収入源の多様化に向けて
～　ネーミングライツ事業の導入　～

学校法人中部大学
中部大学

～中部大学～

中部大学は、名古屋市の北東に隣接する愛知県春日井市に所在しています。ＪＲ神領駅より特別路線バスで10分ほどの場所に、豊かな自然環境と先進的な研究教育施設が調和する広大なキャンパスを設置しています。

中部大学のキャンパス

前身である名古屋第一工学校は、昭和13年に設立され、昭和39年には工科系大学である中部工業大学を開学しました。その後、昭和59年に経営情報学部と国際関係学部を設置、現在の中部大学へと名称変更し、総合大学として新たに出発しました。

そして令和７年度現在は、８学部27学科及び大学院６研究科20専攻を擁する文理医教融合の総合大学へと発展し、ワンキャンパスの特性を生かした幅広い学びを実現しています。同キャンパスには中部大学春日丘中学校と中部大学春日丘高等学校が併設されており、中高大の連携プログラムを実施するなど、学園一体となった教育も推進しています。

こうした多様な教育研究活動を支えるために、収益事業の一つとして、新たにネーミングライツ事業を開始しました。

◆ネーミングライツ事業について

本事業は、契約により事業者等に対して施設等に愛称を決定する権利を付与し、その対価として命名権料を得る事業です。契約した事業者等は「ネーミングライツ・パートナー」となり、対象の施設に愛称や企業広告の看板等の「サイン」を設置することができます。ネーミングライツ・パートナーにとっては、在学生に対する企業の宣伝やリクルート活動の促進が期待でき、学校にとっては収入源の確保につながります。

同大学は、６年４月にネーミングライツ制度を導入し、同年10月に３社と契約を結びました。その後、２回目の募集を行い、７年４月に新たに５社と契約をしており、８年３月現在、学生ホールや学生ラウンジなど８つの施設に愛称をつけて運営をしています。

◆ネーミングライツ事業の導入

同大学は今後の少子化や多様化する社会情勢に備え、学生生徒からの納付金への依存を減らし、少しでも収益を上げて教育研究に還元することが必要であると考え、新たな手段を検討していました。その中で、国立大学が実施する本事業の記事や愛知県内で愛称の付けられている公共施設を見かけるようになったことをきっかけに、各事例を参考に同大学でも事業を展開できると考え、導入の検討を開始しました。また、本事業では学生の就職活動と企業の募集活動のマッチングができることから、収益確保以外のメリットも大きいと考えました。法人として新たな収益の確保を課題としていたことから、理事会でもすぐに理解を得ることができ、導入に至りました。

◆導入に当たっての苦労

私学では導入事例が少なく、情報収集やノウハウの確立に苦労しました。ルール作りは国立大学の例を参考にしつつも、学校独自で検討しなくてはいけない事項も多く、実施する過程で固めていくものもありました。例えば対象施設について、当初は学校側で選定した施設のネーミングライツ・パートナーを募集する「大学公募型」のみでした。ところが、企業と話をしていく中で、公募していない施設に興味を示すケースがあり、２回目の募集では企業等が命名権取得を希望する施設を選ぶ「事業者提案型」も実施しました。２回目で契約を締結した５つの施設のうち２つは事業者提案型によるものです。設置する「サイン」は企業の広告となるので、学生の目が集まるのはどういった施設かという視点から、同大学では想定していなかった学生ラウンジへの設定を希望されました。

命名権料は企業側に希望金額を提示してもらうのですが、最初は参考金額を提示していませんでした。１回目の事業実施後、契約に至らなかった企業にヒアリングをすると、予算を組むうえで目安金額が欲しかったと意見があり、２回目からは参考金額を設定しました。金額設定の参考とできる事例は少なかったので難しい点でしたが、同大学のネームバリューや立地、施設の用途や大きさ等から総合的に判断しました。

また、「サイン」の設置には工事が伴うため、学生が来なくなる春休みなどの短い期間で実施します。限られた期間の中でネーミングライツ・パートナーと「サイン」のサイズや設置場所の交渉をしなければいけないので、事前に

