

2015年1月7日 全15頁

《実践》公共インフラ関連ビジネス

## 統合型リゾート（IR）構想と検討課題（3）

国内の公営競技、公営くじ及びパチンコ市場の分析を中心に

---

コンサルティング・ソリューション第一部

主任コンサルタント

原田英始

### [要約]

- IR推進法案は衆議院の解散により、立法化が2015年の通常国会以降に持ち越しとなった。IR議連はカジノから日本人を除外せずに、入場料の徴収や排除プログラムなどで入場に制限を加える方向性を示している。
- 公営競技は総じて売上が減少しており、市場規模はピーク時の約半分程度の4兆円である。公営くじの売上は概ね横這いで、市場規模は1兆円前後で推移している。参考までにパチンコの市場規模はピーク時の約6割となっている。パチンコは約19兆円という市場規模の大きさから他業界への影響が大きい。
- サラリーマンの平均給与と公営競技等の売上には高い相関関係がある。平均給与が景気に左右されると仮定すれば、かつて不況に強いといわれていた公営競技等の業界も他の産業と同じく景気に左右されやすいといえる。
- 国内の公営競技、公営くじ及びパチンコ市場の衰退が見込まれる中、カジノの設置が「内需」に与える影響は限定的と考えられる。一方、「外需」に対する影響を考えるにあたっては、主要マーケットと見込まれる中国人観光客の動向や、アジアにおけるカジノビジネスの競合状況に留意する必要がある。
- カジノビジネスの国際競争が激化するなか、カジノを設置するだけでは差別化にはならない。日本でしか体験できないIRを作り出し、観光地としての魅力を高めることによる相乗効果を創出することが重要である。

---

## 1. IR 推進法案の立法化は持ち越しに

2014 年春の通常国会で継続審議となっていた「特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律案」（IR 推進法案）は、秋の臨時国会において衆議院が解散となったため、立法化が 2015 年の通常国会以降に持ち越しとなった。IR 推進法案が立法化された後、実施法案を策定し、具体的な制度設計に入る流れとなっているため、現時点ではどのような規制がカジノに設定されるかは未定である。先日開かれた国際観光産業振興議員連盟（IR 議連）の総会において、カジノから日本人を除外する規定は推進法案には盛り込まず、入場料の徴収や排除プログラムの設定による入場制限を加える方向で修正することが決定されている。

政府は成長戦略のひとつとして観光産業を位置付けており、2020 年までにインバウンド旅行者 2,000 万人を達成することを目標としている。その起爆剤として期待されているのがカジノを含んだ IR である。カジノはインバウンド旅行者の集客装置としての役割を担い、主力顧客として外国人旅行者を想定していることが分かる。

先行諸国のカジノ市場における「内需」の状況を見ると、シンガポールでは、カジノの入場者のうち 2~3 割は自国民であるとされ、韓国では自国民に開放されている唯一のカジノ（江原ランド）の入場者の 9 割以上が自国民であるとされる<sup>1</sup>。入場者数からみると、「内需」も無視できない。日本においても、IR 議連が日本人を排除しない方向性を打ち出していることで、外国人旅行者を主要顧客としながらも、「内需」がある程度考慮に入れられていることが分かる。

カジノとの競合が見込まれるわが国の公営競技、公営くじその他関連市場は、カジノの開設によってどのような影響を受けるだろうか。ターゲットとする客層が異なるため、カジノの導入がこれらの市場に与える影響は小さいという見解がある。一方、顧客からみればカジノの開設は選択肢が増えることを意味するため、「内需」の観点からはカジノの開設が公営競技その他の市場に与える影響を考慮せざるを得ないだろう。そのような認識の下、本稿では、カジノとの競合が見込まれる日本の公営競技、公営くじ、さらにパチンコ市場の現在の状況を概観し、市場の将来性やカジノ開設が与える影響について考察する。

## 2. 縮小を続ける日本の公営競技、公営くじ、パチンコ市場

公営競技（中央競馬、地方競馬、ボートレース、競輪、オートレース）と公営くじ（宝くじ、スポーツ振興くじ（toto））に加えて、パチンコ（パチスロを含む）を検証の対象とする。1995 年には、公営競技、公営くじ、パチンコの売上高の合計は約 40 兆円であったが、長引く経済不況やレジャーの多様化などの影響により、売上高は徐々に減少し、2013 年の

