

ボートレース福岡経営計画 (案)

令和3年度～令和7年度

令和3年6月

福岡市経済観光文化局

ボートレース事業部

目次

序章	1
1. 計画策定の背景.....	1
2. 計画策定にあたって.....	1
3. ボートレース業界の動向について.....	1
第1章 前計画の振り返り	2
1. 本場集客力の向上に向けた取組み.....	2
2. ファンサービスの向上.....	2
3. 施設の改修・整備.....	3
4. 経営改善に向けた取組み.....	3
5. 一般会計への繰出し.....	3
第2章 ボートレース福岡の現状	4
1. 入場者数の状況について.....	4
2. 売上の状況について.....	5
3. 施設等の状況について.....	7
4. 利用者の意向調査.....	9
5. ボートレース福岡の現状からみた課題.....	9
第3章 目指すべき方向性	10
1. ボートレース福岡のありたい姿.....	10
2. 強化すべき柱の設定.....	10
第4章 事業計画	11
1. 将来像の実現に向けた戦略と施策.....	11
2. 戦略と施策の推進を支える組織体制の強化.....	14
第5章 財政収支計画	15
1. 収入.....	15
2. 支出.....	15
3. 利益剰余金.....	15
4. 一般会計への繰出金.....	16
関係資料	17
1. 利用者の意向調査.....	17
2. アドバイザリー委員会.....	18
3. ボートレース業界の現況.....	20
4. ボートレース福岡の概況.....	23

序章

1. 計画策定の背景

ボートレース福岡では、平成 28 年度に特別会計から地方公営企業会計に移行する際、ボートレース事業の経営状況を的確に把握し、持続可能な経営を行うため、昭和 28 年の開設以来初めて、経営の指針として経営計画(平成 28 年度～令和 2 年度)を策定しました。

令和 2 年度に計画の最終年度を迎えたことから、引き続き、公益事業の振興と市財政へ貢献する使命を達成するために令和 3 年度から令和 7 年度までの経営計画を策定します。

2. 計画策定にあたって

本経営計画の 5 年間は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響など社会経済情勢の様々な変化を注視しながら、都市型ボートレース場としての特性を活かした売上の維持・向上を図りつつ、新時代にふさわしい魅力あるボートレース場を目指します。

また、本経営計画を策定するにあたっては、お客様へのアンケート調査を実施するとともに、学識経験者、民間事業者、ボートレース関係団体で構成するアドバイザー委員会からの意見を収集するなどして、幅広い方々の意見を参考にしながら策定を行っております。

3. ボートレース業界の動向について

(1) 売上について

令和 2 年度のボートレース業界全体の売上は、新型コロナウイルス感染症拡大当初の令和 2 年 3 月～4 月に、対前年同月比 100%を割ったものの、それ以降、電話投票の売上が増加し、結果として対前年度比 135.7%増の約 2 兆 1,000 億円(過去 3 番目の売上)の売上となりました。

電話投票は、会員の約 8 割がスマートフォンを利用してレースライブ映像を見ながら投票を行っており、5 年前と比較して、売上は 3.2 倍、会員数は 2.2 倍と大きく増加し、会員の約 6 割は 30 代及び 40 代となっています。また、近年 20 代の会員数が著しく増加しており、令和 2 年 10 月には総会員数が 100 万人を超えています。

(2) 本場の活性化について

ボートレース業界全体で多様化するお客様の楽しみ方に対応するため、各場における遊休スペースを有効活用し、従来の公営ギャンブル場ではなく、地域に開かれたボートレース場となるため、様々な機能を持った複合アミューズメントパークである「ボートレースパーク化」を推進しています。

第1章 前計画の振り返り

1. 本場集客力の向上に向けた取組み

平成29年2月に特別観覧施設「ROKU（ロク）」を新設するなど、本場への集客力向上に努めました。令和2年度の本場入場者数は、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、経営計画策定前の平成27年度から半減しています。一方で、手軽に利用できるスマートフォン等の普及により電話投票利用者が増加しています。こうした状況を踏まえ、多様なお客様が訪れる魅力ある来場施策と売上向上に向けた電話投票会員の更なる取り込み施策が必要です。



特別観覧施設 ROKU（ロク）



場内イベントホールの様子（令和元年度）

2. ファンサービスの向上

SG等グレードレースの継続的な誘致や外向発売所「ペラポート福岡」の増築、ホームページの改善やスマートフォンサイトの構築等のファンサービスの向上を図りました。



ペラポート福岡



ホームページの改善

■ SG等グレードレースの開催

年度	レース名	売上
平成28年度	SGボートレースダービー	84億円
平成29年度	SGボートレースオールスター	93億円
平成30年度	PGIマスタースチャンピオン	54億円
令和元年度	SGボートレースオールスター	108億円
令和2年度	SGボートレースクラシック	131億円

3. 施設の改修・整備

経年劣化した東スタンド全体を、令和2年度に明るい雰囲気となるよう模様替えを行い、ゆとりある座席配置としたことに加え、3階指定席の全席に個別モニターを設置し、団体で観戦できるグループ席を設置するなど、快適で親しみやすい空間へ改修しました。



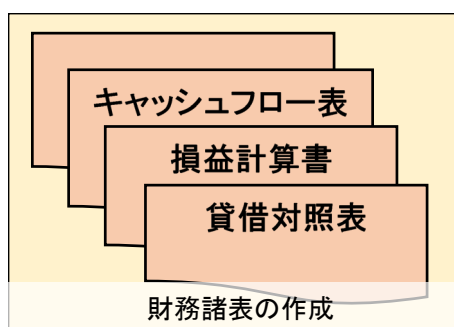
東スタンド3階グループ席



東スタンド3階指定席

4. 経営改善に向けた取り組み

平成28年度の地方公営企業会計への移行により、財務諸表の作成を行い、これまで以上に経営状況を的確に把握できるようになりました。また、お客様サービスの向上と効率的な投票所運営のため、キャッシュレス投票カード「ペラ坊カード」を導入しました。



5. 一般会計への繰出し

平成28年度から令和2年度までの5年間の繰出金計画合計額75億円に対し、90億円を繰り出しています。一般会計への繰出金は、福岡市のこども育成施設や保健福祉施設、文化教育施設や道路橋りょう等、社会インフラの充実に活かされており、今後も継続した、安定的な繰出金の確保が求められています。

■繰出金の計画と実績

(単位：億円)

