

## 「大阪大学経済学部同窓会」活性化のためのアプローチ

秋田航汰<sup>1</sup> 大竹文雄<sup>2</sup> 藤本智也<sup>3</sup> 藤田健史<sup>4</sup>  
川崎利咲<sup>5</sup> 野田隼平<sup>6</sup> 小野祐紀<sup>7</sup> 山根貴司<sup>8</sup>

### 要約

大阪大学経済学部同窓会は会費 納入率が低いという問題を抱えている。本研究の目的は、会費納入率が低い原因を経済学的に明らかにし、大阪大学経済学部同窓会が会員に提供するサービスについて具体的な改善策を提案することである。本研究では、大阪大学経済学部同窓会会員と、大阪大学経済学研究科および経済学部の在校生にアンケート調査を行い、大阪大学経済学部同窓会が提供するサービスへの需要を分析した。その結果、現状の同窓会サービスが会員および在校生の需要とマッチしていないことや、大阪大学経済学部同窓会が追加的に取り組むべき課題が明らかになった。具体的には次の内容である。現状実施されている異世代交流イベントではなく同世代交流イベントに需要があること、イベントの参加費や会費の金額設定が高いこと、会費の納入方法を増やすこと、会費の用途を明確にすること、SNS を導入することである。さらに、他学部・他大学の同窓会の事例を調査することで、実現可能性のある改善策を作成し、大阪大学経済学部同窓会に提案した。提案内容は、「同世代交流イベントの実現」、「若年齢世代向けのイベント参加費を低めに設定」、「卒業後すぐの人への会費割引」、「会費納入方法に QR コード決済を追加」、「会費の用途の明確化」、「公式 LINE・Twitter のアカウント開設」である。その結果、ほぼ全ての提案が大阪大学経済学部同窓会に認められた。

JEL 分類番号： C12, C13, D90

キーワード： 支払い意志額

## 1. イントロダクション

大阪大学経済学部同窓会（以下、同窓会）は、会費の納入率が低いという問題を抱えている。2020年度の会費納入率は全会員の約5%で、40歳代以下の世代のほとんどが各学年1~3%である。

このように会費の納入率が低くなる背景には、同窓会の会員と会費の規定があり、卒業生全員が自動的に会員となるが、会費納入は強制ではないので、会費を納入せずにフリーライドできるのである。利己的な個人を前提とすれば、会費納入率はゼロになってもおかしくない。同窓会サービスに対して、会員が会費を納入するようになるのだろうか。本研究の目的は、会費納入率が低い原因を経済学的に明らかにし、同窓会のイベント内容やイベントの参加費、会費関連事項（金額設定や納入方法など）、などについて具体的な改善策を同窓会に対して提案することである。分析は、2021年6月から2022年の11月にかけて行った。

## 2. 同窓会の問題点と仮説

### 2.1. 同窓会の現状（問題点）

同窓会は、3つの問題点を抱えている。第一に、会費納入率が低いことである。第二に、同窓会イベントの内容が若年齢世代の需要とマッチしていないために、若年齢世代を中心にイベント参加率が低いことである。第三に、会員への連絡手段がメールのみであり効果的な情報発信ができていないことである。

### 2.2. 仮説

(2.1)で述べた同窓会の問題点をふまえ、会費を納入しない会員の属性を3つ設定した。

属性1. イベントに参加していないので会費を納入しない

属性2. イベントに参加しているが会費を納入しない

属性3. 同窓会の活動を知らないので会費を納入しない

会費納入率向上のための仮説を、この3つの属性に対してそれぞれ設定した。

仮説1. イベント内容およびイベント参加費の改善が必要

仮説2. 会費関連事項（金額設定や納入方法など）の改善が必要

仮説3. 連絡手段の改善が必要

上記3つの仮説をさらに具体化する。

仮説1-a. 異世代交流より同世代交流のイベントを行う

仮説1-b. 講演よりビジネス系イベント(就活イベントやビジネス交流)を行う

- 仮説 1-c. イベント参加費を安くする
- 仮説 2-a. 会費の金額(5,000 円)を安くする
- 仮説 2-b. 会費の納入方法を増やす
- 仮説 2-c. 会費の用途を明確にする
- 仮説 2-d. 会費の支払い回数を減らす
- 仮説 3-a. 連絡手段に SNS を追加する

