

# 東京競馬場に来場数を増やす には

木檜 涼夏

鈴木 詩織

田嶋 愛海

渡邊 萌音

# 目次

- 紹介
- 概要
- 現状
- 課題
- 提案
- 効果
- まとめ
- 参考文献

# 紹介

☆拓殖大学 3年商学部経営学科流通  
マーケティングコース所属

商学部全体ではビジネスを学ぶ。このコースは消費者に対するビジネスを学んでいくコース。流通は生産から消費まで見ていく。

☆中嶋ゼミナール

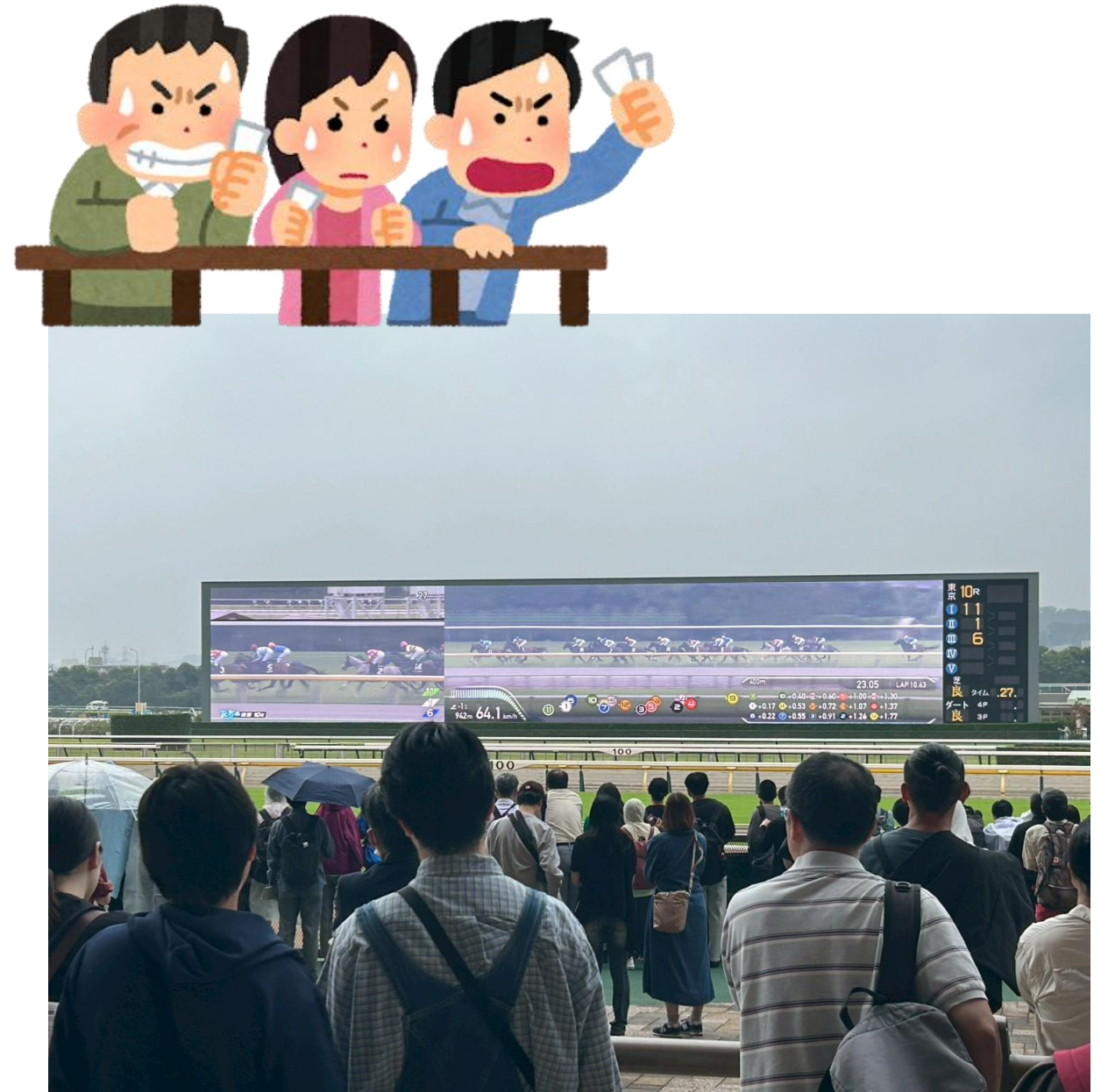
地方創生や地域活性化について研究  
しているゼミナール



# 概要

## [東京競馬場]

- ✓ 所在置：東京都府中市
- ✓ 開設：1993年11月8日
- ✓ 運営：日本中央競馬場（JRA）
- ✓ 特徴：国内最大級の競馬場  
（観客収容数13万人）
- ✓ 有名なレース：日本ダービー、天皇賞(秋)





# 概要

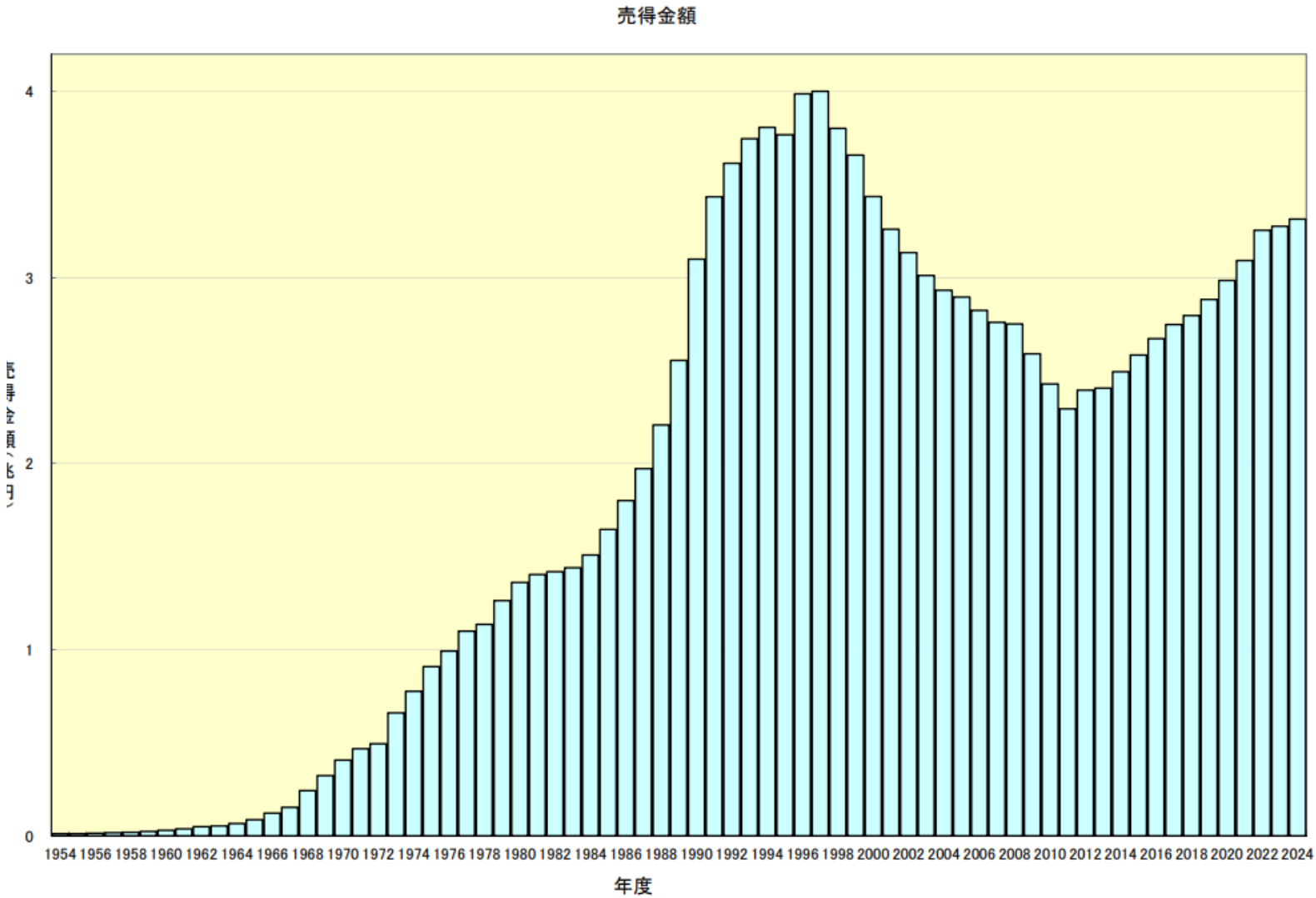
## [中山競馬場](比較対象)

