

ソフトウェア編:

# 海外ソフトウェア企業が 見た日本の セキュリティ市場

高橋善明

海外メーカーが自社、または日本代理店に経由でSecurity Show 2008に出展した。インテリジェントセキュリティの潮流に、海外ソフト企業は積極的に日本市場を開拓していく。本誌は有力海外ソフト企業取材し、日本ソフト市場の意見を尋ねてみた。

## 海外有力企業、活動を本格化

本稿では、Security Show 2008出展海外企業の中から、有力海外ソフトウェア企業6社取材した。各社とも海外セキュリティ市場で空港、鉄道、金融、流通、病院、公共施設など多岐の分野にわたって錚々たる実績を誇る。その各社が、それぞれ特徴あふれる製品と多くの導入実績を引き下げて日本市場の開拓に参入してきたわけだが、現時点での日本における社名やブランド名そして特徴に対する理解などは、まだ十分に浸透しているとは言えない。その最大の理由は、各社とも日本市場に参入開始をして1~2年から長くてもほんの数年しか経過していないからで、それぞれの企業の知名度や認知度または評価度が高まるのはこれからである。しかし、一方で海外市場に精通している日本のセキュリティ関連事業関係者の一部からは、高い評価と期待が寄せられているのも事実である。

## 2007年が市場転換期

「この1年間とくに昨年2007年後半から手応えを強く感じるようになった」と語ってくれたのは、ネットワーク型IPビデオ監視ソフトウェア開発企業のMilestone社と提携している株式会社ケーティーワークショップ代表取締役城戸誠一氏である。1998年設立のMilestone社は、本社をデンマークのコペンハーゲンに置き、北米やイギリスやドイツそしてシンガポールなどを拠点に販売を展開している優良企業である。デンマークAL銀行、教育ビジネスセンター、北米イリノイ州ベルウッド警察、キアリー・コミュニティ病院など金融機関、公共施設、放送、医療、製造など多くの分野での導入実績を持つ。世界で約100,000台のカメラを運用しているXProtectソフトウェアは、セキュリティ投資を低く抑えながらセキュリティ水準を上げ、他システムと連動することによりビジネスの効率と効果を上げることができると特徴で

ある。

ケーティーワークショップ社は、2006年からMilestone社製IP監視カメラシステムの輸入を開始し、アプリケーションソフトウェアおよびマニュアルの日本語化を完成させている。城戸氏は、「昨年前半までは手応えを得るまでの苦労があった」としながら、「Security Show 2008を終えて振り返ると、昨年が日本のセキュリティ市場の転換期になったのではないか」と見ている。販売チャネルの開発も積極的に展開しており、今年からはエスアイア一(Sier)様を含め、販売担当者の研修をさらに充実させるべく、認定セミナーを開催し、ユーザーの開拓とサポートの強化を図る計画を立てている。

Milestone社と同じように、「昨年がひとつの転換期であったと思える」と語るのはGeoVision社営業部営業開発チームのマネージャー本田英史氏である。現在までの販売実績と将来の販売目標に関する質問に対して、「これま

で非常に順調に推移しており、今後については爆発的な伸びはないにしても堅調に推移するだろう」と自信にあふれた回答をする。GeoVision社は、2007年8月に2007年 Frost & Sullivan 賞を受賞するなどの実績を有する。本田氏は、「日本国内で新規開拓をする場合、世界各地での納入実績が評価されても最終段階で台湾企業であることが導入決定の障害になったことがある」と言う。しかし、「そのことが今後の展開において悲観材料になることはない」とも話す。「日本国内での導入実績が増加すれば自然に信用度が増すはずで、当面は交通機関をはじめとする公共施設での導入を図りたい」としている。ただし、「価格面で競合になった場合は韓国メーカーの存在は脅威」と付け加える。

他の4社を含む6社とも、昨年、一昨年の過去2年間に見る日本のセキュリティ市場における変化については、「明らかに成長している」と指摘している。ところが、成長を生んだ要因となると見方は一つではない。IT化、IP化への理解と浸透度が増したことが背景にあることは共通する認識ではあるが、ユーザー側の要求は千差万別であるとしていた。確かなことは、ユーザーである日本企業側において多岐にわたる新たな要求が多く発生していることである。

### 安全認識は性悪説に変更？

2007年が日本のセキュリティ市場成長の転換期と各社が回答した背景を考えると、日本のセキュリティに対する考え方や認識に大きな変化が現われ



■株式会社ケーティーワークショップ  
代表取締役 城戸誠一氏

てきていると言うことができる。「安全と水は無償であり心配なくてよい」というこれまで日本にあった認識は覆えりつつあり、自ら積極的に対処しなければならぬという認識が広まっていると言えるであろう。

