

COVID-19影響下におけるモーターボート競走事業の発展要因*

登り山 和希**

Factors behind the development of motorboat racing under the influence of COVID-19

Kazuki NOBORIYAMA**

1. はじめに

(1) 本研究の背景

周知のように、新型コロナウイルス感染症(COVID-19)は、現在進行形でわが国を含む全世界の社会・経済活動に影響を及ぼしており、終息の見込みが立たない状況が続いている。多くのセクターで経済活動の縮小や消費の落ち込みに伴う悪影響が出ているが、巣ごもり需要や巣ごもり特需といった言葉に代表されるように、大きく恩恵を受けた業種もある。その代表例の1つは、いわゆる公営競技と呼ばれる競馬・競輪・ボートレース等の事業である。

コロナ禍が追い風となったのは、公営競技に共通する現象である。2020年4月に政府が緊急事態宣言を発出し、不要不急の外出を控える呼びかけが行われるとともに、在宅が勧奨されることとなった。その頃から、いったん落ち込んでいたこれら公営競技の売上金は回復傾向が目立ち始める。緊急事態宣言の発出当初は、プロ野球もJリーグも再開の見通しが立たず、公営競技は在宅で楽しめる数少ないレジャーとして注目を集めることとなった。これらの支持層と重複するパチンコも、同宣言の発令とともに大半の店舗が休業し、公営競技における顧客獲得の追い風となった。新型コロナウイルス感染症を理由として公営競技の開催を中止した例もあったが、無観客開催や場外発売場における臨時休業を実施する等、どの競技においても感染拡大防止対策について関係機関と調整や対策を行った上で、レース場での開催を継続した。その結果、本稿で取り上げるモーターボート競走事業全体の2020年の売上額は前年比で35%増の結果を生み出し、施行者である地方公共団体は予想しなかった思わぬ恩恵を受けることとなった。この現象は、コロナ禍での恩恵というだけではなく、ボートレースなど公営競技に陰りが見え始めた2000年代から現在において、施行

者や競走会などがナイトレースの開催や電話投票、インターネット投票の拡充など、同事業における関係者の不断の努力を継続させてきた結果でもあり、コロナ禍における在宅レジャーの1つとして国民から広く支持を得ることとなり、モーターボート競走の売り上げ拡大に貢献したといつてよいだろう。

(2) 目的

次のようなデータがある。公営競技の各関係団体から公表された2020年度の馬券や舟券などの総売上高は、ボートレースは2019年度比で35.7%増の2兆951億4217万8千円、地方競馬は同30.1%増の9122億8711万460円と大幅に増加した。ボートレース事業は28年ぶりに2兆円を突破し、地方競馬事業は29年ぶりに9千億円を超えた。オートレース事業は同28.1%増の946億4554万800円で4年連続の増加となり、競輪事業は同13.6%増の7499億9019万6400円で7年連続増となった。東京都特別区競馬組合が大井競馬場で主催するレースも2020年4月から11月の総売り上げは前年の同期間の比で2割増となり、すべての事業において、コロナ不況を一蹴した結果となった。レース場で発売される投票券の発売機会が少ない(無観客開催や入場制限など)というのは悪条件のように捉えられるが、その反面、在宅での電話・インターネット投票が好調であったことの証左であり、予想だにできなかった恩恵を主催する施行者が受けることとなった。

