



API 경제의 진화

새로운 비즈니스 모델을 통한 미래 혁신 주도

IBM 기업가치연구소

경영진 보고서

기술 및 전략

IBM의 역할

클라우드 및 코그너티브 컴퓨팅 시대에 기업은 경쟁력을 유지하기 위해서는 혁신적인 비즈니스 모델의 도입을 앞당겨야 합니다. 현재의 경쟁업체와 떠오르는 경쟁업체를 능가하려면 고객 충성도를 어떻게 구축해야 할까요?

IBM은 전문 지식과 기술을 제공하여 기업들이 API가 디지털 및 물리적 비즈니스의 동력이 되는 전략을 설계할 수 있도록 지원합니다.

자세한 내용은 ibm.com/apieconomy에서 알아보십시오.

전혀 새로운 형태의 비즈니스 모델 혁신

끊임없이 상호 연결성이 확대되는 세상에서 API(애플리케이션 프로그래밍 인터페이스)는 방화벽의 보호를 받는 데이터 및 기능에 액세스할 수 있는 중요한 도구로 각광받고 있습니다. 점점 더 많은 조직이 API를 통해 다양한 에코시스템을 통합하여 새로운 원천으로부터 가치를 창출합니다. 이러한 기능을 활용하기 위해 기업은 API 사용을 주도하는 추진력뿐만 아니라 잠재적인 비즈니스 모델과 API가 만들어낼 수 있는 수익 창출 전략에 대해 이해해야 합니다. 성공한 조직은 API를 단지 기술적 도구가 아닌 오늘날 디지털 경제에서의 전략적 가치의 원천으로 보고 있습니다. 본 보고서는 2부작으로 구성된 보고서 중 첫 번째 보고서로 이러한 추진력과 진화하는 비즈니스 모델에 초점을 맞춥니다. 두 번째 보고서에서는 새로운 형태의 제품 오픈링으로서의 API 사용, API 경험 및 기본 API 기능에 대해 살펴볼 것입니다.

핵심 요약

조직이 단독으로 운영되는 시대는 빠르게 사라지고 있습니다. 서로 점점 더 많이 연결된 세상이 되어 감에 따라 기업들은 다른 기업과의 협업을 통해 새로운 비즈니스 기회를 창출하고 경쟁 우위를 확보하며 혁신에 박차를 가할 수 있다는 사실을 깨닫고 있습니다. 최근에 발간된 글로벌 최고경영진 연구 보고서(Global C-suite Study)에 따르면, 외부 혁신의 필요성을 인식하는 CxO의 수가 내부 혁신의 필요성을 인식하는 CxO 수의 두 배를 넘는 것으로 나타났습니다.¹ 또한, 이 연구에서 드러난 한 가지 오래 지속된 주제는 "기업들이 혼자 힘만으로는 경쟁에서 이길 수 없다는 점을 깨달았다"는 부분입니다. 실제로 70%에 이르는 기업이 외부 파트너십을 강화하기 위한 방안을 모색하고 있습니다.

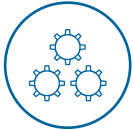
기업들은 다른 기업과 연계하여 각 파트너 고유의 데이터 및 기능을 발굴하기 위해 API로 눈을 돌리고 있습니다. 기업은 API를 통해 쉽게 액세스할 수 있는 표준 및 플랫폼을 사용하여 데이터와 애플리케이션을 공유할 수 있게 됩니다. API는 애플리케이션 개발자 및 데이터 과학자에게 기본 도구 이상의 의미를 갖습니다. 또한 완전히 새로운 고객 경험을 만들기 위해 다양한 기능을 통합하는 새로운 형태의 비즈니스 모델을 제시합니다.

뿐만 아니라, API는 파트너십의 본질을 재정의하여 기업이 정보 시스템에 대한 기존의 광범위한 협상과 커스터마이제이션이 필요하지 않은 에코시스템에 참여할 수 있도록 합니다. 그 외에도 기업이 규모에 관계없이 사내에서 재현하기에는 너무 까다롭고 시간과 비용이 많이 소모되는 코그너티브 컴퓨팅 및 사물 인터넷(IoT)과 같은 서비스를 활용할 수 있도록 해줍니다.

즉, API는 미래의 혁신을 세계적인 규모로 실현할 수 있도록 해주는 새로운 통로입니다. API 경제란 API를 사용하여 비즈니스 기능들을 상업적으로 교환하는 것으로, 시장 차별화 전략을 한 단계 더 끌어올리려는 소프트웨어 개발자뿐만 아니라 전략가, 마케팅 책임자 및 파트너십 경영진의 주목을 받아 왔습니다.



API 채택의 동인에는 고객 경험 강화, 에코시스템에 원활하게 액세스하려는 요구사항 및 시장 출시 기간 단축에 대한 요구가 있습니다.



API 경제에서 비즈니스 모델은 직접 소비, 시장 조성을 위한 노력 및 에코시스템 지원을 기반으로 할 수 있습니다.



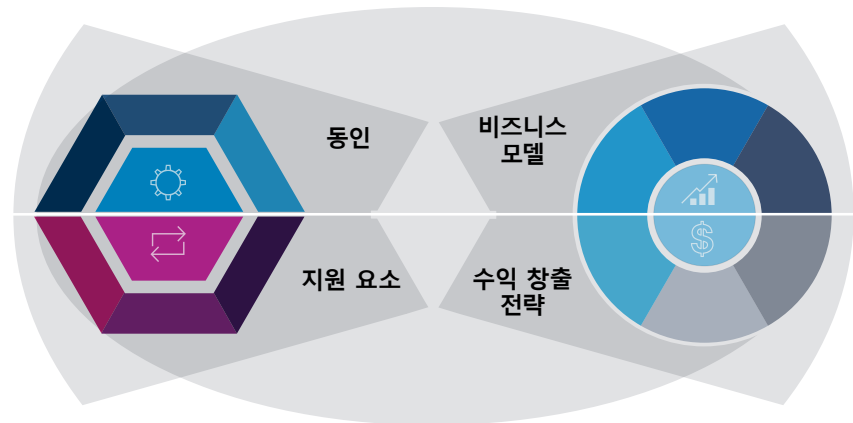
API의 수익 창출 전략은 간접적인 전략 또는 트랜잭션이나 제품에 기반한 전략일 수 있습니다.

