



公営ギャンブルの変遷と課題

【目次】

- はじめに
- 1. 公営競技の概要
 - (1) 関連法規と監督省庁
 - (2) 公営競技の概要
- 2. 余暇市場における公営競技の変遷
- 3. 売上高と入場者数
- 4. 長崎県内の現状
 - (1) 大村競艇
 - (2) 佐世保競輪
- 5. 今後の課題と課題解消へ向けて
 - (1) 携帯電話やインターネット投票の拡充
 - (2) 場外投票券発売所による接点の拡大
 - (3) ナイターレースの導入
 - (4) 地域密着化への動き
 - (5) 一層の経費削減
- おわりに

はじめに

国や地方自治体が主体となって事業を行う公営ギャンブル（一般的には公営競技といわれている、以下「公営競技」）は、中央競馬、地方競馬、競輪、競艇、オートレースの5競技がある。これらの公営競技は、人々の余暇活動の受け皿、娯楽という側面のほか、地方自治体にとっては、道路、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位置付けられ、これまで大きな役割を果たしてきた。しかしながら、バブル経済の崩壊を転機に公営競技の入場者数と売上高は一貫して減少を続け事業収支が悪化、撤退に追い込まれる施行者（自治体）が出始めている。

本県に競技場を置く公営競技は、競艇発祥の地である大村競艇と県北の佐世保競輪があるが、いずれも入場者数は減少傾向にあり、今後の取組みが注目されている。そこで本稿では、わが国の公営競技の現状について概括するとともに、今後の展望について探ってみた。



1. 公営競技の概要

(1) 関連法規と監督省庁

もともとわが国では、ギャンブルは法律で禁止されているが、公営競技は一定の社会還元を行うことを前提に特例として認められている。競技によって多少異なるが、



売上高の75%は的中した人への払戻金に充てられ、残る25%の中から次のような交付金や開催経費が捻出される仕組みとなっている（図表1）。

図表1 交付金制度の概要

競 技	全国団体	交付金の種類と充当される補助事業	
競 輪	日本自転車振興会	1号交付金	公設研究機関の設備導入等を通じた地域技術の振興、中小企業の技術開発支援、環境対策、自転車産業の振興等に資する補助事業の財源
		2号交付金	体育、社会福祉等公益増進に係る補助事業の財源
		3号交付金	競輪の公正かつ円滑な実施を確保するための事業に充てられる
オートレース	日本小型自動車振興会	1号交付金	小型自動車等機械工業の振興に係る補助事業の財源
		2号交付金	体育、社会福祉等公益増進に係る補助事業の財源
		3号交付金	オートレースの公正かつ円滑な実施を確保するための事業に充てられる
競 艇	(財)日本船舶振興会	1号交付金	造船業、海難防止事業等に係る補助事業の財源
		2号交付金	海事思想の普及、観光に関する事業、体育、社会福祉等の公益増進に係る補助事業の財源
地方競馬	地方競馬全国協会	1号交付金	馬の改良その他畜産振興に係る補助事業の財源
		2号交付金	地方競馬の公正かつ円滑な実施を確保するための事業の財源
中央競馬	日本中央競馬会	社会還元の手段としては、国庫納付金制度を採用。国庫納付金は、日本中央競馬会法に基づき、畜産振興事業等に必要経費および社会福祉事業の振興のために充当される	

資料：各種資料を基に当研究所にて作成。

社会還元の対象や方法についても競技毎に違いがみられるため、適用される特例法やその管轄も図表2に示す通り競技毎に異なる。（中央競馬の場合は1948年に「(旧)競馬法」を改正する形で「(新)競馬法」が施行され、それを根拠としている。地方競馬は1946年の「地方競馬法」が根拠法だったが、1948年に中央競馬と同一根拠法に統合された。）

図表2 公営競技の関連法律と監督省庁

競 技 名	法 律	施 行 年	監 督 省 庁
競 馬	競 馬 法	1948年7月	農林水産省
競 艇	モーターボート競走法	1951年6月	国土交通省
競 輪	自転車競技法	1948年8月	経済産業省
オートレース	小型自動車競走法	1950年5月	経済産業省

資料：各種資料を基に当研究所にて作成。

(2) 公営競技の概要

公営競技の歴史を遡ると、1948年7月の新競馬法によって中央競馬と地方競馬が誕生し、その年の11月には、8月に施行された自転車競技法に基づく最初の競輪が小倉競輪場で開催された。さらに1950年5月の小型自動車競技法の施行によりオートレースが始められ、最後に1951年6月のモーターボート競走法施行によって、1952年に大村競艇場で初めて競艇が行われた。これらの運営は中央競馬をJRA(日本中央競馬会)が行っているほかは、地方公共団体が行い、現在では、ほとんどの都道府県に公営競



技の競走場がある。九州では競輪発祥の地である小倉競輪場や、競艇発祥の地である大村競艇場があるように、公営競技との結びつきは古いといえる。現在、福岡、佐賀、長崎、熊本、大分の北部九州を中心に中央競馬1、地方競馬2、競輪6、競艇5、オートレース1の計15施設が設営されている（図表3）。

