



第1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7月28日

アジェンダ

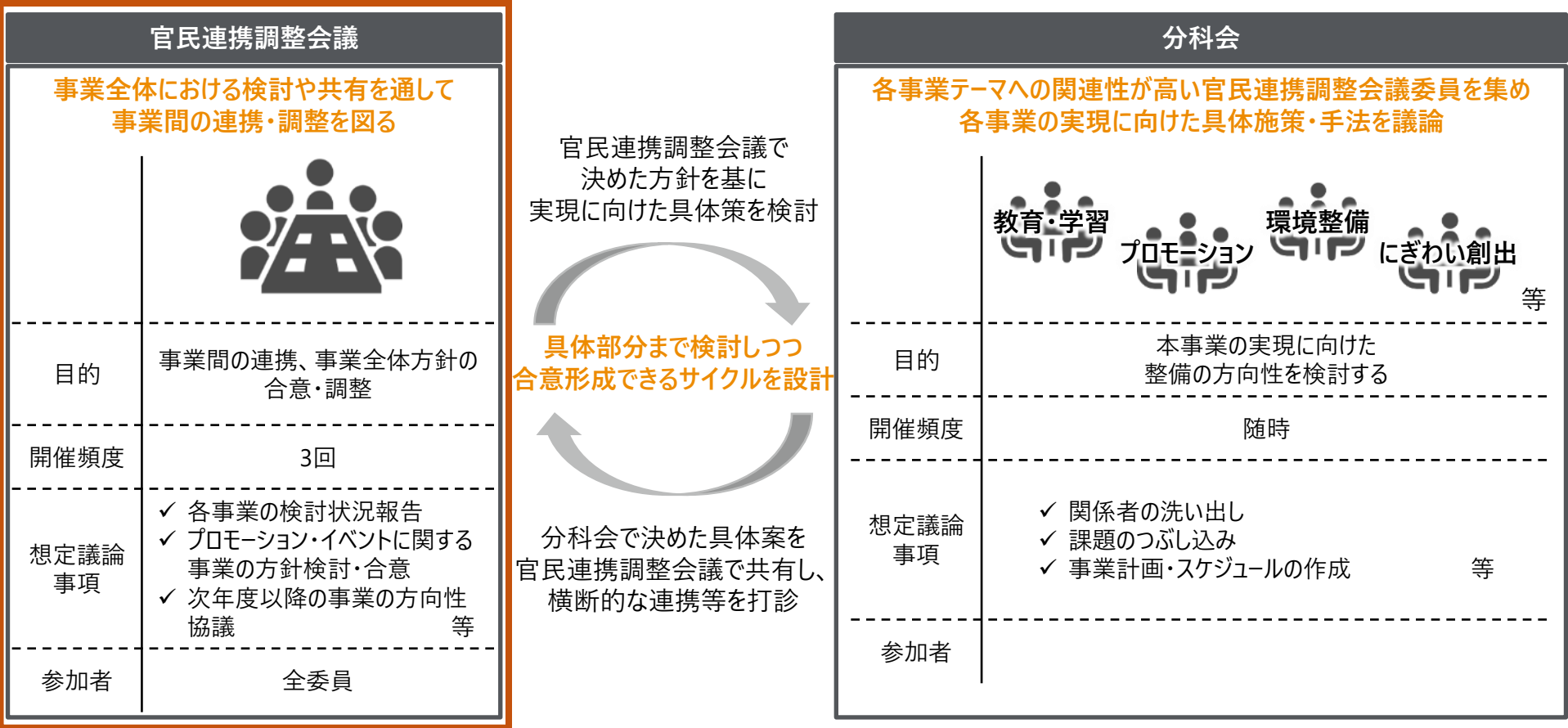
1.	官民連携調整会議・分科会の位置づけ説明	P.2
2.	今年度事業の全体像共有	P.5
3.	各事業の実施方針の共有及び意見交換	P.11

1.官民連携調整会議・分科会の位置づけ説明

昨年度と同様に、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



官民連携調整会議は全3回の開催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

	本日		
会議名	第 1 回	第 2 回	第 3 回
時期	2026年7月28日	2026年11月中旬	2027年3月上旬
目的	✓ 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	✓ 各分科会における討議内容の報告 ✓ 個別事業の方針の検討・合意形成 ✓ 次年度以降の事業方針の検討	✓ 今年度の活動実績共有 ✓ 3か年にわたる本事業の効果検証 ✓ 次年度以降の事業方針の合意形成
想定アジェンダ	✓ 官民連携調整会議・分科会の位置づけ説明 ✓ 官民連携調整会議委員の紹介 ✓ 事業アプローチの説明 ✓ 年間スケジュールの共有	✓ 各分科会での協議内容の共有 ✓ 各事業の進捗共有及び意見交換 ✓ プロモーションやイベントの実施方針合意 ✓ アンケート設問案・実施方法の説明 ✓ 次年度以降の自走化モデルの仮説提案	✓ 事業成果の共有 ✓ 調整会議や各事業の次年度方針案の共有 ✓ アンケート実施・分析結果の共有 ✓ 次年度以降の自走化モデルの合意形成



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

2.今年度事業の全体像共有

スポーツライミングを一つのコンテンツとして、まちの活性化・若者の誘引を目指し、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

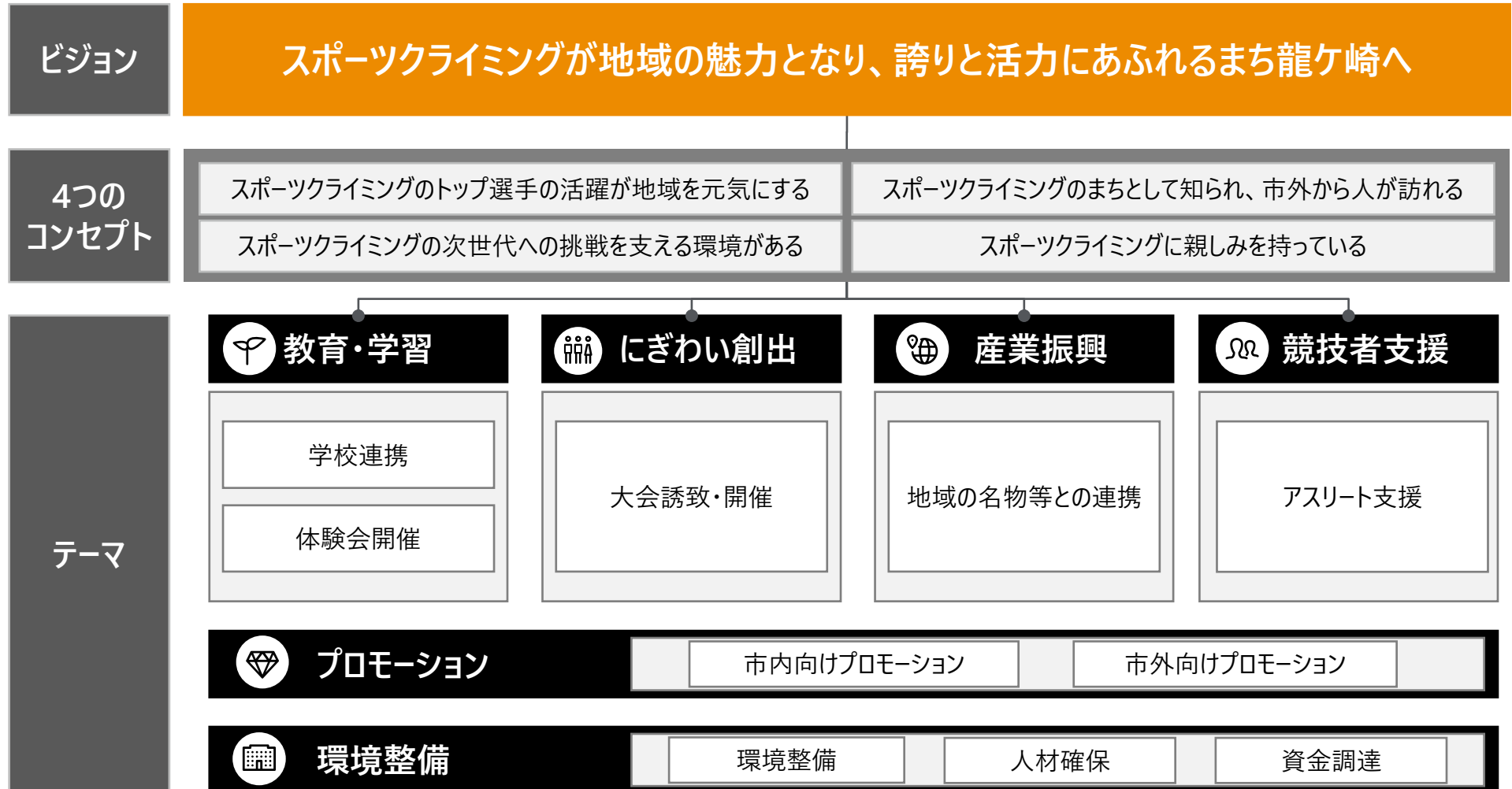
- ✓ 若者や子育て世代を対象とした移住支援金の交付など**経済的な支援**に取り組んでいます
- ✓ 森林公園のリニューアルや保健福祉棟多世代交流センターの整備など**若者に響く魅力アップ**が進んでいます
- ✓ プロスポーツチームや流通経済大学との連携など、トップアスリートを含めた**高いレベルのスポーツに触れる環境**が整っています

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



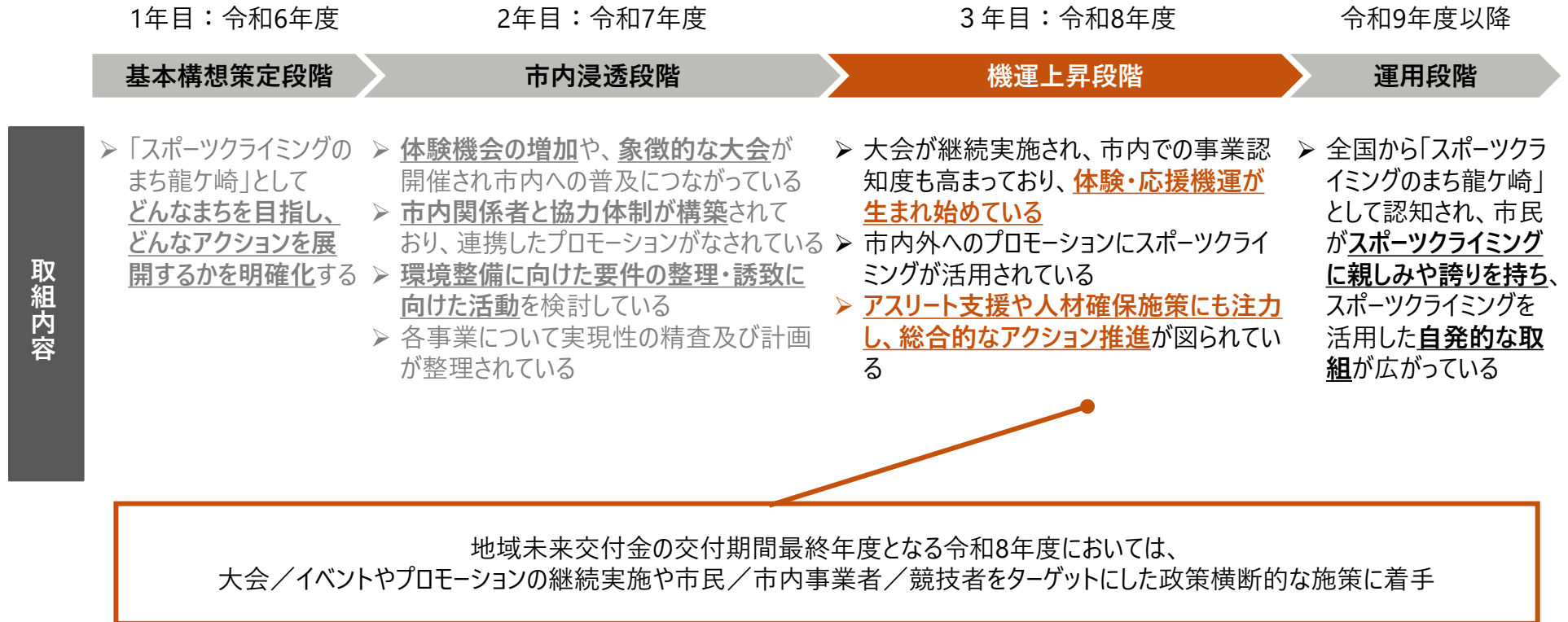
スポーツライミングのまちを推進する上で展開される施策は10のアクションとして整理し、6つの事業テーマに分類されます

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）の誘致検討や市民が出場できる大会等開催、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。	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～

