



<Media Alert>

2016年3月25日

Amazon「マケプレ当日お急ぎ便」「マケプレお急ぎ便」の配送サービスを強化 ～ “お届け日”を注文時に明確に表示し、注文確定時間をカウントダウン形式でお知らせ ～

総合オンラインストア Amazon.co.jp (以下、Amazon)では、本日3月25日(金)より、出品サービス「Amazon マーケットプレイス」の販売事業者が配送する「マケプレ当日お急ぎ便」および「マケプレお急ぎ便」のサービスを強化し、対象商品のお届け日および注文確定時間を明確に表示します。

今まで、販売事業者が配送する「マケプレ当日お急ぎ便」および「マケプレお急ぎ便」の商品については、通常、注文当日から翌日までの“お届け予定日”の表示となっていました。

今回のサービス強化により、「マケプレ当日お急ぎ便」および「マケプレお急ぎ便」を利用した一部の対象商品は、実際の“お届け日”を注文時に明確に表示します。これに伴い、対象商品については、“お届け日”から逆算した最終注文確定時間に対する残り時間がカウントダウン形式で表示されるようになります。さらに、殆どの対象商品の配送状況を追跡することが可能であり、お客様にとって配送サービスにおける利便性がより高まります。

この配送サービスの強化は、アメリカ、ドイツ、イギリスに次いで、日本が4カ国目となります。

Amazonは「地球上で最も豊富な品揃え」「地球上で最もお客様を大切にしている企業であること」というビジョンのもと、今後もお客様のさらなる利便性を追求し、販売事業者とともにサービスの強化に努めてまいります。

The image shows a side-by-side comparison of a product listing for a red Keral bag. On the left, the listing shows a standard delivery date of '2/20 土曜日' (Saturday, Feb 20) for 'マケプレお急ぎ便' (Make Pre Express). On the right, the listing is updated to show a specific delivery date of '2/20 土曜日' and a countdown timer: '残り1点 ご注文はお早めに 在庫状況について' (Only 1 item left, order early to check stock status). A red box highlights the new delivery date and the countdown timer.

従来の「マケプレ当日お急ぎ便」および「マケプレお急ぎ便」における“お届け予定日”の表示

サービス強化された「マケプレ当日お急ぎ便」および「マケプレお急ぎ便」における“お届け日”と“注文確定時間”の表示



<概要>

サービス開始日: 2016年3月25日(金)

サービス概要: 対象商品につき、出品サービス「Amazonマーケットプレイス」の販売事業者が配送する「マケプレ当日お急ぎ便」および「マケプレお急ぎ便」のサービスを強化

- 注文時に“お届け日”を明確に表示
- “お届け日”から逆算した最終注文確定時間に対する残り時間をカウントダウン形式で表示
- 殆どの対象商品の配送状況を追跡することが可能

<Amazonマーケットプレイスについて>

「Amazon マーケットプレイス」は、Amazon のビジョンである「地球上でもっともお客様を大切にすること」、「地球上でもっとも豊富な品揃えを提供すること」を追求して品揃えの強化を実現していくための重要なプログラムです。2000年11月にAmazon.comでのサービスを開始し、日本では2002年にAmazon.co.jpでのサービスをローンチしました。2007年には法人の販売事業者様による商品販売サービス「マーチャント@amazon.co.jp」も導入し、現在、「Amazon マーケットプレイス」を通じて多くの販売事業者様に多様な商品をリスティングいただいています。

また、「Amazon マーケットプレイス」は、2つのコンセプトをあわせもっています。1つは、Amazonで商品を購入するお客様のために、「Amazon マーケットプレイス」を通じてより多くの選択肢を提供できるということで、利便性も重視しています。Amazonでは、1つの商品に関する複数のリスティングが1ページの商品詳細ページに集約されているため、お客様はその1ページを見るだけで、商品価格、配送料、納期など、ほしいものに関する条件を簡単に比較でき、ほしいものを、最も買いやすい条件で、簡単に探すことができます。そしてもう1つのコンセプトは、「Amazon マーケットプレイス」に参加する販売事業者様のために、Amazon.co.jpの集客力、マーケティング技術力、販売力を提供するということです。販売事業者様には商品をリスティングいただくだけで、Amazonの信頼性の高いテクニカルサポート、販促マーケティングやカスタマーサービスなどのビジネスサポートを、自社商品のEC販売にオールインワンの料金プランでご利用いただけます。商品紹介ページの作成から代金回収まで、そして、SEOやSEM対策からレコメンド機能、アソシエイト・プログラムやメールマガジン配信など、通常は手間と費用がかかる複雑な販促活動はAmazonがサポートするため、商品の品揃えの拡充とリスティングの強化に集中していただくのみで、Amazonでのビジネス拡大を推進していただけます。より多くの販売事業者様に「Amazon マーケットプレイス」で商品を販売いただくことにより、Amazonはより豊富な品揃えを実現することができます。

Amazonについて

Amazonは、1995年7月にWorld Wide Web上でスタートしました。Amazonは4つの理念を指針としています。競合他社ではなく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 Phone、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。

本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先

アマゾン ジャパン株式会社

プレス対応Tel: 03-6367-4117

プレス対応E-mail: press@amazon.co.jp

株式会社プラップジャパン

Tel: 03-4580-9101

E-mail: pr-amazon@ml.prap.co.jp