

報道関係各位

2026 年 9 月 3 日

BEENOS 株式会社

BEENOS、「越境 EC 利用に関する意識調査」を発表

越境 EC 利用理由は「日本のブランドやアーティストグッズが欲しいから」が最多も、69.9%が「海外配送未対応」で購入を断念

BEENOS 株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役：直井聖太、以下 BEENOS）は、越境 EC サービス「Buyee（バイイー）」を利用される海外のお客様 838 名に、「越境 EC 利用に関する意識調査」を実施いたしました。回答者は 20 代から 60 代以上まで幅広く 50 以上の国と地域にわたります。

本調査では海外ユーザーが日本の EC サイトを利用する具体的な動機や購入プロセスにおける課題、代理購入サービスに求めるメリット、購入を躊躇させるコストおよび今後購入したい商品ジャンルを明らかにしています。本調査結果を公開することで、海外進出を目指す日本企業の市場参入の後押しとなることを目指します。

【越境 EC 利用に関する意識調査のサマリ】

- ✓ 日本の EC サイトで商品を購入する理由は「日本のブランドやアーティストグッズが欲しいから」が最多。情報の取得方法は「日本の公式サイト」が最多で 57.1%
- ✓ 68.6%が「日本の EC サイトで直接買おうとして断念」を経験。最大の理由は「海外配送未対応」
- ✓ 直接購入を諦めた商品の「代理購入サービスによる購入」を 67.0%が実施。代理購入サービス最大のメリットは「複数ショップのまとめ梱包の利便性」
- ✓ 越境 EC 購入を最も躊躇させるコストは「国際配送料」。国際配送料が安くなれば 66.2%が「購入頻度や金額が増える」と回答。割引クーポンやキャンペーン施策が 80.1%の利用意向を高める
- ✓ 今後買いたい商品ジャンルは「音楽 CD・アーティストグッズ（49.4%）」が僅差でトップ。2 位は「アニメ・ゲームグッズ」48.6%、3 位「ファッション・アパレル」46.1%

※本リリースの調査データをご利用の場合は、「BEENOS」の明記をお願いします。

■海外ユーザーは明確な目的で日本の EC サイトを訪問、しかし 68.6%が直接購入を断念

日本の EC サイトで商品を買う理由は「日本のブランドやアーティストのグッズが欲しいから」が 32.8%でトップとなり、「自国の EC や店舗では購入できないから（21.7%）」、「廃盤品・旧品が売っているから（17.0%）」が続きました。情報の入手経路は「日本の公式サイト」が 57.1%で最多、次いで「SNS などのファンコミュニティ（45.3%）」となっており、明確な目的を持っていることが窺えます。

しかし、日本の EC サイトで商品を直接買おうとして途中で諦めた経験は 68.6%が「はい」と回答しています。諦めた具体的な理由は、「海外への配送に対応していなかった」が 69.9%と突出し、「自国のクレジットカードや決済手段が使えなかった（43.4%）」、「サイトが日本語のみで注文方法や商品説明が理解できなかった（30.3%）」が続きました。強い購入意欲がありながらも、海外配送の未対応や決済手段の不一致で購入を断念している実態が浮き彫りとなりました。





