



平成 26 年度

# 事業報告書

一般社団法人 北海道軽種馬振興公社

## 平成26年度事業報告（平成26年4月1日から平成27年3月31日）

当社は、ホッカイドウ競馬を継続かつ安定的に運営し平成23年3月に北海道が策定した「北海道競馬推進プラン」を着実に推進するため、「北海道競馬の実施に関する業務」の委託を受け、馬産地の豊富な馬資源と屋内調教用坂路など競馬場施設の効率的利用を基本とし競馬事業の運営にあたった。

### 1. 公社運営に関する会議等

#### (1) 総会

##### ア 第38回通常総会

平成26年6月24日

- ・平成25年度事業報告
- ・貸借対照表及び損益計算書、公益目的支出計画実施報告書について
- ・役員を選任について

#### (2) 理事会

##### ア 平成26年第1回理事会

平成26年6月6日

- ・平成25年度事業報告
- ・貸借対照表及び損益計算書（正味財産増減計算書）について
- ・役員を選任について

##### イ 平成26年度第2回理事会

平成26年9月2日

- ・平成26年度ホッカイドウ競馬開催状況について
- ・ポラリスドームの暖房設備について

##### ウ 平成26年度第3回理事会

平成26年11月25日

- ・平成26年度ホッカイドウ競馬開催結果について
- ・平成27年度ホッカイドウ競馬開催日程（案）について
- ・平成27年度重賞競走の改善（案）について

##### オ 平成26年度第4回理事会

平成27年3月24日

- ・事業運営の基本方針
- ・平成27年度事業計画案及び収支予算案
- ・業務執行理事の選定について

#### (3) 監査

##### 監事監査

平成26年6月2日

- ・平成25年度事業報告並びに収支決算に係る監査

### 2. 北海道競馬実施事業

#### (1) 競馬事業費について

公社が道から委託及び補助を受け事業を実施した。

## (2) 開催日程について

平成26年度のホッカイドウ競馬は、全日程を門別競馬場グランシャリオナイターとして開催し、濃霧などの影響により10競走取り止めとなったが、南関東や他地区との相互発売、インターネット、電話投票などによる発売拡大に努め、発売額は157億670万円で、前年比：112.1%、計画比：112.0%という結果となった。

(15開催80日間 4月23日から11月13日)

また、非開催日においても、地方競馬（南関東・ばんえい競馬等）やJRAといった他主催者の場外発売により収益確保に努めた。

※ 6月25日・8月6日の2日間、計9競走濃霧のため、11月13日は1競走降雪強風のため競走取止め

## (3) 施設・設備の整備等について

2歳馬・古馬を含めた競走距離に変化を持たせ、競馬番組の充実を図るため、1,500mと1,600mの競走距離が施行可能となる内回りコースを整備するとともに、Aiba滝川の場外発売所を整備した。

なお、Aiba札幌駅前については、施設所有者との賃貸借契約が終了したため平成27年3月31日をもって閉鎖。

## (4) 報償費について

報償費については、競走の充実を図るため3歳以上C4クラスの賞金を15万円から20万円に、又、2歳馬の馬資源を確保するため出走手当を5万5千円から6万5千円に増額するとともに、2歳牝馬の重賞競走を新設した。

また、昨年に引き続き2歳馬の出走頭数の確保と他地区への転入条件を緩和するため、12開催以降における未勝利競走の賞金を増額するとともに、新規騎手の確保を図る観点から4着以下の騎乗手当を増額した。

なお、(一社)ジャパンプリーダーズカップ協会（以下「JBC協会」という。）などから1着報償金などの支援を頂き魅力ある競馬番組の提供に努めた。

## (5) 発売拡大の取り組み

更なる発売拡大を図るため、道内においては、Aiba滝川を移転整備し（平成27年4月）、集客対策に取り組む。

また、道外発売については、南関東との連携強化はもとより、馬柱等の情報提供の拡充を図りながら、東海地域をはじめ、他地域での発売拡大にも取り組むとともに、既存の電話投票、インターネットやJRA即パットにより発売拡大に努めた。

