

参議院常任委員会調査室・特別調査室

論題	競輪の売上額 ～現状と今後の取組～
著者 / 所属	山田 千秀 / 経済産業委員会調査室
雑誌名 / ISSN	経済のプリズム / 1882-062X
編集・発行	参議院事務局 企画調整室（調査情報担当室）
通号	231号
刊行日	2023-12-5
頁	1-9
URL	https://www.sangiin.go.jp/japanese/annai/chousa/keizai_prism/backnumber/r05pdf/202323101.pdf

※ 本文中の意見にわたる部分は、執筆者個人の見解です。

※ 本稿を転載する場合には、事前に参議院事務局企画調整室までご連絡ください（TEL 03-3581-3111（内線 75044） / 03-5521-7683（直通））。

競輪の売上額

～現状と今後の取組～

経済産業委員会調査室 山田 千秀

1. はじめに
2. 回復基調にある競輪の売上額
3. 公営競技全般の状況
4. 今後の取組
 - (1) ネット販売等のデータ分析
 - (2) 現場の魅力の発信
 - (3) スポーツ性の訴求

1. はじめに

競輪の売上額が伸びている。他の公営競技（中央競馬、地方競馬、競艇、オートレース）も同様である。

競輪その他の公営競技の売上額は、1990年代のピーク後は低迷を続ける「冬の時代」を迎えた。この間、競輪場は全国50場で21世紀を迎えたが、2002年の3場廃止（甲子園、西宮、門司）を皮切りに、その後も2010年から2014年にかけて4場（花月園、大津びわこ、観音寺、一宮）が廃止となり、現在は43場となっている。

2013年度を底に競輪の売上額は回復基調となったが、その要因は何か、また、今後はどのように推移するのか。施行者収益を通して公益や地方財政に寄与するという競輪事業¹の持続的な発展に必要な売上げを確保するためには、どのよ

¹ 自転車競技法（昭和23年法律第209号）第1条第1項には「都道府県及び人口、財政等を勘案して総務大臣が指定する市町村（以下「指定市町村」という。）は、自転車その他の機械の改良及び輸出の振興、機械工業の合理化並びに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寄与するとともに、地方財政の健全化を図るため、この法律により、自転車競走を行うことができる。」と規定されている。

収益の用途については、同法第22条に「競輪施行者は、その行う競輪の収益をもつて、自転車その他の機械の改良及び機械工業の合理化並びに社会福祉の増進、医療の普及、教育文化の発展、体育の振興その他住民の福祉の増進を図るための施策を行うのに必要な経費の財源に充てるよう努めるものとする。」と規定されている。

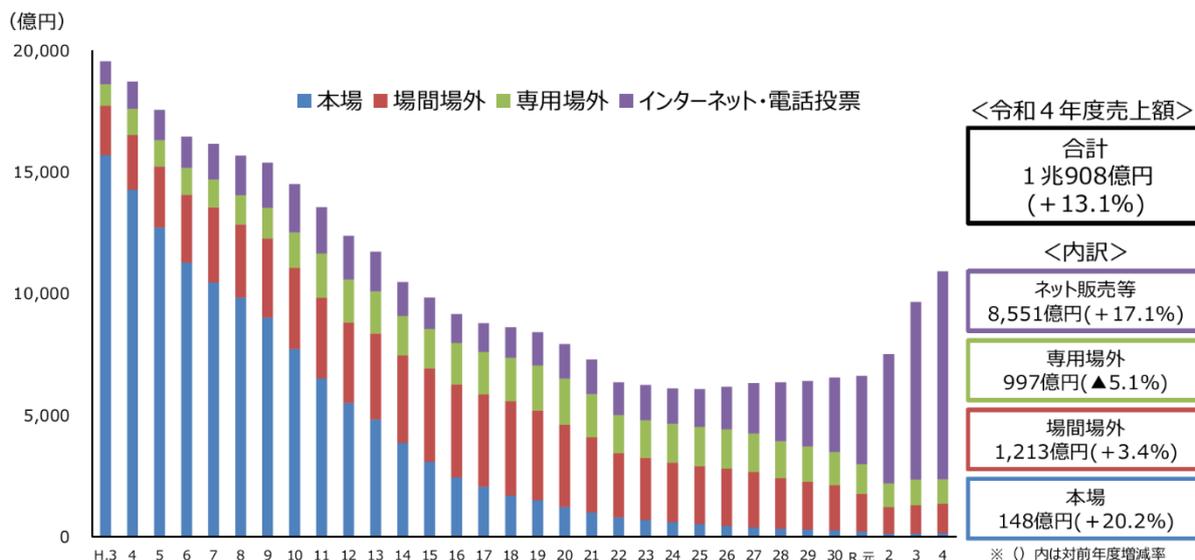
うな方策が考えられるのか。なお、競輪事業の振興を考えるに当たっては、「入」である売上額のほか、「出」である開催経費の在り方も検討対象となろうが、本稿では、売上面に絞って検討する。

