

“スマホ決済をしやすいするために「Amazon Pay」の導入を決定。こんなに Amazon Pay で購入されるのか、と驚きました”

匠本舗はおせちや、蟹・明太子などの海産物を取り扱う通販専門のお店です。テレビ、新聞、ラジオ、カタログやオンラインなどのマルチチャネルでの販売展開を通じて、2008年の創業以来、毎年成長を続けています。オンライン店舗は2011年にスタートし、ECサイト構築システム「ショップサーブ」を利用している店舗の中から優れたネットショップを表彰する「ネットショップ大賞」を7年連続受賞されています。今回は、運営会社であるスカイネット株式会社 代表取締役 和田 浩史郎さん、専務取締役・店長の和田 陽介さんに Amazon Pay の導入経緯やその効果についてお話を伺いました。

まずはどのような経緯で「Amazon Pay」を導入されたのか、経緯を代表取締役 和田浩史郎さんに伺いました。

スマホ経由の購入率を高めるとい  
う目標を達成したい

“Amazon Pay の導入前、サイトの閲覧はスマホ経由が多かったにもかかわらず、実際の購入は PC 経由が多いという状況でした。スマホ決済のしやすさに配慮することの重要性を理解していましたので、課題の一つとして、スマホ経由の購入導線の強化を挙げていました。Amazon Pay では、スマホ決済でもクレジットカード情報や個人情



報の入力が省けるということで、導入を決  
意しました。”

導入してみて、手ごたえはどうだったのでしょうか。店長の和田陽介さんが答えてくださいました。

Amazon Pay 導入後、スマホ  
のコンバージョンレートが改善

“2016年10月に Amazon Pay を導入しました。スマホ経由の購入導線の強化という課題に対して、導入効果があったと感じています。導入前後2か月でスマホ経由のコンバージョン率を比較したところ、6%改善したという結果が得られました。コンバージョン率の改善は売上への影響が大きいので、Amazon Pay 導入の手ごたえを感じています。”

\*データはすべてスカイネット株式会社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](http://pay.amazon.com/jp)

「Amazon Pay」の決済シェアについては、どうだったのでしょうか。

## 導入後、決済の約 3 割が Amazon Pay 経由に

“正直なところ、当初はそこまでの効果を期待していませんでした。しかし、それまでオンライン決済の約 8 割がクレジットカード決済だったのが、導入後すぐに Amazon Pay が約 3 割を占めるようになり、大変驚きました。”



「Amazon Pay」の  
オンライン決済シェアが  
約 3 割に。\*



スカイネット株式会社

代表取締役 和田浩史郎 さん（左）

専務取締役・店長 和田陽介 さん（右）

## Amazon のお客様の多さにも驚 きました

“Amazon Pay の導入で、決済比率にこんなに早く変化が起きたので、Amazon をご利用になられているお客様がいかに多いのか、という驚きがありました。実際に Amazon Pay 経由で購入されたお客様からも好評で、多くの反響を呼んでいると感じています。”

「スマホ決済のしやすさ」という目標に対して、Amazon Pay の導入で効果を得られたという匠本舗様。スマホ経由でより手軽に購入できるようになったことで、さらに多くのお客様に匠本舗の商品を楽しんでいただきたいという思いを強くされたとのこと。これからもその思いに Amazon Pay がお応えできるよう、努力してまいります。

\*データはすべてスカイネット株式会社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](https://pay.amazon.com/jp)