

金沢競馬場の活性化に関する研究

1360003 岩本 聖矢 (生物資源経済学研究室)

1. はじめに

金沢競馬場は石川県金沢市に所在する地方競馬場である。現在の金沢市入江・新神田周辺にあった旧金沢競馬場から 1973 年に現在の場所に移転し、2007 年には KANAZAWA Horse Park という愛称がつけられた。主催は石川県と金沢市で本場開催は毎週火曜日、日曜日の週 2 回行われているが、毎年、気候の問題により 1 月から 3 月中旬まではレースが開催されていない。また、場内には 13 の飲食店が集まった食堂街や芝生の公園があり、本場開催中の日曜祝日は子供がポニー乗馬の体験をできるなど、レース以外にも楽しめるレジャースポットが多い。金沢競馬場の収益は JRA や他の地方競馬場と同様、2011 年からプラス傾向にある¹。しかし、入場者数は 2000 年代と比べると減少しており、収益に占める自場分の売り上げの割合も年々減少していることから、競馬場に直接足を運び、レースを観戦する人は年々少なくなっている。

本研究は、競馬の新しい顧客の開拓により、金沢競馬場の入場者数や収益を増やすためには、どういった活動が必要かを探求することを目的としている。特に、現在の競馬の主な顧客層は 30 代から 50 代男性であり、20 代の若い層を増やすことが課題となっているため、20 代の顧客を増やすにはどういった対策が必要かを調査する。そこで、本研究では、石川県立大学の学生を対象に金沢競馬場に関するアンケートを実施した。そして、競馬に対する学生の意識を調査し、今後 20 代の若い顧客層を獲得していくための方法について検証した。

本研究では、第一に競馬に対する若者のイメージを把握する。第二に、どのような取り組みがあったら競馬場に足を運びたくなるかを調査する。最後に、競馬の収益金の使い道について認知しているかを調査する。以上より、金沢競馬場の活性化のための方法を検証する。

2. 調査方法

若者の競馬場に対する意識を把握するための方法として、本研究ではアンケート調査を実施した。調査は、若者の意識を把握することが目的であるため、2016 年 10 月から 11 月にかけて石川県立大学の学生を対象に行った。

アンケートの回答総数は 110 通であった。第一の競馬場に対するイメージの把握には、悪いから良いまでのイメージに対する五段階評価、金沢競馬場の認知度、金沢競馬場の訪問経験に関する質問項目を用いた。第二の競馬場に求められている項目の調査には、食堂のメニュー、子供向けのサービス、公園や芝生の増設、馬と触れあう機会、ジョッキーイ

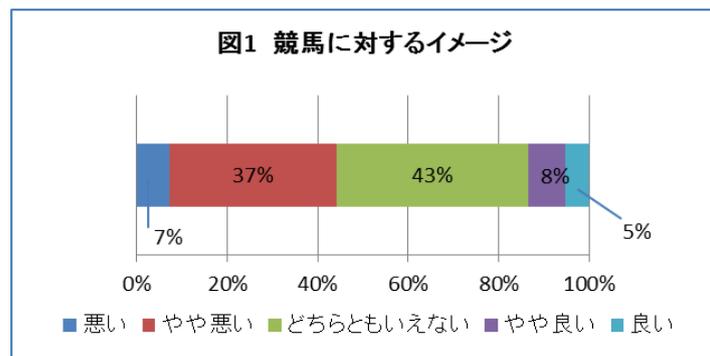
¹ 石川県 競馬事業局 競馬総務課「収支決算および開催成績概況」
<http://www.pref.ishikawa.lg.jp/keibasoumu/> (2017 年 2 月 5 日最終アクセス)

イベント、ビギナー向けセミナーといった項目について五段階で評価してもらう質問項目を用意した。第三の競馬の収益金の使い道についての認知度の調査では、収益金が競馬場の運営だけでなく、社会福祉や公共事業などにも使われていることを知っているかを聞いた。

3. 調査結果

第一の競馬場に対するイメージについての調査結果は、図1の通りである。どちらとも

いえないが全回答者の43%と最も多く、次にやや悪いが37%であった。やや良い、良いと答えた人の割合は全体の1割ほどしかおらず、あまりいいイメージは持たれていないことが分かった。悪い、やや悪いと答えた人にその理由を聞いたところ、ギャンブル性が高い、賭け事が嫌いだからと答えた人の割合が9割を超えていた。したがって、



競馬はギャンブル性が高いというイメージが定着してしまっていると考えられる。また、金沢競馬場に関する認知度の調査では全体の7割弱が存在は認知していることがわかった。しかし、実際に金沢競馬場に行ったことがある回答者は全体の2割にも満たなかった。この結果から、金沢競馬場を知っていても競馬場への訪問にはつながらないことがうかがえる。

第二の競馬場に求められている項目に関する調査結果では、食堂のメニューの充実、子供やファミリー向けのサービス、公園や芝生の増設、本物の馬と触れ合う機会などに対して肯定的な意見が見られた。一方、ジョッキーマイベント、ビギナー向けセミナーの項目では、足を運びたいと思わない、あまり足を運びたいと思わないといった否定的な意見が多く見られた。したがって、ギャンブルに関わらない項目の充実や家族でも行けるような雰囲気作りが今後必要だと考えられる。

第三の競馬の収益金に関する調査結果では、収益金が社会福祉や公共事業に使われていることについては肯定的な意見の割合が多く、こういった収益金の使われ方は高く評価されていることが明らかとなった。

4. 結論

以上の結果から、金沢競馬場を知っていても行かない人が多いのは競馬に対するイメージがギャンブルとつながっていることが関係しており、新規顧客の獲得のためには、競馬からギャンブルという要素を切り離す対策が求められていると言える。したがって、食堂のメニューの充実、乗馬体験による馬と触れあう機会を増やすなど、競馬をしたことがない人でも楽しめるようなサービスや施設を今後展開していくことが金沢競馬場の活性化には必要であると言える。