

第3期北海道競馬推進プラン（素案）の概要

令和3年2月
北海道農政部

1 策定の趣旨

- 北海道の競馬事業はこれまで様々な改革に取り組んだ結果、平成25年度以降単年度収支が黒字化し、施設整備等に向けた基金を積み立てるとともに、一般会計への借入金返済を継続してきた。
- 門別競馬場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、全国への競走馬の供給、馬産地のセーフティネットとしての役割を果たしており、これまでと同様に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「道営競馬の発売」と「他主催者競馬の発売」をさらに確保し、将来ともに黒字経営を継続していく必要があるが、老朽化した競馬場の基幹施設の整備や騎手・きゅう務員の確保など、様々な課題がある。
- 今回のプランはこれらの課題を解決し、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「5か年の中期的な計画」として策定するもの。

2 計画期間

令和3年度～令和7年度

(参考) これまでの計画

北海道競馬改革ビジョン	第1期 北海道競馬推進プラン	第2期 北海道競馬推進プラン
平成20年度～22年度	平成23年度～27年度	平成28年度～令和2年度
・赤字体質からの脱却 ・改革のための体制転換	・収支構造の安定 ・産地競馬としての機能の更なる強化	・競馬事業の持続的な発展と馬産地の活性化 ・発売の更なる拡大

3 プランの概要

1 これまでの経過と第2期プランの検証

- 昭和23年度に競馬事業を開始し、平成3年度までの44年間で累計290億円余りを北海道の一般会計に繰り出したが、バブル崩壊とともに平成4年度以降連続した赤字決算に陥り経営が悪化。
- 赤字脱却に向け組織のスリム化やインターネット発売など様々な改革に取り組み、「北海道競馬改革ビジョン（平成20～22年度）」、「第1期北海道競馬推進プラン（平成23～27年度）」を策定、収支構造の安定を図り、平成25年度に単年度収支黒字化を達成。
- 平成25年度以降の黒字化の中、競馬事業の持続的な発展と馬産地の活性化や、さらなる発売拡大を目指す「第2期北海道競馬推進プラン（平成28～令和2年度）」を策定。

■ 第2期プランの取組方向の評価（概要）

<p>1 顧客(ファン)の 拡大</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・映像の提供内容をHD化（高精細化） ・場外発売所におけるJRA発売額が増加 ・JRAインターネット投票発売額が増加 ・Aiba札幌駅前の再開、旭川場外発売所を移転 ・門別競馬場及び札幌駅前場外発売所にキャッシュレス発売機を導入 など
<p>2 商品（馬）と品揃え(番組) の充実</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・出走実頭数が29年度以降回復 ・1日当たりレース数及び1レース当たり出走頭数も増加傾向 ・屋内坂路を活用した強い馬づくりにより、傷害が減少、ホッカイドウ競馬所属馬のJRAや全国の地方競馬への遠征が増加 ・JBC2歳優駿を新設（R2） など
<p>3 サービスの向上と 発売チャンネルの拡大</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・インターネット発売額と加入者数が増加 ・スマートフォン向けにWEBサイトをリニューアル ・ホッカイドウ競馬出身馬情報を場外発売所とWEBサイトに掲載 ・門別競馬場VRを公開 ・ニコニコ生放送での映像提供 など
<p>4 事業の持続的な発展のため の施設等並びに経営体 質強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・必要な施設等の整備（トラックビジョン、パドックビジョン導入、とねっこラウンジ設置、Aスタンド改修工事等） ・きゅう舎など基幹施設の整備の方向性を検討するため、競馬場内施設の基礎調査を実施 など

