

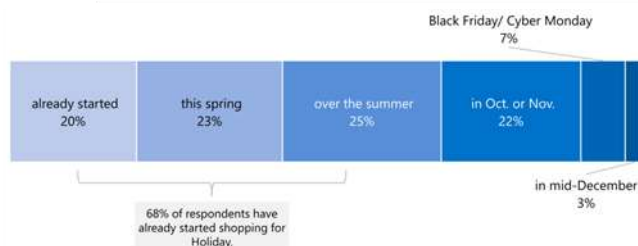
グローバルマーケティングコラム

米国 ホリデー・ショッピングトレンド 2021

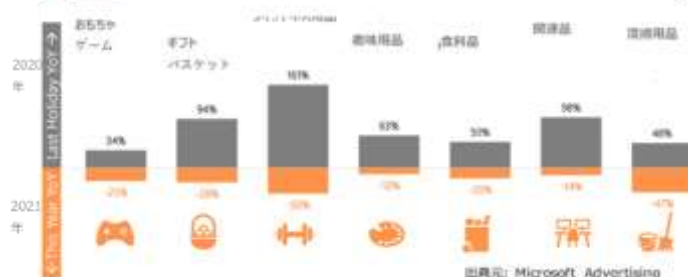
マイクロソフト広告レポート

米国ホリデー(クリスマス)シーズンに向け、年末商戦対策にスパートをかけていく時期となりました。ホリデーシーズンに先駆けて Microsoft 広告が発表したレポートの主なポイント、5 つは、パンデミックで進んだデジタル化の波は変わりませんが、その分、参入者も増え、競争は激化は必須です。消費者が買い物始める時期が早まっていることがアンケート調査と検索データ両方が裏付けています。(参照※1、グラフ a)ギフトカード、オンライン購入してお店で受け取る BOIPS、今買って支払いはあと(BNPL)と持続可能性(Sustainability)が今シーズンの主なトレンドです。また、都市封鎖が解除され、日常が戻ってきている米国ではステイ・ホーム消費から揺り戻しが予想されます。多くの都市でステイホームを余儀なくされた昨年、フィットネス用品や消毒や清掃用品などの商品カテゴリ検索が大きく伸びました。(参照※1、グラフ b)外出が減り、使う機会の少なくなったフォーマルウェアや正装用の靴、パーティ用品などは、昨年、検索数を減らしましたが、今年は大きく回復しています。(参照※1、グラフ c)

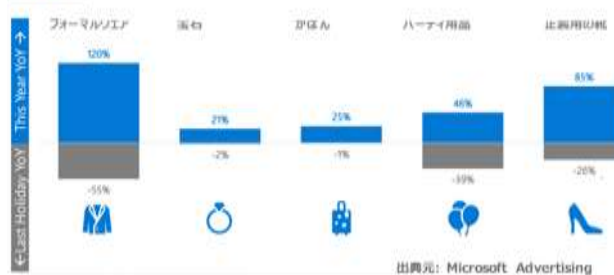
グラフa 2021年5月ホリデーショッピングアンケート



グラフb カテゴリクリック率 2020年・2021年対比



グラフc カテゴリ別クリック率 2020年・2021年対比



【出典元】 ※1

Microsoft Advertising 2021 Retail Holiday Insights - Microsoft Advertising

<https://about.ads.microsoft.com/en-us/insights/holiday-insights>