

地方競馬がもたらす地域の賑わいと経済効果 について

企画・人材育成グループ	見上 司
地域創生・情報広報グループ	藤田 慶太
編集室	吉澤 利能

目次

1. はじめに	3
(1) 調査の背景・目的	
(2) 事例の選定	
2. 調査事例	4
(1) 帯広競馬場（北海道帯広市）	4
①概要	
②取組の経緯	
③取組の内容と効果・実績	
④今後の展望	
(2) 浦和競馬場（埼玉県さいたま市）	6
①概要	
②取組の経緯	
③取組の内容と効果・実績	
④今後の展望	
(3) 大井競馬場（東京都品川区）	9
①概要	
②取組の経緯	
③取組の内容と効果・実績	
④今後の展望	
3. おわりに	11

1. はじめに

(1) 調査の背景・目的

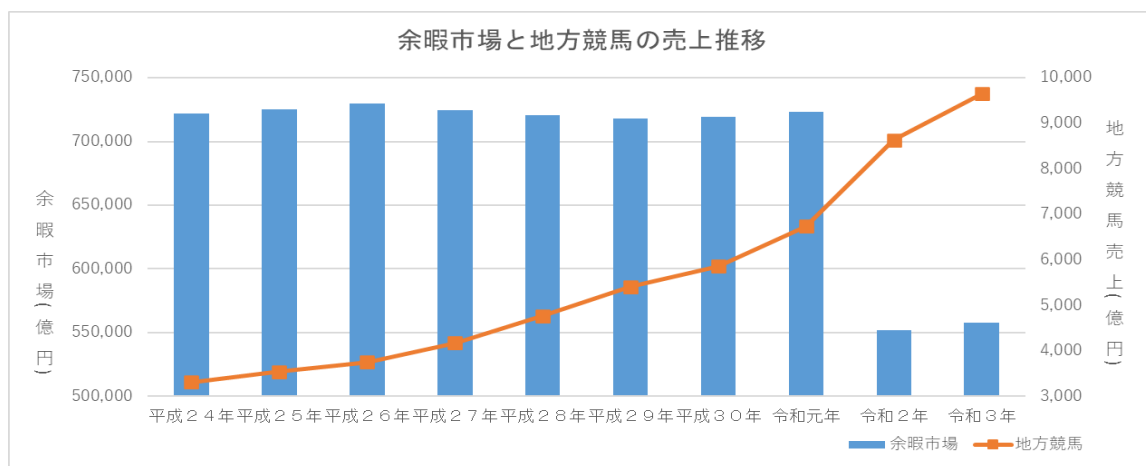
レジャー白書の調査によると、余暇市場は平成 8 年の 90 兆 9,140 億円をピークに縮小を続け、直近 10 年を見ると約 70 兆円で推移し、令和 3 年は新型コロナウイルス感染症の影響もあり 55 兆 7600 億円と大きく落ち込んでいる。その中でも競馬、競輪、競艇、オートレースといった公営競技は、余暇市場の中でも回復、拡大を続ける数少ない産業となっている。これら公営競技の令和 2 年、3 年度の売上は外出制限による巣ごもり需要により大きく増加したといわれるが、令和元年度までに注目しても右肩上がりに上昇している。これは各種公営競技がバブル崩壊以降の低迷時期にクリーンな場所としてのイメージ戦略として CM を放送し、また、直接来場するか電話でしか購入できなかったところを、場外発売場やインターネット販売を導入することで、誰でもどこでも手軽に楽しめるようにしたことが売上の上昇した要因ではないかと考えられる。

「地方財政の改善」を趣旨として設置されている公営競技において、売上の増加は設置自治体の財政へ直接影響を与えると同時に、公営競技納付金制度（※）により、その他の自治体にも還元されている。また、売上で社会へ貢献すると同時に、公営競技は人を集めて賑わいを創出し、運営のために地域で雇用を生み出す地域密着型施設としての機能も担っている。