図表3 全国の競走場数（2003年9月30日現在）

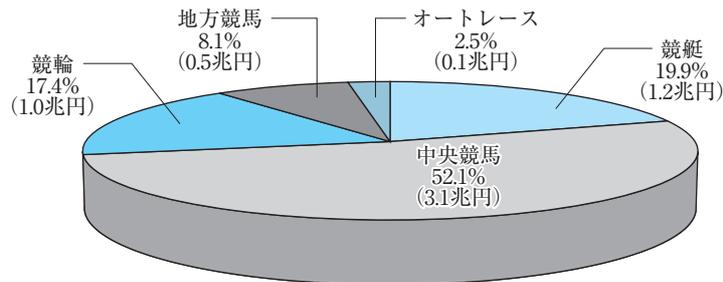
（カ所）

都道府県	中央競馬	地方競馬	競艇	競輪	オートレース	合計	都道府県	中央競馬	地方競馬	競艇	競輪	オートレース	合計
北海道	2	6		1		9	滋賀県			1	1		2
青森県				1		1	京都府	1			1		2
岩手県		2				2	大阪府			1	1		2
山形県		1				1	兵庫県	1	2	1			4
福島県	1			1		2	奈良県				1		1
茨城県				1		1	和歌山県				1		1
栃木県		1		1		2	岡山県			1	1		2
群馬県		1	1	1	1	4	広島県		1	1	1		3
埼玉県		1	1	2	1	5	山口県			2	1	1	4
千葉県	1	1		2	1	5	徳島県			1	1		2
東京都	1	1	3	2		7	香川県			1	2		3
神奈川県		1		4		5	愛媛県				1		1
新潟県	1			1		2	高知県		1		1		2
富山県				1		1	福岡県	1		3	2	1	7
石川県		1				1	佐賀県		1	1	1		3
福井県			1	1		2	長崎県			1	1		2
岐阜県		1		2		3	熊本県		1		1		2
静岡県			1	2	1	4	大分県				1		1
愛知県	1	2	2	3		8	合計	10	25	24	47	6	112
三重県			1	2		3							

資料：各種資料を基に当研究所にて作成。

公営競技の売上規模を競技別にみると、5競技の中では中央競馬が圧倒的に大きく、2002年の売上高は3.1兆円と全体の52.1%を占めている。中央競馬に次ぐ市場規模では競艇が1.2兆円、以下、競輪が1.0兆円、地方競馬が0.5兆円、全国に6カ所しかないオートレースが0.1兆円となっている（図表4）。

図表4 公営競技の競技別売上高（2002年度）

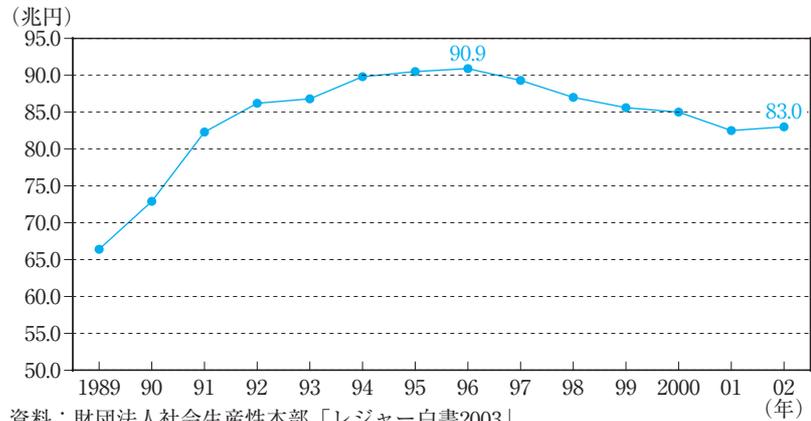


資料：各種資料を基に当研究所にて作成。
（注）中央競馬は2002年1月～12月。

2. 余暇市場における公営競技の変遷

昨年8月に発表された「レジャー白書2003」を基に、余暇市場の1989年からの推移をみると、余暇市場全体は96年の90.9兆円をピークに、その後5年連続してマイナスとなったが、

図表5 余暇市場の推移



資料：財団法人社会生産性本部「レジャー白書2003」

2002年には83.0兆円、前年比0.5%増と僅かではあるがプラスに転じている（図表5）。

これを部門別にみても、2002年の趣味・創作部門は11.6兆円（前年比0.3%減）、観光・行楽部門は10.9兆円（同0.9%減）、スポーツ部門は4.6兆円（同3.2%減）と軒並み前年割れとなっているのに対し、競輪・競馬などの公営競技が含まれる娯楽部門は55.9兆円（同1.3%増）と唯一プラスとなっている。

もっとも、この娯楽部門の増加は宝くじやパチンコの増加によるもので、公営競技は依然として減少が続いている。公営競技全体の市場規模は、バブル崩壊とともに縮小し続けており、90年代半ばまで比較的健闘していた中央競馬でさえ縮小に転じている。一方、ギャンブルという意味で公営競技と類似する宝くじは他の産業に比べれば規模こそ小さいものの、1989年以降、概ねプラス成長を続けており、2001年には売上高が1兆円に達するなど対照的である。また、パチンコは1995年まで上昇を続け、その後伸び悩んでいるものの比較的安定した推移をみせている（図表6）。

図表6 部門別余暇市場の推移

(億円、%)

区分	1989年	95年	2001年	02年	対前年比
スポーツ部門	47,280	57,510	47,090	45,590	△ 3.2
観光・行楽部門	106,040	118,280	109,720	108,740	△ 0.9
趣味・創作部門	106,430	115,160	116,570	116,240	△ 0.3
娯楽部門	404,540	614,080	551,770	559,090	1.3
うち中央競馬	25,550	37,670	32,590	31,330	△ 3.9
うち地方競馬	8,230	6,990	5,290	4,950	△ 6.4
うち競輪	16,060	15,860	11,990	10,720	△ 10.6
うち競艇	18,700	17,960	13,000	12,200	△ 6.2
うちオートレース	2,970	2,700	1,720	1,570	△ 8.7
うち宝くじ	5,750	8,280	10,700	10,920	2.1
うちパチンコ	152,710	309,020	278,070	292,250	5.1

