

これまでの主な意見（第1回・第2回会議のとりまとめ）

1 現状認識、検討の視点等

主 な 意 見
<ul style="list-style-type: none"> 岩手競馬は、歴史と伝統があり、<u>地方競馬の中の地方競馬的な存在</u>。<u>岩手の頑張り</u>は地方競馬に勇気を与える。
<ul style="list-style-type: none"> 全国の競馬の中で<u>岩手競馬が生き残っていく</u>ためにはどうしたらいいか、<u>JRAとの連携がカギであり、長期的に考えていく</u>べき。
<ul style="list-style-type: none"> 少子化、企業の海外移転、雇用悪化などで消費需要が縮小し、<u>日本経済全体が縮小しているという実態を共通認識</u>として持つべき。
<ul style="list-style-type: none"> 従来の競馬事業の枠組みとは全く違う分野、例えば、日本で最初に<u>競馬事業を国際化し、馬を通じて、別の物資を流通するパイプを作るなどの発想</u>もあるのではないかな。
<ul style="list-style-type: none"> <u>観光資源としての活用や地域社会との関係</u>も含め、広い観点に立って競馬場を上手に使うことが必要。
<ul style="list-style-type: none"> IT化、国際化の流れの中で、<u>いかにしてマーケットを拡大していくか</u>が重要。
<ul style="list-style-type: none"> 岩手競馬は、待ったなしの状況にあり、<u>当面の対策と中長期の方向性を両にらみで検討</u>する必要がある。

2 発売額・入場者数の確保

① 情報発信

主 な 意 見
<ul style="list-style-type: none"> <u>馬や競馬が一般の人にとって遠い存在</u>。身近に感じてもらえるような取組を考えるべき。
<ul style="list-style-type: none"> <u>プラスイメージの情報発信がない</u>。マイナスイメージが根付いてしまって、競馬ファン以外の人には何をやっているのか分からないのではないかな。
<ul style="list-style-type: none"> <u>なりふり構わず、がむしゃらに情報発信にもっと力を入れ、岩手競馬のネガティブなイメージをプラスに変えていく</u>ことが必要。県、市は、誰の目にも触れるよう、岩手競馬をもっとPR、広告すべき。
<ul style="list-style-type: none"> <u>競馬場の魅力づくり</u>（例：水沢は桜並木、盛岡は岩手山の眺望）ということも意識して、PRの内容を検討することが必要。
<ul style="list-style-type: none"> 情報発信は、人を引き付ける思想がないと意味がない。<u>単に競馬の維持ではなく、岩手のため、国のためという想いを乗せた情報発信</u>が必要。

② 集客・ファン拡大

主 な 意 見
<ul style="list-style-type: none"> ファンが高齢者の男性に偏っており、<u>世代更新を図り、若いファンを増やす</u>ことが必要。
<ul style="list-style-type: none"> ファンサービスはファンが本当に求めているものなのか、<u>次の世代のファンは競馬に何を求めているのかをリサーチ</u>することが必要。
<ul style="list-style-type: none"> 売れる商品づくりの観点から、<u>スターとなる馬や騎手をつくる</u>ことや、<u>若いファンをどうやって作っていくのか</u>ということも、中長期的な課題として取り組むことが必要。
<ul style="list-style-type: none"> <u>家族連れや女性</u>などのファン層の拡大、<u>見学会（バックヤードツアー）、クラブハウスの活用</u>等を図るべき。

<ul style="list-style-type: none"> • どんなに小さなことでも前向きにやっていくうちに大きな形になっていくので、<u>県内外からの観戦ツアー</u>等をどんどんやっていくことが必要。(J RやJ T Bの<u>旅行会のクラブに対するアプローチ</u>など)
<ul style="list-style-type: none"> • 競馬は、<u>大きなインバウンド(外国人の旅行、日本滞在)の手段</u>になりうる。<u>外国人観光客</u>に目を向け、台湾・中国などのエージェントを活用すべき。
<ul style="list-style-type: none"> • 集客の方策として、直接馬券に結びつかなくても、<u>イベントなどで競馬場をもっと身近に感じてもらう取組</u>はあるのではないか。
<ul style="list-style-type: none"> • ファンの世代交代の観点から、<u>レストランやブティック等の併設</u>について、法的規制や費用負担などの面で単純にはいかないが、議論していったらどうか。
<ul style="list-style-type: none"> • 帯広競馬場の近くには、「<u>とかちむら</u>」(レストラン、産直施設等)があり、観光客を誘致し、競馬場に勢いが出てきている。こうした取組は一つのきっかけづくりになる。

③ J R Aとの相互発売

主 な 意 見
<ul style="list-style-type: none"> • J R Aとの相互発売は大きなチャンス。地方競馬全国協会やJ R Aとの付き合いを含め、<u>全国的な流れを意識して、良いレースを作っていく</u>ことが必要。
<ul style="list-style-type: none"> • J R Aとの相互発売については、23年度を準備期間と位置付け、<u>相互発売による試算や、中央で売れるレースをラインアップし、レース数や賞金を検討していく</u>ことが必要。そのためには、<u>騎手や調教師、馬主など現場の意見を聴くことも必要</u>。
<ul style="list-style-type: none"> • 土日開催中心では、商品の差があるので、ファンは中央競馬を買ってしまう。<u>中央競馬との時間差、ずれを狙うこと</u>がこれから非常に大事。
<ul style="list-style-type: none"> • J R Aとの相互発売は、<u>J R A会員に地方競馬を買ってもらえる絶好のチャンス</u>であり、照明など資金的に難しいかもしれないが、<u>薄暮レースを現在の2レースから3～4レースに増やせば、発売増につながる</u>のではないかと。

