



第2回「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」官民連携調整会議

2025年11月18日

アジェンダ

1.	本日の位置づけ	P.2
2.	各事業の進捗共有及び意見交換	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	
	⑧スポーツライミング環境整備	
	⑨人材確保	
	⑩資金調達	
3.	今後のスケジュールの共有	P.58

※2-⑦アスリート支援は次年度より着手

1.本日の位置づけ

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。 本日は、全体方針を共有する「官民連携調整会議」となります。

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

具体部分まで検討しつつ
合意形成できるサイクルを設計

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		
	教育・学習 	環境整備 
	プロモーション 	にぎわい創出 
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.各事業の進捗共有・協議

各アクション、今年度のゴールに向けて検討・実行を進めておりますので、進捗をご共有の上で、各種協議させていただきます

各アクションの概要と今年度のゴール

テーマ	アクション		概要	今年度のゴール
①教育・学習	1	学校連携	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・キャリア教育等)	✓ 次年度以降の実施計画策定（学校側との体験会開催に向けた調整済）
	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、スポーツライミング体験会を開催します。	✓ 複数回の体験会開催 →振り返り結果を踏まえた今後の方針出し
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。	✓ AKIYO' s DREAMの開催、昨年度以上の盛り上げりの醸成
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ライミングに関連した商品開発を促進します。	✓ 次年度以降の事業連携促進に資する取り組み内容の方針策定
④プロモーション	5	市内向けプロモーション	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。	✓ 市民が集まる場所への「スポーツライミングのまち 龍ヶ崎」露出
	6	市外向けプロモーション	「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。	✓ 市外の方への動画コンテンツ発信 ※市内含め、今後の方針も策定
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。	✓ （今年度着手無）
⑥環境整備	8	スポーツライミング環境整備	「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。	✓ 環境整備方針資料の策定
	9	人材確保	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。	✓ 人材募集の実施 →人材の確保を目指す
	10	資金調達	「スポーツ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。	✓ 複数資金調達手法の確立

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)
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。
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 たつのこアリーナでの体験会受入
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

施策イメージ

- 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。

<実施内容案>

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。

- 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

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



体育の授業 校内での 体験 ウォール設置 カリア教育
での体験

②定期的に練習可能な機会の創出



場所
の確保

実行体制
スキームの
検討

指導人員
の確保

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

学校連携においては今年度で、将来的に目指す姿のすり合わせ 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す

学校連携の進め方

目的

- スポーツライミングに興味を持った人が定期的に練習ができるような場所と機会を設けるため、ハード・ソフト両面での検討を進め、関係者間の調整及び次年度以降でのスタートを見据えた計画を策定する。

① 検討体制

分科会にて意見交換・調整

学校側との連携・調整

教育委員会



環境面の連携・調整

野口氏

施設関係者

アプローチ

施策案検討
7月～8月

- 学校連携施策素案の作成

課題確認
計画策定
9月～12月

- 施策案を踏まえ、26年4月以降の実施に向けた実施計画を作成
- 分科会にて計画の実行にあたっての課題整理や調整を実施
- 小中学校にて整える環境・機会について、将来的に目指す姿を共通認識化

計画最終化
1月～3月

- 計画の最終化を行う
- 課題に対する対応を行う

各種会議にご参加いただき、誠にありがとうございました

各種会議の開催報告

会議体	開催日	参加者（所属のみ）	議題	当日の要旨
学校関係職員との会議	9/1	教育委員会事務局（指導課、文化・生涯学習課）、健康スポーツ部、スポーツ推進課	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 学校連携にて想定している施策内容の共有 ✓ 市内全児童生徒へ体験させる機会の確保可否／求められる状態の協議 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 各校との調整は必須だが、体育の授業を活用してスポーツライミングを体験してもらうことは可能 →施設への訪問形式か、特設ウォールを用いた巡回形式
第1回分科会	9/22	福祉部、健康スポーツ部、流通経済大学、龍ヶ崎市学校長会、たつのこまちづくりパートナーズ、NPO法人クラブ・ドラゴンズ、茨城県山岳連盟	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 本アクションで目指すべき姿の共有・協議 ✓ 次年度の体験機会確保の実現方法の協議 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 指導・管理の質や児童生徒の興味喚起を担保できる仕組みを整えた上で体験機会を展開する必要あり →肋木ウォール設置校にヒアリングを行い、現状を確認
学校関係職員との会議	10/9	龍ヶ崎市学校長会、教育委員会事務局（指導課、文化・生涯学習課）	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 次年度の体験機会確保の実現方法の協議 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ まずは各校の開催希望を取りまとめ、開催希望校とは現地で実現手法を調整

今後も議題ごとに会議体を分けて、協議を進めていく想定

港区立高松中学校にセットされたクライミングウォールを見学し、導入経緯や活用状況に関するヒアリングを実施しました

港区立高松中学校視察まとめ

施設規模： **小** (競技に親しむ場所) **中** (競技者の練習場所) **大** (大規模大会の開催場所)

視察概要

日時 令和7年10月24日 15:00~

場所 東京都港区立高松中学校・

内容

- ・ 導入経緯
- ・ 活用状況 (学校内外)
- ・ 導入後の効果・所感

高松中学校



高輪台小学校



視察サマリ (高松中学校校長より)

導入経緯

- ・ 教育委員会として生徒の体力・運動能力向上を目指す中、特に握力の数値が全国平均を下回ってる課題の対応策として、区内全小学校にボルダリングウォールを設置
→他中学校に先行して、左記中学校にも導入

活用状況

- 学校での活用
【ソフト面】
 - ・ 活用場面は体育授業のみ
 - ・ 実施頻度はクラスごとに2回程度／年
 - ・ 実施内容は教員が生徒にルールや登り方を指導。ウォール各面の安全管理のため、指導員含め2名必要
 - ・ 教員はルールや登り方の指導の他、ハーネスの付け方を学ぶ【ハード面】
 - ・ 設置後からルートは変更なし
 - ・ 維持管理等のチェックは教育委員会にて実施
- 地域・課外での活用
 - ・ 地域団体、区NPO法人にて不定期にボルダリング教室が開催されており、都度場所を貸している

導入後の効果・所感

- ・ 男女問わず積極的に上る生徒が多かった
- ・ 小学校への導入後だが、教室に握力計を設置しているが、生徒から計測値が上がったデータあり

示唆

- ・ 授業外での利用に関するルール／児童生徒がチャレンジしたくなる工夫がないと、単発の体験に終わってしまう
- ・ 学校側での安全管理として教員に対する指導者講習の受講が必要となるが、教員の異動リスクも鑑み、受講方法等をマニュアルとしてコンテンツ化するとよい

龍ヶ崎市では、若年層に対してスポーツクライミングを普及させることを最優先に据えつつ、興味喚起から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

現在の状態

- ✓ 市内では、3つの小学校に肋木クライミングウォールが設置されている他、競技として初心者が練習できる場所も存在（たつのこアリーナ）しており、興味を持った子が体験できる機会は整い始めている
→一方で、幅広い層の市内の全子どもが自然と体験できる環境や機会、仕組みがない
- ✓ ニューライフアリーナにてスポーツクラブが存在しており、気軽に（1回1,000円程度）参加できる
→一方で、競技者を目指し中学生が積極的・継続的に参加したくなる受け皿としては機能していない（難度・位置づけ等）

理想像

- ✓ 龍ヶ崎市に住む全こどもの身近にスポーツクライミングができる環境があり、実際に体験する機会を有している
- ✓ スポーツクライミングの競技力をより高めた子が、気軽に・定期的に練習できる制度や環境が整っている

