

PMA@CES 2013 報告

日本カメラ博物館 運営委員

市川 泰憲

PMA と CES の関係

「PMA@CES2013」は「インターナショナルCES2013」と併催であり、2013年で2回目の開催となる。CESの初回は1967年だが、2013年は事務局によると展示面積は過去46年の歴史上最大の192万平方フィートで、前年より6万フィート増、展示社数は約3,250社、2万点以上の新製品が発表され、入場者数は海外170カ国からの約3万5千人を含めて約15万人が訪れたという。

前年CES2012の入場者数は、PMA事務局の関係者によれば、さらにその前年2011年に比べPMA@CESが加わり約2万人の増があり、これらの数を導き出したのにはPMA関連の企業の影響があるだろうとみている。

実際PMAにとってみれば、デジタルカメラに引き続きアクセサリー類が電子機器化していくのは事実であって、2010年におけるキヤノンの不参加などに加え、2011年の2度の延期により事実上の休止などもあったし、CESとの併催も現実的な解決方法のようだ

が、逆にCESのレベルでみると、昨年までキーノートスピーチを行い、メイン会場の一番目立つ場所を陣取っていたマイクロソフト社が2013年は不参加だということも気になる部分だ。いずれにしてもCESにとって、少なくともカメラメーカーが加わったこと、さらには家電メーカーでもカメラコーナーに力が入ることは、会場をコンシューマー用の製品で華やかにさせていることは間違いがないので、今後ともPMAとCESの関係は協調路線で行くことは間違いなさだろう。

また、2012年9月に開催されたドイツ「フォトキナ」における各社新製品の活発な発表、また日本における「CP+2013」を直後に控えた「PMA@CES2013」の開催は、新製品発表という点では大物の登場はなかったが、いくつかの注目すべき新しい動きがあった。それらを単に個別の製品としてだけではなく、もうひとつ大きな枠に集約して、横断的に眺めて見ることも意義あることだと考える。

- 1) PMA@CES; 2013年1月8日～11日、ラスベガス
- 2) PMA; Photo Marketing Association
- 3) CES; Consumer Electronics Show



PMA@CESの会場入り口。全体的に警備は厳しく、出入りは首から下げているIDカードを必ず確認される



人が少ないのは、初日に開場と同時に入り、撮影したためだが、会期を通してPMA側は少ない感じはぬくえない



ポラロイドブランドのカメラだけでなくブースそのものが大々的に復活した



時間を決めて定時に製品の解説を行っていたが、内容的にはパンフレットの域をでていなかった

ポラロイドカメラの復活

今回のPMA@CES2013で最も注目したのは、ポラロイドブランドのブースとカメラが復活したことだ。ここであえてポラロイドブランドのとしたのは、2008年に米国で破産したポラロイド社が復活したのでなく、ポラロイドブランドのデジタルカメラが、しかもレンズ交換式で、またポラロイド製品単独でブースを立派に構えていたことが注目した点である。ポラロイド社が破産した後、いままでもポラロイドブランドのカメラはSummit Global社が、フィルムはTHE IMPOSSIBLE PROJECTなどが手がけてきたが、今回のポラロイドとは異なるようだ。

しかし、CESの会場を見て歩くと、ポラロイドブースのすぐ近くにポラロイド製品を展示している別の会社の存在に気がつく。SAKAR(サカール)だ、同社の会場での展示



アンドロイドOSを搭載したレンズ交換式の「Polaroid iM1836」。10～30mmのズーム、245mmの望遠、50mmのPrimeと3本の交換レンズが用意されている



電気接点は26個。ボディ側撮像素子のようなもの、レンズ後部光学ガラスのようなものはすべてダミーである

を見ていると、写真関係ではPolaroid、Vivitar(ビビター)、さらにはKodakなどの商標権を持っているのがわかる。このほか日本でも知られているブランドとしては、Warner Bros.(ワーナー・ブラザース)、Hello Kitty(ハロー・キティー)、Disney(ディズニー)、Betty(ベティーちゃん)などがあり、その数は50を下らない。

