

アドビ、2024年の米国ホリデーシーズンのオンライン売上が過去最高の2,408億ドルに達するとの予測を発表、ブラックフライデーの成長はサイバーマンデーを上回る見込み

- エレクトロニクスやスポーツ用品などのカテゴリーにおける定価の30%オフという大幅な値引きが「ワンランク上」への買い替え需要を促し、今シーズンは20億ドル以上の追加消費が見込まれる
- ホリデーシーズンは、モバイル端末からの消費が過去最高の1,281億ドル（デスクトップを超える53.2%のシェア）と、これまでになくモバイル化が進み、後払い決済サービスの利用も促進される見通し
- 今シーズン、消費者が商品を見つけたり探したりする新しい方法が登場。小売業者のサイトへのインフルエンサー経由のトラフィック流入効果は平均的なSNSからの流入の10倍であり、また、生成AIを搭載したチャットボットからトラフィックへの流入が100%増加していることが明らかに

※当資料は、2024年9月25日に米国本社から発表された[プレスリリース](#)の抄訳です。

【2024年9月26日】

アドビ（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、2024年のホリデーシーズン（2024年11月1日～12月31日）のオンラインショッピング予測を発表しました。これはアドビの分析ソリューション [Adobe Analytics](#) を通じて得られたオンラインでの商取引データからEコマースの状況を示す最も包括的な分析で、米国の小売サイトへの1兆回以上の訪問、1億個のSKU、18の製品カテゴリーから得られたデータに基づいています。Adobe AnalyticsはAdobe Experience Cloudの一部であり、米国のインターネット小売業者上位100社*の多くがオンラインでのショッピング体験の提供、測定、パーソナライズを行うため、このソリューションを利用しています。

記録的な米国のEコマース売上

アドビは、今年のホリデーショッピングシーズン（11月1日～12月31日）の米国のオンライン売上が2,408億ドルに達し、前年比で**8.4%の成長**を遂げると予想しています。2023年のシーズンで

は、前年比 4.9%増の 2,218 億ドルがオンラインで消費されました。モバイル端末でのショッピングは新たなマイルストーンを達成し、前年比 12.8%増の 1,281 億ドルを記録すると予想されています。デスクトップを抑え、今シーズンのオンライン消費の **53.2%**を占めることになります。

サイバーウィーク（感謝祭、ブラックフライデー、サイバーマンデーを含む、11月28日～12月2日の5日間）のオンライン消費額は、前年比 7%増の 406 億ドルに達し、ホリデーシーズン全体の 16.9%を占める見込みです。アドビは、12月2日のサイバーマンデーが今年もシーズンおよび年間最大のショッピング日となり、**前年比 6.1%増の 132 億ドル**の売上を記録すると予想しています。11月28日の感謝祭（61 億ドル、**前年比 8.7%増**）と 11月29日のブラックフライデー（108 億ドル、**前年比 9.9%増**）はそれぞれ、小売業者による値引きの前倒しを消費者が歓迎していることから、サイバーマンデーの前年比成長率を上回る見通しです。米国の消費者 5,000 人を対象とした調査では、71%がブラックフライデーにオンラインショッピングをする予定だと答え、70%がサイバーウィーク中に積極的に値引き情報をチェックすると回答しました。

Adobe Digital Insights 担当の首席アナリスト、ヴィヴェク パンドゥヤ（Vivek Pandya）は、次のように述べています。「ホリデーショッピングシーズンは近年、様変わりしています。消費者は値引きの波に刺激され、より早い時期にショッピングを始めるようになりましたが、これには決済オプションの多様化が背景にあります。このような値引きパターンの変化によって購買行動も大きく変わり、一部の消費者は、以前は高価だった格上商品に買い替えをしています。このことが米国の小売業者の成長を後押ししています。」

価格に敏感な買い物客を惹きつける大幅値引き

アドビは、小売業者が消費者の購買意欲を喚起しようと競い合う今シーズン、定価の最大 30%オフという大幅値引きが行われると予測しています。この値引き率は、2023 年のシーズンと同水準です。アドビが追跡している 18 のカテゴリーのうち、エレクトロニクスの値引き率はピーク時で定価の 30%オフ（2023 年は 31%）に達すると予想されています。一方、玩具の値引き率は 27%（同 28%）となる見込みです。テレビは 24%オフ（同 23%）、スポーツ用品は 20%オフ（同 18%）で、過去最高の値引き率となる見通しです。その他の注目すべきカテゴリーでは、アパレルで 23%オフ（2023 年は 24%）、コンピューターで 23%オフ（同 24%）、家具で 19%オフ（同 21%）、家電製品で 18%オフ（同 18%）と予想されています。

