

APIユースケースの明確化: 生命保険とファイナンス・サービス



保険会社の多くがAPIエコノミーへの参加を計画しています。取り組みを始めようとする企業から、その業界で潜在的にどのような使用事例があるかという質問をよく受けます。このホワイトペーパーでは以下の目的に焦点を当てます。

- APIイニシアチブの共通業務ドライバの明確化
- API明確化方法論の説明
- この方法論を利用した保険業固有の事例の提供
- 法令要件と業界標準の現状に対する議論
- APIイニシアチブを開始するための推奨事項の提供

APIエコノミー戦略を決定し、ロードマップを計画することにより、次のような大きな利点があります：

- 社内、社外の関係者が安全かつ迅速に業務サービスにアクセスすることで、デジタル・プロジェクトを加速し、サービス提供までの時間を短縮する
- 新たな付加価値商品やサービスを考案して競争力を高めるために—特に業界外の—パートナーシップ・エコシステムを明確化する
- モバイル・マーケットプレイスなど現金化を目的とする新たなビジネス・モデルを定義する。つまり、自社の業務機能を評価してパートナーの業務機能と合わせて、さまざまな関連する、ないしは補完するサービスを提供する
- 組織内の共通API—単純にいうと業務サービス—を統合し、標準化する
- セントラル・リポジトリと保険証券の履歴取得などの全社業務サービスを索引化することで、運用コストを削減する

このホワイトペーパーは、業界ユースケースを学ぶことでAPIイニシアチブを始動させたい保険業界の企業とIT推進役に向けたものです。このホワイトペーパーは関連投資シナリオを含めた生命保険に的を絞っています。

ビジネスAPI とは何でしょうか？



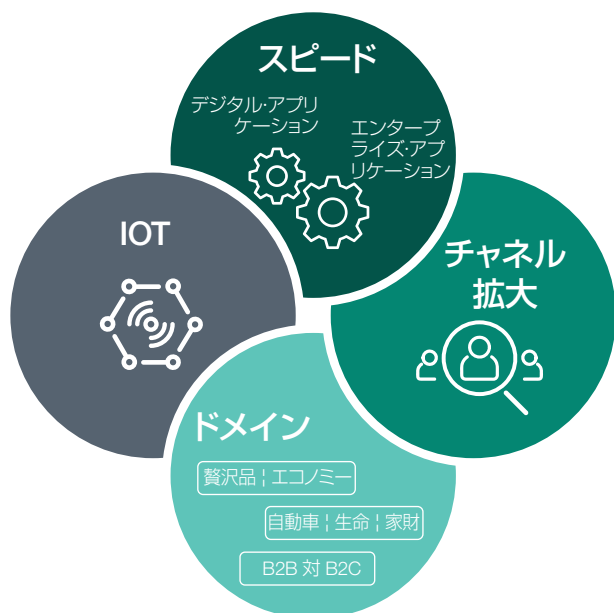
アプリケーション・プログラミング・インターフェイス(API)は昔からある言葉で、あるソフトウェア・プログラムがAPI経由で別のものを呼び出すときの技術的インターフェイスを説明するのに用いられてきました。これらのAPIはきわめて複雑なものが多くて、広範な利用を意図したものではありませんでした。APIを利用してプログラムを起動する社内ソフトウェア・プログラムもあったでしょう。社外のパートナーも利用できたかもしれませんが、きわめて困難でした。

この長年使われてきたAPIの定義は、現在、企業が注目しているAPIエコノミーとは関係がありません。注目しているのはビジネスAPIまたはWeb APIと呼ばれているものです(ただし、このような修飾語句が省略されていることがよくあります)。これらのビジネスAPIまたはWeb APIは、業務アセットに対する理解しやすいインターフェイス、たとえばお客様の記録、アカウント、商品カタログ、価格、注文などです。

業務APIは企業の公開ペルソナで、社内外の一部の開発者を対象として定義済の資産、データ、サービスを利用させます。ビジネスAPIは組織の公開ペルソナで、社内外の一部の開発者を対象として定義済の資産、データ、サービスを利用させます。ビジネスAPIは企業を拡張し、新しい市場を開拓するものなので、アプリケーション開発者は広範な利用を目的として、アセットを容易に活用し、公開し、統合できます。

APIイニシアチブの共通業務ドライバの明確化

成功したAPIイニシアチブを実行している企業は、スピード、チャンネル拡大、モノのインターネット(IoT)、ドメインの4つの重要な推進力の1つまたは複数に焦点を絞っています。



