



スポーツクライミングのまち龍ヶ崎基本構想

龍ヶ崎市健康スポーツ部スポーツ推進課

目次

1.	本構想の位置付け・目的	P.2
1-1.	基本構想の策定背景	P.2
1-2.	国のスポーツ振興の動向	P.7
1-3.	上位計画を踏まえた位置付け	P.10
2.	策定方法	P.16
2-1.	策定プロセス	P.16
3.	基本構想の検討に向けた調査	P.20
3-1.	調査設計	P.20
3-2.	外部環境調査	P.22
	市場調査結果	P.26
	他都市調査結果	P.30
3-3.	内部環境調査	P.32
	自市資源調査結果	P.33
3-4.	有識者ヒアリング結果	P.37
3-5.	ワークショップ実施結果	P.39
3-6.	アンケート結果	P.41

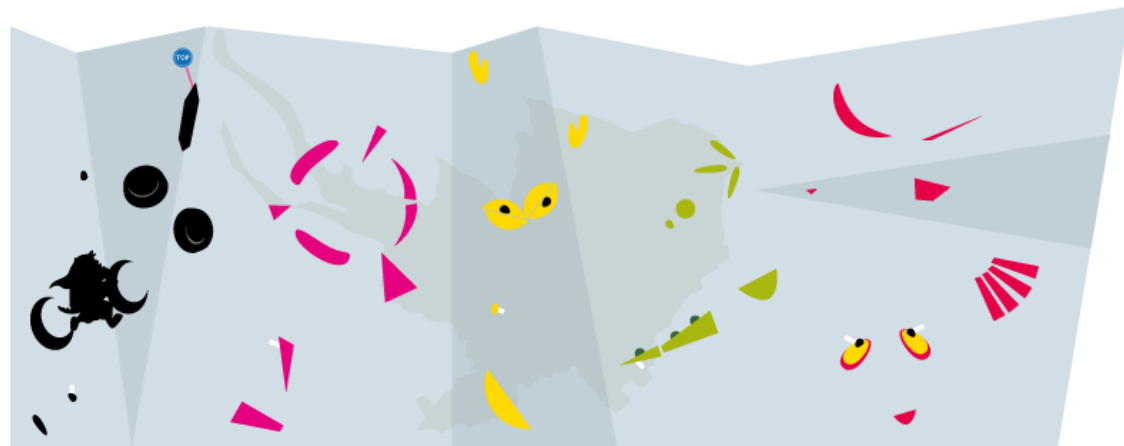
4.	「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の 目指す姿	P.45
4-1.	ビジョンの策定	P.46
4-2.	基本構想の全体像	P.48
5.	施策内容	P.50
5-1.	施策一覧	P.50
5-2.	各施策の詳細	P.52
6.	ロードマップ	P.63
6-1.	展望	P.63
6-2.	計画	P.65

1. 本構想の位置付け・目的

1-1. 基本構想の策定背景

1-2. 国のスポーツ振興の動向

1-3. 上位計画を踏まえた位置付け



本市では子育て世代をはじめとした若者の「転出抑制」や「定住促進」が喫緊の課題となっている中で、若者を呼び込みまちが活性化するコンテンツが必要となっています。

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（現状）

- ✓ 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。

若者を呼び込む本市の取り組み（提案）

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。

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、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
 - 若者に人気の**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。

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ライミングの状況

スポーツライミング施設

たつのこアリーナ
(現・ニューライフアリーナ龍ヶ崎)



フォレストアドベンチャー龍ヶ崎



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様なルート ■ 安全設計が施され定期的な体験会やイベントも開催	■ 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
住所	■ 龍ヶ崎市中里3丁目2番1	■ 龍ヶ崎市泉町1966番地 龍ヶ崎市森林公園内
設備	■ 高さ：4m ■ 全長：7m ■ 角度：85度・90度・100度	■ 高さ：10m
利用	■ 利用者：累計2,500人 ■ 利用時間：9:00～22:00 ■ 利用料（1時間）：	■ 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

※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

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

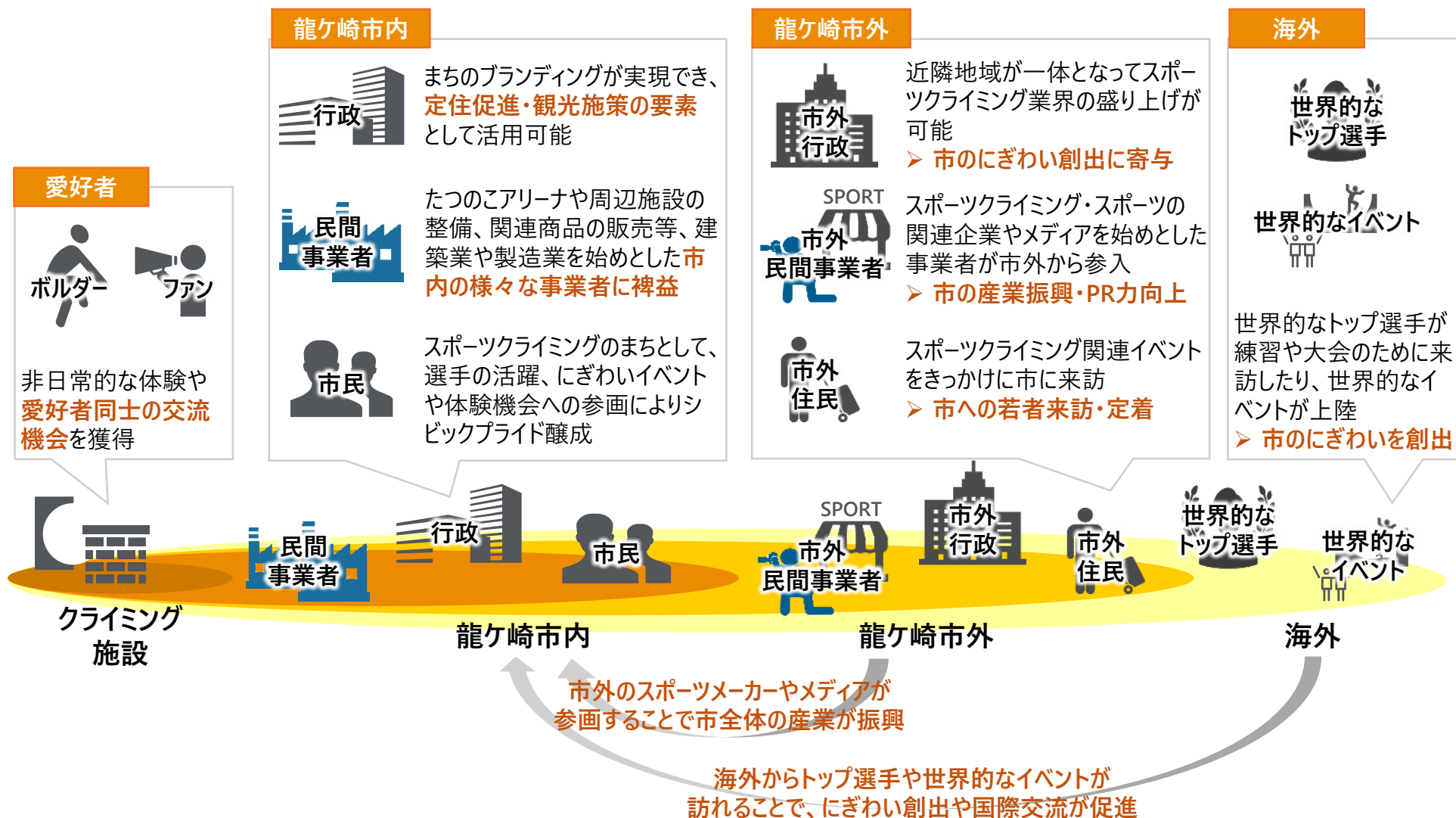


檜崎 智亜 選手
肩書：プロクライマー
誕生日：1996年6月22日
出身地：栃木県宇都宮市
（龍ヶ崎市在住）

- 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

スポーツクライミングは市民、市内事業者、本市に影響を与えるのみならず、市外や海外の関係者を巻き込むことで、市のにぎわい創出や産業振興に寄与します。

スポーツクライミングがまちに与える価値



1. 本構想の位置付け・目的

1-1. 基本構想の策定背景

1-2. 国のスポーツ振興の動向

1-3. 上位計画を踏まえた位置付け



スポーツを通してより良い社会を実現するために、国では令和4年度から令和8年度にかけて3つの新たな視点を踏まえた施策実行を目指しています。

国のスポーツ振興の動向

スポーツとは

「する」「みる」「ささえる」という様々な形での「自発的な」参画を通して、人々が感じる「楽しさ」や「喜び」に本質を持つもの

第3期スポーツ基本計画（令和4～令和8年度対象）にて新たに取り入れられた視点と具体的な施策

社会の変化や状況に応じて、既存の仕組みにとらわれずに柔軟に見直し、最適な手法・ルールを考えて作り出す。

新視点 1
「つくる/
はぐくむ」

3つの新たな視点

新視点 2
「あつまり、
ともに、
つながる」

様々な立場・背景・特性を有した人・組織があつまり、課題の対応や活動の実施を図る。

性別や年齢、障がい、経済・地域事情等の違い等によって、スポーツの取組に差が生じない社会を実現し、機運の醸成を図る。

新視点 3
「誰もが
アクセス
できる」

1. スポーツを「つくる / はぐくむ」

①多様な主体が参画できるスポーツの機会創出

⇒性別、年齢、障がいの有無等に関係なく、多様な主体がスポーツを楽しむために、新しいスポーツへの参画や誰もがひとしく参加できるスポーツの導入等

②自主性・自律性を養う指導ができるスポーツ指導者の育成

③スポーツ界におけるDXの導入

2. スポーツで「あつまり、ともに、つながる」

①スポーツを通じた共生社会の実現

⇒東京2020オリンピック（以下「東京大会」という。）で初めて追加された競技を含め、難度の高いパフォーマンスに挑戦をした選手を対戦相手が称賛し合うような光景も話題となった。

②スポーツ団体のガバナンス・経営力強化、関係団体等の

連携・協力を通じた我が国のスポーツ体制の強化

③スポーツを通じた国際交流・協力

3. スポーツに「誰もがアクセスできる」

①地域において、住民の誰もが気軽にスポーツに親しめる「場づくり」等の機会の提供

②アスリート育成パスウェイの構築及びスポーツ医・科学、情報等による支援の充実

③本人が望まない理由でスポーツを途中で諦めることがないような継続的なアクセスの確保



具体的には教育や健康増進、地方創生等の政策分野の解決も見込める12施策を推進しており、アーバンスポーツの活用も期待されています。

スポーツ庁が令和4年度から令和8年度にかけて取り組む施策

スポーツ庁として、「東京大会のスポーツ・レガシーの継承・発展に向けて、特に重点的に取り組むべき施策」「新たな三つの視点」を支える具体的な施策」に掲げた施策も含めて、スポーツ庁として今後5年間に総合的かつ計画的に取り組む施策12項目を制定

1

多様な主体におけるスポーツの機会創出

地域や学校における子ども・若者のスポーツ機会の充実と体力向上、体育の授業の充実、運動部活動改革の推進、女性・障がい者・働く世代・子育て世代のスポーツ実施率の向上等

➢ 「広く国民一般に向けたスポーツを実施する機会の創出」として、性別、年齢、障がいの有無等に関係なく、多様な主体がスポーツを楽しむためにアーバンスポーツ等の新しいスポーツへの参画や誰もがひとしく参加できるスポーツの導入等が具体施策に挙げられている。

2

スポーツ界におけるDXの推進

3

国際競技力の向上

4

スポーツの国際交流・協力

5

スポーツによる健康増進

健康増進に資するスポーツに関する研究の充実・調査研究成果の利用促進、医療・介護や企業・保険者との連携強化等

➢ ①と同様に、「広く国民一般に向けたスポーツを実施する機会の創出」が具体施策に挙げられている。

6

スポーツの成長産業化

7

スポーツによる地方創生、まちづくり

武道やアウトドアスポーツ等のスポーツツーリズムの更なる推進など、スポーツによる地方創生、まちづくりの創出の全国での加速化等

➢ スポーツによる地方創生においても重要な要素の一つである「スポーツツーリズムの更なる推進」の具体施策として、アーバンスポーツ、ワーケーション等の地域資源をいかした新たなコンテンツの開発や、DXの活用等新たな分野の開拓・チャレンジを積極的に推進することが具体施策に挙げられている。

8

スポーツを通じた共生社会の実現

9

担い手となるスポーツ団体のガバナンス改革・経営力強化

10

スポーツ推進に不可欠な「ハード」、「ソフト」、「人材」

11

スポーツを実施する者の安全・安心の確保

12

スポーツ・インテグリティの確保

1. 本構想の位置付け・目的

1-1. 基本構想の策定背景

1-2. 国のスポーツ振興の動向

1-3. 上位計画を踏まえた位置付け

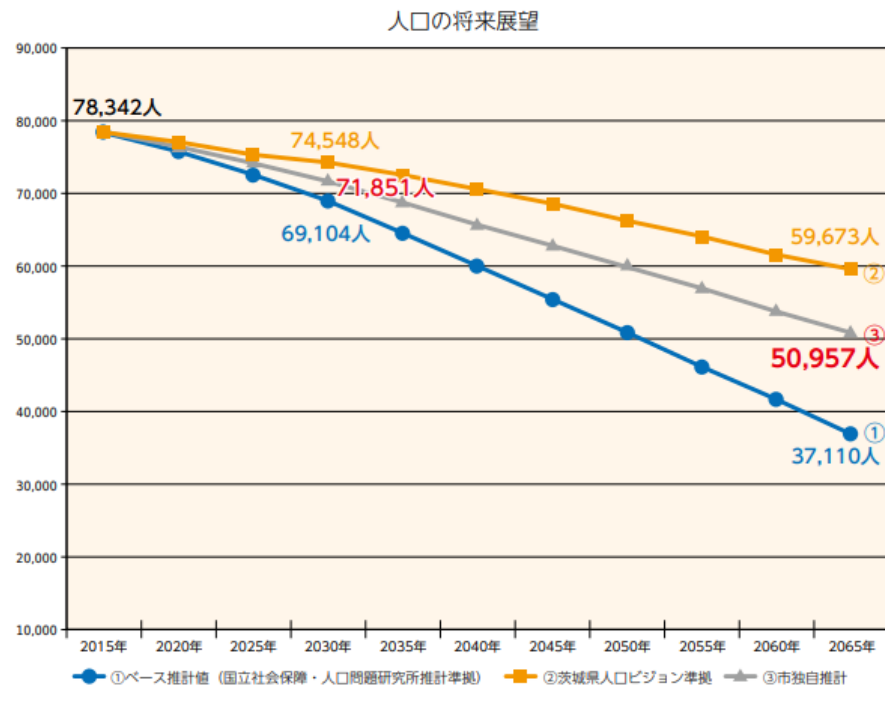


人口減少に対して、合計特殊出生率の回復と転出抑制に効果が見込まれる 「20代-30代の定住促進」「にぎわいづくり」に資する取組が求められています。

本市の人口に関する現状と施策の展開方向

将来人口推計

- 本市においても人口減少傾向は加速しており、将来的にそのスピードを緩やかにしていくためには、**国、県よりも低い合計特殊出生率の回復や若者世代の転出過多の改善に継続して取り組む**必要があります。
- 出生率を国が見通す水準までに回復させることは現実的ではないため、**国が見通す水準よりも時間をかけて回復させるとともに若者世代の転出抑制に力点を置いて本市の現状に即した推計を行うと、2030年には71,851人、2065年には50,957人となります。**

