JAIST Repository
https://dspace.jaist.ac.jp/

Title	脱日本の起業・イノベーション(試論)
Author(s)	近藤，正幸
Citation	年次学術大会講演要旨集，37: 60-63
Issue Date	2022-10-29
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/18610
Rights	本著作物は研究・イノベーション学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Research Policy and Innovation Management.
Description	一般講演要旨

JAIST
JAPAN
ADVANCED INSTITUTE OF
SCIENCE AND TECHNOLOGY

Japan Advanced Institute of Science and Technology

１Ａ１７

脱日本の起業・イノベーション(試論)

近藤　正幸（開志専門職大学）

1. はじめに一定義と目的

ビジネスがグローバル化する中で、日本人が起業する場合でも、日本企業が新規事業を開始する場合でも、日本国内には限らない。実際に、海外で起業する日本人、海外で新規事業を開始する日本企業が見られる。また、日本企業や現地の日系企業はイノベーションの創出やイノベーションの市場での実現をグローバルに行っている。このように、起業でも新事業の開始でもイノベーションでも世界の中で適切だと思われる場所で実施すれば良く、実際にそのような事例が出てきている。

そこで、本発表では、以下の定義の下に、以下の目的をもって、このような脱日本の起業とイノベーションを 論じていく。

定義

・「脱日本の起業」とは、日本人・日本企業が海外で起業することである。この場合、新規事業を対象とし、単なる企業設立は除外する。

・「脱日本のイノベーション」とは、日本企業・日本の現地企業が海外でイノベーションを行うことである。この場合、他国企業でイノベーション活動を行う海外の日本人や個人でイノベーション活動を行う海外の日本人は研究対象から除外する。

目的

脱日本の起業・イノベーション、つまり、日本を飛び出しての起業・イノベーションを調査研究することにより、

・日本の起業・イノベーションのエコシステムの弱点を明らかにする。

⇒このことは日本の起業・イノベーションのエコシステムの改善につながることが期待される。

・海外で起業・イノベーションを実施する場合の機会・長所及びリスク・短所を明らかにする。

⇒このことは日本を飛び出しての起業・イノベーションに意欲を有する個人・企業に情報を提供することにより後押しすることになる。

総じて、日本企業や日本経済に貢献すると考えられる。

2. 脱日本の起業

2.1 日本人・日本企業が海外で起業する理由

日本は起業しにくい国のようである。2017 年版の「中小企業白書」によると、日本の 2001 年から 2015 年にかけての開業率は 5％前後で英仏などより 10 ポイント近く低い。2020 年の GEM(Global Entrepreneurship Monitor)の各国の起業活動の活発さをあらわす総合起業活動指数(TEA)を見ても日本は 44 か国中で 37 位である。世界銀行グループ報告書である「ビジネス環境の現状」(2020 年)によると日本は「事業設立の容易性　106 位」と極めて低い。

そこで、海外でベンチャーが起業したり、既存企業が新事業(社外ベンチャー)を立ち上げたりする理由としては下記のようなことが考えられる。

現地の優位性

- 産業組織のしがらみの無さ
- 市場、原材料・部品、スタッフの獲得容易性
- 日本と異なる規制
- 日本と異なる嗜好性
- 日本と異なるスタートアップ・エコシステム

現地の起業家と比較した日本人・日本企業の優位性

- 日本人・日本企業としての知識・経験
- 日本の好イメージ（Made by Japan）
- 日本ビジネス社会とのネットワーク

注)、横山(2017)は個人のキャリア形成の観点から説明している。

2.2 日本人・日本企業が海外で起業する事例

個人が起業する場合の組織の例としては和僑会がある。2004 年に香港で設立された組織で 2017 年に一般社団法人 WAOJE：World Association of Overseas Japanese Entrepreneurs となった。WAOJE のホームページによると、海外拠点は以下のとおり広範囲にわたる。

- WAOJE East Asia：北京、大連、上海、台北
- WAOJE Southeast Asia：クアラルンプール、シンガポール、セブ、バンコク、プノンペン、マニラ、ヤンゴン
- WAOJE South Asia：デリー、バンガロール、コロンボ
- WAOJE Oceania：ゴールドコースト
- WAOJE Europe：ベルリン
- WAOJE North America：ハワイ
- WAOJE South America：サンパウロ