---

<sup>1</sup> 韓国のカジノは全国で 17 箇所。江原ランド以外は外国人専用の施設であるが、江原ランド 1 箇所の売上は他の 16 箇所のカジノの売上の合計とほぼ同水準で推移している。

---

売上高の合計は約 24 兆円となっている。公営競技とパチンコの売上高のピークは 1990 年代に集中しており、市場全体で見ると長期にわたって縮小傾向を辿っている。

## (1) 公営競技

図表 1 は公営競技の売上高の推移（1989～2013 年）である。近年持ち直しの動きが見られるものも一部にあるが、総じてピークの約半分の水準まで減少している。最も売上高が大きい中央競馬のピークが 1997 年、地方競馬、ボートレース、競輪、オートレースはいずれも 1991 年にピークを迎えていた。公営競技の売上不振は主催者である地方公共団体の財政悪化要因のひとつにもなり、事業廃止する主催者が後を絶たない（図表 2 参照）。競技場の廃止に伴ってまとまった土地が空くことになるが、跡地再利用が長期間決まらず放置されているケースも見受けられる。

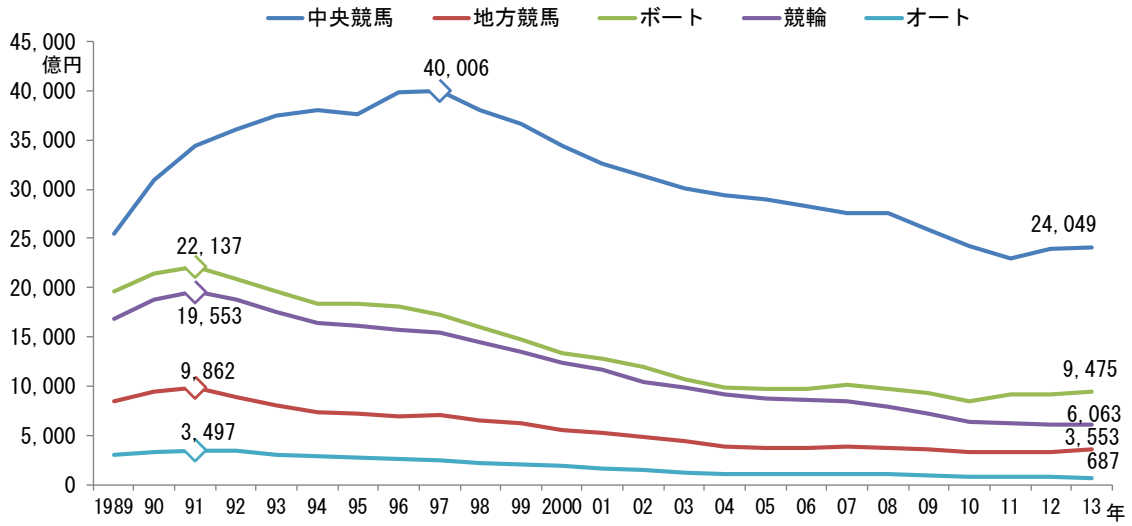
公営競技が抱える問題のひとつにファン層の固定化がある。マニア化が進むと同時に新規のファンが参入せず、既存のファン層の高齢化が進む一方である。地方競馬、ボートレース、競輪、オートレースは平日開催が多く、参加できるファンは限られてしまう事情もある。多くの人々が参加しやすくなるようナイト開催や有名タレント等を起用した広告展開などの手を打っているものの、新規ファン層の開拓にはいずれの公営競技も苦慮している。新規ファン層の開拓については、土日開催が中心と恵まれた日程環境にある中央競馬においても同様の課題を抱えている。また、競技ルールが分かりにくい、賭式<sup>2</sup>が複雑、競技の背景知識<sup>3</sup>が必要など新規の顧客に敷居が高い点を指摘する論者もいる。

---

<sup>2</sup> 例えば、中央競馬における勝馬投票券（馬券）の賭式は単勝式、複勝式、枠番連勝複式、馬番連勝複式、馬番連勝単式、拡大馬番号連勝複式（ワイド）、馬番号三連勝複式、馬番号三連勝単式の 8 種類に加えてインターネット販売限定の 5 重勝単勝式（WIN5）がある。

