

Amazon Pay 導入事例： 愛知ドビー <http://shop.vermicular.jp>



無水調理ができる世界初の鋳物ホーロー鍋「バーミキュラ」を製造・販売する愛知ドビー株式会社。バーミキュラとIH調理器を組み合わせた「ライスポット」で高級調理家電市場にも進出した同社が、自社ECサイトに導入したAmazon Payは、どのような背景で導入され、どのような効果をもたらしたのか。代表取締役副社長の土方智晴さん、プロジェクト推進担当の川上智絵さんにお話を伺いました。

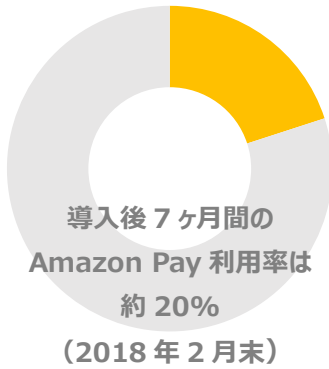
Amazon.co.jp で買い物をするように、 簡単・便利に自社ECサイトでお買い物していただきたい

土方氏（以下敬称略） バーミキュラにとって自社ECサイトは、町工場とお客様をつなぐ最も大切な、いわばフラッグシップショップです。いかに製品の特性を視覚的に理解していただくか、また、いかに楽しくバーミキュラを使っていただくかという情報を発信することに注力しています。一方で、お客様により簡単にお買い物いただける環境をご用意できているか、ということに関して課題がありました。「例えば、Amazon.co.jp など、自分がいつも利用しているECサイトのアカウントを使ってログインでき、住所やクレジットカード情報を入力しなくても、簡単に買い物ができるサービスはないか？」—そのように考え、『アマゾン ペイ』というキーワードでインターネット検索して偶然見つけたのがAmazon Pay だったのです。そして、すぐに川上に準備をするように頼んだのが、弊社がAmazon Pay を導入したきっかけでした。

Amazon Pay の導入後、すぐに利用が進んでいきました

土方さんが理想として思い描いた決済サービスが、まさにAmazon Payとして実在していたというエピソードには驚きました。では、Amazon Pay 導入後の状況はいかがでしょう？

川上 土方からの指示を受け、導入の検討を開始したのが2017年4月で、開発期間を経て、同年8月にAmazon Payの導入が完了しました。導入後、Amazon Pay マークを自社のECサイトに表示するだけで、特別なプロモーションを行わずともAmazon Payの利用が増えたことには驚きました。



また、クレジットカードを利用されていたお客様が Amazon Pay をお選びになるのではないかと予想していましたが、代引きや後払いを利用されていたお客様も Amazon Pay にシフトされていることがわかりました。Amazon Pay の導入から 7 か月間で、約 2 割のお客様に Amazon Pay でお支払いいただきました。

SNS でのお客様の反響も上々の Amazon Pay 自社 EC サイトを大切にしている EC 事業者に薦めたい

川上 弊社では、お客様の声を大切にしており、SNS での書き込みをチェックしたり、時にはお客様に直接お話を伺うケースもあります。そうした中で見つけたのが、「バーミキュラの公式 EC サイトが Amazon Pay に対応していなかったら購入を見送っていたかもしれない。」という書き込みです。Amazon Pay によってお客様にスムーズな決済方法を提供することができ、購入プロセスに入ってからのお客様の離脱率が低下していると実感しています。

土方 弊社のように、自社 EC サイトを通じて、お客様に負担をかけずに便利な購入体験を提供したいとお考えの EC 事業者さんには、Amazon Pay の導入をぜひお薦めしたいですね

Amazon Pay はアメリカ進出時にもぜひ検討したい

最後に、今後の事業展開をお聞きました。

土方 現在、スマートフォン用サイトを準備しているところです。スマホでは特に入力の手間がかかりますから、簡単に決済ができる Amazon Pay の利用も進みそうですね。また、バーミキュラ ライスポットは世界進出のための戦略商品。炊飯器としてではなく、調理器具として売り出すことを検討しています。まずはアメリカ市場への進出を目指していますので、アメリカで EC サイトを立ち上げたときにも、Amazon Pay をぜひ導入したいですね。

日本国内はもとより、アメリカ市場進出時にも、ぜひバーミキュラの普及をお手伝いさせていただきたいという思いとともに、素敵なスタジオをあとにしました。



(左から) 愛知ドビー株式会社
代表取締役副社長 土方 智晴さん、
プロジェクト推進担当 川上 智絵さん

*データはすべて愛知ドビー（株）による自社調査結果です。