

半導体製造装置メーカーの大手「大日本スクリーン製造」の社内ベンチャー制度の起業第一号として、昨年六月に誕生したオフィス用品の販売会社。一年間を振り返って「先輩や同僚の温かな励ましに支えられた。こんなに人の縁をありがたく感じたいことはありません」と語る。「なにもかもゼロからのスタートです。売り込み先探しから社員の採用まで。会社の基盤を整えるまでは苦労も多かったが、スクリーンや知人からお得意先を紹介されたのは幸運でした。取引のお願いに行っても全てがOKでした」

現在の物品の納入先は一千五百社。今年中には二千社へ。早急に三千社に拡大するのが目標だという。

「業界では、営業に行っても購買担当者に会えるのは三社に一社。商売がまとまるのは限りなくゼロに近いそうです。メーカーさんは「なんでやねん」とびっくりされます」と笑う。

「最初の取り扱い商品は文房具、事務機器が主力。今後はパソコン、オフィス家具などに広がります。初年度は営業活動が半年しか出来ず、逆に経費は一年分かったため業績は赤字です。二年目はその赤字を消し、黒字決算にするのが目標。月間黒字を出せるようになり達成は可能です」

スクリーンがベンチャー制度を設けたのは平成十二年。やる気のある社員にチャンスを与え

社内ベンチャーの起業第一号

るのが狙いだった。応募はかつてスクリーンの業務改善チームに参画し、オフィス用品の納入の遅さなどに疑問を抱いていたことが理由。「もっと安い商品を、納期をしっかりと守って供給できる」と、システム開発担当の一井英孝副社長と一緒にベンチャー制度に応募した。

国内のオフィス用品市場は二兆円とも三兆円とも言われる。最近は大手通販業者がシェアを伸ばし、町の文房具商を駆逐する傾向にあるが「通販業者が伸びれば伸びるほど、ビジネスチ

古都からの挑戦 人・企業

「ITの時代になっても人間関係のしながりが生きる商売が非常に興味深い。大手通販の取引先からの注文が増えてきた」と語る植木さん

ヤンスが増える」と話す。「通販業界は物流拠点の建設に多額の投資をしている。確かに納期は早く商品価格も安い。その反面、商品在庫の管理も繁雑で設備投資は将来の負担になりそうだ。最近はその見えない売買に不満を抱くユーザーが見られるようになった」

そして「カスタネットは注文をコンピュータで一括管理し、メーカーや問屋に発注をつなぎお客様への直接発送を指示している。在庫や物流倉庫はいらず、通販より安くできる余地がある。女性の営業部に企業を訪問してもらい、コミュニケーションづくりにも力を入れてい」と付け加えた。

へメモ▽
航空自衛隊出身。社名は打ては響く楽器のようにカスタマー（顧客）とのネットワークで事業拡大を目指す意味でつけた。資本金（一千万円）の86%を植木、一井さんが折半、残り14%はスクリーンが出資している。スクリーンを退社し「背水の陣」。社員は十人。

