

## Computex2018 & InnoVEX2018 レポート< 1 > 台湾大手ベンダーの動向と注目を集めた SmarTEX エリア

台北市コンピューター協会 東京事務所 駐日代表 吉村 章

今回からシリーズで Computex2018 & InnoVEX2018 をレポートする。今回は Computex 概況及び台湾大手ベンダーの動向、注目の SmarTEX エリアをレポート。次回は Computex2018 で注目を集めた製品や技術を重点的にレポート。そして第3回では2016年から Computex に併設されて今年で3回目の開催となるベンチャーイベント、InnoVEX (イノベックス) をレポート予定。

### ■ 1,602 社、5,015 小間、6月5日(火)から 会期5日間で開催

Computex2018 & InnoVEX2018 の主催は Taipei Computer Association/TCA (台北市電腦商業同業公会) と TAIWAN TRADE CENTER/TAITRA (中華民國對外貿易發展協會)、2つ団体による共同主催。2018年6月5日(火)から6月9日(土)まで会期5日間で開催された。出展企業数は1,602社、5,015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から、中堅・中小企業、ベンチャー企業までが参加する一大イベント。台湾のIT製品を買い付けに海外からバイヤーが集まるアジア最大のITイベントである。

一方、2016年にスタートし、今年で3回目の開催となる InnoVEX (イノベックス) は、2018年6月6日(水)から6月8日(金)までの会期3日間で開催。世界21の国と地域から388組スタートアップチームが参加。ピッチコンテストでは102のエントリーから29のスタートアップチームが書類審査を通過してセミファイナルに進出し、6月8日(金)にはファイナリスト8社による決戦大会が行われた。(InnoVEX 2018 と台湾ベンチャー事情については本誌にて改めてレポートを予定)



写真1 出展企業1,602社、5,015小間、写真は南港ホール4F



写真2 製品を買い付けるために世界中からバイヤーが集まる

### ■ バイヤー登録は168の国と地域から 42,284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168国と地域から合計42,284人。この数字は昨年比べて微増。具体的な人数は発表されていないが地域別バイヤー登録者はアメリカ、日本、香港、中国、韓国が上位5つ。これにタイ、マレーシア、ドイツ、インド、フィリピンが続く。中国からの来場者が一昨年、昨年と減少しているが今年も同様。一方でタイやマレーシアなど東南アジア諸国からの来場者が増えている。アメリカと日本の来場者はそれぞれおよそ4千人。去年に続き日本からの来場者が増えている。会場のあちらこちらで日本人グ



写真3 6/5～6/9まで会期5日間 写真は世界貿易センター第1ホール、SmarTEXエリア



写真4 世界中から集まるバイヤーは視察や情報収集ではなく、製品の買い付け、具体的な商談が目的

ループの姿を見かけた。

## ■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 4F で最も存在感を示していたのは ASUS (華碩) ブース。昨年の Computex で発表したサービスロボット「Zenbo」をメイン通路沿いのミニステージに配して、踊ったりステージを動き回ったりロボットのパフォーマンスを披露していた。また、ブース内ではノートブック、タブレット、携帯電話、Gaming PC など全方位的に製品を展示。来場者の注目を集めていた。〈写真5〉



写真5 ASUS (華碩) ブースでは揃ってダンスをする「Zenbo」が迎えてくれる

一方、Benq (明基) は無人コンビニのシステムを出展。顔認証のゲートから店舗内の清算レジまでブース内に無人コンビニの買い物空間を設けてデモを行っていた。また、今年もブース内にロボットアームを設置し、スマートファクトリー分野にも積極的に取り組んでいる姿勢をアピール。BtoB ソリューションを全面に打ち出した展示だった。〈写真6〉〈写真7〉

MSI (微星) は南港ホールの 4F に Gaming PC を出展、1F にはスマート・ビーグル、テレマティスのソリューションを出展。フロアーを分けた出展を行っていた。台湾の大手 PC ベンダーは Giga-Byte (技嘉) や Acer (宏碁) など Gaming PC を中心とした方向に向かう企業と BtoB ソ



写真6 Benq (明基) ではブース内に自動コンビニを再現、カゴの品物をボタンひとつで手軽に決済



写真7 こちらも Benq (明基) ブース、ロボットアームのデモ

ソリューションに向かう企業と2つの流れができつつある。そうした中で、MSI (微星) はどちらにも均等に力を入れている姿勢が印象的だった。<写真8>



写真8 MSI (微星) は南港の1F にテレマティクス・ソリューション

Mitac は BtoB ソリューションに向かう代表事例。今年も図書館の貸し出しシステムを出展。IoT を使ったソリューションはさまざまな分野で具体的な浸透を見せている。(BtoB ソリューションに向かう台湾大手ベンダーの一連の動きを見ていると ASUS (華碩) ブースが逆に保守的にすら見える) <写真9>



