

「離婚」問題にとって、ビッグデータは元凶か福音か？

日本が直面している社会課題を解決するためにビッグデータの活用を提案する野村総合研究所ICT・メディア産業コンサルティング部の鈴木良介主任コンサルタント。弊誌では、毎回違うテーマで「社会課題を解決するビッグデータの活用」を鈴木氏に提案してもらう。第32回は「『離婚』問題にとって、ビッグデータは元凶か福音か？」である。

文：鈴木良介

bigdata
@nri.co.jp

株式会社野村総合研究所 ICT・メディア産業コンサルティング部
主任コンサルタント

1 Facebook離婚と訴訟の泥沼化

2012年の国内離婚件数は、約23万7,000件である。直近傾向としては2002年の約29万件をピークに減少傾向にあるが、1950～70年代の7万～8.5万件と比較すると、依然約3倍以上と多い。なお、離婚に伴う訴訟は年間約6万7,000件である。

自然災害や、自動車事故、感染症などと比較した場合、「離婚」の増大は私的な課題であり、社会課題とは呼びにくい点もある。一方で、ソーシャルネットワークサービスなど、ウェブサービスの普及とビッグデータの活用拡大は、離婚の原因としても解決策としても、その存在感を増しつつある。本稿では、「離婚」の原因・施策両面からビッグデータがどのような影響をもたらしているか、事例を紹介する。

イギリスの離婚情報サイト Divorce Online Blog は、Facebook 関連離婚の増大を警告している。これは、同ブログが英国での離婚訴訟に関する訴状5,000通を分析したところ、Facebook を理由として挙げたものが2011年には33%を占めたものだ。2009年に行われた同種の調査と比較しても増加傾向にある。離婚につながる Facebook 利用の具体例としては、「異性に対する不適切なメッセージの送付」「別居中の配偶者との悪

意あるメッセージのやり取り」「Facebook 上での友人から配偶者の振る舞いに関する情報が寄せられること」などが挙げられている。電話などと違い、証拠が押さえられやすくなったことに加え、古い人間関係が保存・可視化・復旧しやすくなったことも、理由の一つだろう。

同ブログの編集者であるマーク・キナン氏は、ソーシャルメディアが主要なコミュニケーションのツールとなったことによって、浮気をするにせよ、夫婦双方に対する不満を吐き出すにせよ、ソーシャルメディアサービスを介して行われるようになってきたとしている。

ウェブサービスを介して得られたデータは、離婚の契機としてのみならず、離婚訴訟の泥沼化にも大きな役割を果たしている。弁護士情報サイトを運営するリチャード・コマイコ氏は、もしも離婚訴訟になった場合には、元配偶者が普段よく利用していたスーパーにおける購買記録の提出を求めようとしている。

なぜならば、購買パターンは親権の決定や、慰謝料の決定などと大きく関連するためだ。例えば、大量かつ定期的に酒を購入している記録があれば、「アルコール依存症の恐れがあるため、子育てをするには不適当」という主張ができる。また、もしも、ファストファッションの店で毎回の買い物額が10万円を超えてい

る、ということが明らかにされれば、慰謝料が無駄遣いされているという疑義を与えることになる。それによって自分に有利となるような法廷闘争が可能になる。

なお、小売店は法廷に召喚されることがなくとも、お客さんが離婚したことを検知できる。一般的にライフスタイルが変わった場合、購買パターンも変わるが、離婚においても同様の変化が生ずるためだ。例えば、家具、リネン類、ダイエット食品、冷凍食品などに関する購買パターンの変化は、離婚が発生したことを示す一つの兆候になるという。同居人の変化などを示唆するためだろう。結婚、妊娠、子供の成長に関する情報を商機につなげることはよく知られているが、小売店にとっては離婚も一つの商機になるかもしれない。

2 前兆傾向の把握

データの活用は離婚直後の検知にとどまらない。離婚の前兆検知にも用いられる。小売店が保有するデータが、親権争いで大きな役割を果たすのであれば、法廷に持ち込まれる前に、それらのデータを泥沼化回避のために用いることは合理的だろう。例えば、酒類の購入量がどんどん増えることは、離婚の兆候の一つになるという。

また、前兆検知については、2011年のマリッサ・メイヤー氏（当時 Google

社、現在 Yahoo!CEO) によるスピーチでも触れられている。クレジットカードの履歴を解析することで、2年先の離婚の可能性まで、ある程度の精度で分析できるようになるというものだ。クレジットカード会社としては、これを支払遅延リスクの評価に活用しているという。

マリッサ・メイヤー氏と同じく、Google 出身のダグラス・メル氏は、消費者金融向けのアルゴリズムを提供する Zest Finance という会社を立ち上げた。同社は、与信高度化のためにデータを活用している。例えば、オンライン上で借入申し込みをした顧客が、借入上限のページばかりを見て、返済方法のページは確認していなかったとしたら、リスクが高いかもしれない。申し込み顧客の住んでいるエリアの物価から得られる示唆もある。一つひとつのパラメータは寄与度が低くても、細かいデータを積み重ねることで、貸出先拡大、デフォルト率低減が実現できる。離婚を夫婦関係の破綻とみれば、Zest Finance の取り組みと同じ発想であると言える。

