

第2次尼崎市ボートレース事業経営計画

～さらなるまちの魅力づくりへの貢献に向けて～

(計画期間：令和6～10年度)



令和6年3月策定

目次

はじめに.....	3
1 計画策定の目的.....	3
2 計画期間.....	3
3 構成.....	4
第1章 第1次計画の振返り.....	5
1 総論.....	5
(1) ボートレース業界の状況.....	5
(2) ボートレース尼崎（伊丹市含む）の状況.....	6
(3) 本市ボートレース事業の状況.....	7
2 個別の取組み.....	12
(1) 電話投票売上向上事業.....	12
(2) 本場活性化の取組み.....	14
(3) センプルピアのリニューアル.....	15
(4) 施設改修事業.....	15
(5) ボートレース尼崎の将来像検討.....	16
(6) アンケート調査の実施.....	17
3 今後の課題.....	20
第2章 経営理念.....	21
第3章 経営戦略.....	23
1 施策展開.....	23
2 経営目標.....	24
3 活動指標.....	24
4 取組内容.....	24
第4章 経営の見通し.....	28
1 収益的収支.....	28
2 資本的収支.....	29
3 一般会計繰出金.....	30

はじめに

1 計画策定の目的

ボートレース尼崎は、昭和 27 年 9 月に全国 5 番目のモーターボート競走場として誕生し、地域住民の理解とボートレースファンの支持を得ながら、今年で開設 72 周年を迎えました。その間、折々の経営上の課題に対処すべく計画を策定し、取組みを進めてきました。

平成 31 年 2 月に策定した「尼崎市ボートレース事業経営計画」（以下、「第 1 次計画」という。）は、地方公営企業法の全部適用後、初めての計画であったことから、お客様の満足度の向上を前提にした上で、いかに効率的で安定的に事業を経営し、いかにして市財政に貢献できるかということを中心に基本の考え方としました。

今回策定する経営計画では、第 1 次計画の考え方から一歩進み、利益で市財政に貢献することはもとより、ボートレース尼崎が地域に開かれ、特にファミリー層にとっても楽しめる場所となることを目指したいとの考えを実現するために、第 1 次計画で定めた公営企業としての使命等を引き継ぎつつ、計画期間中に目指す目標や取組みを設定しています。

2 計画期間

令和 6 年度から令和 10 年度までの 5 年間

【参考：計画の変遷】

計画名(計画期間)	概要
尼崎市競艇事業緊急経営改善計画 (平成 18～20 年度)	本場の損益分岐点の改善、市債償還等の負債解消のための内部留保を行う。
尼崎市競艇事業経営改善計画 (平成 21～25 年度)	まちづくりへの貢献という競艇事業の本旨を維持し、安定した経営構造の構築を行う。 (平成 23 年度市債償還等の負債解消。)
尼崎市競艇事業経営計画 (平成 26～30 年度)	競艇事業を安定的に継続し、まちづくりへの貢献を果たすため、着実に収益が確保できる経営体制を確立し、施設改修のための内部留保を行う。 (平成 28 年度からの地方公営企業法全部適用にあわせ、平成 28 年 2 月に計画見直し。)
第 1 次尼崎市ボートレース事業 経営計画 (平成 31～令和 5 年度)	ボートレースを通じ、お客様に感動を与え、尼崎のまちづくりに寄与する。 (新型コロナウイルス感染症の流行による経営環境の変化に対応するため、令和 4 年 3 月に計画見直し。)
第 2 次尼崎市ボートレース事業 経営計画 (令和 6～10 年度)	ボートレースを通じ、利益で本市財政に貢献することはもとより、ボートレース場が地域に開かれた親子が楽しめる場所となることを目指す。

3 構成

第1次計画を振り返る中で見えてきた今後の課題等を踏まえる中で、ボートレース事業の指針の礎となる「経営理念」と、計画期間中に重点的に展開する施策を体系化する「経営戦略」を掲げます。また、「経営戦略」の推進にあたっては、将来の経営の見通し(財務の状況)との整合を図ります。

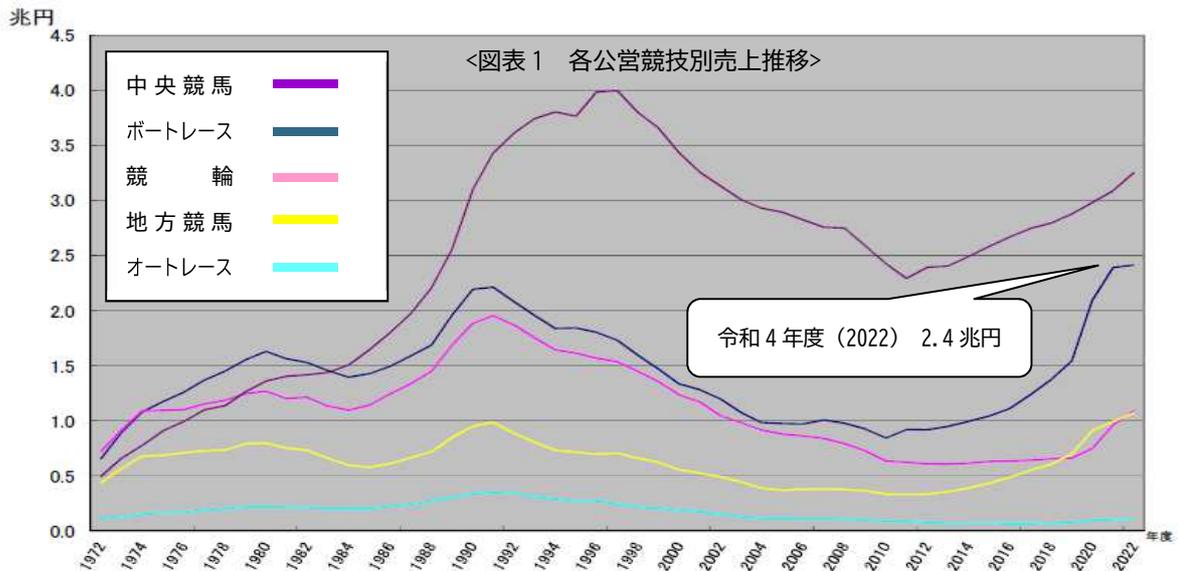


第1章 第1次計画の振返り

1 総論

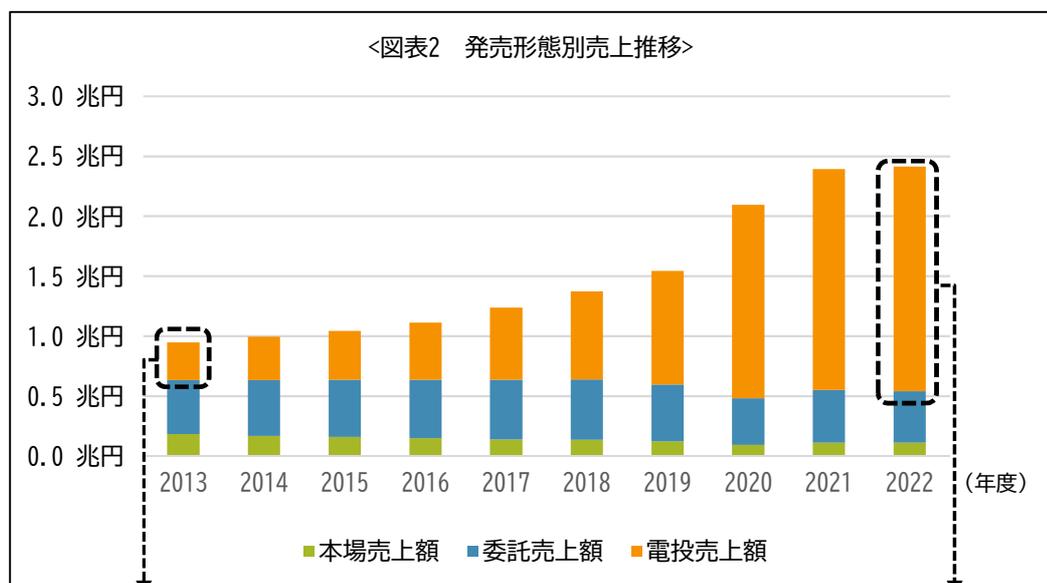
(1) ボートレース業界の状況

新型コロナウイルス感染症の世界的な流行により、外出自粛や各種集客イベントの中止、観客人数の制限といった社会経済活動の制限が実施されましたが、電話投票売上の伸長により、ボートレース業界として令和4年度（2022）の売上は2兆4,142億円と過去最高を記録しました。



（引用）2022年度調査統計資料（一般社団法人全国モーターボート競走施行者協議会）

電話投票売上が好調だった理由は、これまで業界全体として取り組んできたインターネット投票を中心とした電話投票売上向上の取組みが効果的であったことや、コロナ禍における巣ごもり需要などが考えられます。



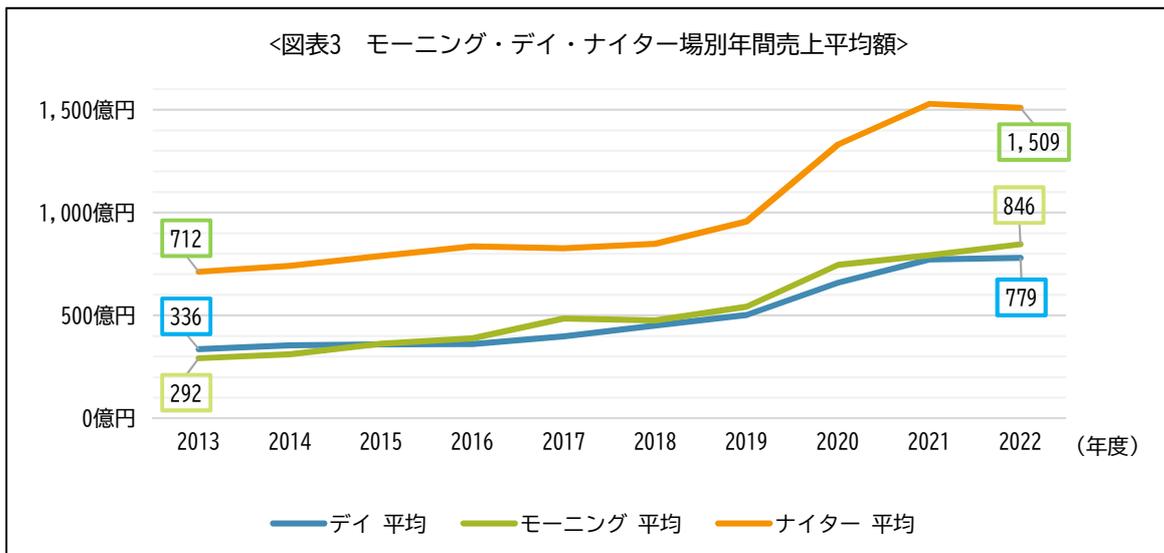
- ・ 10年前（2013）のボートレース業界の電話投票売上は3,143億円（売上の33%）
- ・ 令和4年度（2022）の電話投票売上は1兆8,754億円（売上の78%）