이 보고서에서는 API 경제의 핵심 동인 및 지원 요소(enabler)뿐만 아니라 이를 통해 발생하는 새로운 비즈니스 모델과 수익 창출 전략에 대해 설명합니다(그림 1 참조). 조사 결과는 산업 전반에 걸친 30개 대표 기업과의 인터뷰를 토대로 한 것입니다(14 페이지의 "조사 실시 방법"참조).

IBM의 조사 결과에 따르면 API는 내부 프로세스 개선에서 완전히 새로운 시장 형성에 이르는 혁신을 가능하게 합니다. 이러한 비즈니스 모델은 결과적으로 프로세스 효율성, 비용 절감, 새로운 수익원 창출과 같은 향상된 성과로 이어질 수 있습니다.

그림 1

API 경제에 영향을 미치는 네 가지 요소



출처: IBM 기업가치연구소 분석

API 사용 급증 및 그 이유

다양한 기능을 제공하는 API의 급속한 성장과 공공 가용성은 API 중심의 비즈니스를 대폭 증가시키고 있습니다. 그 이유는 어디에서나 사용할 수 있는 API의 가용성, 효율적인 개발 및 배포 플랫폼, 자본 집약적인 요구에서 벗어난 재무 모델에 이르기까지 다양합니다. 일부에서는 이번 세기 말까지 백만 개의 API가 사용될 것이라고 추정하기도 하는데, 이는 2015년 말 2만 개에 비해 폭발적으로 증가한 수치입니다.² Twitter, Netflix, Google과 같은 회사에서 가장 많이 사용하는 오픈 API의 하루 평균 호출 수는 10억에서 50억에 이릅니다.³ 효율적인 개발 플랫폼에서는 빠른 속도, 풍부한 사용자 경험 및 간편하고 확장 가능한 재무 모델을 특징으로 하는 API 매시업(mashup) 솔루션을 구성하는 데 이러한 API를 활용합니다. IBM은 조사를 통해 API 사용을 유도하고 활성화하는 여섯 가지의 동력을 확인했습니다(그림 2 참조).

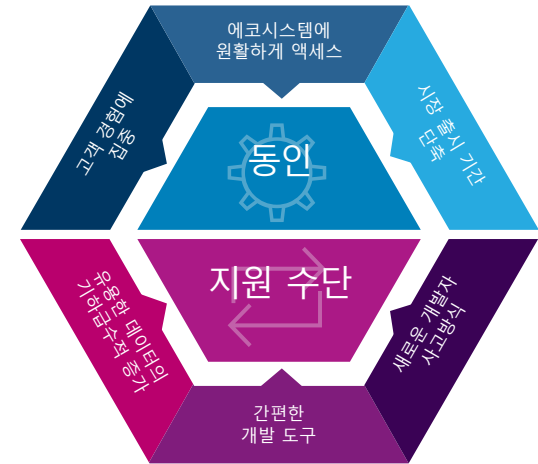
API 채택 및 성장의 동인

기업이 API를 개발하고 사용하도록 하도록 촉진하는 세 가지 기본 동인은 다음과 같습니다.

차별화된 고객 경험을 만드는 것에 대한 집중 강화. 기업들은 언제나 즉각 대응하는 웹사이트, 맞춤형 모바일 앱 및 기타 사용자 친화적인 디지털 인터페이스를 사용하여 고객과의 상호 작용을 강화하고 있습니다. API 기능을 사용하면 3년 전만 해도 불가능했던 디자인적 사고 방식을 통해 창의적인 아이디어를 실현할 수 있습니다.

개발자는 문맥과 위치 데이터를 분석하는 코그너티브 API를 활용하여 고객 행동 및 사용 패턴에 대한 인사이트를 얻습니다. 이러한 인사이트는 추후 "고객 충성도" 향상으로 이어지는 개별화된 경험을 제공합니다. 사용이 간편한 API 개발 및 배포 플랫폼에는 고부가가치의 API 지원 기능(예: 코그너티브 컴퓨팅)이 갖춰져 있어 기업은 주요 고객군을 대표하는 개발자를 참여시킬 수 있습니다.

그림 2
API 동인 및 지원 요소



출처: IBM 기업가치연구소 분석

제휴사 네트워크를 통해 파트너와 소통하고 새로운 수익원 창출

여행 관련 예약 서비스를 제공하는 기업인 Expedia, Inc.는 Expedia 제휴사들과의 파트너십 확대를 용이하게 하기 위해 자사 서비스에 원활하게 액세스할 수 있도록 지원합니다. 이 기업은 EAN(Expedia Affiliate Network)을 구축하여 트래픽을 늘리고 더 높은 전환율을 실현하며 항공사 및 여행사를 포함한 파트너들에게 더 많은 주문량을 제공하도록 설계된 전천후 API를 공개했습니다. 고객들은 API를 통해 타사 웹사이트 및 모바일 앱에서 직접 예약, 사진, 검색 결과 및 사용자 리뷰에 액세스할 수 있습니다.⁵ 현재 Expedia의 경우 매출의 90%가 API를 통해 발생하고 있으며, 이러한 API를 통해 더 많은 트래픽을 유도하고, 새로운 수익원을 창출하며, Expedia의 새로운 유통 채널을 구축하고 있습니다.⁶ EAN에는 1만에 가까운 파트너가 있으며 연간 7천만 이상에 달하는 숙박 건수를 처리합니다.⁷

