

平成 27 年 3 月

川崎競馬経営計画

神奈川県川崎競馬組合

はじめに

- 川崎競馬は、昭和 25 年 1 月の神奈川県営第 1 回川崎競馬の開催以来、地方財政や畜産振興に寄与するとともに、県民に健全なレジャーを提供してきました。しかし、バブル経済崩壊後に売上が減少したため、平成 12 年 4 月に経営の健全化を目指し、神奈川県と川崎市を構成団体とする一部事務組合の「神奈川県川崎競馬組合」（以下「競馬組合」という。）を設立しました。
- その後も公営競技全体を取り巻く厳しい情勢が続く中で、競馬組合では赤字経営を余儀なくされましたが、こうした状況を打開し抜本的な経営改善を実現するために、これまで 14 年 3 月に「経営改善計画」を、また、18 年 3 月に「経営改善改訂実施計画」を、さらに 23 年 4 月に「当面の経営戦略と中期財政見通し」（以下「経営戦略」という。）を策定し、計画等に基づく売上振興策や経費削減策に、組合職員はもとより関係者（臨時従事員、馬主、調教師、騎手、きゅう務員、施設会社、開催関係業務受託会社など）が一丸となって取り組んできました。
- その結果、着実に経営改善が図られたことにより、東日本大震災による影響を受けた 22 年度及び 23 年度を除き、17 年度以降は単年度黒字を継続し、ピーク時（16 年度末）には約 36 億円に達していた累積赤字を 25 年度末に解消することができました。
- しかしながら、「経営戦略」で掲げていた目標のうち「経営基盤安定化のための基金の造成」と「構成団体への配分金の繰出し」については、それぞれ 26 年度 2 月補正予算と 27 年度当初予算で初めて予算計上したものの、安定的に実現できる目処は立っておらず、また本場の売上や入場者数の減少傾向には歯止めがかかっていません。さらに、今後を見通すと、レジャーの多様化やファンの高齢化等の公営競技に共通する課題に加え、場内の施設・設備の老朽化への対応等の川崎競馬固有の課題も山積しています。
- そこで、こうした状況を踏まえたうえで、当面 5 年間の財政収支を見通すとともに、ハード・ソフト両面の売上振興策や経営基盤の強化策などを盛り込んだ、今後の経営の指標となる「川崎競馬経営計画」を策定しました。
- 今後は、川崎競馬のさらなる発展に向けて、これまで以上に関係者との連携・協調を図りながらこの計画を着実に実行し、県民の皆様により多くの夢と感動を届けられるよう、全力をあげて取り組んでまいります。

<目 次>

	ページ
I 競馬組合の経営状況と川崎競馬開催実績	1
II 「当面の経営戦略と中期財政見通し（23年4月）」の取組状況	
1 経営目標の達成状況	2
2 目標を達成するための施策の取組状況	2
3 中期財政見通しの達成状況	8
III 新たな経営計画の内容	
1 競馬組合の果たすべき役割、達成状況及び今後の課題	10
2 計画期間	11
3 経営目標	11
4 経営目標の達成に向けた取組みの方向性	12
5 取組施策	12
IV 中期財政見通し	
1 経営計画に基づく対策実施前	16
2 経営計画に基づく対策実施後	17
(参考1) 川崎競馬組合の経営状況と主な経営改善策の取組	18
(参考2) 川崎競馬経営計画における年度別数値目標	20
組合議会・関係者からの意見聴取、川崎競馬経営計画策定チーム名簿	21

I 競馬組合の経営状況と川崎競馬開催実績

- 競馬組合のこれまでの経営状況は、平成12年度の組合設立以降、公営競技全体を取りまく厳しい経営環境が続く中で、組合設立直後の2年間で約30億円の累積赤字をかかえ、16年度末にはその額が最大で約36億円となった。その後、競馬組合と関係者が一丸となって売上振興策や経費削減策に取り組み、単年度黒字基調を継続することにより、累積赤字を着実に圧縮し、25年度末に解消することができた。

<主な取組実績>

- ・新しい賭式（三連単、三連複）の発売を開始（H14）
- ・臨時従事員の希望離職の実施（H14）
- ・SPAT4（南関東4競馬場インターネット投票システム）の導入（H15）
- ・ボックス席の設置（H18）
- ・地方競馬の祭典JBC競走の実施（H18、H24）
- ・正月開催の固定化（H18）
- ・世界最大級の大型映像装置の整備（H15 キングビジョン、H21 ドリームビジョン）
- ・専用場外発売所（横浜市中区・浜松市・山梨県甲斐市）の設置（H22、H24、H25）
- ・WINS川崎としてJRA（日本中央競馬会）の勝馬投票券の発売を開始（H23）
- ・IPAT（JRAのインターネット投票システム）による川崎競馬の勝馬投票券の発売を開始（H24）

- 組合設立後の川崎競馬の売上は、12年度から17年度までは概ね400億円台の前半で推移していたが、18年度以降は500億円前後の売上となった。その後、東日本大震災の影響もあり、一時落ち込んだものの、ここ数年は再び増加に転じている。ただし、その内訳をみると在宅投票が着実に伸びている一方で、川崎本場の売上と入場者数の減少傾向が続いている。

収支の推移

(単位：百万円)

区分	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
単年度収支	△1,377	△1,685	△309	20	△273	221	585	938	958	420	△62	△35	361	864
実質収支	△1,377	△3,061	△3,370	△3,350	△3,623	△3,402	△2,817	△1,880	△922	△502	△564	△599	△238	626

売上上の推移

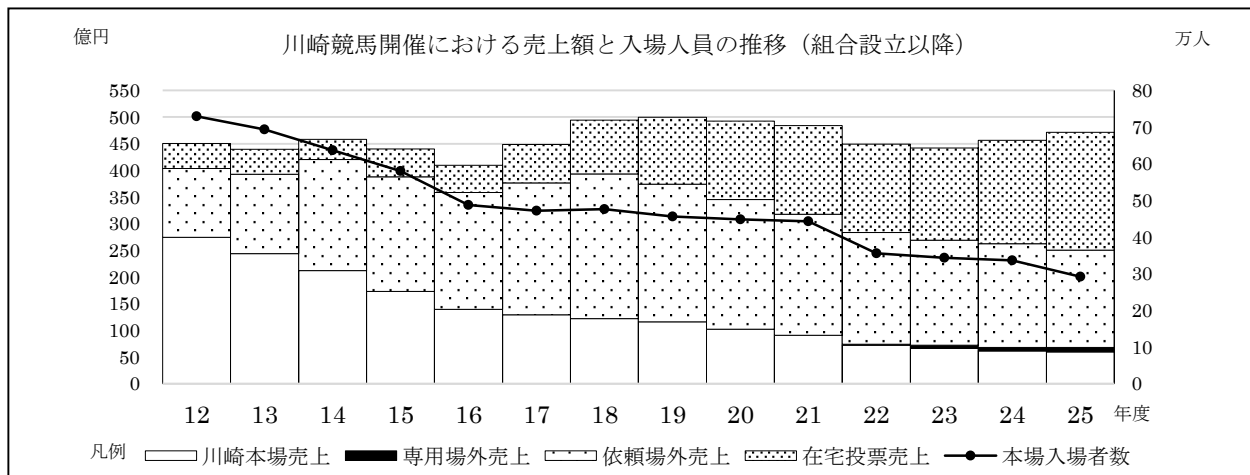
(単位：百万円)