日本の食堂やレストランでは、水は注文しなくとも出てくるものであり無償のものである。安全についても、わざわざお金をかけて対処するものという意識は低かった。それが今では、誰もが飲料水の入ったペットボトルを持ち歩き、会議の席に飲料水のペットボトルを置くことが当たり前となっている。それらはお金を支払って買う水であり、今や飲料水はジュース類をしのぐ大きな市場を形成している。

安全についても、飲料水と同じような現象が起きているということになる。島国である日本の安全は、単一の民族、宗教などから性善説に基づいて成立していた。それが、テロ発生を警



■株式会社GEOVISION 営業部営業開発  
チーム マネージャー 本田英史氏

戒し、盗難や犯罪に対して隙を見せてはいけないという欧米社会の性悪説に基づいて考えるようになってきている。このように性善説では限界を迎えているのは明らかであり、これを国家レベルでの安全において考えると、軍事施設のセキュリティを性善説に基づいて構築することは当然ながら有り得ないことである。

日本にあるすべての米軍施設で業務を展開しているAmerican Engineer Corp社は、LENEL社との提携を目的に2007年にMultiverse Integrators株式会社を設立している。ロチェスターおよびニューヨークに本社を置くLENEL社のシステムは、世界の75カ国で13,000件を供給し、フォーチュン誌がとりあげる世界上位企業100社のうち64社までがLENEL社製品を採用している。Multiverse Integrators社営業開発部長橋本徹氏は、「日本のセキュリティ市場で安全に関する要求が高まる

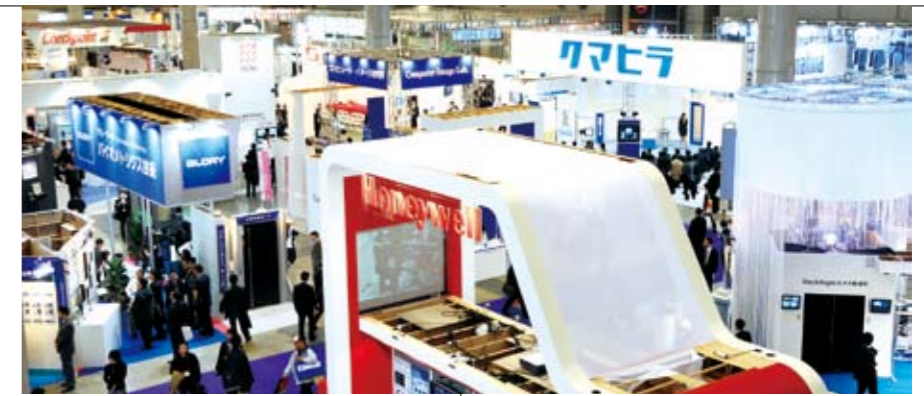
のはこれから」としている。さらに、「軍事施設にはセキュリティを担当する専任責任者が必ず存在しているが、それと比べると日本のセキュリティに対する意識はまだ低い。日本のユーザー企業がセキュリティ責任者を置くようになるのは、まだ先になるだろう」と言う。ただし、「世界規模でネットワークを構築している世界の巨大企業は、日本に進出した際に本社に準拠したセキュリティシステムを導入するのが当たり前となっており、そうした企業一社である外資系情報機器企業はLENEL社のシステムを導入している」とも話してくれた。

### 日本市場からの要求と克服策

日本のセキュリティ市場と世界各国のセキュリティ市場との違いに関する質問に対しては、答え方は異なるものの各社とも日本ならではの独特の厳しさ



■MULTIVERSE INTEGRATORS株式会社  
IT&セキュリティシステムズ営業開発部長  
橋本 徹氏



があるとしている。

Genetec社と提携している株式会社ジャパテル代表取締役佐々木宏至氏は、「要求されているソリューションは高まってきているが、導入決定の最終段階では非常に日本的なビジネス慣習により結論が出るのが現実だ」と断じている。「実例を挙げると、カメラ台数だけでも桁違いに台数を多く使用したいというユーザーに、そのソリューションに応えられる提案をしたが結局採用になったのは一部分だった」という。

1997年に設立されたGenetec社は、カナダのモントリオールに本社を置くIPビデオ監視ソリューションの先駆



■株式会社ジャパテル 代表取締役  
佐々木宏至氏

者で、北米やヨーロッパそして中東などでIPネットワーク監視カメラソリューションであるOMNICAST、IPネットワークアクセス管理ソリューションであるSYNERGISなどで実績をあげている。佐々木氏は、「いい意味でも悪い意味でも日本には独自のビジネス慣習があるから、そのことを理解してもらうための交流を大切にしている」と言う。そのため、Genetec社Pierre Racz社長が来日した際は、相互に国の文化を認識し合える配慮をしている。

