

(参考資料)
競輪中期基本方針における
2023年度の取り組み

2024年5月21日



2023年度の取り組み(社会還元の浸透)

- 2024年度JKA補助事業の採択件数は1,012件(前年度比123%)となった。
- 補助事業説明会を現地やWEBで開催し、社会還元の浸透のための取り組みを拡大した。

主な取り組み

- ① 2024年度補助方針において、検診車の車載機器載せ替えや献血サポートカーなどの福祉車両の種類拡大を決定した。
- ② 補助事業を周知するため、申請数の少ない地域の事業者に対し補助事業説明会を実施したほか、競輪場で交付式を計7回実施するなど、競輪と補助事業の関連付け強化に努めた。
- ③ 補助事業の周知等の取り組みによって2024年度の採択件数は1,012件(前年度比123%)となり、補助事業を拡大した。

～補助事業の一例～



▲福祉車両



▲研究補助



▲ロードレース大会への支援



▲こども食堂の活動への支援



▲2023年度の補助事業交付式(奈良競輪場)



▲サテライト宮城での補助事業説明会

2023年度の取り組み(デジタル戦略)

- VR技術等を活用した新規顧客獲得のための取組として、東京ゲームショウVRで競輪関係のブースを出展。
- KEIRINグランプリ開催中などにVR・4D体験イベントを実施した。

主な取り組み

- ① 東京ゲームショウVRに出展。ゲームファンに向けて競輪をPRした。他社ブース平均訪問数(11,840人)を超える**25,054人**が訪問した。アンケートでは**競輪への興味が高まった**という回答が**57%**と過半数を超えた。
- ② 競輪を4Dで体験できる機器、VR動画を作成。12月28日のヤンググランプリ(GⅡ)と2月の全日本選抜競輪(GⅠ)で体験会を実施したほか、立川、岐阜の競輪場近隣のショッピングモール、名古屋市久屋大通り公園で補助事業PRと併せて体験会を行い、**延べ1,635人**が体験した。



▲東京ゲームショウVR出展



▲競輪4D体験イベントブース
(カラフルタウン岐阜)



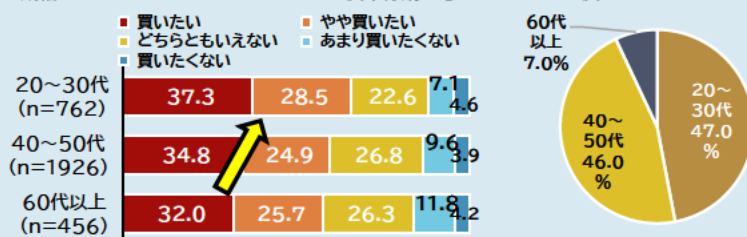
▲4D体験の様子(ららぽーと立川)

- ③ 2023年度も民間ポータルサイト各社から受領した年代別売上データの分析を通じて、インターネット顧客の購買動向を把握し、競輪開催に係る企画提案に活用した。

また、2023年度に中期基本方針に追加された方針に基づき、**各民間ポータルサイト顧客の詳細な購買実績データの受領に向けた調整に着手した。**

若年層の購買意向が高い競輪ルーキーシリーズ(新人選手によるレース)について、若年層の売上シェアが高いミッドナイト時間帯での実施を提案中。

【競輪ルーキーシリーズにおける2024年度車券購入意向】【2022年度ミッドナイト年代別売上比】



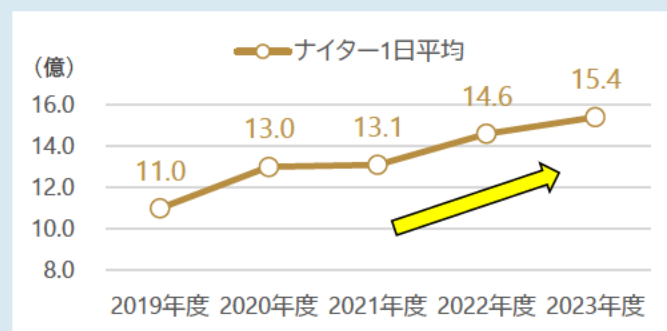
2023年度の取り組み(商品開発・レース関係)

- グレードレースナイトー開催の売上好調を踏まえ、サマーナイトフェスティバル(GⅡ)を3日制から4日制開催に変更することを決定した。
- ミッドナイトFⅠ戦(S級戦)の売上好調を踏まえ、ミッドナイトGⅢの2024年度試行実施を決定した。