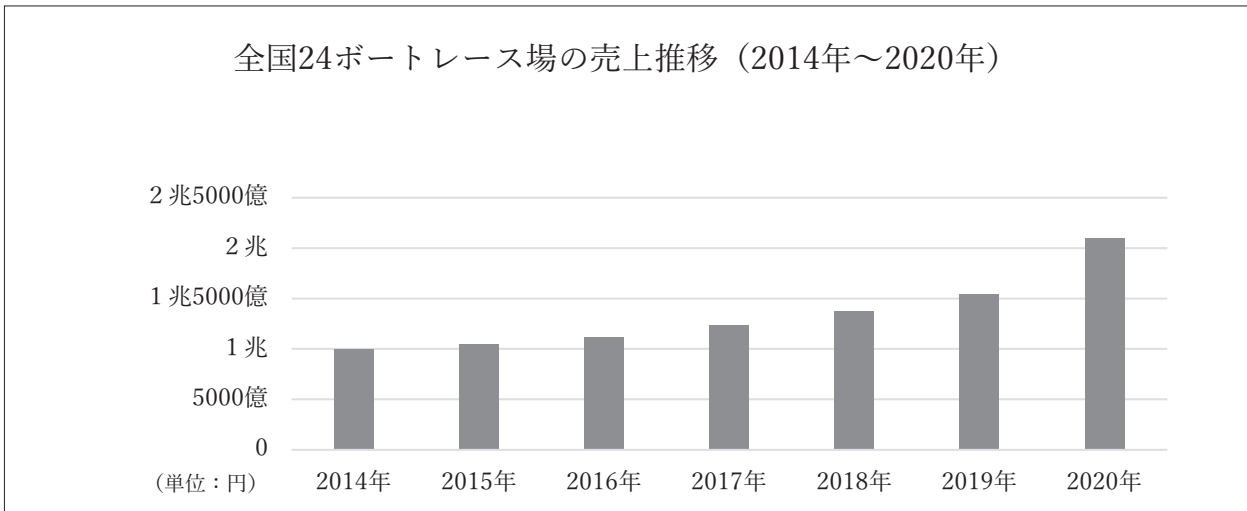
本稿では、公営競技の1つであるモーターボート競走がコロナ禍において急速な売り上げ拡大を達成した背景とその要因を分析するとともに、withコロナ時代における同事業の今後のあり方について、考察していくこととする。

* Received December 8, 2021

** 鎮西学院大学 現代社会学部 経済政策学科 准教授, Faculty of Contemporary Social Studies, Nagasaki Wesleyan University, 1212-1 Nishieida, Isahaya, Nagasaki 854-0082, Japan

2. 近年のモーターボート競走事業の変化

(表1)

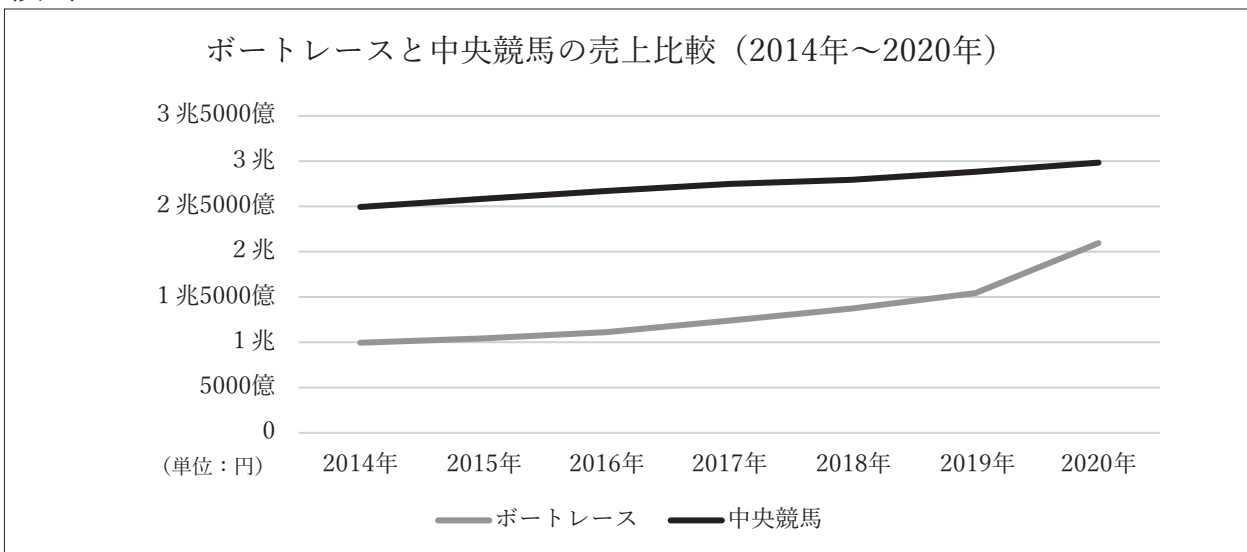


出所：一般社団法人 全国モーターボート競走施行者協議会ホームページ
 施行者関連情報 開催売上関係 <https://www.motorboatracing-association.jp/info/>
 (最終アクセス 2021年11月28日) より筆者作成

