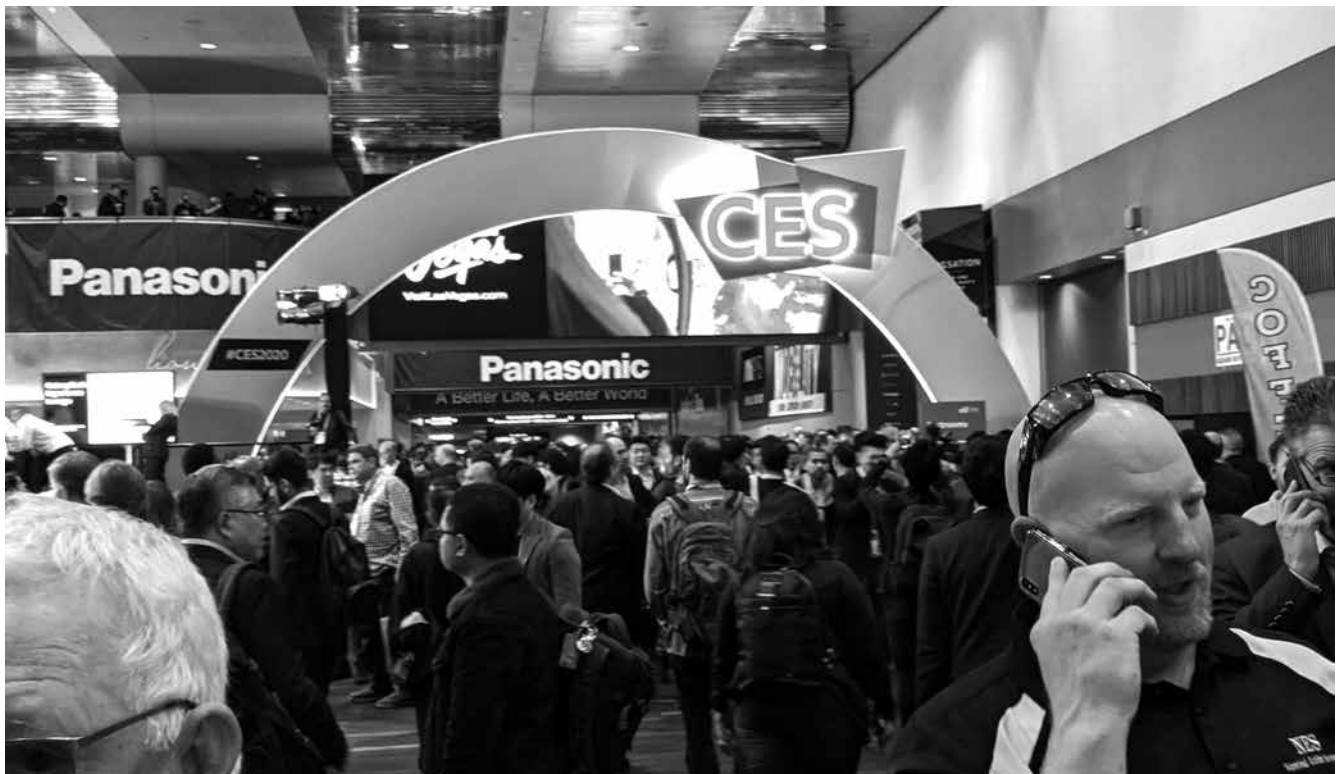


次はこれだ!

「食」×(AI+デジタル)=本格化の気配

1月7日から始まったCES 2020。米ラスベガスのCES会場に、新たなメッセージの胎動をつかむために全世界から17万人が集まった。最前線で何を見つけたか。そのあたりを編集部レポート、5人のオピニオンリーダーが寄稿したほぼ1,000字コメント(35ページ〜)、注目の新サービス「Quibi」(39ページ)、新サービス発表をCESで行ったSOMPOひまわり生命保険(40ページ)、連載118回・Mr. Tedのアメリカ最新メディア速報「CES会場から」(41ページ〜)で紹介する。

(企画・文:吉井 勇・本誌編集部)



CESだ〜!

トヨタとソニーが示した 「ビジョンへの文脈」

前号(3月号)18~19ページに掲載した、2017年にCES主催者CTAが50回を記念してまとめたテクノロジーの系譜を見ると、ニューヨークで1967年にConsumer Electronics Showとして始まり、当時はコンピュータマウスや、インターネットの原型であるARPANETなどが登場。1970年代は家庭用VTRやビデオゲーム、1980年代からパソコンが話題となり、

CDやDVDなどが会場を席卷。そして1990年代の後半、液晶やプラズマによる薄型テレビと放送のデジタル化という流れに突入する。2000年あたりから携帯電話にカメラが付き、2007年のiPhone登場でスマートフォンの爆発へつながる。テレビは3Dが話題となるが不発に終わり、4Kへと進んできたのである。2010年代後半、会場に登場したのがクルマで、自動運転技術がAIの進化と重なってリードしている。

CESは、モノを構成する技術を中心に進んできたが、今回はモノをつなげるビジョンの提

示という新たな展開を迎えた。トヨタの豊田章男社長がアピールした東富士で行う「Woven City(ウーブン・シティ)」プロジェクトがそれを象徴する。バラバラに進んでいる開発を、一つの場所で、リアルな生活がある中で行うという。そこには「人々の暮らしをどう変えるか」という文脈をベースに、多くの企業の技術チャレンジを実体験しようという狙いがあり、富士のふもとにふさわしい気高い提唱に会場は沸いた。

ソニーからも同様の考えが出た。イメージング・センシング技術を軸に、AIやネットワー