

産業構造審議会 製造産業分科会 車両競技小委員会（第15回）

議事録

日時：令和2年10月22日（木曜日）10時00分～12時00分

場所：経済産業省本館17F 第2～3共用会議室

出席者

岡委員長、大西委員、絹代委員、根岸委員、古野委員、松田委員、三屋委員、山本委員  
笹部オブザーバー、木戸オブザーバー、奥野オブザーバー、入江オブザーバー、佐久間オ  
ブザーバー、安田オブザーバー

議題

1. 中期基本方針の論点
2. 中期基本方針骨子、中期基本方針関連施策

議事内容

○岡委員長　それでは、少し早いのですが、皆様おそろいになりましたので、開催したいと思います。産業構造審議会製造産業分科会車両競技小委員会を開会いたします。

本日は、御多用のところお集まりいただきまして、誠にありがとうございます。開会に先立ちまして、安居審議官から一言御挨拶いただきます。お願いいたします。

○安居審議官　皆様おはようございます。8月に上田の後任で参りました安居と申します。お世話になります。

本日はお忙しいところお集まりいただきまして、誠にありがとうございます。本年6月、この車両競技小委員会におきまして、今年度内の次期中期経営計画、いわゆる5か年計画でございますけれども、策定するということが決まったところでございます。

その中での御意見といたしまして伺っておりますのが3つございまして、1つは、近年の売上げ増加の分析を踏まえた経営戦略をしっかりとつくろうではないか。2点目は、魅力ある商品を検討すべきだと。3点目は、コロナ感染者が発生する中での、施行者によってはレースを中止したものと継続したものの、いろいろあるわけでございまして、業界としてまとまりに欠けるのではないかといたした御指摘がありまして、その辺の経営方針について

御指摘いただいたところでございます。

本日の小委員会では、中期基本方針の骨子について御審議いただきたいと存じております。今回お示しする骨子は、施行者をはじめ、関係団体等と事務局が膝詰めで議論した内容でございますので、よろしく御審議のほどお願いしたいと思います。

本日の皆様方からの御意見も踏まえまして、競輪関係者間のさらなる議論を重ねながら、今年度末の策定に向けて進めてまいりたいと考えております。

限られたお時間でございますけれども、忌憚のない御意見をいただけますと幸いです。何とぞよろしくお願い申し上げます。

○岡委員長 安居審議官、ありがとうございました。

本日は、オブザーバーの方々がいらっしゃっておりますので、御紹介いたします。全国競輪施行者協議会の奥野理事長、同入江専務、JKAの笹部会長、木戸専務、日本競輪選手会の佐久間理事長、安田専務、以上6名の方に御出席していただいております。

それから、前回御紹介させていただきましたけれども、今年度より新たに根岸委員にも就任していただいております。前回御欠席でしたので、本日、根岸委員から一言お願いいたします。

○根岸委員 皆様、初めまして、根岸と申します。プロ野球のパ・リーグのマーケティング会社に勤務しております。

プロ野球の、ここ30年～40年ぐらいでファンが非常に増えた環境、事実もございます。当然その中には失敗もあるのですが、少しでもこの競輪業界が発展してまいりますように微力ながら貢献させていただければと思っておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

○岡委員長 ありがとうございます。

では、本日の議題でございますけれども、中期基本方針骨子について議論する予定としております。範囲が広いので、2部構成で議論を進めたいと思います。第1部では、中期基本方針の論点として、業界が抱える課題なども含めて、論点を整理しておりますので、こちらを御議論いただきたいと考えております。さらに、その後、第2部では、中期基本方針骨子と中期基本方針関連施策について議論できればと考えております。

では、議事に入る前に、本日の小委員会における取扱いについて委員の皆様にお諮りいたします。事務局から説明をお願いいたします。

○三浦室長 事務局を務めます車両室長の三浦でございます。

それでは、説明させていただきます。本日の小委員会につきましては、これまでと同様にペーパーレスで実施いたします。メインテーブルの皆様におかれましては、お手元の iPad を御覧いただければと思います。オンラインで参加をしております三屋委員へはウェブでの資料の投影と、あらかじめ資料のほうはお送りしておりますので併せて御覧いただければと思います。

今回の車両競技小委員会は、事業者等のデータが入った資料を用いて議論いただくこととなりますので、企業秘密の漏えいやプライバシーの保護の観点から資料は非公開としております。議事要旨につきましては、この小委員会後速やかに公開いたします。議事録につきましては、非公表部分を除きまして、おおむね1か月以内に公開したいと考えております。また、資料の写真撮影でありますとかビデオ撮影、あるいは議事の録音は御遠慮いただくようお願いいたします。

以上でございます。

○岡委員長　今の事務局の説明について御異議はございませんでしょうか。

（「異議なし」の声あり）

ありがとうございます。

それでは、本日の議事に入りたいと思います。

では、第1部の中期基本方針の論点についてです。事務局から御説明をお願いいたします。

－事務局説明－

（非公開）

○岡委員長　三浦室長、ありがとうございました。競輪事業の現状と業界全体の構造について分かりやすく御説明していただきました。

それでは、委員の皆様から御意見、それから質問があれば質問も頂戴したいと思います。目安としてお1人当たり5分程度でお願いできればと思います。順番ですけれども、名簿順ということで、まず、大西さんからお願いいたします。

○大西委員　大西でございます。

大変分かりやすい御説明で課題も明確になっていると思います。ちょっと質問ですが、ネットでの売上が増えているとのことなので、競輪のネットでの販売の方向性などをちょっと教えていただきたいと思ったのです。