このうちビビターは、1970年代のアメリカを代表する光学機器メーカーであり、多くの日本の交換レンズやカメラメーカーがVivitarブランドで、交換レンズやカメラをOEM供給していたことは知られている。余談だが、当時、ビビターは中央光学研究所をもち、当時、日本におけるタムロン90mmマクロ、500mmミラーレンズ開発思想の先駆けともいえる企業であった。1996年には日本のプラザクリエイトの大島康広氏がこのビビター社やサイカラー社を買収。その勢いで



ビビターというか、サカールの受付。かなり派手なことが好きな会社で、シャンパン、ケーキなどを振舞っていた



ビビターのブースに、コダックの棚もできていた

翌1997年にはオリエンタル写真工業に資本参加したが、いずれも長くは続かなかった。

サカールのブースでは、最新ポラロイドカメラを飾ってあったが、ビビター、ポラロイドとも75周年ということを楽しみに打ち出していた。別に設けられたポラロイドブースでは、歴史のあるポラロイド社を引き継いでいることを見せるためだろうか、第二次大戦中にパットン将軍が愛用したという歴史的なポラロイド社製の「全天候型偏光ゴーグル」、1948年発売の初のインスタントカメラ「ポラロイド・ランド95」、1972年に発売された魔法のカメラアラジンと呼ばれた「ポラロイドSX-70」をはじめ数々の旧ポラロイド時代のプリントを並べるなど、正統派をアピールしていた。さらに加えるならば、ポラロイドブースの隣はキヤノンというように、会場配置をも考慮したCESデビューであった。

新製品展示のメインはアンドロイドOSを



最も力が入っているのがハロー・キティーで、ポラロイド、コダックも重要商品のような。このほかに、スーパーマン、ディズニー、ベティちゃん、ゴールデンバットなど50アイテムは下らないようだ



最近のコダック製品にはなかったアマチュア写真用品だ

搭載したレンズ交換式の「Polaroid iM 1836」で、10～30mmのズーム他、245mm望遠、50mmのPrimeと3本の交換レンズが用意されている。このカメラの面白いのは、イメージセンサーが交換レンズの中に組み込まれていることで、10～30mmズームには1型の撮像素子が使われているという。そして興味あるのは、ボディとレンズを切り離れた時に、レンズ後部ガラス、撮像素子のように見えるのはすべてダミーであり、レンズボディ間の信号やり取りのために設けられている電気接点は26個もある。そして、マイクロフォーサーズの交換レンズが使用できるようになるマウントアダプターが用意されるという。そうだとすると、撮像素子はマウントアダプターの中に組み込まれるのだろう。第2四半期には349ドルで発売されるとしている。

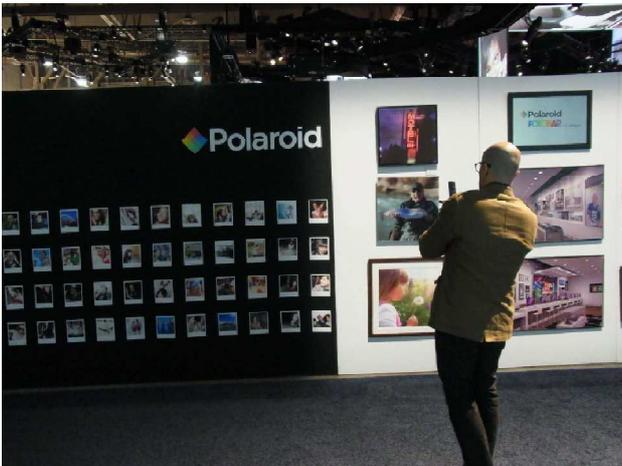
このほかにマイクロフォーサーズ規格の「Polaroid iM1030/iM1232」が、10～30mm



第二次大戦中のポラロイド社製「全天候型偏光ゴーグル」



富士フィルムのインスタントカメラチェキがポラロイド名で販売されている。プリントの裏もPolaroidと記されてる



壁はかつてのスクエアサイズのポラロイドイメージで構成
ズームレンズ搭載で、18.1メガピクセル撮像素子、背面3.5”LCDディスプレイ、HDMI output、自動瞬き検出、パノラマ機能などがあり、第2四半期に\$349で発売となって、写真入りでパンフレットで紹介されていたが、現物はなかった。いずれにしてもこの2種のカメラは、ブースにいた担当者によれば日本でも発売するというが、製品化に向けてどこまで現実味があるのかということ、マイクロフォーサーズ規格であれば、日本メーカーとの関係もでてくるわけで、ライセンスはどうなるのだろうかという気になる。

