

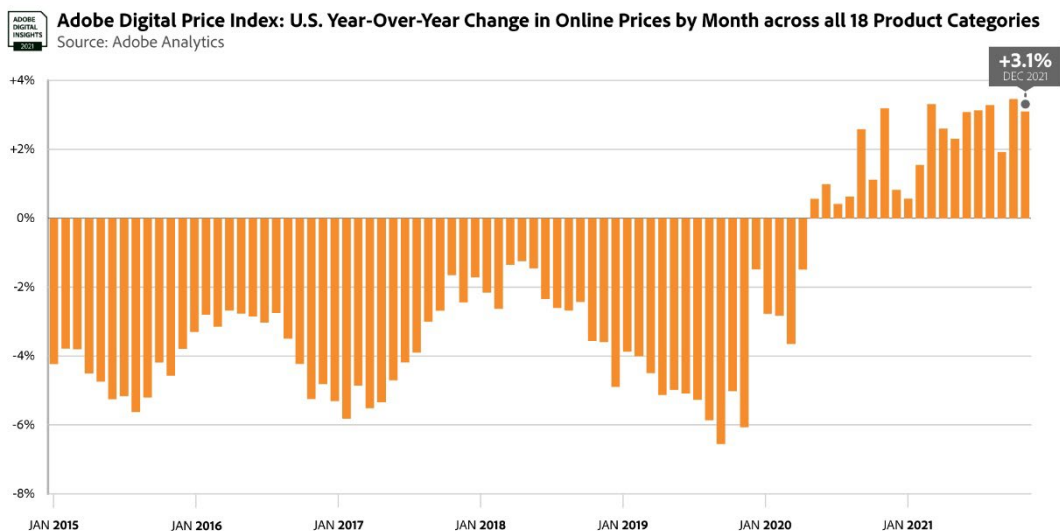
アドビ、「Adobe Digital Price Index」最新版を発表： 2021年12月のオンラインインフレ率が過去最高を記録

- オンライン価格は前年同月比で3.1%上昇
- 2021年12月時点で、オンライン価格は19か月連続のインフレ傾向に
- 2021年のオンライン消費額は過去最高の8,550億ドル（約98兆6,386億円）に達し、デジタルエコノミーの力強い成長を示す

※当資料は、2022年1月12日に米国本社から発表された[メディアアラート](#)の抄訳です。

【2022年1月14日】

Adobe (Nasdaq: ADBE)（本社：米国カリフォルニア州サンノゼ、以下アドビ）は本日、米国における最新（2021年12月時点）の「Adobe Digital Price Index (DPI)」を発表しました。これによると、2021年12月のオンライン価格は、前年同月比で3.1%、前月比で0.8%上昇しました。一方、2021年全体にわたるオンラインでの消費者支出額は、前年比9%増で過去最高の8,550億ドル（約98兆6,386億円）に達し、デジタルエコノミー全体が堅調であることを示しています。




2021年12月の価格上昇は、オンライン価格が前年比で19か月連続で上昇していることを示しており、オンライン価格の上昇幅においては、過去最高を記録した2021年11月（前年同月比3.5%増）に次ぐものとなりました。また、価格変動が目立ったカテゴリーとして食料品とアパレルが挙げられ、食料品は1年以上ぶりに年間最高の上昇率を記録しま

した（前年同月比 4.9%、前月比 0.7%）。アパレルは前年同期比 16.6%増（前月比 0.6%増）となりました。

DPI は、米国の消費者がオンラインで商品を購入する際の価格を包括的に示した指標です。DPI は、[Adobe Analytics](#) を使用して、エレクトロニクス、アパレル、家電製品、書籍、玩具、コンピュータ、食料品、家具・寝具、工具・ホームセンター用品、家庭用品・園芸用品、ペット用品、宝飾品、医療機器・用品、スポーツ用品、パーソナルケア用品、花・関連ギフト、非処方箋薬、事務用品の 18 カテゴリーを対象とし、1 兆回の小売サイトへの訪問と 1 億個以上の SKU を分析しています。

