

報道関係各位

2024年12月16日

BEENOS 株式会社

**越境 EC を利用する海外のお客様 1,345 名に聞いた、  
日本のソフトパワーに関する意識調査**

～自国に影響を与える日本の産業・文化は「ポップカルチャー」、「日本食」、「日本製品」がトップ 3～

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/>)」を利用される海外のお客様 1,345 名に「日本のソフトパワーに関する意識調査」を実施しました。

趣味大国である日本はコンテンツ分野をはじめとして様々な産業や文化においてソフトパワーを保有し、越境 EC を利用する海外の消費者にとって日本市場には、機能性、品質、独自性、デザイン性、価格など複数の側面から工夫を凝らした魅力的な商品が数多く種類豊かに流通しています。BEENOS は 2024 年 12 月 4 日(水)に「BEENOS 越境 EC×ランキング発表会 2024」を開催し、海外の消費者による購入データをもとに日本のソフトパワーと越境 EC の関係性に迫り、2024 年の動向を「趣味大国無双消費」として発表しました。(※1)

本調査では、越境 EC を利用して商品を購入する海外の消費者を、日本のソフトパワーのこういった面が惹きつけているのか探ります。さらに、越境 EC を利用して購入した思い入れの深い商品とその理由についてもご紹介します。

**■BEENOS グループの越境 EC サービスサイト <https://service.beenos.com/>**

本リリースに掲載のないデータを含むホワイトペーパーはこちらからダウンロード可能です

<https://service.beenos.com/documents/document19/>

└海外の方が越境 EC で商品を購入する理由や情報収集方法

└インバウンド旅行客が帰国後に越境 EC で買う理由・買わない理由

└越境 EC のお買物時に何が障壁になっているか

**■日本のソフトパワーに関する意識調査のサマリー**

- ✓自国に影響を与えていると思う日本の産業・文化は「アニメ・マンガ・ゲーム」、「日本食」、「日本製品」と、日本を代表するソフトパワーがトップ 3 にランクイン
- ✓日本文化のイメージは「ポップカルチャー」が 84.5%で突出。「街が清潔」、「文化度が高い」、「大都市が魅力的」など 8 分野で過半数超えの高評価
- ✓日本の魅力的な点トップ 3 は「ポップカルチャー」、「エンターテインメント」、「伝統と現代の融合」
- ✓2024 年に初めて越境 EC を利用した消費者の購入分野は広く分散。最も回答の多い「アニメなどのキャラクターグッズ」で 30.5%
- ✓日本で体験したいことのトップ 3 は「趣味分野の買物」、「地方都市の観光」、「エンタメアクティビティ」。7 分野で過半数超の回答があり日本のソフトパワー人気が高まる結果に
- ✓推し活の対象ではホロライブなど VTuber が人気

※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×ヒットランキング 2024」を発表 [https://beenos.com/news-center/detail/20241204\\_bns\\_pr/](https://beenos.com/news-center/detail/20241204_bns_pr/)