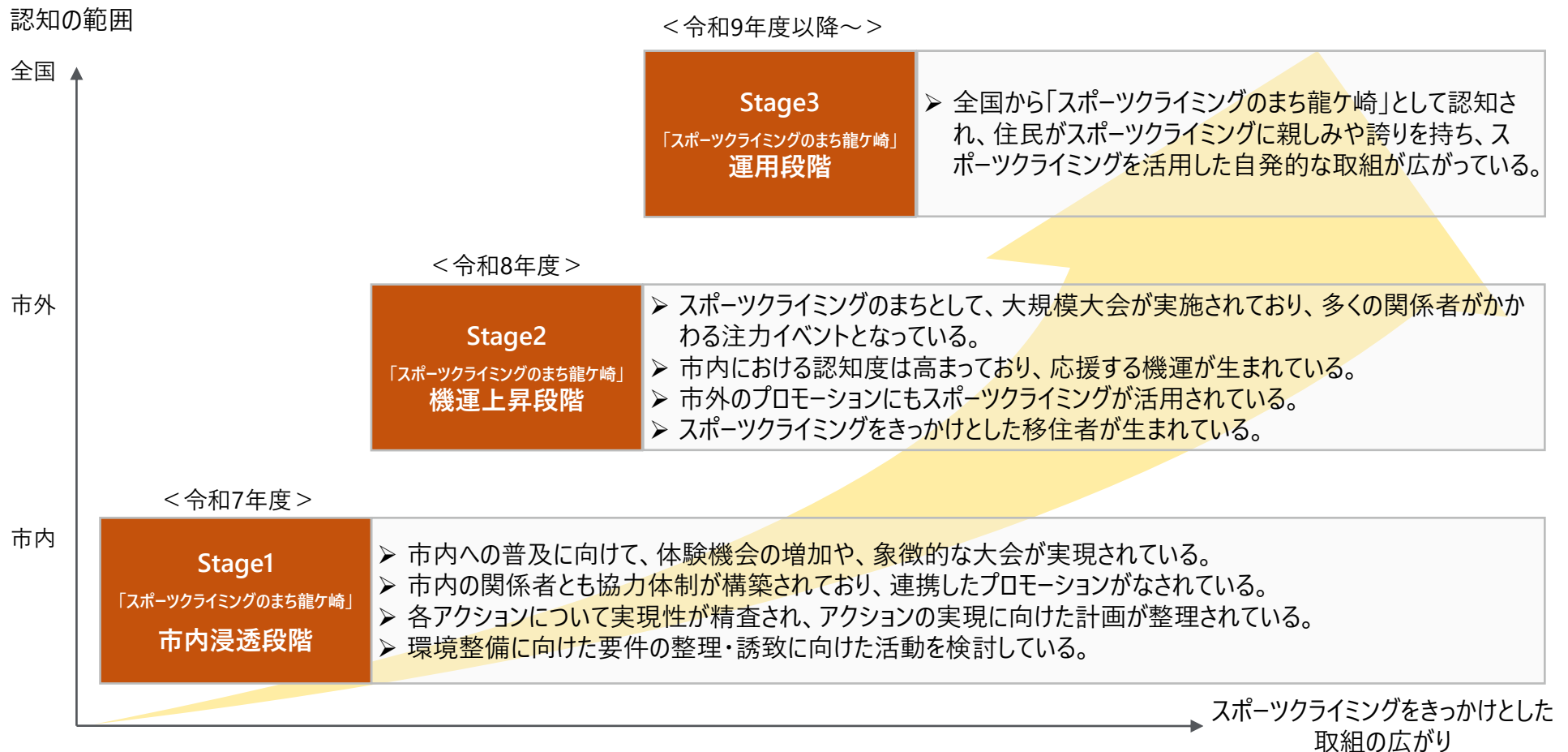
機運醸成段階である今年度は政策横断的な施策に着手しつつ、 次年度以降の運用段階を見据えた事業スキームの構築が必要となります

今年度事業の位置づけ



機運醸成段階である今年度は政策横断的な施策に着手しつつ、 次年度以降の運用段階を見据えた事業スキームの構築が必要となります

「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



3.各事業の実施方針の共有及び 意見交換

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

推進計画から抜粋

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。	■ 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	
関係者と役割	・ 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 ニューライフアリーナ龍ヶ崎での体験会受入	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  体育の授業での体験 校内でのウォール設置 キャリア教育での授業	
		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	
取り組む内容	・ 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	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	

龍ヶ崎市では、若年層がスポーツクライミングを体験する機会を創出す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を一貫して実現できる状態を目指します

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（ニューライフアリーナ龍ヶ崎）しており、興味を持った子ども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ての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龍ヶ崎にてスクール事業が存在しており、気軽に（1回1,000円程度）参加できる
→一方で、競技者を目指し小中学生が積極的・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

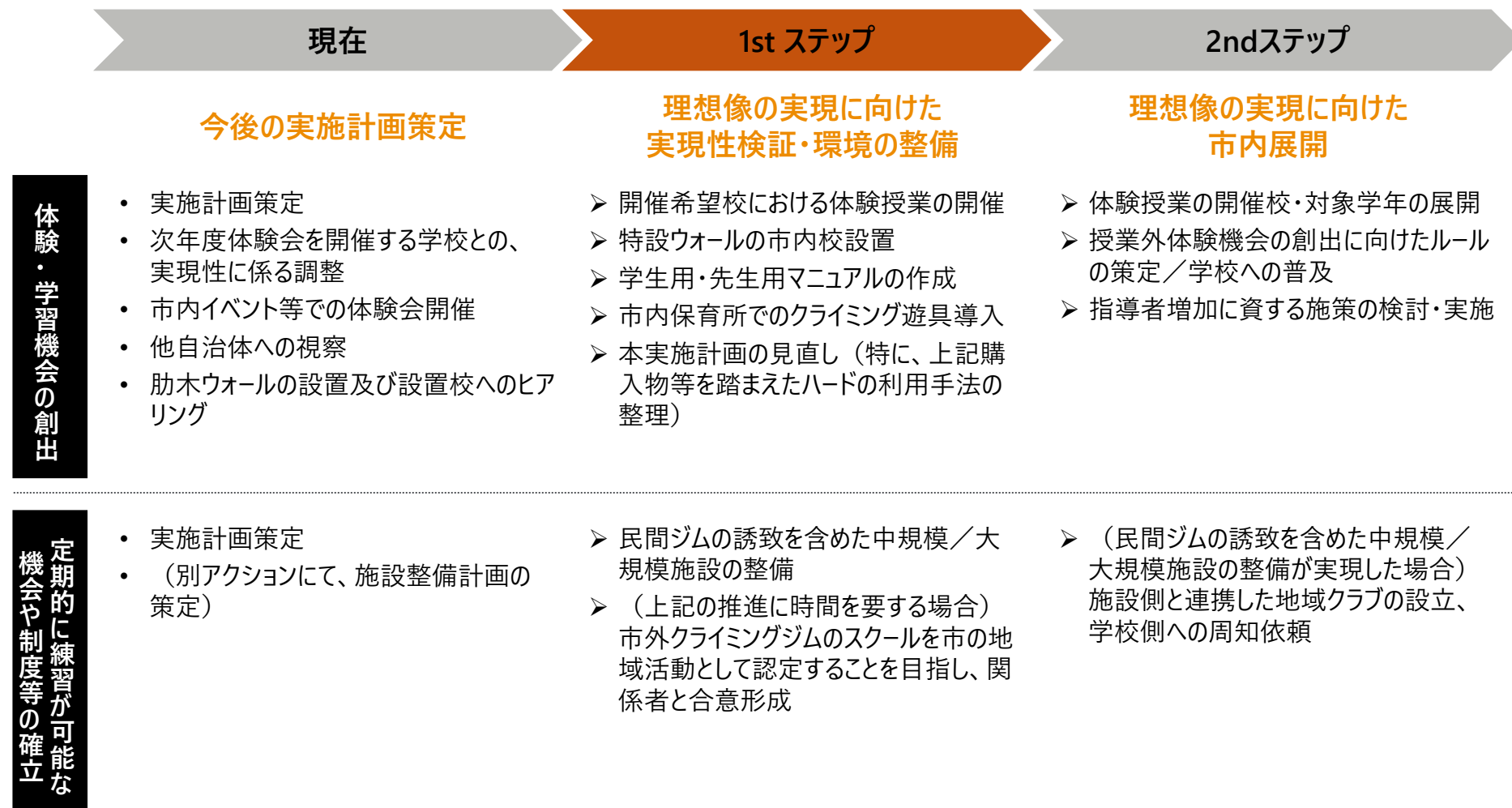
- ✓ 龍ヶ崎市に住む全ての子どもが身近にスポーツクライミングに触れる環境があり、実際に体験する機会を有している
- ✓ スポーツクライミングの競技力をより高めたい子どもが、気軽に・定期的に練習できる制度や環境が整っている

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

まずは今年度、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を試行的に設けていきます

今後の進め方



11月までに各コンテンツの素案作成を行い、その後の体験会でのトライアル利用・更新を経て、1～3月で次年度の体験会方針とコンテンツ利用の打診・意思決定を行います

学校連携・体験授業の推進におけるマイルストーン

検討の
ポイント

- 本年度事業で到達すべきゴールの構成要件（主要成果物、意思決定主体と合意事項）を整理する
- 各要件を充足するための必要な実施事項を整理し、今年度の予定を照らし合わせて、各実施のタイミングを明確にする

本
パ
ー
ト
の
要
件

想定
ゴール

令和9年度以降も市内小中学校で体験授業が
開催されることが決まっている

主な
成果物

体験会の案内資料

体験会継続・拡大に
向けたアンケート結果・
実施方針

合意
対象

「市内小中学校の校長会」
次年度以降の体験授業の開催について合意

令和9年度以降ウォール常設校にて
授業外時間で体験することができる状態となっている

先生の指導・運用
マニュアル

こどもの利用促進コンテンツ
（課題ルート表等）

「ウォール常設校（保育園を含む）」
次年度の指導・運用マニュアルと利用コンテンツの
運用方法の合意

実
施
事
項
の
整
理

マイル
ストーン

2026年						2027年			
6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
学校体験会期間①					学校体験会期間②				
実施方針の 整理	情報収集	コンテンツ案作成			体験会を通じた コンテンツのトライアル利用		次年度に向けた合意形成		

実
施
内
容

✓ 7月中の体験会の中で
案内資料や運用マニュアル
の内容整理に資する
情報を取得する

✓ 11月からの体験会に向け
て案内資料案、マニュアル、
アンケートなどの素案
を作成する

✓ 各成果物ドラフトをトラ
イアル利用し、改善事
項を把握する

✓ 1月・2月の校長会または各校への
打診によって、次年度以降の体験
会の実施、各コンテンツの導入につ
いて同意を得る

16

コナミ様と連携し、基本的にはニューライフアリーナ龍ヶ崎で体験授業を開催しています

体験授業の実施概要

体験会開催概要

- 希望する学校の授業を活用し、体験会を開催

目的

- ✓ 市内のこどもにスポーツ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
- ✓ 実現性のある目指す姿を描くために、こどもたちのニーズを把握する

参加者

- <対象者>
 - ✓ 対象校ごとに指定の学年
- <指導者>
 - ✓ たつのこアリーナ職員、市職員

実施時期

- ✓ 2026年6月～7月
- ✓ 2026年11月～12月

対象校

市内小中学校11校（7/29時点）

開催実績・予定

- ニューライフアリーナ龍ヶ崎で体験又は学校に体験ウォール持込

6月

- ✓ 龍ヶ崎西小：5年生
- ✓ 長山小：3年生～6年生
- ✓ 松葉小：5・6年生

7月

- ✓ 龍ヶ崎西小：6年生
- ✓ 久保台小：5・6年生
- ✓ 長山小：1・2年生

11月

- ✓ 城西中：2年生
- ✓ 長山中（特設ウォール持込）

12月

- ✓ 馴馬台小：5年生
- ✓ 八原小：5・6年生
- ✓ 川原代小：1年生～6年生
- ✓ 龍ヶ崎小（特設ウォール持込）
- ✓ 中根台中：1年生

すでに5校を対象に実施済みであり、400名超の児童が体験しています

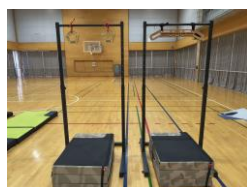
体験授業の実施報告



サブアリーナウォール



スラックライン



フィンガーボード

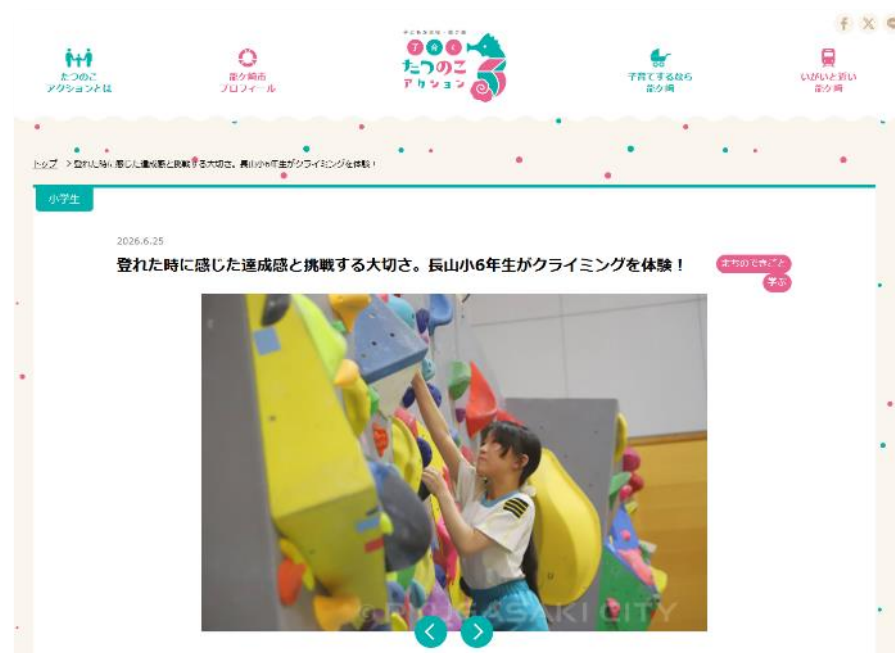


フットホールド



1回の体験会につき、
約30名の児童が参加

待ち時間も楽しめるように
フィンガーボード、
スラックラインなどを設置



体験会の様子は、市のホームページやたつのこアクションにアップ

引用元：龍ヶ崎市『子育てたつのこアクション_登れた時に感じた達成感と挑戦する大切さ。長山小6年生がクライミングを体験！』
<https://tatsunoko-action.jp/10287/>

