

IDビジネスの現状と課題に関する調査研究 (概要)

平成22年4月

総務省 情報通信政策研究所
調査研究部

本調査研究の目的

◆ 調査研究の目的

- インターネットビジネスの基礎となるIDの機能・活用について、その現状を調査するとともに、円滑にIDを連携するための課題を抽出することを目的とする。

◆ 背景

- 多くのIDが発行され、利用者は不便
(一人平均8.9サイトのIDを保有、そのうち1/4は余り利用されていない。)
- 事業者としては、自社が発行したIDを使い続けてもらいたい。
また、集客力のない事業者は、集客力のある事業者のIDを利用し、事業機会を拡大したい。

⇒ IDを連携したサービスに期待

しかし、利用者特定強度や利用機会により様々なIDがあり、事業者の期待、利用者の要望によりIDビジネスは類型化する必要あり。

IDビジネスの類型化

利用者の要望、事業者の期待を勘案し、ID連携の観点からIDビジネスを類型化すると、以下のとおり分類できる。

| IDビジネスの類型 | 特 徴 |
|--------------------|---|
| ①(ID連携なし) | 利用者がサービスごとにそれぞれのIDを管理する。 |
| ②ポータル型 | ある(親)IDが他でもIDとして利用できる。 |
| ③相互連携型 | 連携している事業者・サービスであれば、どのIDでも他の事業者・サービスで利用できる。 |
| ③-1 事前連携型 | 事業者間の連携関係があらかじめ定められている。 |
| ③-2 オープン(アドホック)連携型 | 事業者間の連携範囲は定まっているが、直接の連携関係はアドホックに決まる。 |
| ④エージェント型 | 利用者があらかじめ指定したサービスのIDをエージェントが一括して管理する。 |
| ⑤サーチ型 | 利用者の要望やステータスに応じて、適切なサービスを提示し、そのサービスを利用するための臨時的なIDを発行する(検索サイトのIDでサービス提供サイトにログインできる。) |
| ⑥コミュニティ型 | コミュニティの“友人”など利用者間の信頼関係に基づいてサービスの紹介が行われ、コミュニティサイトのIDやその友人の紹介により発行される臨時的なIDによって連携しているサービス提供サイトへのログインが一時的に可能になる。 |

ID連携の各類型の特徴

ID連携は、類型ごとにメリットや課題があり、それぞれのメリットを生かすとともに、それぞれの課題を克服して運用することが大切

| 類 型 | ② ポータル型 | ③ 相互連携型 | | ④ エージェント型 | ⑤ サーチ型 | ⑥ コミュニティ型 | |
|---------------------|--------------------------------------|--|---------------------------------|-------------------------|-----------------------|--------------------|-------------------|
| | | ③-1 事前連携型 | ③-2 オープン (アドホック)連携型 | | | | |
| 具体例(潜在的なものも含む。) | ・ポータルサイト ・電子商取引サイト (ショッピングモール) | ・共通ポイントシステム ・ワンストップサービス (航空会社+ホテル) | ・(OpenIDによって実装されるアドホックなID連携)[注] | オンラインショッピングにおける決済代行サービス | 各種検索サービスの発展型サービス | SNSと外部サービスとの連携サービス | |
| ID連携のメリット | 利用者のメリット | 一つのIDにより多くのサービスを利用可 | ID/パスワードの管理を軽減 | 連携先を自ら選択 | クレジットカードカード情報を一元管理 | ID/パスワード入力の煩雑さ解消 | 分野特化したよいサービスとの出会い |
| | ID発行・認証者のメリット | 利用者の利便性を高めて事業拡大 | 利用者の利便性を高めてIDの価値向上 | 利用者の利便性を高めてIDの価値向上 | サービス向上により利用者獲得 | 検索サイトからの利用者誘導 | コミュニティサイトの魅力向上 |
| | 連携事業者のメリット | 集客力のあるポータルサイトと連携して事業拡大 | 関連したサービスを提供して利用者獲得、定着 | 必要な情報以外を管理する経費を削減 | クレジットカード情報管理のための経費を削減 | 検索サイトからの利用者誘導 | 特定分野に関心のある利用者獲得 |
| 利用者に対する信頼確保・維持 | ポータルサイトが主(連携事業者の審査あり) | 各事業者(相互承認) | 各事業者 | エージェントサイトが主 | 検索結果の影響大 | コミュニティサイトが主 | |
| ID連携のための課題(運用のポイント) | ショッピングモール等として、一体となった信頼性の維持 | 各事業者のブランドの維持、利用者の相互誘導 | 各事業者間での信頼性の確保 | 各事業者間の責任分担 | 検索能力の向上 各自業者間の責任分担 | コミュニティの維持、発展 | |

