

## ビッグデータ時代

劉 瑛

### <変化の激しい中国>

「今のうち中国に戻らないと、中国の発展に追いつけなくなる」と欧米で就職している中国の若者が話しています。確かに中国においても、今、社会の仕組みがどうなっているのか、明日どうなるのか、まったく把握できていないという感じです。

現在の中国は、かつての同業種同士の競争による社会の進歩ではなく、これまでとは異なる分野の企業が従来の業種のサービスを全面的にかつ瞬間的に代替してしまうといった社会の変革が頻繁にみられます。

### <ビッグデータでプライバシーなし>

「ビッグデータ」という言葉をよく聞くようになりました。携帯電話のGPS、インターネット、スマートフォンから買い物などあらゆる情報が、集積、統計されています。知らず知らずのうちに携帯電話やインターネットを使うと情報がビッグデータに取り込まれてしまうのです。アプリを使うためには、位置情報送信がオフでは使用できないためオンに設定せざるを得ず、自分に関する情報があちらこちらに使われると分かっているながら、なにも対策をとることができません。

また、最近あちらこちらにある監視カメラでは、オーナーが撮影画像を公開できるように設定することができます。ホームページに登録すればだれでもそれを見ることができます。例えば幼稚園の子供の様子やレストランの厨房での料理人の様子や客席の状況など、既に多くが24時間途切れることなく流されており、子どもや料理人の仕事ぶり、恋人との食事風景など知らぬまにプライバシー画像が公開されています。

怖い世界となっていますね。

### <ビッグデータで効率販売など>

一方ビジネスとしては、ビッグデータはますます役に立つようになってくると思います。例えば20代30代の女性データを収集して、結婚、妊娠、出産、育児、エステ、健康保持などなどの面で消費傾向を分析し、好まれそうな商品を勧めるシステムを構築するのも難しくなく、また正確で、ビッグデータのほうが自分の好みを知っているとも言っても過言ではないでしょう。

これからメーカーは自分で販売ネットを構築するより、消費者のビッグデータを持った業者に販売を依頼するのが効率がよいと思います。それぞれの商品にあった販売先を絞り込み商品情報を届けることができます。また、メーカーはビッグデータによって好まれる商品にターゲットを絞り、設計・生産に専念すればよいのです。ビッグデータを活用すればニーズの把握も効果的な販売も効率的にできるのです。

レストランなど外食分野では既に「美团」「餓了嗎」「大衆点评」の出前サービスや口コミサイト（2017年9月号参照）の利用を通じてビッグデータを収集していますが、その他の分野でも幅広く、今後活用が広がると予想できます。

新しい時代、変化の速い時代、躊躇する瞬間にもチャンスが消えるそんな時代と言えるでしょう。