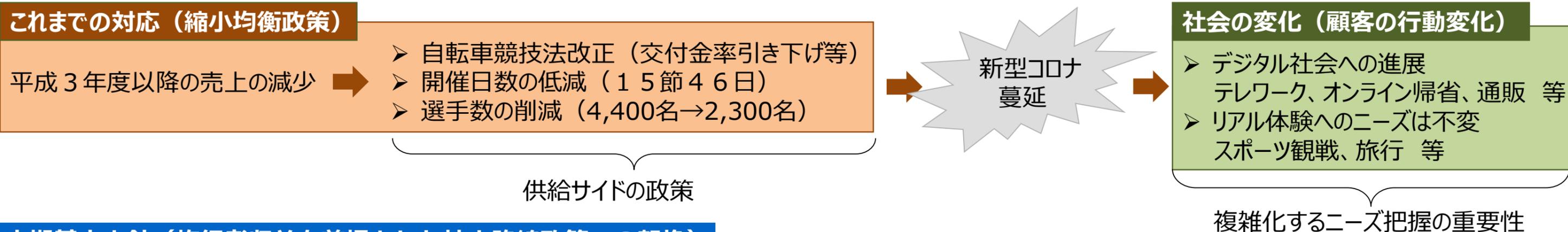
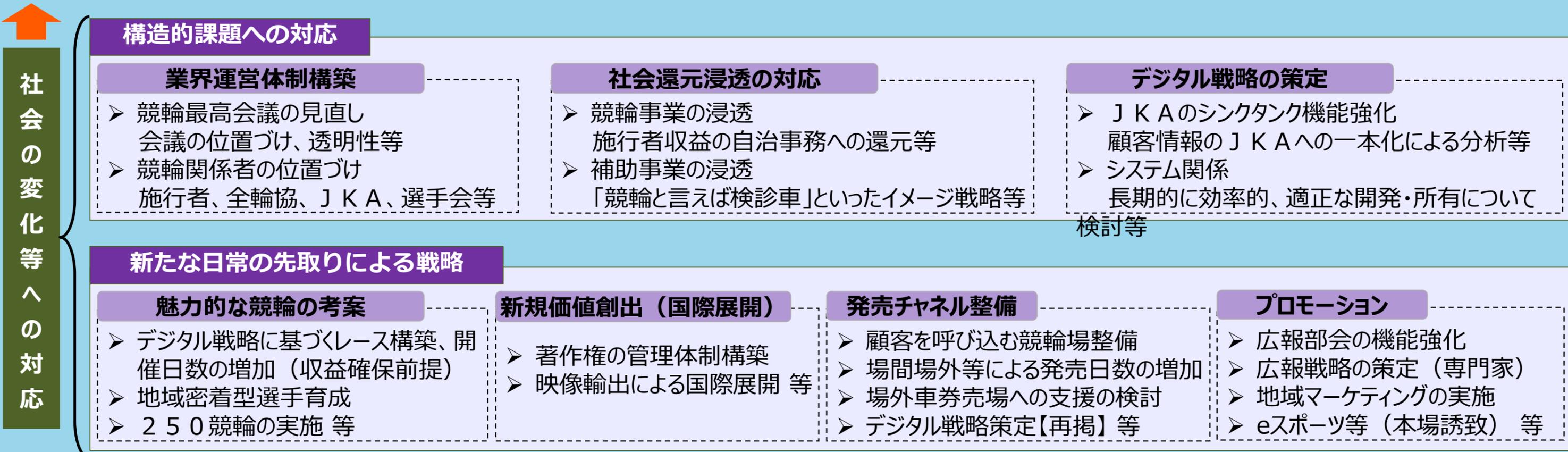
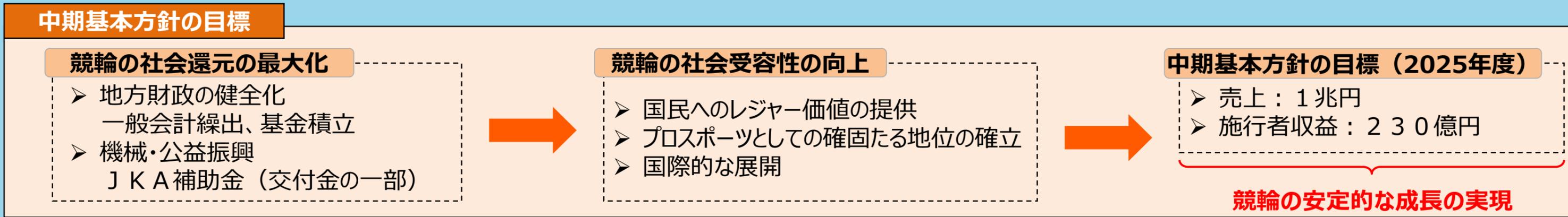