表1は全国24か所のボートレース場の売上推移(2014年～2020年)を示したものである。1991年に売上高で2兆2137億円を達成し、その年がこれまでのモーターボートレース売上高のピークを迎えていたが、それ以降は、バブル経済の崩壊を契機として下降基調が継続し、ついには、そのピークの4割にあたる8435億円まで低下していた。その後、同表の通り、2014年には売上高1兆円を目

前にし、それ以降は上昇傾向を続けている。中でも、後章で紹介する常時ナイターで開かれる夜間開催のボートレース場が増えたことや、近年は、同業種の中央競馬や競輪などでも人気のある電話投票やインターネット投票の拡充・拡大によって売上額も上昇し、冒頭でも述べたように、モーターボート競走事業の2020年度は前年比35.7%増の2兆951億円の売上高となった。

(表2)



出所：一般社団法人 全国モーターボート競走施行者協議会ホームページ
 施行者関連情報 開催売上関係 およびJRA (日本中央競馬会) の概要「成長の推移」
https://jra.jp/company/about/outline/growth/pdf/g_22_01.pdf
 (最終アクセス 2021年11月8日) より筆者作成

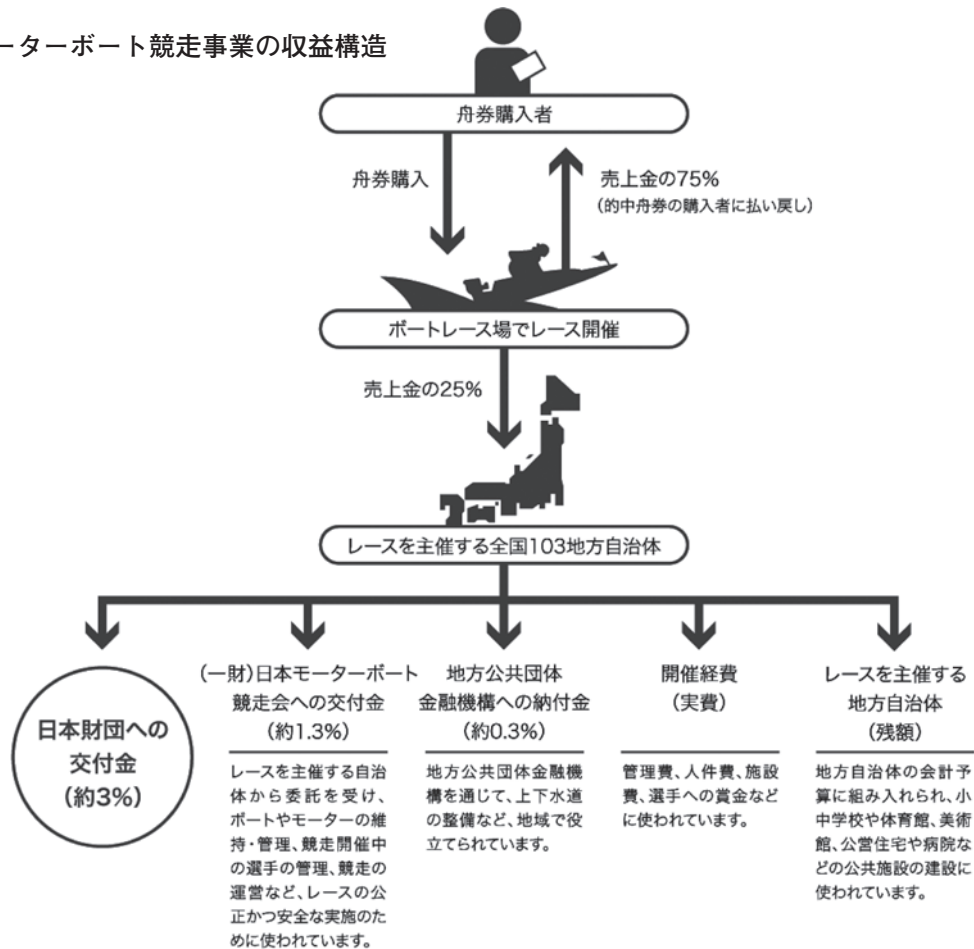
その例を如実に表したのが、表2にあるボートレースと中央競馬の売上比較である。中央競馬はボートレースと同業種の公営競技でありながらも、近年のボートレースの売上高は人気のある中央競馬に迫る勢いがある。紹介した2020年の売上高は、本表にある2014年の2倍を大きく超える売上高を示している。また、中央競馬も着実に売り上げを伸ばしていることがわかる。これまで、ボートレースの売上は中央競馬とは大きな開きがあり、ニュース報道等で取り上げられることやテレビ中継の放送時間にも両者で大きな差があるが、表2からもわかるように、その差は少しずつ接近している。今後、ボートレースがメディアなどで取り上げられる機会が多くなれば、より売上高を拡大させることが可能になると考えられる。