- ✓ 所在置：千葉県船橋市
- ✓ 開設：1950年8月
- ✓ 運営：JRA（日本中央競馬会）
- ✓ 特徴：南関東唯一のスパイラルカーブ
- ✓ 有名なレース：日本テレビ盃、かしわ記念など



# 現状

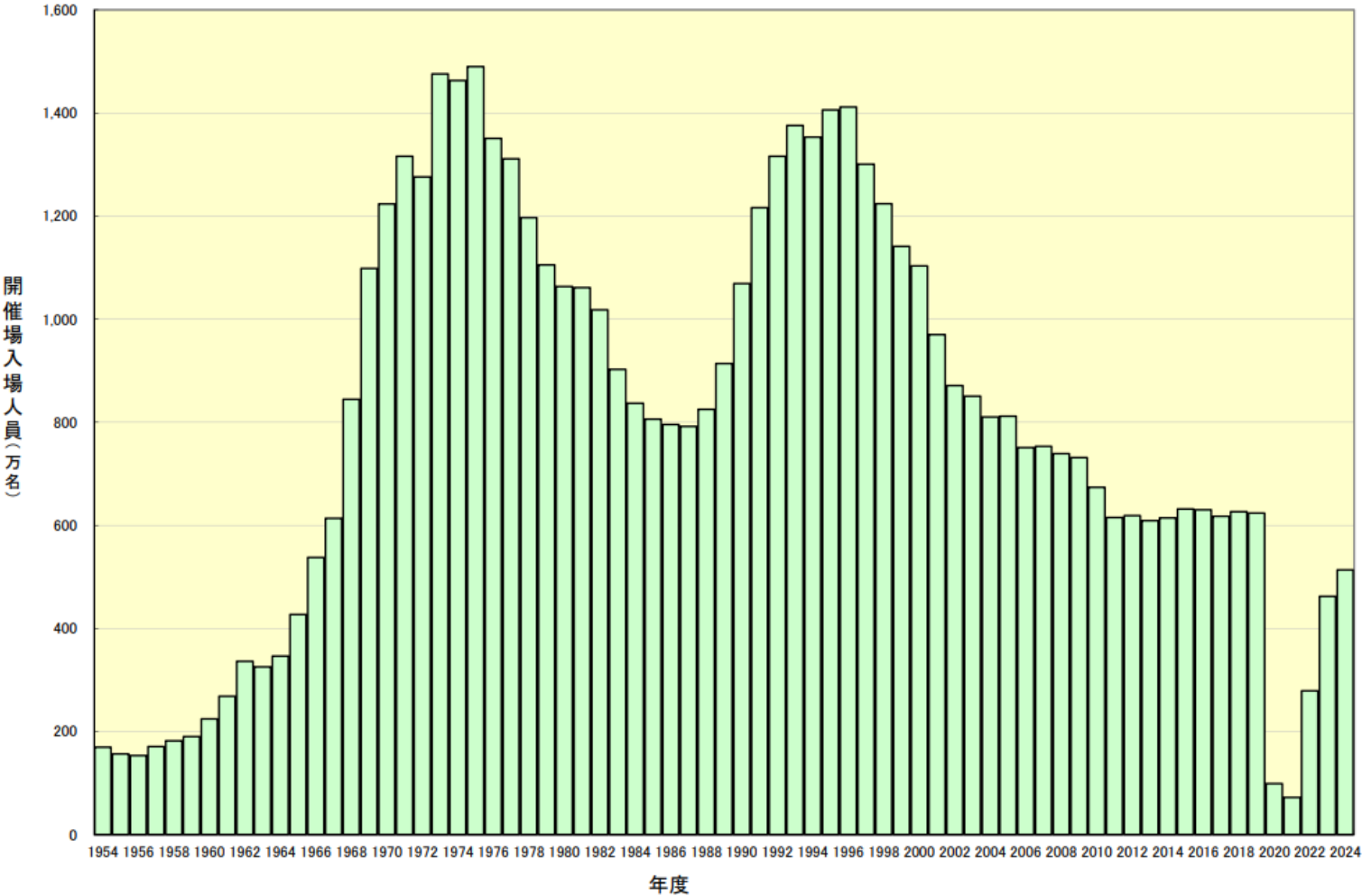
売得金額・総参加人員			
年度	売得 (前年比・ 増減・ 割合)	売得金額(円) ＜1円単位未満四捨五入＞	総参加人員(名) ＜1円単位未満四捨五入＞ ※1952年以前はデータなし
1954	29	11,229,310,000	-
1955	30	11,997,415,300 <98.8%>	-
1956	31	13,839,565,800 <124.7%>	-
1957	32	16,397,448,400 <118.5%>	-
1958	33	19,777,055,700 <115.7%>	-
1959	34	22,841,845,700 <125.6%>	-
1960	35	29,004,018,800 <127.0%>	-
1961	36	37,315,982,600 <128.7%>	-
1962	37	48,540,946,300 <130.1%>	-
1963	38	53,513,596,200 <110.2%>	-
1964	39	65,401,749,600 <122.2%>	-
1965	40	86,850,971,000 <132.3%>	-
1966	41	121,827,886,500 <140.4%>	-
1967	42	152,754,158,800 <125.4%>	-
1968	43	242,879,978,300 <159.0%>	-
1969	44	322,929,843,800 <133.0%>	-
1970	45	406,968,821,500 <126.0%>	-
1971	46	467,894,083,100 <115.0%>	-
1972	47	494,601,258,500 <105.7%>	-
1973	48	660,542,374,000 <133.6%>	-
1974	49	726,460,912,200 <111.2%>	-
1975	50	908,364,685,100 <117.0%>	-
1976	51	992,722,691,400 <109.2%>	-
1977	52	1,096,161,294,100 <110.7%>	-
1978	53	1,126,476,884,300 <103.4%>	-
1979	54	1,263,830,648,200 <111.2%>	-
1980	55	1,360,786,586,400 <107.7%>	-
1981	56	1,404,055,597,100 <103.2%>	-
1982	57	1,418,426,746,300 <101.0%>	-
1983	58	1,440,144,812,000 <101.0%>	-
1984	59	1,508,924,979,400 <104.0%>	80,530,181 <- ->
1985	60	1,641,859,586,200 <109.5%>	85,794,495 <108.9%>
1986	61	1,801,393,221,400 <103.6%>	89,987,408 <101.8%>
1987	62	1,973,142,190,200 <109.9%>	92,209,164 <103.9%>
1988	63	2,208,746,410,600 <111.8%>	96,168,082 <104.2%>
1989	64	2,554,520,183,200 <115.6%>	103,075,138 <107.2%>
1990	2	3,094,457,259,500 <121.2%>	116,280,592 <112.8%>
1991	3	3,433,803,211,700 <110.8%>	132,207,973 <113.7%>
1992	4	3,613,879,230,800 <105.2%>	142,947,834 <108.1%>
1993	5	3,745,416,527,000 <103.6%>	153,019,181 <107.0%>
1994	6	3,864,982,292,500 <101.4%>	160,361,409 <104.8%>
1995	7	3,786,602,180,700 <98.0%>	158,438,720 <98.8%>
1996	8	3,986,228,211,400 <105.0%>	167,376,994 <105.0%>
1997	9	4,000,661,843,100 <100.4%>	167,380,441 <100.0%>
1998	10	3,801,217,440,600 <95.2%>	163,181,051 <97.5%>
1999	11	3,657,242,068,800 <96.2%>	161,910,584 <99.2%>
2000	12	3,434,757,500,600 <93.0%>	157,805,186 <97.5%>
2001	13	3,258,698,881,200 <94.9%>	155,465,694 <98.5%>
2002	14	3,123,465,421,400 <96.2%>	162,130,745 <104.2%>
2003	15	3,010,343,479,600 <96.1%>	167,063,184 <103.0%>
2004	16	2,931,433,543,600 <97.4%>	167,094,643 <100.0%>
2005	17	2,884,585,479,800 <98.7%>	169,044,180 <101.2%>
2006	18	2,851,309,442,000 <97.1%>	169,389,037 <100.2%>
2007	19	2,759,138,078,900 <97.7%>	171,438,408 <101.2%>
2008	20	2,750,200,990,400 <99.7%>	177,680,929 <103.8%>
2009	21	2,590,073,500,000 <94.2%>	173,686,263 <97.8%>
2010	22	2,427,565,594,700 <93.7%>	168,558,160 <96.9%>
2011	23	2,293,578,053,600 <94.9%>	157,088,673 <93.2%>
2012	24	2,394,308,856,700 <104.4%>	162,390,848 <103.4%>
2013	25	2,404,933,513,200 <104.4%>	160,295,552 <98.7%>
2014	26	2,493,627,729,400 <103.5%>	163,779,677 <102.2%>
2015	27	2,583,391,889,800 <103.8%>	165,859,812 <101.2%>
2016	28	2,670,880,261,600 <103.4%>	170,301,035 <102.7%>
2017	29	2,749,064,484,800 <102.9%>	177,721,188 <104.4%>
2018	30	2,795,006,304,000 <101.7%>	178,174,447 <100.3%>
2019	31	2,881,788,661,700 <103.1%>	182,296,332 <102.2%>
2020	2	2,865,455,872,000 <103.0%>	188,115,273 <92.2%>
2021	3	3,091,112,025,600 <103.8%>	178,106,484 <105.8%>
2022	4	3,253,907,076,200 <105.3%>	186,602,493 <110.9%>
2023	5	3,275,467,600,700 <100.7%>	196,699,113 <99.8%>
2024	6	3,313,467,070,600 <101.2%>	199,678,849 <101.9%>



