



CESレポート

CESにおける日系スタートアップ企業 プレゼンス向上の取組み

独立行政法人日本貿易振興機構 (JETRO) イノベーション・知的財産部
スタートアップ支援課 プロジェクト・マネージャー

ふかさわ りゅうた
深澤 竜太



1. J-Startupプロジェクトによる スタートアップ支援

日系企業の海外展開を支援する日本貿易振興機構 (以下、JETRO) では、近年スタートアップ・イノベーション関連分野における支援の取組みを強めている。2018年より経済産業省主導でスタートアップ集中支援策「J-Startupプロジェクト」が始動した。世界で戦い、勝てるスタートアップ企業を生み出し、革新的な技術やビジネスモデルで世界に新しい価値を提供することを目的に掲げたこのプロジェクトにより、官民連携で国内スタートアップ企業への支援を拡充するとともに、海外に向けて日本のテクノロジーをPRする取組みが行われている。

J-Startupプロジェクトにおいて海外展開支援を担うJETROは、具体的に以下内容に取り組んでいる。まずは、CESをはじめとする世界各国のスタートアップ・イノベーションカンファレンスへの日系スタートアップパビリオン出展支援を行い、商談機会やメディア露出の提供とともに日本のスタートアップのプレゼンスを高めること。そして、JETROが海外に数多く有する事務所ネットワークを活用しながら、現地アクセラレーター等と提携したメンタリング・マッチングサービスの提供等を行うこと。それにより、スタートアップ企業のグローバル展開・スケールを後押しすることを目標としている。

2020年1月、これら取組みの一環として、CESのスタートアップエリアEureka ParkにJ-Startupパビリオンを設け、28社の出展サポートを行った。

ブを数多く引き連れパビリオンを構える様子は、まさに「万博」さながらである (Eureka Parkにおける各国の様子に関しては、株式会社クリエイティブビジョン加藤氏の寄稿をご覧ください)。CESはラスベガスの街中のホテル・イベント会場で行われているが、世界の大手企業が出展するLas Vegas Convention Center (LVCC) 会場から南東に向かったSands Expo1階部分に、Eureka Park会場は位置している。メイン会場であるLVCCに負けず劣らず、Eureka Parkはここ数年で集客力が爆発的に上昇するほどに高い注目度を集めている。

人気あるこのエリアに出展可能なのは、厳しい主催者CTA (全米民生技術協会) の基準をクリアした企業のみ。原則「企業として初めてのプロダクトが未ローンチまたはローンチ後1年未満」をはじめとする厳しいクライテリアであり、非常に新しいプロダクトや、これまで世に出ていないテクノロジーを有する企業が対象となっている。

JETROは、CESには過去数年継続して (現在のEureka Parkではなく) ロボティクスエリアへのパビリオン出展を行っていたが、2018年よりEureka Parkへのパビリオン出展に転換し、CES 2020はJETROとして3回目、J-Startupの看板を掲げて2回目の出展となった。22社の出展となったCES 2019に対し、CES 2020では28社にまで増加。加えて、会場中央位置にパビリオンを構え、前年比1.8倍の広さにまで面積拡大したことで、より一層日本としてのプレゼンスを発揮することができた。



■図1. 官民によるスタートアップ支援プログラム「J-Startup」

2. CES Eureka Parkにおける J-Startupパビリオン

CES Eureka Parkは世界50か国以上から1,200社以上のスタートアップが出展するエリアだ。各国が自国スタートアップ



■図2. J-Startupパビリオン風景



前述のとおり各国「万博」さながらの状態になっている Eureka Parkにおいて、世界各地からの来場者の注目を集める工夫は非常に重要だ。そこで、まずはより多くの人々にパビリオンに足を止めてもらうために、Eye-Openerとして、パビリオンへの人目を惹き付ける展示設置の取り組みをCES 2019より行っている。

