

## 産業構造審議会製造産業分科会車両競技小委員会（第1回）

### 議事録

日時：平成26年6月26日（木） 9:00～11:30

場所：経済産業省本館17階第1共用会議室

出席委員：田川委員長、絹代委員、久保委員、須藤委員、高千穂委員、武島委員、豊田委員、中瀬委員、藤井委員、村山委員、山本委員

オブザーバー：公益財団法人JKA 石黒会長

議題：

1. 競輪・オートレース事業の状況について
2. 自転車の振興に関する状況について
3. 東京オリンピックに向けて

議事内容：

○田川委員長　それでは、定刻になりましたので、平成26年度の産業構造審議会製造産業分科会の車両競技小委員会を開会いたしたいと思います。私、委員長をしていますJTBの田川でございます。改めまして、よろしくお願ひしたいと思います。

一部の方はまだお出でになりませんが、後ほどいらっしゃると思いますので、ご紹介したいと思います。

本日は委員の皆様方にはご多用のところをお集まりいただきまして、誠にありがとうございます。本日は岡俊子委員と益子直美委員から残念ながら欠席ということでご連絡をいただいておりますので、ご報告をしておきたいと思ひます。

また、前回の会合から委員に交代がございましたので報告をいたします。まず一般財団法人日本ファッション協会の前専務理事でした中島芳昭委員と一般社団法人社会応援ネットワーク理事長の高比良美穂委員のお二人がご退任されて、新たにサイクルライフナビゲーターの絹代委員と、サンケイスポーツ編集局レース部記者の山本ひろみ委員のお二人をお迎えしておりますので、何とぞよろしくお願ひしたいと思ひます。

私から一言だけご紹介をさせていただきます。5分ぐらい絹代委員は遅れて来るといっていますが、絹代さんは自転車を活用したライフスタイルやスポーツについて、特に女性の視点から数々のイベントやメディアを通じてご紹介あるいはご提案、ご活躍されている方でございます。また、山本さんはオートレースを中心に公営競技の現場に取材などを通じて20年以上携わられてご活躍されている方です。お二人方には、後で皆様にご議論をいただく際に、多少の自己紹介を兼ねてお話をいただけますと幸いです。よろしくお願いいたします。

それでは早速議事に入らせていただきたいと思います。まず宮川製造産業局長から一言ご挨拶をいただきたいと思います。

○宮川局長　皆さん、おはようございます。お忙しいところをお集まりいただきまして、誠にありがとうございます。今回は新たにお二人の委員、今ご紹介がありました絹代委員と山本委員、ぜひよろしくお願ひしたいと存じます。

今回の会合では、前回、委員の先生方からいろいろとご意見を賜りまして、これについて後で室長からフォローアップをさせていただきたいと思っております。これを土台として競輪とオートレースの振興についてのご議論を賜ればと、かように考えております。

ご承知のとおり、アベノミクスの効果もかなり日本経済の中で浸透しつつある中で、競輪につきましては多少下げ止まり感もあるかな、ここがこらえどころではないかと思っているところでございます。競輪ではガールズケイリン、そしてオリンピック準拠型のレースの開催、オートレースではファン・ミーティングの実施など、前向きな取組みも行われております。競輪事業とオートレース事業は社会公益と地方財政に貢献する原資を生み出すものとして大変重要な事業だと思っておりますので、ぜひとも本日は活発なご意見を賜ればと思っております。

また、もう一つの議題といたしまして、昨年開催が決まりました2020年の東京オリンピックを見据えて、これが自転車の好機だと私どもは思っております。ぜひ今回、これを機に自転車の関係者で何をこれから目指していくのかということについてのご議論も賜ればと、かように考えております。オリンピックの自転車競技ではプロの競輪選手も参加しております。日本の選手は今まで銀

メダルと銅メダルはとっておりますけれども、まだ金メダルを獲得しておりません。競技での金メダル獲得ということと競輪の振興との相乗効果が生まれるようにしたいと考えておりますので、ぜひこの点につきましても活発なご意見を賜ればと、かように考えております。

この小委員会はさまざまな分野で委員の方々にお集まりを賜っております。異なる分野でいろいろご知見を頂戴し、ぜひ建設的かつ現実的な意見を賜ればと思っております。2時間という限られた時間ではございますけれども、何とぞよろしくお願ひしたいと思ひます。ありがとうございました。

○田川委員長 宮川局長、ありがとうございました。

それでは、これから議事に入らせていただきたいと思ひます。本日の会議も前回と同様に皆様のお手元に配付した資料とともに公開とさせていただきますと思ひます。また、議事要旨につきましては小委員会終了後速やかに公開し、より詳しい議事録につきましては委員の皆様方にご確認いただいた上で公開いたします。あらかじめご承知おきいただきたいと思ひます。

本日は三つの議題がございます。まず議題(1)で、事務局から説明後に意見交換を40分程度したいと思ひます。次に議題の(2)と議題の(3)をまとめて事務局から説明の後、意見交換を30分程度といった進行で行いたいと思ひますので、よろしくお願ひしたいと思ひます。委員の皆様方には、それぞれの専門の分野、これまでの知見から、建設的で現実的なご意見をいただけますと幸いです。また、例えばお話の際に関係する事例のご紹介なども交えていただけますと、関係者にとっては非常に参考になると思ひますので、よろしくお願ひします。限られた時間ではありますけれども、活発な議論をどうぞよろしくお願ひいたします。

それでは議題の(1)競輪・オートレース事業の状況についてから始めたいと思ひます。ここでは競輪・オートレース事業の売上や収支の向上のために、前回会合でございました議論をさらに深めるものとして議論をいただきたいと思ひます。

それでは、まず事務局から説明をお願ひいたします。

○小川室長 事務局で車両室長を務めております小川でございます。よろしくお願ひします。ちょっと駆け足のご説明になろうかと思ひますけれども、お

手元の資料及び幾つかの資料はパワーポイントをスクリーンで映し出したいと思えます。

まず状況でございます。競輪場・場外車券売場の所在地でございますが、昨年、愛知県の一宮競輪場がなくなりまして43カ所、施行者の数も45という形で減っております。

運営体制は昨年申し上げた姿とほぼ変わりません。これまで日本自転車競技会という競技実施法人がございましたが、J K Aと統合する形で、J K Aが競輪振興法人、競技実施法人、両方を兼ねるといった形になっております。

車券の売上額、右肩下がりではございますけれども、昨年、25年度に関しましては、雪が降らなかったらひよっとしたら22年ぶりに下げ止まったかなという感じがしなくもないのですが、このような状況でございます。

これが売上金額の構成比という形でございます。

施行者の皆様方の営業活動の収支でございますが、赤字が8カ所ございます。

競輪活性化のための取組でございます。ミッドナイト競輪やモーニング競輪といった販売機会の拡大を進めております。また、ガールズケイリン、そしてオリンピック準拠型レース、大ギア規制といった形が進んでおります。

次にオートレースでございます。オートレースは今までと変わらない姿で、全国6カ所でやっております。

運営体制も去年ご説明したのと変わりません。

金額ですが、こちらは、この数年間、1割ずつ減少という非常に落ち込みが激しい状況になっております。

車券の売上は、後でまたご説明申し上げますが、競輪に比べると本場の販売額が大きい。競輪は1割、こちらは3割という状況になっております。

次にオートレース施行者の活動収支です。七つしか施行者がいないのですが、かなりばらつきがあります。

活性化のための取組です。こちらでも女子の選手の数を拡大しております。また、ファン・ミーティングというのを開催してお客様の声にもっと耳を傾けていこうという取組みをしております。また、一つ、売上が下がった原因で払戻率が75から70に下がったというのがありますので、70から、競馬みたいに車券によって柔軟に設定する、あるいはレースによって柔軟に設定するといったこ

とを今考えております。

これは、ざっくりいうと1人当たり1日平均の購買額という形になっております。大体、競輪でいうと1万2,300円、オートレースは、去年は同じぐらいだったのですが、この1年で2,000円も単価が落ちております。払戻率の影響が大きいのかなと考えております。年1,000円から2,000円ずつ下がっているという状況です。

販売特性というのがございます。これは、先ほど申し上げましたとおりオートレースはより本場で売れる。やはりスピードや音という部分が大いかなと思っておりますが、逆に販売チャネルの問題で、専用場外の数が少なくて、これを拡大するのが一つの課題かと思っております。

賭式別というのがございます。「3連単」という高配当が期待されるもの、これが競輪・オートともに七、八割でございます。当たらないから払戻が高く買うという次第ですが、当たらない過ぎるとお金を落とさない。そこら辺のバランスが微妙だという形でございます。

こちらは昨年もお説明しました法改正の概要でございます。交付金率を下げ、赤字のところには交付金を返し、下限の引下げも可能とするという形でございます。

次に、競馬は中央競馬と地方競馬、そして競艇とございますが、公営5競技で比べた比較表です。見ますと、競艇、中央競馬、地方競馬はそれぞれ増加に転換しているものの、競輪とオートレースはまだ下落傾向。これは理由がございませけれども、ということでございます。

次に1日の平均購買額です。競艇は購買単価が上がっておりますので、この理由をきちっと精査するのかなと思っております。これが資料1-1でございます。

次に資料1-2、競輪・オートレース事業に係る制度の活用状況等と書かれた資料、1枚紙がございます。

まず先ほどもご説明申し上げた交付金の赤字還付制度の適用ということで、25年度は競輪7、オートレース1の施行者の方々に活用していただいております。合計5億円弱です。

次に払戻率を70%に下げられますよということでございますが、これはオー

トレースのほうで24年6月から順次引き下げております。これが売上に影響があるのではないかとわれております。

次に、法律事項ではございませんが関係団体の統合という形で、これも先ほどご説明申し上げましたとおり、JKA、日本自転車競技会、車両情報センターが本年4月に統合しております。

次に競輪事業での広報機能ということで、JKAと全国競輪施行者協議会が連携して対応しているという状況でございます。

次に資料1-3をご覧くださいと思います。皆様のお手元には、前回いただいたご意見を項目ごとに整理いたしまして、主なものをピックアップした形にしております。これは項目のみのところがございますが、スクリーンにございますプレゼンテーション資料でご説明を申し上げたいと思います。

まず、最初の接点の作り方というお話が前回ございました。メディアにきちっと出さなければ。実はメディアには割と出ている部分があります。GIレースでは地上波、BSで流れまして、日本テレビさんの系列、テレビ東京さんの系列、またNHKでも流れております。

また、企画番組や情報番組で選手が取り上げられていたり、競輪学校での練習風景が取り上げられたりということがございます。こんな感じの場面ですが、競輪イメージキャラクターとしては、これまでは長澤まさみさんだったのですが、今年から中村アンさんに活躍いただいております。

