

## 北海道地方競馬運営委員会 各委員からの提言とホッカイドウ競馬の対応状況（平成27年度以降）

## 第2期北海道競馬推進プラン 取組の方向性

- 1 顧客（ファン）の拡大
- 2 賞品（馬）と品揃え（番組）の充実
- 3 サービスの向上と発売チャンネルの拡大
- 4 事業の持続的な発展のための施設等整備並びに経営体質強化等

年度	回	発言委員名	提案内容	第2期北海道競馬推進プランの方向性に沿った振分
27	1	かとう委員	浦河町の宿泊施設AERUに宿泊した方が体験できるJRA育成牧場の早期ツアーがあるが、ホッカイドウ競馬にも宿泊して翌朝見せてもらえるようなツアーを仕組むことができないか。	1 顧客（ファンの拡大）
	1	かとう委員	門別競馬場のバックヤードとレースの両方を見ることができるツアーができないか。	1 顧客（ファンの拡大）
	1	かとう委員	将来、競走馬の牧場を仕事とするような若者を増やすため修学旅行生を取り組むことはできないか。	1 顧客（ファンの拡大）
	1	かとう委員	金曜の夜に門別競馬場で競馬を見ることができるようにならないか。7～8月に月曜から金曜までホッカイドウ競馬ウイークのように人一回目玉として実施できないか。	2 賞品（馬）と品揃え（番組）の充実
	1	西村委員	北海道では軽い馬だけの企画があるが、大井ではクリスマスで羊毛、真っ白な馬だけのレースを組んでいるなどファン目線で工夫の余地はある。	2 賞品（馬）と品揃え（番組）の充実
	1	竹谷委員	競馬に関わるようなことを競馬場でキャンプしながらするというのを考えてみては。	1 顧客（ファンの拡大）
	1	竹谷委員	競馬好きな人に馬に乗ってもらいコースを走ってもらおうというのはどうか。	1 顧客（ファンの拡大）
	2	平本委員長	札幌駅地下で始めたデジタルサイネージについて、実施前と実施後でどの程度売り上げや来場者数が違うのか統計を取って検証してみては。	1 顧客（ファンの拡大）
	2	浜近委員	2歳馬は予想するファクターが少ないが、能力検定の映像と対比させるなど参考情報はあればあるほどよい。	3 サービスの向上と発売チャンネルの拡大
	2	内田副委員長	生産者が子馬を競走馬まで育成していく過程の紹介など、走る姿だけではなく様々な角度から馬の魅力を伝えていくということがファン獲得に繋がるのでは。	1 顧客（ファンの拡大）
	2	北室委員	北海道新幹線開通で函館に興味が集まる中、函館競馬場で競馬が開催される時期に門別に人を誘導するルートを検討してはどうか。	1 顧客（ファンの拡大）
	28	1	内田副委員長	出走頭数、特に2歳馬の減少が深刻。調教坂路による強い馬づくりで、馬が流出し、ホッカイドウ競馬プログラムの魅力低下が心配。
1		八木委員	UMACAの充実で必ずプレゼントすることはよくあること。一般消費者にとってあまり魅力のないプレゼントであると、そのために足を運ぼうとならない。	1 顧客（ファンの拡大）
1		浜近委員	ネット発売にシフトしている中、インターネット業者とコラボして情報を充実する方が効果的。	1 顧客（ファンの拡大）
1		西村委員	競馬場と日高の他の観光資源が連携して集客確保に取り組むことは重要。	1 顧客（ファンの拡大）
1		西村委員	（地域独自開催の）Aibaまつりに係る負担が大きいため、開催回数を減らしたことは残念。自治体は、ネットの売上を勘違いし、油断しているのではないかと懸念。赤字の時だけでなく継続して産地は支援し続けるべき。	その他
1		八木委員 平本委員長	馬そのものが好きな女性も多く、子馬からの成長を見守ることがファン拡大につながるのでは。馬の成長に合わせてきめ細かい情報を発信し、デビューしたときに門別競馬場に行こうという気運を高める。馬や（騎手などの）人を見守り応援できる仕掛け、ストーリー性が競馬場を訪問したい原動力になる。	1 顧客（ファンの拡大）
1		八木委員	顧客サービスとしてビジョンの更新より、人材流出防止のため、劣悪な環境のきゅう舎やアパート整備の方が優先順位が高いのではないかと懸念。	4 事業の持続的な発展のための施設等整備並びに経営体質強化等
1		西村委員	門別競馬場の1,600mコースは、他府県の競馬場に比較すると、広い馬場やコーナーリングの面で中央競馬に対抗できるタフなコースなのでアピールしてはどうか。	2 賞品（馬）と品揃え（番組）の充実
1		西村委員	門別競馬場は避暑地の競馬であり、2歳は夏にこちらで暑さを凌いでから、秋になったら府県で勝負する馬主が多い。門別競馬場の意義はそこにあるのでアピールしてはどうか。	2 賞品（馬）と品揃え（番組）の充実
