報活動の連携✓ ボランティア調整

地域おこし協力隊を受入できた場合は、本事業としても業務内容の共有や推進支援を実施

⑩資金調達

継続的なまちづくりを行う資金面・体制面の整備として、本年度は交付金・補助金以外の資金調達方法の確立を行いながら、運営体制の主となる組織作りを推進します

資金調達方針

1.学校連携

2.体験会

3.大会開催

4.地域連携

5.市内PR

6.市外PR

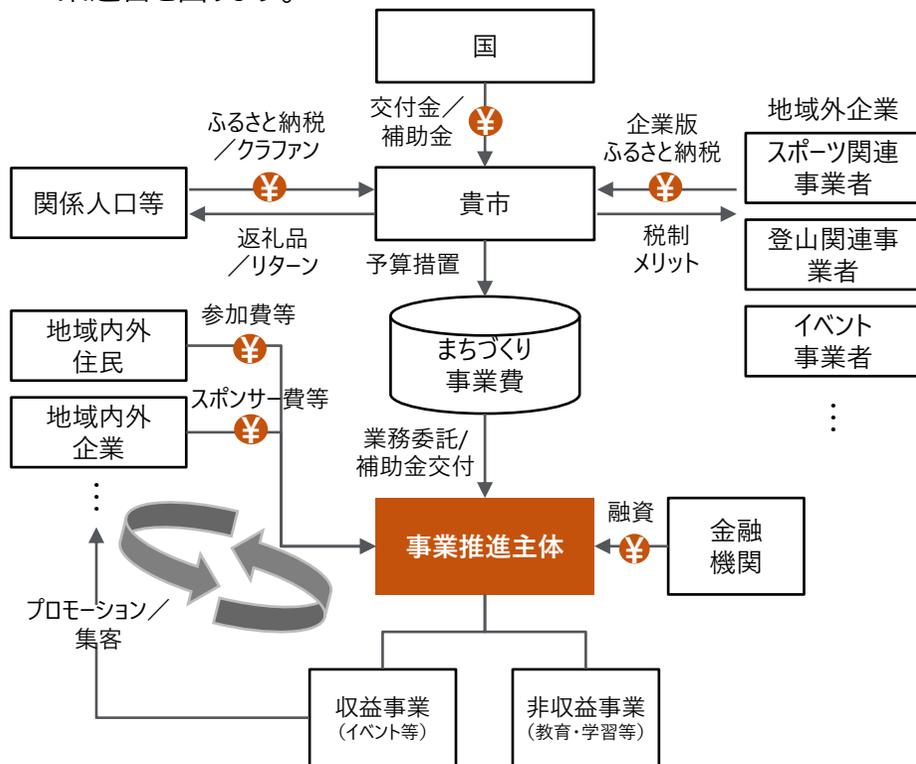
8.環境整備

9.人材確保

10.資金調達

持続可能な事業運営スキーム（素案）

- 交付金・補助金以外の資金調達基盤を作ることで、持続可能な事業運営を図ります。



資金調達方法と実施内容

- 継続的な資金確保に向けて、まずは本事業を対象とした資金調達を行い、資金確保に向けた型を構築します。

交付金・補助金

- 国の交付金等のみならず、toto等が提供している助成金なども視野に入れて、提案・申請の検討・実施
- 環境整備等各事業単位で活用できる補助金について別途リスト化・申請方針の検討

スポンサー

- 大会やイベントの開催時、またはスポーツライミングのまちづくりに共感・賛同してくれる企業を獲得

企業版ふるさと納税

- スポーツライミングのまちづくりに共感・賛同してくれる寄附企業とのマッチング・寄附依頼
- 次年度以降の大会での活用も見据えた基金化運用

クラウドファンディング・ふるさと納税

- 大規模大会の誘致やスポーツライミング施設の設立等まちにとって重要な事業に対しクラウドファンディングを実施
- 返礼品にスポーツライミングを活用し、個人のふるさと納税の納付拡大を促進

ふるさと納税・企業版ふるさと納税は、市外からの資金調達手法として継続的に確保を目指していく必要があります

各資金調達手法に関して

1.学校連携

2.体験会

3.大会開催

4.地域連携

5.市内PR

6.市外PR

8.環境整備

9.人材確保

10.資金調達

ふるさと納税に関する共有

- ✓ 本来は自分の住まいがある自治体に納税する税金を、自ら選んだ自治体に寄付することで、税金の還付・控除が受けられる仕組み



- ✓ 上記画像のオレンジ枠に本事業が位置づけられるように調整済
参考→リンク

特選の目的	<p>特選する理由・目的をお選びください。(下記各事業のいずれかに✓印をお付けします。)</p> <ul style="list-style-type: none"> □ 未来を担う子どもたちのための事業 <ul style="list-style-type: none"> ・子育て支援等の充実 → 龍ヶ崎小学校・幼稚園等 ・子供たちの安心・安全の確保 → 各児童館等の充実 □ 元気、にぎわい及び新たな活力を創出し、まちの魅力を高めるための事業 <ul style="list-style-type: none"> ・物産品のブランド化 → 産物及び特産品の加工・加工品の開発・販売 ・観光の活性化 → 観光客の誘致 → 観光客の受け入れ ・観光客の誘致 → 観光客の受け入れ ・観光客の受け入れ → 観光客の受け入れ □ 市民誰もが活躍でき安心して暮らせる環境を育てるための事業 <ul style="list-style-type: none"> ・福祉の充実 → 高齢者福祉の充実 → 高齢者の生きがいづくり → 生活支援の充実 ・生活支援の充実 → 生活支援の充実 ・生活支援の充実 → 生活支援の充実 □ 豊かな自然、伝統文化を守り、はぐくみ、及び次世代に受け継ぐための事業 <ul style="list-style-type: none"> ・自然豊かなまちづくり → 自然豊かなまちづくり ・自然豊かなまちづくり → 自然豊かなまちづくり □ その他市長が必要と認める事業(但し、市長にお任せします) <ul style="list-style-type: none"> ※この事業を補助した場合は、市長の承認が必要となります。 <p>1) 龍ヶ崎市の活性化に貢献する事業</p>
-------	--