売得金額・総参加人員

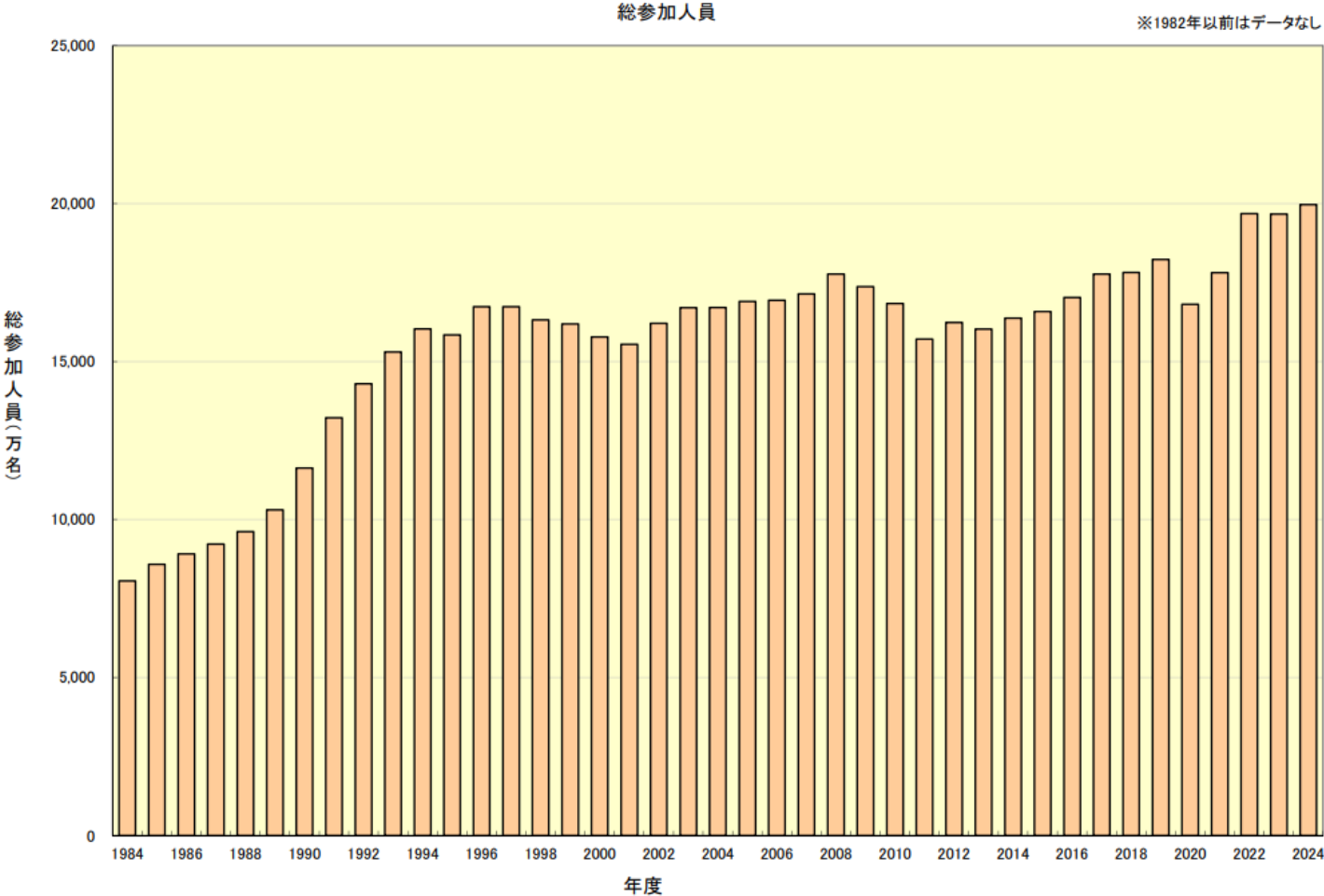
西暦	元号 (昭和・平成・令和)	売得金額(円) <>内数字は、対前年比	総参加人員(名) <>内数字は、対前年比 ※1982年以前はデータなし	開催場入場人員(名) <>内数字は、対前年比
1954	29	11,229,310,000	-	1,694,738
1955	30	11,097,415,300 <98.6%	-	1,568,613 <92.6%
1956	31	13,839,585,800 <124.7%	-	1,535,367 <97.9%
1957	32	16,397,446,400 <118.5%	-	1,708,963 <111.3%
1958	33	18,977,003,700 <115.7%	-	1,820,969 <106.6%
1959	34	22,841,945,700 <120.4%	-	1,904,059 <104.6%
1960	35	29,004,018,800 <127.0%	-	2,244,705 <117.9%
1961	36	37,315,982,600 <128.7%	-	2,684,846 <119.6%
1962	37	48,540,848,300 <130.1%	-	3,361,752 <125.2%
1963	38	53,513,586,200 <110.2%	-	3,255,543 <96.8%
1964	39	65,401,749,600 <122.2%	-	3,464,837 <106.4%
1965	40	86,650,971,000 <132.5%	-	4,272,506 <123.3%
1966	41	121,827,869,300 <140.6%	-	5,378,944 <125.9%
1967	42	152,754,158,800 <125.4%	-	6,138,084 <114.1%
1968	43	242,679,978,300 <159.0%	-	8,445,782 <137.6%
1969	44	322,929,843,800 <133.0%	-	10,982,444 <130.0%
1970	45	406,988,821,500 <126.0%	-	12,234,656 <111.4%
1971	46	467,884,083,100 <115.0%	-	13,159,809 <107.6%
1972	47	494,601,258,500 <105.7%	-	12,760,238 <97.0%
1973	48	660,542,374,000 <133.6%	-	14,755,945 <115.6%
1974	49	776,460,912,200 <117.5%	-	14,627,092 <99.1%
1975	50	908,364,665,100 <117.0%	-	14,898,794 <101.9%
1976	51	992,722,691,400 <109.3%	-	13,506,306 <90.7%
1977	52	1,099,161,284,100 <110.7%	-	13,110,750 <97.1%
1978	53	1,136,476,864,300 <103.4%	-	11,970,174 <91.3%
1979	54	1,263,830,648,200 <111.2%	-	11,053,686 <92.3%
1980	55	1,360,786,588,400 <107.7%	-	10,633,217 <96.2%
1981	56	1,404,055,597,100 <103.2%	-	10,611,857 <99.8%
1982	57	1,416,436,746,300 <101.0%	-	10,179,731 <95.9%
1983	58	1,440,144,612,000 <101.5%	-	9,026,833 <88.7%
1984	59	1,508,924,979,400 <104.8%	80,530,181 <- ->	8,366,516 <92.7%
1985	60	1,645,859,566,200 <109.1%	85,794,495 <106.5%	8,061,628 <96.4%
1986	61	1,801,353,251,400 <109.4%	89,067,408 <103.8%	7,956,099 <98.7%
1987	62	1,973,142,190,200 <108.5%	92,209,164 <103.5%	7,920,304 <99.6%
1988	63	2,206,748,410,800 <111.8%	96,168,082 <104.3%	8,251,575 <104.2%
1989	70	2,554,520,163,200 <115.8%	103,075,138 <107.2%	9,139,149 <110.8%
1990	2	3,096,457,259,500 <121.3%	116,280,592 <112.6%	10,687,344 <116.9%
1991	3	3,433,803,211,700 <110.8%	132,207,973 <113.7%	12,161,942 <113.8%
