

business.nikkei.com

シェアわずか0.03% 東証再編で改めて問われる地方取引所の意義

日経ビジネス電子版

名証で特徴的なのは、セントレックスだ。地方取引所であるのに、東海という地域の枠を越え、全国の企業を対象に新規上場の最初のステップ市場と位置付けている。どちらかといえば地元企業を重視する福岡証券取引所や札幌証券取引所との違いを強調している。現在、セントレックスに14社が上場しているが、半分以上が関東の会社だ。

名古屋を含む地方の取引所は、上場企業数の減少という問題に頭を悩ませている。上場企業がコスト削減を図るために東証との重複上場を解消する例が相次いでいるためだ。20年は、三菱商事や日本郵船、横浜ゴムなどが名古屋の上場を、JR西日本などが名古屋と福岡の上場を、それぞれ廃止している。今年に入っても、丸紅などが名証の上場廃止を決めた。

プロ市場からの移行を狙う

現在4市場から3市場になる東証の再編を踏まえ、名証は、現在は3つある市場の数について、3のままにするか、3から2に減らすべきかなどについてゼロベースで議論した。セントレックスの機能を残すことが市場活性化につながると判断し、数を減らさなかった。

「薄商い」「上場企業数減」というダブルパンチの構造問題を抱える地方の取引所が今、目を付けているのが、機関投資家などに限定した「東京プロマーケット(TPM)」からの移行だ。流動性が極めて低いことなどから敬遠されてきたTPMだが、最近では上場数が増えている。新規上場数は20年が10社と過去最多となり、上場への「登竜門」として注目を集めている。

TPMから地方市場への移行第1号が、リフォーム工事などを手掛けるニッソウだ。18年にTPMに上場したが、20年3月に名証セントレックスに上場し、TPMは上場廃止とした。それに続いたのが、今年9月13日に福岡証券取引所の新興市場Qボードに上場したインターネット関連サービスのGeolocation Technology(ジオロケ)。さらに福証は同月、現在はTPMに上場する自動車部品製造・販売のフロンティアが11月からQボードに上場すると発表、「プロ市場→地方証券取引所」という流れの加速を予感させた。

東京プロマーケットから福証Qボードに上場したGeolocation Technologyの山本敬介社長(右)

ジオロケの本社は静岡県三島市。同社の山本敬介社長は「2000年に会社を設立したときから、地方を活性化させたい、そのために上場したいと考えていた。当初は東証マザーズを目指していたが、実力不足なので、まず上場しやすいプロマーケットに上場した。そして、福岡での営業を強化する足がかりとして福証への上場を決めた」という。

今回の上場について、地方にインパクトを残すという面で手応えをつかんでおり、今後は「企業数が多い東証よりも、札幌など地方への取引所の上場を目指してもいいかもしれない」と語る。