オートレース選手です。スターとかそういったお話とも関わりますけど、44年ぶりの女性オートレーサーの佐藤摩弥さん、そして有名なグループご出身の森且行さんがいらっしゃいます。

これは佐藤摩弥さんのプロモーションビデオになります。

[スライド上映]

コンテンツがあるのですが、どうやってそういうコンテンツにアクセスするかということがポイントかなと思っております。

これはオートレースの続きでございます。谷口さんという選手の方は非常にすごございまして、バラエティ番組にもお出になることがあります。この方がすごいところは公営競技の最年長勝利記録の保持者で、今年の連休にも72歳と157日、もっとすごいことに、2年前は70歳と69歳の谷口さんと田中さんが

合計139歳でワンツーフィニッシュしているというようなことがございます。

C S、ケーブルです。競輪には競輪専門チャンネルのスピードチャンネルというのがございまして、競輪・オートレースで流しております。これがスピードチャンネルの関係です。

インターネットでございまして、一番インターネット販売量が多いのは2番目にございましてC T C、全国競輪施行者協議会のサイクルテレホンセンターというところでございまして、民間の皆様方にも参入していただいております、本日お越しになられている藤井委員のオッズパーク、Kドリームス、GambooBET、チャリロトとございます。また、公式ホームページやそれぞれのレース場のホームページでも情報提供している次第です。これが「KEIRIN.jp」といわれるホームページ、こちらが「autorace.jp」と呼ばれるものでございます。

あと、漫画、雑誌、ゲームといったソフトの関係もございまして。漫画は結構昔から連載されています。オートレースはあまり人気がなかったものもあるのですが、ございます。また、週刊誌でもいろいろ取り上げていただいております。ゲームは体感型ゲームがあったり、あるいはゲームソフトがあったりしております。こういう割と迫力のある形で、こちらはオートレースです。これが体感型ゲームというものでございまして、ゲーム画面に、自分がこぐと進んでいくということで、男性も女性も楽しんで一生懸命頑張る。こちらがオートレースのソフトでございます。

ここで大事なのは、一つは、私もよく週末にテレビで見かけるのですが、タレントの坂上忍さんなんか、競艇番組ではないのだけれども、バラエティ番組で競艇場で遊んでいる姿がよく出てくる。ギャンブル専門でない一般のコンテンツとどうやってタイアップしていくのかということ、これは営業力の問題もあると思いますが、そこら辺が重要なかなと思っております。

前回スター選手というお話がありました。スター選手というのはなかなか難しいです。私もいろいろな方とお話すると、競輪は中野浩一さんの話ばかり聞かされます。世界選手権でのメダル獲得をJ K Aさんで支援されているというところがございまして、メダルが将来有望な方ということで幾つかご紹介申し上げます。こちらは男性選手、こちらが女性選手で、この女性選手は競輪学

校をこの春卒業してデビューしたばかりなのですが、卒業する前からガールズケイリンのプロの選手に勝ってしまうというすごい方で、世界選手権とか、いろいろな競技大会にも出られております。

女性選手、イケメンの選手という考え方があると思います。オートレースの場合はイケメン選手の追っかけの女性ファンなどもいらっしゃるし、ただ、どういった方を対象にどういった形でプロモーションするのかということが考えどころかと思っております。

こちらはガールズケイリン。カラフルでファッショナブルなものを前面に出す形です。

こちらはオートレースです。

[スライド上映]

といった形のプロモーションビデオもございます。

そしてファン層の拡大ということも論点でございます。これが一つ難しいのは、自転車が好きだから競輪でお金を賭けるとか、モータースポーツが好きだからオートレースにお金を賭けるというふうには必ずしもならないという「ギャンブルの壁」と呼ばれるものかと思えます。

そしてもう一つ、競輪の選手は競技で世界の大会で活躍することがあるのですが、オートレースの方は、どちらかというとならオートレースで使うオーバルコースに特化したガラパゴス的なバイクを使っていますので、そこで活躍したから外に出られるというのではなくて、逆に世界のロードレースで活躍された方がやってくるという特性がございます。お客様を引き連れてくればよいというお話です。

これは一つの例でございます。船橋オートでアンケートをとったことがあるのですが、よくありますのはこの四つ目の問いで、もっと格好いい、いわゆる世の中を走っているようなバイクでレースをしたらいいのではないかというお話があるのですが、それで車券を買いたいかというのと、嫌だという人が6割いる。あるいは、オートレースは音がうるさいということで、ナイトー開催とか、周辺の住民の方々との関係がなかなかきつうございますが、では静穏で電動バイクを使ってでナイトーも走れるようにしたら車券を買うかというのと、嫌だという人が75%もいる。必ずしもオートバイとオートレースというふうにはつな

がらないということでございます。

逆の言い方をすれば、「はい」と言った方々はそれなりのお客様のセグメントがありますので、そこをどう引き連れていくのかということもありますけれども、いずれにせよ大事なことは、既存のお客さんの客離れを起こさないということと、新しいお客さんを引っ張ってくる時にトレードオフの関係になりがちですので、どうバランスをとるのかという、お客様との関係での顧客政策というのが大事かと思えます。

前回、映像のお話をかなりいただきました。選手の筋肉の操作とか、表情とか、もっと映るようにできないか。これはひとえにお金次第のところがあります。「お金次第」というと、お金がなかったらだめなのねと言われてしまうと思うのですが、もう少し工夫のしようがあるだろう。例えば選手へのインタビュー、人物像紹介といったものかと思えます。製作面と流通面と二つありまして、いい中身をどうつくるか、次にどういう場面で流すか。私自身も、今の役職につきながら、なかなかそういうシーンを見かけない。先ほどの論点にもございましたファーストコンタクトをどうするかというお話かと思えます。

撮影方法の例を二つご紹介します。競輪ではこういった流し方がある、あるいはオートレースではこういった流し方があるというものでございます。

[スライド上映]

といったように、コンテンツはないわけではないのですが、どういうところで見るかということが大事かなと思っております。

一つ、配信場面の難しさというものがございまして、よくありがちな画像はこんな感じだと思います。これ（オッズ表示）がずっと映っていて、これか、予想風景をやっているか、どっちかだったりしまして、おもしろくないではないか。逆に、これ以外の画面を流そうとすると、ちゃんとこういうのを見せろというお客さんからのクレームがあったりする。幾つか流すものがあるので、こういった場面でレースのときに流すのか、あるいはレース以外でどういうふうにしていくのかという配信場面の難しさという問題があろうかと思えます。

あと、初心者向けの解説の関係です。これは映像で補足できるところがあるのではないかと思われます。例えばアメリカのスポーツ番組では、これは伝統的な競輪の予想解説の図ですが、こんな感じで、リプレイするときに解説を、

こういうふうに戦略で動くのだとか、こういう動きなのだということをやっていきます。例えば競輪でも、こうラインを組んで、こういうふうに進もうとしていて、こう駆け引きがあるのだとか、あるいはオートレースでこう行こうと思ったけど、行けた、行けなかったというようなものもあってもいいのかな。ルールも覚えますので、よろしいのかなと思います。

こういうことをやると、お客さんからお伺いするのは、昔よく親に連れていってもらった、親に隣で教えてもらったというお話がありますがけれども、今はそういう感じではないので、映像で解説するというのとは一つの現代版なのかなということと、レース後の選手の振り返りのインタビューなどが重ねてあると、これは他のスポーツでよくやっていることかと思えますけれども、よりよく伝わるのではないかと。リピーターのためには「共感」というのが大事でございまして、初心者にもどうやったらもっとよく伝わるのかという手間やアイデアを惜しまないということと、やはりどうしても玄人のお話に入ってしまうので、逆にそっちのほうが楽しいというのものもあるかもしれませんが、素人とのコミュニケーション、コミュニケーターというものが大事かなと考えられます。

次に本場への誘導。やはりライブの魅力を味わわないことには意味がないだろう、本場にどう人を連れてくるかということで、取組みとしては、まず、きれいにするというのがございます。この例にございますのは、建て替えは幾つかのところで行われておりますが、お客さんからもトイレが汚い、喫煙・禁煙が分かれていない、食事が食べたいものがない、あるいは同じものばかりだ、家族で来ようにも時間の過ごし方がないというお話をいただきますが、対応しているところは幾つかございます。これは取手でございます。震災でスタンドが壊れて建て直したということですが、新設の機会にこういうきれいな形になります。そうするとお客さんも来やすいだろう。

次にイベントでございます。イベントも大小さまざまなイベントがあるのですが、大きいイベントで市民の皆様方に認知いただくということが大事でありまして、二つ大きな例があります。一つは川口オート。毎年8月、私も昨年行きましたが、「たたら祭り」というのがありまして、花火大会とかやっています。あと、いわき平競輪場は中庭で盆踊りとかビアガーデンまでできるようになっている。これが川口の「たたら祭り」の例です。こちらがいわき平で、こ

れが盆踊りとかフラダンスをやっている様子、ここら辺にビアガーデンがあるという感じ。お客さんのにぎわいはかなり大きい。

また、他でも、函館では冬、アイススケート場としてやっていたり、青森では雪上の自転車レース大会をやったり、いろいろな取組みがございます。一番下にあるママチャリレース、B級グルメ、子供の遊び場の提供ということは結構いろいろなところでやられております。これは小倉の中庭で子供たちが遊べる場をつくっているというお話です。これは函館のアイススケート場。

また、競輪場・オートレース場それぞれ、競輪場というと競技場というのがございますが、ロードバイクの方々に施設を供与していたり、オートレースであれば、ふだん公道で大型バイクを乗り回せないというときに、自由に乗り回してください。あるいは街コンのイベント会場に使ったりとかもございます。これは富山で、自転車ロードレース大会のゴールを中庭に設けたりされています。これは岸和田で、隣にBMXコースを併設して、BMXのバイシクルモトクロスの選手が競輪の選手になったりという例もございます。

次に公共性の認知度という意味でございます。競艇でいうとアザラシ君が出てくるコマーシャルだと思うのですが、競輪のほうでも、あまり人目に触れないかもしれませんが、コマーシャル放送をやっています。

あと、子供たちへのPRということで、自転車教室あるいは自転車部への貸し出し、ポケバイ教室、あるいは戦隊物のイベント。戦隊物のイベントというのはすごすごございまして、いろいろな会場で公益補助の紹介をしている。あるいはキッズバイク教室。そして、これは青森の話ですが、列車戦隊トッキュウジャーという大人気のものであって、これだけで子供が4,000人も来る。こんなありさまらしいです。ただ、車券の売上につながるかというと、必ずしもそうではないらしいです。

