

## 東京 IPO 特別コラム

---

2015年11月10日 Vol.7

### ＩＰＯで表舞台に立ち始めたサービス企業

モノづくり大国、日本での主役は製造業だと言えますが、このところ大企業を中心に社会的にネガティブな出来事が相次いでいます。これに対して新たな主役を担いつつあるのが様々な分野のサービス産業です。サービス産業の生産性向上が今後の株式市場を見る上でも重要な要素となりつつあります。過去20年程度の期間に創業されたサービス企業も最初は極めて零細な小規模な組織だったことは想像に難くありませんが、社会システムの中に幅広く浸透し、認知されるようになって大きく飛躍をしようとしている事例が見られません。

先日訪問した水まわり緊急修理サービス事業を展開するアクアライン（6173・本社：広島市）もその中の1社です。設立されたのが1995年ですので社歴としては20年が経過していますが、今や売上高36億円、経常利益2.6億円、従業員数227名という事業規模に成長。水道屋本舗というブランドで全国展開を行い、本年8月に東証マザーズ市場に上場しました。IPOをしたことで認知度と信用力が増しており、ライバルと目されるまだ上場していない同業他社に対しても伍して戦えるほどだそうです。それと同時にサービスラインアップの充実、一般家庭から店舗への対象拡大を図りつつあり、家屋や住宅設備の老朽化でニーズが高まる中で、着実に成長を遂げようとしています。残念ながら上場後の株価は上場直後から値下がりを示していますが、徐々に投資家からの認知度も高まるものと期待されます。潜在的な市場ニーズが高まりつつある中で、社員教育を充実させ、これまでの修理業という裏方のイメージからサービス業としてのマナーや身だしなみを徹底させるなど社会的な存在感を高めています。サービス産業にとって顧客に直接接する人が主役となりますが、上場とともに社員のやる気も向上し発展に向けた好循環を描こうとしています。もうすぐ年末を迎え、新たな年を迎える準備がなされますが皆さんのご家庭の水回り点検が始まるのもこの時期になります。同社が1年で最も忙しい時期を迎えることになります。IPO後初めての年末年始となりますが、IPOの効果がどうもたらされるのか、これからも大いに関心を持っておきたいと思います。

こうした新サービス企業がIPOを契機にどのように発展を見せるかは私の関心事の一つです。既にシロアリ駆除会社のアサンテ（6073）が2013年のIPO後に信頼性を向上させ着実な成長を見せていますが、このほか外食企業等への設備メンテナンス分野でもシンプロメンテ（6086）や三機サービス（6044）がIPOを果たし認知度を高めつつあります。ややもすれば裏方的存在となって埋没しがちなサービス企業にとってはIPOによって社会の表舞台に立つこととなり、知名度や信頼性、人材採用力を高め企業業績にとっても計り知れない効果をもたらすと考えられます。結果として投資家にとってはIPO後の株価停滞局面を抜け出して、そうした業績向上の恩恵を享受することになるものと期待されます。

（東京 IPO コラムニスト 松尾範久）