

# NewSpace2018

## 参加報告

2018年7月9日



葛岡 成樹



### 目次

概要 .....	1
感想 .....	2
主なプレゼンテーション・議論 .....	2
(1) Deloitte Principal Mr. Erich Fischer によるキーノートスピーチ .....	2
(2) パネル「\$330 Billion から\$1 Trillion をどう実現するか」 .....	2
(3) 新興企業育成 .....	2
(4) 宇宙新興企業と軍 .....	2
ちよっと一言 .....	3

### 概要

NewSpace Conference 2018 が、2018年6月26日(火)~28日(木)、米国シアトル郊外 Renton の Hyatt Regency Lake Washington ホテルで開催された。このコンファレンスは米国 Space Frontier 財団が主催し、宇宙ビジネスとくに新興企業(Start Ups)のリーダー、サポーター、投資者などのネットワーク、および新興宇宙ビジネスの興隆を目的として2006年から毎年開催されている。

今年のコンファレンスは「Now. New. Next.」を

テーマとし、キーノートスピーチとパネルで構成されていて展示はなかった。参加者は全体で約200人であり、参加者のほとんどが米国からであった。アジアからは中国・韓国が参加していた。特に韓国は宇宙ビジネス関係者だけではなく、韓国メディアが参加してキーパーソンにインタビューするなど、盛んに活動していた。日本からは9人が参加。ほとんど全員が既存宇宙企業関係者であり、宇宙新興企業からの参加は1名のみであった。



## 感想

筆者はこのコンファレンス、今年が初参加であった。参加前に聞いていた2016年や2017年に比べ、2018年は規模・内容とも大幅に縮小・変化したのだろうか。まず2016年の参加者は800人ほどだったとのことだが、今回は200人。また過去は新興企業の当事者が多数参加していたとのことだが、今年はいささか目立たなかった。むしろNASAや軍など新興企業を支援しようという側の参加・登壇が目立った。たしかに宇宙新興企業関連者もいたが、Blue Originなど有名どころは登壇するパネルの時だけ参加してさっさと帰ってしまう。新興企業では、ワシントン州・シアトル近郊の会社でラウンドAや本当に起業したばかりの会社がいづつか参加していた程度であった。日本では過去このコンファレンスに参加した人たちが中心となってSpace Tideの動きを作ったと聞いていたが、今回Space Tide関係者の参加もなかった。どうやら従来の新興企業自らのネットワーキング・コンファレンスという目的から、新興企業支援のためのコンファレンスに変貌してきたようだ。ある人が言うように、宇宙ビジネスのコンファレンスではなく、宇宙ビジネス・ビジネス(宇宙ビジネスをやるという人を狙うビジネス)のコンファレンスであったのかもしれない。ただしコンファレンスを運営するボランティアとして学生や既存宇宙企業に属している人が多数参加しており、以前からのコミュニティメンバーとして仲間内の情報交換があったようだ。

主要なテーマとしては「\$330 Billion から\$1 Trillion をどう実現するか」であり、宇宙ビジネス市場規模を\$1 Trillion にするにはという点ではあったが、いろんな事例が散発的に紹介はされたもののこれという決め手、議論はとくになかった。一方NASA

等各政府機関が実施しているSBIR(Small Business Innovation Research)や軍の新興企業育成制度、官の新興企業育成ファンドの紹介が多かった。

いずれにせよ宇宙産業全体としてどうなる・宇宙新興企業を育成するにはどんな制度があるという話を理解する、またNewSpaceの全体像を知るには有効であったが、それぞれのビジネス実現を目指している新興企業そのものにとって役立つコンファレンスだったかどうかは疑問である。たしかに宇宙ビジネス・ビジネスのコンファレンスだったと言っていいかもしれない。



## 主なプレゼンテーション・議論

### (1) Deloitte Principal Mr. Erich Fischer によるキーノートスピーチ

<以下省略>

### (2) パネル「\$330 Billion から\$1 Trillion をどう実現するか」

<以下省略>

### (3) 新興企業育成

<以下省略>

### (4) 宇宙新興企業と軍

<以下省略>

## ちょっと一言

このコンファレンスの会場は、シアトルの  
ダウンタウンから遠く離れたホテルで、周り  
にはなにもショップ・レストランがない。この  
ため 3 日間缶詰めとなり、毎日同じホテルで  
の食事となった。毎日同じような食事で飽き  
もするが、それを救ったのがクラフトビール  
であった。最近米国でもクラフトビールが大  
流行、ホテルレストランのメニューにもクラ  
フトビール、とくに IPA が多  
数並んでいる。それぞれ小さ  
く多彩なブルワリーの製品で  
あり、味・色の違いが面白くク  
ラフトビールを毎日楽しん  
だ。



クラフトビールを飲みながらの話だが、  
クラフトビールの製造はワインのように広い  
ブドウ畑を保有する必要もなく、また醸造設  
備の投資もそれほど大きなものではないらし  
い。特に重要なのはウィスキーのように投資  
後収益が上がるまでの時間が何年・何十年と  
かかるものではなく、醸造後短時間で収益化  
可能である。このため米国でもマイクロブル  
ワリーによるクラフトビール作りが盛んにな  
った。

宇宙ビジネスでは新ビジネス立ち上げから  
収益化まで 10 年以上時間がかかって当たり  
前という意識でいたが、世間のビジネスでは  
そうはいかない。宇宙ビジネスでもワインや  
ウィスキーではなくクラフトビールのビジネ  
スを狙う必要があるのだろう。では、どうやっ  
て????

本報告書へのお問い合わせは：



株式会社 サテライト・ビジネス・ネットワーク

<https://sat-biznet.com>

葛岡 成樹

<https://sat-biznet.com/contact-us/>



ユーロコンサル日本事務所

<http://www.euroconsult-ec.com>

葛岡 成樹