

公営競技場におけるまちづくりに資する取り組みに関する研究

A Study on Community Development of Public Stadiums

○谷津光輝¹, 品田康太², 阿部貴弘³Koki Yatsu¹, Kota Shinada², Takahiro Abe³

Abstract: Public competition has long played a role not only as entertainment for people but also as a financial resource for each organization. Many efforts are being made at public stadiums. Therefore, in this research, we will grasp and analyze the efforts that contribute to the town development of public stadiums.

1. はじめに

公営競技とは、賭博罪の例外規定として各公営競技の根拠法に基づき、日本で唯一合法的に開催されている「競馬」、「競輪」、「競艇」、「オートレース」の4つを指す。また公営競技は、人々の余暇活動の受け皿、娯楽という一面だけではなく、売り上げの一部が関連産業振興のための財源となっている。さらに事業の利益は、地方公共団体の道路や学校、病院、下水道などの公益事業を推進するための財源として活用されており、産業振興や財源確保に大きな役割を果たしている。

しかし各公営競技は、開始時期から1990年代までは順調に売り上げを伸ばしたが、2000年頃から公営競技全体の売り上げが下がり、競技場の赤字が続いた。その結果、公営競技場が廃止にいたる例がみられるようになってきた。このような状況化であることから、公営競技だけを運営するのではなく、まちの一部となり、幅広い対象に魅力を引き出す公営競技の運営や公営競技場の活用、取り組みが必要であるとされている^[1]。

公営競技に関する研究では、公営競技場の跡地利用に関する研究^[1]や競艇場の現状や課題を考察した研究^[2]、ギャンブルと都市空間の在り方に関する研究^[3]などが行われている。しかし公営競技とまちの関係を考察した研究はなく、公営競技場とまちづくりの関係性は明らかにされていない。そこで本研究では、公営競技のまちづくりに資する取り組みを把握し、その効果を分析することを目的とする。

2. 研究対象

本研究では、日本で賭博罪の例外規定として各公営競技の根拠法に基づいて開催されている競馬、競輪、競艇、オートレースの4つを対象とし、まちづくりに資する取り組みが行われている97か所の公営競技場を対象とする。また競馬は、中央競馬と地方競馬に分けて調査を行う (Table 1)。

Table 1. Distribution of Stadium Locations

地方の分類	公営競技場の分類					合計
	競馬		競輪	競艇	オートレース	
	地方競馬	中央競馬				
北海道	2	2	1	0	0	5
東北	2	1	2	0	0	5
関東	4	2	11	5	2	24
中部	3	2	11	4	1	21
近畿	2	2	5	4	0	13
中国	0	0	3	4	1	8
四国	1	0	4	2	0	7
九州	1	1	6	5	1	14
合計	15	10	43	24	5	97

3. 研究方法

研究方法として、公営競技場のまちづくりに資する取り組みの効果の把握と取り組みの効果ごとの分類を行い、さらに公営競技場におけるまちづくりに資する取り組みとその効果の分析を行う。

4. 結果及び考察

4-1. まちづくりに資する取り組みの効果の把握と分類

日本中央競馬会、地方競馬全国協会、日本モータート競走会、公益財団法人JKAの各HPより公営競技場で行われているまちづくりに資する取り組みを755件抽出した。抽出した取り組みをその効果に分類してTable 2に示した。さらに、その結果を競技場別、開催日か否かで分類したのがTable 3である。

まず取り組みの効果の分類に着目すると、公営競技振興型が、303/755件(40.1%)と抽出された取り組みの中で多くを占めていることがわかった。また公営競技振興型では、選手との交流などの開催日に行われている取り組みが303/303件(100.0%)であり、開催日に公営競技場で行われている取り組みであることがわかる。最も少ない取り組み件数であったのは、スポーツ振興型であり29/755件(3.8%)であった。スポーツ振興型は、開催日、非開催日問わずどの競技場でも取り組まれていることがわかる。したがって利用を予測

できる対象者は、公営競技の開催に関係なく、マラソン大会やトライアスロン大会、野球大会などを開催することで競技を問わず、他のスポーツ振興にも影響を与えていると考えられる。

