

第6回 埼玉県競輪事業検討委員会 資料

「県営競輪の売上及び課題への対応状況について」

目次

1 本場売上について

- (1) 令和3年度の売上について（売上推移、場別売上、グレード・開催形態別売上）
- (2) 令和4年度の売上について（1節あたり平均売上）

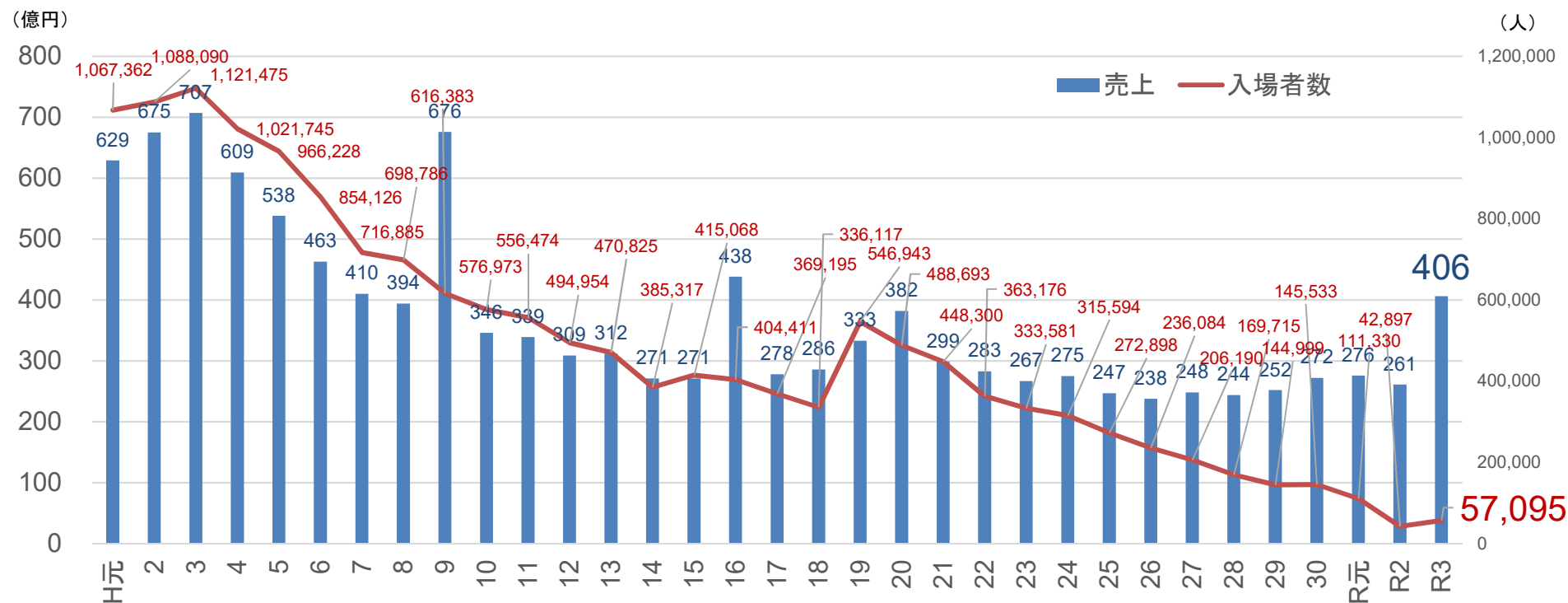
2 課題への対応について

- (1) 県収益の向上
 - ・ 売上が見込めるレースの誘致
 - ・ 施設改修によるコンパクト運営の実現
- (2) 競輪事業の活性化
 - ・ 初心者向け競輪体験会の実施
- (3) イメージアップ
 - ・ 若年層に人気のあるYouTuberを起用した競輪動画の制作
 - ・ 社会貢献の継続的な実施（障害者アートへの取組）