そしてキッズ応援団。これは、よく我々は1番、2番、3番と車番で言いますけれども、子供たちにとっては赤・青・黄色という形で、「赤がんばれ」「黄色がんばれ」というような形がある。あるいは遠足場として使って、なかなかおもしろかったのは、警察犬の訓練を競輪場の中庭でやる場合が多いございまして、たまたま子供の遠足と警察犬訓練が鉢合わせしたら、子供は喜ぶ、警察は子供が喜んでくれるとって喜ぶという、そういうコラボレーションも

生まれているそうでございます。

選手の貢献活動というのはいろいろなところでやられております。また、自治体としての重要性、例えば新潟県弥彦の競輪の場合は、競輪の収益で上下水道の整備がされている、あるいは伊勢崎ではオートの収益で土地区画整理がされ、バイパスができ、商業施設がたくさん建ち並び、人も増えたというお話がございませう。宇都宮は、市長さんもおっしゃっていましたが、競輪場のおかげで小中学校が建てられる。青森では除雪に使われると市民の方が認知されているというお話がございませう。これは社会貢献活動であります。

最後に経営上の工夫というのがございませう。一つは収入源を強化しよう。競馬の場外車券売場として賃貸収入を得たり、場内で広告スポンサーをつけて収入を得たり、あるいは冠レースで得たりというお話がございませう。

次に販売チャネルの拡大。これも前回ご指摘がございませう。一応設置が、競輪・オートそれぞれ進行中がございませう。これは伊勢崎オート。この場所を競馬の場外に使っている。あわよくばオートにも来てもらおうというお話です。川口オートの例ですが、1枚100万円で8枚、看板広告を置いたりしているというのがございませう。

大事なものは顧客分析でありまして、先ほどご説明申し上げました1万700円ですが、平均購買額が下がっています。一つ大きいのは、大口でお金を賭けられる方です。もちろん大口だけがお客さんではなくて、小口のファンもたくさんいらっしゃいます。大事なことは、どうセグメントを考えてやっていくのかということかと思ひます。

あと一つ、感じることでございませうけど、どちらかというところ「経験と勘」でやってしまっているところがあるのかな。スーパーやコンビニでもそうですが、顧客のセグメントの特性に応じてモニタリングを引く、このセグメントに500人、あるいは1,000人、こうやったら、こういったお客さんの反応があるというモニタリングと、売上と連動してどう分析していくのか、やはり科学的な分析が要るのかなと感じております。

もう一つは誘導方法であります。知るけど興味ない、見るけど興味ない、賭けようか、賭けない、それぞれ誘引があり、なおかつ、それぞれ阻害要因がある。これをどうやったら売上の増につながる形にもっていけるのかというお話

かと思います。何で誘導するか、どうしたらリピーターになるか、どうしたら滞留してくれるか。

その例として広島カープの女性応援団、「カープ女子」と呼ばれてテレビで持ち上げられている例や、東京ドームで「ガールズシート」を置いて女性でわっと埋まるとか、女性セグメントの開拓、女性にアピールして男性も連れてこよう、あるいは子供にアピールして家族を連れてこよう、こういったお話はほかの業種でかなりノウハウが積み上げられている部分がございます。なので、こういうのをうまく活かせないかということがございます。

これは大村競艇の例でございます。ここは非常に成功事例として取り上げられているところです。ボートレース発祥の地、長崎県大村ということでございますが、赤字に落ちて再建計画を立てて、これだけ見ると単なるサクセスストーリーなのですが、立派だなと思われるところは、お客さんをセグメンテーションして、今いるお客さんをどう客離れさせないか、新しい人をどうつかまえるのかというのをかなり綿密にやられているようでございます。そして、売上というのは「お客さんの数×単価」でございますので、どう集客力をふやして顧客単価を上げていくのか、分析して、それぞれのセグメントに応じてやっついこうという試みがございます。これだけ見れば単に施策が並んでいるだけではないかという感じがするのですが、一つ一つ具体性に富んでおります。

そして、もう一つの課題の経営効率化の話も、普通にやるというより、経営手法をきちっともって、効果測定と評価を行っている次第です。そして数値目標を策定して計画的に進めている。こういう例を見ても、科学的な顧客分析と売上分析だったり、セグメント別のモニタリングであったり、あるいは顧客目線での戦略や、何よりも大事なものは営業力であったり、取組みも、いろいろやっていますというお話がございしますが、売上で評価したらどうなんだというお話であったり、単なる削減ではなくて、投資とどうバランスをとるか、そしてやはりプロフェッショナルな人材やリソースをどう活用してくるかということがございます。何とか大逆転という形でいければいいのではないかなということでございます。

以上でございます。失礼します。

○田川委員長　　ありがとうございました。

前回皆さんからいただいた議論のフォローアップで、その中から幾つか提案をいただいて、調べていただいて、いろいろなところでいろいろな課題をやっている。競輪とオートレースでこれをいかに具体的に展開するかということだと思いますので、事務局に調べていただいた事例へのご質問でも結構ですし、ご自分のご意見でも結構ですので、皆さんから意見をいただきたいと思います。どなたでも結構ですから、挙手をいただいてお話しください。よろしくお願いします。

いかがでしょうか。

なかなか言い出しっぺは言いにくいかもしれません。では、前回いろいろご質問いただいた高千穂委員からいかがでしょうか。

○高千穂委員　高千穂でございます。

私は小説家ではありますが、アニメの会社にも属しておりますので、アニメ、漫画、そういった部分についても一応専門的にやってきておまして、今回、メディアの出し方について、今も非常におやりになっていることですが、漫画、雑誌、ゲームとありますが、特にそのうちの漫画についてですけれども、やはり非常に苦戦しております。「Odds」を書いている石渡治さんは私の友人で、一緒に自転車のレースにも出ていますけれども、非常に売れ行きのいいものがあるということで、「モンキーターン」がアニメ化された際に、競艇のところに行きますとポスターが張ってあります。しかし「Odds」のポスターとかいったものは関係先で見られることがないので、お客さんがやっていることを知らないことも多いということで、そういう露出部分でのご協力ですね。

この中には漫画とかゲームがありますが、実は私は小説を競輪で2点書いております。一つは非常に真面目に競輪を取り上げた「グランプリ」という作品ですが、正直言ってあまり売れませんでした。その後、今度はコミカルなミステリーにしまして「ケイリン探偵ゆらち」という作品を昨年出しました。これも出版社は非常に難色を示しまして、ロードレースの小説を書いて欲しいと言われたのですが、私としては、ここはひとつガールズケイリンでやらせて欲しいとお願いしたところ、単行本では無理なので、最初から文庫でというならば出してもいいよという形で出させていただいたのですが、この作品ですけれども、できるだけアピールするようにとか、内容的にも親しみを持てるように、

またルールもわかるように、そういう部分を工夫して書きましたが、実際問題としては出版社の言うとおりに、それほどどうしても売れない。

それは出ていることを知らない方が多いので、「Odds」にしても、競輪漫画、他のにしても、多くのご協力をいただいて露出的な部分に力をお願いできれば、クリエイターも題材にしてもいいというのがあるでしょうし、出版社ももう少し、優先的に扱ってもいいよ、大々的に扱ってもいいよというようなことがあるかもしれないのですが、現況、メディアに対して小説、漫画、アニメ等でアピールするには非常に弱い部分があります。

ただ、ロードレース漫画も非常に人気が出なくて、高校生を主人公にしたロードレース漫画は次々と出たのですが、すべて撃沈したのですが、ついに「弱虫ペダル」という作品がヒットいたしまして、ロードレース漫画については非常にいい条件が出始めた。しかしこれも、たまたま「弱虫ペダル」が非常にアピールしたのであって、他の作品につながっていくかどうかはわかりませんが、「弱虫ペダル」というのは女性の全く自転車などに興味がなかったファンが多くつきまして、それは主人公たちが格好いいということで、それを機会に全く興味がなかったのにロードバイクに乗り始めて、ヒルクライムレースで優勝した人なども出ているという底辺拡大につながっておりますので、出していけばそういう部分が出てくるのですが、出していくには出版社の協力、作家の協力、JKAさんのご協力、あるいは車両関係のご協力、そういったものがあって初めてヒットが生まれ、それが底辺拡大につながっていく可能性が出てきますので、その部分についてできるだけ多くのご協力を賜ってやっていただけたらと、メディア関係者としては切望しております。

○田川委員長　　ありがとうございました。

それ以外に、どうぞ。

目が会いましたから、どうぞ。スポーツとギャンブルは違うという話を前回されましたが。

○中瀬委員　　一競輪ファンからですけれども、メディアの展開とかはもちろんですけど、競輪、オートもそうですけど、いかに走っている選手が魅力的で、さっきいったようなスター選手をつくって行って、それによって活性化するという基本中の基本のことがあると思うのですが、まず1点目で、最近ファンが

全員怒っていた例のSSイレブンの選手会からの処分の問題というのがあったのですけれども、この間ちょっと風向きが変わって、処分が軽減されたというのは朗報だったのですが、それ以前に、ファンを無視したああいう処分をしたことで、大口で賭けていた人が何人か競輪を辞めました。彼らが復帰するまで俺らも辞める。それぐらい競輪ファンというのは、例えば村上とかに熱く入れ込んでいたりという実情があるので、事情は、選手会が言おうとしていることが全くわからないというわけではないのですが、今大変なときに、あれだけのスター選手を長期にわたって走らせないという選択、グランプリがFIの決勝みたいになっちゃうよという嘆きがあって、それは回避できたのですが、処分を短く、3ヵ月にすることに対して、走った賞金の30%かを選手会に入れる、しかもそれが処分という形ではなくて、自分から入れた形にしてやるとか、例えば赤十字に寄附するとか、そういうふうにしてしまえばよかったのに、解除の仕方も納得できないような感じになっています。

今回のドタバタが従来あった競輪ファンの気持ちを冷めさせたというのはとても罪だと思っています。うちの同居人の白川などもコラムに書いていましたけど、業界紙とかはそういうことを声高に言わなかったということもあったのですが、そういうことに対する不満とかもあり、非常にあれは大失敗だったと思うのですが、そういったリカバーも含めて、今後ファンの目線で競輪ということを考えていかないと競輪の未来はないと、非常に厳しく捉えております。苦言みたいになってしまいましたけれども、何とかならないものかなと思っておりました。

