

Amazon Pay 導入事例： 石川商店の場合

<http://www.gokokumai.co.jp/>



導入直後、約半数のユーザーが Amazon Pay を使用
EC では快適に買い物を楽しんでいただくことが重要

「安心安全なコメづくり」をモットーに、すべて国内産の最高品質のお米・雑穀を提供することにこだわり、百貨店などへの卸業や通販も行うなど、従来の「街のお米屋さん」の枠組みにとらわれない革新的な販売戦略を展開している「石川商店」。先日開催されたネットショップ大賞 2017 で Amazon Pay 賞を受賞されています。今回は、有限会社石川商店の石川紘史氏にお話を伺いました。

石川商店は Facebook をはじめとする SNS の活用や EC サイトのリニューアルなど、米穀業界には珍しく Web マーケティングの最新トレンドを次々と取り入れています。そうした石川商店が EC サイトの運営において長らく悩んでいたことがあったと石川さんは当時を振り返ります。

Amazon Pay には注目し続けてきた

石川 "商品の閲覧から購入完了に至るまでのページ遷移先の多さ、入力する項目の多さ購入を決断してから住所や名前、電話番号を 1 から入力するのは非常に手間がかかり、結果的にカゴ落ちてしまっているのではないかという懸念がありました。今までは使用しているカラーミーショップが Amazon Pay に対応していなかったので尻込み状態でしたが Amazon Pay にはずっと注目してきました。"

カラーミーショップが Amazon Pay に今年 2 月対応開始しました。石川商店はサービス稼働開始日に導入されましたが手応えはどうだったのでしょうか。

導入後初日から脅威の利用率

ダイエット番組を中心とした TV や雑誌などのマスメディアでの露出の影響により、Amazon Pay 導入の成果だけではないようですが、Amazon Pay 導入後の石川商店の売上は前年の倍以上のペースで、順調に推移していると話してくれました。

石川 "Amazon Pay 導入初日から約半数のユーザーが Amazon Pay を利用した決済を行なうという予想以上の効果ができました。もともと石川商店は顧客の年齢層が高めということもあり現在でも代引き決済が最も利用される決済方法ですが、導入から数ヶ月たった今でも全体の約 3 割のユーザーが Amazon Pay を使用しており、決済にまつわる利便性は大きく向上したと言えます。"

そして、石川さんは Amazon Pay が持つ利便性以外のメリットがあると言います。

石川 "いまは Amazon を始めとするモールで買い物をすることが当たり前となっています。その Amazon という絶大な認知度と信頼のある企業ブランドによって、新規ユーザーでも安心して購入できるようになったことも大きなメリットでした。"

最後に、石川商店が大事にしていることをお話いただきました。

石川 "石川商店と接点を持ってくれたユーザーに高品質な米穀を提供し続けることにおいては絶対に妥協しません。そして EC においては高品質な米穀の提供に加えていかに快適に買い物を楽しんでいただくかが非常に重要で、数々の試みを続けて今日まで運営してきました。そのような中で試みの一つとして導入した Amazon Pay が予想以上の効果がでていることを嬉しく思っています。"



(有) 石川商店

取締役専務 石川 紘史 さん