

平成30年6月6日

産業構造審議会 製造産業分科会 車両競技小委員会
「一般社団法人 全国場外車券売場設置者協議会（全車協）」説明資料

◆説明テーマ1 「民間事業者の関与の在り方」

平成28年6月にまとめられた「中期基本方針」では、「お客様第一主義」「顧客満足度の向上」「新規顧客獲得」が謳われているが、「顧客は何に満足するのか?」「新たな競輪ファンを作るためにはどうすればよいか?」などが明確にされぬまま、今日に至っているように見受けられる。

そのような中、私ども全車協がかねてより要望していた「全国の競輪開催日程の平準化」や「同日レース間の発走時間調整」などが現在業界の活性化策として挙げられていることから、我々が把握する顧客の要望やニーズの情報提供は、業界で検討する価値のあるものと認識している。

産構審においても、「競輪場」の強み・弱み分析を行う必要性が指摘されているが、まず最初に「競輪」自体が持つ「強み（Strength:ストロングス）」、「弱み（Weakness:ウィークネス）」、「機会（Opportunity:オポチュニティー）」「脅威（Threat:スレット）」といった事を分析（SWOT分析）する必要がある。

この分析を行うためには、競輪の顧客や市場を知っておく事が前提となるが、現会議体のメンバーに加え、日々来場客に接する場外車券売場や、ネット会員の投票行動を把握している民間ポータルが参加して顧客の要望やニーズを落とし込み、しっかりとした分析を行う必要がある。その上で各種施策を計画実施しなければ、方向性を見誤って時間や費用を大きくロスしてしまう。

物事を議論するにあたって、前述したSWOT分析はもとより、ブレインストーミング法を使ってのアイデア抽出にも現場の意見は欠かせず、また企業の生殺与奪を握る事業採算性について、民間は短期・中期・長期に分類し非常に厳しくチェックを行う。これら現場を担う我々民間事業者が持つ経験や知識を会議体へ提供することは業界にとって大きくプラスに働くものと認識している。

ただし、競輪事業は公営競技である以上、業界が発注する際の金額に関わる部分や、大方針を最終決定する場面において、民間の関与については一定の線引きをしておく必要がある。

【まとめ】

- ① 民間事業者は日々現場でファンの声を聞いており、ニーズや要望を挙げられる。
- ② 民間事業者は単年度で終わらない。短期、中期、長期目線で事業を検討できる。
- ③ 民間事業者は事業採算性を念頭に置いた取捨選択を行える。
- ④ 民間事業者は公的な性格を持つ事業についての金額面には関与すべきでない。

◆説明テーマ2 「民間事業者からの財源負担の可能性」

国際トラック競技支援競輪のように、競輪選手が国際競技で活躍することは競輪界にとって大きなアピールになることから、民間事業者は一定の割合を負担し支援の一端を担っている。

既存開催のマンネリ化やPR不足により競輪の魅力が低下し、場外車券売場の売上が低迷している中、ファンにアピール材料のない目的競輪を新設しても、収益率の低い開催に置き換わるだけであり場外車券売場設置者の理解を得ることは難しい。今後財源負担を求められる場面がある際は、その負担が魅力ある競輪のアピールとなり、競輪界全体並びに場外車券売場の収益増に繋がるものであるならば、win win となり同様の負担は可能であると認識している。