さらに、取材中に佐々木氏が次のような興味深い話を語った。「お互いに尊敬し合うPierre Racz社長と確認しあったことであり自分の生き方に重なるものがある」と前置きして、「金を儲けることは否定しないが、シリコンバレーの企業のように儲けることを最優先することはしない」という考え方である。技術者でありながら自分は最終的には直感を信じるタイプという佐々木氏は、「Genetec社と良好な関係を保ち日本市場でビジネス展開できているのは、Pierre Racz社長と共通した価値観を認識した上で関係が成り立っていることがポイント」という。

提携先となっている海外企業に、日本市場独特の事情をどのように伝え、どのように理解してもらうかは、今回取材した各担当者にとり共通した課題となっている。佐々木氏が語った内容は、海外企業と提携し事業を進める

パートナーである日本のセキュリティ事業者に、今後の提携関係のあり方を示すものの一つと言えよう。

## 日本市場の将来

取材した各社とも、日本のセキュリティ市場の将来については、成長を前提にしてビジネスチャンス拡大を見込んでいる。その中でも日本上陸8年目を迎えるベリントシステムズジャパン株式会社セールスマネージャー谷口英司氏の分析は、他社より先駆けて日本市場に参入しただけあって動向を冷静に見ている。1994年設立のVerint Systems社は、米国ニューヨーク州メイヴィルに本社を置く米国ソフトウェア企業トップ30社に入る企業で、世界100カ国に5,000件の実績を持つ。谷口氏の見方は、「日本のセキュリティのあり方はこれまでの受身から積極的なものになる」というものであり、そうした変化が生まれた背景は「像監視システムのIP化によって可能となった、画像解析等のデジタルIT技術との融合による新しい映像監視利用の可能性の出現にある」という。そして、「これまで展開してきたVerint社の啓蒙活動は、今後ユーザー側からはっきりとした目的をもつ要求を引き出すことになるはず」と確信している。米国流通業界で導入されている小売店や市場ごとの専用ソリューションを擁し、データと画像を組み合わせて明確に目的に対応している事例は、日本の流通業界にも間違いなく普及するだろう。セキュリティだけではなく顧客の動線把握といったマーケティングに応用する目的を持つシステムが求められるのは、そう先のことではない。さらに、



■ベリントシステムズジャパン株式会社  
セールスマネージャー 谷口英司氏

谷口氏は世界一のカジノとなったマカオのセキュリティシステムにも触れ、「証拠となる映像を確保できるカメラの使用実績は他分野にも広がるはず」と語る。

また、MOBOTIX JAPAN社ゼネラルマネージャー戸田敬樹氏は、「現状はそれほど劇的に変わったとは言えない」としながら、「エンドユーザーがネットワークカメラを求める傾向は間違いなく強くなっている」と言う。それを裏付けているのは、同社製品のなかでは低価格帯となるM22カメラの順調な販売台数の伸びで、同社全体の売り上げを押し上げている。ドイツに本社を置くMOBOTIX社は、1999年にデジタルイメージセンサと内蔵型PCを搭載した業界初の全天候型ウェブカメラを開発。鉄道や空港また港湾など多くの施設での使用実績を持つ。戸田氏は、「世界全体でいえば監視カメラはまだ70~80パーセントがアナログカメラであり、日本市場でのネットワー



■MOBOTIX JAPAN ゼネラルマネージャー  
戸田敬樹氏

クカメラの比率は10%ほど」と見ている。また「イギリスを筆頭に伸長する欧米のネットワークカメラの使用台数は、数年後にはアナログカメラと並ぶと予測されており、それに追従するように日本のネットワークカメラの割合も上昇するだろう」と予見している。

最後に、各社の日本市場における販売に関する回答を挙げると、各社共通しているのは、とも販売代理方式による体制をとっており、直接販売している社はない。販売エリアについては、北海道および東北を含む関東以北をひとつの区域として捉えているのに対して、関東以西では名古屋、大阪、九州と分けをした体制をとっているのが共通している。東京に本社を置き、全国各地に支店をもつ販売会社と契約し、販路拡大とユーザーサポートの充実をはかる傾向は今後さらに強まるであろう。

AS

次号のSecurity Show 2008レポート(下)は「海外ハードウェア企業が見た日本のセキュリティ市場」です。どうぞ期待を