

出國報告（出國類別：其他）

赴日本東京協助新創掌握國際商機 出國報告

服務機關：國家發展委員會

姓名職稱：陳美伶主任委員

詹方冠處長

李佳貞專門委員

郭乃榕科員

派赴國家：日本

出國期間：108年9月25日至9月28日

報告日期：108年12月

摘要

為加強協助國內優質新創拓展日本市場，本會與 AAMA 台北搖籃計畫合作，由本會陳美伶主委及台北搖籃計畫 AAMA 顏漏有創辦人於本(2019)年 9 月 25-28 日共同帶領 19 家新創團隊赴日本東京參訪，與日本伊藤忠集團、三井不動產、infinity ventures、軟銀子集團等長期關注並投資新創的企業交流，展現台灣創新能量，並加強與日本創業生態網絡之鏈結。

同時，陳主委此行也接受了日本 THE BRIDGE、Weekly Toyo Keizai (東洋經濟新報社)及 NIKKEI(日經新聞)等 3 家媒體專訪，向國際宣傳臺灣的新創優勢，以及政府積極協助新創拓展國際市場的努力。

整體而言，本次計畫不僅讓國內新創更瞭解日本市場，藉由 Demo Day 等 Pitch 活動拓展海外市場商機，更在國際舞台展現我國新創軟硬體兼具的實力，有助提升臺灣創新創業國際能見度。

目錄

壹、目的.....	1
貳、行程規劃.....	2
參、AAMA 台北搖籃計畫及新創團隊介紹	3
肆、過程.....	15
一、 與日本貿易振興機構(JETRO)交流	15
二、 參加 Deloitte Demo Day.....	17
三、 拜訪日本企業.....	20
四、 參加 Taiwan Plus 2019 及東京誠品開幕.....	27
五、 主委接受日本媒體專訪.....	29
伍、心得與建議.....	31

壹、目的

政府近年來積極推動國內創新創業發展，除 2016 年推動「亞洲·矽谷計畫」外，去(2018)年 2 月更研提「優化新創事業投資環境行動方案」，提出「充裕新創早期資金」、「人才發展及法規調適」、「政府成為新創好夥伴」、「提供新創多元出場管道」、「新創進軍國際市場」5 大政策方向，由本會與經濟部、科技部等部會共同推動，為新創業者打造有利成長茁壯的環境，培植新創事業發展。

其中強化新創事業鏈結國際資源、拓展海外市場是本會重點推動工作，而日本是新創拓展亞洲的重要市場之一，除許多社群夥伴積極協助新創團隊連結日本當地資源外；Softbank、Infinity Ventures、SBI 等日本知名創投，亦已參與投資多家臺灣新創事業。此外，今年 9 月恰逢東京誠品開幕，開啟台灣生活服務產品輸出日本的契機。整體而言，現在正是台灣新創拓展日本市場、尋求企業夥伴的良好時機。

為加強協助國內優質新創拓展日本市場，巨思文化與 AAMA 台北搖籃計畫合作，於本(2019)年 9 月帶領 19 家新創團隊赴日本東京參訪交流，與伊藤忠集團、三井不動產、infinity ventures、軟銀等日本長期關注並投資新創的企業交流，展現台灣創新能量。同時，並邀請本會陳美伶主委一同前往，期對外展現台灣政府對新創的支持，以集政府及民間之力，加強台灣具國際化實力之新創事業與日本創業生態網絡之鏈結。

整體而言，本次計畫不僅讓國內新創更瞭解日本市場，藉由 Demo Day 等 Pitch 活動拓展海外市場商機，更在國際舞台展現我國新創軟硬體兼具的實力，有助提升臺灣創新創業國際能見度。

貳、行程規劃

為加強協助國內新創團隊拓展日本市場，巨思文化與 AAMA 台北搖籃計畫合作帶領 19 家新創公司赴日本東京拜訪知名企業，本會受邀一同前往，訪團成員包含本會陳美伶主委、本會產業發展處詹方冠處長、李佳貞專門委員及郭乃榕科員。此次同行成員尚包含 AAMA 顏漏有校長、林蓓茹執行長、朱平導師、謝佳君社群企劃、數位時代齊立文內容長、Deloitte Taiwan 新創事業服務團隊張鼎聲負責人、李雅筑審計經理等人。

行程自本年 9 月 25 日(三)至 9 月 28 日(六)止，共計 4 天，規劃如下：

日期/時間		行程
9/25(三)	下午	抵達日本 與日本貿易振興機構(JETRO)交流
	晚上	參加 Deloitte Demo Day
9/26(四)	上午	拜訪樂天集團
	下午	拜訪日本創業加速器 Deepcore (陳主委及詹處長於當日晚上先行返台)
9/27(五)	上午	拜訪日本伊藤忠集團
	下午	拜訪日本三井不動產 拜訪日本創投公司 Infinity Ventures
9/28(六)	上午	參加 Taiwan Plus 2019
	下午	參加東京誠品開幕

參、AAMA 台北搖籃計畫及新創團隊介紹

一、 AAMA 台北搖籃計畫

AAMA 全名為 Asia America Multi-Technology Association，1979 年成立於美國矽谷，目的是為加強企業間聯繫、促進亞太地區商業發展、提升管理和領導階層的成長，並推動「搖籃計畫」積極協助、輔導創業家，迄今已幫助多家新創公司獲創投融资。

