

第1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11月26日（金） 13:00～15:15

2 場 所

盛岡競馬場 4階会議室

3 出席者（委員9名、構成団体9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 | 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 | 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 |
| 委 員 | 林 晶 子 | (株)瑞光つなぎ温泉四季亭専務取締役 |

（2）構成団体・県競馬組合

- ① 岩手県：達増知事、上野副知事、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：小沢市長、栗野総合政策部参事兼競馬対策室長
- ③ 盛岡市：川村副市長、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）あいさつ

達増知事からあいさつ

（3）委員紹介

事務局から、委員、構成団体及び県競馬組合の出席者が紹介された。

（4）座長の選出、職務代理者の指名

- ・ 座長については、藤井委員が選出された。
- ・ 職務代理者については、藤井座長から八木橋委員が指名された。

（5）会議の運営

松岡競馬改革推進室長から資料2により説明があり、意見・質問はなく、本日の第1回会議では、各委員が自由に意見交換を行い、次回は意見等のあった事項について詳細に説明し、論点を整理の上、第3回以降において、課題解決の方策を掘り下げて検討していくこととした。

(6) 協議 岩手競馬の現状

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3-1に沿って説明。

座長：本日は第一回目なので、委員から、今後の検討のポイント、あるいは、率直な岩手競馬に対する感想、そのほか何でも自由に発言をお願いしたい。

委員：馬産地である岩手・盛岡にはチャグチャグ馬コがあるが、一般の人にとって、競馬というよりも馬そのものが遠い存在。また、ファンは、高齢化しており、男性が非常に多いという印象。世代更新を図るような取組が必要ではないか。

入場者数は平成14年のピークまでは上がってきているにも関わらず、発売額は3年度をピークに下がっている。この10年間で、一人当たりの購入額が減ったということになるが、この辺の分析が要るのではないか。

競馬に関しては、ふじポンがPRしているということくらいしか印象にない。取組が見えるようになり、馬も競馬も身近にならないと、競馬場まで足を運ぶことは難しいのではないか。

パチンコは下がってきているが、依然として20兆円くらいの売上げがあり、ギャンブル全体の比較・分析も必要ではないか。

委員：岩手の人たちは、なかなか分からないだろうが、東京では岩手競馬の知名度は、他の競馬場に比べても大きい。

競馬については、IT化の波に乗るということと、知名度を活かすこと、そして民間的な手法を入れれば、V字回復も可能というのが率直な感じ。

委員：岩手競馬は、発売額が約200億円で、南関東、兵庫に次ぐ位置付けにあり、全国15主催者の平均が220億円なので、ほぼ地方競馬の平均値であり、地方競馬を象徴するような存在。さらには歴史と伝統があって、地元根付いた生産も行われてきており、岩手競馬は、「地方競馬の中の地方競馬的存在」と言えるのではないか。

競走馬も、合計で800頭近く有しており、岩手競馬の存在は、生産界に大きな影響を与える。また、地方競馬は岩手の動向を注視しており、岩手の頑張りが地方競馬に勇気を与えるのではないか。

安定的な経営に向けた対策は、非常に難しい。伝統と歴史のある岩手競馬だけに、しがらみも多いと思うが、将来に向けて一度リセットした考えも必要。

底が見えないので、売上げが200億円を切る場合も考えられる。一方では、共同トータや中央との連携などの振興策もあるが、それは1年半後の先の話で、そこまで岩手競馬が踏ん張らなければならない。発売額に応じた体制に見直す必要があるのではないか。

委員：一般の競馬ファンの意識と主催者の意識で若干のズレを感じている。例えば、運営の安定化とは、県や市町村の財政にとって、マイナスにならないという意味か、あるいは、雇用を含めた競馬事業そのものを安定化させるという意味なのか。

競馬事業は、馬の生産から流通までつながっており、中央で稼げなかったが、地方で再生する馬などがあり、大きな木の幹の流れと同じだと思う。岩手競馬が330億円の融資を受けて少し虫食いになっているからといって、そこを切ってしまうと木は倒れるということ念頭に置かなければならない。

中央競馬のPAT会員に地方競馬のレースも開放するというのは、諸刃の剣ではあると思

うが、大きなチャンスではないか。

スターホースを作る努力は続けられているが、中央競馬の広い売り場で売ってもらえるような良いレースを独自に作っていくような方向になっていかないとだめだろう。常に全国を意識してやっていく必要があり、単独でやっていると行き詰ってしまう気がしている。

売上げが落ち、低迷する原因は、色々あると思うが、プラスイメージになることを、ここ数年発信していたかどうか非常に疑問。競馬サークルの中で発信しているだけで、「岩手競馬はこのように変わりました。皆さん一緒に遊びに来ませんか。」という外に向っての発信が足りないという気がしている。