しかし、このような売り上げ拡大に伴う施行者側にとっての利点がある反面、これまで以上にギャンブルにまつわる社会問題がより顕在化していくことが予想される。

近年、どの公営競技においても宣伝されていることの1つに、ギャンブル等依存症への取り組みがある。公営競技やパチンコ等にのめり込むことにより、本人やその家族の日常生活や社会生活に支障が生じている状態をギャンブル等依存症といい、これに伴う多重債務、貧困、虐待、自殺、犯罪等の重大な社会問題を生じさせている。政府はその対策を推進することとしており、2016年12月の「特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律（IR推進法）」の成立に際し、政府に対してギャンブル等依存症対策の強化が求められ、その後政府一体となってギャンブル等依存症対策の論点を整理し、必要な取り組みを講じてきた。その上で、国、地方公共団体、関係事業者等の責務を明確化し、ギャンブル等依存症対策を総合的かつ計画的に推進し、国民が安心して暮らせる社会を実現するため、2018年7月に「ギャンブル等依存症対策基本法」が成立し、同年10月から施行されている。

3. モーターボート競走事業の収益構造

(図1) モーターボート競走事業の収益構造



出所：「ボートレースの売上金の流れ」日本財団ホームページ
<https://www.nippon-foundation.or.jp/who/funding> (最終アクセス 2021年11月28日) より引用

モーターボート競走法は、その第一条（趣旨）に「モーターボートその他の船舶、船舶用機関及び船舶用品の改良及び輸出の振興並びにこれらの製造に関する事業及び海難防止に関する事業その他の海事に関する事業の振興に寄与することにより海に囲まれた我が国の発展に資し、あわせて観光に関する事業及び体育事業その他の公益の増進を目的とする事業の振興に資するとともに、地方財政の改善を図るために行うモーターボート競走に関し規定する」とされており、その目的に沿って収益金が活用されている。

まず、そのモーターボート競走事業の収益構造について説明したい。図1にもあるように、売上金全体の75%が購入者に対し払い戻される¹。いわゆる還元率などと呼ばれているが、同業種の競輪事業（75%）や競馬事業（70%～80%）、オートレース事業（70%）とほぼ変わらない。残りの25%については、主催者をはじめとする各種団体に振り分けられる。当然だが、売上金額が増えれば増えるほど、収益が増える構造である。

2020年度の振り分け状況について、一般社団法人全国モーターボート競走施行者協議会ホームページ資料によれば、日本財団（2.6%）や一般財団法人日本モーターボート競走会（1.3%）、また、地方公共団体金融機関への納付金（0.2%）は予め法律で定められた割合で上納することが定められている²。

