

オートレース中期基本方針 (2021年度～2025年度)

小型自動車競走運営協議会
2021年3月10日

1. 策定趣旨
2. 前期中期方針の振り返り（2016年度～2020年度）
3. 目指すべき姿
4. 目標達成のための実施施策
 - (1) 団体別役割
 - (2) 主な施策
 - ① 効率的な日程編成
 - ② 競走体系の改善
 - ③ 公式インターネット投票の刷新
 - ④ 公式キャッシュレスシステムの導入
 - ⑤ 本場及び専用場外の活性化
 - ⑥ 車載カメラによる新たなレース映像の提供
 - ⑦ 民間事業者との連携
 - ⑧ プロモーション
 - ⑨ 新型コロナウイルス長期化に向けた安定的な事業継続戦略
 - (3) 効果測定・進捗管理
5. 各種実施施策の工程表

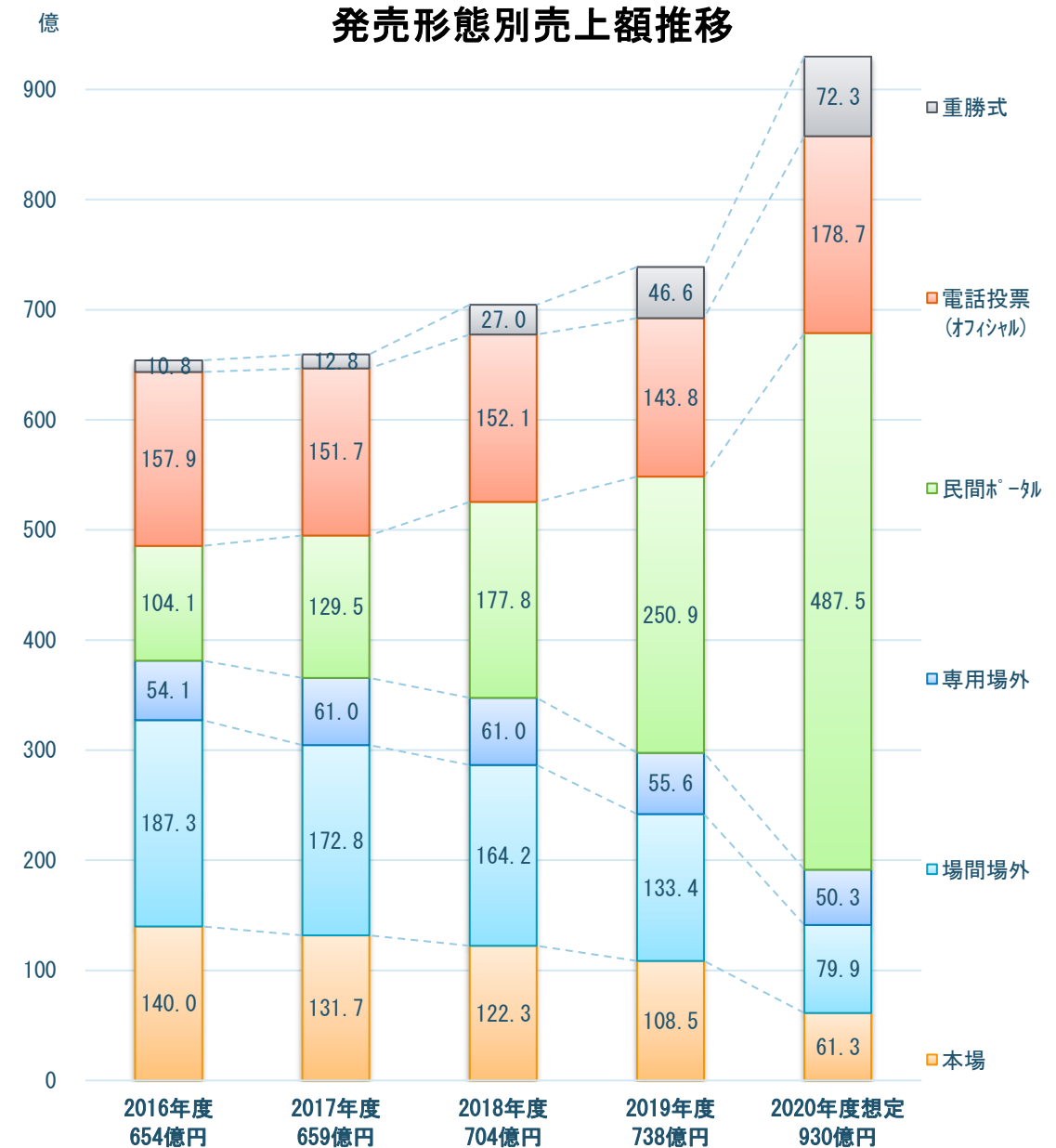
新型コロナウイルス感染症対策、インターネット環境の拡大等生活環境が大きく変化、多様化する中でオートレース業界の持続的発展を目指し、2021年度から2025年度までの中期基本方針を策定し、業界関係者が一丸となって取り組むとともに、オートレース業界の総意としてとりまとめる。

2. 前期中期方針の振り返り(2016年度～2020年度)

売上減少に歯止めがかからない状況の中、2015年度に年率2%成長(年13億円増)の**2020年度総売上700億円**達成を掲げ、2016年度から2020年度までの中期方針を策定し、主に施行者収益が見込める**ミッドナイト競走を拡大**することで、**2018年度には700億円を超える売上**となった。

更に、ミッドナイト競走に準ずる新たな時間帯での開催を拡大することにより、**2020年度総売上は、当初目標売上より30%以上増の約930億円**となる見込みであり、業界一丸となって実行した各種施策の効果もあり、当初目標を大きく上回ることが出来た。

一方で、これまでの本場、場外での売上に依存していた状況からインターネット投票、特に**民間ポータルサイトの売上**で総売上が増加しており、収益構造の変化により**施行者収益は大幅に改善していない**状況である。



2. 前期中期方針の振り返り (2016年度～2020年度)

前期中期 (～2020年度) 目標
ミッドナイト250日、総売上700億円

実施施策 (振り返り)	年度	2016年度	2017年度・2018年度	2019年度・2020年度
	売上 営業活動収支	654億円 9.7億円	659億円・704億円 9.6億円・10.7億円	738億円・930億円(予測) 10.4億円・13.0億円(予測)
オートレース活性化策	開催日数・時間の拡大	総開催日数443日	総開催日数454日・461日	総開催日数490日・559日
		ミッドナイト計27日	ミッドナイト計38日・計45日	ミッドナイト等計74日・計143日(重点施策)
		ミッドナイト 飯塚27日	ミッドナイト 飯塚38日・38日	ミッドナイト 飯塚47日・59日、山陽18日・43日
			ミッドナイト 山陽7日	アフター6 伊勢崎9日・21日、ナイトレース 川口20日
		※川口レース場ナイトー設備常設(2016)		※山陽レース場ナイトー設備常設(2019) ※飯塚レース場ナイトー設備常設(2020)
	魅力的な競走の提供	着順優先の勝ち上がり方式(2014～)		70周年記念レース、女子戦の新設
		ハンデの固定化(2014～)		GIIミッド、モーニング開催、7車立て開催の内定(2021)
		市販車導入の検討	EV競走車の導入検討	EV競走車の導入中断(重点施策)
	投票環境の整備・拡大	専用場外の拡大 計25場	専用場外の拡大 計31場	専用場外の拡大 計33場(重点施策)
		重勝式「当たるんです」発売開始		ウィンチケット参入
払戻率可変化	SGLレース2連単払戻率80%	グレードレース第7R2連単払戻率80%	グレードレース第7R2連単払戻率80%	
WEB活用の推進	autorace.jpにおける外部予想データ、選手コメント配信	WEB会議システムの活用による専用場外向け双方向予想会配信	マーケティングシステム活用による既存顧客及び新規顧客へのアプローチ YouTube等の更なる活用	
	観戦環境の整備・利便性向上	ニコニコ生放送活用によるグレードレース優勝戦展望番組配信	LINEライブによるグレードレース優勝戦展望番組配信 公式ファンクラブ開設	
効率的な運営	開催日程編成	非営業日の削減(18日)	非営業日の削減(15日・8日)	非営業日の削減(4日・5日)
		昼併売の削減(34日)	昼併売の削減(36日・25日)	昼併売の削減(12日・4日)
	開催時間	ナイトー日数の拡大(74日)	ナイトー日数の拡大(64日・69日)	ナイトー日数の拡大(79日・135日) ナイトー期間の拡大(2020年度通年実施)
		システム関連経費の軽減	WEBオッズシステムを活用した専用場外の運営経費軽減	ASC2からASC3システムに向けた更改案検討 ASC3開発経費の軽減 民間P社基幹システム負担金導入

3. 目指すべき姿

オートレース中期基本方針目標

オートレースの持続的発展に向けて、2025年度までに『**総売上1200億円**』『**施行者営業活動収支18億円**』を達成し、地域社会への貢献、補助事業拡大を目指す。

