

# あらゆるユーザーニーズに対応

日本のものづくり精神と創業以来の社会貢献で

## セキュリティカメラ市場の

松下電器産業は1918年の創業から数えて2008年で90周年を迎える。すべての企業活動、事業活動が社会貢献に結びつくという企業ポリシーは脈々と継承され、「社会に対するお役立ちの量が利益になる」という創業者の教えが現在もかたくなに守られている。パナソニックシステムソリューションズ社 (PSS社) はその名の通り、システムソリューションビジネスで、システムデザインやシステムインストレーション、システムアップなど、製品単体だけではなく営業活動を主体としており、14事業ドメインある松下電器産業グループの中でも特異な存在だ。



佐藤 正人 Masato Sato

松下電器産業株式会社  
パナソニックシステムソリューションズ社  
セキュリティ本部 本部長

### 50年の歴史で培ったノウハウをベースに世界市場へ発展

**Q** 最初に、PSS社の生い立ちとメインの事業についてお聞かせください

**A** もともと松下電器産業の第9事業部として産声をあげましたが、当時の創業者が官公庁関連の仕事を受注することで、社会貢献にも注力していこうという目的のため、1958年に横浜市綱島で松下通信工業を立ち上げたのがスタートでした。

松下通信工業は無線の会社であったことから、当時は郵政公社と警察を中心として、機器を開発し納入しており、それが現在の携帯電話の基礎を築き上げるとともに、交通管制システムや警察無線などの開発につながっています。

現在もその当時から事業がベースとなっており、PSS社の中では、S (Security) C (CrossMedia) M (Mobility) をメインの事業として社会貢献を果たしています。

**Q** セキュリティカメラ市場への参入にも長い歴史があるのでしょうか

**A** セキュリティカメラを初めて市場投入したのが1957年ですから、セキュリティカメラに取り組み初めて50年になります。そのことから考えても、セキュリティ関連企業として日本メーカーの中では最も歴史があると自負しています。

この市場は、1979年に起きた

三菱銀行北畠事件を契機として、日本で爆発的な監視カメラの需要増大が起こり、その傾向は現在も続いています。

**Q** 現在の市場での状況をお聞かせください

**A** 国内だけではなく、海外にも展開しており、中でもアメリカ、ヨーロッパ、日本、中国市場で多くのユーザーに評価をいただいています。シェアとしては、これらの全地域で2桁を占めていますが、その中心製品であるSD (スーパーダイナミック) 機能搭載カメラは、1997年の発売以来200万台を突破しています。

**Q** その市場に向けて、御社が注力しているアイテムは何でしょう

**A** 当社は高性能・高機能仕様の製品を持っていますので、自分たちの独自マーケットがあると考えています。PSS社では、「スーパーダイナミック」「メガピクセル」「スマートインテリジェンス」「メディカルカメラ」を4つの事業コンセプトに掲げています。

一番は「スーパーダイナミック」

## PROFILE

### 佐藤 正人

昭和53年松下電器産業株式会社入社。  
松下通信工業株式会社 (当時) AVシステム事業部配属、システム営業、官公需営業等を担当後、平成15年パナソニックシステムソリューションズ社 公共ソリューション本部長、平成16年海外システム本部長、平成17年4月より現職。

で、高画質であることを引き続き追求していきます。また、「メガピクセル」では、3メガのネットワークカメラを市場投入する予定があります。さらにその後は「スマートインテリジェンス」と呼ばれる高度知能化があります。

あまり知られていない特異な分野で「メディカルカメラ」があります。カメラをいっそう小型化して、内視鏡などのメディカル分野向けにHD化を進めていき、要素技術をブラッシュアップしていこうと考えています。この4つを事業のキラーコンセプトにいくことで、ワールドワイドのユーザー要求にも応えていこうというのが、現在の姿勢です。

**Q** やはり高画質が絶対条件でしょうか

**A** 全世界で当社の監視・防犯カメラが受け入れられている理由の多くは「高画質」です。

どの国でも、紙幣の種類を見極める能力を持つ高画質・高精細や、背景が明るい屋外でも映る逆光補正機能、暗い部分をブラックストレッチして映像を見せる機能などが高く評価されています。

