



アドビ システムズ 株式会社 14F-
0032 品川区大崎 1-11-2
ゲートシティ大崎イーストタワー 19F

アドビ、今年のホリデーシーズンのオンラインショッピング 売上高は過去最高の 910 億ドルに達すると予測 モバイル端末の利用がデスクトップ端末を初めて上回る — 最も人気の高いギフト商品は、VR デバイス、ポケモン、 バービー、LEGO、Hot Wheels

※当資料は、2016 年 10 月 27 日に弊社米国本社から発表された[プレスリリース](#)の抄訳です。

【2016 年 11 月 7 日】

米国カリフォルニア州サンノゼ発：Adobe (Nasdaq: ADBE) (本社：米国カリフォルニア州サンノゼ、以下アドビ) は、ホリデーシーズンを前に「[2016 Digital Insights Shopping Predictions](#)」の調査結果を公開しました。アドビは、幅広いデータの分析により消費者の支出を的確に予測しており、過去の実績では誤差 2%以内という業界で最も正確な予測を実現しています。アドビは今年消費者が例年より早くホリデーショッピングを開始し、より長い時間をショッピングに費やすと予想しています。今年のホリデーショッピング期間は、53 日間 (カレンダー上は合計 57 日間) と予測され、オンライン売上高が史上初めて 10 億ドルを超え、昨年 31 日間の売上高に対して 71%増加することが見込まれています。サイバーマンデー (感謝祭[11 月第 4 木曜日]明けの月曜日) には 33.6 億ドルの売上高 (前年比 9.4%増) と過去最高のオンライン売上を記録することが予想されます。感謝祭の売上高は、前年比 15.6%増の 20 億ドルに達する見込みですが、2015 年の前年比 25%増には及びません。ブラックフライデー (感謝祭翌日の金曜日) の売上高は、前年比 11.3%増 (2015 年は 14.3%増) の 30.5 億ドルに達する見込みです。

例年より長い今年のホリデーシーズンのオンライン総売上高は 916 億ドルと 11% (91 億ドル) の増加をもたらすことが予想されます。この増加率の大部分は大手の小売業者*によって占められ、平均伸び率は 16.6%と、小規模な小売業者の 7%よりも高くなります。平均的な小売業者については、消費者の 5%がオンライン総売上高の 35% (385 億ドル) を占める一方で、総売上高の 74%が全商品の在庫管理単位 (SKU) の 1%に集中することが予想されます。今年は初めて、オンラインショッピングのモバイル端末利用 (53%) がデスクトップ利用 (47%) を上回る見込みです。ただし、モバイル端末利用による売上高が占める割合は 34%と低く、モバイルサイト訪問と実際の購入には 19%の差があり (別途発表の[ブログ](#)を参照)、モバイルでは満足のいくショッピングエクスペリエンスを提供されていない可能性があります。さらに、アドビの調査結果によると、北米の web の総トラフィックの伸びは過去 42 カ月間でわずか 0.1%と停滞していることが分かりました。