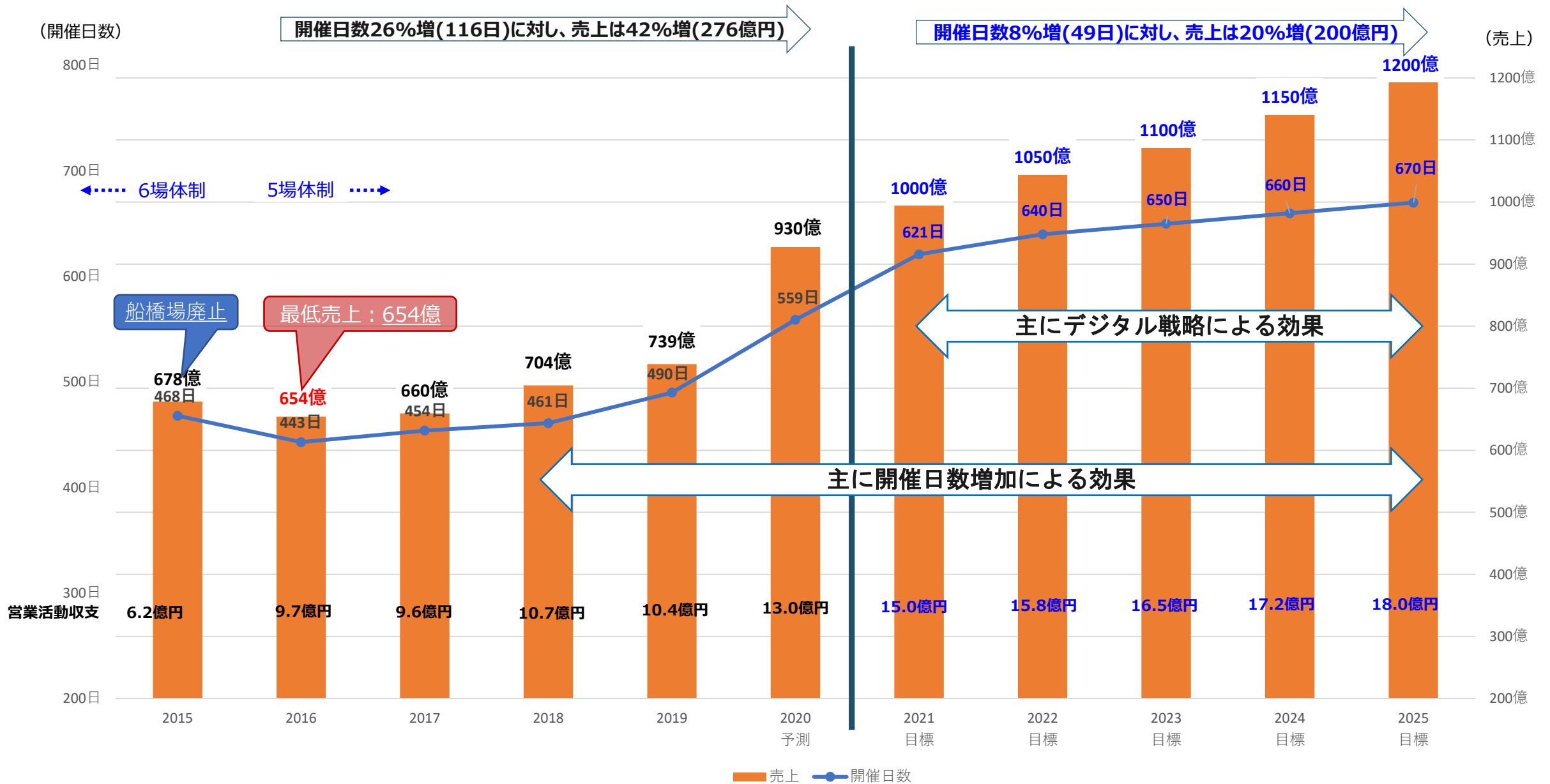
公営競技全体の売上に占めるオートレース売上は約1.3%と小規模である。

本場が5場と少なく認知度が低いことが要因の一つであり、長きに渡りレース場での売上に依存している状況であったが、インターネットの普及とライフスタイルの多様化により、オートレースも場所を選ばず投票可能なインターネット投票のシェアが急速に伸びている状況である。今後も変革が早い**デジタル**社会に対応する**戦略**を軸とした施策を実施していくことで、オートレースの認知度向上と**売上**及び**施行者収益の最大化**を実現し**地域社会への貢献、補助事業拡大**を目指す。

また、他公営競技と比較しても本場入場者数は多く、競技自体はお客様に評価され地元根付いており、本場のお客様も大切にし利便性を向上させるために**一日中オートレース**を楽しんで頂ける開催日程を編成し、デジタル技術を活用した公式**インターネット投票**と公式**キャッシュレス**システム(本場・場外)との**融合**、迫力あるレースを更に提供するために公営競技初となる**車載カメラ**によるレース映像の配信を行い、既存のお客様はもとより新規のお客様にも喜ばれるオートレースを目指す。

