

# セキュリティショー2008レポート(下) 海外ハードウェア企業が 見た日本のセキュリティ 市場の現状と展望

大川鮎太郎

日本という国は、その独自の文化やビジネス習慣などにおいて、海外企業に対して、世界中で最も果敢な挑戦を求めているという印象を与えている。しかしながら、ここ数年に見られる犯罪発生率の増加やセキュリティに対する意識の高揚を考える時、暮らしと社会のあらゆる分野で、日本が大きなビジネスチャンスを持続していることは間違いない。クオリティが高く、より効率的で、しかもコストパフォーマンスにすぐれたセキュリティ解決策へのニーズは日々高まりをみせている。今後の進展は、コスト面やノウハウなど、さまざまなソリューションを有する海外企業に、これまで以上のきっかけやチャンスをもたらすことになるだろう。すでに市場には、多くの海外ベンダーが独自のマーケット戦略や提携先を携えて参入している。本稿では、前号のセキュリティショー2008レポートに続き、海外ハードウェア企業が、日本のセキュリティ市場をどのように捉え、開拓しようとしているのか。市場の未来に何を求めているのかを探った。

## 安全・安心から、 セキュリティへ

日本という国は、とりわけ安全・安心に対して敏感な国である。この国民的基盤が揺らぎはじめたのはいつ頃からだろうか。犯罪発生率が年々増加し、凶悪事件も多発している。テレビからは海外でのテロ報道が日々伝えられ、空港などに代表される公共施設やオフィスでの入退管理などに、これまで以上の精度やユーザーインタフェースが要求されるようになった。

また、ロジカルセキュリティの分野においても、悪意をもった一握りの人間のキーボード操作ひとつで、だれもが被害者になりうる状況が生まれている。デジタル化がますます加速し、豊かになった現代社会。その豊かさの裏側に潜む脅威に、人々は否応もなく晒されている。日本人がこれまで享受してきた「安全・安心」という概念は、「セキュリティ」という英語のフィルタを通して語られるようになったのである。

## ここ数年の日本市場を海外企業はどう見てきたのか

さて、この2~3年で日本のセキュリティ市場はどんな変化を遂げたのか。海外企業には、どう映っていたのだろうか。セキュリティショーから報告する。

「日本のユーザー・ニーズはハードルが高い。単純な製品、ソリューションではなく、統合ソリューション、そしてソリューション間の連動が要求されるようになってきた」とHoneywell社

アジア太平洋担当副社長Allen Han氏は指摘する。

また、大手カメラメーカーアクシスコミュニケーションズ株式会社代表取締役社長浅野誠氏は「2004年以前は、ネットワークカメラの認知度が低く、ある意味、セキュリティ分野で使用が可能な検証期間であったように思う。2005年の個人情報保護法以降は、ネットワークカメラの需要が増え、IP化を求める声も強くなった。ごく普通の企業が監視カメラを導入するケースも増えてきた」と分析する。やはり、2005年は、日本のセキュリティ市場にとって一つの大きな転機であったようだ。

さらに、エヴァーフォーカスジャパン株式会社副社長葉國隆氏は「日本のセキュリティ市場は、全体で1兆3000億円の巨大市場になった。IPカメラへの関心も、ニーズも高まってきている。ただ、コスト競争では我々は生き残れない。日本に合ったサービスをキメ細かく展開していくつもりだ」と述べている。

また「コストダウンの波はこの2、3年で確実に大きくなった。市場の裾野は確実に広がっている」とDYNACOLOR JAPAN株式会社副社長松尾憲昭氏は語るとともに、「国内大手ブランドがローエンド市場にも参入してきている、大手と中小がぶつかるケースが多くなってきた」との見解を示した。

これまで、個別に提供されてきたシステムやソリューションが、いよいよ統合、ネットワーク化され、カメラのIP化も本格的に加速する。そして、コ

ストをめぐる争いも激化しそうだ。今まさにその過渡期である。国内大手ブランドに真正面から対抗するのか、あるいは、独自のマーケット戦略で新しいニーズを掘り起こすのか。海外企業の真価が問われている。

## どこが違う？ 日本市場と海外市場

セキュリティの分野に限らず、日本の市場は海外企業にとってある種特別なものと映っている。文化の違い、商習慣の違いなどはすでに指摘されてきた。浅野誠氏は「欧米、特にアメリカでは、若い企業であってもその技術や製品がいいものであれば認める土壌がある。日本ではやはりブランド志向が強い。国内大手メーカーが市場をしっかりと囲い込んでいる」という。

また、「国際市場では、パートナー、ソリューション、コストの3つが揃えばビジネスに勝てるが、日本ではまず信頼性が最優先される。そして拙速に利益を求めるのではなく、長期的な取り組みと投資が必要」とAllen Han氏は述懐する。

