

オートレース第3次中期基本方針(案)について

INDEX

目次

1.オートレース第3次中期基本方針について

2.「4つの柱」における取組方針について

- (1)地方財政への貢献と社会還元の浸透
- (2)事業体制の改編
- (3)オートレースのリブランディング
- (4)認知度向上と顧客エンゲージメント強化による市場拡大
- (5)その他

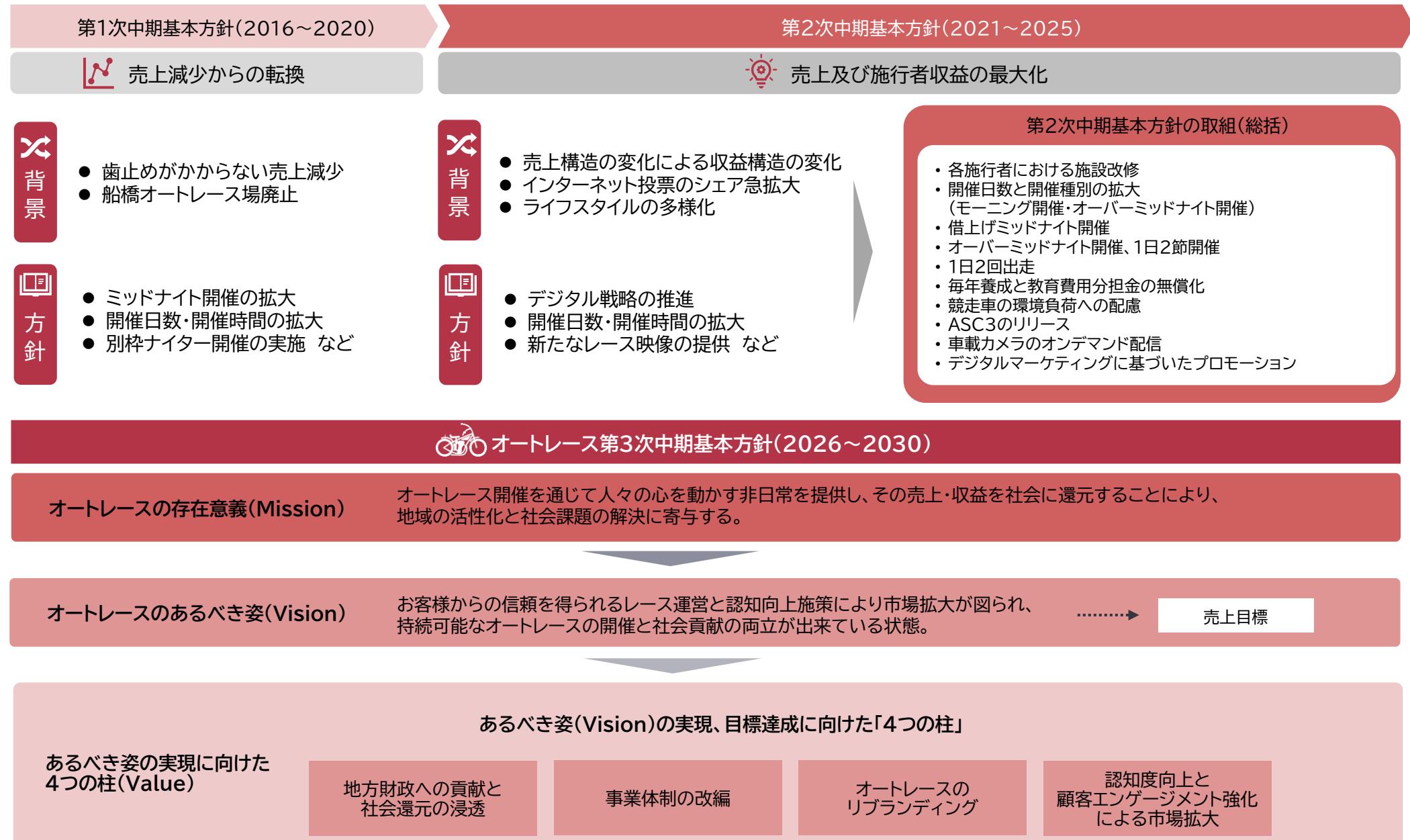
3.売上

(1)2030年度までの売上予測

(2)オートレース第3次中期基本方針における売上目標

1. オートレース第3次中期基本方針について

👉 第2次中期基本方針の取組を総括とともに、今後の社会環境の変化を踏まえ、オートレース第3次中期基本方針では、オートレースのあるべき姿の実現に向けて、「4つの柱」を軸とした取組を展開していく。



2. 「4つの柱」における取組方針について

オートレース第3次中期基本方針では、オートレースのあるべき姿の実現に向け、「4つの柱」を中心に施策を推進する。加えて、「4つの柱」に含まれない持続可能なオートレースの運営に関する課題については、その他として整理し、それぞれに対する方針を策定する。

