



紙と同じイメージで商品購入 1500品目のリンク付けを自動化

「このカタログ画面では商品を購入できないの?」、「なぜ商品をクリックできないの?」——。コープこうべにそんな問い合わせが舞い込んだのは2001年11月。組合員向けに毎週配布している紙のカタログを、イメージ・データ化してWebサイトで公開し始めた矢先だった。インターネットを利用できる環境ならどこでもカタログを閲覧できる。手元にカタログがない、または紛失してしまった組合員の利便性を高めるのが狙いだった。

しかし利用者の要望はその上をいった。画面上のカタログからそのまま商品購入に進みたい、というのだ。

コープこうべはすでに、商品購入用の電子商取引サイトも構築し、サービスを開始していた。しかしこの購入サイトは、文字表示のリストから商品を選択する形式のもの。電子カタログとの連携は容易ではなかった。「毎週掲載される1500もの商品に、カタログ画像から一つひとつ手作業でリンクを付けるのは不可能だ」(インターネット事業推進タスクフォース統括の牧圭介氏)。

利用者の要望に応えることができたのは2003年4月。NECと、NECの社内ベンチャーであるカイノア・テクノロジーが共同開発したソフトを採用して、電子カタログから購入サイトの

各商品へのリンクを自動的に付けるシステムが実現した。

アプレットでインストール不要に

コープこうべに最新のカタログが到着すると、担当者はそれをスキャナでデジタル化。その画像データを、カイノア・テクノロジーが開発した専用アプリケーションで読み込む。この専用アプリは画像の中から商品番号の部分で自動認識し、商品番号と画像上の位置情報を関連付けて、CSV(カンマ区切り)ファイルに出力する。あとは画像データとCSVファイルを、NECのデータ・センターで運用しているサーバーに送れば作業は完了。半日程度ですむ。

組合員がWEBカタログにアクセスすると、Javaアプレットがブラウザに自動的にダウンロードされる。「パソコンに詳しくない組合員のために、インストール作業を必要としない仕組みにした」(牧氏)。Javaアプレットは、カタログの画像データと購入サイトへのリンク情報をサーバーから取得する。そして組合員の操作に応じて、画像を拡大・縮小表示したり、商品番号へのクリックを検知し

て購入ページを表示する。

現在コープこうべが紙のカタログを配布している37万人の会員のうち、4万5000人程度がWebカタログを利用している。「紙のカタログでの購買件数は平均10~12品目だが、Webカタログでは1回の訪問で50~70品目を購入する人もいる。全体として予想以上に購買意欲を高める効果があった」(牧氏)。2004年2月からは、カタログ冊子の制作工程を全面的にデジタル化したため、印刷後のカタログをスキャンする必要がなくなる。作業時間はさらに1~2時間短縮できる見込みだ。「今後は、不定期に出している衣料品や電化製品のカタログも電子化したい。Webの利用度を高め、環境保全運動の一環として紙の削減につなげたい」(牧氏)と意気込む。

図7●生活協同組合コープこうべは、カタログ冊子のイメージを生かし、使い勝手のよいECサイトを構築した。カタログ冊子のイメージをブラウザに表示。商品番号(赤ワクの部分)をクリックすれば、その商品がカートに入る。Javaアプレットを使って拡大、縮小表示を可能にしている

