

整理番号	項目	取り組むべき事項	平成25年度の取組状況	平成26年度の取組状況	平成27年度の取組状況	平成28年度の取組状況
1	1 項目別の収支目標値の設定と期中の収支管理	期中においても年度内に複数回チェックを行い、機動的に収益構造の見直しができるよう、あらかじめ手順を確立させる。	構成団体、馬関係者、競馬組合による名古屋競馬運営連絡会を設立し、四半期ごとの収支状況報告を行い、経営状況の共有化を図った。	第3四半期までの収支状況の確認のため3回の運営連絡会を開催した。各四半期とも収支の黒字化は達成できていたため、残る期間も引き続き収支改善と年間黒字化に努めるとの意思確認を行った。	8/4、10/28、2/8と3回の運営連絡会を開催し、関係者に対し、四半期ごとの収支状況報告を行い、経営状況の共有化を図った。各四半期とも収支の黒字化は達成できていたため、残る期間も引き続き収支改善と年間黒字化に努めるとの意思確認を行った。	7/27、11/15、2/6と3回の運営連絡会を開催し、関係者に対し、四半期ごとの収支状況報告を行い、経営状況の共有化を図った。各四半期とも年間の黒字化は達成できる見込みであったため、残る期間も引き続き収支改善と年間黒字化に努めるとの意思確認を行った。
2	2 経費削減 (1)人件費	競馬組合の収支の悪化が予想される場合は、賞与や給与水準の見直しなどを組合上層部から責任に応じて、段階的に実施するような対応が必要であり、その対応方法について競馬組合内におけるコンセンサス形成を図っておくことがのぞましい。				
3	2 経費削減 (2)各種契約の見直し ①	テレビ放映業務では、組合の旧式の映像設備に知悉した業者が他に見当たらない等の理由で、特定の業者と継続して契約しているが、対応可能な事業者が存在しないかどうか再確認を行うとともに、作業マニュアルなどを整備し、複数者で入札できるような環境を整えられたい。	対応可能な事業者の存在を確認したが、該当がなかった。	対応可能な事業者の存在を確認したが、該当がなかった。	対応可能な事業者の存在を確認したが、該当がなかった。また、映像機器のHD化等を負担する変更があり、契約金額の見直しはできなかった。	対応可能な事業者の存在を確認したが、該当がなかった。また、映像機器のHD化等を負担する変更があり、契約金額の見直しはできなかった。
4	2 経費削減 (2)各種契約の見直し ②	警備業務については、多くの業務を民間委託している中で、組合職員（正規職員2名・嘱託職員6名）も警備業務に従事している。委託業務と重複していないか、あるいは、組合職員が行う警備業務も包括的に委託できないか検証されたい。	本場警備業務において、配置ポスト等を検証し、26年度に4名を減員した。	大須場外発売所の投票警備業務の全面委託化を行った。	外向発売所で行われている早朝発売について、利用状況や費用対効果を検証し、発売時間を短縮することで警備業務の縮減を図った。	弥富場外発売所の投票警備業務の体制を検証し、29年度から全面委託することとした。
5	2 経費削減 (2)各種契約の見直し ③	競争入札をしている場合であっても、より実質的な競争となるよう、入札参加業者を増やすことに努められたい。	自動販売機や電気調達業務について一般競争入札を行い、関係業者の入札参加の機会を増やした。	第2スタンド耐震工事の入札において、HP上で公表し、74者と指名業者数を増やすことで入札不調の防止と経費節減を図った。	名古屋競馬場第3スタンド改修工事の入札において、ホームページ上で公表し、32社と指名業者数を増やすことで入札不調の防止と経費節減を図った。	8月25日に特種用途自動車（馬道整備用トラック）1式に係る契約を一般競争入札にて実施した。
6	2 経費削減 (2)各種契約の見直し ④	契約手続の透明性を確保するため一定額以上の発注及び調達に関する情報等についてホームページ上に公開することが望ましい。	一般競争入札に関する情報を組合ホームページに掲載した。	一般競争入札に関する情報を組合ホームページに掲載した。	一般競争入札に関する情報を組合ホームページに掲載した。	一般競争入札に関する情報を組合ホームページに掲載した。

整理番号	項目	取り組むべき事項	平成25年度の取組状況	平成26年度の取組状況	平成27年度の取組状況	平成28年度の取組状況
