

財団法人 J K A 補助
平成 2 2 年度建産協 中小建材・住設メーカーの I T 利活用推進事業

「カタラボ利活用推進検討委員会」

成果報告書



平成 2 3 年 3 月

社団法人 日本建材・住宅設備産業協会

はじめに

昨今の飛躍的な技術の発展により、ITは単なるビジネス支援ツールとしての存在を越え、企業活動の中核となる機能を担うまでになってきた。建材・住宅設備メーカーにおいても、企画開発から生産販売まで全ての経営活動の場面においてITが活用され、特に近年のウェブを活用した情報伝達の一般化は、企業の活動に大きな変化を与えている。中でも、営業活動に大きな影響を及ぼす自社の製品の認知促進に関しては、従来の人間系の伝達手段に加え、ITを如何に活用するかが各社の大きな課題となってきた。

一方、我が国の建材・住宅設備産業の実態に目を移すと、建材・住設部品の供給に関わる企業は約3,000社にのぼると言われているが、その中には地域に密着して発展してきた多くの中小企業も含まれ、技術面、資金面などの問題からIT関連の対応に遅れの出ている企業も多い。このため、優良な製品・技術を持ちながら、顧客に自社の商品を認知してもらい事が出来ず、販売機会を逸しているケースも多く発生していると考えられる。

当協会が運営する電子カタログ閲覧サイト「カタラボ」は、この問題を解決し、中小企業の商品情報を大企業と横並びで購入者に提供する機会を提供するものである。1,000万ページビュー／月というアクセス実績を持つカタラボの活用拡大を推進することは、昨今の厳しい経営環境の中で、このような優良な製品・技術を持つ中小企業の製品を広く知らしめ、販路拡大の機会を高める目的に対し大きな効果が期待できる。

このような背景から当協会では、「カタラボ」の機能・サービス強化による閲覧者の利用価値向上と中小メーカーに対する「カタラボ」認知推進による参加企業拡大に取組み、中小メーカーの経営基盤改善に資するため、財団法人JKAの平成22年度機械工業振興補助金の交付を受け、関係各所の協力をいただきながら中小建材・住設メーカーのIT利活用推進事業を実施した。本報告書はその結果を報告するものである。

平成 23 年 3 月
社団法人 日本建材・住宅設備産業協会

「カタラボの利活用推進委員会」成果報告書

【目次】

はじめに

1. 事業の概要	1
2. 調査研究事業	7
別紙 2.1 調査分科会計画	8
別紙 2.2 利用者調査企画	9
別紙 2.3 調査結果まとめ	11
3. 研究開発事業	13
別紙 3.1 システム分科会計画	14
別紙 3.2 システム分科会検討内容	15
4. 普及啓発事業	21
別紙 4.1 普及分科会計画	22
別紙 4.2 カタラボ活用セミナー企画	24
別紙 4.3 セミナー実施状況	25
別紙 4.4 セミナー実施結果	26
別紙 4.5 新機能説明会企画	28
別紙 4.6 説明会実施状況	29
5. まとめと課題	31

資料編

調査研究事業

資料1 webアンケート画面	37
資料2 アンケート回答集計結果	43

研究開発事業

資料3 情報連携機能仕様	57
資料4 新機能説明会資料（全体）	61
資料5 PDF原稿制作支援サービス案内	73
資料6 新機能説明会資料（情報連携機能）	75
資料7 新機能説明会実施状況（各会場）	91

普及啓発事業

資料8 DM用案内文・チラシ	95
資料9 セミナー当日資料	99
資料10 セミナー実施状況（各会場）	117

1. 事業の概要

(1) 事業の目的

当協会では、建材及び住宅設備機器業界の情報化推進のために、平成21年度から「カタラボ」と名付けた、参加各社カタログを電子化して一覧できる情報提供サービスを開始した。本事業は、このサービスの利活用を推進することにより、IT投資が遅れがちな中小メーカーの事業基盤を強化し、販路拡大に資することを目的とする。

図1に示すように、建築に関わる設計者は常に新しい提案を求めているが、情報発信の機会の多い大手メーカーと違い、中小メーカーの情報は設計者にはなかなか届いていない。情報を求めてネットを盛んに活用している彼ら設計者に対し、中小メーカーの持つ製品の認知拡大を図るためには、カタラボの活用は非常に有効な手段となる。本事業の狙いの一つは、セミナーを中心とした普及啓発活動により、中小メーカーにカタラボの存在と活用メリットを伝え、参加を促すことにある。

また、カタラボのような情報提供サイトの価値は、情報を伝えたい対象がどれだけ利用するかにかかっているとと言っても過言ではない。この点において、利用者から見たカタラボの利用価値向上のためには、掲載情報の充実とサイト機能の強化により利用者の利便性向上を図ることが求められる。本事業では、このために中小メーカーが情報掲載するためのハードルを下げるサービスを追加するとともに、利用者調査により今後の機能開発の方向性を探ることをもう一つの目的とする。

(図1) 建築設計者へのヒアリング例

設計者の声その1 A設計事務所(東京都南青山 所員8名 商業建築中心)の場合



所長

設計に必要な資料として、建材や設備のカタログを保管していたが、殆ど使われないので**昨年末にカタログを全て捨てさせた**。今の所員は皆ネットで探している。海外では日本と違い現地にカタログ類が揃っていることの方が珍しい。皆、**カタログ無しで仕事をしている。材料選定はネットの活用が当たり前**。



所員

まず、建築作品集や建築雑誌などの**事例を参考にネットで探して決めている**。コストダウンのために代替を探す場合にカタログやサンプルを取寄せている。**ホームページに電子カタログが掲載されていればそれも活用している**。

設計者の声その2 B設計事務所(東京都赤坂 所員数名 商業建築及び住宅)の場合



所長

一度使った建材は二度と同じものは使わないつもりで常に新しい建材設備を探している。若い子達は**ネットを使って見つけてきてくれる**。新しいものを探していくと**小さな輸入商社的なところが取り扱っていてホームページでの紹介と実物サンプルだけというところもよくある**。SOHO的事務所などは、**カタログをストックするスペースも無い**。



所員

連想する**キーワードを使いGoogleなどでネット検索して探している**。紙カタログと違いネットの場合は、**提案書を作る際にCADや写真などが利用できるため役立っている**。**情報が一堂に揃ったサイトができるなら、まず最初にそこを見るようになる**。

(2) 実施内容

本事業では、上記目的達成のため、図2に掲げるように調査研究、開発研究、普及啓発の3つの事業を3年間で実施することを計画し、今年度は初年度として、以下の内容を実施した。

① 調査研究

建材・住宅設備製品の認知推進のために「カタラボ」が備えるべきしくみを、これらの商品選定に関わるカタラボ利用者に対する実態調査を通じて研究した。

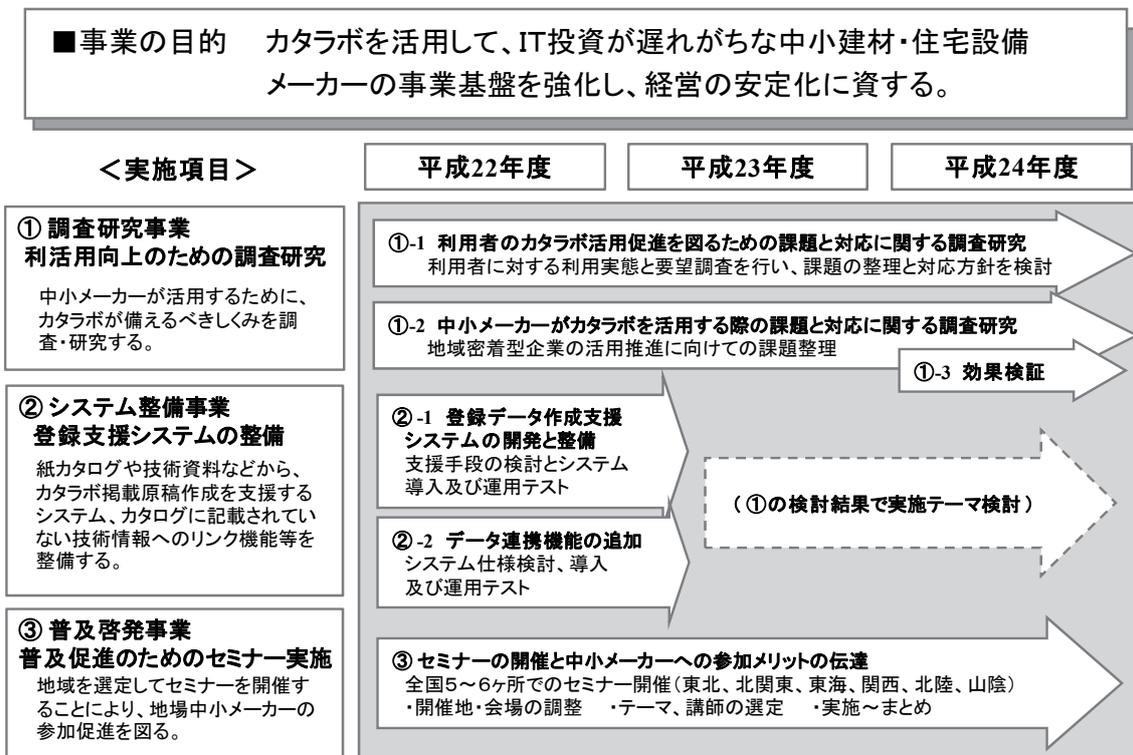
② 開発研究

地域の特性を生かした中小建材・住設メーカーのカタラボの活用度向上に資するため、カタログ登録用データ作成支援手段の研究と、電子カタログから各社の持つ当該製品技術資料にリンクするしくみを開発し、サービスの導入を行った。

