

笠松競馬再興計画 【アクションプラン】

笠松競馬再興の基本
◆競馬事業への民間手法の導入
◆笠松特有の競馬文化の振興・健全娯楽の提供と健全経営
◆地域経済への貢献

再興の方針

- ①明確な営業目標の設定
- ②改正競馬法を最大限活用した民間委託・広域連携による商圏拡大と増収
- ③コスト管理の徹底とコスト削減
- ④「官」から「民」への意識改革
- ⑤健全な娯楽の場の提供

振興策

○職員・職場のあるべき姿

- ・職員一人一人が常に問題意識や危機意識を持ち、費用対効果を考え、率先して無駄を省き効率性を高め、改善・改革に取り組む習慣づくり
- ・前例や部署に囚われず、様々な発想や意見を取り入れられる雰囲気と、実行に移し成果につなげてゆく職場づくり

○ファン層の拡大

- ・日曜祝日の開催日数増により来場機会を増し新規ファンを獲得する事で底辺の拡大を図る。
- ・ITによる民間活力の導入及び改正競馬法による民間委託などを積極的に推進することにより、新規ファンの獲得を図る。
- ・民間活力による「笠松競馬広報戦略会議」との連携によって新たな広報戦略を立案、実行する。

○ファンサービスの質の向上

- ・場内の美化の徹底により居心地の良い空間作りに努める。
- ・場内飲食店・売店の味の向上とメニューの見直し、適正価格化を図る。
- ・関係者全ての接客マナーを見直し、民間レベルに引き上げる。
- ・初心者でも競馬や馬券購入を理解し易い環境づくりに努める。

○魅力ある番組作り

- ・競走体系の明確化と距離区分の多様化により、ヘビーファンに認められ、かつライトファンにも理解しやすい番組作りを目指す。
- ・四県交流競走からJRAのGIステップ競走へのルートや、競馬のグローバル化（地方所属馬のドバイ参戦等）をアピールすることにより、「笠松競馬からJRAそして世界の競馬へ」スポーツとしての競馬のイメージアップを図り、同時に厩舎関係者の向上心と馬の質を高レベルで維持する。
- ・競馬場にとって「商品」である競走馬1頭1頭の個性と騎手についての情報を幅広く提供することで、あらゆる角度からの競馬への参加、来場への動機付けの機会とする。

○地域との共生

- ・競馬場施設を利用した地域密着型イベントを開催する等、競馬場が地域住民にとって不可欠な存在となれるような活動を競馬開催以外にも実施する。
- ・地域イベントやボランティア活動への（厩舎関係者含む）積極的な参加

○組合馬主制度等のPR

- ・競走馬のオーナーになる楽しみやステータス、安価な維持費をPRするとともに北海道の生産地等と連携し優秀馬の供給を受ける事により優良馬主を増やし、厩舎経営の安定化を図る。

具体的な取組み

(1) 民間委託

- ① 民間企業の一般への認知度と活力を生かし、巨大なインターネット市場の潜在ファンを掘り起こす。

● インターネット投票

- ・D-netにおいて平成17年10月1日よりジャパンネットバンクの利用が可能になり、PCユーザーを中心に発売額が飛躍的に伸び、第13～15回競馬では前年比135.9%となっている。
- ・携帯端末向け無料情報（メーリングリスト）の発信を開始し、登録者に各種情報をタイムリーに提供することが可能になった。12月時点の登録者数は約700名となっている。

・ソフトバンク(Dネット)・ライフドア(NRS)の両者とは引き続き馬券発売、ストリーミング配信等について推進する。

② 初期コストを抑えた場外発売所をオーナー方式で募り、最低限のリスクで商圈を拡大する。

● オーナー方式ミニ場外発売所の開設

(2) 新賭式の導入

● 三連勝式勝馬投票法の導入(18早年度を17年に前倒し)

・三連勝複式・三連勝単式勝馬投票券の発売を平成17年12月5日より開始したが、三連勝だけで50%

近いシェアを獲得し、74万円余の高額配当や1日の全競走で万馬券が出るなど少頭数でも妙味のある馬券として好評であり、入場者数・発売額ともに増加している。

(3) 連携事業

① 名古屋競馬弥富場外発売所での馬券発売委託

・平成17年4月より発売を開始し、第15回終了時点で1日平均約190名、350万円の発売実績となっている。

② 各主催者間の相互発売の充実

・委託発売日数(第12回迄の実績・1レース委託発売日含む)

