

4 . サイエントリストからの提言 ②②

セリにおける個人情報開示のこれから

日本中央競馬会 生産育成対策部 調査役 坂本浩治

皆さんは車を買うとき何を参考にされますか？詳細な商品についてのパンフレットでしょうか。それともディーラーの営業担当の説明でしょうか。中には試乗を希望される方もおられるかも知れません。どのような場合にしても、さまざまな情報提供を受け、十分に納得された上で購買の意思を決定されるはずで

す。それでは、我々のビジネスにおける馬の売買において、購買にいたるまでのプロセスはどうなっているのでしょうか。車と違い馬は生身の動物であり、すべてに同じ理屈が通るわけではありませんが、高額な商品を売買するという点においては同様なはずで

1 . アメリカの状況

まず、競馬産業の先進国である、アメリカの実情について見てみましょう。アメリカの主要セリでは、上場される馬の情報開示が普及していますが、現在の状況に至るまでには長い年月を必要とし、現在もなおよりよいものへの改善が加えられていると聞いています。キーンランドのセリ会場のレポジトリールーム（情報開示室）は、昨年購買者の利便のために改修され、レントゲン写真の検査ブースが36箇所を増設されました（図1）。



図1 増設されたキーンランド市場のレントゲン閲覧室

アメリカでも当初は、レントゲン写真や内視鏡等の検査結果を開示することは、販売者側にとっては何も異常がなくて当たり前、少しでも異常があれば「売れない」、「値引き」など大きなダメージになるという疑心暗鬼からなかなか開示が進まなかったと聞いています。

ここで重要なことは、開示された情報を如何に正しく利用いただくかということです。一昨年、アメリカのCBA（コンサイナー・生産者協会）は、最先端の学術データと経験豊かなセリ担当獣医師による意見をもとに「よくわかる獣医師の仕事」シリーズとしてパンフレットの発刊をスタートさせました。主たる目的は、購買者やこの産業に従事する者に対して、セールで開示される情報を誤解なく理解し適確に評価・判断する一助としていただくというものです。昨年については第1弾として「内視鏡検査」、本年は「OCD：離断性骨軟骨症」（図2）についての冊子が作成されました。それぞれこれまで、競走成績に大きく影響するものとして、購買時の評価を大きく左右してきた疾病もしくは状態に対する解説書ですが、非常にわかりやすくまとめられています。

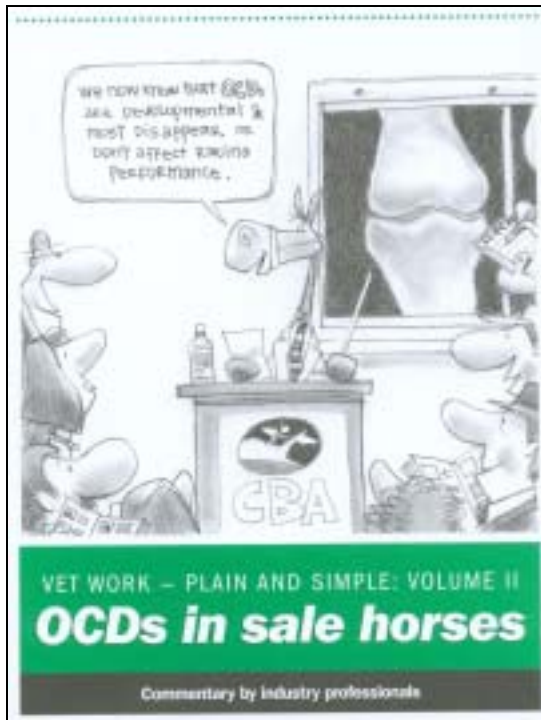


図2 獣医師の仕事シリーズ「セリにおけるOCD」



図3 日本語版、獣医師の仕事シリーズ「内視鏡検査」

たとえば「内視鏡検査」の中では、1歳馬の98%以上は、競走成績や競馬場での賞金獲得能力に重大な影響を与えるノドの問題がないことが判明している点やこれまでパーフェクト（完全）なノドを求めている傾向が強かったが、競走馬としてはノーマル（正常）の範囲で十分ではないのかといったことが述べられています。

これらの冊子については、わが国においても、購買に携わるすべての関係者にとって非常に有用なものとの考えから、CBAの了解のもとJRAとして日本語版を作成することとしており、「内視鏡検査」（図3）についてはすでに各セールにおいて活用していただいています。

2. 日本の現状

日本に目を向けますと、これまで日本のセールでは、欧米の初期段階同様の販売者側の懸念からセリにおける医療情報などの開示については、悪癖や全身麻酔を伴うような重大な手術歴などごく限られたものにとどまっていた。