あと、高千穂先生がおっしゃったように、出版社とか、テレビとか、そういうメディアとうまく、旧来のコンテンツに、いかにも宣伝で誘っているというのではなくて、興味をもってもらおうとっかかりには小説とか漫画、テレビの出演、おもしろそうな人をピックアップして放り込んでいくということで、例えば競輪の解説の山口幸二さんみたいな、普通の芸人さんよりおもしろいトークができる方もいらっしゃるし、イケメンというだけでなく、テレビ的に受けるキャラクターの人もいると思うので、そういう人たちが競輪の番組だけでなく、普通の番組に自然に溶け込んで、その中で「競輪っておもしろいですよ」という話が不自然でない形で出てくるような、そういった場をもっと

戦略的に設けていければおもしろいなと思っているので、私も出版社の人間でするので、ご提案していければと思っております。

○田川委員長　　ありがとうございました。

他にどうですか。

藤井さん、どうですか。

○藤井委員　　藤井でございます。

昨年から委員をやらせていただいて、昨年も意見があったと思うのですが、まず目標を決めるということを今一度見直したほうがいいのかと思っています。結果から、その先をどうしようという反省はよくあるのですが、経営ですので、目標を決めて、それに向かってどうやっていくのかという議論を積み重ねていくべきかと思っています。

社会的意義というのを、競馬も含め、よく言われるのですが、とは言っても、赤字に転落して一般財源を投入するかというと、そこまでは至らずに廃止されていくことが多いかと思っています。ですので、その前段として競輪が独自で継続し得るのかどうかというところを、まずちゃんと決めていかないといけないと思っています。

もう一つ、そのためには当然、競輪独自の売上が必要になりますので、売上のつくり方についても、先ほどありましたセグメンテーション、趣味嗜好の多様化がありますので、競輪として守るべきものと変わってもいいものをちゃんと線引きして、新しい取組みにチャレンジしていくことが大事かと思っています。

それで、目標を定めてやっていく中では、昨年度もあったのですが、中央機関がこういうふうにと決めてもなかなか動かないものがありますので、具体的に「誰が」というところをちゃんと定めて、何をいつまでにということをやちゃんと定めてやっていくことが大事かなと思っています。

そういう意味では、先ほど触れた守るべきもの、変えるべきもの、変わってもいいものという話の中では、場合によっては、競輪としての臨場感もあつつも、趣味嗜好が多様化している流れの中で、CG化された映像の中で競輪を楽しむとか、CG化されたものの裏側に実際の競輪があったのだということに後から気づいて競輪のファンになるという流れもあってもいいのかなと思っています。

います。まずは聖域をつくらずに施策を洗い出して、それを上から順に並べて、一つの思いつきではなくて、いろいろなアイデアを並べて優先順位をつけてPDCを回していくような、そういう取組みをやることが大事かなと思っております。最後は競輪が継続するということが原点で、重要かと思っております。

○田川委員長　　ありがとうございました。

他にいかがでございましょうか。

久保委員、いかがですか。球団の社長になられたそうですが。

○久保委員　　少し青い議論をしたいなと思うのですが、競輪というのは、一番の夢というのは車券を当てるということできたと思うのですが、車券を当てるという夢を見る人がどんどん減っている。これを増やすにはどうしたらいいかということがテーマなのだろうと思うのですが、私はスポーツをやっていることもあって、一つは固有名詞の選手ですね、ブームをつくれるような選手、スターということになるだろうと思うのですが、その他に、さっき高千穂委員が言われた漫画であるとか、いろいろあると思うのですが、競輪の魅力を書いても、それが車券につながるかというところ、つながらないところもある。でも、僕は一大ブームを起こすためにはスター選手が必要だ。

スターが生まれる要素というのは、夢の舞台をつくることだと思います。その一つはオリンピックだったな。アテネオリンピックで、チームスプリントですか、銀メダルをとったときに、あの3人の選手の名前というのは、多分、競輪を知らない人も皆さん知ったと思います。あのときは今考えるとブレイクするチャンスだったのかなと思います。世界選手権もありますし、2年後にはオリンピックもありますし、スターをつくるにはどうしたらいいか。

それから、競輪の魅力は、僕は最後の1週の格闘技みたいな迫力にあると思っていて、あそこをアップした映像を流せないのかな。前にもお話ししたと思います。さっきも小川室長が、ああいうのを流してもオッズが見たいという意見が来るんだとおっしゃっていましたが、それは先細りの車券を当てたいというだけのファンの方々であって、そのところは思い切って、CSのチャンネルでオッズを流さないということはないと思いますけど、それ以外の映像を、地上波もBSもありますし、僕は真っ正面から捉えた最後の第4コーナーとか、あの辺は他のスポーツにない競輪の魅力だと思います。あそこを競って

いるところで誰が1位になるのかを賭けるというのはすごくおもしろいことだと教えるような映像戦略というか、同時にスター選手、あるいはブームをつくるような戦略的な広報が僕は必要だと思っていて、この1年間ずっと競輪界を見ていても、何となく話題性というか、競輪界では、さっき選手会の中のいろいろな問題がありましたけど、そういう話題はあるのですが、そうではなくて、一般の人が興味をもつような話題というのはあまりなかったかなと思います。

○田川委員長　　ありがとうございました。

今日は前回の意見からいろいろと事務局のほうで用意された事例がございませけれども、豊田委員、いかがでございましょうか。

○豊田委員　　私は、前回も言いましたけれども全くの素人なものですから、全体の今の状況をいろいろデータを見せていただきまして、右肩下がりの売上になっている。そういう産業は日本中を見てもたくさんあるわけですね。国内市場が縮小してきています。そういう中でいろいろな産業が直面しています。我々のところでも物がだんだん売れなくなってくれば何を考えるかという、選択と集中しかないわけですね。そういう意識をある程度もつ必要があるのではないか。この業種は衰退産業であるという意識を持たないといけないのかな。その上で物事を考えていくことが必要なのではないかなと。

私は愛知県に住んでいますけれども、愛知、岐阜、三重、東海3県と言います。そこに各県に二つずつ競輪場があるわけです。これがそれぞれやっていて、競輪場の数が多過ぎるのではないかなと。競馬場の数と比べても多過ぎるのではないかなという気がします。これも選択と集中で物事をきちっと考えたほうがいいのではないかなという気が私はしています。

企業経営でもそうですけれども、弱い部分を伸ばそうとしてもおのずから限界があります。強いものを伸ばすのが経営の王道ではないかなと思いますけれども、強みがない部分を無理やりやってもなかなか効果は出てこないという気がします。あまりにもぶっちゃけて言って申しわけないですけれども、私は素人としてそういうふうに思っております。

それから、オリンピックとかで勝てないというのは、私、友達の競輪の好きな人に聞いたのですが、日本の国内の競輪でも海外から選手が来て走ることが

あるけれども、この選手に日本は負けてしまうと聞いています。オリンピックで勝とうと思うのであれば、海外遠征なり、いろいろな強化策を徹底してやっていないと、今やっているサッカーにしても、かなりレベルの差があるのではないかなという気がします。海外遠征をやって外国人の選手と競うような場をたくさんつくったほうがいいのではないかなという気がします。以上です。

○田川委員長　ありがとうございます。オリンピックの件は後ほど議題の(2)と(3)でまた皆さんから、注目する議論がたくさんあると思うので、お話をお伺いしたいと思います。

それ以外にございますか。

どうぞ。

○絹代委員　サイクルライフナビゲーターの絹代と申します。今日は遅刻をしてしまい、申し訳ありませんでした。

私は今回初めてこの委員会に参加させていただくのですが、普段は自転車の普及、主に女性への普及について、いろいろ記事を書かせていただいたりしております。また、レースでいえばロードレースとか、シクロクロスの広報なども少しやっておりました。ただ、競輪は素人というか、知識が甘いのですが、率直な感想をまずは述べさせていただきたいと思います。

私自身は仕事の中で競輪選手と一緒にトークショーをやったり、特にガールズケイリンの皆さんと一緒にイベントをすることが多くあります。彼らに触れていると、すごく格好いいな、彼らが命をかけて頑張っているのであれば競輪場に行って応援してあげたいと思うのですが、恥ずかしながら今年初めて競輪場に行ったのですけれども、車券の買い方が全くわからなくて、ネットで検索をしたのですが見つからず、ヤフー知恵袋で買い方を調べて行ったという有様でした。

なので、個人的な印象としては、イベントで競輪選手に会って応援したいと思った方が簡単に、どんなふうに車券を買ったら楽しいのか、「2連単」とか、そういう言葉ってすごくわかりにくくて、違う世界のものだなと感じられがちだと思います。もう少し易しい言葉で買い方、楽しみ方が解説されているような媒体が必要なのではないかと強く感じます。

また、日ごろメディアで、CMであったり、番組であったり、競輪関係のも

のをよく見るのですが、これにも昔からすごく疑問をもっていました。競輪場に行こう、触れよう、みたいな切り口でやっていると思うのですけれども、テレビCMを見て「あっ、アスリートがやっている、応援に行こう」というのは難しいと思います。特に、サッカーであったり、野球であったり、既に多くの観客を集めているものがそういうコマーシャルをするのであれば別ですが、ギャンブルという見方をする人もいます。その中でヒューマンスポーツというのを押し過ぎというのも難しいのではないかなと思っています。

実際に私が足を運んでみて、競輪場の敷居は非常に高かったです。何としてもここでガールズケイリンの車券を買って体験して帰るのだと強い意志をもって行ったので、質問しながら買えたのですが、まず競輪場に行っても、たくさんの男性たちがいてなかなか車券売り場はどこに行ったらいいのかわからない。自動販売機もわからないし、窓口もわかりにくい。最終的にはインフォメーションカウンターに行って、そこで買い方を教えてもらって買いました。

そのとき私はあまりお金を投入せず、たしか700円とか800円、それぐらい買ったと思います。それが大当たりで、6,000円ぐらいになったのです。そのときに、「わあ、すごい楽しい、これは何回でも来よう」という気になりました。なので、そこまでのハードルを越えれば競輪ってすごく楽しいのではないかなと思います。

ただ、そのときにスポーツとして見て楽しかったかという点、私は他のレースであったり、自転車、スポーツの現場はいっぱいいるのですが、競輪ってショーアップがすごく少ないです。他のレースだと、例えばロードレースでも、選手たちが出てきたら選手たちのインタビューをしたり、これからレースが行われます、さあ、誰が勝つでしょうという盛り上げをしてからレースがスタートします。競輪は、わーっと選手が出てきて、「あれあれ、有名な選手じゃないの」といっている間にレースが始まって、実況も、サッカーの実況なんか今すごく熱いですよね。競輪の実況はどちらかといえば無機質なトーンで、淡々と言葉が並べられていて、慣れていない人間からすると何を言っているか聞き取りにくいのです。その中でレースが短い時間で終わってしまう。