(2) ボートレース尼崎（伊丹市含む）の状況

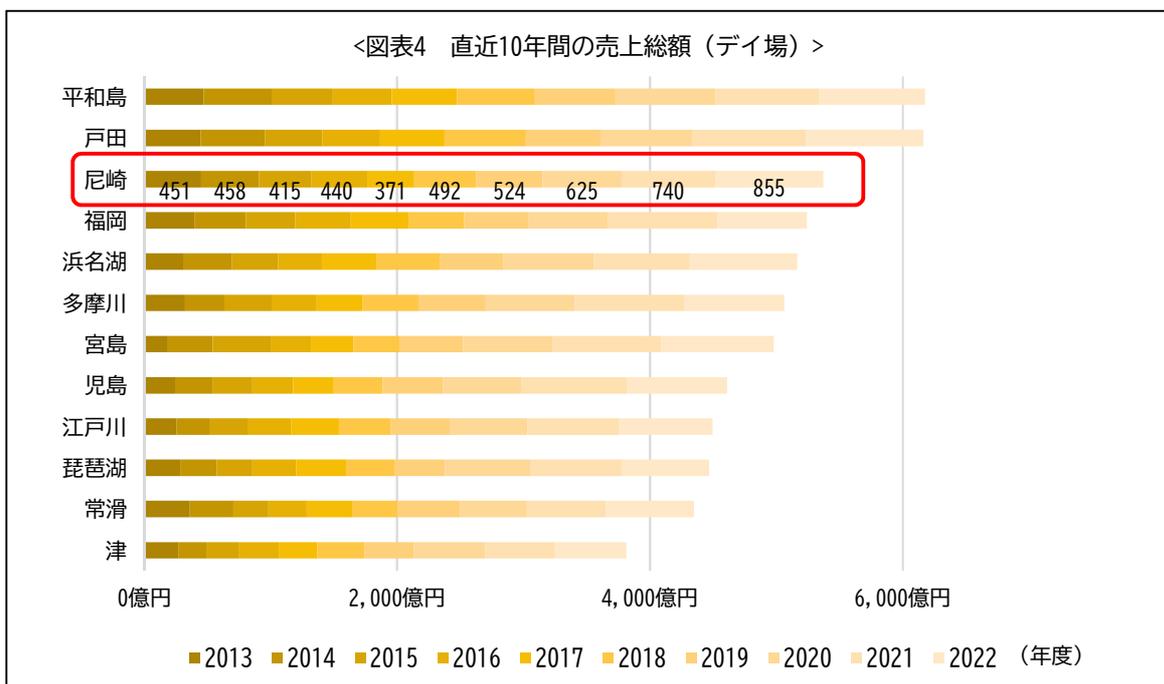
電話投票は全国どこからでも投票できるため、人気が高いレースを開催しているボートレース場に売上が集中しやすく、また、同一時間帯に実施するレースが多いと売上が分散するなどの傾向が強くなります。

全国 24 場のボートレース場のうち、ボートレース尼崎と同じ「デイ場」は 12 場、朝 8 時頃からレースが始まる「モーニング場」は 5 場、15 時頃から夜にかけてレースを開催する「ナイター場」は 7 場あります。

デイ場だけでみると、競合するレース場が 12 場あり、また、レース開催の時間帯がモーニング場やナイター場とも一部重複するため、モーニング場やナイター場よりも売上が低い傾向にあります。

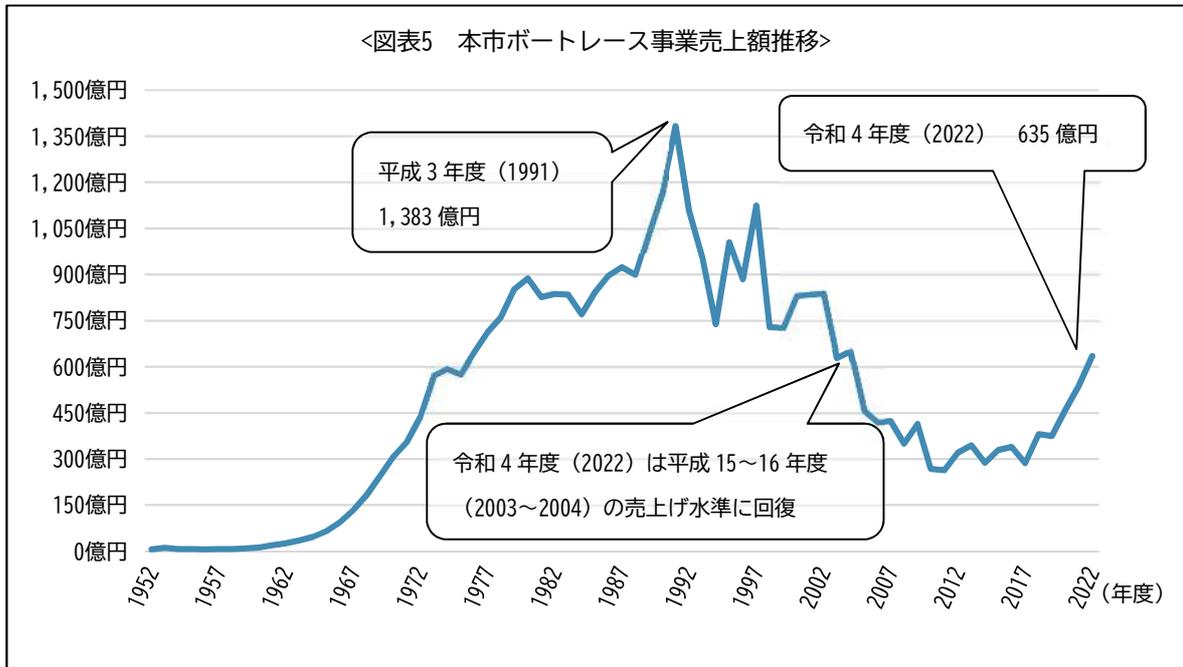


ボートレース尼崎の直近 10 年間の売上合計は 5,371 億円で、これは全デイ場中 3 位の売上であり、特に第 1 次計画期間中は YouTube ライブ予想配信などの事業に積極的に取り組むことで、電話投票売上の向上を図ることができたものと考えています。

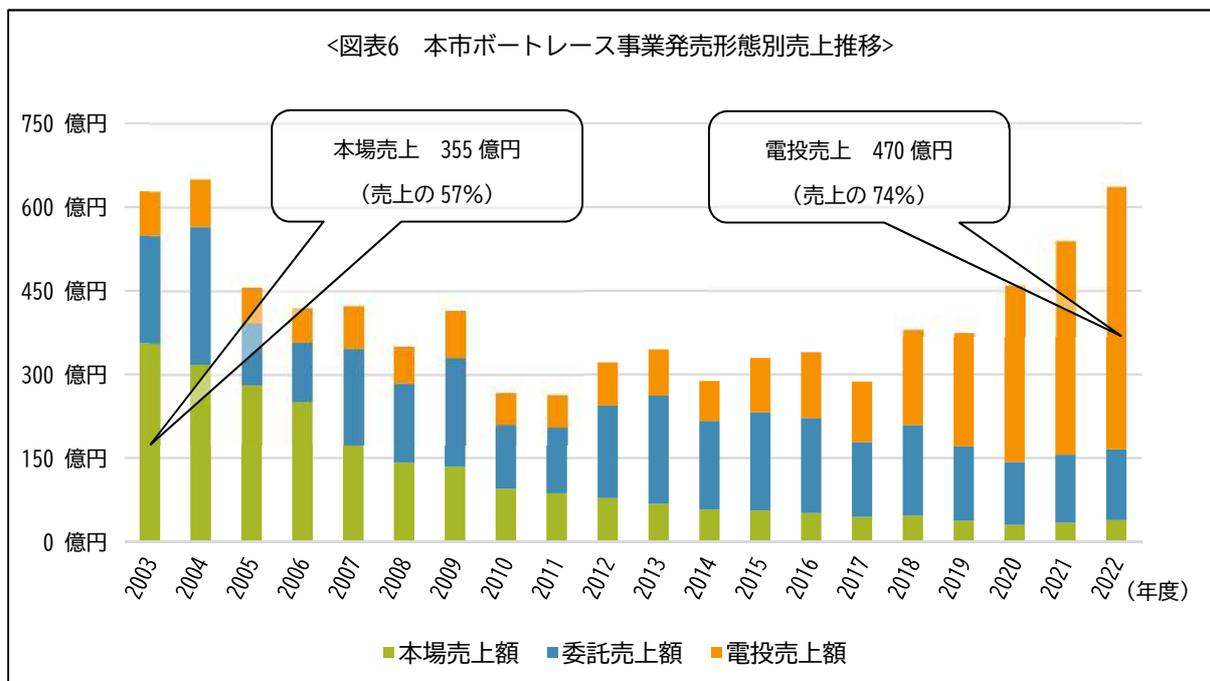


(3) 本市ボートレース事業の状況

ボートレース業界全体の傾向と同様に、本市ボートレース事業においても電話投票売上が好調であり、本場売上や場外売上も合わせた令和4年度（2022）の売上の総額は635億円となりました。



これは20年前の売上水準とほぼ同額で、当時は本場売上が売上の57%を占めており、電話投票は売上の13%でしたが、今では電話投票売上が売上の74%を占めており、売上の主力が電話投票に置き換わっています。



ア 売上

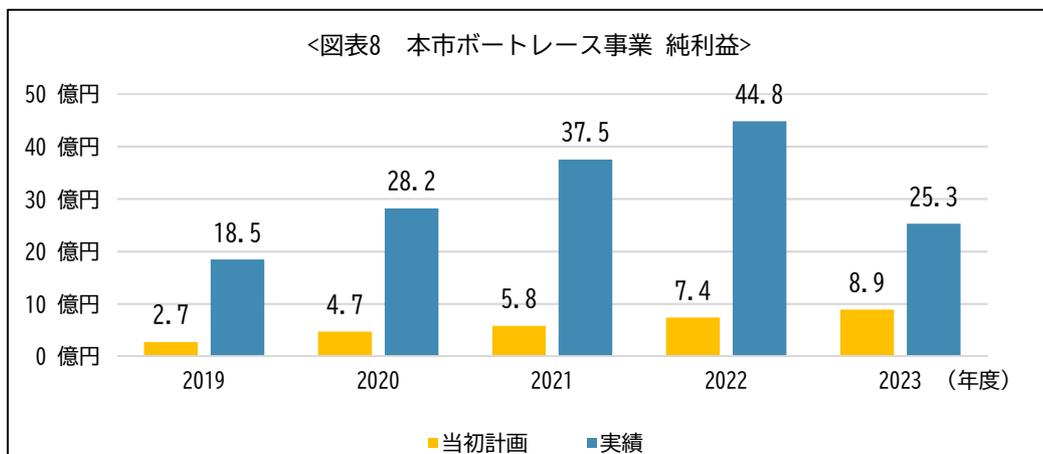
第1次計画期間中における本市ボートレース事業の売上は SG 競走の開催や電話投票売上の増加により計画を大きく上回り、加えて決算剰余金の発生により、純利益の合計は約154億円となる見込みです。

<図表7>

(億円)

年 度		令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	合 計
売上	当初計画	331.0	316.0	327.0	334.0	364.0	1,672.0
	実 績	374.3	459.7	539.0	635.7	550.1	2,558.8
純利益	当初計画	2.7	4.7	5.8	7.4	8.9	29.5
	実 績	18.5	28.2	37.5	44.8	25.3	154.3

(令和5年度実績は2月補正後予算額です。)



<図表9 売上実績内訳>

(億円)

年 度		令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	合 計
本 場		37.3	29.6	33.8	38.1	35.2	174.0
電 投		203.9	316.9	383.4	470.6	397.8	1,772.6
場 外		133.0	113.1	121.8	127.1	117.1	612.1
合 計		374.3	459.7	539.0	635.7	550.1	2,558.8
グレードレース開催状況	SG	—	—	—	オーシャンカップ	—	
	G I	尼崎サンプルカップ	尼崎サンプルカップ	尼崎サンプルカップ	尼崎サンプルカップ	尼崎サンプルカップ	
	G II	モーターボート大賞	モーターボート大賞	モーターボート大賞	—	全国ボートレース甲子園	
	G III	オールレディース企業杯	オールレディース企業杯	オールレディース企業杯	オールレディース企業杯	オールレディース企業杯	

(令和5年度は2月補正後予算額です。また、表示単位未満の位で四捨五入しているため、合計と内訳の総和は必ずしも一致しません。)