年度	平成28	平成29	平成30	令和元	令和2	合計
計画	15	15	15	15	15	75
実績	13	17	20	20	20	90

第2章 ポートレース福岡の現状

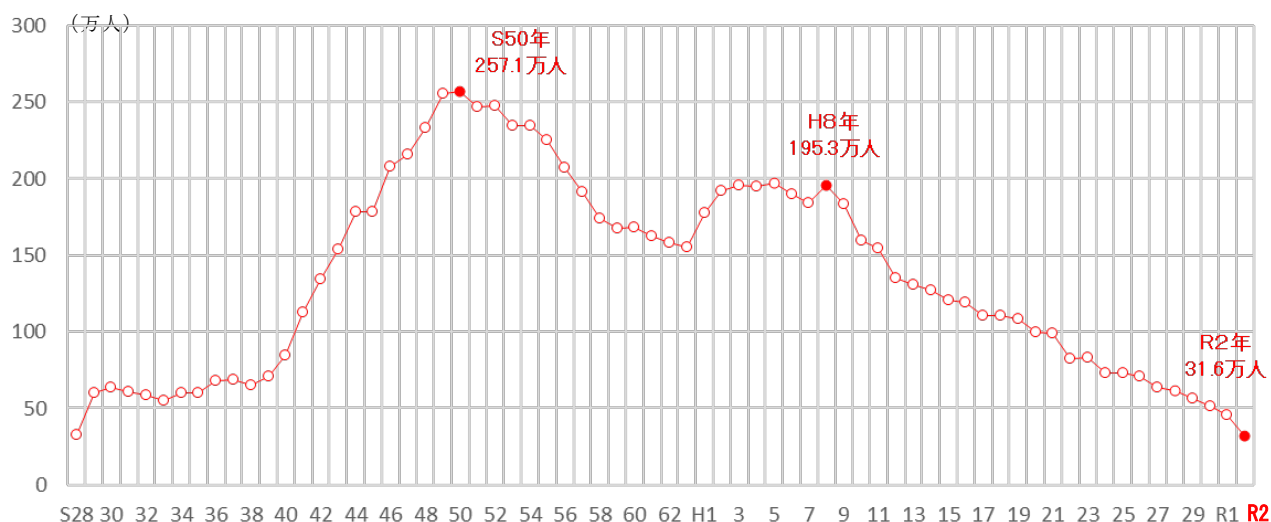
1. 入場者数の状況について

ボートレース福岡の本場入場者数の推移をみると、昭和50年度以降は減少傾向にあります。特に平成8年度以降は一貫して減少し、令和2年度は新型コロナウイルス感染症拡大防止対策として無観客レースの開催や入場制限等の影響もあり、31.6万人にとどまりました。

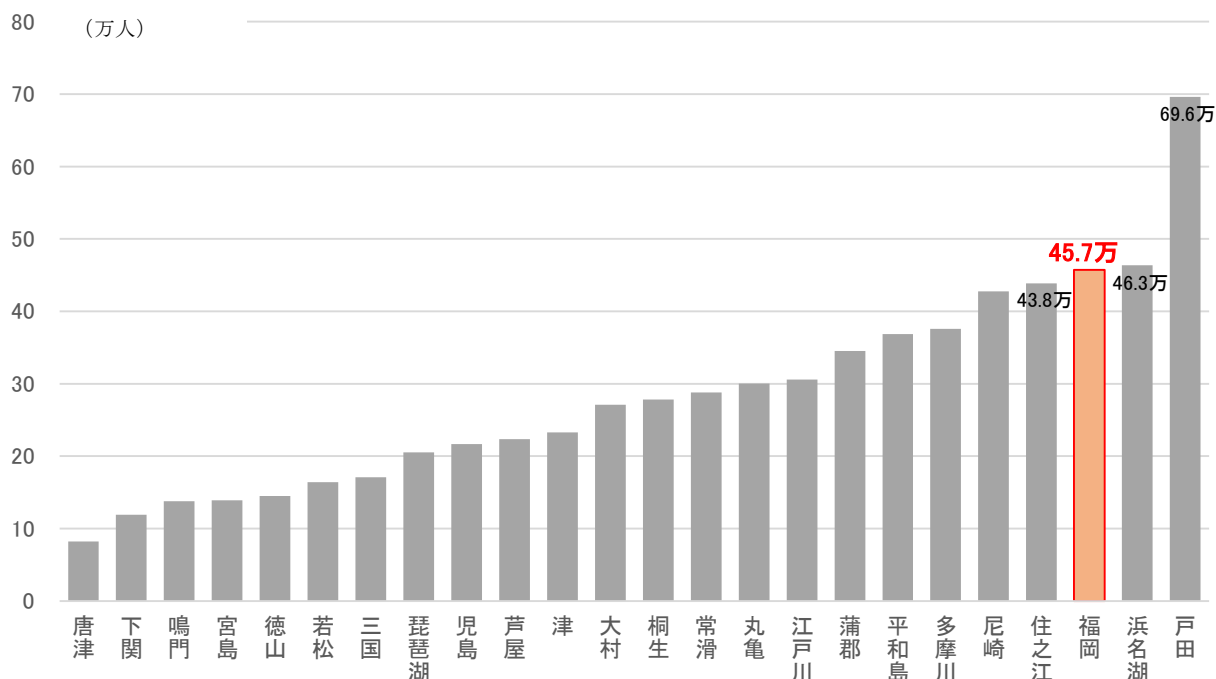
このような状況でも、全国のボートレース場別で比較すると、上位の集客を維持しています。(令和元年度実績)

■ボートレース福岡の入場者推移

(昭和28年度～令和2年度、※福岡都市圏広域行政事業組合開催分の入場者を含む)



■全国のボートレース場別の入場者数(令和元年度)



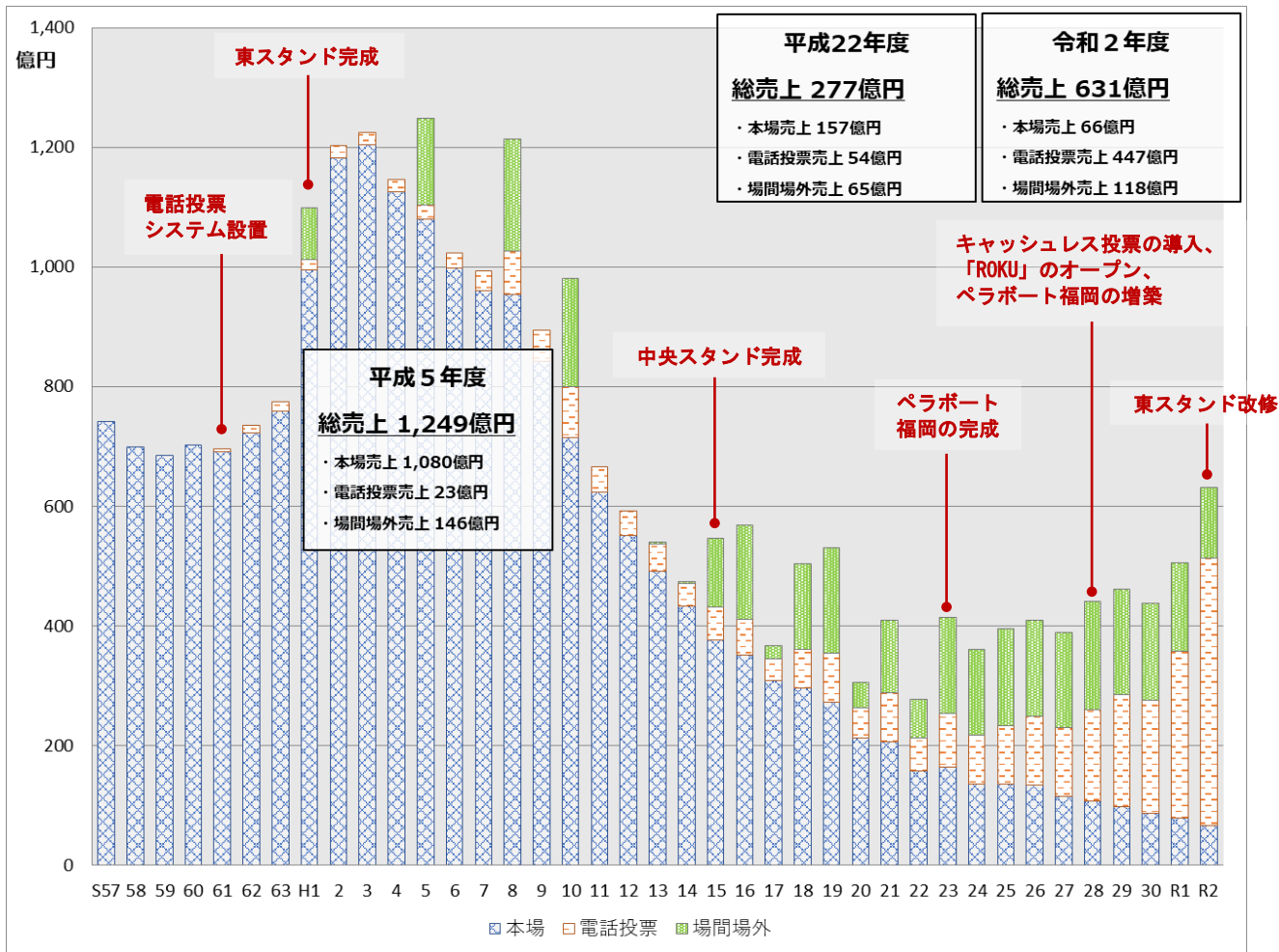
2. 売上の状況について

(1) 総売上について

平成5年度をピークに、本場への入場者数の減少に伴って売上の大幅な減少が続いていましたが、平成23年度の外向発売所「ペラポート福岡」設置以降持ち直し、令和2年度の総売上は、631億円となっています。

