

第3回スポーツライミングのまち龍ヶ崎基本構想策定審議会

日時:令和7年1月17日(金)

午前10時00分~12時00分

会場:市役所5階全員協議会室

次 第

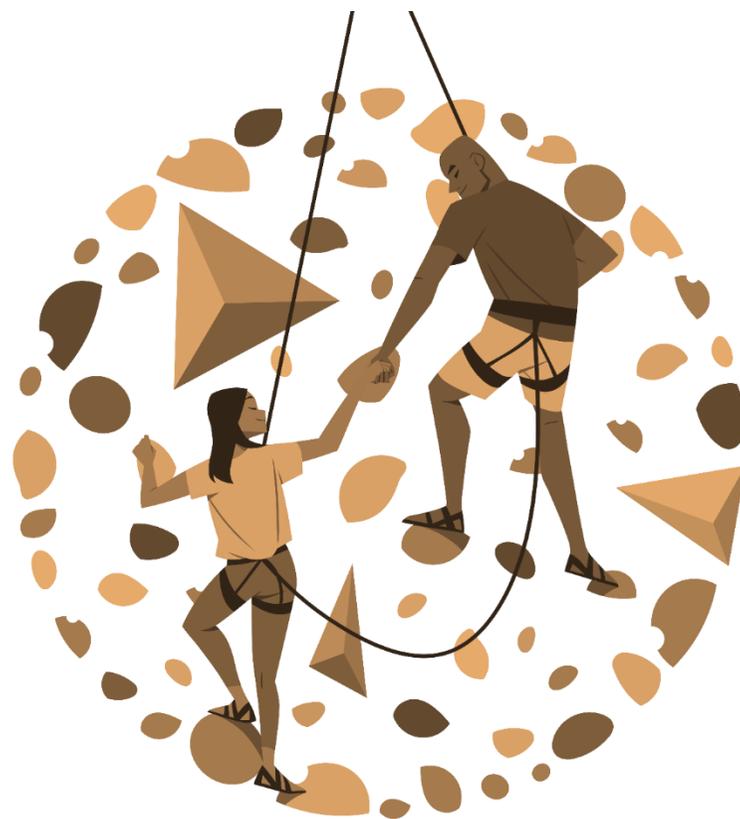
1 開 会

2 議 題

(1)スポーツライミングのまち龍ヶ崎基本構想(案)について

3 その他

4 閉 会



令和6年度第3回スポーツライミグのまち龍ヶ崎基本構想策定審議会資料

龍ヶ崎市健康スポーツ部スポーツ推進課

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎基本構想策定審議会」を3回開催し、基本構想について審議を繰り返し、最終化を図りました。

審議会運営

回数	第1回	第2回	第3回
時期	2024年11月15日	2024年12月24日	2025年1月17日
目的	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 本事業や審議会の位置づけ・年度内スケジュールの共有を行う。 ✓ 調査結果の共有及び初期仮説の提示を通じた基本構想の構成の合意を図る。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ワークショップ・ヒアリングの内容を共有 ✓ 基本構想（更新版）の内容の共有 ✓ テーマ別の個別アクションの実施方針について審議を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 第2回審議会の結果を踏まえ、最終化した基本構想の内容の合意を図る。
想定議題	<ul style="list-style-type: none"> ① 開会挨拶 ② 審議会委員の紹介 ③ 市長挨拶 ④ 事業・本審議会趣旨説明 ⑤ 基本構想策定スケジュール共有 ⑥ 基本構想(素案)共有 <将来像・ビジョン> ⑦ 次回審議会の案内 	<ul style="list-style-type: none"> ① 第1回審議会の振り返り ② ヒアリング内容の共有 ③ ワークショップ内容の共有 ④ アンケート結果(速報値)の共有 ⑤ 基本構想修正（案）の共有 <将来像・ビジョン> <個別アクション> <ロードマップ> ⑥ 個別アクションに係る審議 	<ul style="list-style-type: none"> ① 第2回審議会の振り返り ② 基本構想（最終版）の共有

第二回審議会にて頂戴した意見を基本構想に反映しております。 本日は第二回審議会の結果を踏まえ最終化した基本構想の内容の合意を図ります

審議会第二回目の要約

【主な発言の要約】

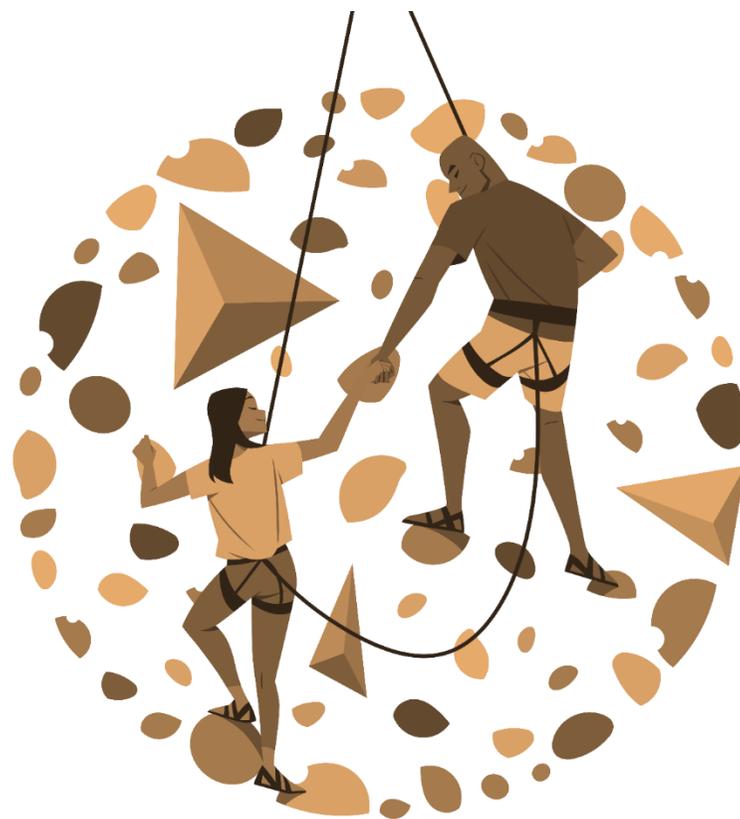
		【発言者】
まちづくり事業の進め方	<ul style="list-style-type: none"> ▶ スポーツライミングのまちづくりを通して、独自の哲学なども同時に普及や浸透をはかる必要あり ▶ ボトムアップだけでは、まちづくりは難しい。トップアスリートからのトップダウンが浸透には重要 ▶ 内部からみた魅力と外部からみた魅力は異なる可能性あり。外からの意見も重要であり、地域おこし協力隊を活用するのが良い 	松橋委員 渡部委員
組織のありかた	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 環境整備として、龍ヶ崎市クライミング協会の設立も一案である ▶ 人材確保は、必要に応じて令和7年度から検討を開始していく ▶ 市民の一番好きなおところである「たつのこ山」「牛久沼」もスポーツライミングに触れる場としての活用を検討できないか 	浅野委員 木村委員 後藤委員
大会運営	<ul style="list-style-type: none"> ▶ シンボリックな印象を持つ大規模な大会実施は、産業振興にも繋がるため賛成である ▶ 大会準備は1年前から議論が始まるが、主催者の資金力、場所の制限により時間がかかる ▶ 施設やアスリート支援の費用に関して、市民として限りある予算内で実施してほしい 	橘川委員 渡部委員 後藤委員
普及・学校連携	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 若者のみならず高齢者まで幅広い世代がスポーツライミングに触れられる状態にするのが良い ▶ 幼稚園等を巻き込んだ体験機会の提供は育成において良い影響を与え、メディアも注目する ▶ イベントを通じて、小中学生等に体験の場を提供することで、親世代にも広がっていく 	木村委員 塚本委員 荒井委員

審議会での議論	① 基本構想更新版・アンケート結果のご共有	▶ 調査結果を踏まえた基本構想への新たな反映箇所のご共有
	② 議論の展開	▶ 個別アクションに対する審議

第二回審議会でのご意見を踏まえ、基本構想のアクションに反映しております

審議会意見に対する基本構想への反映方針

カテゴリ	ご意見	対応方針	ページ
組織のありかた	環境整備として、龍ヶ崎市クライミング協会の設立も一案である	環境整備に、クライミング競技団体等の設立の検討も含める方針	P.60
	市民の一番好きなところである「たつのこ山」「牛久沼」をスポーツクライミングのフィールドとして活用していく	環境整備のフィールド選定に活かしていく方針	P. 33 P. 60
普及・学校連携	小さい子や高齢者まで幅広い世代がスポーツクライミングに触れられる状態にするのが良い	幅広い年代に対して、スポーツクライミングの体験や観戦の機会を創出する方針	P.54
	幼稚園との連携などの環境を整備や機会提供は良い影響を与え、メディアも注目する	教育機関に加えて、就学前教育・保育施設との連携も検討する方針	P.53



「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」基本構想（案）

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。

現在の本市の目指す姿・課題

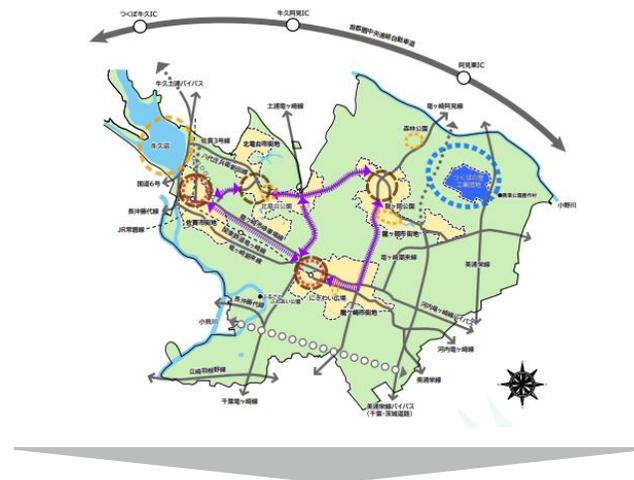
龍ヶ崎市が目指す姿

- ✓ 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-**」を掲げている。
- ✓ 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る。



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**となっている。
- ✓ 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**が求められている。



トップライマーが身近に存在する恵まれた環境
市街地を活性化させ若者を誘引するコンテンツとして
期待される「スポーツライミング」を活用していく。

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る。
- 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る。**

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いる上、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が設置

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

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



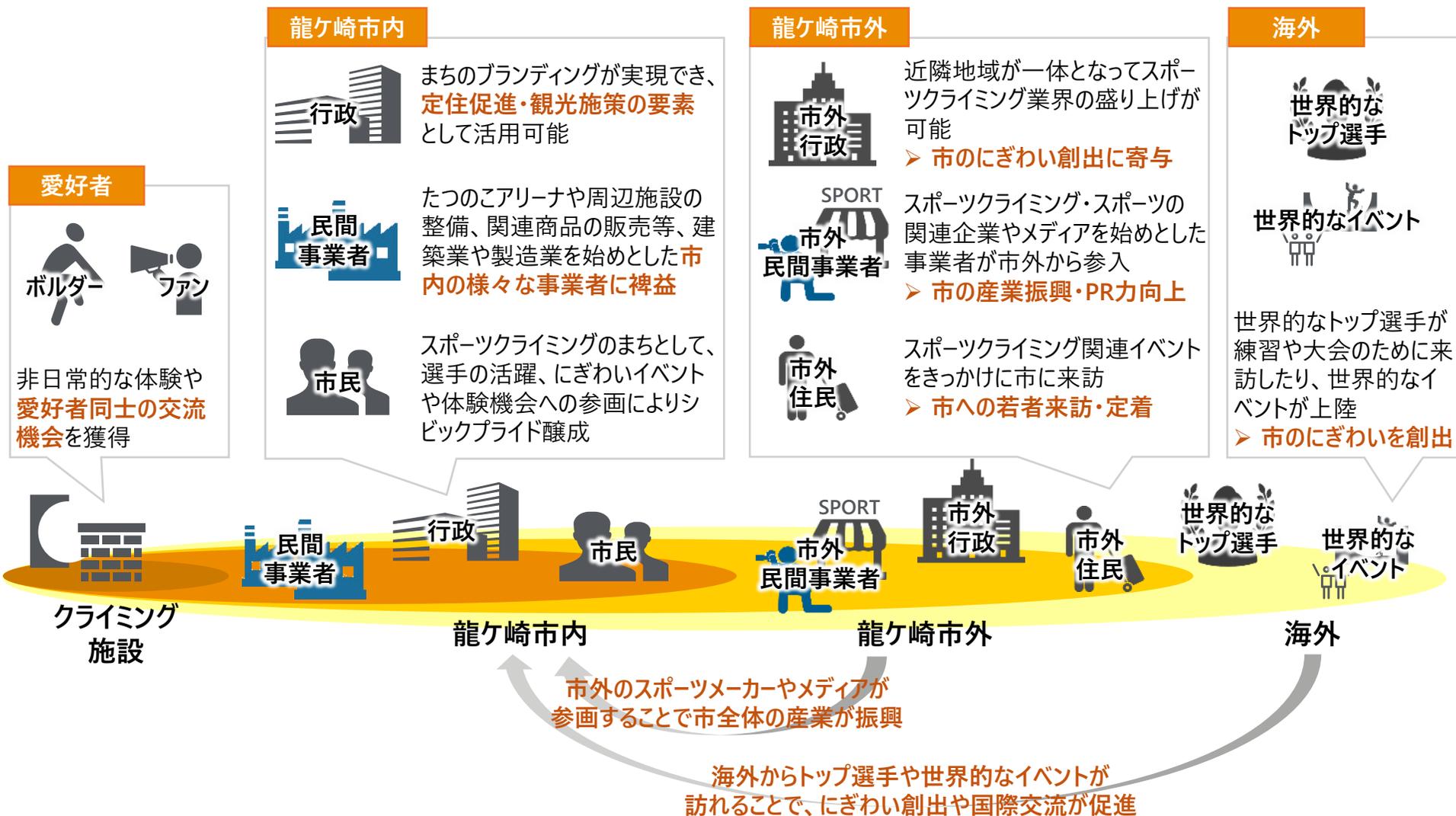
檜崎 智亜

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龍ヶ崎市民、市内事業者、龍ヶ崎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R4～R8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（R4～R8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。

新視点 3
「誰もが
アクセス
できる」

性別や年齢、障害、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。

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、障害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

⇒東京大会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R4～8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・障害者・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、障害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

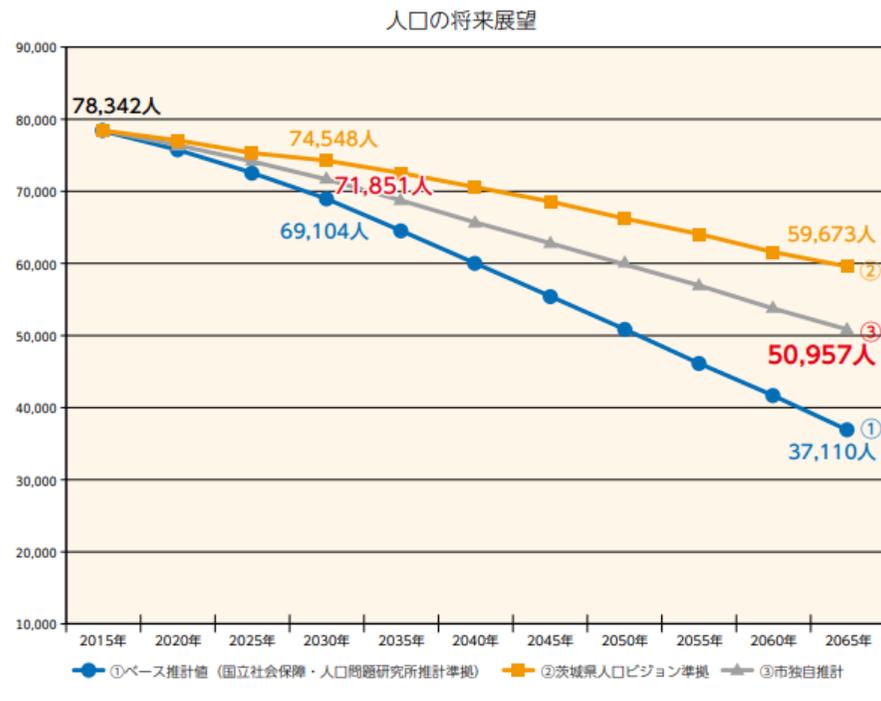
1-3. 上位計画を踏まえた位置付け

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る。
- 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人となる。

