

令和3年度第1回北海道地方競馬運営委員会議事録

〔 日時 令和3年11月24日(水) 13:30~15:30 〕
〔 場所 TKP 札幌赤レンガ前 カンファレンスルーム5A 〕

1 開会

(競馬事業室 下堀参事)

2 あいさつ

(競馬事業室 赤池室長)

- ・ 本日は、年末のお忙しい中、御参集いただき感謝。
- ・ 今シーズンのホッカイドウ競馬については、11月4日で82日間を終了し、発売額522億9千万円と過去最高の発売額を記録。
- ・ 11月3日には、ダート競馬の祭典である2回目のJBC2歳優駿競走を開催し、来場者数の制限はあったものの多くのお客様に来場いただくとともに、発売額も18億2千万円と1日当たりの発売額のレコードを更新。
- ・ 好調な発売を確保できたのも、御声援をいただいた多くのファンの皆様、そして委員の皆様や馬産地をはじめ多くの関係者の御支援・御協力の賜であり感謝。
- ・ ホッカイドウ競馬は平成23年度以降連続して発売額が増加するとともに、25年度以降、単年度収支の黒字を確保できているが、老朽化している競馬場のきゅう舎などの整備や騎手やきゅう務員の確保など課題も山積している。
- ・ 本年3月に策定した「第3期北海道競馬推進プラン」では、委員の皆様の御議論をいただきながら、「これからも競馬ファンに愛されるホッカイドウ競馬」という大きなスローガンを掲げ、「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」という目標を設定した。
- ・ 改めて、プラン策定に当たって委員の皆様から御意見をいただいたことに感謝するとともに、道としては、プランで示す目標の実現に向け、様々な取組に積極的に取り組んでまいりたい。
- ・ 本日の委員会では、「令和3年度のホッカイドウ競馬の発売状況」、「第3期北海道競馬推進プランの進捗状況」について説明し、併せて関連で「JBC2歳優駿競走の実施結果」、今年度移転した「A i b a江別の概要」、そして「ホッカイドウ競馬の役割」とともにホッカイドウ競馬所属馬・出身馬の活躍状況などについて御説明させていただく。
- ・ 特に本年3月に策定した「第3期北海道競馬推進プラン」については、取組の初年度目であるが、先ほどのJBCやA i b a江別の移転も含めて様々な取組を進めているところであり、それぞれのお立場で、忌憚のない御意見・御提言をお願い。

3 議題

(1) 委員の紹介

(平本委員長)

- ・ 議事に入る前に委員の変更があったので、報告する。
- ・ 本日は欠席されているが、北海道新聞社の山岸委員が移動により、坂本和之委員に変更されているので名簿で確認願う。

(2) 令和3年度のホッカイドウ競馬の発売状況について

- 競馬事業室 太田主幹より資料 1-1「令和3年度ホッカイドウ競馬の発売状況」、資料 1-2「令和3年度ホッカイドウ競馬の開催結果」、資料 1-3「補足説明資料」、「資料 1-4「ホッカイドウ競馬の収支構造」を説明。

(かとう委員)

- ・ 馬の頭数も増えて、発売額も増えている。拍手を送りたい。

(佐藤委員)

- ・ 令和2年度の発売額が520億円であるが、令和3年度の計画額が376億円。通常、前年の発売額から計画を組むとは思いますが、かなり控えめな計画額を組んでいる。この辺はどのような考えで設定したのか。令和4年度の計画額もどのように設定するのか。

(事務局 下堀参事)

- ・ 令和2年度はコロナ禍による巣ごもり需要が発売額を伸ばしたと考えており、令和2年度の520億円は特異年と考え、R元年度までの伸び率を延長した金額として令和3年度の計画額を組んだところ。結果的には令和2年度、令和3年度と2年連続で500億円を超えたことから、令和4年度の計画額については佐藤委員の仰る通り、それも踏まえて設定しなければならないと考えている。

(平本委員長)

- ・ 何をベースに計画額を設定するか、非常に大事なところ。コロナの状況が一段落したときに、どうなるのか。巣ごもり需要が落ち着いて発売が下がるのか、むしろネット発売が当たり前になりこの売り上げが続くのか、設定は難しいところ。
- ・ 佐藤委員の仰るとおり、前年度ベースで考えるのは一般的なところだが、コロナ禍という特殊な状況を織り込んだ計画だったという説明だった。

(事務局 下堀参事)

- ・ 関連で平本委員にお聞きしたいが、一般的に発売予測としてどんな手法があるかご教示いただければ。

(平本委員長)

