

## Amazon Pay 導入事例： Pierrot <http://pierrotshop.jp>



30～40 歳代の女性をターゲットにしたカジュアルファッションを企画・生産し、EC チャネルで販売する「Pierrot」を運営する有限会社セレクト。EC サイトへの出店からスタートし、自社サイトを構えるようになった同社が、より良い顧客体験を提供するため、自社サイトのリニューアルと同時に Amazon Pay を導入。Amazon Pay は Pierrot のどのような課題を解決したのか、また、ビジネスにどのような効果をもたらしたのかについて、Web 事業部 事業副統括／マーケティングディレクターの山ノ内智也さんにお伺いしました。

### フューチャーショップのカートシステムへの移行と同時に Amazon Pay を導入

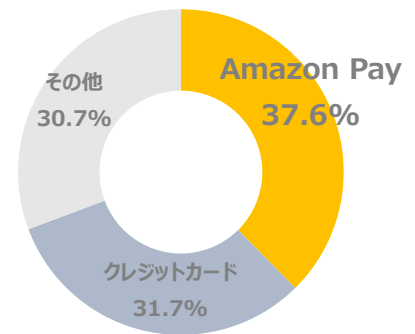
**山ノ内氏（以下敬称略）** 弊社は、当初、仕入れたレディースファッションを実店舗と EC サイトへの出店により販売していました。自社 EC サイトの運営を始める中で、自社で企画・生産するオリジナル商品に注力するようになり、自社 EC サイトのビジネスが好調になったことから、EC のみの販売に切り替えました。EC ビジネスの成長に合わせた機能の改善を図るため、カートシステムをフューチャーショップに移行することになり、その際にフューチャーショップのウェブサイトで Amazon Pay を知りました。お客様にとって決済手段のオプションが増えることはいいことですし、何よりも決済フローが簡略化されることで、カゴ落ちなどの機会損失を低減できるのではないかと考え、カートシステムの移行と同時に Amazon Pay の導入を申し込みました。

### 予感から確信、そして現実へ

導入前に、Amazon Pay により期待される効果として予感していたことが、決済テスト中に、確信に変わったと語る山ノ内さん。

**山ノ内** カートシステムの移行準備中、自分で Amazon Pay を使ってテスト決済を試みたときに、予感は確信へと変わりました。決済完了までのフローが既存のどの決済方法よりも圧倒的に短く、Amazon Pay の“簡単かつ安心して決済できる”点が、機会損失を低減するのに大きく貢献してくれると確信したのです。EC サイトでのお買い物

に対し、「お支払いしても商品が届かなかっただろうか」、「クレジットカード情報や住所など、個人情報が流出しないだろうか」といった、不安を感じられるお客様もいらっしゃいます。Amazon Pay を導入したことで、Amazon に対するお客様の信頼感が、決済のみならず、自社の EC サイト全体に対する安心感や信頼感にもつながっていると感じています。2017 年の 1 年間における Amazon Pay の利用率が、37.6%であることが分かりました。これはクレジットカードの利用率よりも高いという結果でした。



Amazon Pay の利用率は、  
支払いオプションの中で最も高い  
(2017 年 1 月～12 月累計)

## 手軽に買える価格戦略と、手軽に利用できる Amazon Pay の相性

利用率の高い Amazon Pay ですが、山ノ内さんから見た Amazon Pay の魅力は、どのような点でしょうか？



Amazon Pay 利用者の  
新規会員登録率は、80%  
(2018 年 1 月)

**山ノ内** マーケティング観点から Amazon Pay の大きな魅力を上げると、一定の条件の下、お客様からの同意を得て、EC 事業者が、お客様のメールアドレスや住所など、会員登録に必要な個人情報を受け取ることができる点にあると思います。これは、他の ID 決済サービスには見られない、Amazon Pay ならではの特長だと感じています。会員登録を希望されるお客様のアクションとしては、決済手続きの途中で、「会員登録」のチェックボックスにチェックを入れるだけです。この機能のおかげで、

Amazon Pay 利用者の新規会員登録率は 80%となっています。また、会員登録済みのお客様を対象としたマーケティング活動を通じて、Amazon Pay を利用されたお客様のリピート率が高いことがわかりました。お客様にとって、より手軽に買やすい価格設定と、手軽かつ安心して利用できる Amazon Pay の相性が良かったことも、高いリピート率の一因だと捉えています。

最後に Amazon Pay を活用した今後の展開をお聞かせください。

**山ノ内** Amazon Pay は、導入以来、順調にお客様の利用率が向上していますので、引き続き、「Pierrot には Amazon Pay という便利な決済方法もあるんですよ」といった訴求を行っていきたくと考えております。



有限会社セレクト  
事業副統括／マーケティングディレクター  
山ノ内 智也さん

\*データはすべて (有) セレクトによる自社調査結果です。