資料２－２

第４期北海道競馬推進プラン

（案）

令和〇年〇月 北海道

目次

第１章 計画策定の考え方 3
１　策定の趣旨 3
２　計画期間 4
第２章　これまでの経過 5
１　競馬事業の開始　（昭和 23 年度～平成３年度） 5
２　バブル崩壊と厳しい時代の始まり、経営改善に向けた取組 5
（参考）競馬開始からの主な沿革 7
第３章　第３期北海道競馬推進プランの検証 9
１　ヒトの充実 9
２　モノの充実 11
３　ファンの拡大 16
４　馬と番組の充実 20
５　サービスの向上 23
第４章　ホッカイドウ競馬を取り巻く現状と課題 25
１　現状 25
２　課題 25
第５章　今後の展開方向 28
１　基本的な考え方 28
２　目指す姿 28
３　取組の柱 28
４　取組の方向性 29
（１）強い馬づくりと競馬番組の充実 29
（２）広報・ファン施策及びサービス向上 29
（３）競馬人材の確保・育成 30
（４）ファンの獲得に向けた誘客促進 31
（５）基幹施設等の計画的な整備と地域貢献 31

第１章 計画策定の考え方

１　策定の趣旨

北海道の競馬事業は、昭和 23 年（1948 年）に開始されて以来、これまでに 290 億円余りの益金を一般会計に繰り出し、本道財政にも大きく貢献してきましたが、平成４年以降は連続した赤字決算に陥り、平成 13 年（2001 年）には赤字額が 28 億円余に達するなど、経営は深刻な状況となりました。

このような中、経営改善を図るため、競馬場の集約化やネット発売の開始、場外発売所の開設、全日程ナイター開催をはじめ、強い馬づくりや魅力ある競馬番組の提供、さらにはファンサービスの向上など、様々な改革を着実に実行した結果、平成 25 年度以降は単年度収支が黒字化し、将来の安定的な運営や施設整備に備えて基金を積み立てるとともに、一般会計からの借入金の償還も着実に進めています。

また、ホッカイドウ競馬は、全国有数の軽種馬産地に立脚した競馬として、これまで多くの競走馬を全国へ供給し、馬産業を支える重要な役割を担ってきました。特に、生産者が馬主として２歳馬や牝馬を自ら出走させることにより、市場流通が難しい馬に活躍の場を提供する「馬産地のセーフティネット」としての機能を果たし、地域経済や雇用の維持にも寄与してきたところです。

こうした役割を将来にわたり発揮し続けるためには、黒字経営を維持しながら、競馬事業を安定的に継続していくことが不可欠です。そのためには、近年堅調に推移している発売状況を今後も維持・拡大するとともに、情報発信やサービスの拡充を図りつつ、新たなファンの獲得に取り組んでいく必要があります。

また、「強い馬づくり」を基本に据え、魅力ある番組の提供編成により全国のファンの関心を高め発売の一層の拡大につなげていきます。

併せて、調教師や騎手、きゅう務員など、競馬の根幹を担う人材の確保・育成を行い、安定的に競馬を実施できる体制の構築に取り組む必要があります。

加えて、競馬運営の効率化および来場者サービスの向上を図る観点から、業務施設やファンエリア、住宅等の基幹施設について、計画的かつ着実に整備を推進してまいります。

以上の考え方のもと、第４期北海道競馬推進プランにおいては、「競馬事業の安定運営と馬産地の持続的発展」を目指す姿とし、ホッカイドウ競馬の経営の安定と魅力向上を両立させるための施策を総合的に推進してまいります。

２　計画期間

令和８年度（2026 年）～12 年度（2031 年度）

【参考】これまでの計画等の策定経緯

計画等名称	内容
北海道競馬改革ビジョン （H20～22）	・赤字体質からの脱却 ・改革のための体制転換
第１期北海道競馬推進プラン （H23～27）	・収支構造の安定 ・産地競馬としての機能の更なる強化
第２期北海道競馬推進プラン （H28～32）	・競馬事業の持続的な発展と馬産地の活性化 ・売上（発売）の拡大
第３期北海道競馬推進プラン （Ｒ３～７）	・これからも競馬ファンに愛されるホッカイドウ競馬を目指す ・「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

第２章　これまでの経過

１　競馬事業の開始　（昭和 23 年度～平成３年度）

北海道における競馬事業は、昭和 23 年度に現行の競馬法の下で開始しました。当初は、道内の各競馬場を巡回して開催する形態であり、いわゆる「ジプシー競馬」と呼ばれる運営が行われていました。

戦後の復興期において、娯楽が限られていた社会状況の中で競馬開催に多くの道民が来場し、高度経済成長期とともに発売額も増加し、平成３年度には史上最高の発売額を記録しました。

なお、この間、44 年間で累計 290 億円余を北海道の一般会計に繰り出してきました。

２　バブル崩壊と厳しい時代の始まり、経営改善に向けた取組

平成４年度以降、バブル経済の崩壊や娯楽の多様化などの影響を受け、地方競馬を取り巻く経営環境は厳しさを増し、ホッカイドウ競馬においても平成４年度から 24 年度まで 20 年間にわたり連続した赤字決算が続く状況となりました。

こうした状況を受け、経営改善に向け様々な対策を講じましたが、発売額の減少に歯止めがかからず、平成 13 年度には 28 億円もの赤字額を計上するなど経営状況は一層厳しさを増しました。

（１）赤字脱却に向けた改革の始まり（平成４年度～19 年度）

平成４年度以降、連続した赤字決算が続く競馬事業に対し、道議会や知事の諮問機関である「北海道地方競馬運営委員会」などで議論が活発になり、道議会議論や同委員会の答申などを踏まえ、13 年度以降、組織のスリム化や発売拡大に向けた場外発売所の設置、インターネット発売など様々な改革に段階的に取り組み始めました。

□　北海道地方競馬運営委員会の提言経過

年月	提言等
平成 11 年 11 月	北海道地方競馬運営委員会答申
平成 14 年７月	北海道競馬の今後のあり方について（中間とりまとめ）
平成 15 年１月	北海道競馬の今後のあり方について（建議）
平成 17 年９月	北海道競馬のあり方について（建議）
平成 19 年 11 月	北海道競馬のあり方について（提言）

（２）北海道競馬改革ビジョン（平成 20 年度～22 年度）

平成４年度以降の連続した赤字決算の中、北海道地方競馬運営委員会からの提言などを踏まえ、場外発売所の展開やインターネット発売体制の充実など、様々な運営改善に取り組んだ結果、14 年度以降、赤字額は徐々に縮減しました。

しかしながら、平成 17 年第４回定例道議会において存廃議論が高まり、「平成 18 年以降の３年間で赤字額を半減させ、かつ、単年度収支が均衡する見通しを得ることができない場合には廃止せざるを得ない」と知事が表明したことから、22 年度までに単年度収支の均衡を図ることを目的として、「北海道競馬改革ビジョン」を 19 年度に策定することとなりました。

このビジョンに基づき、産地のノウハウを最大限に発揮できる体制への転換や、門別競馬場の集約化・ナイター化、場外発売所の効果的な活用による他主催者との連携強化、新公社への業務委託による効果的・効率的な運営などに取り組みました。

□　「北海道競馬改革ビジョン」での主な取組

○　道の実施部門のスリム化
　・北海道競馬事務所の廃止、競馬事業室の設置（H21）
○　北海道軽種馬振興公社（以下「公社」）を馬産地主導の組織に改編、本拠地を日高町に移転（H21）
○　「競馬実施に関する事務」を道から競馬法に基づく競走実施法人である公社に委託（H21）
○　門別競馬場にナイター施設を整備し、全レースナイター化
　・グランシャリオナイターの開始（H21）
○　新スタンド「ポラリスドーム」竣工（H21）
○　開催場を門別競馬場１場に集約（H22）

