

第3期「北海道競馬推進プラン」の方向性

令和2年8月7日（金）
北海道農政部競馬事業室

1 策定の趣旨

- ・ ホッカイドウ競馬は、昭和23年の開始以来、益金290億円余りを北海道の一般会計に繰り出したが、平成4年以降連続した赤字決算に陥り、平成13年には28億円余りもの赤字額を出すまでに経営が悪化した。
- ・ このような中、経営改善を図るため場外発売所の開設やインターネット発売体制の充実に取り組みながら、競馬場の集約化や強い馬づくり、魅力ある番組づくり、ファンサービスの充実など様々な改革に取り組んだ結果、平成25年度以降は単年度収支が黒字化し、一般会計に繰り出すとともに、将来の安定的な運営に向けて基金を積み立ててきた。
- ・ ホッカイドウ競馬は馬産地に立脚した競馬場として、雇用や地域経済への寄与のみならず、馬主の過半を占める生産者が市場価格の低い2歳馬や牝馬を自ら走らせるなど、馬産地のセーフティネットとしての役割を果たしていることから、これまでと同様に黒字を確保しながら競馬事業を安定的に継続していく必要がある。
- ・ このためには発売をさらに確保し、経営改善を通じて黒字を確保していく必要があり、経営資源である競走馬に加え、騎手などの「ヒト」、競馬を実施する基盤となる競馬場などの「モノ」を充実させるとともに、番組やサービスといった「コト」である競馬の内容の充実を図っていかなければならない。
- ・ 特に競馬事業の収益は競馬開催による収入に加え、場外発売所において他主催者の馬券を発売することで得られる収益により事業全体の黒字を確保する構造であることから、引き続き場外発売所での発売対策が重要となっている。
また、競馬場内のきゅう舎や関係者の住居等は、老朽化が著しいことや公正確保上の課題から、施設配置を含めた抜本的な見直しが必要となっている。
この他、ホッカイドウ競馬は冬期間開催できず、冬場の所得機会が少ないことなどから、騎手及びきゅう務員の確保が急務となっているなど、様々な課題がある。
- ・ こうした中、ホッカイドウ競馬がこれからも競馬ファンに愛され持続的に発展できるよう、「ヒト、モノ、コト」の充実を図る観点で「5カ年程度の中長期的な計画」としての第3期北海道競馬推進プランを策定するものである。