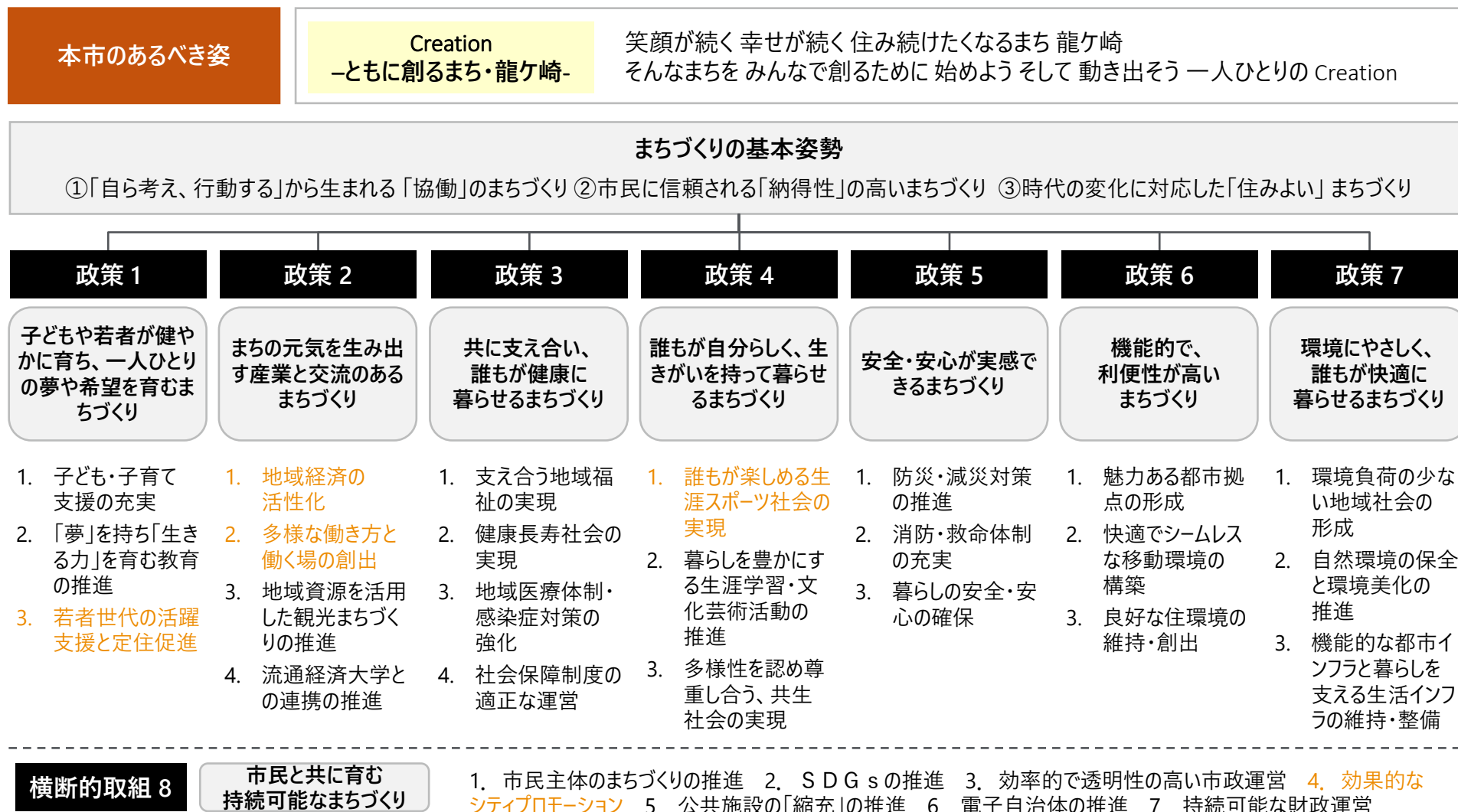


《2030年の目標》
72,000人

目標人口を達成するためには、
特に「定住促進」「にぎわいづくり」に資する施策の展開を図り、若者世代の人口の維持・増加が必要

あるべき姿の実現のため、龍ヶ崎みらい創造ビジョンfor2030では取り組むべき政策を分野ごとに「7つの政策の柱」、また共通項目を「政策実現に向けた横断的取組」として掲げています。

龍ヶ崎みらい創造ビジョンfor2030の全体像



政策の柱4の中では誰もが楽しめる生涯スポーツ社会の実現に向けて、オリンピックとの連携や、本市の持つ人的資源を活かした施策展開が期待されています。

龍ヶ崎みらい創造ビジョンfor2030「誰もが楽しめる生涯スポーツ社会の実現」の詳細

政策の柱

4 **誰もが自分らしく、
生きがいを持って暮らせるまちづくり**

【代表的な SDGs との関連】


施策

(1) 誰もが楽しめる生涯スポーツ社会の実現

リーディングプロジェクト
Leading Project

<施策が目指す龍ヶ崎の姿・イメージ>

- 誰もが気軽にスポーツ・運動に親しめる環境が整っています。
- スポーツ・運動を通じて心身ともに健全で充実した暮らしができています。

① 現状と課題

- ◆ 健康意識の向上などに伴い、市民のスポーツ・運動に対するニーズは多様化しています。市民ニーズに沿った生涯スポーツの推進を図る必要があります。
- ◆ スポーツ・運動に関心のない市民も一定程度存在します。そのため、身近で手軽にできるスポーツ・運動を通じ、市民に対する健康づくりの意識を浸透させる必要があります。
- ◆ 少子高齢化の進行により、スポーツ少年団などの組織や団体数が減少し、スポーツ団体の役員や競技団体指導者の高齢化が進んでいます。競技スポーツ人口を増やすためには、組織の活性化や指導者の育成・充実が必要となっています。
- ◆ 総合運動公園を中心に、市民のスポーツ・運動を行うための環境は、一定の整備がなされています。健康で活力のある市民生活や地域社会の活性化のため、誰もが利用しやすい施設となるよう、それぞれの施設の機能の向上に努めていく必要があります。
- ◆ 健康意識の向上に伴い、スポーツジムなど、スポーツに関連する民間施設の増加もみられることから、需要と供給のバランスを考慮する必要があります。
- ◆ にぎわいづくりや地域活性化の資源として、本市の持つスポーツ環境や人的資源を活かした施策展開が期待されています。

② 施策の展開方向

施策の展開方向	方向性
① スポーツ・運動を通じた生きがいづくり	◆ 子どもから大人まで、また、障がいの有無などに関わらず、誰もが気軽に参加し、楽しむことのできるスポーツ・運動の機会を充実します。 ◆ 市民のスポーツに対するニーズに対応するため、各スポーツ団体などとの連携を強化します。
② 競技スポーツの推進	◆ 各種スポーツ団体が行う、競技の普及や技術向上を図るための事業、指導者の指導力向上を図るための取組を支援します。 ◆ 大学スポーツで輝かしい実績を誇る流通経済大学運動部との連携を強化し、アスリートの競技力向上を図る取組を促進します。
③ スポーツによるにぎわいづくり	◆ 本市とゆかりのあるオリンピックや各競技のトップアスリートとの連携を強化し、競技スポーツの魅力や楽しさを発信し、スポーツ人口の増加に向けた取組を推進します。 ◆ スポーツを基軸とした産学官連携^{※1}の取組により、プロスポーツの公式戦やスポーツイベントを開催し、交流人口の増加を図るとともに、市民のスポーツに対する意識の向上とにぎわいの創出を図ります。
④ スポーツ環境の充実	◆ 誰もが利用しやすいスポーツ施設の充実に努めます。また、本市のスポーツ施設の周知PRを強化し、利用促進を図ります。 ◆ 地域住民の身近にある施設において、スポーツ・運動での利用を促進し、市民がスポーツ・運動に触れる環境を整えます。

③ 成果指標（重要業績成果指標）

指標名	ベース値			目標値
出典	数値の増減の状況			
体を動かし、スポーツ等に親しむ機会・施設への満足度	49.9% [2016年]	51.4% [2018年]	47.7% [2021年]	52.0% [2026年]
まちづくり市民アンケート	↗ 1.5 ↘ 3.7 ↗ 4.3			
たつのこアリーナ（メインアリーナ）の稼働率	—	86.0% [2018年]	65.0% [2021年]	86.0% [2026年]
市独自調査	— ↘ 21.0 ↗ 21.0			
たつのこフィールドの稼働率	—	63.0% [2018年]	62.0% [2021年]	63.0% [2026年]
市独自調査	— ↘ 1.0 ↗ 1.0			
たつのこスタジアムの稼働率	—	40.0% [2018年]	35.0% [2021年]	40.0% [2026年]
市独自調査	— ↘ 5.0 ↗ 5.0			

龍ヶ崎みらい創造ビジョンfor2030に内包して策定した「第2期龍ヶ崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本目標2に同様に掲げています。

第2期龍ヶ崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略の基本目標2の「龍ヶ崎ににぎわいを生み、住みたい、行きたいまちづくり」の詳細

● 基本目標 2 ●

龍ヶ崎ににぎわいを生み、住みたい・行きたいまちづくり

関連する施策

政策の柱	施策	施策の展開方向
2 まちの元気を生み出す産業と交流のあるまちづくり	(3) 地域資源を活用した観光まちづくりの推進	① 観光・にぎわいづくりの推進 ② 交流の拠点としての牛久沼の有効活用 ③ 大規模公園の活用
4 誰もが自分らしく、生きがいを持って暮らせるまちづくり	(1) 誰もが楽しめる生涯スポーツ社会の実現 (2) 暮らしを豊かにする生涯学習・文化芸術活動の推進	① スポーツ・運動を通じた生きがいづくり ② 競技スポーツの推進 ③ スポーツによるにぎわいづくり ④ スポーツ環境の充実 ⑤ 歴史的・文化的遺産の保存と地域資源としての活用促進
6 機能的で、利便性が高いまちづくり	(1) 魅力ある都市拠点の形成	① 生活を支える地域生活拠点と魅力を生み出す都市拠点の形成 ③ にぎわいのある交流拠点の整備
7 環境にやさしく、誰もが快適に暮らせるまちづくり	(3) 機能的な都市インフラと暮らしを支える生活インフラの維持・整備	② 市民に愛される公園の整備・活用・維持
8 市民と共に育む持続可能なまちづくり	(4) 効果的なシティプロモーション	① 定住促進などに向けたプロモーション活動の展開 ② 関係人口の創出 ③ シビックプライドを向上させるシティプロモーションの展開 ④ ふるさと納税制度の活用促進

施策	指標名	直近のベース値	目標値
4-(2) 暮らしを豊かにする生涯学習・文化芸術活動の推進	芸術や文化に触れ親しむ機会・施設への満足度	26.9% [2021年]	32.0% [2026年]
	生きがいづくりや趣味を楽しむ機会・場所への満足度	26.7% [2021年]	32.0% [2026年]
	文化財や市民遺産を活用したイベントの件数	3件 [2021年]	毎年3件以上
6-(1) 魅力ある都市拠点の形成	駅や大規模商業施設などを中心にしたまちづくりへの満足度	20.5% [2021年]	28.0% [2026年]
	市外在住者の本市への来訪意向	14.8% [2020年]	25.0% [2026年]
	市の物足りないところ、嫌いなどとして「活気とにぎわいがない」と回答した割合	26.8% [2021年]	19.0% [2026年]
	市の物足りないところ、嫌いなどとして「都市としての個性や特徴がない」と回答した割合	25.6% [2021年]	22.0% [2026年]
8-(4) 効果的なシティプロモーション	龍ヶ崎の魅力を感じる意欲（推奨意欲）	-50.8 [2021年]	-40.0 [2026年]
	龍ヶ崎をよくする活動に参加したい意欲（参画意欲）	-38.6 [2021年]	-28.0 [2026年]
	龍ヶ崎ファンクラブ会員が市を勧める意欲（推奨意欲）	39.8% [2022年]	45.0% [2026年]
	シティプロモーション活動への満足度	15.4% [2021年]	20.0% [2026年]
	市外在住者の本市の認知度	72.2% [2020年]	87.0% [2026年]

関連する成果指標（重要業績成果指標）

施策	指標名	直近のベース値	目標値
2-(3) 地域資源を活用した観光まちづくりの推進	地域資源を活用した観光の推進への満足度	14.2% [2021年]	23.0% [2026年]
	市外在住者の本市への来訪経験	40.4% [2020年]	60.0% [2026年]
	市外在住者の本市への来訪意向	14.8% [2020年]	25.0% [2026年]
4-(1) 誰もが楽しめる生涯スポーツ社会の実現	体を動かし、スポーツ等に親しむ機会・施設への満足度	47.7% [2021年]	52.0% [2026年]
	たつのこアリーナ（メインアリーナ）の稼働率	65.0% [2021年]	86.0% [2026年]
	たつのこフィールドの稼働率	62.0% [2021年]	63.0% [2026年]
	たつのこスタジアムの稼働率	35.0% [2021年]	40.0% [2026年]

本事業は、龍ヶ崎みらい創造ビジョンfor2030に包括された第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略に位置付ける地方創生の取り組みを推進するものです。

