



会社設立50年を迎える飲料メーカー コラボ商品や新サービスの展開に挑戦

【プロフィール】
福岡県生まれ。大学卒業後、
㈱サンコーに入社。営業畑を
歩み、自動販売機の設置場
所開拓などに従事。令和4年
11月に代表取締役社長に就
任する。

株式会社サンコー 代表取締役社長 山崎 祥史氏

人気漫画とコラボし エナジードリンクを開発

若者を中心に人気を集めるエナジードリンクですが、令和6年10月に福岡発のエナジードリンク『ラオウエナジー』が発売されます。この『ラオウエナジー』は、福岡市博多区博多駅南にある㈱サンコーが1980年代に『週刊少年ジャンプ』に掲載された人気漫画『北斗の拳』のダークヒーロー・ラオウとコラボしたもので、博多あまおうや宮崎マンゴーなど九州産のフルーツ果汁を配合した「最強のエナジードリンク」です。

㈱サンコーは、缶コーヒー『fabo』シリーズなどで知られており、昭和50年の設立以来、自動販売機事業を推進し

てきました。現在では約30種類のオリジナル飲料の製造を担っています。また、近年は九州の素材にこだわった商品を次々と発表。佐賀県の嬉野茶、阿蘇山系の天然水、博多あまおうなどを使った飲料が人気を集めています。さらに、九州生まれのワインや調味料などを国内・海外へ広める卸売事業も好調で、カフェ・レストラン事業なども展開しています。

そんな中、今回初めてエナジードリンクにチャレンジするサンコー。「エナジードリンクは海外ブランドが強い飲料カテゴリーなので、国内の大手メーカーでもなかなかブランドが立ち上げられてこなかった領域。九州の中小企業が同じレベルで戦うのは難しいため、商品自体に

インパクトを持たせることが必要でした」と代表取締役社長の山崎祥史さん。そこで“最強”のイメージを持つ、北斗の拳のラオウを冠したエナジードリンクの開発に至ったのだといいます。開発に際しては、福岡商工会議所のサポートを受けて事業再構築補助金を申請。「この商品は九州の素材を使い、地域に根付くサンコーらしさを打ち出したこだわりの飲料です。自動販売機事業ではアミューズメント施設との接点もあり、北斗の拳のキャラクターと親和性が高いお客様に届けることができます。単純に飲料を販売するだけではなく、イベントなどを通じて商品の良さを伝えていきたいです」と意気込みます。



1 アメリカをはじめ、イギリスなど各国でも販売されているサンコーのオリジナル飲料。九州の素材の素晴らしさを世界に伝える
3 学校や病院など様々な施設に設置されている『もぐもぐベンダー』。設置場所に応じた商品ラインナップで存在感を強めている

2 令和6年10月に販売される『ラオウエナジー』。パッケージにあらわれた漫画のセリフにも開発者のこだわりが詰め込まれている
4 九州の素材を使った飲料もサンコーの強みのひとつ。飲料を通じて、博多あまおうをはじめとした特産品を全国にアピール

飲料以外のニーズにも 応える自動販売機

様々な商品を開発し続けるサンコーですが、自動販売機そのものについても新たな事業を進めています。それが令和5年からスタートした新しい自販機サービス『もぐもぐベンダー』です。飲料だけではなく食料品、日用品や雑貨などニーズに応じた商品の販売も可能だといいます。「近年デリバリーが発達したように、冷凍食品を販売する自動販売機など無人販売のニーズが高まりました」と山崎さんは振り返ります。

一般的な食品の自動販売機には補充の効率化を図るため、ロングライフと呼ばれる賞味期限が1~2ヶ月の食品や菓子が入っています。しかし『もぐもぐベンダー』では、設置先のニーズに合わせて商品が都度補充されています。「他社が“面倒”だと感じる場所に商機がある。例えば学校だったらサイズが大きいパンやお菓子、老健施設だったら饅頭などの和菓子といった賞味期限が短いものを入れるなど、100に1つあるニーズを提供できるというのが、この『もぐもぐベンダー』の強みだと思います。世

の中にあふれる自動販売機の中でいかに生き残っていくか。逆転の発想が必要です。もちろん設置場所ごとに違う商品を仕入れて補充するのは非効率的ですが、大手メーカーができないことは絶対的な武器になるはず」と期待を込めます。

現在、『もぐもぐベンダー』は九州のみでの展開であるにも関わらず、1年ほどで設置数は約100台にまで増加しています。

サンコーにしかできない 新しいチャレンジが100年企業をつくる

令和7年に創業50年を迎えるサンコー。山崎さんは「チャレンジできる組織づくり」を目指しているそうです。「オリジナル商品をつくることができれば、自動販売機という販売する環境はあるわけですから、これからもどんどん商品を開発していきたい。そのためにも、まずは社員が活発に意見やアイデアを発することができるよう環境を整える必要があります。その一歩として私の日報を社員が見られるようにしています。常に私が考えていることが伝われば、会

社の方向性が社員にも共有され、社員1人1人が力を発揮できるはず」と山崎さん。

「これまでの50年の自動販売機ビジネスは成長期であり成熟期でした。これから先、自動販売機を設置すれば一定の売り上げが上がっていくという安定思考から脱却していかなければなりません。」と山崎さん。だからこそ、『ラオウエナジー』をはじめとした唯一無二の飲料の開発、『もぐもぐベンダー』のような新しい自販機サービスの実施、博多港という地の利を活かした海外市場へのアプローチ等、常に新しいチャレンジを実行し続けてきました。今後も福岡・九州ならではの商品・サービスの開発に期待が高まります。

取材日：7月22日



株式会社サンコー

〒812-0016 福岡市博多区博多駅南5-14-18
 TEL:092-475-3355
<https://www.sanko-group.co.jp/>