



アドビシステムズ株式会社  
141-0032 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、ホリデーシーズン中の オンラインショッピング売上高の76%が 全商品の1%に集中との調査結果を公開

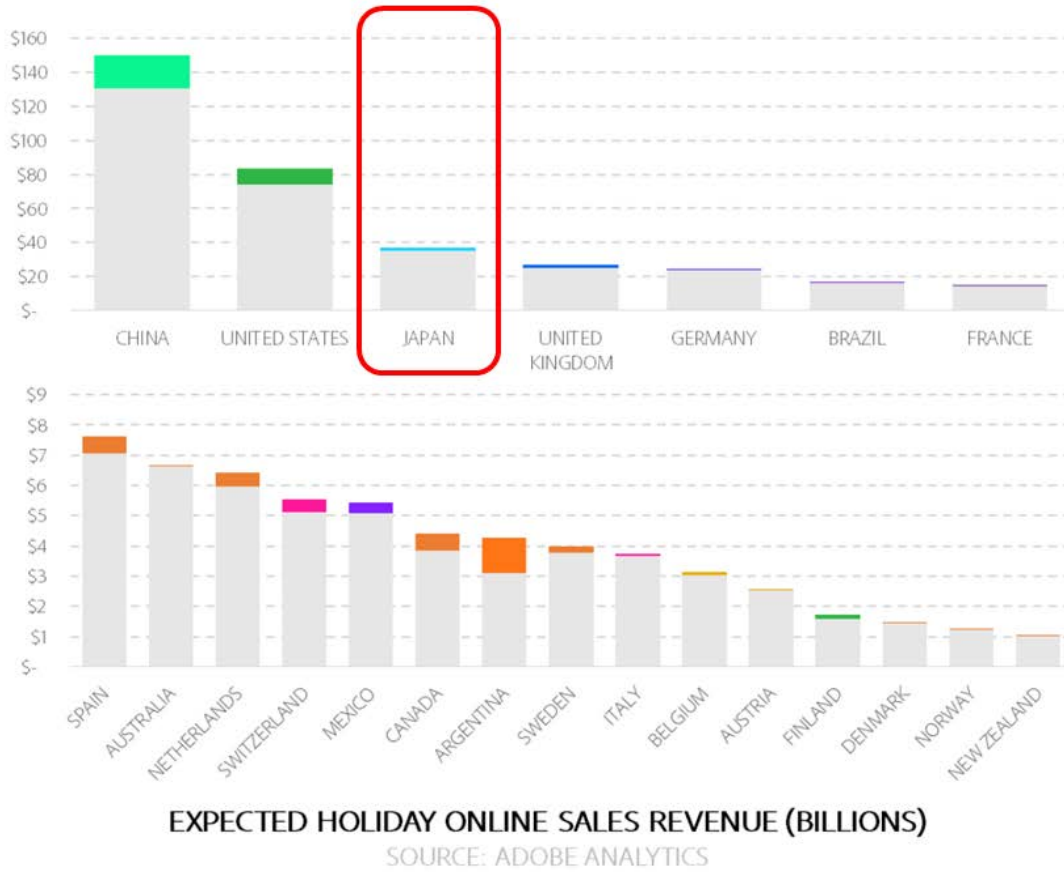
米国のホリデーシーズン中のオンラインショッピングの売上高は記録的な830億ドルを予測  
日本のホリデーシーズン中のオンラインショッピング売上高は370億ドルで世界3位、  
オンラインショッピングでモバイル端末を利用する割合は日本が世界で最も高いと予測

【2015年11月5日】

アドビシステムズ株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：佐分利 ユージン、以下アドビ）は、本日、ホリデーシーズンを前に、「[2015 Digital Index Online Shopping Predictions](#)」の調査結果を公開しました。アドビは、今年の米国のホリデーシーズン中のオンライン総売上高が前年を11%上回る830億ドルに達すると予測しています。総売上高の76%が全商品の在庫管理単位（SKU）のわずか1%に集中し、その大半を電子機器（60%）と商品券（10%）が占めます。サンクスギビングデー（感謝祭：11月第4木曜日）当日のオンライン売上高は、単日では2年連続で最大の伸び（前年比18%増、金額では16億ドル増）を記録すると見込まれます。サイバーマンデー（感謝祭明けの月曜日）の売上高が初の30億ドル台に達し、前年比12%増となるとともに、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15%増の27億ドルになると予想されます。ギフト商品となる可能性が高いものとして最も多く言及されたのは、スターウォーズ BB-8ドロイド玩具、Apple Watch、ソニーのPlayStation 4、ビデオゲームのMinecraftとHalo 5などです。

