

生活基盤としてのアグリゲーションサービス

池口吉久

金融機関などのサービスを利用するためのID・パスワードを一元管理し、インターネット上の複数のサイトにある個人の口座情報、取引情報などを1つの画面上で一括して閲覧できるようにするアグリゲーションサービスが、日本でも注目され始めている。NRI野村総合研究所などによるインフラ（アグリゲーションセンター）も整備されつつある。将来的には、エンドユーザーはこのサービスを利用して、多種多様な生活情報を画面上で一覧し、それに基づいてさまざまな生活行動を起こすようになるだろう。

■ 複数サイトの個人情報を一覧表示するサービス

IDやパスワードを必要とするサービスは、銀行口座の利用や証券取引から、航空会社のマイレージのような会員制サービスまで、多種多様なものがある。しかし、インターネット上で、これらのサービスを提供する各サイトにアクセスするたびに、IDやパスワードを入力し、一つ一つ情報を閲覧していくのはなかなか面倒である。

エンドユーザーからみるアグリゲーションサービスとは、このような不便を解消するもので、一度のID・パスワードの入力で、口座の利用状況やクレジットの利用明細など、複数サイトの情報を入手することができる。

エンドユーザーにとっては、い

くつものサイトのIDやパスワードをいちいち入力する手間が省け、また複数サイトの情報を1つの画面上でまとめて見られることのメリットも大きい。

一方、アグリゲーションサービスを提供する企業からみると、エンドユーザーが複数サイトにある自分の個人情報にアクセスする窓口を自社に開設することで、エンドユーザーがインターネットを通じて訪問してくれる頻度が高まるのが期待できる。企業は、この訪問機会をとらえて、個々人のニーズに適合するマーケティングの強化や、関連ビジネスの販売あるいは提供拡大などの足がかりにすることができる。

アグリゲーションサービスは、個人情報を1ヵ所に集中させるた

め、プライバシー保護とセキュリティ確保のための厳しい仕組み、規制が必要である。したがって、アグリゲーションサービスを実現するインフラは、このサービスをマーケティング戦略に活用しようとする個別の企業とは異なる、中立的な第三者機関（アグリゲーションセンター）が管理・運営する方が、エンドユーザーから理解を得られやすい。

■ 先行する米国のアグリゲーションサービス

米国では、アグリゲーションサービスがインターネット金融の基本サービスとして認識されており、大手金融機関の多くが導入し始めている。これは、低コストな取引チャネルであること、新サービス提供のツールとして有効であることなどに基づいている。

現在のところ、後述する口座アグリゲーションのような基本的な機能だけが導入されているが、将来的には、ファイナンシャルアドバイザリー機能など、顧客特性に応じたきめ細かなサービスも展開できるものと期待されている。

一方、プライバシー保護とセキュリティ確保に関しては、米国銀行協会システム部会から「BITSアグリゲーション自主ガイドライ

ン」が公開されている。

■ アグリゲーションサービスの仕組み

アグリゲーションサービスは、図1に示すように、エンドユーザー、アグリゲーションサービス提供企業（金融機関など）、アグリゲーションセンター、およびコンテンツ提供企業から成り立っており、この4者を結びつける仕組みがインフラの基本となる。

それぞれの役割や作業の流れは以下の通りである。

（１）エンドユーザー

エンドユーザーは、アグリゲーションサービスを提供する金融機関などを窓口にして、アグリゲーションセンターにアクセスする。アグリゲーションサービスに加入

後、初めて各サイトにアクセスするときはそれぞれのIDとパスワードを入力する。しかし、一度これが済んでしまえば、あとはすべてアグリゲーションサービス提供企業から発行された1つの共通IDとパスワードでアクセスできるようになる。

そして、例えば複数の口座の情報を1つの画面で一括して見たりすることもできる。

（２）アグリゲーションサービス提供企業

エンドユーザーにアグリゲーションサービスを提供する。そのためには、アグリゲーションセンターの支援が必須である。アグリゲーションサービス提供企業は、アグリゲーションセンターが集めてきたコンテンツ提供企業にアグリ

