

第2回岩手競馬経営の将来方向検討会議 会議要旨

1 日 時

平成22年12月22日（水） 14:10～16:10

2 場 所

奥州市役所江刺総合支所 213会議室

3 出席者（委員10名、構成団体6名、県競馬組合4名）

（1）委員

座 長	藤 井 克 己	岩手大学学長
職務代理者	八木橋 伸 之	弁護士
委 員	雨 宮 敬 徳	地方競馬全国協会理事
委 員	及 川 富美人	水沢信用金庫理事長
委 員	荻 野 洋	(株)日本レストランエンタプライズ取締役会長
委 員	加 藤 久 智	(株)IBC 岩手放送ラジオ放送部専任部長兼アナウンス部専任部長
委 員	倉 原 宗 孝	岩手県立大学総合政策学部教授
委 員	佐々木 岳	水沢青年会議所理事長
委 員	下 田 栄 行	公認会計士
委 員	鈴 木 宏 延	岩手県中小企業団体中央会会長

（2）構成団体・県競馬組合

- ① 岩手県：小田島農林水産部長、松岡競馬改革推進室長、菅原競馬改革推進監
- ② 奥州市：後藤副市長、栗野総合政策部参事兼競馬対策室長
- ③ 盛岡市：鷹觜競馬組合経営改善対策事務局長
- ④ 県競馬組合：高前田副管理者、大友事務局長、平野経営管理部長、小野業務部長

4 会議の概要

（1）開 会

菅原競馬改革推進監の進行により開会

（2）協議

- ① 岩手競馬の現状（第1回会議を踏まえた現状説明）
- ② 岩手競馬の課題の論点整理

松岡競馬改革推進室長から、岩手競馬の現状について、資料に沿って説明。

座 長：これから、次回の検討会議以降で検討すべき項目を整理していきたい。

発言に当たっては、岩手競馬の安定的経営に資する項目であれば、事務局から説明のあった事項に限ることなく、意見・提案を出していただきたい。

また、本日は年内最後の会議となっているが、来年度から早速実施すべきでないかという提案があれば、忌憚のない発言をお願いしたい。

論点の整理にこれから入るが、岩手競馬の経営安定に向けた視点として、2つのテーマが

あろうかと思う。

1つは、厳しい経営環境の下であっても、発売額や入場者数を確保していくための方策。

2つ目は、発売額が伸びない場合であっても、安定的に経営できるような収支構造、事業体制を確立するための方策。

最初に、発売額や入場者数を確保していくための方策について、意見等をいただきたい。

委員：公営競技は、全て売上げが落ちてきており、そのような中で競馬だけをこれから良くしようとしても、今の経済情勢、最近の賃金体系から見ても、なかなか可処分所得が多くなる状況でない中、かなり大変ではないか。

競馬は、貸し倒れや売掛というものがない競技であるので、そのような点では収入に見合った支出をやっていけば、良いのではないかというのが率直な意見。

パチンコも良いように見えているが、最近では不況業種に入ってきており、なかなか伸ばせないのは、携帯電話にやられているという話が多い。若者一人平均2万円くらい使うそうで、そうなってくると、お金がなくなって、今日も競馬場に行ってみて分かるとおり、ほとんど固定客か、お年寄り。

そのような中でやっていくには、経費の面である程度考えていった方が良いのではないかとということ、自場を増やさない限りは、なかなか大変ではないかと思う。岩手競馬では、一生懸命他場売りをやっており、手数料がどの程度入るか分からないが、25%入る自場を伸ばさない限りは、収入と支出の割合が大変になってくるのではないか。

どの程度他場を売ると利益が出るのか、赤字になっていないのかという点も聞いてみたい。

委員：1のテーマと2のテーマでは、ちょっと議論のレベルが違っていると感じている。個人的には岩手競馬は残すべき素材だと思っているが、一方で、かなり厳しいだろうと思う。

従来の競馬に関わる手法から出されたアイデアが効果を出してくれれば良いと思うし、できればそれを期待したいところであるが、全然ダメだというならば、従来の競馬とは全く違うところから出発した議論も必要ではないか。

発売額、入場者数の確保については、客層、世代を変えることはその通りだと思うし、馬事文化や観光事業など、色々なアイデアが出されており、その辺については、細部について議論が必要かと思う。