- スピード(2スピードIT、パイモーダルITまたはマルチスピードITとも呼ばれます):**この推進力は、業務部門とIT部門が異なるスピードで活動できるようにするものです。基幹システムとなるSoR (Systems of Record、定型業務処理システム)に対する従来のIT管理は、一定速度でしか変更できません。企業の基幹システムを無理にすばやく変更

しようとする、システム停止やセキュリティ上の問題を招く可能性があります。しかし、ビジネスは新しい機会と競争上の脅威に非常に迅速に対応する必要があります。基幹システムに要求される変更管理では不可能なほどにスピードを上げなければなりません。APIを利用することで、基幹システムのアセットをビジネスで利用できるように事前にパッケージ化して、新たなSoE (Systems of Engagement、協働のための情報活用システム) を作り出せます。スピードに対する課題が、企業内でAPI利用を促進する一番の推進力になる傾向があります。

- チャンネル拡大:**新しい市場に進出し、新規顧客を獲得するためにAPIを他社、たとえば自組織の資産を利用して付加価値を生み出せるパートナーが利用できるようにします。たとえば生命保険会社はファイナンシャル・アドバイザーと協業して、保険や投資商品をパートナーのお客様に販売できるでしょう。保険会社は、サードパーティからの資金に関する助言を求める顧客にアクセスすることができます。
- IoTまたはデバイス:**多くの業界で、デバイスをAPIとともに用いて、新しい革新的なソリューションが提供されています。このトレンドは以下の3つの方法で生じています：
 - デバイスはAPIコール経由でデータを送信します。たとえば運転のくせをモニターして、保険会社に結果を送るデバイスです。
 - デバイスはAPIコール経由でコマンドを受信します。たとえば、スマートホンの機能を利用して、ホーム・セキュリティ・システム・プロバイダーに対してセキュリティAPIを起動します。するとプロバイダーはホーム・セキュリティ・システムにオンまたはオフのデバイスAPIコマンドを送ります。
 - デバイスがデータをMQTT(テレメトリー・デバイス用の大量メッセージング・プロトコルとトランスポート)などのテクノロジーを利用した非APIコールで送信します。これはすべてのデータ・コールで行動が必要なわけではないためです。しかしながら、APIは企業内のデータにアクセスして、特定の状況、イベントを探したり、それに反応することができます。

例えば、保険会社はFitbitデバイス、計測器、モニターなどのデータを集めて保険料率を算定できます。それによって保険契約者に(費用と健康関連の)大きな価値を提供できます。これによって既存の保険契約者の満足度を高め、非顧客に好ましい印象を与えて、潜在顧客に転換できます。こうしたシナリオから得られるデータ・パターンを利用してマーケティング・チャンスを突き止めたり、追加収入としてサートパーティに売却することもできるでしょう。

- ドメイン:** 一般的には、ドメインとは複数事業部にまたがる活動のことです。それぞれはほとんどの場合独立して仕事をしていますが、データ共有の利点があります。APIによって制御された、セキュアな方法でデータを共有できます。ドメインは物理的な場所とも考えられます。クラウドおよびオンプレミス・データセンターなど複数の場所を持つ組織では、APIを場所間のデータフローを保護し制御する方法として使用することがあります。この場合、各地域および各国の仕様に基づく規制やコンプライアンスの制約について考慮しなければなりません。

企業の多くは、スピードの要件に焦点を絞って開始します。この分野で成功した後で、他の推進力に対応するのです。企業が4つのすべての推進力でAPIにより利益を得ることは、珍しいことではありません。

API明確化方法論

ビジネスAPIを明確化しなければならないのは誰でしょうか？ 図1は、高レベルの組織構造におけるいくつかの役割を示しています。いくつかの役割では複数の人が割り当てられているかもしれませんが、複数の役割に割り当てられている人がいるかもしれない点に注意してください。

