# 箱根駅伝優勝による大学評価への影響について

――世間の誤解と広報視点からの課題――

榊原 康貴 (学校法人東洋大学)

# 1. はじめに

TV 等露出の多い東京箱根間往復大学駅伝競走(以下箱根駅伝)<sup>1)</sup> 優勝は、18歳人口減少<sup>2)</sup> など大学経営の厳しい環境と関連付け、志願者数増加に寄与するかのような世間の評価が見られる。事実マスコミからは、大学が志願者数増加を期待し、経営的判断で選手強化などを行い、優勝したのではないかという推測の下に取材が寄せられる場合もある。

しかし、箱根駅伝優勝と大学入学志願者数の増減には何らか関係があるのだろうか。優勝によって偏ったイメージ形成に陥る可能性はないだろうか。

そこで、本稿では、箱根駅伝優勝による大学評価への影響について、歴代優勝校の志願者数の推移と増減要因の検証を行い、その際生じるイメージ形成への影響と大学広報での課題の提示を目指したい。

# 2. 箱根駅伝の効果と大学を取り巻く環境の整理

# 2-1 箱根駅伝の効果に関する先行研究

東洋大学は、箱根駅伝において、2009年から過去4回優勝している。それに伴い東洋大学の知名度がアップしたことは間違いないだろう。

かつて、東京六大学野球 $^3$ )は、「野球といえば大学野球」として、当時職業野球と呼ばれたプロ野球の人気を遥かに凌いでいた $^4$ )という。長嶋茂雄 $^5$ )のような学生スター選手の出現は、六大学野球を不動の人気としたことに大きく貢献した。長嶋が活躍した六大学野球最盛期の  $1954\sim57$  年当時、日本の大学は 230 校前後で、2016 年の 779 大学に比べて 1/3 程度しかない。大学への進学率も 1954 年度当時は 7.9%、2016 年度の 52.0% と比較して大きく下回る $^6$ )。

つまり、当時の大学進学は極めて稀な時代にあって、多くの観客動員を獲得していた状況は、六大学野球のような大学スポーツが大学に更なる付加価値を醸成していたと容易に推測できる。

一方、箱根駅伝は 1920 年からはじまり、2017 年現在、開催 93 回を誇る日本の大学において伝統あるスポーツ行事だ。今日のように TV の完全中継が実施されたのは 1987 年からであり  $^{7)}$ 、「2 日間全国ネットで完全中継されることになり、その人気、注目度は益々高まることになった」(川崎、2014、pp. 4)という。主催は関東学生陸上競技連盟  $^{8)}$  であり、そのため出場校も関東に所在する大学に限定される。しかし競技の模様は2 日間に渡り全国放送され、歴代最高視聴率は  $^{2003}$  年復路の  $^{31.5}$ % 、ここ数年の平均でも  $^{30}$ %に迫る高視聴率は驚異的だ。「「今年もいい年になる」と希望を新たにできる、それが箱根駅伝である」(嵯峨、 $^{2005}$ 、pp.  $^{106}$ ) というように、「もはや箱根駅伝は日本のお正月の風物詩」(酒井、 $^{2014}$ 、pp.  $^{2014}$ 0 と評されるまでに至っている。ドラマ性の高さも箱根駅伝の魅力だろう。「花の  $^{2}$ 2 区」や「 $^{5}$ 5 区の山登り」という見せ場が毎年話題を呼んでいる。生島( $^{2012}$ 、pp.  $^{22}$ 2)は「 $^{2}$ 2 スキをつなぐ「 $^{2}$ 5 マ性」が人気のコンテンツへと発展していった」とし、山田( $^{2009}$ 0 pp.  $^{20}$ 1 は、「 $^{2}$ 1 で駅伝中継では競技中のドラマ性が大きく報道される傾向にある」

著者連絡先: sakaki1969@toyo.jp

事を指摘している。走者一人ひとりがチームのために襷をつなぐ団体競技としての側面が強く、長谷ら (2013, pp. 103) はそれらをある種「物語」として定着したとしている。チームで優勝をめざす姿に人々は心を打たれるのだ。

## 2-2 大学を取り巻く環境に関する先行研究

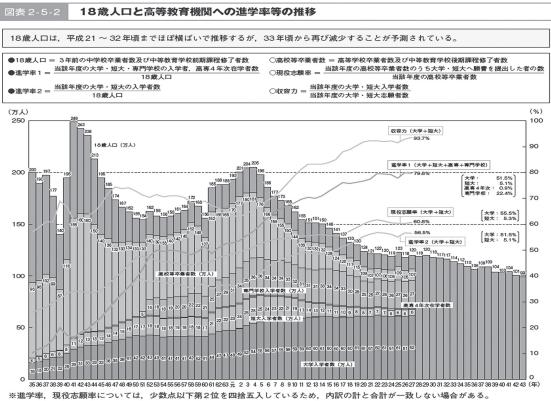
日本における大学教育は、天野(2009, pp. 172-184)の指摘では、当初ヨーロッパを模してスタートし、エリート教育を目指していたが、時を経て第2次大戦後には、その普遍化への道を辿り、アメリカ型の新制大学として生まれ変わったという。苅谷(2014, pp. 325)は、それ以降大学は人的資本の形成の礎になったことに注目している。この状況は産業振興のために理工系学部の増設を目指したことや、急激な進学率上昇に対応するための受け皿として、臨時定員増加へと繋がっていく。しかし一方で、急激に上昇した進学率により、大学は大衆化し、「レジャーランド大学」と皮肉混じりに形容される状況になったという(竹内 2014, pp. 214)。その後、進学率の上昇に合わせて、大学の質的転換も急速に進むことになる。つまり、受験市場にあわせた大学の変容である。

1991年に行われた大学設置基準の大綱化<sup>11)</sup>により、教養教育は縮小し、将来の進路にあわせた専門教育を充実させるためのカリキュラムに移行したことで、学士の種類が膨大に増えることになる。こうした傾向が進んでいるのが日本の高等教育の現状だ。

2005年の国立大学の独立行政法人化 <sup>12)</sup> は大学間競争を意識したことであるし、全入時代 <sup>13)</sup> の到来により、大学間のせめぎ合いに更なる拍車をかけることになる。志願を集めるためのあの手この手は、オープンキャンパスの積極開催や併願しやすいような受験方式の多様化などに特に現れているといえるだろう。

進学率の推移において著名な研究である、トロウモデル  $^{14)}$  に示されているように、現在の日本の進学率は、 52.0%  $^{15)}$  に達し、まさにユニバーサル化した段階(トロウ,1979)に至り、誰もが大学に入学する機会を得る ことができる時代を迎えた(図 1)。

# 図1 18歳人口と高等教育機関への進学率の推移



(出典)文部科学省「学校基本統計」、平成40年~43年度については国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口 (出生中位・死亡中位)」を基に作成

出所: 文部科学省 平成27年度文部科学白書より引用

#### 広報研究 第21号

従来の高等教育では高度な専門性を身につけることを目的としていたが、社会人基礎力  $^{16)}$  や職業指導の必修化  $^{17)}$  に代表されるように現在では出口としての就職を意識した取組が積極的に取り入れられるようになった。ともすると、こうした教育課程の変化や先の学士の種類の多様化などにより、受験生への募集宣伝活動が増していく一方で、企業並みの広報体制の必要性も叫ばれるようになってきた  $^{18)}$ 。大学は志願者を獲得するだけではなく、広く社会から信頼を得ることの重要性に気付き始めたのだ。それは、大学の経営状況からも推測できる。少し前のデータであるが、2012 年度赤字経営の大学は 40.7%  $^{19)}$  となっている。大学の財政基盤は学生の確保に他ならない。日本の私立大学の帰属収入の構成比を見た場合、学生生徒納付金は 80%に迫り極めて高い  $^{20)}$  のだ。つまり学生が確保できない危機的状況に際し、いわゆる定員割れ  $^{21)}$  を起こしている私立大学は 45.8%  $^{22)}$  という厳しさに直面している。

しかし、進学率の上昇でかろうじて維持されていた志願者数は、今後さらに進む少子高齢化の波と受験生への募集宣伝活動の積極化に伴う競争の激化の只中だ。そうした状況を世間では「大学生き残り」と称している。昨今の日本社会のグローバル化の進展により、大学は更なる競争激化の道を辿る。国内での大学間競争だけでなく、海外の大学に伍してゆくことを迫られているのだ(図 2)。例えばアメリカの大学などとは経営構造も大きく違う<sup>23)</sup>が、かつては教養課程の廃止を目指した<sup>24)</sup>日本の大学は、今度はそうした国際競争に挑むために教養や語学の充実を目指している。

このような経営方針の大転換などには、大学生き残りという言葉を連想させる。こうした大学への関心が経営危機や破綻を想起させる方向へ高まっている傾向と、大学組織の存続の危うさのイメージ定着に至る側面も 第える。

以上のような背景から、大学の経営に対して、ネガティブな心情を抱くことは十分ありえるだろう。大学という教育機関の経営が揺らぐことは本来あってはならないことだが、昨今の大学関連の報道には、大都市圏大規模私大への「入学定員超過」の厳格化を目的とする定員管理抑政策<sup>25)</sup> や地方私立大学の公立化の流れ<sup>26)</sup> など、地方創生へと繋がるような地元大学の活性化が取り上げられることもある。これは少子高齢化や定員割れが著しく、財政破綻の可能性がある地方大学の救済を目的としている節もある。2013 年度には、学校法人堀

