



第一回プロモーション分科会

2025年9月22日

アジェンダ

-
1. 事業概要の振り返り
 2. プロモーション分科会の進め方ご共有
 3. 事業進捗のご共有・各プロモーションコンテンツに関する協議
-

1. 事業概要の振り返り

若者流出が課題である中、スポーツ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、特に重要となる施策を「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

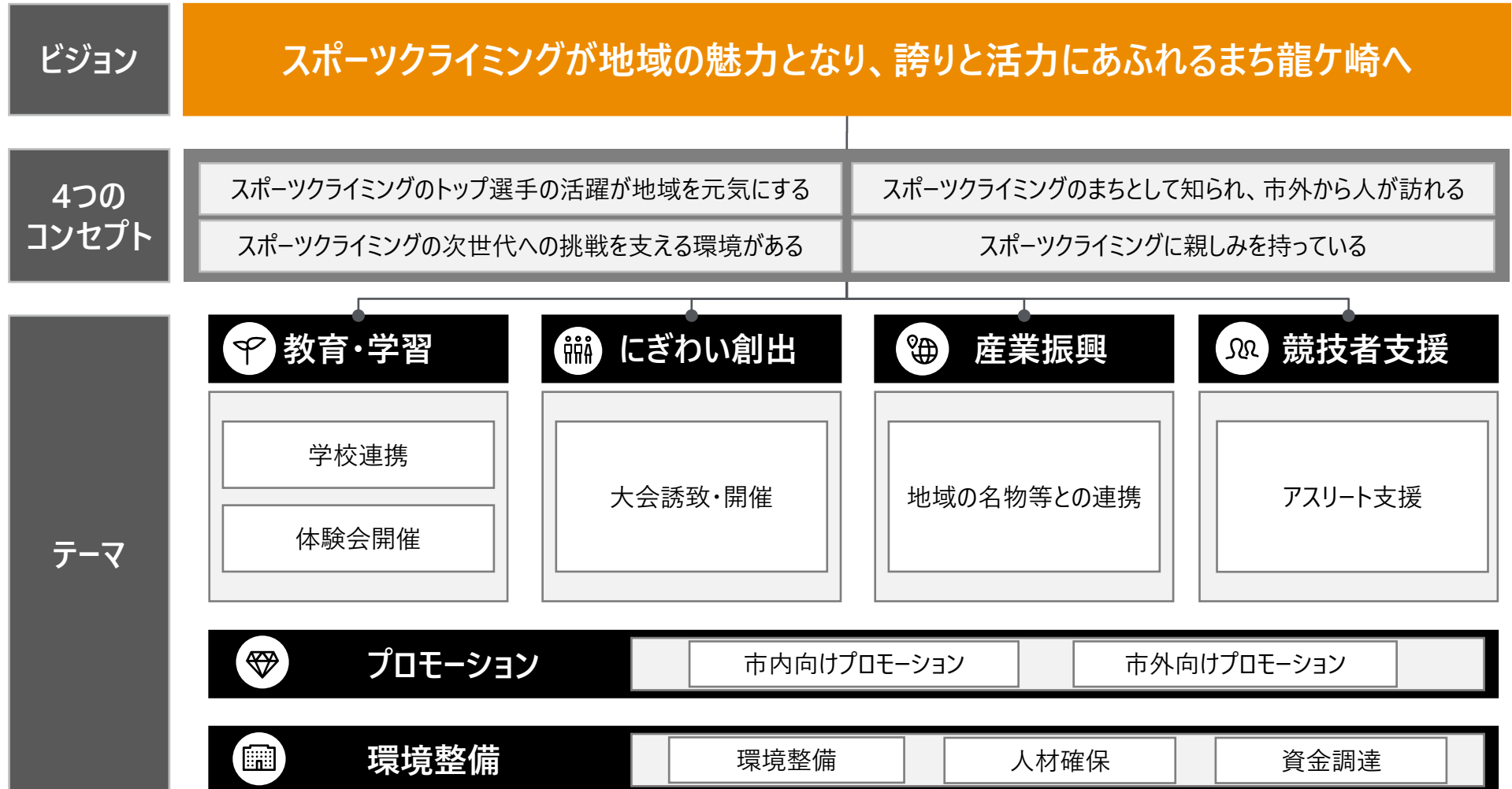
オリンピック、トップクライマーが身近に存在する恵まれた環境が本市にはあります。

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