3 円満な夫婦関係構築につなげる

離婚する人は弁護士や小売店を儲けさせるために離婚をするわけではない。離婚回避そのもののためにデータを活用している事例はないのだろうか。

数学者ジェームス・マーレー氏と、心理学者ジョン・ゴットマン氏による取り組みは、結婚生活がうまくいくかどうかを評価し、より良い生活のための改善プログラムを提供している。この実験では、夫婦双方が金銭や家族関係など、価値観の齟齬が生じやすいテーマについて意見を表明し、双方の発言に対する評価を行っていく、という形で評価が行われた。

研究に参加した700組のカップルに対して追跡調査がなされたが、94%の精度にて離婚を予測した。なお、「結婚

生活が継続する」と予測していたにもかかわらず、離婚に至った事例においては、一触即発型カップルであったと事後的に分析されている。

また、ゴットマン氏は前述の分析に基づき、トレーニングや夫婦関係の関係改善プログラムの開発などを行い、提供している。

前述で示したように、現在は実験室環境でのデータしか用いていないが、これは今後さまざまな種類のデータによって代替することが考えられるだろう。スーパー、デパートにおける買い物傾向や、預貯金・投資に関する実績および意向を示すデータはさまざまな事業者が収集・蓄積を行っている。そのようなデータを組み合わせることにより、より実践的な関係把握と、関係悪化に対する警告が可能になるかもしれない。極端なことを言えば、購買データ、位置データ、預貯金・投資データ、スケジュール帳データなどから、「現在の奥さんイライラ係数」を導出し、関係悪化を食い止める一助とすることにつながられるだろう。

このような施策は誰が行うことになるのだろうか。非営利での取り組みももちろん想定されるが、「家族仲が良いことが商売の大前提」であるような事業者、例えばハウスメーカーや、家族向けのレストランを運営する事業者などが、その担い手になるかもしれない。

もっと直接的には、結婚相談事業者が結婚時の相性評価と併せてこの種の分析と助言を今後行うことは想像に難くない。国内の大手結婚相談事業者のうち、ツヴァイはイオングループに属し、オーネットは楽天グループに属している。いずれも生活者に関する多種多様なデータを大量に保有する事業者だ。

消費者からデータ利用の合意を取るなど障壁はあるものの、これらのグループ

が保有するデータを活用することによって、「価値観が近くて、そもそも離婚しにくそうな関係性評価」を行うような取り組みが始まることは荒唐無稽な話ではないだろう。また、結婚後も、関係悪化につながらないように手立が講じられるかもしれない。

例えば、妻の買い物に付き合いたくない夫と、一人で買い物をしていての方がより購入金額と満足度が高まる妻が、連れ添って店に来た場合を想定しよう。このとき、全員が幸せになるためには、夫婦が別行動をとることを促進する必要がある。妻への割引クーポンと、夫へのコーヒークーポンを組み合わせるといった施策は合理的だ。

本連載では、これまでに企業や社会の課題を解決するためにビッグデータを活用する事例を紹介してきた。夫婦は経済・社会活動における最小組織だ。もっとも勘と経験で進められているこの人間関係においてもデータ活用が進展していくとは考えられないだろうか。

【主要参考文献】

- ・「英国の離婚訴訟、3分の1が離婚理由として Facebook を挙げる」 Slashdot.jp, <http://it.slashdot.jp/story/12/01/03/217254/> (2012年1月)
- ・「Alarming increase in Facebook related divorces in 2011」, Divorce Online Blog, <http://www.divorce-online.co.uk/blog/alarming-increase-in-facebook-related-divorces-in-2011/> (2011年12月)
- ・「Google's Marissa Mayer on the location-based 'fast, fun and future'」, The Guardian, <http://www.theguardian.com/technology/pda/2011/mar/12/google-maps-marissa-mayer> (2011年3月)
- ・「真実を見抜く分析力」 トーマス・H・ダベンポート、日経BP社 (2014年4月)

【これまでのテーマ】

第1回「自殺」、第2回「孤独死」、第3回「交通事故」、第4回「溺死」、第5回「食品ロス」、第6回「万引き」、第7回「病氣」、第8回「選挙」、第9回「東日本大震災」(前)、第10回「東日本大震災」(後)、第11回「肥満」、第12回「不眠・睡眠不足」、第13回「買物難民」、第14回「ころぶ」、第15回「アルコール有害使用」、第16回「火災」、第17回「電気の無駄使い」、第18回「故障対応」、第19回「働きたくない」、第20回「頻度の低い大災害」、第21回「ゲリラ豪雨・洪水」、第22回「喫煙」、第23回「自転車事故」、第24回「スポーツ中の事故」、第25回「脱税」、第26回「税金の無駄遣い」、第27回「家計の無駄遣い」、第28回「無駄な会議」、第29回「ごみの処理」、第30回「蚊」、第31回「水の無駄遣い」