（３）第１期北海道競馬推進プラン（平成 23 年度～27 年度）

平成 19 年度に策定した「北海道競馬改革ビジョン」に基づく改革により赤字体質からの脱却に向けた取組が進み、収支均衡を見通せる段階至ったことから、22 年の第３回定例道議会において、知事から「ホッカイドウ競馬を存続することを決断」する旨を答弁し、23 年度以降も競馬事業が存続することが決定されました。

道では、ホッカイドウ競馬を将来にわたって安定的に継続していくため、ＪＲＡや他の地方競馬主催者との連携、強い馬づくりなどを通じ、収支構造の安定を図る「第１期北海道競馬推進プラン」を 22 年度に策定し、改革を継続することとしました。

□　第１期北海道競馬推進プランでの主な取組

○　全国的発売集計システムの参画による発売拡大と経費節減（H23～）
○　屋内調教用坂路の整備による強い馬づくりの推進（H24～）
○　ＪＲＡとの相互発売（H24～）
○　Aiba まつりや競馬場での日高特産市などイベントの実施（H26～）
○　内回り走路(マイル 1,600m)の整備による魅力ある番組体系の充実（H27）
○　道内の道産子企業との連携の強化（協賛競走や関連イベントなどを順次拡大）

（４）第２期北海道競馬推進プラン（平成 28 年度～令和２年度）

平成 25 年度以降、単年度収支が黒字化する中、競馬事業の持続的な発展と馬産地の活性化を目指すため、27 年度に第２期プランを策定しました。

このプランでは、さらなる発売拡大を図る観点から、「顧客(ファン)の拡大」、「商品(馬)と品揃え(番組)の充実」、「サービスの向上と発売チャンネルの拡大」、そして「持続的な発展のための施設等整備」の４つの柱で取組を展開しました。

□　第２期北海道競馬推進プランでの主な取組

○　レース映像の高画質（ＨＤ）化（H28）
○　Aiba 札幌駅前店の再開（H30）、Aiba 旭川の移転（H30）
○　インターネット発売の拡大に向けたＷＥＢサイトリニューアル（H30）
○　施設・設備の整備
　・外装路改修（H28）　・トラックビジョン（H29）　・パドックビジョン（Ｒ２）
　・とねっこラウンジ（Ｒ１）　・Ａスタンド（特別観覧席）等の整備（Ｒ１～２）
○　全国的なダートグレード競走体系の構築、ＪＢＣ２歳優駿の新設（Ｒ２）

（参考）競馬開始からの主な沿革

年次	沿革
S23(1948)	競馬事業開始 ※当初は「ばんえい」や「繋駕速歩競走」、「競輪」も実施。開催場は、札幌、函館、北見、旭川、帯広、岩見沢、小樽、室蘭のうち、年間最大６場で開催
S48(1973)	道庁に北海道競馬事務所を設置
S52(1977)	社団法人北海道軽種馬振興公社発足
S57(1982)	門別トレーニングセンター開所
S60(1985)	電話投票開始
S62(1987)	呼称を「道営競馬」から「ホッカイドウ競馬」に改称
S62(1987)	初の場外発売所「旭川レーシングセンター」開設
S63(1988)	場外発売所「ハロンズ岩見沢」開設
H３(1991)	史上最高の発売額 454 億円を記録
H４(1992)	マスコットキャラクターを「ホクトくん」に決定
H４(1992)	赤字化に突入（～H24）
H６(1994)	競馬開催日を「火・水・木」の３日を基本とした
H６(1994)	呼称を「道営ホッカイドウ競馬」に改称
H６(1994)	静内場外発売所オープン
H７(1995)	札幌ケーブルテレビで全レースをリアルタイムで放送開始
H７(1995)	競馬情報の FAX サービス開始
H７(1995)	門別トレーニングセンターで発生したきゅう舎火災により競走馬 16 頭が焼死
H９(1997)	門別競馬場開設(12/8)、マークカードの導入（門別のみ）
H10(1998)	呼称を「ホッカイドウ競馬」に改称
H10(1998)	馬番号連勝複式勝馬投票法の導入、マークカードの導入開始
H11(1999)	日高地方集中豪雨(5/5)により馬場損壊
H12(2000)	ＣＳ放送でホッカイドウ競馬のレース中継を開始
H13(2001)	「地方競馬共同在宅投票システム」D-net への加入・運用開始
H13(2001)	ホッカイドウ競馬小規模場外発売所の名称を「Aiba」に決定
H13(2001)	「Aiba 静内」開設
H13(2001)	北海道競馬管理室の廃止、北海道軽種馬振興公社への一元化
H14(2002)	ホッカイドウ競馬サイト「NET Aiba」で全レースの映像と実況を配信開始
H14(2002)	Aiba 苫小牧開設

年次	沿革
H15(2003)	新賭式（馬単、３連複、３連単）導入
H15(2003)	国内初の民間牧場活用の認定きゅう舎制度導入
H15(2003)	認定きゅう舎から「コスモバルク号」出走、中央競馬で活躍
H15(2003)	Aiba 小樽、滝川、浦河の開設
H16(2004)	Aiba 中標津、留萌、札幌駅前の開設
H17(2005)	Aiba 千歳、函館、江別の開設
H18(2006)	ＳＰＡＴ４、楽天競馬での発売開始
H19(2007)	馬インフルエンザ発生により、３日間開催中止（8/21-23）
H20(2008)	「北海道競馬改革ビジョン」の策定
H20(2008)	Aiba 石狩の開設、Aiba 留萌の閉鎖
H21(2009)	北海道競馬事務所の廃止、北海道農政部に競馬事業室を設置、北海道軽種馬振興公社へ事業委託
H21(2009)	門別ナイター化、旭川競馬場閉場、門別競馬場へ１場化
H21(2009)	Aiba 札幌中央、登別室蘭、琴似の開設
H22(2010)	Aiba 釧路の開設
H22(2010)	「コスモバルク号」引退
H23(2011)	「北海道競馬推進プラン」の策定
H23(2011)	東日本大震災発生
H23(2011)	マスコットキャラクターに「ナナセちゃん」を追加
H24(2012)	Aiba 琴似の閉鎖
H25(2013)	22 年ぶりに単年度収支黒字化
H26(2014)	ＳＰＡＴ４　ＬＯＴＯトリプル馬単の導入
H27(2015)	Aiba 札幌駅前の閉鎖
H28(2016)	レース映像のＨＤ化
H28(2016)	「第２期北海道競馬推進プラン」の策定
H29(2017)	Aiba 旭川の移転オープン
H30(2018)	9/6、胆振東部地震が発生、9/6～20 開催中止(7 開催日)。本場及び場外での発売・払戻取り止め。9/25～28 はデイでの開催、11/13～15 に地震中止に伴う追加開催
H30(2018)	Aiba 札幌駅前再オープン、キャッシュレス機初導入
H30(2018)	第 45 回北海道２歳優駿(11R)で１・２着の着順を誤審
R1(2019)	ポラリス★スタンドに「LUMBINI FOOD CAFE」オープン
R2(2020)~R4(2022)	新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、発売・払戻の中止や無観客・入場制限を行いながら開催継続
R2(2020)	ファンファーレのリニューアル
R2(2020)	とねっこラウンジ、Ａスタンド棟増築竣工、ウイナーズサークル改装
R2(2020)	ＪＢＣ競走に「ＪＢＣ２歳優駿」が新設され、門別競馬場で開催
R3(2021)	Aiba 江別の移転オープン
R4(2022)	YouTube【公式】ホッカイドウ競馬 LIVE の開設
R5(2023)	Aiba 千歳の移転オープン、岩見沢場外発売所の営業中止
R5(2023)	YouTube 番組「なまちゃき！」を開設
R5(2023)	実況テレホンサービスの終了
R5(2023)	Aiba 滝川の移転オープン
R5(2023)	ホッカイドウ競馬ＬＩＮＥ公式アカウント開設
R5(2023)	門別競馬場基幹施設整備に着手（きゅう舎エリア、業務・来場者エリア、住居エリア）
R6(2024)	ホッカイドウ競馬におけるナイター競馬開始 30 周年、門別競馬場でのナイター営業（グランシャリオナイター）開始 15 周年
R6(2024)	基幹施設整備のうち、きゅう舎エリアの建築工事に着手
R7(2025)	きゅう舎エリア完成（きゅう舎 24 頭規模１棟、倉庫兼事務所１棟、ウオーキングマシーン１基、サンシャインパドック）×33 区画
R7(2025)	過去最高発売額 573 億円を記録。門別競馬場の入場人員は過去最高の 61,614 人