競輪場での盛り上げもそうですし、番組においても、遠くから見た状態で誰が勝ったというのが多いと思うので、今私たちは、レースの実況であったり、

中継などでも選手たちの表情が時々映ったり、そういうカメラワークを見るのに慣れてしまっています。なので、なかなか心が引き込まれない、そんなところもあるのかなと思いました。

そもそもの話題ですが、では競輪の何が楽しいのか、楽しい部分を一番に強く打ち出さなければなかなか広がらないと思います。私自身は競輪の楽しさは、やはり賭けて、当たるかもしれない。1万円を超える金額ではないかもしれませんが、100円買ったら500円になった、これでゲームとしては十分楽しいわけです。ギャンブルと推すか、スポーツと推すかではなく、中間のゲームとして、もうちょっといろいろな方々に「まずはトライしてみようよ」というPRができないのかなと感じています。例えばモバイルゲームとか、いろいろな方がアクセスするようなものの中で擬似的な体験ができて、では実際に買ってみようとか、そんなふうにできたらいいのではないかといつも思っています。

あとは、スポーツとしてどんなに人気が出ても、競輪のレースって非常に短いので、短い時間のために競輪場に足を運んでもらうのはなかなか難しいのかなと思います。もちろんショーアップも必要ですし、売上を見ますと、どうやらレース会場での売上よりもそれ以外の売上のほうが多いようなので、遠方からでもその選手を応援できる仕組み、買いやすくするため買い方の方法が前面に出ているとか、何か心をつかむ、ちょっとお金が増えるかもしれないよみたいなゲーム的な楽しみもPRできたらいいのかなと思います。

あと、せっかくなのでロードの話をしてみると、先ほど高千穂先生から「弱虫ペダル」の話が出ました。私は「弱虫ペダル」の作家の先生のトークショーをよく行うのですが、サイン会をすると、最近のサイン会では朝4時から女性たちが整理券を求めて並んでいました。「弱虫ペダル」のファンのほとんどは女性です。男性たちのヒューマンドラマというふうに位置づけることで、1人1人を魅力的な形で描いて、彼女たちはすごくロードを応援したくなる。先生のトークショーにも来ますし、さっきお話しされたように、私もいろいろなレース会場で「弱虫ペダル」のジャージを着た女性たちがレースにエントリーしている姿に出会います。実際に「弱虫ペダル」のキャラクターと全く同じ仕様で、かなり高額の自転車を買われている女性たちもいるそうです。そういった心を

つかむ作戦というのにも重要なのかなと思いました。

また、今ロードで一番ファンが多いチームは宇都宮にあるブリッツェンというチームです。ここは宇都宮という地元でしっかりとファンを集めることに尽力されまして、今、宇都宮ではかなりの人気者になっています。地元のテレビ番組、ラジオ番組ももっていますし、地元の小学校を回って自転車教室をやったり、地元の人たちと走ったりという形で交流した結果、遠いレース会場でも多くの方がチャーターのバスに乗って応援にきます。もしかしたら競輪に関してもそれぞれの地元を大切にするという切り口もあるのではないかなと思います。

ぜひぜひ、私も女性への普及をやっている立場ですので、もう少し女性が、あの選手を応援したい、ちょっと車券を買って応援しようかな、そんな形で競輪にも親しんでもらえて、行く行くは足を運んで、競輪場も今の中高年のちょっと怖い感じの男性たちではなく、お子さんも入りやすいようなところになって、いろいろな自転車が振興したらいいなと思っています。ばらばらになってしまいましたが、私からの感想は以上です。

○田川委員長　ありがとうございました。

それでは山本ひろみ委員、ご意見を。

○山本委員　初めてになります。東京サンケイスポーツでオートレースの記者を担当しております山本ひろみと申します。よろしく申し上げます。

先ほどの資料でも出ているように、オートレースの売上、公営競技の売上は右肩下がりというイメージがすごく強いのですが、競艇のほうも三、四年担当していた身としては先ほど出た大村ボートレースがいい例で、平成17年度から平成25年度まで、9年連続で黒字を出しています。いろいろ事業経営再建計画などをしてイメージアップ、ファンサービスの充実、メディアの有効活用などを徹底して行ったのですが、戦略の中で一番目を引いたのが、レースの魅力向上というか、船券が当たりやすい、いわゆる的中しやすいということだと思います。これがオートレースにも応用できると思いまして、オートレースは見ているにはおもしろいが車券は当たらないとよく耳にします。それで、オートレースは6場あるのですが、その中で1場だけでも一貫して当たりやすいレースを組んで、その場の特色として打ち出すのも一つの手段ではないかと思っています。

あと、オートレースはネットや電話投票が売上の約30%を占めております。もっとネットワークメディアをうまく活用できればもっと情報を拡散できるのではないのでしょうか。今オートレースはメジャーではないので、もう少し情報発信ができる手段を考えないといけないと思います。

スター選手に関しては、オートレースに来る前からスターの選手もいらっしゃいまして、森選手とか、女子レーサーの佐藤摩弥選手がイメージキャラクターとなってテレビCMやポスターにはなっているのですが、一部のところではか目につかないようになっていて、地上波にはほとんど見られないです。CS放送のみであったりして。それだとCMをつくっても認知度が広がらないと思いますので、もっと一般の目にも映るように情報発信したほうがいいと思います。以上です。

○田川委員長　　ありがとうございました。

村山さん、いかがでございましょうか。

○村山委員　　地方で小さなプロ野球をやっております村山でございます。2年目の参加でございます。

私も今皆様のお話を聞いておまして、一番大切なものは何かというところでいえば、私どもも同じような課題があるのですが、顧客分析と顧客管理というものをぜひこの事業にも取り入れていかれたらどうかなと思っております。施行者によっても黒字・赤字のこれだけ大きな幅があるのと同じように、プロ野球の12球団、独立リーグは10球団あるのですが、その収支も非常に大きなばらつきがあります。

そういう部分では、日本のプロスポーツの中で顧客管理システムが一番すぐれているといわれている久保さんが社長の読売巨人軍を筆頭に、顧客管理分析と分析をもとにした具体的な戦略というものをどこかまねをして観客動員を増やしていくかといえ、DeNAベイスターズであり、楽天ゴールデンイーグルスであります。特に去年、楽天は7万5,000人のファンクラブの会員を、日本一になったということで、今年10万人の25%の観客動員のアップを目標にして分析をして、そこに対して戦略をやっています。

具体的にいえば、昨年コボスタで日本一を決めたときに2万4,000人しか入らないスタジアムにトータルで8万人から10万人ぐらいの方が来て外で応援さ

れていた。その応援されていた方に対して、その場でしか配れないポストカードを皆さん差し上げ、ポストカードの裏面に、翌年の開幕戦の3連戦に来ていただいた方は、今年、その場でしか配らない限定のポストカードを差し上げ、なおかつファンの会員獲得に向けての新しい施策の割引の仕組みもそこでつくられているという戦略を具体的にしているからこそ会員の数が増えている。

一番大切なのは、プロスポーツは勝敗があります。もちろん勝ち負けというのがあって、ここに関しては賭けでしょうか、そういうものがあるのですが、そこに左右されない顧客を増やしていく手法をどこに見つけるかというのは、プロスポーツでいったとしてもこれだけ多くのノウハウが蓄積されている最中なので、ぜひ施行者の方々も担当者を、それこそ読売巨人軍といったところに派遣していただき、どう顧客を分析し、それに対してどういう戦略を打って具体的に顧客を増やしていくかということをご皆さんで勉強されるということをごひやっていたきたいと思っています。

○田川委員長　　ありがとうございました。

大分時間が過ぎましたがけれども、最後にお二方、武島委員にご感想をお伺いしたいと思います。

○武島委員　　武島です。

先ほどから話をお伺いしていて、施行者もこれまではどちらかというと、売上を伸ばすことも大切ですが、収支を大事にやってきました。ただ、レース減、節数減、これだけでは縮小均衡が否めないということで、全輪協は施行者が一丸となって、今年度は競輪浮上の年だと位置づけて目標額を定めました。対前年比5%アップということで、6,300億円の売上を目指す。

そのためには、かけ声だけでは伸びません。枠組みをどう考えて、どう売上を伸ばしたらいいか。売上を伸ばすだけではなくて、もちろん収支を重要視しますけれど、まず記念レース、各施行者は記念頼みです。特別競輪と記念頼み。こういうところを、顧客分類という話もありましたけれど、有り体に言えば売れるときには売ろうということで、初日から3日目までのレースを、11レースから1レース増やして12レースにします。最終日はガールズケイリンとかオリンピック準拠のレース、そういったものを加えて12レース、こういう形にしよう。

それから、先ほども新聞等の電投を増やすためにはどうしたらいいか、そう  
いったことで、F I の出走表が、これまで例えば九州・四国のガンバコは関  
東・北日本といったところには出ていなかったのです。F I のガンバコを全ス  
ポーツ紙に掲載しようということで、J K A とタイアップして、この4月から  
全節実施するというので、これ自体は功を奏してF I の売上が対前年比、4  
月は約2割、5月は約10%伸びております。

また、三つ目としては日取り調整、重ならないでいかに効率のいい開催がで  
きるか、私どもで日程をつくって効率がいい日取りを調整していこうというよ  
うなことを今、進めております。それで6,300億を目指す。

また、この4月から消費税がアップされました。こういったことで売上が落  
ちるのではないかと懸念しておりました。それから、先ほど中瀬委員からお話  
のあったS S イレブンの離脱、こういったことで売上が心配しておりました。  
そこで我々も何か手を打たないといけないなということで、全輪協として初め  
て新聞広告を、4月26日、伊東温泉でG II の共同通信杯をやったのですが、そ  
の初日に大きく全スポーツ紙に5段で広告を出させてもらいました。競輪も払  
戻率を引き下げる法改正はいただきましたけれど、何とか75を維持して頑張っ  
ていきたいという思いをファンの方にお伝えしたい。それから、F I の出走表  
の拡充をしたということもP R させていただいた。

それから、何よりも電投キャンペーンで電投会員を増やそうということで、  
出してみたら、対前年比でいうと、新聞に掲載した日から2週間で約倍の電投  
会員を増やすことができました。したがって、こういう効果もあるなというこ  
とで、お金もかかりますけれど、第2、第3の手を打っていきたい。

四つ目には特別競輪、記念競輪ということで、先ほどお話が出ていましたけ  
れど、全施行者、やっていないところはないです。新規の顧客を拡大しようと  
してみんな努力はしています。ただ、そういったものを全体でどう検証して、  
どうやっていこうかということを中心に全輪協が中心となって、各施行者を集めて講  
演もし、高めていければと考えております。以上です。