③ 普及啓発

地場産業として中小建材メーカーが集中する地域を念頭に、多くのメーカーが参加しやすい都市を選定し、IT利活用に関する企業向けの参加促進セミナーを開催した。また、既参加企業向けに利活用の拡大を促す説明会も開催した。

(図2) 事業推進計画 (3年間)



(3) 実施体制

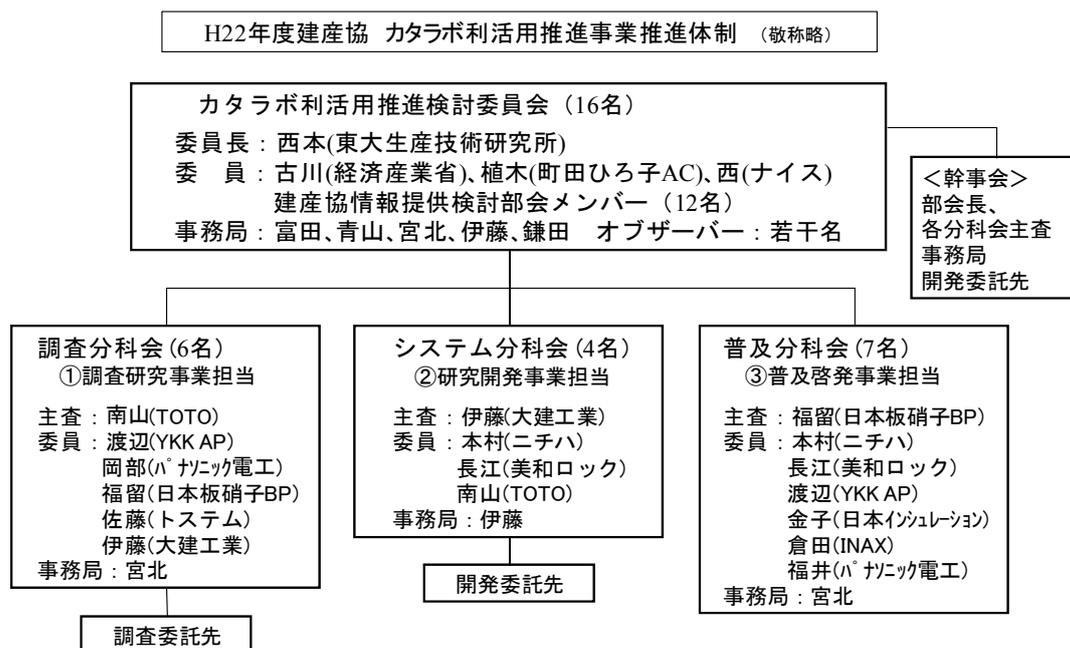
当事業にあたっては、社団法人日本建材・住宅設備産業協会内に、学識経験者及び有識者と、参加メーカーの代表としてカタラボの検討にあたってきた協会の情報提供検討部会メンバーをもって構成するカタラボ利活用推進検討委員会（以下検討委員会）を設置し検討を推進した。

3つの事業推進にあたっては、図3に示すように委員会の下にそれぞれ調査分科会（調査研究事業）、システム分科会（研究開発事業）、普及分科会（普及啓発事業）の担当分科会を設け実作業に当たった。各分科会のメンバーは検討委員会の委員が分担して担当した。

また、検討委員会や各分科会の審議がスムーズに進行するように、各分科会の主査と事務局で幹事会を開いて、提案内容の検討など準備作業にあたった。

委員会・分科会の委員、事務局の名簿を表1に示す。

(図3) 事業の実施体制



(4) 実施スケジュール

今年度事業は表2のスケジュールで実施し、平成23年3月31日までに完了した。

(表2) 今年度事業の実施スケジュール

H22年度 事業推進スケジュール

		22年度									23年度
		5~7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月・5月
事業工程		● 計画提出	● 計画承認	● 計画変更	● 中間報告						● 報告書
委員会		◁計画▷	○幹事会	●幹事会	○計画審議	○幹事会	●進捗確認		◁幹事会まとめ▷	○成果確認	●
分科会	調査			● 企画審議		● 進捗確認	● 進捗確認	● 進捗確認	● 成果確認		
	システム			● 企画審議		● 進捗確認		● 進捗確認	● 成果確認		
	普及			● 企画審議	● 進捗確認	● 進捗確認	● 進捗確認	● 進捗確認	● 成果確認		
事業工程	調査研究	⇔企画・検討⇔		⇔調査⇔	⇔結果分析⇔	⇔成果物作成⇔					
	システム整備	⇔開発仕様検討⇔		⇔開発⇔	⇔検証⇔	⇔対応検討⇔	⇔成果物作成⇔				
	セミナー開催	⇔調査・企画・準備⇔			⇔セミナー⇔	⇔分析⇔	⇔セミナー説明会⇔	⇔成果物⇔			

(5) 事業の成果物 (平成22年度)

- ・本報告書
- ・カタラボ利用者実態調査報告書
- ・情報連携機能仕様書
- ・カタラボ新機能説明会用テキスト
- ・カタラボ活用推進セミナー用テキスト

2. 調査研究事業

(1) 目的

カタラボの強み弱みを把握し、建材住設業界標準としての規格・仕様のカイゼンと、業種別の掲載要望を建材住設メーカーの参加促進につなげるために、利用者の満足度調査を実施、内容を分析する。

(2) 実施内容

別紙 2.1 に示した計画に基づき、調査分科会で実施内容を検討、別紙 2.2 の調査企画案を作成し、検討委員会で審議・承認の上アンケート調査を行った。調査画面の制作、調査の実施・集計は委託先にて実施し、分科会で結果の分析を行った。企画案の概略は以下のとおり。

- ① 調査から得ようとしたもの
 - ・今後の調査に対する基準として、現状での利用者満足度を確認。
 - ・利用者ニーズに対する不満足事項の確認。
 - ・他サービスと比較した場合の優劣事項の確認。
 - ・利用実態の確認。(どういう場面で何に使っているか)
- ② 目標サンプル数：300件
- ③ 期待する対象：利用者（設計者等商品選択に携わる方を中心に）
- ④ 実施方法／期間：常設WEBアンケート／1ヶ月間

(3) 実施結果

1ヶ月の調査期間で回答数は目標の約半分という結果となったが、別紙 2.3 調査結果まとめ に示すように、回答者のうち約 2/3 は建材・住宅設備の採用に当たって選定に携わる業種の利用者からのものとなり、今後のサイト運営に対する情報収集という点では一応の成果が得られた。特に、利用者の要望からモバイル利用への対応や掲載を充実して欲しい業種など、今後のシステム開発、普及活動の優先度を考えるに有用な情報を発信することが出来た。

また、今回の調査結果をベンチマークとして、今後継続した調査を実施し、利用者の動向をモニターして行くこととした。アンケート結果の詳細は「資料2 調査結果集計」に掲げるが、骨子は以下のとおり。

- ① 有効回収サンプル数：152
- ② 総合評価：利用者（回答者）の51%が設計等製品採用決定に携わる職種。
満足度については69%の人が十分満足／満足と回答。

利用者調査実施案

調査目的：カタラボの強み弱みを把握し

- ① 規格・仕様のカイゼン(建材住設業界標準)
 - ② 評価結果を参加企業増に活用 PRチラシ・説明会に役立てる
- 特に業種別の掲載要望を中小メーカーの参加促進につなげる

- 調査内容：
- ① 現状での利用者満足度を確認。基準点。
 - ② 利用者ニーズに対する不満足事項の確認。
 - ③ 他サービスと比較した場合の優劣事項の確認。
 - ④ 利用実態の確認。どういう場面で何に使っているか。

目標サンプル数：300件

対象：利用者(設計者等商品選択に携わる方を中心に)

