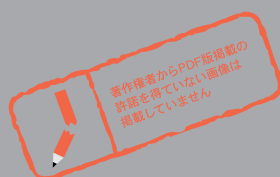


ユニバーサルIDに

インターネットにパスポートが登場



本稿で扱う「ユニバーサルID」とは、1つのIDをインターネットのさまざまなサービスで使えるようにしようという新しい概念だ。ユーザーにとって便利なユニバーサルIDの考え方は、一方でサービス提供者によるユーザー争奪戦を引き起こし、多くの会員を抱えるプロバイダーやショッピングモールなどが、IDのユニバーサル化を目指してしのぎを削っている。今回はマイクロソフトの「Passport戦略」などを例にとりながら、ユニバーサルIDに見るユーザー囲い込み戦略の実態を考察する。

よる囲い込み

戦略の実体

インターネットを便利にする新しい概念

ユニバーサルIDが果たす役割

インターネットでショッピングなどを利用していると、氏名や住所、生年月日などの個人情報求められることは多い。そこで、一度登録した名前などの個人情報は、再度入力せずに多くのサイトで使えるようにしようというのが「ユニバーサルID」の基本的な考え方だ。ここでは、ユニバーサルIDの必然性と特徴を紐解いていく。

藤元健太郎 フロントライン・ドット・ジーピー代表取締役CEO
fujimoto@flj.co.jp

ユニバーサルID誕生の背景

インターネットの利用者にとって、サイトごとにIDとパスワードを管理するのは面倒だ。財布の中で増え続けるカードと同じで「できれば1つにまとめたい」という思いが強いはず。1つのIDでさまざまなサービスを利用できれば、利便性は確実に高まる。

その一方、オンラインショップなどを運営する事業者には、利用者の属性や趣味嗜好などの個人情報をマーケティングに活かすというニーズが高まっている。登録されたユーザーの属性をもとにさまざまなサービスを提供していく「囲い込み」戦略だ。

すでに多数の会員を獲得している事業者が、その会員数を武器に他のサービスと提携する例も増えている。米アマゾン・コム社は、圧倒的な会員数を武器に多くのECサイトを傘下に収めた。日本でも国内最多の会員を擁する@niftyが、@nifty会員向けにサービス提供を目論むさくら銀行などと提携した。このように、多くの会員を獲得することが強力なアドバンテージとなるため、各事業者は1人でも多くの人にID登録をさせるべく躍起になっているのが現状だ。

さまざまな特徴を持つID

ユニバーサルIDと呼ばれるサービスは、

取り扱うユーザー情報によっても、さまざまな種類に分けられる。

ショッピングなど決済を伴うIDでは、そのIDが登録した本人かどうかの確認が必要だが、インターネットにはメールアドレスだけで利用できる匿名のサービスもある。米Engage社は、複数のサイトで同一のクッキーが使えるようにすることで、ユーザーのクッキー情報だけでアクセス傾向などの趣味嗜好が把握できる技術を提供している。しかし、クッキーの場合はユーザーが知らない間に情報が取られている場合も多く、最近ではオンライン広告配信大手の米ダブルクリック社が、プライバシー問題について米連邦取引委員会（FTC）の調査を受けるなどの問題もある。

一方、決済においては、ユニバーサルIDが持つ「過去の利用実績」が「ユーザーの信用力」を表すことになるのは大きな魅力だ。つまり、同じIDに対応した他のショップでの購買履歴（信用力）に基づいた決済もできるようになるわけだ。たとえば米eBay社は、オークションサイトにレーティングシステムを導入して「売り手と買い手の信用を作る仕組み」を築いた。また、米OpenRatings社はこの仕組みを応用して、サイト間で信用情報を共有する仕組み作りを目指す。これらはいずれも「信用情報としてのユニバーサルID」だと言えるだろう。

さらに、趣味嗜好に特化した日本のaxiv.

com社が運営する「MyID」もユニークだ。個人情報をMyIDに登録しておけば、懸賞サイトに応募する際に、いちいち個人情報を入力しなくてもユーザー情報が自動的にサイト側に送られる仕組みだ。

マイクロソフトのMicrosoft Passportは、こうしたすべての要素を持つ。個人情報の開示レベルも自由にコントロールできるユニバーサルIDの理想型だと言える。ただし、文字どおり「ユニバーサル」になれるかどうかは、どれだけ多くのユーザーを獲得できるかにかかるといえる。

