

Q: 販売店だけでなく「卸商社(問屋)」が USAGI を運用する意味は何ですか？

A: 卸商社が「単なる物流業者」から脱却し、販売店を強力に支援する「デジタル・プラットフォーマー」へと進化するための強力な武器になります。

10 年後の機械業界において、販売店の IT 化を支援できない卸商社は、取引先(販売店)から選ばれなくなるリスクがあります。USAGI システムは、その関係性を再定義するインフラです。

【卸商社が導入すべき 4 つの理由】

1. 「販売店への IT 支援」という新しい付加価値

- IT に弱い販売店を救う: 自前でシステムを持ってない中小販売店に対し、卸商社が「USAGI システムを使って一緒にデジタル化しましょう」と提案することで、販売店との絆を強固にできます。
- 「選ばれる問屋」になる: どの問屋から買っても同じ商品であれば、販売店は「発注業務が最も楽になるインフラを提供してくれる問屋」をビジネスパートナーに選びます。

2. 事務コストの劇的な削減(脱 FAX・電話)

- データ入力の自動化: 販売店が USAGI システムに入力したデータが、そのまま卸商社の基幹システムと連動。転記ミスや、重なり合う確認の電話・FAX が激減します。
- 24 時間 365 日の受付: 担当者が不在でも、システム上で在庫確認や納期回答が完結するため、営業効率が飛躍的に向上します。

【サプライチェーンの「見える化」と最適化】

3. 需要の先読みによる「在庫の最適化」

- データ経営へのシフト: 流通全体の動向をリアルタイムで把握。AI による需要予測を組み合わせることで、欠品を防ぎつつ過剰在庫を圧縮する「攻めの在庫管理」が可能になります。

4. 商流のデジタル化による「中抜き」の防止

- プラットフォームの主導権: 自らがデジタルインフラのハブ(中心)となることで、メーカーの直販化や大手 EC の浸透に対する強力な防波堤となります。

【結論】

「物流のハブ」から「情報のハブ」へ。

卸商社にとっての IT 化とは、単なる効率化ではありません。「販売店から最も頼られるインフラ」を所有することです。

USAGI システムを運用することは、10 年後のサプライチェーンにおいて不可欠な存在であり続けるための、最も確実な投資となります。