HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	軽種馬産業集積産地における大規模企業的経営の事業構造 ： 大規模企業的牧場と運営競馬の関係性に注目して
Author(s)	小山, 良太
Citation	北海道大学農經論叢, 59, 81-92
Issue Date	2003-03
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/11239
Type	departmental bulletin paper
File Information	59_p81-92.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

農経論叢 Vol.59 (2003) Mar. pp. 81－92
The Review of Agricultural Economics

軽種馬産業集積産地における大規模企業的経営の事業構造

－大規模企業的経営と産地競馬の関係性に注目して－

小 山 良 太

A Study of the Business Structure of Large-scale Horse-breeding Farms in a Competitive Horse-breeding District : Impact on Large-scale Horse-breeding Farms with Discontinuation of Hokkaido Horseracing

Ryota KOYAMA

Summary

The purpose of this paper is to examine the significance of the Hokkaido Horseracing Association in the industrial structure of Japanese horseracing. The study was conducted by analyzing the statistical information of the Japan Racehorse Association (JRA) and regional horseracing (including the Hokkaido Horseracing Association). The relationship between most blood-horse breeding farms in the JRA and the Hokkaido Horseracing Association was also analyzed. We concluded that the most important function of the Hokkaido Horseracing Association was to serve as part of the infrastructure of Japanese horseracing.

はじめに

日本の軽種馬の生産は北海道日高地域に集中している。日高地域は，日本の軽種馬生産者の76.0%（隣接する胆振・十勝地域を加えると83.3%），生産頭数の71.6%（同95.8%）を占めるに至っている。また，日高地域には，軽種馬生産部門のみならず，獣医，装蹄・削蹄業，飼料業者，馬具業者，競走馬保険業者など多種多様な関連産業が集積し，一大軽種馬産業地域を形成している。日高地域の総就業者48,669人のうち22.0%・10,548名が直接的な軽種馬関連産業に就業している状況となっている。さらに，日高地域の商業，建設業，飲食店，市街地，ホテル・観光業，運送業などは，馬産地日高に存在することにより，馬産と密接な関係にある（註1）。このように，日本最大の馬産地日高地域は，軽種馬生産を中心として各関連産業の集積産地として成立しているのである。さらに，日高地域は，その集積構造の中で大規模企業的経営層が多数の家族経営層を相手に多角的な事業（種牡馬事業，産地育成，繁殖牝馬の仔分・預託など）を展開することで成立している。この意味において，現在，産地に浸透している構造不況の影響は，小規模家族経営層だけではなく，大規模企業的経営層にまで波及していくものと考えられる。このことは，日本最大の馬産地日高地域全体に壊滅的な影響を与えることを意味する。

そこで，本稿では，軽種馬産業集積地における大規模企業的経営と多数の中小規模家族経営と事業的な関連性を明らかにするために，日本最大の牧場Aグループと日高の生産者との関連構造を分析し，馬産不況がもたらす産地へ影響を明らかにしていく。この馬産不況の影響をみる分析視角として，現在深刻な経営危機にある産地競馬の廃止の影響を一つの指標として用いることとで構造的な関連性を明確にしていくこととする（註2）。

1．日本の競馬産業の構造的特質

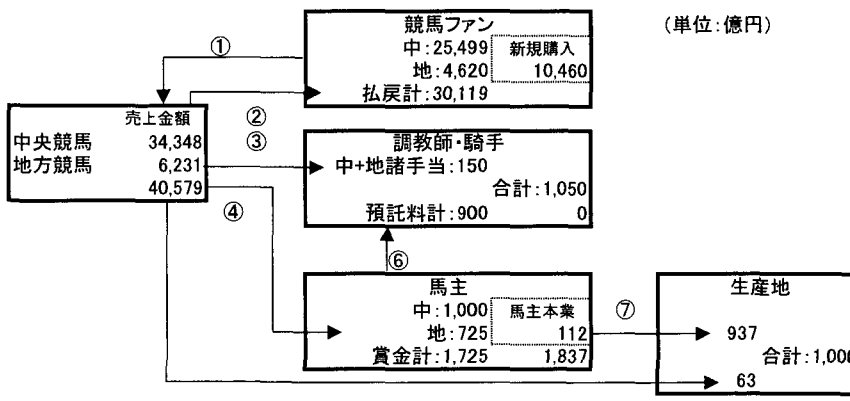
表1　日本中央競馬会の売上金と国庫納付金

	売上金額	第一国庫納付金
1954～59年(6年)	943	94
1960～69年(10年)	11,608	1,161
1970～79年(10年)	82,069	8,207
1980～89年(10年)	173,135	17,314
1990～99年(10年)	369,097	36,910
2000年	34,347	3,435
2001年	32,586	3,259
1954～2001年(48年)	703,785	70,379
単年度平均	14,662	1,466

資料;日本中央競馬会資料より作成
注）国庫納付金の使途は名目としては3/4が畜産振興，1/4が福祉振興であるが，一般会計に組み込まれるため実際に表中の金額の通りに使用されているかは不明である。

戦後，展開してきた日本競馬の目的は，①競馬の健全なる発展，②財政寄与，畜産・福祉振興の財源，となっている。①については内厩制度による公正競馬の確保を徹底して行なってきた（註3）。②については，競馬による収益は，一般会計に組み込まれ，戦後日本の経済発展に寄与すべく，畜産振興と福祉振興の財源として制度上規定されてきた（表1）。重要なのは，この畜産振興の使途に軽種馬生産が組み込まれておらず，農業政策上の位置付けが不明確なまま今日に至っていることである。現在進行している地方競馬の経営危機や馬産地の深刻な不況は，このように，政策的な枠組みから外れてきたことも一因となっているのである。