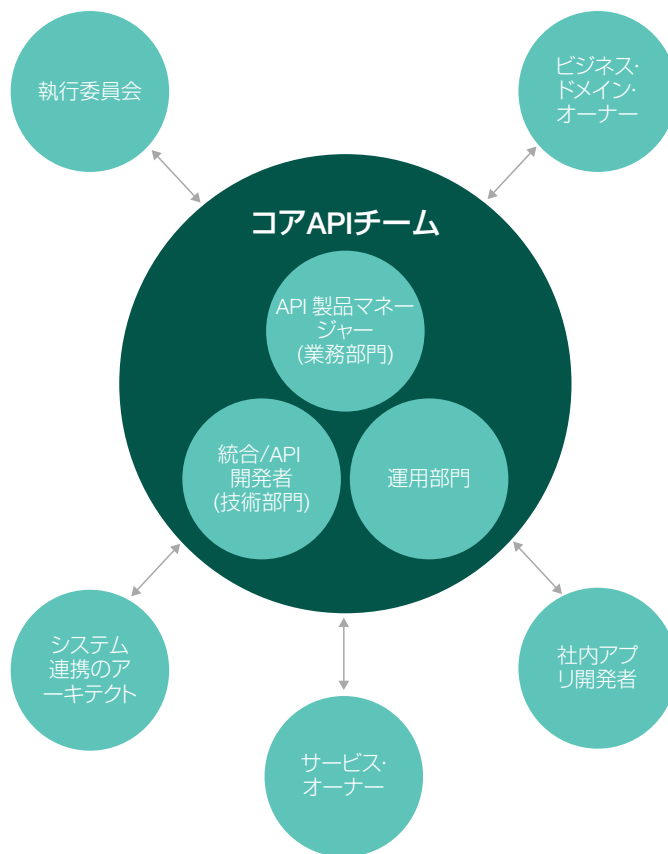


図 1: API開発チームの高レベル開発構造

API製品マネージャーはこのチームで重要な役割を果たしています。APIとAPIイニシアチブの成功の鍵なのです。API製品マネージャーの役割にともなうタスクは以下の通りです：

- ドメイン所有者と協力してビジネスAPIの必要性を明確化する
- API開発者と協力してAPI作成を推進する
- 数値をエグゼクティブに報告する
- APIの製品特性(現金化、レート制限、利用者)を定義する
- 対話

「APIビジネス: ベストプラクティス」ホワイトペーパーは組織構造やその他いくつかの重要な話題に関する追加情報を提供します。[ダウンロードはここから。](#)」



優れたAPIの明確化がAPIイニシアチブとビジネスを成功させる上で最も重要な要素です。良いAPIは単純で、消費者のニーズに集中したものでなければいけません。良いAPIを作れるかどうかは以下の3つの質問の答次第です：

- 利用者は誰でしょうか？
- 彼らは何を求めているのでしょうか？
- どんな条件で資産を利用させたいと思っていますか？

どの質問も最終的にAPI要求に応答する基幹システムについては尋ねてもいなければ、言及もしていないことに注意してください。多くの企業がAPIを間違っただけで定義しているのは基幹システムが実現しているものを見て、その前にAPIを追加しているためです。このやり方ではAPI提供側のプロセスは単純化されるかもしれませんが、利用者のニーズには合いません。

API候補を明確にするときには、API製品マネージャーは対象としているAPIユーザーを理解する必要があります(質問1)。2つ目の質問は3つの中でおそらくはもっとも重要なものでしょう。APIの利用者がどんなAPIを求めているかを明確に理解すれば、最も効果的なAPIの作成を容易にできます。定義が利用者ニーズに集中していれば、インターフェイスはその利用者にとって有用なものになる可能性が高くなりますし、変化に耐えられる可能性も高まります(バージョンing)。3つ目の質問はAPI周辺に配置したいポリシーに関するものです。たとえばAPIを正しく利用させるためにどんなセキュリティ手段が必要でしょうか？

強制すべきレート上限がありますか？

これらの3つの質問に答えた後、API製品マネージャーとAPI開発者は協力して、APIの定義を繰り返し行う必要があります。API開発者は、API用に提案された利用者インターフェイスを利用者が望んだ結果を提供するためだけにバックエンドの基幹システムのインターフェイスに、そしておそらく他の多くのシステムにもマッピングする必要があります。既存の基幹システムの前面のマイクロサービス層に新規の業務ロジックを追加する必要があるかもしれません。

既存システムが要求に完全に対応できなければ、API開発者は追加コードを書いて、既存環境に業務ロジックを追加しなければならぬかもしれません。

次に、最初の3つの質問に加えて、APIが利用されることの多い6つのカテゴリについて検討します。これがそれぞれのカテゴリで有効なAPI明確化につながります。

✓	社内開発者
✓	パートナー
	公開
	ソーシャル
	デバイス
✓	データ/分析

・ 社内開発者(モバイル)

- 自社のモバイル・アプリはどんなデータ、どんなトランザクションを必要としますか?
- すべてのアプリ・ユーザーで同じ既存の一般的なデータ・拠点所在地や料率など—はありますか?
- 既存顧客に特有のデータ—証券の価値や保険料支払予定など—はアプリからアクセス可能にすべきでしょうか?
- どんなモバイル・デバイスの機能—たとえばGPSやカメラ—がAPIで利用できそうですか?