【本件に関するお問い合わせ先】

BEENOS 株式会社 広報担当

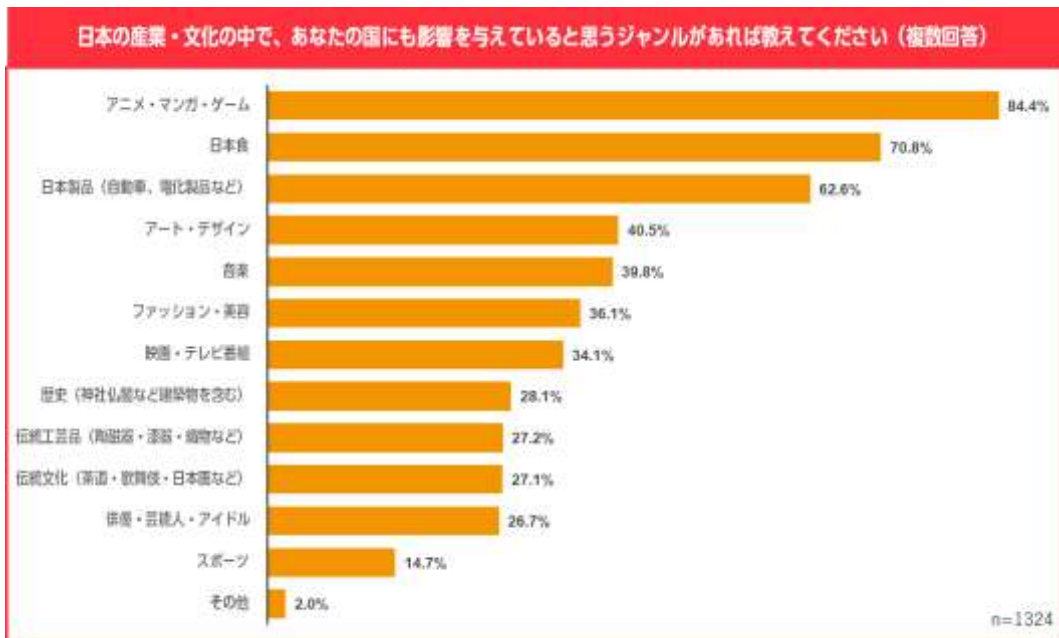
Tel: 03-6824-9740

Email: [pr@beenos.com](mailto:pr@beenos.com)

## ■日本のソフトパワーに関する意識調査

自国に影響を与えていると思う日本の産業・文化は「アニメ・マンガ・ゲーム」、「日本食」、「日本製品」と、日本を代表するソフトパワーがトップ3にランクイン

日本の産業・文化の中で、最も自国に影響を与えていると思うジャンルの上位は1位が「アニメ・マンガ・ゲーム」で84.4%、2位は「日本食」で70.8%、3位は「日本製品(自動車、電化製品など)」で62.6%です。基幹産業として成長が期待されるコンテンツ産業、インバウンドに人気の高い飲食産業、品質や技術の高さが世界から支持される製造業が揃う結果となりました。4位以下には「アート・デザイン」40.5%、「音楽」39.8%、「ファッション・美容」36.1%、「映画・テレビ番組」34.1%と続き、いずれも3割超の回答を得ています。また、日本固有の文化と言える「歴史(神社仏閣など建築物を含む)」や、「伝統工芸品(陶磁器・漆器・織物など)」、「伝統文化(茶道・歌舞伎・日本画など)」についても25%を超えて回答されています。日本の産業や文化は様々な分野で他国に影響を与えていることがわかる結果となりました。



Buyee

日本文化のイメージは「ポップカルチャー」が84.5%で突出。「街が清潔」、「文化度が高い」、「大都市が魅力的」など8分野で過半数超えの高評価

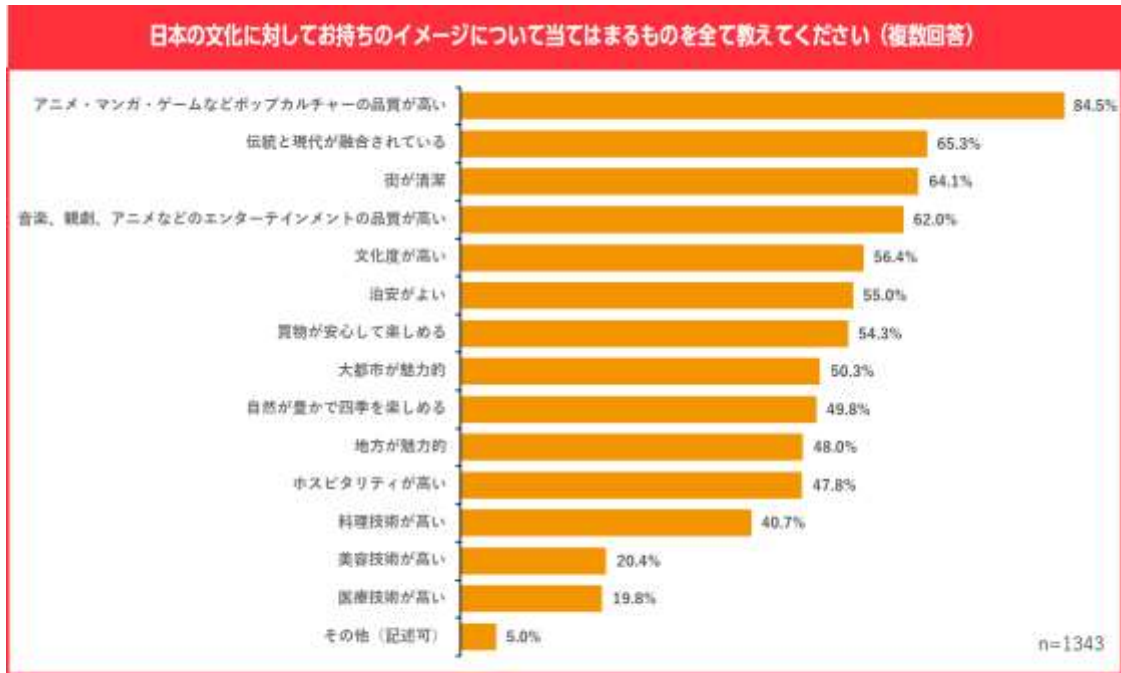
日本文化のイメージについて質問したところ、上位は「アニメ・マンガ・ゲームなどポップカルチャーの品質が高い」84.5%、「伝統と現代が融合されている」65.3%、「街が清潔」64.1%となりました。4位以下には「音楽・観劇・アニメなどのエンターテインメントの品質が高い」62.0%、「文化度が高い」56.4%、「治安が良い」55.0%と続き、「買い物安心して楽しめる」54.3%、「大都市が魅力的」50.3%までの8分野はいずれも過半数超えの回答を得ています。その後も「自然が豊かで四季を楽しめる」49.8%、「地方が魅力的」48.0%、「ホスピタリティが高い」47.8%、「料理技術が高い」40.7%と、4割超の回答が続き、日本の文化やエンタメ、治安や衛生の環境、都市や自然、食にいたるまで様々な分野で日本に対するポジティブなイメージがお持ちいただい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

