

SPECIAL INTERVIEW 最終回

電子カタログ「カタラボ」活用法

色々なジャンル商品をひと目で比較

子カタログポータルサイト「カタラボ」活用法の特別インター

ビューフィニッシュ回は、2008年当時、建産協の会長として「カタ

ラボ」の立ち上げに携わったTOTO（福岡県北九州市）の木瀬照

雄会長に、「登場いただいた。スタートわずか3年半で年間3000

万ページビューを達成した「カタラボ」がいかにして誕生したか、

各社の活用状況、そして将来構想に至るまで、成長の軌跡を聞いた。

政策提言する団体に

「カタラボ」は、もともとどの

ような経緯でスタートしたのでしょうか。

実は「カタラボ」を始める以前に

建産協自身がどんな役割を担うかと

いう課題がありました。私の前、Y

KAPの吉田さんが会長の時です。

サロンみたいな団体と、政策提言を

する団体、どちらにしましようかと

議論しました。建産協は建材と住宅

設備のメーカー、関係する団体が集

まつた業界団体です。そういうせつ

かくの団体で、ただ集まるだけでは

意味がない。政策提言ができる

ような団体になりましょうとなっ

たのです。

吉田会長の時代と、200

6~2008年の前半頃のことです

ね。

しかし、建産協さんはそれ以前

の2000年からKISSといっ

たから。

しかし、建産協さんはそれ以前

の2000年からKISSといっ

たから。

材や設備のデータベースを作っています。

確かにKISSがありました。

プログラムを作り、登録したデータ

を切り替えるだけでメーカーは手

間とお金がかかりました。そのため、

商品データも少なく、利用が進んでいませんでした。

—KISSはWEB上で、建材・

設備情報が検索できるという点では

TOTO 代表取締役会長

木瀬照雄氏

TERUO KISE



正式スタート

—そして2009年に正式スター

ト切ったわけですか。

はい。7社の委員会でルール作り

などしまして、ちょうど1年後の2

009年の4月に暫定版ができ、当

時の委員会メンバーだけでやってみ

ました。試行錯誤で始めました。

そして、その年の6月の総会で発表

し、10月のスタート時には105

社です。

—2009年といふと、リーマン

ショックの直後で日経平均株価が7

000円台の最安値を付けるなど、

大変な時期だったのではないですか。

そうなんです。しかし、世の中が

右肩上がりになっていたので逆に、

参加企業を募るのに良いタイミング

だつたかもしれません。それでも自

社単独で電子カタログに取り組もう

とした企業も「カタラボ」に合

流してくれたからです。

電子カタログの製作が低コストで

—その後はメーカー参加数が増え

たスピードも速かったです。

「カタラボ」は低コストでデータ

カタログばかり

—メーカーだけではなく、流通業者さんにとっても「カタラボ」は魅

力です。

流通業者は多くのメーカー商

材を扱うため、これまでの紙のカタ

ログの場合、整理などに非常に手間

がかかるといった思います。

—車には各社のカタログをたくさん積んでいました。移動も大変で営業マンは苦労していたのではないか

ですか。それが電子カタログになった結果は大きいでしょう。

総合カタログなど1000ページ

以上あるところもありますからね。

ページ数がそれだけあると、印刷代

わざか1ヶ月で達成

——なるほど。しかし、大手メーカーの中には既に自前でシステムを立ち上げていた企業もあったでしょう。「カタラボ」に参加しても、例えば相互リンクまでやらないでもいいのでは、という意見はありませんでしたか。

「カタラボ」電子カタログポータルサイト



カタログの研究室（ラボラトリ）を意味する「カタラボ」は、会員数303社の製品カタログを、電子ブック形式で一堂に集めた業界最大の電子カタログサイト。掲載カタログは1438冊、15万5376ページに上り、アクセス数は月間3100万件を超える。ワンストップで膨大なカタログから顧客に提案でき、カタログ画像を切り張りし、リフォーム提案書の作成もできるとして好評だ。

■問い合わせ先

日本建材・住宅設備産業協会（略称建産協） 03-5640-0901／枝松まで

将来は「カタラボ」から発注できる仕組みも

——なるほど。しかし、大手メーカー

の中には既に自前でシステムを立

ち上げていた企業もあったでしょう。

「カタラボ」に参加しても、例えば

相互リンクまでやらないでもいいの

では、という意見はありませんでしたか。

確かにメーカーの本音としては、

自社ホームページだけで完結した方

が良いという考えはありますよね。

しかし、それはメーカーのエゴです

から。全部相互リンクしましよう

か。確かにメーカーの本音としては、

自社ホームページだけで完結した方

が良いという考えはありますよね。

しかし、それはメーカーのエゴです

から。最初の委員会で決めたわけです。全

社じゃないですが、少なくともある

程度のメンバーはやりましょうと。

TOTOも電子カタログの仕組みが

「カタラボ」と違いましたが、すべ

て変えましたからね。

——そうした姿勢が、利用者側から

は見やすく使いやすいという評価に

なり、予想を上回る利用者の拡大に

つながっているのでしょうか。

——いい、おかげさまで当初3年で3

00万ページビューの目標を立てて

いましたが、わずか1ヶ月で達成

しました。そして、ちょうど1年後に

は1000万ページビューを超えま

した。

製作もしてあげますから。中小メー

カーにとっても費用をかけずに電子

化できるメリットは大きいはずです。

——確かにそうですね。中小の方に

カタログが日本中に知られる利点も

大きいかと思います。

——そうはないでしょう。今のユ

ニティはネット上の電子カタログで

商品を細かく調べます。しかし、シ

ヨールームに来た方は家に帰ってか

ら家族と相談するのに紙のカタログ

が便利。だから両方いるのです。

——将来的には、さらに電子カタロ

グの活用が進むと思いますから、

「カタラボ」もさらなる進化を遂げ

るのではないかですか。

——「カタラボ」から発注できる仕組みと相談するのに紙のカタログ

が便利。だから両方いるのです。

——将来的には、さらに電子カタロ

グの活用が進むと思いますから、

「カタラボ」もさらなる進化を遂げ

るのではないかですか。

——「カタラボ」から発注できる仕組みがあれ

みなども考えられますね。積算も各

社とリンクして飛べる仕組みがあれ

ば実現できると思います。

——以前のよつて切って張りつけての

活用をされますと、いくらでもカタ

ログがりますよ。20年ぐらい前

までは切り抜かれたカタログの残り

ばかりありました（笑）。

——電化でガラツと変わりました

ね。今後は紙のカタログがいらなく

なる時代もくるということはありますか。

——そうはないでしょう。今のユ

ニティはネット上の電子カタログで

商品を細かく調べます。しかし、シ

ヨールームに来た方は家に帰ってか

ら家族と相談するのに紙のカタログ

が便利。だから両方いるのです。

——将来的には、さらに電子カタロ

グの活用が進むと思いますから、

「カタラボ」もさらなる進化を遂げ

るのではないかですか。

——「カタラボ」から発注できる仕組みと相談するのに紙のカタログ

が便利。だから両方いるのです。

——将来的には、さらに電子カタロ

グの活用が進むと思いますから、

「カタラボ」もさらなる進化を遂げ

るのではないかですか。

——「カタラボ」から発注できる仕組みがあれ

ば実現できると思います。