

「Amazon Pay」でファンクラブ会員以外の一般購入者が増加： 日本ハムファイターズの場合

<https://shop.fighters.co.jp/shopping/>



「Amazon Pay」を導入したら、
ファンクラブ会員以外の一般購入者が増えています

「Sports Community」を企業理念に掲げ、北海道地域の一員として地域社会との共生を図っているプロ野球チーム「北海道日本ハムファイターズ」。北海道以外の地域に住むファンに商品を届けるコミュニケーション手段として、野球関連グッズのネット販売も手がけています。「Amazon Pay」を導入したのは2017年3月。株式会社北海道日本ハムファイターズの柳下堅志さん（事業統轄本部コンシューマビジネス部マーチャンダイジンググループグループ長）、斉藤純哉さん（事業統轄本部コンシューマビジネス部マーチャンダイジンググループ）にお話を伺いました。

「Amazon Pay」の導入 1 か月で早くも成果

北海道日本ハムファイターズのECサイトは、オフィシャルファンクラブ会員のデータベースと連携しているため、会員はファンクラブ会員番号・パスワードの入力のみで商品を購入することができます。一方、オフィシャルファンクラブ会員以外の一般購入者は、購入の度に個人情報を入力しなければなりません。一般購入者の方にとっても手軽に商品を購入できる仕組みを構築するため、2017年3月に「Amazon Pay」を導入しました。

「Amazon Pay」を導入していなかった2016年4月度と、導入直後の2017年4月度における商品購入件数を比較すると、全体の購入件数は37%も増加しました。

斉藤 2017年4月度の商品購入件数の内訳を見ると、前年同月比で、オフィシャルファンクラブ会員が20%増、一般購入者は82%増でした。「Amazon Pay」以外での決済が前年同月比で32%増だったことを踏まえ

*データはすべて（株）日本ハムファイターズによる自社調査結果です（2017年7月）

ると、一般購入者による購入件数の増加には、「Amazon Pay」で決済手続きが簡便になったことが大きく影響していると考えています。

新規顧客の増加にも大きく寄与

「Amazon Pay」の導入によって、北海道日本ハムファイターズに興味を持つ一般購入者による商品購入が大きく増加しているようです。

斉藤 一般購入者による商品購入のうち、3～4割が「Amazon Pay」経由となっており、買い物の利便性をあげるという目的も実現できていると思っています。そして、これまで商品を購入したことのなかった新規のお客が増えたと実感しています。2016年まで7,000円台だった客単価が、2017年には6,000円台になりましたが、これは一般購入者の利用が大きく増えたためです。一般購入者が“ファン”になっていくことで、将来に向けてファンクラブ会員などのコアユーザーの増加が期待でき、結果的に客単価は上がっていくと考えています。



一般購入者による商品購入のうち、
3～4割が「Amazon Pay」経由

安心・安全を訴求できるのが決め手

北海道日本ハムファイターズは社会的な認知度が高いため、セキュリティリスクを軽減しながら安心・安全が訴求できる新たな決済手段を探していました。そこで出会った「Amazon Pay」。最後に、導入の決め手となった理由を教えてくださいました。

柳下 ECサイトは顧客情報の漏えいリスクが大きいとします。Amazonはグローバルで事業を展開している総合オンラインストアですので、いち事業者として安心して、決済をお任せできます。一方、お客様から見た場合、「Amazonアカウントを利用して買い物できるんだ」と、安心して自社サイトを使ってもらうことができます。ファンクラブ以外の一般購入者による利用が増えているのはこうした効果が出ているんだと捉えています。



写真左：柳下堅志さん（事業統轄本部コンシューマビジネス部マーチャンダイジンググループ グループ長）

写真右：斉藤純哉さん（事業統轄本部コンシューマビジネス部マーチャンダイジンググループ）

*データはすべて（株）日本ハムファイターズによる自社調査結果です（2017年7月）