

CESにおける各業界動向調査・研究



CES2023

目的

- エレクトロニクス、モビリティ等、テクノロジー企業の最新取組を知る

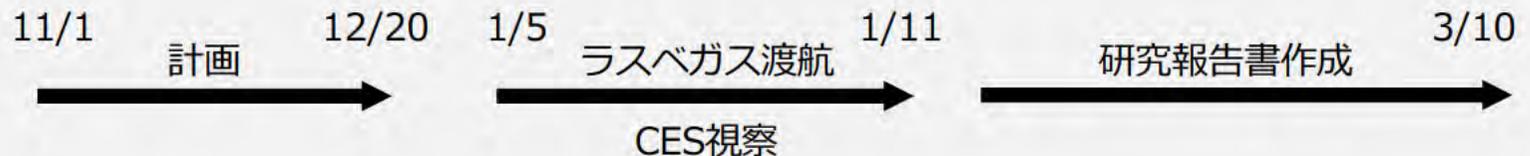
課題

- コロナ禍のため多くの展示会が中止となり、最新の取り組みをリアルで見る機会が減少。結果、デザイン研究において判断基準となるデザインとテクノロジー情報が不足している。
- 多くの企業の出展が戻ったCES2023を視察し、各業界の動きや新たなテクノロジーを累積視察。今後のデザイン研究を進めるうえでの判断材料とする。

成果物

- 調査・研究報告書

日程



CES2023ダイジェスト

●通常開催は2019年→2023年 3年ぶり

(2020年リアル開催 2021年オンライン開催 2022年リアル開催)

●CESはConsumer Electronics Showであることを再認識

- ・定番の家電系メーカー（LG、Samsung、TCL、Hisence、Sony、Panasonic等）は継続出展
場所含め定番で安定の展示内容
- ・日本→韓国→中国への役割シフトが鮮明に
- ・韓国メーカーの高いデザイン力
- ・日本メーカーの特徴も際立つ

●自動車情報は不作 EV周辺分野が注目

- ・自動車メーカーの出展が減少（日本はゼロに）
- ・メルセデス、BMWのみ例年並み出展
- ・ベトナムメーカーの進出（初）
- ・ポータブル電源、充電器などEV周りの周辺機器ビジネスが拡充

●新興分野の新たな芽

- ・ゲーミング メタバース ヘルステック フードテック が新たな芽（発展）
- ・ロボティクス 産業モビリティは定番感

目次

-  1 会場概要
-  2 電気メーカー
-  3 EVモビリティ
-  4 産業モビリティ ロボティクス
-  5 ヘルステック
-  6 フードテック

CES2023会場

CES2023会場

- 3箇所に分かれた広大な会場キープ
- 新たにTech East にWest Hallが増設されており、会場横断のためTesla Loopが新設。



CES2023会場

- ・ 視察日は最終日がねらい目。熱気は1, 2日目。（AFEELAブースで比較）

開催2日目



開催4日目（最終日）



電機メーカーたちのポジション

総合家電は日本から韓国、そして中国メーカーへ
日本は未来に向けた技術力
韓国メーカーは総合家電メーカーでいられる後半ではないか
今後は中国ブランドに置き替わる

Koreaブランド

- 高いレベルのプロダクトデザイン
- 動くギミックでダイナミック
- センシング
- 自治体も出展
- ヘルステック系が多く出展

Chinaブランド

- 5年前のLGを見ているようだ
- ディスプレーメーカーから、総合家電メーカーへ

Japanブランド

- 突き抜ける技術力
- サステイナブルな素材開発
- カメラはやっぱり日本
- 家電は限定プレミアム
- 異色のAFEELA
- 映像とメタバース



電機メーカーたちのポジション

総合家電は日本から韓国、そして中国メーカーへ
日本は未来に向けた技術力
韓国メーカーは総合家電メーカーでいられる後半ではないが
今後は中国ブランドに置き替わる

Koreaブランド

- 高いレベルのプロダクトデザイン
- 動くギミックでダイナミック
- センシング
- 自治体も出展
- ヘルステック系が多く出展

Chinaブランド

- 5年前のLGを見ているようだ
- ディスプレーメーカーから、総合家電メーカーへ

Japanブランド

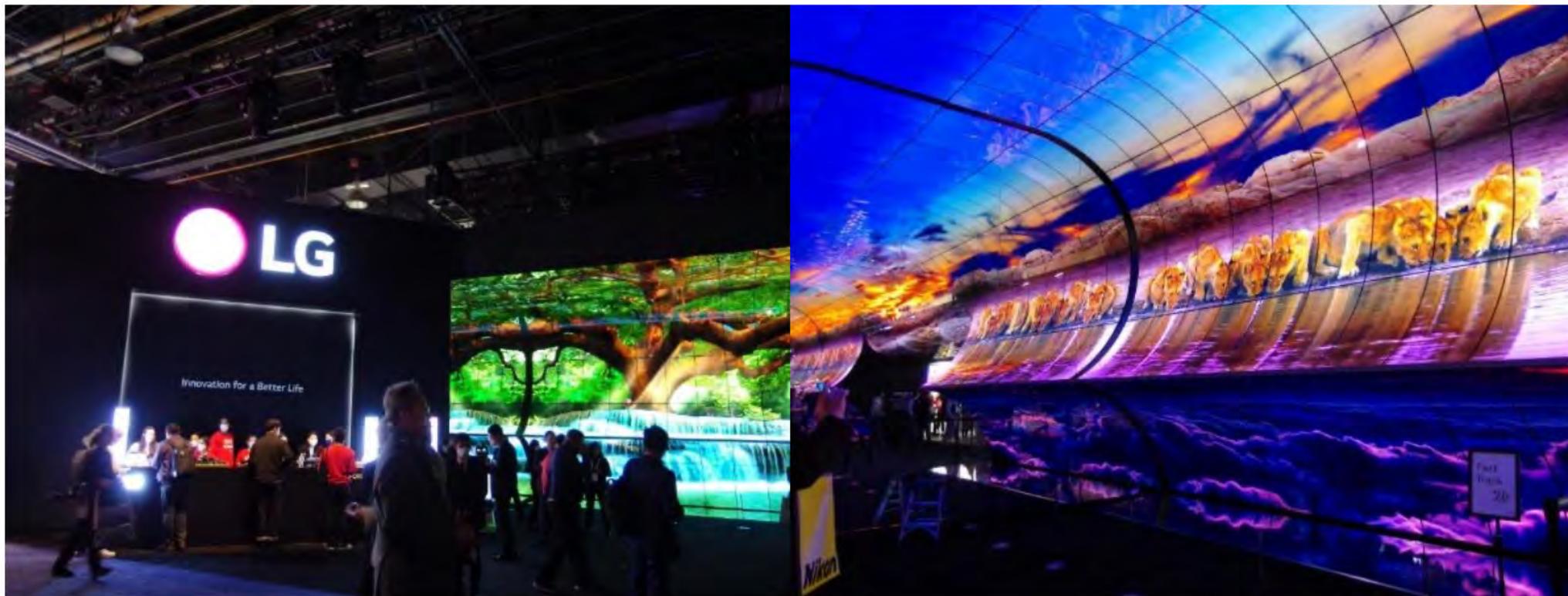
- 突き抜ける技術力
- サステイナブルな素材開発
- カメラはやっぱり日本
- 家電は限定プレミアム
- 異色のAFEELA
- 映像とメタバース