消費者需要ならびに小売業者の E コマース成長を確実に促進している要因は、シーズンごとに実施される値引きです。消費者が依然として価格に敏感な 2024 年には、その効果がより顕著に現れています。長引いたインフレの後では特に、大型のプロモーションイベントの好機は見逃せません。アドビのデータによると、プロモーションイベント（プライムデー、プレジデントデー、メモリアルデー、レイバーデー）中に価格が 1%下がるごとに、前年と比較して需要が 1.025%増加し、オンライン売上高は 3 億 500 万ドル増加しています。アドビは、今年のホリデーシーズンにおいても値

引きに消費者が強く反応することで、オンライン売上がさらに 20 億ドルから 30 億ドル増加すると予測しています。この数字は、2,408 億ドルという記録的な E コマース消費の予測値に織り込まれています。

ホリデーシーズンに向け「ワンランク上」に買い替える消費者

今年のホリデーシーズンを前に数か月間続いたインフレにより、消費者はより安価な商品を選択するようになりました。これは主要な E コマースカテゴリー全体で共通する傾向です。アドビは、追跡している各カテゴリーについてこのことを検証しました。商品群をその価格帯によって 4 つのグループに分類し、そのうち最高価格と最低価格のグループが販売数に占める割合を 2019 年 4 月～2024 年 8 月までのデータで追跡しました。その結果、この期間中、最も安い商品の割合が大幅に増え、カテゴリー全体で 46%増加し、最も高い商品の割合は 47%減少したことがわかりました。

来るホリデーシーズンにはこの傾向が逆転すると予想されており、最も高価な商品の割合は、シーズン前と比較して 19%増加する見込みです。これは競争的な値引きが主な要因であり、スポーツ用品などのカテゴリーでは特に顕著で、最も高価な商品の割合は 76%も増加すると予想されています。同じ傾向が見られるその他のカテゴリーには、エレクトロニクス（58%増）や家電製品（40%増）などがあります。アドビは、アパレル（3%増）と玩具（3%増）については、より緩やかな増加を見込んでいます。一方、消費者が低価格製品を選択する傾向にある、家具・寝具（12%減）や食料品（3%減）などのカテゴリーでは減少が見込まれています。

消費者ガイド：買い物に最適な時期

最も大幅な値引きは、バーゲンハンターにとって買い物に最適なサイバーウィークに実施される見通しです。また、一部のカテゴリーにおいては、最もお得な買い物ができるのがサイバーマンデー（12月2日）よりも前になる見込みです。感謝祭（11月28日）は、玩具、家電製品、家具、スポーツ用品を買うのに最適な日となります。ブラックフライデー（11月29日）には、テレビが最も割引率の高い商品となります。その翌日の土曜日（11月30日）は、コンピューターが最もお買い得な商品となります。そして、サイバーマンデーは、E コマースにおける収益シェアの 2 大カテゴリーであるエレクトロニクスとアパレルを買うのに最適な日となります。

10月中旬から消費者は値引き情報を目にし、注目すべきは、プライムデー（10月19～10月20日）には最大 16%の値引きが予定されていることです。また、11月1日～11月21日にも最大 18%の値引きが予定されており、値引きが再び活発化します。これにより、消費者は予算の使い方に柔軟性を持たせることができます。サイバーマンデー後も 12月いっぱい値引きが続き、定価の最大 15%オフが期待できます。

ソーシャルインフルエンサーが消費者の購買行動を促進

主要なマーケティングチャネル全体を見ると、検索連動型広告は引き続き売上の最大の推進要因であり（2024年1月1日～9月3日のオンライン収益の28%を占める）、ホリデーシーズンには1%～3%の成長が予想されています。最も急速な成長が見込まれているのは、アフィリエイト／パートナー経由（17.2%のシェア）で、7%～10%の成長が見込まれています。これにはSNSインフルエンサーも含まれており、SNS全体からの小売業者へのトラフィック（約5%のシェア）の成長率4%～7%を上回る見込みです。2024年、アドビのデータによると、インフルエンサーはSNS全体の平均よりも**10倍多く**買い物客（インフルエンサーのコンテンツを見て購入する個人）へのコンバージョンをもたらしており、今年のホリデーシーズン中も同様に高い水準が維持されると予想されています。アドビの調査では、Z世代の回答者の37%がインフルエンサーの推奨に基づいて何かを購入した経験があると回答しています。