以下、競輪の売上額について、2023年5月24日に開かれた経済産業省の産業構造審議会製造産業分科会車両競技小委員会（以下「小委員会」という。）における議論を中心に、現状に対する分析を紹介する。そして、他の公営競技の売上状況も見つつ、今後の展開について考察する。

2. 回復基調にある競輪の売上額

2022年度の競輪の売上額は、対前年度比13.1%増の1兆908億円となった（図表1）。そのうち、ネット販売等（インターネット・電話投票）は、同17.1%増の8,551億円、売上全体の8割近くを占めている。これに対し、専用場外や場間場外²は、それぞれ同5.1%減の997億円、同3.4%増の1,213億円と、合わせても2割程度にとどまる。そして、本場は、同20.2%増とはいえ148億円と、売上全体の2%に満たない。

図表1 競輪施行者全体の売上額



（※）施行者収支決算書資料を基に経済産業省製造産業局車両室が計算した。令和4年度売上額は四捨五入しているため、内訳の数値を足し上げても合計値と合わない。

（出所）経済産業省（産業構造審議会 製造産業分科会 車両競技小委員会 第18回）資料1（令和5年5月24日）

² 専用場外は、自場で開催する競輪の車券を専用場外車券売場で発売する形態。場間場外は、自場で開催する競輪の車券を他の競輪場で発売する形態。

公益社団法人全国競輪施行者協議会（以下「全輪協」という。）は、現在の売上額が伸びている要因として、①モーニング、ナイター、ミッドナイト開催³等を約10年前から展開してきたが、これらの開催はインターネット投票と親和性があり、民間ポータル⁴の活動が増える中で売上げが伸びている、②コロナ禍による巣籠もり需要（在宅需要の高まりを背景としたインターネット投票の伸び）が増加した、③民間ポータルが、従来競輪の車券購入に当たっていない20代、30代の若年層を、特にミッドナイトに力を入れて売上げを伸ばした、の3点を挙げている⁴。

また、(図表にはないが) レースの種類別に見ると、FⅡ開催（一番下位のレース格付け⁵、いわゆる「ヒラ開催」）の売上額が、対前年度比約2割増の4,363億円と全体の約4割を占めている。売上低迷期は、このヒラ開催が重荷となっており、FⅡグレードの赤字をGグレードの収益で補完して通年で黒字化を図るという自転車操業状態であった⁶。例えば、売上額が1990年代以降の最低となった2013年度は、FⅡの開催日数は全体の半分以上を占めているのに対し、売上額は全体で6,063億円のうち844億円と、1割強でしかなかった。もともと、この時期、FⅡ開催でもミッドナイトやナイターの売上額は増加傾向となっていたこともあり、これまで赤字開催が常態化していたFⅡ開催も工夫次第で売上額増加を図ることができるのではないかとの見立ても出てきていた。現在はミッドナイト開催等かつて蒔いた種が実を結んできたといったところだろうか。

3. 公営競技全般の状況

次に、公営競技全般の売上額の推移を見る。21世紀に入ってから一貫して減少傾向にあったが、2010～2016年度の間に底を打ってその後は回復基調、そして2020及び2021年度は急激な伸びとなっている（図表2）。

³ モーニングはおおむね朝8時台から午前中あるいは午後の早い時間帯の間に競走を実施し、無観客で行われることもある。ナイターはおおむね15時台から20時台に競走を実施し、有観客で行われる。ミッドナイトはおおむね21時前後から23時台の間に競走を実施し、完全無観客、車券購入はネット販売等か一部の専用場外（における前売り）のみである。

