

# ビジネスのデジタル化は“つながり”で創りだす —— API エコノミーが変える新しいバリューチェーンの姿

上 田 潤

**要 約** APIの公開や利活用は、いまやICTのテーマではなく、体験、コト指向になった生活者に対して、企業間でのサービス連携、価値合成によって対応していくというビジネス、経済のテーマに昇華している。また Web-API が正しい表現となるが、インターネットを介した広範なサービス、データ連携のスケール性を活用すること、ならびに、Web ならではの UI を介して生活者自身を自社のバリューチェーンに取り込むことが重要な要素となっている。

API 利活用における最大の目標は、生活者におけるジャーニーの流れを主軸として、そこに一貫した体験を与えることであり、そのためにジャーニーに関与する企業間では、あくまでも生活者意思に従った形でのデータ流通や、サービス連携を行う。

日本ユニシスでは、API エコノミーへの対応として、生活者への認証、認可一元化とデータポータビリティ推進を最大の特徴とした、SaaS 型サービスである「Resonatex」の事業を 2018 年から開始している。

## 1. はじめに

「API エコノミー」という言葉のとおり、API の公開、利活用は、もはや ICT エンジニアリングのテーマではなく、ビジネス、経済のあり方を定義づける重要なテーマに昇華している。

ビジネス、経済のレイヤーに昇華した現代の API が流通させているものは「サービス」である。この場合のサービスとは、それ単体でも何らかの機能的価値が享受できるような単位であるが、この単体でも成立するサービスを、API を接合点とした無限の組み合わせで連携、合成し、人間の持つ複雑な行動、情緒などに整合させ、さらなる付加価値、ひいては経済そのものを創出していく、というのが API エコノミーの動作原理であると考えられる。

昨今の API 公開、利活用にかかる各種の動向については、API エコノミーというビジネス、経済の視点から捉えることで、より本質的な洞察、理解ができる。

また、2021 年現在のビジネスシーンにおいては、デジタル化、DX という言葉も頻出しているが、API は、これらの動向とも無関係ではなく、双方ともに密接な関係がある概念である。

これらのビジネスシーンにおいて起きている動向、変化を正しく理解し、また適応していくために重要な視点が二つある。一つ目は生活者という需要側における生活様式や、価値観などの変化である。二つ目は生活者だけでなく、サービス、製品などを提供する供給側も含めた技術駆動（テクノロジー・ドリブン）の側面である。この二つはいわば需要と供給の関係にもあるが、二つの間のパワーバランスは刻々と変化していく。大半の場合には需要に対して供給が整合していくが、供給サイドの進化が新しい需要を呼び起こすケースも存在する。本稿では、2021 年の現在において、この二つがどのような状況にあるのか、また今後どのように変化していくのか、という点から API エコノミーのメカニズムと展望を考察する。

APIについては、ICTエンジニアリングの視点から、APIの作成、公開や、利用にかかる技法などを述べた資料は多いが、ビジネス、経済面での効用や、戦略展開について述べたものは少ないように感じている。そのため本稿では、APIを使った、企業間でのサービス・ビジネス連携にかかる基本的なアプローチ方法や、戦略、さらには、重要視すべき要素などに焦点をあてて、APIエコノミーが変える新しいバリューチェーンの姿を述べる。

用語の定義として、ビジネスシーンにおける多くの場合では、単に簡略化され「API」と表現されることが大半であるが、2021年の現在において、APIと言う場合には、正確には、そのほとんどがインターネット上に展開されるWeb上での稼働、サービス連携を前提とした「Web-API」を暗黙的に指すことが多い。本稿においても、特段に付記しない限り、APIという用語は、すべてWeb-APIを指すものとする。

本稿の構成としては、最初に2章で、インターネット上におけるサービス連携の簡単な歴史・経緯と、特に2010年以降から活発になっているAPIエコノミー形成を巻き起こしたメカニズムなどから、APIエコノミーの動作原理を考察する。次に3章で日本ユニシス株式会社（以降、日本ユニシス）におけるAPIエコノミービジネスへの取り組みとして、オープンAPI公開基盤「Resonatex」のAPIエコノミー形成に向けた基本的なスタンスや、優位性、特徴などを紹介する。最後に4章で、APIエコノミーを使った企業間でのサービス連携や、サービス合成といった、新しいバリューチェーン形成に向けた展望などを述べる。よって、本稿においては、APIにかかる技術的な解説や考察については触れないものとする。

## 2. APIエコノミー発達の背景とメカニズム

2章ではAPIエコノミーが形成されるに至った背景や経緯を、生活者ニーズという需要と、事業者によるサービス供給の両面から考察し、APIエコノミーが本質的に目指していること、APIエコノミーを形成する重要な考え方、要素について明らかにする。

