

## IDビジネスと決済

日本は各種のIDが氾濫<sup>はんらん</sup>している。その中で、このIDを活用したビジネスが注目を浴び始めた。このIDビジネスの多様性を示した上で、今後施行される「資金決済に関する法律」によって可能になるID間決済について、将来のビジネスを展望する。

### IDビジネスとは

世の中にID (Identity, Identification) と呼べるものは、数多く存在する。まず、人に付与された顧客番号や会員番号、ユーザーIDのようなIDを思い浮かべよう。また、物や金にも、製造番号や紙幣番号のように、IDが付与されている。これらのIDおよび付加された情報を活用し、ビジネスを行うことができる。ここでは、個人に紐付いたIDに注目し、IDを活用したビジネス（以降、IDビジネス）について論じる。

IDビジネスを行う事業者は、例えば活用する目的から分けられる。まず、収益を目的としてIDを活用する事業者であり、IDを持つ個人に直接アプローチする、もしくはそのIDを他社に渡す（送客する<sup>1)</sup>）ことでビジネスを行う。Yahoo!のようなポータルサイト、楽天のようなEC（電子商取引）事業者などが当てはまる。次に、サービスの利便性を高めることを目的としてIDを活用する事業者があり、住民基本台帳カード（住基カード）を発行する自治体、IC乗車券を発行する交通機関、キャッシュカードを発行する銀行などが当てはまる。そして、これ

らをサポートし、システムを提供する事業者も存在する。

IDに情報が付加されているという意味は、図表1のように表せる。つまり、IDコードの上に、属性、ポイント、電子マネー、および実際のマネーのような各種情報がのるイメージである。これらの情報を活用することによって各種のビジネスを行うことができる。

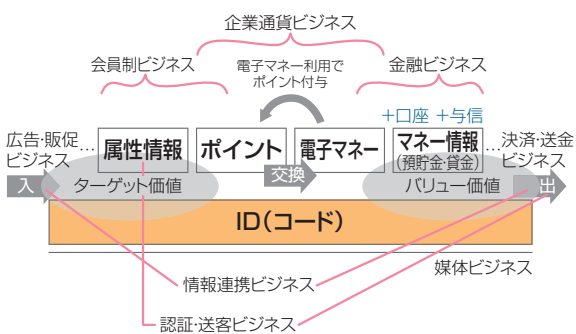
### 「ID氾濫国」日本におけるIDの活用

日本のIDは、他の先進国と比べても非常に多く、「ID氾濫国」であるとも言える。野村総合研究所が実施した調査<sup>2)</sup>によると、インターネットサービスのIDを最も多く保有する30代男性で8.5種類（業種数<sup>3)</sup>、リアルなID（カード）を最も多くもつ30代女性で9.2種類であった。実際の保有数はもっと多く、20を軽く超えるであろうとみられる。

IDを発行する事業者がIDの数（会員数）を増やそうと様々な試みを行うのはID数を増やすことが企業価値の向上に繋がるからである。ID数が増えればIDに紐付く情報の質が上がり（もちろん情報の内容にもよるが）、顧客情報分析の確度が高まる。その分析結果を用いて経営の意思決定を行えば成功確率が高まると考えられる。

そこで自社でIDを発行するだけでなく、他社と提携してIDを提供してもらおうとする動きが生まれる。また、これらのIDに紐付く情報を活用してターゲティング広告やレコメンデーション<sup>4)</sup>を行ったり、さらにはID同士を連携するビジネス（例えば認証連携や送客）も広まりつつある。過去の例で見ると、ID数が約1,000万に達すると提携先としての魅力が高まる。例えば、JAL（日本航空）などは、会員数が2,000万を超える

図表1 IDに関わる各種情報とビジネス



(出所) 野村総合研究所

**NOTE**

- 1) 集客力の高い事業者から、インターネット上のアフィリエイト（成功報酬型広告）や代理店連携などによって、ユーザー（顧客）を紹介すること。
- 2) 「IDに関するアンケート」2008年8月実施。
- 3) 身分証明書、家電、スーパー、銀行などの業種別に保有しているIDを尋ねたもの。実際のID数はこれを遥かに上回ると考えられる。
- 4) 例えば、「Aを買っている人はBも買っている」といった情報を流すこと。
- 5) 共通のユーザープロフィールを複数のサービスで使用可能とする規格。OpenID対応サイトで一度IDを登録

