

# 平成28年度事業報告書

公益社団法人  
全国競輪施行者協議会

## 事業概要

平成28年度は、4月に発生した熊本地震の影響があったものの、競輪の総売上高は、6,345億9,821万4,600円で前年度より約38億円増加、対前年度比で100.6%となった。また、1日平均の売上高は対前年度比で101.7%となっている。

グレード別における車券売上高で見ると、GP・GI・GIIは特別競輪の開催月の変更、ウィナーズカップの新設等により前年度比105.5%、GIIIは同ウィナーズカップ新設のため1節減となったこと等により91.2%、FIは場外日数の拡大等により102.0%、FIIはミッドナイト競輪の売上増加等により115.6%となっている。

3年連続で前年度を上回る総売上高となっているが、増加率は微少であり、売上向上、収益確保に向けた更なる努力が必要である。

なお、平成28年4月に発生した熊本地震に伴う被災地復興のため、業界をあげて、被災地支援競輪を実施することとし、熊本市に対し7月に1億円の支援を行った。

# 第 1 企 画 部 関 係

## 1 開催枠組みの見直し

開催枠組みの見直しについては、選手 2,300 名体制に向けて、平成 24 年 1 月から平成 28 年度までの 5 年間で段階的にレース数、車立て数及び開催節数を削減し、全場が 15 節 46 日を基本とすることとなった。

平成 29 年度以降については、既存のお客様の購買意欲向上と新規顧客を創出し、売上及び施行者収益の増加を目指すことを目的に、成長戦略ワーキングの場において、関係団体と協議を行った。

その結果、GⅢナイターの開催、GⅢ開催における企画単発レースの継続実施、ミッドナイト開催の拡大を行うことを決定した。

## 2 選手賞金

平成 29 年度以降の選手賞金は、平成 28 年 3 月 31 日付車両室長名で出された裁定により、売上増減率を前年度賞金総額に乗じる方法（売上連動）を基本とした考え方で賞金総額を算定することになっている。

この考え方にに基づき、日競選と売上増減率の算出対象となる売上の範囲等、具体的な協議を行った。

しかしながら、双方の考え方に一部相違点を残したまま年度末を迎えたため、最終的には平成 29 年 3 月 28 日付車両室長名で裁定が出され、本会と日競選がこれに同意、平成 29 年度賞金等が決定した。

また、平成 30 年度以降の賞金総額算定方法及び賞金表等への反映方法について、車両室を含めた 3 団体で協議を行い、平成 29 年度早期に成案を得ることが確認された。

## 3 4 コア業務関係

平成 29 年度委託費は、人件費を中心に適正な経費のあり方等を協議し、旧法別表からの減額率の交渉を JKA（競技実施法人）と行った結果、減額率を 6.5%とすることで JKA と合意した。

また、執務体制については、コーナー審判員を 2 名体制、番組編成員を 3 名体制とすることで合意した。

なお、コーナー審判員全廃に向けた協議を JKA と引き続き行う。

#### 4 開催運営に係る新たな取組み

(1) 低迷するGⅢ開催の売上増を図るため、全GⅢ開催の最終日にレインボーカップ、KEIRIN EVOLUTION、熊本地震災害復興支援レース等を企画単発レースとして実施した。

また、熊本地震被災地支援競輪の実施が終了する平成29年7月以降も、GⅢ開催において企画単発レースを継続して実施することを決定した。

(2) 新規顧客拡大及び電話投票の売上増を図るため、平成29年度からGⅢナイターを実施することを決定した。

(3) 平成28年度のミッドナイト競輪は、本場が3場増加し実施施行者は19施行者、開催日数は対前年度比で106日増の延べ331日となった。開催希望施行者の増加に伴い、平成29年度からミッドナイト競輪の競合開催を可能とすることを決定した。

(4) ガールズケイリンの更なる拡大を図るため、次の取組みを行った。

ア 平成28年11月4日～6日の京王閣競輪場のFⅠナイター開催においてS級戦5レースと組み合わせたガールズケイリン6レース制を試行実施した。

試行開催は、3日間で売上は約10.71億円、本場入場者は1日平均3,722人で、通常のFⅠナイター開催と同様の結果となったが、若年層の来場者が多くあった。

イ 平成29年度のオールスター競輪から、これまでのファン投票第1位から第7位の選手が出場するガールズケイリンコレクションに加え、同第8位から第14位の選手が出場するレースの実施を決定した。

