

タイトル	公営競技の「拡張」と「縮小」：競輪を中心に
著者	古林，英一；FURUBAYASHI, Eiichi
引用	北海学園大学学園論集(172)：31-70
発行日	2017-06-25

公営競技の「拡張」と「縮小」——競輪を中心に

古 林 英 一

1. はじめに —— 課題の設定

戦後3番目という景気の拡大にともない、長らく苦境に喘いできた公営競技界は小康状態にあるかにみえる昨今である。特に地方競馬の売得金額¹⁾の対前年比の伸び率はいずれの競馬場も大きく、船橋競馬を主催する千葉県競馬組合が25年ぶりに組合を構成する千葉県・船橋市・習志野市に収益配分をおこなうことを発表するなど明るい話題が多い。地方競馬以外の各競技もようやく底を脱出したようにみえる。

ネット発売の好調が売上額増大の主要因だが、開催本場の入場者数の減少傾向は継続しているし、競輪ではファンの高齢化に歯止めがかかったようにはみえず、決して楽観できる状態ではない。

古林英一(2016)では、第二次大戦後の混乱期に誕生した公営競技が、激しい存廃論議を乗り越え、高度経済成長期に大きく成長する過程をとりあげた。草創期の混乱が引き起こした社会的批判によって生じた存廃論議に一応の終止符を打ったのが長沼答申であった。長沼答申は、公営競技が戦後復興を目的とした時限的な事業ではなく、恒久的な事業として営まれることを認めたが、その一方で

「これ以上奨励はしない」として公営競技の発展を制約するものでもあった。

長沼答申で「奨励はしない」とされてはいたが、お上に奨励されずとも、高度経済成長にともなって、各公営競技の投票券²⁾の売上額は大きく伸張した。その結果、そこからもたらされる収益金は施行者である地方自治体の安定的な財源となった。

函館市を例にとると、函館市が亀田市を編入合併した1973年度には歳入総額の7.5%にあたる15.2億円が自転車競走特別会計から一般会計に繰り出された。合併当時、函館市と旧亀田市とでは公共インフラの整備状況に差があり、競輪からの収益は旧亀田市側の学校施設の整備等に使用されたという。ちなみに、この年度の市税収入は56.2億円であったから、競輪からの収入は市税収入の実に3割弱に相当するものであった。競輪事業の収益が地方都市にとっていかに大きかったがわかる。

1970年代半ばには、長沼答申による制約下での売上額の膨張により、構造的な問題が露呈しつつあった。政府・国会レベルでも公営競技のあり方に関する見直しの機運が高まり、その成果は吉国意見書³⁾に結実した。吉国意見書は公営競技の存続を前提に、公営競

技に科せられた制約を緩和するものであった。

ところが、皮肉なことに、吉国意見書が出された頃から1980年代半ばにかけ、中央競馬を除く各競技はいずれも売上額が減少し、一部の競技においては存廃問題すら発生した。だが、80年代終わり頃から始まったバブル景気の「神風」で、各競技とも史上空前の売上額を記録する。バブルの「神風」は露呈しつつあった構造的問題を隠蔽してしまった。

バブル崩壊後、四半世紀近くの長期間にわたり売上額の減少が続く。とりわけ、20世紀末から今世紀に入った時期になると、公営競技から撤退する自治体が相次ぎ、競馬場や競輪場の廃止が相次ぐ。

その一方で、存続をはかる施行者や統括団体は、競技を実際に実施している競技場（本場、「ほんじょう」と読む）だけでの発売から、本場以外での発売（場外発売）や電話やインターネットでの発売へと発売方法と発売エリアを拡大し、さらに、夜間のレース（ナイター開催）を開催するようになった。競輪ではナイター開催よりさらに遅い時間帯にレースをおこなうミッドナイト開催すらおこなわれるようになってきている。競走時間帯を遅くするだけでなく、逆に、ポートレースの一部施行者は、レース開始時刻を早め、朝からレースをおこなう「モーニング開催」もおこなっている。前者は空間的拡張、後者は時間的拡張といっていいたいだろう。

2012年7月には1964年に廃止された女子競輪がガールズ競輪として約半世紀ぶりに復活した⁴⁾。また、これまで原則として9車立

てでおこなわれていた競走を、男子の下級クラスとガールズでは7車立とした。これらはレースそのもののバリエーションを増やす質的な拡張ととらえることができよう。

売上額や施行者数といった面からいえば、明らかにこの四半世紀、公営競技は縮小の一途をたどった。だが、その内実をみると拡張もみられるのである。いわば縮小と拡張の同時進行がこの四半世紀であった。

本稿は拙稿（古林英一（2016））の続編である。前稿は「発生」から「膨張」期の公営競技を対象とした。本稿は主としてバブル崩壊によって長らく続いた低迷期を「縮小」と「拡張」の両面を検証することを通して、今後の公営競技を展望することを課題とするものである。果たして公営競技に未来はあるのだろうか。

分析・考察の対象としては、公営競技のなかで競技場がもっとも広く分布している競輪をとりあげ、課題への接近をはかろうとするものである。

2. 売上額の減少

バブル崩壊後、四半世紀近くにわたり、公営競技界の売上額は低落の一途をたどった。本節が主として扱うのはこの長期低落期であるが、その前に、それ以前の状況も簡単に見ておくことにしたい。というのは、「はじめに」で述べたように、長期低落の兆しはすでに80年代半ばには現れていたのが、バブル景気による一時的な急拡張が問題を隠蔽してしまったと思われるからである。

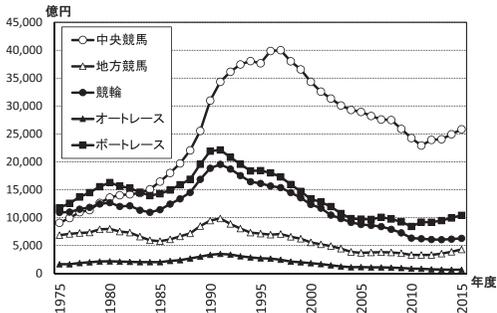
1970年代半ば以降の公営競技売上額の長期推移を概観する。図1は売上額と各競技の

投票券の売上額の推移である。高度経済成長を背景に、各公営競技は一本調子で成長を続けてきた。図2は中央競馬の、図3は中央競馬以外の公営競技の売上額と名目雇用者報酬の推移をそれぞれ比較したものである。な

お、中央競馬の年度は1～12月、他の公営競技の年度は4～3月なので、名目雇用者報酬も前者は1～12月、後者は4～3月とした。2度のオイルショックと円高不況で主たる顧客である雇用者の所得の伸び率は鈍化する。中央競馬以外の競技ではマイナス成長を記録する事態となっていた。

だが、1980年代半ばとバブル崩壊後の数年、中央競馬と他の競技は異なった推移を示している。中央競馬の売得額は、1970年代末期から80年代前半にかけての不況期にあつては、名目雇用者報酬の伸び率を下回るものの、マイナス成長を記録することはなく、80年代後半の好況期にあつては名目雇用者報酬の伸びを上回る伸びをみせている。1985年にはボートレースを抜き、ついに公営競技売上額の首座についた。中央競馬以外の競技はいずれも1980年をピークに85年まで売得金額を減少させている。なかでも落ち込みが大きかったのが地方競馬で、存廃問題が取り沙汰されることさえあった⁵⁾。

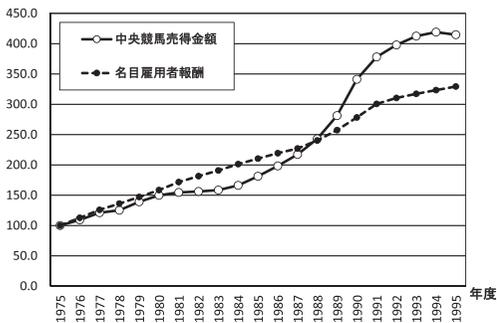
後知恵ではあるが、この時期、存続のための構造改善が求められていたはずである。だが、各競技ともバブル景気の神風が問題を吹き飛ばす。空前の収益増は抜本的な改革の財源となり得たはずであるが、さしたる改革がなされなくても売上額が急増したため、結果的に80年代半ばの低迷期を教訓化することもないまま、バブル崩壊後のいつ終わるともしれぬ長期低落の時期を迎えてしまったといえる。中央競馬も1996年についに対前年比マイナスを記録した。中央競馬の売得額が前年を下回ったのは、実に日本中央競馬会（以下、JRA）設立の翌年にあたる1955年以來の



資料：地方競馬全国協会『平成27年度 地方競馬に関する資料』他

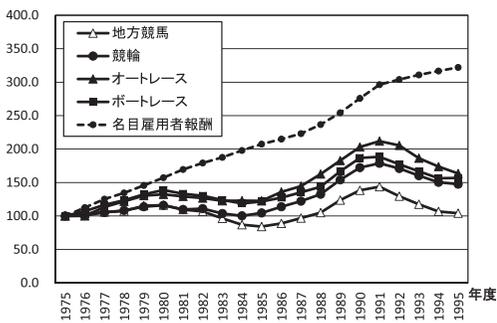
注：中央競馬は1～12月、その他は4～3月
中央競馬・地方競馬は売得額、その他は売上額

図1. 公営競技売上額の長期推移



資料：図1に同じ。

図2. 中央競馬売得額と名目雇用者報酬の推移



資料：図1に同じ。

図3. 各公営競技発売額と名目雇用者報酬の推移

ことであった。翌97年はプラスとなり1997年にはついに4兆円の大台に達したが、これをピークに中央競馬の売得額も2011年まで減少を続けることとなった。

1980年代半ばの停滞期を前に、競輪の伸び悩みはすでに関係者のあいだでは問題視されていた。まず、入場者数の伸びが他の公営競技に比べ著しく低いことがあげられている。開催1日あたりの本場入場者は、1974年度の12,434人をピークに年々減少を続け、1980年度には6,982人にまで減少した。本場入場者数の変化を他の競技と比較したのが図4である。地方競馬以外はいずれの競技も同じ傾向を示しているものの、競輪の減少は最も大きい。中央競馬の本場入場者数も競輪と並んで減少率が大いだが、これはこの時期、中央競馬の売上額は本場よりも場外発売が中心になっており、売上額もこの期間は増加を続けている。これに対して、売上額の殆どが本場であった競輪（および他の公営競技）は深刻な状況にあったといえよう。

施行者の団体である全国競輪施行者協議会（全輪協）と競技の統括団体である日本自転

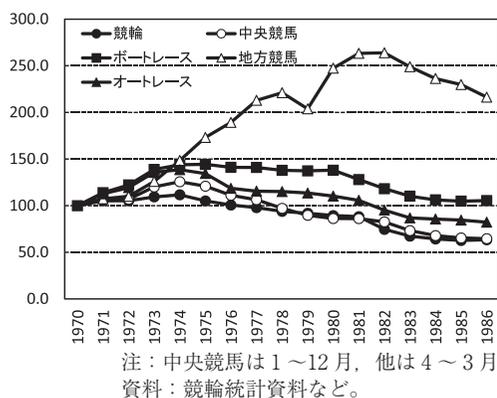


図4. 本場1日あたり入場者数の推移 (1970年度 = 100)

車振興会（日自振，現JKA）は共同でファンの意識調査を実施し、競輪ファンの減少の要因として以下の9つを指摘した⁶⁾。すなわち、(1)オイルショック以降の経済不況、(2)レジャーの多様化、(3)意識変化、(4)競輪は中央競馬のように場外売場がない、(5)施設が悪い、(6)PR不足、(7)レースが難しい、(8)配当が低い、(9)その他（給料の振込の普及、交通費の値上げによる小遣いの不足、競輪は女性向きではないなど）の9つである。

上記のうち、(1)～(2)は施行者・競技団体にとっては与件であり主体的な解決は不可能であるが、中央競馬も含め他の競技についても条件は同じである。したがって、他競技に比べ落ち込みが大きいとすれば、それは(4)以下の要因によるとみべきだろう。(4)については「現場に行かなければ車券が買えない競輪は、その点が致命的な欠陥といわれる」⁷⁾と認識されている。この点については、後述のように、バブル期以降、他競技を凌駕するペースで場外発売所を全国展開させることになる。(5)については「競艇も手軽に買えないことは同じだが、落ち込みが競輪ほどではないのは、施設が良いからといわれる。職場も家庭も冷暖房が普及している時世に、寒風酷暑の中でレースを観戦させ、また機械化も遅れている施設をレジャー施設とはいいたくない」⁸⁾と厳しい自己評価をおこなっている。

確かに、現在でもなお、平均的にみれば、ボートレース場の施設は、2000年以降順次改築された中央競馬の競馬場⁹⁾を除くと、おそらくもっとも快適であろう。これはボートレース業界を牽引したカリスマ的指導者笹川

良一の方針だったようだ。

競輪場の施設改善は、施設改善競走¹⁰⁾などを財源とし、それなりにおこなわれてはいたものの、長年にわたり老朽化した施設で競輪を開催していた競輪場も多い¹¹⁾。(6)について、「中央競馬は、土、日開催でメインレースはテレビ放映があり、競艇も日に何回もCFが流される。家庭における容認度は一位が競馬、三位あたりに競艇があり、競輪は5本の指にもはまらない」¹²⁾と述べられている。あまりPRをしないというのは長沼答申の「奨励はしない」という制約のひとつでもあったが、この制約は現在でもなお亡霊のごとく施行者を拘束しているかにみえる。施行者である地方自治体は、程度の差こそあれ、自らが施行する競技を積極的にPRすることに及び腰であるようにみえる。また、これは法的・制度的な規制ではなく、放送局の自主規制ではないかとも思われるが、現在でも中央競馬のテレビコマーシャルにおいてゴールシーンが使われることは避けられている。かつて騒擾事件などで公営競技のマイナスイメージを形成し、長沼答申による厳しい制約をもたらした「主犯」が競輪であったことも、施行者が積極的なPRに消極的たらざるを得なかった理由であろう。とはいえ、競輪は鍛え抜かれたアスリートが闘う競技でありスポーツ性は高い。施行者が誇りをもって競技を施行しないことも、競輪ファン拡大の阻害要因のひとつではないだろうか¹³⁾。

(7)について同書は「公営競技は、出走する選手（馬、機械）の様々な過去のデータをもとに勝者を推理するが、中でも競輪は、始めのうちは相撲の仕切りと同様、ジャンが鳴る

まで何をしているのかと思わせる。この間の選手の動きを推理するのが競輪の面白さの一つであるが、これに分かるまで相当の年数が必要とされ、他の競技に比べ取りつきにくいことが、若者向きでないという」¹⁴⁾と述べられている。この点はしばしば指摘される競輪の問題点ないしは課題ではあるが、過去のデータからの推理という点で言えば最も多くのファンを惹きつけている競馬の方がデータは複雑である。選手の動き云々ということについていえば、ロールプレイングゲームが多数の若者を惹きつけていることを考慮すると、必ずしも「若者向きではない」とも言い難いように思われる。

以上はバブル期以前にすでに指摘されていたことだが、問題点が指摘されていたにも関わらず、その多くは改善されぬままバブル崩壊後の長期低落期を迎えてしまう。

中央競馬以外の競技は揃って1991年度をピークに売上高が減少に転じる。競輪は1兆9,553億円を記録した後、対前年比減は2013年度まで20年以上続いた。この長期減少は1日あたりの減少と開催日数の減少の2つの要因による。図5は開催日数と1日あたり売上額の変化をみたものである。これをみると、長期減少期は2つの局面に分けることができそうである。

まず、バブル崩壊から世紀末頃にかけての時期である。この時期の総売上額の減少は専ら1日あたり売上額の減少による。古く長沼答申の時代に1場あたり年間72日という制限が設けられて以来、各競輪場は長らく年間72日（＝1開催6日間×12回）の開催日数を原則としてきた。冬期休催期間が設けられた

