

報道関係各位

2026 年 9 月 7 日

BEENOS 株式会社

BEENOS、「越境 EC×ファッションの意識調査」を発表

越境 EC で購入する際の最大の課題は「サイズ」、
不安解消に「詳細なサイズチャート」を求める声が 7 割超

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 420 名に、「越境 EC×ファッションの意識調査」を実施いたしました。

日本のファッションブランドがグローバルなファンの獲得や売上拡大に向けた次の一手を打ち出すための実践的なデータとして本結果を公表いたします。

【越境 EC×日本のファッションの海外通販に関する利用体験アンケートサマリー】

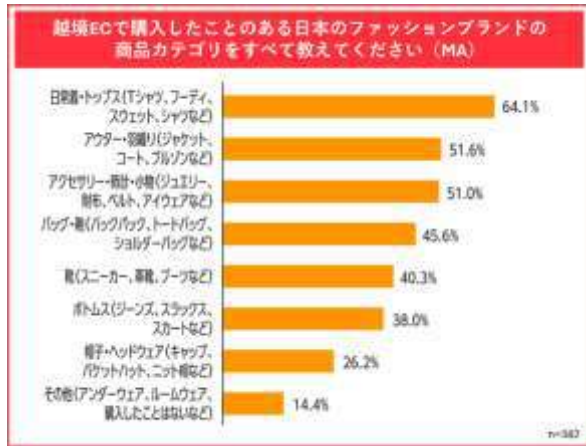
- ✓ 最も購入されているアイテムは「日常着・トップス（64.1%）」、次いで「アウター・羽織り（51.6%）」
- ✓ 好まれるスタイルは「ヴィンテージ・デザイナーズアーカイブ」が 26.1%でトップ
- ✓ 日本のファッションブランドに費やした累計金額は「30 万円以上」が最多（23.7%）
- ✓ 日本ブランドの魅力は「素材の品質や縫製（63.0%）」「デザイン性の高さ（59.5%）」が突出
- ✓ 越境 EC 購入時に「不安を感じる」と答えた人は 52.2%。懸念点のトップは「サイズ（78.5%）」
- ✓ サイズの不安は「手持ちの服との寸法比較（66.8%）」で自衛しているユーザーが多数
- ✓ 購入時の安心材料として、72.6%のユーザーが「詳細なサイズチャートの用意」を要望

※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。

■購入アイテムは「トップス」が最多。ヴィンテージやデザイナーズへの関心が高く、累計 30 万円以上の消費者が最多に

越境 EC で購入したことのある日本のファッションカテゴリについては、「日常着・トップス」が 64.1%で最も多く、「アウター・羽織り（51.6%）」「アクセサリー・小物（51.0%）」「バッグ・鞆（45.6%）」が続きました。また、最も購入する日本のファッションスタイルについては、「ヴィンテージ・デザイナーズアーカイブ」が 26.1%でトップとなり、日本の高品質な二次流通品や名作アーカイブに対する海外の強い需要が示されました。

続けて、これまでに越境 EC で日本のファッションブランドに費やした累計金額を尋ねたところ、「300,000 円以上」という回答が 23.7%で最多でした。「100,000 円以上 300,000 円未満（17.6%）」を合わせると 4 割以上の回答者が越境 EC で 10 万円以上のファッション消費をしています。日本のファッション事業者にとって海外展開は非常に有望な一手であると言えます。








■日本ブランドの魅力は「品質」と「デザイン」。一方で、半数以上が越境 EC での購入に「不安」を感じている

日本のファッションブランドに魅力を感じる点については、「素材の品質や縫製の丁寧さ (63.0%)」と「デザイン性の高さ (59.5%)」が突出しています。

一方で、越境 EC でファッション商材を購入する際に不安を感じる点があるかという質問では、52.2%が「はい」と回答しています。具体的に気になる点については、「サイズ」が 78.5%と圧倒的に高く、「素材感、手触り (22.1%)」「シルエット (14.3%)」が続きました。実際の試着ができない越境 EC ならではの物理的な制約が、大きなハードルとなっていることが窺えます。








■不安解消の鍵は「手持ちの服との比較」。ショップ側には「詳細なサイズチャート」と「洗濯表示などの説明」を求めている

サイズ選択の不安をどのように解消しているか尋ねたところ、「商品の寸法を手持ちの服と比較する」が66.8%で最多となりました。次いで「サイズ選びの失敗が少ない商品やオーバーサイズを選ぶ(36.9%)」という回答が上位に入り、自衛手段への工夫が見られます。

購入時により安心できる情報や機能としては「詳細なサイズチャートの用意」が72.6%と圧倒的支持を集めました。このほかには「素材の取扱や洗濯方法など、詳細な商品説明(46.0%)」「商品画像の充実(42.7%)」が求められています。海外ユーザーのサイズや素材感などの不安を解消するためには、「詳細なサイズ数値表記、画像や取扱説明といった具体的情報」を用意することが購買につながる重要な要素となることが示されました。



■定番の「Uniqlo」や世界的デザイナーズに加え、原宿カルチャーやアメカジブランドなど多様な日本ファッションに熱視線

自由回答で「現在注目している日本のファッションブランド」を尋ねたところ、275 件の回答から 146 のブランド名が挙がりました。トップ 3 にはグローバルに展開する「Uniqlo（ユニクロ）」、世界的モードを牽引する「Comme des Garçons（コムデギャルソン）」、近年のスニーカー・アパレル人気を背景とした「Mizuno（ミズノ）」がランクイン。さらに回答をジャンル別に分析すると、海外から支持の高い日本ブランドが浮かび上がりました。

ジャンル別の主な注目ブランド回答例

- ・世界的デザイナーズ：Issey Miyake（イッセイミヤケ）、Yohji Yamamoto（ヨウジヤマモト）、Sacai（サカイ）など
- ・ストリート系：A BATHING APE（ア・ベイシング・エイプ）、Human Made（ヒューマンメイド）、Needles（ニードルズ）など
- ・原宿・ロリータ系：Angelic Pretty（アンジェリックプリティ）、Liz Lisa（リズリサ）、BABY, THE STARS SHINE BRIGHT（ベイビー、ザスターズシャインブライト）など
- ・アメカジ・ヴィンテージ系：The REAL McCoy'S（ザ・リアルマッコイズ）、FREEWHEELERS（フリーホイーラーズ）、orSlow（オアスロウ）など

【調査概要】

- ・実施時期：2026 年 7 月 6 日（月）～13 日（月）
- ・回答者数：420 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 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。

【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
- (6)URL : <https://beenos.com/>