

“「Amazon Pay」の導入によって、お客様により安心してお楽しみいただける購入体験の提供が可能になり、たいへん嬉しく思っております”



Amazon Pay 導入のきっかけは、お客様のニーズを満たすサービスだったから

株式会社カジタク（「カジタク」）は、ハウスクリーニング、家事代行サービスを中心とした家事支援事業を提供しているイオングループの企業です。店頭でのサービス提供に加えて、オンラインでのサービス展開は 2015 年にスタートしたばかり。業界としても市場規模の拡大が見込め、成長が期待される分野です。今回は、カジタクの川原林 毅彦さんに、Amazon Pay の導入経緯やその効果について伺いました。

“カジタクを利用するお客様は 30 代から 40 代のワーキングマザーが中心。初めて家事代行を利用する方も多く、最初の購入経験で手間がかからないことが重要と考えていました。「Amazon Pay」はそのニーズを満たしていたため、導入すれば効果があると確信していました。”

「Amazon Pay」を導入すれば、「手間をかけずに」、「スマートフォンで」、「いつも利用している Amazon アカウントを使って」注文でき

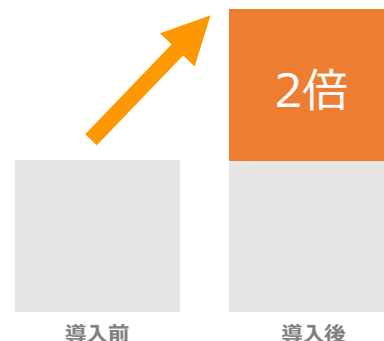
<http://www.kajitaku.com/>

るようになり、時間を有効に活用したい忙しいお母さんのニーズを満たすことができると考えたそうです。

Amazon Pay 導入後、コンバージョンレートが改善

“スマートフォンのコンバージョンレートが約 2 倍になったことに加え、売上も 2016 年には前年比で 2 倍になり、Amazon Pay の効果を実感しています。”

「Amazon Pay」導入後、
スマートフォンのコンバージョンレートは 2 倍に UP
(2015 年 7 月と 2016 年 7 月を比較)



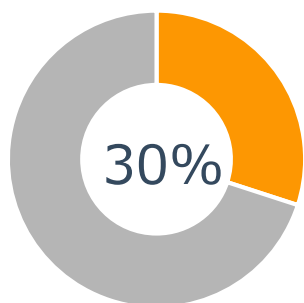
*データはすべて株式会社カジタクによる自社調査結果です

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

川原林さんが集められた、実際に Amazon Pay を利用したお客様の声を一部、教えていただきました。

“お客様からは、「Amazon アカウントが利用できるので、非常に安心してお買い物を楽しめます」という声をいただきました。お話を伺ったお客様は、Amazon アカウントで様々なお買い物をなさっているということでしたので、忙しく過ごされているカジタクのお客様との親和性が非常に高いと考えられます。”

“Amazon Pay が利用できることで、最初の注文時に、「Amazon のアカウントが使えるなら買ってみよう」という気持ちになるお客様が増えていると思います。Amazon Pay の利用率は 30%ほどですが、そのお客様のうち 8 割くらいが新規のお客様という印象です。”



「Amazon Pay」の
決済シェアは 30%に。*



株式会社カジタク
家事支援事業本部 マーケティング部
部長 川原林 毅彦 さん

生活になくってはならない 社会インフラをめざして

カジタクのブランドメッセージは「よくばりさんのままでいこう」。このメッセージには、社会でさまざまな役割を持って活躍する女性に、自分のための、家族のための時間を大切にしてほしい、という願いが込められています。

“新規のお客様はカジタクの会社概要とブランドメッセージをお読みになって、信頼に足るかどうかを判断されています。そこに決済手段として、いつも使っている Amazon アカウントが利用できるという信頼感、安心感が加わることで、より多くの方にカジタクを支持いただけるようになったと感じています。”

「Amazon Pay」は、カジタクのような、伸び盛りの業界の新しい担い手の皆様にもお役立ていただけるよう、より良いサービスの提供を目指しています。そして、「Amazon Pay」はお客様の事業とともに成長していきたいと考えています。

*データはすべて株式会社カジタク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