

報道関係各位

2024年9月3日

BEENOS 株式会社

**越境 EC を利用する海外のお客様 1821 名に聞いた、
クールジャパン関連分野に対する消費行動と越境 EC 利用に関する意識調査**
63.2%が「日本の方が物価が安い」と回答し、57.5%が「1年以内に訪日旅行を予定」
アニメ、ゲーム、マンガ、訪日など日本コンテンツへの消費意欲は？

BEENOS 株式会社（東証プライム：3328）は、BEENOS グループが運営する海外向け購入サポートサービス「Buyee（バイイー <https://buyee.jp/>）」を利用されている海外のお客様 1821 名に「越境 EC と日本文化に対する意識調査」を実施しました。

6月に発表された「新たなクールジャパン戦略」ではコンテンツ、インバウンド、食、ビューティなどの海外展開を現在の19兆円から2033年に50兆円まで拡大する方針が掲げられました。その中でもアニメやマンガ、ゲームなどの日本コンテンツ関連分野はBuyeeでも常に高い人気の高いカテゴリです。BEENOSでは、2024年8月22日（木）に「越境 EC×2024年上半期トピックス」を発表し、新たなクールジャパン戦略の主要分野におけるBuyeeの購入データから海外消費者のインサイトに迫りました。本アンケートでは海外の消費者が日本文化や越境 EC の利用についてどのように捉えているのか、新たなクールジャパン戦略の関連分野を中心にBuyeeの購入データとは異なる視点で探っていきます。

BEENOS の越境 EC サービスサイト <https://service.beenos.com/>

【調査サマリー】

■日本文化やクールジャパンコンテンツについての意識調査

- ✓日本に興味をもつきっかけとなった文化は「アニメ」65.2%、「ゲーム」42.8%、「マンガ」42.5%
- ✓日本文化の魅力は「アニメ」71.5%、「日本食」61.0%、「マンガ」57.6%
- ✓過去に「1回以上、日本旅行を経験したことがある」60.3%
- ✓今後「1年以内に訪日旅行を予定している」と57.5%が回答

■越境 EC の利用動向

- ✓物価差は「日本の方が安い」63.2%、「日本の方が高い」は13.4%
- ✓越境 EC 利用時に「為替を確認」71.0%、「円安で購入機会が増加」66.8%
- ✓越境 EC で購入する商品ジャンルは「アニメ」52.4%、「ゲーム」34.5%、「ファッション」31.0%
- ✓リピートしたい商品ジャンルは「アニメ」55.3%、「ゲーム」40.2%、「音楽」33.6%
- ✓「月に1回以上越境 EC を利用」が54.0%、購入目的は「自分向けのコレクション用途」81.0%
- ✓「高価でも公式サイトで購入したい」93.1%
- ✓越境 EC サイトの利用時に気にすることは「信頼性の高さ」67.3%、「配送料の安さ」66.8%
- ✓新商品の情報収集は「手に入りやすい」68.9%、媒体は「YouTube」49.7%、「Instagram」46.7%、「X」41.7%

