

アドビ デジタルインサイト 四半期レポート

2025年6月

Adobe

◎ 目標

webサイトのトラフィックの増加
ステータス: アクティブ

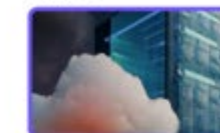
41%

チェックイン

★ テキストから
画像生成

成果

クラウド上のデー
タセンター



アセット



アドビ デジタルインサイト 四半期レポート

2025年6月

アドビデジタルインサイトチームは、四半期ごとにマーケット動向の分析をリリースしています。

このインサイトは、web上の何兆回もの訪問と何十億回ものトランザクションに基づく、この種のものとしては最も包括的な分析を提供します。データの広さと深さを誇るこのチームは、経済、カスタマージャーニー、AIの利用について理解するユニークな立場にあります。

アドビは2024年9月と2025年2月に、米国の回答者5,000人を対象に、生成AIの利用と態度に関する調査を実施し、この分析に役立てました。

レポートのハイライト

- AI駆動のトラフィックは、小売、旅行、銀行、IT／ソフトウェア、そしてメディア／エンターテインメントといった分野全体で加速しています。
- 小売においてAIによるトラフィックは7月以降で3,500%増と急増しており、旅行分野でも3,200%、銀行で2,700%、メディア／エンターテインメントで1,500%、IT／ソフトウェアで1,200%と、それぞれが著しい成長を見せています。
- 最も急速なAI訪問者数シェアの拡大は、IT／ソフトウェアや家電といった複雑なカテゴリで起きています。こうした分野では、AIが購入前にユーザーの情報収集を支援し、信頼性を高めるのに役立っています。
- アメリカの小売におけるAIトラフィックは、2025年には前年比225%の成長が見込まれており、現在イギリス（135%）やフランス（133%）での成長率を上回っています。
- AIによって導かれるトラフィックは、小売、旅行、銀行といった業界でエンゲージメントをより高めており、特に小売においては2025年5月時点でエンゲージメントが9%増加しています。

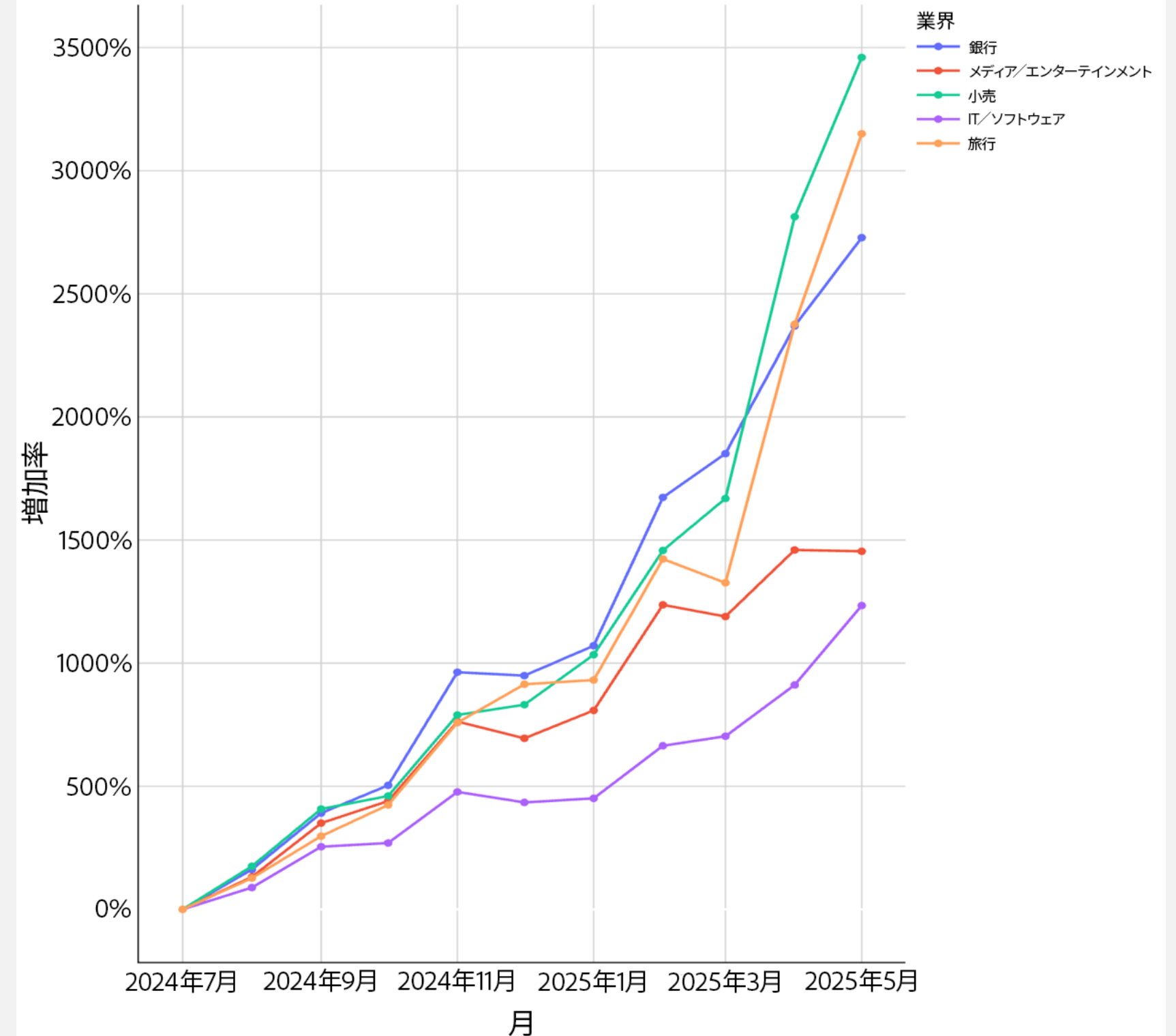
AIによる成長は、あらゆる業界にわたり拡大を続けており、急激な拡大を見せている

2024年7月以降、AIによるリファラルは、かつてない規模で急増しており、さまざまな業界にわたってその影響が広がっています。2025年5月時点での具体的な数値は以下の通りです。

- 小売は、約3,500%の成長を達成しました
- 次いで旅行は、約3,200%の成長を達成しました
- 銀行では、2,700%の増加が見られました
- メディア／エンターテインメントは、約1,500%の成長がありました
- IT／ソフトウェアは、1,200%増加しました

業界別AI訪問シェアの増加

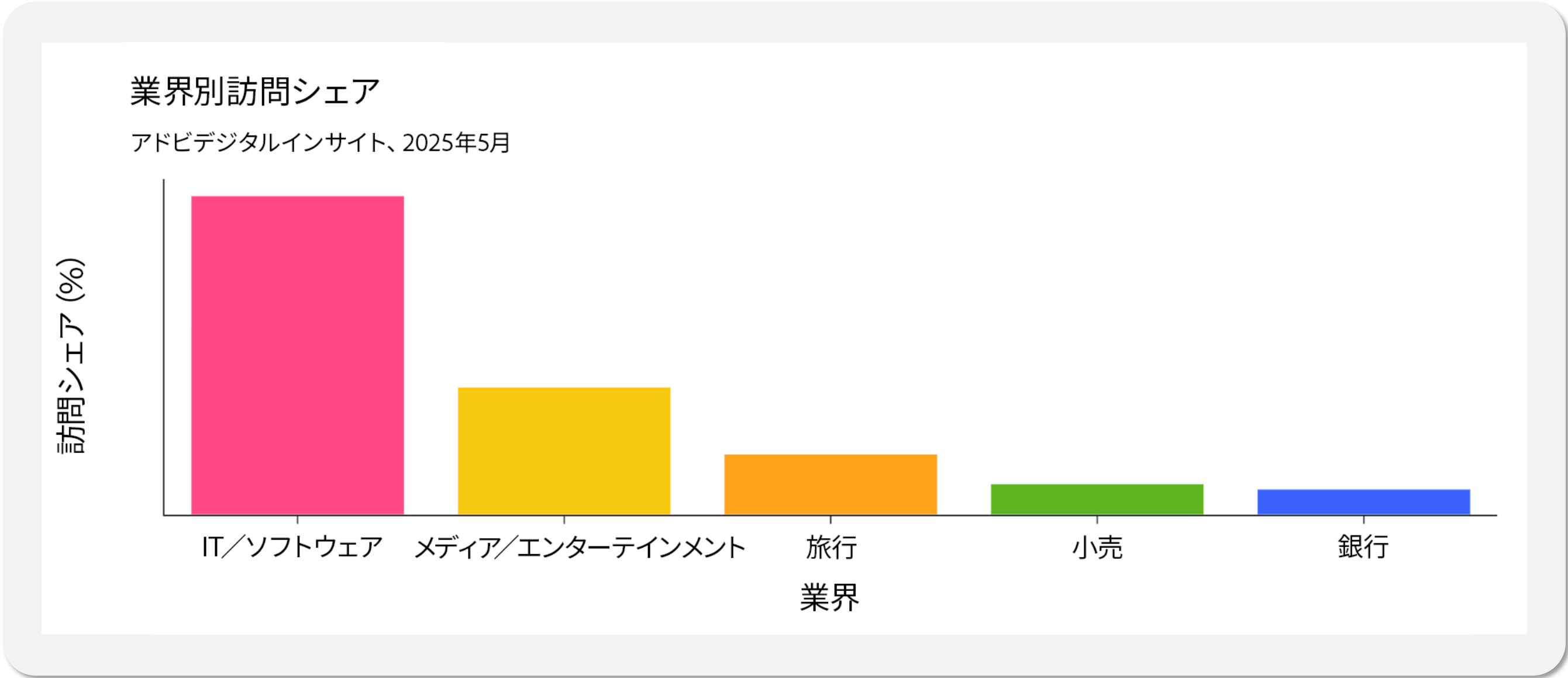
アドビデジタルインサイト、2024年7月～2025年5月



IT／ソフトウェアはAIを活用した訪問者数シェアで他の業界をリード

2025年5月時点で、IT／ソフトウェア分野はAIを活用した訪問者数シェアで他の業界をリードしており、メディア／エンターテインメントが続いています。AIがより技術的で複雑な業界で活用されているのが分かります。