大学進学率の国際比較 我が国の大学進学率は上昇してきたが、OECD平均と比べて高いとは言えない。 110 (2013年) 100 90 74 73 71 70 69 80 70 66-64 60 60 59 58 58 57 56 55 55 60 52 48 48 50 41 37<sub>-35</sub>-<sub>34</sub> 40 30 22 20 10 韓国バキア チェコ スイス ポルトガル スペイン スロベニア ギリシャ オランダ イギリス イスラエル オーストリ デンマーク アイルラン チリ ル クセンブル スウェーデ イタリア メキシコ ーユージー ハンガリー

図2 「大学生き残り」「18歳人口」が含まれる記事の推移

注) 1. このデータには定義上、留学生の入学者が含まれている。 2. EAG2015から、医歯薬獣等の6年制課程を含まない数値となっている。

(出典) OECD 「Education at a Glance 2015」(EAG2015) 出所: 文部科学省 平成27年度文部科学省白書より引用 越学園に対して、文部科学大臣が私立学校法に基づく解散命令<sup>27)</sup> を受けたことでの、設置校である創造学園大学の廃校に至った事実や財政上の問題から新規学生募集することができない聖トマス大学<sup>28)</sup> や東京女学館大学<sup>29)</sup> などの報道も記憶に新しい。この状況は、かつては大学の経営は危ない、という印象であったが、今日では大学は潰れる、という具体的な破綻のイメージを持つのではないだろうか。ますます大学の経営環境は厳しくなるだろう、という世間からの印象の定着が推測される。

# 3. 仮説と調査方法

## 3-1 仮説

先に示したように、メディア露出が極めて高い箱根駅伝であるが、前述のように、18歳人口減少や大学の生き残りなど大学の厳しい経営環境と関連付け、ともすると世間が箱根駅伝優勝により、志願者増加に寄与するかのような評価を抱くのも当然であろう。つまり極めて高い視聴率が見込める箱根駅伝での活躍は、経営危機にあえいでいる大学の広告塔として絶好の機会になるのでは、という視点である。

そうした認識を裏付けるかのように、古屋ら(2004、pp. 140)は「大学運動部が大会に出場する事や大会で好成績を収める事は、メディアが大学運動部を取り上げ、大学名が露出し、大学の認知度の向上、イメージ改善につながると考えられる。」とも指摘している。嵯峨(2005、pp. 106)は、箱根駅伝の常連出場校の志願者への影響について示唆しており、更に全国大学体育連合 301 (2003、pp. 53)の 50 周年記念フォーラムにおいて、「箱根駅伝などはその最たるもので、あそこで優勝したことによって入学希望者がどっとふえて、大学が非常に潤ったことは周知の事実です。」という発言もある。生島(2011、pp. 7)の「箱根駅伝の成績によって、直後に控える大学入試の志願者数が影響を受けることが常識」という指摘、さらには、J-CASTニュース2012年1月4日「箱根駅伝圧勝の東洋大 受験生「1万人増」期待」、2015年1月4日の朝日新聞では「大学スポーツ、活躍=志願者増?駅伝・ラグビー…効果は」という記事が出るように、箱根駅伝の優勝があたかも志願者の増加に大いに貢献しているかのように報道されている。事実、筆者の勤める東洋大学の広報課 311 には、箱根駅伝優勝にあわせて、「優勝は志願者数への影響はあるのですか?」「優勝すると志願者が増えますよね?」という類の取材を多くの記者から受けている。このような取材は、経営が厳しい大学の経営戦略に箱根駅伝優勝を据えた何らかの判断があるのでは、という推測の下に発せられているのだろう。ではなぜ、このような報道がなされているのであろうか。

古くは、神原(1999, pp. 115)の「「不忍池一周長距離走」<sup>32)</sup>が、新聞の販拡を目的としていたこと」や小林(2007, pp. 39)の「連日の熱い戦いで、感動のドラマを演出する高校野球も原点は新聞社が考え出したイベントであり、またプロ野球に至っても球団を持ち始めたことは、販売促進という政策があった。」等の指摘があり、その勝利に何らかの期待を寄せていることを示唆している。

方や、実業団いわゆるプロ化した企業スポーツではどのような状況であろうか。プロ野球の球団運営にもその片鱗を窺うことができる。井箟(2007, pp. 6)の「日本の場合は投資による利益目的より新興企業が全国区の有名企業になる手段としてプロ野球は利用されている。オリックス,ソフトバンク,楽天 ETC。」や杉本(2006, pp. 70)の「つまり、企業は一種のステイタスシンボルとして球団を買い、その経営は赤字覚悟で企業のイメージアップに使うのが目的である。」との指摘から、所属企業が抱えるスポーツ団体の活躍は、企業イメージやブランディング、売り上げ等への貢献を期待している事に触れている。更には2001年に経済産業省が開催した「企業スポーツ懇談会 - 企業とスポーツの新しい関係構築に向けて -」33)では、企業スポーツのメリットは「広告宣伝効果」(経済産業省,2001, pp.5)と明言していることは極めて象徴的である。

もし、この傾向をそのまま箱根駅伝に当てはめることができるならば、経営環境の厳しい大学は、教育・研究のための原資を、箱根駅伝強化のために選手獲得や育成強化のインフラ整備に充てる戦略をとることとなる。前述のような産業界の流れを踏まえれば、世間からの箱根駅伝の広告宣伝効果は志願者確保に有効である見方がなされる事に言を挟む余地はない。

#### 広報研究 第21号

しかし実際、箱根駅伝優勝での志願者数の大幅な増加はあるのだろうか。マスコミ等の報道のように箱根駅 伝に優勝することで TV に長時間映り、それにより大学の印象が変化し、受験したいと思われるような評価が なされ、結果的にその大学の志願喚起に繋がり、志願者数が大幅に増えることはありうるのだろうか。大学の 評価は本来であれば教育・研究の成果によって高まり、それが志願者の確保につながるはずであるが、箱根駅 伝優勝だけで志願が大幅に増えるなどの評価がなされてしまうことになる。

そこで本稿では、こうした世に流布されている駅伝の勝利と志願者数の増加を検証するため、箱根駅伝優勝各校の志願動向により、その関係性を明らかにしたい。あわせて箱根駅伝優勝が広告換算からも莫大な影響力があるが、時としてあまりにも強力なその広告宣伝効果により、大学全体のブランドイメージが良くも悪くも影響を受ける可能性を示したい。大学のブランドイメージ形成に必要な要素として、大学の目的<sup>34)</sup>でもある教育・研究・社会貢献は不可欠である。更には広報上それらの成果が適切に世間に流布し、認知浸透することが重要であろう。例えば箱根駅伝優勝で「運動が強い」というイメージに強く偏った場合、体育学部を持たない大学ではミスリードになることも想定される。事実東洋大学の場合、リクルート<sup>35)</sup>の『大学ブランド力調査』<sup>36)</sup>では、後に触れる駅伝優勝後にイメージランキングが急上昇して高止まりをしている項目がある。志願者増加の可能性が薄ければ、こうしたイメージの定着は大学広報において大きな課題となることも予想される。この点についても考察を加えたい。

#### 3-2 言葉の定義と調査方法・留意点・調査データ等について

本稿では、以下の方法で箱根駅伝優勝と志願者数の関係性を検証する。まず、歴代優勝校の年度毎の志願者数と前年度志願者数からの増加率を算出した。仮説通りであれば、優勝すれば対前年比は上昇傾向にあるはずである。それを明らかにするために歴代優勝校については過去30年間の志願者数を活用することとした。

志願者数の定義については、箱根駅伝優勝のインパクトが一番鮮明な時期以降に出願となる一般入試  $^{37}$  志願者の数とすることにした。推薦入試については箱根駅伝が開催される 1 月ではすでに終了しており、その影響を推し量ることはできない(なお、一般入試に関しては出願スタートが 1 月の上旬になる大学が多く、復路が終わる 1 月 3 日以降にスタートする大学がほとんどである)。また、新聞や週刊誌・受験産業で取り上げられる志願者数ランキング等  $^{38}$  では、主に一般入試志願者数である点も本稿の調査では考慮した。

なお、志願者数は実数のみでの比較を避けた。各大学の定員規模も異なっており、また学部・学科の構成も大学毎に個性がある。そこで実数での比較だけではなく、対前年比を調査指標として採用し、志願者数の規模等での影響が生じないよう配慮したことを付け加える。前述のように、その直近の志願者数に着目したことについても補足する。高校3年生の志望校決定時期は、2学期までにおおよそ9割近くが決定しているという状況 390 を考慮すると複数年での検証の必要性もあるだろう。後の考察では過年度への影響についても触れるが、本稿ではマスコミはじめ世間が持つ箱根駅伝優勝のインパクトからの志願者増の影響を検証するため、優勝直近の年度の志願者数を中心に検証することとした。

なお、本稿で使用する志願者数は、(株)大学通信 40 調査部から提供された一般入試志願者数を基にしている。 (株)大学通信調査部は、各大学に対して個別調査を行った志願者数の把握には定評がある。新聞や週刊誌など での数多く引用されており、それら数値の信憑性は極めて高いであろうという筆者の判断の下に採用している。 あわせて、各大学の財務情報から決算ベースでの広告費 41 及び帰属収入 42 についても調査の中で使用するが、 これは各大学公式 web サイトで公開されている情報から引用した。これは私立学校法 43 及び私立学校振興助 成法 44 に規定されている収支計算書等の作成や財務情報の公開が根拠となっているもので信頼性の高い情報 である。