■ボートレース福岡の総売上の推移

※福岡都市圏広域行政事業組合の開催分を含む



(2) 電話投票の状況について

電話投票の売上はスマートフォン利用率の拡大に伴って増加しており、全国24場の状況をみると、総売上に占める電話投票の売上の割合（電話投票占有率）は、平成28年度の42.7%から年々増加を続け、令和2年度には77.1%と5年間で34.4%増となり、売上全体の底上げに大きく寄与しています。

ボートレース福岡においても、平成28年度の34.7%から令和2年度の70.8%と5年間で36.1%増と全国と同様の傾向となっています。

また、全国に24場あるボートレース場の電話投票の売上の状況をみると、ナイター場（7場）の売上が一番高く、次にモーニング場（5場）、最後にデイ場（12場）となっています。ボートレース福岡はデイ場ですが、ニーズが高まっている電話投票に関しては、まだ売上を向上させる余地があると考えています。

■電話投票の売上占有率（総売上に占める電話投票の売上）

年度	H28	H29	H30	R1	R2	H28→R2
ボートレース福岡	34.7%	40.9%	43.2%	55.0%	70.8%	+ 36.1%
全国（24場）	42.7%	48.8%	53.6%	61.5%	77.1%	+ 34.4%

■全国のボートレース場の開催状況（令和2年度）



■ボートレース場別の発売時間

レース	およその発売時間	8:00	10:00	12:00	14:00	16:00	18:00	20:00	21:00
モーニング	8:30~15:00	←→							
デイ	10:30~16:30		←→						
サマータイム (薄暮)	11:30~18:00			←→					
ナイター	15:00~20:30					←→			

3. 施設等の状況について

(1) 施設の状況について

本場の新たな役割とあり方、施設及び敷地の効率的な運用が求められている中、これまでにオートレース福岡では、新規ファンの利用を見据えた特別観覧施設「ROKU」の整備、外向発売所「ペラポート福岡」の増築や東スタンドの改修を行ってきました。今後の課題としては、エントランス周りの空間や本場と外向発売所「ペラポート福岡」のアクセス動線のほか、主要道路から見た施設の景観デザイン等が挙げられます。

■ オートレース福岡の施設や屋外空間の課題

屋外空間の課題

- ・ エントランス周りが屋根によって薄暗くなっている。
- ・ ペラポート福岡との距離が離れている。

視認性の課題

- ・ 施設のデザインやサインの主張が弱く、主要道路から施設が見えにくい。

景観上の課題

- ・ 中央スタンドや東スタンド、立体駐車場等の壁面が無機質な印象を与える。

アクセス動線の課題

- ・ 本場とペラポート福岡を結ぶ動線において屋根がない所やフェンス等で狭くなっている所がある。

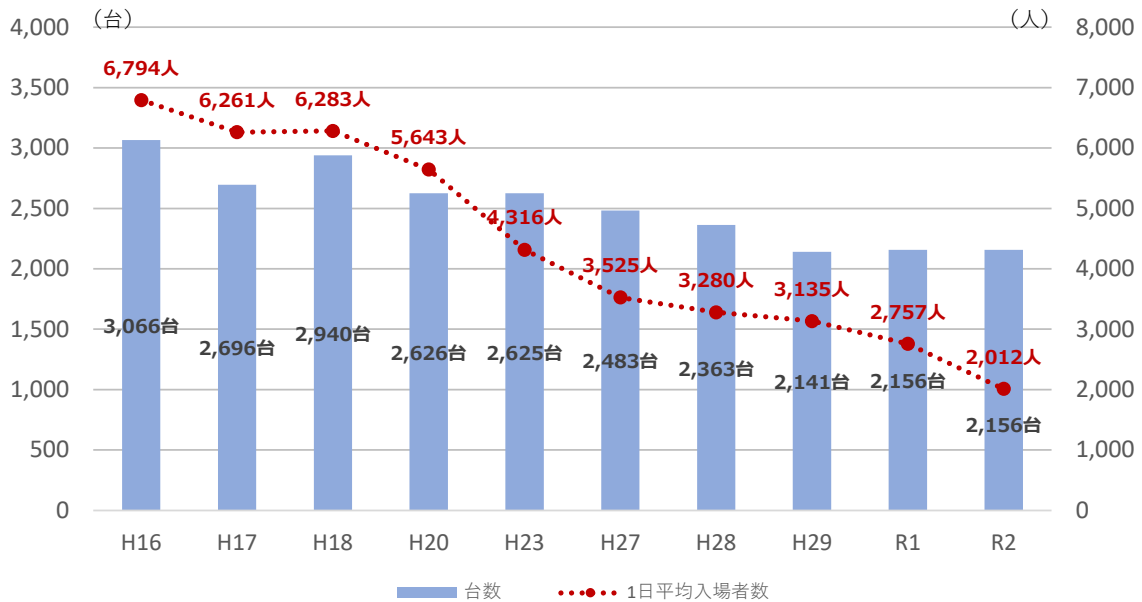


(2) 駐車場の状況について

ボートレース福岡の駐車場は、令和2年度時点で全8か所、計2,156台の駐車場の容量があります。入場者数の減少傾向を踏まえ、駐車場のコンパクト化を図る等、施設の適正化を進めてきました。

また、天神地区の交通混雑緩和に向け、第1立体駐車場がフリンジパーキングの実証実験に利用されています。

■一日平均入場者数及び駐車場（台数）の変遷



■フリンジパーキングの実証実験（平成31年3月16日～）



フリンジパーキングとは：都心部の自動車流入を抑制し、道路交通混雑緩和を図るため、都心周辺の駐車場でマイカーを受け止め、バスなどの公共交通に乗り換えて都心部に行く新しい取組み。



※ゴールデンウィークや正月、SGレースなど、多くの来場者が見込まれる日は実証実験の除外日とし、お客様の利便性を損なわないよう配慮しています。

4. 利用者の意向調査

令和2年9月に来場者アンケート及び福岡県・佐賀県・長崎県在住のボートレースの電話投票経験者を対象としたインターネットアンケート調査を実施しました。

■アンケート調査結果の概要

【来場者の属性】

- 20代の本場来場者のうち、グループでの来場は91%
- 舟券購入歴が10年以上の入場者は、本場では54%、ペラボートでは65%
- 来場者のうち女性の割合は、本場では12%、ペラボートでは6%

【ボートレースへの関心】

- ボートレースに興味を持った情報源は、CM（52%）、友人・知人（20%）
- ボートレースを始めたきっかけは、友人等（57%）、家族・親類（17%）、CM（15%）

