

タイトル	産地競馬としての「ホッカイドウ競馬」再論：競馬システムにおけるホッカイドウ競馬
著者	古林，英一；高倉，克己
引用	季刊北海学園大学経済論集，57(4)：27-47
発行日	2010-03-25

《論説》

産地競馬としての「ホッカイドウ競馬」再論

— 競馬システムにおけるホッカイドウ競馬 —

古 林 英 一*1・高 倉 克 己*2

1 はじめに～本稿の課題

北海道地方競馬（以下、ホッカイドウ競馬）の馬券発売額は1991年度の454億円をピークに減少を続け、現在ではピーク時の1/3を下回る120億円の水準で低迷が続いている。馬券発売額の減少にともない、報償費（賞金、手当）も大きく削減されてきたが、それでもなお年間5億円程度の赤字となっており、道財政が厳しさを増すなか、行政上の大きな課題のひとつとなっている。

北海道、とりわけ日高地方は日本の競走馬生産の中心地となっている。競走馬生産は関連諸産業の立地をもたらし、地域経済の中核として大きな役割を担っている（この点については、岩崎他（2000）、岩崎（2005）、小山（2005）などを参照されたい）。

古林（2001）は、ホッカイドウ競馬は北海道で生産される競走馬を選別し、全国に供給する拠点としての機能を果たしていることを明らかにし、その上で、ホッカイドウ競馬は産地競馬であるといわれるが、それは単に馬産地北海道に立地しているからではなく、競走馬の流通拠点として、競走馬生産を支えるインフラストラクチャーとして機能していることこそが産地競馬の本質であるとした。

しかしながら、古林（2001）では産地競馬

としてのホッカイドウ競馬の機能は明らかにしたものの、ホッカイドウ競馬が産地競馬として確立するに至った構造的要因の解明は必ずしも十分ではなかった。そこで、本稿では競走馬の生産構造の変化とわが国の競馬システムの変化から、ホッカイドウ競馬が産地競馬として確立したことの説明を第一の課題とする。

ホッカイドウ競馬が産地競馬としての性格を強め、2歳馬を中心とした競走体系へと移行してきたことは、翻って他の競馬場からみるならば、ホッカイドウ競馬から2歳馬の供給を受けることは、新馬の育成・調教をしなくてすむということに他ならない。すなわち、ホッカイドウ競馬の変化は他場も含めた競馬システム全体の構造変化をもたらしたのである。ここではホッカイドウ競馬と他場との相互規定的関係が存在するはずである。本稿では、第二の課題として、ホッカイドウ競馬から移籍する2歳馬が大きな存在となっている南関東の地方競馬（大井、川崎、船橋、浦和の4場）を事例として、2歳馬の供給を受ける側の変化を明らかにする。

地方自治体もしくは国が設立した特殊法人が投票券を発売することによって維持されるプロスポーツ競技を公営競技と通称している。競馬以外には競輪、競艇、およびオートレースがある。競輪、競艇、およびオートレースはいずれも地方自治体が主催（施行という表現を用いることもある）している。これら3

* 1 北海学園大学経済学部教授

* 2 株式会社ケイパブック記者

つの競技では出走する選手は全国共通であり、それぞれの統括団体が各競技場に出走する選手を斡旋している。立地条件などによって個々の競技場の取支には大きな格差が存在してはいるものの、少なくとも競技そのものは一元的な体系のもとに実施されている。

それに対して、競馬は国が設立した特殊法人、すなわち日本中央競馬会が主催し、全国10か所の競馬場で開催される中央競馬と、各地方自治体がそれぞれ個別に主催する地方競馬が存在する。さらに、地方競馬は各主催者ごと独自の競走体系をもち、出走する馬と騎手もそれぞれが管理している。中央競馬という一つの巨大な競馬システムと、小規模な多数の競馬システムが併存しているのがわが国の競馬である。これは2制度多元競馬と表現される^{*3}。

以上を踏まえ、最後に、北海道の重要な地域産業のひとつである競走馬生産の振興には地方競馬の維持・発展が不可欠であるという観点から、若干の政策提言をおこないたい。

2 競走馬育成システムの構造変化とホッカイドウ競馬

1970年代後半以降、わが国の競走馬の生産・育成システムは構造的に大きく変化する。この構造変化に対応したかたちで産地競馬としてのホッカイドウ競馬が確立する。ここでは、第一の課題である産地競馬としてのホッカイドウ競馬の確立過程を明らかにする。

分析に先立ち、競走馬の生産・流通過程を概観しておく。

重種馬（農用馬）によるばんえい競馬を専ら開催している帯広競馬を除き、わが国のすべての競馬場（中央競馬10場、地方競馬19場^{*4}）で供用されている競走馬は殆どがサラ

*3 2制度多元競馬という言葉については古林(2004)の脚注12を参照されたい。

ブレッド種である^{*5}。したがって、本稿で競走馬とっているのは基本的にはサラブレッド種をさす。

春に繁殖牝馬と種牡馬を交配させ、受胎後約10か月で子馬が生まれる。産駒が誕生した牧場を生産牧場、生産牧場の所有者（＝産駒を生んだ繁殖牝馬の日常的管理者）を生産者^{*6}という。産駒が誕生するのは2月から5月頃までが多い。

春に生まれた子馬は秋に離乳する。生まれた年の年末までが当歳（＝0歳）で、年が明けると1歳と数える。その後新年を迎えるたびに年齢が加算される^{*7}。

わが国の規定では競走馬は生後24か月以上を経ないと競馬に出走することができない。初出走の馬だけでおこなわれる競走を新馬戦という。ホッカイドウ競馬では4月の開幕時期から新馬戦が実施されており、中央・地方を含め最も早い時期の新馬戦となっている。

馬を競走馬として育てるためには人による育成・調教が不可欠である。まず、人間が馬体に触れるところからはじまり、ブラッシング、頭らくの装着、ハミかけ、騎乗訓練、

*4 地方競馬の19場のうち、札幌と中京は日本中央競馬会（JRA）の競馬場を借用している。ただし、近年では中京競馬場における地方競馬の開催は行われていない。

*5 1990年代まではアングロ・アラブ（アラブ種とサラブレッドの混血種）も数多く供用され、かつては、兵庫県（園田・姫路）や福山のように、アングロ・アラブだけで競馬を開催していたところもあったが、現在では競走馬の殆どがサラブレッドとなっている。

*6 生産者が必ずしも繁殖牝馬の所有者とは限らない。繁殖牝馬の所有者から飼養管理を委託されるケースも少なくない。英語でいう breeder は繁殖牝馬の所有者をいい、わが国でいう生産者とは異なった概念である。

*7 この年齢の数え方は国際的な基準である。2000年までのわが国では数え年（生まれた段階で1歳、つまり当歳馬＝1歳馬）が用いられてきた。古い文献等を見るときは注意が必要である。本稿では現在の年齢記載法にあわせている。

ゲート練習等、数々の訓練を経て初めて競走馬として供用できるようになる。

競走馬である以上、単に人を乗せて走ることができればいいというわけではない。より速く走ることができるように、身体を鍛えなくてはならないのは当然である。馬体をつくるための運動も重要であるし、それを支えるための飼料給与のあり方も問われよう。

社台グループをはじめとする大手牧場では、種牡馬の繋養から競走馬としての育成・調教まで一貫した生産がおこなわれているが、わが国の競走馬生産の大部分を担う家族労作的な小規模な牧場では、飼養者の技能や牧場施設の規模・内容の制約もあって育成・調教は他にまかせる他ない。

以上の事情から、多くの小規模な生産牧場は、馬がある程度成長し、馬体の良否の判断が可能となる1歳夏から秋にかけての時期に販売し、産駒を手放すのが基本的な形態であった。競走馬の販売・流通が多様化した今日でも、1歳夏におこなわれる市場に上場される頭数は最大となっている。

1歳の秋・冬から新馬戦の始まる2歳春から夏までの時期が競走馬としてデビューする訓練期間ということになる。生産から離乳期までを初期育成、離乳期から騎乗訓練が始まるまでを中期育成、騎乗訓練の開始からデビューするまでを後期育成と称している(岩崎(1991))。

後期育成には高度な技能が要求される。農耕や運搬に馬を利用する技術は古くからあるものの、馬を乗馬として日常的に利用する伝統がなかったわが国の農家では、騎乗訓練をおこなう技能は蓄積されて来なかった。したがって、馬産地では後期育成はおこなうべくもなかった。それゆえ、かつては、後期育成は競馬のプロフェッショナルである調教師が担当せざるを得なかった。

したがって、生産者から売却された1歳馬は1歳の秋から冬にかけて競馬場の厩舎に入

厩し、調教師が馬主から預託された1歳馬に対して、競走馬としての訓練を施して新馬戦(その前の能力検定)に備えることとなる。

1歳秋から冬にかけて産地を離れ各地の競馬場に入厩するのが、元々の形態という意味で原基形態とよぶならば、この原基形態は1970年代になって急速に崩れていく。1970年代後半に、生産地には後期育成を専門的におこなう育成牧場(生産地でおこなわれる後期育成を産地育成とよぶ)が誕生し、生産牧場から直接競馬場の厩舎に移るのではなく、産地育成を経て競馬場に入厩する方式が生まれる。そして1980年代後半になると、生産牧場から育成牧場を経て、競馬場に入厩する方式が主流となる(岩崎(1991)、増井・岩崎(1999))。