이러한 새로운 기능을 제공하는 데 전념하고 있는 유럽의 한 자동차 제조업체를 소개합니다.⁴ 자동차 산업이 디지털 서비스 및 자율 주행으로 빠르게 전환됨에 따라 이 업체는 차세대 교통 수단의 선두주자가 되기 위한 방안을 모색하고 있습니다. 이 업체는 안전성, 인간과 자동차의 상호 소통 및 자율 주행을 중심으로 운전자의 경험을 디지털 혁신의 최전선에 두었습니다. API를 통해 운전자는 진단, 위치 정보 및 강화된 기능에 실시간으로 액세스할 수 있습니다.

API를 통해 차량을 모바일 플랫폼에 연결하면, 자동차 제조업체는 운전자에게 디지털 키와 차량 공유 기능을 제공할 수 있고 물류 회사는 차량의 트렁크로 공장 패키지를 전달할 수 있습니다. 또한, API가 전 세계의 개발자에게 주차 및 내비게이션 정보에 접속할 수 있는 권한을 제공하므로 운전자는 주차 공간을 쉽게 찾고 주차비를 간편하게 지불할 수 있습니다.

더 큰 에코시스템 내의 다른 기업에 원활하게 액세스하려는 요구사항. 기업들은 API를 사용하여 기존 방화벽을 넘어서 다른 조직의 데이터와 서비스를 활용할 수 있습니다(왼쪽 섹션 참조). 이들은 프로토콜 및 표준 사용량 모델을 제공함으로써 외부 기업으로부터 기술 리소스를 얻고 공유하고 적용하는 데 드는 트랜잭션 비용을 줄입니다. 따라서 기업들은 외부 시장에서의 참여를 통해 트랜잭션의 양과 수익 창출을 증대하고, 회원 및 파트너와의 관계를 개선하며, 구매 행동에 대한 실시간 뷰와 구매자를 대상으로 한 새로운 제안에 대한 신속한 뷰를 확보할 수 있습니다.

시장 출시 기간 단축에 대한 요구. 이제 기업들은 변화하는 시장 추세에 더디게 반응할 여유가 없습니다. 가장 최근의 IBM 글로벌 최고경영진 연구 보고서에 따르면 앞서 나가는 "리더"들이 시장에 먼저 도착하는 것을 선호하는 경향이 두 배나 더 높게 나타났습니다.⁸ API를 사용하면 내부에서 기술 개발을 위한 노력을 하지 않고도 수준 높은 정교한 기술을 활용할 수 있습니다.

Netflix의 성공은 휴대폰에서 태블릿 및 스마트 TV에 이르기까지 다양한 장치 전반에 걸쳐 범용 액세스 및 가용성을 제공한 것이 일정 부분 역할을 했습니다. OEM 업체에 제공된 Netflix API에 액세스를 허용함으로써 스트리밍 서비스가 그 영향력을 빠르게 확장할 수 있었습니다. 이 API가 처음 공개되었을 때 Guardian의 James Parton은 "Netflix는 하루에 20억 건이 넘는 API 호출을 받았다고 보고했습니다... API가 없던 시대에는 이러한 시장 출시 기간 단축이나 규모의 확대가 불가능했습니다"라고 말했습니다.⁹

API 개발 및 성장을 가능하게 하는 지원 요소

기업들이 보다 쉽게 API를 활용하도록 해준 몇 가지 지원 요소가 있습니다. 논의 중에 가장 많이 언급되었던 세 가지 항목은 다음과 같습니다.

향상된 API 가용성 및 접근 용이성. 기업들은 사용자 친화적인 개발자 사이트, 강화된 셀프 서비스 기능, 늘어난 API 설명서 및 API 테스트를 위한 "샌드박스"를 제공하여 API 채택을 촉진했습니다. 또한 Programmableweb.com과 같은 타사 웹 사이트를 통해 방문자가 공개적으로 사용 가능한 API를 찾아 이용할 수도 있습니다. 한 금융 서비스 회사의 임원은 "개발자가 API 작성과 배포가 얼마나 쉬운지 알게 되면 API 개발을 적극 공략하기 시작할 것"이라고 언급한 바 있습니다.

API 작성, 실행 및 보안을 가능하게 한 개발 도구 및 플랫폼. API의 발전에 맞춰 솔루션 제공업체들은 IT 인프라에 대한 대규모의 투자 없이 프로덕션에서 사용할 준비가 된 확장 가능한 환경에서 API를 쉽게 작성하고 호스팅하며 보호할 수 있도록 지원하는 IaaS(서비스형 인프라) 플랫폼을 구축하고 있습니다. 개발자들 또한 혁신적인 애플리케이션을 만드는 데 시간과 노력을 집중할 수 있습니다.

맞춤형 의료 관리를 제공하는 API 프로그램¹⁰

ACA(Affordable Care Act) 시장이 열렸을 때 대형 의료 서비스 제공업체는 대규모의 예기치 않은 밀레니얼 세대 환자의 유입을 경험했습니다. 환자의 평균 연령이 감소하면서 다양한 서비스를 쉽게 이용하는 것에 익숙했던 최종 사용자들의 기대치와는 큰 격차가 있었습니다. 이러한 격차를 빠르고 효율적으로 해소하기 위해 의료 서비스 제공업체는 우선적으로 API 프로그램과 모바일 애플리케이션을 구축했습니다. 이 보안 프로그램은 기업과 애플리케이션 개발자 간의 협업을 촉진하여 이전에는 불가능했던 방식으로 의료 및 건강 관련 경험을 향상시켰습니다.

