

2015年8月17日

## 株式会社カウネット

# ~イラストや独自の指標で、商品が視覚的、感覚的に選べる~ カウネット、Webサイトをリニューアル ~お茶、封筒、蛍光灯などがサクサク注文できる~

コクヨグループでオフィス用品通販を行う株式会社カウネット(本社:東京都大田区/社長:高橋健一郎)は、Webサイト(http://www.kaunet.com)を8月17日にリニューアルします

今回のリニューアルは、イラストや画像などを多用するとともに、当社独自の指標をもとに視覚的、感覚的に商品を選ぶことができるようにしたものです。オフィス用品の注文はできるだけ時間を掛けずに行いたいというお客様のニーズに応えるものであり、紙カタログで培った当社ならではのノウハウをWebサイト上でさらに進化させています。



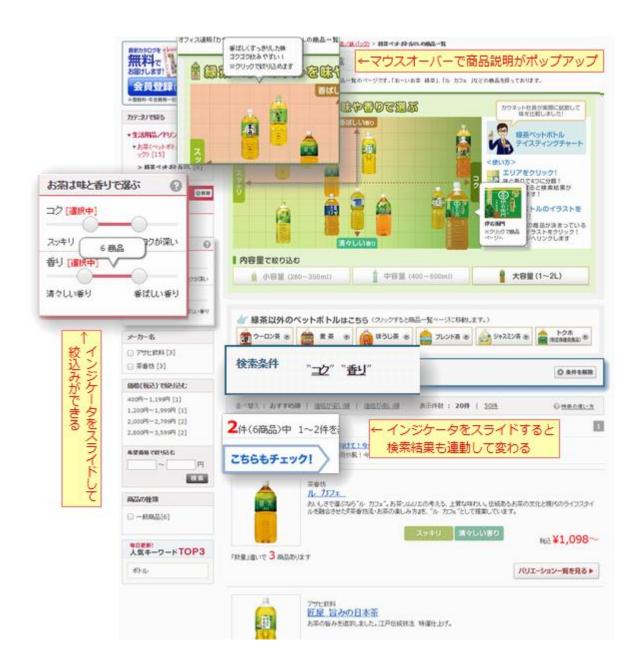
「カウネット」ホームページ http://www.kaunet.com

### <リニューアルのポイント>

お客様の商品の選び方の傾向や、当社ならではの独自指標(飲料の味のチャート、スティックのりの硬さ、 洗剤の汚れの落ちやすさの特長等)のノウハウを活かし、視覚的、感覚的にわかりやすい検索機能と操作性 を備えました。

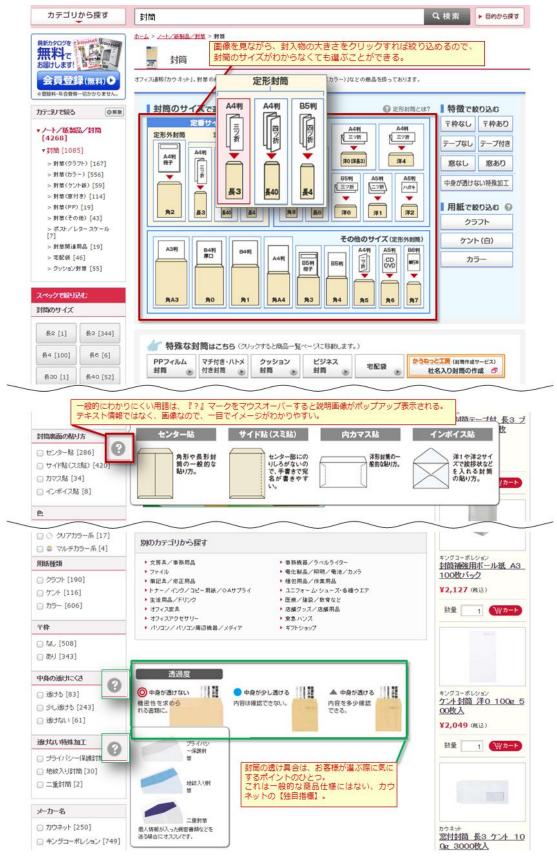
#### 例1:ペットボトル緑茶

・味の違いを「香ばしい香り」「清々しい香り」「スッキリした味」「コクのある味」の4軸でチャートにした画像を掲載しています。画像をクリックしたり、インジケータをスライドすることで商品の絞込みができます。



#### 例2:封筒

- ・封筒自体のサイズだけではなく、封入物の大きさでも選びやすくするため、イラストをクリックするだけで、 サイズの絞込みができます。
- ・封筒の貼り合わせ方法など一般的にわかりにくい用語は、『?』マークをマウスオーバーすると説明画像がポップアップ表示されます。テキスト情報ではなく、画像なので、一目でイメージを掴むことができます。



#### 例3: 蛍光灯

- ・商品規格の名称だけではわかりにくい情報を、イラストで説明しています。
- ・同じ蛍光灯でも、形状が同じ直管形は、規格の確認方法を図解し、電球形は形状で一目でわかるようにしています。