・ パートナー

- 現在のパートナー間でどのようなデータとトランザクションが共有できますか?よくある既存パートナー種別は銀行、証券会社、独立ファイナンシャル・アドバイザーです。
- パートナーないしはブローカーの勧誘は長く、困難なプロセスですか??
- パートナーがセルフで登録できたらそこに価値はありますか—たとえばパートナー数の増加、地理的な範囲の拡大などにつながりますか?

・ 公開

- 他人が自社のデータ、トランザクションを利用できるどんなアプリを書いてくれそうでしょうか?
- Webサイトにはどんな情報を公開していますか?
- 競合他社との比較アプリがある場合、選択肢として掲載されることを希望しますか?そのアプリはどんなデータを必要とするでしょうか?
- 自社商品に関心を持つ可能性があるのは他のどんな業界、プロセスでしょうか?たとえば、ファイナンシャル・アドバイザー、保険業務を行っていない銀行、総合保険見積Webサイトなどです。
- マッシュアップの考察: 自社のAPIとどのAPIが適合するでしょうか?マッピングは?ソーシャルは?

・ ソーシャル

- 貴社のシステムはどのようにソーシャル・メディアと連携していますか?ソーシャル・メディアでのトレンドを把握し、アラートを発したり、アクションを取れますか?
- 貴社のブランドと競合についての洞察を得るためにソーシャル・メディアを活用できますか?
- 現在の顧客の状況、行動、履歴をソーシャル・メディアでの対話と結びつけるリアルタイム分析を行うことができますか?

・ デバイス

- センサー、メーターなどのデバイスを取り扱っていますか?
- そのデバイスにはどんなシナリオを適用できますか?たとえばステータス情報を送る必要がある、デバイスの振る舞いを制御する、デバイスとエンタープライズ・システムの対話を可能になるなど。
- 次のUI、ウェアラブル・テクノロジー、たとえばスマート衣服、拡張現実眼鏡などの統合についてどんな姿勢をとっていますか?

・ データと分析

- 顧客に関してどんなデータを収集していますか?このデータは社内の利用者の大部分にとって価値がありますか?たとえば、多額の投資を行っている既存顧客で、引退までの時間が残り少ない方は新たな投資を提案されれば興味を抱くでしょう。
- そのデータはマーケット・セグメントが明確で、関連のない業界の興味をひきそうですか?たとえば、資産が多い個人(でオプトインしている人)は高級乗用車やバカンスなどの市場にいないでしょうか?



保険業界でのAPIユースケースの明確化

保険業界にAPI明確化方法論を適用した事例を見ていきましょう。

社内開発者(モバイル・アプリ開発)



一般情報

一般情報とはアプリを利用する特定の顧客に合わせてカスタマイズしていない情報です。保険会社の商品には以下のような情報があるでしょう:

- アカウント/保険種別と詳細
- 投資商品と詳細
- 価格
- 投資調査
- 人生計画(退職/カレッジ)
- 教育
- FAQ
- マーケット/投資ニュース
- 計算機やファイナンシャル・ツール
- オフィス/エージェントの営業時間と場所
- オンライン・フォーム

カスタム情報とトランザクション

カスタム情報とトランザクションはアプリを利用する特定の顧客に合わせてカスタマイズした情報です。ユーザーを特定し、適切なレベルのアクセスを保証するためにこれらのAPIには追加のセキュリティが必要です。このカテゴリーに当てはまるAPIは以下のようなものです:

- 証券/アカウント一覧
- 価格/差引勘定
- ファンド取引
- ファンドの書き換え
- 比較レポート
- 所有分析

- エージェント連絡情報
- 面会スケジュール
- 電子計算書
- 保険IDカード
- 警告の管理
- 質問送信
- メッセージ・アクセス
- 保険料支払
- 最近のトランザクション
- サービスや証券に関する質問の送信
- プロファイルの表示、更新
- 受取人情報の表示、更新
- 証券の表示
- ウォッチ・リスト

モバイルの利点

モバイル・デバイスでアプリを利用する顧客は保険会社が提供するAPIに対して電話やタブレットの機能を利用することで、利益が得られます。たとえば音声認識、写真による小切手支払、一番近い支店へのGPSによる指示など。

導入事例

ドイツのある保険会社には自社のAPI作成、管理プロセスを合理化し、改善しながらアプリケーション開発のセキュリティを強化する必要がありました。彼らはAPI経由のサービスを新たなモバイル、IoT、Webアプリケーションにセキュアに公開するためにRESTベースのAPIを利用して、オープン・ネットワークと自社ネットワーク間でのモバイル・デバイス利用を促進しようと計画しました。