7	2 経費削減 (2)各種契約の見直し ⑤	企画競争によって業者を選定する場合には、価格競争型プロポーザル方式を活用するなどして、契約額を抑制することも検討されたい。	価格競争型プロポーザル方式の導入について検討した。	価格競争型プロポーザル方式の導入について検討した。	価格競争型プロポーザル方式の導入について検討した。	価格競争型プロポーザル方式の導入について検討した。
8	2 経費削減 (3)補助金の見直し	補助金は、そもそも競馬組合が経費を負担すべきか。受益者負担はできないか。補助が必要な場合であっても、その額を減らせないか。	愛知県馬主協会への補助金を廃止した。	その他の補助金についても見直しの検討を行った。	その他の補助金についても見直しの検討を行った。	検討はしたものの、減額等には至らなかった。
9	2 経費削減 (4)広告・販売促進費	従来の広告・販売促進の費用対効果の検証を行い、その手法が適正かどうか客観的に把握することが必要であり、自治体が実施するイベントや競馬場周辺施設とのコラボレーションによる宣伝等、少ないコストでより大きな効果が得られるような手法を検討する。	他団体が行うイベントの情報収集を積極的に行い、地元港区で行われたイベントなどPR効果の高いイベントに参加した。	名古屋市交通局、名古屋市港区役所、高年大学競城学園など他団体が行う体験学習型イベントとタイアップし、名古屋競馬場を活用することで、少ないコストで効果的に名古屋競馬のPRを行った。	名古屋市交通局主催の駅ちかウォーキング(5/6)、あおなみ線バックヤードツアー(8/19、21)とタイアップし、名古屋競馬場を活用することで、少ないコストで効果的に名古屋競馬のPRを行った。また、天白区区民まつり(10/25)、畜産フェア(10/29)、港区区民まつり(11/3)、名古屋青年会議所イベント(11/19)、中京競馬場イベント(12/29)に参加し、顧客の新規開拓のためのPR活動を行った。	以下のとおり、他主催のイベントに参加することで、低コストでPRを行った。 ・あおなみ線ツアーで名古屋競馬場バックヤードツアーを開催し、主にファミリー層へのPRを行った(8/19)。 ・天白区民まつり(10/23)、港区民まつり(11/3)、愛知県畜産フェスタ(11/23)、地方競馬PRイベント in 中京競馬場(12/17)へ出展し、新規顧客開拓を行った。
10	2 経費削減 (5)賞金、諸手当	売上額に占める賞金、手当の割合を一定に保つなど、売上に連動させる仕組みを導入することも考えられる。また組合収支の悪化が予想される場合、年度途中においても柔軟に対応できる仕組みが必要。	構成団体、馬関係者、競馬組合による名古屋競馬運営連絡会を設立し、四半期ごとの収支状況報告を行い、経営状況の共有化を図った。	第3四半期までの収支状況の確認のため3回の運営連絡会を開催し、関係者に対し、四半期ごとの収支状況報告を行い、経営状況の共有化を達成できていたため、残る期間も引き続き収支改善と年間黒字化に努めるとの意思確認を行った。	8/4、10/28、2/8と3回の運営連絡会を開催し、関係者に対し、四半期ごとの収支状況報告を行い、経営状況の共有化を図った。各四半期とも収支の黒字化は達成できていたため、残る期間も引き続き収支改善と年間黒字化に努めるとの意思確認を行った。 競走馬を確保するため、10月に賞金、諸手当を増額改定し、競走内容の充実を図った。	7/27、11/15、2/6と3回の運営連絡会を開催し、関係者に対し、四半期ごとの収支状況報告を行い、経営状況の共有化を図った。 各四半期とも年間の黒字化は達成できる見込みであったため、残る期間も引き続き収支改善と年間黒字化に努めるとの意思確認を行った。 競走馬を確保するため、賞金、諸手当を増額改定し、競走内容の充実を図った。(H29.4～)

整理番号	項目	取り組むべき事項	平成25年度の取組状況	平成26年度の取組状況	平成27年度の取組状況	平成28年度の取組状況
11	3 適切な開催日数の設定	25年度の開催日を前年度から8日減らしているが、計算上は、収益改善のためには更なる見直しが必要。	他競馬場との競合による不採算を回避するためさらに2日減を実施した。	他場との競合やネット発売上の優位性を考慮し、10月及び3月に日程変更を行った。	降雪により開催中止となった重賞競走「新春ペガサスカップ(SP I)」を本場来場者が多く、トPAT発売日である「名古屋大賞典(JpnⅢ)」開催日に代替開催を行うことで、収益向上を図った。	年度当初より他場との競合やネット発売上の優位性を考慮し、開催日程を定め日数を設定した。
