



令和2年度

事業報告書

一般社団法人 北海道軽種馬振興公社

議案第1号 令和2年度事業報告

令和2年度事業報告（令和2年4月1日から令和3年3月31日）

当社は、ホッカイドウ競馬を継続かつ安定的に運営し平成28年3月に北海道が策定した第2期「北海道競馬推進プラン」を着実に推進するため、「北海道競馬の実施に関する業務」の委託を受け、馬産地の豊富な馬資源と屋内調教用坂路など競馬場施設の効率的利用を基本とし競馬事業の運営にあたった。

1. 公社運営に関する会議等

(1) 総会

ア 第44回通常総会

令和2年7月27日

- ・令和元年度事業報告
- ・貸借対照表、正味財産増減計算書及び公益目的支出計画実施報告書について
- ・役員を選任について

(2) 理事会

ア 令和2年度第1回理事会

令和2年6月26日

- ・令和元年度事業報告
- ・貸借対照表、正味財産増減計算書及び公益目的支出計画実施報告書について
- ・役員を選任について
- ・第44回通常総会の開催について

イ 令和2年度第2回理事会

令和2年7月27日

- ・副理事長の選任について

ウ 令和2年度第3回理事会

書面決議による開催

- ・専務理事の選定について

エ 令和2年度第4回理事会

令和2年10月7日

- ・専務理事の選定について
- ・令和2年度ホッカイドウ競馬の発売状況について
- ・JBC2歳優駿競走について

- ・第3期「北海道競馬推進プラン」について

オ 令和2年度第5回理事会

令和3年1月26日

- ・一般社団法人北海道軽種馬振興公社嘱託専門員就業規則の一部改正について
- ・令和2年度ホッカイドウ競馬開催結果について
- ・令和3年度ホッカイドウ競馬開催日程（案）について
- ・第3期北海道競馬推進プランについて

カ 令和2年度第6回理事会

令和3年3月22日

- ・事業運営の基本方針
- ・令和3年度事業計画案及び収支予算案

(3) 監査

監事監査

令和2年6月18日

- ・令和元年度事業報告並びに収支決算に係る監査

2. 北海道競馬実施事業

(1) 競馬事業費について

公社が道から委託及び補助を受け実施した業務の事業費は38億95百万円。

内訳	・競馬事業費	27億77百万円（予算額28億9百万円）
	・管理事業費	11億18百万円（予算額11億18百万円）

(2) 開催日程について

令和2年度の開催は、新型コロナウイルス感染症対策として、本場は開幕から10月29日までの79日間を無観客で開催、場外発売所においては6月11日までの20日間休止しました。また濃霧により3競走を中止しましたが、当初の計画どおり82日間の開催となりました。

一方で、インターネット投票が大幅に増加したことにより、発売成績は昨年度の320億円を大きく上回る520億4,480万円（計画対比155.6% 前年対比157.3%）となり、発売額は過去最高の結果となりました。

また、1競走の発売金額の記録は、6月4日の北海道スプリントカップ競走を

皮切りに、8月13日のブリーダーズゴールドカップ競走、11月3日のJBC 2歳優駿競走と3度に渡り更新し、これまでの4億8,223万7,500円を大きく上回る9億7,489万8,000円となりました。

1日の発売金額の記録も、これまでの17億412万8,140円を4度更新し11月3日の17億3,609万7,980円、さらに1開催の発売金額の記録もそれまでの2020（令和2）年度 第6回 開催の46億1,645万8,000円を上回り、第15回開催において48億5,457万7,880円となるなど、これまでのレコードを更新する記録づくしの年となりました。

(3) 報償費について

今年度は重賞競走において、JBC 2歳優駿の実施や3歳の北海優駿及び3歳以上の道営スプリントといった各世代の最高峰の競走を充実させるため、本賞金や賞金配分方式を見直しました。

また、重賞競走以外の、2歳認定競走、3歳未勝利、3歳以上の上級特別及び下級平場の競走の本賞金を増額したほか、春期における馬資源と競走数の確保を図るため、輸送費補助や早期出走奨励金の継続・拡大に加え、（一社）北海道馬主会様協力のもと馬購入費に対する補助事業を新設いたしました。