ウ 平成29年7月（平成29年後期成績審査期）からガールズケイリン独自の級班として、名称を「L級1班」とすることを決定した。

#### 5 中期基本方針

##### (1) 中期基本方針の策定

「競輪事業のあり方検討小委員会報告書検証・競輪事業の今後の中期計画策定作業委員会」において、同報告書に提言された方策の実行状況の検証、それを踏まえた課題の明確化、対応策について協議、検討を行った。

この協議、検討を踏まえ、今後5年間程度先を見据えた競輪事業の中期基本方針として、「競輪事業の持続的発展に向けた中期基本方針」をとりまとめ、「産業構造審議会製造産業分科会車両競技小委員会」への報告を経て、第56回競輪最高会議（H28.6.30）で業界決定された。

## (2) 関係団体プロジェクトチームの設置

中期基本方針を受けて、各関係団体は課題克服に向けた具体的方策を検討するため、その団体の役割に応じてそれぞれが中心となるプロジェクトチーム（PT）を設置した。

本会では、「各競輪場のビジネスモデル策定」と「既存商品の売上の最大化」PT及びそのワーキンググループ（WG）の会議を開催し、協議を行った。

「各競輪場のビジネスモデル策定」は、有効な売上・収益向上策や新規顧客獲得策と、各競輪場の効果的な取組みを全施行者へ情報提供する仕組みを構築する方針を確認した。

「既存商品の売上の最大化」では、Dokanto!の発売日数を増加する方策をとりまとめ、第61回競輪最高会議（H29.3.29）に報告した。

## (3) 全輪協中期計画の策定

本会では、中期基本方針を受けて、新規顧客の獲得等による競輪活性化を図り、売上増加を通じて施行者収益の更なる確保を図ることを目的として「中期計画（案）」を施行者意見を踏まえ策定した。

## 6 ギャンブル依存症対策

第192回臨時国会においてIR推進法が成立（H28.12.26公布・施行）し、IR実施法案の策定に向けた取組みが進められることとなった。

推進法案の国会審議では、カジノにおけるギャンブル依存症に対する対策が不十分であるという意見が多く出されたことから、衆参両院の附帯決議でギャンブル等依存症対策の強化が盛り込まれた。

これを受け政府は、カジノ、公営競技、パチンコを含めたギャンブル等依存症全般について、一体となって包括的な対策を推進する方針を打ち出した。

本会は、経済産業省車両室と連絡を密にし、同対策にあたっての調査や検討、施行者への情報提供を行うとともに、他公営競技施行団体とも連携し、同一歩調での対応を進めた。

## 7 熊本地震被災地支援競輪

平成28年4月に発生した熊本地震により、甚大な被害を受けた熊本競輪場を支援するため、本会は、施行者から5月以降のGグレード開催の収益の一部を分担金として徴収し、熊本市に対し7月に1億円の支援を行った。

## 第 2 業務・広報部関係

### 1 特別競輪等

特別競輪の売上向上を図るため、日本選手権競輪を5月のゴールデンウィークに、オールスター競輪を8月のお盆に移動する等、特別競輪開催月を大幅に見直した。

その結果、日本選手権競輪は153.2億円（対前年度比120.3%）、オールスター競輪は107.2億円（対前年度比95.9%）の売上となった。さらに、ウィナーズカップ（GⅡ）を新設し、76.9億円の売上となった。

### 2 記念競輪

平成29年度記念競輪の日程調整にあたっては、従来と同様、売上の見込める週末及び祝日を含む日程とした。ウィナーズカップが新設されたため、記念競輪が1節減となり、記念競輪の年間売上が、2,095億円（対前年度比91.2%）となった。

また、平成29年度は、4月と8月に川崎競輪場でGⅢナイターを開催することが決定した。このことも含め記念競輪の売上向上策を関係団体で協議している。

### 3 普通競輪

#### （1）FⅠ開催

平成28年度のFⅠ開催は、ナイター開催場が3場増えたため、FⅠナイターの開催日数が32日増加し、FⅠ全体の年間売上が、2,216億円（対前年度比102.0%）となった。