在《數位時代》發行人詹宏志先生及前德勤中國策略長顏漏有先生的共同發起下，於 2012 年正式成立 AAMA 台北分會，以推動「搖籃計畫」為主要工作，使命為培育台灣新世代具指標性創業家，打造連結跨世代經驗及資源的成長期創業家社群平台。

現任 AAMA 台北搖籃計畫共同創辦人與校長顏漏有先生為 AAMA 北京/上海搖籃計畫創始人、阿里巴巴台灣創業者基金董事、中華電信/誠品生活/信義房屋獨立董事，2014 年退休後開始全心投入公益與社會企業領域。過去在國際管理顧問/會計師事務所台灣、美國及中國服務三十年，專長為商業模式、企業成長策略及上市櫃規劃。

在「成功不可複製，智慧可以傳承」的理念下，AAMA 台北搖籃計畫每年甄選約 20 位具有發展潛力的創業家，並邀請科技、金融、商業等領域的專家擔任業師，透過一對一創業導師配對、舉辦 Startup Camp 創業營、主題式工作坊、海外深度學習參訪團等方式，提供為期兩年的專業協助。AAMA 台北搖籃計畫迄今已徵選 8 期，共有 71 位導師與 174 位創業家加入，領域跨及 AIoT、Cloud、Fintech 等數位科技應用(Digital technology application)、電商平台/服務(Digital platform/service)及品牌生活產品/服務(Lifestyle product/service)，創業家累積融資金額超過 65 億。

本訪團由本會陳美伶主委及 AAMA 台北搖籃計畫顏漏有校長共同領軍，

帶領 19 家台灣優秀新創公司赴日本參訪，期藉此激發更多台灣新創與日本企業合作，並結合雙方優勢，攜手拓展全球市場。



圖 1 主委與 AAMA 台北搖籃計畫顏瀾有校長合照

二、 AAMA 新創團隊

本次共同赴日參訪交流的新創公司共有 19 家，包含 AI/IoT 應用 8 家、電商平台/服務 6 家、品牌生活產品 5 家。其中已有多家進軍日本市場、與日本企業展開合作，或獲得日本公私部門投資，舉例如下：

- (一) 聯齊科技(NextDrive)：NextDrive 打造全球最小的物聯網閘道器 Cube J 進軍日本市場，提供居家能源管理系統(Home Energy Management System, HEMS)解決方案，期作為日本家戶電力調控的好幫手。NextDrive 目前已與日本第三大電廠中部電力公司簽約合作，只要向中部電力公司購買電力的家戶，即可免費在家裡安裝一台 Cube J。
- (二) 威朋(Vpon)：Vpon 於去年開始與日本觀光局合作，運用入境日本旅客的統計數據，針對每個地區進行旅客輪廓分析，進而制定精準的數位行銷，以協助日本政府在明(2020)年東京奧運時達到 4,000 萬人次入境旅客的目標。
- (三) 酷遊天(KKday)：KKday 於今年 8 月宣布獲得日本 Cool Japan Fund 策略投資 1,000 萬美元（約新台幣 3 億元）。Cool Japan Fund 是日本政府(9 成)與私人企業(1 成)合資的基金，成立宗旨在於拓展日本文化的影響力。KKday 符合 Cool Japan Fund 策略方針中的旅遊類別，有望協助日本政府達到 2020 東京奧運 4,000 萬旅遊人次的目標，並響應日本政府「發展地方創生」的政策。
- (四) 綠夾克(Golface)：全亞洲高爾夫球場數最多的日本為 Golface 進軍國際市場的第一站，2017 年於福岡成立子公司，並與日本西鐵集團展開旅遊合作；本年更進一步與福岡縣政府合作，將智慧高爾夫球場系統導入至福岡世紀高爾夫球場，透過系統可蒐集球場與球友的大數據、即時監控球場的營運狀況、了解球道的塞車狀況，有效改善管理效率並協助提升業績，成為首家在日本球場插旗的台灣 AI 軟體公司。

- (五) 行動貝果(MoBagel)：MoBagel 於 2016 年獲選加入日本軟銀創新計畫(SoftBank Innovation Program)，成為軟銀策略合作夥伴前進日本市場；於去年亦獲選由東京都政府舉辦的 New Tech Business Camp Tokyo(東京新科技商業營)，於主辦方媒合下與全日空(ANA)、富士通(Fujitsu)、日立(Hitachi)等日本企業進行為期 3 個月的密切交流，為 MoBagel 進軍東京的一大契機。
- (六) 雲守護(Beseye)：Beseye 與日本東急鐵道合作，在平交道系統的監控設備中導入人體骨幹分析，透過 AI 技術擷取人體骨骼特徵，讓攝影機辨別出人與物的不同，當偵測到是人闖入軌道時，系統便會自動通知控制中心或站務人員即時處理，讓傳統監控設備變成具有分析功能並自動通報警示的智慧攝影機，用以降低交通意外事故。
- (七) 飛亞旅行社(MyTaiwanTour)：MyTaiwanTour 於去年獲得日本三普旅遊集團 150 萬美元(約新台幣 4,500 萬元)的策略型投資，後續預計將現有服務規模化，並前往日本市場複製商業模式。
- (八) 媽咪愛(Mamilove)：Mamilove 於去年開始與日本最大婦嬰連鎖通路「阿卡將本舖 akachan honpo」正式合作，台灣爸媽可透過 Mamilove 網站下單，購買阿卡將本舖推出的商品。