■ 中期基本方針においてあるべき競輪業界像を描き、2025年度までに、競輪の目的である「社会還元の最大化」を通じた競輪の社会受容性（レジャー価値の提供、プロスポーツとしての地位確立、国際展開）の向上を目指し、施行者収益の確保を前提に縮小均衡政策から拡大路線政策に転換により競輪の安定的な成長を図る。



中期基本方針（施行者収益を前提とした拡大路線政策への転換）



中期基本方針の工程表【イメージ】

概要

- カテゴリーを大・中・小に分類分け。大分類は、「構造的課題への対応」と「新たな日常の先取りによる戦略」の2つに大別した上で、「競輪関係者、最高会議等の位置づけ」、「競輪事業の社会還元の浸透」、「デジタル戦略」、「魅力的な競輪の考案（商品開発）」、「新規価値の創出（価値・価格の向上）」、「発売チャネルのインフラ整備（販路開拓）」、「顧客と競輪の接点拡大（販売促進）」の7つに分類。
- 各分類については、1～2年で取り組む施策（ステップⅠ）、3～4年で取り組む施策（ステップⅡ）、5年で取り組む施策（ステップⅢ）の時間軸に基づき実施。

カテゴリー	ステップⅠ (1～2年)	ステップⅡ (3～4年)	ステップⅢ (5年)	
【大分類】 構造的課題への対応	<ul style="list-style-type: none"> ○競輪最高会議の位置づけの明確化 <ul style="list-style-type: none"> ・施行者、全輪協、JKA、選手会の位置づけの明確化 ・競輪最高会議の運営見直し ○全輪協の運営体制の見直し <ul style="list-style-type: none"> ・各委員会のWEB会議での開催 ・施行者との意思疎通の迅速化 			
	<ul style="list-style-type: none"> ○中期基本方針実施のフォローアップ <ul style="list-style-type: none"> ・競輪最高会議において中期基本方針の工程表に基づく当該年度の推進項目を確認し、各団体で諮った後、関係団体及び施行者間で認識の共有を図る。 	<ul style="list-style-type: none"> ○中期基本方針実施のPDCA実施 <ul style="list-style-type: none"> ・当該年度の推進項目を確認し共有 ・前年度における実施状況等の確認・改善 	<ul style="list-style-type: none"> ○中期基本方針実施のPDCA実施 <ul style="list-style-type: none"> ・当該年度の推進項目を確認し共有 ・前年度における実施状況等の確認・改善 	
	<ul style="list-style-type: none"> 【中分類】競輪関係者等の位置づけ 			
【中分類】競輪事業の社会還元の浸透	<ul style="list-style-type: none"> 【施行者収益】 ○JKAのシンクタンク機能強化【再掲】 <ul style="list-style-type: none"> ・各場の損益分岐点の分析に基づく、開催日数、発売日数の増加 等 【補助事業】 ○競輪と補助事業のブランディング化 <ul style="list-style-type: none"> ・競輪と言えば「検診車」等の競輪と社会還元の関連づけ ○補助メニューの掘り起こし <ul style="list-style-type: none"> ・地方ニーズを踏まえたメニューの掘り起こし ○補助事業の説明会実施 <ul style="list-style-type: none"> ・各地で説明会を実施し、補助申請件数の増加と補助事業の周知を図る。 			
【中分類】デジタル戦略の策定	<ul style="list-style-type: none"> ○JKAのシンクタンク機能強化【再掲】 <ul style="list-style-type: none"> ・民間ポータル等の顧客情報の一元化 ・デジタル戦略の構築 ・各場の損益分岐点の分析 ・開催日数、発売日数の分析 ・効果的、適正なシステム運営体制の検討 等 			