#### （2）FⅡ開催

平成28年度のFⅡ開催は、ミッドナイト開催場が3場増えて開催日数も106日増加し、FⅡ全体の年間売上が、1,081億円（対前年度比115.6%）となった。

### 4 ナイター競輪

平成28年度のナイター開催場は、青森、玉野、武雄の3場が加わり、16場となったことから、開催が競合しないよう日程調整に努め、ナイター競輪の空白日を無くし、効率的な発売が可能となった。

その結果、ナイター競輪の年間売上が、1,122億円（対前年度比108.7%）となった。

## 5 ミッドナイト競輪

平成28年度のミッドナイト開催場は、奈良、武雄、西武園の3場が加わり、9場となったことから、開催が競合しないよう日程調整に努めた。

その結果、ミッドナイト競輪の年間売上が、441億円（対前年度比171.2%）となった。

また、次年度以降のミッドナイト開催場の増加を見込んで、開催日程を2場で競合させたWミッドナイト競輪を4月と10月に試行実施した。

その結果、1日平均売上は2場合計1.49億円（1場平均売上は0.74億円）で、非競合日の1日平均売上1.35億円と比べ110.4%となった。

## 6 国際自転車トラック競技支援競輪

平成28年度の国際自転車トラック競技支援競輪は、9月に玉野競輪場（4日制）、平成29年2月に小田原競輪場（3日制）で開催し、合計で約3億円の拠出金を確保することができた。

また、平成29年度の開催場募集を行い、6月に大垣競輪場（4日制）、平成30年3月に小松島競輪場（3日制）で開催することが決定した。

## 7 企画レース

東京オリンピックに向けて、新規若年層に競輪をアピールするために、平成28年度はKEIRIN EVOLUTIONの単発レースを8場において実施した。（小松島記念、豊橋記念、国際自転車トラック競技支援競輪（玉野競輪場）、千葉記念、武雄記念、広島記念、松山記念、大垣記念）

前年度の実施4場と比較して開催場が倍増したことから年間売上は、9.2億円（対前年度比169.1%）となった。なお、平成29年度は12場で実施することとした。

ルーキーチャンピオンレースは松阪記念で、レインボーカップは久留米記念、別府記念、岸和田記念、伊東温泉記念でそれぞれ実施した。

## 8 テレビCMによる広報

### （1）平成28年度テレビCMの放送

本会の主張する20歳代から40歳代までの新規顧客の獲得を重点に、JKAとの協議により初めて制作を一本化した。

（お笑いコンビのピース（又吉直樹、綾部祐二）と女優の川栄李奈の起用によるCM「LIVE！LIVE！LIVE！いざ競輪場へ」）

放送方法を平成28年度から番組提供によるタイム放送から番組を固定せず放送時間帯を指定するスポット放送に変更した。

スポット放送は高視聴率時間帯（プライムタイム：平日午後7時から、土日祝午後6時から午後11時まで）や若年層が多く視聴する時間帯（午後11時以降の深夜、早朝等）で行った。

放送エリアを従前の関東及び関西地区に、新たに中部、福岡地区を加えた全国の主要都市圏とGグレード開催場地元エリアとし、合計約3,400本のCMを放送した。

また、JKAのタイム放送（「Going! Sports&News」（日テレ）、「日曜ビッグバラエティ」（テレ東）及び「スポーツ LIFE HERO'S」（フジ）の番組提供）においても同様のCMを放送し、若年層の新規顧客獲得を図った。

## （2）平成29年度テレビCM

### ア 制作

平成28年度放送分に引き続き、インターネット接続を日常とする20歳代から40歳代の世代を主たる対象とした。

広い世代に人気と好感度があるオードリー（若林正恭、春日俊彰）と女優の内田理央を起用したCM「POWER SPOT KEIRIN」を制作した。

実写とCGを織り交ぜた演出で、対象年代層へ向けたストーリーとし、共感とインパクトを与えるよう工夫した。

### イ 放送

年度当初の集中的な放送実施や年度を通じた高視聴率帯での放送本数の確保など、放送量を増加して視聴機会の拡大を図るためJKAと協議し、平成29年度は前年度比2,500万円増の総額3億3,000万円（全輪協：2億8,000万円、JKA：5,000万円）を充てることを決定した。