アドビのグロースマーケティング&インサイト担当バイス プレジデントのパトリック ブラウン (Patrick Brown) は、次のように述べています。「オンラインでのインフレは一向に緩和される気配がなく、2021 年のホリデーシーズンにオンラインで表示された 60 億件以上の在庫切れメッセージが示すように、耐久消費財の需要は持続的な供給難に直面しています。一方で消費者は、ガソリン代から家賃までのあらゆるオフラインの価格上昇からは逃れられないものの、玩具やエレクトロニクス、さらには宝飾品などの商品に関しては、E コマースがより安価な選択肢であることを理解しています。」

 **Adobe Digital Price Index: Online Price Change by Category**
Source: Adobe Analytics

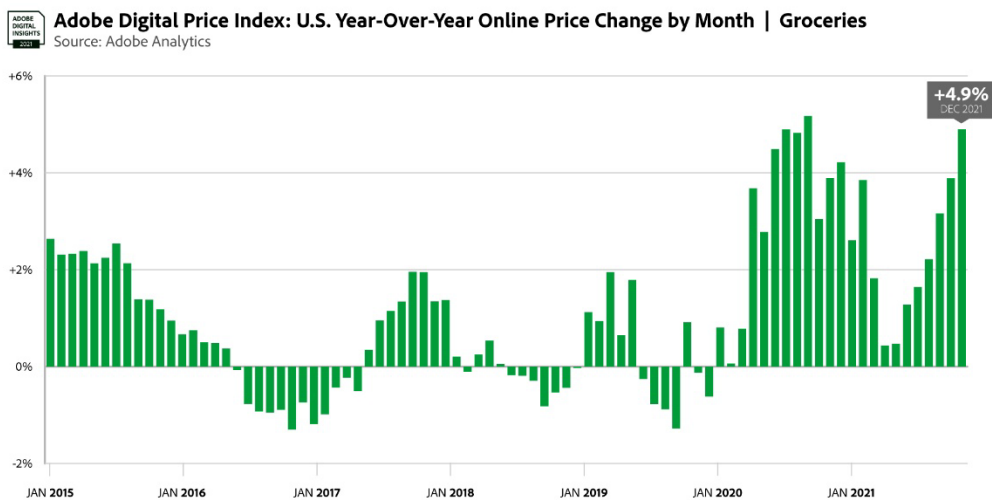
Category	Dec. 2021 Data		Historical Data
	YoY Price Change	MoM Price Change	2015-2019 Avg YoY
Electronics	- 2.61%	+ 0.41%	- 9.06%
Personal Care Products	+ 0.09%	+ 2.20%	- 1.23%
Office Supplies	- 0.03%	+ 1.80%	- 2.13%
Jewelry	- 2.30%	+ 5.48%	- 5.57%
Books	- 2.05%	+ 0.19%	- 0.88%
Furniture & Bedding	+ 3.29%	+ 0.79%	- 2.58%
Toys	- 4.63%	- 0.65%	- 5.54%
Home & Garden	+ 1.03%	- 0.26%	- 5.43%
Pet Products	+ 3.53%	- 0.02%	- 1.12%
Grocery	+ 4.90%	+ 0.71%	+ 0.51%
Nonprescription Drugs	+ 3.15%	+ 0.96%	+ 0.01%
Tools & Home Improvement	+ 7.05%	+ 0.98%	- 0.67%
Appliances	+ 4.14%	+ 2.97%	- 2.67%
Flowers & Related Gifts	+ 12.03%	- 1.60%	+ 0.37%
Computers	- 6.25%	- 0.22%	- 9.24%
Sporting Goods	+ 3.99%	+ 1.15%	- 3.42%
Medical Equipment & Supplies	+ 6.63%	+ 0.54%	- 1.06%
Apparel	+16.61%	+ 0.60%	- 1.08%