○岡委員長　では、お願いいたします。

○奥野オブザーバー 全輪協の奥野でございます。私からお答えをさせていただきます。

平成十年代に規制緩和が行われて、さらに民間を導入するということで、ネット販売業者も入ってきたということです。

ですから、経緯とすると売上げが下がる中で何とか売上げを確保しようとする中、施行者主体で入れてきたという経緯がございます。

○大西委員 そういった経緯でなのですね。民間活用というのは、もちろんいい面もあると思うのですけれども、色々な側面はあるわけですよ。

○三浦室長 そのとおりです。

○大西委員 分かりました。あとやはり、これは感想なのですけれども、うちの業界もそうなのですが、5年、10年、15年を見たら少子高齢化は絶対来るではないですか。そのときにこの競輪業界も多分今古い方がどんどんとレースからだんだんと遠ざかってしまっていて、新しい若い人が入ってこないという構造がどうしてもあると思うのですけれども、やはりそういうターゲットとしてどこに狙いを定めて、どういうプロモーションをやっていくかというのは、すごく大事なことなのではないかと思って今聞いていたのです。

あるいは、新しい人たちが今までの事例からして、どういうところに魅力を感じて、どういうきっかけで競輪を始めるようになったのか、場外であれ、ネットであれなっかというところをもうちょっと分析とか、教えてもらってやってみてはどうかということを感じました。

一方で、昨日、私たまたまAbemaTVで、前橋競輪のを23時とかふだん寝ている時間まで見ていたのですけれども、そういう努力の一部が、芸能人が出たり、モデルの人が出たりして、分かりやすく盛り上げようというところもあったものですから、以前のことから考えると、その辺のところの皆さんの御努力とかを非常に感じるどころがありましたので、その方向でやっていただければということも一方で思いました。

以上でございます。

○岡委員長 大西さん、ありがとうございます。

プロモーションのところは、絹代さんがまた問題意識をいっぱい持っていらっしゃると思います。絹代さん、お願いいたします。

○絹代委員 絹代です。

今この論点整理というのを拝見していて、今委員長からもプロモーションという話があったのですけれども、ふと思ったのは、市場調査、アンケート調査のようなものはされて

いるのかなというのを感じました。今、大西委員がおっしゃったように、今後の課題は、やはり場にどう人を呼び込むか。また、今競輪を楽しんでいる方が高齢化されているという現状がありますので、今はまだ競輪に実際にトライしていない方々にもいかに興味を向けてもらうかというところが非常に大切なのではないかと思います。

そんな中で、競輪がどう見えているのか、どんなものになら親しみやすくなるのかというのをごく一般の方の感覚を取ってくるということがかなり重要になるのではないかと思います。

また、プロモーションということなのですが、やはり競輪というものはギャンブルだけではなく、スポーツとしての魅力をどう高めるか。スポーツとしてのコンテンツとしての魅力、価値をどう高めていくかというところが非常に大切なのではないかと思います。

そういったことを考えていくと、プロモーションの中で競輪のスポーツ性、スポーツとしての競輪の魅力というものが打ち出されているのかなというのが非常に疑問です。今、世の中に出ていると思うのですが、女性が立ちこぎで上っていくCMがあって、絵としては非常にきれいなのですが、あれを見て、競輪はスポーツで楽しいから場に行こうとを感じる人はいないのではないかと。何かスポーツとしての魅力を伝えたい、もっとほかの方々にも競輪に興味を持ってもらって、親しんでほしいというのであれば、その目的に近いようなプロモーションをしていかないと厳しいのではないかと思います。

私がいつも感じるのは、ああいったCMが場に行ったら楽しかったよという、では、自分も場に行ってみようと思えるような、受け手が、ああ、ここに加わったら楽しいかもしれないと感じられるようなプロモーションでないと実際に人は動かないのかなと思います。

多分競輪を御存じの方は、競輪の魅力は知識があって、選手のラインとかそういうものが分かると奥深くなるから魅力があるというところだったのではないかと思います。ただ、今後は、そこまでに最初から入ってきてもらうのは難しいので、目の前にあるレースを応援してもらえらというような、これまでになかった切り口にシフトしていかないと、若手の方はなかなか入ってきてくれないのではないかと。

そんな中で、現状、まだちら見をされている方は、S級にどんないい選手がいるかというところも御存じありませんので、S級の選手も出場するFグレードのレースもレースとして楽しいものであれば十分魅力を感じてくれる可能性があると思うのです。ボートレース、オートレースはレースという言葉がついているのですが、競輪、競馬は、そう

いうスポーツを想起するような言葉がついていないところもありますので、何かレースが楽しいというところをもっともっとプロモーションしていったり、どんなところを変えたらみんなが受け入れてくれるのかというのを感じ取るのもいいのではないかと思います。

あと一点、モーニングは今8時半だと思うのですがけれども、例えばこれを少し時間を早めるとか、通勤前に見られるような、朝活に絡めて頭の活性化をしてみるとか、そういったほかのレースをやっていない時間帯に何か展開するという可能性はないのかなと思いました。

私からは以上です。

○岡委員長 ありがとうございます。

朝活、モーニングの8時半というのは、どういう背景なのかということ、それから一般の方々に対する競輪に関する調査を今までやっていらっしゃるのかどうかということについてお答えいただけますでしょうか。

○木戸オブザーバー JKAの木戸でございます。

まずモーニングでございますけれども、やはり朝の時間帯、通勤前の時間帯、そこら辺でも競輪の魅力を感じてもらえるようにということで、もともと競輪はミッドナイト等、夜のほうに大分力を入れてやってきておりましたので、そのネットのお客様に、今度別の時間帯でもやっていただけるようにということでスタートしました。

