



## CASE STUDY

## 007

後払い決済の平均購入単価は他決済手段より1.8倍高額。リアル店舗のような快適体験でEC売り上げ3倍増を狙う

J'aDoRe JUN ONLINE



株式会社ジュン ジャドール事業部  
Web集客リーダー

**乾 新平 様**

Webマーケティングリサーチ会社、Web広告代理店を経て、2021年9月よりジュンに入社。主に自社EC「J'aDoRe JUN ONLINE」の集客状況の分析や、集客戦略の立案、各ブランドの集客サポートなどを担当。



株式会社ジュン ジャドール事業部  
運営リーダー

**大館 聡 様**

アパレル関連の会社を数社経た後、2019年にジュンに入社。新規事業に携わったのち、現在は自社EC「J'aDoRe JUN ONLINE」の運営を担当。

1958年に創業した株式会社ジュンは、レディース・メンズのファッション製品全般の企画・製造・販売に始まり、ゴルフ場やレストラン、ワイナリーの経営など、さまざまな事業をおこなっています。

創業以来、各分野で先駆的なプロジェクトを次々と立ち上げてきた同社は、各事業を横断した公式EC「J'aDoRe JUN ONLINE」を2013年にオープンしました。

今回は、J'aDoRe JUN ONLINEがECサイトでの顧客体験の向上のために行っている施策や、後払い決済サービス「Smartpay」を選んだ理由について、株式会社ジュンのジャドール事業部でWeb集客リーダーを務める乾新平さんと、運営リーダーを務める大館聡さんにお話を伺いました。

## 株式会社ジュン

株式会社ジュンは、レディース・メンズのファッション製品全般の企画・製造・販売に始まり、ゴルフ場やレストラン、ワイナリーの経営など多岐にわたる事業を展開。J'aDoRe JUN ONLINEは自社ECサイトで、主にファッション製品を取り扱う。

## ECは多岐にわたる事業のハブとしても機能

— 株式会社ジュンは1958年創業。60年以上の歴史のある企業ですね。多くのリアル店舗を運営していらっしゃいますが、リアル店舗と自社ECの位置づけの違いはどんなところにあるのでしょうか。

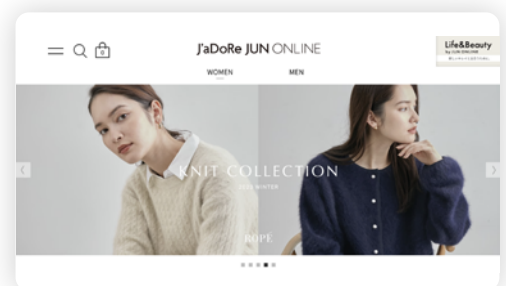
大館さん（以下敬称略）：現在、弊社にはファッションブランドが25ブランドあり、リアル店舗が全国に340店舗以上あります。リアル店舗は、内外装も含めて各ブランドの世界観を伝えたり、お客様とフィジカルにコミュニケーションをとれる場所と位置づけています。

自社EC「J'aDoRe JUN ONLINE」は、2013年にオープンしました。ECは各事業のハブとして、多くのアイテムと情報をお客様に提供する場所ととらえています。

乾さん（以下敬称略）：例えばリアル店舗においては「モノを触ることができる」点を強みに、顧客向けの先行予約品の受注会などをおこなっています。

ECにおいては「モノを触ることができない」ハードルを越えるため、有人チャットでの丁寧な接客を導入したほか、レビュー（クチコミ）、サイズ診断など、お客様の疑問を解消したり不安を取り除いて差し上げられる機能を取り入れています。

リアル店舗とECの売り上げは、現在、7対3くらいの割合となっています。



## 有人チャットの丁寧な接客で満足度90%に

— コロナ禍を経ての顧客の購買行動に変化は見られましたか？

乾：コロナ禍においては、事業全体の売りに占めるECの比率がぐっと上がりました。最近では、ECからリアル店舗への回帰を感じています。

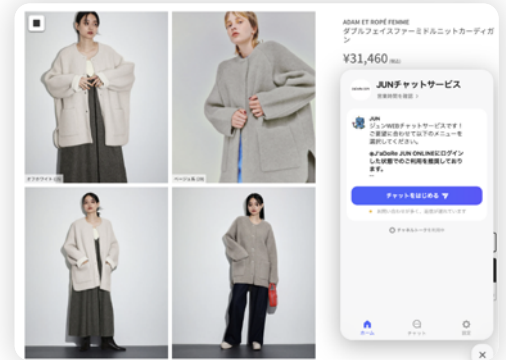
今後はECでどこにいてもリアル店舗と同じようにお買い物ができる体験を作り出すことで、モノを触ることができないハードルをもっと下げていきたいと考えています。

