

1970年代から1980年代の日本における

競馬ブームの形成に関する研究

蓬萊翔吾

キーワード：日本中央競馬会、優駿、ハイセイコー、オグリキャップ

1. 研究の動機、目的、意義

戦後日本競馬史の先行研究は、いわゆる「競馬ブーム」期として認識される時期が二期に及んで存在したと指摘している。最初のブームは、1970年代に起こったハイセイコーを中心としたブームであり、第2期は、1980年代後半に起こったオグリキャップや武豊騎手を中心としたブームであった。本研究ではこの二期の競馬ブームの形成過程に焦点を当て、解明することを目的とする。従来見られなかったギャンブルスポーツの興隆は、いかなる時代背景の中で可能となり、いかなる内実を伴って展開を見たのか。本研究では、ある時代の競馬ブームの興隆とその終焉を再構成することによって、今後の社会とギャンブルスポーツの関係を展望するための一つの手がかりを提供することを意義とする。

2. 先行研究の検討

日本の競馬ブームに対する指摘として、後年になって入場人員が増えたことや社会に多大な影響を与えたことから、1973年にハイセイコーを中心として起こった第1次競馬ブーム、1980年代後半から1990年にかけてオグリキャップを中心として起きた第2次競馬ブームを戦後の2大競馬ブームであったとしている。しかし、同時代の実感として実際にブームなるものが認識されていたかについては言及されていない。また、井崎は日本競馬史において馬の人気だけで観客を集めることができたのはハイセイコーとオグリキャップのみであった。その意味でブームと呼べるのは、

この2頭が活躍した時代だけであるとしている。野本はハイセイコーとオグリキャップの活躍した時期に馬券の売り上げが増加していることから、2大競馬ブームであったとしている。このように観客数の増加と売得金の増加から競馬ブームを認識している先行研究がみられた。しかし、いずれも同時代からの競馬ブームの認識ではない。また、この2つのブームがどちらも地方競馬出身の競走馬が中心となってブームを巻き起こしたことなどから、同様のブームとして認識されている。

3. 研究の課題と方法

本研究では、時代区分として、第1次競馬ブーム期、第2次競馬ブーム期に分け、それぞれの時期のブームのあり様を、主に「優駿」などの競馬関連雑誌や新聞雑誌記事などの同時代史料を用いて検討する。また、当時の状況を客観的に整理するため競馬関連書籍についても検討を行う。各時期の記述の観点は以下の3点である。1)日本中央競馬会が行った制度の改変、2)ブーム期に活躍した馬またジョッキーについて、3)ブーム期の時代背景。

また、後年から見た競馬ブーム観を、同時代史料から当時の競馬ブーム期がどのように捉えられていたのかを把握し再構築することで、筆者なりの新たな競馬ブーム観として提示することを課題とする。

4. 主な研究史料

本研究では主な史料として、『優駿』を用いる。『優駿』は日本中央競馬会の機関広報誌と

して発行されている競馬情報の専門雑誌である。その歴史は古く、日本中央競馬会の前身にあたる日本競馬会の機関誌として、1941年5月に創刊された。かつては競馬関係者向けの機関紙であったため、専門的な内容が誌面の多くを占めており、競馬・馬畜業界にとっての学術誌的な色彩が強かった。1964年1月号以降、編集部の意向で著名な作家や競馬新聞の関係者などにより執筆された記事が増加し広報誌・情報誌としての色彩が強くなり、競馬の大衆化の一翼を担う存在となった。ただし現在でもウマ類にまつわる獣医学や動物解剖学などを専門家が解説するものなどもみられ、学術誌的な要素も健在である。

5. 本論

本論は2章構成であり、1章では、1970年代前半の「第1次競馬ブーム」について、2章では、1980年代後半から1990年代にかけて起こった「第2次競馬ブーム」について以下の3点から述べている。1)競馬ブーム興隆の背景、2)日本中央競馬会が行った制度の改変、施策 3)競走馬や騎手の活躍。

5.1 第1次競馬ブームの特徴

第1次競馬ブームは、1964年の三冠馬シンザンなどの活躍により徐々に、競馬人気が高まってきていた時勢において、1973年地方競馬出身で無敗の馬ハイセイコーの出現で一気にブームが巻き起こった。当時の地方馬の野武士が中央馬のエリートを打ち負かすという構図が、社会情勢として大いに受け入れられ、社会にも影響を与えたことでかつてないブームとなっていったのである。

5.2 第2次競馬ブームの特徴

1970年代後半、競馬ブームによって急激にファンが増えたことで競馬公害が起き、競馬場から人が減り、日本中央競馬会の売得金も減少していった。そこで危機感をもった日本中央競馬会が新レースの設立やファンサービスの向上、イメージアップ戦略など企業努力

を行った。第2次競馬ブームは、そうした日本中央競馬会の企業努力などで、競馬が再び社会に受け入れられるような土台ができあがったうえにオグリキャップの登場でブームが盛り上がっていった。また、このブームでは武豊騎手を中心に騎手の活躍にもスポットライトが当てられるようになった。このことが女性ファンを増やすことにつながり、競馬がギャンブルとしてだけでなくスポーツ性を持ったものであることを認識させていった。

6. 結論

第1次競馬ブームと第2次競馬ブームは、同時代的にブームが認識されていた。この2つのブームの大きな特徴は1頭の馬を中心として社会現象と呼べる大きなムーブメントを起こしたことである。しかし、当時から第1次、第2次という言葉が使われていたわけではなく後年振り返って、日本競馬史上他に比肩するものがない大きなブームがこの2つであった。そこから第1次、第2次と言われるようになったと考えられる。

2つの競馬ブームはその形成過程や内容について、それぞれの独自性を持っていた。地方馬出身の馬の活躍がブームを巻き起こす中心となったことは紛れもない事実であるが、それ以外の様々な要素において差異がみられた。また、馬券売り上げや入場人員の増加が後年から見て競馬ブームとして言われる要因となっていたが、売得金の増加は競馬ブーム期以外でも起こっている。入場人員が史上最多となる1975年は第1次競馬ブーム期であるが、第2次競馬ブーム期である1988年から1990年にかけては減少から増加に転じている時期で、入場人員が多いわけではない。このように、第1次競馬ブームと第2次競馬ブームでは、形成過程や社会情勢は違っており、入場人員や売得金の増減においても違いがあった。以上のことを新たな競馬ブーム観として提示する。(指導教員 秋元忍)