※本リリースの調査データをご利用の場合は、「BEENOS」とご明記ください。

※関連リリース：「BEENOS が「越境 EC×2024年上半期トピックス」を発表」

https://beenos.com/news-center/detail/20240822_bns_pr/

【本件に関するお問い合わせ先】

BEENOS 株式会社 広報担当

Tel: 03-5739-3350

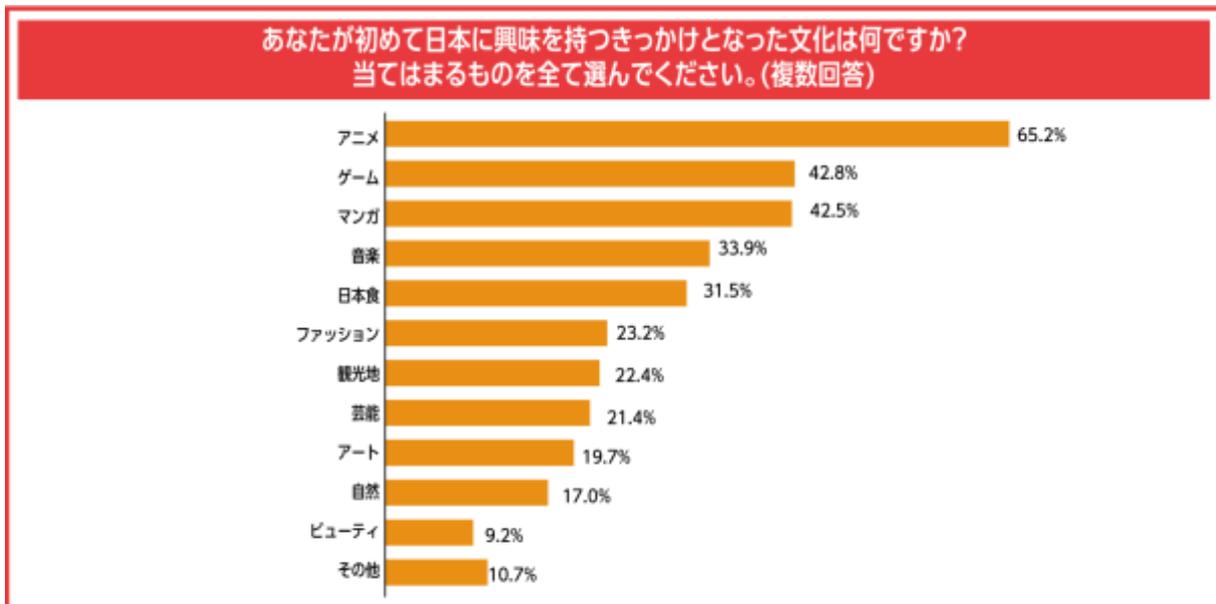
Email: pr@beenos.com

■日本文化やクールジャパンコンテンツについての意識調査

初めて日本に興味を持つきっかけとなった文化は、「アニメ」65.2%、「ゲーム」42.8%、「マンガ」42.5%、魅力のトップ3には「日本食」61.0%もランクイン

クールジャパン関連分野を中心に、日本に興味をもつきっかけとなった文化について質問すると、多くのユーザーが「アニメ」や「ゲーム」、「漫画」、「音楽」などのコンテンツをきっかけに興味を抱いたと回答しました。

また、日本文化の中で魅力を感じるものについて質問したところ、「アニメ」71.5%、「日本食」61.0%、「マンガ」57.6%と続き、コンテンツだけではなく「日本食」が2位にランクインします。さらに、コンテンツ関連ジャンルに次いで、「観光地」44.9%も魅力の一つと支持されており、コンテンツをきっかけに生まれた日本への興味は、体験まで広がる傾向が伺えました。





(n=1817)