区分	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
川崎競馬開催	45,044	43,965	45,886	44,153	41,036	45,050	49,615	50,085	49,377	48,558	45,158	44,492	46,807	47,406
川崎本場	27,485	24,393	21,350	17,491	14,078	12,950	12,207	11,605	10,200	9,089	7,213	6,588	6,153	5,931
専用場外	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	209	662	674	853
依頼場外	12,885	14,937	20,814	21,494	21,935	24,832	27,236	25,891	24,431	22,743	20,998	19,794	19,459	18,390
在宅投票	4,674	4,635	3,722	5,168	5,022	7,268	10,171	12,589	14,746	16,725	16,738	17,448	20,521	22,232
地方競馬受託場外発売	8,749	10,625	15,034	15,362	13,827	14,060	13,762	14,060	12,979	11,484	9,882	10,007	9,481	10,916
JRA受託発売	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2,973	12,512	18,791
計	53,793	54,590	60,920	59,515	54,863	59,110	63,377	64,145	62,356	60,042	55,040	57,472	68,800	77,113

(単位：千人)

川崎競馬開催の本場入場者数	730	694	636	580	488	471	476	456	448	443	356	343	336	292
---------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

(注) 表示単位未満は四捨五入している。



II 「当面の経営戦略と中期財政見通し（23年4月）」の取組状況

1 経営目標の達成状況

経営目標	評価	これまでの達成状況（26年度末時点）
毎年度、単年度黒字を実現する （新たな赤字を発生させない）	△	23年3月に発生した東日本大震災の影響により、22年度及び23年度は単年度黒字を達成できなかったが、24年度以降はJRAとの相互発売やJBC競走の実施などにより黒字を達成した。
構成団体への配分金の繰出しを実現する（当面 年額1.5億円以上）	△	東日本大震災の影響などにより累積赤字の解消が遅れたため、経営戦略策定時の見通しより2年遅れて、27年度当初予算に組合設立以来初めて構成団体への配分金の繰出しを予算計上した。
経営基盤安定化のために基金を造成する（当面、10億円以上を目標）	△	東日本大震災の影響などにより累積赤字の解消が遅れたため、経営戦略策定時の見通しより1年遅れて、26年度2月補正予算で経営安定化基金を創設した。

凡例 ○：経営目標を達成した △：経営目標をある程度達成した ×：経営目標を達成していない

2 目標を達成するための施策の取組状況

取組施策		評価	これまでの取組状況（26年度末時点）	
(1) 売上拡大に向けた取組み	① 開催日程・競走番組の充実	ファンに分かりやすい開催日程		
		・月曜日から金曜日までの5日間開催の堅持	△	出走可能な馬数が少ない夏場等を除き、概ね月曜日から金曜日までの5日間開催を実施
	・正月開催の固定化継続	○	正月開催を毎年実施	
	ファンのニーズに応える番組編成	・重賞競走の充実	○	23年度から南関東の重賞の戸塚記念競走を充実（3番目の格付け（SⅢ）から2番目の格付け（SⅡ）に格上）
		・企画競走の充実	○	川崎競馬名物の毛色限定レース（くろうま賞など）を3レース実施しているほか、25年度から積極的に短距離（900m）と長距離（2,000m、2,100m）のレースを実施。市町村協賛レースに加え、26年度から構成団体の事業をPRするレースを実施
		JRAとの交流競走の拡充	△	22年度の年間実施数（28レース）と同数の競走を維持
JBC競走の再誘致	○	24年11月にJBC競走を実施		

凡例 ○：施策を実施した △：施策をある程度実施した ×：施策を実施していない

② 広報・ファンサービスの充実	広報の充実		
	・スポーツ紙を中心とした広報の拡充	○	重賞日には主要スポーツ紙に過去の成績や予想が掲載された馬柱を5レース分以上掲出。25年度以降はダートグレード競走実施日には10レース分掲出
	・イメージキャラクターによる年間キャンペーン	○	女性タレントのイメージキャラクターを活用した開催ポスターやオリジナルグッズを製作。ダートグレード競走実施日にはイメージキャラクター本人が来場し、イベントを実施
	・ドリームビジョンを活用した多様な情報提供	○	開催日程やイベントの告知のほか、協賛レースでは市町村や企業のPR、県・市の広報など多様なCMを放映
	・地元商店街との相互誘客事業の充実	△	地元商店と提携した特設ホームページを設置。ただし、店舗へのポスター掲示や店頭への入場券の配架等は未実施
	ファンサービスの充実		
	・特別観覧席、ボックス席の充実	△	24年度に1号スタンド4階（特別観覧席B）の椅子を改修し、2号スタンド3階を特別観覧席Sとしてリニューアルしたが、ボックス席の充実は未実施
	・休日開催を活用した場内イベントの実施	○	休日開催日は、入場無料デーとしてポニー乗馬などファミリー向けイベントを実施
	・場内テレビの高画質化	○	24年度に場内モニターを全て高画質（HD）化
	・JRAファンの来場促進	○	JRAの重賞と川崎競馬の重賞でコラボしたインターネット上でのキャンペーンを実施。また、WINS川崎来場者に対し、来場特典付きの川崎競馬の開催告知を配布し本場への来場を促進

		・場内美化の推進	△	マークカード用鉛筆の配架廃止や分別可能なごみ箱の配置などのエコ・プロジェクトを継続して実施。24年度から順次トイレを洋式化。ただし、1号スタンドを中心に壁や床面等の老朽化が進んでいる。
③ 場外発売の拡大	専用場外発売所における売上向上		△	ジョイホース横浜及び双葉の売上は年々増加傾向にあり、概ね設置当初の目標額どおりとなっているが、浜松の売上は設置当初の目標額を下回った状態が続いている。
	場間場外発売の相互拡大		△	川崎競馬開催の依頼場外発売は、売上の中心が在宅投票へシフトしているため減少。一方、広域の受託場外発売は共同トータリゼータシステムへの移行などにより、発売レース数が23年度以前の約140レースから、25年度以降600レース以上に拡大し、売上も拡大している。
④ 在宅投票の拡大	提携銀行の拡大		○	SPAT4（南関東4競馬場インターネット投票システム）で、26年度から既存の口座を使用して即日加入し投票できる提携銀行に、三菱東京UFJ銀行と三井住友銀行を追加
	JRA電話投票システムによる発売		○	24年10月からIPAT（JRAのインターネット投票システム）による発売を開始。ただし、JRAの方針により発売対象日やレースが限定されている。