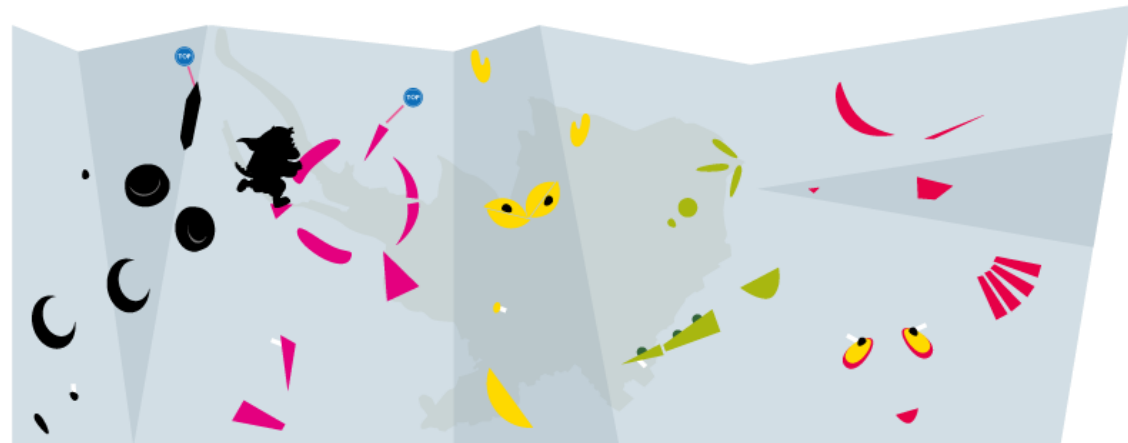
基本構想の位置付け

- 本事業は龍ヶ崎みらい創造ビジョンfor2030で課題と位置付けている若者世代の転出超過やシビックプライド醸成などの課題解決の促進を目指し、デジタル田園都市国家構想交付金の採択を受けているため、採択の要件となっている地域再生計画と整合を図っています。
※デジタル田園都市国家構想交付金は、まち・ひと・しごと地方創生総合戦略に位置付けられた取組を後押しする制度です。



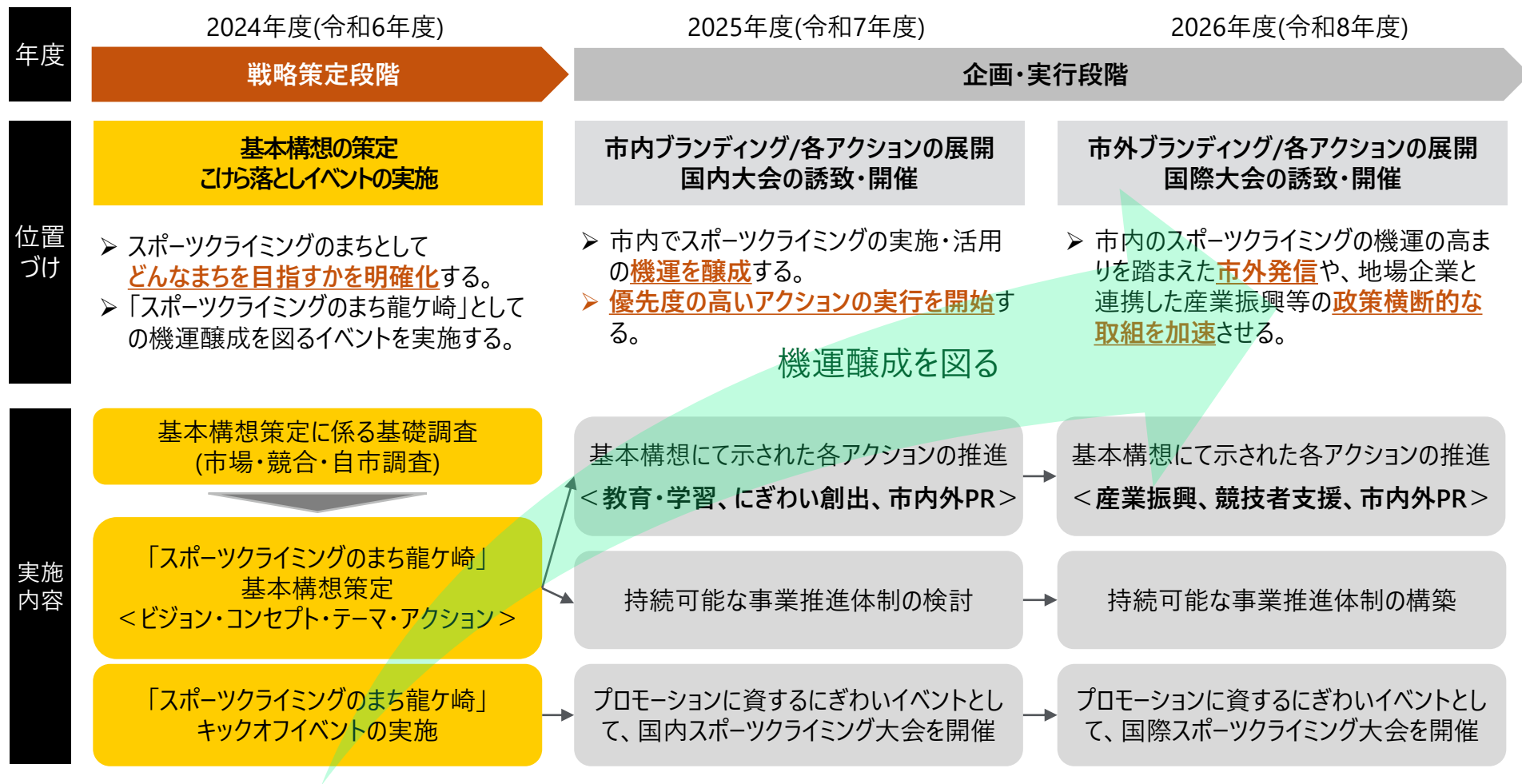
2. 策定方法

2-1. 策定プロセス



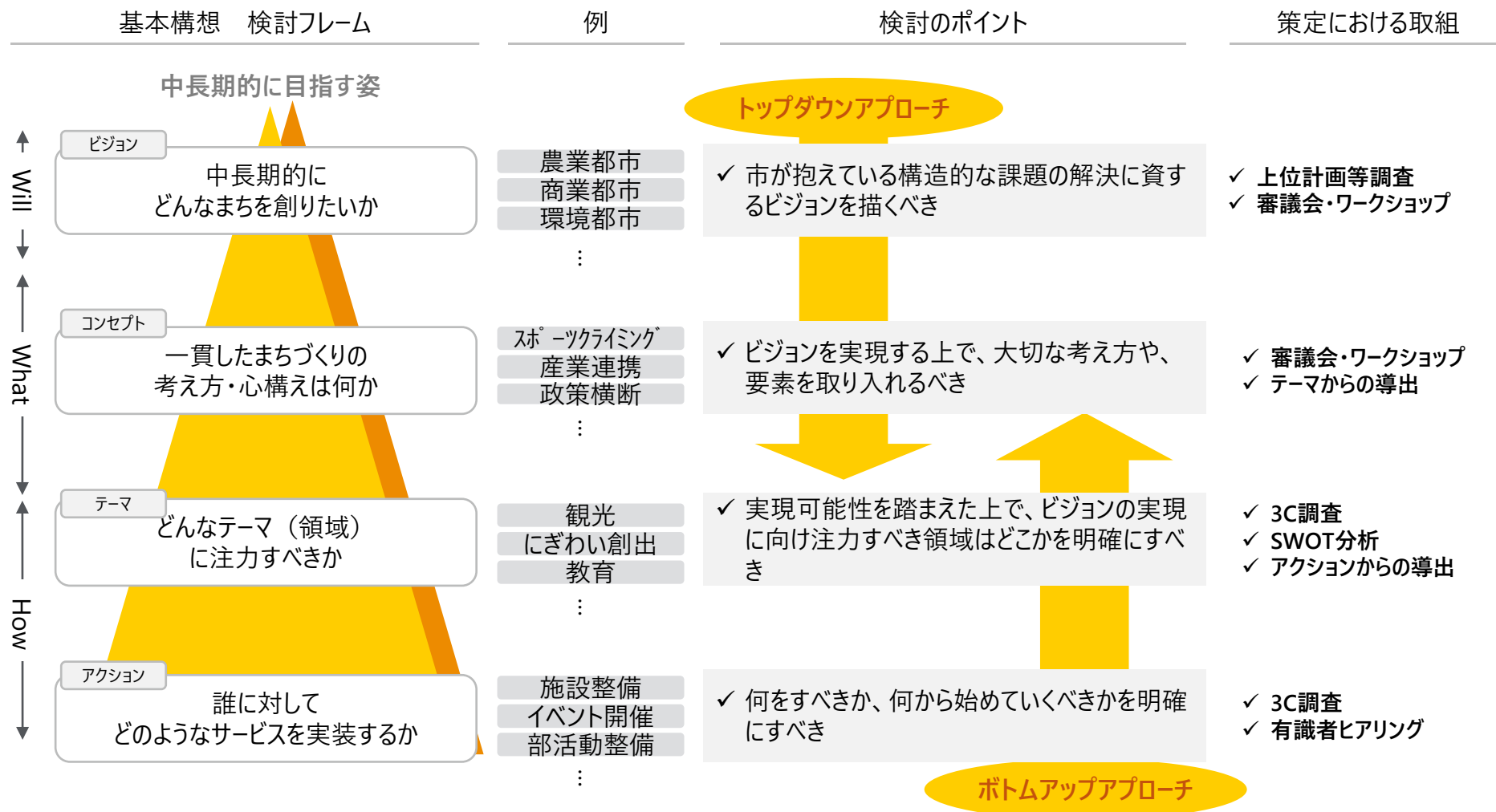
地域再生法に位置付けられた法律補助の交付金活用を見据え、地域再生計画認定期間である3カ年で、基本構想に基づき優先度を考慮して各アクションを実行していきます。

本事業の計画仮説



基本構想にて定めるべきビジョン、コンセプト、テーマ、アクションについて、 トップダウン・ボトムアップの双方向から検討・整理しました。

検討・整理手法



調査・分析結果から導出した目指す姿の仮説を基に、審議会やヒアリング等を通して基本構想の策定を行いました。

基本構想策定アプローチ

基本構想作成のポイント

- 本市の現状や市場動向の調査結果を基に、スポーツライミングのまちとして目指す姿の初期仮説を作成し、**関係者の思いや実現性に関するご意見を踏まえた精緻化を行う**ことで、基本構想を作成します。

Step1 : プレ調査・分析

基本構想策定に向けて、
本市の現状や
市場動向をデスクトップ調査

龍ヶ崎市における現状把握

政策・方針

市内資源

イベント・催し

スポーツライミング動向調査

市場規模、成長率

トレンド、先進事例

近隣エリア事例

Step2 : 初期仮説立案

基本構想として、
ビジョン・コンセプト・
テーマ・アクションの仮説を整理

基本構想（素案） ※事務局が整理したもの

ビジョン

コンセプト

テーマ

アクション

Step3 : 初期仮説検証・精緻化

審議会等と有識者ヒアリング
を通して、目指す姿の初期仮説を
検証・精緻化し、審議会で承認

会議での議論や関係機関との 協議・調整、追加調査

審議会①

ワークショップ

有識者ヒアリング

審議会②

審議会③

アンケート

Step4 : 原案作成

検証結果を踏まえて、
基本構想の原案を作成

基本構想策定

ビジョン

コンセプト

テーマ

アクション

基本構想
策定

3. 基本構想の検討に向けた調査

3-1. 調査設計

3-2. 外部環境調査

3-3. 内部環境調査

3-4. 有識者ヒアリング実施結果

3-5. ワークショップ実施結果

3-6. アンケート実施結果



基本構想策定に必要な情報収集として、3C(本市：Company、市場：Customer、競合：Competitor)の観点で調査を実施しました。

調査項目

		調査項目	調査方法	
外部環境調査	市場調査	市場規模・ トレンド調査	✓ スポーツライミングの特徴 ✓ スポーツライミングに関するトレンドや先進事例 ✓ スポーツライミングの市場規模や成長率	✓ デスクトップ調査※1 ✓ 市場レポート ✓ ヒアリング調査※2
	競合調査	近隣・遠方も含めた スポーツによる まちづくり実施自治体	✓ 茨城県内/外におけるスポーツライミングの施設調査 ✓ 茨城県内/外でスポーツ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	✓ デスクトップ調査※1
内部環境調査	自市調査	スポーツライミングに 関する地域調査	✓ スポーツ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	✓ デスクトップ調査※1 ✓ ワークショップ※3 ✓ ヒアリング調査※2 ✓ アンケート調査

※1：デスクトップ調査：公開情報、WEB、SNSなどデジタルチャネルの外部ツールで情報取得

※2：ヒアリング調査：対象者を選出しヒアリングを実施

※3：ワークショップを実施

3. 基本構想の検討に向けた調査

3-1. 調査設計

3-2. 外部環境調査

3-3. 内部環境調査

3-4. 有識者ヒアリング実施結果

3-5. ワークショップ実施結果

3-6. アンケート実施結果



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）に登り、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「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分以内に登る。
- トップホールドを保持した上で、最後の支点到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年代に人工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

- 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

1990年代～

- 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、ボルダリングで榎崎智亜選手が**日本人初の世界選手権優勝**



2020年～（現代）

- **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**



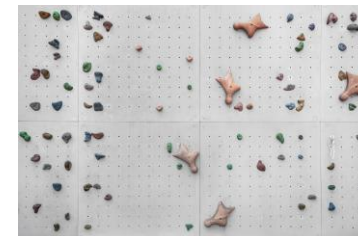
- 2020年**東京オリンピックの正式種目に採用**されたことを機に、注目を集め競技人口は急増



- 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。



国内選手の活躍により日本のスポーツクライミング業界が注目され、大会を通じた活性化が期待されます。

国内スポーツクライミング大会・イベントの近況

プロ	アマチュア	体験・愛好家
■ オリンピックで多くの日本人選手が活躍 ■ 試合への来場はもちろんのこと、オンラインでも多くの観客を獲得し、愛好者増加に寄与	■ 東京オリンピック以降、クライミング人気が増加し、ウォールが設置されたジム等も増加しトレーニングの一環として利用 ■ アマチュア向けや子ども向けの大会も増加	■ 東京オリンピック以降、世界的に有名なアーバンスポーツの1つとして認知 ■ 子ども向けの体験イベントの増加に加えて、企業とのコラボレーションで観客も楽しめるイベントが増加
IFSC クライミングワールドカップ (IFSC Climbing World Cup)	THE NORTH FACE CUP	RED BULL CREEPERS
■ 国際スポーツクライミング連盟（IFSC）主催の世界的な大会 ■ 世界中のトップクライマーが参加	■ プロ・アマ問わず参加する国内最大規模の大会 ■ 豪華なセッター陣が刺激ある課題を用意	■ レッドブルが主催するユニークなクライミング大会 ■ 特設屋外壁等で行われ観客も楽しめるイベント
IFSC 世界選手権 (IFSC World Championships)	全日本学生スポーツクライミング選手権大会	子ども向けの体験会
■ 2年ごとに開催される世界選手権 ■ 3種目*それぞれの世界一を決定	■ 学生を対象とした全国大会 ■ 大学や高校のクライミング部が参加	■ 子ども向け体験イベント ■ 全国各地で開催され、未来のトップクライマーのきっかけを提供 ■ プロ選手が指導等もあり
ジャパンカップ (JAPAN CUP)	キッズクライミング大会	
■ 日本山岳・スポーツクライミング協会（JMSCA）が主催する国内最高峰の大会 ■ 日本のトップクライマーが終結	■ 子ども向けの大会 ■ 全国各地で開催され、未来のトップクライマーを育成するための重要なイベントと位置付け	

