



- RYUGASAKI CLIMBING -

スポーツクライミングのまち龍ヶ崎
ワークショップ

龍ヶ崎市健康スポーツ部スポーツ推進課

目次

1.	ご挨拶・本日の進め方	15:00~15:05
2.	「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の事業概要	15:05~15:15
3.	スポーツクライミングとは？	15:15~15:30
4.	【ワークショップ①】 スポーツクライミングを絡めた商品／サービスのアイデアとは？	15:30~15:50
5.	各グループで議論されたことの共有	15:50~15:55
6.	【ワークショップ②】 ワークショップ①で考えた商品／サービスを開発するために必要なこととは？	15:55~16:10
7.	各グループで議論されたことの共有	16:10~16:15
8.	プロモーション施策に関する共有	16:15~16:25
9.	クロージング	16:25~16:30

1. ご挨拶・本日の進め方



スポーツク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す

ワークショップの開催概要

目的	<ul style="list-style-type: none">✓ スポーツク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
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」 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 スポーツクライミングとは？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> <ul style="list-style-type: none">✓ スポーツク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> <ul style="list-style-type: none">✓ 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

2. 「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の 事業概要



若者流出が課題である中、スポーツクライミングを一つのコンテンツとしたまちの活性化・若者の誘因を目指し、昨年度に「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎基本構想」を策定しました

本市の目指す姿・課題

龍ヶ崎市が目指す姿

- ✓ 2022年12月に、最上位計画「龍ヶ崎みらい創造ビジョン for2030」を策定し、本市のあるべき姿として「**Creation -ともに創るまち・龍ヶ崎-**」を掲げています
- ✓ その中で、本市が抱える課題への的確な対応や、「住み続けたいまち」の構築に向けて、特に重要な施策を「未来」「魅力」「幸せ」の3つのリーディングプロジェクトとして位置付け、「若者世代の定住促進」や「誰もが楽しめるスポーツ社会の実現」などの施策について、重点的かつ優先的に取組を進めています

課題

- ✓ 人口減少、特に若者の流出が顕著な状況となっており、**大学卒業や就職を機に、特に20代の流出が大きく、直近の令和5年度では、年間200人以上の転出超過の状況となっています**
- ✓ 市街地における人口の空洞化や空地・空家の発生といった**「都市のスポンジ化」が懸念されており、人口減少社会に対応した都市構造への転換が求められています**

人口減少社会を受けての若者を呼び込む本市の取り組み

若者を呼び込む取り組み

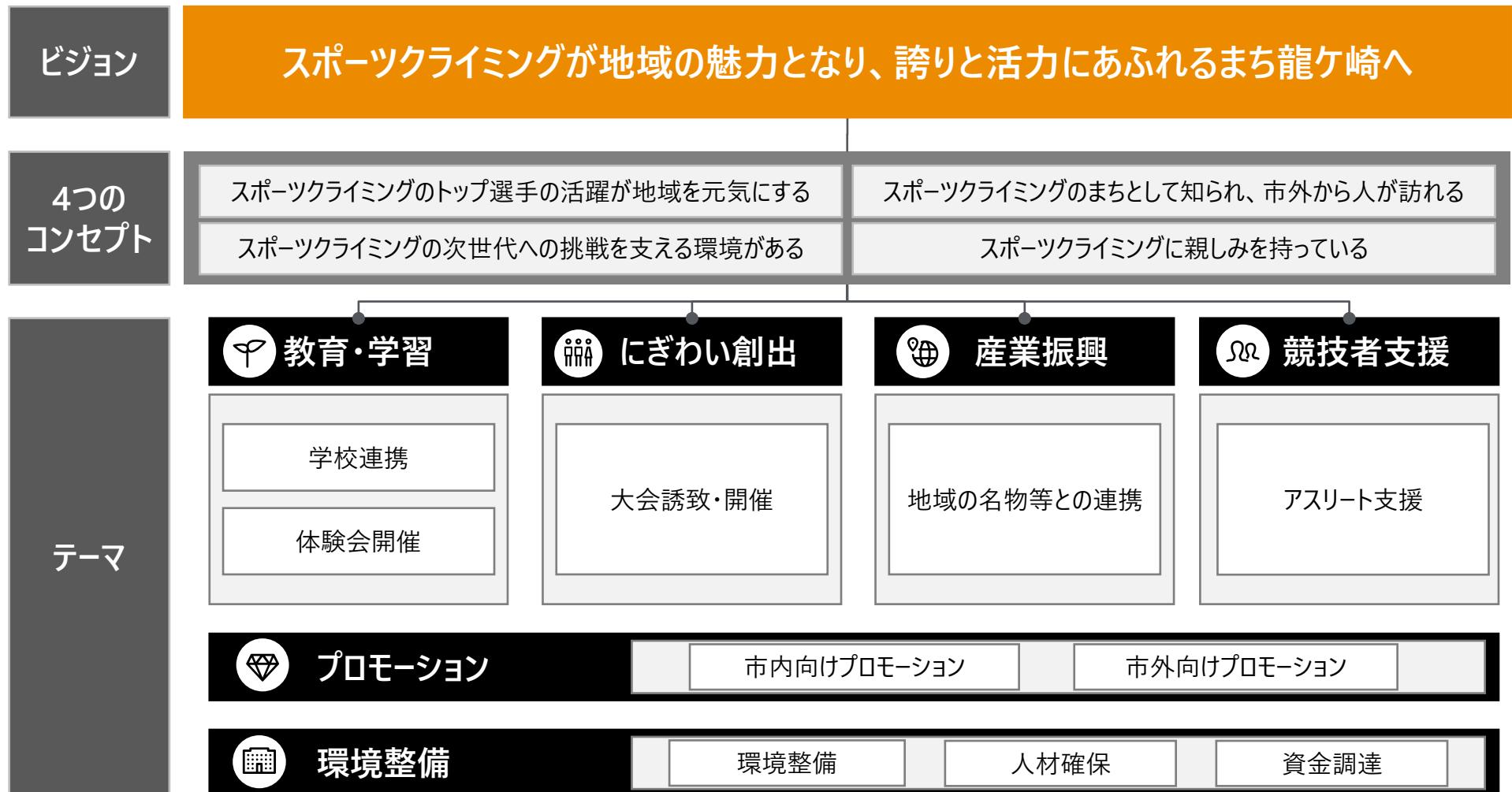
- ✓ 若者や子育て世代を対象とした移住支援金の交付など**経済的な支援**に取り組んでいます
- ✓ 森林公園のリニューアルや保健福祉棟多世代交流センターの整備など**若者に響く魅力アップ**が進んでいます
- ✓ プロスポーツチームや流通経済大学との連携など、トップアスリートを含めた**高いレベルのスポーツに触れる環境**が整っています