⁴ 産業構造審議会製造産業分科会車両競技小委員会（第18回）（令5.5.24）議事録12頁

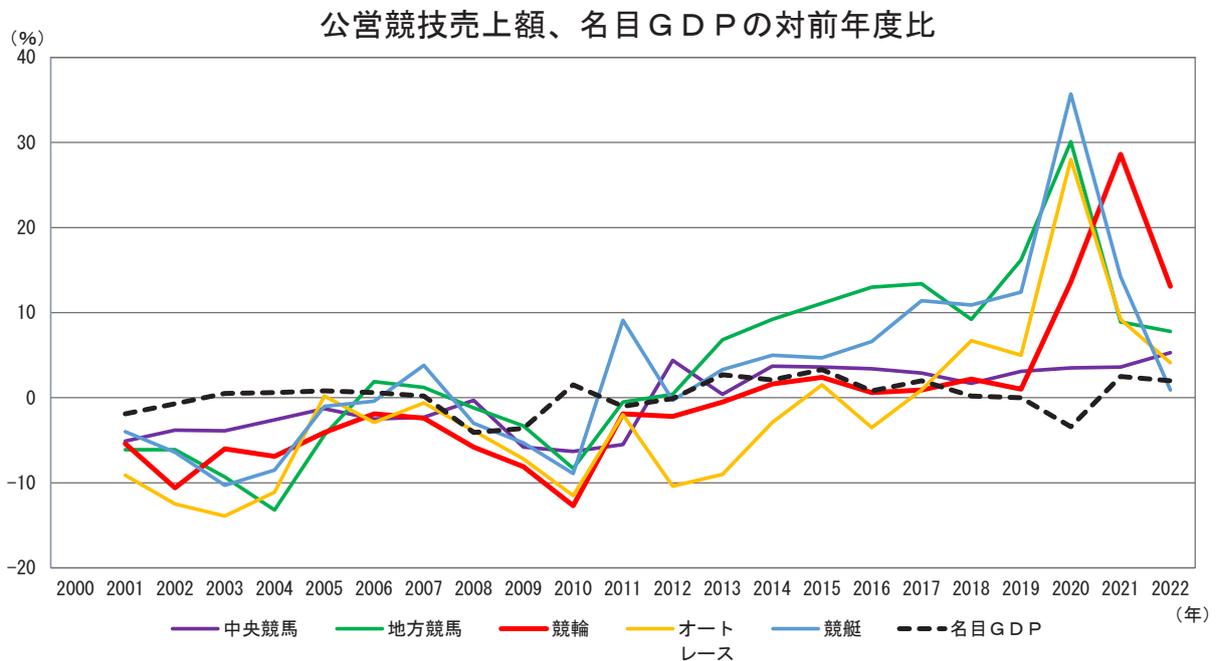
⁵ 競輪のレースの格付けは、GP、GⅠ、GⅡ、GⅢ、FⅠ、FⅡの6グレード。GP（グランプリ）は、毎年12月30日に行われる競輪界最高峰のレース。

⁶ 競輪最高会議「中期基本方針」（令和3年3月25日、令和5年5月25日追加方針を統合）2頁。なお、競輪最高会議とは、競輪事業に関する重要事項についての調査・審議及び施策等についての意思決定を行う機関。（公財）JKA、（公社）全国競輪施行者協議会、（一社）日本競輪選手会の3団体によって構成されている。