第３章　第３期北海道競馬推進プランの検証

ホッカイドウ競馬は、「北海道競馬改革ビジョン」、「北海道競馬推進プラン」などに基づき、長年にわたり改革に取り組んできた結果、平成 25 年度から単年度黒字となりました。

今期においては、令和２年から３年にかけて新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、入場制限や無観客での開催を余儀なくされましたが、いわゆる巣ごもり需要の影響もあり、インターネット発売を中心に発売額が増加し、近年では過去最高の発売額を更新してきました。

１　ヒトの充実

（１）騎手・きゅう務員等の確保

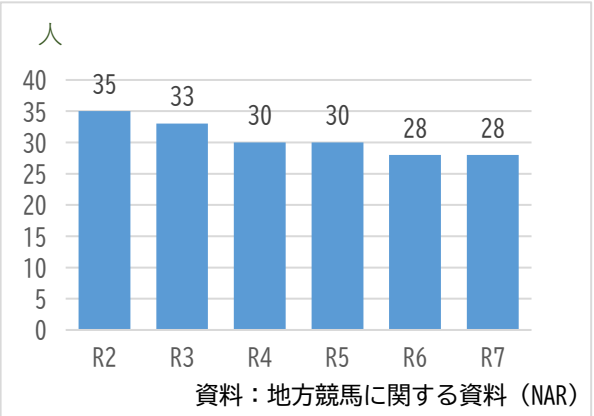
ホッカイドウ競馬所属の騎手は、令和２年度から７年度までの間に新たに５名を確保し、近年は 20 名弱で推移しています。このほか、他場所属騎手による期間限定騎乗の数名を加えてホッカイドウ競馬の競走が実施されています。

騎手の確保は、競馬を安定的に運営していく上で重要な課題であることから、騎手や生産牧場代表者などの協力を得て、地方競馬を担う人材を養成・訓練する機関での騎手勧誘活動や地元農業高校において意見交換会を行いました。

さらに、地域の重要な産業である軽種馬生産や競馬に関わる仕事について、若い世代の理解促進を図るため、地元高校との連携による出前授業の開催や高校吹奏楽部によるファンファーレ演奏に加え、地域の子ども達の学習機会の提供にも取り組みました。

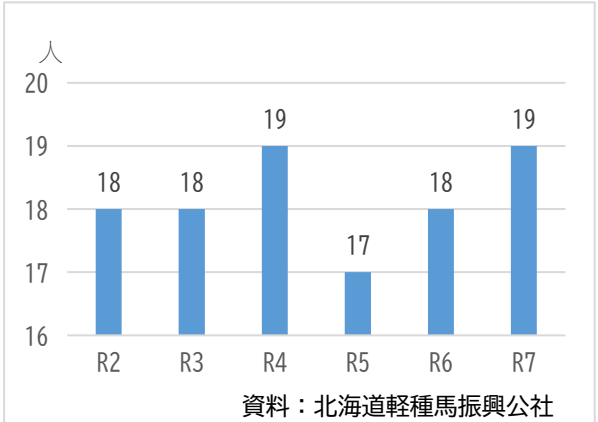
また、調教師やきゅう務員の就業環境の改善を図る観点から、これまで一体となっていたきゅう舎（馬房）と住宅について、火災防止や公正性確保の観点から分離するため、きゅう舎は６年度に工事に着手し７年に完成、住宅は７年度から設計に着手しました。

□　調教師数の推移



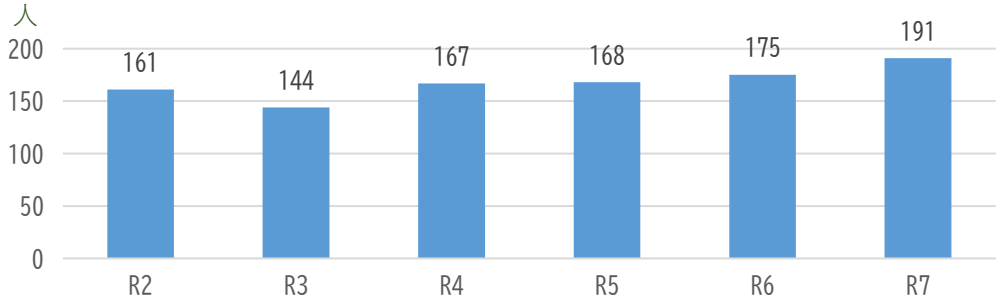
資料：地方競馬に関する資料（NAR）

□　騎手数の推移



資料：北海道軽種馬振興公社

□　きゅう務員数の推移



	Ｒ２	Ｒ３	Ｒ４	Ｒ５	Ｒ６	Ｒ７
日本	113	108	109	108	108	109
インド	43	32	50	54	62	77
ウズベキスタン	3	2	4	4	4	4
オーストラリア	－	－	－	－	1	1
フィリピン	2	2	2	1	－	－
タイ	－	－	2	－	－	－
ベネズエラ	－	－	－	2	－	－
合計	161	144	167	168	175	191

資料：地方競馬に関する資料（NAR）、北海道軽種馬振興公社

（２）きゅう舎経営の安定

ホッカイドウ競馬の開催期間は４月から 11 月までと限られていることから、閉幕後の調教師や騎手、きゅう務員の所得機会の確保は、きゅう舎経営の安定と人材確保の観点から重要な課題となっています。

このため、競馬開催のない冬期間においても、ホッカイドウ競馬に出走するために預託された馬の飼養管理を補助する者に対する冬期きゅう務員手当の支給や、騎乗馴致に従事する騎手に対する冬季騎乗馴致手当の支給を行いました。

さらに、馬主に対する出走手当のほか、調教師賞、騎手賞、きゅう務員賞の増額を行うことで、きゅう舎全体の経営基盤の強化と関係者の就業継続を支援しました。

（３）関係者における公正確保

競馬は、公正な実施を確保するため、競馬法により禁止事項が定められており、競馬を実施している関係者側にも罰則規定があり、関係者の馬券購入や競走馬への禁止薬物の投与などは固く禁じられています。

このため、きゅう務員の公正確保の意識向上などを目的に研修会を開催したほか、きゅう務員による地方競馬の購入を防止するため、新たにきゅう務員の仮認定を受けた後に在宅投票事業者に会員該当性調査を行った後に本認定を行うなど、禁止事項の未然防止に向けた取組を進めました。