1992	4	3,613,679,230,800 <105.2%	142,947,834 <108.1%	13,159,521 <108.2%
1993	5	3,745,416,527,000 <103.6%	153,019,191 <107.0%	13,757,240 <104.5%
1994	6	3,806,592,292,500 <101.6%	160,361,629 <104.8%	13,529,383 <98.3%
1995	7	3,766,602,180,700 <98.9%	158,438,720 <98.8%	14,059,098 <103.9%
1996	8	3,986,226,211,400 <105.8%	167,376,994 <105.6%	14,116,684 <100.4%
1997	9	4,000,661,663,100 <100.4%	167,385,441 <100.0%	13,003,919 <92.1%
1998	10	3,801,217,640,600 <95.0%	163,181,051 <97.5%	12,239,465 <94.1%
1999	11	3,657,242,086,800 <96.2%	161,910,564 <99.2%	11,409,453 <93.2%
2000	12	3,434,757,500,600 <93.9%	157,805,186 <97.5%	11,030,412 <96.7%
2001	13	3,258,696,881,300 <94.9%	155,465,694 <98.5%	9,701,126 <87.9%
2002	14	3,133,485,421,600 <96.2%	162,130,745 <104.3%	8,712,336 <89.8%
2003	15	3,010,343,479,600 <96.1%	167,063,164 <103.0%	8,507,076 <97.6%
2004	16	2,931,433,543,600 <97.4%	167,094,643 <100.0%	8,099,985 <95.2%
2005	17	2,894,585,479,800 <98.7%	169,044,180 <101.2%	8,117,242 <100.2%
2006	18	2,823,309,442,000 <97.5%	169,389,037 <100.2%	7,508,297 <92.5%
2007	19	2,759,138,078,900 <97.7%	171,438,408 <101.2%	7,532,111 <100.3%
2008	20	2,750,200,990,400 <98.7%	177,680,929 <103.6%	7,389,749 <98.1%
2009	21	2,590,073,500,000 <94.2%	173,698,393 <97.6%	7,316,360 <99.0%
2010	22	2,427,565,594,700 <93.7%	168,358,160 <96.9%	6,739,580 <92.1%
2011	23	2,293,576,053,600 <94.5%	157,088,673 <93.3%	6,151,105 <91.3%
2012	24	2,394,308,856,700 <104.4%	162,390,848 <103.4%	6,190,296 <100.6%
2013	25	2,404,933,513,200 <100.4%	160,255,552 <98.7%	6,092,403 <98.4%
2014	26	2,493,627,729,400 <103.7%	163,779,677 <102.2%	6,142,471 <100.8%
2015	27	2,583,391,889,800 <103.6%	165,859,812 <101.3%	6,317,073 <102.8%
2016	28	2,670,880,261,800 <103.4%	170,301,035 <102.7%	6,300,662 <99.7%
2017	29	2,747,662,484,800 <102.9%	177,721,162 <104.4%	6,175,238 <98.0%
2018	30	2,795,008,304,000 <101.7%	178,175,447 <100.3%	6,266,912 <101.9%
2019	70	2,881,788,661,700 <103.1%	182,296,332 <102.3%	6,236,197 <99.5%
2020	2	2,983,455,872,000 <103.5%	168,115,273 <92.2%	990,970 <15.9%
2021	3	3,091,112,025,800 <103.6%	178,106,494 <105.9%	722,670 <72.9%
2022	4	3,253,907,076,200 <105.3%	196,802,493 <110.5%	2,790,937 <386.2%
2023	5	3,275,467,900,700 <100.7%	196,699,113 <99.9%	4,624,106 <165.7%
2024	6	3,313,497,070,600 <101.2%	199,678,943 <101.9%	5,135,167 <111.1%