現状の同窓会サービスの内容を述べつつ、それぞれの仮説を設定した理由を説明する。同窓会の現状のイベントは異世代交流のイベントと講演が中心である。これらのイベントではなく、同世代交流のイベントやビジネス系のイベントに会員の需要があるのではないかと考えた（仮説 1-a、仮説 1-b）。イベントの参加費や会費に対する会員の支払い意思額が、現状の価格を下回っているのではないかと考えた（仮説 1-c、仮説 2-a）。会費納入方法について、現状は、指定金融機関口座から自動引き落としと郵便局から個別振り込みの 2 つである。キャッシュレス決済など多様な決済手段が普及している現代では、これら 2 つの納入方法に不満を持つ会員が存在するのではないかと考えた（仮説 2-b）。また、会費の用途は総会出席者以外には原則として非公表である。会費の用途が不明であることへの不安から会費を納入しないのではないかと考えた（仮説 2-c）。現状の会費支払い回数は年 1 回であるが、数十年分の会費を一括で納入する制度などにより、毎年会費を納入するという手間を省くべきなのではないかと考えた（仮説 2-d）。連絡手段について、現状はメールのみであるが、SNS が普及した現代においては SNS の活用が効果的なのではないかと考えた（仮説 3-a）。

### 3. 調査の概要

本研究で行った調査の概要は、大阪大学経済学研究科および経済学部の卒業生と在校生へのアンケート調査と、他学部・他大学の同窓会への聞き取り調査の 2 つである。

#### 3.1. Google フォームによるアンケートの概要

まず、同窓会会員に行ったアンケート（以下、卒業生アンケート）について説明する。2021 年 11 月 9 日（金）から 2021 年 11 月 22 日（月）までを回収期間とした。回収方法は、卒業生約 4,600 人に対し、Google フォームのリンクをメールにて配信する形式である。回収数は 236 で、有効回答数は 229 であった。

次に大阪大学経済学研究科および経済学部の在校生に行ったアンケート（以下、在校生アンケート）について説明する。2021 年 11 月に Google フォームのリンクを配信する形式で行

った。配信方法について、まず学内専用サイト内の掲示板に掲示し、次に大阪大学経済学部の学年ごとに存在するグループ LINE(学部非公認)で配信し、最後に本研究メンバーの友人に回答を依頼した。回収数は 100 で、有効回答数は 98 であった。

### 3.2. 他学部・他大学の同窓会への聞き取り調査の概要

アンケート分析で明らかになった提案の方向性をより具体的かつ実現可能なものにするため、2022 年 3 月から 4 月にかけて、他学部・他大学の同窓会に対してオンラインでの聞き取り調査を行った。

## 4. アンケート分析

### 4.1. 者層と年配層の定義

卒業生について、本章以降では「若者層」と「年配層」と定義して議論を進める。卒業年度によって定義を行い、「若者層」は 2000 年以降の卒業生、「年配層」は 1999 年以前の卒業生として定義する。

### 4.2. アンケート回答者の属性

おおむね幅広い世代から回答を得られたが、年配層は女性の回答者が少なかった。また、年配層の回答者の半数以上が「欠かさず」会費を納入している。しかし会員全体だと、年配層の会費納入率は高くても 20%程度であるから、回答者は会費を納入している人が多く、回答者のバイアスが懸念される。原則としてアンケート分析は全有効回答を使って行うが、会費を納入している人の意見が多く反映され、会費納入率向上につながらない可能性もある。そこで、(4.3)節では、会費未納者 だけの需要分析についても補足的に述べる。

### 4.3. 分析結果

#### 4.3.1. 同窓会イベントの内容

「イベントごとの参加意欲」について卒業生に質問をした。回答者全体では、同世代会食、同世代会合の平均値が高くなっており、有意な差がある。会費未納者では異世代交流より同世代交流を好む傾向がさらに強くなる。すなわち、異世代での交流ではなく同世代で交流するイベントに需要があることが示唆されたので、仮説 1-a が支持される。