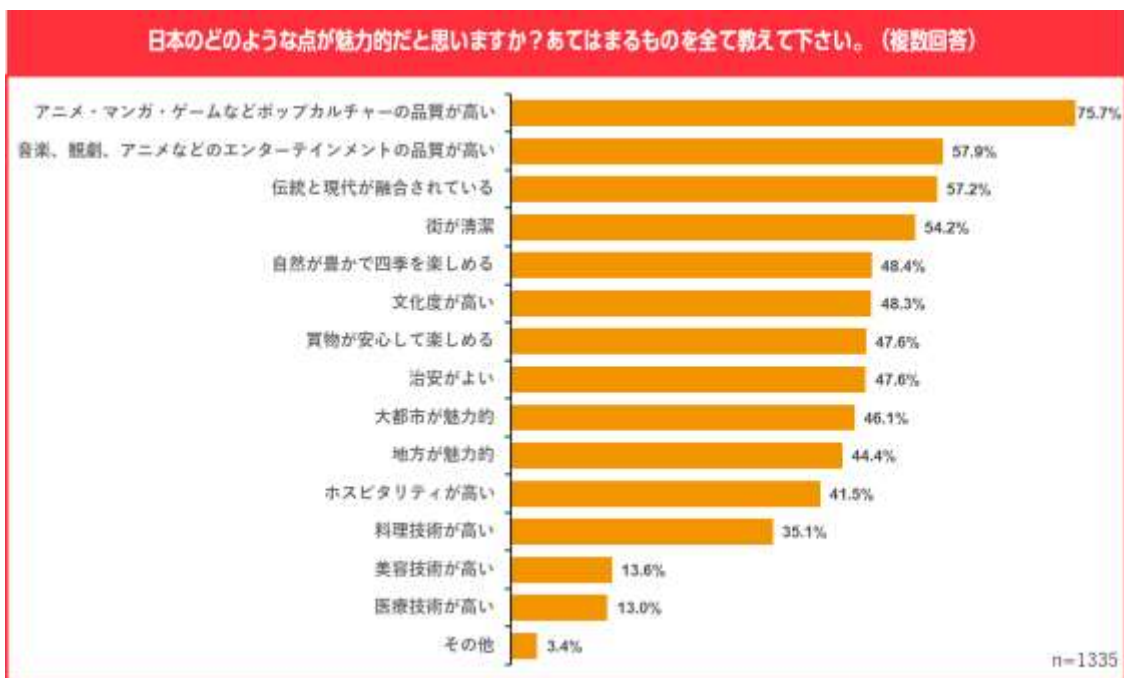
Tel: 03-6824-9740

Email: [pr@beenos.com](mailto:pr@beenos.com)