<sup>3</sup> 公営競技はスポーツ競技の側面を持ち合わせているため、顧客はプレイをする上で、競技の背景知識がある程度必要となる。例えば、競馬であれば競走馬の血統や騎手の成績、競輪であれば選手の出身地や人間関係などの背景知識が必要となる。

図表1 公営競技の売上高推移（1989～2013年）



（出所）各種公表資料から大和総研作成。

図表 2 2001 年以降に廃止された公営競技場

廃止年	所在地	施設名	跡地の再利用
2001	大分県中津市	中津競馬場	総合体育館、公園
	新潟県三条市	三条競馬場	場外馬券発売所 <sup>4</sup>
2002	鳥根県益田市	益田競馬場	場外馬券発売所、学校給食センター（予定）
	兵庫県西宮市	甲子園競輪場	住宅
		西宮競輪場	大型商業施設
福岡県北九州市	門司競輪場	場外車券発売所	
2003	栃木県足利市	足利競馬場	公園、病院
	山形県上山市	上山競馬場	場外馬券発売所、工業団地
2004	群馬県高崎市	高崎競馬場	場外馬券発売所
2005	栃木県宇都宮市	宇都宮競馬場	車庫、住宅用地
2006	北海道岩見沢市	岩見沢競馬場	市民農園
	北海道北見市	北見競馬場	下水汚泥堆肥化施設
2008	北海道旭川市	旭川競馬場	タイヤメーカーのテストコース（予定）
2010	神奈川県横浜市	花月園競輪場	公園（予定）
2011	熊本県荒尾市	荒尾競馬場	場外馬券発売所
	滋賀県大津市	大津びわこ競輪場	商業施設
2012	香川県観音寺市	観音寺競輪場	場外車券発売所
2013	広島県福山市	福山競馬場	未定
2014	愛知県一宮市	一宮競輪場	場外車券発売所

（出所）各種報道から大和総研作成。

### ①中央競馬

中央競馬の主催者である日本中央競馬会（JRA）は世界で最も馬券販売額が多い競馬主催者として知られる<sup>5</sup>。1970年代のハイセイコー、1980年代のオグリキャップなどの名馬の出現による何度かの競馬ブームを経て、1997年には売上高4兆円を突破した中央競馬だが、

<sup>4</sup> 施設の老朽化に伴い、2014年度いっばいで場外発売を終了する予定となっている。

<sup>5</sup> 日本以外ではイギリス、フランス、オーストラリア、香港などにおいて競馬が盛んであるが、馬券販売額はいずれも1兆円程度である。

---

その後は売上高の減少が続き、2011年には東日本大震災の影響<sup>6</sup>もあり、54年ぶりに赤字決算となった。2013年の売上高はピーク時の約6割の2兆4,049億円であった。他の公営競技と異なり、中央競馬にはキー局の地上波テレビ番組が毎週放送され、スポーツ新聞等で取扱われる頻度が多いという他の公営競技にはないアドバンテージがある。これは一般消費者層の目に触れる機会が多いことを意味し、ピーク時からの下げ幅は他の公営競技ほどではない。

## ②地方競馬

1991年に9,862億円を計上したのをピークに売上高は減少を続け、2013年はピーク時の約3割の3,553億円であった。この間競馬場の廃止も相次ぎ、2001年以降に廃止された競馬場は全国で12場にも及ぶ。馬券販売における主催者間の連携体制の構築が遅れていたことや、本場<sup>7</sup>売上への依存体質が売上低迷の背景にあった。近年はナイト開催の実施、複数主催者間の広域場外発売、中央競馬との馬券相互発売などの諸施策の実施により、売上は下げ止まりの傾向にある。近年インターネット投票の環境が整備されたことも寄与している<sup>8</sup>。

## ③ボートレース

1991年に売上高2兆2,137億円を計上したのをピークに売上高は減少を続け、2013年の売上高はピーク時の約4割の9,475億円であった。近年は有名タレント等を起用した積極的な広告展開やナイト開催などの諸施策を実施した結果、売上高は下げ止まりの傾向にある。他の公営競技同様、近年は投票券の販売チャンネルとしてインターネット販売のシェアが拡大している。地方競馬や競輪では主催者の事業廃止が相次ぐ中、図表2のように、ボートレースでは2001年以降で事業廃止に至った主催者はない。