IBM API Connectソフトウェアを利用したソリューションを実装して、Web APIを作成し、組み立てて、管理して、セキュリティを守り、ソーシャル化しました。API Connectソフトウェアを使うことで、同社はAPI作成を自動化できましたし、組み込みセキュリティ、ガバナンス機能でAPIをうまく管理できました。

同社はAPI効率を改善し、アプリケーション開発セキュリティを強化しただけでなく、APIの現金化を通じて、新たな収入源を活用できるようになりました。

モバイルデバイスの利点を支持するもうひとつの例は、保険会社が保険引受能力を証明しながら生命保険証券を購入しなければならないシナリオです。APIは保険会社と医療機関を接続できます。看護師は簡単にリアルタイムに必要な身体検査、血液検査などの来院スケジュールを立てられますし、詳細を分析するラボと即時に共有できます。保険会社に結果がすぐに提供できるので、証券発行が高速化できます。

パートナーとの協業

APIは、パートナーが貴社とのビジネスを容易にするのに役立ちます。APIのパートナー—銀行、証券会社、信用共同組合、雇用主、法律家、会計士、ファイナンシャル・アドバイザーなど—への提供によって、お客様に彼らが商品、サービスを提供できるようになります。それと同時に彼らのお客様にも保険を提案してもらえます。このやり方は紹介料や証券の現金化などの形で新しい売上を生み出すのに適しています。APIシナリオ例には銀行や信用共同組合がお客様に生命保険や退職後の計画を提案するものが含まれています。ファイナンシャル・サービスを販売しているほとんどの企業はパートナー企業のファイナンシャル・ソリューションも販売しています。自社のAPI(商品、価格詳細を提供する)を公開すると、パートナーは自社顧客と彼らの顧客両方が利用できる一貫したユーザーフェイスにその商品を統合できます。これによって自社商品をより多くのチャンネルで利用可能にできます。たとえば住宅ローンを組みたい顧客に銀行は生命保険への加入を勧めます。必須とする場合もあります。

保険会社は遺言書、財産分与、家族の死亡による遺産/財産整理などの関連サービスでAPIを使って顧客と(やはりAPIを利用している)法律事務所をつなぐこともできます。

節税のために生命保険を利用することもあります。会計士やその顧客と保険情報を共有するAPIは関係者全員にとって優位性があります。会計士は相続計画に共同経営者保険を必要とする中小企業と関係しています。API経由で保険情報をこのコミュニティに広げると到達範囲が広がります。

包括的なファイナンシャル・プランには生命保険の他に所得補償保険が含まれているものです。ですからAPI経由で所得補償保険会社と協業すると顧客に便利な総合サービスを提供できます。モバイル商品に含まれる教育、ニュース・フィード、企業情報はその情報を提供しているパートナーからAPI経由で入手できるかもしれません。企業は他社が提供している機能で自社の商品に顧客に対する付加価値をつけられます。APIはそれらのパートナーの容易なマーケット進出を可能にします。

API経由で企業が参加することで、従業員向けに投資、退職後ソリューションを提供できます。参加が容易になることで、ITの要員が限られている小企業が勧誘できます。雇用プロセスで投資と退職アカウントを設定する機能を提供することで、こうした企業は手作業を減らし、従業員に低コストでよりよい給付を行うことができます。

信託規則と人口構成の変化が合わさって、消費者とファイナンシャル・アドバイザーの取り決めはよりオープンで透明なものになる傾向があり、従来の高額手数料の投資、生命保険商品に対する圧力が強まっています。従来のパターンから消費者がシフトしている—一括商品から個々の商品へと—のと合わせると、企業が現在の生命保険消費者をターゲットにできる新たな低コスト流通チャンネルを提供する新パートナー・エコシステムを構築する必要が強調されます。

APIは生命保険業界の難問に対応する戦略に欠かせない要素です。生命保険パートナー・エコシステム構築や、ロボットアドバイザー・プラットフォーム、セルフサービス給付申込プラットフォームなどのFintechスタートアップ企業との統合に用いられます。APIは、正確なリスク・データへのアクセスを改善して引受にかかる時間を減らすことで顧客体験の改善にも利用できます。

