

SaaS 市場のエコシステム(生態系)と日本ユニシスの役割

SaaS Market Ecosystem and the Role of Nihon Unisys

岩 本 のぞみ

要 約 SaaS の普及によって、ICT 市場のエコシステム（生態系）が変化している。さまざまなステークホルダーが登場し、その相関関係も複雑さを増している。SaaS の提供形態、ビジネスモデルが多様化し、ネットワーク上のサービス連携によってビジネス連携が生まれマーケットが拡大する。そうした中日本ユニシスは、市場の活性化に貢献するため、ステークホルダーが一堂に会するビジネス機会創出の場「ビジネスパーク®」を提供している。ビジネスパークは、アプリケーションやコンテンツを組み合わせたビジネス共創が可能な場を目指す。SaaSが増えるほど組み合わせのバリエーションも豊富になるため、品揃えと共に再利用性の高い API 戦略が重要となる。SaaS ベンダーの事業プロセスの全工程を支援する一方、ユーザ企業に対しては SaaS と SI を組み合わせたサービスインテグレーションを提供するのが日本ユニシスの役割である。

Abstract The spreading of SaaS has brought about changes to the ICT market ecosystem. There are now many kinds of stakeholders whose relationships are getting increasingly complicated. Types of SaaS provision and business models are diversifying. Business collaboration created by the collaboration of services over the network is resulting in the expansion of markets. To contribute to the vitalization of the market, Nihon Unisys provides BusinessPark®, which is a place where stakeholders can get together to create new business opportunities. BusinessPark aims to be a place for creating business by combining various applications and contents. As SaaS increases, the combination of the applications and contents also increases, so that reusable APIs are important as well as the selection of applications. Nihon Unisys supports the entire business process of SaaS providers and provides service integration for users.

1. は じ め に

「所有」から「利用」へという市場トレンドを、世界同時不況が加速している。利用型なら初期投資や保守費が抑えられ、資産を持たないため節税にもなるからである。IT 市場においても、ソフトウェアを所有せずにサービスとして利用するオンラインソフトウェアサービス「SaaS (Software as a Service)」の普及が本格化している。SaaS 市場にはさまざまなステークホルダーが登場し、その相関関係も複雑さを増してきており、市場のエコシステム（生態系、共生モデル）が変化している。

SaaS は、単一アプリケーションをインターネット越しに提供し利用料を取る、というビジネスモデルだけではない。アプリケーション連携やアプリケーションとコンテンツの組み合わせによってネットワーク上のビジネスコラボレーションが生まれることで、ビジネスモデルの多様性を生み出しマーケットが拡大する。一口に SaaS と言ってもその実行形態や提供形態はさまざまであり、それがビジネスモデルの多様性やエコシステムの複雑さも生み出していると

考えられる。

そうした中、日本ユニシスが市場の活性化に貢献するためにはどのような役割を担えばよいのか。本稿では、2章でSaaSの定義と市場動向、3章でSaaS市場のエコシステムを概説し、4章で日本ユニシスが提供するビジネスパークについて述べ、5章で日本ユニシスが果たすべき役割をまとめる。SaaSビジネスを検討中の企業はもちろん、汎用化可能な自社システムや価値あるデータやコンテンツを持つ企業など、さまざまなステークホルダが新たなビジネス機会を見出すヒントになれば幸いである。

2. SaaS とは

2006年頃から、SaaSというソフトウェア利用形態（提供形態でもよい）が注目されるようになった。ベンダや人によって定義が微妙に異なるため、本稿でのSaaSの定義を明確にする。

2.1 SaaS の定義

SaaSとは、ユーザがソフトウェアを所有せずにネットワーク経由で利用する形態である。一括購入ではなく、サブスクリプション型^{*1}または従量課金型、つまりペイ・フォー・ユースということになる。以下に従来のASPと比較した特性として一般的ものを挙げる。

- ・マルチテナント型である

ユーザごとの個別アプリケーションではなく、複数ユーザで共有する。

- ・パラメタ設定にてカスタマイズできる

カスタマイズ設定情報をデータとして管理することで、シングルソースコードを維持する。

- ・システム連携が可能

API (Application Programming Interface) を介して他のアプリケーションから連携できる。

ブロードバンドの普及やWeb技術の進歩、市場の認識の変化によって、ASPの普及を疎外していた要因が解決され、進化したASPが成功事例も出てきたことで再び注目されるようになり、マーケティング上SaaSと呼ばれるようになった、とも言える。2007年頃は上記の特性をSaaSの条件とする動きもあったが、本稿では範囲を広げ、「ネットワーク経由で利用可能なマルチテナント型アプリケーション」と定義づける。

最近ではインターネットを雲に見立て、ソフトウェアだけでなくハードウェア、運用などあらゆるICTリソースを共有しネットワーク越しに利用する「クラウドコンピューティング」ということばが市場を賑わせている。一般的には主に以下のように分類される。