12		他の競馬場と開催日程が重ならないよう調整しつつ、売上が見込める時期・曜日にレースを集中し、1レース当たりの頭数を増やすことで引き締まった番組構成を実施し、魅力ある最後まで競い合うレースをファンに提供されたい。1レース当たりの出走頭数は原則として10頭以上とするなど、競馬関係者と調整を進め、妙味のある番組を編成していただきたい。				少頭数競走を避けるため、第21回の開催日数を5日間から4日間に見直した。
13	4 収入増の取組 (1)本場顧客へのサービス向上と集客	ファミリー層・女性層のファン開拓のための分煙化	第3スタンド前の子も遊具広場、交流スペースを禁煙エリアとし、掲示板等により明示した。	グリーンホールの喫煙席を廃止し、新たに喫煙室を設置することで分煙化を図った。	新設の特別仕様有料席は禁煙とし、施設内に喫煙所を設置した。 また、場内イベントとしてタバコ業者が分煙テントを設置し、来場者に分煙化を促した。	場内の施設内はすべて分煙化された。 また、場内イベントとしてのタバコ業者の分煙テント設置し、来場者への啓発を継続した。
14	4 収入増の取組 (1)本場顧客へのサービス向上と集客	美術系の学生を始め、一般市民、ファンのボランティアにより、外壁や建物壁面をカラフルな色調や爽やかなデザインでペインティング	(未実施)	施設の整備計画を進める中、正月や企画レース開催時に階段やフェンス等に横断幕やポスターに装飾を行い、来場者への購買意欲向上を図った。	施設の整備計画を進めつつ、フェンスや場内壁面等に横断幕やポスターの装飾を行い、来場者の購買意欲向上を図った。	開催予定レースの横断幕やポスターをフェンスや場内壁面等に掲示したり、正月開催時に門松などの装飾を行うことで、来場者の購買意欲向上を図った。
15		顧客からの積極的な聞き取り調査、モニター募集、優秀スタッフの投票など。	ご意見箱・アンケート用紙を場内に設置し、顧客からの意見・要望をとりまとめ、業務に反映できるよう組合職員へ配布した。	アンケートに寄せられた意見・要望を組合内部で周知を図り、改善を要するものは積極的に対応し、回答を場内に提示した。	アンケートに寄せられた意見・要望を組合内部で周知を図り、改善を要するものは積極的に対応し、回答を場内に提示した。	アンケートに寄せられた意見・要望を組合内部で周知を図り、改善を要するものは積極的に対応し、回答を場内に提示した。
16		交流場所の提供。	空き店舗を顧客が自由に利用できる交流スペースとして改修し、場内のイメージアップを図った。	第2スタンド特別観覧席の未使用部分に机・椅子を設置し、利用者の交流場所として活用を図った。	東スタンド3階の記者席の清掃、机・椅子の入れ替えを行い、団体客が来場した際にミーティング等で利用できる部屋に更新した。	28年度中に空き店舗が生じたが、今後新たな出店希望者が現れる可能性があることから、来場者交流場所としての活用は保留とした。

整理番号	項目	取り組むべき事項	平成25年度の取組状況	平成26年度の取組状況	平成27年度の取組状況	平成28年度の取組状況
17		乗馬体験やボニーとのふれあい。	重賞レースやイベント時にミニチュアホースとのふれあい体験を実施した。	重賞レースやイベント時にミニチュアホースとのふれあい体験を実施した。	重賞レースやイベント時にミニチュアホースとのふれあい体験を実施した。 また、岐阜大学から譲渡されたヤギもイベントに参加させた。	重賞レースやイベント時にミニチュアホースとのふれあい体験を実施した。 また、岐阜大学から譲渡されたヤギもイベントに参加させた。
18		来場者UPのためのスタンプカード。	ポイント加算を含めたキャッシュレスシステムの導入について検討を行った。	既存の特別観覧席利用者のスタンプカードを継続しつつ、27年度から導入するキャッシュレスシステムへのポイント導入について、先行事例の情報収集等により検討を行った。	キャッシュレスシステムの馬券購入に対するポイント制導入の是非について確認を行った。	新たなポイント制導入には至らなかったが、方法論について検討を行った。今後も検討を継続していく。
19		馬産地（北海道）物産展。	馬産地に限らず、地元特産物や青果販売店舗の場内での出店を行った。	重賞レースや企画レース開催日に岩手県や愛知県の特産物販売を実施し、集客向上を図った。	9/23(祝)秋の鞍競走開催日にばんえい競馬の協力により、北海道物産展を開催した。	ばんえい競馬の協力により「十勝物産展」を開催した(11/14)。
