

2022年1月17日

報道関係各位

丸紅アーキログ株式会社

## 建築建材の価値をストーリーで語る WEB メディア 「Arch-MATERIA (アークマテリア)」公開！

～カタログでは語れない開発者の“想い”が詰まったコンテンツでユーザーとマッチング～  
<https://www.arch-materia.com/>

建築・建設業界のデジタルトランスフォーメーション（DX）に挑戦する丸紅アーキログ株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：三川 亮）は、こだわりのある建築建材を探している建築士や設計士などと建材メーカーをつなぐ、ストーリーテリング型の WEB メディア「[Arch-MATERIA \(アークマテリア\)](#)」をこのほど公開いたしました。



### ■ 「Arch-MATERIA (アークマテリア)」公開の背景

当社調べによると、建築士や設計士の約8割はインターネットで建材を選定しているのに対し、建材メーカーがインターネット広告などで情報発信している割合は約半数にとどまります。また近年、SDGs やニューノーマルといった外部環境の変化により、建築・建設業界に対するニーズも多様化し、建築建材に求められるものも非常に複雑化しています。しかし、建材メーカーが自社の製品を知ってもらう手段は、現在も紙カタログなどが中心で、製品へのこだわりや想い、開発秘話などが十分に伝わらないといった課題がありました。

そこで、建材メーカーが自社の製品や自社自身について語るメディアがあれば、建築士や設計士をはじめとするWEBで建材を探しているユーザーにスペックだけに留まらない価値ある情報を提供することができ、ひいてはユーザーの共感を呼び起こして自社の建材が新規建築プロジェクトでスペックインされやすくなるのではないかと考えました。

### ■ 「Arch-MATERIA (アークマテリア)」利用のメリット

この度公開した WEB メディア「Arch-MATERIA」では、建材を探す全てのユーザーに対して、建材メーカーが自社ブランドや人・製品・サービスについて、ストーリーテリングのスタイルで、商品画像や紹介動画とともに、情報発信することができます。コンテンツは、各建材メーカーのご要望を伺いながら当社側で作成します（有料）。「Arch-MATERIA」は、「自社でカタログ以外のコンテンツを制作するのは難しい」「自社サイトにコンテンツを公開しても、見てもらえない」といった建材メーカー側の課題に応えることはもちろん、カタログだけでは伝わらない製品の価値を重視したいユーザーにとっても役立つメディアを目指しています。

**recommend** 

おすすめ商品



オフィスの木質化に最適。ボード社が手がける、天然木を使った床材「ウッドベッカーオフィス」

2022.01.11



張るだけで環境貢献になる外壁。ニテハのオフセットサイディング

2022.01.11



コンクリートの概念を変える。カナフレックスが「カナクリート」で実現する「建物の安全と作業効率の両立」

2022.01.11



美しく魅せることにこだわる。シネマ工房の「電動昇降デザインバトン」が各施設で採用される理由

2022.01.11

**newest** 

新着商品



SDGs貢献にも。エアコン効率を上げる、トップ工業の「エコエアフローリング」

2022.01.11



簡単・安全・スピーディーな避難が実現。ナカ工業のバリアフリー避難機器「UDエスケープ」

2022.01.11



見て、触って、選べる。関ヶ原石材が提案する、空間の格を上げる「天然石」の魅力

2022.01.11



研究者の作業性と安全性を向上。三進金属工業が開発した次世代の設備「ER型サッシレス排気実験台」

2022.01.11

▲Arch-MATERIA（アークマテリア）掲載例

■「Arch-MATERIA（アークマテリア）」の特徴

- ・製品の価値をわかりやすく伝えることができる！
- ・製品を印象的かつ具体的に伝えることができる！
- ・顧客の共感を呼ぶことで覚えてもらうことができる！
- ・情報提供だけにとどまらず実案件のスペックインに繋げることができる！