(2) 経費削減に向けた取組み	① 他場と共同した取組みによるコスト削減	共同トータリゼータシステムの構築 〔 各主催者が個別に構築していたトータリゼータシステム（投票券の発売と払戻に関する業務をコンピュータで処理するシステム）を全国規模で集約したシステム 〕	○	地方競馬全国協会が構築した新システムに、23年度から25年度にかけて各主催者が移行。場間場外発売におけるオペレーションの一元化により、年間運用経費を約1,600万円削減（当組合分）
		統合ネットワークシステムの構築 〔 レース映像・情報提供のネットワークを全国規模で統合したシステム 〕	○	23年度から地方競馬全国協会が新システムを構築。高品質な画像の配信が可能になったことに加え、共同トータリゼータシステムで使用する投票データやIRIS（地方競馬情報処理システム）で使用する競走データの配信を供用化することで効率化し、年間運用経費を約1,900万円削減（当組合分）
		南関東データ放送センターの設置 〔 オッズ等の情報をデータ放送信号に変換し、各競馬場に提供する設備 〕	○	デジタル化により高品質な画像の配信、複数のオッズ情報の提供及び実況中継の高画質化を図るため、南関東4主催者が共同で設置。設備や運用を集約化し年間運用経費を約1,800万円削減（当組合分）
	② 業務の委託化の推進	民間活力の活用	△	投票所の勝馬投票券発売業務（窓口業務）を直接雇用する従事員での対応から、民間事業者への業務委託に変更。委託投票所数は23年度1投票所から、26年度4投票所に拡大し、年間約200万円の経費を削減。ただし、従事員数の減少に伴い、投票所以外での業務について、さらなる委託化が必要
	③ その他	契約方法の見直し	○	現金輸送業務や優勝馬肩掛け製作等について、一者随意契約で行っていたものの内容を見直し、23年度から競争入札に切替え

		リース料等の経常経費の平年度化	○	組合設立後に導入した自動発売機や場内の大型映像装置にかかる大口のリースが23年度で終了したことにより、経常経費はこれまでより低い水準で平年度化
(3) 収益力の向上に向けた取組み	① 場外発売の拡大	共同トータリゼータシステムの機能を活用した複数場併売の実施	○	23年度に共同トータリゼータシステムに移行し、複数場のレースを同時に発売することが可能となったため、川崎競馬開催時の併売場数を従来の1場から3場に拡大
		発売レース数の拡大	○	23年度以前は年間約140レースだった併売レースを25年度以降、年間600レース以上に拡大
	② JRA勝馬投票券の発売	JRAからの委託を受けて、勝馬投票券を発売	○	23年12月から「WINS川崎」としてJRA全場全レースの勝馬投票券の受託発売を開始
(4) その他の取組み	① 在きゅう馬確保対策の推進	出走奨励金の拡充	○	川崎在きゅう馬主への一般競走の出走奨励金を従来の1頭当たり80,000円から25年度以降は90,000円に増額
		2歳新馬競走への付加賞金の追加	○	2歳の新馬競走について、これまで付加賞金がなかったが、23年度から1レース当たり85万円、26年度以降は74万円の賞金を付加
		小向トレーニングセンターの改修	△	23年度以降、老朽化した木造きゅう舎の外壁塗装や耐震補強改修を8棟、RC造の給排水改修等を5棟実施。ただし、木造きゅう舎2棟は未改修

② 経営改善等に資する設備整備の推進	パドックシアタービジョンの増設	○	映像や情報提供の充実を図るため、23年8月に中型ビジョンを花月園競輪場跡地から移設してパドックシアタービジョンとして増設
	本場走路の砂の全面入替え	○	23年5月及び26年12月に本場走路の路盤改修を含めた砂の全面入替を実施
	特別観覧席、ボックス席の充実（再掲）	△	24年度に1号スタンド4階（特別観覧席B）の椅子を改修し、2号スタンド3階を特別観覧席Sとしてリニューアルしたが、ボックス席の充実は未実施
	小向トレーニングセンターの改修（再掲）	△	23年度以降、老朽化した木造きゅう舎の外壁塗装や耐震補強改修を8棟、RC造の給排水改修等を5棟実施。ただし、木造きゅう舎2棟は未改修
	共同トータリゼータシステムの構築（再掲） 〔各主催者が個別に構築していたトータリゼータシステム（投票券の発売と払戻に関する業務をコンピュータで処理するシステム）を全国規模で集約したシステム〕	○	地方競馬全国協会が構築した新システムに、23年度から25年度にかけて各主催者が移行。場間場外発売におけるオペレーションの一元化により、年間運用経費を約1,600万円削減（当組合分）
	統合ネットワークシステムの構築（再掲） 〔レース映像・情報提供のネットワークを全国規模で統合したシステム〕	○	23年度から地方競馬全国協会が新システムを構築。高品質な画像の配信が可能になったことに加え、共同トータリゼータシステムで使用する投票データやIRIS（地方競馬情報処理システム）で使用する競走データの配信を供用化することで効率化し、年間運用経費を約1,900万円削減（当組合分）
	南関東データ放送センターの設置（再掲） 〔オッズ等の情報をデータ放送信号に変換し、各競馬場に提供する設備〕	○	デジタル化により高品質な画像の配信、複数のオッズ情報の提供及び実況中継の高画質化を図るため、南関東4主催者が共同で設置。設備や運用を集約化し年間運用経費を約1,800万円削減（当組合分）

3 中期財政見通しの達成状況

(単位：億円)