1		平本委員長	他の競馬場にはないプラスアルファの取組や競馬場の既存リソースを活用したコストをかけない取組により、競馬場等の魅力度を向上でき、来場者数の増加につながることを期待。	1 顧客（ファンの拡大）
29	1	西村委員	市場に競走馬が安定的に供給されなくなれば、市場価格が高まり、馬主は海外市場も視野に入れることも想定されることから、後継者が減少傾向ではあるが、産地自らが安定供給に取り組んでいく必要がある。	その他
	1	西村委員	地球温暖化が進む中、1年間の前半は季候のよい北海道で坂路調教の上、出走し、後半は道外で出走してもらおうというサイクルを馬主にPRするのにも一考ではないか。	2 賞品（馬）と品揃え（番組）の充実
	1	浜近委員	ホッカイドウ競馬では、3歳の重賞が早々と終了するが、秋の3歳チャンピオンシップを目指せるよう、夏以降のレース体系を見直してはどうか。	2 賞品（馬）と品揃え（番組）の充実
	1	石川委員	門別競馬場までの無料送迎バスについては、現在でも周辺温泉施設との連携はあるものの、乗馬体験や観光地などと組み合わせるとすれば、より集客力が高まるのではないかと懸念。	1 顧客（ファンの拡大）
	1	石川委員	競馬場内のイベント、グルメのみならず、競馬場周辺の観光地や祭りなどのイベントなどについて、SNSによる臨場感のある情報発信は今後欠かせないものになるのではないかと懸念。	1 顧客（ファンの拡大）
	1	佐々木委員	競馬場内のグッズショップにある競馬グッズや神社などは大変ユニークだが、実際に訪れた人しか知らない状況になっており、積極的に情報発信する必要があるのではないかと懸念。	1 顧客（ファンの拡大）
	1	佐々木委員	競馬場内の統一されたアイコンなどがなくイメージが弱いので、イメージ戦略を考えていく必要があるのではないかと懸念。	1 顧客（ファンの拡大）
	1	村上委員	札幌～門別競馬場の無料送迎バスについては、道民、札幌市民、訪日客に広く周知することが必要であり、特に訪日客に対しては、ホテルと連携することも考えてみてはどうか。	1 顧客（ファンの拡大）
	1	西村委員	IR法案に関連し、ギャンブル依存症についてマスコミ報道がある中、ホッカイドウ競馬については、公営ギャンブルという側面だけではなく、馬文化や北海道に根付いている産業としてPRしていくことが重要ではないかと懸念。	その他
30	1	小野寺副委員長	セールの好調であるが、大手の生産者が中心。家族経営の生産者はまだまだ苦しい状況で、農家戸数が激減している。生産基盤を維持するためにも、生産者の支援についてよろしく願いたい。	その他
	1	片山委員	ホッカイドウ競馬の特徴は2歳馬のレースが多いことだが、ネットで買っている人が2歳馬のレースを買っているのか、そうでないのかを分析する必要があるのではないかと懸念。	2 賞品（馬）と品揃え（番組）の充実
	1	平本委員長	28年度と29年度の収支構造を比較すると3億円あまり運営費が増加しており、分析する必要がある。	その他
	1	平本委員長	21億円の道内発売を稼ぐのに、経費がこれ以上かかっていないか場外発売所の運営も含め点検が必要。経費を削減しながら売り上げを確保することで収益性をあげていくことを検討していくべき。	その他
	1	かとう委員	日高管内に宿泊する建設関係者や、翌日千歳空港から出国する千歳市に泊まる外国人など、門別競馬場までのアクセスをよくすることで来場者を増やすことはできないか検討すべき。その際は、既存の高速バス事業者との連携や札幌～競馬場間の無料送迎バスの見直しも行う必要があるのではないかと懸念。	1 顧客（ファンの拡大）
	1	かとう委員	「〇〇周年」記念の企業に対して道自らが営業するなどして、記念レースを実施することで、社員が来場し、さらに、それをきっかけに日高や馬文化に対する認知度やホッカイドウ競馬の素晴らしさもわかってもらえるのではないかと懸念。	1 顧客（ファンの拡大）
	1	片山委員	IRではIR自体の売り上げの7割がギャンブルであり、それを得るために周辺には多くのエンターテインメントの施設がある。同様に競馬場も競馬のために作っていると広がりがなくなるので、今後の施設整備に当たっては、競馬場をより魅力的なものにするという視点も入れると、競馬場に来ようという方が増えるのではないかと懸念。	その他
	1	川上委員	平取町でも3年前ぐらいから、「びらとりデー」として全レースを町関係の冠レースを実施している。ぜひ、地元他の町もバスを出すなどして地元ファンの拡大のため取り組んでほしい。	1 顧客（ファンの拡大）