適切なケース: 生命保険、ファイナンシャル・サービスでのAPIの役割

生命保険、ファイナンシャル・サービス業界でのさまざまな側面でAPIエコシステム・パートナーシップを特徴とした2例のビジネス・ユースケースを示します。

- **企業顧客:** ほとんどの企業は従業員に退職給付を提供しています。ここには退職計画、投資、所得補償保険、生命保険が含まれています。こうした企業にAPIを提供すると、企業はAPIを自社の人事プロセスに組み込んで、従業員向けにシームレスな対話を作成できます。API経由で直接アクセスを可能にすることで、プロセスにAPIが直接埋め込まれるためにその企業との関係は「しっかりした」ものになります。
- **ファイナンシャル・アドバイザー:** 個人投資家の中には商品を直接Webやモバイル・インターフェイスで見つける人もいますが、たいていはパートナーのファイナンシャル・アドバイザー会社の指導によるものでしょう。ファイナンシャル・アドバイザーのシステムにAPIを埋め込むことで、商品がアドバイザーが日常的に利用するユーザー・インターフェイスの一部になります。APIが多くのファイナンシャル・アドバイザーの参加を可能にすることで、潜在顧客のプールが拡大されます。

公開API



保険会社は社内やパートナー向けのAPIの多くと同じものを公開APIとして展開して、付加的なビジネスを推進し、新規顧客獲得に役立てることができます。たとえば潜在的な顧客は最も低い保険料率のものを購入するかもしれませんが、比較アプリでAPIが利用できるようになると、この新規ビジネスで競争していけます。

APIエコノミーで最も刺激的な側面のひとつは範囲を他の業界、たとえば銀行や信用組合の顧客に対する生命保険や投資の提供に広げられることです。生命保険会社は生命保険を提供していない損害保険(P&C)会社の顧客に証券を提供して、利益を得られます。そうすれば損害保険会社は自動車保険や家財保険の顧客にこれを勧めてインセンティブを得られます。こうした他の業界にAPIを提供することで、保険

会社は生命保険加入を検討していなかった顧客を獲得できます。多くの企業が公開APIを利用できるようにしています。以下はProgrammableWeb¹ Webサイトの事例です:

- **Fundpeak:** この投資データベース・プロバイダーは先物、為替、インパクト投資を専門にしています。ユーザーは必要なデータをカスタマイズ、パーソナライズして、投資、ファンドの実績レポートを作成できます。
- **StrategYard:** 投資戦略トライアル・サービスで、個人がシミュレーション環境で見込みのある投資戦略を試して、評価することができます。このサイトではユーザーは複数の戦略を作成、試験、削除して、成績数値やチャートを見て、取引戦略を自動化できます。
- **S&P Capital IQ:** ユーザーは情報—投資調査、企業の業績、与信レート、グローバル・マーケット・データ、アルファ・アンド・リスク・モデル、重要な開発—を業務アプリケーションに統合できます。
- **StatPro:** 企業および組織向けのポートフォリオ・レポート作成、分析サービスです。StatProを使うとユーザーは投資、ポートフォリオ、株式市場などさまざまなデータにアクセスして、分析できます。

APIニーズに対してIBM Cloudを検討

APIエコノミーをすでに探索していて、公開APIに関心をお持ちでしたら、IBMはIBM Cloudのプラットフォーム・アズ・ア・サービス(PaaS)をお勧めします。IBMが保険会社に代わってIBM Cloudプラットフォーム上にホストしたその会社のブランドのモバイル・マーケット・プレイス上に配置したAPIのセキュリティ、管理、運用、スケーラビリティ、パフォーマンスに対応します。

ソーシャル



Twitter、Facebookなどの企業のソーシャルAPIをすでに利用されていて、この情報を自社のAPIとマッシュアップされているかもしれません。ソーシャルメディアでの自社への特定の言及やトレンドにしたがって行動することで、

チャンスを活用し、問題の発生を阻止できます。とくに、自社に言及しているTwitterのフィードを自社の分析と組み合わせ、顧客満足の問題を解決するため、プラスのコメントを促進するために行動しなければならないのかどうかを判断できます。

さらに消費者や業務ニーズに対する言及によって、プロアクティブに保険ソリューションが提供できるかもしれません。たとえば結婚した、子供が生まれたなど生活の変化に対する検索やコメントが消費者に対する生命保険の広告につながるかもしれません。

保険会社はソーシャル対話が顧客との関わりをプラスにする方法ともとらえています。ありがちなことですが、顧客と保険会社との関係は保険料の支払や保険金支払請求のみになってしまう一つまり顧客が関わりたくない活動です。ソーシャル・チャンネルで顧客と対話して、情報を提供したり、地元の企業活動、イベント・スポンサーなどを強調することで保険会社は顧客とプラスの関係を築けます。

デバイス統合とウェアラブル・デバイス



現在、生命保険、ファイナンス・サービス業界ではデバイスはあまり利用されていません。ですからデバイスAPIの利用方法を考えるときは、現在存在しない新たなものを取り入れなければなりません。例:

- 健康、フィットネス関連モニターで顧客の情報を入力して、保険料の値引き算定につなげる。
- 禁煙モニタリング・デバイスで進捗状況とコンプライアンスを報告する。
- 自動車保険で流行している安全運転機器を生命保険でも利用する。

現在のユーザー・インターフェイス—モバイル・デバイスやタブレット—が10年前には一般的ではなかったことはご存じの通りです。変化に向かうこのトレンドはウェアラブル・デバイスへ、そしてその先へと続いていきます。APIはインターフェイスの進化を、業務システムへの混乱をもたらすことなく可能にします。

データと分析



保険会社は顧客に関する大量のデータを集めて、マーケティング・チャンスを突き止めるための分析をよく行っています。典型的な例ではこの活動は特定の社内利用者を対象としています。APIを通じて、すでに収集したデータから付加価値が探り出せるのであれば、企業はデータと分析を他の社内利用者に容易に利用してもらえるようにできます。

保険業界でイノベーションとデジタル変革の要求が増えていることを考慮すると保険会社が多数のオープンな公開データ・ソースとAPIを調査、評価して、豊かなデジタル体験を保険契約者に対して生み出すことが重要です。この付加価値体験によってより高度なレベルで顧客が「くっついて」、既存顧客をつなぎとめるとともに模範的なレベルの顧客満足が新規顧客を誘引します。以下のような公開APIも活用できます:

- ファイナンス・マーケット・データとWatson API、自社APIを統合して、マーケットプレイスのトレンド、顧客のポートフォリオと履歴を理解して、これを顧客のセンチメント分析と組み合わせることで売上機会情報を提供します。その情報を利用して、新しいファイナンス商品提案したり、マーケットが流動状態になったときに顧客が間違っただ判断をするのをくい止められます。
- 税金データと自社APIを統合して、投資や引退計画の撤回による税金への影響に対するインサイトを提供します。

さらに、保険会社はAPIを利用して、サードパーティにデータ資産全体へのアクセスを与えられます—たとえば他の業界でマーケティング・チャンスがありそうな資産家の個人を突き止めるなど。個人情報へのアクセスは注意深く管理して、これらのプロセスの間保護しなければなりませんし、顧客のオプトイン/オプトアウト同意には厳密に従わなければなりません。

業界標準と法令要件

保険を含む多くの業界ではAPI標準の必要性和価値が認識されています。どの企業も似ているが、矛盾したAPIが協力する他のすべての企業から提供されることを望んでいます。欲しいのは標準インターフェイスで、そうなれば複数のパートナーのAPIを容易に利用できます。

APIプロバイダーも反対していません。自社のAPIインターフェイスではなくAPIインターフェイスの裏側にある商品、サービスの品質で自社を差別化すべきことはわかっているのです。たとえば保険会社はパートナー・エコシステムと統合された付加価値サービス、デジタル・エンゲージメントの強化、顧客へのパーソナライズされた提案で戦えます。

現在の生命保険、ファイナンシャル・サービス業界の標準はXMLやEDIなどのテクノロジーに基づいたものです。REST/JSONモデルでの対話の近代化に関する議論が開始されています。しかしながら今のところ、しっかりとした決定にはいたっていません。

APIの法令要件がまだ決まっていない国の場合、APIの業界標準はまだ先のことでしょう。ACORDやNAICなどの標準が有効なことに業界は気づいたばかりで、APIは共通利用インターフェイスへのアクセスを容易にすると期待されています—法令要件を必要とせずに。インターフェイスをより簡単に利用する方向が論理的な手順でしょう。これは時間と、会員企業の調整の問題です。

最後の考察と推奨

保険業界はAPIエコノミーが最も活発な業界のひとつになってきました。保険はデータ集中型のビジネスで、エンタープライズ全体でデータにすばやくアクセスしています。データを新しい方法で利用して、すばやくパートナーとインターフェイスすることで競合との差別化が可能です。

まだ業務APIの戦略化、計画を開始されていないのであれば、今がそのときです。すべての答がわかるまで、そして開始するためのすべてが揃うまで待ってはいけません—市場は急速に動いています。稼働手順を計画し、学んだものを構築してください。

すでにAPIイニシアチブを開始しているのならば、成功をベースにして、誤ったものはすばやく捨ててください。追加の業務ドライバとユースケースを調査して、業務から付加価値を引き出しましょう。APIエコノミーへの進出によって、新規の、革新的なソリューションにとって巨大なチャンスが存在しています。IBMは保険業界とAPIエコノミーについて重要な知識を持っていて、お客様のAPIに向かう旅のパートナーでありたいと思っています。当社の専門知識、経験を活用して、お客様の価値最大化をお手伝いさせてください。