資料：(財)社会経済生産性本部「レジャー白書2003」



2002年の余暇活動への参加状況を見ると、公営競技の参加率（ある活動を、1年間に1回以上行った人の割合）は中央競馬の8.6%を除き、いずれも1%台以下

となっている。一方、宝くじの参加率は41.1%と公営競技と比べ圧倒的に高く、サッカーくじは2001年3月に開始されたばかりにもかかわらず4.9%となっている。また、参加希望率をみても中央競馬を除く競技はすべて宝くじやパチンコ、サッカーくじを下回る割合となっている（図表7）。

図表7 余暇活動への参加・消費の実態（2002年）

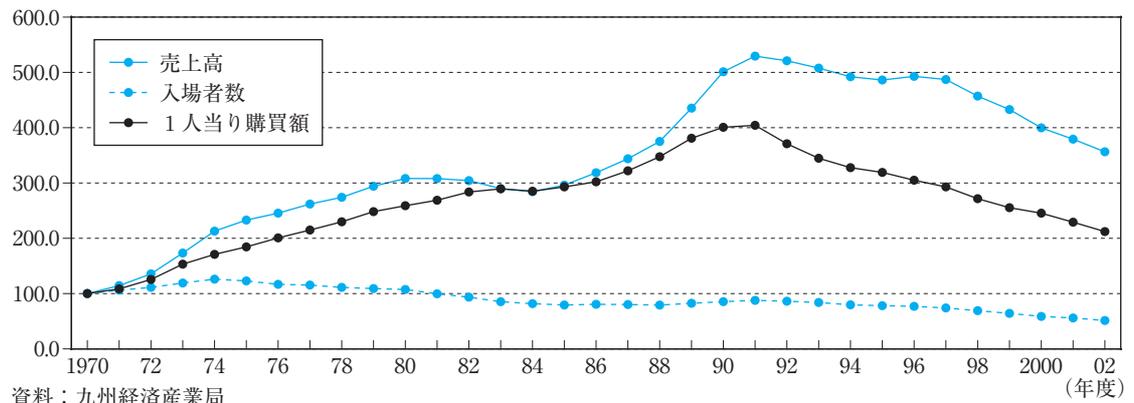
	参加人口 (万人)	参加率 (%)	年間平均 活動回数 (回)	年間平均 費用 (千円)	一回当り 費用 (円)	参加 希望率 (%)
中央競馬	940	8.6	17.3	63.9	3,690	9.9
地方競馬	150	1.4	10.9	36.1	3,310	2.8
競輪	130	1.2	10.9	79.8	7,320	1.6
競艇	110	1.0	12.1	49.7	4,110	1.7
オートレース	30	0.3	13.0	136.9	10,530	0.9
宝くじ	4,500	41.1	8.1	22.8	2,810	40.3
パチンコ	2,170	19.8	25.5	107.2	4,200	14.3
サッカーくじ	540	4.9	10.2	10.8	1,060	6.8

資料：(財) 社会経済生産性本部「レジャー白書2003」

3. 売上高と入場者数

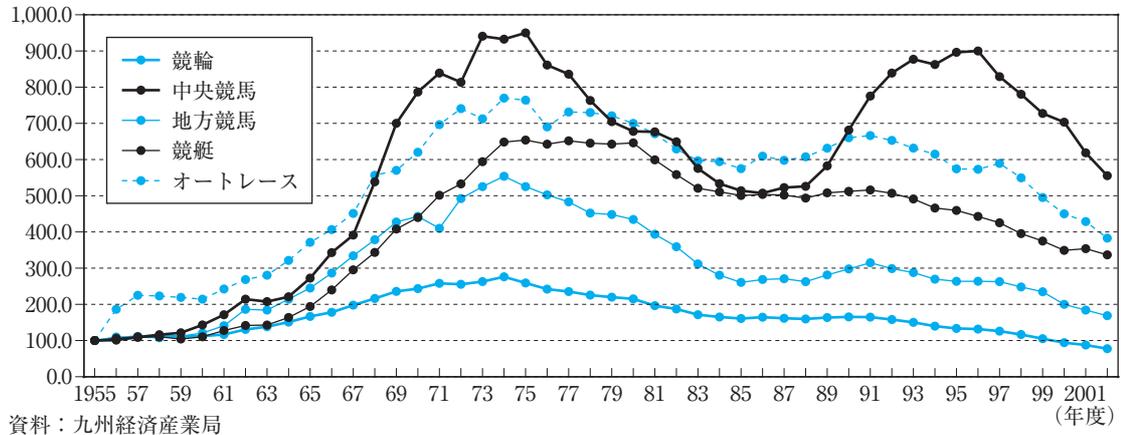
公営競技全体の入場者数は1974年度をピークにその後緩やかな減少を続け、2002年度はピーク時の半分以下の水準にまで落ち込んだ。一方、売上高は、バブル期の1991年度までは1人当りの購買額の上昇で急伸したが、92年度以降は入場者数の減少に加え1人当りの購買額も大きく減少し、売上高全体も減少している（図表8）。