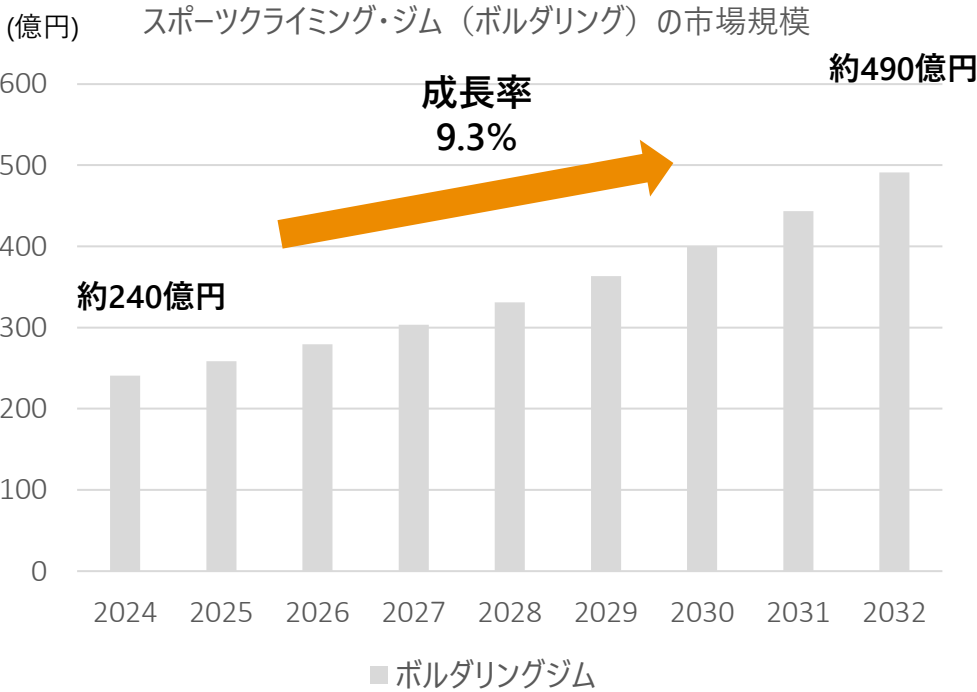
スポーツクライミングの国内市場規模は、2024年の約240億円から、成長率9.3%で拡大し、2032年には約490億円になることが見込まれ、成長市場であると予測されます。

※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%ペースで拡大し、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。

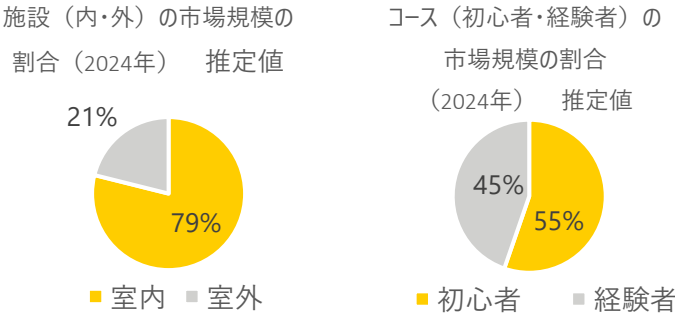
スポーツクライミングの国内市場規模



成長要因

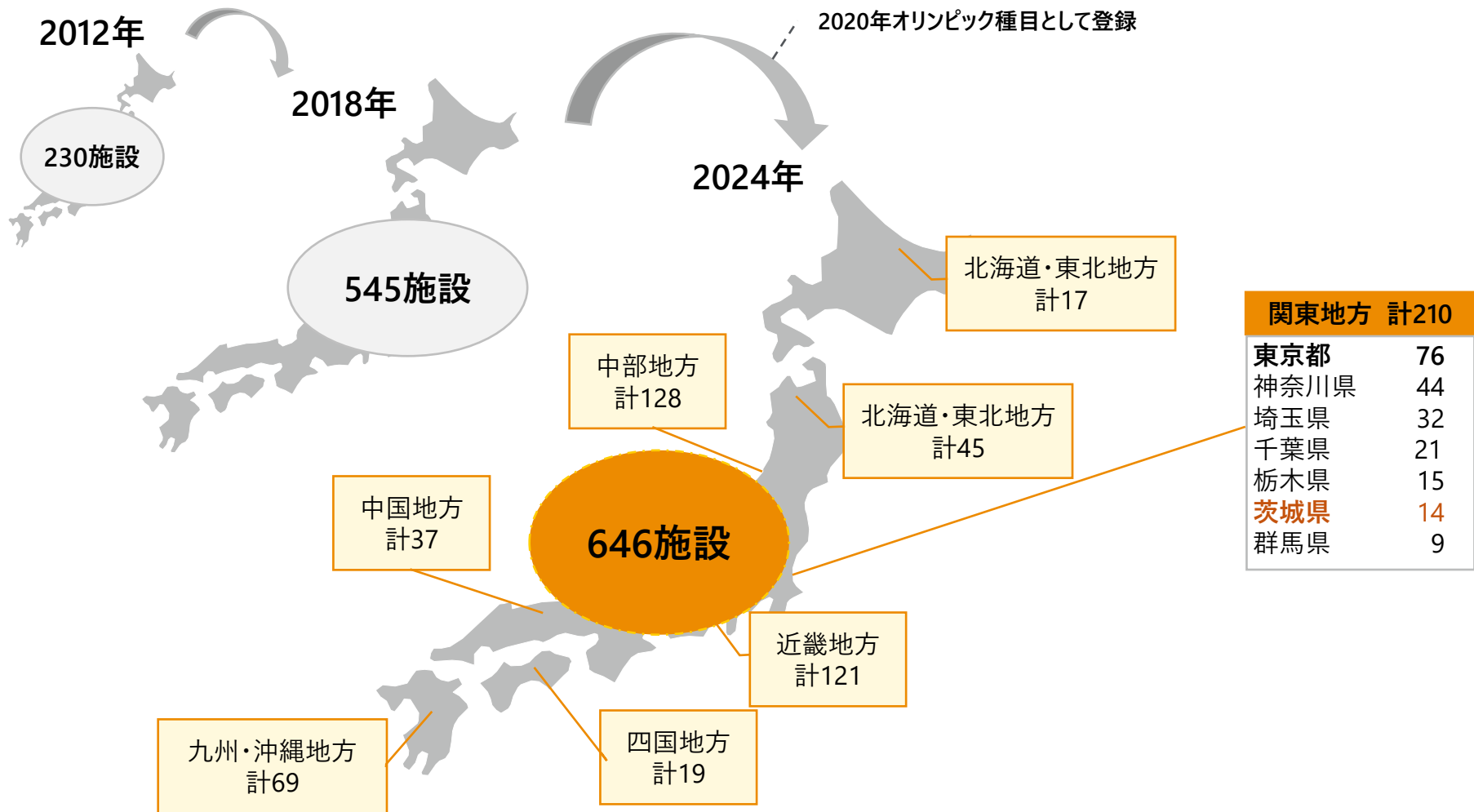
- | | |
|--------------------|---|
| 都心部でのニーズ増加 | 都市部では人口が密集しているため、屋外での登山の選択肢が限られており、屋内ジムでのクライミングの人気が増加 |
| フィットネスとレクリエーションの融合 | オリンピックにより認知が拡大。初心者から上級者まで幅広いクライマーに対応できる体験の機会が増加 |
| 強力なコミュニティの構築 | 仲間意識を育むためのイベントや大会、教育プログラムを多く開催し、クライミング文化が醸成。特に若い顧客を引き付ける。 |

国内のクライミング市場の特徴



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）



クライミングジム数の増加は、経営の高度化・顧客の多様化・まちづくり等を通じて、あらゆる年齢層の顧客を引き付けています。

クライミング施設の増加による波及効果

ジムの変化



施設の差別化

- 五輪種目に採用後に需要が増加し、**種目に対応可能な施設が増加**
- 定番のトップロープやリードクライミングはもちろん、人気のボルダリングジムなどの**専門的な施設が増加**
- スピードクライミングウォールや、初心者ゾーンなどのユニークな機能を統合し、多様な層への**魅力発信が激化**

顧客の変化



需要の多様化

- 競技選手：**世界の標準化された施設利用や国際大会が増加**
- 若者：器具を使わない**ボルダリング中心の施設が、特に人気拡大**
- 家族連れ：**初心者が自信をつけられる**ような初心者向けのゾーンや体験プログラムへ参加増加

まちの変化



コミュニティ構築・醸成

- 初心者コースと上級者コースをクライミングジムに戦略的に統合し、包括的な**クライミングエコシステムを構築**
- 都市部では、**革新的な壁のデザイン、トレーニングエリア、社交スペース**にも投資し、初心者も経験者も魅了
- 顧客層の拡大だけでなく、**コミュニティの醸成**を促進



経営の高度化

- 最新技術による安全管理、データ分析等を活用し、**安全性と効率性を高めるだけでなく顧客満足度が向上**
- ユーザーの好みに関する情報を得て、**ターゲットマーケティングを促進**
- 環境にやさしい素材やエネルギーシステム等の活用が促進



若者の学びを促進

- 肉体的・精神的な挑戦**とクライミングジムの社会的側面にも魅力を感じる10代クライマーが増加
- 若者向けの**ユースコンテスト、ピア・ラーニング**の機会に参加増加



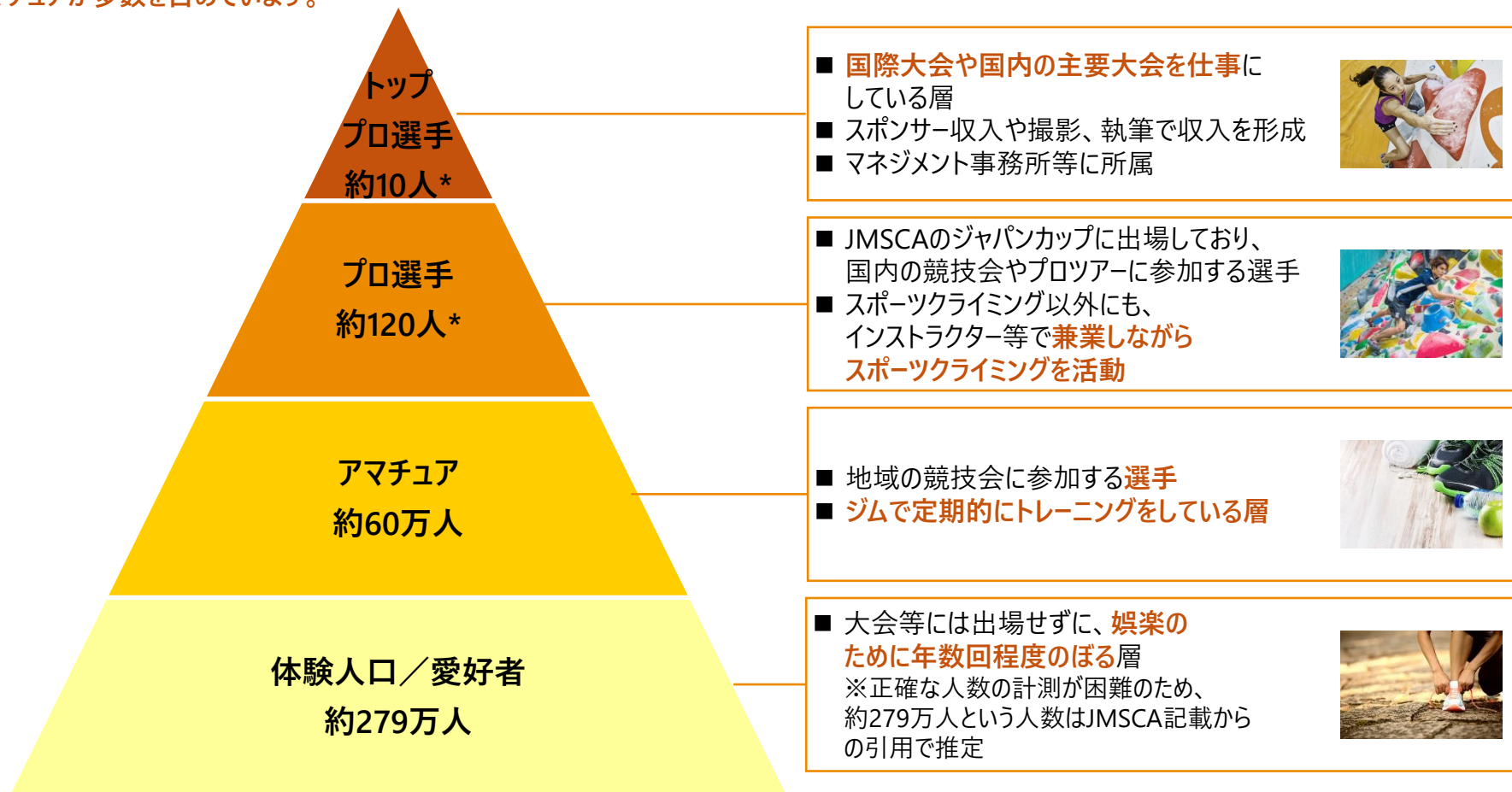
ライフスタイルのきっかけ

- 健康とフィットネスの意識が向上
- ヨガスタジオやフィットネスセンター、カフェなどの設備を備えた室内の**総合的な「クライミング・ライフスタイル」の拠点へと進化**
- カジュアルな観光客や家族連れも引き付け、新たな体験の場が増加**

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が、かねてより**業界内では約279万人**と推定されてます。
- 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。**



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”の設備 ■ 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壁を設置

全国的に見て、スポーツでまちづくりをしている例はあり、推進体制や競技特性において親和性があることから、先進的な取組を参考にできます。

スポーツ×まちづくりの先進的な事例

	代表的な施設／場所	代表的な取組
1 静岡県 沼津市	 ■ 施設名称 F3 BASE ■ 設備情報 フェンシングゾーン、フリースペース等	■ 「フェンシングのまち NUMAZU」として、フェンシングの普及やシンボルフェンサーの輩出に向けた日常的な練習や合宿誘致、小規模な大会の開催に向け協議会を運営 ■ フェンシング以外にも、多くの市民の健康増進に寄与するような取組拠点としても機能
2 静岡県 裾野市	 ■ 施設名称 水ヶ塚公園遊歩道・クロスカントリーコース ■ 設備情報 クロスカントリーコース、レストラン・ショップ等	■ 市の産業観光スポーツ課が事務局となり、大学、スポーツ施設管理者、商工会等が集った裾野市スポーツツーリズム推進協議会が事業を推進 ■ 実証実験で明らかになった準高地トレーニングの効果を用い、陸上チームに対して合宿の誘致活動を実施 →合宿チーム数は平成30年度の12チームから、令和5年度には57チームに増加
3 岩手県 紫波町	 ■ 施設名称 オガールベース オガールアリーナ ■ 設備情報 更衣室、シャワー・大浴場（宿泊者限定）、カフェ、レストラン、ウェイトトレーニング室等	■ 施設の床の素材には、オリンピックでも正式に採用されているものを利用 ■ 施設は、通常利用以外にも国内プロチームの合宿でも活用 ■ 宿泊可能な施設である「オガールイン」を併設

