

令和4年度川崎競馬場内イベント業務委託 仕様書

1 概要及び目的

- 令和3年度は新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、来場者の数を増やすことを目的としていたイベントは全面的に中止となっており、インターネット上での広報・ファンサービスの実施に切り替えてきた。
- 令和4年度は単に集客だけを目的としたイベントではなく、「ネットでの購入も含めて継続的な勝馬投票券の売上につながるイベント」、「地域住民への川崎競馬の理解促進に資するイベント」を実施し、お客様の満足度を高めながら、売上等へつながるイベントを実施する。
- 場内イベントを実施する業務について、達成すべき目標を設定し、以下のとおり柱立てを行う。

- (1) ネットでの購入も含めて継続的な勝馬投票券の売上につながるイベント
- (2) 地域住民への川崎競馬の理解促進に資するイベント

2 各場内イベント実施の目的

(1) 来場者満足度向上につながり、継続的な勝馬投票券の売上に資するもの

川崎競馬場に来場してよかったと感じていただき、今後も川崎競馬を楽しみたいと思ってもらうことで、ネットでの購入も含めて継続的な勝馬投票券の売上につながる。

(実施イベント) ビギナーズカウンター、川崎競馬場フォトジェニック コンテスト

(2) 地域住民への川崎競馬の理解促進に資するもの

場内イベントを実施することで、川崎競馬場周辺地域の皆様に、川崎競馬開催に対するご理解・ご協力に対して感謝の気持ちを表し、川崎競馬への理解をより一層深めていただく機会とする。

(実施イベント) バックヤードツアー

3 提案における留意事項

(1) 前提条件

- 評価はあくまで提案資料自体で行うため、口頭で追加の説明を行わないと理解できないような資料は作成しないこと。
- 事業提案は、全て本事業予算の中で納めることとし、追加予算が必要ないいわゆる「オプション」等の追加事項を提案しないこと。
- 見積もり時と同様の内容で業務を実施する際は、見積もりの額での実施が前提となる（※減額することは差し支えない）ので、正月や休日の対応により人件費等の費用が加算される可能性がある場合は、その費用を見込んだうえで積算を行うこと。
- 効果検証の手法及び検証結果の反映方法について資料に盛り込むこと。
- イベント実施前に①実施概要、②想定されるアウトプット、③見積もり金額を共有し、実施後には事業実施結果の報告、次回のイベント実施に向けた改善提案を目的として打ち合わせを行うこと。
- イベント実施後の打ち合わせのために受託事業者は資料を作成することとし、資料には最低限左記の項目を記載すること。①実施内容 ②実施結果 ③改善提案・今後の方向性

(2)資料の作成について

- 以下「4 提案内容」に示した順番のとおり資料を作成すること。
- なお、資料の頭紙に全体のスケジュールを添付すること。

4 提案内容

(1) ビギナーズカウンター（仮称）

ア 目的

競馬初心者などの継続的な勝馬投票券の購入促進を目的とし、ネットでの馬券購入、馬柱の見方等をレクチャーすることで、競馬の楽しみ方を知ってもらい、川崎競馬ファンの抱え込みを図る。

イ 対象者

- ①川崎競馬場へ来場した競馬初心者
- ②馬券のネット購入に不慣れな方
- ③競馬経験者ではあるが、馬柱の読み方やパドックの見方等に触れてこなかった方
(競馬初心者よりは知識のある層)

ウ 実施タイミング

競馬初心者の来場可能性の高い本場開催中の重賞日(13回)＋お正月(3回 1月1日～3日)に実施する。5月開催から実施する。

※ その他詳細は別紙1を参照。

(2) 川崎競馬場フォトジェニック コンテスト

ア 目的

来場した方に向けた場内イベント及びそれに連動したデジタル施策を行うことで、「川崎競馬のファン」作りを推進することを目的とし、川崎競馬場の場内で魅力を感じる場所を写真に収め、WEB上で応募いただくキャンペーンを実施する。

来場した方は、当該イベントに参加することで、川崎競馬場の魅力を再発見し、満足度向上を狙う。

また、投稿者の写真を通じて、SNS上で川崎競馬場内の魅力拡散にもつながり、当該イベントが広報的役割を担うことも目的とする。

イ 対象者

川崎競馬場へ来場した方、SNS上に投稿された写真に投票する方等

ウ 実施タイミング

強化した場内装飾の浸透するスピードや季節による「映え」ポイントの移り変わりなどを検証するため、初夏～秋、冬～春の2回実施する。

※ その他詳細は別紙2を参照。

(3)川崎競馬バックヤードツアー

ア 目的

川崎競馬場内の施設・普段では入れないエリアへの入場や競馬開催以外の川崎競馬場の役割（大規模災害時の避難場所）、公正確保に努める川崎競馬の実施業務（馬体検査、騎手の前検量等）をレクチャーすることで、川崎競馬場周辺地域の皆様に、川崎競馬への理解をより一層深めていただくことを目的とする。

イ 対象者

川崎競馬周辺の地域住民

ウ 実施タイミング

4半期ごとに実施し、川崎競馬場へご来場いただく。

※ その他詳細は別紙3を参照。

5 感染症対策

イベントを実施する際、感染症対策を図り、具体的な対策を示すこと。

6 進捗管理

受注者は契約締結後、速やかに進行管理表を作成し、発注者と共有すること。

7 守秘義務

受注者は、業務上知り得た情報を厳重に管理し、関係者の外に漏らし、または本件業務の履行のため以外の目的に使用してはならない。なお、契約期間が終了した後も同様のものとする。受注者は契約締結後、速やかに進行管理表を作成し、発注者と共有すること。

参考 予算割：税込 7,300 千円

内容	金額(千円)
バックヤードツアー (地域住民対象)	1,800
ビギナーズカウンター (川崎競馬開催時)	2,836
川崎競馬場 フォトジ ェニック コンテスト	2,000
小計(税抜き)	6,636
消費税	663.6
合計	7,299.6

※ 各予算はあくまでも参考であり、提案内容によって金額を増減することを可能とする。