

CASE  
1

# 「返品もショッピングの一部です！」 靴の試し履きができるECサイト

—アマゾン ジャパン「Javari.jp」

オンラインストアのAmazon.co.jpは、2008年11月27日より、新たにアパレルシューズとバッグを扱うショッピングサイト「Javari.jp (ジャバリ・ジェービー)」をオープンした。「試し履き」を推進し、購入しないものの返品は無料。さらに、ユーザーの検索行動に合わせたサービスを展開することで、「かゆいところに手が届く」ショッピングサイトとして好調な滑り出しを見せている。



Javari.jp トップページ

「試して買う」  
ショッピングスタイルが  
一見して分かる

## 分かりやすいフレーズで 返品の心理的ハードルを下げる

Javari.jpは2006年12月に米国法人がオープンした「Endless.com」に続き、Amazonの世界展開では2番目のシューズとバッグを専門としたウェブサイトとなる。300ブランド、3400スタイル以上の商品がそろい、翌日配達、配送料無料だ。コアターゲットは20代後半〜30代女性を想定している。

07年10月よりAmazon.co.jpでアパレル&シューズストアを運営していたが、顧客からのメールやアンケート調査で「靴は

実際に試して購入したい」「品ぞろえやサイズ、色が多いと良い」などの要望が寄せられていた。本オープンに際し、アマゾンジャパン アパレル&シューズ シニアマネージャーの太田加氏は、「米国は購入後、自分に合わないと思った商品を返品することに抵抗のない文化です。一方、日本では購入後に返品することを申し訳なく思ったり、おっくうに感じたりする人が多い。そこで返品の心理的ハードルを下げることで、インターネットショッピングでも実際に靴を試して購入できるようにしました」と語る。

Javari.jpのタイトル横には常時「何足で

も試せる 翌日お届け 送料&返品無料」というキャッチフレーズが目に入る。また、Javari.jpの利用方法をクリックすると、返品の手順が4ステップで分かりやすく記載されており、返品システムを活用した「試して買う」ショッピング方法の提案がなされている。

こうした返品についての露出は、当初のサイトからさらに改善を重ねた。「返品もショッピングの一部です。当初から返品については分かりやすく記載するように心掛けていましたが、もっと積極的に返品を活用できることを知ってもらえるよう、どのページでもタイトル横に常にメッセージを



利用ガイドでは  
返品の  
ステップを明記



分かりやすい  
カテゴリー分類で  
探しやすい



一覧性があり、  
個別の商品も  
色々な角度、  
倍率で見られる

検討結果が上に  
表示され、  
比較しやすい



発信しています」と太田氏。実際に、現在の記載になってから、返品を活用して試し履きしてから商品を購入する顧客も増えているという。

## 3400種類以上から 欲しい1足が見付かる工夫

ほかにも、Javari.jpではユーザーの使いやすさを追求した工夫を随所に凝らしている。3400種類以上の商品から自分に合った商品をよりスムーズに探せるように、カテゴリーを分類し、分かりやすい記述を心掛けた。また季節に合った商品やトレンドを訴求しているほか、ヒールや色味など、

複数の条件を同時に組み合わせた検索や、複数のカテゴリーやブランドを選択した複合検索も可能だ。こうした検索条件は保存することもできる。さらに、商品詳細ページでは検索結果が常に表示されるため、ユーザーは前画面に戻る必要がない。そのほか、すべての商品で7種類の角度から画像を見ることができ、ズームによる拡大も可能。ユーザーは商品の素材、裏地、装飾など細かい部分までインターネットで見ることができる。画像についても、すべての商品を同じ角度で撮影しており、見やすさを追求している。

現在でも、サイトの改善は日々のオペレ

ーション同様に継続して行っている。「靴幅を知りたいというお客さまも多かったので、現在は靴幅に関するデータを収集・掲載しています。最終的には、「靴と言えバ Javari.jp」と言われるようにしていきたい。品ぞろえの拡充など、ベーシックな部分のサイト構築はこれまで同様に推進していきます。また、アソシエイトプログラムによる認知強化やカスタマーレビューなども導入していきたいですね(太田氏)。失敗したくないというユーザーの心理をくみ取ったインターネットショッピングの提案は同様のニーズがある商品にとっても参考になるはずだ。