

PRESS RELEASE

株式会社 アイ・エム・プレス
I. M. press, Inc
2012年10月25日



「【生活者に聞く!】通信販売における返品経験について」

通販利用者の約2割が商品を返品。

「返品を考えたがやめた」人はその後の通販利用に変化が。

詳細は月刊『アイ・エム・プレス』 Vol.198(2012年11月号)誌上で!

株式会社アイ・エム・プレス（東京都文京区）は、月刊『アイ・エム・プレス』の連載「生活者に聞く!」（調査主体：(株)アイ・エム・プレス／調査協力：(株)ドウ・ハウス）において、通信販売における返品経験について調査しました。同調査結果のダイジェストをお届けします。

<調査の概要>

調査期間：2012年9月18日(火)～20日(木)
調査方法：(株)ドウ・ハウス myアンケート
調査対象：20～60代の男女

サンプル数：1,113
調査主体：(株)アイ・エム・プレス
調査協力：(株)ドウ・ハウス

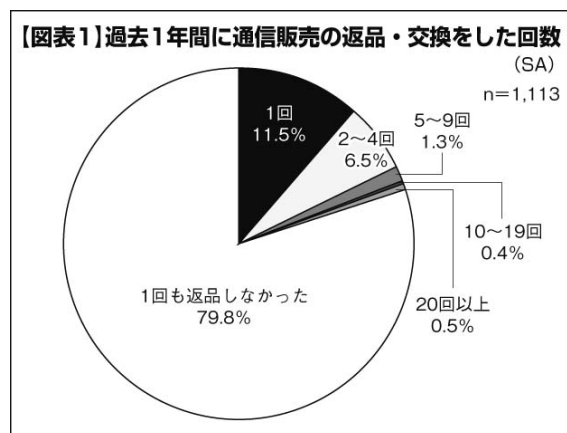
<調査結果紹介>

●2割強が商品を返品

品物を手にとって確かめられないという通販のデメリットを解消して顧客満足度を高めるため、また、競合との差別化を図るために「返品」の便宜を図る通販会社が増えているが、これを利用者はどう受け止め、どのように利用しているのだろうか。過去1年間に通販を利用したことのある人を対象に、ネットリサーチを実施した。

過去1年間の通販利用回数は、「1回」が8.7%、「2～4回」が27.9%、「5～9回」が23.5%、「10～19回」が20.3%、「20回以上」が19.6%。

一方、過去1年間の返品・交換回数は「1回」が11.5%、「2～4回」が6.5%、「5～9回」が1.3%、「10～19回」が0.4%、「20回以上」が0.5%、「1回も返品しなかった」が79.8%（図表1）。通販利用者の2割強が、購入した商品を返品・交換していた。

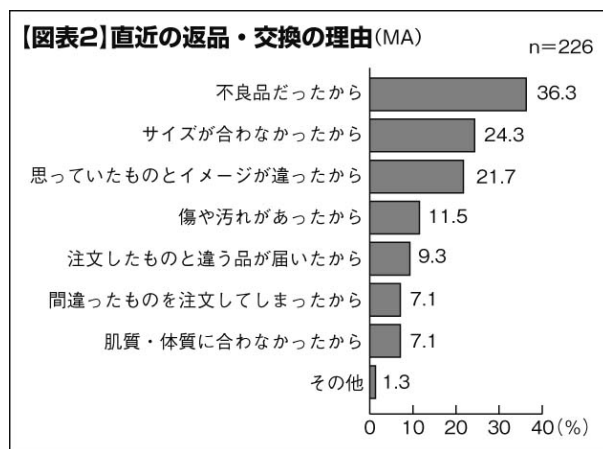


●返品理由は「不良品」を筆頭に、 お客さま都合によるものも

過去1年間に返品・交換の経験のある人に、直近の返品・交換について聞いた。

返品・交換した商品のジャンルは、「婦人衣料品（アウター）」が29.4%で最も多く、続いて「家電製品・パソコン」が17.2%、「服飾雑貨・アクセサリ」と「書籍・CD・DVD・ゲームソフト」がそれぞれ8.0%、「インナーウェア」と「化粧品」がそれぞれ5.8%、「趣味用品」が4.9%、「子ども服・子ども用品・玩具」が4.4%などとさまざま。

返品・交換した理由については、「不良品だったから」が36.3%で最も多く、以下、「サイズが合わなかったから」（24.3%）、「思っていたものとイメージが違ったから」（21.7%）、「傷や汚れがあったから」（11.5%）、「注文したものと違う品が届いたから」（9.3%）などと、企業側の不備によるものと、お客さま都合によるものが混在している（図表2）。