의료 서비스 제공업체의 공용 데이터에 쉽고 안전하게 연결할 수 있는 권한을 개발자에게 부여함으로써 API 기반 프로그램은 개발 시간을 단축했으며, 정확하고 효율적인 품질의 앱을 지원하고, 소비자가 사용할 수 있는 건강 관리 앱 옵션을 확대했습니다. 이제 환자들은 지난 한 주 동안의 활동과 영양 계획에 따라 건강한 라이프스타일을 제공하는 인근 레스토랑과 음식을 추천하는 맞춤형 모바일 앱을 다운로드할 수 있습니다.

알파를 찾는 데 API를 사용하는 핀테크¹¹

미국의 핀테크 기업인 Alpha Modus Research LLC는 시장의 심리적인 편견을 확인하여 배팅하기 위해 데이터 기반의 새로운 방법을 찾고 있는 자산 관리자와 중개인에게 투자 기술을 판매합니다. 코그너티브 기술을 사용하는 이 기업은 불균형 징후, 트윗, 문자 메시지, 비디오 및 이미지와 같은 대량의 비정형 데이터를 실시간으로 실험하여 시장 행동의 예측 패턴을 빠르고 효율적으로 찾을 수 있습니다.

이 기업은 코그너티브 API와 거래소에서 수집된 독점적인 불균형 데이터(시장 마감 시 발생하는 과도한 매도나 매수)를 결합함으로써 거래 마감에 대한 주식 시장 예측의 정확성을 크게 향상시킬 수 있었습니다. 궁극적으로는 실제 투자 수익률 혹은 "알파"를 올리는 데 도움이 되었습니다. 이 기업은 API를 소비하는 것 외에, API를 사용하여 투자 고객에게 서비스도 제공합니다.

차세대 개발자와 전략가 간의 사고 방식 전환. IBM의 조사에 따르면 조직에서나 개발자 커뮤니티에서 일관된 사고의 전환이 나타났습니다. API를 처음부터 다시 작성하는 대신 API를 창의적으로 결합한 결과로 얻어진 새로운 비즈니스와 채널들이 전 세계적으로 부상하고 있습니다. 민첩성이 우수한 조직은 빠른 혁신을 통해 시장을 재정의하고 있습니다. 이러한 변화는 API, 구성 가능한 API 마켓플레이스, 그리고 혁신을 위한 조립 라인을 제공하는 민첩한 PaaS(서비스형 플랫폼) 옵션을 통해 다양한 서비스에 간편하게 액세스할 수 있게 되었기 때문이라고 볼 수 있습니다.

이와 같은 사고 방식의 전환 이전에는 API를 통해 비즈니스 및 기술 혁신 플랫폼을 구축하는 것은 불가능했거나 상당한 자본 투자와 시간이 필요했었습니다. 조사에서 한 임원이 언급한 바와 같이, "API를 통해 애플리케이션의 일부를 조립함으로써 일부 앱은 숨기고 다른 앱을 전면에 내세울 수 있게 되었습니다." API를 신규 및 기존의 에코시스템 내에서 비전통적인 조직의 호스트와 협업할 수 있게 해주는 통로로 인식하는 전략가들 사이에서도 유사한 사고 방식의 전환이 확인되고 있습니다.

비즈니스를 수행하고 수익을 창출하는 새로운 방법

단일 애플리케이션 안에 여러 서비스를 혼합하는 매시업(mashup)을 통해 API를 생성 및 소비한 후 재포장하게 되면 파괴적인 혁신이 가능해집니다. API는 새로운 수익원, 강화된 프로세스 및 비용 효율성을 추구합니다. 혁신적이고 API 중심적이면서 비즈니스를 재편하는 모델의 급부상으로 인해 전 세계의 기존 방식의 기업들이 위협을 받고 있습니다.

IBM의 조사에서는 새로운 비즈니스 모델과 혁신적인 수익 창출 전략이라는 두 가지 중요한 변화 영역이 확인되었습니다(그림 3 참조).

혁신적인 API 비즈니스 모델

세 가지의 주요 API 비즈니스 모델은 다음과 같습니다.

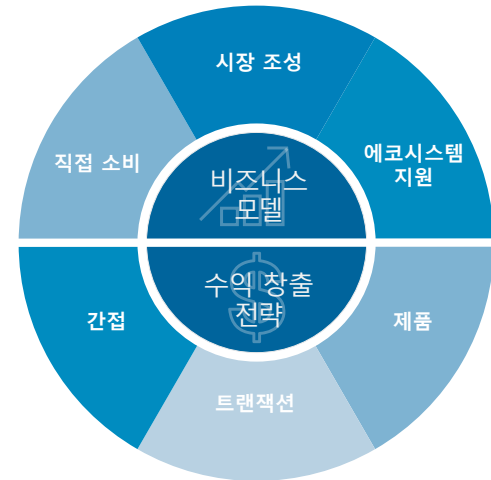
직접 소비형: 이 모델에서는 기업이 직접 API를 개발하여 소비자에게 제공합니다. 소비자는 사내에서 개발할 경우 시간과 비용이 엄청나게 많이 소모되는 서비스에 API를 통해 간편하게 액세스 할 수 있습니다. 이러한 서비스는 데이터 스토리지와 같은 상품부터 애플리케이션 개발 플랫폼, IBM Watson과 같은 고도의 코그너티브 컴퓨팅 기능에 이르기까지 다양합니다.