企業版ふるさと納税に関する共有

- ✓ 国が認定した地方公共団体の事業に対して、市外の企業が寄附を行った場合、税制上の優遇措置が受けられる仕組み



企業側のメリット

法人関係税の税額控除

企業としてのPR効果

自治体との関係性構築

- ✓ 関心が高いと思われる市外企業にはアプローチを行い、寄付金獲得を目指す

今年度は、特定の取組から寄付先を選ぶクラウドファンディング型のふるさと納税「ガバメントクラウドファンディング（GCF）」を実施しました

通常のふるさと納税・GCF

1.学校連携

2.体験会

3.大会開催

4.地域連携

5.市内PR

6.市外PR

8.環境整備

9.人材確保

10.資金調達

GCFに関する共有

- ✓ ガバメントクラウドファンディング（以降GCF）とは、ふるさと納税の中の特定プロジェクトに寄付できる制度（**市民も寄付可能**）
- ✓ 地域の課題や取り組み（プロジェクトと呼称）から寄付先を選び、任意の金額を寄付するクラウドファンディング型の仕組み

< GCF事例 >

■ 鹿児島県大崎町「スポーツライミングー月が結ぶ 人・夢・大崎」

概要

- 大崎町では、陸上競技に特化した地域活性化を進めてきた
- その後、「スポーツが結ぶ 人・夢・大崎」というビジョンを掲げ、スポーツ全体を通じた地域活性化に発展させた
- 「一般社団法人スポーツ観光おおさき」を設立し、プロジェクトを推進している

別紙にてGCF実施内容を紹介  GCF掲載ページ

< 本取組での実施概要 >

対象プロジェクト

- 継続的な実施を見据え、初回は「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の取組全体をプロジェクトとして寄付を集めつつ認知拡大を目指す

御礼・返礼品

- 市内向け：御礼として物品に当たらない感謝状や名前の掲示を想定
- 市外向け：ふるさと納税メニュー、Tシャツ等物品を想定

目標金額

- 達成率を高くするため、最低額の100万円で設定想定

開始時期

- 地域の新しい挑戦やストーリーで寄付者を集めることに適している年始を想定

官民連携調整会議時点で寄付金は目標の4割弱が集まっている状況。達成に向けて引き続き周知している状況です

今年度のGCF実施内容

ふるさとチョイスGCF

プロジェクトをさがす

応募寄付総額 26,065,915,264 円

ふるさと納税ガイド

お気に入り

寄付する

プロジェクトをさがす

応援メッセージ

GCFとは

ふるさとチョイス

災害支援

TOP > 受付中プロジェクト > 「一手ずつが、まちを変える」茨城県龍ヶ崎市のスポーツクライミングを基点としたまちづくりプロジェクト

「一手ずつが、まちを変える」茨城県龍ヶ崎市のスポーツクライミングを基点としたまちづくりプロジェクト

カテゴリー: まちづくり

「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」
～スポーツクライミングが地域の魅力となり、誇りと活力にあふれるまち龍ヶ崎へ～

寄付金額 **382,000円**

38.2%

目標金額: 1,000,000円

達成率	支援人数	終了まで
38.2%	13人	30日 / 86日

茨城県龍ヶ崎市(いばらきけん りゅうがさきし)

お気に入り

ふるさと納税で応援

> お礼の品を選んでこのプロジェクトへ寄付をする

> 対応している決済方法

寄付募集期間: 2026年1月5日～2026年3月31日(86日間)

次年度以降は、個別アクションに対するプロジェクトを立ち上げて寄付金を集めるスキームを整えていくことで、各種アクションに係る費用の安定的な確保を目指します

GCF実施方針

	R7年度	R8年度	R9年度以降
目的	「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の周知・応援する人の受け皿の用意	個別アクションを対象としたGCFの実施スキーム確立	実施プロジェクトにおける安定した事業費の確保
実施プロジェクト概要	<p>「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の取組全体</p> <ul style="list-style-type: none"> スポーツ推進課が主体となって実施 1/5から年度末まで実施 目標金額はミニマムの100万円で設定 リターンはふるさと納税のメニューを用意 	<p>国内大規模大会 (AKIYO's DREAM with RYUGASAKI)</p> <ul style="list-style-type: none"> R7の大会実施結果も踏まえつつ、実施主体を検討したうえで、目標金額や実施時期等を設定 	<p>国内大規模大会等の個別アクション</p> <ul style="list-style-type: none"> R8の結果を踏まえて効果を最大化するためのスキームを設計
資金の活用先	<p>「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の事業予算に充当</p> <ul style="list-style-type: none"> トップクライマーによる親子での体験会開催 産業祭での体験会開催 スポーツライミング×龍ヶ崎市のプロモーション映像制作等 	<p>実施対象プロジェクトへ寄付金を拠出</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内大規模大会 (AKIYO's DREAM with RYUGASAKI) の開催に係る運営・演出 上記大会の事前事後プロモーション 	<p>実施対象プロジェクトへ寄付金を拠出</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内大規模大会 (AKIYO's DREAM with RYUGASAKI) の開催に係る運営・演出 各種体験会の企画運営 市内事業者によるスポーツライミング関連事業の開発支援