次に，現在の日本競馬の構造的特質をみていく。図1は，日本の競馬産業の資金の流れをみたものである。競馬産業で循環する資金の根源は，競馬ファンの購入する勝馬投票券に起因する。この規模が中央・地方合わせて約4兆円となっている。そのうち約3兆円が払い戻しとしてファンに還元され，残りの約1兆円を競馬会を中心に分け合う構造となっている。約1兆円のうち，調教師・騎手に約150億円（騎乗手当て，諸手当），馬主に約1,725億円（賞金・諸手当），生産者に約63億円（生産者・諸手当）が支払われる。残りの約8,000億円のうち，約4,000億円が国家及び地方財政に組み込まれ，残りの約4,000億円が競馬開催のための整備投資，人件費などの経費として使用され



① 競馬ファンが勝馬投票券購入。4兆円
② 競馬会から勝馬投票券の払戻し。3兆円
③ 競馬会から調教師当へ支払。1000億円
④ 競馬会から馬主へ賞金支払。1700億円
⑤ 競馬会から生産者へ付加賞。63億円
⑥ 馬主から調教師へ預託料。900億円
⑦ 馬主が生産者へ馬代金支払。900億円

図1　日本の競馬産業における資金の流れ

資料；日本中央競馬会『中央競馬年鑑』，地方競馬全国協会資料等
注1）数値は概算値を含む。2000年のデータを使用している。
注2）表中競馬ファンの勝馬投票券購入は，競馬ファンが単年度に事故の持ち出しから新たに投資する額である。
註）表中馬主の馬主本業は，馬主が本業から単年度に新たに持ち出す金額を示している。

表2　中央競馬と地方競馬の近年の動向

		1991	1999	2000	2001	2001／1991
売上金	中央	34,338	36,572	34,348	32,587	94.9
（億円）	地方	9,862	6,231	5,561	5,222	53.0
地方競馬収支（億円）		410	−145	−210	−233	−
馬名登録頭数	中央	6,291	6,748	7,368	7,790	123.8
（頭）	地方	24,287	24,202	23,233	22,551	92.9
馬主数	中央	2,941	2,659	2,605	2,551	86.7
（人）	地方	7,576	7,318	7,142	7,047	93.0
賞金総額	中央	1,152	7,547	1,560	1,535	133.2
（億円）	地方	790	724	678	638	80.8
預託料	中央	36	46	44	44	122.2
（万円）	地方	14	15	15	15	107.1

資料；「我が国の競馬のあり方に関する有識者懇談会」資料より作成。
注1）地方競馬は全主催者の合計である。
注2）馬主数には法人も含む。
注3）地方競馬売上の2001年は見込み値であり，累積赤字は416億円となっている。

ている。さらに，馬主は，本業から約112億円を毎年調達し，競馬会からの賞金約1,725億円と合わせた資金を競走馬事業に使用する。調教師への預託料等が約900億円，産地からの競走馬購入費用が約937億円（註4）となる。トータルでは，毎年約112億円の赤字となるのが馬主経済である。調教師・騎手は約1,050億円から必要経費を除いた分を毎年蓄積する結果となる。産地は，馬主の購買分と生産者賞を合わせて約1,000億円を手にし，それを繁殖牝馬，種牡馬の購入，施設投資，生産費，人件費等に使用する。

競馬ファンは，毎年約1兆円を自らの収入から余暇・レジャー費として支払っているのである。現在の競馬産業の売上減は，このファンの支払の減少により生じており，この規模が縮小することは，競馬産業を中心とする軽種馬産業全体の停滞を引き起こすことに繋がるのである。

続いて，このような日本の競馬産業を中央競馬・地方競馬に分けて分析していく。表2は，中央競馬と地方競馬の近年の動向を示したものである。売上金，馬名登録頭数，馬主数，賞金総額の各項目で地方競馬の落ち込みが著しい事がわかる。また，中央と地方の格差も歴然とあらわれている。

表3から地方競馬の収支状況をみると，2000年以降全ての主催者が赤字の状況であり，特に北海道営競馬，岩手県競馬は30億円近くの赤字となっている。このような地方競馬の売上減，経営赤字の背景には，中央競馬との競合関係が指摘できる。地方競馬の収支状況と中央競馬の発券場との関係をみると，8つの地域で直接的な競合関係にあり，さらに中央競馬の190万人にものぼる電話投票加入者も含めると，ほとんどの地域が中央競馬との競合を持つことになる。このことは，競馬参加人口が頭打ちになっている現状下で，中央競馬が地方競馬の売上に食い込むことで成立していることを意味している。バブル経済が崩壊する以前は，両者ともに新たなファンの開拓とそれによる売上の増加を可能にしていた。しかし，90年代以降は，競馬の国際化に対応し得る経営体力を持つことが必須条件になり，全国規模のプロモーション活動，施設投資（場外馬券場や電話投票の普及）を行なった中央競馬の一人勝ちの状況になっているのである。逆にいえば，個々の地域内での活動を基礎とする地方競馬は，国際化，構造改革に波に乗り遅れ，ファン離れを引き起こし，それが売上減，経営危機に繋がっているといえる。

2．日本の競馬産業における産地競馬の位置付け

このような状況下で，道営競馬（産地競馬）は財政競馬としての役割を果せない状況にある。競馬法では，地方競馬の存在意義を地方財政に寄与することを第一義とすると規定されているが，こと産地に密着している道営競馬に関しては，財政寄与以外にも様々な役割を果たしている。それは，

