

「東京デジタルイノベーション 2020」が開催

神谷 直亮

日経 BP 社が主催した「東京デジタルイノベーション 2020」が、2月18日、19日にザ・プリンスパークタワー東京で開催された。スポンサーには、アマゾン・ウェブ・サービス (AWS)、グーグル・クラウド、Qlik、セールスフォース・ドットコム、ソフトバンク、IBM、キャノン、KDDI、オラクルなどそうそうたる事業者が名前を連ねており、会場内は身動きができないくらい混み合っていた。それよりも目を見張らせたのは、セミナーの会場が11カ所も設けられ、「サイバーセキュリティ」「Connected Industries」「データ/AI活用」「量子コンピュータ」「クラウド音声サービス」など、100を超えるホットなテーマで熱心なプレゼンテーションが行われていた。しかし、ホット過ぎるのか、競争を意識してなのかははっきりしなかったが、取材 NG のセッションが結構多かった。

今回のフロアマップに示された展示会場は、「エンタープライズ ICT」「HR テック&ラーニングテクノロジー」「働き方改

革」「Cloud Days」「フィールドサービス・ソリューション」「人口知能/ビジネス AI」「デジタルマーケティング、データ活用ビジネス」「IoT/エッジコンピューティング」など11のステージで構成されており、134社・団体が出展した。

「エンタープライズ ICT」のステージでは、KDDI が注目を集めた。同社のブースの目玉は、「IoT 世界基盤」と「ガイド VR」であった。「IoT 世界基盤」は、データサービス、コネクティビティサービス、プロフェッショナルサービスを3本柱にして、パートナー企業のアセットを組み合わせるグローバル展開を推進するプラットフォームである。ユースケースとして紹介されたのは、東芝のIoT「SPINEX」と日立の「GT for IoT」で、サービスの最適化、新収益源の確保、付加価値向上などを効果として挙げていた。

「ガイド VR」については、「世界初！12K 360 度画像に対応している」と売り込んでいた。促されるままに「Oculus」ヘッドセットを装着して体験を試みたら、同

社が虎ノ門に設営している「KDDI Digital Gate」のセミナースペース、開発エリア、工作室、ワークショップなどを高画質でつぶさに見て回ることができた。担当者によれば、「この Digital Gate は、アイデアをカタチに変える開発空間で、お客様とのビジネス共創を加速する場になっている」という。

もう一点興味をそそられたのは、裸眼で CG 4K コンテンツを立体的に視聴でき、触覚のフィードバックを体験できるディスプレイ「3D ホログラム」だ。ジェスチャーでコンテンツを上下左右に回転させる操作ができ、さらに触れているという感覚のフィードバックを実現するのがミソである。ディスプレイのサイズについては、23インチと42インチの2種を用意しているという。

「HR (Human Resources) テック & ラーニングテクノロジー」のステージでは、東京都渋谷区に本社を構えるスペースリー (Spacely) が関心と呼んだ。「OJT 時間削減、研修効果 UP、不可能を可能に、定着率 UP」をキーワードに掲げた同社は、ファミレス大手企業 S 社、ウォルマート、ケンタッキーなどでの VR 研修の活用事例を



写真1 KDDIは、「世界初、12K 360度画像に対応している」と「ガイド VR」を熱心に売り込んでいた。



写真3 スペースリーは、VR研修の活用事例をたくさん紹介して注目を集めた。



写真2 KDDIは、裸眼で3D CG 4Kコンテンツを立体的に視聴でき、触覚のフィードバックも体験できる「3D ホログラム」を出展して関心と呼んだ。



写真4 ジャパンメディアシステムは、「ウェアラブル端末を駆使してコミュニケーションをもっと便利に、もっと身近にしよう」と呼びかけていた。



写真5 「人口知能/ビジネス AI」のステージでは、アクセラが、モーション・ポートレート AI アバターを出展して来場者の注目の的になった。

紹介していた。具体的には、増加する外国人労働者へのVR研修、難しい状況を再現して実際の業務効率をUPするVR研修、VR形式の脱出ゲームによる新人教育など幅広い活用をPRした。ブースの担当者は、「実証プランの特別価格は6か月50万円からで、専属スタッフが企画、制作、運用面でフルサポートする」と強調していた。

VRが有効な理由を聞いて見たら「緊張する雰囲気や危険な場面に慣れやすく、かつ覚えやすい」「3次元空間なので、作業の習得が容易」「広角なので正しい視点や視線を覚えやすい」と答えていた。