施策方向性①
体験・学習機会の創出

施策方向性②
定期的に練習が可能な機会や制度等の確立

肋木クライミングウォールを設置した3校へのヒアリングを行った結果、児童たちは興味を持って利用しており、継続的に利用するための仕掛けが求められています

肋木ウォール導入校における生徒の反応

背景

9月に、市内3小学校（八原小、駒馬台小、川原代小）へ肋木クライミングウォールを設置。各校が授業などで体験を促進
→今後の学校連携施策を考える上でも、3校での児童の反応などを把握する必要があり、3校の教員に向けて、ヒアリングを実施



ヒアリング結果

現在の活用状況に関して

【目的】

- 実際に体験した児童の反応・興味度合を把握する
- 実際に利用中での現場課題を把握する

- ✓ 2校にて、体育の授業での体験
 - 前のめりに体験する児童も多数いた一方で、1名ずつしか登れないため、授業というより体験の位置づけ
 - 色縛りを設けたり、待っている児童がホールドを指定する形式を採ったり、先生側で登り方を工夫
- ✓ 2校にて、休み時間に開放して利用（先生1名が見張り）
 - 設置当初から興味を持つ児童が多く、1日最低5名程度は体験。中でも、中学年世代に最も人気

今後の活用に関して

【目的】

- 今後、市内の全子どもが体験する状態を作るためには、**どのような工夫をして事業を進めていけると良いか**の考えに至る現場の声を把握する

- ✓ 体育の授業においては、サーキットトレーニングへの導入などを想定。単独での体験授業は数回程度になる想定
 - **休み時間に自主的に児童が体験してくれるために、参考課題**があると良い
- ✓ 先生側としても、より楽しく・安全に登れる方法を知らない点があるため、**先生向けの指導や先生同士のノウハウ交換は必要**
- ✓ クラブ活動等での利用も考えられるが、普及させるためには外部の指導者による指導の機会が効果的

今後の更なる利用促進に向けて

先生・児童それぞれに対する登り方マニュアルの共有が求められる

まずは2026年度は「体験・学習機会の創出」のために、希望する数校を対象にした体験会を開催する想定で、現在対象校と調整中です

2026年度の体験会の概要

体験会開催概要

希望する学校の授業1~2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>
 - ✓ 対象校における児童生徒
- <指導者>
 - ✓ たつのこアリーナ職員 or 外部クライマー

実施時期

対象校のニーズに合わせて変動

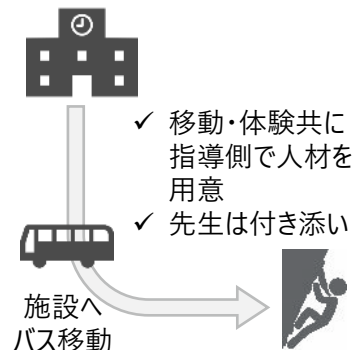
対象校

現在、確認中

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：たつのこ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児童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：学校へ特設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
- (+) 児童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据え置きでき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

施策概要	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。
目的	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。
関係者と役割	<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
令和7年度以降 取り組む内容	<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

施策イメージ

■ 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



■ 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



収益・コスト

- ・ 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

若年層中心に多くの市民に対して体験機会を提供したいと考えております

今年度の体験会開催予定

今年度開催を企画している体験会



11/8 (土) たつのこアリーナ



11/23 (日) 龍ヶ崎市産業祭いがっぺ市



2月 AKIYO' s DREAM
with RYUGASAKI
(調整中)

今年度の開催結果を踏まえて
次年度以降の体験会開催方針を検討

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

ゲストクライマーと一緒に新しいことに挑戦しよう！

親子でボルダリング体験

参加費 無料

2025
11月8日(土)
10:00~11:00
11:30~12:30

会場 ニューライフアリーナ龍ヶ崎
サブアリーナ
(龍ヶ崎市中央 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
(各回 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

ゲストクライマー

野口啓代さん Akiko Nozaki
元スポーツクライミング日本代表/
プロクライマー/龍ヶ崎ふるさと大使
1989年生まれ
龍ヶ崎出身。小学5年生の時に家族旅行中のダ
ムでフリークライミングに接触。クライミングを
始めてわずか1年で日本ユースを制覇。その後数
年の国内の大会で素晴らしい成績を挙げ、競技人
生の最後の目標となった東京2020オリンピックでは
メダルを獲得し現役引退。
現在は、クライミングの普及活動に尽力している。

渡部 桂太さん Kenta Watanabe
2015～2022年ボルダー日本代表
三重県四日市市出身
1993年生まれ

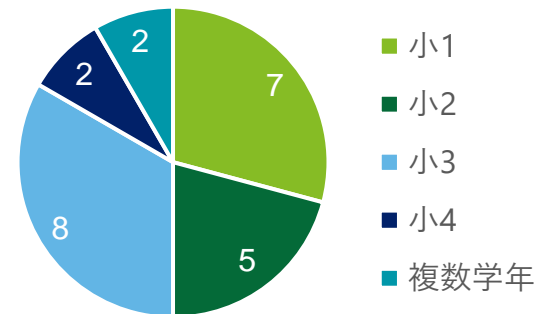
通谷 律さん Ritsa Kayashiki
2023～2024年ボルダー日本代表
佐賀県伊万里市出身
2006年生まれ