この変化は高度経済成長期以降の競馬の成長から説明できる。図1は軽種馬の生産頭数と競馬の売得金額の長期的推移をみたものである。1970年代後半に至るまで馬券の売上高が増大するにつれて軽種馬の生産頭数が増大していることがわかる。

しかしながら、馬券の発売額が増大したとしても、競馬場の数は増大することはない。1日あたりの競走数と年間開催日数は法令等で制約されており、競走数の増加にはおのずから限界がある。さらに、1競走あたりの出走可能頭数はコースの幅員によって規定され、簡単に増加させることは不可能である。さらに、わが国の競馬は基本的に内厩制(競馬主催者が馬房を用意し、調教師がその馬房の貸与を受けて厩舎を経営する方式)をとっており、競馬場ないしはトレーニングセンターの馬房数を増やすことも困難である。

高度形成長期以降、馬券の発売額が増え、馬主が稼得しうる報賞金が増大し、馬主の競走馬所有意欲が高まり、競走馬の需要は増大したものの、競馬場やトレーニングセンターの馬房数や、競走数に制約があるため、出走可能な競走馬には限りがある。そこで、調教

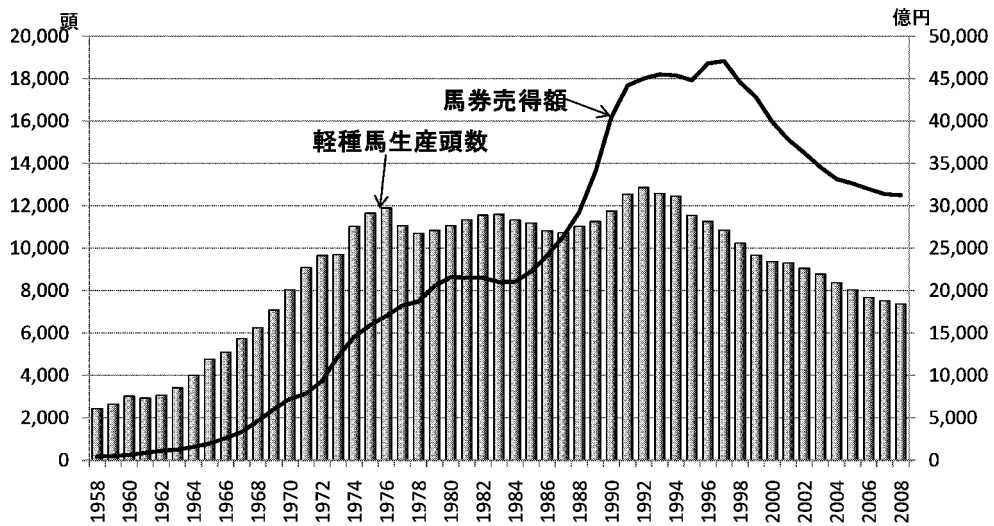


図1 競走馬(軽種馬)生産頭数と馬券売得額の推移

資料：日本軽種馬協会・軽種馬登録協会『軽種馬統計2008』他から作成

師は効率的に競走馬を運用するため、できるだけすぐ競走に使える馬だけを馬房に置いておこうというインセンティブが生じる。1歳秋から預託を受けたとしても実際に競馬に出走できるのは2歳の初夏以降であり、その間は預託料は入るものの、賞金は入ってこない**からである。

産地育成はこうした背景の元に生まれたとっていいだろう。その結果、かつては競馬場で調教師が行っていた初期調教は、後期育成(=産地育成)として産地が担うことになり、そのために育成業者が産地に立地するようになったのである。その結果、競馬場の側では初期調教(=後期育成)の技能は喪失する。

中央競馬や大井には毎年多くの馬が新馬として入厩するが、供用可能頭数が制限されている以上、淘汰される馬も多くならざるを得ない。淘汰された馬で高い競走成績をあげたものは繁殖用として馬産地に返るが、それ以

外の大多数の馬は廃用にするか、他の地方競馬で供用するしかない。

初期調教過程が後期育成として産地に移行し、多くの競馬場で初期調教機能が失われていくなか、逆に1歳馬からの入厩という原基形態に回帰し、発展させてきたのががホッカイドウ競馬である。

建前に過ぎなかった面がないとはいえないものの、本来、地方競馬は非競走専用馬(=産業用馬)を用いて開催するべきであるとされていた*9。それがモータリゼーションの普及で産業現場から急速に馬が姿を消し、加えて1950年代の不況や競輪など後発の公営競技との競合によってその多くは廃止を余儀なく

*8 調教師は管理する馬の稼得賞金の10%を進上金として受け取る。

*9 第二次大戦以前から競馬は馬産振興策として位置づけられていた。第二次大戦後も地方競馬は原則的には非競走専用種で開催すべきことがうたわれていた(農林省畜産局長通牒(21畜局第5498号), 宇井(1999) p.139)。しかしながら、モータリゼーションの普及により、産業用馬が急速に減少し競走馬資源を確保できなくなったことから、米軍施政下にあった沖縄県を除くすべての都道府県で開催されていた地方競馬の多くは1960年代ははじめまでに姿を消した。

された*10。

辛うじて存続を果たした競馬場は高度経済成長による馬券発売額の増大によって発展をみせる。先にみたように、競走馬生産も拡大するが、報賞金水準の低い小規模な地方競馬では新馬よりも、むしろ中央競馬や南関東の地方競馬などで供用された後に移籍してくる競走馬が競走馬資源として重要な役割を果たしていた。

ホッカイドウ競馬もかつては他の多くの小規模な地方競馬と同様であった。1970年当時は明らかに高齢馬の比率が高く、馬産地北海道の地方競馬ではあったが、道内で生産される競走馬の流通拠点としての性格は希薄であった(古林(2001))。

中央競馬、次いで大井競馬場を中核とする南関東地方競馬で初期調教機能が産地での後期育成機能に移転したことが、後期育成機能を担う産地競馬としてのホッカイドウ競馬確立の客観的条件とすると、ホッカイドウ競馬の側にもそれを推進する主体的条件があった。

ホッカイドウ競馬の側の第1の主体的条件は、長期間にわたる冬季休催期間の存在である。積雪のある北海道では冬の競馬開催は不可能である。かつてのホッカイドウ競馬は、旭川、帯広、岩見沢、札幌の各競馬場を巡回して競馬を開催していた。1985年に門別トレーニングセンター(門別トレセン)が竣工が完成するまでは、各調教師は道内各地で越冬していた*11。

当然のことながら、競馬休催期間中には馬主は賞金や手当を得ることは出来ない。しかしながら、調教師に所有馬を預託しておけば預託料は発生する。それゆえ、馬主は他の競馬場に所有馬を移籍して競馬に使おうという

インセンティブが働く。また、かつては、一部の調教師や騎手が馬と共に冬季休催期間中に本州に遠征することもあった*12。

加えて、第2の要因として、門別トレーニングセンターが馬産地である日高に設置されたという立地上の優位性もある。比較的積雪量の少ない日高地方に門別トレセンが完成したことで、冬季に馬をトレーニングできる施設が整う。競馬は開催できない(門別トレセンが競馬場として供用されるのは1997年以降)ものの、馬の調教は周年可能となったのである。秋にホッカイドウ競馬が閉幕すると、ホッカイドウ競馬の所属馬は減少する。管理馬が少なくなった調教師は、厩舎経営の一環として需要が高まった産地育成を担うことになったのである。

3 ホッカイドウ競馬における初期調教(後期育成)

日本軽種馬登録協会・日本軽種馬協会が発行している『2008軽種馬統計』によると、2006年にわが国で生まれた競走用サラブレッドは7,669頭である。このうち2008年までに馬名登録がおこなわれたのは6,941頭であった。馬名登録というのは、とりえず中央競馬もしくは地方競馬の競走馬として供用することになったという意味であり、実際に競走馬としてデビューしたという意味ではない。さらに、このうち2008年中に(すなわち2歳のうちに)出走した馬は4,423頭に

*10 各地方競馬の歴史については地方競馬全国協会(1973)に詳しい。

*11 ホッカイドウ競馬の歴史に関しては、和田(1994)、道新スポーツ(1989)などに詳しい。

*12 主たる遠征先のひとつが和歌山県の紀三井寺競馬場(1988年度をもって廃止)であった。紀三井寺競馬場は慢性的に競走馬資源が不足しており、大阪府岸和田市にあった春木競馬場の所属馬を利用することで競走馬資源を補っていた。ところが1974年3月をもって春木競馬が廃止となったことで競走馬資源不足は深刻となる。そのなかで、冬季限定とはいえ、ホッカイドウ競馬からの遠征は重要な役割を果たしていた。