実施期間：1ヵ月間 常設 WEBアンケート

実施時期：10月開催

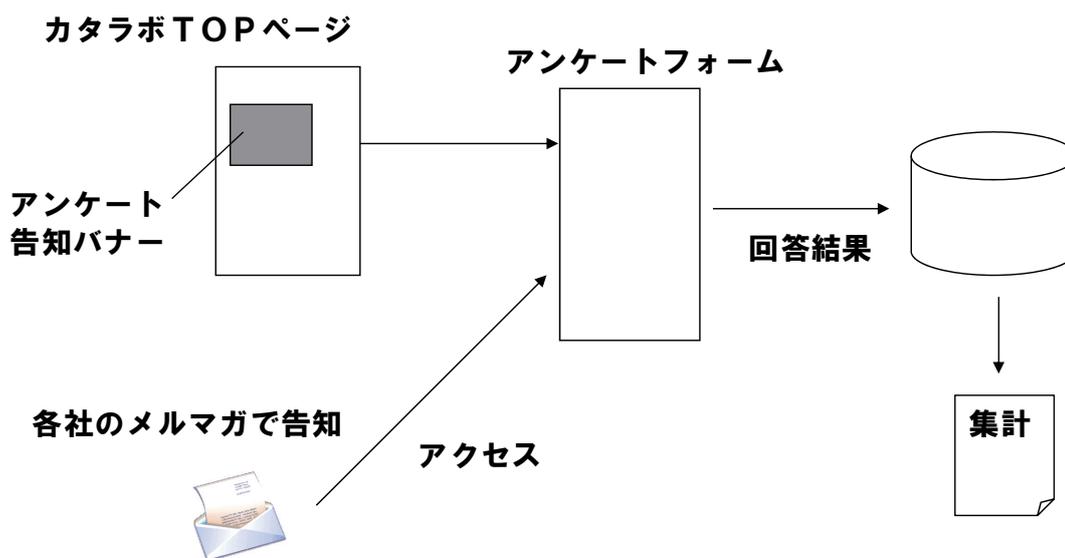
H22年度 調査研究スケジュール

		22年度										23年度
		5~7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月・5月	
事業工程		● 計画 ● 計画	● 計画変更	● 中間報告								● 報告書
委員会		◁ 計画 ▷ 提出 承認	○ 幹事会	● 幹事会	● 計画審議	○ 幹事会	● 進捗確認			◁ 幹事会まとめ ▷	● 成果確認	
調査分科会				● 企画審議		● 進捗確認	● 進捗確認	● 進捗確認	● 進捗確認	● 成果確認		
システム開発工程	利用者実態調査	⇄ 方針案 ⇄		⇄ 企画 ⇄		⇄ web調査 ⇄	⇄ 結果分析 ⇄	⇄ 成果物作成 ⇄				
	中小メーカー実態調査				⇄ 検討 ⇄	⇄ セミナーアンケート ⇄	⇄ 今年度はセミナーアンケートで実施 ⇄					
	その他	⇄ 入稿支援方法検討 ⇄								⇄ セミナーアンケート ⇄		⇄ 次年度開発提案 ⇄

利用者調査企画

調査目的	： カタラボの強み弱みを把握し ① 規格・仕様のカイゼン(建材住設業界標準) ② 評価結果を参加企業増に活用 PRチラシ・説明会に役立てる
調査内容	： ① 現状での利用者満足度を確認。以降の調査への基準値。 ② 利用者ニーズに対する不満足事項の確認。 ③ 他サービスと比較した場合の優劣事項の確認。 ④ 利用実態の確認。どういう場面で何に使っているか。シーズ把握
目標サンプル数	： 300件
方法	： カタラボ内常設 WEBアンケート
対象	： カタラボ利用者(設計者等商品選択に携わる方を中心に) アンケート冒頭で回答者属性や利用頻度を確認することで 分析の際に重点評価対象者の意見を抽出
実施時期	： 2010年 10月
期間	： 1ヵ月間
予算	： 80万円(アンケートASP利用料40万円、集計作業40万円)
謝礼	： 無し
考察・課題整理	： 11月12月
まとめ	： 2011年1月 次年度計画

WEBアンケート認知経路



アンケート実施中、ご協力下さい の案内挿入
建産協より 委員会企業+参加企業に依頼

スケジュール(案)

※日程は仮の候補日 分科会メンバーで調整

2010年

9月21日	分科会	アンケート内容検討	WEB アンケート 調査	}	中間まとめ
	事務局	委託業者検討、アンケート方法 まとめ → 9月28日メール連絡確認 分科会でFIX			
10月 6日		アンケート開始 併せて 参加企業に告知協力要請			
11月12日		アンケート終了			
11月26日	分科会	課題整理			
12月12日	分科会	定点観測(ヒアリング)検討			
2011年					
1月25日	分科会	活動総括、次年度計画検討	定点観測	}	まとめ
2月20日	分科会	定点観測(ヒアリング)活動まとめ → カタラボ委員会報告			

アンケート内容

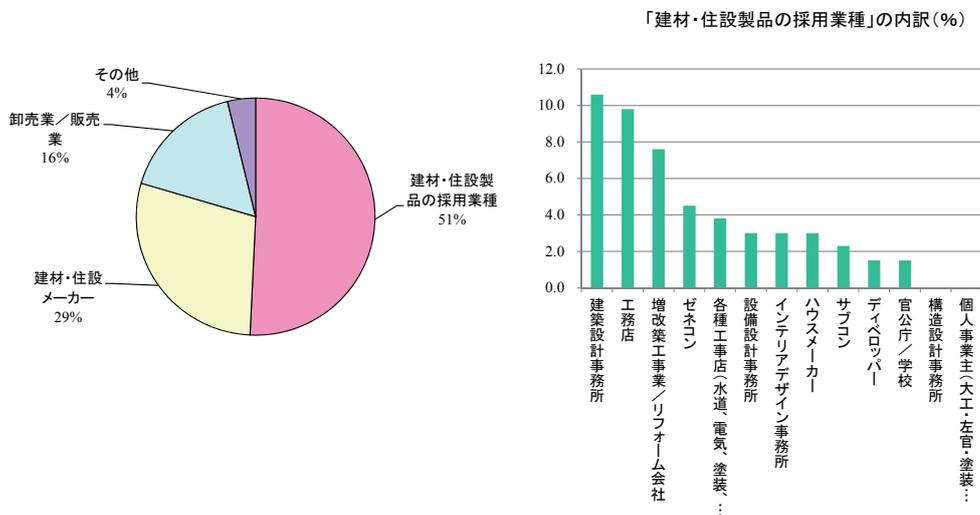
- 例1、 これまで使ったことあるか、その頻度は
今回初めて使うか
→ 回答内容のスクリーニング
- 例2、 他のデジタルカタログでよいと思うものはあるか、具体的には？
→ 評価高い機能の取り込み
- 例3、 不便を感じる時はあるか、具体的には？
→ あたりまえ機能の確認
- 例4、 どういう時に利用しているか、
→ シーズの把握検討
- 例5、 こんな機能あったら使うか、 開発内容案提示。 それは、どんな時か
→ 仮説の確認
- 例6、 参加して欲しいメーカーは？
→ 参加企業勧誘
- 例7、 カタログを増やして欲しいメーカーは？
→ 掲載カタログの網羅性拡大

カタラボ利用者アンケート集計まとめ

1. 調査期間=2010年10月20日~2010年11月22日
2. 有効回収数=152件
3. 主要設問集計結果

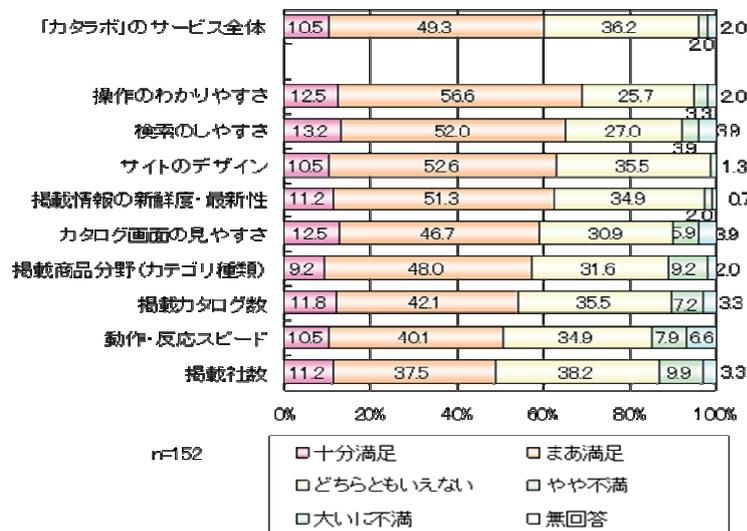
① 「カタラボ」の利用者（アンケート回答者）の業種について

利用者（アンケート回答者） ～仕事で利用している人～



② 「カタラボ」の利用者（アンケート回答者）の満足度合いについて

満足度



満足度理由

- 情報が一括で取れるのは、比較がしやすいし、メールで遠隔地の人間と同じものを見ながら話が出来るのが素晴らしい。
- カタログ数が非常に多く検索もしやすい。手元にカタログ実物を置いておく必要も無くPCさえ外出時に持っていれば利用できるのも便利。
- デザインもいいし、検索も行いやすい
- いろんなメーカーのカタログを一度に見ることができて、とても便利
- 必要なものはほぼ整っている etc.

不満・要望

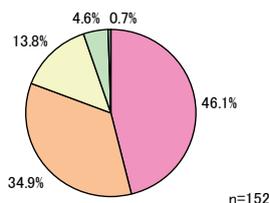
- カタログ全体の一括ダウンロードができない
- 画像の切り取りが出来ないカタログがある
- 画像のダウンロードやコピーができない
- カテゴリー分類がわかり難い
- 表示スピードが遅い
- 資料集なども充実して欲しい
- 大型ディスプレイに合わせたサイズの表示ができない
- 掲載社数、カタログ数が少ない etc.

