

# CES2022 2年ぶりにリアル開催 —ハイブリッドを活かす参加方法を探る—

日本大学 生産工学部

すぎぬま こうじ  
杉沼 浩司



民生技術の祭典『CES2022（以下、CES）』（主催=CTA（米国））が2022年1月5日から7日までの3日間、ラスベガス（米国ネバダ州）市内の複数箇所の展示拠点で開催された（図1）。今年は、リアル（対面）とサイバー（オンライン）を併用する「ハイブリッド」となった。開催直前に新型コロナウイルスのオミクロン株による感染が広がり、幾つもの有力企業がリアル出展を取りやめた。また、例年4日間の展示会は3日間となった。最終的に来場者数は約4万人となり、2020年（最後のリアル開催）の4分の1以下となった。日本からリモート取材したCESを報告する。



■ 図1. 2年ぶりにリアル開催されたCES。例年は、早朝から会場に来場者が見られるが、2022年は閑散としている。（写真提供=（株）JTB）

## 1. 家電ショーから発展

CESは、民生技術の「お披露目の場」として注目を集めているが、生まれは家電製品の展示会だった。1976年にこのイベントが始まった時、半年後以降に売り出す新製品をメーカーが販売店の仕入れ担当者（バイヤー）に見せて注文を取る会合という位置付けだった。これは長く続き、当時のCESの正式名「コンシューマ・エレクトロニクスショー（家電展示会）」の名前は深く業界に根付いている。現在は、CESが正式名称である。

21世紀に入るところからPCをはじめとしたITがCESの話題を飾るようになった。1990年代末は、それまで勢いがあったPC業界の展示会「COMDEX」（ラスベガスで11月に開催）が急速に勢いを失った頃である。IT関連の出展者も新たなお披露目の場所としてCESを選んだ。その後のCESの隆盛

はよく知られたところだが、その背後には主催者の緻密な戦略があるようだ。

## 2. ハイブリッド開催

今年のCESが「デジタルとリアルの併用」になることは、昨年6月に明らかにされた。併用とは、基調講演と一部のセッションをネット中継（オンライン開催）する、ということだ。一方、展示のデジタル化とは、CESのサイトに掲示された企業名リストから張られたリンク先に飛ぶことで見られるということに過ぎない。ほとんどの出展者は、自社のWebページもしくは特設ページにリンクを張っていた。中には、P&G（米国）のように「メタバース」的仮想空間を設置し、この中を歩き回って種々の製品を見て回れるようにした意欲的なものもある。しかし、これは例外である。

主催するCTAは、「2022年のオンラインサービスは、前年とは違う」旨を2021年10月にアナウンスしていた。2021年は、基調講演がストリーミングされたのみであった。2022年は、4本のチャンネルが用意され、視聴者は複数のセッションの間を行き来できる。これは大変に便利であった。もちろん、中継されたほとんどのイベントは、1月末までのオンデマンド視聴が可能であるから、『チャンネルを切り替えながら』視聴する必要はないのであるが、切り替えられる安心感は大きかった。

## 3. 基調講演

基調講演は、例年より大幅に縮小された。CESでは、展示会開始前日に前夜基調講演、初日朝に基調講演、そして連日、朝に基調講演というのがパターンである。中には、前夜基調講演が2回とか、午後にも基調講演がある年もあり、講演を聴きに来たのか、展示を見に来たのか分からなくなる年もあった。それに比べると、2022年は、前夜基調講演にサムスン電子（韓国）、基調講演にGM（米国）、Abbott（米国）の3社となった。当初は、T-Mobile（米国）のMike Sievert社長兼CEOも登壇予定だったが、同社は展示を取りやめ、基調講演も辞退した。