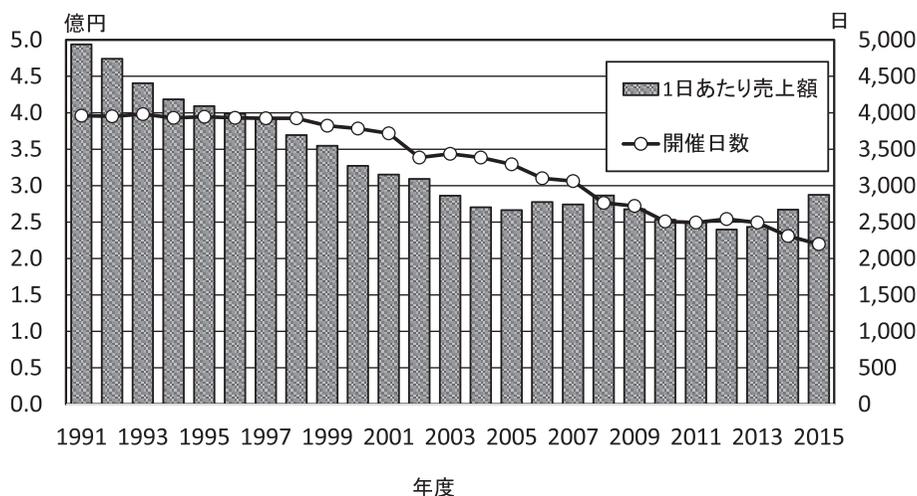


図5. 1日あたり売上額と開催日数の推移

資料：「競輪統計年報」他。

競技場以外は1か月に6日間しか競輪は開催されず、かなり非効率的な施設利用形態であるといえよう（もっとも、選手の練習施設としては十分利用されている）。

原則72日で50場であるから年間の開催日数は3,600日となるが、実際には施設改善競走で開催日数を増やすこともできたため、1998年度までの総開催日数は3,900日を上回る開催日数が維持されている。2001年度をもって門司・西宮・甲子園の3場が廃止され、47場体制となったため、総開催日数は減少したが、2002年度は3,384日（=72日×47場）を維持している。

1日あたりの売上額が減少しても、開催が赤字にさえならなければ、開催日数を増加させることで収益の増加は見込める。だが、さらに売上高が減少すると（特に下級条件戦の落ち込みが大きかったようだ）、売上額が開催経費を下回る事態も発生する。こうなると施行者は公営競技施行からの撤退を考えるようになる。

2002年度以降になると、1日あたり売上高はほぼ下げ止まり、総売上高の減少は開催日数の減少によるものとなる。

開催日数の減少と連動し選手数も減少し始める。1997年12月末には4,400名を数えた競輪選手は、2002年12月末には4千人を切って3,944名となり、その10年後の2012年12月末には2,855名、2015年12月末には2,380名にまで減少した¹⁵⁾。ちなみに、オートレースは約1,800名で、オートレースは約400人である。1場あたりの人数を比較すると、競輪は約50名、オートレースは約80名、オートレースは約75名となる。選手の数に比べると、今もなお競輪場の数は多すぎるのかもしれない。

3. 競輪場の廃止・施行者の競輪事業からの撤退 — 兵庫県と神奈川県の事例 —

1990年代半ばになると、公営競技開催が赤字を計上する施行者が続出し、競技場の存廃問題を引き起こし、ついに20世紀末頃から

は廃止が現実のものとなっていった。

競技場数の減少率は地方競馬がもっとも大きかった。大分県競馬組合（大分県と中津市で構成）が主催する中津競馬の廃止を皮切りに廃止の連鎖が発生した。20世紀最後の年度には31あった地方競馬場は2013年4月には半数以下の15になってしまった。

地方競馬について廃止された競技場が多かったのが競輪である。後楽園競輪場廃止の後、全国50場体制を長らく維持してきた競輪は2017年度には43場になっている。ちなみに、1977年に伊勢崎オートレース場が誕生して以来、長らく6場体制であったオートレースは2016年3月末に船橋オートが廃止され5場となった¹⁶⁾。他の競技とは別格の強い経営基盤をもつ中央競馬でさえ、競馬場の廃止こそないものの、採算性の低い場外発売所の閉鎖に踏み切っている¹⁷⁾。

廃止された地方競馬は、首都圏や京阪神地区といった大都市圏に立地する競馬場ではなく、その売上額も比較的小さいところが多かった。売上額の小さい競馬場が収益悪化で廃止されるというのは直感的に頷けるところであろう。だが、競輪の場合、廃止された7場をみると、2012年3月をもって廃止となった観音寺競輪場（香川県）を除くと、門司競輪場（所在地は北九州市）、西宮競輪場と甲子園競輪場（所在地は西宮市）、花月園競輪場（所在地は横浜市）、大津競輪場（所在地は大津市）、一宮競輪場（所在地は一宮市）と、いずれも大都市圏に立地する競輪場で、その売上額も比較的上位にあった場なのである。これは競輪事業の収支構造そのものに問題があるということではなかろうか。

そこで、本節では兵庫県市町競輪事務組合と神奈川県競輪組合を事例として、施行者の競輪事業廃止の経緯を少し詳しくみていくことにする。

2001年度末をもって門司、西宮¹⁸⁾、甲子園の3場が廃止された。門司競輪場の廃止は施行者である北九州市が開催を小倉競輪場（現北九州メディアドーム）に集約したことによるもので、施行者が競輪事業から撤退したわけではないが、西宮と甲子園の2場は施行者である兵庫県市町競輪事務組合¹⁹⁾の競輪事業からの撤退によるものである。兵庫県市町競輪事務組合の撤退は多くの関係者にとって大きな衝撃を与えた。競輪の草創期²⁰⁾を除けば、収益悪化が原因で競輪場が廃止になったのは初めてだった。競輪発祥以来半世紀を経て、松本競輪場や松江競輪場を知る関係者はほぼ皆無であろうから、収益悪化による廃止は競輪関係者にとっては初めての経験であったといえよう。もっとも、仮に当時を知る人がいたとしても、時代状況があまりにも異なるため、そのときの経験はまず意味を持たないであろう。

兵庫県市町競輪事務組合の収支の変化をみよう。車券売上額のピーク時の1991年度には両競輪場あわせて777億円を売り上げた。この年度の収支は表1のようになっており、構成自治体に22億円を利益配分しても、まだ約10億円を次期に繰り越している。したがって、実質的な黒字は約32億円とみてよいだろう。22億円を組合解散時の比率で配分したとすれば西宮市には約10億円が配分されたことになる。1991年度の西宮市の地方税収入が65億円であったから、市財政に

表1. 兵庫県市町競輪事務組合の収支 (1991年度)

歳入の内容	金額		歳出の内容	金額		比率
	千円	%		千円	%	
入場料	70,863	0.1	開催費	70,910,752		88.7
車馬券等売上金	77,689,508	97.2	払戻金		57,901,376	72.4
繰入金	350,217	0.4	返還金		5	0.0
繰越金	742,114	0.9	常勤職員人権費		191,359	0.2
その他の歳入	1,069,361	1.3	臨時職員賃金等		3,465,572	4.3
			施設等使用料		3,250,047	4.1
			その他の開催経費		6,102,393	7.6
			交付金	2,896,031		3.6
			1号交付金		1,320,721	1.7
			2号交付金		1,358,091	1.7
			3号交付金		217,219	0.3
			公営企業金融公庫納付金	699,613		0.9
			収益金配分	2,219,194		2.8
			その他の歳出	2,196,495		2.7
歳入合計 (A)	79,922,063	100.0	歳出合計 (B)	78,922,085		98.7
実質収支 = (A) - (B)	999,978	1.3				

資料：地方財政状況調査

として競輪の収益がいかに大きかったかがうかがえる。

歳入の97.2%が車券の売上額である。費用構造をみると、当然のことながら、売上額の75%と規定されていた払戻金が最も大きな歳出である。単純化していえば、車券売上額の25%から開催経費や交付金などを差し引いた金額が利益となる。

払戻以外の費用をみると、最も大きいのが「その他の開催経費」で、ここには賞典費(出場選手への賞金・手当)や競技を実施する自転車競技会への交付金が含まれる。そして、「臨時職員賃金等」、「施設等使用料」、「交付金」と続く。これらについて若干説明をしておく。

「臨時職員賃金等」は窓口業務などに従事する、いわゆる従事員の人件費とみてよい。「施設等使用料」は西宮・甲子園両競輪場の賃借料である。兵庫県市町競輪事務組合は自前の競技場を保有せず、阪急電鉄が所有する西

宮競輪場、甲子園土地企業が所有する甲子園競輪場を賃借して施行していた。当時50あった競輪場のうち、施行者が所有していた競輪場は41場で、残りの9場は民間企業が所有する施設を施行者が賃借していた。弥彦競輪場は(株)弥彦ドリーム、京王閣競輪場は(株)京王閣、西武園競輪場は西武鉄道(株)、松戸競輪場は松戸公産(株)、花月園競輪場は花月園観光(株)、伊東競輪場は三生興産(株)、富山競輪場は富山地所(株)、甲子園競輪場は甲子園土地企業(株)、西宮競輪場は阪急電鉄(株)が、それぞれ所有し、施行者に賃貸していた。賃借料は固定額ではなく、いずれも車券売上額の4%程度の定率制がとられていた。施設所有会社は賃借料で施設の整備・改修等をおこなう。したがって、借り上げ施行をおこなう施行者は施設改修等のコストは原則不要である。

「交付金」はいずれも日自振に納めるもので、自転車競技法に掲げられた競輪の目的に

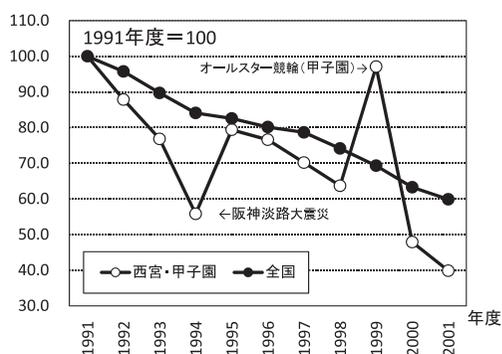
対応し、1号交付金は自転車その他の機械に関する振興事業に、2号交付金は体育・医療・文教その他公益の増進を目的とする事業に、そして3号交付金は競輪振興にそれぞれ充用される。

公営企業金融公庫²¹⁾は地方公共団体に対して貸付金利を低減させるため、公営競技施行者からの納付金によって基本公営企業健全化基金をつくっていた。これは公営競技を施行しない自治体に対する利益均てん化を目的として設けられた制度である。いずれも交付金や公営企業金融公庫納付金は車券売上額に対して定率の額を支払うこととなっている。

競輪事業の収益悪化により、交付金・納付金の軽減が施行者から求められているが、1号交付金、2号交付金は自転車競技法に基づく競輪施行の目的を具体化したものである。したがって、1号交付金、2号交付金を納入できなければ、競輪施行の法的根拠を失うことになる²²⁾とされている。

払戻と交付金・納付金は定率なので売上高に比例する。これら売上比例的な費用に対して臨時職員賃金や賞典費は固定的な費用である。

車券売上額の推移を全国と対比したのが図6であるが、全国平均を下回る傾向をみせている。1994年度の落ち込みは1995年1月に発生した阪神淡路大震災による開催中止の影響が大きい。この年度も2場合計で24回144日の開催が予定されていたが、震災により20回117日の開催にとどまった。1995年度の売上額は617億円と、震災前の1993年度の597億円を上回っているが、1995年度は災害復旧開催分を含め26回153日と1993年



資料：図5に同じ。

図6 西宮・甲子園と全国の車券発売額の推移

度よりも2回9日間開催日数が多い。1日あたりで比較すると、1993年度は4億1,449億円だったのが、1995年度は4億310万円と3%ほど減少している。

1999年度の売上額が大きく伸びているが、これは9月に甲子園競輪場で特別競輪の第42回オールスター競輪を開催したことによる。大都市圏の競輪場であるにも関わらず、兵庫県市町競輪事務組合は特別競輪をあまり施行しなかった。1978年と1984年にオールスター競輪を西宮競輪場で施行しただけであり、1999年の甲子園競輪場でのオールスター競輪は兵庫県市町競輪事務組合が施行した久々の特別競輪であると同時に、甲子園競輪場での初の特別競輪だった²³⁾。

表2は費用の変化をみたものである。車券売上額が大きく減少する一方で、相応の費用削減は見られない。なかでも従事員の賃金は高止まり状態であり、経営を大きく圧迫していたことがうかがえる。

オールスター競輪を施行した1999年度でも、売上額は大きく伸びているものの、開催経費の増大が大きかったため、収益性はむしろ悪化している。上述したように、この時期、

表2. 競輪事業の収益悪化 (兵庫県市町競輪事務組合)

	金額			変化率 (1991年度=100)		
	1991年度	1995年度	1999年度	1991年度	1995年度	1999年度
	千円	千円	千円			
車券発売額-(払戻金+返還金) (A)	19,788,127	15,725,605	19,136,382	100.0	79.5	96.7
臨時職員賃金等 (B)	3,465,572	3,502,762	2,902,253	100.0	101.1	83.7
施設等使用料 (C)	3,250,047	2,666,886	2,171,321	100.0	82.1	66.8
人件費・賃借料以外の開催経費 (D)	6,102,393	7,332,143	11,370,298	100.0	120.2	186.3
交付金・公営企業金融公庫納付金 (E)	3,595,644	2,793,967	3,415,149	100.0	77.7	95.0
F=A-(B+C+D+E)	3,374,471	-570,153	-722,639	100.0	-16.9	-21.4
普通会計操出・収益金配分	2,219,194	497,509	103,199	100.0	22.4	4.7

資料：表1と同じ。

本場の売上額の比率はかなり下がっており、場外や場間場外、電話投票の比率が圧倒的に高くなっている。それゆえ、売上額が増えたとしても、売上額の十数パーセントは発売委託料として発売委託先の取り分となり、見かけほど収益が増大するわけではない。さらに、スター選手を集めることによる賞典費、全国発売するための広告宣伝費といった開催経費が大きくなる。

表1のFは、車券売上額から払戻金（競輪の返還金はかなり少ないが）を差し引いた額から開催費用を差し引いたものである。これが1999年度は1995年度を上回るマイナスとなっている。単純な見方ではあるが、この数字をみる限り、オールスター競輪は黒字を計上するどころか、赤字に拍車をかけたようにみえる。とはいえ、このときのオールスター競輪は367億円の売上額があり、一宮競輪場で開催された前年度のオールスターの346億円を上回っていたのである。

1999年度は施設等使用料の比率が大きく下がっているが、これは兵庫県市町競輪事務組合が収支の悪化にともない、施設所有会社との交渉で、賃借料の料率が下げられたことによる。関係者によると、施設所有会社は施

行者からの要求で、1990年代半ばから、長年4%であった賃借料を3.5%、3%、2%と下げ続けざるを得なかったという。

競輪事業からの撤退の決め手となったのは従事員への退職金であるという。事業撤退前、兵庫県市町競輪事務組合は84億円の積立金をもっていたというが、これを赤字補填に使ってしまうと、廃止にともなって支払うべき退職金の財源がなくなり、組合を構成する自治体が退職金を拠出をせざるを得なくなるという見通しであった。当時の山田知西宮市長（＝施行管理者）のリーダーシップで廃止が決まる。

甲子園競輪場でのオールスター競輪開催から1年も経たない2000年7月に兵庫県市町競輪事務組合の廃止が報道される。井上和己は当時を回顧し、「多くの競輪関係者は、「半世紀にわたる競輪の恩恵を忘れたのか」と一笑に付し撤退はあり得ないと判断した」と述べている²⁴⁾。井上のいうとおりだったとすれば、競輪関係者の認識はあまりにも甘かったといわざるをえない。とはいえ、バブル崩壊後の経済低迷がここまで長く続くことを予見した人も多くはないので、やむをえないことだったのかもしれない。日自振も機械化によ

る従事員整理などの再生プランを提示したが、すでに議会で廃止が可決された後だったという。

当時、西宮・甲子園を含め近畿地区には8つの競輪場があった。このうち、遠隔地の福井を除く大津、向日町、岸和田、奈良、和歌山の各場の施行者も、当然と言えば当然なのかもしれないが、西宮・甲子園の廃止に関しては何ら対応をとらなかったようだ。なかには、大きな売上を誇っていた2場の廃止で自場の客が増えるのではないかと考えた施行者もあったのではなかろうか。結果的にいえば、近隣の競輪場への顧客流出はほとんどなかった。