20		他場（JRA・地方）の紹介パネル。	（未実施）	他場やJRAから送付される開催日程や重賞レース等のポスターを場内へ掲示することで、来場者に対する他場発売への売購買意欲向上を図った。	他場やJRAの重賞レース等のポスターを場内へ掲示し、他場発売への購買意欲向上を図った。	他場やJRAの重賞レース等のポスターを場内へ掲示し、他場発売への購買意欲向上を図った。
21		友の会やファンクラブの設立。	twitter、FacebookといったSNSを実施した。	引き続き、twitter、FacebookによるSNSを継続することで、ファンへの情報提供を行った。	ホームページ、twitter、Facebookにより重賞競走やファンサービス、騎手の情報等の情報提供を適宜、行った。	ホームページ、twitter、Facebookにより重賞競走やファンサービス、騎手の情報などの情報提供を適宜行った。 また、平成28年度よりYouTube Liveの配信を行った。
22	4 収入増の取組 (2)インターネット顧客へのサービス	ポイントやマイルが貯まるサービス（貯まったポイントは本場で有料席や飲食で使える）	ポイント加算を含めたキャッシュレスシステムの導入について検討を行った。	キャッシュレスシステムを導入した高知競馬場の情報収集を行い、導入に向けた検討を行った。	キャッシュレスシステムの馬券購入に対するポイント制導入の是非について確認を行った。	競馬法上、馬券のディスプレイカウントができないことから、販促キャンペーン等を行った。

整理番号	項目	取り組むべき事項	平成25年度の取組状況	平成26年度の取組状況	平成27年度の取組状況	平成28年度の取組状況
23	4 収入増の取組 (2)インターネット顧客へのサービス	メール会員募集(情報提供と本場で使える割引券をセット)	twitter、FacebookといったSNSを実施した。	LINEによる事業展開は経費面やセキュリティの面で困難と判断したため、引き続きtwitter、FacebookといったSNSを継続することで、ファンへの情報提供を行った。	ホームページ、twitter、Facebookにより重賞競走やファンサービス、騎手の情報等の情報提供を適宜、行った。	ホームページ、twitter、Facebookにより重賞競走やファンサービス、騎手の情報などの情報提供を適宜行った。
24		CS放送等のLIVE動画をホームページでわかり易く周知する。	ホームページの大パネルでCS放送、USTREAM、ITVでのライブ動画を周知した。	ホームページの大パネルでCS放送、USTREAM、ITVでのライブ動画を周知した。	従前より行われていた動画配信を10/31のホームページの更新によりさらに利用しやすいよう改善した。	動画だけでなく、リアルタイムフォックス等周知を積極的に行った。
25		スマートフォン版ホームページ新設等	ホームページをスマートフォンでも閲覧可能な環境とした。	スマートフォンでも閲覧可能なホームページ環境を継続した。	従前からスマートフォンでも閲覧は可能であったが、10/31のホームページの更新に併せてスマートフォン版のページも増設した。	SSL化を実施し、アプリのセキュリティレベルにも十分対応できるサイト構築を行った。
26	4 収入増の取組 (3)注目される競馬場、魅力あるレース ア、パブリシティ	特に、25年春にデビューした若手女性ジョッキーをファンが温かく応援していく雰囲気作りを行い、ジョッキーとしての成長物語をファンが共感を持って見守るような仕掛けを関係機関の協力を得て行うこと。	女性ジョッキーを起用したイベントを企画し、マスメディアを絡めた広報活動を展開した。	木之前騎手を題材としたグリーンチャンネルの特集番組やJRA中京競馬場やポートレース蒲郡競艇場など他場イベントへの出演。 また、スマホアプリ「ダービーインパクト」のキャラクターとして起用されるなど、名古屋競馬の女性ジョッキーとして多岐にわたる広報活動を展開した。	木之前騎手が5/9にイギリスで行われたレディースワールドチャンピオンシップ第8戦で優勝、11/8にファイナルに出走したことで新聞・テレビ等のメディアに多く出演することができた。また、海外出走、年間65勝の功績から「NARグランプリ2015」において優秀女性騎手賞を受賞し、注目を浴びたことで、名古屋競馬を十分にPRすることができた。	再デビューした宮下瞳騎手を、免許再取得からメディアに働きかけ、TBS、メーテレ、東海テレビ、CBCテレビ、KBS京都、テレビ愛知、中京テレビ、グリーンチャンネル等、全国的にも大きな露出をする事で、名古屋けいばのブランディングを行った。 さらに、木之前騎手と共に、ウィニング競馬(テレビ東京)や競馬BEAT(フジテレビ系)での出演に繋がるPRを行った。

