



2014年11月13日

報道関係各位

株式会社リバリュー

通販利用者の返品経験に関する消費者調査結果を発表 ～返品領域におけるコンサルティング機能を強化～

株式会社リバリューは、通販利用者を対象に実施した返品に関する意識調査の結果を発表しました。同調査では、返品経験者は、28%程度に留まり、返品未経験者も返品への抵抗感は弱いことが判明。これにより、市場の成長余地が大きいことが分かった他、「簡易的で」「安心して」返品できるサービスの拡充が、返品市場の更なる成長のドライバーになることが伺える結果となりました（詳細は、添付資料をご参照ください）。

リバリューは、これまで培ってきた検査・検品技術、市場の理解に加えて、消費者理解を深めることで、顧客の資産流動化（アセットリクイデーション）に関する、マーケティング、財務、オペレーション等のあらゆる領域におけるコンサルティング機能を強化。実行支援までを含むワンストップサービスの質を向上させ、資産流動化市場・返品市場をより一層盛り上げていきます。

【リバリューの本年の主な取り組み】

発表時期	概要	詳細
7月	販売チャネル拡充	ヤフオク！向けの新サービス「リバリューBiz モール」提供
10月	業務提携・物流機能強化	佐川急便株式会社との業務提携
11月	コンサルティング機能強化	消費者調査結果の発表

【株式会社リバリュー 会社概要】

東証一部上場株式会社ドリームインキュベータの100%子会社として、返品・余剰品等を自社で正確かつスピーディーに検査・検品し、適正な価格で市場に再流動化させるアセット・リクイデーターです。リバリューは、リバース・ソリューションを提供することで、透明かつ公正な二次流通マーケットの創出を加速していきます。

URL：<http://www.revalue.jp/>

■本件に関する問い合わせ先

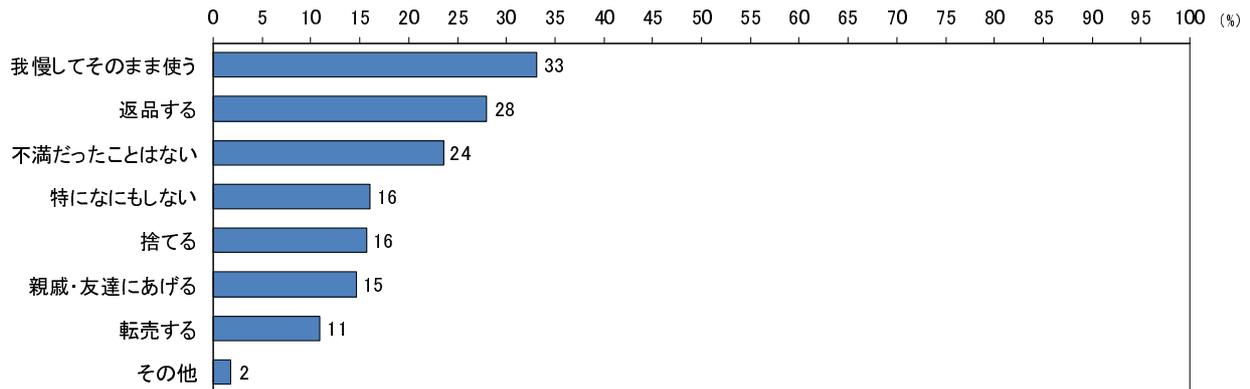
株式会社リバリュー

TEL：03-5926-6766

【通販での商品購入経験者の返品に関する調査結果】

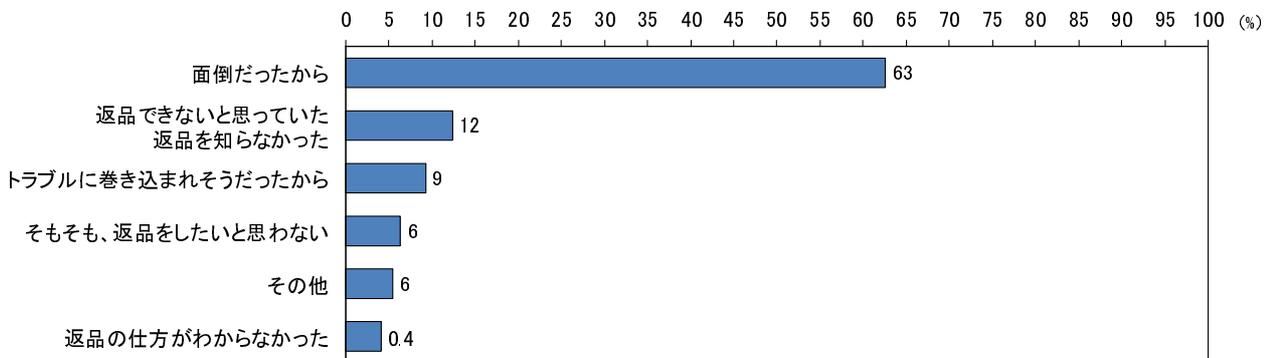
商品に不満がある場合、「我慢してそのまま使う（33.1%）」という消費者が最も多く、「返品する（28%）」消費者は、これに次いで多い。