3. 基本構想の検討に向けた調査

3-1. 調査設計

3-2. 外部環境調査

3-3. 内部環境調査

3-4. 有識者ヒアリング実施結果

3-5. ワークショップ実施結果

3-6. アンケート実施結果



たつのこアリーナやフォレストアドベンチャーをはじめ、スポーツクライミングと連携可能な資源を有効的に活用することで、面的なまちづくりの推進が可能です。

市内施設・活用可能な資源マップ

■ 観光スポット

観光資源があり、市内外の人が訪れる場
(例：牛久沼)



■ 駅前

駅前広場といった
多くの人立ち寄り、
開放的な空間に設置
しイベント等を開催
(例：にぎわい広場)

■ 公園

休日は家族連れでに
ぎわうスポット
(例：たつのこ山)



■ フォレストアドベンチャー

龍ヶ崎



■ たつのこアリーナ



■ 商業施設・工業団地

商業施設や、工業団地
等の十分な広さのある
環境を提供可能
(例：大型小売店、
企業内敷地)

■ 学校跡地

閉校となった体育館や
グラウンドを活用し、
長期間または常設の
ウォール設置が可能
(例：銚田市等)



市内のグルメ・特産品、壁設営等に関連する団体や企業と連携を図ることにより、スポーツクライミングを活用した地域経済の活性化につながります。

本市におけるスポーツクライミング×産業連携の例

ハード整備

建設企業

クライミングを支える壁等のインフラや、施設の整備・保守等との連携

(例：建設機器メーカー)



事業連携

市内事業者

市内事業者の拠点の活用や、事業連携・新規事業創出などを通して、スポーツクライミングとの連携が期待できる

(例：大型小売店、工場等)

特産品

農産物直売所

クライミング後の栄養補給や地産地消として野菜や果物等の販売

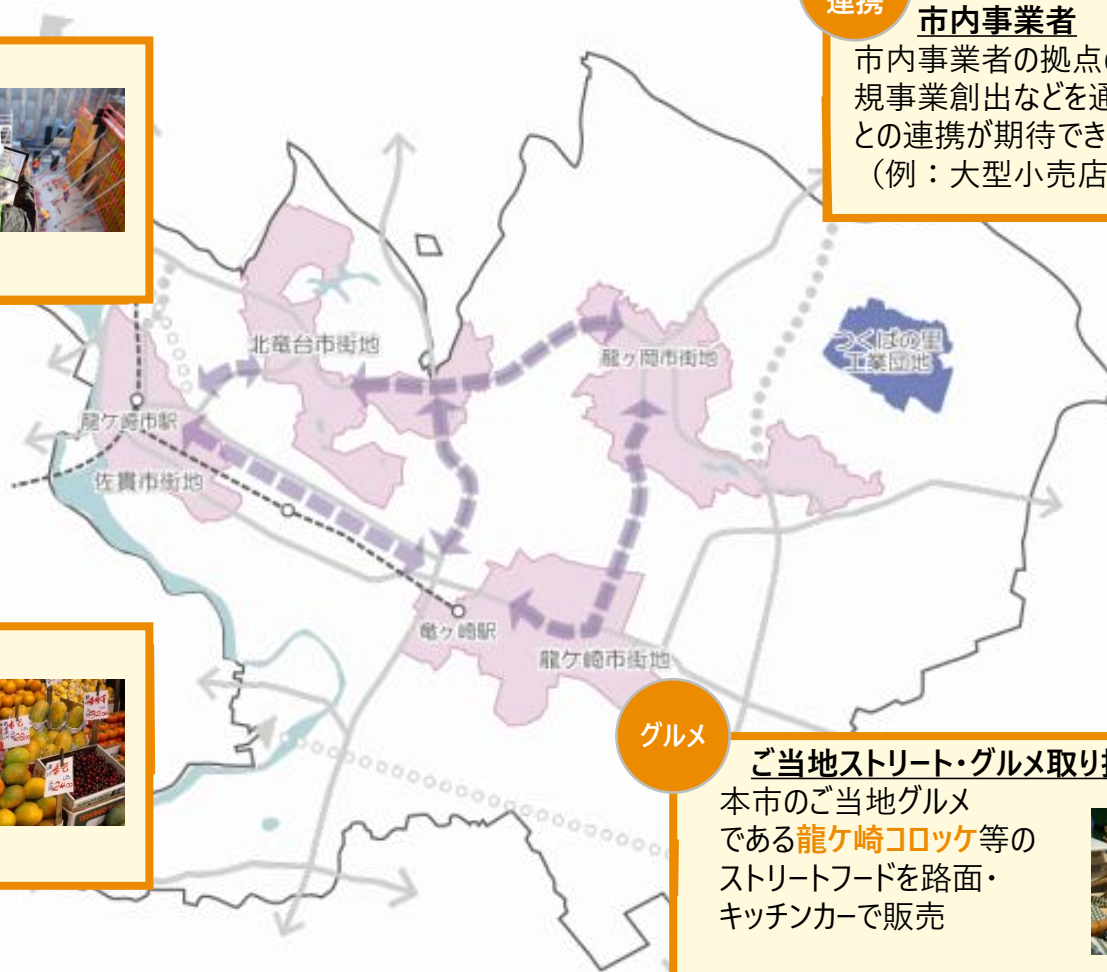
(例：市内の直売所)



グルメ

ご当地ストリート・グルメ取り扱い企業

本市のご当地グルメである龍ヶ崎コロック等のストリートフードを路面・キッチンカーで販売



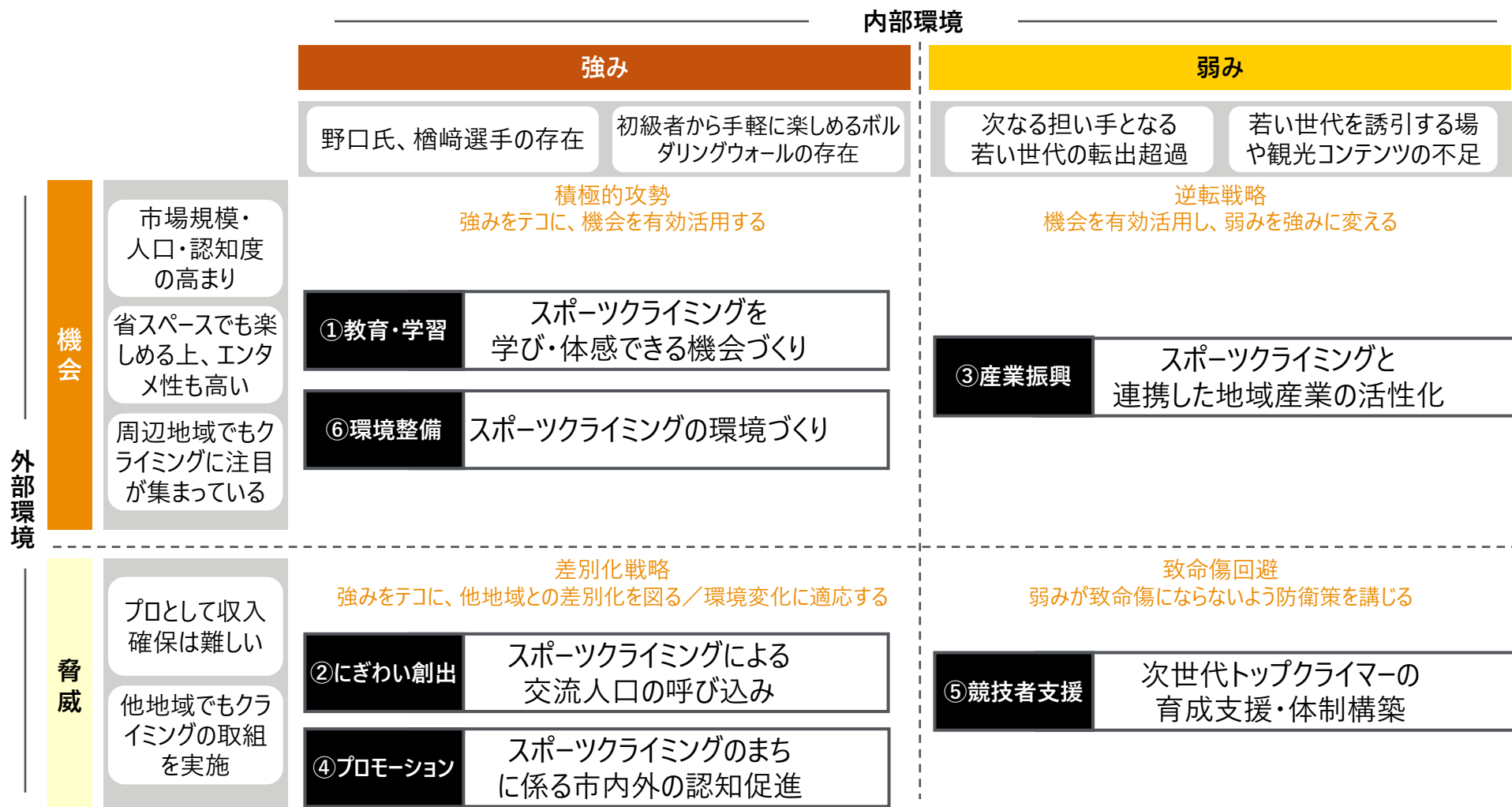
本市ではオリンピック等のトップアスリートが在住し、気軽に楽しめるスポーツライミング施設もあるが、課題である若者を誘引するコンテンツとして整っていないのが現状です。

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	✓ スポーツライミングの特徴 ✓ スポーツライミングに関するトレンドや先進事例 ✓ スポーツライミングの市場規模や成長率	■ 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	✓ 茨城県内/外におけるスポーツライミングの施設調査 ✓ 茨城県内/外でスポーツ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	■ 周辺地域におけるスポーツライミング施設の増加 機会 ・茨城県内（鉾田市・太子町等）においても、スポーツ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ライミングの注力度向上 脅威 ・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	✓ スポーツ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	■ 野口氏、檜崎選手が龍ヶ崎市に在住 強み ■ 初心者から手軽にスポーツ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

内部調査・外部調査の結果を踏まえてSWOT (強み・弱み・機会・脅威)分析を行い、本市が注力すべきテーマを整理しました。

SWOT分析による注力テーマの導出



3. 基本構想の検討に向けた調査

3-1. 調査設計

3-2. 外部環境調査

3-3. 内部環境調査

3-4. 有識者ヒアリング実施結果

3-5. ワークショップ実施結果

3-6. アンケート実施結果



「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」推進に向け、有識者ヒアリングとして、本市出身のスポーツクライミングの第一人者である野口啓代氏から見た課題等のヒアリングを行いました。

有識者ヒアリングの要点

野口啓代氏ヒアリング

子どもやユース向けの継続的な練習環境の整備に加え、アスリートの移住・競技支援が課題である。

➤ 龍ヶ崎市の現状認識・今後のビジョン

- ✓ 龍ヶ崎市には、定期的な練習環境（ウォールの難易度・指導者・学校の体制）が必要となる。
- ✓ 地元である龍ヶ崎市から、未来のスポーツ選手、オリンピック選手を輩出できるきっかけになったら良い。
- ✓ 市内の施設や企業からハード建設の相談が一定程度ある状況のため、3か年の中でハード整備の検討も推進できたら良い。

➤ スポーツクライミング施設の課題

- ✓ 3種目対応の施設整備は難易度が高い。まずはボルダリング1種目からはじめて、将来的には3種目を目指すのが良い。
- ✓ 運営として、民間施設ほど上手くいっている公共施設の事例はない。

➤ 子ども・ユース向けの環境整備

- ✓ 練習はハードありきのため、学校と連携した体験機会の創出において、現状では仮設でしか対応できない。
- ✓ 体験会は重要だが、その次の受け皿や環境がない。
- ✓ キャリア教育等の子どもの意識醸成にも、継続して協力していきたい。

➤ アスリートのキャリア形成の課題と、支援のニーズ

- ✓ 移住等の支援に関しては選手からの声もあり、ニーズは一定ある。
- ✓ 選手の海外遠征費の負担が大きい。住民票が龍ヶ崎市にあるなどの規定により、市からの金銭的支援があり、その代わりに市の名前を出すことなどは一案である。
- ✓ 日本代表になる難易度は高まり、就職との両立は難しい。クライミング施設に就職し練習する選手はいるが、一般企業はいない。

3. 基本構想の検討に向けた調査

3-1. 調査設計

3-2. 外部環境調査

3-3. 内部環境調査

3-4. 有識者ヒアリング実施結果

3-5. ワークショップ実施結果

3-6. アンケート実施結果



ワークショップでは、初期仮説として導出した目指す姿と事業テーマを基に、有識者・関係者と共にディスカッションを行いました。

目的と概要

目的	先行着手した調査・分析から初期仮説として導出した目指す姿と事業テーマを基に議論し、 新たなアイデアを導出し、より具体化・精緻化を図る。
参加者	テーマに関連する有識者・関係者、龍ヶ崎市関連課職員、事務局（ファシリテーション）
場所	龍ヶ崎市役所附属棟1階 第1会議室
日程	① 12月2日（月）10:30-12:00（90分） ② 12月6日（金）14:00-15:30（90分）オンライン
実施方法	テーマに関連する有識者・関係者がテーマごとに分かれ施策内容を検討 テーマ① 有識者・関係者 事務局 テーマ② 有識者・関係者 事務局 テーマ③ 有識者・関係者 事務局
主な論点	・ スポーツライミング推進を通じて、どのような「まち」を目指すか？ ・ スポーツライミングが市内外の人にとってどのような「場」になるとよいか？ ・ 市内リソースを活用した目指す姿について意向と合致するか？ ・ 内部・外部分析から導出した事業テーマについて意向と合致するか？

※ワークショップのアイデアは参考資料に添付しています。

3. 基本構想の検討に向けた調査

3-1. 調査設計

3-2. 外部環境調査

3-3. 内部環境調査

3-4. 有識者ヒアリング実施結果

3-5. ワークショップ実施結果

3-6. アンケート実施結果



「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。

調査概要

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

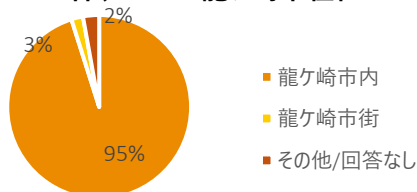
- 男性：486名、女性：592名、回答しない：27名
- 10歳未満：4名、10代：15名、20代：27名、30代：110名、40代：227名、50代：245名、60代：261名、70代以上：199名、回答しない：17名

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、子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。