その他のインサイト

- **今年のホリデーシーズンの売れ筋商品**：玩具では、Bluey Ultimate Lights and Sounds Playhouse（ドールハウス）、スライムキット（粘土工作キット）、Fisher Price リトルビープル（ミニフィギュア）、MGA's Miniverse（ミニチュア工作キット）、『ディセンダント ライズ・オブ・レッド』関連玩具、LEGO セットなどが人気です。ゲーム機では、ソニーのPlayStation 5、Xbox Series X、任天堂のSwitch OLEDなどが人気です。人気ゲームには、『Madden NFL 25』、『NBA 2k25』、『ディアブロ IV』、『Call of Duty: Black Ops 6』、『スーパー マリオパーティ ジャンボリー』、『VALORANT』、『World of Warcraft: The War Within』などがあります。その他の人気商品には、iPhone 16、Google Pixel 9、Samsung Galaxy S24 Ultra、Bluetooth ヘッドフォン、フィルム／デジタルカメラ、Oura Ring（スマートリング）、Kindle E-readers（電子書籍リーダー）、Ninja CREAM（アイスクリームメーカー）などが予想されています。
- **Eコマースのカテゴリ別成長率**：今年のホリデーシーズンのオンライン消費の半分以上は、エレクトロニクス（551億ドル、前年比8.5%増）、アパレル（439億ドル、前年比5.8%増）、家具・寝具（284億ドル、前年比4.2%増）が牽引すると見込まれています。食料品は引き続き高成長カテゴリであり、208億ドル（前年比8.8%増）と、化粧品（103億ドル、前年比7.3%増）と同様に、大きな成長が見込まれています。その他の注目すべき成長カテゴリには、玩具（81億ドル、前年比5.8%増）やスポーツ用品（72億ドル、前年比5.5%増）などがあります。
- **後払い決済（BNPL：Buy Now Pay Later）**：今シーズン、この支払い方法は新記録を樹立し、オンライン消費を185億ドル（前年比11.4%増）に押し上げる見通しです。アドビは、BNPLが2024年11月に95億ドルと、過去最大の月間消費額を記録すると予想しています。また、サイバーマンデーのBNPLは、1日あたりの過去最大となる9億9,300万ドルに達する見通しです。

さらに、BNPL の利用はモバイルショッピングからが圧倒的で、その割合はデスクトップを抑えて 74~79%に達すると予想されており、今年に入ってこれまで（2024 年 1 月 1 日~8 月 11 日）の数字は 74.1%となっています。アドビの調査では、ミレニアル世代の 39%が今シーズンに BNPL を利用する予定で、次いで Z 世代の 38%となっています。BNPL を使う理由として最も多く挙げられたのは、現金を手元に残せること（回答者の 22%）と、そうでなければ手が出せなかったものを購入できること（同 19%）です。

- **生成 AI の影響**：2024 年（2024 年 1 月 1 日~8 月 31 日）には、生成 AI 搭載のチャットボットから小売サイトへのトラフィックが 2 倍に増加しています。ダイレクト流入（消費者が小売サイトへのリンクをクリック）も 2023 年と比較して 8 倍と、大幅に増加しています。今年のホリデーシーズンでは、ショッピングのために生成 AI ツールを利用するケースが増加すると予想されています。アドビの調査によると、ショッピングの際に生成 AI を使った経験のある消費者の 70%が、体験が向上したと考えており、5 人中 2 人がこのホリデーシーズンに利用する予定であることが分かりました。さらに、回答者の 20%が最良の価格を見つけるために生成 AI を使うと答えており、オンラインで特定の商品を手早く見つけるため（19%）、ブランドの推奨を受けるため（15%）、も理由として挙げられています。

免責事項：このプレスリリースの情報および分析は、アドビが情報提供のみを目的として作成したものであり、将来の出来事に関する記述を含んでいますが、実際の結果と異なる場合があります。当社はここに記載されている情報が正確であることまたは誤りがないことを保証するものではなく、情報の更新または改訂を行う責任を負いません。また当社は、これらの情報への信頼に基づいて発生するいかなる損害についても責任を負わないものとします。

*デジタルコマース 360 トップ 500 レポート（2024 年）より

■「アドビ」について

アドビはデジタル体験を通じて世界に変革をもたらします。

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。

©2024 Adobe. 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.