

店頭でのお買い物時の男女・年代別傾向が浮き彫りに 高齢男性はレジ待ちが苦手、女性は待たないためにアプリを活用

15歳以上の男女 4,840 人に聞いた店頭お買い物体験に関する調査

店舗集客や販促を目的とした企業の OMO アプリの開発やマーケティングの支援、ソリューション導入において 300 以上の実績を持つ株式会社アイリッジ（本社：東京都港区、代表取締役社長：小田 健太郎、東京証券取引所グロース：3917、以下「アイリッジ」）は、15 歳以上の男女 4,840 名を対象に「店頭お買い物体験に関する調査」を実施し、調査結果をまとめましたのでお知らせします。

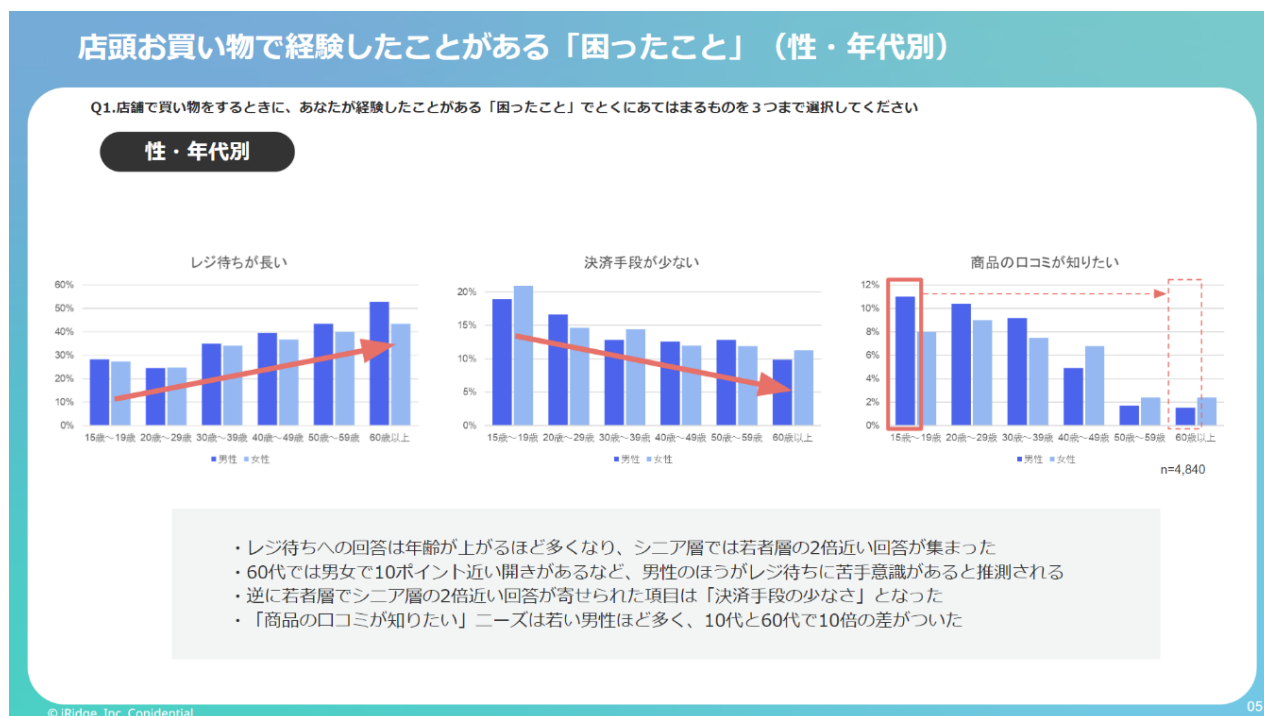
※OMO（Online Merges with Offline）：オンラインとオフラインを統合したマーケティング活動

調査の背景

人手不足や DX が進む中で、店頭での「より良いお買い物体験」も多様化しています。アイリッジでは、実店舗を持つ企業がアプリで提供するべきユーザー体験を調査する目的で、店頭利用実態調査を行いました。調査結果は一部を本リリースで公開するとともに、ホワイトペーパーとして無料公開いたします。