4つの柱

取組方針

地方財政への貢献と 社会還元の浸透

- ①時代のニーズに即したメニューによる支援
- ②オートレースの社会的価値の発信強化

- ③オートレースによる地域活性化への貢献

事業体制の改編

- ①事業体制の改編
- ②魅力ある競走体系の構築

オートレースの リブランディング

- ①ブランド刷新とイメージアップ
- ②オートレースの露出拡大によるブランド構築

認知度向上と 顧客エンゲージメント 強化による市場拡大

- ①新規顧客の定着促進
- ②本場への来場促進

その他

- ①新規選手の発掘と育成
- ②持続的な運営のためのインフラ整備

- ③カーボンニュートラルへの対応

2.(1)地方財政への貢献と社会還元の浸透

①時代のニーズに即したメニューによる支援

効果事例の検証も踏まえつつ時代のニーズに即したメニューの検討が求められている。
さらに、今後顕在化・深刻化していく社会課題や多様化するニーズに対応した、社会貢献のあり方を模索していく必要がある。

■2021年度～2024年度の累計支援実績

支援金額は、 採択件数は、

283.8億 2,934件

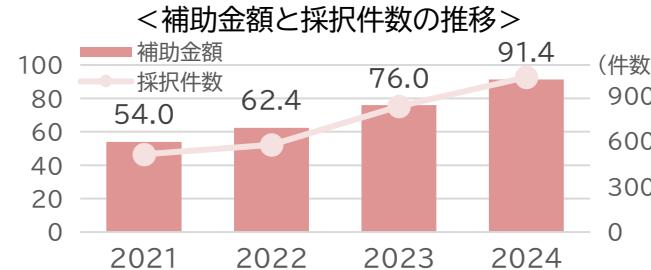
※各数値は、競輪資金・オートレース資金の合算値

■社会課題への支援事例



社会福祉の増進事業への支援

障がいのある方へのオートバイ体験走行会開催などの、こども・若者、高齢者、障がいのある人への福祉課題解決に向けた活動等への支援



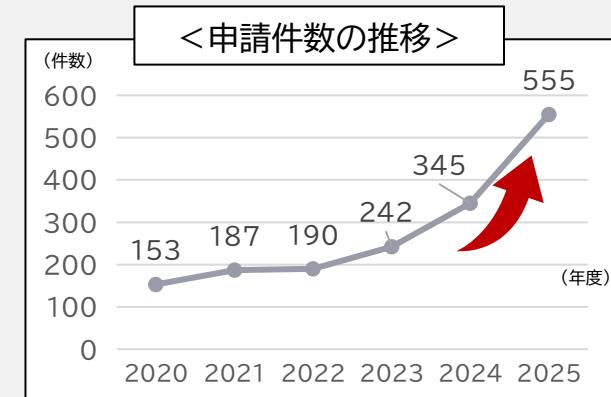
救援物資配布

新型コロナ防止対策、被災地支援など緊急的な対応を必要とする事業へ支援
4年間で692件(7.1億円)



福祉車両の整備

老人ホーム等で使用する福祉車両の導入支援



福祉車両に関する申請は年々増加傾向。

取り組みの方向性

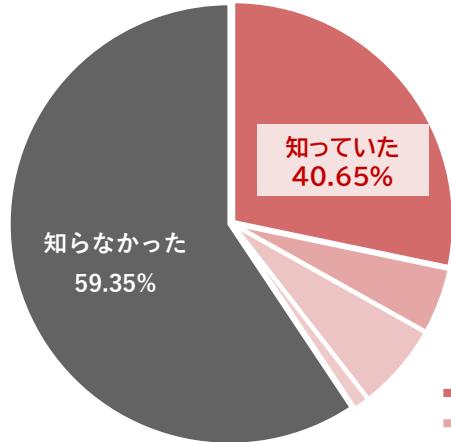
時代のニーズを的確に捉え、それを反映した補助メニューの検討・設計を進めるとともに、補助事業を継続実施していく中で、未来の補助事業の“顔”となるコンテンツを見出していく。

②オートレースの社会的価値の発信強化

全国各地で展開されているオートレースの補助事業は、その価値や意義をこれまでも発信してきたが、まだ社会全体への認知拡大には至っていない。

オートレースが社会を支える仕組みであることを広く認知してもらうとともに、補助事業の成果や背景にあるストーリーを積極的に発信することで、「社会に貢献するオートレース」というイメージを浸透させていく。

➤ オートレースの補助事業認知度調査(2024年度)



対象:2024年度に実施した補助イベント参加者へのアンケート調査
回答総数:6751件

➤ オートレースの補助事業PRイベント事例



ショッピングモール等でのPR

集客の見込めるショッピングモールでのブース出展・福祉車両展示



イベントでのPR

スポーツイベント ハマトラFES会場内のイベントブースにて補助実績紹介のパネル展示

取り組みの方向性

➤ 継続して補助事業PRを実施していくとともに、効果的な情報発信に取組、更なる認知拡大を目指す。

2.(1)地方財政への貢献と社会還元の浸透

施行者

③オートレースによる地域活性化への貢献

各地方自治体は、主催するオートレースの収益を様々な形で地域に還元しており、オートレース事業が地域財政を支える重要な基盤であるとともに、オートレース場は地域住民にとって開かれた公共空間としての役割も果たしている。