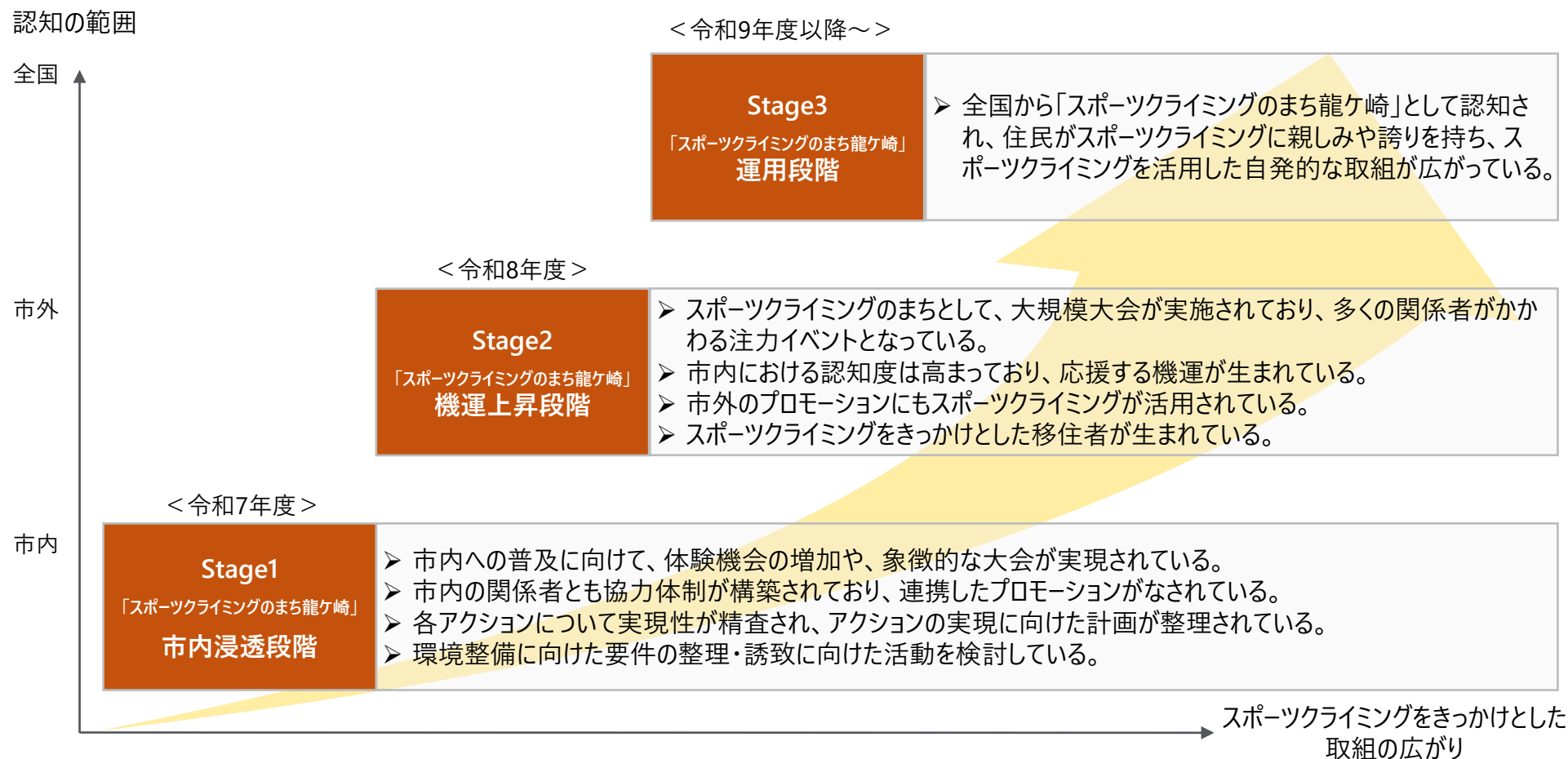
スポーツライミングのまちを推進する上で展開される施策は10のアクションとして整理し、6つの事業テーマに分類されます

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。 本日はこちら	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。	令和7年度～
	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。	令和8年度～
	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。	令和7年度～