はじめに、APIを理解する上での重要な点を述べる。APIといったときに、データ連携を連想する方も多いようだが、APIエコノミーは必ずしも「データの連携」を指向してはいない。詳細は、本章の各節にて述べるが、生活者の体験向上を目的として、複数企業のサービスが、生活者を媒介して、連携するというのが、APIエコノミーにおける目指すべきところである。つまり媒介する生活者の行動にあわせて、各サービスがリアルタイムに融合、合成しながら動作して生活者への体験を提供することが重要であるため、データを連携するだけでは、上記の目的を達成できない、というのが理由である。データが副次的に求められるケースも存在するが、データそのものは主たる目的とはならないのである。

### 2.1 生活者のニーズ、需要の変化と、バリューチェーンへの生活者の組み込み

まず、APIエコノミーが、どのような世相、背景から出現したのか、という点を、生活者のニーズに関する移り変わり、という視点から考察する。

世の中にモノが満ち溢れ、モノの購入や所有といった単純な欲求が満たされてきたことから、マズローの欲求5段階説のとおり、ヒトの欲求がより高度なものに昇華した結果としてコト消費、コト指向になっている。コト消費、コト指向という言葉は、モノが販売され、生活者の手に渡ったあと、生活者自身がそのモノをどのように使うのか、また使ったことによって、どのような経験を獲得し、どのような自己実現を達成できたのか、ということが提供価値、ま

たは競争領域となることを指している。

このときに、モノ本体を提供する事業者と、そのモノを使うシーンでの関連商品やサービスを提供する事業者が同一であるのか、という問いが生じるが、これは往々にして別事業者である、と考える方が自然である。というのは、図1に示すように、自動車という商品を例に挙げると、自動車本体がモノであり、その利用用途、使用のシーンがコトになるが、この利用用途は人によって、レジャーが中心の場合もあれば、通勤などに使う場合もある。つまり、モノの使用用途というもの、無限に分岐するということを前提とすれば、自動車本体というモノを販売している企業が、それらの利用シーンのすべてを網羅するような事業多角化、サービス拡充をすることは難しい。また、コトである利用シーンの中でも、それらはさらに細分化されるため、一つの事業者がすべてのコトを網羅することも、また難しい。すなわち、自動車の製造・販売と、その利用シーンに対するサービスという、モノ・コトを対象とするビジネス領域において、かなり数多くの事業者が存在する構造になる。

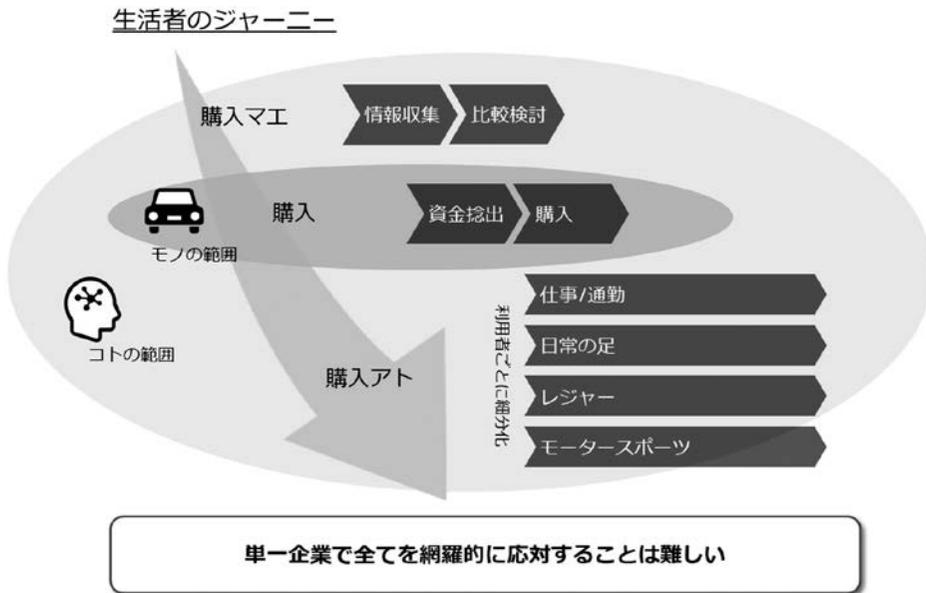


図1 自動車購入のカスタマージャーニー例

繰り返しになるが、生活者自身は、モノを買うところから始まって、それを使うコトまでを含めて、一つの事業者からサービスを提供されることを望んでいるわけではなく、常にそのシーンに応じた最適なサービスを楽しむことを望む。つまり生活者の視点からは、自身の生活が常にいずれかの事業者が提供するサービスに囲まれている、という構造であり、事業者の視点からは、生活者の購入マエから、購入アトに至るまで、あらゆる箇所にビジネスチャンス、参入余地がある、ということになる。

このときに、生活者を取り囲む事業者同士のサービス連携、繋がりが重要になる、というのがAPIエコノミーの基本構造であるが、これは前述のとおり、生活者に提供するものが、機能的な利便や効率だけではなく、体験が最も重要な要素になるから、というのがその理由となる。図2にて示すように、生活者に終始一貫した体験を与えるためには、自社サービスを享

