

・本ケースはケースワークによる学習を目的としたものであり、学習効果を高めるために事実とは異なる点があります。
・本ケースは上記目的以外の使用は一切できません。
・本資料はいかなる媒体へのコピーもこれを禁止します。
・他資料へ引用・転載は一切できません。

ケーススタディ：上場と株価

関西コカ・コーラボトリング

関西コカ・コーラボトリング(株)は 1970 年大阪にキリンビールおよび三菱重工業の出資によって誕生した。当社は日本コカ・コーラとフランチャイズ契約を締結し、大阪府、兵庫県、京都府におけるコカ・コーラの製造・販売権のライセンスを受けた。

1971 年に大阪工場を設立し、販売をスタートし、続けて京都工場、兵庫工場を作り、2 府 1 県へのコカ・コーラおよびファンタの提供を開始した。

酒屋を中心に一軒一軒セールスが回って顧客開拓し、あわせて自動販売機をエリアマーケティングに基づいて設置していく。自動販売機をビジネスの中核とするため、工場からコカ・コーラなどの飲料を直接配送する体制を当初から整えていた。また小売店への配送もアメリカで確立した DSD（ダイレクト・ストア・デリバリー）という直送システムであった。卸を通して配送するのが常識の日本では稀有の存在であり、流通経路の中でさまざまな摩擦を生んでいく。しかしコカ・コーラはテレビコマーシャルを通し消費者に直接メッセージを送り続け、その信頼を得ることでこれらの摩擦を解消していく。

さらにコカ・コーラビジネスを中核として、菓子などのフーズサービス、外食産業、焼鳥チェーン、さらにはリースなど、その事業を子会社にして多角化を進めていく。

一方、コカ・コーラビジネスの中でライセンスング（飲料の製造・販売）を必要としない部分も積極的に子会社化を進めていく。自動販売機へのオペレーション（製品供給、現金回収など）、飲料のベンディング、自動販売機のメンテナンス会社・・・といったものである。

上場を目指す

売上が急拡大していく 1980 年後半になって、関西コカは親会社キリンビールとともに上場を検討する。

親会社キリンビールはキリンビバレッジという飲料メーカーの子会社を持つ

・本ケースはケースワークによる学習を目的としたものであり、学習効果を高めるために事実とは異なる点があります。
・本ケースは上記目的以外の使用は一切できません。
・本資料はいかなる媒体へのコピーもこれを禁止します。
・他資料へ引用・転載は一切できません。

ている。これが 1990 年にキリンググループの飲料事業をまとめるという形で確立された。関西コカのように関西地域限定の、しかもライセンスによる飲料メーカーを子会社として持っている意味もはやあまりないと考えていた。

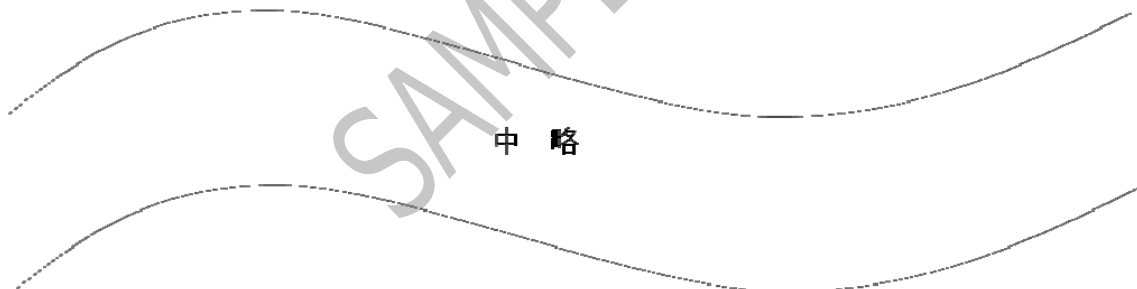
転換社債発行

株価は上場時の公募価格が 2620 円で、2950 円までの値がついた。その後、やや下落し、1996 年時には 1400～1700 円台にあった。

1996 年関西コカは 130 億円の転換社債を発行する。6 年物で転換行使価格は 1497 円である。

この 130 億円の資金で新工場および新物流センターを建設していくことにした。しかし発行した 1999 年こそ株価は 1700 円を超えたこともあったが、その後は 1500 円台の攻防を続け、一向にその転換行使は進まない。

1997 年後半からは 1500 円を超えることはなくなり、1200 円台に、以降はどんどん下がり 1000 円を切り、ついに 600 円台まで落ちた。



課題

- 課題 1. 関西コカの株価はどうして下がってしまったのだろうか？
- 課題 2. 株価はどうやって決まるのだろうか？