

概要書

本研究は、グローバル化の進展により留学や越境活動が一般化するなかで、留学経験がユーザー起業家の機会認識と事業化プロセスにどのように関与するのかを明らかにすることを目的とする。従来、帰国起業家 (Returnee Entrepreneur) 研究は知識移転やネットワーク、制度環境に焦点を当て、海外経験が起業成果に与える影響を説明してきた (Dai & Liu, 2009; Liu et al., 2010; Kenney et al., 2013; Lin et al., 2019)。しかし、当事者がユーザーとして得た不便さと違和感をどのように一般化し、事業機会として確信へ変えていくのかは十分に描けていない。ユーザーイノベーションやユーザー起業家の研究では、本人が使っていて困ったことを解決し、その延長で事業になる流れは示されてきた (Shah & Tripsas, 2007)。一方で、留学のように生活や市場の環境が大きく変わる経験が、どんなニーズに気づくか、そのニーズをどう理解するか、そしてどれを事業になると判断するかをどう変えるのかについては、まだ十分に議論されていない。そこで本研究は、留学経験という観点からユーザー起業家活動の特徴を再検討する。

リサーチクエストは二つである。RQ1は「留学経験を通じて獲得した外国市場特有のニーズ情報は、ユーザー起業家によってどのように活用され、それが自国市場における市場機会としてどのように認識されるのか」である。RQ2は「外国市場特有のニーズ情報を起業機会として認識したユーザー起業家は、帰国後にどのように事業コンセプトを構想し、いかなる資源動員を通じて起業を成功へと導くのか」である。

方法として、ライフヒストリー法を採用した。対象は留学経験をもち、かつ自己使用または使用現場に密着した実務に根差す課題から事業化したユーザー起業家三名である。史佩冬 (上海禾沁信息技术有限公司) は日本留学と帰国後の対日業務を通じ、日側の品質要求と中国側制作資源の間にある調整コストを当事者として経験した。毛文超 (上海行吟信息科技有限公司) は米国留学中、海外購買や生活情報の入手困難を経験し、帰国後に同様の情報不足が拡大する需要として顕在化すると見立てた。汪滔 (DJI大疆创新科技有限公司) は香港科技大学での学習経験を背景に、ドローン操縦者としての安定飛行の困難を制御技術の課題として追究し、製品化へ結びつけた。史佩冬については半構造化インタビューを実施し、毛文超と汪滔については公開インタビュー、講演記録、企業発信資料等の一次、二次資料を収集して分析した。各事例に

ついて、留学前後の経験、問題意識の形成、事業化の判断、資源調達と運用システムの構築、環境変化への対応を時系列に整理し、共通点を抽出した。

分析の結果、主に四点の発見事実が得られた。第一に、リードユーザー起点の成果は市場より先進的になりやすく、当初は市場とのミスマッチを抱えやすいが、留学経験は先行市場の普及過程を参照枠として与え、自国も時間差で追随するという将来見通しを形成し、将来の市場適合性の確度を高めていた。第二に、留学は生活の使用文脈を通じて比較の基準を作り、帰国後に自国の不足や未成熟が差として可視化されやすい。その差が拡大する需要と結びつくことで、ニーズ情報は個人の不便から構造的課題へ再定義され、市場機会として立ち上がっていた。第三に、三事例の創業地は上海そして深圳といった大都市に集中していた。これは資金・人材・取引機会・正当性の獲得が集積地で相対的に容易であり、越境要素（品質基準、言語・文化の翻訳、国際取引の前提）を実装するコストを低減できるためである。第四に、留学経験は履歴書の一行で終わるものではなかった。実際には、海外と国内のやり取りをうまく進めるための翻訳や調整のしかた、品質を揃えるためのチェックの仕組み、プラットフォームの運営ルール、開発や供給の体制づくり、人の育て方や意思決定の進め方といった形で、会社の動かし方そのものに組み込まれていた。つまり留学経験は一回限りの強みではなく、事業を回し続けるためのやり方として定着し、資金や人材を集めたり、環境の変化に対応したりする際の土台になっていた。

以上より、RQ1に対しては、留学経験が比較の参照枠を提供し、ギャップ認識と将来見通しを媒介として外国市場のニーズ情報を自国の機会認識へ転換するメカニズムが示された。RQ2に対しては、機会認識後の事業化は単なる模倣ではなく、自国の制度、産業構造、利用者行動に合わせた翻訳と再設計として進み、大都市の集積と越境ネットワークを足場に資源を束ね、越境要素を運用システムとして組織に埋め込むことで事業が成立と拡張することが確認された。

以上の示唆から、本研究の意義は次のように整理できる。第一に、帰国起業家のなかでもユーザー起業家に着目することで、世界市場の最先端で形成されるニーズ情報が、帰国後にいかに起業機会として認識されるのかを具体的に捉えた点にある。すなわち、留学経験を通じて獲得されたニーズ情報は、単なる知識の持ち帰りにとどまらず、自国市場を相対化する参照枠として働き、自国でも時間差で同様の需要が立ち上がるという見通しを与えることで、市場機会の確からしさを高める。

第二に、こうした最先端ニーズに基づく事業は、帰国直後の母国市場ではエコシステムが未整備である場合が多く、イノベーションの普及過程に類似した困難——すなわち、価値が理解されにくい、周辺資源が揃わない、受け皿となる市場が未成熟であるに直面し得る点を示した。ユーザー起業家は、リードユーザーとして先行的な解決策を構想できる一方で、その先行性ゆえに市場とのミスマッチを抱えやすい。

第三に、このミスマッチを乗り越えて事業を立ち上げるには、製品、そしてサービスそのものだけでなく、それを支える資源動員と運用の仕組み、すなわちエコシステムの構築が不可欠である。そして、その構築を相対的に早く実現しやすいのが、大都市である。大都市は資金、人材、取引機会、情報、外部パートナーといった要素が集積しており、最先端ニーズに対応する製品・サービスを実装し、周辺の仕組みを同時に整えるうえで有利に働く。

以上より、本研究は、留学経験をもつユーザー起業家が最先端のニーズ情報を手がかりに機会認識を行う一方で、母国における普及・実装の壁に直面し得ること、またその克服には当該ニーズにふさわしい都市の集積とエコシステムの形成が重要であることを示唆した。