主な取り組み

- ① GⅡとしての価値向上、売上好調なグレードレースのナイトー開催拡大を図るため、2025年度以降のサマーナイトフェスティバル(GⅡ)を3日制から4日制に変更することを決定した。
- ② ミッドナイト時間帯のインターネット顧客にグレードレースへの興味を喚起するため、2024年度においてミッドナイトGⅢを2節試行実施することを決定した。
- ③ 女子選手の意見を踏まえ、以下の取り組みを実施した。
 - i. 女子選手は前検日の検査開始時刻等が男子選手より早く、遠方は前泊が必要となっていたことから、男子と同時刻に繰り下げを決定した。
 - ii. 女子選手の競技力向上のため、女子選手向けコンディショニング及びトレーニングのノウハウに関する冊子を制作・配布した。

(参考)ナイトーグレードレース1日平均売上推移(2019~2023年度)



(参考)S級ミッドナイト開催別の売上

(単位:億円)

日程	1開催売上	1日平均売上
伊東温泉 7月25日(火)~27日(木)	15.3	5.1
奈良 8月1日(火)~3日(木)	15.9	5.3
京王閣 9月2日(土)~4日(月)	17.2	5.7
玉野 12月11日(月)~13日(水)	19.4	6.5
別府 12月14日(木)~16日(土)	17.0	5.7
大垣 3月26日(火)~28日(木)	18.5	6.2

※2023年度 FⅡミッドナイト開催の1日平均売上:3.9億円

2023年度の取り組み(商品開発・選手関係)

- 日本競輪選手養成所の女子適性試験応募数が前年度比210.0%となった。
- 平塚競輪場において、競輪選手を含む職業としての競輪の魅力を伝える体験型就活セミナーを開催。

主な取り組み

- ① 選手発掘を目的として、自転車競技未経験者が受験する適性試験の体験が可能なJIKトレーニングキャンプ等、日本競輪選手養成所(JIK)の応募者及び自転車競技者層の拡大に向けたイベントを実施し、2023年度はキャンプ参加者から計20人(男子17、女子3)が適性試験を受験し、計4人(男子3、女子1)が合格した。
- ② 競輪選手を含む職業としての競輪の魅力を伝えるため、平塚競輪場が株式会社マイナビとコラボして「学生の窓口体験型就活セミナー」を開催した。参加者の88%が体験に「満足した」と回答。

※本事業は「中期基本方針事業推進支援制度」により実施。

- ③ JIKの一般入所試験応募数は前年度比101.8%。特に、女子の応募数の伸びが大きく、技能試験が37名(前年度比100.0%) 適性試験が21名(前年度比210.0%) 合計58人(前年度比123.4%)となった。

※女子適性試験については、応募者数の拡大を目的としてJIKのほか川崎競輪場においても実施。



▲JIKトレーニングキャンプ(岸和田競輪場)



▲トラックサイクリングキャンプ(立川)



▲平塚競輪場で開いた就活セミナー

2023年度の取り組み(プロモーション)

- 競輪の社会受容性の向上、より多くの顧客に競輪を楽しんでいただくことを目的として、CMなど各種プロモーションを展開した。

主な取り組み

- ① 2023年度に放映した競輪ブランディングCM(スポット)の出稿量を、2022年度比で約3倍増加させ、CMイメージの一層の浸透を図った。
- ② 2023年度に創設されたガールズケイリンGIを盛り上げるため、決勝戦のBS中継と、ガールズケイリンCMのスポット放送(2022年度比約4倍増)を実施した。
- ③ 地元選手のプロモーションとして球場での始球式やバスケットボール会場でのブース出展等、他スポーツとのコラボレーション企画を実施した。
- ④ 新規顧客獲得のため、12月に渋谷の宮下パーク内においてケイリン酒場を出店し、飲食店を活用したプロモーションを実施した。(12月23日に実施し、583名が来場)
- ⑤ 2023年度より、競輪施行者・サテライトによる中期基本方針への取り組みを支援するため、「中期基本方針事業推進支援制度」を創設し、地域催事における競輪関係ブースの出展や、競輪場施設を一般開放して実施するイベントなど、合計73件の事業に対する支援を行った。



▲2023年度創設の各ガールズケイリンGI決勝戦をBS中継



▲古性選手がプロ野球セ・パ交流戦の始球式に出演(阪神甲子園球場)



▲「はちのへほコテン」への競輪ブース出展の支援(サテライト六戸)



▲「SHIZUOKA KEIRIN AUTUMN FESTA」を静岡競輪場において実施(静岡市)

2023年度の取り組み(プロモーション)

- その他、ガールズケイリンの認知拡大に向けた取り組みを実施。



▲「新宿3D猫」とのコラボプロモーション



▲パールカップ後の大阪・戎橋ヒットビジョン広告



▲Web Sportivaに33件の記事をアップ



▲ガールズGIについて、全スポーツ紙への紙面拡充を実施