

オフィス用品通販のベンチャー、カスタネット（京都市南区烏丸十条、植木力社長）は10日、工場の現場で使われる工具類や防護用品などの「工場作業用品」の通信販売事業に新規参入する。取り扱い商品は全部で約30000点で、商品写真を載せたカタログを配布してFAXなどで注文を受け付け、受注してから2日以内に全国に配送できる体制を整えた。この分野では東証一部上場のミスミ（東京都江東区）が最大手だが、金型部品関連が主体。一般的な作業用品を総合的に取り扱う通販は初めてで、新しい市場創出を目指す。

# 工場用品通販に 新規参入

## カスタネット 工具からヘルメットまで3万点

会社によると、工場作業用品市場は販売ルートが限られているため、中小工場の多くはホームセンターなどの小売店に直接買いに行くなどして入手しているという。カタログ通販サービスを提供することで、こうした時間ロスを解消でき、購買価格も抑えられるという。初年度1億円の売り上げを見込む。

同社の通販事業は、カタログを配布した顧客を同社の営業担当者が直接訪ね、「御用聞き」をするのが最大の特徴。受発注はFAXやホームページ、電話などで受け付けるが、御用聞きを通じて「顔の見える営業」を通じるなどして、事業所の購買担当者の信頼感を得る工夫に重点を置いている。この分野では最大手のアスクルがほぼ独占状態だったが、京都エリアを中心に比較的順調に顧客開拓を進めているという。今回は、こうした営業体制や管理システムを生かして事業分野を拡大することにした。

サービス概要については、この11-12日に大阪市住之江区のインテックス大阪で開催される「2002 中小企業ビジネスフェア」に出展する予定。

最大手のミスミは金型部品（成型用の金型をメンテナンスするための部品）のカタログ通販を主体に90年代に急成長した。給与体系に市場原理を導入したユニークな人事制度などでも知られる。

同社はここへきて開業医向け材料や飲食店向け材料、編集・制作プロ向けデジタル素材などの分野にもサービスを広げているが、一般的な工場作業用品については未着手だった。

カスタネットは、大日本スクリーン製造社員だった植木氏が社内ベンチャー制度を利用して2001年1月に設立した。植木氏がスクリーンの工場で購入担当者だった経験を前面に打ち出し、メーカー系が多い他のオフィス用品通販会社との差別化を図っている。



植木力・カスタネット社長