

京都大学公共政策大学院

岩瀬 祐介 講師

学生時代について

—専門分野を志したきっかけは何ですか？

経済学を勉強するようになったきっかけは漠然としてまして。話は高校時代に遡るのですが、高校は熊本県の田舎にある、大体偏差値50後半くらいのところでした。そういう田舎の高校だと、国公立大学に行つてほしいと言われてがちです。加えて、あんまり先生方が学部選びに関してアドバイスをしてくれたかという結構怪しくて、この大学はいいよというアドバイスはあっても、この学部が向いているんじゃないかっていうのは、

あまり聞かなかった印象がありますね。だから僕も基本的には大学名だけで模試を受けていて、志望学部に関しては初めに工学部を選んでいて、次に芸術学部、で、法学部、社会学部、最後に経済学部。最終的に受かったところが経済学部なので、本当にたまたま経済学部に入ったということで、まあ入ったからには経済学をやらなければならぬので、やったということですよ（笑）。経済学がどんなものかも全く知らず、勿論他に志望していた学部、法学部とか社会学部がなんなのかってことも分からず。とりあえず入ったところが経済学部だった、という感じでしたね（笑）。

—学部時代のゼミではどのようなことをしていましたか？

僕は二つゼミに入っていて、ひとつは経済学の基本的なことを学ぶもので、もうひとつはもうちよつと分野を絞つて学ぶものです。後者の内容が今の研究分野に繋がっています。そこではゲーム理論と呼ばれる分野をやっていて、特にその中でもマーケットデザインという分野をやっていました。世の中には色々なルールや制度がありますが、これまでそれらは慣習的に使われてきていて、そのようなルールや制度が本当に良いのか悪いのかというのは置き去りにされ

たままでした。マーケットデザインは、こうしたルールや制度をも

う一度ちゃんと見て考えてあげて、

良いのか悪いのかっていうのを結論付ける。そしてもし悪い点があるとするならば、その改善案まで出してあげるといふ分野です。ちよつと抽象的なんですけども、マーケットデザインのスピリットは、悪いものは良いものに変えていくという

こと。そのことを経済学の力を使いながら研究しているということです。

—どのような経緯でゼミを選ばれましたか？

一つ目のゼミは、当時別の大学

から赴任して来られた先生で、僕たちの代でゼミ1期生ということ、何でもやれる状況でした。先輩もおらず、のびのびやれるということで選びました。二つ目のゼミは、単位取得にはならなかったんですけど、聴講という形で参加してました。学部3年生の時に受けた講義でそのゼミの先生と仲良くなって、「単位はあげることができないけど、聴講に来ないか」ということで、誘われた形で入ることになりました。

—偶然が重なって、今の専門分野の先生に出会われたのですね。

そうですね。二つ目のゼミの先生は今でも仲良くしていただいて、一緒に共同研究する仲になりました。当時その先生は、アメリカで博士号を取って、日本に戻ってこられて1〜2年でした。学部3年

生以上の講義しか受け持つておられなかったのも、実は学部2年生のときまではその先生のことは知らなかったんです。噂ではちょっと怖い先生と言われてました(笑)。実際はそんなことはなく、3年生の初回授業に行ってみると、怖いというのは教育熱心ということでした。今までいろんな経済学の先生と会いましたが、多分その先生が一番教育熱心なんじゃないかなというふうに思っています。

—アカデミアの道に進まれたのもその先生の影響なのですか？

最後の後押しはそうです。ただ、大学院に行こうと最初に思ったのは、学部1年生の夏休みでした。サークルに入ってたので、普段はバイトか授業を受けるかのどちらかでした。夏休みになるとバイトしなくてとても暇だった

ので、後期の予習をしてたんです。そして、その時に会ったのがゲーム理論という分野でした。当時は卒業後にどうするか何も考えてなかったんですけど、ゲーム理論で大学院に行けるならいいなということ、1年生の夏休みから大学院進学を考えるようになりました。

—かなり早い段階で考えられていたのですね。

実際に行くぞと決めたのは3年生、ゼミに入ってからでしたね。横浜国立大学の学部時代には、同大学の大学院で開講されている授業を取るようになっていました。進学した大学院は東京大学なんですけど、東京大学の学生はすごく優秀だと聞いていたので、早いうち早いうちに、先取りで勉強をするようにゼミの先生たちからも言われていました。

—学生時代はどのように過ごされていましたか？

僕はサークルに入っていませんでした。サークルに入らないとなかなか知り合いが増えないので、大体、まあ1人か2人くらい、いわゆる「ヨッ友」ですかね(笑)。大学での最初の2年はそういう感じでした。3年生になるとゼミがあつて、僕のゼミの同期は大学院に行く人が多かったのも、一緒に勉強会をしていました。色々情報をあげたりもらったりして、3年生以降は大学生らしい生活をしていました(笑)。