写真9 MITAC (神通) は図書館システムのソリューションを出展

一方、今年の Computex で個人的に最もショッキングだったのは Acer (宏碁) ブース。パソコン最大手である老舗 Acer (宏碁) のブースからパソコンやタブレットが消えた。今年の Acer (宏碁) は「Predator」(プレデター) というネーミングで Gaming PC を展開。独自の方向性を模索している。今年の Computex ではこの Gaming ブランドを全面的に押し出し、ゲームが中心の出展となった。<写真10>



写真10 Acer (宏碁) ブースからパソコンやタブレットなどIT端末の出展が消えた

## ■サービスロボット、KIOSK 端末、自動コンビニに注目、BtoB ソリューションが急増

今年の Computex ではサービスロボットの出展も注目を集めた製品のひとつ。写真は台湾では最大手のシステムインテグレータである Syscom(凌群)が医療機関向け受付ロボットを出展。英語や日本語で対応するデモも行われていた。<写真 11 >



写真 11 台湾最大手のシステムインテグレータである Syscom(凌群)は医療機関向けの受付ロボットを出展

他にも見守りロボットや子供向けの教育ロボットなど、AIを組み込んだロボットが注目を集めた。単なるエンターテインメント用途のロボットではなく、具体的な目的用途で開発されたロボットや完成度の高いアプリを内蔵したロボットの出展が増え、出展内容が要素技術からソリューションへと進化している。これも今年の Computex の



写真 12 今年注目のサービスロボット。介護支援、教育、受付サービスなどに使われる具体的なソリューションの提案が目を引いた

特徴のひとつとっていいだろう。<写真 12 >

また、南港ホール 1F でも KIOSK 端末、自動化コンビニなど BtoB 向けソリューションが急増。従来は POS システムや組込みベンダーが工業用 PC や端末を出展するエリアであるが、今年は用途を絞り込んだ BtoB ソリューションの出展が目立った。もちろんバーコードリーダーや POS 端末といった製品は従来通り。しかし、デジタルサイネージやモーションキャプチャー技術など、それぞれの要素技術を取り込んでソリューションとして提供し、具体的なビジネスモデルを提案する企業が増えている。<写真 13 >



写真 13 南港 1F では KIOSK 端末や自動コンビニなどソリューションの出展が目立った

## ■時代は e スポーツ、各社 Gaming PC を積極的に展開

ここ数年台湾大手ベンダー各社が力を入れているのが Gaming PC だ。アメリカやヨーロッパでは e スポーツが盛んでプロ・プレイヤーが存在するなど、早くから競技人口を増やしている。e スポーツとはエレクトロニック・スポーツの略称でコンピューターゲーム上で行われる競技のこと。サッカーや野球、または格闘技やシューティングゲームなど、プレイヤーはコンピュータ上で相手と対戦し、観客は大型モニターなどで観戦を楽しむ。1990 年代後半頃からインターネットの普及

によってゲームのスポーツ化が加速し、アジア・オリンピック評議会が主催するアジア室内競技大会では2007年から正式種目として採用されている。日本でもeスポーツの普及を目的とした日本eスポーツ協会が作られているが、eスポーツはまだまだ認知度が低く、やっと環境整備が始まりつつあるという現状だ。

台湾大手ベンダーはeスポーツの競技人口が多い欧米向けにゲーム専用機の輸出を伸ばしている。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eスポーツ向けの専用モデルや周辺機器を次々に発表。光る冷却ファンや色とりどりの冷却液を搭載したモデル、また光るキーボード、光るマウス、凝ったデザインのケースなどがマニアの間では人気を集めている。椅子も大切なアイテムのひとつ。今回のComputexでは例年以上にGamer専用の椅子の出展も数多く見られた。<写真14><写真15><写真16><写真17>



写真14 南港ホール4Fに設けられたeスポーツ特設ステージ



写真15 ゲームキャラクターも登場。ここは台北ゲームショウではなくComputex



写真16 凝ったデザインのゲーム専用機。独特なケースデザイン、冷却方式、光るファン



写真17 椅子はGamerにとって重要なアイテムのひとつ

## ■ Computex の特徴は「トレードショウ」であること

Computex とはどんな展示会か、その特徴をひとことと言い表すと「トレードショウ」であること。海外から4万人を超えるバイヤーを集め、まさにモノの売り買いをする「商談」の場である。日本の展示会の場合、ブースで具体的な商談をする人は稀だ。新製品の発表の場であったり、企業のイメージアップ、製品PRの場である。来場者も業界のトレンドを知るために展示会に足を運ぶことが目的。展示会の会場で価格交渉やサンプル発注など具体的な商談をするケースは稀だ。

