

報道関係各位

2026年5月25日

BEENOS 株式会社

BEENOS、「海外アニメファンのグッズ購入意向調査」を発表 購入したいグッズは「Tシャツ」「財布・ポーチ・パスケース」「フィギュア」

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)」の利用される海外のお客様 554 名に、「アニメグッズ購入に関する意識調査」を実施いたしました。回答者は 10 代から 70 代まで幅広く、居住する国と地域は 50 にのぼります。

日本アニメのグローバルな人気拡大に伴い、現地での入手が困難な公式グッズを越境 EC で購入する海外ファンが増加し、日本のコンテンツホルダーやメーカーにとって海外市場はかつてないほど商機が拡大しています。しかし、海外のお客様の具体的な購買インサイトの把握は容易ではなく、積極的な海外展開や売上拡大に向けた戦略立案に課題を抱える事業者様が少なくないのが現状です。本調査では日本から越境 EC でアニメグッズを買い求める海外ファンの購入意向を可視化しています。調査結果を通じて、海外市場への挑戦を検討する日本企業意思決定の一助となることを目指します。

※越境でグッズが売れているアニメランキングなど、本プレスリリースに記載のないデータは「アニメ×越境 EC ランキング 2025」よりご確認いただけます。

・アニメ×越境 EC ランキング 2025: <https://beenos-solutions.com/documents/document26/>

【海外アニメファンのグッズ購入意向調査サマリー】

- ✓ 87.0%が「越境 EC でアニメグッズを購入したことがある」と回答、旺盛な購入意向を裏付ける結果に
- ✓ 最も購入しているアニメグッズは「フィギュア」が突出、以下「書籍」「ぬいぐるみ」「アクスタ」と続く
- ✓ アニメグッズの累計購入金額は「10 万円以上」が過半数を占める。1 回あたりの平均購入金額からは継続的なリピート購入が推察される
- ✓ アニメコラボのファッショングッズの日常使用に肯定的な割合は 90.9%と非常に高い。アイテムは「T シャツ」と「アクセサリ」が過半数の支持を獲得
- ✓ アニメコラボファッショングッズのデザインは「控えめが好み」が過半数。具体的には「ロゴやキャラクターを小さく配置」が 53.0%で最多
- ✓ 欲しいと思うアニメコラボの日用品は「財布・ポーチ・パスケース」「スマホ雑貨」が上位。日常的にアニメコラボグッズを使用したいファン心理が浮き彫りに
- ✓ アニメとコラボしたら欲しいと思う玩具は「フィギュア」「ぬいぐるみ」「プラモデル」。共通点は IP の立体造形
- ✓ 普段利用する SNS は「YouTube」「Instagram」「X」が上位。「Discord」や「Reddit」といったコミュニティツールの利用も目立ちファン同士の交流が窺える結果に

※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。

■87.0%が「越境 EC でアニメグッズを購入したことがある」と回答、旺盛な購入意向を裏付ける結果に

越境 EC でアニメグッズを購入したことがあるか質問したところ 87.0%が「はい」と回答しました。「はい」の割合が最も高いのは繁体字ユーザーで 97.6%です。一方で、日本アニメ以外のアニメグッズを越境 EC で購入した

【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

ことがあるかという質問で「はい」は 30.8%に留まりました。これは海外アニメファンのグッズ需要が「日本アニメ」に集中していることを示しています。続けて日本アニメ以外のアニメグッズを越境 EC で購入したことがある方に、どの国のアニメか聞いたところ、アメリカ、中国、韓国が上位という結果になりました。同3か国は「日本以外に視聴するアニメの制作国」としても支持されています(※1)。