【本件に関するお問い合わせ先】

BEENOS 株式会社 広報担当

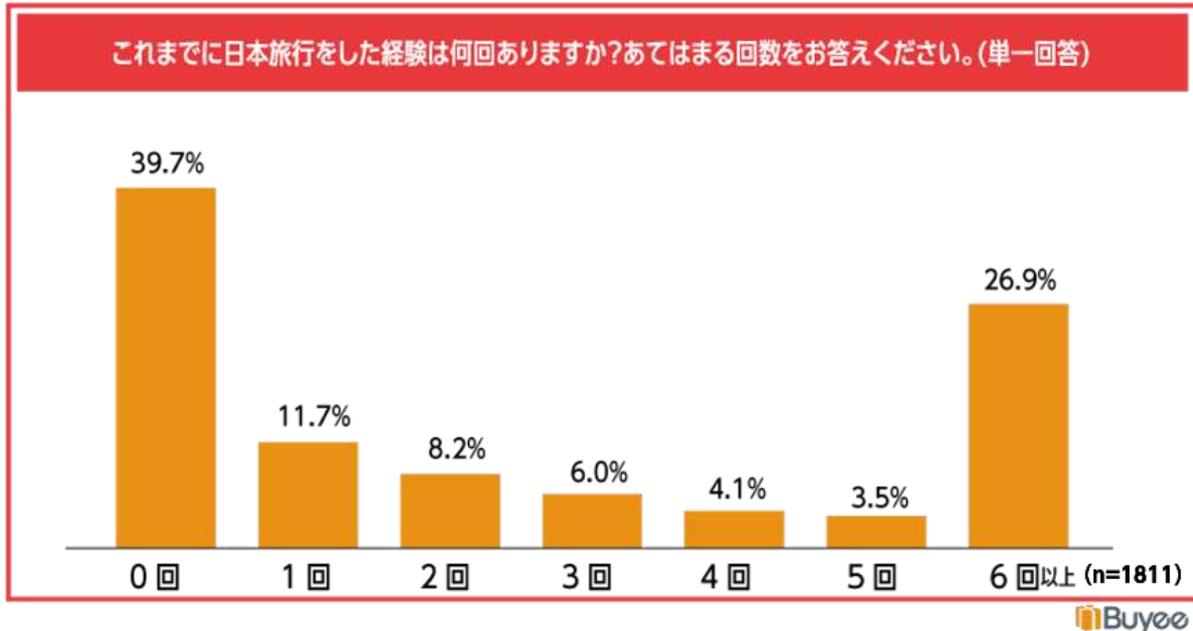
Tel: 03-5739-3350

Email: pr@beenos.com

過去に「1回以上、日本旅行を経験したことがある」60.3%、「1年以内の訪日旅行予定」57.5%

日本旅行の経験回数を質問したところ、「0回」が最も多く39.7%、次いで、「6回以上」26.9%、「1回」11.7%と続く結果になりました。「1回以上」日本旅行の経験があると回答した人は60.3%となり越境ECを利用する方にとって訪日旅行は身近な体験であることが分かりました。

また、1年以内に訪日旅行を予定しているかと質問したところ「はい」57.5%、「いいえ」42.5%となり、回答者のうち半数以上の方が訪日を予定している結果となるなど、日本から商品を購入する越境EC利用者の多くが日本を訪れていることがわかります。