Computex にはパソコンやタブレットといった製品やその周辺機器、工業用PCや組み込み基板、POS 端末、ネットワーク関連機器や通信設備、さらにストレージ、ケーブル、コネクタからラック、椅子、鞆、スマホケース、アクセサリーの類まで、買い付けたい製品は何でも揃う。世界169の国と地位からバイヤーが訪れ、製品を買い付ける「商談」の場なのである。その年のクリスマス商戦を睨んだ製品の買い付けが目的。つまり Computex は「トレードショウ」なのである。

## ■ Computex のもうひとつの特徴はスタートアップ、ベンチャーイベントであること

Computex にはIoT関連の製品やサービスを集めた SmarTEX エリア (Smart Technology Applications & Products) が設けられている。また、今年で3年目となる InnoVEX (イノベックス) が併設されている点も大きな特徴のひとつと言えるだろう。

SmarTEX エリアと InnoVEX に出展する企業を理解するために3つのキーワードを挙げてその特徴を説明したい。彼らの出展目的を大きく分類すると「誰か売ってほしい」、「誰か作ってほしい」、「誰か助けてほしい」と3つのキーワードで言い表すことができる。

「売ってほしい」とは必ず販売パートナーを探しているということ。出展目的としては当然のことである。特に、販路を持たないスタートアップやベンチャー企業にとって販路拡大は切実な問題である。これは海外のバイヤーだけでなく、台湾の国内の大手ベンダーに売り込むという目的もある。Computex にはたくさんの国内業者も訪れる。スタートアップやベンチャー企業の最新技術やユニークな製品を探している企業も少なくない。「売ってほしい」とは海外バイヤーだけでなく、国内の企業も対象となる。

「作ってほしい」とは量産パートナーを探しているということ。これは主に台湾国内の大手ベンダーが対象。製品のプロトタイプ (試作モデル) を出展して、販売パートナーや量産パートナーを探し、海外での市場開拓に挑む。資金力がないスタートアップやベンチャー企業にとって、InnoVEX は大手量産ベンダーに自社の製品やサービスを売り込む絶好の機会である。技術力や開発力が試される「登竜門」の場であるという言い方もできるだろう。

台湾の量産ベンダー側にも事情がある。さまざまな分野でIoT化が進んでビジネスモデルが変化する中で、これまでのようにパソコン、タブレット、携帯端末といった製品を主力とすることは限界がある。各社がBtoBソリューションに向かっている流れの中で、スタートアップやベンチャー企業の中で魅力的な技術や製品を持っている企業があれば、自社に取り込みたいと考える。Computex はこうした双方のニーズが合致した出会いの場なのだ。

## ■ Computex は技術や製品開発の相互補完の場でもある

3つ目のキーワードは「誰か助けてほしい」である。展示会に出展される製品は必ずしも完成度が高いモノばかりとはいえない。むしろ完成度の

低さを補ってくれるパートナー求めて出展する企業も少なくない。SmarTEX エリアとInnoVEXにはそうしたスタートアップやベンチャー企業が数多く出展する。

技術と製品と大きく2つに分けることができる。InnoVEXではオリジナルの要素技術の出展、または独自のビジネスモデルの提案が多い。一方、SmarTEX エリアではそうした技術が具体的な形になり、製品のプロトタイプ（試作モデル）が多い。もちろん、技術と製品に明確な境界線があるわけではなく、InnoVEXに製品出展もあり、SmarTEX エリアに要素技術の出展もある。どちらも完成度を上げるためのパートナー探し、相互補完のパートナー探し、または量産化のためのパートナー探しが目的だ。

一般的に日本企業は（特に大手企業は）製品の開発から生産、さらには販売まで一貫して自社で行うケースが多い。しかし、台湾ではそれぞれの「強み」を補い合うために横の連携を取り合いながらビジネスモデルを作り上げていくケースが多い。独特な「水平分業体制」が特徴である。また、日本の企業が展示会に製品を出展する場合、製品には一定の完成度が求められ、その基準をクリアした製品のだけが展示会に出展される。ブランドイメージ、企業としての威信、開発者のプライド、社会的責任といった点から見ても完成度の高さは重要である。

一方、台湾では製品の完成度の高さよりもビジネスのスピード、フレキシビリティ、チャレンジ精神といった点が重視される。多少粗削りでも、むしろ製品の完成度を上げていくためのパートナー探しを重視。それぞれの「強み」を持ち寄って、横の連携で相互補完関係を作り、製品の完成度を上げていくことが重要であると考えられる。