コダックブランドの行方

2012年フォトキナでイーストマン・コダック社は、コンシューマーイメージング部門の売り先を探していると社長のLaura G. Quatela氏は話していたが、それ以前にはデジタルカメラの特許群を売却などと話



ポラロイドの隣はキャノン。ブース設置にも配慮がある

題には事欠かないが、PMAのプラチナスポンサーにコダックが、ゴールドスポンサーにはキャノンがなっていたことに注目した。

PMAすなわちアメリカの写真業界団体のメインスポンサーが、いままもイーストマン・コダック社であり、サブスポンサーがキャノンだということもなかなか象徴的だった。かつてとこれからのアメリカ写真市場の盟主といったところだろうか。PMAの日本人スタッフに聞くと、こういう時期でもコダックはお金をだしてくれるのだという。

さらに今回のPMA@CESでは、思わぬことに気がついた。それは、いろいろなブースを見て歩いてもコダックのブースが見当たらない。出展社一覧で調べてみると、PMAコーナーにあるはずだが、ざっと見渡しても見つからない。結局、コマ番地を頼りに探し当てたら、何と展示部屋の片隅に小さな名札がついている仮設事務所のような部屋がコ

ダックのブースだった。唯一の日本人スタッフである常務執行役員の飯島栄三氏(コンシューマービジネス本部長兼ビジネスパートナー本部長)にコンシューマー部門の売却の話聞いてみると、そろそろ月末までには売却先が発表されるという。

そこで、改めてコダックのホームページを見ると2013年1月7日付で『コダックとJK Imagingがコンシューマー向けデジタル製品のブランドライセンス契約を発表』となっている。それによると、イーストマン・コダック社とJK Imaging社は、JK Imaging社がデジタルカメラ、ポケットビデオカメラ、ポータブルプロジェクターなどのコンシューマー向け製品にコダックの商標名を使用する複数年契約を締結したことを発表している。JK Imaging社CEOのジョー・アティック氏は、コンシューマー向けのイメージング機器や家電製品を専門とする世界的なサプライヤー、JA Capital Holdings社の会長も兼務しているということだ。同社は、2013年度第2四半期に最初の製品を発表する予定となっている。

そのJK Imagingという会社は初耳だが、ポラロイドの項で記したSAKARと今回のJK Imagingの関係はまったく触れられていない。すでにサカールの展示を見ると、コダック社のコーポレートカラーである黄色のパッケージとKodakのロゴを使った、交換レンズ、ストロボ、三脚などを始めとしたさま



イーストマン・コダック社のブース(フォトキナ2012にて)



奥まで左3部屋がイーストマン・コダック社のブース(PMA@CES 2013にて)

ざまな写真用品が展示されていた。

SAKARとJK Imagingとはグループ企業なのだろうか。この疑問が解けるのには、さほど時間はかからなかった。写真映像経営者協会の“JPEA情報”2月5日号に米国在住のJPEA顧問であるジェームスL. チャン氏が情報を寄せている。『コダックブランドのライセンスを所有している「JK Imaging」はミステリーに満ちている』と題して、「Photo Counter」は次のような事実を掘り出した。JK Imagingは2012年10月に設立された新興企業。そのCEOはJoe Atick氏で、リンクトインのプロフィールはJA Capital Holdingの会長でもあり、南米でソニーとオリンパスの電子機器を扱っているJaacx Distributors Corp.のトップでもある。またGEブランドの、カメラブランドを独占ライセンス所有しているGeneral Imagingのオフィス所在地はJK Imagingと同じである、というのだ。これで、



General ImagingはGEブランドに加え、AGFA PHOTOブランドでもビジネスを展開し始めた(CP+ 2013にて)



すでにインクジェットペーパーのコダックブランドは元社員が経営する Paper Trade Network LLC に売られている。ペーパーの製造は中国企業である (Photokina2012にて)

