



低価格と“人”で 顧客を開拓

File 44 カスタネット

《スタートアップ》

大日本スクリーン製造で、業務改善や社内のシステム開発に携わっていた植木氏が、「オフィスで使うものをもっと便利に入手できるようにしたい」と考えたことがきっかけ。大日本スクリーン製造の社内ベンチャー制度を利用して約1年間、起業の準備をしてカスタネットを設立した。《アントレプレナー》
植木力氏: 1977年京都府立峰山高校機械科を卒業後、航空自衛隊に入隊。1982年に大日本スクリーン製造へ転職。営業業務、工程管理、システム開発などに携わり、2000年12月に退職。2001年2月、カスタネット



植木力・カスタネット社長

トを設立する。

《ビジネスモデル》

オフィス用品の通信販売、オフィスレイアウトを手がける。オフィスで用いる文房具や机、椅子、蛍光灯など用品の注文を事業所から受けて販売する。あわせて、レイアウトについてのコンサルティングやコーディネートもこなす。

同社では、卸問屋配送センターと提携。在庫を抱えずに、用品の受注に応じている。受注にはファックスを主に用い、現在インターネット上からの注文システムを構築中。受注商品の配送も委託することで低価格のオフィス用品を提供する。

顧客には、大日本スクリーン製造をはじめ、大日本スクリーン製造の協力会社のほか、京都に事業所を置く企業が多い。

低コスト構造で商品の価格を抑えつつ、営業の担当者が直接事業所等へも赴くことが特徴。「顔の見える信頼関係を元に低価格で勝負する」(植木氏) 戦略という。

《アドバンテージ》

価格面で競合大手のアスクルよりも低く抑えられ、配送の時間もほとんど変わらない。加えて、「営業担当者が直接お客さんを訪ねて信頼関係を作るため、利用してもらいやすい」ことが強みという。

《ビジョン》

「オフィスで使うものを何でもそろえることができる会社」にしたいという。用品販売だけでなく、業務改善のサポートまでできるようにする。

2002年、3月末の時点で顧客企業を1500社に伸ばすことを目指している。2002年12月期では、黒字を一掃し黒字化する予定。

《ハードル》

「大日本スクリーン製造の名前をどのようにとっていくか」が長期的に大きな課題。大日本スクリーン製造の協力や支援がなくても独自に収益を上げられるよう、顧客開拓をしていくという。

短期的にはインターネットからの受注体制を整えるなど、「受注のチャンネルを増やしていくこと」。

《トピックス》

12月中に顧客企業が1000社に達する見込み。大日本スクリーン製造関連の企業のほか、京都の大手企業やパソコン教室運営大手企業など独自の営業活動による顧客を広げつつある。

《企業データ》

・住所 京都市南区東九条南石田町5番地
京阪バス1条ビル1階
・電話番号 075-681-9190
・FAX番号 075-693-4625
・URL <http://www.castanet.co.jp/>
・E-mail contact@castanet.co.jp
・従業員数 10名