これが偽らざる実情か。会社を乗り取り、短期間に利益をあげ、さっさと転売する企業買収ものの映画やドラマのようにはいかないようである。

それでも数多くの海外企業が日本に進出し、ビジネスを展開しようと試みてきた背景には、日本が大きなビジネスチャンスを持つ国であり、その潜在的なポテンシャルに期待していることは間違いない。

「日本は、ビデオの画質やサービスの品質にこだわる。また、専門家でな



■エヴァーフォーカスジャパン株式会社  
副社長 葉國隆氏



■アクシスコミュニケーションズ株式会社  
代表取締役社長 浅野誠氏

くても簡単に取り扱える操作性などへのニーズも高い」と4NSYS社海外営業課長 Kim Young Chan氏が指摘するように、監視映像にも最高の画質を求めるのは、いかにも日本のユーザーらしいと言える。また、このユーザーインタフェースの問題は、今後さらに一般企業や商店街などへと市場の裾野が広がりをみせた時にキーになってくることは言うまでもない。

これまでも数多くの海外企業の日本進出が試みられてきたが、すべての企業が成功を収めたわけではない。グローバルスタンダードを掲げるのか、ジャパンオリエンテッドな工夫をみせるのか。現在のところは、後者に分がありそうだ。しかし、浅野誠一氏が語ったように「日本はデファクト・スタンダードが確立されると、容易に受け入れる傾向がある」のも事実。簡単には、軍配をあげられそうもない。

### 販売チャネルの整備、システム構築者との連携がカギ

海外企業にとって販売チャネルは死活問題である。日本市場では、大手国内メーカーのほとんどが子会社を通じての直販体制を整えているが、海外企業に日本全域で同様の体制を求めることは難しい。各社ほぼ同様に販売代理店システムを採用している。それだけに、販売代理店とのパートナーシップや信頼関係はとても重要である。海外大手はしっかりとした販売チャネルを構築している。しかし、中小の海外企業にとっては、その資本力や知名度、日本での実績といった観点から、現時点では理想的な販売チャネルを確立していると言えないのが実情のようだ。それだけに、今後どのようにして、チャネルを整備・確立していくかがシェア拡大のポイントとなる。

近年のネットワーク化の波を受け、販売代理店の資質は「IT系に強い」ということが、要望されるようになった。また、メーカーや代理店とエンドユーザーを結ぶ存在としてのシステム構築者にもこれまで以上の期待が寄せ



■4NSYS社 海外営業課長  
KIM YOUNG CHAN氏



■DYNACOLOR JAPAN株式会社  
副社長 松尾憲昭氏

られている。

「IT側から見ると、監視カメラは自分たちのパフォーマンスを提供する分野ではないとの認識があった」という浅野誠一氏の指摘によれば、高度な技術力を持ったシステム構築者が今後セキュリティ市場に新規参入してくるのかも知れない。

日本のセキュリティ市場は、これから本格化する。一方で、国内では、ま

だまだアナログベンダがアナログカメラを売ろうとしている現状がある。海外企業は、ネットワーク化やIP化の流れをいち早くつかみ、未開拓の才気あふれるシステムインテグレータと連携していくことで活路を見出すことになるのだろうか。

### 海外企業が注目している分野

今回取材した海外企業のすべてが「日本のセキュリティ市場は、まだまだ大きな成長が期待できる」と予想する。今後日本では、どんな分野が成長すると見られているのだろうか。Kim Young Chan氏は「既存インフラのリピート需要、学校などのニーズが見込まれる」と予測する。また、松尾憲昭氏が「ネット販売等でITに可能性を見いだしている農業分野からの引き合いも増えている」と語ったのは興味深い。「政府機関や自治体に大きなビジネスチャンスがある」と語るのは、葉國隆氏だが、入札等のハードルは、海外企業にとってかなり厳しいものであることは間違いない。さらに葉國隆氏は「マーケットの大小は関係ない。力が発揮できる環境があればどんな所へも飛び込んでいく」と意欲的だ。

この他、交通機関、公共施設、流通関係、ビル、マンションや住宅、工場や倉庫などは海外各社が一様に成長を見込んでいるところだ。

成長が期待される分野は、自ずと競争が激化する。ハイエンド市場では国内大手と海外大手が、ローエンド市場では中小同士がぶつかる。そんな図式が展開するのだろうか。いずれにしても、パイの奪い合いという戦いのゴ