## ④競輪

1991年に売上高1兆9,553億円を計上したのをピークに減少を続け、2013年はピーク時の約3割の6,063億円であった。2001年以降に廃止された競輪場は全国で7場となっている。他の公営競技同様、有名タレント等を起用した積極的な広告展開やナイト開催などの諸施策は行っているものの、売上減少傾向に歯止めをかけるまでには至っていない。2008年に、効率化を図るために同じ経済産業省を監督官庁としている競輪の統括団体（日本自

---

<sup>6</sup> 福島競馬場（福島県福島市）は競馬場施設が甚大な被害を受けたことにより、2011年の開催を全て取り止めた。その他の東日本地区にある競馬場の開催が再開されたのは2011年4月下旬になってからだった。

<sup>7</sup> レースを開催している開催場のこと。

<sup>8</sup> ソフトバンク、楽天のグループ会社が地方競馬の馬券販売を行っている。

---

転車振興会) とオートレースの統括団体 (日本小型自動車振興会) が統合され、JKA (現在は公益財団法人) が設立された。

## ⑤オートレース

1991年に売上高3,497億円を計上したのをピークに減少を続け、2013年はピーク時の約2割の687億円となった。他の公営競技と比較して落ち込みが著しい。オートレースは他の公営競技よりも事業規模が小さく、国内のオートレース場は6場である。このうち、船橋オートレース場<sup>9</sup> (千葉県船橋市) が2015年度いっぱいまで廃止されることが発表されているが、競技場跡地の再利用や従業員の処遇など廃止後の詳細は未定である。

## (2) 公営くじ

図表3は公営くじの売上高の推移(1989~2013年)である。2001年に最後発のスポーツ振興くじ(toto)がサービスを開始した。公営くじ市場全体をみると、ここ10年は概ね売上高1兆円程度で推移しており横ばいである。公営くじは公営競技と比較すると、一攫千金ともいえるような高額の1等当せん金が魅力のひとつとされてきたが、図表4にあるように、近年は公営競技において、場合によっては公営くじの1等当せん金を上回る高額配当金が望める賭式(重勝式<sup>10</sup>)が発売されている。このように公営競技の賭式の一部がくじ化<sup>11</sup>していることから、公営競技に対する公営くじの独自性は以前よりも小さくなっているともいえる。