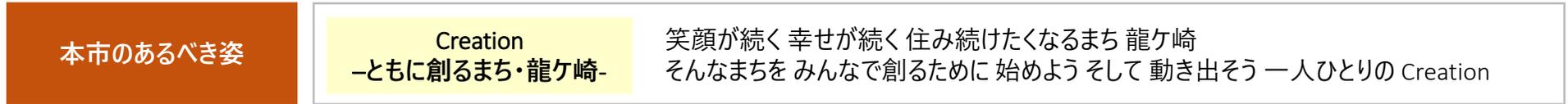


◀2030年の目標▶
72,000人

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

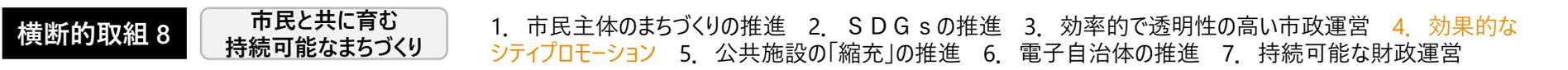
あるべき姿の実現のため、龍ヶ崎みらい創造ビジョンfor2030では取り組むべき政策を分野ごとに「7つの政策の柱」、また共通項目を「政策実現に向けた横断的取組」として掲げています。

龍ヶ崎みらい創造ビジョンfor2030の全体像



まちづくりの基本姿勢

①「自ら考え、行動する」から生まれる「協働」のまちづくり ②市民に信頼される「納得性」の高いまちづくり ③時代の変化に対応した「住みよい」まちづくり



特に政策の柱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**

施策 (1) **誰もが楽しめる生涯スポーツ社会の実現**

【代表的な SDGs との関連】

リーディングプロジェクト
Leading 魅力創造 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	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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
	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			

また、同計画に内包して策定している「まち・ひと・しごと創生法」に基づく「第2期龍ヶ崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、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
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	龍ヶ崎の魅力を勧める意欲（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]

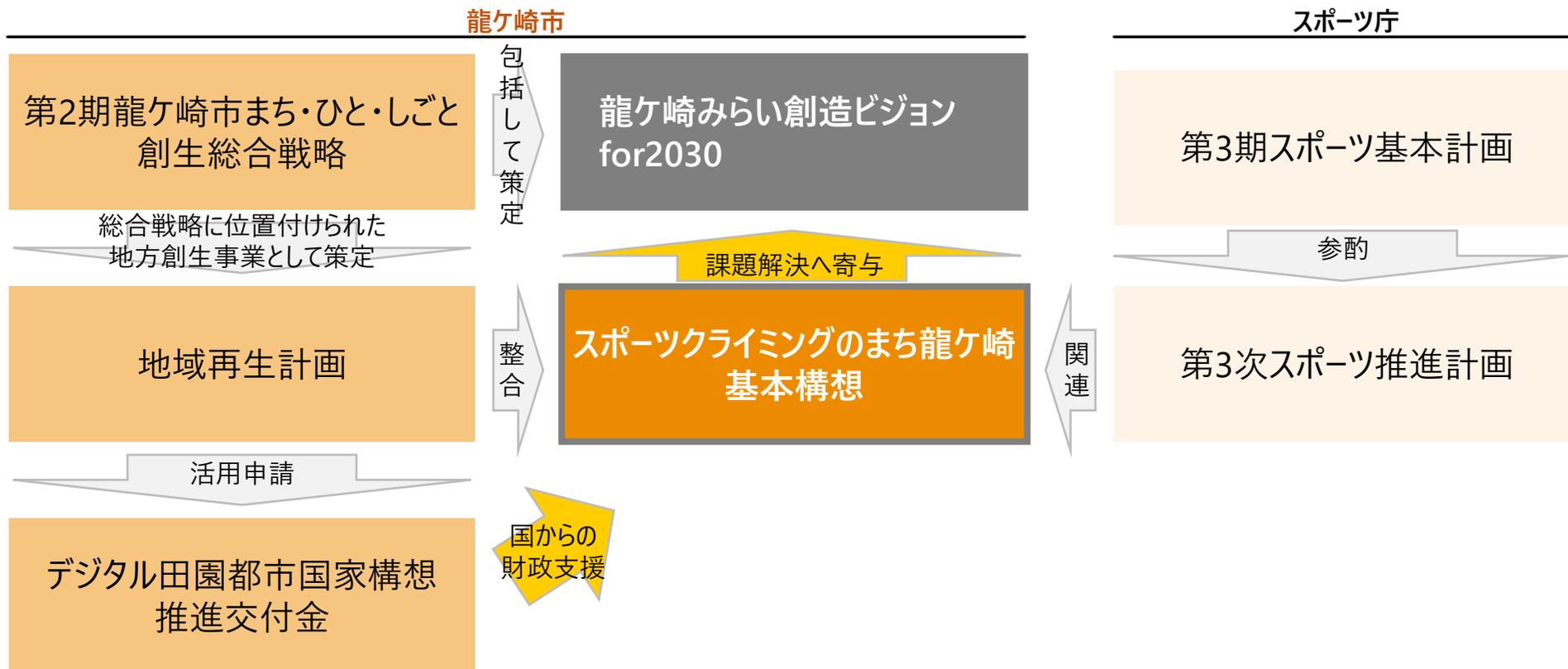
関連する成果指標（重要業績成果指標）

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]
	たつこのアリーナ（メインアリーナ）の稼働率	65.0% [2021年]	86.0% [2026年]
	たつこのフィールドの稼働率	62.0% [2021年]	63.0% [2026年]
	たつこのスタジアムの稼働率	35.0% [2021年]	40.0% [2026年]

本事業は、龍ヶ崎未来創造ビジョン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推進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の整合を図っている。
※デジタル田園都市国家構想推進交付金は、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

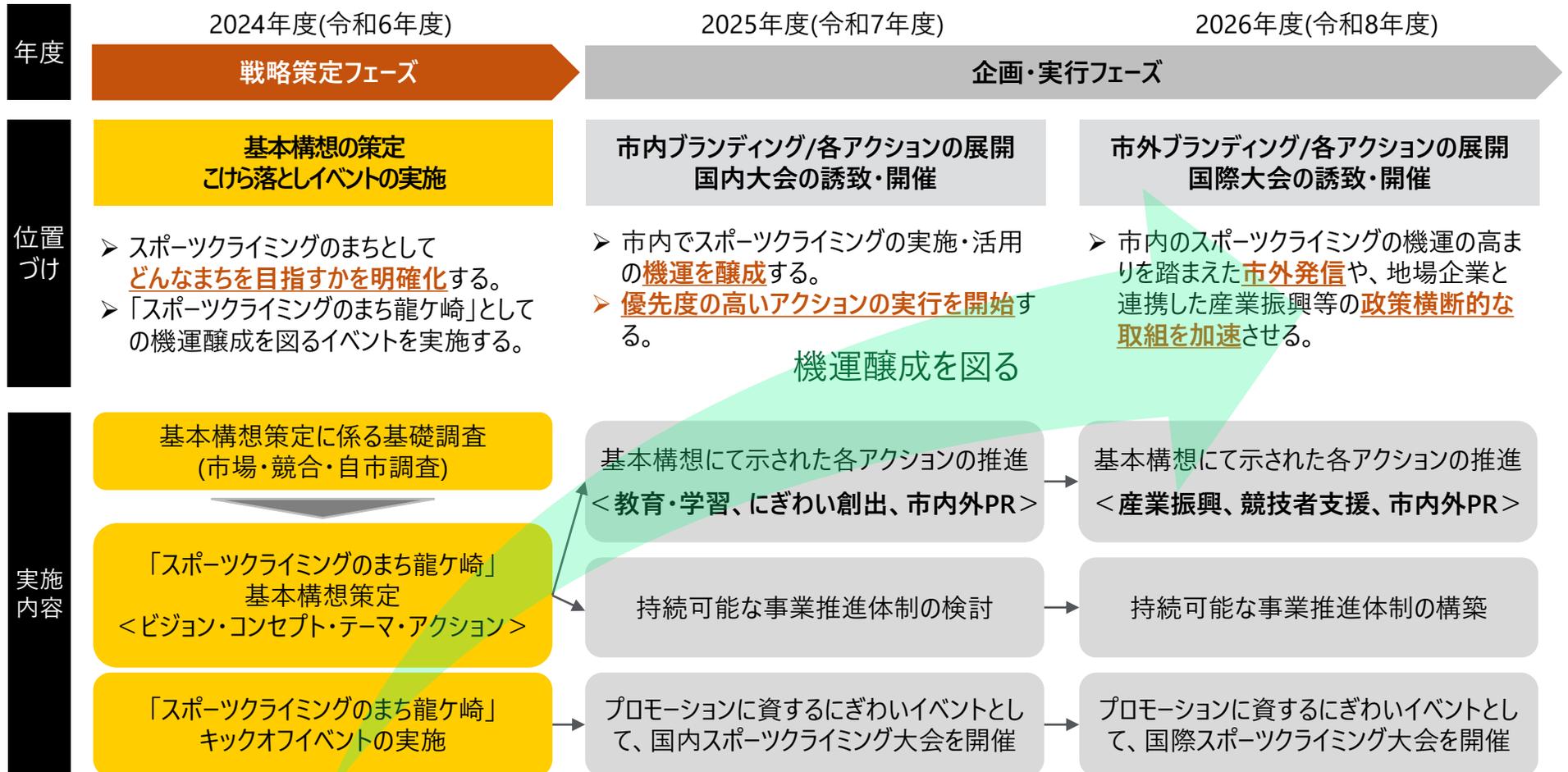


2. 策定方法

2-1. 策定プロセス

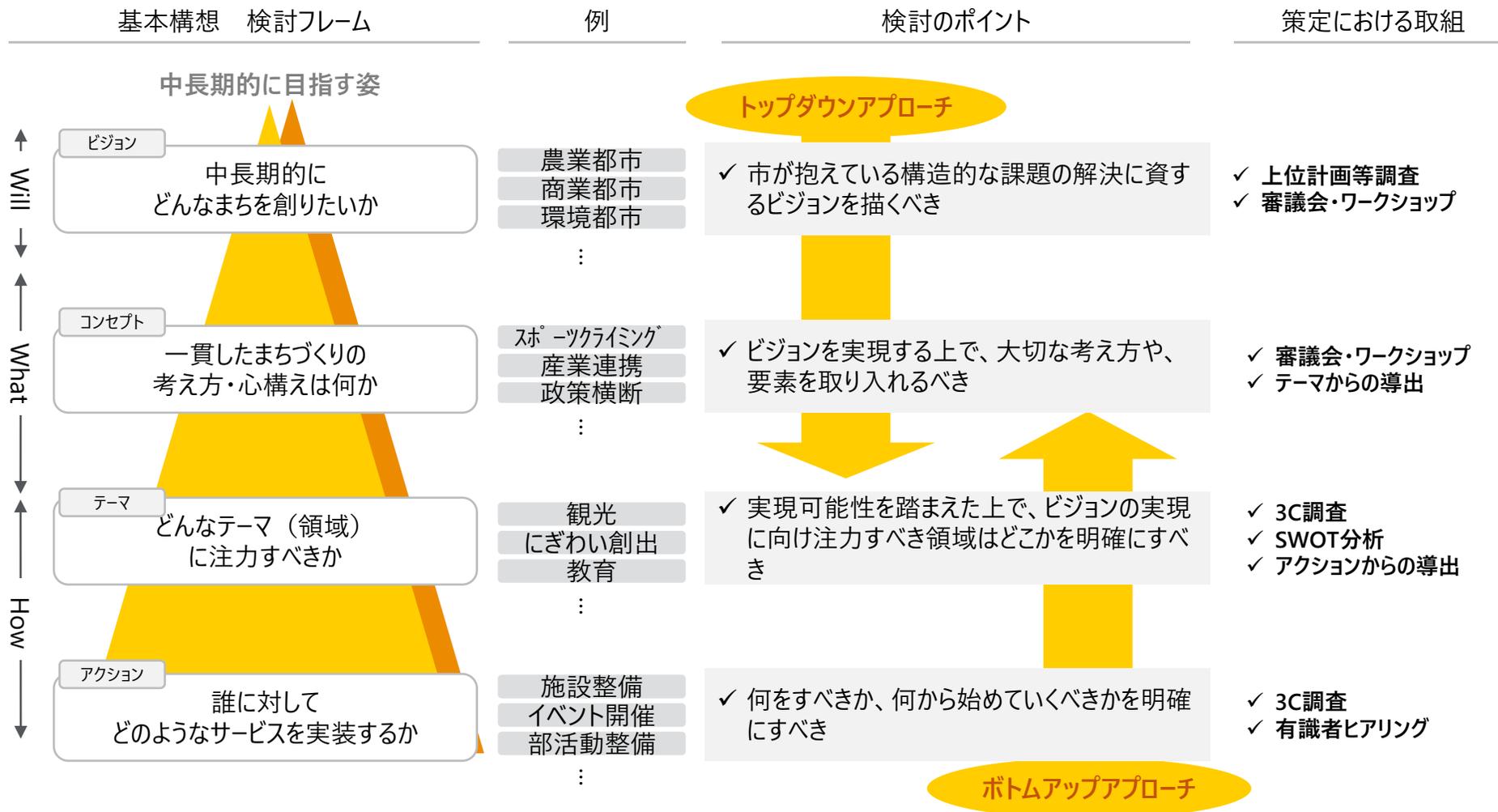
地域再生法に位置付けられた法律補助の交付金活用を見据え、地域再生計画認定期間である3カ年で、基本構想に基づき優先度を考慮して各アクションを実行していきます。

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

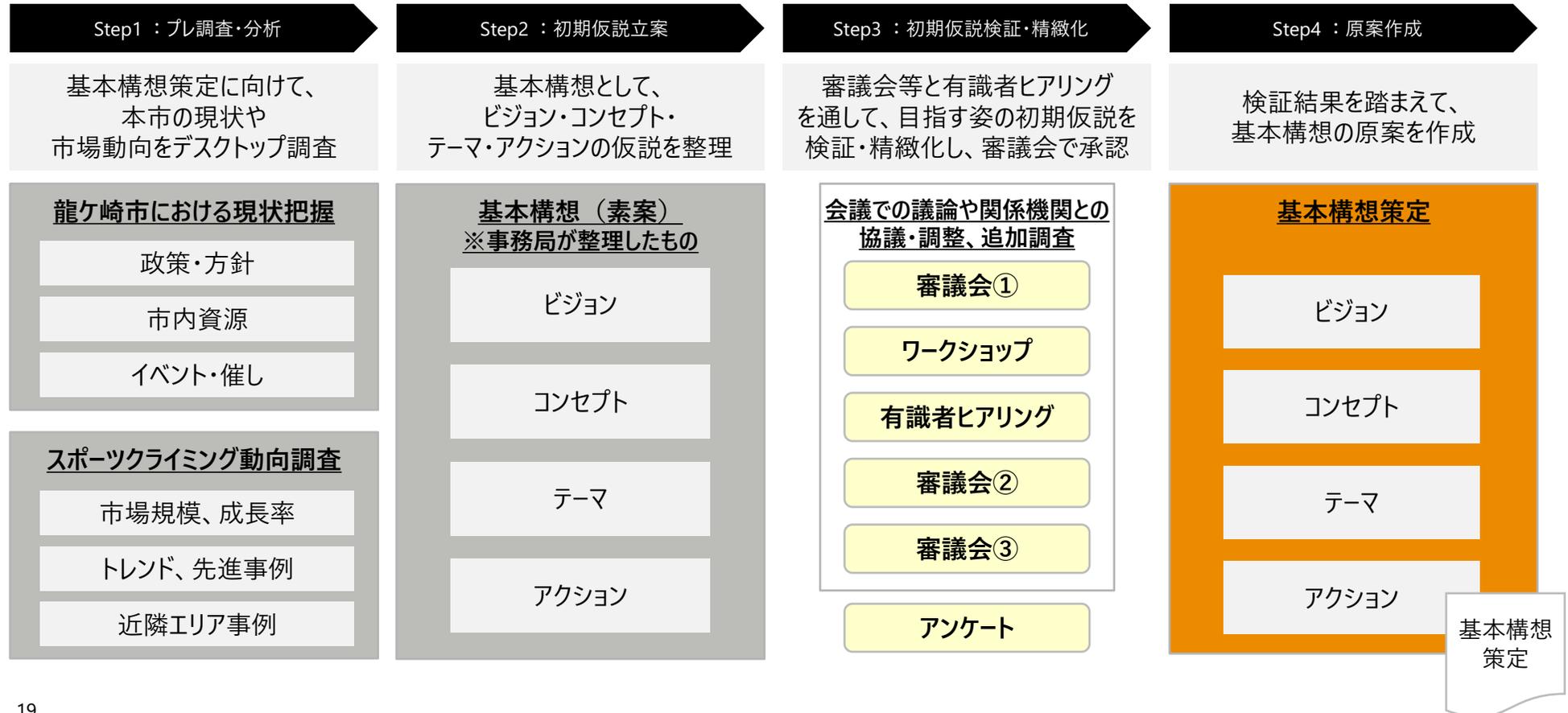


調査・分析結果から導出した目指す姿の仮説を基に、審議会やヒアリング等を通して基本構想の策定を行いました。

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、基本構想を作成していく。



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(自社：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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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
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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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種目がある。
- 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**
- 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。
- **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つとなった。

