

MONTHLY NEWS LETTER

三菱UFJモルガン・スタンレー証券

ビジネスと投資に役立つマンスリーニュースレター

12

December | 2025

高橋FPの社長が知りたいお金の話

事業承継税制の特例措置に注目!

海外経営者列伝

ティム・クック

12月の主要経済カレンダー

米FOMC、ECB理事会、金融政策決定会合ほか

データと画像で考える、未来の世界

軍事・防衛産業

マネークリップ

オルタナティブ投資が必要な理由

アジアの世界遺産

古都ホイアン



写真:ロイター/アフロ

2025年はどうなる?

年末商戦とAIについて考える

今年も残すところあとわずか。本資料がお手元に届くころには、年末商戦も本格化し始める。今月は消費を通じて世の中の変化を見てみよう。

関税問題や米中摩擦、米政府機関の人員削減、それに続く米政府の閉鎖など、様々な懸念がありながらも、強いまま2025年を終えることができそうな米国経済。その大きな要因の一つは個人消費ではないだろうか。関税による影響は想定より軽微だったものの、高めのインフレ率に対し個人消費は底堅く推移した。政府閉鎖の影響によって公式統計が発表されない中、民間統計ではやや減速感も指摘されているが、夏場までは力強い伸びを見せていた。これは、GDPのおよそ7割を個人消費が占めると言われる米国経済にあって、心強いデータだと言えるだろう。

引き続きオンラインがけん引? 年末商戦

さて、今年の年末商戦はどうなるだろうか。米アドビシステムズは10月に、米国の年末商戦期間(11月1日～12月31日)のオンライン売上が前年同期比5.3%増の2,534億米ドルになるとの予測を発表した。昨年の8.6%増よりは鈍化するものの、高水準の伸びが続くと想定されている。一方、全米小売業協会による年末商戦の一人当たり平均消費予定金額は890米ドルと昨年よりも低い。同協会によるアンケート結果でも、すでにオンラインは年末商戦の「第一選



択」となっており、2025年もオンラインがけん引する構図となりそうだ。

中でも注目されるのが、感謝祭から始まる「サイバーウィーク」の5日間。先の予測でアドビシステムズは当該期間のオンライン支出を6.3%増と予測している。特にスポーツ用品や玩具など、関税の影響を大きく受けた製品の割引セールが消費者に「狙われている」との見立てもあり、結果が気になるところ。個別には、品薄が続く任天堂のスイッチ2や、好調が伝えられるiPhone17の販売動向なども確認しておきたい。消費関連のニュースフローから目が離せない時期になりそうだ。

AIが変える「買い物の経路」

さて、オンライン販売の中でもう一つ注目を集めているのは、やはりAIの活用だろう。もっとも、オンラインの商取引においてはずいぶん前から活用が進んでおり、顧客を獲得する広告の自動化から、実際にECサイトを訪れた際のレコメンド、配送連絡や返品受付の自動化など、その範囲は多岐にわたる。電通の「世界の広告費成長率予測2025」によると、アルゴリズムを利用した広告は、2024年段階で広告支出の6割弱を占めると推定されており、2027年には8割近くに達すると予想されている。

いま注目されているのは、「買い物の経路」そのものの変

化につながる可能性だ。この秋、米オープンAIがウォルマートやショッピファイ、エッツィなどとの提携を相次いで発表した。今後は、オープンAIのチャットGPT内でウォルマートなどの商品を直接購入できるようになる。チャットGPTはチャットボットの中で圧倒的なシェアを誇る巨人だ。販路としては確かに魅力的だろう。提携企業の株価はいずれも発表に対して上昇で反応した（オープンAIは非上場）。

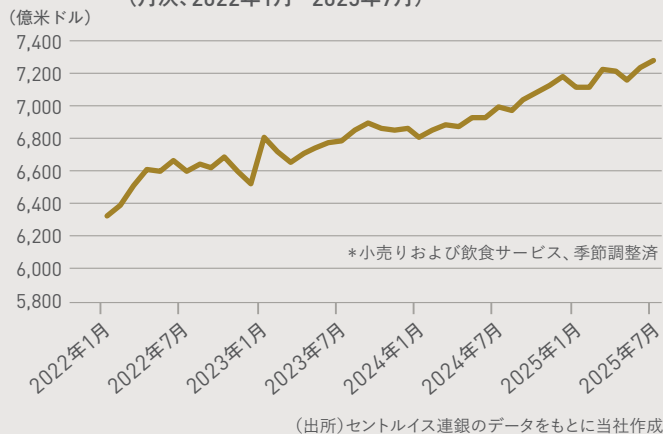
しかし、このスキームでは、買い物客が小売業者のウェブサイトやアプリを訪問する必要がなくなる。このことは、将来的に代償を伴う可能性も指摘される。チャットボットが生活の中心になった場合、小売業者が顧客とのつながりという生命線を失う可能性もあるからだ。もちろん、検索エンジンやアマゾンのようなECサイトにとっても、脅威となっていることは言うまでもない。

*

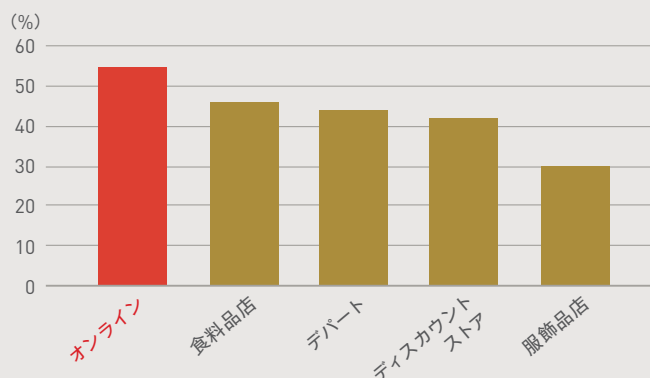
12月は証券会社が2026年の見通しについてレポートなどを発表し始める時期だ。先に述べたようなAIによる顧客動線の変化は、消費のあり方そのものに影響を与える大きな変化につながる可能性もある。運用戦略を考える上では、こうした「大きな変化」をとらえる視点を持つことが重要だ。2026年以降の投資判断に役立てるために、様々なレポートに目を向けてみてはどうだろうか。

M

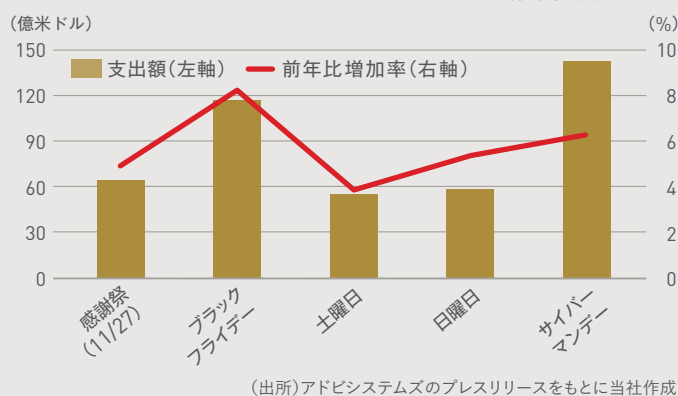
■ 図表1 米小売売上高*の推移
(月次、2022年1月～2025年7月)



■ 図表2 米国のホリデーシーズンの買い物先 (2025年)



■ 図表3 アドビシステムズによる米国のサイバーウィークのオンライン支出予測



■ 図表4 チャットボットの世界シェア (2024年4月～2025年3月)

