

リスクマネーの哲学を共有して ダイナミックな成長を目指そう！

株式会社アイ・アール ジャパン

寺下 史郎
代表取締役社長・CEO

TOKYO PRO Market 上場を目指す企業の強力なサポーターが誕生しました。日本のIRビジネスの草分け的存在、アイ・アール ジャパン。34年間、一貫してエクイティビジネスを切り拓き、世界トップレベルの企業と投資家の信頼関係構築に邁進してきた会社です。「一緒に成長していただける経営者には、エクイティに関するものはすべてのものを用意する」と語る寺下史郎社長に、J-Adviserとなった経緯や将来の展望をお伺いしました。



IR専門会社からスタートした34年の歴史

御社の歴史は「日本のIRビジネス」の歴史だと思います。まず34年間の歩みをお話いただけますか。

当社の設立は1984年で、当時はIRという言葉自体なじみのない時代でした。当社は海外の投資家が日本企業をしっかり見たいという要望が高まってきたこと、日本企業が海外で資金調達をするニーズが出始めたことを受けて、海外投資家向けの開示資料を企業に代わって作る事業をスタートしました。

大きく会社の業態が変わったのは、Shareholderという概念が入ってきたときです。1997年、私はこの会社に入ってSR (Shareholder Relations) 事業を立ち上げました。IRとSR、この二つの違いは、一言で言うと「議決権」です。企業は株主に提案事項を承認してもらうために、企業側の考えや価値観を伝えなくてはなりません。そこで株主とのコミュニケーションや、議決権行使にかかる委任状の争奪という概念が入ってきて、急激に増えてきた外国人株主にどう正確に議決権を行使していただくか、そのための情報提供をどうする

かというニーズが企業に発生してきました。当社はこれに対応する形でSR業務をスタートしました。

SR業務には具体的にどのようなものがありますか。

SRは、まず誰が株主かが分からないと対策をとることができません。しかし株主は5%超の株を保有しないと名前が開示されませんので、企業は実質の株主は誰か分からないのです。そこで当社は、日本で初の実質株主判明調査というサービスを始めました。外国人投資家・国内機関投資家が誰かを調べ、議決権の確保などその対応を提案するというサービスです。

企業は、なぜ自社の株主が誰か分からないのですか。

株主名簿に個人株主名が出ているから分かると思われていますが、機関投資家や外国人投資家については信託銀行が管理しているので、株主名簿には銀行の名前が出てくるだけで実質の株主は分からないのです。だからSRをしよう



と思っても、誰に当たっていいのかわからない。その調査に、当社は日本で初めて成功しました。1997年当時は、株主の判明調査などではいけないという意見ばかりでしたが、当社は正々堂々と調査する仕組みをつくって独自のビジネスとして立ち上げました。これをきっかけに当社のビジネスは大きくなり、現在、時価総額5,000億円以上の上場企業のうち約5割が当社のサービスを受けています。

情報に対して非常に厳しい外国人投資家にサービスを提供してきた経験をベースに、企業の情報開示のあり方をサポートしてきました。

代表取締役社長・CEO 寺下 史郎

TOKYO PRO Marketの最大の魅力はスピード感

IR・SRサービス専門会社の御社が、J-Adviserに名乗りをあげたのはなぜですか。

企業の資本政策に深く関わっていく中で、5年前に投資銀行業務、M&A業務をスタートさせました。M&A業務では未上場会社さんとの付き合いも増えてきます。未上場会社のオーナーの株式売却、資本政策、IPOのお手伝い、また上場企業のスピンアウト、カーブアウトなどが出てくる中で、この様な案件に対するアドバイスを提供するニーズが増えました。そこで大きなポイントとなるのが「上場」です。上場するという事は、リスクマネーを正当に公平に集められるということですから、お客さんにとっても私たちが提供するサービスにとってもJ-Adviserの資格が大変重要なものになってきたわけです。

御社のJ-Adviserとしての強みは何ですか。

ワンストップでトップレベルのサービスを提供できることです。上場するとディスクロージャー、IR、SR、株式事務など、必要な業務がたくさん出てきます。我々のお客さんはほとんどが日本を代表する優良企業ですので、当社としても公認会計士、司法書士、証券代行業界で30年のキャリアをもつベテランなど、非常に専門性が高いスタッフをそろえています。こうした本物のプロを1社で抱えている会社は少ないでしょう。さらに、信託銀行にしかできなかった証券代行業務も5年前に参入しましたので、上場会社に必要なあらゆることが高いクオリティで提供できます。しかも、当社は独立系ですから、どこの金融機関ともWin-Winの関係が築いていけます。会社さんにとってはとても使い勝手が良いと思います。

そしてもう一つの強みは、海外に強いということです。我々はニューヨークにもオフィスがあり、世界トップの投資銀行レベルの情報を持っています。

TOKYO PRO Marketへの上場は規模が小さい会社になりますが、外国人投資家は関係してきますか。

大事ですね。いま日本株の最大の株主は外国人で、その比率は30%を超えています。そして外国人投資家にもっとも人気があるのはスモール・キャップ（超小型株）です。小さいうちから見つけて大きく育てようという気持ちは、日本の機関投資家よりも強いですよ。ですから我々の使命は、まだ小さくて魅力的な企業をTOKYO PRO Marketに持っていくことだと思っています。

寺下社長から見て、そうした魅力的な会社はありそうですか。

技術力を持っている日本の会社は相当あります。あとは上場会社の子会社で、スピンオフすると非常に良くなる会社は現にたくさんありますから、TOKYO PRO Marketで上場した後一般市場へ上場する、というのはありだと思います。

