

# 激戦だから参入した

## 第4回

## カスタネット 植木力(ちから)さん

半導体会社の社内ベンチャー制度を利用して誕生したオフィス用品の通信販売会社がある。2001年1月の会社設立後、一年半で約1500社の顧客を開拓してきた。今年4月には、カンボジアの小学校へ企業などで不要となった文房具を寄付する活動も開始している。文具通販という競争の厳しい市場で顧客開拓を進められる秘訣は何か。なぜ、生まれたてのベンチャー企業がボランティア活動ができるのか。社長の植木力さんに通販ビジネスのビジョンを聞く。

■カスタネットとは変わった社名ですね。由来は何かですか？

「社名は『カスタマー』と『ネットワーク』に由来しています。人と人のネットワークを大切にしたい会社という思いから、この名前になりました。『打てば響く』ような会社になりたいという思いもあります。」

「具体的にやっている仕事は、法人向けにオフィス用品の通信販売をしています。」



創業後、1年半で顧客となった企業は1500社を超えたという。

■アスクルなどの大手がひしめく激戦区で生き残るのは大変だと思います。あえて文具通販にとりくんだのはなぜですか？ どう独自性を出していこうとお考えですか？ 大手ができないことは何かですか？

「なぜ文具通販なのかと聞かれると私はいつも『激戦区だから参入した』と答えています。文具通販大手は全国一律、顔の見えな

いカタログ販売です。街の文房具屋は価格が高く、商品がいつ届くかわかりません。」

「このような状況は大きなビッグチャンスだと思いましたが、実際そうでした。顔の見えない通販だと、会社とお客さんはお金だけの関係です。顔の見える通販だと、『高いから安くしてくれ』という注文にも応えやすいです。カタログ外の商品も、20万点ほど取り寄せる体制ができています。どれだけITが発達しても、人と人が顔を合わせるのは、商売の大原則だと思います。技術は道具にすぎなくて、結局は『人間と人間』なんです。」

「私たちの特徴は『顔の見える通販』だということです。アスクルはカタログ販売ですが、私たちは営業マンが定期的に訪問するというスタイルをとっています。配送のミスなども実際に訪問して謝罪しています。」

「結局、文房具の通販というのは、大手がやればやるほどスキマができるんです。私たちがやっているのは、大手や街の文房具屋さんがやれないスキマの商売ですね。」

植木さんは高校を卒業後、「戦闘機に乗りたい一心で」航空自衛隊に入隊。除隊後、大日本スクリーン製造へ入社し、工場などの資材調達や購買、営業管理などに携わる。99年に大日本スクリーン製造が開始した社内ベンチャー制度に応募し、2001年1月にカスタネットを設立した。

KBS京都ラジオ運動企画  
グローバルビジョン

global vision

大手企業の社内ベンチャー制度を利用して誕生したオフィス用品の通信販売会社がある。2001年1月の会社設立後、一年半で約1500社の顧客を開拓してきた。今年4月には、カンボジアの小学校へ企業などで不要となった文房具を寄付する活動も開始している。社長の植木力さんに通販ビジネスのビジョンを聞いた。

# 激戦だから参入した

通販ベンチャーのカスタネット社長 植木力さん

■カスタネットという社名の由来は何ですか？

「社名は『カスタマー』と『ネットワーク』に由来しています。人と人とのネットワークを大切にしたい会社になりたいという思いから、この名前になりました。『打てば響く』ような会社になりたいという思いも。」

■アスクルなどの大手がひしめく激戦区。あえて文具通販にとりくんだのはなぜですか？

「激戦区だから参入したんです。文具通販大手は全国一律、顔の見えないカタログ販売です。街の文具屋は価格が高い。」

「このような状況はビッグチャンスだと思いましたし、実際そうでした。私たちの特徴は『顔の見える通販』だということです。『高いから安くしてくれ』という注文にも応えやすい。カタログ外の商品も、20万円ほど取り寄せる体制ができています。どれだけITが発達しても、人と人が顔を合わせるの、商売の大原則だと思います。技術は道具にすぎなくて、結局は『人間と人間』なんです。」

