



アドビ、「Adobe Digital Price Index」最新版を発表： 2022年2月のオンラインインフレ率は 3.6%と過去最高を記録

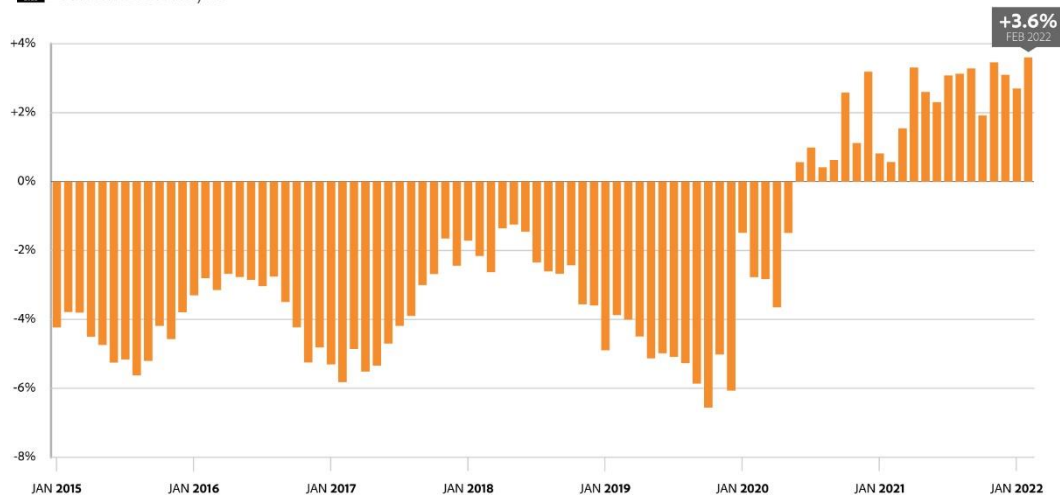
- 2022年2月時点で、オンライン価格は21か月連続で上昇
- 工具・ホームセンター用品の価格が過去最高を記録
- アパレルの価格は前年比16.7%増と、他のどのカテゴリーよりも上昇

※当資料は、2022年3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4月8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2月時点)の「[Adobe Digital Price Index \(DPI\)](#)」を発表しました。これによると、2022年2月のオンライン価格は、前年同月比で3.6%、前月比で0.1%の上昇となりました。これは、2021年11月に記録した前年同月比3.5%増を超え、過去最高のインフレ率となります。2022年2月時点で、前年同月比でのオンラインインフレは21か月連続となります。この月は工具・ホームセンター用品のカテゴリーが突出し、価格は前年同月比7.8%増(前月比0.8%増)と年間ベースで最高値を記録しています。アパレルは前年同月比16.7%増(前月比0.3%増)と、他のどのカテゴリーよりも高い上昇率を示しました。また食料品は前年比7.6%増(前月比1.9%増)となり、こちらも過去最高を記録しています。

Adobe Digital Price Index: U.S. Year-Over-Year Change in Online Prices by Month across all 18 Product Categories
Source: Adobe Analytics



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。[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。

2022 年 2 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 カテゴリー中 13 カテゴリーで値上がりが記録され、一方でエレクトロニクス、宝飾品、家電製品、コンピュータ、医療機器・用品などのカテゴリーで値下がりが観測されました。