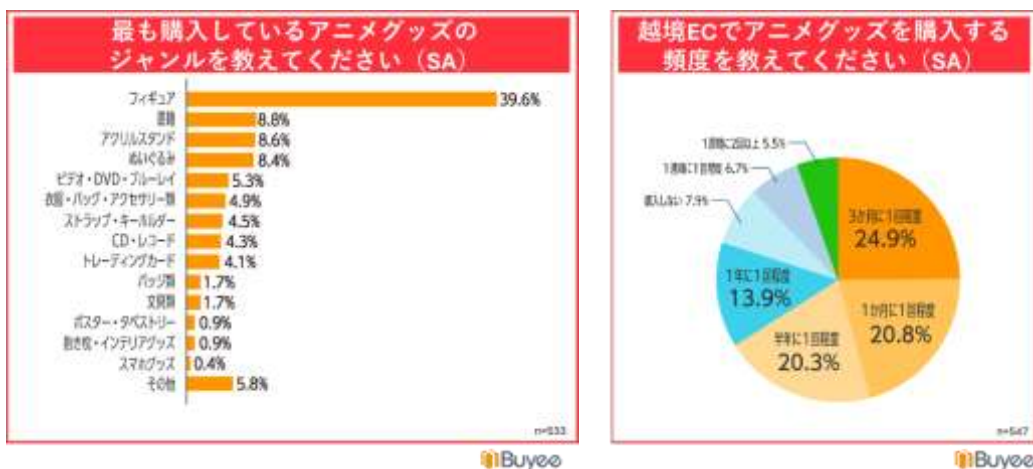
(※1)海外ファンのアニメ視聴実態調査:<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000890.000035599.html>



■最も購入しているアニメグッズは「フィギュア」が突出、以下「書籍」「ぬいぐるみ」「アクスタ」と続く

最も購入しているアニメグッズを単一回答で聞いたところ、「フィギュア」が 39.6%と突出しました。2位の「書籍」はマンガや小説といったアニメの原作と推察されます。3位の「アクリルスタンド」、4位の「ぬいぐるみ」は、フィギュア同様にキャラクターグッズであり、飾り映えする点や柔らかな手触りが支持されていると考えられます。英語・繁体字・韓国語の3言語で回答に大きな差はありませんが、韓国語ユーザーは「アクリルスタンド」の回答率が 20.8%と高く、英語ユーザーでは 5.6%と低い傾向です。

アニメグッズの購入頻度は「3か月に1回程度」という回答が最多で 24.9%、次点が「1か月に1回程度」で 20.8%です。ヘビーユーザーといえる、週1回以上購入する割合は 6.7%、週2回以上の割合は 5.5%です。1か月に一回以上越境 EC でアニメグッズを購入する方は合算すると 33.0%となり、3人に一人います。多数の海外アニメファンが国際送料など越境 EC の壁を乗り越えて日本のサイトで継続的にグッズを購入しています。



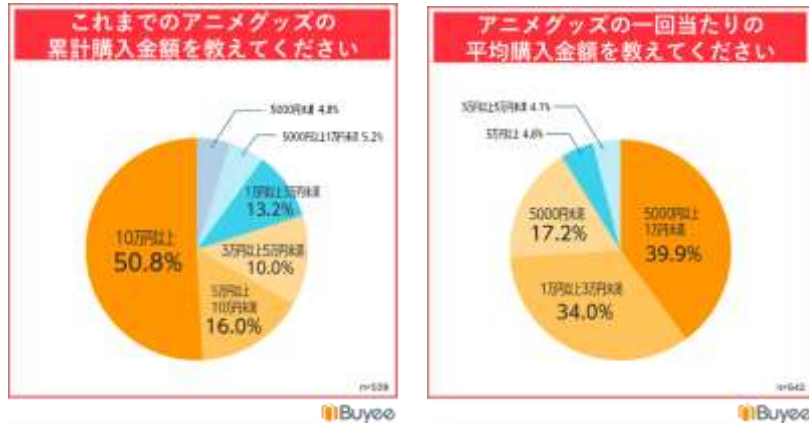
■アニメグッズの累計購入金額は「10万円以上」が過半数を占める。1回あたりの平均購入金額からは継続的なりリピート購入が推察される