当初は9時ごろのスタートだったのですが、少しでも早くということで、一応今は8時半ぐらいからのスタートとさせていただいています。これはできるだけ早くしたい部分もあるのですが、やはり選手のほうも朝起きて体づくりといたしますか、ウォーミングアップをして、そこら辺の体調を整えて万全のレースをするということで、今のところその程度の時間帯でやっております。それでも選手はかなり早く起きて体づくりはする形にはなるかと思います。

あと、完全に一般の方の調査といたしますと、CMを御覧いただいたの調査はございますけれども、競輪のイメージというところではあまり行っていないのが実態だと思います。競輪場を使つての定点調査等は行っております。ただ、昨今、先ほど絹代委員からお話がありましたけれども、スポーツとしての魅力というところについては、今ナショナルチームが伊豆に完全に皆さん移って、そこでハイパフォーマンスセンターの中でトレーニングし、そして世界選等でもメダルが取れるぐらいの地位にまで来ているということで、そこら辺を今ホームページ等を使って、またユーチューブ等を使って、流し始めているところですので。ぜひそこら辺をもう少し機会を増やしてまいりたいと思っております。

あと、普通の方がより競輪の魅力を感じてもらえるようにというお話がございました。ここら辺は、今回、コロナの関係もございましたけれども、7車立てというところをより広めまして、ミッドナイト等で新規に入られたお客様方も親しみやすいというものをこの7月からやってみましたところ、お客様からは大変好評だと思っております。

これから先、この後の施策のほうでも出てまいりますけれども、おっしゃるとおり競輪は、今までの予想紙というのは非常に数字が細かく入り、予想紙のどこを見ていいかわからない部分もございました。そこら辺をもっと簡単に選手の強弱というのでしょうか、優劣というのでしょうか、あまり数字を見なくても買えるような、そんなものをちょっと展開したいということで、これからの中期の中にはそこら辺、新規の方が入りやすいものは組み込んでいきたいと思っております。

すみません、ちょっとばらばらでございましたけれども、以上です。

○岡委員長 ありがとうございます。さまざまな御努力をされていらっしゃる様子が見えがえします。

競輪のスポーツ性という話がございましたけれども、根岸委員はプロ野球にいらっしゃいますね。根岸委員からコメントをお願いいたします。

○根岸委員 根岸でございます。

私からは質問というよりも感想に近い形になってしまうのですが、今回の競輪の目的が社会還元であり、売上げを伸ばしていくことにフォーカスすることの前提で、かつプロ野球で今までやってきたことをお話しさせていただきますと、基本的に売上げというのは単価掛ける客数みたいなものでいくと思います。大西様と絹代様がおっしゃっていたことと重なってしまうのですが、私も、例えば何かのプロモーションをやるとか、何かの施策をやる、例えばネット販売業者とどうするみたいな話のときに、やはり今のお金をありがたく出している方が、例えば何の目的でとか、何に刺激されて、あるいはどういう人がという分析が必要と考えます。また、お客様のセグメントは3つの観点が必要と考えます。既存のお客様という観点。あと既存のお客様にはなっていないのですが、競輪そのものに何か興味、関心を持っていらっしゃる方、この方々は、興味、関心は持っているのだけれども、なぜベットするところまでいかないのかというところの観点。最後3つ目は絹代様もおっしゃっていましたが、世間一般の、今競輪にフレンドリーではないかもしれないが、そういう人たちが、では、競輪にどういうイメージを持っていらっしゃるのか、マーケティングのやりようがあるかどうかみたいな判断が必要かなと思っております。

ます。

ですので、まずざっくり世間一般の方々、競輪に興味があるけれども、お金は払っていただけていない方、お金を出されている方みたいな、こういった3つのセグメントで、それぞれまず客観的な分析、あるいは定点分析などをしてまいりますと、今後の打ち手のときに外れが少なくなりにくいのかなと思っております。

その上で、プロ野球の興行の観点でいいますと、私は、すみません、ギャンブルは実はそんなに好きではないので、逆に客観的に見られるのが強みかと思っておりますけれども、プロ野球というのは試合時間が大体3時間10分であります。プロ野球の主催者から見ますと、その3時間10分のライブが最大の本質的な価値なのですけれども、それを少しでも延ばそうと実は努力しているのがここ10年ぐらいなのです。試合前にイベントをやる、試合後にも何かみんなで飲んだり騒いだりちょっとできるような場を設けるということで、3時間10分を例えば5時間にしてライブの価値をちょっと延ばしていく。

さらにもっと言いますと、ライブが本質的な価値なものですから、ライブ以外のところで、試合前にどうやって楽しめるかとか、試合後にどうやって楽しめるかというのを日本のマスメディアの皆さんたちと一緒に考えてやっているところなのです。何をお伝えしたいかといいますと、野球の場合、ライブの価値が3時間しかないのです。ところが、競輪の場合、朝から深夜までされているということで、お客様との接点が自動的に長いと思いますので、もともとライブでやっているのが競輪も本質的な価値だと思うのですけれども、その接点時間が長いというのは、私から見ますと非常に魅力的でありますので、どういうお客様がポテンシャルか、既存のお客様がどういう人で、何をされたいのでしたかという話と、そういった時間軸との掛け合わせでやりますと、すごくもっと業界全体が盛り上がるかもしれないと感じた次第でございます。

以上でございます。

○岡委員長　ありがとうございます。顧客の属性、どういう人が競輪の顧客なのかというところは非常に重要だと思います。競輪にはプロ野球にないメリットがあるといううれしいお話もありました。