表3　地方競馬の収支の推移と中央競馬場外馬券場の設置状況

（単位：百万円）

	1991	2000	2001	2002年度までの状況	中央競馬場外発券場の設置状況	中央競馬本場
1北海道	876	−2,157	−2,806		4	2
2ばんえい	1,042	−322	−895			
3岩　手	−2,101	−3,351	−2,976			
4上　山	1,156	−1,731	−503	廃止議論中		
5新　潟	211	−1,100	−1,358	2002年廃止		1
6栃　木	1,014	−2,003	−1,763			
7宇都宮	109	−106	−105			
8足　利	−22	−374	−233	廃止議論中		
9群　馬	201	−1,318	−957			
10浦　和	−2,071	−462	−1,335			
11船　橋	684	−2	−49			1
12大　井	15,850	−1,011	−1,965		11	1
13川　崎	2,086	−1,377	−1,685		2	
14石　川	3,274	−227	−103			
15金　沢	542	−111	−68			
16岐　阜	1,798	−574	−535			
17愛　知	1,723	−920	−366		1	1
18兵　庫	9,776	−295	−225		1	1
19益　田	55	−208	−163	2002年度廃止		
20福　山	2,218	−939	−368		1	
21高　知	−81	−1,336	−1,087			
22佐　賀	1,817	−839	−534			
23荒　尾	750	−285	−433			
24中　津	183	−42	−	2000年廃止		
	41,090	−21,090	−20,512		20	7

資料；中央競馬及び地方競馬関係資料より作成。

注1）収支の額は競馬法施行規則11条に基づく報告による金額。

注2）中央競馬の場外馬券場・競馬場場外は2001年の数字で総売上の55.7%（18,231億円）を占めている。

注3）中央競馬の場外馬券場は全国に32箇所設置されている。本場は10場である。

注4）中央競馬の電話投票加入者数は2002年10月末で190万人が加入しており，2001年の売上では11,084億円（33.9%）となっている。

①競馬産業に果す産業インフラとしての役割（註5），②生産者にとっての販売（経営）リスク分散の場としての役割，であり，これらは産地に立地する競馬だからこそ果たしうる役割である。また，この構造は企業的牧場から小規模・零細牧場まで，密接にリンクしながら形成されているのである。

図2は，競走馬の移動関係を整理したものである。中央競馬と地方競馬は売上の歴然とした格差とは異なり，入厩頭数に関しては同規模であり，地方競馬の役割は大きい。そのうち道営競馬をみると，流通の基点として，入厩・転厩を行っているのが解る。新馬の入厩頭数は約600頭であり，転厩頭数は新馬・古馬を合わせて同規模となっている。道営競馬は，競走馬の能力試験の場としての機能を果すことにより，中央・地方を合わせた日本の競馬産業全体に対して，産業インフラとしての役割を果しているのである。

「中央競馬と産地」の関係は上述した通りである。「道営競馬と産地」の関係は，日高地域から

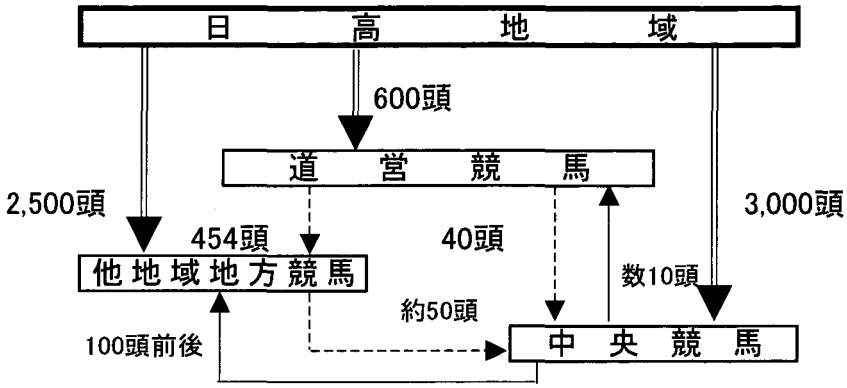


図2 日高地域を中心にみた競走馬の入厩・移動関係

資料；日本中央競馬会，地方競馬全国協会資料より作成
注1）数値は，2000年の概算値である。
注2）2重線は産地からの直接の移動関係を示し，実線は中央から地方，破線は地方から中央を示す。

の入厩頭数約600頭に端的に示されるが，問題はその中身である。道営競馬は，生産者馬主の割合が高い。99年の数値で54.4%となっている（註6）。日高の生産者は，販売できなかった馬を道営競馬で自己所有のまま競走馬として使うという経営戦略をとっている。これがあることによって投資を回収できる可能性がのこる。中央競馬では，預託料が高くリスクが大きいが，道営ならばリターンは少ないが，稀に活躍すれば高額でトレードされる事例も存在する。未売却のままでは，投資の回収は不可能だが，自己使用することで投資を回収する可能性が残り，その「場・機会」としての道営競馬の役割は大きいといえる。

さらに「中央競馬と道営競馬」は重要な視点である。ここでは，産地の生産者を会した，より構造的な結びつきについて考察する。中央競馬を代表する大手牧場のAファームとその種牡馬事業を分析することで，「中央競馬と道営競馬」の関係を見出していく。

3．大規模企業的経営の事業構造

1）Aグループの経営展開史

Aグループは，北海道胆振地域を拠点に，馬産地では日高，千葉，宮城に分場を所有し，東京・大阪にまで事業を配置しており，全国的に展開している。Aグループは，日本最大の牧場であり，日本中央競馬会のリーディングブリーダーランキングでは，20年以上に渡りトップを維持しており，また，馬主成績，種牡馬のリーディングサイアー・ランキングも全て10数年に渡り，1位となっている。