### 日本の魅力的な点トップ3は「ポップカルチャー」、「エンターテインメント」、「伝統と現代の融合」

日本の魅力的な点の上位は「アニメ・マンガ・ゲームなどのポップカルチャーの品質が高い」75.7%、「音楽、観劇、アニメなどのエンターテインメントの品質が高い」57.9%、「伝統と現代が融合されている」57.2%となりました。上記の日本に対するイメージと近似傾向にあります。比較してみると、「音楽、観劇、アニメなどのエンターテインメントの品質が高い」が4位から2位に浮上し、「自然が豊かで四季を楽しめる」も9位から5位にランクを上げています。エンタメの視聴や訪日旅行などの体験要素が魅力と感じていただいている点に繋がっているのではないかと考えられます。




【本件に関するお問い合わせ先】

BEENOS 株式会社 広報担当

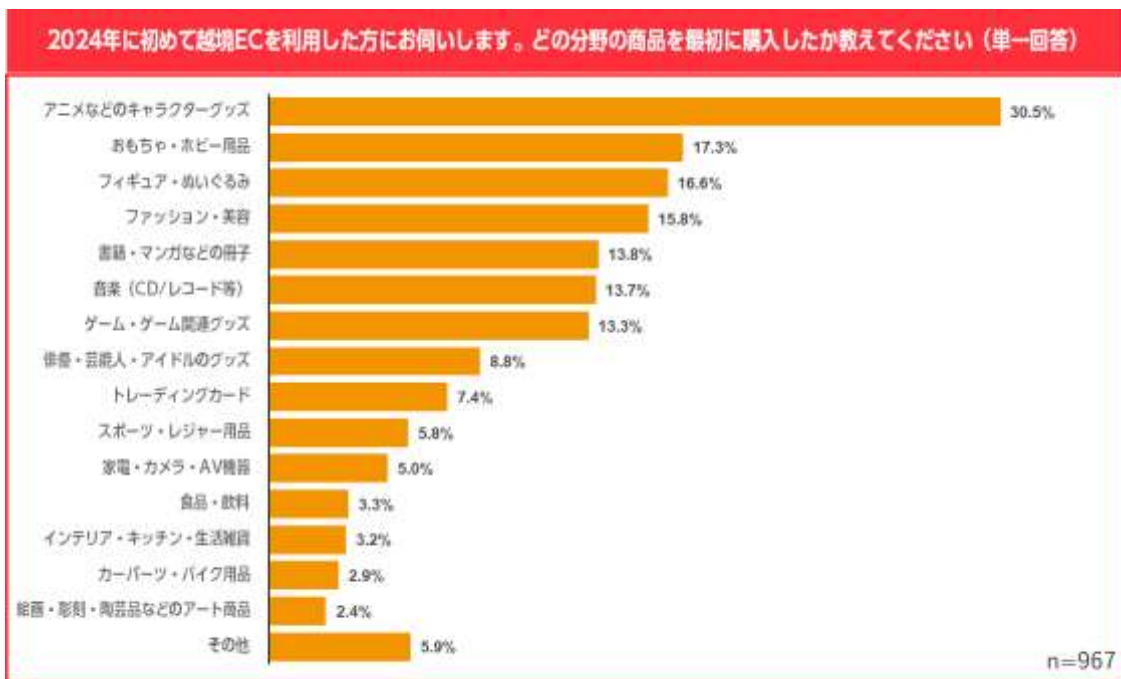
Tel: 03-6824-9740

Email: [pr@beenos.com](mailto:pr@beenos.com)

## 2024年に初めて越境ECを利用した消費者の購入分野は広く分散。最も回答の多い「アニメなどのキャラクターグッズ」で30.5%

2024年に越境ECを初めて利用した海外の消費者の方に購入した商品分野を質問したところ、上位は「アニメなどのキャラクターグッズ」30.5%、「おもちゃ・ホビー用品」17.3%、「フィギュア・ぬいぐるみ」16.6%となりました。上記の「自国に影響を与えている産業・文化」「日本のイメージ」「日本の魅力」に関する各質問では「アニメ・マンガ・ゲーム」分野が約8割という偏重結果でしたが、越境ECでの初購入する商品分野としては偏重せずに分散している結果となりました。