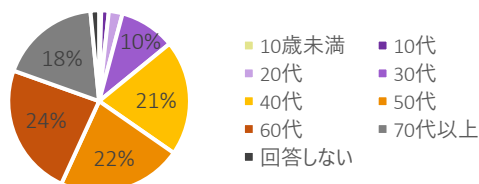
アンケート結果

回答者属性

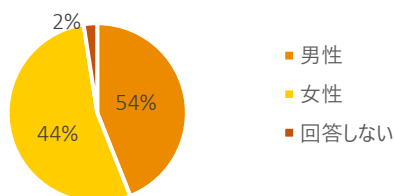
■ 総数：1105件、95%は龍ヶ崎市在住



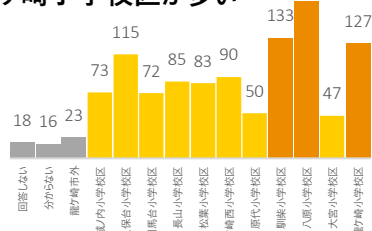
■ 年齢：30代以下は14%、40代以降は85%



■ 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.たつこの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？

子どもへの機会提供
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、子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

具体的なアクションは、各調査から参考となるポイントを得て策定しました。

デスクトップ調査/審議会/有識者ヒアリング/ワークショップを踏まえた、アクション策定のポイント

テーマ	アクション策定におけるポイント	ポイント導出に係る示唆・意見
①教育・学習	- 学校と連携して、子どもたちがスポーツクライミングに親しむ機会や環境の整備 - 人が集まる場所やイベントで誰もがスポーツクライミングに親しむことが出来る機会の提供	- クライミングのまちとして、全ての子どもたちがクライミングの体験機会を有することが特徴的な取組となるため、教育機関との連携が必要である。 - 世代問わず、スポーツクライミングに親しむ人を増加させる必要がある。
②にぎわい創出	- 人が多く訪れ注目度の高い大規模大会誘致や、誰もが参加できる市民参加型の大会の実施 - プレイヤーや関係者だけではなく、無関心層も楽しめる工夫	- 交流人口増加・認知度の拡大に向けて、大会は重要な手段である。また、市民向けの大会を実施することで、より市民を巻き込める。 - アート等の他分野のコラボレーションにより、無関心層の取り込みも実現可能である。
③産業振興	- スポーツクライミングをきっかけとした地域産業の発展への寄与 - 名産品や観光拠点など地域の魅力をクライミングと掛け合わせることで生まれる商品やサービス等の開発	- 大会やイベントの活用により特産品の認知・需要拡大に加え、交通・宿泊・飲食等周辺の関連産業の発展にも寄与することが可能 - スポーツクライミングを活用したフェスやツアー等の実施やグッズの開発等により地域の産業振興や魅力発信のきっかけになる。
④プロモーション	- 市内向け：市内の認知度・愛着の向上を目的としたトップ選手との連携や、ロゴやグッズ等コンテンツの作成 - 市外向け：来訪者の増加や、企業連携の促進を見据えた大会やイベントをきっかけとしたコンテンツの発信	- 地元在住のトップ選手らのメディア露出や露出媒体の作成により、市のブランド力向上や、市民のシビックプライド醸成が期待できる。 - 個人・スポーツ団体・民間企業等がスポーツクライミングの取組を通して発信力を強化し、市外からの交流人口の増加や認知度の向上に寄与できる
⑤競技者支援	トップ選手の移住や、在住選手、次世代選手らのさらなる活躍を後押しするため、資金助成、移住、練習環境、地域コミュニティへの参加等の支援	- トップ選手には資金的な支援が必要。選手の支援により愛郷心を育み将来的に地域に根付く人材になることが望ましい。 - 次世代クライマーが活躍する土壌が生まれ、選手が活躍することにより、地域及び人材の還流につながる。
⑥環境整備	- 継続的な練習に必要な規模の環境の整備や持続的な事業推進に向けた人材の確保 - 事業推進に必要な資金の確保	- 練習・大会が可能な環境整備（常設・仮設）が必要な状況 - 継続的な事業推進には、担い手が必要。地域おこし協力隊など国の制度を活用した人材確保の取組が有効的 - 補助金や企業版ふるさと納税やガバメントクラウドファンディング等の活用により資金を確保し、アクションの推進に充てていくことが可能

4. 「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の目指す姿

4-1. ビジョンの策定

4-2. 基本構想の全体像

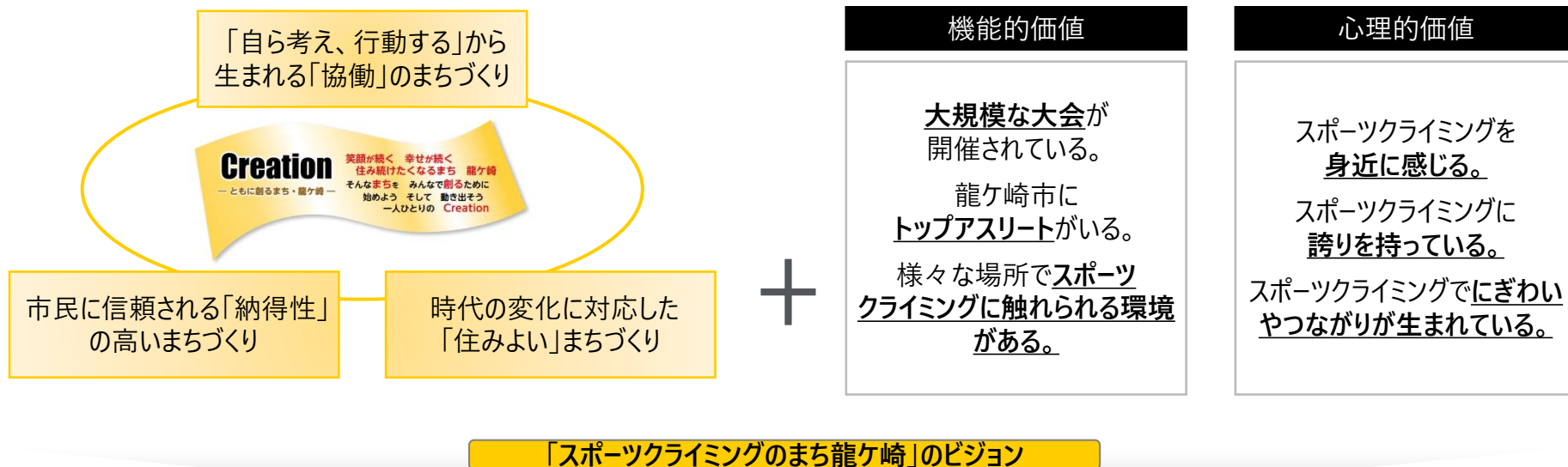


龍ヶ崎みらい創造ビジョンfor2030で掲げている本市のあるべき姿の達成にもつながる「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の目指すべき姿として、将来ビジョンを策定しました。

ビジョン策定

龍ヶ崎みらい創造ビジョン for2030

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の価値
(審議会やワークショップ等から抽出されたあるべき姿の代表的な意見)

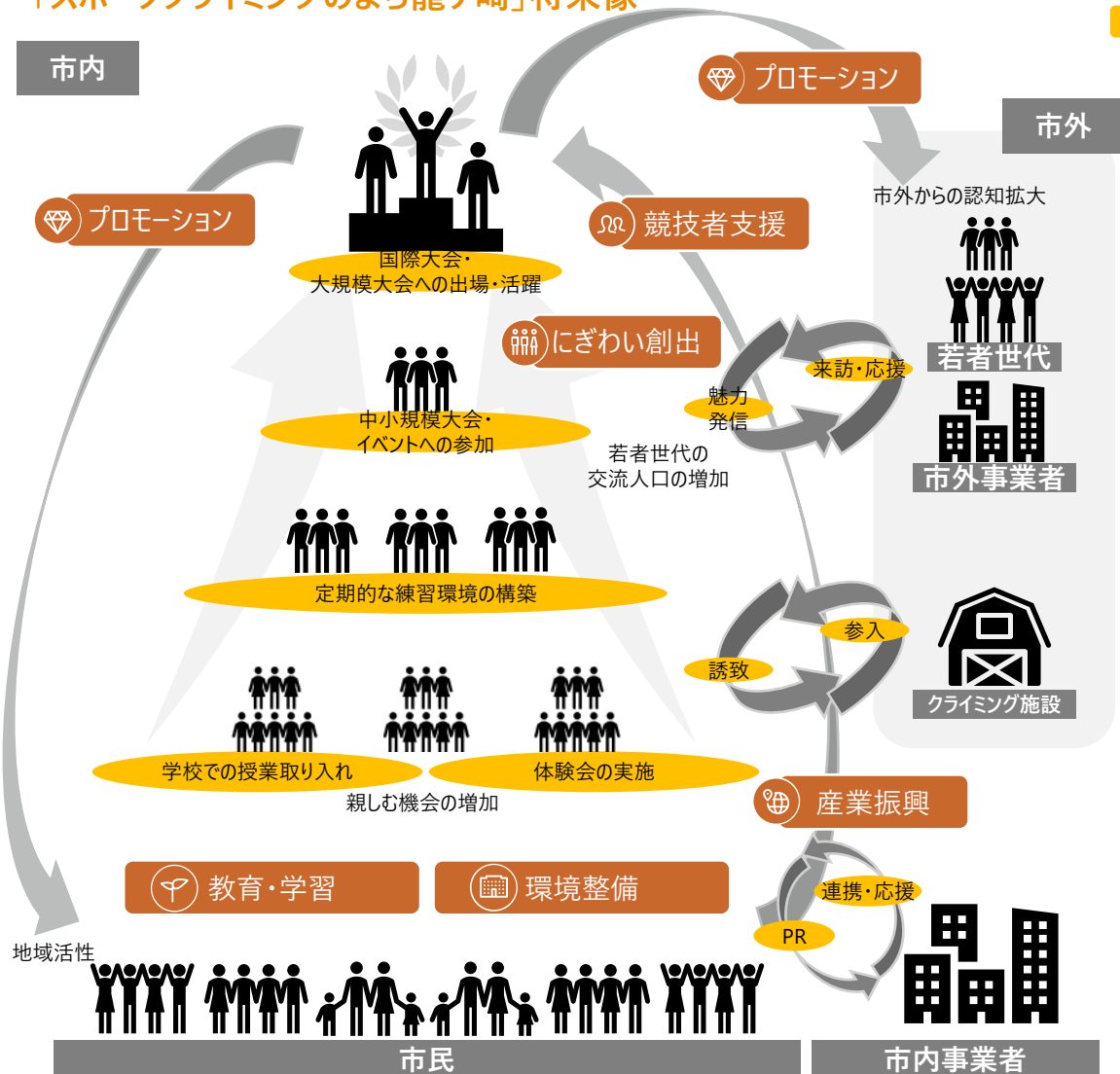


スポーツライミングが地域の魅力となり、誇りと活力にあふれるまち龍ヶ崎へ

スポーツライミングを通して生まれる多様なつながりや、市民参画によってシビックプライドや活力が醸成される好循環が生まれ、新たな地域の魅力として市の持続的な発展につなげていきます。

市民がスポーツライミングに親しみをもち、選手の活躍や特徴のある取り組みにより、地域活性化や認知度の向上、交流人口の増加に繋がる好循環の実現に向けて、仕組みと環境を整備していきます。

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」将来像



ビジョン

スポーツライミングが地域の魅力となり、誇りと活力にあふれるまち龍ヶ崎へ

4つのコンセプト

① スポーツライミングのトップ選手の活躍が地域を元気にする

トップ選手の存在は夢と希望を与え、その活躍は一体感や誇りを生み出す力を持っています。そのため、トップ選手・次世代クライマーを応援する環境と、選手も応え、積極的に地元貢献する好循環を目指します。

② スポーツライミングのまちとして知られ、市外から人が訪れる

選手の活躍や特徴あるイベント等を通して「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」が市内外から認知され、若者世代を中心とした交流人口の増加や、自発的に魅力が発信される取り組みを推進します。

③ スポーツライミングの次世代への挑戦を支える環境がある

意欲の高い次世代を担う子どもたちなどの挑戦を支える環境づくりに努めます。

④ スポーツライミングに親しみを持っている

幅広い層の市民が体験や応援を通してスポーツライミングの魅力に触れ、親しむを感じる機会を創出します。

4. 「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の目指す姿

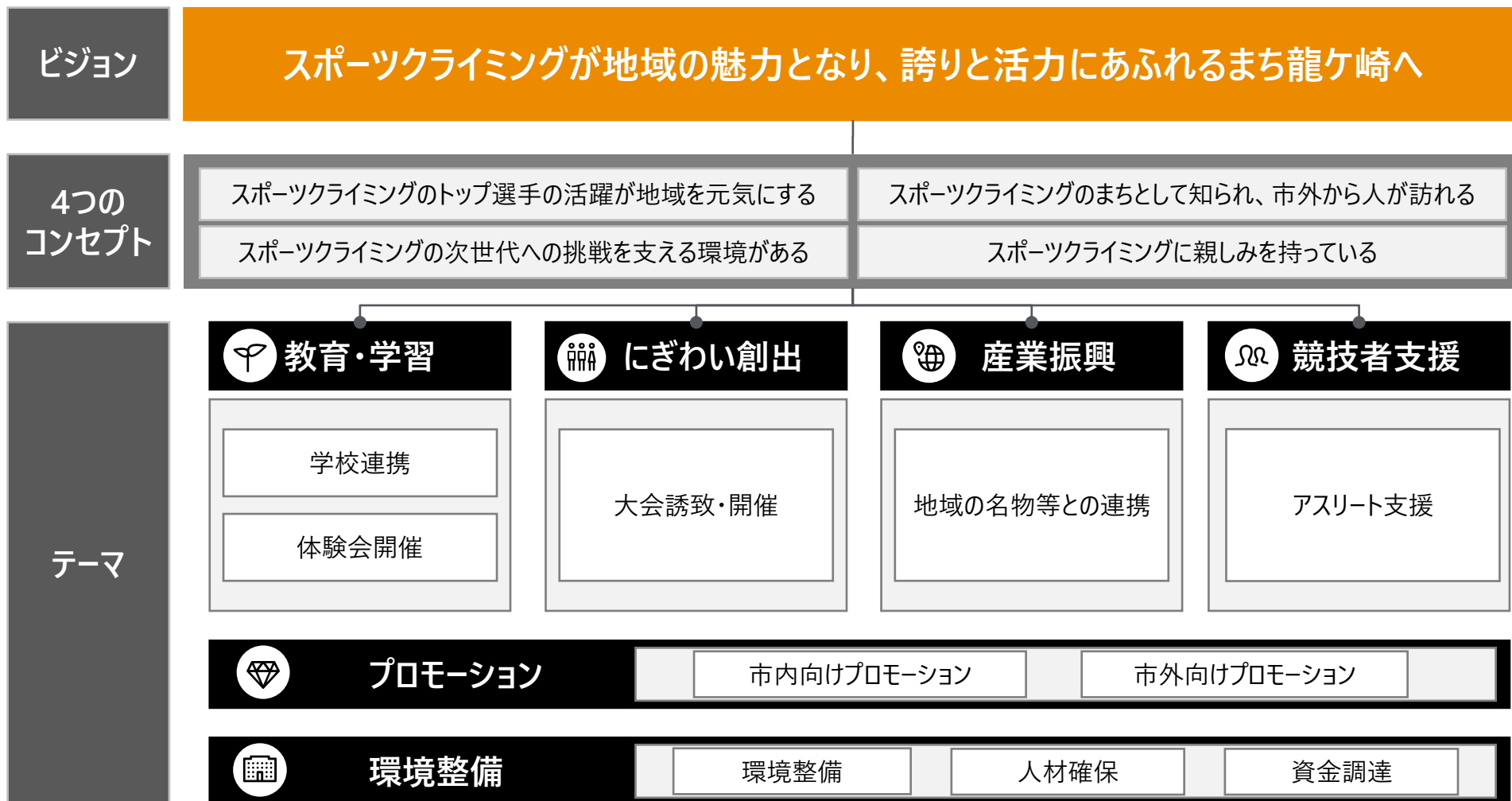
4-1. ビジョンの策定

4-2. 基本構想の全体像



「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の実現に向け、6つの注力するテーマに整理するとともに、10のアクションを設定し、施策を展開します。