- ・SaaS (Software as a Service) : アプリケーション
- ・PaaS (Platform as a Service) : アプリケーションの開発・実行環境
- ・HaaS (Hardware as a Service)/IaaS (Infrastructure as a Service) : ハードウェア/インフラリソース

これらを総称してXaaSという場合もある。クラウドは次のような分類方法もある。

- ・パブリック・クラウド : 複数ユーザでコンピュータリソースを共有 (オープンな環境)
- ・プライベート・クラウド : ユーザごとの専用ホスティング (クローズな環境)

SaaSはパブリック・クラウドの一つである。ユーザ企業は、インハウスシステム、プライ

ベート・クラウド、パブリック・クラウドを、業務によって使い分ける時代に来ている。

2.2 SaaS の市場拡大と適用分野

調査会社各社が SaaS や XaaS 全体の国内市場規模予測を発表しているが、2013 年度には 2008 年度の 2～3 倍になるという予測が大半である。

SaaS に適したアプリケーションの特性としては、

- ・多数の企業や多様なシステムで共通の機能や情報。
- ・膨大なデータベースや処理能力を要するもの。
- ・利用者が多い、あるいは利用頻度が高いもの。
- ・利用者数の増減が激しい、あるいは処理の負荷が変動しやすいもの。
- ・機能やデータの変更が多く、ユーザ側に保守の手間がかかっていたもの。
- ・特定部門や中小の企業・事業所などではパッケージ導入が進まなかったもの。

などが挙げられるが、現在適用分野は、セキュリティ機能やコミュニケーション・情報共有系から、業務特化型・業種特化型へと範囲を広げている。医療・福祉、建設・不動産、教育、ライフライン、観光、交通・運輸、地方行政など、現在の普及度は低い普及による効果の大きい公的サービス分野や企業活動の基盤となるサービス分野、セキュリティ懸念が払拭されつつある分野が今後有望と言われている^[3]。

業種特化型サービスが活発化しているが、これらのノウハウは利用者側にある。そのため利用者主導型 SaaS、つまり IT 業界以外の企業が自社のコアコンピタンスを IT と結合したビジネス展開「IT イノベーション産業」が期待されている。利用者（業界）団体主導型 SaaS の優位点としては、一定規模を持ったユーザベースが存在することや、団体自体の活性化につながることで、バリューチェーンにつながる他業種との連携の可能性などが挙げられる^[3]。

2.3 SaaS 形態のバリエーション

一口に SaaS と言ってもさまざまな形態があり、その多様性がビジネスモデルの多様性をも生み出す要因のひとつと考える。テナントモデル（マルチテナント/シングルテナント、マルチインスタンス/シングルインスタンスの組み合わせパターン）や、課金モデルもビジネスモデルを多様化する要因であるが、本稿ではアプリケーション実行形態について述べる。

2.3.1 サービス提供側と利用側のアプリケーション形態

サービス提供側と利用側のアプリケーション形態の組み合わせは、大きく分けて以下の三つがある（図 1）。

1) Web アプリケーション型

従来の ASP は、ほとんどが API のない Web アプリケーションである。この場合、利用側のアプリケーション形態は Web ブラウザであり、結果を HTML で受け取って「表示」することになる。

2) Web サービス型

Web サービス型の場合、利用側のアプリケーション形態にもバリエーションがある。API を介して他のアプリケーションから呼び出し、結果を XML で受け取って「処理」することになるため、受け取った結果をいかようにも加工したり保存したりでき、表示形式も自由に作り

こむことができる。呼び出し元アプリケーションの形態はさまざまで、Web アプリケーションもしくはクライアント・アプリケーション（Windows アプリケーションやプラグインソフト、携帯アプリなど）である。Web サービスは業界標準のインタフェースなので、異なるプラットフォーム間でも相互運用性がありスムーズに連携できる。また、iPhone や Android、Windows Mobile 端末などスマートフォンの登場により、利用側のアプリケーションとしての携帯アプリが注目されている。