実施報告

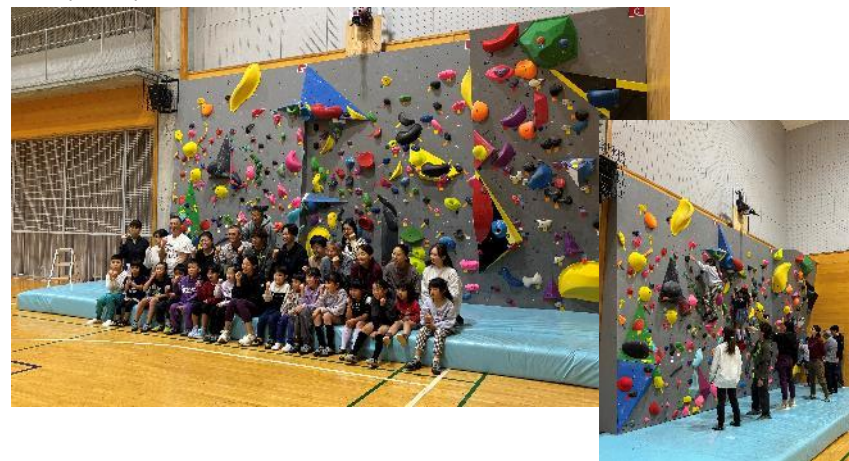
参加者

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

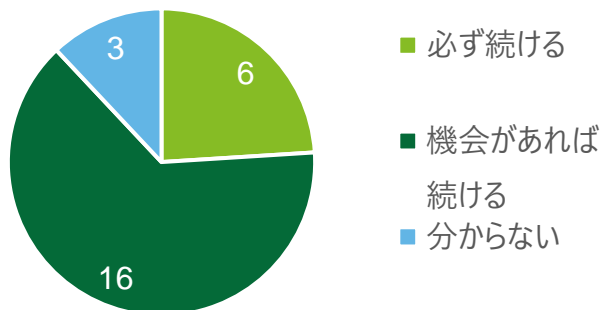
8.環境整備

9.人材確保

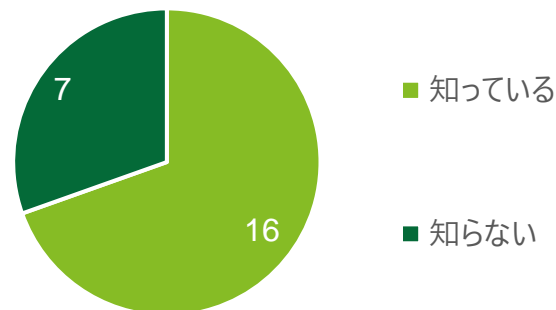
10.資金調達

アンケート結果（参加保護者25名が回答）

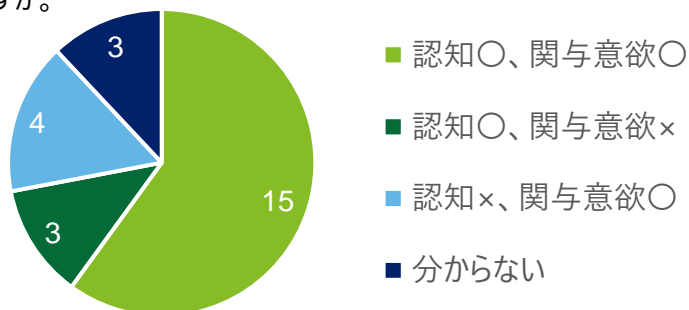
■ これからボルダリング(スポーツクライミング)を続けたいですか。



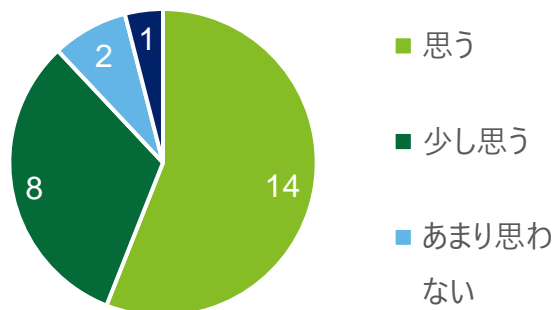
■ ニューライフアリーナ龍ヶ崎でボルダリング教室を行っていることを知っていますか。



■ 「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。



■ 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。



■ 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作っていく必要がある

次回の体験機会は11/23の産業祭となります。当日は体験用に制作したクライミングウォールを設置し、祭り参加者がその場で自由に登れるような場を作ります

11/23告知

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

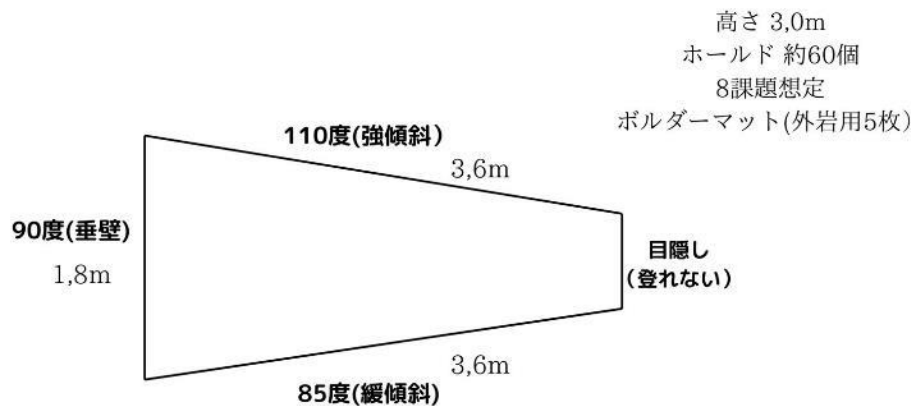
9.人材確保

10.資金調達

開催概要

- 産業祭にて可動式クライミングウォールを設置し、祭り参加者が自由に登れる場を用意

< 設置するクライミングウォールイメージ >



< ご利用にあたって >

- ✓ 参加者に靴のまま登っていただく想定です
- ✓ 1面につき1名が登れるため、同時に4名までが利用可能です

当日設置場所

- 当日の設置場所は南側⑭になります



当日ご参加される方は、ぜひ体験にいらしてください！
(龍ヶ崎産業祭 11/23(日) 10:00～15:00 @龍ヶ崎市役所駐車場)

③大会の誘致・開催

「スポーツク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

施策概要	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。
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ます。
関係者と役割	<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・スポーツク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
令和7年度以降取り組む内容	<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
施策イメージ	
<p>■ 「スポーツク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・スポーツクライミング協会) 国内最高峰の大会。日本のトップ選手が集結 World Cup(主催：国際スポーツクライミング連盟) 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>	
収益・コスト	<ul style="list-style-type: none"> 収益：参加費・協賛費 コスト：大会誘致・開催費



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

- 海外競技者からの“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
と同規模の大会の誘致・開催

<企画案>

- 日本代表選手等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

国内大規模大会や国際大会の
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

※上記は全て現時点想定案

昨年度に引き続いて開催することで市内へのスポーツライミングの浸透を図りつつ、若者層の誘客に向けたコンテンツを用意し、市外からの若者世代の来訪者獲得を目指します

AKIYO'S DREAM with RYUGASAKIの開催方針

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

<開催概要案>

- 場所：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
- 時期：2/7,8,11の3日開催
- 参加者：市内外の小学3年生～中学3年生
- 出場費：有償予定
- 想定参加人数：約300人

ボルダリング愛好者や競技関心層以外の若者世代の呼び込みに向けた施策を実施することで大規模なにぎわいの場を実現し、「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の魅力発信・浸透を図る

市内外の無関心層・若者世代の呼び込みに向けた工夫（案）

- ✓ 貴市特産品等を使ったメニューを提供する事業者を手配
→無関心層や多様な世代が会場に来場するきっかけを創出
- ✓ 音楽、キャラクター等を活用したプログラムを構築
→無関心層や若者世代がクライミング以外に楽しめる機会を創出



- ✓ 地元店舗と連携した大会限定商品を販売
→要協力可能な店舗の洗い出し・調整

クライミング文化の浸透に向けた工夫点（案）

- ✓ 駅前をはじめ、まち全体に掲示できるポスター、チラシを作成・配布
→まち全体での一体感を創出
- ✓ 野口氏他、檜崎選手等のトップ選手によるサイン会や体験会等を実施
→スポーツクライミングへの興味や取組意欲を喚起



大会情報の解禁後、お知り合いの方へぜひご周知ください

④地域の名物等との連携

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。
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。
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
令和7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

施策イメージ

■ 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。

<「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>

- 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

<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>

- 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

収益・コスト

- 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



スポーツライミングに関連した商品開発に向けたテーマ検討・関連事業者との調整を図り、プロモーションへの参画促進を図ります

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

- ・ 地元企業を巻き込み、事業アイデア発散に向けたワークショップを開催
(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・サービス系を始めとした事業者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
	<ul style="list-style-type: none"> < 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
	<ul style="list-style-type: none"> < 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

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

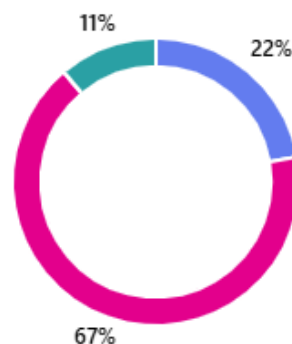
上記の意見を踏まえた、事業者向けのアクション内容は検討の上で、次回調整会議にて共有予定

後日アンケートにて、実際に大会・イベントでの出店へ興味のある事業者も生まれています

後日アンケートの結果

4. 全体説明について、スポーツライミングや「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の取組への理解は深まりましたか

