Korea Electronics Show 2012 (KES2012)

ソウル支社　稲垣 佐知也

10/9（火）から 10/11（木）、韓国の KINTEX（展示会場）にてタイトルの展示会が行われました。KES は半導体・ディスプレイ部門の展示会を 2008 年から統合し、部品から完成品まで幅広い展示ポートフォリオを構築しております。2012 年の今回は 30 カ国が参加し、携帯・半導体・ディスプレイなどを含む、Wearable Computing 、Green IT、教育用デジタルキット、E-Health など。次世代の Conversions Solution を体験できる、という触れ込みであり、私も韓国の産業動向を垣間見るために訪れました。そこで気付いたことを幾つか記したいと思います。

まず、サムスン、LG の突出です。ディスプレイ、スマートフォン絡みの展示が他社と比較して圧倒的でした。といっても、ディスプレイなどはこの 2 社しか出展していないのですが、液晶はもとより、3D TV、開発・製品化を進めている大型有機 EL ディスプレイまで、ありとあらゆるディスプレイが展示され、また、これらのディスプレイが搭載された TV、スマートフォン等のアプリケーションの体験ゾーンまで準備され、この 2 社の展示ゾーンだけ、他の展示会に来ているようでした。通常、展示場では奥の方に目玉となる企業の展示スペースがあると思いますが、本展示場ではこのスペースをサムスンと LG が二分する形で製品の展示と体験がそれぞれ楽しめるような作りになっておりました。個人的な感想ではありますが、有機 EL の解像度は素晴らしく、3D とは異なる奥行き感があり、小さな箱庭を眺めているような感覚でした。やはりこの画像で映画やスポーツなどを楽しめたら臨場感があるのだろうな、と感じました。

この 2 社以外、大きな展示スペースを得ていたのは SK ハイニックス程度であり、その他は中規模のスペースが僅かにある程度で、残りは最小スペースの展示ブースが並んでいるという状態。これが物語っているのは、やはり「中堅企業の不在」です。日本と韓国で決定的に異なるのはこの中堅企業の存在です。日本では中堅レベルの企業であっても、その業界では「世界シェアトップ！」というような企業がたくさんいます。シェアは少なくとも「オンリーワン」技術・製品を持つ企業も少なくありません。これらの企業はそれなりの事業規模を有しているため、こうした展示会場でも中規模の展示スペースで存在感を示しております。一方の韓国。そうした企業が皆無というわけではありませんが、やはり「キラリと光る」何か、を有している企業は圧倒的に少ないと思います。

多くの企業がサムスン、LG 等の財閥系企業への販売頼み、ということもあり、今後、韓国の部品・素材メーカーがさらに成長していくためには、他国の企業に関心を持ってもらえる製品を開拓していかなければならないでしょう。

本展示会には少なからず日系企業も参加しておりました。元々韓国に拠点を有している企業がほと

んどではありましたが、多くが韓国での拠点をベースに、韓国のインフラ環境を生かし、さらに第三国へ展開していこうという中・長期的な戦略を描いているようでした。

さて、大手電機メーカーでは唯一パナソニックが展示しており、サムスン、LG 並みとはいきませんが、第 3 位レベルでの展示スペースを確保していました。パナソニックの展示で面白いな、と感じたものは TV の展示が一つのみで、残りは小型携帯端末機器やヘルスケア関連の製品でした。

既に新聞等で以前から発表されていますが、ソニー、パナソニックなどは TV 事業を縮小しており、白物家電や電子デバイスなど、自社の強みに経営資源を集中させておりますが、パナソニックの展示物からはそのような意識を感じられました。例えば、ヘルスケア製品では乗馬フィットネス機器「ジョーバ」とマッサージチェア（ソファ）が展示されていましたが、こうした製品は韓国では少なく、多くの来場者が実際に体験を楽しんでいました（マッサージチェアでただ休んでいただけかも知れませんが…）。

もちろん、こうした製品は TV のように一家に一台ではなく大量な需要にはなりませんが、他社にはない製品であり、また、日本語で言うところの「かゆいところに手が届く」「痒くなる前にかいてくれる」といった、非常に繊細で細かな動きができ、使い勝手の良さが消費者の心を掴むのではないか、と考えます。

一点、残念だったのは中途半端なプラズマ TV の展示。屋外、かつ明るい場所での展示では薄暗く、ぼんやりとしか見えないのは誰でも知っているなか、サムスン、LG がギラギラ光る大画面有機 EL を展示している状況で、見た目には「数世代前の TV」のような感じで、逆効果ではないのかと思いました…

韓国は市場としては日本の 2 分の 1 から 3 分の 1 であり、隣には中国、そして成長著しい東南アジアの存在もあり、優先順位の高い、注力市場ではないと思いますが、幾つかの製品において韓国メーカーに遅れをとり始めている状況で、韓国メーカーとはまた別の土俵で、異なる視点を持った製品を韓国で展示し、「日本企業、ここにあり！」というのをもっと多く、見せて欲しかったと感じた展示会でした。

執筆者略歴：稲垣佐知也
2000 年、㈱矢野経済研究所入社。レーザーや LED、光通信用部品、レンズといったオプトロニクス分野、コンデンサ、PCB、水晶デバイスなど電子部品など、エレクトロニクス関連の部品市場に関して一貫して調査研究を実施。近年はリチウムイオン電池を中心にエネルギー関連の調査をメインに担当。