

# Holiday 2021: A Return to Normal.

ワクチン接種が進み、元の生活スタイルに戻りつつある米国では、今年末は、“通常”のホリデーシーズンを迎えることを期待しています



**68%**

の消費者は、昨年以上に今年のホリデーシーズンを楽しみにしていると回答

**3/4**

の消費者は、年内には通常の生活ルーティンに戻れるだろうと回答

**69%**

の消費者は、ホリデーショッピングを楽しみにしていると回答  
\* 去年の同時期と比べて47%増

**81%**

の消費者は、最適なギフトが見つかることを期待していると回答

## Holiday shoppers want in-person experiences this year, but still plan to rely on online shopping.

ホリデーシーズンは、オンラインでギフトショッピングを行う予定

**66%**

の消費者は、パンデミック前の実店舗ショッピングを懐かしんでいると回答

**67%**

の消費者は、店舗に向いてホリデーショッピングを楽しむことを楽しみにしていると回答

**76%**

の消費者は、実店舗とオンラインの両方でホリデーショッピングを行うと回答。  
\* 昨年より+25%増加、2019年時と一致

**49%**

の消費者は、宅配を優先し店舗でのショッピングを避けたいと回答

**81%**

の消費者は、ホリデーシーズンにおけるオンラインショッピングは便利と回答

### 消費者が実店舗ショッピングを好む理由とは：

- #1. 商品に直接触れることができるため
- #2. 全てのアングルで商品を見ることができると回答
- #3. 見回してギフトの他のアイデアを得ることができると回答

