

産業構造審議会 製造産業分科会 車両競技小委員会（第17回）

議事録

日時：令和4年5月26日（木曜日）14時30分～16時30分

場所：経済産業省別館 2階第231会議室及びオンライン開催

出席者

三屋委員長、大西委員、絹代委員、根岸委員（web参加）、松田委員（web参加）、山本委員（web参加）

岩城オブザーバー、奥野オブザーバー、佐久間オブザーバー、笹部オブザーバー

議題

1. 競輪・オートレース業界の現状
2. 競輪中期基本方針の進捗状況
3. 女子レースの展望
4. オートレース中期基本方針の進捗状況

議事内容

○三屋委員長　それでは、定刻となりましたので、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、誠にありがとうございます。会場には大西委員、絹代委員、業界関係者の皆様、オンラインで根岸委員、松田委員に御参加いただいております。山本委員は、所用により遅れてオンラインで御参加いただくことになっております。

　開会に先立ちまして、藤木局長から一言御挨拶いただきます。どうぞ。

○藤木局長　製造産業局長の藤木でございます。今日は、お忙しいところ御参加いただきまして、誠にありがとうございます。

　本日でございますが、まず事務局のほうから競輪・オートレース業界の現状と新しい取組について御報告をさせていただきます。それから、昨年3月に業界で策定しました競輪・オートレース中期基本方針の進捗、それから10周年を迎えます競輪女子レースなどに

ついて業界から報告し、その後いろいろ御討議いただければと思っております。

昨年の3月のこの小委員会で中期基本方針について御審議いただいて取りまとめられたわけですが、そこでは競輪については売上げ1兆円に向けての5か年計画ということで立てたわけでありまして、後で御報告申し上げますが、1年を経て実は1兆円に近い数字まで迫っております。オートレースにつきましてもこういった今の状況を御報告申し上げます、今後の目標あるいはさらに取り組むべきこと、こういったことについて御討議いただければと思います。

それから、前回、去年の3月のこの小委員会では、女子選手による競輪の在り方について、ネーミングも含めて女子選手がリスペクトされるような、そういう存在になれるように検討すべきだというお話がございました。業界のほうで様々検討を進めてまいりましたので、その状況についても御説明をし、改めて様々御指摘いただければと思う次第でございます。

まさに長らく売上げが低迷していたわけでありましてけれども、競輪・オートレースともに売上高が伸びているという状況に何とかこぎ着けております。これはインターネットでの売上げが大きく伸びているということによるわけでありまして。そういう意味で、これまで地域規模でプロモーションしていけばよかったということから、やはり全国規模でのプロモーション、そういったことも十分視野に入れていかなければいけない等々、様々な事業環境の変化があるというふうに思っております、ますますこの小委員会で皆様から、大所高所から御意見いただくということの重要性が増しているというふうに思っております。今日いただきます御意見をきちんと受け止めまして、業界、政府を挙げてしっかりと取り組んでまいりたいと思っておりますので、ぜひ忌憚のない御意見をいただければと思います。

今日は限られた時間でございますが、ぜひともどうぞよろしくお願い申し上げます。

○三屋委員長 藤木局長、ありがとうございました。

本日の議事については、議題(1)として競輪・オートレース業界の現状と課題について事務局からの説明の後、委員の皆様にご議論していただきます。その後、業界から、議題(2)として競輪中期基本方針の進捗状況について、議題(3)として女子レースの展望、議題(4)としてオートレース中期基本方針進捗状況についてのそれぞれを業界関係者の皆様にご報告いただき、その後、委員の皆様にご議論していただきます。このため、オブザーバーとして全国競輪施行者協議会・奥野理事長、日本競輪選手会・佐久間理事長、JKA・笹部会長、全国小型自動車競走施行者協議会・岩城事務局長の、業界の関係者の皆様にご出席いただ

いております。

それでは、議事に入る前に、本日の小委員会の取扱いについて、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、御説明させていただきます。

本日の小委員会でございますが、これまでと同様にペーパーレスで実施いたします。メイnteーブルの皆様におかれましては、お手元の i P a d と目の前のスクリーンで資料を御覧いただければと思います。オンラインで御参加の根岸委員、松田委員、山本委員におかれましては、事前に事務局からお送りしております資料をお手元で御覧ください。

資料は、議事次第、委員名簿、座席表、資料1としまして競輪・オートレース業界の現状と課題、資料2としまして競輪中期基本方針進捗状況について、資料3で女子レースの展望、資料4でオートレース中期基本方針進捗状況についてとなっております。

本日の資料及び議事内容は公開され、委員会の模様はインターネットで中継されております。議事要旨につきましては、小委員会後速やかに公開し、議事録につきましては、委員の皆様の中身をチェックしていただいた後、1カ月以内に公開したいと考えております。

以上でございます。

○三屋委員長 ありがとうございます。今の事務局の御説明について、御異議ございませんでしょうか。

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。

議題(1)の競輪・オートレース業界の現状と課題について、事務局から説明をお願いいたします。

○三浦室長 そうしましたら、i P a d で「競輪・オートレース業界の現状と課題」の資料を御覧いただけますでしょうか。

1ページ目でございますけれども、競輪全体の売上高と営業活動収益額の推移をグラフで表してございます。左側が売上げでございます。

折れ線グラフで一番上がJ R A 中央競馬、オレンジ色がオートレース、折れ線グラフの青が地方競馬の売上額の推移となっております。棒グラフが競輪となっております、今、競輪の令和3年度の売上げは9,646億円の売上げとなっております、ほぼほぼ地方競馬と同じレベルになってございます。オートレースの伸びがここ数年非常に際立っているという状況にございます。

右側の営業活動収支を見ていただきますと、令和2年度で271億円ということで、売上額の伸びほどではないのですが右肩上がりの状況になっておりまして、折れ線グラフを見ていただきますと赤字施行者は今ゼロの状況でございます。

これを受けまして、次の2ページ目でございますが、各施行者の営業活動収支、競輪事業でどれぐらいもうかっているかというのが棒グラフで横に並んでおります。今、赤字の施行者はおりません。濃淡はありますけれども、全て黒字を出しているという状況でございます。

その下、支出の内訳の棒グラフでございますけれども、一番下のブルーの帯のところ、本来の競輪事業の目的であります一般会計の繰り出しでありますとか収益分配金なのですが、ここのところに支出されている自治体というのはまだ少ない状況でございます。一方で、オレンジ色あるいはえんじ色のところは競輪場の施設改修のために支出しているという状況でございます。右側のほうに紫色、黄緑色の帯がございますが、こちらは大規模な施設改修をすることによりまして地方債などを発行した支出になってございまして、総じてどの施行者も売上の回復に伴いまして競輪場の改修に資金を充てているということがこれでお分かりいただけるかと思えます。

次のページでございますけれども、今、施行者が力を入れています競輪場の施設改修について1枚スライドを用意してございます。施設改修ですけれども、来場者数の減少に伴いまして観客スタンドの規模を小さくして、その分を別の施設に転用するというのが一般的な動きでございます。下の写真にございますとおり、ホテルの併設、プレイグラウンドやBMXエリアの併設といったようなことで、競輪以外のことで収益につなげていくといったような動きになってございます。また、競輪施設の改修の観点では、コロナ禍でも安心して競輪が開催できる施設であったり、女子競輪が盛んになっておりますので、男子と女子が一緒の施設で開催されておりますので、男女それぞれが力を十分発揮できるような環境を整えていく施設整備に取り組んでいく必要がございます。

次の4ページ目でございますが、横文字で「KEIRIN」と書いてございます。オリンピックや世界選手権など、国際自転車競技連合の基準に準じた「250競走」が令和3年10月より千葉市でスタートしております。この取組によりまして、国際スポーツとしての地位向上を図るといったようなこととか、エンターテインメント化によって新たな顧客を獲得するといったところを目指してございます。

また、国際大会で活躍する選手を輩出するために、強化指定選手に対して競輪業界から

奨励金を支給するなどして支援しております。

更に、千葉の250競走の開始に合わせまして、「一般財団法人日本サイクルスポーツ振興会（略称JCSPA）」をJKAのほかに初めて競技実施法人として指定してございます。

今後の課題でございますけれども、東京オリンピックの会場となりました伊豆ベロドロームを活用して250競走を開催するか否かが課題になってございます。

5ページ目は、コロナの選手と従事員の感染者数を月ごとに表したものでございます。上が競輪、下がオートレースになってございます。残念ながら競輪選手、感染の波に応じて感染者がそれなりの数出ておりまして、特に第6波になりましてその数が増えております。業界ガイドラインでは、競輪の開催中に参加している選手なり従事員が陽性となった場合には、その節をその時点で中止するという厳しい措置を取っております。これまで1月7開催、2月8開催と中止になっている節がございますが、安全を確保しながらこれらを中止にせずいかに継続していくかといったところが課題となっているところでございます。

続きまして6ページ目、2025年、大阪・関西万博が予定されているわけでございますけれども、万博に協力するため、競輪業界として資金的に協力していくということで、協賛競輪を開催して資金を集めて寄附をしていくことと、もう一つはJKAの補助事業を通じて協力していくということで、先日5月8日に博覧会協会から競輪三団体に協力要請文を手交いたしました。

