



アドビ株式会社

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

米国サイバーマンデーでオンライン支出が過去最高の 142.5 億ドル を達成、そのうち 10 億ドル以上は後払い決済を利用

※当資料は、2025 年 12 月 2 日（米国時間）に米国本社から発表された[プレスリリース](#)の
抄訳版です

【2025 年 12 月 4 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、2025 年のホリデーシーズンのうち、「サイバーウィーク」と呼ばれる、感謝祭（11 月 27 日）からブラックフライデー（11 月 28 日）、サイバーマンデー（12 月 1 日）までの 5 日間を対象とした[オンラインショッピングデータ](#)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、米国的小売りサイトへの 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。米国のインターネット小売業者上位 100 社*の大半が、オンラインでのショッピング体験の提供、測定、パーソナライゼーションを行うために Adobe Analytics を利用しています。

サイバーマンデーのオンライン消費額は合計 142.5 億ドルで、前年比 7.1% 増となり、アドビの[当初予測](#)である 142 億ドル（前年比 6.3% 増）を上回りました。午後 8 時から 10 時のピーク時間帯には、毎分 1,600 万ドルが消費されたことになります。サイバーマンデーは史上最大のオンラインショッピングデーであり、買い物客はエレクトロニクス（ピーク時は表示価格から 31% オフ）、玩具（同 28% オフ）、アパレル（同 25% オフ）、コンピューター（同 23% オフ）、テレビ（同 22% オフ）、家具（同 19% オフ）、家電（同 19% オフ）、スポーツ用品（同 17% オフ）などのカテゴリーでお得な値引きを活用しました。

今後数日間、セールが続く見込みです。サイバーウィーク終了後、値引き率はピーク時から下がりますが、12 月の第 1 週まで、玩具（表示価格から最大 23% オフ）、コンピューター（同 20% オフ）、エレクトロニクス（同 19% オフ）、テレビ（同 19% オフ）、アパレル

（同 18% オフ）、スポーツ用品（同 15% オフ）、家電（同 15% オフ）、家具（同 15% オフ）などでお得な商品を見つけることができます。

サイバーウィーク（感謝祭からサイバーマンデーまでの 5 日間）は、オンラインで合計 **442 億ドル（前年比 7.7% 増）** の売り上げをもたらしました。これには、ブラックフライデーの記録的なオンライン支出（**118 億ドル、前年比 9.1% 増**）が寄与しています。ブラックフライデーの成長率は 2 年連続でサイバーマンデーを上回る結果となりました（2024 年サイバーマンデーは前年比 7.3% 増、ブラックフライデーは前年比 10.2% 増）。買い物客は早期のお得な値引きを積極的に活用し、これにより、週末（11 月 29 日と 11 月 30 日）に **118 億ドル（前年比 8.7% 増）**、感謝祭（11 月 27 日）に **64 億ドル（前年比 5.3% 増）** の過去最高の支出を記録しました。

サイバーウィークでの好調な結果を受けて、アドビは 2025 年のホリデーシーズン（11 月 1 日から 12 月 31 日）でのオンライン支出が **2,534 億ドル** に達し、**前年比 5.3% 増加** すると予想しています。

後払い決済「Buy Now Pay Later (BNPL)」が 10 億ドルを突破

柔軟な支払い方法として、後払い決済の利用数はサイバーマンデーに過去最高を記録し、**10 億 3,000 万ドル（前年同期比 4.2% 増加）** となりました。これは、消費者がホリデーシーズンに向けた予算の管理により柔軟性を求めた結果と考えられます。後払い決済の大多数はモバイル経由で行われており、サイバーマンデーでは 79.4% のシェアを占めています（デスクトップ経由と比較）。2025 年 11 月に実施されたアドビの米国消費者 1,000 人以上を対象とした調査では、回答者はエレクトロニクス、アパレル、玩具、家具の購入で後払い決済を利用する可能性が最も高いと答えました。

AI とソーシャルメディアによるオンラインショッピングの加速

生成 AI 搭載のチャットサービスやブラウザはホリデーシーズンに大きな存在感を示し、消費者がお得な情報を見つけたり商品を調べたりするのに役立つツールとなっています。サイバーマンデーには、米国の中小売サイトへの AI トラフィック（リンクをクリックした買い物客数で測定）が **670% 増加** しました。ホリデーシーズン開始から現在まで（11 月 1 日から 12 月 1 日）で、AI トラフィックは 760% 増加しています。ユーザー数は多くないです

が、この増加は AI がショッピングアシスタントとして提供できる価値を示しています。これらのサービスは、ビデオゲーム、家電、エレクトロニクス、玩具、パーソナルケア製品などのカテゴリーで最も利用されました。

アドビはまた、米国的小売サイトで消費者を購入ボタンへと誘導するマーケティングチャネルの動向も追跡しています。今シーズンのソーシャルメディアは際立っており、サイバーマンデー時点での売上比は 3.6% で、前年同期比で 56.5% と大幅に増加しました（2024 年シェア 2.3%、前年比 4.5% 増）。ソーシャルメディアインフルエンサーを含む「アフィリエイトおよびパートナー経由」による収益シェアは 21.8% で、前年比 7.4% 増加しました（2024 年シェア 20.3%、前年比 6.8% 増）。有料検索やメールなどの主要チャネルがオンラインでのトラフィックや売上に貢献していることは変わらないものの、消費者が新製品を探し見つけるのにソーシャルメディアがますます活用されています。