IT／ソフトウェアの訪問者数シェアは、メディア／エンターテインメントの2倍以上、旅行業界の5倍、小売の10倍にも達しています。



アメリカにおけるAIトラフィックの成長率がフランスとイギリスを上回る

2025年1月以降、アメリカ、フランス、イギリスではいずれもAI主導のトラフィックが大幅に成長しています。

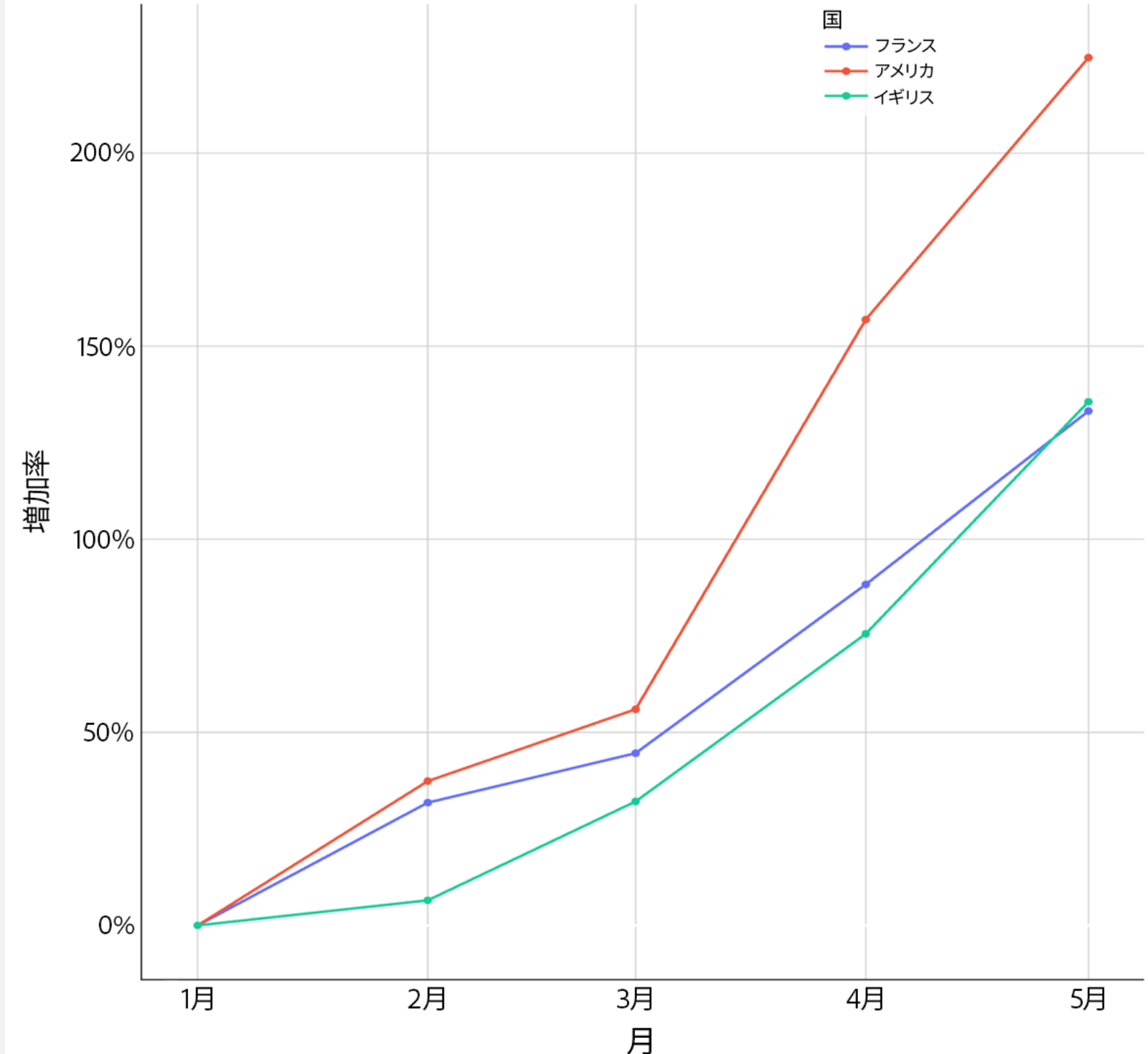
2025年5月時点で、アメリカは前年比225%の成長を記録しており、イギリス（135%）、フランス（133%）を上回っています。

2025年2月の調査結果によると、アメリカの消費者は現在のAI利用率、将来の利用意向の点でリードしています。

- アメリカでは、回答者の39%がAIアシスタントをオンラインショッピングに利用しており、53%が今年中に利用する予定だと回答しています。
- フランスでは、28%が現在利用しており、49%が今後利用する意向があると回答しています。
- イギリスでは、35%が現在AIアシスタントを利用しており、47%が今年中に利用予定だと回答しました。

国別AI訪問シェアの増加

アドビデジタルインサイト、2025年1月～2025年5月



「ChatGPT、Claude、CoPilot、Perplexityといった生成AIアシスタントのデジタルカスタマージャーニーへの統合は、業界を超えて消費者行動に大きな変化をもたらしています。」

- アドビデジタルインサイト、アナリスト、Abigail Winchell氏

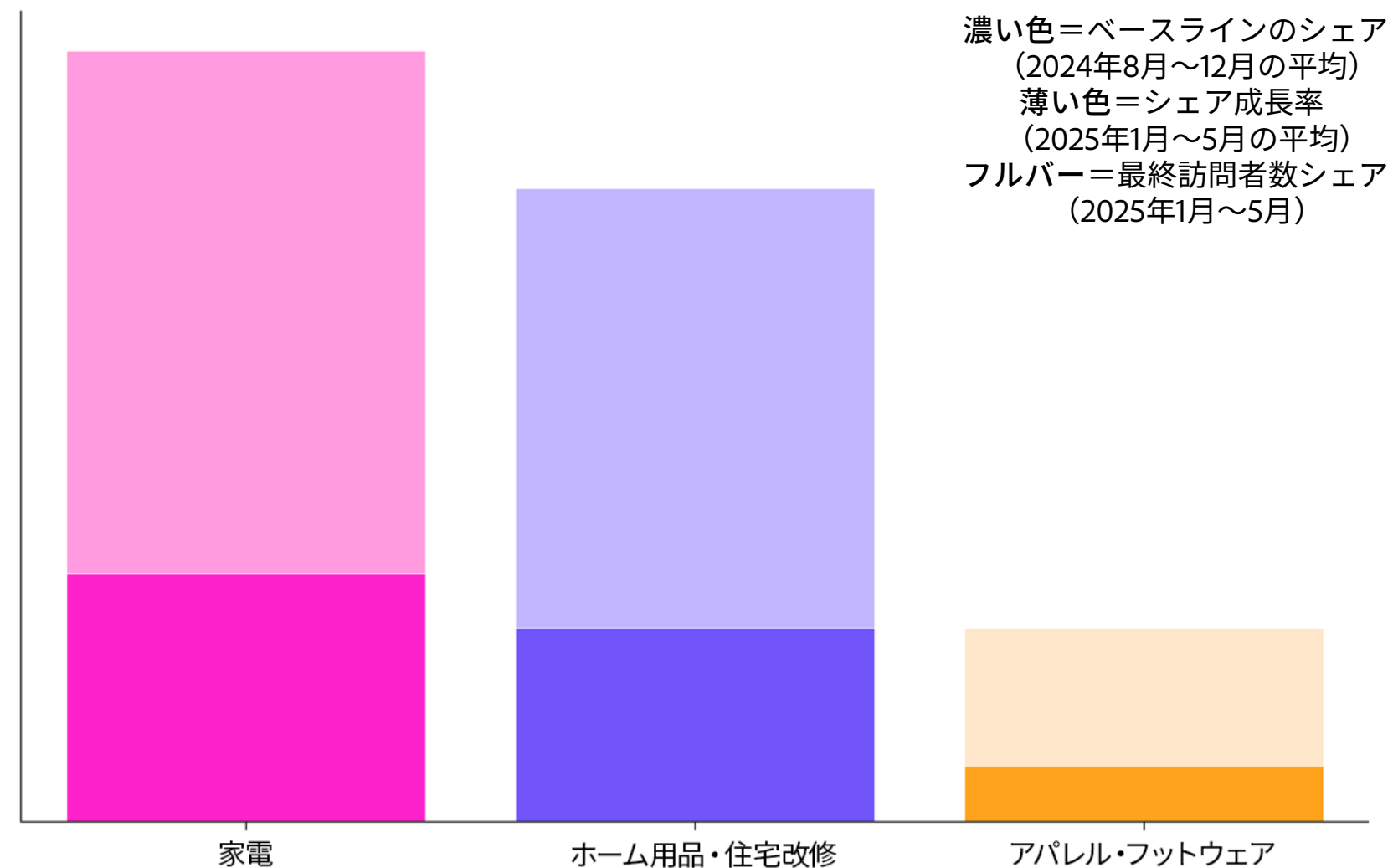
家電はAIにおけるリードを拡大、住宅改修は勢いでリード

家電と住宅改修がAI訪問者数シェアで首位に立ち、小売AI分野におけるリードを拡大しています。これらのカテゴリは一般的に高価格帯の商品や検討時間が長い購入が多く、それに伴いリサーチと意思決定においてAIへの依存度も高くなります。

家電は住宅改修と比べて2倍以上、アパレル・フットウェアと比べて4倍以上の平均購入額を誇り、訪問者数シェアも最大であり、既に大きなシェアを持つため、成長率は相対的に低いですが、最大のシェア上昇を記録しました。