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**



(<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

- 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

IFSC クライミングワールドカップ

(IFSC Climbing World Cup)

- 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

IFSC 世界選手権

(IFSC World Championships)

- 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

ジャパンカップ

(JAPAN CUP)

- 日本山岳・スポーツクライミング協会 (JMCSA) 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

アマチュア

- 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

THE NORTH FACE CUP

- 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

全日本学生スポーツクライミング選手権大会

- 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

キッズクライミング大会

- 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

体験・愛好家

- 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

RED BULL CREEPERS

- 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

子ども向けの体験会

- 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

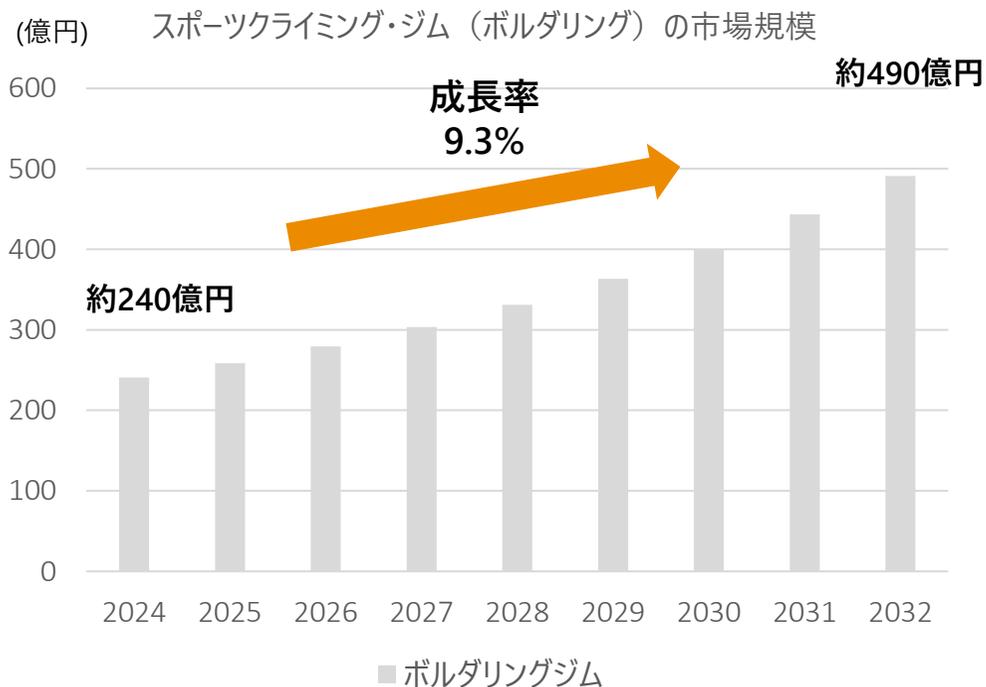
スポーツクライミングの国内市場規模は、2024年の約240億円から、成長率9.3%で拡大し、2032年には約490億円になることが見込まれ、成長市場であると予測されます。

※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
- 健康志向、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

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

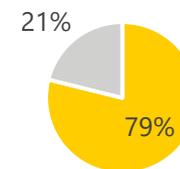
オリンピックにより認知が拡大。初心者から上級者まで幅広いクライマーに対応できる体験の機会が増加

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。

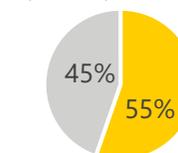
国内のクライミング市場の特徴

施設（内・外）の市場規模の割合（2024年） 推定値



■ 室内 ■ 室外

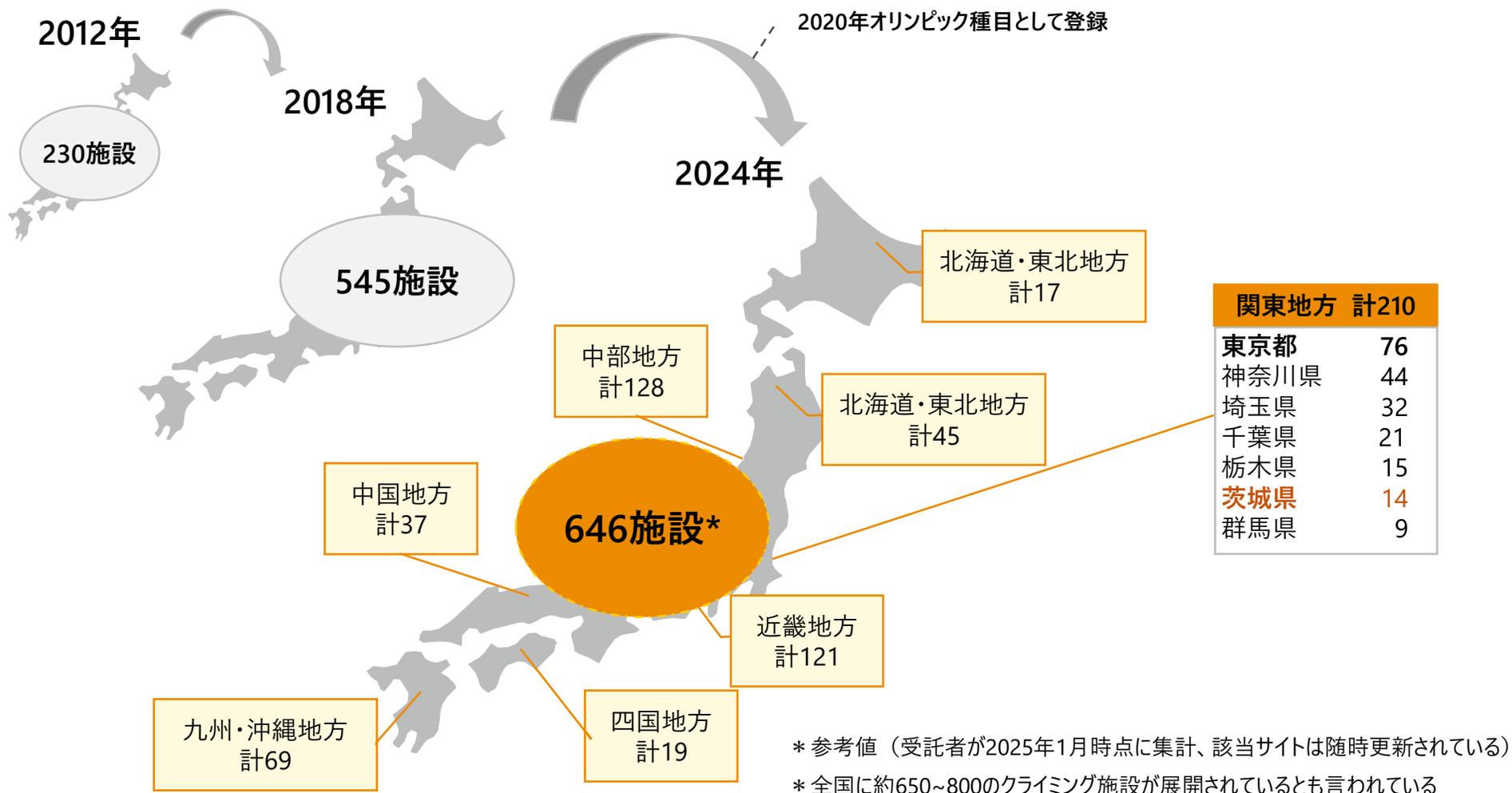
コース（初心者・経験者）の市場規模の割合（2024年） 推定値



■ 初心者 ■ 経験者

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**



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**

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**



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、ピアーニング**の機会に参加増加

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**



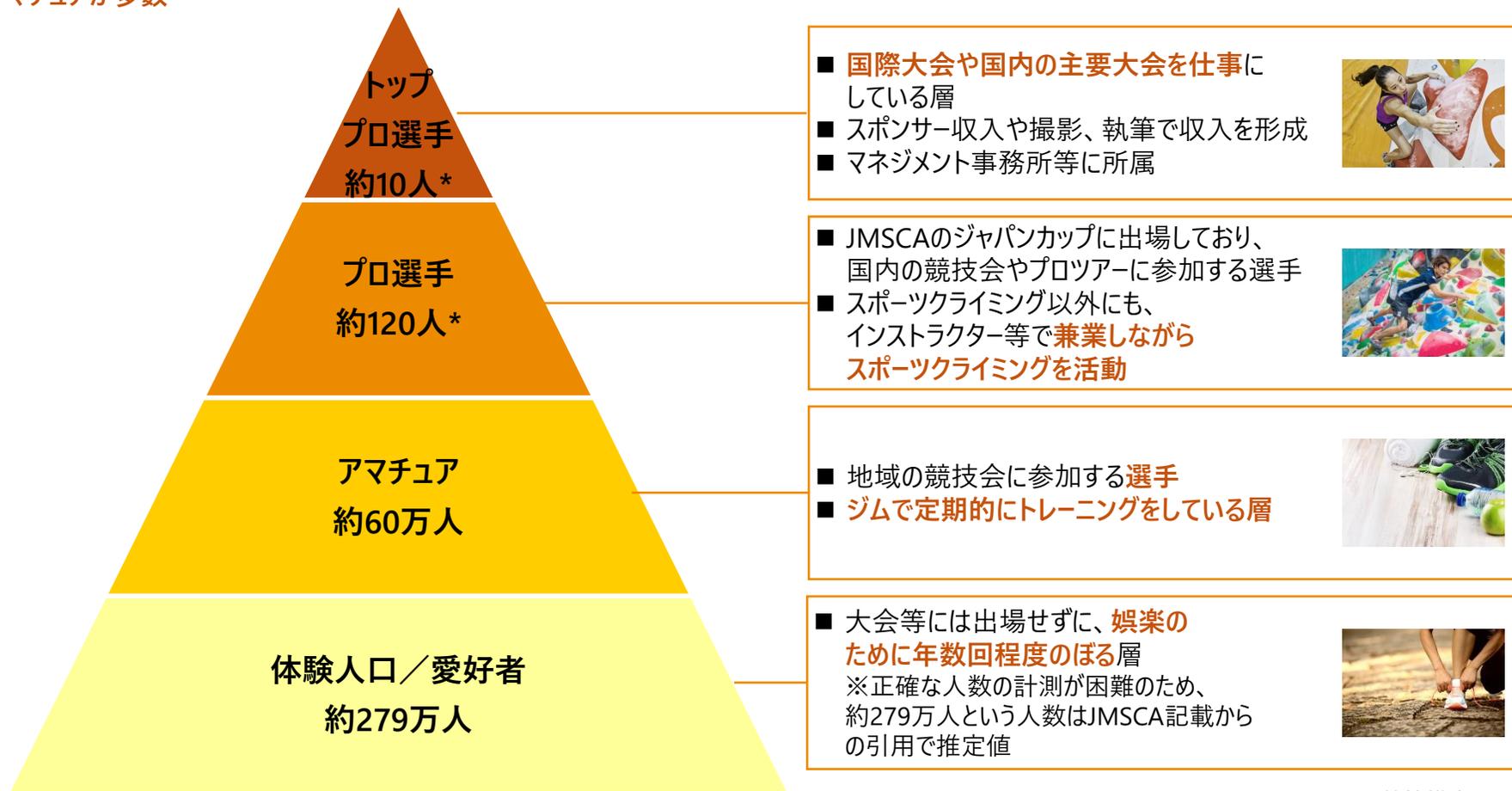
ライフスタイルのきっかけ

- 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**

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るが、専業で十分な収入が得られるプロのクライマーは10人程度です。

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つつ、かねてより**業界内では約279万人**と推定
- 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に過ぎず、**兼業のプロ選手やアマチュアが多数**



* 弊社推定

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

調査中

2

佐賀県
多久市

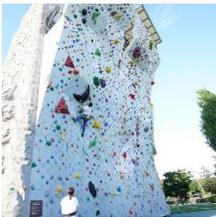


■ 施設名称
九州クライミングベース
SAGA

- 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	 <ul style="list-style-type: none">■ 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	<ul style="list-style-type: none">■ 「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を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	 <ul style="list-style-type: none">■ 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	<ul style="list-style-type: none">■ 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H30年度の12チームから、R5年度には57チームに増加
3 岩手県 紫波町	 <ul style="list-style-type: none">■ 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	<ul style="list-style-type: none">■ 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が立ち寄り、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コラボレーションすることで、スポーツライミングを活用した面的な取組創出につながります。

龍ヶ崎市におけるスポーツライミング×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

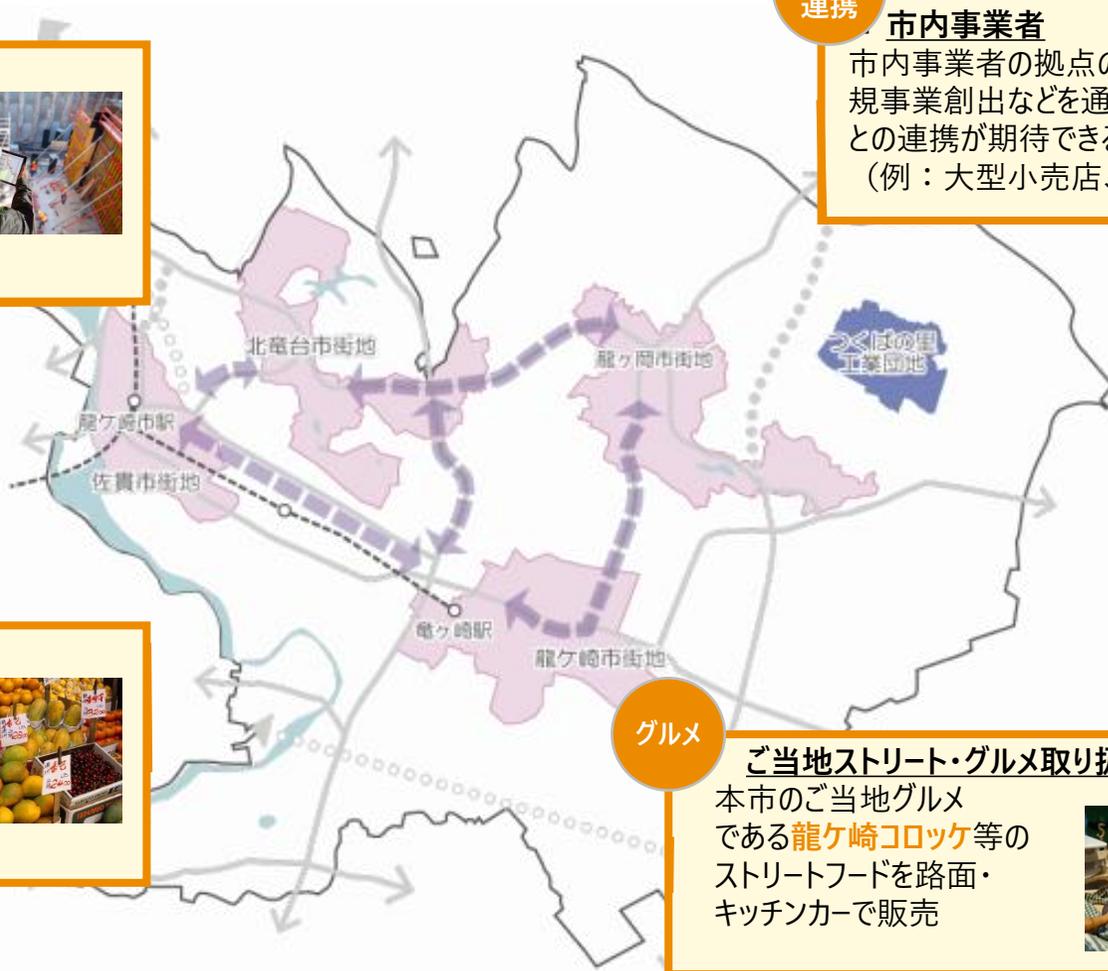


(例：市内の直売所)