### 消費者が楽しみにしていること：

- #1. 家族と過ごすホリデー
- #2. 賑やかなホリデー
- #3. 旅行
- #4. イベントやパーティー

## Ad innovation will improve online shopping.

広告イノベーションがオンラインショッピング体験をよりよくする

**プロダクト  
インタラクション**

**82%**

の消費者は、360度のアングルで商品を見ることができれば、ホリデーシーズンのショッピング体験が向上すると回答

**カスタマイゼーション**

**75%**

の消費者は、カスタマイズ可能なインタラクティブ体験がホリデーショッピングを改善すると回答

**発見**

**73%**

の消費者は、新しい商品やギフトアイデアを発見するためのバーチャル店頭があればホリデーショッピング体験が向上すると回答



## Consumers want high quality products at a discount.

消費者は、高品質のものをリーズナブルな価格で購入したいと回答



### 購入につながる ホリデーショッピングの ベネフィットとは

- #1. 高品質
- #2. 送料無料
- #3. 豊富な在庫
- #4. カスタマーサービスの良さ
- #5. 返品ポリシーの良さ



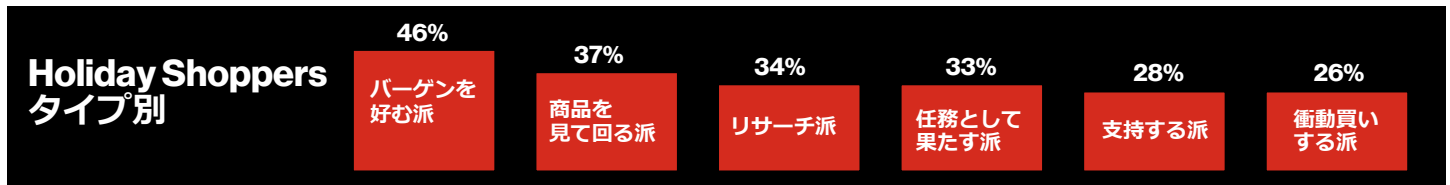
**82%**

商品のお得情報を探するために時間を費やすと回答

**57%**

大幅割引を提供するブランドからの購入を望むと回答

**3/4**が設定する予算を超えないように計画的に買い物をする予定と回答



## This year, brand loyalty is not guaranteed.

今年は、ブランドロイヤリティにこだわらず、他のものも試してみたい



**62%**

今年のホリデーシーズンに新しいブランドを試してみたい

**57%**

今年は、いつものブランドに絞らず、買い物をしたい

**61%**

今年のホリデーシーズンでは、新しいお店やブランドを試したい

**Only  
少数意見**

**32%**のショッパーが、優れたロイヤリティプログラムを持つブランドでの購入を望むと回答

**28%**が、自分たちはロイヤルショッパーであると回答

**21%**が、お気に入りのお店から届くお得情報があるため、オンラインショッピングを好むと回答

### 品質と割引以外にブランドが顧客を獲得する方法

**Make things easy**  
簡単さ・手軽さが重要

**Align with values**  
価値観

**49%**

ギフト商品を簡単に購入できるブランドからの購入を検討

**41%**

最適なギフトを簡単に見つけることができるブランドからの購入を検討

**69%**

自分の価値観に合ったブランドからの購入を検討



## Unsurprisingly, there will be more holiday shopping this year.

今年は、昨年以上のオンラインショッピングが行われると想定



ホリデーショッピングのピークは、昨年と同様、11月初旬～12月中旬

44%

の消費者が、今年は昨年以上にホリデーショッピングを行うと回答

39%

の消費者が、今年は昨年以上にホリデーショッピングにお金を費やすと回答

25%

の消費者が、今年は昨年以上にオンラインでのショッピングを行うと回答

### Top Gift Categories

- #1. Fashion (50%)
- #2. Gifts for kids (46%)
- #3. Tech (42%)
- #4. Beauty / Grooming (39%)
- #5. Dining & entertaining at home (37%)



### Expected Holiday Behavior

59%

今年は、これまでとは異なる新しいブランドの商品を購入する

52%

オンラインでオーダーし、店舗で引き取る

52%

今年は、モバイルでの購入を予定している



## Consumers will turn to online sources for purchase inspiration.

オンラインの情報を元にギフトのインスピレーションを得る

消費者は、利便性の高いオンラインショッピングを好み、セールやお得な情報、ギフトのアイデアなどをオンラインで検索します。

#### オンラインショッピングが好まれる理由

- #1. どこでも購入できる (53%)
- #2. 商品の種類 (46%)
- #3. 簡単にリサーチできる (45%)
- #4. 簡単にレビューが見れる (44%)

#### お得な割引

62%

の消費者が、実店舗よりオンラインの方が、お得に購入できていると回答

#### インスピレーション

- #1. オンラインメディア (57%)
- #2. 友人/家族 (49%)
- #3. 店舗で見て回る (42%)

#### 人気のコンテンツ

- #1. Sales / Deals (47%)
- #2. Gift ideas / Lists (44%)
- #3. Decorating (37%)
- #4. Recipes (37%)
- #5. Activities (34%)

# Partner with Verizon Media for Holiday 2021

2021年のホリデーシーズンに向けて  
消費者の興奮を呼び起こしましょう



主要イベントやプロモーションの認知度を高める

ベネフィットと実用性を伝えるため  
革新的なソリューションを活用する



3D ads



AR ads



コンテンツで  
ホリデー  
シーズンを  
盛り上げる

Editorial Sponsorships

ブランドの認知度と  
センチメントを向上

Gift Guides

発見と検討を促す

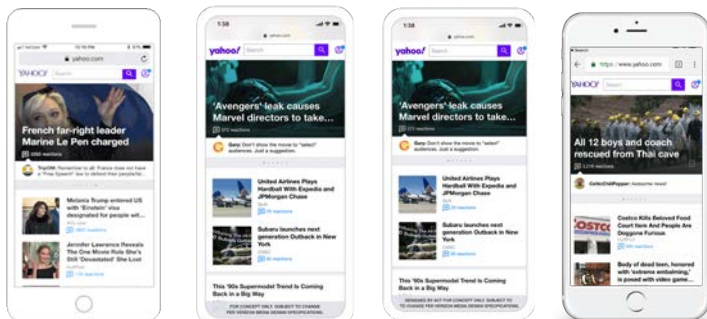
Affiliate Programs

パフォーマンスと  
コンバージョンを促す

その他のコンテンツソリューションも展開中！

商品の価値と実用性を表現する **Shoppable ads** を  
活用し、購入までの道のりを簡素化する

フィード型広告でパフォーマンスと  
リエンゲージメントを促進する



お気軽にお問い合わせください  
japan.outbound.sales@verizonmedia.com