本調査では公営競技の中で歴史が最も長く、地域に根付いた文化である競馬に焦点を当て、特に自治体が運営主体である地方競馬についてどのように地域に影響を与えているか、その役割や効果と今後の在り方を調査する。

※公営競技納付金制度

公営競技の収益のうちから、その売得金又は売上金の額に 1,000 分の 12 以内において政令で定める率を乗じて得た金額に相当する金額を地方公共団体金融機構に納付するもの。地方公共団体金融機構ではそれを地方公共団体健全化基金に積み立て、その運用益等を貸付利率の引き下げの財源として活用している。



(「レジャー白書 2022」により作成)

(2) 事例の選定

調査にあたり以下の 3 地方競馬場を選定した。

① 帯広競馬場（北海道帯広市）

馬が鉄のそりを引く「ばんえい競馬」は世界で唯一帯広市のみで開催されており、北海道開拓期からの歴史と馬文化を守る施設となっている。

② 浦和競馬場（埼玉県さいたま市）

浦和競馬場は市街地に位置し、全国的に見てもコンパクトな競馬場で、地域と密着しながら運営を行っている。

③ 大井競馬場（東京都品川区）

地方競馬において入場者数と売上が最多で、地方競馬をけん引する競馬場である。

2. 取組事例

(1) 帯広競馬場

① 帯広競馬場の概要

帯広競馬場は北海道十勝平野の中心にある人口約 17 万人の帯広市に位置しており、帯広市が運営をしている。競馬場の特徴としては中心市街地に近く、駅やバス停が比較的近くにあるため、多くの競馬ファンや観光客が訪れ、その利便性の良さから観光地化している。

また、他とは違う特徴として、通常の競馬とは異なり北海道開拓の際の農耕馬であった体重 1 t 前後のばん馬たちが、そりを曳いて力とスピードを競い合う世界で唯一のばんえい競馬を開催している。

世界で唯一という特徴もあり、全国の競馬場の中でも観光客が多く訪れる競馬場となっている。



入口側に実物のそりが置かれている



入場口は迫力のあるばん馬の写真

②取組の内容と効果・実績

帯広競馬場では競馬場を「ギャンブル場からレジャースポットへ」というコンセプトのもと、競馬自体を好ましく思わない方にも来場いただき、楽しんでもらうため施設整備やイベントに取り組んでいる。

ア 地域住民との繋がり

場内にあるふれあい動物園では、馬とふれあうことができ、小さな子ども連れの家族など馬券を購入しない方々にも多く来場いただけるようになっている。また、コロナ禍で見合わせていた「馬のふれあい出張」を再開し、市内幼稚園や保育所への馬車運行を行うことで地域の子どもたちが馬とふれあえる場を設けている。

他にも馬の資料館があることから、市内学校の社会科見学でも活用されており、地域住民にとっては子どもの時からふれあい学ぶ環境があり、身近な存在となっている。

イ 地域とのつながり

帯広市単独開催であることから、収益の一部を市へ繰り出しており、令和 3 年度は約 1500 万円の繰り出しを行った。この繰り出し金は市営のおびひろ動物園の整備に充てる予定となっており、おびひろ動物園では家畜ふれあい舎建設が進められ、競走馬を引退した馬が活躍でき、馬とふれあえる新たな場所が新設される。このように収益の一部が市へ還元されていることを PR することで、地域の方々のばんえい競馬に関する理解が深まるよう努めている。

他には、毎年 10 月ごろに地元商工会が中心となっていく「ばん馬まつり」の開催など、地元業者や十勝総合振興局と共にイベントを開催することで地域連携を行っており、来場促進に向けて取り組んでいる。