平成17年度 42日(平成16年度 32日)

・受託発売日数(第12回迄の実績・1レース受託発売日含む)

平成17年度 87日(平成16年度 93日)

③ 生産地及び他場と連携した優良馬の導入

・平成17年10月から2歳馬及び18年1月から3歳馬の転入条件を緩和して頭数確保を図る。

改正前……C級以上での一般編入格付け

改正後……2歳・3歳での一般編入格付け

(4) 集客策

① 日曜・祝日等休日開催日の増加による本場入場者の増

平成17年度:25日(平成16年度:14日)

- ・開催日程変更により、平成17年度は24日を予定。
- ・日曜・祝日は第15回開催までに14日間開催し、本場入場者数は1日平均2,861人となっており、平日の1日平均1,743人を64%余り上回っている。また、若年層や家族連れ・女性が平日に比べ多く、新規ファン開拓の効果があったと思われる。

② 年末年始の入場料無料

- ・改正競馬法に伴い「ファン感謝デー」として初の試み

③ オグリキャップ号の里帰り

- ・北海道よりオグリキャップ号と招待し、オグリキャップ記念当日及び翌日に「オグリキャップ里帰りセレモニー」を実施した。

④ 恒常的イベントによる集客増

- ・オグリキャップ記念・笠松グランプリ (旧全日本サラブレッドカップ) の実施及び日曜・祝日開催日等にイベント (笠松・岐南両町の協賛による) を行う。
- ・オグリキャップ記念実施日入場者数 平成17年度 7,751名 (平成16年度7,044名)
- ・女性を中心とした初心者向けの競馬教室を開催した。(第12回迄の実績:6回・・・参加者数149名)
- ・攻馬見学会を開催し、乗馬体験・発馬機見学等好評を得た。(第12回迄の実績:5回・・・参加者数162名)
- ・場内で結婚式を執り行い、TV・新聞各社等により報道され競馬場のイメージアップに効果があった。
- ・大井競馬ナイター場外発売日にバンドによる生演奏とビアガーデン風の演出により集客を図った。
- ・休日に子供向け遊具「ふわふわ」の設置をはじめ、各種イベントを催した。
「マックルVショー」、「大道芸」、「ちびっこ縁日」、「バルーンショー」
- ・元Jリーガー森山素行選手のトークショー & サイン会を実施した。