本場売上について①(売上・入場者数推移)

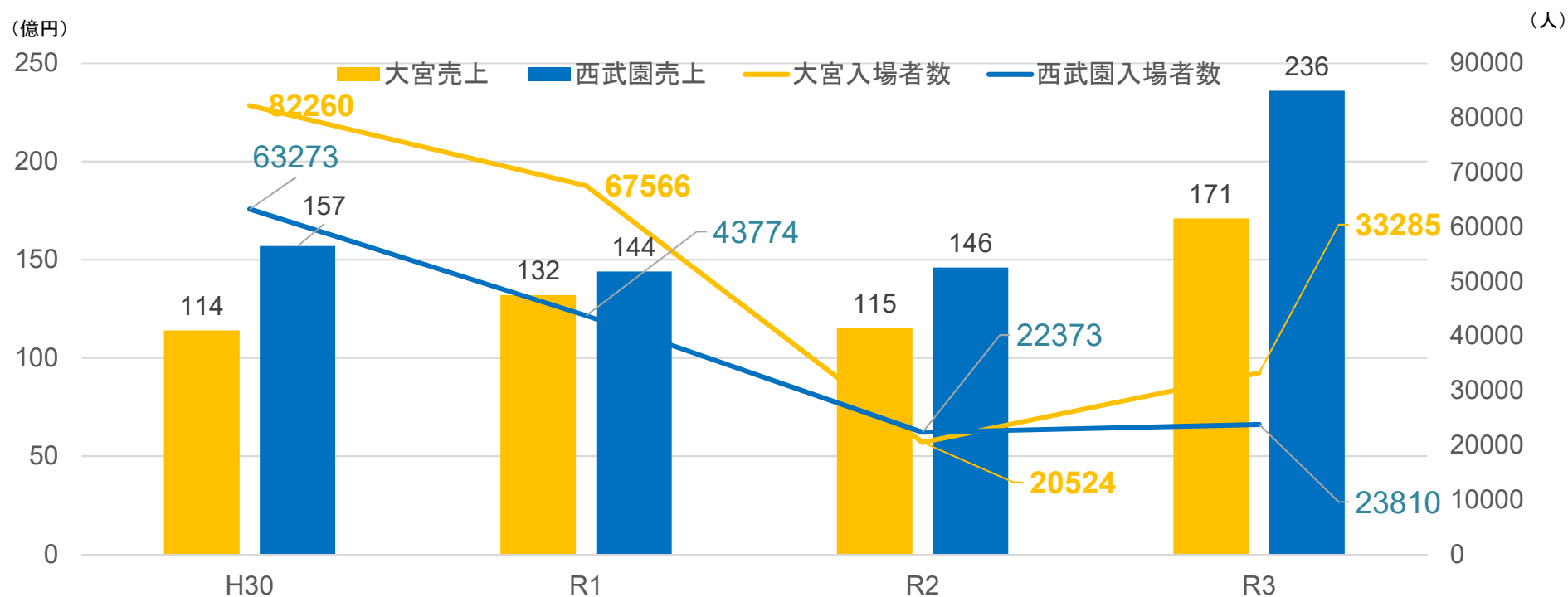
※本場売上には5重勝式、Dokantolは含まない。

- 令和3年度売上は406億円。平成7年の水準に上昇。
- 令和3年度入場者数は5万7千人。令和2年度より増加もコロナ前まで戻っていない。



本場売上について②(場別の売上・入場者数推移)