2021年12月、Adobe Digital Price Indexが追跡している18カテゴリーのうち、12カテゴリーで前年比の価格上昇が見られ、なかでもアパレルは他のカテゴリーと比較して急速な価格上昇を記録しました。一方で、エレクトロニクス、事務用品、宝飾品、書籍、玩具、コンピュータの6カテゴリーでは、値下がりが見られました。

前月比では、18カテゴリーのうち13カテゴリーで値上がりが記録され、玩具、ペット用品、家庭用品・園芸用品、コンピュータ、花・関連ギフトの5カテゴリーで値下がりが見られました。

Adobe Digital Price Index（2021年12月）で注目の商品カテゴリー

- 食料品：価格は前年同期比4.9%増（前月比0.7%増）となり、年間ベースでは前年同期比5.2%増となった2020年10月以来の高い上昇率となりました。食料品は、消費者が実店舗で支払う価格を反映した消費者物価指数と連動して推移している唯一のカテゴリーです。

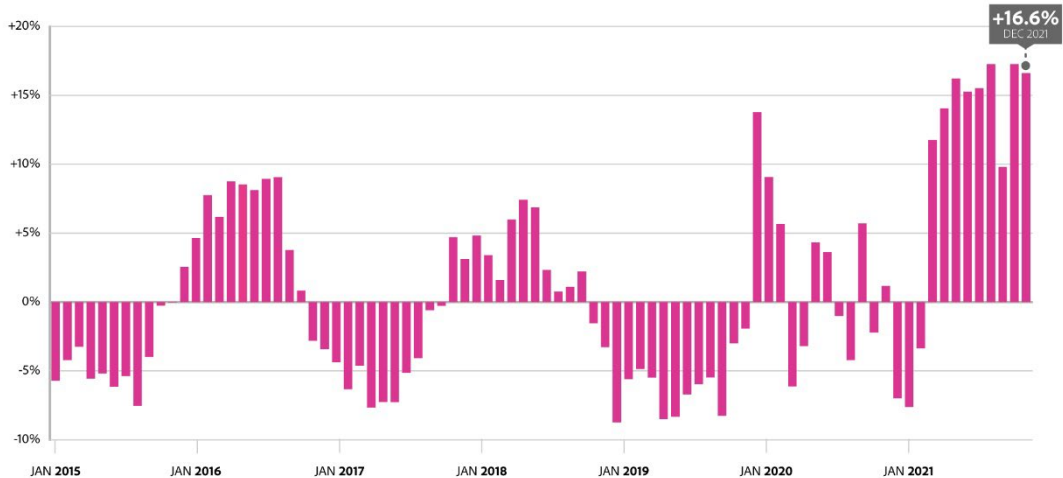


- アパレル：価格は前年同月比16.6%増（前月比0.6%増）で、9か月連続でオンライン価格が上昇しました。このカテゴリーは通常、季節的なセールの影響で、この時期には一貫してデフレ傾向を示していました。



Adobe Digital Price Index: U.S. Year-Over-Year Online Price Change by Month | Apparel

Source: Adobe Analytics



- 家電製品：価格は前年同月比 4.1%増（前月比 3.0%増）となりました。消費者が自宅への投資を強化する時期にもかかわらず、このカテゴリーは 19 か月連続で値上がりが続いています。ホリデーシーズン（11 月 1 日から 12 月 31 日まで）において、家電製品のオンライン売上は、シーズン前（2021 年 9 月）の水準と比較して倍増しました。家具・寝具も同様の傾向を示しており、インフレが 20 か月続いたうえで、2021 年 12 月の価格は前年同期比 3.3%増、前月比 0.8%増となりました。
- 工具・ホームセンター用品：価格は前年同月比 7.1%増（このカテゴリーとしては過去最高）、前月比 1.0%増となり、このカテゴリーにおける消費者の購入意欲が継続していることから、13 か月連続でオンラインインフレを記録しました。ホリデーシーズン（11 月 1 日～12 月 31 日）でのオンライン売上高は、シーズン前（2021 年 9 月）の 1.7 倍に増加しました。
- エレクトロニクス：価格は前年同月比 2.6%減（前月比 0.4%増）となりました。アドビが 2014 年に価格動向の追跡調査を開始して以来、最もインフレ領域に近づいた 2021 年 11 月（前年比 0.4%減）と比較すると、大きな値下がりとなりました。

