

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

「スポーツクライミングのまち龍ヶ崎」推進計画

2 地域再生計画の作成主体の名称

茨城県龍ヶ崎市

3 地域再生計画の区域

茨城県龍ヶ崎市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

(1)市民のシビックプライド醸成に資する、若者に訴求力のあるコンテンツの創出

当市は、伝統芸能「撞舞」や数々の神社仏閣を有するなど地域資源が豊富である一方で、若者世代を主とした魅力的なコンテンツが不足しており、実際に、「龍ヶ崎のまちづくりに関するアンケート調査」（2023年8月実施）における居住継続意向を問う設問の回答を見ても、20歳代のみ「住み続けたい」と回答した人の割合が5割を下回っている。

また、「龍ヶ崎市まちづくり市民アンケート」（2021年4月実施）における「龍ヶ崎市の物足りないところ、嫌いなところは何か」という設問に対して、「活気とにぎわいが無い」「都市としての個性や特徴がない」と回答した人が、それぞれ3割程度存在しており、シビックプライドを醸成するような施策が急務であると考えられ、且つその施策が若者を惹きつける特性を有することが望ましい状況である。

そこで、全国的にも若者を中心に人気急拡大しており、地元アスリートの活躍によって市内で認知が拡大傾向であるスポーツクライミングコンテンツをさらに強化し、ターゲット世代に訴求力のあるコンテンツとして発信していくことにより、域外からの人の呼び込みを図ることに加え、市民においては幼少期からシビックプライドを醸成するための仕組みを作っていくことが求められる。

さらに、これまでのスポーツクライミングに関する施策は、小中学生に対する体験会が大半を占めているため、20代以上の市民に対してスポーツクライミングの魅力を発信することができておらず、当市の個性・魅力としての認知も獲得できていない。このため、20代以上の市民がまずはスポーツクライミングに関心を持ち、次いで魅力に感じてもらう必要があり、特に前者においては、当市が既に有している農業や伝統文化などの魅力と掛け合わせた分野横断的な取組に加え、情報発信を企画することが必要である。

(2)来訪者を当市に定住させるための、「住みたい」「住み続けたい」環境の整備

都心からのアクセス性が当市の魅力である一方、市外の方が「住みたくなる」環境が不足しており、「龍ヶ崎市まちづくり市民アンケート」（2021年4月実施）における、NPS手法を用いた「友人・知人に龍ヶ崎市の『魅力』をどの程度勧めたいか」という設問においても、「非推奨者（10段階評価のうち、5以下）」が6割強であった。

また、定住を決断するために重要視される「安心して働けるまちであるか」という点においても、市民からの満足度は高くない状況であり、さらに、「龍ヶ崎のまちづくりに関するアンケート調査」（2023年8月実施）における生活環境の満足度を問う設問においても、『働く場所の多さ』に対して5点満点中2.53点と全23項目ある中でワースト2位（ワースト1位が2.52点）である。

これらの状況から、若者を中心に定住人口を増やすためには、日常的に魅力を感じることができる環境と、安心して働ける環境の整備が課題となっている。

(3)市の魅力を高めるまちづくり実現に向けた、多様な主体が連携して事業を推進する機会の確保、及び分野横断的な事業の推進を行う組織体の構築と人材育成

「龍ヶ崎市まちづくり市民アンケート」（2021年4月実施）における「まちづくりへ気軽に参加できる機会」に対する満足度を問う項目に対して、「満足」・「やや満足」と回答した人の割合が約2割であり、市民及び市内事業者が当市のまちづくりに参画できていない又は満足できるような参画ができていないことが分かる。

市民や市内事業者など多様な主体がまちづくりに参画しやすい環境を整えていくことは、

当市のまちづくり施策に対する満足度の向上に繋がり、ひいては当市に対する愛着の向上も期待できることから、幅広い年齢層の市民、幅広い業種の市内事業者などが自ら参画しやすい仕組みが整ったまちづくり事業が必要となる。

加えて、このような分野横断的なまちづくり事業を展開するためには、あるべき姿や方向性についての合意形成や地域の多様なステークホルダー間の連携・協力体制の構築を円滑に実施できる担い手や組織体が必要となるが、当市にはそういった担い手や組織体が不足している。

このようなことから、多様な主体が参画できるまちづくり事業の存在に加えて、そういった分野横断的・政策横断的な事業を推進できる組織体の構築と人材育成が求められる。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