■HONEYWELL社 アジア太平洋担当副社長  
ALLEN HAN氏

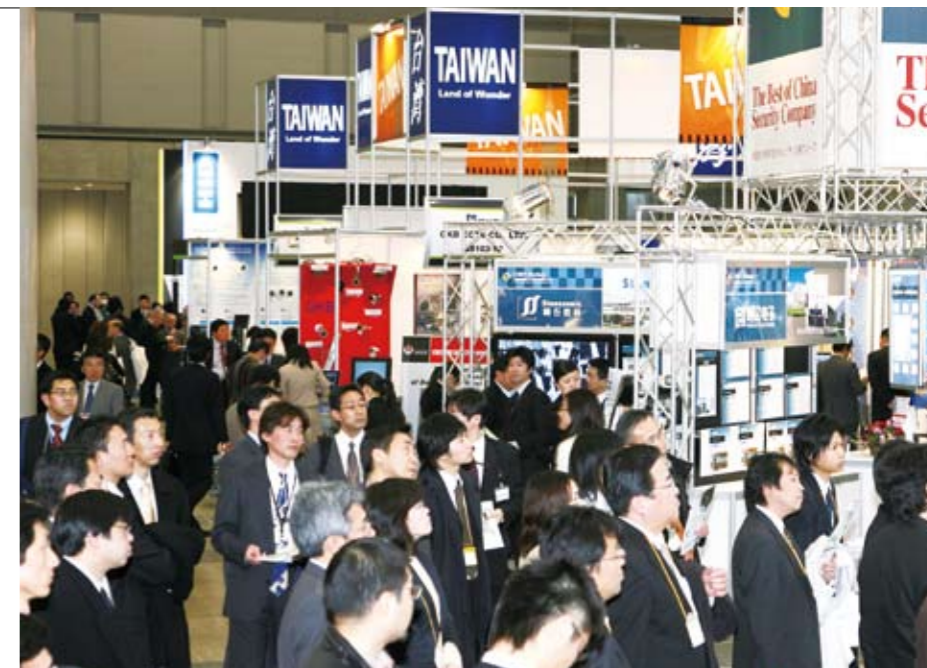
グは、もう鳴っているのである。

### 市場の活性化、そして市場の未来を見据えて

現在の日本のセキュリティ市場は、間違いなくIT化の方向へ向かっている。製品分野としては、ネットワークカメラ(IPカメラ、固定型ドームカメラ、PTZカメラ)、メガピクセルカメラ、大容量デジタルビデオレコーダ、ネットワークアクセス、一体型センサ付カメラなどの伸展が見込まれている。

また、ソリューション分野では、IP統合型ソリューション、映像分析、各種のソリューションを連携した統合化ソリューションなどが注目されるだろう。海外各社はそれぞれ、このIT化の方向を受けて新製品の開発に取り組み、すでに市場投入している会社もあるようだ。

Allen Han氏は「公共施設、マンション・住宅分野の需要に将来性を感じている。なぜなら、この分野の既存イン



■海外・国内の各社が積極的に参入することで、日本のセキュリティ市場が活性化し、健全な発展に繋がるはずである。

フラは古い。IPネットワークソリューション、ネットワーク・ビデオ・ソリューションなどを通じて、従来のアナログでは実現できなかった質の高いサービスが提供できる」と語り、いよいよ本格的な日本市場の掘り起こしに意欲を見せている。

また、「ヨーロッパでは、公共バスや電車で車載カメラが設置されるのが当然になっている。日本でもこの流れは加速するだろう」と浅野誠一氏は指摘し、「ネットワークカメラの市場規模は100億円程度で、まだまだ小さい。今後は、ネットワークカメラを全面的に打ち出していく方針だ」と抱負を述べた。

さらに、松尾憲昭氏は「日本ではPTZカメラの普及率が低い。また、せっかく設置しているユーザーも、リアルタイムで映像を見ずに単に記録用として使用している」と語り、機器やシステムの正しい理解や運用面での啓蒙活動、広報活動にも注力していくことが必要であるとの認識を示した。

また、監視カメラには、防犯だけ

でなく企業のプロセス管理・業務管理に活用できる側面がある。大手企業のサーバーームやデータセンター、また、製造業の生産ラインの管理に利用され、企業の経営基盤の強化や信頼性を高めることに大きな役割を果たしていきそうだ。この分野での市場開拓も、今後の大きなテーマになっていくことだろう。

市場では、国内大手メーカー、大手システム構築者が、まだまだこのIT化の流れに本格的に参入していない現状がある。やはり、海外・国内の各社が積極的に参入することで、日本のセキュリティ市場が活性化し、健全な発展に繋がるはずである。

「現在注目されているIPもすべてデジタルではない。今後、セキュリティ関連の機器・システムが100%デジタル化した時、技術のパラダイムが起こるだろう」とAllen Han氏は予見する。

日本のセキュリティ市場の未来には、何が待ち受けているのだろうか。海外企業のチャレンジを、期待を込めて見守りたい。