

Computex2017 & InnoVEX2017 レポート < 1 > 注目は SmarTEX エリア、VR、IOT、AI

Taipei Computer Association 駐日代表 吉村 章

今回からシリーズで Computex2017 & InnoVEX2017 をレポートする。まず今回は Computex 概況レポート、次回は VR、IoT、AI など注目を集めた分野について、さらに今年で2年目の開催となる InnoVEX 2017 について、また今年の Computex で注目を集めたさまざまな製品を筆者の視点から紹介していきたい。

■ 1,600 社、5,010 小間、5 月 30 日（火） から会期 5 日間で開催

Computex2017 & InnoVEX2017 の主催は Taipei Computer Association/TCA(台北市電腦商業同業公会)と TAIWAN TRADE CENTER/TAITRA(中華民国對外貿易發展協會)、2017年5月30日(火)から6月3日(土)まで会期5日間の会期で開催された。

出展企業数は1,600社、5,010小間、ACER(宏碁)、ASUS(華碩)、GIGA-BYTE(技嘉)、MSI(微星)など台湾を代表する大手ベンダーはもちろん、中堅・中小企業からベンチャー企業まで会場を埋め尽くした。Computexは毎年6月の第二火曜日が会期初日となるが、今年は1週間前倒しになり、5月30日(火)からの会期となった。

一方、昨年引き続き今年で2回目の開催となる InnoVEX2017 は、2017年5月30日(火)から6月1日(木)までの会期3日間で開催。ベンチャー企業を集めた展示とピッチコンテストが行われ、昨年以上の来場者を集めた。

会場は世界貿易センターがある信義地区と副都心的なエリアとして開発が進んでいる南港地区のふたつ。信義地区では世界貿易センター第1ホールと国際会議センターがメイン会場となり、InnoVEX 2017 は第3ホールでの開催。南港地区は新しい展示会場である南港ホールの1F(グランドフロア)と4F(アッパーフロア)の全ホールを使って開催された。

信義地区と南港地区の間は無料のシャトルバスが運行され、20分ほどで移動が可能。また、市内のMRT(地下鉄)が整備されたことにより、ホテルから会場までのアクセスや会場間の移動が格段に便利になった。さらに外国人バイヤーは事前にバイヤー登録をするとMRTが会期中無料で利用することができる特典があり、日本人のバイヤーにもたいへん好評だった。



出展企業 1,600 社、5,010 小間、写真は南港ホール 4F



5/30 ~ 6/3 までの5日間の来場者は13万人、写真は世界貿易センター第1ホール

■バイヤー登録は167の国と地域から41,378人

台湾国内外の業界関係者なども含めた総来場者数はおおよそ13万人。この数はほぼ例年並み。しかし、主催者が注目しているのは総来場者数ではなく、外国人バイヤーの登録者数だ。

海外からのバイヤー登録者は167国と地域から合計41,378人。この数字は昨年比べてほぼ横ばい。一時の勢いは失いつつあるものの、海外からこれだけの数のバイヤーが集まる展示会は日本には例がない。Computexとは海外から集まるバイヤーが台湾製品を買い付けていくための展示会である。最先端の技術に触れたり、トレンドを見たり、情報収集のための展示会ではなく、台湾製品を買い付けるためのトレードショウ、それがComputexである。

具体的な人数は発表されていないが、地域別では中国、日本、アメリカ、韓国、香港、タイが上位の5地域。それにシンガポール、ベトナム、マレーシア、インドが続く。

昨年、民進党への政権交代があり中国からの渡航者制限の影響で中国人来場者が激減した。今年も同様にこの減少傾向は続いているが、それでも地域別統計でみると中国からの来場者が最も多い。政権が変わってもビジネスの世界ではなお中国と密接な関係にある現状は変わらない。来場者数はその実態をよく表しているとも言えるだろう。

さらに、主催者の発表によると、伸び率が高かった地域としてタイ（前年比伸び率30.63%）、インドネシア（22.52%）、インド（20.86%）、ベトナム（20.44%）、およびロシア（14.81%）となっている。特に、民進党政権が打ち出している「新南向政策」によりアセアン諸国からの来場者が増えたことも今年の傾向のひとつである。

これまで台湾は対外貿易に依存する形で産業発展を遂げてきたが、民進党政権は東南アジア諸国

連合や南アジア、オーストラリア、ニュージーランドなどアジア18か国との関係強化を打ち出している。経済・貿易の分野だけでなく、科学技術、文化、医療、観光、人材交流なども含めた多角的な経済交流を進めていく方針である。こうした台湾政府の方針がComputex来場者数からもわかる。この傾向は今後も続いていくことが予想される。