【ボートレース場の魅力】

- ボートレース場の魅力は、レースを間近で見られる（本場の71%）が最多
- 福岡は生ならでの迫力や臨場感（29%）が他場調査平均（44%）と比較して低い

【ボートレース場への期待】

- 20代、70代の本場来場者において観戦しやすい観客席への改善（20代で39%、70代で46%）が最も多い要望
- 30代、50代、60代の本場来場者においておいしい食事が楽しめる場（30代で52%、50代で55%、60代で57%）が最も多い要望

5. ボートレース福岡の現状からみた課題

現況データ等や利用者の意向調査から、以下のような課題が抽出されます。

【現況データ等】

- 全国上位の本場入場者数を誇るも、入場者数の減少傾向を踏まえたお客様サービスの向上
- 電話投票の売上は増加傾向にあるものの、電話投票売上のさらなる増加に向けた取組み
- エントランスの分かりやすさや駐車場の効率的な運用など、屋外空間の改善

【利用者の意向調査】

- グループで来場する若年層や女性等、新たな客層の取り込み
- CM等に加え、友人や知人等を連れてきたくなるきっかけとなる取組み
- 本場ならでの、迫力や臨場感を感じることでできる仕掛けや空間づくり
- ファン層の拡大に向けた、ボートレース以外のコンテンツの強化

第3章 目指すべき方向性

1. ボートレース福岡のありたい姿

本経営計画策定にあたっては、学識経験者、福岡を拠点とする民間事業者、ボートレース関係団体の委員で構成するアドバイザー委員会における意見を伺いながら、計画の検討を行いました。その中で、ボートレース福岡の将来像や目標についても改めて整理を行いました。



【ボートレース福岡の将来像（ボートレース福岡 NEXT）】

ボートレースファンに限らず、多様なニーズを持つお客様にご来場いただき、ボートレースに興味を持ってもらい、ボートレースの臨場感を直接体感する場として、

**福岡市民に親しまれ、お客様が安心して遊べる
存在感のあるエンターテインメント施設**

2. 強化すべき柱の設定

ボートレース福岡の将来像の実現に向けて、「前計画の振り返り」「ボートレース福岡の現状」「意向調査の結果」から見える課題と新たな経営計画策定に向けた意見から、本経営計画において、強化すべき3つの柱を「販売促進」「イメージアップ」「施設の効率的な運用」として設定し、戦略ごとに計画的に取り組んでいきます。

■強化すべき3つの柱

I. 「販売促進」

固定ファンや新規顧客を確実に獲得しながら、電話投票や敷地内売上の向上により、安定的に売上を確保する

II. 「イメージアップ」

世代を超えた継続的なファン獲得に向け、建物やコンテンツ等の見直し・強化を図り、イメージアップを図る

III. 「施設の効率的な運用」

ボートレース以外の使い方も含めた施設の効率的な活用や長期的な視点に基づく改修・見直し計画等のアセットマネジメントの検討

■5年間の施策展開

強化の柱	戦略	目標	取組年度
販売促進	戦略1	広域発売を強化し売上の向上を図る	電話投票の固定ファンの獲得
	戦略2	敷地内売上の向上により、売上の安定を図る	敷地内売上・来場者数の回復
イメージアップ	戦略3	場内の明るい雰囲気づくりなどによりイメージアップを図る	ユニークベニュー等での活用
	戦略4	施設の有効活用を通して、市民の身近な施設とする	ボートレース以外での有効活用
施設の効率的な運用	戦略5	長期的な視点に立った施設の改修・見直し計画を立てる	長期的な施設の維持・管理（適正なアセットマネジメントの実現）

第4章 事業計画

本経営計画の5年間における施策展開を踏まえ、具体的な事業計画に取り組みます。

1. 将来像の実現に向けた戦略と施策

※イラストは取組みのイメージ

I. 販売促進

戦略1：広域発売（電話投票＋場間場外）を強化し、売上の向上を図る

① 発売時間見直しの検討

現在、日照時間の長い時期を利用したサマータイムレース（薄暮レース）を試行的に実施し、他場との売上競合が少なくなる後半レースの電話投票の売上向上を図っており、今後は、西日本の立地特性を踏まえた開催時間等を検討します。

② YouTube や SNS を活用した情報発信の強化

YouTube や SNS 等の活用について、効果的・効率的な発信方法を検討したうえで、ターゲットを明確化し、情報を簡単に取得できる取組みを実施します。



YouTube のレース予想番組を簡単に取得

戦略2：敷地内売上の向上により、売上の安定を図る

① SG等グレードレースの誘致

全国のファンが注目し、売上が期待されるSGレースやプレミアムGIレースを誘致し、売上向上を図ります。

② 新しい生活様式を踏まえた集客イベントの実施

新しい生活様式を踏まえ、安全安心に配慮し、既存ファンや新規ファン、女性やファミリー向け等、ターゲットに応じた集客イベントを実施します。



ターゲットに応じた集客イベントの実施

③ 発売場数の拡大

システム改修等による費用対効果を分析し、売上向上につながる発売場数拡大に向けた検討を行います。



複数画面で他場のレース情報を観覧

④ 外国人観光客の誘致

団体旅行から個人旅行へ移行傾向にある訪日外国人旅行者を対象に、WEB や SNS を活用して来場誘致に取り組みます。

⑤ キャッシュレス投票の促進

ポイント付与などによるお客様サービスや効率的な投票所運営の観点から、キャッシュレス投票の更なる利用促進を図ります。

⑥ ギャンブル等依存症への対策

無理のない資金で安心して快適にボートレース場を楽しんでいただくために、法令や県の対策推進計画に沿って、相談窓口での対応や場内への啓発ポスターの掲示など健全な場としての運営を継続していきます。

II. イメージアップ

戦略3：場内の明るい雰囲気づくりなどによりイメージアップを図る

① 花や緑による明るい雰囲気づくりや親しみやすい空間の醸成

花や緑による明るい雰囲気づくりやエンタランス等の見直しを検討し、ボートレース場のイメージアップを図ります。

② ボートレース及び選手との親しみやすさの向上

バックヤードツアーやペアボート試乗会など、選手とのふれあいイベントを実施しながら、新たなファン層の拡大を図ります。また、ファンとの一体感やレースへの高揚感を演出するために、福岡独自のボートデザイン等の工夫、グッズ等のラインナップの強化を検討します。

③ ユニークベニューとしての活用

世界水泳福岡大会等、福岡市内で実施する他のイベントとの連携やボートレース場をユニークベニュー（公的空間等を活用し、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場）として活用することを検討します。

④ 地域への貢献

本市一般会計への繰出しを通じた社会インフラの充実など、地域や市民から理解を得ながら、引き続き都市の成長と生活の質の向上に寄与していきます。



新たなファンに向けた情報コーナー



親しみやすい明るい空間

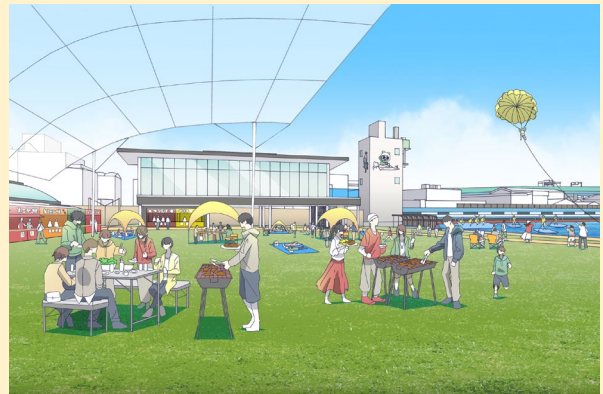
戦略4：施設の有効活用を通して、市民の身近な施設とする

① 施設の地域活動等への活用の検討

周辺における利用者ニーズを踏まえ、非開催日の様々なイベントや地域活動等、ボートレース以外での活用方法を検討します。

② 駐車場等の有効活用に向けた方策

多客期（正月・GW・お盆特選レース、GI・SGレース）を除く日における天神地区のフリンジパーキングや隔地駐車場、災害時の避難所等としての活用方法を検討します。



非開催日にイベントで活用

III. 施設の効率的な運用

戦略5：長期的な視点に立った施設の改修・見直し計画を立てる

① 全体の改修計画の策定

ボートレース場のコンパクト化や効率的な活用方法等を含めた長期的な視点に立った施設の改修・見直し計画を推進します。そのうち本経営計画期間は、アセットマネジメント計画の更新とともに、中央スタンド等の大規模改修を含め、施設全体の整備構想の策定を進めていきます。