II ホッカイドウ競馬をめぐる現状と課題

区分	現状と課題
収支構造	・道営本体は発売が拡大しているが、インターネット発売の割合が高まり、収支構造上は場外発売所で他の主催者の馬券を発売して得られる業務協力金の確保も重要な課題
ヒト	・騎手ときゅう務員が減少しその確保が急務。居住環境の改善も課題
モノ	・競馬場の基幹施設（きゅう舎・住居・業務施設）が老朽化し、再編整備が急務の課題。また、公正確保や効率性の面から、エリア全体のあり方を検討
ファン・サービス	・ネット社会の中で、ホッカイドウ競馬の認知度を向上させるため、情報発信内容の改良・充実が課題 ・収益源として重要な業務協力金の確保に向け、場外発売所におけるサービスの向上、集客促進が課題
馬・番組	・2歳馬戦が他の主催者に比較して多い中、春先の馬の確保などを通じた少頭数レースの解消など、魅力ある番組づくりが課題 ・坂路を活用した強い馬づくりを推進しているが、活躍の場の更なる確保が課題 ・内回りコースや牝馬が多い特色を活かすなど、より魅力ある番組体系の構築が課題

III ホッカイドウ競馬が果たしている役割

(1) 役割

- ・全国への競走馬供給（日本の競走馬(2歳)約7,000頭の1割）
- ・競馬場が地域の雇用や経済へ寄与
- ・馬産地のセーフティネットとしての役割
- ・観光資源としての位置付け
- ・社会への貢献と道財政への寄与

(2) SWOT 分析(※)により取組方向を検討

<p style="text-align: center;">強み Strengths</p> <p>①馬産地に立地 ②屋内坂路と高い調教技術 ③場外発売所が他主催者より多い ④馬産地の観光資源</p>	<p style="text-align: center;">弱み Weaknesses</p> <p>①冬期間の競馬開催が不可 ②都市部から遠距離 ③2歳戦・少頭数レースが多い ④分かりにくい番組体系 ⑤情報発信が弱い</p>
<p style="text-align: center;">機会 Opportunities</p> <p>①JBC2歳優駿の開催 ②他の主催者との連携拡大 ③インターネット発売の拡大</p>	<p style="text-align: center;">脅威 Threats</p> <p>①騎手・きゅう務員の減少 ②施設の老朽化 ③主催者間の馬の奪い合い ④現金系顧客（来場者）の減少</p>

※SWOT分析：目標を達成するために意思決定を必要としている組織や個人の事業上の計画について、外部環境や内部環境を強み(Strengths)、弱み(Weaknesses)、機会(Opportunities)、脅威(Threats)の4つのカテゴリーで要因分析し、事業環境変化に対応した経営資源の最適活用を図る経営戦略策定方法の一つ