当市は、茨城県の南部、都心から約45km、JR常磐線で50分圏内に位置し、都心への通勤・通学圏内にあるという位置的優位性や牛久沼をはじめとする豊かな自然環境を活かしながら、最上位計画に定めた、「未来創造」、「魅力創造」、「幸せ創造」の3つのリーディングプロジェクトを軸に、人口減少・少子高齢化など課題克服に向けた取組を進めている。

一方、当市の人口は2010年の80,334人をピークに減少傾向にあり、2024年4月の常住人口は75,156人、国立社会保障・人口問題研究所の推計によれば、2030年には71,581人、2050年には57,774人と大幅に減少していくことが予測されており、人口問題への対策、特に大きな課題となっている子育て世代をはじめとした若者世代の定住促進・転出抑制を図るための施策展開が急務となっている。

こうした現状を踏まえ、当市では、最上位計画「龍ヶ崎みらい創造ビジョンfor2030」に包括する形で策定した「第2期龍ヶ崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本目標の1つに「龍ヶ崎ににぎわいを生み、住みたい・行きたいまちづくり」を掲げ、当市とゆかりのあるオリンピックとの連携やスポーツを基軸とした産学官連携など、「スポーツによるにぎわいづくり」に取り組むこととしたところである。

このような中で、本事業で「スポーツクライミング」を軸とした背景には、2021年に開催された東京オリンピックスポーツクライミング競技に当市出身でふるさと大使でもある野口啓代さんが出場し、日本人初の銅メダリストとなったことをきっかけに市内におけるスポーツクライミングの認知度が一躍上昇していることにある。また、オリンピック後においても野口さんを起点に、国内トップクライマーによるスポーツクライミング大会や野口さんと市民であるトップクライマー檜崎智亜選手のスポーツクライミング体験教室が開催されるなど、市民がスポーツクライミングに親しむ機会が増えているほか、野口さんと檜崎智亜選手が市内に競技環境を整備したことを契機にトップ選手が当市に移住する好事例も生まれている。そして、2024年開催のパリオリンピックに檜崎智亜選手の出場が内定するなど、「スポーツクライミング」を取り巻く好循環が生まれていることが挙げられる。

本事業は、この好循環を地方創生の好機と捉え、機運の高まりや人材に恵まれた環境を活かし、当市の優位性や独自性を発揮できる「スポーツクライミング」を軸にまちづくりを推進していくことにより、転出超過が大きな課題となっている若者世代の心を掴み、シビックプライドの醸成やにぎわいの創出による交流人口の増加、移住・定住促進につなげるとともに、まち全体に活気を生み出し、地域の雇用や経済へと波及させていくことで人口減少を克服し、将来にわたって成長力を確保していくことにより、活力ある持続的な発展を目指すものである。

【数値目標】

K P I ①	地域の人口・世帯数	単位	人
K P I ②	スポーツイベントの参加者数	単位	人
K P I ③	龍ヶ崎市総合体育館（たつのこアリーナ）に設置しているボルダリングウォールの利用者数	単位	人
K P I ④	事業に参画する団体数	単位	団体

	事業開始前 (現時点)	2024年度 増加分 (1年目)	2025年度 増加分 (2年目)	2026年度 増加分 (3年目)	2027年度 増加分 (4年目)	2028年度 増加分 (5年目)	K P I 増加分 の累計
K P I ①	75,156.00	-230.00	-200.00	-150.00	-	-	-580.00
K P I ②	5,141.00	250.00	500.00	750.00	-	-	1,500.00
K P I ③	2,862.00	500.00	200.00	200.00	-	-	900.00
K P I ④	0.00	10.00	10.00	10.00	-	-	30.00

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」推進事業

③ 事業の内容

(1) 「スポーツライミングのまち」実現に向けた体制整備及び方針の策定

① 戦略策定に向けた審議会の運営支援及び協議会の構築推進事業

・ 審議会の円滑な運営のため、戦略の方向性や戦略実現のために必要な個別事業の検討をサポートする資料提供等の運営支援

・ 「スポーツライミングのまち」に係る方針や個別事業に対する検討及び推進主体として、官民連携の協議会を設置

② 3C調査及び分析事業

3C（市場、競合、自市）の観点に基づいて、当市についての調査分析を行う。なお、調査にあたっては、省庁及び民間事業者が公開している調査レポート等も活用してデータを収集し、調査によって取得した定量・定性情報も交えた上で、調査結果を取りまとめる。