２　モノの充実

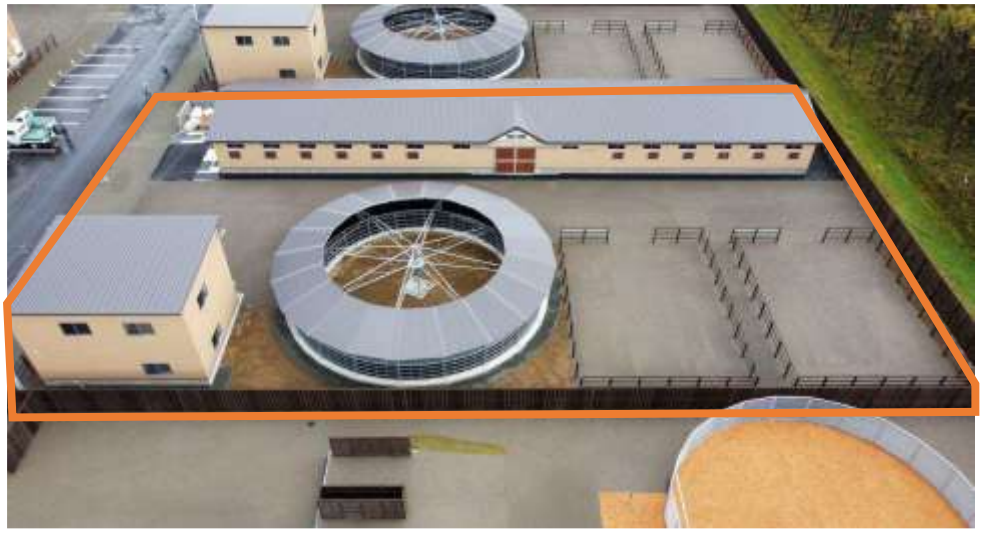
（１）基幹施設の計画的な更新整備

ア　きゅう舎エリア、居住エリア

門別競馬場と関連施設は、昭和 57 年に設置された「門別トレーニングセンター」の跡地を改修したもので、耐用年数を超過しており、老朽化への対応が課題となっていました。これまでのきゅう舎は馬房と住居が一体となっていましたが、新きゅう舎については火災防止や公正確保の観点から馬と人の分離を行い、令和７年度に新築・移転を行いました。きゅう舎エリアは、きゅう舎１棟、事務所兼飼料庫１棟、運動場１機、サンシャインパドック２か所を１区画として 33 区画を整備したほか、馬乗降場などを整備しました。

□　きゅう舎エリア全景

□　きゅう舎エリア　33 区画　　※　　１区画



□　きゅう舎

□　ロンギ場、馬乗降場所、馬体重計

□　馬洗場

□　馬房

イ　業務エリア

競馬開催に必要不可欠な検体採取所、装鞍所などの業務施設や作業員詰所などは、きゅう舎と同様に耐用年数を超え老朽化が進んでいるほか、動線が悪く効率性や安全性の面で改善が必要でした。

こうしたことから、令和８年度から旧きゅう舎跡地に再編整備し、競馬開催に係る人馬の動線を整理するとともに、騎手や調教師、きゅう務員、その他従事員が働きやすい環境の整備を進めていきます。

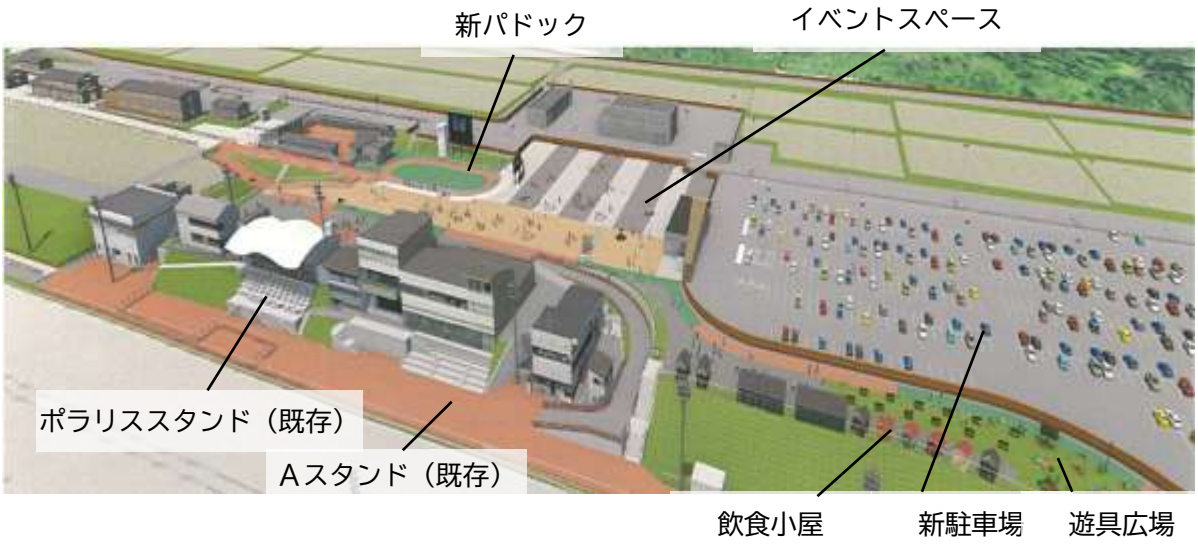
□　業務エリアの整備概要

（調整ルーム、検量棟、装鞍所、検体採取所、交流きゅう舎、パドック、
管理事務所　各１棟）

ウ　ファンエリア

門別競馬場は、旧トレーニングセンターをベースとして整備したことから、他の地方競馬場のスタンドと比べて最も収容人数が少なく、コンパクトな競馬場となっています。

今回の再編整備ではスタンド整備は行わないものの、野外のイベントスペースが広がるほか、駐車場の位置が大きく変わってスタンドやパドックなどに近くなるため、来場者の利便性向上が見込まれます。

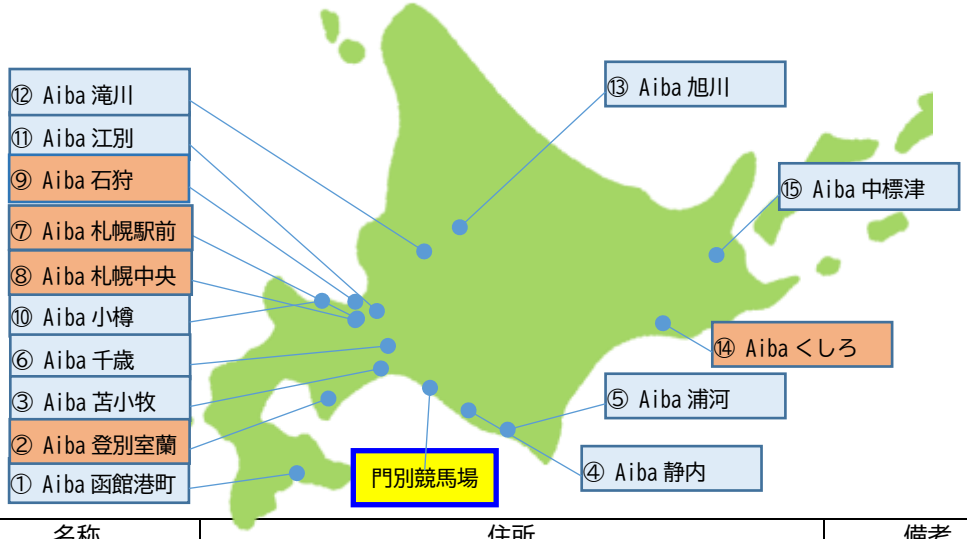


（２）場外発売所

場外発売所「Aiba[1]」（あいば）は、全道 15 か所で展開しており、ホッカイドウ競馬の馬券発売のほか、ＪＲＡや他の地方競馬の勝馬投票券も発売しています。インターネットによる発売が９割を超えるなど発売環境は徐々に変化していますが、ホッカイドウ競馬を開催していない日や時間帯において、他の地方競馬やＪＲＡの馬券発売によって手数料収入を得られており、収益確保の観点からも重要な役割を担っています。

近年では、令和３年８月に Aiba 江別の移転、５年３月に Aiba 千歳の移転及び Aiba 岩見沢の廃止、５年９月に Aiba 滝川の移転など顧客や発売動向を踏まえて移転・廃止などの見直しを行ってきました。