図表8 公営競技の状況（1970年度=100）



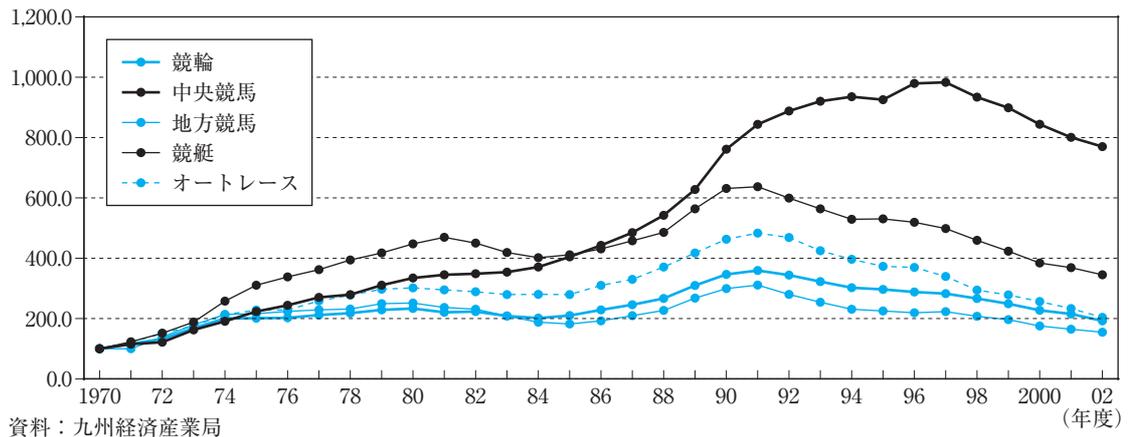
入場者数の推移をみると、全競技とも1975年度にピークをつけた後、長期的な後退期に入り一貫して減少を続けている。ただ、このなかで中央競馬については90年代の半ばに二度目のブームが訪れたが、97年度以降再び減少に転じている（図表9）。

図表9 入場者数の推移（1955年度＝100）



売上高の推移を競技別にみると、競輪、地方競馬、競艇、オートレースは1991年度までは概ね増加傾向であったが、92年度以降は減少に転じている。しかし、中央競馬だけは92年度以降も増加し、他の4競技とは異なる動きとなっている。その要因としては、中央競馬においては人気ジョッキーや人気馬がマスコミから注目されたことで、ファン層が拡大したことが挙げられよう。しかし、この中央競馬も97年度を境に売上高は一転減少しつづけている（図表10）。

図表10 売上高の推移（1970年度＝100）



4. 長崎県内の現状

(1) 大村競艇

これまでみてきたように全国の公営競技の売上高、入場者数は、ともに減少傾向にある。本県の大村競艇や佐世保競輪も例外ではなく、全国と同様深刻な状況にある。



まず、大村競艇の現状をみてみよう。大村競艇は競艇発祥の地として全国的に知名度は高いが、2002年度の売上高、入場者数は全国24場中23番目である。また、九州内でみると売上高、入場者数ともに福岡競艇がトップで、以下、若松競艇、芦屋競艇、唐津競艇、大村競艇の順となっている(図表11)。ビッグレースの開催により、売上高、入場者数ともに大きく上下するが、規模としては小さい。

① 売上高、入場者数の推移

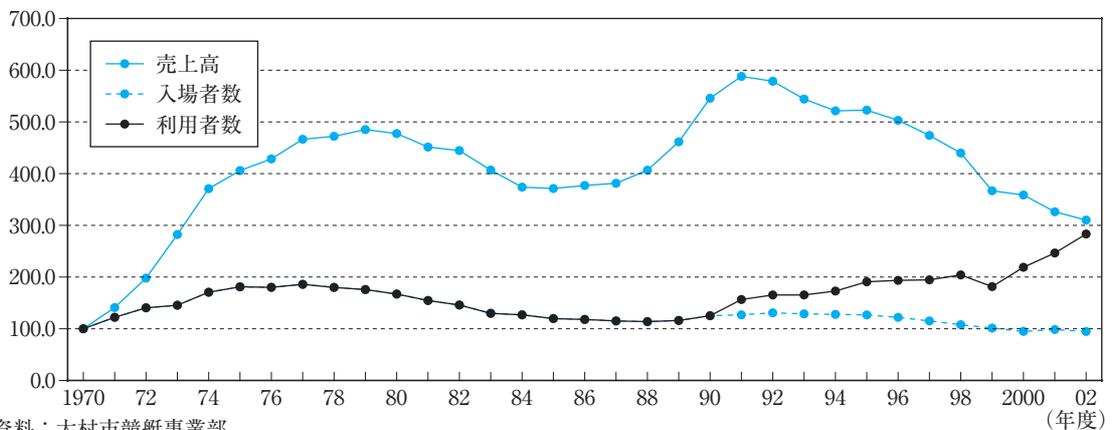
大村競艇における売上高と入場者数、利用者数の推移をみると、売上高は1991年をピークに減少傾向にある。一方、入場者数も売上高の減少幅ほどではないものの緩やかに減少している。なお、利用者数(入場者数に電話投票等を加えたもの)をみると、このところ増加傾向にあるが、これは電話投票やインターネット投票の拡がりによって、本場(実際に競技が行われているレース場)ではなく在宅で投票するファンが増加していることを示している(図表12)。

図表11 競艇場別売上高、入場者数(2002年度)

競艇場	売上高(百万円)	競艇場	入場者数(千人)
住之江	136,063	住之江	2,167
尼崎	110,665	尼崎	1,837
平和島	91,958	戸田	1,714
戸田	91,712	平和島	1,540
蒲郡	79,153	福岡	1,272
多摩川	59,083	多摩川	1,203
福岡	47,417	蒲郡	1,203
若松	46,778	浜名湖	1,101
津	45,097	江戸川	1,007
浜名湖	44,383	桐生	994
江戸川	43,812	常滑	922
丸亀	42,523	児島	802
宮島	42,270	若松	767
常滑	37,419	鳴門	695
桐生	36,783	丸亀	693
児島	36,487	津	656
芦屋	36,103	三国	598
鳴門	28,791	宮島	588
琵琶湖	28,459	芦屋	585
三国	26,814	唐津	583
徳山	23,736	琵琶湖	575
唐津	23,496	下関	555
大村	21,207	大村	536
下関	18,887	徳山	507