体験会に参加した児童・教職員に対してアンケートを実施しており、マニュアル・コンテンツ検討に活用していきます

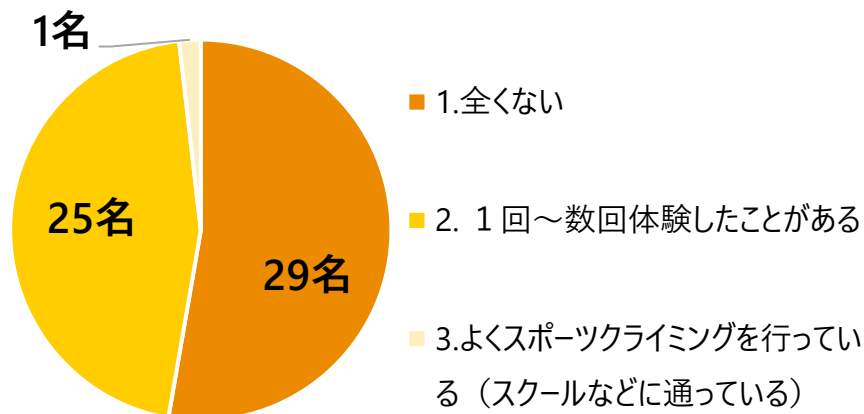
体験授業の実施報告

アンケート結果（児童向けアンケートの結果の一部）

- マニュアルなどの各コンテンツ検討にあたって、体験会に参加した児童・教職員へアンケートを実施
 - ✓ 児童：7/14、7/15の体験会に参加した小学6年生（約60名）
 - ✓ 教職員：6/2～7/15の体験会に参加した教職員（約20名）

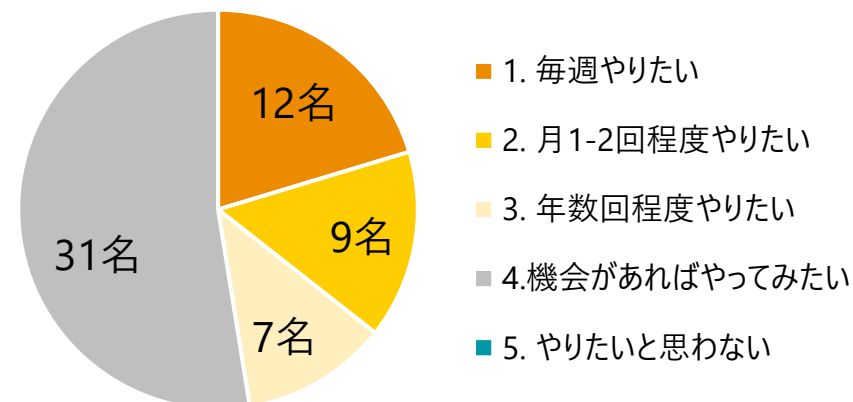
Q.今日までに、スポーツライミングを体験したことはありましたか？

- 参加した児童の半数以上が未経験であり、スポーツライミングに初めて触れる機会を提供できた



Q.これからも、スポーツライミングをやりたいと思いますか？

- 「機会があればやりたい」が半数を占めており、定期的な実施意欲の喚起が課題となる



その他、児童視点での難しかった点、より楽しむためのアイデアや教職員視点での安全面での懸念点などに関する意見収集を実施。
マニュアル作成・コンテンツ検討に活用していく

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

推進計画から抜粋

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。	施策イメージ	
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。	■ 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） > ・ニューライフアリーナ龍ヶ崎 ・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 ・たつこのマルシェ  	
関係者と役割	・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	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	
取り組む内容	・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		

すでに、たつのこやま鯉まつりや市外の民間ジムにて体験会を実施済みです。 今年度も、産業祭で体験会を開催予定です

体験会の実施状況と今後の予定

実施済みの体験会概要

たつのこやま鯉まつり



5月5日に龍ヶ岡公園で
行われた
「たつのこやま鯉まつり」にて、
特設ウォールを設置し
体験会を実施

民間ジム体験会

7月開催スポーツレでの体験会の様子

7月4日、18日については市のユーワールド内にあるスポーツレで体験会を開催しました。
スポーツレさんでは、ボルダリングとトップロープを体験させていただきます。10m以上のウォールを有する施設は県内にも数少なく、貴重な体験となりました。

※トップロープとは、あらかじめウォールの最上部から確保されたロープをビレイ(地上からロープ操作をして安全を確保すること)してもらいながら登るクライミングスタイルです。



以下2か所で実施済み

- ✓ ボルダリングジム
フライハイト
(6月2回)
- ✓ スポーツクライミングジム
(7月2回)

今後の実施予定（現時点）

民間ジム体験会



8月にRockyつくば阿見店にて
実施予定

引用元：龍ヶ崎市『民間ジムでボルダリング体験（令和8年6月・7月・8月）』
<https://www.city.ryugasaki.ibaraki.jp/kyoiku/supotsu/climbing-city/minkan-gym-taiken.html>

産業祭



本年度も11月に実施される
産業祭での実施を検討中
昨年度は約300名が参加

引用元：龍ヶ崎市『民間ジムでボルダリング体験（令和8年6月・7月・8月）』
<https://www.city.ryugasaki.ibaraki.jp/kyoiku/supotsu/climbing-city/minkan-gym-taiken.html>

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）の誘致検討や市民が出場できる大会等の開催、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	・ 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
取り組む内容	・ 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	
■ 「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。 < 誘致大会例 > ・ 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 ■ 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) ■ 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)	
収益・コスト ・ 収益：参加費・協賛費 ・ コスト：大会誘致・開催費	 

昨年度は、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

昨年度より

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

大会壁を活用した
賑わいイベントを併催

<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）

- ・ 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約120名の生徒がコンペを観戦、あわせて体験を実施
- ・ 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活用し、計3つのウォールでど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



多くの方に来場・参加いただき、交流人口の拡大や地域経済の活性化につながった一方で、交付金期間終了後も持続できる大会の在り方を考えていく必要がありました

全体を通しての振り返り

昨年度より

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

- (○) 大会では出場者206名、来場者1500名程度が訪れ、昨年度以上に大き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、体験イベントにそれぞれ200人程度、160人以上が訪れた

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

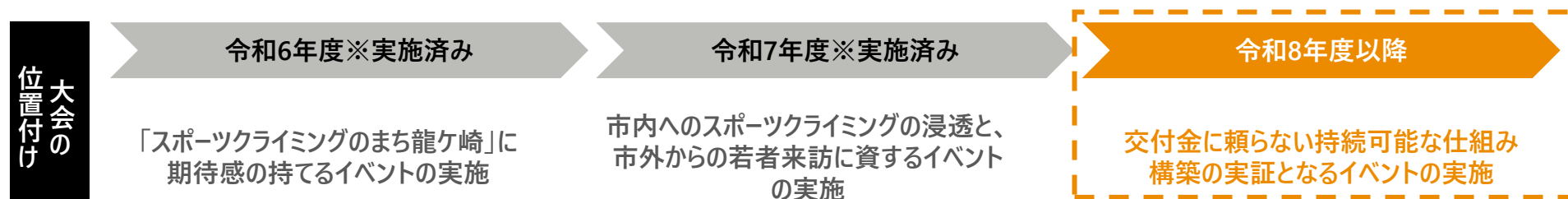
その他

- (△) 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

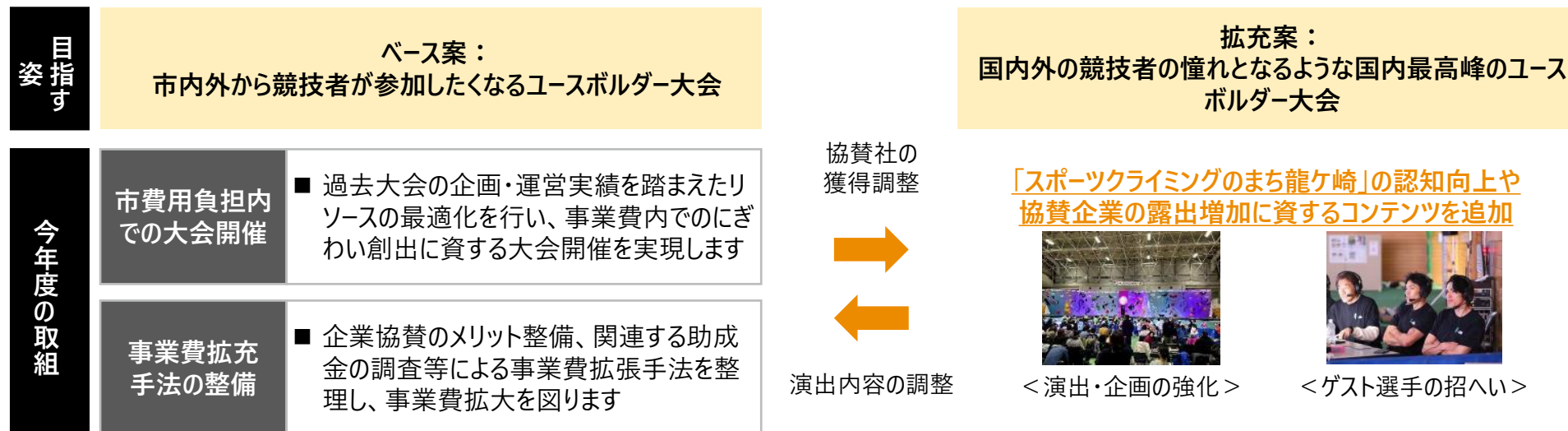
今年度は、過去2回の大会開催で築いた“ユース大会”のレガシーを活かしつつ、次年度以降の持続可能な大会開催が可能な仕組みを整えます

今年度の大会／イベント実施方針

- 過去2回の開催を経て、ユースボルダー大会は貴市のイベントとして定着しつつある。交付金事業としての最終年となる本年度では、次年度以降の継続開催を見据え、にぎわい創出のために開催してきた大会のレガシーを継続していくための仕組み構築を図る。

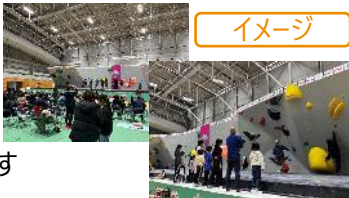
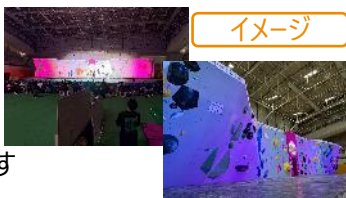


市の費用負担内で、にぎわい創出の目的に資する若者向けの大会を開催
→企業協賛等によって事業費を拡充できる場合には、より演出・企画の強化やゲスト選手の招聘に着手



ベース案・拡充案に限らず、 市民や市内事業者がより参画・観戦できるようなコンテンツを試みる想定です

大会の実施方針案

	ベース案：小・中学生ボルダ―競技龍ヶ崎大会	拡充案：AKIYO's DREAM with RYUGASAKI (協賛等を得られた場合、規模を拡充し開催)
概要	■ 大規模ウォールを活用したユース大会を実施。 ■ 市内外のユースクライマーが継続して参加したくなる、“登竜門”的な位置づけを目指す 	■ 野口氏監修の下、国内最高峰の演出を用いたユース大会を開催。 ■ MCやDJの設備や照明活用、ゲストに国内トップ選手らを招へいするなど、世界基準の大会を目指す 
日時・参加者	【令和9年2月の2日間開催 @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】 参加者：小学3・4年、小学5・6年、中学1～3年	

過去大会を踏まえた強化ポイント

①大会参加者増加に向けた工夫

目的	大会出場機会のない初心者、無関心層の参加増加
ターゲット	市内外の若者世代（小学生～30代）
施策	✓ <u>初心者が参加可能なクライミング関連コンテンツの企画</u> →大会に参加する競技レベルにない関心層が当事者となる機会をつくる（大会規模を踏まえコンテンツは要調整） ✓ <u>パフォーマンス団体・部活動のステージ企画</u> →市内の吹奏楽部やダンス部、和太鼓クラブ等のステージを用意し、大会コンテンツの一つとして当事者となる機会をつくる