では、古野委員、お願いいたします。

○古野委員　おはようございます。ネットプロモーションの話もありましたので、その点についてお話ししたいと思います。

今マーケティングの世界では広く、「マス」というよりも、一人ひとりが求めている

好みや嗜好に合わせた、いわゆる「ワン・トゥ・ワンマーケティング」が主流になっていると思いますので、今全く競輪に興味を持っていない方よりも、すでに競輪に興味を持っている人、好きな人、そしてインターネットで車券を買っている人に焦点を合わせたマーケティングというのが重要かと思います。

理由は2つあると思うのですが、1つは、ネットで買うということは、当然ログが取れるわけなので、どういう人が何時ごろ車券を買っているかというのは分かるわけです。個人情報個人のもですが、傾向を知るためのデータを獲得することはマーケティング上重要です。それと2つ目は、そのサイトにログインしてきた人に対して、新しいこんなレースが出ますよとか、この時間帯はこういうことをやっていますよというレコメンドを発信する。あるいはその人がよく買うような選手の情報を流すとか。ワン・トゥ・ワンでその人が欲しい情報を欲しい時に発信していくことで、顧客として獲得していく。こういうマーケティングをすることが大事かと思います。

また、依存症対策にもなるのではと思います。「買い過ぎですよ」などのウオーニング、アラートを出していくということ、あるいはもう買えないようにするとかもできます。そういう安心感も含めてファンを増やしていき、その人のSNS等の発信などもファンの広がり期待できるかと思います。

では、インターネットだけでいいのかという話になりますと、やはり来場促進というのも当然必要なのですが、当社の事業の話で申しますと、私どもは展示会とか学会とか株主総会の運営をリアルで事業としてやっているのですが、実はこのコロナ禍でも中止にできないそういった会合は、オンラインのみで開催したりしております。ここ半年はそれで実施しておりました。しかし、ここにきて、リアルとオンラインのハイブリッドの形を求められるケースが多くなってきています。お客様のお声を聞いていますと、何とかコロナ対策をしながら、リアルとオンラインのハイブリッドで会合ができないかということでご相談を受けます。ネットで学会とか展示会をやると、リアルでの来場者より参加者は多くなります。そこに关われる人が増えていくので一定の目的は達成できるのですが、やはりリアルでの臨場感にはかなわない。やはり実際に商品を見てみたい、展示会に参加したいという方が出てきます。言いたいことはお分かりのとおり、この小委員会でのマーケティング手法としては、今伸びているネットでまずしっかりファンを増やして、ナーチャリングして、「リアル」つまり来場にその人たちを還流させていくという手法が有効かと思ひます。

以上です。

○岡委員長　ありがとうございます。ネットでまずワン・トゥ・ワンマーケティングで増やして行って、顧客基盤をつくろうと。その上でやはり場も必要で、リアルとネットのハイブリッドで、例えばリアルはショーケースだと、そこに楽しいものがある、そこにネットでみんなで見に来てくれというようなことも今後考えていく領域だと思います。

では、自治体から松田さんがいらっしゃっていますので、お願いいたします。

○松田委員　自治体から見ますと、一般会計の繰出金であるとか、特別会計で基金を積み立てていけるというのは、本当に今財源が厳しい中で大変ありがたいことなのですが、競輪事業はいわゆる売上げだけを目指していても、収益性を高めないと、この額は増えないと思うので、やはり施行者の自治体も収益性にどうコミットするかというところがすごく大事ではないかと感じました。

1つお尋ねは、先ほど施設整備にいろいろなアプローチの仕方があるということでしたけれども、単なる競輪事業としての施設整備ではなく、集客装置として、しかもファミリー層も集客できるような装置としての改修をされていて、そこで地域の経済にどれだけ貢献するかというような考えをお持ちで取り組んでいらっしゃる自治体があるように、スポーツエンターテインメントの事業展開などについて、どの程度自治体、施行者の方が関心があるのかということをお尋ねしたいのが1点です。

それと、2点目に社会還元で補助金の使い方、あるいはそのPRの仕方というところなのですが、大変僭越な言い方で申し訳ないのですが、JKA様の名刺には、「JKAは競輪の振興、競技実施及びオートレースの振興法人です」と書かれています。私たちからすると、競輪とオートレースの振興を通じて社会に還元する組織であるというような訴え方をしていただいたほうがとても分かりやすいと思います。それとそのブランド力ですが、競艇の収益を使って取り組んでいる様々な公益事業は、そこにブランド力が非常にあるのと、社会課題解決に財源を使っていくときの課題の設定の仕方がとても先進的であるので、それによってまたその財団の魅力が増しているのだと思うのです。

なので、今までのようなややルーチンで補助金を配付するというのではなく、一般の方々はどういうことに関心を持っているのかも含めて、この補助金が本当にこれからの社会づくりにつながっているのだという取組方と伝え方が鍵かなと思っておりまして、もし財団から何かお考えになっていることがあれば教えていただきたいと思います。

○岡委員長　今の御質問について、先に全輪協からお願いします。

○奥野オブザーバー 1点目の施設整備について全輪協からお答えさせていただきます。

1つは、競輪場という施設がどういう性格のものなのか、競輪を施行するための単独の施設なのか、あるいは市民なり県民のためにレクリエーションを提供する、いわゆる公園施設の一環として持っているとか、いろいろな性格があります。それによって1つ違うというのと、もう1つは、やはり首長さんの考え方。ここにはちょっと例が出ていないのですけれども、平塚市は津波が非常に危ないということで、競輪場が津波の避難施設になるというような、これはやはり首長さんなり平塚の市議会の御理解の下に実現できたことだと思います。

