

“Amazon Pay を導入した時から、定期購入での利用を希望していました。”



<http://www.meganesuper.net>

アイケアカンパニー 「メガネスーパー」のV字回復への取り組み

全国約 330 店舗（2017 年 4 月現在）を展開する「メガネスーパー」。「アイケアカンパニー」としてメガネやコンタクトレンズ等を販売するだけでなく、眼の健康寿命を延ばすための体験・ソリューションの販売にも重点を置いているそうです。そのメガネスーパーで EC 事業、オムニチャネルの推進を担当されている川添隆さまに、Amazon Pay の定期購入機能を導入した経緯やその効果について語っていただきました。

“私がメガネスーパーに入社した 2013 年から、業績の V 字回復をめざし、様々な販売手法に取り組んできました。”

自社 EC サイトの購入者にアンケートを行い、自社の強みを確認しながらサービスを組み立てたという川添さん。そのなかで、「メガネスーパー」というブランドへの信頼感を背景に、基本サービスを充実させ、EC の顧客に対しては EC ならではのサービスの追加を

検討したと言います。Web 接客やクーポンなどのツールも、導入リスクの少ないものは、まず導入してみるという考え方だったとのこと。

“Amazon Pay についても、どんなものなのか、まずは情報収集してみようと思っていましたが、デモンストレーションを見て、すぐさま導入を決意しました。”

シンプルかつ美しい、 Amazon Pay

“Amazon Pay では、自社サイトから決済サイトに遷移することなく決済が完了する、シンプルで美しい実装が可能であることに惹かれました。また、Amazon アカウント保持者が対象ですから、住所情報がより正確で、EC に対してアクティブであることも魅力的でした。ちなみに、Amazon Pay の利用率は、ゲスト購入においては 30%となっています。”

*データはすべて（株）メガネスーパー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

定期購入機能の導入により、 Amazon Pay が 10%強の 販売件数増加をもたらした

Amazon Pay の導入時には、まだ定期購入機能が実装されていなかったことを振り返って、

“当初から「Amazon Pay」をコンタクトレンズの定期販売に利用したいと考えていました。そこで Amazon Pay が定期購入に対応すると聞いて、日本で最初に導入しようと思ったわけです。”

メガネスーパー公式通販サイトでは、3 カ月分のコンタクトレンズを 3 カ月ごとにお届けする定期販売「メガネスーパー公式通販サイト コンタクト新定期便」を展開しており、一定の手ごたえを感じていたと川添さん。

まさに、待っていましたと言わんばかりに Amazon Pay の定期購入機能の導入に踏み切られました。

Amazon Pay の定期購入機能はどのようにビジネスのお役に立っているのでしょうか。

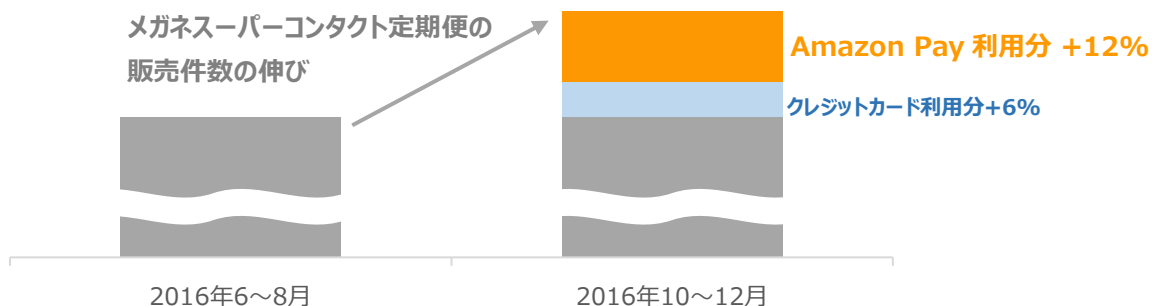


(株)メガネスーパー
デジタル・コマースグループ GM
川添 隆 さま

“Amazon Pay 定期購入機能の導入前後 3 か月を比較したところ、コンタクト定期便の販売件数は 18%増加しました。決済方法に照らして考えますと、うち 6%分の増加がクレジットカード利用によるもので、残りの 12%相当の純増は Amazon Pay 利用分だと捉えています。”

メガネスーパーさまにおいては、「Amazon Pay」の導入当初から、ゲスト購入での利用や新規会員登録時に効果を実感いただいております、それが日本初となる Amazon Pay を使った定期販売の開始へと繋がりました。

これからもメガネスーパーさまのビジネスの成長に貢献できるよう、Amazon Pay もより良いサービスの提供を目指していきます。



*データはすべて (株)メガネスーパー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