

買い物をするときに現金と一緒にカードを出す。店員はカードを手際よく機械に通し、おつりやレシートとともに買い物客に返却する。カードには買い物額に応じた点数(ポイント)が記録され、次回以降の買い物に充てられる。コンビニエンスストアなど、今ではさまざまな種類の店舗で見られるありふれた光景である。

購入金額に応じて、プレゼントに交換可能なシールなどを渡す還元サービスは、ずっと以前から存在した。冒頭の光景も、レジの進化によって紙のシールがカードに置き換わっただけだと見ることもできる。しかしカードとシールの違いはそれだけではない。

通常、カードには買い物客の氏名や生年月日などが登録されている。店舗の経営者は、購入された商品と、購入者の年齢や性別といったプロフィールとを細かく対応付けできる。あるいはその時間の気温や天気といった他の数字や記録とを結び付けることもできる。これは従来の方式では得られなかったあらたな「情報資源」であり、その活用により、商品の仕入れ数や店舗への配列方法、新商品の開発などに役立てられるのである。

このような情報資源が一定の分量を越えると、「ビッグデータ」とよばれるようになる。総務省が公開している情報通信白書(平成二四年度版)によると、ビッグデータとは、多量で多種類のリアルタイムデータ(即時性の高いデータ)で

## ビッグデータ Big Data

まるかわ ゆうぞう  
丸川 雄三 民博 先端人類科学研究部

未来を予測する

### 人間学の キーワード

あり、そのデータを活用することで、利用者の要望に即したサービスの提供や、業務の効率化が期待できるものとされている。また、ビッグデータの具体的な事例としては、小売店の販売予測、自動車の走行データを収集・分析することによる交通渋滞予測、病院では新生児の体温や心拍数などのセンサーデータを用いた赤ちゃんの容態の予測などが挙げられている。

コンピュータ技術の進展により、わたしたちはビッグデータを用いて未来を予測できるようになりつつある。いずれ天気予報のように、明日の体調や通勤・通学経路の危険度などが予報値として手元に届くようになるかもしれない。

だがビッグデータに予測できる未来は、今のところごく近い範囲に限られている。例えば今から来年の流行語を予測することは難しいだろう。データによる予測は、すでにきざしが見えているいわば連続的なものを対象にせざるを得ないからである。一方で、未来を形作る人間の活動には、これまでつながりのなかったものを結びつけるといった不連続なイノベーションが大きな役割を果たしている。

博物館や美術館といったミュージアムに來ると、人類のイノベーションがどのようなものであるか(あったか)を知ることができるといえる。ビッグデータによる近未来の予測に目が向き始めた今、より先の未来を見通すためにも、ミュージアムの役割もまた大きくなるものと予想されるのである。