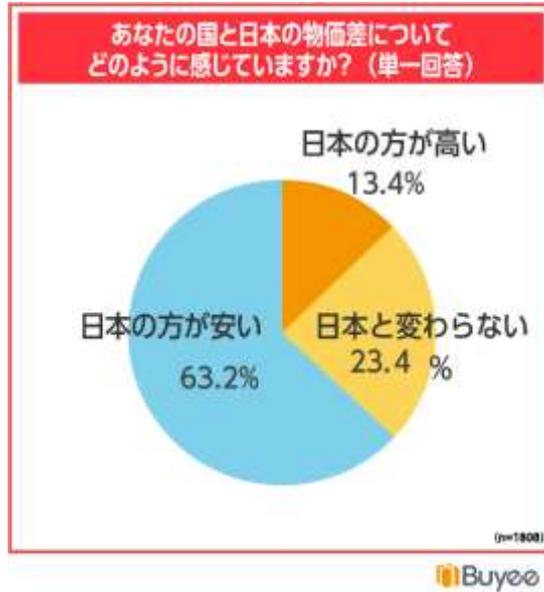
過去の調査では、旅マエにECサイト経由で知ったショップの実店舗を旅行時に実際に訪れた経験のある方が49.9%、訪日時に購入・発見した商品を帰国後に越境ECで購入した経験は35.4%となっており、訪日数の増加に伴い、越境ECを通じた旅マエ、旅アトの接点増加も期待できます。

参考：https://beenos.com/news-center/detail/20230907_bcr_pr/

■越境 EC の利用動向

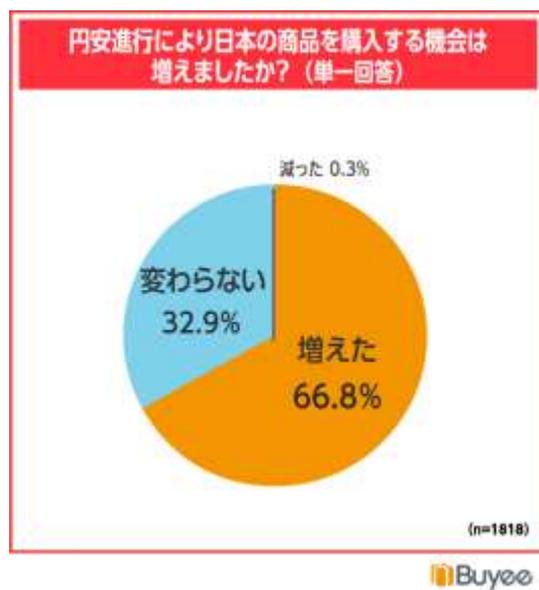
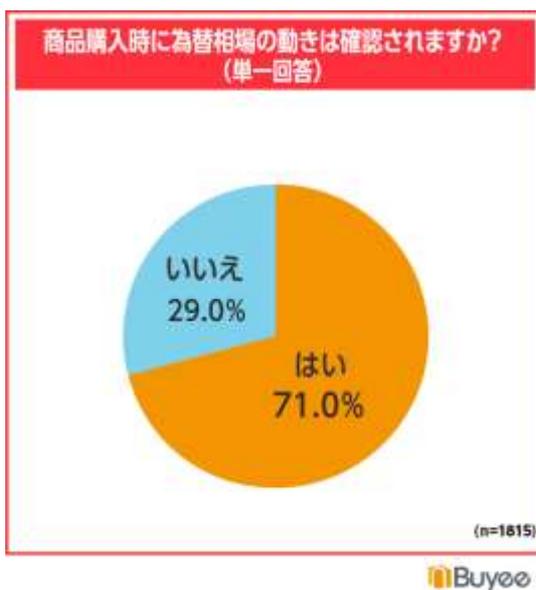
物価差は「日本の方が安い」63.2%、「日本の方が高い」はわずか13.4%に