2022年1月4日の晩（現地時間、以下同）に始まる前夜基調講演は、サムスン電子の副会長兼CEOのJH Han氏が

行った。最初に同氏が、『持続可能な世界を創る』といった高所からの方針を披露し、関連する同社の活動を20分ほど紹介した。その後は新製品紹介となり、各事業部の新製品が、それぞれの担当者から続々と紹介された。基調講演のやり方は各社の自由であるが、従来より多く使われている手法は、壇上のトップがアンカー役となり、当日の主題に関連付けながら新製品を見せるといったものである。トップのいないところで、その話題に関係なく新製品が延々と現れるのは、珍しい講演手法といえる。

2022年1月5日朝は、GMのMary Barra会長兼CEOが登壇した。CES基調講演の登壇は、2016年、2021年に続いて3回目となる。当初は、ラスベガス会場での登壇が予定されていた。しかし、GMは対面展示をキャンセルし、Barra会長の講演も録画となった。Barra氏は、講演開始時にラスベガスの会場とデトロイトを結んだ中継に出演し、冒頭のメッセージを寄せている。同社は、昨年も録画映像による基調講演だったが、その映像は映画のように丁寧に創られていた。今年もライティングや構図などが非常に練られており、オンライン（配信）を意識した作りだった。今回は「GMは、自動車製造業からプラットフォーム・イノベータを目指す」（図2）という業務大転換が宣言されたことが大きなニュースだった。このような転換は、CESにおいては過去にもFord Motor（米国）が基調講演で、トヨタ自動車が記者会見で表明している。ついにGMも「自動車を造る」ことから、より広いビジネスに踏み出すことを宣言した。ただし、「プラットフォーム・イノベータ」の指すところは明確ではない。講演では、2021年に発表した物流産業改革事業「BrightDrop」が紹介された。また、物流産業向けに配達用のEV形式のバン（宅配事業で多用される有蓋の小型トラック）の出荷が始まったとしている。GMはEV指向を明確にし、2025年までに30車種を投入するとBarra氏は発表



■図2. GMのMary Barra会長兼CEOは「プラットフォームイノベータへの転換」を宣言した。(CES基調講演ストリーミングより)

した。「コネクテッド」関連では、新サービス「ultif」が紹介された。クラウドと車両を結び、情報提供、情報処理を行うサービスであるが、2023年に一部車種で開始という以外は具体的なサービス内容は不明だ。サードパーティの参加も可能としており、クラウドを通じた情報関連ビジネスが行えそうだ。講演では、EVピックアップトラック『Silverado（シルバラード）』の紹介に時間が費やされたが、EV化という講演の主題の範囲であり違和感はなかった。

最後の基調講演は、2022年1月6日朝にAbbott会長兼CEOであるRobert Ford氏がライブで行った。会場は、毎年基調講演に使われるベネチアンホテルのボールルーム（宴会場）である。ヘルスケア関連企業による基調講演は、CESとして初めてとなる。Abbottは、連続計測型血糖値モニターで関係者に知られているが、最近では米国内では抗原検査キットで一般に知られた存在となった。血糖値モニターは、糖尿病などで血糖値の管理が必要な場合に用いられる。従来は指先に針を刺し、血液を1滴センサ（使い捨て）に滴下していた。センサを携帯用測定機に挿入すると血糖値が読み取れる。このような血糖値の測定は、離散的であった。Abbottは、腕に貼り付けるだけで連続して血糖値を推定（注：血糖値を直接測定していない）できるセンサを開発した。現在、このセンサの測定結果はスマートフォンで読み出しが可能で、血糖値の変化を図形化できる。血糖値モニター以外にも、いくつもの血液測定装置やウイルス検査キットが紹介され、測定を実現することでいかに人々の暮らしを改善しているかが紹介された。所々で、それらの装置やサービスの恩恵を被った人々が登壇し、自分や、自分が診ている患者の人生がいかに良好になったが語られる「テストモニアル（testimonial）」形式での講演だった。最後に紹介されたのは、現在開発中の一般用計測システム「Lingo」で、血糖、ケトン体、乳酸、アルコールに対応する。血糖、ケトン体、乳酸の値は、運動の有効性や代謝の状況を示すものだ。これらの値は、体重コントロール（日本語で言う「ダイエット」）の際に客観的指標として利用できる。運動や食生活の効果を科学的データで示せるとして、注目されそうだ。