- ・ いろいろあると思うが、例えば製造業では「供給量」という制限要因がある。車メーカーが来年 2 倍の販売をしたいと思っても、それを作れるだけの材料が供給されないという状況があったり、また他の例では、昨今の半導体の状況では、半導体を使用した製品はそもそも生産量を縮減しなければならない、というようなことも考えられる。
- ・ 競馬の場合は「供給量」の概念は必ずしも当てはまらないと思うが、令和 2 年度は巣ごもり需要で発売が伸びたという分析であるが、令和 3 年度はそれが継続した結果なのか、それとも購買濃度がシフトした結果なのかということ、ホッカイドウ競馬だけではなく地方競馬全体で分析してみる必要があるのかなと思う。

(石川委員)

- ・ 資料では 3 歳以上馬の出走頭数が増えている。これまでの委員会でもホッカイドウ競馬が閉幕すると 2 歳馬が出ていくので、もっと残ってくれれば、翌年の 3 歳が増えて良いとの説明をしてきており、今回、その通りになってきたということだと思うが、この要因はどう考えているか。

(事務局 下堀参事)

- ・ 昨年度から、馬の購入費補助を実施し、3 歳までホッカイドウ競馬にということという条件を付けている。また、春先の早期出走手当も措置するなど、馬の確保に努めている。経費も増えるので難しいところなのだが、そうした取組もあって、馬が増えたと思っている。
- ・ もちろん、馬の生産頭数自体が増えていることもあると思う。

(石川委員)

- ・ 功を奏した施策があるということは、もっとアピールしても良いと思う。

(西村委員)

- ・ 令和 2 年度、令和 3 年度と売れた理由は JRA もハッキリとは解っていないと思う。これまでの競馬では、ハイセイコーやオグリキャップといったスター馬が出てきて売れていた。今回は競馬場で応援する場がない中、コロナの巣ごもりで家にいてもできる賭け事として競馬に流れてきているのかなと思う。
- ・ 私たち生産者が最も危惧しているのは、今後コロナが終息したときに、そのお金がどこに行くのかということ。
- ・ 一方、コロナ禍でも株価は下がらなかった。馬は日本経済と連動しており、投資家が馬主としてお金を使っている。セリに登録する人数も 1,400 名と 2 年で大きく増えてきた。馬を欲しがるといえる人が増えたということ。ただ、来年もこの馬の売り上げが続くとは限らないので、来年は気を付けるように生産者には言っている。

- ・ ホッカイドウ競馬では北海道に戻ってくる輸送費の補助をしており、それも3歳馬が戻ってくる理由の一つになっているところがあるが、去年よりも外に出ていく頭数が減っているところもある。これは、馬が増えて他の競馬場で馬を受け入れることができなくなってきていることが要因であり、去年あたりから顕著になってきている。馬は買えるが、入れる競馬場が無いとの声も聞こえる。これは来年以降も危惧するところ。
- ・ 過去から見ると、地方競馬は10カ所以上潰れてきていて、競馬場自体が少なくなってきた。生産頭数は増えているのに、馬を入れるところが減っているということ。

(平本委員長)

- ・ ホッカイドウ競馬では、馬の頭数が増えて良い傾向ということだったが、他の地方競馬ではそうではないのか。

(西村委員)

- ・ 調教師もきゅう舎も増えていないので、物理的に馬の行く場所がないということ。
- ・ もう一つ参考で、ウマ娘というゲームが大変ブームになったことで、JBB Aや日高の育成牧場、ノーザンホースパークなどでは就職希望者が4倍から6倍にもなっている。ゲームの流行により馬に携わりたい人も増えているようだ。

(かとう委員)

- ・ 先月、関西に行った時の話。JRAのグリーンチャンネルで地方競馬を放映し始めたのが、地方競馬の発売額増に寄与しているのではと聞いた。是非、来年以降も続けられるよう、地方競馬全体で要請することも重要と感じた。

(平本委員長)

- ・ 各競馬場がそれぞれバラバラに取り組むのではなく、地方競馬全体としてバーゲニングパワーを活かしながらグリーンチャンネルやネット事業者に交渉していくことが重要と考える。

(3) 第3期北海道競馬推進プランの進捗状況について

- 競馬事業室 太田主幹より資料2-1「第3期北海道競馬推進プランの進捗状況」、資料2-2「2021 J B C 2歳優駿の実施結果」、資料2-3「A i b a 江別の概要」、資料2-4「ホッカイドウ競馬の役割」、資料2-5「ホッカイドウ競馬所属馬・出身馬の出走頭数と成績」を説明。

(石川委員)