□　ホッカイドウ競馬　場外発売所設置状況



名称	住所	備考
①Aiba 函館港町	函館市港町３丁目１７	
②Aiba 登別室蘭	登別市若草町４丁目２３	民間設置場外[2]
③Aiba 苫小牧	苫小牧市木場町１丁目 6-1 MEGAﾄﾞﾝ･ｷﾎｰﾃ 3F	
④Aiba 静内	日高郡新ひだか町静内木場町 2-1-5	
⑤Aiba 浦河	浦河郡浦河町大通３丁目	
⑥Aiba 千歳	千歳市東郊１丁目 7-1	
⑦Aiba 札幌駅前	札幌市中央区北４条西２丁目１	民間設置場外
⑧Aiba 札幌中央	札幌市中央区南６条１丁目１－１	民間設置場外
⑨Aiba 石狩	石狩市新港南２丁目７２９	民間設置場外
⑩Aiba 小樽	小樽市築港 11-5 ｳｲﾝｸﾞﾍﾞｲ小樽内	
⑪Aiba 江別	江別市東野幌町 1-16	
⑫Aiba 滝川	滝川市栄町３丁目 12-8	
⑬Aiba 旭川	旭川市豊岡３条２丁目 ｱﾓｰﾙｼｮｯﾋﾟﾝｸﾞｾﾝﾀｰ 2F	
⑭Aiba くしろ	釧路郡釧路町桂木３丁目１	民間設置場外
⑮Aiba 中標津	標津郡中標津町東３１丁目１－５	

※　上記の他、門別競馬場、ばんえい場外発売所（帯広競馬場、ミントスポット北見、アプスポット網走、ハロンズ名寄、ハロンズ岩見沢）でも発売

[1] ホッカイドウ競馬場外発売所の略称。「愛馬」に由来。平成 13 年に全国から名称を公募し決定。

[2] 競馬法に基づき北海道が委託した民間事業者が設置・運営する施設。ホッカイドウ競馬のほか JRA・他地方競馬主催者の勝馬投票券も発売・払戻しを行っている。

（３）新型コロナウイルス感染予防対策

令和２年、国内での新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、北海道では同年２月 28 日に緊急事態宣言を発令しました。

これにより、一時は場外発売所での発売休止や無観客での開催となりましたが、新型コロナウイルスに対応した国・道の指針や、地方競馬全国協会が発出した「競馬における新型コロナウイルス感染拡大予防ガイドライン」に従い、場内滞留人数を制限しながら開催を続けました。３年には、場内滞留人数を 1,300 人に制限して開催を続けていく中で感染が徐々に落ち着き、４年からは一部制限を続けながら、ほぼ通常どおりの開催となりました。

今後、同様の感染症が発生した場合においては、国や道及び競馬業界などから発出されるガイドライン等を踏まえ、徹底した感染防止対策を講じながら、競馬関係者及び競馬ファンへの影響に配慮しつつ、競馬事業を継続していきます。

□　ホッカイドウ競馬における新型コロナウイルス感染症拡大防止対策

時期	内容
R2.2.27～6.6	競馬場及び Aiba での地方競馬の勝馬投票券の発売・払戻を取り止め
R2.2.29～7.10	競馬場及び J-PLACE での中央競馬の勝馬投票券の発売・払戻を取り止め
R2.4.15～10.29	無観客開催
R2.6.17～	Aiba でホッカイドウ競馬の発売・払戻を再開
R2.6.22～	Aiba で地方競馬他場の発売・払戻を再開（月～金のみ）
R2.7.11～	Aiba、J-PLACE で中央競馬のメイン競走、土日の他場地方競馬の発売再開
R2.7.25～	Aiba、J-PLACE で中央競馬の発売レース拡大
R2.9.12～	一部 Aiba、J-PLACE で休止していた発売を再開
R2.10.14	Aiba、J-PLACE で中央競馬の発売レース拡大（全レース）
R2.11.3～5	競馬場への入場再開（事前応募制 50 組 100 名）
R3.4.14～5.5	競馬場への入場を 1 日 250 組 500 名に制限して開催（事前応募制）
R3.5.12～13	競馬場での滞留人数を 500 名に制限（事前応募なし）
R3.5.16～6.20	緊急事態宣言により競馬場、一部 Aiba・J-PLACE で休業又は時短営業
R3.5.19～6.17	北海道での緊急事態措置により無観客での開催
R3.6.21～7.11	札幌市へのまん延防止等重点措置により札幌市内 2 カ所の場外で時短営業
R3.6.22～	競馬場での滞留人数を 500 名に制限
R3.8.2 ～9.30	札幌市へのまん延防止等重点措置により札幌市内 2 カ所の場外で時短営業
R3.8.12	競馬場への入場を 1 日 250 組 500 名に制限（8/12ＢＧＣ開催のみ）
R3.8.14～9.12	石狩管内、小樽市でまん防重点措置追加のため、区域内の場外で時短営業
R3.8.20～9.30	旭川市でまん防重点措置追加のため、Aiba 旭川で時短営業
R3.8.23～9.30	Aiba 岩見沢で時短営業
R3.8.27～9.30	北海道での緊急事態措置により無観客での開催
R3.8.27～9.30	北海道での緊急事態措置により競馬場及び一部場外で休業又は時短営業
R3.10.5	競馬場での滞留人数を 500 名に制限（事前応募なし）
R3.10.14	競馬場での滞留人数を 500 名に制限（事前応募制）※エーデルワイス賞
R3.11.3	競馬場での入場人数を 150 組 300 名に制限（事前応募制）※ＪＢＣ
R4.4.13～閉幕	競馬場での滞留人数を 1,300 名に制限（事前応募なし）
R4.11.3	競馬場での入場人数を 250 組 500 名に制限（事前応募制）※ＪＢＣ

３　ファンの拡大

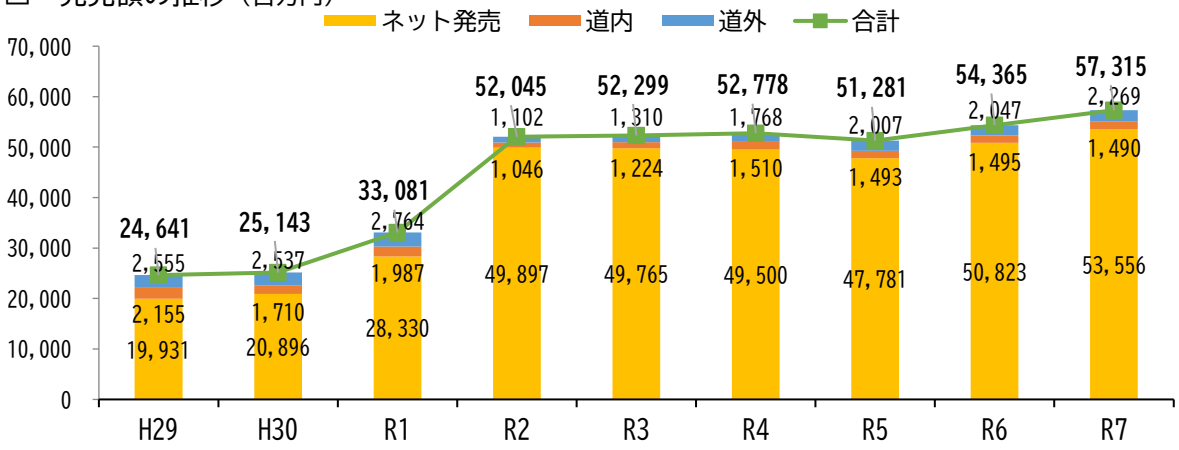
（１）インターネット上の顧客の拡大

ホッカイドウ競馬では、平成 10 年から電話回線を使った地方競馬在宅投票システムを導入し発売を行ってきました。その後、スマートフォンの普及やコロナ禍による巣ごもり需要の追い風を受け、インターネット発売が急速に拡大する状況となりました。

情報発信においてもインターネットを活用し、YouTube を活用したレース映像や生番組の配信、坂路調教の動画公開、さらに馬産地に立脚する競馬場の特徴を伝える取組として、入きゅうから新馬デビューするまでの密着動画のほか、予想の難しい２歳馬戦を含む全レースの予想サイトを開設しました。

