

3. ドイツ

(1)根拠法

ドイツでも刑法によって、政府当局の許可なしに公開の賭博行為を開催すること、実施すること、またはそのための施設を提供することを禁止している。これが1922年の「競馬富くじ法」によって、競馬開催の実施、勝馬投票券の発売が許可されるようになっている。この法律は連邦法であるが、実際の運用は州政府（14州2特別市）に委ねられている。

(2)国の関与と統括機関

監督官庁は農務省であり、州政府農務省が競馬開催の免許（勝馬投票券発売を含む）を競馬クラブに与え、競馬賭事の免許をブックメーカーに与えている。大きな州の場合、州政府農務省の下部組織である郡農務省が、競馬に関する実務を行っている（例えば、ケルン市、デュッセルドルフ市が所在するノルトライン・ヴェストファーレン州には、5つの郡農務省がある）。

サラブレッド生産競馬管理委員会が平地・障害競馬を、トロッター生産競馬中央会が速歩競馬を統括している。他の大陸諸国と同様、ドイツでも速歩競馬の方が平地・障害競馬よりも盛んである（開催レース数で、平地2,834レース、障害82レース、速歩9,444レース。23：1：76の割合。2000年実績）。

サラブレッド生産競馬管理委員会は、ドイツ国内におけるサラブレッドの生産、平地障害競走及び勝馬投票に関する規程と施行細則を定めており、これに基づいて各競馬クラブが競馬を開催している。同委員会自体は競馬場を保有しておらず、競馬開催は行わない。

同委員会の主な業務は、次のとおり。

- ①競馬施行規程、その他規則の制定
- ②開催執務委員の任命
- ③馬主、調教師及び騎手への免許交付
- ④血統登録及び馬名登録

⑤各種基金の管理

⑥薬物検査

(3)競馬施行者と競馬場

競馬施行者である「競馬クラブ」は、全て州政府から開催免許を与えられた非営利の民間協会である。

競馬場の数は、平地競馬場（障害馬場があるものを含む）44 場（2001 年の開催場は 41 場）、速歩競馬場 16 場の計 60 場である（1999 年実績）。最も盛んな地域はノルトライン・ヴェストファーレン州で、平地・速歩を合わせて 11 の競馬場があり、ドイツ全体の売上げの約半分を占める。平地競馬場では、バーデンバーデン、ハンブルク、ケルンが代表的なもので、速歩競馬場ではゲルゼンキルヘンがその代表格である。

競馬クラブの運営に関する監査、会計監査は PWC と呼ばれる私的機関が行っている。この機関の活動費には、時効収入（払戻有効期間は四週間）が充てられている。

(4)勝馬投票

馬券は、州政府から競馬開催の許可を受けた競馬クラブが、場内外の発売所でパリミチュエル方式による勝馬投票券の発売を行っている。これとは別に、州政府から免許を受けたブックメーカーが、場内外で営業を行っている。

競馬クラブが発売する勝馬投票券は、①単勝、②複勝、③連勝単式、④三連勝単式の 4 種類で、最低購入金額は 2.5 ドイツマルク（約 150 円、1 マルク＝6 円）である。

ドイツには競馬税と称されるものがあり、その税率は売上げの 16.66%（16 と 2/3）と定められている。

この競馬税（16.66%）及び「主催者からの申請に基づき州の農務省が決定するその他の控除額」（売上げの 8～10%、最大 12%まで）を売上げから控除している。従って、パリミチュエル発売の控除率は 24.7～26.7%ということ

になる。

このうち競馬税は州政府に納付することとなっているが、90～96%は主催者に還付される。実際には主催者への還付分を差し引いた差額、売上げの約1.7%～0.7%を主催者が州政府に納付している。還付率は州政府によって異なり、例えば、バーデンバーデン、ハンブルクは90%、ケルン、デュッセルドルフ、旧東ドイツの競馬場は96%とのことである。還付金の用途は、約70%が賞金、約30%が競馬施行に必要な経費に充てられる。

場外発売については、競馬クラブが管理する場外発売所の他に、競馬クラブからブックメーカーにも場外発売を委託しており、それぞれの発売票数は、DATE-K と呼ばれる通信ネットワークを介して、場内発売票数と合算される。その他に、電話投票、インターネット投票がある。ブックメーカーの経営だが、その発売票数は場内票数と合算される。