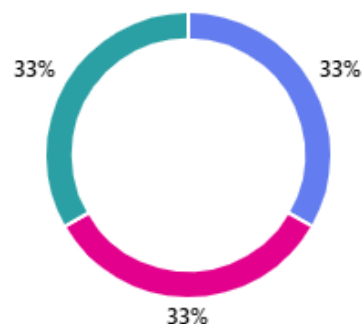
● とてもよく理解できた	2
● 一定理解できた	6
● あまり理解できなかった	1
● ほとんど理解できなかった	0



今後も、定量的なデータでは見えづらい、スポーツライミングの魅力やスポーツライミングの盛り上がりが事業者にも伝わるような機会が求められる

7. 2026年2月7~8日に開催するスポーツライミングユース大会「AKIYO'S DREAM with RYUGASAKI」において、貴社製品の出店希望があれば教えてください

● 出店を希望する※出店が確定するわけではなく、後日詳細についてご説明させていただきます	3
● 未定だが、詳細の説明は伺いたい	3
● 出店を希望しない	3




出店を希望する事業者については今後アプローチ予定

- ⑤市内向けプロモーション
- ⑥市外向けプロモーション

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

施策概要	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。
目的	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。
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
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
施策イメージ	
<div> <div> <p>■ 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。</p> <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 </div> <div>  </div> </div> <div> <p>■ 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。</p> <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 </div>	
収益・コスト	<ul style="list-style-type: none"> ・ コスト：デザイン費、作成費、発信費

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

施策概要	「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。
目的	「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。
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
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
施策イメージ	
<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> <ul style="list-style-type: none">① トップ選手らによる、市やク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 <div><div><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><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><p>リアル場</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>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」の市内への浸透及び参画意欲の醸成を目指し、デジタル・アナログ両面でのタッチポイントを増やしたプロモーションに取り組みます

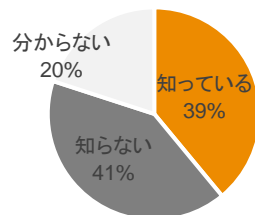
プロモーション全体像

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

スポーツクライミングに関する市民の現状

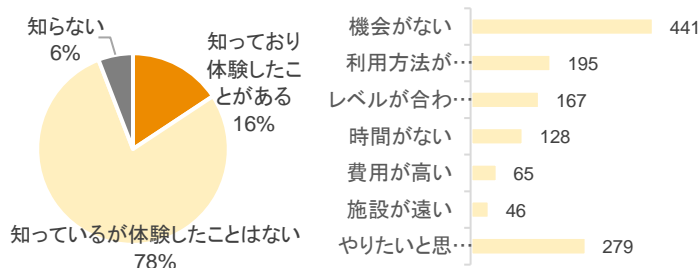
令和6年度に実施した市民アンケートの結果、
「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の認知度は39%と低く、スポーツクライミングを体験したことがない人が84%と高い結果であった

Q.「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」を知っていますか？



「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の認知率39%

Q.スポーツク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？



スポーツク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、「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の市民認知度向上を目的に、主にスポーツクライミングへの関心が低い層をターゲットに、「スポーツク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

「スポーツク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クライミングに触れる機会を増加させ、スポーツク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



市民等

- ・「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」を知らない
- ・40代以上かつク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

「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」を“知る”コンテンツ

➤ スポーツクライミングを認知する

ロゴ

ブランディング
動画

横断幕/のぼり

市のSNS

オリンピックの
SNS

➤ スポーツクライミングのまち龍ヶ崎を詳しく知る

市のHP

市の広報

スポーツクライミングを“体験する”コンテンツ

➤ スポーツクライミングを体験する

オブジェ

懸垂ラック

体験会

➤ スポーツクライミングを観戦する

大規模大会

関連イベント

凡例： 新規PR施策 既存PR施策 PR施策以外

プロモーション映像は、2月の大会に向けた制作スケジュールが確定。 現在撮影を進めており、1月末頃の完成を想定しています

プロモーション映像作成方針・進捗

- プロモーション映像
- 大型オブジェ
- 横断幕
- のぼり

「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



■ 映像コンセプト

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子どもたち、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



■ 映像の活用方法

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

※30秒、長尺（2～5分程度）、SNS向け縦撮りバージョンを作成想定

チャネル	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



映像内容については、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となります

プロモーション映像企画内容（イメージ）

プロモーション
映像

大型オブジェ

横断幕

のぼり

■ 構成

1分尺によるストーリー（演技やセリフ）重視の構成

■ ストーリー（イメージ）

とりえもなく、夢中になれるものも無い、ただ何となく日々を過ごしていた女子高生 A子。

ある日、寝付けずに布団の中で偶然見た2020年東京オリンピックのスポーツクライミングの映像。そこに出場する日本人選手（野口啓代選手）の
かっこよさと同じ龍ヶ崎市出身であることに衝撃を受け、スポーツクライミングを始めることを決心する。

親友のB子にクライミングを始めたことと大会での優勝の決意を伝えるも、A子の運動神経の無さと飽き性をよく知るB子からの反応は半信半疑。

そんなある日、イベントに来ていた野口さんに直接会う機会があり会話を交わす。

その時言ってもらった言葉を胸に、A子は日々の練習と大会に挑む。

思春期ならではの心の葛藤に苦悩しながら。スポーツクライミングのように少しずつ成長していく一人の少女を追った、青春クライミングムービー。

■ 市の施設や名物、景色の組み込み（イメージ）



「映像に組み込めると良い市内の施設や名物」についてはプロモーション分科会にて討議。 いただいたご意見も踏まえ、最終的に6スポットを撮影対象としています

映像に組み込めると良い市内の施設や名物

プロモーション
映像

大型オブジェ

横断幕

のぼり

プロモーション分科会で頂いたご意見

施設	商業施設	<ul style="list-style-type: none">・ 砂町通り商店街・ たつのごモール・ サプラ・ 美春食堂・ イセデリカ	自然	公園	<ul style="list-style-type: none">・ たつのごやま（たつのごステージ含む）・ 北竜台公園のストラータ・ ふるさとふれあい公園・ 長峰東公園
	運動施設	<ul style="list-style-type: none">・ 龍ヶ崎市森林公園・フォレストアドベンチャー・ 龍ヶ崎カントリー倶楽部・ たつのごフィールド・ ニューライフアリーナ龍ヶ崎		景色	<ul style="list-style-type: none">・ 牛久沼（夕日）・ しだれ桜（般若院）・ 美浦栄線の田んぼ（そこから見える朝日）・ 小貝川（土手）
	公共交通	<ul style="list-style-type: none">・ 竜ヶ崎線の駅・ JR龍ヶ崎市駅	特産品	<ul style="list-style-type: none">・ うなぎ・ 甘納豆・ コロッケ・ カガミクリスタル・ ピーナッツ（落花生）・ トマト・ 米・ 名古屋食品（くず餅）	
	文化施設	<ul style="list-style-type: none">・ 女化神社・ 八坂神社・ 龍ヶ崎観音・ 龍ヶ崎市歴史民俗資料館			
	教育施設	<ul style="list-style-type: none">・ 流通経済大学・ 北竜台学園（完成後）			
	その他	<ul style="list-style-type: none">・ 竜ヶ崎飛行場			

自然	公園	<ul style="list-style-type: none">・ たつのごやま（たつのごステージ含む）・ 北竜台公園のストラータ・ ふるさとふれあい公園・ 長峰東公園
	景色	<ul style="list-style-type: none">・ 牛久沼（夕日）・ しだれ桜（般若院）・ 美浦栄線の田んぼ（そこから見える朝日）・ 小貝川（土手）
特産品		<ul style="list-style-type: none">・ うなぎ・ 甘納豆・ コロッケ・ カガミクリスタル・ ピーナッツ（落花生）・ トマト・ 米・ 名古屋食品（くず餅）
行事・伝統芸能		<ul style="list-style-type: none">・ 八坂神社祇園祭（撞舞実施）（7月）・ 桜まつり（3月下旬）・ りゅうがさき市民活動フェア（9月）・ 産業祭いがっぺ市及び全国コロッケフェスティバル（11月）・ まいんバザール（毎月第1日曜日）

