

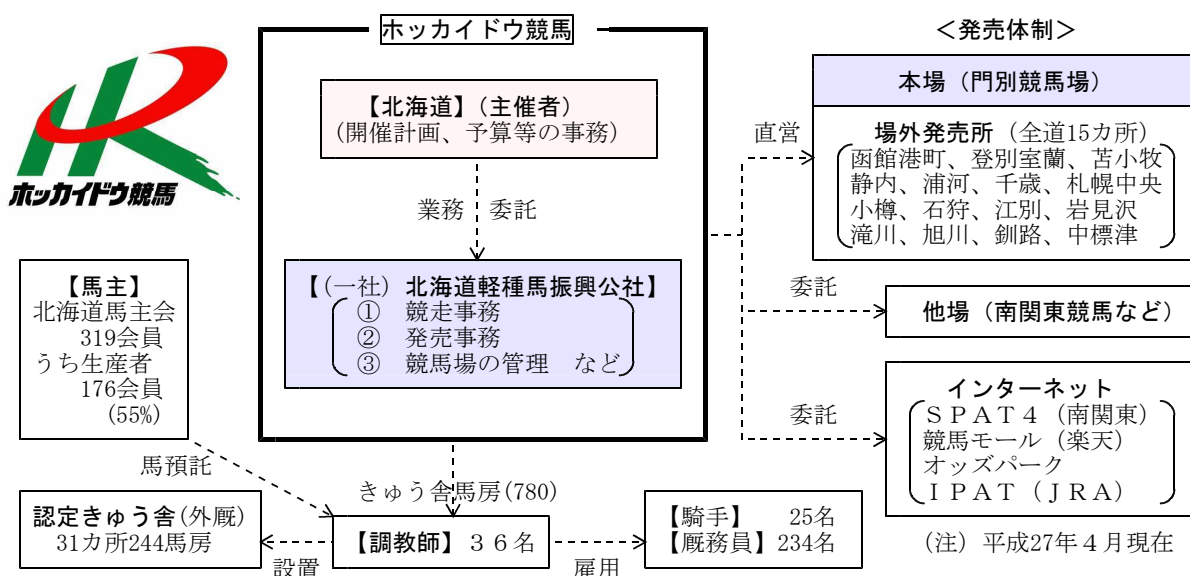
ホッカイドウ競馬をめぐる情勢

1 ホッカイドウ競馬の実施体制

ホッカイドウ競馬は、平成21年度から（一般社団法人）北海道軽種馬振興公社に「競馬の実施に関する業務」を委託し、産地の持つノウハウや資源を最大限発揮しながら、効率的な競馬事業の実施に努めるとともに、門別競馬場を基幹競馬場に位置付け、ナイターにより競馬を実施しています。

発売体制は、本場と全道の15の場外発売所、南関東競馬などの地方競馬の場外発売所、インターネットとなっています。

□ ホッカイドウ競馬の実施体制図

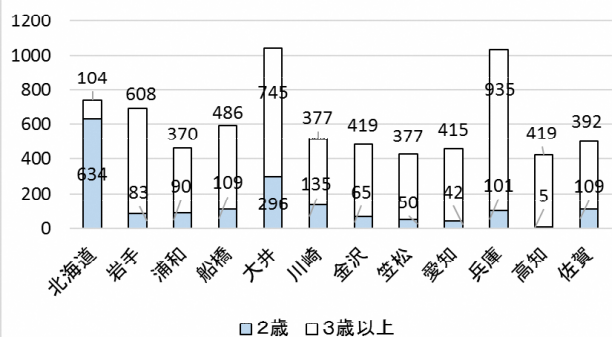


2 ホッカイドウ競馬の果たしている役割

(1) 全国への競走馬の供給

門別競馬場は、軽種馬の生産地にあることから多くの新馬を受け入れ、レベルの高い調教技術の下、強い馬づくりと全国一早い新馬競走を行い、その多くの2歳馬がJRAや南関東競馬など全国に転きゅうし、各転きゅう先で活躍するなど、ホッカイドウ競馬は全国への競走馬の供給基地としての役割を担っています。

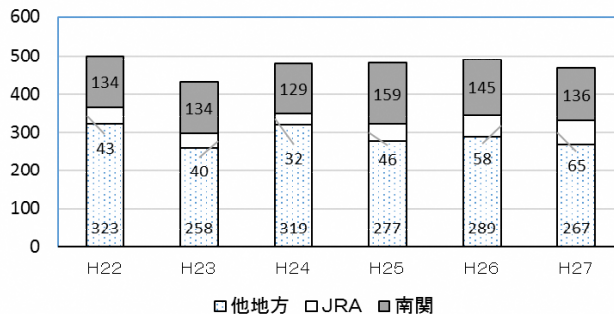
□ 地方競馬の在きゅう馬頭数 (H26)



(資料)

平成26年度地方競馬に関する資料（地方競馬全国協会）

□ ホッカイドウ競馬所属馬 (2歳馬)



(資料)

北海道軽種馬振興公社

(2) 産地のセーフティネット

ホッカイドウ競馬の馬主の約半数以上が軽種馬の生産者であり、その多くは市場等で売り切れない2歳馬を自ら出走させており、また、産地において馬資源の基本となる牝馬が過半を占めるなど、ホッカイドウ競馬は馬産地のセーフティネットとなっています。

□ 北海道馬主会の会員数 (H27)

区 分	会員数(比率%)
総 会 員 数	319 (100%)
うち生産者	176 (55%)

(資料)北海道馬主会



□ 地方競馬の競走馬頭数の内訳 (単位：頭)

区 分	牡	牝	計
全 国	約5,500 (54%)	約4,700 (46%)	約10,200 (100%)
うち北海道	629 (47%)	743 (53%)	1,342 (100%)
うち2歳	261 (41%)	381 (59%)	642 (100%)
うち3歳超	368 (50%)	362 (50%)	730 (100%)

(資料)全国の数字は、JBISから競馬事業室が集計
北海道の値は、平成26年度「競馬成績」
(北海道軽種馬振興公社)

(3) 雇用や経済波及での効果

ア 大きな雇用効果

ホッカイドウ競馬は、馬券の発売や清掃・警備などのほか、競馬開催を通じて、印刷、放送、輸送、電信など様々な経済活動と密接に結びついており、競馬事業に係る関係者数は700人を超えています。