—影響を受けた人物は、先ほどの2つ目のゼミの先生ですか？

そうですね。熊野太郎先生^①という方です。熊野先生は面白い先生で、慶應義塾大学のご出身な

(1) 横浜国立大学大学院国際社会科学部准教授。専門はマーケティングデザイン、ミクロ経済学。

のですが、1年留年された期間に一人でアメリカにバックパッカーをなさっていたようです。元々は国家公務員総合職を志望されていた、試験は合格なさったのですが、官庁訪問に行かなかったのか、結局公務員にはならず京大大学院の経済学研究科に來られました。2年間修士課程を学んだあとに、アメリカの大学院で博士課程を5年くらいで終えられて、日本に帰って來られた方です。アメリカの生活が長いので、アメリカ流というか、日本の公立小学校のように下に合わせる授業ではなくて、上を伸ばすような授業を展開されることが多いかったです。それは当時大学院に行きたかった僕にとってはすごくありがたいことでした。勿論難しいんですけど、ついていけないことはなくて、僕のような学生に対してすごくウェルカムでした。3年生以降は週2〜3回、先生の研究室で5〜6時間ほど勉強会をやっていました。先生自身が

研究のみならず、学生を育てることにも熱心な方でしたね。多分僕はその影響をすごく受けていて、他の先生方よりも教育に対するエフォートのかけ方というのは、ちょっと強いかもしれません。

―異色の経歴の先生ですね。

異色の経歴ですけど、熊野先生の京都大学時代の指導教官の先生から伺うと、「熊野は当時勉強できなかったから、どうなるかと思ってたけど、少なくとも今は教育はできる」と。勿論研究経歴もすごいんですけど、熊野先生への誉め言葉のひとつとして、その先生は「教育に関しては俺は負ける」とおっしゃってましたね。

専門分野について

―先ほど少しお聞きしましたが、マーケットデザインの中でも特にどのようなテーマで研究されてい

ますか？

特に、人と人とか、人とモノをくつつけるような、「マッチング」と呼ばれる話をメインにやっています。すごく身近な例で言うと、

合コンで男女がいて、男性は女性に対して好き嫌いがあって、女性は男性に対して好き嫌いがあって、お互いが好き嫌いを持っている中で、どのようにマッチさせるのがいいのかということを考えます。もうちょっと真面目な話で言うと、

医学部を卒業した研修医というのは、研修医として働く病院を探す必要がありますが、他方で病院も研修医として雇う学生を探す必要があります。その時にどうやってやるかという、研修医は行きたい病院順にランキング付けをして、病院は来て欲しい学生順にランキング付けをして、そこで上手いルールを使うことによって、何かしらの意味で望ましいマッチングというのをコンピューター上で計算し

てあげるということです。マッチングの対象も、人と人、もしくは学生と企業とであったり、従業員と部署であったりと様々です。

そのほか、医療の分野でのマッチングもあります。腎不全という病気になる、基本的には2通りの治療方法があります。一つは人工透析をすること。これは週に何回か病院に通って数時間処置を受けなければならぬことと、お金がかかるので、トータルのコストがすごく大きい。二つ目の治療法としては移植をすること。腎臓は一部を分け与えても生きていくことができるので、パートナーが腎不全になったときには自分の腎臓を分け与えるということはあるんですけど、血液型の適合不適合などの様々な条件があり、必ずしもドナーが見つかったからといって手術できるわけではないのです。しかしもし、ドナーと不適合な、つまり手術できないペアが2組いるとしたら、お互いのド

ナーを相手に交換することで、適合する可能性が生まれるわけです。こういう場合は、ドナーと患者のマッチングということで、僕の専門分野であるマッチングの知見が活かされています。人と人、人とモノのマッチングは色々な場面で見られるので、新しく出てきた色々な市場でマッチングの理論の知見が使えないか、ということが昨今模索されているような状況です。

—幅広い分野で使われているですね。

そうですね。日本でいうと、例えば待機児童の問題が挙げられます。数年前には「保育園落ちた、日本死ね」というブログもありましたね。保育園の問題は、これまでのマッチングの問題とはちよつと違った問題があります。というのは、保育士一人当たりが面倒をみることができる子供の人数が子供の年齢によって変わるんですね。