砂町通り商店街、竜ヶ崎駅、女化神社、龍ヶ崎観音、牛久沼、小貝川を映像に使用

映像作成後の「映像発信に活用できるチャンネル」についてもプロモーション分科会にて意見出しを実施。事務局にて放映可否のご依頼に向けて検討中のステータスとなっております

映像発信に活用できるチャンネル

プロモーション
映像

大型オブジェ

横断幕

のぼり

プロモーション分科会で頂いたご意見

オフライン		
市内	公共施設・準公共施設	<ul style="list-style-type: none"> 市役所 Rink（アクティオ株式会社） ニューライフアリーナ 病院 郵便局 学校 図書館 文化会館 ふるさとふれあい公園
	公共交通	<ul style="list-style-type: none"> JR龍ヶ崎市駅 タクシー（秘書広聴課） 関鉄各駅
	民間施設	<ul style="list-style-type: none"> サブラ（ボウリング場、ヤマダデンキ等） たつのごモール（サイネージのある店舗） トイザらス ルネサンス 電気屋 飲食店 携帯ショップ パチンコ屋（看板） 車屋
	その他	<ul style="list-style-type: none"> 宣伝カー（糸賀運輸と相談等）
市外	民間施設	<ul style="list-style-type: none"> スポーツライミングジム 鎌ヶ谷スタジアム

オンライン		
市内	公共ツール	<ul style="list-style-type: none"> 市HP・SNS 広報物へのQRコード貼り付け
	民間ツール	<ul style="list-style-type: none"> TikTok CM（テレビ、YouTube等）

事務局にて放映のご依頼に向けて準備中

アナログコンテンツについて、大型オブジェ、横断幕、のぼりの3コンテンツを作成。 各コンテンツのサイズ・デザインがおおよそ確定し、1月上旬頃から設置を想定しています

アナログコンテンツ作成方針

プロモーション
映像

大型オブジェ

横断幕

のぼり

アナログコンテンツの作成方針

「スポーツ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

実際に触れられる
コンテンツ



「スポーツ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	9-12月	1-3月
フェーズ	実施方針検討	内容確定・発注・制作	設置
実施内容	アナログコンテンツの実施方針合意 ➢ 作成物検討（コンテンツ案作成済み）	分科会にて各コンテンツの内容検討 ➢ デザイン検討 ➢ 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

作成コンテンツ

①大型オブジェ



②横断幕



③のぼり



オブジェについて、サイズは確定し、現在デザインの最終調整を実施中です

オブジェのサイズ・デザイン

プロモーション
映像

大型オブジェ

横断幕

のぼり

大型オブジェ

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

- ✓ 玄関口となる駅壁に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、来街者の注目を得る

作成状況

- ✓ サイズは確定し、現在デザインの最終調整を実施中

サイズ

- ✓ 幅2,400×奥行1,800×高さ2,100

■ デザイン（調整中）



オブジェについて、プロモーション分科会にて設置場所の意見出しを実施。いただいたご意見も踏まえ、設置場所は市役所をメインとしつつ、市内イベント時の活用を想定しています

オブジェの設置場所

プロモーション
映像

大型オブジェ

横断幕

のぼり

プロモーション分科会で頂いたご意見

市内	公共施設	<ul style="list-style-type: none">市役所森林公園たつのこやま・ステージニューライフアリーナ (たつのこまちづくりパートナーズ)学校RINK
	公共交通	<ul style="list-style-type: none">JR龍ヶ崎市駅 東口階段下
	民間施設	<ul style="list-style-type: none">サプラベルクドン・キホーテ
	イベント	<ul style="list-style-type: none">AKIYO'S DREAM with RYUGASAKI etc.
市外	施設	<ul style="list-style-type: none">あみアウトレット品川駅茨城センス（銀座）

市役所への設置をメインとしつつ、市内イベントでの活用可能性も考慮し、可動式の仕様として制作中

横断幕・のぼりについて、サイズ、デザインともに最終化しており、11月中に納品予定です

横断幕・のぼりのサイズ・デザイン

プロモーション
映像

大型オブジェ

横断幕

のぼり

概要

概要

- ✓ 「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ゅうのロゴで構成した横断幕・のぼり

作成目的

- ✓ 市内の駅や公園等の人が集まる場所に横断幕を設置し、市民・来街者の注目を得る

作成状況

- ✓ サイズ、デザインが確定し、11月中に納品予定

サイズ

- 【横断幕】
 - ✓ 縦900mm × 横7,000mm
- 【のぼり】
 - ✓ 縦1,800mm × 横450mm

デザイン

< 横断幕 >



< のぼり >



プロモーション分科会にてデザイン、設置場所の意見出しを実施しており、 デザインは分科会での意見を踏まえて視認性を高めたもので確定しています

横断幕、のぼりのデザイン・設置場所

プロモーション
映像

大型オブジェ

横断幕

のぼり

プロモーション分科会で頂いたご意見

- 2つのデザインパターンを用意し、3グループに分かれて討議いただいた

デザインパターン



グループごとのご意見

- Gr.1
- ✓ 視認性を踏まえるとBがよい。文字は大きい方がよいため、目立たせたい言葉のフォントを大きくする
 - ✓ 縁の紫の線を細くする、文字の色を変えるなど視認性を高める工夫はできそう

- Gr.2
- ✓ 龍ヶ崎市カラーがより印象的なパターンAがよいのではないか
 - ✓ 仮にB案になった場合、文字が細いのではないかとと思う

- Gr.3
- ✓ Bがよさそうだが、文字が見えづらいため、Aの大きさがいいのでは
 - ✓ 市のブランディング事業を担当している部署の方針(カラーリング等)と整合を取った方がいいのではないかと

パターンBを基に視認性を高めたデザインに更新・確定

<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ロゴで構成（縦900mm × 横7,000mm）

<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ロゴで構成（縦1,800mm × 横450mm）

プロモーション分科会にてデザイン、設置場所の意見出しを実施。 設置場所は事務局にて他設置場所候補先も含め検討中のステータスとなっております

横断幕、のぼりのデザイン・設置場所

プロモーション
映像

大型オブジェ

横断幕

のぼり

プロモーション分科会で頂いたご意見

市内	公共施設	<ul style="list-style-type: none"> ・ ニューライフアリーナ ・ 市役所
	公共交通	<ul style="list-style-type: none"> ・ JR龍ヶ崎市駅 駅ホーム 改札前 東口ロータリー前 ・ 関鉄竜ヶ崎駅 駅ホーム ・ バス（側面）
	公共道路	<ul style="list-style-type: none"> ・ 歩道橋
	イベント	<ul style="list-style-type: none"> ・ AKIYO'S DREAM with RYUGASAKI etc.

