

デジタル時代の 映像関連用語解説

no.156 – CEATEC 2016 –

松野 美茂

CEATEC2016の開催日程は10月4日(火曜日)から10月7日(金曜日)の4日間、昨年度のCEATEC2015は水曜日から土曜日の4日間であり最終日は土曜日と休日の一般来場者も参加可能な日程だった。

その前年度のCETATC2014では火曜日スタートの土曜日最終の5日間であったのでこの3年間で開催日程は大きく変化し続けているのである。

家電見本市からの脱却期間を経て、変化を続けてきたCEATECは方向性をIoT系のベクトルに定め始めていたが、今年からはCPSとIoTを正面から謳ったIT展示会に行き着いた様だった。

昨年までのCEATECと比べて見た感覚はさほど変化が無いように感じるのであるが、「CPS/IoTの総合展」と銘打った今年は出展者数がは昨年比で1.2倍に増加して

いる、更に海外出展者数は1.3倍、参加国は19カ国から24カ国へと増加している。

この様にCEATECにおいてのIoT系に集中シフトする施策は成功している様に会場では感じられた、数年前から大型のブースを持つ家電メーカーは次々と数が減り続け、携帯キャリアは大規模出展を数年続けた後の撤退、その後は自動車メーカーなどの存在感が大きくなり世代交代の様相を見せていた訳である。

今年のCEATECはその様な変化の中の迷いを感じさせない雰囲気会場に満ちていた。

会場で先ずは見え奪うのはやはり4Kや8Kと表示された看板なのだが、既に日本メーカーのものではなく海外勢である。

台湾や中国勢が日本市場は8Kだと言わんばかりに昔の日本の家電メーカーのようにせせと展示しているのである、この分

野の勝敗は決めているので当然と言えば当然なのだが韓国勢がそれほどの勢いをもって展示していない所は気になる点ではある。

当の日本の家電メーカーは展示を自社の強みや新開発の製品に絞込み、マーケットリサーチや協業者を探すと言った本来の展示見本市の姿に戻っていた。もはや展示会を自社の威信を示す必要も無いのであろう。

日本家電メーカーも全てのメーカーが出展していた訳ではなく、その配置もバラバラであった。重電系メーカーは自社のインフラ系を展示し、弱電系メーカーは強みを持った分野に特化して展示していた。但し過去の様にR&Dを全て見せますと云った様なショウケース的なものではなく売り込みたい製品を絞り込んだピンポイントの展示で自社の製品理解をしっかりと貰おうという地に足の着いた展示となっていた。

特に人だかりを集めていたのが

用語解説

「DCEXPO2016」(デジタル・コンテンツ・エキスポ)

デジタル・コンテンツ・エキスポは毎年秋の雰囲気が漂う10月の末に行われているが今年も10月の27日(木曜日)から10月30日(日曜日)の4日間の日程で開催された。

今年も会場は日本未来科学館で講演、セミナー、展示会、特別イベントが行われた。

今年には特にイベントとしてサカナクションの8K:VRシアター「Aoi-碧-サカナクション」と言うコンテンツが上映され人気を呼んでいた。

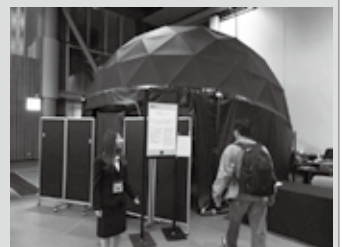
このコンテンツは8Kのシステムを使用する為、展示できる場所とシステムの都合がつかなければならないと言う非常にレアな環境でしか見れないコンテンツでSXSWや渋谷などで上映されているのであるが多く人々が見ることの出来ないコンテンツとなっていた為に今回のDCEXPOにおける展示も評判となっていたのである。

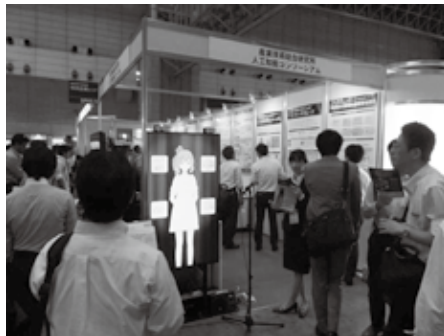
また今年のDCEXPOは講演も充実しており、その結果何度も会場に足を運ぶことになった方も多かったのではないだろうか。