# 4. 調査結果について

## 4-1 歴代優勝校の志願者数の推移

まず、歴代優勝校の志願者数の推移を検証する。ここでは、1987年の第63回大会から2016年の1月に行われた第92回までの過去30年間の志願者数資料を収集した。大学毎に優勝前年度の志願者数を基準として差分を算出し、そこから対前年比を求めた。TV 視聴率については、㈱ビデオ・リサーチ $^{45}$ 0 の許諾を得たものを引用している。ここで用いる視聴率については、往路については勝敗が決っていない点を考慮し、復路のものを採用した。なお、視聴率は関東地区限定であることを申し添える。また、1987年からの資料としたことについては、その前年まではテレビ東京においてダイジェスト放送を行っていたが、放送が特別協賛となった日本テレビに移り、全国ネット放送が開始されたという理由からである。この状況により、TV放送の広告宣伝価値の条件を揃えることができた。それらを次の表1にまとめた。

表 1 1987 年から 2016 年までの過去 30 年間の歴代優勝校と志願者数などの推移

大会	入試年度	総合優勝	志願者者数 (人)	前年志願者数	前年増減	対前年比	復路視聴率 (関東地区限定) (%)
第63回	1987	順天堂大学	1,739	1,993	-254	87.3%	21.2
第64回	1988	順天堂大学	1,898	1,739	159	109.1%	20.3
第65回	1989	順天堂大学	1,968	1,898	70	103.7%	21.7
第66回	1990	大東文化大学	45,007	40,089	4,918	112.3%	22.3
第67回	1991	大東文化大学	44,892	45,007	- 115	99.7%	22.7
第68回	1992	山梨学院大学	10,059	9,655	404	104.2%	26.1
第69回	1993	早稲田大学	137,295	157,847	- 20,552	87.0%	27.8
第70回	1994	山梨学院大学	7,636	13,357	-5,721	57.2%	27.3
第71回	1995	山梨学院大学	6,176	7,636	-1,460	80.9%	28.8
第72回	1996	中央大学	62,972	62,446	526	100.8%	28.2
第73回	1997	神奈川大学	28,417	32,698	-4,281	86.9%	25.4
第74回	1998	神奈川大学	29,725	28,417	1,308	104.6%	26.1
第75回	1999	順天堂大学	3,825	3,909	- 84	97.9%	28.3
第76回	2000	駒澤大学	23,724	30,107	-6,383	78.8%	29.0
第77回	2001	順天堂大学	4,345	3,649	696	119.1%	27.5
第78回	2002	駒澤大学	28,671	20,877	7,794	137.3%	27.0
第79回	2003	駒澤大学	35,730	28,671	7,059	124.6%	31.5
第80回	2004	駒澤大学	28,900	35,730	-6,830	80.9%	26.6
第81回	2005	駒澤大学	29,733	28,900	833	102.9%	29.9
第82回	2006	亜細亜大学	8,739	9,983	-1,244	87.5%	29.1
第83回	2007	順天堂大学	5,662	5,614	48	100.9%	28.5
第84回	2008	駒澤大学	32,691	29,249	3,442	111.8%	27.7
第85回	2009	東洋大学	69,157	59,638	9,519	116.0%	27.5
第86回	2010	東洋大学	72,768	69,157	3,611	105.2%	27.9
第87回	2011	早稲田大学	113,653	115,515	-1,862	98.4%	29.5
第88回	2012	東洋大学	64,829	67,538	-2,709	96.0%	28.5
第89回	2013	日本体育大学	3,547	2,846	701	124.6%	27.9
第90回	2014	東洋大学	62,357	71,273	-8,916	87.5%	27.0
第91回	2015	青山学院大学	59,738	55,893	3,845	106.9%	28.3
第92回	2016	青山学院大学	59,850	59,738	112	100.2%	27.8
	30年間の合	計増減	1,085,703	1,101,069	- 15,366	98.6%	-

出所:㈱大学通信提供データを基に筆者作成

#### 広報研究 第21号

この調査から、箱根駅伝優勝校の志願者数の推移は、過去30年間を合計とすると、対前年比98.6%であった。つまり、この調査では駅伝優勝校の志願者数はわずかばかりか減少傾向にある(対前年比の平均では100.3%)。

歴代優勝校の志願者数の増減率をみても、2002年の第78回大会に優勝した駒澤大学<sup>46)</sup>で増加率137.3%と 驚異的な伸びが確認できるものの、反面1994年の第70回大会での優勝校山梨学院大学<sup>47)</sup>の志願は対前年比で57.2%と約4割も志願者が減少する等の状況もある。全体を見渡してみると、志願者数の推移は一定ではないことが判る。

ここで一点補足しておく。18歳人口と進学率の関係である。近年の18歳人口のピーク(205万人)は2003年であり、以降減少傾向にある。現在の18歳人口は約120万人で、そのピーク時から約40%以上も減少している。18歳人口が減れば、自ずと志願者数が減って当然ではないか、という懸念がある。しかし、18歳人口の減少に反比例するかのように、4年制大学への進学率が伸びてゆく。その進学率は、1987年当時は24.7%であり、2016年度は52.0%とほぼ倍に増加している。すなわち大学への進学率が18歳人口の減少での志願者数減少を食い止めている状況である。大学への入学者数は、1987年当時には約47万人であったが、その後10年あまりで60万人の大台に乗ることとなる。そして2001年以降現在まで大学への入学者数は約60~61万人台を横ばいで推移している。ここで、改めて近年18歳人口がピークを迎えた2003年度以降の箱根駅伝歴代優勝校の志願者数を切り取り、その対前年比がどのように推移したかを検証した。それによると、対前年比は101.2%となり、先に示した箱根駅伝優勝校30年間の合計志願者数の対前年比は98.6%と2.6%程度の差でしかなく、あまり大きな差が生じていない。よって、この検証で懸念される18歳人口の減少は本稿において考慮せず、単純に駅伝優勝校の志願者数の対前年比での推移で検証することとした。

更にこの調査を大学の志願規模によって増減率の変化が生じる可能性を考慮し、検証したものが、表2である。この表では、志願規模での場合分けを行った。過去30年の志願者数において、志願規模の大小により何らか変化が生じないか検証することを想定し、約10,000人を基準として場合分けを行った。なお、10,000人という線引きであるが、過去の歴代優勝校には総合大学もあれば単科系大学もある。入学定員の違いもある。よって、本稿では志願者数を俯瞰し、歴代優勝校うち、先の基準以上を大規模校、それ未満を小規模校として区分けし、比較を行った。その境目は1992年第68回大会の山梨学院大学の志願者数を基準とした区分けであ

表 2 志願規模による増減率の違い

志願者数1万人以下の大学(小規模)

志願者数1万人以上の大学(大規模)

10 mg 1 /3 / (3 / (3 / (3 / (3 / (3 / (3 / (3											
大会	入試 年度	総合優勝		前年増減 (人)	対前年比						
第63回	1987	順天堂大学	1,739	1,993	- 254	87.3%					
第64回	1988	順天堂大学	1,898	1,739	159	109.1%					
第65回	1989	順天堂大学	1,968	1,898	70	103.7%					
第68回	1992	山梨学院大学	10,059	9,655	404	104.2%					
第70回	1994	山梨学院大学	7,636	13,357	-5,721	57.2%					
第71回	1995	山梨学院大学	6,176	7,636	- 1,460	80.9%					
第75回	1999	順天堂大学	3,825	3,909	-84	97.9%					
第77回	2001	順天堂大学	4,345	3,649	696	119.1%					
第82回	2006	亜細亜大学	8,739	9,983	- 1,244	87.5%					
第83回	2007	順天堂大学	5,662	5,614	48	100.9%					
第89回	2013	日本体育大学	3,547	2,846	701	124.6%					
	合計	増減	55,594	62,279	- 6,685	89.3%					

大会	入試 年度	総合優勝	志願者者 数(人)	前年志願 者数(人)	前年増減 (人)	対前年比
第66回	1990	大東文化大学	45,007	40,089	4,918	112.3%
第67回	1991	大東文化大学	44,892	45,007	- 115	99.7%
第69回	1993	早稲田大学	137,295	157,847	- 20,552	87.0%
第72回	1996	中央大学	62,972	62,446	526	100.8%
第73回	1997	神奈川大学	28,417	32,698	- 4,281	86.9%
第74回	1998	神奈川大学	29,725	28,417	1,308	104.6%
第76回	2000	駒澤大学	23,724	30,107	-6,383	78.8%
第78回	2002	駒澤大学	28,671	20,877	7,794	137.3%
第79回	2003	駒澤大学	35,730	28,671	7,059	124.6%
第80回	2004	駒澤大学	28,900	35,730	- 6,830	80.9%
第81回	2005	駒澤大学	29,733	28,900	833	102.9%
第84回	2008	駒澤大学	32,691	29,249	3,442	111.8%
第85回	2009	東洋大学	69,157	59,638	9,519	116.0%
第86回	2010	東洋大学	72,768	69,157	3,611	105.2%
第87回	2011	早稲田大学	113,653	115,515	- 1,862	98.4%
第88回	2012	東洋大学	64,829	67,538	- 2,709	96.0%
第90回	2014	東洋大学	62,357	71,273	-8,916	87.5%
第91回	2015	青山学院大学	59,738	55,893	3,845	106.9%
第92回	2016	青山学院大学	59,850	59,738	112	100.2%
	合計	増減	1,030,109	1,038,790	- 8,681	99.2%