過ぎない。3歳になってデビューする馬もいるから一概にはいえないものの、生まれたサラブレッドのうち、実際にレースを走るのは6割強程度に過ぎない。

2008年にホッカイドウ競馬で馬名登録された2歳馬は666頭である*13。したがって、馬名登録されたサラブレッドの約1割がホッカイドウ競馬からスタートしたことになる。2008年度のわが国の馬券発売額は、地方競馬全体で3,757億円、中央競馬が2兆7,502億円である。地方競馬の年度は4～3月で中央競馬は1～12月なので、単純に合計するわけにはいかないが、わが国の馬券の市場規模は合計で3兆1千億円の規模といえる。このうち、ホッカイドウ競馬の馬券発売額は113億円で、馬券市場全体から見るとわずか0.3%に過ぎない。馬券的にみれば0.3%し

かない競馬場で、頭数的には10%近い馬がデビューしているのである。

1歳馬が入厩するのは原則としてホッカイドウ競馬のシーズン終了後（年によってばらつきがあるがおおむね11月中旬）である。ただし、シーズン終了以前でも主催者の許可を得て、隔離馬房に入厩させることもあるという。

ホッカイドウ競馬のシーズンが終了する頃にはその年デビューした2歳馬の相当数が既に他の競馬場に移籍しており、馬房にも空きが生じているので、そこに1歳馬が入厩するわけである。

以上のことから、ホッカイドウ競馬が後期育成を担当する条件が揃っており、その結果、ホッカイドウ競馬には毎年数多くの新馬が入厩する。表1は2歳馬の月別登録状況を競馬

表1 月別2歳馬登録頭数(2008年)

主催者	都道府県	競馬場	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年計	
			頭	頭	頭	頭	頭	頭	頭	頭	頭	頭	頭	頭		頭
北海道	北海道	門別・札幌・旭川※	38	140	184	139	49	40	40	22	7	5	2		666	
岩手県競馬組合	岩手県	盛岡・水沢			5	5	7	34	27	16	12	9	11	3	2	131
埼玉浦和競馬組合	埼玉県	浦和			2	1	4	31	9	11	13	9	4	10	5	99
千葉競馬組合	千葉県	船橋				4	29	34	14	18	12	18	10	17	156	
特別区競馬組合	東京都	大井				2	27	63	55	78	22	13	74	22	375	
神奈川県川崎競馬組合	神奈川県	川崎			1	9	32	22	37	4	18	8	14	4	149	
石川県・金沢市	石川県	金沢			5	3	48	9	5	3	4	2	1	3	83	
岐阜県地方競馬組合	岐阜県	笠松					14	23	14	8	6	10	2	3	80	
愛知県競馬組合	愛知県	名古屋				1	4	4	18	26	8	11	5	4	85	
兵庫県競馬組合	兵庫県	園田・姫路				3	29	42	28	34	10	15	15	8	10	194
福山市	広島県	福山					6	9	17	9	1		1	1	44	
高知県競馬組合	高知県	高知													2	
佐賀県競馬組合	佐賀県	佐賀			3	10	11	24	20	8	5	9	2	3	6	101
荒尾競馬組合	熊本県	荒尾			8	5	23	6	6	6	3	8	4	4	1	74
	合計		38	158	217	266	385	308	298	129	121	159	84	76	2,239	

※旭川競馬場は2008年を最後に廃止

資料：地方競馬全国協会調べ

*13 実際には、ホッカイドウ競馬に入厩し、初期調教を施した後、中央競馬等に異動し、そこで馬名登録をおこなう馬も例年何頭かいるといわれる。これは統計にはあらわれない。したがって、ホッカイドウ競馬で初期調教が施される馬の実数はもう少し多い。

場別にみたものである。これは実際に入厩した馬の数ではなく、競走馬として仕上がった段階で預託されている調教師が競走馬として各主催者に登録するものである。したがって競走馬登録をおこなう前に馬は既に入厩していることになる。入厩から競走馬登録までの期間は馬ごとに異なるので一概にはいえないが最短でも数週間は要する。

1年間の登録頭数をみると、北海道（ホッカイドウ競馬）が最も多く、次いで東京（大井競馬場）、兵庫（園田競馬場、姫路競馬場）、千葉（船橋競馬場）、神奈川（川崎競馬場）と続く。特徴的なことは、北海道の登録は年間登録頭数の75%に相当する501頭が4月までに登録しているのに対し、北海道以外の登録は5月以降が主となっている。

この違いは重要である。北海道以外の登録馬は後期育成が終わった段階で入厩しているのに対し、北海道は後期育成以前の段階で入厩していることを表している。

ホッカイドウ競馬に在籍する調教師は36名（2009年3月31日現在）である（ちなみに騎手は23名）。わが国の競馬制度では、馬主は調教師に所有競走馬を預託し、調教師が営む厩舎において厩務員を雇用し、預託された競走馬を飼養・管理し競走に出走させる。また騎手も基本的には厩舎に所属する（中央競馬の場合は厩舎に所属しない騎手もいる）。

所属馬の頭数、勝利数ともに例年上位に位置する若松平調教師^{*14}の事例から、ホッカイドウ競馬における初期調教の実態をみていく。

若松調教師に取材をしたのは2009年2月下旬である。その段階で、若松調教師の管理馬は32頭で、このうち18頭が2009年度にデビュー予定の2歳馬であった。例年20数頭の新馬を預かるという（取材時以降も数頭

入厩した）。

ちなみに、前年度も約20頭が入厩したが、取材時段階で厩舎に残っているのは3頭だけであるという。転出先は、佐賀、園田、笠松、南関東と様々だが、当然のことながら、競走馬としては廃用となり、廃用となった中には乗馬になった馬もいる。

これも年によって変動はあるものの、毎年預託される新馬は牝馬よりも牡馬が多く^{*15}、例年6割くらいが牝馬であるが、2008年から2009年にかけて入厩した馬は特に牝馬が多く、18頭のうち牝馬が15頭をしめる。

入厩する新馬のうち、生産牧場ないしは育成牧場で、ある程度馴致が出来ている馬は例年1～2頭で、殆どは全く馴致されていない馬であるという。人を乗せることはおろか、ハミすらかけたことのない馬である。

まず、馬に人間の意志を伝え馬の行動を制御するハミを装着し、鞍を乗せ、人が騎乗できるようにする必要がある。11月中に入厩した馬は年末くらいまでに馴致を完了し、年明けには馬場（コース）に入れて競走用の訓練が開始される。地方競馬の場合、競走馬としてデビューするためには能力検定（能検）を受検せねばならない。ホッカイドウ競馬は4月の開幕戦（おおむね4月中旬から下旬）から新馬戦が組まれている。そのため能検は3月中旬～下旬に始まる。

ホッカイドウ競馬の能検は門別競馬場のコースを使用し、距離800メートルでおこなわれる。能検はレース形態でおこなわれ、基準タイムを超過すると不合格となる。単に走るだけでなく発走も重要である。既に何度もレースを経験している現役の競走馬でさえ、

*15 牝馬よりも牡馬が多いのはホッカイドウ競馬の特徴である。これはホッカイドウ競馬の場合、他場にくらべ生産者馬主の比率が高いことによるところが大きい。競走馬は牝馬より牡馬のほうが売れやすいため、どうしても生産者の手元に残りやすいからであろうと思われる。

*14 若松平氏は北海道調騎会会長（2009年3月現在）。

発走機（スターティングゲート）に入るのを拒む馬は珍しくない。まして、まだ競走馬になっていない若駒にとって、ゲートに入って一斉に発走するというのは、個体差もあるが、なかなかたいへんなことであるという。

育成・調教に関する技能を文字で十分説明することは困難である。そこで比較対象としてトレーニングセールを取り上げたい。トレーニングセールとは産地で育成した2歳馬を販売する市場である。トレーニングセールは即戦力としてすぐにレースに供用しうる馬を販売するという趣旨ではじめられた市場である。ここ数年は、日高軽種馬農協が主催する北海道トレーニングセールと、ひだか東農業協同組合が開催するひだかトレーニングセールの2市場が開設されている*16。

トレーニングセールにおいては、上場馬は公開調教（コースを周回し、ゴール前2ハロン*17を特に速く走らせる）を実施し、その様子を購買者はチェックし、セリに参加するのである。トレーニングセールに上場される馬は育成業者が育成するのが一般的である。

トレーニングセールで売買されるのは調教済み馬であり、本来ならばすぐに競馬に供用されるのが本旨であるが実際にはそうならない。それは競走馬としてデビューできるだけの育成・調教がおこなわれていないからである。

このことは必ずしも育成業者の技能が足りないからであるとはいえない。トレーニングセールはあくまで馬を販売する場である。骨格・馬体が完成途上にある2歳馬にあまり強い調教を施すと馬が故障する可能性が高い。

故障した馬を販売することはできない。それゆえ、あまり強い調教を施せないという面も無視できない。いいかえれば、育成業者は2ハロンを全力疾走できるレベルに馬を仕上げればよく、いわば促成栽培的な調教をおこなわざるを得ない。ある調教師によると、トレーニングセール出身馬は基礎体力が足りないという。

初期調教（後期育成）は大きく2つの段階に分かれる。前半は競走馬として通用する体をつくることであり、後半は実際に競走をおこないうる能力の養成である。自動車のF1レースに例えていうならば、前半は競走用自動車の車体・エンジンの製作・組立に相当し、後半はレースに向けてのチューンアップといえる。実際の競走では、過酷なレースに対応する精神力や呼吸法などを馬が習得しなければならぬ。これらはレーシングカーのチューンアップに相当する。