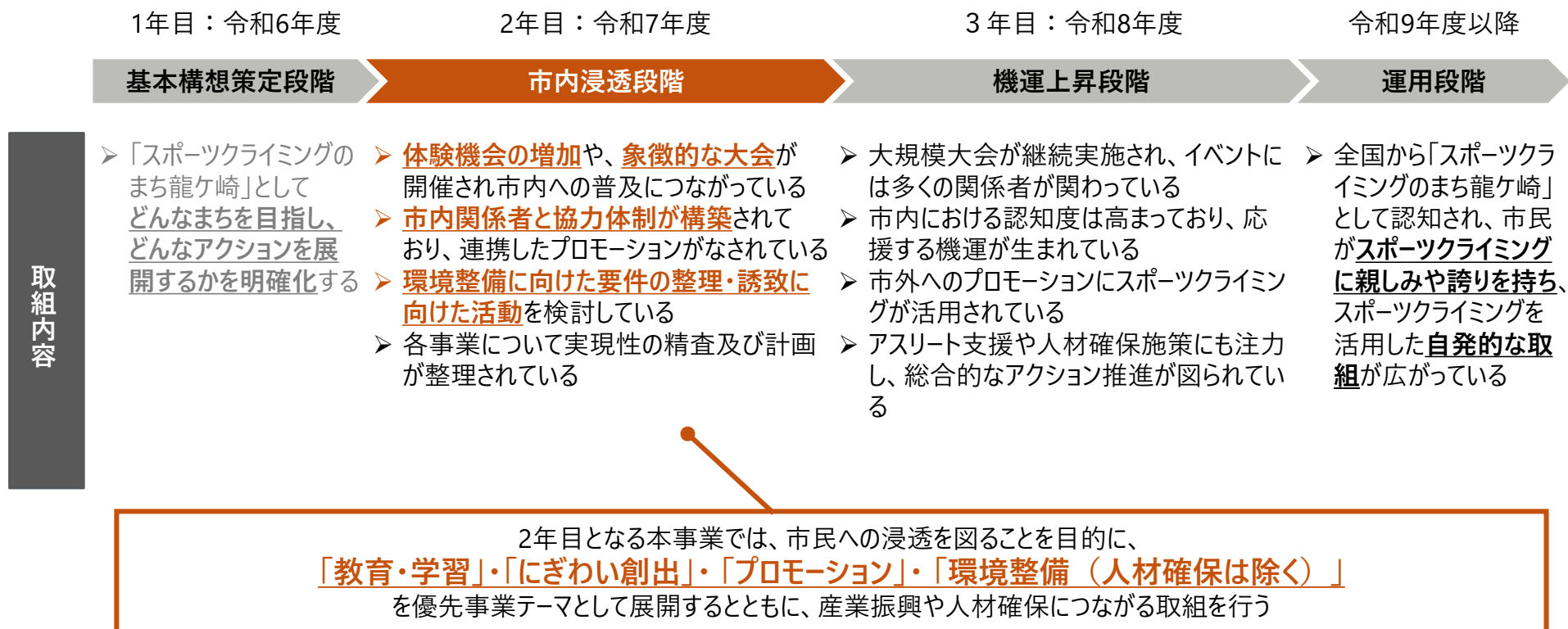
「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の実現は、スポーツライミングに親しむ環境の整備、選手等を応援する機運の醸成、大会等の開催による交流人口増加の3段階で取り組みます

「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ます

今年度事業の位置づけ



2. プロモーション分科会の進め方ご共有

「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の実現に向けた事業推進にあたり、全体方針を共有する「官民連携調整会議」と各事業の具体案を検討する「分科会」を設置します

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	✓ 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		
 教育・学習 にぎわい創出 プロモーション		 環境整備
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	✓ 実施コンテンツの検討 ✓ 実施場所・時期の調整 等	✓ 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