TOKYO PRO Marketの良さの一つは、審査の基準が柔軟で、一般市場と比較して上場準備に要する期間が短くて済むことです。結果、リスクマネー供給の価値基準をスピード感を持ってメルクマールできる。これは大きなメリットだと思いますよ。我々はできる限り一般市場につなげたいと思っています。

リスクマネーの哲学とは

では御社が選んだ会社は、一般市場を目指していくということですね。

そういう会社を選んでいくと思います。TOKYO PRO Marketの使い方はいろいろあると思いますが、私たちは会社の中に入って一緒に成長していくスタンスをとりますので、上場自体が目的というのは少し違うと思うんです。我々自身も成長を目的に JASDAQ に行き東証二部に行き、そして J-Adviser の資格もいただいて企業価値が上がり、株主価値も上がっているわけですから、それと同じことですよ。一緒に成長していただける経営者だったら、我々は喜んですべてのものを用意します。

審査では会社のどういうところを見ていかれますか。

最終的にはマネジメントの資質、特にガバナンスに対する考え方ですね。ガバナンスが狂うとすべてがダメになりますか

ら、トップの考え方は非常に大事です。企業を成長させるためなのか、自分の創業者利得のためなのか。また、単純な事業承継は、我々にはそぐわないと思います。リスクマネーを供給されて次にどういう成長を遂げていきたいのか、パブリックとしての責任、リスクマネーに対する意識がしっかり備わっているかどうか、ここを見ます。

リスクマネーに対する考え方は、私はイトーヨーカ堂創業者の伊藤雅俊さんから学びました。イトーヨーカ堂は日本で最も早く無担保転換社債を出して、現在のセブン & アイ・グループのエクイティの力で大成長を遂げられる基礎を作りました。そのときの伊藤さんは「株主から預かったお金は、企業価値を高めて還元しなければならない」という考え方でした。意外とこれが難しい。ですから私たちは、リスクマネーに対する哲学をしっかり共有させていきたいと思っています。

J-Adviserのサポート概要



上場までの期間には監査法人の選定や、ファイナンス検討等、このほかにも多くの事項があります。

上場をご検討の皆さまへ

弊社はJ-Adviserとして、TOKYO PRO Marketへの上場がゴールではなく、資本市場デビューのファーストステップであるというお考えをお持ちの企業様と一緒に、その成長のお手伝いをさせていただきたいと考えております。

取締役 昆毅

私が所属する投資銀行第三本部がTOKYO PRO Market上場のサポートを担当いたします。TOKYO PRO Marketを、何としても、より良い会社様が上場時に資金調達できる市場にしたいと考えております。

投資銀行第三本部シニアマネージャー 山本 健



昆毅取締役(左)と山本健シニアマネージャー(右)

経営理念に「信頼」、「礼」を掲げていらっしゃるようですが、リスクマネーに対する哲学と関係していますか。

西郷隆盛が参考にしたという本で佐藤一斎^{*}の『言志四録』があります。昔の経営者の方はだいたい読んでいましたけど、うちの社員は冬休みの宿題にしています（笑）。考え方としてはそういうところから得ていますが、今の若い方に分かりやすく言うと、実はディスクロージャーと哲学は強く結びついてるんですよ。「相手の気持ちになって情報を数値化して、しっかり開示していく」ということです。「信頼」とは何か、何を持って信頼されるかという、やはりデータを相手に示す以外にはないのです。

マーケットというのは情報を貨幣価値にしていくわけですから。そこで、いちばん厳しいスタンダードを持つ外国人がどんなデータを欲しているのか。ここが大事なところで。彼らにとってデータは定性的な要素では駄目なんです。定量的なもので全て判断できないといけません。つまり相手をよく理解する



と、定量的データが必要だと分かるわけです。ここで、相手を知る「礼」の概念とデータがくっついてきます。

相手を知ることが最も大事なんですよ。ですから、私は相手の気持ちになって考えることをいちばん心がけています。

*佐藤一斎=江戸時代の儒学者

エクイティのパワーを伝えていく

J-Adviser として、これからどのような活動を予定されていますか。

日本には、リスクマネーが供給されることによって発展していける企業がたくさんあると思います。しかし日本の最大の問題は、「リスクマネーとは何か」という教育がされていないことですよね。アメリカではおじいちゃんが孫に1株与えたりして、預金と株式の違いを身近に感じ取らせることがよくあります。小さい頃から預金とリスクマネーは違う、ということを感じて学びます。つまりそれは「責任とリターン」なんですよ。しかしこのリターン、エクイティの力というのはほとんどないパ

ワーですから、それを知っているアメリカではベンチャーに行きたい大学生が多いわけです。やはり大幅な創業者利得がありますから。

日本でも資本政策やリスクマネーの使い方を、今回 J-Adviser となったことを活かしてより広く伝えていきたいと思っています。じっくりと TOKYO PRO Market での成功事例を育てたいと思っています。私たちとしては、「アイ・アールジャパンの上場案件は、クオリティが高い」という信頼を勝ち取っていききたいですね。

(文=江川裕子 写真=高橋慎一)



株式会社アイ・アールジャパン

1984年、日本初のIR専門会社として設立。上場企業向けにアニュアルレポートの作成支援を開始。1997年、外国人・国内機関株主判明調査を開始。翌年、SRコンサルティング業務開始。株主総会での可決を目指した票読みシミュレーション、議決権行使促進活動など唯一無二のサービスを提供。M&Aや経営統合、敵対的TOBなどの際には、買収防衛策導入コンサルティングやTOB応諾シミュレーション、委任状回収などお客さま企業を全面的にサポート。多くの上場企業から高い信頼を得ている。