ホッカイドウ競馬の初期調教機能は高く評価されているが、育成・調教施設に関していえば、ホッカイドウ競馬の調教師たちは必ずしも恵まれているとはいえない。門別競馬場には坂路もなく、周回コースがあるだけである。むしろ、浦河町のBTC*18をはじめとして、日高地方に散在する民間の育成施設の方が施設的には優れているケースも多い。後期育成の前半段階においては、門別競馬場よりも産地の育成施設の方が恵まれているといえるかもしれない。

にも関わらず、ホッカイドウ競馬において、高いレベルの新馬の育成・調教がおこなわれている。これは調教師や騎手の高い技能に負うところが大きいと考えられるが、それだけではない。多くの厩舎が存在し、育成牧場よりもはるかに多い数の馬を同じコースで同時

*16 トレーニングセールが開催されるに至った経緯は古林・岩崎（1999）などを参照されたい。

*17 ハロン（furlong）は距離の単位でわが国では競馬で用いられることが多い。1ハロンは1/8マイル、すなわち201.125メートルであるが、わが国の競馬では200メートルをもって1ハロンとしている。

*18 日本中央競馬会（JRA）が1991年に建設した大規模な育成・調教施設。育成業者などが利用することができる。

に調教することで馬の学習効果もあるという。競走馬として必須の訓練のひとつにゲート練習がある。狭い発走機に入ることを多くの馬は本能的にいやがる。素直にゲートに入りスタートダッシュに備えることができねばならない。育成施設でもゲート練習はおこなわれる。しかしながら、育成業者によるゲート練習はせいぜい2、3頭でおこなわれる。それに対して、ホッカイドウ競馬で能検合格をめざす調教では、平均6頭、場合によっては8～9頭という実戦さながらのゲート練習が、能検に合格するまで念入りにおこなわれる。

また、ホッカイドウ競馬の調教師は800メートルの能検、1000メートルの新馬戦を走り抜けるように馬を仕上げなくてはならない。競走馬としての体が出来ていたとしても、カーブを曲がる際の走り方や、道中での息の入れ方が習得出来ていなければ、能検に合格することはできない。レーシングカーのチューンアップに相当するこうした調教過程をホッカイドウ競馬の騎手・調教師はおこなっている。もちろん、こうした高いレベルでの調教は馬の故障発生リスクを高める。生産者のなかには「道管(＝ホッカイドウ競馬)に新馬を預けると馬がパンクする」という声もないわけではない。しかしながら、強い調教に耐えきれない馬は、現代競馬においては競走馬として通用しない。

若松厩舎には佐々木国明と亀井洋司という2名の騎手が所属している。彼らはいずれもホッカイドウ競馬を牽引する気鋭の騎手である。主として彼らが新馬の育成・調教に携わる。新馬の育成・調教は騎手なら誰でもできるかといえば必ずしもそうではないという。競馬はおろか、人を乗せたことすらない馬であるから、突然馬が暴れ、あたかもロデオのようなことになることもしばしばであり、かなり危険な作業でもある。大きな実績を積んできた騎手であっても、若いときから慣れていないと危険で難しい作業であるという。

1歳秋から入厩し、後期育成の後半まで、ホッカイドウ競馬では同じ調教師と騎手が訓練をシームレスに担当するのに対して、育成施設から厩舎に入る場合はそこで担当者が替わるというデメリットが生じる。こうした点もホッカイドウ競馬による後期育成のアドバンテージといえよう。

4 地方競馬における分業システムの形成

ホッカイドウ競馬と産地育成が2歳馬の供給を担うということは、供給される側は2歳馬の初期調教をしなくてもいいということになる。いわば、ホッカイドウ競馬と他の競馬の分業体制の成立である。分業体制の成立は、当然のことながら、2歳馬の供給を受け入れる側もまたそれに対応した変化を示しているはずである。したがって、分業体制のもう一方の側の変化とその含意を分析する必要がある。

ここでは、ホッカイドウ競馬でデビューした2歳馬の移籍先として、もっとも大きな比率を示している南関東地区、なかでもその中心である大井競馬を取り上げる。

現在、関東地区の地方競馬場は、浦和(埼玉県)、船橋(千葉県)、大井(特別区競馬組合)、そして川崎(神奈川県)の4場で、これらは南関4場^{*19}と総称されている(括弧内は主催者)。

これら4場は、地理的に比較的至近距離にあり、首都圏という巨大マーケットを共有していることから、開催日程が重複しないように調整され、早くから4場共同での在宅投票システム(電話やインターネットによる馬券購入システムSPAT)の構築など、完全な

*19 かつては、宇都宮、高崎、足利の各場で競馬が開催されており、これらを北関東3場と称していた。

ものではないとはいえ、密接に連携した競馬事業が行われている。特に重要なことは、それぞれの競馬場の厩舎に所属する競走馬と騎手が他の3つの競馬場に出走していることである*20。つまり、完全なかたちではないものの、大井を中心として馬資源を共同で利用しているといえよう。

4場の馬券発売額と所属競走馬の頭数は表2に掲げたとおりである。馬券発売額・所属競走馬の頭数は大井が他の3場に比べ格段に大きい。報賞金は馬券発売額の大きさに規定されるため、大井競馬場の賞金額は他の3場よりも大きい。したがって、競走馬も大井所属馬が他の3場に出走するよりも、大井以外の3場の所属馬が大井に出走する方が多い。以上の事情から、南関4場は、事実上、大井が中心となっている。

大井競馬の2008年度の売得金は1,068億円で地方競馬全体の馬券発売額の28.4%をしめており、地方競馬のなかでは群を抜いた馬券発売額である。以下、川崎(492億円)、船橋(383億円)、浦和(342億円)、園田(兵庫*21, 301億円)と続くが、川崎以下と大井の差は極めて大きい。地方競馬の上位4場が南関4場でしめており、その合計は2,285億円で地方競馬全体の60.8%にのぼる。

先の表1にみたように、2008年の大井の2歳馬登録頭数は375頭と他の地方競馬に比べると格段に多いものの、北海道の666頭に比べると格段に少ない。図2は大井競馬の在厩頭数の推移をみたものである(在厩馬は大井競馬場本場とトレーニングセンターである小林分場の合計、毎年11月1日現在)。馬房がほぼ飽和状態になったことから、1985年

表2 南関4場の概要

主催者	一部事務組合の構成団体	競馬場	開催日数	レース数	売得金(百万円) ※1	調教師数 ※2	騎手数 ※2	在厩馬頭数 ※3
埼玉県浦和競馬組合	埼玉県さいたま市	浦和	50	556	34,183	29	15	433
千葉県競馬組合	千葉県船橋市習志野市	船橋	54	605	38,324	40	27	585
特別区競馬組合	東京都の特別区23区	大井	107	1,197	106,765	71	28	1,001
神奈川県川崎競馬組合	神奈川県川崎市	川崎	64	663	49,221	39	18	499
南関4場計			275	3,021	228,493	179	88	2,518
(参考) 北海道	北海道	旭川札幌門別	82	873	11,340	36	24	821
(参考) 地方競馬合計※4			517	14,183	364,188	517	304	8,324

※1 売得金は2008年度実績

※2 調教師数、騎手数は2009年3月1日現在

※3 在厩馬頭数は2008年11月1日現在

※4 ばんえいを除く平地競馬の合計

資料：地方競馬全国協会「平成20年度 地方競馬に関する資料」(2009年6月)

*20 実際には、交流重賞競走などを除き、大井の馬が他の3場に遠征することは少なく、他の3場から大井に遠征するほうが圧倒的に多い。

*21 兵庫は園田(尼崎市)以外に姫路競馬場でも開催しているが、園田・姫路2場を合計しても328億円にすぎない。

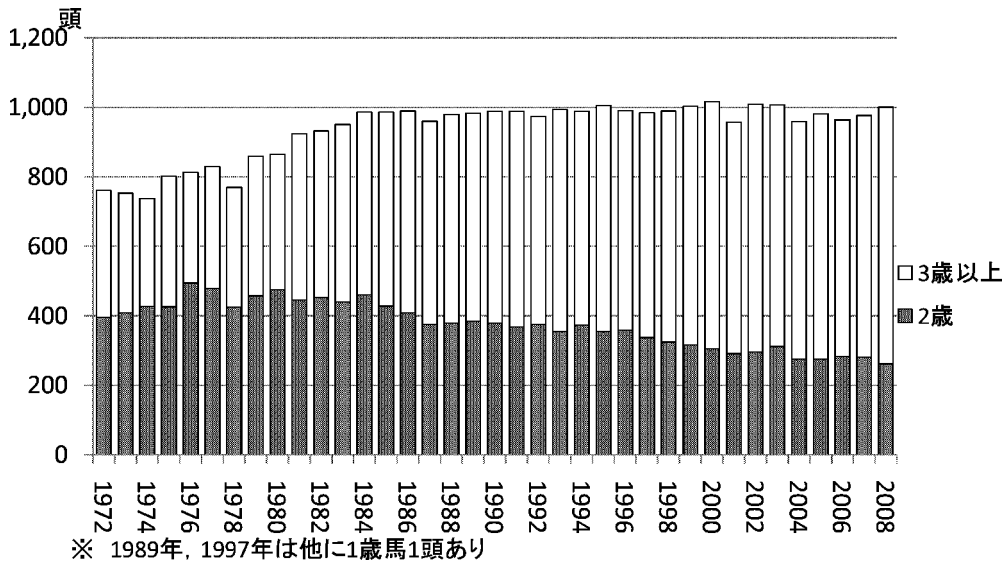


図2 大井競馬在厩頭数の推移

※ 1989年、1997年は他に1歳馬1頭あり

資料：地方競馬全国協会

に小林分場が開設され、大井の入厩馬は約1,000頭に増えている。在厩馬が増えたにも関わらず、2歳馬の頭数は減少傾向を示している。1970年代半ばには500頭近くを占めた2歳馬は近年では300頭を下回る水準に低下した。在籍馬全体にしめる2歳馬の比率で見ると、かつては6割近くを占めていたのが、3割に満たない水準に低下している。