ですから、どういう施設整備ができるかというのは、競輪場がどういう位置づけであるのか、それから首長さんのリーダーシップ、このところにかかってくるのかなと考えているところです。

○岡委員長 ありがとうございます。では、2つ目のほうはJKAの方からお願いいたします。

○木戸オブザーバー JKAの木戸でございます。

今、御指摘がありました点につきましては、昨今、競輪の施行者ともいろいろ意見交換をしながらこの課題の解決に向けての準備を始めているところですが、御指摘のとおり、各施行者の方からもやはり今起きている話題性のあるものなどを出して、そして、もっと補助事業が役に立っていますよとアピールをしてほしいというお話もございました。そこら辺は真摯に受け止めて考えさせていただきたいと思っております。

反面、今、正直なところいただいている交付金の中から補助事業を行うのですが、以前と比べてあまり大きい額ではございません。その中で、もともと競輪の基本にございました機械工業の振興ですとか、体育の社会補助といった公益性のところ、これで社会的に弱い立場の方ですとか、もしくは今オリンピックですとか、あと中小企業の方々のいろいろな研究開発に役立つ、自分たちではなかなか施設整備ができませんので、公設工業試験研究所のところへの支援ですとか、そういったインフラの部分で続けている部分もございしますので、そういったところにもしっかりと出して事業は行っていきたいと思っておりますので、そのバランスといたしまししょうか、そこら辺はよくよく考えていきたいと思っております。

何か関心のあるものが出たときに、例えばコロナが出たときにそこにぽんと出せるような予備費をあまり多く持っていると逆にふだんの事業のほうに響いてしまうということもございしますので、そこら辺はしっかりと見たいと思っておりますが、そういった御意見もいただ

いておりますので、考えさせていただきたいと思っています。ありがとうございます。

○岡委員長　ありがとうございます。各自治体によっても状況は異なると思いますが、状況は理解いたしました。

では、今日は三屋さんがオンラインで参加されていらっしゃると思いますので、三屋さん、お願いいたします。

○三屋委員　今日はよろしくをお願いいたします。2点ございます。

1点は、ネット販売の件に関してですが、今後、このようなネット販売というのは多分進んでいくだろうと思っていますし、特にニューノーマルと言われている、今後もっともオンラインというところが進んでいくはずだと思います。

2点目です。野球もそうですし、アリーナと言われているものもそうなのですが、ほぼほぼ管理業務委託というのを民間にしています。自治体さんがあまり自分たちで運営せず、大きなインフラであればあるほど民間に委託しているというのが今の状況だと認識しています。

それは、私の傘下にありますBリーグもそうですけれども、球団でもうけるというのは非常に難しい。要するに入場料収入だけでは非常に難しい。何をするかというと、球団ではもうからないけれども、球場でもうけるという感覚があります。いかにグッズ販売をしていくか。それからバスケットボールという試合を楽しむだけではなく、それ以外、先ほどおっしゃっていましたが、その前後でいかに楽しんでいただくかというところで、自分のひいきのチームが負けたからといってもう来ないのではなくて、勝ち負け関係なしにいかに楽しんでもらうか。おかげさまでBリーグは女性のほうが入場者数は多く、51.3%を占めます。また、集客の平均年齢が36.6歳と非常に若いです。ですので、そこは競輪場に来ていただくというところの参考にいろいろしていただければ、今後いろいろそういったデータとかもお渡しできるので、ぜひ御活用ください。

それから競輪場も、今これからどんどんたくさん出ていくという傾向にあるのですが、今私たちはアメリカのアリーナを参考にさせていただいて、ボールパーク化していくというところを目指しています。つまり家族で来ていただける、それから試合がないときでも来ていただけるものをいかにつくっていくかというところを目指していますので、ぜひ競輪場もレースだけを見に来るというだけではなく、いかにそこで家族で楽しむ場にするかという視点も必要になってきて、レースをやっていないときにはただの箱物に終わらないような形をつくっていかないと、住民の方々の支持を得られないだろうと思っています。

ます。

最後に、t o t oが急激に伸びたというのはなぜかという、最初、t o t oを導入したときに5年目ぐらいに非常に売上げが減りました。そこで、知識がないと買えないt o t oから、知識がなくてもインターネットが勝手に選んでいってくれるBIGというものを導入した瞬間にもものすごい勢いでV字回復したのです。だから、車券の買い方も、ベンチマークをオートレースとかボートだけに置くのではなくて、ほかの競技やほかのプロスポーツにベンチマークを置いて考えてもいいのかなと感じています。

以上です。

○岡委員長　ありがとうございます。幾つか論点があったと思うのですが、グッズ販売とかボールパークみたいな形で、その場に行くのが楽しいというようなことも必要になってくるのではないかと。そうすると、以前から話がある肖像権をどう活用するかということも含みますので、そこら辺りもこの中計で盛り込んでいただければいいのではないかと思います。

では、最後、山本委員、お願いいたします。

○山本委員　山本です。今後のシステムとかの兼ね合いはありますけれども、多くのレースを売っていくというようなことを進めていけば、お客さんが楽しみたいレースを選ぶというニーズにもマッチするようになるのではないかと。インターネットというのは、いろいろなプロモーションをやっているのがありますけれども、逆に言えば、開催場が一覧で並んでいけば、自分が好きなところを選んで画像を見られるという状況にあります。ただ、リアルのほうはそうならないというちょっと矛盾した状況があります。なので、そういうことも含めて、専用場外とかの役割を何とか継続できるようにしていくこと、ほかの競技にない販売網を持っているというのを有効に生かすことが必要です。逆にほかの競技、またはプロスポーツでも、例えば球場の数とかスタジアムの数は限られていますけれども、有効活用に努めています。競輪場や専用場外については、これだけここまで構築してきたものは有効に使っていくべきなのではないかというのが1つ思うところでは。

