



競輪・オートレース事業での 取組状況について

平成27年7月30日
経済産業省製造産業局
車両室

1. 競輪事業 ～平成26年度の取組～ ①

1. 主要販路の電話投票（ネット販売）での更なる売上拡大

- ネット販売のみのミッドナイト競輪の開催日数を拡大。
- 提携するネットバンク銀行を拡大。
- ◆平成26年度の電話投票
売上は1421億円（全体売上の23%）で、対前年度比3.9%増
- ◆平成26年度のミッドナイト競輪
開催日数は前年度53日から133日に
売上は前年度41億円から120億円に



2. 販売時間帯（販売機会）の拡大

- モーニング競輪、ナイター競輪、ミッドナイト競輪の開催日数を拡大。
- ◆通常は朝10時半～夕方4時半頃の時間帯に競輪を開催

		平成25年度 開催日数	平成26年度 開催日数
モーニング競輪	朝9時～午後3時頃	39日	66日
ナイター競輪	夕方4時～夜8時半頃	421日	414日
ミッドナイト競輪	夜9時～11時半頃	53日	133日

3. ボリュームゾーンとして開催日数が多いF Iレースの売上拡大

- スポーツ紙媒体での宣伝を拡大。
掲載紙拡大、各場での全開催について掲載。
- 開催日程について、重複して競合することで売上減とならないように調整。
- ◆平成26年度のF Iレース
 - ・開催日数は843日
総レース2308日の36.5%
 - ・売上は約2244億円で対前年度比11.3%増
総売上約6159億円の36.4%



4. ボリュームゾーンとして開催日数が多いが不採算部門のF IIレース等での開催日数の削減による施行者の収益改善

- 最下級グレードで赤字開催となるF IIレース等の開催日数を削減。売上は低下するが収支改善に貢献。
- ◆平成26年度のF IIレース
 - ・開催日数は前年度1440日から1284日に
総レース延べ2308日の55.6%
 - ・売上は約826億円で対前年度比2%減
総売上約6159億円の約13.4%

1. 競輪事業 ～平成26年度の取組～ ②

5. 新商品としての「ガールズケイリン」の開催回数増加

- 女子選手数を増加。現在4期84人。
- ボートレースで人気の高い「オールガールズ戦」の開催（1日6レース3日間）も実施。



年度	開催日数
24	104日
25	270日
26	372日

6. 新商品としての「オリンピック競技型の競輪」を通じたPRと顧客拡大

- 2020年東京オリンピック開催に向けた盛り上がりを活用。競輪のルールとは異なる、オリンピック競技である自転車競技のルールで競輪を行う「ケイリンエボリューション」を新商品として提供。



7. 地上波TVでのCM放映による認知度拡充

- 若者向けに26年度は中村アン、27年度は柳ゆり菜を起用。高年齢者向けに「競輪人生」を訴求。



2. オートレース事業 ～平成26年度の取組～

1. 基本方針の確立と これに基づく施策の実現

- 基本方針として「オートレース事業の構造改革の方向性について（骨子）」（平成26年9月26日、小型自動車競走運営協議会）を策定。
- お客様に対する「当たる、分かる、楽しい」のコンセプトとメッセージを訴求。
- お客様との意見交換会で得られた、レース内容に関する「様々な不確定要因や不安定要因による不信感」を払拭。
各オートレース場でお客様10数名と業界関係者が一同に揃った意見交換会を複数回実施。

2. 重要な販路である専用場外車券売場の増設による売上拡大

- 既設の競輪の専用場外車券売場に併設する形で増加。

年度	開設地	累計	売上高
24	川辺、双葉	2カ所	1.4億円
25	横浜、新橋、肝付	5カ所	4.2億円
26	溝辺、中洲、石狩	8カ所	12.8億円
27	宮崎	9カ所	－

（平成27年7月現在）

3. レースの不確定要因や不安定要因の除去による売上拡大 [効果検証中]