北海道地方競馬運営委員会 各委員からの提言とホッカイドウ競馬の対応状況（平成27年度以降）

第2期北海道競馬推進プラン 取組の方向性

- 1 顧客（ファン）の拡大
- 2 賞品（馬）と品揃え（番組）の充実
- 3 サービスの向上と発売チャンネルの拡大
- 4 事業の持続的な発展のための施設等整備並びに経営体質強化等

年度	回	提案内容	発言委員名	対応状況等
27	1	浦河町の宿泊施設AERUに宿泊した方が体験できるJRA育成牧場の早朝ツアーがあるが、ホッカイドウ競馬にも宿泊して翌朝見せてもらえるようなツアーを仕組むことができるか。	かとう委員	日高町内の宿泊施設が少ないこともあり、実施が難しい状況
	1	門別競馬場のバックヤードとレースの両方を見ることができるツアーができないか。	かとう委員	道新ぶんぶんクラブツアーなどでバックヤード見学体験は毎年実施（道新ぶんぶんクラブツアーはH28以降、毎年実施）
	1	将来、競走馬の牧場を仕事とするような若者を増やすため修学旅行生を取り組むことはできないか。	かとう委員	町内の高校生、中学生を対象とし、競馬場を活用した職業研修カリキュラムなどを受入
	1	競馬に関わるようなことを競馬場でキャンプしながらするというのを考えてみては。	竹谷委員	30年度に競馬場でグランピングツアーを実施。（4組18名が参加、応募は34組）
	1	競馬好きな人に馬に乗ってもらいコースを走ってもらおうというのはいかがでしょうか。	竹谷委員	28年度より馬場を活用した地元ポニー少年団によるポニー競走を実施
	2	札幌駅地下で始めたデジタルサイネージについて、実施前と実施後でどの程度売り上げや来場者数が違うのか統計を取って検証しては。	平本委員長	アンケートの実施などによる効果測定を検討しているが、未だ実施には至っていない状況
	2	生産者が子馬を競走馬まで育成していく過程の紹介など、走る姿だけではなく様々な角度から馬の魅力を伝えていくということがファン獲得に繋がるのでは。	内田副委員長	予想ファクターの少ない新馬競走については、競馬中継において必ずバドック解説を実施しているが、今後、生産牧場でのサイドストーリーなど競馬ファンの注目を集められるような参考情報の収集とそうした情報の提供を検討していきたい。
	2	北海道新幹線開通で函館に興味が集まる中、函館競馬場で競馬が開催される時期に門別に人を誘導するルートを検討してはどうか。	北室委員	北海道新幹線開通に合わせて日高・胆振地域において、地元自治体や各関係機関・団体等で構成する地域戦略会議が組織されており、門別を含む日高地域への観光客誘致に向けて取り組まれている。
28	1	UMACAの充実で必ずプレゼントすることはよくあること。一般消費者にとってあまり魅力のないプレゼントであると、そのために足を運ぼうとならない。	八木委員	プレゼントについては町内産特産物の活用など毎年趣向を凝らすとともに、29年度からは開幕前に商品を掲載したポスターの掲示を図るなどPRを拡大
	1	ネット発売にシフトしている中、インターネット業者とコラボして情報を充実する方が効果的。	浜近委員	インターネット事業者とは、年に数回、グッズプレゼントなどコラボイベントを実施するなど連携に取り組んでいる。
	1	競馬場と日高の他の観光資源が連携して集客確保に取り組むことは重要。	西村委員	GWやお盆など、日高管内近隣町村と連携した物販などのイベントを実施
	1	馬そのものが好きな女性も多く、子馬からの成長を見守ることがファン拡大につながるのでは。馬の成長に合わせてきめ細かい情報を発信し、デビューしたときに門別競馬場に行こうという気運を高める。馬や（騎手などの）人を見守り応援できる仕掛け、ストーリー性が競馬場を訪問したい原動力になる。	八木委員 平本委員長	いただいた意見を参考として今後とも来場者の促進に取り組みたい。