3) サーバーベースドコンピューティング（SBC）

シンクライアント・ツールを使って、クライアント/サーバ形式のアプリケーションを Web アプリケーション形式に改修せずに簡易的に SaaS 化する方法である。

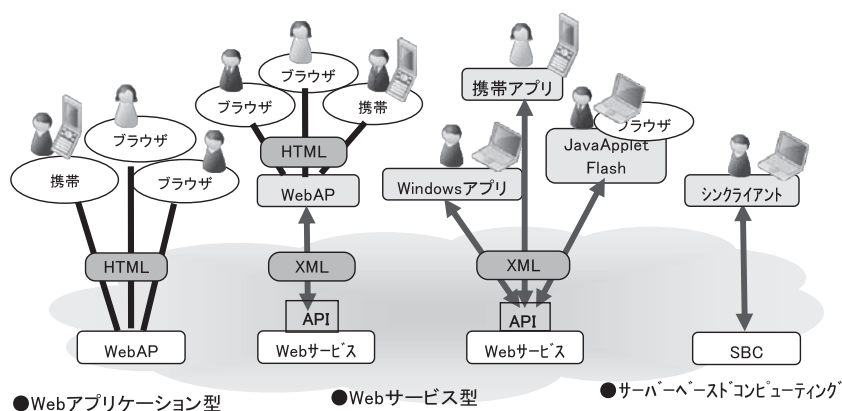


図1 SaaSの実行形態

2.3.2 マッシュアップ形態

API を介してサービスを連携させ組み合わせることをマッシュアップというが、マッシュアップする場所にもパターンがある。

1) サーバサイド・マッシュアップ

サービスプロバイダが提供するマッシュアップツールを利用して、エンドユーザが必要な SaaS 部品を画面に配置・組み合わせ、Web アプリケーションを作成する。この Web アプリケーションは SaaS プラットフォーム上で稼働する。

2) クライアントサイド・マッシュアップ

インハウスのシステムからネットワークを介して SaaS を呼び出し連携する。社内外のサービスを連携させインテグレートすることをエンタープライズ・マッシュアップあるいはサービスインテグレーションという。今後そのようなシステム構築が増えることが予想され、SI もシステムインテグレーションからサービスインテグレーションに変わるといわれている。クライアント側は自由なアプリケーションを構築することができるため、IS 部門を持つ中堅規模以上の企業に向いている。サービスプロバイダやリセラー、SIer が、SaaS と連携するパッケージソフトウェアと抱き合わせて提供する場合もある。

2.4 サービス連携がもたらす市場拡大

SaaS を他のシステムと連携させることで、さまざまなアプリケーションが生まれる。言い

換えれば、一つの SaaS がさまざまなアプリケーションで使われることになる。たとえば SaaS 型の CRM が、EC サイト、受発注システム、販売管理などから連携されているとすると、CRM を単体で使うユーザだけでなく、これらの連携アプリケーションを介して多くのユーザに使われることになる。

実際、CRM や地図情報、帳票などの SaaS は、様々なアプリケーションから連携利用されているケースが多く、業種・業務に特化しない汎用的な API を提供することでユーザを増やしている。連携によりサービスの幅が広がり、他社ノウハウの活用、ターゲット市場の拡大、販売コスト低減に効果がある。2008 年度の ASPIC の調査によると、既に SaaS 事業者の 45% が他社の業務アプリケーションと連携している^[3]。

SaaS 拡販には、サービスの粒度や機能、交換データの構造など、再利用性を高める API 戦略が重要である。

3. SaaS 市場のエコシステム

SaaS 市場では、ネットワーク越しにソフトウェアが提供され連携されるという性質上、従来の SI ビジネスと比べて市場のエコシステムつまりステークホルダの相関関係やバリューチェーンが複雑化する。多様なステークホルダが登場し、それにより新しいビジネスモデルが生まれると考えられる。そこでまずどのようなステークホルダが市場を形成するのかを洗い出し、その中で日本ユニシスが貢献できる役割を検討した。

3.1 SaaS 市場のステークホルダ

役割別に洗い出した主なステークホルダは表 1 のとおりである。一つの企業が複数の役割を担う場合もある。また、主なステークホルダの相関関係を図 2 に示した。表 1 の網掛け部分は、図 2 に示すチャンネルに位置づけられ、SaaS 市場に特有のものである。

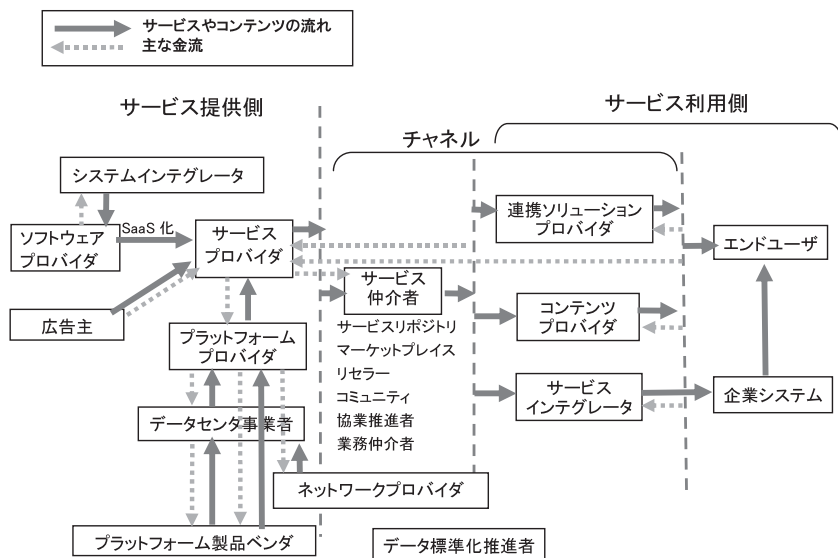


図 2 主なステークホルダの関係図 (エコシステム)