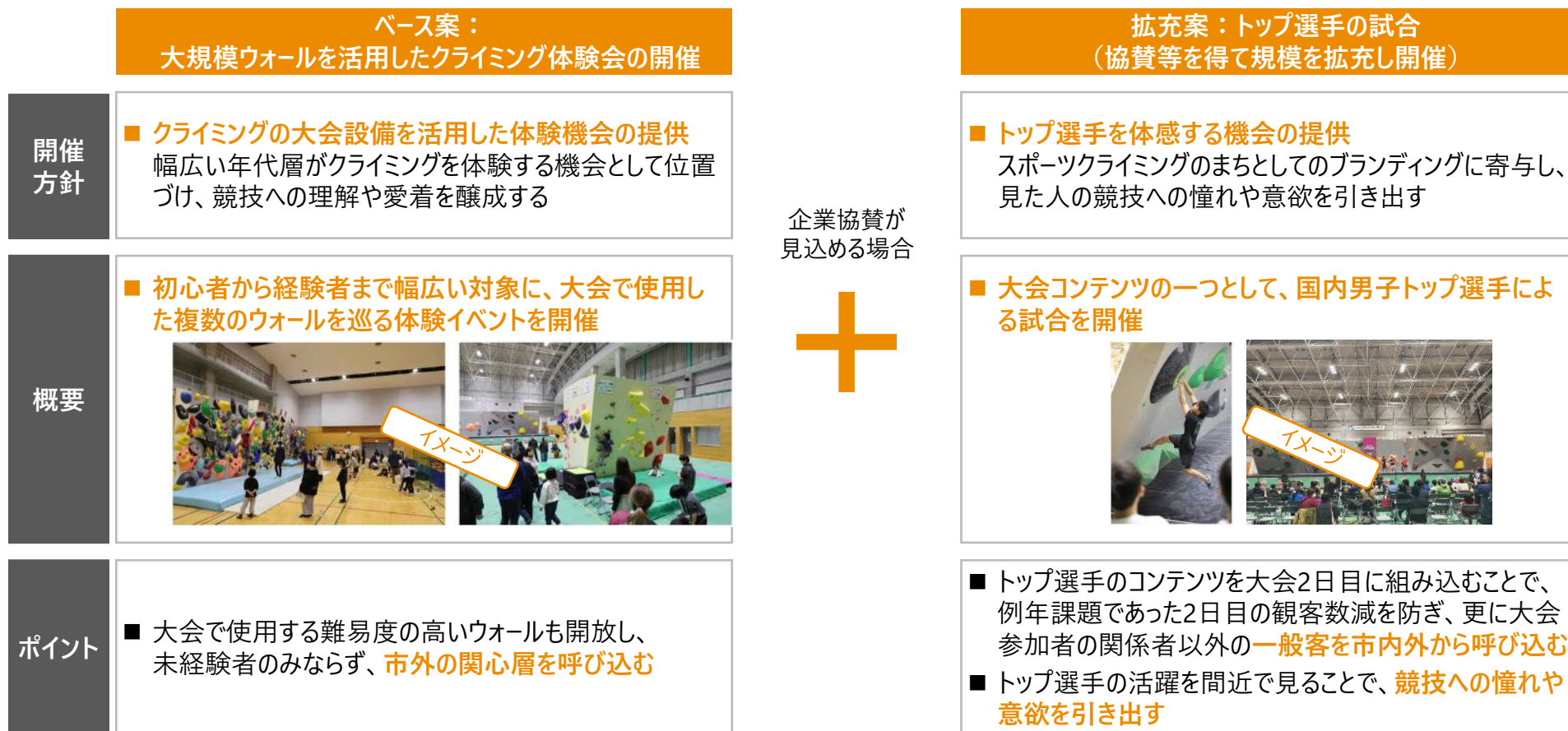
②市の魅力発信に向けた工夫

目的	「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」のファン増加
ターゲット	市外から参加する選手・保護者
施策	■ 単なる情報提供ではなく、大会という体験を通じて貴市の魅力を自然に刷り込む ✓ <u>ゲストによる市特産物の紹介</u> →ターゲットの選手達のアイコンであるゲスト選手が直接紹介することで、「あこがれの選手が認めるまち」というブランドイメージを醸成する ✓ <u>市の紹介展示エリアの設置</u> →貴市での暮らしに係る内容（クライミング・子育て・移住環境等）を知ること、大会会場から住む選択肢にある場所へ認識をアップデートさせる

大会で設置したウォールを有効活用するため、体験会を開催する想定です。 また、協賛確保状況次第で、国内トップ選手を招へいたイベントの開催を計画しています

付加価値イベント実施概要

- 大会の開催と併せて、大規模ウォール等を活用した付加価値イベントを企画・運営します。経験の有無や年齢を問わず、幅広くクライミングに触れる機会として体験会を開催しつつ、大会同様に事業費の確保状況に応じて国内トップ選手による試合の開催を目指します



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

推進計画から抜粋

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	- 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
取り組む内容	- 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 - コロッケ型のホルドの作成 - クライミングウォールへのまいいゅうの掲載 <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

本年度の実施方針

目的

スポーツライミングのエッセンスを取り入れた地域産品等とのコラボサービス・商品を創出し、市民参加・来訪者体験の場づくりとあわせて発信することで、関係人口の拡大と地域資源活用の機運を醸成する

取り組み方針及び商品・サービス仮説の検討

- 昨年度事業での検討で導出された商品開発の方向性をベースとしつつ、「**実施主体**」・「**コラボ方法**」といった観点を掛け合わせて商品・サービス仮説を発想し、**有望仮説を絞り込む**

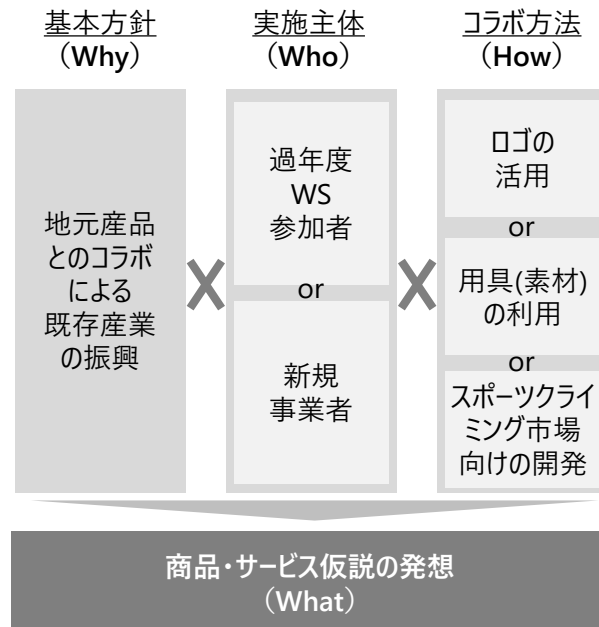
本事業における連携事業者の探索・開発支援

- 有望仮説の実現に必要な**ノウハウを持つ事業者へコンタクト・ヒアリングを実施、開発意向の確認・課題出しを行う**
- 開発意向の高い事業者に向けて、ニーズに即した開発支援を行う

次年度取り組み方針検討

- **次年度以降も事業者とスポーツライミングの継続的な接点創出と理解促進を図るための取り組み方針を検討する**

実施概要



開発事業者候補へのヒアリング

- 有望仮説の検証にあたり過年度事業者を軸にヒアリングを実施。実現に向けた課題把握及び支援ニーズを整理。

開発意向のお伺い 開発の参画に向けた課題確認

1～2件へ絞り込み

開発支援

- ニーズに即した伴走支援を展開

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 クライミング関連事業者の紹介
※ニーズ次第では本事業としての補助金の支給も検討する

次年度以降の取組方針の検討

- 本取組を応援する事業者基盤の拡大を目指し、継続的なワークショップ等による接点創出と機運醸成の方策を検討する

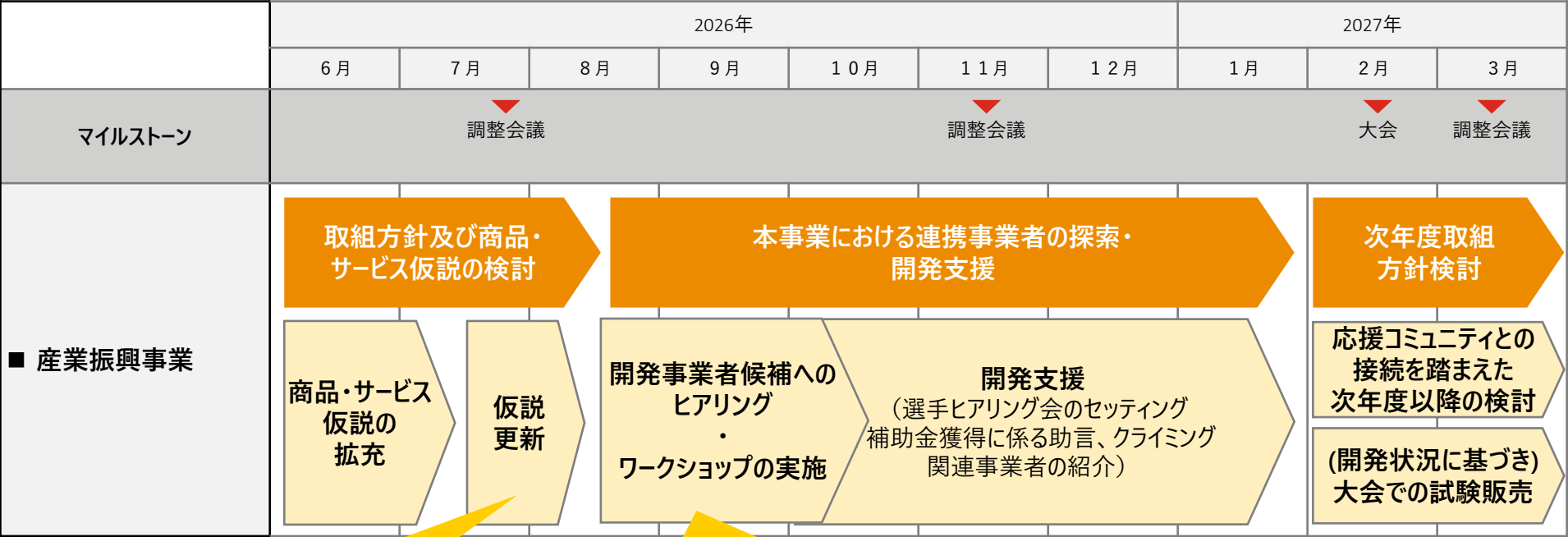
事業者基盤の拡大方針の検討 開発内容の改善方針の検討支援

- 開発した商品・サービスの次年度以降の広報展開方針を定める
- 今年度での開発状況次第では、今期中からの関連イベントでの試験販売も実施する

にぎわい創出事業イベント・その他市内イベントを活用した新商品・サービスのPR方針の検討

8月中旬までを目途に、事業者探索を行う商品・サービス仮説を設定し、27年1月にかけて開発事業者候補へのヒアリング・開発支援を行います

マイルストーンとスケジュール



■ 官民連携調整会議でも仮説に対するご意見を伺い、仮説更新・追加を行う

- まずは商品開発の関心のある事業者を幅広く巻き込むためワークショップを実施する
- その中で、有望仮説に該当する事業者や、商品開発の意向の強い事業者に対してはより重点的な開発支援を実施する想定

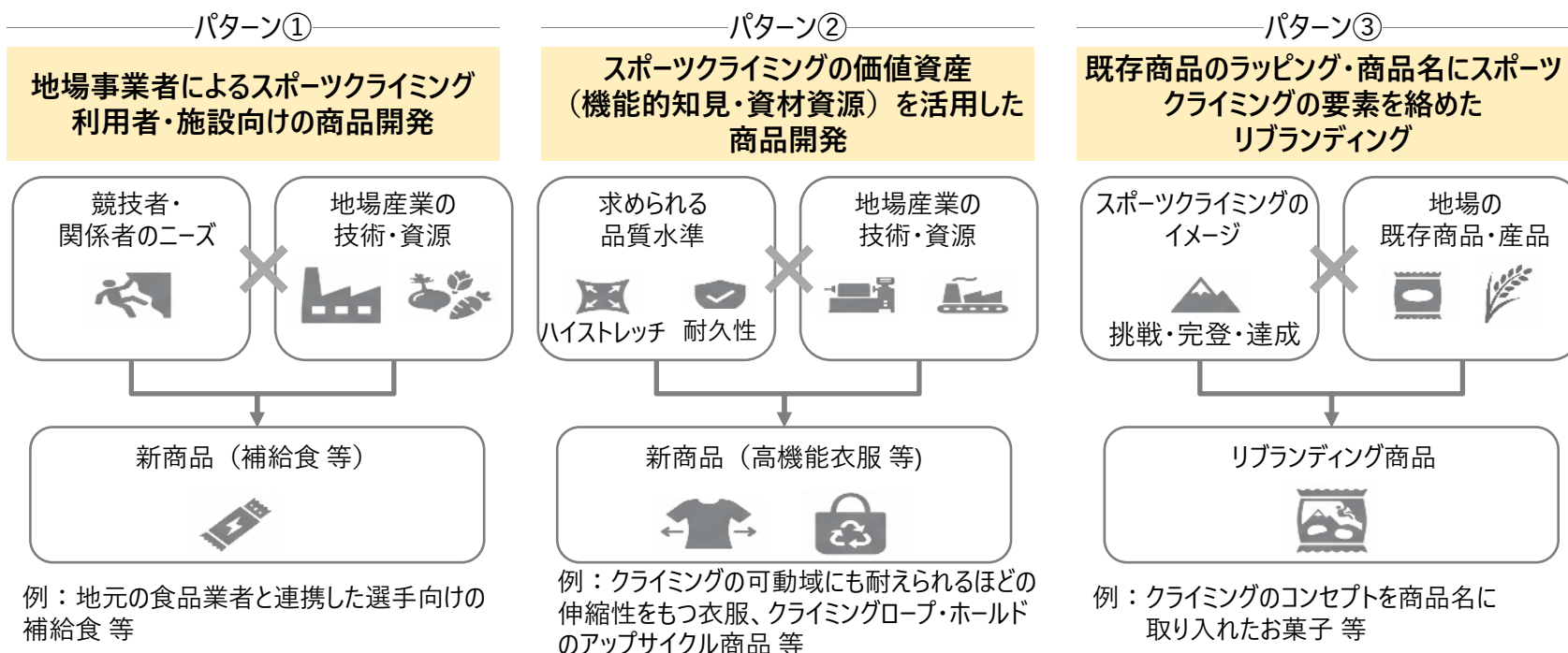
商品・サービス開発において、想定される民間事業者との連携パターンに基づいて、商品・サービスの具体化仮説を考案し、候補事業者へコンタクトを行います