オリンピアン、トップクライマーが身边に存在する恵まれた環境
が本市にはあります。
そこで、“スポーツクライミング”を一つのコンテンツとしてまちを
活性化させ、若者を誘引することを目指します

実現に向け、令和6年度に
「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎基本構想」を策定

基本構想は、「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の実現に向けたビジョン、コンセプト、テーマに紐づくアクションで構成されています

基本構想の全体像



スポーツクライミングのまちを推進する上で展開される施策は10のアクションとして整理し、6つの事業テーマに分類されます

事業テーマに紐づくアクション

テーマ	アクション	概要	想定実施時期
①教育・学習	1 学校連携	教育機関等におけるスポーツクライミングの体験・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)	令和7年度～
	2 体験会開催	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、スポーツクライミング体験会を開催します。	令和7年度～
②にぎわい創出	3 大会の誘致・開催	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、スポーツク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。	令和6年度～
③産業振興	4 地域の名物等と連携	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クライミングに関連した商品開発を促進します。	令和7年度～ 本日はこちら
④プロモーション	5 市内向けプロモーション	スポーツク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。	令和7年度～
	6 市外向けプロモーション	「スポーツク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。	令和8年度～
⑤競技者支援	7 アスリート支援	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。	令和8年度～
⑥環境整備	8 スポーツクライミング環境整備	「スポーツク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クライミング競技団体の組織化を目指します。	令和7年度～
	9 人材確保	国の制度等を活用し、「スポーツク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。	令和8年度～
	10 資金調達	「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の持続可能な事業運営に向けた財源確保手法を整理します。	令和7年度～

スポーツク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、「スポーツク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

施策概要	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クライミングに関連した商品開発を促進します。	施策イメージ
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、スポーツク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>■ スポーツク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、スポーツク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><「スポーツク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・ コロッケ型のホールドの作成・ クライミングウォールへのまいりゅうの掲載 <p><スポーツク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">・ スポーツク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クライミングコラボメニューの開発・ スポーツクライミングと関連した商品開発の促進・ 「スポーツク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
関係者 と役割	<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 スポーツク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：新規事業に関する売り上げ・ コスト：開発等支援金、プロモーション費用
次年度以降 取り組む内容	<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	

「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の実現は、スポーツク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

「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」実現に向けた今後の展望

認知の範囲

全国

<令和9年度以降～>

Stage3

「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」
運用段階

- ▶ 全国から「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」として認知され、住民がスポーツクライミングに親しみや誇りを持ち、スポーツクライミングを活用した自発的な取組が広がっている。

市外

<令和8年度>

Stage2

「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」
機運上昇段階

- ▶ スポーツクライミングのまちとして、大規模大会が実施されており、多くの関係者がかかる注力イベントとなっている。
- ▶ 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。
- ▶ 市外のプロモーションにもスポーツクライミングが活用されている。
- ▶ スポーツクライミングをきっかけとした移住者が生まれている。

市内

<令和7年度>

Stage1

「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」
市内浸透段階

- ▶ 市内への普及に向けて、体験機会の増加や、象徴的大会が実現されている。
- ▶ 市内の関係者とも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。
- ▶ 各アクションについて実現性が精査され、アクションの実現に向けた計画が整理されている。
- ▶ 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。

→ スポーツクライミングをきっかけとした
取組の広がり

昨年度は小学生・中学生を対象としたユースクライミング大会を開催し、
2日間で約1000人が来場しました

大会の様子の
詳細は⇒
(市HP)



【令和7年3月15・16日開催】「AKIYO'S DREAM with RYUGASAKI」の様子

会場：ニューライフアリーナ龍ヶ崎のメインアリーナ

参加者：海外や全国から訪れた約240名の小・中学生

特別ゲスト：野口啓代さん（共催）、檜崎智亞選手（本市在住・龍ヶ崎ふるさと大使） 檜崎明智選手、森秋彩選手



大会だけでなく、野口さんやトップ選手によるトークショーや
クライミングウォールの一般開放も実施

地元企業含め複数の団体から
キッチンカーなども出店

3. スポーツクライミングとは



スポーツクライミングは競技としてだけでなく、イベントやツアーやサブ・カルチャーとの融合など他産業の振興にも広がりのあるスポーツです。

スポーツクライミングとは

スポーツクライミングとは

- 急峻な岩山での登山行為である岩壁登攀（ロッククライミング、アルパインクライミング）から生まれ、欧州で競技化し世界に普及しています。
- スポーツという側面に拘らず、アニメやデジタル・アート等他分野にも活用されており、若者への認知も拡大しています。

競技の側面

- どれだけ早く登れたかを競う「スピード」、課題をいくつ登り切れたかを競う「ボルダー」、どこまで高く登れたかを競う「リード」の3種目に分類
- **2020東京オリンピックで初めて正式種目として採用されたことで、スポーツクライミングを競技として楽しむ機運が上昇**



- 本市出身の野口選手は、2020東京オリンピックに出場し、銅メダルを獲得。
- 小学6年生で国内公式戦に初出場初優勝
- 16歳で迎えたシニア国際戦デビューの世界選手権でリードで銅メダルを獲得し、その後も表彰台に上がり続けてきた。

非競技の側面

- イベントやツアーやとの融合によるにぎわいづくりへの活用
 - 欧州を中心とし、**水道橋やダム等の建造物を登るイベント**が実施されている。人口壁では見られない環境面での影響を受けながらのぼる難しさが注目を集めている。（Red Bull Dual Ascent等）
 - 神奈川県主催で**スポーツツーリズムの推進の一環として「スポーツクライミング・ツーリズム」**が開発・展開されるなど、地域活性に寄与している。