受するジャーニー上での前段階においてユーザがどのような状況にあるのかを察知、情報収集しておくことに加え、自社サービスを利用したジャーニーの後段階の事業者にも、そのユーザの行動実績などを共有するのが望ましい。生活者は個々のサービスではなく、ジャーニー全体に対して満足、不満足の評価を下すので、ジャーニーに関与する各企業は、自社サービスの範囲だけでなく、自社サービスの前後を含めて、ジャーニー全体の向上に指向するべきである。

また、さらに状況を複雑にするのは、図3に示すように、企業側が、生活者そのものもこれらのバリューチェーンの中に織り込んでいかなければならない、ということである。

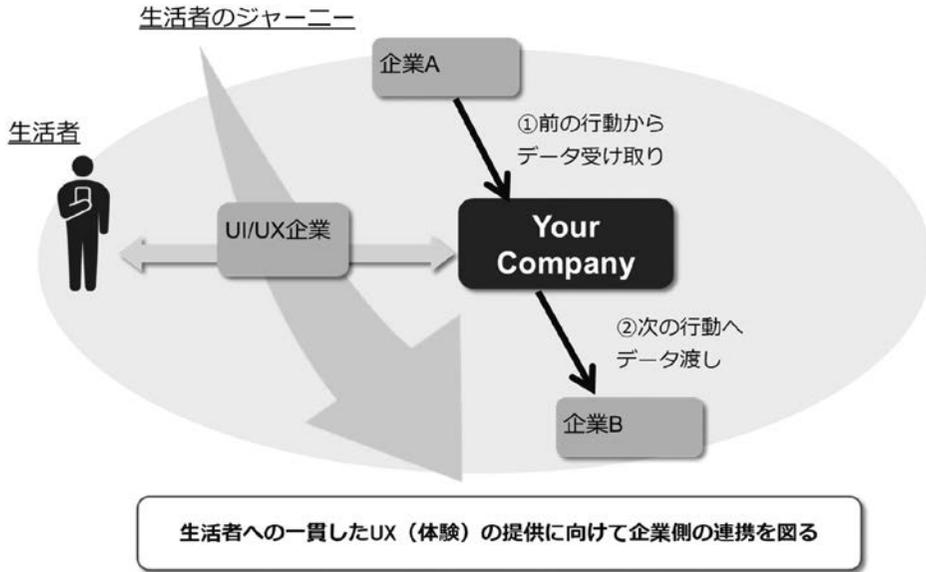


図2 ジャーニーの前後を担う企業との情報共有・連携

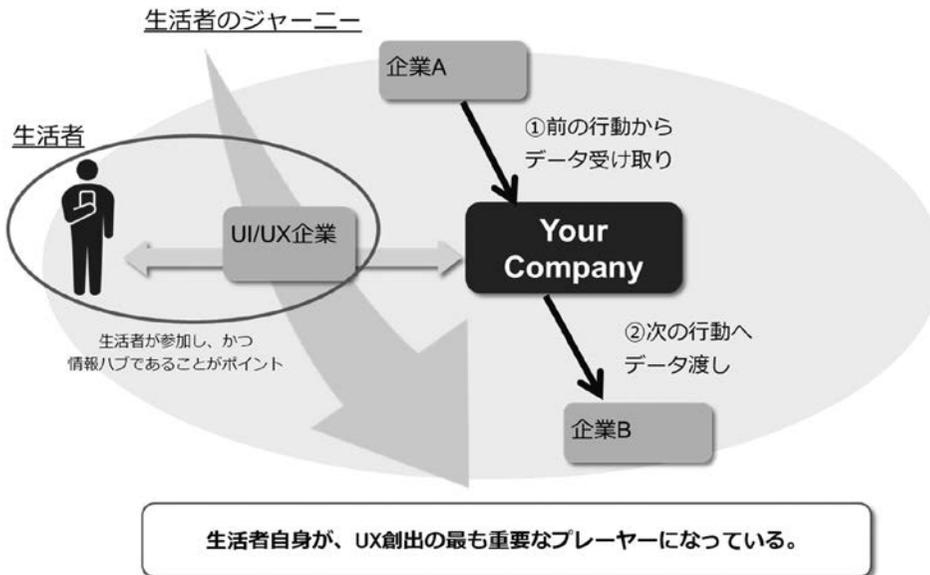


図3 企業間連携における生活者が持つ媒介の役割

上記のような企業間での情報共有は、企業同士が直接行うのではなく、生活者本人を媒介し、経由するべきものである。これは、企業間の情報共有は、あくまでもユーザのニーズ、要望に応じて行われるべきであり、企業間だけの取り交わしで進めるべきではない、ということに拠る。ジャーニーを進んでいく生活者本人が意思決定における主体者であり、情報連携のハブ的な存在になることで、終始一貫したジャーニー上の体験を享受することができるからである。

企業のバリューチェーンを考えたときに、従来型のモノの所有がテーマという場合には、モノの供給者側におけるバリューチェーンとして、商品企画から製造、販売という供給者側の一連の活動のみがその範囲であり、このバリューチェーンの中に生活者は登場していない。しかしながら、コト指向、体験創出に重きを置く現代のビジネスシーンにおいては、一連のバリューチェーンの中に、モノの消費側である生活者自身も含めるべきである。

