

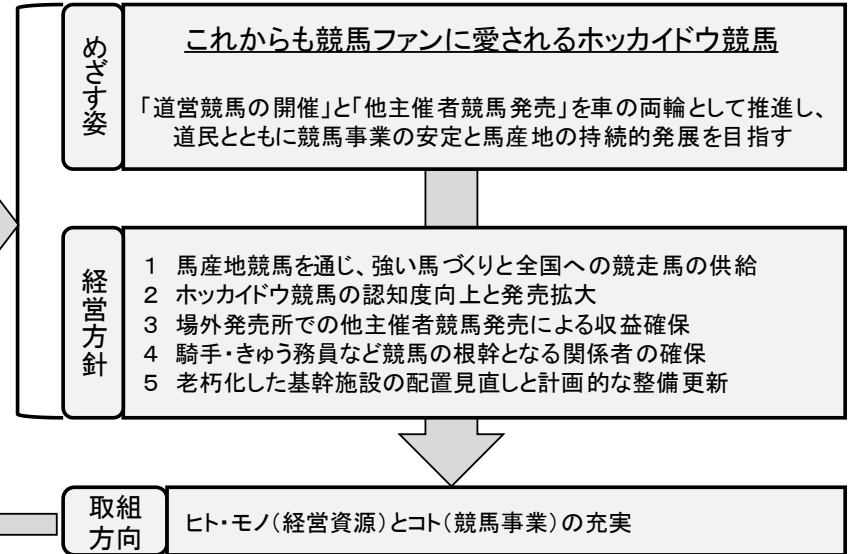
第3期北海道競馬推進プラン(素案)の概要

現 状 認 識

経営状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ビジョン、第1・2期プラン等長年の改革により経営状況は好転 ・令和元年度まで7年連続の単年度収支黒字を確保 ・基金を積み立てるとともに、一般会計の借入金返済を継続
役割・強み弱み	<ul style="list-style-type: none"> ・北海道の競馬事業が果たしている役割と強みは不変 【役割】 ①全国への競走馬供給 ②馬産地のセーフティネット ③地域雇用・経済波及 ④財政寄与＋社会貢献 【強み】 ①馬産地に立脚し、産地の声と直結 ②坂路を活用した高い調教技術と強い馬づくり ③2020年度からJBC2歳優駿を開催 ④他の競馬場よりも数多く場外発売所を設置 【弱み】 ○冬期間の競馬開催が不可

めぐる情勢・課題	ヒト	<ul style="list-style-type: none"> ・きゅう舎関係者、特に騎手、きゅう務員が減少 ・冬期間の所得確保など、きゅう舎の経営安定が課題
	モノ	<ul style="list-style-type: none"> ・競馬場のきゅう舎等基幹施設が老朽化、来場者エリアも狭隘 ・場外発売所では、地方競馬の入場・発売は低迷。一方JRA発売は好調。業務協力金の確保は引き続き重要
	ファン	<ul style="list-style-type: none"> ・ネット社会の急速な増加によりネット発売が主体 ・競馬場や場外での主要な客層は年配の男性であり、若者や女性などの新たな顧客層の開拓が必要
	馬・番組	<ul style="list-style-type: none"> ・春先の馬の確保、少頭数レースの解消が課題 ・強い馬づくりに努めているが、さらなるアピールが必要
	サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・ネット発売が加速し、ネット上の顧客サービスの充実が必要 ・ホッカイドウ競馬を購入しやすくなるような情報発信内容の改良・充実が必要 ・場外発売所の入場者を確保するため、環境整備や新たな発売方式の検討が必要

第3期プランの概要



取組方向	ヒト	<ul style="list-style-type: none"> ・騎手・きゅう務員の確保、安定雇用のための環境整備 ・冬期間の所得確保に向けた他主催者との交流(遠征等)
	モノ	<ul style="list-style-type: none"> ・効率性や安全性確保、居住環境、顧客の利便性に配慮した施設のあり方検討、計画的な施設整備 ・場外発売所の環境整備、発売所のあり方検討
	ファン	<ul style="list-style-type: none"> ・ネット上の顧客拡大に向けたウェブ上でのPR強化等 ・新規顧客層を意識したイベント、場外等の認知度向上
	馬・番組	<ul style="list-style-type: none"> ・馬の入きゅう促進 ・魅力ある番組づくり ・強い馬づくりの促進と活躍の場の確保
	サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客にリアルタイムな情報を提供 ・情報発信内容の改良・充実