## 9 インターネットによる広報

競輪初心者を対象としたWebサイトへの誘引窓口を設置することが重要との考えにより、JKAが平成28年11月に開設した新たなWebサイト「KEIRIN Marche（けいりんマルシェ）」をこれに充て、活用することとした。

サイクルテレホン事務センター（CTC）、KEIRIN.JPの各Webサイトでは、会員募集や開催情報等をはじめとする広報により、閲覧者の興味喚起と車券購入意欲の増進を図った。

これらWebサイトに更に多くの若年層を引き寄せるため、テレビCMからの誘引効果の向上及びインターネット上の広告による検索や閲覧効果の増大を図る必要がある。

そのため、平成29年度はKEIRIN MarcheにテレビCMとそのメイキング映像やこれに連動するWeb専用企画動画「オードリー春日俊彰 競輪予想に初挑戦」、「知って得する！競輪初心者How to 講座」等を掲出し、競輪への興味喚起を図っている。



今後、スマートフォンを主流とするインターネット環境に更に対応した Web を基軸とする広報体制の構築を図っていく。

## 10 新聞による広報

スポーツ新聞購読者による売上の向上のため、本会と平成 28 年度特別競輪等開催 10 施行者が、総額 5 億 5,480 万円（全輪協：2 億 8,295 万円、開催 10 施行者：2 億 7,185 万円）により、全国スポーツ紙に開催中の競輪面 15 段カラー掲載を行った。

また、JKA も一部の特別競輪で全国スポーツ紙のカラー拡充を行った。

さらに既存顧客向けの場外及び電話投票売上の向上のため、GⅢ開催では総額 2 億 1,739 万円（全輪協）、FⅠ開催では総額 4 億 8,500 万円（全輪協：7,750 万円、JKA：4 億 750 万円）により、全国スポーツ紙に出走表を掲載した。

平成 29 年度も、これら新聞紙面充実への取組を継続する。

## 11 自衛警備関連

安全で安心して楽しめる場環境を実現するため、各競輪場の自衛警備関係者の質的向上を図り、諸会議等を通じて情報交換に努め、暴力団・ノミ屋等追放対策を推進した。

また、予測し難い地震災害等の発生に備えて、装備資機材の点検、整備及び想定訓練の実施等の諸施策を各場が実施した。

## 第3 情報システム部関係

### 1 次期車両情報システム（Next-VIS）の構築

#### （1）Next-VISの全体稼働（B・C・Dブロック）に向けた対応

平成28年4月からのNext-VIS一次稼働（Aブロック等）に引き続き、平成29年4月からの全体稼働に向けて、関係団体と連携し、移行計画書の作成、移行作業の確実性、安全性を確保するための試験実施等を行った。

#### （2）開催管理システムLANの更新

敷設から約20年が経過した開催管理システムLANの更新対応について、JKAと協議を重ね、現行のLAN回線から経費負担が抑制できるインターネット電話回線を用いた通信方式の採用を決定した。

併せて、当初、更新費用全額を施行者負担として求めたJKAと費用負担の交渉を行い、その結果、イニシャルコストの概算額約1億2千万円のうち、JKAが約9割強の経費を負担することで合意した。

### 2 次期映像集配信ネットワーク（BRONSE）受託事業者の選定等

#### （1）平成29年度以降のBRONSE受託事業者の選定

平成29年度からの次期BRONSEの受託事業者について、現行BRONSEの受託事業者である（株）車両スポーツ映像に対し、施行者負担経費の大幅な軽減に繋がる費用設定とするよう要請を行い、交渉を重ねた。

##### ア 経緯

平成28年4月、同社から単年度総額9億2千万円の提示があったが、他の民間事業者はさらに安価になることが見込めたため、次期BRONSE業務委託審査委員会を設置する等、一般競争入札の準備を進めた。

平成28年5月31日に、急遽、同社から随意契約を前提とした単年度総額7億2千万円が提示された。

本会は、この再提示に対し、他事業者の概算見積り額に近づいたこと等を総合的に勘案し、同社と随意契約とする対応方針をとりまとめ、これを同年6月3日、地区代表者会議及び情報関連委員会の各委員に説明し、了承された。