- ・ 今年度はネットでの発信に力を入れているのはTwitterやYouTubeを見て感じているところだが、もっと見てもらえるための方策を少し助言したい。

- Twitter と YouTube の連携をもっと深めると、見てもらえる機会が増える。私が門別競馬場の Twitter に気付いたのが、馬とは全く関係のない人が、門別競馬場の動画についてツイートしていたのがきっかけ。門別競馬場に外国人広報がいることに驚いていた。外国人きゅう務員が増えていることや、外国人の方のグルメレポートだったり、素人から見るとそういうツイートの方がビックリして見てもらえることに繋がる。外国人広報のグルメ紹介動画が公式 Twitter ではリツイートされていなかった。その次の楽天関係者の動画はリツイートされていて、そのためか動画再生数に差が出ている。Twitter を上手く拡散の道具として使っていくと良い。
- ところで、公式 Twitter では個人のツイートをリツイートしないとか、そういう内部規則などがあるのか？例えば、例えば、JBC のお土産を写真付きでツイートしてくれている人がいたが、それを公式がリツイートしていなかったり。これは勿体ない。できるなら、公式が反応するとツイートする人も喜ぶ。
- 今日見せてもらったスタリオンステーションの動画も、せっかく良いものを作ったのだから、もっと見てもらったほうが良い。ツイートするときも、もっと見る人の気を引くような「あのドバイからも来ている！」など紹介すると良い。最近驚いたことでは、門別で勝った馬がアメリカのダートグレード競走のブリーダーズカップを制覇したことなど、そういったことでも拾ってツイートするほうが、素人の目を引くと思う。話題作りを積極的にしていくと良い。

(事務局 下堀参事)

- いただいたご意見を参考にして、より積極的な発信をするよう検討していきたい。

(佐々木委員)

- 売り上げが増えたのは大変良いが、これは今の競馬ファンが買っているもの。長い目で見ると、今後の売り上げ確保のためには、今、競馬をしていない層や若い人のファンを作ることが重要。もっとチャンネルを広げるべき。ウマ娘のように馬とは直接関係なかったゲームのブームによるファンの獲得があったように、そういったことも探っていくと良いと思う。例えば、札幌にも「XR (註：eXtended Reality、リアルとバーチャルの融合を実現する IT 技術)」を扱う企業もある。そういったところとタイアップして、オリジナルゲームを創ったり、バーチャルツアーを組んだりすることもできると思う。いろいろなチャンスがある。

(平本委員長)

- 新しいファンの獲得には、様々なチャンネルを利用することが大事。Twitter もそうだが、良い誘導路になると思う。

(かとう委員)

- ・ ネットキャンペーンでプレゼントなども良いが、その際にメールアドレスなどの登録もしていると思う。今は音声メルマガというものがあり、すごく伸びている。アドレスがあるなら、文字のメルマガではなく、例えば、門別で実況をしているアナウンサーの声で音声メルマガを配信したり、亡くなって残念だが許可を取って岡田繁幸さんの声を流すなどもある。馬文化を愛する人、門別競馬場を愛する人、いずみの蕎麦など門別競馬場で働いている人の声を届けることで、競馬場に行こうという気を起させることができるのでは。
- ・ 来年以降、イベントを実施したいとのことだったが、広告代理店は広告代理店がやりたいことをやりがち。経産省の広報審査会に所属していた経験では、広告代理店の提案を審査することで、行政がやりたいこと、事業の趣旨を「教育」していた。はじめは教育することで終わってしまうが、翌年以降、とても良い提案が出てくるようになった。今のファンを呼ぶことも重要だが、今後は家族連れなど新しいファンもどんどん集めるべきなので、それを継続的にできる提案をさせるように仕向けて行って欲しい。

(平本委員長)

- ・ 広報に関して、一部コンペを導入してはというご意見。やはり行政は広報が苦手。であればアウトソーシングして、やって欲しいこと、趣旨を正しく伝えて実施を任せつつも、こちらがコントロールできるようにしておくようにという、重要なご指摘。

(4) 委員改選について

- 競馬事業室 太田主幹より資料 3-1「北海道地方競馬運営委員の改選」、資料 3-2「北海道地方競馬運営委員会委員の推移」を説明。

(平本委員長)

- ・ 選任の条件で示されている「地域バランス」「若者世代」「女性比率」といったところは今日的な意味でも満たさなければならないと思う。次期委員の選定にあたっては、現委員にも相談したいとのことだったので、今後も皆様よろしく願い。

(佐藤委員)

