2023年04月14日 中日新聞 朝刊 20頁

企業と大学の運動部 増えるスポンサー契約

少子化時代 採用も視野

東大アメフト部員向けに開かれた日本M＆Aセンターの会社説明会＝東京都千代田区で

大学の運動部が活動資金を得るため、企業とスポンサー契約を結ぶ事例が増えている。主に企業ロゴなどをユニホームに掲出して広告収入を得るが、支援の条件はPRに限らない。少子化で企業の人材争奪戦が過熱する中、部員やOBOGらの採用を主目的とした援助もある。（小杉敏之）

練習後に会社説明

三月上旬の夕方、東京駅を見下ろすオフィスビルの一室に集まったのは、筋肉質な体を、そろいの黒いウエアで包み込んだ東京大アメリカンフットボール部（チーム名・ウォリアーズ）の部員十四人。部活動の一環として練習後、企業の合併・買収（M&A）を仲介する「日本M&Aセンター」の会社説明会に参加した。

社員との座談会など一時間半の内容。三年生の渡辺楓冬さん(三)は「面白い分野もあると感じた。運動部にいると、先輩がいる会社に安易に就職を決めることもあるので、こういう機会をいただけるのはありがたい」と話した。

同社は昨年五月、約百五十人の部員を抱える東大アメフト部のスポンサーに。支援と引き換えに、新卒採用を見据えた部員限定の会社説明会を年二回開く。早くも今春卒業の部員一人の採用につながり、人事担当者は「アメフトは戦略的な競技。当社の仕事も計画を立て、成功シナリオを描き、タフな交渉に立ち向かう。体力も重要で、親和性が高い」と歓迎する。

強豪ひしめく関東学生連盟一部上位リーグで奮闘する東大アメフト部は二〇一七年、日本一を目指して大胆な改革に乗り出した。私立大と違い、スポーツ推薦による戦力獲得も、十分な施設もない。その差を埋めるため、外部から有給の指導者を招き、安全対策やトレーニング施設の整備も積極的に進めてきた。

広がる学生の体験

大学からの資金協力がない中で、改革を下支えしたのがスポンサー収入だ。企業と契約を結ぶにあたり、OBOGが中心となって一般社団法人「東大ウォリアーズクラブ」を設立。ここに資金調達や管理などを委託する形でアメフト部の信用力を高め、二二年度は三十三社のスポンサーを集めた。部費や寄付金頼みだった年間運営費は、改革前の三千万円から三倍強に増えた。

スポンサーとなる企業の目的はさまざま。同法人理事の小笹和祥さん(㊐)は「人やネットワークの価値は東大アメフト部の強さ」と言い、会社説明会のほか、OBOGを対象とした中途・シニア採用、独自人脈を生かした取引仲介にも応じる。

部活動とはいえ、強化に環境整備は欠かせない。費用も膨らむが、それほど力を注ぐ勝つことの意味を、小笹さんは「目的は、学生たちが貴重な体験をできる環境を整えること。本気で日本一を狙うプロセスにこそ価値がある」と強調した。

部活側 運営費の不足を改善

大学運動部と企業の主なスポンサー契約

TLJの情報などを基に作成

		クラブ		企業
関東	東京大	アメフト部	↔	ビズリーチなど
		サッカー部	↔	アクセンチュアなど
	筑波大	サッカー部	↔	TENTIALなど
	早稲田大	アメフト部	↔	メルセデスベンツなど
	上智大	サッカー部	↔	Piece to Peaceなど
関西	京都大	アメフト部	↔	AOKIなど
	大阪大	サッカー部	↔	石原グループ
	神戸大	女子ラクロス部	↔	リエゾンドライビングスクール
東海	愛知教育大	サッカー部	↔	ダブルエース株式会社など
	南山大	アメフト部	↔	ひかりホールディングスなど
	名城大	女子駅伝部	↔	コメダ
	中京大	ゴルフ部	↔	MTG

多くの大学にとって運動部は「任意団体」の位置付けで、部の体制づくりや運営は各部のOB会が務めるのが通例だ。活動資金も自前で確保するが、競技連盟への登録費、合宿・遠征費、用具代などの負担は重い。部費や保護者などからの寄付では十分な

部費負担 限界

活動資金の確保 東海地方でも模索

予算が組めず、東海地方でも企業からのスポンサー収入で不足を補う大学運動部がある。

愛知教育大（愛知県刈谷市）のサッカー部は二〇一八年に東海学生二部リーグに昇格すると、登録費だけで百万円以上かかるようになり、県外でも公式戦が開催されるため移動費も増加。毎年二十人程度の部員から徴収する部費とOBの寄付金では限界となり、二二年度からスポンサー募集を始めた。

部員らもマーケティングに加わり、地域の自動車学校などと契約。年間三、四百万円の運営費を確保できるようになった。江崎亮介監督（㊐）は「今後も部員の負担を緩和できるように模索していく」と話す。

（c）.中日新聞社　無断転載、複製、頒布は著作権法により禁止されています