商品・サービス開発における事業者との連携パターンについて

目的

- スポーツクライミングのエッセンスを取り入れた地域産品等とのコラボサービス・商品を創出し、市民参加・来訪者体験の場づくりとあわせて発信することで、関係人口の拡大と地域資源活用の機運を醸成する

連携パターン



- 今後の商品・サービス開発に向けて、以下3つの観点でご意見をいただきたい

- ① 開発の対象となり得る地域の魅力が伝わりやすい産品（何を売るか？）
- ② 商品・サービス開発・産業振興に関心を示している事業者（誰と作るか？）
- ③ 開発した商品販路に対する想定案（どう売るか？）

プロモーション (市内市外)

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

推進計画から抜粋

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。	施策イメージ	
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。	■ 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 ・ 広報紙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	
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	収益・コスト	・ コスト：デザイン費、作成費、発信費
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		

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

推進計画から抜粋

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	- 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
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		
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)	リアル場  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		

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

令和7年度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	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	「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	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	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の醸成、無関心層へのアプローチを図る	
活用状況	- 各種チラシへの掲載 - 各種グッズでの使用	- ニューライフアリーナ（大会開催時） - 歩道橋	- 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

昨年度実施報告書より抜粋

令和7年度成果物_デジタルコンテンツ

	ショート動画	メイキング動画
概要	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	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	「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やサイネージでの活用を想定	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		 ■たつのこやま 標高41mの山で、頂上は龍ヶ崎市の標高最高地点。 頂上からは空気が澄んだ日に富士山・筑波山・スカイツリーまで見渡せることも。 全長30mのすべり台や大型遊具、芝生広場がそろう、 散歩・運動・家族ピクニックにぴったり。 頂上までの階段は野口啓代さんの現役選手時代の練習場。

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

昨年度実施報告書より抜粋

令和7年度成果物_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	活用 イメージ
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	



①～④のプロモーション施策の他、市内高校生を対象にクライミング体験、プロクライマーをモチーフとしたヒーロー作成基礎講座を実施しました

昨年度実施報告書より抜粋

令和7年度成果物_その他取組

取組概要

- エンタメコンテンツを活用した起業につながるスキル習得を図る「地方創生ワークショップ」を通じて、**市内高校生を対象にクライミング体験、プロクライマーをモチーフとしたヒーロー作成基礎講座を実施**

主催・協力

【主催】

- ・ 龍ヶ崎市
- ・ 株式会社ギルドヒーローズ
- ・ 株式会社クラウドファンディングデザイン

【協力】

- ・ 株式会社スポーツビズ

取組詳細

- ・ **プロフリークライマーをモチーフとしたオリジナルヒーローを高校生自身が作成する**

※作成にあたり、10/4～11/15にて計3回のワークショップを開催

【第1回】プロフリークライマーについて学ぼう！

→野口啓代さんの指導のもと、クライミング体験を実施

【第2回】オリジナルヒーローを制作しよう！

【第3回】クラウドファンディングについて学ぼう！

参加者

- ・ 龍ヶ崎市内在住／通学の高校生10名程度

取組結果

- 野口さんからプロクライマーの職業紹介を行い、プロのクリエイター等のサポートの下、プロクライマーをモチーフとしたヒーローが完成

< 龍ヶ崎市SDGsヒーロー：オチナイ >



- 「AKIYO's DREAM with RYUGASAKI」にて、龍ヶ崎市オリジナルヒーローをお披露目



継続的なプロモーションを通じた認知拡大に加え、本事業への参画につなげていくことが重要だと考えています

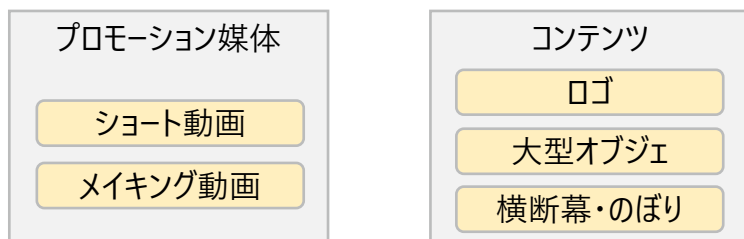
令和7年度の取り組みの振り返り

基本構想 市内PR/市外 PR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。
- 「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。

令和7年度の取り組みの振り返り

- 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



- 「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の認知向上と興味・関心の促進に貢献
 - ✓ 本事業の認知度：令和6年度:39%→令和7年度:52%
(基本構想策定時アンケート) (大会時アンケート)
 - ✓ イベント期間中の交流人口は市内外で2,000人程度

令和8年度における改善方針

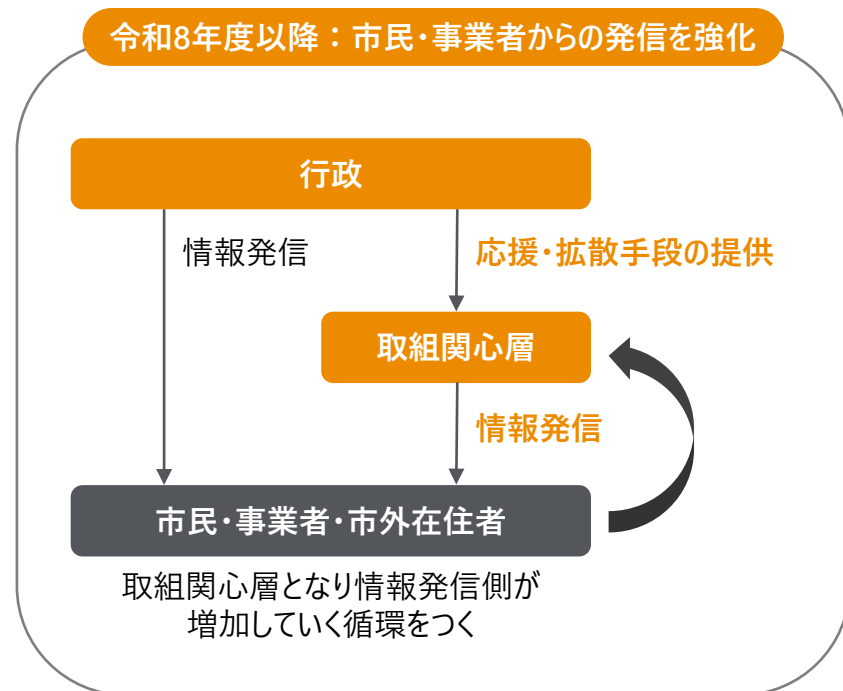
- ① 令和7年度コンテンツを活かし、プロモーションの期間・場所を拡大し、“より多くの人々が本取り組みに触れる機会”を創出する
- ② 様々なステークホルダーの協力を引き出し、“触れる”から“参画する”アクションの変化を生み出していく

昨年度作成した「知るコンテンツ」・「体験するコンテンツ」や取組関心層が活用しやすいコンテンツを用いて、行政・市民双方向での発信文化を作り応援機運の醸成を図ります

本年度のプロモーション実施方針

行政（本事業）の役割

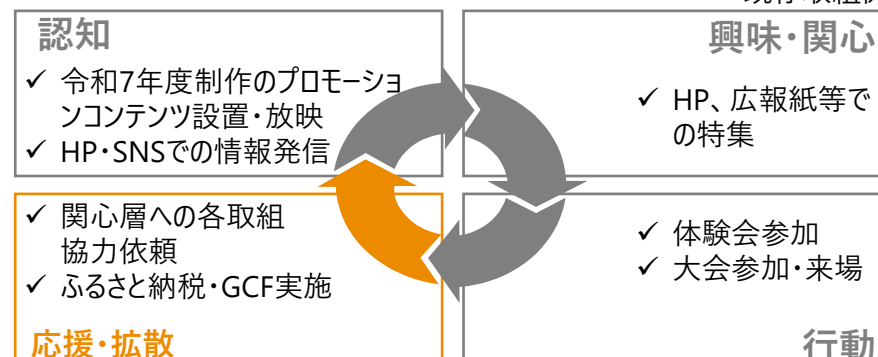
- 認知拡大に向けた市民・来街者への情報発信やイベント開催の他、**市民・事業者による取組の周知を促進し、更なる認知を獲得する循環を作っていく役割**を担う必要があります



令和8年度プロモーション方針

- 令和7年度を取組・令和8年度での目指す姿を踏まえ、認知拡大と応援機運醸成に向け、**取組関心層の応援・拡散を促進するコンテンツの制作・活用支援を実施**します

✓ 既存取組例



令和8年度プロモーション施策

- 令和7年度制作物の活用先拡大、市民・事業者の発信機会促進に向けたコンテンツ提供を実施します

市民・事業者の発信機会促進

応援ポスターの制作

応援グッズ（ノベルティコンテンツ）の制作

令和7年度制作物の活用先拡大

横断幕・のぼり・オブジェ・PR動画の露出

民間事業者への情報提供及びロゴ活用の協力依頼

制作物の新規作成と既存コンテンツの活用拡大を通じて、市民や事業者によるスポーツクライミングへの認知・関心の醸成、情報発信への参画促進を図ります

本年度のプロモーション施策の概要

市民・事業者の発信機会促進

応援ポスターの制作

次頁詳細

- 事業者の店舗内等でのスポーツクライミングとのタッチポイントを増やすために、店頭や店内に貼れるような手軽な媒体として活用

<イメージ>



横須賀市
「アーバン
スポーツの
まち 横須賀」*1



静岡県
「静岡県
スポーツチーム
PRポスター」*2

*1 引用元：横須賀市観光情報『アーバンスポーツのまち 横須賀』
<https://www.cocoyoko.net/special/bmxpark.html>

*2 引用元：静岡県『スポーツチーム連携イベント』
<https://www.pref.shizuoka.jp/kankosports/sports/1049694/1062367.html>

応援グッズ（ノベルティコンテンツ）の制作

次頁詳細

- 取組のロゴやクライミングをモチーフにした商品、ノベルティを制作し、市内飲食店や商店、イベント会場で配布・販売。

<イメージ>



令和7年度制作物の活用先拡大

横断幕・のぼり・オブジェ・PR動画の露出

- 昨年度制作した横断幕・のぼり・オブジェ・PR動画を市内外の人が多く集まる場所で掲出・露出

<イメージ>

PR動画は「いばらき移住定住ポータルサイト」、
「観光いばらき」に掲載済み

のぼりの設置先となる
民間店舗を検討中



*引用元：茨城県『いばらき移住定住ポータルサイト Re:BARAKI』<https://iju-ibaraki.jp/area/ryugasaki/>
茨城県『観光いばらき』https://www.ibarakiguide.jp/movie/movie_ibaraki.html

民間事業者への情報提供及びロゴ活用の協力依頼

- 「まいりゅう」のクライミングver及び本事業のロゴを事業者が簡単に利用できるように情報公開。また、協力企業は市HPで紹介する等、事業者にもメリットあるスキームも併せて要検討