カテゴリ別AI訪問シェアの増加（前回比積み上げ）

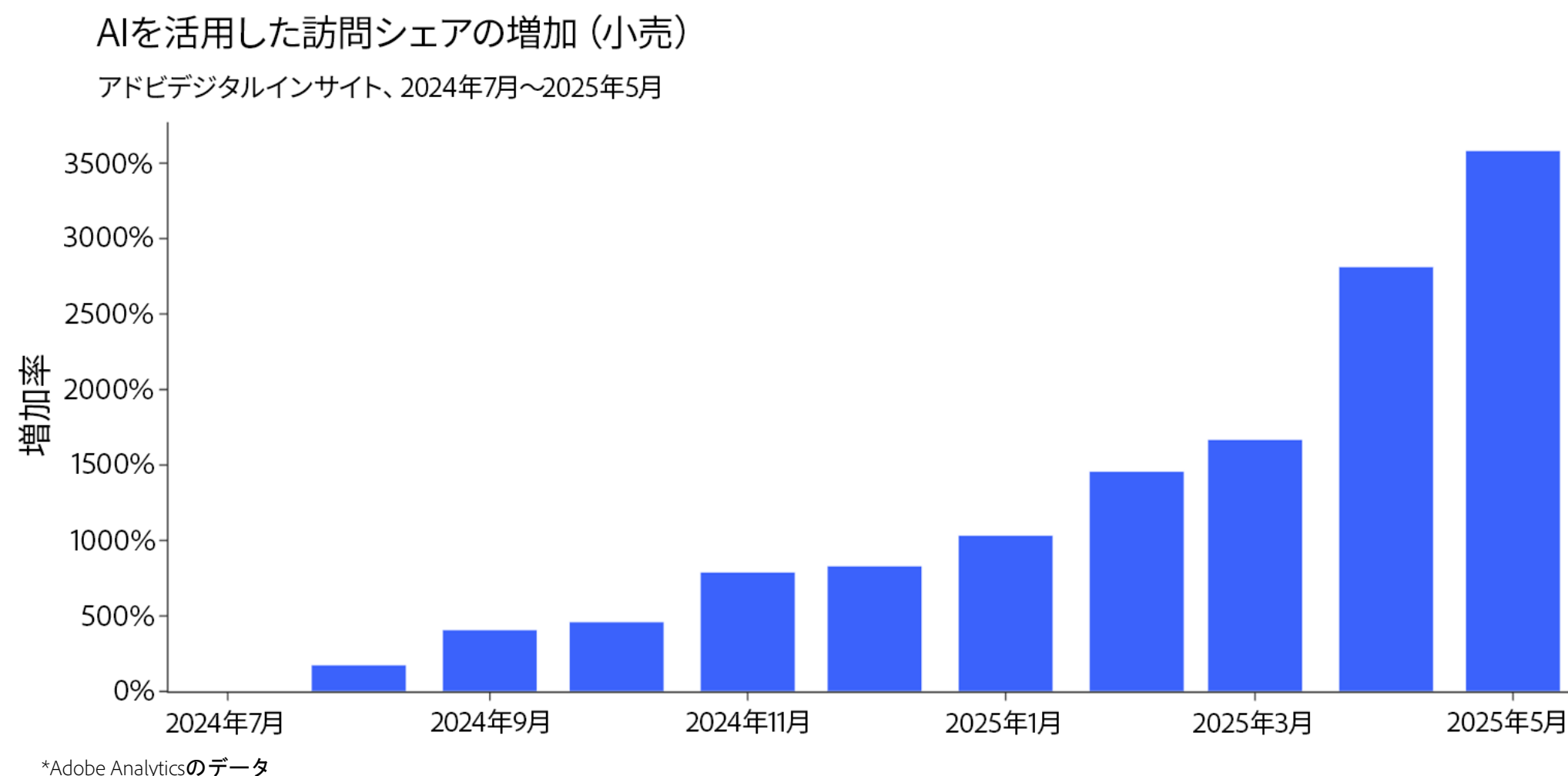
アドビデジタルインサイト、2024年8月～2025年5月



小売におけるAI成長は継続的に増加

AIによるリファラルは、2024年7月から2025年5月までの間に約3,500%の成長を見せました。

急速な成長により、2025年5月時点のリファラル数は、わずか3ヶ月前の2025年2月の2倍以上となっています。

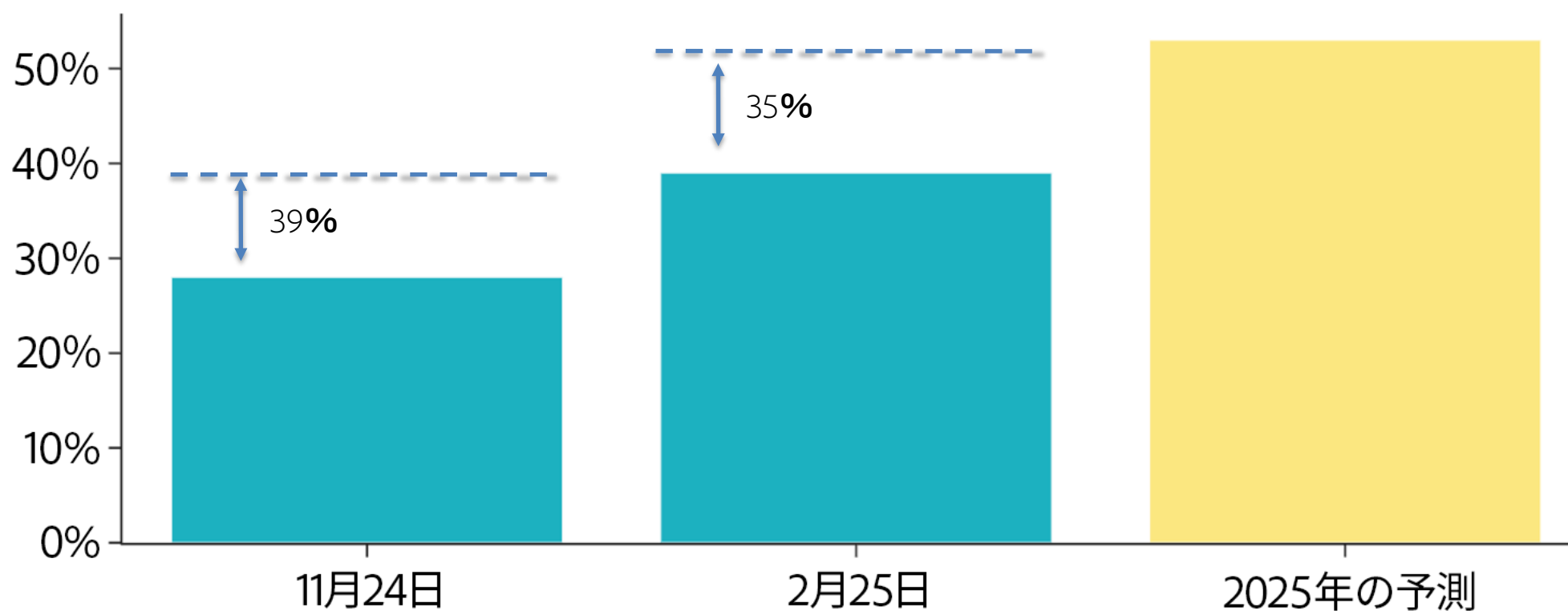


小売におけるAI成長は継続的に上昇

消費者のAI利用は成長を維持しており、2025年2月の調査によれば、3か月前と比較してオンラインショッピングでAIを利用していると回答した消費者は39%増加しています。

調査回答者によるAIショッピングアシスタントの導入状況：
現在の利用状況と2025年の展望

アドビデジタルインサイト、2025年5月



*アドビ2025年2月消費者調査のデータ

オンラインショッピングにおけるAIの導入は、今後さらに35%以上の増加が見込まれており、消費者の53%が年末までにAIアシスタントを買い物に利用する予定だと回答しています。

ソース：2025年アドビデジタルインサイト調査

AIのコンバージョン率のギャップは縮小傾向

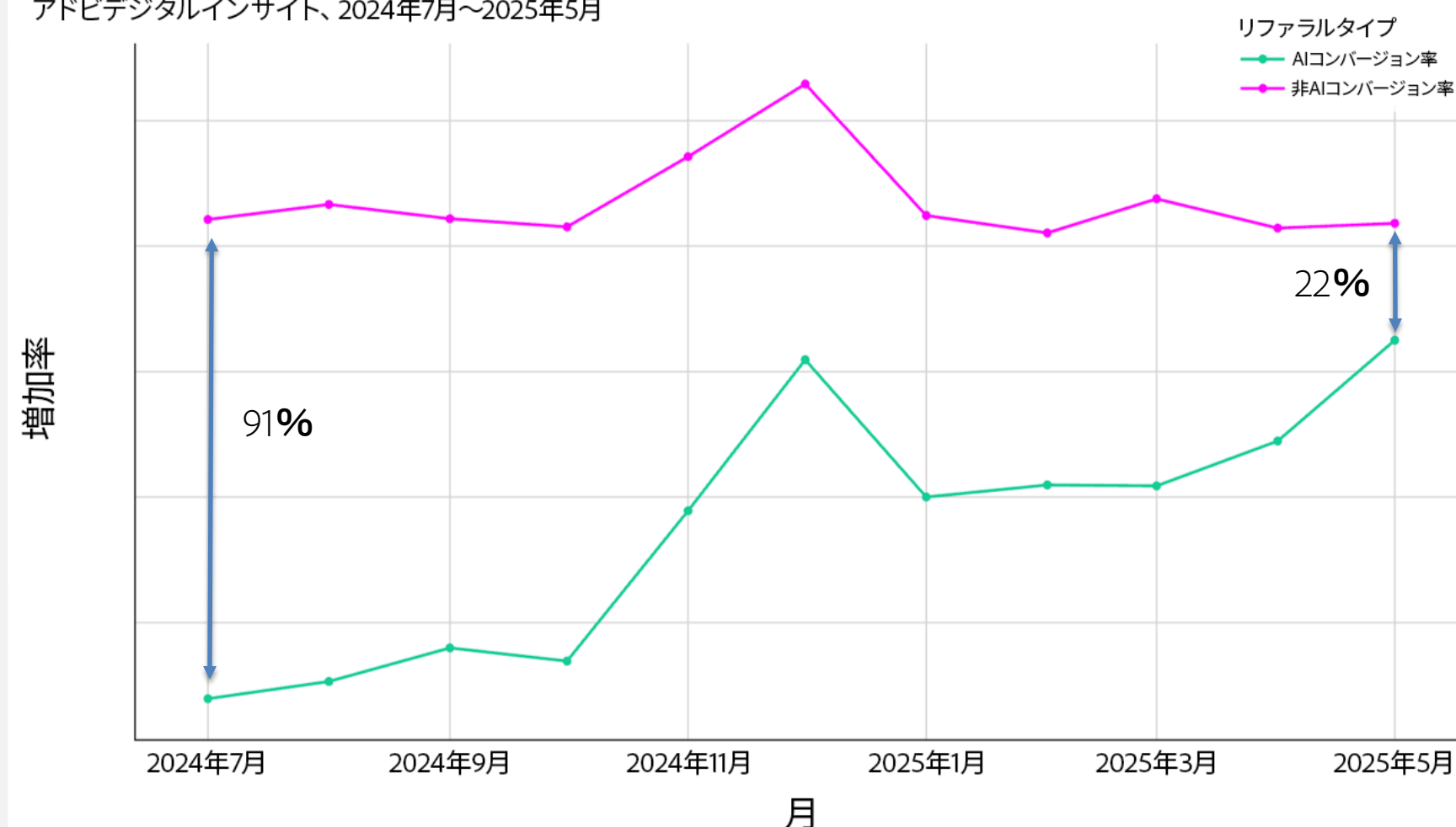
AIリファラルによるコンバージョン率は、他のソースに比べて現在も22%低いですが、その差は急速に縮まりつつあります。2024年7月の最低水準から76%改善しており、直近の四半期だけでも55%上昇しています。

