

韓流、タピオカと人工知能



跡見学園女子大学マネジメント学部教授 山澤 成康

第三次韓流ブームが訪れており、休日の新大久保駅界隈は10代から20代の女性で賑わっている。チーズハッドク(アメリカンドッグの一種)の店には長い行列ができ、韓国レストランも繁盛している。2018年の韓国への出国者数は前年に比べて3割増えた。第一次ブームは「冬のソナタ」などドラマが中心、第二次ブームは、少女時代、KARA、東方神起など音楽が中心だった。第三次ブームはドラマや音楽だけでなく、化粧品や食べ物など幅広い商品に人気が出ている。

タピオカも第三次ブームである。第一次ブームは1990年代はじめで、ココナッツミルクに小粒のタピオカが入ったタイのデザートに人気を集めた。第二次ブームは2000年代で台湾発の黒い大粒のタピオカが入ったミルクティーが人気になった。第三次ブームはタピオカミルクティーから始まったが、味のバリエーションが増え、店舗数も大幅に拡大した。

タピオカブームの後には大不況が来るという噂がある。1991年にはバブルが崩壊し、2008年にはリーマンショックが起きた。ただ、第二次ブームの盛り上がりは2008年という証拠は少ない。財務省の通関統計でみると、2000年代のタピオカ輸入量のピークは2004年の2292トンだ。2008年はその前後の年よりは多いが1916トンである。その後は徐々に増えた後、2018年は2004年を抜いて2928トンと過去最高となった。

人工知能(AI)も第三次ブームが訪れている。第一次ブームは、1960ごろだ。コンピューターが単なる計算だけではなく、「推論」や「探索」ができることがわかり、人間の頭脳に近づくことが期待された。しかし、ボードゲームの勝ち方や迷路の解き方程度にしか実用化できず、ブームが終わった。

第二次AIブームは1990年の頃である。蓄積された知識を使って、結論を出せるコンピューターが普及した。

専門家の知識を使って推論するエキスパートシステムが作られ、経済の分野にも応用が期待された。しかし、知識は人間が与える必要があり、判断するルール自体も人間が与える仕組みだったため、ブームはしぼんだ。

その後、インターネットの普及で、データの収集が非常に容易になり、ビッグデータが使えるようになった。コンピューターのCPUの速さは1990年から2010年にかけて5000倍になったと言われている。

2010年ごろから第三次AIブームが始まった。パソコンの性能が格段に上がり、人工知能を扱うソフトも増えた。今では、情報処理が専門でない研究者でも機械学習を使った分析ができる。これは大きな進歩だ。機械学習は、コンピューター自らが判断ルールを作るところが新しい。機械学習により、音声認識技術が発達し、手書きの文字が判別できるようになった。通販サイトの商品お勧め機能もAIを使っている。

経済の分野でも徐々に機械学習を使った研究が出ている。景気ウォッチャー調査のコメントをもとに、物価動向や景気指標を予測するものだ。

筆者も予測を試みた。機械学習の手法の一つに、様々なデータを元に、「対象を2つに分ける」というものがある。メールを読んで迷惑メールがどうかに分けるもの、症状を入力して病気がどうかを判断するものなどである。

景気も「拡大」か「後退」の2つに分けることができる。政府は、2017年8月までは景気拡大期であると発表したが、その後は不明だ。そこで、景気ウォッチャー調査のコメントをお手本として学習させ、2017年9月以降を判断させてみた。その結果は2019年5月までは景気拡大が続いているという結果になった。

コメントが取れるのは2000年以降なので、景気後退期は3種類しか学習していない。結果は幅を持つてみる必要があるが、応用範囲は広そうだ。