JK ImagingとGeneral Imagingが関係ありそうだということが分かった。しかし、サカール社との関係がよくわからない。

そこで改めてサカール社のホームページに行くと、1月9日付のニュースリリースで『2012年発表のコダックのデジタルメディア製品に加え、今年はコダックのカメラと写真アクセサリーの広大な新ラインナップのデビューを発表』と発表している。取扱い商品は長年のコダックファンに合わせたコンピュータ周辺機器、デジタルフォトアクセサリーに加え、新規にウェブカメラなどのコンピュータ周辺機器、デジタルフォトフレーム、バードウォッチングやオペラグラスなどの双眼鏡、カメラ・レンズケース、ストラップ、三脚、フィルター、レンズやキャップ、シャッターリリース、液晶プロテクター、LEDのビデオライトなどがあげられている。ホームページによると、サカール社の設立は1977年で、本社は米国ニュージャージーにあり、社長はJeff Saka氏だ。

これで判明したのが、1月7日付でコダックとJK Imagingが消費者向けのコダックブランドの売却が成立したのを発表、1月9日付でコダックブランドを付けた写真関連の消費者製品を扱うとサカール社が発表しているが、すでに1月8日のCESオープンの時点でコダックブランドの写真用品は会場に展示されていたのだから、コ



ケンコー・トキナーが販売するコダックブランドのインクジェットペーパー。EK社のライセンスのもとPaper Trade Network LLCが中国で製造と記してある (CP+2013にて)

ダック・JKイメージング・サカールはかなり関係があるとみてよいだろう。

AVレポートの吉岡氏によれば、このJKイメージングは、JA Capital Holdingと台湾の亜州光学の合併会社で、亜州光学はすでにポラロイド、アグファ、ゼネラルイメージングの使用権も所有しているという。

なお、イーストマン・コダック社は、コンシューマー部門のブランドを売り渡して、今後は印刷関係のB to Bを主体とした企業を目指し、世界中で社員数は1万人ほどいるようで、まだまだ十分な大企業である。

マイクロ4/3グループの仲間づくり

ここで、CESの話題から少し離れることにする。オリンパスイメージングは、31日からパシフィコ横浜で開かれる『CP+2013』の開催を目前に控えた1月21日に、オーストラリアのBlackmagic Design社 (Blackmagic Design Pty. Ltd.)、アメリカのJK Imaging社 (JK Imaging Ltd.)、日本の株式会社フォトロン、ドイツのSVS-VISTEK社 (SVS-VISTEK GmbH)、そして日本の株式会社ビュープラスなど5社が規格に賛同し、今後これに準拠した製品を発表するとアナウンスした。

マイクロフォーサーズ規格は、オリンパスとパナソニックが2008年に共同開発し、賛同企業を募ってきたが、すでにアストロデザイン、カール・ツァイス、コシナ、ケン



タムロンがM4/3マウント用に初めて開発した14～150mm F3.5-5.8 Di VC (Model C001)、35mm判相当28～300mmとなるので、専業のこだわりを見せている(CP+2013にて)



コシナはM4/3マウントのNOKTON 42.5mmF0.95を参考展示した。42.5mmは35mm判で85mm相当画角になる。25mmF0.95、17.5mmF0.95のシリーズである(CP+2013にて)

コー・トキナー、タムロン、シグマ、シュナイダー・クロイツナッハ、駒村商会などが賛同を表明していたが、新たに5社が加わったことにより、スチル用もシネ用も強力な陣営となったことになる。と、ここで初めてJK Imaging社が登場することになる。JK Imaging社がどのような企業であるかは前項の内容でだいたいお分かりいただけると思うが、この時期の『CP+2013』に、ポラロイドかコダックブランドで先ほどのサカール社のパンフレットにあったマイクロ4/3のカメラが登場してもおかしくないと思って期待していたが、残念ながら登場はなかった。

日本市場への食い込みはなかなか難しいとは思いますが、すでにGeneral Imaging JapanがCP+に毎年出展しているところを見ると、それなりの成果を日本で上げているのではないかと思います。ジェネラル・イメージ



