

CES報告と米国ICT業界2026年の展望

ICTコンサルタント Aerial Innovation, LLC CEO こいけ りょうじ
小池 良次

1. CES2026の報告

本稿ではCESの報告と、最後に大手通信3社のアップデートを行う。

展示会の主催団体Consumer Technology Association (CTA) でも、最近「コンシューマー」という言葉が使わなくなっている。

CESは、実際に展示を見れば分かるとおり、一般的な家電だけではなく、ロボット、自動車、重機、さらには航空機まで含めた総合展示会となっている。

アメリカでは、これほど幅広い分野を一堂に集めた総合展示会は、おそらく唯一だろう。大手企業は、自社でプライベートショーを開催するか、業界団体が個別分野ごとに展示会を行うのが主流であり、その意味でもCESは非常に特異な存在となっている。

概要

1.1 ハイテク家電市場予測

毎年、開催前に、CTAの調査部門から、その年のハイテク市場の見通しが公表される。2026年も「Global Forecast Data」として発表された。2026年の世界ハイテク市場は1.3兆ドル規模となり、全体としては緩やかな成長を予測した。

地域別に見ると、北米市場は全体としては横ばい。北米はアメリカ、カナダ、メキシコが主要国であるが、地域全体としては大きな伸びは見込まれていない。一方で、欧州、中東、アフリカ市場は緩やかな成長を見込んだ。

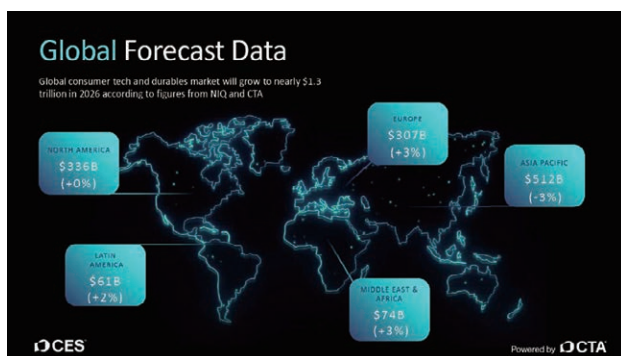
ただし、この見通しは米国・イラン・イスラエルを巡る戦争が本格化する前の予測であり、仮に戦争が長期化した場合、エネルギー価格の上昇などにより、成長が横ばい程度にまで抑えられる可能性もある。情勢次第で大きく左右される地域である。

アジア太平洋地域については、やや縮小を予測している。日本は株価の上昇などから一見好調に見えるが、構造的に高成長力を持っているわけではない。また、これまで世界経済のけん引役となってきた中国が、政治的にも経済的にも厳しい状況になりつつある。その関係で、アジア太平洋市場全体としてはやや縮小傾向になる。

北米全体は横ばいとされる一方で、米国単体で見ると比較的強気な成長予測が示されている。市場成長率は3%を維持し、地政学的リスクや経済収支の不均衡などの経済的な不確定要因はあるものの、米国では消費が依然として強く、成長は継続する。2026年には米国市場は5650億ドル規模に達すると予測されている。

市場の内訳を見ると、テレビやスマートフォンといったハードウェアの量産品分野では、目立ったヒット商品がなく、数量ベースでの成長は難しい。一方で、北米市場ではストリーミングサービス、ゲーム、ソフトウェアのサブスクリプション、更にAI関連のサブスクリプションが大きく伸びている。NetflixとParamount SkydanceによるWarner Bros.の買収争奪戦などもあり、サービス分野の成長が市場全体を支えている。

CTAは、ソフトウェアとサービス分野が過去最高水準に



出典：Tech Trends 2026 (The Association for Technology) より

■図1. Global Forecast Data



達するとの強気な予測を示している。

パンデミック期間中に進んだハードウェアの買い替え需要は一巡し、買い替えサイクルは長期化している。その結果、今後は「量的な成長ではなく、多様なサービスを継続的に消費する経済構造へと移行していく」と指摘している。

1.2 2026年3大トレンド

CTAが示したトレンドは大きく3つである。

① Digital Transformation (DX) からIntelligent Transformation (IX) への移行

これは実質的にAIドリブンな変革を指している。柱として挙げられているのは、サイバーセキュリティ、クラウド、シミュレーション/AIであるが、ここでいうクラウドは従来型のクラウドではなく、AIクラウドを含む。ソフトウェア、ハードウェアの両面で、クラウド・ネイティブからAIネイティブへの転換が急速に進んでいる。

AIにより生産性は向上している。ただし、ケースによってはAI導入によって業務量が増加する例もあるが、全体傾向としては、生産性は上昇している。

また、スマート・グラスやXRヘッドセットといった分野は「インテリジェント・ビジョン」と名付けられ、今後の拡大が見込まれている。

② Longevity (長寿経済)