CES 2019には、J-Startupや出展企業のロゴを全面にプリントした電動バイクzecOOを設置。CES 2020では、来場者とインタラクティブにコミュニケーションを行うアンドロイドアナウンサー AOI ERICAを設置（日本テレビ放送網株式会社協力）。AOI ERICAは出展企業のプロダクト説明を英語で行ったほか、リアルタイムで来場者と会話のコミュニケーションを行った。そのリアルな造形や表情、日本を表現する着物も相まって、常に周囲に人だかりが生まれるほどの注目を集めていた。結果として、J-Startupパビリオン、更には出展各社ブースへと非常に多くの人々を誘導することにつながった。



■図3. 来場者の注目を集めたアンドロイドアナウンサー AOI ERICA

Eureka Parkの主な来場者はディストリビューターや大手企業、投資家、メディアなどで、出展企業28社が会期4日間で行った商談件数は合計5,909件、そのうち今後も引き続きフォローしたい案件は1,126件だった（各社平均はそれぞれ順に210件、40件）。企業からは、

- ・「複数のパートナー候補のコンタクト先を得ることができた」
- ・「効率よくキーパーソンとつながることができた」
- ・「全世界から多種多様な人が集まっているためフィードバック獲得・市場調査として最適だった」

等のコメント・フィードバックが寄せられ、全体としても満足度の高い回答が得られた。

パビリオン出展スタートアップ28社の中で、特に注目を集

めて常に人だかりができていたのは主として以下の企業だ。

- ・愛くるしい家族型ロボット「LOVOT」のGroove X株式会社（CES 2020 Innovation Awards受賞。同賞については後述。）
- ・自然とテクノロジーの共生を目指しスマートホームデバイス等を手掛けるmui Lab株式会社（CES 2019 Innovation Awards受賞）
- ・犬の感情を読み取れる犬用ウェアラブルデバイスを開発する株式会社ラングレス
- ・家で本格的な抹茶を飲むための抹茶メーカーを手掛けるWorld Matcha Inc.（CES 2020 Innovation Awards受賞）
- ・エアモビリティ新コンセプト「空飛ぶゴンドラ」をお披露目した株式会社エアロネクスト

など。

CESは従来の消費者家電見本市の枠を超え、今や様々な領域のテクノロジーを扱うイベントだ。そのような状況下で来場者を惹き付けるためには、魅力的なプロダクトを有していることはもちろんのこと、CES Innovation Awardsという主催者の賞を受賞することが非常に効果的に働く。

Innovation Awardsは、デザインや機能が極めて優れていると評価されたプロダクト・サービスに与えられる賞であり、28のプロダクト・技術カテゴリーごとに採点され、受賞企業、大賞受賞企業が決まる。国際的な知名度を有していないスタートアップ企業であっても、同賞受賞企業であれば自ずと来場者の視線を集める。

パビリオン出展企業の中で、CES 2019では3社（トリプル・ダブリュー・ジャパン株式会社、株式会社mui Lab、株式会社LOAD&ROAD）、CES 2020では2社（Groove X株式会社、World Matcha Inc.）が同賞を受賞し、いずれの



■図4. 多くの来場者で賑わうJ-Startupパビリオン



企業もAward獲得によってより一層の注目を獲得していた。パビリオン出展企業に一定数受賞企業が継続していることは、日本のスタートアップ企業のプロダクト・テクノロジーが評価されたことを意味する。今後もそのような受賞企業が誕生するよう、JETROとしてもサポートを行っていききたい。

3. メディア限定イベント・ピッチイベントへの参画で有力メディアにアプローチ

CESの場でスタートアップが活用できる機会は、Eureka Parkでの出展に限られない。世界中から様々なメディアが集うCESには、メディア関係者しか入場が許されないメディア限定イベントがある。CES 2020において、CTA主催のUnveiled (2020年1月5日開催)、メディアエージェンシー主催のShowStoppers (2020年1月7日開催) という2つのメディア限定イベントに参画した。