競馬場敷地内の複合施設「とかちむら」では、十勝産の食材を使用した飲食店や産直市場があり、競馬外でも普段から楽しめるような場所となっている。

また、競馬場は、大規模災害時の指定緊急避難所として定められている。

ウ 地域経済への取組

令和 4 年度は、大人気ゲームとのコラボイベントを 3 日間行い、約 15,000 人が来場し、期間中は市内の宿泊施設も空きがない状況となり、まちの賑わいに効果をもたらした。

ばんえい競馬による経済波及効果は、令和 3 年度に北海道国立大学機構帯広畜産大学が実施した調査結果では、約 61 億円もの効果が算出されている。

インターネット販売が馬券購入の主流となる中で、来場者を増やすための取り組みとして、上記以外にもイルミネーションの設置や壁画作成などに取り組んでいる。



競馬場横の複合施設地図



ばん馬が障害を越える様子

③ 今後の展望

今後ばんえい競馬の魅力をより多くの方に伝えていくために、これまでと異なる手法、技術の研究に取り組み、実践していく必要がある。他の競馬場と異なり、観光客が多くその年齢層も幅広いことから、様々なニーズにこたえられるようなサービス向上に努めていく。

また、地元をはじめ全国の多くのファンに向けて、今後もばんえい競馬の安定的な運営のため、市が一体となって考えていくことが重要だと考えている。

令和 5 年 12 月にはおびひろ動物園で家畜ふれあい舎がオープンすることから、日中は動物園でばん馬にふれあい、その後夕方からは競馬場に来場いただくための工夫を行っていく。市の主要な観光資源の一つとして地域との一層のつながりを図っていく。

(2) 浦和競馬場

① 浦和競馬場の概要

浦和競馬場は人口約 130 万人都市であるさいたま市にあり、埼玉県とさいたま市で構成される埼玉県浦和競馬組合が運営している。競馬場の特徴としては住宅街の中心に立地しており、スタンドから走路を見ると隣接する住宅地が見え、馬の待機場とパドックの間には公道が通っている。住宅街の中心という立地を生かし、競馬開催に関わる日以外において、走路内側の場場内エリアを公園施設として開放している。また、台風等の際に川が増水した場合の調整池として周辺の浸水被害防止の役割を担っているほか、火災等の広域避難場所に指定され、食料や毛布等を備蓄しており、現在は非常用発電機棟の建築を進めている。



ビジョンの奥に広がる住宅街



道路を挟んで馬を移動させる様子

②取組の内容と効果・実績

ア 地域住民との繋がり

競馬の開催において、地域住民との繋がり是最重要事項となっている。周辺 14 自治会で構成される浦和競馬場周辺対策協議会にて、翌年度の開催日数や運営にかかる重要事項の意見交換を行っている。地域住民が主体となって年 1 回開催される「南区ふるさとふれあいフェア」では、会場を無償提供し、また、小中学校等が新型コロナウイルス感染症の影響で遠出しての課外学習が難しい時期には、課外学習の場として利用されていた。他にも自治会や周辺小中学校への地域活動の補助、開催時の巡回警備といった防犯対策のほか、駅と競馬場の動線道路の清掃による環境対策も行っている。

日の入りが早い時期の薄暮開催用として、令和 5 年 3 月に走路用の照明を設置したが、ナイター競馬は地域住民の生活を考慮し行っていない。浦和競馬場が地域住民にとっての迷惑施設とならないよう、地域あつての浦和競馬場という意識で地域貢献を行っている。

イ 地域との繋がり

埼玉県及びさいたま市に対して、令和 3 年度決算においては 19 億 5 千万円を配分金として拠出し、地方財政の改善に寄与している。また、令和元年度には台風 19 号の被災者支援のための寄付を埼玉県に行い、また、新型コロナウイルス感染症対策支援として令和 2、3、4 年度にも寄付を行っている。また、競馬開催時に県内市町村や JA 等とタイアップし、その地域を冠したレース名を開催すると共に、地域の特産品や名物等を販売する地域連携を行っている。