○田川委員長      ありがとうございました。

それでは最後に須藤委員にお話を伺いたいと思います。

○須藤委員      全動協の須藤と申します。今まさに売上の問題が出ております

が、前回、皆様からのご意見を尊重しましてJKAといろいろ協議を重ねてやってきたことがございますので、時間をお借りして報告させていただきます。

昨年、皆さんの意見の中で、本場へ来場するお客さんを増やさないと売上の向上につながらないのではないのでしょうかという意見を重点にいたしまして、25年度は一般入場料を無料にさせていただきました。これによって約6万人増えて、176万人。それで場内には家族連れがかなり増えて来ましたという、うれしい話があります。将来に向けて、その家族連れの皆様がオートレースの購買力につながればというのが今私どもが考えていることです。

あと2点だけ。オートレース場は6場しかございませんので、販路拡張ということで、先ほど山本委員さんからも意見を出していただきましたが、民間ポータル、今回オッズパークさん先頭にGambooBETさん、チャリロトさん、これは昨年の途中からですので、全体の売上は5.1%しかないのですけれども、徐々に増えていくだろうと考えております。また、専用場外につきましても昨年は2カ所しかございませんでしたが、既に3カ所増えまして5カ所で、売上を伸ばすべく各施行が頑張っております。この2点を各施行の重点課題として今やっております。

時間があまりございませんので、最後に1点だけ。先ほど川口の「たたら祭り」の話が出たと思うのですが、私も実は川口出身です。川口の「たたら祭り」にはまつり全体で20万から25万人がレース場に押し寄せます。その中で市長自ら市民にPRするというのをやっております。これはあくまでも選手会の皆様の協力を得てということをやっております。最近山陽小野田市でも、まずは隼より始めよということもありますけれども、職員へのオートレース活性化に向けてのプレゼンをやっております、まず身内からオートレースを理解した上で地元を広めていく、なおかつ全国的に広めていく、こういう運動をJKAの幹部の方たちと全施行者一丸となってやっているというのが実情でございます。オートレース業界につきましては、全員で生き残りをかけて今現在頑張っているというところでご報告させていただきたいと思っております。どうもありがとうございます。

○田川委員長　　ありがとうございました。

一通りご意見をいただいて、今日はまだまとめをするつもりはございません

が、私から一言二言、感想というか、こういう進め方がいいのではないかなど。

先ほど豊田委員からお話があったとおり、この問題は1回、経営問題としてしっかり考えることが必要なのかなと思います。私も経営者のはしくれですけども、構造改革と成長戦略というのは必ず今の企業家は考えてます。競輪もオートも、まさに現在の日本の中でこの種類のものが成り立つのかどうかという議論をしっかりと、まずやる必要があるのではないかな。

その上で、中瀬委員からもありましたスポーツとギャンブルとの違いみたいなものを明確にしておく必要があるのではないかな。スポーツとしての振興をどうするか、ギャンブルとしての振興をどうするか。今カジノ問題とか、日本で公営の話がありますけれども、まさにこういう問題を一端整理をしておく必要があるかな。

それから、地域の活性化の中では施設と地域をどう連動させるかというのは、まさに施設の維持・拡大のためには必要なことなので、そのときに選択・集中で、必要でないものは要らない。私は観光業に携わっているので、全国に九十幾つも空港があって、本当に無駄な空港がたくさんあってもったいないなと思っているぐらいで、そういう意味では施設とマーケットのバランスがとれているのかどうかというのも必要なのではないかな。

それから、よく競輪の中でも、前に特別委員会でお話がありましたけれども、選手の数と競輪場の数、おいしそうなレースは全部でできないということであれば、それはどうするのか。競馬場の場合は東京府中とか、京都競馬場とか、阪神とか、G Iは主力のところやって、それ以外のところでは夏競馬しかやっていないわけですね。そういう意味でいうと、一遍、経営問題としてきっちり整理した上で、それぞれの施設さんでやっている努力というのは、今回いただいた資料を見ていただくといろいろやってらっしゃるのだけれども、これが経営という意味と連動しているかというと甚だ疑問でありまして、そういう意味では、今日いただいた意見の中にヒントがたくさんあるのではないかな。プロフェッショナルのところこういう方が行って練習して、それから戻ってそういう部門を村山さんのようにやっていただいたほうがいいのではないかなみたいな、ファンづくりのための手法というのはたくさんあるのではないかなと思いますので、今日いただいた意見で、前回と今回の意見を混ぜて、もう1回整理

をした上でやられたほうが良いと思いますので、これは事務局のほうにお願いしておきたいと思います。

ということで、議題の(1)につきましては皆さんいろいろご意見をありがとうございました。

それでは、続いて議題の(2)自転車の振興に関する状況についてと、議題の(3)東京オリンピックに向けてと、まとめて行いますので、よろしくお願ひしたいと思います。

先ほどお話があったとおり、2020年に東京オリンピック、パラリンピックが開催されます。そのチャンスを捉えて自転車に関してどのようなものを目指していけばいいのか、あるいは目指していけるのか、目指していくことがよいのか、そういう議論をお願いしたいと思います。

先に事務局から資料2-1、2、3について、10分程度お話しさせていただきたいと思います。

○小川室長　ご説明申し上げます。お手元の資料、そしてスライドショーでやります。

資料2-1、自転車の振興に関する状況について簡単に申し上げます。

自転車は関係団体がいらっしやいます。施策の前に関係団体のご紹介を申し上げたいのですが、製販企業の業界団体、小売販売店の協同組合、それから検査、検定をやるどころ、調査研究をやるどころ、普及啓発をやるどころ、サイクリングの普及・振興を図るところ、そして競技団体とございます。

それらの方々が、ここはここだけではなくて、団体で協力し合って普及・開発とか、安全・安心のための話とか、あるいはレースを開いたり地域振興を図ったり、交通ルールの周知やマナーの改善を図ったりという状況にございます。

この団体の皆様方は連携して共通のホームページを、ワンストップ化とか、プラットフォーム化して発信しているという状況です。目黒に自転車会館ビルというのがございまして、そちらのほうに皆さん集まっていちゃいます。

もう一つ、まちづくりの関連です。去年もご説明申し上げたと思いますが、宇都宮の競技大会の例、富山のコミュニティサイクルの例、瀬戸内の観光としての活用、そしてドイツのミュンスター市のように乗入れ規制を行って自転車

が走りやすい環境をつくるというお話がございます。

これは私どもの一つの施策のご紹介でございます。企業実証特例制度というものがございまして、企業単位で規制の特例措置を適用するというお話です。何の話かと言いますと、電動アシスト自転車は今、最大アシスト力2倍ですが、3倍にする。ただ、3倍にする際にいろいろな条件、例えば物流関係のもの、リヤカー付きのものですか、そういった形で、要は自転車の活用方法をもっと増やしていこうというお話でございます。

次に、資料2-2は自転車競技とオリンピックということで、簡単に状況をご紹介します。

自転車競技はトラックレースとロードレースと、マウンテンバイクとバイシクルモトクロスの4種類があります。トラックレースは5種類、この中に日本発祥のケイリンというものがございます。ロードレースは一遍に走るものとタイムトライアルというものの2種類あります。したがって合計9種目です。

そして、メダルの獲得実績ですが、最高銀。ご紹介がありました3人がアテネでとったという話です。

ではロンドンオリンピックはどうだったかと言うと、このような成績状況です。あまりメディアアピールできる形ではありません。

東京オリンピックにつきましては、こういった形で開催場所、日程がある程度決まっております。

そして、これはイギリスのメダル獲得の例ですが、イギリスはかなり力を込めてロンドンオリンピックを目指して、アテネではメダル4種目だったのですが、北京でステップして、ロンドンでジャンプしたという形かと思えます。

資料2-3はお手元の1枚紙でございます。スライドショーではございません。これのご説明を申し上げます。

東京オリンピックに向けた自転車の振興について（論点メモ）とございまして、2点書いております。一つ目は、東京オリンピックをチャンスとして、自転車のもついろいろな魅力を活用して、自転車の関係者、あるいはその外縁部にいる皆様方でどういうことを目指して、どういうふうにやっていけばいいのかというお話です。

自転車のもつ魅力は、交通、健康、スポーツ、ファッション、娯楽、あるい

は生活密着と、いろいろございます。皆様ご案内のとおりです。例えば競技で勝つとか、そういった話を通じて自転車の良さとか、いろいろ知っていただくということで利用者の裾野を拡大するとか、地域を活性化したいというのがあります。東京オリンピックの開催は、一般の皆様方の自転車に対する認知をどう変えるかという機会だということがあるのではないのでしょうか。自転車の良さを再発見する機運が盛り上がって、好きな人が増えたり、ライフスタイルが向上したりというようになると、競技や競輪のほうにもウィン・ウインのような形で戻ってくるのではないかというお話がございます。

ただ、これは一般論でよく語られる話なのですが、具体的に、現実的にどうしていくのかというのが一番大事でございまして、私もいろいろヒアリングをしておりますと、夢を語る人は多いのですが、具体的な方策というのが、なかなかアイデアが出ないという状況にございます。

二つ目でございます。競輪の振興とトラックレース競技でのメダル獲得をどう両立させるのか、どうやって両方発展させていくのかというお話です。これは易しい課題ではありません。競輪選手はプロの選手として競輪をいつもやっているのに競技に出ても勝つだろうと、普通の人は単純に思われますが、まずルールが違います。次に、トラック競技のルールを競輪に持ち込もうとすると全然レース展開がおもしろくない。こんなもの買う気にならない。こんなものを持ち込んだらファンは離れるとおっしゃる方もいます。

最後のところでございますが、自転車競技への競輪選手の参加姿勢をお伺いしたときに、ある方がおっしゃっていたのですが、参加する日程とかコンディションの調整、要は、いつも競輪で走っていて、国際大会に出たときには、体がそのレース場になれたかなと思ったときにはもう帰国するとか、コーナー角度がかなり厳しいので、ある程度の体の調整とか、場に合った調整が要る。選手の育成指導・強化の話、そして自転車の機材の話ということで、いろいろ難しい面がありますという声を複数聞いております。また、競技では名誉、競輪ではお金、どちらを優先するのですかという選手の方のお悩みのようなお話も伺ったことがあります。

この二つ、オリンピックを契機に何ができるかということと、競輪と競技をどう両立させていくのかということで、論点メモとして記載させていただいて

おります。

○田川委員長　この議題は、オートの方には大変申しわけないのですが、自転車のお話をしております。オリンピックという最大のスポーツイベントが6年後に日本に参ります。それを契機にいろいろなことを考えよう。これはどこの分野でも同じだと思います。先ほど事務局からお話があったとおり、アイデアもあると思いますけれども、これを言ってもなかなか難しいところですが、実現性の高いお話をいただけるとありがたいと思います。