出所: ㈱大学通信提供データを基に筆者作成

る。それにより、小規模校と大規模校の増加率は表2のようになる。

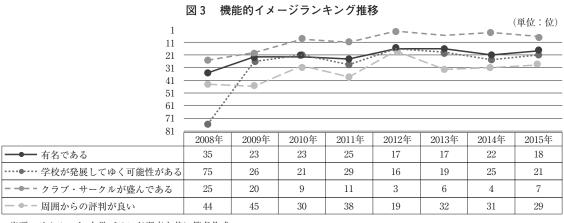
以上のように、大学の志願規模においては、小規模校志願者数の合計の前年比は89.3%(前年比の平均97.5%)の志願者数減少の傾向が見られること、大規模校においては99.2%(前年比の平均102.0%)とほぼ変化がない状況だ。このことにより、メディアが伝えるような箱根駅伝優勝により大学の評価が変化し、志願者数が大幅に増加することは、確認が困難である結果を導き出した。

極端に言ってしまえば志願者が増える時もあれば、減る時もある。つまりそこには明らかな関係を確認することはできず、駅伝優勝での大幅な志願者数の増加を期待することは難しい状況となる。更に検証を進めるために、近年複数回優勝している東洋大学の事例を俯瞰する。

## 5. 考察

# 5-1 東洋大学のケーススタディ

まず東洋大学の事例として大学のブランドイメージがどのように変化したのかを検証した。ここで用いるデータは、『大学ブランド力調査』の東洋大学における過年度の結果である。前述のように 2009 年から現在まで 4 回優勝しており、その印象がどのように推移したかを検証することで、受験生に対する印象の変化を確認する。調査には機能的イメージとして、「有名である」「学校が発展していく可能性がある」「クラブ・サークルが盛んである」「周囲から評判が良い」という項目があり、その推移に注目し変化の推移を辿ったものが以下の図 3 である。

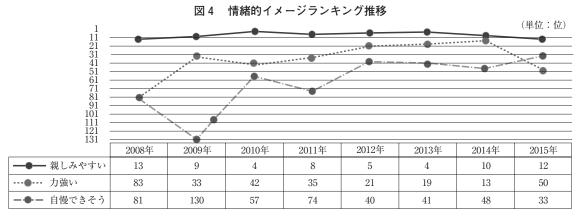


出所:リクルート 大学ブランド調査を基に筆者作成

図3から読み取れることは、箱根駅伝優勝以前の2008年から初優勝の2009年以降では、上記で抽出した項目の順位を大きく伸ばし、高止まりしている状況がみられる。

次に、情緒的イメージのランキングの推移について図4に示す。ここでは、「親しみやすい」「力強い」「自慢できそう」という項目についてその変化の推移を検証した。これにより「力強い」という項目では駅伝優勝後大きく順位上げている状況である。つまり箱根駅伝優勝が大学のイメージ形成に影響があることが推測できる。

では、このようにイメージの変化にあわせて、本稿の仮説である箱根駅伝優勝の志願者数への影響を、東洋大学の場合でも確認することができるのであろうか。次に東洋大学の事例として、箱根駅伝の総合成績順位にあわせて、2008年度以降の志願者数から、その増減率を算出した(表3参照)。これによると、優勝時に必ず志願者数が増加しているとは限らないことが判明した。確かに、駅伝優勝時に大幅に志願者数が増えている年度もあり、マスコミや世間の「優勝効果では」と推測する節も生じてくる。しかし、実際には箱根駅伝で優勝したとしても志願者数が減少している年度もあり、その確率は二分の一だ。では、その志願者数の増加要因は何であったのだろうか。箱根駅伝優勝に関わらず、何らか大学側で志願者が増加する施策を行っていたのでは



出所:リクルート 大学ブランド調査を基に筆者作成

ないだろうか。

そこで、筆者はその年度の志願者数への影響が考えられる教学改革や入試改革についての検証を行った。これによると、過去の優勝時の増加は4回中2回生じており、それぞれ2009年度には約10,000人増、2010年度には3,000人増と大幅に志願者が増加している。

初優勝時の2009年は「箱根駅伝は完全に変わった」酒井(2014, pp. 7)とも言われている程の劇的な勝利の場面が TV で放送されると、その時の約10,000人の志願者増加に関連付けたくなる気持ちも理解できる。しかし、この表3「備考:大学の取組み」に示しているように、優勝時を含めたここ数年の東洋大学の駅伝順位と志願者が増えた要因は別にあることが推測できる。その要因は箱根駅伝優勝とは別の大学独自の取組であり、志願者数が大幅に増加する要因として考えられることは、表3「備考:大学の取組み」で示す、新学部の増設、キャンパス移転や入学定員増などである。箱根駅伝優勝時の志願者数増加の多くは、これらを根拠として説明できてしまう。よって志願者の増加した要因は、東洋大学の場合、箱根駅伝優勝などの極めて高いメディア露出での広告宣伝効果で印象が改善され大学評価が向上した結果の志願者増ではないと推測できる。

このように、志願者の増える主たる要因は、定員増加、新学部の設置、入試方式の変更などでの併願し易さなどが考えられる。これにより優勝時でも志願者が減少していることや、優勝以外でも志願者数が増えることの辻褄があうことになる。よって、新学部・学科の増設や定員増などの教学改革や入試改革のように、受験生の大学選びに直結する施策を多く実行する方が、箱根駅伝優勝よりも志願者数の増加に結びつくことが判る。つまりは、箱根駅伝優勝時に志願者が増えた年度に、偶然にも大学側では新学部設置や入試改革が行われていることが窺える。

	女 3 术件八寸 V/柏顶喇(L/边隙) 4 数										
大会	入試 年度	総合順位	志願者数 (人)	前年志願者数 (人)	対前年増減 (人)	対前年比	偏差値の 対前年比	備考:大学の取組み			
第84回	2008	10	59,638	60,361	-723	98.8%	_				
第85回	2009	1	69,157	59,638	9,519	116.0%	99.2%	キャンパス移転、新学部設置			
第86回	2010	1	72,768	69,157	<u>3,611</u>	105.2%	104.1%	1 学部で夜間専攻開設			
第87回	2011	2	67,538	72,768	-5,230	92.8%	102.5%	スポーツセンター開設			
第88回	2012	1	64,829	67,538	<u>-2,709</u>	96.0%	100.2%	ネット出願開始 125周年			
第89回	2013	2	71,273	64,829	6,444	109.9%	99.4%	新学部開設			
第90回	2014	1	62,357	71,273	<u>-8,916</u>	<u>87.5%</u>	98.9%				
第91回	2015	3	83,546	62,357	21,189	134.0%	99.7%	定員増、センター割引実施			
第92回	2016	2	84,886	83,546	1,340	101.6%	100.0%				
	合計/平	均	635,992	611,467	24,525	104.0%	100.5%				

表 3 東洋大学の箱根駅伝成績と志願者数

出所:㈱大学通信提供データを基に筆者作成。優勝時をアンダーラインで表示

ここまで志願者の増減において箱根駅伝優勝の効果を検証したが、質的な向上は見られるのだろうか。

補足として、旺文社がweb等で公開している、大学の難易度となる偏差値の推移について検証するために、各学部の平均偏差値から対前年比を算出した(「表3:偏差値の対前年比」参照)。ここでも極端な上昇などを確認することはできず、箱根駅伝優勝となる年度の大きな変化を確認することができない。

以上の検証から、箱根駅伝優勝での東洋大学に対する印象が変化しているが、志願者の大幅な増加も質的な 向上も突出したものが確認できないことを付け加えておく。

さて、こうした傾向は他大学でも同じであろうか。更に仮説を検証するための次の調査では、箱根駅伝歴代優勝校の優勝時における志願者数の増減を、東洋大学の事例を参考に教学や入試改革の観点から検証を行う。

#### 5-2 他大学のケーススタディ

東洋大学と同じく他大学においても優勝時の志願者増減に着目した。

この表 4 では、優勝時の志願者数にはアンダーラインを追加している。優勝に関わらず、前年度から大幅に 志願者が増加した場合は、先の東洋大学の事例のように、学部学科再編や入試改革などが実施されている等の 状況を志願者数に沿わせそれを表記し一覧にまとめた。

これにより、箱根駅伝優勝時に志願が増加した時には、何らか教学・入試改革が行われていたことと重なる。 つまり、優勝時の志願者数の増加が「偶発的に箱根駅伝優勝のタイミングと一致した」ということになる。こ の表4からは、先の東洋大学の事例と同じように、歴代優勝校でも同じような現象が起きていることが読み取 れる。優勝時に志願者数が増えた場合、東洋大学同様、新増設などの改革を行っている状況だ。

こうした傾向は 2003 年以降のほぼ全ての大学に当てはめることができる。すなわち、前述の東洋大学の事例同様、これら箱根駅伝優勝校の志願者数増加は、何らか教学・入試改革が行われることが直接的要因として増加したのであって、仮説である「箱根駅伝優勝での志願者数の大幅な増加」は期待できず、むしろさまざまな教学・入試改革を積極的に行うことが志願者増加へ繋がることを示すに至った。