#### 4.3.2. 同窓会イベント参加費に対する支払い意思額

同窓会イベントに対して、参加費の支払い意思額（参加費として最高でいくら払っても良

いか)を卒業生に質問した。現状の異世代会食イベントに「同窓会セミナー」があり、参加費は3,300円である。この価格と、異世代会食への支払い意思額との関係について、若者層の支払い意思額の中央値(2,700円)が3,300円を下回っている。また、若者層の支払い意思額の平均値(2,552円)と3,300円との差が有意かどうかt検定を行ったところ差が有意であった。したがって、現状のイベントの金額設定が若者層にとっては高いことが示唆されたので、若者層に関しては仮説1-cが支持される。

#### 4.3.3. 会費の支払い意思額

在校生アンケートの質問を使って、会費の支払い意思額について分析した。同窓会の現状の会費である5,000円を支払っても良いと思う人は上位25%である。アンケートに答えた人は比較的同窓会に関心がある人で、在校生全体を母集団にした場合はもっと割合が低い可能性がある。したがって在校生にとっては現状の会費5,000円が高いことが示唆された。

#### 4.3.4. 会費支払いへの要望

会費支払いへの要望(現状がどう改善されれば会費を支払うか)について、卒業生に質問した。若者層全体と若者層の会費未納者の結果は同傾向であり、有意な差はなかった。「卒業生向けイベントを増やすべき」に関して、若者層は67.1%で、「会費を安くするべき」に関して、若者層は47.1%である。これらに加えて、若者層には新たに2つの強い要望が存在することが明らかとなった。それは「会費の用途を明確にするべき」(84.7%)と「支払い方法を多様化するべき」は(77.6%)である。

若者層の中で相対的に強い要望として特に支持される仮説は、仮説2-bと仮説2-cである。

#### 4.3.5. 会費の納入方法

(4.3.4)で「会費の支払い方法を多様化するべき」という要望があったので、会費の納入方法についてどれがよいか卒業生に質問した結果を記す。

最も多い回答がクレジットカード決済で、85人中71人(83.5%)。2番目に多いのがQRコード決済で、85人中49人(57.6%)だった。

### 5. 考察(他の同窓会の取り組みをふまえた具体的な提案)

#### 5.1 イベントの内容

(4.3.1)の分析結果から、異世代交流と比較して同世代交流に会員全体の需要があり、それは年会費を支払っていない層で顕著であるとわかった。しかし、懇親パーティーや同窓会セ

ミナーなど、現状の同窓会のイベントはほぼ全て異世代交流を目的としている。すなわち、現状の同窓会のイベント内容が会員全体の需要とマッチしていない。したがって「若者層が集まるイベント」が必要だと考えられる。

## 5.2. イベントの参加費

(4.3.2)の分析結果から、イベントの現状の金額設定が若者層にとっては高いことが明らかになった。提案としては、若者層向けイベントと年配層向けのイベントで金額設定を変え、若者層向けのイベントの金額設定を低くすることが考えられる。

## 5.3. 会費の支払い意思額

(4.3.3)の分析結果から、卒業後、会費 5,000 円を支払う意思がある在校生は少なく、また(4.3.4)の分析結果でも、会費を安くしてほしいと要望する若者層が約 47%いるとわかる。ここで留意すべきことは、この分析に使われた回答が在校生のものであることである。この点を考慮して、在校生と年齢が近い、卒業後すぐの人に対して、会費の割引を提案する。

## 5.4. 会費支払いへの要望

まず、会費の用途を明確にすることについて、収支報告書を会報に載せるだけで、会費の用途を明確にしたことになるかは議論の余地がある。会費の用途についての効果的な情報発信の仕方については今後の研究課題であると考えられる。

次に会費の納入方法について、クレジットカード決済導入の費用や手間を考慮し、卒業生アンケートで 2 番目に多かった QR コード決済の導入を提案する。

## 6. まとめ

本稿では、大阪大学経済学部同窓会が会員に提供するサービスに対する需要を分析した。その結果、現状の同窓会サービスが、会員および在校生の需要とマッチしていないことや、同窓会が追加的に取り組むべき課題が明らかになった。さらに他学部・他大学の同窓会の事例を調査し、実現可能性のある改善策を同窓会に提案した。

## 引用文献

- ・大阪大学経済学部同窓会ホームページ（閲覧日 2022 年 12 月 19 日）  
<https://machikaneyama.jp/>
- ・大阪大学経済学部同窓会会則（閲覧日 2022 年 12 月 19 日）  
<https://machikaneyama.jp/about/kaisoku/>