その意義を、自治体の広報、公共施設内の掲示ほか、地域メディアなどを通じて広く発信していくことが必要となっている。

➤ オートレース場施設の活用実績



川口市

たたら祭りの会場として使用



伊勢崎市

伊勢崎オートモビルフェス
タの会場として使用



浜松市

イベント「バイクのふるさと」
の会場として使用



飯塚市

大規模災害時に警察機能を
移転する協定を締結



山陽小野田市

パラサイクリング日本代表
の練習場として提供

取り組みの方向性

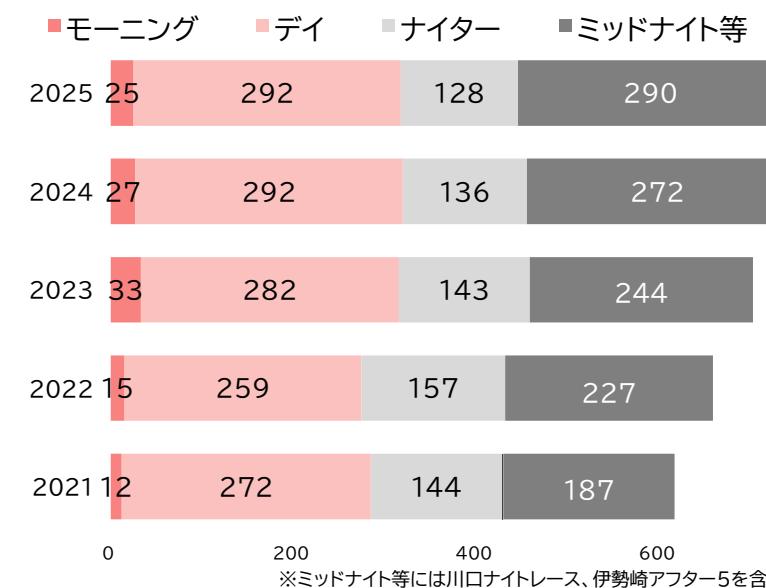
➤ オートレースの売上等を通じて地方財政及び地域への貢献を引き続き図るとともに、地域活性化に向けた取組を広くPRする。また、各自治体が実施している具体的な事例を共有することで、更なる連携と発展を促進する。

①事業体制の改編

第2次中期基本方針においては、無観客のミッドナイト開催を中心に、開催日数の拡大に取り組んできた。その結果、売上は増加したが発売チャネルの変化に伴う各施行者の経費構造に則した運営体制への改編が求められている。

オートレース事業を顧客にとってより親しみやすく、魅力的な商品を提供できる事業モデルへと進化させることで、効率的かつ持続可能な運営を実現し、安定的な5場体制の確立を目指す。

➤ 開催日数(中止を含む合計日数)



➤ ミッドナイト開催(無観客)



無観客のミッドナイト開催等の日数拡大により、オートレースの売上は2017年度以降8年連続で増加している。

取り組みの方向性

- ・売上分析に基づく開催日程、発走時刻の最適化
- ・現在の事業体制に基づく選手制度の再構築
- ・開催経費の削減の検討

②魅力ある競走体系の構築

現行の競走体系では、SG競走等の開催内容において、新たな魅力の創出が求められている。また、新人選手や女性選手の活躍機会を拡大していくことも求められている。これらの課題に対応することで、魅力的なオートレースの提供を目指す。



2名のグランドスラム達成者が誕生

2011年デビューの第31期以降で、青山周平選手、鈴木圭一郎選手の2名がグランドスラムを達成。



デビュー後13連勝を達成
浅倉樹良選手(2級車)

第35期までは隔年で養成していたが、2023年デビューの第36期生より毎年養成となり、将来性のある若手選手を輩出している。



ガールズ王座決定戦第6代目女王
高橋絵莉子選手

2011年に44年ぶりとなる女性オートレーサーがデビューして以降、現在では27名まで増加している。

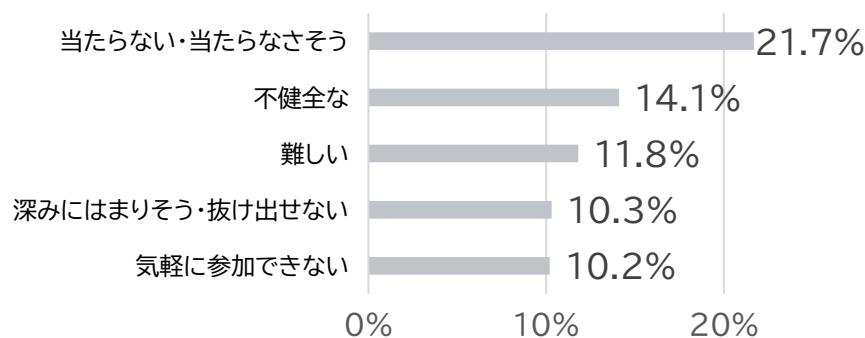
取り組みの方向性

- •競走体系・SG競走等の開催内容の整理及び見直し
- 実力のある新人選手による早期活躍の可能性を検討
- ガールズ戦の魅力向上策の検討

①ブランド刷新とイメージアップ

2012年以来、ブランドイメージの刷新を行っておらず、近年の市況(インターネット販売を中心とした売上拡大)やターゲット(ミッドナイト開催から流入する若年層の増加等)の変化に対応出来ていない。そのため、オートレースが本来持つ「迫力」や「熱気」といった本質的価値を今一度定義し、若年層を中心とした幅広い層にアプローチ出来る内容にブランド全体の印象を刷新する取組が必要である。