また、競馬の開催を通じ、馬の生産・販売や飲食費業者などの誘致により、2,400人以上の雇用に結びついているものと推計されます。

□ ホッカイドウ競馬の関係者数

区 分	人 数
主催者(道競馬事業室)	9
北海道軽種馬振興公社	38
本場・場外の従事員	202
きゅう舎関係者	※295
委託業者	177
計	721

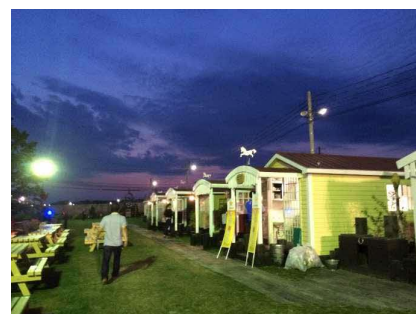
資料：北海道軽種馬振興公社調べ (H27年6月現在)

※：調教師36名、騎手25名、きゅう務員234名

□ 競馬開催に伴う雇用創出数

部 門	人 数
競馬開催	1,380
馬の生産	909
ファン関連	129
合 計	2,418

資料：北海道競馬改革
ビジョン(H19)



イ 全道への経済波及

ホッカイドウ競馬は、競馬を開催することによって関連産業の生産を誘発するなど、道内の様々な経済活動と密接に結びついており、北海道経済に大きく寄与しています。

また、ホッカイドウ競馬を実施している日高管内では、様々な競走馬関連産業が集積しており、その市場規模は600億円以上(※)とされています。

※ 2004年小山良太「競走馬産業の形成と協同組合」

□ ホッカイドウ競馬の経済波及効果(「北海道競馬改革ビジョン」より抜粋)

< 200億円にも及ぶ経済波及効果 >

- ホッカイドウ競馬のもたらす経済波及効果は、競馬開催や出走馬の生産額、ファンの飲食費等の直接支出が約110億円と推定されます。
- この直接支出により、関連産業への生産誘発額や、その二次波及効果を合わせた経済波及効果は234億円と、開催経費の4.1倍、支出額の2.1倍にのぼり、道内への波及効果額は198億円であり、北海道経済に大きく寄与しています。

3 これまでの運営改善の経過と成果

(1) 運営改善の取組経過

道では、「北海道競馬改革ビジョン」〔20～22〕（以下、「ビジョン」）及び「北海道競馬推進プラン」〔23～27〕（以下、「プラン」）に基づき、門別競馬場への集約化やナイター化、ミニ場外発売所の設置、JRA等との相互発売など連携の強化、強い馬づくりに向けた屋内調教用坂路の整備、魅力ある番組づくりに向けた内回り走路整備など様々な運営改善を進めてきました。

□ 「北海道競馬改革ビジョン」及び「北海道競馬推進プラン」の概要

「北海道競馬改革ビジョン」(20～22)	「北海道競馬推進プラン」(23～27)
<ul style="list-style-type: none"> ○組織改革 <ul style="list-style-type: none"> ・北海道軽種馬振興公社への業務委託による組織のスリム化 ○競馬場の集約化 <ul style="list-style-type: none"> ・門別競馬場で全日程ナイター化 ○親しまれる競馬場づくり <ul style="list-style-type: none"> ・産地等の支援による施設の整備 ○発売体制の充実 <ul style="list-style-type: none"> ・ミニ場外発売所の整備 ○経費の削減、合理化 など 	<p>【基本的な考え方】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○収支構造の安定 ○産地競馬としての機能の更なる強化 <p>【取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○強い馬づくりの推進と魅力ある番組づくり ○ファンの拡大 ○JRAや他主催者との連携の強化 ○産地等との連携による観光の推進 ○高画質な映像の提供など情報発信の向上 ○経費の削減

□ 主な取組の経過など

年度	計画	主な取組	開催場	場外発売所再編	所数
13		インターネット発売開始、ミニ場外設置	3場 旭川 札幌 門別	岩見沢・旭川＋静内	3
18		南関東地方競馬のネット発売に参画		※	13
19		楽天競馬のインターネット発売に参画		※	13
20	北海道競馬	ビジョンに基づく施設整備	2場(札幌・門別)	＋石狩、▲留萌	13
21	改革ビジョン	ナイター化、旭川開催の廃止		＋札幌中央、＋登別室蘭、＋琴似	16
22	(20～22)	札幌競馬場開催休止(門別一場化)	1場 (門別)	＋釧路	17
23	北海道競馬	全国的発売集計システムへの参画		▲琴似	16
24	推進プラン	屋内調教用坂路、JRAとの相互発売			16
25	(23～27)	22年ぶりの単年度収支黒字化			16
26		牝馬重賞競走の充実			16
27		内回り走路を活用した番組再編		▲札幌駅前	15

※函館港町、苫小牧、静内、浦河、千歳、小樽、石狩、江別、岩見沢、滝川、旭川、中標津、留萌

(2) 運営改善の成果

ア 収支構造の更なる安定

プランでは、22～24年度が収支ゼロ、25～27年度まで毎年度2億円の黒字を見込む計画でした。これに対し実績では22～24年度と若干の赤字が続き、繰上充用で対応してきましたが、25、26年度と2年連続の単年度収支黒字化を達成するとともに、繰上充用も解消したところであり、プランの目的である「収支構造の更なる安定」は概ね達成していると考えています。

□ プランにおける収支計画と実績 (単位：億円)

年度	プラン		実績(※)		※
	単年度収支	累積収支	単年度収支	累積収支	
22	0	0	▲0.5	▲0.5	※ 22年度から、単年度の赤字は繰上充用により対応 繰上充用とは、会計年度経過後、その該当年度の歳入が歳出に対して不足する場合に、翌年度の歳入を繰り上げて当該年度に充てること
23	0	0	▲1.9	▲2.4	
24	0	0	▲1.5	▲3.9	
25	2	2	+1.8	▲2.1	
26	2	4	+4.0	+1.9	
27	2	6	—	—	