表3は2007年と2008年の年齢別在籍馬の比較である。年齢構成の比率はほぼ同じであ

表3 大井競馬在籍馬年齢構成

	2007/11/1		2008/11/1	
	頭	%	頭	%
2歳	281	28.8	262	26.2
3歳	334	34.2	334	33.4
4歳	172	17.6	203	20.3
5歳	111	11.4	112	11.2
6歳	53	5.4	60	6.0
7歳	20	2.0	24	2.4
8歳	3	0.3	5	0.5
9歳以上	2	0.2	1	0.1
計	976	100.0	1,001	100.0

資料：地方競馬全国協会

るが、2008年の3歳馬の頭数は2007年の2歳馬の頭数を53頭上回っている。つまり、2006年産馬の転入が転出を53頭上回っているのである。

表4は2009年2月25日段階の大井競馬所属の3歳馬(2006年産馬)448頭がデビューした競馬場別に集計したものである。この数字は「地方競馬情報サイト*22」から拾ったものである。これは実際の在厩馬ではなく競走馬の登録数であり、すでに廃用になった馬も含まれている可能性がある。3歳戦のスタート時点でホッカイドウ競馬出身馬は13.4%をしめている。

量的に無視し得ぬ頭数であるが、単に量的な面のみならず、質的にみるとホッカイドウ出身馬は頭数以上の存在となっている。

例えば、大井競馬の3歳馬チャンピオン決定戦である東京ダービー競走の第40回(1994年)から第55回(2009年)までの優勝馬16頭を、デビューした競馬場別にみる

*22 <http://www.keiba.go.jp/index.html>

表4 大井競馬所属2006年産馬の初出走
(2009年2月25日段階)

初出走年月	大井	道営	その他	計
2008年4月	5	—	—	5
5月	8	—	—	8
6月	13	20	2	35
7月	15	63	3	81
8月	10	43	4	57
9月	4	41	1	46
10月	4	37	2	43
11月	1	31	—	32
12月	—	66	—	66
2009年1月	—	21	—	21
2月	—	11	—	11
未出走				43
計	60	333	12	448

資料：地方競馬情報サイト

と、ホッカイドウ競馬が6頭、川崎と船橋が各4頭、大井が2頭となっており、ホッカイドウ競馬出身馬が最も多い。

現在の大井競馬は、量的な面のみならず、東京ダービー優勝馬が端的に示しているよう

に、質的な面においても他場でデビューした競走馬資源に強く依存する構造となっている。このことは、事実上、大井競馬場を頂点とする地方競馬の「体系」が形成されてきたということでもある。

中央競馬が単一の主催者によって、統一された競走体系のもとで全国10場において大規模な競馬を開催しているのに対して、地方競馬はそれぞれの主催者（ないしは競馬場）ごとに独自の競走体系をもち、それぞれが独立して競馬を開催している。しかしながら、現在では、それぞれの競馬場が独立した競走体系を一応保持しつつも、大井を頂点とする「体系」が自然発生的なかたちで形成されている。

この「体系」を形成してきた第一の要因は報賞金（賞金と出走手当などの諸手当）の格差である。表5は2008年度の各地方競馬の報賞金を一覧したものである。大井（特別区競馬組合）は、報賞金の総額が71億円と他

表5 主催者別報賞金（2008年度）

主催者	賞金	諸手当	報賞金※1 A	総売得金 B	在厩馬頭数※2 C	1頭あたり報賞金 A/C	報賞金比率 A/B	備考
帯広市	千円	千円	千円	百万円	頭	千円/頭	%	
帯広市	329,650	682,460	1,012,110	11,554	620	1,632.4	8.76	ばんえい競馬 2009年度からは門別のみで開催
北海道	928,079	722,893	1,650,972	11,340	822	2,008.5	14.56	
岩手県競馬組合	884,874	1,183,922	2,068,796	22,037	762	2,715.0	9.39	
埼玉浦和競馬組合	1,485,425	986,567	2,471,992	34,183	433	5,709.0	7.23	
千葉県競馬組合	1,927,185	916,414	2,843,599	38,324	585	4,860.9	7.42	
特別区競馬組合	4,467,030	2,642,532	7,109,562	106,765	1,001	7,102.5	6.66	
神奈川県川崎競馬組合	2,078,930	1,119,357	3,198,287	49,221	499	6,409.4	6.50	
石川県・金沢市	421,908	851,595	1,273,503	10,148	535	2,380.4	12.55	
岐阜県地方競馬組合	408,152	664,064	1,072,216	12,158	461	2,325.8	8.82	
愛知県競馬組合	694,296	1,147,846	1,842,142	18,543	659	2,795.4	9.93	
兵庫競馬組合	1,616,441	2,245,572	3,862,013	32,844	992	3,893.2	11.76	2008年度は中京競馬場では未開催
福山市	352,293	711,263	1,063,556	7,987	391	2,720.1	13.32	
高知県競馬組合	213,708	342,921	556,629	3,881	335	1,661.6	14.34	
佐賀県競馬組合	564,463	786,728	1,351,191	11,786	504	2,680.9	11.46	
荒尾競馬組合	225,543	420,617	646,160	4,969	345	1,872.9	13.00	
平地競馬合計※3	16,268,327	14,742,291	31,010,618	364,186	8,324	3,725.4	8.52	

※1 賞金諸手当の合計

※2 2008年11月1日現在

※3 ばんえい競馬をのぞく

資料：地方競馬全国協会「平成20年度 地方競馬に関する資料」（2009年6月）

を圧倒しているだけでなく、在厩馬1頭あたりの報賞金も710万円と大きくなっている*23。大井に次いで、川崎、浦和、船橋とここでも南関4場が他の地区を上回る。

より高い賞金稼得機会をめざすのは当然のことである。加えて地方競馬の馬券の発売額が年々低下するなかで報賞金の水準も下がり続けている。かつてであれば、ある程度の報賞金が得られることから、馬主の楽しみとして自分の身近な競馬場に馬を預け楽しむということができた。しかしながら、報賞金が下がったことから、馬主の金銭的負担が大きくなってしまい、競走馬の所有をあきらめたり、所有馬が比較的高い競走能力をもっていると判断されるなら、身近ではなくても南関の競馬場に馬を預託するようになる。

特に北海道は冬季休催期間が長い。仮にホッカイドウ競馬に馬を預け続けようと思っても、11月半ばから4月半ばまでの5か月間は、報賞金の稼得可能性が全くなく、預託料だけが必要となる。

報賞金だけでいうと中央競馬はさらに高い。中央競馬の2008年の総賞金額は1,158億円、1競走あたり平均にすると3,200万円となる。地方競馬で最も賞金水準の高い大井でも1競走あたり平均は373万円しかなく、中央競馬の11%程度に過ぎない。預託料も地方競馬にくらべはるかに高額である。現在の預託料は、中央競馬の場合、1頭あたり月額60～70万円程度だといわれる。地方競馬の場合、最も高いといわれる大井で35～40万円程度であろうと思われる。報賞金水準と預託料の水準を単純に比較すると、中央競馬の方が有利なようだが、中央競馬の競争は地方競馬に比べ格段に厳しい。中央競馬に登録した新馬

のうち3割程度が未出走のまま終わる。つまりレースに出走するまでに3割が淘汰されるのである。何とか無事出走にこぎ着けたとしても、勝ち上がるのはかなり難しい。

加えて、地方競馬の縮小のなか、中央競馬に向かう馬は増え続け、ほぼ飽和状態に近い。バブル経済のピークで、地方競馬の売得金が史上最高を記録した1991年、中央競馬の出走実頭数は6,745頭、競走数は3,389であった。それに対して、2008年の競走数は3,452と1.9%しか増えていないが、出走実頭数は63.1%増の10,998頭である*24。

こうなると勝ち上がる機会が格段に小さくなってしまふ。勝ち上がる機会が少なくなるだけでなく、出走すらできないことが多くなる。出走申込頭数が出走可能頭数を上回ると除外となる。これが除外問題である。そうなると、個人馬主の多くは馬主として競馬を楽しめなくなる。個人馬主にとって、競馬はあくまで趣味であり、自分の馬が出走してこそ楽しめるのである。

