

# 競馬帝国の変貌

— 大アジア・小日本・仮想空間（ウマ娘） —

高橋 一 友

## 1. はじめに

現在ではあまりよく知られていないことであるが、戦前における日本競馬の版図は広大であった。たいして、戦後における日本競馬は（地理的に）大幅に縮小した。今や世界一の馬券売上を誇る我が国にとってこの事実は意外な出来事のように聞こえるかもしれない<sup>1)</sup>。戦前における日本競馬はいわゆる大日本帝国の競馬であり、その開催は本土を跨った。戦前は帝国の領土が拡大すればするほど、日本の競馬もまた拡張したのである。これはまさに「大アジア主義」の競馬事業であった。一方で、石橋湛山（1884-1973）の思想は「小日本主義」と言われる（若宮 2014：143）。「小日本主義」の競馬理念は現在の国際競馬統括機関連盟（IFHA）やアジア競馬連盟（Asian Racing Federation = ARF）に属する日本競馬の姿勢からも窺い知ることが出来る。両団体と日本競馬の関係は地政学的には戦前の日本競馬の方がより国際的なものであったことを暗に意味している。また、この競馬事業の広さは同時にギャンブル（賭博）による統治の大きさを意味し、こうした戦前における競馬は軍事色が強いものだった。この頃は軍馬育成や財源の確保が政府にとって最重要課題であった。

ところで、戦前における外地の競馬は一体どのような方法で運営されていたのであろうか。また湛山の思想に照らし合わせれば、その拡張に大義はあったのだろうか。本稿の序盤では今となっては失われてしまった戦前における外地（朝鮮、台湾、樺太、関東州、南満州鉄道附属地、南洋群島）の競馬について考察していく次第である。中でも朝鮮半島の競馬について深く検討したい。というのも、現在ほど日韓両国の競馬が友好的な関係であったという時代はなく、またそれは思わぬ方向から近年驚くべきスピードで高まっているからである。

以下では、日本近代競馬の展開と仮想空間・人工知能（AI）がもたらす世界平和をテーマに①戦前における外地の競馬、②戦後における日本競馬（主に 20 世紀後半）、③現在における仮想空間や AI による国際競馬環境の変化という 3 つの観点から「小日本主義」であった戦後競馬の様子を分析していくことにする。

## 2. 先行研究

本研究の目的は戦前における「大アジア主義」の日本競馬事業と戦後における「小日本主義」

の競馬事業を湛山の平和思想や現代の仮想空間に基づいて比較検討していくことにある。

具体的には、戦前における大日本帝国下の競馬はどの程度の規模を誇ったのか。また戦後における日本競馬事業は国際社会の中で一体どのような立ち位置に属していたのか。さらには世界やアジア各国における近年の競馬ファンのつながりの様子についても考察していく。

繰り返すが、戦前における競馬の方がずっと国際的な競馬事業であったことは今や疑いようのない事実である。この分野の研究も近年少しずつ始まるようになった（石川 2020；杉本 2022）。また、仮想空間や AI による二次元の競馬ゲームである『ウマ娘 プリティーダービー』（株式会社サイゲームスによるクロスメディア＝メディアミックスである「ウマ娘プロジェクト」の1つ。以下、ゲーム『ウマ娘』）も世界やアジアの舞台を席捲している。サイゲームスは多国籍企業である（第4章後述）。ゲームの内容に日本競馬や象徴天皇制（競馬の「天皇賞」レースによる）の姿・形が反映されているので無視することは出来ない。また、本ゲームは20世紀の競馬事業に重きを置く天皇賞再生の物語としても非常に大きな「ツール」となっている（高橋 2022）。特に賞金面によるGIレースの序列化が起きていないため（ファン獲得が目的）、春秋に行われる「天皇賞」の位置付けが高い傾向にある。その上、本ゲームによって世界中の人々、特にアジアの若者が課金（通称「ガチャ」と呼ばれる福引き）という手段によって、日本の競馬文化と天皇制を支えている実態が浮かび上がる<sup>2)</sup>。かつてこうした現象は見られなかった。近年世界中の若者たちにとって日本競馬と天皇のイメージは著しく変わりつつある。それは戦後における日本の競馬事業の縮小を鑑みれば、明らかに「小日本主義」の平和理念から出発したものである。熟成された日本大衆競馬の発展と21世紀以降におけるゲーム市場のグローバル化によってゲーム『ウマ娘』は誕生した。

本研究の方法論としては若宮（2014）で詳細に述べられる「脱亜」の吉田茂、「大アジア」の岸信介に対する「小日本」の石橋湛山の平和主義、国際平和という観点を採用し、戦前における大日本帝国の競馬事業（外地）と縮小された戦後の日本競馬事業の現在地、そこから誕生した仮想空間の競馬を概観していく。その分析の結果、導き出される結論は平和的な国際社会（特に東アジア）を実現し得る未来像である。

### 3. 大日本帝国（外地）の競馬

戦前における大日本帝国の競馬は一体どのくらいの規模を有していたのであろうか。帝国の競馬には内地（中央と地方）の競馬に対して外地（朝鮮、台湾、樺太、関東州、南満州鉄道附属地、南洋群島）もあった。この範囲は現在の韓国、北朝鮮、中国、香港、台湾、ロシア等にあたる。つまり、帝国の範囲は極めて大きいものだった。競馬をギャンブル（賭博）と見なせば、これらの一帯は世界（東アジア）における「ギャンブル（賭博）共同体」を意味した。

内地の競馬は世界に跨る大日本帝国の近代競馬が描く巨大な円の中心に位置し、その玉座に競馬の「天皇賞」（戦前は「天皇花瓶競走」、「帝室御賞典」）が座り、周辺には「天皇の競走馬」、

「帝国の賭博者」等が存在し、また天皇自体は「ギャンブルを振興するミカド（帝）」であった（高橋 2018, 2019, 2021）。

戦前から現在にかけて天皇の競馬振興には様々な理由があり、その目的は目まぐるしく変わった。社交、軍事、馬事思想の普及、馬匹改良増殖、財源（主催者、国庫納付金）、畜産振興、レジャー等が現実競馬の諸問題であった（高橋 2014）。

しかし、現代の2度にわたる天覧競馬（106年振りに行われた2005年と2012年の「天皇賞・秋」当日の出来事）の模様を見る限り、天皇による競馬振興が戦後の国民に寄り添う天皇の姿に直結したことは間違いない。それは“大衆天皇賞”と呼べるものだった（高橋 2020）。なお、昨年は旧競馬法制定から100年を記念して令和初の3度目の天覧競馬が開催された。天皇はこの間競馬を振興しながら、「競馬＝ギャンブル（賭博）＝悪」イメージを思想・文化的な力で軽減するという難しい役目を引き受けてきた。その実態はたびたび主催者、監督省庁が入れ替わり、賭博者（競馬ファン）による天皇の道徳的認識も定まらない不可思議な様相であった（高橋 2021）。これが近年、世界（東アジア）を取り巻く国際競馬環境下でとても親密なものとなっている（第4章後述）。