米国では高齢者人口が着実に増加しており、移民政策の厳格化によって若年層人口の伸びが抑えられている。高齢者の生活向上(クオリティ・オブ・ライフ)が、大きな市場となっている。

特に肥満治療薬は米国で大きなブームとなっている。健康食品、フィットネス、ヘルスケア関連が活性化している。

ウェアラブルについては、スマート・ウォッチ、指輪、ベルト型などを通じて健康データ取得が一般化している。

デジタルヘルスの文脈では、病気の予兆検知や管理、そして健康な期間を最大化するエンパワーメントへと進化している。

音声や顔色などのバイオマーカーからメンタルヘルスの検知や予防的支援も拡大している。

③ Engineering Tomorrow (未来工学)

モビリティ、建築、土木、農業、エネルギーといった分野において、AIやロボットの活用が急速に広がっている。今回のCESでは、ロボットやAI(とりわけフィジカルAI)が目玉された。米国では無人タクシーのWaymoが普及段階に入り、AmazonのZooxやTeslaが参入を狙っている。

AIインフラでは、ハイパースケーラの1社当たり年間設備投資は12~20兆円規模に達している。大型AIデータセンターの電力消費はギガワット級で、求める電力は狭い地域で超高品質なため従来の電力供給とは違う。発電や送電設備の拡張では対応できず、電力業界の構造転換が求められる。

さらに、AIのパートナー技術として量子コンピュータ、量子ビジネスに関する議論も行われた。

1.3 Digital Hollywood

CESでは、コンテンツ関連の併設会議「Digital Hollywood」が開催され、広告や映像制作、スタジオ関係者が集まる。

2025年までは、生成AIコンテンツの無断利用や著作権侵害への懸念が多かったが、2026年はそうした議論はほとんど聞かれなくなった。

知的財産管理技術やライセンス手法が進化したことも一因ではあるが、それ以上に、生成AIを活用しなければ仕事が受注できない状況が影響している。



出典：YouTube「The Leadership Roundtable. - CES 2026」
(Digital Hollywood) より

■ 図2. 2026年は基調パネルがすべて女性登壇者だった

1.3.1 WPP

大手広告制作会社WPPは、生成AIを広告制作の実務に本格導入している。Verizonのスーパーボウル向けCMでは、従来2週間かかっていた制作期間を2日まで短縮し、コストとスピードの両面で大きな効果を実証した。

一方で、生成AIは、人物表現の類型化など課題も指摘された。映像制作会社がAIツール事業者と密接に連携しながら課題解決を進め、生成AI活用が「使いこなし」の段階に入っている。

1.3.2 Amazon Prime Video

Amazon Prime Videoでは、AIを活用した視聴体験の改善が進んでいる。シリーズ全体の自動要約や、音声操作による特定シーンへのジャンプなど、柔軟なコンテンツ操作を実装。特に子供向けコンテンツでは、好きな場面を繰り返し視聴できる点が高く評価されている。

1.3.3 NBC Universal

NBC Universalは、広告挿入や指定を属性からコンテンツ追従へ拡大している。AIが映像をライブ解析し、試合の得点直後など最適なタイミングで広告を挿入する仕組みを導入。広告エンゲージメントは約20%向上し、既に実運用フェーズに入っている。

2. プライベートショーと基調講演

いくつかの企業はCES本体の基調講演には参加せず、別会場で招待制のプライベート・イベントを開催した。これは、関心度の高い関係者に対して濃い情報を集中的に発信する狙い。近年の「CES離れ」を象徴している。

2.1 Samsung：多様な製品群とAI戦略

SamsungグループはCES期間中、プライベート・イベントを開催し、基調講演にはJH Han副会長が登場した。スマートフォン、テレビ、掃除機、冷蔵庫など多様な製品群を年間約5億台規模で供給している同社は、「自社デバイス群をAIのプラットフォーム」とするビジョンを示した。

同社のAI活用は「コンパニオン化」による利便性の向上にある。AIコンパニオンは家電分野に限らず、自動車メーカーなどでも共通する方向性といえる。

① ハイブリッドAIアーキテクチャ

Samsungは、ハイブリッドAIアーキテクチャを展開している。デバイスの中核機能は自社開発AIを採用し、それ以外は外部パートナーAIを活用する。例えば、スマートフォンではセキュリティや周波数管理、テレビではピクセル制御や音声制御などの中核機能はオンデバイスの自社AIで対応する。リアルタイム性やセキュリティが重視されるためだ。