表1 ステークホルダー一覧

ステークホルダー	役割
サービス利用者	SaaSを利用する。(エンドユーザ)
アプリケーションプロバイダ	SaaSの基となるアプリケーションパッケージや部品を提供する。
サービスプロバイダ	既存ソフトウェアをSaaS化、もしくは新規開発したSaaSを提供する。
システムインテグレータ	他社のソフトウェアをSaaS化(支援)する。
連携ソリューションプロバイダ	他のSaaSとAPI連携するアプリケーション(SaaSまたはパッケージ)を開発・提供する。連携先SaaSのリセラーにもなりうる。
サービスインテグレータ	SaaSと顧客の社内システムを連携し、企業システムを構築する。BPMやSOAコンサルを伴うこともある。
サービスリポジトリプロバイダ	SaaSのリポジトリサービス(登録・管理・検索)を提供する。SaaS販売ポータルやマーケットプレイスの運営を伴うこともある。
業務仲介者	業務ソリューションとしてSaaSをユーザに紹介する業務仲介者(税理士、商工会議所、会計士、ITコーディネータ、業界別協会など)
業界推進者	SaaS市場拡大を推進する。政府、団体、コンソーシアム、協会等。
協業推進者	サービスプロバイダ、コンテンツプロバイダなどステークホルダー同士の協業の場を提供するコーディネータ。ポータルやコミュニティ運営を伴う場合がある。
リセラー	他社のSaaSを再販する。
コンテンツプロバイダ	SaaSに、画像、教材、観光情報、市場調査データ、各種履歴・統計・蓄積データなどを搭載し、コンテンツビジネスを行う。
コンテンツ制作者	SaaSで使用するデータやコンテンツを制作する。
蓄積データプロバイダ	SaaSで蓄積したデータやコンテンツ、統計データ等を提供する。
テンプレートプロバイダ	SaaSをカスタマイズするためのテンプレートを提供する。
広告主／広告代理店	SaaSの画面に広告を掲載する。もしくはSaaSで処理するデータを、広告情報として提供する。
SaaS運営機能プロバイダ	与信や決済など、SaaS運営に必要な機能を提供する。
プラットフォームプロバイダ	SaaSの開発環境、実行環境、連携環境、運用などのプラットフォームを提供する。(PaaS／インフラリソースサービス)
プラットフォーム製品プロバイダ	SaaSプラットフォームを構成するハードウェア、ソフトウェア(ミドルウェア等)を提供する。
データセンタ事業者	SaaSを運用するためのデータセンタを運営する
ネットワーク事業者	SaaSを提供するためのインターネット環境を提供する。
モバイルキャリア	携帯電話事業者。モバイル用SaaSの提供者にもなる。
データ標準化推進者	システム連携でやりとりする業種・業務別データスキーマの標準化を推進する。

サービスと料金の流れの例を以下に示す。

1) プラットフォーム・サービスを利用して SaaS を提供 (図3)

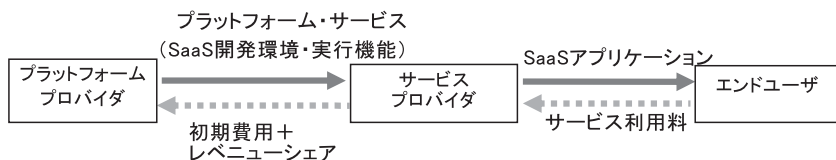


図3 サービスと料金の流れ (1)

・エンドユーザから支払われるサービス利用料やリソース使用量に応じて、プラットフォー

ム利用料が従量課金される。

- 2) 運送会社の荷物トラッキング情報を, SaaS として通販事業者の EC サイトからシステム連携して利用 (図 4)

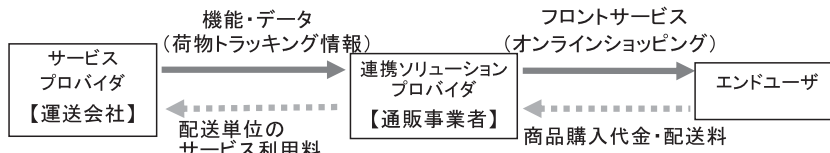


図 4 サービスと料金の流れ (2)

- ・ エンドユーザは, オンラインショッピングサイトで, 注文した商品の配送状況をリアルタイムに参照できる。
- ・ SaaS の利用料は, 通販事業者に対して配送単位に課金される。

- 3) 学習管理システムを SaaS として利用した教育サービス (e ラーニング) (図 5)

