

3C 分析レポート：警備業界（交通・雑踏）

【Customer：市場・顧客】

1. 公共機関・地方自治体：交通誘導や防災に関わる公共案件は安定した需要があるが、価格競争が厳しい。
2. 商業施設・イベント主催者：回復基調にあるインバウンドや再開発に伴い、雑踏警備ニーズが再燃。
3. 高齢者・地域住民：「見守られている」という心理的安心感を重視する顧客層も増加傾向。
4. 潜在顧客：防犯以外の用途（案内、ホスピタリティ対応、防災教育など）でも警備への期待が高まり、拡張的ニーズが存在。
5. 未来市場：災害支援ロボット・気象災害時の避難誘導における専門警備需要の増加。

【Competitor：競合】

1. 大手警備会社：技術投資・人材確保力に優れ、顔認証や AI 分析による差別化を推進。
2. 地域中小企業：地域密着性と柔軟対応で根強い顧客基盤を持つが、技術・人材面で課題。
3. 新規参入プレイヤー：IT 系スタートアップが遠隔警備やモバイル巡回などで参入、コスト優位性が高い。
4. 間接競合：自動運転技術やスマートシティにより、交通誘導や監視業務が代替されるリスク。
5. ブラックボックス化：無認可・無資格業者や非正規体制の台頭により、業界信頼性を下げる構造的課題。

【Company：自社】

1. 現場力と即応力：突発的な事象やイベントに対する即時対応力は依然として高評価。
2. 顧客との関係性：自治体や地元企業との信頼関係をベースにした継続契約が安定収益に。
3. デジタル対応遅れ：AI やデータ活用に関する知見・設備投資の遅れが今後の成長阻害

要因。

4. 組織カルチャー：縦割り組織・年功序列・属人性の高い業務分担が変革を阻むボトルネック。

5. 潜在的資産：高齢者・主婦層・元自衛官などの「地域安全マインドを持つ人材層」を活かしきれていない。