

## 第2節 法律と制度

アメリカでは、カジノの項で触れたゲーミング規制に関する基本的枠組みを、競馬にも共通して見ることができる。ゲーミングに関する規制は、カジノ同様に競馬の場合でも連邦政府の所管ではなく、州政府が個別に定めることとなっている。

州によっては、19世紀末から20世紀初頭の「ギャンブル冬の時代」の残存から、ギャンブル一般を禁止しているところも存在する。しかし競馬は、歴史的にもアメリカ人の文化に根づいたものであり、各州は昔から競馬法を定め、個別に競馬を行ってきた。「ギャンブル冬の時代」には、1911年から1913年にかけてニューヨーク州で競馬が禁止されたこともあり馬産に深刻な影響を及ぼしたが、それもすぐに再開されている。現在では全米33州で競馬が開催されている。

アメリカのゲーミングは、基本的には民間事業者の施行・運営を前提としている。これは日本の競馬法のように公設公営方式で、しかも施行者である「官」に施行の現業的分野まで求める日本の競馬事業との大きな違いとなっている。各州では州毎に競馬法が定められ、民間施行者に対する管理・監視・規制が行われる。これは基本的にカジノに見られる「近代ゲーミング規制」と同じ構造を持つ。

具体的な仕組みは州政府によって微妙に異なるものの、州政府の下には独立行政法人である「競馬委員会」が設けられ、規制者としての役割を果たすのはどこも同じである。「競馬委員会」は株式会社を含む民間営利事業者や非営利事業者、公的団体に対してライセンスを交付することで競馬の施行を施行を許可し、代わりにライセンス料を徴収することとなっている。

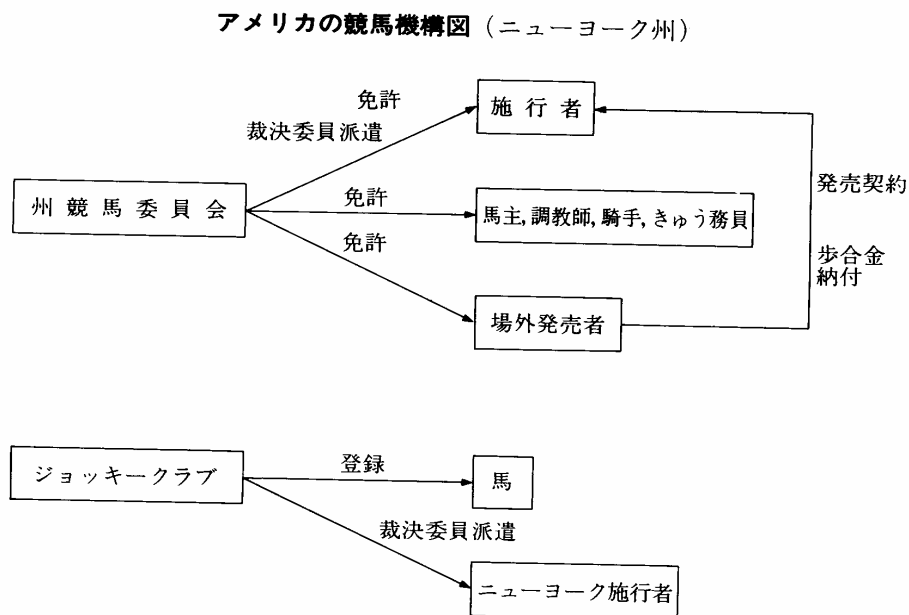
ニューヨーク州では、競馬場内の馬券を発売するのは施行者であるが、場外馬券売場で馬券を発売するのは「競馬委員会」から免許を受けた別組織である「場外馬券発売公社」であり、両者間で歩合金納付等に関する発売契約が個別に結ばれることになっている。