Koreaブランド

LG

- ・会場内で定番のブース位置（特等席）
- ・入場口は派手な曲面LCDのパフォーマンス（2019年も同様）
- ・圧倒的なダイナミックさがLGの持ち味



Koreaブランド

LG

- ・積極的にディスプレイを使い派手な演出
- ・家電を置いた部屋を再現



Koreaブランド

LG

- ・スチーム消臭家電
- ・洋服の消臭機器は以前から継続している
- ・スニーカーブームによる製品化であろう
- ・レトロ風な仕立て



Koreaブランド

LG

- ・ スチーム消臭家電
- ・ 洋服の消臭機器は以前から継続している
- ・ ステルス表示は標準



Koreaブランド

LG

- ・掃除機 米国サイズ
- ・スチームによる清掃能力向上
- ・操作系はタッチパネル



Koreaブランド

LG

- ・空気清浄機
- ・吹き出し口が「何だろう」と思わせる特徴あり
- ・ステルスタッチパネル
- ・全体が自動で回る



Koreaブランド

LG

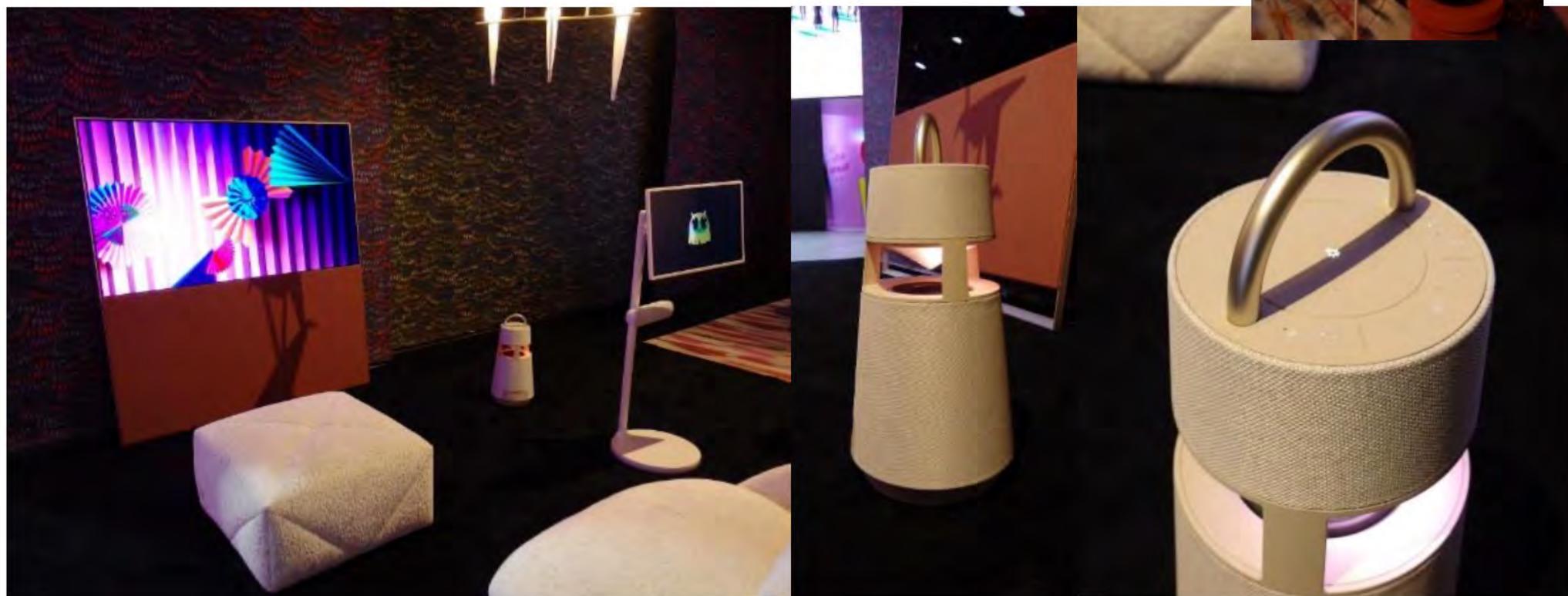
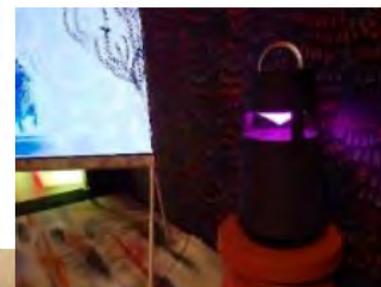
- ・米国様式の家電記号性とサイズ
- ・LG流でモダナイズ
- ・少しなつかしいがポイントか



Koreaブランド

LG

- ・プロダクトに存在感がある
- ・高いクオリティーのプロダクトデザイン
- ・イルミネーション
- ・ハプティックスイッチ



Koreaブランド

LG

- ・技術的には一般化したBluetoothスピーカーだが、少し脱垂直でとても魅力的なプロダクトに



Koreaブランド

LG

- ・ Gaming エリアが登場
- ・ 湾曲モニターが特徴
- ・ 電動で可動（フラットから曲面へ）



Koreaブランド

LG

- ・シェアE-bike
- ・Bikeは他社製。駐輪システムを提供している。
- ・ソウル近くですでに稼働



Koreaブランド

LG

- ・ LG Signature (高級版)
- ・ TV モニターが巻取り型
- ・ プロダクトデザインの品質が高い



Koreaブランド

Samsung

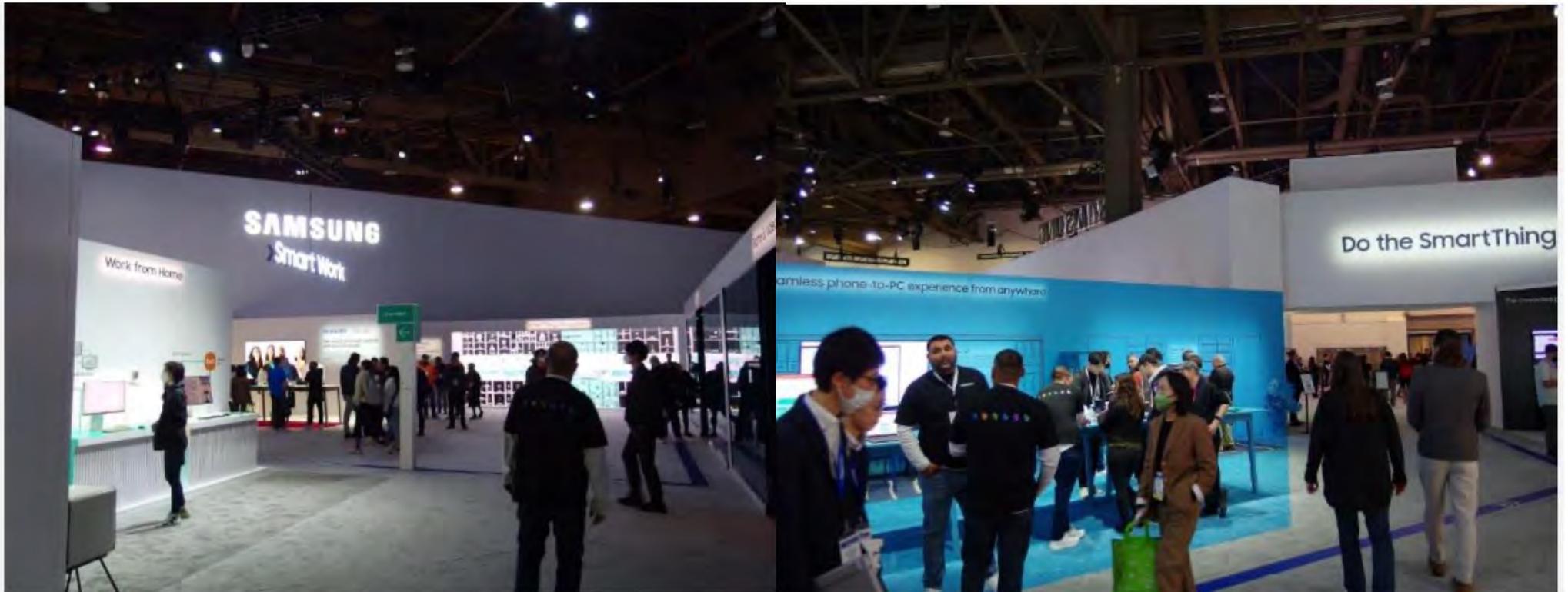
- ・LGと双壁をなすSamsung
- ・見どころは製品単体ではなく、展示や世界観の訴求方法
- ・ブース入口はアナログのようなリアル映像をCGで見せる



Koreaブランド

Samsung

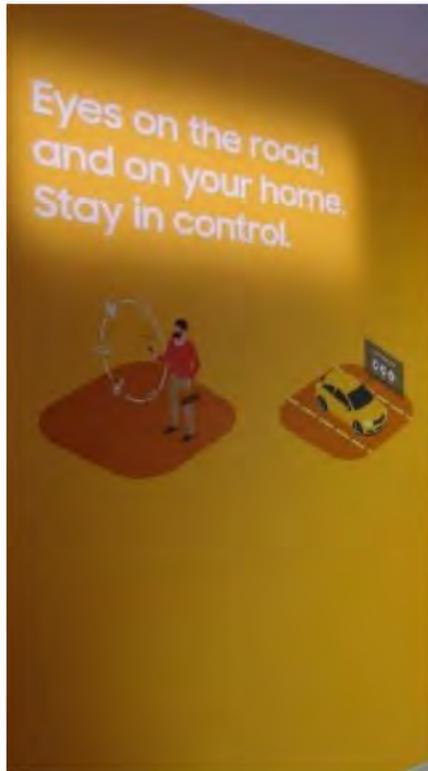
- ・製品単体は強く訴求せず、世界観をみせる
- ・ベースは白+テーマ別にアクセントカラー



