

経済学者、企業の参謀に 最新理論でビジネスに貢献

経済 ネット・IT

2020/1/25 23:00 [有料会員限定]

保存 共有 印刷 複製 投稿 検索 その他



通販サイト「ソゾタウン」は客が好みにあった服を選びやすくするため、ミクロ経済学の知見を生かす。

ミクロ経済学者が企業と組む動きが出てきた。学者が経済学や数学の知見をもとに助言し、企業は通販サイトの運営などに生かす。海外では「ダイナミックプライシング」（変動価格）など学者の見方をビジネスに生かすケースが増えてきた。日本の学者も、企業の参謀として活躍しそうだ。

米エール大学の成田悠輔助教授は今冬、衣料通販サイト「ソゾタウン」の研究開発チーム「ZOZO研究所青山」と共同研究を始めた。経済理論を生かし、ソゾタウンの洋服の検索のしやすさや客への推薦機能を高め、これまで以上に個々の客の好みにあった洋服を提供できるようにする。

成田氏は、膨大なデータを人工知能（AI）で分析する「機械学習」と、集めたデータの因果関係を推測する「因果推論」の手法を使う。過去のデータを分析し、どういったサイトを作ると、どんな反応が起きるか、理論だけで事前に評価する。

サイト開発では「A/Bテスト」がよく使われる。2つの案を試行する手法だが、コストがかかり、ユーザーが不快な思いをすることもある。成田氏の手法なら、A/Bテストを繰り返さなくても、どのサイトがよいかが判断しやすいという。



④画像の拡大
米エール大学の成田悠輔助教授

ZOZO研究所の松谷恵郎氏は「サイトの改良方法は無限。どの方法がベストか、成田氏の協力で理論的な指針を得たい」と話す。開発コストを抑えながら、利用者の満足度を高め、サイトの閲覧数や売り上げの増加を狙う。

慶応義塾大学の坂井豊貴教授は2018年から、不動産オークションを手掛けるデューデリ&ディール（東京・千代田）のチーフエコノミストを務める。同社は5億～10億円程度の不動産売買を年35件程度手掛ける。不動産はどれも1点しかなく、過去の取引データを生かさないのが難点だ。



④画像の拡大
慶応義塾大学の坂井豊貴教授

坂井氏は、不動産を効率よく売買するため、オークション理論を用い、入札者の人数などからオークションと相対取引のどちらにするかなどを提案する。うまくいけば、不要なオークションを減らせる。同社の今井誠取締役は「不動産業界は勘や経験がものを言う。そこに学問の力を入れ、売り買いの選択肢を広げたい」と期待する。

米国では企業が積極的に経済学者の知見を取り入れている。米グーグルはマーケットデザイン（市場設計）理論を生かし、ネット広告枠を効率的に販売しているとされる。

米スーパーテクノロジーズも、需要と供給に合わせて価格をリアルタイムで変動させる「ダイナミックプライシング」を用いて急成長した。その設計を担ったのはカリフォルニア大の行動経済学者だ。ダイナミックプライシングは日本でもチケット販売や小売店に導入が進みつつある。

経済学は進化し、実証への応用が進む。2019年のノーベル経済学賞受賞者も実験により効果を確かめ、世界的な貧困の具体的な解決手段を示した点が評価された。坂井氏は「経済理論を実生活に生かそうという流れがある」と話す。

企業は膨大なデータを効率よくさばき、勘に頼りがちな経営判断を理論化したい。日本でもデータ分析などで経済の知識を持つ人材の採用は広がっているが、本格的な経済理論の活用はこれからだ。生活に密着した様々な分野で経済学を生かせるかどうか企業の成長を左右する。

（福山絵里子）

マーケットデザイン理論 最適な組み合わせを実現させる市場設計を研究する経済学の理論。望ましくない組み合わせを避けるために編み出された数式が、米国の研修医の配属決定の仕組みと同じであることをアルビン・ロス教授が発見。研究成果を実際の制度づくりやサービス設計に直接生かせる研究分野として発展した。同理論を専攻する経済学者は企業も即戦力として生かしやすいため、需要が供給を上回る状態が続いている。