施設所有会社（甲子園土地企業、阪急電鉄）や日本競輪選手会は、突然の廃止により、損害を受けたことを理由に、兵庫県市町競輪事務組合を相手取って4件の損害賠償請求訴訟をおこしたがその殆どは訴えが退けられた。

兵庫県市町競輪事務組合は、組合が積み立っていた財政基金の存在によって、構成自治体からの拠出を回避できた²⁵⁾が、次にみる花月園競輪の廃止では施行自治体からの拠出を余儀なくされた。

花月園競輪の歴史をおおまかにみておこう。なお、花月園競輪発足の経緯についての以下の記述は花月園観光（1980）によるところが大きい。

花月園競輪場は横浜市鶴見区の小高い丘の上にあった。そもそも花月園とは、東京新橋の料亭・花月楼の経営者である平岡廣高がパリの遊園地をモデルに、1914年にオープンした遊園地である。動物園や花月園少女歌劇団の劇場もあり、西の宝塚、東の花月園と並び

称されたという。その後、1933年に個人経営から株式会社花月園に経営が移る。株式会社花月園の大株主は京浜電鉄（現在の京浜急行電鉄）と大日本ビールで、事実上は京浜電鉄の経営だった。第二次大戦中には東芝や日本鋼管など地元の軍需工場の拠金によってつくられた京浜工業協会が従業員の福祉施設として利用していた。競輪場建設が決まり、株式会社花月園は1950年1月に解散する。

競輪場建設が決まった当初は、着工前に放置されていた娯楽・運動施設を県が撤去し、土木は松尾組（現在の松尾工務店）、建物建設は紅梅組が担当するはずであった。ところが、補償問題などが起こり建設事業は難航した。そこで松尾組の松尾嘉右エ門社長が補償も含め事態を收拾し突貫工事で競輪場開設にこぎつけた。

競輪場の施設会社神奈川県競輪株式会社（1950年6月設立総会）は神奈川県、横浜市、横須賀市の出資を元に設立され、翌51年5月に松尾嘉右エ門が社長に就任し、競輪場の賃貸を基盤に、ホテル事業²⁶⁾や飲食店経営など多角的に事業を展開する。1958年には現在の花月園観光株式会社に社名を変更している。

競輪の興隆とともに花月園観光も大きく成長したのであるが、1990年代の競輪の長期低迷は花月園観光の経営にも陰を落とす。飲食店経営から撤退し、ホテル花月園なども花月園観光から切り離す²⁷⁾。元来、施設の賃貸料は売上額の4%であった。この料率は全国ほぼ一律だった。売上額の低落で収益が悪化したため、施行者は賃貸料の料率引き下げを求め、施設会社もやむなくそれを受け入れざる

を得なかった。売上額そのものが落ち込んだことに加え、賃借料率が引き下げられ、施設会社の経営はますます悪化する。施設会社の経営悪化が競輪場廃止の一因となった。

花月園競輪を施行してきたのは、神奈川県、横浜市、横須賀市である。それぞれの自治体が1競輪場72日以内という制限のもとで、長らく競輪を施行してきた²⁸⁾。車券売上が低落し続けたことから、神奈川県と横浜・横須賀両市は経営の合理化をはかるべく、競輪事業の組織を統合し、1998年4月に神奈川県競輪組合を設立した(構成自治体は、神奈川県、横浜市、横須賀市)。

2008年4月には競輪開催業務を花月園観光に委託し、経営の合理化をはかったものの、収支は改善せず、2009年4月、神奈川県競輪組合とその構成自治体である神奈川県、横浜市、横須賀市は「神奈川県競輪組合あり方検討委員会」(以下、「あり方委員会」)を設置した。約半年の審議を経て9月に報告がおこなわれた。ここでは、全国的な低迷傾向に加え、神奈川県競輪組合固有の経営悪化要因として、

- ・施設会社への賃貸料支出
- ・県内4場との競合
- ・専用場外発売日数の少なさ
- ・ナイターおよび年末年始開催の困難性

の4つがあげられている。

施設会社への賃貸料支出については、賃借料の料率を引き下げたが、このことは施設会社の花月園観光の経営を悪化させることにもなる。花月園観光は、2008年度から競輪開催業務を包括受託したが、利益確約型であったため、施行者に対する損失補填をせざるを得

なくなり、このことも経営悪化の要因になったようである。施設会社の経営悪化が競輪事業撤退のひとつの要因となったことでも、先に述べた西宮・甲子園廃止とは異なっている。

他の競輪場の多くが200日以上実施していたのに対して、花月園競輪場での場外発売は74日にとどまっていた。この報告では「川崎競輪場とは近接のため、開催日程が重複しないよう調整するため」と説明されているが、関係者への聞き取りでは、住宅密集地域に立地していることから、周辺住民の合意が得られなかったことも場外発売の日数を増やせなかった理由のようである。

また、ここではあげられていないが、臨時従事員の賃金の高さも競輪事業の収益悪化の要因であったという関係者は少なくない。各公営競技の売上額が最高であった1990年代初頭、大都市部での従事員の賃金水準は1日あたり12,000~15,000円であったという。1991年当時、女性パート労働者の1時間当たり所定内給与は、「卸・小売業、飲食店」で772円、「サービス業で」864円であった。1日8時間とすると、日当にして6,176~6,912円であるから、競輪場の臨時従事員が破格の給与水準であったことがわかる²⁹⁾。地方都市においては従事員の雇用は地域の経済においても重要であり、雇用の削減や賃金の切り下げには二の足を踏む施行者も多かったようだ。

表3は神奈川県競輪組合の収支を簡略化して示したものである。車券売上高から払戻金を差し引き、その他の歳入を加えたものが、単年度の基本的な収入である。そこから、各費用を差し引いたものが単年度の利益となる

表3. 花月園競輪の収支の変化

年度	1998	2008	2009	2014
備考	組合設立初年度	業務委託初年度	花月園競輪場 最終年度	組合最終年度
車券売上金－払戻金	a 10,643,127	4,175,722	4,918,367	1,558,554
その他の歳入	b 370,858	1,013,746	884,041	6,186,990
A = a + b	11,013,985	5,189,468	5,802,408	7,745,544
常勤職員人権費	c 214,958	65,026	55,199	48,343
臨時職員賃金等	d 2,930,186	177,367	230,560	123,656
施設等使用料	e 1,739,067	458,513	464,133	16,538
その他の開催費	f 5,064,019	3,194,898	3,658,224	1,193,525
交付金・公営企業金融公庫納付金	g 2,000,414	511,978	612,301	17,262
その他の歳出	h 142,314	5,821,101	6,224,012	7,655,371
B = c + d + e + f + g + h	12,090,958	10,228,883	11,244,429	9,054,695
C = A - B	△1,076,973	△5,039,415	△5,442,021	△1,309,151

資料：表2に同じ。

わけだが、組合設立初年度は10億円を超えるマイナスとなっている。その後、業務委託などで費用を削減し、収入の減少に見合う費用削減はできず、赤字からの脱却はかなわなかった。

2009年のあり方委員会の結論は、競輪事業からの即時撤退ではなく、花月園競輪場での開催を廃止し、県内の川崎・小田原でGⅢクラスのレース³⁰⁾を施行する借り上げ開催をおこなうことで競輪事業を存続しようとするものであった。

結論からいえば、交付金の猶予を受ける条件として策定された改善計画に記された成果も達成することができず、神奈川県競輪組合は解散を余儀なくされた。2015年3月末をもって組合は解散することになったが、累積赤字は約46億円にのぼり、神奈川県が56.14%（約27億円）、横浜市28.07%（約13.5億円）、横須賀市15.79%（約7.5億円）を負担することとなった。

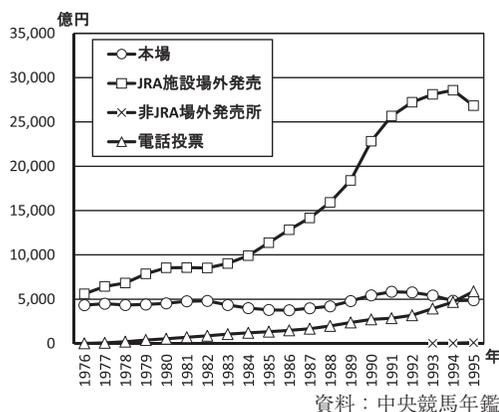
花月園競輪廃止の翌年2011年3月には大津競輪場（施行者は大津市）が廃止された。

大津競輪場は近江神宮外苑公園内に設置されており、近江神宮の縁で特別競輪（GI）の高松宮記念杯競輪が毎年開催されていた。続く2012年3月には香川県の観音寺競輪、そして2014年3月に愛知県の一宮競輪がそれぞれ廃止された。その結果、20世紀末には50あった競輪場は43になり今日に至っている。

4. 場外発売所の展開

1980年なかば、他競技の低迷をよそに、中央競馬だけが売得額を伸ばし、1984年にはボートレースの売上額を抜き、公営競技の首座にたったことは先にみたとおりである。これは場外発売所の展開によるところが大きい。

図7は発売経路別にみた中央競馬の売得金額の推移である。1976年当時、中央競馬の馬券の発売方法は3つあった。ひとつは競馬を開催している競馬場での発売（本場発売）と本場以外の施設での発売（場外発売）、それに始まったばかりの電話投票である。76年の発売方法別シェアは、本場が43.6%、場外発



資料：中央競馬年鑑
図7. 中央競馬発売方法別売得金額 (1976-1995)

売 53.3%，電話投票 0.1%となっていた。1975年頃から本場の売上額はすでに横ばいに転じており、1978年には対前年比でマイナスとなった。そして、1982年以降は減少傾向となる。減少の程度は低いものの、本場発売だけをみるならば、他の公営競技と同様の傾向を示していたのである。

中央競馬の場外発売所は、日本中央競馬会設立以前の国営競馬時代の1948年設置の銀座場外発売所を嚆矢とする。国営競馬時代にすでに13か所（東京区部7、大阪市内2、横浜・名古屋・京都・神戸各1）の場外発売所が設けられていた。その後、中央競馬会設立後は1956年に1か所開設されたものの、1961年の長沼答申による制約で、新たな場外発売所の開設は長らくおこなわれなかった。

1977年11月に公営競技問題懇談会（吉国懇）が設置され公営競技についての見直しの議論が行われている最中の1978年、中央競馬会は長沼答申以降初の場外発売所を、馬産地である北海道日高地方の中央部静内町（現・新ひだか町）に開設³¹⁾する。同じ年、大阪ミナミの繁華街である道頓堀にも場外発売

所を設置した。さらに翌1979年には札幌市内の繁華街ススキノに札幌場外発売所を開設した。

他の公営競技の売上が低迷した80年代半ば以降、中央競馬会は積極的に場外発売所を展開する。1984年には広島と釧路、翌85年には立川と石和に場外発売所を開設する。東京都の立川以外は、これまで中央競馬のマーケットではなかったエリアへの進出である。

広島を例にとると、1984年は年度途中（5月26日運用開始）の開設だったせいもあり、売上額は56.7億円にとどまったが、周年稼働した翌85年の売上額は163億円となっている。1984年度の広島競輪は188億円の売上額があったのが、1985年度は169億円に大幅に減らしている。同じエリアにあるポートレース宮島の85年度の売上額は462億円であったが、前年度より8億円ほど増大しているので、広島競輪の減少が中央競馬の進出によるものと即断はできないが、広島場外発売所だけの売上額が1競輪場の年間売上額に匹敵しており、中央競馬のファン層がいかに大きいかがわかる。広島競輪の減少分を差し引いたとしても、中央競馬の場外発売所の開設で他の競技が大きな影響を受けたとはいえず、むしろ100億円以上の新たな公営競技市場を開拓³²⁾したといえる。

場外発売所の新設は売上額に大きく寄与した。周辺人口の希薄な静内場外発売所はともかくとして³³⁾、大都市での新設は効果が大きかった。表4は道頓堀場外発売所が開設される前の1977年と、道頓堀場外が周年稼働した1979年の京阪神地区の売上額を比較したものである。道頓堀場外発売所は既設の難波

表 4. 京阪神地区における中央競馬発売額の変化（1977・1979年）

年		1977年	1979年	1979年/1977年
他競馬場場外発売所 場外発売所	京都競馬場	11,356,091,900	18,531,563,700	163.19
	阪神競馬場	2,662,830,200	2,904,976,000	109.09
	梅田場外発売所	52,282,890,500	60,790,690,700	116.27
	難波場外発売所	57,932,113,300	58,767,947,200	101.44
	道頓堀場外発売所	—	23,502,709,000	—
	京都場外発売所	17,812,266,000	22,218,905,800	124.74
	神戸場外発売所	26,318,540,000	30,170,845,000	114.64
	計	168,364,731,900	216,887,637,400	128.82
本場発売	京都競馬場	73,322,458,000	47,277,053,700	64.48
	阪神競馬場	64,458,736,800	75,444,813,200	117.04
	計	137,781,194,800	122,721,866,900	89.07

資料：中央競馬年鑑

場外発売所から徒歩圏内に立地し競合するため、難波場外発売所は2年間で1%の伸びに過ぎない。だが、1977年の難波場外発売所の売上額が579億円であったのに対して、1979年の道頓堀・難波両場外発売所の合計は823億円と42%の大幅な増大となっている。

中央競馬会以外の公営競技の場外発売所の本格的な展開は1980年代後半以降のこととなる。だが、実は競輪の場外発売所の歴史はかなり古く、競輪草創期には数多くの場外発売所が開設されていた。

競輪の監督官庁である通産省（当時）が通達によって、場外発売所に対して初めて規制をおこなったのが1951年8月であった。さらに、1952年6月の自転車競技法の改正時に、場外発売所の開設が、それまでの届出制から許可制に変更された。届出制以前に全国の場外発売所がいくつあったかを知る資料はないが、許可制になって以降、1952年12月から1954年12月までの2年間に43の場外発売所の開設が許可されている³⁴⁾。1951年の通達では本場の売上額の小さい競輪場の施行者に限って新設を認めるとし、売上額の小

さい競輪場の救済を目的とするという方針に基づき、多くの発売所が1950年代半ばまでに閉鎖を余儀なくされた。

さらに、長沼答申で各公営競技の展開に制約が加えられたため、競輪の場外発売所の新設は長らくおこなわれなかった。競輪の成長に陰がさしていた1978年に存在していた場外発売所は全国でわずか7か所³⁵⁾に過ぎない。場外発売所を有する6場の1978年度の売上額をみると、全50場中、函館37位、青森17位、平16位、弥彦43位、松阪45位、観音寺27位であった。函館、弥彦、松阪はいずれも売上下位にあった競輪場で、場外発売所が大きな役割を担っていた。函館市の場合、1978年度の売上額171億円のうち札幌場外が21億円を占めていた。

函館市は競輪創生期から積極的に場外発売をおこなってきた。函館競輪がスタートしたのは1950年6月であるが、早くも同年8月の第2回開催から函館市内に音羽町場外発売所を開設し、翌51年8月には函館市内十字街に第二場外発売所を開設した。さらにその翌年52年には札幌場外発売所を、54年10月

には小樽場外発売所を開設している。小樽場外発売所は函館競輪と同じ年に始まった札幌競輪の場外発売もおこなっていた(ただし小樽場外は開設の翌年には閉鎖されている)。

函館競輪(1991)に掲載された年表をみると、上記の場外は数年間に頻繁に移転を繰り返していたことがわかる。当時の発売業務はすべてが手作業であったため、一定の広ささえあればどこでも簡単に開設できた。同書に掲載された写真をみると、最初に設置された場外発売所は小さな平屋の建物で、建物の周囲に車券購入窓口が配置されている。車券購入者は屋外から車券を購入するかたちとなっている。イメージ的には現在の宝くじ売場のような構造である。そこでレースの中継が行われるわけでもなく、単に車券を発売するだけの施設なので、その点からも宝くじ売場と同じとみていい。とはいえ、宝くじと異なり、レースごとに車券が発売されるわけであるから、ファンは建物周辺の露天にたむろして車券を購入し続けたのであろう。写真をみると、その後、音羽町の第一場外も、十字街の第二場外も開設から数度の移転を経て、専用の建物を新設しファンが滞在できる構造に変化していったことがうかがえる。