## 2.2 インターネットという「打ち出の小槌」の利用価値

本節では、API エコノミーの実現を支える供給側における技術革新や、メカニズムなどについて考察する。

インターネット上には、無数のコンピュータが接続されており、それらのコンピュータは、直接、間接を問わず何らかの形で、インターネットの参加者に対して、データ、またはサービスを提供している。これらのデータ、またはサービスは、物理的な面では時間の経過と比例して爆発的な増加傾向にあり、また質的な面からも、デバイスの技術革新によって取得できるデータの種類が増える、粒度がより高精細になる、などの進化が継続している。これらは至極自明なことのようにも思えるが、ややもするとインターネットに対して、コンピュータ同士の通信を接続するための単なる「電線」であるかのような理解をしてしまうことで、API エコノミーというものを正しく理解することが難しくなると考える。インターネットは、単なる巨大な通信インフラではなく、それを利用する生活者、事業者のあらゆる営みすらも、自身の一部に組み込んでしまう一つの空間であり、サービスが流通する万能なマーケット、または、森羅万象をデジタル的に捉えたデータの集合体としての側面をもっている。そしてその活用方法がビジネスにおける成否を左右するということは、ビジネスを企画、運営するにおいて、常に意識すべき重要な原理である。

やや話が逸れるが、コンピュータプログラミングにおける部品化、という流れについて少し述べると、アプリケーションやプログラムの中において、個々のモジュールが持つ機能の汎用性を高めることによって、モジュールの部品化、再利用を促すアプローチは、コンピュータプログラムの創成期より指向されている。APIは「アプリケーション・プログラミング・インターフェース」の略であり、元々は、一つのアプリケーション、プログラム内における機能、サブルーチンなどの呼び出しのためのものであった。

この部品化、再利用という考え方を、一つのアプリケーション、プログラムから飛び出して、インターネット全体において適用する、というのが、Web-APIが基本的に目指すところである。インターネットに参加する各々のコンピュータが持っているサービスやデータを組み合わせることによって、モノリシックなサービスでは実現することができない、複雑性やスケールを持ったサービスを創出するというアプローチである。前述のように、インターネットには世界中のサーバが接続されていることから、インターネット上には、現在人類が持ちうるありとあらゆるアイデア、サービス、データが存在しており、あたかも「打ち出の小槌」のように、

願うものは、そのほとんどが供給されるのが実態である。そのため、一つのアプリケーション、プログラム内における機能の再利用という取り組みに比して、Web-APIの目指すものは、はるかに規模が大きく、そして優れたイノベーションの創出、複雑性のあるサービスの実現、スケールなどの可能性を有している。

### 2.3 APIエコノミーが、Webという媒介手段を選択した背景

本節では、なぜWeb-APIというように、Webが中継方法として選択されているか、という点について述べる。

インターネットは、その創成期から、Webと電子メールが主なコミュニケーション方法として確立されていた。このうち、あらゆる方向で拡張、進化し、インターネットのトラフィックの大半を占めることになったのは、HTTP、いわゆるWeb系の通信であり、2019年時点でのインターネット通信のうち、およそ65%が、何らかの形でWebに関わるようなサービス、アプリケーションによる通信である<sup>[1]</sup>。

Webがインターネット上のアプリとして王者になった理由を想像するに、電子メールが、あくまで人間の1対1、または少人数同士のコミュニケーションをオンライン化した、いわば少人数インタラクティブ型の通信方法であることに対して、Webは、情報を事前に配置しておき、多人数を相手に非同期なコミュニケーションができるスケール性、また、画像、動画などのリッチコンテンツとの組み合わせやすさの二点によるところが大きい。いずれにしても、インターネット上でのサービス連携を進めるにあたっては、インターネット上にて最も広く使われているWebを活用したWeb-APIとして実装されることが主流になっている。

またWebが現代のAPIエコノミーにとって親和性が高いのは、Webが、利用者そのものに対して、グラフィカルなユーザインターフェースを有しているからである。これは2.1節で述べたように、APIエコノミーにおける、企業のバリューチェーンには、生活者そのものの主体的な参加が求められることと関係がある。ジャーニー上において複数企業のサービスを横

