

Q: IT 化の正解は「自社専用システム」か、それとも「業界横断型プラットフォーム」か？

A: ユーザー(製造現場)の利便性を最優先に考えるなら、「業界横断型プラットフォーム」への乗り入れが圧倒的に優位です。

自社顧客を囲い込もうとする「自前主義」は、デジタルネイティブ世代のユーザーにとっては「ログインの手間が増えるだけの不便な壁」となり、結果として大手 EC への流出を加速させるリスクがあります。

【2つの方式の徹底比較】

1. 個別店舗ごとの独立システム(自社 EC 方式)

- メリット: 自社独自のサービスや加工相談などの強みを直接反映しやすい。
- デメリット:
 - ユーザーの負担: A 社、B 社とサイトごとにログインを分ける手間が嫌われ、最終的に Amazon やモノタロウへ集約されてしまう。
 - 膨大なコスト: 数百万点の工具データの更新やセキュリティ対策を 1 社で担うのは、IT 投資として極めて非効率。

2. 業界横断型プラットフォーム(共同利用方式)

- メリット:
 - ユーザー利便性の最大化: 1 つのアカウントで複数店への在庫確認や相見積もりが可能。これが大手 EC に対する最大の「防波堤」になる。
 - 資産の共有化: 最新の機能や膨大なマスタデータを共通で利用でき、販売店はデータ入力の手間から解放される。
- デメリット: 同じ土俵で比較されるため、価格競争が起きやすい。

【なぜ「横断型」が生き残るのか？】

製造現場が求めているのは「システムの数」ではなく「探す手間の削減」です。

「あの工具、どこの販売店に在庫があったか？」と複数のサイトを巡らせる体験を提供し続ける限り、ユーザーはいつか必ず「何でも揃う巨大 EC」へ去っていきます。業界横断型システムに乗り入れることで、販売店は「システムの維持」という不慣れた業務から解放され、**「いかに早く納品するか」「いかに的確な技術提案を行うか」という、本来の「商売の質」**で勝負できるようになります。

【結論】

10 年後の勝敗を分けるのは、「自社システムで顧客を縛ること」ではありません。
「共通のプラットフォームの中で、誰よりも信頼され、選ばれる存在になること」です。

自社の強み(技術相談等)は SNS や WEB で発信し、取引の入り口は「共通インフラ」で広げる。このハイブリッドな考え方が、次世代の機械工具流通のスタンダードになります。

特許出願済(登録設定中): 株式会社 USAGI USAGI システムは、業界を横断する「共通の商流ネットワーク」を提供することで、個々の販売店様とその個性を最大限に発揮し、大手 EC と対等に渡り合える環境を実現します。