

## &lt;全体方針&gt;

地域に密着したボートレース場として、将来にわたり存続し、その事業活動を通じて収益を確保し、市財政に安定的に繰り出しを継続していくため、地方公営企業法の全部適用の利点を最大限に活かした、より効率的な経営を目指す。

## 《全国的な市場の確保》

全国的な電話投票戦略及び場間場外発売戦略の更なる強化に努め、全国24場の中で選ばれる場となるようボートレースまるがめのブランド化戦略を進める。

## 《本場の活性化》

## ・ボートレースパーク化の推進

本場周辺30キロ圏内を中心に幅広い世代の来場促進を図るため、丸亀市観光協会等との連携を強化することで様々なハード・ソフト事業にも積極的に取り組み、地域と共生したボートレースパーク化を進める。特に、本場北側の遊休地については、子どもの遊び場（モーヴィ）や四季を感じられる植栽・芝生広場、カフェ等を備えた公園を、地域に開かれた場所として、令和4年度中の開設を目指し整備を進める。

## ・お客様空間の充実

本場、外向及び場外発売所の指定席をはじめとする施設環境をハード・ソフト両面から見直し、より充実したものとする事で、既存ファンの確保のみならず新規ファンも継続的に獲得していく。

## 《長期施設改善計画の推進》

競技関連施設を中心に計画的に施設改善を進める。併せて、施設の適切なメンテナンスを実施することで維持保全を図り、長期にわたる事業運営を図る。

## &lt;課ごとの指導方針&gt;

**経営課**

- ・市財政に寄与するため安定的な収益の確保ができる経営環境を整える。
- ・長期施設改善計画を進め、快適なレース観戦環境と安全なレース環境の確保を図る。

**営業課**

- ・全国のボートレース場及び場外発売場への年間を通じた営業活動、コラボイベント、キャンペーンを計画的に実施し、場間場外発売の強化を図る。
- ・電話投票会員向けのWeb広告、SNS戦略等の充実により電話投票会員の囲い込みを図ることで、電話投票売上の向上に努める。
- ・観光協会をはじめ地域の各種団体等との連携を継続し強化していきながら、周辺30キロ圏を中心として若者、女性、高齢者など幅広い世代の来場促進を図り、地域と共生したボートレースパーク化を推進し、本場の活性化に努める。
- ・場外発売場の収益確保に向けた運営の、更なる効率化を検討していく。

**企画戦略課**

- ・中長期にわたる経営戦略を立案し、事業の方向性を定める。
- ・広域発売を中心としたマーケットの状況を調査分析し、売上向上に向けた有効な施策を立案する。
- ・場外発売場の既存施設の活性化や効率化、また新規開拓により発売の強化を図る。

令和2年度 各課の重点的取組					最終評価	
課名 (連携が必要な部署)	重点課題	課題解決に向けた 具体的方策	成果目標	総合計画	評価 (進捗結果)	所見
経営課	★市財政に寄与するため安定的な収益の確保	●効率的な経営を目指し、収益構造の安定化を図る。	○事業収益率5%の確保 ○第2次中期経営計画の実践と見直し	30-④-1	B	○5%以上の確保 ○第2次中期経営計画の実践と検証を実施中。中間見直しは、新型コロナウイルスの影響が大きいため行わず、次期計画策定時に反映する。
経営課	★快適な観戦環境と安全なレース環境の確保	●長期施設改善計画に基づき競走関連施設の改修を行う。  ●観戦施設の適切なメンテナンスを継続実施する。	○ROKU来賓室棟の建設及び旧ROKU棟の解体 ○東駐車場の舗装・Wライン化(~R3)  ○イベントホール、管理区域等のLED化	—	B	○ROKU来賓室棟は R3年2月11日に落成した、旧ROKU棟の解体は3年度に延期 ○R2年度分の工事は完了  ○イベントホール、管理区域等のLED化は完了
営業課	★本場の活性化 【重点プロジェクト(No.52)】	●市観光協会をはじめ地域の各種団体等との連携を継続し深めていくことで、昨年度より実施の週末イベント(まるサタ)を軸として、幅広い世代	○Bカード会員 新規会員:2,000名  ○自場開催日の ・女性来場者比率:15%	30-④-2	—	○新規会員 1,089名 (2月末現在) 〔総会員数 14,803名〕 〔売上占有率 20%〕 ○女性来場者比率 9% 土日祝の女性来場者比率 11%