また、当然のことながら、ブックメーカーは、別途ブックメイキング方式による賭けを受け付ける。パリミチュエル発売と同様に、競馬税（売上げの16.66%）を州政府に納付するが、この場合、ブックメーカーへの還付はない。

このようにして州政府に納められた競馬税は、一般財源に繰り入れられる。その用途は特定されていない。

(5)ブックメーカー

ドイツ競馬にとって、ブックメーカーは敵であり、味方である。ブックメーカーは、ある時は競馬産業に巢食う寄生虫であり、ある時は場外発売を委託するパートナーであり、またある時は競馬場のスポンサーでもある。

ブックメーカーの業務は、次の四つに大別される。

- ①ブックメイキングによる賭け（イギリス、フランス等外国が多い）
- ②競馬クラブからの委託によるパリミチュエル発売
- ③インターネットによる発売
- ④オフショアに拠点を置いた発売

図表 2-4 ドイツにおける馬券発売額（単位：1000 マルク）

年	パリミチュエル			ブックメーカー
	場内	場外	合計	
1983			561,862	113,178
1984			556,179	112,860
1985			533,311	111,429
1986			571,605	130,999
1987			544,390	124,138
1988			546,066	133,068
1989			571,044	139,000
1990			579,502	151,000
1991			643,371	160,000
1992			666,918	165,000
1993			686,341	230,000
1994			684,463	228,738
1995	561,081	166,496	727,577	232,002
1996	460,747	180,185	645,932	227,388
1997	431,551	196,832	628,383	240,042
1998	378,327	208,657	586,985	243,018
1999	342,842	250,996	593,838	245,000
2000	291,435	265,483	556,918	196,000

（注）1989 年までは旧西ドイツのみの実績。

州政府農務省では、申請者の身元調査を行った後、ブックメーカーの免許を付与する。免許の更新は、3 年毎である。ブックメイキングによる賭けを行った場合、6 ヶ月間のデータ保存義務があり、これを管轄するのは税務署である。ブックメーカーの数は、ドイツ全体で 170～200 社、店舗としては推定 500～600 店舗程度ということである。

ブックメーカーが競馬クラブの委託を受けて勝馬投票券を発売するようにな

ったのは、場外発売を一層拡大しようと構想してフランスの PMU やイギリスの大手ブックメーカーに協力を求めたところ協力を得られなかったので、結局、自前のネットワークを創るしかないとの結論に至り、最終的にブックメーカーとの提携に踏み切った、という経緯である。

電話投票やインターネット投票をめぐっても、ブックメーカーとの提携と敵対がある。ドイツでは 1992 年にサラブレッド生産競馬管理委員会が電話投票をスタートさせたが、2000 年はブックメーカーの顧客の囲い込みにあい、14.2%の大幅減となった。

競馬場の票数と合算するインターネット投票のサイトは、いずれもブックメーカーが経営するものであるが、現在のところ 3 つとのことである。

(6) ドイツにおけるその他のゲーミング

ドイツでは、競馬のほかに、宝くじ(ロト:競馬富くじ法による)、カジノ(1970 年代以降政府が実施)が行われており、2000 年に成立した「スポーツ賭事法」により、サッカー、テニス、F1、ボクシング等に関する賭け事が可能となった(ドイツでは 18 歳から賭け事ができる)。このうちサッカーくじ(トト)は既
に実施され、2000 年の 11 ヶ月間で 1 億 1,500 万マルク(約 69 億円)を売り
上げている。

宝くじとサッカーくじを合わせた売上げは、年間約 550 億マルク(約 3 兆 3,000 億円)である。宝くじとサッカーくじの販路は同一で、全国に 26,000 ヶ所の窓口があり、地方自治体が連携して販売を推進している。控除率は、賭事税 16.66%に加えて、その他控除があり、結果的には約 50%となっている。近年、ドイツの賭け事は、簡単で高額のリターンが得られるものが人気を博している。競馬界にとっての問題は、一つは、宝くじ及びサッカーくじであり、もう一つはブックメーカーである。

4. イタリア

(1)根拠法

イタリアでもやはり、刑法によって賭博行為は禁止されている。競馬の実施は特別法により許可されているのはフランス、ドイツなどと同じである。

イタリアでは 1998 年 6 月成立の法律 D.P.R169 によって、国家財政に寄与する賭け事の有り様が従来と大きく変わった。主な変更は、次の二点である。

- ①場内外の勝馬投票業務は農務省監督の U.N.I.R.E（馬種増殖全国連合会）ではなく、財務省が行うことになった。
- ②競馬、サッカーくじ、宝くじに限定されてきた賭け事は、主要なスポーツ（テニス、モーターバイク等）に関しても認められることになった。