さらに本稿では調査の精度を上げるための補足を行う。これまでの調査から、「箱根駅伝優勝校の志願者数増加は、何らか教学・入試改革が行われることが直接的要因として増加」であるとしたが、より実像に迫るために、それら新学部増設などの増加要因を取り除き、箱根駅伝優勝そのものが志願への影響が見られるかを検証する。つまり既設の学部のみの志願者数の推移である。それを示したものが表5である。2007年度から2016年度の10年間の志願者数と駅伝優勝校の志願者の増減について検証したが、単純に優勝時の志願者数の対前年比の平均は102.8%であり、微増の状況だ。しかも増えている年度もあれば減っている年度もある。このことからも表1で示した志願者数の推移とあまり大きな違いはない。この表5からも駅伝優勝時において、

表 4 2003 年以降の箱根駅伝優勝校の志願者数一覧

(単位:人)

大会	入試 年度	箱根駅伝 優勝校	順天堂	堂大学	早稲	田大学	駒澤大学		亜細	<b></b> 東洋大学		大学	学日本体育大学		青山学院大学	
第79回	2003	駒澤大学	5,712		118,197		35,730		13,281		53,335		3,724		41,366	
第80回	2004	駒澤大学	5,812		110,351		28,900		8,100		49,075		3,778		35,161	
第81回	2005	駒澤大学	5,200		104,442		29,733		9,983		54,001		3,587		38,632	
第82回	2006	亜細亜大学	5,614		107,082		29,767		8,739		52,340		3,307		45,405	新学科
第83回	2007	順天堂大学	5,662		125,647	学部再編	29,249		10,668	入試方式	58,893		2,944		43,215	
第84回	2008	駒澤大学	6,415	学費	125,249		32,691	新学科	7,555		58,109		2,841		46,285	新学部
第85回	2009	東洋大学	5,723		121,166		30,131		9,263	新学科	67,535	新学部	2,582		54,414	新学部
第86回	2010	東洋大学	6,546	新学部	115,515		32,520		10,634	新入試	71,276	新学科	2,387		53,225	
第87回	2011	早稲田大学	8,966	新入試	113,653		37,104	新入試	9,642		65,996		2,546		53,961	
第88回	2012	東洋大学	8,801		108,527		36,528		10,252		63,703		2,846		55,692	
第89回	2013	日本体育大学	10,108	学費	106,768		31,852		10,743		69,714	新学部	3,547	新学部	56,563	
第90回	2014	東洋大学	9,628		105,424		33,879		9,767		60,925		3,677	新学部	55,893	
第91回	2015	青山学院大学	9,701	新学部	103,494		31,575		9,099		81,559	定員増	4,120		59,738	新学部
第92回	2016	青山学院大学	9,862		108,039		38,748		10,989		82,602		3,948		59,850	

出所:(株)大学通信提供データを基に筆者作成(東洋大学は第1部のみで計上)優勝時をアンダーラインで表示

表 5	道士 IU 牛间	$(2007 \sim 2010)$	0 年度)の懐	膀中心腺者	<b>致</b> 对則 中比	(新字部寺瑎	加分除く)	
7 3 5	/s/s-1-1 EΠ /→						ㅁ 그 사고	Г

大会	入試 年度	箱根駅伝 優勝校	順天堂大学	早稲田大学	駒澤大学	亜細亜大学	東洋大学	日本体育 大学	青山学院 大学
参考:第82回	2006	亜細亜大学	108.0%	102.5%	100.1%	<u>87.5%</u>	96.9%	92.2%	117.5%
第83回	2007	順天堂大学	100.9%	117.3%	98.3%	122.1%	112.5%	89.0%	95.2%
第84回	2008	駒澤大学	113.3%	99.7%	111.8%	70.8%	98.7%	96.5%	107.1%
第85回	2009	東洋大学	89.2%	96.7%	92.2%	122.6%	112.2%	90.9%	117.6%
第86回	2010	東洋大学	114.4%	95.3%	107.9%	114.8%	105.3%	92.4%	97.8%
第87回	2011	早稲田大学	137.0%	98.4%	114.1%	90.7%	93.4%	106.7%	101.4%
第88回	2012	東洋大学	98.2%	95.5%	98.4%	106.3%	96.6%	111.8%	103.2%
第89回	2013	日本体育大学	114.9%	98.4%	87.2%	104.8%	106.8%	113.5%	101.6%
第90回	2014	東洋大学	95.3%	98.7%	106.4%	90.9%	<u>87.1%</u>	85.7%	101.4%
第91回	2015	青山学院大学	97.4%	98.2%	93.2%	93.2%	134.8%	117.5%	99.1%
第92回	2016	青山学院大学	100.3%	104.4%	122.7%	115.4%	100.5%	97.1%	102.6%

出所:㈱大学通信提供データを基に筆者作成(東洋大学は第1部のみで計上)優勝時をアンダーラインで表示

# 表 6 過去 8 年間 (2008 ~ 2015 年度) の広報費・帰属収入等の対前年比

(単位:円)

												(十四・11)
会計 年度	入試 年度	大会	箱根駅伝 優勝校	費目	東洋大学	取組	青山学院大学	取組	早稲田大学	取組	日本体育大学	取組
				広告費	482,305,755		247,798,308		143,673,800		-	
2008	2009	第85回	東洋大学	帰属収入	35,720,229,383	新学部	34,565,710,746	新学部	98,662,863,098		-	
				広告費/帰属収入	1.35%		0.72%		0.15%		-	
				広告費	450,075,787		147,146,310		146,752,168		61,946,000	
2009	2010	第86回	東洋大学	帰属収入	37,299,464,628	新学科	35,337,356,715	]	97,115,389,803		12,453,355,000	
				広告費/帰属収入	1.21%		0.42%		0.15%		0.50%	
				広告費	333,991,394		135,922,317		122,645,687		47,339,756	
2010	2011	第87回 早稲田 大学	早稲田	帰属収入	38,084,338,837		35,371,135,091		97,968,107,250		12,783,104,580	
			7,7	広告費/帰属収入	0.88%		0.38%		0.13%		0.37%	
		012 第88回	東洋大学	広告費	376,097,757		221,168,022	就学キャン	128,151,803		50,341,010	
2011	2012			帰属収入	42,184,035,425		34,700,389,700	パス再配置	96,799,821,243		12,874,526,271	
				広告費/帰属収入	0.89%		0.64%	予告	0.13%		0.39%	
				広告費	495,758,551		167,755,854		110,622,952		111,597,325	75 新学部
2012	2013	第89回	日本体育 大学	帰属収入	39,944,095,478	125周年	33,911,833,435	就学キャン パス再配置	97,604,762,347		13,154,113,275	
			7,7	広告費/帰属収入	1.24%		0.49%	八八行此巨	0.11%		0.85%	
				広告費	343,400,958		110,385,657		135,287,965		96,086,484	
2013	2014	第90回	東洋大学	帰属収入	39,090,058,476		34,959,545,820		100,892,413,526		13,584,604,961	
				広告費/帰属収入	0.88%		0.32%		0.13%		0.71%	
				広告費	360,640,248		193,377,131		98,149,902		53,054,849	
2014	2015	第91回	青山学院 大学	帰属収入	39,683,480,664		36,945,487,162	新学部	101,488,272,394		14,946,111,121	
			7,7	広告費/帰属収入	0.91%		0.52%		0.10%		0.35%	
				広告費	451,632,905		107,188,220		144,898,145		56,113,344	
2015	2016	第92回	青山学院 大学	事業活動収入	40,531,552,893	新キャンパ ス設置前	40,007,664,168		104,955,477,110	1	15,804,903,616	
			7,7	広告費/事業活動収入	11.1%	八成巨川	0.27%		0.14%		0.36%	

出所:各大学で公開している財務情報を基に筆者作成

志願の大幅な増加などが見られない状況が確認できる。

また、3-2 で触れた高校 3 年の志望校を決定する時期への考慮を伴った検証も行った。優勝のインパクトが次年度志願へ影響している可能性の検証である。この検証では、前述の新学部の要素を考慮し既設学部の志願者数で検証している。これによると、過去 10 年間での対前年比は 105.2%であり増加傾向であったが、該当期間で行っている新規の志願者数変動の要素を考慮しておきたい。それは、2007 年度の亜細亜大学のセンター利用での志願者増 48)、2008 年度の順天堂大学の学費値下げでの志願者増 49)、2015 年度の東洋大学の定員増や併願割引での志願者増 50)だ。こうしたイレギュラーな要素を排除したところ、対前年比の平均は 97.4%となった。つまり、前年度の箱根駅伝優勝における志願者増加への影響も確認できないこととなる。

さらに、箱根駅伝優勝での広告的価値は、志願者数へ影響があるかの検証するため、実際に行われている各大学広告費の支出についても補足する。駅伝優勝の広告宣伝価値については前述の通りであるが、各大学の広告費の推移はどのようになっているのだろうか。そこで各大学の帰属収入(2015年度より学校法人会計基準の変更に伴い「事業活動収入」)に占める広告費の割合を過去8年間の優勝校を例に検証した。

各大学の各年度の財務情報から帰属収入及び広告費を引用して筆者が作表したものが表6である。なお広告費は管理経費だけを引用した。教育研究経費については、学内広報の経費であり、学生募集での広告費は管理経費として計上されている状況がある。また、各大学の収入源となる学生数などは大きく異なり、それを補正するために比率で計算することとした。それによると広告費の帰属収入に占める割合が大幅に増加している年度が認められる。これらの年度は、新学部設置や新キャンパス開設年度の前年度にあたる。反面新学部・新キャンパスなどに設置が行われないタイミングでは、予算の大幅な増額などの措置は行われていない。箱根駅伝優勝での志願者増は、新学部などの影響があること前述でも触れたが、更に広報予算の支出もそれと同じタイミングである。つまり志願者増は学生募集広告がある程度効果を発揮したことを援用するが、箱根駅伝優勝での志願者増加の影響は確認することができないこととなった。