アニメグッズのこれまでの累計購入金額は、「10万円以上」という回答が最多で過半数の 50.8%です。最も高い割合を示したのは韓国語ユーザーで 58.9%でした。累計購入金額が 10万円未満の方の方が少数派である

【本件に関するお問い合わせ先】

ことは、海外アニメファンの熱量と購入意欲を力強く示しています。

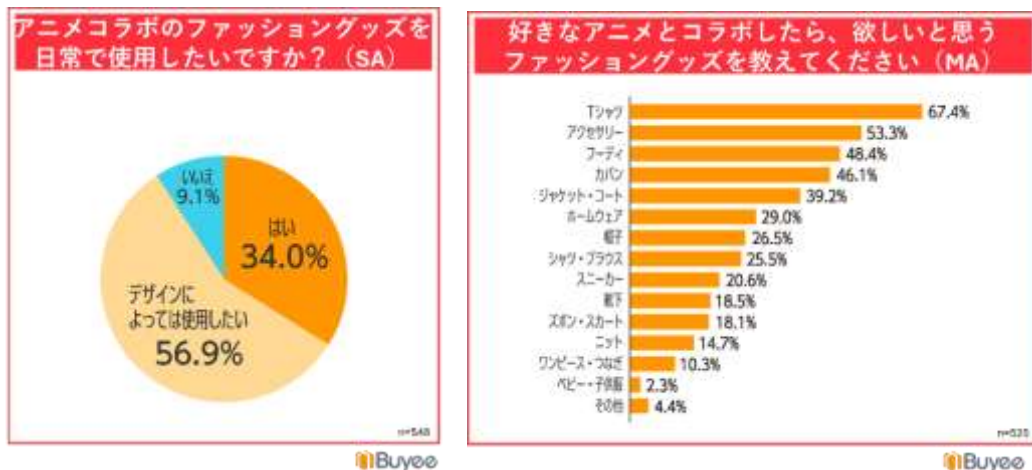
一回当たりの購入金額は、「5000円以上 1万円未満」が最多で39.9%、続いて「1万円以上 3万円未満」が34.0%、合算すると73.9%と大きな割合を占めています。言語別には英語ユーザーと韓国語ユーザーが高額な購入傾向で、「5万円以上」と回答した割合がそれぞれ5.6%、5.5%です。一方で繁体字ユーザーは安価な「5000円未満」と「5000円以上 1万円未満」の回答が3言語の中で最多の割合です。台湾や香港に多い繁体字ユーザーは地理的に日本が近い国際配送料金を抑えやすく、気軽に越境ECを利用していると考えられます。



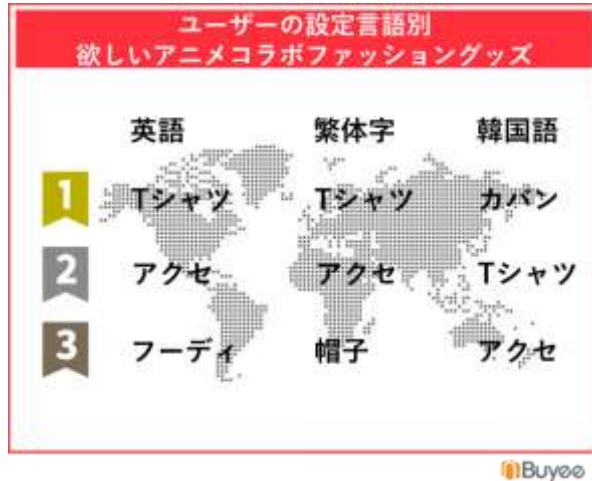
■アニメコラボのファッショングッズの日常使用に肯定的な割合は 90.9%と非常に高い。欲しいアイテムは「Tシャツ」と「アクセサリ」が過半数の支持を獲得