	1	他の競馬場にはないプラスアルファの取組や競馬場の既存リソースを活用したコストをかけない取組により、競馬場等の魅力度を向上でき、来場者数の増加につながる事が可能。	平本委員長	いただいた意見を参考として今後とも来場者の促進に取り組みたい。
29	1	門別競馬場までの無料送迎バスについては、現在でも周辺温泉施設との連携はあるものの、乗馬体験や観光地などと組み合わせるとすれば、より集客力が高まるのではないかと。	石川委員	日高町内に乗馬施設がなく、現時点では乗馬体験と組み合わせた集客は難しい状況
	1	競馬場内のイベント、グルメのみならず、競馬場周辺の観光地や祭りなどのイベントなどについて、SNSによる臨場感のある情報発信は今後欠かせないものになるのではないかと。	石川委員	日高町のししゃも祭りのプレ企画を競馬場で実施する取組などの取組を検討しているところ。SNSによる情報発信については検討中
	1	競馬場内のグッズショップにある競馬グッズや神社などは大変ユニークだが、実際に訪れた人しか知らない状況になっており、積極的に情報発信する必要があるのではないかと。	佐々木委員	グッズショップの商品についても見直す時期に来ており、ラジオ中継などのメディアで取り上げていただけるようなオリジナル商品の開発を検討中
	1	競馬場内の統一されたアイコンなどがなくイメージが弱いので、イメージ戦略を考えていく必要があるのではないかと。	佐々木委員	いただいた意見を参考として今後とも来場者の促進に取り組みたい。
	1	札幌～門別競馬場の無料送迎バスについては、道民、札幌市民、訪日客に広く周知することが必要であり、特に訪日客に対しては、ホテルと連携することも考えてみてはどうか。	村上委員	31年度については、関係各所へのホッカイドウ競馬ポスターの配布だけではなく、観光協会との連携し、札幌市内をターゲットとしたチラシの配布やPRカードを作成するなど、無料バスPRなど集客に向けた新たな取り組みを検討中
30	1	日高管内に宿泊する建設関係者や、翌日千歳空港から出国する千歳市に泊まる外国人など、門別競馬場までのアクセスをよくすることで来場者を増やすことはできないか検討すべき。その際は、既存の高速バス事業者との連携や札幌～競馬場間の無料送迎バスの見直しも行う必要があるのではないかと。	かとう委員	現行の無料送迎バスの取組のほか、どういったバリエーションを増やすことができるかバス業者とも意見交換しているが、決行最少人数の確保、不定期運航による車両の手配などがネックとなっている。
	1	「〇〇周年」記念の企業に対して道自らが営業するなどして、記念レースを実施することで、社員が来場し、さらに、それをきっかけに日高や馬文化に対する認知度やホッカイドウ競馬の素晴らしさもわかってもらえるのではないかと。	かとう委員	〇〇周年を迎える企業に対して協賛競走実施を働きかけているほか、例年協賛競走を実施いただいている企業にも継続、増加のお願いをしているところ。
	1	平取町でも3年前ぐらいから、「びらとりデー」として全レースを町関係の冠レースを実施している。ぜひ、地元の他の町もバスを出すなどして地元ファンの拡大のため取り組んでもらいたい。	川上委員	「びらとりデー」にならない、30年度は安平町も「パワフルデー」として実施していただいております。31年度はむかわ町や厚真町などへの働きかけを検討

北海道地方競馬運営委員会 各委員からの提言とホッカイドウ競馬の対応状況（平成27年度以降）

第2期北海道競馬推進プラン 取組の方向性

- 1 顧客（ファン）の拡大
- 2 賞品（馬）と品揃え（番組）の充実
- 3 サービスの向上と発売チャンネルの拡大
- 4 事業の持続的な発展のための施設等整備並びに経営体質強化等