■ホリデーシーズン中のオンライン総売上で、日本は3位の370億ドルを予測

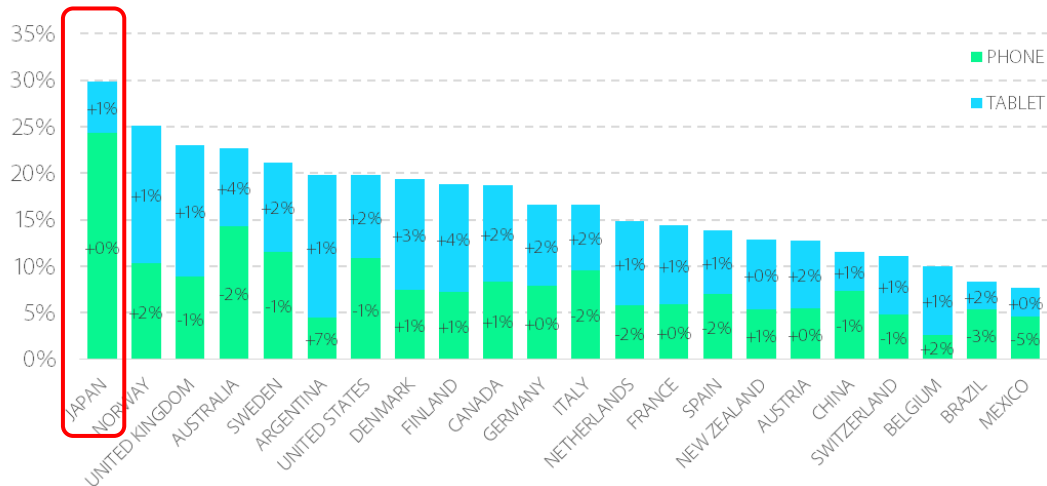
ホリデーシーズン中のオンライン総売上の予測において、日本は、中国（1500億ドル）、アメリカ（830億ドル）に続き、3位の370億ドルとなり、昨年よりで5%増となりました。



図：ホリデーショッピングにおけるオンラインでの売上予測（単位：10億）

■ホリデーシーズン中のオンラインショッピングにおけるモバイル端末の割合が世界で最も高いのは日本と予測

ホリデーシーズン中のオンラインショッピングにおけるモバイル端末（スマートフォンおよびタブレット）の利用状況を予測した国別の調査で、日本は調査した22か国の中で最も高い30%となりました。昨年と比較したところ、スマートフォンは昨年と同じ24%、タブレットは昨年から1%増の6%となりました。



ONLINE SALES REVENUE & YOY GROWTH BY DEVICE TYPE

SOURCE: ADOBE ANALYTICS

図：ホリデーシーズン中のオンラインショッピングにおけるモバイル端末の利用比率および昨年からの増加率

その他の主な調査結果は以下のとおりです。

- **最安値**：商品のオンライン価格は感謝祭当日に最安値（平均割引率は26%）になると予想されます。しかし、需要増に伴い商品の品切れ件数も感謝祭当日に83%増加し、サイバーマンデーにピークに達すると見込まれます。消費者が最大割引率を持つ小売価格を見つけるのはディスプレイ広告が最も多く、次いでソーシャルネットワークとなっていますが、検索エンジンでは10%以上の割引率を見つける可能性が最も低くなります。配送費は感謝祭当日とサイバーマンデーが最も安く、平均1.30ドルとなります。
- **モバイルとソーシャルメディアの影響**：感謝祭当日におけるオンラインショッピング利用の割合でモバイル（51%）が初めてデスクトップを上回ると予想され、当日のオンライン売上高全体の29%を占めます（前年比12%増）。アップルのiOSの利用が売上高の22%を占め、これに対してAndroidの利用は7%になると予想されます。アドビのデータによると、