さらには、場外発売所において引き続きJRA発売を実施し、収益確保とJRAファンの取り込みに努めた。

## ア 既存場外の整備

来場促進・発売拡大を図るため、A i b a 滝川を移転し、収益拡大を図る。

## イ 他主催者との連携強化による相互発売

南関東（大井・川崎）とホッカイドウ競馬の相互発売の拡大を図る目的から実施されている川崎競馬場における全レース発売や大井競馬場ナイターでの3レース発売を実施した。

また、東海地域（名古屋、笠松）での発売及び兵庫・岩手・石川での発売の拡大を図った。

## ウ 電話・インターネット投票

情報提供の拡充などを積極的に推進し、好調に推移しているインターネット投票による発売拡大に努めるとともに、昨年度から本格的に開始したJ R A即パットの発売日数を引き続き55日間（昨年実績60日間）実施した。

## エ 全国発売競走

全国牝馬重賞シリーズであるグランダム・ジャパン、ダービーWeek、スーパースプリント競走、未来優駿などのシリーズ競走に参画し、全国発売による発売拡大を図った。

## オ JRA発売

昨年度より本格的に実施しているホッカイドウ競馬の場外発売所においてJ R A全レース106日間を発売（A i b a 札幌駅前とA i b a 札幌中央はメインレースのみ）するとともに、新たにG1競走の前日発売の実施により更なる収益確保に努めた。

## (6) 競馬番組について

競馬番組は、競馬事業における根幹部分であり、ファンに魅力ある競走を提供していくことが重要である。ホッカイドウ競馬は他の地方競馬とは異なり、2歳馬戦が競走の約4割を占め、その翌年には全国の競馬場へ多くの活躍馬を輩出することから、全国の競馬ファン等から注目されている。

しかしながら、他地区への転出馬が多く、生え抜きオープン馬の在きゅう頭数が少なくなるなど、ダートグレード競走であるブリーダーズゴールドカップ競走は格付けに適した競走となっていない現状にある。

このようなことから、在きゅう頭数に占める牝馬の割合を勘案し、ブリーダーズゴールドカップ競走を牝馬限定ダートグレード競走に条件変更をし、さらに、牝馬の流通促進策の一助として2歳牝馬限定の重賞競走を新設した。

また、昨年に引き続き年間を通じた2歳馬の概定番組を発表することとし、馬主及び調教師等の関係者が出走させやすい環境を整えるとともに、競馬ファンが注目する魅力ある競馬番組づくりに努めた。

## ア JRA 認定競走

JRA協力金のもと、認定競走を113競走実施した。

- ・重賞競走 9競走 (25年度 8競走)
- ・ウィナーズ 14競走 ( " 15競走)
- ・フレッシュ 55競走 ( " 51競走)
- ・アタック 35競走 ( " 35競走)

## イ ブリーダーズゴールドカップ競走の条件変更

産地競馬の特色を活かし、競走内容の更なる充実を図るため、牝馬限定競走に条件変更して施行した。

### ・ブリーダーズゴールドカップ(JpnⅢ)

(施行日 8月14日 距離 2,000m 1着本賞金 2,500万円  
3歳以上牝馬限定)

## ウ 2歳重賞競走の新設

牝馬の馬名登録頭数が6割余を占めることや流通の促進を図るため、重賞競走を新設した。

### ・ソメスサドル杯 フルールカップ(H3) ソメスサドル株式会社賞

(施行日 8月14日 距離 1,000m 1着本賞金 250万円)

## エ 2歳重賞競走の追加

2歳馬の効果的な競走体系を確立するため、サッポロクラシックカップを重賞競走に格上げした。

### ・未来優駿 2014 サッポロクラシックカップ(H2) サッポロホール株式会社賞

(施行日 10月21日 距離 1,200m 1着本賞金 300万円)

## オ JBC 協会協賛 スタリオンシリーズ競走

ホッカイドウ競馬の特色ある競走として定着し、全国から注目されているスタリオンシリーズ競走を、JBC協会のご支援のもと全45競走実施した。

重賞競走	21競走
2歳	4競走
3歳・3歳以上	8競走
スタリオンプレミアムシリーズ競走	12競走

## カ 公益社団法人日本軽種馬協会による副賞贈呈事業

牝馬の所有意欲の継続と牝馬限定競走の維持拡大による軽種馬生産経営安定化に資する観点から、日本軽種馬協会の支援のもと実施する「牝馬限定競走勝馬馬主への副賞贈呈事業」について全52競走を実施した。

