

カタログ 語りタガリ

三栄水栓製作所

協力：(一社)日本建材・住宅設備産業協会

前野英雄課長代理

今年の方針、カタログで紹介



今回紹介するのは、水栓金具メーカーの三栄水栓製作所（大阪府大阪市）。同社が年1回発行している総合カタログには、冒頭に約20ページにわたり読み応えのある記事が掲載されている。他社と一線を画すこの構成には、どんなメッセージが込められているのか。



湯けむりの向こうに、コミュニティがあった。日本水栓金具

都内にある銭湯「稻荷湯」の記事。同社の商品が使用されており、取引先に説明する際に話のタネにもなるという。



陶器素材を使った水栓金具「TOH」の紹介ページ。カタログの前半では、このようなビジュアルを多用したページが続く。

水場テーマに記事で差別化

施工画像でイメージ膨らみます

こだわっているのは、

冒頭の読み物だけではなく、商品紹介ページでは施工画像を多用し、取り付け時のイメージが湧きやすいつくりになっている。施工画像はセットで撮影する場合もあれば、実際に住宅や施設で使用されているものを撮る場合もある。

前野課長代理は、「『自分の家もこんなふうになりたい』と思ってもらえるように心掛けています」と話す。

陶器素材を使った水栓金具「TOH」の紹介ページでは、実際に温泉旅館で採用された、木を使った空間の写真を掲載。さり気なく効果的な使い方伝える工夫になっている。

カタログは、営業マンと同じように、当社を知ってもらうきっかけになっています」と語る。

また商品の情報を詳しく調べる際には、電子カタログの利用も推奨する。同社のカタログは、住宅設備建材メーカーのカタログポータルサイト「カタラボ」に掲載されている。また自社ホームページからも閲覧することができる。

「ホームページでは簡単に商品検索ができるので、紙とデジタルをうまく使い分けてほしいです」（同課長代理）

毎年の巻頭記事に取引先も期待

同社の2015年度総合カタログを開くと、まず目に飛び込んでくるのが、草原の中、手押しポンプで水をくむ風景写真。その後、世界各国の

水と人々の営みをリポートする記事が掲載されている。

一般的な総合カタログは、商品の詳細情報が羅列された実務的なもの。なぜ同社ではこのようなユニークな構成になっているのか。2006年度

から製作に携わっている前野英雄課長代理は、「今年の会社方針を皆さんに知ってもらうため」と話す。

「毎年の企業方針に合わせて、カタログ冒頭の読み物を決めています。今では『今年の三栄さん

はどんな内容で来るのか』、『この記事が楽しかったよ』と、取引先の皆様にも期待されているようです」（前野課長代理）

「水場」とした。スペインの噴水、タイの水かけ祭り、中国のお茶、最後には、東京都北区の銭湯が紹介されている。

「このカタログをきっかけに、当社に興味を持っていただければうれし

電子カタログ利用し検索性を強化

前野課長代理は、「皆さんにお配りする総合カ

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