図表2 公営競技の売上額の推移

売上額（億円）						対前年度比（％）						
年度 (西暦)	中央競馬	地方競馬	競輪	オート レース	競艇	年度 (西暦)	中央競馬	地方競馬	競輪	オート レース	競艇	名目GDP
2000	34,348	5,561	12,372	1,857	13,347							
2001	32,587	5,222	11,710	1,688	12,811		▲5.1	▲6.1	▲5.4	▲9.1	▲4.0	▲1.9
2002	31,335	4,904	10,465	1,477	11,990		▲3.8	▲6.1	▲10.6	▲12.5	▲6.4	▲0.7
2003	30,103	4,450	9,832	1,271	10,751		▲3.9	▲9.3	▲6.0	▲13.9	▲10.3	0.5
2004	29,314	3,862	9,151	1,130	9,837		▲2.6	▲13.2	▲6.9	▲11.1	▲8.5	0.6
2005	28,946	3,691	8,775	1,132	9,743		▲1.3	▲4.4	▲4.1	0.2	▲1.0	0.8
2006	28,233	3,760	8,611	1,099	9,703		▲2.5	1.9	▲1.9	▲2.9	▲0.4	0.6
2007	27,591	3,804	8,401	1,092	10,075		▲2.3	1.2	▲2.4	▲0.6	3.8	0.2
2008	27,502	3,757	7,913	1,049	9,772		▲0.3	▲1.2	▲5.8	▲3.9	▲3.0	▲4.1
2009	25,901	3,634	7,276	973	9,257		▲5.8	▲3.3	▲8.1	▲7.2	▲5.3	▲3.6
2010	24,276	3,332	6,350	861	8,434		▲6.3	▲8.3	▲12.7	▲11.5	▲8.9	1.5
2011	22,936	3,314	6,229	844	9,198		▲5.5	▲0.5	▲1.9	▲2.0	9.1	▲1.0
2012	23,943	3,326	6,091	756	9,175		4.4	0.4	▲2.2	▲10.4	▲0.3	▲0.1
2013	24,049	3,553	6,063	688	9,475		0.4	6.8	▲0.5	▲9.0	3.3	2.7
2014	24,936	3,879	6,159	668	9,952		3.7	9.2	1.6	▲2.9	5.0	2.1
2015	25,834	4,310	6,308	678	10,422		3.6	11.1	2.4	1.5	4.7	3.3
2016	26,709	4,870	6,346	654	11,111		3.4	13.0	0.6	▲3.5	6.6	0.8
2017	27,477	5,525	6,400	660	12,378		2.9	13.4	0.9	0.9	11.4	2.0
2018	27,950	6,034	6,541	704	13,727		1.7	9.2	2.2	6.7	10.9	0.2
2019	28,818	7,010	6,605	739	15,434		3.1	16.2	1.0	5.0	12.4	0.0
2020	29,835	9,123	7,500	946	20,951		3.5	30.1	13.6	28.0	35.7	▲3.4
2021	30,911	9,933	9,646	1,033	23,926		3.6	8.9	28.6	9.2	14.2	2.5
2022	32,539	10,704	10,908	1,075	24,142		5.3	7.8	13.1	4.1	0.9	2.0

(※) ■■■ は1990年代以降の売上最低額。



(※) 中央競馬は1月～12月、それ以外は4月～3月。

(出所) 日本中央競馬会、農林水産省年報、地方競馬全国協会、JKA、全国モーターボート競走施行者協議会、内閣府資料より作成

競輪を始めとする公営競技の売上額と景気との関係について、2001年当時の審議会では「健全なレジャー化が進むにつれ、昭和50年代以降は、景気の動向に連動するようになった。(中略)他方、ここ10年間で見ると、景気の低迷がレジャー・ギャンブル市場に与えた影響は限定的な面あり」と分析している⁷。それ以降(今世紀)の推移をみると、総じて、2000年代前半及び2010年度⁸を除き、コロナ禍までの期間は景気の動向と無関係ではなさそうな動きをしている。

以上を総合すると、2010年代以降の売上額回復は、各競技それぞれ固有の増減要因もあろうが、景気のリバウンドに加え、各競技の売上推進策の効果が徐々に現れ始め、そこに、いわゆるコロナ禍による「巣籠もり特需」が発生したというかたちではないだろうか。

各公営競技の売上額の中で目を見張るべきものは、地方競馬及び競艇の伸びである。1990年代の最高額とそれ以降の最低額、直近額を示したのが図表3である。地方競馬及び競艇は、直近である2022年度が、1991年度に記録したかつての過去最高額を超えている。1990年代の過去最高額を1とすると、2022年度は、中央競馬は0.81、競輪は0.56、オートレースは0.31であるのに対し、地方競馬及び競艇は1.09である。

図表3 公営競技の売上額

売上額	中央競馬	地方競馬	競輪	オートレース	競艇
過去最高 (年度) (億円)	(1997年) 40,007	(1991年度) 9,862	(1991年度) 19,553	(1991年度) 3,498	(1991年度) 22,137
最低 (年度) (億円)	(2011年) 22,936	(2011年度) 3,314	(2013年度) 6,063	(2016年度) 654	(2010年度) 8,434
直近 (2022年度) (億円)	32,539	10,704	10,908	1,075	24,142

1990年代の過去最高売上を1とした場合

	中央競馬	地方競馬	競輪	オートレース	競艇
過去最高	1	1	1	1	1
最低	0.57	0.34	0.31	0.19	0.38
直近	0.81	1.09	0.56	0.31	1.09
(直近-最低)	(0.24)	(0.75)	(0.25)	(0.12)	(0.71)

