

## Amazon Pay 導入事例： CLASKA ONLINE SHOP の場合

<http://www.claskashop.com/>



CLASKA（クラスカ）は、東京・目黒通りでかつて人々に親しまれたホテルを 2008 年にリノベートして生まれ、ホテル・レストラン・ウェディング・レンタルスタジオ・ギャラリー&ショップなどの事業を多岐に渡り展開しています。その中のひとつ、ギャラリー&ショップ CLASKA Gallery & Shop “DO”は「心地よい暮らしのための上質な品々を集めたライフスタイルショップ」として、実店舗を全国に展開しつつ、オンライン展開として CLASKA ONLINE SHOP をオープンしています。

今回は、運営会社である株式会社コンシーズ EC 運用担当 速水真理さんにお話を伺いました。

### ブランドイメージを壊すことなく売上を上げたい

**速水** “CLASKA ONLINE SHOP は店舗の世界観をそのまま再現したような白を中心としたシンプルで奥行きのある雰囲気の特長。ブランドイメージを維持しながら独自のコンテンツ作りを重視していて、独自ドメインサイトのみで事業展開しています。そのような中でもより多くのユーザーに利用していただくためにぴったりのサービスが、ボタンをひとつ設置するだけでよい Amazon Pay でした。”

導入してみてどのような効果があったのでしょうか。

## Amazon Pay 導入後、売上、コンバージョン率ともに改善

速水さんは Amazon Pay の成果について次のようにお話をくださいました。

**速水** "導入初日からいきなり約 30%のユーザーが決済に Amazon Pay を使用するという驚きの結果ができました。一般的にサービスはその認知を含め、成果を得るには一定の時間が必要となるものですが、初日からインパクトのある結果を得たことで、利用者における Amazon Pay の利便性の高さを改めて実感しました。導入から数カ月経過すると、より利用率が上昇し現在では約 40%のユーザーが Amazon Pay を使用して決済を行っています。Amazon Pay は売上への直接的な寄与も大きく、Amazon Pay 導入後の売上、コンバージョン率は昨対比で 20%上昇しました。"

このような成果には Amazon が持っている知名度や信頼感が大いに役立っていると速水さんは続けます。

**速水** "Amazon Pay 導入により、サイトの信頼度や好感度に加え、Amazon というビッグネームによるメジャー感が増したと感じています。Amazon Pay は、自社サイト全体のブランドイメージを崩すことなく導入することができたことが CLASKA ONLINE SHOP にとっては大きな魅力となっています。"

## スマホサイトの UI が改善

**速水** "CLASKA ONLINE SHOP ではスマートフォンによる購入が約 70%を占めており、PC による購入を大きく上回っています。そのため、CLASKA はスマートフォンユーザーがスムーズに買い物できるよう、UI に細心の注意を払っており、決済情報を入力する手間が省ける Amazon Pay との相性も抜群です。Amazon Pay は CLASKA のコンバージョン率をあげることに多いに貢献しています。"



(株) コンシーズ  
クラスカ 広報責任者  
速水 真理さん