

報道関係者各位  
プレスリリース

2026年4月16日  
MSプラスワン少額短期保険株式会社

## 保険でオンラインショッピングがより安心に！ お客さま14名に聞いた「返品送料保険」の利用実態と魅力を公開

MSプラスワン少額短期保険株式会社（代表取締役：大道 武志、以下、当社）は、2026年3月に、お客さまの声を今後の商品改定やサービス向上に活かす取組の一つとして、当社の返品送料保険をリピート利用いただいているお客さま14名を対象に座談会を開催しました。



今回の座談会では、商品・サービスに対するお客さまの率直なご意見をお伺いすることに加え、2025年に実施したアンケート調査（【参考資料】参照）で、約8割のお客さまが「返品送料保険によって、ECサイトでの購入意欲が向上した」と回答した結果も踏まえ、その背景にある利用実態の深掘り調査を行いました。

その結果、保険による返品送料負担への不安軽減が、オンラインショッピング利用の後押しにつながるとともに、「自宅にあるアイテムとあわせて、納得いくまで検討してから商品の購入を決めたい」というお客さまのニーズを満たすものとして、この保険が活用され始めていることが見えてきました。



### ■調査結果のポイント（保険がもたらす行動変容） ※参加者からの声は【参考資料】参照

#### （1）「自宅での最終判断」を求める新たな購買行動の兆し

保険に加入する理由として、「サイズ・イメージ違いによる返品に備えたい」という声に加え、「店舗で試着済みでも、自宅にあるアイテムとあわせて最終判断したい」という声があがりました。こうした購買行動は、返品送料負担への備えが加わったことで、より安心して選択できるようになったと考えられ、

保険による行動変容の一つと見られます。保険が、消費者のより納得感ある購買判断を支えることで、購買体験価値の向上にもつながる可能性が示唆されました。

## (2) EC 購買行動の拡大

座談会参加者へのアンケートでは、約9割（14名中12名）が「EC利用頻度が増加した」、約6割（14名中8名）が「購入点数・金額が増加した」と回答がありました。中でも、保険により返品送料負担という不安が軽減されることで、「高価格帯の商品」や、「サイズ選びが難しい自分以外のアイテム（子供服など）」もオンラインで購入できるようになったという声があがりました。保険が「安心感」に留まらず、「客単価の向上」「EC利用シーンの拡大」といった、オンラインショッピング利用の後押しにもつながっていることがうかがえました。

## (3) EC サイト・ストアに対する評価の向上

座談会では「あわなければ返品できるという安心感の有無がECサイト選択の重要な基準になっている」といった声もあがりました。座談会参加者へのアンケートでは、約9割（14名中13名）が「保険があることで、ECサイト・ストアへの評価が高まった」と回答しており、保険がECサイト・ストアへの安心感や評価向上にもつながることが確認できました。

## ■今後の展望

当社は、誰もが安心して、気軽に楽しめるオンラインショッピングを目指して、引き続き返品送料保険の価値向上に取り組んでまいります。

また、お客さま本位の業務運営を掲げる企業として、今後もお客さまの声に丁寧に耳を傾け、より安心してご利用いただけるサービスの提供に努めてまいります。

### [返品送料保険とは]

返品送料保険は、ECサイト「Yahoo!ショッピング」にてサイト組込み型保険として2024年12月から提供されています（ペットネーム「あんしん返品」）。ユーザーがファッションアイテム購入した際、「サイズがあわなかった」「イメージと違った」など、自己都合の理由で返品する際の返品送料を補償します。詳細は、HPをご覧ください。

※本プレスリリースは2026年4月14日に配信したものです。

以上

<MSプラスワンHP「返品送料保険」>

<https://www.ms-plus1.com/service/return-shipping/>

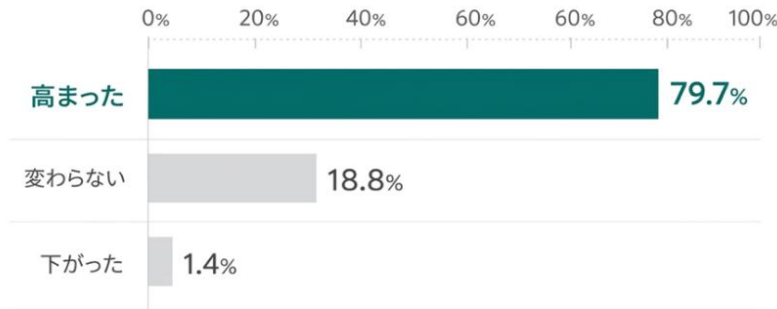
<本プレスリリースに関するお問い合わせ先>

MSプラスワン少額短期保険株式会社 [corporate@ms-plus1.com](mailto:corporate@ms-plus1.com)

カスタマーサービス部 齋藤・一寸木

アンケート調査結果（2025年実施）

・返品送料保険があることで、保険のあるECサイトでの購入意欲が高まりましたか？



2025年3月実施 / n=207

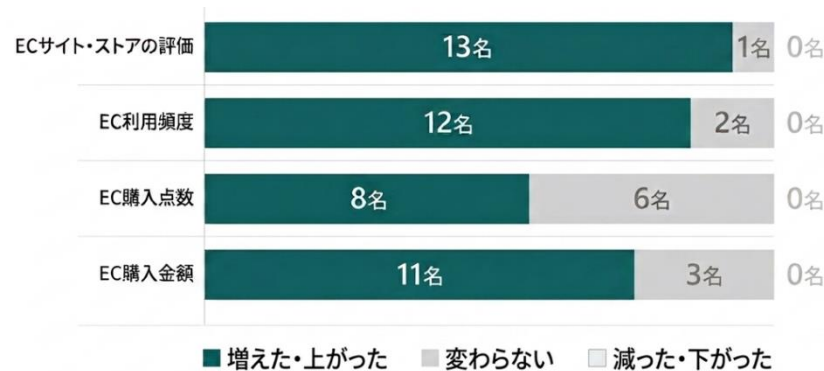
・物品の購入に保険の存在は影響しましたか？



2025年2月実施 / n=115

座談会参加者（14名）へのアンケート結果

・保険があることで買い物はどう変わりましたか？



## 座談会参加者からの声（一部例示）

### （1）「自宅での最終判断」を求める新たな購買行動の兆しについて



店員さんの目を気にせず、自宅でゆっくり、自分の手持ちのアイテムとあわせる買い方ができるようになりました。保険があることが購入の決め手になっています。（40代・男性）



自分の家で、持っているアイテムとあわせてみて、本当に納得してから買いたいので、店舗で試し履きしていても保険に加入しています。（40代・男性）

### （2）EC購買行動の拡大について



高額品をネットで買うようになりました。1万円以上の商品を購入する際は迷わず保険に加入しています。（40代・男性）



保険の存在を知って、自分の服だけでなく、サイズが良く変わる子どもの服もネットで買うようになりました（40代・女性）

### （3）ECサイト・ストアに対する評価の向上について



子供が生まれて、店舗ではなくネットで購入する機会が増えました。返品に手厚いかどうかはECサイトを選ぶ一つの軸になっています。（30代・女性）



保険ができてオンラインでの買い物のハードルが下がり、選択肢が増えました。ファッションアイテムを見た後に保険のあるECサイトを見に行くことが増えました。（40代・男性）