「スポーツクライミング・ツーリズム」の目的地
山岳スポーツセンター（左）と、
はだの丹沢クライミングパーク（右）

サブ・カルチャーなど他分野との融合

- 若者に人気なデジタルアート、映像等とのコラボレーションも進んでおり、競技者以外も楽しめる新しい取組が注目されている。

例)
クライミングウォールにプロジェクションマッピングとセンサーを組み合わせた
「WONDERWALL」

- ボルダリング・クライミング系漫画は既に30作品以上あり、漫画「いわかける！」は2020年にTVアニメ化されるなど、サブカルチャーにも取り入れられている。

スポーツクライミングには、スピード・ボルダー・リードの3種目あり、それらの組み合わせはオリンピックの開催年度ごとに見直しが行われています。

スポーツクライミングの種別

- どれだけ速く登れたかを競う「スピード」、課題をいくつ登り切れたかを競う「ボルダー」、どこまで高く登れたかを競う「リード」の3種目があります。
- 東京オリンピックではこれら3種目を1人で行う複合（コンバインド）、パリ2024オリンピックでは、「ボルダー＆リード複合」と「スピード」の2種目が行われました。

スピード

- 高さ15mの壁にセットされた世界共通のコースを用いる。
- 選手は命綱であるロープを装着し、最上部のゴールパッドを目標に駆け上がる。



ボルダー

- 高さ4.5mで様々な傾斜がある壁の複数の課題（ホールドの配置で作られたコース）を登り、課題の最上部にある「TOPホールド」を両手で保持すれば完登となる。
- 中間部には「ゾーン（ZONE）」のマークがついたホールドが設定され、そこに到達できたかどうかも「ゾーン獲得数」として成績に反映される。
- ボルダーの場合は、途中で落ちたとしても制限時間内であれば何度も挑戦できる。



リード

- 高さ15m以上の壁に設けられた1つの課題を、ロープを支点にかけることで安全を確保しながら制限時間6分内に登る。
- トップホールドを保持した上で、最後の支点にロープをクリップすると完登となる。
- ホールドには番号が振られ、上に進むほどその数は大きくなる。



スポーツクライミングは、オリンピックでの日本選手の活躍により注目を集めており、近年は施設数も増加、一般層にも広く認知され、楽しみ方の幅が拡大しています。

国内におけるスポーツクライミングの歴史

- 日本では1980年代に人口壁が登場して以降スポーツ化が進み、日本選手は早くから世界で活躍しており、スポーツクライミング文化が徐々に定着しました。
- 東京オリンピックの正式種目に採用されたことを機に、アスリートの活躍とともに国内のクライミング人気がさらに増加しました。
- アーバンスポーツとして知名度を高めたことにより、一般層にも広く認知され、子どもから大人まで手軽に楽しむことができるスポーツの1つとなりました。

1980年代



1990年代～



YUJI HIRAYAMA
(<https://yuji-hirayama.com/history/>)から写真抜粋

2020年～（現代）

- 1980年代前半、海外からフリークライミングが伝来し、愛好家たちによって人工壁が作られ始めた。



- 1989年に大阪で日本初の室内クライミングジム「CITYROCKGYM」が開設



CITYROCKGYM
(<https://cityrockgym.com/tag/%E3%82%AA%E3%83%BC%E3%83%88%E3%83%93%E3%83%AC%E3%82%A4/>)から写真抜粋