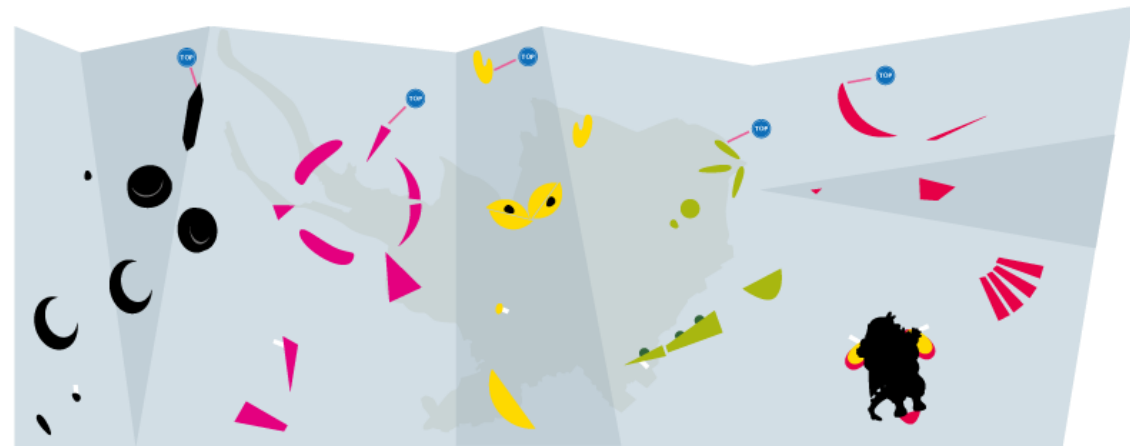
基本構想の全体像



5.施策内容

5-1.施策一覧

5-2.各施策の詳細



審議会・ワークショップの意見を踏まえ、スポーツライミングのまち推進に必要なアクションを、事業テーマごとに策定しました。

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。	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～

5.施策内容

5-1.施策一覧

5-2.各施策の詳細



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、意欲の高い子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、意欲の高い子どもの活動機会の確保に取り組みます。
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 たつのこアリーナでの体験会受入
次年度以降取り組む内容	- 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
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、子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。 ■ 意欲の高い子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、目的の達成及び子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  体育の授業での体験 校内でのウォール設置 キャリア教育の授業 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 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	

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	・ 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
次年度以降取り組む内容	・ 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

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

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

アクション【3】大会の誘致・開催

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
次年度以降取り組む内容	- 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・スポーツライミング協会) 国内最高峰の大会。日本のトップ選手が集結 - World Cup(主催：国際スポーツライミング連盟) 世界最高峰の大会。世界中からトップ選手が集結 ■ 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



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	- 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
次年度以降取り組む内容	- 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に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



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。	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 	
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	■ 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	
次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	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	- 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
次年度以降 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	

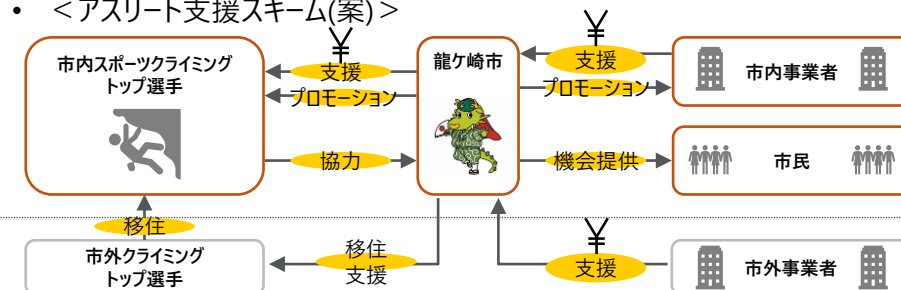
市内トップ選手や次世代アスリートを応援する仕組みを作り、アスリートの支援を行うとともにアスリートの本事業への協力意向の醸成と、活躍支援の好循環を図ります。

アクション【7】アスリート支援

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 ・スポーツクライミング関係団体等 選手選定基準への助言、選手へアプローチ ・民間事業者 就業等援助、企業版ふるさと納税、寄付等の実施
次年度以降 取り組む内容	・スポーツクライミングアスリートのニーズ調査 ・支援スキーム構築に係る体制・財源の確保 ・民間事業者の協力確保 ・移住に係る支援メニューの整理・検討

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

「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。	施策イメージ	
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。	■ 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） ＜求められる環境＞ スポーツクライミングに親しむ環境 たつこアリーナ等が存在も、遊具や学校への配置等によるさらなる環境の拡大を検討 スポーツクライミングの練習ができる環境 大型のウォールを有する施設の設置に向けて、民間の誘致や助言・助成等の支援を検討 スポーツクライミングの大規模大会ができる環境 中長期的な設置に向けた機運の醸成及び、民間の誘致や設計・助成等の支援を検討	
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	収益・コスト	
次年度以降取り組む内容	・ 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	・ 収益：施設利用料 ・ コスト：施設建設費、維持管理運営費	

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。	施策イメージ	
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。	■ 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	
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	収益・コスト	
次年度以降取り組む内容	- 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	- 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	

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

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
次年度以降取り組む内容	- 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市」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



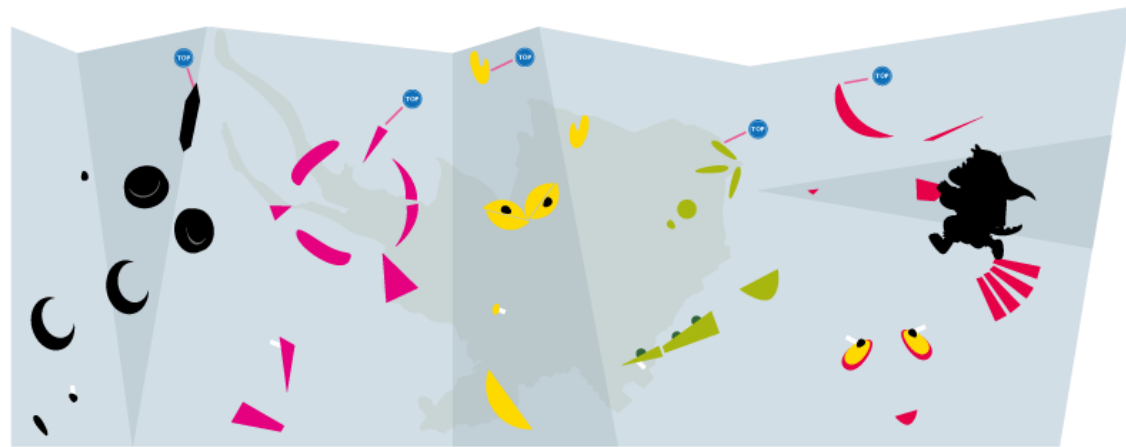
収益・コスト

- 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

6.ロードマップ

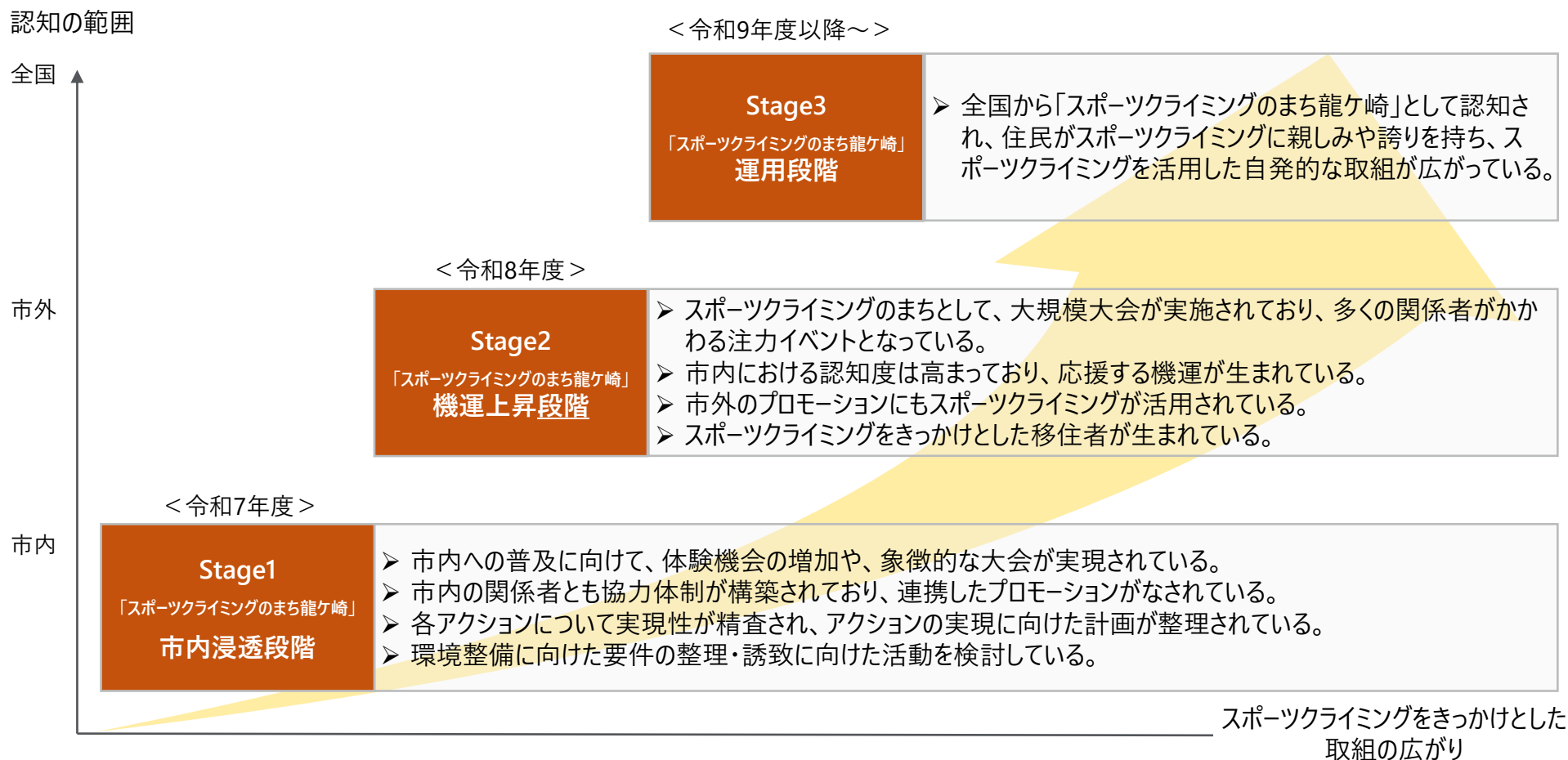
6-1.展望

6-2.計画



スポーツライミングに親しむ環境が整い、選手等を応援する機運が生まれ、さらに、大会等の開催で交流人口が増加し、「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」が認知される姿を目指します。

「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



6.ロードマップ

6-1.展望

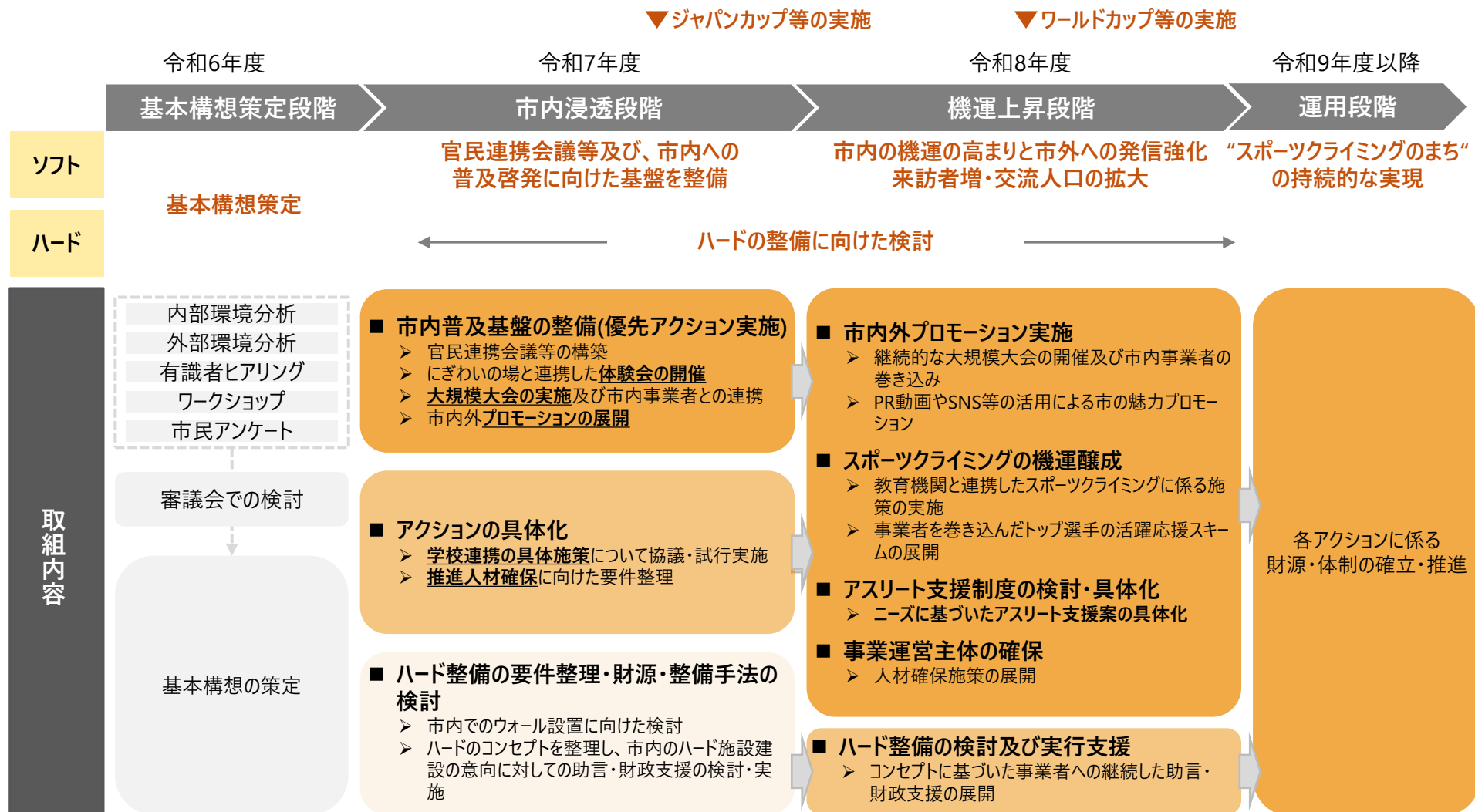
6-2.計画



「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の実現に向け、普及啓発に向けた基盤整備に注力しながら、事業を推進します。