Aグループの歴史を振り返ってみると，1955年に千葉県に牧場を開業したのが始まりである。58年に，北海道胆振白老町に分場を開設，62年に種牡馬事業を開始，67年に胆振早来に分譲を開設，71年に千歳に牧場を開設し，以後ここを本場としてる。73年には，競走馬商社とスタリオン機能を併せ持つAスタリオンステーションを日高荻伏に開設，75年に種牡馬ノーザンテーストを輸入し以後10数年に渡り，リーディングサイアーを獲得し，グループ拡大の基礎として貢献した。82年に直線1,500m走路を持つ本格的な育成牧場を千歳に開設，以後，競走馬商社，種牡馬，生産，育成，馬主部門の全てを併せ持つ企業グループとして発展している。

軽種馬生産の成熟段階に合わせて規模を拡大し，軽種馬生産の日高への集積と共に北海道に拠点を移している。さらに，種牡馬産業の形成，競走馬商社の展開，産地育成の導入の各段階に対して，先駆的な対応を行っており，日本の軽種馬産業の近代化に大きく寄与した牧場である。日高の生産者は，Aグループが欧米から輸入してくる技術・事業方式を模倣することで，軽種馬生産のレベル（資質面，技術面ともに）を向上させてきた。逆に言えば，Aグループは，日高地域に先進技術を普及する役割を果たして来たといえる。

表4　Aグループの概要

		施設の概要	業務内容	面積（ha）			飼養頭数（頭）					専属スタッフ（人）							パート	騎乗者		従業員計
				計	放牧地	山林原野	種牡馬	繁殖牝馬	育成馬	乗用馬	小計	種牡馬	繁殖	育成調教	獣医診療	販売営業	事務	小計		日本人	外国人	
系列1	①Aスタリオンステーション	種馬場	競走馬商社	20			29				29	10			1	4	9	24				24
	②Aスタリオンステーション荻伏	種馬場	スタリオン経営	14			3				3							0				0
	③Aファーム	牧場	繁殖・育成	290	170	80		160	340		500		3	6	2		3	14	31	66	0	111
	④Aファーム日高	牧場	繁殖・育成	55				40	20		60							0				0
	⑤ASファーム	牧場	繁殖	45				80			80		3				1	4				4
	⑥Aホースクリニック	診療所	獣医								0				2			2				2
系列2	⑦ANファーム	牧場	繁殖・育成	200				220	120		340		3	7	1	6	1	18	13	14	0	45
	⑧ANファーム空港	牧場	育成専業	110	110				220		220			6			1	7	39	46	6	98
	⑨ANファーム遠浅	牧場	繁殖・育成	60				20	100		120			3			1	4				4
	⑩ANホースパーク	テーマパーク	テーマパーク	50						50	50							0				0
系列3	(1)東京事務所	事務所	クラブ法人馬主								0					15		15				15
	(2)大阪事務所	事務所	共有馬主								0					5		5				5
	(3)Aトレーニングセンター	体養調教施設	外厩的トレセン	36	23	13			210		210			3			2	5	24	31	11	71
				880	303	93	32	520	1,010	50	1,612	10	9	25	6	30	18	98	107	157	17	379

資料；Aグループ会社案内・業務資料，日本中央競馬会『育成牧場の概要』より作成。
注）面積・飼養頭数は2000年，スタッフは98年，騎乗者・パートは97年の数字である。

表5　Aグループの育成牧場と育成施設・設備

		③Aファーム	⑦ANファーム	⑧ANファーム空港	⑬Aトレセン
労働力（人）	計	133	67	97	78
	騎乗者	66	14	52	42
	外国人	0	1	12	11
繁殖牝馬（頭）	計	142	167	0	0
	自己馬	123	160	0	0
	預託	19	7	0	0
育成馬（頭）	計	195	72	354	173
	1歳	131	0	170	0
	2歳	159	62	24	0
	3歳	10	5	10	100
	休養馬	9	4	0	72
調教内容	初期育成	○	◎		
	中期育成	◎		◎	
	後期育成	◎	◎	◎	◎
預託料(万円)	初期育成	21	6	6	−
	中期育成	30	18	18	−
	後期育成	30	30	30	33
	別途徴収	輸送費	輸送費・保険料	輸送費・保険料	装蹄費・衛生費
育成施設装備	育成馬房	304	79	−	200
	放牧地	170	120	110	23
	パドック	90	90	−	180
	走路	直線1000m，楕円走路×4，ウッド坂路，	パーク坂路500m，楕円走路800m	直線1500・800m，楕円1200・500m	楕円1100m,WP坂路500m
	馬場	12×10m丸馬場	−	−	20×40m角馬場
	屋内運動場	1	82×52m全天候型	6×400m	−
	ウォーキングマシーン	8	4	4	4
	トレッドミル	1	−	−	1
	アエロホース	1	−	1	1

資料；日本中央競馬会『育成牧場の概要』1997年の個票データより作成。
注1）ウォーキングマシーンは，円形の運動場の中身を通常6等分に仕切り，動力により回転させ，調教馬を強制的に運動させる。通常は並足程度の運動に使う。1台2000万円前後。
注2）トレッドミルは，ルームランナーのように動くベルトコンベアに合わせて調教馬に運動を付加する装置である。
注3）アエロホースは，別名ウォータートレッドミルと呼ばれ，水を使った調教施設である。いわゆる水泳調教とは異なり，馬を水の中で定地運動させるための装置である。ウォータートレッドミルの歴史はまだ比較的浅く，1984年にアメリカのゴールデングリーンファームに導入されたのが最初であり，その後，アメリカ全体に40か所，さらにイギリスのニューマーケット等にも設置されている。日本では93年に宮城県のAファーム山元トレーニング・センターに初めて導入され，その後，千葉県の下河辺牧場，北海道のノーザンファーム
注4）97年のデータであるため，労働力構成が表4と異なる。