開催場入場人員



売得金額・総参加人員

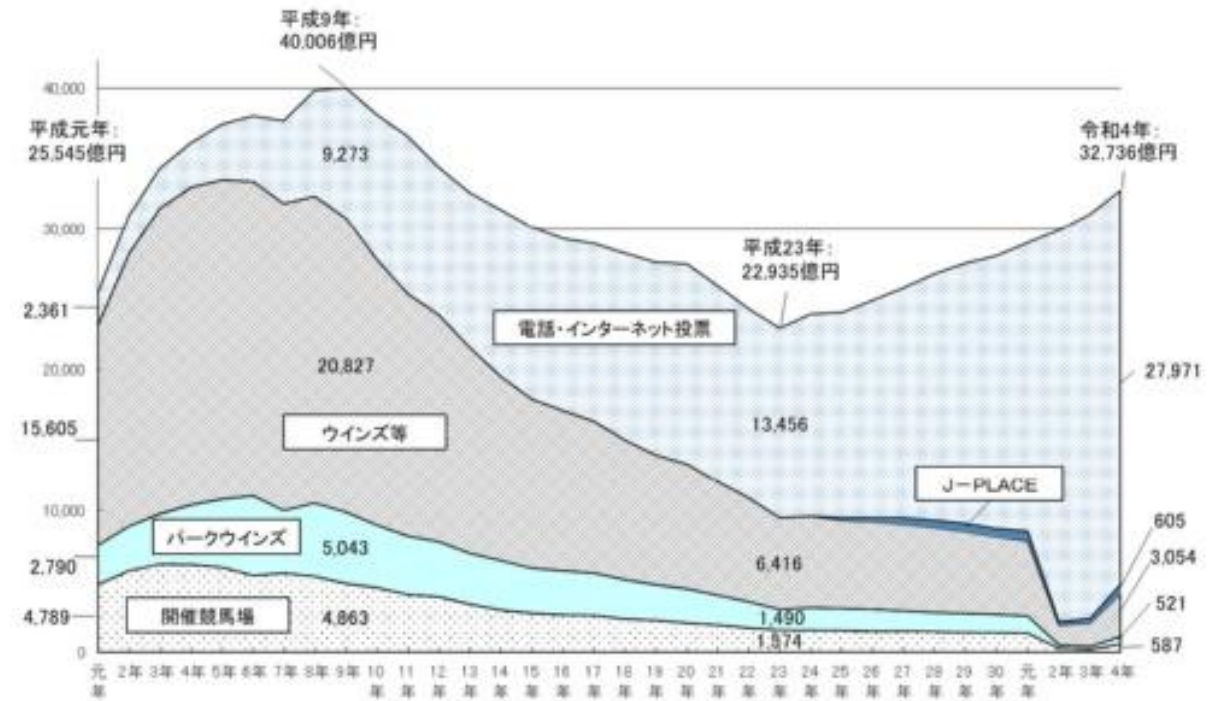
西暦	元号 (昭和・平成・令和)	売得金額(円) ＜内数字は、対前年比＞	総参加人員(名) ＜内数字は、対前年比＞ ※1982年以前はデータなし	開催場入場人員(名) ＜内数字は、対前年比＞
1954	29	11,229,310,000	-	1,694,738
1955	30	11,097,415,300 <98.8%＞	-	1,568,613 <92.6%＞
1956	31	13,839,585,800 <124.7%＞	-	1,535,367 <97.9%＞
1957	32	16,397,446,400 <118.5%＞	-	1,708,963 <111.3%＞
1958	33	18,977,003,700 <115.7%＞	-	1,820,969 <106.6%＞
1959	34	22,841,945,700 <120.4%＞	-	1,904,059 <104.6%＞
1960	35	29,004,018,800 <127.0%＞	-	2,244,705 <117.9%＞
1961	36	37,315,982,600 <128.7%＞	-	2,684,846 <119.6%＞
1962	37	48,540,848,300 <130.1%＞	-	3,361,752 <125.2%＞
1963	38	53,513,566,200 <110.2%＞	-	3,255,543 <96.8%＞
1964	39	65,401,749,600 <122.2%＞	-	3,464,837 <106.4%＞
1965	40	86,650,971,000 <132.5%＞	-	4,272,506 <123.3%＞
1966	41	121,827,869,300 <140.6%＞	-	5,378,944 <125.9%＞
1967	42	152,754,158,800 <125.4%＞	-	6,138,084 <114.1%＞
1968	43	242,679,978,300 <159.0%＞	-	8,445,782 <137.6%＞
1969	44	322,929,843,800 <133.0%＞	-	10,982,444 <130.0%＞
1970	45	406,988,821,500 <126.0%＞	-	12,234,656 <111.4%＞
1971	46	467,884,083,100 <115.0%＞	-	13,159,809 <107.6%＞
1972	47	494,601,258,500 <105.7%＞	-	12,760,238 <97.0%＞
1973	48	660,542,374,000 <133.6%＞	-	14,755,945 <115.6%＞
1974	49	776,460,912,200 <117.5%＞	-	14,627,092 <99.1%＞
1975	50	908,364,665,100 <117.0%＞	-	14,898,794 <101.9%＞
1976	51	992,722,691,400 <109.3%＞	-	13,506,306 <90.7%＞
1977	52	1,099,161,284,100 <110.7%＞	-	13,110,750 <97.1%＞
1978	53	1,136,476,864,300 <103.4%＞	-	11,970,174 <91.3%＞
1979	54	1,263,830,648,200 <111.2%＞	-	11,053,686 <92.3%＞
1980	55	1,360,786,588,400 <107.7%＞	-	10,633,217 <96.2%＞
1981	56	1,404,055,597,100 <103.2%＞	-	10,611,857 <99.8%＞
1982	57	1,416,436,746,300 <101.0%＞	-	10,179,731 <95.9%＞
1983	58	1,440,144,612,000 <101.5%＞	-	9,026,833 <88.7%＞
1984	59	1,508,924,979,400 <104.8%＞	80,530,181 <- - >	8,366,516 <92.7%＞
1985	60	1,645,859,566,200 <109.1%＞	85,794,495 <106.5%＞	8,061,628 <96.4%＞
1986	61	1,801,353,251,400 <109.4%＞	89,067,408 <103.8%＞	7,956,099 <98.7%＞
1987	62	1,973,142,190,200 <108.5%＞	92,209,164 <103.5%＞	7,920,304 <99.6%＞
1988	63	2,206,748,410,800 <111.8%＞	96,168,082 <104.3%＞	8,251,575 <104.2%＞
1989	元	2,554,520,163,200 <115.8%＞	103,075,138 <107.2%＞	9,139,149 <110.8%＞
1990	2	3,096,457,259,500 <121.3%＞	116,280,592 <112.6%＞	10,687,344 <116.9%＞
1991	3	3,433,803,211,700 <110.8%＞	132,207,973 <113.7%＞	12,161,942 <113.8%＞
1992	4	3,613,679,230,800 <105.2%＞	142,947,834 <108.1%＞	13,159,521 <108.2%＞
1993	5	3,745,416,527,000 <103.6%＞	153,019,191 <107.0%＞	13,757,240 <104.5%＞