年度	回	提案内容	発言委員名	対応状況等
27	1	金曜の夜に門別競馬場で競馬を見ることができるようにならないか。7～8月に月曜から金曜までホッカイドウ競馬ウイークのように人一回目玉として実施できないか。	かとう委員	週5日開催するためには、ローテーションを考慮した出走馬の確保や調教など調整が難しい状況。
	1	北海道では軽い馬だけの企画があるが、大井ではクリスマスで葦毛、真っ白な馬だけのレースを組んでいるなどファン目線で工夫の余地はある。	西村委員	北海道においても冬期開催を実施した際、12月に芦毛・白毛馬限定のレースを実施したことがあるが、対象馬の減少やクラスの隔たりがあり、現在は実施していない状況。以前は出身町別のレースなども組んだこともあり、在きゅう馬を活用し、ファン目線でどのような魅力ある番組を組むことができるか検討が必要。
28	1	出走頭数、特に2歳馬の減少が深刻。調教坂路による強い馬づくりで、馬が流出し、ホッカイドウ競馬プログラムの魅力低下が心配。	内田副委員長	2歳馬については他の主催者においても引ききゅう促進策を実施していることから、門別競馬場でも29年度及び30年度に2歳の賞金諸手当の引き上げを行うなどして、出走頭数の確保を図っているところ。
	1	門別競馬場の1,600mコースは、他府県の競馬場に比較すると、広い馬場やコーナーリングの面で中央競馬に対抗できるタフなコースなのでアピールしてはどうか。	西村委員	27年度に1,600mの内回りコースを整備したが、本コースを活用した魅力ある番組づくりの検討が必要。
	1	門別競馬場は避暑地の競馬であり、2歳は夏にこちらで暑さを凌いでから、秋になったら府県で勝負する馬主が多い。門別競馬場の意義はそこにもあるのでアピールしてはどうか。	西村委員	北海道でデビューした2歳馬については、他主催者からも引き合いが強い状況。なお、ホッカイドウ競馬では春先から開催終了までに多くの2歳重賞を編成していることから、早期の転出が相次いだ場合、ホッカイドウ競馬のレース編成や出走頭数に影響。
29	1	地球温暖化が進む中、1年間の前半は季候のよい北海道で坂路調教の上、出走し、後半は道外で出走してもらうというサイクルを馬主にPRするのの一考ではないか。	西村委員	ホッカイドウ競馬は他主催者とは異なり通年開催となっており、開催終了後に転出馬が増加することから、翌年春の開催に再転入させるための輸送費補助などを措置して出走馬の確保を図っているところ。
	1	ホッカイドウ競馬では、3歳の重賞が早々と終了するが、秋の3歳チャンピオンシップを目指すよう、夏以降のレース体系を見直してはどうか。	浜近委員	坂路調教施設の整備等によりホッカイドウ競馬所属馬の能力が向上したことに伴い、2歳馬の転出も増加傾向にある。3歳馬の重賞を組むに当たっては、魅力ある番組づくりの基礎となる馬資源の確保が重要であり、賞金の増額や春に北海道に戻ってくる競走馬のための輸送費補助などをすすめているところ。なお、31年度より「3歳秋のチャンピオンシップ」シリーズに3冠最終戦である王冠賞競走が指定競走として参加、10月のシリーズ最終戦ダービーグランプリ（岩手）を目指すこととなる。
30	1	ホッカイドウ競馬の特徴は2歳馬のレースが多いことだが、ネットで買っている人が2歳馬のレースを買っているのか、そうでないのかを分析する必要があるのではないか。	片山委員	ホッカイドウ競馬で30年度に実施された全873レースを分析したところ、ネットによる購入者の占有率は2歳馬レース（82.0%）、3歳馬レース（84.1%）、3歳以上馬レース（83.1%）と、ホッカイドウ競馬の特色は産地に根ざした2歳戦である一方、ネット購入における得意な差は見られなかった。

北海道地方競馬運営委員会 各委員からの提言とホッカイドウ競馬の対応状況（平成27年度以降）

第2期北海道競馬推進プラン 取組の方向性

- 1 顧客（ファン）の拡大
- 2 賞品（馬）と品揃え（番組）の充実
- 3 サービスの向上と発売チャンネルの拡大
- 4 事業の持続的な発展のための施設等整備並びに経営体質強化等

年度	回	提案内容	発言委員名	対応状況等
27	1	2歳馬は予想するファクターが少ないが、能力検定の映像と対比させるなど参考情報はあればあるほどよい。	浜近委員	予想ファクターの少ない新馬競走については、競馬中継において必ずパドック開設を実施するなどしているが、今後、生産牧場でのサイドストーリーなど競馬ファンの注目を集められるような参考情報の収集とそうした情報の提供を検討していきたい。

第2期北海道競馬推進プラン 取組の方向性

- 1 顧客（ファン）の拡大
- 2 賞品（馬）と品揃え（番組）の充実
- 3 サービスの向上と発売チャンネルの拡大
- 4 事業の持続的な発展のための施設等整備並びに経営体質強化等