- 1998年、リードの平山ユージ選手が日本人初のワールドカップ総合優勝



YUJI HIRAYAMA
(<https://yuji-hirayama.com/history/>)から写真抜粋

- 2016年、ボルダリングで楢崎智亞選手が日本人初の世界選手権優勝



- クライミングジムの数は年々増加し、2019年には全国で500施設を超え、市場規模も増加傾向



- 2020年東京オリンピックの正式種目に採用されたことを機に、注目を集め競技人口は急増



- 健康ブームやレジャーの多様化、メディアでの露出増加などにより、クライミング・ボルダリングは一般層にも広く認知されるようになる。



- 「遊び」の延長として、街中や公園など手軽に始めることができるアーバンスポーツとして広がっている。

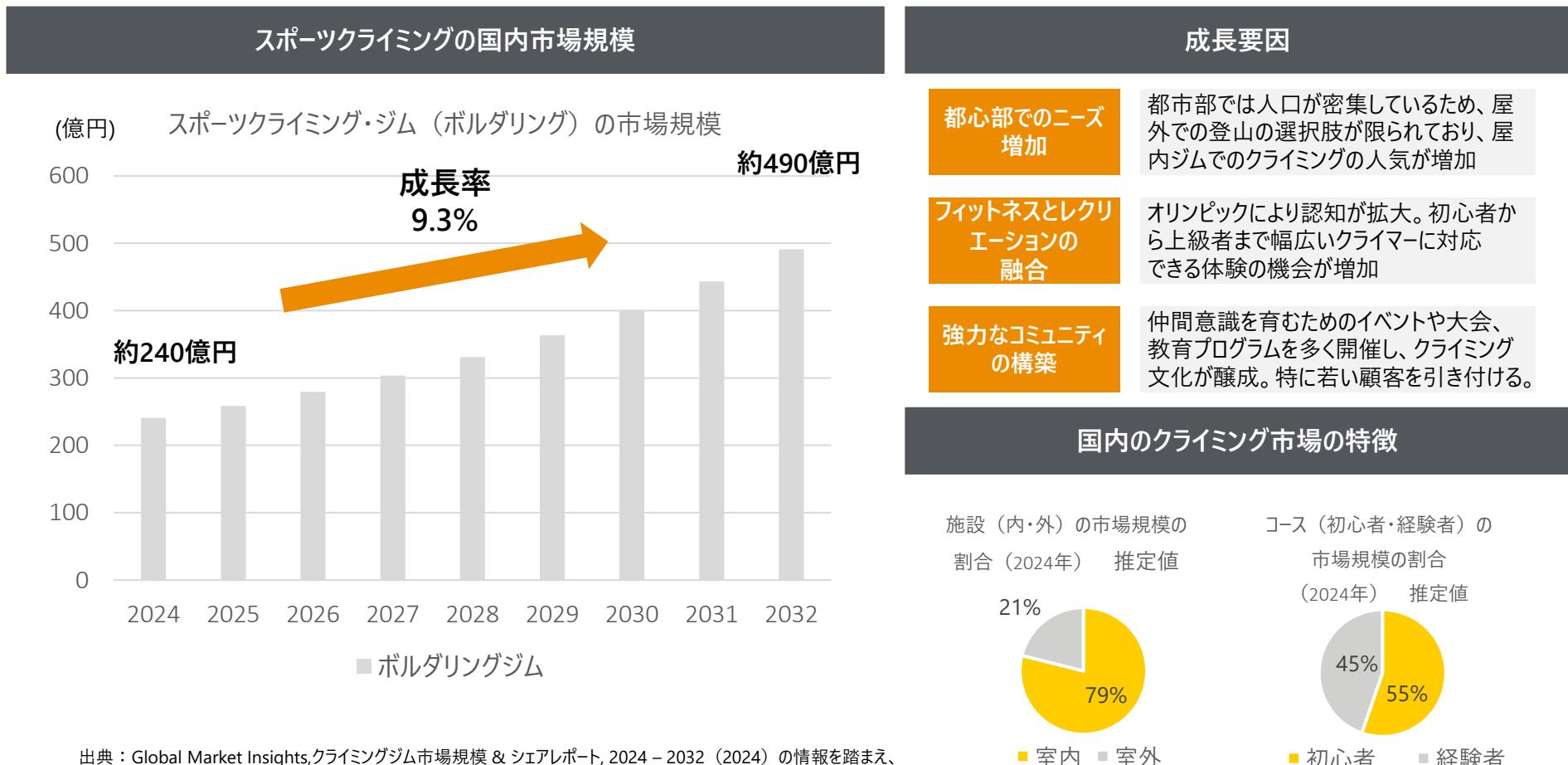


スポーツクライミングの国内市場規模は、2024年の約240億円から、成長率9.3%で拡大し、2032年には約490億円になることが見込まれ、成長市場であると予測されます。

※1ドル=153.4円で換算

スポーツクライミングの市場（国内）

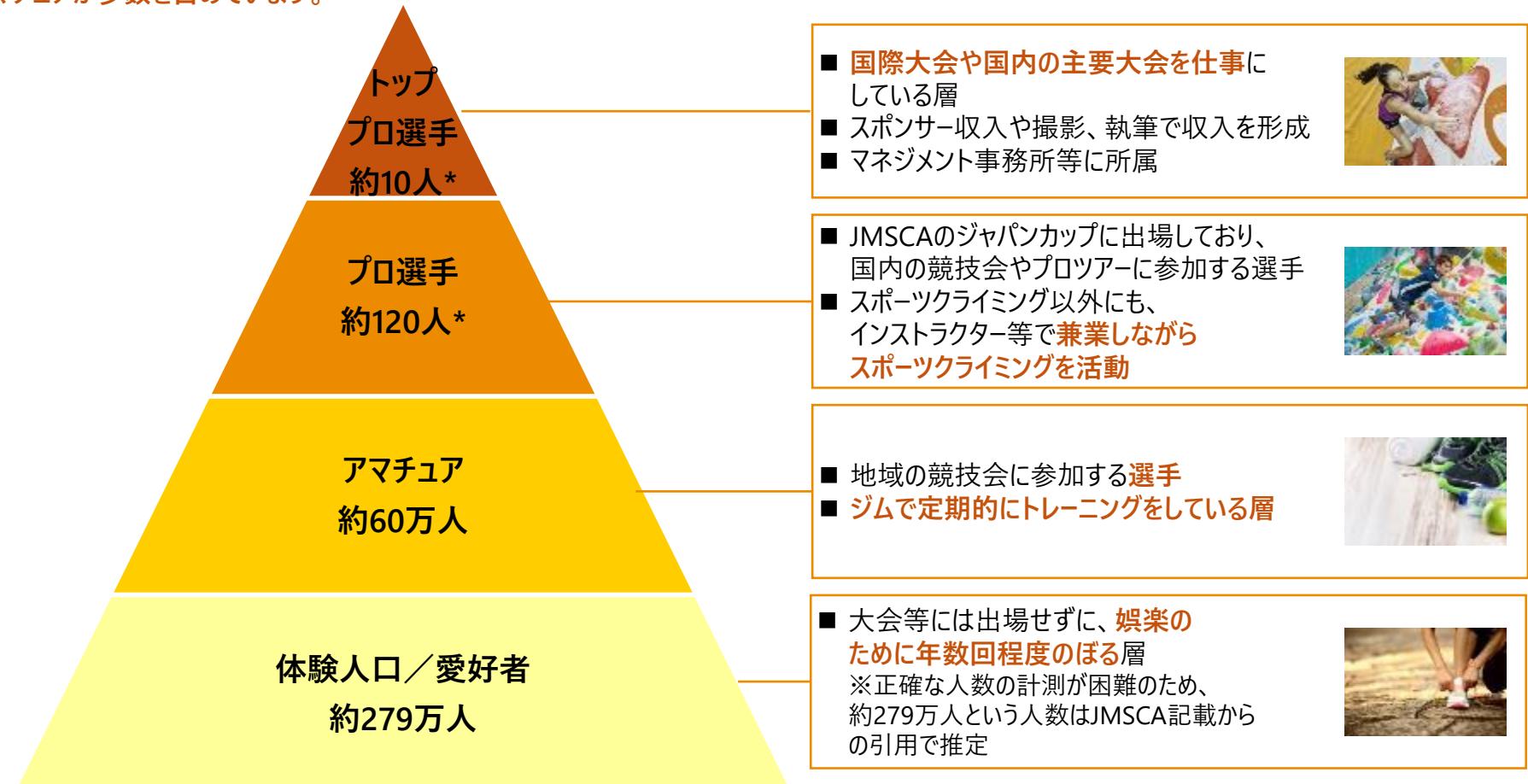
- スポーツクライミングの日本市場の規模は、2024年の240億円から**成長率9.3%ベースで拡大し、2032年には490億円規模**になると推計されます。
- 2020年の東京オリンピックでクライミングが登録され、国内選手の活躍・アーバンスポーツとしての認知度向上が、市場の成長を促進しました。



