

## 海外ユーザーが関心を寄せるブランドは？ZenLuxe、購入前行動データを分析した「海外ラグジュアリー需要レポート」を公開

62の国と地域へ販売実績を持つラグジュアリーブランド専門越境ECモールが、ウィッシュリスト・カート追加データから海外ユーザーの関心を分析



越境ECをトータルで支援するZenGroup株式会社（本社：大阪市中央区）が運営するラグジュアリーブランド専門の越境ECモール「ZenLuxe（ゼンラクス）」は、2025年4月のサービス開始以来、62の国と地域へ商品を販売してきました。

本レポートでは、2026年7月のZenLuxe上の購入前行動データを分析し、海外ユーザーが関心を寄せたブランドやバッグカテゴリーなどの需要傾向をまとめました。

売上実績だけでは捉えにくい「購入前の関心」に着目し、ウィッシュリスト（お気に入り登録）とカート追加の違いから、海外ユーザーの需要傾向を分析しています。

なお、本レポートはZenLuxe上で取得したデータを集計・分析したものであり、市場全体の傾向を示すものではありません。

### ■調査概要

集計対象：ZenLuxeに掲載されたバッグカテゴリーの商品

集計期間：2026年7月1日～30日

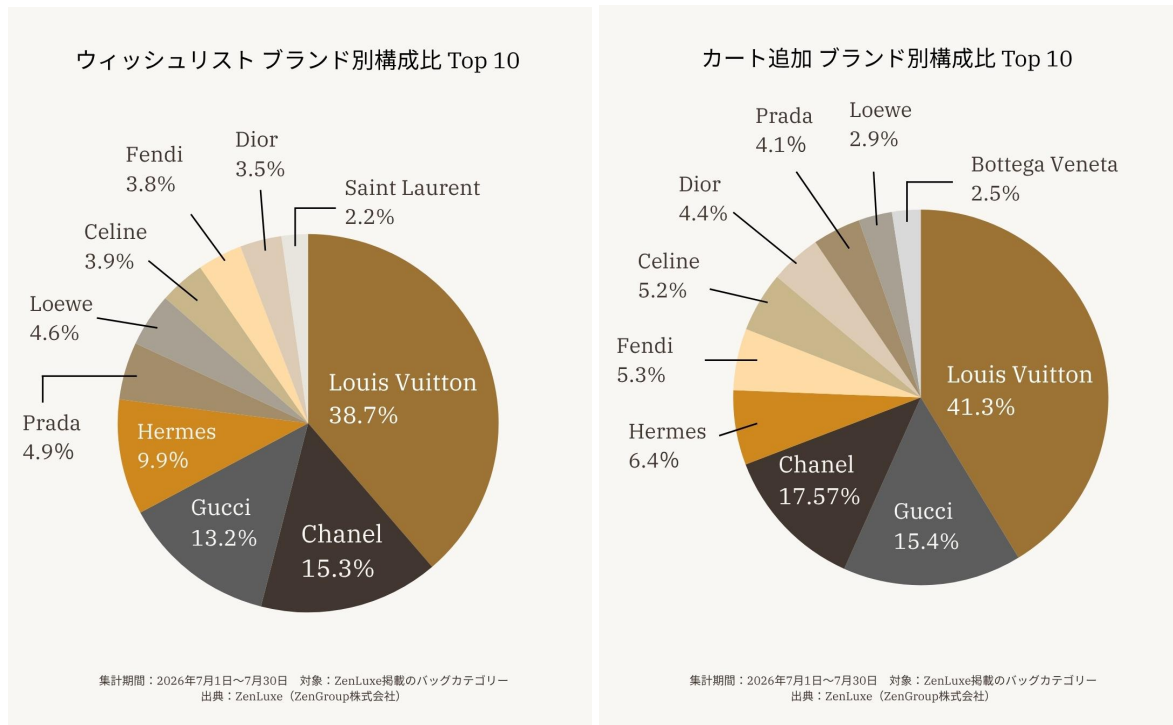
分析方法: ZenLuxe上のウィッシュリストおよびカート追加データを自社で集計・分析