1960年度(この年は北海道が施行する札幌競輪の最終開催年度であった)の函館競輪の売上額は8億1,712万円で、このうち5億2,237万円(63.9%)が本場での売上額、残りが場外発売所での売上額である。場外発売所の内訳は、函館市内が1億1,591万円(売上額全体の14.2%)、1億7,884万円(同21.9%)が札幌場外発売所での売上額となっていた。場外発売所が函館競輪の大きな収益

を生んでいたことがわかる。

1969年6月に車両競技審議会は「特別競輪の開催時における危険防止及び混雑緩和の対策として、近隣の競輪場を臨時に場外売場として使用することを認める」とした。これはスター選手が揃って出場する特別競輪の開催時には混雑による危険な状況が発生していたことによる。1967年10月26日から11月1日にかけて後楽園競輪場で開催された第21回日本選手権では6日間(10月31日は雨天順延となった)で延べ286,885人³⁶⁾が来場した。後楽園競輪場の総収容人員数は21,370人³⁷⁾に過ぎない。総収容人員数を単純に6倍しても128,220人に過ぎない。おそらく、決勝戦がおこなわれる最終日には6日間で最も多くの観客が来場したであろうから、総収容人員数の3倍以上が来場したのではないだろうか。このとき混雑緩和と危険防止を目的として、後楽園競輪場に隣接する中央競馬会後楽園場外発売所で車券の発売がおこなわれた。ちなみに、その翌年10月31日から11月5日の日程で開催された第22回日本選手権競輪では6日間で、前年を大きく上回る322,095人の入場者数があった。このときも中央競馬会の後楽園場外発売所で発売がおこなわれた。場外発売がおこなわれたとはいえ、この段階では、競輪場に隣接した施設での発売であり、場外発売というよりは発売窓口の臨時増設という意味合いが強い。

特別競輪開催時の混雑状況は限界まで達し、1969年2月、後楽園競輪の施行者であった東京都は1969年度の日本選手権の開催を辞退した³⁸⁾。多額の発売が見込める日本選手権競輪ではあったが、東京都に替わって名乗

りを上げる施行者はなかなかあられなかった。警備体制や施設の不備が表向きの理由であったが、施行者には「特別競輪を開催し危険をおかしても車券売上げ高は窓口能力からいってそれほどの上昇が望めず、しかも賞金その他経費は平常開催よりケタ違いに大きくなるのでありがたくない、という計算があった」³⁹⁾という。

最終的に、首都圏を離れた一宮市が施行者となり、1970年2月に一宮競輪場で第23回日本選手権競輪がおこなわれた。後楽園競輪場で開催された前回の第22回日本選手権競輪の売上額が36億円であったのに対し、第23回の売上額は19億円とほぼ半分にとどまっている。市場規模の差が大きいであろうが、窓口発売能力の差もあろう。逆にいえば、場外発売があれば売上額はもっと大きくなったと考えられる。ちなみに、第24回は大阪府の岸和田競輪場で開催されたが、このときの売上額は前回の一宮をやや上回るものの24.5億円にとどまっている。

1969年6月の車両審議会で決定されたたちでの場外発売は、1972年3月に千葉競輪場で開催された第25回日本選手権競輪を中央競馬会後楽園場外発売所で発売したのを皮切りに、1972年9月大垣で開催されたオールスター競輪の場外発売が一宮競輪場で行われた。

1977年12月、全輪協は通産大臣宛に、特別競輪の臨時場外拡大を求める要望と、寒冷地競輪場の冬期利用関する要望を提出した。これら二つの要望も受け入れられ、特別競輪の場外発売が拡大する（表5）。場外発売の目的が、混雑緩和・危険防止からファンサー

ビスと発売拡大に変化した。冬期に休催する競馬場は、函館、青森、弥彦、富山、福井の5場である。これら5つの競輪場は同じ地域ブロック内の競輪場の場外発売をおこなうこととなった。これは後の場間場外発売への道を開くものとなった。

この表をみてもわかるように、近隣の1競輪場で場外発売している段階では、売上額にしめる場外発売の額は1割に満たなかったが、広域的に複数の臨時場外を開設することで場外発売の比率は格段に高まり、1978年3月に平競輪場で開催された第31回日本選手権競輪では売上額の6割近くを場外発売でしめるようになっている。この平競輪場での日本選手権競輪は、大都市圏以外で初めて開催された特別競輪であり、大都市圏での場外発売がなければ70億円という、当時としては大きな売上額は確保できなかったろう。

特別競輪の場間場外発売が拡大したとはいえ、競輪の売上額全体から見ると、場外発売のしめる位置はまだまだ小さかった。1980年度を例にとると、競輪全体の車券売上額は1兆2,700億円であるのに対して、4つの特別競輪を合計しても309億円（全体の2.4%）に過ぎない⁴⁰⁾。中央競馬の売上額がすでに場外中心になっていたこの段階で、競輪関係者にとって場外発売は広大な未開のフロンティアと認識されていたようである。バブル崩壊直前、まさに公営競技が絶頂期にあった1991年に発刊された日自振（1991）には、「公営競技の近未来は場外売り場時代の到来を暗示しているともいえよう」（p.143）という記述がある。これは特別競輪での場間場外発売が始まってから10年以上経過した段階でのもの

表5. 特別競輪の臨時場外発売 (1971年度～1977年度)

名称	開催日時	開催場	場外発売所	発売額		
				円	円	%
第25回日本選手権	1972年3月2～7日	千葉	中央競馬会後楽園場外発売所	3,021,070,500	410,194,800	13.6
第15回オールスター	1972年9月28～10月3日	大垣	一宮競輪場	1,960,621,600	141,101,300	7.2
第16回オールスター	1973年10月18～24日	高松	観音寺競輪場	2,512,013,500	128,917,200	5.1
第26回日本選手権	1973年3月15～20日	西武園	京王閣競輪場	3,799,921,600	219,550,800	5.8
第16回競輪祭	1974年11月16～18日, 23～25日	小倉	大津競輪場, 玉野競輪場, 久留米競輪場	2,449,316,400	339,665,200	13.9
第27回日本選手権	1974年2月14～19日	西武園	大宮競輪場	4,285,397,700	371,999,100	8.7
第17回オールスター	1974年9月19～24日	静岡	立川競輪場, 一宮競輪場	4,325,055,600	536,461,000	12.4
第17回競輪祭	1975年11月22～24日, 29日～11月1日	小倉	広島競輪場, 松山競輪場, 熊本競輪場	3,050,734,700	723,658,600	23.7
第28回日本選手権	1975年3月20～25日	千葉	前橋競輪場, 京王閣競輪場, 松戸競輪場	4,314,415,700	1,038,552,900	24.1
第26回高松宮杯	1975年6月26～7月1日	大津	大垣競輪場, 西宮競輪場	3,871,969,100	658,947,800	17.0
第18回オールスター	1975年9月25～30日	前橋	取手競輪場, 立川競輪場, 千葉競輪場	3,657,773,300	869,411,400	23.8
第18回競輪祭	1976年11月21～23日, 27～29日	小倉	広島競輪場, 松山競輪場, 久留米競輪場	3,432,649,400	730,516,000	21.3
第29回日本選手権	1976年3月28～30日, 4月1～3日	千葉	前橋競輪場, 立川競輪場, 川崎競輪場, 岐阜競輪場	6,157,594,500	2,020,927,800	32.8
第27回高松宮杯	1976年6月27～29日, 7月1～3日	大津	広島競輪場, 西宮競輪場, 豊橋競輪場	4,767,053,100	950,964,100	19.9
第19回オールスター	1976年9月30～10月5日	前橋	松戸競輪場, 立川競輪場, 一宮競輪場, 平競輪場	5,190,682,400	1,853,731,200	35.7
第19回競輪祭	1977年11月19～21日, 26～28日	小倉	広島競輪場, 松山競輪場, 別府競輪場	3,277,627,300	709,514,100	21.6
第30回日本選手権	1977年3月24～29日	一宮	立川競輪場, 静岡競輪場, 名古屋競輪場, 奈良競輪場	5,814,667,000	2,221,733,700	38.2
第28回高松宮杯	1977年6月30～7月5日	大津	大垣競輪場, 岸和田競輪場, 広島競輪場	5,143,396,500	1,106,897,700	21.5
第20回オールスター	1977年9月22～27日	千葉	立川競輪場, 静岡競輪場, 岐阜競輪場, 向日町競輪場	6,477,281,100	2,189,924,400	33.8
第31回日本選手権	1978年3月23～28日	平	青森競輪場, 立川競輪場, 松戸競輪場, 一宮競輪場, 和歌山競輪場	7,089,571,500	4,083,344,100	57.6

資料：日自振(1978)。

だが、1980年代以降、競輪関係者の多くが場外発売に大きな期待を寄せていたことがわかる。

車券売上額が減少から増大に転じる時期にあたる1984年2月、専用場外発売所であるウインドーム館林がオープンする(管理施行者は前橋市)。続いて、1985年には、武雄市のサテライト武雄、小松島市の江田サービスセンター⁴¹⁾、防府市の駅前サービスセンターがオープンし、1986年には函館市のサテライト松風、青森市の前売サービスセンターがオープンしている。

ちなみに、それまで制度的に場外発売が禁

止⁴²⁾されていたボートレースでも、1982年4月にモーターボート競走法施行規則が一部改正され、4大特別競走の準優勝戦と優勝戦に限って場間場外発売がおこなわれるようになり、さらに1985年には施行規則改正で場外舟券発売所の設置が可能となったのを受け、早くも翌86年8月には丸亀競走場の専用場外発売所としてボートピア丸亀が開設された。

バブル景気に乗り、1991年度に競輪は1兆9,553億円という空前の売上額を記録する。1983年度以降、1991年度までに開設が許可され開設された場外発売所は表6に掲げたと

表 6. 1983～1991 年度に許可・開設された場外発売所

許可年度	発売所名	施行者	備考
1983	ウインドーム館林	前橋市	
1985	サテライト武雄 国道前売サービスセンター 江田サービスセンター 防府駅前サービスセンター サテライト松風	武雄市 岸和田市 小松島市 防府市 函館市	2011 年 10 月廃止 1997 年移転
1986	青森前売サービスセンター サテライト北九州	青森市 久留米市	
1989	サテライト久留米 USA 前売専用場外車券売場	久留米市 別府市	1997 年 1 月廃止
1991	サテライト中越 サテライト長崎 サテライト釧路	立川市 武雄市 弥彦村	2011 年 11 月廃止

資料：平成 25 年度競輪統計資料

おりである。80 年代低迷期からバブル期にかけ、13 の場外発売所が許可・開設された⁴³⁾。

長沼答申以降で初の専用場外発売所がウインドーム館林(ただし、開設当時はウインドームという愛称は使われておらず、館林専用場外車券発売所)であった。ウインドーム館林の開設については、日自振(1991)に開設までの経緯が詳しく紹介されている。「専用場外車券売場の設置は、新しい観客層の開拓の役割を果たすのみならず、若年齢層の吸引が可能」(日自振(1991, p.147)と期待されており、ウインドーム館林は「この都市型⁴⁴⁾専用場外として、新たな時代のモデルとなった」(同上)といわれた。

競輪関係者の期待は大きかったものの、場外発売所の新設には地元同意を含めて障壁が大きく、順調に進んだわけではない。日自振(1991)にも「函館市内の場外車券売場松風サービスセンター⁴⁵⁾のように、映画界が斜陽化したため閉鎖になった映画館のあとを受けて設けるに当たって、地元商店街が一致して街の繁栄策の一環になるからという理由で歓

迎された例もないわけではないが、地元住民の賛同を得ることが困難な場合が多い」と述べられている⁴⁶⁾。

売上額が低落を続ける中、売上額確保のため、場外発売所の新設はどの競技の関係者にとっても大きな課題となっていく⁴⁷⁾。

1997 年 3 月 10 日の自転車競技法施行規則の一部改正により、施行規則第 4 条の 2 で、それまで、場外発売所を新設しようとする場合、「申請者が当該場外車券売場に係る競輪場の競輪施行者以外の者であるときは、競輪施行者がその場外車券売場を使用する予定であることを証明する書類」の提出が必要とされていたのが不要となった。これは、新たな場外発売所を作ろうとすると、それまでは特定の競輪施行者(=地方自治体)の場外発売所としてでなければ開設することができなかったのが、その場外施設を使用する施行者を限定しなくてもいいこととなった。すなわち「複数の施行者が同等に直接場外売場を使用できるように措置した⁴⁸⁾」ものである。独立型ないしは共同利用型場外発売所の設置が

可能となったのである⁴⁹⁾。1996年8月に開設された秋田県にあるサテライト六郷(所在地:秋田県仙北郡美郷町)や97年1月に開設されたサテライト中越(所在地:新潟県長岡市)をはじめとする独立型場外発売所が生まれた。

これ以降、場外発売所は全国各地に続々と作られていく。表7は設置許可年度別にみた場外発売所の一覧である(1992年度以降)。

約20年間に56の場外車券発売場の開設が許可されている。いずれも許可後数ヶ月から約1年後にはオープンしているが、売上不振などにより短期間で廃止を余儀なくされた発売所も5か所ある。山形県西村山郡朝日町に2005年6月に開場(設置許可は2005年1月)したサテライト朝日は3年後の2008年9月末で閉鎖している。2011年9月に道営ホッカイドウ競馬の場外発売所が営業する建物の

表7. 設置が許可された場外車券売場 (1992~2013年度)

許可年度	許可件数	施設名称		
1992	—			
1993	1	サテライト会津		
1994	—			
1995	2	サテライト宇佐	サテライト六郷	
1996	1	ラ・ビスタ新橋		
1997	2	サテライトかしま	サテライト男鹿	
1998	5	サテライト石鳥谷	サテライト水戸	高知競馬場内臨時場外車券売場*
		サテライト山陽	サテライト鴨島	
1999	2	サテライト南国	サテライト六戸	
2000	1	サテライト津山		
2001	1	サテライト鴨川		
2002	3	サテライトこまつ	サテライト宮崎	サテライト双葉
2003	6	サテライト大和	サテライトしおさい鹿島	サテライト安田
		サテライト石狩	ハイビジョンシアター門司	サテライトみぞべ
2004	5	サテライト笠岡	サテライト横浜	サテライト朝日*
		サテライト妙高	堀之内前売サービスセンター*	
2005	4	サテライト阪神	サテライト福島	サテライト大阪
		サテライトあだたら		
2006	5	サテライト山陰	サテライト宮城	サテライト西予
		サテライト鹿児島	サテライト門川	
2007	6	サテライトきもつき	サテライト阿久根	二番町前売サービスセンター
		サテライト市原	利根西前売サービスセンター	サテライト成田
2008	4	サテライト若松	サテライトかのや*	サテライト船橋
		サテライト三股		
2009	—			
2010	—			
2011	7	サテライト阿賀野	サテライト旭川*	サテライト薩摩川内
		サテライト名古屋	サテライト宇部	サテライト徳島
		サテライト中洲		
2012	—			
2013	1	サテライト熊本新市街		
計	56			

注: 年度はいずれも4月~翌年3月。

*は後に廃止された施設。

資料: 表6に同じ。

空きスペースを利用して開場（設置許可は7月）したサテライト旭川に至ってはわずか1年で2012年10月には閉鎖されてしまった。

現在営業を継続している場外発売所のなかでも、実際の売上額が当初の売上見込額を大きく下回っているところも少なくないようである。そもそものがかなりおおざっぱな見込みによる甘い判断で開設された場外も少なくない。例えば2003年7月に設置許可を得、翌年5月に開場したサテライト石狩の場合、設置許可申請書に記載された年間発売見込額は48億円であったが、実際の売上額は、開業初年度は9億円、周年稼働した2005年度でも10億円と、計画の2割程度の売上額にとどまっていた。48億円は無理としても、30億円がひとつの目安で、採算ラインは25億円くらいだったという。施設建設に要した費用は12～13億円程度であったから、売上額十数億円では経営はかなり厳しいといわざるを得ない。

図8は競輪全体の売上額の推移を本場と非本場（場間場外、専用場外、電話投票）にわけてみたものである。1990年度には1兆5.751億円あった本場の売上額は、2015年度

