

“社会貢献”や“環境”に注目した、新しいビジネスモデルで業績拡大

(株)カスタネット

“失敗は許されない”という
不退転の決意で独立

オフィス文具や事務機器、オフィスの家具の通信販売で実績を伸ばし続ける「カスタネット」。植木社長は、電子機器メーカーとして知られる大日本スクリーン製造㈱の開発管理課長として、業務効率化のための社内ネットワークづくりで携わってきた。二〇〇〇年に会社が、社内ベンチャー制度で独立する人材を募集したのを機に、「これまでのノウハウを使って面白いビジネスができないか」と考えたという。

植木社長が目にしたのは、さまざまな会社がひしめき合い競争を繰り広げる文具・事務機器業界である。「メーカーやエンドユーザーが端末を使って発注する時代なのに、販売店（小売店）の対応が遅れています。そこにチャンスがあるはず」と植木社長。文具・事務機器は業種業態を問わず共通のニーズがあり、長期的な需要開拓が見込めることも弾みになった。

文房具の通信販売で経営が本当に成り立つのかどうか、だれも明確な答えを出すことができなかった。また、大日本スクリーン製造の社内ベンチャー制度は、ほかの多くの会社が採用しているような“出向型”ではなく、事業に失敗しても出戻りが許されない“完全独立型”だった。片道切符のリスク

は決して小さくなかったと言うが、「かえって、気を引き締めることができた」と植木社長。通信販売部門の強化を目指す大手文具会社の協力を得て、二〇〇一年二月、ついに社内ベンチャー第一号として大海原に乗り出すことになった。

先行通販会社を徹底リサーチし、後発組のデメリットを克服

植木社長が最初に行ったことは、先行している文具通販会社の強みや弱みを徹底してリサーチすることだった。その結果、①取扱商品が偏っている、②大企業にとって決して安い価格ではない、③人と人とのネットワークがない

ということが分かったという。「この三つのポイントを克服すればベンチャー企業でも勝負になる」と植木社長は胸を張る。

同社では、約二万アイテムの文具・事務機器を収録したカタログを販売のベースにしているが、たとえカタログに掲載されていなくても、メーカーを問わず、型番や商品の特徴を聞かせてもらえば同じものを用意する。文具品というのは嗜好性が高く、一度使った商品を長く愛用するユーザーも少なくない。販売側の都合を押しつけるのではなく、“お客様のニーズに合わせる”という柔軟な姿勢が好評を得ているようだ。

カンボジア・ブレックスバイ小学校の生徒たちと植木社長（中央）



もう一つ、同社では全国十社以上の文具・事務機器メーカーや問屋と販売提携を結んでいる。お客様からFAXやメールでの注文があれば、問屋・メーカーから直送する。在庫ゼロシステムを確立。在庫を抱えずに、人件費などのコストをカットすることで、全商品三八%オフという画期的なディスカウント価格を実現した。インターネットを使えば、他社商品との価格比較がひと目でできる時代、同社の特価品戦略はユーザーの購買意欲を大いに刺激するものに違いない。

社会全体の環境志向の高まりを受け、エコ商品（再生利用商品）の取り扱いにも力を注いでいる。ユーザーがひと

エコがポイント!

植木社長は、19年間勤務した会社で「退職」という大きなリスクを背負って熱い思いを貫き、2001年2月にオフィス用品通信販売会社として創業を果たした。社名の「カスタネット」は、「カスタマー」と「ネットワーク」が語源で、顧客のニーズにすばやくこたえる、打てば響く、という意味だそうだ。また、社長は、取引には親しみやすいものが必要だと考え、イメージキャラクターを開発。楽器のカスタネットをモチーフに発案した『カスタ君』は、取引先にも好評の様子。

これからは企業が社会に貢献する時代だと確信する植木社長は、創業当初よりボランティア活動に取り組み、自ら直接カンボジアの子どもたちへ文房具を届けたこともある。平和で、物が豊富な生活に慣れた日本では、無造作に物を粗末に扱ったり、文房具を最後まできっちり使い切れない子どもたちがいる。カンボジア訪問の体験を生かして、経営の一方で、「文房具は買わないで！」をテーマに、小中学校で平和や物の大切さについて講演も行っている。

当社は、ボランティア活動の中で、社会に貢献する『21世紀型ビジネスモデル』を生み出し、全国にその活動を展開。この活動が受注に好影響を及ぼし、創業わずか3年で売上高は3億円を超えるまでになった。また、創業2年目からは、黒字経営を実現し、財政面もことのほか健全である。

当社の経営理念「チャレンジ」「社会貢献」「自主自立」により、顧客ニーズに幅広くこたえたとともに、独自のサービスで他社との差別化に成功した。また、今までの通販業界では考えられなかった顧客訪問を行い、社員全員が人とのふれあいを大切にしている。今後も企業の社会責任を追求し、限りなく進化し続けるに違いない。

目で判断できるように、カタログ中の商品はすべて「エコ」、「非エコ」の区分をはっきりと表示。お客様（取引先企業）がエコ商品をどれだけ購入した

今から約二年ほど前、お客様に顔の見える“通販会社を目指して、産業廃棄物となるプリンターの使用済みトナーカートリッジや中古文房具の回収事業を開始した。「トナーカートリッジの回収という目的なら、お客様のもとの定期的な足を運ぶことができます。最

初は、取引先とのパイプを太くするために始めたのですが……」と植木社長。ところが、ある異業種交流会で、カンボジアに小学校を建てようと努力している人と知り合い、現地では今にも壊れそうな小屋を教室の代わりに使っていたり、十分な教育設備が整っていない小学校が多数あることを知った。私たちも何か役に立てないだろうか――。こうした思いから、植木社長は昨年3月、カンボジアの子どもたちに中古文房具を寄贈したところ全国的に大きな反響を呼んだという。「どうせ買うなら、使ったものを役立ててもらえるカスタネット」という顧客心理が働き、全く取引のなかった企業などから口コミで注文が舞い込むようになった。また、会社の知名度が上がリ、植木社長が講演会などに招かれる機会も増えた。

「社会貢献の要素を考慮したビジネスは、二十一世紀の主役になると思います」と自信を深める。今年九月には、回収したトナーカートリッジの販売収益をもとに（リサイクル業者へ販売することで一本五十―二百五十円の収益が得られる）、カンボジア・トレア村の小学校を新築することができた。今後はさらに病院の小児病棟の建設に向けて、努力を重ねていきたいと意欲を見せる。



ボランティアをビジネス活動に結びつけて知名度を拡大

今から約二年ほど前、お客様に顔の見える“通販会社を目指して、産業廃棄物となるプリンターの使用済みトナーカートリッジや中古文房具の回収事業を開始した。「トナーカートリッジの回収という目的なら、お客様のもとの定期的な足を運ぶことができます。最

初は、取引先とのパイプを太くするために始めたのですが……」と植木社長。ところが、ある異業種交流会で、カンボジアに小学校を建てようと努力している人と知り合い、現地では今にも壊れそうな小屋を教室の代わりに使っていたり、十分な教育設備が整っていない小学校が多数あることを知った。私たちも何か役に立てないだろうか――。こうした思いから、植木社長は昨年3月、カンボジアの子どもたちに中古文房具を寄贈したところ全国的に大きな反響を呼んだという。「どうせ買うなら、使ったものを役立ててもらえるカスタネット」という顧客心理が働き、全く取引のなかった企業などから口コミで注文が舞い込むようになった。また、会社の知名度が上がリ、植木社長が講演会などに招かれる機会も増えた。

「社会貢献の要素を考慮したビジネスは、二十一世紀の主役になると思います」と自信を深める。今年九月には、回収したトナーカートリッジの販売収益をもとに（リサイクル業者へ販売することで一本五十―二百五十円の収益が得られる）、カンボジア・トレア村の小学校を新築することができた。今後はさらに病院の小児病棟の建設に向けて、努力を重ねていきたいと意欲を見せる。

■株式会社カスタネット

- 代表者名/植木力
- 住所/京都市南区東九条南石田町5
京阪バス十条ビル1階
- 電話/075-681-9100
- 従業員数/10人
- 設立/平成13年
- 資本金/1,000万円
- 売上高/3億5,000円