

【USAGI 通信 傑作選】 Vol.27 マスタ管理という「事務作業の檻」からの脱出

※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。

マスタ管理という「事務作業の檻」に、販売店の専門性とスピードが閉じ込められているのでは…。USAGI はそう考え「自由な手入力」と「マスタの二次利用」の二刀流で、この問題を根本から解決しようと考えました。

「自由な手入力」は【USAGI 通信 傑作選】 Vol.26 をご覧いただき、この回では「マスタの二次利用」にフォーカスを当てます。

従来のシステムは、販売店がいちいち自社で数万点に及ぶ商品の型番変更や廃番を監視し、マスタをメンテナンスしなければなりません。しかし、USAGI は「管理の主導権」を本来あるべき姿に戻し、現場を「不毛な事務作業」から解放します。

1. 商品マスタ整備が DX を阻害する理由と解決策

- ・ **マスタ管理の膨大な負担（卸商社・販売店）**：従来のシステムでは、卸商社や販売店が、数万点から数十万点に及ぶ商品の型番変更や廃番を自社で監視し、マスタをメンテナンスし続ける必要がありました。この「情報の不一致」を防ぐための膨大な事務作業が、業界全体のスピードを奪っています。
- ・ **既存の商流を維持したデジタル化**：USAGI は、「メーカー → 卸商社 → 販売店」という既存の商流（サプライチェーン）を崩すことなく、各プレイヤーが最新の情報を同期できる仕組みを提供します。メーカーが更新する最新知見を商流の上流から下流へと滑らかに流すことで、各社が個別にマスタを整備する無駄を排除します。
- ・ **不毛な事務作業からの解放**：管理の主導権を本来あるべき姿（情報の源泉であるメーカー）に戻すことで、卸商社と販売店を「マスタの番人」という役割から解放します。
- ・ **専門性への集中**：マスタメンテナンスに費やしていたリソースを、本来の強みである専門的な提案活動や、顧客との深い対話に集中させることが可能になります。

2. メーカー側のメリット：最新知見を「正確に」末端まで届ける

- ・ **情報の劣化を防ぐ**：従来、メーカーが新商品の発売や型番変更を行っても、卸や販売店のマスタ更新が遅れることで、現場では「古い情報」による発注ミスや停滞が頻発していました。
- ・ **意向のダイレクトな伝達**：メーカーが発信する「売りたい商品」や「最新の仕様」といったメーカー側の意向が、卸商社・販売店のマスタ管理負担を介さずに、直

接ユーザー（顧客）まで届くようになります。

- ・ **ブランド価値の守護**：廃番情報などが即座に共有されることで、市場での混乱を防ぎ、メーカーとしての信頼性を高い水準で維持できます。
3. **商流の調和**：三者の意向が一致する「信頼の連鎖」
- ・ **意向の同期**：情報を発信する側のメーカーと、その情報に介在する卸商社および販売店の意向が USAGI を通じて一致します。
 - ・ **顧客への価値伝達**：この一致した販売店と連携することで、最終顧客（ユーザー）に対して、常に正確で鮮度の高い情報を淀みなく伝達することが可能になります。
 - ・ **商流の最適化**：既存の「メーカー → 卸商社 → 販売店」という商流を崩すことなく、各層がそれぞれの役割（情報の供給、流通の最適化、現場の提案）に専念できる環境が整います。

管理を捨てて、商流を操る。三位一体の同期がもたらす『持たない経営』への転換

商品マスタを自社で完璧に整えようとする卸商社や販売店は、膨大なメンテナンスコストに押し潰され、市場のスピードから取り残されます。

USAGI システムを選択することは、「メーカーの意向、卸・販売店の選定、そして顧客への正確な伝達」が一つに繋がる仕組みを手にすることを意味します。既存の商流を維持しながら、メーカーから顧客まで最新情報を「同期」させる二次利用機能と、現場の機動力を支える「マスターレスの自由」こそが、デジタル時代の最強の武器となります。

「情報を監視する事務作業」を卒業し、「正確な知見を武器に顧客の課題を解決する商売のプロ」へ。

メーカー・卸・販売店の三者が同じ「最新の事実」を共有するこの仕組みこそが、機械業界の伝統的な強みを活かしたまま、大手 EC プラットフォームに対する圧倒的な優位性を確立するための鍵となります。