# 6. まとめと大学広報への課題提示

#### 6-1 駅伝優勝が与えるブランドイメージへの影響

もちろん、箱根駅伝に優勝することで世間の耳目を集めることは明白だ。しかしながら本稿での仮説検証の 過程で明らかになったように、志願者が大幅に増加するなどの効果は極めて低いという結果を如実に示すこと になった。

しかし一方、このようにメディアの露出が高いことでのイメージ形成への影響があることも東洋大学の事例から判明している。それは箱根駅伝優勝のインパクトが大き過ぎて、広報上偏ったイメージ形成が行われてしまうのではないかという懸念である。箱根駅伝優勝と大学が関連付けられることで、駅伝優勝や駅伝強豪のイメージばかりが定着してしまい、大学が目指す本来のイメージと乖離する可能性への示唆である。つまりそれは、大学ブランディングの懸念へと繋がる。

本稿のまとめとして、そうした大学広報への課題を踏まえ、箱根駅伝優勝が与える、大学のブランディングへの影響の可能性を論じる。

マイナビ<sup>51)</sup> によると大学進学の第一志望先を検討する時期として約80%の高校3年生が夏くらいに決めているということだ。志願先を決める以前の志望校選びの段階では、受験雑誌の情報よりも、TV など一般メディアで取り上げられている大学関連のニュースの方が彼らの大学に対するイメージ付けに寄与する可能性は否定できない。

東洋大学は、箱根駅伝での活躍の他、在校生複数名がオリンピアンになり<sup>52)</sup>、現役学生の金メダリストが誕生<sup>53)</sup> するなど、そもそも運動が強いイメージ作りに拍車がかかっている状況がある。こうしたスター選手の存在は、かつて大学そのものが少なく、進学率が低かった頃であれば東京六大学野球で活躍した長嶋茂雄のように大学のイメージを決定付ける事もある。しかしながら現在は大学が大衆化し、数字上では誰もが大学に入学することが可能だ。5-1 で触れたように、スポーツのイメージが強力に定着した場合、本来大学が持つ教育・研究のイメージとの乖離してしまう懸念もある。さらには建学の理念や大学のミッションへの影響も考慮すべきである。箱根駅伝優勝という社会的インパクトには、大学そのもののイメージ形成への影響と、ブランディングへの課題が内包されている。これは大学広報における大きな課題だ。

以上のように、ブランドイメージへの影響という副産物を得ながら、箱根駅伝優勝だけでの志願者数の大幅な増加は期待できないこと、志願者増は新学部の設置・定員増加・入試方式の変更やなどに因るところが大きいことが本稿の検証により明らかとなった。

そもそも入試選抜では、偏差値偏重といわれる現在の入試について、監督官庁である文部科学省が是正する

方向で、センター試験の見直しや知識よりも応用力を試すような試験<sup>54)</sup> に変わるなど、大きな改革が進むことになる。それにより、将来の大学選びの基準が大きく変化する可能性もある。箱根駅伝優勝などスポーツのイメージがあまりに強力に定着してしまったがために、大学広報における教育・研究等の本質の理解に、少なからず乖離が生じる。このことからも、大学全体のブランディングを考えた世間とのコミュニケーション戦略の要として、大学の本質を伝える大学広報の機能が重要となることが予測される。

では、箱根駅伝での活躍をはじめ、スポーツでの学生達の活躍は、大学のイメージ形成に活用することは不要のだろうか。それについて筆者は否と捉える。本稿では「箱根駅伝優勝による志願者の大幅な増加は見られない」という結論に至ったが、反面箱根駅伝などのスポーツの活躍を大学全体のイメージ形成の一助として広報的にうまく活用することができるのでは、とも推測する。つまりスポーツが盛んなイメージの延長線上にある、活気がある、勢いがあるというイメージ拡大への期待と大学ブランドイメージへの関連付けである。

それは、大学スポーツの新たなブランド構築の起爆剤としての位置付けにある。例えば、アメリカのカレッジスポーツの収益性などを参考に、日本の大学にも取り入れられるべき運動部強化の視点もあるだろう。折しも、東京オリンピック開催 55) が決まり、スポーツ庁の新設 56)、日本版 NCAA 77) の設立の機運なども高まりを見せている。スポーツ立国としての価値を政府が模索する中、それに追随した、コトラーら(2008, pp. 338-383)の言うブランド・エクイティの創出は、大学広報においてより一層重要度を増すことだろう。

大学の目的は、学校教育法の定められる、教育・研究であり、それに 2007 年には社会貢献が加わった。それは企業の社会貢献や CSR<sup>58)</sup> の注目された状況に酷似する。事業継続性が危ぶまれる企業と同様、大学も経営環境が悪化して倒産の可能性も指摘されている。しかも、グローバルな環境が進む潮流の中では日本国内だけではなく、世界レベルでの競争に晒されるかもしれない。つまり、大学の生き残りや生残性を高めるためのブランディングは、日本の高等教育の永続性を担保する上でも貴重な視点であり、大学の社会的責任(USR)<sup>59)</sup> を果たすことへと連なる。

#### 6-2 大学スポーツを大学教育に位置付ける必要性

例えば、いくつかの大学では、建学の理念に立脚する「スポーツビジョン」<sup>60)</sup> 等が策定されている。スポーツを強化する意味を建学の理念に基づいた教育活動の延長線上にビジョンを設定している。こうしたビジョンは、大学の建学の理念や3つのポリシーと同様、高等教育機関である大学において、極めて重要な方針になっていくだろう。

こうしたビジョンが柱となり、学生スポーツが強い理由と紐付けることができれば、本稿で仮説として提示した「箱根駅伝に優勝すれば大幅に志願者が増える」というある種表層的なイメージ形成に留まらず、むしろ学生アスリート達の活躍が、教育・研究・社会貢献活動へ連なっていくことになる。そうした説得力のあるビジョンを明確に定め、実行することができれば、大学の本来の目的を達成した成果の端的な事例として社会から評価されることが予想できる。まさにこうした施策と世間へのアピールは、大学のブランディング上大きな課題と言える。

本稿では、主に志願者数の増減率や広告費の変動の調査により結論を導き出したが、まだまだ精度が低いといわざるを得ない。実際の受験生やそれを支援する親や教師から箱根駅伝優勝時に志願喚起の有無についての調査や、視聴者の印象変化等の観点からのヒアリングを行うことで、より精度の高い検証を行う必要性もある。これらは将来に向けた課題としていずれ着手したいと考えている。あわせて、前述のスポーツビジョンと各大学のスポーツに関わる大学広報活動の連携を検証し、本稿の補完を目指したい。

#### 注

- 1) 1920年からスタートした東京・読売新聞社前〜箱根・芦ノ湖間を往路 5 区間 (107.5Km)、復路 5 区間 (109.6Km) の合計 10 区間 (217.1Km) で競う、学生長距離界最大の駅伝競走。関東学連加盟大学のうち、シード権を獲得した 10 校と、予選会を通過した 10 校、および関東学生連合を加えた合計 21 チームが出場。http://www.hakone-ekiden.jp (2016年7月26日アクセス)
- 2) 人口減少にともなう、大学進学年齢の18歳人口が急激に減少する状況。2003年の205万人をピークに2016年現在は120万

人にまで減少している。更に 2108 年からはよりいっそう 18 歳人口が減ると言われており、大学淘汰のトリガーとして、「2018 年問題」として高等教育界では問題視されている。http://www.keinet.ne.jp/basic/2-01-1.html (2016 年 7 月 26 日アクセス)