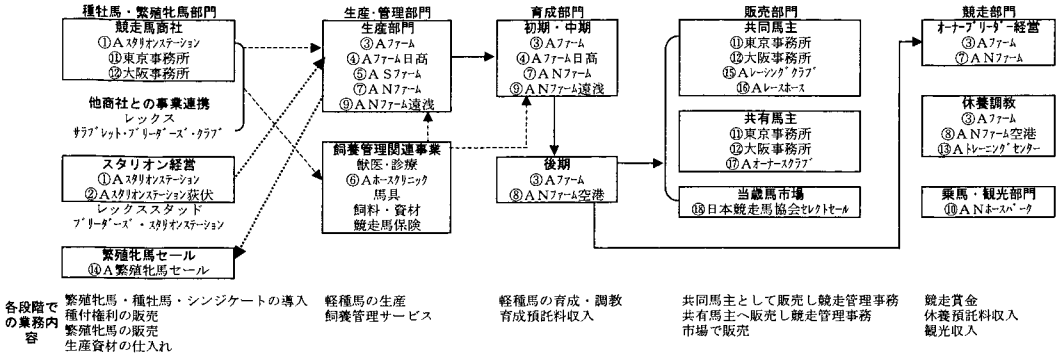


図3　Aグループのグループ内連携

注）——▶は，育成馬の流れを示す。
　　·····▶は，繁殖牝馬・種の動きを示す。
　　----▶は，生産資材・サービスの動きを示す。

2）企業内連携による事業の多角化

表4は，Aグループの組織概要をみたものである。Aグループは，先代の死後以降，3子に相続され，現在は3つの小グループにより構成されている。系列1（Aファーム）は，種牡馬事業を中心に繁殖生産・育成を行っている。系列2（ANファーム）は，育成事業の中核を担い，繁殖生産，乗馬観光も行っている。系列3は，グループ全体の事務管理と競走馬商社機能を果たし，また馬主部門（クラブ法人）の管理もここで行っている。グループ全体で，経営面積880haを擁し，種牡馬32頭，繁殖牝馬520頭，育成馬1,010頭を飼養し，従業員は専属スタッフ98名，騎乗者174名（うち外国人17名），合わせて379名を雇用している。

総資産，総売上等をグループ全体で示すことは難しいが，2001年セレクトセールでAグループの上場馬は，当歳123頭が売却され，39.9億円の売上であった。育成馬預託料収入はグループ全体で25.3億円となっている。競走馬馬主収入は，2000年実績で，Aレースホースが17.6億円，Aレーシングが9.6億円，個人名義で14.5億円となっており，併せて41.7億円の賞金を稼いでいる。種牡馬に関しては，1999年ジェイエスノミネーション価格2,360万円のサンデーサイレンス（2002年死亡）を筆頭に高額種牡馬を多数所有しており，種付料収入は，提携スタリオンも含めると63億円となり，種牡馬市場総額139億円の44.3%を占めている。これに，庭先販売分や関連事業収入が加算されると相当の規模の売上となる。

表5は，Aグループの育成部門の概要を示したものである。1,000m級の直線走路や全天候型屋内運動場，ウッドチップ坂路，ウォーキングマシーン，アエロホースなど，競馬場トレーニングセンター並みの施設をほぼ全て所有している。また，調教内容も細分化しており，このような育成過程を80年代から構築していた。日高の一般の軽種馬牧場では，このような育成の専業化は，90年代後半になってはじめて本格的に定着した。この点を考えても，極めて先進的な取り組みを行ってきたことがわかる。

Aグループは，欧米に比べてもトップクラスの近代的な施設・設備を整え，数10億円規模の種牡馬を多数抱え，繁殖牝馬の資質も高い。Aグループの資産規模は相当のものであるといえる。

図3は，Aグループのグループ内連携の関係をみたものである。自社スタリオンの他に，2社の競走馬商社と出資・提携の関係があり，種牡馬はほぼ全てここから調達している。また，種牡馬の導入や種付権利の販売に関しても，この競走馬商社部門を通して行っている。生産資材の調達や飼養管理サービスに関しても，競走馬商社との連携と自己経営内で保有する診療業務により，自己完結的に行っている。販売に関しても，共有馬主，共同馬主，市場販売，庭先販売，自己使用競走馬というように複数の販路を持つことで，安定性を確保している。