プロのトップクライマーを頂点として、国内には推定約279万人のスポーツクライミング愛好者がいます。

国内クライマーの階層図

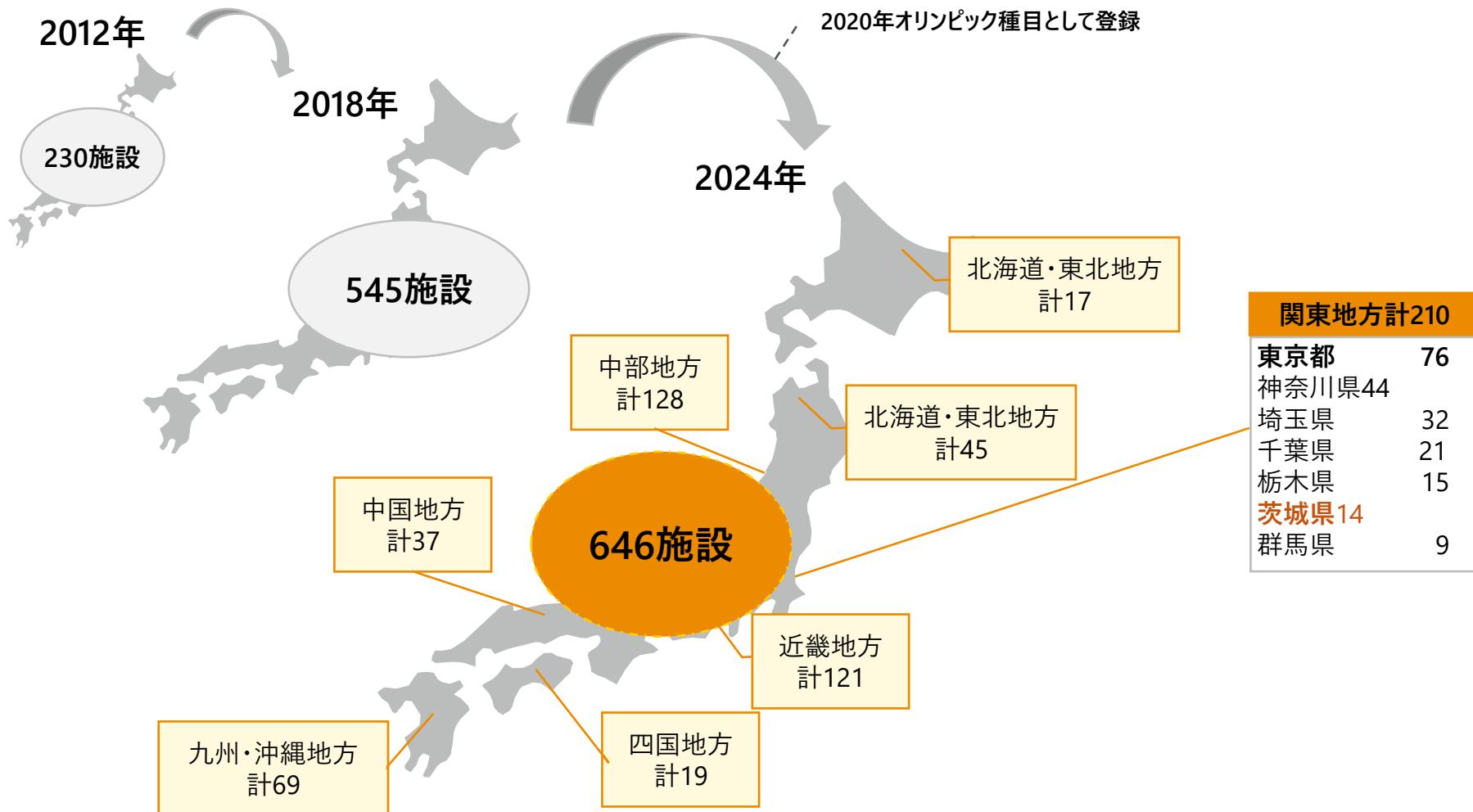
- 体験人口／愛好者は正確な人数は不明ではあります、かねてより**業界内では約279万人**と推定されます。
- 国内で開催される大会には多くのクライマーが参加するが、スポーツクライミングのみを仕事にしているクライマーはごく一部であり、**兼業のプロ選手やアマチュアが多数を占めています。**



出典：JOC (https://www.joc.or.jp/sports/sport_climbing/index.html)、JMCA (<https://www.jma-sangaku.or.jp/wp-content/uploads/2022/04/JMCA%E4%B8%AD%E3%83%BB%E9%95%B7%E6%9C%9F%E8%A8%88%E7%94%BB%E4%B8%AD%E6%9C%9F%E7%B7%A8.pdf>) および野口選手へのヒアリングを基に作成

国内のクライミング施設は、650~800施設程度になると言われています。

国内クライミング施設数の推移（参考値）



全国的に見て、スポーツクライミングの取組事例はあり、にぎわい創出、人材育成等で特徴的な取組をしています。

スポーツクライミング×まちづくりの先進的な事例

	代表的な施設	代表的な取組
1 三重県 伊賀市	 施設名称 DMG MORIアリーナ	国際基準に準じた3種目の壁が常設されている国内唯一のアリーナ 地域スポーツの振興及び普及を図るとともに交流拠点施設としても機能し、1,600人の観客を収容可能
2 佐賀県 多久市	 施設名称 九州クライミングベース SAGA	登る高さを競う「リード」、登る速さを競う「スピード」のそれぞれ高さはおよそ15mであり、3つの壁が同じ施設に揃っているのは九州初であり、世界大会が開催できる“世界基準”的設備 指導者がいたことや、県内での選手育成にさらに力を入れる機運の高まりもあり、新しいクライミング施設の設置に至る 強豪校である多久高校も利用しており、世界で活躍する選手も輩出
3 東京都 昭島市	 施設名称 モリパークスポーツ ウォール & スタジオ	緑豊かな環境の中、ワールドクラスの大会も実施可能な大型クライミングウォールを備えたクライミングジム 高級感や清潔感のあるスタジオで、様々なアクティビティを提供 経験豊富なインストラクターが、初心者～上級者までサポート
4 茨城県 鉾田市	 施設名称 鉾田市生涯学習館「とくしゅくの杜」スポーツクライミングセンター	スポーツ振興くじ助成事業 を活用し、鉾田総合公園体育館からとくしゅくの杜スポーツクライミングセンターへクライミングウォールを移設 2019年に開催された「いきいき茨城ゆめ国体」で、実際に使用されたボルダーリング壁を設置

たつのこアリーナにボルダリングウォールがあり、市民がスポーツクライミングに親しめる環境が整っており、野口氏や檜崎選手といった第一人者も在住しています。

龍ヶ崎市におけるスポーツクライミングの状況

スポーツクライミング施設

たつのこアリーナ
(現・ニューライファアリーナ龍ヶ崎)



