

# カートリカバリー管理画面と実際の売上との違い

## 【カラーミーショップをご利用の場合】

# 目次

- P3 課金体系について
- P4 「アプリ利用料金明細」の対象期間について
- P5 カートリカバリーのCVカウント方法
- P7 管理画面:レポート上部と下部の金額の違い
- P9 管理画面:同じ商品IDでサイズ違い等を登録している場合
- P12 参考:Google Analyticsとの計測の違い
- P13 参考:レポートの数値の定義について
- P14 注意点1. リカバリー額に反映されないケース
- P15 注意点2. カートリカバリーのCVの注意点
- P16 注意点3. 解約をした場合
- P17 FAQ

# 課金体系について

請求対象は、「**リカバリー額**」の**3%**になります。



請求は、管理画面に表示される 当月分(当月1日～当月末日までの期間)の「リカバリー額(①)」の3%になります。

※カラーミーショップの仕組み上、請求金額が100円未満の場合は請求はいたしません。

そのため、リカバリー額が3,333円以下の場合、請求は発生しません。

リカバリー額3,334円以上から、請求が発生します。

# 「アプリ利用料金明細」の対象期間について

カラーミーショップアプリストアにログイン後「アプリ利用料金明細」にて、請求金額を確認することができます。



利用中のアプリ一覧

アプリ利用料金明細

ログアウト

対象年月	アプリ名	料金プラン名	課金形式	対象期間	支払日	利用料金（税込）
2021年02月	CART RECOVERY（カートリカバリー）	スタンダードプラン	後払い	2021/01/10～ 2021/02/09	2021/03/31	■ 円

「アプリ利用料金明細」に記載されている「対象期間（10日～翌9日）」は、カラーミーショップ側の期間となりますが、カートリカバリーでは、月初～月末までのリカバリー額が対象となります。

例)

アプリ利用料金明細の対象期間「2021/01/10～2021/02/09」に表示される利用料金は、カートリカバリー管理画面の「2021/01/01～2021/01/31」のリカバリー額の3%を表示しています。

# カートリカバリーのCVカウント方法(1)

■カートリカバリーのCVとしてカウントする「**リカバリー額**」は「**カゴ落ちメールをクリックして購入された金額**」となります。

①計測期間は、**クリックしてから30日間**です。

例)カゴ落ちメールをクリック後、翌日購入 ⇒**カウント**

例)カゴ落ちメールをクリック後、翌日カゴ落ちメール以外のメルマガをクリックして購入 ⇒**カウント**

例)カゴ落ちメールを開封し、翌日カゴ落ちメール以外のメルマガをクリックし購入した場合 ⇒**カウントされません**

※カゴ落ちを開封しただけでは対象にはなりません。

②計測対象となるURLは、「**商品を確認するボタン**」から遷移する商品詳細ページと、「**クリック計測対象ドメイン**」に設定されているURLのみです。



A screenshot of a web interface for 'リカバリー設定' (Recovery Settings). The top navigation bar includes 'リカバリーレポート', 'カート内トレンド', 'リカバリー設定', '設置タグ', and 'ヘルプセンター'. The main content area is titled 'リカバリーメール' and has a sub-section 'メール基本設定'. Below this is a 'メールテンプレート基本設定' section with fields for '差出人情報', '購読解除完了URL', 'カートURL', and 'クリック計測対象ドメイン'. The 'クリック計測対象ドメイン' field is highlighted with a red box and contains the value 'eagency.shop-pro.jp'. To the left of the settings is a vertical timeline titled 'カート放棄後' (After cart abandonment) with markers for 15分, 30分, and 1時間.

※クリック計測対象ドメインの詳細は、下記リンクの動画にて解説しています。  
[https://youtu.be/J9hoFD\\_c8E0?t=350](https://youtu.be/J9hoFD_c8E0?t=350)