- ミッドナイト、ナイター等様々な開催ができる西武園の方が売上が高い。
- 入場者数は、両場とも令和2年度より増加したがコロナ前の水準に戻っていない。

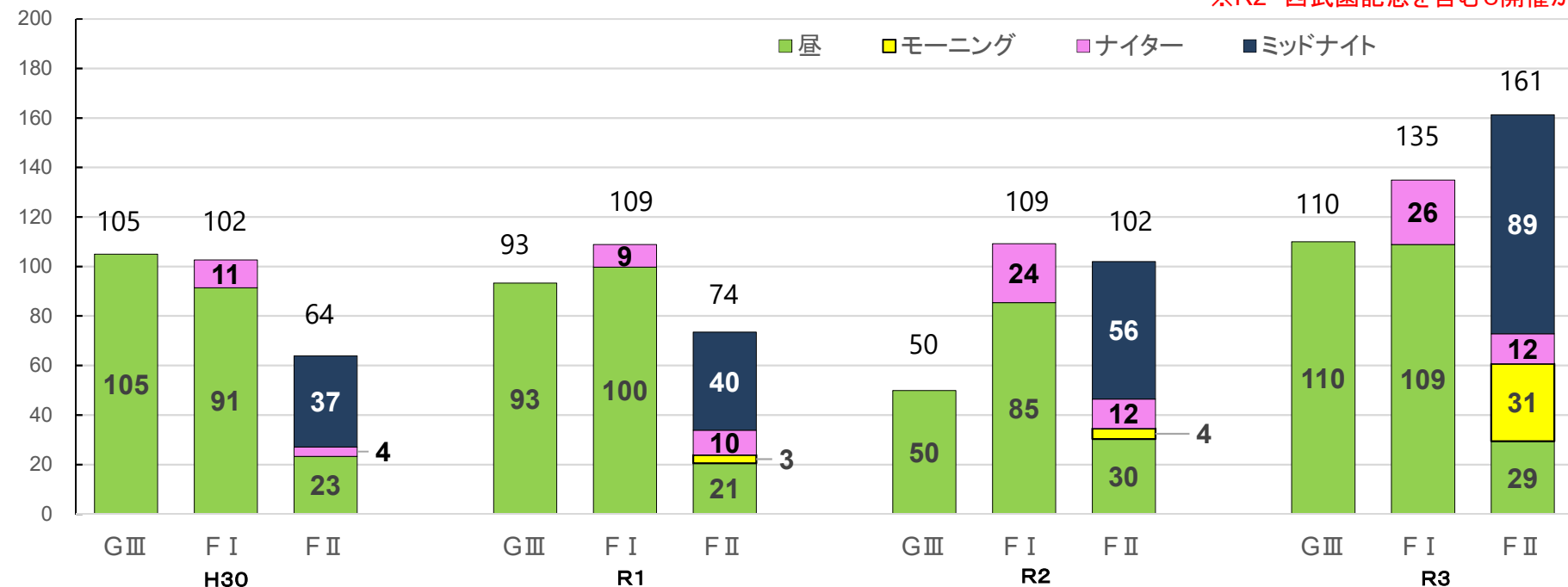


本場売上について③(売上推移／グレード・開催形態別)

- F II の売上が著しく増加している。平成 3 0 年度と比べて 2 倍以上。
- 大きな要因は、ミッドナイトなどネット売上の高い開催の売上増加。

(億円)

※モーニングはR1から開始
 ※R2 西武園記念を含む6開催が中止



本場売上について④(令和4年度／1節あたり平均売上)

- 今年度G I 開催のため、西武園のGグレードレースだけで80億円増加。
- モーニング7以外は昨年平均を上回る売上。

●令和4年度(8月末まで)

	G I・GⅢ	F I		F II				
		昼	ナイター	昼	モーニング	モーニング7	ナイター	ミッドナイト
大宮	※	1,189,742,533	-	588,232,750	※	459,857,200	-	-
西武園	12,842,739,700(G I)	1,340,188,950	※	★	655,407,400	432,302,500	※	994,079,800
合計	12,842,739,700(G I)	1,248,301,000	-	587,303,500	655,407,400	446,079,850	-	994,079,800
昨年比	—	136.1%	—	157.2%	111.6%	91.8%	—	106.2%

●令和3年度(8月末まで)