表6　Aスタリオンステーション繋用種牡馬の種付実績の地域性（2000年）　（単位：頭，万円，%）

	総計	エリシオ	カーネギー	サクラバクシンオー	サンデーサイレンス	ジェイドロバリー	タヤスツヨシ	ダンスインザダーク	ティンバーカントリー	トウカイテイオー	トニービン	パブルガムフェロー	フサイチコンコルド	フジキセキ	ホワイトマズル	メジロマックイーン	リアルシャダイ	アグネスカミカゼ	サマーサスピション	スキーキャプテン	ハートレイク
単　価		0	400	200	2500	500	50	400	300	150	800	350	200	500	100	150	300	30	50	30	300
えりも	24	2	2	0	0	1	3	2	3	0	3	0	0	0	2	0	0	0	4	1	1
様似	50	1	4	0	3	1	1	0	2	2	2	4	1	4	2	2	1	2	11	2	5
浦河	386	29	33	16	18	26	15	34	16	18	15	24	20	22	9	20	12	13	31	6	9
三石	162	10	8	9	3	13	5	11	8	12	5	11	12	9	8	7	10	5	5	5	6
静内	301	21	26	18	14	15	14	14	19	24	18	14	34	6	12	11	10	4	12	5	10
新冠	314	20	37	5	19	26	6	24	10	23	15	18	29	12	12	10	26	1	11	4	6
門別	395	23	18	23	20	31	24	29	23	18	18	24	25	20	21	18	16	3	11	3	27
平取	54	4	4	0	3	5	4	0	3	5	1	3	4	2	4	0	3	0	1	1	7
日高計	1,686	116	132	71	86	118	72	114	84	102	77	98	125	75	70	68	78	28	86	27	71
A	593	70	35	29	105	41	4	63	54	7	38	57	27	12	10	17	11	3	0	2	8
他地区	144	0	7	5	4	9	6	7	9	10	9	6	14	6	12	15	8	2	6	3	6
合計	2,423	180	174	105	189	168	82	184	147	119	124	161	166	93	92	100	97	33	92	32	85
日高割合		61.1	75.9	67.6	42.3	70.2	87.8	62.0	57.1	85.7	62.1	60.9	75.3	80.6	76.1	68.0	80.4	84.8	93.5	84.4	83.5
A割合		37.2	20.1	27.6	55.6	24.4	4.9	34.2	36.7	5.9	30.6	35.4	16.3	12.9	10.9	17.0	11.3	9.1	0.0	6.3	9.4
日高金額	696,950	55,000	52,800	14,200	200,000	59,000	3,600	45,600	25,200	15,300	61,600	34,300	25,000	37,500	7,000	10,200	23,400	840	4,300	810	21,300
A金額	450,100	33,500	14,000	5,800	262,500	20,500	200	25,200	16,200	1,050	30,400	19,950	5,400	6,000	1,000	2,550	3,300	90	0	60	2,400

資料；道新スポーツ馬事通信部「種牡馬特集号2000年」，ジェイエスノミネーションセール資料2000年，日本軽種馬協会「軽種馬生産統計」

注1）*の単価は，ノミネーションセール結果

3）Aスタリオンステーションの種付実績と道営競馬廃止の影響

表6は，2000年度のAスタリオンステーションの種付実績を種牡馬別にみたものである。合計2,423頭の種付け実頭数のうち1,686頭が日高で付けられている。日高での種付割合が特に高いものは，フジキセキ，タヤスツヨシなどとなっている。逆に，Aグループでの種付けが多いのは，サンデーサイレンス，エリシオなどである。Aグループの繁殖牝馬590頭分の種付料45億円は預託馬を除いては実際には売上に計上されず，日高分69億円が種付売上となる。

表7は，Aスタリオンステーションの種付頭数の地域分布を示している。門別，新冠，浦河が多く使用している。他地区は，十勝の大樹ファーム，胆振のメジロ牧場，西山牧場という大手牧場がほとんどである。各地区ごとの種付費総額にしめるAグループの割合は，日高全体で49.9%を占めている。Aグループの種牡馬事業は，日高の生産者の利用により成立しているのである。ここで注目すべきは，道営廃止時の損失額である。これは，後述する99年日高支庁アンケートの結果より，日高の生産者の道営競馬との関わり度合いを算出し，その分が全て廃業した時の損失を計算したものである。これによると，単純計算で約17億円分を失うこととなる。

日高には道営競馬と関わりの強い牧場が多数存在し，Aグループはそれとの関係で各種事業を展開しており，中央競馬と道営競馬の関わりは産地を媒介することでより密接な関係として見出すことができる。

続いて，このAグループを利用する日高地域の生産者と道営競馬との関わり度合いを分析していく。

4．Aグループと日高地域の生産者との関係

1）Aスタリオンステーションを利用している牧場の性格

ここでは，データの関係からAスタリオンステーションのうち中核的な種牡馬フジキセキ号を種付した日高地域の生産者のうち，アンケートデータの得られた43牧場を対象とする。

表8は，Aスタリオンステーションの種牡馬フジキセキ号を種付した日高管内の生産者の性格を

表7 Aスタリオンステーションと日高地域及び道営競馬との関係 （単位：頭，万円，%）

	Aグループ種付総額 A	全構成比	日高比	頭 B	全構成比	日高比	各地域種付費総額 C	各地域A種付割合 A/C	道営廃止時損失額(A) D
えりも	7,280	0.6	1.0	24	728.0	1.4	19,882	36.6	1,880
様似	19,220	1.6	2.8	50	2.1	3.0	41,421	46.4	4,963
浦河	158,470	13.2	22.7	386	15.9	22.9	319,767	49.6	40,916
三石	54,800	4.6	7.9	162	6.7	9.6	134,203	40.8	14,149
静内	121,420	10.1	17.4	301	12.4	17.9	249,352	48.7	31,350
新冠	145,750	12.2	20.9	314	13.0	18.6	260,121	56.0	37,632
門別	167,430	14.0	24.0	395	16.3	23.4	327,223	51.2	43,230
平取	22,580	1.9	3.2	54	2,258	3.2	44,734	50.5	5,830
日高計	696,950	58.2	100.0	1,686	69.6	100.0	1,396,702	49.9	179,950
A	450,100	37.6		590	24.3				
他地区	50,300	4.2		147	6.1				
総計	1,197,350	100.0		2,423	100.0				

資料；表6と同じ
注1）道営競馬との関わり指数　25.8
　99年日高支庁アンケート結果より。Ⅰ，Ⅱ類型の関わり度合いを算出。
注2）各地域種付費総額は，馬クラスター研究会報告書2002,10の数値。
注3）道営廃止時損失額は，Aグループの種付け総額のうち道営に関わる部分が全て消失すると仮定した場合の概算値。

