



経営戦略と 製品戦略の双方で データ活用を積極的に推し進め、 次なる成長を目指します。

国内インターホン業界において約50%のシェアを占めるアイホン株式会社。1948年の設立以来、長らく業界をリードしてきた同社も、近年では国内市場の縮小、海外市場への進出、そしてIoTへの対応など、様々な経営課題に直面している。これら乗り越え、次世代の成長を実現するために、同社は現在ITによる経営改革に取り組んでいる。その背景や目的、取り組みの実際、そして今後の展望などについて、同社のIT戦略を担うキーマンに話を聞いた。

インターホン業界において
長らくトップクラスのシェアを
占める老舗メーカー

まずは貴社の事業内容について教えてください。

当社は名古屋に本社を構え、戸建て住宅や集合住宅に設置されるインターホンやドアホンと呼ばれる製品(以下、インターホン)、また病院で利用されるナースコール製品などの製造・販売を手掛けるメーカー企業です。1948年の設立以来、国内インターホン市場において常にトップクラスのシェアを保ち続けており、現在では約50%のシェアを占めています。また近年では海外事業にも力を入れており、アメリカやイギリス、フランス、タイ、ベトナムなど

ASHISUTO CUSTOMER
アイホン株式会社



ナースコールシステム Vi-nurse (ビーナース)

に現地法人を構えています。

近年、特に力を入れている事業や取り組みについて教えてください。

当社の主力商品であるインターホンとナースコールは、どちらも当社の製品だけでシステムが完結しています。例えばインターホンは、玄関やエントランスで呼び鈴を鳴らす装置と、住居内でそれを受ける装置との間を専用回線で結んで、当社の製品だけで完全に閉じたシステムを構成しています。ナースコールも同様で、病室に設置した装置とナースセンターに設置した装置との間を専用回線で結んだ、クローズドなシステムをこれまで提供してきました。

しかし最近ではこうした方針を転換し、当社の製品をオープンネットワークに接続

し、ナースセンターに飛び、それを受けて看護師やスタッフの方が現場に駆け付けるという仕組みになっています。しかし「ボタンを押す」という操作を行わなければスタッフを呼べないというのは、病院の患者さんが利用するシステムとしてはかなり不親切だと言えます。

一方、最近ではIoT技術が発達し、病院の患者さんや介護施設の入居者の方が転倒したり、長時間動かなかったり、あるいはトイレに長時間入りっぱなしといった異常事態をセンサーが検知し、自動的に管理者に通知が飛ぶようなシステムが実用化されています。ただしこれらのシステムは、あるものはスマートフォンアプリに通知が行ったり、またあるものはPCにポップアップ画面を表示したりなど、製品・サービスごとにインターフェースがばらばらで

したり、他社システムと連携させたりする取り組みを始めています。その背景には、やはりIoTの潮流があります。当社の製品を他社のIoT製品と連携させたり、インターネットと接続させたりすることで、自社製品だけに閉じた世界では実現できなかった付加価値を創造して、お客様に新たな価値を提供できるのではないかと考えています。

具体的にはどんな製品・サービスと連携して、どのようなことが実現できるようになるのでしょうか。

例えば現状のナースコール製品は、病室の患者さんや介護施設のスタッフの方がボタンなどの機器を操作することで通知がナ

す。そこで、当社のナースコール製品がこれらのIoTシステムと連携できるようにすれば、全ての通知をナースコールに集約できるようになります。これにより、ユーザーは異なる複数のIoT製品・サービスのインターフェースを使い分ける必要がなくなり、利便性が大幅に向上するはずです。

2社の主要メーカーが 長らく市場を二分してきた インターホン業界

貴社が長らく国内市場をリードしてきたインターホン業界では、現在どのような動きが起こっているのでしょうか。

かつては集合住宅や戸建住宅の新築時に、当社のインターホン製品を導入いただ



「現場ユーザーの理解を得るために、慎重に段階を踏みながら社内のデータ活用を進めていきたいと考えています」(白井氏)

くケースが多かったのですが、近年日本は人口が年々減っており、今後住宅建設の数も減っていくことは明らかです。従って当社も、これまでのように新築案件に頼るだけではなく、マンションの大規模修繕や住宅リフォームなどの契機で新たに製品を導入いただく「リニューアル」案件にも力を入れるようになっていきます。