(※1) 中央競馬は1月～12月、それ以外は4月～3月。

(※2) 「最低」は、1990年代以降の最低売上額。

(出所) 日本中央競馬会、農林水産省年報、地方競馬全国協会、JKA、全国モーターボート競走施行者協議会資料より作成

⁷ 産業構造審議会車両競技分科会競輪小委員会(第5回)(平13.8.1)配付資料1 9頁

⁸ 2010年度の中央競馬を除く各公営競技の落ち込みは、東日本大震災(2011年3月11日)による開催日数の減少が影響しているものと考えられる。

公営競技全体を見渡すと、(経済産業省所管の)競輪及びオートレースは回復してはいるものの、他の競技ほど勢いが無いといえよう。このように、他競技との比較において、競輪の売上額が伸びているという現状に満足しているのか、との視点はあろう。

4. 今後の取組

コロナ禍の巣籠もり特需を経て、2023年度の売上額は若干伸び悩みの傾向にあるとされる。全輪協は、これにどのように対応するのか、さらには中長期的視点として、高齢化・人口減少社会を見据えた対応策を協議する必要があると述べている⁹。

競輪最高会議が策定した「中期基本計画」において、競輪事業の目的は社会還元(機械振興、公益増進、地方財政健全化)の最大化を図ることであると再確認するとともに、今後の競輪の安定的な成長のためには、社会還元の最大化を通じ、国民へのレジャー価値の提供、プロスポーツとしての確固たる地位の確立及び国際的な展開といった競輪の社会受容性の向上を図りつつ、あわせてギャンブル依存症対策を確実に実施し、競輪の裾野の拡大を図ることが必要であると述べている¹⁰。

同計画では、目標(2025年度の売上額1.25兆円等)を掲げ、それを達成するために取り組む施策として、「構造的課題への対応」及び「新たな日常の先取りによる戦略」の2つに大別した上で、前者は「競輪業界の運営体制構築等」、「競輪事業の社会還元の浸透」、「デジタル戦略の策定」の3分野、後者は「魅力的な競輪の考案(商品開発)」、「新規価値の創出(価値・価格の向上)」、「販売チャネルのインフラ整備(販路開拓)」、「顧客と競輪の接点の拡大(販売促進)」の4分野の施策を挙げている。

このように、取り組むべき課題は多岐にわたっているが、本稿では、ネット販売等のデータ分析のほか、ファンの視点も交えつつ、現場の魅力の発信、スポーツ性の訴求について述べる。

(1) ネット販売等のデータ分析

小委員会においては、ネット販売等が伸びていることに着目し、新規・既存の客はそれぞれどの程度か、一人当たり一回当たり使う金額や購入の頻度はど

⁹ 産業構造審議会製造産業分科会車両競技小委員会(第18回)(令5.5.24)議事録12頁

¹⁰ 競輪最高会議「中期基本方針」(令和3年3月25日、令和5年5月25日追加方針を統合)2頁

れほどか等の分析を行えば、まだまだ伸び代はあるのではないかとの意見が出された。これに対し、全輪協からは、インターネット売上額の内容についての分析は、今現在は、どの年代で男女別に一日当たり幾ら程度使ったか程度の資料しかなく、賭式¹¹別、時間帯別、曜日別といった詳細な分析はないので、今後は、詳細な売上情報を民間ポータルサイトから提供してもらい分析を進めたいとの回答であった¹²。

インターネット売上げが主流となる中、データを収集した上で分析を行い、ターゲットを明確にしたマーケティングを推進するなど、分析の結果を新規施策の検討及び立案に活用することが求められよう。

（２）現場の魅力の発信

先述したとおり、本場（いわゆる「現場」）の売上額は、2022年度は対前年度比で伸びたとはいえ、そのシェアは2%に満たず、中長期的には凋落傾向にある。

このような本場の状況ではあるが、巣籠もり特需で初めて競輪の門をくぐったファンを今後も繋ぎ止めるためには、やはり現場の持ち味、すなわち現場でしか得られない感動をいかに味わってもらうかが重要であろう。つまり、次なるステップは、競輪場の門をくぐってもらうことである。

小委員会においても、「競輪でなければならないという形で若者層が競輪に投票しているわけではないと思う（中略）。その生活形態が変わってくると、では次に競輪を選んでもらえるのか。（中略）レースの魅力であったり、選手一人一人の魅力をいかに高めていくか、そこがないと」といった意見が出されている¹³。レースや選手の魅力を体感できるのは、やはり現場である。ミッドナイト開催といった警備等の費用が軽減される開催が注目されるのは十分理解できるが、それが現場を軽視してよい理由にはならないだろう。既に現場の門をくぐった新規ファンもいるかもしれないが、まずは現場に来てもらうこと、そして現場ならではの魅力を増やすこと、この2点が求められよう。