ひとまず本章では外地の競馬について概観し、戦後における競馬社会の動向に繋げていきたい。

### 3.1 外地の競馬とは何か

石川肇によれば、戦前の大日本帝国下における帝国大学、いわゆる「旧帝大」を設立順に並べると次のようになるという（石川 2020：146-147）。

- ①東京帝国大学（明治19年、現、東京大学）
- ②京都帝国大学（明治30年、現、京都大学）
- ③東北帝国大学（明治40年、現、東北大学）
- ④九州帝国大学（明治44年、現、九州大学）
- ⑤北海道帝国大学（大正7年、現、北海道大学）
- ⑥京城帝国大学（大正13年、現、ソウル大学）
- ⑦台北帝国大学（昭和3年、現、台湾大学）
- ⑧大阪帝国大学（昭和6年、現、大阪大学）
- ⑨名古屋帝国大学（昭和14年、現、名古屋大学）

これを見ると日本統治下の朝鮮や台湾にもそれぞれがあり、現在の大阪大学や名古屋大学よりも設立時期は早かったということが分かる。また、1910年の韓国併合により朝鮮半島を、1895年の日清戦争の勝利後から台湾を、先の世界大戦で負けるまで我が国は統治し続けた。したがって、戦前の台湾統治後から1945年までは日本一高い山が富士山（3,776m）から台湾の玉山（3,952m）に変更となった。明治天皇はこれを「新高山」と命名し、当時の教科書でもそのよう

に教えられた。その上、明治神宮の鳥居が阿里山（台湾・嘉義県）のヒノキで作られたことも教科書の中に掲載されていたという。つまり、「帝国」の概念は現在の地点よりずっと高く、広いところに位置したということだ。以上が石川のいう大日本帝国の実態である。

さて、戦前の競馬事業は外地（朝鮮、台湾、樺太、関東州、南満州鉄道附属地、南洋群島）でも行われた。大日本帝国の領土が拡大するにつれ、帝国の理念・思想や競馬の開催地（現在の国家群やそれに近いもの）は増加していった。そこで教えられた競馬とは西洋式の近代競馬（英国の王侯貴族やジェントルマン精神に基づく競馬）ではなく、日本型の軍事的かつ大衆的な近代競馬であった。本邦が幕末期に受容したジェントルマンによる社交の競馬ではなく、それが破壊された後の軍事色が強い競馬が行われた<sup>3)</sup>。その模様は当時の雑誌『優駿』（1941年5月創刊、現在も日本中央競馬会の機関誌として残る）にも掲載された<sup>4)</sup>。では、これら外地の競馬の実態はどのようなものであったか。本章では代表的な朝鮮、台湾、樺太の競馬を概観し、その他の競馬についても簡単に紹介する<sup>5)</sup>。

### 3.2 朝鮮の競馬

朝鮮は日本が開国（開港）した。これは欧米列強の外圧が日本に比べて比較的弱ったことも影響したと言われる（金 1975：10）。朝鮮に近代競馬を伝えたのは日本である。本邦が欧米列強から受容した近代競馬は、次の段階に入っては我が国が東アジアに競馬を伝来するに至った。古墳時代に本邦に馬文化を伝えた朝鮮半島は、近代において、今度は近代競馬文化を伝えられる側に回ったのである<sup>6)</sup>。また中国の文化として伝えられた古式競馬（広義の競馬）もその例外ではなく、日本は中国に近代競馬を指導する立場となった<sup>7)</sup>。「碧い目が見た日本の馬（※筆者注：競馬）」（坂内 1988）は、「黒い目が見た朝鮮、中国の馬（競馬）」に至った。これは近代化の皮肉である。

当初朝鮮における馬匹は本邦同様に、矮小であり国防上不適格とされた。そのため、競馬が行われた。朝鮮総督府は 1916 年から動き出した。その手法は蒙古牝馬に内地産馬を配合し、朝鮮半島における馬匹を一新させることだった。それゆえ 1919 年に総督府は「馬産奨励に関する件」を出し、朝鮮鉄道の馬匹輸送運賃を 4 割引きにし、内地および満州からの移輸入馬税を撤廃、補助金を交付し種馬所を設置した。この特徴的なことは朝鮮半島における馬匹改良は種牡馬、牝馬ともに移輸入に頼っていたという点である。これは昭和初期の朝鮮にはわずかに約 6 万頭の馬匹しかいなかっただけでなく、その 9 割の在来馬の体高が 1.10~20 メートルのポニーのような姿（ポニーの中でも劣悪）であったからである（朝鮮においては我が国よりも問題は深刻だった）。したがって、これを基礎に改良することは難しかったので輸入に頼り、輸入馬に依存しながら当地の馬匹の改良増殖に着手することになったのである。無論、それは馬事思想の普及を植え付けること、その苦悩においても同様だった。

競馬の実施は我が国に遅れて 1918 年に始まった。まずは漢江のほとりで開催された。その後 1921 年まで春秋 2 回の開催が続けられたが、馬匹の改良増殖は遅々として進まなかった。同年 6

月に馬事思想の普及と馬匹改良増殖を目的とする社団法人設立の認可申請が行われ、総督府は1926年に法人の設置個所を次の六か所とした。

(倶楽部名・場所・設立年月日)

- ①朝鮮競馬倶楽部 京城(大正11年4月)
- ②平南レース倶楽部 平壤(大正13年7月)
- ③大邱競馬倶楽部 大邱(大正15年5月)
- ④釜山競馬倶楽部 釜山(昭和2年7月)
- ⑤国境競馬倶楽部 新義州(昭和3年5月)
- ⑥群山競馬倶楽部 群山(昭和3年5月)

しかし、我が国の馬券黙許時代と同様に認可を受けない法人による試行が繰り返されたため、1932年3月に朝鮮競馬令が發布された。その結果、民法第34条による公益社団として認可を受けた団体のみが、競馬の施行を容認されるに至った。馬券は競馬令制定以前については内地の地方競馬と同様の枠組みで、1枚2円から3円程度の額で発売していた。朝鮮でも競馬法(内地で1923年制定)の影響により順調に売上が伸びた。競馬令は我が国の競馬法に準ずるものであり、1回8日以内の競馬を年2回開催基本とするなど共通点も多かったが、勝馬投票券の最低金額を5円から2円に下げ、控除率を20%(内地は15%)にするなど違いもあった。朝鮮でも複勝馬券が導入されると売上が急速に伸び、1937年には咸興・清津・雄基の3場が新設され、合計9場となり、売上も500万円を突破した。このように、朝鮮半島の競馬は内地とほとんど変わらなかったのである。