UnveiledはCES前夜祭の位置付けで、会期2日前開催ということもあって、メディアは速報性・話題性を重視して出展企業のテクノロジーを取材する。この機会に新プロダクトを世界・北米ローンチするなど新規要素がある企業や、CES会期中に海外メディアへの掲載を狙う企業にとっては最適のイベントだ。会期は数時間と短いにも関わらず、1,500以上の非常に多くのメディアがニュースのネタを求めて駆けつけ、その日のうちに翌日以降生放送でのTV番組出演・プロダクト紹介が決まった日系スタートアップもいるほどだった。長年CESに出展している日系スタートアップ関係者曰く、「CESにおけるメディアカバレッジ獲得はUnveiledで7割方が決まってしまう」という言葉のとおり、本イベントにおける取材・報道をスタートダッシュとして、CES会期中に更なるメディアを惹き付け、メディアでの掲載・報道につながるケースもしばしば見られた。



■図5. CES Unveiledで取材を受ける株式会社ラングレス

メディアエージェンシー主催のShowStoppersは、CES会期初日夜に開催された。Unveiledと比較すると新規性・速報性の点で多少劣るとはいえ、一流メディア1,000社以上が主に会期後の記事掲載を目的に参加し、各社のプロダクト・テクノロジーについて詳細なヒアリング取材を行っていた。プロダクトやサービスに関する詳細な説明が必要な企業に適したイベントだ。

2つのメディア限定イベントには、日系スタートアップがそれぞれ10社程度出展した。各社からは、「想定以上のメディアカバレッジを獲得できた」、「メディア露出のインパクトは非常に大きく、認知度向上につながった」、「各メディアとじっくり話し、関係構築ができた」等のコメントが得られている。

Eureka Parkに出展しているスタートアップは約1,200社と非常に多く、ただ単に出展しているだけではメディア関係者に目を付けてもらうことは困難だ。そのため、UnveiledやShowStoppers等のメディア限定イベント出展により、有力メディアへの効果的なPR・コンタクト獲得が得られる機会は非常に貴重かつ重要だといえる。CESに限らず、JETROとしてもメディア・イベントへの参画をより積極的に検討し、日系スタートアップ企業の海外PRを後押ししていきたい。



■図6. ShowStoppersでのライフイズテック株式会社。CESではメディア露出を最大の目的に参加

また、2つのメディア限定イベントに加え、ピッチイベントLaunchit (前述のメディアエージェンシー ShowStoppers主催) にもJETROとして初めて参画した。同イベントは、Eureka Parkに出展するスタートアップを参加対象とした国際的なピッチイベントで、VCやメディア関係者など約100人が聴く中、事前の書類選考を通過したスタートアップ企業10社 (うち日本企業は以下4社。Groove X株式会社、mui Lab株式会社、株式会社エアロネクスト、FutuRocket株式会社。) が審査員を前にピッチを繰り広げた。



また、同イベント冒頭には、JETROの曾根理事から日本のエコシステム・J-StartupプロジェクトについてPR発信も行い、日系スタートアップ4社のピッチと合わせ、来場者に対して日本のプレゼンスを強く印象付ける機会となった。



■図7. 各国企業のピッチに先立ち、日本のエコシステムについてPRを行うJETRO曾根理事

これまでに述べた取組みのとおり、Eureka Parkにて前回比約1.8倍の広さに拡大した展示・Eye-Opener設置を行ったこと、Eureka Park出展以外にもメディア限定イベントやピッチイベントに複数参画し日系スタートアップの露出機会を増やしたことなどが功を奏して、CES 2020における



■図8. ピッチ登壇者・審査員の集合写真

海外メディア記事掲載総数は、JETROが把握するだけでも1,000件を超えるほどにもなった。

4. おわりに

国際的に戦えるスタートアップ企業の創出、グローバル展開のより一層の後押しのため、JETROでは引き続きオフライン/オンライン海外イベント参加機会や、海外企業・投資家との商談機会の提供に力を入れていく。



■図9. 出展企業・関係者での集合写真