官民連携調整会議は以下19組織のメンバーで構成されます。分科会については、原則として「○」が付いているテーマへの参加をご依頼いたします

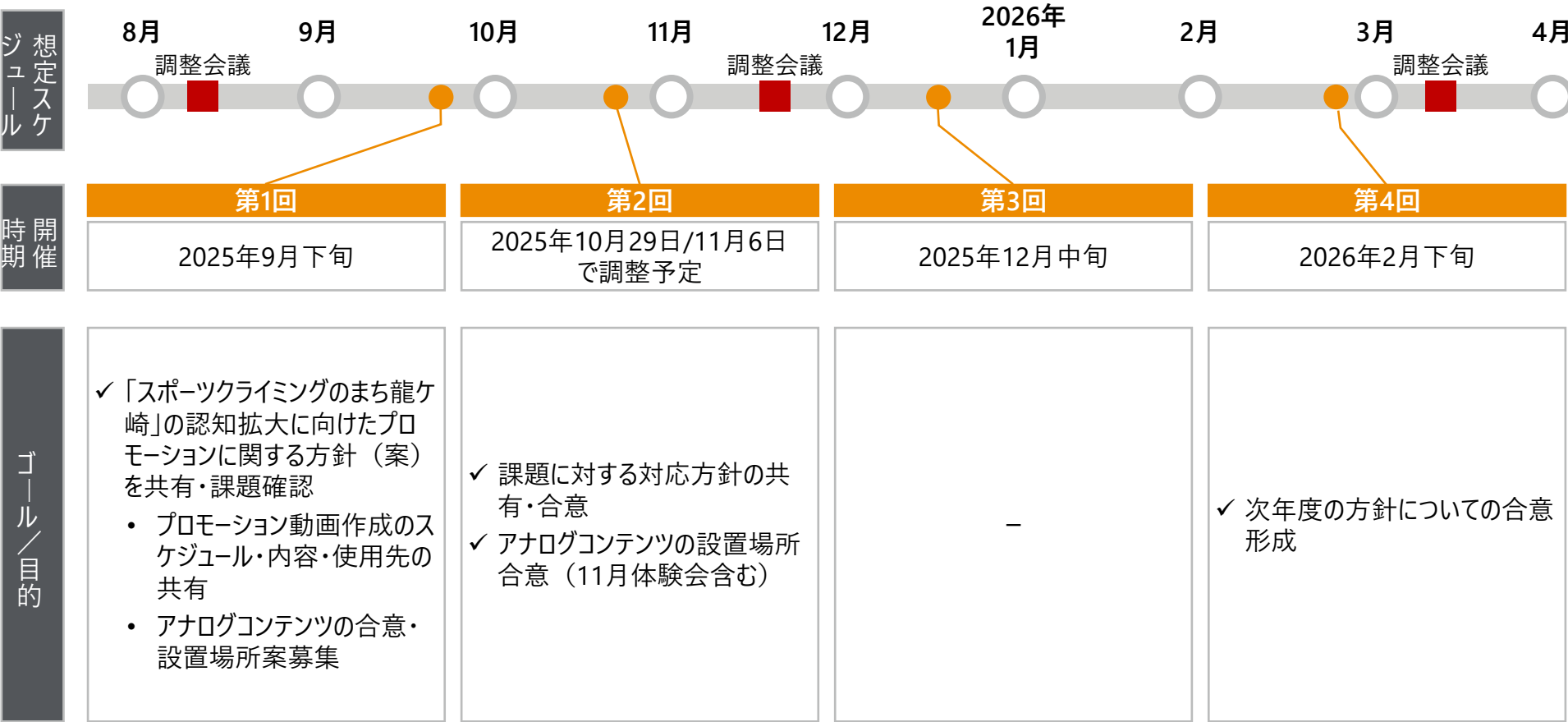
官民連携調整会議／分科会の参加者一覧

#	カテゴリ	連携調整会議委員	分科会テーマ			
			教育・学習	プロモーション	賑わい創出	環境整備
1	官	龍ヶ崎市総合政策部：次長		○	必要に応じて適宜参集	
2	官	龍ヶ崎市総務部：次長				
3	官	龍ヶ崎市福祉部：次長	○			
4	官	龍ヶ崎市健康スポーツ部：次長	○	○		
5	官	龍ヶ崎市市民経済部：次長		○		
6	官	龍ヶ崎市都市整備部：次長		○		
7	官	龍ヶ崎市教育委員会事務局：次長	○			
8	学	流通経済大学	○			
9	学	龍ヶ崎市学校長会	○			
10	産	龍ヶ崎市商工会		○		
11	産	龍ヶ崎市観光物産協会		○		
12	労	(一社)竜ヶ崎青年会議所		○		
13	産	たつのこまちづくりパートナーズ	○			
14	産	NPO法人クラブ・ドラゴンズ	○			
15	金	(株)常陽銀行				
16	産	関東鉄道(株)		○		
17	産	(公社)茨城県山岳連盟	○			
18	産	(株)スポーツビズ	○	○		
19	産	AKIYO's COMPANY(株)	○	○		