・ 市場分析として、スポーツライミングやその他アーバンスポーツに関するトレンド調査、施設の有効的な活用事例調査及びトップ選手のヒアリング（2～3選手）等を実施

・ 競合分析として、近隣地域におけるスポーツライミングに関する取組の動向調査や、政策間連携に係る先進事例調査を実施

・ 自市調査として、市内を中心に、連携可能な地域資源（活用施設、イベント等の事業、ステークホルダー等）の調査を実施

③ 「スポーツライミングのまち」実現に向けた戦略策定事業

3C調査及び分析の結果を踏まえ、「スポーツライミングのまち」としての将来像・基本方針・施策体系・アクションプランを検討し、基本構想を策定する。

④ 事業運営手法の検討事業

・ 将来像の実現に向けて、持続可能な事業推進が可能な運営体制の整理や、運営資金の調達方法の類似事例調査を行い、当市における最適な方向性を検討

・ 「スポーツライミングのまち」実現に向けた、必要な環境整備の在り方を検討

・ 資金調達については、クラウドファンディングの立ち上げを中心に、デジタル上のサービス・技術を活用することを想定するとともに、デジタルを活用した資金調達に関する知見を有する人材を育成

(2) 「スポーツライミングのまち」実現に向けた個別事業の実施

(1)で立案した戦略に基づき、「スポーツライミングのまち」推進に係る個別事業のテーマを設定する。

事業テーマの設定に当たっては、実現可能性と効果性を踏まえ、優先度が高いと判断されるものから実施していく。

なお、当市のスポーツライミングに係る事業の進捗状況を踏まえ、現時点では以下の事業テーマを設定するが、協議会における検討結果や各種基礎調査の結果に基づいて精査を行っていく。

①「スポーツライミングのまち龍ヶ崎」キックオフイベント開催事業

「スポーツライミングのまち」実現に向けた取組のキックオフイベントとして、本市在住の野口啓代さんと檜崎智亜選手をはじめとしたトップクライマーを招いたデモンストレーションや、スポーツライミングの体験会等を組み込んだイベントを企画・運営する。

②市内外に向けたブランディング事業

・若者をメインターゲットとしたプロモーションチャンネル・方法等のプロモーション戦略を立案

・市内で人が集まる場所での「スポーツライミングのまち」のチラシやポスター等制作物の掲載を行うとともに、都心を中心としたスポーツライミング施設や専門メディアを介して、市外クライマーへの情報発信を実施

・オンラインプロモーションにおいては、SNSやNFTなどのプラットフォームのみならず、にぎわい創出と連携してXR技術を活用した話題性の創出(プロジェクションマッピング×クライミングによる演出等を想定)を図るなど、本事業の効果的な発信につながるデジタル技術を用いたプロモーションの実施体制や配信環境等を整備

③スポーツライミングを軸としたにぎわい創出事業

・スポーツライミングの大規模大会・イベント（ジャパンカップ等）の招致及び特設会場での開催に向けた企画・運営

・大会・イベントに併せて、トップ選手によるパフォーマンスショーや、地元食材を活用したマルシェ、キッチンカーイベント等による食イベント、体験会等を複合的に組み合わせたイベントを企画・運営

④次世代クライマー創出事業

・保育所や幼稚園、学校などにおける体験会開催やデジタル技術(他視点カメラや残像カメラ等を想定)を活用した指導などによる、市内若年層に対する体験機会や育成環境を提供

・次世代クライマーになりうる人材から選ばれるまちになるための環境整備、及び就業先（デュアルキャリア、セカンドキャリア）の確保に向けた市内事業者への意向調査や、受け入れ実施に向けた調整、クライマーを就業させるための育成支援等

⑤持続可能な事業推進に資する環境整備方針及び運営体制の確立に向けた検討事業

・多様な財源確保手段の確立に向けた、各ステークホルダーとの調整や財源確保に向けた制度設計

・運営体制の確立に向けて、官民連携組織化（法人化）を見据え、本事業を推進する主体者を選定して座組を構築

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

本事業は、3年間、本市が実施主体として、民間事業者への委託により事業を展開していくものであるが、事業期間中に事業への参画団体を増やししながら、積極的に事業者の経験やアイデアを取り込み、事業者間の連携やトップクライマーとのマッチング等を推進していくことにより、三方良しのスキーム構築による収益源を確保し、自立した事業展開を実現していく。