続きまして7ページ目、オートレースの状況についてですが、競輪と同じように売上高と営業活動収支額で左右並んでございます。左側の売上げを見ていただきますと、オートレース、令和3年度1,033億円ということで、上の競輪の9,646億円に比べますと9分の1の規模でございます。傾向としては同じで、売上げの大半をインターネット販売が占めているということでございます。右側の営業活動収支を見ていただきますと、こちらも赤字の施行者はおりませんで、令和2年度22億円の営業活動収支となっており、徐々に回復しているという状況でございます。

8ページ目、施行者ごとの収支分析をしておりまして、上がオートレースでの営業収支の棒グラフになってございます。浜松が少しへこんでおりますのは、浜松オートレース場はナイター設備がないものですから、売れる時間帯の夜のレースができないということが理由です。

下の支出内訳を見ていただきますと、これも競輪と同じでオートレース場の改修にどの

施行者も今お金を注いでいるということ、また、右側の飯塚市と山陽小野田市の紫色のところは、これまで赤字開催をしてきたその借金の返済に今一生懸命お金を充てているという状況がお分かりいただけると思います。

説明としては以上でございます。

○三屋委員長　　ありがとうございました。

それでは、委員の皆様から御意見を頂戴したいと思います。御意見のある方は挙手をしただき、私が指名した後にお名前を名乗ってから御発言をお願いいたします。なお、オンラインで御参加の根岸委員、松田委員、山本委員におかれましては、T e a m s の挙手ボタンを押していただければこちらで順次指名をさせていただきますので、マイクをオンにして御発言をお願いいたします。

それでは、どなたからでも結構ですが、御意見をいただけますと。御意見のある方。

松田委員、お願いします。

○松田委員　　ありがとうございます。御説明ありがとうございました。

2点ございまして、1点は、このインターネットによる売上げが増加しているということで、経営上はプラスなのだと思いますけれども、いろいろところでインターネットによるギャンブル依存症の方の増加の報道もありますので、その御対応についてお尋ねしたいと思います。そういう状況を受けて、政府のほうもネットの購入額の限度設定をするというようなことも聞いておりますので、併せて状況を御紹介ください。

あと、2点目は、大阪万博はSDGsがメインのテーマになっていると思うのですが、今回、いわゆる資金的な協力だけではなく、テーマへの取組として何かお考えなのかどうか。例えば、この後の資料に出てくるような、DXでeスポーツの取組を子どもたちとやっているというようなこともございまして、そういう未来に向けた競輪ならではの万博への参加の仕方があるのかどうかなど、2点お願いいたします。

○三屋委員長　　ありがとうございました。

お答えは。

○三浦室長　　車両室の三浦でございます。

まず、ギャンブル依存症の御質問についてでございますが、委員御指摘のとおり、日本政府としてギャンブル依存症対策基本法を平成30年度に制定し、各省これに取り組んでいるところでございます。依存症対策に政府が取り組むに当たりましては、厚生労働省が3年に1回実態調査をしております。昨年度、この政府のギャンブル依存症対策計画がリ

バイスされたタイミングで調査が行われております。調査結果も、委員の御指摘と同様、前回よりも依存症が疑われる人が増えているという調査結果になってございます。それを受けまして対策を強化しておるわけでございまして、今、競輪・オートレースも含めました公営競技全体で横並びを取って対策を講じております。具体的には、インターネットの車券販売が増えていることから、会員がサイトにログインする際に注意喚起のメッセージを出すような取組をするとか、あるいは競輪・オートレース場のATMを撤去する取組をしております。また、委員御指摘の購入限度額の制限につきましても、競馬とボートは2年前から取り組んでおり、競輪とオートレースはこの4月から取り組み始めたところでございます。どれぐらいの人たちがこの制限を活用しているかですけれども、本人の申請で限度額を設定しておりますが、中央競馬で7,851件、地方競馬で5,927件、ボートで125件、競輪が今240件で、オートが72件の人たちが制限を設けております。大半の人が一日1万円まで購入できる制限を設けているというような状況でございます。

2点目の大阪万博への取組ですけれども、前回の愛知万博のときはお金を拠出するだけでしたけれども、今回の大阪万博につきましても、競輪業界としてもお金を出すだけではなくて、協力が目に見える形の取組ができないかといったところを、博覧会協会と打合せをしているところでございまして、具体的な中身についてはこれから決まっていくという状況でございます。

以上でございます。

○松田委員　　どうもありがとうございました。

○三屋委員長　　ほかにはございませんでしょうか。

よろしいですか。それでは、最後にまた御意見がございましたら、一番最後にまたしっかりと時間を取らせていただきますので、そこで御意見を頂戴できればと思います。

それでは、続きまして議題(2)競輪中期基本方針進捗状況について、議題(3)女子レースの展望、議題(4)オートレース中期基本方針進捗状況についての資料を、JKA、全輪協、全動協から御報告いただきます。また、これも委員の皆様からの御意見につきましては議題(4)について説明が終了した後にまとめて頂戴できればと思います。

それでは、議題(2)競輪中期基本方針進捗状況についての説明をJKAの方々よりお願いいたします。よろしく申し上げます。

○笹部会長　　それでは、資料2、競輪中期基本方針進捗状況につきましても、JKA会長をしております笹部のほうから御報告申し上げます。

まず、2ページをお開きください。この内容につきましては、既に2025年の棒グラフ、1兆円、230億円と設定値が入っているグラフでございますが、先ほど来の説明の中でもありましたとおり、2021年度9,646億円、そしてその収益見込みとして240億円を試算値としている、これを表現しているグラフでございます。2021年度が、2020年度7,500億円から2,146億円ほど、128%の増加。また、下段の営業日数に当たる節数、また日数も、赤枠に示す831節、2,486日と増やしての事業環境で、ほぼこの数字ができ上がっているということで、目標に掲げた水準近くまで初年度に達成してきたという状況を示すものでございます。

3ページをお開きください。その売上げの達成状況の売上げ増の要因として、左のチャネル別売上推移グラフを御覧いただくと、全てのチャネルで前年度100%超え、これが現認できると思います。特にえんじ色で示す電話・インターネット投票の売上げ、これは2020年度比で137%、7,286億円。額にして約2,000億円増加しました。この数字は、先ほどの数字、2022年度からの売上げ増加分2,146億円相当に、大半をこのチャネルでカバーしたという状況を示すものでございます。

また、右側のグラフ、これはグレード別の売上推移グラフでございますが、これも開催種類において2020年度を上回る好調さを示している内容でございます。その中でも特に紫色で示しますFⅡ開催の売上げ3,662億円、これは142%増と最も成長した開催でございました。なお、競輪の上位グレードである青色に示す964億円、えんじ色に示す2,042億円、この伸びた要因は、日数やナイター化など、日数強化策を講じた効果とインターネット効果の相乗効果、そのように考えておまして、グラフ青色とえんじの計、これは3,006億円になりますが、127%に転じる結果となりました。

4ページをお開きください。この内容につきましては、FⅡ開催の売上げの表でございます。それぞれの開催時間別、モーニングのオレンジ色から夜中のミッドナイト、この紫までの4色で表しております。それぞれ時間軸の売上げを示したものでございます。また、下段では、そのシフトした日数ですね、それを赤枠で示しているものでございます。

まず、左下のグラフでございます。これは、売上げ増大の開催となったFⅡの昼開催の一部を朝のモーニングと夕方のミッドナイト、その時間枠で振り分けて日数増を図ったことを示すものでございます。それぞれの売上げ状況は御覧のとおりでございます。特に売上高の増大要因が最も高いのが紫色で示しますミッドナイト、これは2,267億円。伸び率も143%と、一日平均売上高は2020年度比で2億8,000万円からさらに3億5,000万円、やはり日数増加とネットの相乗効果が示す好調要因でございました。また、棒グラフ下のオレンジ

ジ色で示しますモーニングでも541億円。これはもう倍の240%増。一日平均も1億2,000万円からさらに1億6,000万円と、これも上昇しております。一日売上げの好調さが全体の売上げを伸ばしているというふうに考えております。今後は、売上データ、収益情報の分析を通し、ファンに多様な開催時間・時間軸を提供し、投票機会のサービス向上に取り組んでまいります。

そして、右側のグラフでございます。これは、長年落込みが続いておりました上位グレード、これについても好調さがうかがえる資料となっております。時間軸シフトの効果は同様に出ておまして、下段の表にありますとおり日数増の効果がグレードにおいても出ているということで、特にナイターの売上げが563億円ということで、これは173%増ということで、日数増加分も相当しまして売上げに寄与したという内容になります。

5ページをお開きください。5ページ以降は、2021年度の中期基本方針に示すそれぞれのアクションプランの進捗状況、これをテーマ別に御報告しております。

まず、1ポツのJKA補助事業、2021年度の社会還元の浸透の取組につきましては御覧のとおりでございます。右グラフのピンク色で示します2021年度交付決定額は60億円。これは約1割伸ばしております。採択件数1,187件、これは2倍ほどとなっております。特に採択件数が増えた理由といたしましては、新型コロナウイルス感染症の拡大防止対策に対する支援を強化いたしまして、福祉車両をはじめとする社会要請に機動的に対応した結果でございます。

なお、写真下にあります、これは福祉車両または補助事業、社会貢献の浸透を推進していくため、競輪場や各地サテライトでの交付式、これを示す模様でございます。今後も各施行者からの地方ニーズ、これらを踏まえながら地域社会との接点を掘り起こし、また、交付式等については、施行者、選手会、地域のサテライト事業者と連携しながら、今後も社会貢献の最大化と浸透に向けた取組を行っていくこととしております。