ルールを明確にし、スムーズに実施する必要があります。

　本事業は渉外課が中心となって企画・立案を行いましたが、「サイン」の設置に当たっては管財課と協議をしたり、寄附行為申請などの事務手続きは総務課が行ったり、学生目線の意見を取り入れるために学生教育部と協力したりするなど、法人全体で知恵を出し合いました。

　導入から事業の開始に至るまで苦労は絶えませんでしたが、企業の声を聞き、学内で協力をすることで基盤づくりが進められました。

◆ネーミングライツ・パートナーの募集

　募集活動は、ホームページに要項やリーフレットを掲載するとともに、中部大学幸友会（以下、幸友会という。）に向けても実施しました。幸友会は、同大学と地元の産業界や経済界によって外部組織として平成元年に設立された産官学交流組織で、９０８の法人会員と３０２人の個人会員（令和７年９月10日現在）で構成されています。そこでは幸友会の会員へのメール配信や、総会での声掛けを行い、ネーミングライツ・パートナー募集の案内を行いました。地域の特性上、工業・理工系のＢｔｏＢ企業が多く、若者の認知度を上げて採用に導くことを目的とする企業からの応募がありました。幸友会の企業とは、長年にわたり就職交流会や共同研究等を実施しており、信頼関係を築き上げてきたことも企業が応募をするきっかけとなったといえます。また、同大学はワンキャンパスにすべての学生が通っており、高校や中学も併設されているため、１万３０００人を超える学生生徒に見てもらえるという点も、企業にとっては魅力的だったのでしょう。

◆ネーミングライツ事業の効果

　同大学は、ネーミングライツ・パートナー側のメリットとして、広告宣伝効果やイメージアップ、リクルート活動の活性化等を掲げており、「サイン」設置の他、ウェブサイトや広報誌で愛称の普及と定着に努めています。こうした活動で在学生に対する企業の認知度が向上し、企業と大学に密接な関わりがあることのアピールにもなるので就職活動への期待を高められます。実際に、ネーミングライツ・パートナーからは、同大学からの学生の応募が増えたという声が上がっています。

　同大学にとっては、新たな収入源の確保につながっています。導入当初は、手探りでやっていたため情報収集やルール整備等の人的負担が多かったですが、「サイン」設置の工事費用等はネーミングライツ・パートナーが負担するため学校側には費用負担がなく、安定した収入を得ることができます。同大学の学生にとっては企業を知るきっかけとなるため、就職活動をするうえで選択肢が広がります。

　３つの学生ホールである湯浅糸道ホール、ＡＩＫＯＫＩＫＩ ＨＡＬＬ、ＴＹＫ Ｄｉｎｉｎｇでは、各施設のネーミングライツ・パートナー主催で学生への限定無料ランチを期間限定で実施し、学生から好評を博しています。この活動はメディアにも取り上げられたことがあり、知名度の向上や宣伝につながり、企業から喜ばれています。同大学にとっても本事業に興味を持った企業から問い合わせ受けており、事業を安定的に継続することが期待できます。

「サイン」を設置するAIKOKIKI HALL

◆今後の展望

　ネーミングライツ事業を長期にわたって継続していくためには、企業が本事業を実施したことで知名度の向上や募集人数の増加につながったという実績を積んでいくことが重要になります。引き続き、愛称の普及等により企業の知名度の向上に貢献し、就職につなげていくことで、本事業の効果を企業側に実感してもらおうと考えています。また、無料ランチのように、愛称の付いた施設を生かして企業と学校の双方にメリットのあるようなイベントを模索していきます。

～取材を終えて～

　少子化により学生数が減少していく可能性が高い状況下で、早い段階から収入の多様化を模索する重要性を感じます。同大学が取り組んでいるネーミングライツ事業は、私学での前例が少なく導入には苦労が多かったとのことですが、費用面の負担は掛からないため、安定的に収入を確保することができる点がメリットといえます。一方で企業に賛同を得るためには、地域や企業との信頼関係の構築や、魅力的な学校づくり、学生生徒の育成といった本来の教育研究活動の発展が欠かせないものであると改めて感じました。

　導入して間もない中でも成果を上げていますが、今後も本事業が学校や企業にとって魅力的なものであり続けるために、どういった取り組みを展開していくのか注目していきたいと思います。

（取材）私学経営情報センター