※開催予定はあるが当該時点では未開催。
★西武園のF II 昼は今年度開催予定なし。

	G I・GⅢ	F I		F II				
		昼	ナイター	昼	モーニング	モーニング7	ナイター	ミッドナイト
大宮	※	999,471,467	-	373,642,650	※	※	-	-
西武園	5,077,237,000(GⅢ)	835,209,600	※	※	587,062,400	485,992,900	※	936,046,050
合計	5,077,237,000	917,340,533	-	373,642,650	587,062,400	485,992,900	-	936,046,050

当面の課題について ～埼玉県競輪事業検討委員会報告書から～

	課題	対応策
1	県収益の向上	<ul style="list-style-type: none"> ①売上が見込めるレースの誘致 ②投資効果を考えた集中的な投資 ③西武園の受託場外発売の開催調整の再検討 ④大宮、西武園の車券を販売する場外車券売場の増加 ⑤ギャンブル依存症に配慮した取組の充実
2	競輪事業の活性化	<ul style="list-style-type: none"> ①一般入場料の無料化 ②競輪初心者向けのイベント、演出の実施 ③競輪場内でアートなどをテーマにしたイベントの開催 ④競輪場内への人気飲食店やカフェの誘致 ⑤競輪を楽しめる演出の実施 ⑥団体客誘致のためのBOX席設置の検討 ⑦地元を拠点としたエンターテインメント企業との連携 ⑧スポーツ・バーと連携したネット車券販売の展開 ⑨学校との連携 ⑩競輪選手の意見を反映した取組の実施 ⑪大宮双輪場の大宮公園との一体化
3	イメージアップ	<ul style="list-style-type: none"> ①スポーツとしての競輪の魅力発信 ②自転車競技の普及に向けた取組の充実 ③社会貢献のアピールの継続的な実施 ④目的、方向性を掲げた事業の実施 ⑤Jリーグのブランディングの研究

課題への対応：県収益の向上① ～売上が見込めるレースの誘致～

○ オールスター競輪 開催報告（売上・入場者数・イベント開催状況）

- 売上 **128億4273万9700円**（2021年 いわき平 117億8382万5600円 / 2020年 名古屋 117億7481万6400円）
（※売上には、5重勝式、Dokanto!の売上含む。）
- 入場者数 6日間合計 **18,471名**（2021年 いわき平 無観客開催 / 2020年 名古屋 事前抽選制 2,046名×4日間）
- イベント開催状況
 - アンバサダー 武藤 敬司 選手（プロレスリング・ノア）の起用による各メディア・SNSを有効的に使用したPR展開
 - アニ玉DAY（埼玉県『アニ玉祭』とのコラボイベント） 声優 久保田未夢 トークライブ / プロコスプレイヤー パフォーマンスステージ
 - さいたまスポーツDAY（埼玉県下のプロスポーツ団体とのコラボレーション）
オートレーサー 森且行選手 トークライブ / リーグ 大宮アルディージャ 子ども向けブース設置 / BJリーグ 埼玉ブロンコス 波多智也選手 トークライブ
ラグビー JAPAN RUGBY LEAGUE ONE 埼玉パナソニックワイルドナイツ ブース設置
 - エンタメステージ テツandトモ・神奈月・レースクイーン近藤みやび・2021ガールズグランプリ覇者 高木真備元選手
 - オールスター競輪大花火・オールスター競輪納涼祭・オールスター競輪グルメ屋台・浴衣来場者プレゼント など
- 来年度 **2年連続で西武園にてオールスター競輪開催予定（令和5年8月15～20日）**



課題への対応：県収益の向上② ～投資効果を考えた集中的な投資～

○ 施設改修によるコンパクト運営の実現 1 / 3

■ 目的

敷地の広い大宮双輪場の場外開催における運営経費の削減を図るため、サービスセンターを改修し、快適な空間を提供することで、サービスセンターにお客様を集中し、他の投票所等を閉鎖する。