新創公司簡介如下：

公司名稱	出席代表	公司簡介
沛星科技 Appier	性全悟史 日本資深副總裁 	<p>Appier 是一家專注於人工智慧的科技公司，藉由開發各種人工智慧應用平台，協助企業解決最棘手的商業挑戰。成立於 2012 年的 Appier 是由一群充滿熱情的電腦科學家與資訊工程師所組成，技術團隊專長涵蓋人工智慧、資料分析與分散式系統等領域。</p>
愛卡拉 iKala	鄭鎧尹 共同創辦人暨營運長 	<p>愛卡拉是 Google Cloud 全球首席合作夥伴，多年來專注影音行銷技術，旗下擁有 LIVEhouse 影音製播行銷執行團隊，StraaS 影音技術平台則是結合人工智慧，提供電競、電商、教育、金融、企業視訊、線上客服等產業客製化影音應用及服務的解決方案。</p>
聯齊科技 NextDrive	石聖弘 日本分公司社長 	<p>NextDrive 創立於 2013 年底，願景是透過互聯網科技與能源技術的整合，提升現有電力的使用效率，實現具有能源自主管理能力的智慧家庭。為家庭能源管理、居家安全和健康照護，帶來了嶄新的技術變革。這些過去零碎的服務，在 NextDrive 軟硬體和雲端工程團隊整合下，能濃縮在僅插座大小的 Cube J 內進行管理。</p>

公司名稱	出席代表	公司簡介
雲守護 Beseye	涂正翰 創辦人 	<p>Beseye 的服務，主要將市場上常見的監視器結合 AI 深度學習，讓從不會主動「說話」的傳統監控設備，變為能夠自動通報警示，並具有分析功能的智慧攝影機。根據業者需求，系統可靈活建立各種人體行為模型加以分析，因此奠基於底層核心技術，目前在製造業、零售業、居家監控、交通運輸、醫療產業方面，都可以看到 Beseye 相當成熟的應用與服務。</p>
行動貝果 MoBagel	鍾哲民 創辦人 	<p>MoBagel 秉持著以人工智慧協助各企業用數據創造價值的精神，MoBagel 在 2016 年開發了自己的第一套產品 Decanter AI，同時已幫助無數企業從海量的數據資料中萃取出重要資訊，並根據這些數據做出企業決策。從產品上市至今，我們服務過的領域包含零售、電信、製造、金融等等。曾獲選參與矽谷知名加速器 500 Startup、獲選參加日本 SoftBank Innovation Program、也在 Nokia 的 Open Innovation Challenge 中得名。</p>

公司名稱	出席代表	公司簡介
民傑資科 Maktar	陳良信 創辦人暨執行長 	民傑資科專注於研發、設計、製造蘋果 MFi 認證及軟硬體整合的手機周邊智慧型產品，是一家全球性的消費性電子公司，並同時與國際知名公司與品牌合作，提供軟硬體整合的解決方案。主要產品「Qubii 備份豆腐」能在 iPhone 充電同時自動備份手機資料，徹底解決消費者常忘記備份的痛點，產品更榮獲 2018 年 Computex 最佳產品獎。
威朋 Vpon	吳詣泓 創辦人暨執行長 	威朋專注於透過數據分析尖端技術，為客戶提供亞洲最廣泛的行動裝置數據，運用於數據導向的解決方案。我們擁有先進的大數據分析技術，以亞洲最豐富的行動數據，憑藉每月可觸及的 9 億行動裝置以及每日 210 億次可競價流量，並集合覆蓋亞太地區優質的媒體資源，為客戶提供最有效的數據核心解決方案，包括數據分析服務、品牌推廣、跨境行銷、成效優化等解決方案。

公司名稱	出席代表	公司簡介
集雅科技 Gliacloud	彭儒靜 共同創辦人暨營運長 	集雅科技推出的 GliaStudio 人工智慧影音自動產製平台，藉由科技的力量，提供媒體、內容平台一個劃時代的影音解決方案。 GliaStudio 利用人工智慧，結合自然語言處理和電腦視覺，將文字轉化為影片，受到多項國際新創大獎肯定。目前已和台灣、日本、中國等大亞洲地區多家媒體、電商、內容版權商合作，大量快速的產製影音，促進內容產業創新。
果翼科技 Pinkoi	顏君庭 創辦人暨執行長 	Pinkoi 是亞洲領先的設計商品購物網站，擁有眾多海內外優質的設計師群，提供超過數十萬件的獨特設計商品，堅持用好品味、客製化的獨特設計，實現每個人的美感生活，也讓每個送禮時刻更加獨一無二。2011 年 8 月成立至今，致力於經營台灣、日本、泰國、中港澳、美加及其他國際市場，期望讓亞洲迷人的好設計在全世界散發光芒，並創造一個讓生活更美好的設計生態圈。