※カート追加アクションは購入完了を示すものではありません。

※本レポートはZenLuxe上の行動データを分析したものであり、市場全体の傾向を示すものではありません。

## ■調査結果

### 1. 海外ユーザーから最も高い関心を集めたブランドはLouis Vuitton。購入前行動からブランドごとの特徴も



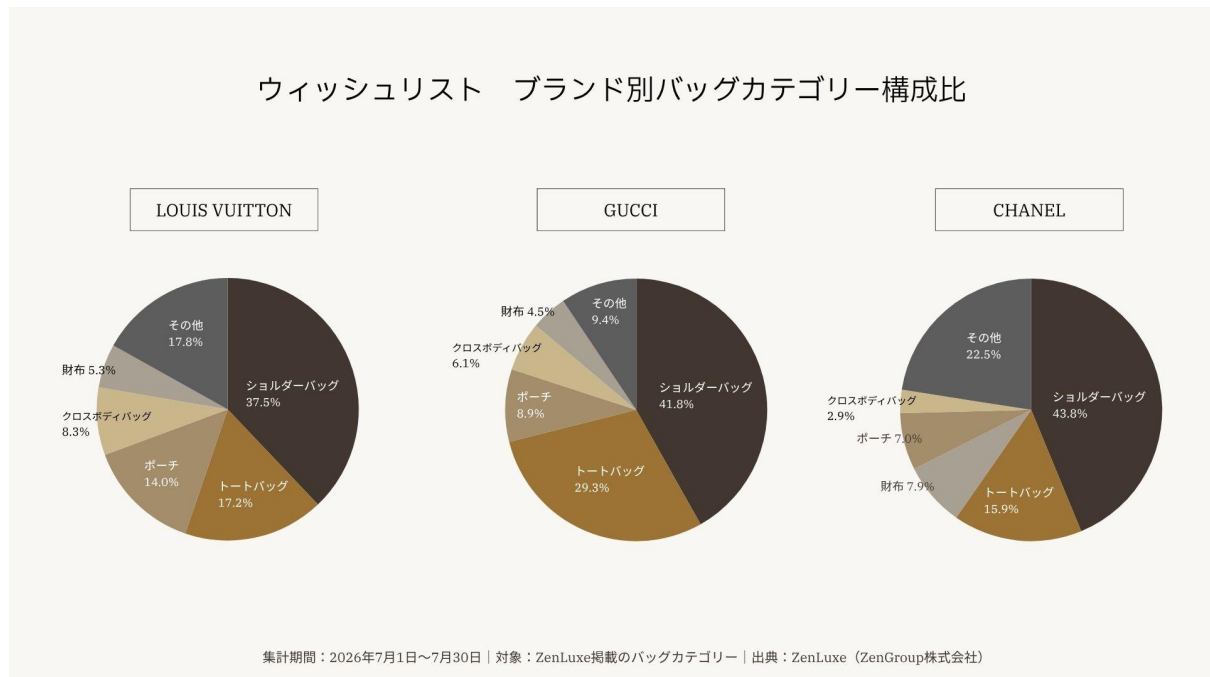
直近30日のブランド別集計では、ウィッシュリスト・カート追加がともにLouis Vuittonが最も多く、海外ユーザーから高い関心を集めていることが分かりました。

ウィッシュリストでは1位Louis Vuitton(38.7%)、2位CHANEL(15.3%)、3位Gucci(13.2%)、4位Hermès(9.9%)の順となりました。カート追加では1位Louis Vuitton(33.4%)、2位Gucci(12.5%)、3位CHANEL(10.1%)、4位Hermès(5.2%)の順となりました。

Louis Vuittonが双方で1位となる一方で、2位と3位はウィッシュリストとカート追加で順位が入れ替わる結果となりました。CHANELはウィッシュリストでGucciを上回った一方、カート追加ではGucciが逆転しています。

