

【USAGI 通信 傑作選】 Vol.17 「流した汗」が、商品検索順位に反映される理由

※この文書は、会員向けに週一回発行しているコラムの中で、特に評価の高かったものを抜粋し、一般公開しているものです。

その昔、あるお客様のふとした言葉が印象に残っております。

「汗をかいた人が報われなければならない」

その言葉が USAGI システム「バージョン2」の設計思想の礎の一部となっているのは確かです。

デジタルの世界は、往々にして「早い者勝ち」や「先行者利益」が支配しがちです。しかし、実業の世界を支えるのは、日々の地道な積み重ねではないか。その思いが、B2B プラットフォーム「USAGI」の商品検索順位アルゴリズムには深く刻み込まれています。

アルゴリズムに宿る「汗」

商品検索順位の詳細な仕様は伏せますが、そのヒントこそが前述の「汗」にあります。

USAGI における「汗」とは、ある種の「データ」を蓄積し、自社のユニット（企業アカウント）の存在を拡充してきたかという「展開の熱量」を指します。

この「ある種」のデータをより丁寧に蓄積した企業が加点され、その努力が「人気順」という目に見える形となって、商品検索順位に反映される仕組みです。

逃げ切らせない、腐らせない

「それなら、利用歴の長い古参企業が常に有利ではないか？」という疑問が出るかもしれません。

しかし、このシステムの「正義」は、新旧の逆転を許容することにあります。

たとえ後発の企業であっても、自社の価値を証明するためのデータを丁寧に入力し、汗をかいて情報を発信すれば、十分に優位に立てる設計にしています。逆に、どれほど老舗であっても、データの更新を怠っていれば、その表示順位は後発に抜かれていきます。

「外海」へ漕ぎ出す企業のために

もちろん、既存の取引先の連携内だけで取引を完結させるという経営判断もあるでしょう。その場合、この当該機能はさほど影響しません。

しかし、もしあなたが既存の枠組みを超え、「外海（連携の外側）」へと舵を切り、汗をかいて漕ぎ出していく道を選ぶなら。その時、このシステムはあなたの流した汗を確実に計測し、報いようとするでしょう。

仕組みが人を支配するのではなく、人の「汗」を仕組みが証明する。

USAGI が目指したのは、そんな血の通ったデジタルの形です。