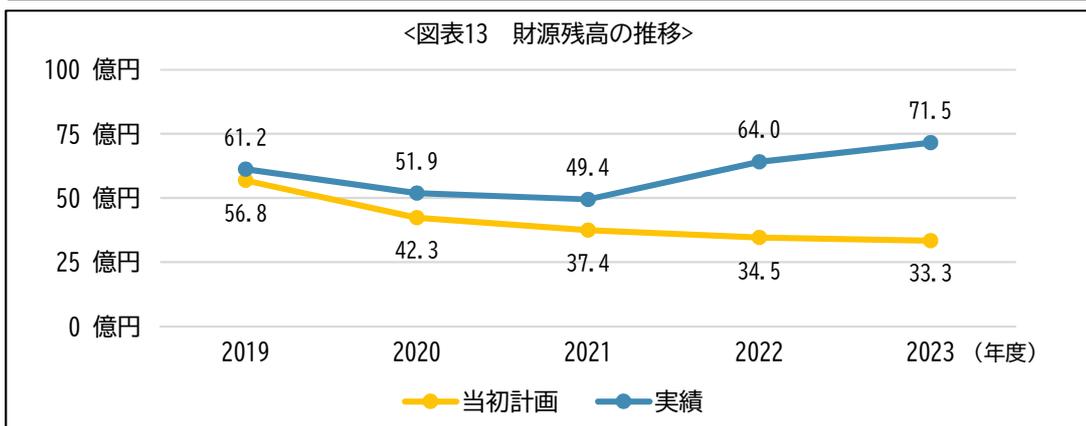
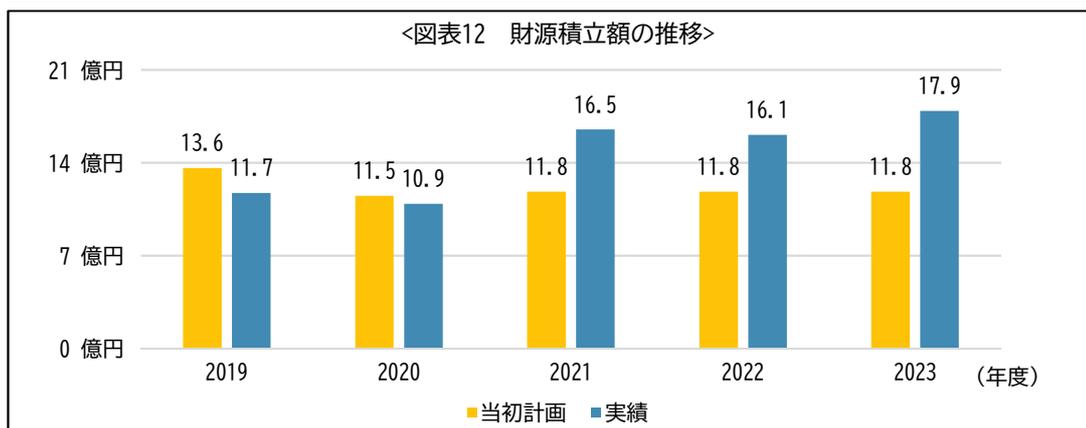
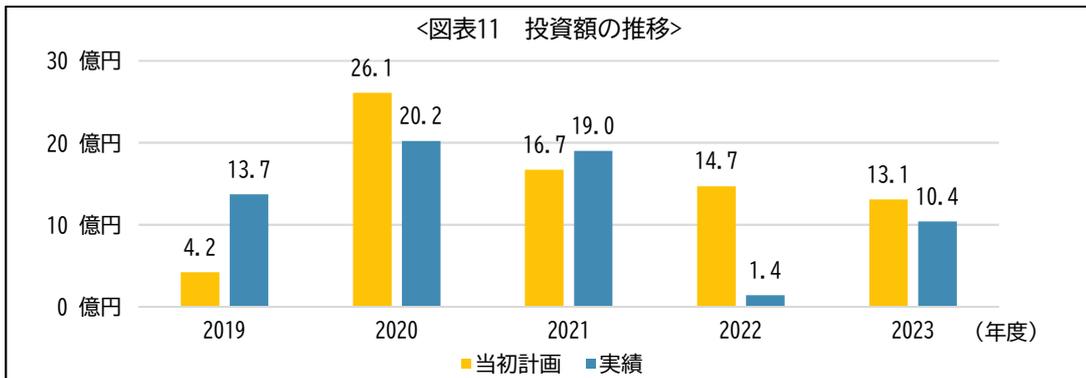
イ 投資的経費（施設整備等の状況）

第1次計画期間における投資的経費（施設整備等の状況）は、好調な売上により投資財源を順調に確保できましたが、一部の工事は関係機関との調整や新型コロナウイルス感染症の影響により進捗が遅れたことにより、第1次計画期間末時点における投資財源残高（内部留保資金残高と建設改良積立金残高の合計）は当初計画以上の額となっています。

<図表10> (億円)

年 度		令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	合 計
投資額	当初計画	4.2	26.1	16.7	14.7	13.1	74.8
	実 績	13.7	20.2	19.0	1.4	10.4	64.6
財源積立	当初計画	13.6	11.5	11.8	11.8	11.8	60.6
	実 績	11.7	10.9	16.5	16.1	17.9	73.0
財源残高	当初計画	56.8	42.3	37.4	34.5	33.3	—
	実 績	61.2	51.9	49.4	64.0	71.5	—

(令和5年度実績は2月補正後予算額です。また、表示単位未満の位で四捨五入しているため、合計と内訳の総和は必ずしも一致しません。)



ウ 一般会計繰出金

第1次計画当初は、モーターボート競走事業会計の当初予算に計上している繰出金（費用化分）を年3.2億円、純利益の繰出金（利益処分）を第1次計画期間合計で3億円としていましたが、好調な売上により純利益が想定を超えたことから、より一般会計へ財政貢献するため、第1次計画期間途中で利益処分方法を見直しました。

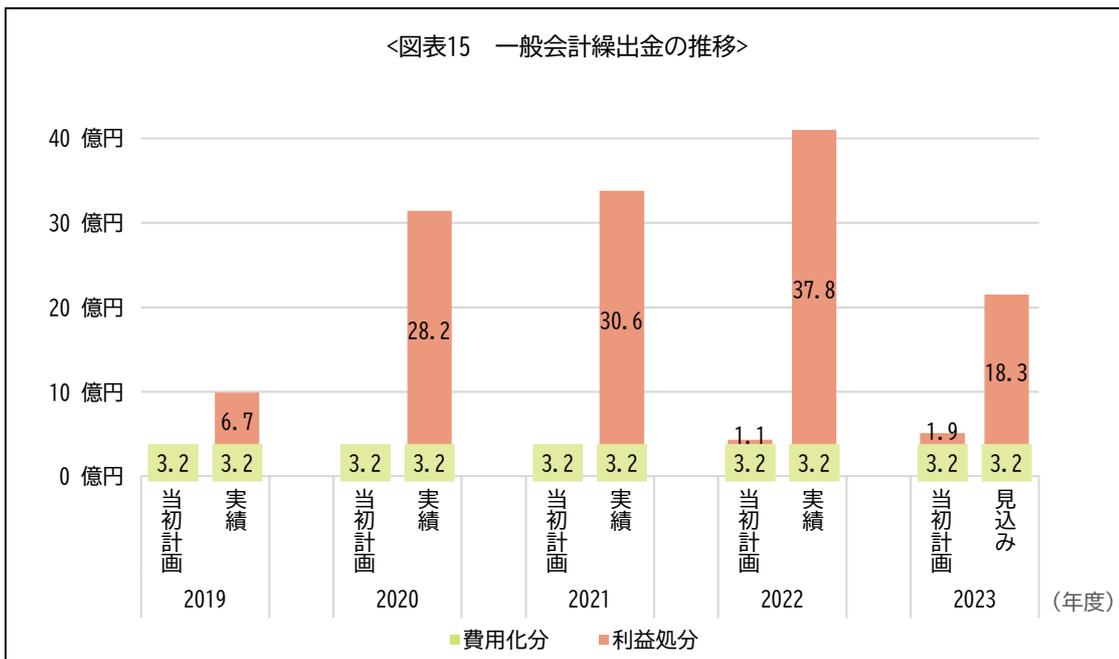
その結果、純利益の繰出金が大幅に増加し、第1次計画期間中の一般会計繰出金の総額は137億円となる見込みです。

<図表14>

(億円)

年 度		令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	合 計
費用化分	当初計画	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2	16.0
	実 績	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2	16.0
利益処分	当初計画	0	0	0	1.1	1.9	3.0
	実 績	6.7	28.2	30.6	37.8	18.3	121.6
合 計	当初計画	3.2	3.2	3.2	4.3	5.1	19.0
	実 績	9.9	31.4	33.8	41.0	21.5	137.6

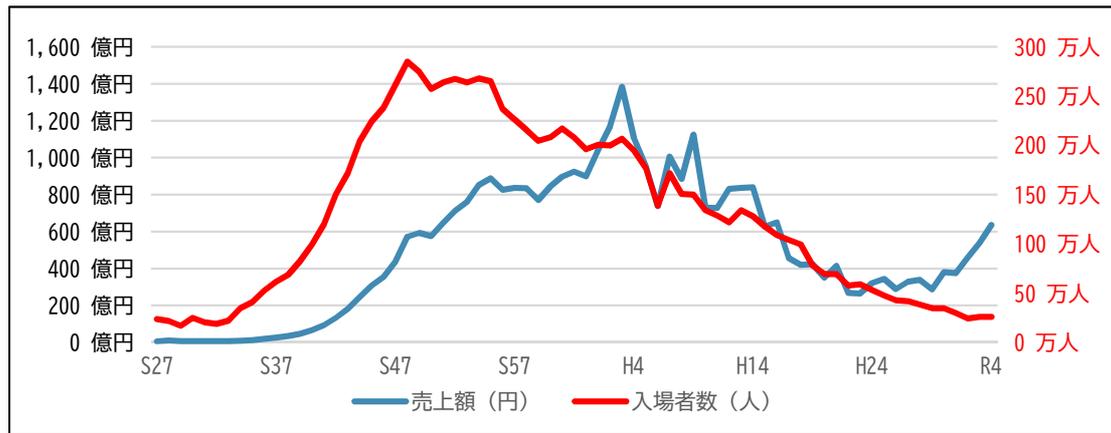
(令和5年度実績は2月補正後予算額です。また、表示単位未満の位で四捨五入しているため、合計と内訳の総和は必ずしも一致しません。)



<図表16 利益処分方法の見直し内容>

見直し前 (令和元~2年度)	<ul style="list-style-type: none"> ・当年度純利益が6億円以上の場合、当該純利益から5億円を建設改良積立金に積み立て、残りを一般会計繰出金と建設改良積立金で折半する。 ・当年度純利益が6億円未満の場合、当該純利益の全額を建設改良積立金に積み立てる。
見直し後 (令和3~5年度)	<ul style="list-style-type: none"> ・当年度純利益から7億円を建設改良積立金に積み立て、残りを一般会計繰出金とする。