自国と日本との物価差について質問したところ「日本の方が安い」と回答した方が63.2%と半数以上を占める結果となり、「日本の方が高い」と回答したのはわずか13.4%という結果となりました。



越境 EC 利用時に71.0%が「為替を確認」しており、「円安で購入機会が増加した」と66.8%が回答

越境 EC で商品購入を行う際に相手国の為替相場の動きを確認するか質問したところ、71.0%が「はい」と回答しています。また、円安の進行により日本の商品を購入する機会が増えたかという質問に対しては66.8%が「増えた」と回答しており、次いで、「変わらない」32.9%、「減った」0.3%という結果になりました。越境 EC の利用時に為替相場を確認する海外の消費者にとって、2022 年以降進んだ円安は購入意欲を高めるきっかけとなっていることがわかりました。



【本件に関するお問い合わせ先】

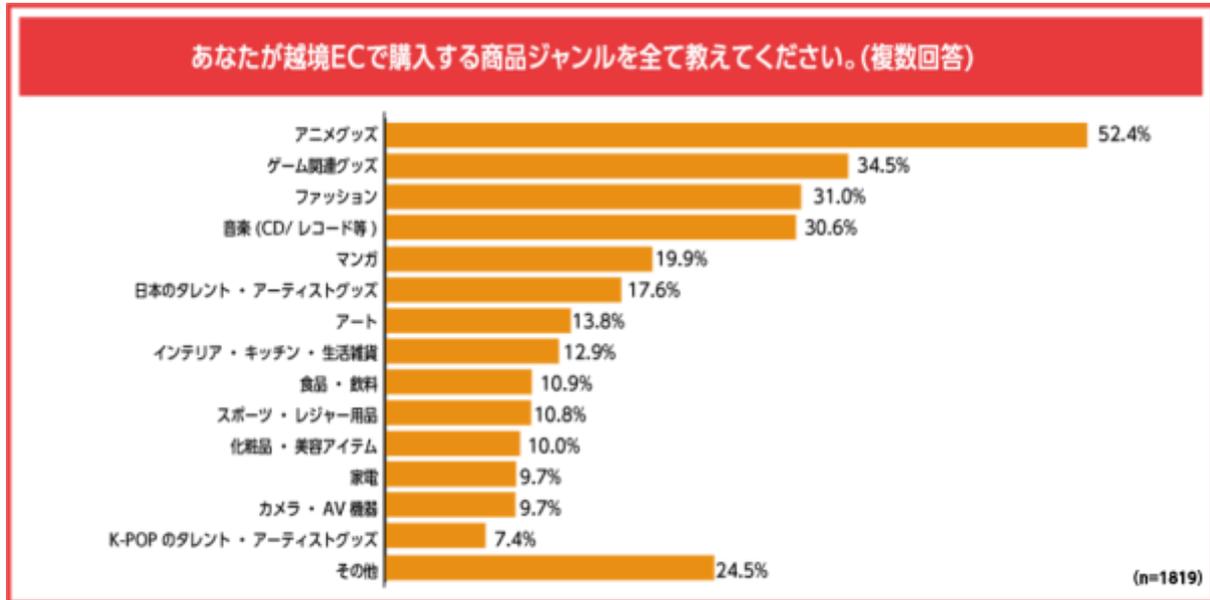
BEENOS 株式会社 広報担当

Tel: 03-5739-3350

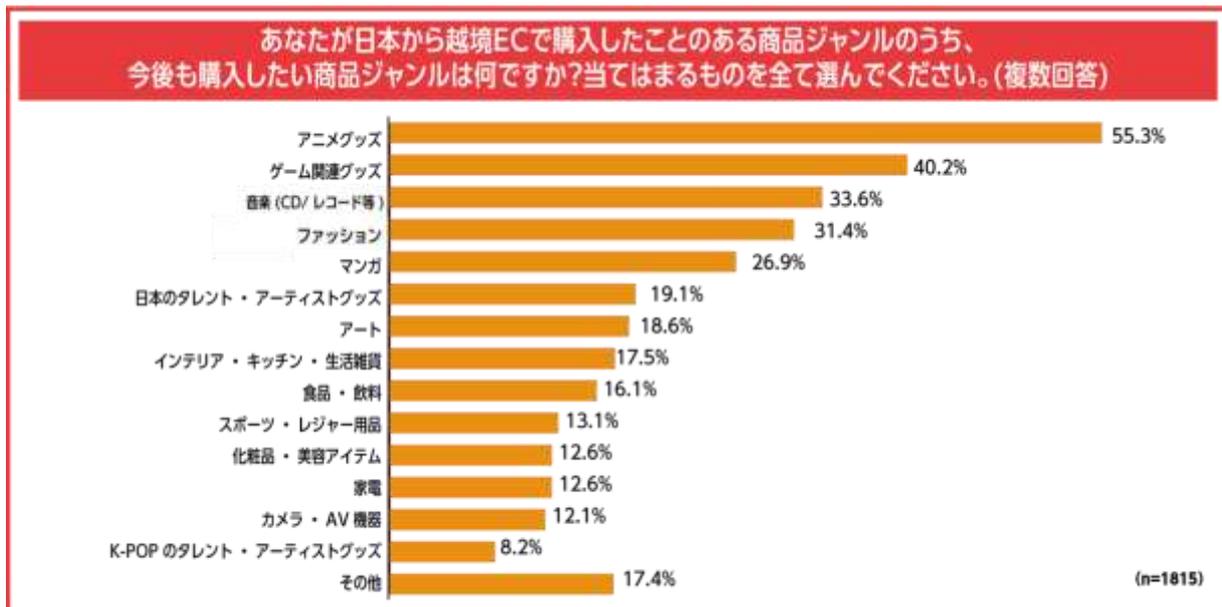
Email: pr@beenos.com

越境 EC で購入する商品ジャンルは「アニメ」52.4%、「ゲーム」34.5%、「ファッション」31.0%、リピートしたい商品ジャンルは「アニメ」55.3%、「ゲーム」40.2%、「音楽」33.6%

越境 EC で購入する商品ジャンルについて質問すると、「アニメグッズ」52.4%、「ゲーム関連グッズ」34.5% 「ファッション」31.0%、「音楽（CD/レコード等）」30.6%という結果になりました。主にコンテンツ関連の商品が上位を占め、中でもアニメグッズは突出する結果となりました。



一方、越境 EC でリピート購入したい商品ジャンルについて質問したところ、「アニメグッズ」55.3%、「ゲーム関連グッズ」40.2%、「音楽（CD/レコード等）」33.6%、次いで「ファッション」31.4%という結果になりました。「越境 EC で購入する商品ジャンル」と近い結果ですが、「音楽（CD/レコード等）」が「ファッション」を抜いて逆転しており、コレクティブルなアイテムの方がリピート購入に繋がりがやすいことが分かります。