4位以下の「ファッション・美容」、「書籍・マンガなどの冊子」、「音楽(CD/レコードなど)」、「ゲーム・ゲーム関連グッズ」までは10%超の割合を占めており、「スポーツ・レジャー用品」、「食品・飲料」、「カーパーツ・バイク用品」などの分野も回答されています。趣味大国である日本にはポップカルチャーだけではなく、様々な分野で海外の消費者を惹きつけていることがわかる結果となりました。




## 日本で体験したいことのトップ3は「趣味分野の買物」、「地方都市の観光」、「エンタメアクティビティ」。7分野で過半数を超え、日本のソフトパワー人気が伺える結果に

日本に来て体験したいことを質問したところ、上位は「ホビー専門店、キャラクターショップなどの趣味分野のショッピング」77.2%、「日本の地方都市の観光」71.7%、「テーマパーク、ゲームセンターなどのエンタメアクティビティ」60.6%となりました。4位以下では「アニメ、マンガ、ゲームに関連する聖地巡礼」59.0%、「大衆的な料理店での食事」57.2%、「美術館・博物館でのアートや伝統工芸品の鑑賞」56.4%、「大型量販店、免税対応店など実用品分野のショッピング」54.3%と続き、過半数の回答を得る人気の体験となっています。さらに、「高級なレストランでの食事」37.4%、「アーティストの音楽ライブへの参加」36.0%や、「演劇、舞台、ショー、歌舞伎などの観劇」34.7%も3割以上の消費者が体験したいと回答しています。分野ごとにみていくと買い物では実用品より趣味分野のショッピングを楽しみたい消費者が多く、食事では高級レストランより大衆的な料理店の体験意向が高くなっています。コロナ以前のような爆買い消費というよりは、日本のソフトパワーに魅力を感じ、等身大で日本文化を楽しみたいという需要が伺える結果となりました。

【本件に関するお問い合わせ先】

BEENOS 株式会社 広報担当

Tel: 03-6824-9740

Email: [pr@beenos.com](mailto:pr@beenos.com)



## 推し活の対象ではホロライブなど VTuber が人気

推し活対象の有無について自由回答で質問したところ 663 件の回答が集まり、「対象はいない」を除いて具体的な対象名を挙げた回答数は 475 件でした。回答内容では VTuber 大手のホロライブが最も多く、アーティストでは星街すいせいの名前が多く挙がっています。このほかに K-POP グループの BTS、Stray Kids、ゴジラやガンダムなどのキャラクターIP、AKB48 や櫻坂 46 などのアイドルグループ名も挙げられています。回答数は少ないですが、アーティストやコンテンツだけではなく、ヨウジヤマモト（ファッションブランド）や、タミヤ（ホビーメーカー）、木版印刷、などを挙げている回答もあり、海外の消費者は様々な推し活を楽しんでいることが伺える結果となりました。

### <回答例（自由回答の中から一部を抜粋）>

・VTuber 関連

ホロライブ、星街すいせい、角巻わため、にじさんじ、さくらみこ など

・キャラクターIP 関連

ゴジラ、ガンダム、ボーカロイド、ポケモン、アニメ、ONE PIECE、アイドルマスター、ゲーム など

・アイドル関連

BTS、ストレイキッズ、AKB48、櫻坂 46、新しい学校のリーダーズ、Snow Man、Ado、乃木坂 46 など

## 品質、思い出、憧れ・・・越境 EC を通じて購入した日本商品への思い入れ

越境 EC で購入したことのある商品のうち、思い入れの深い商品について自由回答で質問したところ、898 件の回答がありました。海外の消費者は自国の EC や店舗で購入できない商品を探すために越境 EC を利用する傾向があります。どのような思いで日本から商品を購入しているのか回答の一部をご紹介します。