委 員： 売上げが落ちており、今が底ではないとすると、平成24年に共同トータを導入したとしても、現在の売上げをキープするくらいの話になってしまうのではないかと。今問題点として挙げられて、取り掛かろうとしていることが、正直、甘いのではないかと思う。

ファンサービスの低下の懸念が指摘されているが、そのファンサービスは、本当に求められているものなのかどうか、また、次世代のファンを育成していく上で、その方々が競馬に何を求めているのかをリサーチしたものについても聞きたい。

(休憩に入り、知事と藤井座長は退席し、八木橋委員が座長代理として会議を進行)

委 員： 岩手競馬は、売上げが200億円以上であり、雇用も1,000人以上、経済波及効果も300億円強と大企業である。そのような大企業が単年度で赤字になったら即終わりという条件の中で、安定的な経営をやれということ自体にすごく矛盾があるような気がする。

経営の観点からすると、単年度の収支均衡という継続条件は、経営的に難しく、例えば、単年度ではなく、長期の5年・10年の中での累積の赤字はいけないとか、そういった方向に変えていけるのであれば、何か道筋が見えるのではないかと。

委 員： これまでは、競馬で収益を上げて財政に使う「財政競馬」という意識が強かったが、これからの厳しい時期にあっては、配分を受けて財政に使うという時代はしばらく来ないと思う。むしろ、現在ある競馬を、単年度赤字の場合には止めることも含めながら、非常に厳しい環境の中で、どういう風にして生かすかということも大切だと思う。

現在の競馬施設を、観光としての活用や、地域社会との関係も含めて、広い観点に立って、もう少し上手に使ってもらいたいと思う。奥州市、盛岡市の観光パンフレットには競馬場は入っているのか。両市に、もっと競馬場を大切にしてもらいたい。

委 員： オーロパークは、施設と環境は本当に素晴らしいが、ちょっと山奥過ぎて立派過ぎると率直に感じたところ。また、発信力がないのではないかと。知っている人だけがそこに行くが、知らないという人もたくさんいると思う。

意見の1つ目は、観光客として外国に目を向け始めているので、台湾や中国等のエージェントに、岩手競馬の入った企画を作ってもらえるようなことも一つアイデアではないか。

2つ目は、4階の貴賓室について、個室はなかなか利用されていないようで年会費も高い。逆にその奥の大きな部屋は非常に利用しやすい会費で、多くの人に利用されているとのこと。この2つの年会費や会員に対する特典等のバランスをもう少し考えてもいいのではないかと。

3つ目は、家族で楽しむ競馬を目指すのであれば、女の人は食べ物と花に関心が高いので、

B級グルメや、1年中通して色々な花を楽しめるよう、花を植えたら良いのではないかと。桜も植えているとのことだが、家族で来て、お父さんが競馬している間に子どもと奥さんが植樹をすとか、菜の花やコスモスなどを来場した人が好きに切り取って自宅に持って帰るとか、そういったことができたなら楽しいのではないかと。

4つ目は、競馬場の見学会についてであるが、馬に近くで触れて、馬券を買って、お弁当を食べたり、飲物を飲んだり、競馬で遊んだ後、競馬関係者の方々と意見交換会をして、理解を深める場面も作ってもらえれば、もっと有意義な見学会になるのではないかと。

何をやるにしてもやはり発信力で、多くの人に知ってもらおう努力がもっと必要ではないかと。

委員：監視委員会の時に、ファン層の拡大について、一般的に女性客を増やせば若い男性客も来るので、そういう意味で次世代交代がどの程度できるかを話したことがある。レストランやブティックを併設するとなると、一つは法律上できるかという問題や、その費用負担を今の競馬組合ができるかという色々な問題があってなかなか単純にはいかない。

女性客や若い客を増やしていく場合、馬券の購入方法が非常に面倒なので、例えば1日のレースを組み込んだ1,000円馬券などを自販機で買えるようにしたらどうか話したことがある。自販機をどこに設置するか、どうやって作るか、お金がどのくらい必要かといった問題があるが、色々なアイデアを出しながら検討していくことは良いことではないかと。

売上げは今が底でないとする、今後議論していく中で200億円を切ったらどうするか。その場合、安定的に運営する方法をどうやって構築していくのか。共同トータでどの程度耐えていけるのかという読みも今後必要になってくるのではないかと。

座長代理：今まで色々意見が出されたので、次回に向けて掘り起こすべきことを議論していきたい。「発信力がない」「PR力が弱い」ということだが、これについてはどうか。

委員：帯広競馬場では、敷地内に「とちむら」というレストランや産直施設を作った。観光関係機関ともタイアップし、地元の人だけではなく、観光客を誘致している。これまで色々なイベントを実施しても、馬券にはつながらないというのが長年の経験だが、帯広競馬場の場合は勢いが出て、わずかながら馬券の売上げにつながってきている。

