

平成 27 年 8 月 9 日

公益財団法人
船井情報科学振興財団御中

シカゴ大学経済学研究科
潮田佑

2012 年度派遣奨学生第 6 回報告書

シカゴは夏の陽気となりました。プログラムの 3 年目を終えようとするにあたり、前回の報告書以降のシカゴでの研究と生活の状況を報告させていただきます。

1. プロポーザル・ディフェンス

私は現在、経済学部博士課程プログラムの 3 年目を終えようとしています。シカゴ大学のプログラムにおける次の大きな山場は、4 年目の 6 月までに行われるプロポーザル・ディフェンスとよばれる論文発表です。5 年でプログラムを修了しようとする人は、その約 4 ヶ月後に就職活動が始まるので、このプロポーザル・ディフェンスでは完成稿に近い質の論文を提出することが求められます。この論文発表では自分の選んだ 3 人の教員が多くの質問を投げかけてくるので、これに（ある程度）的確に答えてパスしなくてはなりません。

私は産業組織論の中でもなにかと触れる機会の多かった広告研究の分野で、論文になりそうなおもしろいアイデアがないか探しているところです。広告研究というのは経済学でも比較的先行研究の多い分野ですが、インターネット・ショッピングサイトやマーケティング会社のデータ蓄積が進んで最近さらにおもしろくなってきた分野です。次回の報告書に何かおもしろい研究の進捗状況を記載したいと考えています。

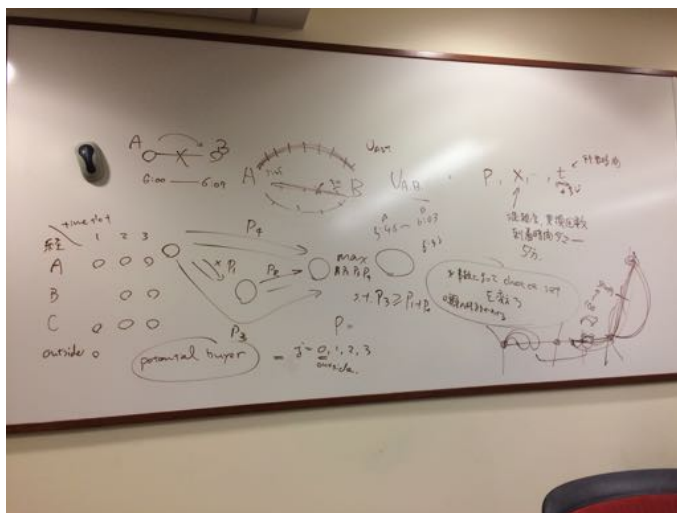


2. 家族の経済学

最近はこれまでの研究分野である産業組織論に加えて、「家族の経済学」と呼ばれる分野も勉強しています。コロンビア大学のキアポリ教授とユニバーシティ・カレッジ・ロンドンのブランデル教授が中心となって開拓した分野で、家計を一つの意思決定主体として扱ってきたこれまでの伝統的なマクロ経済学とは異なり、家計の中に夫や妻、子どもなど複数のメンバーが存在することを明示的にモデル化します。一国の GDP 成長率や失業率などの大きな数字を扱うマクロ経済学では、これまでは近似的に家計を単一の意思決定主体として扱うことにあまり不都合は生じなかったのですが、実際の世界ではもちろん家庭の中でなんらかの話し合いを行って、労働供給や資源配分が決定されるわけです。このように家庭内の話し合いや交渉をモデル化することによって、これまでは取り上げることでできなかった質問に答えることができるようになります。家庭内で効率的な資源配分がなされているか。カップルが結婚すると、夫と妻それぞれの労働供給や貯金額はどのように変化するか。結婚という契約は各自の失業に対する保険としてはたらきうるか。経済学者たちは以上のようなたくさんの疑問に答えてきました。

このような基礎知識は、ヴォエナ助教授による授業を先学期履修して学習しました。彼女は離婚法と資産形成に関するすばらしい博士論文をスタンフォード大学で書いてシカゴ大学に就職したいいわゆる「スター」で、その博士論文は長い査読期間をへて、最近トップジャーナルに掲載されました。ちなみにヴォエナ先生は最近出産し、その経験が研究の興味対象に多少の影響を与えたということです。これまで彼女には研究の有効な助言をもらうことができたのですが、今年自身の研究専念期間に入り、イェール大学に客員助教授として引っ越して行ってしまいました。家族の経済学のようにニッチな分野は、一人の教員の異動で学生や他の教員が大きく影響を受けるものだと今実感しています。

私がこの家族の経済学という分野に興味をもった理由は、出産の意思決定を分析したいと考えたからです。一国の生産性や財政状況というものが総人口や年齢構成に大きく依存することは明らかで、日本経済もちろん例外ではありません。個人的には出生率が上がって年齢構成が若返ることで、日本経済のさまざまな問題が長期的に解消するのではないかと考えています。このようなモチベーションを持っていたため、家計というのほどのようにして子どもを産むという決定をするのか研



究してみたいと考え、家計経済研究所のパネルデータの分析に取り組んでみました。残念ながら、子どもを産むという事象は各家庭にそう何度もあることではなく、何か意味のあることを言うにはサンプル数が不十分でした。また人々が子どもを産んだり育てたりする理由は非常に複雑で、経済学、社会学、人口学を見渡してみてもまだうまくモデル化されていないようです。特に経済学では故ベッカー教授の業績以来あまり進展が見られず、まだまだ未成熟だというのが正直な感想です。しかし、データをたくさん集めて経験的事実を真摯に見つめる研究が徐々に進められているので、私も今後モデル化まではいかなくとも、何かしらの実証的事実を明らかにできればな、と考えています。また、手に入れたパネルデータもせっかく処理を施して分析をしやすいように加工したので、個人消費に関する研究に応用できないか先生と相談しているところです。

3. データを求めて

広告研究でも家族の経済学でもそうですが、データをいじりながら徐々に分かってくるのは、データの使い方をわかっている人物でないとデータを収集できない、というあたりまえの事実です。調査の質問項目を設定したり、サンプリングの方法を決めたり、サンプル数を決めたりするためには、そのデータが使用される学問分野の知識が決定的に重要になります。また、変数が多ければ多いほどその組み合わせでできる分析が累乗的に増えるのですが、その辺の肌感覚を獲得するのがなかなか難しいように思います。普通はその調査が始まる前に学識経験者やデータ・サイエンティストと呼ばれる人々が相談に乗っているのであまりひどいことにはなりません、それでもサーベイの質問の選択肢などに疑問を感じる場合があります。

また、ここ1年ほどデータにアクセスしようといくつかの日本の公的機関や企業に問い合わせをしていますが、プライバシー上の理由から非常にアクセスが難しいと感じています。基本的には正面から問い合わせても丁重に断られることが多く、公開されているデータでも制限がかかっていて研究に支障をきたしたりします。匿名化されたデータがプライバシーに影響することは極めて限定的な状況でしか発生しないので、その状況を取り除いたうえで、国民生活の厚生向上のために基本的にはオープンアクセスにしてほしいと感じます。

以上ご報告とさせていただきます。末筆ではございますが、このような機会をいただいたことを改めて感謝し、今後とも勉学・研究に励む所存です。日本では暑さのますます厳しい頃かと思いますが、財団関係者の皆様もお体に気をつけてお過ごしください。