市内	公共施設	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市役所 ・ 森林公園 ・ たつのこステージ ・ ニューライフアリーナ ・ RINK ・ 文化村児童公園
	公共交通	<ul style="list-style-type: none"> ・ JR龍ヶ崎市駅（改札前、西口通路） ・ 関鉄竜ヶ崎駅（駅構内）
	公共道路	<ul style="list-style-type: none"> ・ 国道6号の牛久沼前
	民間施設	<ul style="list-style-type: none"> ・ サプラ（駐車場） ・ 龍ヶ崎本町商店街
	イベント	<ul style="list-style-type: none"> ・ まいんバザール（1/11, 2/1, 3/1） ・ AKIYO'S DREAM with RYUGASAKI（2/7,8） ・ 龍ヶ崎リレーマラソン大会（2/28）

事務局にて他設置場所候補先も含め検討中

事務局にて配布時期や数量を調整・依頼
【2025年12月下旬目途】

- ・ 事務局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

事務局にてのぼり/映像データを配布
【2026年1月中旬以降】

- ・ 事前に事務局にて確認した数量、配布場所・配布時期に沿ってお渡しします

⑧スポーツクライミング環境整備

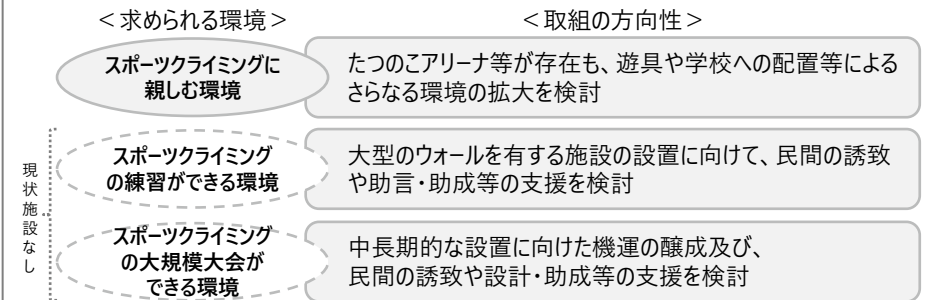
「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」として、スポーツクライミングを身近に感じ、親しみを持つ環境づくり、選手育成拠点の整備を検討するとともに、競技団体の組織化を目指します

アクション【8】スポーツクライミング環境整備

施策概要	「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。
目的	「スポーツク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。
関係者と役割	<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
令和7年度以降 取り組む内容	<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

施策イメージ

- 市民がスポーツク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ク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)龍ヶ崎市スポーツクライミング協会の設立等）
- スポーツク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）



収益・コスト

- ・収益：施設利用料
- ・コスト：施設建設費、維持管理運営費

「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します

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合意する

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り組み内容
-------------	--

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

施策概要	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。	<div>施策イメージ</div> <div>■ 持続可能な「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の推進に必要な人材を地域おこし協力隊等の制度を活用して確保します。</div> <div>< 求められる人材イメージ ></div> <div>スポーツライミングのまち龍ヶ崎を推進する上で次の要素を持つ人材が求められます。</div> <div>①スポーツライミングの指導</div> <div>スポーツライミングの体験から練習までを指導し、選手の育成ができる人材</div> <div>②スポーツライミング大会誘致・開催推進</div> <div>大会の誘致や開催にあたって必要な取組を推進できる人材</div> <div>③魅力発信</div> <div>スポーツライミングの魅力や市内の魅力を磨き・発信が可能な人材</div> <div>④市内関係者との調整・取りまとめ</div> <div>本事業推進にあたって関連する関係者との調整や連携を図る人材</div> <div>⑤トップ選手</div> <div>選手として本事業推進に積極的に協力しつつ、国内外の大会に出場する人材</div> <div>収益・コスト</div> <div>・収益：特別交付税による財政措置</div> <div>・コスト：人材募集・受け入れにかかる経費</div>
目的	「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。	
関係者と役割	<div>・ 龍ヶ崎市</div> <div>必要人材要件の整理、人材確保に向けた関係課との調整</div> <div>・ スポーツライミング関連団体等</div> <div>地域おこし協力隊等の確保に向けた連携</div>	
令和7年度以降取り組む内容	<div>・ 人材受け入れに係る調整</div> <div>・ 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</div> <div>・ 受け入れ後の業務及び連携する関係者の抽出・合意形成</div>	

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、候補人材と関与形態を検討・整理します

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

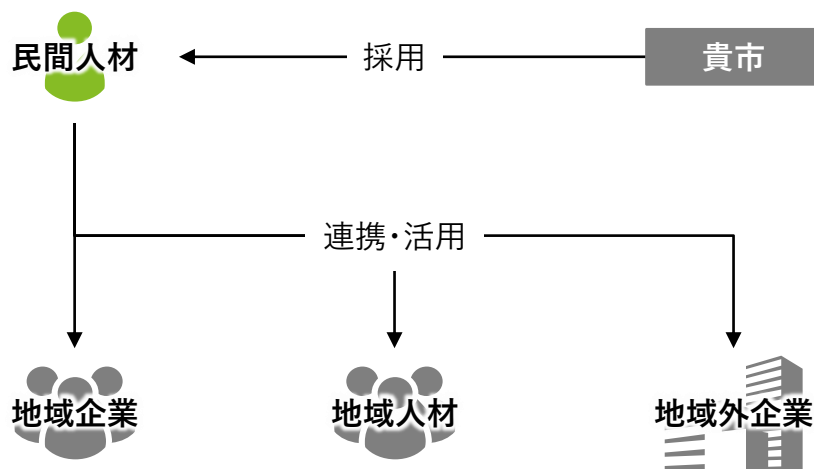
10.資金調達

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

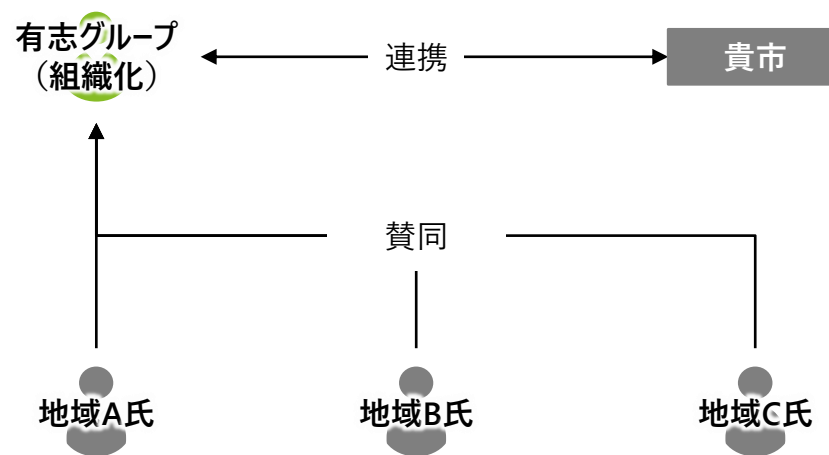
民間人材主導型

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



現在地域おこし協力隊の登用に向けて、業務内容を整理しております

業務内容案

スポーツ クライミングの 企画・指導	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 体験会の企画 ✓ 学校連携の施策にて対象となった学校における体験会での指導・安全管理 ✓ 幅広い年代が集まる市内のイベントやにぎわいの場における体験会での指導・安全管理 ✓ 上記体験会に関わる関係者への調整業務、告知業務、結果取りまとめ業務 	優先度
大会の招致・ 開催	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 大会招致に向けた関連団体との調整業務 ✓ 大会開催に関わる業務（主催・共催・後援によって負荷は変動） 	高
競技者に向けた 環境整備	<ul style="list-style-type: none"> ✓ スポーツクライミング競技団体の組織化に向けた業務 ✓ アスリート支援施策の、競技者向け発信 ✓ 競技者からの問い合わせ対応 	
推進事務局の 実務	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 調整会議委員や委託事業者等との事務連絡 ✓ 市HP、広報誌等を活用した情報発信業務 ✓ 会議室の確保、必要備品の手配、スポーツクライミングに関する市所有物の管理 ✓ 庁内報告資料の作成 	等 低

⑩資金調達

国の制度等を活用し、「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」としての事業推進に係る財源の確保を目指します