貴社がこれまで長らくインターホン業界で高いシェアを占めてきた秘訣は、どのあたりにあるのでしょうか。

マンションなどの集合住宅に設置するインターホン製品は火災報知器と連動する必要があり、そのため法律に則って国が定める検定をパスする必要があります。こうした厳しい制約があるため業界の参入障壁

が高く、結果的に国内インターホン市場は当社ともう1社のメーカーとで市場を二分する状況が長らく続いています。しかし検定をパスしないと設置できないということは、「一度設置した製品の仕様を途中で変えることができない」ということも意味します。つまり、一度機器を設置した後にソフトウェアだけを更新して、最新のIoT機器に対応させるといったアップデートを行うこともままならないわけです。

国による検定制度が参入障壁となっており、国内のシェアを守ってくれる半面、イノベーションの阻害要因にもなり得るということですね。ちなみに、海外市場の動向はどのようになっているのでしょうか。

に見えていますから、当社も今後は海外市場に積極的に目を向けていかなければなりません。しかし残念ながら、現時点では海外ではまだ数%のシェアしか獲得できていません。その最大の理由は、海外市場のニーズにまだ当社の製品が十分に対応できていないことにあります。国内ではインターホン製品の歴史は古く、また業界が参入障壁に守られてきたこともあり、長い年月をかけて様々な機能を搭載しながら独自の進化を遂げてきました。

しかしいったん海外に目を転じると、日本市場向けの高機能製品が、必ずしも市場ニーズに合致するとは限りません。多くの国や地域では、ここ数年、マンション内に設置される機器はインターホンも含め、全て汎用的なネットワーク製品で構築できるシステムが要求されるようになってきました。

た。従って、インターホン製品のみを専用回線でつなぐクロスドナシステムは、海外ではなかなか受け入れられません。また新興国などでは、過去のインターホン製品の進化過程を全て飛び越えて、IoT機器とスマートフォンアプリを連動させるような最新のスマートホームシステムが初めから採用されます。こうした国や地域においても、日本市場向けの製品はそのままの形では受け入れてもらえません。今後は、こうした海外のニーズに応えられる製品の開発にも力を入れていく必要があるでしょう。

現状の正確な把握を目指して 「利益構造の見える化システム」 の構築に乗り出す

こうした市場背景を踏まえ、現在貴社ではどのような課題に取り組んでいるのでしょうか。

最新の市場状況に即した適切な経営戦略をタイムリーに立案できるようにするため、まずは自社の経営状況を客観的かつ正確に把握できる仕組みを構築する必要がありますと考えています。海外も含めた多様な市場ニーズに適切に応える製品を企画・開発し、タイムリーに市場に投入していくためには、「現在の製品がどの市場でどれだけ売れているのか」「販管費や人件費も含め、それぞれの製品や企画がどの程度の収

益を上げているのか」といった点を正確に把握する必要があります。

しかし残念ながら現状では、製品単位の利益を粗利レベルでしか把握できないため、どの製品を廃止してどの製品により注力すべきなのか、客観的なデータに基づいて判断することができません。その結果、どうしても過去の実績や現場の声に引きずられて市場撤退や新規参入のタイミングを逸してしまい、適切な「選択と集中」戦略を実践できません。従ってまずは、「現状の正確な把握」が何より重要だと考えています。

現状の正確な把握を目指して、2018年から「利益構造の見える化システム」の構築に取り組まれているとお聞きしていま

す。2019年4月に初回リリースを無事迎えられたそうですが、具体的にはどのようなシステムを目指しているのでしょうか。

元々、経営判断に必要なデータや指標を可視化するための管理会計のシステムは運用していたのですが、収集できるデータの種類が少なく、製品別の原価などは分かっていても販管費や人件費などは分かりませんでした。そこで、そうしたデータも収集できるようにして、現状をより詳しく把握できるシステムを構築しようと考えました。

ちなみに当社の業務システムは、各部門がそれぞれ自分たちのニーズに合致したシステムを独自に導入していった経緯があるため、社内の様々なシステムに情報が散在しています。従って、まずはそれらのシステムから必要なデータをETLで収集し、

単一のDWHに集約します。その上で、BIツールを通じて様々な角度からデータを可視化・分析できる仕組みを新たに導入しました。

そうした仕組みを導入したことで、現状の把握はどの程度可能になりましたか。

現状ではまだこの取り組みは始まったばかりで、見える情報の種類は旧来のシステムと変わりありません。詳細な情報を可視化できる仕組みを一気に導入することも、やろうと思えばできたのですが、そのためには現在足りない情報を補うために、現場のユーザーに様々な情報をシステムに日々入力してもらう必要があります。一足飛びにこうした仕組みを導入すると、現場ユーザーから「なぜこんな面倒なことをしなく



