

信頼・人脈 大きな支え

勤務先が設けたベンチャー創業支援制度を利用して、新たな事業に挑戦する人が増えている。社会人として経験を積んだ分、スタートは遅くなるが、会社の支援やサラリーマン時代に培った信頼や人脈が、ビジネスを展開する上で大きな力となっている。(湊口 智子)

勤務先の支援制度で創業

位で経常段階で黒字になることもあり、2期目の2002年12月期は、累積損失を一掃して黒字化する、という強気の見通しだ。

価格約1割安

オフィス用品の販売は、情報化がさほど進んでいない。これまでは、営業担当者で得意先に出向き注文を聞いてメーカーに発注し、販売会社は届いた商品を仕分けし、納品書を書いて配達する、というのが一般的だったという。

総務部門でオフィス用品の購買に携わったことがある植木さんは、以前から、より効率的な販売方法があ

るはずだ、と考えていた。ちょうどそのころ、京都市内の文具卸問屋が共同配送センターを設立したことを知り、このセンターと提携して、在庫を持たずに価格を抑えて販売する現在の事業モデルを思いついた。カスタネットは、カタロ

「七光り」を活用

さらに威力を発揮したのが、母体の大日本スクリーンの存在だ。植木さんらは、出荷ではなく、退職してカスタネットを設立し、大日本スクリーンのカスタネットへの出資比率も14%にとどまっているが、両社の関

係は濃密だ。会社設立時に、関係先は大日本スクリーンの石田明社長と植木さんの連名で創業のあいさつ状を送った。

この効果は大きく、営業開始当初、地元京都府や滋賀県の会社に商談を申し込むと、ほぼ100%の確率で約束が取れ、うち9割の

会社が取引に応じてくれた。元同僚たちも、他社との会議や交流会など、様々な場面でカスタネットを紹介した。こうした口コミで、

わざわざカタログをカスタネットの本社まで取りに来た会社も、何社もあった。

植木さんは、「会社を離れて、初めて看板の大きさが分かった」と実感している。同じデザイナーの名札を胸に付けるなど、意識的に「親の七光り」を活用する一方、「大日本スクリーンの信用に傷をつけないよう、第1号として絶対に成功させたい」と気を引き締めている。

ベンチャー 新世紀

オフィス用品の通信販売会社、カスタネット(京都市)は、半導体・液晶製造装置などのメーカー、大日本スクリーン製造の管理部門を担当する課長だった植木さん(43)が、部下だった一井英孝さん(39)と共に、ベンチャー制度利用の第1号として2001年1月に設立した。

得意先は既に全国で1000社を超えた。1か月単



カタログ製作の打ち合わせをする植木さん(中央)―京都市のカスタネット

成功こそ「恩返し」

元気出せ 関西