

市場変更の見通し

3社に1社以上が市場変更の意向あり

新規上場後の市場変更(昇格上場を含む)の検討状況については、上場企業では46.0%が、予定・希望企業では33.6%が変更を考えているとした。予定・希望企業は少なくとも3社に1社は上場後の市場変更を検討しており、上場後はさらにその意向は強まるといえる(図5参照)。

だが、変更検討の有無は上場先市場によって大きく異なる。上場企業についてみると、名古屋、札幌、福岡の3都市証券取引所の新興企業向け新市場では、非公表・未回答を除きすべての企業が変更を考えていると回答した。東証マザーズでも62.9%、大証ヘラクレスでも47.2%の企業が変更を考えているとした。一方、東証2部では34.8%、JASDAQでは41.8%の企業にとどまり、全体平均を下回った。

5都市証券取引所の新興企業向け新市場は、市場変更を前提とした上場先として検討されているとあって良いだろう。(表2参照)。

「変更先は東証」が圧倒的に多い

変更先市場については、東証を検討している企業が圧倒的に多い。上場企業では非公表を除くすべてが東証3市場のいずれかを考えているとした。予定・希望企業においても東証に集中したが、大証および名証の下位市場への上場を予定・希望する企業では、同1部市場を検討している企業もあった(23ページ、表3参照)。

表2 市場変更の検討状況

【上場企業】

(単位:社、%)

| 上場市場 | 全社数 | 東証1部 | 東証2部 | 東証マザーズ | 大証2部 | 大証ヘラクレス | 名証2部 | 3都市証券取引所の新興企業向け新市場 | JASDAQ |
|---------|---------------|---------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------------|--------------|
| 考えている | 155 (46.0) | | 8 (34.8) | 39 (62.9) | 4 (44.4) | 17 (47.2) | | 13 (76.5) | 74 (41.8) |
| 考えていない | 71 (21.1) | 12 (100.0) | 11 (47.8) | 7 (11.3) | 2 (22.2) | 6 (16.7) | | | 33 (18.6) |
| 非公表・未回答 | 111 (32.9) | | 4 (17.4) | 16 (25.8) | 3 (33.3) | 13 (36.1) | 1 (100.0) | 4 (23.5) | 70 (39.5) |
| 合計 | 337 | 12 | 23 | 62 | 9 | 36 | 1 | 17 | 177 |

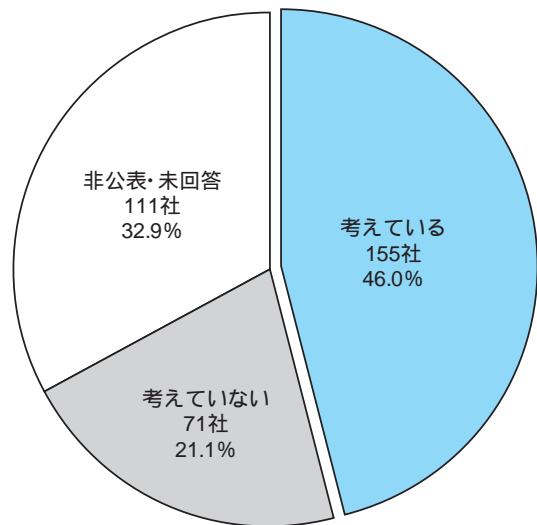
注1:カッコ内数値は合計に占める割合

注2:東証2部には大証2部、名証2部との重複上場企業を含む

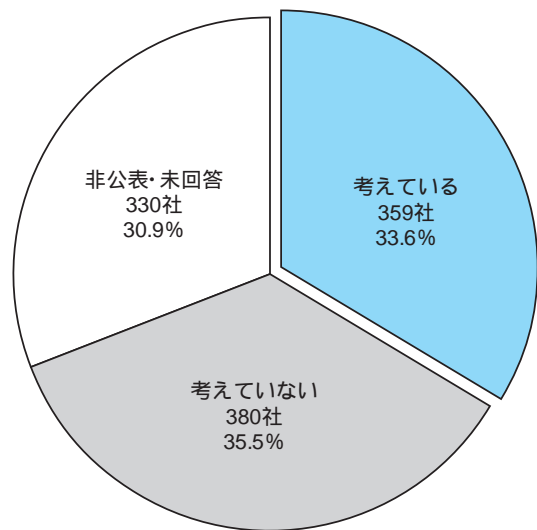
注3:3都市証券取引所の新興企業向け新市場=名証セントレックス、札幌アンビシャス、福岡Q-Board