「私たちは営業マンが定期的に訪問するというスタイルをとっています。配送のミスなども実際に訪問して謝罪しています。」

植木さんは高校を卒業後、「戦闘機に乗りたい一心で」航空自衛隊に入隊。除隊後、大日本スクリーン製造へ入社し、工場などの資材調達や購買、営業管理などに携わる。99年に大日本スクリーン製造が開始した社内ベンチャー制度に応募し、2001年1月にカスタネットを設立した。



「自分は真剣に生きているかという疑問が起業のきっかけ」と話す植木さん（左）。

■安定した職を捨てて、なぜ起業したのですか？

「私自身は、何となくこうなっていたという感じです。」

「実は私の家族が障害者なんです。その関係で、私自身、障害をもった方たちのバレーボールの審判員などを、ボランティアでやっています。」

「障害者の方たちは、一歩歩くのにも一生懸命です。そういう姿を見て、自分は真剣に生きているのだろうかと思いました。自分が『歯車』としてどの位置にいるのかを確認してみたいとも思っていました。ちょうどそんな時、社内ベンチャーを募集していることを知ったんです。それがきっかけでしたね。」

「大日本スクリーンの社内ベンチャー制度は退職型のもので、私は課長になってすぐ応募しましたが、会社を辞めてまで起業する人はいないみたいですね。当時、スクリーンには社員が3,300人いて、『親方日の丸』といった雰囲気があっ

たと思います。そんな中、『若手にチャンスを与えよう』という意図で制度は始まりました。」

「やりたい事業を提案して、審査をパスすれば支援が受けられるというもののなのですが、オフィス用品の通販を提案した時、『装置メーカーの社員が何を考えるのか』と啞然とされましたよ。」

「審査は社長や役員の方たちがされていました。『失敗するのでは』と言われましたが、『ここまで頑張っている』という気持ちを前面に出してアピールしました。最後にはみんな『頑張れ』と言ってくれましたね。」

「創業当初は、退職金を資本金として払い込んだので全くお金がなく、ゼロからのスタート。それから1年経って売上は楽ではないけど、顧客は1,500社を超えることができました。今年中に2,000社にするのが目標です。」

「創業してみて、スクリーンの社長の苦勞がわかるようになりましたし

た。創業するまでは毎月25日に給料が入ってましたが、今度は給料を払わなければならない立場になりましたから。」

■会社でボランティア活動もされているそうですね。

「余っている文房具を社員が回収して、カンボジアに届けています。日本では、文具メーカーが数年間生産しなくてもよいくらいの文房具が余っているんですよ。」

「目標は年内に5万点を集めることです。この活動は4月から始めましたが、すでに1万数千点の文房具が集まりました。これだけの数の文房具が集まったのは、文房具の最後の処分困っていた企業が多かったからではないでしょうか。」

「実は、はじめはボランティアと言いつつも、お客さんのところに行くことが目的だったんです。でも、小学校から『カンボジアの子どもたちのために役立ててください』という手紙が

添えられて、きれいに仕付けられた文房具が送られてくるようになりました。スタッフを激励するお菓子が同封されていたこともあります。また、『よくやっている』、『ベンチャーがここまでやれるのか』といった励ましのメールをいただくまでになりました。この活動がこれまで社会貢献につながっていくとは思っていませんでしたね。」

「カンボジアまでの送料を捻出するために、使用済みのプリンター用カラーカートリッジの回収も始めました。そうやって活動費をきちんと稼ぐことで、このNPO活動を一過性のものではなく、継続しけるものにしていこうと考えています。」

「グローバル・ビジョン」は京都経済新聞社とKBS京都ラジオ(1143kHz)の共同企画です。月曜から木曜までの毎朝9:40から放送。京都を拠点に活動する企業家・起業家に、京都経済新聞編集長が迫ります。ぜひ併せてお聞き下さい。