岩手競馬の場合、盛岡競馬場にそういうものを作るには財源や距離的な問題もあって同じように効果を発揮するかどうかは分からない。

こうした施設については、民間が自らの資本で入ってくればありがたいのだが、なかなか無いかもしれないので、市が補助金を出して施設を整備したという例である。

委員：発信力についてだが、かつて、東京から新幹線を利用した盛岡往復競馬場ツアーを作り、競馬場のVIPルームを利用できるようにし、レストランでフランス料理も少し安く提供した。あの頃は、馬主席で見学して美味しい料理を食べるといった需要はちゃんとあった。こういうことをもう一回やってみる価値はあると思う。

岩手競馬の場合、企画もメニューとして相当揃っており、あとは実行することが重要。商売は、どんなに小さいことでも前向きにやっているうちに、何か大きな形になっていく。やったらどうかを議論していたらすぐ乗り遅れてしまう。発信力については、思いついたことを小さいことでも良いからどんどん前向きにやっていくことが重要と思う。

委員：お金をかけないで情報発信をすることは難しいが、例えば放送局でやったお祭りには人が集まるし、太鼓を使ってギネスに認定されたさんさ踊りの大パレードに人が集まる。競馬

とは関係ないが競馬場で何かをやり、もっと身近に感じてもらうやり方はあると思う。

先着200名にプレゼントという企画は、競馬ファンにとって悪い話ではないが、広がりを持たせる意味では、大きなイベントの中で、馬券を買ってきた人にはこんなプレゼントをあげますよという方法もあるのではないかな。

委員：今、政府の方針でインバウンドをやっており、競馬も大きなインバウンドの手段に成り得るし、特に岩手では成り得る。大勢の方に喜んでもらうような観点から原点に帰っていけば、マーケットは広がっていく。

インターネットも広がってきており、毎年苦しいということも、緊張感があるということなのでこれは緩めてはいけませんが、一方でやはり大きなマーケットに対する備えもやっていかないといけないのではないかな。

委員：盛岡市の広報が月に2回来ているが、そこに岩手競馬の開催日程が載っているのをあまり見たことがない。もし広報に載せてもらえるのであれば、市民に対しては、お金がかからずに情報発信ができるのではないかな。

委員：馬券の売り方で、IT対応という言葉が出てきたが、インターネットで買える環境整備は進んでいるのか。

委員：中央競馬は、場外発売の割合が全体の95%で、そのうちネット発売が55%と半分以上になっている。地方競馬のインターネット発売は、出遅れているが、30数%までにシェアが拡大してきており、中央競馬に近い数字になっていくのではないかな。

委員：インターネット発売を整備すると費用はかかるものか。

委員：ネット発売は、オッズパークと楽天競馬、南関東のSPAT4と、それぞれ民間が運営管理しているが、立上げの時にはシステム開発は民間が受け持ち、売上げの中から主催者が手数料を支払う方式をとっている。

委員：パーセンテージの問題があり、1万円の馬券のうち、7,500円は払い戻して、自場であれば2,500円が競馬組合の利益になるが、インターネット会社を介せば、一定の手数料を支払わなければならない。

今のパーセンテージで良いのかというと、自場で買っている人たちがインターネットに回っているだけのような気がするので、全体のパイを増やさないと話にならない。

委員：インターネット発売の手数料率はどのくらいか。

競馬組合：平均的なところで12%から13%くらい。

委員：先ほど、産直などの競馬に関係ない施設の話があったが、競馬に直接結びつくかわからないが、やってみるといふことか。

委員：今日は、盛岡競馬場で浦和競馬のレースを売っているように、地方競馬は365日どこかの競馬場が場外発売を行っている。ホッカイドウ競馬はシーズンが終わったが、場外発売所として稼働しており、馬券を買ってくれる方がいる。

委員：貴賓室のVIPルームのことについて伺いたいが、3,000円出すと入れる部屋の方は、年会費が1,000円だと聞いたが、間違いないか。

それから個室の方のVIPルームは年会費50万円、こちらの会員は本当に少ないと聞いたが、その50万円の会員には何か特典があるものか。例えば会報を定期的に発行するとか、盛岡市内のレストランやホテルなどの割引クーポンが付くとか、競馬場に来た時の食事を特

別なものを出すとか、そういった特典はあるのか。

競馬組合：1,000円というのは登録料であり、初回にこれをいただき、後は来場の都度、昼食と専門紙とドリンクセットで3,000円頂戴している。

個室の50万円会員、1,000円で登録した会員ともに、定期的な情報については、郵送で案内している。50万円の考え方だが、個室会員と呼んでおり、個室会員の場合、部屋に同時に7、8人入れるので、その方々も全て無料になり、年会費で賄うことになる。