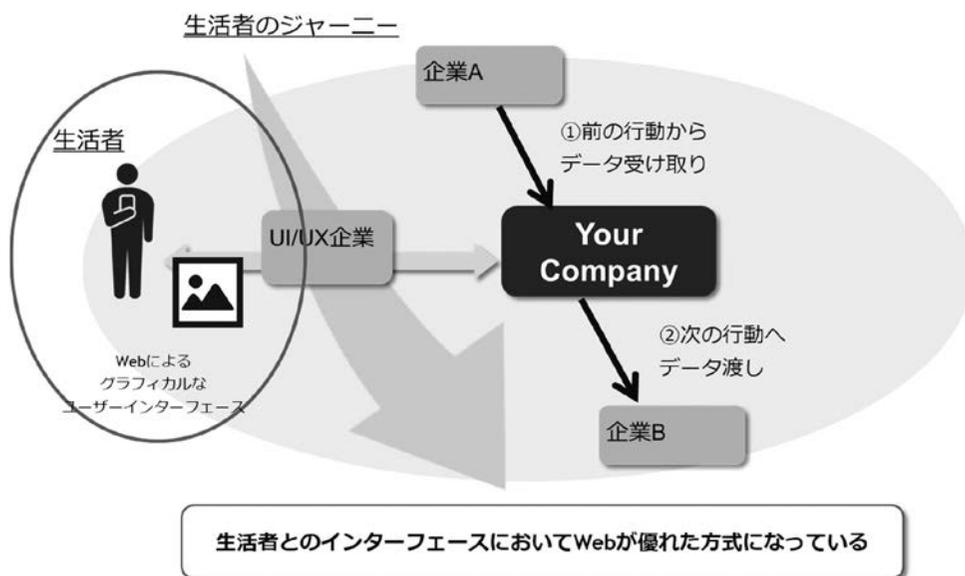


図4 Webによる生活者とのインターフェース

断して利用する場合に、図4のように生活者とインターフェースを取りやすい方式が、グラフィカルなユーザインターフェースを有する Web ということになる。

ここで重要なことは、企業間におけるサービス、情報連携は、生活者不在の場面で、バックグラウンドで実施されるようなものではなく、生活者がサービスを利用している現場で、生活者そのものを媒介として連携が進められるべきであり、その実現にあたって、最も親和性が高いのが、Web という方法なのである。

その他の技術動向として、デバイスの進化も付け加えるべき事項となる。デバイスというのは、ユーザからのデータ取得を目的としたセンサーなどのインプット方向にあるデバイスだけでなく、ユーザへ情報を伝達するディスプレイなどのアウトプット方向にあるデバイスも指す。これらの大型・軽量化、また高精細化は、上記のとおり、グラフィカルなインターフェースを基本とする Web の領域における体験向上に大きく寄与するものであり、Web-API を基本とする現代の API エコノミーの進化をさらに推進する要素にもなっている。

### 3. 日本ユニシスが提供する、オープン API 公開基盤「Resonatex」

金融業界においては、2017年に銀行法が改正され、金融機関における為替、決済、データ参照などの API 公開が努力義務化されたことによって、これまでは個別企業における ICT 戦略として取り組まれてきた API 公開、利用の流れが、業界全体での標準的な取り組みとして、扱われるようになったことは、大きな話題となった。

デジタル技術の進化、またそれがもたらすサイバー空間の広がりにより、API エコノミー市場が成長分野となることを見越して、日本ユニシスは、2018年4月に、オープン API 公開基盤「Resonatex」(リゾナテックス)のサービス提供を開始した。本章では、Resonatex のサービスを開始した背景と、API エコノミーを推進する大きな特徴について解説する。

#### 3.1 オープン API 公開基盤「Resonatex」

Resonatex では、リリース前年に実施された銀行法改正による金融機関の API 公開を確実に実現するため、金融業界における各種の規定や、標準的なセキュリティレベルなどを担保している。また一方では、今後拡大する API エコノミーにおいて、あらゆる業種・業界などが、API 公開に踏み切ることを見越して、公開する API を金融機能だけに特定せずに、業界横断で利用できるような汎用的な API 公開基盤として設計されている。図5に Resonatex の構成、概念、およびモデルを示す。

Resonatex の最も特徴的な点は、API を介したデータ・サービス流通のうち、生活者自身に帰属するデータの流通の際の個人認証、認可の仕組みに、業界標準的には「OAuth 2.0」と呼ばれるフレームワークを忠実に実装していることで、個人データを本人の意思によって API 公開側、API 利用側の間で流通させる「データポータビリティ」の世界観を実現している点である。

欧州の GDPR にも規定されているとおり、一般的には企業などがその役割を持っている個人にかかるデータの保有・管理に対して、そのデータの取り戻しや、移転などを、個人の意思にて自由を実現できるように、データ保有者・管理者が仕組みを提供する義務がある。2017年の改正銀行法においても、その趣旨は継承されており、表面的には金融機関における API 公開の努力義務化、という形態となっているが、その根本にある狙いは、個人データの移転な

## オープンAPI公開サービス『Resonatex®』

金融機関をはじめ各事業者が持つコアコンピタンスをAPI公開するためのクラウド型プラットフォームサービス  
 オープンAPI管理・公開の機能にとどまらず、消費者が所有するデータのポータビリティを安全に実現し、消費者・顧客の利便性を高めるため、「認証・認可サービス」「本人の所有権（オーナーシップ）管理サービス」を提供します。