しかし、こういった状況の中で本年は、日本のセリにおける個体情報開示本格化元年とも言える年になりました。

その起爆剤の一つとして作用したのが、JRAが昨年からスタートさせたブリーズアップセールです。JRAはこれまでも育成段階の情報等を開示して、育成馬を中央競馬の馬主の皆様へ売却していましたが、ブリーズアップセールの実施を契機としてそれをさらに充実させたのです。正直申し上げれば、売れ残りに対する大きな不安はありましたが、むしろ積極的に開示（図4）を行うことで上場者の姿勢に対する信用や上場馬に対する大きな信頼を獲得する結果となり、それが高い売却率になって現れたと考えられました。

つまり販売者にとって大きなリスクとされていた情報開示を積極的に行うことで、その負のイメージを払拭すると共に、さらにプラスに作用することを、実例を持って示す結果となったわけです。

57 ハローヘレンの04 牝・栗 父 マヤノトップガン

入札日	05年9月1日	月 日	期 限
競走得期	05年10月12日	06期	
調 光	10月18日 → 4月18日	2月17日	新調練付(調練)
体 高	157.5	160.0	
胸 囲	177.5	177.0	
骨 節	18.5	18.5	
体 重	444	447	測定日
ゲート	各種フリー	番 号	
差 級		その他	

育成場からのコメント
 父マヤノトップガンが北の道産の強いウラシメとれた高橋らしい構体の持ち主。走り早い素質が特長。母の血を継いで早稲ミズ産れが故にのびのびと成長してきた。高ぶるような姿勢がある路線の駒かを見る。

最近の調教概況
 4 日 競走経験馬場5回調

月 日	4/20	4/21	4/22	4/23	4/24	4/25
散歩(m)	左調練行(2月17日一)	-	-	-	-	-
タイム	(散歩のみ)	(散歩のみ)	(散歩のみ)	(散歩のみ)	(散歩のみ)	(散歩のみ)
月 日	4/21	4/22	4/23	4/24	4/25	4/26
散歩(m)	-	-	-	-	1600	800
タイム	(散歩のみ)	(散歩のみ)	(散歩のみ)	(散歩のみ)	-	-
月 日	4/21	4/24	4/25	4/26	4/27	4/28
散歩(m)	1200	1200	1200	1200	1200	1200
タイム	-	-	-	-	-	-
月 日	4/28	4/30	4/31	4/31	4/31	4/31
散歩(m)	3000	800	1200	2200	1200	1200
タイム	-	-	-	18.0-19.4	-	-

※ 中程 競走経験(散歩は2, 3本に分けて実施)
 下程 スピード競走時の最速タイムのタイム

個体情報の見方については、2ページからご覧下さい。

購買時	420万円(税込)	騎乗供覧タイム	-	-		
検査項目	検査日	LH	DOSP	PLH	AC	ELC
ノド (内視鏡)	11月15日	0	1	2	1	0
	検定事項					
検査項目	検査内容	検査日	検査結果	評価		
目薬 (はこー)	左眼検査①	4月12日	異常なし	異常なし		
	右眼検査②	3月18日	異常なし	異常なし		
検定事項						

体重推移

個体情報の見方については、2ページからご覧下さい。 日高育成牧場

図 4 : J R A が情報開示の一つとして購買者に配布した上場各馬の個体情報の冊子

こういった結果にも刺激を受けた形となり、春に北海道で行われた民間のトレーニングセールでは、上場馬の四肢の指定部位のレントゲン写真の提示を義務付ける試みがなされました。また、続く1歳市場においては競走馬協会のセレクトセールや、北海道市場のセレクトセールが四肢のレントゲンの提示をスタートさせています。なお、セレクトセールではノドの内視鏡検査結果の開示も行いました。

3. 情報開示のキーポイント

まず、開示される情報が正確であることが第一です。たとえばこれまでも行われてきた開示情報の一つである測尺値は、正確でなければ意味を成しませんし、不正確な数値を公表している販売者や市場は購買者からの信頼を失うこととなります。つまり馬を上場する側は、正確な情報を提供し続けることで、購買者からの信頼を得ていくわけで、それがひいては提出する情報の信用にもつながってくるのです。車を買う際に購買者が、メーカー

の作成したパンフレットを開くのはまさに、そのメーカーを信用し、記載事項が正確である事を了解しているからなのです。

しかし一方で、購買者の中には信用の上にもそれを再確認するために、自分の懇意の獣医師に再検査を頼まれる方もおられるはずで、つまりいくら正確でも販売者が提出する情報は常に売る側が出した「売るためのもの」という側面をもっているという認識が必要です。