### 3.3 台湾の競馬

台湾の近代競馬は、1928年11月に始まった。国内の地方競馬規則に準じた形式で台北馬事協会主催によって開催された。だが、台湾には同年の時点で馬は280頭程度しか居なかった。また、馬産の文化が根付いていなかった。例えば、台北圓山運動場で行われた競馬は驢馬(去勢された馬)の老齢馬が中心であった。しかし、それでも人気を博した。翌年の春季には嘉義・台南、秋季には台中・屏東でも競馬が施行され、さらに新竹・高雄も加入し競馬場の数は最大で7場に達した。1931年秋から新竹は休止となったが、その後は6場で春秋2季開催が定着した。1933年には台湾競馬協会が組織され、内地の地方競馬規則に準じた規則に統一された。台湾でも売上は順調に伸びた。また、翌年には驢馬がほとんど見られなくなった。さらに、8歳以下の出走馬が10%程度から90%近くまで増加した。当時における台湾の畜力の主役は水牛であり、1933年、馬が347頭に対して水牛は30万頭、黄牛で7万頭を超えていた。その中で台湾馬政計画が実施された。1936年からの第一期10年計画では9千頭、1946年からの第二期計画からは20年で11万頭の馬匹を増産する計画が練られた。そのために競馬の振興が企図されたのであった。

朝鮮の馬匹が1927年から減少していたのに対し、台湾では間もなく約200頭から600頭以上に増加した。1938年5月になると台湾競馬令が公布。台湾の勝馬投票券の金額は朝鮮に習い2円とされた（内地の競馬法では5円以上）。また、1人につき単勝・複勝各1枚の制限も、台湾では緩和されて事実上複数枚の購入が容認された。なお、控除率は朝鮮と同様に20%であった。

### 3.4 樺太の競馬

昭和初期における朝鮮、台湾、樺太、関東州、南満州鉄道附属地、南洋群島（委任統治領）の中で馬の飼養数の1位は朝鮮の5万頭前後、2位は樺太の1万2千頭程であった。1922年に陸軍が樺太における将来の軍馬補充を念頭にして作成した記録「将来の馬政に関する件」によれば、樺太は馬産に向けた地域であった。理由には北の孤島の貴重な娯楽として競馬が期待できること、また北海道や東北地方の馬産地からの移住者が多いことから、開催も容易であったからである。

日露戦争の勝利によって南樺太を手に入れた日本政府は、早くも1907年からこの地で競馬を実施した。馬券の規定も特になく、事実上無制限で実施された。昭和4・5年（1929, 1930）には大小の競馬場が20余りも存在し、その弊害も少なからずあったため、1932年に樺太庁令第十三号として競馬規則が制定された。これは優勝馬投票（一着馬予想）を伴う景品券競馬で現金での発売や払戻が許可されたのは1934年の改正法によってであった。1933年秋季には樺太競馬会主催で3日間の記録として入場者4,938人、1万8,844円の入場料があり、恵須取・知取・留多加などの樺太の競馬会の中では最も売上をあげたという。

### 3.5 その他の競馬

関東州（主として大連）、南満州鉄道附属地、南洋群島（委任統治領）でもこのような競馬は開催されたが、注目すべきは関東州の競馬の中で1942年の日本占領下で香港競馬が実施されたことである。香港は現在東アジアの競馬の一等国であり、我が国と馴染み深い地域である。もともと香港は英国領であったが、一時期日本領であった。占領期間は、香港の戦いでイギリス軍が日本に降伏した1941年12月25日から、ポツダム宣言受諾による日本の降伏後の1945年8月末にイギリス軍が再上陸するまでの3年8カ月であった（小林1994：209）。この期間、出場馬の馬名は従来の英国式から支那名に変更され、戦局が悪化してからは占領地で居留民慰留のための競馬が開催された。この地では英国式の近代競馬から我が国の軍事的な競馬開催に移り、また元の鞍に収まったという点に特徴がある。その他大連や満州の競馬も大規模なものであった。

このように帝国競馬の版図は現在の日本競馬よりも遥かに広く、むしろ戦後になってから我が国の競馬は縮小したと捉えることも可能なのである。それは内地の競馬（権限、勢力範囲）についても同様であった。

#### 4. 「小日本主義」の現代競馬

戦後の日本競馬は日本競馬会時代から国営競馬時代へ。さらに現在の日本中央競馬会時代へと継続された。日本の敗戦は競馬界に縮小をもたらした。外地の競馬が全て解放され、大日本帝国の競馬は消滅してしまったのである。

戦前において日本競馬会（1936年創設）の運営のもとに行われた我が国の競馬事業は、英国モデルの競走体系（クラシックレース）の整備と共に1941年に戦前のピークに達し、その後ほとんどなくして太平洋戦争の悪化に伴い、1943年に競馬開催の一時中止という状況に陥った<sup>8)</sup>。続けて戦時中は「能力検定競走」として競馬の競走は施行されたが、競馬が再開されたのは終戦後の1946年のことであった。しかし、戦後再開された日本競馬会による競馬は連合国軍最高司令官総司令部（GHQ）経済科学局公正取引課により「独占禁止法」に抵触するものとされ、1948年に日本競馬会は解散。これを受けて新しい競馬法が公布され、同年に国営競馬（農林省畜産局競馬部）がスタートした。

国営競馬最初の課題は戦争により枯渇していた馬資源の確保であったが、50年代初頭には競馬の売上は上昇に転じ、安定期に突入した。だが、国営競馬という形態は世界でもほとんど例がなく、次第に国が競馬を行うことに対する異論や批判が出てきた。そのため、1952年に農林大臣の諮問機関として「競馬制度審議委員会」が設置された。ここでの議論の焦点は競馬の民営移行論であったが、慎重に話し合いが重ねられた結果、国営競馬はその施行体を全国一体の「特殊法人」にすべき旨の答申を出し、政府は国の行政機関の監督の下で競馬を行うことにした。

こうして1954年に日本中央競馬会法案が国会に提出され、5月に可決。7月に日本中央競馬会法が公布され、9月に特殊法人日本中央競馬会（Japan Racing Association = JRA、1980年代半ばまではNCKと呼ばれた）が成立した。

以上のように戦後の競馬事業は縮小せざるを得なかったということになる。こうした中、春秋の「天皇賞」（1980年までは「勝抜制」の継続）を中心とする安定的な競馬の事業経営、名誉と地位の平等分配機能を底辺に据える「日本型競馬事業」が営まれた（高橋2014）。萩野（2004）が検討した戦前の競馬による「収益事業」に加え、その思想的な古層には日本特有の政治空間（近代天皇制）が競馬界に横たわり、それが維持されたのである。