アニメとコラボしたファッショングッズを日常で使用したいか質問したところ、「はい」が34.0%、「デザインによっては使用したい」が56.9%で肯定的な回答をあわせて90.9%となり、非常に前向きなことがわかりました。言語別には「はい」の割合が最も高いのは繁体字ユーザーで37.6%、「デザインによっては使用したい」の割合が最も高いのは韓国語ユーザーで61.1%です。日本への関心が高いアジア圏のファンには、アニメコラボのファッショングッズは受け入れられやすいと言えそうです。

具体的に欲しいアニメコラボファッショングッズに質問したところ、「Tシャツ」が67.4%と最も支持を集めました。2位以下も日常に取り入れやすい「アクセサリ」「フーディ」「カバン」などが続き、比較的商品単価の高い傾向のある「ジャケット・コート」も約4割の方が支持しています。言語別に商品ジャンルをランキング化すると、英語ユーザーは1位「Tシャツ」72.3%、2位「アクセサリ」56.7%、3位「フーディ」55.6%、繁体字ユーザーは1位「Tシャツ」66.0%、2位「アクセサリ」48.1%、3位「帽子」37.7%、韓国語ユーザーは1位「カバン」51.3%、2位「Tシャツ」45.8%、3位「アクセサリ」44.4%となります。「Tシャツ」「アクセサリ」は共通して需要が見取れます。



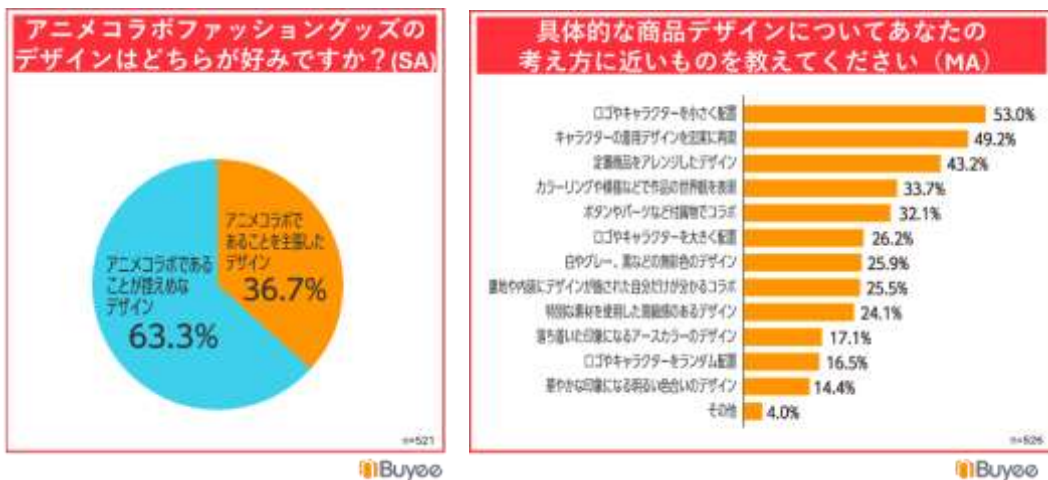
【本件に関するお問い合わせ先】



■アニメコラボファッショングッズのデザインは「控えめが好み」が過半数。具体的には「ロゴやキャラクターを小さく配置」が53.0%で最多

アニメコラボファッショングッズのデザインについて質問したところ、「アニメコラボであることが控えめなデザイン」という回答が多勢で63.3%でした。言語別の控えめを支持している割合は、英語ユーザーで63.8%、繁体字ユーザーで50.5%、韓国語ユーザーで80.5%となっており、同じアジア圏でも繁体字ユーザーはデザインの主張に関して寛容な一方、韓国語ユーザーは控え目を好む傾向が強いです。4割が支持した「アニメコラボであることを主張したデザイン」を年代別にみると、最も支持しているのは50代で50.0%、続いて10代で45.7%、40代39.5%という結果でした。20代、30代、60代以上は平均よりも低い値です。