また、同社に対し、随意契約の条件として、単年度総額の更なる減額等の要請、交渉を行い、1千万円減となる単年度総額7億1千万円、5カ年総額35億5千万円の回答があり、これを了承、合意した。

##### イ 効果

平成28年度BRONSE総負担見込額約12億円を基準とすると年間約5億円の削減額（場平均年間削減額／約1千万円）となり、5カ年（平成29年度～同33年度）累計額では、約25億円の施行者負担経費の軽減が図れることとなった。

## (2) 平成 29 年度 BRONSE 利用料

(株) 車両スポーツ映像との単年度 BRONSE 利用料総額 7 億 1 千万円の合意額に基づき、平成 29 年度の同利用料を同社と協議、調整のうえ、以下のとおり決定した。

◇基本利用料(税別)： 日額 35,000 円(前年度比:10,000 円減)

◇場外配信料(税別)： 1 場外配信日額 9,000 円(前年度比:6,000 円減)

## 3 競輪事業撤退時の KEIRIN.JP ストリーム及び BRONSE 各利用料の経費負担対応

KEIRIN.JP ストリーム及び BRONSE の各稼動期間内に競輪事業から撤退する施行者の経費負担方法について、撤退施行者がシステム負担に係る清算金を支払う等のルールを情報関連委員会において決定した。

## 4 電話投票の売上拡大に向けた取組み

年間を通じて広報・販売促進活動を実施することで、電話・インターネット投票会員数の拡大、車券売上高の向上を図った。

### (1) スポーツ新聞広告の掲載

GI 開催を中心に、開催初日に KNB 会員募集・キャッシュバックキャンペーン等告知広告をスポーツ各紙に掲載した。

### (2) キャッシュバックキャンペーンの強化

KNB 売上増加及び新規会員獲得を目的としたキャッシュバックキャンペーンを毎月実施し、年間を通じてお客様への満足度向上を図った。

### (3) WEB での PR 強化

Yahoo! 及び Google で、年間を通じてバナー広告の実施に加え、SNS 広告 (Facebook・Twitter)、動画広告 (YouTube) を展開した。

### (4) CTC ホームページのリニューアル

CTC では 2 つのホームページでお客様のサービス対応を行っていた。ホームページを一つに統合し、機能を充実したホームページを 10 月から開設した。

### (5) スマートフォン利用者向けアプリの配信

競輪関連サイトや最新ニュース、キャンペーン情報配信機能をまとめたアプリをスマートフォン利用者向けに作成し、投票に繋がる情報サービスを 9 月から開始した。

電話投票の売上拡大に向けた取組みの結果、電話投票の売上げは 1,574 億 2,851 万 7,700 円、対前年度比で 104.3% となった。

また、平成 29 年度は新規会員の獲得として、特に 20 歳代から 40 歳代の若年層会員の拡大のために CM イメージキャラクターを活用し、メディアミックスにより、広報宣伝を積極的に展開する。

## 第 4 総務部関係

### 1 会員（施行者）の現況

平成 29 年 3 月 31 日現在の会員数は 43 団体、競輪場数は 43 場である。

### 2 諸会議の開催

競輪事業の円滑かつ効果的、効率的な運営に向け、総会（2 回）、理事会（5 回）をはじめ、各種委員会等を開催し、施行者の要望の反映に努めた。

### 3 研修会の実施

#### （1）トップセミナー

新たに競輪事業担当となった所長・課長クラスを対象としたトップセミナーを平成 28 年 4 月 20 日に開催した。19 名が参加し、競輪界の現況や事業運営に関する課題等について認識するとともに情報交換を図った。

また、経済産業省製造産業局車両室から競輪界の課題等について講義いただいた。

#### （2）施行者新任職員セミナー

新たに競輪事業担当となった実務担当職員を対象とした施行者新任職員セミナーを平成 28 年 5 月 16 日に開催した。42 名が参加し、専門知識の向上を図った。

#### （3）全輪協職員研修

職員のスキルアップを図るため、文書研修等、定期的な能力向上の研修を実施した。

### 4 事務事業経費の削減

売上低迷が続く厳しい状況を捉え、光熱水費をはじめ、印刷製本や各種助成金等の事務事業経費を約 1 割（250 万円）削減した。