(2)国の関与と統括機関

農務省及び財務省が監督官庁。勝馬投票業務の監督は、財務省が行っている。

イタリアでは、これまで農務省の傘下にある特殊法人 U.N.I.R.E（馬種増殖全国連合会）が、各競馬場の競馬の指導監督を行い、場内外の勝馬投票業務を一手に引き受け、ブックメーカーに免許を与えるという、競馬行政全般を行ってきた。

また、これとは別に、①ジョッキークラブ・イタリアーノ（平地を担当）、②E.N.C.A.T（速歩競走全国協会、速歩を担当）、③ステーブルチェイス・ディターリア（障害を担当）、④E.N.C.I（イタリア馬全国協会、競馬以外の馬事全般を担当）がそれぞれの競馬等の統括機関として、その業務を行ってきた。

しかし、上記の法律 D.P.R169 及び 1999 年 10 月 29 日に成立した法律によって、競馬に関わる組織の見直しが行われ、上記四つの統括機関は、2000 年 1 月から全て U.N.I.R.E に吸収された。U.N.I.R.E.は、勝馬投票業務を手放し、管轄する競馬場の運営、番組作成、免許交付、登録を中心に業務を行うことになった。

(3)競馬施行者と競馬場

政府及び U.N.I.R.E.の認可を受けた競馬協会が競馬を主催しており、その数は 38 である。そのうち、平地は 24 団体、障害は 9 団体、トロットは 22 団体が運営にあっている（2000 年度パリ会議資料）。イタリアの競馬場は全部で 44 箇所である。

(4)勝馬投票

①発売形態

発売形態は競馬場内がパリミチュエル方式。ブックメーカーもあり、各競馬場毎に財務省から認可を受けて営業している。もっともイタリアではブックメーカーは現状では衰退傾向にあり、営業数は認可数を下回っている。場内では当該競馬場以外の馬券も発売されている。

場外売場はいくつかの種類がある。イタリア全土に約 350 ヶ所あるのはアジエンティア・イッピカ（Agenzia Ippica）。1995 年からは場内外合算のパリミチュエル方式を採用している（それ以前は場外票数のみのパリミチュエル方式）。1999 年 5 月には、さらに 671 ヶ所新設することが認められている。

スパッティ（SPATI）はイタリア全土に約 20 ヶ所ある場外売場。当初から場内外合算のパリミチュエル方式を採用している。

ユニークなのはトリス（TRIS）と呼ばれる場外の三連単や、トテップ（TOTIP）と呼ばれるトトカルチョを真似た競馬くじ。イタリア全土の約 13,000 ヶ所のバー、タバコ屋で販売され、1999 年にはさらに 18,000 ヶ所新設することが認められたという。

電話投票およびインターネット投票も、2000 年 6 月以降可能となっている。

②勝馬投票券の種類

馬券は単勝、複勝、連勝の他に、二重勝、二重連勝、マルチ重勝、マルチ複

勝、場内三連単、場外三連単、場内四連単など多種多様である。ここでもやはり、高配当の馬券が人気のようだ。

③控除率

控除率は平均 31～32%。5%が国庫納付、27%が競馬開催費用に当てられる。

(4)ここ 20 年間の売上げ状況

1979 年以降、1997 年に初めて前年比ダウンとなるまで、発売金は順調に伸び続けている。1992 年には、イタリアで人気のサッカーくじの売上げを初めて抜いた。過去最高は 1996 年で、約 6 兆 5,370 億リラ（100 リラ=6 円で、3,922 億 2 千万円）の売上げを記録している。しかし、その後は減少傾向にある。しかし、1979 年の売上げを 100 とすると、1998 年は 796。20 年間で市場規模は 8 倍となっている。

場外発売は、1979 年にアジェンツィア・イッピカでレース実況のテレビ放映が開始され、これと機を一にして場外の発売金は急激な伸びを見せた。バー、タバコ屋という新たな販路でトリス（場外の三連単）が発売開始されたのが 1992 年。その後、トリスは爆発的な広がりを見せ、主力商品へと成長した。

