

カタログ販売とゼロエミッション

ゼロエミッションシンポジウム

2003.10.21



カタログハウス

1.会社概要



⌘ 資本金：1億円

⌘ 年商：344億円（2003年3月）

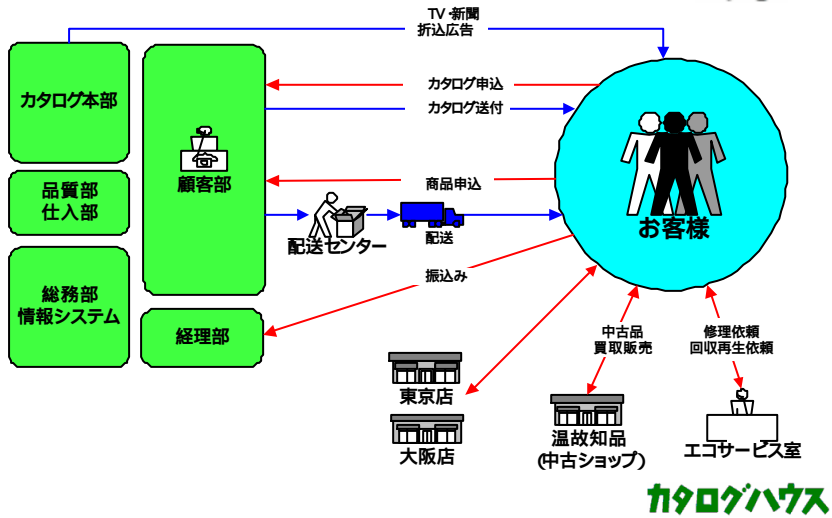
⌘ 従業員：381名（2003年8月15日現在）

（社員163名 / パート・アルバイト218名）

⌘ 事業内容：通信販売・出版・卸業・古物商

カタログハウス

2. カタログ販売業務の流れ



3. 企業思想 下を向いて歩こう



消費を増やさなければ経済は成長しない？

商品 = 地球の環境と資源

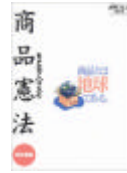
「ビジネス満足」と「地球満足」

地球資源消費者にアピール

カタログハウス

4.沿革

- ☒1976 前身 (株)日本ヘルスメーカー設立
- ☒1982 『通販生活』創刊 (有料カタログ誌)
- ☒1987 社名改め (株)カタログハウス
- ☒1991 『通販生活』でゴミを減らす道具を特集
- ☒1992 きんさん ぎんさん」TVCF 長寿命路線
- ☒1995 顧客向け 環境問題セミナー」開始
- ☒1997 全カタログ再生紙 100%使用 / 毛ったいない課 設立
- ☒1998 地球の取扱説明書」顧客配布 / 環境検査室設立
- ☒1999 リサイクルセンター
- ☒2000 温故知品 (中古店)オープン / ISO14001認証取得
- ☒2001 『商品憲法』顧客配布
- ☒2002 エコサービス室 / 商品テスト室開設



カタログハウス

5.カタログハウスのカタログ

小売の主役化

消費者に代わって小売が選ぶ
紹介するのではなく推薦する
陳列するのではなく説得する
売りたい商品だけを売る

売りたい魂



多品目より少品目

選択型のカタログ (多品目は陳列型)
1ジャンル 1商品
じっくり検査 たっぷり情報 ・しっかり説明



カタログハウス

6.増信政策

企業信頼 = 増信増益

販売時サービス

受注方法、お届け方法、支払方法、価格など

販売後サービス (より長く使ってもらうために)

3年保証 / 修理・リユース・回収再生

使用后返品OKマーク / 靴・ウェアサイズ交換送料無料

メンテナンス通信

満足度アンケート / 返品コメント・クレーム対応

年末アンケート

災害支援

値下げお詫び次回値引き (値下げ額の30%)

カタログハウス



7.カタログハウスの 商品憲法

商品憲法

環境報告書 (130万部)