安定した収支構造という点に関しても、従来の競馬事業という枠組みの中で安定するならば、その枠組みで考えて良いと思うが、そこに限界があるならば、全く違う分野から出される色々な事業提案、それが相まって、安定したものになるかもしれないと思っている。

赤字即廃止というのは、安定した事業運営には厳しいのではないか。1歩下がって2歩進めるような事業ができないというのは、その中で安定すれば一番良いとは思いますが、かなり制約になっていると思っている。

例えば、日本で最初に競馬事業を国際化し、仮に世界的には無理だとすれば、どこかの国との国際化。それは競馬事業であると同時に、その国際化したところの物資の流通や、馬を通じて、別の何かを流通するパイプを作るなど、そのような発想もあるのではないか。

委員：12月11日に、民放でロックハンドスターの特集番組が早朝からあったが、競馬好きの人から話を聞くまでそのような情報を全く知らなかった。ロックハンドスターというこれからのスターに懸ける関係者の熱い思いが伝わる良い番組だったが、なかなか世間の知ると

ころではないという感じがしている。

別のイベントで、土曜日に集まりがあったが、B級グルメでちょっとしたサンプルを出したら、これがまた人が来る。もう寒くなってきたので、オープンなスペースではできないと思うが、B級グルメは集客の大きなパワーになると痛感した。

委員：日本全体が少子化傾向であるし、企業業績が上がったといっても、ほとんど海外移転で、雇用関係もどんどん悪化している中では、全体の消費需要が縮小することは目に見えている。そのような中で、一競馬をとというのはなかなか難しい。これは前提だと思う。

いずれにしてもIT化はどんどん進んでいく。IT化によって新しいマーケットは出てくると思う。今まで疎かった、岩手に来られなかった人たちも入ってくるということだと思うが、どこまで期待するかは大きなポイント。

もう一つは、国際化ということ。

大きな流れの中で仕組みができてくるので、その辺の見極めをどうするかによって変わる。前回の民営の議論というのは、委託の議論であって、完全な民営化の議論ではない。民営化の議論というのは、資産評価をしてどうするか、それで、県の借金をある意味肩代わりしてやってくれるかどうかという問題になってくる。

それを株という形で置き換えていくわけで、その場合には、県民の納得のできる損切がどこまでできるかという深刻な議論になってしまうと思うが、その損切をどこまで納得してもらえるかという議論につながる。

当面どうするかについては、賃料や手数料は、来年度予算を立てるに当たっては、全てを見直す。今までも相当見直していると思うが、払っている手数料、賃料は、減額する。それから取れる料金は全て取る。食堂経営などに当たって、何がしかの料金を取っているが、その料金の取り方を見直ししていく。相手が逃げる可能性もあるが、逃げるのであれば、別の人を入れるなど、ギリギリまでやるという必要があるのではないか。

それと、広告宣伝費の使い方。この辺は当面の問題として、去年やったから今年もではなく、広告などの出し方もかなり違う。例えば、報道として流していないところの広告宣伝費は切る、協力してくれるところは増やすということは、作戦的にも必要。平等性などはかなぐり捨てること。

委員：発売・入場者に関し、お金のかからないやり方ということであれば、もっと情報発信がむしやりにやるしかないのかなと思っている。民間の企業であれば、広告宣伝でお金をかけずにできることは全てやるはず。例えば、市役所や県庁に開催期間中は常にPRで何か広告を、誰の目にも触れるように出すとか、そのようながむしやんな情報発信をしたとしてもおそらく現状維持くらいになるかもしれないが、その辺はもっと力を入れられるところではないかと考える。

例えば、JRAはCMなどをいっぱい流している。あれは、直接馬券を買うか買わないかは別としても、非常にメジャーなイメージが付く。岩手競馬に限って言えば、岩手競馬に対してネガティブなイメージしかないの、そういった意味でもイメージを変えていくという努力も含めて、情報発信は必要ではないか。

委員：がむしやらさという言葉が出たが、確かにひたむきに全面展開するという姿勢があまり見えないようだ。先ほど話をした番組も知る人ぞ知るであって、折角良い番組であるが、ほ

とんど拡大になっていない。そういう番組を放映するというをPRするだけでも良いのだが。

委員：平成23年度を考えるのであれば、24年度からの中央競馬会との相互発売に向けた準備期間と位置付けるべきではないか。プラス面での試算も是非やっていただきたい。中央で売れる商品、全国にアピールできるレースのラインナップを揃えられるのか、そこから逆算してここ1、2年を考えた方が良いのかなという気がしている。