馬主のなかには中央競馬と地方競馬の両方の馬主資格を有する人も多いが、先にも述べたように、地方競馬の馬主資格は格段に低い。そのため、必ずしも高額所得者でなくとも趣味として馬主を楽しんで来た人も多い*25。こうした人々が競走馬の所有をあきらめたり、購入頭数を減少させることにより、競走馬の

*24 日本中央競馬会資料による。

*25 ホッカイドウ競馬やばんえい競馬での聞き取りによると、1990年代半ば頃までは、月2回出走すれば、出走手当だけで預託料を支払うことができたという。中央競馬で淘汰された馬や、縁故で安く手に入れた馬でも無事に出走さえすれば、ランニングコストがゼロで、うまくいけばそれなりの賞金を期待できたのである。関・平田(2008)はかつての地方競馬を支えた馬主の姿をリアルに描いている。ここでは、自分で育てた馬に自ら騎乗して競馬に出走していた馬好きの農家が、地方競馬が近代化するなかで、馬主として競馬を長年楽しんで来た姿が描き出されている。

*23 在厩馬は年によって変動する。特に、北海道の場合、11月下旬からの冬季休催前で、他に転出する馬が多くなる季節であるため、他の競馬場と単純に比較することには問題がある。

市場は縮小傾向にある。

地方競馬においては馬主資格は共通である。そのため、馬主は自己の所有馬を比較的簡単に移動させやすい。中央競馬は馬主資格が異なる上に、今日の競走馬資源が過剰な状態にあっては、仮に中央競馬の馬主登録があっても、よほど能力の高い馬でなければ預託させるメリットは小さい。

同じ南関4場であっても、大井を除く3場では売得金額の減少にともなう報賞金の削減に、景気の低迷による馬主の本業の悪化があいまって入厩する馬が減少を続けている。表6は近年の在厩馬の変化を示したものである。わずか4年で地方競馬全体で在厩馬が22.3%も減少し、南関4場以外では27.0%と4年間で4分の3以下になっている。それに比べると、南関4場では川崎の減少率が23.7%と高いものの、浦和、船橋は10%程度の減少にとどまり、大井はわずかとはいえ増加している。ここ数年で、競走馬資源が大井を中心とする南関4場に急速に集中しているのである。

東京都トレーナー倶楽部（大井競馬の調教師会）の会長（2009年3月現在）である田中康弘調教師*26によると、大井競馬でもかつては1歳馬が10月頃から競馬場に入厩し

ていたという。競馬場（小林分場を含む）に1歳馬の入厩が絶えたのは1986年頃であるという。

この時期、すでに馬産地における後期育成は確立しており、中央競馬ではすでに1歳馬からの入厩はなくなっていたと思われる。おそらく大井でも1歳馬からの入厩はかなり少なくなっていたとも思われるが、1986年がひとつの転機になったことは確かなようである。

競馬法の改正により、競馬の開催時間帯の制限がなくなり、大井競馬で全国初のナイター競馬が開催されたのがこの1986年である。ナイター競馬開催を成功させるため、十分なレース数を確保するため即戦力である古馬（3歳以上）の在厩が推進され、そのため新馬の在厩頭数が減少したという。

大井競馬の新馬戦は6月からである。したがって、現在では、競馬場内の厩舎への入厩は早くても4月頃で、それまでは北海道内や関東地方にある育成施設でトレーニングがおこなわれている。

田中調教師によると、産地の育成技術は確実にレベルアップしているが、BTCの開設が産地育成の技術アップに大きく寄与しているという。また、現在の産地育成では馬ごと

表6 主催者別在厩馬頭数の変化（帯広市（ばんえい）を除く）

主催者	2004/11/1		2008/11/1		増減	
	頭	%	頭	%	頭	%
埼玉県浦和競馬組合	486		433		△ 53	△ 10.9
千葉県競馬組合	655		585		△ 70	△ 10.7
特別区競馬組合	959		1,001		42	4.4
神奈川県川崎競馬組合	654		499		△ 155	△ 23.7
その他	7,953		5,806		△ 2,147	△ 27.0
平地競馬合計	10,707		8,324		△ 2,383	△ 22.3

資料：地方競馬全国協会「平成20年度 地方競馬に関する資料」（2009年6月）および「平成19年度 地方競馬に関する資料」（2008年6月）

*26 地全協のデータベースによると、2009年3月21日現在、田中調教師の管理馬は13頭で、この

うち1頭がホッカイドウ競馬でデビューした馬である。

にメニューが生まれ、その結果、今の新馬は環境変化への適応力があり、競走馬としての完成度は上がっているという。その一方、大井での初期調教がおこなわれなくなった結果、現在の大井の騎手には1歳馬の調教は無理であると田中調教師はいう。

かつてのホッカイドウ競馬が中央や南関東で供用された後、淘汰された古馬を中心とした競馬がおこなわれていた段階について、田中調教師は「はっきりいって道営（ホッカイドウ競馬）はわれわれの眼中にはなかった」という。それが、ホッカイドウ競馬が2歳中心になり、そこで良好な成績をあげた馬が南関東に移籍し、好成績を残すようになったことから、大井を含めた南関東の調教師がホッカイドウ競馬に注目するようになった。

馬主にとって、ホッカイドウ競馬で実際に競走に供用され、能力・資質がある程度明らかになった2歳馬をホッカイドウ競馬から購入することはリスクを大きく減少させることができるため得策であるように思える。先にみたように、2009年2月中旬段階で、大井競馬に所属する3歳馬の14%がホッカイドウ競馬でデビューした馬である。

しかしながら、大井の馬主・調教師が、ホッカイドウ競馬を自らの所有・管理馬の供給元として強く意識しているかという点、必ずしもそうはいえないようにも思われる。

例えば、先にみた過去16年の東京ダービー馬のうち、6頭がホッカイドウ競馬の出身馬であるが、東京ダービーに出走した際の所属厩舎は、1999年のオリオンザサンクスだけがホッカイドウ競馬の所属馬であり、残り5頭は3頭が船橋競馬、2頭が川崎競馬の所属馬である。

こう考えると、3歳はじめの段階でホッカイドウ競馬出身馬の比率が十数パーセントにとどまっているのは少なすぎるようにも思われる。その理由は2つ考えられる。

ひとつは、奢侈的商品としての競走馬の商

品の性格である。馬主はあくまで趣味として馬を購入する。市場や庭先（＝牧場）で自らの目で若馬を選び、その馬が自分の期待通り走ることによって喜びを感じる。田中調教師によると、かつての馬主は旦那衆で、調教師に馬の購入の一切をまかせるケースも多かった^{*27}が、現在は馬主が自分で馬を選ぶ時代だという。

今ひとつの理由はもっと即物的な理由である。現在、大井競馬の馬主の団体である東京都馬主会では、新馬を購入する馬主に1頭あたり50万円の育成助成金が支払われる。これは他場で競走に供用された馬には支払われない。したがって、当然のことながら、ホッカイドウ競馬でデビューした馬には与えられない。50万円という金額はほぼ2か月程度の育成料に等しい。

6月の新馬戦に供用することを前提とすると、4～5月分の育成費用がほぼまかなえるわけである。大井競馬場に移籍させることを前提に、ホッカイドウ競馬に預託しておくことで逆に預託料が発生してしまう。

こう考えると、育成助成金の存在がホッカイドウ競馬在籍馬の購入に対するプレーキになっている面はあろう。逆にいうと、もし仮に、育成助成金の廃止ないしは減額があれば、ホッカイドウ競馬在籍馬への需要が高まる可能性は十分に考えられる。

5 分業的競馬システムの問題点

ホッカイドウ競馬が2歳馬戦に特化するか

^{*27} このことが競走馬の不明朗な取引の温床になっていた。「調教師が馬主と生産者の間にはいって利益をむさぼることは今ではなくなった」と生産者は口を揃える。馬産地では「詐欺師、ペテン師、調教師」という言い回しが伝わっている。もちろんすべての調教師ではないだろうが、かつての調教師のなかには、かなり怪しげな行為をおこなっていた者も少なくないということであろう。

たちで形成された今日の分業的競馬システムは、競走馬資源の生産・流通・利用という観点からは合理的な形態と評価し得る。競走馬の需給双方の経済合理性追求の結果である。この分業体制は、ホッカイドウ競馬と他場(特に南関4場)が競走馬の流通・利用に関して、相互依存的な体系を構築してきたということに他ならない。

だが、競走馬の流通・利用という観点だけで競馬を論じることは出来ない。競馬の根拠法である競馬法には競馬の目的は明示されていない*28とはいえ、競馬事業の収益性は無視し得ない*29。

ここでは収益性の観点から分業的競馬体制を分析する。

競馬事業の費用は、原則的には、売得金からまかなわれる。売得金額が大きいほど報賞金に充当しうる額も大きくなる。競馬に限らず、公営競技では的中投票券に対し、法令に記載された算式によって払い戻しがおこなわれる。その結果、的中投票券に対して支払われる配当金の総額は売得金額のおおむね75%となる。売得金額からの中投票券に対して払い戻しされた金額を差し引いた額の売得金額に対する比率を控除率という。したがって、公営競技の控除率は約25%となる*30。

