・経営インタビュー・ カスタネット 植木力 社長

社会貢献の蓄積がビジネスチャンスを生む

防災用品や事務用品販売の㈱カスタネット（京都市）。ビジネスと社会貢献活動の両輪で事業を展開している。そんなユニークな企業がコロナ禍の2020年に最高益をたたき出した。これまでの社会貢献活動の蓄積が、緊急時にさまざまなチャンスに巡り合わせてくれたようだ。植木社長に〝奇跡〟のような1年間を振り返ってもらった。

▲植木力社長

――丹後の宮津市に新しいオフィスを建てるということですが。

「私の生まれ故郷である京都府宮津市に、亡くなった両親の土地があるのですが、隣接する土地も借りていました。そこが竹林になってしまったので、周りから苦情が私の方に来ます。地主の方にどうするのかを聞きに行こうと考えていたところ、昨年、偶然にも人混みの四条烏丸で地主さんとばったり出会いました。小学校6年生以来の再会です。話を聞くと、土地の面倒はもう見れないので買ってもらえないかということでした。私の方も十分なお金がある状態ではなかったのですが、どういう勢いか『じゃあ、借金をしてでも買います』と語っていました。

さあ、借金をして土地を購入したものの、何に使うかということです。思い付いたのが、京都は歴史的に地震と感染症に弱いので、本社をバックアップするオフィスを建てようというアイデアでした。そこはリゾート地でもあるので〝リゾートオフィス〟と名付けました。約300坪。今、建物を建てる準備をしていると ころで、来年の夏までには完成します。単なるオフィスではなく、都会の人と地域の人が交流する場もつくろうと考えています」

――商品面でも〝大当たり〟がありました。

「当社は防災用品のマルチポンチョを販売していますが、これは袖がないので感染症対策用としては不十分です。何とかコロナの対策商品を提供できないかと考えていたところ、海外の生産工場のある生産ラインで、欧米向けにアイソレーションガウン（医療用ガウン）を製造していることが分かりました。急遽、京都府に連絡を入れ、商品写真を転送、翌週にサンプルを届けました。商品はOKの認可が下り、京都府との間で8万着の納入契約が成立しました。その後は、NHKが『京都府は医療用物資やガウンを集める活動をしている』と採り上げ報じてくれました。

その間、地域貢献活動で面識のあった地方公共団体の首長とこれも偶然に出会い、話し合う中で次の質問を投げかけてみました。『国とのパイプはありませんか？』と。『ある！』という返事でした。翌日、医療用の防護服を集める活動をしている経産省のチームから電話があり、『その商品をすぐに送ってほしい』とのことでした。次の日にはサンプルを見て認可。1週間の検討時間をもらって、50万着の納入契約を結びました。たった1週間で50万着の生産体制を構築したことに、経産省のチームは驚いていました。

この取引が成立するまで我々も苦労しました。海外の工場と生産調整をするために、寝る間も惜しんだのです。国への報告、銀行との交渉も大変でした。アイソレーションガウンは輸入品なので、前金で支払わなければなりません。億を超える金額を借りるのに、どれだけ資料を作成したことか。当初、銀行にはこの話を信じてもらえませんでした。『中小零細企業が国と直接交渉するなどあり得ない』と言われました。我々も最後には『社会のためにお金を貸してください』と懇願したものです。

成約後、商品は8月末までに分納で全部納めました。これが昨年最高益に達した理由です」

――昨秋に新製品「防災絆BOX」を発表するなど、コロナ禍でも商品開発が活発です。

「2019年に消費増税が実施されましたが、2020年のオリンピック年は絶対に不景気になると見ていました。コロナの始まる前から観光不況の予兆があったので、2020年のインバウンド需要は期待できないと考えていました。コロナ前は誰も信じてくれませんでしたが。観光不況が絶対に到来するのなら、今から2020年に売れる商品の開発をしておこうと考えて作ったのが『防災絆BOX』です。ある知人の言葉がヒントになりました。『日本人はなかなか自分のために防災用品を備えない、まあいいかという感じで。でも、自分のために備えた防災用品を災害の時に被災地や大切な人に贈りましょうということなら、意外と備えるのではないか』と。

これを聞いて、『防災BOX』の名前を『防災絆BOX』に変えました。まさしく『絆』がポイントだと思いました。何かあればBOXを贈りましょうという気付きを与えるために、箱の底面にお届け先情報を表記する欄をデザイン化しています。追い風になったのは、8月に経産省が『ながら備蓄』の広報を始めたことです。

これは食料品や生活用品など、普段使うものをちょっと多めに買い置きして、使ったら買い足すことで緊急時の備えをする新習慣のことです。これは『防災絆BOX』と全く同じコンセプトでした」

――追い風（神風？）はまだ続きます。

「徳島県の美馬市は、新型コロナの関係で分散避難ということを言い始めました。これを進めるにあたって、市民全体に防災グッズを揃える補助金を出すことになりました。その1億円の委託事業を当社が引き受けることになったのです。『美馬市のスーパーやホームセンターで購入できないものを、市民に対して販売してほしい』ということで、これも当社のコンセプトにぴったりと合っていました。行政とのつながりだけでなく、一般企業でも防災グッズを揃えていく時に、くまもんデザインの商品が採用される例が増え、大きな流れが始まっているのかなと感じることがあります」

▲「防災絆BOX」にはマルチポンチョや非常用簡易トイレ、水、衛生用品などが入るが、「お勧めチェックリスト」に基づいて、各家庭に合ったものを選んでもらう

▲右：くまもんのデザインが特徴の「防災絆BOX」
▲左：「防災絆BOX」は持ち運びしやすいように、玄関回りに置くことを提案

――昨年も被災地の熊本を訪問されました。新たに気付いたことはありますか。

「普段食べていないものは、災害時には食べられないことが分かりました。ですから、防災グッズの中には普段食べているものを入れてほしいのです。熊本では『のど飴が一番いいですよ』と言う人がいました。避難所が乾燥しやすく、隣人は初めて会う人がほとんどなので、飴が話のきっかけになるからです。最強の防災グッズはのど飴でした。

私は防災に関して常に言ってきたのは『防災意識を持ち歩く』ということです。日本列島に生まれ育ったので、過去の教訓をしっかり守って次の世代に伝えるのが現役世代の仕事だと考えています。防災BOXを通して家族と話し合うことが、最も次の世代とつながるのです」

――新しい動画づくりにも挑戦しています。

「京都府のコロナ社会対応ビジネスモデル創造事業補助金を使って、新しい動画撮影を始めます。ドローンを使い、丹後地方の自然を背景にして商品紹介を行います。屋内のスタジオを使うのではなく、屋外の丹後の景色を使います。地域をPRする今までにない動画ですが、これも一つの社会貢献だと思います」