中央の電話投票会員に中央競馬会で売るにふさわしいグレードのあるレースを売ることであれば、そういう商品を作らなければならない。そう考えた時に、例えば賞金が高いレースを作るには、今のレース数で良いのかや、同じ賞金総額であれば、レース数を絞って高い賞金のレースを作った方が売りやすいのではないかという気にもなる。そういったレース編成にする際に、レース編成面でのリストラができるのかというのは、やはり相当現場を交えないと理解を得られないのではないか。騎手、調教師、馬主、そうした人たちの意見も当然聞く場を設けないと現実の話になってこない。

それから、イメージ作りの問題があり、水沢はどのような競馬場か、盛岡はどうかと考える時に、盛岡は芝コースがあり、経費が掛かって大変なので止めた方が良いという議論もあるが、それは競馬ファンからみるととんでもない話。あれだけの財産をなぜ使わないのかとなる。例えば、開幕の時と、秋以降は全部水沢で開催することで岩手競馬の本拠地は水沢であるというイメージ作りをしてしまう。一方で、暖候期に盛岡での開催を集中させる。何故かという芝コースを通年で使える。そうなると中央競馬の馬主も「だったらうちの新馬で良い馬を盛岡で下そうか」となってくる。盛岡で芝やったあと、また水沢でダートにあって、また盛岡に戻ると、少し場変わりが頻繁すぎると思う。もう少し体系的なレース編成を組むということは、そんなにお金をかけないでできることなので、来年に向けてやっていただきたいと思う。

最終的には日本の競馬は一つになるという気がしている。ただ今ある競馬場を全部助けると供給過剰になってどこも助からないという話も出てくる訳で、全国の競馬の中で岩手競馬が生き残っていくためにはどうしたら良いのか、そういう見方、考え方で長期的には考えた方が良いと思う。短期的に言えば、競馬場そのもののイメージ作り、24年度から中央との付き合いが開始されるとして、その時にどういったレースを用意できるかということをもっと具体的にやらないと間に合わないと思う。

座長：単年度赤字という問題があるので、目の前の一年のことを一所懸命考えるという必要もあるが、長期的な戦略ということも今後考えなければならない問題である。

委員：情報発信については、その情報に人を引き付ける思想がないと、単に岩手競馬に来てくださいでは来ないのではないかと。単に競馬維持ではなく、岩手のために、あるいは国のためにこんな影響を及ぼすかもしれないという思想を乗せた情報発信も必要ではないかと思う。

委員：この検討会議で将来方向について色々話し合うことは大切だが、一方で岩手競馬は待ったなしの状況。このタイミングでこの会議を立ち上げたということは、待ったなしの意見を聞きたいということが構成団体の意図するところではないかと考えている。

発売額の確保、入場者の確保、一方で、コストの面では160億円でも岩手競馬がやれるかどうか、そこからスタートして、そのためにどのように無駄を省くとか、無駄とは言わないが、テトラックが全て必要なかどうか。それから、水沢競馬場と盛岡競馬場の話があ

ったが、それは輸送費もかかるので、水沢競馬場をメインとして、ダートグレード競走があるときだけ、盛岡競馬場を使うなど、そのようなところで160億円で岩手競馬ができるのかどうか、そこからがスタート。

一方で、発売額や入場者の増については、土日開催中心では、商品の差があるので、どうしてもファンは中央競馬を買ってしまう。岩手競馬のネット発売のシェアもまだ十数%で、同じように土日やっている競馬場はそのようなシェアが精一杯。そこで高知に提案したのは、時間をずらすということで、ナイターで50%プラスになっている。これから中央との連携により、土日に地方側もJRA側の会員に買ってもらえるような状況になるが、同じ時間帯だと、商品の差でどうしても買ってくれない。時間をずらせば、土日にパソコンや携帯電話で中央競馬を買っていたファンの目が向くのではないかと。隙間を狙って、発売の増を考えていかなければならないのではないかと。

待ったなしの対応というのは、体制全体のコストの面と、発売の仕方の方法の具体的なものを出して行くべきではないかと思っている。

座長：具体的な数字がないと、プランを作ってもシナリオを描けない。シミュレーションをちょっとやらなければならない。関係者の意見を広く聞いて取りまとめるという意見もあった。

(休憩)

