



令和7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 7 年度事業報告

令和 7 年度事業報告（令和 7 年 4 月 1 日から令和 8 年 3 月 3 1 日）

当公社は、ホッカイドウ競馬を継続かつ安定的に運営し、令和 3 年 3 月に北海道が策定した第 3 期「北海道競馬推進プラン」を達成するため、「北海道競馬の実施に関する業務」の委託を受け、馬資源の確保と屋内調教用坂路などの競馬場施設の効率的・効果的な利用を図ることを基本として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49回通常総会

令和7年6月23日

- ・ 令和 6 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
- ・ 役員の選任について

(2) 理事会

ア 令和7年度第1回理事会

令和7年5月30日

- ・ 令和 6 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
- ・ 第 4 9 回通常総会の開催について

イ 令和7年度第2回理事会

令和7年6月23日

- ・ 理事長、副理事長、専務理事及び常務理事の選定について

ウ 令和7年度第3回理事会

令和7年12月3日

- ・ 令和 7 年度ホッカイドウ競馬開催結果について
- ・ 令和 8 年度ホッカイドウ競馬開催日程等について
- ・ 門別競馬場施設整備について

エ 令和7年度第4回理事会

令和8年3月27日

- ・ 事業運営の基本方針について
- ・ 令和 8 年度事業計画（案）について
- ・ 令和 8 年度収支予算（案）について
- ・ 門別競馬場業務・来場者エリアの整備方法について

(3) 監 査

監事監査

令和8年5月22日

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115億16百万円。

内訳	・競馬事業費	32億28百万円（予算額 32億16百万円）
	・管理事業費	82億88百万円（予算額103億66百万円）

(2) 開催日程について

令和7年度のホッカイドウ競馬は、4月16日に開幕し、カムチャツカ半島付近の地震に伴う津波警報により7月30日の開催が取り止めとなり11月13日までの84日間の開催となりました。

発売成績については、インターネット投票の発売金額が好調に推移したことにより、昨年に引き続き6年連続で500億円台を確保したことに加え、年間発売金額573億1,491万円、11月3日のJBC競走当日の1日あたりの発売額が19億6,648万円とレコード更新を達成。また、門別競馬場入場者数も61,614人と発売額同様に過去最高を記録しました。

(3) 報償費について

令和7年度においては、多頭数による重賞競走の実現を目指し、出走手当の増額を図りました。

あわせて、春先の出走馬確保を目的として、冬期間在籍する3歳馬への手当、他主催者実施の重賞競走等への出走奨励金、および輸送費補助等の各種施策を継続して実施いたしました。

また、きゅう務員賞金を増額することで、きゅう務員の安定的な確保に努めました。

2歳馬については、早期出走による出走頭数および競走数の確保を図るため、JRA認定競走の賞金と早期出走奨励金の増額を実施、3歳以上馬についても、転入馬の番組賞金設定の見直し（減額）や早期出走奨励金の継続により、春先の戦力確保に注力いたしました。

なお、輸送費および馬購入費に対する補助事業を継続したほか、「スタリオンシリーズ」および、重賞競走（2歳戦及び3歳限定戦を除く）において、定めたカテゴリーの競走に多勝利した馬主およびきゅう舎関係者に報償金を支給する「カウントアップチャレンジ競走」につきましても、一般社団法人ジャパンブリーダーズカップ協会様、公益社団法人日本軽種馬協会様のご支援のもと、例年通り実施いたしました。

報償費総額	35億73百万円
（うちJRA協力金	3億56百万円）
（うちJBC協会寄付金	47百万円）

(4) 発売拡大の取り組み

ホッカイドウ競馬 2025 公式アンバサダーとして杉谷拳士さんを起用し競馬場でのトークショー出演や重賞競走の首都圏スポーツ新聞への PR キャラバンなど各種プロモーションを実施しホッカイドウ競馬の魅力を PR しました。