中期基本方針の工程表【イメージ】

カテゴリー		ステップⅠ (1～2年)	ステップⅡ (3～4年)	ステップⅢ (5年)
【大分類】 新たな日常の先取りによる戦略	【小分類】 レース関係	○現行試行施策の本格実施に向けた検討 ・オール9レース制ミッドナイト競輪 ・ミッドナイト競輪2場完全競合開催 ・Gグレードのナイター開催日数増加 ・モーニング競輪の開催日数増加 ・オール7車立開催 ・ガールズケイリン多レース制、開催日数増加、特別開催の新設	○売上状況、顧客ニーズ、潜在ニーズ等を勘案した開催枠組の見直し ＜共通＞ ・開催日程、時間帯の最適化 ＜Gグレード開催＞ ・グレードレース開催体系の整理 ・GⅠ・GⅡ開催場決定方法の見直し ・GⅢ活性化策の検討 ＜Fグレード開催＞ ・ミッドナイト競輪3場競合開催の検討 ・モーニングからミッドナイト競輪までの恒常的な開催 ・対戦システムの見直し（F開催の一本化等）検討 ＜その他＞ ・200名体制以降のガールズケイリンの位置づけ ・新規企画単発レース	
		○新たな試行施策の実施に向けた検討 ・リレーGⅢ開催		
		○新型コロナ等を踏まえた開催形式(無観客)の検討 ・モーニング競輪、昼間開催、ナイター開催		
	【中分類】 魅力的な競輪の考案(商品開発)	○250競走の実施 ・外国人選手の招聘等の活用	○250競走から得たショーアップ(ユニフォーム、音響、照明等)を現行競輪へ展開	○250競走の拡大の検討
		○発走時刻の全国調整の拡大の検討	○発走時刻の全国調整の拡大の検討を踏まえた調整	
		○発売締切設定時刻と出走設定時刻間の短縮の検討		○発売締切設定時刻と出走設定時刻間の短縮
		○成績優秀者のデビューを他選手より早めることの検討	○250競輪から得たショーアップ(ユニフォーム、音響、照明等)を現行競輪へ展開【再掲】	
	【小分類】 選手関係	○お客様に分かりやすい車番設定		
		○地域密着型育成 ・各地域に密着した競技者や選手の発掘、育成(日本トップレベルのトレーニング理論の共有等) ・各競輪場のバンク開放等		

中期基本方針の工程表【イメージ】

カテゴリー		ステップⅠ (1～2年)	ステップⅡ (3～4年)	ステップⅢ (5年)	
【大分類】 新たな日常の先取りによる戦略	【中分類】 新規価値の創出 (価値・価格の向上)	○レース映像活用事業の推進 ・国内民間事業者への有償提供、海外展開			
	【中分類】 発売チャネルのインフラ整備 (販路開拓)	【小分類】 本場・場外関係	○場内環境美化の推進		○競輪関連施設の地域ユティリティ施設への展開 ・多目的利用施設設置の推進 ・災害時の拠点、備蓄倉庫の設置等の推進
			○施設整備等協賛競輪の実施	○競輪場における多併売化の推進	
			○非常時における場外車券売場への支援の検討		
			○場外車券売場担当者への研修実施・事故時の管理体制構築		
	【小分類】 ネット投票関係		○飲食店でのネット会員拡大推進活動		
			○民間ポータルサイトの位置づけ		
			○民間ポータルサイト担当者への研修実施・事故時の管理体制構築		
	【中分類】 顧客と競輪の接点の拡大 (販売促進)	【小分類】 広報戦略の構築	○戦略的広報宣伝戦略の構築 ・外部専門家による基軸となる戦略の構築		
		【小分類】 イベントの展開	○飲食店でのネット会員拡大推進活動【再掲】	○eスポーツ体験を通じた競輪への興味喚起	
【小分類】 コラボレーションの推進		○インフルエンサーを活用した検証系等の無料動画配信	○eスポーツ体験を通じた競輪への興味喚起【再掲】		