シグマはミラーレス専用レンズ用としてM4/3とソニー Eマウントの19mmF2.8DN Artと30mmF2.8DN Artを新デザインシリーズとして参考展示した(CP+2013にて)



オーストラリア、ブラックマジックシネカメラ。M4/3マウント(CP+2013にて)

ング・ジャパン株式会社の設立は2009年3月。代表取締役社長の小宮弘氏は、ブリジストンを経て、オリンパスの専務兼オリンパスイメージング社長を経験している。

結局、マイクロ4/3規格の一般カメラへの他社からの参入はCP+ではなかったが、もう1つの注目点はオリンパスが発表したマイクロ4/3規格に賛同したオーストラリアのBlackmagic Design社のだした業務用の「ブラックマジックシネマカメラ」がある。解像度2.5k、フルHDのデジタルシネカメラだがすでに、2012年にはEFマウントで発売されていたのが、この時期からマイクロ4/3マウントのものが加わった。

もともとの分野の業務用カメラは、それ以前には1,000万円近いものであったのが、米国REDデジタルシネカメラ(スーパー35mm、2008年)の登場で350万円ぐらい、キ



キヤノンシネマEOS。35mmフルサイズ、キヤノンEF、アリフレックスPLマウント(PMA@CES2012にて)



ソニーNEX-VG900。35mmフルサイズ、ソニーEマウント(Eマウントのフルサイズレンズは未発表、マウントアダプターによりマウント装着可能(Photokina2012にて))

ヤノンのシネマEOS(35mmフルサイズ、2012年)の登場で160万円程度になり、さらにブラックマジックシネカメラ(EF、M4/3、2012年)の登場で約28万円、ソニーNEX-VG900(35mmフルサイズ、2012年)で約22万円になったわけで、細かい仕様を別にすれば、まさにデジタル的な価格の下落を見せている。従来からの業務用ハイビジョンカメラでは、あるレベルを保っての価格の推移であったと思うが、一眼レフカメラやミラーレス機、果てはコンパクト機によるフルHD動画が日常となった現在では、いままでとは違った形の展開がなされて当然だと思っただけだ。

像面位相差検出方式というAF技術

一眼レフに対してミラーレス機が追い上げてきているという。一眼レフが重くて大きいというイメージに対して、ミラーレス機が小型・軽量ということであるが、これはあくまでも外観上のことであって、実質的

には性能的な差異をどのように埋めているかというのが大きな課題だ。風景写真などを主体に撮影していれば問題ないが、一番簡単に違いがわかるのは、走ってくる子供や列車をタイミングのずれなく撮影できるか、ということが一眼レフとミラーレス機の大きな相違である。ここ数年来各社技術の開発方向は静かではあるが、明らかにこの差をうめる方向に向かっている。

具体的には、像面位相差検出方式というAF方式である。カメラのAF方式は、現在大別すると位相差検出方式とコントラスト検出(TV)方式とに分類できる。デジタルカメラになってからは一眼レフは位相差検出、コンパクトカメラとミラーレスはコントラスト検出方式が主流であった。

しかし、2010年レンズ非交換のコンパクトカメラで富士フイルムが像面位相差検出のAF機構を組み込んだファインピックスF300EXRとZ800EXRを発売したのだ。



キヤノンEOS M(2012年)



ニコン1 J3(2013年)



ソニーNEX-6(2012年)



フジフィルム X100S (2013年)



サムスン NX300 (2013年)



ソニー 99 (2012年)

この像面位相差検出AFとは、デジタルカメラの撮像素子の一部を使って、位相差検出するもので、コントラスト検出AFに比べると、1)前ボケ・後ボケを検出できる、2)AFスピードが速い、などの特徴を持っている。

現在までに、ミラーレスカメラのニコン1 (2011年)、キヤノンEOS M(2012年)、フジフィルム X100S/X20 (2013)、ソニー 99 (2012年)、ソニー NEX-6 (2012年)、サムスン NX300 (2013年)などに搭載されているが、位相差を検出する撮像素子の個数、配置などは、それぞれが各社のノウハウとされる部分であって、定型とされているわけではない。

