

“Amazon Pay の機能はどの EC サイトでも標準装備すべきであると感じています。ユーザー側の目線で考えて、購入が「非常に楽になる」のではないかという点がポイントです”



TV CM や Web 広告でも Amazon Pay の効果を実感

「EDWIN」は、ジーンズの製造販売を手掛ける日本発のファッションブランドです。10代から60代の幅広いターゲット層に自社で製造したデニム製品を届けるべく、店舗販売だけでなくオンラインショップも展開しています。今回は、運営会社である株式会社エドウィン直営店 高嶋 大輔さんに、Amazon Pay 導入後の効果や今後の活用について伺いました。

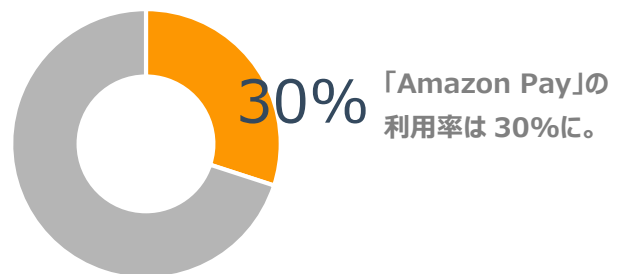
“Amazon Pay 導入後、情報入力の手間が軽減され、オンラインショップの利便性が高まったことから、より多くのお客様に EDWIN のジーンズをご購入いただいていることを実感しています。”

「Amazon Pay」を導入後、具体的にどのような施策で効果があつたのでしょうか。

“新規キャンペーンで CM を公開したり、Web 広告を展開した時に、特に Amazon Pay の利用率が高いと感じています。”

Amazon Pay の利用率は 3割

“「Amazon Pay という決済手段が加わったことで、EDWIN というブランドを知っていて、「買おう」という意欲があるお客様を後押しできていると感じています。また、弊社の独自調査（2016年12月時点）では、オンラインで購入されるお客様のうち、30%の方が Amazon Pay を利用されています。”



*データはすべて株式会社エドウィン直営店による自社調査結果です

「Amazon Pay」について詳しくは → pay.amazon.com/jp

さらに、Amazon Pay が、EDWIN の事業に貢献していると思われる点を挙げていただきました。

“3 点あります。Amazon の知名度の高さ、EDWIN のお客様との親和性の高さ、そして導入後の売り上げの増加額が納得のいくものだった、ということです。

Amazon Pay の機能はどの EC サイトでも標準装備すべきであると感じています。個々のサイトにログインする頻度より、Amazon.co.jp にログインする頻度が多いでしょうから、ID やパスワードを覚えやすいと思います。”

インテグレーションに関しては、自社システムとのつなぎ込みが比較的簡単という印象

「Amazon Pay」を導入するまでの道のりについても伺いました。インテグレーションについてはどのように進められたのでしょうか。

“開発は Amazon Pay のサポートチームとやりとりしながら進めました。Amazon Pay を導入するまでに、サポート費用は掛からないですし、機能もシンプルで導入しやすく、総合的なサービス品質を評価しています。”



株式会社 エドウィン直営店
e-コマースチーム長
高嶋 大輔さん

世界展開を視野に入れて

EDWIN は、今後、日本だけでなく海外マーケットを視野に入れた事業展開を目指しているといいます。

“EDWIN は今後、ヨーロッパだけでなく、北米、アジアにも展開していく予定です。特に北米のジーンズ市場は変化してきており、EC サイトの利用比率が高いので、北米のお客様にも Amazon Pay をご利用いただけるよう取り組んでいきたいです。”

「Amazon Pay」は 2017 年 3 月現在、世界 7 か国（日本、アメリカ、イギリス、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン）でサービスを展開しています。「Amazon Pay」は引き続き、日本発のグローバルカンパニーをサポートしてまいります。

*データはすべて（株）エドウィン直営店による自社調査結果です

「Amazon Pay」について詳しくは → pay.amazon.com/jp