또한 API를 사용하면 소셜 미디어, 날씨 및 위치 정보 서비스와 관련된 특정 데이터 소스에도 액세스할 수 있습니다. 이 모델은 기업에서 내부적으로 API를 적용할 때 사용하는 기본 모델입니다.

시장 조성형: 이 모델을 사용하는 기업은 API 제작자 측의 서비스에 가치를 더하고 중요한 소비자 집단을 모아 시장을 형성합니다. 이 비즈니스 모델은 비즈니스 서비스 비용이나 커미션을 통해 수익을 창출하는 중개 회사의 모델과 유사합니다. API는 "시장 조성자"가 API 소비자와 제작자를 찾을 수 있게 할 뿐만 아니라 적시에 매칭하여 비즈니스 트랜잭션(예: 택시를 찾거나 숙박업소를 찾는 트랜잭션 등)을 실행할 수 있게 지원합니다.

그림 3

API 비즈니스 모델 및 수익 창출 전략



출처: IBM 기업가치연구소 분석

직접 소비 모델을 사용하는 애플리케이션과 비교할 때 수적으로는 열세이지만 이 모델을 사용하는 애플리케이션은 운송 서비스에서 접객업에 이르기까지 업계의 판도를 바꾼 완전히 새로운 성장 플랫폼을 구축했습니다. 예컨대, Airbnb는 "여행자"를 "호스트", 결제 서비스 및 위치 서비스와 연결시켜 숙소를 제공합니다.¹² Beepi는 중고차 판매자와 구매자를 연결하여 중고차 판매를 활성화하면서 각 차량의 상태를 평가하는 표준 방식을 적용합니다.¹³

에코시스템 지원형: 이 모델을 사용하는 기업은 API를 사용하여 파트너 또는 타사를 통해 매출이 발생합니다. 이러한 기업은 여러 기업의 API를 사용하여 가치 사슬의 아래 단계에 있는 다른 회사가 재판매할 수 있는 서비스를 만듭니다. 에코시스템 파트너는 서비스를 재포장하거나 다른 사용자 집단에 판매하기 위해 적합한 부가 가치 서비스를 추가하여 제품을 보강할 수 있습니다.

에코시스템 지원형의 예로는 인도에 기반을 둔 혁신적인 금융 기관인 RBL Bank가 있습니다. RBL Bank는 비은행 금융 기업(NBFC)에 API를 제공합니다.¹⁴ 이 은행은 NBFC가 Payment API를 사용하여 전자상거래 판매자에게 채무를 납부하고 Virtual Account API와 Collection Alert API를 조합하여 할부금을 회수할 수 있도록 해줍니다.

다른 기업의 경우에도 다양한 에코시스템에서 이러한 API를 사용합니다. 예를 들어, 한 자산 관리 회사는 RBL Bank Payment API를 사용하여 유동성 뮤추얼 펀드를 즉시 상환합니다. 기업은 RBL Bank의 API와 자체 API를 결합함으로써 "월렛(wallet)" 회사가 될 수 있습니다. 이러한 월렛(wallet) 회사는 소매 은행 및 경제적으로 약자인 고객을 대상으로 RBL 은행의 "직접 송금 서비스"에 대한 액세스 권한을 제공함으로써 경제적이고 안전한 송금 서비스를 제공할 수 있습니다. 월렛(wallet) 회사와 직접 협업하는 독립적인 에이전트는 경제적으로

약자인 고객에게 이러한 애플리케이션 사용을 촉진하는 데 도움이 됩니다. Wallet API가 모든 트랜잭션을 RBL Bank로 보내기 때문에 기업은 사내에 자금을 보유하고 새로운 수익원을 창출할 수 있습니다.

이 세 가지 비즈니스 모델에는 각기 고유의 강점과 당면 과제가 있습니다(그림 4 참조).

그림 4

API 중심 비즈니스 모델의 강점과 당면 과제

	직접 소비형	시장 조성형	에코시스템 지원형
강점	<p>소비자 대상 직접 서비스 (direct-to-consumer) 비즈니스 모델로 인한 비용 절감</p> <p>API 브랜딩 및 SLA에 대한 고도의 통제 가능</p>	<p>소비자 에코시스템은 효과적인 운영을 위해 사용 빈도가 낮은 소비자도 일정 수준을 달성하도록 허용</p> <p>여러 제작자를 활용하여 확장 가능</p> <p>"지역" 파트너를 활용하여 글로벌 입지 제공 가능</p>	<p>혁신적인 API 매시업 오퍼링의 광범위한 에코시스템에 대한 액세스</p> <p>디지털 제품 제작자의 경우 글로벌 확장이 용이함</p> <p>여러 제작자를 활용하여 확장 가능</p> <p>"지역" 파트너를 활용하여 글로벌 입지 제공 가능</p>
당면 과제	<p>제한된 공급망 및 판매 채널</p> <p>채택을 촉진할 에코시스템 파트너를 위한 인센티브 부족</p>	<p>비즈니스 실행 가능성이 시장 유동성에 따라 크게 좌우됨</p> <p>써드파티 SLA 종속성으로 인해 브랜드에 영향을 미침</p> <p>유사한 기능을 활용하는 경쟁업체에 대한 낮은 진입 장벽</p>	<p>수익이 파트너 영업에 의존</p> <p>써드파티 SLA 종속성으로 인해 브랜드에 영향을 미칠 가능성 있음</p> <p>구성 요소 제작자별로 각기 다른 버전 및 업그레이드 경로로 인해 소비자 오퍼링에 영향을 미칠 가능성 있음</p>

출처: IBM 기업가치연구소 분석

API의 수익 창출 전략

기업은 제공해야 하는 API 서비스 유형을 이해하는 것 외에 이러한 기회에서 수익을 창출하는 방법에 대해 고려해야 합니다. 조사에 따르면 API 투자로부터 가치를 실현하는 데에는 세 가지의 기본 접근 방식이 있습니다.