今日の世界では、日本近代競馬（大衆競馬）も海外の枠組みの中に収まっている。この枠組みは3つある。1つは世界的な規模を誇る伝統的かつ、欧米式のIFHAである。2つ目はアジア地域を中心とするARFがある。これは戦前における大日本帝国の版図が強く影響していることは言うまでもない。それに加えて、近年は更なる日本の大衆競馬文化の発展による新しい3つ目の極が登場してきた。現在、AIの導入が日本社会で進展する中、我が国の競馬文化の領域にもゲーム『ウマ娘』が登場し、これが世界を席捲するようになった。本ゲームは日本の大衆競馬文化（日本近代競馬）と天皇存在（「天皇賞」）を暗に携える「ツール」として2021年春にまずは国内でブームを呼び、今や世界のゲーム市場を制圧している。この新しい極は世界的に我が国だ

けが有するものである。

戦後の日本競馬は縮小したが、日本の大衆的な競馬文化に端を発する馬券の売上、また天皇（賞）による平和外交の力は非常に大きなものとなっている。本章では天皇とウマ娘について検証し、戦後における「小日本主義」の競馬の足取りの成果が如何にして世界各国と平和的な国際関係を構築しているのかを明らかにしていく。

#### 4.1 天皇とウマ娘

領土が狭くなった日本の競馬文化は、仮想空間において世界を、アジアを相手にしている。ウマ娘プロジェクトは2016年に動き出したが、それが大きなブームに至ったのはスマートフォン向け育成シミュレーションゲーム『ウマ娘』がリリースされた2021年春からの出来事であった<sup>9)</sup>。ウマ娘一人ひとは戦後における日本競馬で活躍した名馬をモチーフにしている。また彼女たちは仮想空間に住むAIの超人、不老不死である。このコンテンツは「可愛い」を軸（武器）に制作され、開発者の中心は日本人の競馬ファンであった。そのため、実際の日本競馬がゲーム内に巧みに反映され、新しい競馬ファンを獲得する為の「ツール」ともなっている。また、開発陣の目標は最盛期の競馬の魅力ユーザー（トレーナー）に伝え、若者の競馬ファンを増やすことであることを雑誌のインタビューの中ではっきりと述べている（高橋2022:32）。最盛期の日本競馬がそのまま反映されているということは日本の競馬のレースも事実に従って作られていることを意味し、実際にそのようになっている。

競馬に「天皇賞」がある。ウマ娘プロジェクトにおいて「天皇賞」は大きな役割を果たしている。その傾向は今後もまったく変わりそうにない。というのも、2023年の秋に名馬キタサンブラック号（馬主は歌手の北島三郎）を主人公とするアニメ第3期の放送があったからだ。モデル馬は「天皇賞」を春秋連覇し、計3回も優勝している伝説的な天皇賞馬かつ顕彰馬である。この計3回の優勝は歴代最多タイの勝利数であり、日本競馬史に名を刻む生粋の天皇賞馬の一頭が同馬なのである。また、アニメの人気はゲームの中でも似たような状況を作り出す。その事実として本ゲームの中における「天皇賞」の位置付けは現実の競馬に対して著しく高いものになっている。

ここで再度検討しなければならないことは、このゲーム『ウマ娘』は世界規模のゲームだということである。ゲームの中で頻繁に天皇の名前が露出する。つまり、本ゲームは現代の象徴天皇制を支える「ツール」ともなっているのである。我が国が「小日本主義」の競馬を進めた結果、国内における大衆競馬の純度（特性）が高まり、ウマ娘プロジェクトが生まれた。このように考えれば、仮想空間やAIの領域にある日本競馬こそが最新の日本競馬の実態をよく表していると言える。とりわけウマ娘の生みの親である株式会社サイゲームス（親会社サイバーエージェント）が作り出している状況はネグリとハート（2003）が述べたネットワーク型の権力、多国籍企業である〈帝国〉の姿によく似ている。その構造を要約すれば、超大衆競馬〈帝国〉（新しい観念による帝国）と呼ばれるものであるに違いない。サイゲームスは韓国、台湾、アメリカ、イギリスに支社を有し、韓国では現地のカカオゲームズと共同で韓国版『ウマ娘』をリリースしてい



る<sup>10)</sup>。その規模は想像を絶するものであった<sup>11)</sup>。

#### 4.2 平和主義・国際平和をもたらす優しい〈帝国〉

超大衆競馬〈帝国〉は天皇とウマ娘＝「天皇賞」と「天皇の競走馬」（高橋 2018）たる「可愛い」ウマ娘像を世界に拡大している。ウマ娘という仮面は、日本の天皇存在を覆い隠している。世界で、またアジア各国でゲーム『ウマ娘』は躍動している。特に韓国における熱気は凄まじいものがあつたことは、上述した通りである。また本ゲームはプレイヤー（トレーナー）による金銭（課金）によって支えられているので、実際のところ韓国人が日本の象徴天皇制や天皇存在を積極的に支えているという状況にある。否、韓国人ばかりか世界中の人々がゲームへの課金を通して我が国の競馬事業と天皇制を支えている（それゆえ見方によっては世界規模、「大アジア」の思想的な特徴を持つが、それはグローバルな経済分野においてより顕著である）。特にゲーム『ウマ娘』はアジアの若者に人気があり、各国で日本同様に爆発的なブームを巻き起こした。

だが、この仮想空間や AI によってもたらされる新しい〈帝国〉は極めて優しいものだ。それは反戦平和、国際平和思想とも言えるもので戦争や軍馬育成、単なる企業による資本の搾取にとどまらない戦後日本競馬が志した「小日本主義」の姿と形を継承した文化である。経済的には〈帝国〉だが、政治理念においては理想主義的な平和理念を携える。大衆競馬と呼ばれる戦後日本競馬の土壌からウマ娘プロジェクトが誕生したことは今一度立ち止まって再評価する必要がある。これは JRA や宮内庁、農林水産省、日本政府がまったく意図しないレベルで起こっている。

また、ウマ娘の関連グッズは幼児用の玩具から成年向けのフィギュアまで幅広く、我が国の未来を担う若者たち（世代）に対して、天皇に接する機会は爆発的に増大している。それが例え「テンノウ」という記号であったとしても間違いなく、象徴天皇を文化として捉える人々の数は増えている。ゲーム『ウマ娘』の場合は「推し」の構造により天皇に親近感をもたらす仕組みになっている（前述）。そもそもあらゆる観念（神、カリスマ的指導者＝天皇、国家、組織、アイドルの語源に至るまで）を「推す」ことは同時に己の拠り所ともなる。それは共存共犯関係にある。これは歴史の常であった。毎日、それぞれ地球の裏側で「推し娘」の育成は天皇制と結び付きながら行われている。これは戦後における世界平和の理念を継承・拡大するものであって、その緩やかな象徴天皇制支持の論理は必ずや未来の歴史認識問題克服への一助となるであろう。少なくとも日韓関係改善に果たした影響は大きいと思われる。