また、出展ブースでヒアリングしてみると、「今年は日本人が多かった」という感想をあちらこちらで耳にした。正式な統計数字は発表されていないが、筆者の推計で日本人来場者はおおよそ3千人。景気の回復を反映してか日本人は例年以上に多かった印象を受ける。

これは日本の景気が回復基調にあることに伴い、企業の海外出張経費も上向していること。さらにComputexの出展製品がIoT分野に裾野を広げていることも日本からの来場者を増やしているものと考えられる。

センサー王国である台湾の実用先端的な技術や製品の開発力に注目が集まっている。ここ数年、来場者がComputexに期待することが変わりつつある。単なる調達先を探す場ではなく、アライアンスパートナーを探す場として、多くの来場者がComputexの見方を変えてきている。日本人来場者も例外ではないようだ。



バイヤー登録者数は海外167の国と地域から41,378人



製品調達のために世界中からバイヤーが集まる、視察／情報収集ではなく商談／買い付けが目的

■南港ホール 4F、さまざまな方向性を模索する大手ベンダー

南港ホールの4Fは最も華やかなエリア。ACER、ASUS、MSI、Benqといった台湾を代表する大手ベンダーが出展。昨年に引き続き今年注目を集めた製品のひとつがGaming PCだ。ハイスペックのグラフィックカードを搭載した高性能モデルや必要十分な機能でリーズナブルな価格帯を実現したモデルなど、各社とも力の入った展示だった。これまで大手ベンダーはノートブックPCやタブレット、スマホなどの端末を展示することが多かったが、今年はパビリオンにゲームの体験コーナーを設置してコンテンツの楽しさをアピールするなど、Gaming PCが主役。この流れは今後も続きそうだ。

一方、ASUSはZenphone ARやロボットの出展、Benqがロボットアームや工場向けソリューションを出展、Mitacは図書館向けソリューション(Hall 1)を出展するなど、大手ベンダーが従来とは違いソリューションを前面に打ち出した製品出展に向かっている。こうした動きは今年のComputexだけではなく、増えていくことが予想される。

また、今年話題を集めた出展のひとつにテスラモーターズの出展がある。自動車メーカーとして本格的な出展はテスラが初めてだ。南港ホールの



ACERの新しいゲーミングブランドPredator(高性能電競桌機)

4Fに実車を持ち込んで注目を集めていた。



MSIのVRレーシングの体験コーナー、ブース全体がゲーミングPC一色だった



ASUSは市販予定のスマホ「Zenfone AR」を発表、



MITACは図書館向けソリューションのひとつとして「本の洗濯機」を出展



Benqはロボットアームや無人搬送システムなど工場向けソリューションを出展



テスラモーターズのブース、Computex 初となる自動車メーカーの本格出展

■ SmarTEX エリアは Computex が最も Computex らしいエリア

第1ホールの SmarTEX エリア (Smart Technology Applications & Products) は最も Computex らしいエリアである。市場への投入を目前に控えた製品や製品のプロトタイプなどさまざまな製品やサービスが出展されていた。4つの分野、Smart Solution (智慧科技解決方案/ 解決方案)、Wearable Devices (智慧穿戴)、Smart Home & Entertainment (智慧居家與娛樂)、Automotive Electronics (車用電子)、Security Application (安全應用) のカテゴリで SmarTEX エリアには今年には 140 社が出展。

一方、InoVEX はベンチャー企業が集まるエリア。技術力をアピールし、投資家や協業パートナーを探すのが目的である。今年の出展企業数は 272 社、技術出展からビジネスモデルの提案まで、フランス、オランダ、イスラエル、韓国、日本などの企業が出展した。經濟部や台北市、対外貿易発展協会などスタートアップを支援する団体のパビリオンも設けられ、InnoVEX はアジアで開催されるベンチャーイベントとして国際的にも注目を集めている。



ITRI/ 工業技術研究院のパビリオン、AI でチェスをするロボットを出展



InnoVEX 2017 センターステージで開催されたピッチイベント、ブースには 272 社が出展

■ Computex を 3 つの切り口で見る

大手ベンダーを中心とした最新の製品トレンドを見たい場合は南港ホールの 4 階、IoT 分野の技術とアプリケーションは第 1 ホールの SmarTEX エリア、ベンチャー企業の技術力や新しいビジネスモデルなら第 3 ホールの InnoVEX、3 つの切り口で見るとそれぞれ違った Computex が見えてくる。

バイヤーの視点で Computex を見た場合、もし、製品の買い付けが目的であれば南港ホール（一部第 1 ホール）である。BtoB、BtoC、BtoBtoC など、完成度の高い最新モデルが並ぶ。PC やタブレットなど情報端末から周辺機器やパーツ・コンポーネンツまで、バイヤーのニーズを満たす幅広い製品が揃っている。出展する企業側も製品の販売や海外の代理店探しが目的だ。