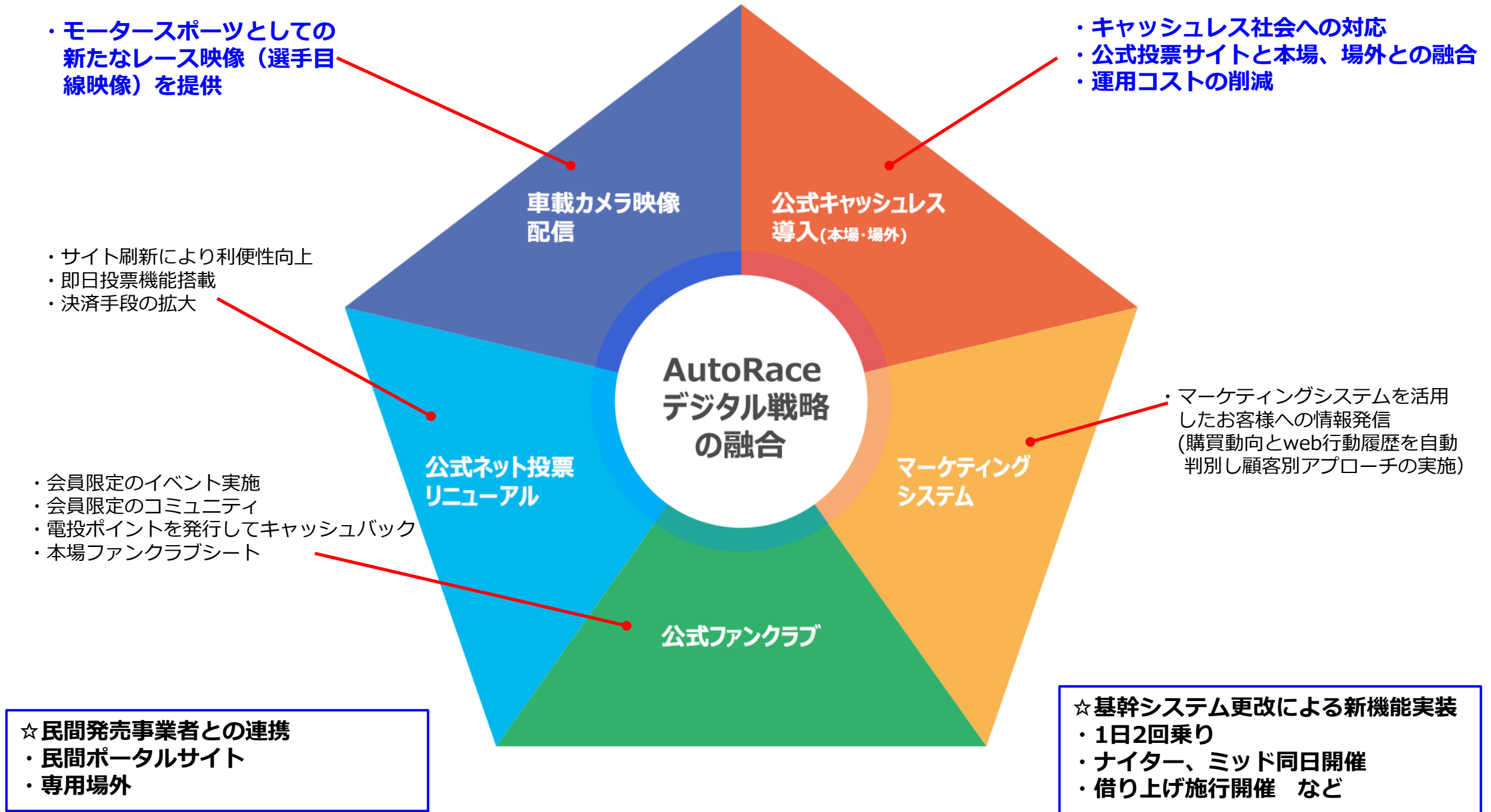
3. 目指すべき姿（目標）

2025年度までに、売上1200億円、施行者営業活動収支18億円を達成

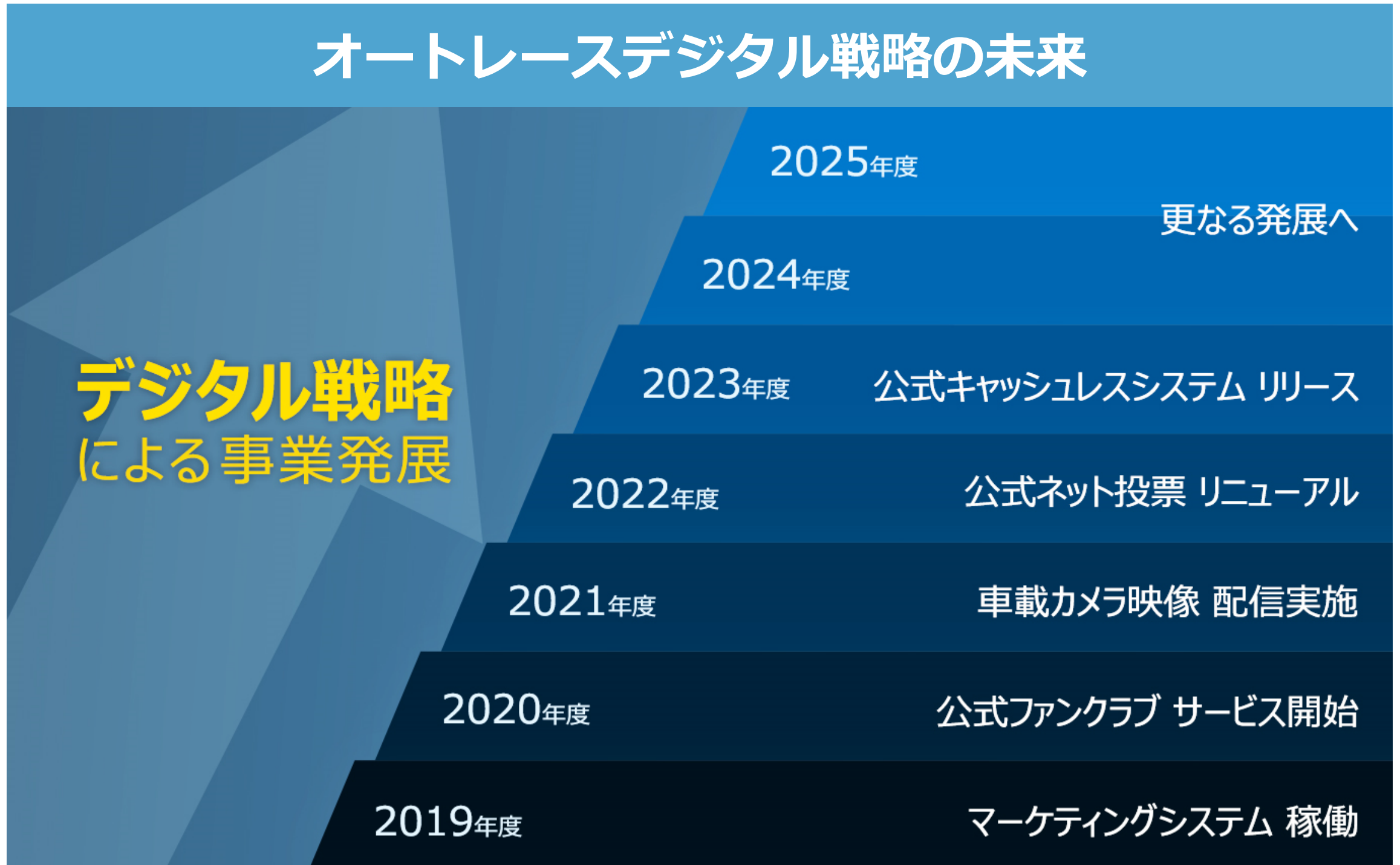


2021年度1000億円を起点に開催日数増、デジタル戦略を中心に年率約5%成長(年50億円増)を目指す

3. 目指すべき姿（デジタル戦略を軸とした発展）



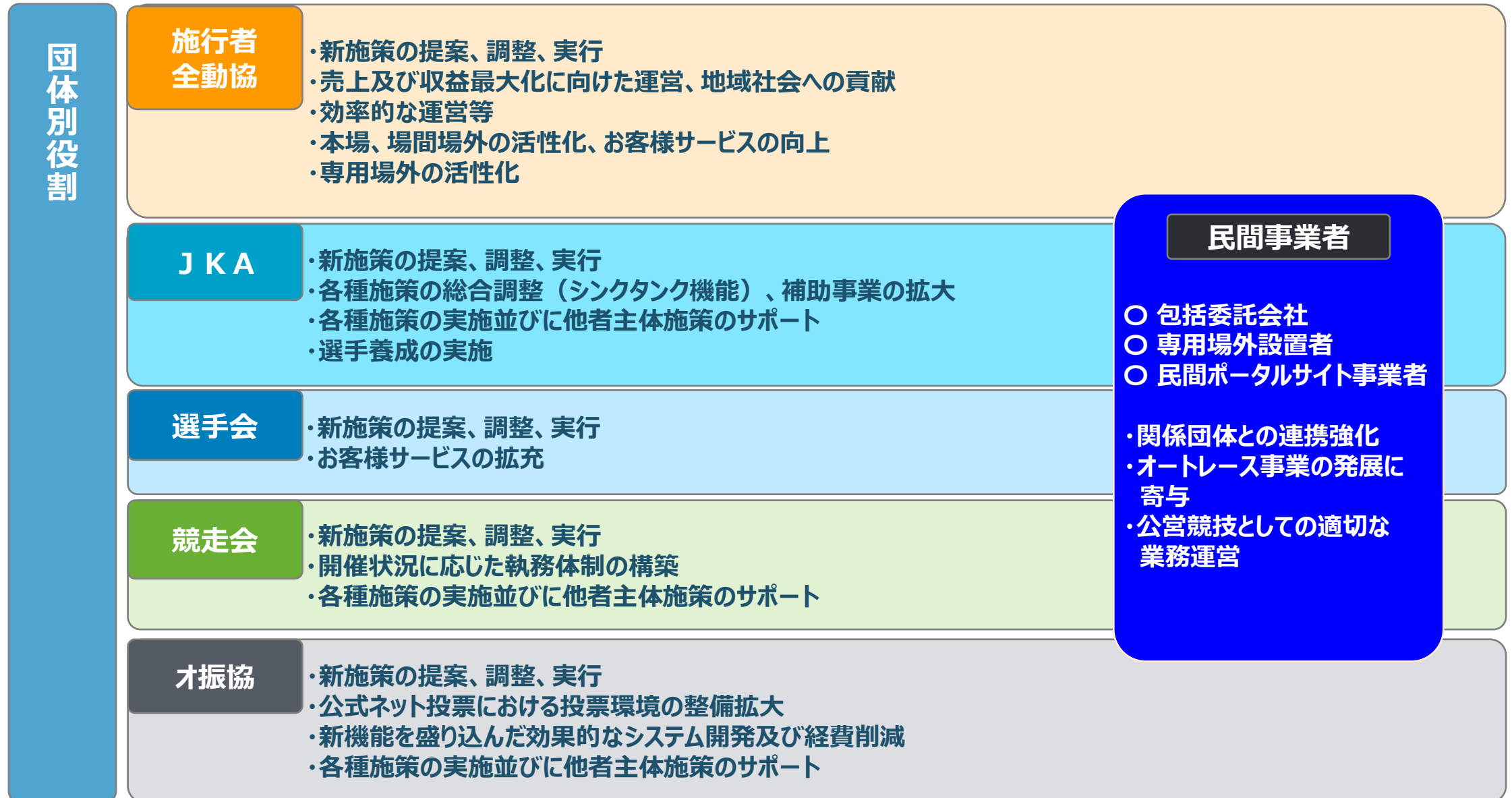
3. 目指すべき姿（デジタル戦略を軸とした発展）



4. 目標達成のための実施施策

2025年度までに達成する目指すべき姿を実現するため、各団体はその役割を果たし各種施策を実行する。

(1) 団体別役割



4. 目標達成のための実施施策

(2) 主な施策

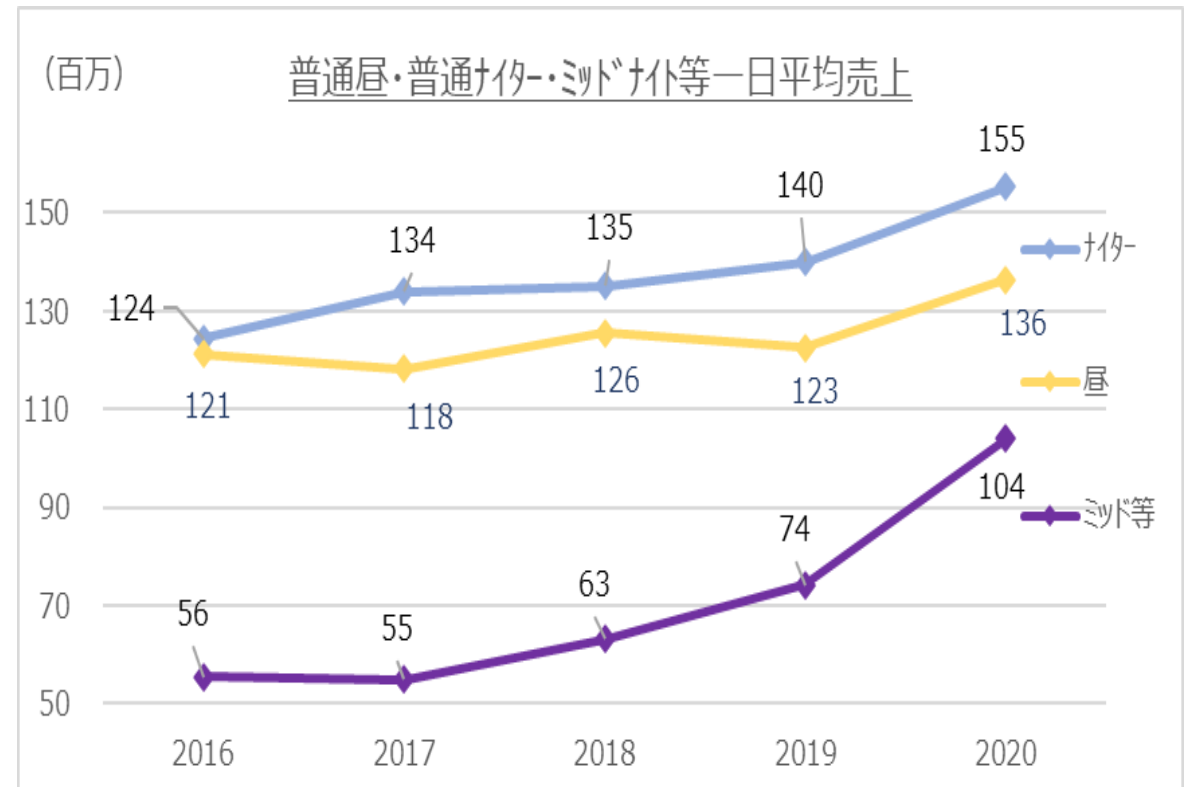
① 効率的な日程編成

現状と課題

本場・場外での現金発売が減少傾向にある中、インターネット投票が好調であり、特に夜間売上が増加する傾向があるためミッドナイト競走を中心に開催日数を増加してきた。

一方で、周辺環境からナイター開催の実施が困難な浜松場においては、その効果があまり得られない状況となっている。

また、5場しかないオートレースの開催日数は上限が近づいており、システム面では、借り上げ施行開催、ナイターとミッドナイトの同日開催に対応していない。



組み合わせ日数	2016	2017	2018	2019	2020
昼+昼	34日	36日	25日	12日	4日
昼+ナイター-orミッド*	60日	68日	72日	116日	194日

2021
0日
248日

4. 目標達成のための実施施策

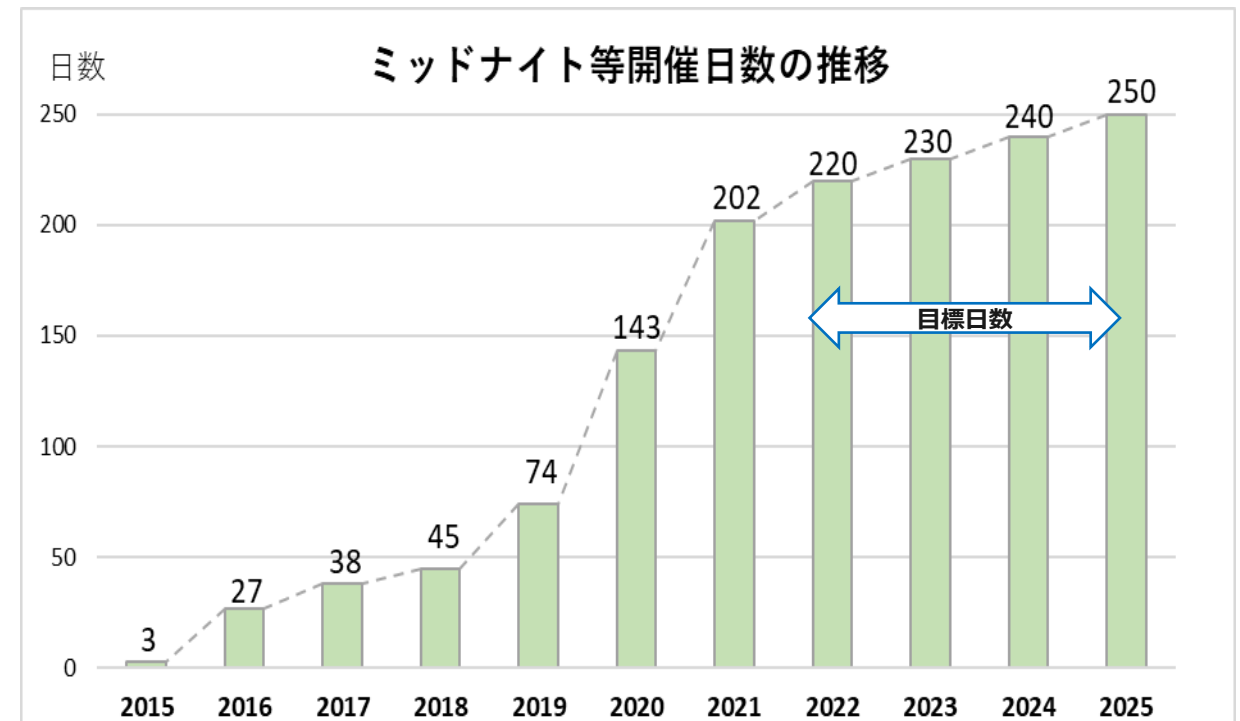
(2) 主な実施施策

① 効率的な日程編成

今後の施策

お客様へ1日をとおしてレースを提供するために昼昼併売から昼夜開催へシフトする効率的な日程編成を**継続**し、ミッドナイト競走等施行者収益の高い開催を増やすことにより、2025年度までに**総開催日数670日**を目標とする。