간접 또는 무형 수익 창출: 이러한 수익 창출 유형은 전략 또는 내부 용도로 널리 사용되는 모델입니다. Google, Facebook, Twitter 등의 기업은 분석적 인사이트를 확보하거나 시장 프레즌스를 강화하기 위해 API를 무료로 제공합니다. 경우에 따라 기업은 비용 환급, 요율 한도 또는 API 사용 할당량을 적용합니다. 무형 수익 창출의 또 다른 유형은 조직 내 API 사용으로, 이러한 상황의 대다수에서 내부 API 사용자에게는 비용이 청구되지 않습니다.

트랜잭션 기반 수익 창출: 이 접근 방식을 사용하면 API가 직접 사용을 통해 수익을 창출합니다. API 제작자는 API에 액세스한 횟수 또는 "호출" 횟수를 기준으로 API 소비자에게 비용을 청구합니다. 계층별 및 "프리미엄 서비스 품질(premium-quality-of-service)"에 대한 가격 책정은 확장성과 가치 향상을 가능하게 합니다. 인터뷰에 응한 많은 외부 API 제작자는 소비자가 API를 무료로 사용해볼 수 있도록 한 다음 필요에 따라 다른 사용 수준으로 확장할 수 있도록 하는 "프리미엄(Freemium)" 비즈니스 모델을 사용하는 것으로 나타났습니다. 이러한 서비스는 초기의 기본 서비스는 무료로 제공하고 프리미엄 기능이나 사용량이 많은 경우 요금을 부과합니다.

제품 기반 수익 창출: API는 제품 또는 서비스 번들을 통해 수익을 창출할 수도 있습니다. 수익 창출은 고정 수수료, 수익 배분 또는 비즈니스 트랜잭션에 부가된 가치를 기반으로 합니다. 트랜잭션 기반 모델과는 달리 API의 호출 횟수가 아니라 서비스 자체의 사용이 수익 창출의 기반입니다. 예를 들어, Airbnb는 점유 객실, 숙박 기간, 숙박 기간에 사용한 서비스에 대해 요금을 부과하고, Uber는 차량 유형 및 이동 거리에 따라 요금을 부과합니다.

각 API 수익 창출 모델에는 제각기 고유의 강점과 당면 과제가 있습니다. 수익 창출 구조 및 가격 책정 등급이 다양한 써드파티 API를 제공할 수 있는 API 매시업의 경우 특히 오퍼링에 대한 영향을 고려해야 합니다(그림 5 참조).

그림 5
API 수익 창출 전략의 강점과 당면 과제

	간접	트랜잭션	제품 및 서비스
강점	중앙 집중식 IT는 총 소유 비용은 낮추고 기업 정책, 특히 개인정보 보호, 보안 및 규정 준수에 대한 우수한 제어 기능을 제공함	부가 가치 API 매시업에 대한 낮은 진입 장벽 감소한 CAPEX 및 계층화된 Opex는 초기 단계의 사용에 대한 위험을 낮춤	제공된 서비스의 "가치"에 기반한 수익 창출 브랜드 가치에 대한 프리미엄 요금의 가능성
당면 과제	직접적인 수익 영향이나 실질적인 이점을 설명하기 어려움 유형의 수익 창출이 부족해 오퍼링의 지속 가능성 또는 성장에 영향을 미칠 가능성이 있음	트랜잭션이 대량으로 지속될 경우 Opex 비용이 가격 측면에서 효율적이지 않을 수 있음 트랜잭션의 양에 API 사용의 실제 가치가 반영되지 않을 수 있음	써드파티 API를 활용하는 매시업으로 인한 비용 변동 및 가격 불안정성

출처: IBM 기업가치연구소 분석

권장사항: 첫 번째 단계

API 경제는 기업들이 비즈니스 프로세스를 혁신하고, 고유한 고객 경험을 만들며, 새로운 제품과 서비스를 개발할 수 있도록 지원하는데 반해, 여전히 많은 기업들이 API 과정의 시작 단계에 있습니다. 기업들이 API 경제에서의 역할을 고려할 때 다음을 수행해야 합니다.

API 가치의 잠재적 원인 확인

- 보다 원활하게 연결되었을 때 해당 기업에 부가 가치를 제공하는 가치 사슬의 영역을 찾습니다.
- 기능이나 데이터 소스를 어떻게 조합해야 내부 또는 외부 당사자에게 가치가 있을지 판단합니다.
- 새로운 시장 제안을 제공하기 위해 결합해야 할 고유의 기능을 갖춘 내부 및 외부 파트너를 파악합니다.

비즈니스 사례 개발

- API 생성 또는 소비를 유도하는 기업의 비즈니스 목표를 명확하게 설명합니다.
- 주요 대상자 및 내부 자금 요구사항을 해결하는 비즈니스 모델 및 수익 창출 전략을 검토합니다.
- 기존의 IT 인프라를 평가하여 API 개발 및 지속적인 지원과 관련된 기술 요구사항을 파악합니다.

소규모로 시작하여 확장

- 초기 개념 증명(PoC)으로 내부 API 개발을 고려합니다.
- 많은 공개 API가 성공을 거둔 반면 일부는 그러지 못했음을 인정하고 API 채택 전략에 대한 현실적인 목표를 설정합니다.
- API를 테스트하고 결과에 따라 신속하게 확장할 수 있는 적격의 소비자를 파악합니다.

API 경제에 대비하고 있습니까?