あと、先ほど全輪協からもお話がありましたけれども、いろいろなところが今一生懸命積み立てたお金で改修を進めています。公園という立地があって、例えば都市公園法とか、そういう規制なども非常に難しい中で建て替えるとか改修するということをやられていますけれども、ある意味では公園施設として競輪場をどうにかしていくかということは各施

行者が非常に工夫されていらっしゃる。実際の開催日数が多いところでも100日はいかなないので、それ以外の日にちで場外発売はしているのですが、どうやってそういう施設を使っていくかというようなことはそれぞれ工夫をなされていると思います。

あと、施設全体もそうですけれども、この新型コロナウイルスの感染のことで、例えばレース数、または選手の7車立てとか、いろいろ変えてきたところがあります。ただ、実際は、それ自体は3密対策のために、選手の管理棟ですとか、宿舎ですとか、そういうところでは、その条件をうまく満たせていない状態にあると。ですので、ちょっとお客さんから見えないところではありますけれども、そういう施設面というのも業界としては考えていかなければいけないことではあるでしょう。観客席のほうも、これから3密対策を考えていかなければいけないでしょう。

ただ、従来のビジネスモデルで考えれば、民間の施設所有は、施設使用料で成り立っていますので、本場の施設使用料は本場の売上げが落ちて、昔より落ちていきますので、このままの状態だとなかなか厳しいのかなというようなことは思いました。

ちょっと長くなりましたが、以上でございます。

○岡委員長　ありがとうございます。

これまで多くの論点を出していただきました。これらは今後、計画をつくるなかで盛り込んで頂ければと思います。それでは、現段階で想定している中期基本方針骨子と中期基本方針関連施策について、後半は第2部について議論していきますので、まず御説明をいただけますでしょうか。奥野さん、お願いいたします。

ー全輪協、JKA説明ー

(非公開)

○岡委員長　以上ですね。どうもありがとうございました。

それでは、今、御説明いただきました骨子と関連施策について、委員の皆様から御意見を頂戴したいと思います。今回は先ほどより少し短めのお1人3分ぐらいで御発言いただければと思います。

では、また大西さんからお願いしてよろしいですか。

○大西委員　いろいろと御説明ありがとうございました。本当は私たち企業経営の立場からすると、ちょっとゆゆしき問題なのですよ。だから、この辺のところをもうちょっと課題を掘り下げていただいて手を打たないと、私たちはこのままでは競輪があるものとして話して、発展させようと思って言っているのだけれども、本当はもっともう少し上の

というか、俯瞰的な立場でいうと、いろいろな公営のこういった活動の中で、何で今これをやらなければいけないのだとか、さっき言った少子高齢化の中で、成長性とか発展性だとか、地方自治体の施行者の皆さんも含めて、本当にこれはうれしいのということを見なければいけないと思うのです。

だから、私もこの委員になって初めてこれを頑張ろうと何とか守り立てる気持ちになっているのだけれども、それはここにいるからであって、もうちょっと客観的に冷静に見たときに、企業経営の立場からすると、これはやめれば良いだとか、ここにこんなにお金とか資源を使って、これからどうするのかというようなことを言われてもしようがないというようなことがあるかと思います。だから、今後5年ぐらいの取組が1つキーになるかなというようなこと。

あとやはり施行者、地方自治体と中央のJKAさんとの連携がすごく大事になると思っていて、多分これは実は私たちもあるのですけれども、どうしてもコンフリクトというか、対立関係になる場合があるのです。一緒にやっついこうとなるのだけれども、いろいろなプロモーションとかを含めて何も出てこないと片一方は言うし、片一方は施設を早くきれいにしてくれないとできないとかがあったりするし、泥くさいことがいろいろあるのです。だから、この辺のところは私たちの業界だと、本当に地方の施設の方、県の方だとか、施行者の方と膝を突き詰めてどうしていくのが大事かということ、私たちの場合は、例えば専任の人を設けて、コミュニケーションをずっと密にして、こういうところはこういうことをやっているから参考にしたらどうなのとか、各地方の取組なども共有したり、餡とムチか何かで片一方にはインセンティブを持ってもらったり、いろいろなランクをつけてあなたのところは遅いから、成績が低いから駄目だと言ったり、そういうことを上手に絡めながら、一緒になって守り立てていくというような施策も大事かなと思って聞いておりました。

以上でございます。

○岡委員長　ありがとうございます。この5年ぐらいの取組が今後の競輪事業にとってキーになるというお話でございました。

では、絹代さん、お願いいたします。

○絹代委員　時間も限られているので、私からは見せ方とか、そういったところに絞ってちょっと意見を述べさせていただこうと思います。

先ほどの私の発言にかぶる部分もあるのですが、やはり今競輪の課題は、スポーツ性の

価値を高めるところ、また、ゲーム性であったり、エンターテインメント性を高める、いかに皆さんに楽しんでいただける、魅力のあるものにするというところではないかと思えます。