<キャラアイコン等>

<ロゴ活用のイメージ>



スポーツクライミングのまち龍ヶ崎

応援ポスターの制作背景を踏まえ、「スポーツクライミングを通じた龍ヶ崎市のまちづくりを伝える」を主目的としたポスターを有望候補として設定しています

新規制作物の検討状況：応援ポスターの制作

制作の背景	■ 「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」をコンセプトに掲げたまちづくりを推進しているなかで、市民や事業者のさらなる巻き込みを図る必要があるが、未だ本事業を認知していない市民も数多くいる ■ 市内の飲食事業者等との意見交換会のなかで、事業者が市内外のイベント等で出店する際に、「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」を対外的にアピールできるようなポスターがほしいという声が挙がった		
	A案：スポーツクライミングを通じた龍ヶ崎市のまちづくりを伝える	B案：スポーツクライミングを応援する空気をつくる	C案：スポーツクライミングという競技の魅力を訴求する
目的	■ スポーツクライミングを切り口として、龍ヶ崎市の対外的な認知向上を図る ■ 「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」という都市イメージの形成を図る	■ 市民全体に対して、スポーツクライミングを“応援する対象”として認識してもらう ■ 市民に「なぜ龍ヶ崎市が取り組むのか」を理解してもらう	■ 競技そのものに興味を持ってもらう ■ 「知らない競技」から「見てみたい・やってみたい競技」へ転換する
ターゲット	■ 主な訴求対象：市外の一般来訪者、市内外のイベント参加者 ■ 応援の対象：スポーツクライミングを起点としたまちづくりの取組（スポーツクライミングの応援・支援に関わる人たち）	■ 主な訴求対象：市民全般 ■ 応援対象：スポーツクライミングというスポーツ	■ 主な訴求対象：市内のこども・若年層、スポーツ関心層 ■ 応援の対象：クライミングの競技者
メッセージ	■ メインメッセージ例： ✓ スポーツクライミングを通じて人や地域のつながり・賑わいを生み出していくまちづくりを進めていること（例：スポーツクライミングから、まちの元気を。） ■ 追加要素： ✓ 地域振興の取組紹介、詳細情報を掲載しているWebページへの導線	■ メインメッセージ例： ✓ 市民に対して、スポーツクライミングに挑む人々を応援しよう（例：龍ヶ崎の応援が、壁を越える力になる） ■ 追加要素： ✓ スポーツクライミングを見る体験できる場所 ✓ 若手有望選手のビジュアル ✓ 本事業紹介ページ	■ メインメッセージ例： ✓ 挑戦する面白さや迫りに溢れた魅力的なスポーツであること（例：登るのは、壁だけじゃない。自分の限界だ） ■ 追加要素： ✓ 競技のルール ✓ スポーツクライミングが体験できる場所
発信先	対外向け＋対内向け	対内向け	対内向け
訴求内容	まちづくり事業寄り	競技寄り	競技寄り
	事業者の対外発信ニーズに最も合致しており、市内住民に対する取り組みの認知向上にもつながる	市民の応援機運醸成には有効だが、対外的なまちのイメージ訴求はA案よりやや弱い	競技認知には有効だが、制作背景で重視される地域施策の発信や事業者の対外発信のニーズと整合しない

応援グッズとして制作する際の要件に基づき候補をリストアップしております 今後、意見収集を経て、制作対象とする応援グッズを選定します

新規制作物の検討状況：応援グッズ（ノベルティコンテンツ）の制作

応援グッズ 候補の 要件

- グッズとしての活用価値：目に触れる機会を得るために日常的に活用できる。消費物ではない
- 保管・輸送の手間：配布先・大会等への持ち運びや在庫保管の労力を要しない
- 配布数の確保：設定している制作予算で想定配布数を確保できる制作単価である
 想定配布数：200～250個
 ※昨年度の販促創出イベントにおける付加価値イベントの参加者：約160名
 + のぼりの事業者配布目安：50～100社程度

	こども向け	汎用的				事業者向け
カテゴリ/ グッズ	セーフティ キーホルダー 	アクリルお守り 	コルクコースター 	竹箸 	コットントートバック 	卓上カレンダー 
グッズとしての 活用価値	✓ こどもの中心に、 防犯・交通安全 目的でカバン等 に装着するニーズ あり	✓ クライミングの競 技特性（到達、 落ちない）と掛 け合わせ、合格 祈願としてニーズ が期待できる	✓ クライミングの壁 画やホールドのデ ザインを施して、 自宅や職場での 日常使いが期待 される	✓ 毎日の食事にて 目に触れる機会 を設けられる	✓ 日常の買い物や 書類などの汎用 性の高さに加え て、持ち歩きによ る露出効果を期 待	✓ デスク上で1年間、 毎日目に触れる 機会を設けられ る
配布数の 確保	✓ 全てのグッズにおいて、予算内で200個以上の制作が可能					
保管・輸送 の手間	✓ 全て軽量でかさばることなく、想定配布数の数量内であれば持ち運びや保管場所に苦労しないと想定される					

複数の組み合わせによる制作も方針として検討していく
（大会参加者向けにセーフティキーホルダー、事業者向けにコットントートバック、卓上カレンダー等）

露出効果を期待できる産業祭・本事業における大会に向けて、既存・新規の制作物を展開準備を進めていきます

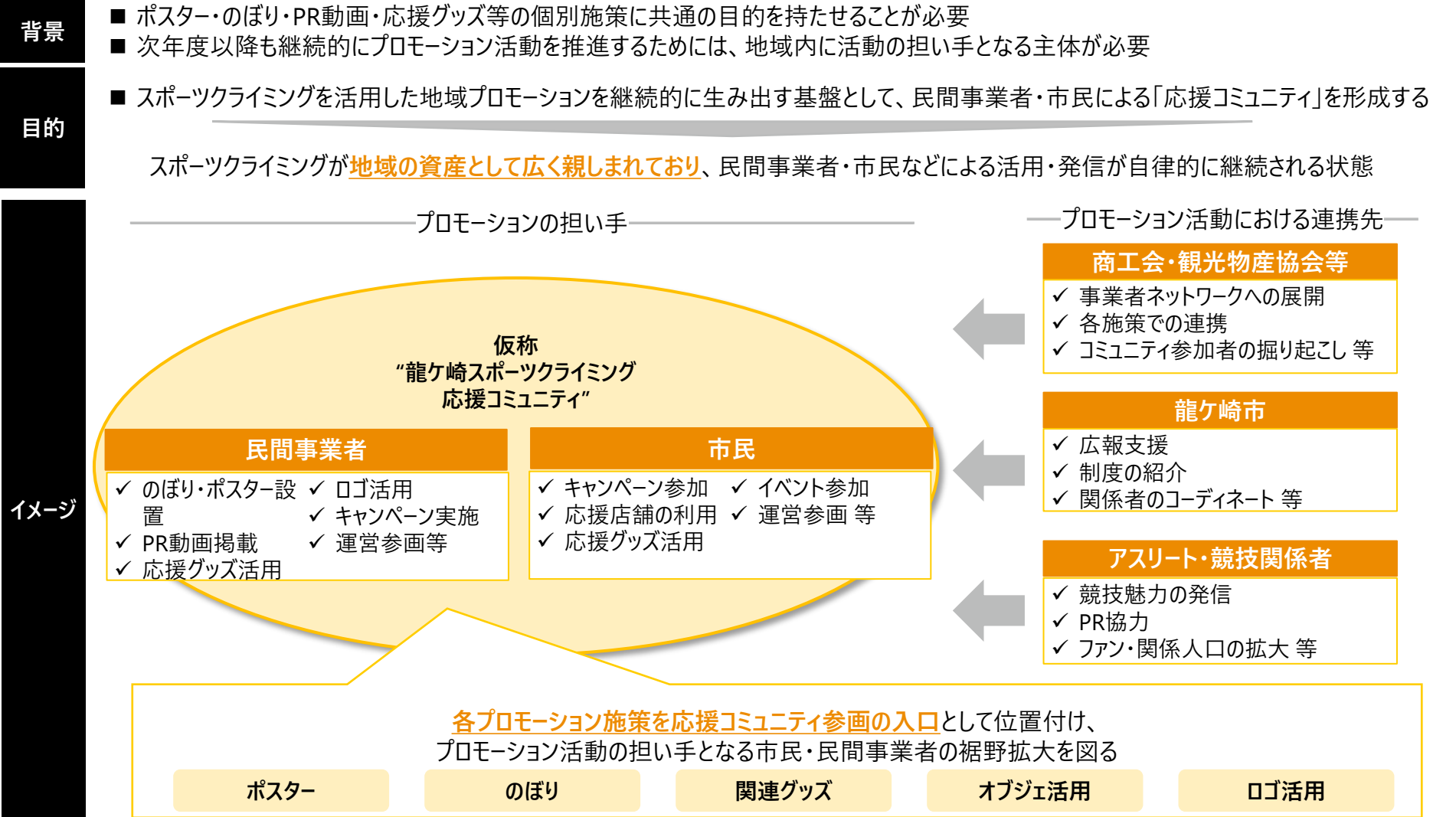
制作物の露出・新規制作物の検討スケジュール

 : プロモーション実施期間

	2026年							2027年		
	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
マイルストーン	▼ 産業祭							▼ 大会実施		
(5) プロモーション事業										
■ PR動画・のぼりなどの露出推進 (令和7年度制作物活用)	掲載先 候補検討			対象事業者へのアプローチ・調整／コンテンツ掲載						
■ 応援ポスター・応援グッズの制作 (事業者発信機会促進)	ポスター・グッズ内容 検討		デザイン 検討・制作	協力事業者の募集・配布						

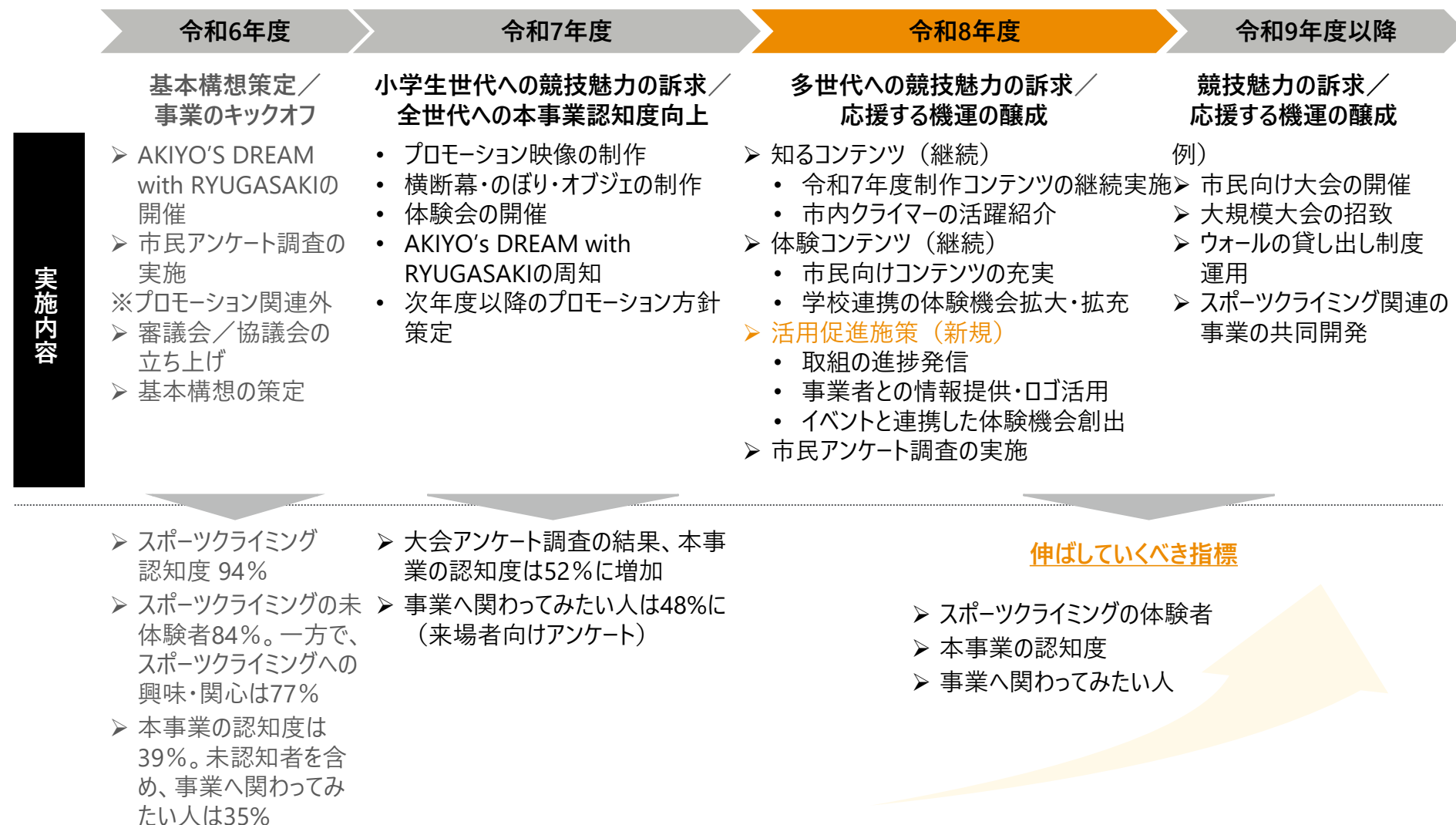
中長期的にはプロモーションに関わる民間事業者等によるコミュニティ形成を見据えており、本年度は施策を通じてコミュニティ参画が期待できる母集団形成を図ります

プロモーションにおける中長期的な方針：応援コミュニティの形成



令和7年度のプロモーション基盤を継続的に活用した前述の施策を経て 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