## カートリカバリーのCVカウント方法(2)

### ③ 1回のクリックにつき1回のみカウントします。

例)カゴ落ちメールをクリックしてCV ⇒1カウント

その後、同じカゴ落ちメールを再度クリックして新たにCV ⇒1カウント

例)カゴ落ちメールをクリックしてCV ⇒1カウント

その後、カゴ落ちメールはクリックせずに再度購入 ⇒カウントされません

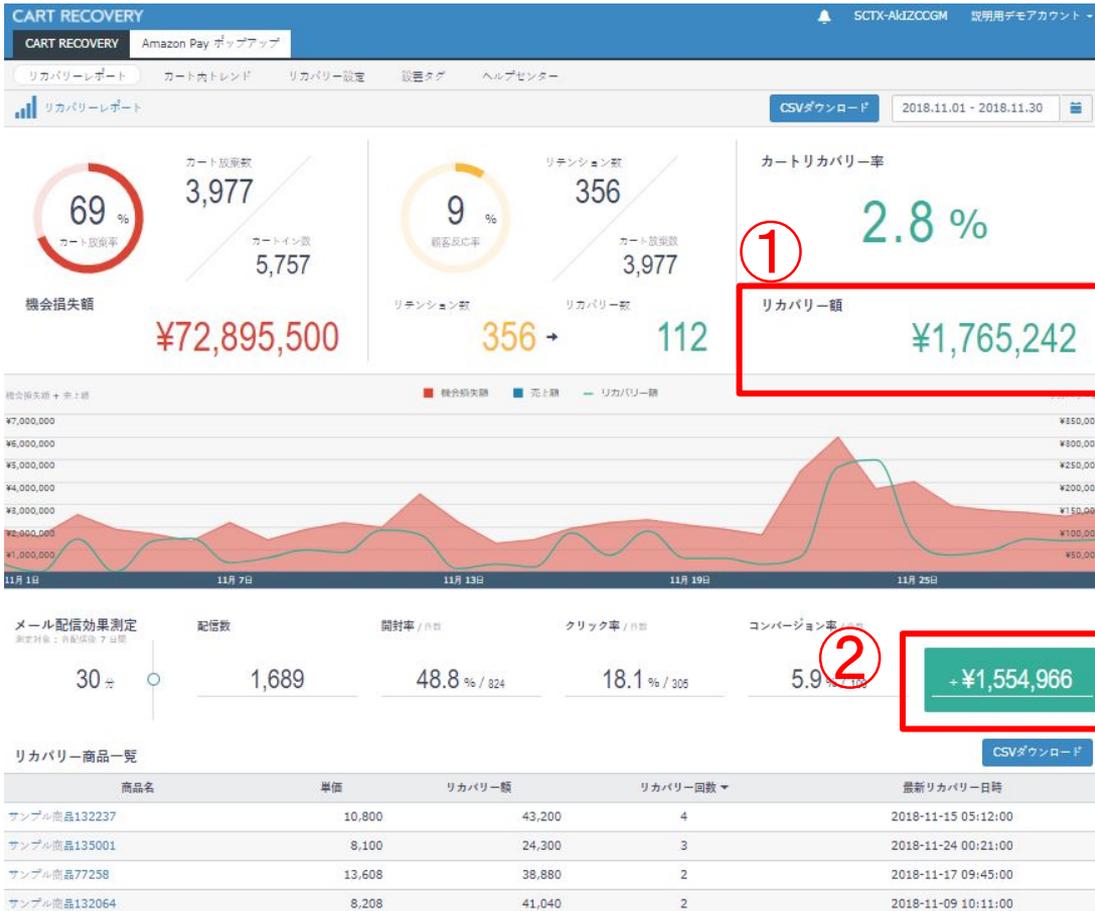
### ④ カゴ落ちした商品とは別の商品を購入した場合も、CVとカウントします。

例)「商品A」をカゴ落ち後、カゴ落ちメールをクリックし、「商品B」を購入 ⇒1カウント

### ⑤ リカバリー額は、税込価格で集計されます。

※アプリ連携を行っているため、レポート内の金額表示は全て「税込価格」となります。

# 管理画面: レポート上部と下部の金額の違い(1)



レポート上部のリカバリー額(①)は  
 「カゴ落ちメールをクリック後、購入された金額」  
 ⇒計測期間: クリック後 30日間  
 ⇒レポート反映日: 実際に CVが発生した日

レポート下部の金額(②)は  
 「カゴ落ちメールをクリック後、購入された金額」  
 ⇒計測期間: メール配信後 7日間  
 ⇒レポート反映日: メールが 配信された日

## 管理画面: レポート上部と下部の金額の違い(2)

<例>管理画面右上の期間を「2020.12.25 - 2020.12.31」とした場合

1) 12月26日にカゴ落ちメールが配信されて、1月1日にクリック後、購入した場合:

レポート**上部**の「リテンション数」「リカバリー数」や「リカバリー額」には反映されませんが、  
レポート**下部**の「メール配信効果測定」の「クリック率」「コンバージョン率」や「リカバリー額」には反映されます。

2) 12月24日にカゴ落ちメールが配信されて、12月25日にクリック後、同日に購入した場合:

レポート**上部**の「リテンション数」「リカバリー数」や「リカバリー額」には反映されますが、  
レポート**下部**の「メール配信効果測定」の「クリック率」「コンバージョン率」や「リカバリー額」には反映されません。

※「メール配信効果測定」につきまして

「メール配信効果測定」では、期間内に配信したカゴ落ちメールに対して、  
何件の開封数、クリック数、CVが発生したか、表示しています。

例) 表示期間を～2020.12.31とした場合のメール配信効果測定の表示

2020.12.31 カゴ落ちメール配信

2021.01.01 配信数がレポートに反映

2021.01.02 2020.12.31に配信したカゴ落ちメールをクリック・CV

2021.01.03 クリック・CVが**2020.12.31**のレポートに反映

なお、レポート上部の「リカバリーレポート」については、  
クリック(リテンション)、コンバージョンがあった日 (**2020.01.02**) でカウントします。

※ヘルプセンター: <https://www.submit.ne.jp/cartrecovery/helpcenter/manual/report>

# 管理画面：同じ商品IDでサイズ違い等を登録している場合(1)

同じ商品IDで、サイズや色違いの商品を登録している場合の、レポートの表示について解説します。

▼例) 同じ商品IDでサイズ違いの場合について(次ページに続きます)

ホーム > 初期カテゴリ

デモ商品1



デモ商品 1

デモ商品1

販売価格	1,782円(税162円)
サイズ	<div style="border: 1px solid red; padding: 2px;">S S M L XX</div>
購入数	

カートに入れる

※このケースはカラーミーの「商品登録>商品編集>オプション情報」にて色、サイズなどを登録している場合に該当します。

オプション情報 (色、サイズ等) 閉じる ▲

オプション設定

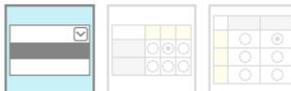
	オプション名	項目
オプション1	サイズ	S × M ×
オプション2	例: サイズ	例: S, M, L,

オプション一覧

CSVダウンロード 一括入力を開く

ID	項目	型番	在庫数	適正在庫数	販売価格	会員価格
1000718877	S				円	円
1000718878	M				円	円

オプション表示形式



プルダウン形式

表形式

表形式

オプションの種別がオプション(1)設定

※ 表形式の場合、オプション項目が多いとショップの表示が崩れる場合があります。

全商品のオプション表示形式を上記設定に変更する

オプションを2つ以上設定したい方はこちら(価格変更はできません)

# 管理画面：同じ商品IDでサイズ違い等を登録している場合(2)

同じ商品IDでサイズ違いの商品を、2点 **カゴ落ち**した場合(Sサイズ、Mサイズ)、カート内トレンド、カゴ落ちメールでの表示は下記となります。

カート内の未購入商品リスト

買い物中

①「カート内トレンド」では、商品IDを参照しているため、1点としてカウントします

未購入商品

デモ商品1

Windows 10 Chrome 最終閲覧ページ <https://eagency.shop-pro.jp/cart/#/basket>

1分

お買い忘れはございませんか？

いつも当社サイトをご愛顧いただき、誠にありがとうございます。  
お客様のショッピングカートに以下の商品がございました。  
ぜひご検討くださいませ。

デモ商品 1

デモ商品1

¥1,782

商品を確認する

②カゴ落ちメールも、商品IDを参照しているため、1点として掲載されます

※既に購入済み、またはショッピングカートから商品を削除いただいた場合でも、本メール  
が掲載される場合がございます。

# 管理画面：同じ商品IDでサイズ違い等を登録している場合(3)



同じ商品IDでサイズ違いの商品を  
2点購入した場合(Sサイズ、Mサイズ)のレ  
 ポート画面は下記となります。

例)  
 商品ID: 100  
 価格 : 1,782円  
 Sサイズ、Mサイズ 計2点を購入

<リカバリーレポート>  
 リカバリー数: 1  
 (ユーザー単位で購入回数をカウント)  
 リカバリー額: 3,564円  
 (2点分の購入額)

<リカバリー商品一覧>  
 リカバリー額: 1,782円  
 (単価)  
 リカバリー回数: 1  
 (ユーザー単位で購入回数をカウント)



リカバリー商品一覧 (CSVダウンロード)