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ケ等の
ストリートフードを路面・
キッチンカーで販売



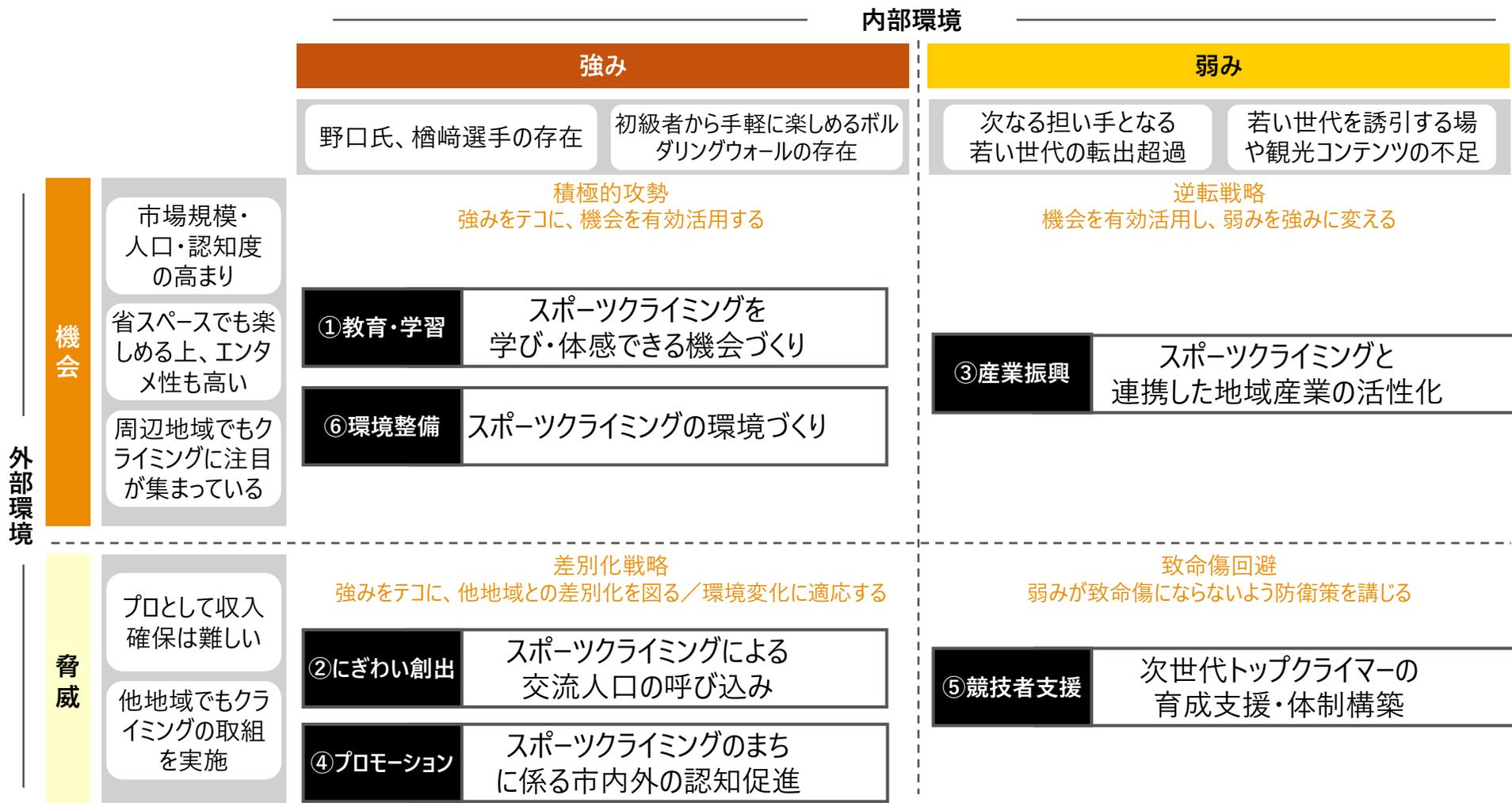
本市ではオリンピック等のトップアスリートが在住し、気軽に楽しめるスポーツライミング施設もあるが、課題である若者を誘因するコンテンツとして整っていないのが現状です。

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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 周辺地域におけるスポーツライミング施設の増加 機会 <ul style="list-style-type: none"> ・茨城県内（銚田市・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 <ul style="list-style-type: none"> ・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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」推進にむけた有識者ヒアリングとして、本市出身のスポーツライミングの第一人者である野口啓代氏に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

こ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・競技支援が必要である。

➤ 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。

➤ こども・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。
- ✓ キャリア教育等のこ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  <p>The diagram illustrates the implementation method for three themes. Each theme (テーマ①, ②, ③) is represented by a yellow box containing four circular icons. The first three icons are orange and represent '有識者・関係者' (Experts/Related Parties), while the fourth icon is white with an orange border and represents the '事務局' (Secretariat). Below the icons, the text '有識者・関係者' and '事務局' is written to identify the groups.</p>
主な論点	<ul style="list-style-type: none">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？

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

（のべ）1105人

調査媒体別集計結果

■ 龍ヶ崎市LINE

- 期間：2024年12月4日（水）-22日（日）
- 回答者数：805名
- 男性：391名、女性：387名、回答しない：27名
 - 10歳未満：4名、10代：12名、20代：23名、30代：86名、40代：163名、50代：159名、60代：190名、70代以上：151名、回答しない：17名

■ 楽天インサイト

- 期間：2024年12月4日（水）-11日（水）
- 回答者数：300名
 - 男性：95名、女性：205名
 - 10代：3名、20代：4名、30代：24名、40代：64名、50代：86名、60代：71名、70代以上：48名

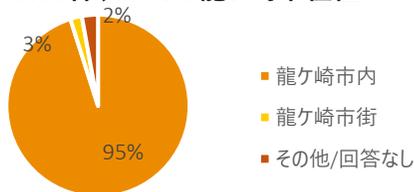
子どもへの機会提供と、オリンピックと連携した大会誘致等による市のPRに期待する声が多く集まりました。

調査概要
 ■ 期間：2024年12月4日(水)～12月22日(日)
 ■ 対象：龍ヶ崎市内在住の市民
 ■ 総回答数：(のべ) 1105人

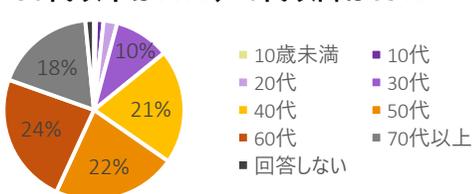
アンケート結果

回答者属性

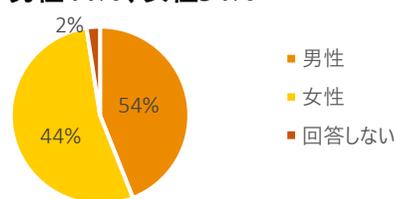
■ 総数：1105件、95%は龍ヶ崎市在住



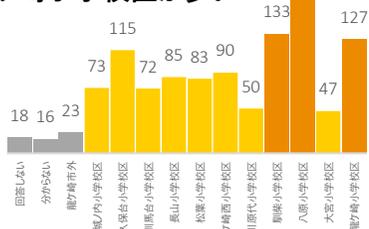
■ 年齢：30代以下は14%、40代以降は85%



■ 性別：男性44%、女性54%



■ 居住地：八原小学校区、馴染小学校区、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	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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 2. 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 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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。 2. 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	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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 2. プレイヤーや関係者だけでなく、無関心層も楽しめる工夫 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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。 2. 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	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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 2. 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 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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・飲食等周辺に関連産業の発展にも寄与することが可能 2. 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	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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 2. 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 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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。 2. 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	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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。 2. 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	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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 2. 事業推進に必要な資金の確保 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 練習・大会が可能な環境整備（常設・仮設）が必要な状況 2. 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 3. 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
(ヒアリング・ワークショップより抽出されたあるべき姿の代表的な意見)

「自ら考え、行動する」から
生まれる「協働」のまちづくり

Creation

笑顔が続く 幸せが続く
住み続けたいまち 龍ヶ崎
そんなまちを みんなで創るために
始めよう そして 動き出そう
一人ひとりの Creation

市民に信頼される「納得性」
の高いまちづくり

時代の変化に対応した
「住みよい」まちづくり

+

機能的価値

大規模な大会が
開催されている。

龍ヶ崎市に
トップアスリートがいる。

様々な場所でスポーツ
ライミングに触れられる環境
がある。

心理的価値

スポーツライミングを
身近に感じる。

スポーツライミングに
誇りを持っている。

スポーツライミングでにぎわい
やつながりが生まれている。

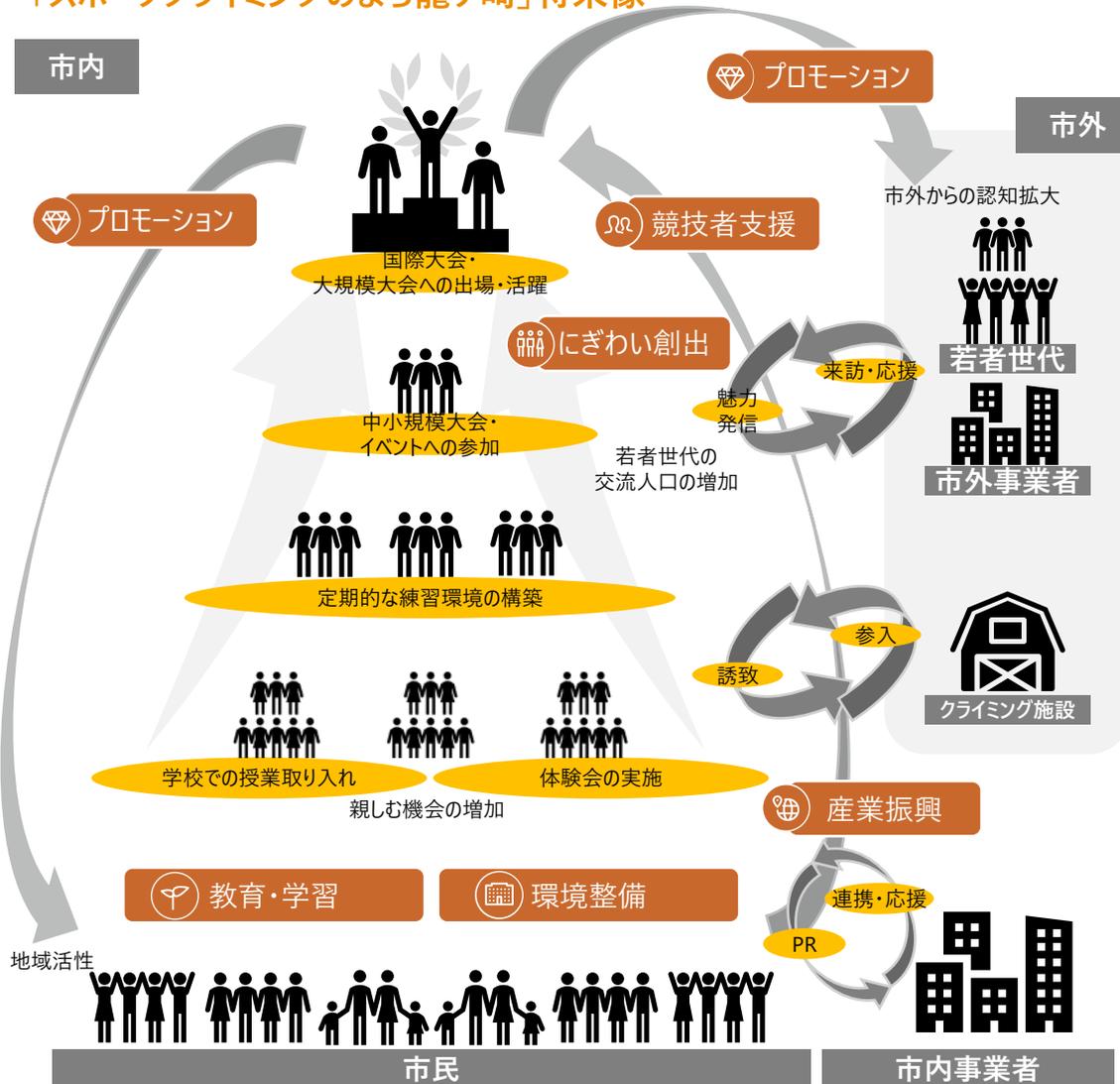
「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」のビジョン

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

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がっていきます。

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、交流人口の獲得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ケ崎」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ケ崎へ

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ケ崎」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拡大や、自発的に魅力が発信される取組を推進します。

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

取組意欲が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、親しみを感じる機会を創出します。

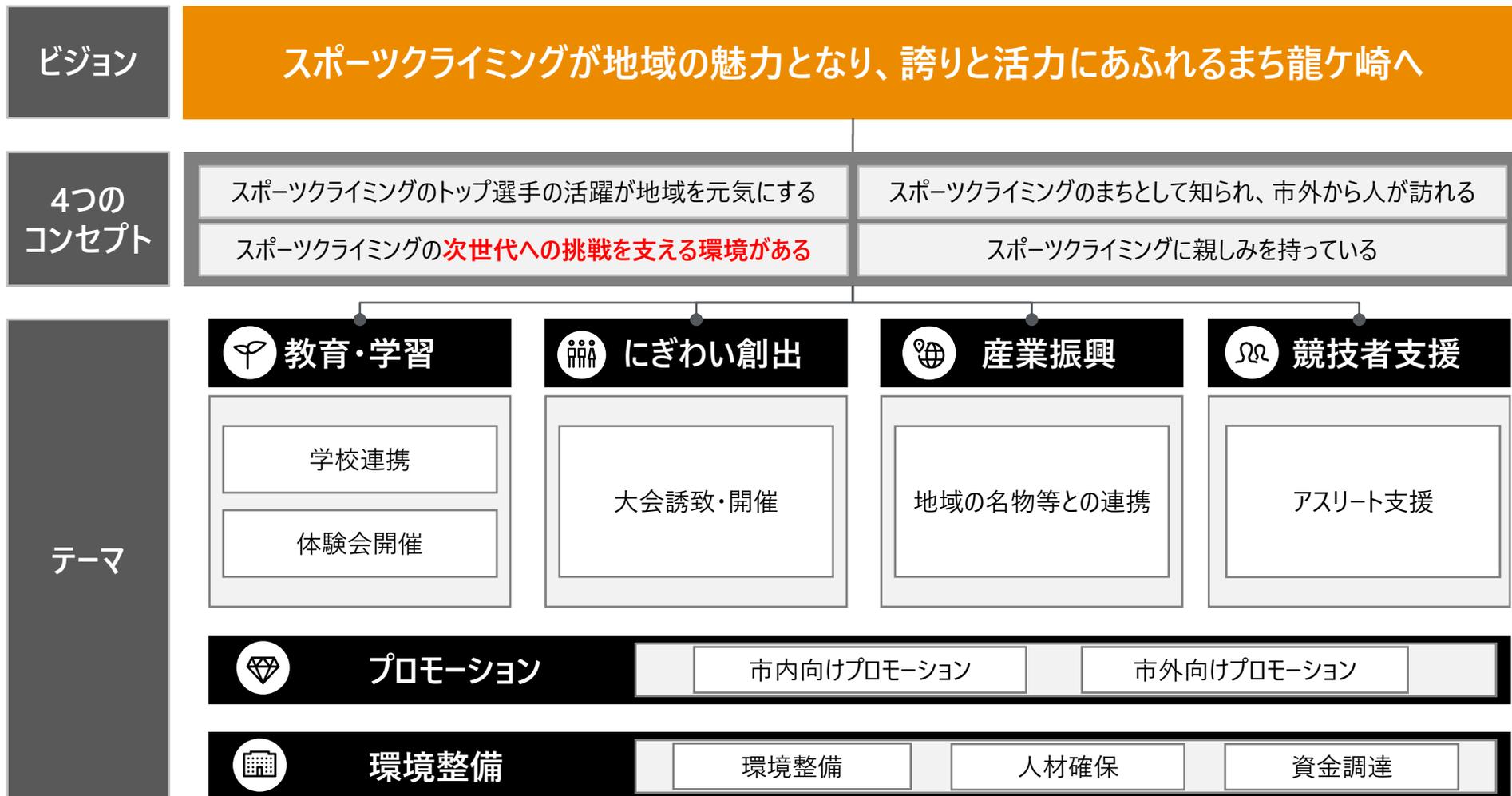
4. 「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」の目指す姿