公司名稱	出席代表	公司簡介
酷遊天 KKday	陳明明 創辦人暨執行長 	KKday 是一個專門提供旅遊體驗與行程 (local tours and activities) 的線上平台，網羅世界各地的深度行程，為旅客省去了要到不同網站找行程和訂票的困擾，提升規劃自由行的舒適度。
亞洲遊 AsiaYo	鄭兆剛 創辦人暨執行長 	AsiaYo 是一個連結亞洲各國特色旅宿與旅人的線上訂房平台。從台灣各地旅宿，到日本、韓國、泰國、香港、馬來西亞、新加坡，我們致力於提供旅人們最佳的體驗，由住宿開始，體驗令人驚艷的亞洲之美！
媽咪愛 Mamilove	張瑜珊 創辦人暨執行長 	「媽咪愛」為台灣最大的母嬰電商平台，希望能和新手爸媽彼此幫助和陪伴，秉持著只推薦自己會買給家人小孩的商品，讓媽咪們一起購物。把每個寶寶都當成自己的小孩，是媽咪愛對自己的期許。

公司名稱	出席代表	公司簡介
綠夾克 Golface	廖聰哲 共同創辦人暨執行長 	<p>開發、銷售透過應用程式一次管理高爾夫的打球預約、球道介紹、球車導航、成績管理等服務的台灣初創企業綠夾克運動事業股份有限公司，為打進日本市場，在 2017 年 5 月於福岡設立了 Golface 株式會社。與西日本鐵道集團聯手，展開招攬台灣觀光客的高爾夫套裝事業的這家公司，將會告訴我們進軍日本的過程及對未來的展望。</p>
飛亞旅行社 MyTaiwanTour	吳昭輝 創辦人暨執行長 	<p>MyTaiwanTour 飛亞旅遊每年接待上萬名來自世界各地的國際旅客在台旅遊。除了希望分享這座島嶼的風情萬種，我們更期許藉由觀光規劃，為這片土地的社會面、文化面、環境面注入活水資源。誠摯邀請企業團體一同感受台灣的美好，不論是企業社會活動（CSR）、團隊凝聚（Team building）或會議旅遊，透過飛亞旅遊的專業客製化行程服務，將竭誠為貴公司打造多元豐富的深刻體驗。</p>

公司名稱	出席代表	公司簡介
富錦樹 Fujin Tree	吳羽傑 創辦人 	富錦樹期望以生活為出發點，發展出更多可能、並將台灣帶向國際舞台、讓生活產業受到更多重視。「把台灣帶向世界，把世界帶進台灣」為我們的企業願景。旗下有富錦樹台菜香檳、富錦樹咖啡、富錦樹 355。
有理百物 Unipapa	陳奕璋 創辦人 	Unipapa 有理百物是專注型的獨特電商平台，細選國內外優質產品，並透過消費者回饋以及市場數據操作產品，另與生產製造緊密合作。
歐萊德 O'right	葛望平 創辦人 	綠色髮粧品牌「O'right 歐萊德」，擁有的不只是髮粧產品。以 Green Life Style 品牌自居的我們，傳達的是屬於台灣在地的綠色文化素養；訴說的是這塊土地與生命的連結；企圖從珍貴的自然價值中得到啟發去創造更具意義的產品價值。

公司名稱	出席代表	公司簡介
<p>奧本電剪 URBANER</p>	<p>林雷鈞 總經理</p> 	<p>URBANER 奧本電剪相信「品味源自細節」，對每個小細節的重視，最後將成就與眾不同的品味。URBANER 奧本電剪，提供高質感的電動毛髮修剪器，讓在意自己外表細節的都會男性都能好好打理毛髮，由外而內提昇生活質感。重視「細節」是我們的品牌核心，30 多年的製造經驗，讓我們精鍊每個生產環節，提供足以襯托客戶品味的好產品。</p>
<p>春池玻璃 Spring Pool Glass</p>	<p>吳庭安 負責人</p> 	<p>春池玻璃實業有限公司，目前跨足於工業原料、科技建材、文化藝術與觀光工廠。本業為專業回收玻璃與再處理之企業，總公司在台灣新竹，並擁有一家相關企業。目前每年回收並處理超過 10 萬噸的春池玻璃，大約為台灣廢玻璃之七成，為目前全台最具規模之廢棄玻璃回收業者。其企業理念為永續經營，綠色創新。在 2015 更獲得根留台灣，展望全球之「金根獎」之殊榮。</p>

肆、過程

一、與日本貿易振興機構(JETRO)交流

(一) JETRO 介紹：

日本貿易振興機構(JETRO)成立於 1958 年，為日本經濟產業省主管的獨立行政法人，角色類似我國的中華民國對外貿易發展協會(外貿協會)，其工作是促進日本與其他國家的雙邊貿易及投資，包含協助外國企業直接投資日本、協助日本中小企業擴展國外市場、拓展日本農林食材食品至國外市場、進行各種國內外產業研究調查，供政策發展及企業參考。

為了吸引國外優秀人才及技術到日本，日本政府從 2003 年開始積極推動吸引外資工作，並列為國家重要戰略政策目標之一，並設定 2020 年外資投資日本達 35 兆日圓的目標。JETRO 迄今已協助逾 18,000 件投資案，並成功促成逾 1,800 件，其中有 71 件來自台灣。