#### 4.3 JRA とウマ娘

では、なぜウマ娘は誕生したのか。最後に戦後「小日本主義」の立場を取った JRA の歴史（諸政策）について若干述べておきたい。

今でこそ世界一の売上を誇り、国民的レジャーの 1 つとして定着している我が国の競馬事業であるが、JRA 発足当初からこのイメージが社会に共有されていたわけではない。我が国では長年、競馬は「私たちの鉄火場」として認識され、時には社会悪の 1 つとみなされてきた<sup>12)</sup>。そのイ

メージが薄まったのは80年代以降のJRAによる巧みなイメージ戦略にあった。この事業には「天皇賞」や天皇存在もたびたび利用されてきた。

例えば、3回の天覧競馬開催（2005年、2012年、2023年）や日本近代競馬史と結び付けられる天皇と競馬の企画展（2005年の「エンペラーズカップ100周年記念事業」や2012年の「近代競馬150周年記念事業」、2023年の「競馬法100周年記念事業」）の前には「天皇賞」の記念入場券による文化的なイメージ戦略があった（1984年から1999年）<sup>13)</sup>。ギャンブルとは異なる文化的なイメージの創出である。また、現在の競馬事業と70年代以前の競馬事業で決定的に異なる点は、競馬の歴史が単なるギャンブルだけでなく、より「名馬」の歴史と共に深く心に刻まれるようになったということである<sup>14)</sup>。

戦前と戦後において競馬事業の性格は著しく変わった。政治外交と戦争のための「軍事的ツール」としての競馬の時代は終わり、「収益事業」としての競馬が主軸となった。それは競馬事業のレゾンデートル（存在理由）を変えただけでなく、競走馬や騎手のレゾンデートルをも変えた。戦前において多くの馬は「兵器」の一部であり、「名馬」にはなれても「アイドルホース」にはなれなかった。また、騎手の多くは「アスリート<sup>15)</sup>」として世間にもてはやされることもなかった。この騎手の部分はゲーム『ウマ娘』では省かれているが、調教師（トレーナー）の地位も上がったことは重要である。

1943年に名牝クリフジ号で「変則三冠」（優駿牝馬＝オークス、東京優駿＝日本ダービー、菊花賞）を達成した前田長吉（20歳）の時代<sup>16)</sup>と1990年に葦毛の怪物オグリキャップ号で有馬記念を制した武豊（21歳）の時代とでは比較にならないほど競馬の性質は変わってしまった。では、一体なぜ競走馬や騎手、調教師に注目が集まるようになったのであろうか。これを知るためにはJRAの歴史を深く理解する必要がある。

以下では中央競馬の歴史について第5期まで分けて、最盛期の1997年までの模様を見ていくことにする<sup>17)</sup>。

なお、1997年はウマ娘の顔であるスペシャルウィーク号がデビューした年である。また競馬ファンにとって98年のクラシック世代は最強世代との呼び声が高い（江面2022）。言うまでもなく、ゲーム『ウマ娘』も80年代以降に実施されたJRAの諸政策の影響を大いに受けている。とりわけ第3期以降で述べる「グレード制（GI、GII、GIIIといったレースの格付け）」の導入や「JRA顕彰馬」（競馬の殿堂）、「JRA賞<sup>18)</sup>」の創設は私たち日本人（競馬ファン）の馬に対する見方を変える大きな出来事であった。また、こうしたJRAの方針は極めて「小日本主義」的なものであり、20世紀後半における我が国の国際競走は「挑む、出る競馬」よりも「呼ぶ、招く競馬」（国内競馬に対する関心の充実）が重視された。現在はこれが反転しているが、日本競馬がIFHAの格付けによる競馬のパートI国になったのは遅く2007年であった。

もし、この「グレード制」や「JRA顕彰馬」（競馬の殿堂）、「JRA賞」の充実がなければ、今日のウマ娘ブームは起きていない。「グレード制」導入以降のGI級レースの度重なる増設が競馬ゲーム作りを可能にさせたという側面がある。1981年までの芝のGI級レースは僅かに10

レース程であり、1984年の時点でも15レース程しかなかった。現在は短距離、マイル、中距離、長距離と距離別に22もある（ダートや障害レースを含めると計26）。また、「東京優駿（日本ダービー）」や「天皇賞」の国際化も21世紀まで待たなければならなかった。

### (1) 第1期＝戦後創成期（1948～64年）

戦後の国営競馬時代は、国民生活は困窮状態にあり、競馬やレジャーに金銭が回るゆとりがなく、一般の国民にとって競馬はまだ遠い存在であった。しかし、JRAが発足した1954年以降になると、我が国は高度経済成長期に突入し、国民生活にも一定の余裕が出てきた。ただし、競馬場、厩舎などの諸施設の大部分は戦前の競馬倶楽部時代に設立されたものであり、荒廃していた。また、競走馬等の資源も乏しかったため、JRAの置かれた環境は極めて厳しいものであった。実際、発足してからの約5年間は利益なしの状態が続き、資金繰りに苦しんだ。そこでJRAは「有馬特例法」（臨時競馬を開催し、その利益をスタンド・厩舎などの復旧、改築に回す）や「中央競馬運営方策要綱」（中央競馬の枠組みを決める）など競馬再生に尽力し、徐々にJRAによる新しい競馬体制が整えられていった。また、有馬記念（グランプリ）の創設、ハクチカラ号の米遠征、「枠連」の発売、鉈の切れ味を持つ馬と呼ばれたシンザン号の登場など、この時期に後の競馬ブームの足がかりが出来た。

### (2) 第2期＝第1次競馬ブーム期（1965～73年）

この時期は東京オリンピックも終わり、高度経済成長期の後半に入る時期であった。日本経済は64～65年の不況の後、輸出業を中心に国内市場は潤い、消費ブーム、レジャーブームの中で競馬産業も成功を遂げた。高度経済成長は官や公営ギャンブル（公営競技4種＝「地方競馬」、「競輪」、「競艇」、「オートレース」）全ての飛躍を促し、JRAの売上や入場者数は増大、中央競馬もその存在意義を確かなものにしていった。また、第2期はトータリゼータ・システムの導入（競馬環境の機械化）、スピードシンボリ号の世界最高峰レースへの挑戦、活馬（誕生している馬）の輸入自由化、地方から中央への挑戦で競馬ブームを呼んだハイセイコー号の登場、自動発売機の運用開始など競馬ファンの大衆化が進み、サラリーマン層や若年層が拡大した。しかし、まだ中央競馬が官や公営ギャンブルのトップに君臨する時代ではなかった（70年代から80年代初期は競艇の売上が最も高かった）。

### (3) 第3期＝不況とその脱却期（1974～85年）

70年代前半は、71年のドルショック、73年のオイルショック、そして74～75年の不況と世界的同時不況であった。そのため日本経済もかつてないほどの構造不況に悩み、なかでも70年代からはじまった米の強制的な生産調整＝強制一律減反は農業現場を混乱させ、競馬業界にとっても大きな転機となった。政府の「減反政策」は馬産地の構造を決定的に変え、米から馬へのシフトを促した。その結果、「生産過剰」の問題が噴出することになり、不況と共に生産地、とり