➤ オートレースに対するイメージ:TOP5
(公営競技に関する定点調査2024年度:全国・男女 20~69歳 n=1,000名)



オートレースに対するイメージの調査では、ネガティブなイメージが上位を占めており、ブランド刷新とイメージアップによる幅広い層への訴求の必要性が見受けられる

現行オートレースロゴ、コンセプト



Auto Race

自分を、マシンを、勝利を。
ノーブレーキで、信じるその先へ。

世界にただひとつのモータースポーツであるオートレースは、60年の歴史を礎として、いま新たな地平を踏み出します。

レーサー自身がメンテナンスを手掛ける
ワン&オンリーのエンジン音。
時速150kmでオーバルトラックを疾走し、
ノーブレーキの極限のなかで攻防を繰り広げる・・・。

夢を追いかけ、誇りを胸に、命をかけてレースに臨む、
そんなレーサーの勇姿と搖るぎない思いを
洗練されたロゴタイプ・シンボルマークで表現。

ファンはレーサーを信じ、夢をともに見る。
レーサーはマシンを信じ、自らのスキルを信じ、可能性に挑む。

魅せるノーブレーキのリアリティが、いま、動きだします。

取り組みの方向性

- ・ターゲットに即したブランド刷新を実施
- ・リブランディングを広く周知し、認知拡大、イメージアップに繋げていく

2.(3)オートレースのリブランディング

JKA

施行者

オ振協

②オートレースの露出拡大によるブランド構築

他の公営競技と比較してレース場が少なく、認知度の低さが長年の課題である。また、初心者からオートレースの理解を深めた中・上級者までいる中で、顧客の理解度に応じた情報の充実・提供が必要となっている。

初心者に対しては自然な形でオートレースとの接点を持たせるデジタルプロモーションを中心に、広く社会的な認知を獲得する為の露出を増やし、それに紐づく施策を展開していく。

また、2025年度に公営競技広告・宣伝指針が強化され、ギャンブル等依存症対策への対応がさらに求められている。

【例】SNS等を活用した情報発信（公式チャンネル等）



【例】多様なコンテンツ展開



SNSやYouTube等を活用し、選手目線の迫力ある映像を公開することで、リアルに近いスピード感や接近戦の魅力を伝え、オートレースへの参加動機を生み出す。また、選手の素顔に触れられるコンテンツを拡充することで、ファンとの距離を縮め、オートレースへの関心や興味喚起を促す。

ギャンブル等依存症対策



ギャンブル等依存症対策ポスター

ポスター掲示、場内放送等にて啓発を図っている。情報コンテンツ内においても、啓発ページを用意している。

取り組みの方向性

- 顧客の理解度に応じた情報提供を行い、よりオートレースの理解を深めてもらうとともに、競技としての面白さを知つてもらうためのコンテンツ・接点を増やし、オートレースへの継続的な興味・関心を生み出していく。併せて、顧客が必要な情報に迷わずアクセスできるように公式コンテンツへの導線等の整理を検討する。
- また、公営競技広告・宣伝指針に従い、コンテンツ内でギャンブル等依存症対策について引き続き推進していく。

①新規顧客の定着促進

ミッドナイト開催を契機として、若年層の新規顧客獲得が続いているが定着率が低く、初心者向けの情報発信の拡充が課題であり、オートレースの魅力を伝えるコンテンツの拡充が必要。

▶ 各種取組(例)



初心者向けコンテンツ

初心者がオートレースを理解できるようなコンテンツを増やすことで顧客定着率の向上、競技への興味喚起を促す。



車載カメラ等による映像の配信

新しい映像を提供することで初心者に対して自然な形でオートレースと接点を持たせることが重要である。



SNSによる情報発信

SNSを活用することでブランドイメージの向上、顧客との関係構築や情報収集、集客、売上増加など、メリットを狙う。

取り組みの方向性

- ▶ ・初心者がオートレースを理解できるようなコンテンツの拡充
- ・SNSやYouTube等を接点にした情報提供の充実(中継映像、車載カメラ等)
- ・「つながり」「共感」を意識した興味喚起を促す交流の場づくり

2.(4)認知度向上と顧客エンゲージメント強化による市場拡大 競走会 選手会

②本場への来場促進

オートレースの売上は順調に推移しているものの、新規顧客の多くはインターネット経由での購買が中心であり、本場及び場外車券売場への来場者数は減少傾向となっている。

オートレースの持続的な発展に向けては、本場及び場外車券売場の来場価値を高める取組が不可欠であるため、インターネットだけでなくリアルでもオートレースを楽しみたいと思えるような取組が求められている。

▶ オートレース場で各種取組(例)



川口オート
ポケバイ教室

小学生以下の子供を対象としたポケバイ教室を実施し、親子連れの来場促進を図った。



伊勢崎オート
場内BBQ

週末にオートレースを観ながら友人同士や会社の同僚とバーベキューを楽しむグループが多くみられた。



浜松オート
ファン交流

ファン感謝祭を開催し、多くの顧客が普段触れあうことのできない選手との交流を楽しんだ。



山陽オート
ラーメン博覧会

グルメイベントを目当てに新規ファンが多く集まり、イベント会場は連日大盛況であった。



飯塚オート
縁日

開門から多くの家族連れが訪れ、縁日イベントは終日大盛況となった。

取り組みの方向性

継続して本場・場外車券売場がイベント等の事業を開催し来場者増加を図るとともに、インターネットでオートレースを知った顧客を本場へ導くため、「体験型拠点」としての役割やホスピタリティの向上を目指す。

