



## 『関西企業ヒストリア』

～その強さの秘密・転換点を探る～

創業から70年以上の歴史を重ねる会員企業を取り上げ、時代の荒波を乗り越えて、長い期間にわたって生き残り成長してきた強さの秘密、その歴史の転換点を探ります。

### 第7回 創業 1912年（大正元年）

## サカイキャニング株式会社

### 「阪井商店」の創業 オリジナル商品の開発に注力

**1912年** ▶ サカイキャニングの始まりは、1912年に阪井金四郎が創業した「阪井商店」です。創業以前は酒や醤油を取り扱っていましたが、金四郎が高野山を訪れる参詣客に向けて手作りのソーダ水やみかん水売り出すようになったのが、清涼飲料水と関わるきっかけでした。



阪井金四郎氏

金四郎は原料となる水に特にこだわりました。その結果、高野山麓の井戸水で作ったドリンクはまろやかでおいしいと評判になりました。

時代が大正から昭和へ移った頃、会社を継いだ二代目の正一は、その水を基本に商品開発に力を注ぎました。社名も「阪井鋳泉所」へと改称、新分類の飲料開発に尽力しました。当時としては画期的なパストラ型ビン容器用シャワー式温水殺菌装置を開発し、全国をシェアに販売しました。



当時の配達車



パストラ型シャワー式  
温水殺菌装置

昭和の中頃には瓶詰製品の製造販売を中止して缶詰製品に切り替え、缶入り乳飲料・果汁飲料の製造販売を開始しました。他社との差別化をはかるため、当時はほとんどが香料や人口甘味料で作られていた梅の飲料を、正一は本物の梅と砂糖、そして水だけを使って作りました。また、コーヒーはコクを出すために、ミルクの中で最も濃厚と言われる生乳をふんだんに使うというこだわりようでした。



缶コーヒーの製造に成功し誕生した「サカイコーヒー」(左)とその自動販売機(右)。発売当時、絶大な人気を博して大ヒット商品となりました。

こうしたオリジナル商品は、和歌山県内の駅の売店や町の食料品店で販売され、地元の人たちに馴染みの深い存在になっていきました。

さらに1981年には高野山麓の水そのものを、当時では珍しいミネラルウォーターとして販売しました。当時の一般的な認識は、水は買うものではなく、水道の蛇口をひねれば出てくるものという感覚でした。そのため反響は乏しく、売上も厳しい状況でしたが、正一は「これからペットボトル容器で水が販売される時代が来る」と信じ、販売を続けました。

## バブルの煽りを受け立ち返った原点

**1987年▶** ところがその数年後、日本列島はバブル経済に突入しました。そのことが、阪井鉱泉所を危機に陥



天然水「大師の水」

れます。大型スーパーが地方に流入、得意先だった地元の小売店が次々と倒れ、販路を失ってしまいました。在庫は膨れ上がり、オリジナル商品は生産中

止に追い込まれ、1987年には売り上げが3分の1にまで落ち込みました。しかもその2年後、開発を担っていた正一が事故に遭い、亡くなるという悲劇も重なりました。

1989年に三代目を継いだ哲也は、どん底の中でもあることを守り続けました。それは、父・正一が商品化した高野山麓の水を、自社ブランドとして生産することでした。

さらに哲也は、父がやり残したある飲み物の開発に取り組みます。それは、沖縄の一般家庭で作られ飲まれてきた芋の栄養ドリンクでした。家庭ごとに味が異なり、クセのあったその飲み物を、一般商品として販売できるように改良したのです。この開発の成功によって、哲也は会社の拠って立つべき道に気づきました。それは、「どんな時でもモノを作り続ける」ということでした。



ここが  
転換点

**自社ブランドとの決別  
—商品開発へ全力を注ぐ**

**1994年▶** この頃から缶製品の受託製造依頼も多くなり始め、現在の設備の基本形となる缶詰製造工場を増設。それに伴い、社名も「サカイキャニング株式会社」へと改めました。

1994年、ペットボトル工場を新設し、1.5ℓ、2ℓペットボトル入り清涼飲料の製造販売を開始しました。製造依頼が順調に増加する中、受託製造が急増し、自社ブランド商品の数を上回るようになりました。また、大手メーカーの台頭や量販店の拡大などの問題が立ちはだかり、徐々に販路の確保が難しくなっていました。

悩み抜いた末、哲也は広告費や販売促進費などがかかる自社ブランドの商品を捨てる決心をしました。「サカイ」のブランド名がなくなることへの葛藤はありましたが、あえ

て下請けに徹することで、社内の力を商品開発に注ぐことにしたのです。

多くの受託生産会社の中から選ばれる1社になるため、今まで自社ブランドで培ったノウハウを活かし、元請け会社にも積極的に提案を行いました。単なる受託製造工場ではなく、より良い商品づくりのパートナーとしての取引先拡大を目指したのです。

「下請けでありながら、高い商品開発能力を持つ会社」という評判は同業者に広がり、売上も徐々に伸び始めました。依頼が増えると、原料である水も評判を集めるようになりました。自社ブランドを捨て、開発能力と水を守る。その方針転換が復活への道筋をつけたのでした。

## 徹底してこだわり抜く 「品質本位」のものづくり

**2004年▶** 約10年の歳月をかけて高野山麓での水を探し求め、2004年、和歌山県伊都郡かつらぎ町に高野山麓かつらぎ工場を新設。歴史と豊かな自然に恵まれた環境の中、次代のモデル工場を目指して衛生管理および環境保全が徹底されています。

水は高野山麓の地下水を使用し、長年のノウハウと技術を活かして茶系飲料、コーヒー飲料等を生産しています。生産ラインのほとんどは無人に近く、すべてコンピュータで管理されていて、1分間に500mlペットボトル約500~600本の生産能力を有します。最新の品質管理体制が整った工場で、数値化される部分はもちろん、数字には表れない部分にも目を向け、安心・安全な商品づくりを徹底しています。

紀ノ川の水と自然をこよなく愛し、飲み物へのロマンを追いかけること1世紀。瓶から缶、缶からペットボトルへと、入れ物の形は変遷しても、自然が生み出す水への感謝、そして同社が追いかける飲み物への夢は、次の世代へも脈々と受け継がれていきます。



高野山麓かつらぎ工場

### サカイキャニング 株式会社

本社所在地：和歌山県橋本市高野口町小田 530  
従業員数：75名 資本金：1,000万円  
事業内容：清涼飲料水や乳製品などの製造