この変化は主に、ビルトインAI検索の導入、消費者からの信頼の高まり、そしてAIアシスタントの普及が進んだことによって支えられています。2025年2月の消費者調査によると、AIアシスタントの認知度は2024年11月の59%から2025年2月には73%へと上昇し、わずか3か月で24%の増加を記録しました。

AIはまた、購入製品を選択する初期段階においてもその影響を強めており、消費者の34%が製品のリサーチとして従来の検索の前にAIを利用しています。

コンバージョン率におけるAIと非AIの月間データ比較 (小売)

アドビデジタルインサイト、2024年7月～2025年5月



AIエンゲージメントは、非AIトラフィックを引き続き上回る

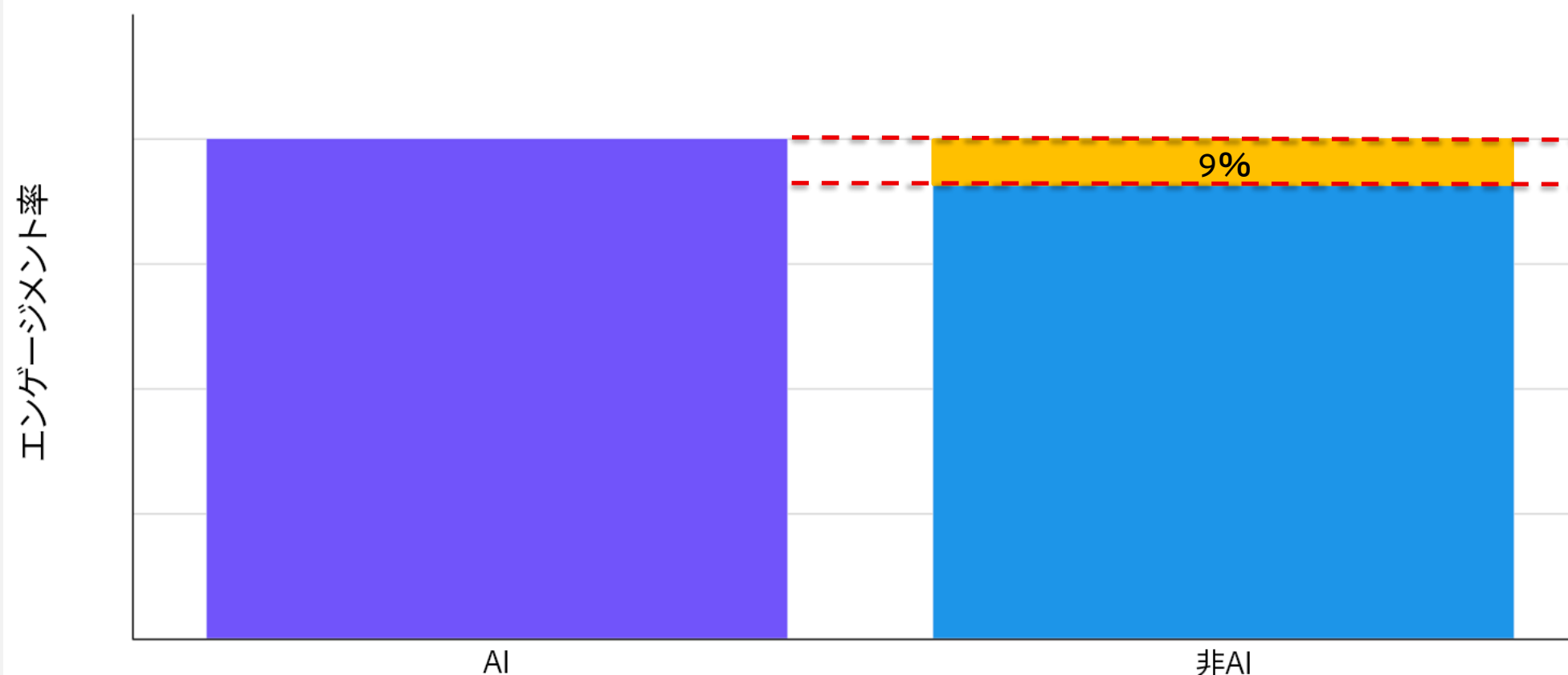
AIによるリファラルは、情報収集意欲が高く、積極的に関与するユーザーを引きつけています。2025年5月には、AI主導のトラフィックは非AIソースに比べて、わずかにコンバージョン率が低いにもかかわらず、エンゲージメントは9%高い（訪問数からバウンス数を引いた値で測定）という結果が出ています。

このエンゲージメントの傾向は、2024年9月以降一貫して続いており、AI主導のトラフィックは常に9%から12%高いエンゲージメントを維持しており、ユーザー行動における持続的な変化を示唆しています。

AIによるリファラルのトラフィックでエンゲージメントが高いことは、ユーザーがより多くの時間を使ってコンテンツを閲覧していることを示しており、AI生成の結果がより関連性が高く、ユーザーインテントと密接に結びついている可能性を示唆しています。

エンゲージメント率におけるAIと非AIの比較（小売）

アドビデジタルインサイト、2025年5月



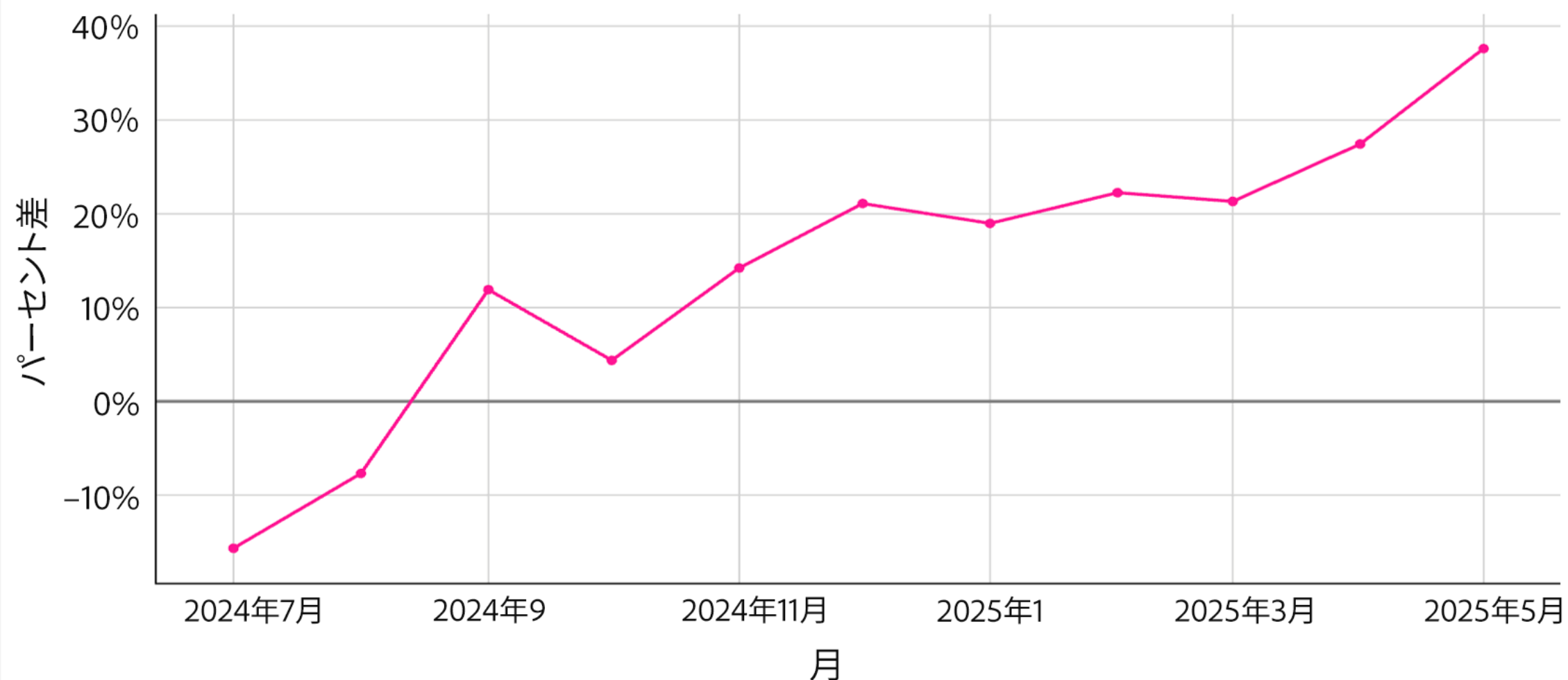
AIがより質が高く滞在時間の長いセッションを実現

AIはよりエンゲージメントの高いユーザーを引きつけるだけでなく、時間の経過とともにその効果を高めており、行動の持続的な変化を示しています。

AIによって紹介されたユーザーは、一貫してサイト滞在時間が長く、2024年7月から2025年5月にかけてその滞在時間の差は徐々に拡大しています。2025年5月時点で、AIによる訪問あたりの滞在時間は、他のチャネルからの訪問と比べて38%長くなっています。