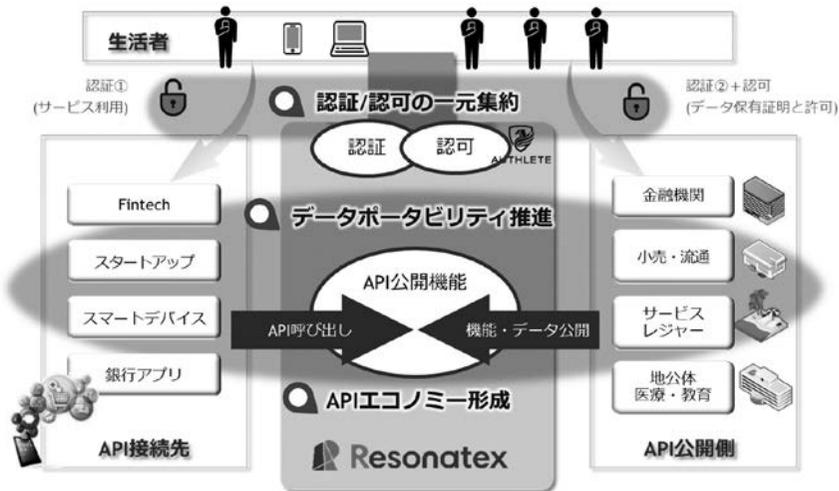


図5 Resonatex の概念図

どに対する個人が持つ権利の担保と、個人の意思によって金融機能のインターフェース事業者を自由に選択できることによる、自由競争の促進である。

Resonatex では、このデータポータビリティに着目し、データポータビリティが実行される場合における、個人の認証、またその認証結果が API 利用側、API 公開側という二つの事業者間で共有されなければならない、という要件に対して、「AduME アカウント」という、API 基盤が独自に発行するアカウントを用いて課題解決にあたっている。

API 利用側事業者、API 公開側事業者のいずれでもない、API 基盤の運営者という中間的な立場から、アカウント発行、またその認証システムと認証結果を、API 利用側事業者、API 公開側事業者に共有することによって、複雑になりがちな複数事業者間における認証、認可の実現という問題をクリアしている。

さらに、API 利用側事業者、API 公開側事業者を横断した、コンソーシアムの運営にも取り組んでいる。API エコノミーについては、概念的には過去から存在するものの、実際のビジネスという場面での実装は、いまだ黎明期ともいえるフェーズであり、担保すべきセキュリティレベルと、生活者が混乱、または離脱しない UI/UX というトレードオフの関係にある課題を、うまくバランスさせたベストプラクティスが、完全には確立されていない段階である。そのため、Resonatex にて API 公開を行っている各事業者である金融機関が一同に会しての、意見交換、ベストプラクティスの策定といった活動を年に数回のコンソーシアム開催という形態で推進している。

デジタル、サイバー空間での公的機関への各種申請、高額な取引などに、従来よりも高いセキュリティレベルが求められるようになってきていることや、2020 年来からのコロナ禍における非対面、オンライン処理化などの流れの中では、本人確認、本人認証に求められる堅牢性、精度のレベルが以前よりも格段にあがっている。また、非対面、オンライン処理のすそ野が広が

るほどに参加人口が増加し、より多くの人がスムーズに使いこなせるような普遍性も同時に求められる、という一種の相反する要件への対応が急務になっている。その点では、APIエコノミーにおいて、どのような場面、シチュエーションにも共通な最適解は存在せず、その処理、取り扱う事案のリスク、重要度や、それを実行している生活者のシチュエーションなどに応じて、さまざまな方法、セキュリティレベルという、バリエーションが発生していることも事実である。

これらの複雑性のある問題に対して、コンソーシアムの中で、意見交換を重ね、各種の検証、トライなどを経てベストプラクティスに近づいていくことを、Resonatex を通して進めたいと考えている。

#### 4. これからのバリューチェーン

本章では、APIエコノミーを使った企業活動として重要なスタンスとなる「たくさん使われることが価値」という概念と、企業活動のバリューチェーン構造が今後どのように進化、変化していくのか、という展望について述べる。

##### 4.1 オープンファースト

インターネットを通じて、連携、または接触できるサービス、データの量が非常に膨大であることは、前章までで述べたとおりであるが、連携によってサービス、データを得られたことに価値があるだけではなく、サービス、データを自らも公開し、それが使われることの方がより価値が高い。

具体的には、サービス連携にて接点を持った相手からのフィードバックの蓄積である。たとえば自身がサービスの提供側であった場合には、そのサービスの使い勝手、有用性などにおいて、利用側からのポジティブ、ネガティブ、または明示的、暗黙的の種類を問わずに、何らかのフィードバックを得る。また、データの場合には、そのデータの正確性などに対するフィードバックを得る。

インターネットを通じて得られるフィードバックについては、フィードバック元が匿名性の高い場合であったり、一見すると一般常識からかけ離れていたりするような場合もあり、それらが軽視されるような風潮もある。一つだけのフィードバックを取り上げれば、一般的な意見とは言い難いと判断できる可能性も出てくるが、フィードバックの数が増えるほどに、全体として平均・普遍的な捉え方に収斂していく構造となる。つまり「たくさん使われること」によって、正しいフィードバックを得ることができる。

