

**Q: 業界横断型のプラットフォームは、具体的にどのようなものがありますか？**

**A: 現在、大きく分けて「卸商社主導型」「業務特化 SaaS 型」「マーケットプレイス型」の 3 つのパターンが実在し、急速に普及しています。**

大切なのは、それらの既存システムが「何を解決し、何が足りないのか」を正しく理解することです。既存の枠組みを知ること、USAGI が提案する「次世代の繋がり」の価値がより明確になります。

---

## 【現在普及している 3 つのパターン】

### 1. 卸商社提供の「販売店支援型」

- **特徴:** 大手卸が構築した IT 基盤を、地域の販売店が自社注文サイトとして利用する形式。
- **具体例:** トラスコ中山「オレンジブック.Com」連携、大手卸による EDI/EC 支援。
- **視点:** 在庫連動やマスタ共有には強いが、特定の卸の在庫に縛られやすい側面があります。

### 2. 商品マスタ共有・業務特化型(SaaS)

- **特徴:** クラウド上で商品情報を一括管理し、複数の会社が同じ高精度データを利用。
- **具体例:** monolyst(モノリスト)等。
- **視点:** データ整理の事務作業は激減しますが、取引そのものの「体験」をアップデートするには至らない場合が多いです。

### 3. オープンな「B2B マーケットプレイス」

- **特徴:** 販売店が出品者として参加する巨大モール。
- **具体例:** Amazon Business、モノタロウ、ミスミ(Meviy)等。
- **視点:** 圧倒的な集客力がある反面、激しい価格競争に巻き込まれ、自社の「個性」が消えやすいリスクがあります。

特許出願済（登録設定中）：株式会社 USAGI USAGI システムは、既存の主要プラットフォームとも共存・連携しながら、販売店様とその「独自性」を失うことなくデジタルシフトを完遂するための独自技術を提供します。

## 【USAGIが目指す「第4の道」】

既存システムの「効率」に、商売の「体温」を融合させる。

既存のプラットフォームは「効率化」には優れていますが、販売店が長年築いてきた\*\*「対面での信頼」や「きめ細かな調整」\*\*というアナログな付加価値をデジタル上で表現しきれれていません。

USAGIシステムは、これら既存パターンの利便性を活かしつつ、\*\*「販売店の顔が見えるデジタル取引」\*\*を実現する技術に基づいています。

---

## 【結論】

正解は「使い分け」と「本質の追求」にあります。

既存の巨大プラットフォームを利用することは、現代の商売において不可欠なステップです。しかし、それだけに依存すれば、自社の存在意義はいつか飲み込まれてしまいます。

「効率」は共通プラットフォームに任せ、浮いた時間で「人にしかできない提案」を行う。

USAGIは、その「商売の本質」を取り戻すためのインフラとして設計されています。

特許出願済（登録設定中）：株式会社 USAGI USAGI システムは、既存の主要プラットフォームとも共存・連携しながら、販売店様がその「独自性」を失うことなくデジタルシフトを完遂するための独自技術を提供します。