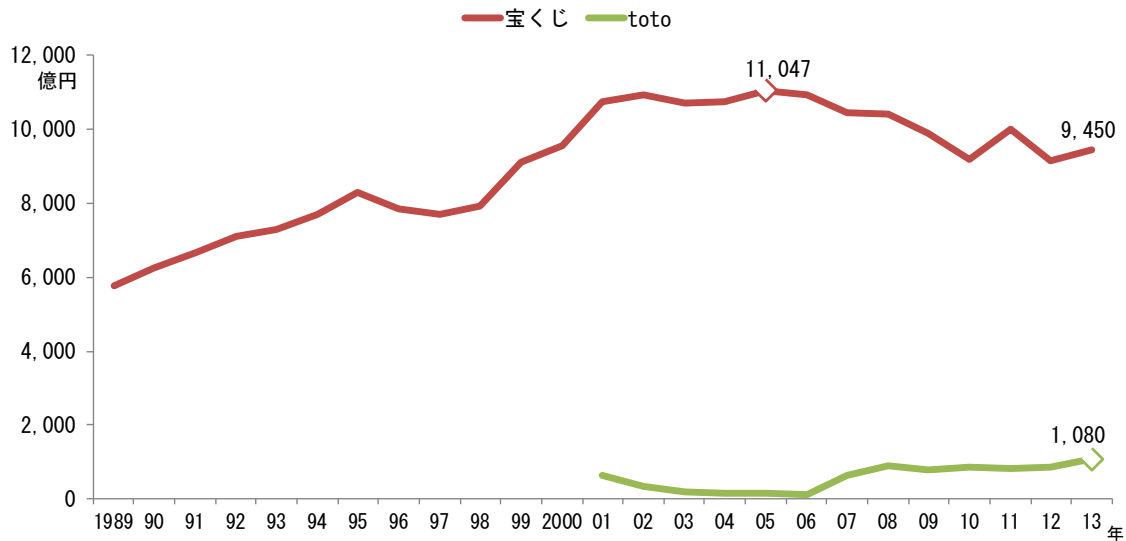
---

<sup>9</sup> 日本最古のオートレース場でオートレース発祥の地である。

<sup>10</sup> 複数のレースにおける単勝式、連勝単式、連勝複式のいずれかを全て的中させる賭式。

<sup>11</sup> プレイヤーが自分で数字を選択できるセレクト式とコンピューターが数字を選択するランダム式がある。

図表3 公営くじの売上高推移（1989～2013年）



（出所）各種公表資料から大和総研作成。

図表4 公営くじの高額当せん金と公営競技の高額配当金の上限比較

種類	名称	1口の金額	当せん金・配当金の上限
宝くじ	ロト7	300円	8億円 <sup>12</sup>
	年末ジャンボ宝くじ	300円	7億円 <sup>13</sup>
スポーツ振興くじ (toto)	toto BIG	300円	10億2円 <sup>14</sup>
中央競馬	WIN5	100円	6億円
競輪	チャリロトなど	200円	12億円
オートレース	モトロト	100円	6億円

（出所）各種公表資料から大和総研作成。公営競技の配当金には所得税と住民税が課される。

#### ① 宝くじ

2001年以降、売上高は1兆円前後で推移しており、2005年に1兆1,047億円を売り上げたのがこれまでの最高となっている。年末の風物詩である年末ジャンボ宝くじの1等当せ

<sup>12</sup> キャリーオーバー発生時の1等当せん金。通常は4億円。

<sup>13</sup> 1等とその前後賞を合わせた当せん金。

<sup>14</sup> キャリーオーバー発生時かつ特別回の1等当せん金。通常は6億円。



---

ん金は徐々に引き上げられているが、宝くじ全体の売上は特に影響を受けていない。宝くじ全体の売上のうち、数字選択式宝くじのひとつであるロト7は高額の当せん金や有名タレントを起用したテレビCMが話題となり、売上が好調に推移している。公営競技やスポーツ振興くじ（toto）では既に実施しているインターネット販売について、宝くじはインフラ構築が遅れている印象が否めなかったが、2014年から一部の数字選択式宝くじでインターネットを通じた試行販売が開始された。

## ②スポーツ振興くじ（toto）

2001年のサービス開始当初からしばらくは売上が減少傾向にあったが、BIG<sup>15</sup>の売上増や有名タレント等を起用した積極的な広告展開により、2013年にはこれまで最高の1,080億円を売り上げた。従来、totoは国内で行われるサッカーの試合のみが対象であったが、法改正により海外サッカーの試合も対象にできるようになっている。2014年にはブラジルで開催されたFIFAワールドカップの試合を対象としたtotoが発売されて話題となった。