- ・ 今回の委員拜命にあたっては、私の所属している「組織」に対して依頼が来たものと思っている。しかし、単純に組織へ「誰かお願い」となると、どうしてもそれなりの役職者となり、委員選任の条件にある年齢構成や若者世代といったことが配慮されにくい。依頼の際にはこういった条件などをいわゆる「仕様書」として相手に明確に伝えて、組織内部での人選をお願いした方が良い。

(平本委員長)

- ・ この運営委員会をセレモニーや権威付けとして実施したいのか、実際にホッカイドウ競馬をよくするために具体的な議論若しくは第三者の意見が欲しいのか、それともお墨付きが欲しいのか、その考え方によっても人選は変わってくるし、そういったことが問われているとも思う。

(5) その他

(平本委員長)

- ・ その他、全体を通して御意見などがあればお願いします。

(佐藤委員)

- ・ 委員会では実際に競馬場に行って、現場を見ながら議論することがあると聞いて楽しみにしていたのだが、A i b aには行ったが、残念ながらコロナ禍もあり競馬場に行けていない。是非、次年度は門別競馬場での意見交換を実現して欲しい。

(平本委員長)

- ・ コロナ以前は、年に一度は委員会を競馬場で実施していた。次年度は何とか実施していただきたい。

(かとう委員)

- ・ 私はひだか観光大使を拝命していたり、道のアドベンチャートラベル検討委員でもある立場からアドバイスさせていただく。現在、日高山脈襟裳国定公園が国立公園へ指定される動きがあり、来年12月頃の指定となれば、2023年の春からは「国立公園」の大きなキャンペーンの中で競馬場もPRできるのではと考えている。観光との連携を今から考えておくことも大事かと思う。

(平本委員長)

- ・ こういうことは少し早めに計画しておかないといけないので、是非、組み込むことを検討いただければと思う。

【まとめ】

(平本委員長)

- 発売状況については令和3年度の史上最高額と発売が好調であったこと。
一方でネット発売が伸びれば道営単体でも黒字が可能だが、令和元年の収支構造では道営だけでは赤字であること。

一般的にはこうした事業はやめた方が良いとなってしまふ。この収益構造を考えると、少しでもネット事業者との交渉により利用料を下げ、収益性を上げることが重要で、他の地方競馬事業者とも連携して継続的に取り組んで行くべきと感じた。

- 第3期プランはまだ始まったばかりだが、施設整備についてはコロナの影響で資材費や人件費の高騰という状況もある中、当初計画通りには行きにくいだろうが、今後、長期的なホッカイドウ競馬の継続を考えると、今この段階でインフラ整備を進めることを是非、検討して欲しい。
- 委員改選は、運営委員会の位置付けをしっかりと考え、もし、実効性のあるワークする委員会にするのであれば、今後の検討も含めて多様な委員に入っただき、より新しい切り口や視点が出てくるメンバーにすることも、1つの方向性かと思う。
次期の委員会メンバーのことも含めて、ここにいる委員の皆様には引き続きご協力いただきたい。

以上、今期の委員の最後の委員会として活発なご議論をいただき感謝

(事務局 下堀参事)

- ・ 委員の皆様のご意見に感謝。最後に宮田農政部長より閉会にあたっての挨拶。

(宮田農政部長)

- ・ 私は10年ほど前に競馬事業室に在籍していた。その頃は赤字がなんとか縮減してきた頃で、JRAとの相互発売の検討など、必死に経営改善に努めていた。競馬ファンは中央・地方関係なく競馬のファン。そうしたファンが馬券を買いやすい環境を作っていくことが重要と考えて取り組み、道営以外の馬券を売ることによって何とか黒字に転じた。
- ・ 今はホッカイドウ競馬本体の発売額が500億円を超えているが、これはコロナによる巣ごもり需要が出ているものと考えている。これが収束したときにどうなるか。ホッカイドウ競馬の収支構造は、収益部分だけを見れば道営本体よりも他場売りで得る業務協力金による収益の方が大きい。
- ・ 重要なのはホッカイドウ競馬本体と他場売りの2本立てで収益を確保することで、ホッカイドウ競馬を安定的に継続していくこと。ホッカイドウ競馬は農政部が所管して事業を実施しているが、これは競馬を地域の産業振興と捉えているからである。今後とも競馬を安定的に続けていくためにも、第3期プランに基づく施設整備を進めていかなければならないと考えている。
- ・ 本日いただいた意見として、twitterとYouTubeの連携、新たなファンの獲得や新たなオリジナルゲーム、音声メルマガの活用、国立公園の観光と合わせたPRなどから、1つでも具体化していけるよう、検討して参りたい。
- ・ 次年度は、是非、競馬場での委員会を実施したい。今後ともよろしくお願い。

(以上)