・ホワイトペーパー：https://iridge.jp/whitepaper/contact_shopping_dx_survey_1/

■全年代が困っている「レジ待ち」は高齢男性ほど苦手な傾向。商品の口コミが気になるのは若い男性



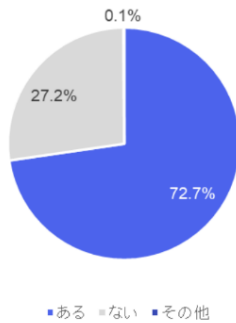
- ・店頭の困りごとでは「レジ待ちの長さ」が1位に。続いて「商品の場所探し」「品切れ」が多く挙げられた
- ・レジ待ちへの回答は年齢が上がるほど多くなり、シニア層では若者層の2倍近い回答が集まった
- ・また60代では男女で10ポイント近い開きがあるなど、男性のほうがレジ待ちに苦手意識があると推測される
- ・逆に若者層でシニア層の2倍近い回答が寄せられた項目は「決済手段の少なさ」となった
- ・「商品の口コミが知りたい」ニーズは若い男性ほど多く、10代と60代で10倍の差があった

■店頭お買い物等でのアプリ利用経験は7割超。最も利用経験が多いのは50代で、年代問わず利用が浸透している

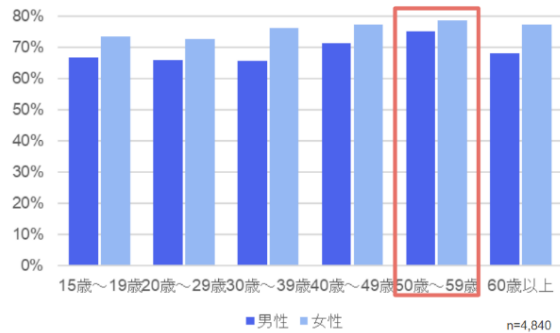
店頭でのお買い物やサービス利用でのアプリ利用経験

Q2. 店舗で買い物やサービスを利用する際に、ポイントやクーポン、予約、購入支払いなどにスマートフォンアプリを利用したことはありますか

全体



年齢・性別傾向



- ・7割が店頭お買い物やサービス利用時に、ポイントやクーポン、予約、支払いなどでアプリの利用経験あり
- ・特に女性の利用率が高く、全年代で7割を超え、30代以上では8割に迫る利用経験率となった
- ・50代を中心に中高年層の利用経験が多く、年齢を問わない店頭でのアプリ利用の浸透ぶりが示された

© IRidge, Inc. Confidential

06

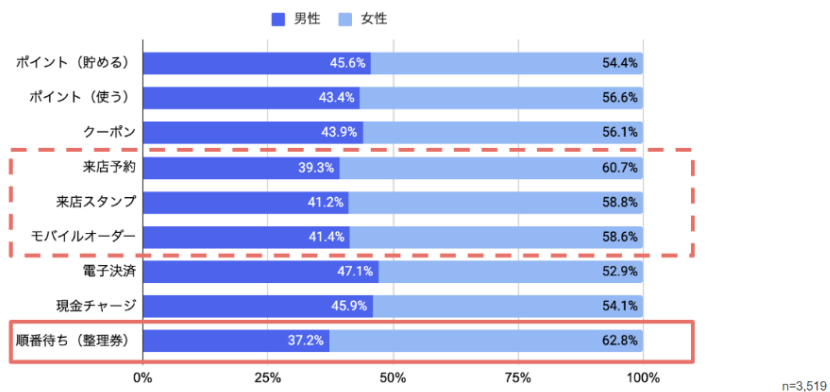
- ・7割が店頭でのお買い物やサービス利用時に、ポイントやクーポン、予約、支払いなどでアプリの利用経験あり
- ・特に女性の利用率が高く、全年代で7割を超え、30代以上では8割に迫る利用経験率となった
- ・50代を中心に中高年層の利用経験が多く、年齢を問わない店頭でのアプリ利用の浸透ぶりが示された