なお、使用する機器については、360度VRの撮影にはリコーのシータを、VRヘッドセットには、Oculus Goを主に使用しているという。

「働き方改革のステージ」では、**映像センターとジャパンメディアシステム**（本社：東京都千代田区外神田）が注目的になった。

映像センターは、会議を進化させる「MAXHUB」と名付けたオールインワンミーティングボードを紹介した。高画質4Kの大型ディスプレイに様々な機能を搭載しているのが特色で、その一例が会議録データの保存・共有を実現できるハブ機能である。

ジャパンメディアシステムは、「ウェアラブル端末を駆使してコミュニケーションをもっと便利に、もっと身近にしよう」と呼びかけていた。既に検証済みのウェアラブル端末に聞いて見たら、RealWearの「HMT-1」、Vuzixの「M400」、**エプソン**の「BT-300/350」との回答であった。

同社のブースでは、「LiveOn」と呼ぶ最先端のWeb会議システムも注目を集めていた。クリアな低遅延音声と軽快な動画映像を再生できるのがメリットである。

「Cloud Days」のステージには、IBM、日本オラクル、ソフトバンク、AWSなど有名企業が大きなブースを構えていた。

「もっともオープンかつセキュアなビジネス向けパブリック・クラウド」を旗印に掲げた**IBM**は、「オープンソース・テクノロ

ジーを採用し、コンピュータ資源やデータベースを始め、AI、ブロックチェーン、IoTなどたくさんのサービスを提供している」と売込みに余念がなかった。インフラについては、「データセンターが世界60拠点以上。アベイラビリティゾーンは、東京リージョンを含めて6リージョン。近日中に日本国内2拠点目となる大阪リージョンを開設予定」と語っていた。

日本オラクルは、オラクルのクラウドソリューションについて、「IaaS、PaaS、SaaS、DaaSをカバーする多種多様なサービスを統合したパブリッククラウドサービスを提供している。これを活用することで、ビジネス・アジリティの向上、コストの削減、ITの複雑性の軽減、イノベーションやビジネスの変革を実現できる」と強調していた。

ソフトバンクは、「Windows Virtual Desktop」「Management Security Service (MSS)」を目玉にして出展した。

「Windows Virtual Desktop」については、「マイクロソフトのAzure上で展開するVDIサービスで、デスクトップ及びOffice 365のパフォーマンスを最適化する」と説明していた。「MSS」は、ソフトバンクが提供する様々なサービスに対し、セキュリティ監視、分析、対処、通知などを一元窓口で提供するサービスとのことであった。

2006年にクラウドの提供を開始した歴史を誇る**AWS**は、「世界190カ国でデジタル変革を支援している」という。同社のブースは、「AWS Transformation Day in デジタルイノベーション東京」と題するプライベートなセッションで賑わっていた。

「フィールドサービス・ソリューション」のステージでは、**セールスフォース・ドットコム**が孤軍奮闘していた。

「最先端のテクノロジーで、フィールドサービスが変わる」をキーワードに掲げた**セールスフォース・ドットコム**は、フィールドサービスの業務効率を追求し、顧客と

の距離を近づける世界ナンバーワンのカスタマーサービスプラットフォームとして「Salesforce Field Service Lightning」を提唱した。時間と場所の効率性を考慮し、適切なサービス要員へ適切な作業をアサインするのが骨子である。ブース担当者は、「移動時間のロス削減、サービス要員のコスト削減、時間外業務コストの削減、ガソリン代の削減、対応件数の増加」が大きく見定めると力説していた。

「人口知能/ビジネスAI」のステージでは、**アクセル**（本社：東京都渋谷区恵比寿）が、「モーション・ポートレートAIアバター（MP AIアバター）」を出展して来場者の注目的になった。ブースの担当者によれば、「MP AIアバターの特徴は、様々なメディア環境に組み込みが可能。自然な表情。双方向コミュニケーション。豊富なキャラクターの4つ」とのことであった。活用事例を聞いて見たら「ホテルのコンシェルジェ」「観光案内」「英会話の練習」「社内教育」「独居老人の話し相手」などを挙げていた。

「デジタルマーケティング、データ活用ビジネス」のステージで目に留まったのは、20年を超えるポータルサイトを運営してきたという**博士.com**（本社：東京都吉祥寺東町）だ。同社は、「メディア博士」と名付けたクラウド動画編集ツールを売り込んでいた。活用シーンに合わせたテーマを選択し、スマホやパソコンを操作するだけで簡単に動画を作成できるというのがウリで、「商品のPR動画」「リクルート動画」「スタッフ紹介・動画ブログ」など、すでに制作した実績を紹介していた。

なお、堅苦しい会場の一角で息抜きのガラポン大抽選会が行われ、景品としてGoogle Homeスマートスピーカー、ニンテンドースイッチ、MAMORIO（世界最小のIoTデバイス）などが提供された。

Naoakira Kamiya
衛星システム総研 代表
メディア・ジャーナリスト