「競馬委員会」はこのライセンスの発行、更新を通じて民間事業者をコントロールすることとなっている。統括者としての「競馬委員会」は業務として、

①競馬施行者、場外発馬者に対する免許、②馬主の登録、③調教師、騎手、厩務員の免許、④裁決委員の派遣、⑤上訴の裁定等を行っている。

したがって、アメリカでは日本の地方競馬のように、各地に独立した多数の施行者が分立する仕組みとなり、さらには馬券の種類や控除率等も州毎に異なる。このことは、一面では各州が独自性を打ち出し、オリジナリティーを発揮できることにも繋がるが、一方では施行者間の格差を拡大させたり、全体としての競馬産業の発展に効率的に各競馬場が寄与できない等のデメリットも存在する。

図表 4-3 アメリカの競馬機構図



(出典 『よくわかる競馬のしくみ』 (地球社、1992))

また、主に馬券に関する免許や監視を行う「競馬委員会」とは別に、サラブレッド競走の全国団体として「ジョッキー・クラブ (Jockey Club) が存在し、サラブレッドの血統登録を全米規模で行い、またニューヨーク州内のサラブレッド競走に裁決委員を派遣している。

競馬がカジノと大きく異なる点は、施行者と顧客との関係にある。アメリカでは一般的にゲーミングを3つのクラスに分類して考える。

クラスⅠに分類されるのが、教会等が行うビンゴ等に代表的される「ゲーミング」で、一般的に「チャリタブル・ギャンブリング (Charitable Gambling)」とか「慈善目的のゲーミング」と呼ばれるものである。

それに対して営利団体によって事業として行われるゲーミングはクラスⅡとクラスⅢに分類される。

このうち、「パリ・ミチュエル (Pari-Mutuel)」と呼ばれる方式で行われるものが、クラスⅡのゲーミングに分類される。この方式では、ゲーミングの施行者が総売上から定められた一定の割合を控除した後、その残余を的中者同士で分配することとなる。従って売上総額が少なくなって控除額が施行コストを下回らない限り、理論上、施行者はマイナスのリスクを負わないのである。日本の公営ギャンブルや宝くじ、アメリカでもロトリーはこの形式を採っている。このように、これらクラスⅡのゲーミングはゲームの結果によって胴元側の収益が変動することはない。

一方カジノに代表的なクラスⅢのゲーミングは、ゲームの結果によっては胴元にもマイナスを背負うリスクが存在する。それ故に、胴元による不正の介在する危険性が高い。だからこそ、先述したようなそれらの不正を防止するため（安全を確保し、リスク・マネジメントを行う）の法的制度や制度も厳重に整備されているのである。それに対して競馬や宝くじ等のクラスⅡのゲーミングでは、その管理・規制システムもカジノほどには複雑になっていないのである。

### 第3節 アメリカ競馬の現況

アメリカの競馬は、基本的には民間企業によって営利事業として運営されている。したがって、競馬場の買収や閉鎖も珍しいことではない。しかも近年、アメリカの競馬は売上不振に悩まされていた。

競馬という競技は、どうしてもその運営コストが高くなりがちである。広大な競馬場を維持管理せねばならないし、競走に用いる競走馬も高価なため、賞金も高額にせざるを得ない。さらには競馬の場合、背後に存在する関連農業分野に至る、多くの人間が関わってくるため、人件費コストもかさむ。その結果、控除率はカジノ類に比して数倍に及んでしまう。

したがって、競馬場周辺にカジノ等が出現すると、ゲーミングでの価格競争力において圧倒的に不利な競馬は、壊滅的な打撃を受けることがあった。先に述べた1980年代からのアメリカ国内におけるカジノの急激な発展は、同時に競馬業界にとっては大きな打撃となったのである。

アメリカの競馬は従来、日本の地方競馬のように各々の独立した競馬場がバラバラに（いくつかでブロックを形成することはあるが）運営を行っていた。広大なアメリカの国土の中では、クラシックレースや一部の大レースを除けば、各競走馬は自分の所属する競馬場の周辺でのみ走ることとなる。馬券の発売についても、その販売区域は競馬場周辺の限られた区域になってしまう。これは馬券販売においてスケールメリットの発揮を困難にし、開催経費の占める割合を高めてしまう。その結果、収益を悪化させるのみでなく、一部の大レースを除いては全国的な盛り上がりには欠け、そのことが競馬自体の人気を伸び悩ませてもいた。