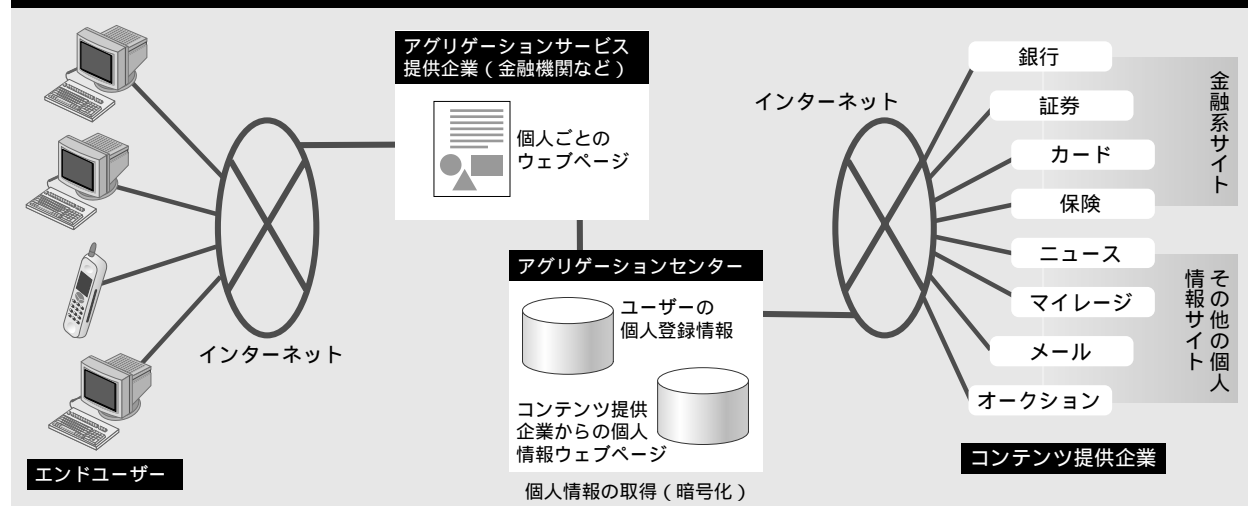
ゲーションサービスへの参加を要請し、その了解を得る必要がある。

アグリゲーションサービス提供企業は、アグリゲーションサービスを提供することで、顧客の利便性の向上という点で他社との差別化を図ることができ、顧客の獲得や囲い込みが期待できる。

（３）アグリゲーションセンター

アグリゲーションサービスのインフラを提供するのがアグリゲーションセンターである。具体的には、エンドユーザーのIDやパスワードを管理すると同時に、エンドユーザーにアプリケーションソフトを提供し、エンドユーザーの意思に基づいて各サイトから個人情報を収集する。個人情報保護の観点から、アグリゲーションセンタ

図1 アグリゲーションサービスの仕組み



ーは中立的で信頼度の高い組織でなければならない。

NRIはNTTデータと共同で、この6月からアグリゲーションサービスのインフラを提供する事業を試行的に展開している。カナダの724ソリューションズ社と提携し、同社の「ライブクリップス」などのアグリゲーションソフトを導入した。同社のソフトウェアは金融機関に合わせた作り込みができ、使いやすいうえに、幅広い機能を持っているからである。

米国では、エンドユーザーの同意があれば、コンテンツ提供企業の詳細なしに個人情報を勝手に取得している。しかし日本では、了解を得たうえで情報を取得するこ

とが望ましい。

(4) コンテンツ提供企業

アグリゲーションサービス提供企業からの参加要請にこたえて、自社の保有するユーザーの情報およびコンテンツをアグリゲーションセンターに提供する。

■ アグリゲーションサービスの内容

NRIとNTTデータが推進しているアグリゲーションサービスでは、次の3つのサービスが提供される。

(1) 口座アグリゲーション

アグリゲーションセンターは、銀行、証券、カード会社などのID・パスワードを預かり管理す

る。エンドユーザーは、アグリゲーションセンター提供のアプリケーションソフトを利用して自分の口座情報を収集し、フォーマット変換されたデータを画面上で一覧できる(図2)。

(2) コンテンツアグリゲーション

エンドユーザーが登録した各サイトのフレーム情報を取り込み、当該エンドユーザー向けのカスタムウェブ画面を作成して一覧表示する(図3)。

(3) アラートメールサービス

上記のアグリゲーション機能にも連動するサービスで、登録したサイトにエンドユーザーが設定したイベント(例えば定時点・定時刻の株価やニュースなど)が発生した場合、当該エンドユーザーがあらかじめ登録したメールアドレスなどに連絡する(図4)。

■ インフラとしてのアグリゲーションサービスの重要性

アグリゲーションサービスにより、エンドユーザーが複数の金融機関(銀行、証券、カード、生保、損保など)の口座情報を横断的に閲覧可能になったことのインパクトは、金融機関にATM(現金自動預け払い機)が導入されたときのそれと一部類似している。

すなわち、ATMの導入により、

図2 口座アグリゲーション画面

The screenshot displays the NRI 724 portal interface. It features a header with the NRI logo and navigation tabs for '銀行' (Banks), '証券会社' (Securities Firms), and 'クレジットカード' (Credit Cards). Below the header, there are three main sections, each containing a table of account data. The '銀行' section lists accounts from institutions like 三井住友銀行 and 三菱東京UFJ銀行. The '証券会社' section lists accounts from 日本証券株式会社 and 野村證券. The 'クレジットカード' section lists accounts from 三井住友カード and others. Each table includes columns for account type, balance, and other details. The interface is designed for users to view and manage their aggregated financial information.

図3 コンテンツアグリゲーション画面



図4 アラートメール画面



エンドユーザーの利便性が格段に向上しただけでなく、金融機関にとっても、取引の増加やATMを活用した関連サービスの提供など、新たな市場開拓の足がかりが築けるようになった。同様に、アグリゲーションサービスも、今後のサービス内容の拡大によって、インターネットにおける次世代の重要なサービス提供のためのインフラになるに違いない。

現状では単一パスワード機能、複数サイトの一括閲覧機能に目が向けられているアグリゲーションサービスだが、システム統合時の統合ツールや、イントラネットや

B to E（企業・従業員間）の統合ツールとしての活用も視野に入ってきてこよう。将来的には、個人情報を経営的・総合的に管理することも可能になるに違いない。

このように、エンドユーザーがアグリゲーションサービスを通じて、口座情報を含む多様かつパーソナルな生活情報をインターネットのブラウザ（検索・閲覧ソフト）上で一覧し、その情報に基づいてさまざまな生活行動を起こすことを想定すると、アグリゲーションサービスは、今後、個々人の生活スタイルに影響を与える身近な生活基盤として機能するものに

なろう。

アグリゲーションサービスは、市場環境、規制環境、技術環境が整って初めて実現することができると。そのためには、アグリゲーションサービスの仕組みをインフラとして確固たるものにする活動を進めていかねばならない。

『システム・マンスリー』

2001年7月号より転載

池口吉久（いけぐちよしひさ）
インターネット事業部主任コンサルタント