パナソニックは、お客様の要望に的確にお応えする製品力と対応力があるため、システムの費用対効果で他

社との差別化ができ、自社の存在理由を明らかにすることが可能になっています。

レコーダも同じ思想で、カメラの高画質に合わせて高画質の画像記録を実現しています。その意味で、カメラとハードディスクレコーダを作る総合メーカーの強みが世界市場で高い評価を受けています。

### 国内で高まるネットワークカメラ化の勢い

**Q** ネットワークカメラの現状についてご説明ください

**A** 当社のもう一つの切り口がネットワークカメラです。その比率も大分高まってきました。アメリカも、ネットワークカメラ比率が2割を超えてきていることから、今年6月にはバンドルブルーフ (耐衝撃型) ネットワークカメラDG-NW484Sをアメリカ市場に投入しました。(このカメラは国内でも販売しております)

この製品を、夏休み期間を利用して多くの学校に導入していただきました。昨年はスポーツスタジアムなど、著名な施設へ大量のネットワークカメラ導入があり、おかげさまで生産が間に合わなくなるほど順調に販売を伸ばしています。

2007年8月期のアメリカ市場では、ネットワークカメラの比率が25%を超

スーパーダイナミックの「高画質」監視・防犯カメラとハードディスクレコーダー、お客様のご要望に応えられる製品力と対応力が世界市場で高い評価を得ている理由です。

えたという報告も入っています。

### Q 国内マーケットではいかがですか

A 日本のネットワークカメラマーケットの比率は10%くらいと見ています。それを向上するために、ネットワークカメラ普及のために、引き続き強力な広報活動・営業活動を行います。

ネットワークカメラのラインアップが2008年の春、海外向けを含めて15種となり、競合メーカーを追い抜くこととなります。その中でも人気なのは、DG-NP244やDG-NS202Aといった製品です。やはり高性能・高機能・高感度が注目されています。今後、PTZ機能付屋外ハウジング一体型ネットワークカメラを出すことも予定しています。

日本のマーケットは年率5~7%の伸び率となっており、世界市場が7~8%の伸び率であることを考えると、高画質の録画再生を求める国内の方が多少熱しているのではないのでしょうか。市場ニーズは大量にあり、金融、流通系、政府系、マンションなど、多岐に導入されると考えています。

その中で豊富な商材を持つ当社の製品ターゲットはリプレース需要です。金融関係や官公庁系のお客様を含め、アナログカメラからネットワークカメラにリプレースしていくことを目標としています。

一時期に比べると、海外メーカーの販売量が落ちているようで、ローコスト製品に傾いていたマーケットが、今はユーザーの求める全国一律のサポート体制とメーカーの信頼



性、高性能・高機能という選択に戻ってきていると考えられます。

やはり、品質保証とメンテナンスサービスが充実しているメーカーが選ばれる傾向にあるのではないのでしょうか。

当社はそういう中で、「生活快適実現事業」を目指し、セキュリティカメラの販売を企業のコンセプトに盛り込んでいます。コンセプトとしては、生活環境における安全・安心の提供ということです。松下電器PSS社の監視・防犯カメラと松下電工の各種センサーや入退管理を含めていく提案を行い、生活快適実現事業のセキュリティ事業として安全・安心を推進しています。

### Q ネットワークカメラの特性で注力していることはありますか

A 温湿度対策の除湿デバイスを今より多くの機種に採用したいと考えています。湿気が多い亜熱帯地区では特に評判が高く、東南アジア向けの製品で多く採用されています。温湿度対策した除湿デバイスは、アナログカメラで採用を始めた歴史もあり、スーパーダイナミック、ブラックストレッチ、オートバックフォーカスの次に除湿デバイスという展開を目指しています。

### Q 他業種とのコラボレーションも視野にはいつているのでは?

A 金庫メーカー、事務機メーカーなどでもセキュリティシステムを扱うようになってきました。お客様からセキュリティを含めたデザインを考えてほしいという要望が出てきたことで、専門メーカーとコラボレーションすることで解決するという方向性が出てきています。特に個人情報保護法が施行されてからは、その要望も大きくなりました。