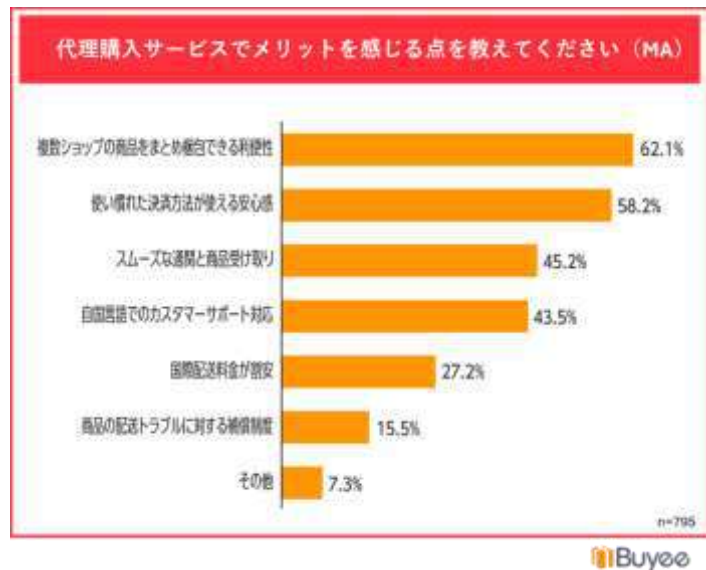





■直接購入を断念した商品を 67.0%が代理購入で解決。利用メリットは複数ショップの「まとめ梱包」

一度購入を諦めた商品について、代理購入サービスを利用して購入したことがあるかという設問に対しては、67.0%が「はい」と回答しました。代理購入サービスのメリットを感じる点は、「複数ショップの商品をまとめ梱包できる利便性」が62.1%で最多となり、次いで「使い慣れた決済方法が使える安心感 (58.2%)」、「スムーズな通関と商品受け取り (45.2%)」、「自国言語でのカスタマーサポート対応 (43.5%)」の順となりました。

海外ユーザーは複数のショップをまたいで商品を購入しており、代理購入サービスは決済や海外配送など越境 EC 購入の壁を解消する役割に加え、商品のまとめ機能が支持されていることが明らかになりました。



■越境 EC の購入を躊躇するコスト障壁は「国際配送料」。安くなれば 66.2%が購入拡大へ

購入を最も躊躇させるコストは「国際配送料」が 42.6%でトップとなり、「関税や通関手続きの費用 (25.4%)」や「商品の本体価格 (11.3%)」を大きく上回っています。一方で、国際配送料が安くなった場合は 66.2%が「購入意欲が高まるので、購入頻度や購入金額が増える」と回答しています。手軽な料金体系が、リピート購入や購買単価の引き上げに寄与することを示す結果となりました。また、割引クーポンの発行やキャンペーンで「利用意向が高まる」と 80.1%が回答しています。海外販売においてもマーケティング施策の有用性が再確認できる結果となりました。



■今後購入したいジャンルは「音楽」「アニメ」「ファッション」が拮抗、日本が強みを持つ趣味分野の回答も多数

越境 EC で購入経験がある、または今後購入してみたい商品ジャンルでは、「音楽 CD、アーティストグッズ」が 49.4% でトップとなり、「アニメやゲームのキャラクターグッズ (48.6%)」、「ファッション、アパレル商品 (46.1%)」と、エンタメおよびアパレルカテゴリが僅差で上位を独占しました。また、20.2% を占める「その他」ではゲームやトレカ、書籍、楽器、ヴィンテージ品など日本が強みを持つ多様な回答が挙げられており、専門的な趣味分野においても高い越境 EC 需要があることが判明しました。



【調査概要】

- ・実施時期：2026 年 7 月 6 日 (月) ～13 日 (月)
- ・回答者数：838 名
- ・回答対象者：過去 1 年間に Buyee で商品を購入したユーザー (表示言語：英語、繁体字、韓国語)
- ・調査方法：オンラインアンケート
- ・調査主体：BEENOS グループ

※設問の「SA」は単一回答、「MA」は複数回答として実施



■BEENOS グループの提供するグローバルコマース事業について

BEENOS グループは「日本と世界を繋ぐグローバルプラットフォームを創る」というビジョンのもと、

【本件に関するお問い合わせ先】

BEENOS 株式会社 広報担当

Tel: 03-6824-9740

Email: pr@beenos.com

2008 年より 18 年にわたってグローバルコマース事業を運営し、海外のお客様が日本の商品を購入するための越境 EC 支援サービスを提供しています。国内企業は代理購入サービス「Buyee」を利用することでアジア、北米、ヨーロッパをはじめとした世界約 120 の国と地域への商品販売が可能となり、世界約 80 億人の市場に挑戦いただけるようになります。

BEENOS グループはこれからも、野心とテクノロジーで世界の可能性を広げる Next スタンダードを創るため、事業開発とサービス改善を続けてまいります。

・越境 EC 支援サービス導入と活用に関するお問い合わせ：<https://beenos-solutions.com/>

【BEENOS 株式会社の概要】

- (1)社 名：BEENOS 株式会社
- (2)代 表 者：代表取締役社長 兼 グループ CEO 直井 聖太
- (3)本 店 所 在 地：東京都品川区西五反田八丁目 4 番 13 号
- (4)設 立 年 月：1999 年 11 月
- (5)資 本 金：3 億円