イ 強い馬づくりの推進

プランで記載されている「魅力ある番組提供に向けた馬資源の確保と強い馬づくりの推進」に向け、23年度に屋内調教用坂路を整備し、24年度から供用を開始しました。

この結果、心肺機能の強化はもとより、馬の故障が減少するなど馬が頑健になっていることが考えられ、一頭当たりの平均出走回数も向上しています。馬が強くなったことで、2歳馬を中心として、JRAや南関東など賞金水準の高い競馬への転きゅう頭数が増加しています。

□ 門別競馬場屋内調教用坂路



【施設の概要】

- 坂路概要：延長900m、勾配0.0～5.5%、高低差21m
走路幅7m、帰り馬道幅3m

【坂路調教の効果等】

- 競走馬の能力向上
 - ・心肺機能・筋力の強化によるスピード能力の向上
 - ・冬期間の調教環境の確保
 - ・ウッドチップによる怪我防止、疲労回復機能向上
- 波及効果
 - ・坂路で鍛えられた競走馬の付加価値向上
 - ・転厩先での活躍によりホッカイドウ競馬の認知度向上

□ ホッカイドウ競馬所属馬の年齢別稼働率

(単位：回)

区分	21年度	22	23	21～23平均A	24	25	26	24～26平均B	差(B-A)
2歳馬	5.68	5.21	5.62	5.50	5.92	6.33	5.97	6.07	0.57
3歳以上	7.25	7.00	7.25	7.16	7.40	7.54	7.93	7.61	0.45

資料：北海道軽種馬振興公社「競馬成績」から競馬事業室が推計

注：稼働率＝出走延頭数／出走実頭数

□ ホッカイドウ競馬所属馬(2歳)の転厩先 (単位：頭)

区分	22年度	23	24	25	26	27	
転厩頭数	南関東	134	134	129	159	145	136
	JRA	43	40	32	46	58	65
	その他	323	258	319	277	289	267
	合計A	500	432	480	482	492	468
2歳在厩頭数B	689	664	644	655	642	619	
転厩割合(A/B)	73%	65%	75%	74%	77%	76%	



資料：北海道軽種馬振興公社

□ ホッカイドウ競馬所属馬・出身馬の活躍の状況

馬名	生年月日	現所属	活躍状況
ハッピープリント	23年 3月 6日	大井	2013全日本2歳優駿1着 2013・2014年NARグランプリ
サンバビーン	22年 5月 5日	北海道	GRANDAME-JAPAN 2015古馬シーズン優勝
タイニーダンサー	25年 4月 24日	JRA	2015北海道2歳優駿1着 2015年NARグランプリ



↑ハッピープリント



↑サンバビーン

ウ 魅力ある番組づくり

プランで記載されている「馬の距離適性に応じた競走バリエーションの拡充」など魅力ある番組づくりに向け、次のとおり対応しました。

- ・ 26年度より、ブリーダーズゴールドカップを牝馬限定にするなど、ホッカイドウ競馬の特色である牝馬に着目したレース体系に再編
 - ・ 内回りコースを26年度に整備し、27年度より1,500m及び1,600mの競走を追加。
- これに伴い、基本的な距離であるマイル戦を充実するなど競走距離のバリエーションを拡充

□ 重賞レースの再編経過

年度	区分	月日	レース名	条件	変更内容等
26	新設	8月14日(木)	フルールカップ(H3)	2歳牝馬	1,000m
	変更	8月14日(木)	ブリーダーズゴールドカップ(JpnIII)	3歳以上牝馬	26年度から牝馬限定
27	距離変更	4月22日(水)	北斗杯(H3)	3歳	1,200→1,600m
	新設	5月21日(木)	ヒダカソウカップ(H3)	3歳以上牝馬	1,600m
	距離変更	7月9日(木)	星雲賞(H3)	3歳以上	2,000→1,600m
	距離変更	8月6日(木)	ブリーダーズゴールドジュニアカップ(H1)	2歳	1,800→1,600m
	新設	9月15日(火)	旭岳賞(H2)	3歳以上	1,600m
	距離変更	9月22日(火)	フローラルカップ(H3)	2歳牝馬	1,700→1,600m
	距離変更	11月12日(木)	ブロッサムカップ(H3)	2歳牝馬	1,200→1,600m

エ JRAなど他の競馬主催者との相互連携の強化

次のとおり、JRAや他の主催者との連携の強化に取り組みました。特にJRAとの相互発売は売上の拡大に大きく貢献しています。

- ・ 地方競馬共同ターミナルシステムへの参画(23年11月)
- ・ JRAインターネットシステム投票システム(IPAT)導入(24年10月)
- ・ 場外発売所AibaにおいてJRAの勝馬投票券の発売を開始<J-PLACE設置>(25年3月)
- ・ 南関東のインターネット投票システム(SPAT4)におけるトリプル馬単(三重勝馬番号二連勝単式)賭式の導入



□ ホッカイドウ競馬の発売額の推移

(単位：百万円)

区分	22年度(構成比%)	23	24	25	26	27
発売額全体	11,292	11,571	12,000	14,017	15,707	16,900
道内発売	3,953(35)	3,694(32)	3,050(25)	2,682(19)	2,586(16)	2,291(14)
道外発売	1,795(16)	1,826(16)	2,196(18)	2,388(17)	2,308(15)	2,563(15)
ネット発売	5,544(49)	6,051(52)	6,754(56)	8,947(64)	10,813(69)	12,046(71)
IPAT	—	—	284(2)	1,496(11)	2,007(13)	2,370(14)
トリプル馬単	—	—	—	—	218(1)	318(2)

資料：競馬事業室

注：構成比はいずれも発売額全体に対する割合

□ 業務協力金収入の推移

(単位：百万円)

区分	22年度(構成比%)	23	24	25	26
業務協力金合計	1,342	1,274	1,317	1,816	1,965

資料：競馬事業室

注：「業務協力金」とは、ホッカイドウ競馬の場外発売所において、他の競馬主催者(他の地方競馬やJRA)の勝馬投票券を発売することにより得られる手数料収入

3 ホッカイドウ競馬の現状と課題

ホッカイドウ競馬の発売拡大と事業の持続的発展に資する観点から、「顧客」、「番組」、「発売」、「施設・経営」の項目ごとに、現状を解説した上で、必要な課題を記載することとします。

