



星野 崇宏 教授

専門:統計学、マーケティング

(インタビュアー:青竹)

『自身の研究とゼミの活動内容』

Q.星野教授の専門とされている研究内容を教えてください。

応用としてマーケティングや行動経済学など幅広くやっていますが、もともとは統計学の研究、その中でも統計的な因果効果推定の研究をやっていました。具体的には政策や、企業の広告やプロモーション、教育プログラム、医学の治療法などといった評価などをする際には、もともとのベースライン、例えば事前の売り上げ、学力や他の病気の有無などといった、いろいろな要因が関係しているので「本当にその政策やプロモーション、プログラムの効果なのか？」は単純には分かりません。そこで純粋な政策やプログラム、治療法などの効果（因果効果）を、統計学を使って調べる方法が統計的な因果効果推定です。

心理学や脳科学の研究も以前から行っていて、どんな場合に人は合理的に行動するのか、あるいは非合理的になるのかをとといったことに関心があります。

そしてそれを購買行動などに活かすとなるとマーケティングになりますので、いわゆるビッグデータといえる大規模なデータを様々な企業から利用させて頂き、人々の意思決定がどのように行われているのかを統計学的手法と行動経済学や心理学の知見を活かして研究し、さらにはそれを実務に活かすお手伝いもしています。

ゼミではゼミ生の関心に合わせてプロジェクトを割り当てていますが、マーケティングをやる学生の場合は共同研究先の企業が行っているデータ解析や企画を少々背伸びして体験してもらうことで企業が求めていることを理解してもらい、実力をつけるお手伝いをします。実際に、例えば5000万人の会員をもつ

ポイントカードのデータから消費者の行動を理解し高度なデータサービスを提供する、スマホやPCから得たWeb閲覧データの活用、スーパーでの顧客の購買データをもとにメーカーや広告代理店、商社とともに最適な施策を立案する、などに取り組んでもらっています。マーケティング以外にも、とある自治体の20年以上にわたる住民全体の健診データや世帯調査から健康維持行動をいかに進めるか、(Line社様と)SNSでのネットいじめの理解と防止など、様々な分野に統計と行動経済学を役立てるプロジェクトに参加する学生もいます。

『オン・ザ・ジョブ・トレーニング』

Q.星野教授の教育理念について教えてください。

自分もそうでしたが、講義や輪読で学問を身に付けようとしても中々意欲は沸かないし、それが何の役に立つのか、それによってどんなことが分かるのかというのは実際に課題に向き合わないと理解できないものです。そこで【オン・ザ・ジョブ・トレーニング】、つまり具体的な課題を解決する中で知識を身につけるスタイルのゼミを行っています。

具体的には、学外のマーケティングやデータ分析のコンペ、企業との共同研究といった外からの評価を受ける場に出て、そこでの課題を解決する為にはどういった知識やスキルが必要なのかを考えながら学ぶ、といった形で指導をしています。

『統計学、行動経済学、そしてマーケティング』

Q.星野教授の学生時代について教えてください。

大学は東大でして、入学時は理系で入りました。バイオテクノロジー、今でいえばIPS細胞みたいなことを夢見ながら勉強をしていたのですが、いざ専門に進学するに当たって研究室を訪問するにつれ、「教授に歯車のように割り当てられた仕事をしていく」システムが自分に合わないと感じ、だんだん興味が文系に移ってきました。専門では経済学も考えたのですが、当時の日本には行動経済学などという言葉もまだなく、伝統的な経済学の「人間は合理的な存在だ」という仮定は現実を見ていない、と納得がいかなかったんですね。そこで心理学に移り、数学が得意だったこともあり心理学でも必要とされる統計学を専門にすることにして、そのうちに統計学と心理学の分野を併せ持つマーケティングを企業の方などと共同研究するようにもなりました。

その結果、今では統計学と行動経済学、そしてマーケティングを三本柱として研究を行っています。

『実践的な活動に意欲のある人を求む』

Q.星野教授のゼミを希望する2年生に求めるものはなんですか。

教授としての研究分野の区分としては統計や計量となっていますが、慶應経済のゼミとしては、企業に入ってからでも通用するような実践的なマーケティングを統計と行動経済学をベースにやれるゼミはほかにはないと思いますので、そういったことに興味がある人に来ていただきたいです。

ゼミとして【オン・ザ・ジョブ・トレーニング】を行っているので、コンペに出場したり、企業の方を前にプレゼンを行ったりといった実践的な活動をいとわない人に来てもらいたいです。またグループごとで作業をしてもらうので、グループでの作業が苦にならない最低限の協調性が必要ですし、加えてグループを主体的に引っ張っていける人、アイデアを出せる人なども望ましいです。

もちろんビッグデータ解析や行動経済学の実験をバリバリやりたい人には相応の面白い場を提供できるとは思いますが、皆がそうである必要はなく、多様性を重んじたいと考えています。

…あとは最低限の統計の考え方が理解できること（笑）。データを取り扱う作業が必ずしも好きである必要はないのですが、嫌ではない人は是非志望してください！

『残る仕事とは？』

・最後に2年生へのメッセージをお願いします。

人工知能がどんどん定型的な仕事を奪っていく時代の中で、残っていく高度な（つまり慶應経済の卒業生が就くであろう）仕事は何でしょうか？

少なくとも「研究開発」は必ず残りますので、経済学の研究をしたいという方は頑張って勉強してください。しかし、ほとんどの学生さんは学者になるわけではないでしょう。では他に何が残るのでしょうか？

人工知能、あるいは機械学習がビッグデータから行えるのは結局過去のパターンの発見でしかないわけで、そういったものも一部は活用しながら「国民や消費者、企業の行動メカニズムを踏まえた政策立案や企業経営戦略立案をし、そのリスクを引き受ける」意思決定の仕事や「様々な知識と経験を生かしてク

リエイティブな企画を行う」仕事は今後さらにニーズが高まるでしょう。世界的な企業、たとえば google や amazon でこういった仕事を行っている人の多くは経済学の博士号を持っている、つまり実は経済学はパターンが発見を超えたメカニズムの理解ができることが強みであり、それは人工知能にはまねができない、ということをご存知でしょうか？そのように考えると、2年生での勉強はまじめに取り組んで損はないですね。

最近以前に増して高度な学問知識が仕事に要求される時代になっています。実は今やっている勉強は実は本当はすごく意義があるということ、多分後になって理解して「勉強しておけばよかった」となるのはすごく残念なことですが、多くの企業の方とお話していてよくそのようなことを耳にします。

但し勉強をするモチベーションを維持するのは容易ではないと思いますので、少しでも社会の動向に目を向けて、今の勉強を自ら意義づけるのがよいと思います。

【編集後記】

星野教授は初めてお会いした時からやわらかい雰囲気をお持ちで、とても会話が弾みました。しかし学生が社会に出たときを見通し、教育においては非常に実践的な学生の「為」になる指導を心掛けている様子でした。

これからゼミを決める2年生は、分野を絞ることも大切ではあるが、是非教授に直接お会いして人柄に触れることもお勧めしたい。

教授は多忙の中快くインタビューに応じて頂き、常に丁寧な対応をしてくださいました。この場をお借りして心から感謝を申し上げます。ありがとうございました。

文責：青竹 優