また、自身が提供しているサービスへ受動的にフィードバックを得るだけではなく、新しい試行として自身のサービス、データを「世に問う」ような能動的な活用もできる。

これらのフィードバックを活かして、連続的な改善、改良を図ってきたものが、インターネットそのものの経緯でもあり、また現在のデジタルビジネスの王者である GAF A なども、それらのフィードバックを有効に活用している良い事例である。

すなわち、最も広く、多く使われたサービスこそが、優良なフィードバックを得て、さらに進化することができる。「まずは広く使われる、使ってもらうことを優先する」という「オープンファースト」の考え方、戦略が、このデジタル社会においては、有益な方法となる。

オープンに公開する、ということを通じて、正確性、堅牢性を得たものの事例としては、LinuxのOSカーネルとWikipediaが著名である。LinuxのOSカーネルについては、ソースコードを含めてオープンなライセンス（GPL/バージョン2）にて公開されているため、世界中の良心あるエンジニアの知謀、経験などが詰め込まれた、大変に堅牢な仕組みとなっている。

一方のWikipediaについても、Wikiという仕組みの上で、世界中の誰もが書き換え可能な百科事典という点では、従来の百科事典よりも網羅性、正確性の面で優れているのではないかと論じられるまでの品質を獲得できている。

これらの点から鑑みるに、APIについても同様のことが言える。今時点で、世界で一番使われているWeb-APIは、Google MAPであろう。あらゆるWebサイト、サービスに組み込まれ、そこからのフィードバックを得ることによって、データの内容、サービス提供のインターフェースを含めて、最もポピュラーなWeb-API、というポジションを確立できている。

上述のとおりWeb-APIが主にインターネット上で動作するという特性を持っていることもあり、APIエコノミーの中にあってビジネス的な成功を取めるためには「オープンファースト」という概念が非常に重要になってくる、という点を提唱したい。多くの場面に使われる、多くの人の目に晒されることによって、自らが公開するAPIが、より有用に、より強靱になっていくものと考えている。

## 4.2 生活者の意思決定支援と企業間での分業化

モノ消費からコト消費へ、ユーザ体験をより重視した時代へ、という点は2章で述べたとおりであるが、この「コト化」、「ユーザ体験」という抽象的な概念を、より具体的な実体として表現するのであれば、「ユーザの主体的な意思決定を支援すること」であると考えている。

経験、体験というものは、受動的に与えられたものよりも、自らが能動的に進めた場合の方が、本人にとって、より鮮明に、より長く記憶として残り、また本人の中における価値も高くなると推測する。現代は、インテンションエコノミーと言われるように、ユーザ自身の意思決定が最も重要視されるトレンドになっている。コンテンツマーケティングのフレームワークでもあるDECAXモデルについても、従来型のAIDMAモデルが生活者の受動的な認知を出発点とするのに対して、生活者による能動的な発見、深掘りが、出発点となっているように、すべてにおいて、ユーザファースト、ユーザ自身が主役である、という考え方によって構成されているのが、現代でのビジネストレンドと言える。

その点では、APIエコノミーにおいても、生活者本人が記憶しきれないことや、自覚していないことなどを含めて、生活者本人の情報や、生活者本人を取り巻く環境の情報を、できるだけ生活者本人に還元し、生活者の意思決定を支援するようなスタンスで臨むことこそが現代流のマーケティング手法と考える。

もう一方で、企業間における関係性にも着目する。ユーザに提供されるサービスのバリエーションが広がるにつれて、企業間においては、企業の持つコアコンピタンスの細分化、分業化が相対的に進行することになる。1人の生活者にとっての、一つの購買行動というジャーニー全体を、1社のサービスがすべてカバーできるような関係にはなく、必ず複数社のサービスによって、生活者の一つのジャーニーが支援されるという形態になる。

たとえば、2章でも取り上げたように、自動車の購入を例とすると、購入マエ、購入アトのように、時間軸として垂直方向にユーザ行動が広がる場合に、マエに対しては、情報、比較、

準備、物販といったサービスを提供する事業者が対応し、アトについては、自動車を使った旅行、観光といった利用面や、メンテナンス、カスタマイズなどのサービスが存在する。水平方向には、キュレーションと呼ばれる「おまとめサービス」のようなものと、ニッチ、コアといった一つのテーマに対する掘り下げのサービスが存在している。これを概念的に図示したものが、図6となる。