■女性のほうがアプリを活用しており、特に「店舗で並ばない、待たない」ためのサービスの活用率が高い

店舗の中で使ったことのあるアプリの機能（性別）

Q3. あなたが、店舗の中で使ったことがあるスマートフォンアプリの機能について、全て選択してください（複数選択）

性別



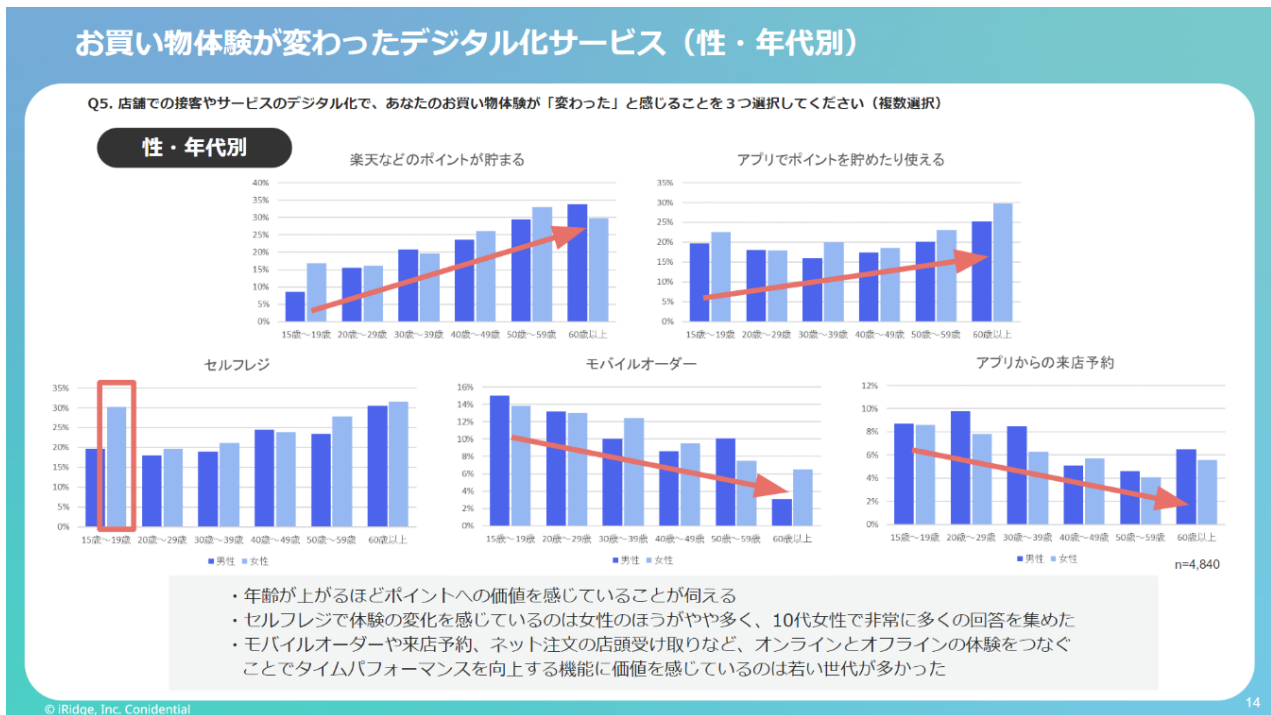
- ・女性の方が、すべてのサービスで利用率が高い傾向がある。特に整理券発行や来店予約、モバイルオーダーなどの「店舗で並ばない、待たない」ためのサービス利用率が高い傾向がある
- ・来店スタンプやクーポン、現金チャージ、電子決済なども女性の利用率が高い

© IRidge, Inc. Confidential

08

- ・女性の方が、すべてのサービスで利用率が高い傾向がある。特に整理券発行や来店予約、モバイルオーダーなどの「店舗で並ばない、待たない」ためのサービス利用率が高い傾向がある
- ・来店スタンプやクーポン、現金チャージ、電子決済なども女性の利用率が高い

■店頭デジタル体験では、若者層は「タイパ」と「OMO 体験」重視、中高年は「コスパ」と「決済体験」重視



- ・年齢が上がるほどポイントへの価値を感じていることが伺える
- ・セルフレジで体験の変化を感じているのは女性のほうがやや多く、10代女性で非常に多くの回答を集めた
- ・モバイルオーダーや来店予約、ネット注文の店頭受け取りなど、オンラインとオフラインの体験をつなぐことでタイムパフォーマンスを向上する機能に価値を感じているのは若い世代が多かった

コメント

調査では、「レジの待ち時間」に困っているという声が多数ある中で、セルフレジやモバイルオーダーなどの「待たない」デジタル活用でお買い物体験の変化を感じている方が多いことがわかりました。店頭お買い物時のアプリの利用も全年代で広く浸透しており、幅広いポイントへの対応は、中高年に積極的にアプリを使ってもらうために有効であることが改めて示されました。OMO 体験は若者層の取り込みだけでなく、いかに幅広い年代の方に使ってみていただけるかがキーとなりそうです。アプリを通じて、誰にどんな体験をしてもらうことが自社のビジネスの最大化に繋がるのか、戦略を立て、UI/UX を改善していくヒントになれば幸いです。アイリッジでは、今後もアプリ成長支援を通じて、お客さまのビジネス成長に貢献してまいります。

