

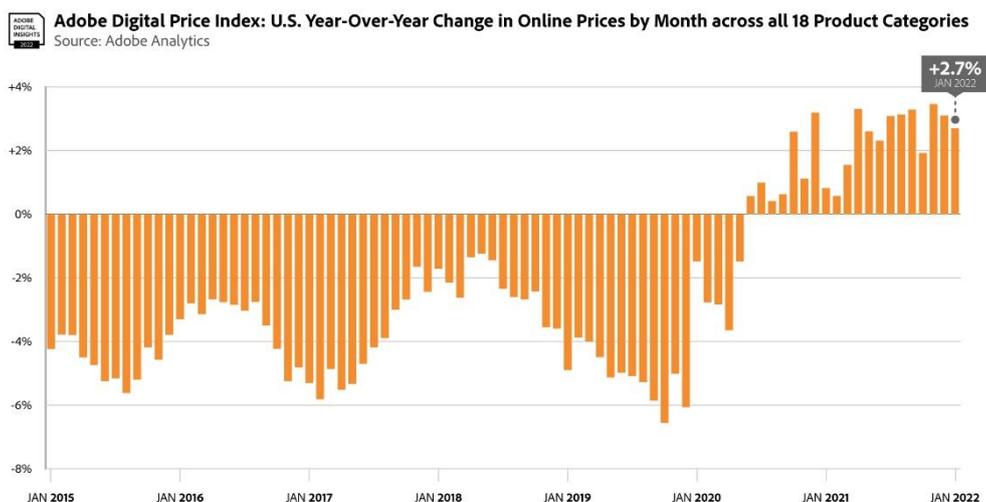
アドビ、「Adobe Digital Price Index」最新版を発表： 2022年1月のオンラインインフレ率は2.7%と高水準を維持

- 2022年1月時点で、オンライン価格は20か月連続のインフレ傾向に
- 食料品や医療品の価格が過去最高を記録
- エレクトロニクスの価格は下落が続き、前年同月比で3.4%下降

※当資料は、2022年2月10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2月18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 (2022年1月時点) の「Adobe Digital Price Index (DPI)」を発表しました。これによると、2022年1月のオンライン価格は前年同月比で2.7%、前月比で1.1%上昇し、20ヶ月連続でインフレを記録しました。2021年12月の価格上昇 (前年同月比3.1%増) は、過去最高の売上高となったホリデーシーズンに貢献し、11月のオンライン価格は前年同月比3.5%増となりました。1月には、食料品が前年同月比5.8%増 (前月比1.2%増) と最も高い伸びを示し、2年連続でこのカテゴリーのオンライン価格が上昇したことが分かりました。医療機器・用品は前年比8.2%増 (前月比0.1%減) と引き続き高止まりで、新型コロナウイルスのオミクロン株の感染拡大に伴い、前年同月比で過去最高の価格上昇を示しました。一方で、エレクトロニクスの価格低下が継続しています (前年比3.4%減)。



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。「エレクトロニクスやアパレルなどのカテゴリーで価格が下がったことにより、オンラインでのインフレ率は昨年 11 月の記録的な高騰から若干低下したものの、消費者は依然としてデジタル経済における価格の上昇に悩まされています。これは特に食料品のようなカテゴリーで顕著です。食料品のオンライン購入に対する需要が高いままであるにも関わらず、オンライン価格は記録を更新し続けているのです。」

2022 年 1 月時点において、Adobe Digital Price Index が調査している 18 カテゴリーのうち 13 カテゴリーで前年同月比の価格が上昇しており、中でもアパレルが他のカテゴリーよりも高い上昇率を示しています。一方で、エレクトロニクス、宝飾品、書籍、玩具、コンピュータの 5 カテゴリーでは値下がりが見られました。

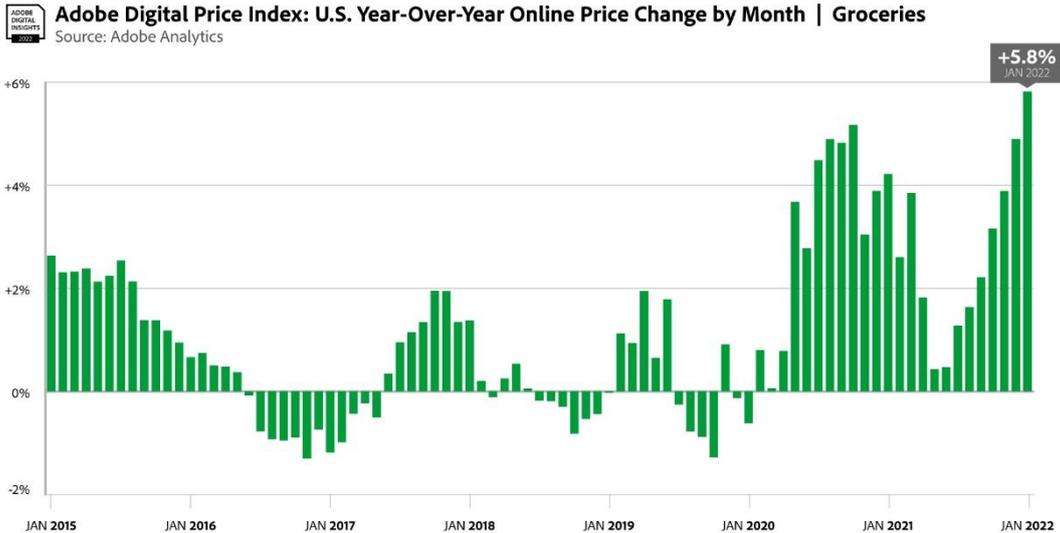
また、前月比では、18 カテゴリーのうち 15 カテゴリーで値上がりが記録され、一方で医療機器・用品、花・関連ギフトの 3 カテゴリーでは値下がりが見られました。