この他、タイでは、2016 年 9 月に日タイイノベーションサポートネットワークという組織が設立されている(近藤(2019))。

個別の事例は、多くの著者により報告されている。

- カンボジア・ベトナム・ミャンマー・インドネシア・中国・香港・タイ・フィリピンの事例（Yokoyama and Birchley（2019））
- タイ・マレーシアの事例(佐脇(2019a)）
- フィリピンの事例(佐脇(2019b)）
- ミャンマーの事例(佐脇(2020)）
- タイの事例(近藤(2019))
- 米国、ニュージーランド、メキシコ、マレーシア、フィリピン、タイ、インド、韓国、中国 https://found-er.com/column/start-business/
- 米国、台湾、シンガポール、ベトナム、マレーシア、中国、英国、フィリピン、インドネシア、メキシコ、韓国、イスラエル https://www.recme.jp/careerhigh/entry/japaneseentrepreneur

社外ベンチャーの例としては、中国での川下への展開としての製紙会社が紙加工品の新事業を展開した例があり(近藤(2015))、タイでの川上への展開としての自動車部品会社が原料の生産会社・研究所を新事業として展開した例がある(近藤(2013))。

また、エレクトロニクスの企業が中国で農業ベンチャーという異分野に進出した例がある(小澤(2021))。

3. 日本企業が海外でイノベーションを市場で実現

3.1 日本企業が海外でイノベーションを市場で実現する理由

日本企業が海外でイノベーションを市場で実現する理由としては下記のようなことが考えられる。

- 顧客による受容
  - 実績がなくても受容
  - 市場の特性・環境が日本と相異
- 日本よりも使用の規制面で有利

こうした海外におけるイノベーションは日本への貢献（リバース・イノベーション(ゴビンダラジャン・トリンブル(2012))など）につながる可能性がある。

2.2 日本の現地企業が海外でイノベーション活動(イノベーション創出)をした事例

日本の現地企業が海外でイノベーション活動(イノベーション創出)した事例としては、

- タイなどにおける決済システムの OMISE(この例は脱日本起業でもある)

- 電気自動車のインド・タイでの展開
- 味の素のガーナ向けのお粥：KOKO
- 途上国(ベトナム)向けのオートバイ(三嶋(2010))
- インド市場向けのセパレート型エアコン(近藤 2014))
- サッポロバレー企業のソフトウェア製品の米国での販売(筆者のインタビュー調査から)
- ロボットスーツの身体機能改善の治療のドイツ法的損害保険（DGUV）の適用対象に(JETRO 海外ニュース https://www.jetro.go.jp/biznews/2014/01/528af42348440.html)

4. 日本の現地企業の海外におけるイノベーション活動（イノベーション創出）

4.1 日本の現地企業の海外におけるイノベーション活動（イノベーション創出）の理由

日本の現地企業が海外でイノベーション活動(イノベーション創出)する理由としては以下のようなことが考えられる。

- 海外のイノベーション・エコシステム
  - 国によっては知財権保護に注意
- 人材(異質性、人数、コスト)
- 研究インフラ、実験環境、実験動物、実験材料
- 日本と異なる研究開発規制
- 関連生産拠点との近接性
- 市場・顧客との近接性

アジアで研究開発活動を実施する理由は、1 位 現地ニーズへの迅速な対応(76%)，2 位 現地での研究開発から製造、販売までの一貫体制確立(54%)である(岩田(2007))。