続いて具体的な商品デザインについて質問したところ、「ロゴやキャラクターを小さく配置」が最多で53.0%が支持しています。また、「キャラクターの着用デザインを忠実に再現」も半数近い回答を獲得しています。言語別には、英語ユーザーは1位「小さく配置」60.4%、2位「定番品のアレンジ」52.3%、3位「忠実に再現」50.6%、繁体字ユーザーは同率1位で「小さく配置」「忠実に再現」47.7%、3位「カラーリングや模様で表現」43.0%、韓国語ユーザーは1位「カラーリングや模様で表現」52.1%、2位「忠実に再現」45.2%、3位「付属物でコラボ」31.5%です。いずれの言語でも「明るい色合い」や「ロゴやキャラクターのランダム配置」は支持率の高くない傾向です。

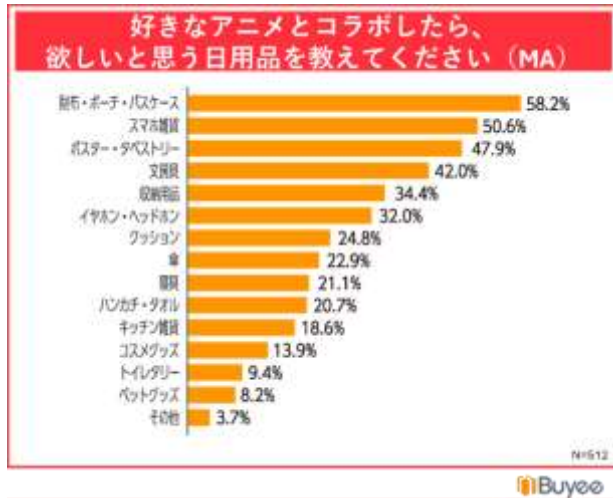


■欲しいと思うアニメコラボの日用品は「財布・ポーチ・パスケース」「スマホ雑貨」が上位。日常的にアニメコラボグッズを使用したいファン心理が浮き彫りに

好きなアニメとコラボしたら欲しいと思う日用品は、「財布・ポーチ・パスケース」が最多、次点が「スマホ雑貨」という結果でした。日用品をコラボグッズに置き換えたいという需要が見られます。日本で人気のある「コスメグ

【本件に関するお問い合わせ先】

グッズ」の回答率は 13.9%に留まりますが、回答者の属性(男性 62.1%)が、順位に影響している可能性があります。言語別に見ると、1 位は 3 言語とも「財布・ポーチ・パスケース」です。

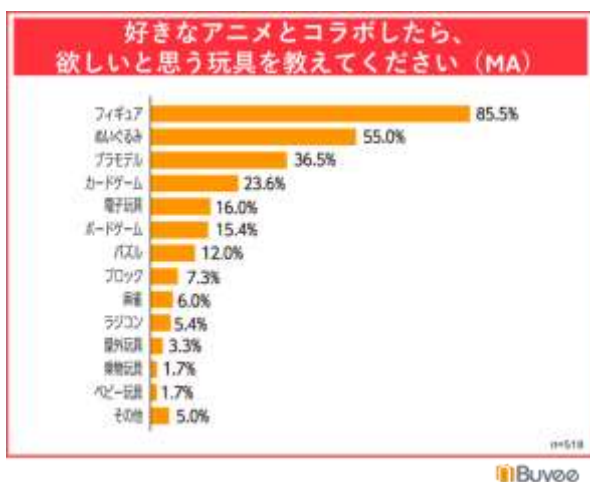


■アニメとコラボしたら欲しいと思う玩具は「フィギュア」「ぬいぐるみ」、「プラモデル」。共通点は IP の立体造形
好きなアニメとコラボしたら欲しいと思う玩具は、1 位「フィギュア」85.5%、2 位「ぬいぐるみ」55.0%、3 位「プラモデル」36.5%でした。この 3 ジャンルの共通点は IP の立体物であることです。とくに、フィギュアは 2025 年の越境 EC ランキングで人気カテゴリとして 6 位にランクインしており(※2)、ぬいぐるみは同伸長率ランキングで 1 位の「おもちゃ・ホビー・グッズ」カテゴリを牽引しています(※3)。