「アシストには自社のメリットを度外視してまで当社のためになる提案をいただいております、とても助かっています」(傍島氏)

てはならないのか」と反発を食らう恐れもあります。

従ってまずは第一弾として、ユーザーに余計な負担を掛けることなく、従来と同じ情報をBIツールを通じて簡単に参照できる仕組みを提供して、利便性の向上を実感してもらうことを重視しました。まずはこうして現場の抵抗感を薄めた上で、その後段階的に本格的な可視化の仕組みを入れていく方針をとっています。

2019年4月の初回リリース後、ユーザーの反応はいかがでしたか。

営業部門のトップが自ら積極的に活用していることもあり、現在営業部門では徐々に利用が浸透しつつあります。営業部門ではこれまで、様々な営業データを人手で集

計してレポートにまとめていたのですが、こうした作業が半自動化されたことで業務の効率化に大きく貢献しています。その他にも財務部門における利益の管理や、商品企画室での「企画ごとの収益・予実の見える化」などの業務への対応も進んでおり、業務効率向上の効果を発揮しつつあります。これらの現場を皮切りに、現在社内の方々の様々な部門で利用が広がっています。

新システムを構成する ほぼ全ての製品を アシストから導入

この新システムの構築プロジェクトでは、どのような点に苦勞されましたか。

先ほどもお話しした通り、当社ではこれ

まで各部門が自分たちのニーズに即したシステムを独自の判断で導入してきたため、それぞれのシステムのデータ仕様は統一されておらずばらばらです。またパッケージベンダー側の担当者が導入当時から関わっていることもあり、システムの内部仕様がブラックボックス化してしまっているケースも多々ありました。そうした中、それぞれのシステムの仕様を調べてデータを集め、それらをもとにまとめ上げるための設計作業にはかなり苦勞しました。

またシステムの導入直後は、なかなか業務現場に利用が浸透しませんでした。旧来のやり方に慣れ切ったベテラン社員にとつて、今さら新たなやり方を覚えるのは億劫でしょうから、当初はなかなか使ってもらえない時期もありました。しかし営業部門のトップをはじめ、社内キーマンたちが

率先して利用してくれたおかげで、その後は徐々に利用が広がっています。

このプロジェクトでは、アシストからETL製品「DataSpider Servista」、DWHのデータベース基盤としてアプライアンス製品「Oracle Database Appliance (ODA)」、そしてBIツール製品「QlikView」を導入いただきました。

DataSpider Servistaに関しては、3年ほど前にSFAシステムを構築した際に、基幹システムとのデータ連携の部分に初めて採用しました。そのときにアシストからDataSpider Servistaを導入することになり、以降は深いお付き合いをさせていただいています。DataSpider Servistaを初めて導入した際は、製品自体のクオリ

テイもさることながら、アシストに大変親身になって支援いただき、とても好印象を抱きました。そこで「利益構造の見える化システム」の構築プロジェクトが立ち上がった際も、再びETL製品を導入することもある、ぜひ引き続きアシストから製品を導入したいと考えました。

ETL製品だけに留まらず、データベースやBIツールなど、ほぼ全てのシステム構成要素をアシストから導入いただきましたが、アシストのどのような点を評価されたのでしょうか。

SFAのプロジェクトからお付き合いのあった営業担当の方が、とても親身に相談に乗ってください、自らの損得より当社にとってのメリットを優先して様々な提案を

していただきました。また技術支援やサポートに関しても、こちらの事情を考慮した具体的なアドバイスや、時にはサンプルソースまで提供してもらうなど、とても充実した対応をしていただきました。

貴社は大手メーカーとお付き合いも多いかと思いますが、そんな中でアシストにこれだけ信頼を寄せていただいた最大の理由は何だったのでしょうか。

確かに大手メーカーはネームバリューや実績がありますし、当社内でも当初は「大手メーカーの方が安心なのではないか」という声があったことも事実です。しかしアシストの担当者が私たちの立場に立って熱心に対応していただいたことで、社内の声も徐々にアシストを推すようになりまし