次に競技場ごとの分類に着目していくと、まず競輪場で、243/755件(32.1%)と多く取り組みを確認できた。そのうち、223/243件(91.7%)が開催日での競輪場での取り組みが多く行われていた。取り組み内容として、ライブイベントやトークショーなどのレース前後に行われている取り組みが多く、競技に興味がない人を競技場に集客する影響があると考えられる。次に地方競馬場では、150/755件(19.8%)取り組みを確認することができた。そのうち、122/150件

(81.3%)が開催日に取り組みが行われていた。地方競馬場で、開催日に多く見られた取り組みとして、公営競技振興型の取り組みが51/150件(34.0%)確認することができた。地方競馬場では、競技の開催日にレディーズデイの実施、騎手との交流イベントなどを行うことで、競技の振興を進める取り組みをしており、開催日で行うことができない取り組みが多く見られた。これらは、地方競馬場を訪れた人を対象にしていることとレース中やレース前後に取り組みが行われているからだと考えられる。また中央競馬場では、全体の取り組み数は、166/755件(21.9%)と地方競馬場との違いは見られなかったのだが、開催日の取り組みと非開催日の取り組み件数がどちらも83/166件

(50.0%)と同じ件数であると確認することができた。ほかの公営競技場では、開催日の取り組み件数のほうが上回っており、大きな特徴であるといえる。その取り組みのうち多く見られたのは、非開催日の文化振興型の取り組み件数が、68/83件(81.9%)と多く確認

することができた。これは中央競馬場では、文化振興型の取り組みとして、乗馬教室、ポニーとのふれあい、馬事公苑などが見られ、開催日ではなくとも取り組みが行えるものだといえる。さらに中央競馬場には、馬が常に滞在できる環境があり、このような取り組みを行える環境があるからだと考えられる。

以上より、公営競技場がまちにもたらす効果として、賑わいと活性化をもたらすだけでなく、競技場を生かした文化振興、競技振興が期待できる。

Table 2. Classification of Public Stadium Initiatives

取り組みの効果の分類	取り組み内容	期待される効果	予測される対象者
スポーツ振興型	スポーツ施設の整備、スポーツの開催	スポーツをする人に競技場に足を運んでもらう効果	スポーツを行う人
文化振興型	ポニーとのふれあい、馬事公苑	競技場を訪れた人に文化を発信する効果	競技場を訪れた人
地域密着型	お祭り、地域の人との交流	地域の特色、魅力、特産品を発信する効果	近郊住民
公営競技振興型	選手との交流	競技の魅力を知らってもらう効果	競技場を訪れた競技を知らない人
観光振興型	観光ツアー	地域の観光客増加の効果	観光客
インフラ整備型	道路のインフラ整備を行う	競技場周辺のインフラ整備に効果	競技場を訪れる人

5. まとめ

本研究では、公営競技のまちづくりに資する取り組みの効果を明らかにした。

6. 参考文献

[1] 山本将利：「公営競技場の有効利用に関する考察」、東洋大学研究センター紀要, Vol.9 巻, pp.1-21, 2018
 [2] 福井弘教：「公営競技の形成と展望：競艇を中心に」、公共政策志林, Vol.5 巻, pp.149-163, 2017
 [3] 福井弘教：「都市空間における公営競技の在り方に関する研究：江戸川競艇場を事例にして」、法政大学院紀要, Vol.79 巻, pp.227-235, 2017

Table 3. Number of Initiatives for Each Stadium Classifications

取り組みの効果の分類	競馬場				競輪場		競艇場		オートレース場		開催日の取り組みの合計件数	非開催日の取り組みの合計件数	取り組みの合計件数
	地方競馬場		中央競馬場		開催日の取り組みの件数	非開催日の取り組みの件数	開催日の取り組みの件数	非開催日の取り組みの件数	開催日の取り組みの件数	非開催日の取り組みの件数			
	開催日の取り組みの件数	非開催日の取り組みの件数	開催日の取り組みの件数	非開催日の取り組みの件数									
スポーツ振興型	2	5	4	2	6	2	1	6	0	1	13	16	29
文化振興型	19	1	16	68	0	2	0	2	0	2	35	75	110
地域振興型	12	13	15	4	0	16	3	9	0	0	30	42	72
公営競技振興型	51	0	32	0	129	0	76	0	15	0	303	0	303
観光振興型	23	9	3	9	43	0	31	13	5	0	105	31	136
交通インフラ型	15	0	13	0	45	0	25	0	7	0	105	0	105
合計	122	28	83	83	223	20	136	30	27	3	591	164	755
	150		166		243		166		30				