にはわずか2.3%の357億円にまで低下した。1999年までは非本場の売上額は増加し続けており、本場の減少を非本場で多少はカバーしていた。しかしながら、2000年代に入ると非本場の売上額も横ばいに転じ、さらに2007年度から10年度にかけて減少し、2011年度以降はやや持ち直すという推移となっている。この間も本場の売上額は一貫して低落し続けている。

さらに、非本場の内訳をみたのが図9である。非本場の発売方法はそれぞれ異なった推移を示している。本場の減少を多少なりとも補うように増加してきた場間場外発売は2006年度の3,885億円をピークに減少に転じ、専用場外は1999年度に1,823億円を記録して以降、1,600～1,900億円の間にあったのが、近年は1,600億円水準で横ばいになっている。この期間、専用場外発売所の数そのものは増加している。したがって、場外施設1場あたりの平均売上額は減少傾向にあるということになる。

売上高の発売経路別の比率を時期毎に改めて比較したのが表8である。ちなみに、近年の他の公営競技の場外（場間場外と専用場外）

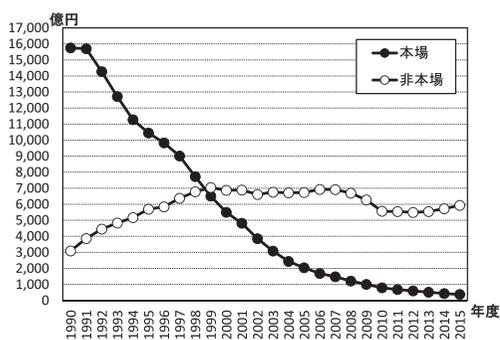


図8. 本場と非本場の車券発売額の推移

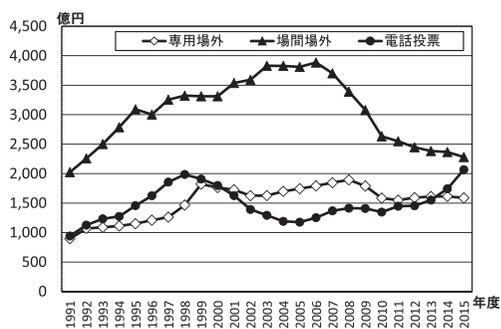


図9. 経路別車券発売額の推移

表8. 経路別車券発売額の変化

年度	本場 A	場外発売 B=C+D	専用場外 C	場間場外 D	電話投票(注) E	総売上 I=A+B+E	開催日数	競輪場数
	円	円	円	円	円	円	日	場
金額	1991 1,569,248,324,500	291,931,208,300	89,522,665,600	202,408,542,700	94,160,592,100	1,955,340,124,900	3,960	50
	1999 651,034,593,200	513,524,996,400	182,302,905,000	331,222,091,400	190,814,658,500	1,355,374,248,100	3,822	50
	2008 121,776,518,800	528,278,178,300	189,391,270,500	338,886,907,800	141,291,114,800	791,345,811,900	2,762	47
	2015 37,527,222,500	386,650,219,200	158,695,320,700	227,954,898,500	206,627,829,200	630,805,270,900	2,196	43
比率	%	%	%	%	%	%		
	1991 80.25	14.93	4.58	10.35	4.82	100.00		
	1999 48.03	37.89	13.45	24.44	14.08	100.00		
	2008 15.39	66.76	23.93	42.82	17.85	100.00		
	2015 5.95	61.29	25.16	36.14	32.76	100.00		

注：電話投票にはインターネット投票を含む。

資料：JKA。

発売の比率は、中央競馬が約3割、オートレースが2.5割、ボートレースが5割弱くらいであるから、競輪の場外発売への依存度は他競技に比して高い。そのなかで、場間場外の低落傾向が続いていることは懸念材料といえよう。

電話投票が増大しているとはいえ、場間場外の落ち込みを補填するには至っていない。専用場外の売上額は横ばいなので、場間場外で車券を購入してきたファンが専用場外に移動しているとも考えづらい。また、数多く開設された専用場外発売所の多くは競輪場から遠いところが多い。つまり、場間場外発売を利用して車券を購入するために、競輪場を訪れるファンが減っており、その減少がそのまま競輪ファンの減少ということであろうと思われる。

ボートレースでは、各場とも外向き場外の整備をおこない、場外発売所としての機能を強化した⁵⁰⁾。また、中央競馬会も競馬場の改築にともない、場外発売所としての利用を考えた施設づくりがおこなわれている⁵¹⁾。ボートレースや中央競馬と比較すると、場外発売所としての施設整備が遅れている競輪場が多

いようにみえる。端的に言えば競輪場は総じて居心地が悪いのである。

それに対して、独立型専用場外発売所の中には、民間企業である施設所有者により独自の経営努力が行われ、ユニークな展開をみせたところもある。たとえば、先にとりあげたサテライト石狩は、2008年に道営ホッカイドウ競馬の場外発売所(Aiba石狩)を施設内に併設し、競輪と地方競馬の両方を発売するようになった⁵²⁾。その後、中央競馬会が地方競馬主催者に馬券の委託発売⁵³⁾をおこなうようになったことをうけ、2013年にはサテライト石狩で中央競馬の馬券も購入できるようになった。さらに、2015年には伊勢崎オートレースの専用場外発売所となり、オートレースの車券の発売も開始⁵⁴⁾し、現在ではボートレース以外のすべての公営競技の投票券をサテライト石狩で購入することができる。

中央競馬のファンの数は他の競技を圧倒的に上回っているからJ-PLACEの効果は大きい。中央競馬の馬券を買いに来た人たちに、競輪など他競技への興味を喚起することができるなら、複合化は新たなファンを獲得するひとつの契機になろう。

5. 電話投票からネット投票へ

公営競技の技術革新の多くは中央競馬から始まり他の公営競技が後追いする。電話・ネット投票⁵⁵⁾も同様である。

1980年代中期と同様、バブル崩壊後も、中央競馬のみが他の公営競技と異なった推移を示したことは既に述べたとおりである。図10は中央競馬の発売方法別の売得額の推移である。本場の売得額は他の公営競技と同様、1991年をピークに減少傾向に転じている。また、中央競馬の売得額の中心であった場外発売施設（他競馬場での場外発売と場外発売所）での売得額も1995年以降は減少に転じている。馬券売得額の減少をカバーしたのが電話投票である。

中央競馬の電話投票は1974年2月から試行的に実施された後、1976年7月に関東・関西で1千名の公募をおこない、10月から本格的に運用が開始された。中央競馬年鑑によると、本格的な運用が始まった76年は、10～12月の3か月だけで14億円を売り、周年稼働した77年の売得額は81億円となっている。その後電話投票所（＝電話を受け付けるセン

ター）を増設し、8年後の1984年の加入者総数は152,856人となり1,209億円を発売するまでとなった。

1980年代にはパソコンが急速に普及する。さらに1980年代後半になると電話回線を利用した通信（当時はパソコン通信とよばれた）も普及しはじめる。中央競馬会はこの動きに対応し、1991年4月にはPAT⁵⁶⁾方式のモニター運用を開始した。PAT方式とは「電話回線を使用して、加入者が直接本会の計算機と交信を行い、勝馬投票をするもので、端末としてファミコン、パソコン、PAT専用のホームマスターのいずれかを使用する」⁵⁷⁾というものである。同年11月からは一般公募による運用が開始されたが、このときの公募は8,500名の募集に対して16万人を超える応募があったという⁵⁸⁾。電話投票会員は、年々増大し、94年には40万人にまで増大した。この当時、加入希望者は抽選で選ばれ、なかなか加入できないこともあった。

表9は中央競馬の発売方式別の売上額を比較したものである。バブル崩壊以降、本場、場外いずれも売上額を大きく減らしているなかで、PAT方式を含む電話・ネット投票のみが売得額を増大させ続け、2007年には場外発売の売得額を上回って発売方法の首位となる。他の方法の低落傾向が続くなか、電話・ネット投票だけが増加を示し、近年では総売得額の6割を超えるまでとなっている。

競輪の電話投票はJRAよりも約10年遅れて始まった。1984年8月に全輪協が設置した「開催業務研究部会」での検討がおこなわれたのが、全輪協が公式に電話投票制度の検討をはじめた最初である。

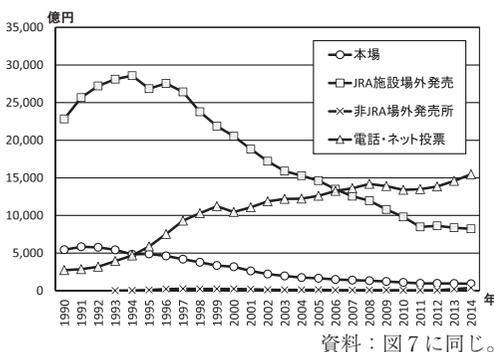


図10. 中央競馬発売方法別売得金額 (1990-2014)

表9. 中央競馬発売方法の変化

		1976年	1986年	1996年	2006年	2014年	
金額	本場	円 432,751,162,800	円 375,439,158,200	円 462,326,828,400	円 149,169,781,500	円 92,581,633,900	
	場外発売額合計	560,820,010,300	1,430,201,559,300	3,530,620,498,000	2,682,400,911,000	2,407,029,945,800	
	(内訳)	JRA 場外発売所計	489,376,922,100	1,123,248,076,000	2,158,973,571,100	983,978,574,700	609,944,396,900
		競馬場場外発売計	70,001,596,100	159,858,125,100	597,080,065,600	365,287,124,600	212,226,224,800
		非 JRA 場外発売所*1	-	-	21,662,871,600	6,856,896,800	37,423,117,300
		電話投票*2	1,441,492,100	147,095,358,200	752,903,989,700	1,326,278,314,900	1,547,436,206,800
合計	993,571,173,100	1,805,640,717,500	3,992,947,326,400	2,831,570,692,500	2,499,611,579,700		
比率	本場	% 43.6	% 20.8	% 11.6	% 5.3	% 3.7	
	場外発売額合計	56.4	79.2	88.4	94.7	96.3	
	(内訳)	JRA 場外発売所計	49.3	62.2	54.1	34.8	24.4
		競馬場場外発売計	7.0	8.9	15.0	12.9	8.5
		非 JRA 場外発売所	-	-	0.5	0.2	1.5
		電話投票	0.1	8.1	18.9	46.8	61.9
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0		

*1 臨時場外発売所，地方競馬施設での委託発売 (J-Place)。

*2 PAT方式を含む。

資料：中央競馬年鑑

1985年4月に東京都十一市競輪事業組合(京王閣競輪)が競輪で初めての電話投票を開始し、6月には千葉市(千葉競輪)も電話投票を開始した。この当時競輪で用いられていたのはCRT方式という方式であった。これは電話投票会員が口頭で投票申込みをおこない、オペレーターが購入申込みを確認しながらコンピュータの端末で入力する方法である。中央競馬は1976年の電話投票の本格運用に際し、CRT⁵⁰⁾方式とARS⁶⁰⁾方式の両方で開始している。ARS方式はプッシュホン電話機のボタンを操作し投票者自身が直接買い目などを入力する方式である。中央競馬に10年近く遅れて競輪が電話投票を導入したにもかかわらず、また、すでにこの時期にはプッシュホンもかなり普及していたと思われるのに、なぜCRT方式で開始したのかはわからない。CRT方式は加入申込みにオペレーターが対応する方式なのでコストは高くなる。

ちなみに他の競技の電話投票の開始は、地方競馬は1983年度⁶¹⁾、ボートレースが1985年で、競輪とほぼ同時期である。オートレース⁶²⁾のみが少し遅れ1991年に電話投票を開始⁶³⁾した。したがって、中央競馬は別として、競輪の電話投票導入が他の競技に遅れをとったわけではない。

1985年当時、全輪協、日自振、全自協の3者が共同で競技情報などを一括管理・運営する競輪情報システム(KIS)が構築されており、このKISの機器類を利用したARS方式の電話投票システムが開発された。とはいえ、施行者が単一である中央競馬と異なり、全国50場がそれぞれ異なった施行者によって営まれており、電話投票導入のメリット・デメリットの判断は各場の施行者の判断による。すべての競輪場で電話投票が可能となったのは熊本競輪が加入した1992年5月のことであり、京王閣でCRT方式での電話投票が開始されてから7年も後のことであった。

ARS方式の電話投票は加入者が自ら投票操作をおこなう。1993年にNTTドコモが第2世代移動通信サービス（デジタル・ムーバ）の提供を開始し、携帯電話の契約数が飛躍的に増加し始め、固定電話以外からでも投票券を購入できる時代が到来した。利用者側からみれば、ARS方式のボタン操作による電話投票は機器を自分で操作する投票方式であり、これはそのままパソコンやファミコンを使うPATでの投票に違和感なく移行しうるものであり、さらに後のスマホでの操作にもスムーズに移行しえる基礎となったといえよう。

1988年11月、日自振と日本自転車普及協会からそれぞれ1億円の寄付を受け、財団法人車両情報センター（以下、VIC）⁶⁴が発足した。VICはKISをさらに発展させるために設立された組織である。VICによって1989年にはピストが開発される。これはJRAのPATの競輪版で「開催案内、出走表、払戻金、レース結果、オッズなどの情報をテレビ画面で見ることができたり、プリントで確認しながら投票することができ、かつ、投票明細照会、購入限度額紹介ができるもの」（VIC（2000），p.84）であった。VIC（2000）によると、パソコンよりもむしろファミコンの利用を目論んでいたようである⁶⁵。

ネット発売の開発はJRAのPATとほぼ同時期であり、この点においては競輪はかなり先進的な取り組みをおこなったと評価しうる。その後、専用ソフトを介さず、JRAのI-PATと同様に投票用ウェブサイトからの投票も可能となり今日に至っている。

先に掲げた図9をみてもわかるように、電

話・ネット投票の売上額は増加を続け、1997年度には1,986億円となるが、その後は減少に転じ、2004年度には1,176億円にまで落ち込む。その後は回復傾向を示し、2013年度には専用場外を上回り、2015年度には経路別売上額のトップに肉薄し、電話・ネット投票が大きな比率を占めるようになっていく。

2017年4月には、それぞれ別個のサイトで提供されていた競走や選手に関する情報、投票、および動画配信（ライブ中継とダイジェスト）が統合され、ひとつのサイトからそれぞれのサービスを利用することが可能となり利便性が大いに高まった。また、それまでネット銀行を利用する会員のみが購入できたミッドナイト競輪（後述）を、一般銀行利用の会員も購入できるようになった。

とはいえ、JRAの電話・ネット投票の売得額の伸びに比べると競輪の伸びは小さい。2014年のJRAの電話・ネット投票の売得額は1990年の5.7倍であるのに対して、競輪も伸びたとはいえ、2014年度の電話・ネット投票の売上額は1990年度の2.7倍に過ぎず、本場や場外発売所の売上額の落ち込みをカバーするまでには至っていない。競輪ファンの高齢化はしばしば指摘され続けており、ファンにおける高齢者層の比率が高いことが電話・ネット投票の伸び率の低さのひとつの理由ではないかと思われる。

6. ナイター競輪・ミッドナイト競輪

場外発売所の展開と電話・ネット投票の拡大が投票券発売の空間的拡張であるのに対して、本節でとりあげるナイター競輪やミッドナイト競輪は車券発売の時間的拡張といえよ

う。

プロ野球が早くからナイトーを実施していることをみれば、同じ余暇の娯楽でありファン層の重なりも大きいと思われる各種公営競技がナイトー開催をおこなっても何ら不思議はない。しかしながら、法的規制⁶⁶⁾により、公営競技のナイトー開催は長らく禁じられてきた。

公営競技のナイトー開催は1986年に大井競馬場で“トゥインクルレース”と銘打って夏季におこなわれたのが最初である。すでに何度も述べたように、当時、中央競馬以外の公営競技はいずれも本場開催が売上の大部分をしめていたが、その本場来場者数は長期にわたり減少傾向を続けていた。ナイトー開催は本場来場者の増加と、さらには今後のファンとなるべき若年層の集客が期待された。

特別区競馬組合(=大井競馬の主催者)以外の主催者・施行者がナイトー開催に踏み切るのはバブル崩壊後の低落期にはいつてからのこととなる。地方競馬では、1994年にホッカイドウ競馬、1995年には川崎競馬でそれぞれナイトー開催がおこなわれるようになった。