一方、冷蔵庫に向かって「献立を相談する」「天気を訊く」といった処理は、クラウドの大型AIモデルを用いる。こうしたハイブリッド利用は、今後のAI/IoTで広く利用されるだろう。

ほかの家電メーカーも同様の戦略だが、自社デバイス群をAIで連携させる同戦略の完成度では、現時点でSamsung

が最も進んでいるだろう。

② セキュリティとプライバシー

コンパニオン化で対話が増え、プライバシー管理は重要度を増す。同社はSamsung Knoxを中心とした自社セキュリティ基盤を紹介した。AI導入においてセキュリティはますます重要となっている。

③ ディスプレイ技術とAIの融合

2026年は、マイクロRGB方式の大型ディスプレイが素晴らしいだった。ディスプレイの展示では、周辺照明を落とし明るさを強調するのが常だが、同ディスプレイは明るい環境下でも高い明度とコントラストを実現していた。

また、サウンドをAIで操るデモも披露した。例えば、スポーツ中継のデモでは音声指示で「観客の歓声を抑え、アナウンサーの声を前面に出す」といった動的制御を披露していた。



出典：Samsung Newsroom日本より

■ 図3. Micro RGB Technology

2.2 NVIDIA：ロボティクスとフィジカルAI

NVIDIAもCES前日に別会場でイベントを実施した。今回の発表では、ロボット及びフィジカルAIが大きなテーマとして扱われた。

冒頭ではオープン・ウェイトモデルの重要性が強調された。クローズドなフロンティア・モデルとの性能差は依然として半年ほどあるものの、中国を中心にオープン・モデルが伸びている。NVIDIAは、多くの自社製オープン・モデルを紹介し、この分野に強いことをアピールした。

エージェントAIは、2025年CES講演からの継続テーマ。同社は多くのパートナーとの開発プロジェクトを紹介した。また、複数の基盤モデルを自動的に使い分ける「マルチモデル化」を紹介した。



フィジカルAIは物理法則や因果関係を理解する基盤モデルとして、ロボットや自動運転への応用が期待されている。NVIDIAはこれまで自動車向けで活発に開発を進めてきたが、今後はヒューマノイドにも注力していく。

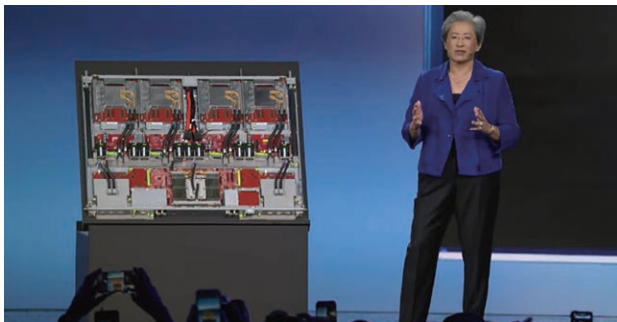
2.3 AMD：AIメガファクトリーと実装重視の戦略

AMDのLisa Su氏（Chair and CEO）による基調講演は、冒頭から次世代ラックスケールAIプラットフォーム「Helios」と次世代GPU「MI400シリーズ」を前面に出し、NVIDIAと競う姿勢を明確にした。

また、同社はGPUだけでなく、CPUやNPUなど多彩な製品群を、データセンターからパソコン、IoTデバイスなどに提供しており、AI普及においてGPUだけでなく様々なチップを最適な方法で提供することを宣言した。

基盤モデルの構築では、巨大なコンピューティング・パワーが求められ、GPU単体あるいはサーバー単位での最適化では不十分で、チップ・メーカーがラック単位でのレファレンス・デザイン（ラックスケール・プラットフォーム・デザイン）を示す傾向にある。

次世代ラックスケールAIプラットフォームHeliosは、高度な水冷方式や高電圧給電（800V級）などを採用した。



出典：YouTube「AMD at CES® 2026 Replay」(AMD) より
 ■図4. Lisa Su氏 (Chair and CEO)

3. 展示トピック

3.1 スマート・ホーム

スマート・ホーム分野では、Apple Home、Google Home、Amazon Alexa、Samsung SmartThingsなどのプラットフォームや、Z-WaveやMatterなど各種規格が混在し、機器やソフトウェアの相互接続、機能連携ができない状況が続いている。

こうした課題をAIで解決することを期待されているが、今回のCESでは、そのようなソリューションや提案は見つけ

られなかった。ネットワーク化に積極的なSamsungやLGも自社製品群だけに限定していた。

3.2 ヒューマノイド

ヒューマノイドは2026年のCESの目玉だった。卓球やダンス、ボクシングなど多様なデモが行われたが、実用段階にはまだ距離がある。

ヒューマノイドのアーキテクチャは、モーターやアクチュエータを制御するシステム（人間の小脳のような機能）と、指示を具体的な行動プランにまとめ、状況を監視しながら実行するシステム（同大脳の機能）が必要となる。この大脳にあたる機能をロボット用フィジカルAIモデル（俗称ワールド・モデル）が担う。