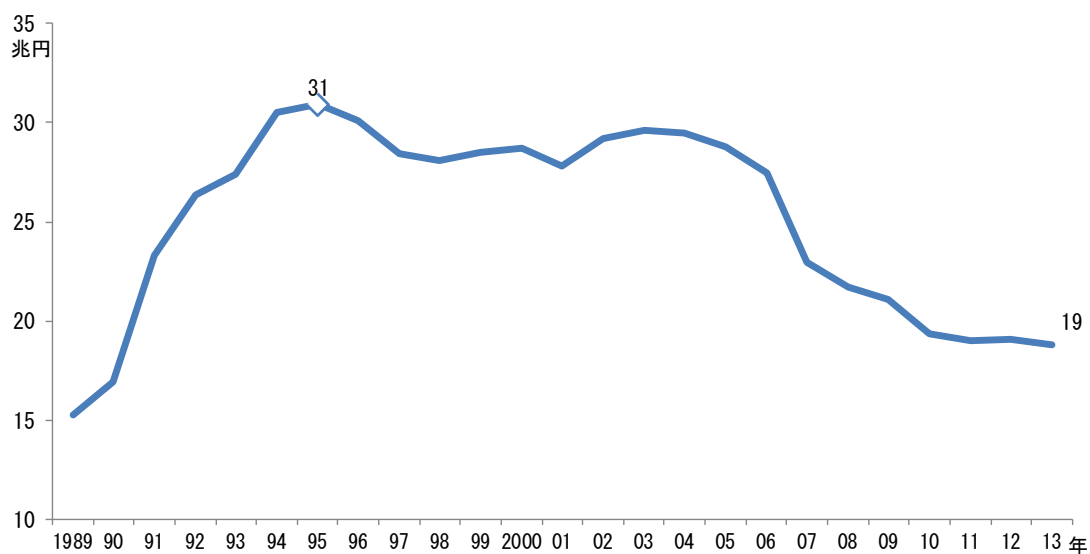
## (3) パチンコ

図表5はパチンコの売上高の推移（1989～2013年）である。1995年に売上高30兆9,020億円を計上したが、その後はレジャーの多様化や長期にわたる経済不況などの影響を受けて減少傾向を辿っており、2013年の売上高はピーク時の約6割の18兆8,180億円となった。過度に射幸心を煽るパチンコ機器が規制され、ファン離れを起こした可能性があると考えられている。近年は人気マンガやアニメ、有名芸能人をモチーフとしたいわゆるタイアップ機が数多く展開されている。パチンコはその市場規模の大きさから、関連業界に与える影響が大きい。端的な例としては、パチンコ機器メーカーをはじめとして、タイアップ機による著作権収入が大きい音楽業界、パチンコ機器で使われるコンテンツ制作業界などが挙げられる。これら企業には上場企業も少なくない。

---

<sup>15</sup> 主にJリーグのサッカーゲーム14試合が対象。Jリーグのシーズンオフの期間は海外サッカーが対象となる。

図表 5 パチンコの売上高の推移（1989～2013年）

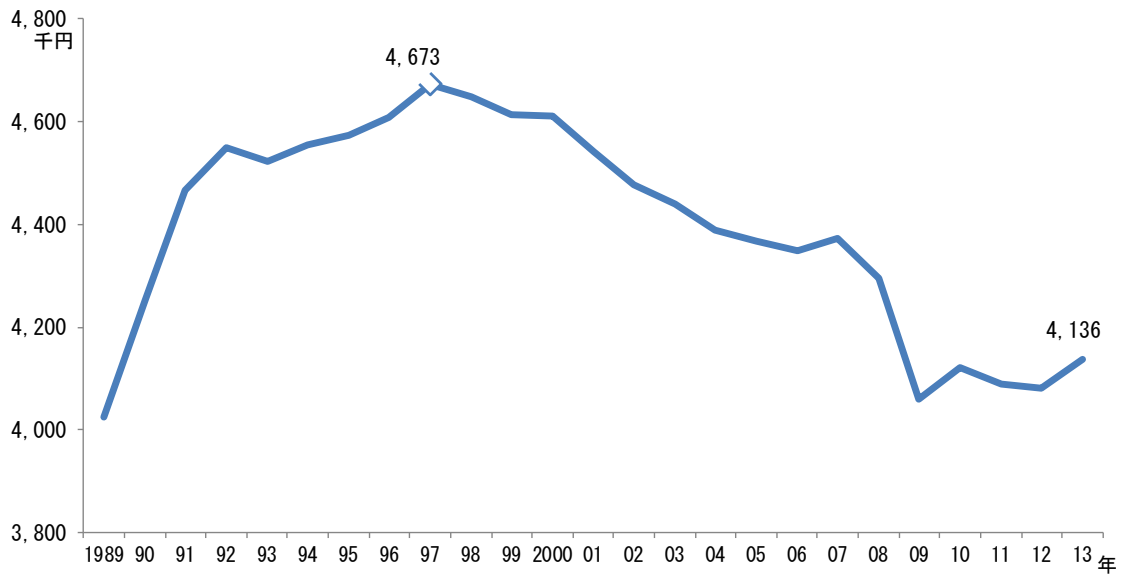


（出所）「レジャー白書」（日本生産性本部）から大和総研作成。

### 3. サラリーマンの平均給与からみえる日本の公営競技、公営くじ、パチンコ業界

図表 6 は国税庁が毎年発表している「民間給与実態調査結果」のうち、給与所得者の平均給与の推移（1989～2013年）である。1997年に467万円であったのをピークに、長期の経済不況等を反映して平均給与は下がり続け、2013年は413万円となっている。