アクション【10】資金調達

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
--------	-------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	---------

施策概要	「スポーツ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。	
目的	「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」事業の持続可能な運営に向け、財源の確保に努めます。	
関係者と役割	<ul style="list-style-type: none">龍ヶ崎市 協賛企業の抽出・調整、寄付等メニューの検討、資金の確保、補助金や助成金の申請、企業版ふるさと納税等の受け入れ、庁内調整民間事業者 企業版ふるさと納税、協賛金、寄付等の実施	
令和7年度以降 取り組む内容	<ul style="list-style-type: none">事業推進に係る資金調達(補助金・助成金等)の整理・調整・申請協賛企業等のPR手法の検討	

施策イメージ

■ 「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」としての事業推進に係る資金を確保します。

<事業全般>

- 企業版ふるさと納税・ふるさと納税等の活用による財源獲得
- 事業者・個人からの寄付

<大会誘致>

大規模大会（ワールドカップ・ジャパンカップ等）


- 企業協賛金・助成金 等
- 参加料・観戦入場チケット 等

中・小規模大会（例：ユース大会・市民大会等）

- 協賛金、寄付金、参加料 等

<環境整備>

- 拠点整備交付金や、スポーツ振興くじ助成
- 企業版ふるさと納税の活用
- PFI等の活用検討



収益・コスト

- 収益：資金調達による歳入
- コスト：各アクションの実行に伴う事業費

53

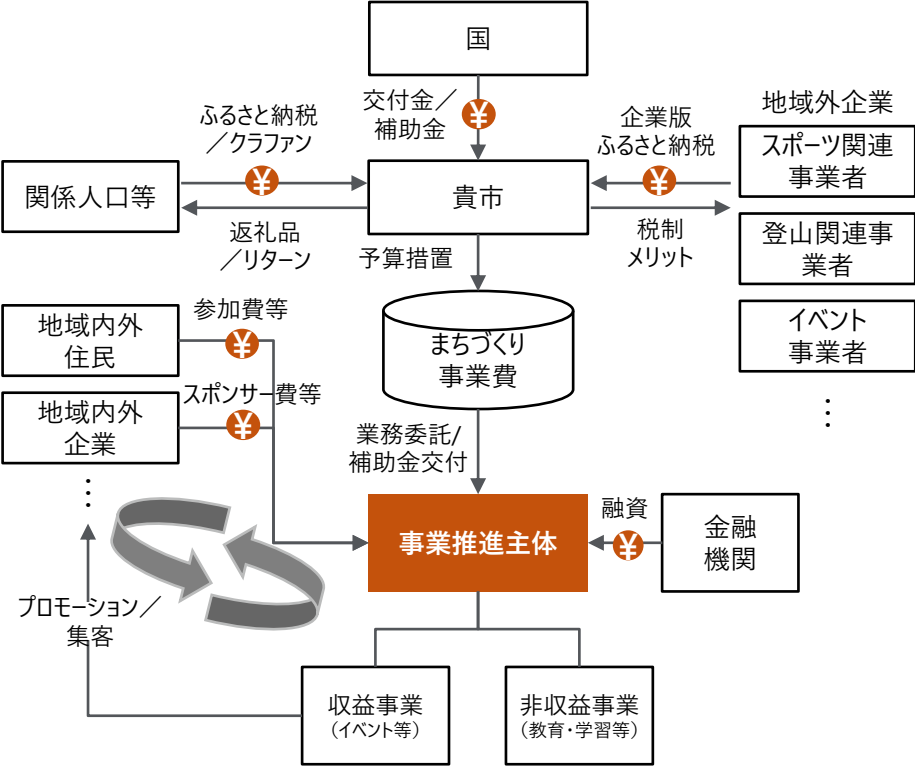
継続的なまちづくりを行う資金面・体制面の整備として、本年度は交付金・補助金以外の資金調達方法の確立を行いながら、運営体制の主となる組織作りを推進します

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、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	<ul style="list-style-type: none">• 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	<ul style="list-style-type: none">• 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	<ul style="list-style-type: none">• 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	<ul style="list-style-type: none">• 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も資金の重要な受け皿になると考えており 皆様からもご紹介等でご協力いただけますと幸いです

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

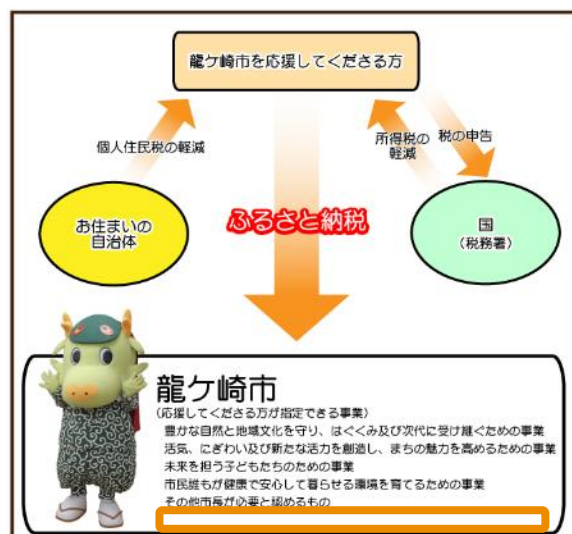
8.環境整備

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

寄附の目的	<p>希望する使途・目的をお選びください。（下記5事業のいずれかに✓印をお願いします。）</p> <p><input type="checkbox"/> 未来を担う子どもたちのための事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・子育て支援の充実 ・魅力ある学校・地域づくり ・教育施設の充実 ・子どもたちの安心・安全の確保 ・各種交流事業の実施 <p><input type="checkbox"/> 活気、にぎわい及び新たな活力を創造し、まちの魅力を高めるための事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・街並みのブライト化 ・河川緑地・公園緑地の整備 ・市民館の活用 ・高齢者の福祉 ・各種イベントの開催 ・市民館の活用 ・市民館の活用 ・市民館の活用 <p><input type="checkbox"/> 市民誰もが健康で安心して暮らせる環境を育てるための事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・福祉の充実 ・医療体制の確保 ・災害に強いまちづくり ・防災対策の強化 ・公共交通体系の充実 ・身近な商業の充実 <p><input type="checkbox"/> 豊かな自然、地域文化を守り、はぐくみ、及び次代に受け継ぐための事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・環境に配慮したまちづくり ・自然環境の保全 ・自然環境の保全 ・自然環境の保全 <p><input type="checkbox"/> その他市長が必要と認める事業（使い道は、市長に任せます）</p> <p>※この事業を希望した場合、下記のものをご指定することもできます。</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> リスバー・クラウドファンディングの支援を推進する事業</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

ふるさと納税について、通常のふるさと納税の他、特定の取組から寄附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）」を実施します

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附できる制度（**市民も寄附可能**）
- ✓ 地域の課題や取り組み（プロジェクトと呼称）から寄附先を選び、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附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附者を集めることに適している年始を想定

プロジェクトを立ち上げた際には周知いたしますので、ぜひご協力ください

3.今後のスケジュールの共有

次回の官民連携調整会議は3月上旬を予定しております

官民連携調整会議運営の想定アジェンダ

次回			
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月上旬
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