特徴

- 安価で手軽に利用できるボルダリングウォール
- 初心者～中上級者まで楽しめる多種なルート
- 安全設計が施され定期的な体験会やイベントも開催

住所

- 龍ヶ崎市中里3丁目2番1

設備

- 高さ：4m
- 全長：7m
- 角度：85度・90度・100度

利用

- 利用者：累計2,500人
- 利用時間：9:00～22:00
- 利用料（1時間）：

※2025年1月時点

一般	高校生	小中学生・65歳以上の方・障がい者	未就学児
150円	100円	80円	無料

フォレストアドベンチャー龍ヶ崎



- 2024年度に、「龍ヶ崎市森林公園」が大幅にリニューアル
- 初心者の方から挑戦できるクライミングウォールを設置

- 龍ヶ崎市泉町1966番地
龍ヶ崎市森林公園内

- 高さ：10m

- 利用時間：9:00-17:00
(最終受付時間15:00)
※季節による

- 利用料：
クリフチャレンジャー 800円/10分

トップ選手在住

野口 啓代 氏



肩書：プロクライマー

誕生日：1989年5月30日

出身地：茨城県龍ヶ崎市

- 東京2020オリンピック 複合 銅
- ワールドカップ（ボルダリング）2009年、2010年、2014年、2015年 ワールドカップボルダリング年間優勝
- 世界選手権（ボルダリング）2007年、2018年、2019年：2位、2014年、2016年：3位、（リード）2005年3位、（コンバインド・3種目複合 スピード・ボルダリング・リード）2018年、2019年：2位

檜崎 智亞 選手



肩書：プロクライマー

誕生日：1996年6月22日

出身地：栃木県宇都宮市
(龍ヶ崎市在住)

- 東京2020オリンピック4位
- パリオリンピック2024出場
- ワールドカップ（ボルダリング）2016年、2019年 ワールドカップボルダリング年間優勝
- 世界選手権（ボルダリング）2016年、2019年：優勝、（コンバインド）2019年：優勝

本市ではオリンピアン等のトップアスリートが在住し、気軽に楽しめるスポーツクライミング施設もあるが、課題である若者を誘引するコンテンツとして整っていないのが現状です。

調査結果の要約

		調査項目	調査結果
外部環境調査	市場調査	<ul style="list-style-type: none">✓ スポーツクライミングの特徴✓ スポーツクライミングに関するトレンドや先進事例✓ スポーツクライミングの市場規模や成長率	<ul style="list-style-type: none">■ オリンピックの正式種目として採用された東京オリンピック以降、スポーツクライミングの市場規模・人口・認知度は拡大中 機会■ 省スペースでもできる都市型のスポーツとして、専用ジム増加 機会■ エンタメ性が高く、観戦者も楽しめるイベントや大会が多く開催 機会■ 国内に推定約279万人のスポーツクライミング愛好者がいるが、専業で十分な収入が得られるプロ選手は僅か 脅威
	競合調査	<ul style="list-style-type: none">✓ 茨城県内/外におけるスポーツクライミングの施設調査✓ 茨城県内/外でスポーツクライミングによる地域活性化を行っている自治体の動向調査	<ul style="list-style-type: none">■ 周辺地域におけるスポーツクライミング施設の増加 機会<ul style="list-style-type: none">・茨城県内（鉾田市・大子町等）においても、スポーツクライミングに注力する自治体が存在■ 他地域におけるスポーツクライミングの注力度向上 脅威<ul style="list-style-type: none">・三重県伊賀市、佐賀県多久市、東京都昭島市、埼玉県小鹿野町等がアーバンスポーツに注力
内部環境調査	自市調査	<ul style="list-style-type: none">✓ スポーツクライミングを通じた地域活性化に必要な資源、戦略に合致する資源の調査✓ 観光地、飲食、宿泊施設、イベント会場・にぎわい拠点等の調査	<ul style="list-style-type: none">■ 野口氏、檜崎選手が龍ケ崎市に在住 強み■ 初心者から手軽にスポーツクライミングを楽しめるたつのこアリーナの存在 強み■ 次なる担い手となる若い世代の転出超過 弱み■若い世代を誘引する観光コンテンツ、まちのにぎわい創出の拠点・プラットフォームとなるような場の不足 弱み

4.【ワークショップ①】 スポーツクライミングを絡めた商品／ サービスのアイデアとは？



スポーツクライミングと事業者の皆様の連携手法として、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、スポーツク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。

事業内容を鑑みながら、パターン①～③で連携

①ラッピング／デザインを スポーツクライミング仕様に変更

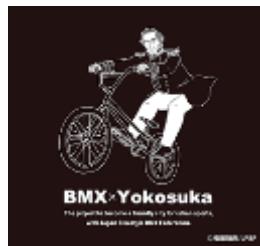
例) 神奈川県横須賀市
「アーバンスポーツのまち横須賀」を推進している中で、プロジェクトシンボルが描かれた限定デザインビールをふるさと納税返礼品限定で出品



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スポーツク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）
『スポーツクライミング』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



出典：B-R サーティワン アイスクリーム株式会社
(<https://www.31ice.co.jp/contents/company/pressrelease/pdf/r210630.pdf>) の情報を踏まえ、受託者にて作成（2025年10月時点）

③スポーツク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

出典：株式会社UNDERWATER
(<https://tsukijikajuu.tokyo/theanko/?srsltid=AfmBOop9V9F89fNr-YqBtJzuV8Vb3uJkucpHVm7ucYZ5djzDXXP3tkBy>) の情報を踏まえ、受託者にて作成（2025年10月時点）