会期の4日間の内、2日間は土曜日、日曜日であった事もあり家

族連れで未来館遊びに行く結果となったケースも多かったと聞く。

展示物もわかりやすい体験モノから、びっくりするような仕掛けのものまで色とりどりの展示が行われている上に最先端のメディアコンテンツ系の技術に触れられるのでDCEXPOを未体験の方は是非とも来年の秋は親子連れで日本未来科学館に行かれてDCEXPOに参加競走ってはいかがだろうか。メディア系の忙しいお父さんたちには家族の理解が得られる数少ないチャンスになるのではないかと思うのである。





Panasonic の半透明液晶表示ガラスである
う、一見普通のショーウィンドウに見えて
中の展示物が見えるのであるが、展示ケ
ースのガラスに映像が表示できるため製品
の説明やCM 的なファッションな映像ま
で商品を見せながら展示できると言う点と、
表示ガラスのサイズが注目的であった。

そのサイズはデパートのショーウィンド
ウをカバー出来るくらいの高さ 2m 以上横
幅 5m 以上の巨大なもので直ぐにでも実用
化して使用可能な製品に見えたのである。
またその隣にはテーブル型の IH 系調理家電
がダイニングにそのまま登場できると言っ
た住宅メーカーでもある一面を活用した展
示も行っていた。

その向かい側が TOYOTA の展示ブース
であり勢いを感じさせるメーカーは業種に
関係なく集中して集められている様にも見
えた。

TOYOTA は EV などのカットモデルを展
示しライフスタイルの落ち着いた展示を行
っていたのであるが、向かいの Panasonic
など家電メーカーが EV 車の部品を作っ
ている事などから何故だか一体感を感じるエリ
アとなっていたのである。

EV 車と言えば日本の自動車メーカーとは
随分離れた場所ではあるがステラモーター
ズも大きく展示スペースをとっており、触
って乗れるモーターショウの様なフレンド
リーな展示を行っており、人だかりが出来
ていた。なかなか見れない車だけに随分と
人気を博していた。

更に展示の目玉として、今流行の HMD
(ヘッド・マウント・ディスプレイ) 系の展
示は多かった。やはり海外勢が中心なの
であるが産業応用に向けた実用化は進んで
いるようで小さな中小メーカーやベンチャー
が数多く展示していた。特に製品化が進ん
でいるアメリカ+台湾系の HMD であるを



VIVE (パイブ) は様々な応用展示がなされ
ており面白い展示となって人々を集めてい
た。

もう一つ大きな展示といえば人工知能系
こちらはゴールドラッシュのように多くの
メーカーの参入が始まっているのであるが
CEATEC では意外と落ち着いた応用分野の
出展が多かった。これは展示会の特性や雰
囲気によるものなのだろう、直ぐに使える
ものが主として展示されていた。

特にビックデータを人工知能によって
処理してゆく流れはディープラーニングの
普及により物凄い速度で進化、加速してお
り今後の注目技術であることは確実である。
この分野では実用化と基礎研究が玉石混交
の状態、展示の

中でも産業技術総
合研究所や NEDO
などでは、まだ
基礎研究が行わ
れている一方、自
動車の自動運転技
術など期待されて
R & D が着実に進
んでいるもの、コ
ンピューターウィ
ルス検知や AI に
よる対話エンジ

ン、ビックデータのデータマイニング
など既に実用化されているのが一堂に展
示され、一気に比較できると言う点におい
ては非常に面白い展示会の形になっていた。

また、大きなブースではなかったもの
のロボット関係の展示も多く、ロボット周
りの有名メーカーではなく中小のベンチャー
ビジネス系の企業が小さいながらも多くの
展示行っておりモノ造りとソフトウェア、
そしてアイデアを持った企業が挑戦して
いる所を見ることが出来ると、今後の日本
の進むべき道が見えてきたような気がする
CEATEC2016 であった。

Yoshishige Matsuno
VFXスーパーバイザー

映像スタジオ施工

多様化するデジタル映像環境に対応、映像
スタジオ施工なら豊富な実績、直営システ
ムに依る徹底したコストダウンを実現する



匠の技をスタジオに

MA室 ブース 各種 編集室

新設、リニューアルに関わらず
何でもご相談ください。

～映像・音響専門で
38年～

(映像・音響・防音・建築・設計・施工)

一級建築士事務所

高橋建設株式会社

本社 〒216-0032 神奈川県川崎市宮前区神木1-7-8

TEL044-853-0547 044-852-1588

(社)日本プロダクション協会会員 / (社)日本音楽スタジオ協会会員
(社)日本音響学会会員

http://www.takahashi-kensetsu.co.jp
info@takahashi-kensetsu.co.jp