なお、毎年相当数のホッカイドウ競馬所属馬が他場へ転厩していきますが、そうした出身馬の活躍を応援する「出身馬応援特設サイト」を開設し、継続的な情発信を行いました。

□　発売額の推移（百万円）



	H29	H30	R１	R２	R３	R４	R５	R６	R７
開催日数	80 日	76 日	80 日	82 日	82 日	85 日	82 日	84 日	84 日
１日当たり発売額（百万円）	308	331	414	635	638	621	625	647	682
ネット発売割合	80.9%	83.1%	85.6%	95.9%	91.2%	93.8%	93.2%	93.5%	93.4%

□　インターネット発売取扱事業者

ロゴ	名称	概要
	ＪＲＡネット投票	ＪＲＡ（日本中央競馬会）のインターネット投票サイト
SPAT4	ＳＰＡＴ４	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

ロゴ	名称	概要
楽天 R 楽天競馬	楽天競馬	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
Odds Park 競馬	オッズパーク	ソフトバンクグループに属する SB プレイヤーズの子会社であるオッズ・パーク(株)が運営する公営競技総合サービスサイト ※　ホッカイドウ競馬の取扱は、現在はダートグレード競走のみ

（２）顧客の拡大対策

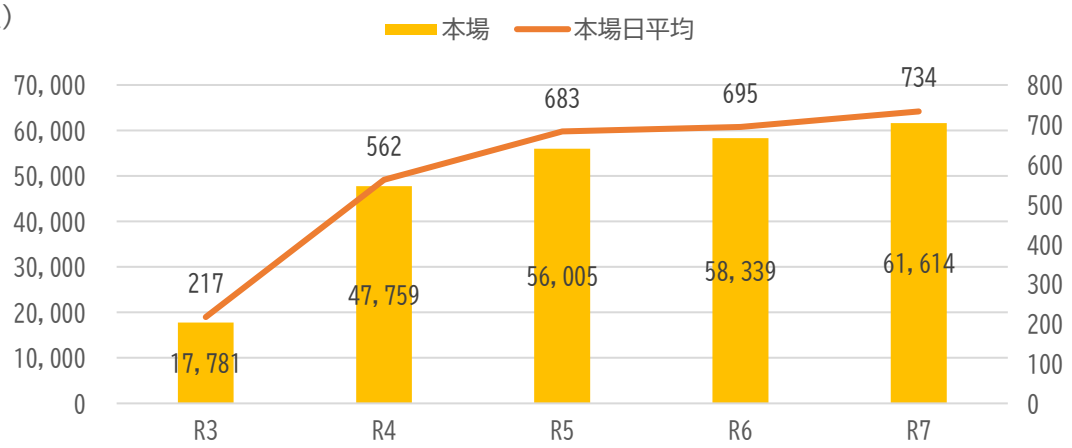
ア　門別競馬場

門別競馬場への来場者数は、新型コロナウイルス感染症の感染防止対策による無観客開催や入場制限等により一時的に減少しましたが、令和７年度にはコロナ禍以前を超え、過去最高の来場者数を記録しました。

また、来場者の交通手段確保のため札幌駅発着の無料送迎バスを運行しており、過去４年の平均で年間 3,100 名が利用しました。

なお、競馬場への来場のきっかけとなるよう、レース協賛企業や市町村等と連携し、来場者プレゼントや子ども、女性を対象としたイベントなど、来場促進に向けた取組を行いました。

□　来場者数の推移　　※Ｒ３はコロナによる無観客開催や入場制限を実施



□　札幌駅発着無料送迎バスの利用状況

	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	合計
R 1	174	516	378	415	721	454	521	200	3,379
R 5	142	431	385	284	565	321	303	459	2,890
R 6	162	371	331	328	564	288	421	290	2,755
R 7	278	332	353	358	627	495	419	531	3,393

※令和２年から４年度までは新型コロナウイルス感染症まん延防止対策のため運行中止

□　札幌発着無料送迎バス（令和７年）

□　Aスタンド

□　ポラリススタンド

□　とねっこ広場

□とねっこデッキ

□　パドック

イ　場外発売所

地域住民の方々にも Aiba に親しんでいただくため、Aiba への来場特典イベントや騎手を招いたトークショーの開催に加え、スマホアプリを使ったスタンプラリーの開催や、来場者へのノベルティ等の配布など、地域住民や競馬ファンへの来場促進及び地域との接点づくりを目的とした取組を行いました。

ウ　その他のＰＲ活動

南関東の４競馬場（浦和・船橋・大井・川崎）と連携し、ホッカイドウ競馬の知名度向上と他場を訪れる競馬ファンに対してホッカイドウ競馬の購入機会の創出及び認知度向上を目的としてプレゼントキャンペーンや、キッチンカーによる道産品の軽食販売を行いました。

また、令和２年から実施しているＪＢＣ２歳優駿の開催を盛り上げるため、共同開催先の競馬場でのＰＲ活動や、ＪＲＡ札幌競馬場とＪＲＡ函館競馬場でのレース開催に併せてＰＲ活動を行いました。

４　馬と番組の充実

（１）馬・馬主の確保

ホッカイドウ競馬では、11 月の競馬開催終了後に１歳馬を受け入れ、基礎的な調教を行い、能力検査に合格した馬だけが翌年の２歳馬戦でデビューします。こうした体系のもと、２歳馬が早期に競馬に出走出来る環境が整えられており、馬主による競走馬の預託を支える一要素となっています。

安定的な出走頭数の確保を図るため、馬主や調教師、騎手に対する賞金・諸手当の拡充に加え、２歳馬の早期調教支援や３歳馬の確保を目的とした各種手当の充実を行ってきました。

（２）強い馬づくりの推進

ホッカイドウ競馬では、馬産地に立脚する競馬場として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努めてきました。馬主や調教師などによる不断の努力に加え、平成 24 年に整備した屋内調教用坂路を活用した調教により他場でも活躍するホッカイドウ競馬所属馬が見られるようになっています。

また、閉幕後の出走機会を確保するため、他場重賞に遠征する際の輸送費不足分の補助や、強い馬づくりに向けて、冬期間にホッカイドウ競馬に所属したまま他競馬場へ出走する際の奨励金の創設などを行いました。

（３）魅力ある番組づくり

ホッカイドウ競馬では、ファンにわかりやすい勝ち上がり体系やホッカイドウ競馬の特色を活かした番組の構築に努めています。

番組内容の充実を図る上では、出走頭数の確保が課題となっています。現在は１レース当たりの出走頭数は平均 9.6 頭で、他主催者のレースと比較すると少ない傾向にあるため、春先の出走頭数の確保を目的とした、２歳馬戦の賞金の拡充や３歳以上の古馬を対象とした競走に対しても競走数や賞金を増額するなど対策を行いました。

なお、令和５年度からＪＲＡと地方競馬の所属馬が出走可能なダート交流重賞競走が行われることになったことで、高い能力を持った馬が活躍できる場が提供されました。

□　レース数及び出走頭数

	Ｒ２	Ｒ３	Ｒ４	Ｒ５	Ｒ６	５年平均
出走延べ頭数	8,976	9,393	9,147	9,811	9,640	9,393.4
レース数	954	973	982	982	981	974.4
平均出走頭数	9.4	9.7	9.3	10.0	9.8	9.6