この会合は経産省が関係する審議会でございますので、なるべく経済産業省にできそうなことを言っていただけるとありがたいのですが、それを言うと議論の幅が小さくなってしまいますので、頭の片隅に置きながらお話しただけるとありがたいな。ここは先ほどの議論と違いまして、前の議論は喫緊の課題がたくさんございまして、本当にやらなければならないのですが、これはこれからやっていくということで、先ほどオリンピックにかかわるお話もございましたけれども、ぜひ自由闊達にご意見を述べていただきたいと思います。大所高所でも結構でございますから、ご意見をいただければありがたいと思います。

それでは、どうぞ、ご意見がある方はお話しください。

久保さん、どうぞ。

○久保委員　具体論というのはすごく難しいと思うのですが、2019年ですか、ラグビーのワールドカップがあって、20年にオリンピックがある。21年に世界陸上をやるのではないかという噂もあって、国際的なスポーツイベントがめじろ押しという中で、今後スポーツの価値というのは増大していくだろうと思います。

一方でスポーツ間の競争も非常に激しくなる。ですから機会を失うと、浮くところもあるけれども、沈むところも出てくるだろうと私は考えていまして、競輪の問題を考えると、新しいファンの開拓というところがターゲットなのではないかなと私自身は思っていますので、スポーツという側面に着目する、あるいは選手ですね、さっきお話が出たスター、そういうものをつくれる格好の機会だと思いますので、スポーツから入って車券を買うという道筋をどうつけるかというところが一番のテーマなのではないかと思います。

具体論はもう少し考えていかないといけないのですが、方向としては、スポ

一ツから入って車券を買う人を増やすという方向がいいのではないかと、個人的には思っています。

○田川委員長　　ありがとうございました。

どうぞ、高千穂委員。

○高千穂委員　　実は私、ちょっと前に日本の自転車競技は未来がないのではないかという文章を書いたことがございまして、それは1970年以来、ここ30年、40年で日本の出生数が半分以下になった。子供がいない状態です。子供がいない状態で多くのスポーツがあった場合に、うちの子はどのスポーツに行くかというのは、まずメジャースポーツ、野球、サッカー、そういったところにどうしても行く。子供自体の数が少ないわけですから、そこへ行けばレギュラーになるチャンスも増えているわけです。そういう意味で、メジャーとマイナーのスポーツの格差は、久保委員も言われたとおりの奪い合いが激しくなり、非常に大きくなっていくだろうと思います。

そういう中でも、例えばフィギュアスケート、非常に人気を博しましたが、あれは競技人口自体はそれほど多くないのです。しかし小さいときから子供たちがスケートを始めて、伸びていって、少ない競技人口の中からも突出した子を見出して育てて、あのような人気を得ていくという形がとれているわけです。

自転車も、最近ロードも増えて参りましたし、BMXやMTBは子供たちが底辺を支えておりますが、トラック競技に関してはこれが全くありません。底辺がない限り自転車競技というのは、特にトラック競技は、確実にメダルをとれるようなスポーツにはなり得ないと思います。野球のようにリトルリーグ、高校野球といった順を踏んで、その中から強力な選手を選抜し、その人がスターになっていくという形がとれるかどうかで決まると思います。オーストラリア、ドイツ、イギリスでは小学生からトラックに入って、少年チームとして練習して、安全講習、コーチがついて楽しくトラック競技ができる環境ができています。45度のバンクでも子供を入れているわけです。

しかるに日本においては、競輪場で練習をしようにも使わせてもらえないのです。特に子供たちを連れていく親が楽しむことができないから、子供たちも連れていけないわけです。立川のように月に1回、「自転車教室」という形で入れてくださるところもあるのですが、ほとんどのところは限られたチームが

入れてもらえるだけという状況では。

とにかく、ブレーキのないピストに子供たちが乗ってトラックをぐるぐる回り始めると、本当に楽しいわけです。こういうことをして少しずつ教えていって、その中からステップアップして見つけていくという形をとらない限り、私は、少子化、競技間の競争に勝ち抜いて、自転車競技が少ない人口においてもスケートのように花開いて大人気を得るような形にはなっていないと思いますので、具体論としては競輪場の開放、そして先ほど豊田委員もおっしゃられたように、競輪場が余っているならば、余っている競輪場をもっと活用して、観音寺なんて、場外にした場合、バンクは完全に開放して誰もが走れるような状態にしてもよかったですと思います。大津もそうです。壊してしまうんですね。

また、今度のオリンピックで45度の室内バンクをつくるみたいですがけれども、それも終わったら壊してしまうという話を聞きましたが、本当に残念でならないですね。そういう環境を今つくって、今から活用してみんなを走らせればいいじゃないかと思うぐらいです。お台場にあったら行きますよ。さすがに伊豆は遠いです。そういうようなことをして底辺を広げていかない限り未来はないと、私は思っています。

○田川委員長　　ありがとうございました。

なかなか暗い話になってしまって、いけないですがけれども、アイデアフラッシュみたいなのところもありますので。

どうぞ。

○絹代委員　　ちょっとお話をさせていただきたいと思います。

まず自転車の振興ですがけれども、先進国は今、自転車政策をやっています。私もそんなに詳しくはないのですが、私が聞いている範囲内では、なぜ自転車を振興するのかということで欧米の理由は大体三つです。一つは環境問題、一番大きいのが医療費の削減、あとは道路の交通の環境を安全なものにするというか、世界的に歩行者が一番守られるべき存在、その次が自転車、そして車という形になっています。自転車が走りやすい社会をつくることで、あらゆる世代の人たちに優しいまちづくりをする、こんな切り口があると聞いています。

今、私は正確なデータをもっていないのですが、日本で人工透析をされている方の数は30万人を超えていたかと思います。1人当たり550万円かかると数

年前に聞いていたのですが、そのうち半数近くが糖尿病です。自転車は、実は健康管理に非常に有効なツールで、特に糖尿病の予防には非常に有効です。ダイレクトに血糖を使うということ、体脂肪を落とすということ、また、血液の組成を良くするということが、以上の理由から糖尿病に非常に有効なツールです。もしも都内に勤めている方々が自転車で通勤するようになれば、恐らくかなりの割合の生活習慣病は解消されるのではないのでしょうか。

デンマークなどは、医療費を削減するために国がお金を使いましてコペンハーゲンでは大々的な自転車政策をしています。数年前の段階で、たしか35%ぐらいの方がコペンハーゲンでは自転車通勤をされていて、これを数年以内に50%にすると行っていました。

東京オリンピックが6年後に迫っているかと思うのですがけれども、6年は十分な時間です。ぜひ都内のインフラというか、ソフトの面をしっかりと整え、自転車で走りやすい社会をつくれれば、社会が抱える問題も緩和されるのではないかと思います。

また、今インフラという話をしましたが、自転車というと自転車道をつくれとか、そういう議論になりがちです。でもスペースがない以上、それは現実的ではないのかなとも思っています。このあたりは恐らく警察庁の話になると思いますが、もう少し自転車側、そして自転車と道路をシェアする車にもしっかりと、みんなが道路をシェアできるようにということでルールを徹底するとか、そういった方法が必要なのかなとも思っています。

そしてオリンピックに絡めましてイギリスの話ですが、昔イギリスは自転車に乗る人は貧民だということで、自転車に乗っている人はすごく少なかったのが現状でした。これがこの数年で、ロンドン市長が大々的な改革を行いまして、ロンドンを自転車の町に変えました。今ではロンドン、スーパーハイウェイというのがあって、自転車で簡単に主要部にリーチできる、アクセスできるように社会が変わっていると聞きます。もともと自転車がなかったところにつくっているので非常にうまくいっているということもあるかとは思いますが、それほど自転車への理解がなかったところでも自転車の町が変わっているということで、東京もオリンピックを契機に自転車の町に変えることができるのではないかと思います。

また、イギリスという国は自転車競技が強い国ではなかったと記憶しています。私は2004年、2005年あたりにヨーロッパを日本代表の選手たちと一緒に転戦していました。その時代、イギリスがコーチを1人しっかりと借りまして、当時アンダー23でも二十歳前後、10代の若い選手たちを集めてチームとして、フランス、ベルギーあたりに本拠地をつくりレースを転戦していました。今から考えれば、あれはロンドンオリンピックでメダルをとるための方策だったのだなと思っているのですが、イギリスはそこまでして、結果的に、先ほどメダルの数の報告があったかと思えますけれども、ロンドンオリンピック、自転車競技でイギリスはしっかりとメダルを確保しています。また、ツール・ド・フランスでもイギリスの選手が優勝するという、昔は考えられなかったレベルにまで自転車競技を高めてきています。

日本は体格的に劣るとか、いろいろな議論はあるかと思いますが、ぜひこれからしっかりと選手たちをサポートして、メダルに絡めるような選手を育成できればと思います。私はロードしか詳しくないのですが、ロードでも数年前、世界選手権で10位以内に入りましたよね、新城選手が。きちんと10位以内に絡むという好成績も残しています。もともと日本人は短距離と長距離どちらが得意かというところ、体の機構からいって、ウルトラエンデュランスではない長距離のほうが得意、マラソンぐらいの時間が得意と言われていました。こういう意味でもロードの振興は自転車の価値を上げるということで意味があるのではないのでしょうか。

また、私自身が自転車に関わった一番大きな要因が、ツアー・オブ・ジャパンというレースが5月にあります。自転車普及協会さんがやっているものですが、ママチャリしか知らなかった私がレースを走る自転車を見て、自転車ってこんなすごいことができるのだと、非常に感銘を受けました。そこから自転車の見方が変わりました。競輪であったり、ロードであったり、いろいろな自転車が格好よく走る、速く走る、そういったところを見ることで自転車に対する日本の感覚も変わってくるのではないかと思います。

また、さっき高千穂先生からお話があったように、スポーツ選手、未来が明るいと見えないと、なかなかそのスポーツを目指さないという事情があります。自転車に関しては、特にシクロクロス、冬の競技ですが、ベルギーでは7万人

以上の観客が集まる人気競技です。ですが日本では遠征をする際、選手も、サポートをするスタッフも、全員自腹を切って行きます。有給休暇をとって自分のお金でレースに帯同して選手たちのサポートをする、そういう状態で競技団を送っています。ロードでも、最近では日本代表の合宿に呼ばれるとジャージを自費で買わなければいけないとか、そういう状態になっております。オリンピックでメダルをとろうと思ったら、もう少し国のサポートがあってもいいのではないかと考えています。