このことから、ブランドによって関心を持つ段階と、具体的に購入を検討する段階で行動傾向に違いが見られました。

## 2. 海外ユーザーが関心を寄せるバッグカテゴリーは、ブランドごとに異なる傾向



ブランド別にバッグカテゴリーを分析したところ、Louis Vuittonはショルダーバッグ（37.5%）を中心としながらも、トートバッグ（17.2%）、その他（17.8%）、ポーチ（14.0%）など複数のカテゴリーに関心が分散する傾向が見られました。

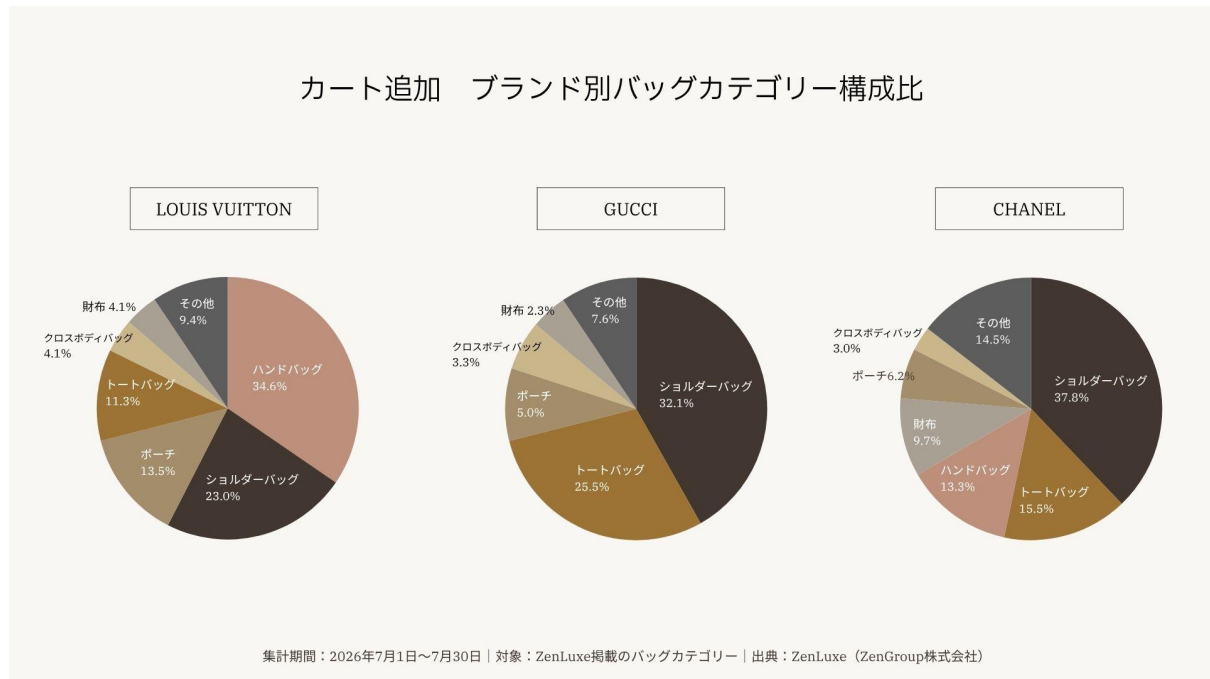
一方、Gucciはショルダーバッグ（41.8%）とトートバッグ（29.3%）の構成比が高く、比較的限られたカテゴリーに関心が集まる傾向となりました。

CHANELもショルダーバッグ（43.8%）が最も高い割合を占めましたが、トートバッグ（15.9%）も一定の割合を占めており、ショルダーバッグを中心に幅広いカテゴリーへの関心が見られました。

このように、ブランドごとに海外ユーザーが関心を寄せるバッグカテゴリーには違いが見られました。

続いて、カート追加データと比較しました。

## カート追加ではバッグカテゴリーがより多様化



ウィッシュリストでは各ブランドともショルダーバッグへの関心が最も高く見られました。一方、カート追加ではブランドごとに構成比の変化が見られました。

例えば、Louis Vuittonではハンドバッグが最も高い構成比（34.6%）となり、ショルダーバッグに加えてポーチやトートバッグにも一定の割合が見られました。Gucciではショルダーバッグとトートバッグが中心となり、CHANELではショルダーバッグが引き続き最多である一方、ハンドバッグや財布の割合も比較的高くなりました。