### <回答例（自由回答の中から一部を抜粋）>

・Fan 東方ミュージックの CD／クリエイターを支援したいから（エストニア 20 代男性）

【本件に関するお問い合わせ先】

BEENOS 株式会社 広報担当

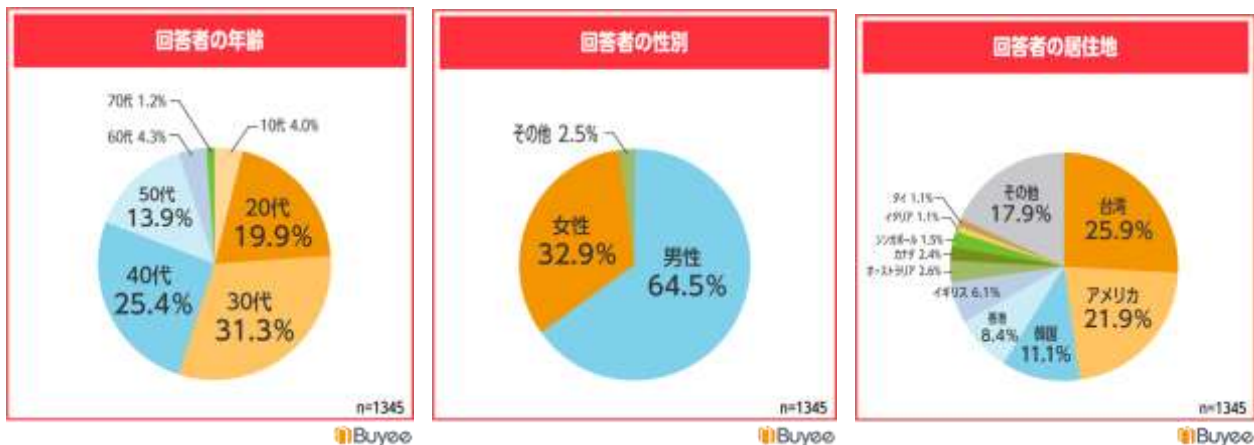
Tel: 03-6824-9740

Email: [pr@beenos.com](mailto:pr@beenos.com)

- ・購入品のほとんどが音楽 CD なので比較的記憶に残るものが多い／国内では買えないものを買ってフィジカルな音楽コレクションを増やすのが楽しいから(イギリス 50 代男性)
- ・航空グッズ 全日空／大好きな航空会社だから。日本のホスピタリティを代表する航空会社(カナダ 10 代男性)
- ・ウーラオスのなんでも／私の絶対的なお気に入りポケモン、ウーラオスだから(アメリカ 20 代男性)
- ・日本語の勉強に使っている『古見さんは、コミュ症です。』のフルセット／初めて買った日本語だけの本(イギリス 30 代男性)
- ・日本で乗ったトリアンの鉄道模型／元日本人留学生と一緒に乗った電車だから(アメリカ 60 代男性)
- ・エヴァンゲリオンのタロットカード／どうしても欲しかったから(カナダ 40 代女性)
- ・ぬいぐるみとフィギュア／国産品やファングッズに比べて、品質がとても良い(オランダ 30 代女性)
- ・ミズノのアイアン／円安を考慮して安く購入できると思ったから(韓国 50 代男性)
- ・中古カメラ／日本人はヴィンテージカメラをととても大切に使う(台湾 30 代男性)
- ・WS キャプテン翼トレーディングカード、松たか子コンサート DVD／子供の頃に憧れたが、もう生産されていない(台湾 50 代男性)
- ・栗の甘露煮／一度食べたら忘れられない味(台湾 50 代女性)

## 【調査概要】

- ・実施時期 2024 年 11 月 19 日～25 日
- ・回答者数 1,345 名(内訳:表示言語が英語 728 名、繁体字 454 名、韓国語 163 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 6,000 件以上(※2)に上ります。また、海外購

【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](mailto:pr@beenos.com)

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 588 万人以上となりました(※3)。

(※1) BEENOS が「越境 EC×ヒットランキング 2024」を発表 [https://beenos.com/news-center/detail/20241204\\_bns\\_pr/](https://beenos.com/news-center/detail/20241204_bns_pr/)

(※2) 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、2024 年 8 月時点

(※3)「Buyee」と越境 EC 関連サービス「転送コム」を合わせた数字、2024 年 9 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：東京都品川区西五反田 8-4-13
- (4)設立年月：1999 年 11 月
- (5)資本金：31 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: 03-6824-9740

Email: [pr@beenos.com](mailto:pr@beenos.com)