あと一つだけ、先ほどお話ししたように「弱虫ペダル」など、今、一般の方々の中に自転車競技の認知が上がってきています。そしてJSPORTSが自転車競技、ツール・ド・フランスなどを生中継しています。ちなみに、ツールドフランスは世界中で20億人ほどが観戦しているといわれる自転車のビッグレースです。これほど自転車が定着してきているのですから、国内のレースをもう少し皆さんが見て楽しいものに変えていく、こんな取組みがもしかしたら功を奏するのではないかと考えています。今のロードレースは、山の奥で周回コースをぐるぐる回るものがほとんどです。普通の方はレース会場に足を運ぶことも難しいという状況があります。今、お台場でシクロクロスなどのレースもありますが、もっとレースが目につく場所で行われて、子供たちが憧れる、また、スポーツ選手の未来ももう少しサポートがある、こんな明るい状況があつて、さらにレースを見て楽しい。

また、さっきお話ししたように、競輪場ももう少し足を運びやすい、どんな人が行っても「格好いい」と思えるようなショーアップがある、こんなことがうまく連鎖して行ってロンドンオリンピックを目指すことができれば、私は明るい未来があるのではないかと考えています。

取りとめなくなりましたが、以上です。

○田川委員長　　明るい話題、ありがとうございました。

どうですか、皆さん。アイデアの段階でございますから。

○藤井委員　　簡単に。

アイデアだけなのですが、先ほど高千穂委員が言われたとおり、競輪場を開放するというのは非常に重要かと思っていまして、スケートの選手も、スケート場があるから練習できる、体験しておもしろくなって、さらに練習をすると

いうふうな流れだと思っています。そういう意味では競輪場を開放して体験してもらおう。バンクというものに、実際にあの中に入ってみると、すごいなというのがわかると思います。

さらに言うと、そこで競輪の選手が教える。例えば水泳でしたら、北島選手が児童に教えていたりするわけですね。そうすると水泳に親しみを覚える、さらに練習をする、こうやればもっとうまく走れるんだな、もっと速く走れるんだなというのがわかってくると思います。なので、体験する、そこにプロの選手がいるというところをうまくやっていけば、競輪の層がだんだん厚くなってくるのかなと考えています。

○田川委員長　　ありがとうございました。

先ほど底辺を拡大するというお話があって、今、中学校や高校で自転車のクラブのある学校というのは結構あるのですか。ご存じの方はいらっしゃいますか。

○高千穂委員　　あるにはあります。インターハイを見てもそれなりのチームは出ていますけれども、絹代さんはご主人に聞けば非常に詳しいと思うのですが、自転車競技はお金がかかるのです。靴だけではできないので、トラックと両方やりますと2台分のお金がかかりまして、ホイール1組が何十万したり、そういう部分が非常に大変なので、なかなか親のほうも「やれ」と言いづらい部分が多いわけです。

○田川委員長　　いろいろなスポーツには、野球でもそうですけど、メーカーさんが支援する形をとっているけど、日本の自転車をつくっているメーカーさんがだんだん少なくなって、どっちかというところだとジャイアントとか、台湾の自転車屋さんが今治とか尾道にも出て、この間「しまなみ街道」に行ってきましたけど、ああいうところでたくさん売っているのですけれども、企業が支援する体制というのは。

○高千穂委員　　競輪選手は協力しています。高校生に使わなくなった車両を提供して練習に使ってくれとか、そういうことをしてくださる方もいらっしゃいまして、みんなが協力していく形ができていけばそういう部分の軽減もできて、しかし何よりも走る場所がなければどうしようもないということです。

○絹代委員　　あと、もしメダルということになると、日本国内だけで走って

いても絶望的な状態というのがあります。自転車ブームと言われていますが、私が聞いている中ではもうブームは終わっていて、去年は自転車はあまり売れていないと、いろいろな代理店さん、ブランドに聞いています。今の日本の自転車を販売している会社の体力からいって、会社がサポートをするというのは難しいのではないかと。

ただ、高校などの自転車競技部に関しては、「弱虫ペダル」の影響で設立されているところが増えているそうです。ですがプラスアルファで、どうしても転戦しなければいけないわけです、自転車をもって。そのお金がかなりかかるということ、国内だけでは難しいので、やはりどこかからの補助金で、有望な選手は海外を経験できるような制度、あと、古くからの慣習ではなく科学的にコーチングができる方を育成する、あるいは、そういった方がいても今はボランティアに近い形で知識を切り売りしていることがあるので、そういった方もしっかり、選手とともにサポートしないとなかなか難しいのではないかと思います。

○田川委員長　　ありがとうございました。

ご意見の段階で結構ですので、どなたか、ありましたらどうぞ。

選手を育てるといのはそう簡単ではありませんから、6年あるといっても、たった6年しかない。6年間でどこまで育てられるか、簡単ではないだろうと思いますが、ロンドンのオリンピックは、実はスポーツだけでなく観光も、すべての人たちが集まってイギリスをどう売るか、イギリスをどうするかということを考えて、いろいろなジャンルでかなり協力して国全体が動かしたという、私もロンドンオリンピックに、選手団の担当だったので行きましたけれども、そういう感じがいたします。

したがって、そういう連携プレーがいかにとれるかというところが一番重要かなと思うのですが、施設を開放するというのはなかなか難しいですか、武島委員。

○武島委員　　先ほど高千穂委員から立川の例が出ましたけれど、42場で地域開放しているところがどのぐらいか、数字は持ち合わせていないのですが、自治体ですので、行政財産ですから、公園として利用している、文科省の施設でもあるということもあって、事故とかそういったことを恐れて地域開放に足踏

みしているのかなという感はいたしますが、今のお話を伺って、スター選手をつくるという前提でも、先ほど申し上げたGⅢでのオリンピック準拠レースなどもやるわけですから、ぜひ小さい子供にも地域開放を進めて、競輪場を使ってスター選手になってくれればよいという思いから、地域開放については研究して、なるべく進めるようにしたいと思います。

○田川委員長　特に日本の場合、ロードレースもそうですが、自転車を自由に走らせる場所が、私は今、「しまなみ街道」のキャンペーンを両知事と一緒にやって、橋を全部開放する話をしているのですけれども、あそこへ行けばたくさん自転車の方が走っていらっしゃるのですけれども、ああいう場所が日本全国に。

伊豆の自転車をやるところはありますけれども、都内の近いところにそういう場所がないと。オランダなどに行きますと自転車のほうが優先で、歩いている人よりも自転車のほうが優先するような国もあるし、そういう場所が必要なのではないかというのが入り口論としてはあるのではないかな。

今は1台当たりの自転車が高いので、一般のアマチュアは何台も買うということではないのではないかな。最近、キャラクター付きとか、BMWの何とかとか、15万、20万、30万する自転車をお買いになっている方もいらっしゃる。ただ、家の近くに自転車屋さんが増えていませんか。私は都立大に住んでいるのですけど、10年前まで1軒しかなかった自転車屋が、今は8軒も。自転車屋が増えるというのは、そういう環境はあるのかなという感じはもっているのですけど、そういう感じはしませんか、皆さんの周りで。

どうぞ。感想で結構ですから、会長。

○豊田委員　私は商売柄、時々いろいろな車に乗って三河の山の中を走り回っているのですけれども、最近ものすごく自転車で峠道を走ってくる人たちが増えています。ですから自転車人口は増えているのではないかな。自転車屋さんも、委員長が言われるように増えていると思います。伸びる余地はかなりあるのかなという気はしますけれども、三河の山の中というのは車が少ないものですから、走りやすいのだろうと思うのですけど、増えてきているのは確かです。

それと、オリンピックに対しては目標をはっきりさせないと、選手強化でも

なかなか難しいと思います。会社でも目標をきちっと与えてやらないと達成できない。ですから、どこに目標をもっていく、どの競技で、東京に焦点を合わせるにしても、その前のリオでどこまでいって、その先に東京があるわけですから、どういう形でもっていくのが一番いいのか、競輪場を開放するというのもその中の一つだろうと思いますし、そういうところをいろいろな手を打って考えていかないと、オリンピックで勝とうというのは難しいと思います。そういうことをやっていったらいいのではないかな。

私はヨットのほうはいろいろやっているのですが、必死になって強化をやっている最中です。これは、とりあえずリオ、その次の東京と、その段階で考えているものですから、同じようなことをお願いしたいなと思います。

○田川委員長　私も、16年のリオのオリンピックの8月のXデーか最終日に「トウキョウ・ジャパン」とコールされるわけですね。それから東京が全世界に注目される。それまでにある程度準備をしておく必要があるのではないかな。14年、15年、この2年間ぐらいで、今お話しいただいたようなことを具体的に、それぞれの役割の中で決めておく必要があるのではないか。それがオリンピックのメダルの獲得につながると、こういうプロセスは、設計図を書いてみる必要があるなと思います。

ありがとうございました。

それでは、皆様から議題の(2)と(3)、まだアイデアフラッシュの段階かもしれませんが、幾つかのキーワードをいただいたと思いますので、それを大切に少し整理をしたいと思いますので、よろしくお願ひしたいと思います。

先ほどの喫緊の課題、それからオリンピックまでのいろいろな話を含めまして、事務局において今後この議論をどう活かしていくかということをお願いしたいと思います。

では、その件について事務局から最後に一言お願ひします。

○小川室長　本日、皆様方から活発なご意見をいただきましてありがとうございます。いただいたご意見は、競輪・オートレース、自転車振興、関係者の皆様にお伝えしながら進めていこうと思っています。また、個別に本日いただいたご意見を深掘りしてお伺いさせていただくこともあろうかと思いますが、何とぞよろしくお願ひします。

今後しかるべきタイミングで開催される次回会合では、改めて状況をご報告できるようにさせていただきたいと思っておりますので、何とぞよろしくお願い致します。

○田川委員長　ありがとうございました。

今、事務局からお話があって、前回、昨年3月でしたが、今日のビデオを見てもらうと、少しずつ具体的な話ができただけかな。ただ、繰り返しになりますけれども、こういう施設も経営の一翼を担っているわけで、経営課題としてもう1回整理をする部分と、イベントみたいに、この事業をどう展開するかという話と、整理整頓する必要があるかなと思っておりますし、オリンピックに向けた話は、それぞれの団体がどう動くか、この委員会のアイデアをぶつけて、そこから答えをいただくようなこともあわせてしていく必要があるのではないかと考えております。そんなことを含めまして、今日議論いただいたものを、事務局を含めましてしっかりとやっていきたいと思っておりますので、よろしくお願いしたいと思います。

それでは、本日は誠にありがとうございました。以上をもって閉会といたします。ご苦勞様でございました。

——了——