

報道関係各位

2026 年 9 月 7 日

BEENOS 株式会社

BEENOS、「越境 EC×日本音楽の意識調査」を発表 配信時代も海外ファンの 82.0%が「CD や DVD など物理メディア」を購入、課題は「公式グッズの海外販売未対応」

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 375 名に「越境 EC×日本音楽の意識調査」を実施いたしました。

本調査では、日本の音楽を好きになった最初のきっかけや言語の壁を越えた楽曲の楽しみ方、グッズの購買意欲、ライブ参加への需要などを明らかにしています。日本の音楽が海外ファンにどのように浸透しているのか理解を深める一助となることを目指します。

サマリー

- ✓ 日本音楽の聴取経験は「J-POP」が 7 割超。最初のきっかけは「アニメ主題歌（36.9%）」が最多
- ✓ 日本語曲は音や響きを楽しむ層が 5 割。越境 EC での購入商品は「CD・DVD 等（82.0%）」と物理メディアが突出
- ✓ 累計購入額は「30 万円以上（22.2%）」が最多、最大の課題は「公式グッズの海外配送未対応」
- ✓ 7 割がライブ遠征に意欲的。「自分の国・地域に来てほしい」という海外ツアー熱望の声が 58.1%

※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。

■親しまれるジャンルは「J-POP」「アニソン・ボカロ」が中心。きっかけの 3 割超がアニメタイアップ

越境 EC の利用者が聴いたことのある日本の音楽ジャンルは、「ポップス、J-POP」が 77.0%で最多となり、「アニメソング、ゲーム、ボカロ（58.6%）」「ロック、パンク、メタル（50.4%）」が続きました。最も好きなジャンルは「最新の J-POP（23.6%）」「アニメソング（19.7%）」が上位を占めつつも、「その他」が 23.5%にのぼるなど、ニーズの多様化・ニッチ化が見受けられます。なお、「その他」の自由回答では「ビジュアル系」や「80 年代アイドル」など具体度の高い回答が見られました。

日本の音楽を聴くようになった最初のきっかけは、「アニメの主題歌」が 36.9%で圧倒的トップとなり、日本アニメのグローバルヒットが音楽カルチャーへの流入の重要な契機となっていることが分かりました。

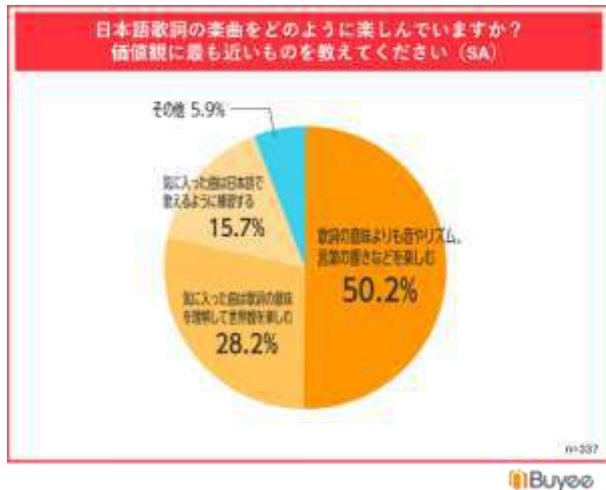


■歌詞の意味を越えて「言葉の響き」を楽しむ海外ファン。購入グッズは「物理 CD・DVD」が8割超

日本語歌詞の楽曲をどのように楽しんでいるかという質問では、音や響きで楽しむ層が50.2%を占める一方で、歌詞の意味まで理解して楽しむ層も28.2%にのびりました。アプローチは異なりつつ日本語歌詞の楽曲を楽しんでいる様子が窺えます。

越境 EC で購入したことのある音楽関連の商品ジャンルについては、「CD や DVD などの物理メディア」が82.0%と圧倒的に支持されています。海外の日本音楽ファンにとって物理メディアは「コレクションとして所有する価値」が極めて高いと言えます。「ファンクラブ限定品や早期予約特典などの希少品」も47.6%と半数近くの支持を集めていることから、コレクションとしての価値を見出されていることが分かります。

