

新たな価値を見いだし、ビジネスを創り出す

データサイエンティストを探せ！

「21世紀の石油」と言われるビッグデータをいかにして利活用するか——。これに今後の国や産業の発展と未来がかかっていると言われている。そのキーパーソンとなるのが「データサイエンティスト」と呼ばれる人たちだ。膨大なデータから価値を見いだし、新しいビジネスを創り出す彼らこそ、確実に次代の寵児になるとと言われている。

データサイエンスという潮流

「データを制する者はビジネスを制する」と言われている。社会の隅々までITが浸透し、IoTの活用によりすべてのモノがつながり、日々蓄積されていく膨大なデータからいかにして新しい価値を見いだしてビジネスにつなげるか。凌ぎを削るその最先端に「データサイエンティスト」がいる。

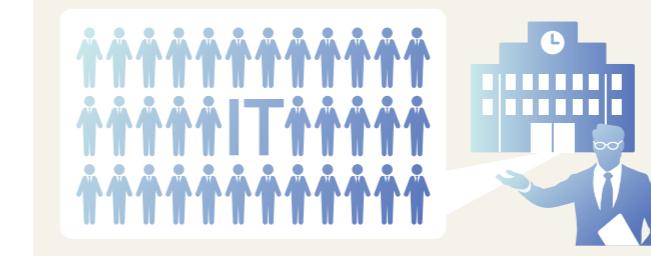
とはいえ日本は情報通信やデジタル技術の応用については先進の中でも下位にあり、政府は追いつくためにIT化やDX（デジタルトランスフォーメーション）の推進を目的として「昨年、デジタル庁を発足させ、内閣府の「AI戦略2019」では



※① ◆約15万人のデータサイエンティストが不足

2025年までに全ての大学・高専生（年間約50万人卒）が、データサイエンスの初級レベルを獲得する目標を掲げている（※①）。

そこで打ち出された「AI戦略2019」では、例えば教育改革として、データサイエンスやAIなどの基礎的な力を身につけ、実践的なスキルを育成する「数理・データサイエンス・AI教育認定制度」を実施。すでに210校以上の大学や短大、高等専門学校が認定を受けている。



大学でデータサイエンスと銘打つ学部や学科、専攻の設置は2017年の滋賀大学を皮切りに、国公立では一橋大学、山形大学、横浜市立大学、名古屋市立大学等、私立では東京理科大学、中央大学、武蔵野大学、静岡理工科大学、南山大学等。開設予定を入れると26大学となり、まさに空前の新設ラッシュとなっている。

さらに全国の大学の理系、情報系をはじめ、生命科学系や環境科学系、心理学系で「データサイエンスが学べる」と明確に打ち出す学部学科が急増。慶應義塾大学理工学部では学部横断型でデータサイエンスの独自プログラムを実施している。



※② ◆データサイエンス学部、空前の新設ラッシュ

「今」を知るために、日本経済新聞出版発行『データサイエンティスト入門』の執筆関係者であり、大手IT企業に勤めるデータサイエンティストを訪ねた。

まず、そもそもデータサイエンティストとは何なのか。

「アルゴリズム（計算の手順、やり方）や統計など情報科学理論を活用してデータを分析、有益な見解を見いだす業務分野です。配送ルートの最適化など、膨大なデータをもとに、どの位置、渋滞の時間帯などをわかりやすいでしょう。信号機の位置、渋滞の時間帯などをデータをもとに、どの

でデータ科学省では、全国の大学でデータサイエンティストの養成を推し進めている（※②）。少子化で新たな学部の開設は困難なのに、データサイエンスだけは特別扱いだ。まさに時代の

ビジネスを進展させる データサイエンス

データサイエンティストの

「未曾有のパンデミックとなった新型コロナウイルスで、ウイルスの流行、拡大、ワクチンの接種効果を予測するのに、データサイエンスが注目されまた。流行を抑えるには人との接触を8割減らす行動規制を必要とした（西浦モデル）は、微分方程式を活用してモデル化。従来なら経験などに基づいて判断していたのを、西浦モデルを参考にして、データを使って科学的に政策

ルートが一番効率的でガソリン消費が少なく回れるかを導き出す——ドライバー不足というビジネス課題にも対応していますし、すでにさまざまアプリが出ています」

データ分析ツール（アプリ）はどんどん開発・進化し、低価格化。例えばマーケティング分野で必須の統計解析ソフト「SPSS」の予測する機能に近いものが、エクセルにも組み込まれているのが出てきている。データサイエンスを意識せずとも、その技術に支えられていることが実はたくさんあると言ふのだ。

**新型コロナウイルスが、
ビジネスに活かされている？**

さらにこんなところにも活用されている事例を教えてもらつた。

「未曾有のパンデミックとなった新型コロナウイルスで、ウイルスの流行、拡大、ワクチンの接種効果を予測するのに、データサイエンスが注目されまた。流行を抑えるには人との接触を8

割減らす行動規制を必要とした（西浦モデル）は、微分方程式を活用してモデル化。従来なら経験などに基づいて判断していたのを、西浦モデルを参考にして、データを使って科学的に政策を作成し、長年にわたって蓄積された顧客動向等のビッグデータから最適な価格とタイミングを設定するのだ。

他にダイナミックプライシングの導入として、コンビニ弁当がある。賞味期限が近い商品を顧客のSNSに通知し、顧客はその商品を購入すれば値引