これを打開すべく、1994年には競馬場経営者の集合体として「TRA (Thoroughbred Racing Association)」が創設され、サッカーのアメリカワールドカップ等のスポーツ・イベントを手がけたプロモーターが招聘された。各州の自治権が強いように、各競馬場の自治権も強いアメリカにおいて、全国的に俯瞰的視野でアメリカ競馬を統括できる団体が求められていたからである。

しかしTRAは、最大のプロジェクトであった「ナショナルピック7 (National Pick 7)」を大失敗に終わらせてしまう。各州にまたがる競馬場を、

サイマルキャスト（simulcast：同時放送）で繋いで発売するという7重勝は、見覚えのない馬が多いが故に、競馬ファンには受け入れられなかったのである。

かくしてT R Aはわずか2年でオフィス閉鎖に追い込まれたが、全国的な競馬組織への需要は減少しなかった。そこでT R Aの枠組みよりも範囲を拡大し、サラブレッド産業全体に及ぶ大同団結が模索された。T R Aの失敗を教訓に綿密にビジネスプランが構築されることとなる。

そこで、当時大成功していた日本中央競馬会（Japan Racing Association）に見られる中央集権的・全国的な広報戦略を模範に新たな戦略を模索し、1997年「N T R A（National Thoroughbred Racing Association）」が組織されたのである。

N T R Aは競馬の国民的人気向上のための「サラブレッド産業提携」を目的とし、「ジョッキークラブ（Jockey Club）」「ブリーダーズクラブ社（Breeders' Cup Ltd.）」「キーンランド協会（Keenland Association）」「オークトゥリー競馬協会（Oak Tree Racing Association）がそれぞれ100万\$ずつを供出して結成された。後に「全国サラブレッド協会（National Thoroughbred Association）」も加わり、競馬の統括団体やせり会社、生産者、馬主、競馬場経営者、場外馬券投票組織、騎手、調教師等といったまさに競馬関係団体の総力を結集した組織となった。

N T R Aは競馬の国民的な認識、人気の向上のために、北米競馬のマーケティング、広告、プロモート、テレビ放映等を請け負っている。N T R Aについては、その運営費の調達方法や収益の分配問題等から有力競馬場の脱退や再加入等が続いているが、全国的なP R展開によって国民的な競馬の認知度、人気の向上に貢献しているのは確かである。その結果、近年競馬の売上は上昇に転じ、2001年には過去の最高売上を達成している。

しかし先に述べたように、競馬場はカジノ類と比して、価格競争力において大いに遅れをとっている。アメリカでは最近まで競馬場経営は事業として魅力あるものでなかった。バタビアダウンス以外のアメリカの競馬場は、民間の手で営利事業として営まれている。だが競馬の場合、開催経費の関係で控除率は必然的に高くなる。その結果、近隣にカジノ等が出現すると価格競争力において大きな不利を被る。1927年設立の由緒ある、アメリカで1、2を争うほど

美しいと評判のアーリントン競馬場も、イリノイ州の高額な財産税とリバーポート・カジノの出現による経営の悪化で、1997年には閉鎖に至っていた。

それでも、アメリカの競馬場は再び脚光を浴びることとなった。マグナ・エンターテイメント社をはじめ、多くの企業が競馬場を有望と考え、買収を行ったのである。これは競馬場へのスロットマシンやVLT（ビデオロッター）等の導入効果によるものである。これとサイマルキャスト発売（「simulcast」同時放送。 simultaneous(同時の)+broadcast(放送)の造語）の普及で、競馬場は賭事・娯楽企業にとって極めて魅力的な施設となったのである。