座長：前半の知っていただく、来ていただく、買っていただくという課題については、意見はもうよろしいか。

委員：「とちまちら」について、随分とうまくやっているなと思って話を聞いていた。今回の資料では盛岡競馬場周辺は都市計画地域だから開発できないという議論となっているが、農振地域にも指定されているのか。保安林はかかっているようだが。

例えば山を少し崩して、アウトレットモールのような施設を民間が作るようになった場合に「駄目だ」という話になるのか。それとも、盛岡市長に掛け合って話してみることになるのか。農振地域の指定は知事になるのかもしれないが、盛岡に関してはそういったことはほぼ不可能だということか。

「とちまちら」は、キッチンが7店舗、スイーツが3店舗、産直が2店舗とあるが、これにアウトレットモールをくっつけるようなことを誰かがやってくれるとした場合はどうか。ショッピングモールに女性向けに買いやすい馬券の自動発売機を設置して、自分で選ぶのではなく、知事推薦銘柄とか、ふじポン推薦銘柄などを1,000円位で買いやすい形に入れておき、翌週また来れば結果が分かるといったようなことを民間の誰かがやってくれるということであっても、無理だということなのか。

事務局：盛岡競馬場周辺の農振地域の範囲については、一部はかかっていると聞いているが、全体がかかっているかということについては後で確認させていただきたい。

また、「とちまちら」については、競馬場の敷地内に作ったということなので、盛岡競馬場の駐車場に「とちまちら」のような施設ができたということになる。そうすると、盛岡競馬場の周辺は既に開発済みであるから、後はそこに具体的にどのような施設を作るかということになると、盛岡市などとの個別協議によって判断されるものと考えている。

委員：土日は買い物客の方が多く、競馬に来た人が駐車場を使えなくなるなど色々と問題があるかもしれないが、それでも当面は自動販売機を置いて売上げが伸びれば良いわけで、そういったことが可能ということで良いか。

事務局：個別具体的にどのような施設が設置されるのかということと、周辺地域にどのような影響を与えるかという個別判断になると思われるので、現時点では良いとも悪いとも言えない。

委員：テトラックの位置をマップで示しているが、意外なところにあるなというのが率直な感想。どうして、青森市や秋田市に無いのか。三本木など人口集積地から少し離れたところに設置しているのか。理由があったら教えていただきたい。

競馬組合：場外発売所の設置については、地元との協議、そして交通関係の問題も生じることから警察との協議など、様々な協議が出てくる。したがって、基本的には設置する地元の方針・考え方に沿った形で設置をしてきている。

特に県外の場合は、地元協議が難航することから、地元からの設置要望があって、それを踏まえる形で設置をしてきたところ。

委員：例えば、今、青森県では新青森駅ができて非常に周辺の場所が空いている。青森の市街地に人を集めるためにどうすれば良いか青森市長も頭を悩ませている。

そういった意味では、今一番良いタイミングではないかと思う。青森市や弘前市など、少し知事レベルで話しをするなどしてはどうか。引き続き努力していただきたい。裾野は広がると思う。

収入という点では、色々な旅行会などのクラブがあるが、JRでは「大人の休日倶楽部」というものがあって、何十万人という会員がいる。こういうところと組むと、特別なツアーをセッティングする。JTBなどにも色々なクラブがあるので、できればそのクラブにもアプローチしてはどうか、これは一つのアイディアであるが申し上げておきたい。

お金が入ってくることは何でもやるという点では、例えば桜並木を一般開放するのであれば入場料を徴収するとかということもある。

座長：それでは、利用者の増、購買単価を上げていくための方策についての意見交換はここまですてにして、後半は、「安定的に経営できるような収支構造」、この中でも待ったなしに関することでご意見もいただいているが、IT対応や共同トータリゼータシステムについてなど、何か情報はあるか。

委員：共同トータを設置することで、中央との相互発売が可能になる。また、中央のシステム開発によって、中央のインターネット会員が地方競馬を買えるようになる。これまで、どこか地方競馬の場外で馬券を買って、地元に戻ったら払い戻しを受けられないという状態でファンからもクレームが来ていた。この共同トータができればどこで買ってどこでも払い戻しができるようになりファンの利便性の向上につながる。

中央との時間差ということがこれから非常に大事だと考えている。例えば、佐賀競馬も小倉競馬場に場外発売所を有していたが、同じ時間帯に競馬を実施するので、いくらそばにあっても中央のファンは馬券を買いに来ない。そこで、佐賀競馬は小倉競馬場から撤退した。設置していても売上げがコストに見合わない。

