

意見書

令和 5 年 2 月 22 日

千葉競輪場開催業務等包括委託審査委員会

令和5年2月22日に開催した令和4年度第1回千葉競輪場開催業務等包括委託審査委員会において、千葉市の依頼に基づき、千葉市が株式会社J P Fと締結する予定の令和5年度千葉市競輪開催業務等包括委託契約書及び仕様書の内容について審議しました。

株式会社J P Fに対するヒアリングも踏まえて審議した結果、令和4年度千葉競輪場開催業務等包括委託の進捗状況については、開催業務実施計画に基づき、概ね計画通り実施されたものと評価します。また、令和5年度千葉市競輪開催業務等包括委託契約書及び仕様書の内容は適切であると判断します。令和5年度千葉競輪場開催業務等包括委託実施計画（案）に基づき、株式会社J P Fが委託業務を実施するにあたっては、後述の本委員会の意見を参考にしてください。

1 包括委託契約締結相手について

株式会社J P F（旧日本写真判定株式会社）は、千葉市と千葉競輪場リニューアル事業（（仮称）千葉公園ドーム整備・運営事業）基本協定書（以下、「基本協定書」という。）を締結している事業者であり、基本協定書第11条にて千葉市と包括委託契約を締結することとされているので、契約の相手として異論はありません。ただし、勝者投票券売上等事業収入の低迷により競輪事業収支は赤字になっており、多額の収益保証金が発生していること、また、来年度も同様の状況が見込まれていることから、事業の継続を不安視せざるを得ません。また、事業開始1年での株式会社M I X Iとの業務提携の解消により運営体制が変更しており、プロモーションや演出等開催業務への影響が見受けられます。加えて、設備点検や株式会社M I X I撤退による業務引継ぎ等による無観客開催も発生しており、運営体制及び開催業務内容の安定化が求められるところです。なお、事業の継続について、ヒアリングにおいて株式会社J P Fから、当初より事業開始後数年は苦戦することも想定しており、中長期で事業を軌道に乗せるように継続していく方針である旨説明がありましたので、今後、より一層本事業を盛り上げていただくことに期待するとともに、本委員会で継続して確認して参ります。

2 令和4年度千葉競輪場開催業務等包括委託の進捗状況について

開催業務実施計画に基づき、概ね計画どおり実施されたものと評価します。また、昨年度第2回本委員会の意見書にて検討事項とした項目について、コロナ対策やP I S T 6に呼称を統一すること、地元プロスポーツとの連携、入場料の金額設定の変更及び来場を促進する施策等は、一部委託業務に反映されたものと認められます。来年度以降も引き続き実施するとともに、さらなる展開に期待します。一方で、勝者投票券売上金や入場料は依然改善の見通しが立っておらず、車券発売方法やプロモーションについては、見直しが必要であると考えます。ヒアリングにおいて株式

会社 J P F から、令和 4 年度当初開催における実績と比較して勝者投票車券売上金が増加傾向にあること、千葉市と連携して車券発売チャネルの拡充を進めている旨説明がありましたので、来年度以降勝者投票券売上金が増加することに期待します。

3 包括委託契約書（案）及び包括委託仕様書（案）について

現行契約とほぼ同様の内容であり、変更箇所も実態に合わせた軽微なものとなっていることから、包括委託契約書（案）及び仕様書（案）の内容については異論ありません。

4 令和 5 年度千葉競輪場開催業務等包括委託実施計画（案）について

基本的な内容については、今年度同様であることから、特段の変更は不要ですが、今年度の実績結果を踏まえて、以下のとおり意見を付しますので、実施計画に反映させることを検討してください。

- （1）車券購入や入場チケット購入のためにはアプリの登録が必要であり、個人情報や決済情報の入力の一部のお客様にとってアプリ登録の障害になっていると認識しています。アプリの登録方法を簡便化するとともに、来場者がアプリを登録しなくても簡単に車券を購入できるような仕組みの構築が必要だと考えます。
- （2）新しい客層の創出に注力することも重要ですが、勝者投票券売上金の改善には既存の競輪ファンを取り込むことも重要であると考えます。サテライト市原、成田と連携し、既存の競輪ファンに対する車券購入方法のレクチャー、サポート等のサービスや、既存の競輪ファンも楽しめるイベントの拡充を検討してください。
- （3）新規顧客の獲得には、車券を購入しないお客様も楽しめるように、着順当てゲーム等の実施が有効です。ゲームを通じて、来場するハードルを下げるとともに、選手に興味を持ってもらうきっかけを作ることができます。
- （4）（3）と並行して、選手にスポットを当てたプロモーションを展開すれば、ファンの獲得につながります。また、コアなファンや既存競輪のファンのコミュニティの裾野を広げていく施策を展開していくことが重要です。
- （5）イベントやキャンペーンは、単発ではなく、年間を通じて戦略的に展開するように計画すべきです。お客様の立場でわかりやすく案内することを心掛けてください。