<図表 17 本市ボートレース事業 入場者数等の推移>



年度	売上額 (円)	入場者数 (人)	繰出金 (千円)
S27 1952	610,874,000	237,273	0
S28 1953	1,107,192,500	216,606	0
S29 1954	745,277,600	169,411	15,082
S30 1955	681,265,100	250,840	63,783
S31 1956	637,563,300	205,144	58,116
S32 1957	696,000,900	187,669	37,961
S33 1958	720,690,900	221,570	42,160
S34 1959	904,054,700	345,701	89,258
S35 1960	1,226,926,800	409,704	151,971
S36 1961	1,956,888,000	523,849	14,132
S37 1962	2,597,123,600	614,715	695,423
S38 1963	3,529,898,200	686,308	400,000
S39 1964	4,660,931,600	825,857	593,379
S40 1965	6,550,850,500	996,042	1,052,500
S41 1966	9,339,324,800	1,197,431	1,855,100
S42 1967	13,248,370,500	1,504,193	2,457,000
S43 1968	18,214,337,200	1,717,510	3,201,019
S44 1969	24,486,818,600	2,041,501	4,910,000
S45 1970	30,749,532,600	2,243,116	5,420,000
S46 1971	35,457,076,300	2,381,598	6,848,000
S47 1972	43,684,711,400	2,615,284	6,887,334
S48 1973	57,190,065,200	2,849,907	9,090,159
S49 1974	59,232,934,200	2,742,476	9,946,357
S50 1975	57,530,295,400	2,573,300	10,323,417
S51 1976	64,590,238,000	2,636,426	8,693,384
S52 1977	71,175,671,000	2,672,153	8,474,996
S53 1978	76,006,851,400	2,635,958	10,223,607
S54 1979	85,275,114,300	2,677,769	10,232,276
S55 1980	88,749,147,000	2,650,367	12,546,873
S56 1981	82,633,842,500	2,367,477	15,399,011
S57 1982	83,665,170,200	2,261,762	10,092,184
S58 1983	83,499,639,400	2,155,560	10,072,912
S59 1984	77,020,348,400	2,043,843	10,567,122
S60 1985	84,355,899,600	2,080,888	10,314,600
S61 1986	89,632,113,000	2,171,550	10,779,300
S62 1987	92,443,087,900	2,079,461	10,957,185
S63 1988	89,886,632,500	1,961,674	11,341,430

年度	売上額 (円)	入場者数 (人)	繰出金 (千円)
H1 1989	103,786,499,400	2,004,031	13,278,118
H2 1990	116,975,649,600	2,000,401	17,570,651
H3 1991	138,341,352,100	2,068,542	14,949,600
H4 1992	110,659,777,000	1,946,153	14,517,200
H5 1993	95,375,590,600	1,768,702	8,247,000
H6 1994	73,832,575,800	1,388,360	4,297,000
H7 1995	100,509,920,100	1,717,957	7,676,357
H8 1996	88,466,136,000	1,507,973	7,206,000
H9 1997	112,413,024,900	1,501,483	9,226,000
H10 1998	72,915,355,800	1,339,936	6,215,000
H11 1999	72,684,119,300	1,287,252	4,742,000
H12 2000	83,133,898,800	1,218,265	3,740,000
H13 2001	83,624,661,700	1,341,208	4,810,000
H14 2002	83,914,713,800	1,279,830	4,340,000
H15 2003	62,816,675,200	1,175,814	3,120,000
H16 2004	65,001,314,300	1,088,268	1,420,000
H17 2005	45,652,242,000	1,039,180	899,000
H18 2006	41,936,729,200	993,673	500,000
H19 2007	42,314,935,700	780,740	500,000
H20 2008	35,011,215,200	692,953	500,000
H21 2009	41,469,333,400	693,513	446,000
H22 2010	26,770,122,400	577,860	211,000
H23 2011	26,392,439,400	589,810	250,000
H24 2012	32,112,434,200	531,345	300,000
H25 2013	34,436,819,800	477,292	250,000
H26 2014	28,795,425,100	428,037	400,000
H27 2015	32,887,572,500	418,808	200,000
H28 2016	33,926,714,700	382,234	420,000
H29 2017	28,668,997,800	346,985	430,000
H30 2018	38,071,136,400	348,525	720,000
R1 2019	37,428,862,200	297,479	990,000
R2 2020	45,965,781,000	242,243	3,140,446
R3 2021	53,903,732,200	260,491	3,376,640
R4 2022	63,574,056,900	260,255	4,096,674
合計	3,598,462,573,600	92,147,491	346,831,717

2 個別の取組み

(1) 電話投票売上向上事業

第1次計画期間中は、YouTube ライブ予想配信事業やボートレース尼崎電話投票会員クラブ「アマチャン」会員を対象としたキャンペーンなどの電話投票売上向上事業に取り組みました。

YouTube ライブ予想配信では、ボートレースファンに人気のタレント等を起用したレース予想をライブ配信しており、ボートレースファンもチャットに書き込みをし、レース予想やタレント等の生の声に対して一緒に盛り上がる行動が主流となっています。こうしたことが売上向上につながっていると言えます。

令和元年度に実施して以降、YouTube ライブ予想配信の効果も検証しながら令和2年度からは配信回数を徐々に増やし、令和5年度は全日程で実施しています。

<図表18 YouTube ライブ予想配信実績>

年 度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
配信日数	1日	18日	78日	90日	130日

(令和5年度は予定値です。)

<図表19 YouTube ライブ予想配信の効果> (一般戦※、1日あたり売上額比較)

年 度	令和3年度	令和4年度
配信なし	1億9,400万円	2億1,800万円
配信あり	2億3,100万円	2億5,100万円
差 引	+3,700万円	+3,300万円

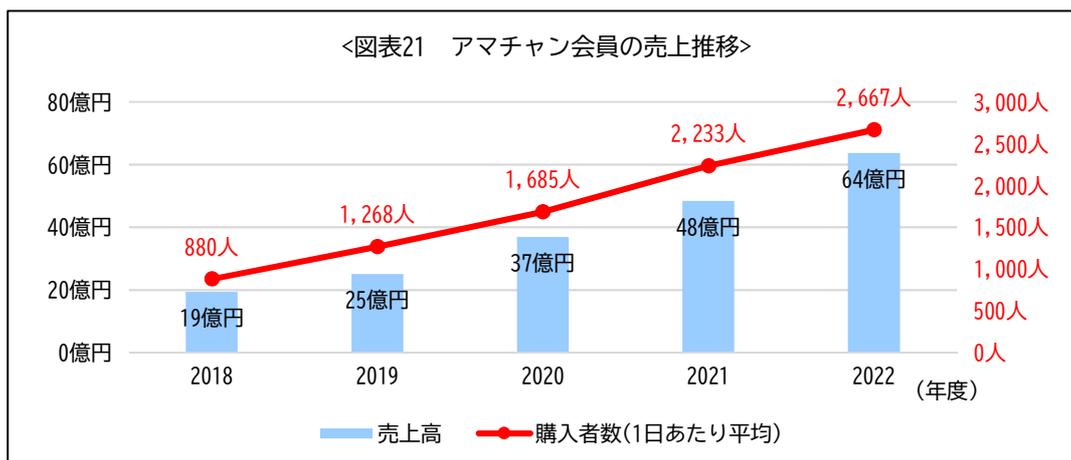
※売上が増えるゴールデンウィーク、年末年始の一般戦は除きます。

また、ボートレース尼崎電話投票会員クラブ「アマチャン」会員の新規加入や購入頻度向上、離脱防止を図るため、令和2年度からは購入金額が増えるほど当選しやすくなるなどの会員向けキャッシュバックキャンペーンを実施しており、会員数はこの5年で大幅に増加し、会員全体の売上も増加しています。

<図表20 アマチャン会員数の推移>

年 度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
アマチャン会員数	27,124人	34,704人	46,033人	54,213人	67,000人

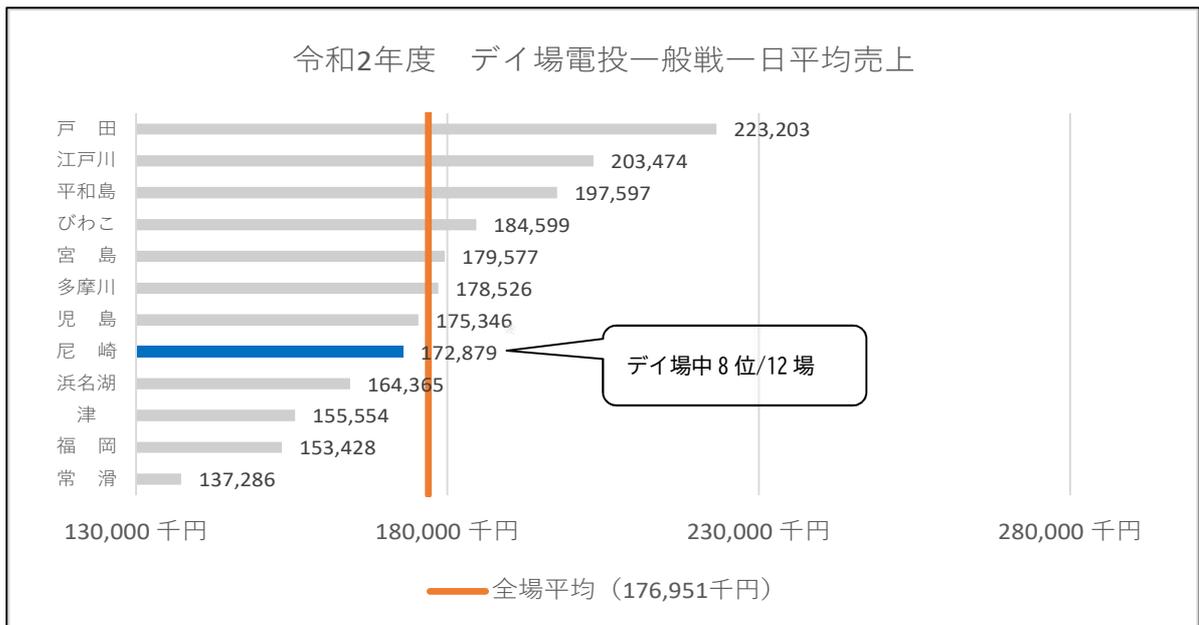
(令和5年度は見込値です。)



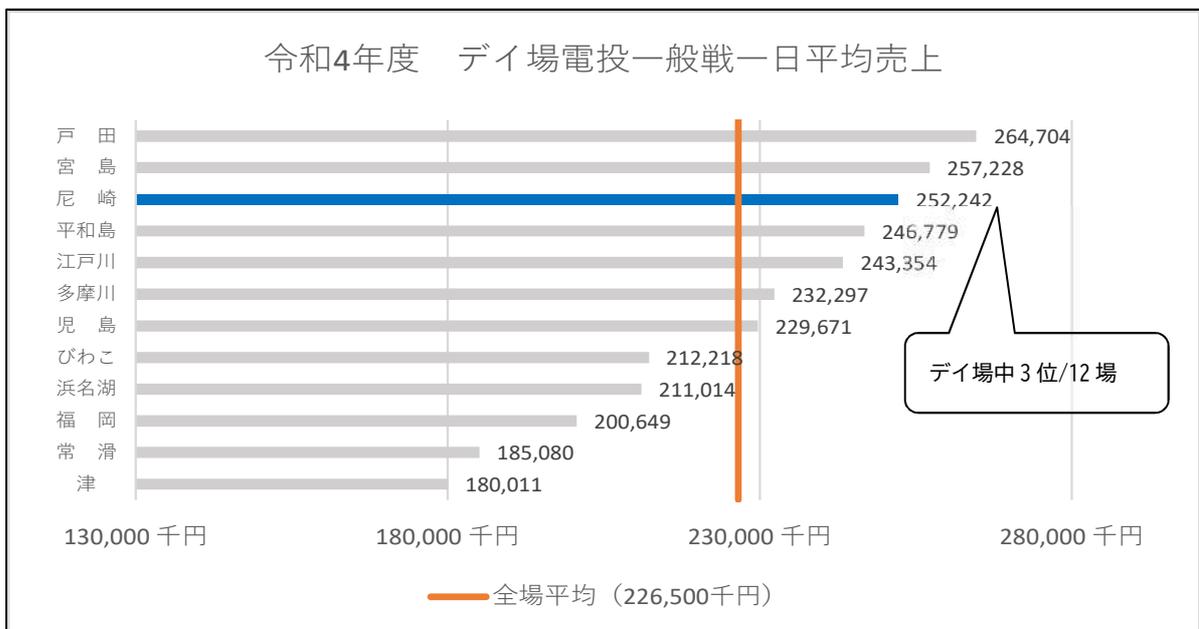
デイ場における電話投票売上の1日あたり平均額（一般戦）※を見てみると、デイ場全体の平均は、令和2年度は1.8億円だったものが、令和4年度は2.3億円となり、1.3倍に増加しています。※グレードレースやヴィーナスシリーズ等の一般戦は除き、ゴールデンウィーク、年末年始開催の一般戦は含みます。