② 将来を見据えた芝生広場等の活用方法の検討

福岡ならではの様々な機能を有した憩いの空間としての「パーク化」に向け、芝生広場等の活用方法を検討します。

③ 前売発売所、外向発売所等の集約可能性の検討

機能が類似した外向発売所「ペラボート福岡」と前売発売所の集約化、飲食・物販などの機能強化を検討します。

④ 本場と外向発売所の動線確保の検討

本場と外向発売所「ペラボート福岡」間が安全かつスムーズに往来できるように屋根付きの遊歩道等の整備を検討します。



ボートレースをVRで疑似体験



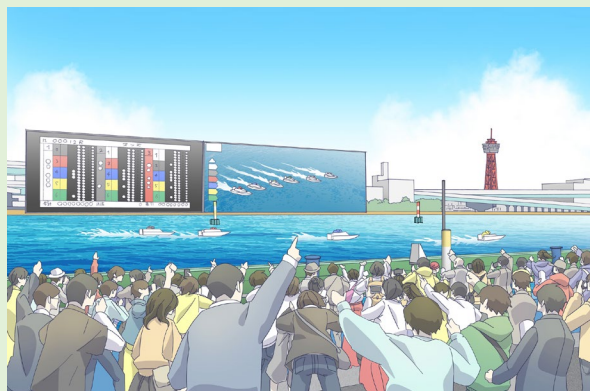
ラグジュアリーな空間でレース観戦

⑤ 安全なレース運営に必要な設備の検討

天候や開催時期に影響されず安全にレースが開催できるよう、仮設照明等の設置や風や波の影響を弱めるための防風設備、消波設備の強化について検討します。

⑥ 場内の臨場感を高めるメディア設備の検討

場内の臨場感を高めるため、音響設備や映像設備を充実させ、演出効果のグレードアップを図るとともに、音源や映像素材の効果について検討します。



大型モニターで迫力あるレースを観戦

2. 戦略と施策の推進を支える組織体制の強化

ボートレース事業は、固有の業務運営ノウハウや多くの専門知識を身に付けることが必要とされます。このため、他の施行者では、業務に精通した職員が中央団体や関係団体等と長年にわたり良好な信頼関係を築き、売上に大きく影響するレース番組の編成や売上向上施策の実施、S G等グレードレース誘致等に取り組んでいます。

本市においても、専門知識を有した職員の育成や経験者の再配置などにより組織体制を強化していくとともに、地方公営企業法の全部適用の検討を行い、より一層の効率的・計画的な業務運営を目指します。

① 業務・業界に精通した専門職員の育成に取り組めます。

- **ボートレース事業に長けた専門知識を有した職員の育成**や**経験者の再配置などにより、組織体制の強化**に取り組めます。
- また、運営ノウハウを適切に継承していくため、**各種マニュアルを作成するなど、情報の共有化を図るとともに、内部研修やOJT研修の強化**に取り組めます。

② 地方公営企業法の全部適用について検討を行います。

- 安定的な経営の実現による売上向上のため、**地方公営企業法の全部適用への移行**について検討を行います。

第5章 財政収支計画

本経営計画期間においては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響など、目まぐるしく変化する社会経済情勢の中にあっても、支出をできる限り抑え、安定的な売上確保を行いながら利益をしっかりと確保し、引き続き市の財源へ寄与していきます。

■収支見込み（令和3年度～令和7年度）

・収益的収支

（税込、単位：百万円）

区 分	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
収 益 的 収 入	64,238	65,270	62,687	63,452	64,138
収 益 的 支 出	61,393	61,843	59,369	60,005	60,599
収 支 差 引	2,845	3,427	3,318	3,447	3,539

・資本的収支

（税込、単位：百万円）

区 分	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
資 本 的 収 入	0	0	0	0	0
資 本 的 支 出	3,696	2,577	3,726	4,440	2,724
収 支 差 引	△3,696	△2,577	△3,726	△4,440	△2,724
補 て ん 財 源	3,696	2,577	3,726	4,440	2,724

1. 収入

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、令和2年度は本場において売上減少となった一方で、電話投票においては増加がみられたことにより、総売上は増加しました。

令和3年度以降も、発売時間の見直しやWEB上の広報宣伝等の強化による電話投票売上の拡大と、SG等グレードレースの継続誘致に取り組むことで、安定的な売上の確保を目指します。

2. 支出

安定的な売上確保に伴い、その売上に連動した経費を的確に見込むとともに、引き続き更なる経営の効率化により経費の節減を行います。

また、施設全体の整備構想の検討を行い、お客様への安全で快適な環境の提供を目指します。

3. 利益剰余金

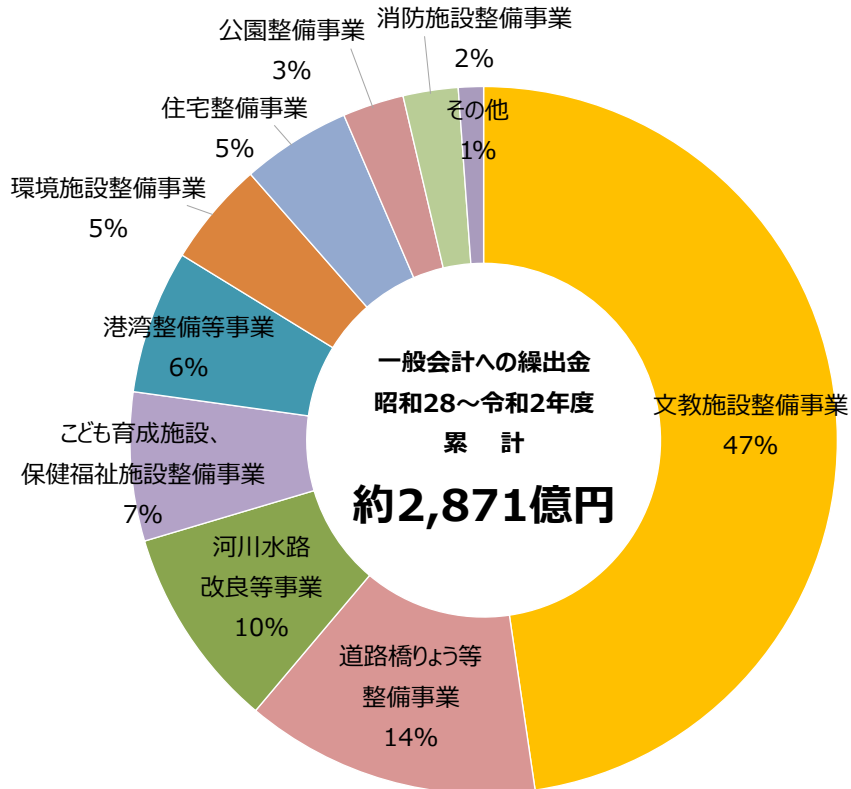
お客様にとって安全で快適な場とする観点から、アセットマネジメント実行計画に基づく各施設の計画的かつ効率的な維持更新に必要な施設整備費を計画的に確保していきます。

