

ネット企業のAPI公開戦略

水野 貴明 ● エンジニア/技術系ライター

データ取得APIの提供がさらなるトラフィックを生む API利用者との共存共栄が成功の鍵

ウェブ上のサービスを展開する企業がAPIを公開するケースが増えている。APIを利用する第三者の協力を得ることで、よりビジネスを拡大できるということに多くの企業が気付きはじめたためだろう。

APIはApplication Programming Interfaceの略で、アプリケーション（サービス）の機能やデータを外部から利用するための仕組みだ。もともとはウェブに限った用語ではないが、ウェブ上で公開されるAPIは、XMLなどの汎用的なデータ形式を利用して、あるサービスの機能をほかのサービスから利用したり、データを取得したりすることができる。

なかでも最近特に公開が目立つのが、そのサービスが蓄積しているデータを外部から取得できるAPIである。たとえばオンラインショップが、商品の名前や価格、商品画像などを、商品コードや検索キーワードを指定して、XMLデータとして取得できるようなものだ。商品以外にも、気象情報や検索エンジンの検索結果、利用者がアップロードした文章や画像、動画といった「情報そのもの」を配信するAPIも多い（資料5-2-1）。

ウェブサイト上で配信される情報はAPIを利用しなくても取得可能だ。しかしウェブページの配信は通常HTMLで行われている。HTMLはコンテンツをブラウザ上で整形して表示することを目的に構造化されたデータであるため、通常のプログラムは、そのデータの意味までは理解できない。つまり、ある商品情報のページを読み込んだとしても、どこに書かれているのが価格で、どこに書かれているのが発売日なのか、といったことはわからないのだ。一方APIでは、あらかじめ各データにどんな意味があるのかという「意味情報」をプログラムが理解しやすい形式で取得できるため、その情報を再利用して、第三者が自分のサービスに組み込みやすいのである。

■ データの再利用を可能にするAPIを無償公開する理由

こうした情報は、配信をしている企業が、コストをかけて収集しているものだ。にもかかわらず、多くのデータ取得用のAPIは原則無償で公開されている。その理由は何か。

ひとつは、APIを公開しないことが、収集したデータを第三者に侵害されるリスクを回避することにならないことである。そしてもうひとつは、情報を再利用可能にすることで、

それを利用したサービスを經由した自サービスへのトラフィックが期待できることが挙げられるだろう。

もともとそれらのデータはウェブページにアクセスすれば取得できる情報である。実際、ウェブ上で公開されているHTMLを機械的に解析し、その中にあるデータを取得する手法はスクレイピングと呼ばれ、それほど珍しいものではない。HTML上のデータは、ページのデザインや構造が変わると、それを解析するプログラムもそれに合わせて書き換えなければならないが、有用なデータであれば、そうした手法でデータが取得される可能性は高くなる。スクレイピングによるデータ取得プログラムがウェブ上で公開されるケースも少なくない。そうなってしまうくらいであれば、APIを公開し、配信元できちんと情報を配信したほうがよいとも考えられる。

続いてもうひとつの理由である、情報を再利用可能にすることで、それを利用したサービスを經由した自サービスへのトラフィックが期待できるという点に話を移そう。

■ 積極的なAPIの公開がトラフィック向上につながる

ウェブ上のサービスで、きちんと収益を上げる最も重要なポイントは、アクセスをいかに増加させるかということにある。そしてAPIの公開は、そのAPIを利用した第三者のサービスからのトラフィックにつながるのだ。

APIは、ウェブ上のサービスを作る開発者に向けたサービスである。開発者は現在のウェブビジネスにおいて重要なプレイヤーと言える。いまやサーバーを構築するためのソフトウェアの多くが無償で手に入り、また高速のインターネット回線が安価で利用できるようになったおかげで、開発者がアイデアひとつで簡単にサービスを立ち上げられるようになったからだ。急速に成長したサービスには、一人や二人といった少人数の開発者によって始められたものも多い。

ただし、機器や回線が安価で手に入るようになって、まとまったデータを自ら作り出すにはコストや時間がかかってしまう。そこで「このデータをお使いください」とデータを差し出すことで、そういった開発者との協力関係を築くことができ、そうしてできあがった数々のサービスを經由したアクセスを期待できるのである。

実際、データ配信型のAPIは、そこから自社のサイトや

資料5-2-1 データ配信APIの例

商品情報	アマゾン、楽天
写真	Flickr
動画	YouTube、AmebaVision、フォト蔵
検索結果	Google、Yahoo!、テクノラティ
天気情報	livedoor、Yahoo!
ホテル情報	じゃらん
中古車	カーセンサーラボ
飲食店情報	ホットペッパー