また、ナイター設備の無い浜松場においては、2021年度にモーニング開催(**浜松アーリーレース**)、システム対応が可能となる2022年度以降は借り上げ開催による他場での**ミッドナイト競走**を実施することで、**全施行者でミッドナイト競走、ミッドナイト競走に準じる開催を実施**し活性化を図る。



※川口ナイトレース、伊勢崎アフター6、浜松モーニングを含む。

4. 目標達成のための実施施策

② 競走体系の改善

現状と課題

- ・オートレースの根幹を成すレースについては、嗜好の変化が早いお客様に対応した魅力あるレースを提供するためにグレードレースの改善や企画レース等を継続して検討し、特に新規のお客様に対しては予想しやすいレースを提供することで車券購入に繋げる必要がある。
- ・ミッドナイト競走を中心に開催日数を増加してきたが、日程が過密になることによる選手への負担、開催執務者への負担が増えている。
- ・女子選手については、選手数は増加してきたが現在16名と全選手の4%程度にとどまっている。
- ・新人選手についてはデビュー時期が2年に1回と間隔が開いていることから改善の余地がある。
- ・騒音対策及び新たな商品を提供するためにEV競走車導入に向けた試作開発の研究を重ね、試作車両による走行試験の一定の検証を終えたが、現時点で小型自動車競走法改正が難しく導入コストも高額なことから開発を一時中断した。しかし、脱炭素社会実現に向けた推進状況等を考慮すると発動機(内燃機関)に代わる競走車の調査研究が必要である。

4. 目標達成のための実施施策

② 競走体系の改善

今後の施策

・グレードレース

2021年度から飯塚場及び山陽場において**GⅡミッドナイトグレードレース**を新設。他3場についても開催内容や施行者収益を考慮しながら2025年度までに各場1開催増加することを目標とする。

お客様の注目度をさらに高めるため、女子戦をグレードレースとして2025年度までに実施すること及びお客様に感謝する開催として「**オートレース発祥記念**」を年1回希望する場において持ち回りで実施することを目標とする。