整理番号	項目	取り組むべき事項	平成25年度の取組状況	平成26年度の取組状況	平成27年度の取組状況	平成28年度の取組状況
27	4 収入増の取組 (3)注目される競馬場、魅力あるレース ア. パブリシティ	ノベルティ等に記載されているキャッチコピー「推理とロマンの名古屋競馬」についても、再生名古屋競馬のイメージを喚起するキャッチコピーを公募により一新するなど、再生に向け魅力ある競馬場のイメージを内外にアピールすることも考えられる。	現行のキャッチコピーについて各種印刷物、ファンサービス品への掲出を行った。	愛称「金シャチけいば NAGOYA」、マスコットキャラクター「シャチウマくん」を積極的に活用する広報計画「プロジェクト金シャチ」を策定し、プロモーションビデオやファンファーレの募集、キャラクターの「ゆるキャラGP」への参加、テレビ出演など名古屋けいばのPRに積極的に活用した。	愛称「金シャチけいば」を冠した「ファンファーレ募集企画」、「夏祭り」を実施し、愛称の周知を図った。また、場内イベントや他団体主催のイベントにキャラクター「シャチウマくん」が出演し、積極的に名古屋けいばのPRを行った。	場内イベントや他団体主催のイベントにキャラクター「シャチウマくん」が出演し、積極的に名古屋けいばのPRを行った。
		競馬への関心UP（例：トレセンレポート、新馬情報など）	トレセンツアーや愛称募集、ミニチュアホース等、競馬への関心UPを目的としたイベントを実施した。	弥富トレセンツアーや名古屋市が企画する競馬場バックヤードツアーとのタイアップ企画の実施。ファンファーレの公募、キャラクターのテレビ出演等、新規顧客獲得及び競馬への関心UPを目的とした広報活動を展開した。	弥富トレセンツアーや名古屋市交通局主催の競馬場バックヤードツアーを実施、また、マスコットキャラクター「シャチウマくん」、ミニチュアホースのイベント出演等を行い、新規顧客獲得を図った。	地域の区民祭り「港区区民祭り」「天白区民祭り」や「畜産フェスタ」等に参加し、競馬のPRを行った。
		競馬場のサブネーム（例：打撃のケイバ、打撃のホース）	名古屋競馬場のサブネーム（愛称）を公募し、2,342件の応募があった。	愛称「金シャチけいば NAGOYA」、マスコットキャラクター「シャチウマくん」を積極的に活用する広報計画「プロジェクト金シャチ」を策定し、プロモーションビデオやファンファーレの募集、キャラクターによるゆるキャラGPへの参加、テレビ出演など名古屋けいばのPRに積極的に活用した。	愛称「金シャチけいば」を冠した「ファンファーレ募集企画」、「夏祭り」を実施し、愛称の周知を図った。また、場内イベントや他団体主催のイベントにキャラクター「シャチウマくん」出演し、積極的に名古屋けいばのPRを行った。	愛称「金シャチけいば NAGOYA」及びマスコットキャラクター「シャチウマくん」を活用したPR活動を行った。
30	4 収入増の取組 (3)注目される競馬場、魅力あるレース ア. パブリシティ	キャラクターグッズ販売	(未実施)	マスコットキャラクター「シャチウマくん」のグッズ販売にあたり、マニュアル制作をデザイン会社へ依頼した。	ファンサービス品としてのグッズ製作を行いつつ、グッズ販売の実現に向けた検討を行った。	ファンサービス品としてのグッズ製作を行いつつ、グッズ販売の実現に向けた検討を行った。

整理番号	項目	取り組むべき事項	平成25年度の取組状況	平成26年度の取組状況	平成27年度の取組状況	平成28年度の取組状況
31	4 収入増の取組 (3)注目される競馬場、魅力あるレース イ. 魅力あるレース	話題性のあるレースの創設やジョッキーの個性を際立たせる仕掛け等、ファンの購買意欲を高める試み	全国の名人ジョッキーを集めた全国騎手交流東西対抗 ジョッキー名人戦を開催した。	地方競馬の女性騎手と東海北陸の若手騎手が参加した「レディス&ヤングジョッキーズ2015」を開催し、話題性のあるレースを実施した。	人気投票上位5名&成績上位7名による「金シャチケイバNAGOYAジョッキーカップ」を9/23に実施、また、笠松競馬&名古屋競馬成績上位騎手による「東海スーパージョッキーカップ」を2/2に実施し、「レディス&ヤングジョッキーズ」を3/4に開催し、話題性のあるレースを開催した。	以下のとおり、話題性のあるレースを開催した。 ・ファン投票で騎手が選ばれる「金シャチJKオールスターズ競走」を9/22に開催した。 ・名古屋所属騎手と笠松所属騎手が争う「東海スーパージョッキーズ競走」を2/1に開催した。
