

[本論考は、共同通信配信の「けいざい点描」に寄稿したものに若干の微修正を加えたものである。]

グロース市場発展の条件

株式会社日本総合研究所 シニアフェロー 翁 百合

2023年3月に東京証券取引所が「株価と資本コストを意識した経営」を上場企業に要請してから、すでに2年半が経過した。グローバル志向のプライム市場では9割超の企業がその具体的な取り組みを開示し、東証が投資家から評価の高い事例を紹介している。こうした企業の株価上昇率は平均を上回る。一方、短期的な株価対策として配当増加や自社株買いを優先する企業も少なくない。しかし今必要なのは、中長期的な企業価値向上に直結する成長投資だ。

中堅企業の多いスタンダード市場では開示率が5割に満たない。投資家に対し、自らの成長戦略や資本効率の向上策を明確に示すことは、上場企業の責務であり、今後の積極的な対応に期待したい。

こうした中で、改革の焦点となっているのが、新興企業向けのグロース市場だ。本来はスタートアップが挑戦し成長を競い合う舞

台のはずだが、上場後に伸び悩む「小粒銘柄」の存在が指摘されている。東証は中期的に上場維持基準を厳しくする方針を示しているが、スタートアップにとって重要なのは「グロース市場上場をゴールにしない」姿勢であろう。グロース市場は上場を起点に企業がさらに挑戦を続け、飛躍する市場でなければならない。

実際、今年の新規上場企業の中にも、例えば技術力を生かして日本の事業承継の問題に挑む企業や、障害者の活動の広がりをデジタル技術で支える社会変革を目指す企業などが登場した。社会課題の解決と稼ぐ力を両立して、新たなビジネスモデルを目指し成長に挑戦する企業群こそ、日本の未来を牽引する。

こうした企業群を投資家に「見える化」し、その成長を支援し続ける投資家を増やすことも、取引所の大きな役割だろう。グロース市場が名の通り、上場してからの「成長市場」になれるかは、企業と投資家らがともに挑戦を続ける仕組みを築けるかどうかにかかっている。