③ 他の手段と比較した「カタラボ」の評価について。

◆他の手段と比較した場合の「カタラボ」の評価は、「大変便利である」が46.1%を占めており、「まあ便利である」をあわせて8割が便利であると評価している。

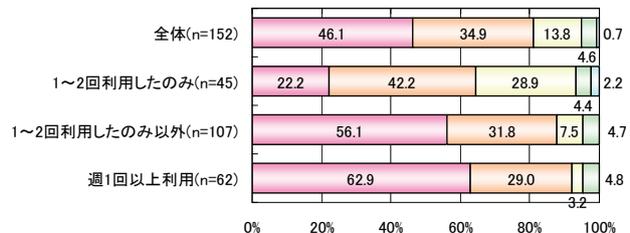
◆利用頻度別にみると、1～2回利用したのみ以外の層では、約6割が「大変便利である」と回答しており、評価が高い。

図表1. 他の手段と比較した「カタラボ」の評価



- 大変便利である（ぜひ継続・発展して欲しい）
- まあ便利である（無いよりはあった方がよい程度）
- どちらともいえない（他の手段の活用で代用できる）
- あまりよくない（多大な改善を期待する）
- 大変よくない（止めた方がよい）
- 無回答

図表2. 利用頻度別 他の手段と比較した「カタラボ」の評価



- 大変便利である（ぜひ継続・発展して欲しい）
- まあ便利である（無いよりはあった方がよい程度）
- どちらともいえない（他の手段の活用で代用できる）
- あまりよくない（多大な改善を期待する）
- 大変よくない（止めた方がよい）
- 無回答

3. 研究開発事業

(1) 目的

「カタラボ」サービスの機能強化により利用者のサイトの活用の利便性向上を図るとともに、データの準備など参加企業の負荷を下げることにより、IT 投資が遅れがちな中小メーカーの参加を促進する。

(2) 実施内容

別紙 3.1 に示した計画に基づきシステム分科会で検討を行い、以下の開発研究事業を実施した。(詳細：別紙 3.2 システム分科会検討内容)

① カタログ登録のためのデータ制作支援

カタラボに電子カタログを登録・活用するためには、一定の仕様を満たした PDF ファイルが入稿データとして必要であるが、メーカーによってはこの負荷が参加への大きなハードルとなっていた。この問題を解決するために、各メーカーが持っている情報から、カタラボ入稿に必要な仕様のデータを作成する支援方法を検討し、会員向けのサービスとして導入した。

② カタラボの高度利用を目指した情報連携機能開発

カタラボの利用者である建築設計者や工務店などは、カタログの掲載内容をもとにメーカーに問い合わせをするなどして、製品の画像や CAD といった情報を取り寄せ、設計や提案に使用している。閲覧している電子カタログをインデックスとして、直接これらのデータの格納場所にガイドする機能をカタラボに追加、利用者の利便性を向上してカタラボ活用度向上を図った。

③ 活用推進のための説明会資料作成

新規に追加したサービス・機能の活用推進のため、普及分科会が実施する説明会に使用するテキストを作成した。

(3) 実施結果

① データ制作支援サービス

導入試験を含め 3 社が活用。セミナーによる普及活動により、今後自前で PDF データを用意できない会員の増加が予想され、活用が進む見込み。

② 情報連携機能

資料請求ページへの単純リンクで 5 社が活用しているが、各種データへの直接リンクは検討中の段階。数社がリンク先データの準備作業中で、本格的な活用は来年度より開始される見込み。

掲載情報作成支援と情報連携システムの開発研究 (担当 : システム分科会)

■ 初年度実施項目

【②-1】カタラボ登録データ作成支援手段の検討とシステム導入及び運用開始

- ・調査分科会で検討した支援方法について、実用化に向けてテスト運用を行う。
- ・実用化に向けたマニュアルなど運用体制を整備・完了する。
- ・運用結果をもとに分科会で報告書案を作成、委員会で審議・承認する。

【②-2】データ連携システムの開発と運用開始

- ・事前の検討で開発委託候補先を検討、発注先を絞り込み。
- ・委託先作成のシステム仕様案を分科会メンバーで事前検討し、委員会で審議決定。
- ・委託先にてシステム開発後試験運用し、分科会にて結果チェック及びフォローを実施。
- ・運用結果をもとに分科会で報告書案を作成、委員会で審議・承認する。

■ 目標(目指すべき結果、効果)

<第1段階>平成22年度中

- ・登録データ作成支援手段の実用化及び利用マニュアル作成
- ・「カタラボ」技術情報連携機能プロトタイプ開発及び試験運用
- ・サービス活用企業数 目標水準:30社

■ 実施体制

分科会リーダー： 大建工業 伊藤委員 メンバー:4人 分科会事務局：伊藤

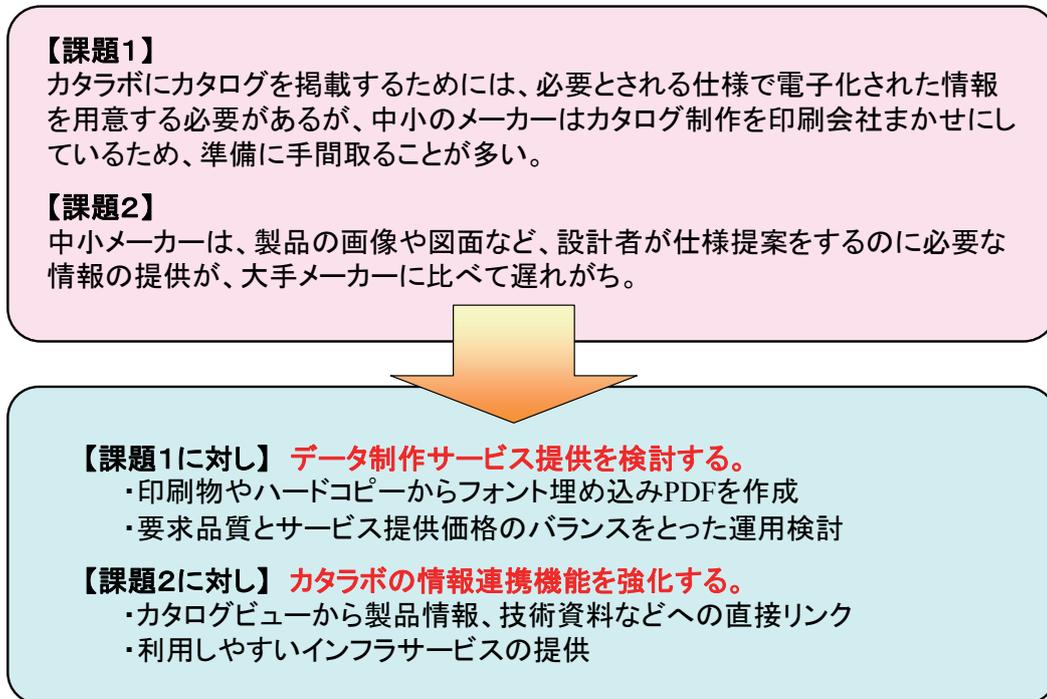
H22年度 システム整備スケジュール

		22年度										23年度
		5~7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月・5月	
事業工程		● 計画	● 計画	● 計画変更	● 中間報告							● 報告書
委員会		提出 承認	○ 幹事会	○ 幹事会	● 計画審議	○ 幹事会	● 進捗確認			○ 幹事会	● 成果確認	
システム分科会				● 企画審議		● 進捗確認		● 進捗確認	● 成果確認			
システム開発工程	登録データ作成支援	企画	仕様検討	運用検討	導入	効果検証	告知らし	成果物作成				
	データ連携システム	仕様検討	評価	発注先決定	システム開発	テスト	運用サンプル	成果物作成				
	その他						説明会 テキスト	説明会	次年度開発提案			