Koreaブランド

Samsung

- ・製品単体は強く訴求せず、世界観をみせる
- ・ベースは白+テーマ別にアクセントカラー



Koreaブランド

・リアルと映像をミックスした展示

Samsung



Koreaブランド

Lotte

- ・メタバース 裸眼ディスプレイ EV充電器展示
- ・高い実装余力



Koreaブランド

Seoul

- ・ソウル近郊都市
- ・自動運転バス2台の実証実験中アピール
- ・自治体がメインフロアでアピールが新鮮



Chinaブランド

TCL

- ・TVから始まり、現在は総合家電メーカー
- ・次世代のLGとなる印象



Chinaブランド

TCL

- ・ Gamingコーナーは家電全メーカーにあり
- ・ スマートフォンにも進出



Chinaブランド

TCL

- ・エアコンなどホーム家電にも進出
- ・デザインの質も高い



Chinaブランド

Hisense

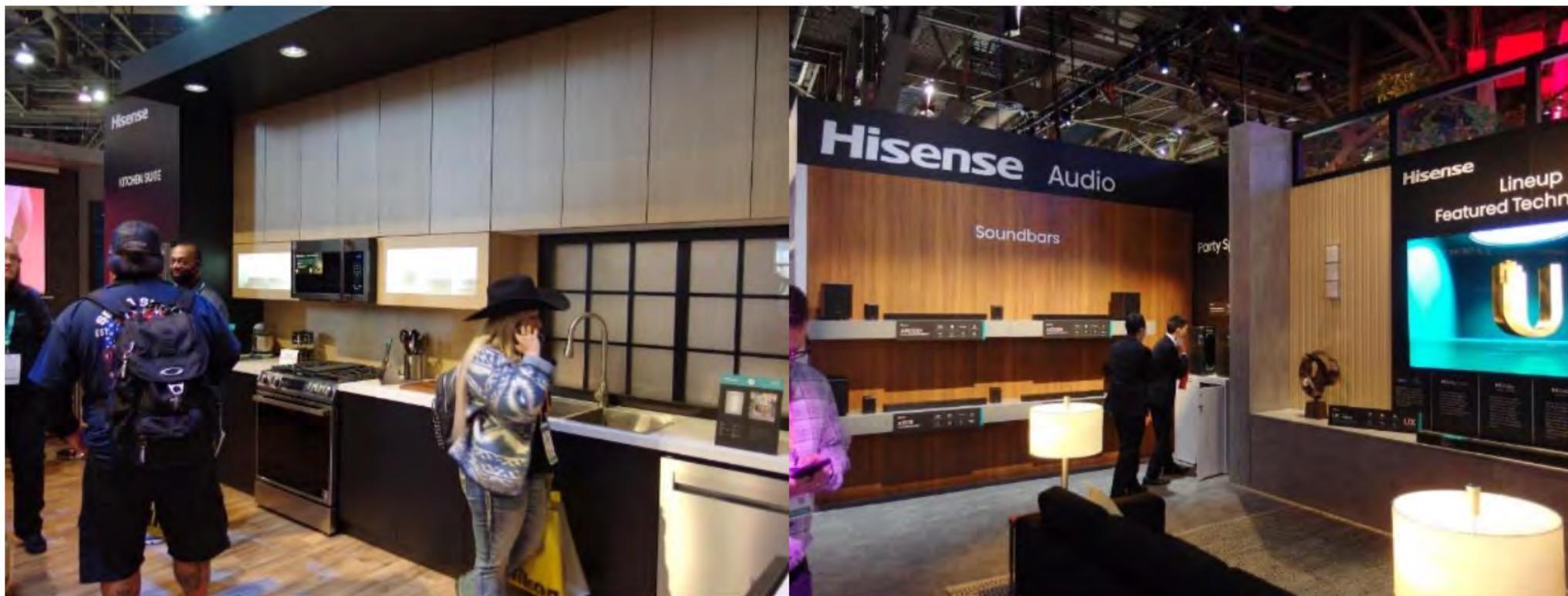
- かつてのSamsungのような印象
- TVやモニターで印象を引っ張る



Chinaブランド

・なつかしさもテイストで再現

Hisense



電機メーカーたちのポジション

総合家電は日本から韓国、そして中国メーカーへ
日本は未来に向けた技術力
韓国メーカーは総合家電メーカーでいられる後半ではないが
今後は中国ブランドに置き替わる

Koreaブランド

- 高いレベルのプロダクトデザイン
- 動くギミックでダイナミック
- センシング
- 自治体も出展
- ヘルスデック系が多く出展

Chinaブランド

- 5年前のLGを見ているようだ
- ディスプレーメーカーから、総合家電メーカーへ

Japanブランド

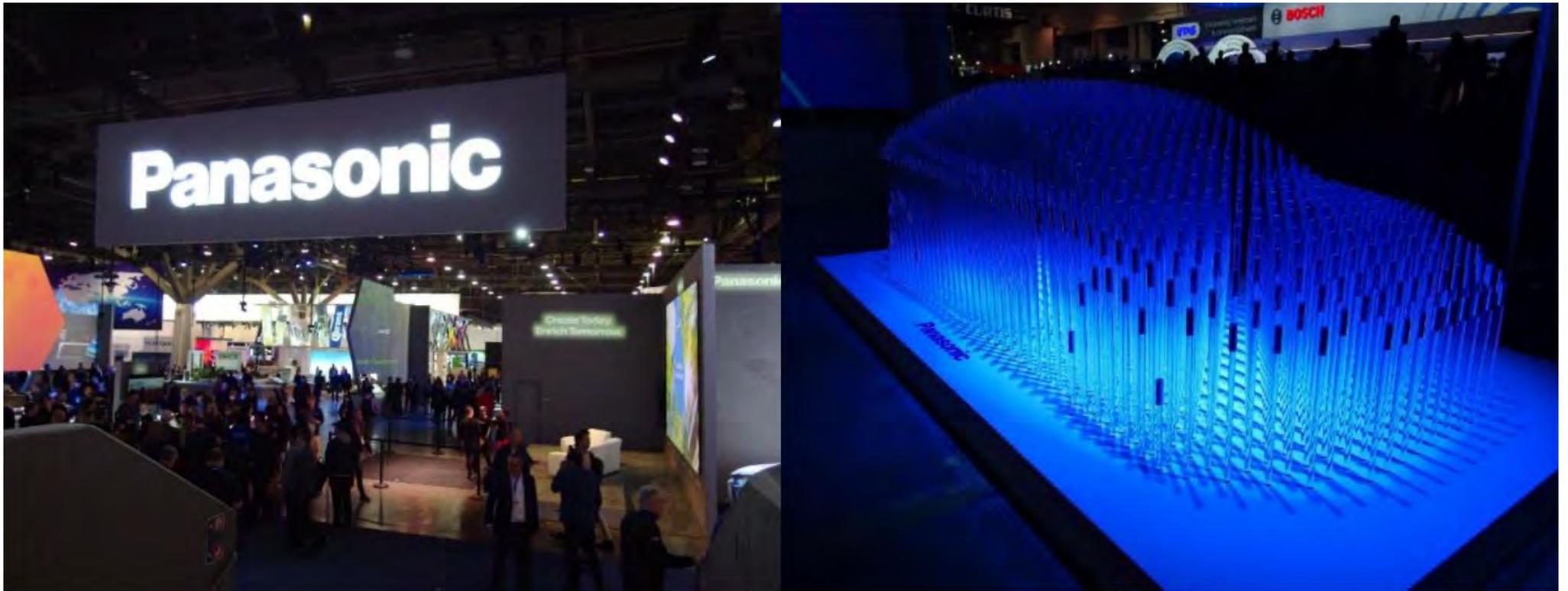
- 突き抜ける技術力
- サステイナブルな素材開発
- カメラはやっぱり日本
- 家電は限定プレミアム
- 異色のAFEELA
- 映像とメタバース



Japanブランド

PANASONIC

- ・バッテリー展示はTESLA色なくなった。
- ・Fuel Cellもやっている
- ・フロアサイズに比して、展示物が少ない印象



Japanブランド

PANASONIC

- Panasonic Green impact 他国メーカーに比べ、サステナブル技術訴求規模が大
- 新素材Provoskite
既存ソーラー素材はシリコンで固形だが、本素材は塗ることができ意匠性が向上
- 会場スペースを持て余している



Japanブランド

- ・家電は控えめの展示

PANASONIC



Japanブランド

PANASONIC

- ・環境に配慮した設備の展示
- ・低環境負荷の触媒技術
- ・かなり地味 来客も少ないエリア



Japanブランド

PANASONIC

- ・子会社のSHIFTALLでメタバースを研究
- ・20hメタバース空間にいる人もすでに存在
- ・なので、バッテリーも20h



Japanブランド

PANASONIC

- ・カメラ LUMIXはちゃんと展示
(ニコン ソニー キヤノンも)
- ・日本メーカーの特徴



Japanブランド

- Technics展示
- 日本メーカーはなつかしさも武器になる

PANASONIC



Japanブランド

PANASONIC

- ・動力部1つで多数のアタッチメントを用意
- ・サスティナブルを意識
- ・専用EC購入で、専用パッケージ+モートンブラウン香水が付録
ブランディングに力点



Japanブランド

- ・EV Starsphere メタバース 裸眼3D技術 など
韓国中国メーカーとは異なる尖った新技術

SONY



Japanブランド

SONY

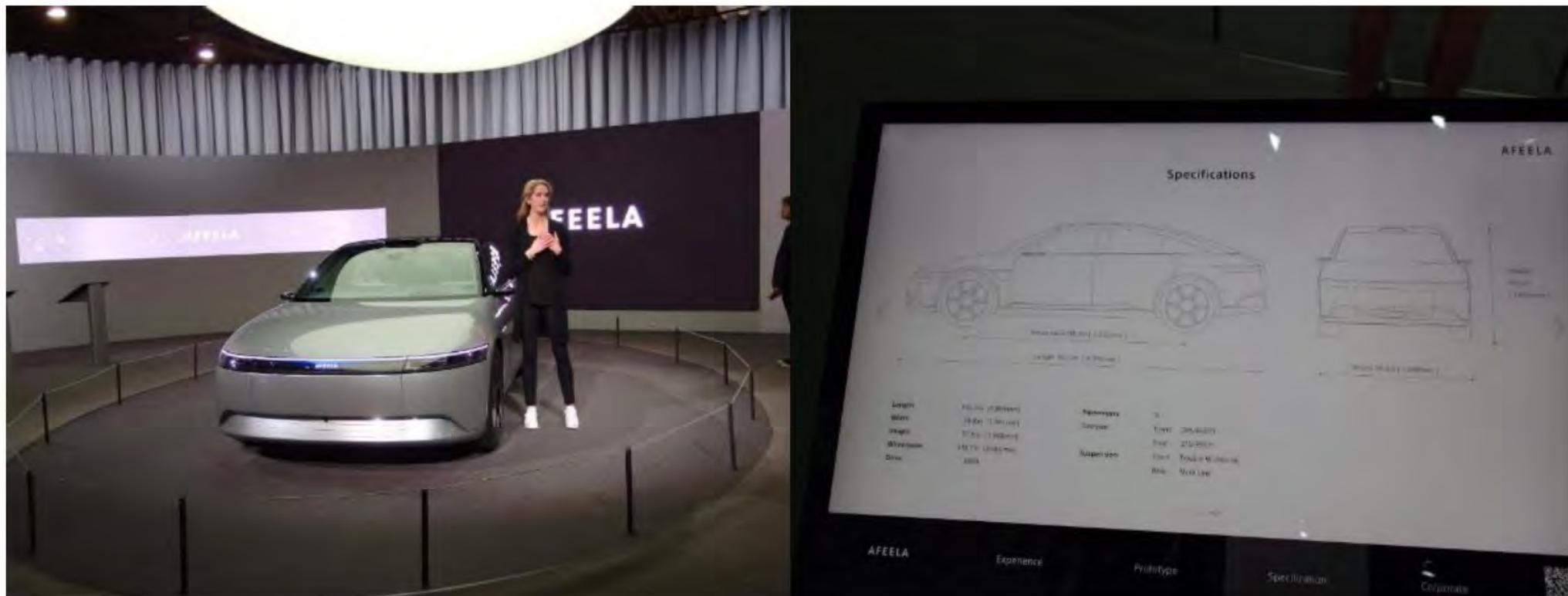
- AFEELA
- 説明員談 ランニングプロトタイプ（撮影程度）ランプ要件等今後調整
- SonyとHondaから出向社員
- 説明員 5、6人いたが、説明には消極的