(1) 顧客

ア 顧客層

日本全体の人口が少子高齢化が進展する中、レジャーの多様化などによりホッカイドウ競馬(道営本体の発売日)の入場者数は、平成3年度の117万人をピークに減少傾向となっています。

一方で、土日を中心としたJRA発売時には、道営発売時の3倍以上の来場者が訪問します。

来場する顧客の年齢層は、比較的高齢の方が多く(50代以上が約7割)、性別では男性が多い(約8割)傾向となっています。

ホッカイドウ競馬のファンを拡大していくためには、ホッカイドウ競馬に対する認知度をさらに高めるとともに、新たな顧客層である若者や女性、さらには近年急速に増えつつある外国人観光客などをターゲットとするほか、土日のJRAファンをホッカイドウ競馬の顧客として取り込んでいくことが必要です。

□ ホッカイドウ競馬の入場者数

区分	入場者数計(人)		
	道営競馬場	うち競馬場	うち場外
H3	1,173,847	1,173,847	—
23	348,128	49,879	298,249
24	299,564	49,120	250,444
25	271,865	48,567	223,298
26	280,187	49,541	230,646
27	279,982	55,284	224,698

資料：北海道軽種馬振興公社

□ 発売種類別入場者数(H26) (単位：人、日)

区分	鉢入場者数	開催日数	1日当
道営(A)	280,207	80	3,503
JRA(B)	1,270,165	107	11,871
他地方(C)	416,646	178	5,389

資料：北海道軽種馬振興公社

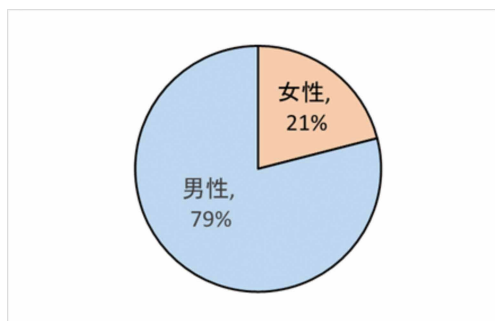
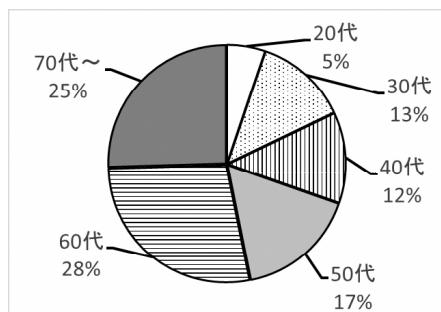
注：A→4月23日(水)～11月13日(木)のホッカイドウ競馬

開催期間(火水木を基本)

B→JRA開催日(土日)

C→ホッカイドウ競馬開催日以外の平日

□ ホッカイドウ競馬場外発売所を訪問する顧客の年齢と性別



資料：北海道競馬事業室(平成27年度に実施したAibaイベント時でのアンケート調査結果(苫小牧、中標津、滝川の道営開催時))

□ 訪日外国人来道者数(実人数)の推移

区分	総計(人)					
	アジア	うち中国				
		うち韓国	うち台湾	うち香港		
22	741,700	624,100	135,500	148,900	183,700	87,100
23	459,700	478,300	101,400	89,700	191,200	56,200
24	790,400	661,700	102,200	123,600	280,800	72,600
25	1,153,100	993,600	158,300	141,600	415,600	107,300
26	1,541,300	1,352,500	340,000	201,100	472,700	120,200

資料：北海道経済部観光局

【課題】

- 既存のファン層に加え、若者や女性など新たな顧客層の拡大
- JRAファンも含めた競馬場や場外発売所への集客促進

イ 情報化社会への対応

インターネットの利用者は人口の約8割にまで普及していますが、最近では、スマートフォンやタブレットの利用者が急速に増加しております。

ホッカイドウ競馬を購入できるネット事業者の加入者数も年々増加しています。

こうした背景の中で、ホッカイドウ競馬の発売額のうちネット発売の割合は約7割までに高まっていますが、今後とも、情報化に係る技術革新やスマートフォンの拡大などに対応し、お客さまに対する情報提供を充実していく必要があります。

ホッカイドウ競馬でも先進的な技術の導入などにより、集客促進や発売単価の向上を図っていくことが必要です。

□ インターネット人口と利用端末普及率の推移 (単位：人、%)

区分	インターネット人口							
	(普及率%)	利用端末普及率 (%)						
		自宅PC	携帯tel	自宅以外PC	スマホ	ゲーム機	タブレット	テレビ
23	9,610 (79.1)	62.6	52.1	39.3	16.2	6.0	4.2	4.1
24	9,652 (79.5)	59.5	34.1	42.8	31.4	6.2	7.2	4.0
25	10,004 (82.8)	58.4	24.5	27.9	42.4	9.1	12.4	5.8

資料：総務省「通信利用動向調査」

□ ホッカイドウ競馬に係るネット事業者別加入者数の推移 (単位：万人)

区分	H23	H24	H25	H26
楽天競馬	9.9	12.8	15.3	17.9
オッズパーク	21.6	25.4	28.1	31.7
SPAT4	32.9	35.5	37.5	39.2
IPAT	-	-	-	300

資料：地方競馬全国協会

「地方競馬に関する資料」

注：「楽天競馬」とは、楽天(株)の子会社である競馬モール(株)が運営する競馬インターネット投票サイト
「オッズパーク」とは、ツトパングレイズの子会社であるオッズパーク(株)が運営する公営競技の投票サイト
「SPAT4」とは、南関東4競馬場が共同運営する電話・インターネット投票サイト
「IPAT」とは、JRA(日本中央競馬会)のインターネット投票サイト