資料：全国モーターボート競走施行者協議会

図表12 大村競艇の売上高と入場者数、利用者数の推移(1970年度=100)



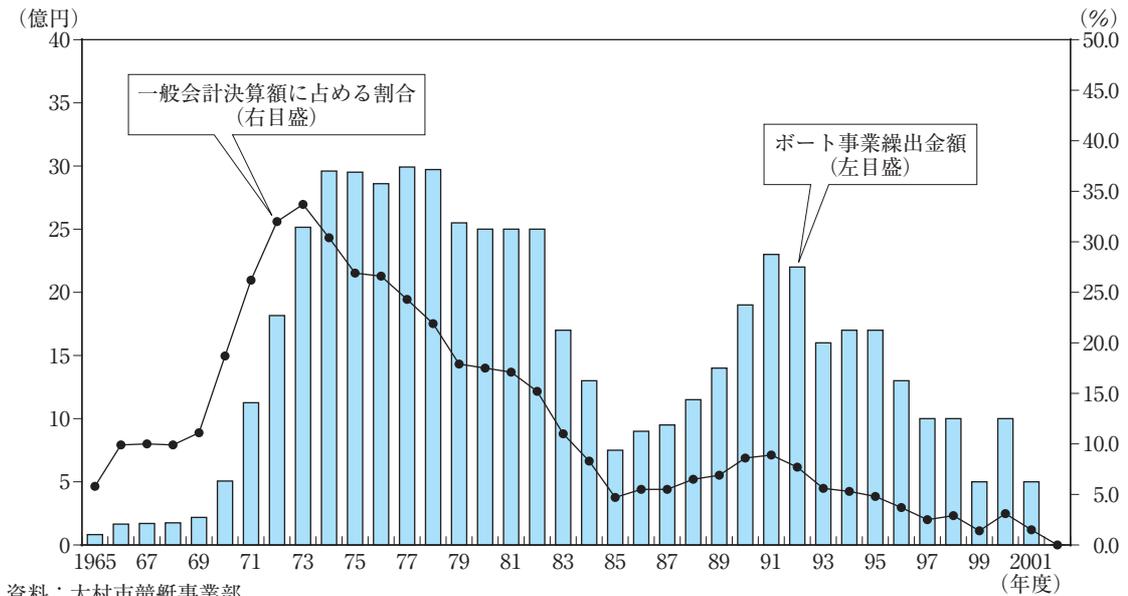
資料：大村市競艇事業部

② 自治体財政への寄与度

大村市は全国に先駆けて、1952年にモーターボート競走事業を開始した。もともこの事業は、市の財政難を打開するために始められたもので、2001年度までに累計で567億円を一般会計に繰出している。その結果、大村競艇は長年にわたり大村市の財政に貢献し、大村市の社会福祉や行政サービスの充実度が県内屈指と言われるまでになった。

しかしながら、その競艇事業も景気低迷の影響を受けて年々業績が悪化し、ピーク時の77年度には約30億円あった一般会計への繰出金が、2001年度には5億円にまで減少。さらに2002年度には事業自体が赤字決算となったことで、繰出金はゼロとなった。大村市の自主財源に占めるモーターボート競走事業からの繰出金の割合の推移をみても、1992年度には15.4%を占めていたが、2001年度には3.4%にまで減少している（図表13）。

図表13 一般会計への繰出金額と一般会計決算額に占める割合の推移



資料：大村市競艇事業部

このように大村競艇は、かつてはその収益によって市の財政に大きく貢献してきたが、売上高や入場者数の減少により大きな転換期を迎えている。そこで、大村市では昨年「大村市競艇事業経営再建計画」を策定。従業員の約28%に相当する90人の早期退職などによる人件費の大幅削減や、場外舟券売り場の新設などによる売上高アップなどを盛り込み、初年度となる2004年度から最終損益で単年度黒字転換を目指している。