【本件に関するお問い合わせ先】

BEENOS 株式会社 広報担当

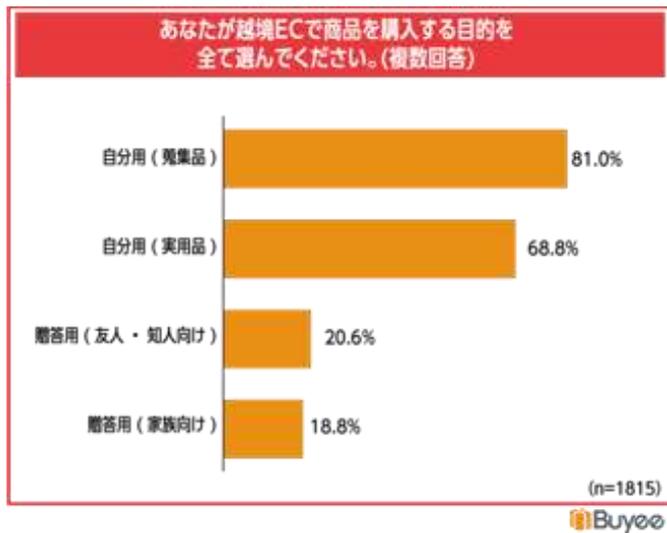
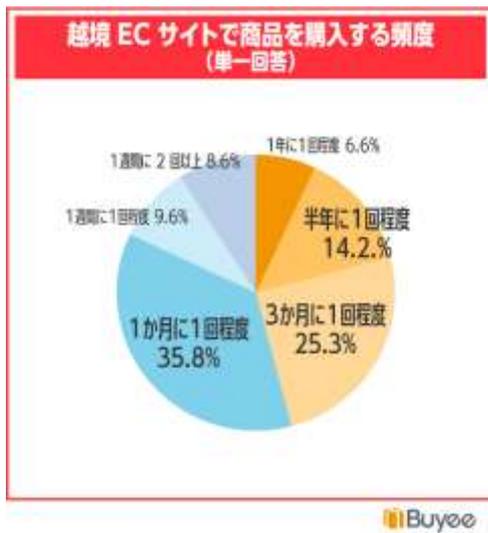
Tel: 03-5739-3350

Email: pr@beenos.com

「月に1回以上越境 EC を利用」する方は 54.0%、購入目的は「自分向けのコレクション用途」が 81.0%と最大に

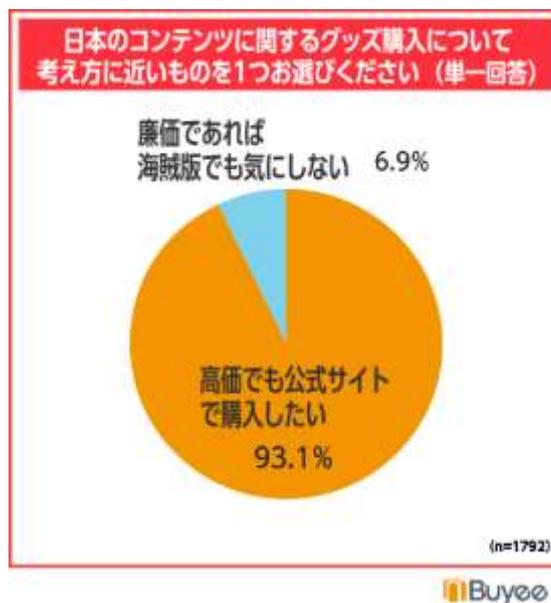
越境 EC サイトでの商品購入頻度を質問したところ、「1か月に1回程度」が最も多く 35.8%となりました。「1週間に1回程度」9.6%と「1週間に2回以上」8.6%という回答を含めた 54.0%が月に1回以上越境 EC を利用しており、回答者にとって越境 EC でのお買い物は日常的なものであることが見て取れます。

また、越境 EC で商品を購入する目的について質問したところ、「自分向けのコレクション用途」81.0%、「自分向けの実用品」68.6%となりました。「贈答用途」は友人・知人向けで 20.6%、家族向けで 18.8%となり、越境 EC 利用者の主な購入目的は「自分向け」であることがわかりました。



越境 EC 利用時には、「高価でも公式サイトで購入したい」と 93.1%が回答

人気の高い日本コンテンツのグッズ購入の考え方について質問したところ、「高価でも公式サイトで購入したい」が 93.1%と大半を占め、公式商品に対しての高い購入意向が伺えました。