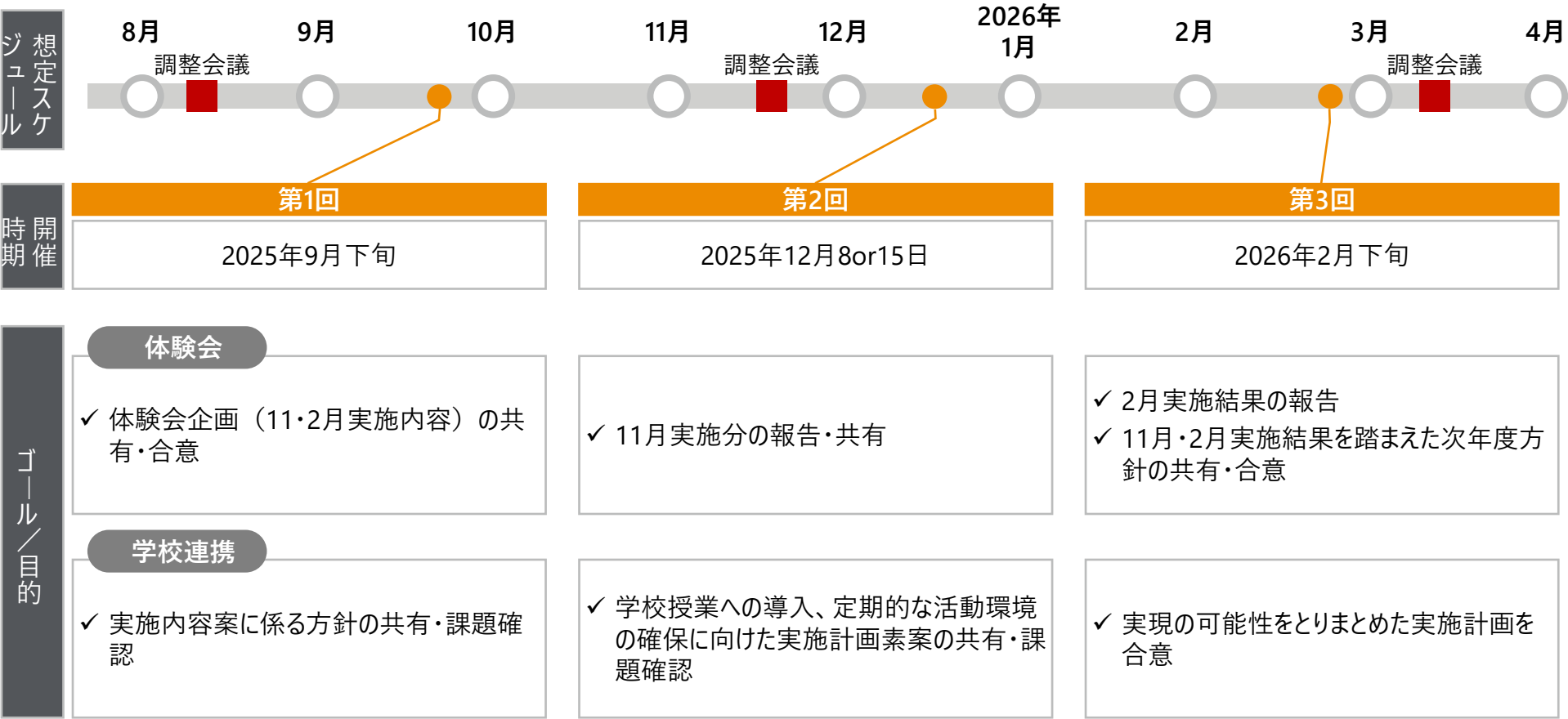


分科会

官民連携調整会議等での協議方針の具体案を検討・共有
※協議内容は各事業にて記載

教育・学習事業の分科会におけるゴールは以下の想定です。 事業進捗に応じて、分科会の開催回数、参加メンバーは調整となります

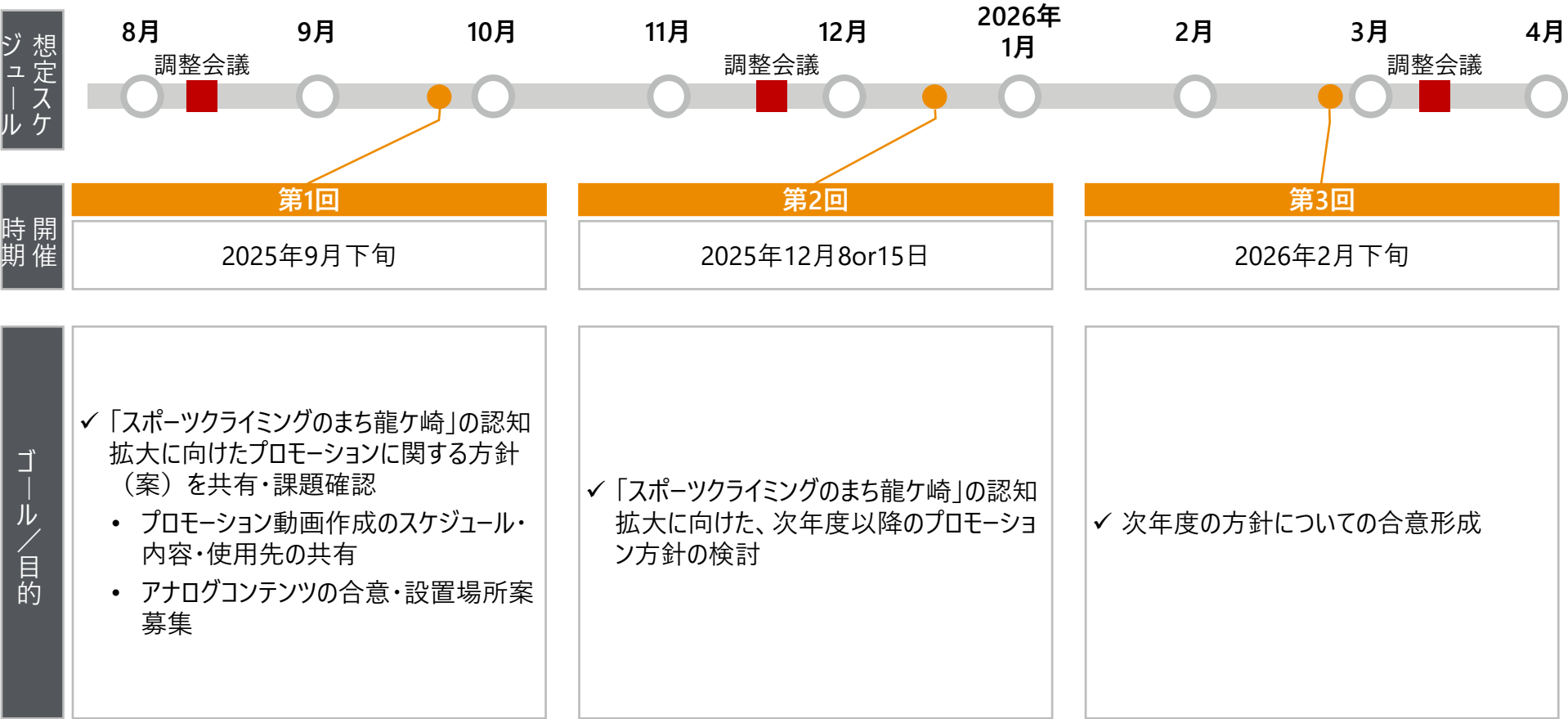
教育・学習事業の分科会におけるゴール



※検討状況に応じて、上記以外のタイミングで関係者を招いた会議を実施する場合がございます。
その際は、事務局より会議開催依頼をご連絡させていただきます

プロモーション事業の分科会におけるゴールは以下の想定です。 事業進捗に応じて、分科会の開催回数、参加メンバーは調整となります

プロモーション事業の分科会におけるゴール



※検討状況に応じて、上記以外のタイミングで関係者を招いた会議を実施する場合がございます。
 その際は、事務局より会議開催依頼をご連絡させていただきます