□ 他の公営競技で導入が進みつつある先進的な技術について

ICT技術を活用した導入事例	競輪：サテライト名古屋、競艇：蒲郡ボートレース、競馬：高知競馬など
キャッシュレスシステム	通常の発払機は、勝馬投票券の購入の都度、現金の出し入れが必要なのに対し、「キャッシュレスシステム」は、あらかじめ入金しておいた会員カード「電子マネー」により、投票・入出金が可能となる。
メリット	<p><簡単・スピーディー></p> <ul style="list-style-type: none"> 投票の都度、現金を使用せずに、簡単・スピーディーな投票が可能。 指定席等に個別端末を設置することにより、着席のまま購入が可能。 <p><コスト削減、スペース有効活用></p> <ul style="list-style-type: none"> バックヤードが最小ですむため、スペースを有効活用。 接客速度向上により、端末台数の削減が可能。 現金発払機に比較して、保守管理が簡易で低コスト。 <p><会員管理></p> <ul style="list-style-type: none"> 会員への直接メールにより、イベントの周知や誘客が可能。 <p><高い拡張性></p> <ul style="list-style-type: none"> マイル等のポイント付与により客単価増が期待。 クーポンの発行等周辺飲食店との連携が可能。 個人のスマホ等で購入可能。
デメリット	・普及途上であることから、ファンへの浸透度が低い。



↑キャッシュレス端末

資料：メーカー等から聞き取り

【課題】

- インターネットの普及や情報化社会の進展に対応した情報提供の充実、新たな発売手法の検討

ウ 集客促進に向けた取組

ホッカイドウ競馬では、現行のプランに基づき、集客促進を図るため、「道内外のファンに対するPR」や「情報発信の向上」、「競馬場の魅力を活かした観光」、「有名人を活用した情報発信」に取り組んできました。

門別競馬場では、馬産地に立地する景観を活かし、緑溢れる芝生や季節の花を装飾するなどの環境整備に努めてきたほか、競馬場グルメの充実や地元農産物の直売、道内有名企業と連携したイベントなど、馬産地ならではの取組を進めてきたところです。

また、場外発売所では、各種情報の積極的な提供に努めてきたほか、地域の連携した集客イベントやポイントサービスの導入など集客促進を図ってきました。

これらの取組を進めた結果、26年度の門別競馬場の入場人員が前年を上回る(H25:48,567人→H26:49,541人)など、成果が出ているところですが、一方で、場外発売所を含む道内発売全体での入場者数は減少しているところです(14Pの「ホッカイドウ競馬の入場者数を参照」)。

今後、競馬場や場外発売所に、より多くのお客さまに来ていただき、より多く馬券を買っていただくためには、これまでの取組に加えて、お客さまにゆったりと落ち着いて長時間楽しんでいただく観点で、より清潔で快適な空間とする環境整備はもちろん、お客さまニーズに応じ競馬以外のコンテンツの提供やイベントの充実など、さらなる集客確保に向けて取り組むことが必要です。

ロ ファン拡大に向けたこれまでの主な取組

項目	取組状況
道内ファンの拡大	<ul style="list-style-type: none"> リーディングジョッキー情報や重賞競走情報、他主催者のポスターを貼付するなど場外発売所等において積極的に情報提供 26年度から中標津や苫小牧等において、地域と連携したAibaイベントを実施 27年度より、場外発売所等の集客確保を図るため、ポイントサービスカード「UMACA」を導入
道外ファンの拡大	<ul style="list-style-type: none"> 関東圏のみならず中京圏などへの馬柱掲載を順次拡大 ホッカイドウ競馬非開催期間におけるホッカイドウ競馬出身馬情報をホームページに掲載するほか、場外発売所に掲示
競馬場を活かした観光	<ul style="list-style-type: none"> 門別競馬場において日高管内等の自治体や農業団体の協力を得て「産直市」を開催し、日高等の産物をPR GWやお盆等において、集客を図るための様々なイベントを展開
有名人を活用した情報発信	<ul style="list-style-type: none"> 道内有名企業(コンサドーレ札幌、エアドウ、サッポロビール等)と連携したイベント(企業一色デー等)を実施 よしもと芸人「しろっぷ」をホッカイドウ競馬応援大使として任命し、バックヤードツアーなどのイベントを実施 27年度には、オフィシャルサポーターとして、北海道ローカル番組「ブギウギ専務」で人気の上杉周大がヴォーカルの「The Ton-up Mortors」を起用し、「青い季節」をホッカイドウ競馬CMソングに採用

【課題】

- 顧客の拡大や集客の促進を図るための、環境改善や情報提供、イベントの充実

(2) 番組
ア 馬資源

日本は世界で第5位の軽種馬生産大国ですが、軽種馬飼養戸数並びに種雌馬飼養頭数は年々減少しています。また、軽種馬を所有する馬主も年々減少しています。

軽種馬資源と馬主の減少は、競馬を持続的に発展させていく上で、他の主催者とともに今後大きな課題になるものと考えられます。

□ 軽種馬飼養戸数、種雌馬頭数、生産頭数の推移 (単位：戸、頭)

区分	H15	22	23	24	25	26
飼養戸数	1,468	1,067	1,029	993	959	915
北海道	1,228	946	917	888	862	827
日高	1,107	865	836	815	794	762
胆振	89	55	53	48	47	47
種雌馬頭数	11,279	9,754	9,388	9,334	9,301	9,267
北海道	10,603	9,429	9,098	9,078	9,077	9,036
日高	9,020	7,703	7,358	7,378	7,352	7,275
胆振	1,465	1,660	1,670	1,666	1,965	1,730
生産頭数	8,774	7,130	7,092	6,837	6,835	6,903

資料：日本軽種馬協会「軽種馬統計」

□ 馬主数の推移 (単位：人)

年	全国		生産者
	北海道		
22	5,072	459	233
23	4,896	410	219
24	4,741	381	205
25	4,632	356	193
26	4,585	337	187
27	-	319	176

資料：地方競馬全国協会

北海道馬主会

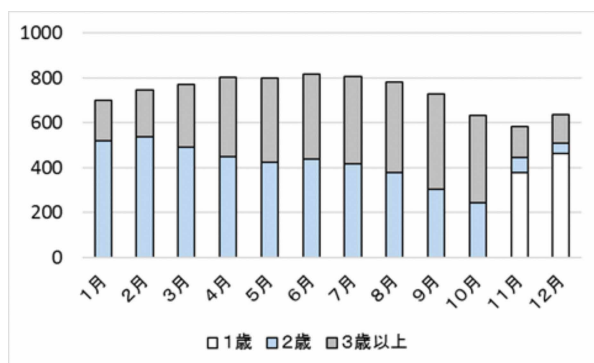
イ 在きゅう頭数

ホッカイドウ競馬では、毎年11月終了後に1歳の新馬が入きゅうし、翌年の2歳戦に出走します。春先に2歳馬が多く、後半に3歳馬以上が多くなる傾向になっています。

特に、2歳馬は、650頭在きゅうしていますが、そのうちの80~90頭前後(16~17%)が未出走となっているほか、競馬の開催期間内では、開幕直後(第1回~3回)と開催終盤(第13回~15回)の出走が減少しています。