区 分		23 年度	24 年度	25 年度	26 年度 (2月現計)	27 年度 (当初)	
歳 入	川崎競馬 勝馬投票券 売上金	計画A	437	481	478	481	481
		実績B	445	468	474	480	480
		達成率B/A	101.8%	97.3%	99.2%	99.8%	99.8%
	地方競馬 受託場外発売 業務協力収入	計画A	17	18	18	18	18
		実績B	15	14	14	18	17
		達成率B/A	88.2%	77.8%	77.8%	100.0%	94.4%
	JRA 受託発売収入	計画A	2	4	4	4	4
		実績B	2	7	11	10	10
		達成率B/A	100.0%	175.0%	275.0%	250.0%	250.0%
	その他収入	計画A	9	8	6	6	6
		実績B	10	9	5	5	6
		達成率B/A	111.1%	112.5%	83.3%	83.3%	100.0%
合計	計画A	465	511	506	509	509	
	実績B	471	498	504	513	513	
	達成率B/A	101.3%	97.5%	99.6%	100.8%	100.8%	
歳 出	払戻金	計画A	325	357	355	357	357
		実績B	330	348	352	355	355
		達成率B/A	101.5%	97.5%	99.2%	99.4%	99.4%
	地方競馬全国協 会交付金	計画A	6	7	7	7	7
		実績B	6	6	7	7	7
		達成率B/A	100.0%	85.7%	100.0%	100.0%	100.0%
	地方公共団体 金融機構納付金	計画A	1.4	-	0.8	0.9	0.9
		実績B	0.8	-	-	0.2	0.5
		達成率B/A	57.1%	-	-	22.2%	55.6%
	その他経費	計画A	133	142	140	140	140
		実績B	134	141	133	142	148
		達成率B/A	100.8%	99.3%	95.0%	101.4%	105.7%
	設備等整備基金 積立金	計画A	-	-	1.1	1.4	1.5
		実績B	0.3	0.3	3.8	6	1
		達成率B/A	-	-	345.5%	428.6%	66.7%
	財政調整基金 (経営安定化基金) 積立金	計画A	-	-	1.5	1.5	1.5
		実績B	-	-	-	6	1
		達成率B/A	-	-	-	400%	66.7%
	構成団体繰出金	計画A	-	-	1.5	1.5	1.5
		実績B	-	-	-	-	0.9
		達成率B/A	-	-	-	-	60.0%
合計	計画A	466	505	506	509	509	
	実績B	471	495	496	516	513	
	達成率B/A	101.1%	98.0%	98.0%	101.4%	100.8%	
単年度収支	計画A	0	5.6	0	0	0	
	実績B	△ 0.4	3.6	8.6	△ 3	0	
	達成率B/A	-	64.3%	-	-	-	
前年度からの繰越金	計画A	-	-	-	-	-	
	実績B	-	-	-	6.3	3	
	達成率B/A	-	-	-	-	-	
実質収支	計画A	△ 5.6	0	0	0	0	
	実績B	△ 6.0	△ 2.4	6.3	3	3	
	達成率B/A	-	-	-	-	-	
22 年度末実質収支		△5.6					

(注) 歳入、歳出ともに億円未満を四捨五入しているため、合計は符合しない。

一部の項目は、年度別の推移をより明確にするため億円未満を表示している。

実績B欄の金額は決算額を示す。ただし、26年度は2月現計予算額、27年度は当初予算額を示す。

26年度2月現計予算額における予備費(3億円)は、不用見込額としている。

<これまでの計画達成状況>

(歳入)

- ・ 川崎競馬勝馬投票券売上は、計画額をほぼ達成できた。
- ・ 地方競馬の受託場外発売による業務協力収入は、26年度に SPAT 4 による発売の拡大で増加したものの、計画額を達成できなかった。
- ・ JRA 受託発売収入は、24年度以降好調な売上が続き、計画額を超過達成できた。

(歳出)

- ・ 払戻金、地方競馬全国協会交付金は売上見合いで金額が変動するが、ほぼ計画額どおりとなった。
- ・ 地方公共団体金融機構納付金は、合算して算定する県分の競輪事業の成績が低迷したことなどにより計画額を下回った。
- ・ その他経費は、各事業の縮小・見直しや効率化など、節減抑制に努めた一方で、流動事業費の増額などにより、ほぼ計画額どおりとなった。
- ・ 設備等整備基金積立金は、今後予定している大型映像装置等の改修に備えて 25年度以降に積立を行い、計画額を上回った
- ・ 財政調整基金積立金は、25年度までは実施していなかったが、26年度以降に経営安定化基金として積立を行うこととし、計画額を上回った。
- ・ 構成団体繰出金は、26年度までは実施していなかったが、27年度に計画額を下回ったものの初めて実施することとした。

(収支)

- ・ 単年度収支は、東日本大震災の影響などにより 23年度は赤字となり、24年度も黒字額が計画を下回ったが、25年度は黒字を達成できた。また、26年度以降は、実質的な黒字見込額を将来に備えた基金の積立などに活用することとした。
- ・ 実質収支は、12年度の競馬組合設立以来抱えていた累積赤字を、計画より時期が1年遅れたものの、25年度決算で解消できた。

Ⅲ 新たな経営計画の内容

1 競馬組合の果たすべき役割、達成状況及び今後の課題

競馬組合の果たすべき役割は、地方公共団体が競馬事業を実施する次の目的を達成することである。

- ① 地方公共団体の財政に寄与すること
- ② 畜産の振興に寄与すること
- ③ 県民に健全なレジャーを提供すること

競馬組合における現時点までの達成状況と今後の課題は、次のとおりである。

① 地方公共団体の財政に寄与すること

評価	達成状況	今後の課題
△	<p>単年度黒字を達成して以来、売上の一定割合を地方公共団体金融機構に納付しており、この納付金が地方公共団体の地方債の利子軽減に活用されているので、間接的には一定の寄与をしている。(平成12年度以降の実質納付額は累計約13億円)</p> <p>ただし、組合設立以降、累積赤字を抱えた状況が続いていたため、構成団体(県・川崎市)への配分金の繰出しは26年度までは行っておらず、27年度当初予算で初めて予算計上したが、全体としては地方公共団体の財政に十分に寄与していない。</p>	<p>27年度当初予算で組合設立以来初めて構成団体への配分金の繰出しを予算計上したが、今後は単年度黒字を継続し、競馬組合の経営基盤の強化や施設設備の整備なども行いながら、安定的に配分金の繰出しを行っていく必要がある。</p>

② 畜産の振興に寄与すること

評価	達成状況	今後の課題
○	<p>競馬組合独自に毎年度県畜産会に対して畜産品の普及啓発事業等への補助金を交付するとともに、地方競馬全国協会への交付金の一部が全国の畜産振興事業への補助金として活用されている。</p> <p>馬主が購入した競走馬により競馬を開催することで、競走馬の生産・流通が促進されている。</p> <p>また、川崎競馬場では競走馬を至近距離から観戦できることや、流鏝馬の実演・ポニー乗馬・ミニチュアホース・ばん馬とのふれあいなど多彩な馬関連イベントなどにより、県民の畜産事業への理解を深めており、畜産の振興に寄与している。</p>	<p>県畜産会や畜産振興事業への助成を継続するとともに、畜産関連イベントの実施などにより県畜産会との連携を強化する必要がある。</p> <p>また、馬主が競走馬を購入しやすい環境を整え、競走馬の生産・流通を活性化させるとともに、馬関連イベントのメニューや実施回数を拡充し、畜産事業に対する県民のさらなる理解促進を図ることにより、畜産の振興により一層寄与する必要がある。</p>

③ 県民に健全なレジャーを提供すること

評価	達成状況	今後の課題
○	<p>川崎競馬の開催やイベントを通じて、本場はもとより、場外発売や在宅投票など様々な場所や方法で多くの県民に健全なレジャーを提供している。</p>	<p>より多くの県民に競馬を楽しんでいただくため、本場の施設・設備の充実や魅力ある番組の編成に加え、新たな競馬ファンの開拓にもつながるイベント・ファンサービスの実施により、本場の売上及び入場者数の拡大を図る必要がある。また、自治体や地元企業等との連携・協調を推進し、地域社会から親しまれる川崎競馬場を確立する必要がある。</p>

