

# Press Release



2020年3月5日  
トランスコスモス株式会社

## トランスコスモス、「アジア 10 都市オンラインショッピング利用動向調査 2020」結果を発表

「残念な体験」は写真と現物の相違や配送遅れ、「嬉しい体験」は送料無料や丁寧な梱包。“期待を超える体験”が重要

トランスコスモス株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長兼 COO:奥田昌孝)は、アジアにおけるオンラインショッピング利用実態を探ることを目的として「アジア 10 都市オンラインショッピング利用調査 2020」を実施しました。



▼より詳細な調査結果は、トランスコスモス調査部 公式ブログで紹介しています。

URL: [https://blog.trans-cosmos.co.jp/research/20200305\\_onlineshopping-survey.html](https://blog.trans-cosmos.co.jp/research/20200305_onlineshopping-survey.html)

3回目となる今回は、越境 EC の利用状況やショッピング意識など時系列比較が可能な設問のほか、アジアにおける CX(カスタマー・エクスペリエンス=顧客体験価値)をトピックスとして取り上げ、もう利用したくないと感じる「残念な体験」や、また利用したいと感じる「嬉しい体験」が具体的にどのようなものかを明らかにしました。

### ■調査結果のポイント

- もう利用したくないという「残念な体験」の多くは商品写真への配慮不足が招いています。「届いた商品が写真と大幅に違った」との回答がハノイ(58%)、クアラルンプール(55%)、ジャカルタ(54%)など多くの都市で最も多くなりました。また「サイトの画像が小さく商品詳細がわかりにくかった」もほとんどの都市で上位に並んでいます。
- 一方、また利用したくなる「嬉しい体験」では、「梱包が丁寧だった」が東京(32%)と上海(43%)ではトップ、それ以外の8都市では「有料配送のはずが送料無料で購入できた」がいずれも60~70%と非常に高いスコアとなりました。
- アジアの都市では「置き配」が広く使われています。よく使う受取方法としてあげられたのは、東京では10%以下ですが、バンコク(47%)や上海(43%)ではトップとなっています。
- 時系列でみると、商品情報を調べる際にショッピングモールではなく「ブランドサイト・アプリ」を利用する人がマニラやクアラルンプールを中心に増えました。

### ■調査の概要

調査手法:	グローバルパネルを利用したオンライン調査、現地語によるアンケート
調査地域:	日本(東京)、中国(上海)、台湾(台北)、インドネシア(ジャカルタ)、シンガポール(シンガポール)、タイ(バンコク)、マレーシア(クアラルンプール)、ベトナム(ハノイ)、フィリピン(マニラ)、インド(ムンバイ)
調査対象者:	10歳から49歳の男女、直近1年以内のオンラインショッピング利用(購入)経験者
回収サンプル:	320 × 10都市、計3,200サンプル
調査実施期間:	2019年12月~2020年1月

<図表1 もう利用したくないと思う「残念な体験」> 数字は%

■は各都市の上位3項目 10都市平均の高い順に項目を並べた	東京	上海	台北	クアラルンプール	ハノイ	マニラ	バンコク	シンガポール	ジャカルタ	ムンバイ	10都市平均
	届いた商品が写真と大幅に違った	20	53	49	55	58	43	45	38	54	42
約束された商品の発送日・予定到着日が守られず遅れた	13	33	43	52	44	45	42	38	50	42	40.3
サイトの画像が小さく、商品詳細がわかりにくかった	23	23	47	48	47	47	39	38	39	48	39.9
サポートで問題が解決しなかった、または時間を要した	14	45	35	39	37	22	30	27	21	30	30.2
商品登録や会員登録の方法が複雑で手間がかかった	22	26	38	35	29	25	28	27	23	23	27.4
返品を受け付けない、もしくは返品の条件が厳しかった	9	30	37	34	34	26	24	22	24	30	27.1
サイトが重く、画面のロードに時間がかかった	14	25	29	31	21	21	12	21	23	18	21.5
ネットで購入した商品が、店舗で安く販売されていた	13	13	16	28	23	20	18	23	17	22	19.3
解約や取消の手続きが複雑だった	7	24	16	25	18	21	17	20	12	21	18.0
その他	2	0	0	1	0	2	0	1	0	1	0.8
特に該当しない	38	6	6	5	7	8	8	14	5	10	10.7