岩手競馬も府中競馬場で発売しているが、同じ時間帯に岩手競馬を売っても、やはり中央のファンは、府中競馬場のレースを見るし、他の場のレースを見る。そこにどうしても時間

差が必要。平日に開催すれば時間のずれは作れるのかもしれないが、それが岩手競馬にとっては衰退の原因になるかもしれないので、土日に開催しながらでも、ずれを狙うということはものすごく大事ではないかと思う。

委員：一番大事だと思うのは、どういう商品を売るかということで、これはまさに競走計画そのもの。先ほどの薄暮競馬のように買いやすくするとか、土曜日はあまり売れていないので曜日を変えるとか、そういった議論があまりされていない。これは、先ほどの意見にもあったように馬主や競馬関係者の意見も聞かないといけないと思うが、過去何年間かの中で、魅力ある商品づくりといった商品計画が議論されてきていない。

委員：中央競馬のファンで、最終12レースを買った人がその余韻があるうちに、その後に地方競馬はまだやっているなというのが良い。例えば、BAOO高崎では土日中央競馬も売っており、ナイター競馬をやっていると何割かの中央競馬のファンが残ってくれて、まだあそここの競馬はやっているということで買ってくれる。

先ほどのIT化の話になるが、日本全国の競馬ファンが、インターネット銀行を通じて携帯電話で馬券が購入できるので、中央の最終レースが終わったあと、携帯電話をパッと見て、まだ岩手競馬は3レースあるとなればこれを買ってくれるファンが出てくる。そういう期待感がある。

委員：これまで薄暮競馬をやってきていて、それなりに検証もされているが、それは地方競馬の中での検証。中央競馬の会員に買ってもらうということは別の次元の話なので、改めて薄暮競馬ということを考えて、できるだけ長い期間、長い時間できるように取り組むことは、発売額の増につながる方策ではないかと思う。

座長：全国のファンが買ってくれるということか。そういう視点からのアイデア。照明装置は特にいらぬのか。

委員：調教のための照明装置があるので、それを若干明るくするという事もできる。

競馬組合：JRAとの商品構成、レースの違いというものを出していかなければならないと思っている。それから、JRAのお客様に買ってもらうということで、既に、夏場に2レース薄暮のレースを行っている。これも、JRAの府中競馬場等でも発売しており、そのレースについては売上げが伸びる傾向にある。これからも、薄暮レースは続けていきたいし、できるだけ広げていきたいと工夫はしている。ナイター設備があれば、色々工夫できることはあるが、日照時間等の関係もあり、夏場の2レースを、土日はしっかりやっていきたい。

月曜日は、自場発売がどうしても下がるが、逆に全国の地方競馬ファン、ネットを通じた販売をしていると考える。

自場発売と広域委託発売、インターネット発売の手数料率について、前回の資料にもあるように、自場については25%が主催者の取り分で、広域委託の場合には約10%、ネットの場合は約12%。18年度と21年度の発売構成を比較してみると、自場発売は、18年度は72%ほどだったが、これが、21年度には65%まで減少している。一方、インターネット発売が、18年度3%だったものが、約12%まで増加している。こうした状況を踏まえて、これからの経営計画を考えていかなければならないと考えているし、24年度中にはJRAの308万人の会員に対する発売ができるようになる。これはチャンスだし、これをどう岩手競馬に取り込めるかが今後の課題であり、それを見据えて今から競走計画や、特長のあるレースを考えていかなければならない。特にJRAとしても、どんなレースでも発

売するというのではなく、あくまでも、商品力のあるレースの発売を考えているわけであり、それに応えるような取組をしていきたいと考えている。

委員：今は薄暮レースを2レース実施して、JRAで売ってもらっている。これが、24年度以降にJRAの300万人の会員に販売できることになれば、現在、府中競馬場の観客4万人のうち何割かが余韻に浸って、岩手競馬を買っているのが10%としても、30万人が余韻に浸って、まだ岩手競馬のレースがあるから買ってみようかな、と思ってくれるなら、大分状況が変わってくると思う。

土日開催が今までJRAとの競合で不利であったのが、逆手に取って有利に働かせることを考えるべきと思う。今2レースしかやっていないが、これを3レース、4レース発売できないか。照明はお金もかかるので、色々難しいかもしれないが、大分違うのではないかなと思う。チャレンジする意味は相当あると思う。