施行者は、モーターボート競走法の目的の1つである地方財政の改善を図るため、収益の一部を当該施行者の一般会計等に繰り出し、社会福祉、医療、教育文化、体育等に関する施策の実施に必要な経費に充てている。具体的には、道路・橋・上下水道等整備事業等の土木費、学校の建設・改修や図書館図書の実費等の教育費、病院の建設や清掃設備の整備等の保健衛生費などに充てられている³。新型コロナウイルスのもとで厳しい経済情勢が続くものの、モーターボート競走事業は巢ごもり需要を背景に売り上げを伸ばし、その分配

金は地方財政を潤している事実がある。その恩恵を施行自治体が受けていることをより広く市民に広報していくことも大切である。

また、上述の地方公共団体金融機関への納付金についてであるが、公営競技の各団体が「地方公共団体金融機構」に支払う納付金は2020年度に90億円強と前年度比で3割増えた。同機構はこれを基金に積み立てたうえで、全国の自治体の様々な事業に低利で融資している。このように、厳しい地方財政にとって公営競技は数少ない増収源になっている⁴。

日本経済新聞（2021年7月21日）によると、「ボートレース平和島」を主催する東京都府中市では2020年度の一般会計への繰り出し金が32億6千万円に上った。当初予算では15億円を見込んだが、好調な売り上げを背景に倍増した。2021年度当初予算でも23億円を計上し、コロナに伴う市税の減少額（約18億4千万円）を補って余りある金額となった。「ボートレース多摩川」を主催する東京都青梅市も同様に、2020年度当初予算では一般会計への繰り出し金は9億3千万円であったが、最終的には20億3千万円になった。これとは別にコロナで経営が厳しい病院事業にも10億円を分配した。単独でレースを開催する自治体では財政への貢献度はさらに大きくなることを示している。

地方競馬で最も売り上げを計上する東京シティ競馬（大井競馬）は、2020年7月中旬のレースは緊急事態宣言の発令によって無観客で開催されたが、馬券の販売は大幅に増加した。2020年度の売上高は1728億円と前年度を18%上回った。2021年度に入っても同様であり、6月30日に開催された重賞競走の売り上げは前年度の同レースに比べて3割増になった。巧みな広報戦略や地道な顧客層の開拓を背景に馬券のネット販売が大きく伸びている。主催者による報道発表によると、馬券販売の9割はネット経由という。大井競馬を主催する特別区競馬組合は2021年4月、収益のなかから東京23区にそれぞれ3億円、合計で69億円を分配した。

¹ 投票券の発売後に選手の欠場が生じたりスタート事故が生じたりした場合などでは、購入した発売金額と同額の払い戻しが行われる。投票券の発売金から返還金を引いたものである。中央競馬では売得金と表現している。

² 一般社団法人 全国モーターボート競走施行者協議会ホームページ 施行者関連情報 開催売上関係 <https://www.motorboatracing-association.jp/info/>（最終アクセス 2021年11月28日）

³ 同上

⁴ 日本経済新聞 2021年7月21日「地方財政を潤す公営ギャンブル」

4. ナイター開催の急拡大

(表3) ナイター開催を実施している競艇場一覧

レース場名	所在地	開始時期
ボートレース桐生	群馬県みどり市	1997年秋
ボートレース蒲郡	愛知県蒲郡市	1999年夏
ボートレース若松	北九州市若松区	2004年春
ボートレース住之江	大阪市住之江区	2006年夏
ボートレース丸亀	香川県丸亀市	2009年春
ボートレース下関	山口県下関市	2017年春
ボートレース大村	長崎県大村市	2018年秋