前者は成熟段階にあり、教えられたダンスや決められた行動パターンを実行できる。しかし、高度なダンスができて、ワールド・モデルが高度化しなければ、人が行う労働を代替できない。

Boston Dynamicsの「Atlas Robot」は、前者のシステム分野で突出した完成度を示していた。Google DeepMindとの連携により、同モデルへのフィジカルAI実装が加速すると考えられる。

4. 米通信放送業界アップデート

4.1 AT&T

AT&Tは2026年第1四半期決算で、ホームインターネットの純増を報告するなど堅調な経営を続けている。同社の成長戦略は光ファイバーと携帯電話、FWA（固定無線アクセス）などをまとめる統合サービスにある。2026年は、その成果が問われる。

携帯端末の買い替えサイクルが長期化する中、ワイヤレスとホームインターネットを単一の月額定額料金（税・手数料込み）でカバーする業界初の統合サブスクリプション・プラン「OneConnect」を発表するなど、統合サービスを積極化させている。

一方、5Gアドバンスでの法人サービスの掘り起こしだけでなく、社内AI活用によるカスタマー対応費用の低減や銅線ネットワークの清算によるコスト削減などを進める。

他社が設備投資の圧縮に務める中、EricsonとともにオープンRANへの投資を進めているほか、AT&Tは光ファイバー事業でM&Aなどを狙う積極的な姿勢を示している。

4.2 Verizon

Verizonは、過去5年間にわたって携帯市場シェアを継続的に失い、株価は30%超下落、業界内の時価総額ランキングでも首位から最下位に転落した。解約率も上昇しており、厳しい経営が続く。

2025年トップに就任したDan Schulman氏（CEO）を中心に、2026年は経営再建が問われる年となる。

運営経費を50億ドル、設備投資を40億ドルと、合計で90億ドルのコスト削減を実施済み。レガシー・サービスや銅線ネットワークの清算によるアクセス・コストも削減する。買収したFrontierの相乗効果として、2028年までに少なくとも10億ドルの運営コスト削減を狙う。

2026年は、携帯（リテール、ポストペイド）75万から100万加入増を目標とした。ブロードバンドは、解約率の改善とプロモーション費用を抑えた顧客獲得で、100万件超の純増を目指す。設備投資は抑制しつつも、携帯Cバンドと光ファイバー投資を進め160億ドルから165億ドル程度を見込む。

4.3 T-Mobile US

2025年T-Mobile USのCEOに就任したSrini Gopalan氏は、携帯事業者から総合通信事業者への成長を目指す。

同社は2026年、AIをクラウドからネットワーク・コアへ移動させ、AIサービスを展開していく。

既に、IMSボイスコアにAIエージェントを統合することでLive Translation（通話中のリアルタイム通訳）を実現した。展開中の「Service-aware RAN」は、アプリケーションが求めるPRB（Physical Resource Block）だけを動的に割当て、40%の効率改善を達成した。同社はこうしたネットワークの

改善が将来のAI-RANに結びつくと考えている。

FWAの加入者増を2026年も狙っている一方、携帯（ポストペイド）の純増は鈍化傾向に入ると見ている。2.5GHzを軸とする基地局整備は全米8万5000局を超えており、高密度化による高速化を継続する。

5G Advancedによる法人市場の拡大を目指す。特にVerizonが強みとする中小零細市場を狙い、大手ケーブル事業者とのMVNO戦略などを積極的に展開する。光ファイバーは、プライベート・ファイナンス事業者との連携による地域プロバイダーの買収を含め、積極化する。

4.4 AI時代の通信業界

米国の通信事業者にとって、2026年はAI戦略をまとめる重要な年となる。モバイル・クラウド時代は、モバイル・アクセス網を中心にハイパースケーラのクラウドと競合関係を構築することができた。

Google Cloudを筆頭にハイパースケーラ各社は、AIデータセンターを中心とするAIインフラ整備へと邁進している。

かつてモバイル・クラウド事業モデルは、設備よりアプリケーションで収益を上げる軽量・高効率な事業モデルであった。しかし、ハイパースケーラ各社は年間10～20兆円規模の巨額設備投資を進め、重厚長大型インフラ事業モデルへと舵を切った。

この流れは今後2～3年続く見通しで、こうしたAIインフラ事業者に変化するハイパースケーラと共存共栄できる事業モデルを通信事業者は模索している。

（2026年3月3日 情報通信研究会より。なお、筆者が内容をアップデートした）