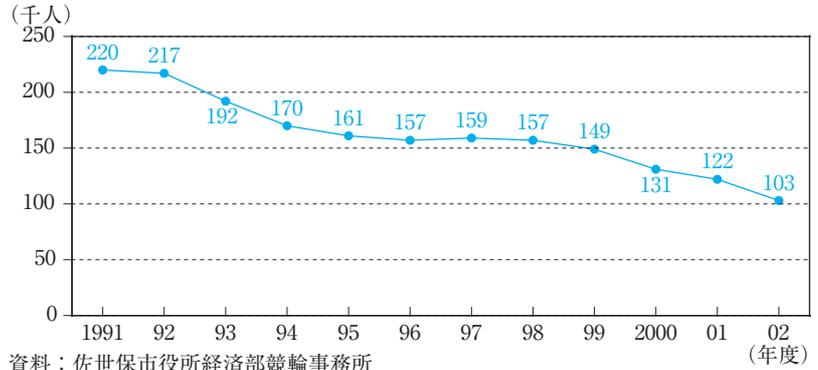


(2) 佐世保競輪の現状

① 売上高、入場者数の推移

次に佐世保競輪の状況をみてみよう。2002年度の佐世保競輪の売上高は119億円、入場者数は103千人と、全国では47場中41番目、九州内では6場中5番目と

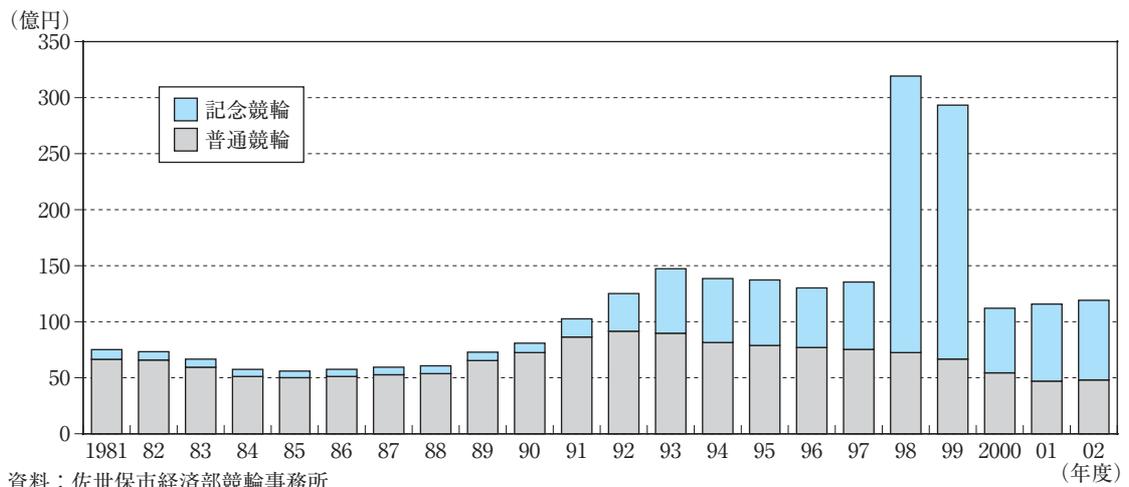
図表14 佐世保競輪入場者数の推移



小さい規模である。入場者数の推移をみると1991年度の220千人から減少が続き、2002年度には103千人と半減している（図表14）。

売上高の推移をみても、概ね減少傾向に変わりはないが、1998年度、99年度の売上げが大きく増加している。これは、いわゆるビッグレースの開催による売上げの増加によるものである。図表15に示すとおり、普通競輪の売上高は年々減少しているものの、レースの規模が大きい記念競輪の売上高は逆に増加している。つまり、売上げ全体に占める記念競輪の割合は年々増加しており、売上げは記念競輪頼みという構図となっていることがうかがえる。

図表15 佐世保競輪の売上高の推移



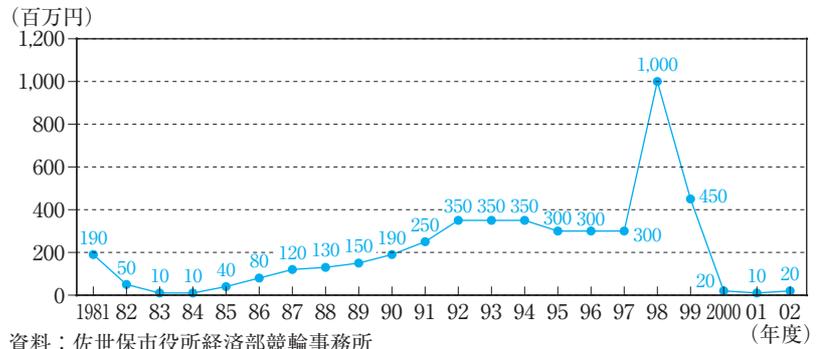
② 自治体財政への寄与度

他の公営競技と同様、佐世保競輪事業においても、売上げから一般会計へ繰出され



ている。1998年度には10億円が繰出されたがその後は減少傾向にあり、2000年度には2千万円、翌01年度には1千万円まで減少した(図表16)。

図表16 一般会計繰入金額の推移



③ 佐世保競輪事業の展望

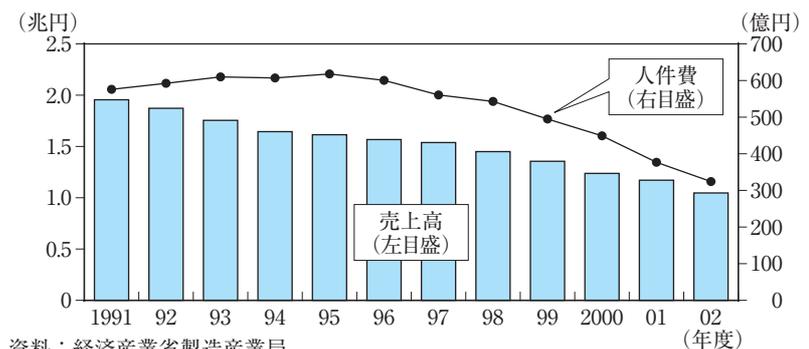
前述したように、佐世保競輪の売上げは記念競輪の開催動向によって左右され、それへの依存度は年々高まっている。そのようななか、主催者側ではビッグレースばかりでなく普通競輪の入場者数も増やすため、ファン層の拡大に向けて、全国に先駆け初心者教室やレディース教室の開催、土・日・祝日の早期予想会の試行等を行った。また、施設やバンクを改修し明るいイメージへの転換を図ったり、職員の指導・教育を徹底し、接客サービスの向上などを目指している。さらに、ポスターや場内装飾、入場門アーチなどを無償の手づくりで行い、業界誌で「日本一の従業員」と評価されるなど、ファン獲得へ向けての従業員一丸となった取り組みは特筆すべき点である。

5. 今後の課題と課題解消へ向けて

近年、公営競技が苦境に陥っているのは、入場者の減少に加え1人当りの購買額の減少が極めて大きく、しかも長期にわたっていること、また、ファンの嗜好が明らかに変化していることなどに起因すると考えられる。レジャーの選択肢が少なかった時代や、バブル期のように黙っていても多くのファンが来場した時代には、公営競技の魅力を高め、ファンに選択してもらえるよう常に努力するという発想が乏しかったともいえよう。

また事業運営についても、売上げが減少傾向にあるなかで、

図表17 売上高と人件費の推移 (競輪事業)