1回の訪問あたりの滞在時間におけるAIと非AIの月間データ比較 (小売)

アドビデジタルインサイト、2024年7月～2025年5月

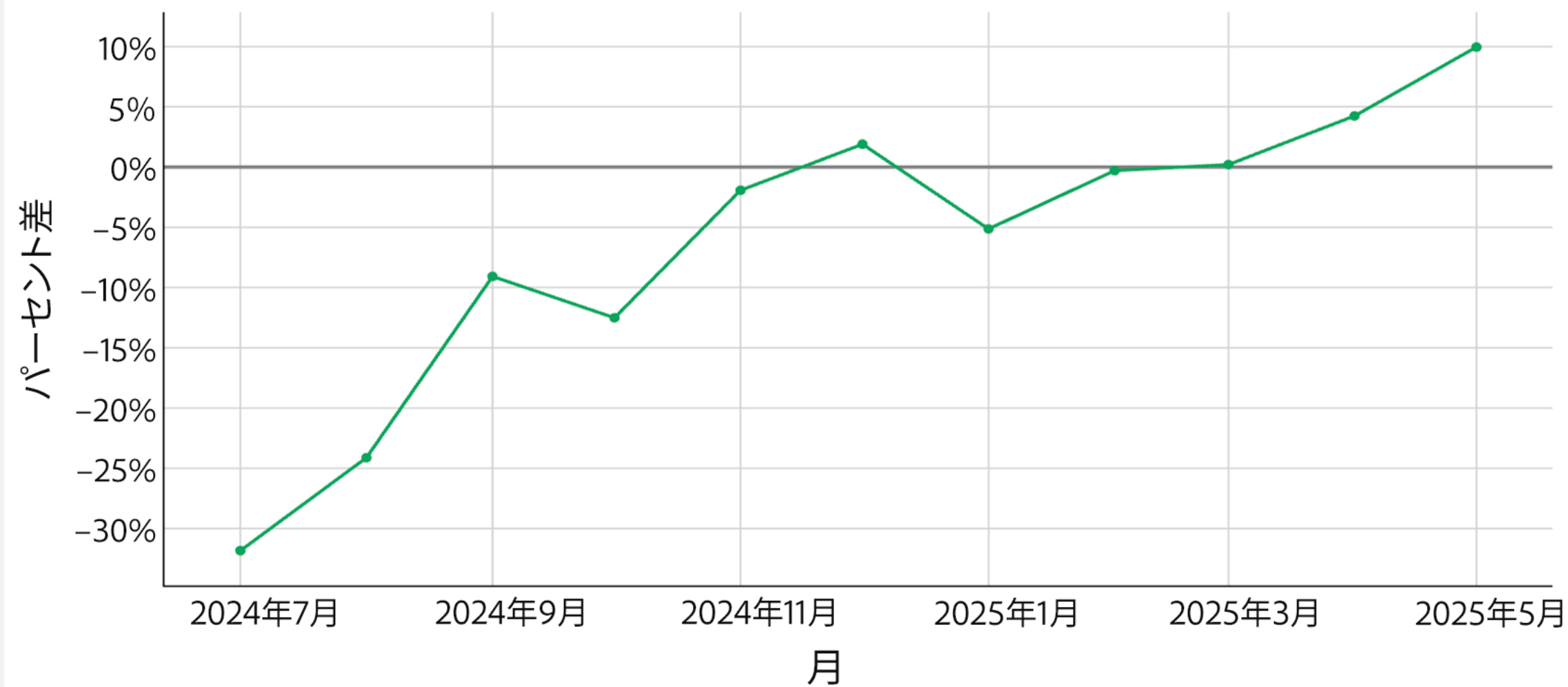


AIがより質が高くページ閲覧数の多いセッションを実現

AI主導のセッションは、当初は閲覧の質が低かったものの、現在は非AIのセッションを上回るようになりました。2025年5月時点では、AIによって紹介されたユーザーは、他のソースからのユーザーに比べ、1回の訪問で10%多くのページを閲覧しています

1回の訪問あたりのページ閲覧数におけるAIと非AIの月間データ比較 (小売)

アドビデジタルインサイト、2024年7月～2025年5月



AIアシスタントに紹介された消費者は、すぐに離脱する可能性が27%低い

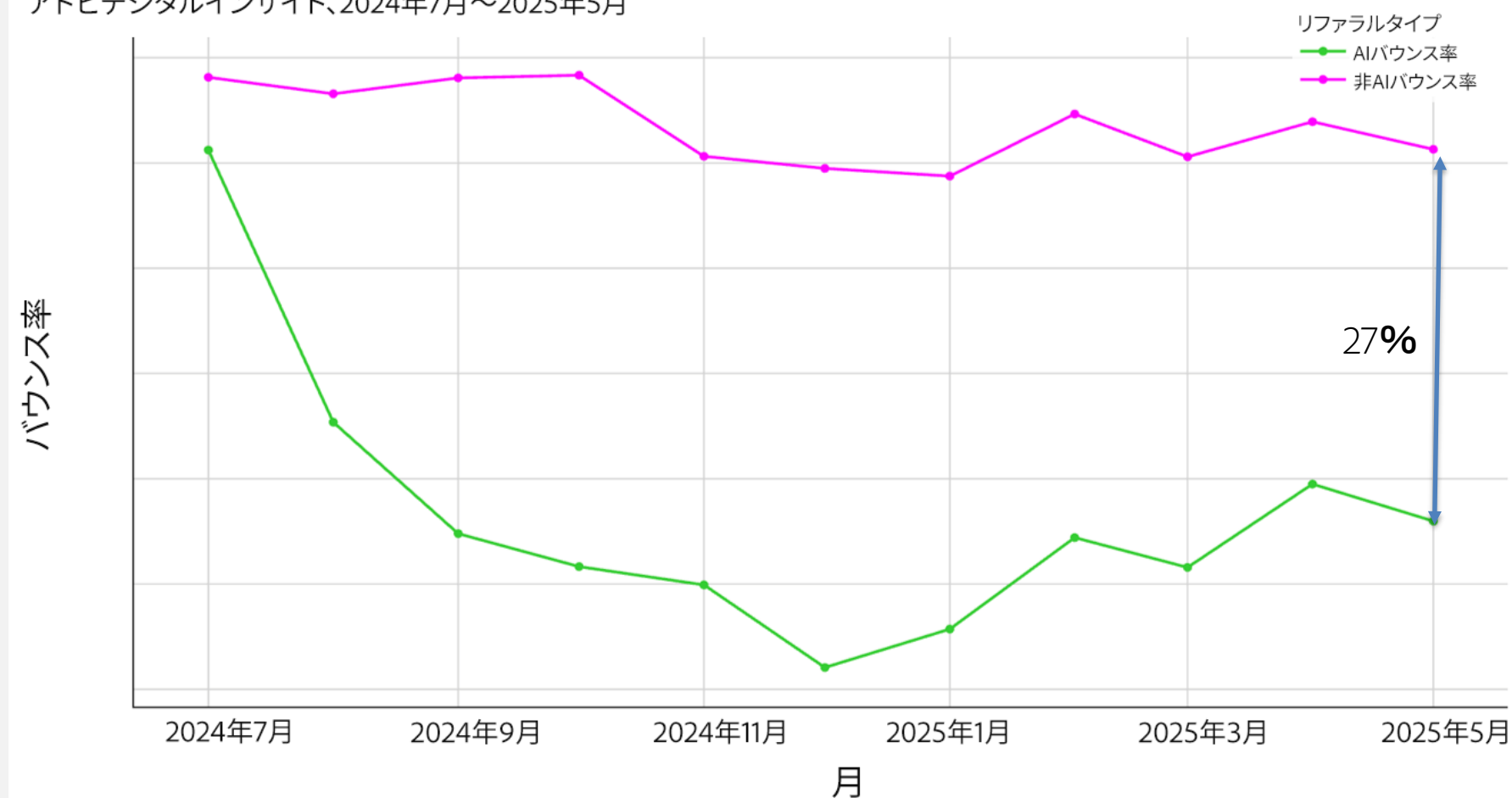
AIリファラルはバウンス率においても一貫して優れており、これはコンテンツの適切さとユーザーインテントの強さを反映しています。

AIによるレコメンデーションの改善により、2025年5月時点でバウンス率は非AIトラフィックより依然として27%も低くなっています。

バウンス率の差は一貫して大きく、よりエンゲージメントが高く質の高い訪問を促進するというAIの長期的な優位性が強化されています。

バウンス率におけるAIと非AIの月間データ比較 (小売)

