



<Media Alert>

2019年10月8日

Amazon Pay、新機能「Web 接客型 Amazon Pay」の提供を開始

Amazon（所在地：東京都目黒区）は、Amazon アカウントを使った ID 決済サービス「Amazon Pay」（<http://www.amazon.co.jp/pay>）が、10月8日（火）より、お客様の快適なオンラインショッピングを支援する新機能「Web 接客型 Amazon Pay」（<http://www.amazon.co.jp/pay-cx>）の提供を開始することを発表します。

Web 接客型 Amazon Pay は、オンラインショッピングサイトにおいて新規のお客様がより少ない情報入力でお買い物ができるよう、配送先情報やクレジットカード情報の入力フォームに登場するポップアップウィンドウやチャット内などで、Amazon アカウントを使って簡単にログイン・お支払いができることをご提案する新機能です。こうした Amazon Pay による簡便な購入方法を Web 接客手法によってご案内することで、情報入力に負担を感じている Amazon アカウントをお持ちのお客様にスムーズで快適なお買い物体験をご提供します。また、オンラインショッピングサイトを運営する事業者様はこの機能を活用することで、自社サイトにおける新規のお客様の利便性を高めることができ、入力フォームの離脱率の改善が期待できます。

アマゾンジャパン合同会社 Amazon Pay 事業本部 本部長の井野川 拓也は、以下のように述べています。「この度、Web 接客型 Amazon Pay の提供を開始することができ、大変嬉しく思っております。この新機能により、初めて訪れるオンラインショッピングサイトにおいてお客様のお買い物体験がより良いものになり、その結果、自社サイトを運営される事業者様の事業の成長を支援できるものと思っております。引き続き、Amazon Pay はサービスの向上に努めてまいります。」

また、同日より、Web 接客型 Amazon Pay に対応するパートナー企業各社様は以下のようにコメントしています。

●GMO メイクショップ株式会社様 (EC プラットフォーム「MakeShop」を提供)

「Web 接客型 Amazon Pay がお客様に対して Amazon Pay による便利で簡単な決済方法をポップアップ表示で提案することにより、オンラインショップのコンバージョン率の向上が期待できると考えています。『MakeShop』は Web 接客型 Amazon Pay に対応することで、オンラインショップ運営事業者様の売上拡大を支援してまいります。」

●株式会社プレイド様 (顧客体験プラットフォーム「KARTE」を提供)

「当社は『KARTE』を通じて、より良い顧客体験(CX)を実現したいと考えており、お客様の文脈に合わせて訴求できるポップアップ機能として、今回、Web 接客型 Amazon Pay を実装しました。オンラインショッピングにおける購入時の登録など、お客様が不便を感じるタイミングに合わせた訴求により、EC 事業者様は成約率の向上を目指すことが可能になります。」

●株式会社 SUPER STUDIO 様 (EC 基幹システム「EC Force」を提供)

「お客様は決済方法を選択する時に迷われるケースが多く、カゴ落ちの原因になっています。この度、Web 接客型 Amazon Pay と弊社が開発した離脱ポップアップツールとの親和性を活かして、EC 事業者様のカゴ落ち軽減に寄与できればと考えています。」

●株式会社テモナ様 (EC プラットフォーム「サブスクストア」を提供)

「『サブスクストア』をご利用の EC 事業者様が、チャットボット『qualva』を使って Web 接客型 Amazon Pay を実装することにより、お客様は Amazon アカウントでログインするだけで購入時に必要な個人情報の入力を省くことができ、よりスムーズなお買い物が可能になります。」

●株式会社イー・エージェンシー様 (マーケティングオートメーションツール「CART RECOVERY」を提供)

「この度、Web 接客型 Amazon Pay に対応することで、これまで弊社のサービスではできなかった Amazon Pay のポップアップ表示が可能になり、カゴ落ち前にお客様へ有効なアプローチを行うことができるようになりました。今後も事業者様の売上向上に貢献できるサービスの提供を目指していきたいと思います。」

●Emotion Intelligence 株式会社様 (ウェブ接客ツール「ZenClerk」を提供)

「弊社のウェブ接客ツールは、お客様による購入やお申込みの体験をより快適なものにするサポートをしています。今回、Web 接客型 Amazon Pay に対応することにより、決済直前の煩雑なフォーム入力による離脱を低減し、EC サイト事業者様の更なる売上拡大に寄与してまいります。」

●株式会社 Sprocket 様(ウェブ接客ツール「Sprocket」を提供)

「当社は、『ツール+プロデューサー』の一連したサポート体制により、実際に店舗で触れあっているような接客体験をオンラインでも実現しています。弊社のウェブ接客ツール『Sprocket』が、Web 接客型 Amazon Pay の機能に対応することで、接客体験がより充実したものになり、購入や会員登録などのコンバージョン率をさらに向上させることができると期待しています。」

●株式会社 PROFESSY 様(チャットボット「qualva」を提供)

「Amazon Pay は事業者様から新規導入のご依頼を多くいただいております、また定期販売を行う EC サイトでも導入が増えています。さらに、Amazon Pay が導入されたスマートフォンサイトでは、お客様が数タップで簡単に決済まで進むことができ、弊社が提供するチャットボット『qualva』のユーザビリティとの親和性が高いことから、この度、Web 接客型 Amazon Pay に対応することになりました。」

<「Web 接客型 Amazon Pay」の表示例>

1. 購入方法選択画面で、「会員登録せずに購入」を選択。



2. 入力フォーム画面において、簡便な購入方法をご案内するメッセージが適切なタイミングで登場。



3. さらに、Amazon Pay による簡単な購入体験をご提案するポップアップウィンドウが登場。



1. 購入方法選択画面で、「会員登録せずに購入」を選択。



2. 入力フォーム画面において、Amazon Pay による簡便な購入方法をご提案するポップアップウィンドウが適切なタイミングで登場。



- チャット型の Web 接客ツール内でも適切なタイミングで Amazon Pay をご案内し、決済可能。



Amazon について

Amazon は 4 つの理念を指針としています。お客様を起点にすること、創造への情熱、優れた運営へのこだわり、そして長期的な発想です。カスタマーレビュー、1-Click 注文、パーソナライズされたおすすめ商品機能、Amazon プライム、フルフィルメント by Amazon(FBA)、アマゾン ウェブ サービス(AWS)、Kindle ダイレクト・パブリッシング、Kindle、Fire タブレット、Fire TV、Amazon Echo、Alexa などは、Amazon が先駆けて提供している商品やサービスです。Amazon について詳しくは Amazon Newsroom (<http://amazon-press.jp>) および Amazon ブログ (<http://blog.aboutamazon.jp>) から。

本件に関する報道関係者からのお問合せ先
アマゾンジャパン合同会社
プレス対応 Tel: 03-6367-4117
プレス対応 E-mail: press@amazon.co.jp

株式会社ブラップジャパン
Tel: 03-4580-9101
E-mail: amazon@ml.prap.co.jp