【本件に関するお問い合わせ先】

BEENOS 株式会社 広報担当

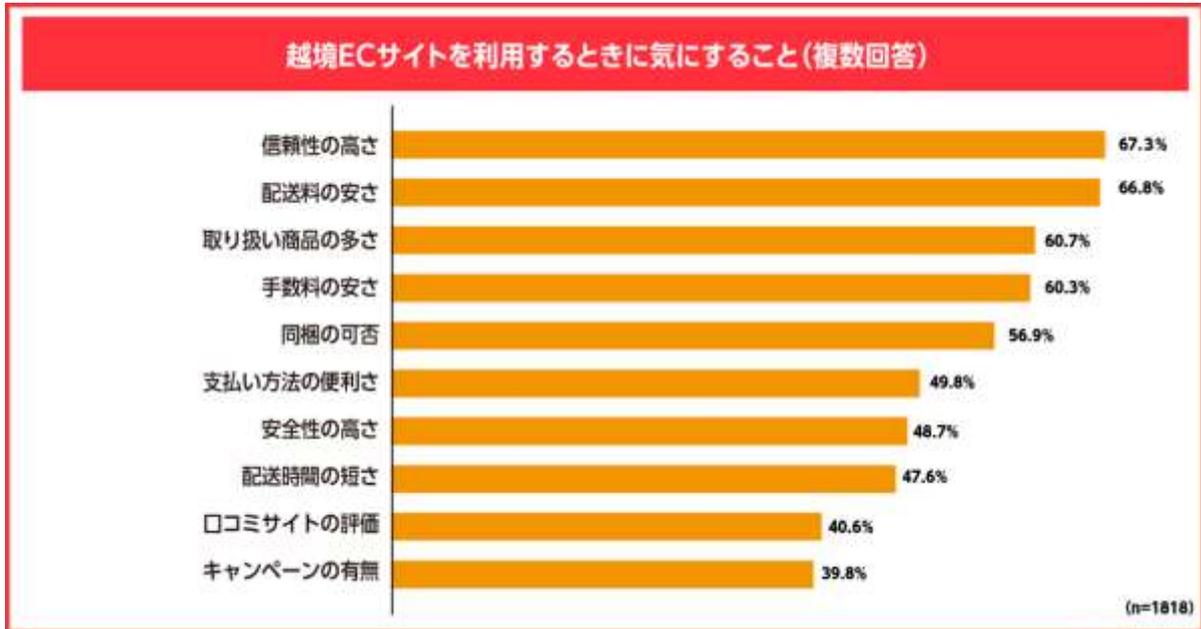
Tel: 03-5739-3350

Email: pr@beenos.com

利用時に気にすることは「信頼性の高さ」が最多の67.3%、「送料の安さ」も66.8%が重視

越境ECサイトを利用する際に気にすることについて質問をしたところ、「信頼性の高さ」が最も高く67.3%となり、越境EC利用者は、信頼できる商品かどうかを重視していることがわかります。

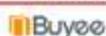
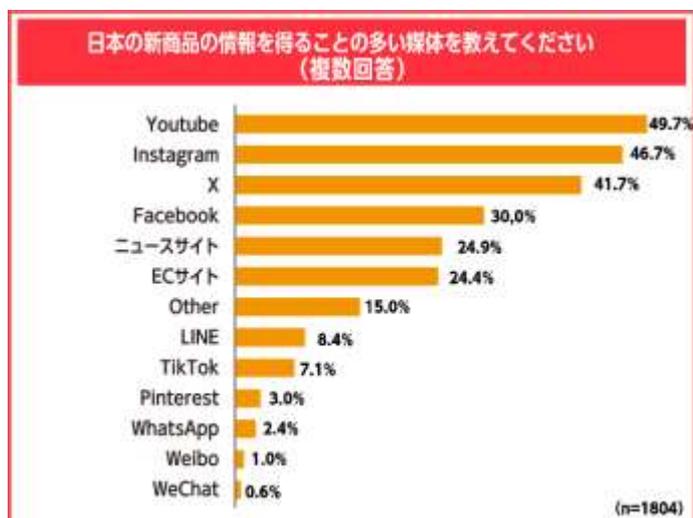
また、利用時に気にすることについては、「送料の安さ」66.8%、「取り扱い商品の多さ」60.7%、「手数料の安さ」60.3%と続きました。




新商品の情報収集は「手に入りやすい」68.9%、媒体は「YouTube」49.7%、「Instagram」46.7%、「X」41.7%

好きなジャンルの日本文化に関する新商品の情報は手に入りやすいですか？と質問したところ、「はい」と回答したのは全体の68.9%となりました。言語別にみると、繁体字を使う方のうち94%が「はい」と回答する一方、英語を利用する方では54%のみに留まり、英語圏向けの商品情報発信には、まだ余地があることがわかりました。

また、情報を取得する媒体は「YouTube」49.7%、「Instagram」46.7%、「X」41.7%となり、複数のSNSを活用して情報収集をしていることがわかります。