— 有人チャットによる接客のお客様からの評価がとても高いそうですね。

乾：ウェブカスタマーサービス（WCS）と呼んでいるのですが、**お客様に対応するチームメンバー約13名がすべて、リアル店舗で長年、接客を経験しているベテランの販売員である**という点が最大の特徴です。

店舗でスキルを積んできたメンバーばかりなので、お客様からのご相談にチャットで的確にお答えして不安を解消して差し上げたり、希望の商品をご案内することができています。さらに、商品の画像を組み合わせた簡単なコーディネート提案をつけて回答することもあります。

結果、**WCSを使用したお客様の満足度は90%に達し、高い購買決定率を誇っています**。今後は、各ブランド側からもより情報を仕入れる体制を整えて、クオリティをさらに上げていきたいと考えています。



## Smartpayは他の決済手段より明らかに平均決済単価が高い

— ECを始められて10年で、お客様の決済手段にどのような変化がありましたか。

乾：依然としてクレジットカードの割合が最多ではあるのですが、徐々にその割合は下がってきています。一方、**Smartpayを始めとしたさまざまな決済手段が増えてきて、少しずつ利用者が増えてきている実感があります**。お客様が支払いたい方法が多様化してきたのだと分析しています。

— Smartpayは、どのようなお客様に使われていますか。

乾：**Smartpayは、他の決済手段より明らかに平均決済単価が高いことが特徴です**。Smartpayの平均購入単価は1万6000円程度。他決済手段の平均購入単価は9000円程度ですから、1.8倍近く高いですね。

大館：ここから読み取れることは、特に高単価の商品を購入する際によく使っていただいているのではないかとことです。**単価が高いから分割で買いたい、けれど手数料は払いたくないというお客様のニーズに合っている**と考えています。

乾：ファッション感度の高い方向けの高単価ブランドとして『ADAM ET ROPÉ (アダム エ ロペ)』がありますが、シェアはそれなりの規模があるので、手数料無料で分割払いできるということがとても訴求ポイントになるとブランド側とも話しています。



## 将来への展望とこれからの取り組み

— 今後の展望や取り組んでいきたいことを教えてください。

大館：「J'aDoRe JUN ONLINE」のシェアを3倍にするという目標を掲げています。まずは新しいユーザーの獲得や既存ユーザーの利便性向上に力を入れようと、ユーザーインターフェースの改善を始めとして、もっと使い勝手をよくしようというプロジェクトが多く走っています。

何が使いやすく何が使いづらいかはユーザーによって違いますので、多くのお客様からいただいているご意見にひとつひとつ、目を通して検討しています。

また、「J'aDoRe JUN ONLINE」でしか買えない商品も拡充して、魅力を高めていくつもりです。

決済に関しても、Smartpayの「オンサイトメッセージング」(OSM)を導入したり、高単価ブランドの顧客への個別の訴求などを通じて後払い決済のシェアを高め、EC全体の購買単価を引き上げていきたいと考えています。



J'aDoRe JUN ONLINEは2023年10月で10周年を迎えました。2023年10月より、10周年企画や素敵なプレゼントキャンペーンを続々展開中です。ぜひ「J'aDoRe JUN ONLINE 10th Anniversary」をご覧ください。

[JUN Co.,LTD. | ジュングループ公式サイト](#)

[J'aDoRe JUN ONLINE \(ジャドール ジュン オンライン\)](#)

[J'aDoRe JUN ONLINE 10th Anniversary](#)



### 後払い決済を「Smartpay」で実現しませんか？

Smartpay では、手数料無料で3回の分割払いができる後払い決済サービスを提供しています。

日本で初めて、利息や手数料が一切かからないオールインワン型の支払い体験を実現する、BNPL型支払いソリューションを提供し、消費者の抱えていた決済体験における問題解消と、事業者のコンバージョン率の向上に貢献しています。

実際に、Smartpay をご利用のお客様は、カート利用者の平均注文数を高め、購入単価を平均40%増加させています。

後払い決済を導入することで、決済体験の向上、売上の向上、新規顧客の獲得を同時に実現ができます。さらに詳しく知りたい方は、お気軽にお問い合わせください。



導入について相談する

株式会社Smartpay 〒105-0003 東京都港区西新橋 2-19-5 カザマビル6階