## キ 平成26年度2歳優良馬導入促進事業の実施

良質な2歳馬の地方競馬への早期入厩促進を図ることを目的に、地方競馬全国協会が実施する事業を活用し、2歳限定競走（JRA認定競走を除く）において付加賞金を1着馬から3着馬までの馬主に贈呈した。

- ・付加賞金（進上金、番組賞金加算対象外）

1着 50万円, 2着 10万円, 3着 7.5万円

- ・実施競走数 41競走

## ク 地方競馬全国協会シリーズ競走への参加

### ・スーパースプリントシリーズ

短距離競走をシリーズ化して実施する「スーパースプリントシリーズ」へ参加。

- ・対象競走「グランシャリオ門別スプリント（ガラスワンダー賞）」賞金200万円

実施日 6月26日（木）距離1,000m

北海道・岩手ブロック競走として実施

### ・グラндаム・ジャパン

牝馬重賞競走をシリーズ化して実施する「全国牝馬重賞シリーズグラндаム・ジャパン」に参加。

- ・対象競走「ノースウインカップ（キングズベスト賞）」1着賞金 300万円

実施日 7月15日（火）距離1,800m

- ・対象競走「フリーダースコールトカップ」1着賞金 2,500円

実施日 8月14日（木）距離2,000m

- ・対象競走「エーテルワイス賞」1着賞金 2,000万円

実施日 10月16日（木）距離1,200m

### ・ダービーWeek

ジャパングラダートダービーに向けた地方競馬の3歳重賞体系整備を目的とし、全国6カ所で実施されるダービーWeekシリーズに参加。

- ・対象競走「北海優駿（ダービー）（エインフラッシュ賞）」1着賞金 500万円

実施日 6月3日（火）距離2,000m

### ・未来優駿2014

兵庫ジュニアグランプリや全日本2歳優駿に向けた2歳重賞体系整備を目的に設定され、全国7カ所で実施される「未来優駿」に参加。

- ・対象競走「サポロクラシックカップ（メイヨウホーラー賞）」1着賞金300万円

実施日 10月21日（火）距離1,200m

## (7) ファンサービスについて

インターネット及びスポーツ新聞を利用した情報提供など、道内外ファンへの情報提供の充実や来場者に対するホスピタリティの高いファンサービスの実施などにより、ホッカイドウ競馬のファン拡大と発売促進に努めた。

## **ア シュエット・ジュマン・フェスティバル(素敵な牝馬の祭り)の実施**

ブリーダーズゴールドカップ競走を牝馬限定競走として実施し、2歳牝馬限定重賞競走の新設に併せて、女性ファンにスポットを当てたイベントを実施した。

実施日 8月5日(火)～14日(木)

内 容 フラワーアレンジメント講習会  
アフタヌーンティ紅茶教室  
ボディジュエリーアート無料体験など

## **イ レディース DAY の実施**

女性ファンの来場促進策として、牝馬限定重賞競走施行日に合わせて「レディースDAY」イベントを実施した。

実施日 8月14日(木) ブリーダーズゴールドカップ競走施行日  
9月23日(火) 秋の競馬祭り  
11月13日(木) 最終日

また、楽天競馬の女性会員を対象にポイントプレゼントキャンペーンとして、牝馬限定重賞施行日の6日間(7/15、8/14、9/4、9/23、10/16、11/13)実施した。

## **ウ ポイントカードの導入**

門別競馬場の集客促進策として、来場回数に応じてポイントを付与するポイントカードを導入し、ポイント数によって抽選で景品をプレゼントした。

## **エ リーディングジョッキーボードの設置**

門別競馬場に訪れる来場者に対して、リアルタイムで現在のジョッキーの順位や勝利数が分かるリーディングジョッキーボードを設置した。

## **オ 誘導馬テン太とのふれあいイベントの実施**

第1レースが始まる前の時間帯を利用して、誘導馬テン太の写真を撮影したりニンジンを食べさせたり、ファンとテン太とのふれあいの場を提供した。

## **カ 地域吹奏楽部によるファンファーレ演奏**

特異日における地域吹奏楽部(道立静内高等学校吹奏楽部)によるファンファーレ演奏を実施した。

- ・BGC競走(8月14日)
- ・道営記念競走(11月13日)