핵심 질문:

- API 채택은 귀사의 디지털 전략에 어떻게 통합되어 있습니까?
- 현재 귀사에서는 내부 또는 외부 API를 어떤 방식으로 사용합니까?
- 귀사가 API를 통해 액세스할 수 있는 마켓플레이스의 기존 기능은 어떻게 식별합니까?
- 귀사에서 보유하고 있는 고유의 디지털 자산 중 API 사용을 통해 보다 효과적으로 활용할 수 있는 것은 무엇입니까?
- 귀사의 기존 제품 및 서비스에 가치를 더할 가능성이 있는 API를 식별하는 책임은 누구에게 있습니까?

조사 실시 방법

IBM의 조사에는 금융 서비스에서 소매업에 이르기까지 다양한 산업 전반에 걸쳐 API 경험이 있는 30명 이상의 개인과의 인터뷰가 포함되어 있습니다. 여기에는 다른 조직에서 사용하는 API를 제작한 업체, 내부 및 외부 프로세스에 API를 사용하는 데 중점을 둔 업체, 완전히 새로운 제품 및 서비스를 구축하기 위해 API를 사용한 업체도 포함되어 있습니다. 또한 지난 몇 년 동안 API 경제가 일련의 기술 표준에서 업계를 재편하는 혁신의 장으로 진화해오는 과정을 관찰한 업계 분석가 및 학계 구성원과도 인터뷰를 진행했습니다.

저자 소개

Rahul Narain은 IBM 글로벌 비즈니스 서비스의 API 중심 솔루션 부문 최고 아키텍트입니다. 그는 민간 및 공공 부문에 이르는 모든 산업 분야를 포괄적으로 담당하고 있습니다. Rahul은 전세계의 고객에게 API 전략 및 거버넌스, 도입, 아키텍처 및 솔루션 제공에 대한 자문을 제공합니다. 그는 API, IoT 및 코그너티브 패턴과 관련하여 작업그룹을 이끌고 있습니다. 또한 Bluemix 및 Cloud Foundry 솔루션, 마이크로서비스 및 하이브리드 클라우드의 이벤트 중심 솔루션에 대해서도 자문을 제공합니다. Rahul은 전세계의 고객을 대상으로 API 과정을 위한 지도, IoT, 분석 및 빅데이터, 코그너티브 솔루션에 대한 기술 지도를 제공하고 감독합니다. 그는 기술 리더십과 전세계 솔루션 제공 분야에서 30년 이상의 경력을 쌓았습니다. Rahul의 연락처는 rahul.narain@us.ibm.com입니다.

Alex Merrill은 IBM 비즈니스 분석 및 전략 실무 부문의 수석 컨설턴트입니다. 그는 지난 2년간 전략 및 디지털 혁신 분야의 비즈니스 컨설턴트로 재직했습니다. Alex는 여행, 운송, 생명 과학, 소비자 등의 다양한 산업 분야에 종사해 왔습니다. Alex는 일리노이주 시카고에 거주하고 있으며 연락처는 wamerril@us.ibm.com입니다.

Eric Lesser는 IBM 기업가치연구소의 연구소장이자 북미 지역 리더입니다. 그는 광범위한 업계 및 업계 간 문제에 대한 IBM 연구 및 사고 리더십을 이끄는 50명 이상의 전문가로 구성된 글로벌 팀을 이끌고 있습니다. 그의 최신 간행물은 분석, 인력 문제, 소셜 비즈니스 및 엔터프라이즈 이동성에 초점을 두고 있습니다. 이전에는 인적 자본 관리 분야에서 IBM 글로벌 비즈니스 서비스 연구를 총괄했습니다. Eric의 연락처는 eless@us.ibm.com입니다.

경영진 후원자

Marie Wieck은 클라우드 통합 담당 총괄 이사로서 IBM 하이브리드 클라우드 소프트웨어 제품 포트폴리오를 총괄하고 있습니다. 이 역할을 통해 Marie는 클라이언트가 디지털 혁신에 클라우드를 활용할 수 있도록 지원합니다. IBM에서 25년 이상 재직한 Marie는 IBM의 하드웨어, 소프트웨어 및 서비스 부문에서 다양한 기술 및 임원직을 역임했습니다. Marie는 뉴욕대학교의 MBA를 소지하고 있으며, 콜롬비아대학교에서 컴퓨터 과학 석사 학위를, 쿠퍼 유니언에서 공학 학사 학위를 받았습니다. 그녀는 전기 전자 기술자 협회(IEEE), 여성 엔지니어 협회(SWE), 쿠퍼 유니언(Cooper Union)의 엔지니어링 자문위원회(Engineering Advisory Council)의 회원이자 미국 여성 경영자 협회(NAFE) 라운드테이블의 공동 위원장입니다. Marie의 연락처는 mwieck@us.ibm.com입니다.

Dario Debarbieri는 클라우드 통합 부문의 글로벌 마케팅 이사입니다. 최근까지 IBM 소프트웨어, 시스템 및 클라우드 부문에서 여러 임원직을 역임했으며 미국, 스페인, 중동 및 아프리카 지역의 마케팅 팀을 총괄했습니다. Dario는 부에노스아이레스 대학교에서 법률과 경제학을 전공했습니다. Dario의 연락처는 debarbie@us.ibm.com입니다.