なお、施設整備等のハード事業の必要性が生じた際は、官民連携の運営手法を検討し、官民の役割を明確化することで、できるだけ早い時期の自立化を見据えた検討を行っていくほか、企業版ふるさと納税や協賛金等を活用することにより、行政による支出を抑制することも視野に入れている。

4年目以降の事業としては、スポーツライミングと当市の魅力を掛け合わせた複合型イベントの開催や当イベントに係る市内外へのプロモーションを民間の事業推進主体がリードして推進できるように、交付期間内で座組を検討し準備する。

また、検討状況に応じて、事業推進主体が、本市教育委員会と連携した部活動の地域移行に関する事業や、商工会と連携したアスリート就業機会確保の市内展開を見据えた検討を行う。財源については、交付期間内に確立した資金調達手法を活用しつつ、民間事業者が負担する座組を準備することにより、行政の負担を最小限に留める。

【官民協働】

「民」は、スポーツライミングによるまちづくり推進事業者として、運営活動に関与するとともに、運営活動の一環として、前述の事業（にぎわい創出やブランディング等）を企画・実行する。

また、スポーツライミングによるまちづくりの理念に共感する市外の民間事業者に対しては、企業版ふるさと納税への積極的な参画を募り、民間資金の寄付を促す。加えて、パリオリンピック・パラリンピックを通じたスポーツライミングに対する関心の高まりを背景に、市民などの個人や市内の民間事業者が寄付できるような体制を検討・検証する。

また、推進事業者以外の民間事業者についても、様々な業種の事業者と協働した事業を展開する。例えば、大規模大会・イベント開催時には、青年会議所・商工会・飲食事業者・農業従事者等と連携し、当市の魅力とスポーツライミングのカルチャーを掛け合わせた新メニューや新商品の開発を検討している。この場合、民間事業者は新メニューや新商品の開発を担い、行政は開発に対する助成制度の検討や整備、行政主導で立ち上げた協議会において、スポーツライミング団体や協会、プロスポーツクライマー、総合型地域スポーツクラブ等の専門家から、スポーツライミングカルチャーについての助言聴取等を行うことにより、民間事業者の新規開発を行政が支援するという形での協働を想定している。

さらに、市内交通機関や金融機関がスポーツライミングを活用した新規事業を検討する際は、行政による制度の整備や、行政が仲介役となり協議会への協力要請を行うなどの支援により、効果的な協働を図る。

「官」は、上記のような単独施策における協働に加え、推進事業者の運営における側面支援を行うとともに、本事業全体が効果的に推進されるための制度設計や事業環境の整備（企業版ふるさと納税や協賛金、寄付金等の受け皿体制の整備等）を行う。

以上の取組は、官民が同じゴールを見据えて行われ、且つ、適宜情報連携されることが大前提となる中で、官民が参画し協力関係を構築する協議会は必要不可欠であると考えている。このため、協議会以外の場も含めた細かなコミュニケーションによるフォローを行政主導で行い、官民協働が円滑に推進される環境を整備する。

【地域間連携】

2021年に開催された東京オリンピックを契機に、全国的にスポーツライミングの人气が高まり、茨城県内においても新たなスポーツライミング施設の整備が進められている。

当市とそれら施設を有する近隣自治体と連携し、体験会のほか、大規模な大会やイベントの誘致等を図ることで、地域ブランディングや域内への誘引や消費につなげる。また、大規模大会開催による短期的な来訪者増に合わせた周遊促進を図る試行施策等により、周遊促進に向けた示唆を得ることができる。

【政策・施策間連携】

本事業は、スポーツライミングを軸として当市の様々な魅力をつなぎ合わせることで、市民・アスリートが集うにぎわい創出を目指す事業であるが、スポーツライミングが近年、若者を中心に人气が拡大していることを鑑み、当市の魅力である食（農業）や自然豊かな環境の良さを伝えられるコンテンツと組み合わせたイベントを企画・実施を想定している。

なお、本イベントは、観光政策との連携によって実現でき、市内でのにぎわいを創出するだけでなく、当該イベントへの参加を目的とした市外からの来訪・移住・定住意欲の喚起が期待できる。