調教用坂路によりホッカイドウ競馬在籍の馬が強くなっている一方、他の主催者に転きゅうする頭数が多くなっており、時期も含めて競馬開催に必要な馬の安定的な確保が課題です。

□ 月別在きゅう頭数 (H26) (単位：頭)



□ 2歳馬の実入厩頭数と未出走頭数

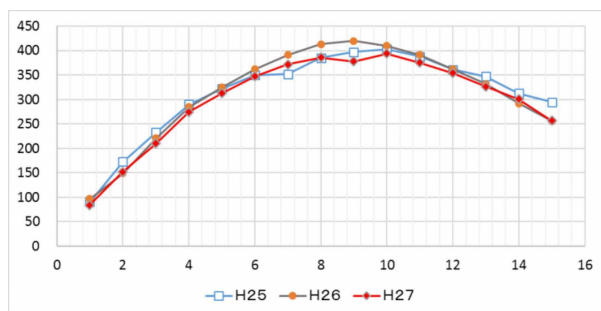
区分	H24	25	26	27
出走	521	494	514	482
未出走	88	85	83	78
(割合)	(17)	(17)	(16)	(16)
合計	609	579	597	560

資料 (本ページのグラフ・表全て)

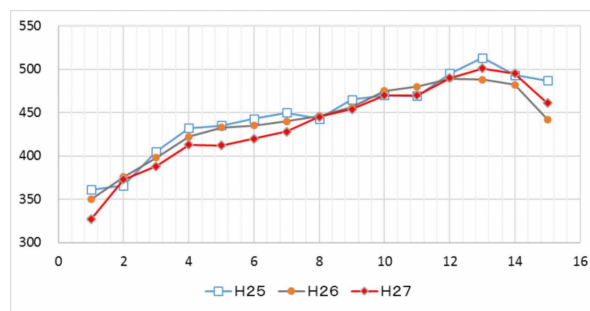
北海道軽種馬振興公社

□ ホッカイドウ競馬の転きゅう状況 (9ページの図を参照)

□ 出走申込頭数の推移 (2歳) (単位：頭)



□ 出走申込頭数の推移 (3歳以上) (単位：頭)



【課題】

- 出走馬及び馬主の確保

ウ ホッカイドウ競馬所属馬等の活躍状況

屋内調教用坂路の活用などにより強い馬づくりを進めてきた結果、南関東などへの転きゅうが増加し（P4を参照）、ダートグレード競走などにおけるホッカイドウ競馬出身の頭数が3割以上を占めるなど、その位置付けは高まっています。しかしながら、勝鞍数は、JRA所属馬等との能力差は依然としてあることから、引き続き屋内調教用坂路を活用した強い馬づくりを進めていく必要があります。

また、JRAや他の地方競馬との交流競走を実施していますが、強い馬づくりと併せて、JRAや他の地方競馬との交流の拡大などにより、魅力あるレースづくりに努めていかなければなりません。

□ ホッカイドウ競馬出身馬等の出走頭数、成績

(単位：頭)

競走名	出走頭数等	H22	H23	H24	H25	H26	H27
ダート グレード 競走 (注1)	全体出走頭数	429	410	429	444	444	449
	北海道関係頭数 (同シェア%)	51 (12%)	47 (12%)	50 (12%)	57 (13%)	70 (16%)	74 (17%)
	JRA(北海道出身)	6	6	0	3	3	2
	他地方競馬(同上)	36	34	38	47	61	61
	北海道所属	9	7	12	7	6	11
	北海道関係の5着以内頭数 (全体頭数に占める5着以内頭数率%)	13 (3%)	11 (3%)	12 (3%)	12 (3%)	19 (4%)	14 (3%)
南関東 競馬 重賞 (注2)	全体出走頭数	469	498	511	505	497	512
	北海道関係頭数 (同シェア%)	103 (22%)	96 (19%)	113 (22%)	84 (17%)	120 (24%)	137 (27%)
	JRA(北海道出身)	0	0	0	0	0	0
	他地方競馬(同上)	97	86	104	80	108	129
	北海道所属	6	10	9	4	12	8
	北海道関係の5着以内頭数 (全体頭数に占める5着以内頭数率%)	37 (8%)	32 (6%)	51 (10%)	43 (9%)	45 (9%)	47 (9%)

資料：地方競馬全国協会等のホームページから競馬事業室が集計

注1：北海道とJRAのDGを除くレース

注2：SI、SII、SIIIのレース

※：暦年で整理している

□ 他主催者競馬におけるホッカイドウ競馬所属馬の出走状況

(単位：頭)

区分	H22	H23	H24	H25	H26	H27	
JRA	競走数	24	24	17	7	6	14
	出走頭数	55	57	28	17	19	35
	うち5着以内頭数 (5着以内頭数率%)	13 (24%)	12 (21%)	5 (18%)	4 (24%)	2 (11%)	9 (26%)
他地方競馬	競走数	13	17	22	22	17	30
	出走頭数	26	32	45	37	44	52
	うち5着以内頭数 (5着以内頭数率%)	10 (38%)	19 (59%)	21 (47%)	24 (65%)	22 (50%)	29 (56%)

資料：北海道軽種馬振興公社

□ ホッカイドウ競馬におけるJRA条件交流戦の実績推移 (単位：頭)

区 分	H22	H23	H24	H25	H26	H27
競走数	22	24	18	14	10	12
出走頭数	203	190	172	104	88	96
うちJRA	114	110	95	66	53	62
うち5着以内頭数 (同全体に占める頭数率%)	65 (32%)	73 (38%)	59 (34%)	36 (35%)	29 (33%)	35 (36%)
うち北海道	89	80	77	38	35	34
うち5着以内頭数 (同全体に占める頭数率%)	45 (22%)	34 (18%)	31 (18%)	24 (23%)	26 (29%)	25 (26%)