事務機メーカーに対してはOEM供給をはじめ、さまざまな機器も納入しています。金庫メーカーとコラボレーションしたシステム提案も大きな存在になっております。

珍しいところでは、警備保障会社と共同で刑務所にもカメラを導入し始めています。海外の刑務所での納入事例は結構多いのですが、日本の場合もサポート体制とメーカーの信頼性が評価されてきました。

また当社では、秋葉原にシナプスネットショウケースという商品展示施設を開設しています。ここでは入退管理システムと監視・防犯カメラの連動など、映像・物理・情報のセキュリティ連携による各種システムをお客様に体験頂けるように致しました。さらに、警備会社、事務機器会社などとコラボレーションを組むためのSIチームもあり、システム連携による新たなセキュリティ価値の創造を検討しております。これらの取り組みを通じてさらなる用途の広がり期待できます。

シナプスネットショウケースには是非足を運んで頂きたいと思います。

### 日本のものづくり技術で社会貢献

#### Q 国際的な企業の日本市場進出をどのように考えていますか

A 日本は、閉鎖的なマーケット政策を取っているわけではありませんし、流通に障壁があるということでもないと思います。ハイクオリティで日本のテイストにあった製品は受け入れる土壌はあると思います。しかしトータルサービスなど、顧客が品質保証に期待する部分を理解しないと日本の消費者の購買に結びつかないと言えます。この考え方の違いは如何ともしがたい現実があります。参入にあたっては、日本のマーケットの「気質」を研究した方が良いのではないのでしょうか。

その製品のサービスに対する安心感がないと日本の消費者に選択していただけないものです。

### 「ものづくり」の精神を大切にして、常にお客様満足の観点に立ち、社会貢献という創業以来の企業姿勢を貫き通していきたいと思っています。

アジアなどの外来メーカーは、ローコストを優位点として一時的には勝利したとしても、品質やサポートに対する安心感が伴わないと引き続き購入いただける可能性は低くなると聞いています。

#### Q 海外製品や海外メーカーとの違いは何だと思えますか

A カメラの画質がまったく違うのが最大のポイントです。これは録画再生の画像が良いということです。加えて、サポート体制による顧客満足度(CS)に対する考え方ではないでしょうか。

当社の場合、海外のカジノなどに導入したカメラの例ですが、国の趣向や風土に合わせた色調節も行い、ユーザーに違和感を持たせない努力を惜しみません。

例えば、中国向けなら赤や緑の色を微妙に調整することも顧客満足度を高めるために必要になってきます。この一点を取っても、ユーザーの要求を満たすことにつながります。

視点は多少違いますが、当社はダミーカメラを製造・販売しておりません。ダミーカメラを作る発想すらありません。

我々の経営理念は電化製品の高性能をもって社会のお役立ちをしたいのであって、ダミーカメラがその指

針を満たすものとは考えられないのです。

これらのバックグラウンドにあるのは、当社が最も大切にしている日本の「ものづくり」の精神に他なりません。

#### Q 本部長としての今後の方針をお聞かせください

A さまざまなソリューションや提案がある中で、具体的にはi-proシリーズの推進を加速させていきたいと思っています。さらに高性能で高機能の製品を、ローコストで提供していくことを企業としての命題ととらえ、もっと企業努力をしなければいけないと考えています。

i-proシリーズの加速によって自らが風を起し、安心・安全のレベル向上に努めることが、監視・防犯カメラを製造するセキュリティ製品メーカーの責務ではないのでしょうか。

開発・生産・販売の流れの中で、常にお客様満足の観点に立ち、「開発はどうあるべきか」、「ものづくりはどうあるべきか」、さらに「販売・メンテナンスはどうあるべきか」と真摯に向かい合い、最終的には「いかにお客様のお役に立つことができるか」を見据えて、社会貢献という創業以来の企業姿勢を貫き通していきたいと思っています。

AS