

競輪第3次中期基本方針(骨子) 案

令和7年5月22日

1. これまでの経緯と総括

(1) 現行中期基本方針策定の背景

競輪の売上は、平成3年度をピークに減少が続いていたが、平成22年度以降にミッドナイト競輪及びガールズケイリン等の新規施策を展開した結果、平成25年度の6,063億円で売上が底を打ち、平成26年度以降は増加に転じた。

令和2年度、新型コロナウイルス感染症により人々の生活様式が変化する中、新規顧客層が好む7車立てレースを拡大した結果、インターネット投票の売上が増加した。

こうした背景の中、施行者収益の確保を前提とした拡大路線への転換を図り、社会還元の最大化を達成するため、令和3年3月に「売上1兆円、施行者収益230億円」を目標に掲げ、第2次中期基本方針(以下、「現方針」という。)を策定した。

(2) 現方針における取組(総括)

現方針への取組を加速するため、競輪最高会議を頂点とする会議体の構成を3層から2層へと見直し、意思決定の迅速性を高めた。

令和3年度以降、民間ポータルサイトから受領した年代別売上データの分析や顧客の購買動向調査を踏まえ、ミッドナイト競輪等を中心に7車立てレースを拡大した結果、新規顧客が増加し、売上が大きく成長した。令和元年度まで売上不振であった9車立てのグレードレースも、7車立てレースの拡大に伴い希少価値が高まったことで売上が増加した。

令和4年度、ガールズケイリン10周年を契機としたリブランディングを行うこととし、新たなコンセプトを策定した。ガールズグランプリを頂点とした新たなレース体系を構築し、女子レースの拡大、ロゴとユニフォームの刷新及び女子選手専用宿舎の整備等に取り組んだ。リブランディングの取組は顧客から好意的に評価され、ガールズケイリンの売上も増加し続けている。

令和4年度は売上が1兆908億円、施行者収益が406億円となり、目標を前倒しで達成したことから、令和5年度において、「売上1兆2500億円、施行者収益450億円」に上方修正し、新たな目標の達成に向けた追加方針を定めた。

日本競輪選手養成所における先端トレーニングの追求等により、競輪選手の脚力向上を支援した結果、令和6年度に開催されたパリオリンピックの男子ケイリン種目で競輪選手が4位入賞。直後の世界選手権では男女ケイリン種目と男子スクラッチ種目で史上初となる3つの金メダルを獲得した。こうした国際大会における競輪選手の活躍を契機としたプロモーションを実施し、スポーツとしての競輪の魅力や競輪選手のアスリート性を訴求した。

競輪の目的である社会還元では、競輪場での補助事業交付式の実施等を通じた競輪による社会還元の浸透に取り組むとともに、補助事業者に対する説明会を拡充した結果、補助事業の認知度は徐々に増加しており、補助事業申請件数は令和3年度から令和6年度にかけて約2.4倍の2,060件となった。

令和5年度の施行者収益は、477億円となり、施行者収益目標(450億円)を達成。また、令和6年度の売上は、1兆3,282億円となり、売上目標(1兆2500億円)を達成した。

2. 競輪業界の現状

(1) 商品(開催・レース)

年齢層や経験年数によって顧客ニーズが多様化しており、顧客のステージに合わせた商品ラインアップの提供が売上増加に繋がっている。

令和7年度からは、未経験者や初心者層のニーズに応えるため、ガールズケイリンと同一ルールで行う男子選手の新たなレースを試行実施する。また、国際大会で優秀な成績を収めた外国人選手の招聘レースの再開を検討している。

(2) 顧客

令和3年度以降、インターネット投票の売上が拡大しており、特に20代から30代の新規顧客層による売上が増加している。

競輪場への来場者数は、これまで減少が続いていたが、令和3年度以降は回復基調であり、若年層の割合が増加している。

(3) 販売チャネル

インターネット投票の売上が引き続き伸びており、売上全体に占めるシェアは80%を超えている。特に民間ポータルサイト全体の売上が年々増加しているが、KEIRIN.JPの売上は減少が続いている。

リアルでの販売チャネルである競輪場(本場)の車券売上は徐々に減少しており、場外車券売場の売上も減少が続いている。

(4) 公営競技市場における競輪

令和6年度の公営競技市場全体の売上は約8兆円であり、売上シェアは中央競馬、ボートレースに次いで競輪が高い。競輪の売上成長が公営競技市場全体の売上成長にも寄与している。