Japanブランド

SONY

- ・説明のメインは車内エンターテインメント
- ・SPEC (サイズ) 4895 x 1900 x 1460 WB 3000 TESLAモデルS 4970 x 1964 x 1445 WB 2960



Japanブランド

SONY

- ・メータクラスター（ディスプレイ）が主役
他は地味
- ・Sonyは「クルマに人格」と語る（日経掲載記事）→センシングによる先読みと捉える



Japanブランド

SONY

- ・ヘムが無い
- ・キャッチを見ると板金ではない



Japanブランド

- ・ PpayStationはVR2が中心の展示

SONY



Japanブランド

- ・ mocopi:メタバースデバイス

SONY



Japanブランド

SONY

- SPATIAL REALITY DISPLAY
- 裸眼 3Dディスプレイ
- OBJやfbxを表示可能
- 高解像度化と大型化がすすめば、VRゴーグルが必要なくなる？



Japanブランド

SONY

- ・ STAR SPHERE
- ・ 衛星画像をアーティストなどが使用できるサービス
- ・ 衛星使用を予約して使用できる



Japanブランド

SONY

- ・プロ用機器の展示 日本メーカー Sonyっぼい
- ・カメラ、マイク、ドローン、ヘッドフォン他
- ・Sony含め日本メーカーはアナログ感（懐かしい）を残している



Japanブランド

CANON

- ・ブースを2分割
製品展示
屋内だが茶色のロッジでオープンエアー感が心地よい



Japanブランド

- ・メタバーズあり カメラ+レンズ展示あり
- ・日本メーカーの典型的な展示

CANON



Japanブランド

- ・ 米国市場に合わせて、毎年大掛かりなブースを展示
- ・ 3分野の展示 プロ用動画撮影機器 カメラ 3Dプリント

NIKON



Japanブランド

- ・ NIKONは光金属3Dプリンティング技術を持っている
- ・ 展示はコンセプトモデル

NIKON



Japanブランド

- ・例年通り、動きがダイナミックな撮影システムをコンセプト展示

NIKON



Japanブランド

NIKON

- ・カメラ展示あり
- ・日本メーカーの定番
- ・ゆったりとした時間が流れている



Japanブランド

AsahiKasei

- いくつかの日本メーカーは展示方法が古い
- 技術展示では、来客が見込めない
- 配布物がボールペンも古い
- 同様の傾向のメーカー（オムロン、村田製作所、三菱電機）



EVモビリティ

- ・今回は自動車メーカーやサプライヤーの出展が減少
メルセデス、BMWのみ例年並み出展
トヨタ、日産、ホンダ、デンソーなどが出展せず、ベトナムメーカーが進出（初）
ステランティスがグループとして出展
- ・社歴5年のスタートアップがVolvoや上海汽車へLiDAR供給など、自動車業界のヒエラルキーの変化を感じる。
- ・自動運転、BEVの主張は少ない（もはや、スタンダード）
BEVは空力デザインが一つの定番か
- ・電動化により周辺サービスが実装段階へ

●自動車

- ・従前CESではインテリアメインの訴求であったが方向性に变化
- ・顧客とのコミュニケーション方法の模索が見られる

●EV周辺産業

- ・充電設備やポータブル電源の出展が増加

●EV 2 輪

- ・新興メーカーがあらたな魅力を訴求



自動車

- Mercedes Benz
- EQSを充電器と共に展示
- これまではインテリア（コックピット）展示が主体であったが今回は車両展示のみ
- 全般的に古典的な展示



自動車

- かつてCESでは各自動車メーカーインテリアの展示に工夫
- デジタルコックピットのフロントコンパートメント展示を期待していたが、、、

Mercedes Benz



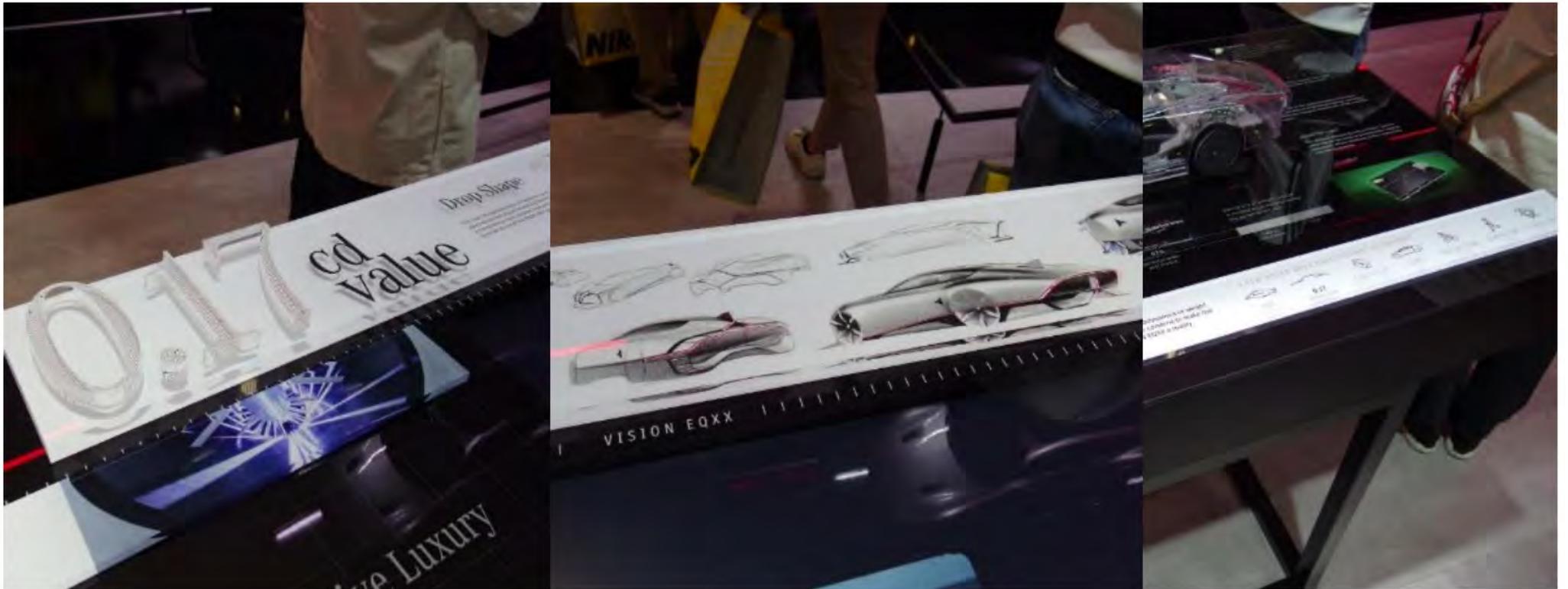
自動車

- Vision EQXX 満充電で1200km走行記録
 - CD値 EQXX: 0.17 ラグビーボール: 0.18 EQS: 0.20 人:0.80
- Mercedes Benz
- 空カスタイルがBEVの一つの型になるか



自動車

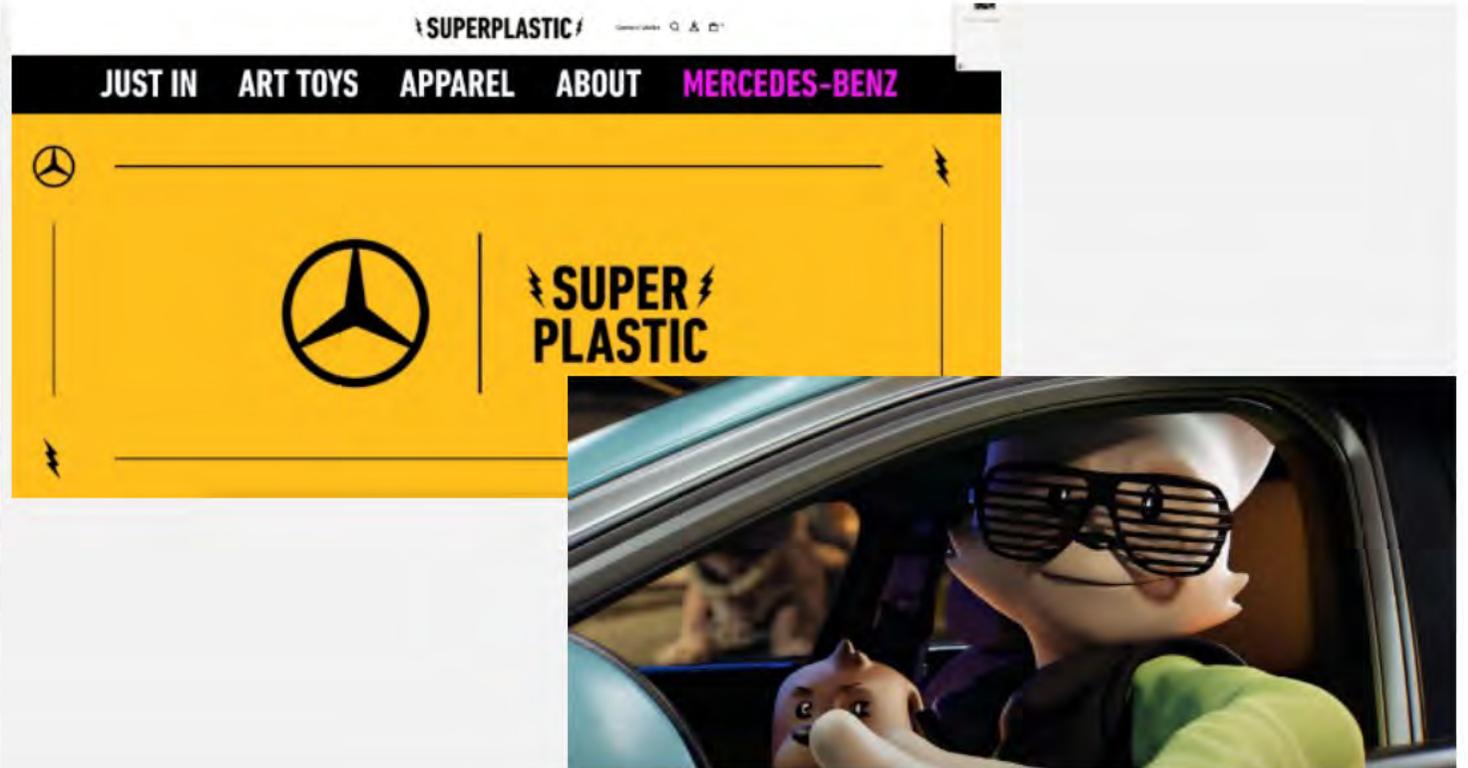
- Vision EQXX 満充電で1200km走行記録
 - CD値 EQXX: 0.17 ラグビーボール: 0.18 EQS: 0.20 人:0.80
- Mercedes Benz
- 空カスタイルがBEVの一つの型になるか



