

令和 7 年 2 月 5 日

千葉市長 神谷 俊一様

株式会社 J P F
代表取締役 渡辺 俊太郎

令和 7 年度 開催事業実施計画書

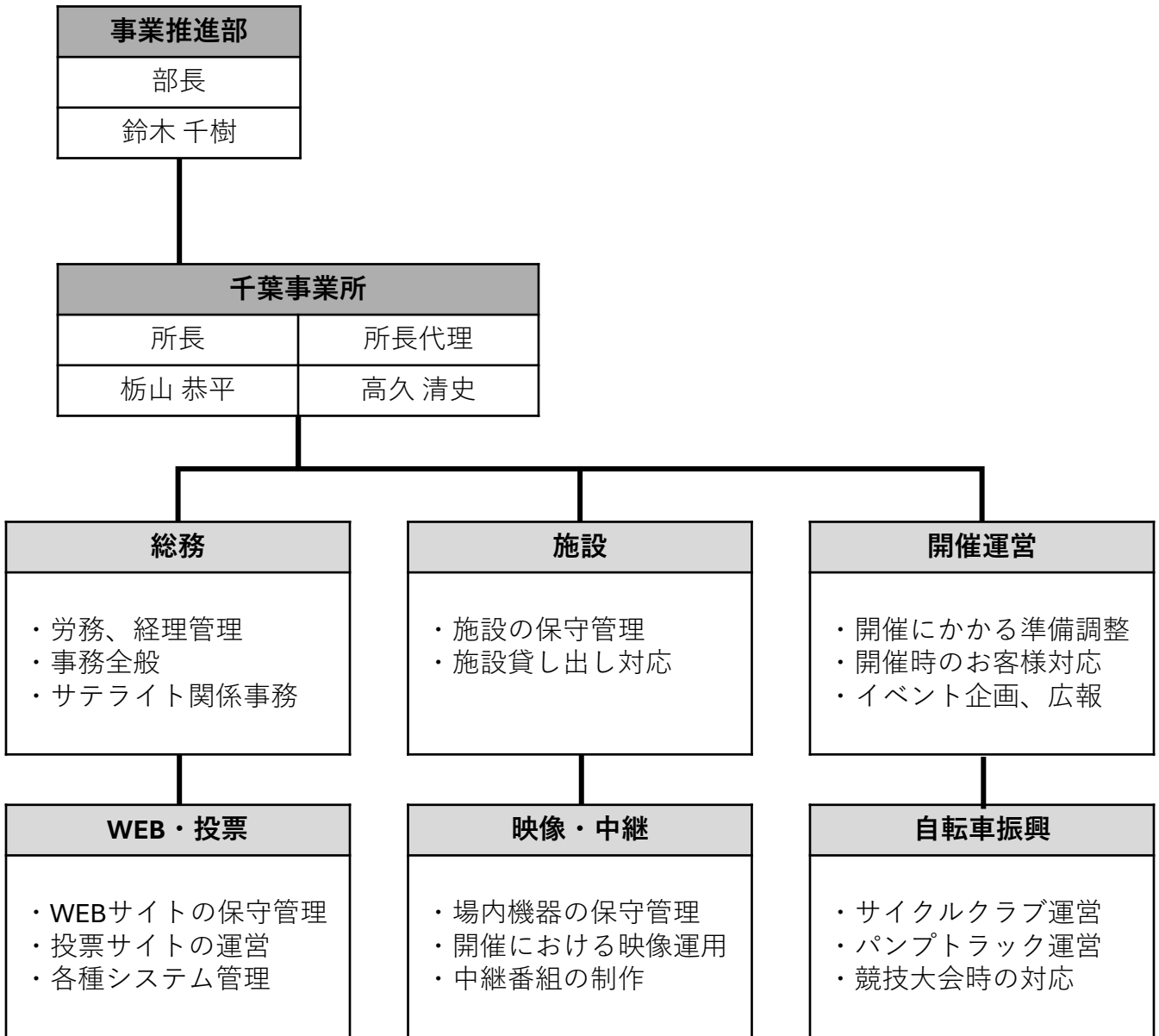


■競輪場の運営について

令和7年度 開催事業実施計画書



■株式会社 J P F 組織図



※包括事業外(JPF社事業)

※令和6年度から体制変更の予定はございません。

【サイクル会館の改修工事に関して】

令和7年度中にサイクル会館(選手宿舎)の大規模改修工事(宿舎機能停止)を予定。

※現時点で2026年1月頃着工想定

工事期間中、サイクル会館の運営・管理業務スタッフについては、ドームでの業務(開催/非開催)に従事し、雇用は維持する。

また、参加選手の宿泊については、市内ホテルと連携し対応予定。

■ 250 競走事業について

令和7年度 開催事業実施計画書



【車券発売】

| | |
|--------|-----------------------|
| 年間売上目標 | 5,534,373,000円 |
| 1日売上目標 | 約55,343,800円 |
| | ※年間100日間開催(50節)想定 |

【動員・開催運営】

- ・ 継続した近隣ファミリー層への訴求
- ・ 入場料、入場方法の見直し
- ・ 様々な観戦方法の提供

【PR・プロモーション】

- ・ 競輪(公営競技)界への周知・認知
- ・ 市内、地域住民の方々への認知度向上
- ・ 新規ターゲットへのアプローチ

【自転車振興】

- ・ 千葉公園と連携した振興施策
- ・ 市内～県内での自転車イベント、活動

■売上目標

前年度と同様の開催日程と想定し、令和7年度は約15億円の売上額増加を目標とする。投票会員の獲得は継続して行い、かつユーザーの参加率を上げていくための施策検討を行う。