1994	6	3,806,592,292,500 <101.6%＞	160,361,629 <104.8%＞	13,529,383 <98.3%＞
1995	7	3,766,602,180,700 <98.9%＞	158,438,720 <98.8%＞	14,059,098 <103.9%＞
1996	8	3,986,226,211,400 <105.8%＞	167,376,994 <105.6%＞	14,116,684 <100.4%＞
1997	9	4,000,661,663,100 <100.4%＞	167,385,441 <100.0%＞	13,003,919 <92.1%＞
1998	10	3,801,217,640,600 <95.0%＞	163,181,051 <97.5%＞	12,239,465 <94.1%＞
1999	11	3,657,242,066,800 <96.2%＞	161,910,564 <99.2%＞	11,409,453 <93.2%＞
2000	12	3,434,757,500,600 <93.9%＞	157,805,186 <97.5%＞	11,030,412 <96.7%＞
2001	13	3,258,696,881,300 <94.9%＞	155,465,694 <98.5%＞	9,701,126 <87.9%＞
2002	14	3,133,485,421,600 <96.2%＞	162,130,745 <104.3%＞	8,712,336 <89.8%＞
2003	15	3,010,343,479,600 <96.1%＞	167,063,164 <103.0%＞	8,507,076 <97.6%＞
2004	16	2,931,433,543,600 <97.4%＞	167,094,643 <100.0%＞	8,099,985 <95.2%＞
2005	17	2,894,585,479,800 <98.7%＞	169,044,180 <101.2%＞	8,117,242 <100.2%＞
2006	18	2,823,309,442,000 <97.5%＞	169,389,037 <100.2%＞	7,508,297 <92.5%＞
2007	19	2,759,138,078,900 <97.7%＞	171,438,408 <101.2%＞	7,532,111 <100.3%＞
2008	20	2,750,200,990,400 <98.7%＞	177,680,929 <103.6%＞	7,389,749 <98.1%＞
2009	21	2,590,073,500,000 <94.2%＞	173,698,393 <97.8%＞	7,316,360 <99.0%＞
2010	22	2,427,565,594,700 <93.7%＞	168,358,160 <96.9%＞	6,739,580 <92.1%＞
2011	23	2,293,576,053,600 <94.5%＞	157,088,673 <93.3%＞	6,151,105 <91.3%＞
2012	24	2,394,308,856,700 <104.4%＞	162,390,848 <103.4%＞	6,190,296 <100.6%＞
2013	25	2,404,933,513,200 <100.4%＞	160,255,552 <98.7%＞	6,092,403 <98.4%＞
2014	26	2,493,627,729,400 <103.7%＞	163,779,677 <102.2%＞	6,142,471 <100.8%＞
2015	27	2,583,391,899,800 <103.6%＞	165,859,812 <101.3%＞	6,317,073 <102.8%＞
2016	28	2,670,880,261,800 <103.4%＞	170,301,035 <102.7%＞	6,300,662 <99.7%＞
2017	29	2,747,662,484,800 <102.9%＞	177,721,162 <104.4%＞	6,175,238 <98.0%＞
2018	30	2,795,008,304,000 <101.7%＞	178,175,447 <100.3%＞	6,266,912 <101.9%＞
2019	元	2,881,788,661,700 <103.1%＞	182,296,332 <102.3%＞	6,236,197 <99.5%＞
2020	2	2,983,455,872,000 <103.5%＞	168,115,273 <92.2%＞	990,970 <15.9%＞
2021	3	3,091,112,025,800 <103.6%＞	178,106,494 <105.9%＞	722,670 <72.9%＞
2022	4	3,253,907,076,200 <105.3%＞	196,802,493 <110.5%＞	2,790,937 <386.2%＞
2023	5	3,275,467,900,700 <100.7%＞	196,699,113 <99.9%＞	4,624,106 <165.7%＞
2024	6	3,313,497,070,600 <101.2%＞	199,678,943 <101.9%＞	5,135,167 <111.1%＞





# 現状

日経クロステックによると  
売り上げの85%がネット経由であることが  
分かった



# 分析

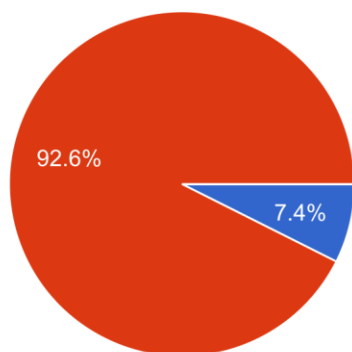
☆若者向けにアンケートを実施(27名回答)

- 馬に興味があるか
  - 競馬と聞いて、どんなイメージを持つか
  - 競馬に対してポジティブな印象を持っているか
  - 競馬場に行ったことがあるか
  - 競馬場の雰囲気はどうだったか
- など