32	4 収入増の取組 (3)注目される競馬場、魅力あるレース イ. 魅力あるレース	各厩舎で選抜した個性の強い「推しウマ」、勝利数の少ない馬、ユニークな名前の馬を集めてレースをセットし、その馬の生い立ちや成績等をストーリー仕立てで紹介して固定ファンの獲得を図る。	ストーリー性のあるレースについて検討を行った。	ストーリー性のあるレースについて検討を行った。	ストーリー性のあるレースについて検討を行った。	ストーリー性のあるレースについて検討を行った。
33		ジョッキーのキャラクターをファンに掴んでもらうため、それぞれの親しみやすいインタビュー画像を動画配信（YouTube・ニコニコ動画等）し、名古屋競馬ホームページのトップページから簡単に見られるようにする。	重賞レースの勝利騎手インタビューの動画配信を行った。	重賞レースの勝利騎手インタビューの動画配信を行った。	重賞レースの勝利騎手インタビューやセレモニーの様子を名古屋競馬のホームページから動画配信した。また、金シャチけいはNAGOYAジョッキーカップのファン投票の際、騎手のコメントを動画配信した。	重賞レースの勝利騎手インタビューやセレモニーの様子を名古屋競馬のホームページから動画配信した。また、金シャチけいはNAGOYAジョッキーカップのファン投票の際、騎手のコメントを動画配信した。
34		スターホース、スタージョッキーの育成。	関係者が一丸となり強い馬づくりを目指し、ファンの認知度を高めるよう努めた。	関係者が一丸となり強い馬づくりを目指し、ファンの認知度を高めるよう努めた。	岡部騎手、安部騎手が地方競馬通算3,000勝を達成し、組合表彰、NARグランプリ2015で表彰された。	NARグランプリ2016において、競走馬部門の3歳最優秀牡馬で「カツゲキキトキト」が表彰された。 また、騎手部門では、加藤聡一騎手が最優秀新人賞を、宮下瞳騎手が特別賞を、木之前葵騎手が優秀女性騎手賞を受賞した。

整理番号	項目	取り組むべき事項	平成25年度の取組状況	平成26年度の取組状況	平成27年度の取組状況	平成28年度の取組状況
35		話題となりそうな馬の情報提供（名前、年齢、勝率、性格等でファンへアピール）。	戦績等に考慮しながら話題性の高い競走馬や騎手の情報提供を行った。	戦績等に考慮しながら話題性の高い競走馬や騎手の情報提供を行った。	戦績等に考慮しながら話題性の高い競走馬や騎手の情報を、ホームページやSNSによりファンへ提供した。	戦績等に考慮しながら話題性の高い競走馬や騎手の情報を、ホームページやSNSによりファンへ提供した。
36		初心者にもわかりやすいようなレース体系。	名古屋競馬のレース体系や格付け方法、馬の編成方法等をホームページや場内掲示版に掲載し告知を行った。	名古屋競馬のレース体系や格付け方法、馬の編成方法等をホームページや場内掲示版に掲載し告知を行った。	名古屋競馬のレース体系や格付け方法、馬の編成方法等をホームページや場内掲示版、出走表に掲載し告知を行った。	名古屋競馬のレース体系や格付け方法、馬の編成方法等をホームページや場内掲示版、出走表に掲載した。
37		高知のファイナルレースのように、年間10勝に満たない馬ばかり集めて、低レベルだが熱いレースをセット。	能力が拮抗した競走を実施するため競走の大半を占めるCクラスの編成方法を改正した。	能力が拮抗した競走を実施するため専門紙協会の記者選抜のジョッキールースを開催した。	能力が拮抗した競走を実施するため専門紙協会の記者選抜馬による「金シャチけいはNAGOYAジョッキークップ」(9/23)、「東海スーパージョッキーズ」(2/2)、「レディス&ヤングジョッキーズ」(3/4)を開催した。	能力が拮抗した競走を実施するため、専門紙協会の記者選抜馬による「スーパージョッキーズトライアル」(7/7)「金シャチJkオールスターズ」(9/22)「地方競馬ナインLVR」(11/30)「東海スーパージョッキーズ」(2/1)を開催した。