⑤ 笠松競馬のホームページをリニューアルし、併せてデザイン・機能の向上を図る。

⑥ 広報による集客

- ・笠松競馬存続署名者への案内状の送付。
- ・オグリキャップ記念の案内状を送付した。
- ・三連勝式勝馬投票券発売等の案内を送付した。

- ・開催チラシの作成。
- ・偶数月に笠松町・岐南町の広報紙配布時に折り込みチラシを配布した。
- ・新聞への折り込みチラシを行った。

6月 岐阜市周辺18000部 8月 一宮市周辺 24000部

- ・各種イベントでチラシなどを配布した。

県農業フェスティバル 笠松町リノトサイドカーニバル 岐南町ふれあいお祭り広場
岐阜南軍業まつり（笠松競馬場）

- ・三連勝式勝馬投票券発売記念キャラバン隊の実施
- ・岐阜市周辺の喫茶店にチラシ等配布を行った。
- ・名鉄岐阜駅・一宮駅でチラシ等の配布を行った

⑦ 薄暮開催実施による集客

6月～8月までの開催を薄暮開催として実施し、勤め帰りファンの誘客を図る。

最終発走時刻競走 現行16時20分→18時30分頃

- ・第5、6、7回競馬を薄暮開催とし、開催時刻を2時間スライドして発売した。

⑧ シアター恵那にて広域場外発売を実施した。（平成17年度より）

⑨ 笠松競馬広報戦略会議の設立

笠松競馬の歴史、文化や競馬が持つドラマ性などの広報により、新規ファンの創出・魅力ある競馬事業を目指す。（構成員→サポーター、ファン、競馬関係者等）

- ・同会議発案の企画レースを実施し、一般紙にも掲載されるなどPR効果があった。

チャンピオンジョッキーシリーズ・ヤングジョッキー競走・末勝利馬限定競走・軽量馬限定競走
重量馬限定競走・芦毛馬限定競走・栗毛馬限定競走・多出走馬競走

⑩ 四県（岐阜・愛知・石川・兵庫）交流競走の拡大

- ・ 計画：平成17年度12競走 （平成16年度 7競走）
- ・ 実施：平成17年度12競走

⑪ JRA指定交流競走及び認定競走の拡大

- ・ 指定交流競走

計画：平成17年度 40競走（平成16年度 31競走）

実施：平成17年度 27競走（台風により2競走中止）

- ・ 認定競走

計画：平成17年度 36競走（平成16年度 24競走）

実施：平成17年度 24競走（平成16年度 22競走）

⑫ JRA指定交流競走への元笠松所属騎手の騎乗依頼

- ・安藤勝己騎手、柴山雄一騎手（平成17年2月17日合格・3月よりJRAへ移籍）
- ・両名とも笠松競馬場での騎乗が実現した。（安藤騎手2競走・柴山騎手4競走）
- ・柴山騎手についてはJBC競走当日のトークショーにもゲストとして参加し、ファンと交流を図った。

⑬ スターホースの復活とスター候補馬のPR

- ・芦毛の怪物オグリキャップの再来「ミツアキタービン号」の早期復帰
- ・「ミツアキタービン号」は6月1日のローレル争覇に出走し優勝したが、脚部不安により休養中となっている。また、「クインオブクイン号」は10月の東海菊花賞に優勝後、11月のJBCクラシック（GI）に出走し、牝馬ながら7着と健闘し、12月の船橋競馬クイーン寅（GIII）では2着となるなど今後の活躍が期待される。
- ・3000勝ジョッキー内田利雄騎手の「短期所属替」を認め、笠松所属騎手として認定した。同騎手については、競馬専門誌や一般紙でも紹介されるなどPR効果も高いものであった。
- ・同騎手のコンサートをファン休憩所内で実施し、来場者に楽しんで頂いた。

⑭ 企業協賛（冠）レースの拡大

- ・平成17年度121競走（第15回迄の実績）
（平成16年度 10競走・・・年間実績）

⑯ 地方競馬サポーターズクラブへの参画

- ・北海道競馬運営改善対策室が運営するポータルサイトの応援馬主への笠松所属馬の情報提供
〔笠松所属馬10頭データ登録・・・平成16年度～〕
- ・同クラブは約7000名の会員が登録しており、当競馬場からは所属馬10頭の情報を随時提供するとともに応援馬主の笠松競馬來場時の対応をしている。

⑰ 笠松競馬サポーターズ倶楽部の拡充

- ・サポーター活動の活性化のための支援
- ・「うまなり倶楽部」が笠松競馬専門のミニコミ紙「うまなり」を発行。場内で無料配布。

- ・「オアシスクラブ」が場内花壇の植栽、オグリキャップ像周辺の季節毎の飾りつけを行った。

⑰ 女性ファンの拡大

- ・各企業の女性従業員を企業単位で招待し競馬教室等を行った。（日本生命・県・笠松町・岐南町）
- ・女性無料サービスデー（日・祝・月曜日）を実施
- ・カップルでの来場者・ゆかた着用者の特別観覧席割引を実施した。
- ・ゆかた着用者に大判記念写真プレゼントを実施した。

⑱ 北海道生産者等の支援

- ・北海道生産者連盟の支援を受け「笠松競馬運営推進協議会」を設立した。
- ・スタリオン競走（優勝馬馬主に種付権授与）の実施
- ・場内での北海道物産展実施による集客効果
- ・笠松競馬への馬の導入 平成17年度以降

⑲ その他

・ 組合馬主制度等のPR

馬主から競走馬の提供を受け、平成17年11月より組合馬主の募集を行い、203名から案内書送付希望があり、最終的に21名が12月7日に説明会に出席。2つの組合馬主が結成され現在登録申請中であり2組合が検討中となっている。

- ・公益法人の設立 平成18年度以降
- ・馬糞（ボロらやん）を組合で肥料として処理して販売し、源の有効活用を行った。
- ・木曽川河川敷イベント翌朝に従員・職員によるゴミ拾いを実施した。
- ・厩務員有志により保育園等でキャラクターショーを実施し好評を得た。