3. 社会環境の変化

競輪を取り巻く社会環境は、次のとおり変化していくことが見込まれる。

(1) 少子化による若年顧客層の減少。

- (2)物価高騰に伴う景況感の悪化、娯楽費への支出減少。
- (3)AR・VRなどの映像技術、その他デジタル技術の進展によるスポーツビジネスの多様化。
- (4)訪日外国人の増加、インバウンド需要の高まり。
- (5)社会的責任への意識の高まり。

4. 競輪の存在意義(Mission)

今後の環境変化に柔軟に対応するためには、競輪業界として自らの存在意義を再確認し、あるべき姿・方向性を共有し、その実現のための取組を業界全体で推進する必要があることから、第3次中期基本方針(以下、「次期中期基本方針」という。)は、競輪の存在意義(Mission)、あるべき姿(Vision)及びあるべき姿の実現に向けた取組(Value)の視点で検討を行うこととした。

競輪の存在意義は、自転車競技法に定める競輪の目的と、競輪が社会にもたらす価値・影響を踏まえたものとし、「競輪開催を通じて人々の心を動かす非日常を提供し、その売上・収益を社会に還元することにより、地域の活性化と社会課題の解決に寄与する。」とした。

5. 競輪のあるべき姿(Vision)

(1)競輪事業のあるべき姿

競輪の目的は、競輪の売上・収益を社会に還元することである。

競輪による社会還元を持続的に行うためには、新規顧客の増加と定着により、将来にわたり競輪事業を発展させていくことが求められる。

そのため、次期中期基本方針においては、スポーツとしての競輪の魅力を訴求し、商品の魅力を高め、顧客ニーズを捉えた戦略的な商品提供に注力していく。また、若年層を中心に競輪の認知が広がりつつある中、競輪が社会と顧客からの信頼により成り立っていることを再認識し、健全なメジャースポーツとしての地位確立を目指すこととする。

以上を踏まえ、競輪のあるべき姿は、「社会・お客様からの信頼をもとに、メジャースポーツとしての競輪の価値と持続可能性を追求し、社会に貢献し続ける。」とした。

(2)あるべき姿の実現に向けた目標

売上目標は、1日平均売上成長率の推移を基礎とし、景気の動向と、次期中期基本方針への取組による売上浮揚効果を加味して引き続き検討する。施行者収益目標は、今後検討する売上目標を踏まえつつ検討する。

また、売上や施行者収益に加え、競輪のあるべき姿を実現するため、例えば、顧客の年齢層別参加状況、競輪選手志望者数の状況、競輪の認知度・イメージなどの重要項目に関する目標設定を検討する。

6. 次期中期基本方針における4つの柱(Value)

競輪のあるべき姿の実現と目標達成に向けた重要課題として「4つの柱」を設定した。
「4つの柱」は更に掘り下げ、次期中期基本方針における具体的な取組を検討する。

(1) 社会還元の浸透

全ての競輪関係者は、社会還元が競輪の目的であることを認識し、競輪が地域の活性化や様々な社会課題の解決に貢献していることを広く社会に浸透させていく必要がある。

(2) 顧客の増加、エンゲージメント強化

人口減少に伴い、競輪の成長を支える若年顧客層の減少も懸念されることから、幅広い年齢層、未経験者への認知度の向上や、インバウンド需要の獲得等を通じた市場開拓が必要である。

競輪場を利用したことのある顧客ほどロイヤリティが高い傾向がみられるため、来場しやすく、滞在して楽しめる競輪場の施設と環境を整備することが必要である。

また、顧客の定着のために、SNSの活用や本場体験などを通じて顧客のエンゲージメントを高める必要がある。

(3) 魅力的なレースの提供

顧客ニーズの充足及び新たな需要の創出に繋がる魅力的なレースを考案、提供していく。

また、顧客のステージに応じた戦略的な商品提供、情報提供及びプロモーション(映像コンテンツの提供を含む)など、商品戦略とプロモーション戦略を効果的に連動させ、顧客の継続的な流入と定着を図ることが必要である。

競輪選手の魅力向上のためには、選手志望者の増加と先端トレーニングの推進により、将来のスター選手の育成を促進する必要がある。また、2028年のロサンゼルスオリンピック等国際大会における競輪選手の活躍を契機としたプロモーションが求められる。

(4) 持続可能な競輪の運営

競輪は、社会と顧客からの信頼のもとに成り立っていることから、引き続きコンプライアンスの徹底、ギャンブル依存症対策、各種ハラスメント対策、アンチ・ドーピングその他公正かつ安全な運営に取り組み、これらを強化する必要がある。

社会環境が変化する中、競輪開催における業務の効率化、次期車両情報システムや選手養成に係るインフラ整備を行う必要がある。

また、感染症や気象災害等への対応、競輪選手志望者の獲得及び競輪選手の養成など、持続的に開催・レースを行うための取組が必要である。

以上