競輪のナイトー開催は1998年7月の函館競輪を嚆矢とする⁶⁷⁾。函館競輪は昼間の時間が長い北海道の夏季の特性を生かし、1985年からはレース開催時間帯を通常より2時間繰り下げたサマータイム競輪をほぼ毎年実施しており、また、競輪場の立地条件から周辺住民の反対が小さかったこともナイトー競輪の開催を可能ならしめたと思われる。

廃止を余儀なくされた西宮競輪でもナイトー開催が模索されたという。西宮競輪場＝

阪急西宮球場であり、長らくプロ野球阪急ブレーブス(1988年11月からオリックス・ブレーブス)のホームグラウンドであった。いうまでもなくプロ野球はナイトーが主体であり、西宮競輪場＝阪急西宮球場であるから、照明などのナイトー設備も整っており、もっとも容易にナイトー開催が可能だったはずだが、近隣住民の同意を得ることができなかったようである。仮にナイトー競輪が西宮で実施されていたならば、異なった展開をみせた可能性は多分にある。しかし、プロ野球のナイトーは容認されても競輪のナイトーは容認されなかったのである⁶⁸⁾。

大井競馬場でトゥインクルレースが始まった段階においては、ナイトー開催の目的は本場来場者の増加＝売上額増大であった。だが、他の競馬場や他の競技でナイトー開催が開始された時期はすでに電話・ネット投票の成長期にはいつていた。

函館市競輪事業部は1998年4月にホームページを開設し、レースのライブ中継なども開始した(前年にはFネット利用によるファクシミリサービスが開始され出走表をファックスで取り出せるようになっていた)。まさにナイトー競輪による電話・ネット投票の拡大をにらんだ施策であったといえよう。

現在では中央競馬を含め、すべての公営競技でインターネット中継をおこなっているが、函館でナイトー競輪が始まった頃はまだ殆どおこなわれていなかった。当時はWindows 95からWindows 98に移る時代である。インターネット専用回線も普及度は低く、回線のデータ転送速度も今に比べ格段に小さかった。粗い小さな画像の動画配信で

はあったが、レースをパソコンでリアルタイムに観戦でき、電話で投票できるというのは公営競技にとっては革命的なことであった。テレドームサービスも開始され、電話でレースの実況中継を聞くこともできるようになり、インターネット環境が整っていなくてもリアルタイムにレースを楽しむことができるようになった。リアルタイムに観戦できるだけでなく、レースダイジェストもウェブサイトにもアップしてあるから、レース後の任意の時間帯にレースを楽しむことも可能となった。

私見ではあるが、競輪は各公営競技のなかで、おそらく最も前もって投票しやすい競技ではなかろうか。ただし、競輪ではいわゆる「並び」⁶⁹⁾が予想の重要なファクターとなるので、「並び」情報は前もって投票する場合に必須の情報となる。「並び」は前日に競走番組が発表されると、選手コメントとして報道される。したがって、選手コメントさえあれば車券検討は十分可能である。ただし、的中した場合の配当額を表示するオッズは投票締め切りまで刻々変化するから、前もって投票する場合、オッズ情報は不正確なものとなるが、これはどの競技でも同じである。

函館競輪のナイター開催は、本場来場者の質と量を変化させた。ファン層の高齢化は競輪が最も著しいというのは各公営競技関係者のほぼ一致した見方であろう。ナイター開催により、長年本場に通ってきた高齢者（その多くは年金生活者であろう）の来場者数は減少したが、比較的若いファンが来場するようになった。

とはいえ、収益構造からみたナイター開催の最大の効果は、電話・ネット投票での発売増大である。電話・ネット投票、予想に必要なレース情報、そしてリアルタイム映像の提供は競技場の所在地による格差を縮小させる。今や、多数の本場来場者を期待できない地方都市の公営競技場は、電話・ネット投票がなければおそらく事業を存続し得ないであろう。

表 10 はナイター競輪初年とその前年の函館競輪の売上額を比較したものである。開催日数はいずれも 12 開催 72 日である。当時売上の中心をしめていた本場と直営場外（松風町と札幌）の売上額は前年を下回っている。ところが、電話投票（ネット投票を含む）は対前年比 88.5% 増とほぼ倍増し、本場・直営場外のマイナスをカバーし、わずかではある

表 10. 函館競輪におけるナイター開催の効果

	1997 年度	1998 年度	増減
	円	円	%
本場	4,809,457,500	4,316,253,300	△10.3
サテライト松風町	1,165,694,300	1,129,805,600	△3.1
サテライト札幌	2,714,606,900	2,281,125,200	△16.0
臨時場外	5,088,393,600	5,227,954,200	2.7
電話投票（注）	1,232,121,100	2,323,105,600	88.5
合計	15,010,273,400	15,278,243,900	1.8

注：ネット投票を含む

資料：函館市競輪事業部『函館競輪事業概要 平成 26 年度』

が、トータルでは久々に対前年比増となった。函館に始まったナイター競輪はその後各地に広がり、2016年度には16場でおこなわれるようになった。

電話・ネット投票が中心になると、本場や専用場外発売で発売せず、ネットのみで発売する方式も登場した。本場に観客をいれず車券の発売もしなければ、従事員や警備員の雇用は不要となり、開催経費はかなり圧縮できる。これがミッドナイト競輪である。夜9時頃からレースを開始し、他の公営競技が行われていない時間帯であるから、公営競技市場をほぼ独占しうる。

さらに、本場入場者がいなければ、騒音や道路混雑といった問題も生じない。ナイター競輪を見送っていた施行者のなかにもミッドナイト競輪は実施する施行者も現れ、2016年度には9場でおこなわれるまでになっている。

逆に、レースの開始時刻を繰り上げる方式もある。競輪では、佐世保市（佐世保競輪）が実施したことがあるものの、その後はあまりおこなわれていないが、ボートレースではモーニング開催をおこなっている場がいくつかある。

7. 「商品」の多様化 — 車券と競走種類の多様化

消費者の好みに合わせて多様な商品を開発・販売することはきわめて常識的な企業活動であろう。ところが、公営競技の世界においては新たな「商品」開発は長らくおこなわれることがなかった。

公営競技の施行者が供給する「商品」は直

接的には投票券と入場券だけである。他のプロスポーツと異なり、入場料収入に期待する公営競技施行者は皆無であろう。投票券のバリエーションが一次的な商品のバリエーションとなる。いうまでもなく、投票券の購入はレースの推理に基づいておこなわれる。したがって、レースの多様性は二次的な「商品」のバリエーションということになろう。この点が公営競技と宝くじの違いである。

まず、投票券のバリエーション、すなわち賭け式についてみていく。ここでも長沼答申による制約が登場する。射倖心を煽らないという理由に基づき、賭け式は長らく制限されてきた。単勝、複勝、それに連勝複式（連複）・連勝単式（連単）以外の投票券は1990年代末にいたるまで、発売されることはなかった。中央競馬の売得額の多くをしめていたのは8枠連勝複式であった⁷⁰⁾。8枠連勝複式の組合せは最大で36通りである。競輪では、単勝、複勝、それに6枠連単の3種の車券だけが発売される時代が長らく続き、売上の中心は6枠連単であった。競輪は9車立てが一般的⁷¹⁾であるが、この場合、6枠連単の組合せは33通りである。組合せ数が少なければ高額配当が出現する比率は少なくなる。射倖心を煽らないということは、組合せ数の少ない賭け式の投票券しか売ってはいけないということに他ならない。

採用されている賭け式が限られていた主たる理由は法的な制約であるが、もう一つには実務上の理由もあったと思われる。コンピュータ利用によるトータリゼータシステムが導入されるまで、投票券の集計はすべて人海戦術による手作業であった。従事員たちの

なかには算盤の達人が数多くいた。したがって、そもそも多くの賭け式を採用することは実務的にも困難であった。

法的規制が緩和され、JRAが馬番連勝複式を導入したのは1991年であった。ここから、公営競技の投票券の多様化がはじまる。1999年、JRAはこれまで全くなかった新たな賭け式として拡大連勝複式（通称ワイド）の発売を開始する。その後、2002年に馬番連勝単式（馬単）と馬番3連勝複式（3連複）を、2004年からは馬番3連勝単式（3連単）を、2011年から5重勝単式をそれぞれ発売した。

競輪では、2002年の12月から、車番連勝単式・複式、枠番連勝単式・複式、3連勝単式・複式、そしてワイドの計7賭け式が導入される⁷²⁾。全場一斉ではなく、各施行者ごとに導入時期に若干のタイムラグがあったものの、電話投票導入時ほどの場間差はなく、翌2003年の10月には全施行者が新賭け式への移行を完了した。

賭け式の多様化はファンの嗜好に合わせた賭け式を選択できることから、積極的に評価しうるように思われるが、その一方で、「財布はひとつなのだから」という理由で、賭け式の増加に消極的な評価もないではない。この時期、長期にわたり売上額は低落基調にあり、賭け式が増えたことによる顕著な売上増はなかったようにもみえる。とはいえ、低落傾向を多少なりとも緩和した可能性も考えられる。賭け式の増加と売上の変化に関する定量的な分析はあまりなされていないようである。

競輪では投票の対象となる競走の種類も増やした⁷³⁾。そのひとつが女子競輪の復活であ

る。2008年から車券を発売しないエキシビジョンとして開始され、2012年度からは、車券の対象として男子のレースのなかに、女子のレース（ガールズ競輪）が2レース組み込まれるかたちで復活⁷⁴⁾した。なお、ガールズ競輪のルールや形態は男子の競輪と異なり、国際的なケイリン⁷⁵⁾のルールに準じたものとなっている。

2012年7月の平塚競輪で女子選手がデビューした。このときはマスコミも多くとりあげ、ガールズ競輪の売上額は、施行者の平塚市などは3日間で1億円程度とみていたようだが、実際には約2億5千万円を売り上げ予想外の好成績であった。

選手宿舍の整備費用がかかるなどの理由で、当初はガールズ競輪の開催に及び腰だった施行者もあったようだが、2015年度には43場のうち、40場でガールズ競輪が開催されるようになった（2016年度には千葉競輪でもガールズ競輪が開催された）。

女子競輪廃止の理由となった選手層の薄さ⁷⁶⁾は現在でもまだ解消されているわけではなく（徐々に選手を増やしてはいるものの2015年度末の在籍選手数は83名に過ぎない）、優勝する選手は上位の数人に限られてはいるが、当時と大きく異なるのは、現在は3着までを順位どおりに的中させる3連単があるため車券的な妙味もある。逆にいえば、3連単がなければ女子競輪の復活はなかったかもしれない。

ガールズ競輪が売上額の増大に大きく寄与しているかどうかを函館競輪の実績からみておこう⁷⁷⁾。2014年度、函館競輪は52日間競輪を開催し、563レースをおこなった。グ

レード別の内訳は、最も格の高いGⅢ（記念競輪）が4日間47レース、S級選手とA級選手が出場するFⅠ戦が18日間198レース、A級選手のみが出場するFⅡ戦が30日間318レースである。

この年の函館競輪は記念競輪以外はすべてナイト開催で、ガールズ競輪はすべてFⅡ戦で3節（1節は3日間で1日2レース）18レースおこなわれた。したがって、FⅡ戦318レースのうち、18レースがガールズ競輪である。表11はガールズ競輪がおこなわれたFⅡ戦と男子選手だけでおこなわれたFⅡ戦の1レースあたりの売上額を比較したものである。この表をみる限り、ガールズ競輪が売上額増大に大きく寄与しているとはいいがたいように思われるが、逆に売上額の足を引っ張っているようにもみえない。ただ、売上額全体からするとわずかに1～2%程度に過ぎないものの、本場での売上額はガールズ競輪が開催されると増えるようである。

もう一つの多様化は7車立て競走の導入である。2011年1月に小倉でミッドナイト競

輪がスタートした際に7車立て競走が導入され、ガールズ競輪が導入されたのと同じ2012年度から、最も下級の選手同士で戦う競走が全レース7車立てとなった。7車立て競走の導入はファンに対するサービス強化策としてではなく、選手の大幅減少で開催日数を維持することが難しくなったことが直接的な契機のようなのだ。また、出走選手数が減るので、施行者にとっては賞典費などを削減できるというメリットもあった。

各々の世界における最高峰の出場者が多いほどファンの注目度が高く集客力も高いことは、公営競技に限らずプロスポーツや興行的な催しにおいてはごく一般的なことであろう。公営競技の場合はファンの注目度の高さが投票券の売上額に結びつく。したがって、グレードの高い選手や馬が出場する開催が売上額に大きな比率を占めることになる。競輪は特にその傾向が高い。2015年度の売上額をみると、グランプリシリーズを含むGⅠ・GⅡ・GⅢ（以下グレードレース）競走の売上額が全体の36.8%をしめている。開催日数

表11. ガールズ競輪の有無による1レースあたりの売上額の比較

ガールズの有無	開催期間	開催日数	レース数	本場		S松風		電話投票(注)		重勝	臨時場外	計
				円	円	円	円	円	円	円		
有	4/10-12	3	36	346,128	126,411	7,494,125	46,811	9,491,647			17,505,122	
	6/12-14	3	36	435,642	91,039	4,020,039	48,306	5,461,856			10,056,881	
	9/5-7	3	36	357,642	105,133	7,463,986	37,992	10,064,322			18,029,075	
	小計	9	108	379,804	107,528	6,326,050	44,369	8,339,275			15,197,026	
無	5/7-9	3	30	337,500	143,453	8,140,447	116,913	10,406,243			19,144,557	
	7/2-4	3	30	344,663	112,260	5,465,503	23,903	8,340,163			14,286,493	
	7/8-10	3	30	353,147	145,380	8,135,423	34,053	9,724,837			18,392,840	
	8/5-7	3	30	313,737	82,940	5,803,027	93,613	3,114,143			9,407,460	
	8/17-19	3	30	345,513	130,360	6,745,737	51,967	10,577,480			17,851,057	
	9/15-17	3	30	369,587	121,073	7,477,300	35,060	9,929,593			17,932,613	
	10/8-10	3	30	287,230	126,100	8,037,550	33,323	9,270,260			17,754,463	
	小計	21	210	335,911	123,081	7,114,998	55,548	8,766,103			16,395,640	
合計		30	318	350,818	117,799	6,847,053	51,751	8,621,142			15,988,564	

注：電話にはネット投票を含む。

資料：表10に同じ。

からいうと、総開催日数が2,196日であるのに対し、グレードレースの開催日数は187日で総開催日数の8.5%である。つまり日数的には1割に満たないグレードレースが売上の4割近くをしめていることになる。

函館競輪の収支構造を例にとると、FⅠ、FⅡ開催は赤字もしくはそれに近い低収益で、それをGⅢである記念競輪の収益でカバーするか、もしくはカバーしきれず赤字になるかの状況にある。できるものなら、各施行者は記念競輪だけをやりたいたらうが、下級選手が多数おり、その頂点にトップ選手がいることでグレード競走が成立するのであるから、下級戦をやらないわけにはいかない。そうすると、下級戦の経費を少しでも小さくし、できれば何とか売上も増やす方策を講じる必要がある。7車立てのミッドナイト競輪は、選手への賞典費を節減し、発売所や警備といった本場開催費用を支払う必要もなく、加えて夜遅い時間帯に独占的に発売しうるため、理にかなった開催形態であるといえる。

8. むすび——公営競技競輪の未来

長沼答申による厳しい制約下で膨張した公営競技は高度成長の終焉とともに転機を迎える。それに併せて吉国意見書による規制緩和がおこなわれ、2回のオイルショックや円高不況による若干の停滞を経て、バブル期には空前の活況を呈した後、危機的ともいべき縮小の時代となる。この一連の過程のなかで、公営競技が空間的・時間的な拡大をとげてきたことを、競輪を主たる事例としてみてきた。

本稿の冒頭で述べたように、ここ数年は各

競技とも低迷状況から脱しつつあるかにみえるが、近年の売上額増大が各競技の施行者や統括団体による改革によるところが大きいとみる関係者は殆どいないように思われる。主催者による改革が売上額増大に大きな成果をあげたといえるのは、おそらくJRAと地方競馬の相互発売くらいではなからうか。