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 (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におけるスポーツライミング体験会の開催	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 による無関心層の取り込み	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ちなんだ商品開発の後押し	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	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」及び本市の魅力を市外に向けてプロモーションするためのコンテンツ作成・発信	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クライマーを対象とした資金・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	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」に必要な環境の整備の実現に向けた検討及び 本市におけるスポーツライミング関連事業の推進主体の設立に向けた検討	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	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の整理及び活用	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・学習の機会を創出、定期的な練習機会の整備を通じて普及促進を図るとともに、次世代を担う若者世代の挑戦を後押しします。

アクション【1】学校連携

施策概要	<ul style="list-style-type: none"> 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(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	<ul style="list-style-type: none"> スポーツライミングの普及促進及び競技意欲の創出、多様なスポーツ体験の提供 高いレベルへの挑戦意欲を持つ子どもの活動機会の創出 	<ul style="list-style-type: none"> 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る。 取組意欲が高い子どもが定期的に練習できる環境を整備する <p><実施内容案></p> <p>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する。</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 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 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="1079 694 1483 1022" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center;">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</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div> <p style="text-align: center;">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</p> </div> <div data-bbox="1524 694 1976 1022" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center;">②定期的に練習可能な機会の創出</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div> <p style="text-align: center;">場所の確保 実行体制スキームの検討 指導人員の確保</p> </div> </div>	
関係者と役割	<ul style="list-style-type: none"> 龍ヶ崎市 教育機関等との連携施策検討・調整 教育委員会・小中学校 年間を通じた体験、学習機会の設計及び体験場所の検討 スポーツライミング団体・選手 学校での体験会の運営、練習会の実施、キャリア教育等での講師 指定管理者 たつのごアリーナでの体験会受入 	収益・コスト <ul style="list-style-type: none"> コスト：体験会開催費、指導者・キャリア教育講師等費 	
次年度以降取り組む内容	<ul style="list-style-type: none"> 教育機関におけるスポーツライミング体験やキャリア教育の授業等への機会創出 スポーツライミング体験場所の確保に向けた検討(ハード設置/アリーナ訪問) 体験指導人材・キャリア教育人材の確保 定期的に練習が可能となる場所の検討 施設保有自治体や民間ジムとの連携検討 		

スポーツライミングの普及促進・興味喚起を目指して、幅広い年代が集まる場を活用したスポーツライミングの体験機会を提供します。

アクション【2】体験会開催

<p>施策概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> 幅広い年代が集まる市内のイベントやにぎわいの場におけるスポーツライミング体験会の開催 	<p>施策イメージ</p>	
<p>目的</p>	<ul style="list-style-type: none"> スポーツライミングの普及促進及び興味喚起 スポーツライミングに対する関心度の向上 	<ul style="list-style-type: none"> 市民を対象とした、市内集客施設・スペース等での体験会開催 < 連携先施設・スペース（案） > <ul style="list-style-type: none"> 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 	
<p>関係者と役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> 龍ヶ崎市 連携候補イベントの整理・調整 スポーツライミング関係者 体験会ブースの企画・運営 商工会・観光物産協会 連携候補イベントの助言・連携 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 	<ul style="list-style-type: none"> 市内外から人が集まる大規模イベントにおけるスポーツライミング体験会の開催 < 連携先イベント（案） > <ul style="list-style-type: none"> いがっぺ市 桜まつり まいんバザール たつのこマルシェ 	 
<p>次年度以降取り組む内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> 体験会の開催が可能な既存イベントや場所の整理 体験会実施に向けた関係者との連携・調整 既存イベントと連携した体験会の開催 		
		<p>収益・コスト</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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

<p>施策概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> 大規模大会（World Cup、JAPAN CUP等）や市民が出席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による無関心層の取り込み 	<p>施策イメージ</p>	
<p>目的</p>	<ul style="list-style-type: none"> 「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により交流人口の拡大と地域経済の活性化及び無関心層の巻き込みを図る 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「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・開催する。 < 誘致大会例 > <ul style="list-style-type: none"> ● 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・イベントを開催する。 (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の取り込みを図る。 (例：いがっぺ市・まいんパザール・たつこのマルシェ、つくばね祭など) 	
<p>関係者と役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> 龍ヶ崎市 大会コンセプトの検討、大会誘致・開催取りまとめ・関係者調整、市内機運の醸成/ボランティアの確保 商工会・観光物産協会 事業者との連携、協力 イベント事業者・スポーツライミング関係団体 大会誘致、開催運営、選手の募集 PR事業者 大会、にぎわいのプロモーション 近隣自治体 イベント開催にかかるプロモーション連携 		
<p>次年度以降取り組む内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> 大会開催に向けたコンセプト設計 大会誘致費用の精査及び開催実現に向けた資金調達 誘致の実現に向けた競技団体等との調整 会場及び体制の整備・構築 市内にぎわいイベントとの連携・調整 	<p>収益・コスト</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 収益： 参加費・協賛費 ● コスト： 大会誘致・開催費 	

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」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

<p>施策概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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ちなんだ商品開発の後押し 	<p>施策イメージ</p>	
<p>目的</p>	<ul style="list-style-type: none"> スポーツライミングを活用して、地域産業の振興を図る 	<ul style="list-style-type: none"> ■ スポーツライミングと市の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、スポーツライミングとコラボした商品等の開発を促進する。 <「スポーツ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> <ul style="list-style-type: none"> 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 <スポーツライミングを活用した新たな取組による産業振興例> <ul style="list-style-type: none"> スポーツ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ライミングコラボメニューの開発 スポーツライミングと関連した商品開発の促進 「スポーツ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 	
<p>関係者と役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> 龍ヶ崎市 新規事業・取組立ち上げ支援 商工会・観光物産協会 市内事業者のニーズ把握協力 市内事業者 スポーツライミングを活用した商品開発等の立ち上げ・展開 	<p>収益・コスト</p> <ul style="list-style-type: none"> ・収益： 新規事業に関連する売り上げ ・コスト： 支援金、プロモーション費用 	
<p>次年度以降 取り組む内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> <人材連携> <ul style="list-style-type: none"> ・ 商工会等、地域事業者との連携 ・ 市内事業者への就業に関心があるスポーツ関連人材の確保 <新規事業開発> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業開発意向の醸成 ・ 商品等の開発に要する助成・支援内容の検討・構築 		

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」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

<p>施策概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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 	<p>施策イメージ</p>
<p>目的</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・市内の「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の認知度向上及び興味喚起 	
<p>関係者と役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・龍ヶ崎市 コンテンツ開発及びブランディングに関する方針検討・実施 ・コンテンツ作成事業者 コンテンツのデザイン、作成 ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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する。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 名刺や特産品パッケージ等に掲載可能なロゴデザインの作成 ・ パナーのぼりの作成 ・ マスコットキャラクターの活用 ■ 市内の媒体を活用した「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の露出を増加させる。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 商業施設や事業者と連携し、ポスター・音声・映像等を活用した「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」のPR ・ 駅や市役所等人目のつくところにスポーツライミングを連想するアートやオブジェを設置 ・ 広報誌や民間の広報媒体による記事発信・情報発信 ・ 民間事業者による「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」コンテンツの活用促進
<p>次年度以降取り組む内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 基本構想に基づいたプロモーション方針(費用対効果・実現性を踏まえた優先順位付け等)の策定 ・ 市内ニーズや活用方法を踏まえた、必要性の高いコンテンツの検討・作成 ・ 各種コンテンツ作成者の候補選定（龍ヶ崎市に縁のある人物・組織等） ・ 作成コンテンツの掲載・配架場所検討及び配架に係る協力依頼 	<p>収益・コスト</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ コスト：デザイン費、作成費



市外に向けて「スポーツライミングのまち」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

<p>施策概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> 「スポーツライミングのまち」及び本市の魅力在市外へPRするためのコンテンツ作成・発信 	<p>施策イメージ</p>	
<p>目的</p>	<ul style="list-style-type: none"> 「スポーツライミングのまち」としての市外からの認知拡大 スポーツライミングをきっかけとした市の魅力発信 	<p>■ 若者世代に訴求するプロモーション案①～⑤を参考に実施内容を検討する。</p> <p><プロモーション案></p> <ol style="list-style-type: none"> ① トップ選手らによる、市やクライミングのプロモーションビデオの作成・発信 ② スポーツライミングのまち龍ヶ崎基本構想の内容をPR媒体等で発信 ③ SNSによる「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」コンテンツの発信 ④ プロスポーツ（鹿島アントラーズ等）と連携した発信 ⑤ 観光資源や交通機関等地域事業者と連携した発信 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div data-bbox="1052 718 1353 989" style="border: 1px solid gray; border-radius: 15px; padding: 10px; text-align: center;"> <p>PV</p>  <p>市内外の若者が自発的に拡散したくなるPRコンテンツ作成</p> </div> <div data-bbox="1363 718 1663 989" style="border: 1px solid gray; border-radius: 15px; padding: 10px; text-align: center;"> <p>SNS</p>  <p>各種SNS媒体で情報発信（トップ選手にも協力）</p> </div> <div data-bbox="1674 718 1974 989" style="border: 1px solid gray; border-radius: 15px; padding: 10px; text-align: center;"> <p>リアルの場</p>  <p>龍ヶ崎市内外の関係者/関係企業とコラボしたPR</p> </div> </div>	
<p>関係者と役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> 龍ヶ崎市 コンテンツ開発及びブランディングに関する方針検討・実施 コンテンツ作成事業者 コンテンツのデザイン、作成、発信 商工会・観光物産協会・青年会議所 コンテンツの作成連携及び市外PRに適した手法の検討、助言 市内事業者・スポーツライミング団体 コンテンツの作成協力 	<p>収益・コスト コスト：プロモーションコンテンツ作成・発信費用</p>	
<p>次年度以降取り組む内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> 基本構想に基づいたプロモーション方針の策定 市外ニーズや活用方法を踏まえた、必要性の高いコンテンツの検討・作成 各種PRコンテンツの作成者・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 		

市内トップ選手や次世代クライマーを応援する仕組みを作り、アスリートへ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	<ul style="list-style-type: none"> ・トップ選手や次世代クライマーを対象とした資金・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 	施策イメージ
目的	<ul style="list-style-type: none"> ・トップ選手の郷土愛の醸成や市外からの移住の促進及び関係者の本事業への連携・協力意向の醸成を図る。 	
関係者と役割	<ul style="list-style-type: none"> ・龍ヶ崎市 本アクションに関する方針検討、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団体 選手又はスポーツ関連人材へのアプローチ・選定基準への助言 ・民間事業者 就業等援助、企業版ふるさと納税、寄附等の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 市内のトップ選手や次世代アスリートを、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を市内に循環させる。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 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る。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 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う。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 移住補助金・雇用の確保等 <p><アスリート支援スキーム(案)></p>
次年度以降 取り組む内容	<ul style="list-style-type: none"> ・トップスポーツクライミングアスリートのニーズ調査 ・民間事業者の協力確保 ・支援スキーム構築に係る体制・財源の確保 ・移住に係る支援メニューの整理・検討 	収益・コスト <ul style="list-style-type: none"> ・収益：企業版ふるさと納税・協賛金等 ・コスト：支援助成金

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」として、スポーツライミングに親しみを持つことができ、選手の育成に資する拠点の整備に向けた誘致や支援策及び実現方策の検討を行います。

アクション【8】スポーツライミング環境整備

<p>施策概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> 「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」に必要な環境の整備の実現に向けた検討及び本市におけるスポーツライミング関連事業の推進主体の設立に向けた検討 	<p>施策イメージ</p>
<p>目的</p>	<ul style="list-style-type: none"> スポーツライミングの普及やトップ選手の輩出及び次世代クライマーの育成に資する拠点の確保 	<ul style="list-style-type: none"> 市民がスポーツ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う。 (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ライミング関連事業の推進主体の設立に向けた検討・支援を行う。((仮称)龍ヶ崎市クライミング協会の設立等) スポーツライミングの普及及び選手育成に資する環境の整備について、公設・民設双方の実現可能性を踏まえた検討を行う。 (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) <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;"> <p>< 求められる環境 ></p> <p>スポーツライミングに親しむ環境</p> <p>スポーツライミングの練習ができる環境</p> <p>スポーツライミングの大規模大会ができる環境</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>< 取組の方向性 ></p> <p>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の検討</p> <p>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・助成等の支援の検討</p> <p>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・助成等の支援の検討</p> </div> </div> <p style="font-size: small; margin-top: 10px;">現状施設なし</p>
<p>関係者と役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> 龍ヶ崎市 拠点施設の検討、整備手法、補助制度の調査、庁内調整、公園等への遊具設置に向けた協議、検討、財源確保 民間事業者 環境整備に向けたビジネスモデル検討、資金調達 	<p>収益・コスト</p> <ul style="list-style-type: none"> 収益： 施設利用料 コスト： 施設建設費、維持管理運営費
<p>次年度以降取り組む内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> 新規拠点整備に向けた検討・調整(公園や学校への設置) 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、企業との連携・調整 等) 補助メニュー等の財源確保策の検討 	

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

<p>施策概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<p style="text-align: center;">施策イメージ</p>
<p>目的</p>	<ul style="list-style-type: none"> 「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」事業の推進に係る人材を確保する 	
<p>関係者と役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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 地域おこし協力隊員の確保に向けた協力 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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する。 <p>< 求められる人材イメージ > スポーツライミングのまちを推進する上で以下要素を持つ人材が求められる。</p> <ol style="list-style-type: none"> 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
<p>次年度以降 取り組む内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> 人材受け入れに係る調整実施 募集要件を整理し、日本山岳・スポーツライミング協会をはじめとする関係団体と連携し、人材を選定 受け入れ後の業務及び連携する関係者の抽出・合意形成 	<p>収益・コスト</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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資金の確保を目指します。

アクション【10】資金調達

施策概要	<ul style="list-style-type: none"> 「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の整理及び活用 	施策イメージ			
目的	<ul style="list-style-type: none"> 「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」事業の推進に係る資金の調達 	<p>■ 「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する。</p> <p>< 事業全般 ></p> <ul style="list-style-type: none"> 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 <p>< 大会誘致 ></p> <p>大規模大会（ワールドカップ・ジャパンカップ等）</p> <ul style="list-style-type: none"> 企業協賛金・助成金 等 参加料・観戦入場チケット 等 <p>中・小規模大会（例：ユース大会・市民大会等）</p> <ul style="list-style-type: none"> 協賛金、寄付金、参加料 等 <p>< 環境整備 ></p> <ul style="list-style-type: none"> 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 			
関係者と役割	<ul style="list-style-type: none"> 龍ヶ崎市 協力企業の抽出・調整、寄附等メニューの検討、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、寄付等の実施 	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #8B4513; color: white; text-align: center;">収益・コスト</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 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 </td> </tr> </table>		収益・コスト	<ul style="list-style-type: none"> 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
収益・コスト	<ul style="list-style-type: none"> 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 				
次年度以降取り組む内容	<ul style="list-style-type: none"> 事業推進に係る資金調達(補助金・助成金等)の整理・調整・申請 協力企業のPR手法の検討 				