・報償費(道の根幹事務費)

報償費総額	25億10百万円
（うちJRA協力金	2億92百万円）
（うちJBC協会寄付金	20百万円）

(4) 発売拡大の取り組み

今年度の主要イベントは、本場は新型コロナウイルス感染症対策による無観客が続いたため、そのほとんどが実施することができず、在宅勤務をはじめとする行動規制のなかで生まれた、新たな生活様式でのファン層の獲得と定着をテーマにインターネットを中心としたサービスの充実、プレゼント企画に切り替え実施しました。

また、場外発売所においては入場制限等を実施したことから、集客を目的としたイベント等が実施できず、新北海道スタイルを周知徹底しての発売となりました。

ア 集客イベント

本場での集客イベントについては、全て取り止めとなりました。

- ・開幕サンクスデー
- ・春のケイバまつり
- ・夏のケイバまつり
- ・秋のグルメまつり
- ・ファン感謝DAY

イ 他主催者との連携強化による相互発売

南関東とホッカイドウ競馬の相互発売については、場外発売の収益維持の重要な役割を果たしており、今後も更なる連携強化に努めてまいります。

ウ 電話・インターネット投票

昨年からは好調に発売を伸ばしているインターネット投票の更なる発売拡大を図るため、無料専門紙情報をこれまでのメインレースに加え全5競走をホームページに掲載し、ネット投票による発売拡大に努めました。

JRAネット投票（IPAT）の発売については69日間（令和元年度実績63日間）実施しました。

エ 全国発売競走

全国重賞シリーズであるグランダム・ジャパン、ダービーシリーズ、スーパースプリント競走、3歳秋のチャンピオンシップ、未来優駿などのシリーズ競走に参画したほか、ヤングジョッキーズシリーズトライアルラウンド門別を実施、全国発売による発売拡大を図りました。

オ JRA発売

ホッカイドウ競馬の場外発売所におけるJRA発売は、場外発売の閉鎖の影響を受け当初計画の109日間に対し69日間（札幌駅前及び札幌中央は51日間、門別は34日間、函館港町は65日間）に留まりました。

また発売競走数を段階的に増やし10月10日から全レースを発売となりましたが、映像提供を控えるなどの措置が現在も続いております。

この状況下、A i b a札幌中央、A i b a札幌駅前において、メインレースのみの発売を9競走以降も発売するなどの収益の回復に努めました。

(5) 競馬番組について

競馬番組は、競馬事業の根幹部分であることから、ファンに魅力ある競走を提供していくことが重要です。

ホッカイドウ競馬では、日本中央競馬会や地方競馬全国協会並びにジャパンブリーダーズカップ協会、日本軽種馬協会など各方面からのご支援やご協力の

もと、各世代においてバリエーション豊かな競走距離を編成することにより競馬番組の充実を図りました。

ア JRA認定競走

JRA協力金のもと、全国最多の113競走を実施しました。

- ・重賞競走等 9競走
- ・ウィナーズ 14競走
- ・フレッシュ 55競走
- ・アタック 35競走

イ JBC協会協賛 スタリオンシリーズ競走

ホッカイドウ競馬の特色ある競走として定着し、全国から注目されているスタリオンシリーズ競走を、JBC協会のご支援のもと全55競走実施しました。

- ・重賞競走 25競走
- ・特別競走（3歳以上） 13競走
- ・スタリオンプレミアムシリーズ競走 17競走

ウ JBC協会協賛「きゅう舎スタッフ特別賞」

きゅう舎関係者の技術向上と意欲の向上を図るため、JBC協会のご支援のもと重賞競走及び3歳条件競走で優勝したきゅう舎に特別賞を交付するJBC協会「きゅう舎スタッフ特別賞」を贈呈しました。

- ・対象競走
 - 2歳重賞競走 9競走
 - 3歳重賞競走 3競走
 - 3歳条件競走 24競走
- ・交付金
 - 重賞競走 10万円
 - 3歳条件競走 5万円