た。それに大手メーカーだからといって、必ずしも優秀な方や熱心な方が来てくれるとは限りませんからね。

現場の理解を 確実に得るために 段階的にデータ活用 レベルを上げていく

今回導入されたシステムのように、全社横断でデータ活用を促進するような取り組みを進めたことで、社内の意識はどのようになり変りましたか。

現在は取り組みを始めたばかりです。で、社内の意識や文化が完全に変わる段階にまではまだ至っていません。まず、第一段階としては、これまでにない道具が使える

ようになったことで「便利になったね」という意識が現場に芽生えてくれれば十分だと考えています。具体的には、これまでExcelを使って手作業で苦労しながら行っていたデータの集計・可視化が、BIツールを使って素早く簡単にできるようになったことを実感してもらっているところです。

では、今後データ活用の真の価値を社内です。で広く理解してもらうためには、どんな施策が必要だとお考えですか。

経営に資するデータ活用を実現するには、まずは経営判断に必要なデータを集めることから始めなければいけません。既にお話しした通り、「製品別の販管費」といったデータは現状ではどのシステムも保

有していないので、新たに収集する必要があります。そしてそのためには、現場の社員一人ひとりに、「どの製品のために何時間働いたか」という製品別の稼働実績データをシステムに入力してもらう必要があります。これは時には「面倒で煩雑な作業」と受け取られかねないので、どうしても現場の抵抗を伴います。しかし利益構造の見える化を実現するには、この点は何としてもクリアして必要なデータを収集する必要があります。

現場の協力を得るために、どのような工夫を凝らしているのでしょうか。

一つには先ほども説明した通り、いきなり一足飛びにデータ活用の最終形を目指すのではなく、現場にとっての利便性を重視

しながら少しずつ小さな変化から取り入れていく方針をとっています。そしてもう一つ大事なのが、ユースケースをきちんと現場に説明することです。何も説明せずにただ仕組みだけをいきなり導入すれば、現場からは「単にデータ入力之余計な手間が増えただけ」とネガティブに受け取られてしまいます。そうではなく、製品別の経費を正確に集計できるようにすることで具体的にどのような効果があり、それが経営にどのように貢献し、ひいては現場の自分たちの働き方にどんなメリットをもたらすのか、具体的なケースを当てはめながらきちんと丁寧に説明すれば、現場にもきつと理解してもらえるはずだと思います。

今回導入された新システムを、今後はどのように育てていきたいとお考えですか。

既に述べた通り、現在はまだユーザーにツールの利便性を体感してもらったり、小さな変化に慣れてもらったりしている段階です。こうしてユーザーの「変化に対する抵抗感」を少しずつ薄めながら段階的にデータ活用レベルを上げていって、最終的には現在ばらばらに散在しているシステムやデータを一つに集約してより高度なデータ活用が可能な環境を実現できればと考えています。そのときには恐らく社内システムのアーキテクチャは現在とはがらりと様変わりしていて、ひよつとしたらETLもDWHもなくなっているかもしれません。

今後は「インターホンのIoT化」の動きを積極的にリードしていく

ここまで、IoTを使って経営や業務を革新する取り組みについて伺ってきましたが、製品開発におけるIoT活用についてはどのようにお考えでしょうか。

インターホン製品はほぼ全ての住居に設置されていて、しかもマイクやスピーカー、カメラといったデバイスが初めから備わっています。従ってインターホンは、IoTデバイスとして極めて大きなポテンシャルを秘めていると言えます。現在はクロウズドな環境でしか使われていませんが、これをネットワークに接続してカメラやマイクのデータを収集・解析できるよう

になれば、これまでにない斬新なサービスが実現できるかもしれません。インターホンはこれまで、「製品を何個売っていくら」といったように「モノとしての価値」しか提示できませんでしたが、これからは「サービスとしての価値」をお客様に提示できるような進化を目指すべきだと考えています。

インターホンのIoTデバイスとしてのポテンシャルは以前から指摘されてはいたのですが、法律の規制もあってなかなか取り組みが進みませんでした。しかしこれからは当社が積極的にその可能性を切り拓いていき、「インターホンをIoT化するとはこういうことだ！」と世の中に堂々と提示できるようになりたいですね。現在、多くの日本企業がIoTビジネスの可能性を模索していますが、「海外企業が攻め

てくるから、しょうがなくやらないといけない」と受け身の姿勢も少なくないように見受けられます。しかし当社は幸いにして業界で確固たる地位を築いていますから、「シェアがあるからこそできること」「スタートアップ企業には決して真似できないこと」がたくさんあります。こうした強みを生かしつつ、リスクもしっかりとりながら果敢にチャレンジしていきたいと考えています。