・新たなレースの提供

2022年度より同一選手の同一競走車による**1日2回乗りレース**を実施する。

・企画レース

お客様の注目度の高い**女子戦**を拡大するとともに開催内容を工夫した企画レースを継続実施する。

・普通開催7車立て

普通開催において、予想をしやすいお客様の購入資金が次のレースに回りやすい**7車立て開催**を企画レースとして2021年度に実施する。実施した結果が良好であれば2022年度以降適切な7車立て開催の日程配置を行い、選手制度関係規程の見直しを行う。

4. 目標達成のための実施施策

② 競走体系の改善

今後の施策

・試走前倒し

試走を通常より1レース早く実施することにより、試走から発売締め切りまでのお客様の予想時間を拡大し購入機会拡大を目的に試走前倒しの試行実施を行い、収益が見込める結果であれば本格導入に向けて施設等の改修を行うことを検討する。

・毎年養成

オートレースの話題提供、スター選手の育成、女子選手数を増加させ活性化を図るために毎年養成へ変更する。

現行 (隔年養成)	34期 →	35期 (20人養成) →	36期 (20人養成) →	37期 (20人養成) →			
改正案 (毎年養成)		35期 (20人養成) →	36期 (10人養成) →	37期 (10人養成) →	38期 (10人養成) →	39期 (10人養成) →	40期 (10人養成)

・ガソリンエンジン車以外の研究

ガソリンエンジン車販売禁止の方針に注視しながら、小型自動車競走法の改正等課題はあるが、新たな競走車について適時検討を行う。

4. 目標達成のための実施施策

③ 公式インターネット投票の刷新

現状と課題

公式インターネット投票サイトは、オートレース運営の基盤となるASCシステムで運営しているが、2006年のASC1リリース以降改修を行っていない。そのため、画面上のデザインが古く、決済や機能的な追加を行っていない。このことが、2019年度まで公式インターネット投票の売上減少が続いてきた要因の一つであり、収益性の高い公式インターネット投票の利便性向上と売上増加は業界の重要な課題である。

・改修を行わなかった主な要因

ASC1のシステムをASC2にそのまま継承

ASC内他システムとの連動性等でシステムが複雑化した結果、システム改修に多大な時間と経費が発生

・投票サイト単体ではなく、ASC全体の構成見直し

次期システム(ASC3)の設計を行うため、外部のシステムコンサルタントを活用し複雑化した既存システムの棚卸をした上でクラウドサービスを活用する次期システムの構想を固めた。

従来の開発から運用まで一気通貫で委託する一括調達方式を見直し、(1)基本設計、(2)システム開発、(3)運用という分割調達方式を採用し、開発会社も1社ではなく、数社と業界が直接契約する事でコストを下げ、システムの内容を明らかにする事を目的としてASC3プロジェクトを推進する事となった。

4. 目標達成のための実施施策

③ 公式インターネット投票の刷新

今後の施策

お客様の利便性向上のため、**公式ネット投票サイトを全面リニューアル**し 2022年より、即日投票機能、新規のネットバンク決済、クレジットカード決済、コンビニ決済、ペイジー決済等の導入、デザインについてもパソコン、スマートフォンに最適化した機能的で投票しやすいサイト構成にし、ギャンブル依存症対策として購入制限機能も実装する。

ASC3 公式ネット投票サイト

コスト削減と共に、ファン向けサービスのリニューアルにより売上増を目指します

あたらしいネット投票

機能 デザイン 一新

パソコン、タブレット、スマートフォンなどから、操作しやすく見やすいデザインに一新。投票までスピーディーにできる操作性やガミ防止などの機能を追加。



会員獲得契機UP

売上向上

既存の銀行系決済にゆうちょ銀行が追加。さらに、クレジットカードなどから手軽にネット投票が楽しめるマルチ決済を導入。会員登録まで最短2分で完了できます。

銀行決済会員

口座開設から会員登録まで

最短2週間



マルチ決済会員

会員登録まで

最短2分

NEW

クレジットカード、コンビニ決済、ネットバンク、ATM

キャッシュレス決済カード

銀行決済会員

口座開設から会員登録まで

最短2週間

NEW



また、2022年度以降順次機能追加を行い、前日前売発売、試走前倒しシステム、新重勝式の検討等、今後は更に加速するデジタル社会に対応したシステムを発展的に活用していく体制で事業を推進していく。

4. 目標達成のための実施施策

④ 公式キャッシュレスシステムの導入

現状と課題

キャッシュレス社会が広がっていく中、オートレースの本場及び専用場外は、一部の特別観覧席などを除いて現金発売の比率が高い状況である。

今後の施策

2023年度以降、業界統一の公式キャッシュレスシステムを導入し、単にお客様の利便性向上、運営経費の削減だけでなく、全国相互払戻しの実現、**公式インターネット投票と本場キャッシュレスの会員番号を共通化することにより「リアルとインターネット」を融合**させ、お客様の購買動向に応じた顧客別マーケティングを実施し、来場特典等を付加する事等による本場及び専用場外の来場価値を高めオートレースを楽しむ価値を創出する。



4. 目標達成のための実施施策

⑤ 本場及び専用場外の活性化

現状と課題

公式インターネット投票会員や専用場外のお客様に対して、本場での観戦機会を提供する方策として、公式インターネット投票会員だけのメリットとして実施する**公式ファンクラブ**限定イベントと、専用場外のお客様を本場の特別観覧席に無料で招待し生のレースを観戦して頂くサービスの全国展開開始については、コロナ禍による制限等により予定を変更せざるを得ない状況となっている。

今後の施策

公式キャッシュレスシステムによる活性化策に加え、新型コロナウイルス感染症を取り巻く環境に配慮しながら、公式ファンクラブ限定イベントの実施、専用場外のお客様へは**本場招待サービス**企画を実施し活性化を図る。

また、1拠点を基に複数の専用場外で同時に実施可能な**WEB解説会**については、選手を活用した企画を含め拡大していく。



4. 目標達成のための実施施策

⑥ 車載カメラによる新たなレース映像の提供

現状と課題

YouTube等を活用したネット配信によるレース中継を強化しているが、その映像の大半はレースシーンを俯瞰で撮影して、全車が一画面に網羅される映像に留まっている。

一方、映像機器の技術革新により、従来は大きく重量があった車載カメラが小型軽量化してきたことから、モータースポーツにおいては視聴者に迫力ある映像を提供するために車載カメラによる映像も一般化している。

今後の施策

2021年度後半に公営競技初となる車載カメラによる**選手視点のレース映像**を、インターネットを中心にお客様へ配信することで新たな魅力を提供しインターネット投票の活性化に繋げることを目標とする。

車載カメラ映像配信



1R 2R 3R 4R 5R 6R 7R 8R 9R 10R 11R 12R

川口オート **LIVE** 12R | 5号車 | 鈴木圭一郎 | 12R投票の受付を終了しました。ご投票ありがとうございます。 12R投票の | 川口記念 5/08 - 5/12 | 開催 第1日目 | 放映時間: 14:15~20:55 | 2019/05/21

カメラ切替 | チャット

1号車 | 2号車
3号車 | 4号車
5号車 | 6号車
7号車 | 8号車

レース全体
空撮映像

レース結果 | 購入シート

2連単	1-2	560円
2連複	1=2	600円
3連単	1-2-3	1,270円
3連複	1=2=3	360円
ワイド	1=2	180円
	1=3	150円
	2=3	210円
複勝	1	100円
	2	200円
	3	240円
単勝	1	130円

Auto Race ファンクラブ

[AD] オフィシャルファンクラブ
今ご入会でもれなく
会員限定クオカードプレゼント!

