箱根駅伝の影響

正月のスポーツの代名詞と言えば？色々な意見があるだろうが、東京箱根間往復大学駅伝競走（箱根駅伝）を思い浮かべる方も多いのではないか。今年の箱根駅伝は、青山学院大学が 2 位の駒澤大学に 10 分 50 秒の大差をつけ初優勝を飾った。

母校を応援する人や、年末年始の特番に飽きた人も多いからであろう、例年箱根駅伝の視聴率（関東地区）は 20%台後半をたたき出している。視聴者は、ランナーの走りや順位だけでなく、ユニフォームやシューズ、沿道に掲げられる応援旗、運営管理車などにも自然と目が行くことから、大学や企業にとっての絶好の PR の機会にもなっていると感じる。

とくに、およそ 1 カ月後に入学試験が迫っている大学にとって、箱根駅伝の結果が志願者数を左右することもある。例えば、“山の神”の活躍により 2009 年の第 85 回大会で優勝した東洋大学の志願者数（第 1 部）は、2008 年度の 5 万 8,109 人に対し、2009 年度は 6 万 7,535 人となり、前年度比 16.2%増加。現在の一般入試の入学検定料 3 万 5,000 円で単純計算するとおよそ 3 億 3,000 万円の増収である。私学経営情報センターによると、2009 年度の私立大学（570 校）の志願者数の伸び率は前年度比 0.3%増であることから、東洋大学の志願者数の伸び率がいかに高かったかがわかる。もちろん志願者数増加の理由が箱根駅伝だけではないだろうが、1 月の箱根駅伝での勇姿を見て出願を決めた受験生も多くいることが想定できる。

今年の優勝校である青山学院大学は 2009 年に 33 年ぶりの箱根駅伝出場を果たし、以降連続で出場、近年はシード常連校にまでのし上がってきていた。今年の初優勝が志願者数にどのくらい影響を及ぼすであろうか、注目したい。

（子どもの受験はまだまだ先）

当コラムの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

©TEIKOKU DATABANK, LTD.