*28 他の公営競技(競輪、競艇、オートレース)や宝くじは、それぞれの根拠法の第1条で事業の目的が明記されている。競馬法に競馬の目的が明記されていないのは、GHQによる馬事団体(=競馬の主権者)の解散という突発的な事件によって、現在の競馬法が急遽成立したという法の成立過程によるところが大きいと思われる(古林(2008))。

*29 ただし、自治体の収益確保を唯一無二の競馬事業の目的とする考え方(いわゆる財政競馬論)に対しては筆者は明確に反対である。

*30 控除率が低いほど消費者に有利ということになる。宝くじやサッカーくじの控除率は50%を超える。公営競技は宝くじやサッカーくじに比べると極めて消費者に有利な仕組みとなっていることを強調したい。

公営競技の主権者(競馬以外の公営競技では施行者と称する方が一般的である)は売得金額の約25%から、事業実施に必要な諸費用を控除し、その残額が剰余金として自治体の歳入に繰り入れられる(中央競馬の場合は、売得金額の10%を第一国庫納付金として国庫に納付することになっている)。

さて、以上のことを踏まえた上で、ホッカイドウ競馬の2歳馬による競走をみていこう。2008年4月29日の開幕から11月20日の閉幕まで82日間にわたって開催された2008年度のホッカイドウ競馬では全部で873競走がおこなわれ、そのうち2歳馬の競走が349競走おこなわれた。これは全競走の40%に相当する。ちなみに2008年度の大井競馬では、全1,179競走中2歳馬競走(2009年1月～3月の3歳馬競走を含む)は193競走で、これは全体の16%に過ぎない。

2008年度のホッカイドウ競馬の発売額を、競走馬の年齢構成別に見たのがである。売得金収入は113億9千万円であった。

表7は、2008年度におこなわれた全873競走を、古馬(3歳以上)、3歳馬戦、2歳戦に大きく3分類して売得金額を集計したものである。3歳馬戦は、基本的には、夏季までで、夏季以降は3歳以上となる。売得金額は、出走頭数、開催場、開催日の曜日、出走馬のレベル、発走時刻、他場発売の有無、さらに開催日の天候など多くの要因が作用する。したがって、一概にはいえないが、2008年度の馬券発売額を見る限り、2歳戦は競走数では40%をしめるものの、馬券発売額では32.6%に過ぎず、馬券発売額の点から見れば、2歳戦は収益性が低い。

さらに2歳戦の内訳をみると、フレッシュチャレンジ競走と2歳一般戦の1レースあたりの発売額が特に低いことがわかる。2歳一般戦は未勝利戦(これまで一度も勝っていない馬だけのレース)が中心で、レースそのもののレベルが低く、比較的早い時間帯

表7 競馬レース別発売額(2008年度)

		競走数	比率(%)	最高額(円)	最低額(円)	合計(円)	比率(%)	1Rあたり平均額(円)
古馬	交流重賞	2	0.2	174,986,000	153,563,900	328,549,900	2.9	164,274,950
	重賞	8	0.9	62,310,500	19,228,700	320,058,300	2.8	40,007,288
	特別	210	24.1	54,958,000	6,785,700	3,836,649,600	33.7	18,269,760
	一般	229	26.2	22,242,100	4,254,200	2,220,542,600	19.5	9,696,693
	小計	449	51.4	174,986,000	4,254,200	6,705,800,400	58.9	14,934,967
3歳限定	重賞	5	0.6	72,296,500	40,401,300	239,658,500	2.1	47,931,700
	特別	11	1.3	24,962,400	10,714,300	175,329,100	1.5	15,939,009
	一般	59	6.8	22,993,500	4,187,000	555,500,500	4.9	9,415,263
	小計	75	8.6	72,296,500	4,187,000	970,488,100	8.5	12,939,841
2歳	交流重賞	2	0.2	90,997,100	85,858,800	176,855,900	1.6	88,427,950
	重賞	6	0.7	48,562,000	32,492,600	243,938,600	2.1	40,656,433
	特別	30	3.4	38,625,800	7,937,700	635,343,600	5.6	21,178,120
	フレッシュチャレンジ	62	7.1	20,091,200	5,227,300	546,681,700	4.8	8,817,447
	ルーキーチャレンジ	24	2.7	22,933,700	7,124,700	286,312,800	2.5	11,929,700
	アタックチャレンジ	94	10.8	23,587,400	6,471,200	982,906,000	8.6	10,456,447
	一般	131	15.0	18,942,200	3,205,600	843,184,500	7.4	6,436,523
	小計	349	40.0	90,997,100	3,205,600	3,715,223,100	32.6	10,645,338
計		873	100.0	174,986,000	3,205,600	11,391,511,600	100.0	13,048,696

資料：北海道競馬事務所

におこなわれることが多いので発売額が低いのは当然であるが、フレッシュチャレンジ競走はそうではない。

フレッシュチャレンジ競走、ルーキーチャレンジ競走、およびアタックチャレンジ競走の3つはJRA認定競走である。JRA認定競走とは中央競馬会が賞金を助成し、当該競走に勝った馬に対して、中央競馬で開催される指定交流競走への出走資格を与えるというものである。フレッシュチャレンジ競走は新馬戦で、出走全馬が初出走である。ルーキーチャレンジ競走はフレッシュチャレンジ競走を勝ち上がれなかった馬が出走するレースで、出走経験が1走のみの馬による競走、アタックチャレンジ競走はそれ以外の2歳馬(ただしJRA認定競走未勝利馬)に出走資格がある。

なかでもフレッシュチャレンジ競走は中央・地方含め、わが国でもっとも早く実施される新馬戦である。近年、ホッカイドウ競馬でデビューし、中央競馬や南関4場で活躍す

る馬は少なくないが、こうした馬がデビューするレースであるから、関係者やファンにとって注目度の高い競走である。注目度は高いものの、表7を見れば明らかなように馬券発売額では奮わない。

ホッカイドウ競馬の競走で、格段に馬券の発売額が大きいのがダートグレード競走(=JRA交流重賞)である。これは1995年、中央競馬と地方競馬の交流を推進するために設けられた競走で、中央・地方を通じた統一的格付けがなされている。賞金額も大きく、中央競馬所属馬と地方競馬所属馬が覇を競うため、普段は中央競馬の馬券しか買わないファンでも交流重賞の馬券は購入する人が少なくない上に、全国の地方競馬場が揃って場間場外発売^{*31}を実施するので発売額は格段に大きくなる。

ホッカイドウ競馬では古馬で2競走(北海道スプリントカップ、ブリーダーズゴールドカップ)、2歳馬で2競走(エーデルワイス賞、北海道2歳優駿)がダートグレード競走

として実施されている。実施時期や、開催場などの要因が少なからず影響しているとは思われるが、同じダートグレード競走であっても、1レースあたりでみると、2歳馬のダートグレード競走は古馬のダートグレード競走の半分程度の売得金しかない。

他場で開催されるダートグレード競走と比較しても、エーデルワイス賞と北海道2歳優駿の売上高の低さは目をひく。2008年度、地方競馬主催のダートグレード競走は全部で36競走実施された。売得金額別にみると最下位が北海道2歳優駿(8,586万円)、下から2つめがエーデルワイス賞(9,100万円)となっている。この年のエーデルワイス賞は、第2次大戦前から長年にわたって開催されてきた旭川での最後の競馬開催日であったため、特に注目された日であった。例年であれば、北海道2歳優駿の売得金額はエーデルワイス賞を上回る^{*32}。その分の上積みを含めても1億円に届かなかったのである。

2歳戦の売得金額が奮わないのは他場も同じである。地方開催分のダートグレード競走でJpn Iに格付けされているレースは全部で9競走が2008年度に実施された。その中で最も売得金額が低かったのが、川崎で実施された全日本2歳優駿競走であった。川崎で実施されたダートグレード競走は5競走あったが、そこでも全日本2歳優駿は下から2番目の売得金額しかなかった。

わが国の競馬ファンはデータを重視して馬

券を推理するところに楽しみを見い出している^{*33}。それゆえ、過去の出走データが全く存在しない新馬戦は、注目するものの、馬券の発売額にはつながらないのである。大きくベットする、いわゆる「勝負レース」にはなりづらいのである。

2歳馬の競走の収益性が低いことは、いうまでもなく、2歳馬戦中心のホッカイドウ競馬にとっては不利な条件である。競走馬の流通インフラの性格を強めることにより、競走馬のマーケットのなかで重要な位置づけを確立した反面、収益に直結する興行面での採算性を低下させてしまっているといわざるを得ない。

6 結語：ホッカイドウ競馬の維持・発展をめざして

古林(2001)ではホッカイドウ競馬が、日本の競走馬流通のインフラストラクチャ的性格を色濃くしてきたことを明らかにした。単に馬産地北海道で開催されているから「産地競馬」なのではなく、新馬の流通拠点としての機能を持っているがゆえに「産地競馬」として特徴づけられるのである。