本年度のプロモーションにおける評価指標



評価指標の達成度合いを測るため、令和6年度に実施したアンケートを今年度も実施いたします

本年度のプロモーション評価指標の測定方法

		市内向け	市外向け
令和6,7年度の実施概要		令和6年12月に、基本構想策定の参考となる意見収集を目的に、LINEや広報紙、楽天インサイトを活用して市民向けアンケートを実施	令和7年度に、HPやチラシに回答用のQRコードを掲載し「AKIYO's DREAM with RYUGASAKI」来場者向けのアンケートを実施
令和8年度	実施内容	- 令和6年度に実施したアンケートをもとに設問の再設計を行い、市内・市外の両方に向けたアンケートを実施 - 実施期間を伸ばし、11月の第2回官民連携調整会議から翌年3月の第3回同会議までの約3か月間で設定	令和7年度と同様にイベント来場者向けアンケートを実施
	実施方法	従来の方法 LINE、広報紙、楽天インサイト + 学校で実施 回答用チラシを配布 体験会で実施 参加者に協力を仰ぎ、回答者には特典グッズを用意	従来の方法に加え、イベント登壇者からの呼びかけ等を強化
	設問の観点	- 本事業の取組によってスポーツライミングが市民に浸透しているか - 市民がスポーツライミングに対してどれくらい関心を持っているか	- 本事業の取組が市外にも認知されているか、評価されているか - 市の交流人口や関係人口、定住人口の創出につながっているか
	分析方法	① 市民の回答の変化を計測 - アンケートの回答結果を令和6年度の結果と比較し、年齢や競技区分別に分析することで、本事業の取組による効果を検証する ② プロモーション事業で設定した伸ばしていくべき指標の達成状況確認 - 以下の伸ばしていくべき指標について、アンケート結果との照らし合わせを行う - スポーツライミングの体験者 - 本事業の認知度 - 事業へ関わってみたい人	① 来場者の回答の変化を計測 - アンケートの回答結果を令和7年度の結果と比較し、年齢や競技区分別に分析することで、本事業の取組による効果を検証する ② 市外在住の競技者から見た市の魅力の現状把握 - スポーツライミングが市自体の魅力につながっているかを確認する - 交流人口：訪れたいと思えるまちになっているか（競技環境） - 関係人口：関わりたいと思えるまちになっているか（地域おこし協力隊等） - 定住人口：住みたいと思えるまちになっているか（移住環境）

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の基本構想策定の参考とするための意見収集を目的に、アンケートを実施しました。

参考：令和6年度のアンケート調査の概要

調査期間

2024年12月4日（水）－12月22日（日）

調査目的

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の基本構想策定の参考とするため龍ヶ崎市民の意見を収集

調査対象者

龍ヶ崎市内在住の市民（一部市外在住者からの回答あり）

総回答者数

回答者数：1,105名

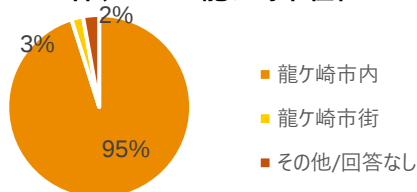
- 男性：486名、女性：592名、回答しない：27名
- 10歳未満：4名、10代：15名、20代：27名、30代：110名、40代：227名、50代：245名、60代：261名、70代以上：199名、回答しない：17名

スポーツライミングの認知度は高いが、体験したことがない傾向にあります。また、活用可能分野では、こどもの活動機会や大会・イベントによるにぎわいづくりが挙げられました。

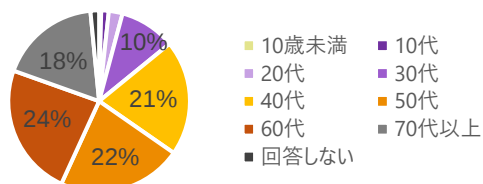
参考：令和6年度のアンケート調査の結果概要

回答者属性

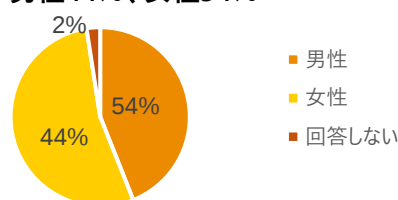
■ 総数：1105件、95%は龍ヶ崎市在住



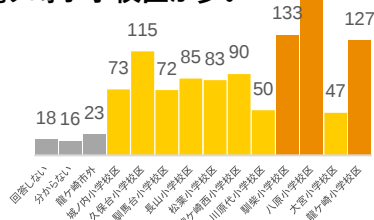
■ 年齢：30代以下は14%、40代以降は85%



■ 性別：男性44%、女性54%



■ 居住地：八原小学校区、馴柴小学校区、龍ヶ崎小学校区が多い



回答結果

Q1.スポーツライミングを知っていますか？体験したことはありますか？

知っていることが
体験したことがない

78%

Q2.スポーツライミングに興味・関心はありますか？

興味がある

77%

Q3.スポーツライミングを知ったきっかけは？

龍ヶ崎市出身選手の活躍
オリンピック

Q4.スポーツライミングの印象は？

楽しそう・達成感が得られそう
トップ選手在住で親しみがある

Q5.たつのこアリーナのボルダリング施設を知っていますか？ Q6. 体験の頻度はどのくらいですか？

知っている

68%

月に1回以上

11%

Q7.スポーツライミングを体験したことがない理由は？

機会がない

Q8. 本取組を知っていますか？関わってみたいですか？

今後、取組に
関わってみたい

35%

Q9.スポーツライミングの活用可能な分野は？

こどもへの機会提供
龍ヶ崎市のブランディング

Q10.ご意見をお寄せください（自由記述）

➤ オリンピアンと連携した大会やイベント開催、本市の独自性のPR、こどもたちに夢や目標を与える等の取組を継続することでまちの活性化に期待

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

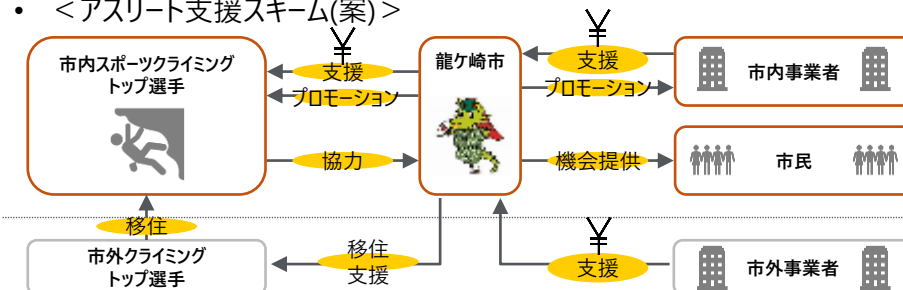
推進計画から抜粋

アクション【7】アスリート支援

施策概要	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。
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みます。
関係者と役割	・龍ケ崎市 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
取り組む内容	・スポーツ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

施策イメージ

- 市内のトップ選手や次世代アスリート、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。
 - ・ 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。
 - ・ 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。
 - ・ 移住補助金・雇用の確保等
 - ・ <アスリート支援スキーム(案)>



収益・コスト

- ・収益：企業版ふるさと納税・協賛金等
- ・コスト：支援金

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

市外



充実した
競技環境で
練習するために
移動

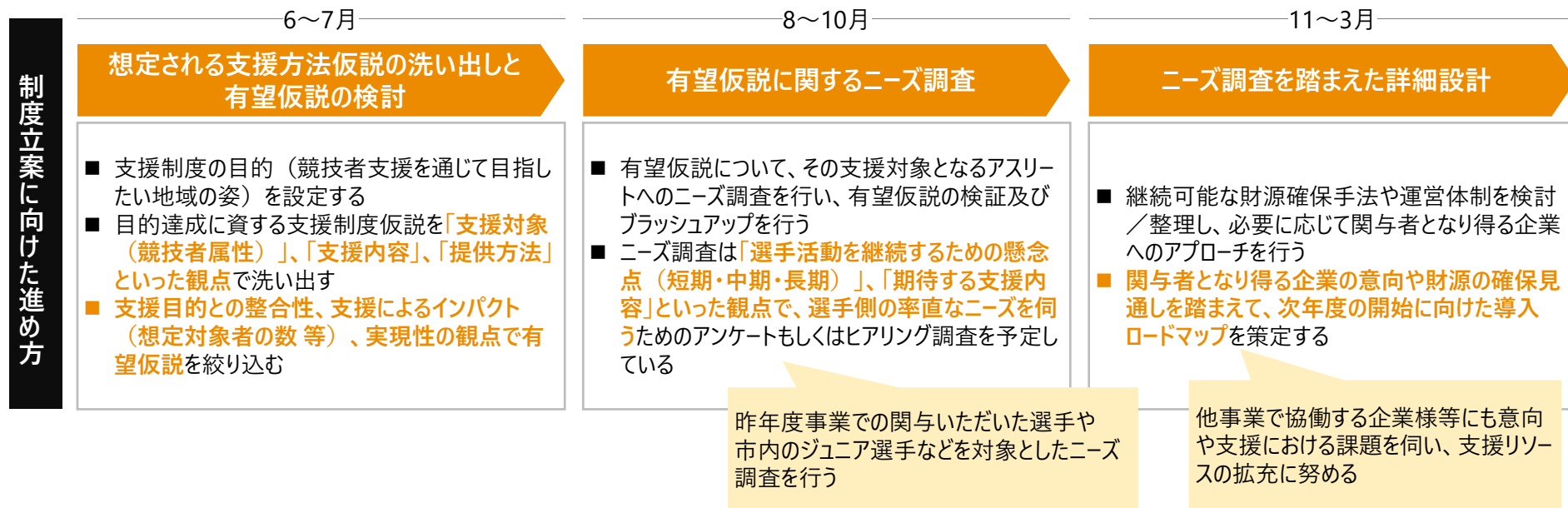
龍ヶ崎市より、練習施設のある地域に魅力を感じてしまうと
移住してしまう可能性あり
→トップ選手や次世代アスリートが住み続けたいと思える環境を整える
必要あり

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

競技者・企業・自治体のニーズを踏まえ、持続可能な競技者支援制度の設計を進めていきます

本年度取組方針

実施目的	対選手	✓ 競技力向上に資する国内大会への参加促進・練習支援 ✓ 市内競技者の競技レベル向上／成長意欲の醸成 ✓ 郷土愛（市への還元意識）の醸成	実施方針	✓ 競技者支援に関するニーズ調査を経て、支援制度のスキーム（主な関与主体、各主体の役割、支援リソースの調達方法等）を構築する
	対自治体	✓ 選手の活躍を通じた「スポーツライミングのまち」としての認知度向上 ✓ 市民のシビックプライドの醸成		
	対企業	✓ 本取り組みへの関与を通じた企業としてのプロモーション・レピュテーション向上 ✓ 応援をきっかけとした企業間のネットワーク構築		✓ 競技者支援制度案（支援対象、支援内容、支援リソースの調達方法案を取りまとめた報告資料） ✓ 次年度以降の展開に向けたロードマップ



制度検討の背景を踏まえ、制度仮説を設定しました。今後、選手とのヒアリングによる支援内容の優先度設定、事業者・貴市との協議による支援リソースの調達方法を検討します

アスリート支援の目的と想定される支援制度仮説

制度検討の背景		■ 「スポーツライミングのまち龍ケ崎」の認知を確立・拡大する、世界・全国で活躍する象徴的な選手を絶えず輩出し続けることが必要 ■ 市内にすでに有望な選手がいる一方、競技環境は発展途上の部分があり、選手が世界的な活躍を遂げた後も、経済的・環境的な不安なく競技を「継続」できる公的サポートが必要 ■ 特定の選手が挑戦する姿を支援・応援し、市民・市内事業者・行政の「一体感」と「シビックプライド」を醸成したい	
目指すゴール		■ 国内外の大会で活躍し、地域から愛され・応援され続ける選手を輩出する環境をつくること	
支援制度案	支援の狙い	■ 市外からのスポーツライミング選手の呼び込み ■ 市内の次世代アスリートの育成・トップ選手の輩出	
	対象属性	■ プロとして国内外の大会への参加・入賞を狙える選手層 ■ 次世代アスリート国内大会等への参加を通じ将来のトップ層入りを目指すアマチュア選手層（スポンサー契約を有さない選手を想定）	
	支援内容（導入時間軸別）	短期	■ 市内で安定した経済基盤を築きながら、選手生活を継続するため既存制度等の活用方法の検討（地域おこし協力隊や域内就業の支援制度の活用等） ■ 地域への影響力を有し、持続的に活躍できる選手となるための支援 ✓ トップ選手からの直接指導・経験伝承 ✓ トレーニング学、栄養学のレクチャー ✓ キャリア形成・マナーレテラシー教育機会の提供 ✓ 龍ケ崎市の歴史・産業を知る機会の提供
		長期	■ 活動資金の一部補助 ■ 練習環境の整備（トレーニング施設の拡充・優先貸出等）
	支援リソースの調達方法	■ 企業版ふるさと納税 ■ 市内事業者からの寄付金 ■ クラウドファンディングを通じた市内外の個人からの寄付金 ■ 地域の教育機関・産業団体との連携 ■ 佐賀県みやき町：女子サッカー推進プロジェクト（企業版ふるさと納税と連携した域内民間企業・就業） ■ 東京都江戸川区：江戸川区スポーツ夢基金事業（区民向けのイベントや体験会等へ協力） ・ 支援内容に応じて想定される要調達資金額の目安を踏まえ、調達方法の選定・組み合わせを検討する ・ 他地域の事例を参考にしつつ、実現性・持続性を考慮した調達方法を検討する	
他地域の事例		■ 愛知県：あいちトップアスリートアカデミー（スポーツ栄養学、メンタルトレーニング学） ■ 山口県：YAMAGUCHIジュニアアスリートアカデミー（神経系トレーニング学、知的能力開発）	