すれば、他の対応サイトで新規に登録することなく、同じIDでログインできると共に、登録情報（氏名、住所、カード番号など）をユーザーの承認のもとで連携する。既に世界で5万以上のサイトがOpenIDに対応し、15億を超えるOpenID対応のIDが発行・流通している。

6) 米国OpenID Foundationの公認団体。日本国内におけるOpenID技術のさらなる普及・啓蒙と、OpenID技術の国際化の支援ならびに仕様の日本語化に注力している。

極めて魅力的な提携先である。

**ID連携の必要性**

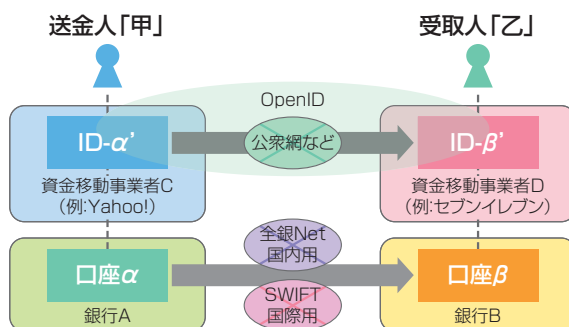
個人の持つIDを一つにできれば、個人や企業の利便性が高まる。個人情報保護やプライバシーの問題をクリアした上だが、一つにすることで社会的なコストも抑えられる。しかし、日本には、全国民を対象とした統一IDが存在しない。唯一の公的個人認証として、住基カードが存在するが、発行数は362.5万枚（2009年6月末、普及率2.8%程度）である。この状況で、既存の民間や公共が発行しているIDを無理やり統合するのは得策ではない。今あるIDを是として連携していく必要がある。

そこで最近では、各事業者のID情報（金銭価値含む）を容易に連携可能な規格が開発されている。その一つが、OpenID<sup>5)</sup>である。この規格に則ることによって、OpenIDの発行事業者から、送り先である利用事業者<sup>のつと</sup>に、OpenIDでのログイン（認証）や、情報提供まで行うことができる。これにより、自社が発行するIDだけでなく、他社が発行したIDに付帯する情報でも、パーミッションを取ればどこでも活用が可能となる。

**ID連携の次は、ID間決済へ**

「資金決済に関する法律」が本年6月に成立した。施行されるのは来年度だが、資金移動業者の登録をすれば、送金業務が可能になる。つまり、これまでは銀行法上の免許を得た金融機関のみが送金を行うことが認められていたが、IDを保有する事業者も行えるようになる。図表2に示すように、下層の口座間（ $\alpha \rightarrow \beta$ ）での決済しか

図表2 ID間の決済連携



(出所) 野村総合研究所

認められていなかったものが、上層のID間（ $\alpha' \rightarrow \beta'$ ）での決済が可能になり、例えばYahoo!のポイントを現金化し、セブンイレブンで受取ることができるようになる。

ただ、ID間の情報連携の規格がバラバラでは、せっかくの規制緩和も個別対応でコストが高くなり、ビジネスとして成立しない。情報連携は、OpenIDなどの規格で共通化することが望ましい。これらの点を検討するため、OpenIDの普及活動を行う「OpenID ファウンデーション・ジャパン」<sup>6)</sup>は、新たに「決済ワーキング」を立ち上げることとなった。

なお、この法律は送金業務を銀行以外に解禁するため、海外のPayPalやWestern Unionも日本に進出できるようになる。今後、国際間でも、銀行以外が決済を行うビジネスが新たに生まれる可能性がある。この新しい状況において、IDを保有する事業者が、どのようにビジネスを成立させることができるのか、今後の展開が注目される。

**Writer's Profile**



**安岡 寛道** Hiromichi Yasuoka  
 金融戦略コンサルティング一部  
 上級コンサルタント  
 博士（システムデザイン・マネジメント学）  
 専門は、企業通貨・ID戦略立案  
 focus@nri.co.jp