(5)今後の問題点

我が国と同様、イタリアでも場外発売の拡大に伴って競馬場の入場人員が減少しつづけており、競馬そのものへの本来的な関心が減少していることが懸念されている。また、バー、タバコ屋という販路では、新種の宝くじが発売された影響をモロに受け、トリスの発売額が 1997 年、98 年と激減したのも懸念材料である。

また、1998 年の法律 D.P.R169 によって新たなスポーツベッティングが認められたが、その発売には既存の競馬の販売網を使うことになっており、大きな問題となっている。

図表 2-5 イタリア競馬の発売金額（単位：100 万リラ）

年	パリミチュエル		ブックメーカー
	場内	場外	
1983	344,615		986,427
1984	280,237		1,103,143
1985	311,007		1,267,782
1986	341,400		1,459,598
1987	394,272		1,626,157
1988	438,943		1,756,519
1989	471,402		1,999,797
1990	478,726		2,265,173
1991	576,191		2,500,098
1992	287,207		1,667,555
1993	896,358		2,754,398
1994	1,264,647		2,888,164
1995	2,307,742		2,298,421
1996	5,692,901		487,237
1997	5,415,564		369,681
1998	5,047,014		——
1999	4,661,380		——
2000	302,731	4,723,690	——

(6) イタリアにおけるその他のゲーミング

イタリアでは競馬の他に、サッカーくじ（C.O.N.I.、イタリア・オリンピック委員会が実施）、宝くじがある。主要なスポーツに関する賭事が認められるようになったが、現在のところ行われていない。

第4節 社会安全への取り組みと今後の方向

いかさま、脱税、マネーロンダリング（資金洗浄）、マフィアの関与など、さまざまな不正の関与する可能性が高いカジノと比べ、競馬はその成り立ちやゲームの仕組み、Sports of Kings というイメージなどから見ても、ギャンブルというよりレジャーや文化としての側面が強く、各国とも犯罪対策や社会安全への取り組みはそれほどシビアなものではない。

カジノが胴元と客がリスクを分担するというギャンブルで、あらゆる不正と悪の介在する可能性が高いのに比べ、競馬は概ね公的主体が胴元となり、パリミチュエル方式という胴元がはじめから控除率を設定して残額を勝者に分配するという方式をとっていることもあって、相対的に言えば健全なものになっているのである。

不正や犯罪はまた市場規模の大きさにも比例するといわれるが、ヨーロッパ各国の競馬は日本の競馬の約3兆5千億円という異常な売上高に比べ、競馬大国・フランスでさえ1兆円にも満たない。したがって、組織的で大規模な不正が起きにくいのである。

もっとも、ヨーロッパでも競馬や宝くじが禁止されてきた経緯はある。しかし、それはギャンブルによって生まれる社会的弊害を除去するためであって、時代とともにギャンブルは逆に社会に潤いと楽しみを与えるものというコンセンサスが育ち、ギャンブルの収益の社会貢献という面も強調されてきたこともあって、次第に社会安全対策が弱まってきたのである。

もちろんそれでも、第1章、第3章で考察しているように、例えばギャンブル依存症対策などはヨーロッパの方がはるかに先進国である。総額36兆円という超ギャンブル大国である我が国では、ギャンブル依存症対策やギャンブルをめぐる不正や犯罪への対策はまだまだ不十分である。

ヨーロッパにおける自己責任という先進的な市民意識と、1960年のイギリスの「Betting Gaming Act」の有名なくだり、「ギャンブルはコントロールすべきではあるが禁ずべきではない」という考え方が、ヨーロッパにおける安定した取り組みの背景にある。

もっとも、90年代以降の情報技術の飛躍的発展は、再びヨーロッパのゲーミ

ング全般に暗雲をもたらしつつある。オンライン技術の進展で、ギャンブルが一挙に国境を超えてグローバルになり、世界中どこでも即座にゲームに参加できるという即時性も強まったのである。

こうしたグローバル化と即時化を進めているのが、今日アメリカやヨーロッパで盛んになりつつあるインターネットギャンブルである。

インターネットギャンブルに関しては、各国まだまだ法規制等の整備が行き届かず、ネット上の不正・悪がはびこり、ギャンブル依存症を生み出すという可能性が指摘されている。こうした社会的コストが、今後各国のゲーミング施行主体に当然のしかかってくることになるわけである。