エ 公益社団法人日本軽種馬協会による副賞贈呈事業

牝馬の所有意欲の継続と牝馬限定競走の維持拡大による軽種馬生産経営安定化に資する観点から、日本軽種馬協会の支援のもと実施する「牝馬限定競走勝馬馬主への副賞贈呈事業」について全52競走を対象に実施しました。

（総額1,220万円）

オ 2歳優良馬導入促進事業の実施

良質な2歳馬の地方競馬への早期入厩促進を図ることを目的に、地方競馬全国

協会が実施する事業を活用し、2歳限定競走（JRA認定競走を除く）において付加賞金を1着馬から3着馬までの馬主に贈呈しました。

- ・付加賞金（進上金、番組賞金加算対象外）
1着50万円，2着10万円，3着7.5万円（1R 67.5万円）
- ・実施競走数 55競走

カ 地方競馬全国協会シリーズ競走への参加

・スーパースプリント

短距離競走をシリーズ化して実施する「スーパースプリントシリーズ」に参加。

・対象競走「グランシャリオ門別スプリント(ミッキーアイル賞)」1着本賞金500万円

実施日 7月2日（木）距離1,000m
発売額 386,016千円

・グランダム・ジャパン

牝馬重賞競走をシリーズ化して実施する「全国牝馬重賞シリーズグランダム・ジャパン」に参加。

・対象競走「ノースクイーンカップ(シニスターミスター賞)」1着本賞金500万円

実施日 7月16日（木）距離1,800m
発売額 197,402千円

・対象競走「フリーダースゴールドカップ」1着本賞金3,100万円

実施日 8月13日（木）距離2,000m
発売額 728,364千円

・対象競走「エーデルワイス賞」1着本賞金2,000万円

実施日 10月15日（木）距離1,200m
発売額 451,493千円

・ダービーシリーズ

ジャパンダートダービーに向けた地方競馬の3歳重賞体系整備を目的とし、全国8か所で実施される「ダービーシリーズ」に参加。

・対象競走「北海優駿 H1(イソホニータ賞)」1着本賞金1,00万円

実施日 6月18日（木）距離2,000m
発売額 204,296千円

・3歳秋のチャンピオンシップ

ダービーグランプリに向けた地方競馬の秋の3歳重賞体系整備を目的とし、全国10か所で実施される「3歳秋のチャンピオンシップ」に参加。

・対象競走「王冠賞 H2(サトクラウン賞)」1着賞金500万円

実施日 7月23日（木）距離1,800m
発売額 409,599千円

・未来優駿

兵庫ジュニアグランプリや全日本2歳優駿に向けた2歳重賞体系整備を目的に設定され、全国7か所で実施される「未来優駿」に参加。

・対象競走「サンライズカップ H1(マフィ賞)」1着賞金500万円

実施日 10月1日(木) 距離1,800m

発売額 205,506千円

・ヤングジョッキーズシリーズ

若手騎手の騎乗数の確保と騎乗技術の向上を図るため、JRAと地方の見習騎手が参加する騎手交流競走を「2020 ヤングジョッキーズ トライアルラウンド門別」として実施しました。

実施日 8月20日(水) 2競走

(6) ファンサービスについて

本年度は、史上初となるJBC競走の共同開催を大井競馬場との間で実施するにあたり、様々な企画準備を進めできましたがコロナの影響により、各イベント、ファンサービスについては、その時々で可能な範囲での実施を余儀なくされました。

そのなかでも、在宅投票の道内外のファンに向けて、オフィシャルホームページでの情報提供の充実を図ったほか、連携企業をはじめ北海道を拠点とする企業とタイアップしたプレゼント企画を様々なメディアを通じ実施しました。

また、これまでのタイアッププロスポーツクラブのほか、新たなスポーツクラブの協力を得て、双方のファンへの認知向上を図る足がかりとして、合同プレゼント企画を実施しました。