とはいえ、とにもかくにもかつての危機的状态を何とか乗り越えることができたのは、通信・情報処理技術の飛躍的な発達を基盤とした時間的・空間的拡張によるところが大きいことは確かである。この点に関しては施行者や統括団体などの努力は高く評価し得るだろう。

ただ、競輪についていえば、時間的・空間的な拡張によって売上額を何とか維持（決して増大ではない）してきたということは、逆にいえば、競輪を支えるファン層が全体として薄くなっているということではないだろうか。ファン層が薄いというのはファンの数が減っているということと、1人あたりの投入金額が減っているという意味である。空間的・時間的な拡張はすでに限界に達しつつあるのではなからうか。

新規ファンの減少と既存ファンの高齢化は何も今に始まった話ではないが、この状態は改善の兆しをみせることなく今日に至っている。渡辺俊太郎（2014）は「（現在の競輪は）健全な娯楽として発展させることに打ち込める様な制度になっていないのである。多くの施行者は積極的に公営競技行政を展開し、競輪を地域の人に愛される「プロスポーツ」として有効に活用しようという発想に乏しい」（p.10）と手厳しい。

渡辺のこの発言は競輪開催業務を運営する立場からのものでもある。2003年の法改正により、競輪の開催業務を民間に包括委託することが可能となり、開催業務等を民間企業に包括委託する施行者がいくつもあらわれた。渡辺は、現在、富山、千葉、松阪、広島、京都向日町の各競輪場と山陽オート（山口県山陽小野田市）などの運営を受託している日本写真判定株式会社（以下、JPF）の社長である。

元々 JPF は判定写真とレース映像を請け負う企業である。JPF が富山競輪場の包括委託を受けたのは2003年度である。包括委託を受けることについて、社内は皆反対だったのを押し切って受託したのは、渡辺自身が競輪界と会社の将来を考えたからだという⁷⁸⁾。渡辺は創業者渡辺俊平⁷⁹⁾の孫で5代目の社長であるが、社長就任までは、弁護士として法曹界に身を置き、公営競技とは全く無縁だったという。

競輪場にも行ったことがなかった渡辺が見た富山競輪場は「改築前の東京拘置所が思い出された」という。弁護士らしい表現である。残念(?)ながら改築前の東京拘置所がどのような施設だったのかわからないが、長居をしたくなる空間では決してないことはわかる。ただ、競輪のレースそのものはスポーツ性の高い面白い競技だと感じたという。

競輪に限らず、公営競技はスポンサーを介さず、ファンが投票券を購入することで成立している。つまりファンが直接支えているプロスポーツである。渡辺は競輪の将来をプロスポーツという視点から見いだそうとしている。渡辺俊太郎(2014)は平田竹男(2012)⁸⁰⁾

に依拠しつつ、競輪のあるべき方向を提起したものである。

渡辺率いる JPF が打ち出した千葉競輪の大改築構想は競輪業界に少なからぬインパクトを与えたようである。千葉競輪の施行者である千葉市は、施設の老朽化を大きな理由に競輪事業からの撤退を表明していた。

「直営を1階、廃場を2階とすると、民間委託は1階と2階の中間の踊り場だ⁸¹⁾」という見方がある。うがった見方のようにもみえるが、なかなか言い得て妙な表現である。千葉市が JPF に包括委託をおこなったのは、まさに1階から2階にむけて上がっていく過程であろう。

JPF は千葉競輪場を自社の負担で国際規格のドームバンクに改修することを提言した。この構想は世界基準の自転車競技そのものを多くの人に見てもらおうことを通して、新たな競輪ファンを生み出そうという壮大なプランである。本稿執筆時点(2017年6月)では、この構想の行方は定かではないが、千葉市もこのプランの提案によって廃場の方針を一時棚上げしている。

競輪場の新たな活用によって、競技場の存続をはかろうという考え方は、一見、JPF のような民間受託業者と相性が悪そうな労働側からも提起されていることも興味深い。だが、ちょっと考えてみると、JPF のような包括委託を受ける業者も、競技場で働く従業員も、公営競技場の存廃が自らにとっては死活問題であるという点で利害は一致する。

それに対して、施行者にとっての公営競技は、現行ではあくまで収益事業に過ぎず、収益を生み出すか否かが第一義的な存廃の判断

基準である。関係者以外の多くの市民にとって公営競技の存廃はさしたる重要事ではない。自分たちの税金が赤字補填に使われるくらいならさっさと廃止すればいいというのが多数派であろう。廃止反対の署名活動をしたら、廃止した方がいいという市民の声の方がよほど大きかったため、署名活動の結果を公表できなかったという事例もあるようだ⁸²⁾。公営競技が、施行者である自治体の長が廃止を決断すれば、ごく簡単に廃止できる事業であることはこれまで多くの事例が示している。

反面、これまで長い間、多くの施行者が公営競技を黙っていても収益を生む収益事業としてしか位置づけてこなかったことから、新たな展開を生む余地は残されているようにも思われる。施行者のやる気の有無が成果を左右しているというのは、公営競技関係者が口をそろえていうことである。

競輪を知らない人が一度自分の目で見たいと思うスーパースターが突然現れるといった奇跡的な出来事が起こらない限り⁸³⁾、急激な競輪ファンの拡大は望めない。まずはファン以外の人たちに競輪と競輪場を再認識してもらうことから始めるしかないだろう。競輪を再認識させることはスポーツとしての認識を高めることであり、競輪場の再認識とは競輪場を地域の資源として地域住民に認識させることである。

渡辺俊太郎（2014）ではスポーツとしての競輪が強く主張されている。競輪選手がオリンピックや国際競技のメダリストに何度もなっていることすら、多くの市民は知らないであろう。渡辺自身、競輪に係わることに

なっただけを初めて知ったという。渡辺（2014）では、少なからぬ人々がスポーツ仕様の自転車所有し、自転車や自転車競技に対して関心を持っているにも係わらず、競輪に対する認知度が低いことがアンケート調査の結果によって示されている。JPFの千葉ドーム構想は、東京オリンピックをひとつの契機として、競輪競技の再認識をはかろうという戦略に基づいているようだ。

スポーツ面での認知度向上策と併行しておこなわれるべきであるのが、競技場の地域資源化である。公営競技の競技場のなかで、例外はあるものの、平均的にみれば、競輪場は最もアクセスに恵まれているように思われる。これは、市内の旧軍用地や公園などを利用して競輪場が建設されたことによる。

現状において、競輪が開催されるのは年間せいぜい50数日にすぎない。場外発売がほぼ周年にわたっておこなわれるとしても、場外発売では施設が全面的に利用されているわけではない。競輪場の多面的利用は地域社会において有益であろう。

2002年4月、函館市は新装なった函館競輪場をオープンした。競輪場内にはホールがあり一般にも貸し出し可能となっている。函館市は、このホールを学校の教員の会合に使用させたことがあるという。公営競技と最も相性の悪そうな団体である。これは敢えてそうしたのであるという。なぜなら、昼間のバンクは選手の練習に使われており、教員たちが練習風景を見る機会になるからである。子供たちに影響力のある教員にアスリートとして選手をみてもらうことで、競輪のイメージを高めようとしたのである。

また、JPFが運営を受託している松阪競輪場では、選手会の協力のもと、2017年からバンクを市民に開放する試みが開始された。これは午前中は選手が専ら練習に使用し、午後は選手と市民が共用するというものである。

函館市や松阪市の取り組みは、これまでギャンブルの場として隔離されていた施設を、市民全体の共用施設として活用する試みである。こうした試みを通じ、地元ファンの底上げを少しずつでも実行することは重要であろう。地域住民が競輪場と競輪を肯定的に認知することは、廃止に対する一種の抑止力にもなる。

第二次大戦後、長期にわたる公共インフラの整備がおこなわれてきたが、70数年を経て人口減少期を迎えた今日、老朽化・遊休化している公共施設も少なくない。こうした施設の多面的な活用による市民へのサービス提供は、地方行政にとって重要な課題になっているように思われる。そのひとつのテストケースとして競輪場などの有効利用を考える意味も少なからずあろう。

企業の広告媒体としてではなく、ファンが直接支える公営競技は、地方自治体の収益をもたらすだけでなく、地域住民にとって活用の余地の大きい公共インフラを提供する存在である⁸⁴⁾。

長期的な視点にたつなら、こうした方向にのみ、公営競技、特に競輪の存続はあるように思われる。これは競技場だけではない。程度の差はあれ、全国に数多く存在する場外発売施設においても地域における役割はあるのではなかろうか。

公営競技には、施行者、統括組織、民間受

託業者、従事員、さらにはファンも含めていかかもしれないが、多くのステークホルダーが存在し、ときには利害の対立も多々あるであろうことは想像に難くない。しかしながら、公営競技の発展がすべてのステークホルダーにとって望ましいことはいうまでもない。

注

- 1) 周知のように、公営競技はそれぞれの根拠法に基づいて行われており、そこで使われている用語は同じ意味を持つものでも法令ごとに異なるため、それぞれの「業界」ごとに使用される言葉が異なっている。競馬の世界では「売得金（勝馬投票券の発売金額から第十二条の規定により返還すべき金額を控除したもの。以下同じ。）」（競馬法第8条）とあることから、売得金という用語が使われる。返還というのはレースの不成立などにより、いったん発売した馬券を券面額で主催者が買い戻すことをいう。ちなみに、的中者に支払われる（いずれの法律も「交付」と表記している）のは「払戻金」である。

競輪、オートレース、およびボートレースでは、競馬でいう「売得金」と同じ意味で「売上金」という言葉が使われている（自転車競技法第12条、小型自動車競走法第16条、モーターボート競走法第15条）。したがって、厳密に言えば、競馬の場合は「売得金」、その他の競技では「売上金」と表記すべきであろうが、本稿では煩雑さをさけるため、競馬のみについて述べる時以外は「売上金」ないしは「売上額」という言葉を使うことにする。

また、競馬法では使用されていないが、競馬の世界では競馬を行うことを「主催する」といい、競馬を主催する主体を「主催者」という。他の競技では、それぞれの根拠法で「施行」「施行者」という言葉が使われている。本稿では、「売得金」「売上金」と同様、競馬のみについて述べる時は「主催」「主催者」とするが、それ以外の場合は「施行」「施行者」とする。主催も施行も意味するところは同じで

- ある。
- 2) 細かいことであるが、「馬券」という用語は競馬法、競馬法施行令、競馬法施行規則のいずれにもない。しいていえば、競馬法の附則抄第2条のなかに「馬券税法（昭和十七年法律第六十号）は、これを廃止する」という文言があるだけである。法令のなかでは「勝馬投票券」となっている。ところが、競輪の「車券」は自転車競技法で「勝者投票券」の略称として、また、ボートレースの「舟券」はモーターボート競走法で勝舟投票券の略称として、それぞれ使用されている法令上の用語である。オートレースの根拠法である小型自動車競走法では、条文中で「車券」という言葉が単独では使用されていない（勝車投票券という言葉が使われている）が「場外車券売場」という言葉は使われている。勝馬投票券、勝者投票券、勝車投票券、および勝舟投票券を総称する言葉は存在しないので、とりあえず本稿では投票券と総称することとする。
 - 3) 1979年6月に三原朝雄総務庁（現総務省）長官に提出された公営競技問題懇談会「公営競技の適正な運営について」の通称。吉国意見書の経緯については古林英一（2016）や各競技の年史などを参照されたい。
 - 4) ここ数年、各競技ともファン拡大に女子選手を活用する動きがめだっている。中央競馬の藤田菜七子騎手が注目を集めたことは競馬ファンでなくともご存じの方も多かるう。2011年にはオートレースでは佐藤摩耶選手が44年ぶりの女子オートレーサーとしてデビューした。またボートレースは女子限定戦（オールレディース）を増やし、メディアへの積極的な露出をはかった。
 - 5) 結果的には事業を継続したが、この時期、川崎競馬の主催者のひとつ（神奈川県も県営競馬をおこなっていた）である川崎市が市営競馬の廃止を検討したという（NAR（1993）、p.279）。ただ、この時期、実際に廃止された競馬場は和歌山県が主催していた紀三井寺競馬だけであった。紀三井寺競馬は売上額の低迷だけでなく、競走馬の交流があった大阪府岸和田市の春木競馬場の廃止後、競走馬資源が慢性的に不足していたことも廃止の要因になったようである。
 - 6) 全輪協（2001）、p.87。
 - 7) 同上。
 - 8) 同上。
 - 9) 私見ではあるが、2013年に完成した札幌競馬場は、適正な広さや、ホール部分の座席の可動性、バリアフリー対応など、公営競技場としては最高水準にあると思われる。
 - 10) 施設改善を目的として、定められた回数（年間12開催＝72日）以上に競輪を開催することが認められている。
 - 11) これは施設所有者（その多くは地方自治体）の怠慢とは必ずしもいえない。公園敷地内や風致地区などに立地する競輪場もあり、こうしたところでは施設の改修などが制限されることもあったようだ。
 - 12) 同上。
 - 13) これは施行者だけの問題ではない。競輪場で働く従事員たちも、自分の職場を知られるのを避けたという。そこで働く人が誇りをもって働けない職場が発展するわけではないだろう。かつての従事員の職場環境や労働条件については全競労（1998）が参考になる。
 - 14) 全輪協（2001）、p.87-88。
 - 15) JKA「競輪統計資料」による。大きく減ったとはいえ、わが国のプロスポーツの選手としてはゴルフ（ティーチングプロを含む）に次ぐ大人数ではないと思われる。
 - 16) ボートレースでは、台風による損壊の復旧を断念し1959年度限りで廃止となった半田競走場以外、創設期から現在に至るまで廃止された競走場は皆無である。これは特筆すべきであろう。ただしボートレース事業から撤退した施行者や廃止された場外発売所は存在する。
 - 17) 中央競馬会は、2013年3月にウインズ銀座通り、同年5月にウインズ室蘭と長沼啓申後初の新設場外馬券発売所であるウインズ静内を閉鎖した。これは中央競馬としては、移転等を別とすれば、初めての場外発売所の閉鎖であった。
 - 18) 西宮競輪場はプロ野球阪急ブレーブス（現オリックスバファローズ）の本拠地であった阪急西宮球場でもある。野球場のフィールド内に周長333メートルの組み立て式バンクを設置し競輪を開催していた。阪急ブレーブス