資料：北海道軽種馬振興公社

□ ホッカイドウ競馬における重賞交流競走成績の推移

競走名	出走頭数等	H22	H23	H24	H25	H26	H27
北海道 スプリント カップ	出走頭数	13	13	13	14	14	14
	うちJRA	4	3	4	4	4	4
	うち北海道	5	6	5	6	7	7
	1・2・3着	J・J・他	J・他・J	J・J・J	J・J・J	J・J・J	J・北・J
	北海道5着以内頭数	0	2	1	2	1	2
ブリーダーズ ゴールド カップ (注)	出走頭数	13	12	6	8	14	14
	うちJRA	6	5	5	4	5	5
	うち北海道	4	6	0	3	7	8
	1・2・3着	J・J・J	J・J・J	J・J・J	J・J・J	J・J・J	J・J・J
	北海道5着以内頭数	0	0	0	1	0	1
エーデル ワイス賞	出走頭数	16	16	14	16	16	15
	うちJRA	4	4	4	4	4	4
	うち北海道	11	11	10	12	11	11
	1・2・3着	J・北・北	J・北・北	北・北・J	J・北・J	J・北・北	北・北・J
	北海道5着以内頭数	4	2	3	3	4	3
北海道 2歳優駿	出走頭数	12	14	10	12	12	10
	うちJRA	4	4	4	4	4	4
	うち北海道	8	10	5	8	8	6
	1・2・3着	北・J・北	J・J・北	J・J・北	北・J・北	J・J・北	北・北・J
	北海道5着以内頭数	3	3	3	3	2	2

資料：北海道軽種馬振興公社 「北」＝北海道、「J」＝JRA、「他」＝他の地方競馬
注：ブリーダーズゴールドカップは、2013年度までは3歳以上、2014年度以降は3歳以上の牝馬限定に変更されている

【課題】

○ 強い馬づくりの推進

エ 全国のダートグレード競走・シリーズ競走

ホッカイドウ競馬では、26年に整備した内回りコースを活用した競走距離のバリエーションの多様化など魅力ある番組づくりに努めています（13Pの3の（1）のウの「魅力ある番組づくり」を参照）。

また、地方競馬全体では、ダートグレード競走を頂点として位置付けるとともに、ダービーウイークやスーパースプリントシリーズ、グランダムジャパン、未来優駿のシリーズ競走を実施しています。

しかしながら、地方競馬全体では、次の理由のとおりお客さま等の目線において、地方の競走馬がJRAに比較して弱いことや、勝ち上がりを楽しめる体系が不完全など、必ずしも魅力のあるものとはなっていないものと考えられ、このことは、地方競馬全体の発売減退につながりかねない恐れもあります。



□ 地方競馬全体におけるレース体系の課題

- 各主催者個々のレース体系となっており、必ずしも統一的なレース体系に整備されていないことから、競走馬が勝ち上がっていく過程の楽しみに欠ける。
(地方予選→全国決勝というような体系(ピラミッド化)として不完全)
- 中央競馬と地方競馬のそれぞれの所属馬に能力差がある(中央競馬が強い)。
- 馬主や調教師にとっても、ダートグレード競走に出走することの荣誉やメリットを感じにくい状況となっており、地方の有力馬の出走回避にもつながっている。

資料：競馬活性化計画中間検証報告書（平成27年度、地方競馬全国協会）をベースに北海道が再構成

【課題】

- ダートグレード競走の体系再編など地方競馬全体の訴求力の向上

オ 番組

ホッカイドウ競馬の特色である牝馬に着目したレースや26年度に整備した内回りコースを活用した、競走距離の多様化に努めてきたところです（13Pを参照）。

魅力ある番組づくりに向け、引き続き2歳馬や牝馬が多いホッカイドウ競馬の特色や内回りコースを最大限に活かした番組づくりに努めていかなければなりません。

特に、内回りコースについては、次のとおりナイター設備が未整備であることから、27年度では1,500m戦、1,600m戦を昼間に開催していました（28年3月までナイター照明を整備予定）。

□ 平成27年度のマイル重賞の発走時刻等

(単位：千円)

月日(H27)	レース名(グレード)	H27			H26		
		レース	発走時刻	売得金	レース	発走時刻	売得額
4月22日(水)	北斗杯(H3)	6	17:15	27,124	12	20:40	51,408
5月21日(木)	ヒダカソウカップ(H3)	5	17:10	28,077	(なし)		
7月9日(木)	星雲賞(H3)	7	17:50	35,316	11	20:40	47,482
8月6日(木)	ブリーダーズゴールドジュニアカップ(H1)	5	17:00	46,105	10	20:05	58,813
9月15日(火)	旭岳賞(H3)	4	16:50	19,610	(なし)		
11月12日(木)	ブロッサムカップ(H3)	1	14:25	22,530	11	20:05	40,935

【課題】

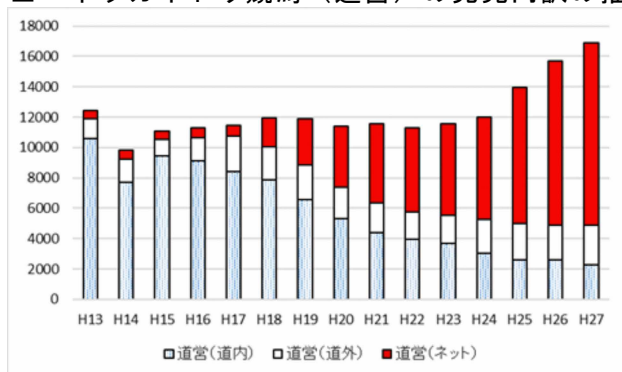
- ホッカイドウ競馬の特色と内回りコースを最大限活かした番組の編成

(3) 発売
ア 発売構造

ホッカイドウ競馬の発売は、23年度以降増加傾向にあり、特にネット発売が増加し、発売額全体の約7割を占めています。

今後、更に発売の拡大を図っていくためには、減少傾向にある道内発売の確保を図ることがまずは重要ですが、道外発売も含め、時代の流れであるスマートフォンなどの普及に対応（7Pを参照）し、増加傾向にあるネット発売についてもさらなる拡大を図っていく必要があります。