図表 6 給与所得者の平均給与の推移 (1989～2013 年)



(出所)「民間給与実態調査結果」(国税庁) から大和総研作成。

図表 7 は 1989～2013 年のサラリーマンの平均給与と各種市場の売上高の相関係数を算定した結果である。市場全体の売上と平均給与の相関係数は 0.926 であり、高い正の相関関係にあることが示されている。奇しくもサラリーマンの平均給与のピークと中央競馬の売上高のピークが 1997 年で一致している。かつて「娯楽業界は不況に強い」といわれてきたが、公営競技、公営くじ、パチンコの売上高とサラリーマンの平均給与の相関関係をみる限りにおいてはそうでもない。

図表7 各市場の売上高とサラリーマンの平均給与の相関係数

種類	相関係数
公営競技全体	0.662
中央競馬	0.921
地方競馬	0.426
ボートレース	0.458
競輪	0.552
オートレース	0.470
公営くじ全体	-0.225
宝くじ	-0.100
スポーツ振興くじ (toto)	-0.672
公営競技、公営くじ全体	0.701
【参考】パチンコ	0.857
【参考】公営競技、公営くじ及びパチンコ全体	0.926

(出所) 各種公表資料から大和総研作成。

#### 4. 「内需」への影響は限定的か

ここまで見てきたように国内の公営競技、公営くじ及びパチンコ市場は衰退期に入って久しい。また、これらの市場はサラリーマンの平均給与と関係が深いことが分かった。そのうえ、余暇の過ごし方の多様化が以前よりも更に進行している現在においては、今後景気が回復したとしても、1990年代のピークにまで再び市場が拡大するとは考えにくい。現在の国内市場環境下でカジノが導入された場合であっても、カジノの導入を契機として、これまでどの公営競技、公営くじ、パチンコにも参加したことがない消費者層が新たにカジノのプレイヤーとなることはそれほど多くはないと考えられる。わが国のカジノがどの地域に設置されるかは未定だが、商圏が重なる地域に所在する公営競技その他の競合市場はカジノ開設の影響を受ける可能性はある。ただし、公営競技や公営くじは売上全体に占めるインターネット販売のシェアが年々拡大しており、以前ほど立地が大きなファクターとはなっていない。まとめると、カジノ開設によって公営競技はじめ競合の売上の減少がある程度見込まれるが、カジノを含めた国内市場全体のパイが再び拡大するとは考えにく

---

い。

## 5. 「外需」喚起の不確実性

日本のカジノは自国民の入場を排除しないものの、その主要顧客として外国人旅行者を想定していると考えられる。よって、「内需」がそれほど望めなくても問題なく、「外需」で売上を獲得すればよいとする見解がある。ただ、その「外需」に不確実性はないだろうか。

まず、アジアのカジノ市場の競争激化が挙げられる。現在、中国に地理的に近接しているアジア諸国はカジノラッシュといってもいい状況にある。マカオやシンガポールのカジノビジネスにおける成功をみて、アジアの複数の国が IR を建設し、外国人観光客の招致に力を入れている。中でも近年積極的にカジノビジネスを展開しているフィリピンは、一部金融機関の予測によれば、2018 年までにシンガポールを上回る市場規模になるものと予想されている。台湾やミャンマーではカジノ合法化の動きがあり、ベトナムにおいては大規模な IR が建設されている。アジア各国が観光振興策としてカジノビジネスに力を入れることで、今後は国際都市間での顧客獲得競争が現在よりもさらに熾烈になることは容易に予測できる。カジノでは後発国となる日本には、カジノを設置するだけではもはや強みがなく、他国のカジノビジネスとの大きな差別化が必要となってくるだろう。

次に、アジアのカジノ市場における中国人観光客への売上依存構造がある。ここに来て、アジアのカジノ市場を牽引していたマカオやシンガポールの売上に陰りがみられ始めている。マカオは2014年6月以降6ヶ月連続で売上が前年比マイナスとなっている。シンガポールでは2014年7～9月期のカジノ部門の売上が2軒のカジノ（リゾート・ワールド・セントーサ、マリーナ・ベイ・サンズ）ともに減少となっている。これは中国の経済成長の鈍化等の影響により、中国人観光客が減少したことが原因という。