6ページをお開けください。これはデジタル戦略の策定への取組でございます。初年度の2021年度は、全輪協の協力を経て民間ポータルサイトが保有する売上データを受領するスキームを確立いたしました。その一方で、データ様式の統一やデータ受信のタイミング調整、また施行者にヒアリングを行いながら、収益情報の把握に関する課題抽出を行うなどの環境整備を準備してまいりました。

右側の今後の取組の展望・方向性に示すとおり、今後は売上げ等のビッグデータの分析を通し、購買動向の思考など、施策改善など、様々な企画立案に活用していく考えでござ

います。

7ページをお開きください。3の魅力的な競輪での部分については、2つのテーマがございます。

上段では、グレードでそのナイターが好調であり、また車立及び時間帯など様々な要素の組合せによる多様な商品ラインナップ、これらの編成を今後つくっていくという検討にしていきたいと思っております。今後は売上げと収益性との関係など、両面から検証しながら、お客様のニーズの多様化を踏まえ、商品検討・展開を行っていくものでございます。

また、商品開発のもう一つは、選手の講習写真にありますように、レースの主役である選手の発掘や育成、それらを拡充していこうと考えております。伊豆養成所、また科学的トレーニングを行うナショナルチームの情報発信をさらに推進し、オリンピックの舞台で活躍できる選手の育成強化・発掘に今後取り組んでまいります。

また、下段の4. 発売チャンネルのインフラ整備でございます。これにつきましても、併売システムの整備に取り組む施行者をサポートしていくという考えの中で、施設整備等協賛競輪の開催枠を確保しながら、場外発売の日数増加による投票機会の利便向上につなげていく考えとしております。

8ページをお開きください。5の新規価値の創出とする内容では、映像集中管理の運用方法について2021年度検討を行い、本年4月に映像管理会社を設置いたしました。なお、レース映像等の状況につきましては後ほど全輪協から補足説明を差し上げたいと思っております。

その下、6. 顧客と競輪の接点の拡大につきましては、プロモーション策定に当たり、有識者を交えた検討を行ってまいりました。中期基本方針に基づく業界横断的なプロモーション戦略を策定し、その概要は右の表に示す4つのメッセージ要素「スポーツ性」「メジャー性」「エンタメ性」「ガイド情報」、これらを普及対象としている20～40代をターゲットに発信をしてこととしております。

なお、このページの御説明後、2本のCM映像を御覧いただきたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

このページ最下段の、閉幕した東京オリンピック競技大会においては、期間中、特設サイトを設けて、競輪選手、魅力の創出、情報発信に努めてまいりましたことを御報告申し上げます。

それでは、CM映像ですが、まず1本目が競輪のブランディングCM、続いて補助事業CM、2本を御覧いただきたいと思っております。CM映像の再生投影をお願いいたします。

(動画投影)

ありがとうございます。

最初に御覧いただいたのが、競輪のブランディングCMでございます。「こんなスポーツ、他にないだろ? DRAMATIC SPORTS. KEIRIN」をテーマに、主に20~40代に競輪の魅力を発信していくというCMづくりとなっております。また、2本目の補助事業CM、これは「両輪で、明日へ。」をテーマに、競輪とオートレースという競技、後輪が原動力となり、補助事業、前輪にエネルギーを与えると。これを表現したものです。いずれのCMも競輪の発信であることが一目で分かるよう、運動性、共通表現としてはサウンドロゴ、ビジュアル・アイデンティティを表現しております。なお、既にこのCMにつきましては5月12日からスポット放映、番組提供から展開しておりますことを申し添えます。

次の9ページを御覧いただきたいと思っております。初年度に当たる2021年度の主な取組はこれまでの御説明のとおりでございます。7の業界の運営体制といたしましては、責任の所在を明確化しながら、目標、タスクへのチェック、四半期ごとの進捗状況を業界全体でフォローアップしながら、引き続き現行目標である1兆円、230億円の早期達成の事業はもちろんのこと、社会環境の変化にも対応しながら、2025年度に向け、さらなる取組を業界一丸となりまして推進していく所存であります。

私から資料2の御説明は以上でございますが、続いて奥野理事長から補足説明をお願いしたいと思います。

○奥野理事長 全輪協の奥野でございます。

8ページの2-4. 映像管理・プロモーションのうち、5. 新規価値の創出について補足をさせていただきます。

現在、インターネットでの動画配信の普及によりまして、競輪のレース映像などがYouTubeなど各種動画サイトで配信をされております。これらの動画配信では著作権の管理や映像使用料を徴収していないという状況がございます。これまで私ども全輪協では、著作権・映像使用料の有料化を含みますレース映像の適切な管理の推進や、近年競輪売上げの中心となっております民間ポータル各社との関係性の再構築について、その委託料率の見直しを含めて取り組んでまいりました。これらの事業に取り組むに当たりましては公益法人でございます当会では限界があることから、この4月にJKAと選手会、そして本会が出資をして、レース映像の集中管理を専門的に行うなどを目的とする「株式会社ジャパン・サイクル・インフィニティ(略称JCI)」を設立いたしました。新会社では、映像

の配信方法など、民間ポータルとの調整や映像利用者への許諾、映像配信利用料の徴収など、レース映像管理の実務に加えまして、デジタル・トランスフォーメーションの浸透に合わせた競輪企業に関わる映像・広報・投票・システムの4分野を中心に事業を展開し、新たな価値の創出を行っていく予定でございます。また、新会社の活動によって収益が生じた場合には、施行者やJKA、選手会とも協議の上、競輪事業・競輪業界の発展に役立てるよう取り組んでまいり所存でございます。

補足説明は以上となります。

○三屋委員長 ありがとうございます。

続きまして、議題(3)女子レースの展望について、笹部会長からお願いします。

○笹部会長 資料3、女子レースの展望につきまして、JKA・笹部のほうから御説明を申し上げます。

まず、1ページを御覧ください。昨年の会議におきまして、キャッチフレーズの件やネーミングへの御意見、また、社会が求めている女性アスリート像に近付けていく方向性に関する様々な御意見を頂戴しております。協会といたしましてもこれを重く受け止めまして、同時に10周年を迎える契機といたしましても、今後の展望について検討をまいりました。

これまでの取組の中で、前回審議会があった直後に、左にありますキャッチフレーズ「顔より太もも」、これにつきましては即時ウェブサイトでの掲載を取りやめ、また、外に出していた看板につきましても、「競輪は、進化するスポーツだ。」、これに全て変更をさせていただきました。また、この問題につきまして様々現役選手からも御意見を頂戴しました中で、特にレーサーパンツ、現行の基調色につきましては様々な御意見がございました結果、男子と同様に黒色を基調としたものに変更、これは10月からユニフォーム改正をするということとしております。

また、右側の競輪の女子によるレースの愛称に関する調査、それにつきましては、愛称を含めた女子レース全体のマーケティングを見直すため、JKA内にまずプロジェクトチームを立ち上げました。内外、多方面の調査分析を実施してまいりました。結果、愛称の調査では3つの御意見を聴取しました。一般市民。これについては、ファンまたはそれ以外の方、また競輪女子現役選手個別ヒアリングの実施、また有識者の御意見などを参考にいたしまして、全体意見としてネガティブイメージよりも愛着を感じている点などを踏まえ、右側の最下段の検討結果にあるとおり、愛称についてはこれまでの「ガールズ」の歴

史、選手の意見を尊重しながら、ガールズ財産を当面の間継承する方向とする一方で、意見の中にありました選手たちの価値観を大事とし、押し付けではないコンセプト、これらをさらに明確にし、アスリート、競技面を打ち出したコンセプト内容に改めていく「リブランディング」を実施することといたしました。

2 ページ目をお開けください。これまでの10年の歩みや制度導入など、御覧のとおりで推移してまいりました。10年がたって、2021年度の売上は500億円近くまで売上げを伸ばして、登録選手数も今現在約180人の状況でございます。

3 ページを御覧ください。女子の現状と課題は、右上、応募者数・倍率推移についてはいずれも横ばい傾向。倍率は、男子倍率の半分ほどの推移の状況であります。また、左下の女子選手の賞金推移については、オレンジ色の折れ線グラフ、これがトップ20名の選手の平均獲得賞金額を示し、約1,500万円でございます。このことから、今後の拡充策につきましては、左上の枠内の職業としての魅力を向上させ、競技者の裾野拡大を推進していくこと。2番目として、選手が集中できるハード、またソフト面の環境、これらを整備していくという向上策が必要であるという認識となりました。

4 ページをお開けください。4 ページでは、これまでのプロモーション展開、自転車競技での活躍を示した写真を載せておりますが、さらに競技そのものの魅力を訴求していくために、今後はアスリート・競技面の魅力を高めるプロモーションの展開を打ち出していくものと考えております。

また、右側の自転車競技では、その活躍は東京五輪で日本人女子選手初となる競輪種目出場、またその後行われました世界選手権でも日本人女子選手初となる競輪種目での銀メダル獲得など、世界舞台での活躍が増えてきております。今後もさらに選手育成の仕組みやトレーニング施設の改善、専門的な知識を有する人材の確保などを通し、環境整備をさらにサポートしていきたいと考えております。