Q. これまで通販で購入した商品に不満な点があった際にどのように対応したか (n=4,219)



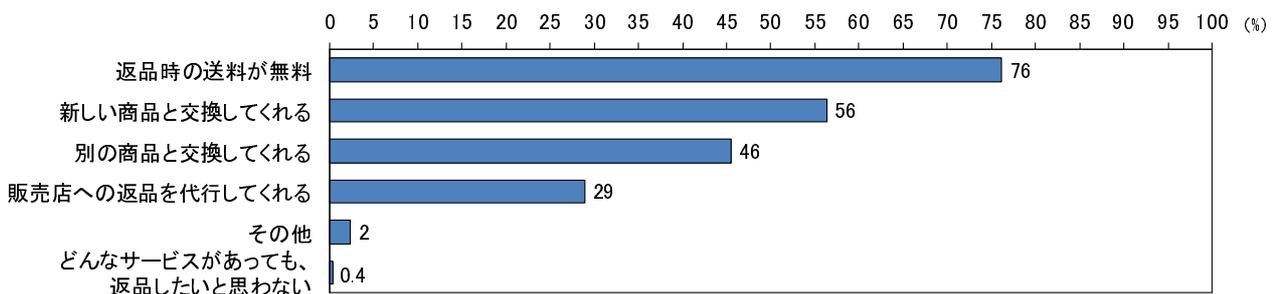
返品したことがない理由は、「面倒だった(63%)」、「返品できると思わなかった/知らなかった(12%)」、「トラブルに巻き込まれそう (9%)」となり返品ハードルは、一見高い。

Q. 通販で購入した商品に不満があった際に、返品したことがない理由 (n=560)



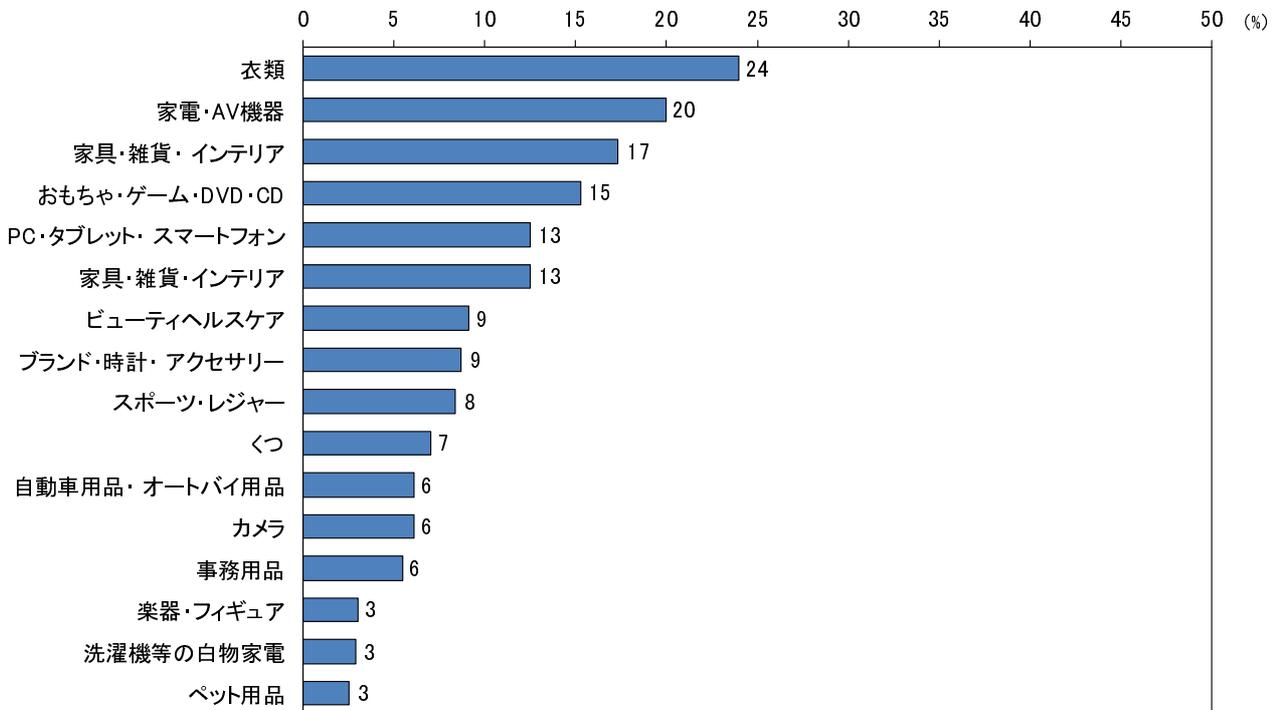
ただし、「どんなサービスがあっても返品したくない」と回答した返品未経験者は、1%にも満たないことから、返品自体には強い抵抗感存在せず、市場の成長余地が大きいことが伺える。

Q. どのようなサービスがあれば返品してもいいと思うか (n=560)



なお、返品が多い商品は「衣類 (24%)」、「家電・AV 機器 (20%)」、「家具・雑貨・インテリア (17%)」である。

Q. どのような商品を返品したことがあるか (n=561)



【調査概要】

調査対象：全国、20歳以上、男女個人、4,417人※

※スクリーニング対象。本調査では、返品経験者 561人、返品未経験者 560人を対象に調査

調査時期：2014年9月30日～10月3日

調査手法：インターネット調査

■本件に関する問い合わせ先

株式会社リバリュー

TEL：03-5926-6766

URL：<http://www.revalue.jp/>