■ 改修内容（詳細は次ページ）

- 一般席エリア、有料席エリア、カフェエリアを設定し、エリアごとに座席の仕様を変更
- 床面・壁面の張替え
- トイレの改修（和式→洋式、ウォシュレット新設）
- 屋内喫煙所の設置

■ 効果

場外発売の投票エリアをサービスセンターのみにしたが、お客様からは好評。また運営経費の削減を図ることができた。今後も運営体制を継続的に見直し、経費削減を図っていく。

課題への対応：県収益の向上② ～投資効果を考えた集中的な投資～

○ 施設改修によるコンパクト運営の実現 2 / 3

◆ 座席、床面、壁紙の改修



有料席エリア



一般席エリア



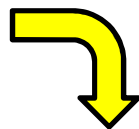
カフェエリア



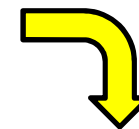
課題への対応：県収益の向上② ～投資効果を考えた集中的な投資～

○ 施設改修によるコンパクト運営の実現 3 / 3

- ◆ 喫煙所
未使用施設を屋内喫煙所に改修



- ◆ トイレ
和式から洋式にし、ウォシュレット新設



課題への対応：競輪事業の活性化 ～競輪初心者向けイベント等の開催～

○ 初心者向け競輪体験会の実施

■ 目的

競輪初心者の団体客に対して、大宮双輪場の使用していないスペースを貸し切りにして、競輪講師による丁寧な解説付きで競輪を楽しんでいただいた。

■ 実施概要

使用投票所：1D投票所(貸切)

利用時間：10時30分～14時(自由解散)
12時から1時間、場内自由行動

参加人数：34名

競輪講師：田淵浩一氏(元競輪選手)



■ 実施結果

競輪及び公営競技を始めて体験される方がほとんどで、大宮双輪場の大きさ、競走中の選手のスピード感に驚いていた。車券の種類、マークカードに最初は戸惑われていた方もいたが、後半にはスタッフの手助けが不要なほどにスムーズに車券を購入し、「当たった！」と嬉しそうに報告をくださる姿もあった。初めての競輪で、車券を検討する楽しさ、レース中のわくわく感、当たった時の高揚感など体験していただくことができた。

今回の成功を踏まえ、今後団体客に対する同様の取組を進めていきたい。

課題への対応：イメージアップ① ～スポーツとしての競輪の魅力発信～

○ 若年層に人気のあるYouTuberを起用した動画の作成

■ 目的

2022年6月11日(土)～13日(月)開催の「競輪ルーキーシリーズ2022」の広報として、若者層に人気のあるYouTuber・デカキンとタイアップしたYouTube動画投稿を行い、競輪非認知層の多い若者層に向けて開催や競輪そのものの認知度向上を図る。

■ 動画タイトル

「【大食い】24時間痩せた分だけステーキを大食いしたら140kgデブは何kgのステーキ肉を食べる事が出来るのか?!」

■ 公開日：2022年6月3日

■ 再生数：138,134回（2022年8月22日時点）

※他の芸能人等とコラボした競輪動画の再生数は多い動画で約8万回程度



課題への対応：イメージアップ② ～社会貢献のアピールの継続的な実施～

○ 障害者アートの取組状況

■ 目的

障害者アートの振興を支援することにより、社会貢献及び競輪場内の美化によるイメージアップを図る。

■ 取組実績（令和3年度）

大宮記念競輪の販促品として作成したクオカードの絵柄に、障害者アートを採用。抽選で170枚をお客様に配布した。

■ さらなる取組の実施（令和4年度）

3A投票所の壁を整備し、ここに障害者アートを掲出する取組を実施する。現在関係者と絵の選定方法などを調整しており、来年1月の大宮記念競輪でお披露目予定。



令和3年度大宮記念クオカード



整備後の3A投票所壁面