		<p>の来場を促進し、新規ファンの獲得を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●若者向け音楽イベントや高齢者、子ども向けイベントの定着も図っていく。</li> <li>●香川県中部広域競艇事業組合と連携し、1市3町を中心とした各種イベント等の継続実施により、周辺 30 キロ圏の更なる掘り起こしに努める。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・土日祝の女性来場者比率:19%</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>○新型コロナウイルス感染拡大防止のため場内イベントを中止している</li> <li>○新型コロナウイルス感染拡大防止のため場内イベントを中止している</li> </ul>
営業課	<p>★ボートレースまるがめ「ブルーナイター」の全国ブランド化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●全国の新規、既存ファンの獲得を図る。</li> <li>●ホームページ・スマートフォン利用者に有効かつ充実した情報(独自性のあるYouTube Liveの運</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○全国のボートレース場やBTSに対しての配信映像内での丸亀ボートの効果的なPR推進。発売依頼とともに他レース場とのコラボイベント及び全国キャンペーンの実施等による計画的かつ積極的な営業活動。</li> <li>○ホームページセッション数:20万件/月</li> <li>○スマートフォンセッション数:45万件/月</li> </ul>	—	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>○配信映像内レースアタックを4月更新に向け準備中。全国各場及びBTSへの発売依頼及び全国キャンペーンは中止。桐生、平和島、徳山、若松とのコラボは中止したが児島、鳴門、ナイター6場とは実施。</li> <li>○イベント・発売依頼に代わり全国電話投票会員向けYouTubeLive追加番組『ウチまる』を6月から配信開始。チャンネル登録者数が4/1 3,810名から2/28 15,635名に増加。</li> <li>○ホームページセッション数 22万7千件/月</li> <li>○スマートフォンセッション数 55万8千件/月</li> </ul>

		営、SNS・Web広告の充 実)を提供する。				
営業課	★場外発売場の運営の 効率化並びに活性化	<p>●ボートレースチケットシ ョップ朝倉、まるがめの 効率化を図り、独立採算 制を高めるとともに長期 的な安定運営を目指す。</p> <p>●ボートレースチケットシ ョップまるがめの来場促 進に努め、来場者数の減 少傾向に歯止めをかけ る。</p> <p>●ボートレースチケットシ ョップ西予の来場促進と 安定した収益の確保を図 る。</p>	<p>○BTS朝倉は令和3年 度以降の新たな契約に 基づく運営に支障なく 移行できるよう、今年度 より計画的な仮設運営 を推進する。新施設の 周知を早期にし、客離 れ防止に努める。</p> <p>○BTSまるがめは、昨 年度からの運営委託に よる効率化と共に新た な効率化として360日営 業並びに発売併売場数 の増加も検討する。ま た来場者数を前年比で プラスにする。</p> <p>○BTS西予への、継続 的なファンサービスの 実施。</p>	—	C	<p>○BTS まるがめ・朝倉共にコロナ対策に 万全を期して6月10日から再開、想定内 で最大限の入場者を迎え営業している。 朝倉は3月9日に仮設での営業を終了、 新施設は4月3日営業開始の予定。 朝倉来場者数 717名/日 (前年度比 68%) 朝倉売上額 601万円/日 (前年度比 53%)</p> <p>○まるがめは営業日数や発売併売数の 増加検討は保留。 まるがめ来場者数 492名/日 (前年度比 60%) まるがめ売上額 807万円/日 (前年度比 75%)</p> <p>○BTS 西予は6月9日から営業再開、10 月西予周年ではうどん等の場内配付を実 施。 西予来場者数 397名/日 (前年度比 90%) 西予売上額 378万円/日 (前年度比 121%)</p>

企画戦略課	★ボートレースパーク化の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域と共生したボートレースパーク化を目指す</li> <li>●お客様空間リニューアルプロジェクトを推進する。</li> </ul>	○令和元年度に策定したお客様空間リニューアル基本計画に基づき各種施策を実施。	—	C	○北広場整備事業として、ゲート施設、子どもの遊び場、公園の基本実施設計に着手中(令和3年9月に完了予定)
企画戦略課	★市財政に寄与するため安定的な収益の確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>●第2次中期経営計画に基づき、収益構造の安定化を図る。</li> <li>●売上収益維持に向けてナイトレース場の日程や進行時間、番組内容等全方位で丸亀と比較分析し、対応策を立案する。</li> </ul>	○第2次中期経営計画の実践と検証及び見直し ○GⅢ・一般レースでの1日平均売上がナイトレース場の平均売上以上	30-④-1	B	○第2次中期経営計画の実践と検証を実施中。中間見直しは、新型コロナウイルスの影響が大きいため行わず、次期計画策定時に反映する。 ○GⅢ・一般レース 1日平均売上(2月末現在) 丸亀 641,400千円 ナイト場 604,700千円
企画戦略課	★広域発売の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●電話投票会員のサービスの充実を図り、既存客の囲い込みと新規会員獲得を強化する。</li> <li>●協力場への営業活動を継続的に展開し、広域発売関係を強化する。</li> </ul>	○まるぽ会員 新規会員:8,500名 まるぽ会員売上額:120億円 ○GⅢ・一般レースでの電話投票1日平均売上がナイトレース場の平均売上以上 ○GⅢ・一般レース1日あたりの協力場数:68場	—	B	(すべて2月末現在) ○まるぽ会員 新規会員:18,248名 総会員数:84,177名 会員売上額:19,254,734千円 ○GⅢ・一般レース 電話投票1日平均売り上げ 丸亀 521,400千円 ナイト場 483,500千円 ○GⅢ・一般レース 1日当たりの協力場数 65.6場