タイルの在庫活用のネットショップをリニューアルオープン！
タイル工事・販売12社の連携する“ｅ Ｔｉｌｅ”がタイルリサイクルへ

全国の次世代のタイル屋さん12社が連携して、インターネットを活用した販促や事業の効率化をはかるため“ｅ－セラ・リフォームコンソーシアム”（ｅ－セラ）という共同事業体を結成し、ホームページを立ち上げて運営を開始したのは、２００５年のこと。

共同仕入れによるコストダウンや情報共有、店舗補完をめざすとともに、インターネット上に商品の販売や工事つき販売を行なうオンラインショップ“ｅ Ｔｉｌｅ”を開設し、一般ユーザーを対象に次のような事業を運用してきた。

①ホビータイルの販売
②内装・外装のリフォーム工事の受注
③「エコカラット」などの環境・健康をテーマとした各種商品及び工事の提案
④既存ショールームなどの店舗営業を補完し、より信頼度の高い商売の実現（販売、タイル工事、リフォーム工事、メンテナンス工事）

ｅ－セラのメンバーは、ＩＮＡＸの全国にある販売特約店のうち12社の二世を中心とした有志の会で、グループ全体の年商は約２００億円の規模になる。参加企業は別掲にあるが、２００４年度の「ＩＴ活用型経営革新モデル事業」として経済産業省の補助金を受けて、インターネット事業をスタート、全国展開を視野に入れて活動をすすめてきた。そして今回、新規事業として“ｅ Ｔｉｌｅ”をリニューアルし、タイル・住設・建材のアウトレット販売サイトとして、このほど運用を開始した。

タイルの未来を語る、ｅ－セラ・山下会長

●ｅ－セラ メンバー 12社
㈱朝倉（新潟）
㈱上埜タイル（奈良）
㈱梅村タイル店（東京）
㈱大倉建陶社（岐阜）
㈱オグラ（兵庫）
㈱オーカム（仙台）
㈱甲斐田（熊本）
亀栄建材（佐賀）
㈱クレハロ（富山）
㈱タケセン（宮崎）
㈱フナコシ（徳島）
山下商事㈱（広島）

■ネットショップ“ｅ Tile”
http://www.etile.jp/

在庫活用のリサイクルネットワーク構築に向けて

会長を務める山下商事㈱代表取締役・山下雄朗氏は、そのねらいを次のように語る。

「メンバーから廃番になったタイルをインターネット販売したところ反響があったので、“ｅ Ｔｉｌｅ”のネットワークを活用して、アウトレットタイルとして拡販したらどうか、と提案がありました。タイルだけでなく設備でも買い替えるよりも部品を取り換えて長く使いたいというお客様からの問合せも多いので、そこでタイルをはじめ設備機器などで廃番になったものや倉庫に眠っているものをオンラインショッピングで登録・販売するシステムを開設することになりました。各社に商品情報を登録してもらって、“ｅ Ｔｉｌｅ”のオンラインショップで公開しています。」

オンラインショップはｅ－セラの事務局が運営し、申込みや相談に応えている。商品確認をして、発注があれば銀行振込みのあった段階で配送する。今のところｅ－セラ参加メンバー各社以外の会社からの登録はできないが、いずれ廃番タイルを活用するタイル・リサイクルネットワークのような輪が広がればいいなと期待しているという。

こうした取り組みに先鞭をつけた副会長の㈱大倉建陶社 代表取締役・大倉泰宏氏も、異口同音にその思いを語る。

「会社で廃番になったタイルをネット販売してみたところ、3件ほど注文が来ました。1、2ケースというような少量の注文ですが、捨てて経費をかけるよりははるかに良いですし、リフォームだけでなく、古いタイルの営繕や補修の需要はけっこうあるのかと思います。」