【本件に関するお問い合わせ先】

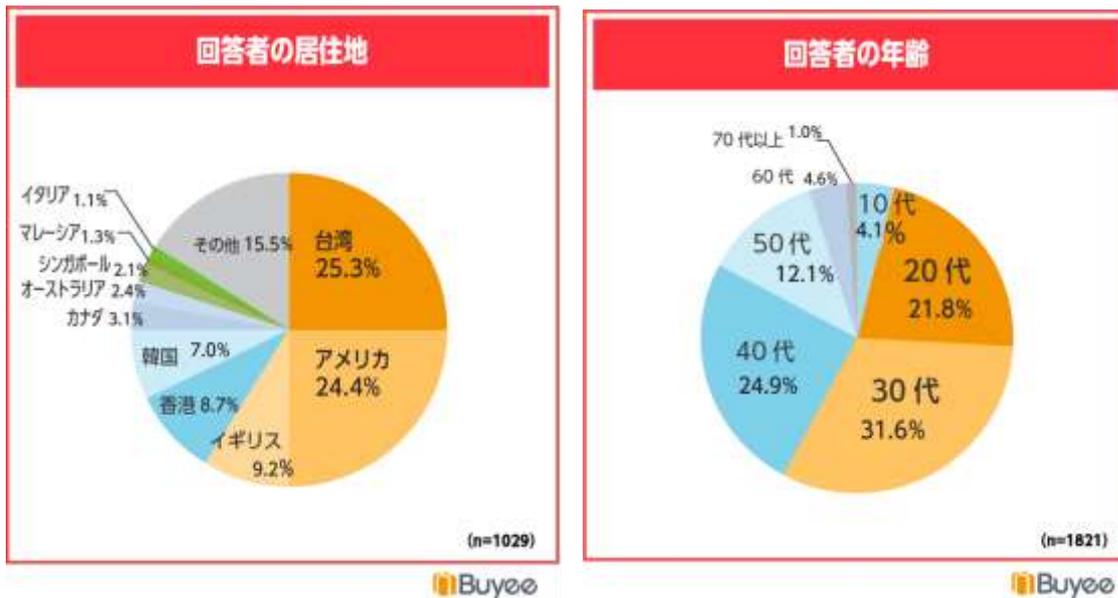
BEENOS 株式会社 広報担当

Tel: 03-5739-3350

Email: pr@beenos.com

【調査概要】

- ・実施時期 2024年7月18日～25日
- ・回答者数 1821名（内訳：表示言語が英語1029名、繁体字589名、韓国語203名）
- ・回答対象者 アンケート開始日より1年以内にBuyeeで商品をご購入いただいたお客様のうち、表示言語を「英語」「繁体字」「韓国語」に設定している方
- ・調査方法：オンラインアンケート
- ・調査主体：BEENOSグループ



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 グループは越境 EC 黎明期である 2008 年より海外転送サービスである「転送コム」事業を開始し、海外発送オペレーションやグローバルなカスタマーサポートなど独自のノウハウを培ってまいりました。海外への販売環境の構築に留まらずお客様の獲得や集客支援も提供しており、手厚い海外販売支援が評価され、BEENOS グループ全体での国内企業の越境 EC 支援実績は累計 5,000 件以上(※1)に上ります。また、海外購入サポートサービス「Buyee(バイイー <https://buyee.jp/>)」は、多様な配送手段や決済手段、北米やヨーロッパ、アジアへ向けた独自の物流サービスによる国際配送料の安さ、複数のサイトで購入した商品でも同梱できることなど高いサービスレベルが好評で、リピート率も高く、現在会員数は 550 万人以上となりました(※2)。

(※1) BEENOS グループが提供する「Buyee」「Buyee Connect」およびダッシュボードの提供、越境 EC 関連サービス「転送コム (<https://www.tenso.com/>)」、海外マーケットプレイスへの出店および出品サポート、マーケティングおよびプロモーション支援の件数を合わせた数字、BEENOS グループとしての国内企業の越境 EC 支援実績の累計、2023 年 10 月時点

(※2) 「Buyee」と越境 EC 関連サービス「転送コム」を合わせた数字、2024 年 7 月末時点

【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：東京都品川区北品川四丁目 7 番 35 号
- (4) 設立年月：1999 年 11 月
- (5) 資本金：27 億 75 百万円

【本件に関するお問い合わせ先】

BEENOS 株式会社 広報担当

Tel: 03-5739-3350

Email: pr@beenos.com