38	4 収入増の取組 (4)関連収入の拡大	JRA馬券発売時の駐車場有料化、民間駐車場への賃貸。	JRA馬券発売が好調な中、有料化による利用者減が懸念されるため駐車場有料化は行わない。	WINS名古屋のリニューアルにより利用者の減少が懸念されるため、名古屋競馬の売りとなる駐車場無料化を27年度も継続する。	利用者の動向を注視し、駐車場有料化に対する検証を行った。また、弥富場外発売所でのJRA勝馬投票券の発売を実施し、収入拡大を図った。	利用者の動向を注視し、駐車場有料化に対する検証を行ったが、馬券を購入し短時間で帰る利用者が非常に多く、駐車場の有料化は利用者離れを招く恐れがある。今後も、引続き利用者の動向を注視する。
39	4 収入増の取組 (4)関連収入の拡大	協賛レース 企業・団体協賛金を賞金に充当（個人は除く）。	組合収益を考慮した見直しを行い、平成26年度から実施する。	組合収益を考慮した方法により実施した。	組合収益を考慮した方法により実施した。	組合収益を考慮した方法により実施した。
40		協賛レース増のためのローラー作戦。	ホームページや出走表、通常広告等によるPRを行った。	ホームページや出走表、通常広告等に加え、情報誌のギフト特集でも紹介してもらい、十分なPRを行った。	ホームページや出走表、通常広告等によるPRを行った。	企業に対して積極的に営業活動を行った結果、多くの企業協賛冠レースを実施できた。

整理番号	項目	取り組むべき事項	平成25年度の取組状況	平成26年度の取組状況	平成27年度の取組状況	平成28年度の取組状況
41	4 収入増の取組 (4)関連収入の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・食べに行きたい飲食店づくり。 ・場内飲食店・売店の競争入札。 	空き店舗を顧客が自由に利用できる交流スペースとして改修し、場内のイメージアップを図った。	売店組合・飲料メーカー協賛による食券・景品等が当たる抽選イベントを実施し、売店利用の効率化を図った。	8/30の夏祭りイベントに併せ、売店組合・飲料メーカー協賛による食券・景品等が当たる抽選イベントを実施し、売店利用の効率化を図った。	売店組合・飲料メーカー協賛による食券・景品等が当たる抽選イベントを実施し、売店利用の促進を図った。
		<p>弥富トレセン未利用部分（西尾張中央道に接する部分：物流用地に限る）におけるリース事業。</p>	市役所や測量事務所等、関係機関へ赴き、実施にあたり必要となる事務の把握を行った。	実施に向け関係団体と調整を行い、手続きに要する経費を27年度予算に計上した。	未利用地の地盤調査の実施し、売却収入による累積赤字解消に向け、構成団体と調整を行った。	弥富移転検討調査の結果から、売却可能な面積を決定した。 一方で、弥富市から、弥富トレセンを含めた土地利用計画の見直し申し出があり、土地売却は来年度以降に延期した。
43	5 地域貢献	<ul style="list-style-type: none"> ・地域住民の集いの場所を提供。 ・子育て支援NPOや学童保育へのスペース提供。 	競馬場会館の体育館、会議室を地域住民の集いの場所として提供した。	競馬場会館の体育館、会議室を地域住民の集いの場所として提供した。	競馬場会館の体育館、会議室を地域住民のレクリエーションの場として提供した。また、駐車場利用が少ない他場開催日等で、近隣保育園でイベントがある場合は4号駐車場を無償貸与した。 10月より、飼い主のいない猫の譲渡会（NPO主催）を会館内で実施した。	競馬場会館の体育館、会議室を地域住民のレクリエーションの場として提供した。また、駐車場利用が少ない他場開催日等で、近隣保育園でイベントがある場合は4号駐車場を無償貸与した。 毎月1～2回、飼い主のいない猫の譲渡会（NPO主催）を会館内で実施した。
44	5 地域貢献	社会見学（大人・子ども）の積極的な受け入れ。	名古屋競馬場や弥富トレーニングセンターのバックヤードツアーを実施した。	組合主催の弥富トレセンツアーや名古屋市主催の競馬場バックヤードツアー、高年大学鯉城学園教養講座等の体験学習型のタイアップ企画を実施した。	名古屋市交通局主催の駅ちかウォーキング（5/6）、あおなみ線バックヤードツアー（8/19、21）、大ナゴヤ大学とタイアップ企画を競馬場で実施した。	旅行会社4社とのコラボ企画で、競馬教室や、競馬体験ツアーを積極的に行った。