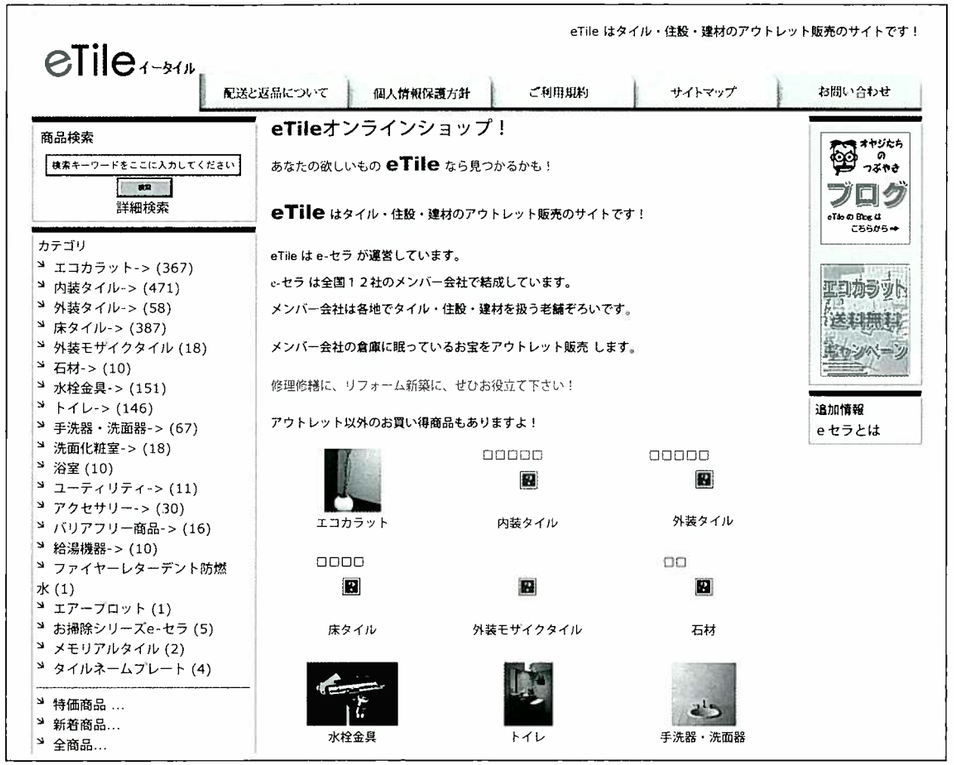
もともとｅ－セラという共同事業を立ち上げた仲間のネットワークが基本だから、このネットショップがビジネスとしてすぐに成り立つわけではないだろうが、やはり在庫や廃棄物の削減に協力し、環境にやさしいタイル業界のイメージアップにつなげられれば、とてもいいことだ。「こんなタイル売れないよね」というようなタイルも出会いがあれば売れる時代――。それを単なるネットビジネスとして追求するのではなく、顔の見える信頼関係を基本にしてタイルを愛する仲間づくりとして“ｅ Ｔｉｌｅ”を位置づけている。そういう仲間づくりが業界から一般ユーザーにまで広がっていけば、タイルの新たな需要創造につながる可能性も大きい。

一般の方ばかりでなく、プロの方もこの“ｅ Ｔｉｌｅ”をよく閲覧され、相談や引合いも増えつつあるという。だから業界にもっと情報発信していくことによって、タイルのリサイクルネットワークが広がることが期待される。

実際、補修タイル一つとっても、それが廃番になっていたりしてプロの業者の方はものすごく困っているという現実がある。そういう部分でも“ｅ Ｔｉｌｅ”のネットワークが広がることで、今まであきらめていた需要を開拓し、ユーザーにタイルファンを増やすきっかけになるかもしれない。

時代の移りかわりとともにタイルの商流も変わった。タイル施工も材料支給で職人さんは手間だけという形が増えてきた。既存のタイルルートはタイル商品を売れるチャネルではなくなってしまった。そこがタイル業界の一番の危機ではないか。だからいろいろなメディアを使ってタイルの情報発信し、次の世代に何ができるか、業界は知恵を絞って考えなければならないのではないだろうか。

「海に魚を増やすには、山に木を植えなければならない」（『森は海の恋人』）という言葉の意味をよくかみしめながら…。



“ｅ Tile”トップページ（一部）