年度	回	提案内容	発言委員名	対応状況等
28	1	顧客サービスとしてビジョンの更新より、人材流出防止のため、劣悪な環境のきゅう舎やアパート整備の方が優先順位が高いのではないか。	八木委員	門別競馬場のきゅう舎やアパートなどの多くの基幹施設は、昭和57年から60年にかけて整備した門別トレーニングセンターの施設を使用しており、老朽化が進んでいる状況。そうしたことから、現在の第2期北海道競馬推進プラン（平成28～32年度）の期間内に基幹施設の更新など将来構想の検討を進めるところとしているが、競馬ファンの皆様の期待に応えるサービスの向上も併せて進めていくところ。



北海道地方競馬運営委員会 各委員からの提言とホッカイドウ競馬の対応状況（平成27年度以降）

第2期北海道競馬推進プラン 取組の方向性

- 1 顧客（ファン）の拡大
  - 2 賞品（馬）と品揃え（番組）の充実
  - 3 サービスの向上と発売チャンネルの拡大
  - 4 事業の持続的な発展のための施設等整備並びに経営体質強化等
- その他

年度	回	提案内容	発言委員名	対応状況等
28	1	（地域独自開催の）A i b aまつりに係る負担が大きいことから、開催回数を減らした事などは残念。自治体は、ネットの売上を勘違いし、油断しているのではないかと。赤字の時だけでなく継続して産地は支援し続けるべき。	西村委員	協賛競走等を通して、産地の市町村、団体と連携して産地競馬を盛り上げていく。
29	1	市場に競走馬が安定的に供給されなくなれば、市場価格が高まり、馬主は海外市場も視野に入れることも想定されることから、後継者が減少傾向ではあるが、産地自らが安定供給に取り組んでいく必要。	西村委員	いただいた意見について、道庁生産振興部局や振興局に働きかける。
	1	IR法案に関連し、ギャンブル依存症についてマスコミ報道がある中、ホッカイドウ競馬については、公営ギャンブルという側面だけではなく、馬文化や北海道に根付いている産業としてPRしていくことが重要ではないか。	西村委員	平成30年は北海道命名150年という記念の年であったことから、ホッカイドウ競馬において150年記念レースを実施したほか、JRA札幌競馬場の協力を得て、150年記念レースを実施していただくなど北海道に根ざした馬文化等をPRしたところ。今後とも馬産地である北海道に根付いた産業としての側面もPRしていく。
30	1	セールが好調であるが、大手の生産者が中心。家族経営の生産者はまだまだ苦しい状況で、農家戸数が激減している。生産基盤を維持するためにも、生産者の支援についてよろしくお願ひしたい。	小野寺副委員長	生産基盤の維持に伴う労働力確保については外国人労働者の確保の取組も想定されるため、道庁生産振興部局や振興局と連携し、情報共有などを働きかける。
	1	28年度と29年度の収支構造を比較すると3億円あまり運営費が増加しており、分析する必要がある（会議資料1「平成29年度収支結果と平成30年度の開催状況」4ページ）。	平本委員長	（29年度経費において、本来整備費で計上すべきトラックビジョン整備費を運営費に誤って計上したため訂正） 28年度経費（運営費 2,615百万円、賞金等 1,713百万円、整備費 112百万円） 29年度経費（誤）（運営費 2,976百万円、賞金等 1,809百万円、整備費 40百万円） 28年度経費（正）（運営費 2,623百万円、賞金等 1,809百万円、整備費 393百万円）
	1	21億円の道内発売を稼ぐのに、経費がこれ以上かかっていないか場外発売所の運営も含め点検が必要。経費を削減しながら売り上げを確保することで収益性をあげていくことを検討していくべき。	平本委員長	過去に経営悪化した経験も踏まえ、効率的な運営による経費節減と収益性の向上に向け、ホッカイドウ競馬関係者全体で共有していく。
	1	IRではIR自体の売り上げの7割がギャンブルであり、それを得るために周辺には多くのエンターテインメントの施設がある。同様に競馬場も競馬だけのために作っていると広がりがなくなるので、今後の施設整備に当たっては、競馬場をより魅力的なものにするという視点も入れると、競馬場に来ようという方々が増えるのではないかと。	片山委員	今後の施設整備に当たっては、いただいた意見を参考に競馬場の魅力向上の視点を踏まえながら取り組んでいく。