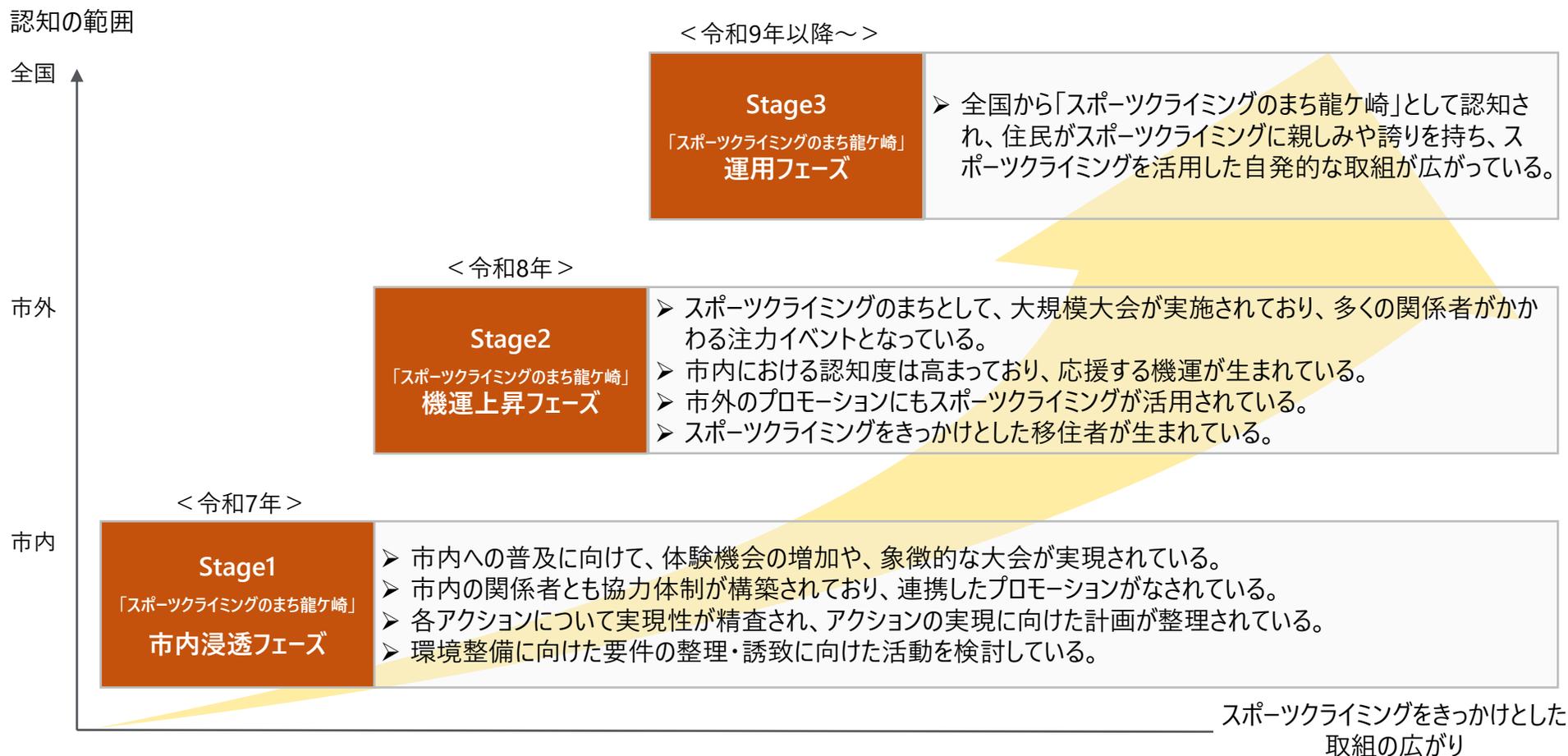
6.ロードマップ

6-1.展望

6-2.計画

スポーツライミングに親しむ仕掛けや環境が整い、次世代を目指す選手等を応援する機運が生まれ、全国から「スポーツライミングのまち龍ケ崎」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ケ崎」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

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
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

參考資料

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、取組の進捗を確認することが重要です。

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(授業導入・キャリア教育・ウォール設置・定期的な練習会等)	<ul style="list-style-type: none"> 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におけるスポーツライミング体験会の開催	<ul style="list-style-type: none"> 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による無関心層の取り込み	<ul style="list-style-type: none"> 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ちなんだ商品開発の後押し	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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」及び本市の魅力を市外に向けてプロモーションするためのコンテンツ作成・発信	<ul style="list-style-type: none"> 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クライマーを対象とした資金・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	<ul style="list-style-type: none"> 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」に必要な環境の整備の実現に向けた検討及び本市におけるスポーツライミング関連事業の推進主体の設立に向けた検討	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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の整理及び活用	<ul style="list-style-type: none"> 資金調達額(補助金獲得額・寄付額等) 活動収益額

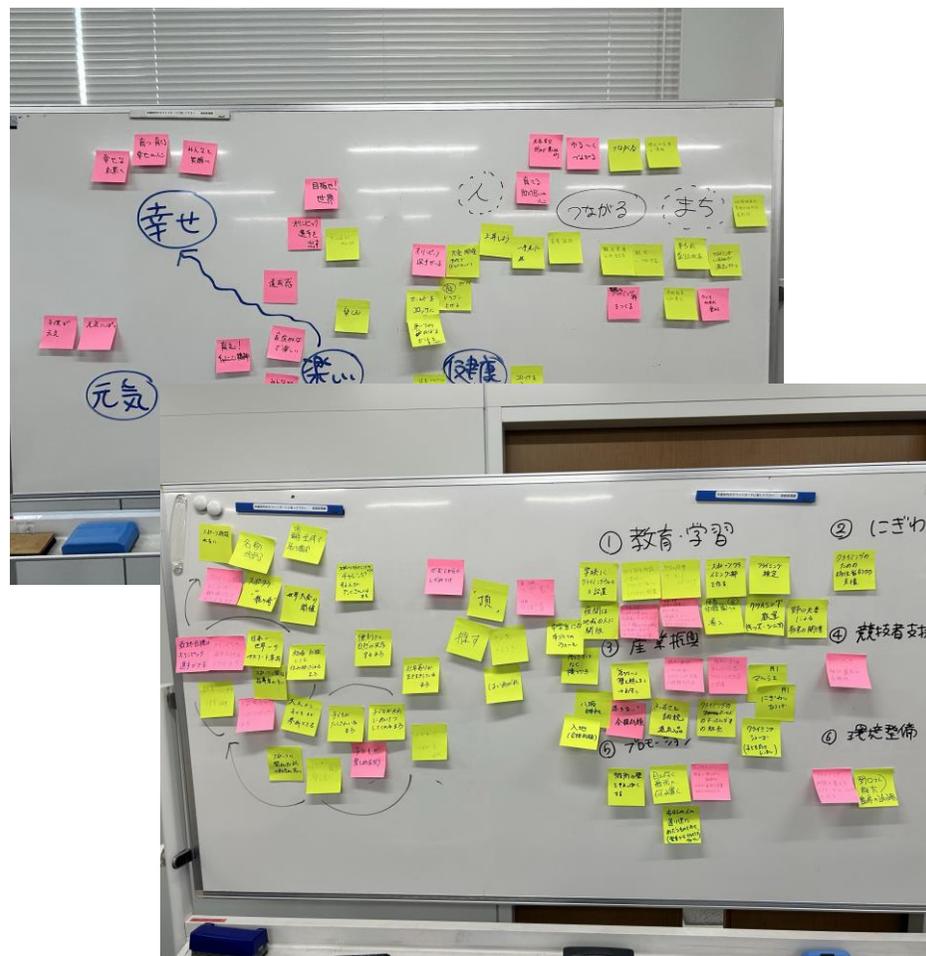
2日間で22名の方に参加いただき、「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」のビジョンの検討と、ビジョンの実現に向けたアクション案として約80個のアイデアを導出しました。

ワークショップの様子

－ワークショップの様子－



－「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の取組アイデア－



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係するもの（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

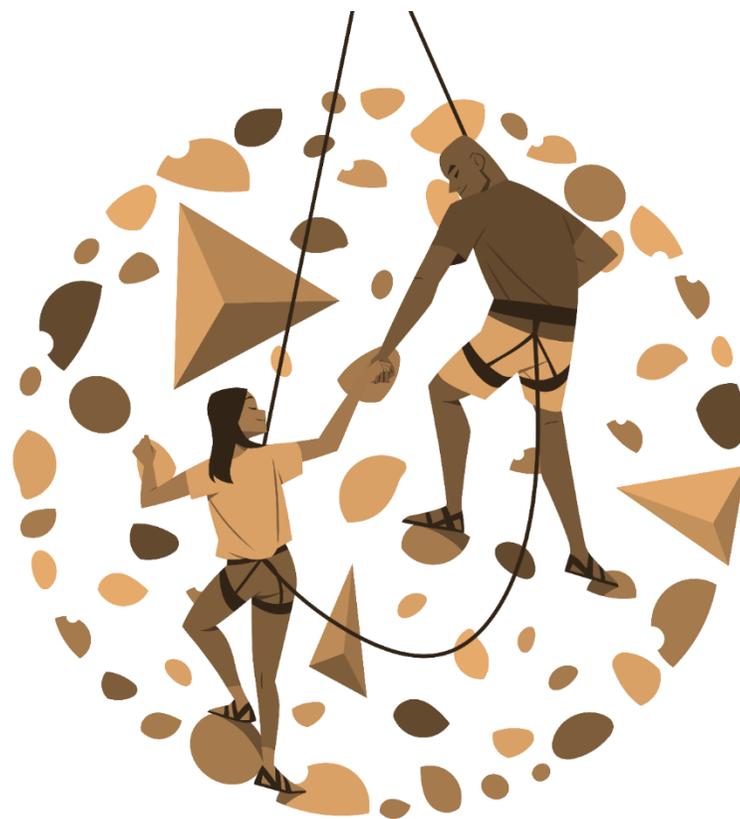
⑥環境整備

スポーツクライミング環境

- 学校体育館にウォール設置
- 龍ヶ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



「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」に関するアンケート結果

龍ヶ崎市健康スポーツ部スポーツ推進課

本調査は「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、龍ヶ崎市LINE及び楽天インサイトを用いたアンケートを実施

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

（のべ）1105人

調査媒体別集計結果

■ 龍ヶ崎市LINE

- 期間：2024年12月4日（水）-22日（日）
- 回答者数：805名
- 男性：391名、女性：387名、回答しない：27名
 - 10歳未満：4名、10代：12名、20代：23名、30代：86名、40代：163名、50代：159名、60代：190名、70代以上：151名、回答しない：17名

■ 楽天インサイト

- 期間：2024年12月4日（水）-11日（水）
- 回答者数：300名
 - 男性：95名、女性：205名
 - 10代：3名、20代：4名、30代：24名、40代：64名、50代：86名、60代：71名、70代以上：48名

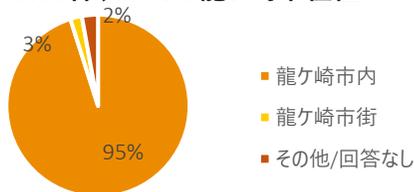
賛成意見が84%と大多数であり、子どもへの機会提供とオリンピックと連携した大会誘致等による龍ヶ崎市のPRに期待する声が多く集まった

調査概要
 ■ 期間：2024年12月4日(水)~12月22日(日)
 ■ 対象：龍ヶ崎市内在住の市民
 ■ 総回答数：(のべ) 1105人

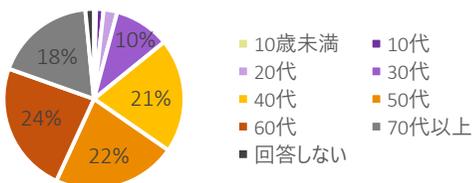
アンケート結果

回答者属性

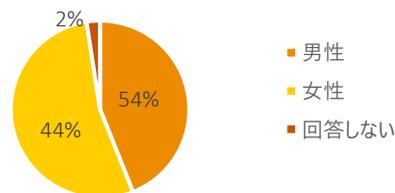
■ 総数：1105件、95%は龍ヶ崎市在住



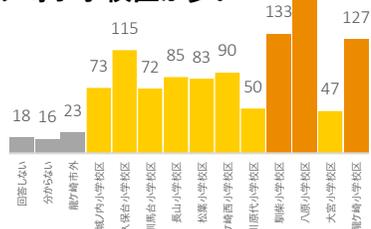
■ 年齢：30代以下は14%、40代以降は84%



■ 性別：男性44%、女性54%



■ 居住地：八原小学校区、馴染小学校区、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. 本取組みを知っていますか？関わってみたいですか？

今後、取組みに
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）

➤ 賛成意見が84%で、オリンピックと連携した大会やイベント開催、龍ヶ崎市の独自性のPR、子どもたちに夢や目標を与える等の取り組みを継続することでまちの活性化に期待

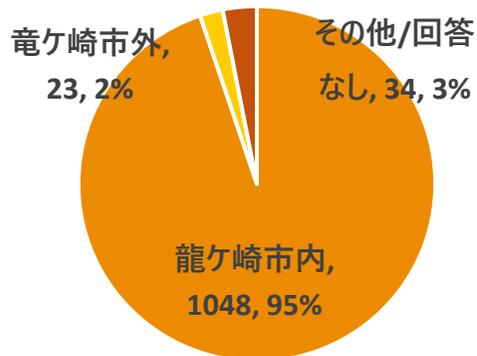
回答者の95%が龍ヶ崎市在住であり、年齢は40代以降が大半を占め、男女比は若干女性が多い傾向であった