委員：レースに関する商品をどうするか、という話は、今後の将来的な話の中で、売上げに関する計画の一部だと思う。安定的な収支構造という観点からいくと、売上げにかかわらず、収支構造としてどういう計画になっていくのが今後の論点になっていくと思うが、先ほど経営計画という話があったが、どの辺の先まで見えているのか、単年度の計画ということか。

競馬組合：平成18年度末に策定された新しい計画に基づいて今経営をしている。単年度の収支均衡、赤字が出たら廃止、といったスキームの下で経営しているので、今のところは単年度ごとの計画しか存在しないということ。

委員：単年度、単年度という状況に追い込まれている。前々から、問題意識を持っているのは、10年後にどんな姿になっているのか、というところが無くて、そういったところでこのような議論をしても、話が収束してこないのではないかなと思っている。5年後なり、10年後なりのあるべき姿に向かって、今の計画がどうあるのかが前提だと思う。その前提の中で、認識されているリスクや制約などを事務局である程度固めたうえで、初めて具体的な話にまとまってくるように思う。事務局にお願いしたいのは、長期であるべき姿を示していただきたい。その中から、もっと突っ込んだ議論ができてくるのではないかなと考える。

座長：単年度の縛りを、ある意味外して議論できないか、ということか。

委員：収支均衡を前提にせざるを得ないのだろうが、じゃあ、その先に何を目指しているのだと。売上げが毎年減っている中で、今やっていることで、5年後にどうなっているのか、どう考えているのかが見えない。経費もどんどん削って、10年後を迎えるという話なのか、そういう前提ならそれでも良いが、だったら売上げを伸ばすためには何が必要なのかや、何が制約条件になっているのかといった論点整理がぜひ必要なのではないかなと考えている。

座長：5年ビジョンなど、中期的見通しをもって議論をしたいという意見だが、そうなると、それと裏腹に単年度で赤字が出たら終わり、という考え方に立つと、なかなか議論がしにくいということになる。どうしても、追い込まれた、狭い議論になる。

事務局：新計画の下で競馬を経営しているが、切り詰めて、切り詰めてずっといくというつもりではなく、毎年度、利益をあげて、それを投資に回して、徐々に体質を強化していくつもりで頑張っているが、今は残念ながら投資に回せるような利益が出せていないというのが現実。収益が出せるような形での体質、収支構造、そしてその大前提としての発売額の確保、入場者の確保を、委員の皆様のを借りながら固めていきたいと考えている。委員の皆様のご意見も踏まえて、私どもの方でも提供できるものは提供していきたいが、長期のあるべき姿、

という形でのものは整理ができないので、ご了承願いたい。

委員：懸念しているのは、施設、設備が今後老朽化していったとき、必要な投資ができないとどうなるのかということ。今後を見通していく中で、修繕費が大きくなっていくのだろうが、そういった中で、収支均衡するために、売上げを伸ばすしかない、という前提なのか。その辺の懸念も含めて、長期的な考え方を示していただきたいということの意見。

委員：売れる商品づくりとは、結局、どのようにして3年なり5年先に持っていくかということも、一つの長期計画ではないか。「なぜその馬券を買うか」という問いに対し、「好きな騎手」あるいは「馬が好きだから」というのが、アンケートの中で非常に多いということが書いてある。やはり、競馬だから、レースの魅力とは好きな騎手、馬が好きだからということが一つの柱だと思うが、なかなかそうしたスターを誕生させていない。好きな騎手、馬が出てくるような対策も中長期的には必要なのではないか。それから、年齢別の構成が書いてあるが、やはり若い人が減っているということは、若いファンづくりをやってこなかったのではないか。若いファンをどうしたら作れるのかということも、中長期的な課題なのではないか。

もう一つは、競馬場の魅力というものがあると思う。水沢競馬場の場合、春の桜がすごくきれいだとか、盛岡競馬場の場合、岩手山がよく見えて素晴らしい景色だとか、競馬場、あるいは食堂の話もアンケートに書いてあるが、競技場の設置されている場所の魅力を見つけてPRしていこうという部分が、もう少し丁寧に検討されていくことが必要なのではないか。それが、中長期的には必要だと思うし、当面の課題にも相当対応できてくるのではないかと思う。