## 4. 新ホール供用開始

CESは、ラスベガス市内3地域で開催されている。テックイーストは、LVCC（ラスベガス・コンベンションセンター）を中心としており、自動車、家電、ICT、スマートシティ、ヘルスケア関連の展示が並ぶ。テックウエストは、ベネチ



アンホテルを中心とし、スマートホーム、ライフスタイル、そして新興企業だけを集めた特設展示スペース「ユーレカ・パーク」がある。テックサウスは、IT利用のマーケティング関連展示がなされるとされているが、やや離れている。立地的にも内容的にもCESの中心地から離れているため、筆者は過去この地域を訪問したことがない。

LVCCは、2020年まではノース、セントラル、サウスが使われてきた。昨年、ノースホールから道路を挟んだ西側にウェストホールが新設された(図3)。今回は、このホールを使う最初のCESとなる。一方、従来IT関連企業が展示していたサウスホールは改修のため閉鎖されている。



■ 図3. 新しく利用が始まったウェストホールには、自動車関連企業が集められた。従来のノースホールが移動してきた感がある。(写真提供= (株) JTB)

#### 4.1 ウェストホールは自動車館

ウェスト、セントラル、サウスの各ホールの間は、「Las Vegas LOOP」と名付けられた交通手段が開設された。ホールを結ぶトンネルを掘り、ここにEVを走らせている。自動運転ではなく、運転手が行き先を聞いて運転する。この交通手段は短期間で開設されたが、同市が所有する土地内での工事であり用地確保など不要なため、短期間でできて当然である。市販のEVを人間の運転で走らせているだけで、技術的先進性は感じられない。

新設のウェストホールは、自動車関連企業が集まった。OEM(いわゆる自動車メーカーを指す自動車業界用語)のみならず、部品メーカーも集まっている。今年、目を引いたのは、いくつかのソフトウェアメーカーが「自動船用OS」を指向した展示を行ったことだ。現在、自動車の多くは、中央で制御する立場のOSを置いておらず、部品ごとに動作を司るOSを置いている。今回展示されたものは、そこまでの大胆な転換はうたっていないが、すぐに成長することが容易に想像できる。高機能化に対応するには、ソフト

ウェアの比率がますます高まるとみられる。

もう一つ目を引いたのは、シミュレーションソフトウェアや測定機のメーカーが出展したことだ。これは、完全に自動車業界向けの出展・展示である。一般消費者や購入担当者向けではなく、開発担当者向けの展示もなされるようになった。

#### 4.2 家電は簡素化

これまでセントラルホールで展示を競ってきた家電企業は、今年は簡素化を競った。多数のディスプレイ装置を積み上げて壮大な展示をしていた韓国企業は、今年はそれらを取りやめた。サムスン電子は、実機を持ち込んでの展示を行ったが、LG電子(韓国)は「AR展示」を行った。ブースのスペースには規則正しくQRコードが並べられ、スマートフォンを通して見ると製品像浮かび上がるとの趣向である。展示の手法としては、今後採り入れられそうだが、今年は休憩スペースとして活用されていた模様だ(図4)。



■ 図4. 簡素な展示が目立つ中、ARを活用した新機軸を打ち出したのがLG電子だった。台上のQRコードをスキャンすると製品画像が浮かび上がるという。(写真提供= (株) JTB)

CESは、伝統的に携帯電話の展示が少ない。これは、家電メーカーが携帯電話をあまり扱ってこなかったことが背景にあるからとみられる。5Gの展示は、技術展示が盛んに行われた2019年を除いてほとんど見られていない。

ノースホールでは、スマートシティ、ヘルスケア、ロボティクスなどに関連する企業が集まっていた。スマートシティは、主催者(CTA)がここ数年力を入れている分野であるが、なかなか目を引く展示が出てこない。スマートシティは、多くの要素技術が入り組む分野であり、展示という形で見せるのは難しい模様だ。

