



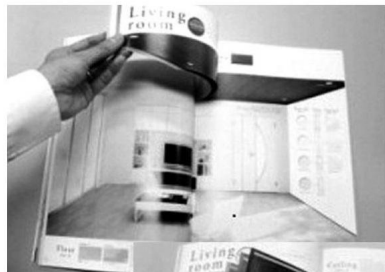
大建工業

協力：(一社)日本建材・住宅設備産業協会

マーケティング部
大村英之リーダー

カタログで部屋づくり体験

大建工業(大阪府大阪市)は昨年、創立70周年に合わせて約8割の製品を刷新、商品カタログも一新された。新たに出版されたカタログは、全部で30冊。その中から、こだわりの2冊を紹介する。



仕掛け絵本のように、パラパラとめくりながら建材選びができる。使うだけで楽しいカタログだ。

床材「トリニティ」を実物大で印刷。インパクトだけでなく、ユーザーにイメージをつかんでもらいやすい仕組みとなっている。

人気の秘密は「パラパラ」

1つ、フロアリング「トリニティ」。シート床材だが、これまで実現できなかった、厚単板化粧床材のような立体感のある意匠性を実現している。「本物より本物らしいこのフロアリングの魅力を表現するために、実寸大の写真をカタログに掲載することにしました」(大村リーダー)

見開き2ページで実寸大で印刷しているページも多く、ユーザーはより実物に近い写真を見ながら色柄選びができる。

同社には数多くのカタログがあるので、使い方を迷ってしまう。しかし同社では、その対策も行っている。

店の営業マンが細かく説明しなくても、これを渡すだけでリフォーム意欲が高まるように作った」(大村リーダー)

手で触れずと側に置ける

70周年の目玉商品の

建材組み合わせでイメージ膨らむ

仕掛け絵本のように、カタログ上でフロアリングを着せ替えられる。大建工業のインテリアイメージブックには、紙のカタログならではのユニ

ークな工夫が施されている。同カタログでは、部屋全体を写した写真ページと、様々な色柄の床・建具ページが用意されている。ユーザーは、部屋ペー

ジと、フロアリングや建具のみのページを、パラ

パラと組み合わせながら、部屋づくりのイメージを膨らませることができ

のヒットカタログの1つ」と話す。昨年更新された同カタログでは、パラパラの部分を前回から倍増。124ページ立てで、より詳細な部屋のイメージづくりができるようになった。

マーケティング部の大村英之リーダーは、「2010年にこの形態を出してから、このインテリアイメージブックは当社

「工務店やリフォーム

カタラボを積極活用他サービスと連携

大村リーダーは、「今後はデジタルにどんどん移行していくと思う」と話す。「カタログのポータルサイト『カタラボ』には、当社のカタログを含め、様々な会社の商品情報が集まっています。今後『カタログを見せる』だけでなく、他のサービスと連携するなどして、利用シーンを拡大していくと、さらに『無くてはならないサービス』になるのではないかと期待しています」

カタラボとは?

日本建材・住宅設備産業協会が運営する電子カタログのポータルサイト。多くの住宅設備・建材メーカーが登録しており、会員数は362社、掲載カタログ数は1993冊。アクセス数も順調に伸びており、現在月間ページビューは約4280万。問い合わせ先 catalabo@kensankyo.org