幼い子のクラスほど一人の保育士が担当できる子供っていうのは少なくなるので、保育園に保育士が

何人いるかによって、その保育園が用意できる各年齢のクラスの定員がそれぞれ違うわけですよ。そのような場合には従来のマッチングの話そのまま応用することはできません。このようなマッチングを「制約付きマッチング」と言つて、個々の市場に特有の制約を考慮しながら、最適なマッチングを計算する方法を生み出すというのが、最近日本で流行っています。今僕が研究しているのもこの「制約付きマッチング」です。マッチング理論は色々な応用可能という点では魅力的なんですけども、最近で言うレッドオーシャンになっているというか、色々な方々がこの分野に参入しているので、すごくコンペティティブな研究状況となっています。

—専門分野の面白さや魅力についてお聞かせ下さい。

これまで深く考えずに使っていたルールがこういう意味でいいのだ、という気付きがあるのがやっぱり嬉しいですね。研究にするためには、ルールに悪い点があったらどう改善していくかっていうところまで必要ですけども、最初の着眼点として、一度これまで使っていたルールを疑ってみるという姿勢は面白いですし、この分野をやつてよかったと思います。普段の生活ではあまり気付かないことでも、いろんな良い点もあるなあと気付けるようになります。

—最近、おつしやつているような「気付き」を得られた出来事はありますか？

最近で言いますと、ハーバード大学が黒人を優遇していたアドミッシヨンポリシーが違憲だという話

です。アファーマティブアクションという方策が違憲だという話なのですが、アファーマティブアクションもマッチングの話で取り入れることができます。例えば各学校でマイノリティを何割受け入れないといけないとか、逆にマジョリティを何割までしか受け入れてはならない、というような制約を入れてマッチング問題を解くことができます。そのため、アファーマティブアクションの問題は、これまでマッチングの領域では盛んに研究されていた内容です。ただそれが違憲になったとしたら、そのアファーマティブアクションを設定すること自体がそもそも憲法に反するので、やつても無駄な研究というか、そういう研究をしようとはしないわけです。法律や憲法に基づくアファーマティブアクションを取り入れてみるとか、法律と両立可能なアファーマティブアクションの政策を考えてみるという方向にも進みうるのではない

かと思っています。

—いわゆるクオータ制なども関心領域に関わってくるのですか？

そうですね。実際にそのクオータを厳密に満たさなければいけない状況もあるかもしれないですけども、例えば大学入試だと入学を辞退する人もいるので、そういう時は200人の枠で190人しか来なかったとか、逆に205人通ってしまったという状況もあるんです。クオータに関しては一つの大きな研究の流れです。基準を厳密に満たすのか、もうちょっとフレキシブルに1割程度だったらOKとするか、方針によって大きく変わります。

—専門分野と公共政策とのつながりについてお聞かせ下さい。

マーケットデザインというのは悪いものを実際に改善してこういう

ということなんですけれども、改善するのは僕たち研究者ではなく、政策担当者や自治体の方です。そういう方々が僕たちがプレゼンした内容を理解できないと、勿論プレゼンの仕方にもよりますけど、これを自分の自治体に導入していいのか、となるわけです。一つの制度を改善するという流れの中では、色々とアンケートを取ったり自治体との交渉であったり、政策当局と一緒に仕事をしていくことが大事です。その意味では僕のような研究しかやってないような人間であっても、実際にルールを改善するときには、その自治体の文化や、法律・条例まで理解しておかないといけないというのがあります。

—現実志向で考えないといけないということですか？

そうですね。大学院では純粋に理論だけやってれば楽しかったん

ですけど（笑）。ただ、このマーケットデザインの分野が結構応用に向かっていて、理論研究はそこまでホットではないので、そうすると自分の研究をいかにプレゼンしていくかとか、いろんな方々とお人脈を持って、どうしたら伝わりやすいのかとか、もしくは相手方の文化とか習慣とか、そういうものをちゃんと理解するっていうのがまず大事になってきます。

担当科目について

—学部や大学院ではどのような科目を担当されていますか？

大学院では経済学の基本科目としてミクロ経済学とマクロ経済学です。学部も名前が変わっているだけで、同様にミクロ経済学とマクロ経済学を教えています。

—学部と大学院とでは授業内容を変えていますか？

公共政策大学院に入ってきてミクロ経済学やマクロ経済学を受ける学生は、経済学のバックグラウンドがほとんどない学生ばかりです。しかもこれからほぼ2年間で卒業していくという方々です。ですので、やはり理論的な内容よりも、何が嬉しいのかとか、どこで使えるのかとか、そういうことを意識しつつ教えています。これから民間企業に行くにしても、政府関係機関に行くにしても、データを見る機会はすごく多くなると思うので、データの見方も意識して授業しています。一方で学部1年生はほぼ全員が学部の試験を突破してきており、ある程度の数学の能力はあると思っていますので、数学を用いて説明する分を多くしています。金融論や財政学などの更に細かいトピックコースが2年生3年生に用意されているので、少なくとも学部1年生のうちには基本的な分析道具を身に付けるとい