2 計画期間

平成 27 年度から 31 年度までの 5 年間

3 経営目標

競馬組合の果たすべき役割と今後の課題を踏まえ、経営目標を次のとおり設定する。

また、経営目標の達成状況を明確にするため、目標ごとに計画期間最終年度である 31 年度における数値目標を設定する。

- (1) 公正な競馬を着実に実施したうえで、売上拡大と経営効率化を図ることにより、毎年度の単年度黒字を継続し、経営基盤強化のための基金を着実に積み立てるとともに、構成団体への配分金を安定的に繰り出す。

〈31年度の数値目標〉

・ 勝馬投票券売上金	川崎競馬開催の売上総額	502 億円 (26 480 億円)
	地方競馬受託場外発売額 (川崎競馬場発売額)	120 億円 (26 133 億円)
	J R A 受託発売額 (W I N S 川崎発売額)	194 億円 (26 177 億円)
・ 構成団体への繰出金		3 億円 (26 -)
・ 経営安定化基金の年度末残高		10 億円 (26 6 億円)

- (2) 川崎競馬場の施設・設備の改善や充実を図るとともに、魅力ある番組編成やイベント・ファンサービスを実施し、本場の売上及び入場者数を拡大する。

〈31年度の数値目標〉

・ 川崎競馬開催の本場売上額	51 億円 (26 53 億円)
・ 川崎競馬開催の本場入場者数	31 万人 (26 28 万人)
・ 長距離競走 (2,000m・2,100m) 及び短距離競走 (900m) のレース数	45 レース (26 35 レース)
・ 牝馬限定競走のレース数	30 レース (26 25 レース)
・ 1 レース当たりの出走頭数	11.7 頭 (26 11.4 頭)

- (3) 構成団体や県内市町村、地元企業等との連携・協調を推進するとともに、川崎競馬場の特長 (交通利便性・芝生広場・大型映像装置等) を活かしたファミリー層向けのイベント・ファンサービス等を実施し、地域社会から愛され、親しまれる川崎競馬場を確立する。

〈31年度の数値目標〉

・ 川崎競馬場の総入場者数 (地方競馬受託場外発売・J R A 受託発売等も含む)	170 万人 (26 161 万人)
・ ファミリー層向けイベント (馬関連イベント、子ども向けイベント等) の回数	42 回 (26 29 回)
・ 構成団体・県内市町村・地元企業等の協賛レース数	60 レース (26 45 レース)

(注) (26) は 26 年度の実績見込を示す。ただし、勝馬投票券売上金の 26 年度は 2 月現計予算額を、27 年度は当初予算額を示す。

4 経営目標の達成に向けた取組みの方向性

経営目標を達成するため、次の方向性で取り組んでいく。

- (1) 売上及び入場者数の拡大
- (2) 経営の効率化・安定化
- (3) 公正な競馬の着実な実施
- (4) 地域社会との連携・協調の推進

5 取組施策

経営目標の達成に向けた取組みの方向性に沿った具体的な取組施策は、次のとおりである。

(1) 売上及び入場者数の拡大に向けた取組み

ファンに分かりやすい開催日程の確保

- 正月開催の継続
- 原則として月～金の5日間開催

広報・ファンサービスの充実

<広報の充実>

- 交通広告の充実
- スポーツ新聞に掲載する馬柱の拡充
- テレビ・ラジオによる広報の充実
- 川崎競馬の特長（交通利便性・芝生広場・大型映像装置等）を強調したPRの実施
- 競走馬・重賞競走等の情報の積極的な発信
- 地元商店街等との連携強化
- 新商業施設との連携による情報発信・誘客の推進
- 観光事業との連携強化
- HPのリニューアル
- 広報におけるJRAとの連携強化
- 本場での懸垂幕掲出
- 開催告知ダイレクトメール・新聞休刊日告知の活用強化
- 県畜産会イベントでの広報の実施
- 騎手やイメージキャラクターによるCMの作成
- 地域イベントへの参加
- 国際化への対応（外国人向けパンフレットの作成など）

<居心地の良い場内環境の整備>

- スタンドや内馬場施設のリニューアル
- 女性エリアの設置
- 特別観覧席、ボックス席の充実
- 大型映像装置の更新

- オッズ表示モニターの増設
- キッズルームのリニューアル
- 場内案内表示のリニューアル
- 新商業施設との連携を含めた飲食店・売店の充実
- 場内清掃の充実

<ファンサービスの充実>

- ファミリー層向けイベント・施設の充実
- 馬関連イベントの充実
- 畜産関連イベントの実施
- ファンと騎手との交流機会の拡充
- 騎手パネルの作成
- トークショーの充実
- スピードくじや抽選会の充実
- カツマルくんカードのポイントサービスの充実
- 駐車場料金割引制度の導入
- 特別観覧席割引制度の充実
- 初心者競馬教室の開催
- 新商業施設との連携による情報発信・誘客の推進（再掲）
- 国際化への対応（外国人向けパンフレットの作成など）（再掲）
- ファンサービスにおけるJRAとの連携強化
- 場内案内マニュアルの作成、接客研修の実施
- キャッシュレス投票の導入

在宅投票の拡大

- I P A T 発売日の拡大
- S P A T 4 会員の拡大

魅力ある競馬の開催・競走番組の充実

- 重賞競走の充実
- J B C 競走の再誘致（28年11月の開催が決定）
- 重賞競走に至る競走体系の整備
- 競走距離の多様化
- 構成団体・県内市町村・地元企業等の協賛レースの拡大
- 強い馬づくり・在きゅう馬の能力向上に向けた助成制度の創設
- 川崎競馬所属騎手の技術の向上に向けた助成制度の創設

専用場外発売の拡大

- 委託事業者との連携による広報・ファンサービスの充実

地方競馬受託場外発売の拡大

- 2号スタンドにおける場外発売の実施
- 内馬場の規制緩和（場外発売時のテント使用の許可など）

JRA受託発売の拡大

- WINS川崎の認知度向上に向けた広報の強化
- WINS川崎でのファンサービスの充実
- 2号スタンドにおける場外発売の実施（再掲）
- 内馬場の規制緩和（場外発売時のテント使用の許可など）（再掲）