自動車

- SuperPlasticとのコラボレーション SuperPlastic : CGのバーチャルキャラクターでNFTビジネスを手掛ける
- BMW含め、新たな顧客とのコミュニケーションの模索

Mercedes Benz



自動車

BMW

- ・例年通り単独でブースを構える
- ・アトラクションに入っていく印象
- ・テーマ色がイエロー



自動車

BMW

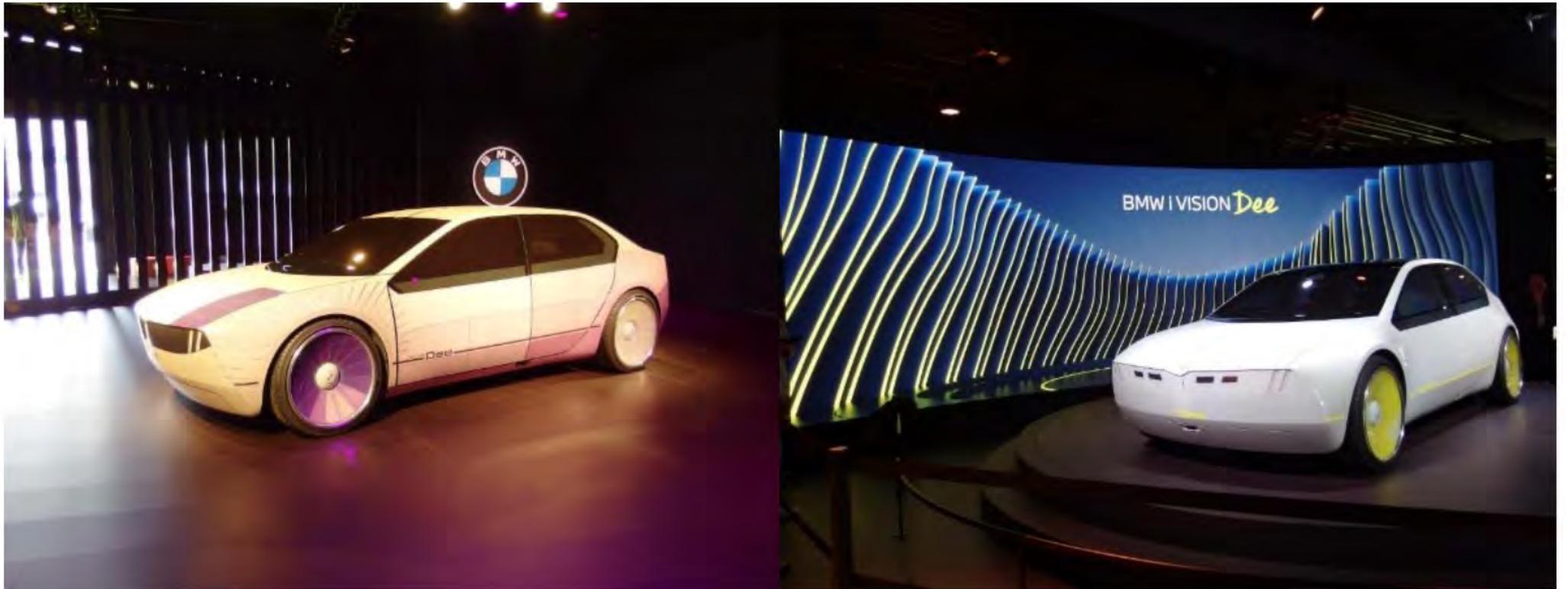
- ・例年通り単独でブースを構える
- ・アトラクションに入っていく印象
- ・テーマ色がイエロー



自動車

BMW

- ・ショーカーは2台
 - 1、ボディ全体がEパネルで色が変わる
 - 2、DLO周辺とフロントグリルが変色する



自動車

BMW

- ・i7
- ・フロントフェイスによる厚み 威圧感が強い
- ・フロントを除くと、安心できるセダンプロポーション



自動車

BMW

- ・インテリアは強い立体感
- ・シート：パーフォレーションも相まって硬質な印象
- ・スイッチ類がタッチパネル多用



自動車

BMW

- ・スイッチ類がクリスタル
- ・タッチパネルの新たな表現
- ・ヘッドランプも一部クリスタルにして表現を合わせている



自動車

BMW

- ・スイッチ類がクリスタル
- ・タッチパネルの新たな表現
- ・ヘッドランプも一部クリスタルにして表現を合わせている



自動車

BMW

- ・リアエンターテインメント
- ・アームレストにスマートフォンサイズの操作パネル
- ・ルーフに横長モニター タッチパネル 前後にも可動



自動車

Stellantis

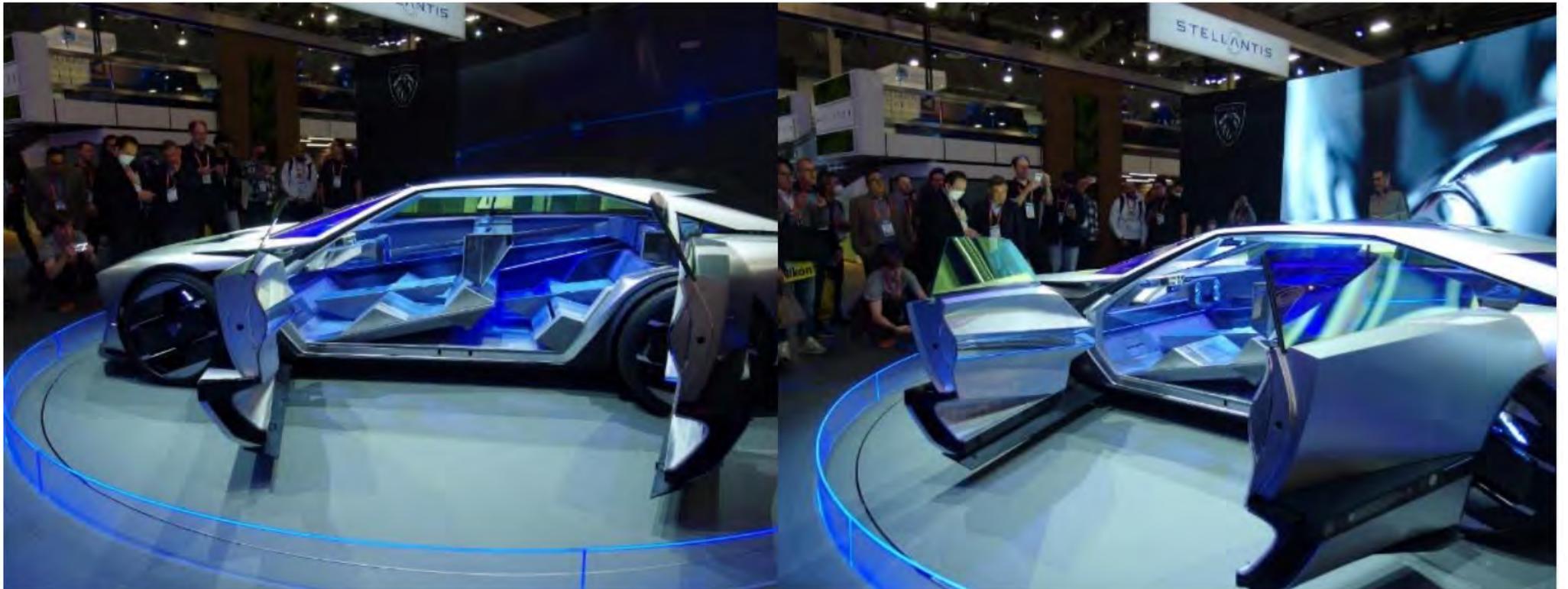
- Peugeot Inception Concept
- ショーカーの意味目的が変わりつつある時代において
本ショーカーの意味はなんだろうか
- CESでは少々浮いている感覚を感じた



自動車

Stellantis

- Peugeot Inception Concept
- ショーカーの意味目的が変わりつつある時代において
本ショーカーの意味はなんだろうか
- CESでは少々浮いている感覚を感じた