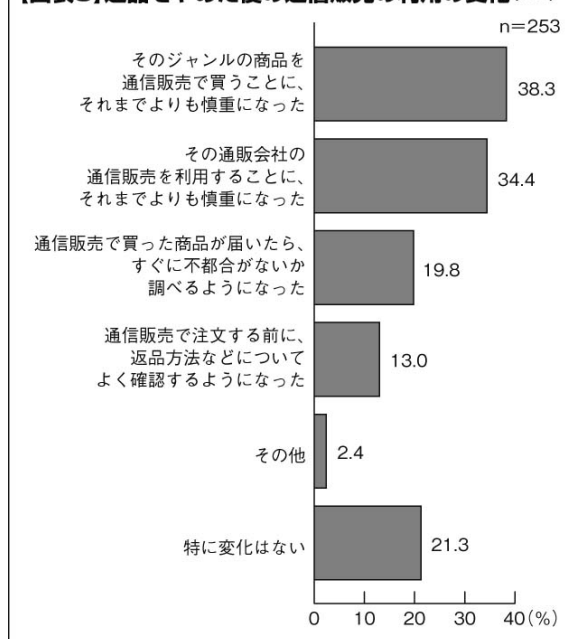
●「返品したかったが返品しなかった」人の大半は、 その後の通販利用に対して慎重に

一方、過去1年間に、返品したかったのにしなかったという経験がある人は全体の22.7%。その商品のジャンルは、「婦人衣料品（アウター）」が7.3%、「インナーウェア」が3.1%、「食品・飲料・健康食品」が2.9%、「書籍・CD・DVD・ゲームソフト」が2.8%、「紳士衣料品（アウター）」が2.1%など。

返品したかったのにしなかった理由としては、「返品の手続きが面倒だったから、返品の手間がかかるから」が49.0%でトップ。続いて「返品するには送料を負担しなくてはならなかったから」が37.5%、「多少がまんすれば使用できる程度の不満・不備だったから」が22.1%、「一度使用してしまったから」と「返品を申し出るのがなんとなく気が引けたから」がそれぞれ14.6%、「返品期間が過ぎてしまったから」が9.5%などとなっていた。

返品したかったのにしなかったという経験をした後、通信販売の利用に変化があったかどうかについては、「特に変化はない」が21.3%で、残りの78.7%はなんらかの変化があったと回答（図表3）。「そのジャンルの商品を通信販売で買うことに、それまでよりも慎重になった」が38.3%、「その通販会社の通信販売を利用することに、それまでよりも慎重になった」が34.4%、「通信販売で買った商品が届いたら、すぐに不都合がないか調べるようになった」が19.8%、「通信販売で注文する前に返品方法などについてよく確認するようになった」が13.0%などの回答があった。少数意見ではあるものの、「その他」の中には「その通販会社を利用しなくなった」「返品拒否の会社はいっさい利用しなくなった。カスタマーレビューをチェックするようになった」といったコメントも見られた。

【図表3】返品をやめた後の通信販売の利用の変化(MA)



調査結果の詳細は、2012年10月25日発行の月刊『アイ・エム・プレス』Vol.198(2012年11月号)誌上をご覧ください。

月刊『アイ・エム・プレス』Vol.198の詳細は、<http://www.im-press.jp/magazine/> から。

さらに、「アイ・エム・プレス」Webサイトから
全設問の調査結果をお申し込みいただけます(無料)。

<http://www.im-press.jp/magazine/1000s.html>

インターネットが企業と生活者、そして企業と企業をつなぐ時代。従来からの競合の概念は大きく変化し、顧客主導型経営の重要性が叫ばれています。月刊『アイ・エム・プレス』では、このような“変革の時代”に勝ち残るための顧客づくりのヒントを、年間定期購読システムによりお届けしております。

<株式会社アイ・エム・プレス>

代表取締役社長： 西村道子 / 設立： 1989年10月19日

業務内容： 出版、セミナー企画、調査、編集

〒113-0033 東京都文京区本郷2-14-14 ユニテビル6F

<本リリースに関する問い合わせ先>

(株)アイ・エム・プレス 編集部 / edit@im-press.jp までお気軽にお問い合わせください。

TEL：03-3815-8991 / FAX：03-3815-8957 / URL：<http://www.im-press.jp/>