一方、ボートレース尼崎（伊丹市含む）の電話投票売上は1.5倍の増加となっており、令和2年度はデイ場中8位の売上でしたが、令和4年度はデイ場中3位となりました。

<図表 22>



<図表 23>



(2) 本場活性化の取組み

老朽化した施設の改修や来場者数に見合った施設のコンパクト化、快適で魅力ある施設環境の整備等を目的として、令和元年度から取り組んだ大規模施設改修事業が令和3年度に完了しました。

「ボートレース場のイメージアップ」や「来場者数の減少に伴う遊休スペースの活用」、「周辺地域への貢献」などを図ることを目的としたボートレースパーク化の取組みとして、令和4年4月に「ボートキッズパーク モーヴィあまがさき」をオープンしたことで、ファミリー層の来場が大幅に増加しました。



<図表 24 モーヴィあまがさき入場者数実績>

区 分	入場者合計 (伊丹市開催含む)		
	子ども	大人	
令和4年度	26,737人	25,221人	51,958人

一方、本場売上及び来場者数については、電話投票売上の拡大や新型コロナウイルス感染症の流行に伴う無観客開催などの影響も受け大きく減少しましたが、令和3年度以降はコロナ禍以前の水準に戻りつつあります。

<図表 25 本場売上の推移>

年 度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
本 場 売 上	37億円	30億円	34億円	38億円	35億円
年間有料入場者数	254,046人	230,836人	249,757人	249,500人	266,209人

(令和5年度は2月補正後予算額及び見込値です。)

(3) センプルピアのリニューアル

平成 25 年にボートレース尼崎の外向発売所「センプルピア」がオープンしましたが、年々減少する売上へのテコ入れを図るため令和元年 7 月にリニューアルオープンしました。

リニューアルによって一般席の増席（60 席→104 席）、有料席の新設（40 席）、西側駐車場の整備、館内無料 Wi-Fi の整備を行い、1 日の最大発売場数も 4 場から 9 場へと拡大しました。

リニューアル直後の売上、入場者数は前年度を上回っていましたが、その後新型コロナウイルス感染症の影響による閉館や入場制限の影響を受け、売上、入場者数とも減少しました。現在は本場の傾向と同様、コロナ禍以前の水準に戻りつつあります。

<図表 26 センプルピア売上等の推移>

年 度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
センプルピア売上	49.9 億円	44.8 億円	47.8 億円	50.7 億円	50.8 億円
利 用 者 数	357,569 人	317,522 人	336,338 人	349,665 人	327,618 人

(令和5年度は2月補正後予算額及び見込値です。)

(4) 施設改修事業

前述した「ボートキッズパーク モーヴィあまがさき」の整備も含め、入場者数の規模に合わせた施設のコンパクト化に取り組み、空いたスペースを活用して新たな機能の整備などを行いました。来場するお客様からも一定の評価を頂いているところですが、空きスペースの活用などの課題が残っています。

◎ 事業期間 令和元～令和3年度

◎ 総事業費 約 41 億円

◎ 主な整備内容

<図表 27>

場 所	内 容
メインスタンド	モーヴィあまがさきの整備、有料指定席の集約、フードコートの整備、投票所やトイレ等の改修
屋外	エキサイティングゾーンの整備、芝生広場の整備、屋外ステージの整備、大屋根撤去
正門	メインスタンドに近い位置に整備、ロータリーの整備、駐輪場の整備
西門	メインスタンドに近い位置に整備、駐車場や駐輪場の整備（11・13号館跡地）
(大規模施設改修により生じた未活用・未整備のエリア) メインスタンドの一部（2Fレストラン跡、5F観覧席、7F旧ロイヤルルーム）、9号館	

また、令和4年度からは競技エリアの改修に着手し、老朽化が進み安全性に課題がある建物を建て替えるほか、ボート運搬や作業等を安全に行うため、ボート置場床面の傾斜解消やピット数の増設などを進めています（令和8年度完了予定）。

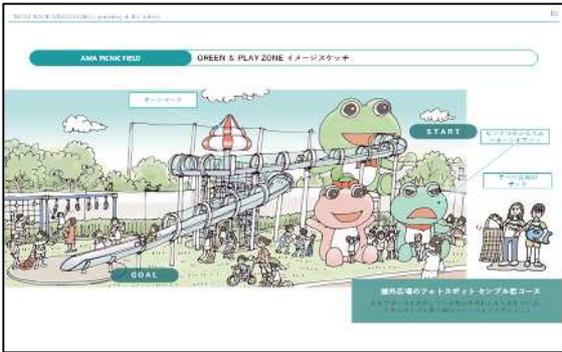
(5) ボートレース尼崎の将来像検討

新型コロナウイルス感染症により低下していた社会経済活動に、ようやく回復の兆しも見える中、モーヴィあまがさきの運営開始とともにファミリーを中心とした新たな来場者層が増えるなど、大きな環境の変化が表れています。

そういった変化にも柔軟かつスピード感をもって対応できるよう、若手職員を中心としたプロジェクトチームを立ち上げ、BOAT RACE 振興会の施行者支援事業である「ボートレース場在り方検討会」を活用し、ボートレース尼崎の将来像や目標、それらを実現するためのアイデアを検討しました。

アイデアの検討にあたっては、ファミリー層をはじめとしたより多くのターゲット層に魅力を伝え、来場してもらうためにはどういったサービスや機能が必要なのかを念頭に、親子がのんびり過ごせる場所が少ないのではないかとといった課題も出し合いながら、お客様目線のアイデア作りを心掛けました。

<図表 28 ボートレース尼崎未来予想図>

<p>コンセプト</p>	<p>AMAGASAKI PLAY FIELD 「週末遊び場 BOAT RACE 尼崎 時間があればついつい行っちゃう」</p>
<p>キーワード</p>	<p>「初心者でも楽しめる」、「何度でも来たくなる」、「一日中楽しめる」</p>
<p>[アイデアの検討]</p>	
<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>	
<p>[整備イメージ]</p>	
<div style="display: flex; flex-direction: column;">   </div>	

(6) アンケート調査の実施

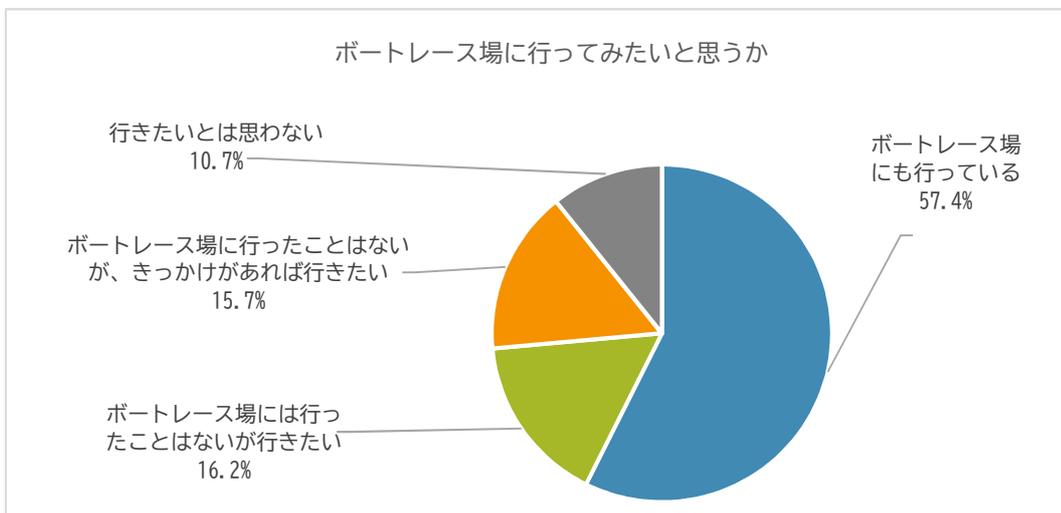
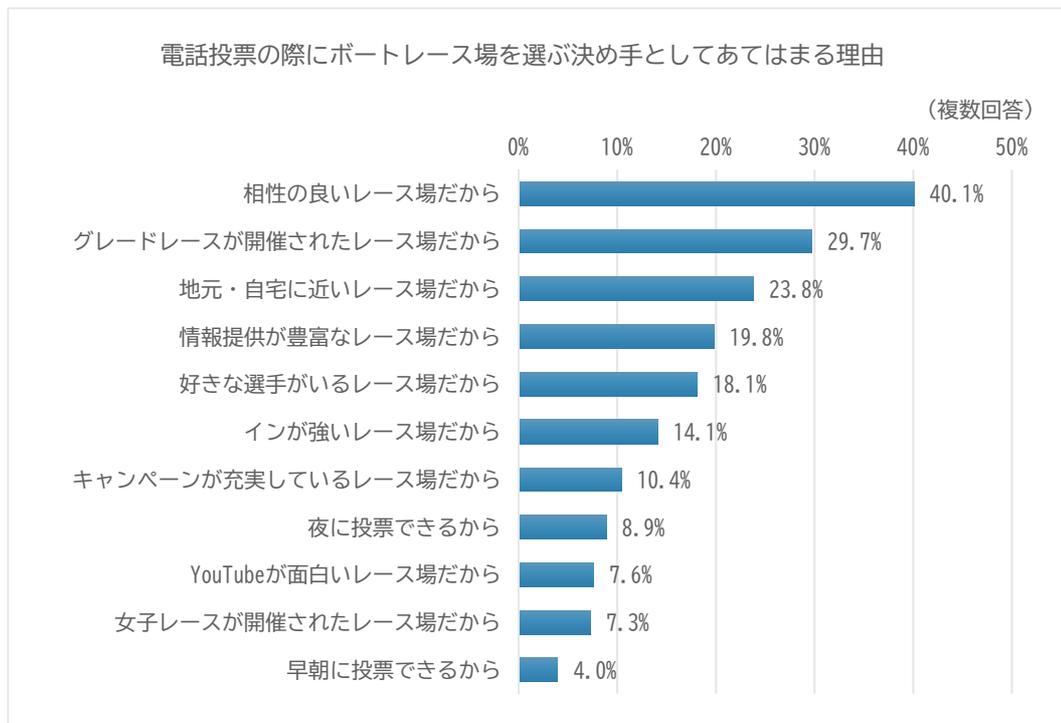
ア 電話投票利用者向けアンケート

売上の主力である電話投票（インターネット投票）利用者のニーズや購買動向を調査しました。

<図表 29>

実施時期	令和5年8月
対象者	直近1年間で電話投票を利用したことがある方
実施方法	WEB調査
回答者数	3,605件

電話投票の際に決め手となる理由は、「相性の良さ」が最も多く、次いで「グレードレースが開催された」、「地元」といった理由が多く、また、電話投票を利用している方の半数以上がボートレース場にも行っていることもわかりました。