自動車

Stellantis

- Dodge RAM BEV Concept
- EV プラットフォームも展示
- トラックの骨格+乗用車サーフェスで魅力的



自動車

Stellantis

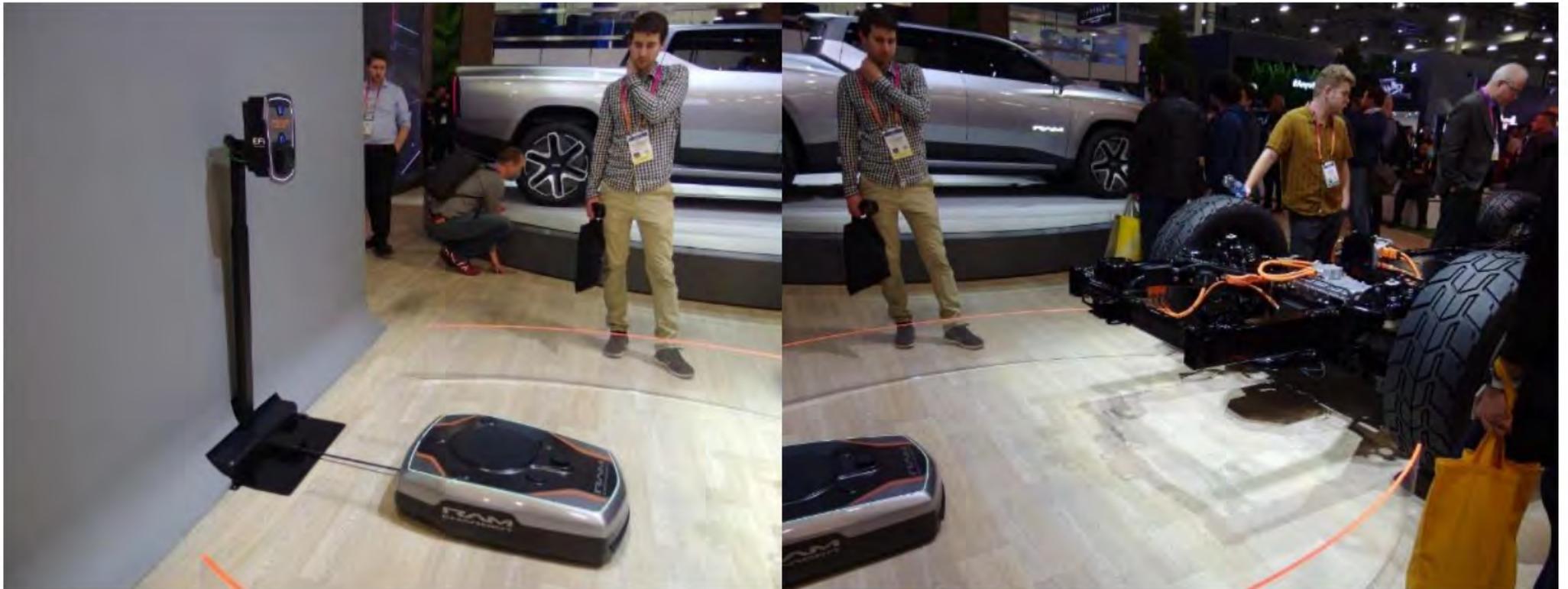
- Dodge RAM BEV Concept
- EV プラットフォームも展示



自動車

- ・無線給電システム展示
- ・ショー用のパフォーマンスであろう

Stellantis



自動車

- ・オランダのEVメーカー
- ・フード、ルーフをソーラーにして給電回数は1/3回に

Lightyear



自動車

Lightyear

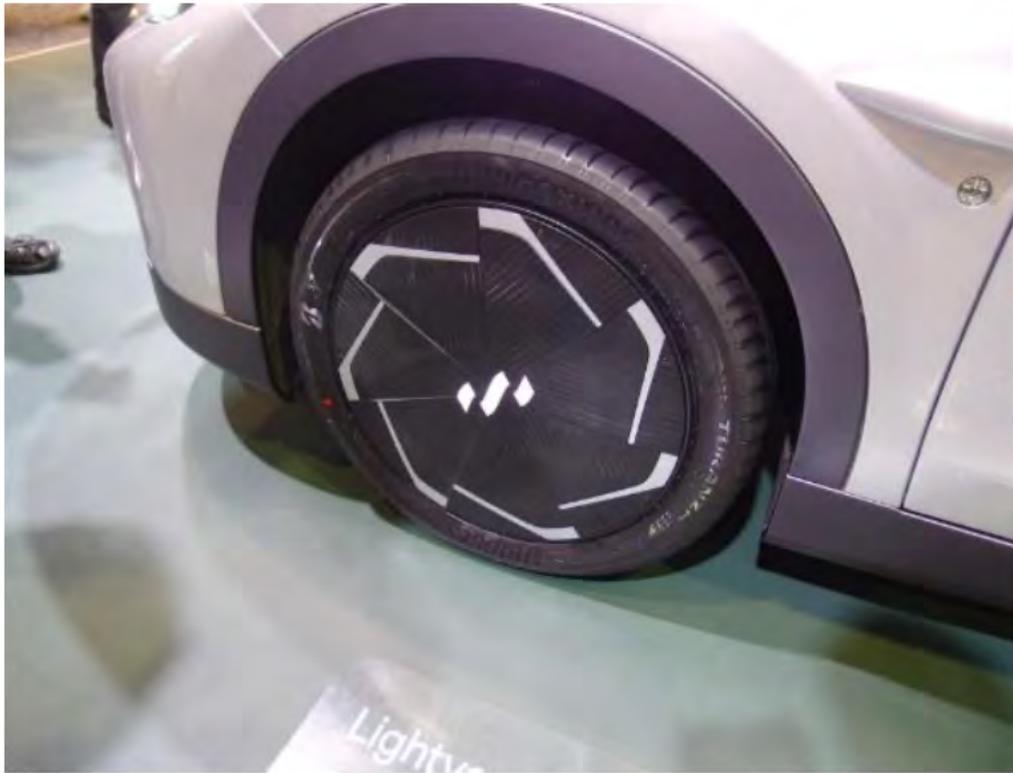
- ・オランダのEVメーカー
- ・フード、ルーフをソーラーにして給電回数は1/3回に
- ・プロポーション写真からはわかりにくいメルセデスEQXXのような空カスタイル



自動車

- ・塗装品質が悪い

Lightyear



自動車

他EV展示

- ・小型の自動運転バスやプラットフォームで上屋載せ替えは定番の展示



自動車

他EV展示

- ・小型の自動運転バスやプラットフォームで上屋載せ替えは定番の展示



自動車

LUMINAR

- ・創業5年のLiDARメーカー
- ・すでに大手自動車メーカーに納入しており、大きなブースで公表
- ・サプライヤーヒエラルキーの変化を感じる



自動車

LUMINAR

- ・創業5年のLiDARメーカー
- ・すでに大手自動車メーカーに納入しており、大きなブースで公表
- ・サプライヤーヒエラルキーの変化を感じる



自動車

VinFast

- ベトナムのEVメーカー
- 他自動車メーカーに負けない大きなブース
- すでに米国で販売
- ベトナムでは数年以内にGDP3000ドル超えると予想されており、自動車社会となる



自動車

VinFast

- ベトナムのEVメーカー
- 他自動車メーカーに負けない大きなブース
- すでに米国で販売
- ベトナムでは数年以内にGDP3000ドル超えると予想されており、自動車社会となる



自動車

Mobileye

- ・かつて、デバイスメーカーは自動運転技術の「ハード」や「パートナー」展示
- ・すでに実装段階のため、展示はイメージ（ブランディング）訴求へ変化
- ・ハード（パーツ等）はブースの片隅で展示



自動車

Mobileye

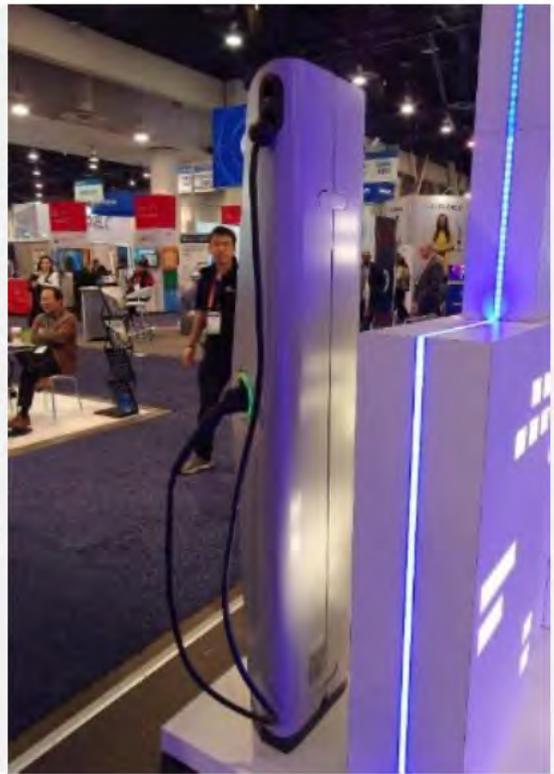
- かつて、デバイスメーカーは自動運転技術の「ハード」や「パートナー」展示
- すでに実装段階のため、展示はイメージ（ブランディング）訴求へ変化
- ハード（パーツ等）はブースの片隅で展示



EV周辺産業

EVBOX

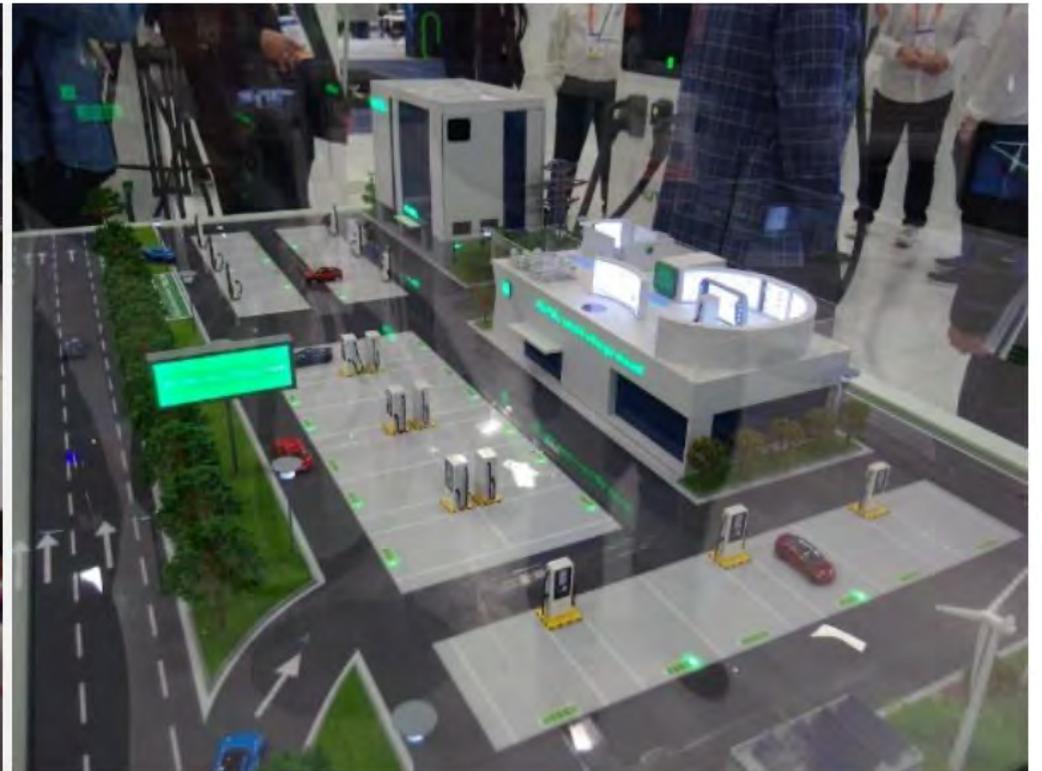
- ・EV充電器
- ・SUSの曲げで制作
- ・箱型板金の充電器が多い中で、板金でできる形状のすばらしさを見ることができた