既に具体的なプランはお持ちなのでしょうか。

例えば、住居内で利用される様々なセンサー機器の「ハブ」としての役割を果たせるかもしれません。現在様々なメーカーが家庭向けIoT製品を販売していますが、

確かにインターホンは、家の中で特等席を占めていますからね。最後に、今後アシストに対して期待されることなどがあればぜひお聞かせください。

既にお話しした通り、アシストには当社の立場に立つて親身に提案・サポートいただいているので、本当に助かっています。BIツールを導入した際も、普通のベンダーなら導入後の運用作業も請け負って儲けようと考えてるところを、アシストは「現場が自ら使えるようにならないければ意味がない」とのポリシーの下、自社の儲けを度外視して当社の担当者に丁寧にスキルトレーニングしていただきました。今後もこうした方針で、引き続き手厚いサポートや有意義な提案をいただければと思います。

一方で、アシストは、製品のスペシャリ

それぞれを独自の方式で個別にネットワークに接続する必要があり、手間やコストを考えると決して効率がいいとは言えません。そこでインターホンがあらゆる無線通信プロトコルに対応し、これら全てのデバイスと無線を通じて接続できるようにすれば、外部ネットワークとのゲートウェイやハブとしての役割を果たせます。ただし、単にゲートウェイとしての機能を提供するだけではお客様に大きな付加価値を提供できませんから、他にもどんなサービスを提供できるか、これから知恵を絞っていききたいと考えています。

アシストとして極めて高い知見をお持ちである半面、業務やシステム全体を見渡した上流フェーズの提案は不得手なようにも見えます。今後はそうした広い観点に立った提案もいただけると、大変ありがたいですね。

アイホン株式会社

会社概要 corporate profile

本社：愛知県名古屋市中区新栄町一丁目1番
明治安田生命名古屋ビル10階
創業：1948年
資本金：53億8,884万4,000円
URL：https://www.aiphone.co.jp/

事業内容

設備・設備工事関連
精密機器／コンピュータ・通信機器・OA機器／安全・セキュリティ産業／通信
・戸建住宅向けシステム ・集合住宅向けシステム
・医療・福祉施設向けシステム ・オフィス・工場向けシステム

©K.K. Ashisuto 2021 本誌掲載記事の無断転載を禁じます。※記載されている会社名、製品名は、各社の商標または登録商標です。



アイホン様は、住宅向けインターホン・ドアホン、オフィス・工場向け各種通話機器、医療・福祉施設向けナースコールなどを製造販売するメーカーです。「ピンポンは、アイホン」というキャッチコピーを聞いたことがある方も多いかと思います。

「アイホン」と聞くとスマートフォンを連想される方もいらっしゃるかもしれませんが、住宅用インターホン製品「アイホン」は1954年にすでに商標登録されていました。皆さんが普段何気なく押しているインターホンは、おそらくアイホン製のものが多いのではないのでしょうか。

アイホン様とアシストの直接のお取り引きは、2016年のDataSpider Servistaのご導入がきっかけでした。最初は「アシストがどんな会社かよく分からない」とおっしゃっていた中、「まずは直接取り引きしてみませんか」とのお声がけをいただき、その後の契約につながりました。どんな会社かよくご存知ない状況でもチャンスを与えてくださったアイホン様、大変ありがたく当時のことは今でも良く覚えています。

それからしばらくして、大型プロジェクトの要件定義フェーズにてコンサルティング支援のご提案を差し上げる機会がありました。この時は、残念ながらお客様のご要望に添えませんでした。その後さらなる提案の機会を作ってください、製品選定フェーズでは、QlikView、DataSpider、Oracle／ODA、JP1とアシストの取扱製品をたくさんご導入いただき、非常に感謝しております。

今後も微力ではありますが、グローバルにビジネスを展開されるアイホン様のビジネスの一端を担い、ご発展のお手伝いをさせていただきたいと考えています。アシストメンバー一同、アイホン様のご支援に今後も邁進してまいりますのでよろしくご指導ください。

現在、アイホン様でご利用いただいている製品、サービス

- リレーショナルDBMS / Oracle Database
- データベース・アプライアンス製品 / Oracle Database Appliance
- 統合運用管理ツール / JP1
- 高速インメモリBIプラットフォーム / QlikView
- データ連携ツール / DataSpider Servista
- 帳票ソリューション
- 各種プロダクト技術支援サービス
- 各種教育研修サービス