これは非開催日にも収益を生み、またスロット等のファンを競馬場に呼んだり、競馬ファンがゲームをレースの合間に行うといったクラスター効果や相乗効果をもたらした。アーリントン競馬場も、カジノ収入を分配するイリノイ州競馬平衡基金と場内へのゲーム機導入で復活し、2000年にはアーリントンミリオン競走の1着賞金を100万\$から200万\$へと倍増させている。

アメリカの競馬場が場内にスロットマシンの導入を求めたのは、1992年のロードアイランド州が最初であるが、以降多くの競馬場に導入が進み、2002年には全米サラブレッド競馬協会（NTRA）もこれを実質的に支持する方針を決定している。

アメリカ・ゲーミング協会（AGA）の調査によれば、2001年にアメリカの5つの州における競馬場設置カジノは21億\$の収入を上げ、州政府と自治体に5億7790万\$の収益をもたらしているという（The Blood-Horse 6/15、2002）。

また競馬場の買収や提携が進んだ結果、複数の競馬場によるネットワーク化が進みつつある。これはサイマルキャストの技術的進歩ともあいまって、市場を拡大させスケールメリットを発生させることで競馬の欠点を補う効果もある。しかしながら、急激な買収劇は一方では多大の支出を要することによって、経営が悪化するという事例が発生したのも事実である。

一般的にアメリカのゲーミングを分類するにあたり、「パリ・ミチュエル（Pari-Mutuel Wagering）」という項目を用いる際は、「競馬」の他にグレイハウンド（Greyhounds）と呼ばれるドッグレース（Dog Race）（現在、17州で施行されている）、「ハイアライ（Jai-alai）」（2 or 4名で争われるハンドボール

に類似の競技；コネチカット、フロリダ、ロードアイランドの各州で行われている）のことを差すのが一般的である。

写真8 ハイアライ（Jai-Alai）のゲーム風景

(<http://members.ozemail.com.au/~jaialaioz/code/generalinfo.html> より)

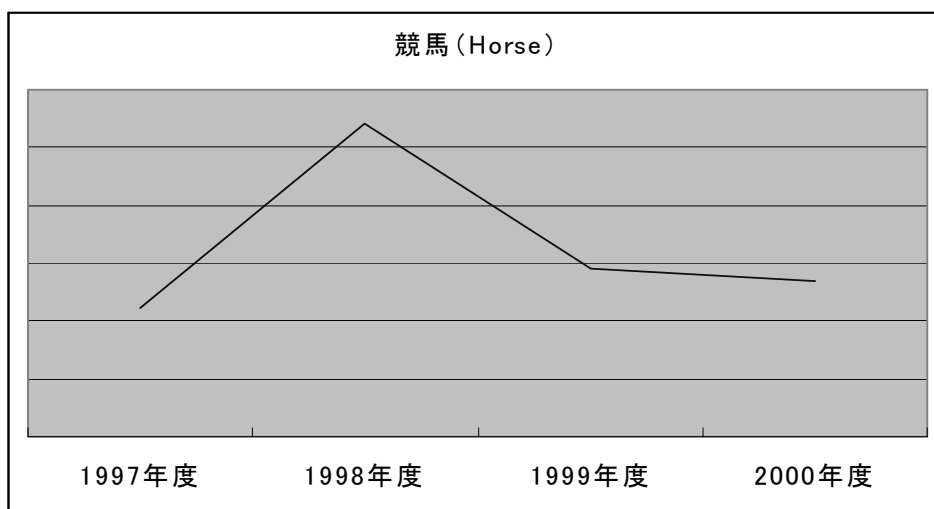


写真9 ドッグレース（Dog Race、Greyhounds）

(<http://www.flaglerdogs.com/racing.html> より)



図表 4-4 競馬粗利益の時系列的比較（出典：IGWB、単位：100万\$）



	1997年度	1998年度	1999年度	2000年度
競馬 (Horse)	3245.0	3881.0	3382.9	3338.9