日本政府為因應「Society 5.0」及「資訊傳動型社會」的改革目標，正積極尋求與導入 AI、IoT、機器人等新興技術，並開發可解決日本社會問題的商業模型，故 JETRO 從今年 4 月開始調整重點支援的企業類型，目前著重吸引在技術或商業模式上有所創新的新創企業到日本發展，領域如自駕車、金融科技、農業科技、機器人、能源轉換與控制、遠距醫療等。

(二) JETRO 提供國際新創落地日本相關協助：

JETRO 透過設於東京、橫濱、名古屋、大阪、神戶及福岡等 6 個日本主要城市的對日投資商務支援中心(IBSC)，提供登記、稅務、勞務等方面的諮詢，並提供臨時辦公室予擬在日本開展業務的外國企業，可分次、分地點、免費使用多達 50 個工作天。JETRO 亦會不定期地辦理交流會、研討會，如今年 9 月針對離岸風力業者舉辦研討會，另預計於 11 月舉辦 Invest Japan 大型研討會、12 月與東京工業大學合辦留學生與外資企業交流會等。此外，

日本各地方政府亦提出相關優惠方案吸引外資，如千葉縣有提供辦公室租金優惠補助、福岡縣針對外國 IT 新創提供公司設立登記費用的減免。

JETRO 負責接待本團的陳彥如經理也特別分享一些在日本設立企業要注意的事項，例如建議外資可多雇用日本當地員工、鼓勵外國新創積極參加日本大企業舉辦的加速器活動，藉此尋求與大公司合作的機會。

(三) 新創團隊反應熱烈：

JETRO 簡介結束後，隨團的新創團隊發問相當踴躍，提出的問題包含員工交通費發給、銀行開戶、如何與日本仲介互動等，顯示台灣新創對於進入日本市場的積極度。透過這次的交流機會，成功串聯國內新創及日本 JETRO 輔導資源，期協助新創為進軍日本做更完善的準備。



圖 2 JETRO 介紹業務內容



圖 3 陳主委代表贈禮予 JETRO

二、參加「Deloitte Morning Pitch 特別企劃—台灣新創之夜」

(一) Deloitte Morning Pitch 背景介紹：

Deloitte Taiwan 是 AAMA 台北搖籃計劃長期的合作夥伴，Deloitte Japan(又稱 Deloitte Tohmatsu)目前也積極推廣協助台灣企業前往日本尋找創投資源。Deloitte Japan 於 2010 年成立 Deloitte Tohmatsu Venture Support (DTVS)，負責創業發展業務，協助種子期(seed stage)及早期(early stage)的新創企業擴展其業務。DTVS 董事總經理 Yuma Saito 於 2013 年創辦 Morning Pitch 活動，新創企業以 5 分鐘 pitch 向台下觀眾發表其產品及服務，主要是為了建立新創企業與大型企業、投資者及媒體的商業聯盟網絡，定期提供對接資源與媒合交流的平台，挖掘新創團隊與大型企業合作的機會。

Morning Pitch 每週舉辦一次，迄今已在日本舉行逾 300 次，每週吸引逾 200 家大企業參與，已有逾 1500 家新創企業發表，並促成逾 15 件的 IPO 案，以及逾 200 件的企業合作案例，是日本最著名的新創活動之一。

值得一提的是，日本 Deloitte 舉辦 Morning Pitch 的時間訂在早上 7 點，是因為日本 Deloitte 相信，若企業家願意這麼早來參加活動，就代表這家企業對於 Morning Pitch 具有高度興趣，此將有助於提高後續成功媒合的案件數。此外，Morning Pitch Guidebook 在 2015 年榮登 Amazon 銷售排行版上商業書籍類的第一名，顯示 Morning Pitch 在日本創業界的地位。

台日長期以來互為重要的貿易夥伴，且兩國都相當重視創新創業的發展，也鼓勵企業與新創合作，為經濟發展注入新的動能。近年來，台灣新創公司也積極以日本作為國際化的重要據點，不管在 AI、IoT 等創新科技的應用，或設計、旅遊等生活領域上的合作，均逐步展現亮眼成果。基此，國發會攜手 AAMA 台北搖籃計劃及 Deloitte 舉辦「Morning Pitch 特別企劃－臺灣新創之夜」活動(以下簡稱 Demo Day)，盼激發更多台灣新創與日本企業的合作機會，結合台日雙方優勢，攜手拓展全球市場，共創台日發展榮景。



圖 4 「Morning Pitch 特別企劃－臺灣新創之夜」活動報到處一隅

(二) 台灣新創成為日本 Deloitte Morning Pitch 首場外國團隊：

這場 Demo Day 是日本 Deloitte 首次為外國團隊舉辦的 Morning Pitch 活動，顯示 AAMA 旗下新創團隊相當優秀。此外，這場 Demo Day 吸引逾百家知名日本企業、創投參與，如 Cool Japan Fund、LINE、NTT DoCoMo Ventures、Mitsubishi、東京電力、三井住友、野村證券、瑞穗銀行等，規模相當盛大，顯示日本產業界對此一活動的重視。

本次 Demo Day 現場安排 7 家已進軍日本市場的新創團隊分享產品服務及耕耘日本市場的成果，包含已獲紅杉資本投資的 AI 新創沛星科技 (Appier)、和日本觀光局合作的大數據分析新創威朋 (Vpon)、與多家日本電力公司合作的聯齊科技 (NextDrive)、擁有最大網紅資料庫的愛卡拉 (iKala)、亞洲領先的設計電商平台 Pinkoi、即將在日本積極展店的歐萊德 (O' right) 及甫獲得 Cool Japan Fund 策略投資的 KKday 等。



