

組織的経営の実現へ IPOの価値とは

証券取引所への上場、いわゆるIPOも持続可能な経営術の一つだ。再エネ企業にとっては、FIT需要で市場が拡大していた頃よりハードルは高くなったはずだが、可能性がないわけではない。

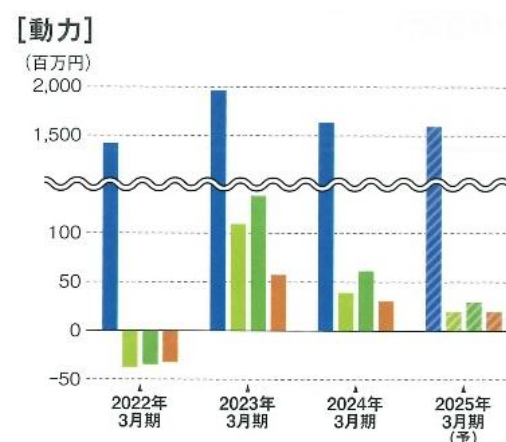
証

券取引所に株式を上場するIPO
(新規株式公開)

は、企業経営者ならば一度は考えたことがあるはずだ。資金調達の強化や多様化、知名度や信用力の向上のほか、優秀な人材の確保や成長の機会に繋がるなどの複数のメリットがあり、起業時に目標に据えるスタートアップ企業も珍しくない。

上場3社の直近の決算情報

■売上高 ■営業利益 ■経常利益 ■当期純利益



プロマーケットは狙い目！

ライジングコーポレーションが上場した東京プロマーケットは特定のプロ投資家しか株式を購入できない

市場だ。東証プライム、スタンダード、グロースといった一般投資家向けの株式市場と違い、株主数や流通株式数、直近の売上高や利益などの要件や形式基準がないうえ、上場前の監査期間も1年で、内部統制報告書の提出や四半期開示も任意である。一般市場のように大規模な資金調達はできないが、認知度や信用力の向上、ガバナンス強化や内部管理体制の整備に繋がるほか、一般市場への足掛かりにもなる。

その東京プロマーケットには15年8月、太陽光架台製造の動力(愛知県安城市)も上場している。同社は08年12月設立から7年足

※各社公表資料をもとに作成



動力(愛知県安城市)の本社外観。創業から6年8ヵ月で東京プロマーケットに上場した



動力は架台製造だけでなく、施工にも取り組む

らずで上場しており、同社の鈴木竜宏社長は、「知名度や信用力の向上を目的に上場したが、人材確保や銀行借入もしやすくなった」と一定の効果を実感している。とはいえ、もちろん誰もが上場できるわけではない。上場時だけでなく、上場後も監査法人への監査報酬や東証への年間上場料、管理部門に関する費用など上場維持費用が発生する。鈴木社長は、「上場直後に2期連続で赤字を計上してしまい、当時は上場維持費用の負担が重かった」と振り返る。そんな同社は、これまで新築住宅向けの再エネ設備

の架台販売や施工を中心に事業を展開してきたが、最近では法人向けオンライン太陽光市場への製品販売を強めている。軽量なアルミ製のハゼ式折板屋根用架台や屋上のパラペット(胸壁)よりも太陽光パネルを低く設置できる陸屋根用架台など、屋根上設置の可能性を拡げる新製品を相次ぎ開発。24年度下期から販売を本格化していく構えだ。

欠かせない選択肢ではない。ある有力な再エネ企業幹部は、「過去には当社も検討したが、いまは全く考えていない。明確な目的がなければ、敢えて選択するメリットはない。信用力の向上や資金調達は非上場でも対応できる。経営者のステータスのために上場する意味はない」と否定的だ。

ただ、動力の鈴木社長が「上場に伴い、労務などを含む社内管理体制を整備し、組織的な経営体制に移行できたことは、今後の規模拡大に向けても有意義な取り組みだった」と話すように、特定の個人への依存度が高い属人的な経営体制から組織的な経営体制に移行できれば、持続可能な成長は期待し難い。いくらカリスマ的な創業者が君臨していても永遠には存在しないからだ。ゆえに、上場しなくても内部管理体制やガバナンスの強化はいずれ通るべき道であろう。

ともあれ、資金調達や事業承継など、持続的な企業経営に役立つのであれば、IPOは有効な選択肢となるに違いない。