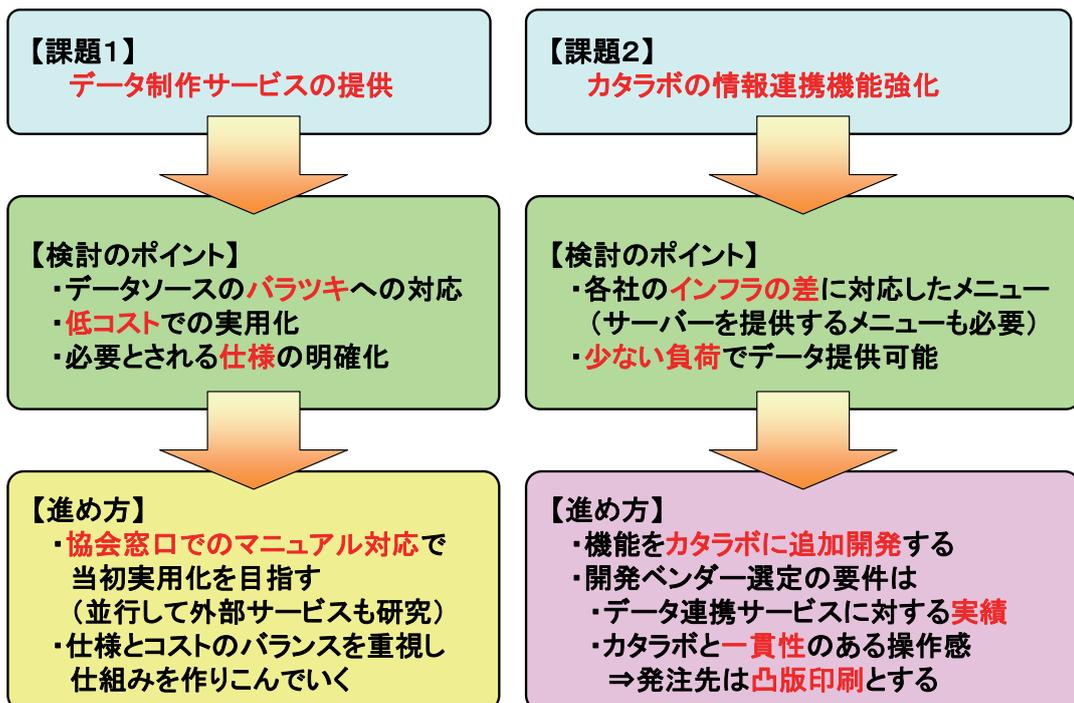
システム分科会検討経過

1. 事前検討

(1) 課題の抽出



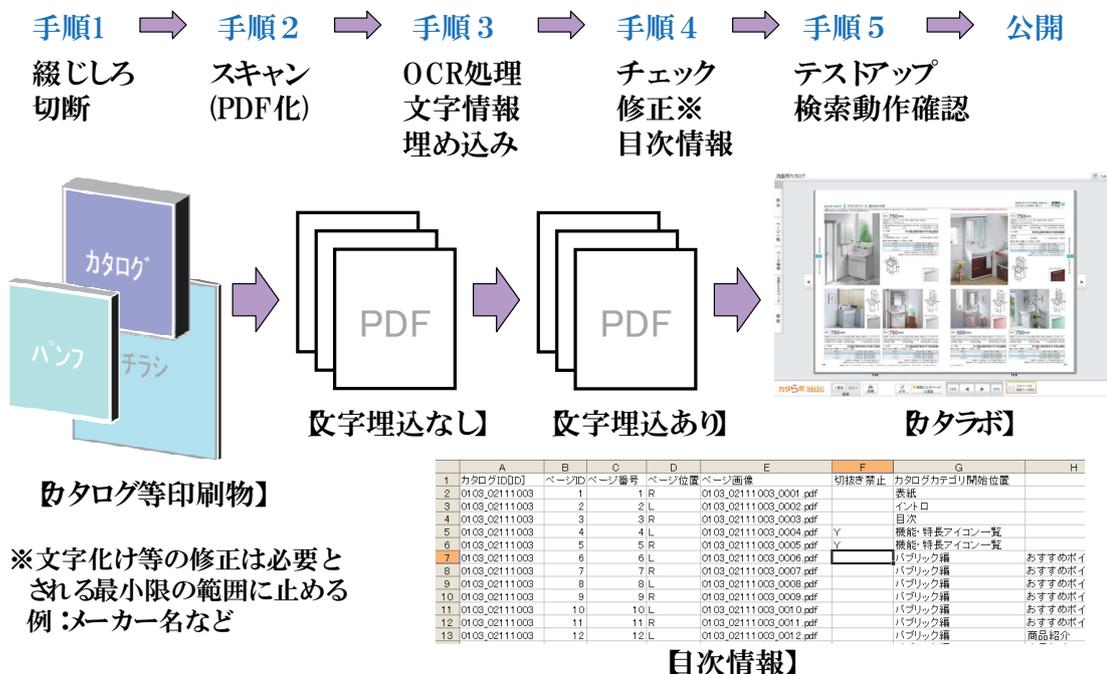
(2) 進め方



2. 各課題の推進企画

(1) データ制作サービス新設

<実現手段の検討>



<OCRソフトの選定>

	 Panasonic 読取革命	 Epson 読んdeココ	 メディアドライブ E-Typist	 メディアドライブ WinReaderPro
価格	5,000円	13,000円	21,000円	148,000円
特長	名刺管理など個人ユースに対応	低価格だが殆どの機能を装備	読んdeココとほぼ同機能	オフィスの大量文書の一括管理
変換精度	読んdeココより書体の変化への対応が弱い	特殊フォントを除きほぼ自動変換 縦書きは×	世界68国語に対応	縦書きも対応



<テスト運用結果>

スチール製防音ドア総合カタログ『ソノシャット』SDシリーズ (日本板硝子環境アメニティ様)

3~4ページ

写真などテキストのあるバックや白抜き文字は×

白地上に書かれた説明文などはほぼ完全に○

必要に応じて隠し文字を埋込みも可能

斜体字は△

ロゴなど特殊なフォントは×

縦書き文字は×

図の表題は△~×

図中の文字は変換△~×

白文字以外は○

作業時間計 約1時間 (※印作業は一般の入稿時も共通のため除外)

作業項目	内容	所要時間	備考
カタログ確認 ※	企業IDの確認 送付内容チェック→フォルダ作成	— ※	
裁断・バラシ	押し切り	3分	ページ数多い場合は、表紙を外しバラす手間あり
スキャニング	複合機による自動スキャン	2分	厚紙の場合は？
PDF変換チェック	作成したPDFを確認しながら1枚ずつのファイルに分割 大きな曲りや歪みなどはページ単位で再スキャン	16分 (@1分)	
OCR処理 内容チェック・修正	変換後のPDFを確認し、企業名など必要なデータの変換漏れ、細かい歪みの補正など修正を実施	32分 (@2分)	カタログによるOCR処理品質バラツキが？
データ登録 ※	登録に必要なデータに不備があれば修正を依頼 ・入稿シート記載内容 ・ページ情報ファイル(目次情報)	— ※	

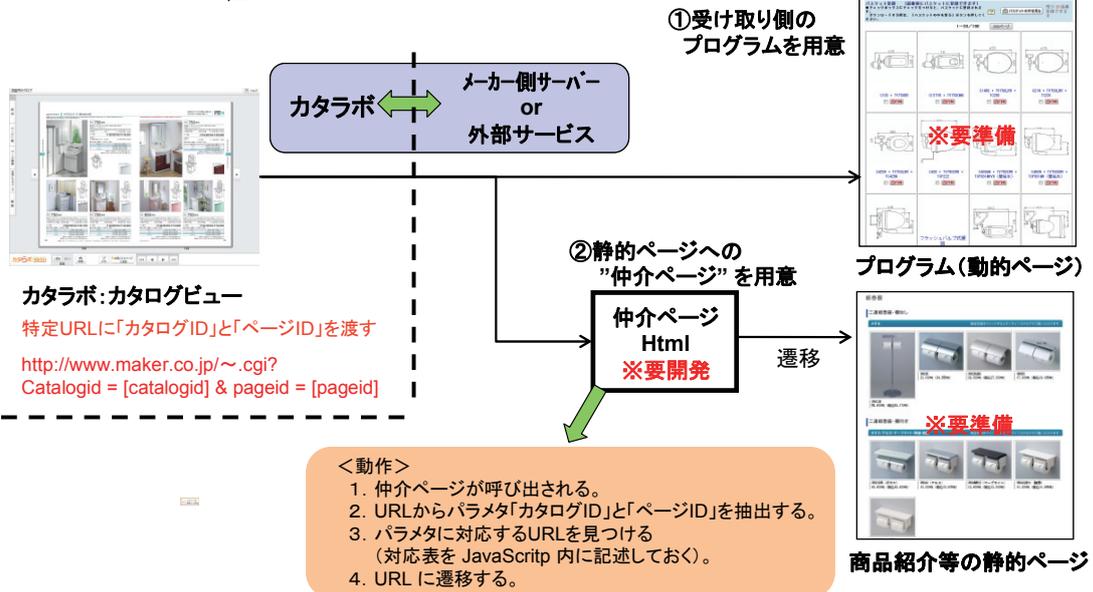
サービスの導入決定

(2) 情報連携機能 (カタログビューから外部情報へのリンク) の追加

<基本仕様>



<リンクの仕方>



仲介ページのサンプル(subscript)を提供し、これをテンプレートにして各社で編集

<カタログID、ページIDとURLの対応表の例>

```

0103_28540912_1: "/shohin/shohin-01.html",
0103_28540912_2: "/shohin/shohin-02.html",
0103_28540912_3: "/nodata.html",
0103_28540912_4: "/data/itemlist.html",
...
    
```

プロトタイプの開発

＜分科会での検討結果(10月26日)＞

- ・仕様について実例による説明を聞いて初めて理解できた。
- ・仲介ページの制作や外部向けデータベースの準備など対応負荷が見えない。
- ・自社での対応が困難な場合の代行サービスの準備がないと、限定された活用になる。

＜今後の進め方＞

- ・正式リリースに際しては説明会を開催し、サービス内容の周知を図る。
 - ⇒ 1月25日:東京、2月(未定):大阪
 - ⇒ 開催に向けて凸版印刷殿にて下記説明資料を準備
 - ・データ連携活用にむけての準備作業内容
 - ・外部向けデータベース管理代行サービス
- ・データ管理代行サービスの運用、価格について検討を加える。

3. 説明会の実施 (詳細は資料参照)

- ・システム分科会で説明内容を準備
- ・普及分科会で開催準備を行い、東京、名古屋、大阪で開催。

4. 普及啓発事業

(1) 目的

電子カタログの活用拡大を促進するセミナーを開催し、未参加企業へのカタラボの認知推進と会員企業のカタラボ活用拡大を通じて、中小メーカーの参加促進と利用者の利便性拡大を図る。