ファン同士や選手との交流等を促進し、「つながり」「共感」によるオートレースへの興味を喚起させ顧客の定着促進に努める。

2.(5)その他

①新規選手の発掘と育成

オートレース選手養成所の応募者数については、毎年養成の実施に加えて、募集要件の緩和、養成費用の無償化などの施策を実施してきたことで、少子高齢化が進む中でも大きく減少することなく推移している。

しかし、今後もオートレースを持続的に発展させていくためには、更に高い水準の技術・知識を習得させられるような教育訓練の質的向上と養成環境の整備が求められている。

応募者数の推移



選手志願者拡大への取組



学生向け就職説明会

体育会所属学生向け
就職説明会への出展



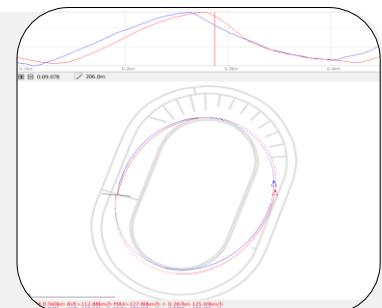
サーキットでの募集

モータースポーツイベント
での出展

競技力向上の取組



IT機器を活用した走行訓練



走行映像記録システムやGPSロガーなどのIT技術を導入し、競技力の向上に取り組んでいる

取り組みの方向性

- 大学等の教育機関や他プロスポーツ関連団体との連携強化、モータースポーツ関連イベントへの出展強化、日本競輪選手養成所やオートレース関係団体と連携した募集告知強化を行う。
- また、教育訓練の質的向上と養成環境の整備による競技力の向上について検討していく。

②持続的な運営のためのインフラ整備

持続的なオートレース運営に資するため、各場で施設改修が進行している。今後も継続してオートレース場内における施設の改善や、選手が競走に集中できる環境の整備を進めていくことが求められている。

次期オートレースシステム更改(ASC4)では、業務効率化・コスト削減・セキュリティ強化に対応するためのシステム更改が必要となる。また、AutoRace.JPの魅力向上のため、商品見直しと情報提供強化が求められている。

➤ オートレース場における施設改修

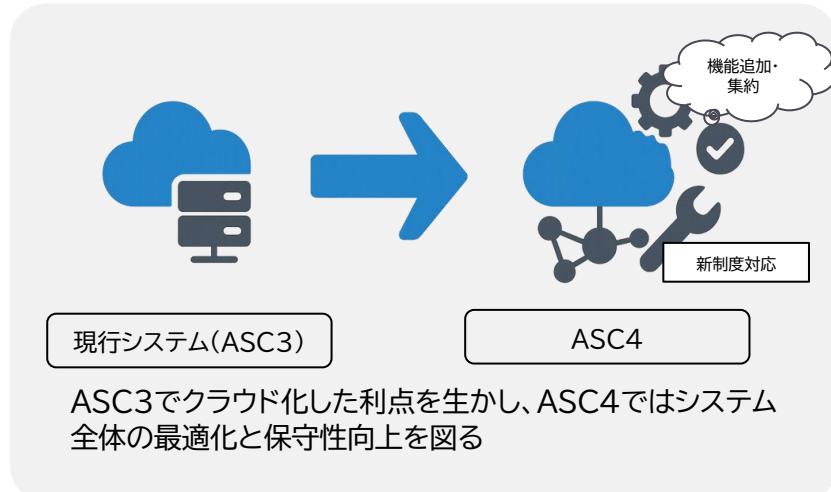


飯塚オートレース場
メインスタンド建て替え



浜松オートレース場
入場門改修

➤ 次期システム更改(ASC4)



※ASC…Autorace System Center の略

取り組みの方向性

➤ オートレース場施設の老朽化への対応など、必要に応じた施設改修を実施する。

➤ 2029年度のASC4システム更改に向けたスケジュールの作成、優先順位を考慮した要件定義作成と機能実装に向けた作業を進める。また、AutoRace.JP投票の商品見直しに係る対応を行っていく。