市内事業者の方は、皆様の事業展望や事業課題を起点にして
スポーツクライミングとの連携の仕方をお考えいただけだと幸いです

スポーツクライミングに関連する商品／サービスは幅広く存在するため、ご自身の事業を起点にまずは事業アイデアをブレストいただけると幸いです

スポーツクライミングに関連する商品／サービス（例）

準備・トレーニング

- フィジカルを鍛えたい

フインガーボード
自宅等で指の筋力トレーニングが可能

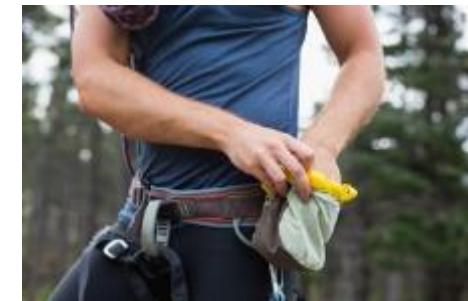


商品イメージ

練習場所への移動

- ギアを運びたい

チョークバッグ
滑り止めであるチョークを入れる。開口部が広い



商品イメージ

- 栄養を補給したい



エネルギーバー
運動の合間での糖質補給に優れる



シューズケース
チョークが外に漏れず、かつ蒸れない作りが好まれる

商品イメージ

スポーツクライミングに関連する商品／サービスは幅広く存在するため、ご自身の事業を起点にまずは事業アイデアをブレストいただけすると幸いです

スポーツクライミングに関連する商品／サービス（例）



5. 各グループで議論されたことの共有



6.【ワークショップ②】

ワークショップ①で考えた商品／
サービスを開発するために必要なこととは？



皆様からのスポーツクライミングを絡めた商品／サービスの新規開発を促進するために
どのような支援内容があると良いかご意見をいただきたいです

支援内容の例



新規開発時だけでなく、継続的に商品／サービスを提供することを見据えた際に
あるとありがたい支援内容もぜひご教示いただけますと幸いです

参考) 佐賀県・長崎県では「肥前窯業圏」活性化推進協議会を中心となって公募事業を展開し、金銭的な支援によって新規事業の創出につなげています

金銭的支援

参考事例：焼き物を活かした新規事業開発の取り組み

(5) 観光事業化：事例1

ストーリーを体現する商品・事業の開発

事例サマリー

- ストーリーを担う新規事業の立ち上げに向けた公募事業を実施し、日本遺産ストーリーを体現する観光商品等の開発を促進。一部事業では地域の主導で自走化している。
- これまで独自に取り組んでいた事業が、日本遺産を契機に連携を開始。協同での展示会開催や、ワークショップでの相互紹介等が行われるなど新たな取組のきっかけにつながっている。

観光事業化における取組内容

<概要>

- 企業・団体の商品開発に対し公募を実施し、補助金を交付することで日本遺産ストーリー関連の商品開発を促進。補助を受けた商品は地域主導でコンテンツの自走化にもつながっている。
- また、日本遺産を契機に8市町で独立していたやきものの文化の相互連携を図ることができ、ワークショップを通じた連携などつながっている。
- 事業を通じて、旅行商品や体験型コンテンツ、タンブラー、展示会などの商品を開発しており、ツアーにおいては、日本遺産肥前窯業圏の魅力を伝える観光事業・商品販売事業として自走している事業もある。

▼ 公募事業内容

実施年度	平成30年度～令和4年度
事業名	「肥前やきもの圏企画提案事業」など
概要	「窯業」や「やきもの（陶磁器）」をはじめとする圏域内の地域資源を活用した新しい取組に挑戦したい人を応援する仕組み
交付対象	対象経費の1/2～10/10以内
上限金額	上限50～200万円
募集件数	5～16件
選定軸	広域性、新規性、継続性

取組の背景・経緯

<背景・経緯>

- 市町や観光協会、窯元組合は日本遺産認定前から、やきものの文化を支援しており、事業者とは定期的な意見交換を行えていた。
- 日本遺産の認定を契機に、ストーリーを担う事業者らから、取り組んでみたい事業をヒアリングし、新規事業のニーズがあることから、公募型の新規事業支援事業を展開
- これまで3か年でのべ44件・団体に支援を実施した。

問い合わせ先

■ 「肥前窯業圏」活性化推進協議会

事務局：佐賀県 文化・観光局 文化課 TEL：0952-25-7236 Mail:culture_art@pref.saga.lg.jp
長崎県 県北振興局 商工観光課 TEL:0956-24-5287

取組における工夫点

<Point①：企業の商品開発を促進する仕組みづくり>

- 事前のコミュニケーションにより、事業者の観光商品開発ニーズを把握。
- 事業者の「やってみたい」を支援することにより、事業者が自発的に事業に取り組むことにつながった。
- また、公募型事業の実施により、事業者とのリレーション拡大につながり、日本遺産ストーリーの発信に向けた連携をとることができている。
- また、他の周遊事業とも連携を図ることで、複合的な日本遺産の情報発信や、周遊プランの充実化につながっている。

<Point②：日本遺産を契機とした8市町の連携による事業実施>

- 従来より、唐津焼、伊万里焼、有田焼などそれぞれの産地で焼き物をPRしていたが、日本遺産認定を契機に連携を図り、相互のプレゼンス向上に寄与している。
- 例えば、ワークショップの開催時には、他のやきものの作家を招聘し、やきものの紹介を行うなどして、受講者の興味を引き立たせていたり、共同で展示会を開催するなどして連携を深めている。
- また、公募事業と別に産地の特徴や技法を表現したやきものミニチュアのガチャ「窯ガチャ」事業を行い、各産地の窯元が協力して製作し、協議会の収益になっている。

<肥前やきもの圏企画提案事業の主な成果>

▼ 肥前やきもの圏作家展 ▼ 肥前トラベリングタンブラー



出典 <https://www.arita.jp/news/4248.html>



Instagram等でも#付き
頻繁に投稿されている

参考) 他自治体でも、地域事業者によるスポーツを絡めた事業に対して 制作物の制作支援やプロモーション支援を行われております

参考事例：スケボー神社ブランディングに対する支援



事業者 による 取組概要

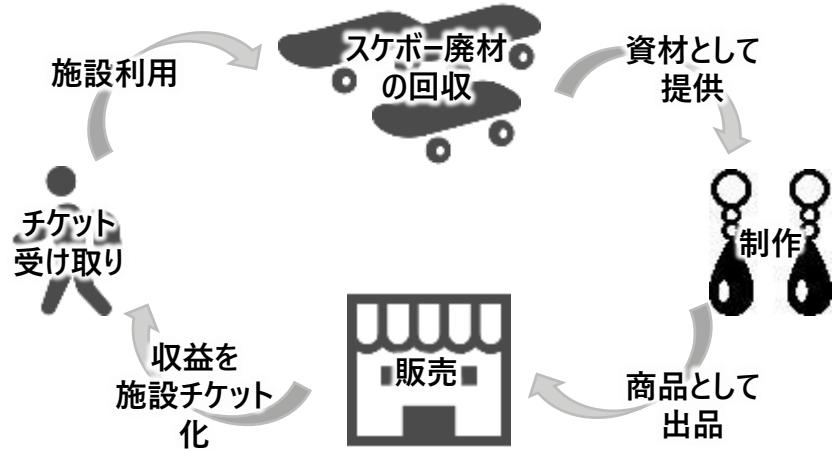
- ▶ 地域のスケートボーダーを集め、安全と技術向上を願って、祈祷するイベントを開催
- ▶ スケートボードを絵馬風に切り抜き、参加者はスケボーに対する想いを描いた上で奉納