そちらにポスターも飾ってあるのですが、私が何年間か、十何年か分からないですけども、見ていてもやはり競輪のイメージは全く変わりません。恐らくJKAの中とか、競輪ファンの中では変わっているのだと思うのですが、外から見ると、やはり見せ方が変わっていないのです。現状、新しい顧客を得たり、また場を盛り上げようというときに、抜本的な改革が必要だと私は感じています。その中で250競輪というのは、私は非常に期待しているんですけども、例えば世界基準のバイシクルレースで、ベースドオン競輪スタンダードみたいな、そんな形で競輪選手が入ってくるのではなくて、レーサーたちがレースをするみたいな、全く違う見せ方をするぐらいの変化があってもいいのではないかと感じました。

先ほどから肖像権であったり、映像のコンテンツという話もいろいろ聞こえてくるころなのですが、やはりそういったコンテンツに価値が出るのは、その肖像になっている選手がどれだけ人の気持ちを引けるか、その選手のビジュアルにどういう価値があるかというところだと思います。やはりそういう意味で、もっと選手たちに照準を当てていくというところもあると思いますし、例えば中継映像をどれだけいいものにしていくかということで、自転車のレースだと恐らくツールドフランスとかロードレースが主流になってくると思います。こういったレースの映像は、例えばスポーツバーで流されていたり、映像としても皆さん見ていて気持ちいいもの、それも実はどんどん進化していて、例えば選手たちがカメラをつけて、選手たちの目線からどのように見えているかというのも流しますし、また、今は選手たちの心拍データやワット数がどのように変化しているかというのも同時進行で見せています。そういったところを通じて、この上りをどれだけのワット数で駆け上がる、すごいというのを見ている人間が感じたり、競輪もそういったことはすぐにはできるのではないかと感じます。

あとは、コロナを受けまして、バーチャルレースが盛んになりました。実は先週ジャパンカップというレースもバーチャルで行われたのですが、各チームの選手たちがインターネットにメーターをつなぎまして、世界からも参戦する形でバーチャルのレース会場の中で選手たちが競っていくのです。選手たちのパワーレーションみたいなものが出てきたりというところで、こちらはスポーツというよりもエンターテインメントやゲームに振った

ところなのですが、もしかしたら競輪もそういうバーチャルレースをいろいろな日本中の選手たちが、今までは実現し得なかったようなレースもそれのできるかもしれません。そういった例えばインターネットを通じて見ることを楽しめるゲーム性、エンターテインメント性を高めるということと、選手たちのスポーツ性、スポーツ選手としての魅力を高める。こちらを2本柱でできないかと思いました。

私からは以上です。

○岡委員長 ありがとうございます。では、根岸さん、お願いいたします。

○根岸委員 根岸です。御説明ありがとうございました。

私からは先ほど申したものに若干かぶりますけれども、ポテンシャルのお客様がどうかというのは調べる必要があるかなと思っています。この10年、20年の動きですと、例えばパ・リーグの20年前と若干かぶる部分もあったりするのですが、単価掛ける客数みたいなところでいきますと、きっと客数のところが想定ですけれども、減少しているのかなと思います。

客数を上げるためには、もちろんだというものが求められているとか、どういうものをやらなければいけないのかというのは当然考えなければいけないのですが、その辺を把握した上で、パ・リーグの事例からいきますと、客数を増やすための施策の案として2つございます。

1つは、地域性、ローカル性みたいな話でございます。競輪の場合は、比較的チームで組んでやっていたり、各場が全国に散らばっていたりというのは私から見ますと強みに見えます。パ・リーグの場合、とりわけローカルの球団がなぜ成功したのかというのは、シンプルに分かりやすく自分の地元だからとか、自分の生まれ育った地域とか、何らかに関連があるからということでもあります。そういった日本人の特性なども踏まえまして、ローカル性、地域性みたいなものをもうちょっと打ち出すのも一考かと思えます。

掛け合わせで、パ・リーグの場合、とりわけそういった地域性と絡む部分はあるのですが、では何でパ・リーグのコンテンツを見ていただけるのだということ、もう一個は選手そのものの部分もやはりございまして、ですので、今後、選手をどうブランディングしていくかみたいな話も客数を増やすに当たってはすごく重要になっていくのかなと思いました。

私からは以上でございます。

○岡委員長 ありがとうございます。地域性、ローカル性、それから選手そのものの価値を上げるというお話でございました。

古野さんをお願いします。

○古野委員 はい。eスポーツの話をさせていただきますと、実は私どもは“esports port(eスポーツポート)”というeスポーツのプラットフォームを事業としてやっております。コロナで8月は中止になったのですけれども、“Piece×P(ピースバイピース)”というeスポーツの大会なども運営しているのです。若年層の取り込みというか、ややもすると若い人と接点の少ない企業がこのeスポーツというものに参画して、事業として若者を取り込むということをされています。そのプラットフォームを提供しています。

日本は欧米に比べるとまだまだeスポーツの分野は遅れているので、今後大きく拡大の余地があります。私が検索して調べた範囲内では、競輪に関するeスポーツの具体的なゲームとかは見つけれなかったのですけれども(あるのかもしれませんが)、ゲームを作ってしまうのかどうかというのは別としましても、ここの分野で競輪に興味を持つ若い人を増やしていくというのは、1つの方法としてはあると思います。いずれにしてもインターネット上ということにはなりますが、先ほどの私が申し上げたことと関連して有益な施策ではないかと感じました。

以上です。

○岡委員長 ありがとうございます。eスポーツについては、今後余地があるような気がいたします。

では、松田さん、お願いいたします。

○松田委員 ありがとうございます。先ほど絹代委員からスポーツとテクノロジーの融合の御提案があって、まさに地方自治体でこういう事業をやっていく中で、身近なところでそういうテクノロジーが活かされていくということを実感できる事業でもあるということを実感しましたので、そのことによってまた地域でのいろいろなイノベーションが生まれたり、そういうことを身近に体験する若い人たちが増えるということにもつながりますので、そういう取組もぜひ積極的にやっていただけたらいいのではないかと思います。ありがとうございます。