わけ日高地方は大打撃を受けた。また、71年の活馬の輸入自由化は高級種牡馬の導入によるシンジケートの拡大を助長し、生産者の経営を圧迫した。さらにこの時期には高度経済成長期の負の遺産として競馬の公害問題（競馬場や場外勝馬投票券発売所周辺の稠密化現象）が噴出し、競馬は一部の国民から社会的批判を受けることになった。そしてアイドルホースがいなくなると、不景気と重なり、70年代後半以降、入場者数は年々減少していった。しかしそのことがJRAの改革の機運を高めることともなった。第3期には、電話投票の試験的实施（74年）を行い、世界に通用する馬作りを目指して「馬事振興研究会」を設置。81年には我が国初の国際招待競走であるジャパンカップが施行された。83～84年には2年連続で三冠馬が誕生し、下記の「ニューブリーズ計画」（新しい風計画）と共にメディアに競馬が露出することが多くなった。

この80年代前半から始まる「ニューブリーズ計画」はJRAの再生をかけた施策の三本柱（小沼1993：56）となるもので、84年の「グレード制」導入や「JRA 顕彰馬」（競馬の殿堂）創設と合わせて後のJRAの隆盛をもたらす一大転換期となった。「ニューブリーズ計画」とは、情報化社会におけるファンのニーズに応えるため、メディアの進展と実情を確実に把握し、従来のファンの固定と新たなファン層の獲得を狙った計画（「ファンサービスの充実と新しい情報システムの提供」）で、以下の特徴を有していた。

まず第1にターフビジョン（大型映像ディスプレイ装置）の設置により、スタンド内のどの位置からでも迫力のあるレースと各種データ付きの情報提供が楽しめるようになった。また第2に映像伝送全国ネットワークシステム（全国の競馬場と場外勝馬投票券発売所を、衛星等を使ってネットワークし、レース・パドックの映像や、オッズ、馬体重、払戻金などのデータ情報をリアルタイムでモニターテレビに放映するシステム）はサービスの向上と売上増加に大きな効果をあげた。これら2つは、メディアとの融合を果たした情報戦略であった。そして第3に、CI制度（コーポレート・アイデンティティ）と呼ばれるギャンブルイメージを払拭する情報戦略は新たなファン層獲得を狙ったものだった。なお、第3期には女性客や若者をターゲットにした企画や親しみやすいキャッチフレーズを用いた広告戦略などが開始され、第4期には略称・愛称やシンボルマークの制定、マスコットキャラクターの制作などが実施される。こうして84年には官や公営ギャンブルの売上1位に中央競馬が躍進することになった。

#### （4）第4期＝第2次競馬ブーム期（1986～91年）

日本経済は85年の円高不況に悩んだ後、86年末から「いざなぎ景気」以来の好景気を迎えた。景気は過熱し、株、土地の投機をあおり、いわゆる「バブル景気」をもたらした。こうした背景のもとに再び、史上空前の競馬ブームが到来した。88年には10数年続いた入場者の減少傾向に歯止めがかかり、売上は84年以降、年率10%前後の伸び率を示し、88年には2兆円、90年には3兆円の大台を超えた。この時期は、オグリキャップ号と武豊（87年デビュー）ら若手ジョッキーの活躍に象徴されるように競馬は女性ファン、ライトファンの増加をもたらし、「ニューブリーズ計画」の効果が本格的に表れた時期であった。とりわけ87年の日本中央競馬会の略称の

制定（NCKからJRAへ）、シンボルマークの制定、場外勝馬投票券発売所の愛称ウインズ（WINS）の制定は競馬のイメージアップにつながった。また、同年には競馬と馬に関する優れた業績に対してその榮譽を称え、感謝の意を表すために「JRA賞」が創設された。そして、91年には在宅投票システム「PAT」試行開始や「馬連」（新馬券）の発売開始、競馬法の改正により、単勝式、複勝式の配当に特別給付金が上乗せされるなどの出来事が起こった。

第4期、中央競馬のブームを支えたのは岩崎の分析によれば、「①バブル経済の進展、これによる馬主経済の好調と売上の拡大、②競馬の国際化と一流活馬の大量輸入、③競馬開催における情報システムや先端産業の導入、④ウインズの拡充や「馬券革命」、⑤武豊とオグリキャップに象徴されるスタージョッキー、アイドルホースの誕生、⑥新しいファン層の掘り起こし」（岩崎2002：83）など、さまざまな要因が重なってもたらされたものであった。こうしてバブル経済がはじけた91年以降も、公営ギャンブルの低迷を尻目に官の中央競馬は依然として順調に売上を伸ばしていった。

#### （5）第5期＝中央競馬のピーク期（1992～97年）

バブル経済が終わっても、JRAの売上は順調に伸び続け、97年にはついに4兆円を超えた。93年には初めて地方競馬の施設を利用した勝馬投票券の発売が行われ、95年には「地方所属馬へのGI競走の解放」、「ダート重賞競走の交流拡大」、「条件戦での交流競走の実施」、「3歳（現2歳）認定競走」の設立など中央と地方の垣根を越えた大幅な改革が実施された（4つの大きな改革が行われたことから、この年は「交流元年」とも呼ばれる）。その一方で、94年には外国人短期免許制度が導入され、外国人ジョッキーにも本格的に門戸が開かれた。また同年には競馬専門チャンネルである「グリーンチャンネル」の登場（10月に試験配信。翌年、放送開始）やナリタブライアン号などの三冠馬が生まれ、競馬ブームはますます過熱していった。96年には有馬記念の売上高が875億円を記録しギネスブックに登録され、97年には中央競馬史上最高の売上高（4兆6億6,166万3,100円）を記録した。

この経過がウマ娘ブーム誕生の礎となった「小日本主義」の20世紀後半の競馬史であった。その中で「天皇賞」が行われていたのである。

## 5. おわりに

戦後日本の競馬事業は戦前の「大アジア主義」的な軍馬育成のための競馬事業に対して極めて「小日本主義」であった。特に20世紀後半の競馬事業は現在の大衆競馬環境を生み出す布石となった。戦後における競馬事業はまず脱軍国主義、脱軍馬から始まった。それは国内における馬匹改良増殖、畜産振興、レジャーとして開始され、定着した<sup>19)</sup>。その土壌の中からウマ娘プロジェクトは誕生した。韓国や台湾、香港、マカオの若者たちが日本の競馬文化と天皇に接し、そ

れを自らの金銭によって間接的に支持する。このような出来事が実際に起きてしまった。特に韓国においては歴史教育（反日感情）以外で天皇存在に接することはほとんどなかったと思われる。おそらく将来的に天皇の訪韓が温かく迎えられ下地としてゲーム『ウマ娘』の効果は現れて来ることだろう。また、ここで忘れてはならないことは、日本の若者や今まさに生まれて来たばかりの赤子もウマ娘プロジェクトという平和的な文化を通じて馬と天皇に親しみを感じる機会が増えたということである。

