

# Amazonインセンティブ

## - 活用事例紹介 -

### 株式会社ティーバイティー

**導入タイプ：**ギフトカードオンデマンドタイプ

**導入目的：**支払手段のひとつとして

**導入背景：**査定金額の振込にかかるコストを削減しキャッシュフローを改善

**事業内容：**「ティーバイティー」は、リサイクルショップに行かなくても自宅で購入ができる、宅配買取サービス「買取王子」を運営。“詰めて、送って、ハイ入金”のキャッチフレーズで急成長中。「買取王子」の他、DVD・雑貨販売店（17店舗）、輸入雑貨店（2店舗）も運営している。

ネット宅配買取サービスの「買取王子」。広いジャンルの商品を何でも買うというスタンスで展開しており、不要になった物を極めて手軽に売ることができるのが特長だ。ネットでの申し込み後に無料で届くダンボールに、売りたい物を何でも詰めて無料で送り返すだけで代金が自動で振込みされる。宅急便の送り状も記入済みのものを業者が持ってきてくれるので手間いらずだ。Amazon ギフト券導入前の課題としては、①査定金額の振込にかかる手数料や手間をできるだけ抑えたい②査定金額の支払いサイクルをずらすという課題もあった。では実際にこういった施策を行ったのだろうか。

#### 導入背景・理由

現在「買取王子」が行っているのは、査定金額が出た際に従来ならば銀行振込で受け取ることを、Amazon ギフト券に切り替えできるサービス。ギフト券の発行は、同社のシステムに導入した Amazon の API により、顧客が査定金額を承認した瞬間に行われ、メールでギフト券のコード番号が送られる。この手軽さは採用の決め手の一つだ。ティーバイティーは、2013 年 8 月に国内で初めてこの Amazon ギフト券のオンデマンド発行を始めた企業。また同社は導入に際し、顧客に Amazon ギフト券で交換するメリットを感じさせるためのキャンペーンを始めた。まず Amazon ギフト券のオンデマンド発行を導入した時期に独自のポイント制度を始めた。

これは買取金額をすぐ受け取らずにポイントとして貯めておくことで、最大 6ヶ月まで1ヶ月ごとに1%増えていくというもの。一方、Amazon ギフト券に交換する場合は、5001ポイント以上で3%アップ、10001ポイント以上で4%アップ、30001ポイント以上で5%アップする仕組みになっている。併用すれば受け取り金額が最大で12%も上がるのだ。「1回の査定結果が例えば数十円という少額で、それを複数回に分けて申し込んでもらえるお客様が多いんです。



株式会社ティーバイティー  
ネット事業部 マネージャー  
尾関正樹氏

すると、毎回 100 円近くの振込手数料が発生するので、場合によっては買取額よりも支出額が高い状態になります。また振込業務は限られた担当者しか行えず、それを月間数千件こなしているのも、人手の面でも大変。そこで先述のキャンペーンを利用していただければ、お客様がポイントをある程度貯めてから交換するようになるので、振込回数を減らすことができます。さらに顧客が個人情報に敏感になっている昨今、そもそも銀行口座を教えたくないという顧客にアプローチできるという利点もあります」(尾関氏) また、郵便為替と代替できるのでは、という狙いもあった。郵便為替は一部の顧客から絶大な人気があった支払い方法だが、同社としては手続きが大変だった。「家計を奥様に握られている男性には、郵便為替が人気なんです。なぜなら買取金額が銀行口座に入ってしまうと奥様にバレて自分のお小遣いにならなくなってしまいますから。でも Amazon ギフト券なら、メールで届くので郵便為替と同じように奥様にバレずに便利です」(尾関氏) この層に Amazon ギフト券を導入した結果、郵便為替での支払い需要に代替できた。

**「Amazon ギフト券は、だいたいのものは買えるので現金に限りなく近い価値があります」(尾関氏)**

## 導入効果

Amazon ギフト券導入の最大ともいえる狙いが、査定金額の支払いサイクルをずらすことだという。「買取ビジネスは、従来であれば仕入れが常に先に発生するので、最初にお金が出て行ってしまいます。ですが、買取金額をいったんポイントとしてお預かりして、数ヶ月後にまとめてお支払いすることで、決済までの猶予期間が長くなり、キャッシュフローが大幅に改善されました」(尾関氏) 例えば、ポイントを 6ヶ月ためたということは、支払いが 180 日ずれるということ。現状同社の在庫回転日数は 90 日。もし顧客全員が 6ヶ月ためた場合、90 日分の回転差資金が生まれ、その半分の 50% であっても資金の先出しは不要になる。「ビジネスを大きくしようとしたときに、資金を銀行で調達すると、その分、在庫金額×数%の金利をとられます。であれば、発生が見込まれる金利分を Amazon ギフト券でもらえる差額としてお客様に還元して、支払いを先延ばししたいわけです」(尾関氏)

同社では、サービス認知にも力を入れてきた。Amazon で購入した商品に同梱されているチラシへ、出稿を繰り返した。また、Amazon ギフト券での支払いを選ぶと一番レートが良いということ、サイト上で効果的にアピールするようにしている。具体的には査定金額が出たときに、ポイントを貯めた場合の 1ヶ月ごとの金額と、Amazon ギフト券を併用したときの金額を、すべて具体的に提示しているのだ。

**「施策を始めて 2 年、銀行振込の手数料は、月間 300 万円ほど削減。キャッシュフローは大幅に改善され、現金を 1ヶ月弱分くらいはプールできるようになってきました。」**  
(尾関氏)

「Amazon ギフト券を取り入れていなければ毎月その分だけお金が出ていったことを考えると、かなり大きいですね。買取が増えても販促を絞る必要が無くなったので、今年に入ってからには特に積極的に買取活動を進めることができている。正直に申し上げると、最初は Amazon ギフト券にそんなに期待はしていなかったんです。お客様の選択率でいうと全体の 10% くらいかな? と。でも現在は利用される方の実に 4分の 1 が Amazon ギフト券を選ばれています。しかもまだまだ伸びているので、非常に需要が高いことを実感しています。Amazon 自体もサービスが日々拡充され、利便性が向上し続けているので、これからも Amazon ギフト券の存在感は強さを増していくと思いますし、相乗効果で買取王子の顧客が増えることも期待できます」(尾関氏)

## 今後の展開

現在では買い取った商品を Amazon で販売する際にも、Amazon ギフト券が活用できないか模索中だという。「例えばまとめ買いしたユーザーに Amazon ギフト券を使用したキャンペーンを実施してインセンティブを付与したいです」と尾関氏は語る。また同社では、買取ビジネス以外にもウエディングや 2 次会幹事代行サービスなど様々な事業を行っている。「今後は他サービスでも Amazon ギフト券を利用した施策を展開したいです。」

(2015年9月取材)

amazonincentives

Amazon Gift Cards Japan 株式会社  
<http://www.amazon.co.jp/amazonincentives>