図5 市場変更の見通し

【上場企業(n=337社)】



【上場予定・希望企業(n=1,069社)】



株式会社 環境浄化研究所

~ 原子力研究から生まれた抗菌・消臭技術を
大手企業との連携で商品化

高機能製品を生み出す研究開発型ベンチャー

抗菌・消臭作用のある各種生活関連用品、および空調用、重金属吸着用フィルタなど工業向け環境浄化製品の開発・販売を行うベンチャー企業である。

日本原子力研究所(現独立行政法人日本原子力研究開発機構)の須郷高信・高崎研究所長が、放射線グラフト重合技術を利用して消臭衣料素材の開発に成功したことに端を発する。放射線グラフト重合技術とは既存の物質に電子線・ γ (ガンマ)線を放射することにより、その物質的特性を損なうことなく新たな性質を付与させる技術で、機能性物質の開発に利用されている。

1999年7月に日本原子力研究所「ベンチャー支援制度」の第1号認定を受け、須郷氏が現職のまま設立、定年を機に2005年4月から本格的に始動した。

設立後から研究開発に注力し複数の特許を取得、それらを基に高島屋や東芝、明治製菓、倉敷紡績、フジボウ、ニチバン、京浜急行電鉄など、各方面の大手企業と技術提携して製品開発を行っている。

高島屋とは消臭機能繊維「DeoRex:デオレックス」を開発、衣料から寝具まで幅広く応用されている。また、東芝とは室内用消臭器「エアリオン」シリーズを共同開発し、明治製菓とは抗菌製剤を導入した「イソジンマスク」を開発、その他の企業とも共同開発により全国展開を進めている。

大手の消臭剤メーカー向けに原料供給している消臭製品は高い評価を受け、市場の拡大に伴い増産体制を整備している。

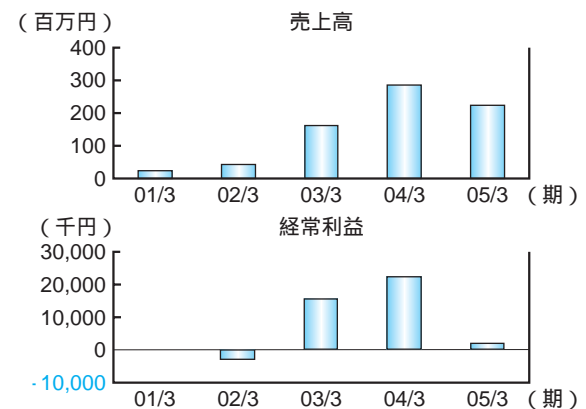
最近では、医療施設やホテル、ペット共生住宅向けの空気浄化装置(写真)、車載用消臭器などの自社ブランドの開発を積極的に推進している。

経営ポリシーは、「暮らしに役立つ先端技術」「住み良い暮らしと元気な地球」である。新たな市場を掘り起こすベンチャーとして、その期待度は高い。

Company Profile

| | |
|---------------|---------------------|
| 企業コード | 220272003 |
| 所在地 | 群馬県高崎市 |
| 創業・設立年月 | 1999年7月 |
| 業種 | 消臭機能製品・環境浄化製品の開発・販売 |
| 資本金 | 78,850(千円) |
| 従業員数 | 11名 |
| 売上高(2005年3月期) | 224(百万円) |
| 上場希望年 | 2009年 |
| 上場希望市場 | 東証マザーズ 大証ヘラクレス |

売上高・経常利益の推移



グラフト重合技術を利用した空気浄化装置「マッハGL」