（競馬事業室調べ）

□　各主催者の１レース当たりの出走頭数

競馬場名	Ｒ２	Ｒ３	Ｒ４	Ｒ５	Ｒ６	５年平均
門別	9.4	9.7	9.3	10.0	9.8	9.6
盛岡	9.2	9.3	9.4	9.4	10.1	9.5
水沢	9.5	9.4	9.5	9.5	10.0	9.6
浦和	11.2	10.9	10.5	10.6	10.7	10.8
船橋	10.8	10.7	10.3	10.2	10.2	10.4
大井	12.8	12.9	12.4	11.9	12.1	12.4
川崎	11.3	11.2	11.1	10.9	10.9	11.1
金沢	9.0	8.6	8.7	8.7	8.9	8.8
笠松	9.0	8.5	8.1	8.3	8.6	8.5
名古屋	9.9	9.9	10.7	10.9	11.1	10.5
園田	10.0	10.1	9.8	9.8	10.0	9.9
姫路	10.5	10.3	10.0	9.7	9.9	10.1
高知	10.1	9.9	10.0	9.9	9.8	9.9
佐賀	10.2	10.0	9.9	10.3	10.2	10.1
計	10.2	10.1	10.0	10.0	10.2	10.1

資料：地方競馬に関する資料（ＮＡＲ）

□　ホッカイドウ競馬におけるダートグレード競走

競走名	条件等	距離	格付	開催時期
北海道スプリントカップ	３歳	1,200m	JpnⅢ	８月
ブリーダーズゴールドカップ	３歳以上牝	2,000m	JpnⅢ	８月
エーデルワイス賞	２歳以上牝	1,200m	JpnⅢ	10 月
ＪＢＣ２歳優駿	２歳	1,800m	JpnⅢ	11 月

５　サービスの向上

（１）インターネット上のサービス向上

ホッカイドウ競馬の発売額の約９割はネットによる発売に支えられており、インターネットを活用した情報発信は重要な要素となっています。

インターネット上の情報発信ツールとして、公式ＷＥＢページのほか、YouTube チャンネル「【公式】ホッカイドウ競馬チャンネル」とＬＩＮＥを活用した情報提供を行っています。特に YouTube では、全レースのライブ配信に加え、令和５年度からは週１回程度ゲスト出演者や解説者を迎えて予想やトークなど、競馬の楽しさを伝える番組「なまちゃき」を開始しました。

さらに、ホッカイドウ競馬ならではの企画として、入きゅうからデビューするまでを密着した動画を配信することで冬期間の調教の様子を伝えています。

（２）情報発信内容の改良・充実

ホッカイドウ競馬の出走馬は、他の競馬場よりも２歳馬によるレースが多く、手がかりとなる情報が少ないため、予想に必要な情報が相対的に少ない状況にあります。

このため、室内坂路での調教の様子を撮影した YouTube 動画の配信や、競馬専門サイトと連携し、「ホッカイドウ競馬秘伝　門別馬ノ巻」と称した予想サイトを開設し、提供情報の充実を図りました。

また、能力検査成績や他場への遠征情報についてもホッカイドウ競馬公式サイトに掲載し、競馬ファンへの情報提供に努めています。

（３）競馬場や場外発売所の環境改善

令和６年度から開始した門別競馬場の施設整備に伴い、８年からはファンエリアの改修も行います。今後はファンエリアが広く確保出来るほか、来場者駐車場も近くなり、来場者の利便性の向上が見込まれます。

なお、場外発売所 Aiba では、令和３年に Aiba 江別、５年に Aiba 千歳の移転・新築、５年９月に Aiba 滝川の移転を行い、明るい雰囲気で競馬を楽しむことができます。

Aiba 江別

Aiba 千歳

第４章　ホッカイドウ競馬を取り巻く現状と課題

１　現状

近年、ホッカイドウ競馬の経営は着実に安定化し、平成 25 年度以降、単年度収支の黒字を継続しています。

発売環境については、近年、スマートフォンやパソコンを使って全国の競馬ファンが気軽に馬券を購入できる環境が定着し、道内外からの需要を取り込みながら発売額の拡大につながっています。この傾向は、新型コロナウイルス感染症の拡大を契機として一層進展しました。

また、競馬番組の魅力向上に向け、２歳戦を中心としたホッカイドウ競馬ならではの特色を活かすとともに、ダートグレード競走を含む多様で魅力的な番組編成に取り組んできました。

さらに、YouTube や SNS を活用した情報発信の充実により、競馬の魅力を分かりやすく伝える取組を強化したことで、ホッカイドウ競馬のイメージ向上や新たなファンの獲得につながってきました。

加えて、ホッカイドウ競馬は、馬産地に立脚する門別競馬場において、市場で売り切れない２歳馬や牝馬を生産者自らが走らせることができる場を提供するなど、全国への競走馬供給を支えるセーフティネットとしての役割も担ってきました。

これらの取組が総合的に作用し、発売額の増加による収益の確保を通じて、経営の安定が図られています。

２　課題

ホッカイドウ競馬では、競馬を取り巻く環境の変化を見据え、馬産地に立脚した競馬事業を将来にわたり持続可能なものとするため、様々な課題に柔軟かつ迅速に対応していくことが求められています。きゅう舎関係者をはじめとする人材の育成・確保や馬資源の確保、さらには業務施設や住居などの老朽化した施設の整備、来場者サービスの向上に向けた設備・運営環境の改善に加えて、SNS や動画配信などを活用したデジタル化・情報発信力の強化など、さまざまな課題が顕在化しています。

（１）経営の安定化・収益確保

経営の持続的な安定を図るためには、発売額の向上による収益の確保と経営基盤の強化が重要です。一方で、他主催者との発売日程の重複などにより売上が変動するリスクが存在しており、安定的な需要確保に向けた取組を進めていく必要があります。

（２）競馬人材の確保・育成

競馬事業を安定的に運営していくためには、調教師、騎手、きゅう務員をはじめとする人材の確保が極めて重要です。近年、きゅう舎関係者の高齢化が進む中、円滑な世代交代を図るとともに、若手や女性に加え、外国人の割合が高いきゅう務員が長期的に就業できる環境を整備することが求められています。そのためには、業務施設やきゅう舎における働きやすさの向上など、職場環境の改善を計画的に進めていく必要があります。

また、馬に関わる職業を選択するきっかけの一つとなる馬とふれあう場が乏しいことが課題となっています。

（３）馬資源の確保と魅力ある番組づくり

競馬の活力を維持・向上させるためには、強い馬づくりを支える調教環境の充実と、安定した出走頭数の確保が不可欠です。競走馬の資源確保は、番組の質を高めるだけでなく、ファンの馬券購入意欲にも大きく影響する重要な要素となっています。また、競走体系のさらなる魅力向上を図るためには、需要に応じた柔軟な番組づくりを進めていくことが求められます。全国の競馬ファンが「買いたい」と思えるような、魅力的な番組を提供していく必要があります。

（４）施設整備・環境改善

老朽化が進む業務施設等の整備は喫緊の課題であるため、現在進めている基幹施設整備を計画どおり行うことが重要です。

また、競走馬の息づかいや目の前を駆け抜ける瞬間の迫力、観客の歓声など、競馬場観戦ならではの臨場感や優勝馬・騎手との交流機会の提供など、ファンとの距離を縮める取組が求められます。

競馬運営の効率化と利便性の向上を図るためには、業務施設の集約や住環境の整備に加え、来場者の快適性向上や競馬ファンの増加を図るため、手狭となっているファンエリアの拡充や臨場感ある映像の提供方法の検討が必要です。

（５）デジタル化・情報発信

競馬の魅力向上とファン拡大のため、ＳＮＳや動画配信などを活用した情報発信力の強化が求められます。新規ファンの獲得を意識した施策やさらに迫力あるレース映像の提供、臨場感あふれる観戦環境の実現に向けた検討が必要です。

（６）観光等を通じた地域とのつながりの拡大

全国有数の馬産地である日高・胆振地域は、競馬や馬に関心を寄せる観光客をなど多くの方々を惹き付ける高い潜在力を有しています。

その一方、門別競馬場への来場やインターネット投票、情報発信を通じた関わりなど、競馬をきっかけに地域との接点は生まれているものの、そうした関わりが地域との継続的なつながりへ十分に広がっているとは言えない状況にあります。