5 ページをお開けください。これからの10年に向けて、新たな4つの柱と1つのビジョン、これを示したものでございます。時計回りに、資料上部の「競技に集中できる環境整備」、また、右側に「選手の競技力向上」、3番目、左下にある「女子レースの拡大」、左上、4番目、「女性メジャースポーツとしての地位獲得」、これらを回転させながら、この4つの柱で回していく。これは関係団体一丸となって、中央に掲げた新たなビジョンを目指していくということとしております。

6 ページをお開けください。これは今年10周年ということで、今決定している内容を示

したものでございます。新たに2つの開催に向け、お客様に10周年の感謝を伝えるプロモーションをまず展開してまいります。1つ目は、競輪界初の女子選手のみ84名による「ALL GIRL'S」10周年記念開催を実施いたします。また、もう一つは「ティアラカップ」、10年間の歴代ガールズグランプリ優勝者を中心とした7名による企画レースを特別に実施しております。また、年末のガールズグランプリを契機とするリブランディングについては、既存のお客様だけではなく、若年層など新規ファンに向けたプロモーションに関わるロゴ、ウェブサイト。1つ目はスポーツ性に重きを置き、アスリートとしての魅力をさらに高めたものに刷新してまいります。それらを年末のガールズグランプリに向けた展開に取り組んでいくこととしております。

説明は以上でございます。よろしく願いいたします。

○三屋委員長 ありがとうございます。

続きまして、議題(4)オートレース中期基本方針進捗状況についての御説明を、全動協様よりお願いいたします。

○岩城事務局長 全動協の岩城でございます。それでは、資料4、オートレース中期基本方針の進捗状況について御説明いたします。

競輪同様に2021年度からの5か年を期間といたしまして、業界が取り組むべき方針を取りまとめ、業界承認後の昨年3月、皆様に御報告させていただいておりますが、本日はその1年目の進捗を簡潔に御報告させていただきます。

2ページの、2021年度の総括を御覧ください。この中期基本方針の目指すべき目標といたしまして、2025年度までに売上げ1,200億円、施行者の営業活動収支として18億円の達成を掲げております。

2021年度の事業トピックの1点目でございますが、2021年度の売上げは前年度の946億円から87億円の増、9%増の1,033億円となりました。この増加した主な理由は、ミッドナイトレースを中心に開催日数を約12%増やしたことによるものでございます。2点目といたしまして、車載カメラ映像の配信を試行実施したほか、オートレースJP投票サイト—これは業界の公式の投票サイトのことでございますが、このリニューアルを本年4月に実施し、さらなるデジタル戦略を推進しているところでございます。そして、3点目といたしまして、2022年度の開催予定日数につきましては前年度の621日から51日伸ばしまして来年度は672日で編成いたしました。これは2025年度の最終目標として掲げた670日を上回るものでございます。なお、発売チャネル別の売上げは、ここに記載してございませ

んが、オートレースにつきましても売上げの約8割がインターネット経由でございまして、またネット投票のうち民間サイトの占める割合は8割強となっております、年々増えているところでございます。

3ページの、アクションプランの進捗を御覧ください。

左上に記載の「効率的な日程編成」から御説明いたします。2021年度は、発売時間の拡大策として浜松オートレース場で発走時刻を1時間前後早めたアーリーレースを実施し、また、オートレースでは初の借り上げ施行開催として、浜松市の主催ではありますが山陽場を借りてのミッドナイトレースを今年度実施することにいたしました。また、2022年度は、収益性の高いミッドナイトレースを大幅に増やすことにより目標日数の早期達成となる672日を予定しておりますが、一部の場におきましては経済産業省の省令で定められました上限日数にほぼ到達していることから、この開催日数の増加について現在車両室に御相談させていただいているところでございます。

次に、競走体系の改善といたしまして、新設G IIの実施を決定し、一日2回乗りを試行的に今年度から実施しているところでございます。また、通常8車立てのところ7車立てを増やしたり、ガールズ戦等の企画レースも継続してまいります。さらに、国が進めるカーボンニュートラルを見据え、競走車の環境対策を検討するための専門部会も立ち上げたところでございます。今年度につきましては、グレードレースの増設を検討するほか、一日2回乗りの課題等を検証し、その拡大を検討するほか、競走車については引き続き調査研究をしてまいります。

次に、選手養成関係でございます。これまで2年に1回の隔年養成でしたが、毎年養成へ移行となりましたので、これを契機にカリキュラムの刷新及び養成所規程の改訂を行い、また、今年度は走行状況のビデオ録画装置の設置など、養成環境改善のための施設改修を実施しているところでございます。

次に、本場及び場外場の活性化についてでございます。現在オートレースでは、34か所ある専用場外場の利用者を対象にWEBによるレース解説会を実施し、新たなファン獲得に努めたほか、公式ファンクラブ会員限定の選手の魅力を伝える動画配信も実施したところでございます。

次に、新型コロナウイルスの対応でございます。競輪と同様のガイドライン及び対策要綱に沿って感染拡大防止策を実施し、選手の健康管理手帳の活用や定期的なPCR検査によりまして健康状態の把握に努めました。そして、感染者が発生した場合には接触の可能性のあつ

た選手全員に対し追加のPCR検査を実施したほか、医師等の協力を得まして選手宿舎の感染対策に関する現地調査を全て行ったところでございます。今後も引き続き関係者の感染防止には努めてまいりたいと存じます。

次に、民間事業者との連携でございますが、2021年度、昨年度は民間事業者から投票者データの提供を受けましたので、今年度はこのデータを活用し、活性化策を策定できればというふうに考えてございます。

最後にプロモーションでございますが、2021年度は市場調査を実施し、2022年度、今年度から展開するプロモーション戦略を策定したところでございます。また、国の進めるギャンブル等依存症対策といたしまして、広告指針を策定し、啓発活動を徹底し、併せて投票サイトにおける購入限度額の設定機能の対応も行いました。ネット投票が増加している現状に鑑みまして、デジタル戦略を軸に各種の施策を展開してまいります。特にオートレースにおきましてはWEBを活用したPRを重点的に実施し、新規に顧客層との接点拡大等を図ってまいります予定でございます。

4ページの、デジタル戦略の推進を御覧ください。2022年度の取組といたしまして表の右側だけ御説明させていただきますが、2023年度4月からの導入を目標に、オートレース場におけるカードを用いたキャッシュレスシステムの導入を目指しているところでございます。また、その下になりますが、4レース連続で2連複を予想する4重勝2連複など、3つの重勝式車券を公式サイト限定で発売すべく、今年度から開発に着手しているところでございます。

次に、車載カメラのレース映像を御覧いただきます。これから、今年3月のお話ですが、川口レース場のナイトレースで試行として実施されました車載カメラによるレース映像を御覧いただきたいと思っております。これは5号車からの30秒間の映像となっております。それでは、よろしく願いいたします。

(動画投影)

ありがとうございます。この車載映像につきましては、後日アンケートを実施いたしました。600名ほどから回答をいただきましたが、臨場感が伝わってくるだとか、迫力があつただとか、密着感があつたというようなことで、8割を超える方から肯定的な好意的な感想をいただいたところでございます。今後、どのレースをこの車載映像の対象にするかなど、配信に向けてさらに踏み込んでいく予定となっております。

最後に、5ページをお願いいたします。昨年10月以降、誠に残念なことでございますが、

選手2名、競走関係者1名の、都合3件の死亡事故が発生してございます。この重大事故の発生を受けまして、業界といたしましては再発防止策を定めましたので、御説明させていただきます。

まず、左側の川口オートレース場での2件の落車事故についてでございます。昨年10月30日と12月3日、川口場で発生いたしました競走中の複数車の落車による2件の事故を受けまして、事故再発防止委員会において検討を行い、今後の競走における安全性の向上を図るため、再発防止策として4項目を定めました。

まず1点目、施設対策といたしましては、オーバルコースの外側に二重に張られたネットフェンスである緩衝柵の支柱へウレタンの緩衝材の取付けを、これまではコーナーの外側に限定しておりましたが、今後は直線を含む全周の支柱にこの緩衝材を設置するということに変更いたします。

2点目といたしまして、競走車対策といたしましてスピードの抑制という観点なのですが、キャブレターの吸入量の抑制やリヤスプロケットの変更等、実車による走行テストを実施し、検討を行うということにしております。

3点目といたしまして、救護対策として、レース中にバイクが転倒したときに、選手をコース外へ退避させバイクを撤去する救護員というスタッフがそれぞれの場に20名程度おりますが、これら救護員に対しまして研修を定期的実施し、初動対応を迅速かつ適切に行うため、救護のスキルアップ訓練を定期的に行うことにいたします。

また、4点目といたしまして、安全意識の啓発として、選手自身に対しても機会あるごとに注意喚起を行うということにいたします。

次に、右側の浜松オートレース場での重大な落車事故についてでございます。これは今年の4月3日、浜松で発生した救護員の死亡事故を受けまして、3つの再発防止策を講じることといたします。なお、この事故につきましては、スタート直後に2台のバイクが接触し、うち1台が転倒、落車した選手自身は滑走しながらも軽傷で済んだのですが、無人のバイクがコースの内側を滑走し、コースの内側で待機していた救護員にバイクが直撃するという初めての事故でございました。

具体的な再発防止策といたしましては3点ですが、まず1点目、救護員安全確保の緩衝材設置でございます。走路の内側で待機する救護員の安全確保のため、その待機位置の手前にタイヤ等によるバリアを設置することにいたします。

