

学園ブランドで愛校心

多摩地域で大学などを運営する学校法人が、学校のロゴを入れたアパレル製品などオリジナル商品の開発、販売に取り組んでいる。モデル役を在学生が務め、職員と学生が一体となって商品のブランド化を進めようとしているのも特徴だ。こうした取り組みの背景には、学生や卒業生らの愛校心を育みたいとの思いがある。

(永野慎一)



TAMAGAWA

ミツバチをモチーフにしたロゴ (玉川学園提供)

玉川大

■ミツバチのロゴ

玉川大(町田市)を運営する学校法人玉川学園は、学園オリジナルのロゴが入ったアパレルなどをブランド化し、商品を販売する専用ウェブサイトを4月に開設した。サイトでは

Tシャツやポロシャツ、パーカ、スエットといった衣服のほか、ボールペンやハンカチなど贈答用として利用できる雑貨も購入できる。

同学園によると、商品に表示されるロゴは、教職員や在学生らが参加したミ

デザインを経て、計4種類のデザインを作成。校名のローマ字表記から「T」と「G」をあしらったもののほか、玉川大が国内で唯一ミツバチの総合研究機関を有することにちなみ、ミツバチをモチーフにしたユニークな意匠もある。



①玉川学園のオリジナルロゴが入った服を着た学生モデル。大学キャンパス内で撮影された(玉川学園提供)

アパレルや雑貨 学生、職員一体で開発

学生はロゴのデザインだけでなく、モデル役にも挑戦。サイトに掲載されている画像は、玉川大の2、3年生たちが学園オリジナルのトレーナーやパーカを着用し、キャンパス内で撮影されたものだという。

オリジナル商品の開発は、2029年に学園創立100周年を迎えるのを見据え、在学生や卒業生、保護者らの愛校心を醸成しようという企画されたという。学園のブランド強化を図る「玉川アスレチック・デパートメント」の内藤誠哉・課長補佐は「オリジナルグッズを身につけることで学校への意識を高めてもらい、みんなで100周年の機運を高めていければ」と話す。

■学外でも愛用を

玉川学園は、商品製造やサイト運営などを「アマダナスポーツエンタテインメント」(新宿区)に委託し、売り上げの一部が同学園に還元される仕組みになっている。同社が運営する「カレッジマーケット」でオリジナル商品の販売などを手がけるのは、玉川大をはじめ首都圏や関西、中京の計8大学に上り、今年度中に

同社でカレッジマーケット事業を担当するCMP事業部の古賀将司・ディレクターは「少子化が進む中、大学進学率は高くなっていく。大学側はオリジナルブランドの販売などを通じて卒業生たちとのつながりを深めるとともに、受験生に向けたPRにもつなげたい狙いがあるのではないかと分析する。

九州の大学も加わる予定という。