- 3) 東京六大学野球連盟は、早稲田・慶應義塾・明治・法政・東京・立教 の6つの大学で構成される野球リーグ。大正14年 (1925年) 9月20日の明大対立大第1回戦を連盟創設初試合。http://www.big6.gr.jp/index.php (2015年7月26日アクセス)
- 4) 例えば 2014 年 10 月 28 日の日本経済新聞の記述のような六大学野球に関わる多くの記述には、当時の子どもたちが如何に熱中し大学野球に興じたかに触れられている。http://www.nikkei.com/article/DGXKZO78972310Y4A021C1MM8000/ (2016 年 12 月 1 日アクセス)
- 5) 六大学プロ野球を通じて史上最高の三塁手と讃えられる。立大では首位打者2回通算本塁打記録をも更新。昭和33年巨人軍に入ると本塁打、打点の2冠を獲得して新人王となる。V9の牽引力となり、好機をのがさぬ打撃とスピード感みなぎる守備でファンを魅了しつづけた。数々のタイトルに輝いて昭和49年に引退。51、52年に同軍監督としてリーグ優勝を果たす。立教大学時代1955年から1957年まで5シーズン連続リーグベストナインに選出、六大学野球隆盛の立役者、大学野球の歴史に名を刻んだ。http://www.baseball-museum.or.jp/baseball\_hallo/detail/detail\_086.html(2015年7月26日アクセス)
- 6) 文部科学省 「学校基本調査」 年次統計を筆者が加工し、算出。2014年大学への進学率が51.5%に達し、トロウ(1979)の言うユニバーサルアクセス化した段階に至っていることになる。
- 7) それ以前は 1953 年(第 29 回大会)から NHK ラジオで全国放送、1979 年(第 55 回大会)からテレビ東京でゴールのみテレビ中継放送開始、1980 年(第 56 回大会)では NHK で 2 区のみ全国中継放送。
- 8) 関東における学生陸上競技界を統括し、代表する学生自治団体であり、学生 競技者精神を遵守して加盟校相互の親睦を深め、互いに切磋琢磨して競技力向上に努め、わが国陸上競技の普及、発展に寄与することを目的とする。http://www.kgrr.org/about\_iuauk/kiyaku.pdf (2016年7月26日アクセス)
- 9)株式会社ビデオ・リサーチホームページ http://www.videor.co.jp/data/ratedata/program/04hakone.htm (2016 年 8 月 8 日アクセス) によると、2003 年の駒澤大学優勝時が最高視聴率である。ちなみに全国放送がスタートした 1987 年の視聴率は復路 12:00 台の 21.1%となっている (関東地区限定)。
- 10) 東洋大学が外部委託している PR エージェンシーの算出では、2012 年の箱根駅伝優勝時は 170 億円以上の広告換算があり、一般的に年数億円といわれる私立大学の広告費を遙かに上回っている。
- 11) 1991 年 7 月 1 日施行。http://www.mext.go.jp/b\_menu/hakusho/nc/t19910624001/t19910624001.html(2016 年 12 月 1 日アクセス)
- 12) 国立大学の運営法人を設立。http://www.mext.go.jp/a menu/koutou/houjin/houjin.htm (2016年8月8日アクセス)
- 13) 少子化で大学や短大への入学希望者が急減し、大学や学部の新設で入学定員の数が微増して 2007 年春に同数となる、つまりえり好みしなければ全員が入学できるようになると予想されていた。しかし、景気回復の影響で入学希望者が予想を上回り、実際に同数となるのは数年先に持ち越された。しかし、知名度が低い私立大を中心に、すでに全入どころか定員割れが相次いでいる。日本私立学校振興・共済事業団のまとめでは、07 年春に定員割れした私大は 221 校で全体の 40%、このうち 17 校は定員の 50%も入学していない。私立の短大はさらにひどく、定員割れは 225 校と全体の 62%に達している。https://kotobank.jp/word/% E5% A4% A7% E5% AD% A6% E5% 85% A8% E5% 85% A5% E6% 99% 82% E4% BB% A3-182876 (2016 年 8 月 8 日 アクセス)
- 14) 上記 6) で紹介した、トロウが示した高等教育の規模や性格を段階別に説明するために用いたターム。
- 15) 平成28年度文部科学省『学校基本調査(速報)』では、4年制大学の進学率が52.0%となり、過去最高となった。
- 16) 社会人基礎力とは、「前に踏み出す力」、「考え抜く力」、「チームで働く力」の3つの能力(12の能力要素)から構成されており、「職場や地域社会で多様な人々と仕事をしていくために必要な基礎的な力」として、経済産業省が2006年から提唱。http://www.meti.go,jp/policy/kisoryoku/(2014年12月29日アクセス)。
- 17) 2011 年大学設置基準改正により実現、義務化された。
- 18) 大学マネジメント研究会で 2015 年からシリーズで開催された「大学広報、広聴、情報公開、インナー・コミュニケーション 研究会」において、指摘されている。
- 19) 株式会社帝国データバンク 特別企画:全国私立大学 482 校の経営実態調査 (2012 年 11 月 1 日公開) より 赤字経営の大 学の内、3 期連続赤字は構成比 58.9%であり、恒常的に赤字経営が続いている大学が多く散見される。 https://www.tdb.co.jp/report/watching/press/p121102.html (2016 年 9 月 9 日アクセス)。
- 20) 2008 (平成 20) 年度 文部科学省 中央教育審議会 参考資料 「私立大学の収支状況」より 全国私立大学の総計で 76.5% アメリカの私学の場合、2005 年度では 28.98%となっており、いかに日本の私立大学の学費依存率が高いかこの数字からも判断できる。
- 21) 入学試験を行い、結果として合格者の手続状況が芳しくなく、入学定員を割り込んでしまった状態。http://www.yomiuri. co.jp/national/20160805-OYT1T50015.html (2016 年 8 月 8 日アクセス)
- 22) 2012 年 8 月 27 日の日本経済新聞では、「私大の 45.8%が定員割」と報じている。http://www.nikei.com/article/DGXNASDF 2502C X20C12A8000000/ (2016 年 9 月 9 日アクセス)
- 23) 20) に同じ。
- 24) 17) に同じ。
- 25) 定員を超えて学生の入学を許可し、学生を獲得する場合、一定の基準以上在籍すれば、補助金をカットするなどの文部行政。 http://eic.obunsha.co.jp/viewpoint/201602viewpoint/ (2016 年 8 月 8 日アクセス)
- 26) 地方に所在する私立大学が、公立化する現象。高知工科大学(高知県)長岡造形大学(新潟県)、名桜大学(沖縄県)、福知山公立大学(京都府)、静岡文化芸術大学(静岡県)、公立鳥取環境大学(鳥取県)、山口東京理科大学(山口県)など
- 27) 学校法人堀越学園に対する解散命令について (24 文科高第 1074 号 平成 25 年 3 月 28 日付け) 解散命令は全国初。

- 28) 兵庫県尼崎市に所在する私立大学。1963 年に開設。英知大学から 2008 年に校名変更。2010 年に募集停止、2015 年度で閉学。 http://www.asahi.com/national/update/0112/TKY200701120406.html(2016 年 8 月 8 日アクセス)
- 29) 東京都町田市に所在する私立大学。2002 年に設置されたが、学生募集の不振から巨額の累積赤字を抱え、2012 年に募集停止 し、2016 年度をもって廃校の予定。http://www.nikkei.com/article/DGXNASDG2901L\_Z20C12A4CR8000/?dg=1 (2016 年 8 月 8 日アクセス)
- 30) 1952 年に、大学保健体育教育に関する研究調査を行い、その成果の普及活用を図るとともに大学相互の連絡、協力体制を確立し、大学教育の発展に寄与することを目的として設立された公益財団法人。http://daitairen.or.jp/old/about/shimei.html (2016 年 8 月 10 日アクセス)
- 31) 東洋大学では、報道機関窓口として総務部広報課が分掌している。
- 32) 1917 年に行われた、京都から東京上野まで約 500km を、昼夜徹して 3 日間で走破する徒競走が駅伝の元祖であるとされている。主催は読売新聞。東京奠都 50 周年を記念して行われた。
- 33) 2001 (平成 13) 年開催 休・廃部が相次ぐ「企業スポーツ」について撤退の理由、企業での現在の取組状況や問題意識、課題等を議論し、今後の企業とスポーツのあり方ついて研究する事を目的として設置された。http://www.meti.go.jp/report/downloadfiles/g11122cj.pdf (2016 年 8 月 10 日アクセス)
- 34) 教育基本法第七条(2006年改正)及び学校教育法第八十三条二項(2007年改正)に規定されている。
- 35) 1960年「大学新聞広告社」として創業した情報サービス企業。分社後教育関係は㈱リクルートマーケティングパートナーズ。
- 36) (㈱リクルートマーケティングパートナーズの研究機関である、リクルート進学総研が発行している雑誌『カレッジマネジメント』誌上等で毎年発表される大学ブランド力調査。この調査は高校生が見る大学の姿を浮き彫りにすることで定評がある。
- 37) 文部科学省『平成29年度大学入学者選抜実施要項について』(28文科高第266号 平成28年5月31日付け)では、一般入試の定義と、その実施時期についても以下の通り、通達されている。「入学者の選抜は、調査書の内容、学力検査、小論文、面接、集団討論、プレゼンテーションその他の能力・適性等に関する検査、活動報告書、大学入学希望理由書及び学修計画書、資格・検定試験等の成績、その他大学が適当と認める資料により、入学志願者の能力・意欲・適性等を多面的・総合的に評価・判定する入試方法(以下、「一般入試」という。)による。」「試験期日平成29年2月1日から4月15日までの間」http://www.mext.go.jp/component/a\_menu/education/detail/\_\_icsFiles/afieldfile/2016/06/14/1282953\_02.pdf(2016年8月10日アクセス)
- 38) 週刊誌や新聞紙上では、大学の志願者ランキングが毎年公表され、世間の関心事になっているが、多くのランキングでは、私立大学の一般入試での志願者数ランキングが用いられる傾向にある。
- 39) ㈱JS コーポレーションの調査。https://school.js88.com/assessment/wp25/dai/wp25d P32.pdf (2016 年 12 月 10 日アクセス)
- 40) 1965 年創業の受験調査・進学情報提供をもっぱらとする企業。新聞各紙・週刊誌への志願者数の提供などを行っている。
- 41) 管理経費の広告費。
- 42) 返済が不要で、自由に使用することができる資金のこと。全てを学校に帰属する収入。
- 43) 私立学校法第四十七条では、学校法人は収支計算書等を作成し、閲覧に供することを義務付けている。
- 44) 私立学校振興助成法第十四条では、補助金を受ける学校法人は収支計算書等を作成し、所轄庁へ届出を義務化している。
- 45) 1962 年に国主要民間放送局 18 社の計 20 社が出資し、第三者機関の調査会社として設立。http://www.videor.co.jp/company/foundation.htm (2016 年 8 月 10 日アクセス)
- 46) 東京都世田谷区に所在する私立大学。7 学部を有する。1925 年設置。箱根駅伝では過去 6 回の総合優勝(76 回、78 回、79 回、80 回、84 回)を果たしている箱根駅伝の強豪校。
- 47) 山梨県甲府市に所在する私立大学。6 学部を有する。1962 年設置。箱根駅伝には 1987 年以降連続出場、過去 3 回の総合優勝 (68 回、70 回、71 回) を果たしている。
- 48) 旺文社教育情報センターの入試動向分析では、亜細亜大学はセンター利用入試で 44%志願者増加と分析している。http://eic. obunsha.co.jp/analysis/200705/ (2016 年 12 月 10 日アクセス)
- 49) 旺文社教育情報センターの入試動向分析では、順天堂大学が医学部学費を大幅に減額したため人気が急上昇し、志願者数が 51%増加したと分析している。http://eic.obunsha.co.jp/eic/analysis/200805/ (2016年12月10日アクセス)
- 50) 旺文社教育情報センターの入試動向分析では、東洋大学が8%に及ぶ定員増や併願割引導入の結果、志願者数が34%増加したと分析している。http://eic.obunsha.co.jp/eic/analysis/201505/(2016年12月10日アクセス)
- 51) 旧毎日コミュニケーションズ。毎日新聞系就職支援・進学情報・人材派遣を行っている大手人材広告会社。https://u17. shingaku.mynavi.jp/article/3747/ (2016 年 8 月 10 日アクセス)
- 52) 2016 年に開催されたオリンピックリオデジャネイロ大会において、現役学生 5 名を派遣、これは日本の大学では、2 番目に多い。http://mainichi.jp/sportsspecial/articles/20160809/ddm/013/100/012000c(2016 年 8 月 10 日アクセス)
- 53) 2016 年に開催されたオリンピックリオデジャネイロ大会において、競泳で萩野公介選手が 400m 個人メドレーにおいて金メダルを獲得。http://www.yomiuri.co,jp/olympic/2016/topic/20160807-OYT1T50081.html(2016 年 8 月 7 日アクセス)
- 54) 大学入試センター試験が廃止され、新たに導入される「到達度テスト (仮称)」2021 年度から実施する予定。
- 55) 2020年開催の東京都で行われるオリンピック・パラリンピック。
- 56) 文部科学省外局として 2015 年 10 月に新設された。スポーツの振興その他のスポーツに関する施策の総合的な推進を図ることを任務とする(文部科学省設置法第 15 条に定められている)。
- 57) 政府・与党が、種目をまたいで大学スポーツを一元管理し、収益力強化の戦略を練る統括機関を創設する方向で検討。米国で1千校以上が加盟し、年間約1千億円の収益を上げている「全米大学体育協会(NCAA)」をモデルに制度整備を進めている。http://www.sankei.com/politics/news/160430/plt1604300007-n1.html (2016年8月10日アクセス)
- 58) Corporate Social Responsibility の略、企業の社会的責任。
- 59) CをUに変えて、「USR」。https://www.shidaikyo.or.jp/newspaper/online/2247/3\_3.html USR(2016年8月10日アクセス)