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

令和8年度は、選手ニーズをより明確に把握し、支援内容を策定

選手が求める支援内容例	選手にとっての優先度（仮説）				
	低				高
	情報収集に係る支援	情報発信に係る支援	人に係る支援	練習環境に係る支援	金銭に係る支援
	✓ 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）	✓ 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	✓ 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	✓ 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	✓ 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					
	✓ 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	✓ 市HPサイトでの活躍紹介	✓ 市としての取り組みは特になし	✓ 市としての取り組みは特になし	✓ スポーツ大会出場激励金の運用

支援内容に加えて、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について、事業者や協会へヒアリングしていきます

選手などへのニーズヒアリングにて協議していく論点

重要論点

論点	詳細	想定協議先
Why 本アクションの位置づけ	「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	- 選手 - 支援内容に係る事業者等
What 支援内容	- 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	- 選手 - 支援内容に係る事業者等
how much 財源確保	- 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	市内企業
Who 運営担い手	- 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	スポーツ協会
When スケジュール	- 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	- 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	—
Whom 対象選手の選定	- 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	—（次年度以降の論点）

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

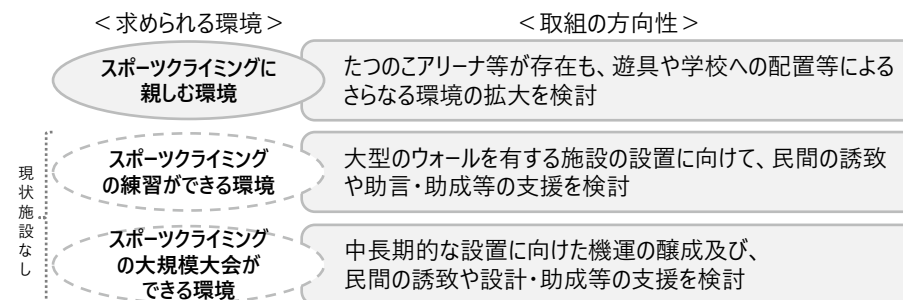
推進計画から抜粋

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	- 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
取り組む内容	- 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

環境整備に民間事業者が参画するためには、お金・場所が大きな課題となっており事務局にて、各事業者の特性に合わせた条件やスキームを整理・提示していきます

アクション【8】スポーツライミング環境整備

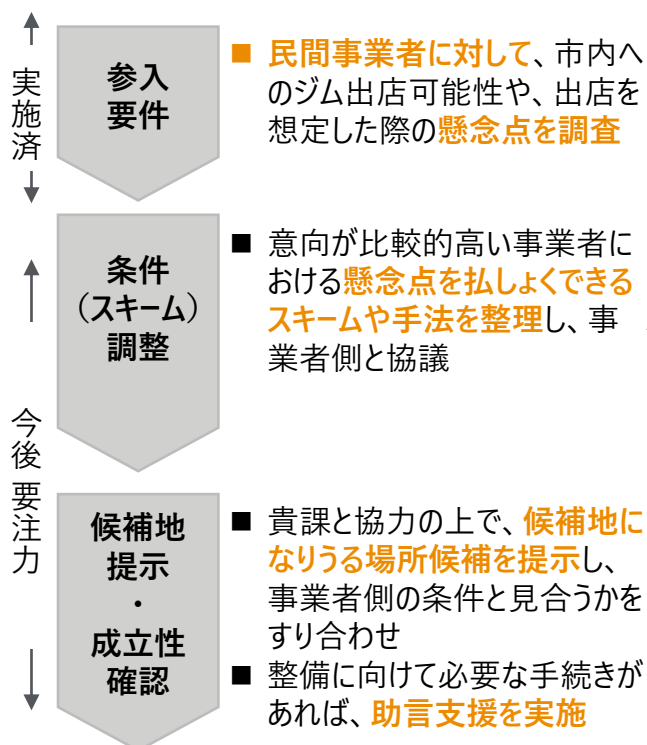
昨年度作成した 整備計画資料の要旨

- 現在、市内では主に初級者向けの小規模施設が存在
 - 一方で、中級者以上が集う場がなく、競技者が市外へ流出
- ↓
- **中規模以上の施設を整備**することで、スポーツライミングのまちとしての確立に寄与
 - 建設費用や運営効率性を鑑みると、**民間事業者と連携必須**
 - 一方で、民間事業者にとっても地方での施設建設は事業リスクが伴うため、特に**予算・場所については行政と連携した負担軽減策が必要**
 - また、民間事業者が可能な限り運営に係る権限を持つ方が効率性は高まるが、**事業リスクを過度に背負うことがない運営形態**が必要

今年度の実施内容

- 中規模以上施設の整備に向けて、候補になりうる民間事業者を洗い出した上で、事業者が抱えると思われる**懸念を払しょくできるスキームを提案**しつつ、**誘致に係るアプローチを実施**

進め方



過年度事業より、整備場所と整備／運営資金の確保手法が民間事業者の主な懸念と把握しており、それら懸念の払しょくに必要な情報を要整理

(整備場所)

- ✓ 懸念：既存の建造物内で条件に合う場所で、テナントとして入居しないと、初期費用が補えない
 - **民間ジムの最低条件を弊社は把握しており、貴課と連携の上、候補場所は適宜ピックアップ**
- ✓ 懸念：建設から行う場合、エリアによって土地を確保する難度や手続きが変わり、よく理解できない
 - **区域に関する考え方や都市計画提案制度等の手続き概要を弊社は把握しており、事業者の条件に合わせて情報を提供**

(整備／運営資金の確保手法)

- ✓ 懸念：民設／官民連携で設立・運営する場合に活用できる資金調達手法が分からない
 - **昨年度時点で資金調達手法は幅広く整理済みであり、事業者や想定する整備内容を踏まえて情報を提供**

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

推進計画から抜粋

アクション【9】人材確保

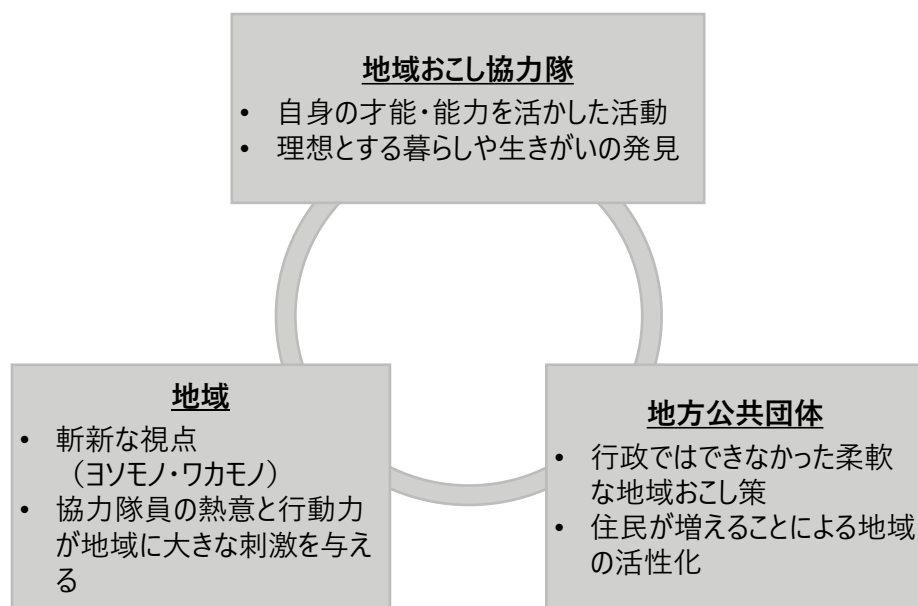
施策概要	国の制度等を活用し、「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の持続的な推進に求められる人材を確保します。
目的	「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」事業の推進に必要なとなる様々な特徴を持つ人材を確保し、持続可能な運営体制を整備します。
関係者と役割	- 龍ヶ崎市 必要人材要件の整理、人材確保に向けた関係課との調整 - スポーツライミング関連団体等 地域おこし協力隊等の確保に向けた連携
取り組む内容	- 人材受け入れに係る調整 - 募集要件を整理し、スポーツライミング関係団体等と連携し、人材を確保 - 受け入れ後の業務及び連携する関係者の抽出・合意形成
施策イメージ	
■ 持続可能な「スポーツ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。 < 求められる人材イメージ > 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。 ①スポーツライミングの指導 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 ②スポーツライミング大会誘致・開催推進 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 ③魅力発信 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 ④市内関係者との調整・取りまとめ 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 ⑤トップ選手 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	
収益・コスト	・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

今年度、実際に地域おこし協力隊を募集しており、追って募集を再開する予定です

地域おこし協力隊の募集に関して

地域おこし協力隊とは

地域おこし協力隊は、人口減少や高齢化などの課題を抱える地域が都市部から人材を受け入れ、地域活性化に取り組む総務省所管の制度です。



※総務省, 地域おこし協力隊ナビ, <https://www.soumu.go.jp/chiikiokoshitai/>, 2026/7/21参照

龍ケ崎市で今回募集した隊員業務内容

- ① スポーツライミングの普及促進に向けた活動の企画・実行
- ② スポーツライミングのまち龍ケ崎のプロモーション・SNS発信
- ③ スポーツライミングと地域の名物やグルメ等を掛け合わせた商品の提案
- ④ 「スポーツライミングのまち龍ケ崎」の取組の推進、地域の活性化に資する活動

4月～6月初旬で募集
→問合せや募集があったものの、委嘱には至らず

人材要件やスケジュールを整理し
再度募集を行っていく想定

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

推進計画から抜粋

アクション【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	- 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
取り組む内容	- 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

今後、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

	令和7年度	令和8年度	令和9年度以降
実施目的	「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	「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の取組全体 - 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	国内大規模大会 令和7年度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	国内大規模大会等の個別アクション 令和8年度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	みらい育成基金に積み立て、主に若年層の体験機会創出のために活用することを想定	実施対象プロジェクトへ寄付金を拠出 - 国内大規模大会の開催に係る運営・演出 - 上記大会の事前事後プロモーション	実施対象プロジェクトへ寄付金を拠出 - 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

**各種アクションの実施方針を踏まえた
委員様への依頼**

今年度は、委員の皆様に対し、会議体に限らない形でのご参画をお願いする可能性があります。お忙しいところ恐縮ですが、ご協力いただけますと幸いです

各アクションにおける委員様への依頼事項

テーマ	アクション		想定対象者	想定される依頼内容
①教育・学習	1	学校連携	教育委員会・校長会 (山岳連盟、AKIYO's COMPANY(株))	✓ 市内小中学校や教育関係者への実績報告機会の調整、内容協議 ✓ 体験授業の継続化、拡大に向けた協議 ✓ 市内小中学校向け安全管理マニュアルの内容に対する助言
	2	体験会開催	全委員	✓ 開催時の周知協力（団体へのアプローチ含む）
②にぎわい創出	3	大会の誘致・開催	全委員 (特に、商工会、青年会 議所、観光物産協会)	✓ ステージ企画や市の魅力を伝える出店物、展示物に関する企画・協議 ✓ 上記の参画を促進するような設計協議、アプローチ支援 ✓ 開催時の周知協力（団体へのアプローチ含む）
③産業振興	4	地域の名物等と 連携	商工会、青年会議所、 観光物産協会	✓ コラボ商品・サービスの開発事業者集めへの協力（周知、呼びかけ等） ✓ コラボ商品・サービスのプロモーションや販路確保に向けた協力
④プロモーション	5	市内向け プロモーション	商工会、青年会議所、 観光物産協会	✓ 市内事業者への、のぼり、横断幕、応援グッズの利用案内に関する協力 ✓ 次年度以降の継続的発展につなげるための工夫
	6	市外向け プロモーション		
⑤競技者支援	7	アスリート支援	山岳連盟、AKIYO's COMPANY(株)	✓ 競技者ヒアリングに協力可能な方の個別紹介 ✓ 競技者支援内容の最適化に向けた協議
⑥環境整備	8	スポーツライミング 環境整備	山岳連盟、AKIYO's COMPANY(株)	✓ 施設整備における民間事業者との連携可能性に関する相談
	9	人材確保	流经大、たつのこ まちづくりパートナーズ	✓ スポーツ×まちづくりに関心が高そうなゼミ、団体などの紹介 ✓ （サブアリーナに勤務するコーチも巻き込み）本事業と連携した体験会・イベント開催に係るご相談
	10	資金調達	常陽銀行（商工会、 青年会議所、 観光物産協会）	✓ ガバメントクラウドファンディングなどの、市民、市内事業者が寄付可能な資金調達手法において、より応援機運を高め、資金を調達するための周知、打診方法