(2) 経営の効率化・安定化に向けた取組み

経費の節減

- 民間委託業務の拡大
- 在宅投票システム使用料率の引下げ

歳入の確保

- 企業協賛の拡大
- 地方競馬全国協会等からの補助制度の活用

基金の造成

- 経営安定化基金の積増し
- 設備等整備基金の積増し

法令等の改正に向けた取組

- 地方公共団体金融機構納付金制度の見直しに向けた働きかけ

(3) 公正な競馬の着実な実施に向けた取組み

競馬開催における安全と公正の確保

- 禁止薬物陽性馬の発生防止対策の徹底
- 認定きゅう舎（外きゅう）の公正確保対策の強化
- 放馬対策の強化
- 調教師・騎手・きゅう務員等の指導

競走馬の確保・充実

- 在きゅう馬の安定的な確保に向けた助成制度の充実
- きゅう舎の有効活用に向けた馬房貸付の適正化
- 老朽化きゅう舎の改修

畜産の振興

- 県畜産会、畜産振興事業への助成の継続
- 馬関連イベントの充実（再掲）
- 畜産関連イベントの実施（再掲）

馬関係者の確保

- 調教師・騎手・きゅう務員の育成
- 老朽化きゅう舎の改修（再掲）

職員の資質向上・育成

- J R A研修の継続
- 研修等への積極的な参加促進
- 管理者表彰制度、職員提案制度の創設
- 他主催者や施設会社との交流研修の実施

競馬開催にかかわる職員等の意識向上

- 場内案内マニュアルの作成、接遇研修の実施（再掲）
- ファンの立場に立った対応の徹底

施設・設備整備

- 施設・設備の計画的な更新
- 走路の砂の定期的な入替
- 全主催者共同の新たな投票システムの構築

関連団体・施設会社との連携強化

- 関係団体等との意見交換会の充実

災害等への対応策の強化

- 避難誘導訓練の充実
- 防災備蓄物資・備品の整備
- 業務継続計画の策定

(4) 地域社会との連携・協調の推進に向けた取組み

地域社会との連携・協調

- 川崎競馬秋まつりの継続・充実
- ファミリー層向けのイベント・施設の充実（再掲）
- 観光事業との連携強化（再掲）
- 地元商店街等との連携強化（再掲）
- 新商業施設との連携による情報発信・誘客の推進（再掲）
- 構成団体・県内市町村・地元企業等の協賛レースの拡大（再掲）
- 地域への防災面での協力
- 防災備蓄物資・備品の整備（再掲）
- 地域イベントへの参加（再掲）

構成団体への配分金の繰出し

- 構成団体への安定的な繰出しの実施

IV 中期財政見通し

1 経営計画に基づく対策実施前

<推計与件>

(1) 歳入

- 26年度は2月現計予算額、27年度は当初予算額とする。
- 28年度以降は次のとおり見込む。
 - ・ JBC競走の実施を見込まない。
 - ・ 大型映像装置の更新に伴い、基金取崩しを28年度と29年度に見込む。
 - ・ 27年度当初予算額をベースに、売上区分ごとに最近の動向を勘案して次のとおり見込む。

(勝馬投票券売上金の前年度対比伸び率)

区 分		28～31年度
川崎競馬開催	川崎本場	△5%
	専用場外	±0%
	依頼場外	△5%
	在宅投票	+4%
地方競馬	南関分	△10%
受託場外発売	広域分	±0%
JRA受託発売		△3%

(2) 歳出

- 26年度は2月現計予算額、27年度は当初予算額とする。
- 28年度以降は、次のとおり見込む。
 - ・ 売上額に連動して増減する経費（払戻金、地方競馬全国協会交付金、場外主催者への業務協力費等）は、各年度の売上額に基づき、現行制度上の所要額を見込む。
 - ・ JBC競走の実施を見込まない。
 - ・ 大型映像装置の更新は、28年度と29年度に所要額を見込む。
 - ・ 消費税率の引上げ（8%→10%）を29年度に見込む。
 - ・ その他の経費は27年度当初予算額と同額を見込む。
 - ・ 28年度以降は、黒字見込相当額を基金積立金と構成団体繰出金として活用することを見込む。

<推計結果>

(単位：億円)

区 分		26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
歳入	川崎競馬勝馬投票券売上金	480	480	479	479	480	481
	地方競馬受託場外発売業務協力収入	18	17	16	15	14	13
	JRA受託発売収入	10	10	10	10	10	10
	基金取崩し額	—	—	4	7	—	—
	その他収入	5	6	6	6	6	6
合 計		513	513	515	517	510	510
歳出	払戻金	355	355	354	354	355	355
	地方競馬全国協会交付金	7	7	7	7	7	7
	地方公共団体金融機構納付金	0.2	0.5	1	1	1	1
	消費税率の引上げ影響分	—	—	—	1	1	1
	その他経費	142	145	150	152	144	144
	設備等整備基金積立金	6	1	} 3	} 2	} 2	} 2
	経営安定化基金積立金	6	1				
	構成団体繰出金	—	0.9	—	—	—	—
	予備費	(3)	3	—	—	—	—
合 計		516	513	515	517	510	510
単年度収支		△3	0	0	0	0	0
前年度からの繰越金		6	3	3	3	3	3
実質収支		3	3	3	3	3	3
25年度末実質収支 = 6							

(注) 26年度2月現計予算額における予備費(3億円)は、不用見込額として推計している。

2 経営計画に基づく対策実施後

<推計与件>

(1) 歳入

- 26年度は2月現計予算額、27年度は当初予算額とする。
- 28年度以降は次のとおり見込む。
 - ・ JBC競走の実施を28年度に見込む。
 - ・ 大型映像装置の更新に伴い、基金取崩しを28年度と29年度に見込む。
 - ・ JBC競走を除き、27年度当初予算額をベースに、売上区分ごとに次のとおり見込む。

(勝馬投票券売上金の前年度対比伸び率)

区 分		28年度	29年度	30年度	31年度
川崎競馬開催	川崎本場	△2%	±0%	+1%	+1%
	専用場外	±0%	±0%	±0%	±0%
	依頼場外	△5%	△5%	△5%	△5%
	在宅投票	+5%	+5%	+5%	+5%
地方競馬	南関分	△8%	△6%	△4%	△2%
受託場外発売	広域分	+2%	+2%	+2%	+2%
JRA受託発売		+2%	+2%	+2%	+2%

(2) 歳出

- 26年度は2月現計予算額、27年度は当初予算額とする。
- 28年度以降は、次のとおり見込む。
 - ・ 売上額に連動して増減する経費（払戻金、地方競馬全国協会交付金、場外主催者への業務協力費等）は、各年度の売上額に基づき、現行制度上の所要額を見込む。
 - ・ JBC競走の実施を28年度に見込む。
 - ・ 大型映像装置の更新は、28年度と29年度に所要額を見込む。
 - ・ 消費税率の引上げ（8%→10%）を29年度に見込む。
 - ・ 経営計画に基づく施策の充実・強化分の経費は所要額を見込む。
 - ・ その他の経費は27年度当初予算額と同額を見込む。

<推計結果>

(単位：億円)