中国の経済成長鈍化以外の要因として、中国人富裕層の海外旅行先が近場のアジアからより遠くの国にシフトしつつあるという変化もある。現在、IR 推進法案さえ立法化されていない日本のカジノビジネスへの参入は早くても数年後になる。将来の中国経済の状況や中国人富裕層の消費動向を予測することは現時点では困難であるが、国際的なカジノ市場のマーケティング調査は慎重に行うことが必要だろう。

## 6. どのように他国と差別化するか

カジノで行われているゲームはルーレットやトランプなどのテーブルゲーム、スロットなどのゲームマシンなどであり、どこの国でもそのゲーム内容自体には大差がない。結果

---

として、各国のカジノビジネスの成否を分けるポイントは、いかに優良顧客を囲い込めるかにある。アジア各国のカジノ運営業者は、一部の優良顧客に対してプライベートジェットでの送迎やホテルのスイートルームを無料で提供するなどの豪華なサービスを行って囲い込みを図っているという。現在、アジア各国ではカジノラッシュと呼んでもいいような状況となっており、「そこにカジノがある」だけでは差別化は難しい状況となっている。カジノ以外に何を提供できるかが今後のアジアにおけるカジノビジネスを考える上で重要となってくる。

アジアにおけるカジノビジネスの競争環境が激化する中で、カジノでは後発国となる日本はいかにして他国と差別化を図っていくべきか。日本は観光資源に恵まれた国ではあるが、必ずしもそれが海外の人々に広く認知されているわけではない。日本の観光地としての魅力を強くアピールして、よく知ってもらおう努力をすべきだろう。外国人が日本を訪れた際の生活のしやすさを考えて、多言語、多文化対応を更に推進することも重要だ。外国人が訪れやすい観光インフラを構築した上で、日本でしか体験できない IR、例えば、日本の豊かな文化を色濃く反映した他国には真似のできない IR を作り出すことで、諸外国との差別化につながっていくものとする。他国に負けない日本の観光地としての魅力を現在よりも更に高めることで、「そこにカジノがある」ことが初めて意味を持ち、観光産業とカジノの相乗効果が創出されよう。日本の豊かな観光資源をドライバーとして「また来たい」と外国人観光客に思わせるような国づくりが重要であり、官民挙げて取り組むべきポイントとなる。

## 7. 2020 年を見据えて

夏季オリンピック・パラリンピック東京大会が行われる 2020 年まであと 5 年となった。2015 年中にはメイン会場となる予定の新国立競技場の建設が開始される見込みであり、開催地の東京を中心として 2020 年まで準備が進んでいく予定である。シンガポールでは 2005 年のカジノ合法化決定から 2010 年に実際にカジノが開業されるまで 5 年の年月を要した。日本においてもカジノ合法化から実際のカジノ開業まで同程度の時間を要すると考えれば、最大のインバウンド旅行客数が望めるオリンピック・イヤーまでに残された時間はそれほど多くない。

カジノ開設までには、関係する法律の整備、IR 建設候補地やカジノ運営業者の選定、関係する省庁・地方公共団体間の調整など数多くのタスクがある。とりわけ、IR 推進法案で想定している日本のカジノは民設民営、すなわち民間業者が事業を行うことになり、公設公営を原則としている現行の刑法の枠組みからは外れるため、関係する法律の調整には相当の議論が予想される。

---

また、ギャンブル依存症の増大や資金洗浄への利用など、カジノの負の側面に十分対応した堅牢な制度設計についてもかなりの時間を要するものと考えられる。もちろんこれらはどれも欠かせない重要なプロセスであり、十分な議論が尽くされるべきである。一方で、アジアにおけるカジノビジネスは国際的な競争が激化しており、カジノ設置までのプロセスに時間をかけ過ぎると、ビジネスチャンスを逸する可能性が出てくる。関係者に求められるのは慎重な議論と迅速な意思決定であり、拙速過ぎず巧遅過ぎない高度なバランス感覚が必要となろう。

－以 上－