このため、競馬観戦や各種イベント等を契機とした一過性の関わりにとどまらず、競馬を通じて地域と継続的に関わる人の裾野を広げていく取組が課題となっています。

第５章　今後の展開方向

１　基本的な考え方

ホッカイドウ競馬は、これまでの経営改善や運営体制の見直しに加え、競馬ファンをはじめ、生産者、関係事業者、地域住民など、競馬を支える多くの関係者、競走馬生産に携わる人々の不断の努力、さらにはネット投票の普及による全国的な認知度の向上や、他主催者との発売連携の進展といった外部環境の好転に支えられ、発売額の増加と経営の安定を図ってきました。

今後は、こうした好環境を一過性のものとすることなく、競馬事業の安定的な運営を基盤として、その発展を着実に進めていくことが求められます。このため、強い馬づくりや魅力ある競馬番組の提供、効果的な情報発信を通じて全国の競馬ファンをはじめ、幅広い層から支持される競馬を展開するとともに、自主開催と他主催者競馬の発売を両輪として、競馬ファンの拡大と発売額の確保を図ります。

また、競走馬が地元で活躍できる環境を整えることは、馬産地の持続的発展にとって不可欠であり、その拠点として門別競馬場の果たす役割は極めて重要です。

ホッカイドウ競馬は、これまで生産者が自ら馬を走らせる場を提供することで、市場流通が難しい馬を含め、馬産地を支えるセーフティネットとしての役割を果たしてきました。今後も馬産地に立脚した競馬として、安定的な運営と馬産地の持続的な発展を図りながら、多くの関係者や地域から支持され続ける競馬事業として、こうした役割を将来にわたり発揮していきます。

２　目指す姿

競馬事業の安定運営と馬産地の持続的発展

３　取組の柱

馬産地とともに競馬事業の持続的な発展を実現するため、ホッカイドウ競馬は、次の５つの柱を軸として取組を推進します。

（１）強い馬づくりと競馬番組の充実
（２）広報・ファン施策及びサービスの向上
（３）競馬人材の確保と育成
（４）ファンの獲得に向けた誘客促進
（５）基幹施設等の計画的な整備と地域貢献

４　取組の方向性

（１）強い馬づくりと競馬番組の充実

ア　屋内調教用坂路の活用による強い馬づくりの推進

門別競馬場の屋内調教用坂路施設を活用し、天候に左右されない安定した調教環境のもと、スピード・持久力双方を鍛えることで、全国で活躍できる質の高い競走馬の育成を進めます。

イ　魅力ある競馬番組の提供

ダートグレード競走をはじめ、多彩で魅力ある番組編成を全国のファンに向けて提供するとともに、日本で最も早く２歳新馬戦を開催するなどホッカイドウ競馬の特色を最大限に活かし、競馬事業としての魅力向上と発売額の確保に努めます。

ウ　馬資源等の確保

産地関係者の協力による競走馬の入きゅう促進と馬主の確保、他主催者との交流競走を活用した競走機会の確保に加え、きゅう舎の安定運営と冬期間の所得確保を通じ、馬の安定的確保とホッカイドウ競馬に出走しやすい環境づくりを進めます。

（２）広報・ファン施策及びサービス向上

ア　情報発信の強化によるファン層の拡大

ホッカイドウ競馬の魅力と特色への理解を一層深めていただくため、馬産地の強みを活かした２歳馬戦を中心に、育成過程や競走内容の魅力を幅広く発信を行います。

また、ＷＥＢやデジタルメディアを効果的に活用し、既存ファンに向けた情報提供の一層の充実を図るとともに、競馬に関心を持つ層への情報発信を通じて新たなファン層の獲得を目指します。

イ　発売環境の充実及びデジタルサービスの充実

キャッシュレス決済システムの関連機器更新に伴い、新たな利便性や付加価値の高いサービスの提供を進めることで、馬券購入の円滑化と来場者サービスの充実を図ります。

併せて、競馬場および場外発売所における映像設備の一層の充実を図るとともに、来場者やインターネット視聴者が求める迫力と臨場感に満ちた映像の提供に向けた検討を進め、来場者サービスの向上とホッカイドウ競馬の魅力発信の強化を行います。

ウ　安心・安全に競馬を楽しめる環境づくり

国や道におけるギャンブル依存症対策計画や公営競技に関する指針を踏まえ、本人・家族申告による入場制限制度の運用や、地方競馬全国協会等と連携した啓発活動を通じて、安心・安全に競馬を楽しめる環境づくりを推進します。

併せて、過度なのめり込みの防止に向け、公営競技ギャンブル依存症カウンセリングセンターの相談窓口や、早期発見・早期介入に資するセルフチェックツールの周知を行います。

（３）競馬人材の確保・育成

ア　調教師の確保

調教師の持続的な確保に向けて、調教師を志望する騎手やきゅう務員に対し、調教師免許取得を支援する研修機会を充実させることで、専門的な知識・技術を有する人材の育成を図ります。

イ　騎手の確保

新人騎手の確保に向けて、地方競馬全国協会地方競馬教養センターにおける騎手候補生への勧誘活動や、新人騎手仕度品手当の支給を継続して実施します。

また、業務エリアの整備に併せて、女性騎手が安心して活動できる設備環境の整備を行います。

ウ　きゅう務員の確保

きゅう務員が安心して働き続けられる職場環境を整備し、就労意欲の向上と職場定着を促し、人材の安定的な確保を図ります。

エ　外国人材の活躍促進

外国人きゅう務員の安定的な就労と定着を図るため、外国人が安心して能力を発揮できる職場環境づくりを行います。

オ　次世代競馬人材の発掘と教育連携

競馬事業の持続的な運営を支えるため、現在の担い手確保・定着に加え、将来を見据えた次世代人材の育成にも取り組みます。学校教育との連携を強化し、体験的な学びの機会を通じて若い世代が競馬や馬産業に触れる場を創出し、産業への理解促進と次世代競馬人材の発掘・育成を進めます。

また、こうした取組の一環として、馬とのふれあい機会創出について、地域や関係団体等と連携を図りながら中長期的に検討します。

（４）ファンの獲得に向けた誘客促進

ア　門別競馬場と馬産地の魅力発信

門別競馬場への来場促進に向けた情報発信を強化するとともに、場内において地域と連携したイベントなどを展開し、来場や情報発信を契機として競馬や馬産地への理解を深め、継続的な関心や関わりの創出を通じて、観光誘客と地域活性化につながる取組を進めます。

イ　観光と連携した誘客促進

観光関連事業者等と連携し、競馬観戦や関連コンテンツをきっかけとした地域との継続的な関わりの創出を促進するとともに、競馬への関心を高め、観光振興と競馬事業の相乗効果による地域活性化に貢献します。

（５）基幹施設等の計画的な整備と地域貢献

ア　競馬場施設の計画的な整備の推進

門別競馬場における業務施設、ファンエリア及び関係者の居住環境について、競馬事業の円滑な運営と利便性の向上を図る観点から、計画的な整備を進めます。

なお、基幹施設の整備に係る費用は、競馬事業収入及び北海道地方競馬事業経営安定基金の活用を基本とし、競馬事業の経営状況を踏まえつつ、毎年度の道予算編成過程で検討します。

イ　地域貢献

競馬事業の売上の一部は、地方競馬全国協会を通じて競走馬の育成や畜産振興など地域産業の発展に活用されています。

ホッカイドウ競馬は、馬産地に立脚した競馬場として、地域の雇用と経済を支えるとともに、生産馬が活躍する場を提供することで、地域との共生と馬産地の持続的発展に貢献していきます。

また、門別競馬場は日高町との防災協定に基づき、指定緊急避難所として位置づけられていることから、その役割を引き続き担っていきます。

ホッカイドウ競馬マスコットキャラクター

ホクトくんとナナセちゃん