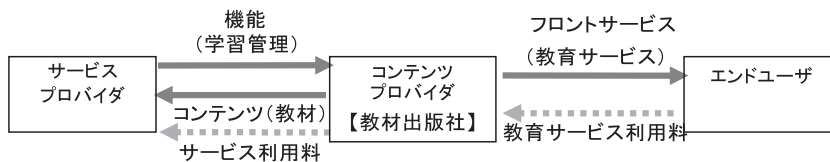


図 5 サービスと料金の流れ (3)

- ・ 教材出版社や教育機関が, 教材を学習管理 SaaS に載せて教育サービスを行う。
- ・ 教育サービス利用料売上の何割かが, サービスプロバイダに支払われる。

- 4) ホテル検索システムを SaaS として無償提供し, コンテンツ（ホテル情報）提供者から広告料を取る広告代理店モデル (図 6)

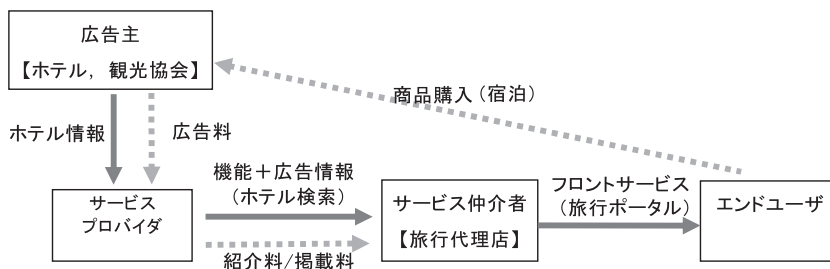


図 6 サービスと料金の流れ (4)

- ・ ホテル情報をホテル検索 SaaS に組み込んで旅行代理店に提供する。
- ・ 広告主からは広告料が支払われ, 旅行代理店には紹介料が支払われる。(成功報酬型の場合もある)

3.2 ステークホルダが持つ課題

主なステークホルダは、以下のような課題を持っている。

1) ユーザ企業が抱える課題

- ・さまざまな SaaS の中から、どれをどう組み合わせればいいかわからない。自社システムとも連携させたい。
- ・現行システムから SaaS に移行したいが、データを預けることに不安がある。
- ・部門主体で SaaS に移行すると、全社的な IT 統制が効かなくなる心配がある。

2) サービスプロバイダが抱える課題

- ・既存のパッケージを SaaS 化するノウハウがない。
- ・SaaS プラットフォームやデータセンタを自営できない。
- ・自社ソリューション単体ではなく、他の機能と連携して付加価値をつけたい。その機能を提供するパートナーを見つけたい。
- ・SaaS の販売チャネルを広げたい。
- ・従来型ビジネスとは異なる、SaaS のプロモーションに自信がない。

3) コンテンツプロバイダが抱える課題

- ・コンテンツやデータを SaaS 型で提供するためのシステムやプラットフォームを持っていない。それらの運用を自営できない。

特に、利用者主導型 SaaS の場合、2) と 3) の課題は大きいと考えられる。

3.3 エコシステムがもたらす影響

SaaS のエコシステムは、IT 市場に以下のような影響をもたらすと考えられる。

- 1) SaaS 事業ではさまざまな役割が必要になるため、それぞれのステークホルダが一社だけでビジネスを完結することは難しく、協業が必要となる。
- 2) 利用者がサービスを直接購入し利用するケースもあるが、チャネル（表 1 ステークホルダー一覧ではグレー網掛け部分）を介した販路拡大が期待される。ネットワーク経由で提供されることや、利用部門主体で導入が決まるなどの特性から、SaaS 市場では特にチャネルの多様化が予想され、チャネル戦略が拡販のカギを握るともいえよう。
- 3) コンテンツビジネスの場合などは、システム障害や販売契約上のトラブルに備えて、サービスプロバイダ、コンテンツプロバイダ、プラットフォームプロバイダなど複数の関連企業間での責任分界点の明確化が重要となる。
- 4) サービスの流れに、金流と契約の流れを同期させ、それぞれのステークホルダが WinWin の関係を築けるような収益構造の確立が必要となる。
- 5) 業界別交換データの標準化や、協業コーディネータなど、エコシステムのとりまとめ役が必要になる。

3.4 エコシステムにおける日本ユニシスの役割

ステークホルダが抱える課題を解決し、エコシステムがもたらす影響に対応して SaaS 市場の活性化を促進するところに市場のニーズがあると考えられる。3.1 節の表 1 に挙げたステークホルダの内、日本ユニシスが担うことのできる役割（参入形態）を検討した。