出所：筆者作成

近年の売り上げ増を支える要因の1つに、レースの夜間開催が成功していることが挙げられる。

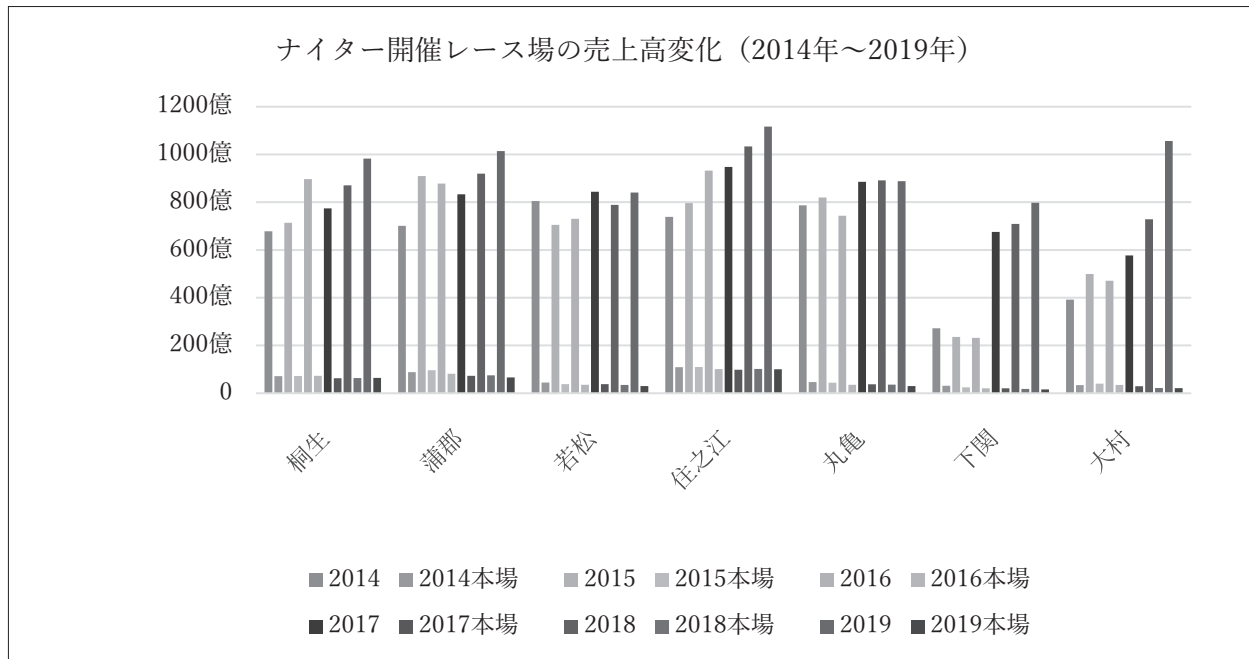
日本における公営競技の夜間開催が始まったのは、1986年に地方競馬の大井競馬場（東京都品川区）でスタートした。土曜日と日曜日に開催される中央競馬に対して、平日の昼間開催だけでは売り上げ増が見込めないことから、ナイター設備を完備し、開催が行われるようになった。その成功例をそのままボートレースに当て嵌めた結果が現在の状況にあると言ってよいだろう。これまで、地方競馬や競輪、オートレースなどでは、売上額の減少に伴う廃止や閉場といった事実があるが、モーターボート競走事業については、これまで閉鎖した競艇場は1つもない。ただし、モーターボート競走事業が赤字経営となり、閉鎖の危機に追いやられたことは何度もあった。そして、常に売り上げ改善策として取り上げられるようになったのが、レースの夜間開催、いわゆるナイター開催である。施行者側からも、近年の電話投票やインターネット投票の増加に伴って、夜間開催を望む声が強い。

表3「ナイター開催を実施している競艇場一覧」にあるように、モーターボート競走事業で夜間開催が始まったのは、1997年にボートレース桐生（群馬県みどり市）である。ただ、舟券の発売時間の延長に伴って、場外発売所や外向発売所などでは、これまでの営業時間を延長しなければならないことやそれに伴う経費（人件費など）の拡

大、また、発売所周辺の近隣住民対策など、ナイター実施には様々な障壁があった。しかし、それらの諸問題を解決したうえで、ナイター開催場を増加させ、近年の売り上げ増加に貢献しているといっている。現在は、全国24場あるボートレース場の中でナイター開催を実施しているのは7場ある。表4が示す本場（レース場）での発売分と全ての発売分との差からもわかるように、夜間開催の成功が、ボートレース事業全体の売上金獲得に大きな貢献をしているといっている。