2点目といたしまして、救護員の待機位置の見直し。これは、救護員がスタート直後は

走路より5メートル内側まで下がり、全車が通過した後に所定の待機位置につくという措置を講ずることにいたしました。

また、3点目といたしまして、救護員の教育等でございますが、全場におきまして救護マニュアルに基づいた救護方法について定期的に教育・訓練を行い、再発防止の徹底を図るということにいたします。

なお、選手の死亡事故は、平成24年1月の練習中に死亡事故が発生して以来10年ぶりでした。そういった中、昨年度は立て続けに2件の事故が起きてしまったところでございます。また、救護員の事故につきましては過去に3件ございますが、死亡事故は昭和58年以来ということで、今回が2件目でございます。業界といたしましても、このたびの3件の重大事故を受けまして非常に重く受け止めておりますので、ただいま申し上げました対策を徹底し、レースに携わる関係者一同、再発防止に努めてまいりたいというふうに考えてございます。

以上、オートレースの中期基本方針の進捗状況と事故再発防止策についてでございます。よろしくお願いたします。

○三屋委員長　　ありがとうございました。

それでは、委員の皆様から御質問等があれば頂戴したいと思います。非常に御発表者の方々、簡潔におまとめいただきまして、質問とか議論の時間が大変長うございますので、奮って御質問、御意見いただければと思います。

まず、今日はT e a m sにて御参加の方々から、どなたか御意見を頂戴できればと思いますが。私もオンラインをやっていると、何かどうしてもリアルのほうに皆さん集中してオンラインの方々を忘れがちになるので、ちょっと今日は最初にオンラインの方々から御意見を頂戴しようかなということで、どなたかよろしくお願いたします。

根岸さん、どうぞ。

○根岸委員　　三屋さん、オンラインも気にかけていただいてありがとうございます。根岸です。ちょっと競輪に関して2つほど質問です。どららも、今後、オートレースも含めてですけれども、競輪がもうちょっと伸びていくためにという観点でございます。

まずは1つ目ののですが、ボートレースは非常に急成長をこの期間もしていると思えますけれども、このボートレースの急成長の要因を、何か既に分析をされて、その中で競輪のほうでベンチマークとすべき指標であったり項目があるのであれば、可能な範囲で教えていただければというのがまず1つ目であります。

2つ目になるのですが、これはどちらかというと、前回ですか、ちょっと話をしたかもしれないのですが、買っていただいている方々のユーザーのデモグラフィックですね。この辺のマーケティングデータの取得であったり分析がどの程度まで進んでいるのかというのもちっと気になりました。気になった趣旨といたしましては、伸びているいまこの2～3年で外部環境の変化もあって、伸びている要因は幾つかあるとは思いますが、例えばチャンネル別であったり時間帯別であったり、増えているところに対して、例えばですけども、因数分解の仕方としてユニークユーザー×単価みたいなものがあったとしたら、そのどちらかが増えているのか、あるいはどちらも増えているのかとか、それによって例えば新規のユーザーが増えているのであれば今後の打ち手も変わると思いますが、消費金額が増えているのであれば、ではそれは増えている人たちはどういう人なのかというのを分析がもしできるのであれば、今後デジタル戦略を強化されていくというレポートをいただきましたけれども、それら今後のマーケティングプランであったりビジネスプラン、あるいは目標が非常に立てやすくなるのではないかと思いますので、私からはこの2点を質問という形でさせていただければと思います。よろしくお願いたします。

○三屋委員長　ありがとうございます。以上の質問について、笹部会長、大丈夫でしょうか。お願いします。

○笹部会長　まず、ほかの公営競技の関係の中で、特にお名前が出たボートさんですが、その辺との違いは何かという御質問の趣旨だと思います。それで、これは振り返ってみますと、データの的には昭和49年ぐらいがちょうど両方とも1兆円です。昭和49年。そこから徐々にその開きが出てまいります。この大きな開きが顕著に現れるのが、徐々にというか、平成15～16年ですかね、データ的に見ますと開き始めたのが多分その時期だと思います。この要因は、インターネット、やはり競艇さんのインターネットの考え方が前面に押し出された部分で、結果、それによる部門、加えて日数増という開催の内容が拡大してきています。一方、競輪のほうは、インターネットは後発組できたものの、なかなかファン拡大に至ってこなかったというのが現状でございます。そして、競輪は、実は収益構造の問題が根っこにありまして、これにつきまして開催日数という赤字開催の削減というところに着眼して、基本系が72日という開催日数をやっていたのですが、それを今現在46日前後という部分に仕立て直しまして、規模を縮小した形でさらにその格差が開いたということで、2兆円規模の売上げと1兆円ぎりぎりの売上げの状況の格差が開いたと、そういう状況でございます。

あと、マーケティングチャネルの件も併せて御質問がございました。今御説明したとおりでございます。マーケティング戦略に問題があったのではないかという部分について1つ言えるのは、時間軸のサービスの考え方を、もうこれはミッドナイトを開始して11~12年たちます。夜のナイターまでは競合関係にあったのですが、さらに伸ばすためには、そのやっていない開催、ほかができない時間帯という意味では、ミッドナイト時間ということをするようにしました。その部分について自然に開催を振り分けるといって、赤字の開催だったFⅡの部分を割って夜の部のほうに仕立て直しました。それによる日数増と、その競合がない時間帯によるファン獲得、加えて民間ポータルサイトの躍進がございましてそれを支えているということで、購買単価等そのものについてはそんなに大きく動いているとは思っておりませんが、利用者が増えていっているということが言えるのではないかと思います。さらに、ミッドナイトの時間以外に朝の時間帯、8時半以降、これについても時間軸のサービスとして、既にこれは競艇さんのほうもおやりになっていた、後追いになる状況になりますが、それを今開始して、先ほど御説明したとおり、赤字であったFⅡ開催の復活が、この時間軸のシフトによってある部分救済されたというふうに考えております。

以上です。

○三屋委員長 ありがとうございます。要するに、ユニークユーザーの方々のデータは業者の方にあつて、JKAさんのほうにはないという認識ですか。

○笹部会長 インターネットの部分につきましては、CTCという公式なサイトはございます。ただ、一番今売上げを上げている部分は民間ポータルサイトでございます。先ほどの御説明のとおり、その情報の刈取りについては昨年整理をしましたので、今現在その情報データをいただきながら分析していると。それとまた、試行的実施についても、分かった部分の業者をターゲットとした施策を、先ほどのあれではないですけども展開をしていくと、このように考えております。

○三屋委員長 ありがとうございます。根岸さん、どうでしょう。

○根岸委員 ありがとうございます。御質問に答えていただいてありがとうございます。2つ目の質問については解決しました。恐らく今後になるかと思っております。

1つ目、すみません、ちょっと追加で、どうしても気になるので質問なのですが、ポートレースについては2019年——全体的なマクロの歴史で言いますと会長に御説明いただいたとおりかと思うんですが、私は特に実は気になっていたのは2019年以降でございまして、

2019年から2021年にかけてオートレースだけ160%ぐらい売上げが伸びておりまして、ほかの競馬であったり競輪と明らかに違う角度で伸びているのですけれども、ここの要因をもし御存じであれば、何かその中で競輪で今後参考になることがないかなと思った趣旨の質問でありました。ちょっと私の質問が分かりにくかったかもしれませんが。

○笹部会長　ありがとうございます。詳細なデータは今手元にないものですが、少なくともチャンネル別の販売に関しましては、このコロナの影響、この2か年の部分があるのですが、発売形態といたしましては、競艇さんは本場が全部で24場で、当方は43場という、規模的には当方のほうがあるのですけれども、やっている日数・回数が非常に多うございまして、それに対して全チャンネルで売っていかうということで、場間場外ですとかサテライト、24場中、大体平均して15場ほどは開けていますね。だから、稼働率が多分よろしいというところが根っこにあると思います。一方、競輪のほうは、場数はあるものの、開けている、営業している時間が競艇さんに比べるとやや落ちているという状況による売上げの差が出ているというふうに考えております。

以上です。

○根岸委員　御解説ありがとうございました。理解いたしました。

○三屋委員長　ありがとうございます。

松田さん、いかがでしょうか。

○松田委員　ありがとうございます。前回のときにお尋ねしていた補助事業をどのように認知度を高めていくかという点について、福祉車両等にある程度集中したり、今回ロゴデザインを車両につけたりして、非常に分かりやすくなったなというふうに思っています。このような、やっぱり誰が見てもこれが競輪、オートレース事業によって支援されている事業だというふうに分かるようになったという点は、これからの浸透が楽しみではありますが、今回コマーシャルをつくったりロゴデザインを使うようにしている以外に、一般の方々に知っていただく方策としても何かお考えのことがあれば教えてください。

○三屋委員長　会長、よろしいでしょうか。

○笹部会長　先ほどのCMを見ていただいた中で、最初にサウンドロゴ、サウンドを入れました。それと、確かに今までの補助事業の紹介というのは事業そのものに目を向けていただきましょうということで、あまりこれは競輪ですとか云々というのは、ある意味なるべく避けてきました。ただ、いろいろと、出稿する際にどこがこれを出しているんだというのは出さなければ行けないので、最低限それを控えてきたのですが、今回はもう少し