頻繁においでになる方や、会社での接待とか、多目的に個室を利用していただける権利料として50万円を頂戴している、という考え方。

座長代理：委員の意見を整理すると、1つ目の論点は、「発信力を高める」こと。

産直の例もあったが、必ずしもすぐに馬券に結び付くようなことだけを考えずに、幅広くお客さんが集まる方法を考え、情報を発信する仕方があるのではないかと考えている。ただ、施設整備にかかる費用をどうするかについて、方法を検討しなければならない。

2つ目は、「施設の有効利用」。産直でもレストランでも、通年で営業することで、必ずしも競馬の開催日に合わせなくても良いのではないかと考えている。また、貴賓室の使い方をもう少し考えないといけないという意見もあった。

3つ目は、「IT対応」という点。地方競馬は遅れているとのことなので、どの程度の対応が可能なのか。事務局から参考資料を示してほしい。

外国人観光客を取り込んでいくことについては、直接PRするとか、色々な方法があると思うし、外国人が入ってくると活性化すると思うが、競馬に対しどのようにして引き込んでいくことが可能なのか、議論する価値があるのではないかと考えている。

今回の会議では、「情報発信力」、「施設の有効利用」、「売上拡大」と「IT対応」などについて、さらに委員の意見を聞いて掘り下げていけば良いのではないかと考えている。

委員からその他にも次回検討した方がよいことなど意見はないか。

委 員：今回が最後のチャンスだと思っている。あまり堅くまとめると、これまでの状況のスパイラルに陥ってしまう。緊張感が必要だが、もう一步、枠を踏み出さないといけない。例えば、他で儲けているような、先ほどの産直のような事例を調べてもらうことも必要ではないか。

「発信力が弱い」ことについては、小さなことでも繰り返し発信していくということが大きくなっていくもの。例えば、競馬場で結婚式をやるとか、新郎新婦を馬に乗せるとか、極端な話ではあるが、そういうことを繰り返すことが発信力の強さになっていくと思う。

いいアイデアを打ち出せば、マスコミは乗ってくれると思う。繰り返すことが発信力の強さになっていくのではないかと考えている。

委 員：IT対応については、地方競馬でもシステムや発売体制はできているが、中央競馬ほど会員がおらず、会員が増えにくい状況にある。だからこそ中央競馬と連携・協調を図り、中央競馬の多くの会員を有するシステムを利用して売ってもらうことで協議を進めている。

座長代理：今日話したことを前提に、事務局に対する要望も出たことから、可能な部分については、資料を出して、次回説明願いたい。また、事務局で今日の発言を整理して、次回の議論に必要な資料があれば揃えていただきたい。

今回の会議は12月で、競馬組合の来年度予算に盛り込めるような提案があれば、次回出

していただければ、何らかの形で反映されることも可能ではないか。その点もぜひ念頭においていただきたい。ほかに何か意見はあるか。

委員：JRAのPATシステムで地方競馬を売る一方、地方競馬では中央競馬を受託して販売するという、バーターというか、お互いが良い関係になっていくような青写真があるが、中央競馬自体の売上げが下がっている状況で、裏を読む人は、中央が地方から吸い上げるだけだという見方がある。

岩手競馬は、こうすれば上手くいくはずだとか、このようなパーセントでやればできるとか、このレースを売れるのであれば、プラスの試算ができるといったようなデータを、競馬組合で持っているのかどうか。

持っていても出せないというのであれば、それはそれで良いが、イメージだけが先行し、これをやればバラ色ということであれば、これまで何度だまされてきたかということになる。

座長代理：JRAとの付き合い方を上手くやっているところがあれば、探してもらって、何かポイントがあれば、他の事例も出してもらいたい。

委員：組合せの工夫によってお互い効果が生まれる。例えば、かつて高崎競馬場が中央競馬をかなり売るようになった際に、結局、軒先を貸していつの間にか母屋を取られるような感じで、地方競馬としては廃止になってしまったが、県の方でも場外としては残したいということで、NRSという民間会社が運営する形であるが、中央も直営と一緒に売っている。

その代わりに、できるだけ土日は地方のナイターを組んで、日中に中央競馬の馬券を買ったお客さんの何割かは夜まで残ってくれて、地方のナイターのレースを買っていただいている。同じ時間帯でやっては、どうしても中央競馬に負けてしまうので、組合せの工夫が必要。

委員：青森などにもファンは結構多い。確かにテトラックなどはあるが、そこは重点地区なので、力を入れる余地はありそう。資料があったらお願いしたい。青森・秋田には競馬場がないので、そこのファンは取り込まなければならない。

座長代理：貴重な意見が出たので、対応可能な部分ではできるだけお願いしたい。

(7) その他

事務局から、第2回検討会議を、12月22日に開催したい旨説明

(8) 閉会