今なお、政治的な領域では天皇を深く語ることは出来ない。しかし、戦後は「小日本主義」の競馬事業となった日本大衆競馬文化の中からその解決手段となり得る道筋は切り開かれた。この現象は地球規模の「世界（アジア）競馬（賭博、課金）共同体」と呼ばれるもので、特に東アジアにいる多くの若者たちがこのムーブメントに参加したという事実は決して色褪せるものではない。この仮想空間における競馬は日韓関係の雪解けを象徴する前触れとなるかもしれない。

当初、ゲーム内における「天皇賞（テンノウショウ）」のニュアンスは寿司や天ぷらと似たようなものであった。寿司も天ぷらも世界中で愛されている。ゲーム文化の中に見られる象徴天皇の姿は現在の平和主義を標榜（布教、信仰）する我が国の在り方として相応しいものではなかろうか。

## 註

- 1) 国際競馬統括機関連盟（International Federation of Horseracing Authorities= IFHA）のホームページによる国別競馬賭け金額によれば、我が国は1位を取り続けている。
- 2) ソーシャルゲームの仕組みと課金については田中・山口（2015）に詳しい。課金行動（ガチャ、福引き）は賭博と同じで金銭の投資を意味する。一般的に課金行動が課金の意味になっている。ゲーム『ウマ娘』は日本競馬史に基づいた「名馬」をモチーフにしたウマ娘＝馬が擬人化された美少女アスリートを育成するゲームである。現在は100人程度居る。その中には過去に「天皇賞」を勝ったモデル馬が多数おり、各ウマ娘を育成する為のローテーションの中に目標レースとして「天皇賞」が設定されている場合がある。プレイヤー（トレーナー）は自身の「推し娘」を育成する為に日々「天皇賞」レースに挑む。このゲームには20世紀の名馬がたくさん登場し、「天皇賞」レースのみ春と秋があるのでほとんど関わってくる。「推し娘」は「ガチャ」で入手する。また、「ガチャ」によって育成を有利に進める為の「サポートカード」を引く。つまり、「推し娘」を引き、それを強くするためにサポートを引き、育成では「天皇賞」優勝を目標にするという仕組みになっている。また、ゲームのメインストーリーや個別のウマ娘ストーリー、限定イベントの中でも「天皇賞」の地位は比較的高く、何度も登場してきた。こういうことを世界中の人々が行っている。「推し娘」育成がゲーム（企業）の売上と天皇（制）への愛着を生み出し続けている（ゲーム『ウマ娘』、公式サイトを参考）。
- 3) 社交目的の競馬が完全に破綻した馬券黙許時代を総括する研究に立川（2008）や萩野（2004）、高橋（2019）等がある。また外地における日本型の近代（大衆）競馬については石川（2020）、杉本（2022）に詳しい。なお、萩野論文では外地の競馬についてほとんど触れられていない。学術的に戦前の日本競馬＝大日本帝国領土内の競馬と解釈されるようになったのはつい最近の出来事である。
- 4) 競馬の開催には陸軍（軍部）が大いに関わっていた。「創刊の辞」には日本競馬会や旧競馬法の競馬理念が記され、軍部の圧力や戦争の経過、「帝室御賞典」の実施状況、満州（北支）他の外地の競馬、馬の歴史、競馬観、軍馬育成、海外競馬の様子が述べられた（『優駿』1941年5月号～1945年1・

2月号)。また、1926年には『競馬ファン』という雑誌も創刊されている。その内容は杉本（2022）に詳しいが、現在に近い緩やかな内容となっている。

- 5) 杉本（2022：185-206）を参照。また、図解に基づいた説明資料として北朝鮮、樺太、台湾等の模様は石川（2020）に詳しい。
- 6) 我が国における古代の馬と馬事文化の輸入については蓮池（2020）、佐々木・川尻・黒済編（2021）、久慈（2016）等に詳しい。日本列島には馬が居なかった。
- 7) 古式競馬と近代競馬の違いについては高橋（2023）に詳しい。
- 8) 日本競馬の詳細については中央競馬振興会編（2018）、日本中央競馬会編（2005, 2015）で包括的な知識を得ることが出来る。
- 9) 日本国内におけるウマ娘ブームについては高橋（2022）でまとめられている。本稿ではゲーム、アニメ第1期と第2期の分析が試みられたが、アニメ第3期も放送された。<https://anime-umamusume.jp/>
- 10) 2021年に日本で最もヒットしたゲーム『ウマ娘』であったが、2022年の韓国ではその約4倍の勢いでスタートした（ウマ娘の広告サイト「ばかチューブっ！」を用いた両国人口日本1億2千5百万人、韓国5千万人と事前登録者数の対比）。当然の如く1位を獲得した。また、日本版より質が悪いと抗議デモや開発会社を訴える団体まで出現した。このウマ娘の宣伝広告の規模は大きく、日本同様に都市の大型スクリーン、駅、バス停、タクシーなど街全体を空間的に支配する手段が取られ、その規模は世界に跨るものであった（SNS上でも大量に画像が流布）。日本版は2021年2月24日、韓国版は2022年6月20日にリリースされた。なお、株式会社サイゲームスは韓国、台湾、アメリカ、イギリスに支社がある。<https://www.cygames.co.jp/corporate/locations/>  
 「【ゲーム事前登録】 ついに60万人突破だぜっ！」（2021年2月22日）  
<https://www.youtube.com/watch?v=e7buII8GA7w>  
 「カカオゲームズが韓国版『ウマ娘 プリティーダービー』に期待感を示す 事前登録者数はわずか10日間で100万人突破」（2022年5月9日）<https://pickups.jp/global/40670/>  
 「韓国版『ウマ娘 プリティーダービー』が好スタート App Storeのセールスランキングで首位を獲得、Google Playでも2位」（2022年6月27日）<https://pickups.jp/global/43183/>  
 「韓国版『ウマ娘』ユーザーが抗議文を掲載した馬車やトラックでデモを実施 デモ企画者は払い戻し訴訟も検討」（2022年9月2日）<https://pickups.jp/global/46556/>  
 「韓国版『ウマ娘』訴訟代表団、訴訟取り下げ書を提出 カカオゲームズが運営の改善姿勢を示したため」（2022年11月14日）<https://pickups.jp/global/50304/>
- 11) ゲーム『ウマ娘』は韓国版、台湾版、香港版、マカオ版ほか、アジアで一大ムーブメントを巻き起こした（現在も進行中）。また、その傾向と売上の規模は韓国と変わらなかった。  
 「繁体字版『ウマ娘 プリティーダービー』が香港・台湾・マカオ地域のApp StoreのDL/セールスランキングで首位獲得」（2022年6月29日）<https://pickups.jp/global/43452/>
- 12) 筆者や他者の体験談として、日本社会における競馬のマイナスイメージが語られている（長島1988：48-52）。  
 また、70年代の詩『さらばハイセイコー』には「ふりむくと一人の人妻が立っている。彼女は夫にかくれてハイセイコーの馬券を買ったことがたった一度の不貞なのだった」（寺山1979：9-10）と書かれている。
- 13) 日本近代競馬と天皇賞（事業史）全体については高橋（2014）に詳しい。
- 14) 『週刊100名馬』（産業経済新聞社2000-2002）はJRA賞馬事文化賞を受賞。その後、名馬に関する類似本の発刊は枚挙に暇がない。こうした傾向は1970年代まではおおよそあり得なかった。一般的に第一次競馬ブームと呼ばれるハイセイコー号のブームの時さえ、日本競馬の売上は競艇に負けてい