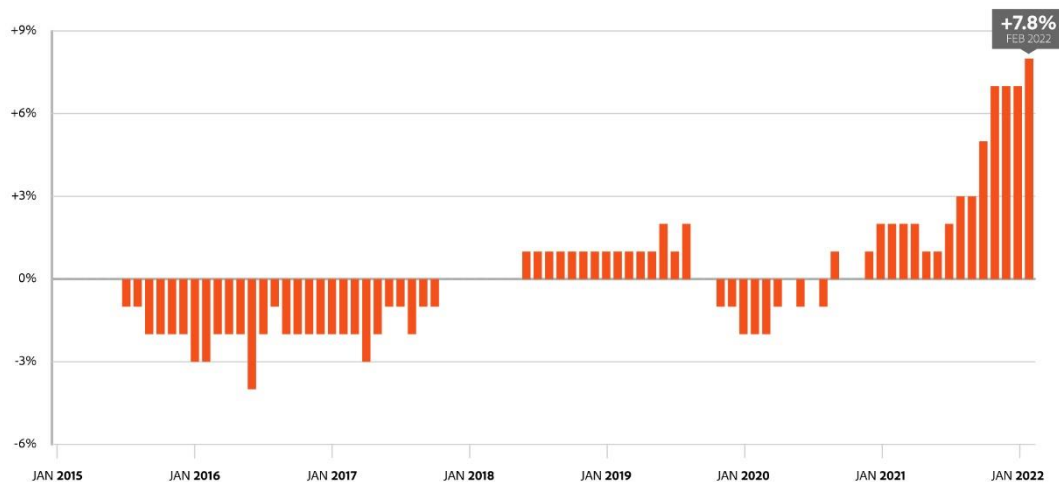
Adobe Digital Price Index: Online Price Change by Category
Source: Adobe Analytics

Category	Feb. 2022 Data		Historical Data
	YoY Price Change	MoM Price Change	2015-2019 Avg YoY
Electronics	- 3.20%	- 0.98%	- 9.06%
Personal Care Products	+ 1.35%	+ 0.62%	- 1.23%
Office Supplies	+ 1.79%	+ 0.27%	- 2.13%
Jewelry	- 1.55%	- 2.66%	- 5.57%
Books	- 0.03%	+ 1.54%	- 0.88%
Furniture & Bedding	+ 4.71%	+ 0.36%	- 2.58%
Toys	- 4.78%	+ 0.67%	- 5.54%
Home & Garden	+ 2.35%	+ 0.52%	- 5.43%
Pet Products	+ 5.59%	+1.32%	- 1.12%
Grocery	+ 7.62%	+ 1.92%	+ 0.51%
Nonprescription Drugs	+ 4.75%	+ 0.81%	+ 0.01%
Tools & Home Improvement	+ 7.77%	+ 0.79%	- 0.67%
Appliances	+ 4.09%	- 0.41%	- 2.67%
Flowers & Related Gifts	+ 14.94%	+ 4.76%	+ 0.37%
Computers	- 4.30%	- 0.65%	- 9.24%
Sporting Goods	+ 3.11%	+ 0.40%	- 3.42%
Medical Equipment & Supplies	+ 8.00%	- 0.10%	- 1.06%
Apparel	+16.66%	+ 0.32%	- 1.08%

Adobe Digital Price Index（2022年2月）で注目の商品カテゴリー

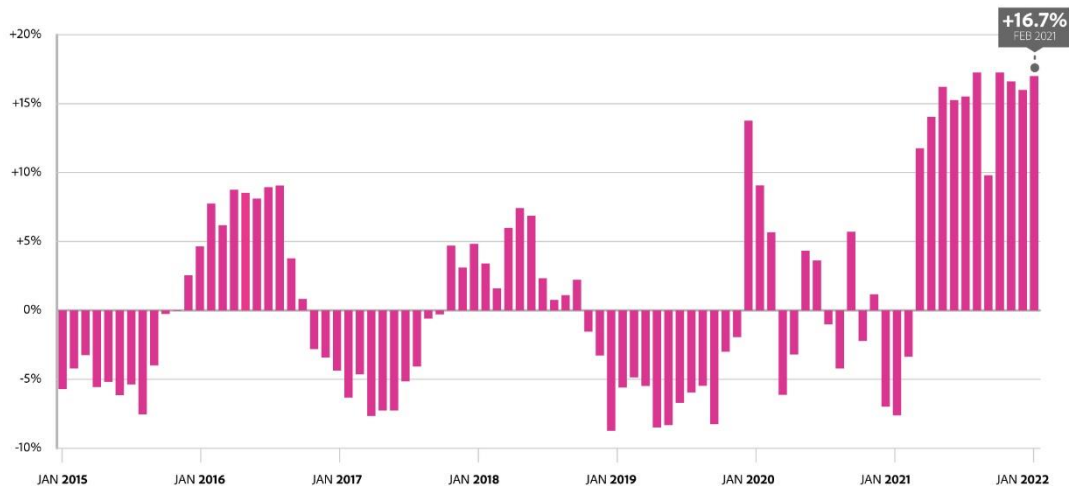
- 工具・ホームセンター用品**：価格は前年同期比7.8%増（前月比0.8%増）となり、年間ベースで最も高い上昇率となりました。これまでの最高値は2021年の年末年始にかけて記録されており、2021年12月のオンライン価格は前年同月比7.1%増でした。また、2月を迎え、同カテゴリーにおける前年同月比の価格上昇は15か月連続となりました。