調査項目

- Q1 店頭お買い物で経験したことがある「困ったこと」
- Q2 店頭お買い物でのスマートフォンアプリの利用経験
- Q3 店頭お買い物で利用したことのあるスマートフォンアプリの機能
- Q4 よく利用する店舗アプリをダウンロードしたきっかけ
- Q5 店舗での接客やサービスのデジタル化でお買い物体験が「変わった」と感じること

調査概要

調査名	店頭お買い物体験に関するアンケート
対象	15歳以上の男女
調査期間	2024年2月13日～2024年2月19日
調査方法	インターネットリサーチ
サンプル数	4,840名

アイリッジのアプリ成長支援サービスについて (https://iridge.jp/service/app_growth/)

お客様のアプリ事業を成長させ、得られる成果を最大化するための支援サービスです。ユーザーステージ定義、シナリオ定義、ファネル/KPI 定義、セグメント一覧作成、アプリ内イベント設計、施策一覧作成の6つのステップでアプリマーケティング設計を進め、目標設定していきます。FANSHIPのセグメント機能を活用したプッシュ通知施策で新規ユーザーの翌週継続利用率 約 1.7 倍を実現した実績や、商業施設アプリにおける購買率 2.9 倍アップ、会員ランクアップ率 3.5 倍アップなどの実績があります。

■主なメニュー

・アプリ成長支援

アプリ事業のビジネス企画から、リリース後のマーケティング支援やデータ分析まで。課題に合わせて、さまざまな活動をマーケティングのプロがトータルでサポートします。

・カスタマージャーニーマップワークショップ

自社の顧客がアプリやサービスを認知し利用や申込みに至るまでのカスタマージャーニーマップ作成を、アイリッジがファシリテーターとなり、ワークショップ形式にて行う支援です。ワークショップを通して複数人でプレストすることにより深く顧客体験を分析することや、関係各メンバーで目線合わせを行うことができます。

・新規ユーザー定着支援

アプリの成長に欠かせない、新規ユーザーの定着化を支援します。新規ユーザーの離脱・休眠を防ぐには、ダウンロード直後のユーザー体験が最も重要となります。アプリ内に留まらないコンテンツの作成や、チュートリアル設計を行うことでユーザー体験を最適化します。

・アプリ UX 診断

アプリの UI/UX 専門家が特定の課題に対して、ヒューリスティック分析（分析者の経験則で行う主観的な分析方法）を行います。起動画面からの動線やボトルネックとなる箇所の洗い出しなどによる課題の可視化と、改善のポイントについて UX の改善アドバイスをを行います。

・アプリストアレビュー改善

ストアレビュー数やアプリの評価など、ダウンロード率に直結する課題を改善する支援です。現状のストアレビューコメントを分析して現状把握し、適切なターゲットへのレビュー依頼施策を行って高評価レビューを集めていきます。

株式会社アイリッジ (<https://iridge.jp/>)

株式会社アイリッジは、「Tech Tomorrow : テクノロジーを活用して、わたしたちがつくった新しいサービスで、昨日よりも便利な生活を創る。」という理念のもと、スマートフォンアプリを活用した企業の OMO (Online Merges with Offline : オンラインとオフラインを統合したマーケティング活動) 支援を行っています。OMO 支援ではアプリの企画・開発における業界トップクラスの実績があり、手がけた OMO アプリの MAU (月間アクティブユーザー) は 8,000 万以上に達する業界のリーディングカンパニーです。さらに、リテールテック、フィンテック、MaaS、業務支援等、幅広い領域で DX を支援しています。

2023 年 4 月からは急激な時代の変化に迅速に対応するための次世代型アプリビジネスプラットフォーム「APPBOX」も提供開始しました。「APPBOX」ではスクラッチ開発 (ゼロからの開発)、他社開発アプリへの機能追加、パッケージアプリ提供が可能で、パッケージアプリでは従来のアプリを捨てることなく、スクラッチ開発に移行しての機能刷新も可能です。

※記載されている各社の会社名、サービス名、商品名等は、各社の登録商標または商標です。