このことから、ウィッシュリストとカート追加では、ブランドごとに関心を集めるバッグカテゴリーの構成比に違いが見られました。

※本分析はZenLuxe上の行動データをもとにしたものであり、カテゴリー構成は掲載商品の在庫状況などの影響も受けます。

## ■国境を越えて届ける、62の国と地域

本レポートは、ZenLuxeが2025年4月のサービス開始以来、62の国と地域への販売を通じて蓄積したデータをもとに分析しています。

国別では、米国が最大の販売先となり、全体の約37.4%を占めました。続いてオーストラリア、スペイン、シンガポール、カナダが上位に入っています。

また、ドイツ、スペイン、スイス、英国、オランダ、フランスなど、欧州の複数国が販売先上位10カ国に含まれています。

地域別では、北米が最も多く全体の42.9%を占めています。次いで欧州が33.0%、アジア・太平洋が19.5%を占めています。欧州ではドイツ、スペイン、スイス、オランダ、英国、フランスなどを

中心に複数の国が販売先上位10カ国に入りました。一方でアジア・太平洋では、オーストラリアとシンガポールの2つの市場で16.8%を占めました。

※販売国数および国別構成は、2025年4月から2026年6月末までの取引実績を元に算出

## ■ラグジュアリーブランド専門越境ECモール「ZenLuxe」について

ZenGroup株式会社が運営する、主に中古品を中心に、ラグジュアリーブランド品を専門に取り扱う越境ECモールです。既存の越境ECモール「ZenPlus」の仕組みを活用しながら、ラグジュアリーブランド品に特化したマーケットプレイスとして展開。海外送料を完全無料化し、世界中の消費者が安心して日本からラグジュアリーブランド品を購入できる環境を提供します。

▼ZenLuxeのサービス紹介

<https://zen.one/zenplus>

▼ラグジュアリーブランド専門越境ECモール「ZenLuxe」

<https://zenluxe.jp/en/>

## ■今後について

サステナビリティへの関心の高まりや円安、そして世界的な「Used in Japan(日本品質)」のラグジュアリー中古品ブームを背景に、ZenLuxeでは、購入前行動を含むユーザーデータの分析を通じて海外市場の需要を継続的に把握し、その知見を提携事業者やパートナー企業への販売支援やサービス改善に活用してまいります。今後も、実データに基づく市場インサイトを提供することで、日本企業の越境販売拡大に貢献してまいります。

## ■ZenGroup株式会社について

ZenGroup株式会社は「世界の越境EC販売額の20%を日本に」をビジョンに掲げ、海外向け販売プラットフォームの運営からプロモーション、クリエイティブまで海外展開に必要な機能をワンストップで提供しています。

- ・ZenMarket: 海外向け購入代行サービス
- ・ZenLink: 集客支援型越境ECバナー
- ・ZenPromo: 海外向けプロモーションサービス(広告代理・マーケティング)
- ・ZenPlus: 越境ECモール
- ・ZenLuxe: ラグジュアリーブランド専門越境ECモール
- ・ZenStudio: クリエイティブエージェンシー(多言語制作・ブランディング)

現在、グループ全体の会員数は320万人を超え、175の国・地域へ延べ1,050万点以上の商品を発送しています。日本の優れた商品・文化を「シンプルに」世界へ届ける仕組みづくりを通じて、日本企業のグローバル成長を牽引します。

#### 【会社概要】

会社名 : ZenGroup株式会社

設立 : 2014年4月

代表者 : ナウモヴ・アンドリイ、コーピル・オレクサンドル、スロヴェイ・ヴィヤチェスラヴ、ソン・マルガリータ

住所 : 大阪府大阪市中心区瓦町1丁目7-7 大阪堺筋Lタワー8階、10階

資本金 : 80,000,000円

URL : <https://zen.group>