4. 一般会計への繰出金

お客様の安全性・快適性の向上を図りつつ、効率的な経営に取り組むことで安定的な本市の一般会計への繰出しを目指します。

一般会計への繰出金は、前回の経営計画の5年間で75億円、実績ベースで90億円に対し、**本経営計画では、これを上回る135億円の繰出しを目標とします。**

■繰出金累計額（昭和28年度～令和2年度）



昭和28年度の開設以来、令和2年度まで継続的に売上向上に取り組んだ結果、毎年一般会計への繰出しを実施し、その累計額は約2,871億円となっています。一般会計への繰出金は文化教育施設やこども育成施設など、本市の様々な社会インフラの充実に活用され、都市の成長と生活の質の向上に貢献しています。

関係資料

1. 利用者の意向調査

■ 調査概要

	実施時期	手法	対象
調査 1	令和 2 年 9 月	来場者に調査票 を配布	平日及び土曜日の 2 日間の「来場者」(有効回答者計 663 人) ➤ 本場無料席利用者・本場有料席利用者 ➤ ペラボート無料席利用者・ペラボート有料席利用者
調査 2	令和 2 年 9 月	インターネットアン ケートサービスの会 員にオンライン配布	福岡県、佐賀県、長崎県の 3 県に居住し、かつ「電話投票の 経験がある者」(有効回答者計 350 人)

■ 調査結果の概要

来場者の属性	<ol style="list-style-type: none"> 20 代の本場来場者のうち、グループでの来場は 91% 舟券購入歴が 10 年以上入場者は、本場では 54%、ペラボートでは 65% 来場者のうち女性の割合は、本場では 12%、ペラボートでは 6% <table border="1"> <caption>来場者の属性 (年齢別)</caption> <thead> <tr> <th>調査場所</th> <th>20代</th> <th>30代</th> <th>40代</th> <th>50代</th> <th>60代</th> <th>70代以上</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>全体(N=663)</td> <td>110</td> <td>122</td> <td>154</td> <td>134</td> <td>195</td> <td>285</td> </tr> <tr> <td>本場(n=356)</td> <td>146</td> <td>169</td> <td>177</td> <td>112</td> <td>143</td> <td>253</td> </tr> <tr> <td>ペラボート(n=307)</td> <td>68</td> <td>68</td> <td>127</td> <td>160</td> <td>254</td> <td>322</td> </tr> </tbody> </table>	調査場所	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	全体(N=663)	110	122	154	134	195	285	本場(n=356)	146	169	177	112	143	253	ペラボート(n=307)	68	68	127	160	254	322
調査場所	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上																							
全体(N=663)	110	122	154	134	195	285																							
本場(n=356)	146	169	177	112	143	253																							
ペラボート(n=307)	68	68	127	160	254	322																							
ボートレース への関心	<ol style="list-style-type: none"> ボートレースに興味を持った情報源は、CM (52%)、友人・知人 (20%) ボートレースを始めたきっかけは、友人等 (57%)、家族・親類 (17%)、CM (15%) 																												
ボートレース場 の魅力	<ol style="list-style-type: none"> ボートレース場の魅力は、レースを間近で見られる (本場の 71%) が最多 福岡は生ならでの迫力や臨場感 (29%) が他場調査平均 (44%) と比較して低い (※平成 29 年度アンケート調査より) 																												
ボートレース場 への期待	<ol style="list-style-type: none"> ボートレース場に期待することは①ボートレースを楽しむための改善と②ボートレース以外を楽しむための改善の主に 2 パターン <table border="1"> <tbody> <tr> <td>①</td> <td>観戦しやすい観客席への改善 (34%)、選手交流などのファンサービス (28%) 等</td> </tr> <tr> <td>②</td> <td>おいしい食事が楽しめる場 (39%)、芸能人等のイベント開催 (18%)、ボートレース以外の娯楽機能 (16%) 等</td> </tr> </tbody> </table> 20 代、70 代の本場来場者において観戦しやすい観客席への改善 (20 代で 39%、70 代で 46%) が最も多い要望 30 代、50 代、60 代の本場来場者においておいしい食事が楽しめる場 (30 代で 52%、50 代で 55%、60 代で 57%) が最も多い要望 ②ボートレース以外を楽しむための改善について、福岡では芝生広場を活用した子ども向けイベントの開催、飲食や音楽を楽しむ場の創出等の実績あり 	①	観戦しやすい観客席への改善 (34%)、選手交流などのファンサービス (28%) 等	②	おいしい食事が楽しめる場 (39%)、芸能人等のイベント開催 (18%)、ボートレース以外の娯楽機能 (16%) 等																								
①	観戦しやすい観客席への改善 (34%)、選手交流などのファンサービス (28%) 等																												
②	おいしい食事が楽しめる場 (39%)、芸能人等のイベント開催 (18%)、ボートレース以外の娯楽機能 (16%) 等																												

2. アドバイザリー委員会

(1) アドバイザリー委員会開催概要

	開催日	議題
第1回	令和2年8月27日	1. ボートレースの概要 2. ボートレースの動向と他場との比較 3. ボートレース福岡の現状 4. ボートレース福岡の施設の状況 5. ボートレース福岡の課題の整理 (参考) ボートレース業界の動向について
第2回	令和2年10月16日	1. ボートレース福岡の目指すべき方向性 2. ロードマップ 3. 強化の柱・戦略・具体策のイメージ
第3回	令和2年11月25日	1. ボートレース福岡の目指すべき方向性 2. 強化の柱・戦略・具体策のイメージ 3. 重点施策のイメージ
第4回	令和2年12月25日	令和3年度以降の施策のアイデアに関する意見交換

(2) アドバイザリー委員会委員名簿

区分	氏名	所属等
学識経験者	たのうえ けんいち 田上 健一	九州大学大学院 芸術工学研究院 教授
	とびた つとむ 飛田 努	福岡大学 商学部 准教授
民間事業者	かわはら たけひろ 川原 武浩	株式会社ふくや 代表取締役社長
	こう しゅりん 宇 暁琳	株式会社ミラクル・R 代表取締役
	こが りゅうすけ 古賀 竜介	古賀公認会計士事務所 代表
ボートレース業界	こつづみ かずあき 小鼓 和明	一般社団法人全国モーターボート競走施行者協議会 開催支援部長
	にし ひでと 西 英人	一般財団法人 BOATRACE 振興会 施行者総合支援部 部長代理