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

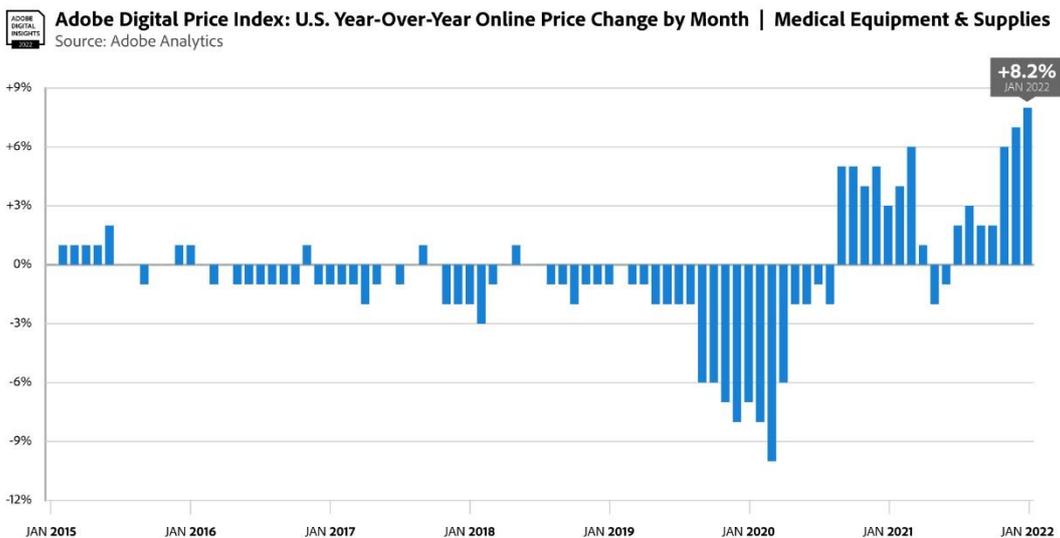
Category	Jan. 2022 Data		Historical Data
	YoY Price Change	MoM Price Change	2015-2019 Avg YoY
Electronics	-3.44%	+2.00%	-9.06%
Personal Care Products	+0.44%	+0.86%	-1.23%
Office Supplies	+1.54%	+2.22%	-2.13%
Jewelry	-3.57%	+5.43%	-5.57%
Books	-2.04%	+0.33%	-0.88%
Furniture & Bedding	+4.03%	+1.86%	-2.58%
Toys	-5.96%	+3.10%	-5.54%
Home & Garden	+1.54%	+2.01%	-5.43%
Pet Products	+4.66%	+1.17%	-1.12%
Grocery	+5.82%	+1.22%	+0.51%
Nonprescription Drugs	+4.09%	+0.05%	+0.01%
Tools & Home Improvement	+6.95%	+1.38%	-0.67%
Appliances	+3.04%	+2.24%	-2.67%
Flowers & Related Gifts	+9.50%	-2.94%	+0.37%
Computers	-5.68%	+1.57%	-9.24%
Sporting Goods	+3.22%	+1.17%	-3.42%
Medical Equipment & Supplies	+8.18%	-0.06%	-1.06%
Apparel	+15.75%	-1.74%	-1.08%

Adobe Digital Price Index（2022年1月）で注目の商品カテゴリー

- **食料品**：価格は前年同月比 5.8%増（前月比 1.2%増）で、このカテゴリーにおける年間ベースで最高の上昇率となり、COVID-19 のパンデミックが発生した年である 2020 年 10 月の最高値（前年比 5.2%増）を超えました。食料品のオンライン価格は 1 月時点で 24 ヶ月連続の上昇を記録しており、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同じ傾向を示す唯一の商品カテゴリーとなっています。



- **医療機器・用品**：価格は前年同月比 8.2%増（前月比 0.1%減）となり、このカテゴリーにおける年間ベースで最も高い上昇率となりました。これは、1 月のオミクロン株の感染拡大により検査キットの需要が高まり、供給が逼迫していた状況と時期が合致します。



- **オフィス用品**：オンライン価格が 8 ヶ月連続で下落または横ばいとなった後、1 月のオフィス用品の価格は前年同月比 1.5%増（前月比 2.2%増）となりました。新型

コロナウイルスの変異株の出現によって、多くの消費者が引き続き自宅で仕事をすることを選択し、ホームオフィス向け製品の需要と価格が上昇しました。

- **エレクトロニクス**：価格は前年同月比 3.4%減で、オンライン価格が前年同月比 2.6%減だった 12 月に比べて下げ幅が広がっています。エレクトロニクスは E コマースにおける主要カテゴリーのひとつであるため、その価格変動は全体のインフレ率に大きく影響します。なお、ホリデーシーズンで値引きがあったことから、前月比では 2.0%の価格上昇となりました。
- **アパレル**：価格は前年同月比 15.8%増（前月比 1.7%減）で、2021 年 11 月に前年同月比 17.3%増、12 月に同 16.6%増を記録したホリデーシーズン中と比べると低下しています。E コマース消費にアパレルが占める割合は大きく、この低下により 1 月全体のインフレ率が影響を受けています。

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.