※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いたします

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

3. 事業進捗のご共有・ 各プロモーションコンテンツに関する協議

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の実現に向けて必要な10のアクションについて、 今年度は「7 アスリート支援」以外の9アクションが取組対象です

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

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	・ 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	・ 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	
■ 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 ・ バナーのぼりの作成 ・ マスコットキャラクターの活用 ■ 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	
収益・コスト	・コスト：デザイン費、作成費、発信費



市外に向けて「スポーツク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。
目的	「スポーツク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	- 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・スポーツク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	- 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

■ 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。

<プロモーション案>

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 スポーツク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「スポーツク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

PV



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

SNS



各種SNS媒体で情報発信
(トップ選手にも協力)

リアルの場合



龍ヶ崎市内外の関係者
/関係企業とコラボしたPR

収益・コスト

・コスト：デザイン費、作成費、発信費

15 出典：関東鉄道Youtube(https://www.youtube.com/@kantetsu_official)、鹿島アントラーズHP(<https://www.antlers.co.jp/>)から画像を抜粋（2025年1月時点）

「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

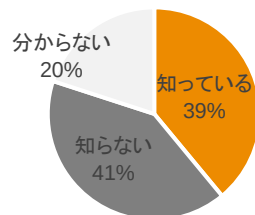
9.人材確保

10.資金調達

スポーツクライミングに関する市民の現状

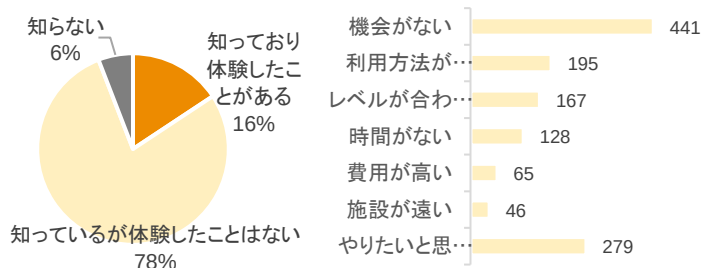
令和6年度に実施した市民アンケートの結果、
「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の認知度は39%と低く、スポーツクライミングを体験したことがない人が84%と高い結果であった

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

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。 10月から撮影準備へ進むにあたり、9月中に企画・構成の内容を固める想定です

プロモーション映像作成方針

プロモーション
映像

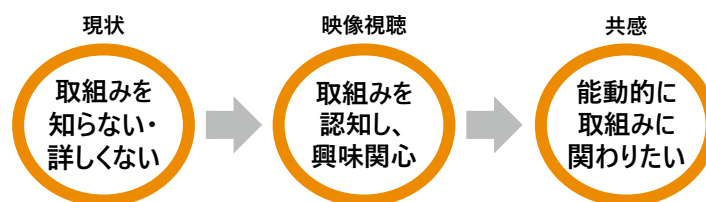
大型オブジェ

横断幕

のぼり

「プロモーション動画」の作成方針

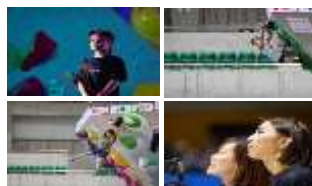
映像を見た人は「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」を認知し、興味関心を高め、応援したい・関わりたいと思う



■ 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供たち、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

分科会（本日）

大会開催



出演者募集は10月を想定（Web、紙媒体）

企画・構成について、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）



ナレ『街、仲間、自然が、背中を押す』

・練習を重ねる A子とと共に、龍ヶ崎コロッケ、来迎院、ふるさとふれあい公園、牛久沼などを舞台にしたカット

・友人「龍ヶ崎コロッケ食べてがんばろ！」など

本日は分科会メンバーの皆様と①「プロモーションすべき市内の施設・名物」、 ②「映像発信に活用できるチャンネル」について協議させてください

本日の協議内容

プロモーション
映像

大型オブジェ

横断幕

のぼり

①映像に組み込めると良い市内の施設や名物

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」を広める映像を制作するにあたり、映像に
組み込めると良い施設や名物、景色についてご意見をください！