た（高橋 2014：46）。

- 15) 野平祐二、岡部幸雄、武豊などが登場し、戦前と戦後において騎手の立場は著しく変わった。また、騎手自身が「騎手論」を執筆する事例も多くなった。
- 16) 青森県の八戸市出身の前田長吉は競馬法制定の年に生まれ、牝馬クリフジで第12回日本ダービーを制した。  
しかし、戦局が悪化する中、旧満州の物資輸送を担う部隊に配属され、戦後、旧ソ連のシベリア・チタ州ポルトイ収容所で強制労働に従事し、1946年2月、23歳の若さで死亡した（島田 2011）。
- 17) 中央競馬の戦後史（20世紀）については、小沼（1993）、岩崎（2002）、石岡（2020）、日本中央競馬会編（2005、2015）、JRA ホームページ等を参照。
- 18) 初期は1954年からの競馬予想紙による「啓衆賞」（啓衆社）、また1972年からはJRAの機関誌である『優駿』で発表された。これは「名馬」の可視化として意義が大きいものだった。
- 19) 「JRAの概要」の設立目的より <https://www.jra.go.jp/company/about/outline/>

### 参考文献

- 石岡学（2020）『「地方」と「努力」の現代史——アイドルホースと戦後日本』青土社
- 石川肇（2020）『競馬にみる日本文化』法蔵館
- 岩崎徹（2002）『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
- 江面弘也（2022）『競馬ノンフィクション 1998年世代』星海社新書
- 小沼啓二（1993）『JRA（日本中央競馬会）・超巨大財務の秘密——不況を知らないサラブレッドビジネスの内幕を探る』こう書房
- 金栄作（1975）『韓末ナショナリズムの研究』東京大学出版会
- 久慈勝男（2016）『日本人と馬の文化史』文真堂
- 小林英夫（1994）「太平洋戦争下の香港」『駒沢大学経済学論集』第26巻第3号、209-281
- 坂内誠一（1988）『碧い目の見た日本の馬』聚海書林
- 佐々木虔一・川尻秋生・黒済和彦編（2021）『馬と古代社会』八木書店
- 島田明宏（2011）『消えた天才騎手——最年少ダービージョッキー・前田長吉の奇跡』白夜書房
- 杉本竜（2022）『近代日本の競馬——大衆娯楽への道』創元社
- 高橋一友（2014）『日本中央競馬会と天皇賞——「日本型競馬事業」の成立と課題』法政大学大学院公共政策研究科修士論文
- （2018）「明治天皇と競馬——近代日本における馬概念の変容」『社会システム研究』京都大学大学院人間・環境学研究科社会システム研究刊行会、第21号、141-152
- （2019）「日本近代競馬と皇室御賞典——明治期から補助金競馬時代までを中心に」『社会システム研究』京都大学大学院人間・環境学研究科社会システム研究刊行会、第22号、149-166
- （2020）「現代日本における「大衆天皇」と競馬」『社会システム研究』京都大学大学院人間・環境学研究科社会システム研究刊行会、第23号、93-107
- （2021）「大日本帝国下における競馬——前田長吉を事例に」『社会システム研究』京都大学大学院人間・環境学研究科社会システム研究刊行会、第24号、1-17
- （2022）「令和時代における天皇賞の再生——TVアニメ『ウマ娘 プリティーダービー』を事例に」『社会システム研究』京都大学大学院人間・環境学研究科社会システム研究刊行会、第25号 19-37
- （2023）「サピエンスと馬——競馬の誕生」『社会システム研究』京都大学大学院人間・環境学研究



- 究科社会システム研究刊行会、第 26 号 127-145
- 立川健治 (2008) 『文明開化に馬券は舞う — 日本競馬の誕生』 世識書房
- 田中辰雄・山口真一 (2015) 『ソーシャルゲームのビジネスモデル — フリーミアムの経済分析』 勁草書房
- 中央競馬振興会編 (2018) 『日本近代競馬総合年表』 中央競馬振興会
- 寺山修司 (1979) 『競馬への望郷』 角川文庫
- 長島信弘 (1988) 『競馬の人類学』 岩波新書
- 日本中央競馬会編 (2005) 『日本中央競馬会 50 年史』 日本中央競馬会
- (2015) 『日本中央競馬会 60 年史』 日本中央競馬会
- ネグリ、A. & ハート、M. (2003) 『〈帝国〉 — グローバル化の世界秩序とマルチチュードの可能性』 水嶋一憲・酒井隆史・浜邦彦・吉田俊実訳、以文社
- 萩野寛雄 (2004) 『「日本型収益事業」の形成過程 — 日本競馬事業史を通じて』 早稲田大学大学院政治学研究科博士論文
- 蓮池明宏 (2020) 『「馬」が動かした日本史』 文春新書
- 若宮啓文 (2014) 『戦後 70 年保守のアジア観』 朝日新聞出版
- 『週刊 100 名馬』 (産業経済新聞社 2000-2002)
- 『優駿』 1941 年 5 月号～1945 年 1・2 月号

#### 参考ホームページ

- 日本中央競馬会 (JRA) ホームページ <https://www.jra.go.jp/>
- 国際競馬統括機関連盟 (IFHA) ホームページ <https://www.ifhaonline.org/>
- 『ウマ娘 プリティーダービー』公式ポータルサイト <https://umamusume.jp/>
- TV アニメ『ウマ娘プリティーダービー Season 3』公式サイト <https://anime-umamusume.jp/>
- ばかチューブっ！ [https://www.youtube.com/@UMAMUSUME\\_official](https://www.youtube.com/@UMAMUSUME_official)
- 株式会社 Cygames (サイゲームス) ホームページ <https://www.cygames.co.jp/>
- PickUPS! ゲームビジネスジャーナル <https://pickups.jp/>

#### 参考アプリ

- ゲーム『ウマ娘 プリティーダービー』(サイゲームス) (最終閲覧日: 2024 年 2 月 24 日)