ナイターによる開催が如何に売り上げに貢献するかを示すデータがある。2018年秋からナイター開催を始めたボートレース大村（長崎県大村市）は2018年の約728億円から2019年は約1055億円へと約45%増となった。それは全国の売上高1位を長期に亘って維持していたボートレース住之江（大阪市）の同年の売上高である約1116億円に迫る金額となり、2020年以降はボートレース大村が全国24場あるボートレース場でトップとなっている。2019年のボートレース大村での売上額（約1055億円）のうち、レース場（本場）での発売額は約21億円であり、全体のわずか2%に過ぎなかった。もちろん、コロナ以前の状況である。それは、いかにナイターによる開催が電話投票やインターネット投票が多くの割合を占めているかを示すデータであり、これらの継続的な取り組みが功を奏した結果と言える。外出の制限が呼びかけられていたコロナ禍において、このようなイン

(表4) ナイター開催レース場の売上高変化 (2014年～2019年)



出所：表1に同じ

ターネット投票を通じた投票券の購入が在宅でのレジャーの1つとして支持され、モーターボート競走の発展に大きく貢献したものと言える。

また、第1競走の発走時刻が午前10時前に設定されているモーニングレースも開催されている。高齢のファン層を意識した取り組みの1つともいえよう。2010年7月にボートレース芦屋で開催されたのが最初である。開催のボートレース場では、SG・GI・GII競走といった特別競走は、モーニングレースでは行われない。同レースとは、通常で開催では、午前11時から正午ごろの間に第1競走が始まるが⁵、同レースを採用している唐津、鳴門、芦屋、徳山の各競艇場においては、午前8時台からレースが開催されている。これにより、全国のモーターボート競走は、上述のナイター開催を併せれば、午前8時台から午後9時前まで開かれており、インターネット環境があれば、ほぼ1日中ボートレースを楽しんだり、投票券を購入することができる。

また、2021年10月よりミッドナイトボートレースも開催されるようになった。最終レースの発走時刻が午後10時前まで延長されるなど、すでにインターネットでの舟券購入を意識した舟券販売戦略が行われている。このレースでは、終了時刻が

遅くなることもあり、本場への一般入場は一切できない無観客開催となっている。競輪でもミッドナイト開催が行われているが、無観客によるレースが一般的である。

5. 施行者側の広報活動

このような取り組みが功を奏し、2020年度は前年度比で35%を超える売上総額を得たことは間違いない。しかし、このような成果が得られたのは、コロナ禍による恩恵だけではないことは一目瞭然である。当然、前節でも説明したナイター開催もその一助となったであろう。しかし、それだけではなく、施行者であるボートレース場関係者の広報活動が実を結び、このコロナ禍の中であっても売り上げ貢献に大きくつながっていることを記しておかねばならない。

まずはイメージの払拭に力を注いだ。モーターボート競走業界は、売上金額で見れば、下限である2010年は8400億円と低迷していた。関係者は危機感を共有し、ファン層を若年層やファミリー層にも浸透させるべく、「競艇」から「ボートレース」に表記を変更した。2010年より、競艇という言葉は一切使わずに、ボートレースの愛称で統一させたのである。テレビなどのコマーシャルで人

⁵ 通常、ナイター開催では午後3時ごろから第1競走が開始される。

気タレントを活用するなど、若年層に対するイメージの向上にも努めた。ボートレーサーになるための競争試験は、応募者数の増加に伴い40倍の倍率を超えるものにもなった。また、女子の選手を多く採用し、現在ではほぼ毎日といってよいほど女子選手のみで1節間開催されるレースも行われている。ちなみに、2021年秋にデビューした129期生28名のうち、女子選手は8名であった⁶。