本事業の今後の計画

凡例： 実行 計画 検討



令和7年度から各アクションの効果的な運用に向けて着手し、有用性を検証しつつ 令和9年度には各アクションが実行されている状態を目指します。

アクションごとのロードマップ

←

デジタル田園都市国家構想交付金採択期間

→

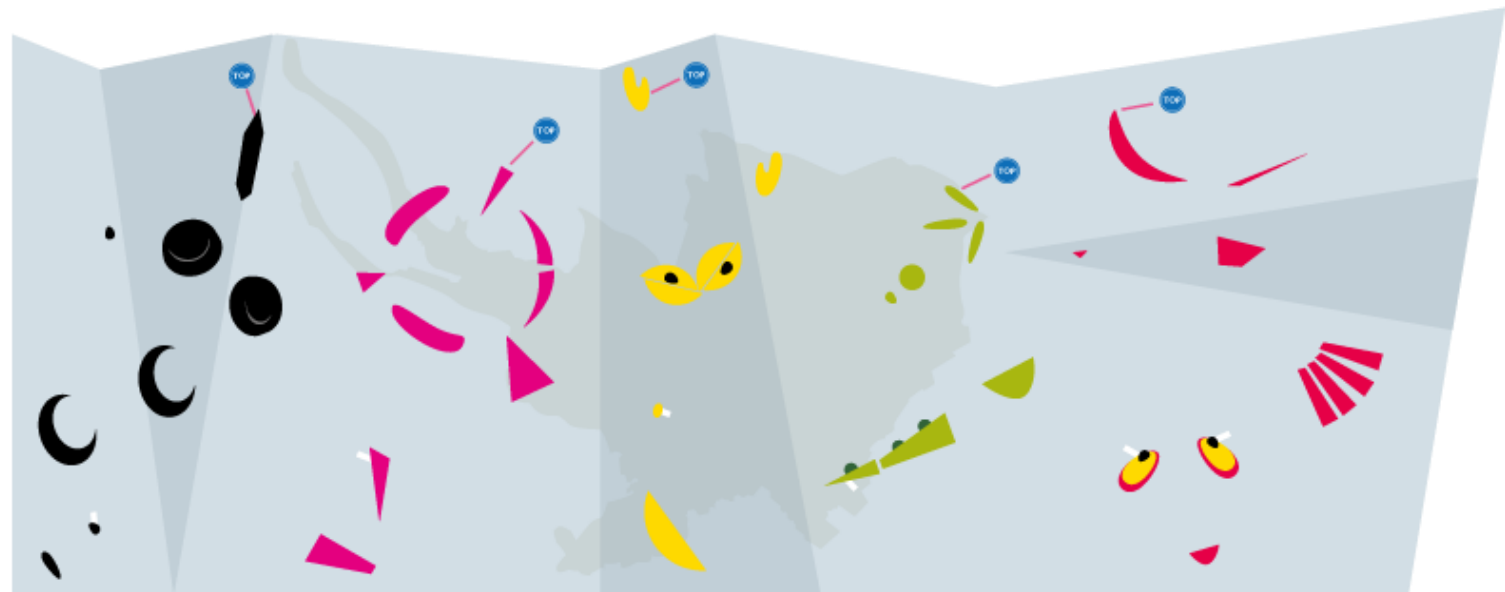
テーマ	アクション	令和7年度	令和8年度	令和9年度以降
①教育・学習	1 学校連携	連携協議・調整	一部連携	連携拡充
	2 体験会開催	企画・検討	体験会(開催数・年代の拡充)	
②にぎわい創出	3 大会の誘致・開催	誘致	企画・開催	企画・開催
③産業振興	4 地域の名物等と連携		大会との連携	大会との連携
			制度・連携検討	連携・制度運用
④プロモーション	5 市内向けプロモーション	方針検討	コンテンツ作成・発信	
	6 市外向けプロモーション	方針検討	コンテンツ作成・発信	
⑤競技者支援	7 アスリート支援		方針検討	制度運用
⑥環境整備	8 スポーツライミング環境整備	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

参考資料



各事業において取組を開始した際には、参考指標をベースに適宜状況を把握し、取組の進捗を確認します。

各事業における参考指標例

テーマ	アクション		概要	参考指標
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)	・市民アンケートによる体験者の割合 ・スポーツライミングの実施経験者数 ・スポーツライミング体験・学習の実施数 ・小中高生がスポーツライミング体験可能な拠点数
	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。	・市民アンケートによる体験者の割合 ・体験会の開催数 ・体験会への参加者数
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。	・イベント開催数 ・イベント参加者数 ・イベント観戦者数
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。	・連携事業者数 ・新規事業者数
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。	・市民アンケートによる興味・関心がある割合 ・市民アンケートによる本事業に関わりたいと思う割合
	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。	・プロモーション媒体の露出量
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。	・助成金確保額 ・トップ選手の参加イベント数 ・移住者数
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。	・スポーツライミングの施設数 ・スポーツライミングの施設利用者数 ・スポーツライミングの団体数
	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。	・移住者数
	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。	・資金調達額（補助金獲得額・寄付額等） ・活動収益額

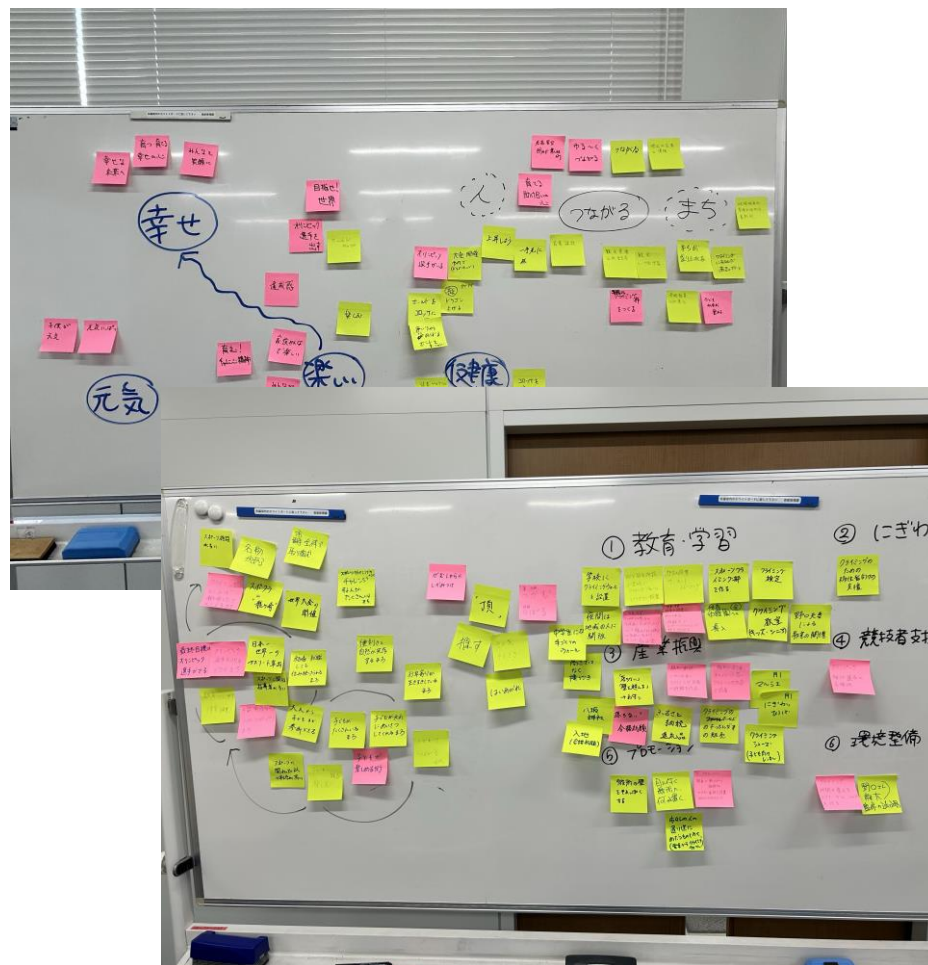
2日間で22名の方に参加いただき、「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」のビジョンの検討と、
ビジョンの実現に向けたアクション案として約80個のアイデアを導出しました。

ワークショップの様子

ー ワークショップの様子 ー



ー 「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の取組アイデア ー



ワークショップで出てきた約80個のアイデアは、以下のとおりです。

アイデア一覧(1/3)

①教育・学習

教育

- ・ 小中学校や大学にもスポーツクライミング部をつくる
- ・ 危険回避のため縦の動きではなく横の動きをさせる
- ・ 学校でクライミング授業が実施されている
- ・ 学校のウォールの利用に関するルール整備
- ・ 子どもたちが継続的にクライミングを行える環境（ウォール難易度、指導者、学校体制）

体験

- ・ 子どもたちのモチベーションアップにクライミング検定
- ・ 保育園へクライミングを使った動きの導入
- ・ 小中学生による手作りのウォール作成
- ・ クライミング体操（ラジオ体操のイメージ）の普及
- ・ 子どもたち、一般市民への体験会提供
- ・ 野口さん、檜崎さんによるボルダリング教室の開催
- ・ 体験無料券の配布
- ・ いがっぺ市・にぎわい広場（月1）・マルシェ（月1）等市民の集まるイベントでクライミング大会・体験を設置
- ・ 5月の田植えの前に、壁を立てて「どろんこクライミング」をし、石鹸で洗うところまでをイベントを実施

②にぎわい創出

大会

- ・ 競技大会・メガイイベントの誘致
- ・ 誰もが楽しめるレギュレーションの大会づくり
- ・ 市民が出れる大会を作る(市民大会等)
- ・ クライミングフェスを開催

③産業連携

地域の名物

- ・ コロケ型のクライミングホールドの作成
- ・ コロケ型やまいりゅうのチョークボール・チョークバック・ロジンバック・T-シャツなどのグッズ作成
- ・ クライミングホールドのキーホルダー販売
- ・ ふるさと納税の返礼品としてホールドなど
- ・ 「落ちない」「壁を超える」にあやかって受験のお守りを作る
- ・ 中小企業も参加したくなる仕掛け
- ・ ポケモン（クライミングに関連するポケモン）とのコラボ
- ・ 他のスポーツ（スケート、トランポリン等）との連携
- ・ 飛行場付近にエクストリーム・スポーツを集めて聖地化

ワークショップで出てきた約80個のアイデアは、以下のとおりです。

アイデア一覧(2/3)

④プロモーション

市内

- ・ 市役所の壁にボルダリングのアート
- ・ 市民の見える場所にボルダリングに関するもの（ホールド等）を設置
- ・ 駅前に野口さん、檜崎さんのアート（NIKIのようなイメージ）
- ・ バス等の車内放送でPR
- ・ 駅などでのモニターでPR
- ・ マスコットキャラクターやオブジェ・シンボルの作成
- ・ マンホールにスポーツクライミングを活用
- ・ 龍ヶ崎市駅のエスカレーター壁をラッピング
- ・ 竜ヶ崎線のつり革をホールドにする
- ・ 市内バスをラッピング
- ・ 各所のウォールをめぐる、ウォールラリーの実施
- ・ クライミングのデジタルマッピング
- ・ 関係者のSNSでの積極的な発信
- ・ 市のLINE登録者への発信
- ・ 電車の窓から見える場所にクライミングウォールを設置
- ・ 市のイベントなどでボルダリングウォールの出展
- ・ 「龍」を活用したプロモーション
- ・ 龍ヶ崎市のスポーツクライミング推進のシンボルとなるロゴを作成
- ・ 龍ヶ崎市のスポーツクライミング推進の冊子やHP、グッズ等の作成

市外

- ・ 関東鉄道さんとトップ選手によるウォール巡礼ツアー
- ・ 鹿島アントラーズの試合でプロモーションを実施
- ・ 野口氏、檜崎氏による発信（SNS、各種メディア）
- ・ 海外都市とクライミング友好・姉妹都市の締結
- ・ クライミングの動画・SNS・TV配信
- ・ スポーツクライミングの推進のPV

ワークショップで出てきた約80個のアイデアは、以下のとおりです。

アイデア一覧(3/3)

⑤競技支援

アスリート支援

- ・ オリンピック等強化選手の合宿地/合宿の誘致・聖地化
- ・ クライマーの雇用支援
- ・ 選手への特産品の差し入れ
- ・ 選手の海外遠征費用などのサポート
- ・ セッターの育成

⑥環境整備

スポーツクライミング環境

- ・ 学校体育館にウォール設置
- ・ 龍ケ崎市のキャラクター等を活用したクライミングシューズを作り子どもたちに貸出
- ・ 小中学校のクライミング施設を夜は一般に開放
- ・ 自動調節つきの壁を設置
- ・ 所属に制限されないトレーニング・練習拠点整備
- ・ たつのこ山公園にボルダリング遊具を設置
- ・ 大きい施設設置
- ・ 野口さんや大学監修の遊び場
- ・ トップアスリートによるたつのこアリーナボルダリングセットの定期プロデュース
- ・ クライミング仲間が集えるカフェ・ショップ・エリアをつくる
- ・ 学校のウォールの定期的なメンテナンスが必要
- ・ ヨーカドーと連携した施設
- ・ 市外からの流入を想定した交通網の整備
- ・ AIオンデマンドバスの活用
- ・ 将来的に宿泊施設の整備
- ・ 高齢者へクライミングに触れる機会の提供（市内にホールドを設置する）

人材確保

- ・ 地域おこし協力隊やアルバイトなどによるクライミング環境支援者
- ・ クライミングのための移住者向け支援
- ・ トップ選手をインストラクターとして選手の派遣