このような特徴的なサービスについて、それぞれの位置付けを295ページにまとめたので、併せてご覧いただきたい。



次世代ユニバーサルIDを目指す

マイクロソフトの「Passport」戦略

各サービスの独自IDとパスワードは、管理が面倒なうえに、それぞれのサイトでいちいち入力する手間がかかる。このような不便さを低減し、簡単にインターネットを利用できるようにするサービスとして、マイクロソフトの「Microsoft Passport」（以下Passport）がスタートした。本稿はPassportの特徴を見ながら、次世代ユニバーサルIDの姿を考える。

編集部

サービス自体を手がけなくて 自らは裏方に徹する

Passportでは、ユーザーがあらかじめ自分の情報を登録しておけば、個人情報の入力が必要なサイトでの煩雑なサインアップなどを自動化できる。利用は無料だ。

現在、利用できるサービスは、米国を中心とした140以上のショッピングサイトや各種ウェブサービス、無料ウェブメールの「MSN Hotmail」、インスタントメッセージツールの「MSN Messenger Service」などがあり、近々、日本のショッピングサイトでも利用できるようになる予定だ。

Passportの特徴は、“ユーザーを識別するID”と“IDで登録された情報”の「保管と管理だけ」を行っていることだ。IDや登録情報を利用してマイクロソフト自らがオンラインショッピングなどのサービスは提供しない。つまり、PassportはあくまでもユニバーサルIDの環境を提供することだけを目的にしているわけだ。

これは、自社のサービスやアプリケーションの利用者を囲い込むために提供されている多くのユニバーサルIDと異なる点だ。

IDサービスに専念するPassportは、ショッピングやオークションなどのサービスとは競合しないので、誰もが利用できる「ユニバーサルID」として機能する仕組みを目

指している。

登録する個人情報の内容を ユーザーが自由に決められる

Passportで利用している技術は、HTTPやSSLといった業界標準に準拠している。HTML、SSL、Javaスクリプトおよびクッキーが利用できるブラウザ（インターネットエクスプローラでもネットスケープでも可）があれば、新たなツールをインストールする必要はない。

他のサービスでユーザー登録の際に求められることの多い「氏名」「生年月日」といった“個人の属性情報”と、オンラインショッピングの決済に必要な「クレジットカード番号」「カードの有効期限」「商品の配送先住所」などの“購買情報”が登録できる仕組みになっている。

個人の属性情報だけを登録するなら、任意のIDとパスワード、メールアドレス、住所（都道府県まで）と合言葉（パスワードを忘れてしまったときに使う言葉）だけ入力すればOKだ。これなら、クレジットカードを持ってなくても、Passport対応のサービスを利用できる。

また、ショッピングを利用するときに必要な購買情報は、「Passport Wallet」と呼ばれる電子財布の機能を果たす。ショッ

ピングサイトなどでの購入時にWalletに登録された購入情報を選択するだけで、面倒な入力をしないで購入の確認ができるわけだ。

Passport Walletに登録される購買情報の登録は任意なので、必ずしもすべての項目を登録する必要はない。

一方、オンラインショップなどのサービス提供者は、自分のサービスを「Passport対応」にすれば、Passportユーザーの登録情報を自社のサービスで利用できるようになる。Passport