表 2 日本ユニシスの参入形態

日本ユニシスの参入形態	役割
アプリケーションプロバイダ	SaaSの基となるアプリケーションパッケージや部品を提供する。
サービスプロバイダ	既存ソフトウェアをSaaS化、もしくは新規開発したSaaSを提供する。
システムインテグレータ	他社のソフトウェアをSaaS化(支援)する。
連携ソリューションプロバイダ	他のSaaSとAPI連携するアプリケーション(SaaSまたはパッケージ)を開発・提供する。連携先SaaSのリセラーにもなりうる。
サービスインテグレータ	SaaSと顧客の社内システムを連携し、企業システムを構築する。BPMやSOAコンサルを伴うこともある。
サービスリポジトリプロバイダ	SaaSのリポジトリサービス(登録・管理・検索)を提供する。SaaS販売ポータルやマーケットプレイスの運営を伴うこともある。
協業推進者	サービスプロバイダ、コンテンツプロバイダなどステークホルダ同士の協業の場を提供するコーディネータ。ポータルやコミュニティ運営を伴う場合がある。
リセラー	他社のSaaSを再販する。
蓄積データプロバイダ	SaaSで蓄積したデータやコンテンツ、統計データ等を提供する。
プラットフォームプロバイダ	SaaSの開発環境、実行環境、連携環境、運用などのプラットフォームを提供する。(PaaS/インフラリソースサービス)
データセンタ事業者	SaaSを運用するためのデータセンタを運営する
データ標準化推進者	システム連携で交換する業種・業務別データの標準化を推進する。

日本ユニシスが SaaS 市場の活性化に貢献するためには、自らサービスプロバイダとなるのはもちろんのこと、SaaS を搭載するプラットフォームを他社にも提供し、他社のアプリケーションの SaaS 化と販売・運用を支援すること、そしてそれらを組み合わせて顧客に提供すること、すなわち表 2 の網掛け部分の役割に注力すべきと考える。そこで、日本ユニシスは 2008 年 12 月、SaaS 市場のステークホルダへのビジネス機会創出の場として「ビジネスパーク」という事業ブランドを立ち上げた。

4. ビジネス創出の場「ビジネスパーク」

ビジネスパークのコンセプトは、SaaS の利用者・提供者、コンテンツプロバイダや SIer、さらには広告主などさまざまなステークホルダが一堂に会してビジネスを創出し、SaaS 市場を活性化することである。

4.1 ビジネスパーク概要

ビジネスパークのポータルを訪れた利用者は、さまざまなベンダが提供する SaaS のの中から適切なものを見つけ、利用できる。日本ユニシスは SIer としてのノウハウを生かして、単に SaaS を提供するだけでなく、データ移行などの利用支援や、最適な SaaS を組み合わせたり顧客システムと連携させるサービスインテグレーションを行う。

一方 SaaS の提供者に対しては、企画から運用まで、SaaS 事業プロセスに沿ってビジネス面と技術面の支援を行い、共同プロモーションや Web マーケティングの仕組みも提供する。人手による支援と IT による仕組みの提供である。これにより SaaS 事業の早期立上げと効率的な運営が可能となる。図 7 は、ビジネスパークの全体概念図である。また、サービスプロバイダに対して、SaaS 事業プロセスに沿って提供する支援内容を図 8 に示す。

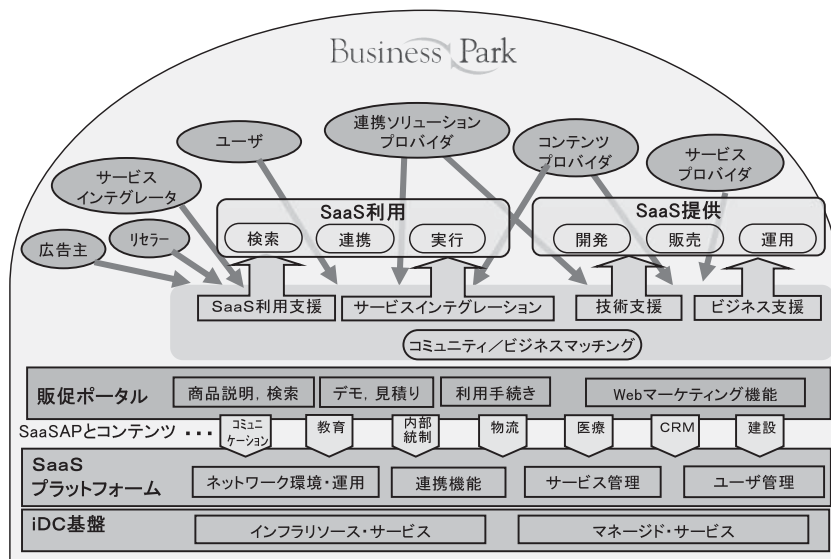


図 7 ビジネスパーク概念図

		企画	開発	販売	サービス提供
SaaS事業化支援サービス	(リアルサポート)	企画支援	開発支援	販促支援	運用支援
	(販促ポータル)	ワークショップ フィージビリティ検証 ビジネス企画 コミュニティ(交流会)	プロトタイプ開発 設計・開発・テスト 商品化	共同プロモーション(プレスリリース、セミナー、広告) メール配信 SEO対策	ユーザ向け eラーニング教材作成 問合せ一次切り分け
SaaSプラットフォームサービス		SaaS関連情報 情報共有・交換		商品検索・比較 商品情報提供 お試し/利用申込み 見積り依頼	ユーザ向けeラーニング 問合せ
ICTホスティングサービス			ネットワーク環境・運用 アプリケーション実行環境 連携サービス		ネットワーク環境・運用 サービス管理、ユーザ管理 SaaS利用状況照会 連携サービス 決済代行
			インフラリソース		インフラリソース 運用・監視