調査方法について

Adobe Digital Price Index (DPI) は、米国労働統計局が発表している消費者物価指数 (CPI) をモデルとしており、オンライン価格の追跡には Fisher Ideal Price Index (フィッシャー理想物価指数) を使用しています。これは、基準時 (例: ある月) と比較時 (例: その前月) に、それぞれ購入された同一商品の数量をもとに、カテゴリーごとに価格変動を算出するものですが、アドビの分析では、前後する 2 つの月に購入された製品の実際の数量によって重み付けをしています。

DPI では、Adobe Analytics を使って測定した小売サイトへの 1 兆回の訪問と、18 の製品カテゴリーにおける 1 億以上の SKU を分析しています。商品分類は、CPI Manual（消費者物価指数マニュアル）で定義されたカテゴリーに準拠し、アドビの AI/機械学習フレームワーク「[Adobe Sensei](#)」と手作業を組み合わせで行っています。この分析手法は、シカゴ大学ブースビジネススクール経済学教授であるオースタン グールズビー（Austan Goolsbee）氏と、スタンフォード大学経済学部教授であるピート クレノー（Pete Klenow）氏という 2 名の経済学者の協力を得て開発されました。

■ Adobe Experience Cloud について

アドビは、[Adobe Experience Cloud](#) で顧客体験管理（CXM）を再定義します。

Adobe Experience Cloud は、エクスペリエンスのためのデジタルコンテンツの制作からマーケティング、広告、アナリティクス、コマースを含む業界唯一の包括的なソリューションです。Adobe Experience Cloud は、すべてのタッチポイントやあらゆるチャネルを通し、魅力的な B2C/B2B/B2E エクスペリエンスを一貫性と継続性をもって提供することを支援し、ブランドが統一された安全でスケーラブルなデジタル基盤を構築できるようにします。Adobe Experience Cloud の一部である Adobe Experience Platform は、CXM のための初のリアルタイムプラットフォームです。オープンで拡張性のある

Adobe Experience Platform は、企業全体のデータをつなぎ合わせ、リアルタイムの顧客プロファイルを可能にし、Adobe Experience Cloud ソリューション全体で有効化することができます。

■ 「アドビ」について

アドビは、「世界を動かすデジタル体験を」をミッションとして、3つのクラウドソリューションで、優れた顧客体験を提供できるよう企業・個人のお客様を支援しています。

[Creative Cloud](#) は、写真、デザイン、ビデオ、web、UX などのための 20 以上のデスクトップアプリやモバイルアプリ、サービスを提供しています。[Document Cloud](#) では、デジタル文書の作成、編集、共有、スキャン、署名が簡単にでき、デバイスに関わらず文書のやり取りと共同作業が安全に行えます。[Experience Cloud](#) は、コンテンツ管理、パーソナライゼーション、データ分析、コマースに対し、顧客ロイヤルティおよび企業の長期的な成功を推進する優れた顧客体験の提供を支援しています。これら製品、サービスの多くで、アドビの人工知能（AI）と機械学習のプラットフォームである [Adobe Sensei](#) を活用しています。

アドビ株式会社は米 Adobe Inc.の日本法人です。日本市場においては、人々の創造性を解放するデジタルトランスフォーメーションを推進するため、「心、おどる、デジタル」というビジョンのもと、心にひびく、社会がつながる、幸せなデジタル社会の実現を目指します。

アドビに関する詳細な情報は、web サイト (<https://www.adobe.com/jp/about-adobe.html>) をご覧ください。

© 2022 Adobe Inc. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.