商品名	単価	リカバリー額	リカバリー回数	最新リカバリー日時
デモ商品 1	1,782	1,782	1	2021-03-25 18:50:41

## 参考: Google Analyticsとの計測の違い

カートリカバリーとGoogle Analyticsでは、計測方法が異なります。  
Google Analyticsをご利用されている場合は、ご確認ください。

---

▼Google Analytics はラストクリック計測、  
カートリカバリーは、メールクリックから30日間の計測

---

例えば以下の場合、Google AnalyticsではメルマガのCVとしてカウント されますが、  
カートリカバリーの管理画面では、カゴ落ちメールのCVとしてカウント されます。

例:カゴ落ちメールを受信:

1/5 カゴ落ちメールをクリック →CVせずに離脱

1/6 メルマガ(カゴ落ちメール以外)をクリック →CV

---

# 参考: レポートの数値の定義について



メール配信効果測定 (測定対象: 全配信後 7 日可)

15分 | 配信数 2 | 開封率 / 件数 50% / 1 | クリック率 / 件数 50% / 1 | コンバージョン率 / 件数 50% / 1

リカバリー商品一覧 (CSVダウンロード)

商品名	② 単価	リカバリー額	③ リカバリー回数	最新リカバリー日時
デモ商品 1	1,782	1,782	1	2021-03-25 18:50:41

## ▼「リカバリー商品一覧」の「単価②」について

「リカバリー商品一覧」の「単価②」は、マスターデータを参照しているため、セールなどで価格が変わると、最新の価格で上書きされます。

## ▼「リカバリー商品一覧」の「単価②×リカバリー回数③」の価格と、レポート上部の「リカバリー額①」が一致しない理由

「リカバリー商品一覧」の「リカバリー回数③」には、購入された個数ではなく、リカバリー(受注)された回数が表示されています。

例えば、1回の受注で同じ商品を2つ購入した場合「リカバリー回数③」は「1」でカウントされます。

そのため、「リカバリー商品一覧」で「単価②×リカバリー回数③」を計算した価格と、レポート上部の「リカバリー額①」は一致しません。

※「リカバリー商品一覧」では、どの商品が何回リカバリーされたかを、参考にしていただければと思います。

## 注意点1. リカバリー額に反映されないケース

リカバリー額は「CVデータ収集タグ」のpriceパラメータで取得した値でカウントしています。

※タグは、アプリストアと連携して自動で設置されます。

そのため、下記3点のケースは、リカバリー額には反映されません。

### ①送料

送料はタグで取得していないため、リカバリー額にはカウントされません。

### ②キャンセルされた商品情報

一度リカバリーとしてカウントされたCVが、キャンセルとなっても、カートリカバリー上で取り消すことができません。  
そのため、リカバリー額に含まれたままとなります。

### ③カートページでの割引

カートページで、ポイントやクーポン等で割引を行った場合でも、サイト自体に商品として登録されている価格(販売価格)で、リカバリー額がカウントされます。  
そのため、カートページでの割引は、リカバリー額にはカウントされません。

※管理画面の表示の違いについて

カラーミー管理画面: クーポンで割引された価格で、売上が計上されます。

カートリカバリー管理画面: 販売価格の価格で計上されます。クーポンで引いた価格は反映されません。

なお、販売価格自体を割引した場合は、その割引された価格で、リカバリー額がカウントされます。

## 注意点2. カートリカバリーのCVの注意点

カートリカバリーは、アプリをインストールし、弊社にてアカウント発行をすると、**サイトにJavaScriptタグが自動で設置されます。**

JavaScriptタグの仕様上、全てのCVを取得できないことがあります。  
取得できない時に考えられることは、例えば、下記のようなパターンです。

<取得できない時に考えられるパターン>

**CV後、カートリカバリーへの通信が完了する前にページを離れてしまった場合**

→カートリカバリーは、JavaScriptにて通信を行っているため、  
ブラウザの操作のタイミングによっては、情報が正しく取得できない場合があります。

## 注意点3. 解約をした場合

請求対象になる期間は、基本的に 1ヵ月間(1日～末日)ですが、  
月の途中で解約をした場合、アンインストールをするまでの期間に発生した リカバリー額の3%を請求します。

## FAQ

Q.カゴ落ちメール経由でサイトに再来訪して、クレジット決済で購入した場合、どのような請求になりますか？

カゴ落ちメールをクリック後、クレジット決済で購入をすると、カートリカバリー側での課金(リカバリー額の3%)と、クレジット会社側での決済手数料が発生します。

ご不明な点がある場合は、  
下記カートリカバリー サポート宛までご連絡ください。

[cart\\_recovery\\_support@dragon.jp](mailto:cart_recovery_support@dragon.jp)