例

施設	自然	特産品	行事
✓ 森林公園クリフ チャレンジャー 	✓ たつのこやま 	✓ コロッケ 	✓ いがっぺ市 
✓ 来迎院 	✓ 牛久沼 	✓ 龍ヶ崎トマト 	✓ AKIYO'S DREAM with RYUGASAKI 
⋮	⋮	⋮	⋮

②映像発信に活用できるチャンネル

映像を発信するにあたり、人の目に触れる場所
についてご意見をください！

例

- ✓ 市役所1階の市民窓口課前
※サイネージあり
(秘書広聴課と要調整)



- ✓ たつのこスタジアム
※サイネージあり
(スポーツ推進課所有)



⋮

アナログコンテンツについて、市内外の方へのPRとして、大型オブジェ、横断幕、のぼりの3コンテンツを作成します

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

実際に触れられる
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	9-10月	11-3月
フェーズ	実施方針検討	内容確定・発注	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

アナログコンテンツ

①大型オブジェ



②横断幕



③のぼり



※必要性に応じて他コンテンツも検討想定

大型オブジェの設置にあたり、現在JR龍ヶ崎市駅への設置に向けて調整中。 可動式であるため、その他設置場所案について協議させてください

大型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

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



【サイズ】※仮

長さ3,600mm×奥行1,800mm×高さ2,100mm

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

- ✓ デザインは確定。発注に向けたサイズ調整等を行っている段階

設置場所の協議

大型オブジェの設置場所候補
についてご意見をください！

人の目に触れる場所

- JR龍ヶ崎市駅東口階段下



⋮

必要な許諾

- JRへ確認中

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」×壁を登るまいりゅうロゴの横断幕・のぼりを作成予定。 デザイン・設置場所案について協議させていただきます

横断幕・のぼり概要

プロモーション
映像

大型オブジェ

横断幕

のぼり

横断幕・のぼり概要

「スポーツ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
構成した横断幕・のぼり

横断幕



【サイズ】※確定
縦900mm ×横7,000mm

のぼり



【サイズ】※確定
縦1,800mm×横450mm

協議事項

1 横断幕・のぼりの**デザイン**についてご意見をください！

2 横断幕・のぼりの**設置場所候補**についてご意見をください！

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、デザイン方針が確定した段階
※デザインは

横断幕・のぼりのデザインについて協議させてください

①横断幕・のぼりのデザイン

プロモーション
映像

大型オブジェ

横断幕

のぼり

パターンA

龍ヶ崎市のメインカラー紫をベースにクライミングウォールをイメージしたテクスチャを背景に使用しました。
和文ゴシック調のフォントとキャラクター&市のロゴを視認性高くレイアウトしております。



パターンB

クライミングホールドの形状をグラフィックに見立てポップな世界観でデザインした案です。
優しい印象の和文フォントを使用し、キャラクターも大きめにレイアウト。親しみやすい印象に仕上げております。



横断幕・のぼりの設置場所案について協議させてください

②横断幕・のぼりの設置場所

プロモーション
映像

大型オブジェ

横断幕

のぼり

横断幕

横断幕の設置場所候補
についてご意見をください！

- ・ニューライフアリーナ
- ・JR龍ヶ崎市駅

⋮

のぼり

のぼりの設置場所候補
についてご意見をください！

- ・ニューライフアリーナ
- ・JR龍ヶ崎市駅東口通路

⋮

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

想 定 ス ケ ジ ュ ー ル	8月	9月	10月	11月	12月	2026年 1月	2月	3月	4月
	調整会議				調整会議			調整会議	
時 期 開 催	第1回		第2回		第3回		第4回		
	2025年9月下旬		2025年10月29日/11月6日 で調整予定		2025年12月中旬		2026年2月下旬		
ゴ ー ル ／ 目 的	✓ 「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の認知拡大に向けたプロモーションに関する方針（案）を共有・課題確認 - プロモーション動画作成のスケジュール・内容・使用先の共有 - アナログコンテンツの合意・設置場所案募集		✓ コンテンツ作成状況の共有 ✓ 課題に対する対応方針の共有・合意 ✓ アナログコンテンツの設置場所合意		—		✓ 次年度の方針についての合意形成		

次回の分科会に関して、以下の候補日時のご都合を確認してください
 分科会：10月29日又は11月6日
 調整会議：11/18で開催予定