Adobe Digital Insights の主席アナリスト、ヴィヴェク・パンディヤ (Vivek Pandya) は次のように述べています。「アメリカの小売業者は、このホリデーシーズンにオンライン需要を牽引するための値引きに注力しました。サイバーウィーク期間中の競争的かつ持続的なセールが消費者に早期購入を促し、サイバーマンデーだけでなくブラックフライデーでもオンライン支出が伸びています。買い物客にとってもまた、最もお得な値引きと適切な商品を見つける方法が拡大し、2 年連続で生成 AI 搭載のチャットサービスやブラウザツールを活用しています。」

サイバーマンデーにおけるインサイト

- **モバイル経由の購入がさらに増加：**サイバーマンデーにおけるオンライン売上の 57.5% がモバイル経由となり（デスクトップ経由との比較）、支出額は 82 億ドル（前年比 8.0% 増加）となりました。近年、小型画面でのショッピングは大きな注目を集めており、5 年前（2020 年）にはサイバーマンデーのモバイル経由の売り上げシェアは 41.4% でした。今年の感謝祭では、モバイル経由の売り上げシェアが初めて 60% を超えました（61.6%）。モバイル経由でより衝動的な購入が増え、ホリデーシーズンの成長が促進されたと考えられます。
- **エレクトロニクス、アパレル、家具が引き続き e コマースの主要カテゴリーに：**サイバーマンデー時点でのオンライン支出の半分以上（57%）は、エレクトロニクス（37 億

ドル、前年比 12.8% 増）、アパレル（26 億ドル、前年比 5.2% 増）、家具（18 億ドル、前年比 5.4% 増）の 3 つのカテゴリーによって牽引されました。その他の注目すべきカテゴリーには、化粧品（5 億ドル、前年比 7.0% 増）やスポーツ用品（6 億ドル、前年比 6.0% 増）がありました。

- **人気製品:** サイバーマンデーでは、Bluetooth ヘッドホンとスピーカーのオンライン販売が 2025 年 10 月の平均支出と比べて 1,850% 増加しました。他にも強い需要があったカテゴリーには、ビデオゲーム機（1,800% 増）、冷蔵庫・冷凍庫（1,700% 増）、ホームセキュリティシステム（1,500% 増）、スマートホーム製品（1,450% 増）、スマートウォッチとフィットネストラッカー（1,400% 増）、掃除機（1,300% 増）、小型キッチン家電（1,250% 増）、コンピューター（1,200% 増）、イヤリング（950% 増）、調理器具（950% 増）、電動工具（900% 増）、アウターウェア（850% 増）などがあります。
- **サイバーマンデーの注目商品:** フィッシャープライスのリトルピープル、Magna Tiles、DIY クラフトキット、ブレイドー（粘土）セット、Ms. Rachel の知育玩具、ボードゲームやカードゲーム、ナーフガン、KPOP デーモンハンターズの玩具やアクションフィギュア、パウ・パトロールの玩具、その他ぬいぐるみや玩具が注目を集めています。人気のゲーム機には Xbox Series X、Nintendo Switch 2、PlayStation 5、PlayStation Portal があり、人気ゲームタイトルには Call of Duty: Black Ops 7、Battlefield 6、Donkey Kong Bananza、Pokémon Legends、Legends of Zelda Games、MLB The Show 25 があります。
- **サイバーマンデーの他の人気商品:** デジタルカメラ、旅行鞄セット、フィットネストラッカー、テレビ、ロボットやコードレス掃除機、マッサージガン、カウンターで使えるアイスマシン、アクティブウェアやアスレジャースタイル、そして電気毛布などがあります。

2025 年のホリデーシーズンは力強いスタート

ホリデーシーズン開始から現在まで（11 月 1 日から 12 月 1 日）の期間で、消費者のオンライン支出は合計 1,374 億ドルに達し、前年比で 7.2% 増加しました。モバイル経由のショッピングはこれまでのオンライン売上の 52.8% を占めており（デスクトップとの比較）、支出額は 737 億ドル、前年比で 7.2% 増加しています。さらに、後払い決済は支出のうち 101 億ドルを占め、前年比 9.0% 増加しています。

今シーズンの強力な値引きは、エレクトロニクス、スポーツ用品、家電などの高額商品の購入を促し、その結果、e コマースの成長を促進しています。今シーズン（11月1日から12月1日）は、最も高価な商品の「販売台数シェア」が19%増加しています。カテゴリー別にみると、エレクトロニクスで54%、スポーツ用品で52%、家電で41%、パーソナルケア製品で30%、工具やホームインプレーブメントで26%の増加となりました。

■ 「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。

*Digital Commerce 360 Top 500 レポート（2024年）より

Disclaimer: The information and analysis in this release have been prepared by Adobe Inc. for informational purposes only and may contain statements about future events that could differ from actual results. Adobe Inc. does not warrant that the material contained herein is accurate or free of errors and has no responsibility to update or revise information presented herein. Adobe Inc. shall not be liable for any reliance upon the information provided herein.

© 2025 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.