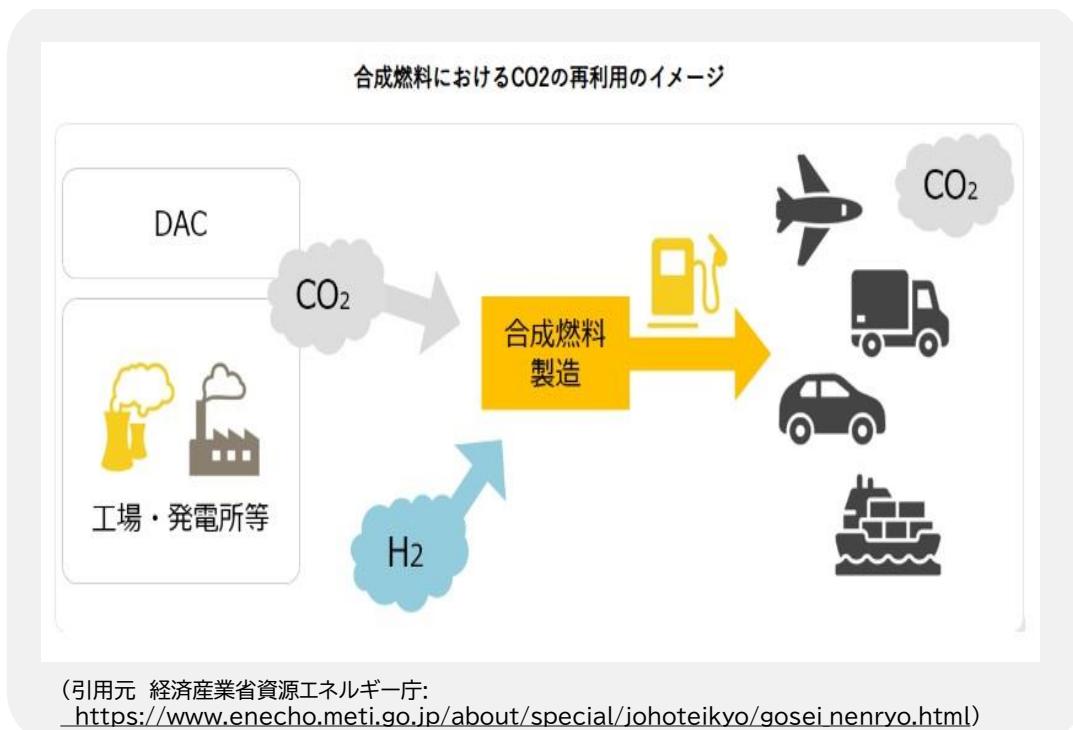
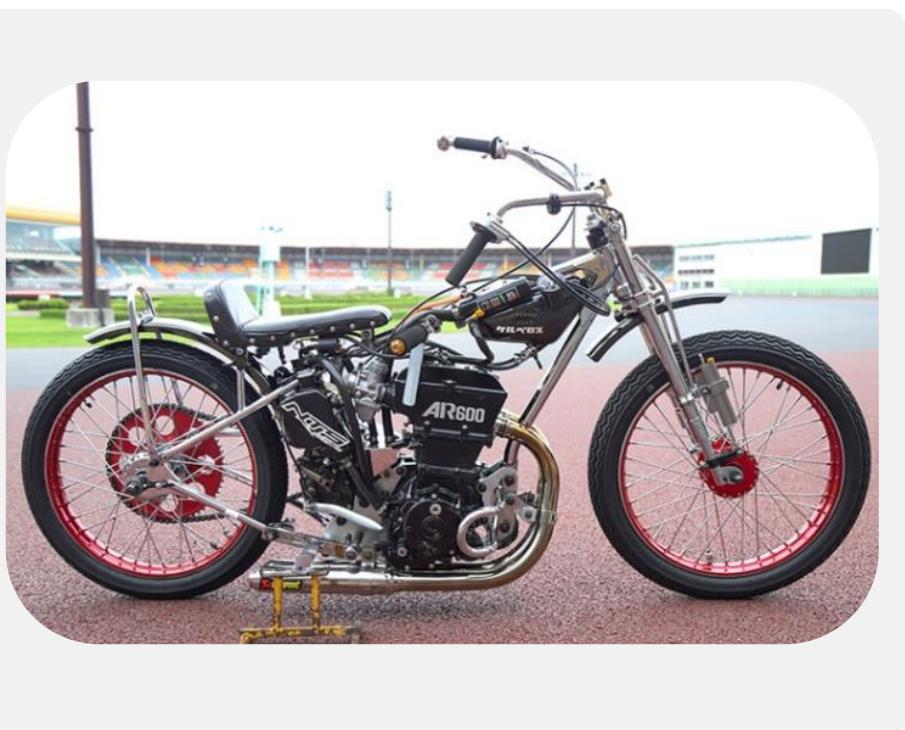
2.(5)その他

③カーボンニュートラルへの対応

カーボンニュートラルに関する取組については費用対効果や市場導入時期などを見極めながら採否を判断していく必要がある。2030年以降に商用化が予定されている合成燃料の現行エンジンへの導入の可能性について情報収集を継続する。

▶ 現行の競走車

▶ ガソリンのカーボンニュートラル化イメージ



取り組みの方向性

エンジンメーカー等と連携を図りながら、石油元売会社における開発状況等の情報収集を行う。

参考:ギャンブル等依存症対策への取組

オートレース業界では、ギャンブル等依存症対策推進基本計画に基づき、継続的な対策の実施と環境整備に取り組んでいる。第3次中期基本方針期間においても、国、施行者、関係団体との連携を強化し、依存症対策に係る取組を着実に推進していく。

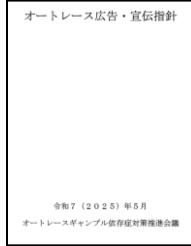
広告・宣伝の在り方

・指針を踏まえた広告・宣伝の抑制

- ▶ 過度に射幸心をあおる表現を用いないこと等を定めたオートレース広告・宣伝指針を策定し施行者をはじめ関係事業者に遵守を要請。

・普及啓発の促進

- ▶ 場内等での掲示やギャンブル等依存症問題啓発週間においての啓発映像放映、グッズ配布、掲示物の掲出等を実施し、同問題への関心と理解の浸透に寄与。
- ▶ のめり込みに不安のある方に向けたマンガを作成し、公開。