出所を明らかにしましょうということで、いきなり、イメージとすると2本の輪という部分を想起させて、競輪・オートという補助事業ブランディングを試みているということと、あともう一つ、今までは交付決定という、事務手続上の部分でしたが、やはり現場というか、地域に根差した事業とするために、交付式・伝達式についてもなるべく全国に赴きまして、地元市への御挨拶を含めた取上げを展開していこうということで、これは特に競輪選手・オートレース選手が稼ぎ出した一部であるということも踏まえて、選手の登壇もお願いしている状況ということで、認知向上に努めております。

以上です。

○松田委員 ありがとうございます。

○三屋委員長 松田委員、よろしいでしょうか。

○松田委員 もう一点すみません、選手の発掘と育成についても、いろいろ工夫はされていると思うんですが、やはり人材育成というのはお金もかかることなので、今後、活動の全体の予算の中でどのように人材育成に投資・投下していくのかという辺りについて、何か展望と課題があれば教えてください。

○笹部会長 とりわけ若手育成・発掘という部分については、競技人口そのものが男子・女子、男子の10分の1位だと思われま。これはJCF加盟の人数が毎年変動していますが、6,000～7,000名に対して女子競技者がその1割位だと覚えています。それで、競輪選手育成についてはやっぱり裾野拡大というのが昔から言われている内容で、愛好会ですとかその辺をやって取り組んできたのですが、伊豆にあります養成所におきまして、この女子競輪の復活に伴う発掘事業として、ガールズサマーキャンプ、これを2010年位から展開しております。また、1回の参加者が、今回はコロナで若干2年ほど中止、大体100名前後でありました。ただ、伊豆でやっていた中で、やっぱり地方から来るにはちょっとしんどいという御意見もあったもので、競輪場を選定いたしまして、そこでサテライトキャンプと称しまして競輪場においても行いました。その結果、応募する方の一部にはサマーキャンプに参加して合格してきましたということで、徐々にその人数は増やしてきておりますが、もっと面として捉えていかなければいけないということで、これはまた今後力を入れていくという事業と考えております。

以上です。

○三屋委員長 ありがとうございます。松田委員、よろしいでしょうか。

○松田委員 はい。どうもありがとうございました。

○三屋委員長　　すみません、それでは山本委員、ちょっと冒頭御不在だったですけれども、いろいろ御質問等ございましたらお願いいたします。

○山本委員　　すみません、ちょっと所用で入るのが遅れました。

2点あります。

1つは、資料3のガールズの関係ですけれども、ハード面などでいろいろと環境整備をしていくというようなことを挙げられていましたけれども、具体的に、もう例えば考えていらっしゃる、または着手されているようなところがあれば。これはもしかしたら書いていることは競輪かもしれませんけれども、女性の選手はオートレースのほうにもいらっしゃるのです、同じようにもし何かオートレースもあれば教えていただきたいというのが1点目です。

それから、2点目はオートレースのほうで、インターネット投票の関係、公式のほうをリニューアルなどをされたということですが、まだされたばかりで、その効果というのはまだかもしれませんけれども、どのような点を大きく変えてきたのかというようなところについて、もう少し教えていただけるといいなと思いました。

以上です。

○三屋委員長　　ありがとうございます。女子選手の特にハード面というところでしょうか。

○山本委員　　そうですね。主にハード面のほうを考えています。

○三屋委員長　　はい。すみません、では。

○奥野理事長　　全輪協でございます。女子競輪は、全国今43競輪場あるうち40場で開催しております。今、熊本競輪場が改修中なのですけれども、実績、250競走を行っております千葉を除いて施設の小松島競輪が対応できなかったのですけれども、今回、選手の管理棟を新しくして女子も対応できるようにということで、これは来年度からは女子競輪が小松島場でも対応できると。ただ、やはり開催している場も、どうしても主に男子の選手によるレースが主で、入浴施設が一緒とか、トイレが一緒とか、そういう現状にあるのは事実です。ですので、これから施設改善を行う場については男女の動線を分ける、あるいはお風呂を分ける、トイレを分けるというような形で、選手宿舎あるいは選手の管理棟について対応できるようにということで、全輪協としてもお願いをしていきたいというふうに考えておるところでございます。

以上です。

○三屋委員長　　ありがとうございます。

オートレースのほうは。

○岩城事務局長　　オートレースのシステムの更新のお話ですけれども、オートレースにつきましても、システムが変わったことによりまして、前から使っていた方からいたしますと使いづらくなったという意見も多々あったというふうには聞いているのですが、一番変わりましたのはシステム的に十何年変えていなかったものですから、今回変えたことによりまして民間サイトに追いついたというところが本当のところかと思えますけれども、入金方法が多様化したというところが一番大きいのかなと。それと見方、ベットの仕方が前より便利になったと。前から使っていた方からするとちょっと使いづらいということにつながってしまいましたが。また、今後の発展性ということにつきまして、先ほども申し上げましたが、新重勝式とリンクさせたり、キャッシュレスのほうとリンクさせるというところもありますので、今後、これらを活用してより活性化させていきたいというふうに考えております。

以上です。

○三屋委員長　　山本委員、よろしいでしょうか。

○山本委員　　御説明ありがとうございました。状況は分かりました。ありがとうございます。

○三屋委員長　　それでは、大西委員、よろしいですか。

○大西委員　　大西です。

まず、今回大変に売上げとか収益のパフォーマンスが著しく改善されていることに対して、本当に皆様方がきちんとやってこられたことに対して敬意を表したいと思います。

私も思ったのは、その中で、最初に根岸さんもおっしゃったけれども、ボートが確かにこの2～3年は売上げが上がりにも上がり過ぎているものだから、これが御説明や御回答にあった開催日数とか件数の結果と理解できるのです。けれども、それ以外に何かあるのかなというのは多分多くの皆さんが思われていて、またこれが何か分かりましたら別途知りたいと思います。確かに参考にすべきことがあればマーケティングのやり方だとかいうのは勉強になるなと思いました。

それから、日数をこの競輪でも増やしてナイターも増やすので、そのことによって、多分これは僕の見当違いの質問だと思うんですけども、何か負荷が大きくなったりだとか、ネガティブな要素が起きたりだとか、今後そういったようなことに対する懸念があるのか

どうか。私ら企業ですと、いろいろ労働条件だとかマイナス面や何かがあったりするもの  
ですから、ちょっとあさっての質問かもしれないのですけれども、その辺りはどうかなど  
というのが気になったところです。

あと、これは質問でも何でもないのですけれども、競馬だと東京の方なんかは、「ウマ娘」  
というんですか、あれがすごく人気で、かなり全体にブームで、僕もちょっとネットで見  
てみたら、いろいろなゲームもあったりして、その辺りもいろいろな若い人になじんでも  
らうのに、そのマーケティングの一つとして活用していくのは——まあ、「ウマ娘」はちょ  
っと特殊な例かもしれないのですけれども、最近の若い人は本当にゲームをかなり熱心に  
やっているものですから、どうかなどということを思いました。

それから、これは最後、たまたまうちの会社の駐在員でオランダに行っている人が帰っ  
てきて、「お前、どうだ」と、「僕、明日ちょっと経産省の方々と何か言わないかんのだけ  
ど」と言ったら、皆様御存知のように、オランダってすごく自転車が、自転車の選手なん  
ていうのは英雄扱いで。ちょっとやっぱり歴史も違うし、オランダは平坦なところでもあ  
るんだけど、彼が言っていたのは、やっぱり自転車のツーリングというのが週末に一  
—もちろんあそこは通勤とかそういうのも自転車を使っているし、競技用のスーツという  
か、そのファッションも含めて——団体でツーリングしたりだとか、そういうようなロー  
ドが結構あるんですって。だから、それがちょっとクールというか、格好いいとか、そう  
いう風潮があるというふうに聞いたものですから、ちょっと直接は関係ないと思うんです  
けれども、僕もせっかく、この競輪とか自転車の文化をもっと皆さんに深めるために、い  
ろいろなマーケティングの中でそういったことも活用していてもいいのかなと。これは  
あくまでもご参考までにということです。

以上でございます。

○三屋委員長　ありがとうございます。

どちらか。

○笹部会長　JKA・笹部です。大西委員のほうから冒頭御質問ありました、ボートさ  
んの成長要因は一体何か、これも今後競輪のほうにも当てはめられるのであればという件  
でございます。

今資料を見たところ、2021年度について、競輪は全部で2,486日稼働しました。一方、ボ  
ートレースは4,595日ということで、発売日数そのものが約倍と。よって、売上げもそれに  
比例して倍になった。それ以上のいろいろなコンテンツが優れていたと、そのように評価

しております。あと、ネガティブ云々という、たとえて言えば、競艇さんは全部で売り合  
っていく、その協力体制が十分できている。一方、競輪のほうも、その協力体制がややそ  
こに到達していない部分、これについては今後、このチャンネル構造がこれだけ変化したと  
いうことを共有することによって、全体で売っていきこうじゃないかというようにシフトし  
ていけば、1兆円を超えていく姿と、この日数増も当然この必要条件になるのではないかと  
、そう考えております。