表8 2000年にフジキセキを付けた日高管内生産者の性格 （単位：戸，%）

	企業類型類型					道営競馬との関わり						
	企業経営	家族大経営	家族専業経営	高齢・複合経営	合計	大いに有る	やや有る	あまり無い	ほとんど無い	不明	総計	有割合
様似			3		3		1		1	1	3	33.3
浦河	3	3	3	1	10	2	4	1	2	1	10	60.0
三石			5	2	7	2	2	3			7	57.1
静内		1	3		4	1	1	1	1	1	5	40.0
新冠	1	2	3		6	2	1	2		1	6	50.0
門別	3	3	4		10	2	5	3			10	70.0
平取	1			1	2	1	1				2	100.0
合計	8	9	21	4	42	10	15	10	4	4	43	58.1

資料；日高支庁主催，21世紀馬産地検討会「日高管内軽種馬農家全戸意向調査」1999年の個票より作成。

みたものである。地域的には浦河，門別が多く，企業類型（註7）では家族専業経営層が多くなっている。企業的な牧場も多いものの，全体的には家族専業経営層が多く，Aグループの種牡馬は中規模の牧場が利用していることがわかる。また，同表より，フジキセキを利用する日高の生産者と道営競馬との関わりをみると，58.1%の生産者が道営競馬との関わりが強いと答えているのがわかる。

表9はフジキセキ利用牧場における競走馬を自己使用する生産者兼馬主（生産者馬主）としての性格をみたものである。生産者馬主となっているものが半数以上を占め，さらにその使用先は地方競馬か中央競馬と地方競馬となっている。フジキセキ利用牧場は，地方を主体とした生産者馬主が多いのである。また，この地方競馬の中身は道営競馬が多いという特徴がある。

表10はフジキセキ利用牧場の道営競馬との関わり度合いと道営競馬振興策についてみたものである。道営競馬の振興策としては中央競馬との連携

表9　生産者馬主としての性格　（単位：頭，万円，％）

生産者馬主	中央のみ	中央＋地方	地方のみ	不明	総計
自己馬使用		7	8		15
馬主資格有	1	3	3		7
資格無し	3			13	16
不明				1	1
総計	4	10	11	14	39

資料；表8と同じ。

表10　道営競馬とのかかわりと道営振興策　（単位：頭，万円，％）

		大いに有る	やや有る	あまり無い	ほとんど無い	不明	総計
道営競馬振興策	番組見直し	1	1				2
	経費削減	0	3	1	0		4
	産地連携	1		1	1		3
	JRA連携	3	7	3		2	15
	運営組織改革	5	1	2	2	1	11
	不明		3	3	1	1	8
	総計	10	15	10	4	4	43
道営のために産地のできること	出走馬の確保	4	5	1		1	11
	運営主体参画	4	1	3	3	1	12
	馬券購入	1	2				3
	生産地賞創設	1	3	2		1	7
	不明		4	4	1	1	10
	総計	10	15	10	4	4	43

資料；表8と同じ。

強化を望む回答が高く，道営競馬単独での開催の困難性を指摘している。同表から，道営のために産地として協力できることをみると，出走馬の確保と運営主体への参画と回答している。

このように，Aスタリオンステーションを利用している日高の牧場は中核的な牧場が多いと推測され，それらは一般の傾向と同様に道営競馬と強いかかわりをもっているのである。

2）日高地域・軽種馬産業との関係

Aグループは，軽種馬生産のみならす，軽種馬産業或は競馬産業も含む広義の軽種馬産業に対して，広く事業を展開しており，ガリバー型寡占（註8）の状態にある。しかし，Aグループの事業構造にも問題がある。育成部門や生産・販売部門，競走馬部門は，馬主や競馬産業を相手にした事業であり，需要面の経済状況に売上が左右されるのは，他の生産者も変わらない。問題は，Aグループの事業の柱である種牡馬事業の動向である。

Aグループの直営スタリオンステーションの種付総数は種付年次1999年で1,089頭であり，系列のスタリオンステーションも含めると，2,423頭の種付となる。これに対してAグループの繁殖牝馬は590頭であり，差引き1,833頭が他牧場の繁殖牝馬に対しての種付である。このほとんどが日高の生産者への種付となっており，これは日高の種付繁殖牝馬頭数8,703頭の20.5％を占める数字である。しかも，Aグループの種牡馬は良血且つ競走成績も優秀であるため総じて高額であり，これまで，日高の生産者は約69億円にものぼる種付料をAグループに支払ってきた。日高地域からみると，かなりの額がAグループへ流出していたことになる。1994～99年における日高の生産者の投資内容をみると家族経営層は種付投資を高める選択をしていたが，現在に至って種付投資を押さえる傾向にある（註9）。また，繁殖牝馬飼養規模も縮小傾向にある。このことからも，これからの種牡馬事業は，これまで通り，順調に行くとは

限らない。さらに，産地育成が各階層全体に定着していく中で，Aグループ並の技術力が浸透していく可能性は高い。育成施設に関しても，日高東部の大規模育成調教利用施設BTCのように，個々の育成預託馬は小規模でも，大規模施設を共同利用することで，投資を抑制し，技術を向上させるという動きも出現しているのである。

おわりに

以上のように，中央競馬の最大手牧場Aグループは各事業を通して，日高地域の北海道営競馬との関わりの強い生産者との関係で存立している。この意味で，中央競馬と地方競馬は直接の事業的関係は薄くとも構造的に密接な関係にあるといえる。一見すると，道営競馬廃止の影響は，道営競馬と直接的な関係のある生産者に限定されて生じるように考えられがちである。しかし，現実の産地構造をみると，大規模企業的経営層は種牡馬事業を中心とする各事業を通して，日高地域に広範に存在する家族経営層と深くかかわっている。日本最大の生産者であるAグループの種牡馬事業だけをみても道営競馬廃止の影響は17億円（総売上の25.8%）と算出され，これはグループ全体の事業規模からみても大きな損失である。実際に，地方競馬の廃止が相次いだ2002年末には，大手の生産牧場の倒産が連続して起こっている。これは，地方競馬廃止の影響が，間接的に大規模企業的経営層に波及した結果である。地方競馬廃止による未販売馬の増加，価格の下落は，直接地方競馬と関わりの強い生産者の経営を圧迫し，支出を抑制する。それが，このような生産者に対し，種牡馬事業，育成事業などを行なう大規模企業的経営層の経営に波及していくのである。農民的な家族経営層においては，自家労賃を切り詰めるなどの短期的な対処方法があるものの，企業的経営層おいては，大規模な投資とその回収，多数の雇用に対する労賃の支払など企業的経営ゆえの不安定性が存在し，それが急速な経営悪化を引き起こしたと考えられる。