(3) アドバイザリー委員による主な意見

<p>目標指標の 考え方に係る 意見</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 本計画において最も重要な指標は、市財政への貢献度。 ● まずはボートレース福岡として「ありたい姿」を描き、具体的な行動計画検討。客単価を上げるのか、入場者数を増やすのか、ありたい姿から逆算した方策の検討。
<p>販売促進に係る 意見</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 電話投票は、売上向上の土台として力を入れていくべき。 ● 将来を見据え、今のコアファンから置き換わるターゲット層を考えるべき。 ● ネット上の行動の行きつく先は、リアルでの体験。ネットと本場両方を同程度攻めるのではなく資源配分の工夫。
<p>イメージアップ に係る意見</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 初心者教室の定期開催など、ボートレースの魅力に関する入場者を介した情報発信と来場促進。 ● 女性の発信力を活かした、「友人等を連れてきたくなる場」にしていくための改善。 ● 今の顧客に近い層をメインターゲットにして、顧客を増やす方が効果的。一度だけの来場しか見込めない層の集客よりも、リピートできる人をターゲットとすべき。 ● 本場にはファンを育てる価値や素養はある。本場で体験してもらわないことには、電話投票だけの体験では定着しないというのが業界の認識。来場し体感してファンになる、その人たちをお客様に育てていくのが本場の役割。 ● リニューアルした東スタンドを活かして、ファミリー層等、顧客層に応じた居心地のよい空間を提供するための敷地内のゾーニング。
<p>施設の効率的な 運用に係る意見</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 須崎公園と連携し、天神北エリアが一体となっていかに時間を過ごしてもらい、いかに消費してもらうかの面的な検討。 ● 施設稼働率を如何に高めるかが重要なポイント。 ● ボートレース以外の目的で、新たなボートレース場の使い方を展開することで消費をしてもらう・ボートレース場を使ってもらおう方策。本場はコワーキングスペースとして、広大な駐車場はフリンジパーキングとするなど、天神エリアにある利点を活かした舟券の売上以外で売上の向上。 ● 施設の減築等を検討しながらの売上構成に応じた投資。

3. ボートレース業界の現況

(1) 全国のボートレース場の概況

■所在地及び施行者等

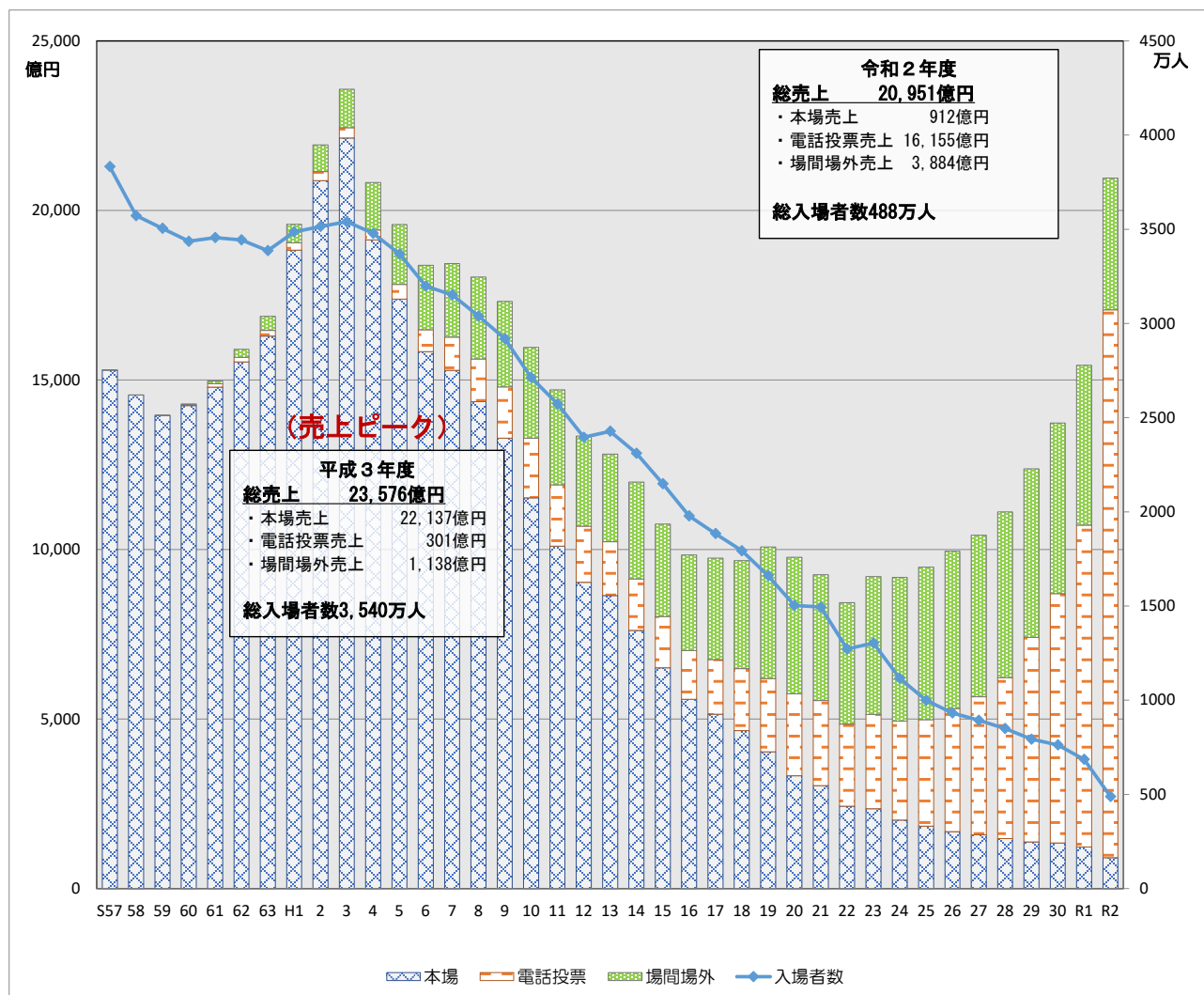
地区	ボートレース場	所在地	施行者 ※()は地方公営企業適用状況	備考
関東 (5場)	桐生	群馬県みどり市	みどり市(非適用)	施設所有者が民間事業者
	戸田	埼玉県戸田市	戸田競艇企業団(全部適用)、埼玉県都市競艇組合(一部適用)	—
	江戸川	東京都江戸川区	東京都六市競艇事業組合(一部適用)、東京都三市収益事業組合(一部適用)	施設所有者が民間事業者
	平和島	東京都大田区	府中市(一部適用)	施設所有者が民間事業者
	多摩川	東京都府中市	青梅市(一部適用)、東京四市競艇事業組合(一部適用)	施設所有者が民間事業者
東海 (4場)	浜名湖	静岡県湖西市	浜名湖競艇企業団(全部適用)	—
	蒲郡	愛知県蒲郡市	蒲郡市(全部適用)	—
	常滑	愛知県常滑市	常滑市(全部適用)、半田市(非適用)	—
	津	三重県津市	津市(一部適用)	—
近畿 (4場)	三国	福井県坂井市	越前三国競艇企業団(全部適用)	施設所有者が民間事業者
	琵琶湖	滋賀県大津市	滋賀県(一部適用)	—
	住之江	大阪府大阪市	大阪府都市競艇企業団(全部適用)、箕面市(全部適用)	施設所有者が民間事業者
	尼崎	兵庫県尼崎市	尼崎市(全部適用)、伊丹市(全部適用)	—
四国 (2場)	鳴門	徳島県鳴門市	鳴門市(全部適用)、松茂町ほか二町競艇事業組合(非適用)	—
	丸亀	香川県丸亀市	丸亀市(全部適用)、香川県中部広域競艇事業組合(非適用)	—
中国 (4場)	児島	岡山県倉敷市	倉敷市(全部適用)、備南競艇事業組合(非適用)	—
	宮島	広島県廿日市市	宮島ボートレース企業団(全部適用)	—
	徳山	山口県周南市	周南市(全部適用)	—
	下関	山口県下関市	下関市(全部適用)	—
九州 (5場)	若松	福岡県北九州市	北九州市(全部適用)、中間市行橋市競艇組合(一部適用)	—
	芦屋	福岡県遠賀郡芦屋町	芦屋町(全部適用)	—
	福岡	福岡県福岡市	福岡市(一部適用)、福岡都市圏広域行政事業組合(非適用)	—
	唐津	佐賀県唐津市	唐津市(全部適用)	—
	大村	長崎県大村市	大村市(全部適用)	—

