

# 見学調査報告書

テーマ : 競馬の魅力と集客努力についての調査  
ゼミ名 : 高見澤 秀幸 ゼミ  
調査日 : 2024年4月20日(土)  
調査先 : 東京競馬場  
授業科目名 : 演習 I  
参加学生数 : 7名(4年)

## 調査の趣旨(目的)

ライブイベントを実際に見て、その魅力や主催者の集客努力についての考察を行うため。(人はインターネットで馬券が買える時代になぜ競馬場まで足を運ぶのか、集客側はどんな工夫をしているか、その工夫は客層とマッチしているか、といった問いに答えるのは、商学部生が取り組むビジネスケースとして最適だと考えた。) また、ゼミで統計・確率を学ぶモチベーションを高めるため。

## 調査結果

まず、競馬の魅力について調査した。競馬の最も大きな魅力は、予測不能でスリルがあるということだと実感した。レース結果は馬や騎手の調子、戦略、天候、馬場など多くの要因に左右される。そのため、実際に現地へ赴き、様々な情報(現地に行かなくても得られるものも含む)を考慮し、勝ち馬を的中させることができたときの喜びは非常に大きい。次に、なぜわざわざ競馬場まで向かうのかについて調査した。実際に競馬場でレースを見たとき、テレビで見るよりも臨場感があった。馬の走る音や観客の声、広大な敷地などを肌で体感し、これらを味わい競馬をより楽しむために競馬場へ出向くのではないかと考えた。何よりも馬に直接触れられるというのが最も大きいのかもかもしれない。その次に集客の努力について調査した。まず、マーケティングと広告活動である。テレビ、ラジオ、ウェブサイト、ソーシャルメディア、などの様々なメディアを通して最新情報やイベント情報を発信している。私たちに身近なのはテレビCMだ。有名人を起用することでその魅力を伝えている。これらを通して、競馬場が人々にとって身近な存在であるということをアピールしている。また、競馬場では音楽イベントや食品イベント、スポーツイベントから家族向けへのイベントまで行っており、普段競馬に興味がない層をターゲットにして彼ら呼び込むことで競馬への興味を引き出そうとしている。加えてファンクラブや会員制のイベントもあり、ファンとの関係を深めてリピーターを増やそうとしている。