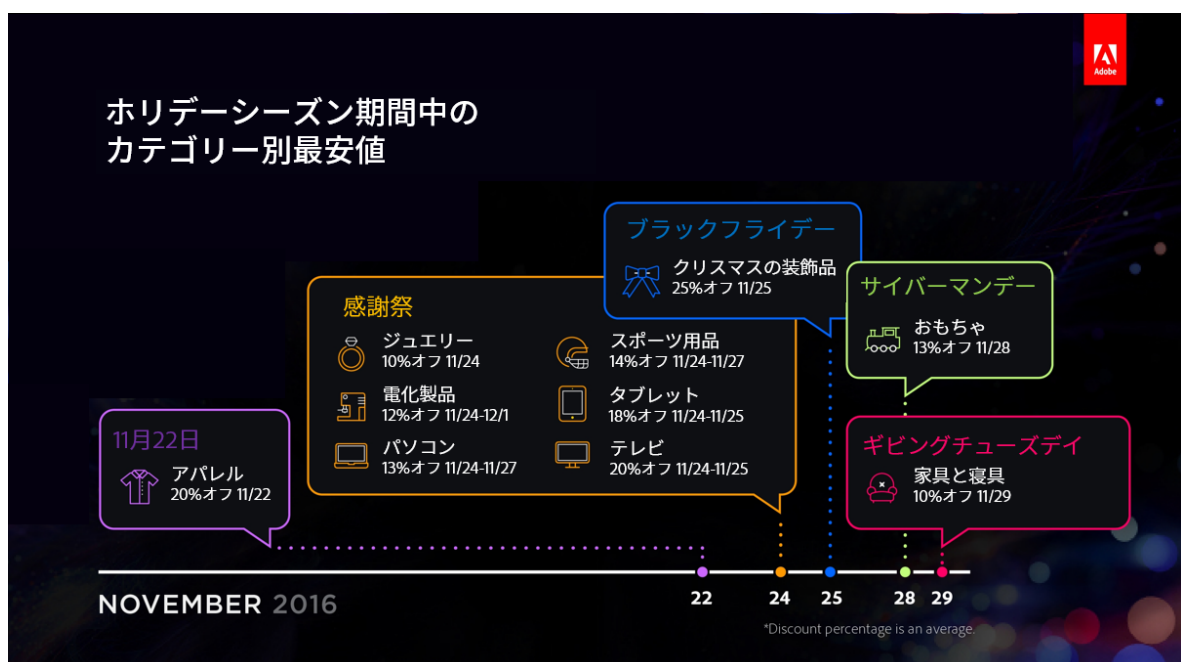
アドビのマーケティング兼カスタマーインサイト担当バイスプレジデントであるミッキー メリクル (Mickey Mericle) は次のように述べています。「オンラインショッピングは、11 月初旬で 5%の増加、12 月後半の 2 週間で記録的な 24%の増加が予想されます。例年よりも早く始まる商品選び、配送、商品プロモーションはすべて、長いショッピングシーズンに寄与するでしょう。売上高が増加する一方で、今年のオンライン総売上高の伸びは低迷することが予想されます。」

