

### ◎基本構想・コンセプトの明確化

**開催決定**

- ◎ 2025年度は**認知度向上**に向けた新たな取組をスタート
- ◎ 開催準備は2026年度から**新たなフェーズ**へ突入
- ◎ 県・市町村が**実行委員会**を設置、**開催準備**が全方位で**加速**

区分 \ 年度	2025(R7) (4年前)	2026(R8) (3年前)	2027(R9) (2年前)	2028(R10) (1年前)	2029(R11) (開催年)
広報・機運醸成	<b>広報・機運醸成第1クール（認知度向上）【別掲】</b>			<b>広報・機運醸成第2クール（県民参加）</b>	
		スローガン・イメージソング決定		ボランティア募集	養成
協賛・募金		企業協賛・募金の推進			広告等制作
競技運営	競技役員養成・競技用具整備				編成・委嘱 競技プログラム決定
施設整備	競技施設等の計画的な整備（設計・工事）				競技会場設営
宿泊	基本計画策定	宿泊料金調査	宿泊施設の確保、宿泊要項決定、仮配宿		本部設置 配宿決定
輸送交通	基本計画策定	計画輸送シミュレーション、輸送車両（バス等）の確保			配車等決定
式典		基本計画策定	式典プログラム・演出の検討・決定		式典準備・予行演習
全スポ準備		手話実況実証実験	映像配信方法検討・シミュレーション		
			情報支援ボランティア養成		
	バリアフリー調査	会場レイアウト調整・競技役員養成・競技用具整備			リハ大会

# 【別掲】 広報・機運醸成第1クール取組内容

## メディア広告・企画制作

上毛新聞・エフエム群馬・群馬テレビでの純広告に加え、紙面企画や番組制作を実施。県内メディアの連携だからこそできる企画を展開。

## タウン誌広告

主要な県内タウン誌で国スポ紹介記事や広告を展開し、主に読者層の20～60代の県内女性の認知を図る。

## ユニフォームデザイン

群馬ゆかりのアーティスト等にデザイン制作を依頼し、話題性の創出を図る。完成デザインは今後の募金・企業協賛グッズやボランティアウェア等への活用を検討。

## サイネージ広告・デジタル広告

商業施設や駅等でのサイネージ広告のほか、YouTubeやTVer等のデジタル媒体も活用し、潜在的な認知を図る。

## ハンドブックの制作

県内全小・中・高校生向けに大会開催を周知するハンドブックを制作・配布し、若年層の認知を図る。

## クリエイティブ制作

ワンキャッチなフレーズやシンボル等を制作し、ポスターやCM展開に活用し、視認性を上げ、より効果的な認知を図る。



両大会  
認知度向上へ

## 開催決定イベント

令和8年7月頃の開催決定を契機に、  
トークショーや競技体験等の

機運醸成イベントを実施し、話題性の創出を図る。