

京都でIPOの波、23年6社 東証も経営人材育成に動く

2024/02/28 05:00 日本経済新聞電子版 1116文字

京都企業の新規株式公開（IPO）が相次いでいる。2023年のIPO数は6社に上り、13年の日本取引所グループ発足以降で最多となった。東証は地元経済界と組み、4月から京都でIPO経営人材向けのプログラムを開く。IPOの数だけでなく、上場後に大きく育つ事例を増やしたい考えだ。

「上場前にこうしておけばよかったという点は」「IT（情報技術）人材をどう確保しましたか」。スタートアップ経営者からの相次ぐ質問に、22年に東証グロース市場に上場したeWell（イーウェル）の中野剛人社長が「正解はない。上場時には思ってもみなかったことが起きる」などと丁寧に答えた。1月下旬、京都経済センター（京都市）でのイベントの一幕だ。

東証と京都の官民でつくる一般社団法人の京都知恵産業創造の森（同市）が開いた同イベントは、4月からの「IPO経営人材育成プログラムKYOTO」の告知などが主な目的。プログラムの参加定員は約10社で、9月まで「上場審査」「内部管理体制の構築」などをテーマに計6回の講義を用意する。ベンチャーキャピタル（VC）の創業者や弁護士、コンサルタントが講師を務める。

東証は同種のプログラムを札幌や仙台、新潟、大阪で開催しており、京都は5番目となる。関西で2カ所目となる京都開催を決めた背景には、相次ぐIPOがある。京都企業のIPO数は過去10年間で毎年0〜3社程度だったが、23年には6社が上場した。この動きを一過性にしないため「IPOエコシステムの構築に取り組んでいく」（東証）という。

11月に東京プロマーケット（TPM）に上場したマイファームの西辻一真社長は「世の中に認められた会社だと示したかった」と説明。農業学校やコンサルなど事業を多角化・拡大しており農業の変革に取り組む。同月にTPMに上場したバイオディーゼル製造のレボインターナショナルは、大手企業と組み再生航空燃料（SAF）の生産を計画するなど脱炭素を追い風に事業を広げている。

12月にスタンダード市場に上場したラーメン屋の魅力屋（かいりきや）は、個人客からファミリー層まで取り込む出店戦略で100店超のチェーンを展開。700店へと拡大を目指している。

今後は京都大学発スタートアップの上場も想定される。事業モデルの構築に時間のかかるディープテック（先端技術）の案件が多く、IPOに至る企業が限られていた。エネルギーやヘルスケアなど社会課題に合致し独自技術を持つ新興企業がみられ、急成長の潜在力を秘めている。

国内では上場後に停滞し、時価総額が小粒なままの企業も多い。IPOがゴールではなく成長へのステップとする事例をいかに増やせるかが課題になっている。

（大平祐嗣、新田栄作）



IPO経営人材向けのプログラムに先立つイベントに参加するスタートアップ経営者ら（京都市）

23年に新規上場した京都企業

企業名	主な事業内容	上場先
サンフェステ	酒類食品販売	TPM
エリッツHD	不動産仲介・管理	スタンダード
光響	レーザー関連製品の製造	TPM
レボインターナショナル	バイオディーゼル製造	TPM
マイファーム	体験農園運営	TPM
魅力屋	ラーメンチェーン運営	スタンダード

許諾番号30097809 日本経済新聞社が記事利用を許諾しています。

本サービスで提供される記事、写真、図表、見出しその他の情報（以下「情報」）の著作権その他の知的財産権は、その情報提供者に帰属します。

本サービスで提供される情報の無断転載を禁止します。

本サービスは、方法の如何、有償無償を問わず、契約者以外の第三者に利用させることはできません。

Copyrights © 日本経済新聞社 Nikkei Inc. All Rights Reserved.