EV周辺産業

・EV充電器

EVBOX



EV周辺産業

EVBOX

- ・EV充電器
- ・箱型であるが、多くのメーカーがフィレットを多用し質感を上げている



EV周辺産業

- ・EV充電器
- ・箱型であるが、多くのメーカーがフィレットを多用し質感を上げている

PowerElectronics



EV周辺産業

- ・EV充電器
- ・箱型であるが、多くのメーカーがフィレットを多用し質感を上げている

PowerElectronics



EV周辺産業

- ・EV充電器
- ・箱型であるが、多くのメーカーがフィレットを多用し質感を上げている

ABB



EV周辺産業

ENERCAMP

- ・2017創業の韓国スタートアップ
- ・ポータブル電源によるEV充電サービスをすでに実現
- ・テスラでは、1パック6%充電可
- ・モバイルサービスは計画中



EV周辺産業

YOSHINO

- ・他多くのポータブル電源が出展
- ・デザインレベルがとても高い
- ・多くが板金だが、凝った成形をしており質感が高い



EV周辺産業

BLUETTI

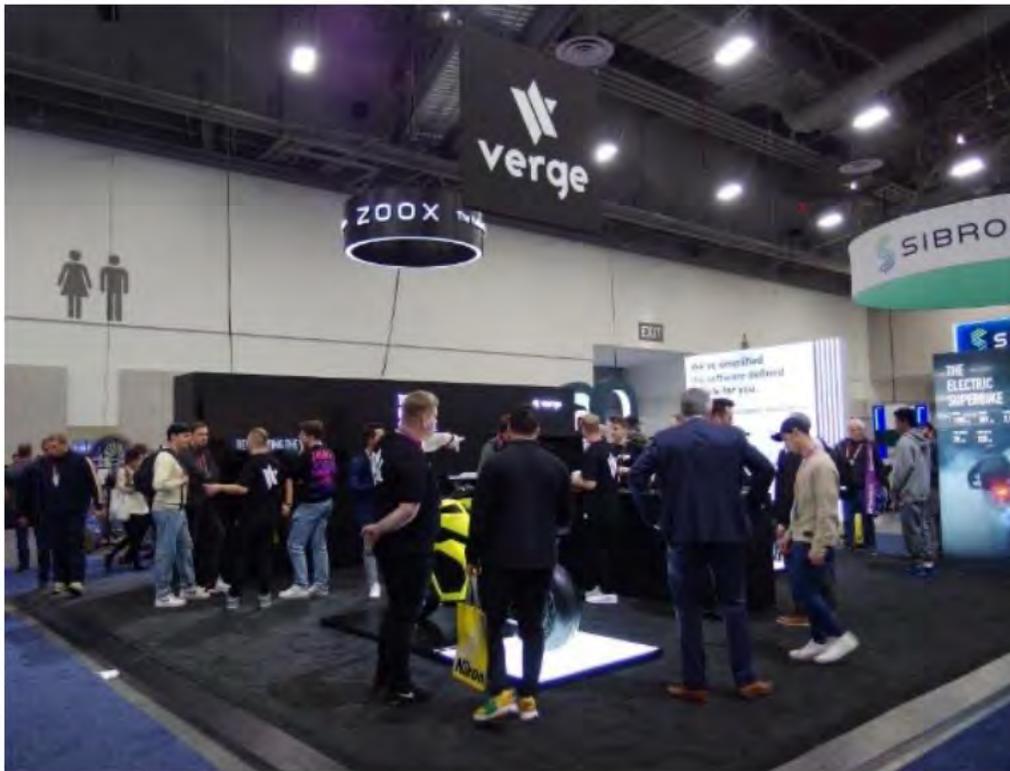
- ・他多くのポータブル電源が出展
- ・デザインレベルがとても高い
- ・多くが板金だが、凝った成形をしており質感が高い



EV 2輪

VERGE

- EV Super Bike
- リアがマグネティックホイール
- まるでトロンの世界を実現したかのよう
- すでにプロダクション バックオーダーあり



EV 2 輪

VERGE

- EV Super Bike
- リアがマグネティックホイール
- まるでトロンの世界を実現したかのよう
- すでにプロダクション バックオーダーあり



EV 2輪

VERGE

- EV Super Bike
- リアがマグネティックホイール
- まるでトロンの世界を実現したかのよう
- すでにプロダクション バックオーダーあり



EV 2輪

DAVINCI

- EV Super Bike
- デザインが目を引くが、またぐとニーグリップができず乗りにくい
- 北京の会社



EV 2輪

DAVINCI

- EV Super Bike
- デザインが目を引くが、またぐとニーグリップができず乗りにくい
- 北京の会社



産業プロダクト・ロボティクス

- ・産業プロダクト、ロボティクスは数カテゴリーに分類され各カテゴリーにおいて進化を遂げている。
- ・キーテクノロジーはセンシング
- ・センシングにより自動化が進み、人の操作では得られない安定動作を実現

●タイヤ走行ロボ

- ・宅配ロボ 芝刈り機 水中掃除ロボ等 単一業務支援

●4つ脚ロボ

- ・ボストンダイナミックスタイプを各社が研究（模倣？）

●アームロボ

- ・人の腕、手の動作の代替え

●推進ロボ

- ・水中移動がメイン

●e-VTOL

- ・ドローンによる次世代の物流、人の移動



産業プロダクト・ロボティクス

タイヤ走行ロボ

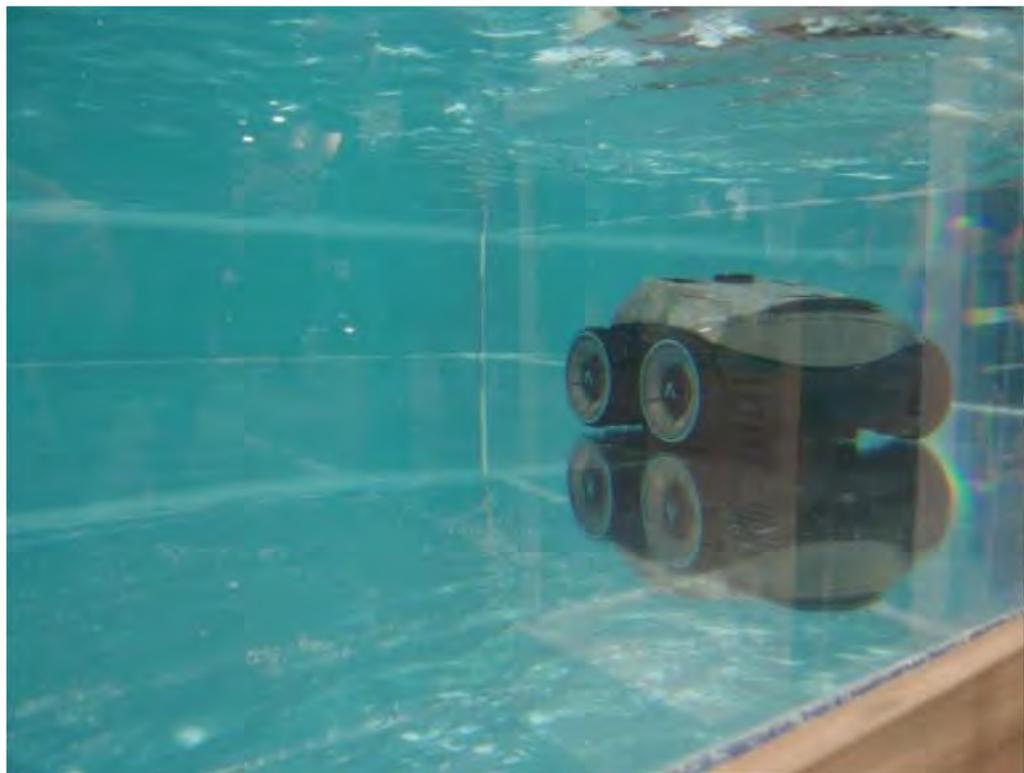
- ・ 宅配ロボは定型化 多くの企業が出展
- ・ 掃除、芝刈り機などバリエーション変化
- ・ 高いプロダクトデザイン品質
- ・ ブランディングを実践