[注] OpenIDは、上記のいずれの連携パターンをも実現可能(オープン連携型だけに限らない。)

IDビジネスの更なる発展に向けて

IDビジネスの更なる発展のためには、関係者が一体となって取り組むことが重要

➤ 政府が取り組むべき方向性

- 各種ガイドライン等を整備し、利用者保護・事業者支援
- ID連携関連技術の標準化を支援・促進
- 官民で共用可能なID基盤の必要性について検討
- 集客力のある事業者同士の「大きなID連携」に向けた支援
- IDの不正取得等への対策

➤ 事業者が目指すべき方向性

- サービスや情報管理等への信頼を獲得・維持
- 利用者の不安と不便を解消したサービスの提供
- ID連携に関する各種データや評価に関する仕組みの整備
- 事業者間の理解関係を克服した「大きなID連携」

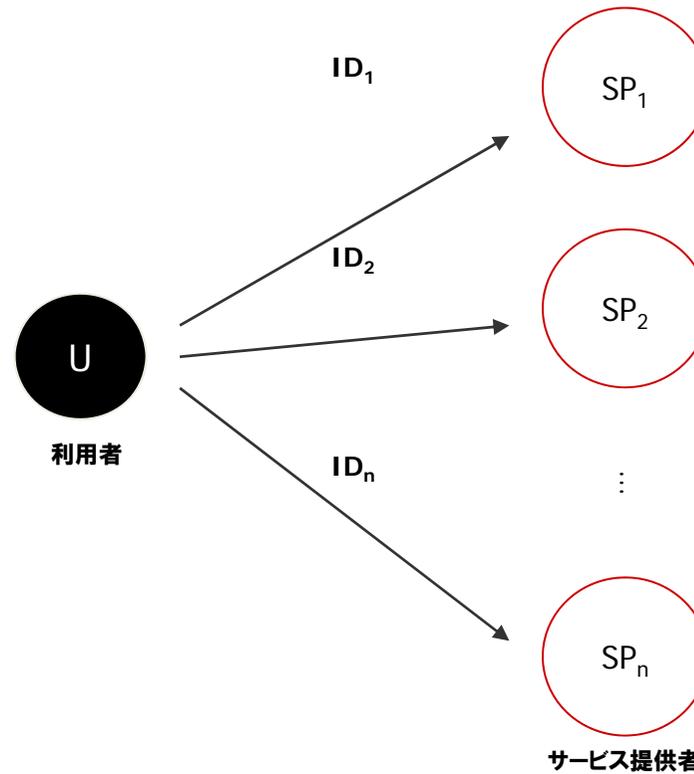
➤ 利用者が留意すべき事項

- ID利用についての知識を身に付け、注意深く利用
- 事業者を評価し、健全な発展に寄与
- 不正行為には荷担しない

【参 考】

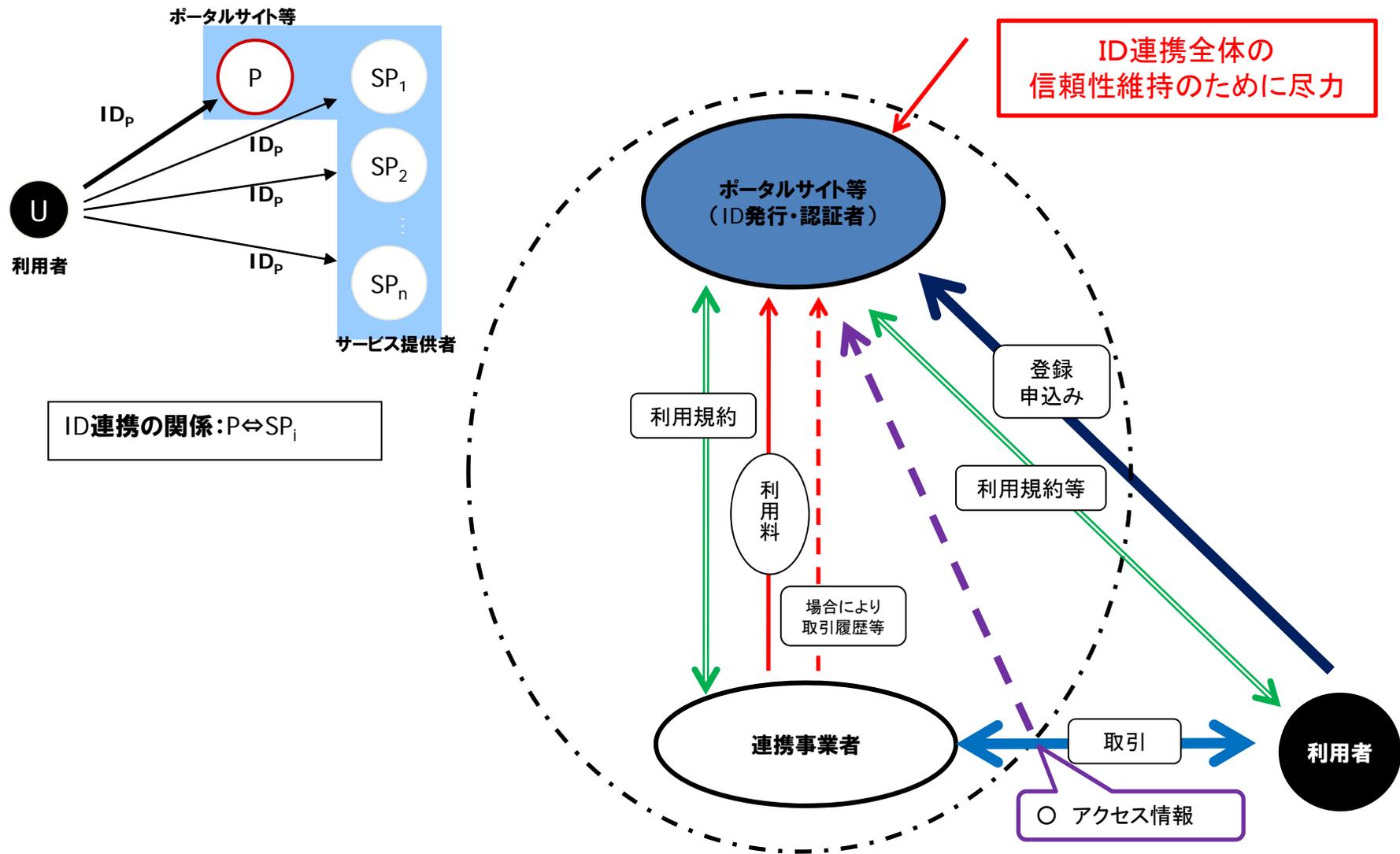
■ IDビジネスの分類① ID連携なし

- 利用者がサービスごとにIDを管理(IDの連携は行われない。)