また、ホッカイドウ競馬の 2 歳馬競走の情報提供の拡充をはじめ、近隣市町村と連携した集客イベントや Y o u T u b e を活用した動画配信など門別競馬場の集客および全国への情報発信などに努めました。

ア 集客イベント

平取町による門別競馬場 1 日ジャックイベント「びらとり DAY」、安平町による「安平町優駿の里パワフルデー」、日高町による「日高町 DAY」・「日高町 WEEK」や「新ひだか・新冠 2 デイズ」、「浦河町 DAY」など地元近隣町村との連携による集客イベント、また自衛隊第 7 師団によるファンファーレ演奏、JRA ジョッキーによるトークショー、藤田菜七子さんによる BGC 競走の誘導馬騎乗など競馬ファンに注目されるイベントなども実施し、門別競馬場の年間来場者数記録更新を達成しました。

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拡大を図る目的から南関東 4 競馬場でのホッカイドウ競馬 PR イベントの実施。また、JBC 開催主催者の船橋競馬場での JBC 告知イベントなどホッカイドウ競馬の PR 告知を行いました。

ウ 電話・インターネット投票

近年、好調なインターネット投票の更なる発売拡大を図るため、昨年引き続きホッカイドウ競馬 L I V E 「なまちゃき」を放映しました。新たな取り組みとして 2 歳馬の坂路調教映像に迫切コメントの追加や専門紙トラックマンのフレッシュチャレンジ競走の推し馬コーナーなど 2 歳馬の情報提供拡充に努めました。また、MC を 4 名とし開幕日には藤田菜七子さんや今年現役を引退した宮崎光行元騎手をゲストに起用するなど魅力ある番組放映によりチャンネル登録者も開幕直前の 25,000 人から 35,000 と 10,000 増を達成しました。

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、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し、全国発売による発売拡大を図りました。

オ JRA 発売

道内のホッカイドウ競馬場外発売所における J R A 発売は、8 月 23 日から Aiba 札幌駅前および Aiba 札幌中央の発売対象競走を全レースに、また重賞競走

の前日発売をG I から全重賞競走に拡大し全108日間の発売を実施しました。

(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。

ホッカイドウ競馬におきましては、日本中央競馬会、地方競馬全国協会、一般社団法人ジャパンブリーダーズカップ協会、公益社団法人日本軽種馬協会をはじめとする各方面からの多大なるご支援・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し、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111競走を実施しました。

- ・重賞競走等 9競走
- ・ウィナーズ 12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52競走実施しました。

- ・重賞競走 29競走
- ・特別競走（3歳以上） 7競走
- ・スタリオンプレミアムシリーズ競走 16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の意欲を高めるため、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 6競走
 - 3歳条件競走 19競走
- ・交付金
 - 重賞競走 10万円
 - 3歳条件競走 5万円

エ JBC協会協賛「カウントアップチャレンジ2025」

3歳以上の重賞競走を距離適性に応じてシリーズ化し、各カテゴリー（カウントアップS、カウントアップM、カウントアップL）において複数回優勝した馬主及び調教師に対して、JBC協会からボーナスが贈呈されました。

- ・2025対象馬

カウントアップS デステージョ 2勝（小国きゅう舎）200万円

カウントアップM ベルピット 5勝（角川きゅう舎）900万円

オ 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48競走を対象に実施しました。

（総額1,230万円）

カ 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5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60万円、2着16.8万円、3着12.6万円、4着8.4万円、5着4.2万円
（1Rあたり：102万円）55競走

1着80万円、2着22.4万円、3着16.8万円、4着11.2万円、5着5.6万円
（1Rあたり：136万円）2競走

- ・実施競走数 57競走

キ NAR生産牧場賞

生産地への還元と生産者における地方競馬の魅力を高める取り組みとして、地方競馬が実施するダートグレード競走、2歳新馬の競走、ネクストスター競走の1着から3着馬の生産牧場に対し、日本軽種馬協会の支援のもと、地方競馬全国協会から「NAR生産牧場賞」が贈呈されました。