委員：毎年数%落ち込んでいるときに、それでもやれる体制ということで、全国の例で、仮に、数年で200億円が160億円に減るとか、数年で数十%下がるようなことになった場合に、無事運営している、耐えている地方競馬がどの程度あるのか。落ち込みがそれより少なければそれで持つわけで、そういう例があれば、教えてほしい。

委員：年間100億いかない競馬主催者もある。売上げの額の問題ではなく、コストは色々な費目に分かれているが、最大でも自場の25%しか収益がない中で、賞典奨励費が10%を超えるようだ、基本的に経営は難しいと思う。

中央競馬では4~5%に抑えているし、南関東は大体7%前後。そういうところで、ようやく競馬が経営していけるのかなと思う。額そのものが低いと、厩舎関係者は、それでは食べていけないということで、ある程度の額は保障するパターンが多く、これが売上げの中で大きなシェアを占めていく。

委託費を含めてコストの面で、優良企業というのは地方競馬の場合少ないが、何とか赤字を回避している主催者と比較してみれば、おのずと、岩手はどこにコストがかかっているかが見えてくると思う。

中長期的な岩手競馬のあるべき姿というのは、激変する今の時代では出しにくいと思う。今、年度当たり平均7%落ちており、それが3年間続けば20%前後落ちることになる。その覚悟をして、160億円くらいで岩手競馬がやっていけるのかどうか。そこから、発売増進策や入場者の増加などの振興策を描いて、それで最低限のコストで生きていくという競馬がスタートしていけば、発売額の増が厩舎関係者への賞典奨励費にも回るし、モチベーションが違うのではないかと思う。ただ毎年売上げがこうだからコストも調整して、下げていくのでは、やはり意欲が下がってしまう。最低限のラインからスタートして、色々な振興策を

展開して、そのプラスの部分の関係者とか、次の投資に回せるようにすべきではないかと思っている。

座長：少し中期的なビジョンを持って、数字を出して議論したほうが良いのかなと思う。2割減の160億円という、大体維持するための最低限をどの辺に置くのかということを見定めて、次回以降議論できれば良いのかなと思う。それが、ここだけで決めるのではなく、関係者の総意をまとめて、ということが必要になると思う。

委員：先ほど、あるべき姿と言ったが、ありうる姿と解釈していただければと思う。

委員：待ったなしの状況で、単年度の中で、今を考えることがまず大事。一方で、今を考えるうえで、10年先を考えることが、今何をすべきかにも色々なプラスの影響を及ぼすということを改めて認識しておきたいと思う。

例えば、高齢社会となる中で、まだ認知症などになってない60歳くらいの人に、10年後こうだとか言うと、成年後見制度やバリアフリーなどをおこななければならないなどと、非常に自覚的に引き付けられていくということがある。その意味で、事業内容、情報発信のアイデアを考えるうえでも長期的に考えることは極めて大事。今を議論するうえでも少し先のことの題材提供があった方が良いと思う。

座長：待ったなしの課題も色々出され、23年度に向けてアイデアを整理していきたいと思うし、中長期的なビジョンを見据えながら待ったなしのことを考えるという両にらみの進め方が必要だと思う。

委員：先ほど手数料率の話をしたが、どう見てもオッズパークや楽天の手数料率はやはり高い。最初にシステムを作るときは経費がかかるが、それ以降はオペレーションなのでそれほどかからないと思う。その辺は、待ったなしと言っている以上は、すぐに交渉していただきたいと思う。

委員：それは全地方競馬主催者の思いなので、代表を決めて交渉しているところ。なかなか思うようには進んでいないが。

委員：場外発売を色々やっているが、どこの競馬場を売ったら何%でという試算を当然していると思う。「ここを売ってもあまり売れないのではないか」という、もう少し精査が必要ではないかと思ったりする。今年乗り切らないと、来年がないということであれば、24年度以降の話もできなくなる。

情報の質ということも考えなければならない。スターというのは何も馬だけではないし、人であってもスターであるし、色々なやり方はあると思うので、具体的な話をする場としてこの検討会議が機能するのであれば、次回以降そのような話もしたい。

座長：今回は非常に多面的な意見、有効な意見をいただいた。待ったなしのことと、中長期的なビジョンを持つての検討と、両にらみで次回は検討したいと思うので、数字を交えて事務局から検討の材料を出していただきたい。

(3) その他

事務局から、第3回検討会議を、1月24日に開催したい旨説明

(4) 閉会