

オンラインショッピングと配送用梱包に関する意識調査 日本の消費者の7割以上が、オンラインで注文した商品の多くについて 商品パッケージのままで配達されることに抵抗感がないことが判明



Amazon（所在地：東京都目黒区）は11月22日、オンラインショッピングと配送用梱包に関する意識調査の結果を発表しました。Amazonがイギリスの調査会社OnePoll社に委託して実施した調査の結果によると、日本の消費者の7割以上（71%）が、オンラインで注文した商品の多くについて、配送用の梱包を省き、商品パッケージのままで配達されることに抵抗感がないことが明らかになりました。日本でオンラインショッピングを利用する方にとって、よりシンプルな梱包が受け入れられていることを示す調査結果となりました。

調査は2023年10月、オンラインショッピングを利用する日本在住の18歳以上2,000名を対象に、オンラインで実施されました。

調査の結果、日本の消費者が、商品パッケージのままで配達されることに特に抵抗感がない商品は、洗剤、トイレトペーパー、文房具などであることが分かりました。一方で、生理用品といったパーソナルケア用品などは、配送用の梱包での配達を望ましいとの結果になっています。

調査に参加した半数以上（53%）が、商品パッケージのままでの配達に関するメリットとして、「追加の梱包を処分・リサイクルする時間を省くことができる」と回答し、次に「梱包資材の削減につながる」（47%）が続いています。

Amazonは、さまざまなサイズや種類の梱包材を用いて、お客様へお届けする商品それぞれに合った梱包を推進しています。メーカー各社との協業や、フルフィルメントセンター（物流拠点）のオペレーションや配送プロセスの改良を重ねることで、より多くの商品が商品パッケージのままで送れるよう取り組みを進めています。Amazonから発送される、ベビー用の紙おむつや掃除用具、ペットボトル飲料など、すでにさまざまな商品を、商品パッケージのままでお客様にお届けしています。

追加の梱包を省くことで、梱包資材の削減や、余分な段ボール箱や紙袋を開封し、処分・リサイクルするためのお客様のお手間を減らすことができます。そして、荷物の軽量化にもつながり、配送に伴うパッケージあたりの温室効果ガスの排出量削減に貢献します。



Amazonは、商品の保護と梱包の最小化を両立するため、機械学習などの技術を用いて商品群を分析し、商品パッケージのまま配送可能な商品を、慎重に選定しています。そして、対象となる商品は厳格な審査によって、安全かつ確実にお客様のもとに届けられることが確認されています。なお、商品パッケージのままでの配送される商品については、お客様ご自身で設定いただく必要はありません。



対象商品の一例。さまざまな商品が、商品パッケージのまま配送されています。



対象商品の一例。パッケージに直接ラベルが貼付されます。

本などのメディア商材、コレクター向け商品や、お客様のプライバシーに関わる商品などは、これからもAmazonによる梱包でお届けします。また、Amazonから配達された商品に問題があった場合は、カスタマーサービスにご連絡いただくことで、交換または返金をリクエストすることができます。

Amazonは2015年から、グローバルで1出荷あたりの梱包重量を平均41%、梱包資材を200万トン以上削減しました。また、2022年に全世界で出荷した商品のうち11%はAmazonの追加梱包を省いた形で配送されました。

アマゾンジャパン合同会社オペレーション技術統括本部長 渡辺宏聡は次のように述べています。
「梱包の削減は、私たちと同様に、Amazonでお買い物いただくお客様にとっても大きな関心事の1つであると理解しています。Amazonは、長年にわたり梱包の削減に取り組み、大きな進歩を遂げてきました。日本において、Amazonの追加梱包を省いた形で配送された商品の数は、2021年から50%以上増加しました。今後、お客様のご注文それぞれに合った梱包の実現に向けて、メーカー各社とも力を合わせてイノベーションを続けていきます。まもなく年末年始のセールが始まりますが、お客様にはお買い物を楽しんでいただくとともに、私たちの梱包削減の取り組みにも気づいていただけたらうれしく思います」

Amazonの梱包に関する取り組みについては、[こちら](#)をご覧ください。

Amazon について

Amazonは4つの理念を指針としています。お客様を起点にすること、創造への情熱、優れた運営へのこだわり、そして長期的な発想です。Amazonは、地球上で最もお客様を大切にする企業、そして地球上で最高の雇用主となり、地球上で最も安全な職場を提供することを目指しています。カスタマーレビュー、1-Click 注文、パーソナライズされたおすすめ商品機能、Amazon プライム、フルフィルメント by Amazon (FBA)、アマゾン ウェブ サービス (AWS)、Kindle ダイレクト・パブリッシング、Kindle、Career Choice、Fire タブレット、Fire TV、Amazon Echo、Alexa、Just Walk Out technology、Amazon Studios、気候変動対策に関する誓約 (The Climate Pledge) などは、Amazon が先駆けて提供している商品やサービス、取り組みです。Amazon について詳しくは Amazon Newsroom (<http://amazon-press.jp>) および About Amazon (<http://www.aboutamazon.jp>) から。

本件に関する報道関係者からのお問合せ先

アマゾンジャパン合同会社

プレス対応 Tel : 03-6367-4117

プレス対応 E-mail : press@amazon.co.jp

ウェーバー・シャンドウィック

E-mail : amazon-pr@webershandwick.com