いずれにしても、各社の性能、機能のさせ方はまちまちであり、これらの機能を実装できる企業も今現在デジタルカメラメーカーすべてではなく、ある意味技術格差が見えてきたのも事実だが、それだけまだまだ技術的には未成熟な分野であるといえる。

かつてさまざまな技術進歩があつて、それに伴ってカメラを作れる企業がふるいにかけられてきた。それと同じようなことが、像面位相差検出AFの実装技術にもあるのかもしれない。

しかしその一方で、販売会社であるサカール社からポラロイドやコダックのミラーレス機も発売が予告されているわけだが、これらはどのような技術的バックボーンを持っているかなどが解明されるには、少し時間がかかりそうだが、ビビター、GE、ポラロイド、コダック、アグファなどのブランドカメラが、日本のカメラとは違った一

角を占める時代がきたのだろうか。

商品ブランドと企業名

ビビター、ポラロイド、コダックなどの写真関連のブランドの実施権を所有しているのがアメリカのサカール社1社であるというのも注目されるが、もうひとつブランドに対して興味ある話題が2013CESであった。ベテラン業界紙記者が、日本の大手用品メーカーである「ケンコー」がどこにも出展していないというのだ。少なくとも昨年、一昨年と出展していたのに、今年はどこにも見つからないという。ところが2日後には、ケンコーが例年と同じブースに出展しているのを見つけたという。THK Photo Products Inc.(米国・カリフォルニア州所在)という形で、Tokina、HOYA、Kenko、Slik三脚の米国のディストリビューターとして出展していたのだ。このあたりには何か事情がありそうだがわからない。ただ不思議なことに、同じ会場に‘Tokina Co., Ltd.’というブースがあるのだ。行ってみると写真のライティング機材などを扱っているが、トキナーのレンズがおいてあるわけではない。明らかに不思議な関係だが、後日、ケンコーの関係者に聞いてみると、この会社は香港にあり、いまでもケンコー・トキナーと取引があるのだという。つまりかつてはトキナー光学の取引先であったのだろう。なお、2011年にケンコーはトキナーを合併し、社名を(株)ケンコー・トキナーに変更している。

少し異なるが、フォクトレンダーブランドに対し、ドイツのリングフォトとコシナ



Tokina, HOYA, Kenkoおよびスリックの製品を展示するTHK Photo Products Inc. (PMA@CES2013にて)



Voigtlanderのリングフォト(Photokina2010にて)



照明器具を展示するTokina Co., Ltd.(PMA@CES2013にて)



Voigtlander Bessa A6x6/6x7 (Photokina2010にて)

の関係がある。コシナはご存知のように、日本においてフォクトレンダーブランドのライカ、ニコン、キヤノン、マイクロ4/3用などの交換レンズをだしているが、フォクトレンダー名で交換レンズとカメラを発売できるのは日本国内だけとなっている。

海外でフォクトレンダーブランドを販売しているのは、Voigtlander社(RINGFOTO GmbH)であり、コシナと富士フィルムが共同開発した、フジフィルムGF670プロフェッショナルはリングフォトからBessa A 6x6/6x7として発売されている。

新しい生産スタイルが定着するか

CIPA統計によると2012年のカメラ生産はコンパクトカメラでは前年比78.1%に止まるも、レンズ交換式デジタルカメラは対前年比128%と大幅増となったが、結果として総出荷は対前年比85%となった。これは、

2009年のリーマンショックによる景気後退、さらには2011年の東日本大震災、タイの洪水などの影響によるマイナス要因だけではなく、コンパクトカメラの落ち込みは明らかにスマートフォン普及の影響と見てとれる。その一方で、レンズ交換式分野では相変わらず生産を伸ばしているが、この分野で特に成長著しいミラーレスの分野、とりわけM4/3の分野に世界的なブランド集団が参入してくることが明らかになった。

これらの企業はブランドに対する権利は持つものの、製造に関しては安価な台湾や中国などに委託しているのがほとんどのようだ。日本企業のカメラも中国などの海外で製造されているのは多いが、これとは少し事情が異なる。これら海外企業企画製品に対する規格、互換などなど気になる部分が多い。そして新しい製造スタイルが定着するのかどうか、目を離すことができない。