言語別では、フィギュアとぬいぐるみは 3 言語とも 1 位と 2 位で、商品ジャンルとしての強さが際立っています。英語ユーザー、繁体字ユーザーともに 3 位は「プラモデル」ですが、韓国語ユーザーは「カードゲーム」がランクインします。

(※2) https://beenos.com/news-center/press-release/20260227_bns_pr/

(※3) https://beenos.com/news-center/press-release/20260407_bsl_pr/



■普段利用する SNS は「YouTube」「Instagram」「X」が上位。「Discord」や「Reddit」といったコミュニティツールの利用も目立ちファン同士の交流が窺える結果に

普段よく利用する SNS の上位は「YouTube」、「Instagram」、「X」と、日本でも広く利用されている SNS が並びました。「Discord」や「Reddit」といったコミュニティツールの利用も目立っています。

言語別に見ると、英語ユーザーでは 1 位「YouTube」75.6%、2 位「Instagram」51.1%、3 位「Discord」45.3%、繁

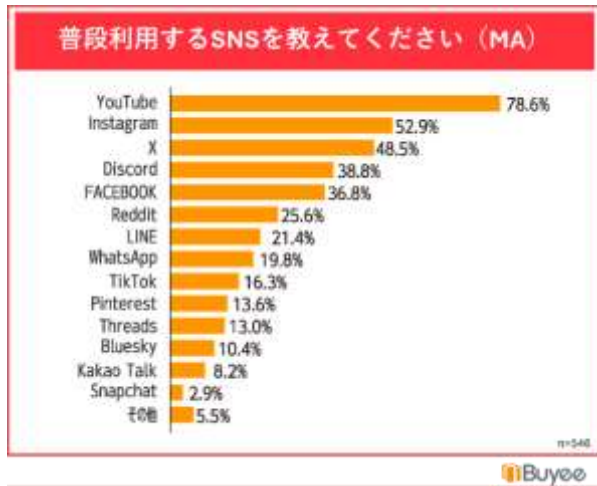
【本件に関するお問い合わせ先】

BEENOS 株式会社 広報担当

Tel: 03-6824-9740

Email: pr@beenos.com

体字ユーザーは 1 位「YouTube」86.2%、2 位「FACEBOOK」75.2%、3 位「LINE」65.1%、韓国語ユーザーは 1 位「YouTube」82.2%、2 位「KakaoTalk」57.5%、3 位「X」56.1%となります。SNS の利用傾向はこれまで見てきた傾向以上に各言語で差が発生しています。海外向けの情報発信は、ターゲットとする層がどの SNS の利用率が高いのか確認して進めることが重要だと言えます。



【調査概要】

- ・実施時期 2026年3月19日～3月26日
- ・回答者数 554名(設定言語:英語371、繁体字109、韓国語74)
- ・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方のうち、表示言語が「英語」「繁体字」「韓国語」の方
- ・調査方法:オンラインアンケート
- ・調査主体:BEENOSグループ



※越境でグッズが売れているアニメランキングなど、本プレスリリースに記載のないデータは「アニメ×越境 EC ランキング 2025」よりご確認いただけます。

・アニメ×越境 EC ランキング 2025: <https://beenos-solutions.com/documents/document26/>

■意識調査に関するご意見・ご要望について

BEENOS グループでは日本企業が海外市場に進出する挑戦を支援するため、今後も海外のお客様に意識調

【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

査を実施予定です。意識調査のテーマや質問内容に関してご意見やご要望がございましたら、下記のフォームよりお気軽にお知らせください。今後の参考とさせていただきます。

・意識調査に関するご意見、ご要望フォーム：<https://beenos-solutions.com/contact/>

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越境 EC 支援市場を切り開き、15 年以上にわたってグローバルコマース事業を運営しています。日本企業の越境支援件数は 7000 件を突破し、海外のお客様数は 600 万人を超えています。

国内企業は越境 EC 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 はこれからも、野心とテクノロジーで世界の可能性を拓ける 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。

【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