アドビデジタルインサイト、2024年7月～2025年5月



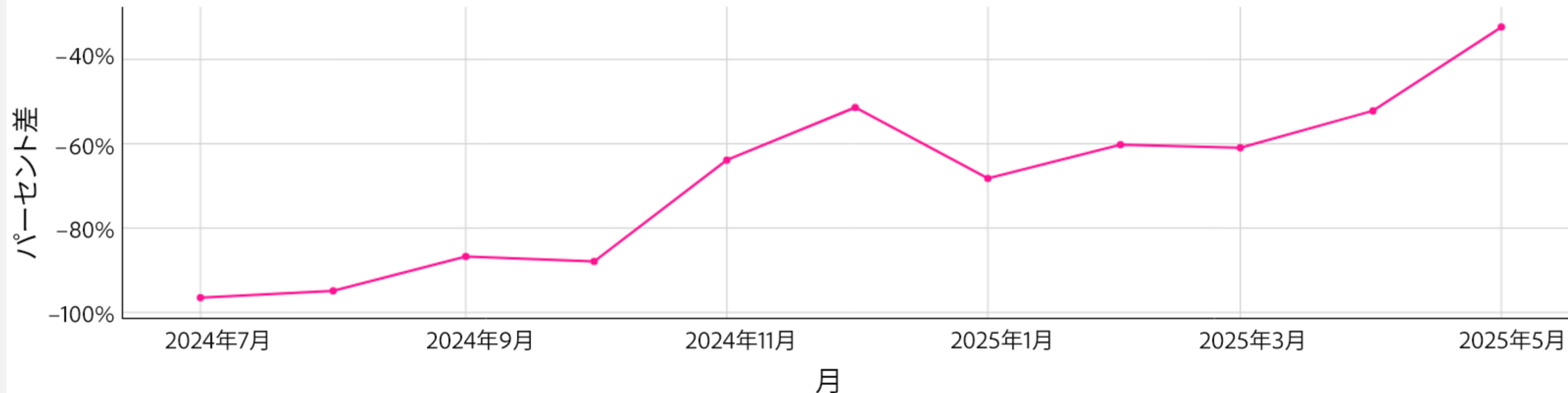
AIによる1回の訪問あたりの売上高が2月以降72%増加

AI主導のRPV（訪問あたりの売上高）は大きな進展を遂げており、2025年2月以降に72%改善し、非AIトラフィックとの収益の差が縮小しています。

2024年7月以降、AIと非AIによる訪問のパフォーマンスの差は67%縮小しており、AIを活用したジャーニーがより効果的になるにつれ、勢いが増していることを反映しています。

RPV率におけるAIと非AIの月間データ比較 (小売)

アドビデジタルインサイト、2024年7月～現在



2025年5月現在、AIを活用した訪問の売上高は、非AI訪問と比べて1回あたり約30%低いにとどまり、1年前の97%の差から大幅に改善しています。

旅行業界の成長に減速の兆しなし

AIの研究やレコメンデーションが広く採用されるようになるにつれ、消費者は旅行のアイデアを得るためにますますAIを利用するようになっていきます。

2025年5月時点で、AIによる旅行サイトへの訪問者数は2024年7月以来約3,200%増加し、前四半期だけで116%増となりました。

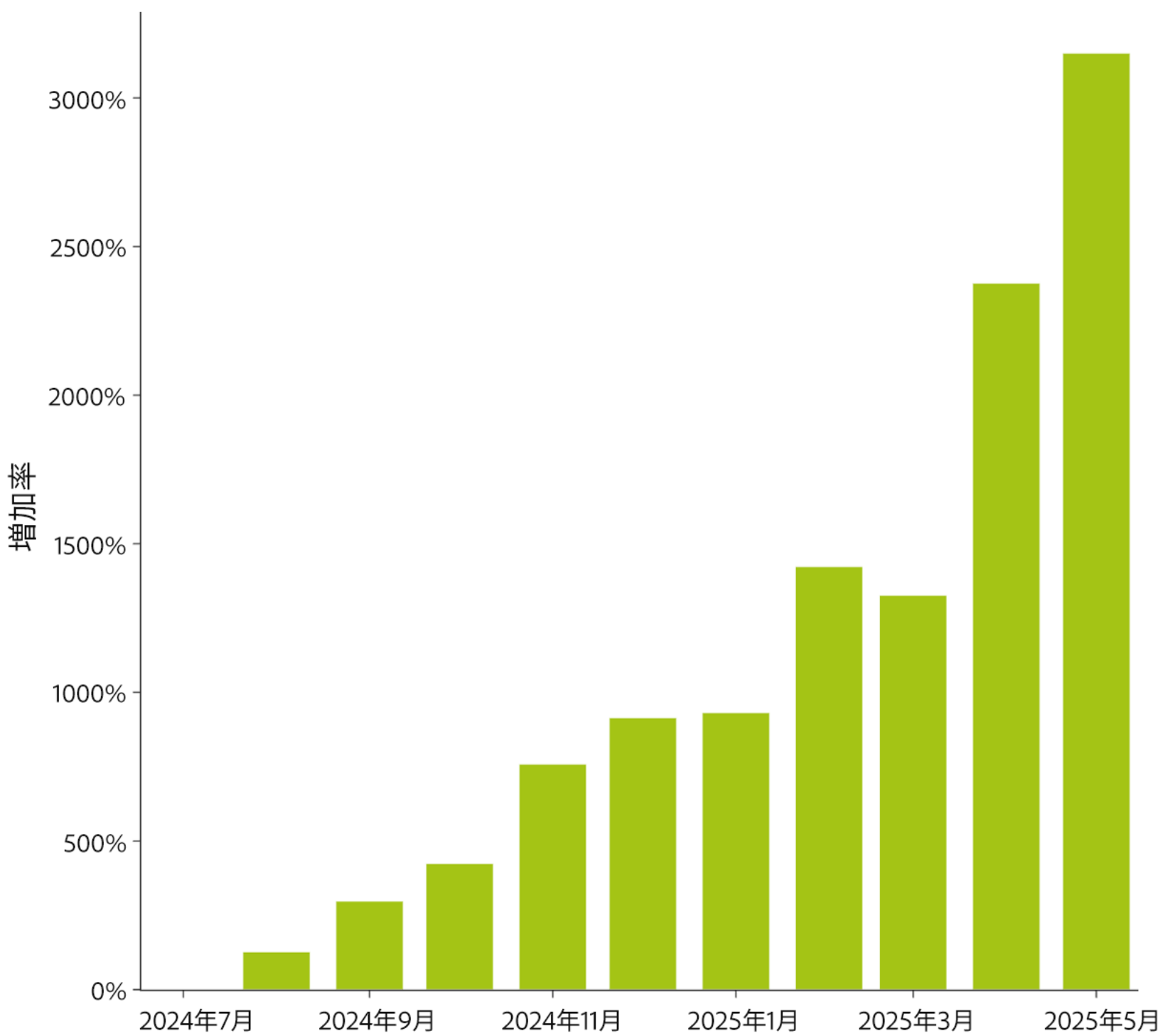
2025年2月の調査結果によると、回答者の87%が業界における将来のAIの進歩に関心を示しており、この急激な成長は今後も継続すると予測されています。

調査回答者は、以下のような幅広い旅行関連タスクにAIを使用していると回答しました。

- リサーチ：54%
- インスピレーションとレコメンデーション：43%
- 予算編成：31%
- 荷造りのサポート：20%

AIを活用した訪問シェアの増加（旅行）

アドビデジタルインサイト、2024年7月～2025年5月



国際航空会社、訪問者数シェアで最も高い成長率

国際航空会社は、高訪問者数シェアセグメントの約60%を占めており、AI主導のトラフィックにおいて顕著な伸びを示しています。

2025年1月から5月にかけて、高訪問者数シェアセグメントは、低訪問者数シェアセグメントと比べて平均で5倍以上の訪問者数シェアを獲得しました。2024年7月から12月までのシェアと比較すると、低セグメントの方が成長率は速かったにもかかわらず、このような結果となりました。

高訪問者数シェアセグメント：

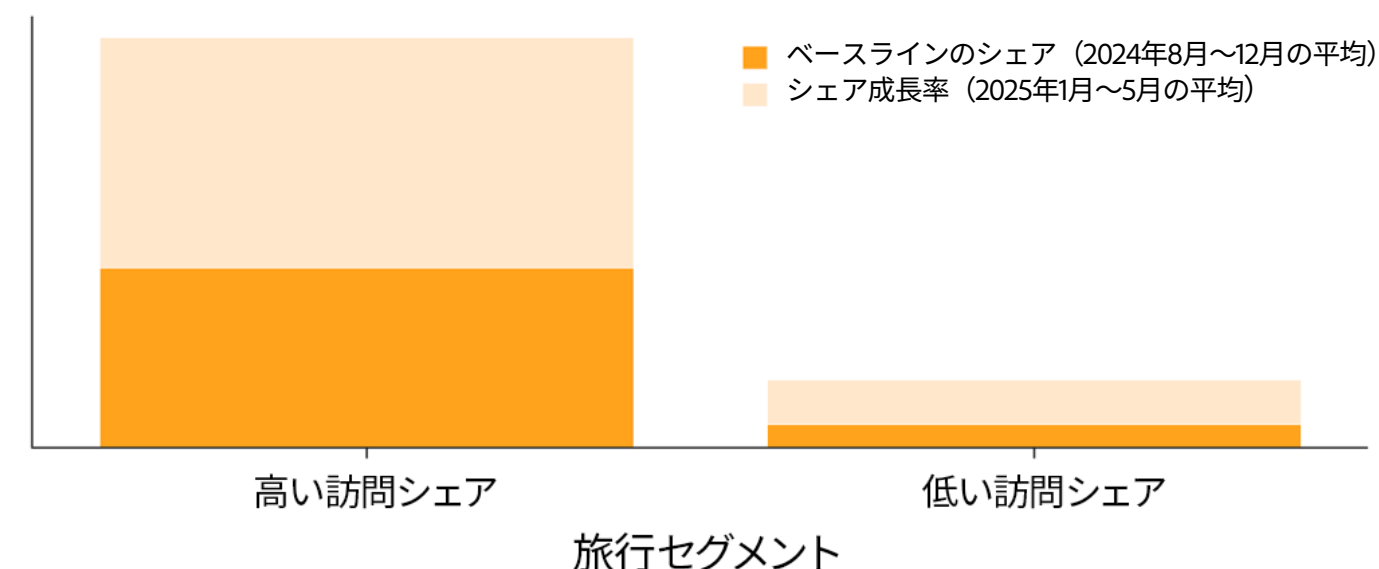
- 平均注文額の向上（低セグメントより最大10倍高い）
- コンバージョン率の低下
- ～60%国際航空会社