回答者属性（性別、年齢、居住地）

n=1105

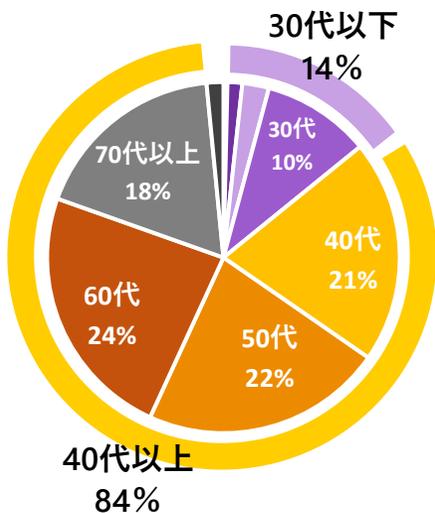
総数

回答者総数は1105件、その内95%の1048人は龍ヶ崎市在住



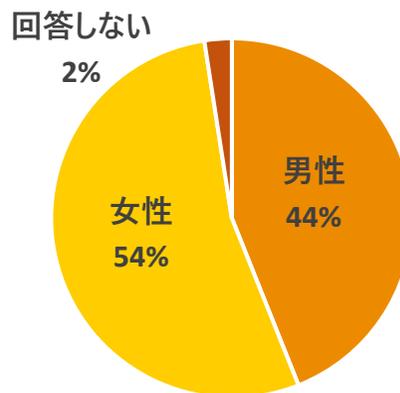
年齢

30代以下の回答者は14%、40代以降の回答者が84%を占める（未回答2%）



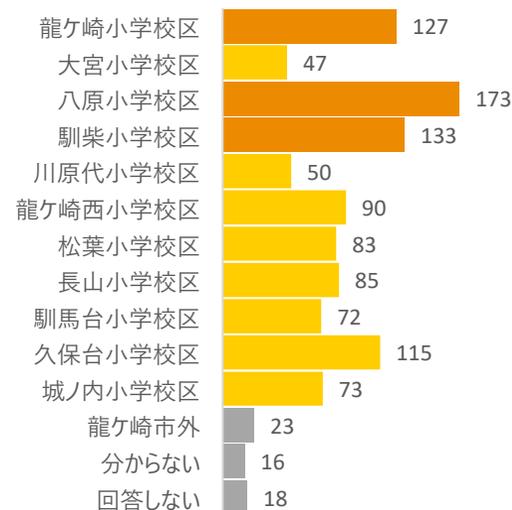
性別

男性44%、女性54%と女性の回答者がやや多い



居住地

居住地は八原小学校区、馴柴小学校区、龍ヶ崎小学校区が多い

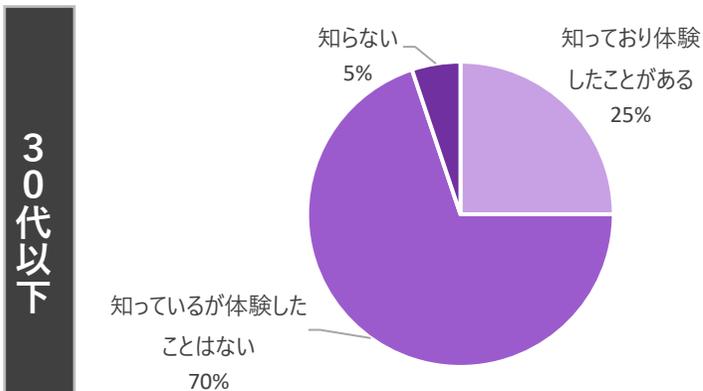
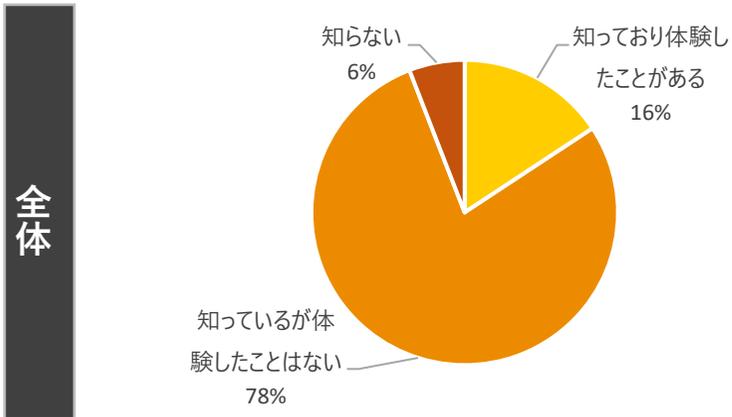


スポーツライミングの認知度は非常に高いが体験をしたことがある人は1-2割に留まっている。 若い世代ほど体験に対する興味・関心は高い

n=1105 (30代以下=156)

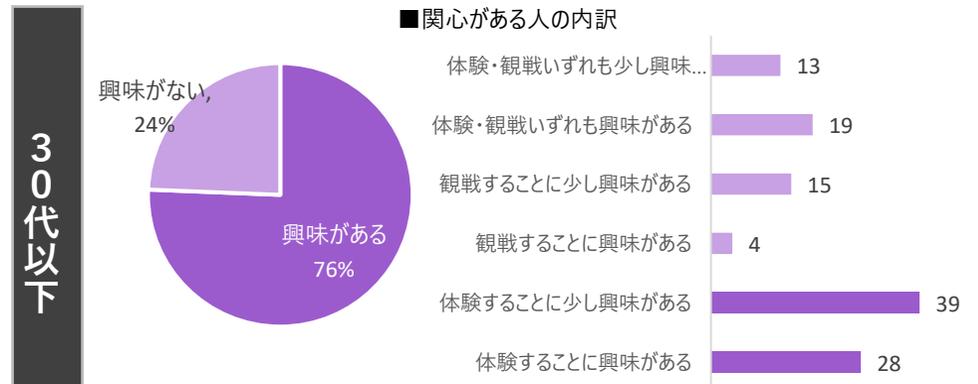
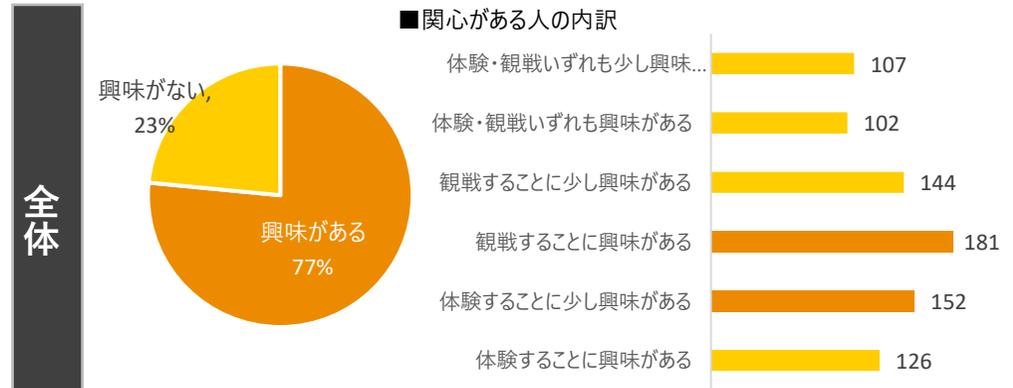
Q1.スポーツライミングを知っていますか？体験は？

スポーツライミングを「体験したことがない」を回答した人が7割以上だが、30代以下では体験したことがある割合が増加



Q2.スポーツライミングに興味・関心はありますか？

77%がスポーツライミングの体験及び観戦のどちらかに興味があり、30代以下ではより体験に興味・関心が高い

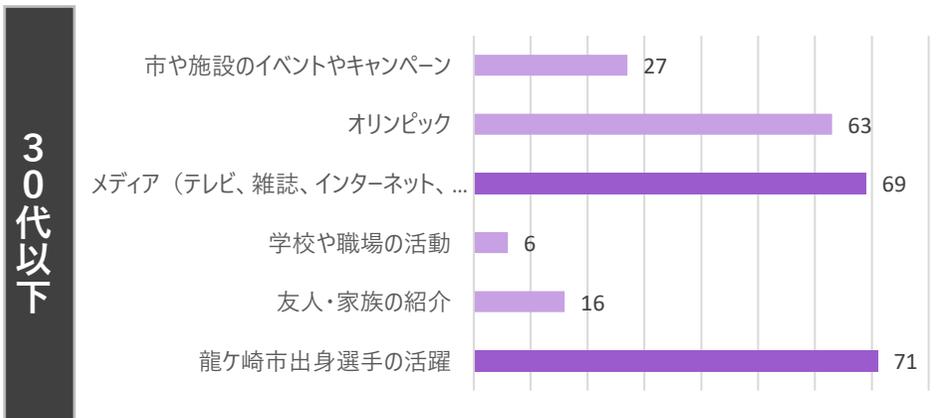
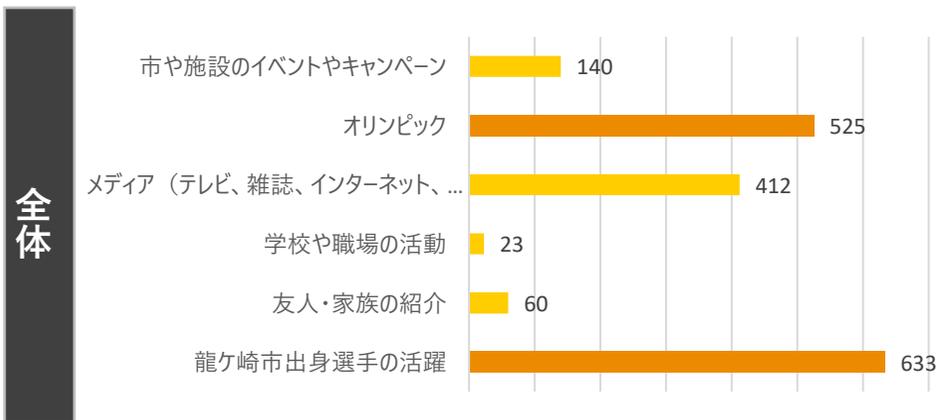


スポーツライミングを知ったきっかけとして、龍ヶ崎市在住のトップアスリートとオリンピックの影響は大きい。また印象として楽しそうであったり親しみがある一方難しそうという声もある

n=1105 (30代以下=156)

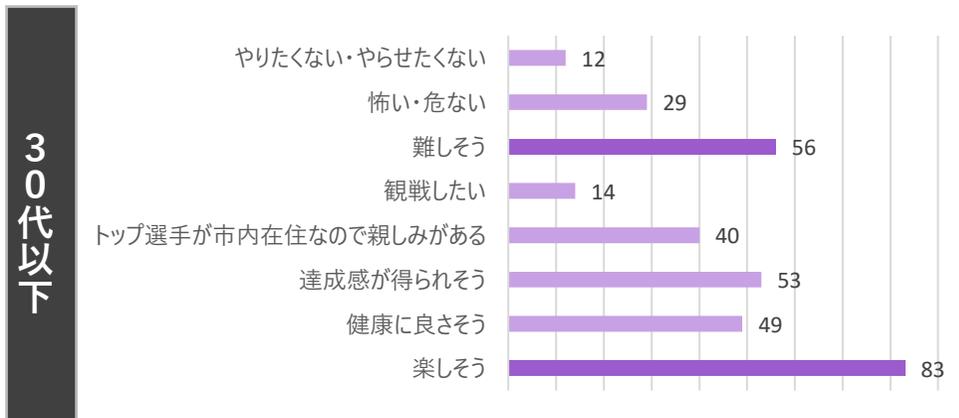
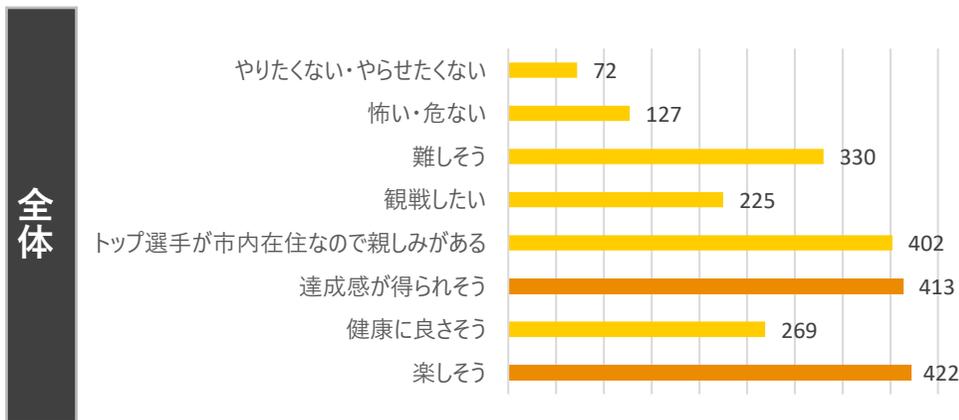
Q3.スポーツライミングを知ったきっかけは？

スポーツライミングを知ったきっかけは全世代に渡り「龍ヶ崎市出身選手の活躍」と回答している人が多い



Q4.スポーツライミングの印象は？

スポーツライミングの印象は「楽しそう」が最も高い。
全体では「トップ選手が市内在住なので親しみがある」が多く、30代以下は「難しそう」が多い

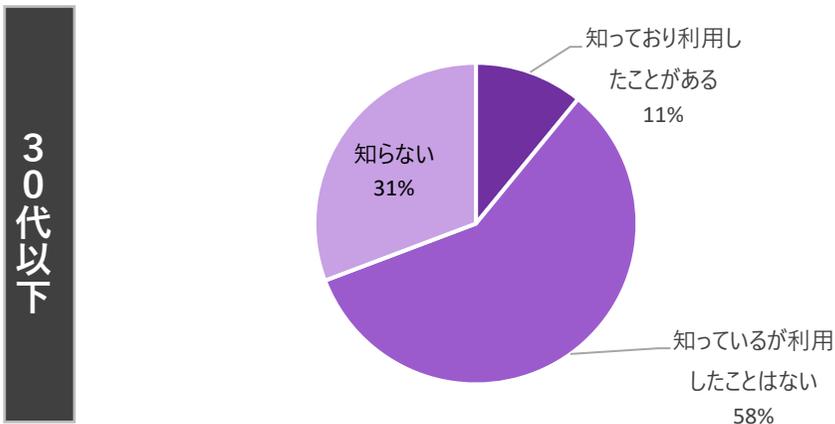
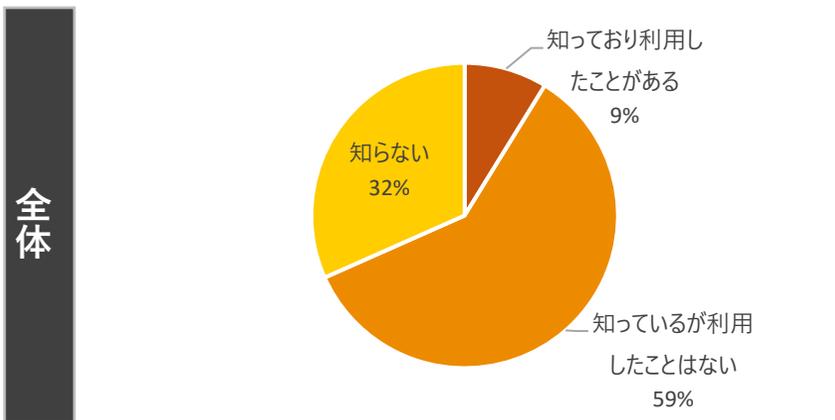


たつのこアリーナのボルダリング施設の利用者はまだ少なく、施設があることを知らない人も一定数存在。体験の頻度は30代以下になると年に一回以上行っている人が半数に迫る

n=1105 (30代以下=156)

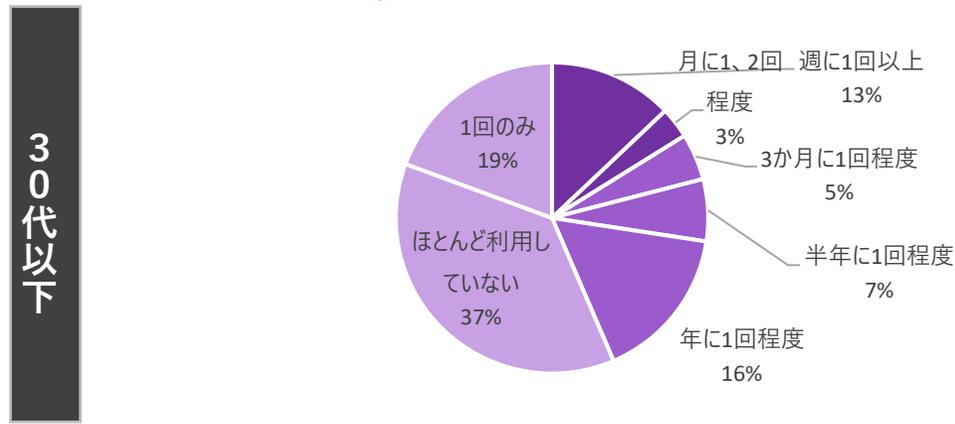
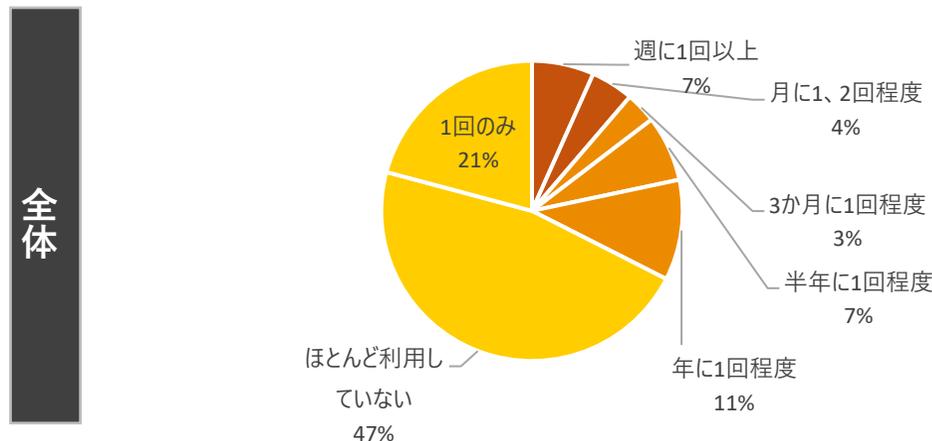
Q5. たつのこアリーナにあるボルダリング施設を知っていますか？