- ・ダートグレード競走（4競走）

1着50万円、2着17.5万円、3着10万円

- ・ネクストスター競走（1競走）

1着40万円、2着14万円、3着8万円

- ・2歳新馬競走（56競走）

1着30万円、2着10.5万円、3着6万円

ク 地方競馬全国協会シリーズ競走への参加

・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 H2(ダノンスマッシュ賞)」 1着本賞金600万円

実施日 7月17日(木) 距離1,800m

発売額 156,455千円

・対象競走「フリーダースゴールドカップ JpnⅢ」 1着本賞金3,100万円

実施日 8月28日(木) 距離2,000m

発売額 815,415千円

・対象競走「エーデルワイス賞 JpnⅢ」 1着本賞金2,000万円

実施日 10月30日(木) 距離1,200m

発売額 562,744千円

・未来優駿2025

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11か所で実施される「未来優駿」に参加。

・対象競走「ネクストスター門別 H1(サンダースノー賞)」1着賞金1,000万円

実施日 10月2日(木) 距離1,200m

発売額 303,235千円

・対象競走「JBC2歳優駿(パイロ賞)」1着賞金3,500万円

実施日 11月3日(月) 距離1,800m

発売額 997,539千円

・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「2025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6日(水) 2競走

(6) ファンサービスについて

令和7年度は無料送迎バスの運行を継続したほか、イベント広場を活用した春・夏・秋の大型イベントの実施など集客に努めるとともに、開幕CM告知や新たにWEB広告などを着手し、年間を通じた幅広い層へのホッカイドウ競馬の認知拡大に努めて参りました。

特に主要なターゲットとなる在宅投票の道内外のファンに向けては、ホッカイドウ競馬ならではの2歳馬情報をYouTube配信したほか、様々なメディアを通

じた情報発信に力を入れて参りました。

また、自衛隊第7師団および中学・高校吹奏楽部による重賞ファンファーレ演奏やイベント広場を活用したホスピタリティの高いファンサービスの提供や地元と連携したイベント、連携企業や道内スポーツクラブとタイアップしたイベントなどファンサービスを強化し、新たなファンの獲得とリピーターの拡大に努めました。

また、JBC競走共催場である船橋競馬との連携を図り船橋競馬場でJBC告知イベントを実施し当日の競馬参加者の拡大を図りました。

ア イメージキャラクター起用

ホッカイドウ競馬公式アンバサダーとして、元日本ハムファイターズ杉谷拳士氏を起用、イメージポスターやCM出演のほかトークショーイベント出演などより多くの競馬ファンの来場促進を図りました。

イ 地域吹奏楽部によるファンファーレ演奏

栄冠賞および王冠賞の実施日において、陸上自衛隊第7師団によるファンファーレ演奏の実施。また、8月5日の「びらとりDAY」では平取中学校吹奏楽部によるファンファーレ生演奏を実施しました。

ウ イベント広場の活用

北海道の四季に合わせた春・夏・秋のイベントにおいて、地元食材や観光PR「特産市」などの場を提供しました。

エ 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ことを目的に、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、デイリースポーツ 9紙掲載 〕

オ SPAT4及び楽天競馬との連携

これまで実施している南関東電話投票（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、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のほか、ネット上において他の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プレゼントキャンペーンを実施しました。昨年に引き続き購入者を対象としたSPAT4馬産地見学ツアー等を実施しました。

カ 無料送迎バスの集客拡大

84日間で合計102便を運行。ヴェルサイユリゾートファームの無料送迎のオプションサービスを実施。乗車人数は延べ3,391人が利用するなど昨年度を上回る結果となりました。

(7) 北海道著名企業とのコラボレーション

「MADE IN HOKKAIDO KEIBA」をスローガンに、北海道を代表する著名企業とのコラボレーションを図りました。

(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イベントを実施しました。