本稿ではホッカイドウ競馬が産地競馬として2歳馬競走に特化していく過程が、競走馬消費の場である競馬場において、これまで調教師が果たしてきた初期調教(=後期育成)機能が低下し、その機能が産地育成の成長に委ねられたという客観的条件と、それを担いづる条件がホッカイドウ競馬の側に備わっていたという主体的条件の両方から説明できることを明らかにした。いわば社会的分業の深化によって産地競馬としてのホッカイドウ競馬が確立したのである。

さらに、ホッカイドウ競馬が2歳馬競走を

*31 他主催者の馬券を委託されて販売することを場間場外発売という。この場合、非主催者の発売所は主催者の臨時場外発売所となる。他主催者の馬券を発売する場合は業務協力費として売上高の一定率を得ることができ(12~13%程度)。ホッカイドウ競馬についていうと、南関4場やばんえい競馬の馬券を発売しており、特に冬季休催期間中の貴重な収入源となっている。

*32 2007年の売得金額は、エーデルワイス賞が8,500万円、北海道2歳優駿が9,000万円であった。

*33 わが国の競馬ファンの特質に関しては岩崎(2006)などを参照されたい。

中心とし、全国に2歳馬を供給する拠点となったことを、2歳馬の供給を受ける側から検討した。その結果、今日の地方競馬が大井競馬を頂点とする、緩やかな「体系」を形成しつつあり、その重要な一部としてホッカイドウ競馬が組み込まれていることが明らかとなった。

しかしながら、現在形成されつつある「体系」は、中央競馬と地方競馬という2つの制度が併存し、かつ、その一方である地方競馬の側は各主催者が独自に競馬を開催しているという2制度多元競馬という制度的枠組のなかで、賞金格差の存在や多くの地方競馬の売得金額減少を契機として、自然発生的に形成されてきたものに他ならない。

端的に言えば、大井を頂点とする「体系」のもとで形成された地方競馬間の相互依存関係は、興行面から言えば、少なくともホッカイドウ競馬にとっては、今のところ必ずしも互恵的な関係を十分な形で構築しているとは言いがたいように思われる。

競馬と競走馬生産はあくまで競馬ファンの馬券購入でのみ維持・発展してきた産業である。国民的スポーツなどと称してはいるものの、企業の宣伝媒体的位置づけをめぐいされないプロ野球などに比べると、ある意味純粋なプロスポーツ競技であるといえよう。

わが国における競走馬生産は、第二次世界大戦後、軍馬需要の消失やモータリゼーションの普及によって、競走馬が産業・軍事的動物ではなくなり、競馬ファンのニーズに対応して発展し、今やわが国はサラブレッドの生産では世界で5本の指にはいる生産大国となっている。

わが国の競走馬（軽種馬）の生産は1992年の12,874頭をピークに年々減少を続け、2008年には7,369頭にまで落ち込んでいる。競走馬の需給が競馬の売得金額に規定される以上、競走馬の生産頭数が減るのは当然のことである。

だが、競走馬の生産頭数の減少は単に馬券の売得金額の減少だけによるものではないのではなかろうか。多くの地方競馬では、売得金額減少→報賞金削減→馬主の競走馬所有意欲の低下→競走馬資源の不足→魅力あるレースの消失→さらなる売得金額の減少という悪循環が形成されているように思われる。

その一方で、中央競馬に入厩する馬はかえって増加し、ほぼ飽和状態となっている。中央競馬では未出走馬や出走除外が問題となっている。競走馬の需給バランスから考えると、中央競馬への過剰流入と地方競馬での資源不足が生じているのである。

競走馬需給のバランスを回復させることが、競走馬生産の維持・発展の大きな課題である。そのためには地方競馬の復活・再生は重要な課題である。

本稿で明らかにしたように、ホッカイドウ競馬は自然発生的に形成された「体系」のなかで、2歳馬を供給するという、いわば下支え的機能に特化してきた。だが、そのことは競馬事業の収益性という観点からは不利な面があることは否めない。

自然発生的な「体系」から、各主催者の財政的維持をも含めたシステムへの展開・発展が強く望まれる。

地方競馬支援の観点から競馬法が改正され、連携計画の策定などの施策がおこなわれるようになってはいる。2005年度から2008年度まで、競馬活性化計画（競馬連携計画）に基づき、多くの事業が実施されてきているが、そのすべてが競馬システムの根幹に踏み込むものではない。各主催者が個別の得失だけではなく、より合理的な、地方競馬全体を意識した競馬システムの構築が求められているように思われる。

2008年度の地方競馬の売得金額の総額は3,757億円である。この金額は、同じ地方自治体が実施する競輪（7,913億円）や競艇（9,772億円）に比べ格段に小さい。一方、

2008年の中央競馬の売得金額は2兆7,502億円である。他の公営競技のファン層の厚さに比べると、競馬ファンの層は著しく厚いはずである。単純な見方に過ぎるといふ批判を覚悟で敢えていうならば、競輪や競艇に匹敵するくらいの売得金額があっても不思議はないのではなかろうか。

ばんえいを含む地方競馬の売得金額の24.9%は在宅投票（電話およびインターネットによる投票）によるものである^{*34}。在宅投票においては、適切な情報さえ提供されれば、全国どこの競馬も同じように投票できる。問題は適切な情報と投票に対するインセンティブをどう形成するかであろう。個別分散的な地方競馬から脱却し、競馬ファンを中央競馬会も含めたすべての競馬主催者が共有できる競馬システムが必要とされている^{*35}。

こうした観点からすると、2歳馬競走に特化したホッカイドウ競馬はひとつの大きな競馬システム形成の端緒として位置づけられるかもしれない。逆にいうと、長期的な視点にたっていえば、ひとつの大きな競馬システムが形成されない限り、ホッカイドウ競馬の発展はないのではなかろうか。

また、ホッカイドウ競馬の流通インフラとしての機能をより効果的に発揮させるためには、現在日高軽種馬農協やひだか東農協が5～6月に実施している2歳馬のトレーニングセールとホッカイドウ競馬を結合させるといふことも考えられよう。具体的にいえば、ホッカイドウ競馬の能検を競走馬セールとして活用するのである。現在、ホッカイドウ競馬のシーズン終了後に競走馬の市場（トレーニングセール）が開催されているが、これは競馬成績ですでに能力がある程度わかった

段階のセールである。能検を市場化すれば、トレーニングセール以上の仕上がりの即戦力としての競走馬を、将来性の期待を含んで売買できるのではないだろうか。こうした試みは流通インフラとしてのホッカイドウ競馬の存在意義をさらに高めることとなろう。

参考文献

- 地方競馬全国協会（1973）：『地方競馬史第2巻』地方競馬全国協会，1973年
- 道新スポーツ（1989）：道新スポーツ編『北の蹄音 ホッカイドウ競馬四〇年史』道新スポーツ，1989年6月
- 古林（2001）：古林英一「産地競馬としての「ホッカイドウ競馬」」『北海学園大学経済論集』49巻1号，2001年6月
- 古林（2004）：古林英一「日本競馬の現状と制度改革～コスモバルクとハルウララの意味すること～」『ギャンプリング*ゲーミング学研究』創刊号，2004年9月
- 古林（2008）：古林英一「北海道の馬と競馬の歴史」『北海道の馬文化と馬の知識』特定非営利法人とから馬文化を支える会，2008年3月
- 古林・岩崎（1999）：古林英一「軽種馬の流通」中央畜産会編『新たな時代の軽種馬生産』日本中央競馬会，1999年12月
- 岩崎（1991）：岩崎徹「産駒の育成と軽種馬経営」軽種馬生産経済問題検討委員会『軽種馬生産の経済』日本中央競馬会，1991年12月
- 岩崎（2005）：岩崎徹『馬産地80話』北海道大学出版会，2005年11月
- 岩崎（2006）：岩崎徹『競馬社会をみると、日本社会がみえてくる 国際化国際化と馬産地の課題』源草社，2006年6月
- 岩崎他（2001）：（代表）岩崎徹『平成12年度社会科学研究所開発支援事業 馬産業の経済波及効果と馬クラスターによる地域活性化に関する研究』ホクサイテック財団，2001年3月。
- 小山（2004）：小山良太『競走馬産業の形成と協同組合』日本経済評論社，2004年6月。増井・岩崎（1999）：増井好男・岩崎徹「産地育成の到達点と課題」中央畜産会編『新たな時代の軽種馬生

*34 地方競馬全国協会『平成20年度 地方競馬に関する資料』（2009年6月）による。

*35 例えばダートグレード競走の中央・地方両方の発売などの方式が考えられよう。この点については古林（2004）などで論じられている。

- 産』日本中央競馬会, 1999年12月
- 関・平田 (2008) : 関耕平・平田直樹「地方競馬の変遷—益田競馬馬主・大石正の聞き書き」『山陰研究』第1号, 島根大学法文学部山陰研究センター, 2008年12月
- 宇井 (1999) : 宇井延壽『日本の競馬 I — 法令等の変遷と主要事項—』近代文芸社, 1999年11月
- 和田 (1994) : 和田清『馬券ばかりが競馬じゃない』北海道新聞社, 1994年3月