2 基本的な考え方

目指す姿

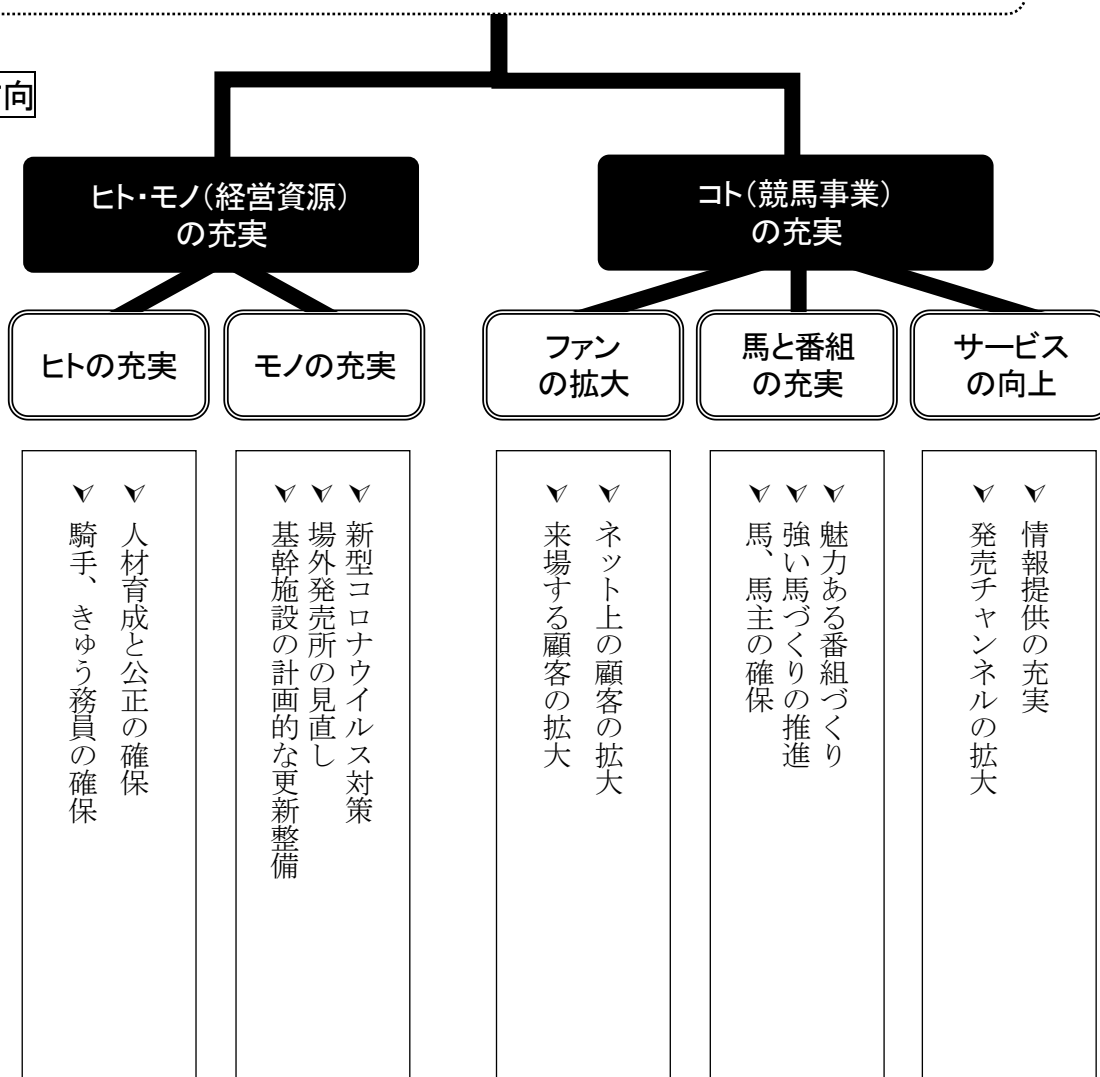
これからも競馬ファンに愛されるホッカイドウ競馬

「道営競馬の開催」と「他主催者競馬の発売」を車の両輪として推進し、
競馬事業の安定と馬産地の持続的発展を目指す

経営方針

- ・ 馬産地競馬を通じ、強い馬づくりと全国への競走馬の供給
- ・ ホッカイドウ競馬本体の発売拡大
- ・ 場外発売所での他主催者競馬の発売対策による収益確保、
- ・ 老朽化した基幹施設の配置見直し及び整備更新

取組方向



3 第3期北海道競馬推進プランの取組方向（案）

【現状と課題】

【取組方向】

ヒトの充実

- 騎手、きゅう務員の確保
 - ・所属騎手が近年減少（H28:24名→H30:20名→R2:18名）
 - ・競馬開催が終了し所得機会が少なくなる冬期間の所得確保が課題
 - ・きゅう務員は近年減少傾向にあったが、外国人きゅう務員により総数は確保（R2:きゅう務員総数192名、うち外国人:40名）
- 人材育成と公正の確保
 - ・近年、他競馬場等で不正行為（馬券購入や不正薬物等）が散見
 - ・きゅう舎の経営改善が必要

- 騎手、きゅう務員の育成・確保
- 関係者が職場に定着する働きやすい環境づくり
- 坂路を活用した強い馬づくりを推進しながら、冬期間においてホッカイドウ競馬所属のまま、南関東等の他競馬場に出走できる環境構築を検討
- 公正確保の徹底と、道と公社の更なる連携強化
- 調教助手制度の導入により、経営に専念しやすいきゅう舎環境づくりなどの取り組みを検討

モノの充実

- 基幹施設の計画的な更新整備
 - ・競馬場内の基幹施設（きゅう舎、業務施設、住居等）は建築から35年以上経過しており老朽化
 - ・敷地が狭く、同じ場所での施設更新が困難な上、来場者エリアも狭隘
 - ・きゅう舎と業務施設が同じエリアにあり、公正確保上課題
- 場外発売所の見直し
 - ・入場者数及び発売額が年々減少しており、令和2年の新型コロナウイルス拡大による一部休止の影響により、その傾向が拍車
 - ・他の主催者や公営競技では、ウォークスルー方式やキャッシュレス方式による発売方法が導入
- 新型コロナウイルス対策
 - ・令和2年2月下旬から4ヶ月程度、新型コロナウイルス拡大に伴い、場外発売所を休止
 - ・令和2年6月より、地方競馬全国協会の新型コロナウイルス対策ガイドラインに則し、ホッカイドウ競馬から発売するなど順次拡大。なお、現段階で門別競馬場は無観客での開催を継続中
 - ・現段階で収束が見通せない中で、競馬場及び場外発売所については、新型コロナウイルスの感染拡大防止を図りながら、対応していく必要