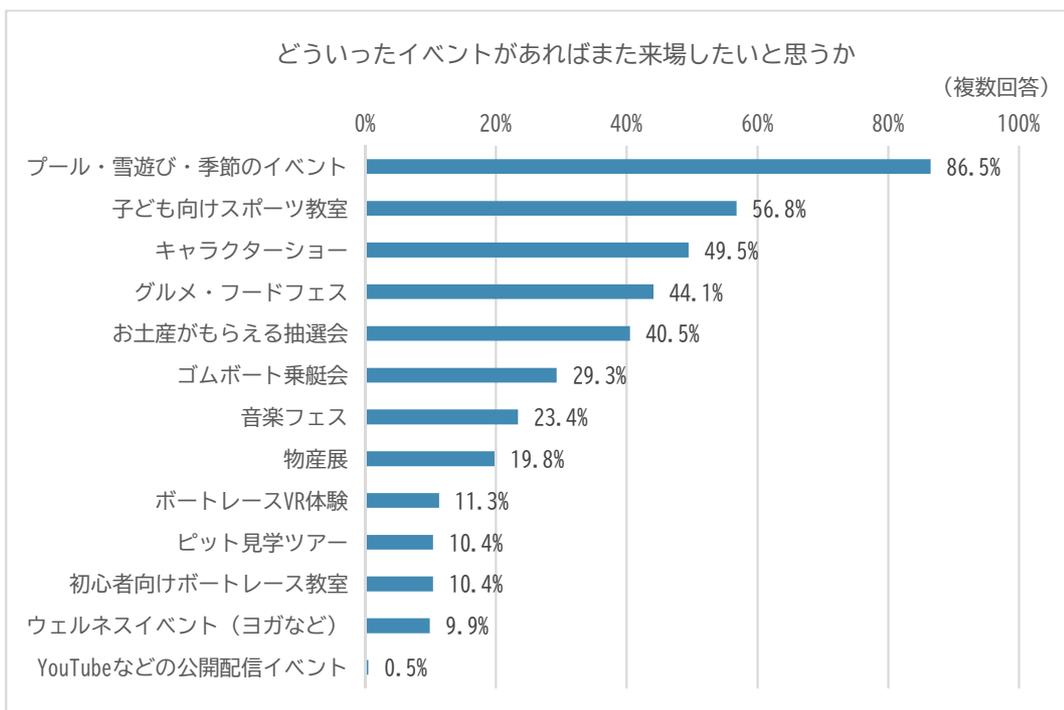
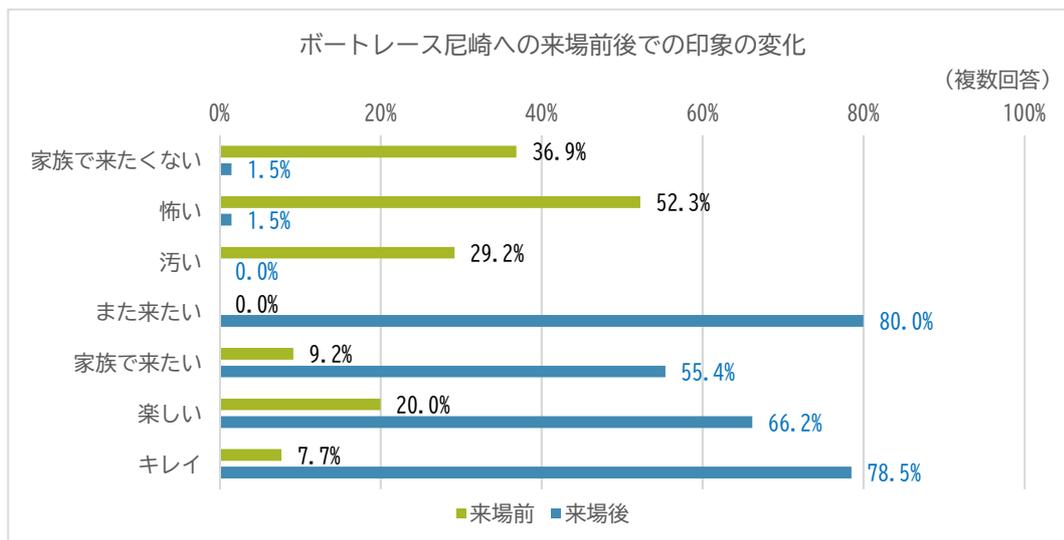
イ ファミリー層来場者向けアンケート

「ボートキッズパーク モーヴィあまがさき」のオープンをきっかけに大幅に増加したファミリー層の来場者向けにアンケートを実施し、ボートレース尼崎に対する満足度やニーズを調査しました。

<図表 30>

実施時期	令和5年8月～9月
対象者	本場来場者のうちファミリー層
実施方法	本場での紙面配布（二次元バーコード記載）
回答者数	222件

来場前は「怖い」、「家族で来たくない」、「汚い」といった印象を持つ方が一定数いましたが、来場後は約80%の方が「また来たい」、「キレイ」と回答しており、来場前後で印象が好転しています。また、どのようなイベントがあればまた来場したいと思うかを尋ねる設問では、プール、雪遊びといった季節のイベントに対する期待が高いことがわかりました。



ウ 本場周辺住民向けアンケート

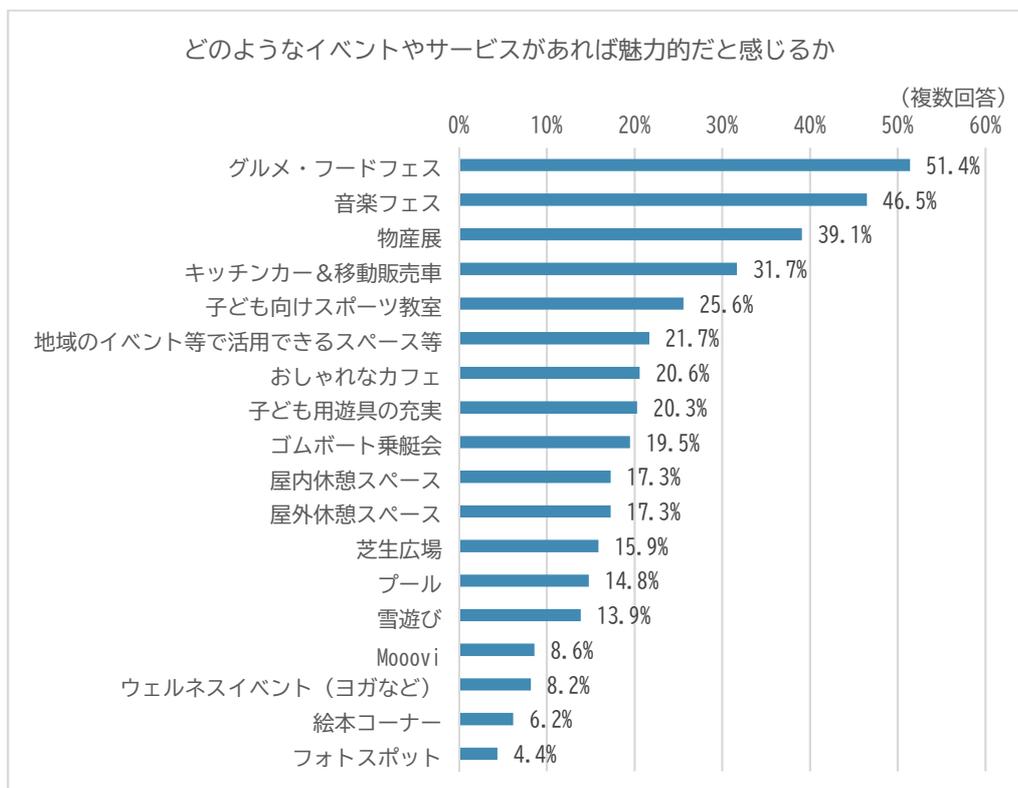
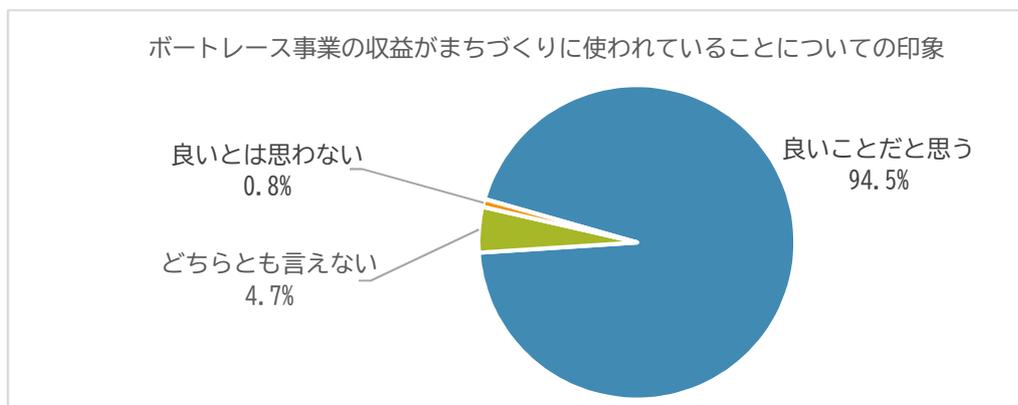
ボートレース尼崎の様々な取組みに対する周辺住民の認知度や印象を調査しました。

<図表 31>

実施時期	令和5年9月
対象者	本場周辺地域に居住する20歳以上の方から無作為抽出
実施方法	紙面・郵送配布
回答者数	668件

〈結果〉

本市ボートレース事業の収益がまちづくりに活用されていることについて「良いことだと思う」との回答は94.5%を占めています。また、スポーツ・食・防災・福祉などの具体的なイベント等を希望する声もあることが分かりました。



3 今後の課題

◎ 電話投票を中心とした売上向上

電話投票を中心に売上を伸ばしてきましたが、今後も売上を確保していくためには、主力である電話投票売上の向上にさらに注力していく必要があります。そのためには、グレードレースの誘致に加え、電話投票の利用実績が多い曜日・時間帯や、投票するボートレース場を選ぶ際の決め手、よく利用している SNS 等を把握し、電話投票を行うボートレース場として選択されるための工夫が必要です。

◎ ファミリー層を中心とした本場利用促進

第1次計画期間中に取り組んだ施設の大規模改修によりファミリー層の来場が増え、初めて来場した方からは、「また来場したい」、「きれい」、「楽しい」といった高い評価も得られていますが、更なる施設の改善を望む声もあります。ボートレース場が、親子で楽しめる場所や地域の方が活用できる場所となるよう、引き続き施設整備に取り組むとともにお客様目線に立ったサービス提供を心掛ける必要があります。

◎ 地域との共存共栄

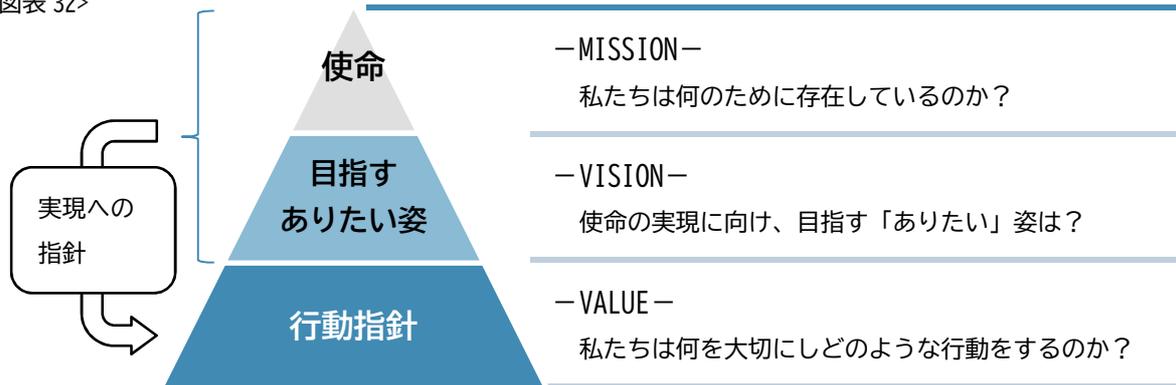
周辺地域の方からは、ボートレース事業の収益がまちづくりに活用されていることを好意的に捉えている方が多い一方で、ボートレース尼崎へ来場したことが無いと答えた方や、ボートレース以外の魅力づくりを行っていることを知らないと答えた方もいます。今後は、周辺地域の方などのニーズに応じたイベントの企画等に加え、効果的な広報展開も求められます。

また、ゴミのポイ捨てや歩きたばこ等の来場者のマナーに関する問題の解決など、周辺地域の方との信頼関係の構築にも一層取り組む必要があります。

第2章 経営理念

第1次計画では、地方公営企業法適用を機に、お客様の満足の充実や向上を前提とした計画を目指しました。今回の計画ではその視点に加え、ボートレース尼崎がファミリー向け施設として「地域に開かれた親子が楽しめる場所」となることを目指し、ボートレース事業の「使命」、計画期間中における将来像である「目指すありたい姿」、それらを実現するために大切にすべき価値観や取組みの方向性を示す「行動指針」を、次のとおり定めます。