(2) 実施内容

別紙 4.1 セミナー実施計画 に基づき普及分科会で検討を行い、別紙 4.2 セミナー企画 のとおりセミナー実施に向けて作業を推進、全国 4 カ所の会場で計 5 回のセミナーを実施した（別紙 4.3 セミナー実施状況）。さらに、システム分科会の検討（別紙 4.5 新機能説明会企画）を受け、カタラボ会員に対し新機能説明会を 3 都市で開催した。

(3) 実施結果

① カタラボ活用推進セミナー（詳細：別紙 4.4 セミナー実施結果）

- ・開催回数＝5回（東京 2 回、名古屋、大阪、福岡）
- ・総参加者＝102名
- ・受講企業からのカタラボへの参加＝7社

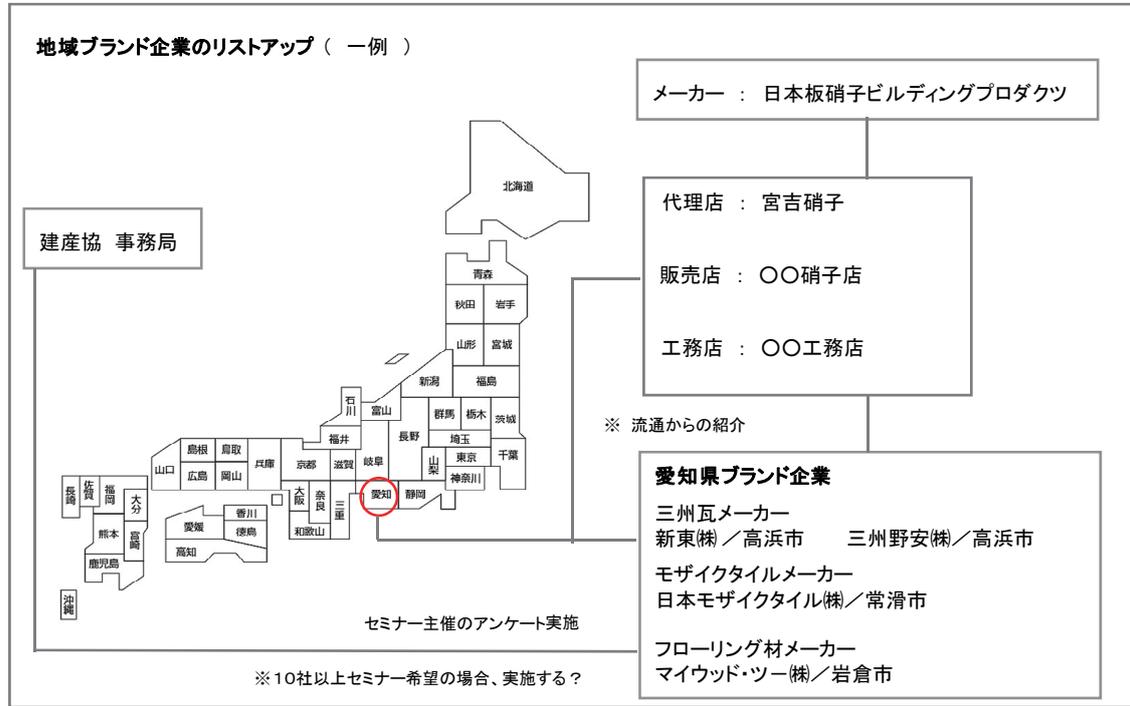
セミナー受講者数、カタラボ加入社数は目標を下回ったが、セミナー直後アンケートでは関心度高かったため、更なる加入を期待している。

② カタラボ新機能説明会（詳細：別紙 4.6 新機能説明会実施状況）

- ・開催回数＝3回（東京、名古屋、大阪）
- ・総参加者＝40社／59名
- ・PDF制作支援サービス活用 3社
- ・情報連携機能活用 5社

情報連携機能に関しては実際の活用は、その活用範囲が限定されており未だ十分とは言えないが、PDF制作支援サービスに関しては中小メーカーの参加勧誘に有効なメニューとなってきた。

セミナー実施計画案



カタラボ活用推進セミナー企画検討

1. セミナー講演内容について
 - ・電子カタログ利用の実際 講師：町田ひろこアカデミー
 - ・カタラボのメリット説明 講師：協会事務局

2. WEBでの告知についての実施可否：
 - ・ちらし及び受講申込書コンテンツをカタラボと建産協 HP に up
 - ・町田ひろこアカデミーHP「mica island (ミカアイランド)」による告知

3. セミナー実施日：
 - ※講師のスケジュールと、会場の利用できる日時で決定
 - ※当日の進行スケジュール
 - ・建産協からのご挨拶
 - ・講師の先生のご紹介
 - ・IT活用セミナー (町田ひろこアカデミー)
 - ・カタラボ紹介 (建産協)
 - ※当日進行担当者の決定

4. セミナー案内のDM封入物：
 - ・セミナー案内 (会場案内図)
 - ・受講申込書
 - ・カタラボ案内ちらし

※タイミングによっては「カタラボ・アンケート」の協力依頼の文書も同封

5. その他告知：
 - ・建産協通信
 - ・第32回ジャパンホーム&ビルディングショー (11/17～19 東京ビッグサイト)

6. 業界団体への働きかけ：
 - ・全国複層硝子工業会の会員会社
 - ・全国安全硝子工業会の会員会社
 - ・全国鏡連合会の会員会社
 - ・リビングアメニティ協会の会員会社
 - ・日本サッシ協会の会員会社 等々

カタラボ活用推進セミナー実施状況



普及分科会は東京、大阪、名古屋の 3 地域にて電子カタログ活用セミナーを開催した。本セミナーは財団法人 JKA の補助事業である「カタラボ活用推進事業」の普及活動として、IT 投資が遅れがちな中小メーカーを中心にカタラボ入会のメリットをアピールすることを目的としている。

セミナーは、第 1 部「プレゼンテーションの実際」、第 2 部「カタラボ説明会」の 2 部で構成され、本年度計 5 回の開催を予定している。

	開催日・会場	講師	参加人数
東京セミナー	11 月 26 日(金) 建産協会議室	株式会社町田ひろ子アカデミー 取締役 町田瑞穂ドロテア氏	21 名
大阪セミナー	12 月 7 日(火) 町田ひろ子アカデミー (大阪校)		19 名
名古屋セミナー	12 月 17 日(金) 町田ひろ子アカデミー (名古屋校)	株式会社町田ひろ子アカデミー ネットワーク事業部 植木 昇 氏	19 名

参加者の業種は建材メーカーが 86%、会社規模については中小企業が 68%とほぼ狙い通りの方々の参加であり、アンケート結果は、カタラボに興味を持ったが 91%、44%がカタラボ参加を前向きに検討する、との回答を得た。

「電子カタログ活用セミナー」報告

JKA補助事業である「カタラボ利活用推進事業」の普及活動として、東京（2回）大阪、名古屋、福岡の4地域において合計5回の電子カタログ活用セミナーを開催した。

セミナーの内容は5会場共通で、第1部「プレゼンテーションの実際」、第2部「カタラボ説明会」の2部構成で行い、第1部の講師として“製品とユーザーをつなぐインテリアコーディネーター”という職業を創出し、教育機関においては草分け的存在の町田ひろ子アカデミーより町田瑞穂ドロテア氏、植木昇氏、をお招きした。

第2部の講師は建産協の担当者が務めた。

セミナー開催に先立って、建産協からは5会場で合計約2、200通のDM発送、建産協企業会員、団体会員、記者懇談会メンバー、へのメール発信、及びカタラボHP上での案内を実施した。

案内発送等は主として建材、住設メーカーを対象としたが、主要な業種については流通業者にも発送した。

会場別の参加者は下記の通り。

<東京セミナー①>

平成22年11月26日（金）建産協会議室にて。参加者＝21名

講師＝町田瑞穂ドロテア氏

<大阪セミナー>

平成22年12月7日（火）町田ひろ子アカデミー（大阪校）にて。参加者＝19名

講師＝町田瑞穂ドロテア氏

<名古屋セミナー>

平成22年12月17日（金）町田ひろ子アカデミー（名古屋校）にて。参加者＝19名

講師＝植木昇氏

<東京セミナー②>

平成23年2月21日（月）建産協会議室にて。参加者＝26名

講師＝町田瑞穂ドロテア氏

<福岡セミナー>

平成23年2月25日（金）町田ひろ子アカデミー（福岡校）にて。参加者＝17名

講師＝町田瑞穂ドロテア氏

と参加者合計は102名であった。又参加者の業種、会社規模については建材メーカー/準メーカーが89%、中小企業が67%とほぼ狙い通りの方々の参加があった。

セミナー直後のアンケートでも、72%の人が役に立った、49%がカタラボ参加を検討したいもっと詳しく話が聞きたい、との答えであった。

セミナー受講会社の内、数社が既にカタラボ会員となりカタログ掲載を開始している。

参加者内訳、アンケート結果、及びセミナー状況については別紙にて添付する。

セミナー受講者アンケート集計＝東京①(21名/20社)、大阪(19/15)名古屋(19/14)東京②(26/25)福岡(17/11)