- (1987)によると、本来が野球場であるから、スタンドの収容人員は40,000人と大きい。1949年3月に第1回西宮市営競輪が開催されたときは周長300メートルの板張り走路であったが、1965年には特殊アスファルト舗装に、そして1978年の走路回収で周長333メートルとなった。観客は野球場のスタンドから観戦していた。バックストレートが外野スタンドに近く、ホームストレートにあるゴールラインは野球のホームベース側であったが、バックネット裏観客席からゴールラインまでの距離が長く、あまり観戦しやすい競輪場ではなかった。また、組み立て式走路のため、走路に凹凸があり、走りにくいという選手も多かったようである。
- 19) 1973年度設立。解散時(2003年3月31日)の構成自治体は、姫路市、尼崎市、明石市、西宮市、洲本市、伊丹市、相生市、豊岡市、加古川市、龍野市、赤穂市、西脇市、宝塚市、三木市、高砂市、川西市、小野市、三田市、加西市、および三原町の20市町で、西宮市長が管理者となっていた。組合の解散にともなう財産配分および債務などの配分の比率をみると、西宮市が44.1567%で、他の市町は7.2749~0.5%となっている。この比率からうかがえるように、事実上西宮市の意向が施行者の意向となっていた。
- 20) 草創期には、松本や松江など、採算がとれず開設後数年で廃止を余儀なくされた競輪場がいくつかある(日自振(1960)、古林英一(2016)など)。
- 21) 公営企業金融公庫は2008年度をもって廃止され、業務は新たに設立された地方公営企業等金融機構に引き継がれた。公営企業金融公庫廃止の経緯などについては小池拓自(2006)などを参照のこと。
- 22) その後、収益が悪化した施行者については、収支改善計画の策定・実施を条件に、交付金を「猶予」という法改正がおこなわれた。後述する神奈川県競輪組合はその適用を受けた。
- 23) 甲子園競輪場は旧鳴尾競輪場であり、公営競技の騒擾事件として名高い鳴尾事件の舞台となったところである。こうした歴史があるためか、甲子園競輪場は各場必ず年1回開催(特別競輪が開催される場合は開催されない)される開設記念競輪すら、地元住民の反対で1985年まで開催できなかったという。それがオールスター競輪を開催できたわけである。逆にみると、それだけ観客の動員数も減ってしまっていたという証左でもあろう。
- 24) 日自振(2009), p.25。
- 25) 西宮市市政ニュース Web版 2009年7月25日号では、西宮市の競輪事業の歴史がコンパクトにまとめられている。これによると、競輪事業の廃止と組合解散の精算後、8億円の財政基金が残り、構成自治体に分配され、西宮市には3.5億円が配分され、一般財源に組み込まれると記載されている。
- 26) 1957年に株式会社日本学生会館を買収する。鎌倉にあったホテル日本学生会館は鎌倉に来る修学旅行や臨海学校を多数受け入れ、当時の小中学生でここに泊まった記憶のある人は多いという。また、1963年には箱根にホテル花月園を開設する。1975年には食堂部を新設し飲食事業にも進出した。
- 27) ホテル花月園とロッジ花月園は2005年に松尾工務店の子会社である和興通商の経営となって今日に至っている。花月園観光自体はその後東京ドームの傘下にはいり、2017年4月現在、サテライト横浜(オートレース横浜を併設)、サテライト石鳥谷(岩手県花巻市)、サテライトかしま(福島県南相馬市)、サテライト大和(宮城県大和町、オートレース大和を併設)、ジョイホース浜松の運営をおこなっている。ちなみに、東京ドームは松戸競輪場の施設会社である松戸公産も傘下におさめている。
- 28) 花月園競輪場から直線距離にしてわずか5km弱の地点に川崎競輪場がある。西宮と甲子園もそうだが、至近距離に競技場が立地しているケースがみられるのも他の公営競技にはみられない特徴のひとつである。神奈川県内には他に小田原と平塚に競輪場が存在する。神奈川県は川崎競輪場でも競輪を施行していた。
- 29) 開催日には従事員相手に毛皮などの業者が出張販売に来ていたところもあるという。また、組織率は必ずしも高くはなかったものの、従事員を組織する全競労が存在し、施行者と

- 激しく争ったこともある。なお、その後、全競労は自治労と組織統合し、現在は自治労公営競技評議会となっている。
- 30) 競輪のレースは、グレードの高い順に、GP（グランプリ）を頂点に、GI、GII、GIII、FI、FIIに格付けされている。GIIIは、原則として各競輪場で1年度に1回開催される開設記念競輪である。神奈川県競輪組合によって川崎・小田原で開催されたGIIIの名称は「花月園メモリアル」であった。
- 31) 静内というまでもなく、わが国の競走馬生産の中心地である。静内場外発売所は競走馬流通の拠点である北海道市場に近接した場所に設けられた。前川敏秋元日高軽種馬農協組合長への聞き取りによると、当時、市場の敷地に建設するという案もあったが、軽種馬農協の組合員（＝競走馬生産者）から反対意見があり実現しなかったという。市場敷地内に設置されれば賃借料収入が軽種馬農協の収益になったにも関わらず、組合員からの反対で実現しなかったということは、競走馬の生産者でさえ場外発売所に対する忌避感を持っていたという当時の雰囲気がかがわれるエピソードである。
- 32) この百数十億円の幾分かは、暴力団等が行っていたノミ行為からの移転ではないかと思われる。吉国意見書でも暴力団等のノミ行為に対する方策として場外発売所を取り上げている。
- 33) 1979年の静内場外発売所の売上額は45億円で中央競馬の場外売上額（電話投票を含む）の0.6%に過ぎないが、周辺人口を考慮すると、かなり高い馬券購入密度であるといえよう。
- 34) JKA「平成25年度版 競輪統計資料」による。
- 35) 内訳は、函館競輪場の札幌発売所、青森競輪場の藤崎場外発売所、平競輪場（現、いわき平競輪場）の平および郡山場外発売所、弥彦競輪場の新潟場外発売所、松阪競輪場の川越場外発売所、そして観音寺競輪場の高松場外発売所である（日自振（1978）、p.583）。
- 36) 当時の入場人員数は日自振（1990）資料編 p.21～23による。
- 37) 日自振（1971）、p.544に記載された数値で、1971年3月31日現在のもの。
- 38) 1969年は公営競技からの撤退を宣言した美濃部亮吉が都知事に就任した年でもある。このことも開催辞退に影響しているのかもしれない。
- 39) 日自振（1978）、p.541。
- 40) 当時の特別競輪は現在でいうGI競走である。その後、全日本選抜競輪と寛仁親王牌世界選手権記念トーナメントが加わり、現在のGIは6となっている。開催数が異なるので、単純に比較はできないものの、6つのGIの売上額に単発レースのグランプリ（GP）を加えた車券の売上額は、2013年度の場合、総売上額の11.6%となっている。1980年当時に比べると特別競輪の相対的比重は高まっているといえよう。
- 41) 2011年10月に廃止された。
- 42) ポートレースで場外発売が禁止されていたのは、「モーターボート競走は“観る”ことによって海事思想の普及が促進されるという考え方から、その趣旨に「観光事業の振興に寄与する」という面も有して立法化されている」（全モ連（1991）、p.26）ということが理由であったようだ。
- 43) ただし、サテライト武雄、防府市の駅前サービスセンター、青森市の前売サービスセンターは、文字通り前売専用で朝7時頃から車券を発売するが、その日の全レースが終了するまで払戻はおこなわず、実況映像などのサービスもおこなわれない。
- 44) 「都市型」と述べられてはいるが、実際の立地は東北自動車道館林インターチェンジに隣接したところで、日自振（1991）p.148に掲載されている航空写真を見る限り、隣接する人家は殆どない。
- 45) 現在の施設名称はサテライト松風町。ちなみに、閉鎖した映画館をそのまま利用した施設としては、JR釧路駅の近くにあるばんえい競馬のハロンズ釧路がある。
- 46) 公営競技の場外施設設置に関しては、今もなお地元同意が最難関である。車券売場ではないが、道営ホッカイドウ競馬の場外発売所の新設でも地元同意が得られず頓挫したり、設置場所が二転三転した。
- 47) 後に詳しくみるが、中央競馬はこの段階以

- 降になると、場外よりも電話投票が中心になっていく。
- 48) 日自振 (1999), p.205。
- 49) 実際には特定の施行者が当該場外発売所の「管理施行者」となる。
- 50) 最も典型的な事例は、ボートレース平和島に併設されている「平和島劇場」と名付けられた外向発売所である。
- 51) 中央競馬会の場外発売所にはウインズという愛称が付けられているが、場外発売所としての競馬場はパークウインズという愛称がつけられた。
- 52) 設置認可を受けたのはサテライト石狩が全国で初だったが、実際に馬券を発売した競輪の場外発売所はサテライト阪神(兵庫県三木市)の方が先であった。道内では翌年に地下鉄豊水すすきの駅近くに所在するサテライト札幌もホッカイドウ競馬の発売所を併設した。
- 53) 地方競馬主催者が中央競馬の委託発売をおこなっている施設はJ-PLACEと名付けられている。
- 54) オートレース単独での場外発売所の展開を新潟県などで図ったものの、売上不振により短期間で撤退を余儀なくされた経緯がある。その後、競輪の専用場外発売所に併設するかたちで場外発売所が各地につくられ、2017年5月現在では25か所の場外発売所があるが、その殆どが競輪の場外発売所に併設されたものである。
- 55) 当初は文字通り電話で投票の申込みするだけであったが、後に専用ソフトを使ってパソコンから投票券を購入するようになり、さらには専用ソフトを使用せずインターネットを介して投票券の購入ができるようになった。自宅で投票できるということから、電話投票・ネット投票を含め「在宅投票」と総称されることもあるが、携帯電話・スマートフォンの普及により、「在宅」でなくても投票可能であり、「在宅投票」という呼び方も実態に即したものとはいえなくなった。本稿では電話・ネット投票と表記するが、実態はネット投票が殆どをしめているようだ。各公営競技の統計では現在もネット投票分を含めて「電話投票」と表記されている。
- 56) PAT は、Personal Access Terminal System の略。
- 57) JRA (1995), p.130。
- 58) 同上。
- 59) Cathode Ray Tube の略。
- 60) Audio Response System の略。音
- 61) 中央競馬を除く公営競技で最も早く電話投票を導入したのは、大井や川崎といった大都市の競馬場ではなく、岐阜県の笠松競馬であった。ただし、これは「台帳方式」とよばれるもので、CRT方式よりもさらに原始的な方法だった(NAR (2012))。小規模競馬場だからこそ可能だったのかもしれない。
- 62) 競輪とオートレースの監督官庁である通産省車両課(当時)はオートレースは競輪で構築しつつあったシステムを利用するよう指導したが、オートレース4場(川口、浜松、船橋、伊勢崎)の共同利用システムが独自に構築された(日動振 (2001))。
- 63) オートレースはレース直前におこなわれる試走のタイムが予想の重要な要素となる。そのため、試走タイムなしで投票する電話投票はオートレースに馴染まないという意見もあった。この問題は音声テープを電話で流すということで解決された(同上)。
- 64) Vehicle Information System の頭文字。2014年4月JKAに組織統合された。現在ではその業務はJKAとしておこなわれている。
- 65) ピスト開発の契機は「ファミコンなどの家庭用ゲーム機を在宅投票の端末として利用すれば、競輪が健全な家庭娯楽としてお茶の間に一層親しまれるようになる可能性がある」というものだった(VIC (2000), p.84)。ちなみに、ピスト(PIST)という名称はフランス語で競走路の意味を持つPisteに由来する。競走用の自転車はピストレーサーとよばれる。
- 66) 例えば、競馬法施行規則において「競走は日の出から日没までに間に行わなければならない」と規定されていた。競馬では大井競馬を主催する特別区競馬組合などのはたらきかけにより、競馬法の省令が改正されナイトー競馬が可能となった。
- 67) ボートレースは1997年のボートレース桐生、オートレースは1987年の伊勢崎が、それ

- ぞれナイター開催の最初である。伊勢崎オートは大井競馬のナイター開催を参考に実施したようである（日動振（2001），p.143）。これは大井競馬場も伊勢崎オートレース場もともに施設会社は東京都競馬（株）であることにもよろう。
- 68) オリックスブレーブスは1991年のシーズンから本拠地をグリースタジアム神戸に移転した。したがって、90年代末には西宮球場でのプロ野球のナイター試合数はかなり少なくなっていたことも、競輪のナイター開催に対する地元住民の拒否反応の理由かもしれない。
- 69) 一般的な9車立て競走では9人が全く独自に走るのではなく、ラインとよばれる小集団を形成する。簡単にいえば、途中まではチーム戦、最後の直線は個人戦ということである。ラインの先頭を走る選手は風圧に耐えねばならない。その後ろにいる選手は風圧から逃れることができるので、迫ってくる他のラインの選手を牽制し、前の選手を出来るだけ残そうとする。この駆け引きが競輪という競技の面白さであり、選手の個性をどう評価するかが予想の面白さなのであるが、まったく競輪を知らない人にとっては“競輪はわからない”ということになり、新規ファンの獲得を困難ならしめている要因であるといわれる。ラインのなかでの選手の順序が「並び」である。スポーツ新聞や予想紙などには選手のコメントや、コメントにしたがってつくられる「並び」が掲載されている。
- 70) 地方競馬のなかには、益田競馬のように、8枠連複ではなく、6枠連単を売っていたところもある。
- 71) かつては、後楽園競輪などで12車立てのレースがおこなわれたこともあったが、後楽園廃止以降は9車立てが長らく基本となってきた。
- 72) それ以前には、1999年には枠番連勝に加え、車番連勝の発売がおこなわれた。
- 73) 草創期の競輪の競走種目は多かった。競走用自転車のレース以外に実用車競走があり、走路も8の字型のものがあつたり、タンデム競走をおこなったところもあり、女子競輪もあつた。現在のレースはいずれも誘導員がつく先頭固定競走だが、誘導員がつかない普通競走もおこなわれていた。それらが徐々になくなっていき、男子の競走専用車による先頭固定競走のみになった。
- 74) 競輪の場合は肉体的な男女差があるので、男女別に競技がおこなわれるが、他の競技は男女混合で競技がおこなわれる。地方競馬でも第二次大戦後しばらくは女性騎手が少なからずいたようである。オートレースでも草創期には女子選手が在籍していた。当時の男女同権の風潮が影響していたのかもしれない。
- 75) オリンピックなどの国際的な自転車競技大会でもケイリンという種目がある。日本でおこなわれている競輪を取り込んだ種目であるが、他選手に対する妨害行為（横の動き）の制限が厳しいことや、7車立てであること、使用される自転車が異なることなど、競輪とはかなり異なっていることから、国際ルールのものをケイリンとカタカナで表記し区別することが多い。
- 76) 女子選手による競走は草創期から1963年度までおこなわれていた。しかしながら、選手の実力差が大きく、車券的な妙味が薄いことから、人気がなくなり廃止されたという経緯がある。
- 77) 以下で用いたデータは函館市の資料による。
- 78) 以下の記述は2017年4月におこなった聞き取りによるところが大きい。
- 79) JPFは、創業者渡辺俊平が1940年に開催が予定されていた東京オリンピックの組織委員会科学施設研究会委員会の写真分科会主査として写真判定の研究に従事したことから始まった会社である。
- 80) ただし、平田竹男（2012）に取り上げられているのは、サッカー、野球、バスケットボールなどで、公営競技については触れられていない。
- 81) 公営競技評（2017），p.4。
- 82) 署名活動の盛り上がりが直接の要因ではないが、廃止がほぼ確定的とみられながらも、存続しえたのは帯広市が主催するばんえい競馬くらいなものであろう。これとても、主催4市のうち3市は事業から撤退した。
- 83) こうした奇跡が絶対に起こらないとは限ら

ない。アイドルグループSMAPのメンバーであった森且行がオートレーサーに転向したことを契機として、オートレースの発売額が激増したとはいえないまでも、女性ファンが増えたことは衆目の一致するところである。

84) 立地条件にもよるが、災害時の緊急避難施設としての活用のあり得よう。

参考文献

- JKA (2009): 競輪六十年史. 日本自転車振興会.
JRA (1995): 日本中央競馬会 40 年史, 日本中央競馬会.
JRA (2005): 日本中央競馬会 50 年史, 日本中央競馬会.
JRA (2015): 日本中央競馬会 60 年史, 日本中央競馬会.
NAR (1993): 地方競馬史第四巻, 地方競馬全国協会.
NAR (2012): 地方競馬史第五巻, 地方競馬全国協会.
VIC (2000): VIC10 年史, 車両情報センター.
花月園観光 (1980): 花月園観光 30 年史.
小池拓自 (2006): 公営企業金融公庫の廃止, 調査と情報, 第 556 号.
公営競技評 (2017): 民間委託対処マニュアル, 自治労公営競技評議会.
全競労 (1998): 全競労運動 40 年の記録, 全国競走労働組合.
全輪協 (2001): 社団法人全国競輪施行者協議会

五十年史

- 日自振 (1960): 競輪十年史. 日本自転車振興会.
日自振 (1971): 競輪二十年史. 日本自転車振興会.
日自振 (1978): 競輪三十年史. 日本自転車振興会.
日自振 (1990): 競輪四十年史. 日本自転車振興会.
日自振 (1999): 競輪五十年史. 日本自転車振興会.
日動振 (2001): オートレース 50 年史, 日本小型自動車振興会.
函館競輪 (1990): 函館競輪 40 年のあゆみ, 函館市競輪事業部.
函館市競輪事業部 (1991): 函館競輪 40 年のあゆみ.
阪急ブレーブス (1987): 阪急ブレーブス五十年史.
平田竹男 (2012): スポーツビジネス 最強の教科書, 東洋経済新報社.
古林英一 (2016): 公営競技の誕生と発展 — 競輪事業を中心に —, 学園論集, 第 168 号.
渡辺俊太郎 (2014): 競輪場が果たすべき役割についての研究, 早稲田大学大学院スポーツ科学研究科修士論文.

【付記】本稿執筆に際し、数多くの公営競技関係者にご面倒をおかけし、多大なご教示をいただいたことを改めて感謝申し上げます。