圖 5 Demo Day 吸引逾百家知名日本企業、創投參與



圖 6 台灣新創與日本企業、創投、潛在合作夥伴及媒體交流熱烈

透過此次的 Demo Day，加強鏈結 Deloitte 日本產業界的人脈與資源，增加台灣新創與日本企業、創投、潛在合作夥伴及媒體接洽機會，有效促進臺日企業與新創圈交流，對於增加台灣新創能見度及拓展國際市場相當有助益。

三、拜訪日本企業

(一) 日本樂天集團

樂天株式會社(Rakuten)創立於 1997 年，是一家經營網際網路相關服務的公司，日本電商平台「樂天市場」為其旗下企業，是日本最大規模的電子商務平台，佔了日本 26.8%的市場份額(第二名為 Amazon)。樂天集團自 2000 年開始併購其他公司，旗下有電子商務(EC)、金融科技、數位內容以及電信等超過 70 種的服務，在日本國內就擁有 1.26 億人次的會員數，並有近 13 億的使用者遍布全球 30 個國家及地區。

樂天的會員組成多數為女性，年齡約在 20~45 歲之間，以食品、家俱雜貨、流行時尚等產品為主。考量日本民眾對於集點的熱愛，樂天打造會員點數機制，實施相當成功，會員購物後可獲得點數，用以換取商品或折扣，樂

天更在會員點數基礎上發展出「SUPER SALE」與「購物馬拉松」2項行銷策略，有助於增加銷售額，並提升會員黏著度。

台灣為樂天市場的第一個海外拓點，樂天株式會社於2007年11月與統一企業集團簽約成立合資公司台灣樂天市場（樂天株式會社持股51%，統一超商持股49%），2008年第二季正式開始營運。近年來，日本樂天與台灣的交流更加密切，除了樂天國際商業銀行在今年7月成功申請我國純網銀執照外，樂天亦於今年9月更收購了台灣的Lamigo桃猿棒球隊。

日本樂天集團近期積極推動數位新創培育，於2018年推出「樂天新創培育計畫—Rakuten Accelerator Powered By Techstars」，挑選十家具發展潛力的新創公司，進行為期三個月的導師制（Mentor Driven）培訓，透過樂天全球生態系統的資源，協助新創進行產品技術研發及後續市場驗證。

樂天在台灣的合作夥伴從線上到線下都非常多元，AAMA台北搖籃計劃旗下已有為數不少的生活服務相關新創品牌進駐樂天的電商平台，例如隨團的歐萊德已經在台灣樂天市場有獨立網店，奧本電剪也在日本樂天市場的獨立網店。此外，包含茶籽堂、起士公爵、鮮乳坊等品牌產品，也都能在台灣樂天市場這個重要的通路購買到。

此次特地安排隨團新創向日本樂天集團簡報，包含Mamilove、MyTaiwanTour、Golface、GliaCloud、URBANER、AsiaYo等，期協助台灣優秀新創產品透過樂天網站這個通路打入日本市場。

(二) 日本軟銀集團旗下子公司 Deepcore

Deepcore 是日本軟銀 100% 持股的子公司，主要聚焦於 AI 領域，其公司任務為”CORE for disruptive innovations”，願景為”Unleash the potential in technology visionaries passionate about changing the world”，Deepcore 認為近幾年來日本能影響世界的企業越來越少，導致日本的發展逐漸被限縮。因此

希望協助培育日本年輕及具有才能的青年，期待他們成為改變世界的核心。

Deepcore 提供 AI 新創相關輔導資源，設有投資基金，以及日本第一個專注於 AI 領域的孵化基地 KERNEL。KERNEL 與 WeWork 合作，目前有超過 350 位會員，產業領域包含農業、金融、醫療、教育、生技等。此外，Deepcore 也與半導體公司 NVIDIA 合作，KERNEL 的會員可使用 NVIDIA 的人工智慧運算平台，輕鬆取得 GPU 優化軟體工具，以進行深度學習和高效能運算；會員亦可參加 NVIDIA 的加速器計畫-Inception 計畫，獲得在產品開發、原型試作等關鍵階段的協助。

Deepcore 協助的新創公司不只來自日本，也有國際團隊，比例約為日本 40%、其他國家 60%，迄今執行約 1 年半的時間，已投資 22 個項目，約占總基金 30%，單筆投資金額約為 5 萬美元至 1 百萬美元。此次拜訪特地安排隨團的 NextDrice、iKala、Beseye、Mobagel、Vpon 等 5 家 AI 相關新創向 Deepcore 簡報，期待未來能有進一步投資或合作的機會。



圖 7 Deepcore 代表向訪團介紹服務內容

(三) 伊藤忠商事

伊藤忠商事株式會社是日本的五大綜合商社之一，有長達 160 年的歷史，在日本國內及全球 62 個國家共有 99 個據點，並有逾 300 家關聯公司，經營項目橫跨紡織、機器、金屬/礦物、能源/化學、食品、不動產、資通訊/金融等，台灣人耳熟能詳的全家便利超商、吉野家等，也都是伊藤忠的旗下關係企業。除了從事貿易業務外，伊藤忠亦進行與公司事業相關的多方位投資，其中最知名的對台投資案為台北 101，伊藤忠持有 37.2% 的股份。