第1条 商品選択基準 商品開発 仕入 品質

疑わしきは販売せず

第2条 商品長寿命政策

3年無料修理保証 もったいない課

第3条 リユース…温故知品

第4条 リサイクル…回収再生課

第5条 ゴミCO2削減…全部署

カタログハウス

8. エコひいき道具 掲載基準

- ☒ 製造工程の環境負荷が少ない製品
- ☒ 再生原料を使った製品
- ☒ 環境ホルモンの心配がない製品
- ☒ 天然原料にこだわった製品
- ☒ エネルギー資源を節約できる製品
- ☒ くり返し使用できる製品
- ☒ 廃棄する時の環境負荷が少ない消耗品
- ☒ リサイクルシステムを備えた道具

カタログハウス

9. 環境情報公開 / 社告



- 96年 食品原材料 化粧品・洗剤成分一覧
- 97年 社告「エコロいさん」登場 / 回収・再生マーク表示
フロン商品回収・無害化处理
カタログ用紙100%再生紙使用
『地球の取扱説明書』を顧客に配布 『商品憲法』
- 98年 環境チェック一覧 CO2排出量一覧
環境ホルモン 疑わしき素材の切替
- 00年 3年間無料修理マーク表示
- 01年 社告「家電リサイクル法と通販生活」
「小社の狂牛病対策について」
- 02年 3年間無料修理消耗品 繊維製品 以外全品
買い換え以外の他社フロン内蔵品の回収
- 03年 鉄道輸送 (モーダルシフト)導入

カタログハウス

10.環境啓蒙活動



カタログハウスの学校

環境セミナー 第1期 54回 (95年6月～99年5月まで)
 第2期 25回 (2001年～03年10月現在)

環境出版物

『このままだと20年後の*はこうなる』(全12巻)

*地球・資源・森林・食糧・大気・エネルギー・海・水

消費社会・ゴミ人体汚染・食物 (96年～99年)

『心の心と自然環境』多田道太郎著 (98年)

『ライフサイクル デザイン』ジークフリートベーレント他著
 山本良一監訳 (99年)

カタログハウス

11.リユース・リサイクル実績



2002年度 (2001/10～2002/9)

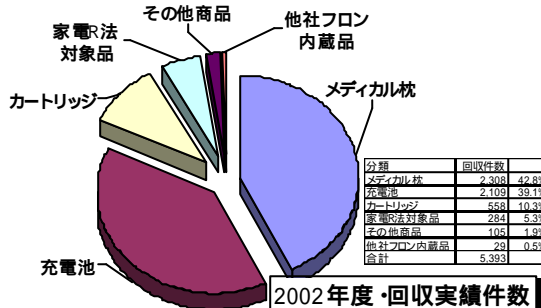
温故知新

⌘中古品買取件数 約 9,900件 4,000万円
 自社製品 3,924件 3,045万 (@7,761)
 他社品

⌘回収再生件数

回収数 5,393件
 処理数 4,201件
 保管数 2,388件
 (昨年持越し含む)

回収引取方法/コスト



2002年度・回収実績件数

カタログハウス

12. メーカーさんへのお願い

競合品との比較で

- 性能・使いやすさ** (1) 性能」と「使いやすさ」で優位性がある (「手入れ」や「収納」についても)
(2) 「安全性」についての考慮がいきとどいている
(3) 「効果」については公的機関の証明がある
- 耐久性・メンテ** (4) 材質」「つくり」故障しにくさ」での優位性 (頑丈さ) (永もち性) がある
(5) 「部品保有期間」や「修理可能期間」「アフターサービス」が明確になっている
- 環境負荷** (6) 材料 (資源再生率) (産地) 」の負荷、加工剤」の負荷、製造過程」の負荷などを読者に正確に伝えられる
(7) 「メーカーの環境負荷削減努力」を読者に伝えられる
(8) 「過剰な梱包」「有害なつめ物」はつつしんでいる
- 価格妥当性** (9) 競合品との比較において、「価格」が妥当であることを読者に証明できる
- 取扱説明書** (10) 消費者にとって判りやす 親切に。再生紙使用

カタログハウス

13. 選別時代の5つの政策



商品信頼、業界一
環境保全、業界一
社会参加、業界一
楽しい買物、業界一
心の温まるサービス、業界一

21世紀に存続を許される企業

カタログハウス

参考資料

『どれだけ消費すれば満足なのか』消費社会と地球の未来
アランダーニング著・山藤泰訳・ダイヤモンド社刊

『小売の説得術』モノ買わぬ消費者とのコミュニケーション
斎藤駿著・ダイヤモンド社刊

カタログハウス