【千葉競輪(PIST6) 車券売上額】

| 年度 | 売上 | 開催日数 | 前年比 |
|---------------------------|-----------------------|-----------------|-------------|
| 令和5年度 (2023年度) | 1,226,438,900円 | 86日 | — |
| 令和6年度 (2024年度) | 4,000,000,000円(見込) | 96日(予定) | 326% |
| 令和7年度 (2025年度) | 5,534,373,000円 | 100日(予定) | 138% |

■インフルエンサー等による施策

令和6年度はYouTuber・ヒカル氏と提携したことにより、『PIST6公式投票サービス』の会員数及び売上が大幅に増加。今後もインターネットやSNSなどにおける親和性の高いインフルエンサーやクリエイターらと連携を図り、ライブ配信や動画制作などを通して、継続的な売上拡大を図っていく。



■発売チャネルの拡充

2019年より弊社で運営中の競輪投票WEBサービス『みんなの競輪』において、PIST6を発売するための検討・調整を行う。

また、その他での発売についても継続的に調整・交渉を行う。

■放映チャネルの拡充

現在、YouTubeのみでレースのライブ配信を行っているが、様々なユーザーのニーズに対応すること、PIST6自体の露出を増やしていくことを狙い、YouTube以外の配信サイトや方法での放映の調整を進める。

■入場料について

2026年(令和8年)は千葉開府900年となることから、千葉市様との協議のうえ、千葉市・千葉公園の賑わい創出を目的として、令和7年度も一般席料の無料化を継続予定。(プレミアムシートは有料(500円)にて発売)

また、基本的な入場料(座席料)の見直しについて協議・検討を進めていく。

■入場方法および指定席の見直し検討

一般席の自由席化を検討中。承認が降り次第、実施に向けて各所調整を進めていく。

【目的・要因】

- ・新規ユーザーの来場ハードルを下げる
⇒従前からのPR活動等において、会員登録(≒個人情報を入力)と事前のチケット取得の煩わしさを理由に、来場を避ける方が非常に多かった。
基本的なベースを従来の公営競技場のスタイルに戻し、どなたでも気軽にご入場いただける環境を再構築する。



- ・来場者の観戦方法・スタイルの拡充
⇒来場されたお客様が、様々な場所や用途で観戦できる環境を構築し、レースや選手の様々な見方を知っていただき、ドームや競走の魅力をより感じていただけるようにする。



※プレミアムシート、および一部座席の指定席発売は別途実施する方向で調整。

■デイナイト(前半/後半)間の場内滞在

前項の入場方法の見直しに伴い、各セッションでの座席購入(取得)が不要となった場合、デイ(前半)終了後に退館いただくことなく場内に滞在し、そのままナイト(後半)も観戦いただける環境構築を進める。

※従前よりお客様からご要望・ご意見をいただいていたものである。

■VIPルームのオープン発売

これまで限定的に発売をおこなっていたVIPルーム(ドーム4階)の一般発売を実施。

一般来場者への提供を行うほか、市内の団体や企業などにも発信し、様々な用途で利用、PIST6の認知拡充を図っていく。



■オフラインによるコミュニケーションの強化

【他競輪場でのPR】

前年度、南関東地区の競輪場に協力をいただき、グレード開催でのPRブースを出展。PIST6についての情報をあまり持っていない既存競輪ファンに直接説明し、理解していただく機会を作ることができた。

インターネットで公開している情報だけでは伝わりづらい部分、伝え切れていない部分も多く、次年度もこのような機会を増やし、認知度を高めていく。



【地域イベントへの参加】

千葉公園『芝庭』のリニューアルで、公園およびドーム(自転車競技場)の認知度は飛躍的に向上。しかし、少し圏外になるとその認知度はまだまだ上がっていないため、市の事業・取り組みとして多くの市民の方に知っていただけるよう、次年度も継続的に市内でのイベント・催しでPR活動を行っていきたいと考えている。



■新規ターゲット層への訴求

前年度は『ファミリー層』を中心に来場訴求、イベントの実施を行っていたが、同ターゲットに継続して訴求していくとともに、新たな層への訴求も進めていく。

・若者(20～30代)グループ層

⇒大学生～社会人数年程度。

学校や仕事終わり、休日は仲間と一緒に来場いただける環境構築と訴求。

・中年(40～50代)グループ層

⇒公営競技(車券投票)に親和性。お酒と落ち着いた施設が訴求ポイント。

休日の余暇に来場いただける環境構築。

■学校や公共団体との連携

前年度に実施した『職場体験』『出前授業』『施設見学』を、次年度も継続して実施。また、千葉市、警察などとも連携を強化していき、ドーム(自転車競技・競輪場)がレースをするための場所だけではなく、地域の方々にとって様々な学びの場となる活動・行動も進めていく。

■千葉公園との連携

芝庭、およびパンプトラックをフックとした、千葉公園を活用しての自転車振興施策を実施していく。PIST6への送客もちろんだが、千葉公園全体で『自転車で遊べる場所』のイメージを作り、様々な人が往来する環境を目指す。

【実施案】

- ・パンプトラック 初心者教室
- ・BMXやMTB等のパフォーマンスイベント
- ・交通安全教室、乗り方教室
- ・キッズバイク体験、レース
- ・自転車の展示会、試走会



■市内～県内での自転車普及活動

幕張で実施しているMTB大会を継続して実施予定。また、大会以外にも体験会や普及イベントなどの外部活動機会を増やし、市内～県内でのスポーツ自転車の普及・PRを強化。また、それらの活動を通じ、千葉公園への送客、PIST6のPRにも繋げていく。