低訪問者数シェアセグメント：

- 平均注文額の低下
- コンバージョン率の向上（高セグメントより最大1.5倍高い）
- 主にホスピタリティ企業

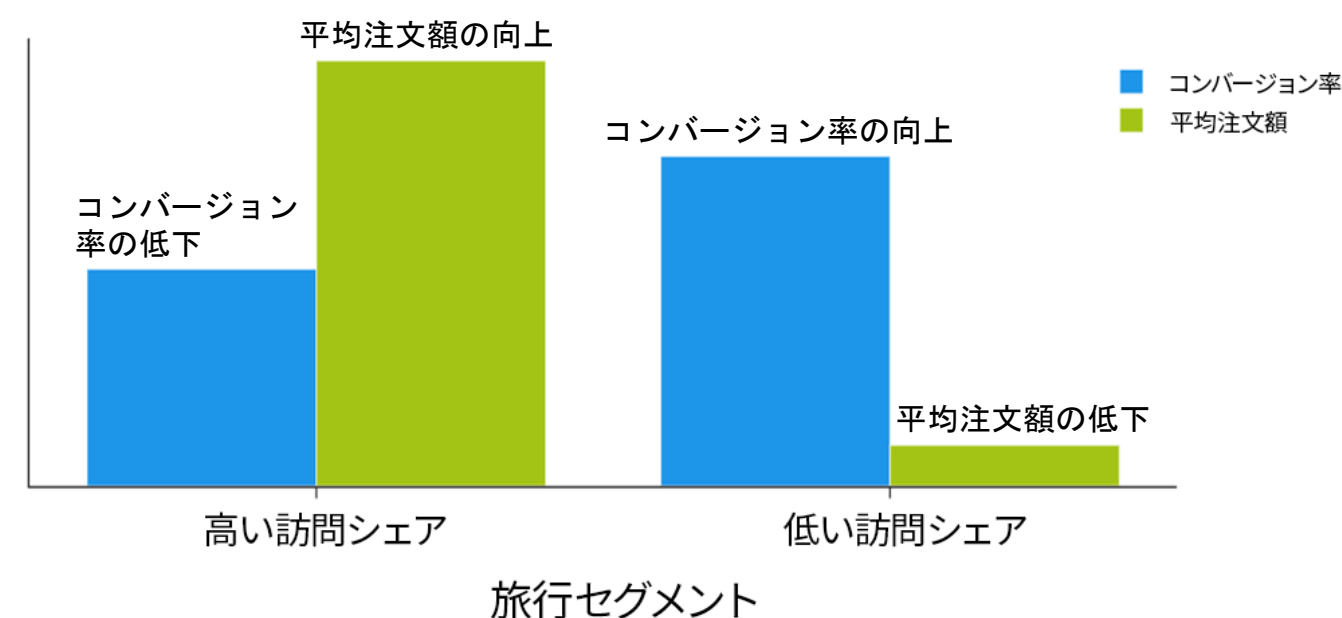
旅行セグメント別AI訪問シェアの増加（前回比積み上げ）

アドビデジタルインサイト、2024年8月～2025年5月



旅行セグメント別コンバージョン率と平均注文額

アドビデジタルインサイト、2025年1月～5月



AI主導の銀行、前四半期に60%成長

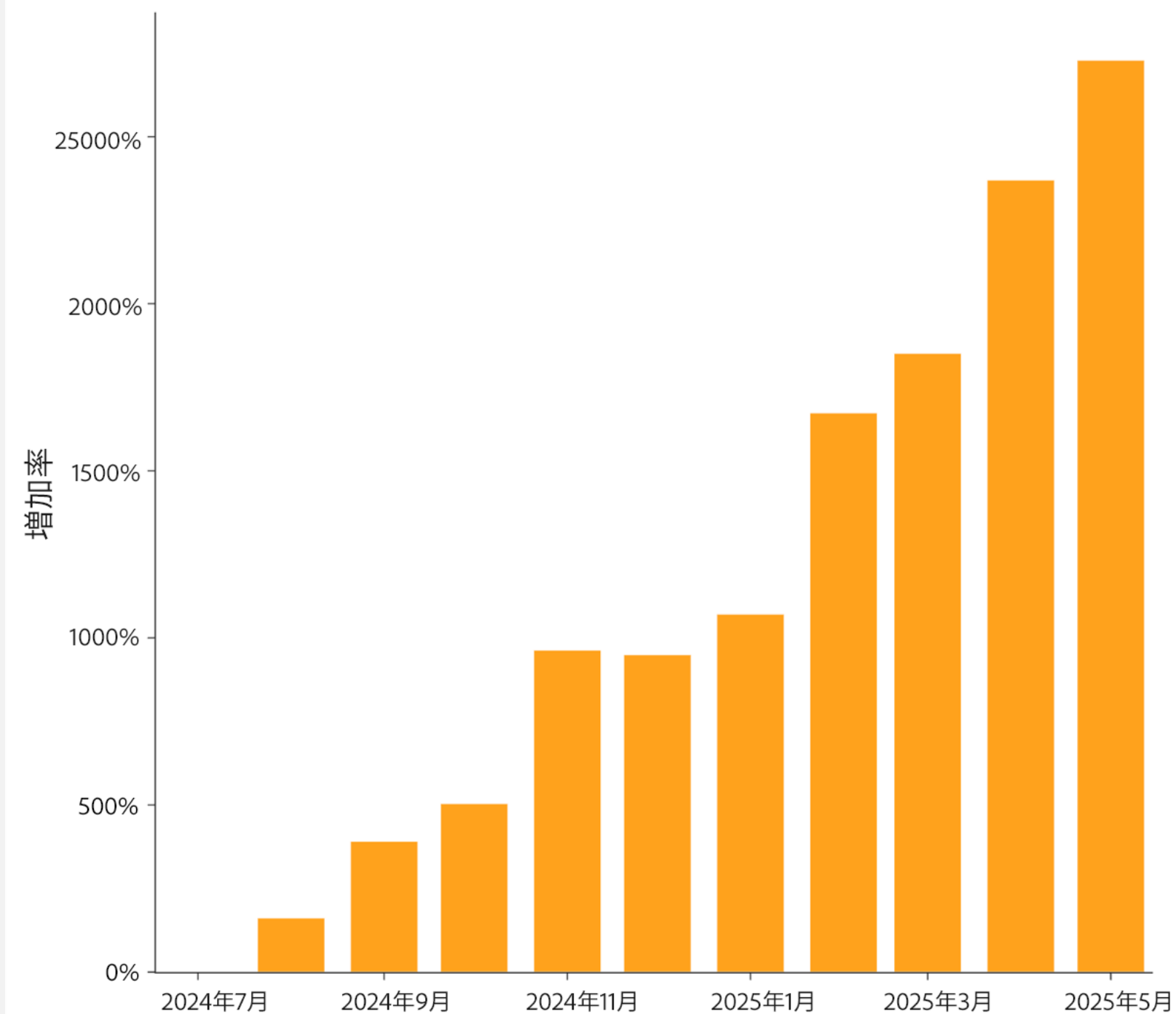
2025年5月時点で、AIによる銀行サイトへの訪問者数シェアは、2024年7月以来2,700%近く増加しました。

この3ヶ月間だけでも、AIによるトラフィックは60%増加しており、業界におけるAIの継続的な成長を反映しています。

2025年2月の調査によると、回答者の62%がこの分野での進歩に前向きな期待を寄せており、この成長は続くと予想されます。

AIを活用した訪問シェアの増加(銀行)

アドビデジタルインサイト、2024年7月～2025年5月



AIは銀行における強いエンゲージメントを推進し続けている

2025年5月において、AIユーザーは非AIユーザーよりも1回の訪問あたりの滞在時間が35%長く、エンゲージメントの差を前四半期に比べ2倍以上に広げました。

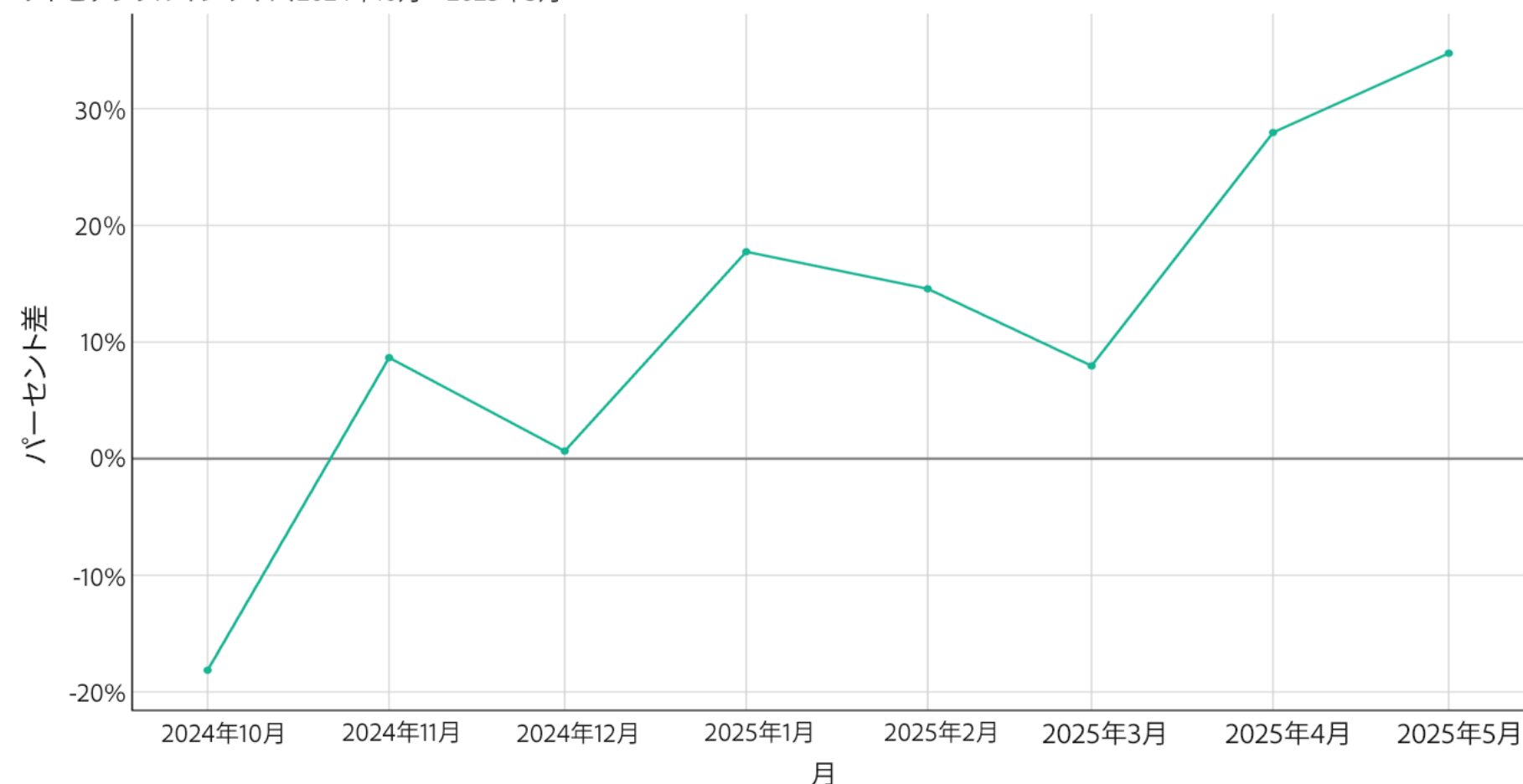
この上昇傾向は、ユーザーがAIを活用した銀行体験に大きな価値を見出し始めていることを示唆しています。