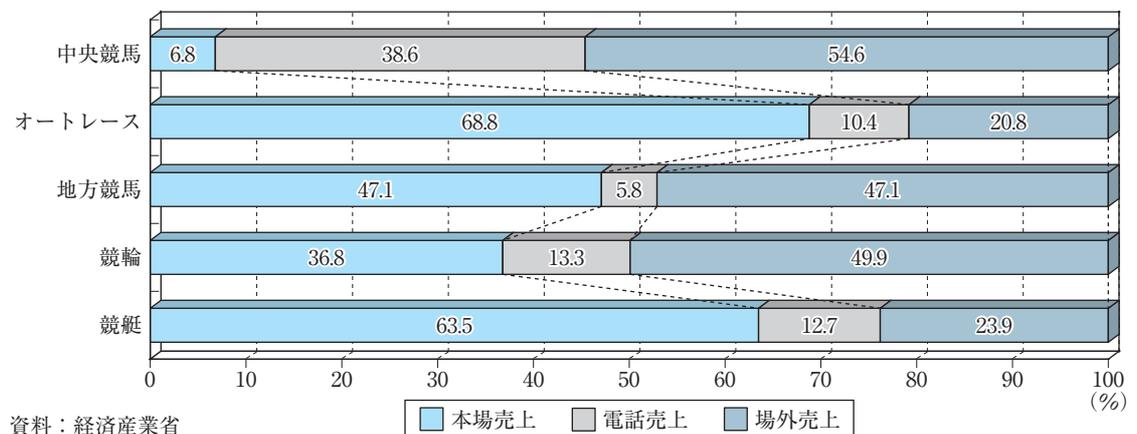
人件費等の経費圧縮が進まなかったことが、収益悪化の基本的な問題であると考えられる。競輪事業を例にとってみると、1991年をピークに売上高は減少傾向にあるのに対し、人件費をみると、2002年度こそピーク時の約45%まで減少しているものの、95年度までは増加しているなど、対応の遅れが明らかである（図表17）。

その反省からか、ようやく最近になって大村競艇のように「経営再建計画」を策定し、人件費をはじめとする経費削減等を実施する施行者が増えてきた。しかしながら、公営競技が地域経済に与える影響の大きさや、現在置かれている厳しい状況を考慮すると、今後、事業を再び活性化させるためには、次のような施策の展開もあわせて必要であろう。

（1）携帯電話やインターネット投票の拡充

携帯電話やインターネットの急速な普及によって、本場に出向かずに投票をするファンの割合は年々増加している。なかでも中央競馬は電話売上が総売上の38.6%を占めているのに対し、本場での売上げは全体の僅か6.8%にすぎない。中央競馬ほど極端ではないにせよ、他の公営競技でも電話投票の割合は増加しており、地方競馬を除くと概ね1割程度が電話投票を利用しており今後も拡大が見込まれる分野といえよう（図表18）。全国どこからでも投票できるということは、スター選手を多く輩出できた競技は大きく売上げを伸ばすことができるということである。もっとも、電話投票やインターネット投票を拡充させることだけに重点を置かならば、中央競馬のようにほぼ全てのレースで、衛星放送でレース実況やオッズ（配当率）などの情報をみることができるようになることが重要であろう。

図表18 販売形態別占有率（2002年度）





(2) 場外投票券発売所による接点の拡大

電話投票、インターネット投票、携帯電話での投票などのほかに、場外投票券発売所の増設によってファンとの接点の拡大が図られる。特に、これまで公営競技とは縁がない地域への進出はファンの拡大には有効であろう。こうしたことから大村競艇においても、2004年度に波佐見町と鹿児島県金峰町に場外投票券発売所を新設し、売上げアップを図る計画となっている。

(3) ナイターレースの導入

これまで、公営競技は昼間に行われるケースがほとんどであったが、最近では夕方から夜にかけて実施されるレースが増加しており、比較的騒音が小さい競輪を中心に13場で実施されている(図表19)。競技団体へのヒアリングによると、ナイターレース開催の利点としては、これまでのような昼間の開催では、ほとんど見かけないスーツ姿のサラリーマンやOLの姿が見られるといったファン層の拡大を挙げている。九州で唯一実施している北九州市の小倉競輪の「ナイターレース」は勤め帰りの会社員らでにぎわい、昼間レースに比べ入場者が増加するケースが多いという。小倉競輪は1998年、北九州メディアドームに舞台を移し、全天候型競輪となったが、車券発売額の減少傾向に歯止めがかからず、「ドームの特性を生かせる」ナイターは切り札的な存在となっている。このように、夜間開催のため騒音の問題はあるものの、周辺住民との折り合いがつけば、ナイターレース開催はファン層の拡大という面では大変効果があるといえる。

図表19 公営競技のナイター実施状況

競 技	開催場	都道府県	初開催
競 艇	桐 生	群 馬	97年
	蒲 郡	愛 知	99年
競 馬	大 井	東 京	86年
	旭 川	北海道	94年
	川 崎	神奈川	95年
競 輪	函 館	北海道	98年
	平 塚	神奈川	99年
	小 倉	福 岡	00年
	川 崎	神奈川	01年
	松 戸	千 葉	02年
	四日市	三 重	02年
	京王閣	東 京	02年
オートレース	伊勢崎	群 馬	89年

資料：全国モーターボート競走会連合会

(4) 地域密着化への動き

公営競技の本場に足を踏み入れたことがない人にとって、初めて本場へ入るのは抵抗があり、そういった場所に是非とも行ってみたいと思わせるのは容易ではない。しかしながら、今後事業の活性化を図っていくなかで、周辺住民の協力は必要不可欠であり、これからは地域住民との協働による事業展開も必要となってこよう。例えば、