■構成団体の概要

団体名	事業内容
一般社団法人 全国モーターボート 競走施行者協議会	施行者が抱えている共通の諸問題について協議し、モーターボート競走事業の発展に期することを目的とし、各施行者の連絡調整機関としての業務を行う。
一般財団法人 日本モーターボート 競走会	競走実施機関として、審判・検査などの競技関連事務を行うほか、これらに必要な人員の登録や訓練、選手のあっせんなど競技実施に関する業務を行う。
公益社団法人 日本モーターボート 選手会	選手の技能、競技技術の向上と競走出場の適正な条件の確保や福祉厚生を図り、併せて社会貢献活動事業を行う。
一般財団法人 BOAT RACE 振興会	ボートレースに関する情報システムの運営、ボートレース全体の経営戦略の立案や全国的な広報・宣伝事業を通じてモーターボート競走事業の振興を図る。
公益財団法人 日本財団	国土交通大臣が指定する船舶等振興機関として、全国の地方自治体が主催するボートレースの売上金の一部を交付金として受け入れ、国内外の公益事業を実施している団体への事業支援を行う。

(2) 全国のポートレース事業の売上等推移

■全国の売上、入場者の推移



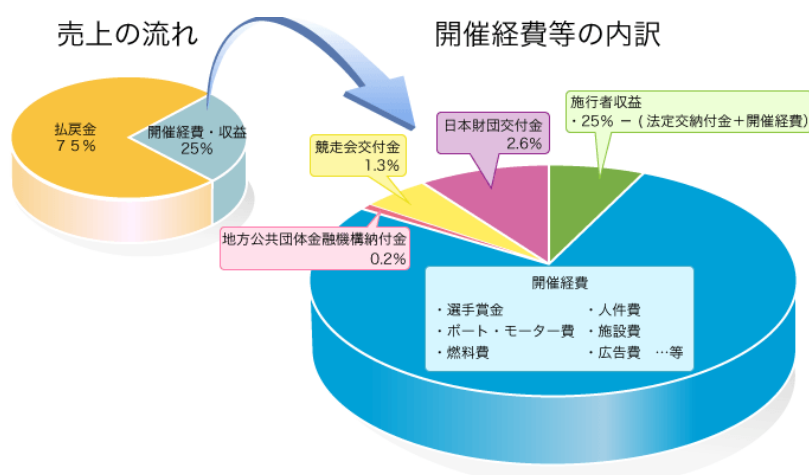
■売上内訳の推移（平成28年度～令和2年度）

（単位：億円）

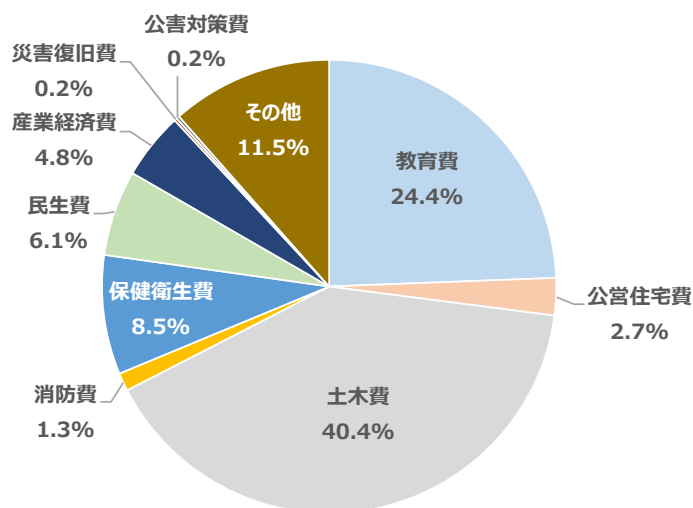
年度	売上合計		本場売上			電投売上			場外売上		
		対前年比		対前年比	占有率		対前年比	占有率		対前年比	占有率
H28	11,112	106.6%	1,471	92.7%	13.2%	4,750	116.7%	42.7%	4,891	102.6%	44.0%
H29	12,379	111.4%	1,373	93.4%	11.1%	6,038	127.1%	48.8%	4,968	101.6%	40.1%
H30	13,728	110.9%	1,345	98.0%	9.8%	7,355	121.8%	53.6%	5,027	101.2%	36.6%
R1	15,435	112.4%	1,227	91.2%	7.9%	9,489	129.0%	61.5%	4,719	93.9%	30.6%
R2	20,951	135.7%	912	74.3%	4.4%	16,155	170.3%	77.1%	3,884	82.3%	18.5%

(3) 繰出金の状況

■ 収益使用の概要



■ 収益使用の状況（平成 29 年度までの状況）



施行者全体の一般会計へは競走法施行以来、平成 29 年度までに総額で 3 兆 9,064 億円強もの金額が繰り出され、その用途は各自治体の教育費、公営住宅費、土木費、消防費、保健衛生費、民生費、産業経済費、災害復旧費及び公害対策費その他様々な行政活動を実施する上で貴重な自主財源となっており、モーターボート競走法の法目的である地方自治の改善へも大いに役立っている。

項目	繰出金の主な用途	金額 (千円)	割合
土木費	土地区画整理事業、道路・橋・港湾・公園、上下水道の整備費用	1,577,741,469	40.4%
教育費	学校、美術館、体育施設及び公民館の建設費用	952,790,044	24.4%
保健衛生費	病院の建設、清掃設備の整備費用	332,366,484	8.5%
民生費	生活保護費用、福祉施設の建設費用	238,454,771	6.1%
産業経済費	商工会館の建設、観光地の整備費用	185,886,034	4.8%
公営住宅費	公営の住宅建設費用	103,818,837	2.7%
消防費	消防機器、設備の整備費用	50,438,234	1.3%
災害復旧費	災害被害を現状復帰させる費用	7,654,895	0.2%
公害対策費	自治体レベルで公害に取り組むべき費用	8,197,810	0.2%
その他	他の費目に該当しない費用	449,090,787	11.5%
合計		3,906,439,365	

(出典) 一般社団法人 全国モーターボート競走施行者協議会ホームページ

4. ボートレース福岡の概況

(1) ボートレース福岡における主な出来事

年度	主な出来事
S26	モーターボート競走法施行
S27	市議会全員協議会において全員賛成で承認
S28	福岡競走場の認可（1県3競走場の設置）、開設間もなく売上日本一
S46	競技棟移設
S61	電話投票システム設置
H1	メンバーズ制の導入、福岡都市圏広域行政事業組合のレース初開催、東スタンド完成
H7	第1立体駐車場、ペDESTリアンデッキ完成
H8	大型映像装置設置
H10	福岡競艇ホームページ、FAX情報発信の開始
H15	中央スタンド完成、第2スタンド閉鎖・解体
H17	芝生広場供用開始
H19	S G 賞金王決定戦を開催
H20	ロイヤル席を新設
H22	大型映像装置取替、東日本大震災に伴い平成23年3月12日から3月末日まで非営業
H23	外向発売所「ペラボート福岡」完成
H28	地方公営企業会計制度の導入、キャッシュレス投票導入、特別観覧施設「ROKU」完成、ペラボート福岡増築
R1	新型コロナウイルス感染症拡大防止に向けた無観客レースの開催
R2	東スタンドリニューアルオープン

(2) ボートレース福岡の全体配置図



ボートレース福岡経営計画【案】

(令和3年度～令和7年度)

発行年月:令和3年6月

発行:福岡市経済観光文化局ボートレース事業部経営企画課
〒810-0071 福岡市中央区那の津1丁目7番5号
TEL:092-771-6061