昨年と同様、売上高の2%がソーシャルネットワークの影響を直接受けると予想されます。また、2015年第3四半期におけるソーシャルネットワークによる訪問当たり収益（RPV）のランキングでは、Facebook（1.24ドル）が首位で、Pinterest（0.74ドル）、Twitter（0.60ドル）、Reddit（0.57ドル）と続きます。

- **人気ギフトとソーシャルメディアでの盛り上がり**：ソーシャルメディアでの盛り上がりは、一般にホリデーギフトの人気上位を示す早期の指標となります。子供用玩具でソーシャルメディア上で最も話題となっているのはスターウォーズのBB-8ドロイドであり、この後をバービーとAmerican Girl人形が続いています。ウェアラブル、ストリーミングハードウェア、タブレットの各カテゴリーでは、アップルのApple Watch、Apple TV、iPadの話題が最も多くなっています。各カテゴリーの次点は、GoPro、Fitbit、Roku、Chromecast、Amazon Kindle、iPad Miniです。ゲーム機で最も話題となっているのはソニーのPlayStation 4で、ビデオゲームではMinecraftとHalo 5が同率1位となっています。
- **オンライン小売業者**：オンライン小売業者で最も話題となっているのはアマゾンで、eBayとTargetがそれに続きます。9月1日以降ソーシャルメディアで最も話題となっている小売業者では、ウォルマートがGapを抑えて最も多くなっています。ソーシャルメディアにおけるアマゾンに関する話題の15%はカリフォルニア州から発信され、eBayに関する話題の35%はニューヨーク州から発信されています。Targetに関するソーシャルチャットを主導している州は2年連続でカリフォルニア州とニューヨーク州となっています。

アドビの「Online Shopping Predictions」は、業界で最も包括的な調査報告書です。この予測は、5,500万件の商品SKUの分析と、4,500の小売ウェブサイトの過去7年にわたる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。米国の上位500位までの小売業者に対するオンライン購入額10ドルにつき、7ドル50セントがAdobe Marketing Cloudを通じて購入されています。\*アドビは、米国の上位100位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ました。\*アドビが幅広く収集したデータから、感謝祭とサイバーマンデーにおける消費者のオンライン支出を的確に予測することができ、過去の実績では誤差は2%以内と業界で最も正確な予測を実現しています。

Adobe Digital Index（ADI）のプリンシパルアナリストであるタマラ・ギャフニー（Tamara Gaffney）は、「クリスマスのショッピングは大きな投資であり、消費者は最も人気のあるギフト商品を最安値で確保しようと、オンラインショッピングやモバイルショッピングが年々上手になっています。平均的な米国のインターネット利用者のオンライン支出額は11月および12月には305ドル、サイバーマンデーには平均11ドルと見込まれますが、これは単日では過去最高のオンラインショッピング

支出額となります。11月と12月の合計のオンライン売上高は、米国の小売業者の年間のオンライン売上高の22%以上を占めています」と述べています。

### **Adobe Digital Index: 2015 Digital Index Online Shopping Predictions**

[https://www.adobe.com/content/dam/Adobe/jp/news-room/pdfs/201511/adi2015\\_holiday\\_prediction.pdf](https://www.adobe.com/content/dam/Adobe/jp/news-room/pdfs/201511/adi2015_holiday_prediction.pdf)

#### **【調査概要】**

調査ツール：Adobe Marketing Cloud（Adobe Analytics、Adobe Mobile Services、Adobe Social）

対象サイト：4,500 の小売ウェブサイト

#### **Adobe Digital Index について**

Adobe Digital Indexは、デジタルマーケティングをはじめとする興味深いテーマに関する調査結果を、さまざまな業界のマーケティングや電子商取引担当シニアエグゼクティブに提供しています。調査にあたっては、企業のWebサイト上で実用的なデータを取得し、その活動を分析するため、Adobe Marketing Cloudを使用する全世界4,500社以上の主要企業から匿名データを収集・分析します。2015年オンラインショッピング予測の誤差は3%で信頼度90%となっています。

#### **アドビ システムズ社について**

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。

© 2015 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. Adobe, the Adobe logo, Adobe Marketing Cloud, Adobe Analytics, Adobe Mobile Services and Adobe Social are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.