APIエコノミーに関するIBMの見方をご理解いただくには、[IBM APIエコノミー、デジタル変革Webサイト](#)をご覧ください。[IBM API Connect™](#)はAPIを作成し、実行し、管理し、安全を守る包括的な基盤です。API Connectの詳細情報と [and download a トライアル版](#)のダウンロードはAPI Connect Webサイトへどうぞ。

執筆者プロフィール



Alan Glickhouse, APIビジネス・ストラテジスト、IBM

Alan GlickhouseはIBM API Connect製品管理チームのビジネス・ストラテジストです。1981年にIBMに入社して、営業、技術営業、マーケティング、開発、技術サポートなどさまざまな職務についてきました。API Connectチームでは、Alanはあらゆる業界のお客様がAPIに対するビジネス戦略、自社のビジネスの方向性と既存環境(ビジネスと技術の両面)を理解し、自社の環境に合ったAPI戦略を採用して成功していただくためのお手伝いをしています。Alanはコンピュータ数学でVassar Collegeの学位を持っています。また複数のSOA認証も取得しています。glick@us.ibm.comにご連絡いただくか、[@ARGlick](#)をフォローしてください。



Carolyn Martin, Global Financial Services Marketing Program Director、IBM Cloud

Carolyn Martinはファイナンシャル・サービスとテクノロジー業界で20年以上の経験があります。現在はIBMハイブリッドクラウド・インテグレーション・マーケティングのワールドワイド・プログラム部長で、銀行、保険業界を担当し、特にAPIエコノミーを統括しています。前職でCarolynはさまざまなシニア・マーケティング管理を行い、IBMのビッグデータと分析、吸収合併、グローバル・ファイナンス・サービスなどで戦略的な地位についていました。IBM入社前はCIBC、London Life Insurance、Bank of Montrealで証券会社、クレジットカード、生命保険、リテールバンキングの営業、マーケティング管理を行っていました。CarolynはWestern UniversityのIvey SchoolでMBAを取得しています。連絡先はcmartin@ca.ibm.comまたは[LinkedIn](#)で

Michael Whalen, Offering Manager, IBM Cloud

Mike WhalenはIBM Cloudのオファリング・マネージャーでファイナンシャル・サービス、ヘルスケア分野でのイノベーション活動推進の責任者です。Mikeはセキュリティ、ネットワーキング、通信業界で商品管理の上級職でした。彼はコンピューター情報システムの修士号をBoston Universityで、MBAをNew Hampshire Collegeで、そしてコンピューター・サイエンスの学士号をWentworth Institute of Technologyで取得しています。



© Copyright IBM Corporation 2017

日本アイ・ビー・エム株式会社
〒103-8510
東京都中央区日本橋箱崎町 19-21

Produced in the United States of America
August 2017

IBM、IBM ロゴ、[ibm.com](#)は、世界の多くの国で登録されたInternational Business Machines Corporation の商標です。他の製品名およびサービス名等は、それぞれ IBM または各社の商標である場合があります。現時点での IBM の商標リストについては、www.ibm.com/legal/copytrade.shtmlの「著作権と商標情報」をご覧ください。

Weather.comはIBMの子会社TWC Product and Technology, LLC,の商標または登録商標です。

Java およびすべての Java 関連の商標とロゴは、Oracle やその関連会社の商標または登録商標です。

本資料の情報は最初の発行日の時点で得られるものであり、予告なしに変更される場合があります。すべてのサービスが IBM の操業国すべてにおいて提供されるとは限りません。

本資料の情報は「現状のまま」で提供され、明示的にも黙示的にも、商品性の保証、特定目的への適合性の明示的保証、違反行為がないことを含むいかなる保証を行うものでもありません。IBM 製品は、IBM 所定の契約書の条項に基づき保証されます。

お客様は、法律ならびに該当する規制を順守する責任を負います。IBM は法的助言をすることはなく、IBM のサービスまたは製品によって、お客様が法律または規制を確実に順守できることを表明し保証するものではありません。

¹公開APIの例はwww.programmableweb.comでキーワード検索「保険」と「ファイナンス」の結果です。この情報は特定APIを推奨するものでもなければ、その機能や品質に対する言明でもありません。ProgrammableWebはあらゆる企業が公開APIを販促できるリポジトリの役割を果たしています。APIの機能、品質についてはお客様自身が評価して、展開前にニーズに合っているかどうか判断していただかなければなりません。



Please Recycle