埼玉県社会福祉協議会を通じて「浦和競馬こども基金」を立ち上げており、令和 5 年度は子ども食堂等の事業を行っている 89 団体への助成を決定している。他には公益財団法人埼玉県国際交流協会を通じ、埼玉から世界へ羽ばたく人材を輩出することを目的に 1 ヶ月

以上の留学等の海外体験活動を支援するための「浦和競馬チャレンジ奨学金」を創設し、社会貢献活動も行っている。



草加市の PR の様子



場内に掲載されている子ども食堂 MAP

ウ 地域経済への取組

浦和競馬場は平日に開催しているため、平日の駅周辺の賑わいには寄与しているが、周辺は住宅街で商店等がほとんどないため、競馬場に人が集まることによる周辺への間接的な経済効果はほとんどない。住宅街の中心で数百人規模の雇用を生み出していること、上記した県と市への配分金、そして社会福祉法人を通じた助成等によって地域との連携・共栄を図ることにより地域の振興に貢献している。

④ 今後の展望

浦和競馬場の新型コロナウイルス感染症の影響前の来場者数は 18 万人前後であったが、令和4年度は約 11 万人と来場者数はまだまだ回復していない。インターネット投票での売上が9割を占める中、浦和競馬のファンとして定着してもらうために実際に競馬場へ来場してもらい「馬の迫力」「騎手の躍動」「レースの感動」「競馬場の開放的な雰囲気」を肌で感じてもらうことで、競馬場でしか得られない価値の創出を目指していく。また、馬の躍動感のある写真を撮影しに来る人や、馬や騎手の応援を目的とした「推し活」をする人といったギャンブルだけではない楽しみ方をしている来場者ひとりひとりのニーズに合わせたサービスを提供していくことにより、浦和競馬場としての価値を高めていく。

(3) 大井競馬場

① 大井競馬場の概要

大井競馬場は人口約 40 万人の品川区にあり、数ある競馬場の中で都心から最も近く、令和 4 年度売得金 1900 億円、利用人員数 2000 万人を誇る地方競馬最大規模の競馬場である。一部事務組合（東京 23 区で構成）である特別区競馬組合が運営し、施設は東京都競馬株式会社が所有している。

同競馬場は埋立地である勝島に立地しており、浜松町駅から羽田空港方面のモノレールで約 8 分。オフィスビルや物流拠点の中に突然競馬場が現れる。東京モノレール大井競馬場前駅に隣接しており、駅からはコースの他、競走馬が管理されている厩舎を見ることができる。

著名人を起用した CM など、地方競馬という枠組みにありながら、知名度は高く「東京シティ競馬（TCK）」の愛称で親しまれている。

また、同競馬場の名物である日本初のナイトレース「トゥインクルレース」は、1985 年に競馬法施行令及び競馬法施行規則を改正（※）し、競馬の開催時間を拡大することで実現した看板イベントである。

同イベントは、当初のターゲットである都心の仕事終わりのサラリーマンのほか、現在ではイルミネーションイベントと連携することで、都心のデートコースとして人気を集めるまでになった。都心ならではの集客力と地方競馬を牽引する先進的な取組が特徴的な競馬場である。

※昭和 60 年 7 月 2 日 政令第 213 号 競馬法施行令の一部を改正する政令

② 取組の内容と効果・実績

ア 住民との繋がり

同競馬場の位置する勝島は埋立地ということもあり、住宅地と競馬場は隔離されている。このことから、大井競馬場と地域とのかかわりは薄く感じられるが、組合職員が地域の自治会の会合へ参加する仕組みができており、自治会行事への参加やイベントへの協力、運動会での会場提供などにより、競馬場への理解促進を図りつつ、交流の場としての機能を担っている。

イ 地域とのつながり

東京 23 区民にとって身近な存在であることを伝えると共に、各区の PR を行うこと目的に、各区の地名等にちなんだオリジナル名称のレースを実施している。また、レースに合わせ、各区の PR 動画を MX テレビやインターネット中継で放映している。

