

2月定例記者会見 市長原稿

それでは、2月の定例記者会見をはじめます。

本日も情報提供の前に、いくつか本市の取り組みや、まちの話題をご紹介します。初めに2月7日・8日にニューライフアリーナ龍ヶ崎・メインアリーナで開催されましたユースクライミング大会「AKIYO's DREAM with RYUGASAKI」の話題です。

今大会は、本市と東京2020オリンピック銅メダリストで本市在住のプロフリークライマー・野口啓代さんが共催したもので、「スポーツクライミングのまち」を推進する本市を代表するビッグイベントです。

昨年に続き2回目の開催となる今回は、国内外から小学3年生から中学3年生までの200人を超える選手が出場し、世界大会規模の特設ウォールに挑みました。

大会初日は龍ヶ崎中学校吹奏楽部の演奏で幕を開け、プロクライマーによる実況・解説、DJの演出に加え、本格的な照明や会場からの掛け声も雰囲気盛り上げ、日本最高峰のクライミング大会「ジャパンカップ」さながらの華やかな演出に彩られた大会となりました。

さらに、会期中は龍ヶ崎ふるさと大使の榎崎智亜選手やつくば市出身の森秋彩選手らトップ選手によるデモンストレーションも行われ、間近に見るトップレベルの技術、迫力あるパフォーマンスに会場から大きな歓声が上がりました。

そして、大会で優勝した多くの選手たちは「オリンピックに出たい」と力強く語ってくれたことで、この競技の可能性、そしてこの大会の価値を感じた時間にもなりました。

この舞台は、子どもたちにとっては「非日常」であり、順位に限らず、この大会に出た経験は、必ずや子どもたちの成長に繋がる、そして思い出にも残るものであると、会場を見渡して確信した2日間でした。

また、大会後の10日・11日には、一般の方にも広くクライミングに親しんでいただこうと、トップ選手によるシミュレーションコンペや体験ラリーなど、大会使用の壁を活用したアレンジ企画も実施しました。アレンジ企画は初めての取り組みであり、子どもから大人まで多くの市民がクライミングを体感する姿に「ガンバ!」と思わず応援したくなりました。

トータル4日間のイベントを通し、今後も本市の恵まれた人材・環境を生かし、スポーツクライミングを通して、たくさんの人がつながり、にぎわいが生まれ、さらに、地域経済の活性化や雇用こようを創出する取り組みを進めてまいりたいと決意を新たにしたいところでもございます。

ここにお集まりの報道機関の皆さまの周知はもとより、多くの大会関係者の皆さまに改めて感謝申し上げます。

次に、本市が進めております“龍”を活用した地域ブランディング事業についてご報告いたします。

本情報については、先日、プレスリリースもさせていただいたところですが、本事業の象徴となるロゴマークおよびキャッチコピーがこのたび、完成いたしました。

ロゴマークは、令和8年1月に実施した市民投票で選ばれた案をもとに、市民の声やアンケート結果を踏まえて磨き上げ、本市の目指すブランドイメージを示す「共通の旗印」として制作したものです。

ロゴマークのメインにいる龍のうろこには、「人」という文字が隠れ、龍が人を守る、龍と共にこのまちをつくっているのは市民一人ひとりだというイメージにしているのも特徴です。

キャッチコピーは『じぶん龍の、』で、リードコピーは「どこでもない、ここ龍ヶ崎だからできる、誰でもない『じぶん龍の、生きかた』を創造しよう。」といたしました。

本事業は、令和4年12月に策定した「龍ヶ崎みらい創造ビジョン for2030」に基づき、市の認知度向上やシビックプライドの醸成を目的として進めているものです。

アンケートではさまざまなご意見をいただくなかで、本市は“自分流にアレンジできる可能性が無限にあるまち”であると捉えるとともに、全国で唯一、市名に「龍」を冠するまちとして、この「龍」を活かしながら、「自分らしく暮らせる」そして「豊かに暮らせるまち」というイメージを明確にしていけます。

今後は本ロゴとキャッチコピーを活用し、各種施策や市民活動など本市の魅力を見える化することで、「自分らしく暮らせるまち」としてのブランド価値を高め、市民の誇りや参画意欲の向上につなげてまいります。

それでは、本日の情報提供に入ります。

はじめに「男性職員の育児休業取得11年連続100%達成」に関する情報です。

本市では、このたび、男性職員の育児休業取得率が、平成27年度から令和7年度まで11年連続で100%を達成する見込みとなりました。

これは、全国トップレベルの実績であり、今回の結果は、本市が定める「龍ヶ崎市特定事業主

行動計画」に基づき、職員が安心して仕事と子育てを両立できる環境づくりを進めてきたことによるものと考えております。

本市ではこれまで、子育て中の男性職員の意見・情報交換の場「IKUMEN★The 男会(座談会)」の開催や、育児休業の取得・復帰を先輩職員が支援する「育児休業メンター制度」の導入など、制度の周知と取得しやすい職場風土の醸成に努めてまいりました。

その結果、男女を問わず「子どもが生まれたら育児休業を取得することが当たり前」という意識が定着し、今年度は男性職員が約5か月間の育児休業を取得するなど、取得期間の長期化も進んでいます。

今後も取得率100%の継続を目指すとともに、男性職員がより長期間の育児休業を取得できる環境整備をいっそう進めてまいります。育児休業の取得が家族との絆を深め、職員の意欲や仕事の質の向上につながるとともに、育児で得た経験が公務にも生かされることを期待しています。

次に、「たつのご産直市場トマト・いちごフェア」についての情報です。

先日行われました、目揃え会を皮切りに、いよいよ、本市が誇るブランド農産物「龍ヶ崎トマト」の出荷シーズンとなりました。

そこで、3月7日・土曜日、8日・日曜日の2日間、龍ヶ崎市農産物等直売所「たつのご産直市場」におきまして、市認定のふるさと龍ヶ崎ブランド農産物「龍ヶ崎トマト」をはじめ、市内農家が丹精込めて育てた旬のトマトといちごを一堂に集めたフェアを開催いたします。

当日は、ブランド品種「レディーファーストトマト」を中心に、「ごほうびトマト」「フルティカ」など各種市産トマトを販売いたします。なかでも「レディーファーストトマト」は、水やりを極力控える“しめづくり”によって、甘さ・うまみ・酸味のバランス良く濃厚な味わいに仕上げた、全国的に評価の高い逸品です。

あわせて、「いばらキッス」や「紅ほっぺ」といった市産いちごも販売いたします。さらに、キッチンカーによる「龍ヶ崎トマト」を使用した限定メニューの提供や、市内人気店によるトマトやいちごを使ったパンの販売も予定しております。

ぜひ多くの皆さまにご来場いただき、龍ヶ崎の春を彩る自慢の農産物の魅力を味わっていただきたいと考えております。

私からの情報提供は以上となります。