참여자

Kevin Eagan, IBM Digital, IBM Cloud, 총괄이사

Michael L. Fitzgerald, IBM 글로벌 비즈니스 서비스, CIO Advisory and Cloud Center of Competency, 글로벌 CIO 자문 리더

Alan Glickhouse, IBM Cloud, IBM API 비즈니스 전략가

Paula Kwit, IBM Cloud, 포트폴리오 마케팅

Sugandh Mehta, IBM 글로벌 비즈니스 서비스, Cognitive Business Solutions Center of Competency, CTO 겸 엔지니어

Savio Rodrigues, IBM Cloud, StrongLoop 및 인터랙션 서비스 오픈링 관리, 이사

Christopher T Schmitt, IBM Cloud, 통합 마케팅 - 프로그램 관리자

Juan Carlos Soto, IBM Cloud, 하이브리드 클라우드 통합 및 API 경제, 부사장

Sham Vaidya, IBM Watson, 코그니티브 솔루션, 엔지니어

감사의 말

Kristin Biron, April Harris, Kristin Fern Johnson

추가 정보

IBM 기업가치연구소의 연구에 대해 자세한 정보를 원하시면 iibv@us.ibm.com으로 이메일을 보내주시기 바랍니다. 트위터에서 @IBMIBV를 팔로우하실 수 있으며, IBM의 연구에 대한 전체 카탈로그를 보거나 월간 뉴스레터를 구독하려면 ibm.com/iibv 사이트를 방문하십시오.

앱스토어에서 휴대폰 및 태블릿용 무료 "IBM IBV" 앱을 다운로드하면 모바일 기기에서 IBM 기업가치연구소의 경영진 보고서를 볼 수 있습니다.

변화하는 세계에 적합한 최고의 파트너

IBM은 고객과의 긴밀한 협력을 통해 비즈니스 인사이트, 첨단 연구 및 기술을 접목시켜 시시각각 변화하는 오늘날의 환경에서 확실한 경쟁력을 선사합니다.

IBM 기업가치연구소

IBM 글로벌 비즈니스 서비스 산하의 IBM 기업가치연구소(IBV)는 공공 및 민간 부문의 주요 쟁점에 대해 사실 기반의 전략적 인사이트를 발굴하여 기업의 고위 경영진에게 제공하고 있습니다.

참고사항 및 출처

- 1 "Redefining Boundaries: Insights from the Global C-suite Study." IBM 기업가치연구소. 2015년 11월. <http://www.ibm.com/csuitestudy>
- 2 Rosamilia, Tom. "Retooling Businesses for the API Economy." IBM Think 블로그. 2015년 11월 5일. <https://www.ibm.com/blogs/think/2015/11/05/retooling-businesses-for-the-api-economy/>
- 3 DuVander, Adam. "Which APIs Are Handling Billions of Requests Per Day?" ProgrammableWeb 블로그. 2012년 5월 23일. <http://www.programmableweb.com/news/which-apis-are-handling-billions-requests-day/2012/05/23>
- 4 IBM 기업가치연구소 분석
- 5 "Let's create the future of online travel." Expedia 제휴 네트워크 SlideShare 프레젠테이션. 2011년 12월. <http://www.slideshare.net/ExpediaEAN>
- 6 Iyer, Bala 및 Mohan Subramaniam. "The Strategic Value of APIs." *하버드 비즈니스 리뷰* - 디지털 신문. 2015년 1월 7일. <https://hbr.org/2015/01/the-strategic-value-of-apis>
- 7 "Let's create the future of online travel." Expedia 제휴 네트워크 SlideShare 프레젠테이션. 2011년 12월. <http://www.slideshare.net/ExpediaEAN>

-
- 8 "Redefining Boundaries: Insights from the Global C-suite Study." IBM 기업가치연구소. 2015년 11월. <http://www.ibm.com/csuitestudy>
 - 9 Parton, James. "APIs: building blocks for the future of digital marketing." 2013년 12월. <http://www.theguardian.com/media-network/media-network-blog/2013/dec/12/apis-future-digital-marketing-customer>
 - 10 IBM 기업가치연구소 분석
 - 11 IBM 기업가치연구소 분석
 - 12 Airbnb 웹사이트. <https://www.airbnb.com/help/getting-started/how-it-works>. 2016년 6월 15일에 액세스.
 - 13 Beepi 웹사이트. <https://www.beepi.com/topfivequestions/>. 2016년 6월 15일에 액세스.
 - 14 IBM 기업가치연구소 분석

© Copyright IBM Corporation 2016

Route 100
Somers, NY 10589
Produced in the United States of America
2016년 7월

IBM, IBM 로고 및 [ibm.com](http://www.ibm.com)은 전세계 여러 국가에 등록된 International Business Machines Corp.의 상표입니다. 기타 제품 및 서비스 이름은 IBM 또는 타사의 상표입니다. 현재 IBM 상표 목록은 웹 "저작권 및 상표 정보"(www.ibm.com/legal/copytrade.shtml)에 있습니다.

이 문서는 최초 발행일을 기준으로 하며, 통지 없이 언제든지 변경될 수 있습니다. IBM이 영입하는 모든 국가에서 모든 오퍼링이 제공되는 것은 아닙니다.

이 문서의 정보는 상품성, 특정 목적에의 적합성에 대한 보증 및 타인의 권리 침해에 대한 보증이나 조건을 포함하여(단, 이에 한하지 않음) 명시적이든 묵시적이든 일체의 보증 없이 "현상대로" 제공됩니다. IBM 제품은 제품이 제공되는 계약의 조건에 따라 보증됩니다.

이 보고서는 일반 지침으로만 제공됩니다. 세부적인 연구나 전문가 의견의 예제를 대체할 수 없습니다. IBM은 본 문서에 의존한 개인 또는 조직에 발생한 어떠한 손해에 대하여도 책임을 지지 않습니다.

이 보고서의 데이터는 제3자가 출처일 수 있으며, IBM은 별도로 이러한 데이터를 확인, 검증 또는 감사하지 않습니다. 이러한 데이터의 사용으로 인한 결과는 "현상대로" 제공되며 IBM은 명시적이거나 묵시적인 일체의 진술이나 보증을 제공하지 않습니다.



재활용하세요

GBE03759-KRKO-03

IBM