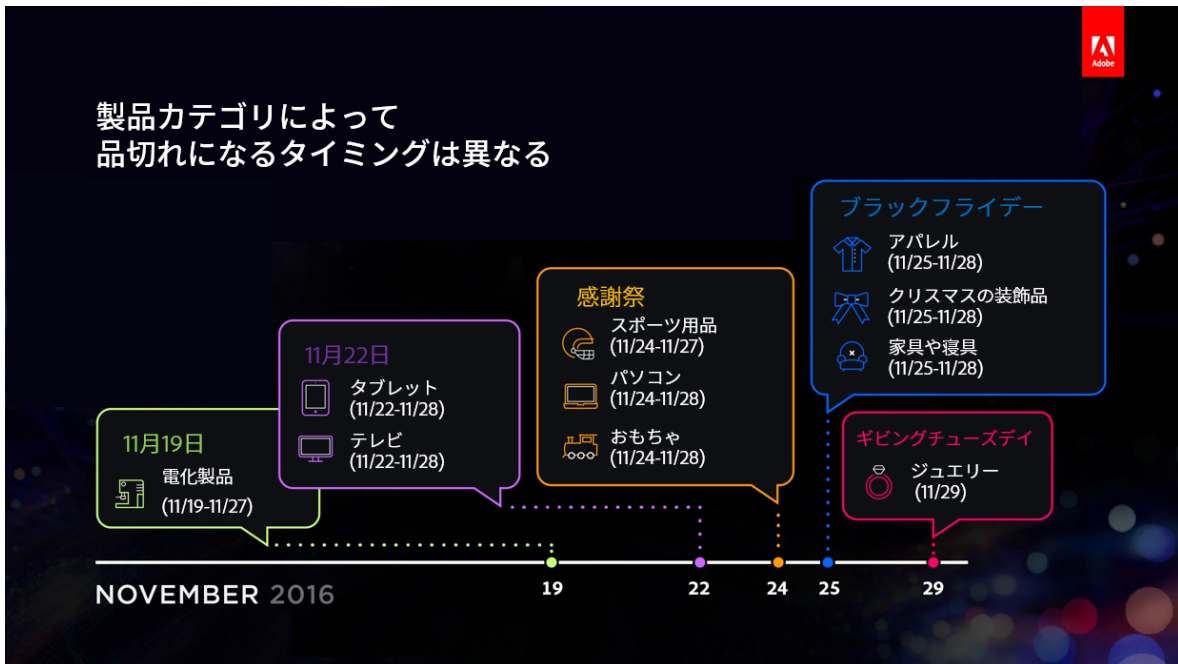
人気のギフト

価格を比較検討する消費者は、複数のオンライン小売業者が扱う同一商品を購入する場合、平均で20%節約できることが予想されます。今年のホリデーシーズンで最も人気の高いギフト商品には、VR デバイス (Oculus、PlayStation VR、HTC Vive)、ポケモン、バービー、LEGO、Hot Wheels、「アナと雪の女王」のおもちゃのほか、Google Home や Amazon Echo が挙げられます。アドビの補足調査によると、消費者は自分用のギフト商品に 15%、他人へのギフト商品に 66%、デコレーションとパーティーに 19%を支出することが分かりました。オンラインで購入する主な理由には依然として低価格と無料配送が挙げられていますが、利便性を挙げる割合も増えています。

その他の調査結果

- **最安値と品切れの日は商品カテゴリーによって異なる**：例えば、衣料品は感謝祭前の火曜日に割引率が最大になり、ゲーム機は感謝祭とブラックフライデーに品切れになる可能性が最も高くなります（詳細は図を参照）。大幅な値引きを見極めることができても、消費者の 25% は小売業者へのロイヤリティから高い価格で購入します。商品の 41% はホリデーシーズン中に小売業者から最低価格で購入され、31% はホリデーシーズン以外の時期に購入されます。
- **モバイルショッピング**：オンラインショッピングのモバイル利用が伸び悩む中、モバイル経由のショッピングが一年で最多となるのは感謝祭（59%）とクリスマス（66%）です。オンラインショッピングのモバイル利用は、サイバーマンデーに最大の増加率（10%）となり 49% に達することが見込まれます。
- **州別のオンライン売上高の伸び**：ワシントン D.C.、ワシントン州、ネバダ州、カンザス州、ネブラスカ州では、オンライン売上高の伸び率が最も高くなることが予想されます（15～36%）。デラウェア州、ケンタッキー州、アーカンソー州、ウェストバージニア州、ミシシッピ州では、最も低い伸び率が予想されます（4～5%）。売上高の伸び率が最も高い州の住民は概して、大学院の学位を取得している場合が多く、収入に対して学生ローンや全体的な負債の割合のほか、家賃が高い傾向が見られます。
- **最安値のを見つけ方**：消費者が最安値を見つける手段としてはディスプレイ広告（29%）が最も多く、次いでソーシャルメディア（14%）、電子メール（13%）となっています。消費者の 40% が、ホリデーシーズンに向けたショッピング期間にモバイル端末で通知を受け取るには、電子メールが最善の方法であると回答しています。





アドビは、Adobe Marketing Cloud を経由する数十億のデータポイントから、マシンラーニングを活用して小売りに関するインサイトを収集しており、それによって業界で最も包括的かつ正確な予測を実現しています。この予測は、5,500 万件の商品 SKU の分析と、4,500 の小売り web サイトへの1兆件以上の訪問に関する匿名データの集積に基づいています。米国の小売業者上位500*社からのオンライン購入額10ドルにつき7ドル50セントは Adobe Marketing Cloud を通じた購入によるものです。アドビは、米国の上位100社**までの小売業者が行う全取引の80%に関するインサイトを収集しています。

* [Internet Retailer による「2016 Top 500 eGuide」](#)（電子商取引テクノロジーの評価に関する独立した情報）

** Internet Retailer による「2016 Top 500 eGuide」に掲載の小売業者上位100社源）

参考 URL (英語)

- [Adobe Digital Insights 2016 Online Shopping Prediction](#) (SlideShare)
- [CMO.com 記事](#)
- [Digital Marketing ブログ](#)

アドビについて

アドビは、世界を動かすデジタル体験を提供します。

アドビ システムズ 株式会社はその日本法人です。同社に関する詳細な情報は、[web サイト](#)に掲載されています。

Adobe, the Adobe logo, and Adobe Marketing Cloud are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated, in the United States and/or other countries.

©2016 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. All other trademarks are the property of their respective owners.