また、投票システムとして、ボートレースではテレボートを導入したことも大きい。全国で開催されるボートレースを、スマートフォンなどからいつでもどこでも投票できる会員サービスがある⁷。指定銀行の口座を開設し、会員登録を行うことで、いつでもどこでも投票に参加できるシステムであり、1000円以上の入金で当日発売されているすべてのレース場の舟券が購入することができる。また、公営競技は、(急速に普及した)スマートフォンと親和性が高いと言える。レース検討に必要な情報集め、舟券購入に加えて、専門のボートレースチャンネル(CS放送)やインターネット放送を視聴すれば、レースの映像も瞬時に見ることができる。こうしたことが売り上げの増加につながっているが、その土壌はコロナ禍以前の地道な取り組みが実を結び、現在の売り上げ拡大の波に乗って貢献をしてきたと考えてよいだろう。

6. まとめに代えて

コロナ禍におけるモーターボート競走事業の拡大は、巣ごもり需要による効果によるものが大きいことを確認したと同時に、モーターボート競走の施行者をはじめ関係者によるこれまでの不断の努力によって現在の売り上げ獲得に貢献をしていることを明らかにした。ファンも増え、レース開催の時間帯も長くなればなるほど、売り上げへの貢献は今後も続いていくことは容易に予想されるだろう。ただ、懸念しなければいけないことは、より求めやすくなっていることでギャンブル等依

存症対策を同時に進めていかなければいけないことである。

コロナ禍も重なり、爆発的な勢いでモーターボート競走事業は成長を遂げているが、施行者である地方自治体は住民に対し、同事業が減収している税の収入不足を補っていることやボートレースの収益金が医療従事者へのサポートや感染症予防対策などに使われていることなど、これまで以上に同事業の発展が社会への貢献につながっていることを広く周知をすることが求められる。また、そのことが、これまでのモーターボート競走に対するイメージを刷新する1つの契機となっていくものと考えられる。

スポーツとしてのモーターボート競走の魅力が広がり、かつ、支持が広がることを望むとともに、モーターボート競走施行者の安定的な経営につながることを信じる。

【参考文献・参考資料】

- 菊森淳文「日本でもっと住みたくなるまち」への挑戦～長崎県大村市の財政再建から未来戦略への道程～」日経研月報、2015年5月
- 国土交通省『海事レポート2019』 <https://www.mlit.go.jp/common/001299279.pdf>
第2部 第6章
- 松本崇「ボート収益で子育て基金、経済重視の市経営」首長インタビュー 日経グローバル No.230、2013年10月
- 鳴門市企業局ボートレース企画課・ボートレース事業課「経営戦略アクションプラン」 https://www.city.naruto.tokushima.jp/_files/00364508/boat_action_plan_2021.pdf (最終アクセス 2020年11月20日)
- 日本生産性本部『レジャー白書2021』
- 福岡市経済観光文化局・ボートレース事業部「ボートレース福岡経営計画 令和3年度～令和7年度」2021年7月
- 「大村ボート売り上げ日本一 過去最高1591億円

⁶ BOAT RACEオフィシャルウェブサイト <https://www.boatrace.jp/> (最終アクセス 2021年11月28日)

⁷ 1985年に平和島競艇場で電話投票が始まったのがスタートである。同年に同じ公営競技の競輪でも電話投票が始まっている。公営競技の中で最も関係人口が多い中央競馬での電話投票に関しては、2005年6月18日より中央競馬で「即PAT」の愛称で実施されたのがスタートである。モーターボート競走の場合、東海、近畿、九州といったブロック別にテレボート組織を持ち、そのブロックのレース場の舟券が購入できるシステムをとっていたが、2002年4月1日に全国のテレボート組織を統合し、現在のテレボートとなった。

- 「巣ごもり需要」影響」 長崎新聞2021年4月15日
- 「地方財政を潤す公営ギャンブル」 日本経済新聞
2021年7月21日
- 「公営ギャンブル、売り上げ増 コロナ禍、手軽にネット投票浸透」 朝日新聞（山口県版）
2021年2月10日
- 「競馬・競艇、ネット購入急増 県内公営3場
「ありがたい財源」「依存症予防策を」」 朝日新聞（兵庫県版） 2021年6月17日