Adobe Digital Price Index: U.S. Year-Over-Year Online Price Change by Month | Tools & Home Improvement
Source: Adobe Analytics



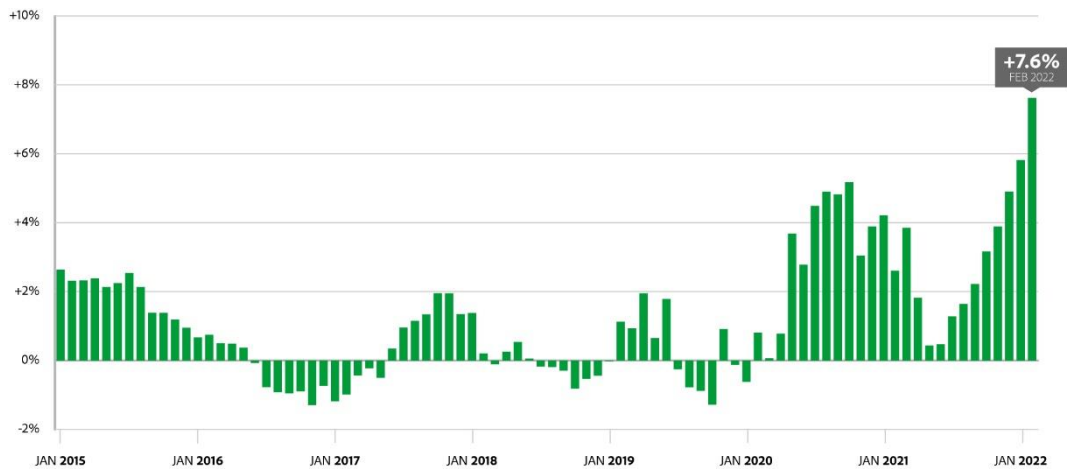
- **アパレル**：価格は前年同月比 16.7% 増（前月比 0.3% 増）となり、2021 年 11 月に前年同月比 17.3% 増、2021 年 12 月に 16.6% 増となった 2021 年のホリデーシーズン並みの価格水準となりました。同カテゴリーでは、ほぼ 1 年間（11 か月連続）オンラインインフレが続いています。これは、パンデミック前に見られた、季節的な割引セールの影響による価格変動から逸脱した動きです。

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



- **食料品**：価格は前年比 7.6% 増（前月比 1.9% 増）となり、年間ベースでは最も高い上昇率となりました。食料品のオンライン価格は 2 月時点で 25 か月連続の上昇を記録し、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。

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



- **事務用品**：事務用品のオンライン価格は、8 か月にわたる前年同月比の下落または横ばいを記録した後、2 月は前年同月比 1.8% 増（前月比 0.3% 増）となり、2 か月連続で上昇しています。1 月の価格は、前年同月比 1.5% 増（前月比 2.2% 増）でした。COVID-19 の変異株の影響が未知数であるため、消費者の多くが依然として在宅勤務を続けており、ホームオフィス用製品の需要と価格を押し上げています。
- **ペット用品**：価格は前年同月比 5.6% 増（前月比 1.3% 増）で、ここ 10 か月間、着実に上昇しています。2021 年 5 月時点では、前年同月比 0.9% 増（前月比 0.1% 増）にとどまっていた。ペットを飼う消費者が増え、需要が高まったため、2020 年 5 月以降、このように E コマースで新興となる商品カテゴリーの価格が上昇しています。

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。

アドビは、AI/機械学習フレームワーク「[Adobe Sensei](#)」と手作業を組み合わせ、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て商品分類をおこなっています。この分析手法は、著名な経済学者であるオースタン グールズビー

(Austan Goolsbee) 氏と、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ィールを可能にし、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.