区 分		26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
歳入	川崎競馬勝馬投票券売上金	480	480	511(483)	488	494	502
	地方競馬受託場外発売業務協力収入	18	17	16(16)	16	15	15
	JRA受託発売収入	10	10	11(11)	11	11	11
	基金取崩し額	—	—	5(5)	8	—	—
	その他の収入	5	6	7(6)	6	6	6
	合計	513	513	550(521)	529	526	534
歳出	払戻金	355	355	378(357)	361	365	371
	地方競馬全国協会交付金	7	7	7(7)	7	7	7
	地方公共団体金融機構納付金	0.2	0.5	1(1)	1	1	2
	消費税率の引上げ影響分	—	—	—(—)	1	1	1
	その他の経費	142	145	159(153)	155	147	147
	<うち経営計画に基づく施策の充実・強化分>	<—>	<3>	<17>(<11>)	<13>	<5>	<5>
	設備等整備基金積立金	6	1	2(1)	1	2	3
	経営安定化基金積立金	6	1	1(1)	1	1	—
	構成団体繰出金	—	0.9	1.5(0.9)	1.5	2.1	3
	予備費	(3)	3	—	—	—	—
合計	516	513	550(521)	529	526	534	
単年度収支	△3	0	0	0	0	0	
前年度からの繰越金	6	3	3	3	3	3	
実質収支	3	3	3	3	3	3	
25年度末実質収支 = 6							

(注) 1 26年度2月現計予算額における予備費(3億円)は、不用見込額として推計している。

2 28年度の()はJBC競走を実施しない場合の推計額を示す。

(参考1) 川崎競馬の経営状況と主な経営改善策の取組

区 分	平成12年度	平成13年度	平成14年度	平成15年度	平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成19年度
売 上 金 [12年度100とした指数]	45,044 [100]	43,965 [98]	45,886 [102]	44,153 [98]	41,036 [91]	45,050 [100]	49,615 [110]	50,085 [111]
受 託 場 外	8,749	10,625	15,034	15,362	13,827	14,060	13,762	14,060
J R A	—	—	—	—	—	—	—	—
合 計	53,793	54,590	60,920	59,515	54,863	59,110	63,377	64,145
単年度収支	△ 1,376	△ 1,685	△ 309	20	△ 273	221	585	938
実質収支 (累積赤字)	△ 1,376	△ 3,061	△ 3,370	△ 3,350	△ 3,623	△ 3,402	△ 2,817	△ 1,880
主 な 取 組 等	神奈川川崎競馬組合設立	ワイド馬券を導入 経営改善実施計画(H14～)を策定	三連勝馬券を導入 全日本2歳優駿GⅠ格上げ 佐々木竹見カップを新設 奨励馬事業の創設 不採算日の削減 ナイター期間を拡大 従業員の希望離職を実施	キング・ビジョン等を設置 一部投票所を民間委託化 三連単を全レースで発売 インターネット投票を開始 南関東共同HPを立上げ 場外時の特別観覧席有料化	HPでライブ映像配信開始 自動発売機を増設(12台) 改正競馬法の施行 南関東4場の競馬連携計画を策定	ネットバンクとの連携開始 携帯電話映像配信を開始 南関東全日程の場外発売を開始 オフト後楽園での場外発売を開始 アクションプログラムを策定 経営改善改訂実施計画(H18～22)を策定 設備等整備基金を設置 外きゆう制度の導入	J R中吊り広告を実施 マルチ/フォーメーション機能を導入 ボックス席・喫煙席を設置 特観券発売方法・場所を改善 関東オークスGⅡ格上げ 自動発売機を増設(20台) 交流馬房を増設 第6回JBC競走を実施 正月開催の固定化を実現 競馬モール(株)(楽天競馬)での発売を開始	川崎競馬全日程の場外発売を南関東他場で実施 オンラインクーポンを通年実施 TVKでテレビCMを放映(交流重賞及び正月開催) 地方交流レースを拡充 特観席・指定席の新サービス開始 市町村(三浦市)とのタイアップ競走を開始 カツマルくんカードを導入 RINCSⅡ(新地方競馬情報処理システム)の運用開始
備 考	正月開催 降雪中止1日	お盆開催 佐々木竹見騎手引退	GW・お盆開催 台風中止1日	正月開催	特異日なし 台風中止1日	GW開催	正月開催 JBC競走	正月開催 馬インフルエンザ
本場開催日数	75日	76日	67日	68日	67日	66日	65日	64日
本場入場人員	730千人	694千人	636千人	580千人	488千人	471千人	476千人	456千人
受託場外日数	144日	152日	186日	201日	214日	210日	212日	209日
J R A日数	—	—	—	—	—	—	—	—

(参考) 地方競馬全体の状況

区 分	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
売 得 金 [12年度100とした指数]	556,062 [100]	522,186 [94]	490,368 [88]	445,013 [80]	386,172 [69]	369,070 [66]	376,040 [68]	380,402 [68]
本場入場人員	9,311千人	8,576千人	7,854千人	7,038千人	6,122千人	5,211千人	5,075千人	4,847千人
単年度収支の計	△ 17,910	△ 20,531	△ 13,865	△ 12,256	△ 18,922	△ 8,356	△ 3,034	1,563
備 考	全主催者赤字	全主催者赤字	浦和、船橋、大井、佐賀が黒字 その他は赤字	川崎、浦和、船橋、高知が黒字 その他は赤字	全主催者赤字	川崎、浦和、福山が黒字 その他は赤字	川崎、浦和、船橋、大井、岐阜、愛知、兵庫、福山が黒字 その他は赤字	川崎、浦和、船橋、大井、岩手、石川、岐阜、金沢、愛知、兵庫、福山、佐賀が黒字 その他は赤字
	中津が廃止	新潟が廃止	益田、足利が廃止	上山が廃止	高崎、宇都宮が廃止			

(注) 表示単位未満は四捨五入している。

(単位：百万円)