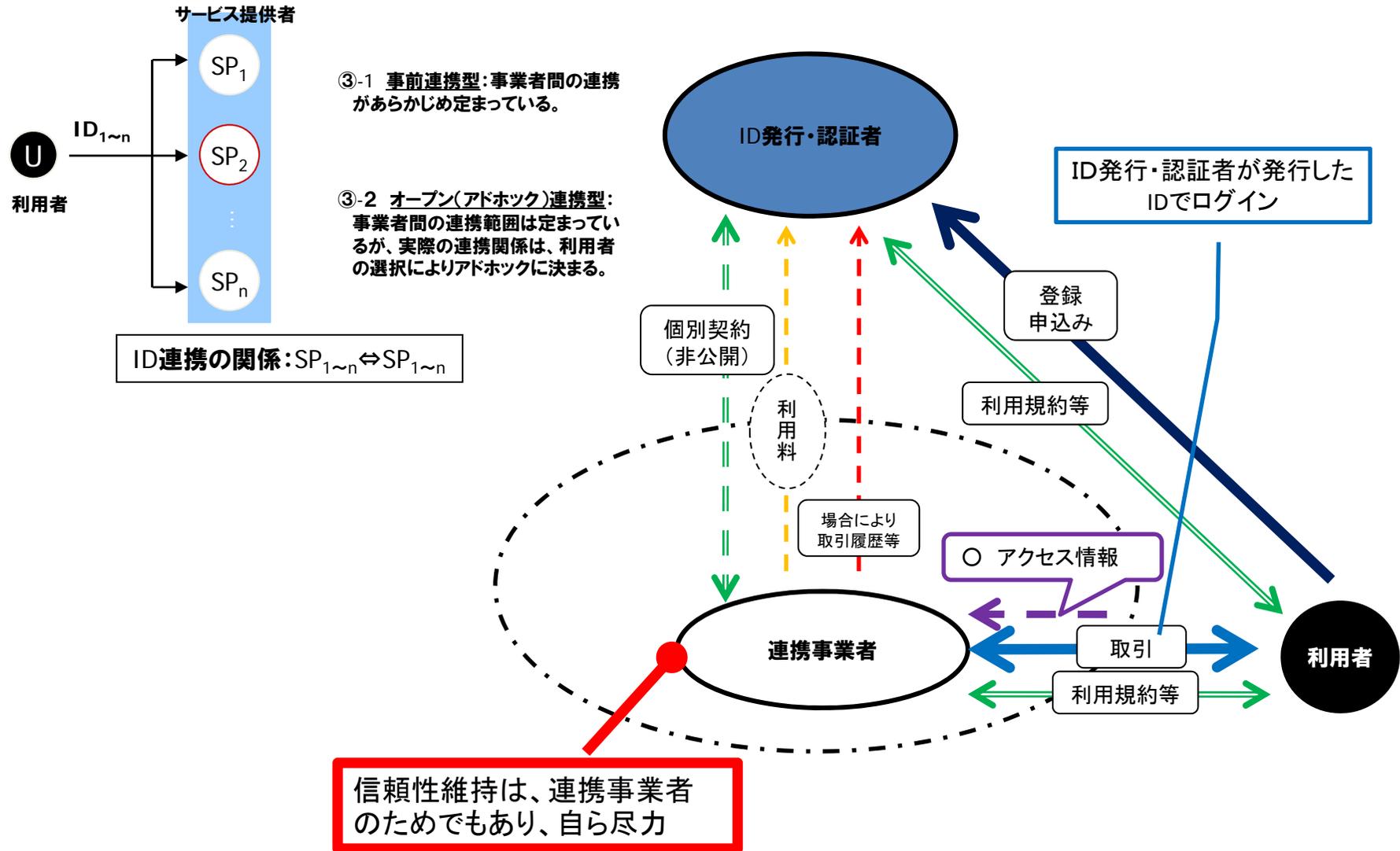
■ IDビジネスの分類② ポータル型

- ある(親)サイトのIDが、他のWebサイトでもIDとして利用可



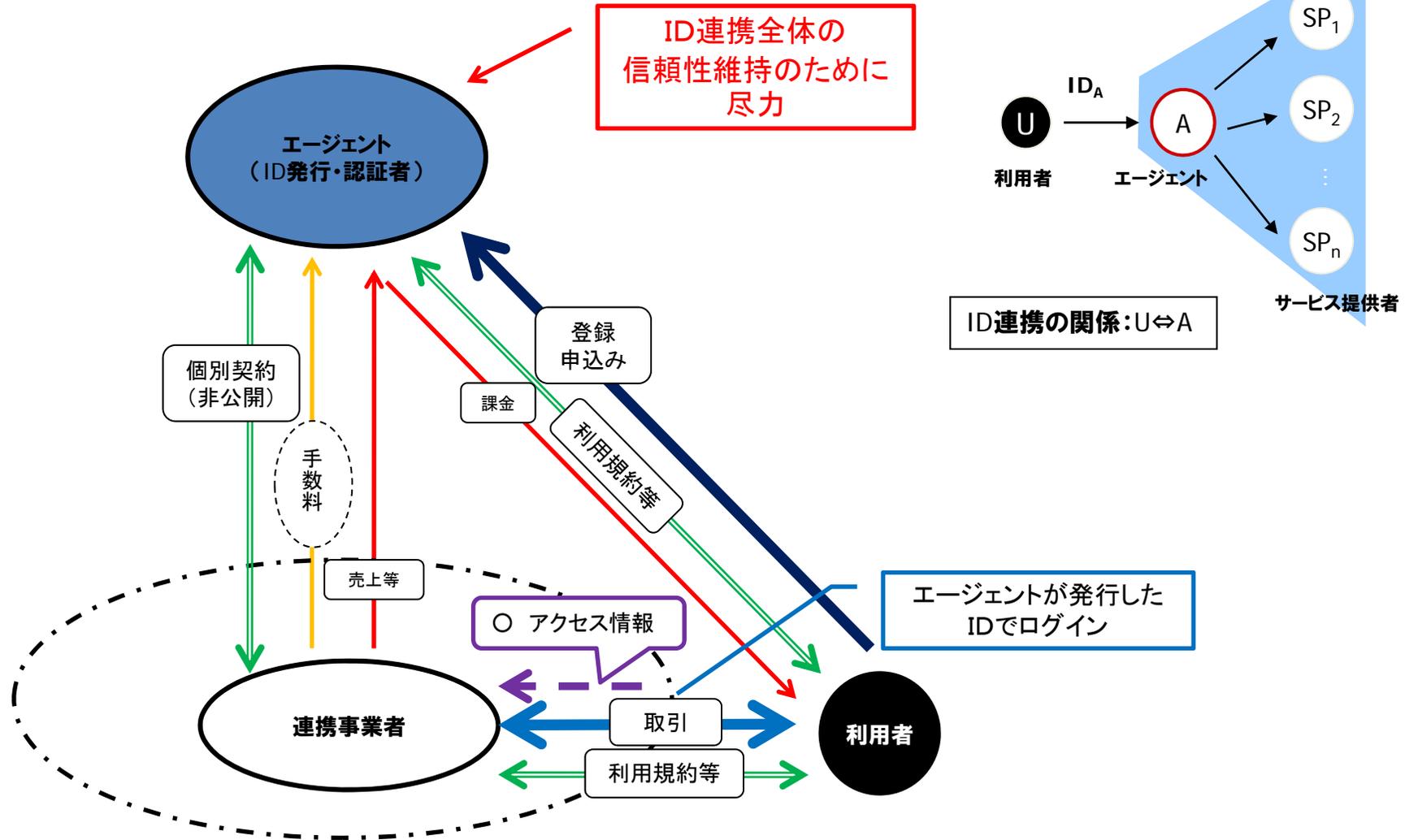