晴
気温 22.0℃ | 路温 30.0℃
65%
良走路

選手心拍数
200 bpm 最大心拍数
120 bpm 平均心拍数
132 km/h 試走最高速度
3.38 sec 試走タイム
50 m ハンド

近180日 晴雨連対率
100%
75%
50%
25%
0%
自走
雨
曇

4. 目標達成のための実施施策

⑦ 民間事業者との連携

現状と課題

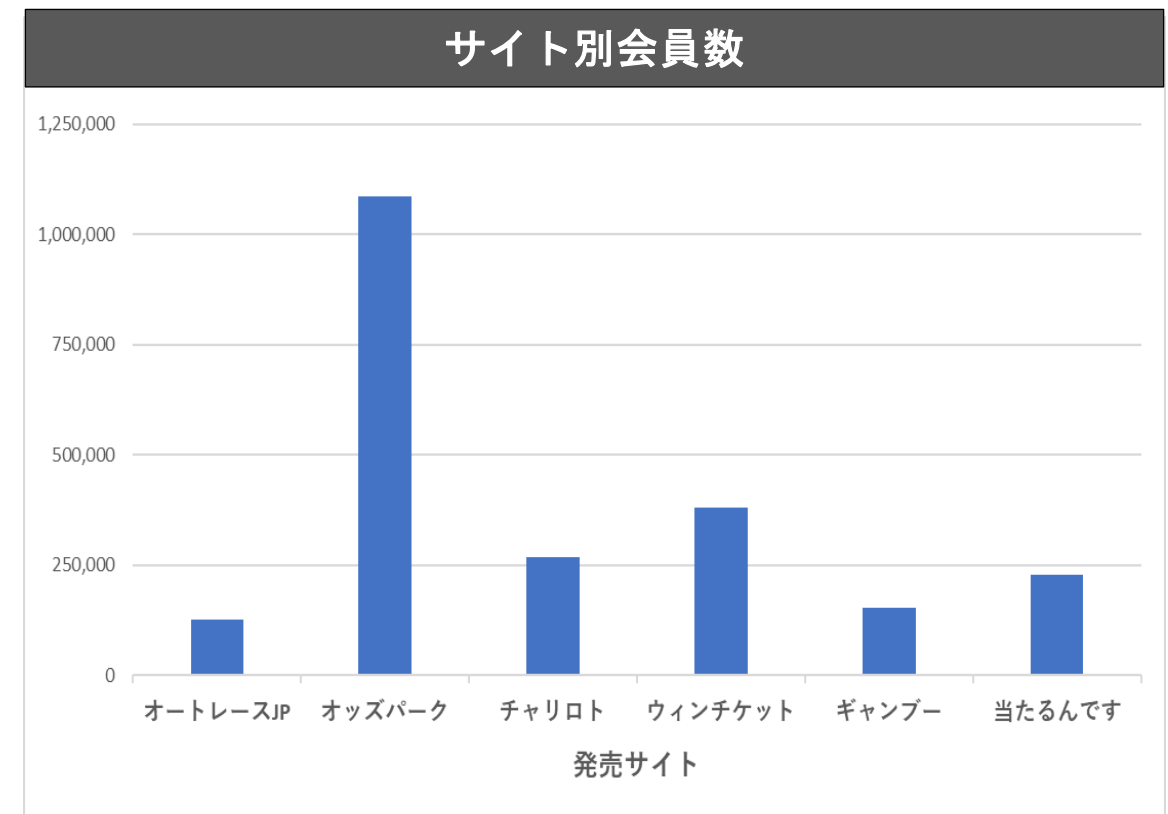
投票環境が多様化する中、売上の約6割を占める民間ポータルサイト事業者、全国33場の拠点である各専用場外設置者は、売上向上、認知度向上においてオートレースに貢献している。

一方で、その顧客動向等については業界全体として把握出来ていない状況であり、今後連携強化が必要である。

今後の施策

民間事業者との連携を強化し、特に今後推進するデジタル戦略の一環として民間ポータルサイトが保有する顧客の購買動向について、全動協協力のもとJKAに情報を集約し、分析に基づく効果的な活性化策を業界として実施することで更なる売上及び収益の拡大を図る。

また、既存民間事業者及び新たな参入希望者への公営競技としての適切な対応及び各種契約内容については、全動協を中心に慎重に検討を行い販路拡大による売上と施行者収益の拡大に努める。



4. 目標達成のための実施施策

⑧ プロモーション

現状と課題

「レジャー白書2020」によると2019年度の余暇市場動向は前年度比0.6%増の72.3兆円となっているものの、余暇産業全体が市場拡大をしている訳ではなく、調査対象の約半分は前年度比マイナス成長となっている。

その中でも公営競技は堅調に推移しており、本場や場外売場での売上増ではなく、インターネットでの投票増加が直接的な市場拡大の要因となっている。

特に新型コロナウイルスの影響から外出先でのレジャーが制限される中で、余暇市場のインターネットへの移行が後押しとなり公営競技の市場がより拡大している状況である。そのような中で、プロモーションについてもインターネットを中心としたデジタル戦略により顧客との接点を見出し、付加価値を提供する事で市場を拡大、深掘りしていく事が重要となる。

4. 目標達成のための実施施策

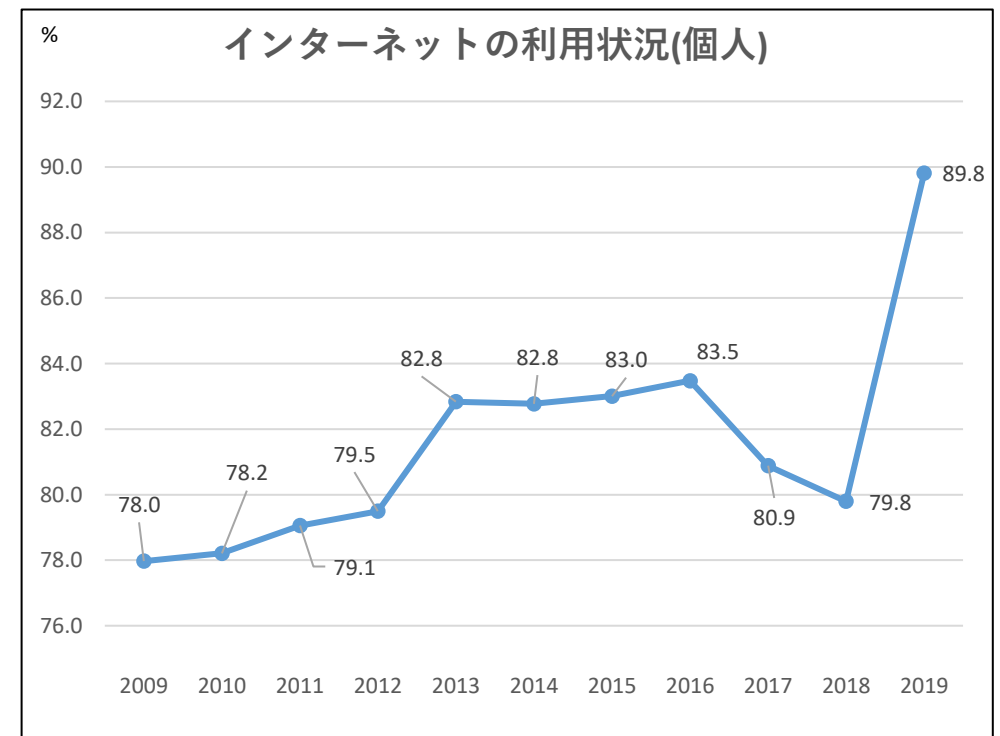
⑧ プロモーション

今後の施策

・ネットサービスの拡充と活用

2019年度における公営競技の参加人口は約1500万人で、オートレースは60万人と市場寡占率は約4%となっている。市場拡大、お客様を増加していくためのプロモーションについては、まずターゲットまたはその接点を定義する事が必要で、オートレースは「余暇産業市場はもとより、全年代の利用状況が90%近くまで拡大したインターネット利用者全般をターゲットとした顧客流入」を狙い、本場が5場である機動性を生かし、**インターネットを活用する事で拡大させていくデジタル戦略**が重要となる。

なお、公式HPとYouTubeサービスを活用したライブ中継サービスについては顕著に利用者が増えている状況であり、今後もインターネットを拡充し、新規顧客との接点創出に資本を投下していく戦略が重要である。