	東京①	大阪	名古屋	東京②	福岡		合計
受講者会社の業態(メーカー/流通)							
メーカー	15	16	11	21	8	70%	71
準メーカー	4	3	4	2	6	19%	19
流通/その他	2	—	4	3	3	12%	12
	(21)	(19)	(19)	(26)	(17)		(102)
会社の規模(大企業/中小)							
大企業	4	5	10	10	5	33%	34
中小	17	14	9	16	12	67%	68
	(21)	(19)	(19)	(26)	(17)		(102)
アンケート							
① セミナーの内容は分かり易かったか。							
① 分かり易かった	16	16	16	15	10	85%	73
② どちらとも言えない	4	3	3	3	—	15%	13
③ 分かりにくかった	—	—	—	1	—		—
	(20)	(19)	(19)	(19)	(10)		(86)
② セミナーは役に立ったか。							
① 役に立った	15	16	13	12	7	72%	63
② どちらとも言えない	6	3	5	5	3	25%	22
③ 役に立たなかった	—	—	1	2	—	3%	3
	(21)	(19)	(19)	(19)	(10)		(88)
③ ②、で役に立ったと答えた人のコメント(下記)	13名	9名	8名	9名	4名		30名
④ 本日参加された理由は何ですか。							
① 電子カタログ活用セミナーに興味を持った	16	9	10	8	4	53%	47
② カタログに興味を持ったから	4	10	8	9	4	39%	35
③ その他	1	1	3	2	—	8%	7
	(21)	* (20)	* (21)	(19)	(8)		(89)
⑤ 「カタログ」に参加したいと思いませんか。							
① 参加を検討したい	10	5	5	9	3	36%	32
② もっと詳しく話が聞きたい	1	2	3	4	1	13%	11
③ 興味が無い	—	2	2	1	—	6%	5
④ その他(コメント)	8	10	11	8	3	45%	40
	(19)	(19)	* (21)	(22)	(7)		(88)
⑥ 自由意見(下記)	3名	1名	5名	2名	1名		12名

質問3、コメント *＝一人が複数力所にチェックマーク

- 1、実際の活用を知ることが出来て良かった。 東京① 11月26日
- 2、この業界、設計士の方がどれくらい電子カタログを使っているのかがわかった。 大阪 12月7日
- 3、自社のリフォーム部門への活用出来る。 名古屋 12月17日
- 4、当社の現在の「e-Book」今後どう発展させていくのか?の一つの検討材料になった。 東京② 2月21日
- 5、今後導入を検討する上での資料になった。 福岡 2月25日
- 6、営業活動の方向性を検討する上で役に立ちそう。
- 7、多くの企業が参加しているサイトがあることを知った。
- 8、プレゼン作成時間が短縮出来そう
- 9、自社の商材(屋根瓦)と囲いの材料のイメージ例に役立ちそう
- 10、以前にもメーカーカタログを張り付ける業者に説明を聞いたが、CGを使った技術が進化していると感じた。

質問5、コメント

- 1、持ち帰り検討する。
- 2、自社でも電子カタログを立ち上げているので今後の動向を見たい(コストもあるので)
- 3、家具の業界も、もっと充実していけば良いと思いました。
- 4、電子カタログが多々あるので正直なところどこが良いかわかりません。
- 5、経費として検討していきたい。

自由意見

- 1、コスト面がわかりにくかった(東京①)
- 2、ログがとれて、どのページが見られたのかフィード出来ればいいですね(東京①)
- 3、加入しているのがほとんどが大メーカー、費用と効果がかめない(中小メーカーの人)
- 4、カタログ自体、又はカタログ内の使用画像に関する著作権、所有者はどう管理されているのでしょうか。
- 5、導入後の売り上げへの寄与、他ポータルサイトとの比較、紙との共存の方法、なども知りたかった。

(別紙 4.5 新機能説明会企画)

カタラボ新機能説明会実施要領

1. 開催スケジュール

東京	：協会会議室	1月25日(火)	10:00～12:00
名古屋	：ニチハSR	2月2日(水)	13:30～15:30
大阪	：凸版印刷	2月4日(金)	13:30～15:30

2. 内容

- (1) 挨拶 システム分科会 (各会場※印の方)
- (2) カタラボ状況について (30分) 講師：システム分科会
 - ・利用者調査結果
 - ・利用実態について (設計者のカタラボ利用の仕方)
 - ・22年8月追加のカタラボ新機能紹介
- (3) 外部リンク機能について (60分) 講師：凸版印刷
 - ・機能紹介
 - ・カタラボが提供するものと各社が用意するものの区別の説明
 - ・カタラボが提供するリンク仕様の詳細説明
 - ・各社が用意するものの詳細説明 (実例2件)
 - ・入稿シートなど運用上の説明
 - ・アウトソーシングサービス (MediaPress-Net) ご紹介
- (4) 質疑応答 (30分)
 - ・データ入稿時の留意点説明 (事務局)

3. 対応者 (案：敬称略)

東京	：伊藤※(大建)、長江(MIWA)、南山(TOTO)、三宅(凸版)、伊藤、村瀬(協会)
名古屋	：本村※(ニチハ)、三宅(凸版)、伊藤、村瀬(協会)
大阪	：伊藤※(大建)、三宅(凸版)、伊藤、村瀬(協会)

(別紙 4.6 新機能説明会実施状況)

カタラボ新機能説明会報告

本年度 J K A 補助事業の一環として、カタラボの新機能説明会を1月25日の東京を皮切りに、名古屋、大阪の3ヶ所で普及分科会の運営により開催した。この説明会は、カタラボ会員を対象に今年度開発された新機能を紹介するもので、会員によるカタラボ活用の拡大を目的としている。

当日は、説明に先立って分科会メンバーの大建工業 伊藤 圭 氏 (東京・大阪会場)、同じくニチハ 本村 具重 氏 (名古屋) より挨拶があり、参加メーカーから見たカタラボの良さが紹介された。

続いて第1部として協会事務局からの説明に移り、カタラボの推進状況、利用者アンケート結果の要点などを紹介した後、新機能の概要と利用者による活用の場面などを説明し、会員による積極的な機能活用をお願いした。

今回説明の対象となった新機能は次の4機能。

- ① マイバインダー機能の改善 (カタログ内容を見ながら登録)
- ② 画像切抜き機能の追加 (カタログ中の画像をコピー/貼付け)
- ③ i P a d への対応 (閲覧アプリ i C a t a)
- ④ 情報連携機能 (カタログから各社の技術情報などへの直接リンク)

④の情報連携機能については、その後第2部として凸版印刷 三宅 真人氏より詳細の説明が行われ、活用のために必要となる各社の準備作業について、その内容と凸版印刷によるサポート体制が紹介された。

各社の実務担当者を中心に合計で40社59名の参加があり、各会場とも熱心に説明を聞いていた。

開催日	会 場	参加者
1月25日	東 京 (協会会議室)	21社/28名
2月 2日	名古屋 (ニチハ本社SR)	11社/21名
2月 4日	大 阪 (凸版印刷関西事業本部)	8社/10名



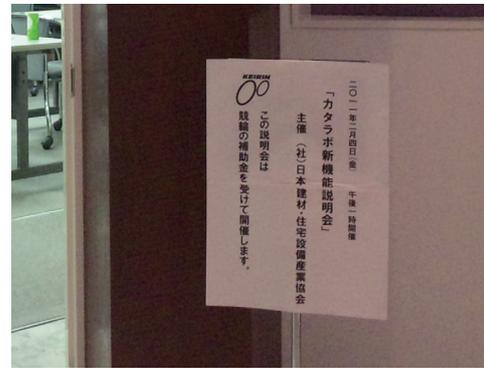
東京会場の様子



名古屋会場の様子



大阪会場の様子



補助事業の掲示

5. まとめと課題

(1) 調査研究事業

「カタラボ」に参加している建材・住設メーカーの多くは、その参加目的を「仕様決定に関わる利用者への商品認知推進」としており、その意味で今回の調査で、過半数の回答者が建築設計など狙い通りのターゲットであることがわかり、一定の成果があったと言える。ただし、回答数が目標に到達しなかったこともあり、次回以降の調査には回答数の増加を目指した検討が必要とされる。

まだ掲載カタログにバラツキが大きい現状を考慮すると、利用者の満足度はおおむね良い結果となったと見られるが、表示スピードや掲載情報量など要望項目も多く、今後の継続的な調査の中で、カタラボの成長・改善がどのように評価されていくのか注視していく必要がある。

(2) 開発研究事業

システム分科会が実施した2つの項目のうち、特に入稿 PDF 制作支援サービスについては既に幾つかの実績をあげており、普及分科会活動の成果としてカタラボ参加を検討している各メーカーへの活用拡大が期待される。今後、当協会の窓口においては、PDF だけではなくカタログ基本情報の記入の仕方や目次情報の付け方、データアップロードの仕方など、きめ細やかな対応により、新規参加企業のサポートを予定している。