45		フリーマーケットの場所提供。	地元特産物や青果販売店舗の場内での出店を行った。	重賞レースや企画レース開催日に岩手県や愛知県の特産物販売を実施し、集客向上を図った。	9/23(祝)秋の鞍競走開催日にばんえい競馬の協力により、北海道物産展を開催した。	ばんえい競馬の協力により「十勝物産展」を開催した（11/14）。

整理番号	項目	取り組むべき事項	平成25年度の取組状況	平成26年度の取組状況	平成27年度の取組状況	平成28年度の取組状況
46		サンクスホースデイズ：馬券の買い方など、特にビギナー向けの案内ディスプレイ・案内人員を増強して、イベントを機会に新規顧客の獲得を図るべきである。	サンクスホースデイズにおいて、ブースを設け、馬券の買い方を案内し、新規顧客の開拓に努めた。	サンクスホースデイズにおいて、競馬初心者向けの「ネット大使の藤川京子による競馬入門講座」を開催し、新規顧客の開拓に努めた。	当年度は開催日程の都合によりサンクスホースデイズは開催できなかったが、H28.4.29の開催に向け準備を進めており、新規顧客獲得に向けたイベントを企画する。	グループ来場者や旅行代理店によるツアー参加者に対して、競馬講座を開催し、実際の馬券購入や払い戻し操作のフォローも行った。
47		福祉関係者が弥富トレーニングセンターにおいて、ホースセラピーを実施するような可能性についても調査を進められたい。	(未実施)	名古屋競馬振興協議会が地元保育園等の要請によりミニチュアホースのふれあいイベントを定期的実施した。	トレセンにおけるホースセラピー実施の可能性について検証を行った。	
48	6 ガバナンスの確立	競馬組合の部門ごとに組織としての目標を設定し、責任者と期限を定め、組織目標を実現するために、組合職員一人ひとりが組織目標と連鎖した個人の目標を定め、年度途中に個人目標、組織目標の進捗状況を管理するなど、強固なガバナンス（内部統治）を確立することが必要。	競馬関係者への「名古屋競馬ルネッサンス宣言」の理念共有、意識の徹底を図った。	各課において目標設定を行い、年度途中において進捗状況を確認しつつ、業務を遂行した。	各課において目標設定を行い、年度途中において進捗状況を確認しつつ、業務を遂行した。	各課において目標設定を行い、年度途中において進捗状況を確認しつつ、業務を遂行した。
49	6 競馬関係者と経営情報の共有	競馬組合と、調教師、騎手、厩務員など競馬関係者が共通目標に向かって一丸となって取り組む体制作りが必要。	構成団体、馬関係者、競馬組合による名古屋競馬運営連絡会を設立し、連絡調整を行った。	第3四半期までの収支状況の確認のため3回の運営連絡会を開催した。各四半期とも収支の黒字化は達成できていたため、残る期間も引き続き収支改善と年間黒字化に努めるとの意思確認を行った。	8/4、10/28、2/8と3回の運営連絡会を開催し、関係者に対し、四半期ごとの収支状況報告を行い、経営状況の共有化を図った。各四半期とも収支の黒字化は達成できていたため、残る期間も引き続き収支改善と年間黒字化に努めるとの意思確認を行った。	7/27、11/15、2/6と3回の運営連絡会を開催し、関係者に対し、四半期ごとの収支状況報告を行い、経営状況の共有化を図った。 各四半期とも年間の黒字化は達成できる見込みであったため、残る期間も引き続き収支改善と年間黒字化に努めるとの意思確認を行った。

整理番号	項目	取り組むべき事項	平成25年度の取組状況	平成26年度の取組状況	平成27年度の取組状況	平成28年度の取組状況
50	7 施設整備と資金調達	スタンドの耐震工事やバリアフリー化工事を始めとする必要最小限の施設整備が必要。 施設整備に必要な資金について、競馬組合自らが経営改善を積み重ね、収支黒字化を継続することで発生する留保金を財源とする必要があるが、外部からの資金調達の可能性を含め、早期に着手する必要がある。	スタンドの耐震工事に必要なコンクリート強度調査を実施した。 また、トイレの洋式化を推進した。 耐震工事などに国等の補助制度を活用すべく、担当部署と調整を行った。	第2スタンドの耐震改修、有料席シートの改修、入場用改札機の取替を実施した。 馬場改修工事に必要な砂の一部を購入。 また、外部資金の確保に努めた。	馬場改修工事は終了。現在、特別仕様有料席「金シャチプレミアムラウンジ」の工事、第1スタンド、騎手会館の耐震工事の設計が終了した。 また、馬場改修工事、耐震工事設計は外部資金の確保を行った。	第2スタンド防水改修、下見所舗装改修、騎手会館の耐震改修を実施した。 さらに、第2スタンドの空調改修に着手した。 外部から資金調達ができる事項はなかった。