また、当市に東京オリンピックメダリストである野口さんやパリオリンピック出場内定を決めている檜崎選手が在住するだけでなく、他トップ選手も移住してきている。スポーツ政策と連携し、こうした人材が指導者として市内教育機関や人が集まる場所で体験会を行うことで、市民のスポーツに対する興味喚起・スポーツ習慣の定着が期待でき、健康長寿の延伸にも寄与できる。

加えて、セカンドキャリア・デュアルキャリア先を求めるスポーツクライマーに対して、人材不足が課題となっている市内事業者をマッチングさせるといった産業振興政策との連携を図ることで、市内産業の発展が期待できる。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

本事業を通じて、スポーツライマーの多くを占める若者層に対するSNSやNFTなどのデジタルサービス・技術を活用したシティプロモーションを実施するとともに、継続的に本事業の発信ができるような環境（プロモーションの実施体制や配信環境等）を整備する。

理由①

デジタルサービス・技術を活用したプロモーション環境整備は、行政からの発信では難しい若年層に届く環境整備にもなり得ると想定しており、当該環境を活用した地方の課題解決も期待できるため。

取組②

本事業に関するクラウドファンディングの立ち上げを中心に、デジタル上のサービス・技術を活用した資金調達を行うとともに、デジタル上の資金調達に関する知見を有する人材を育成する。

理由②

当市でも市内でのクラウドファンディングの活用を促進している中で、クラウドファンディングを中心としたデジタルサービス・技術を活用した資金調達に関するノウハウ・実績を有する人材がいることで、さらなる活用や活性化に寄与すると考えられるため。

取組③

該当なし。

理由③

該当なし。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 8 月

【検証方法】

毎年度7月に内部評価を行った上で、8月に市長の附属機関である「龍ヶ崎市行政経営評価委員会」において検証を行う。

また、本事業においては、官民の委員から構成される「（仮称）スポーツライミングのまち推進協議会」の中で、事業の推進と併せて、PDCAサイクルにより検証を行う。

【外部組織の参画者】

「龍ヶ崎市行政経営評価委員会」の構成員は以下のとおり。

- ・学識経験者（流通経済大学、（一社）日本能率協会、（一社）茨城県経営者協会、関東信越税理士会竜ヶ崎支部、竜ヶ崎青年会議所）
- ・団体、関係機関（龍ヶ崎市女性会、龍ヶ崎市観光物産協会）
- ・公募の市民

【検証結果の公表の方法】

会議における検証結果や検討内容は、市のホームページに資料や議事録として公開するなどして透明性を確保する。

- ⑦ 交付対象事業に要する経費
 - ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】
総事業費 100,161 千円
- ⑧ 事業実施期間
地域再生計画の認定の日から 2027 年 3 月 31 日 まで
- ⑨ その他必要な事項
特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1) 若者結婚新生活応援事業

ア 事業概要

新婚生活をスタートする若者を経済的に支援し、若者の活躍支援や活力に満ちた元気なまちづくりを推進するため、夫婦いずれかが30歳未満で結婚2年以内の方に対し、最大10万円の補助金を交付する。

イ 事業実施主体

茨城県龍ヶ崎市

ウ 事業実施期間

2024 年 4 月 1 日から2027 年 3 月 31 日 まで

(2) 若者・子育て世代賃貸住宅延長補助事業

ア 事業概要

若者子育て世代の定住を促進するため、35歳未満の子育て世代が賃貸住宅の契約を更新した際に上下水道基本料2年間分相当額を補助する。

イ 事業実施主体

茨城県龍ヶ崎市

ウ 事業実施期間

2024 年 4 月 1 日から2027 年 3 月 31 日 まで

(3) 若者・子育て世代住宅取得支援事業

ア 事業概要

市内ですべて初めて住宅を取得し、住宅ローンを抱える若者・子育て世代を経済的に支援し、若者・子育て世代の住み替えを支援することで定住を促進する。あわせて市内での経済循環に繋げる。

イ 事業実施主体

茨城県龍ヶ崎市

ウ 事業実施期間

2024 年 4 月 1 日から2027 年 3 月 31 日 まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2027 年 3 月 31 日 まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2 の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2 に掲げる目標について、5-2 の⑥の【検証時期】に
7-1 に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2 の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。