此外，伊藤忠長年協助新創發展，伊藤忠與傳統創投從前端、投資或加速器的方式不太相同，伊藤忠更要求「後端銷售」的層面，其相信只有通過市場真正的考驗，才能證明新創企業的商業價值，若通過市場考驗，加大後續所需的人才、技術、資金，更能達到事半功倍的效果。此次訪團希望借助伊藤忠商事在市場通路的極大優勢能夠協助台灣新創團隊能夠前進旗下的通路，如日本全家便利商店等。

值得一提的是，“I am One with Infinite Missions.”為伊藤忠的公司理念，伊藤忠表示，作為一家全球性公司，伊藤忠商事將努力提高其價值，以實現「致力於全球公益」的企業理念。本次隨團的新創團隊中不乏以社會公益、永續為努力方向者，如綠色髮妝品牌-歐萊德及玻璃回收業者-春池玻璃，都是我國綠能環保領域的優秀新創。舉春池玻璃為例，春池玻璃是一家有 50 年歷史的玻璃回收工廠，處理台灣 50%-70% 的玻璃回收，其企業理念為永續經營、綠色創新，致力把有限的資源變成永續的材料，蔡英文總統更稱春池玻璃為台灣「循環經濟」之典範。春池玻璃在向伊藤忠的簡報中特別提及，台灣是全球回收率最高的國家，春池想要延續這個良好的習慣，透過專案持續推廣回收觀念，期望台灣可成為全球「循環經濟」產業的領頭羊，如春池與 W Hotel 合作回收材料再造計畫，在 W Hotel 中放入由回收玻璃砂粒打造

的綠洲區域串聯「回收」與「創造」的共生關係，讓環保落實在日常生活。



圖 8 春池玻璃向伊藤忠介紹其公司理念

(四) 日本三井不動產

三井不動產株式會社是日本最大的不動產公司兼房地產開發商，與住友不動產和三菱地所並列大型綜合地產開發商。三井住友銀行和三井物產為三井集團的核心企業。三井不動產在台灣已設立 Outlet 於林口以及台中，另預計於 2021 年開幕南港店，顯現對台灣的投資日益增加。

AAMA 不少新創品牌與三井在台灣已有密切合作，而誠品生活於今年 9 月攜手日本三井不動產與百年書店有隣堂於東京日本橋開展首家日本據點，AAMA 台北搖籃計劃中的新創品牌如林三益 LSY、富錦樹台菜香檳等，將與其他近 50 個台灣品牌一同透過東京誠品進軍日本。希望能藉此次參訪機會協助更多台灣品牌打入日本市場。



圖 9 MyTaiwanTour 向三井不動產介紹

(五) 日本創投公司 Infinity Ventures

Infinity Ventures 由田中章雄、小野裕史創立於 2009 年，長期深耕日本及大中華區市場，前揭地區亦為 Infinity Ventures 主要的資金募集來源，投資專注在行動通訊領域、具高技術含量、能為市場帶來破壞式創新的團隊。

Infinity Ventures 與台灣企業及政府都有密切合作，從 2011 年起投資台灣新創，2014 年獲國發基金 2 千萬美元投資，2015 年進駐台灣，至今已投資台灣多家新創，包含線上影音串流平台 KKTV、文創設計電商 Pinkoi、直播平台 M17、大數據與 AI 數位行銷系統 GliaCloud、虛擬貨幣交易所 MaiCoin、音樂社交平台 Mixerbox、網路新媒體 Juksy，範圍涵蓋 AI、電商、加密貨幣、娛樂等事業。此外，Infinity Ventures 也協助 M17 落地日本並晉升為日本第一大直播平台，Infinity Ventures 創辦人之一小野裕史更擔任 M17 的執行長。

在本次拜訪中 Infinity Ventures 特別邀請東京證券交易所及 M17 作分享，讓台灣新創更了解進入日本市場可能遇到的困難以及可獲得的資源。



圖 10 IVP 辦公室一隅(17 直播牆面)



圖 11 Infinity Ventures 創辦人之一田中章雄介紹

四、參加 Taiwan Plus 2019 及東京誠品開幕

(一) Taiwan Plus 2019

為展現台灣的文化、創意與設計力，中華文化總會於 2018 年開始啟動一系列台日文化交流活動，並於今年 9 月 28 及 29 日舉辦「Taiwan Plus 2019 台灣新感覺」，號召文化界、企業界與政府代表，共同推廣台灣文化連結日本、國際。今年的展覽除了設計、音樂、市集外，今年更加入講座、台日店家合作等，傳達台灣獨有的文化魅力，據悉 2 日活動共吸引了超過 8 萬人參與。

這次市集與設計購物網 Pinkoi 合作，展出台灣有特色的在地品牌，其中也有許多來自 AAMA 的團隊，例如拿下世界金牌巧克力的福灣巧克力、從台南發跡紅到日本的蜷尾家冰淇淋、台灣經營相當成功的旅遊體驗評台 KKday 等。參與市集也是最直接能接觸到消費者反應的第一現場。很多品牌對於日本市場感到興趣，而參與市集是能最直接接觸到消費者反應的方式，透過參與 Taiwan Plus 活動，這些品牌可進行初步的日本市場調查。期盼未來有更多台灣優秀的文創、餐飲、生活品牌行銷到日本等國際市場。