60) 各大学で策定している、建学の理念や教育方針に従った、スポーツの考え方を表したビジョンであり、2011年のスポーツ基本法の制定と呼応するかのように、いくつかの大学で策定されている。

#### 女献

- 天野郁夫,「日本高等教育システムの構造変動―トロウ理論による比較高等教育論的考察―」,『教育學研究』,第76巻,日本教育学会,2009,pp. 172-184.
- 古屋孝生・藤本淳也・中大路哲・坂田好弘・中井俊行・長崎正巳,「大学運動部の広告価値評価に関する研究」,『大阪体育大学紀要』,第35巻,大阪体育大学,2004,pp. 139-147.
- 長谷直樹・松尾哲矢,「箱根駅伝における「物語」の生成に関する研究」,『日本体育学会予稿集』,第 64 巻,日本体育学会,2013,pn 103
- 井箟重慶,「プロ野球の経営について」, 『関西国際大学研究紀要』, 第8巻, 関西国際大学, 2007, pp. 1-12.
- 生島淳、『駅伝がマラソンをダメにした』、光文社、2005.
- 生島淳,『箱根駅伝』, 幻冬舎, 2011.
- 生島淳,『箱根駅伝新ブランド校の時代』, 幻冬舎, 2012.
- 神原直幸,「長野オリンピック実施にともなうスポーツ・イメージの変容」,『マス・コミュニケーション研究』, 第 54 巻, 日本マス・コミュニケーション学会, 249 号, 1999, p. 113-126.
- 苅谷剛彦,『教育の世紀 大衆教育社会の源流』, 筑摩書房, 2014.
- 川崎勇二,「箱根駅伝の近年の傾向に関する一考察」,『中央学院大学人間・自然論叢』,第 38 巻,中央学院大学,2014,pp. 3-25.
- 経済産業省、『企業スポーツの新しい関係構築に向けて』、2001. http://www.meti.go.jp/report/downloadfiles/g11122cj.pdf
- コトラー フィリップ・ケラー ケビン レーン, 監修 恩藏直人, 訳 月谷真紀, 『コトラー&ケラーのマーケティング・マネジメント』, ピアソエ・エデュケーション, 2008.
- 小林秀一,「企業スポーツの現状と求められる役割についての一考察」,「愛知学院大学教養部紀要」,第 55 巻 2 号,愛知学院大学,2007,pp. 35-47.
- 文部科学省,『学校基本調査』, 2016.
- 文部科学省, 『平成 27 年度 文部科学白書』, 2016. http://www.mext.go.jp/b\_menu/hakusho/html/hpab201601/1375335.htm
- 文部科学省,『平成 29 年度大学入学者選抜実施要項について (28 文科高第 266 号 平成 28 年 5 月 31 日付け)』, 2016.
- 文部科学省、『私立大学の収支状況(中央教育審議会 参考資料2008(平成20)年度)』,2008.
- 嵯峨寿,「スポーツを活かした大学広報―私の提言―」,『筑波フォーラム』,第69号,筑波大学,2005,pp. 106-109.
- 酒井政人,『箱根駅伝―襷をつなぐドラマ―』, 角川書店, 2014.
- 私立大学社会的責任(USR)研究会編,『私立大学の社会的責任に関する研究報告』,学校経理研究会,2004.
- 杉本厚夫,「阪神タイガースファンにみる大阪文化―なぜ、350万人も甲子園球場に行くのか?―」,『フォーラム現代社会学』,第5巻,京都教育大学,2006,pp.69-76.
- 竹内洋,『教養主義の没落一変わりゆくエリート学生文化』,中央公論社,[2003] 2014.
- トロウ マーチン, 訳 天野郁夫・喜多村和之,『高学歴社会の大学―エリートからマスへ―』, 東京大学出版会, [1976] 1979.
- トロウ マーチン,編訳 喜多村和之,『高度情報社会の大学』,玉川大学出版部,2000.
- 山田満,「2007 年箱根駅伝総合優勝の広報効果の研究」,『順天堂大学スポーツ健康科学研究』, 第 11 巻, 順天堂大学, 2007, pp. 95-102.
- 山田満,「2008 年箱根駅伝出場校のメディア露出の計測と広告費換算:2007 年調査との比較研究」,『順天堂スポーツ健康科学研究』,第13巻,順天堂大学,2009,pp.95-109.
- 全国大学体育連合,「21 世紀カレッジスポーツの展開: 大学改革の現状と課題 (公開シンポジウム, 50 周年記念フォーラム)」,『大学体育』, 第 30 巻, 全国大学体育連合, 2003, pp. 49-79.

# 箱根駅伝優勝による大学評価への影響について

──世間の誤解と広報視点からの課題──

榊原 康貴 (学校法人東洋大学)

18歳人口減少等により、志願者確保は大学経営の重要な課題となっている。一方箱根駅伝は 入学試験直前に行われる一大スポーツイベントであり、その優勝での広告宣伝効果は極めて高く、 志願者数増加へ影響があるとも言われる。しかし、そうしたメディア露出から生じる広告宣伝効 果が高いからといって、受験生の志願喚起に繋がるものだろうか。

本稿では、歴代優勝校の志願者数前年対比により、その影響を検証した。これによると、過去30年間の志願者数合計の対前年比は98.6%であり、優勝しても志願数が微減している傾向にあること、また、優勝時志願数が大幅に増加していた時には、同じタイミングで新学部増設や入試改革などが行なわれていることがほとんどであることも判明した。

むしろ駅伝優勝の広告宣伝効果によりスポーツが強い印象が定着してしまった場合、教育・研究・社会貢献を目的とする大学の広報においてイメージ形成上の課題がもたらされる懸念を指摘する。

**キーワード**: 1. 箱根駅伝 2. 大学経営 3. 大学広報 4. 大学スポーツ 5. ブランドイメージ

# The Influence of Winning the Hakone Ekiden on a University's Reputation

——Issues in Public Misconceptions and Public Relations——

Koki SAKAKIBARA

(Toyo University Educational Foundation)

Student recruitment is important for university management. The media and the public believe that winning the "Hakone Ekiden," with its high TV ratings, effectively boosts recruitment. However, the truth of this statement should be questioned.

This study compares student recruitment in champion universities in the year after and before winning the championship; recruitment appears unchanged regardless of winning in 98.6% of the cases.

The Ekiden champion university often presents a sporty image, thus possibly misleading the public regarding the quality of its education, research, and social contributions. Therefore, this should be a major challenge for universities' public relations.

**Keywords**: 1. Hakone Ekiden 2. university management 3. university public relations 4. university sport 5. brand image