# 分析

## 年代

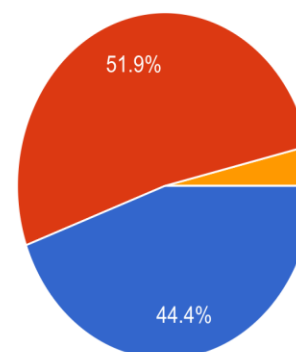
年齢  
27 件の回答



● 10代  
● 20代  
● それ以外

## 性別

性別  
27 件の回答

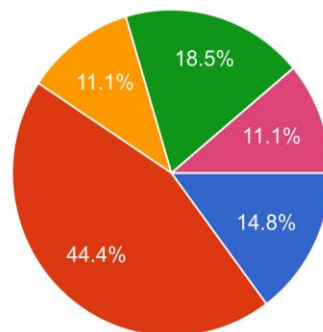


● 男性  
● 女性  
● 回答しない

# 分析

## 住んでいる地域

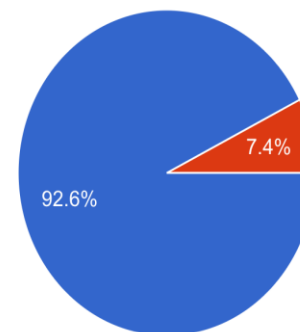
住んでいる地域  
27 件の回答



● 埼玉県  
● 東京都  
● 千葉県  
● 神奈川県  
● 栃木県  
● 群馬県  
● その他

## 職業

職業  
27 件の回答

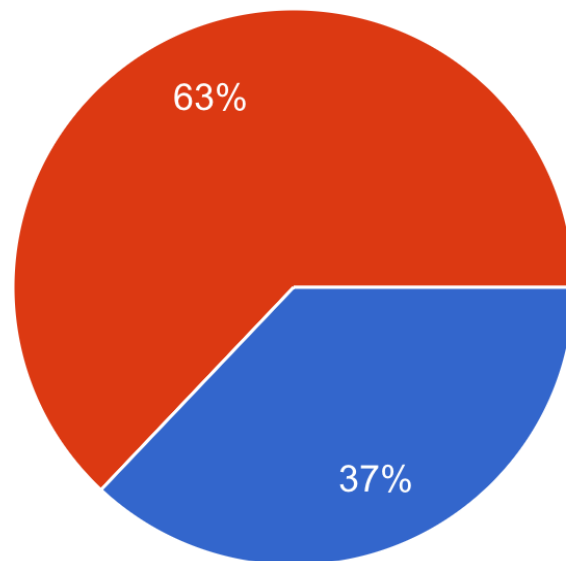


● 学生  
● 社会人  
● その他

# 分析

馬に興味がありますか？

27 件の回答



- はい
- いいえ



# 分析

Q) 競馬のイメージと聞いて、  
どんなイメージを持ちますか？（自由回答）

- 賭け事
- ギャンブル危ない面白い
- おじさんがやっているイメージ
- 盛り上がり
- リターンにドリームがある
- たくましい馬

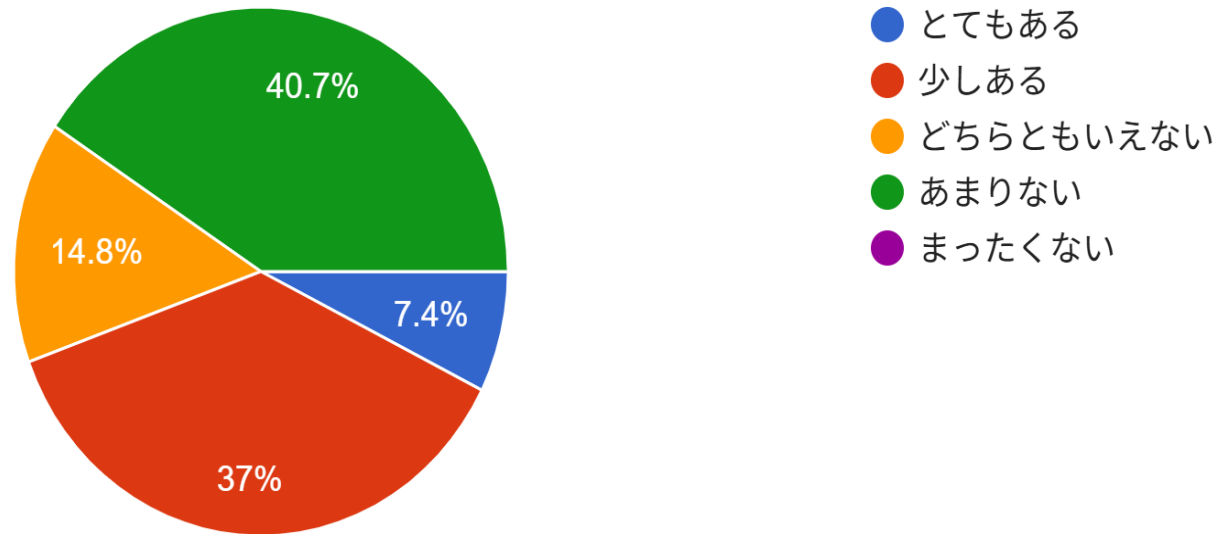
など



# 分析

競馬に対してポジティブな印象を持っていますか？

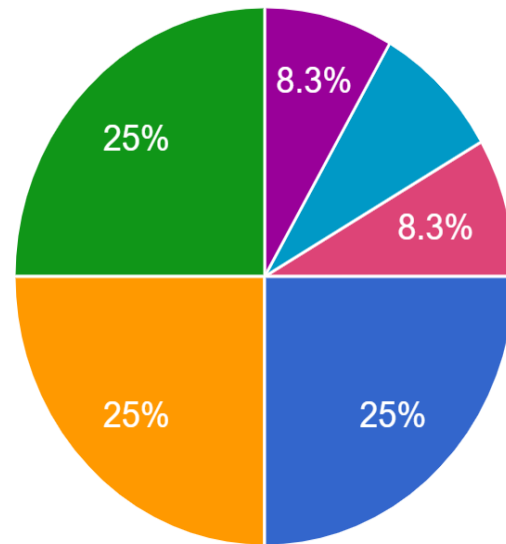
27 件の回答



# 分析

行ったことがある場合、どのような目的でしたか？

12 件の回答



- 馬を見に行った
- イベント、グルメ目的
- 友人、家族に誘われて
- 馬券を買うため
- イルミネーションを見に行った。
- 興味本位で
- 研究

# 分析

## Q)競馬場の雰囲気はどう感じましたか？

- 「想像していたよりはるかに広く、  
実際に見たら迫力がありそうだと感じた」
- 「馬の迫力、競馬場が壮大で興奮した」
- 「ギャンブルの集まり」
- 「迫力ある雰囲気」
- 「騒々しい」