- 品質と性能が安定化した改良タイヤを導入。
- 選手の勝ち上がり方式を着順優先に変更。
ハンデを同じ開催の期間中は固定。
試走タイムへの信頼性を強化。



4. 類似の顧客層へのPR拡大による認知度アップ

- ボートレース場やパチンコ店などで有名選手を活用したPRを拡大。



3. 競輪事業 ～今後の取組～

1. オリンピック支援を目的とした競輪の開催による売上拡大

○収益をオリンピック選手の育成・強化に充てる競輪を特別に開催し、PR効果も活用。



2. 販売時間帯の拡大の更なる推進

- モーニング競輪の開催日数拡大。
- ナイター競輪の通年販売化とこれによる専用場外車券売場等の販売拠点の活性化。
- ミッドナイト競輪の通年販売化。

◆平成26年度の開催実績

モーニング競輪	66日
ナイター競輪	414日
ミッドナイト競輪	133日

3. 新たなG IIレースの開催

- 注目度の高いG IIレースを新設。

4. オートレース事業 ～今後の取組～

1. お客様の注目度が高い開催での払戻率の一部引上げによる売上拡大

- 最上級グレードであるSG、特別G1の開催で、2連単のみ70%から80%に引上げ。

Big Race 80

平成27年度のSG・特別G1レースは、2連単の払戻率が80%にアップ!

もっと楽しいオートレースへ。

2. ナイター開催の拡大による売上拡大

- 川口オートで、消音マフラーを使用することで周辺環境に配慮して開催。



◆伊勢崎オート、飯塚オートでは既にナイターを開催。

3. 「分かる、当たる、楽しい」を実感できる分かり易いレース情報の提供によるお客様の増加と売上拡大

- 初心者向け情報提供の強化や宣伝方法の工夫によるお客様の増加。

Point 1 ハンデ10m = 試走タイム0.01秒と覚えよう。

試走タイム (100m / 秒) + ハンデ (10m = 0.01秒) = 想定タイム (100m / 秒)

Point 2 試走タイムとハンデの考え方。

選手名	S力	独走力	追い込み力	両巧拙	コース
青木 治親	4	4	4	5	イン
青島 正樹	5	4	4	5	イン
青山 周平	5	5	5	5	自在
秋田 貴弘	3	5	4	4	アウト
浅香 潤	4	5	4	4	自在
穴見 和正	4	3	3	4	イン
阿部 仁志	3	4	3	4	アウト
新井 恵匠	4	5	4	4	アウト
新井 淳	4	3	3	2	イン
荒尾 聡	5	4	4	5	イン
荒川 哲也	3	3	3	3	イン
五十嵐一夫	4	3	4	3	イン
池浦 一博	3	3	3	3	イン
池田 政和	5	5	5	3	自在
石井 大輔	4	4	3	3	アウト
伊藤 信夫	5	5	4	3	イン
岩崎 亮一	5	5	4	5	自在

4. お客様による「モニター・サポーター制度」の確立による売上拡大

- お客様にサポーター会員となって頂き、業界の取組のモニターにもなって頂くことで、顧客の類型別の特性をモニタリングし、顧客の分析・評価・管理に基づいて施策対応を行うソフトインフラを確立。

5. 競輪事業・オートレース事業 ～成長の可能性（例）～

事業としての中期経営の意識拡大

- PDCAの意識拡大。売上貢献度に基づく取組や施策の企画立案・評価など。
- 中期経営計画の策定。目先の費用削減と将来への投資との見極め。

スピード感ある形で施策を企画・実現するための業界全体としてのガバナンスの確立

プロの外部人材・資源の活用

- 事業経営、売上拡大、収支改善、顧客拡大等に関して、他の業種や事業で標準化された手法等（業務改善、売上分析、顧客分析、財務分析及びこれらの評価手法等）の導入。「経験と勘」頼りではない「科学化」。

1. 商品の魅力と販売力の強化

【商品性】

- 重勝式商品(くじ型商品)の販売強化。
- 新規性のあるレース商品の提供。

【顧客開拓】

- レースの見所が伝わる情報提供の充実。
- 魅力が伝わるレース映像の提供。
- 在日外国人や外国人観光客の取り込みとそのため環境整備。
- マンガ等のコンテンツの活用。

2. 顧客にとっての利便性の向上

- 電話投票・ネット販売を利用するお客様の利便性向上。
 - ・電子マネー等の新たな決済手段の導入
 - 経理事務の合理化、顧客サービスの拡充、顧客分析結果の活用につながる
- 「買いたい時にいつでも買える」ことを実現する開催日程の調整。

3. 各場での創意工夫や先進的な取組の奨励

- 提供する商品（レース番組）や顧客サービスの工夫。
- 他の公営競技との相互販売。
- 盛り上がる趣向・雰囲気作り。
- 施設改修等によるお客様が快適に観戦できる滞在環境の提供。
- 地元市民に親しまれるレース場づくり。
- 選手との距離感を縮められるレース場づくり。