## 4.3 新興企業の熱気

新興企業（スタートアップ）が集結する場所は、ベネチアン・エキスポセンター（旧称：サンズ・エキスポセンター）の1階に用意された「Eureka Park」である。ここへの出展は2回までとされており、その後は通常の展示フロアに出展するとの規約がある。「ベンチャー企業」との表現をする向きもあるが、「ベンチャー」とは「(野心的な) 事業」を意味するため正確ではない。

Eureka Parkには、2020年は1200社以上が集まったが、2022年は800社にとどまった。前回400社以上が集結し最大勢力だったフランスは、今年は140社となった。フランス、オランダ、イギリス、イスラエル、スイスなどは、例年通り統一したデザインでパビリオンを形成した。これらの国は、複数の展示会で長年共通して使用しているロゴやナショナルカラーを巧みに使い、国籍を強調している。1国で2団体が異なるデザインのパビリオンを形成したり、毎年ロゴデザインを変えると来場者に混乱を引き起こしてしまう(図5)。

今回は、現地に赴いていないので、現地写真とWeb情報を基に、興味深い企業には資料を請求したりインタビューを申し込んだりした。何社かから、CES後に直接話を聞いた。



■ 図5. 800社以上の新興企業が集まったEureka Park。フランスのパビリオンは、一目でそれと分かるデザインで統一している。(写真提供= (株) JTB)

## 5. トrendは造られる

CESが終わると「今年のトレンドは？」との質問を受ける。実は、報道関係者向けに主催者が「見るべきトレンド」と題した説明会をCES開始前に行っている。5年ほど前まで

は、調査会社が提供するPOS情報を基に、前年世界で何が売れたか、といった数値情報に基づく説明だった。しかし、現在は、主催者が感じるトレンドが示されている。

主催者は、家電に代わる新たな『展示ネタ』を求めている。2000年ごろは自動車製造業者を集めたが、当時はフロアに新車が置かれるだけで訴求力に欠けた。自動車と先端技術が結びつくのは2010年ごろ、自動運転技術が各社で実験され始めてからだ。自動車業界は、従来のモーターショーとは異なる観点で見せる場所としてCESを利用してきた。しかし、当初は2020年実用化と喧伝された自動運転は、まだ実用化されていない。自動運転を展示の話題（ネタ）にし続けるのは無理がある。EVを話題とするか、CESから撤退するか、各社の判断が分かれている。

CESの基調講演は、注目度の高さから企業の広報や宣伝の機会としてみれば非常に有用だ。主催者から基調講演への招待を受けた企業は、断りがたいであろう。基調講演者を見れば、主催者が造りたいトレンドが見えてくる。数年前は、旅行産業がターゲットとなった。今回、ヘルスケアとなった。2023年は、別の業界が「初の登壇」として呼ばれるだろう。いわゆる「トレンド」に左右されず、見たい技術、見たい業界が何を持ってきたかに注目する。これが、CESを落ち着いて見る方法であろう。

## 6. オンラインは成り立つか

2021年10月末、CTAは「デジタルプラットフォームプロバイダを選定」と大々的に発表した。デジタルプラットフォームとは、「デジタルオーディエンスの両方のイベントをサポートする」(2021年10月26日付けCTAプレスリリースより)とされてきた。この発表から、VR的にブース内を歩き回って展示を見られる態勢への期待が高まった。しかし、実際になされたことは基調講演などのストリーミングにとどまった。「ブース内歩き回り」を実現したP&Gのような企業もあるが、ほとんどは自社Webへの誘導にとどまった。

参加者にとって現実的なハイブリッドとは、現地に赴いて展示を見て回り、行列に並ぶことを求められる基調講演は「現地でオンライン視聴」することだろう。現地でもリモートを活用する。矛盾するようだが、これがニューノーマルだ。