など



# 提案

競馬場を週末のレジャースポットとして発信

「馬券目的」ではなく「体験目的」でできてもら  
う

来場者数増加→府中地域へ波及



# STP分析

**Segmentation**

20代

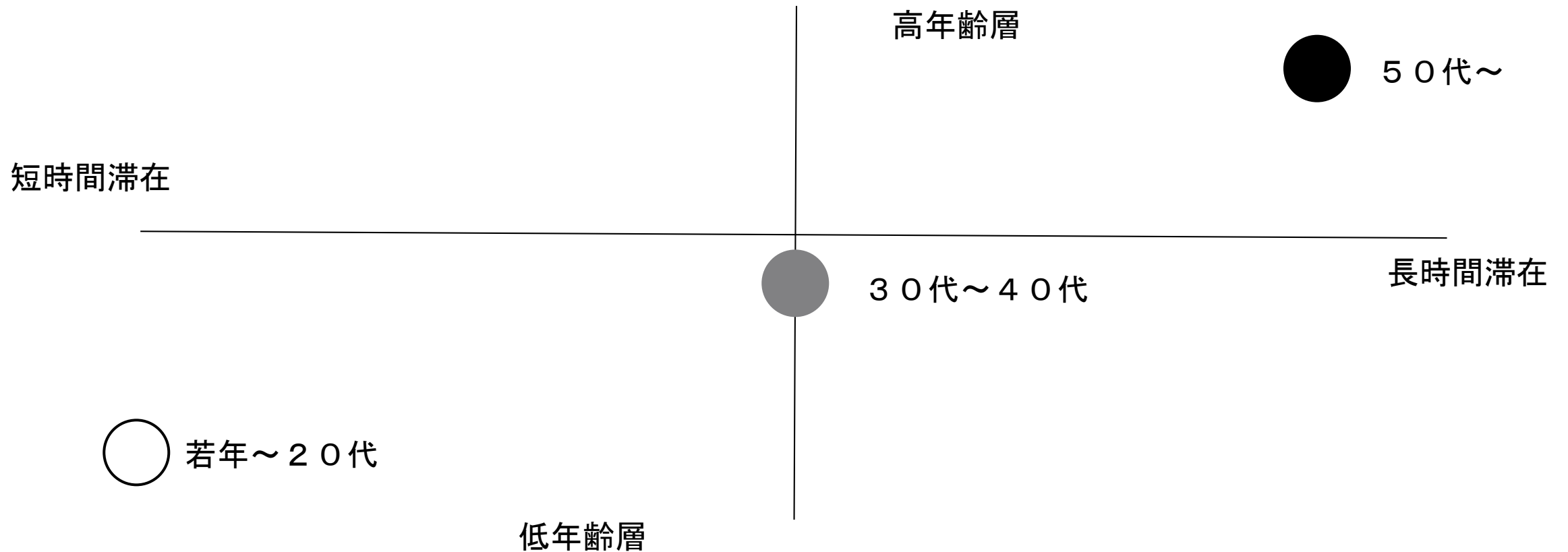
**Targeting**

学生、新社会人

**Positioning**

次のスライドのポジショニングマップ

# ポジショニングマップ



## 4 P 分析

Product	Price
馬が走っている場面 競馬場の景色	交通費
Place	Promotion
東京競馬場	CM、公式サイト Instagram

# 提案

現地で馬券を買ってもらうことによって

競馬場内のお土産屋さんや飲食店に利益  
がもたらされると考えられるのではない  
か

# 提案

コンセプト

「あたらしい競馬の在り方」



①グルメフェス

キッチンカー・スイーツ・クラフトビール・B級グルメなど



# 提案

東京競馬場にはセブンイレブンやはなまるうどん、銀だこなどの主食系チェーン店が多い。スイーツだとアイスクリームやドーナツのみ



クレープやケーキなどのスイーツメインでグルメフェスを開催する。

チェーン店ではなく、地域に特化したお店などを出店



# 提案

## ②音楽ライブ

芝生エリアを使った野外ステージイベント

競馬を行っていない平日の夏休みや冬休みなどに

“馬と音楽”を融合したライブイベントの開催

若者に人気の有名アーティストやアイドルを呼び込む

大画面ビジョンを使用してライブ中継を試みる

＝若者文化との接点



# 提案

## ③アート、文化

馬(府中)をテーマにしたアニメとのコラボレーション

EX)ちはやふる（千早と太一が青春を過ごした舞台）

ウマ娘（競馬場）

＝SNS映え＋文化的イメージ

## 府中競馬流鏝馬

＝競馬場で流鏝馬を行ってもらう→流鏝馬の認知度向上と来場者数増加

騎手に流鏝馬を体験してもらう



# 提案

## ③子どものアート展示

＝子連れの客を集める



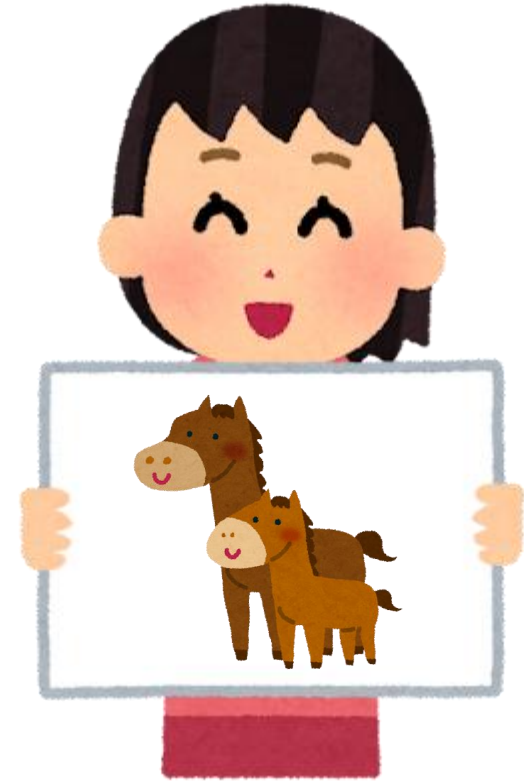
参加賞として馬のシールやお菓子のプレゼント



保護者もアート提出することで抽選会に参加してもらう



景品は府中市で使える商品券や競馬場で使えるお食事券



# まとめ

競馬場を「新しい大人の遊び場」へ

競馬を知らなくても楽しめるようにすることによって行きたくなる空間に

SNS・イベント・地域連動で若者の来場促進につなげる

現地の体験が”馬“と”人“と”地域“をつなぐきっかけに

# 参考文献

<https://towada-yabusame.com/product/umatan/>

馬探

[https://jra.jp/company/about/outline/growth/pdf/g\\_22\\_01.pdf](https://jra.jp/company/about/outline/growth/pdf/g_22_01.pdf)

JRA日本中央競馬会（経済効果）

<https://www.jra.go.jp/facilities/race/tokyo/>

東京競馬場

<https://www.jra.go.jp/facilities/race/nakayama/>

中山競馬場

<https://www.kankou-fuchu.com/?p=we-page-entry&spot=200794>

府中競馬流鏝馬

# 参考文献

<https://www.jra.go.jp/facilities/race/tokyo/news/fureai.html>

府中競馬キッズ体験

<https://jra.jp/company/about/outline/growth/>

JRA（成長推移）

<https://xtech.nikkei.com/atcl/nxt/column/18/02692/121800001/>

日経クロステック

[https://www.city.fuchu.tokyo.jp/kanko/manga\\_anime/chihaya\\_2025.html](https://www.city.fuchu.tokyo.jp/kanko/manga_anime/chihaya_2025.html)

府中市ちはやふる

<https://umamusume.jp/news/detail?id=2797>

ウマ娘