<図表 32>



<図表 33>

使命
ボートレースを通じ尼崎のまちの魅力づくりに貢献する
ボートレースが持つ魅力を最大限に活かして、市への財政貢献や地域振興により本市のまちの魅力づくりへ貢献していきます。
目指すありたい姿
I お客様に喜ばれるとともに、地域に親しまれる施設となる
レースを楽しみに来場されるお客様だけでなく、ファミリー向けの遊び場として初めて来場されるお客様にとっても安心して楽しめるサービスを提供し、多くの方に「一度行ってみたい」、「また来場したい」と思われる施設を目指します。 また、地域の方にとっても「ボートレース尼崎があってよかった」、「ボートレース尼崎を応援したい」と感じてもらえる施設を目指します。
II 公営企業として健全な経営を行う
ボートレース事業により得られる収入は、市への財政貢献やボートレース事業の運営、新たな施設整備などの原資となり、それが多くのボートレースファンやボートレース尼崎に来場していただくお客様、周辺地域を含む尼崎市民の皆様へと還元され、ひいては、まちの発展へとつながっていきます。 事業の収益性や経営の安定性を高めつつ、このサイクルを適切に維持することにより、まちづくりに貢献していきます。

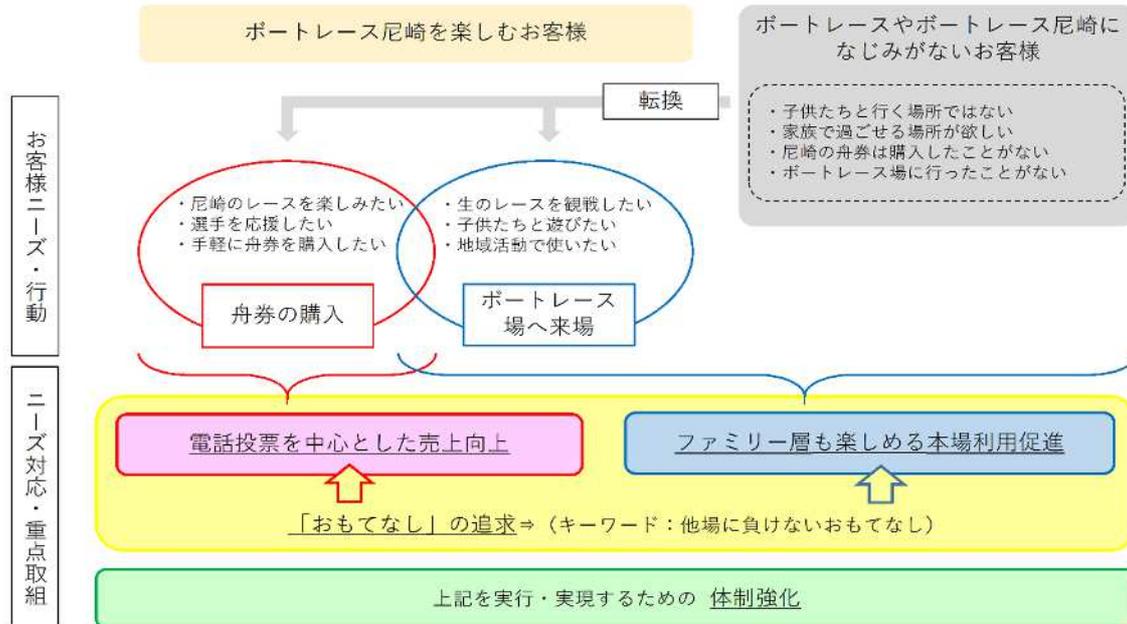
行動指針	
①ボートレースの魅力を提供する	<p>事業の根幹であるボートレースの魅力を上向きさせ、「ボートレース尼崎ならではのレース」を開催し、ボートレース尼崎のレースを楽しみにしてくれるファンを増やしていきます。</p>
②ボートレースプラスアルファの楽しさを提供する	<p>ボートレース尼崎が将来に渡って多くの方たちに愛される場所であり続けるには、これまでボートレース尼崎になじみが無かった新たなターゲット層へのアプローチも必要です。ボートレースプラスアルファの魅力の創出を通じて、地域に開かれ親しまれる施設を目指します。</p>
③「おもてなし」の意識を徹底する	<p>お客様が心地よく、安心して過ごすことができるからこそ、ボートレース尼崎の魅力や楽しさを実感してもらうことができます。そういう「おもてなし」の基本姿勢を職員一人ひとりが意識し、行動していきます。</p>
④地域との共存共栄を図る	<p>地域の方のご理解・ご協力を得ることだけに満足せず、ボートレース尼崎も地域の一員であるという自覚を持ち、これからも多くの方に価値を認めてもらえる施設であり続けていきます。</p>
⑤社会的信用を高める	<p>ボートレース事業をこれからも続けるためには、社会的信用が不可欠です。不正防止対策等の公正なレースを実施するための取組みに加え、ギャンブル依存症対策、災害発生時における危機管理体制の強化、カーボンニュートラル実現に向けた対応など、コンプライアンスの取組みを引き続き進めていきます。</p>
⑥情報活用、情報発信を強化する	<p>事業や施策の効果をより高めていくため、データ分析に基づくレース運営等の取組みや、顧客データ等の活用、SNS等の効果的な情報発信手段の活用などにより情報活動を強化していきます。</p>

第3章 経営戦略

1 施策展開

第1次計画を振り返って見えてきた今後の課題やアンケート調査の結果も踏まえ、今計画における施策展開を次のように体系化します。

<図表 34>



レース運営やサービスの提供、施設整備など、すべての業務をお客様目線で取り組むことが売上向上や新たな来場者層の獲得にも結び付くとの理解のもと、「『おもてなし』の追求」はポートレースニ崎にとって特に重要な項目であると位置づけ、また、その実現に向けた思いを表すため「他場に負けないおもてなし」をキーワードとして設定します。

これは、職員一人ひとりがより高いレベルの「おもてなし」を追求することで意識改革を促し、それが大小様々な業務改善・改革を生み、ポートレースニ崎全体のレベルアップへとつながっていくことを意図した、「職員共通のキーワード」として設定するものです。

<図表 35>

重点項目Ⅰ 電話投票を中心とした売上向上	
目 標	電話投票売上のさらなる向上を中心に、新たなファンの獲得やコアファン向けの施策展開等により <u>売上の向上</u> を目指します。
重点項目Ⅱ ファミリー層も楽しめる本場利用促進	
目 標	レース以外に親子で楽しめる場所や地域の方が活用できる場所としての位置づけを強化し、 <u>来場者の増加</u> を目指します。
重点項目Ⅲ 「おもてなし」の追求	
目 標	ポートレースニ崎が考える「おもてなし」を追求し、 <u>お客様に満足して頂ける施設</u> を目指します。
重点項目Ⅳ 体制強化	
目 標	重点項目Ⅰ～Ⅲを実現するための体制強化に取り組みます。

2 経営目標

今計画の成果指標は次のとおりとします。（計画期間中の売上、一般会計繰出金の見通し、利益処分方法は「第4章 経営の見通し」を参照）

- ・ **計画期間中の売上 総額 2,600 億円以上**
（収支見通し約 2,500 億円の売上にグレードレース 1 回相当の売上を追加）
- ・ **計画期間中の一般会計繰出金 総額 150 億円以上**
（売上と一般会計繰出金の実績をもとに、2,600 億円の売上から一般会計繰出金を想定）

3 活動指標

<図表 36>

売上の向上		
電話投票売上額/日(一般戦)	基準値：2.5 億円(R4実績)	目標値：2.5 億円以上(毎年実績)
YouTube チャンネル登録者数	基準値：26,151 人(R4実績)	目標値：67,000 人(R10実績)
アマチャン会員数	基準値：54,213 人((R4実績)	目標値：117,000 人(R10実績)
本場来場者の増加		
年間来場者数(非開催日含む)	基準値：317,290 人(R4実績)	目標値：340,000 人以上(毎年実績)
小学生以下の年間来場者数(非開催日含む)	基準値：21,071 人(R4実績)	目標値：45,000 人以上(毎年実績)
地域行事等での年間利用回数	基準値：3 回(R4実績)	目標値：10 回以上(R10実績)
お客様に満足して頂ける施設		
来場者の満足度(ファミリー層)	基準値：73.4%(R5実績)	目標値：80%(R10実績)
来場者の改善要望への対応度	基準値：—	目標値：100%(毎年実績)

4 取組内容

重点項目Ⅰ 電話投票を中心とした売上向上

施策 魅力あるレースの提供

取組① グレードレース誘致や企画レースの実施

大きな売上が期待できる SG 競走等グレードレースの誘致や、ボートレース尼崎ならではの企画レースの更なる充実とともに認知度の向上を図ります。

取組② YouTube ライブ予想配信事業の実施

ボートレースファンに人気の出演者の起用や、番組内容の工夫などにより、出演者とファンだけでなくファン同士も盛り上がる YouTube ライブ予想配信を実施します。

取組③ 電話投票を意識したレース番組編成

電話投票利用者を意識したレース番組編成やレース時間の設定等を工夫します。

取組④ 日本モーターボート選手会兵庫支部選手等を活用したボートレースの魅力 PR
ボートレーサーとの交流イベントや観光関係者との連携等を通じて、積極的にボートレースの魅力を発信します。

取組⑤ 競技環境の改善

老朽化が進む競技エリアの改修等に取り組み、安全・安定的にレースを運営し、選手がレースに専念できる環境を整えます。

施策 アマチャン会員の増加

取組① アマチャン会員向けキャンペーンの実施

キャッシュバックキャンペーンやボートレース尼崎独自の企画レース「まくってちょうだい！！」と連動したキャンペーンなど、アマチャン会員にとって魅力あるキャンペーンに向け内容の更なる充実を図ります。

取組② ダイレクトメール等の活用による入会促進

テレボート会員向けのダイレクトメール活用や WEB 広告の活用などにより、アマチャン会員の入会促進を図ります。

重点項目Ⅱ ファミリー層も楽しめる本場利用促進

施策 場内コンテンツの充実

取組① モーヴィあまがさきの運営

モーヴィあまがさきの運営を通じて、子どもたちが楽しく安心して遊べ、地域のご家族の交流も自然と生まれる「地域に開かれた施設」を目指します。

取組② 集客イベントの充実

ファミリー層を主なターゲットに、時季に応じた集客イベントをレース開催日以外でも実施し、「ファミリー層来場の定着化」、「地域に開かれた施設」を目指します。

取組③ ファミリー向けの新たなコンテンツ導入

遊具の拡充や、子どもたちがのんびりと自由に過ごすことができるレストスペースの創出、子どもたちをターゲットにしたフードメニューの充実など、ファミリー向けコンテンツの強化を図ります。

施策 地域への貢献

取組① 地域活動の場としての活用促進

地域のお祭りやその他交流行事などの会場としての利用や、地域の方が気軽に利用できる会議室等の提供、地域の方にも楽しんでもらえる場内イベントの実施に取り組みます。

取組② 周辺地域との連携促進

施設の改善などレースの円滑な運営についてご理解・ご協力を頂くために、地元自治会との意見交換を定期的に行い信頼関係の構築を図ります。

重点項目Ⅲ 「おもてなし」の追求

施策 「おもてなし」意識の醸成

取組① 接客マニュアルの策定

接客の基本である、身だしなみや態度、動作、言葉づかいなどについてルール化し、職員全員が接客の基本について共通の認識を持つようにします。

取組② 「おもてなし」スキルの向上

集客施設に求められる実践的な接客や、お客様にとって快適な環境やサービスを提供するために必要な視点を学ぶための研修を通じて、「おもてなし」意識の徹底を図ります。

施策 「おもてなし」の実践

取組① お客様目線に立ったサービスの提供

お客様が満足して頂けるサービス、また来場したいと思ってもらえるサービスの提供を心掛けます。

また、場内外のお客様の目に付きにくい箇所にも気を配り、清潔で居心地の良い環境の維持に努めます。

取組② お客様目線に立ったハード整備

経済的な観点だけでなく、お客様にとって何が最適かという観点に立って施設・設備の機能維持や利便性の向上を図ります。

重点項目Ⅳ 体制強化

施策 ICT利活用の推進

取組① エビデンスを活用した業務遂行

職員の経験や勘、トレンドに頼って意思決定や業務を行うのではなく、合理的根拠（エビデンス）を活用した事業企画・判断により、各取組みの有効性を高めていくため、データ活用スキルの向上やデータ収集・分析ツールの機能向上等に取り組めます。