こういった観点からは、購買者が上場馬を事前に自ら検査をしたい時にそれが可能となるシステムと時間的な余裕のある市場運営とが求められるのではないのでしょうか。

また、開示した情報が、わかりやすく正当に評価される環境づくりも大切です。まず馬を購入する上であまり評価の根拠のないものまで提示することは、親切ではなくむしろ煩雑さを押し付けることになりかねません。

つまり如何に情報を整理して伝えるかということではないのでしょうか。正確でも膨大な情報を開示することで混乱を招いたのでは買

主、売主ともに不幸であるということです。

たとえばセリのカatalogには、最大でもそれぞれの馬の5代程度の血統が掲載されます。サラブレッドであればさらに世代を遡ることは出来るのですが、限られた紙面ではそこまでの必要はないという認識のもと割愛され、それが世界中でスタンダードなものとなっているのです。

情報開示には当然ながら、個々のレベルで残念な結末もあります。数は少ないものの情報開示に際しての検査において、リスクの高い所見が見つかった場合には、当然金額的なディスカウントが求められるでしょう。これはその商品のリスクを購買者が負うことになるわけですので当たり前理屈であろうと思います。同時にこの部分があって、そのほか大多数が高く評価され、市場の信頼につながるのではないのでしょうか。

4. これからの情報開示

日本での情報開示はどのように進んでいくのでしょうか。まず確実にいえることは、開示のメリットが購買者、販売者の双方に認識された以上、後退はありえないということです。

購買者としては、購買しようとする馬が果たして「大丈夫なのか」について知りたいという願望には際限はありません。同時に検査技術が進めば進むほど提供できる情報も膨大なものになってくるでしょう。

そういった前提のもと、育成期やセリ売却時の諸種の気になる所見がどのように出走や競走成績に影響を及ぼしているかの広範な統計データが集積されてくる中で、重要な判断材料となるものについて、かなり選択的に開示されるようになるのではないかと考えられます。

そういったデータの集積と分析には、JRAが育成業務の中で行う育成馬の開示情報と競走成績との追跡調査も大いに役立つのではないかと考えています。

上場される馬の資質や、年齢等、開催されるセリの性格によって情報開示の中身も変わってくるはずですが。

まず、上場される馬の質によって行われる検査と開示の量が変わるとも考えられます。高額馬であれば、開示のための検査にかかる費用は非常に軽微なものですが、安価なものでは検査経費も馬鹿になりません。つまり、選抜された高資質の馬についてはセリの信用として最大限の検査と情報提供がなされ、資質が下がるにつれて提供される情報量が少なくなるということです。

1歳と2歳市場の情報開示の違いはどうでしょうか。2歳トレーニングセールは実際にトレーニングを積んできた馬であり、セリの時点で実際の走りを見ていただくわけですから多少の傷は、その動きで相殺されると考えられます。一方で1歳せりは、まだ調教を行っていない段階で、実際の走りを見ていただけない分、情報開示の重要性も大きなものになるのではないのでしょうか。

5. まとめ

購買者は上場される馬の競走馬としての期待値に対してお金を支払うわけですが、馬の所有は基本的に大きなリスクを伴うものですが、情報開示により、購買時の安心感と納得度合いが違ってきます。

一方で馬の売買においては、いかに情報を提供し、また得ることができたとしても、絶対出走する、絶対勝つという「絶対」はありえない世界であるということです。

それだからこそなおさら馬の購買、所有を継続していただくためには、納得いただいたリスクであることが必要で、「だました」「だまされた」があってはその取引は長続きしません。

つまり売買の時点で、それぞれの馬に対して現在考えられる大きな期待とリスクを売り手から買い手にしっかりと引き継いでいくことが大切です。そうして市場の信頼度がアップすることで、セリでの購買意欲が

増すことが大切ではないでしょうか。

この様に考えたとき、それぞれの販売者や市場は車のメーカーにたとえる事ができます。各購買者が購買する上での判断基準がそれぞれ異なる点やそれぞれの市場の性格から求められる情報の量と質の違いが、今後さらにそれぞれの市場主催者で検討される事と思います。

その際、車の販売同様、売り手ばかりの都合ではなく、購買いただく方々の視点に立った市場の運営と情報には販売者から提出される情報と購買者が自ら獲得する情報の2種類があるという認識に立った情報提供のシステム、購買者のニーズに応じた検査体制の確立が望まれているのではないのでしょうか。