圖 12 Taiwan Plus 台灣文創產品展出

(二) 東京誠品開幕

誠品從一開始的誠品書店，逐漸擴大營業範疇，現在我們在誠品也能看到販賣文創商品、設計師品牌、居家生活雜貨、佈置擺設、包袋配件等。誠品生活以「文化創意產業」為發展根本，以「人文、藝術、創意、生活」作為核心價值，將自己定位為「文化創意的商業平台提供者」。

誠品在日本東京日本橋開設的首家據點「誠品生活日本橋」，於今年 9 月盛大開幕，以閱讀為核心，結合傳統技藝與現代文化創意，推動台日文化交流，開啟了台灣生活服務產品輸出日本的契機。AAMA 旗下有不少團隊亦進駐東京誠品，例如奧本電剪、歐萊德、富錦樹等。



圖 13 本團團員於東京誠品前合影

從 Taiwan Plus 活動及誠品生活到東京展店可發現，台灣的文創設計及品牌生活等產品的能量與魅力已逐漸蔓延到日本，未來將可看到更多台灣品牌的身影在日本發光發熱。

五、主委接受日本媒體專訪

為加強向日本市場展現台灣創新實力，本會委請 AAMA 與公關公司 Hoffman Agency 日本代表處合作，協助邀請日本當地媒體如 THE BRIDGE、Weekly Toyo Keizai(東洋經濟新報社)等採訪陳主委，期透過媒體宣傳，向國際推廣台灣新創的優勢，以及政府積極作為。

陳主委在媒體專訪中提及，為加速扶持具潛力的新創成功，台灣政府長期致力於推動創新創業發展，推動「優化新創事業投資環境行動方案」，由資金、人才、法規、市場等面向，打造完善的新創生態環境；台日長期以來互為重要的貿易夥伴，且推動創新創業政策方向一致，均鼓勵新創走向國際，並促成企業與新創合作，未來可結合雙方優勢，共同攜手拓展全球市場。

媒體簡介如下：

媒體	介紹	採訪記者
THE BRIDGE	日本線上媒體平台，特別關注新創企業發展，目標是扮演企業家與投資者之間的橋樑，其平台每月有 50 萬名閱覽者。	Mr. Masaru Ikeda (THE BRIDGE 共同創辦人) Masaru 長期研究亞洲與矽谷 IT 企業發展，也是一名工程師，專精於開發各種網路系統服務。Masaru 熟稔網路技術及創新服務，亦為許多創投公司提供盡職調查服務。Masaru 於 2010 年創辦 THE BRIDGE，現亦為東南亞知名新創媒體 Tech in Asia 專欄作家。
Weekly Toyo Keizai(東洋經濟新報社)	創建於 1895 年，專門出版商業類書籍與經濟類出版品，旗下刊物《東洋經濟新報》(後更名為《周刊東洋經濟》)同時創刊。	Mr. Yenfu LIU 出生於台灣，取得早稻田大學政治科學與經濟學學士學位，以及政治學研究所的新聞學碩士學位。專業為亞洲國際政治經濟學和東亞新聞學，對亞洲國家(尤其是台灣和中國)的新聞和趨勢感興趣。



圖 14 陳主委接受日本線上媒體 THE BRIDGE 的採訪



圖 15 陳主委等人與 Weekly Toyo Keizai 記者 Yenfu LIU 合影

伍、心得與建議

一、Demo Day 提高日本產業界對台灣新創關注度，並獲得正面迴響

透過與 Deloitte JP (日本勤業眾信) 共同舉辦 Demo Day，以國際化一線團隊 Appier、iKala、NextDrive、Vpon、O' right、Pinkoi、KKday 作為台灣新創對日溝通的先鋒部隊，獲得日本企業正面肯定，共吸引超過 100 位企業代表參與 Demo Day 交流，並持續關注台灣新創。同時，Deloitte JP 將持續與多家新創合作，持續拓展日本企業人脈。

二、透過國內外媒體管道，擴散本次台日交流效益

本案透過數位時代及國際公關公司 Hoffman Agency 等多重管道，共促成 42 篇國內外媒體報導，包括國內媒體報導 15 則(如中央社、Yahoo、工商日報、創業小聚)、日本媒體報導 27 則(如東洋經濟、產經新聞、ZDNet Japan)，提高台灣優質新創團隊的國際曝光量及能見度。

三、協助新創與日本企業龍頭交流，創造後續合作機會

藉由籌組國家代表隊與日本產業界進行對話，創造個別新創不易自行安排之商業交流及媒合機會。本次得以與日本多家大企業，包含伊藤忠集團、三井不動產、軟銀子公司、Infinity Ventures 等新創最有興趣的窗口對接並深度交流。其中伊藤忠集團更在會後進行後續的合作意願接洽，並將透過 AAMA 台北搖籃計畫持續認識台灣優質新創。

四、政府與新創家深度交流，更能接地氣地了解其發展情形

此行本會陳主委與創業家共同赴國外參訪，並進行深度意見交流。對於新創所反映的問題，本會積極協助處理並持續追蹤，後續也將擴大與更多新創交流，了解新創需求，更有效率地建構台灣新創發展環境。