「誰か助けてほしい」というキーワードは、言い換えると「より完成度の高い製品を作るために相互補完のパートナーを探している」ということ。

アイデアを形にするためには足りない部分を補ってくれるパートナーが重要。少量生産から量産化に持ち込み、世界を相手に販路を切り開いていくためには、ビジネスモデルをいっしょに組み立て行くパートナーが必要である。そう考えるのが一般的に台湾人経営者の特徴であり、スタートアップやベンチャー企業の経営者はより意欲的である。

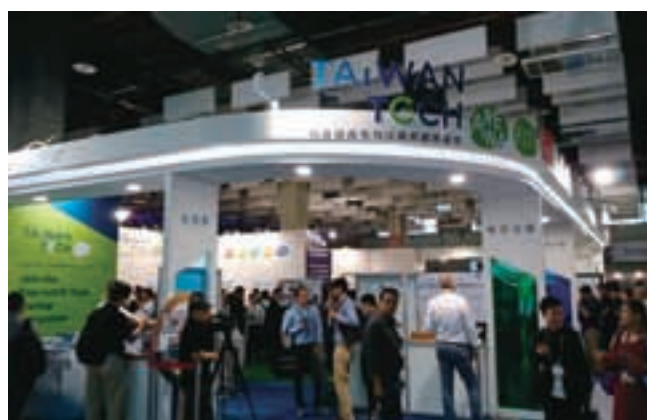


写真 18 科技部青年科技創新創業基地/TAIWAN TECH パビリオン、横連携でビジネスを作り上げるのが台湾企業の特徴

## ■日本企業は Computex とどう向き合うべきか、ビジネスチャンスの探し方

Computex でパートナーを探すとき、筆者が考える最も重要なキーワードは「相互補完」である。完成度の高い製品を探し出すことなく、自分たちの「強み」がうまく活かせる相互補完関係を作り出せる製品かどうかを眼を向けるべきである。

立ち寄ったブースで日本の方から「出展製品の技術レベルや製品の完成度がもうひとつ…」というコメントを耳にすることがある。詰めの甘さ、仕上げの粗さ、精度の低さが気になるようである。製品がひとつ前のスペックであったり、最新の部材が使われていなかったり、手に取った製品の欠点に眼を向ける人も少なくない。

しかし、そうしたマイナス部分を日本側が補い、製品の完成度を上げることで新たなビジネスチャ

ンスを作り出すことができないだろうか。仮にブースに並んでいる製品が期待通りのモノではないとしても、もう一步踏み込んで、その製品を開発した技術者と話をしてみたり、またはその会社の経営者に会って話を聞いたり、コミュニケーションをとってみることをお勧めする。それが Computex を見るコツであり Computex のおもしろさのひとつでもある。



写真 19 創新育成主題館/Taiwan Startup Springboard パビリオン、InnoVEX の中で大学発ベンチャーが出展するエリア

## ■ Computex の出展製品は「最先端」ではなく「実用先端」を重視

最後にもうひとつ触れておきたいポイントがある。Computex は「最先端」の技術を競う展示会ではなく、「実用先端」の技術を駆使した製品出展の場である。残念ながら Computex には車の自動運転も、最先端 AI を駆使したビッグデータの解析も、第五世代の通信技術の展示もない。こうした技術動向に関心がある方には展示ブースでなくカンファレンスがお勧め。会期中、欧米から有識者を招いたセミナーやカンファレンスが多数行われた。

Computex は未来の技術に触れて、情報を収集する場ではなく、直近のビジネスで「売れるものを調達する場」である。「ハイテク」や「高付加価

値」を求めるのではなく、必要十分な機能で、むしろ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 Computex に世界中からバイヤーが集まる理由。「最先端」よりも既存の技術を重視、市場で求められている製品を如何に安く、大量に買い付けて、市場にいち早く投入していくこと。世界中から集まるバイヤーが Computex に期待しているのは「実用先端」の技術と製品なのである。

企業側も未来のトレンドや将来のビジネスを提案する展示ではなく、今年のクリスマス商戦に向けて買い付けて行って欲しい製品をラインナップする。市場のニーズに合わせた製品をいち早く開発し、低価格で大量に提供する。Computex に間に合わせるために開発と量産のスピードを競い合う。Computex の面白さはここにある。



写真 20 台湾雲端物聯網協會/Taiwan IOT Technology and Industry Association, (通称 TwIoT) による StarFab Accelerator パビリオン、出展製品は「最先端」を競うのではなく「実用先端」が特徴、製品化と量産化までのスピードを競い合う <http://www.twiota.org>

※来年の Computex & InnoVEX2019 は 2019 年 5 月 28 日 (火) から 5 日間の開催予定。Computex レポート内容に関して詳細は TCA 東京事務所 [ippc@tcatokyo.com](mailto:ippc@tcatokyo.com) まで