註

註1）岩崎他［3］，小山［7］による。

註2）三菱総合研究所［1］によると，道営競馬が廃止された時の産地への影響を算出している。標準ケースのシュミレーションで，道営競馬廃止時に日高の産地は生産者121戸（廃止前の7.2%）が転廃業を余儀なくされ，繁殖牝馬は617頭（同5.3%）の淘汰，軽種馬粗生産額は64億円（同18.7%）の減少となっている。一般に，この影響は道営競馬と関わりの強いアングロアラブの生産者や家族経営の小規模層において発現すると捉えられている。廃止前は1998年の数値を基準としており，廃止後の減少率は対1998年の割合となっている。

註3）日本競馬は，公正競馬の確保のために内厩制度を採用している。内厩制度では，調教師・競走馬の数を一定地域に一定量確保し，この範囲で競馬興行を行なっている。その弊害として，競走馬の流通は極度の買い手市場となり，厩舎サイドの思惑により，売れ行きが左右される。馬主は，独自に競走馬を購入しても限定された厩舎に入厩させてもらえなければ，競走馬として飼養することが出来ない。一方で市場開放を謳いながらも，その構造はオープンマーケットに成り得ないのである。

註4）岩崎徹他［3］では，日高の馬主支払分を470億円として算出している。

註5）古林英一［1］を参照のこと。

註6）古林英一［1］の数値による。

註7）1999年6月に行われた日高管内の軽種馬農家全戸調査をもとに軽種馬経営のタイプ分けしたものである。Ⅰは，企業経営であり，これは古くからの伝統牧場が多く，オーナーブリーダーや共同馬主制度形態をとったマーケットブリーダーが中心になっている。繁殖牝馬頭数16頭以上層がこれにあたり，雇用労働力が主であり家族労働力は管理者として位置づけられる。また，経営内容は生産，販売，育成，種牡馬と多岐にわたっており，育成専門牧場，スタリオン（種馬場）なども存在する。この層は，仔分，育成，種牡馬を通じて中小牧場に対して支配的な性格を持つ。Ⅱは家族大経営であり，これは家族労働力が中心であるが，雇用労働力なしには成り立たない経営である。繁殖牝馬頭数11～15頭層が中核を成す。家族経営から出発し規模を拡大してきた牧場が多い。雇用無しには成立し得ない経営ということから企業的な性格を持つ経営として位置づけられる。経営内容は，生産，販売が中心であるが，育成部門を持つものや，育成専門牧場も存在する。Ⅲは家族専業経営であり，これは家族労働力中心の軽種馬専業経営で，繁殖生産経営がほとんどである。繁殖牝馬頭数6～10頭層が中心を成す。経営内容は生産・販売が

中心であるが，近年は育成部門を行う経営も存在する。Ⅳは家族複合経営・高齢農家経営であり，これは家族労働力１～３人の水田などの複合経営，または高齢農家経営である。繁殖牝馬頭数１～５頭層が中心を成す。経営内容は，アラ系生産が主流であり，仔分け・預託が多い。

註８）寡占の形態の一つである。ある産業において一企業のみ市場占有率がとび抜けて大きく，他の群小企業が残りの市場を分け合っている状態を指す。ここでは，軽種馬の販売，種牡馬の供給，育成市場など軽種馬産業の各部門において，Ａグループの占有率が極めて大きくなっていることを指す。

註９）小山良太［５］による

参考引用文献

［１］古林英一「産地競馬としての『ホッカイドウ競馬』」『北海学園大学経済論集』第49号第１巻，2001年

［２］岩崎徹『競馬社会をみると日本経済がみえてくる－国際化と馬産地の課題－』源草社，2002年６月

［３］岩崎徹・古林英一・志賀永一・川越敏示・岡本邦彦・小山良太「馬産業の経済波及効果と馬クラスターによる地域活性化－日高地域の産業連関分析－」『2001年社会科学研究支援事業研究成果報告書』，財団法人北海道科学・産業技術振興財団，2001年

［４］岩崎徹・小山良太「日高地方における軽種馬経営意向調査－初めての経営類型別分析－」『経済と経営』第31巻第１号，2000年６月，pp.139－183.

［５］小山良太「軽種馬経営の投資構造と総合農協の指導金融事業」『農経論叢』第56集，2000年３月，pp.85－97.

［６］小山良太「軽種馬生産先進国と比較した日本の軽種馬生産の特質」『農経論叢』第58集，2002年３月，pp.1－17.

［７］小山良太「転換期の軽種馬産業における農協の地域マネジメント機能－北海道日高の地域産業分析－」北海道大学大学院農学研究科博士論文，2002年３月

［８］小山良太「北海道日高地域における軽種馬関連産業の規模と構成」2002年度日本農業経済学会論文集(農業経済研究別冊)，日本農業経済学会，2002年11月，pp.123－125.

［９］三菱総合研究所「北海道競馬廃止の影響に関する調査報告書」日高軽種馬振興対策推進協議会・北海道競馬運営改善対策室，2000年８月