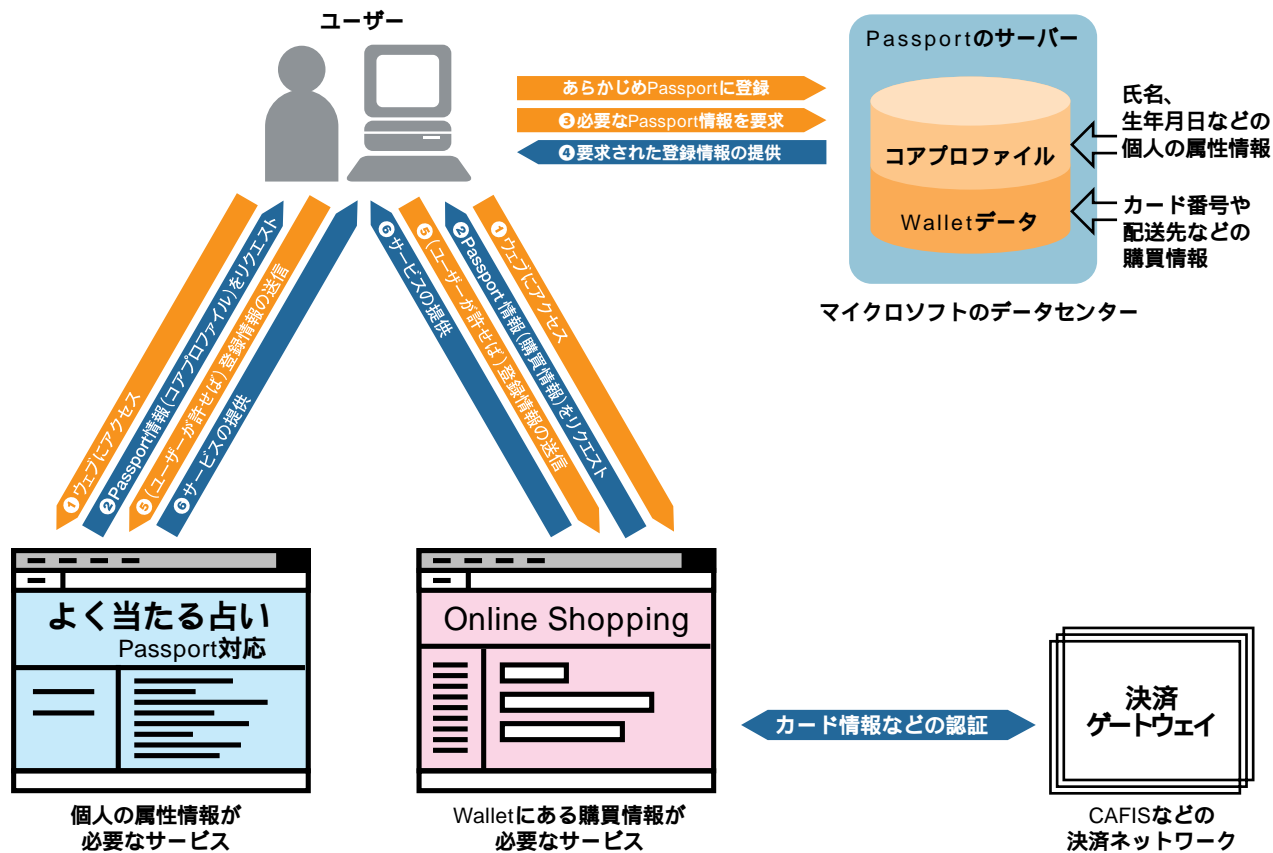
に対応するには、自社のシステムに「Passport機能」を導入するだけだ。このために必要な作業は、現在利用しているウェブサーバーに、簡単なHTMLタグを記述してデータ処理のためのCGIを作成するだけだ。

厳密な個人を特定せずに、 「他人とは別の人」と特定する

ここでは、Passportにおける「本人認証の概念」を考えたい。Passportの作成（登録）は、SETや暗号化メール（S/MIME）用の「デジタル証明書」の登録に比べて非常に簡単だ。これはPassportが、デジタル証明書のように「その利用者が誰であるか」ということを明確に確認したり、証明したりすることを目的としていないからだ。ここでは、「あるPassport利用者は、別のPassportを利用しているユーザーとは別人だ」ということだけを区別する。つまり、厳密な本人認証を行っていないのだ。

システム面のコストやユーザーの利便性を考えると、インターネット上で厳密に本人を特定することは非常に難しいと言える。加えて、サービス提供者も、ウェブサイトにアクセスしたユーザーがどの会員であるかが判断できればよく、その利用者本人を厳密に特定する必要性は少ない。クレジットカード番号が必要なときも、入力されたPassportのIDを照会すれば、「その人」の

Passportを利用する際の情報の流れ



氏名や生年月日が必要なサービスにはコアプロフィール(個人の属性情報)を提供し、カード番号や配送先が必要なサービスに対してはWalletデータ(購買情報)を提供する。どのサービスにどのような情報を送信するかはユーザーに知らされ、許可があった場合のみ送られる。また、「誰がどこのサイトで何をしたか」といったユーザーの行動履歴もPassportサーバーには送られない仕組みになっている。ショッピングを例に取れば、「誰が何を買ったか」というユーザーのプライバシーが保護されるだけでなく、「何がどれだけ売れているか」といったショップ側(サービス提供者)のプライバシーも保護されるというわけだ。

カード情報が取り出せるので、間違っ
他人にカード番号を知られることは
ない。

意外と思われるかもしれないが、
現実の社会を例にとればわかるだ
ろう。たとえば、公的なサービスや
金融機関では、免許証などで本人
確認を求められた経験はあると思
う。しかし、ここからが重要なだ
が、買い物のときに「自分がど
この誰か」を名乗って買い物した
ことがあるだろうか? そんなこと
をせずとも、お金を払えば買
い物ができるはずだ。誰が買
い物をしているか厳密に特定する
必要はなく、(周りにいる誰か
別の人はなく)「この人」が買
い物をしていることだけがわか
ればよいからだ。