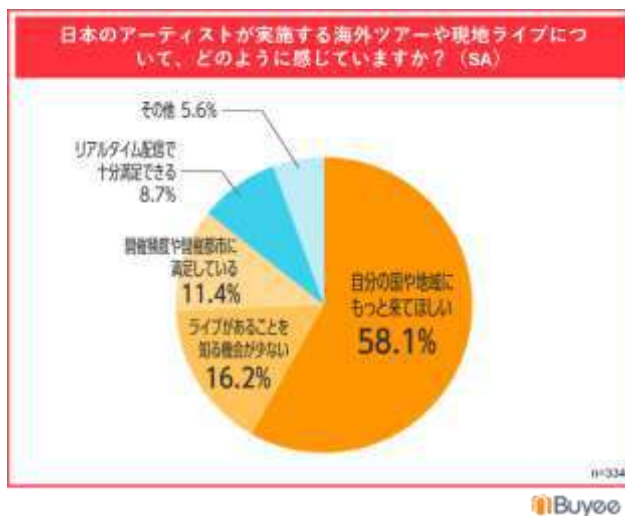
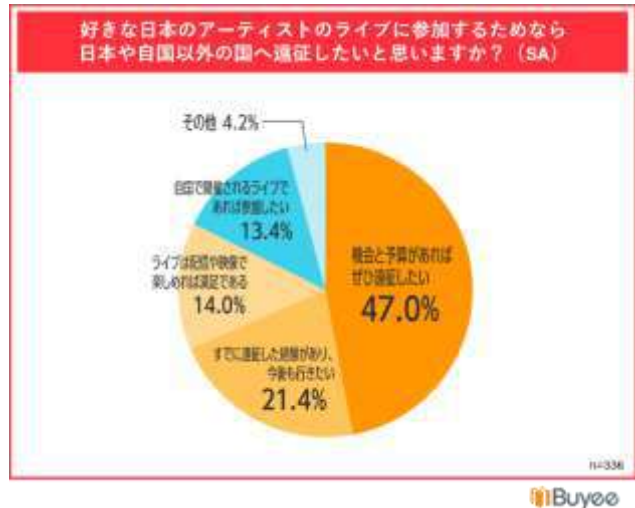
日本のアーティストに費やした累計消費金額では、「300,000 円以上」という回答が最多で22.2%、10万円以上を合算すると35.9%となり、海外ファンの熱量の高さと購買力の強さが明らかになりました。



■「海外配送」に悩むファン。約7割がライブ参加のための「遠征」に極めて意欲的

日本のアーティストを応援する上での課題を尋ねたところ、「公式グッズが海外から購入できない、または難しい」が33.4%でトップとなり、次いで「公式グッズを購入することはできるが送料が高い（21.1%）」が続きました。海外ファンが日本の音楽関連グッズを手に入れる上で、海外配送への対応やコストの壁が最大の障壁となっています。

一方で、ライブ参加への遠征意向については、47.0%が「機会と予算があればぜひ遠征したい」と答え、「すでに遠征した経験があり、今後も行きたい」という熱狂的なファンも21.4%にのびりました。合算すると約7割の海外ユーザーがライブのための移動・渡航を前向きに捉えています。日本のアーティストへの要望としては「自分の国や地域にもっと来てほしい（58.1%）」と海外ツアーを熱望する声が圧倒的です。配信で満足（8.7%）という回答を大きく上回り、ライブ参加への強力な体験欲求が裏付けられました。



■今最もハマっている日本のアーティスト

今最もハマっている日本のアーティストを自由回答形式で尋ねたところ (n=254)、幅広い回答が集まりました。

- ・海外大型フェスでも活躍するロック・メタル：BABYMETAL、ONE OK ROCK、花冷え。など
- ・グローバルヒットを牽引するJ-POP/アニソン：YOASOBI、Ado、米津玄師、LiSA など
- ・シティポップやレジェンド：杏里、YMO、中森明菜など
- ・ネット発の新カルチャー：ホロライブ、ずっと真夜中でいいのに。など

現代のヒットチャートを賑わせるアーティストから、メタル、シティポップ、アニメ、VTuberカルチャーまで、新旧やジャンルを問わず多種多様な日本の音楽が海外ファンに広く深く浸透している実態が窺えます。

【調査概要】

- ・実施時期：2026年7月6日(月)～13日(月)
- ・回答者数：375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

【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



■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 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。

【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