また、1100 人分×3 日分の食糧等を常時備蓄しており、東日本大震災時には帰宅困難者に対して、施設開放を行い、また、新型コロナウイルスのワクチン接種会場として、提供実績するなど、地域との協力体制を築いている。

ウ 地域経済への取組

周辺に商店等が少ないこともあり、来場者が競馬以外で周辺地域にお金を落とすとは考えにくい。このような立地的条件からも、競馬場の賑わいで周辺地域にもたらす間接的な経済効果より、高収益化による 23 区への直接的な財政支援に重きを置いていると感じられた。

実際に、令和 3 年度の 23 区に対する分配金は 138 億円にものぼり、一例として、足立区においては、同分配金を「将来有望な人材の育成」を目的とした給付型奨学金の主な財源として活用するなど、政策の実施に大きく寄与している。

③ 今後の展望

同競馬場は在宅投票（ネット購入）の拡大と、新たなファンの獲得を目指している。

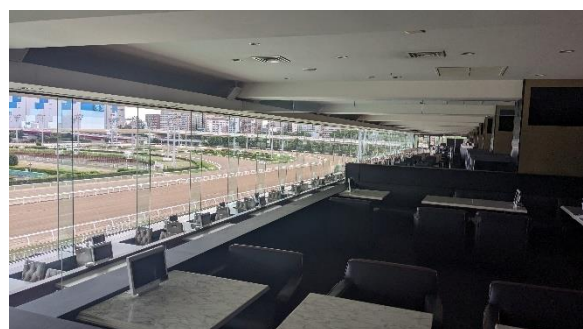
感染症の蔓延に合わせ、同競馬場においても在宅投票が急増し、令和 2、3 年度では売上の 9 割が在宅投票となった。在宅投票により顧客が全国に増え、売得金も増加した。楽天競馬などの民間企業との連携で、在宅投票のさらなる拡大を図っている。一方で、在宅投票はあくまで入り口であり、今後はやはり競馬場への来場者も増やし、競馬場の迫力や公営競技を愛するコミュニティとの触れ合いも増やしていきたいという。

同競馬場は、トゥインクルレースをはじめ、イルミネーションイベントや洗練されたビューッフェ付きの予約シートなど、先進的な取り組みを進めることで、新たな顧客層の開拓に注力してきた。結果、従来、競馬場で目にする事のなかったカップルや、女性客を新たな顧客に取り込むことに成功している。

アクセスのしやすさや開放的な施設や広い敷地、そして地方競馬を牽引する姿勢などが掛け合わさることで、高齢者や子育て世代など、新たな地域コミュニティの拠点となりうると感じられた。



東京都特別区の運営のため、23 区全ての区章を掲示



スタンドには各種座席を用意



開けたパドックの様子



北門の様子

3. おわりに

これまで競馬に関心の無かった人は、競馬場をギャンブルや賭け事をするダークな雰囲気を持つ場所といったイメージを持たれたままの人也有可能性がある。しかしながら今回調査を行った3施設はギャンブルの側面だけではなく、「推し活」や「馬とのふれあい」といった新たな楽しみを見出す人も増えており、競馬というスポーツエンターテインメントを楽しむほか、レジャーとして施設を楽しむことのできる場所になっている。そして新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着き、コロナ禍の巣ごもり需要で競馬を家で楽しんでいたファンが来場した際には、競馬場でしか得られない価値、魅力を感じてもらえるように各競馬場がさらなる施設改修やサービス改善に向けて取り組んでいる。

今回視察した競馬場を含めて、競馬場では自治体のイベントを開催することができる。競馬場の開催日には一定の来場者数が見込まれるため、PRイベントを考えている自治体にとっては良いPR施設ともいえる。「勝ち馬に乗る」チャンスは今かもしれない。