2025年2月の調査によると、回答者は幅広い金融活動にAIを利用していると報告しており、その内容には以下が含まれます。

- 普通預金または定期預金口座に関する銀行のレコメンデーション：45%
- パーソナライズされた予算編成：39%
- 投資に関するレコメンデーション：37%
- 複雑なトピック（戦略、概念、製品）の理解：40%

1回の訪問あたりの滞在時間におけるAIと非AIの月間データ比較（銀行）

アドビデジタルインサイト、2024年10月～2025年5月



IT／ソフトウェア業界が驚異的な成長を記録 — 2024年7月以来1200%増

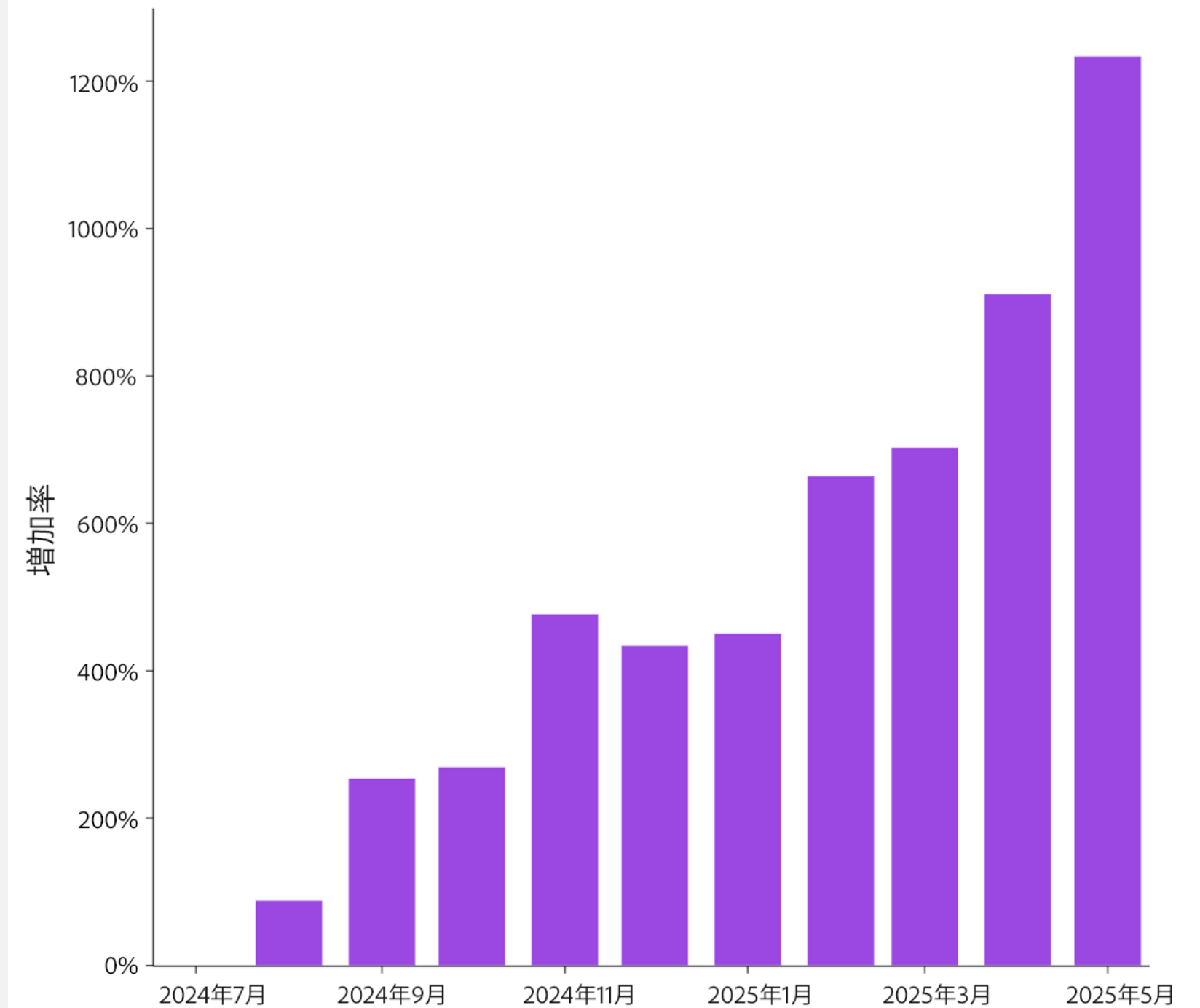
2025年5月時点で、AIによるIT／ソフトウェアサイトへの訪問者数シェアは、2024年7月以来1,200%増加しました。

成長率はすべての四半期にわたって勢いを維持しており、これは安定した導入と長期にわたる複合的な成果を反映しています。

過去3か月間で、この業界におけるAI駆動のトラフィックは74%急増し、その勢いの加速と影響力の拡大が明らかになっています。

AIを活用した訪問シェアの増加 (IT／ソフトウェア)

アドビデジタルインサイト、2024年7月～2025年5月



今後の展望

小売業、旅行業、金融業におけるAI主導のトラフィックの急増は、デジタルカスタマーエクスペリエンスを変革するAIアシスタントの役割を浮き彫りにしています。

AIリファラルは今や、エンゲージメントにおいて従来のチャネルに匹敵するか、それ以上の存在となっています。生成AIは、調査志向で価値の高い消費者層を育成し、バウンス率の低下、訪問時間の延長、プラットフォームとのより深いインタラクションにつながっています。

ブランドはAIリファラルからのトラフィックを入念に追跡し、消費者がどのように行動しているかを理解する必要があります。調査結果から、業界を問わず、生成AIによる回答に表示されることが、消費者の選択肢に入るための新たな基準になりつつあることが分かります。

回答に表示されるための秘訣が明らかになるにつれ、生成エンジン最適化（GEO）が、次世代の検索エンジン対策として台頭する可能性があります。私たちは現在、その変革の初期段階にあり、競合よりも早く対応することが、ブランドにとって大きなアドバンテージとなる可能性があります。

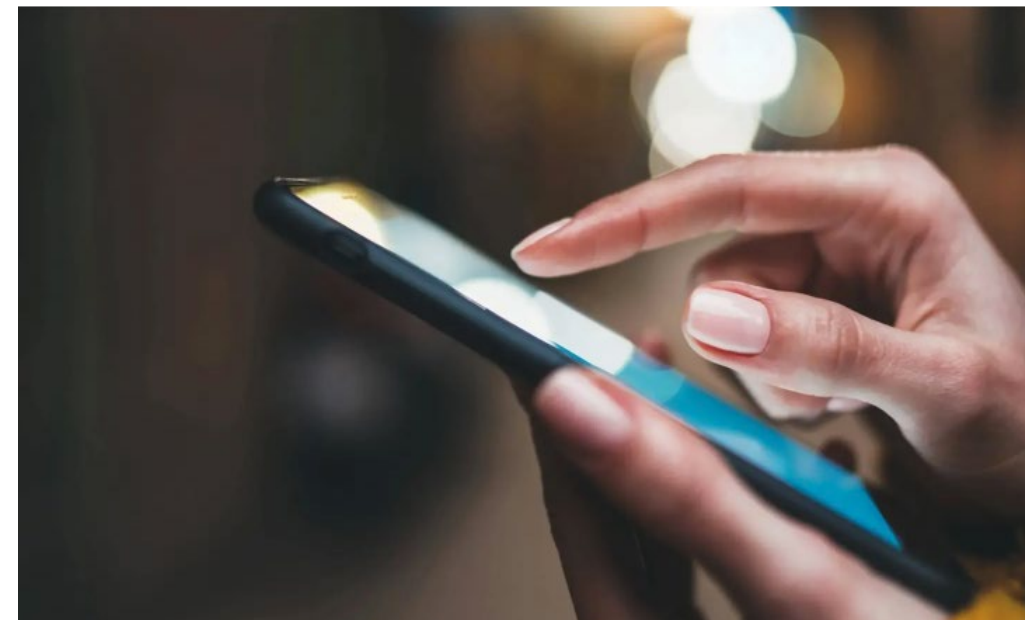


アドビデジタルインサイトの詳細



記事：生成AIのリファラルトラフィックの爆発的増加。

こちらをご確認ください



調査：マーケターの71%は、コンテンツの需要は現在から2027年の間に5倍以上に成長すると回答しています。

こちらをご確認ください。

(※英語サイトへ遷移します。)



リソース：アドビデジタルインサイト

こちらをご確認ください。

(※英語サイトへ遷移します。)

Adobe