以上です。

○奥野理事長 全輪協の奥野でございます。今のお話追加いたしますと、資料の7ペ  
ージ目の一番下に、発売チャンネルのインフラ整備ということで、販路の開拓というふうに出  
していただいております。場間場外をやっておるのですけれども、まだまだ多くの場では  
2場併売しかできないというような状況もございます。これを何とか全場4場併売でき  
るようというところで、昨年度から施設改善のための、そこにございます施設整備等協賛  
競輪を開催いたしまして、全場での4場併売体制の整備に向けて、遅ればせながらですけ  
れども進めておるところでございます。

それから、競輪も日数増加、モーニングとかミッドナイトとかナイターとか、いわゆる  
フロンティア開拓というんですか、やってきたのですけれども、そろそろ競輪も、11時半  
まで売っていますので、時間的にはそろそろ限界に来ているのかなというような気はいた  
しております。その中で、今、大西委員からお話がありました「ウマ娘」みたいな、い  
わゆるそういうフロンティア開発によって新しく競輪の購買層になっていただいた方とい  
うのはインターネットに慣れておりますので、そういうインターネットに関わる競輪のコ  
ンテンツというのでしょうか、「ウマ娘」ではないですけれども、そういうものを充実する  
ことによって、さらに競輪に親しんでいただいて、これはギャンブル依存症には留意しつ  
つ、競輪のファンになっていただくということが必要なのかなというふうに考えておると  
ころです。

以上です。

○三屋委員長 ありがとうございます。よろしいでしょうか。

それでは、絹代委員。

○絹代委員 絹代です。

今のボートレースの件なのですけれども、もう私は完全に素人目に、2019年からCMに  
田中圭さんが起用されまして、一気に女性層の拡大を狙われたんですね。そこから売上げ

が伸びたというふうに聞いていたので、完全にCMの効果なのではないかなというの思っていました。というのも、ボートレースというもののクリーンなイメージだったり、親近感が持てたり、すごくボートレースというものに対して、何というか、公営競技というよりも、見に行ってみたいとか、関わってみたいとか、どんなものか見てみたいという興味を、ごく一般の、それまで公益競技に興味がなかった方に届くように投げたのではないかなというふうに感じています。今調べたら、やはり2019年からCMの対象層を切り替えているので、そことこの今日資料でいただいた売上げの伸びが完全にシンクロしていますので、もしかしたら単純にCMの路線を切り替えたというところが功を奏し、ターゲット層と、そこからちょっとコロナもありましたので、インターネットとかそういうもののチャンネルがうまく組み合わせられたのではないかなというふうに感じます。まあ、これはただの主観ですけれども。

すごくたくさん資料で丁寧に御説明いただきまして、お話の中に、FⅡであったり、あとモーニングであったり、そういったところの売上げが上がっているというところで、本当に皆さんがいろいろな工夫をして、努力を重ねられて結果が得られた。また、難しい時期にありながら、その時機をつかんだ動きを打ってきたことでこういった収益が上がったのかなと、すばらしいなと感じています。また同時に、コロナというちょっと特殊な状況にもありましたので、ここを抜けた後、場に人が帰ってきてくれるのか。コロナの間家にいた方々の活動が始まったときに、その方々がまたほかのところに行ってしまうのか。またちょっと違う観点からいろいろと見ていかなければいけない部分もあるのかなというふうに感じています。

私のほうからは、前回ちょっと御意見申し上げました女性レースの展望について、丁寧に資料を作っていただきましたので、ここについて少し意見を申し上げたいと思います。何よりも私自身がハッと思ったのは、私、これまでガールズ競輪というのは愛称ではなく名称だと思っておりまして、そこは恥ずかしかったなというふうに思っています。ただ、ガールズ競輪というのが名称だと思うくらい、「ガールズ」という言葉であったり、ピンクであったり、花柄であったり、そういった女性を想起させるものが前面に出てきていたというのも事実だというふうに感じています。今回はしっかりと、ガールズ競輪のこれから10年間のビジョンであったり目指すものを掲げていただきました。今回いろいろと皆さんにも考えていただいたと思うんですけれども、何よりもこういったガールズ競輪、女性たちのレースというものを、より魅力度を向上させていこうということでしっかりと考えて

いただいたのは本当にすばらしい機会。これからリブランディングも本格化するというところで、いい機会になったのではないかなと思います。ここにいる皆さんであったり、皆が共通して願っているのは、やはりこれから女性たちを含めた選手たちの認知度アップであったり、ここにも掲げられているアスリートとしてのリスペクトであったり、憧れを集める存在にすること。プラス、レースの魅力度を上げまして、また才能ある方々のリクルートをいかにしていくかというところがすごく重要だと考えています。ここの結果として、恐らく売上げが上がってくると。

そういった中で、私自身が1つ懸念を持っているのが、やはり「ガールズ」という言葉が持つ響きです。恐らく競輪の中でも、関係者の中でも、「ガールズ」という言葉はもう無機質なものになっていて、そもそもの言葉の意味も分からないぐらい定着をしているものではないかと思いますが、私も「ガールズ」という言葉を否定しているわけではないのですけれども、「ガールズ」という言葉が持つ語感というのが少し私は心配だなと思っています。去年、東京オリンピックがあり、パラリンピックもあり、今年は北京オリンピックがありました。女性アスリートも非常に活躍したのですが、例えばメダルを獲った女子バスケットボールチームに「ガールズバスケット」と言うかといったら、私は絶対に言えないと思います。また、その「ガールズ」という言葉で言ったら、例えば成年皇族の女性たちに「ロイヤルガールズ」と言うかといったら、やはり言えない。なぜかという、やはりリスペクトが足りないかなというふうに感じるから。「ガールズ」という言葉には、やっぱりそういう意味合いがあるのも事実だと思います。それは、日本に生まれて日本語の語感を持っている人であれば恐らく共感するところだと思うんですね。この10年間でいろいろなものが変わってきて、本物志向になりました。今日のお話の中でも、ターゲットが20代から40代というところで、より本物志向であり、今はドラマも倍速で見るような、少し前とは違う、結果をすぐに得たいとか、イメージが大切であったり、効率が大切だったり、ものの捉え方も変わってきています。そういった中で、その女性たちの本物のレースを見せていくと考えたときに、ではその「ガールズ競輪」という愛称がいいのかどうか。否定しているわけではないのですが、どうしても「女の子たちが走るレース」というイメージになってしまうと思うんですね。なので、これから掲げていただいたビジョンをしっかりと捉えて、目標に向かって貪欲に進んでいただく中で、ちょっとその「ガールズ」という言葉が響くマイナスの要素、「ガールズ」がもし皆さんが目指すものに足を引っ張ってしまうような懸念があるようであれば、ロゴの出し方であったり、愛称としての位置付けであ

ったり、そういったものを懸念しながら、ぜひ中身を、コンテンツをしっかりと整えていただきまして、ここで勝負したいと思うような女性アスリートを呼び込めるような、そういった本物のフィールドに向かってリブランディングを行っていただけたらうれしいなというふうに思います。ぜひ、世間が何を感じて何を求めているかというものに関してアンテナの感度を高めていただいて、恐らくボートレースはそういった感度が高いということなのではないかなというふうに私個人は客観的に見ていて思うのですが、ぜひ競輪もそういった感度を高めていただいて、これから貪欲に進んでいただけたらなと思います。

ちょっと長くなりましたが、私からは以上です。

○三屋委員長　ありがとうございました。ガールズ競輪ということに関して、会長、何かございますか。

○笹部会長　御意見本当にありがとうございます。これは昨年来、本審議会でもいただいたテーマでございます。このテーマそのもの自体を否定するものでは全くございません。振り返りという意味で、絹代委員からもあったとおり、「ガールズ」という部分に慣れ親んできた部分、ただ、時代的な問題もこれはあり、この愛称そのものは実は2010年に一般公募し、その部分から頂戴した部分で、これは大切にそれで現在まで至ったと。ただ、これからもこれまでと一緒にというわけにはいかないという認識がございます。今、絹代委員がおっしゃったリスペクトを含む、競技者の活躍もこの10年の中で飛躍的に伸び、またこの「ガールズ」そのものの見方も、お客さんの評価も、相当10年前と比べると変化しております。そういった意味で、今年に展開いたします10周年記念、これについては「ガールズ」で全部やろうということ、メインイベントになり得るということで、今現在もそのレースの提供はしております。ただ、これを確たるものとしていくために、今後この「リブランディング」を通して、この名称というか、名称は「競輪」なんです、どこまで行っても。ただ、愛称そのものについては男子・女子分かるようにしていかなければいけないというふうに考えております。

また、今、全体の競輪選手は2,300余おります。選手数はまだ180人不足ということで、1割行っていないところです。競艇さんのほうは2割近い数字、それに近づけていくような努力、これは認識を共有していかないと多分拡大できないものでございます。リブランディングに向けてその辺を共有化しながら、お客さんとの関係性をきちんと評価しながらやっていかないと、ずっとこの愛称で行けるかどうか、それすらもブランド力という部分にかかっているという認識でございますので、貴重な御意見を本当にありがとうございます。

した。

○三屋委員長　ありがとうございます。ほかに追加で何か言いたい、聞きたいということがございましたら。今日は珍しくたくさん時間があるんです、すみません。多分、関係者の方々は早く終わってくれという感じがちょっとひしひしと見えるんですけど。特別によろしいでしょうか。