総務省「通信利用動向調査」の値

4. 目標達成のための実施施策

⑧ プロモーション

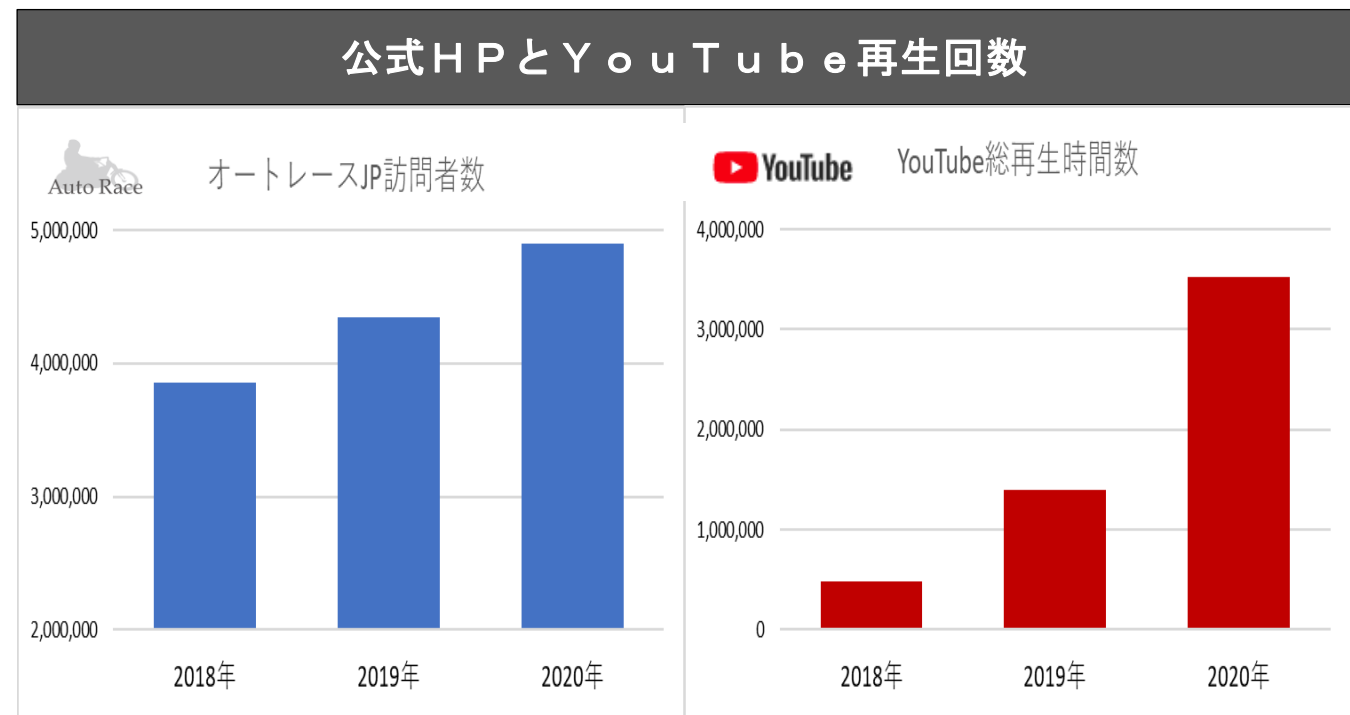
今後の施策

・既存と新規のお客様へのアプローチ

ネットを活用したプロモーションは既存のお客様と新規のお客様に大別される。

既存のお客様については、**マーケティングシステム**を活用し購買動向に合わせた告知や、公式HPやSNSを通じてのコミュニケーション、**公式ファンクラブ**の限定動画アップ数増加などきめ細かいサービスを継続実施し、オンラインを活用しお客様との関係性強化施策を推進する。

新規のお客様については、自社メディアやSNSの活用、有力ポータルサイト等への効果的な出稿を通じて新規顧客との接点を作り、まずアプローチ可能な顧客候補の母数を増やす。その上で顧客候補を**マーケティングシステム**によりメール等でアプローチを継続実施し、データを活用しながらPDCAサイクルを回していき、one to oneマーケティングにより上位顧客へと導いていく施策を行う。



4. 目標達成のための実施施策

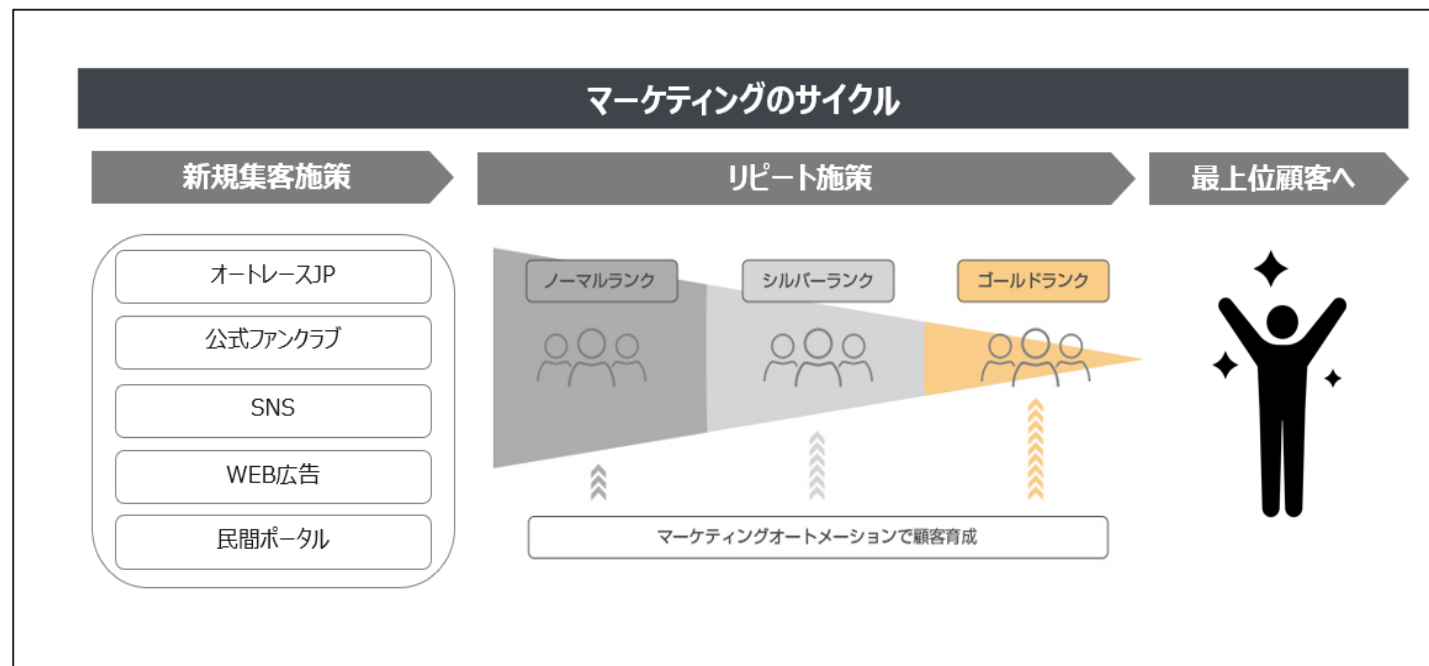
⑧ プロモーション

今後の施策

・公式インターネット投票

2022年度に全面リニューアルを実施し、即時会員登録機能や各種新決済への対応が予定されていることから、2022年度以降は新規に**デジタルマーケティング戦略**を立て、機能を最大限に活用するためのプロモーションをインターネット上で展開する。

また、売上拡大局面で公営競技に興味があるお客様へ向けたWEB広告の告知回数を増加させ、上昇スパイラルの軌道に乗せることにより、公式インターネット投票での売上を最大化させる。



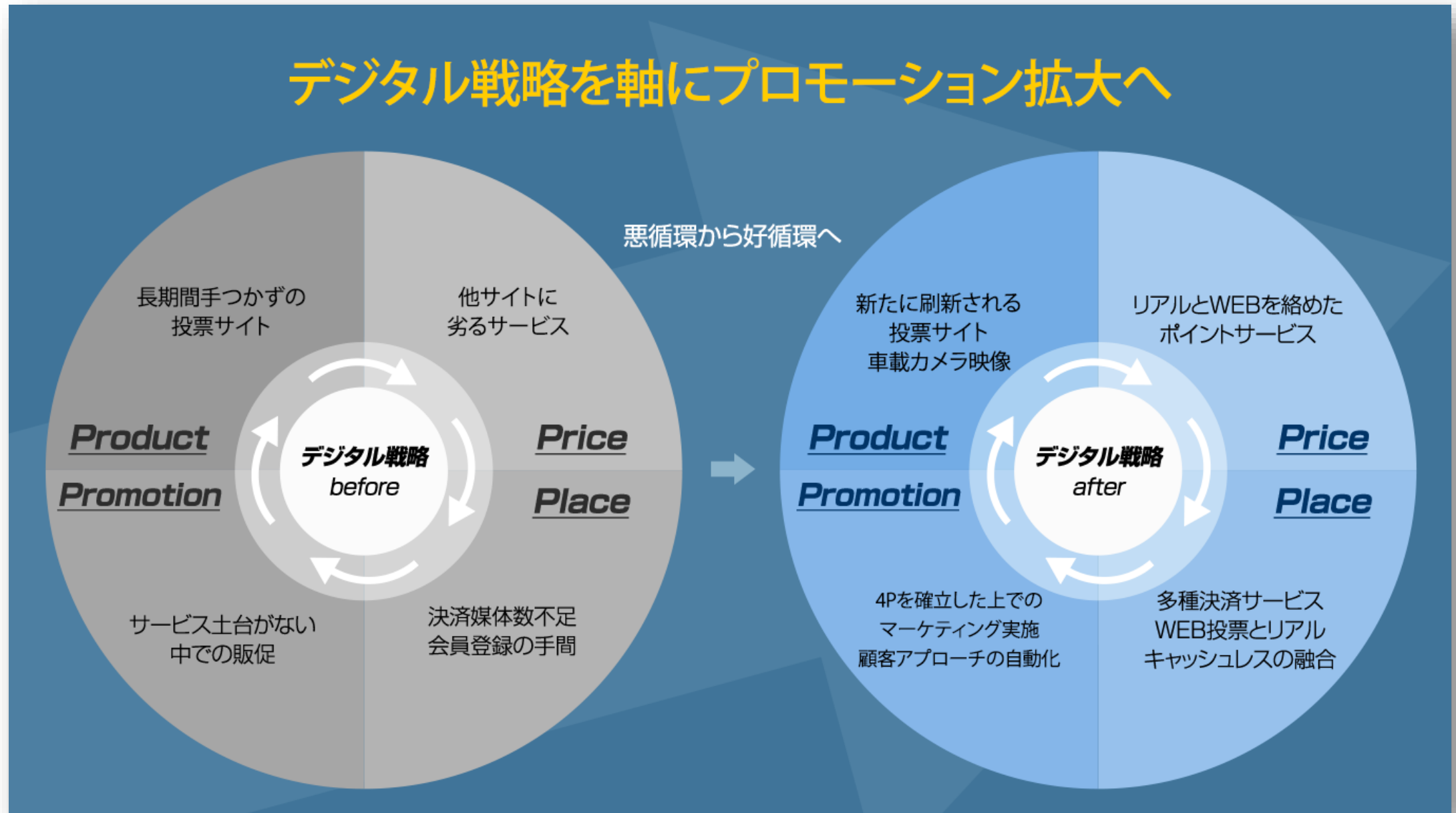
・民間ポータルサイト

近年は民間ポータルサイトの売上増加が顕著であり、他競技からのオートレース初購入者も増加していることから、民間ポータルを接点としたプロモーションを実施する事も市場拡大へのポイントとなる。