一方、情報連携機能の追加に関しては、カタラボの高度利用に対するサポートを狙いとしたが、機能に対する理解が進まないという状況から、参加会員に対する説明会を企画し、普及分科会の活動として実施した。結果として、ある程度の理解が得られ数社においてベーシックな活用が始まっているが、本格的な活用は数社が検討する段階にとどまっている。改めて機能が利用者にもたらすメリットとメーカーの準備内容に対する認知の推進が今後の課題としてあげられた。特に、カタラボへの新規参加と同じく、各メーカーにとっては直接的効果の見えにくい内容でもあり、価値伝達に一層の工夫を加えわかりやすくすることが課題とされた。

今年度の時点では、本事業で準備を整えることが出来たので、今後は継続的な説明会の実施などによりサービス・機能の認知を進め、開発内容の本格的な活用につなげていくことが求められる。

(3) 普及啓発事業

中小メーカーの「カタラボ」への参加を促す意味で、カタラボのメリットを広く理解してもらうためのセミナーを実施したが、先ずセミナーに参加するメーカーを集めることの難しさが大きな課題となった。セミナーの実施場所について、当初地方都市開催を

検討したが、昨今の経済環境の中、各社とも製品認知拡大のための投資に対しては非常に慎重になっており、興味はあるが当面は費用削減が優先という企業が多く、やはり大都市での開催で広い範囲からの参加を期待せざるを得ない結果となった。また、今回はDMによる集客を中心に行ったが、効率的な問題が多く今後の実施に際しての課題が残った。

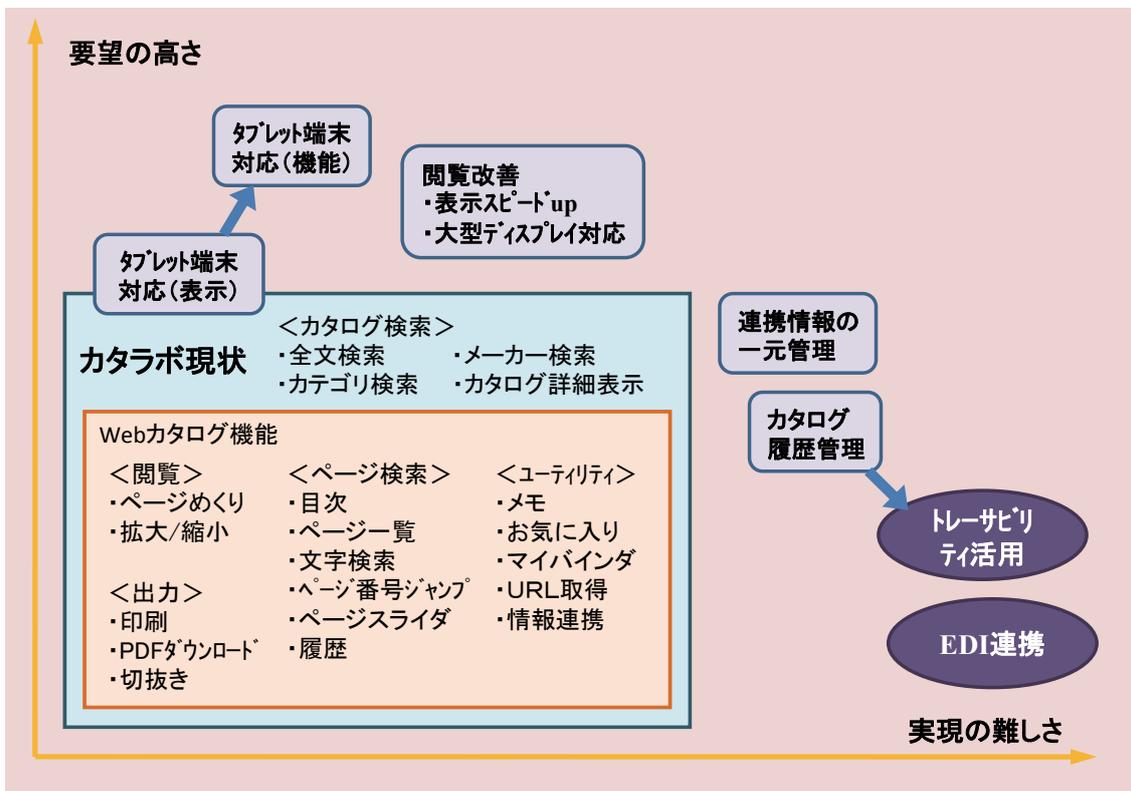
(4) 今後の課題

今年度の事業は3年計画の初年度として、今後のカタラボ活用拡大の方向性を探るという観点から、カタラボに対する利用者の評価・要望など検討の材料は得ることができた。検討のたたき台として、カタラボの現状と周辺技術を図4 電子カタログ機能mapに整理したが、今後その必要性、優先度を判断した推進が課題となる。

また、提供情報の充実に向けた参加企業の拡大については、セミナーの開催は有効で参加さえしてもらえれば価値伝達は可能であるが、参加者を増やす工夫が今後の課題となった。今後は各業界団体などの告知ルートを有効活用するため、カタラボの参加条件やセミナーが備えるべき要件を整備するなど、DM以外の集客手段について検討することが課題とされた。

(図4) 検討のたたき台：電子カタログ機能map

電子カタログ機能map

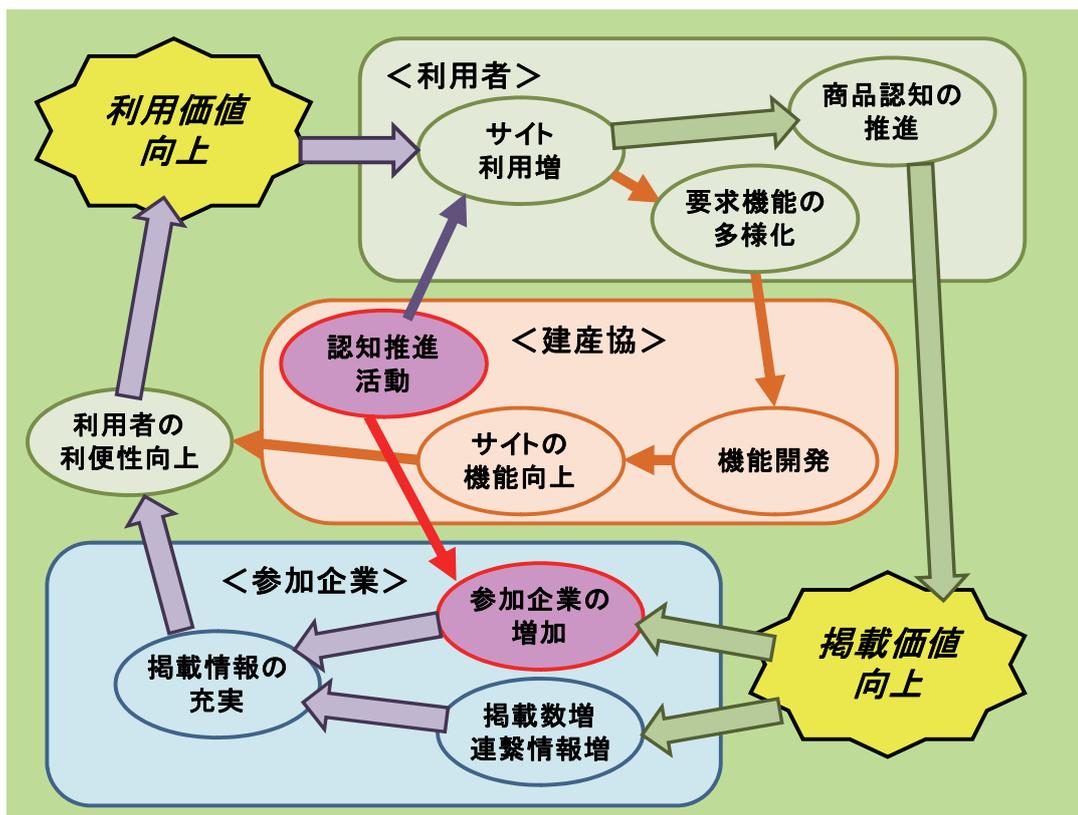


最後に、情報提供サイトとしてのカタラボの価値は、プロの設計者から一般消費者に至るまでの情報利用者に、建材・住宅設備機器の情報入手先として、如何に多くの利用をしてもらえるかにかかっている。そのためには、利用するメリットを向上するために掲載情報を充実させる必要があり、掲載情報を充実させるためには参加企業や掲載商品を増やす必要がある。

幸いにしてカタラボは順調なスタートを切り、1,000万ページビュー超の利用を続けている。この利用実態が意味するところの掲載メリットを建材・住宅設備メーカーに正しく伝え、企業の参加を増やしていくことがさらなる利用価値向上につながり、結果として参加メーカーにとっての掲載価値向上につながっていく。

今回の事業結果をもとに、図5に示したカタラボ価値拡大のサイクルを回すため、当協会が実施すべき活動の中でも、未参加業種・企業に対する認知推進活動の進め方に対しさらなる検討を加え、普及啓発活動を継続・強化して行くことが求められる。

(図5) カタラボ価値拡大のサイクル





この事業は、競輪の補助金を受けて実施したものです。

<http://ringring-keirin.jp>

本件についてのお問合せ先

(内容等)

〒103-0007 東京都中央区日本橋浜町二丁目17番8号

KDX浜町ビル5F

TEL : 03-5640-0901

社団法人 日本建材・住宅設備産業協会