<図表2 ぜひまた利用したいと思う「嬉しい体験」> 数字は%

■は各都市の上位3項目 10都市平均の高い順に項目を並べた	東京	上海	台北	クアラルンプール	ハノイ	マニラ	バンコク	シンガポール	ジャカルタ	ムンバイ	10都市平均
	有料配送のはずが送料無料で購入できた	17	33	72	78	74	77	70	63	74	74
梱包が丁寧だった	32	43	43	60	51	58	49	45	58	52	49.1
サポートが充実し、問い合わせ内容がすぐに解決した	18	36	39	43	44	29	34	32	38	36	34.9
思いもよらない商品をオススメされて、気に入った	8	40	38	36	29	32	30	29	32	32	30.5
店舗での受取や返品に対応してくれた	16	23	27	34	35	29	31	31	32	43	30.0
返品の条件が少なく、返品がしやすかった	10	29	27	41	21	22	21	21	28	41	26.0
在庫のない商品に対して、類似商品を提案してくれた	5	20	13	29	28	21	20	19	24	27	20.5
購入後、手書きの御礼の手紙が同梱されていた	12	28	13	23	20	20	17	22	24	20	19.8
ギフト包装など明記のないリクエストに対応してくれた	5	26	11	27	25	21	11	19	18	24	18.7
その他	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0.5
特に該当しない	39	3	2	1	3	2	2	6	2	1	6.0

トランスコスモス海外事業統括アナリストの萩原雅之は、「オンラインショッピングでは明快な商品写真や配送日遵守が重要なことは当然ですが、東京に比べるとアジアの都市ではこのような基本がまだ十分でないECサイトが多いことをうかがわせます。CX視点でみた「残念な体験」を減らすためには、サイトの情報による事前の期待と実際の体験のギャップを生まないことに配慮する一方、梱包や送料などそれぞれの都市であたりまえと思われている水準を知り、それを超えることが顧客の「嬉しい体験」を増やすうえで大切です。」とコメントしています。

トランスコスモスは、お客様企業の海外でのEC展開において、CX視点からの運用やプロモーション、サポートを含む総合的な施策をアジア各国で提供しています。今後とも各国の商習慣や顧客行動にあわせたEC支援サービスを提供していきます。

●世界の EC 市場を解説した書籍「海外 EC ハンドブック 2019」(出版:株式会社インプレス)

トランスコスモスでは、著書「海外 EC ハンドブック 2019」を発売しています。各国の EC 市場規模や詳細な EC 市場データ、越境 EC 市場規模および EC 利用者の推移、EC 市場データランキングなど、世界の EC 市場がわかる 1 冊で、インプレスブックス、Amazonなどで販売中です。

インプレスブックス: <https://book.impress.co.jp/books/1119170072>

Amazon POD: <https://www.amazon.co.jp/dp/4295007951/>

※トランスコスモスは、トランスコスモス株式会社の日本及びその他の国における登録商標または商標です  
※その他、記載されている会社名、製品・サービス名は、各社の登録商標または商標です

(トランスコスモス株式会社について)

トランスコスモスは 1966 年の創業以来、優れた「人」と最新の「技術力」を融合し、より価値の高いサービスを提供することで、お客様企業の競争力強化に努めて参りました。現在では、お客様企業のビジネスプロセスをコスト最適化と売上拡大の両面から支援するサービスを、アジアを中心に世界 30 の国と地域・168 の拠点で、オペレーショナル・エクセレンスを追求し、提供しています。また、世界規模での EC 市場の拡大にあわせ、お客様企業の優良な商品・サービスを世界 48 の国と地域の消費者にお届けするグローバル EC ワンストップサービスを提供しています。トランスコスモスは事業環境の変化に対応し、デジタル技術の活用でお客様企業の変革を支援する「Global Digital Transformation Partner」を目指しています。(URL: <https://www.trans-cosmos.co.jp>)

**報道関係者お問い合わせ先**

トランスコスモス株式会社 広報宣伝部 富澤 Tel:03-4363-0123 Email: [pressroom@trans-cosmos.co.jp](mailto:pressroom@trans-cosmos.co.jp)