本日は大変有意義な御意見を多数いただき、誠にありがとうございました。これまでの議論を踏まえて、私からも幾つか申し上げさせていただきたいと思います。

先ほど絹代委員からもありましたけれども、オートレースのCMは本当に上手だなというふうに感じています。もちろん田中圭さんのときもそうでしたけれども、明確にターゲットングしていると。多分、20代、若い人、それも女性をかなり意識したターゲットングをしているなというのがよく分かるCM作りだなと思っていつも見ています。それが最もたるのが、ものすごくボートを理解しよう、見に行ってみようと思ったCMが、高校生の男女が、サッカーをやっている男の子と、何もやっていないんだけどお母さんが競艇の女子選手。競艇の養成所に入るんですかね、それぞれが髪を切って、そこからスタートするのですけれども、ダイエットしなきゃいけない、体重制限がある、逆に筋肉をつけなきゃいけない、友達が次々去っていくという、ちょっと1年間のストーリー性が物すごくありました。あれを見て、ああ、すごく養成所というのは厳しいんだとか、こんなにしっかりと管理されて、それは公営ギャンブルだからということで、精神的にも肉体的にもここまで鍛え上げるものなのかということがよく分かりました。やはりそれを通して、要するに健全なスポーツとしてボートをやっているんだなということをメッセージとして出しているんで、これは若者が非常に、ちょっとそのタッチポイントに触れてみたいという、非常にいいブランディングになったのではないだろうかと思うと、今日は最初に競輪の「こんなスポーツ、他にないだろ？」という、非常に力強いんですけども、ではあれを見て若者に刺さるかといったら、若干。力強さとかスポーツ、物すごくトップアスリーのスポーツというイメージはとっても感じるのですけれども、ではライトユーザーがそこに刺さるかといったら、若干刺さりにくいだろうなと思いながらちょっと拝見していました。やっぱり、1人当たりのユーザーの方の購入額というのが限られているとしたら、やっぱりいかにライトユーザーを増やしていくかという、これからそういう活動をしていかなければいけないと思います。だから、ちょっとその辺のプロモーションのところが明確なターゲットングで、もうちょっとターゲットングを小さくして、20代から40代だとかなり差

があると思うので、どこに明確に。特にこの辺り、コアターゲットってどこなのかというのを少し検討していただければありがたいなというふうに思います。

それから、もう一点、インターネットでの購入が多いということは、それだけ施設、場に行かないという方が多いとしたときに、ではこれから施設改修されるときに、インターネットの売上げがこれだけ多いのであれば、施設をどういうふうに通っていくのかというところに明確なコンセプトがないと、せっかくこれだけ改修したのに人が来ない、それはもったいないなというふうに思います。今、日本全国、「体育館」と言われたものが「アリーナ」に変わっていきようとしています。要するに、エンターテインメント性です。試合を見たり、勝ち負けを楽しみに行くのではなくて、試合がないときでも行きたいと思うものをいかに造るか。あと、マルチに使える、スポーツだけではなくていかにエンターテインメントの業界で使えるかというところを目指した施設造りが始まっておりますので、少し、競輪だけをやる競輪場ではなくて——大分いろいろ改修のところ、先ほど写真を見て、ああ、随分工夫されているなと思ってすごい感心したのですけれども、ああいうふうに、競輪でなくても行ってみたいと思う施設をいかに通っていくかとかという、もしかしたら今まで競輪というステレオタイプにつくられたイメージってあるじゃないですか、私たち。何か、ミステリーとかを見ると必ず犯人を捕まえに行く場所が競輪場だったりね。何かそんなイメージで、モツ煮みたいなイメージがすごく強かったのですけれども、そうではなくて、何か子どもを連れて行ってもいいかなという、暇だから競輪場に行って遊ぼうって、何かそんな競輪場が、せっかく全国にこんなたくさんあるんだから、何かそういう、どちらかというところだと J K A さんなのか全輪協さんか分からないのですけれども、こんなイメージで、施行者がそれをするなんてちょっとしようがないと思いますが、こんなコンセプトで施設は造ったほうがいいよねというような、何か方向性だけ示してあげられるといいなというふうに感じました。

以上です。すみません、別に私の勝手な意見をずらずらと述べたまでなので、お答えをもししていただけるのならしていただいてもいいし、ないですというのならなくても結構です。

○奥野理事長　2点の御指摘ありがとうございます。しっかり踏まえてやっていこうと思います。特に1点目、スポーツ性を重視した、あるいはライトユーザーを増やすための取組。それもあって、先ほどちょっとお話いたしました J C I という株式会社、なかなか私どもや J K A さん、公益社団法人は小回りが利かないということもありまして、やっ

ぱり民間のお知恵をどんどんこの競輪業界の取組の中にも入れていかないといけない。特に先ほど申しあげましたインターネット層にいかにかアピールしていくのか。その中で、ライトユーザーを競輪のファンにしていくということになるかと思えます。そういう取組をJCIを中心に取組んでいこうというふうに考えておるところです。

それから、2点目の話は、実は今朝、経産省さんのお導きで、競輪振興議連というのが自民党の国会議員さんの集まりであるのですけれども、そこでも全く同じ御指摘を頂戴いたしまして、これだけ場で買う人が減っているわけだから、もうちょっと競輪施設の使い方を考えろよというふうに言われております。お話のとおりでして、先ほど経産省さんの資料の中にあつたような新しい取組をしている場もあります。それで、ちょうど今は更新時期を迎えている場も多くなっておりますので、こうした、今、三屋委員長がおっしゃるとおりで、それぞれの県であつたり市であつたり、要するに首長さんがどうするか、あるいは議会がどうするかということなので、こうしろとまでは言えないのですけれども、こうした新しい試みをやっている場がありますよ、有効な使い方をやっている場がありますよというようなことを紹介しつつ、施設改修に当たってはまちの方々を呼び込めるような場として更新していけるように努めてまいりたいと考えております。

以上でございます。

○三屋委員長　　よろしく申し上げます。

ほかに特別御意見がないのであれば、珍しくちょっと早いですが。

では、ありがとうございます。以上をもちまして本日の議事は終了となります。それでは、新川審議官から御発言をお願いいたします。

○新川審議官　　本日は有意義な御意見をいただき、感謝申し上げます。また、三屋委員長をはじめとした各委員の皆様におかれましては、長時間にわたりまして御議論いただきましてありがとうございました。本日は競輪・オートレースの中期基本方針を着実に進めていくための御助言を多くいただきましたし、また、10周年を迎えます女子レース、競輪、オートレースのあるべき姿について多くの御意見をいただきました。特に、まずボートレースが非常に好調であるということを経輪にもうまく反映すべく、何が違うのかということと考えながら次のステップを考えるべきではないかという、そういう御意見をいただいたと理解しております。まさにそのとおりだと思っております。グラフを見ましてもボートレースは非常に好調で、かつCMの出货量もすごく多くて、うまく回転しているなど思っておりますが、競輪もようやくそういう意味では上がり始めたというところでございます。

ので、ちょっと今つくったCMが力強くて刺さるのかという御議論もいただきましたけれども、さらにまた頑張っていきたいと思っていますので、よろしく願いいたします。

それからあと、女子競輪、ガールズ競輪についても御議論いただきましてありがとうございます。競輪そのものは、地方財政の健全化とか、機械工業の振興とか、体育・社会福祉の増進というのが法律上の目的ではございますけれども、この女子競輪をやっていることの非常に大きな意義の一つに、女子のプロスポーツとして確立していくということがあると思っています。そういう意味で、この1年、前回の御議論をいただいてから競輪業界でも必死になって考えた結論が今の状況であると思っています。年末に向けてのリブランディングも含めて、女子競輪がますます発展していきますように我々も力を尽くしていきたいと思っていますので、ぜひ御指導いただければと思っています。よろしく願いいたします。

それから、大西委員から、自転車そのものの魅力ということについて御指摘もございました。直接の競輪ではございませんけれども、自転車を題材にした漫画というものも存在しております。自転車競技そのもののほうでございますけれども、それもまた非常に人気を博していると思っていますし、また自転車で走るためには自転車道が結構整備されていないといけないということで、国交省でも今随分と、例えば河川敷とか海岸沿いとかで自転車が走れるようなところがすごく増えてきておりますので、そこでの協力をしながら自転車の魅力を全体として引き上げていきたいと思っていますので、そちらのほうも御指導のほうをよろしく願いいたします。

最後に、本日資料でも御説明しましたがけれども、大阪・関西万博につきまして、博覧会協会から協力要請もされておりますし、官民挙げての国家事業であると思っていますので、成功のために業界の皆さんとともに取り組んでいきたいと考えております。

本日、委員の貴重な御意見を踏まえて、さらに今後の競輪・オートレース行政に反映していきたいと思っていますので、引き続きの御指導、御鞭撻をお願いしまして、締めくくりの挨拶とさせていただきます。ありがとうございました。

○三屋委員長　ありがとうございました。本当に、中期基本方針、最初からいろいろ生意気な意見を言わせていただきながら私たちは見続けてまいりましたが、こんなに順調に進捗を遂げておりますと、本当に何か、何よりうれしいなと思いつつながら、この計画の進捗状況を今日拝見しました。本当にありがとうございました。

それでは、最後に事務局からお願いいたします。

○三浦室長　　ありがとうございました。次回の日程、議題につきましては、三屋委員長と相談の上、改めて御連絡いたします。引き続きよろしく願いいたします。

○三屋委員長　　ありがとうございました。皆様の御協力をもって、少し早めですが終わりたいと思います。本日は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。ありがとうございました。

——了——