ストーリーテリングの主な視点

|                   |                            |
|-------------------|----------------------------|
| 開発秘話訴求パターン        | 製品の開発に至るまでのストーリーを訴求。       |
| 性能・意匠訴求パターン       | 製品の性能や意匠の魅力を訴求。            |
| 価格（コストメリット）訴求パターン | 製品の価格やコストメリットを訴求。          |
| エコ・SDGs 訴求パターン    | 製品を使用することでエコを実現できるメリットを訴求。 |
| 工期短縮訴求パターン        | 製品を使用することでの工期短縮メリットを訴求。    |
| システム商品の訴求パターン     | 製品単体の訴求ではなく、システムとして機能性を訴求。 |

※あくまでも一例です。

■「Arch-LOG（アークログ）」との連動

「Arch-MATERIA」は、当社の運営する建築建材総合検索プラットフォーム「Arch-LOG」とも連動します。建築士や設計士などが興味を持った建材をそのまま「Arch-LOG」内のプロジェクトに追加して、実案件への連動が可能となり、案件ごとにマテリアルボードへの反映や BIM※データの取得まで行うことができるため、建材選定から設計・施工・維持管理までのワークフローが大幅に改善します。

※「BIM（ビム）」：「Building Information Modeling」の略称。コンピューター上に作成した3次元の形状情報に加え、室等の名称・面積、材料・部材の仕様、性能、仕上げ等、建築物の属性情報を併せ持つ建物情報モデルを構築すること

## 「Arch-LOG」とは

「Arch-LOG」には、約 183 万点（2022 年 1 月時点）の建築建材が登録されており、例えばガラス、石材、防水材といったカテゴリーや、特定のメーカー名、キーワードなどで必要な建築建材を検索することができます。また、複数のメーカー製品を比較しながら選定することができるため、従来のように膨大なカタログの中から手作業で商品を探し出す必要もなく、サンプル請求も異なるメーカー分が 1 クリックで可能です。さらに、「Arch-LOG」によって選定した建材を用いたデジタルマテリアルボード作成機能や、高精細 CG 画像もリアルタイムで生成が可能な BIM レンダリング機能<sup>※</sup>も実装。プロジェクトに関わる全てのメンバーが参加して、施主や顧客へ 3D・CG での仕様提案ができるなど、WEB ベースでのプロジェクトの「見える化」が実現しています。これにより、正確な情報共有・合意形成が可能となるため、作業時間の大幅な短縮による生産性の向上が期待できるほか、紙カタログなどの削減は SDGs にもつながります。また、竣工前の企画から設計、施工に至るまでの進捗管理、使用建材の各製品データ（取扱説明書・耐用年数）など詳細な建物情報をデジタルベースで一元管理。さらに竣工後、各製品の交換時期になると自動でアラートが鳴り、メールでお知らせすることで、長期にわたる建物維持管理のためのメンテナンスや顧客へのリフォーム提案などが可能となる「メンテナンスアラートサービス」や、BIM との連動が可能で設計から施工までの設計フローをシームレスにつなぐことができる「仕上表機能」を来期実装予定です。

<sup>※</sup>レンダリング機能：3D モデルの情報と割り当てられた素材や光源などの情報からスーパーコンピューターが計算し、パース（透視図）を作成する機能

「Arch-LOG」紹介動画 <https://m-arch-log.com/introduction/>



## ＜丸紅アーキログ株式会社 会社概要＞

商号 丸紅アーキログ株式会社 (Marubeni Arch-LOG Co., Ltd.)  
本社住所 〒105-0023 東京都港区芝浦 1-3-3 浜松町ライズスクエア 2 階  
TEL:03-6381-7270 (代)  
設立 2019 年 6 月 27 日  
資本金 16 億 9,430 万円 (資本準備金含む)  
代表者 三川 亮 (代表取締役社長)  
事業内容 建築建材総合検索サイト「Arch-LOG」 (<https://www.arch-log.com/>)  
WEB メディア「Arch-MATERIA」 (<https://arch-materia.com/>)