日本の事例
ZMP株式会社



産業プロダクト・ロボティクス

- タイヤ走行ロボ
- ・陸上や水中でも活躍
 - ・超大型産業モビリティも無人操作
 - ・特定用途における自動化が進む



産業プロダクト・ロボティクス

- ・ボストンダイナミックスタイプが主流で多くのブースが展示
- ・知財はどのようになっているのか

4脚ロボ



産業プロダクト・ロボティクス

アームロボ

- ・アームロボは間接の回転で人の腕の代替え動作
- ・向上のロボットでおなじみ
- ・アーム部はアセットのひとつになっており、様々なアプリケーション展開



産業プロダクト・ロボティクス

推進ロボ

- ・原子力推進艇のコンセプトモデル
- ・救命器具
- ・電動化された船外機



産業プロダクト・ロボティクス

- ・ Urtla light plane カテゴリでパイロット免許不要の有人ドローン
- ・ CES会場で飛行デモンストレーション実施の様様

eVTOL



ヘルステック

- ・ 特別に意識することなく、日常の行為で実施可能なヘルスケア
プロダクトやサービスが増加
- ・ タブーの領域に挑戦するスタートアップもあり

●簡易尿検査

- ・ 日常の排尿のみで尿の状態をスキャンング

●不妊対策

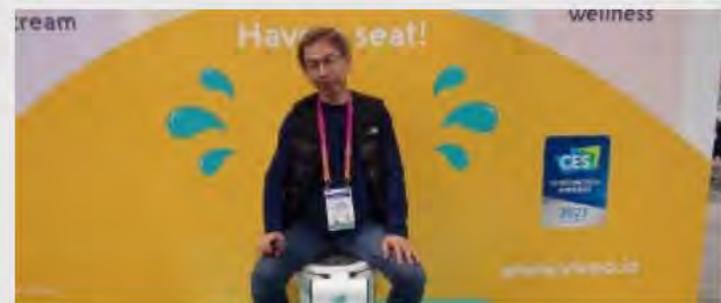
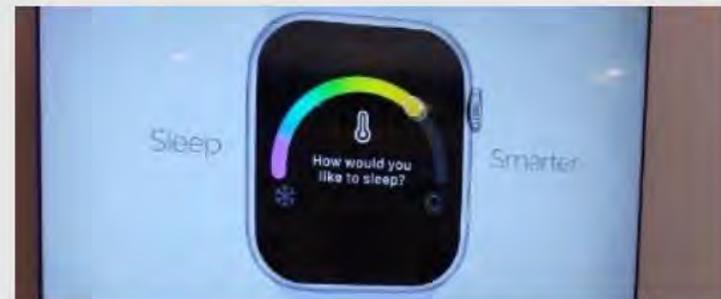
- ・ 精子量とスピードをスマホでチェック

●スリープテック

- ・ ベッドの部位毎の温度をセンシングし快適温度に最適化

●スキャナー

- ・ 眼球状態をスキャンし、メガネレンズを細かくカスタマイズ



ヘルステック

尿検査

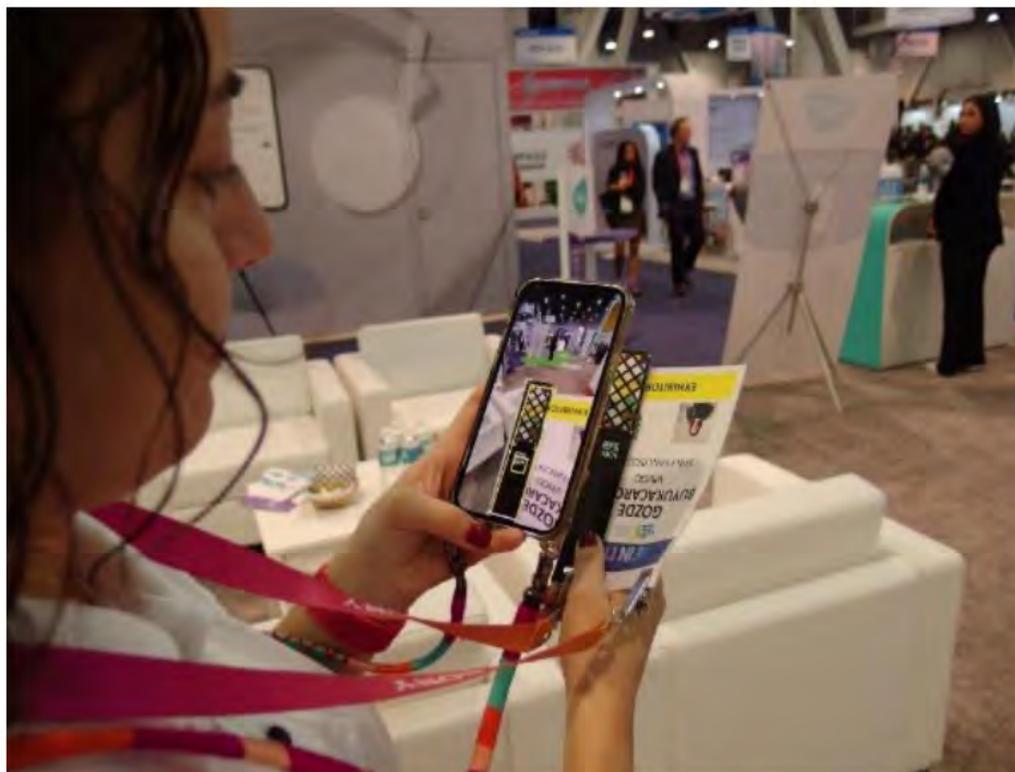
- ・フランス発の簡易尿検査
- ・機能毎の複数カートリッジ内蔵し、尿の状態をWi-Fi経由でアプリ診断
- ・毎日の健康管理に加え、以上があればデータ医師へ送ることも可能
- ・検査の手間が省け、すぐに結果が分かる



ヘルステック

尿検査

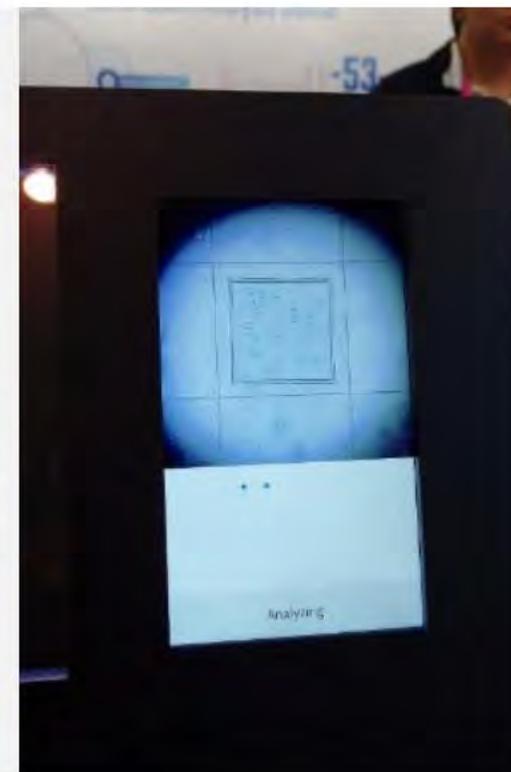
- ・こちらは検体を濡らし、スマホでスキャン方式
- ・トイレカートリッジセンサー式もあり
- ・これらも、検体を送る手間はなくすぐに結果が分かる



ヘルステック

不妊対策

- ・ 1973年に比べ、2019年では精子量が53%減とのこと
- ・ 精子のスピードと量をスマホで検査できるキット
- ・ 不妊検査において、男性がクリニックで検査を受けるハードルを下げる役割がありそう



ヘルステック

スリープテック
アイスキャン

- ・左：ベッド各部をセンシングし、睡眠に最適なベッドの状態を作る
- ・右：スマホで目の状態を撮影し、メガネレンズの処方箋をつくる



フードテック

- ・ 出展20社程度 小規模
- ・ Foodtech エリア以外にも出展あり
(他エリアの方がハイレベル)
- ・ 自動調理はYo-kai Expressのみ
- ・ 自動調理系は少なくビーガン材料やクッキング支援にとどまる

● 食物スキャン

- ・ 食物をスキャンし、カロリーや栄養素を解析

● 自動調理ロボット

- ・ Yo-kai Express のみ
- ・ ノードルを自動調理

● 調理支援

- ・ 指示通りに材料を順番に投入
- ・ 温度管理は機器が自動で行う。



FoodTech

NUVILAB

- Foodtech以外で出展
- 2D scanで材料判別 3D scanで質量判別
- 社員食堂等での使用を想定



FoodTech

- Yo-kai Express
- ・ 90秒で調理
 - ・ ゆで、盛り付けを自動でやっている
 - ・ デモンストレーション見る予定がタイミング合わず



FoodTech

GURU

- ・調理支援
- ・指示に合わせて材料を投入
- ・温度管理や時間はオート



FoodTech



FoodTech

- ・調理器具の域の出店
- ・ビーガン用代替材料

その他



FoodTech

CLOUTEA

- ドリンクロボット
- 既存と思われるアームとオリジナルパーツ組み合わせ
- 高い質感
- レバーを動かすなどの細かい動きはできていない
- ロボティクスで出展



FoodTech



まとめ

- ・ 3年ぶりの視察では、コロナ禍を超えた展示会の価値を感じた。
まずは多くの人々がリアル集まり、話し、展示物を現物大の大きさで見触れられるありがたさであった。
直接の会話のみならず、周りから聞こえてくる会話や視線、行動により、皆が今何に関心を抱いているのかが手に取るようにわかることである。これらの一次情報は我々デザイン研究者にとっては、ウェブやオンラインでは得られない資産であることを改めて認識した。
- ・ 展示においては、モノの魅力（プロダクトデザイン）の訴求はもはや基礎体力であり、多くの企業はそれらを通し顧客とどのようにコミュニケーションを実現するかに関心はシフトしているようである。
例えば、Samsungは家電の魅力伝達より、全体の世界観を訴求する展示となっており、BMWはクルマを展示舞台としたコミュニケーションの実験場である。
- ・ テクノロジーはセンシング技術を基盤に、ダイナミックかつ正確な動きで驚きを誘ったり、人々が意識しないレベルで自動化を行い、我々の所作数を減らし有益な情報をもたらしてくれる。
例えばフードロボは社会課題解決手段のみならずその正確な動きに関心させられるし、SonyHondaのAFEELAは人が近づくと自動でドアが開き、あたかもモノに人格を宿っているように思わせる意図があるそうである。
- ・ 個別の分野に言及すると、EVモビリティでは自動車そのものよりも、周辺ビジネスが勃興している。
特にバッテリーサービスや充電器などインフラの豊富な選択肢が、今後EVユーザーの満足度に大きく関係するであろう。
- ・ ヘルステックも成長著しく、またデザインレベルも高い分野である。日々の生活の中で特別な所作を必要とせず健康管理ができる製品とサービスは、我々の日常にさらに溶け込んでくるものと思われる。