もし、IoT や AI、ロボティクスなどのユニークな製品やサービスを探すなら第 1 ホールの SmarTEX エリアである。Computex が最も Computex らしいエリアで、「Computex で何か面白いモノはありませんか」という質問に、筆者は迷わず「まず SmarTEX エリアを見てください」と答える。

中には製品の完成度は低いケースもある。しかし、完成度の高い製品を出展するのではなく、むしろいっしょに完成度を上げていくための協業パートナーや製品の共同開発パートナーを探している企業が多い。言い換えると「こんなものを作っ

てみましたが（プロトタイプ）、誰かいっしょに完成度アップに向けた作り込みをしてくれる人いませんか」という姿勢。出展する側は技術提携パートナーやマーケティングパートナーなど協業パートナーを探す企業が多い。

InnoVEX はスタートアップ企業の祭典である。アイデア段階のビジネスモデル、製品開発の提案、オリジナル技術のアピールなどの出展が多かった。まだ企画の段階だが、投資家向けのアピールや量販パートナー探しという側面も持つ。IoT、AR/VR、AI、ロボティクスなど新しい分野の産業が注目を集めている中で、ますますおもしろくなっていきそうだ。

多少乱暴な表現ではあるが、この 3 つのエリアの製品は「こんなモノを作りました。誰か買ってください」（南港ホール）、「こんなものを作ってみました。この先は誰かいっしょに考えてください」（SmarTEX エリア）、「こんなアイデアを考えました。どうしたらビジネスになるでしょう？」（InnoVEX）と言い換えることもできる。実はここを理解しておくことで Computex がすっきり見えてくる。Computex をどう見るか、見る側の見方によって見るべきエリアを絞り込むことができるわけである。

恐らく「何か面白いモノはありませんか？」と漠然としたイメージで Computex を見る人には「面白いモノ」はなかなか見つからないだろう。広い会場をすべて回ってもなかなか「面白いモノ」は見えてこないはずだ。



Computex で最も Computex のが第 1 ホールの SmarTEX エリア



第3ホールのInnoVEXはアイデアを形にするためのパートナー探し

■ Computex の出展製品は「最先端」ではなく「実用先端」を重視

Computex は最先端技術を競う展示会ではない。誤解を恐れずに言うと、最先端のハイテク製品が出展される展示会ではなく、実用先端的な売れるモノを売る展示会である。市場で求めている製品を台湾ベンダーが世界に供給するための展示会。つまり、Computex には最新技術の自動車の自動運転の展示も、最先端のビックデータの解析も、8K・16K 技術や第五世代の通信技術の出展もない。最先端を見たいなら、日本の CEATEC (主催社団法人日本電子機械工業会 /EIAJ) やアメリカの CES (主催全米民生技術協会、Consumer Technology Association /CTA) を見に行くべきであろう。

Computex は最先端というより「実用先端」を重視。ハイテクというより既存の技術を使って市場で求められている製品を如何に安く、大量に、すばやく、世界のマーケットに供給していくことができるかを台湾ベンダーが競い合う展示会である。世界中から Computex に集まるバイヤーも今年のクリスマス商戦で何が売れるか、半年後、一年後のビジネスのために何を買い付けたらいい

かを考える。

世界中から集まるバイヤーにとって、Computex は未来を予測するための情報収集の場ではなく、直近の市場で売れるものを探し出すための展示会なのである。高付加価値を求めるのではなく、必要十分な機能でコストパフォーマンスのよい製品を、安く大量に買い付けることが目的。この点が Computex に世界中からバイヤーが集まる理由である。

初めて Computex を視察する人から、「確かに熱気はあったが、展示は期待したほどではなかった」、「出展製品や展示技術に最先端が感じられなかった」、「技術レベルがまだまだ低い。未完成の製品が多い」と言った感想を耳にすることがある。しかし、それはある意味において Computex をきちんと見ていない人（見方を知らない人）の感想かもしれない。

未完成部分を補ってくれる協業パートナーを探すこと、または海外市場で協力して製品やサービスを展開していくための協業パートナーを探すことが出展の目的でもある。逆に見る側も製品の完成度だけを見るのではなく、協業を前提として自社の技術やソリューションとの接点を考えながら製品に目を向けたい。こういう視点を持つと Computex の「面白いモノ」が見えてくる。

出展する企業が狙うのはワールドワイドのビジネス展開である。出展企業が競い合うのは市場が必要としているモノを大量に、リーズナブルな価格で、世界中に売りさばくことである。これが Computex の最大の特長であり、Computex の本質であると言ってもいいだろう。

市場のニーズを早く察知し、開発のスピードを競い合い、低価格で大量に供給する。Computex とは最先端のトレンドを見るための展示会ではなく、半歩先の市場動向を探るための展示会と言える。Computex の面白さはここにある。