□ ホッカイドウ競馬（道営）の発売内訳の推移



(単位：百万円、%)

区分	道内	道外	ネット	合計
H24	3,050 (25%)	2,196 (18%)	6,754 (56%)	12,000 (100%)
H25	2,682 (19%)	2,388 (17%)	8,947 (64%)	14,017 (100%)
H26	2,586 (16%)	2,308 (15%)	10,813 (69%)	15,707 (100%)
H27	2,291 (14%)	2,563 (15%)	12,046 (71%)	16,900 (100%)

資料：競馬事業室（下段はシェア）
注：計はラウンドの関係で一致しない場合がある

【課題】

- 道内や道外、ネットにおけるさらなる発売拡大。

イ 映像・画像
(ア) 映像

ホッカイドウ競馬の提供する映像システムは、地方競馬の中で唯一アナログ対応（平成26年12月現在）となっており、映像が荒く、また映像がテレビ画像の幅に合わないなどファン離れの恐れもあることから、平成26年度中に映像システムのHD化（High Definition=高精細化）の整備を予定しているところです。

また、映像システムの整備に併せて、色彩やフォントサイズ、配置の工夫など「ファンにより見やすい映像・画像」の提供のほか、「JRAや他の地方競馬で実施している、「ファンをより引きつける臨場感ある映像」についても検討が必要です。

□ 検討例

① 映像

ゲート内やスタート時の映像アングル




カメラ併走、コーナーワーク映像




② オッズ表示

区分	現状	追加情報例
パドック時	馬名、騎手、斤量、馬体重増減、単勝・馬単オッズ	前走、前々走の結果、馬体重
本馬場入場・発走前	馬名、騎手、斤量	直前オッズ表示

③ 情報提供の充実

- ・ J R Aや他の地方競馬において、ホッカイドウ競馬出身馬情報をホームページ上で提供

【課題】

- 映像や画像、情報に対するファンのニーズが多様化、高度化

(4) 施設・経営

ア 収支構造

ホッカイドウ競馬の収入全体は、23年度以降ネット発売の増などにより増加傾向にあり、また、25年度に開始した場外発売所での J R A馬券の発売により業務協力金も大きく伸びており、収入全体が増加しています。

一方、支出面では、発売に連動する法定経費等は増加傾向にあるものの、14年度以降の経費削減に努めてきたところです。

これらの結果、25年度、26年度と単年度収支の黒字を確保するとともに、平成26年度には繰上充用金も解消できたところです。

今後、ホッカイドウ競馬の経営の安定を図るためには、更なる発売の拡大など経営体質の強化が重要です。

□ 収支の推移

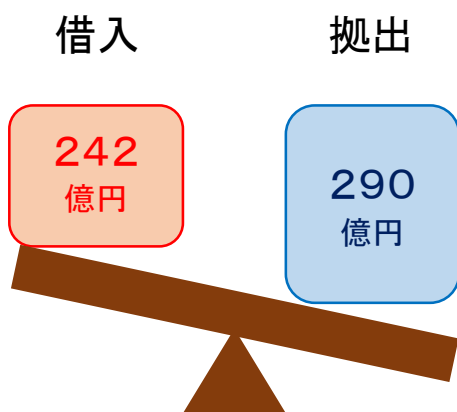
(単位：百万円)

区分	収 入				支 出				単年度 収支※1	累積 収支	備考
	道営本体	業務協力金	その他	合計	法定経費	報償費	開催経費	合計			
H13	12,428	420	1,111	13,959	9,674	2,944	4,124	16,742	▲2,843	▲15,709	一般会計借入
14	9,815	228	925	10,968	7,686	1,901	2,998	12,585	▲1,662	▲17,371	
15	11,075	661	1,047	12,783	8,607	1,842	3,626	14,075	▲1,373	▲18,744	
16	11,305	809	807	12,921	8,838	1,910	3,478	14,226	▲1,355	▲20,099	
17	11,467	1,036	833	13,336	9,127	1,959	3,695	14,781	▲1,496	▲21,595	
18	11,930	1,181	967	14,078	9,585	1,921	3,506	15,012	▲1,092	▲22,687	
19	11,921	1,092	918	13,931	9,681	1,869	3,081	14,631	▲ 829	▲23,516	
20	11,392	1,259	779	13,430	9,258	1,664	2,841	13,763	▲ 430	▲23,946	
21	11,546	1,277	512	13,335	9,442	1,585	2,518	13,545	▲ 298	▲24,244	
22	11,292	1,342	551	13,185	9,302	1,575	2,356	13,233	▲ 48	▲ 48	
23	11,571	1,274	483	13,328	9,570	1,633	2,345	13,548	▲ 193	▲ 241	繰上充用※2
24	12,000	1,317	431	13,748	10,021	1,685	2,434	14,140	▲ 152	▲ 393	
25	14,017	1,816	774	16,606	11,787	1,627	3,015	16,429	+ 177	▲ 216	
26	15,707	1,965	353	18,025	12,950	1,681	3,203	17,834	+ 406	190	
27	16,900										

注(※1)：平成21年度までの単年度収支は、一般財源借入額であり、収入一支出の額と一致しない。

(※2)：「繰上充用」とは、会計年度が経過した後に歳入が不足する場合、翌年度の歳入でその不足分を補てんすること。

□ (参考) 一般会計への拠出と借入の累計



【課題】

発売拡大等に向けたさらなる経営体質の強化

イ 施設

門別競馬場のきゅう舎やアパートなどの多くの施設は、昭和57年から60年にかけて整備したものが多く老朽化が進んでいます。

また、顧客サービスを充実させる観点から整備すべき施設も数多く存在しています。

これらの施設は、長年の赤字経営の中で投資を制限してきたものですが、ホッカイドウ競馬を将来にわたり継続するため、計画的に整備をしていく必要があります。

□ 門別競馬場の主な施設の整備年



【課題】

- 経営を安定・拡大するための施設・設備の更新
- 競馬事業を将来にわたり継続するための施設整備