つまりPassportは、IDを「本人認
証」のためではなく、「他人と区
別するための識

別子」と位置付けているのだ。

ユニバーサルIDが 実現する新たな 「ワンストップサービス」像

Passportのような特定のサービスに
依存していないユニバーサルIDは、
異なるサービスやサービス提供
者を結び付けて新しいサービスを
生み出す役割も果たす。

たとえば、電子メールで送付され
た商品案内を見て興味が湧き、そ
のメールにあるリンクをたどって
ショッピングをするでしょう。こ
れまでは、メールにはメールのID
とパスワード、ショッピングサイ
トの利用にはそのサイトのIDとパ
スワードというように、

それぞれ別々のIDが必要だった。
メールからリンクをたどるのは1
クリックでできるのに、サイトに
ログインしてサービスを利用する
には別のIDとパスワードを入力
しなければならない。これはユ
ーザーにとって「目に見えない
壁」だと言えるだろう。

それに対して、MSN Hotmailの
ようなPassport対応の電子メ
ールサービスと、Passport対応
のショッピングサイトであれば、
サイト間を移動したときに新た
にIDとパスワードを入力しな
いでも済む。あたかも1つの統
合されたサービスのように、そ
れぞれのサービスを利用でき
ようになるわけだ。

このように、ユーザーがまったく
異なるサービス間を行き来して
も、IDとパスワードによる「見
えない壁」が立ちはだかること

ID

による囲い込み
戦略の
実態

はなくなる。このメリットは、ユーザーの利便性が向上することだけではない。サービス提供者にとっても、他社のサービスと連携した新しいサービスの構築が容易になることを意味しているのだ。

次世代ユニバーサルIDにおける個人情報の取り扱い

気になるプライバシーの部分だが、Passportでは利用者のデータを預かるため、個人情報の取り扱いには注意している。利用者が登録したデータは、マイクロソフトが管理、運営しているデータセンターのサーバーに保管されている。

このサーバーからデータが漏洩することを防止するため、データ自身を暗号化してデータベースに保存し、ネットワーク上で情報の転送を行うときはSSLなどで暗号化するなどのセキュリティ対策が施されている。

また、Passport対応サイトが、ユーザーのPassport情報を入手しようとする際にも、その個人情報の扱いには注意が払われている。Passportでは、サービス提供者に対してプライバシーやセキュリティのポ

リシーを定めている。これにより、自分のサービスでは、Passportに登録してある情報の中のどの情報が必要かをあらかじめ決めておくわけだ。

たとえば、ユーザーの住所情報が必要なサービスでは、たとえPassportに住所が登録されていても、サービス提供主にユーザーの住所を送ることはない。同様に、クレジットカード番号がなくても利用できるサービスでは、相手にカード番号を送らない。Passportにあるユーザーの個人情報のどの部分が必要かは、それぞれのサイトではっきりと明示されることになっている。

Passportを使ったショッピングの売り上げ情報などもPassportサーバーには記録されないの、オンラインショップのプライバシーも守られる（前ページの図にもあるように、ショッピングの情報はPassportサーバーに送られない）。

これにより、ユーザーとサービス提供者といった、すべての当事者のプライバシーが保護される仕組みになっている。

最後に、ユニバーサルIDとしてPassportが提供する機能をまとめると、以下のようになる。

- 1 いつでも、どこでも簡単に使えること。
- 2 利用者が望まない場合には、情報が提供されないこと。
- 3 サービスやサービス提供者に依存しないこと。
- 4 プライバシー保護や安全性を考慮すること。



Jump www.passport.com/ja/
Passportのトップページ。これからPassportを使おうという人は、ここから登録する。

サービスの特徴が一目瞭然!