オートレース広告・宣伝指針



場内(発券機)等での掲示



啓発グッズ

相談・治療につなげる取組

・公営競技ギャンブル依存症カウンセリングセンター等における相談体制の強化

- ▶ オートレース場等に相談窓口を設置し、臨床心理士がカウンセリングを行う
公営競技ギャンブル依存症カウンセリングセンター等を紹介、治療につなげる取組を実施。



ギャンブル依存症
セルフチェック

・セルフチェックツールの普及等によるギャンブル等依存症の早期発見・早期介入

- ▶ ギャンブル依存症セルフチェックツールをホームページ上で運営し、診断結果画面から相談窓口や啓発マンガ等へのリンクを掲載し、マンガの最後に公営競技ギャンブル依存症カウンセリングセンターを紹介している。

・民間団体等に対する経済的支援

- ▶ 全国公営競技施行者連絡協議会において、ギャンブル等依存症対策に取り組む民間団体等に対する経済的支援を実施。
- ▶ JKAの補助事業において、「ギャンブル等依存症対策に関する支援活動」及び「ギャンブル等依存症に係る研究」の事業を採択。

アクセス制限等

・本人、家族申告によるアクセス制限制度の活用

- ▶ 本人、家族からの申告に基づき、オートレース場・場外車券売場への入場制限を実施。



20歳未満への注意喚起
及び購入限度額設定

・20歳未満の者の購入禁止の徹底

- ▶ 20歳未満の者による車券購入防止のため、警備員等による声かけ・年齢確認を実施。

・ネット投票におけるアクセス制限制度・購入限度額設定

- ▶ インターネット投票における本人・家族申告によるアクセス制限及び本人申告による購入限度額の設定。
20歳未満への注意喚起
及び購入限度額設定
- ▶ メール等で申請の相談を受け付けるなど利便性向上のための取組を検討。

依存症対策の体制整備

・従業員教育の推進等による依存症対策実施体制の強化

- ▶ すべての競輪場・オートレース場において依存症対策担当者を選任するとともに問合せ対応マニュアルを策定。
- ▶ 競輪場・オートレース場・場外車券売場の職員及びインターネット販売を担う民間ポータル事業者全社を対象に、ギャンブル等依存症の予防等への配慮の必要性について意識醸成するための研修を実施。



オートレース ギャンブル
依存症対策研修資料

・オートレースギャンブル依存症対策実施規程のアップデート

- ▶ 業界団体で構成するオートレースギャンブル依存症対策推進会議において課題等のすくい上げ、検討を行い必要に応じて規程の見直しを実施。これにより、実施体制や取組内容の改善を図ることとしている。

3.(1)2030年度までの売上予測

■ 2025年度における状況

売上状況

- 現状、オートレース売上は堅調に推移しているが、開催日数が上限に達しつつあり、将来的には他公営競技と同様の売上成長となることが予想される。
- 開催日数増加が落ち着いている他公営競技については、売上成長率が鈍化傾向となっている。
※2024年度 中央競馬98.8% 地方競馬103.7% ポートレース104.2%

社会情勢

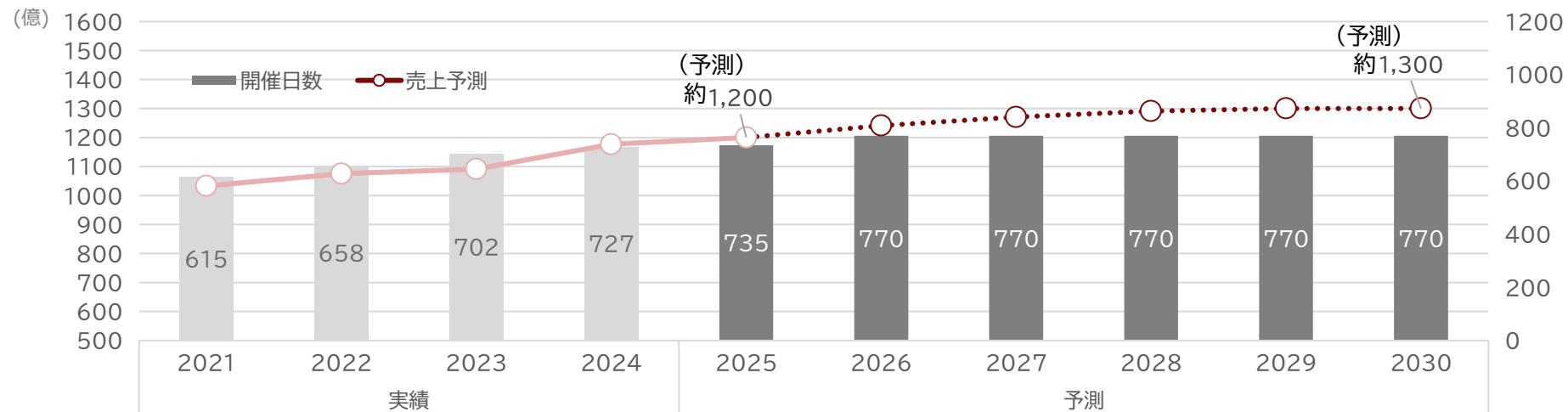
- 物価高騰に伴う景況感悪化による消費者行動の低下や人口減少による顧客減少が懸念される。

