

慶應義塾大学学術情報リポジトリ

Keio Associated Repository of Academic resources

Title	マザーズ市場から東証一部に市場変更するための成功要因
Sub Title	
Author	福島, 和幸(Fukushima, Kazuyuki) 小林, 喜一郎(Kobayashi, Kiichirō)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2017
Jtitle	
Abstract	
Notes	
Genre	Thesis or Dissertation
URL	http://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002017-3327

慶應義塾大学大学院経営管理研究科修士課程

学位論文（ 2017 年度）

論文題名

マザーズ市場から東証一部に市場変更するための成功要因

主 査	小林 喜一郎 教授
副 査	中村 洋 教授
副 査	齋藤 卓爾 准教授
副 査	

氏 名	福島 和幸
-----	-------

論文要旨

所属ゼミ	小林喜一郎研究会	氏名	福島 和幸
(論文題名)			
マザーズ市場から東証一部に市場変更するための成功要因			
■問題意識 マザーズ市場は東証一部へ市場変更することを視野に入れた成長企業向けの市場である。しかし、実際に東証一部へ市場変更した企業は約30%であり、残りの70%の企業はマザーズ市場に残留している。本研究では東証一部へ市場変更するための成功要因を分析し、マザーズ市場に上場する企業にとって有益なガイドラインを示すことで、東証一部へ市場変更する企業の増加に微力ながらも貢献したいと考える。			
■仮説設定 内部資源に関する理論研究及び予備事例研究を行って分析のフレームを導出した。そして、以下の仮説を設定した。			
<ol style="list-style-type: none">1. 東証一部に市場変更した企業は、自己資本比率が高い2. 東証一部に市場変更した企業は、創業者が代表取締役社長である3. 東証一部に市場変更した企業は、日経紙への露出回数が多い4. 東証一部に市場変更した企業は、技術者を多く採用している5. 東証一部に市場変更した企業は、売上に対するマーケティング費比が高い6. 東証一部に市場変更した企業は、独特の人材育成カキュラムを採用している			
■結論 無形資産と組織のケイパビリティが重要であることがわかった。具体的には以下の通りである。			
<ol style="list-style-type: none">1. 創業者が代表取締役社長であること2. 日経関連の紙面への露出回数を増やす3. 自社に最適なマーケティングのノウハウを蓄積する4. 自社独自の強みを強化する			
■インプリケーション 模倣困難な経営資源の獲得が重要である。			
<ol style="list-style-type: none">1. 採用力強化が重要である。社長は社会への発信力を強め、プレゼンスを高めることが採用力強化にとって有効な手段である2. 自社に最適なマーケティングノウハウを蓄積する必要がある3. 独自の強みを磨く投資が必要である			