図 8 SaaS 事業プロセスに沿ったサービスプロバイダ向け支援サービス概要

ビジネスパークでは、業種・業務分野別のコミュニティや販促ポータルも展開でき、関連するサービスプロバイダやコンテンツプロバイダが組んで、複数の機能やコンテンツを組み合わせたサービスを創り出すことができる。例えば学習管理システムに人材管理システムを連携させたり、教材コンテンツを載せて教育サービスを行うようなケースである。日本ユニシスでは先行してこのようなサービス「まなびとパーク」*2 を 2009 年 10 月に開始している。

日本ユニシスは、SaaS、PaaS (SaaS プラットフォーム・サービス)、IaaS (ICT ホスティング・サービス)、及びサービスインテグレーションで収益を得るが、ビジネスパークは PaaS・IaaS に付加価値を与えることでパートナーの参加を促すと共に、パートナーの SaaS 販売を促進することで新たな収益源を確保していく。

4.2 ビジネスパークの特徴

SaaS プラットフォームと販促ポータルに加え、SaaS 化支援を行っているベンダはいくつかあるが、他社と比較したビジネスパークの特徴は以下のとおりである。

- ・ SaaS は、マルチテナント型であることや、ターゲットや収益モデル、プロモーションスタイルなどビジネスモデルが従来型パッケージ販売や SI とは異なるため、単にアプリケーションを Web 化し技術的に SaaS 化するだけではビジネスの成功は望めない。SaaS の特徴を踏まえた企画が重要である。ビジネスパークでは、企画フェーズから体系だった支援を行う。
- ・ Web マーケティングや共同プロモーションなど販促支援をサービスメニューとして明記している。
- ・ コンテンツプロバイダや広告主など他業種もパートナーとし、新しいビジネスモデルを創出することをコンセプトとして打ち出している。
- ・ 日本ユニシスやリセラーが、ユーザ企業に対してさまざまな SaaS を組み合わせたサービスインテグレーションを行えることも、サービスプロバイダにとってのメリットとなる。

4.3 ビジネスパーク推進に必要な要素

ビジネスパークを推進し、市場を活性化するには、以下の取り組みが重要と考えられる。

4.3.1 豊富な品揃えや再利用性の高い API

ビジネスパークは、さまざまな SaaS やコンテンツを組み合わせたビジネス共創が可能な場である。SaaS が増えるほど組み合わせのバリエーションも豊富になるため、豊富な品揃えや再利用性の高い API 戦略が重要となる。売れる SaaS とコンテンツがあれば、それらと組み合わせる SaaS が連鎖的に増えていく可能性がある。2.2 節「SaaS の市場拡大と適用分野」で述べたような有望分野、潜在市場を見極め、パッケージソフトウェアでの実績に囚われずに商材開拓していく必要がある。

4.3.2 サービス管理とクラウド間連携

SaaS 単体での販売促進はもとより、SaaS 同士の連携や企業システムとの連携を促進するためには、さまざまな条件で SaaS を検索できるようにするための属性情報や API など、SaaS の情報やデータを管理する仕組み（メタデータやサービスリポジトリ）が必要となる。既にビジネスパークに類似したクラウドサービスが乱立しており、クラウド間連携の重要性が高まることが予想される。UN/CEFACT など国際標準仕様に準拠したサービス属性情報、連携データスキーマの標準化と連携基盤、他社のサービスリポジトリとの連携技術、複数企業にまたがるサービス提供での責任分界点や SLA の管理など、技術面・ビジネス面の研究開発が急務である。IT リソース管理標準化を推進する業界団体である「DMTF」内のグループ「Open Cloud Standards Incubator」や、グローバルクラウド基盤連携技術フォーラム（GICTF）などが、クラウドの相互運用性に取り組んでいる。

4.4 ビジネスパーク将来構想

世の中にはさまざまなデータやコンテンツが存在する。人材スキル、教材、企業情報、調査・

統計データ、記事・ニュース、地図・地理情報、交通ダイヤ、気象情報、医療カルテ、不動産情報、商品情報など枚挙に暇がない。それらは各分野の専門企業が保持している場合がほとんどであり、単体では単なるデータとしての価値しか持たないものも、組み合わせられ加工されることで新たな価値を生み出す。例えば、地図、交通ダイヤ、気象情報、宿泊施設情報などを組み合わせ、旅行代理店向けシステムなどで活用できる。組み合わせの可能性は無限にある。