う意味も込めて、数学色を濃くしています。

―公共政策大学院の授業を担当して感じたことはありますか？

公共政策大学院に入ってきた1年生って、意欲的な方が多いと思うんですよ。まあ2年生になったら分らないですけど（笑）。1年生の前期、これは多分2年間で

一番やる気がある時だと思うんです。そこで僕が授業を持てているのは、とても嬉しいことです。後期になるとどうなるかちよつと怪しいんですけど（笑）。1年生の春から集中してやってもらっているのは、カリキュラムとしてすごく良いんじゃないかと思えますね。特にこういった理論系科目はそうだと思います。

公共政策大学院生へのメッセージ

―最後に、学生へのメッセージが

あればお願いします。

一つのことには拘らずに、いろんな視点を持ったほうがいいです。色々なことに挑戦したほうがいいっていうのは、多分、いろんな人がこれまでにいろんな文脈で言ってきたことで、それは真理の1つだと思っんです。僕も今でもそう思いますし、10年後20年後でもきっと同じことを思います。

他の人たちと違ったことをもう一つだけ言うとしたら、とりあえずやってみるといいこと。もしかしら後悔するかもしれないですけども、僕のこれまでの研究経歴を考えた時に、とりあえず手を動かしてみようっていうのが、そういうことがすごく役立ったことがいっぱいありました。今やっていることが将来自分のためになるのかは将来になってみないと分からないんですけども、だから今できることってというのは、自分の能力の範囲でやることしかできないわけ。

それを取りあえずやってみる。考えずにそれをやってみるといいうのが、僕としては良かったことですし、特に時間のある学生の方たちにはおすすめます。まあ僕もまだまだ若いんですけど（笑）。だから僕もそれを結構普段から気を付けていて、とりあえずやってみるといいうのは、すごく大事だなと思います。時間がないシニアの先生

たちは、色々考えて取捨選択しながらやることを選ばなければいけないわけですけど、僕たちみたいな若者はコツコツとできることを積み上げること。結局それが役に立たなくても自信になりますし、自信ってやつぱり大事だと思います。だからこそ他の先生も言っているようにリサーチペーパーは書いた方がいいと思います。書くにはすごく時間がかかると思うんですけど、とりあえずやってみて、コツコツやってきたものが、内容の良い悪いは置いておいて、とりあえず一つ完成させたというこ

とが、将来自信に繋がることになると思います。

もう一つ、これはもう余談ですけど、僕の横浜国立大学時代に、大学院に行きたいと熊野先生に言った時に、東大とか京大とかの学生はすごく優秀だから、同じことをやってきても、基本的には勝てないと言われました。同じ勉強をして、同じ授業を取って、たとえ同じ成績であつても、多分学歴を見られることもあるだろうから、東大京大の学生との違いとして一つ明らかに能力が違うところを見せた方がいいということ、当時から言われてたのは、一つのことだけをずっと勉強し続けることでした。これはよくないかもしれないんですけども、いずれ東大生と勝負しないといけないので、そういう方たちと比較したときに、相対的に良いものを何か一つ持っていて必要があつて、ずっとゼミ中はマツチングの話ばかりを勉強してたんです。横浜国立大学は卒論



岩瀬 祐介
いわせ ゆうすけ

京都大学公共政策大学院講師。京都大学大学院経済学研究科でも講師を務める。専門はマーケットデザイン。公共政策大学院にて「ミクロ経済学」「マクロ経済学」の講義を担当（2023年度）。

が必修なんですけども、大学院に行く学生に熊野先生が課していたのは、卒論を国際学術雑誌に出版できるレベルにしないといけないということでした。文系って理系と違って、研究の業績があまり初期の頃は出づらいというか、ラボ文化がないこともあって一人で論文を書かないといけないので、大学院に入っ

ても、1年目でも2年目でも皆同じような業績、つまり業績がないというのが普通なんです。だから1本論文があるだけで、研究ができる遂行能力という意味では他の人より上に立てるからということ、ずっと同じことをコツコツやらされてました。その時に書いた論文が就活でも結構役に立ったの

ですが、今考えると、ちょっと落ち着いた今やるのは、マツチングとかマーケットデザインだけではなくて、もうちよつと広い経済学の分野を勉強・研究していく必要があるということですね。なので、さっきのコツコツやるっていうのと合わせると、コツコツやって、やっぱり一つ何かのスペシャリス

トになるのは大事です。それが仕事に活かせなくても、それはすごく大事だと思います。

（インタビュー・

石崎貴光・勝木美衣）