IV 今後の展開方向

目指す姿

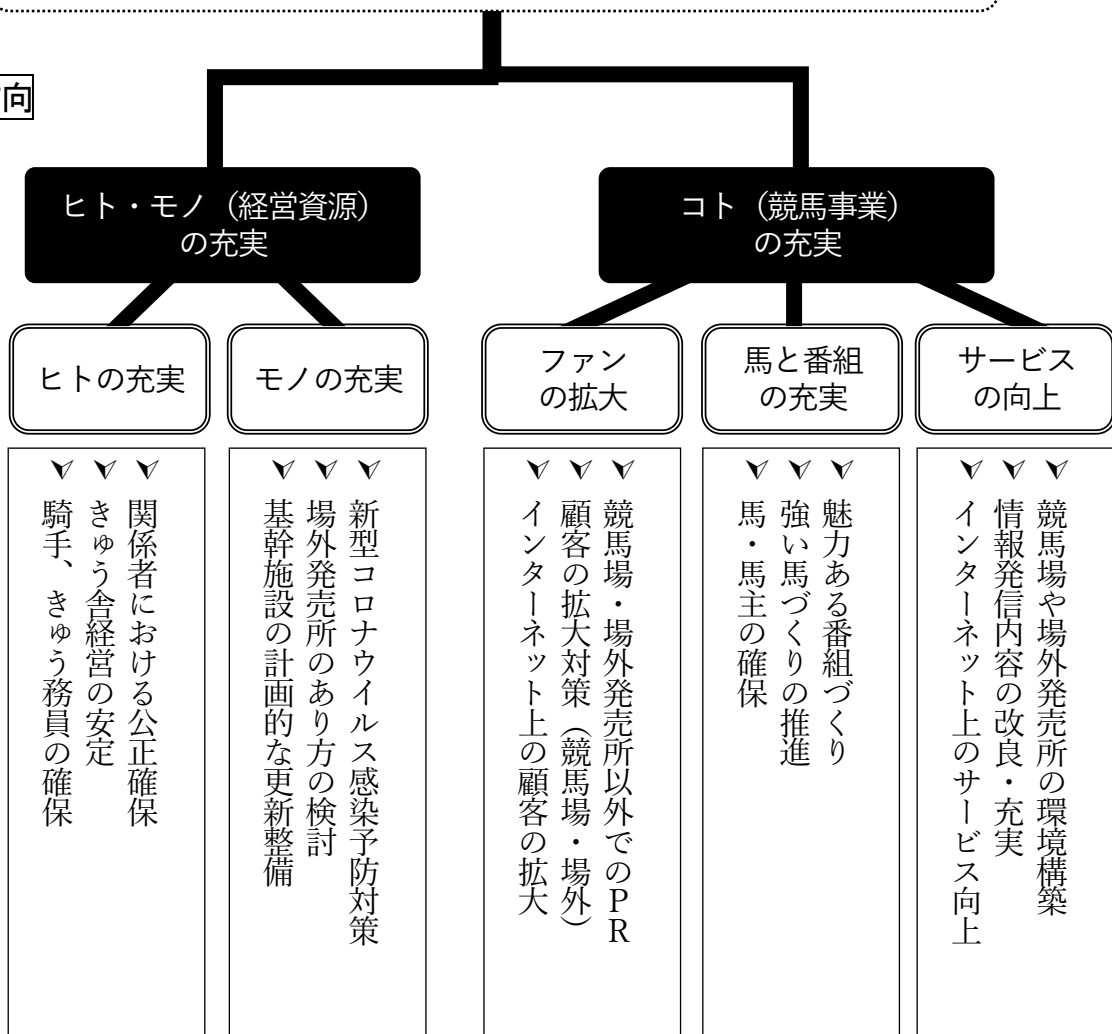
これからも競馬ファンに愛されるホッカイドウ競馬

「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、
道民とともに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
- ・ ホッカイドウ競馬の認知度向上と発売拡大
- ・ 場外発売所での他主催者競馬の発売による収益確保
- ・ 騎手・きゅう務員など競馬の根幹となる関係者の確保
- ・ 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



V 施設整備計画

(1) 背景と必要性

- トレーニングセンターを競馬場化しているため、敷地内にきゅう舎と住居や装鞍所・検体採取所などの業務施設が混在し、顧客エリアも狭い。
- 昭和57年度～60年度に整備しており、きゅう舎等の基幹施設が老朽化している。
- 更新整備に当たっては、公正確保や効率性確保の観点からきゅう舎・住居・業務施設の配置見直しを行う必要がある。

(2) 整備の基本的な考え方

- 隣接町有地を活用してきゅう舎を移転、住居は併設しない（人と馬の分離）。
→公正確保、火災リスク減少
- きゅう舎併設の住居を現在のアパート群の空きスペースに集約、集合住宅とする。
→民間資金の活用も検討
- 空いたきゅう舎エリアを活用して、装鞍所や検体採取所などの業務施設を効率的な配置に集約・再編整備。
→将来の顧客エリアの拡大を見据えた配置とする
- 現在のスタンド等は建設後の年数が浅いため、現状のまま。

(3) 財源

- 整備費用は、競馬事業の収入並びに北海道地方競馬事業経営安定基金による充当を基本とする。なお、整備費用の具体的な負担方法については、競馬事業の経営状況等を踏まえ、毎年度の予算編成過程で検討する。

■整備計画のイメージ

現状



計画