○岡委員長 ありがとうございます。

では、三屋さん、お願いいたします。

○三屋委員 早くできる施策はどんどんやっていってしまって、前倒しでやれる施策はやっていったほうがいいと思ったのと、eスポーツもそうなのですが、5Gでどんどん手のデバイスでいろいろなことができるようになってきたときに、では、競輪はそれに対

して何か対策を打つのか打たないのか。例えばもう5Gの、スマホでVRをつけたらまるでバンクにいるような状況ですぐ近くを競輪の選手がばあっと走っていくというのを可能にするための例えばそういう臨場感をVRでやったら、実際競輪場に行ってみようかなと思うと思うのですけれども、そういう対策は打つようにしているのかとか。あと5Gだとマルチチャネルのシステムが出てくるので、家にいながら幾つかの競輪場を調べることができる。それに対する対策は取れていらっしゃるのでしょうか。というのは、そういうところがちょっと抜けていらっしゃったので、もう導入が始まっている5Gに対して、いかに対策を打っているかというのがちょっと見えなかったもので、そこだけちょっとお聞きしたいと思いました。

以上です。

○岡委員長 ありがとうございます。5Gについてコメントはありますか。——今日はなかなか難しそうでございますので、そこはしっかりと次期の5か年の中で対応していかれると。うなずいていらっしゃいますので、三屋さん、期待していただければと思います。

では、山本さん、お願いします。

○山本委員 ほかの方も挙げていただいていたけれども、eスポーツというのがすごく親和性があるのではないか。これまでも体験的なシミュレーションというのは、実は関係している民間企業とかが作ったりして、乗車体験みたいなものとか、あとスピードを計測するようなことは選手の協力の下、行われていることは私も知っているのですけれども、それがもっと家でもできるとか、通信でできるという状況をうまく使えばいいのかなと。それが先ほどVRの話もありましたけれども、自分自身がそういうことを疑似体験できるというのは、1つ興味を持つきっかけにもなりますし、あと今の競輪のレース形態をそのまま再現するというのは結構難しそうな気もするのですが、1つは、例えば今度、250の場合はやや競技性が高くなると思うので、その辺り、私もゲームを作る人ではないので、よく分からないのですが、いろいろな方法は考えながら何か試してみるというのは1つあるかなと思います。

それがプロモーションのところでも、そういうところでそういうものも含めて、あとリアル映像とどう絡めるかというのがありますけれども、そういう露出というか、そういうものを体験していくということを通じて、結果として来場であるとか車券を買ってもらおうということにつながっていけばいいのかなと。

その他のところについては、最初のところで申し上げたことも触れられておりますし、

そこをどこまで深く入れていただけるかということはあると思いますので、同じということではいいかなと思っております。

以上です。

○岡委員長　ありがとうございます。次の5年となると、ネット、eスポーツ、5G、その領域の話が真ん中に来る、そういう時代になりますので、この中計をつくる体制も、ここにいらっしゃる年代の方だけで作れるのかということもございます。計画の策定体制についても少し考えていかなければいけないという印象を持ちました。

本日は大変有意義な御意見を多数いただきまして、誠にありがとうございました。

私からもコメントをさせていただければと思います。

個別最適と全体最適という点でございます。これまでは各施行者の個別最適が足し合わされることによって、全体ができ上がるという構造にあったと思いますけれども、右肩上がりの時代は過ぎましたので、これからの時代は個別最適を足し上げて全体最適にはならない。そうすると、今後は先に全体最適の議論を行ってから個別に目を向ける必要がある時代に入っているということです。全体の話をするうえでは、まず各施行者とか関連団体の組織の壁を取り払うことが必要となります。各組織が持っている設備とか販売チャネル、販路は皆でお互いに活用して、収益の適正化を図っていくという姿勢が必要なのだろうと思います。

例えば、設備が老朽化すると大規模改修が必要だという話が今後本格化してきます。仮に一つ一つの施設の稼働率がそれほど高くない、そうだとしたら、特定の施設に投資を集中させて、その施設を複数の施行者で活用して収益を上げるとか、競輪全体の施設の効率性を図るというような視点も必要になってくるのだと思います。このところは歴史的な経緯もあって、言うは易し行うは難しだと思いますけれども、発想の転換を迫られている時期にあるのだと思います。

私からのコメントは以上でございます。最後に、事務局からお願いいたします。

○三浦室長　岡委員長、委員の皆様、本日は誠にありがとうございました。

今日の委員会は私の目から見ましても、競輪業界にいるとなかなか意識できないような大所高所からの視点でありますとか、今まで競輪業界が向き合ってきた視点から有意義な御意見とか御示唆を頂戴したと思います。

今後でございますけれども、11月から競輪業界内で膝詰めの議論を行いまして、先ほど大西委員からも御指摘がありましたが、現場にちゃんと落ちていかないと戦略を立てても

全く無意味なものになってしまいますので、きちんと現場でこれが展開できるよう落とし込んだ上で中期基本方針として取りまとめまして、来年3月になりますが委員の皆様にご議論いただければと考えております。

具体的な日程につきましては追って調整させていただきますので、引き続きよろしくお願いたします。

○岡委員長　ありがとうございます。少し早く始めましたので、少し早く終わります。

以上をもって小委員会を閉会といたします。どうもありがとうございました。

——了——