平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
49,377 [110]	48,558 [108]	45,158 [100]	44,492 [99]	46,807 [104]	47,406 [105]	2現 48,000 [107]	当初 48,000 [107]
12,979	11,484	9,882	10,007	9,481	10,916	13,300	13,000
—	—	—	2,973	12,512	18,791	17,734	17,900
62,356	60,042	55,040	57,472	68,800	77,113	79,034	78,900
958	420	△ 62	△ 35	361	864		
△ 922	△ 502	△ 564	△ 599	△ 238	626		
東海道五十三次シリーズ特別競走の実施 川崎ジョッキーズカップ競走の実施 川崎競馬公式webサイトの開設 カツマルくんカードでPeXと提携 キッズルーム・ファン休憩所等の新設 流籠騎射式を開始	川崎ドリームビジョン(当時世界最大規模)を設置 場内完全禁煙(所定の喫煙場所以外)を実施 12月開催をセミナーで実施 新重賞ファンファールを作成 周辺飲食店との相互PR等のコラボレートを開始	ジョイホース横浜を開設 鉛筆配布中止等のエコ活動の強化 個人協賛レース募集を開始 磯山さやかをイメージキャラクターに決定 3号スタンドの使用休止 調教師会、騎手会が東日本大震災被災地支援の街頭募金を実施	当面の経営戦略と中期財見通し(H23~27)を策定 東日本大震災の復興支援競馬及び競走を実施し、義援金を拠出 共同ターミナルシステムに移行 WINS川崎としてJRA受託発売を開始 パドックビジョンを増設	交流馬房の増設、装鞍所・下見所を改修 組合事務所をスタンド内に移設 I PATによる川崎競馬の発売を開始 第12回JBC競走を実施 12月開催を完全ナイターで実施 ジョイホース浜松を開設 近代競馬150周年イベントを実施	ジョイホース双葉を開設 I PAT発売日を拡大 広報、ファンサービスでのJRAコラボレートを開始 SPAT4をより使いやすいシステム改善 新しい地方競馬情報システム(IRIS)の導入	イメージキャラクターを谷桃子に変更 各勝馬投票法の払戻率を変更 SPAT4LOT0(トリプル馬単)の発売を開始 カツマルくんがゆるキャラグランプリに初参加 2号スタンドの場内トイレを改修 経営安定化基金を創設 管理者表彰制度を創設 川崎競馬経営計画(H27~31)を策定	※以下は予算措置済の事業 競馬の魅力向上対策事業(強い馬づくり、在きゅう馬確保等)を導入 2号スタンドをリニューアル 女性エリアを設置 馬関連イベントを充実 WINS川崎の広報を充実 新商業施設との連携による情報発信・集客対策を開始 構成団体に配分金を繰出し(県9千万円、川崎市3千万円)
正月開催	正月開催	正月開催 東日本大震災の発生	正月開催 開催中止3日(節電、システム障害、降雪) 追加1日(JRA非開催)	正月開催 JBC競走	正月開催	正月開催	正月開催
64日	64日	63日	62日	64日	63日	63日	63日
448千人	443千人	356千人	343千人	336千人	292千人		
211日	206日	192日	199日	205日	204日	206日	201日
—	—	—	34日	107日	107日	107日	108日

(単位：百万円)

20年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度
375,741 [68]	363,411 [65]	333,239 [60]	331,438 [60]	332,606 [60]	355,330 [64]		
4,668千人 2,717	4,486千人 △ 971	3,959千人 △ 1,842	3,714千人 △ 35	3,437千人 495	3,254千人 5,560		
川崎、浦和、船橋、大井、岩手、石川、金沢、岐阜、愛知、兵庫、佐賀が黒字 その他は赤字	川崎、浦和、金沢、兵庫が黒字 その他は赤字	浦和、大井、帯広、金沢、高知、荒尾が黒字 その他は赤字	浦和、大井、岩手、兵庫、福山、高知、佐賀が黒字 その他は赤字 荒尾が廃止	川崎、浦和、大井、岩手、石川、金沢、岐阜、高知が黒字 その他は赤字 福山が廃止	船橋のみ赤字 その他は黒字		

(参考2) 川崎競馬経営計画における年度別数値目標

経営目標	数値目標項目		(現状)	数 値 目 標					単位
			26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	
1 公正な競馬を着実に実施したうえで、売上拡大と経営効率化を図ることにより、毎年度の単年度黒字を継続し、経営基盤強化のための基金を着実に積み立てるとともに、構成団体への配分金を安定的に繰り出す。	勝馬投票券売上金	川崎競馬開催の売上総額	480	480	511 (JBC含む)	488	494	502	億円
		地方競馬受託場外発売額(川崎競馬場発売額)	133	130	126	122	119	120	億円
		JRA受託発売額(WINS川崎発売額)	177	179	183	187	190	194	億円
	構成団体への繰出金		—	0.9	1.5	1.5	2.1	3	億円
	経営安定化基金の年度末残高		6	7	8	9	10	10	億円
2 川崎競馬場の施設・設備の改善や充実を図るとともに、魅力ある番組編成やイベント・ファンサービスを実施し、本場の売上及び入場者数を拡大する。	川崎競馬開催	本場売上額	53	51	53 (JBC含む)	50	51	51	億円
		本場入場者数	28	29	32 (JBC含む)	30	30	31	万人
	長距離競走(2,000m・2,100m)及び短距離競走(900m)のレース数		35	37	39	41	43	45	レース
	牝馬限定競走のレース数		25	26	27	28	29	30	レース
	1レース当たりの出走頭数		11.4	11.5	11.6	11.6	11.7	11.7	頭
3 構成団体や県内市町村、地元企業等との連携・協力を推進するとともに、川崎競馬場の特長(交通利便性・芝生広場・大型映像装置等)を活かしたファミリー層向けのイベント・ファンサービス等を実施し、地域社会から愛され、親しまれる川崎競馬場を確立する。	川崎競馬場の総入場者数(地方競馬受託場外発売、JRA受託発売等も含む)		161	163	170 (JBC含む)	168	169	170	万人
	ファミリー層向けイベント(馬関連イベント、子ども向けイベント等)の回数		29	38	40	40	42	42	回
	構成団体・県内市町村・地元企業等の協賛レース数		45	47	60 (JBC含む)	50	55	60	レース

(注) 26年度は実績見込を示す。ただし、勝馬投票券売上金の26年度は2月現計予算額を、27年度は当初予算額を示す。

組合議会・関係者からの意見聴取

経営計画の策定に当たって、「素案（27年1月）」や「案（27年2月）」の段階で、組合議会はもとより、有識者、臨時従事員、競馬関係者、施設会社、周辺町内会、川崎競馬倶楽部（公認ファンクラブ）の皆様からの意見聴取を行うとともに、来場者アンケートを実施し、のべ86件のご意見・ご提案をいただきました。

いただいたご意見・ご提案については、できる限り経営計画への反映に努めました。

（単位：件）

団体名	意見・提案件数
神奈川県川崎競馬組合議会	24
川崎競馬有識者懇談会	9
神奈川競輪競馬労働組合（臨時従事員）	4
神奈川県馬主協会	6
神奈川県騎手会	15
株式会社よみうりランド（施設会社）	12
川崎競馬周辺町内親睦会及び小向きゅう舎周辺2町連合会	4
来場者アンケート	12
計	86

川崎競馬経営計画策定チーム名簿

副管理者	楯岡信一	◎総括
事務局長兼総務課長	伊藤靖志	
企画振興課長	鈴木基義	○副総括
企画振興課課長補佐	佐々木純	
企画振興課主査	渡部朋宏	※WT
企画振興課主査	平野弘之	※WT リーダー
総務課課長補佐	林圭一	
総務課副主幹	城田正樹	※WT
総務課主事	青木紘孝	※WT
投票労務課長	木暮慎二	
投票労務課主査	新美達治	※WT
投票労務課主事	瀬戸裕介	※WT
競走課長	沖村明彦	
競走課主査	大木茂美	※WT
競走課主任主事	亀井剛	※WT
きゅう舎管理課長	矢島純夫	

（※WTは、経営計画策定ワーキングチーム）