■ IDビジネスの分類③ 相互連携型

- 連携している事業者に対して、どのIDも利用可



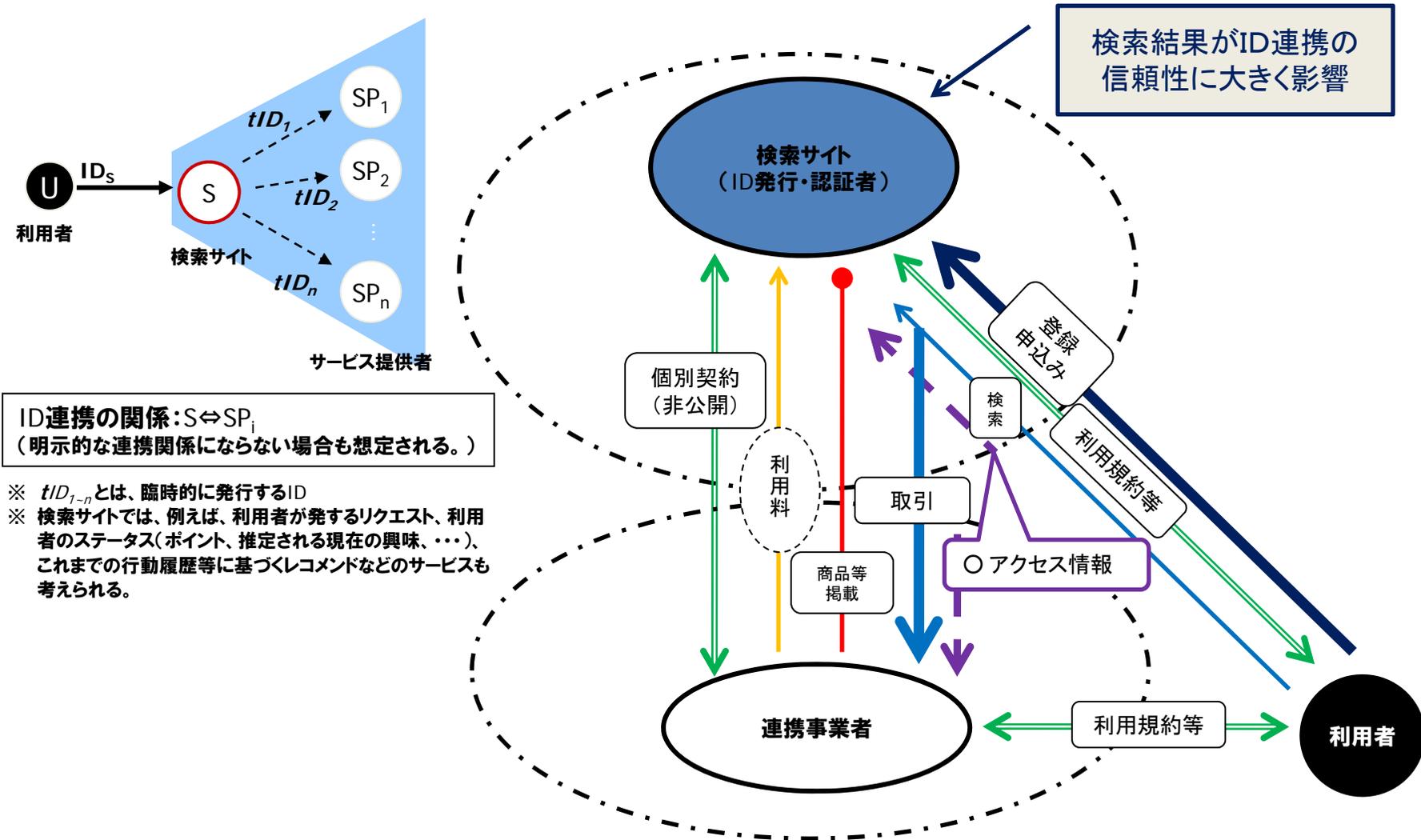
■ IDビジネスの分類④ エージェント型

- 利用者があらかじめ指定した事業者のIDをエージェントが一括管理



■ IDビジネスの分類⑤ サーチ型

- 利用者の要望やステータスに応じて、適切と考えられるサービスを提案し、臨時的なID連携を構築



■ IDビジネスの分類⑥ コミュニティ型

- “友人”等の利用者間の信頼関係に基づき、サービス紹介・臨時的なID連携を実施