肌感覚ではあるが、地方の競輪場は大都市の競輪場よりも若者や家族連れ等の入場者の割合が多い印象を受ける。娯楽の選択肢が多い大都市とは異なる集

¹¹ 通常、競輪場で購入できる車券は最大で2枠複、2枠単、2車複、2車単、3連複、3連単、ワイドの7賭式。このほか、インターネット投票限定で単勝式（千葉競輪場で開催されるPIST6のみ）及び重勝式がある。

¹² 産業構造審議会製造産業分科会車両競技小委員会（第18回）（令5.5.24）議事録9頁

¹³ 産業構造審議会製造産業分科会車両競技小委員会（第18回）（令5.5.24）議事録13頁

客実態がありそうである。このあたりにも何かヒントがあるかもしれない。

現場の施設面では、民間企業の資金による大規模改修や、場内未利用施設のスペース活用といった事例がある。玉野競輪場では、同競輪場の包括運営を担う事業者が競輪場内に選手宿舎兼用のスタジアム一体型ホテル（スタジアム設備と客室が同じ建物にある構造）を開業した。ホテルには競走を間近に見ることができるテラス付客室がある。そして、様々な地域イベントにも活用できる施設を標榜している。高知競輪場では、未利用車券売り場を「ファミリールーム」へ改修し、遊具を設置するなどしている。佐世保競輪場では、敷地内に憩いの広場「ケイリンパーク」を整備し、親しみやすい開放的な競輪場を目指している。これらが今後どの程度の集客効果、売上効果をもたらすのか、推移を見守りたい。

このような施設面の大がかりな改変とまではいかなくとも、ソフト面を含め、何か、ファンが現場に行きたくなるような仕掛け、現場の魅力を体感してもらえるような仕掛けを探り出してほしいものである。

（3）スポーツ性の訴求

他の公営競技になく競輪のみにある「売り」として、オリンピックとの関係が挙げられよう。夏季オリンピック大会の自転車競技トラック種目には、スプリント、チームスプリント、ケイリンなどの種目がある。特にケイリンは、我が国の競輪が原型の種目¹⁴であり、シドニー大会（2000年）から採用されている。

プロ・アマオープン化されたアトランタ大会（1996年）以降、これらの種目に競輪選手も参加している。そして、アトランタ大会、アテネ大会（2004年）、北京大会（2008年）において競輪選手がメダルを獲得している¹⁵が、その盛り上がり競輪の振興に繋がっていないのではないかと。特に、北京大会のケイリンでメダルを獲得したときでさえ、これも肌感覚でしかないが、これを機に競輪が盛り上がったという記憶がない。同じ日本発祥競技のオリンピック種目であ

¹⁴ 競輪とケイリンは、使用する競技場の仕様や競走ルール等で異なる部分が多々あり、競輪選手にとっては「別の競技」という意識もある。通例、公営競技は「競輪」、オリンピック等の種目は「ケイリン」と表記されている。

¹⁵ アトランタ大会では十文字貴信選手（茨城75期、2019年引退）が1000mタイムトライアルで銅メダル、アテネ大会では長塚智広選手（茨城81期、2015年引退）・伏見俊昭選手（福島75期）・井上昌己選手（長崎86期）がチームスプリントで銀メダル、北京大会では永井清史選手（岐阜88期）がケイリンで銅メダルを獲得した。

なお、坂本勉選手（青森57期、2011年引退）はアマチュア時代、ロサンゼルス大会（1984年）のスプリントで銅メダルを獲得した（その後プロ入り、1986年選手登録）。

る柔道と比べ、あまりにも注目度が低いように思われる。また、オリンピック以外にも、世界選手権¹⁶やワールドカップへ競輪選手も参加しているが、こちらも陸上競技の世界選手権などに比べると注目度は低い。スポーツとしての側面をもっと積極的に打ち出すなど、オリンピックという資源をもう少し有効活用できないものだろうか。

以上述べた3点については、これまでも言及されていることで、方向性として特に目新しいものではない。要は、この方向性の下、具体策として何を考え出して実行に移していくかである。

施行者収益を通して公益や地方財政に寄与するという競輪事業の振興のためには、近年の売上増に安堵することなく、競輪の現状を的確に分析し、他の公営競技の状況も参考にしつつ、現在の施策に続く「次の一手」を次々と探り出していくことが望まれる。

(内線 75260)

¹⁶ 初開催は1893年と、近代オリンピック(1896年初開催)よりも歴史は古い。中野浩一選手(福岡35期、1992年引退)のスプリント10連覇を始め、多くの競輪選手がメダルを獲得している。