2 安定的に経営できる収支構造、事業体制の確立

④ 将来の姿

主 な 意 見
<ul style="list-style-type: none"> • ファンと主催者の間で意識のズレがあるのではないかと。安定的経営とは、<u>構成団体の財政にとってマイナスにならないことを指すのか、雇用を含めた競馬事業そのものを指すのか</u>、明らかにすべき。
<ul style="list-style-type: none"> • しばらくの間は、厳しい経営環境下で、<u>財政競馬は難しいと思うが</u>、単年度赤字の場合はやめることも含めて、<u>現在ある競馬を生かしていく視点</u>も大切。
<ul style="list-style-type: none"> • <u>5年後、10年後のありうる姿と、それを実現するにあたってのリスクや制約を示す</u>ことが必要。(特に、今後老朽化していく施設・設備の修繕など必要な投資についてどう考えるか。)
<ul style="list-style-type: none"> • <u>10年先を考えることが、現在の事業内容や情報発信のアイデアを考える上でもプラスの影響を及ぼす</u>ので、様々な検討の題材提供があった方がいい。
<ul style="list-style-type: none"> • 中長期の岩手競馬のあるべき姿は、激変する今の時代では出しにくい。ただ、発売の仕方やコストを毎年議論するのではなく、<u>2～3年後の運営可能な最低限の発売額(例：2割減の160億円)のラインからスタートし、テレトラックが全て必要か、盛岡と水沢の競馬場の関係をどうするかなどを検討しながら、振興策を描いていけば、関係者のモチベーションも上がる</u>のではないかと。

⑤ 開催・発売体制

主 な 意 見
<ul style="list-style-type: none"> 水沢競馬場と盛岡競馬場の強みを生かしたイメージづくり（例：水沢は、岩手競馬の本拠地として、開幕と秋以降に開催、盛岡は、芝コースを活用して、暖候期に集中開催）をして、体系的にレース編成をしていくことが必要。
<ul style="list-style-type: none"> これまで以上に売上げが落ちる可能性もあり、安定的な経営のためには、<u>従来のやり方をリセットし、発売額に応じた体制の見直し</u>を考えることも必要。
<ul style="list-style-type: none"> <u>魅力ある商品づくりのための「競走計画」「商品計画」</u>が大事で、薄暮競馬や曜日を変えるといった議論が大事。
<ul style="list-style-type: none"> 岩手競馬が以前検討した民営化は、委託であって、完全な民営化ではない。<u>本当の意味での民営化は、資産評価をして株に置き換え、県営の肩代わりのものも含めたもの</u>になると考える。
<ul style="list-style-type: none"> <u>広域場外発売</u>については、売れなくても付き合いみたいなどころがあると思うので、もう少し<u>精査が必要</u>。
<ul style="list-style-type: none"> 新青森駅のオープンは良いタイミング。<u>テトラックを、青森や弘前など人口が集積している都市への立地</u>が可能であれば、検討してみてもどうか。

⑥ 収支構造

主 な 意 見
<ul style="list-style-type: none"> 全ての公営競技の売上げが落ち、また、今の経済情勢の中で可処分所得が増えない状況では、<u>収入に見合った支出</u>を考えざるを得ない。<u>手数料が25%見込める自場発売を伸ばさない限り、収入と支出のバランスが大変</u>になってくるのではないかと。
<ul style="list-style-type: none"> 当面やることは、<u>全ての賃料や手数料を見直し、ギリギリまで交渉</u>すること。<u>広告宣伝費も、平等性の考え方は捨てて、協力してくれるところには増やす</u>というような作戦も必要。
<ul style="list-style-type: none"> <u>安定的な経営とは、売上げの額の問題ではない</u>。コストはいろいろな部分に分かれるが、最大でも自場の25%しか収益がない中で、賞典奨励費が10%を超えるようだと、基本的に経営は難しい。<u>賞典費や委託料等の支出割合を他の地方競馬主催者と比較すれば、おのずと問題点や節減すべき内容が見えてくる</u>のではないかと。
<ul style="list-style-type: none"> 経営者の視点からすると、<u>共同トータの導入による期待など、認識が甘い</u>のではないかと。
<ul style="list-style-type: none"> 売上額、雇用数、経済波及効果で<u>大企業レベルにある競馬組合が、単年度赤字即廃止という条件下で安定的な経営を図ることは厳しい</u>。5年、10年の中での<u>収支均衡を図るといった方向に変えていけるのであれば、道筋が見えてくる</u>のではないかと。
<ul style="list-style-type: none"> 赤字即廃止は、安定した事業運営をする上で厳しく、<u>一步下がって二歩進めるような事業展開ができないのは、かなり制約</u>になっている。