4.2 日本の現地企業の海外におけるイノベーション活動（イノベーション創出）のデータ

ここでは日本の現地企業の海外におけるイノベーション活動(イノベーション創出)の証左としてのデータを示す(図 1)。

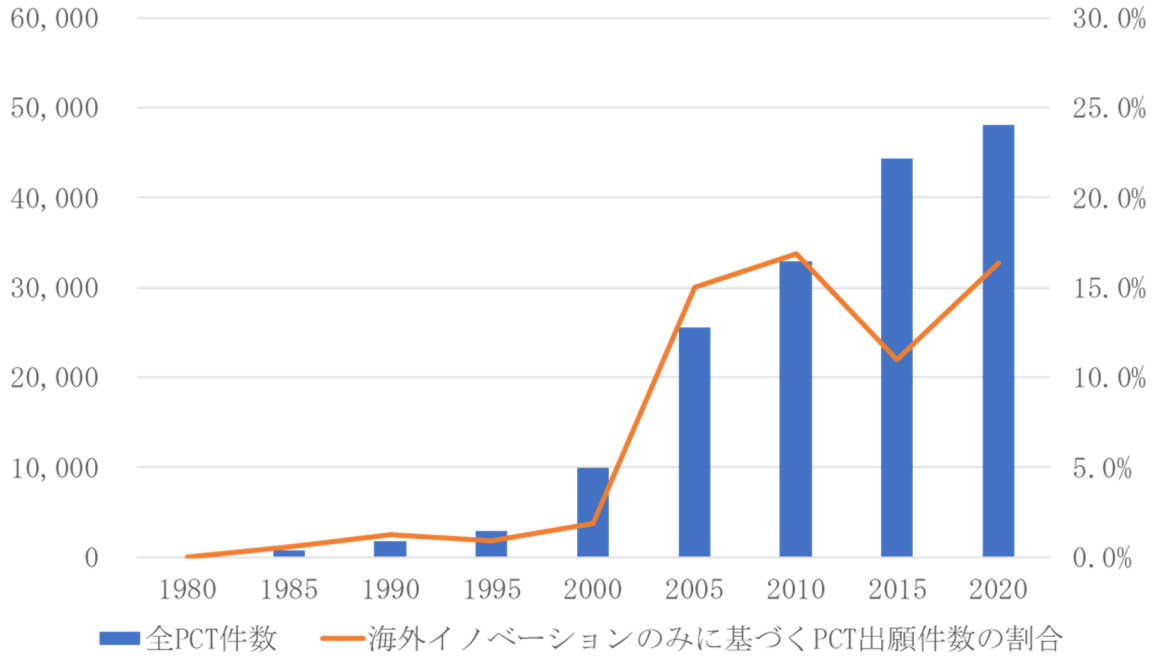

図 1 日本企業の全 PCT 出願件数と海外イノベーションのみに基づく PCT 出願件数の割合の推移

日本企業は特許協力条約に基づく PCT 特許出願における海外の発明者のみによる件数の割合を 2000 年代半ばから急激に高めてきている。2020 年委は 15%を超えている。この割合は米国企業やドイツ企業よりも高い。米国企業やドイツ企業の場合は 10%未満である。

5. おわりに

本発表では、脱日本の起業・イノベーションが実際に生じていることを指摘するとともに、その理由も未だに試論の段階であるが一定の考察を行った。特に「脱日本の起業」については理論面のアプローチについて模索中である。佐脇(2019b)/佐脇(2020)はイノベーションの源泉・戦略などの観点からアプローチしており、横山(2017)は人口動態、グローバル化、日本の人的管理、日本社会における女性、日本における起業家精神、起業家教育、文化の観点から要因を分析している。

また、「脱日本のイノベーション」については海外研究開発についての多くの既存研究が有効であると考えられる。

企業・個人にとっては起業やイノベーションの適所がどこかということが問題で、グローバル化が進展する中で、ことさら”脱日本”いう必要はなく、むしろ誘致・引き止めの観点から政府の問題なのかもしれない。

参考文献

岩田智(2007)『グローバル・イノベーションのマネジメント』中央経済社、p.65。

小澤尚志(2021)「ベンチャー企業と大企業との連携による 海外での新規事業開発の一例」 、日本ベンチャー学会会報 No.96、2021 年 12 月、pp.1-1。

近藤正幸(2013)「途上国における日系企業の中央研究所の設立-タイ日系自動車部品企業のケース-」、研究･技術計画学会第 28 回年次学術大会、東京、2013 年 11 月 2－3 日。

近藤正幸[2014]「新興市場向け製品の第 3 国開発―インド向けエアコン「キューブ」の事例―」『研究･技術計画学会第 29 回年次学術大会講演要旨集』, 滋賀県南草津, 2014 年 10 月 18－19 日, 288-291 頁。

近藤正幸(2015)「川下ビジネスへの初挑戦を途上国で展開ー三菱製紙の珠海清菱浄化科技有限公司（中国）の事例ー」、研究･技術計画学会第 30 回年次学術大会、東京、2015 年 10 月 10－11 日。

近藤正幸(2019)「タイで日本人起業活発」、Techno Salon、日経産業新聞、2019 年 5 月 16 日、5 面。

佐脇英志(2019a)「ASEAN 日本人起業家とイノベーションの研究(タイ・マレーシアの例)」、『国際ビジネス研究』第 11 巻第 1 号、pp.21-43。

佐脇英志(2019b) 「ASEAN 日本人起業家の研究―Cebu のケース」、『アジア市場経済学会年報』 22, pp.11-12。

佐脇英志(2020) 「ASEAN 日本人起業家とイノベーションの研究(ミャンマーの事例)、」、日本ベンチャー学会第 24 回全国大会報告要旨集、pp.150-153、オンライン、2020 年 12 月 5－6 日。

三嶋恒平(2010)『東南アジアのオートバイ産業―日系企業による途上国産業の形成―』ミネルヴァ書房。

横山和子(2017)「アジアで活躍する日本人起業家の促進要因に関する考察―バンコクの事例から―」現代経営経済研究　第 4 巻第 2 号、pp.51-83。

ビジャイ・ゴビンダラジャン , クリス・トリンブル(2012) 『リバース・イノベーション』ダイヤモンド社

Yokoyama, Kazuko, and Sarah Louisa Birchley (2019) , Transnational Entrepreneurship in South East Asia: Japanese Self-Initiated Expatriate Entrepreneurs, Springer.