4. 目標達成のための実施施策

⑧ プロモーション

今後の施策



4. 目標達成のための実施施策

⑨ 新型コロナウイルス長期化に向けた安定的な事業継続戦略

現状と課題

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を踏まえ業界内でオートレース新型コロナウイルス感染症対策本部を設置し、新型コロナウイルス感染症に関する必要な対応策等を検討するほか、安心・安全な開催運営の継続のために「競輪・オートレースにおける新型コロナウイルス感染症感染予防ガイドライン」及び「新型コロナウイルス感染症対策要綱」に沿って、新型コロナウイルス感染拡大予防策に万全を期している。

今後の施策

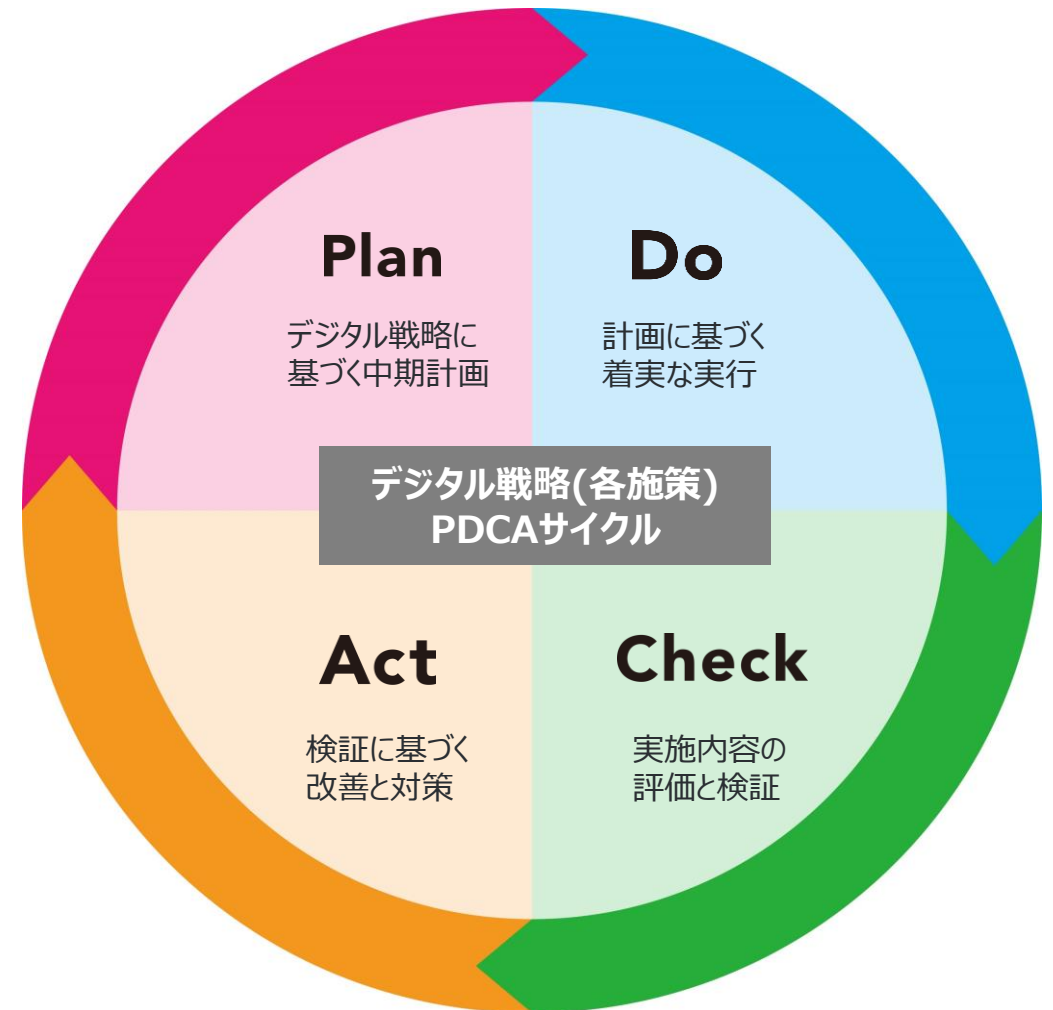
引き続きガイドライン及び要綱に基づき適切に対応し、感染症を取り巻く環境に応じた本場・場外のお客様への対応、開催継続のために適切なレース構成の適宜見直しを行い、新型コロナウイルス感染症の長期化を想定した環境変化に対応し、備えておくべき課題と、オートレースに求められる社会貢献を果たすべく安定的な事業継続戦略について考察し、必要な対応策を講ずる。

4. 目標達成のための実施施策

(3) 効果測定・進捗管理

社会還元の拡大(地域社会への貢献、補助事業拡大)を図るため、オートレースを持続的に発展させ、2025年度に総売上1200億円、施行者営業活動収支18億円を目指す。

この目標を達成するため、各団体別の進捗管理担当者を中心に、デジタル戦略を軸とした各種施策のPDCAサイクルを回すとともに、新型コロナウイルス感染症など社会情勢の変化を見極め、柔軟に対応しながら着実に成果を上げる。



5. 各種実施施策の工程表

実施施策 (案)	年度	2021年度	2022年度・2023年度	2024年度・2025年度
	売上	1000億円	1050億円・1100億円	1150億円・1200億円
	営業活動収支	15.0億円	15.8億円・16.5億円	17.2億円・18.0億円
オートレース活性化策	開催日数・時間の拡大	総開催日数621日 (ミッドナイト等202日)	総開催日数640日・650日 (ミッドナイト等220日程度・230日程度)	総開催日数660日・670日 (ミッドナイト等240日程度・250日程度)
		浜松アーリーレース (モーニング開催の試行実施)	浜松アーリーレース実施	日過ぎ開催の実施
		ミッドナイト開催の拡大、ナイター開催の拡大		
	魅力的な競走の提供	車載カメラによるレース映像提供	車載カメラによるライブ中継の実施	女子グレードレースの新設
		GIIミッドナイトグレードレースの新設	オートレース発祥記念等新たなグレードレースの新設	新たな競走カテゴリーの創出
		普通開催7車立て企画レース	毎年養成による新人選手の連続デビュー	
	投票環境の整備・拡大	女子戦の拡大、企画レースの継続提供		
		重勝式発売機会の拡大	公式ネット投票リニューアル (利便性向上・決済手段多様化)	全国相互払戻し
		公式ファンクラブによる本場への送客	公式ネット投票での新重勝式発売	試走前倒し
	観戦環境の整備・利便性向上	前日前売り発売の実施、試走前倒し試行実施		
		公式ファンクラブイベントによる本場への送客	公式ネット投票と本場キャッシュレス共通会員ID活用によるネットから本場・専用場外への送客	
	ネットを活用したプロモーション	専用場外本場特別観覧席招致の全国展開		
マーケティングシステム活用による既存・新規顧客へのアプローチ		公式ネット投票即時登録機能に乗じたWEB広告施策実施		
効率的な運営	開催日程編成	YouTube等の更なる活用		
		非営業日の削減、併売の削減		
	開催時間	走路改修・施設改修の調整		
		発売時間の拡大	ナイターとミッドナイトの同日実施	
	競走関係	重複時間を避けた発売時間の調整	代替開催 (借り上げ施行開催)	
		普通開催7車立て企画レース	1日2回乗り	
システム関連経費の軽減	ASC3開発経費の軽減	業界統一キャッシュレスシステム導入による本場・専用場外の運営経費軽減	新共有化TZS開発・統合によるコスト削減	
	システム関係分担経費の見直し			
車券発売委託料の検討	売上拡大による委託料の検討			
その他	新型コロナウイルス関連	ガイドライン及び要綱に基づき適切に対応、オートレースを継続するための柔軟な対応 (レース形態の変更)		
	ガソリンエンジン車以外の検討	情勢に応じて適時対応		
	ギャンブル依存症対策	依存症対策実施規程施行、広告指針策定	ネット投票購入制限導入	