各ユニバーサルIDの位置付けをチェック

これまでの記事で「ユニバーサルID」と言われるサービスの必然性や特徴、サービス提供者サイドの狙い、さらにはユニバーサルIDの将来像などがわかりいただけだと思う。記事の締めくくりとして、ユニバーサルIDと呼べる特徴的なサービスの位置付けを見てみよう。

藤元健太郎

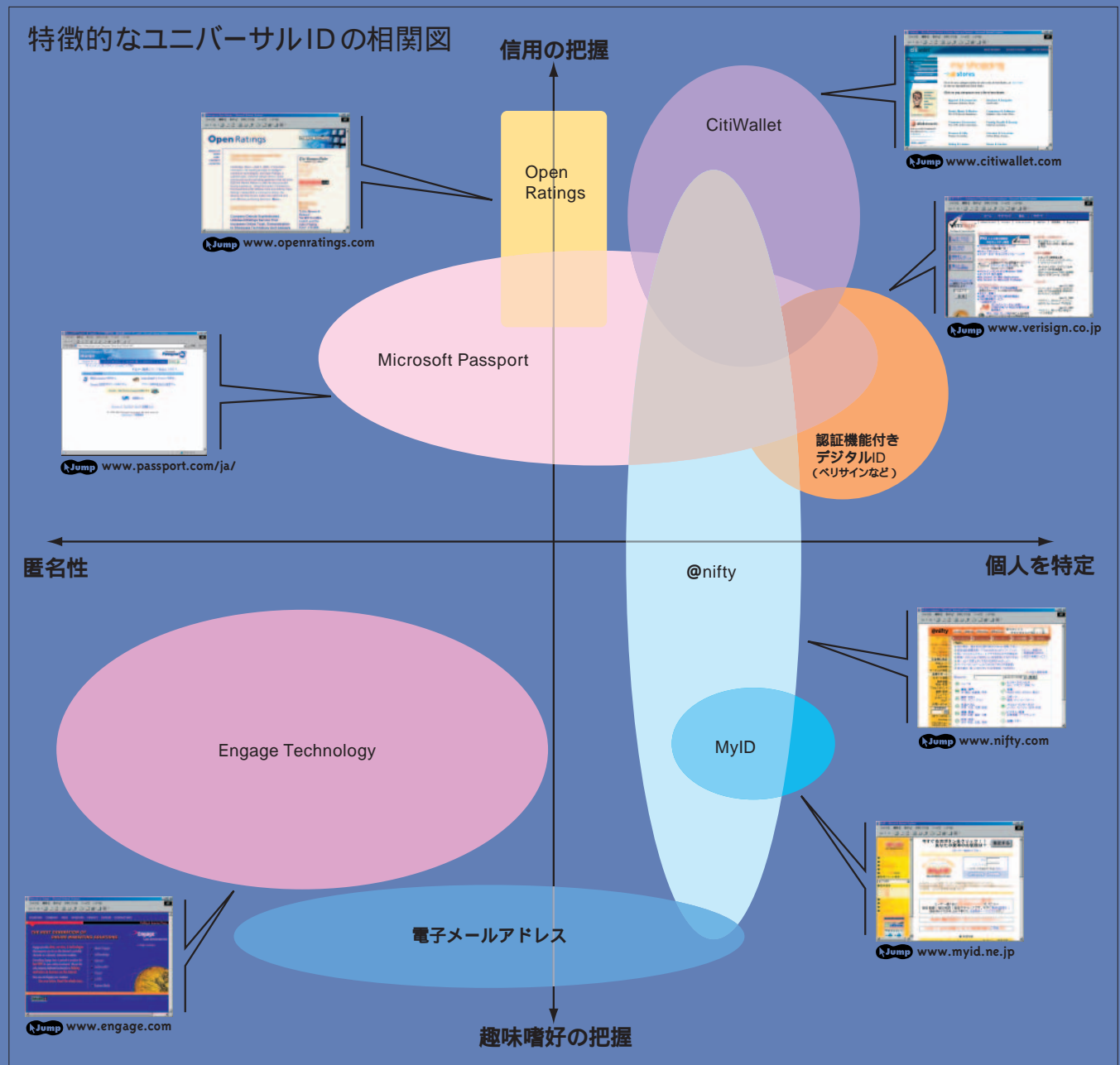
下の図は、本文で解説したユニバーサルIDサービスを中心に、その特徴をまとめた「相関図」だ。

縦軸は、「信用の把握のために利用されるか」「趣味嗜好の把握のために利用されるか」で分類している。一方、横軸は「個

人を特定（認証）する必要があるものか」「匿名でもかまわないサービスか」で整理している。

表の見方だが、各サービスが置かれている位置が、それぞれのサービスのポジションを示すように配置してある。

図の右上に行くほどセキュリティーの問題が重要になることを意味している。厳密に個人を特定を行い、求められる情報のレベルも高くなる。また、左下に行くほど、ユーザーが意識することなく個人情報が集められていることが多いのも特徴だ。





[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp