

ベンチャー・大学発ビジネス

カスタネット(京都市、植木力社長)はオフィス用品などの通信販売を手がけている。カタログを配って注文を受け商品を届けるスタイルは同業他社と同じ。しかし、メーカー系列に属さない点を逆手に取った戦略や、生産現場で使う工具の通販など事業の幅を広げて業績を伸ばしている。



植木力社長

ニッポンのキラ星企業

カスタネット

オフィス用品などの通信販売

《会社概要》
 本社 京都市南区東九条
 南石田町5
 社長 植木力(うえき・ちから)
 電話 075・681・9100
 売上高 4億5000万円
 (2004年12月期見込み)
 従業員数 10人
 事業内容 オフィス用品や工具の通信販売



トナーカートリッジの売却代金でカンボジアに小学校の校舎を寄贈した

は一四%。残りは植木氏と、いっしょに退社して起業した副社長が退職金を充てるという退路を断ったスタートだった。創業は二〇〇一年。大手のアスクルはすでに業績を伸ばしていたが植木氏は「弱点も多い」と見ていた。その一つが価格。大日本スクリーンの文具購入価格を知っており「アスクルより安く売れるはず」と考えた。

安値で対抗するため植木氏はアスクルの母体であるプラスのライバル、コクヨの門をたたき、取

引契約にこぎ着けた。ただ、カスタネットはコクヨ製品だけ扱っているわけではない。コクヨの製品カタログを使って、カタログ未掲載商品でもメーカーと型番

が分かれば注文を受ける。メーカー系通販会社には難しい全方位の品ぞろえで顧客満足度を高め

ている。二年目には工具通販にも乗り出した。「工具通販を始めれば(事務所のほか)生産現場からも事務用品の注文が入る(植木氏)との作戦だ。ヒット商品も生まれた。機械装置の足につけるキヤスターだ。多くの企業が多様なキヤスターを作っているが、同規格の製品を比べる情報はなく利用者は価格の比較が難しかった。製品の互換性を調べて安い製品を提案できる体制を整えた結果、引き合いが急増。初年度の売上高は三千万円に達する見通しという。もちろん、事業を工夫

しても会社を知ってもらわねば注文は増えない。少人数ゆえ積極的な

工具も扱いヒット商品

営業はできなかったが業績を伸ばしているのは「口コミ」という武器を手に入れたためだ。植木氏はカンボジアの子供を援助するボランティアに取り組む経営者と知り合い、現地の文具不足を知った。そこで「カンボジアに文具を送る」と引き出しに眠る重要な文具を集め始めた。この活動がマスコミで紹介されると、同社に全国から文具が集まり始めた。子供のころ集めていたキヤラクター鉛筆など捨てられない文具や、閉店した文具店の在庫など「事務所は段ボールで埋まった」(植木氏)。

カンボジアへの送料を工面するため始めたのがトナーカートリッジの再

利用。使用済みカートリッジを回収して再生業者に売却し利益を送料に充てている。ボランティアに熱心なベンチャーという評判が広がった結果、通販の取引先は約三千万円まで増えた。創業後、代金が焦げ付いた取引は二件だけ。植木氏は「わざわざ経営の悪い会社を紹介することはないようだ」と、これ

から黒字浮上を果たして決算も前期からわずかなり、本格的な成長軌道に乗り始めている。(京都支社 塚越慎哉)