サービスへのリンクを生み出させるものが多い。典型的な例がアマゾンなどで見られるアフィリエイトと連動した仕組みで、開発者はアマゾンのAPIから得た情報を利用する際、アマゾンに対してリンクを張り、利用者をそちらへ誘導することで、開発者も利益を得られるようになっている。このように、リンクを自サイトに向けて張り、APIを利用したサイトやその開発者にとってもメリットを生み出すことで、いわば共存共栄の仕組みを作り出しているのだ。

また、外部の開発者が技術的な知識なしに利用できるような工夫した「ツール」を作成してくれる場合も多い。たとえばブログサービスでは、アマゾンや楽天の商品を簡単に貼り付けられるようにしているケースも多く、利用者は裏側で利用されるAPIを意識することなく、自分のブログに商品情報を張り、アフィリエイトによって収入を得ることができる。

このように競合サービスに先駆けてAPIを提供することで、そのサービスへのリンクが広範囲に広がる可能性は非常に高くなる。アマゾンがオンライン書店（もはや書店にとどまらないが）としてトップの地位を築いたのは、早期にAPIでの情報提供を始め、ブログなどの商品紹介リンクで寡占状態となっていることも大きい。このアマゾンの成功は、他社がAPIでのデータ配信を行う大きなきっかけとなった。

つまり、APIの公開は無償でデータをばらまく行為ではなく、それによってより大きなリターンを得る、いわば「海老で鯛を釣る」ための海老なのである。

■ 新たな共存共栄を図るAPI提供

今後も、APIでのデータ配信を行うサービスは次々と出てくるのが予想される。これまでは、APIでのデータ配信を行うこと自体が優位性につながっていたケースもあったが、競合する複数のサービスが、同種のデータのAPIでの配信を始めた場合には、そこで競争も発生することになる。

そこでどちらが勝者となるのかは、サービス自体の善し悪しも要因となるが、APIのみに注目して言えば、どれだけ開発者に受け入れられるかが重要なキーポイントとなる。

開発者にとってAPIはいわばアプリケーション開発という「遊び」のなかで使える「おもちゃ」である。同じようなおもちゃがあった場合、より面白そうなほうを選ぶのは当然のこと。たとえば、配信するデータの中に、そのデータとは関係のない広告を混ぜて、そこから収入を得ようとするのは悪い例の典型と言える。無関係の広告という「ノイズ」の入ったデータを、開発者は使いたいと思わない。だからといって、無償でデータを無制限、無条件に配信しようというわけではない。持っているものをリターンも考えずにただあげてしまっただけでは、ビジネスは成り立たないからだ。

重要なのは、開発者が満足し、使いたくなる情報を配信し、そこからリターンを得る方法を確立することだ。アフィリエイトと連動する方法はすでに確立しているが、さらなる有効な方法を見つけた者が新しい勝者になると言えるだろう。

たとえばGoogleのAdSenseは、ページの内容にマッチした広告を選んで表示させ「ほかの広告は不快だが、AdSenseはそうでもない」という評価を得て大成功を取めた。こうした新しい共存共栄の道を発見することが大切なのだ。

■ データ取得系APIにおける標準的データ形式

最後に標準化の流れについて述べておこう。現在データ取得系のAPIでは、検索したいキーワードや取得したい情報の種類などをURLに埋め込んで渡し、XMLのデータを受け取る、というスタイルが一般的だ。SOAPなど、標準化されたプロトコルが利用されるケースもあるが、APIを利用する開発者にあまり好まれない傾向がある。パラメーターを指定してデータを受け取るというシンプルなやり取りには、そうした標準化された手順は手間がかかってしまうためだ。

受け取るデータは、XMLだけでなく、JavaScriptから直接受け取って加工するのに適したJSONなどといった形式もよく利用されるようになってきている。それはAjaxなどの言葉とともにJavaScriptが再評価されたことによる。ただし、XMLやJSONを使って、どんなデータを、どんな順番、どんな名前で格納するのか、というスキーマ（内部のデータ構造や構成）まではほとんど標準化されておらず、各配信元が独自に自分たちのデータに適した内容で配信を行っているケースが多い。一部、RSSなど標準化されたデータ構造のケースもあり、検索結果をRSSとして取得するための標準仕様であるOpenSearchはその代表だが、むしろこれは例外だ。

「利用するデータ形式」以上の標準化が行われない理由は、データの内容や種類がAPIごとに異なるために、標準的な構造を決めることが難しいからだ。たとえ同種のデータであっても、個々のサービスごとに独自のデータを配信するためには仕様の拡張が必要になりやすい。それでは、標準化の意味が薄れてしまう。HTTPやXML、JSONといった基本部分で標準仕様になっていれば、中に含まれるデータを取り出すことは難しくない。そのAPIを利用する開発者が、それぞれの仕様に基づいてデータを取り出し、それを加工すればよいから、標準化というニーズは少ないのが現状である。



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

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、データ、URL、名称など)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・図の作成者、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掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したり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される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期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。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。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp