



## CASE STUDY

## 004

購入単価もCVRも向上  
流行る前から導入して、  
期待以上に反響あり。

株式会社アンジェラックス

## 課題

なるべく多くの決済方法を  
揃えたい。  
海外同様日本でもBNPLが  
バズると思い、早期導入で  
恩恵を受けたい。



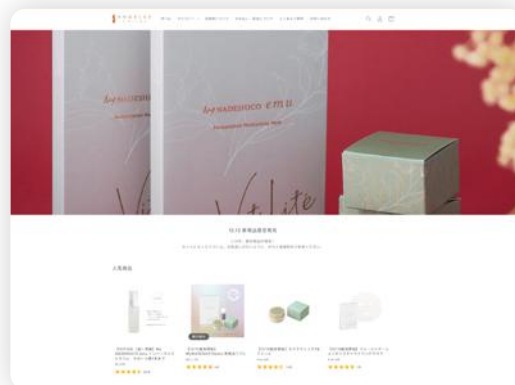
## 成果

購入単価が向上。  
CVRは14%アップ。  
2,000円引きクーポン(先着50名)も  
期待以上に好評。

西洋医学に基づく最先端のスキンケアに、オリジナルの『大和撫子美容法®』を融合。肌質改善スキンケア体験やエイジングケアを得意とするアンジェラックス。海外でブームのBNPLをアーリーアダプターとして先行導入することでプロモーションの恩恵を受けることもご期待いただき、Smartpayを導入いただきました。

## タイミングよく届いた営業メールで、クレカ型BNPLを知った。

「もともと、支払い方法としてはなるべくいろんな種類を揃えたいと考えていました。後払い市場が海外でバズっていて、いずれ日本でも波が来ると思っていたところ、PaidyがAmazonに入ったことでさらに強い実感になりました。」そして、Paidyの導入準備をしている時に、Smartpayから営業メールが届いたそうです。「サイトを見たら、Paidyと全然違っていました。自分だったら、買い物をする時にはクレジットカードで自動払いを選ぶだろうから、Smartpayにしたいと考えました。」手数料を少し多めに取られても、分割払いをすることによってCVR（コンバージョン率）と客単価が上がるという説明は理にかなっていると思っただき、迷いはなかったそうです。



<ANGELUXのWEB SITE>

## BNPLを先取り導入。その結果は...

導入までスムーズにご興味いただけたことはとてもよくわかりました。きっとご縁なのでしょう。タイミングも良かったようで...では、肝心の導入後の話に移りましょう。どうだったのでしょうか？実際に導入効果は出たのでしょうか？

「導入後、次のようにしっかり数字に表れました。

- 1) 通常15,000-16,000円の購入単価が、Smartpay経由だと25,000円くらいになっています。
- 2) 導入前後を比較すると、CVR（コンバージョン率）が14%上がっていました。
- 3) Smartpayの2,000円引きクーポン（先着50名）も24時間以内に終わるといって、社内での期待以上の大反響でした。

期待以上の良い反響です。」このように効果が見えるとSmartpayとしても、自信がもてます。



## Smartpayのここが魅力

まず、お客様視点で見たときに、一度登録すればチェックアウトが早く、UI/UXも良いので使いやすいと思います。加盟店も、Smartpayも、消費者もWin-Win-Winという説明でしたが、確かにビジネスモデルが理にかなっています。さらに、加盟店側の視点としては、三井住友銀行の資本が入っていることも安心材料です。導入していないお店が一部のお客様に敬遠されるといった、PayPayくらいのサービスになるポテンシャルもあると思っています。今後期待する改善は、ダッシュボードへの機能を追加していただきたい。お客様の名前が表示されたり、何回目の決済かが表示されると、よりデータに紐付けてビジネス活用ができますし。

手前味噌になるのですが、このように当社営業スタッフをお褒めいただくことがよくあります。本当にありがたいことです。どんな営業が見てみたいという冷やかしくでも歓迎です。ぜひ、お声がけください。インタビュー時にいただいた改善点についても社内検討を進めております。より、データと繋げてビジネス活用いただけるよう私たちも前向きに対応を進めいく所存です。

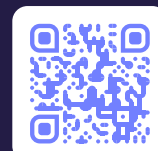


クレカが使える  
BNPL

手数料無料の  
3分割払い

三井住友銀行  
がパートナー

分割払いで  
CVR 向上



お問い合わせは  
こちらから