## **キ イベント広場の活用**

グループでの来場を促進するため、好評のジンギスカンハウスを拡充した他、ログハウスでのオリジナルグッズ、オリジナルスイーツの販売を実施した。

また、春・夏・秋のケイバまつりを実施するとともに、「ひだか特産市」など地元食材や観光PRと合わせた実施により、日高管内及び門別競馬場のPRを行った。

#### ク 道内場外でのファンイベント

全道の場外発売所でA i b a祭などのファンサービスを実施し、場外発売所の認知と集客拡大を図った。

#### ケ オフィシャルホームページの改修

インターネットユーザーに対し、より多くの情報を提供するため、ホッカイドウ競馬オフィシャルホームページに、新たに2歳重賞競走出走馬の前走パドック映像及び当日のパドック映像が比較できる特設サイトを制作し、更なるファン拡大策及び購買意欲の向上に繋げた。

#### コ 道外新聞への馬柱掲載の充実

発売額が好調に推移しているインターネット及び電話投票の発売拡大策を図るため、札幌馬主協会様等からのご支援により、関東・東海・関西・九州エリアのスポーツ新聞に馬柱掲載を行った。

(サンケイスポーツ、日刊スポーツ、スポーツニッポン、スポーツ報知、東京スポーツ、中京スポーツ、大阪スポーツ、九州スポーツ 8紙2レース掲載)

また、週刊競馬ブックでの重賞馬柱掲載やブックオンライン(ホームページ)から重賞予想データ無料ダウンロードサービスを実施した。

#### サ SPAT4 との連携

南関東電話投票(SPAT4)との連携により、会員への「メール配信・ホッカイドウ競馬情報の郵送・動画配信等」を実施した。

#### シ 札幌からの無料送迎バス運行

開催日(80日間)に札幌駅北口から門別競馬場までの無料送迎バスを毎日運行し、札幌圏から門別競馬場への来場促進を図るとともに、来場者が多く見込まれる“競馬まつり”等には臨時便を運行するなど、効果的な集客策に努めた。

(総乗車数 延べ2, 141人 対前年比101.5%)

#### (8) 有名企業とのタイアップ

協賛イベントや協賛競走を実施し、ホッカイドウ競馬により親しめるよう、有名企業とのタイアップを積極的に推進した。

#### ア サッポロビールとの連携

オリジナル記念缶を作成し、全道のコンビニ等での販売を通じてホッカイドウ競



馬のPRを行った。

#### **イ ポッカサッポロ北海道との連携**

地域オリジナル自動販売機（ホッカイドウ競馬イメージラッピング自動販売機）の設置を推進した。

#### **ウ 楽天競馬（競馬モール）と北農中央会・ホクレン・産地 JA との連携**

楽天競馬と日高管内特産品のコラボレーションによる産直キャンペーンを実施した。

#### **エ 北海道空港グループとの連携**

新千歳空港国内線ターミナルビル2Fの大型映像システムと館内40箇所のデジタルメディア端末を使用し、開催情報の提供や競馬場及び場外発売所のアクセス案内を放映した。

### **(9) 門別競馬場を活用した馬産地の活性化（公益目的実施事業）**

法人移行に合わせて公益目的実施事業として、軽種馬生産の振興と馬産地の活性化に資するための各種イベントを実施した。

- ・夏の競馬祭り
- ・秋の収穫祭

### **(10) 門別競馬場団体来場者の誘致**

旅行代理店が運営している日高バスツアー行程の一つとして、門別競馬場を提供するなど、団体客の来場促進を図り、門別競馬場の認知度向上とリピーターの取り込みに努めた。

- ・団体来場者数 70団体 2,508名（25年度 60団体 1,904名）

### **附属明細書**

平成26年度事業報告には、「一般社団法人及び一般社団法人に関する法律施行規則」第34条第3項に規定する附属明細書「事業報告の内容を補足する重要な事項」が存在しないので作成しない。