行政からの 支援内容

- ▶ 当日に掲げたパネルボードの制作（デザイン～発注）
- ▶ 地域スケボースクールの紹介
- ▶ 絵馬の制作費負担

制作物の提供／
ステークホルダーの紹介を
通して支援

参考事例：スケボーアップサイクル事業に対する支援



事業者 による 取組概要

- ▶ 大量に発生するスケボー廃材を地域のスケボー場で回収し、ピアスやブレスレットにアップサイクルする事業を、市内事業者が新規組成

(<https://matsubara-city.note.jp/n/n8a08da5d1f09>)

行政からの 支援内容

- ▶ 地域の鉄道会社が行うクラウドファンディングへ掲載支援
 - ・ 沿線駅のデジタルサイネージや壁ポスターで情報露出
→地域内での認知拡大を支援

プロモーション・販促支援

7.各グループで議論されたことの共有



8. プロモーション施策に関する共有



本日ご参加いただいた事業者の皆様に関連する取組として、市内プロモーションのアクションについてご説明させてください

事業テーマに紐づくアクション

テーマ	アクション	概要	想定実施時期
①教育・学習	1 学校連携	教育機関等におけるスポーツクライミングの体験・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)	令和7年度～
	2 体験会開催	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、スポーツクライミング体験会を開催します。	令和7年度～
②にぎわい創出	3 大会の誘致・開催	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、スポーツク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。	令和6年度～
③産業振興	4 地域の名物等と連携	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クライミングに関連した商品開発を促進します。	令和7年度～
④プロモーション	5 市内向けプロモーション	スポーツク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。	令和7年度～
	6 市外向けプロモーション	「スポーツク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。	令和8年度～
⑤競技者支援	7 アスリート支援	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。	令和8年度～
⑥環境整備	8 スポーツクライミング環境整備	「スポーツク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クライミング競技団体の組織化を目指します。	令和7年度～
	9 人材確保	国の制度等を活用し、「スポーツク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。	令和8年度～
	10 資金調達	「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の持続可能な事業運営に向けた財源確保手法を整理します。	令和7年度～

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、市民がスポーツクライミングを感じる機会を増やし、「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の認知度向上を図る取組です

アクション【5】市内に向けたプロモーション

施策概要	スポーツク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。	施策イメージ
目的	市内の「スポーツク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。	<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、スポーツク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。<ul style="list-style-type: none">・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・バナーのぼりの作成・マスコットキャラクターの活用
関係者と役割	<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	<ul style="list-style-type: none">■ 市内の媒体を活用し「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」を発信します。<ul style="list-style-type: none">・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「スポーツク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ク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「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」コンテンツの活用促進
令和7年度以降取り組む内容	<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	<p>収益・コスト</p> <ul style="list-style-type: none">・コスト：デザイン費、作成費、発信費

「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」を市内に浸透させる今年度は、市内の関係者とも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状態を目指しています

「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」実現に向けた今後の展望

認知の範囲

全国

<令和9年度以降～>

Stage3

「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」
運用段階

- 全国から「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」として認知され、住民がスポーツクライミングに親しみや誇りを持ち、スポーツクライミングを活用した自発的な取組が広がっている。

市外

<令和8年度>

Stage2

「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」
機運上昇段階

- スポーツクライミングのまちとして、大規模大会が実施されており、多くの関係者がかかる注力イベントとなっている。
- 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。
- 市外のプロモーションにもスポーツクライミングが活用されている。
- スポーツクライミングをきっかけとした移住者が生まれている。

市内

<令和7年度>

Stage1

「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」
市内浸透段階

- 市内への普及に向けて、体験機会の増加や、象徴的大会が実現されている。
- 市内の関係者とも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。
- 各アクションについて実現性が精査され、アクションの実現に向けた計画が整理されている。
- 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。

→ スポーツクライミングをきっかけとした
取組の広がり

今年度の施策として、プロモーション映像、大型オブジェ、横断幕、のぼりを作成します。
大型オブジェ、横断幕につきましては、市役所や駅前等への設置を想定しております

今年度作成するプロモーションコンテンツ（1/2）

大型オブジェ

- 等身大のクライミングまいりゅうとクライミングの壁を設置した大型のオブジェ（幅2,400mm）



横断幕

- 「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口で構成した横断幕（縦900mm × 横7,000mm）



今年度の施策として、プロモーション映像、大型オブジェ、横断幕、のぼりを作成します。ご参加の皆様につきまして、映像の放映/のぼりの設置等ご協力いただけますと幸いです

今年度作成するプロモーションコンテンツ（2/2）

のぼり

- 「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口で構成したのぼり縦1,800mm×横450mm



⇒のぼりを設置いただきたい
(2026年1月中旬以降~3月末)

プロモーション映像

- 龍ヶ崎市×スポーツクライミングの未来をコンセプトとした映像



「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」を作成中

- ✓ 大会やイベント、商業施設や駅等での放映を想定
- ✓ 30秒、長尺（2~5分程度）、SNS向け縦撮りバージョンを作成

⇒映像を放映いただきたい
(2026年2月以降~)

①アンケートから協力可否等を回答
【ワークショップ後】

- ・ワークショップ後に配布するアンケートフォームから、協力可否、協力いただける場合の条件（本数や期間等）を回答いただきます

②担当課にて配布時期や数量を調整・回答
【2025年12月下旬目途】

- ・いただいた回答を踏まえ、担当課にて数量等を調整し、配布時期・場所と合わせてご連絡・相談させていただきます

③担当課にてのぼり/映像データを配布
【2026年1月中旬以降】

- ・のぼり：事前に担当課にて確認した数量、配布場所・配布時期に沿ってお渡します
- ・映像：メールにて共有させていただきます

ご協力いただくにあたっての今後の流れ

9. 今後の予定／クロージング