■ 売上予測およびオートレース第3次中期基本方針における目標額について

- オートレースの2025年度8月時点の対前年売上成長率を基準に、成長率が2030年度まで対前年売上成長率が漸減すると予測。

※2025年度の対前年売上成長率は、2025年8月31日時点

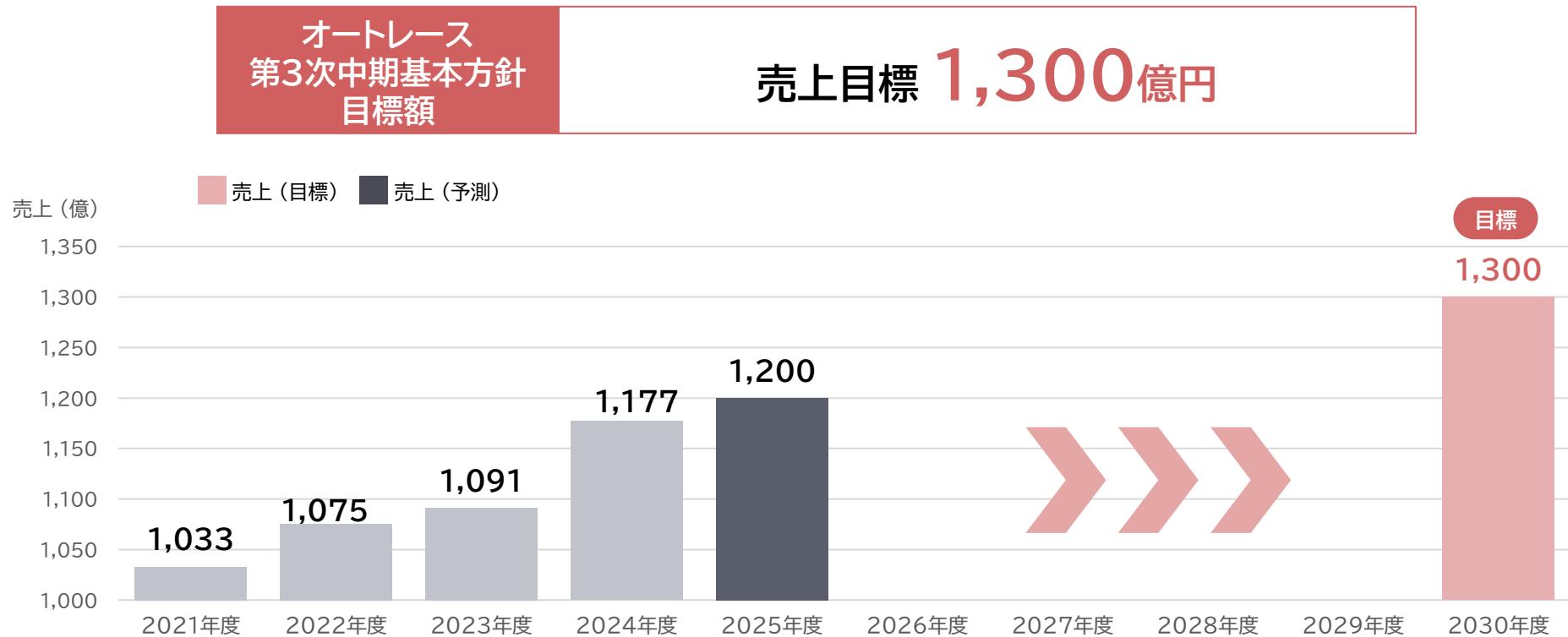
➤ 開催日数(予定日数)・売上予測



➤ 開催日数が上限に達しつつあり、日数増加による売上拡大施策に限りがあることを考慮し、目標額を設定する。

3.(2)オートレース第3次中期基本方針における売上目標

- オートレース第3次中期基本方針のオートレース売上目標は1,300億円。開催日数が上限に達しつつあり、日数増加による売上拡大施策に限りがあることから、目標達成に向け、顧客価値の最大化を図るとともに1日平均売上の増加施策を推進する。
- 目標達成に向けては4つの柱を軸とし、リブランディングによりイメージの刷新を行い、競技の認知度向上や顧客の定着化施策を推進する。さらに、事業体制の改編により施行者営業活動収支を改善し、業界が一丸となって社会貢献の最大化を目指す。



目標達成に向けた4つの柱

地方財政への貢献と 社会還元の浸透

オートレースの社会的意義の
情報発信強化による認知拡大

事業体制の改編

安定的な5場での運営体制を
構築し、持続的な運営のため、
大規模な施設改修に向けた
計画と収益改善に資する、
きめ細やかな取組の検討

オートレースの リブランディング

オートレースのイメージアップ
に向けて、ターゲットに即した
メッセージやビジュアルを
定義する

認知度向上と顧客エンゲージ メント強化による市場拡大

認知度向上施策による
新規顧客の獲得と若年層を
中心とした定着化を推進