- 基金を活用した計画的な施設整備を推進
- 顧客の利便性や公正確保に配慮した長期的展望に基づく施設配置を検討
- 場外発売所の在り方・発売方法の見直しを検討
- 今後とも、感染拡大状況を見据え、ガイドラインに則しながら、競馬場及び場外発売所における新型コロナウイルスの感染予防対策を徹底

ファンの拡大

- 来場する顧客の拡大
 - ・場外発売所の主要な顧客層は男性が8割、50歳代以上が6割
 - ・既存の顧客層に加え、JRAファンのみならず、若者や女性など新たな顧客層の開拓が引き続き必要
- ネット上の顧客の拡大
 - ・ネット人口が増加する中、新型コロナウイルスの拡大に伴い、在宅勤務や巣ごもり需要が増加
 - ・これに伴い、ホッカイドウ競馬においてもインターネット発売が増加
 - ・インターネット発売は好調であるが、ネット社会の中でさらに顧客を確保していくことが必要

- 場外発売所における発売維持対策の実施（環境改善、情報提供、イベントの充実）
- 土日のJRAの顧客を平日の地方競馬購入に誘導する取組の充実
- 場外発売所における新しい発売方式の検討（ウォークスルー、キャッシュレス等）
- インターネット発売の拡大に向け、WEBでのPRを強化
- インターネットによる購入を支援する情報提供の充実

馬と番組の充実

- 馬・馬主の確保
 - ・軽種馬の生産頭数は、H27までは減少していたものの、H28以降増加
 - ・しかしながら、他主催者の賞典費の増額等により、春先の3歳馬不足や、2歳馬の早期転きゅうにより、時期的に出走馬確保が困難な状況が継続
 - ・出走馬主数は近年横ばいで推移
- 強い馬づくりの推進
 - ・屋内調教用坂路を活用した強い馬づくりを推進し、ホッカイドウ競馬所属馬や出身馬が重賞競走等で活躍
 - ・しかしながら、競馬が開催できない冬期間において、ホッカイドウ競馬所属馬の活躍の場が少ない状況
- 魅力ある番組づくり
 - ・内回りコースの活用や牝馬の特色を生かした、多様な番組編成を実施しているが、春先等において出走馬が少なく、少頭数のレースも出現
 - ・地方競馬は中央競馬と比較して相対的に魅力が低く、より良い番組体系が必要

- 産地関係者と他主催者の協力の下、馬のいきゅう促進と馬主の確保・拡大を推進
- 他主催者との交流競走の実施を通じた馬の確保対策を検討
- 坂路を活用した強い馬づくりを推進しながら、冬期間においてホッカイドウ競馬所属のまま、南関東等の他競馬場に出走できる環境構築を検討【再掲】
- 2歳馬戦や牝馬戦などホッカイドウ競馬の特色を生かした魅力ある番組の編成とともに、出走馬を確保
- 地方競馬におけるホッカイドウ競馬の位置づけを明確にした上で、競馬界全体の盛り上げに資する番組体系を検討・提案

サービスの向上

- 発売チャンネルの拡大
 - ・ネット発売へのシフトが加速しており、場外発売所での現金発売のウエイトが低下（H21:45%、H26:69%、R1:86%）
 - ・場外発売所での発売は、業務協力金収入として重要な収益であり、引き続き確保することが必要
- 情報提供の充実
 - ・HD化による高画質な映像提供やホームページのリニューアルなど情報提供の改善に取り組み済み
 - ・また、スポーツ紙の馬柱について掲載誌や地域を拡大済

- インターネット発売の拡大に向け、WEBでのPRを強化【再掲】
- 場外発売所における発売維持対策の実施（環境改善、情報提供、イベントの充実）【再掲】
- 顧客ニーズをとらえ、競馬場や出走馬の様子などをリアルタイムでSNS等で発信
- ファンがより見やすい映像や画像の提供のほか、臨場感ある映像提供の検討