そのほか、無観客開催により、来場できなかった馬主、生産者に対し競走映像を編集しDVDで無料提供するなど、状況に合わせたファンサービスに努めました。

実施計画にありました、以下の企画等につきましても、取り止めや形式を変えての実施となりました。

ア ポイントカードUmacaの充実

来場が制限されるなか、状況的にそぐわないとの判断で実施を見送りました。

イ キャッシュレス投票システムの導入

JBC開催に向け整備された施設に増設を図り、混雑が予想された最終週の門別競馬場において稼働し、投票券購入時の密の分散措置を図りました。

ウ 地域吹奏楽部によるファンファーレ演奏

JBC競走の開催にあたっては、大井競馬場と連携した試みとして、JBC2歳優駿、特別競走で東京トゥインクルファンファーレによる生演奏を実施しました。

また、コロナ禍において演奏の場が無くなった地元富川高校吹奏楽部を招きJBC当日に加え最終日もファンファーレ演奏を実施しました。

これに併せ、生産者の祭典ならびに馬産地を全国へアピールする機会として、セリで注目された静内農業高校をプレゼンターとして登用したほか、ひだかうまキッズ探検隊を招待し、日高産の生花で場内を彩るなど全国へのアピールに努めました。

なお、今年度も実施を予定していた、開幕日オープニング、ブリーダーズゴールドカップなどは取り止めとし、以下のイベント等について形式を変更し実施しました。

エ イベント広場の活用

北海道の四季に合わせた春・夏・秋のイベントにつきましても実施を見送ることとなり、併せて実施してきた、地元食材や観光PR「特産市」など場も提供出来ませんでした。

また、道内スポーツ紙と連携し、スポーツ著名人を招へいしての、管内の児童達を集めたスポーツ教室なども、紙面を活用したプレゼント企画等に切り替え実施しました。

オ 道外新聞への馬柱掲載の充実

発売額が好調に推移したインターネット及び電話投票の更なる発売拡大を図るため、これまで同様広いエリアでの認知を高めるため、関東・東海・関西エリアのスポーツ新聞に馬柱掲載を行いました。

(サンケイスポーツ、日刊スポーツ、スポーツニッポン、スポーツ報知、

東京スポーツ、中京スポーツ、大阪スポーツ、九州スポーツ 8紙2レース掲載)

また、週刊競馬ブックでの重賞競走馬柱掲載も実施しました。

カ SPAT4及び楽天競馬との連携

これまで実施の南関東電話投票(SPAT4)及び楽天競馬との連携により、会員へのメール配信・ホッカイドウ競馬情報の郵送・動画配信や日高の特産物やオリジナルグッズなどが当たるファンプレゼントの継続実施ほか、ネット上にあふれる各主催者と競合する企画と差別化を図るため、道内の企業の協力を得て北海道ブランドを前面に打ち出した企画をJBC開催に絡め実施し発売拡大を図りました。

キ 無料送迎バスの集客拡大

札幌圏からの来場促進を目的に開催日に運行していた、札幌駅北口から門別競馬場までの無料送迎バスについては、最終開催のJBCに至るまで全ての期

間運行を見合わせた。

それに伴い例年実施してきた、空き時間を活用した、門別温泉「とねっこの湯」無料シャトルバスを運行についても実施できませんでした。

(7) 北海道著名企業とのコラボレーション

例年実施し、好評を得ていました、北海道を代表する企業とのコラボレーション企画、「MADE IN HOKKAIDO KEIBA」についても以下の予定で進めて参りましたが全て取り止め、一部をプレゼント企画として実施しました。

- ・サッポロビール、ポッカサッポロ
春のケイバまつりでの協賛競走実施やプレゼント抽選会
- ・AIRDOサンクスデー
機内販売スープの試飲会やオリジナルグッズ抽選会
- ・レバンガ北海道ティップオフナイター
現役選手とのファン交流会や予想トークステージ
- ・ソメスサドル
フルールカップ競走の冠協賛や抽選会への賞品提供など
- ・北海道コンサドーレ札幌DAY
協賛競走の実施やジュニアサッカー教室など
- ・ホクレンDAY
協賛競走の実施や北海道農業クイズのイベントなど

このような状況でありましたが、北海道の著名企業である雪印メグミルク（株）様の賛同を得て、グランシャリオ門別スプリント競走へ加わり新たな冠競走として実施しました。

(8) 門別競馬場を活用した馬産地の活性化（公益目的実施事業）

公益目的実施事業として、軽種馬生産の振興と馬産地の活性化に資するための各種イベントについても実施できませんでした。