川口オートレースでは地域の祭りを開催するための場所としてレース場を無料で開放したように、公営競技の本場は、レースがない日はできる範囲で地域住民に開放することも検討の余地がある。今後、電話やインターネット投票の広がりや場外投票券発売所の増設などが進めば、本場へ足を運ぶファンは少なくなっていくと考えられ、本場の広いスペースをいかに活用していくかが、これからの検討課題といえよう。

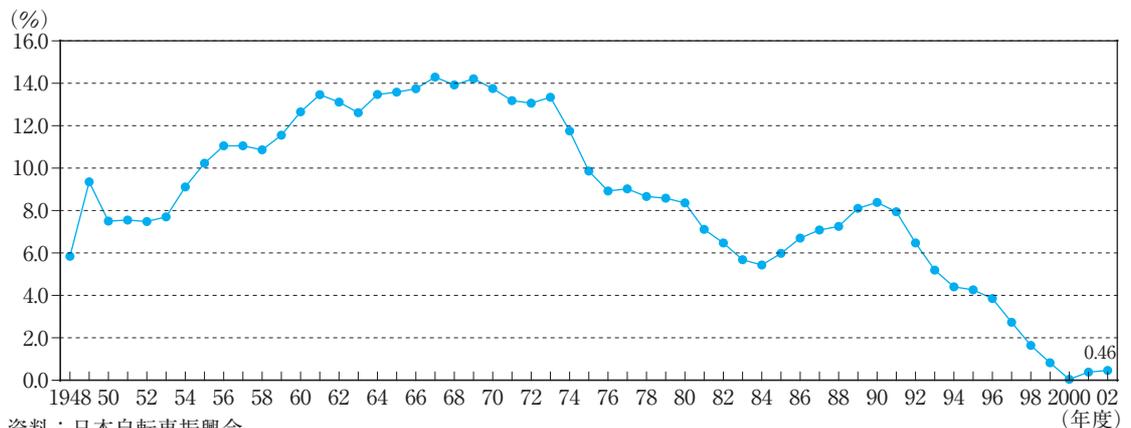
(5) 一層の経費削減

前述の通り公営競技の場合、売上高のうち25%が施行者の粗収入となる。この粗収入の中から、施行者が開催する費用（従業員給料、選手の賞金等）、交付金等が支出され、その残りが施行者の純益金（施行者総収入）となる。施行者にはこのほか入場料の収益があり、これが純収入に加えられている。競輪事業を例にとり図表20をみると、施行者の収益はほとんどゼロに近く、厳しい状況と言わざるを得ない。2001年度から02年度にやや改善してはいるが、これは赤字幅が大きかった競輪場が事業を撤退したため改善したものと考えられる。

それでは、収益を改善するためにはどうしたらいいか。売上高を伸ばすのが一番手っ取り早いですが、現状を考えるとそうもいかない。そうなると売上高から配当金の75%を差し引いた残りの25%をいかに有効に活用するかということになる。もっとも25%のうち数%は交付金という形で全国団体に納付される仕組みとなっているため、施行者は開催経費（管理費、賞金等）を見直し、人件費をはじめとする経費圧縮を図るしかないのである。

なお、この交付金については、競技毎に法律で割合が決められており、売上げが減少していく局面では、施行者収益を圧迫する要因の一つとされ、交付金制度自体の見

図表20 売上高全体に占める施行者総収入の割合の推移（競輪事業）



資料：日本自転車振興会



直しも検討されはじめています。実際、競輪やオートレースでは2002年度から交付金の割合が改訂され、収益面でやや貢献していると考えられる。

図表21 売上金の配分例（競艇事業）

勝船投票券売上額

的中払戻金	75.0%	
(財)日本財団交付金	3.3%	①船舶関係事業の振興のための資金の貸付 ②船舶関係、海難防止関係事業の補助 ③海事思想の普及、観光、体育、文教、社会福祉事業の補助 ④海外協力援助事業、国内協力援助事業、広報事業、調査研究事業、特別競走対象事業への協賛事業
(社)モーターボート競走会交付金	1.2%	
公営企業金融公庫納付金	1.1%	
開催経費（管理費、選手賞金等）	実費	
施行者収益	残額	教育費、土木費、保健衛生費、公営住宅費等

資料：九州運輸局

おわりに

競馬、競輪、競艇、オートレースの事業主体者は共通して、今後の事業拡大のポイントとして「いかに多くのファンが本場に足を運び、投票券を購入してくれるか」を挙げている。在宅投票に比べ、実際に本場へ足を運んだファンの方が、固定的なファンになりやすいという。そのため各競技は、充実した飲食施設などを導入し活性化を図っているほか、それぞれが入場者サービスなどでの魅力づくりや若年層や女性客の開拓などにも力を入れている。

公営競技では、地元採用の従業員のほか、食堂・売店など関連業者でも多くの人が働いており、自治体にとっては、単に財政への寄与だけではない雇用効果もある。仮に、閉鎖となれば影響は大きいですが、かといって赤字を一般会計から補てんし続けるわけにもいかず、岸和田競輪（大阪府）や花月園競輪（神奈川県）などのように思い切った経費削減により経営改善を図る施行者も出てきている。本県の場合、大村競艇は経営再建計画を策定し新たなスタートを切ったばかりであるし、佐世保競輪は従業員の地道な取り組みが評価されている。公営競技の売上げ減少の要因を考えるうえで、「景気の低迷」、「レジャーの多様化」がよく挙げられるが、当然その他にも要因はあるはずである。それらを一つ一つ洗い直し改善策を練っていくためには、施行者となる自治体は積極的に情報を開示し、官民が一体となって公営競技のあり方を考えていく必要がある。かつての自治体財政の「救世主」、公営競技の今後の取り組みに注目したい。

（田崎 裕基）