施設を「利用したことがある」は約1割に留まっている。また「知らない」と回答した人も3割いる



Q6. 体験の頻度はどのくらいですか？

全体的に月に1回以上体験している人は11%と低い。が、30代以下になると体験頻度は上がり、年に1回以上体験をしている人が半数に迫る

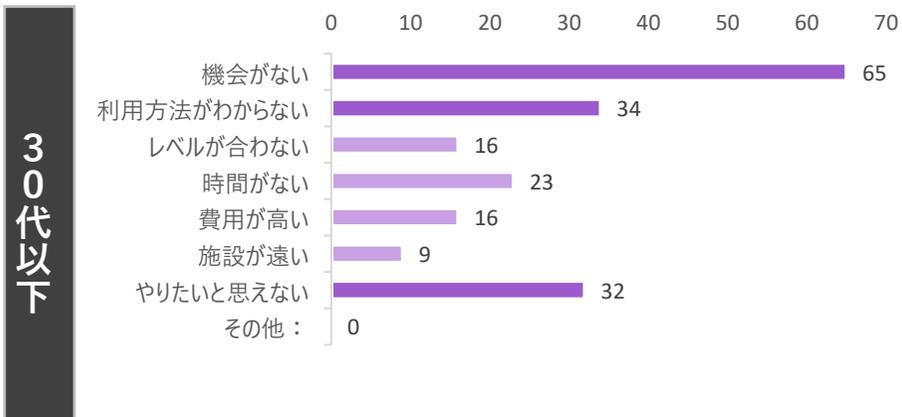
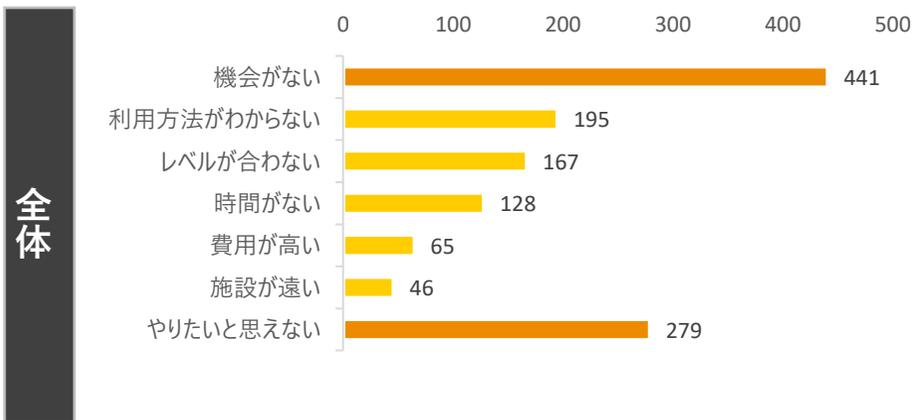


体験したことがない人は「機会がない」「やりたいと思えない」と始める上でハードルがあることが伺える。また、スポーツライミングのまちづくりに関わってみたい人は過半数を超える

n=1105 (30代以下=156)

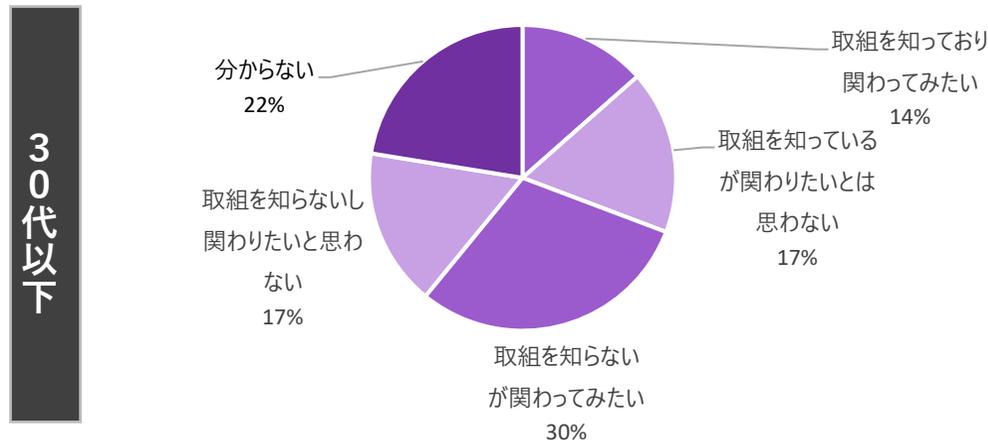
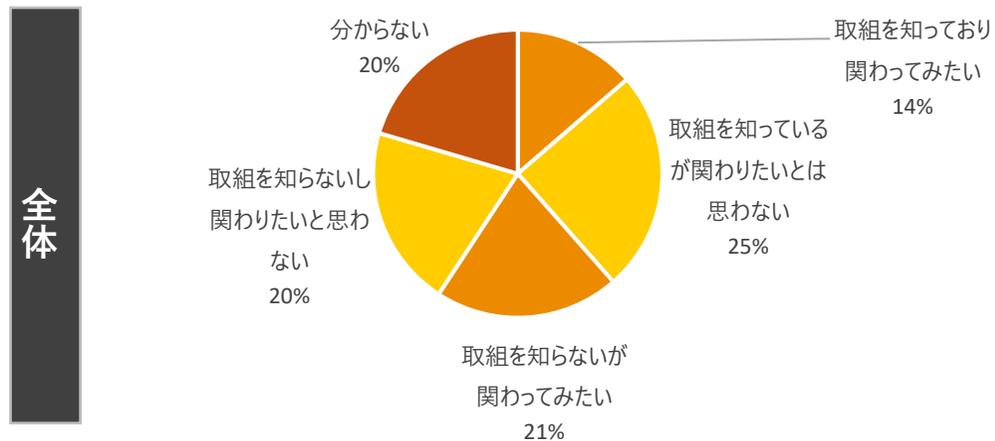
Q7. スポーツライミングを知っているが体験したことがない方に伺います。その理由は？

全体的にスポーツライミングをする「機会がない」「やりたいと思えない」と回答している人が多い



Q8. 「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」の取り組みを知っていますか？また、関わってみたいですか？

全体で「取り組みを知っている」と回答した人は37%。今後「関わってみたい」と回答している人は全体で35%、30代以下で44%となっている

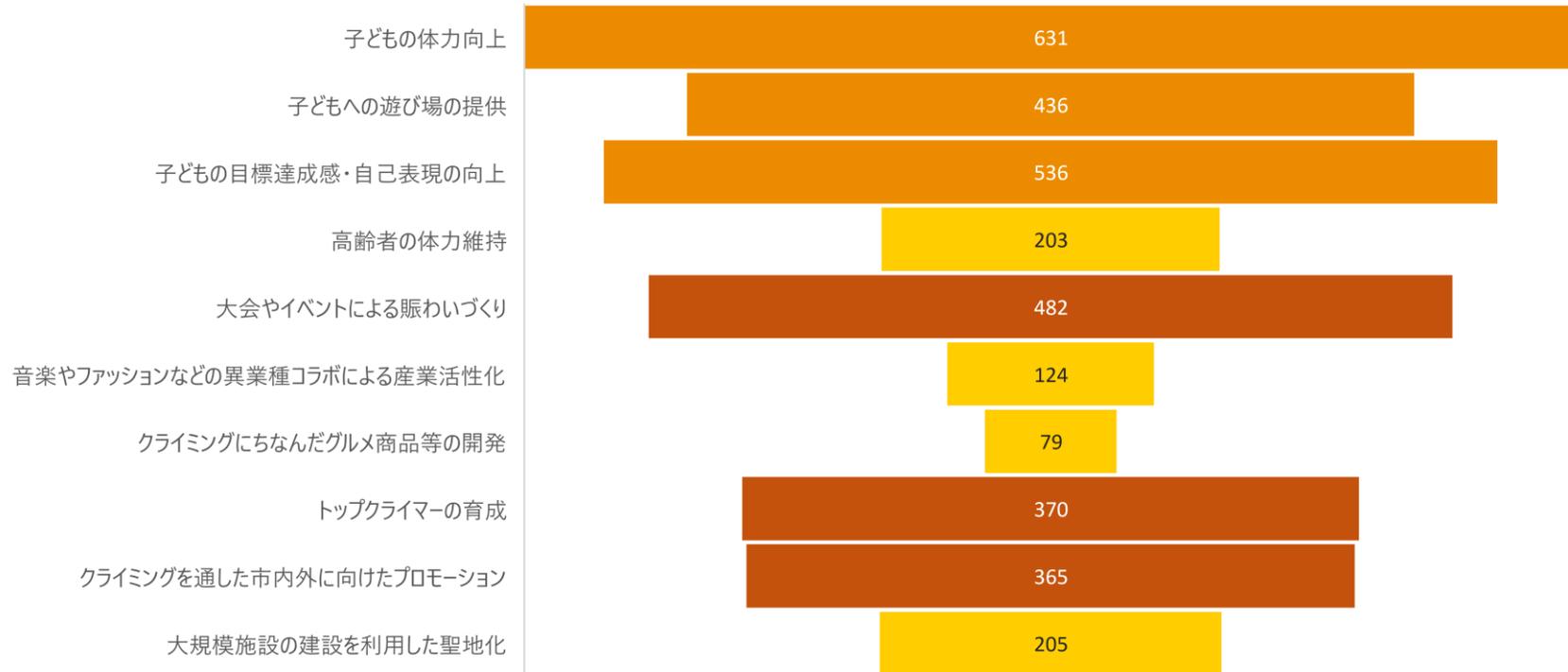


スポーツクライミングの活用方法として子どもに関する意見が多い一方、トップクライマーと連携した龍ヶ崎市のブランディングに対する期待も大きい

n=1105

Q9.スポーツクライミングをどのような分野に活用できると思いますか？

スポーツクライミングの活用方針としては「子どもの体力向上」「目標達成・自己実現の向上」「遊び場の提供」など子どもに関するご意見が多い一方、「大会やイベントによる賑わいづくり」「トップクライマーの育成」「クライミングを通じた市内外に向けたプロモーション」等、トップクライマーと連携したブランディングに対する期待も大きい



賛成意見が多く、オリンピックと連携し大会やイベント開催、龍ヶ崎市の独自性をPR、子どもたちに夢や目標を与える等、継続することで将来的なまちの活性化が期待されている

賛成意見（1/2）

n=498

1. オリンピック選手と連携したまちおこし

- ▶ 地元出身のオリンピック選手や有名選手を活用してまちおこしを行うことに賛成する意見が多く、野口啓代選手や檜崎智亜選手の存在を活かし、イベントや指導、講演会などを通じて子供たちに夢や目標を与えることが期待されている

<実際のご意見例>

- 「オリンピック選手が出たのだから、聖地として、大々的に宣伝すべきだ」
- 「せっかくオリンピックで活躍した選手がいるので交えて町おこしの一環としてスポーツライミングをひろめてほしい」

2. 健康増進や教育現場への導入

- ▶ スポーツライミングを通じて、地域住民の健康増進や子どもの育成に役立てて欲しい。特に、学校の体育の授業や部活動としてライミングを導入することで、子供たちの体力向上や新たなスポーツの魅力を伝えることが期待されている

<実際のご意見例>

- 「市内に優れた指導者がいるので、子供達に挑戦してもらえると後継者も増え町の活性化に繋がると思う。」
- 「子どもたちに体験できる機会をたくさん行う。ライミング教室を行う。」
- 「小学校や中学校において、体育の授業に取り入れれば、ご当地スポーツとして評判になると思う。」

3. 独自の取り組みとして龍ヶ崎市の広報とPR

- ▶ 龍ヶ崎市の独自性のある取り組みとしてアピールして欲しい。地域の目玉としての位置づけや、スポーツライミングの聖地化など画期的な施策に期待されている。交通の便やインフラ整備と合わせて進めることで、地域全体の魅力向上を図ってほしいという意見もある

<実際のご意見例>

- 「龍ヶ崎市を特徴づけるのに画期的な施策だと思う」
- 「龍ヶ崎を聖地的に進めてみるのも良いかもしれない。ただ交通の便が車に頼るしかない地域なので渋滞が発生するのは困る。」

賛成意見が多く、オリンピックと連携し大会やイベント開催、龍ヶ崎市の独自性をPR、子どもたちに夢や目標を与える等、継続することで将来的なまちの活性化が期待されている

賛成意見 (2/2)

n=498

4. 大会やイベント、体験会の開催

- クライミングに関連する大会やイベント、体験会を開催してほしい。特に地域住民や観光客が気軽に参加できるイベントを通じて、クライミングの魅力を広めたり、近隣地域との連携や大会の誘致も重要な要素とされている

<実際のご意見例>

- 「クライミングに接するイベントなどを行いクライミングについて知る機会を設ける」
- 「誰でも気軽に試せるイベントを企画し、子供から大人まで無理なくクライミングに参加してもらおう」

5. 施設の充実

- クライミング施設の増設や充実が求められている。初心者から上級者まで幅広く対応できる施設の整備や、大規模な練習施設の設置が期待されている。アクセスの向上や安全対策も重要な要素との意見もある

<実際のご意見例>

- 「大規模な練習施設等の設置などによりクライミングタウンを形成し、合宿などでもできる宿泊施設も設置して行き、全国からの利用者呼び込む。」
- 「様々な場所に気軽に体験できる設備を作ると需要がありそう」

6. 長期的な視点と継続的な取り組み

- スポーツクライミングのまちづくりを一時的な盛り上がりにならせず、恒久的に続けられる取り組みとして欲しいとの意見。継続的な大会の開催や、競技人口の増加を目指す取り組みを増やしてほしいとの要望がある

<実際のご意見例>

- 「一時的な盛り上がりでやっても意味がない。恒久的に続けられるような取り組みが必要かと。トップクライマーが参加する大会の誘致と継続的な開催のほか、市内高校に部を作るなど、競技人口を増やす取組みや競技自体に身近さがないと、子どもへの機会提供程度では将来的には消滅してしまうものと思います。全国的に人口は確実に減少しています。」

スポーツライミングは競技人口が少なく、また高齢者や体力に自信のない人にはできない競技と認識されていることから、限定的な取り組みになってしまうことが懸念されている

反対意見

n=498

1. マイナー競技活用に対する不安

- スポーツライミングの競技人口の少なさや難易度からも一般化が難しいのではという意見があった。競技人口増加に向けて、はじめる際に敷居が高いイメージがあるため、未経験者や初心者が参加しやすい体験教室の増設が求められている
- 上記以外にも、交通機関の利便性向上や子育て支援などにも財源活用を希望する意見があり、実施者以外にもより多くの市民が恩恵を受けることができ、市外からの来訪や移住などを通して人口課題解決に貢献できるような取組が求められている

<実際のご意見例>

- 「特殊な分野であり、一般化は難しいと思う。」
- 「スポーツライミングは敷居が高いイメージです。未経験の小学生でも出来そうな体験教室が増えるといいなと思います。」
- 「一部の人にしかメリットがないのでは？まずは知名度や競技人口の増加をさせたほうが」
- 「素晴らしいと思うが財源を交通機関が便利になるような方向に回して頂けたら嬉しい。スポーツ、子どもに力を注いでいるのはとても感じられるが、交通機関の不便さ子どものいない家庭、巣立った家庭には魅力が薄い。」
- 「もっと子育て支援として使うなど、人口維持にお金をかけるべきではないでしょうか。」

2. 高齢者や体力に自信がない人には難しい

- 高齢者や体力に自信がない人にはハードルが高いスポーツであるとする意見が見られた。全世代に対応するための工夫や、安全で参加しやすい環境作りが求められている

<実際のご意見例>

- 「まちづくりの資源として活用することについて異論はないが、高齢者にはハードルが高いスポーツだと思う。」
- 「年寄りには無理です。若い人のスポーツ」