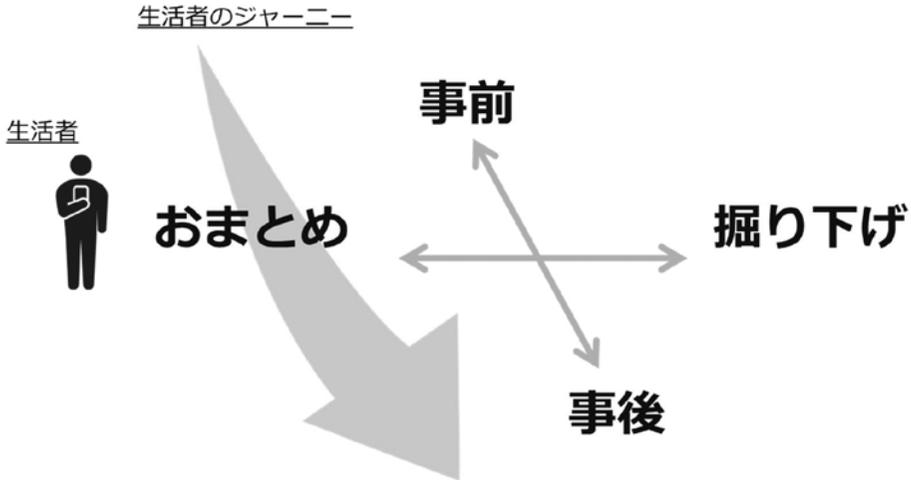


図6 水平・垂直の二方向にわたる分業化イメージ

コト指向以前であれば、生活者のジャーニーが大きく拡張しておらず、購買のマエ、アトに対して自社サービスの多角化によって、「囲い込み」という戦略を取ることが主流であったが、生活者自身が情報の調達経路、手段などを豊富に持つことによって、これまで生活者と企業の間で存在していた情報の非対称性は、いまや完全に失われつつあり、そのような囲い込みに生活者が素直に応じるような時代ではなくなっている。むしろ、生活者の方が、各種のニュースソースを使いこなすことで、企業側よりも情報を持っている点では、生活者優位での情報の非対称性が起きつつある、と言っても過言ではない。企業は、それらの囲い込み戦略をとるよりも、生活者のジャーニーの中で、確実に自社サービスが選択される、という一点に集中した商品、マーケティング戦略をとる方が得策である。

つまり生活者のジャーニー内において、自社がどの箇所で価値を提供できるのか、自社のポジションをどこに取るのか、ということを確認し実践するべきである。また自社の製品、サービスが単独で存在しているだけでは、生活者のジャーニーに対して有効な価値を与えることはできず、ジャーニー内において前後左右に繋がりがある企業、プレーヤーとのサービス、価値の連続性を作っていくことが重要になる。そこが API を介して事業者同士がサービス連携すべき接続ポイントとなる。この接続ポイントをいかに多く作れるか、またその企業間のサービス連携が、いかに生活者の意思決定、体験向上に役立つものになるか、という点が競争領域であり、API 公開、利用は、そこに指向されたものであるべきである。

## 5. おわりに

今回のテーマは、2019年6月に開催されたBITS2019\*1にて講演した内容をベースとして、講演からはすでに2年弱が経過しようとしているなか、あらためて2021年3月時点でのAPIエコノミーを取り囲む状況などを鑑みて執筆している。現代において2年間という時間は、あらゆるイノベーションの速度が増しているなか、かなり長い時間であり、2年前の考察、考え方というのは、大きく陳腐化しているかもしれない、という予想があった。

結果から申し上げると、Web-APIに関しても、データ参照が中心であったものが、変更・更新のトランザクションを含めた利用方法にシフトしてきたこと、また世の中のあらゆる手続きがオンライン化したことによる本人確認の重要化、などの表面的な変化はあったものの、インターネットという巨大ネットワークインフラ上において、ありとあらゆるサービスがオープンに、また「生活者を主役に据えて」「繋がっていくこと」が目指すべき方向である、という原理原則論がベースにある、という点では、変わらないことの方が多かったというのが率直な感想である。

実際のAPI公開、利用、接続を進めるICTの現場においては、異なる企業間でのサービス連携、より具体的にはシステム間連携となることから、仕様のすりあわせ、セキュリティポリシーの食い違いなど、調整事項があまりに多く、API接続にかかるコストは、特に調整コストを含めて決して小さくない、という事実もある。結果的に企業の視点からは、API公開、連携に関する費用対効果の見極めが難しくなり、API公開、連携に躊躇してしまう、ということを引き起こしている。

本稿では、APIエコノミー、またAPIの公開や接続が、自社のユーザや利益にとって、どのような貢献、効果があるか、ということ、企業側の視点ではなく、カスタマーファーストの考え方から、生活者が受ける恩恵という視点にて記述することを心掛けた。本稿で述べたような状況を目指すこと、また実現することによって自社が受け取ることができる利益の想起などが促進され、それがAPIエコノミーへの積極的な参入、ひいては、APIエコノミー全体の活性化に繋がっていくことになれば幸いである。

---

\* 1 BITS2019：2019年6月6日～7日にANAインターコンチネンタルホテル東京で開催された、日本ユニシスグループの総合イベント。BITSはBusiness-ecosystem & ICT Strategy Forumの略。

**参考文献** [1] 吉田 友哉 (NTTコミュニケーションズ株式会社), 2019年インターネット運用動向, D4 IP Meeting 2019～新陳代謝～ (講演資料), 2019/11/29, P.11

### 執筆者紹介 上田 潤 (Jun Ueda)

1999年日本ユニシス(株)入社。入社後、社内ネットワーク、認証基盤などの構築や、クラウドビジネスの推進に取り組む。2017年よりネオバンク戦略本部にて、Fintech領域でのオープンイノベーション促進、オープンAPI基盤「Resonatex」の構築、運営に従事。