取組② 将来像の検討

ポートレース事業におけるDXの推進やAI活用について検討していきます。

施策 組織改革と職員配置**取組① 最適な組織編成**

機動的かつ効率的に業務を実施するために、常設部署の活用や編成を検討するだけでなく、臨機にプロジェクトチームを編成・活用するなど、状況に応じた最適な組織編成を検討し、実施します。

取組② 職員のレベルアップ

ボートレース業界では「ONE BOATRACE」をキーワードに、中央団体や施行者などの垣根を越え、「公営競技No.1」の実現に向けた取組みを進めています。中央団体との連携強化を図るため、ボートレース業界に精通した職員の育成や配置に努めます。

第4章 経営の見通し

1 収益的収支

収益的収入の主なものは舟券の売上ですが、その主力である電話投票売上については直近の売上の伸びが鈍化傾向にあることから、今後は下落に転じる（対前年度比マイナス 2%）と想定しています。本場・委託売上もこれまでの下落傾向（対前年度比マイナス 4%）が継続すると想定しています。

グレードレースについては、過去の実績から開催が見込まれるレース（GI 尼崎センブルカップ、GIII オールレディース、GIII 企業杯）のみを計上し、令和 6 年度はそれらのレースに加え、開催が決定している SG グランドチャンピオン、G1 ダイヤモンドカップも計上しています。

なお、収益的支出の主なものは主催レースで的中した舟券に対する払戻金であり、法定の率に基づき算出するものです（払戻金＝売上×約 75%）。

<図表 37 収益的収支の見通し>

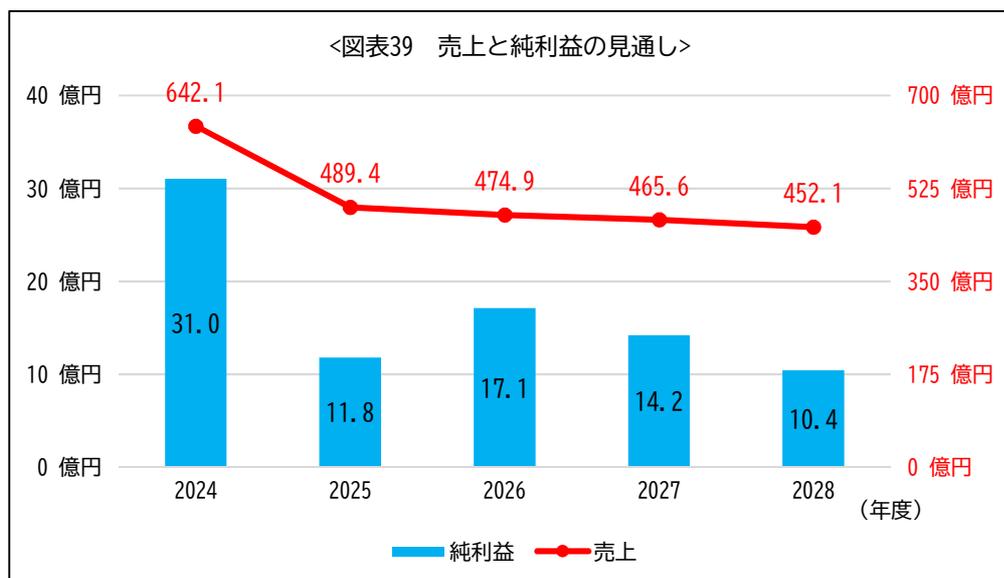
(億円)

年 度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	合 計
収益的収入	714.5	551.8	535.0	523.7	508.2	2,833.2
収益的支出	683.5	540.0	517.9	509.5	497.8	2,748.7
純 利 益	31.0	11.8	17.1	14.2	10.4	84.5

<図表 38 売上の内訳>

(億円)

年 度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	合 計
本 場	36.7	29.7	28.5	27.3	26.2	148.4
電話投票	481.1	367.0	359.7	352.5	345.4	1,905.7
委 託	124.3	92.7	86.7	85.8	80.5	470.0
合 計	642.1	489.4	474.9	465.6	452.1	2,524.1



2 資本的収支

第1次計画期間中の施設整備に伴う減価償却費の計上により、内部留保資金も増加傾向となっています。この内部留保資金の活用を前提として、計画期間中における、当年度純利益から建設改良積立金へ積み立てる金額は、年間7億円とします。

なお、当年度純利益が7億円を下回る場合については、その全額を建設改良積立金に積み立て、当年度純利益を確保できない場合は建設改良積立金への積み立ては行いません。

<図表40 資本的収支の見通し>

(億円)

年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	合計
資本的収入	0.1	0	0	0	0	0.1
資本的支出	33.7	33.6	9.5	12.4	28.2	117.4
差引	△33.6	△33.6	△9.5	△12.4	△28.2	△117.3

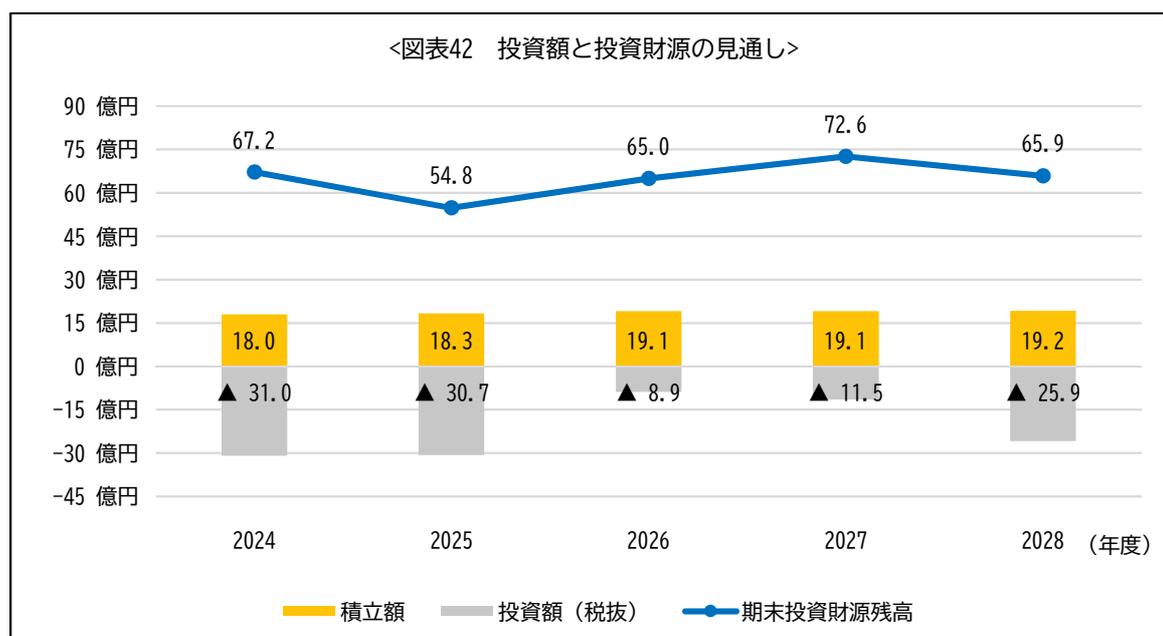
(資本的支出の額は、<図表41 投資財源の推移>の「投資額」の税込額です。)

<図表41 投資財源の推移>

(億円)

年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	合計
期首残高	80.2	67.2	54.8	65.0	72.6	—
内部留保資金	8.0	8.3	9.1	9.1	9.2	43.7
建設改良積立金	7.0	7.0	7.0	7.0	7.0	35.0
投資有価証券	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0
投資財源	98.2	85.5	73.9	84.1	91.8	—
投資額(税抜)	31.0	30.7	8.9	11.5	25.9	108.0
期末投資財源残高	67.2	54.8	65.0	72.6	65.9	—

<図表42 投資額と投資財源の見通し>



<図表 43 投資額の主な内容>

(億円)

事業名	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	合計
競技エリア改修						36.9
投票機器更新						7.0
映像機器更新(本場・サンプル)						7.3
(仮)特別観覧席整備(7階)						6.2
ファミリー向けコンテンツ充実						0.4
大型映像装置更新(水面)						10.3
投資有価証券購入						15.0

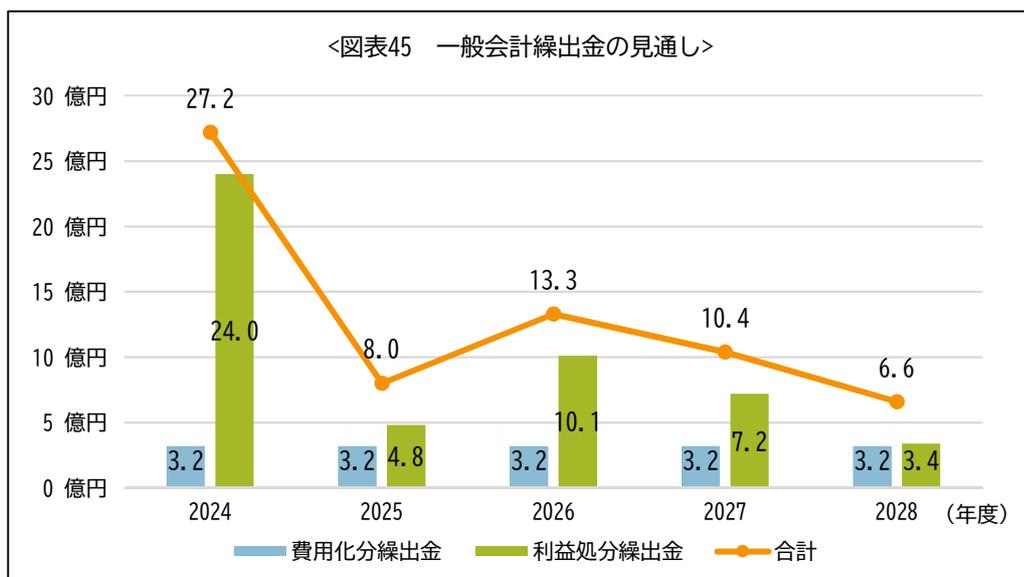
3 一般会計繰出金

- ① モーターボート競走事業会計の当初予算に計上する一般会計繰出金は、毎年度 3.2 億円とします。(費用化分繰出金)
- ② 当年度純利益を確保した場合は、当該純利益から建設改良積立金 7 億円を減じた後の全額を一般会計繰出金とします。(利益処分繰出金)

<図表 44 一般会計繰出金の見通し>

(億円)

年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	合計
費用化分繰出金	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2	16.0
A 純利益	31.0	11.8	17.1	14.2	10.4	84.5
B 建設改良積立金	7.0	7.0	7.0	7.0	7.0	35.0
利益処分繰出金(A-B)	24.0	4.8	10.1	7.2	3.4	49.5
一般会計繰出金合計	27.2	8.0	13.3	10.4	6.6	65.5



(令和6年度は過去の実績から開催が見込まれるグレードレースに加え、開催が決定しているSG グランドチャンピオン、G1 ダイヤモンドカップも計上していることから、繰出額が他年度よりも高くなっています。)

以上

第2次尼崎市ボートレース事業経営計画
～さらなるまちの魅力づくりへの貢献に向けて～
(計画期間：令和6～10年度)

策定年月：令和6年3月

策 定：尼崎市公営企業局 ボートレース事業部

〒660-0082 尼崎市水明町199番地の1

TEL (06) 6419-3181

FAX (06) 6419-0028