今後クラウドは、アプリケーションやプラットフォームだけでなく、あらゆる情報（データやコンテンツ）がクラウド上で共有・活用されるように進化していくと考えられる。DaaS（Data as a Service）/CaaS（Contents as a Service）である。ビジネスパークは、あらゆる業種のさまざまなデータやコンテンツを集め、SaaSを介して価値を生み出す「Contents as a Service 創出の場」を目指していく。

5. まとめ

5.1 SaaS市場の特徴

SaaS市場の特徴を要約すると次のようになる。

- ・ SaaSの提供形態、ビジネス参入形態（役割）は一様ではなく、さまざまである。
- ・ ネットワーク上のサービス連携によってビジネス連携が生まれマーケットが拡大する。
- ・ 従来のSIビジネスと比べてエコシステムが複雑であり、ビジネスモデルが多様化する。
- ・ ユーザ主導型SaaSが活性化し、IT業界以外の参入機会が増大する。

5.2 日本ユニシスが担う、SaaS市場での役割

サービスプロバイダに対しては単なるプラットフォーム・サービスに留まらずSaaS事業プロセスの全工程をサポートし、さまざまなステークホルダにビジネス創出の場を提供する。エコシステムの中の仲介役として協業を促進する。ユーザ企業に対してはSaaSアプリケーションを利用する際の選択・購入から導入までを支援する。これらによりプラットフォーム・サービスおよびSaaSアプリケーション・サービスに付加価値を与える。

ユーザ側も、一気に全てのシステムを利用型に変えることはできないため、ユーザ固有のシステムはインハウス型で運用し、共通部分はSaaSを利用して相互に連携するようなシステムが現実解となる。また、同じソリューションであっても、大手企業にはインハウス型、中小企業にはSaaS型が適する場合もある。ユーザ企業は、インハウス型（またはホスティングを利用）とSaaS型を適材適所で使い分け、SOAのもとで相互連携し全体最適化を図るサービスインテグレーションを求めている。日本ユニシスは、SaaS提供とSIを組み合わせたハイブリッド型のビジネスを推進する。

6. おわりに

今回は役割別にステークホルダを分類し、ビジネス参入形態の多様性を示した。ビジネスパーク上で、思いもよらないようなさまざまなビジネスモデルが生まれることを期待したい。今後、既存の業態別（SIer、ISV、SaaS専用ベンダ、コンテンツ（データ）保持者、通信事業者など）のマーケット分析も行いたいと考えている。

最後に、共にビジネスパークを企画・推進している関係各位、そしてビジネスパーク会員の皆様に感謝の意を表したい。

* 1 サブスクリプション型

定期購読型課金モデル。一括型で初期収入が大きい SI やパッケージ販売と、初期収入は小さいがスケールメリットがある SaaS ビジネスとの間にはカニバリゼーションが生じる。SaaS 事業は、初期投資がかかり損益分岐点までの時間もかかるのが一般的であり、それに耐えうる収益構造 (採算、投資判断基準) が必要である。マルチテナントによるコスト削減により、価格競争力を持ちつつ利益を上げられる価格戦略が重要となる。また導入されやすい半面解約リスクも伴う。

* 2 まなびとパーク

学習管理システム「RENANDI SaaS Edition」を利用して、教材コンテンツベンダーが e ラーニングサービスを行うことができる教育プラットフォームサービス。ユーザ企業は適切な教材を選び、学習管理を行いながら定期定額制で利用することができる。

- 参考文献** [1] 津田邦和・徳納尚成・辻康博・中山五輪男・齋藤壽勝, 「モバイル SaaS スマートフォンの衝撃」, リックテレコム, 2009 年 3 月
- [2] 「ASP・SaaS 構築ガイド (ビジネスとソリューションの構築手順と留意点)」, ASP・SaaS インダストリー・コンソーシアム, 2008 年 4 月
- [3] 「ASP・SaaS 白書 2009/2010」, ASP・SaaS インダストリー・コンソーシアム, マルチメディア振興センター, カナリア書房, 2009 年 9 月

執筆者紹介 岩本 のぞみ (Nozomi Iwamoto)

1980 年, 日本ユニバック (株) 入社。汎用機での COBOL 生成ツール開発やオープン系のアプリケーション開発, ソフトウェアの営業教育を経て, 開発ツール (TIPLER 等) の商品企画, XML Web サービス, .NET, SOA 等のビジネス企画・プロモーションに従事。2006 年より SaaS に取り組み, 現在, 日本ユニシス (株) ICT サービス本部 SaaS ビジネス部に所属し, ビジネスパークの企画を担当。

著書に, 「事例でわかる Web サービス・ビジネス」(日本能率協会マネジメントセンター 2004.1 発行) がある。当時の商用 Web サービスは SaaS の一形態である。

