

アプリ会員証でのネガティブ体験、8 割が経験 利用機会増に伴いユーザー体験における課題が浮き彫りに

物理カード派が多かった 60 歳以上でアプリ会員証が大躍進、全年代で利用率が 1 位に
よくアプリ会員証を利用する業種 TOP3 の利用率は前回調査から 10 ポイント以上拡大

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 歳から 69 歳の男女 421 名を対象に「アプリ会員証に関する調査」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

本リリースでは調査結果をまとめたホワイトペーパーより、一部を抜粋して公開いたします。

・ホワイトペーパー：https://iridge.jp/content/2025_membershipcard_survey_wp/

調査結果ダイジェスト

- ・物理カード派が多かった 60 歳以上でアプリ会員証が大躍進、全年代で利用率が 1 位に
- ・アプリ会員証をよく使う業種 TOP3 はいずれも前回調査比 10 ポイント以上利用率が拡大
- ・利用率が高まるなか、8 割が困りごとを経験。ユーザー利用での課題が浮き彫りに

■物理カード派が多かった 60 歳以上でアプリ会員証が大躍進、全年代で利用率が 1 位に

日常的に利用している会員証について（年代別クロス集計）

Q1 あなたが日常的に利用している会員証をすべて選んでください。（複数回答）

年代別	15歳～19歳	20歳～29歳	30歳～39歳	40歳～49歳	50歳～59歳	60歳以上
1位	アプリ会員証 (49%)	アプリ会員証 (52%)	アプリ会員証 (59%)	アプリ会員証 (56%)	アプリ会員証 (51%)	アプリ会員証 (61%)
2位	使っていない (34%)	物理カード (36%)	物理カード (49%)	物理カード (46%)	物理カード (45%)	物理カード (58%)
3位	LINE会員証 (22%)	使っていない (30%)	LINE会員証 (24%)	使っていない (32%)	使っていない (33%)	使っていない (25%)
4位	物理カード (17%)	LINE会員証 (24%)	使っていない (22%)	LINE会員証 (8%)	LINE会員証 (8%)	LINE会員証 (8%)
5位	その他 (0%)	その他 (0%)	その他 (0%)	その他 (0%)	その他 (0%)	その他 (3%)

年代別クロス集計の結果から、60歳以上のシニア層ではアプリ・物理カードともに約6割が利用をしていた。加えて、物理カードよりもアプリ会員証の利用が多く、アプリ会員証の利用割合は全年代の中で最も高い結果となった。

一方で、若年層から40歳未満ではLINE会員証の利用率が2割以上であることから、日常的に使用するLINE上で簡単に会員証を管理したいというメリットも支持されていると考えられる。

© iRidge, Inc.

11

- ・前回調査（2023 年）では会員証の形態が「カードなら作りたい」が 3 割、「カードしか使わない」が 2 割以上を占めた 60 歳以上において、アプリ会員証利用率が 6 割に大躍進。全年代の中でも最も高い利用率となった
- ・全年代でアプリ会員証の利用率が 1 位となり、5 割から 6 割の人が日常的に利用していることが明らかに

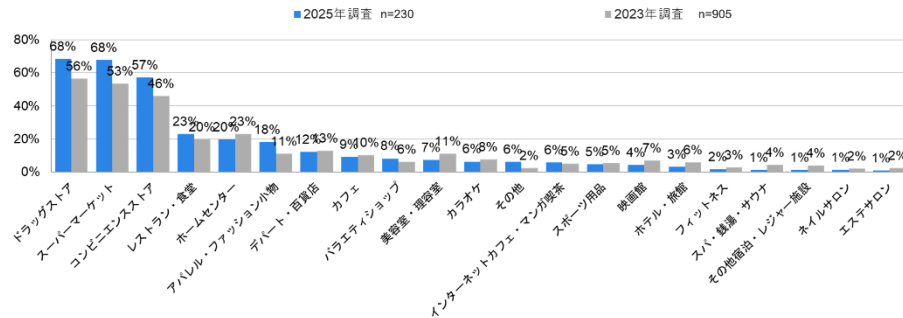
- ・若年層から 40 歳未満では LINE 会員証の利用率が 2 割を超え、日常的に使用する LINE 上で簡単に会員証を管理した
いニーズも可視化された

■アプリ会員証をよく使う業種 TOP3 はいずれも前回調査比 10 ポイント以上利用率が拡大

アプリ会員証をよく利用する店舗の業種について

Q6 あなたがアプリ会員証をよく利用する店舗の業種を、利用頻度が高い順にすべて選択してください。

対前年比較



ドラッグストアとスーパーマーケットの利用率が前年よりも増加している（ドラッグストア：56% → 68%、スーパーマーケット：53% → 68%）。日常的に利用されることの多い商業態では、アプリを通じた会員証利用が非常に便利であることが背景にあると考えられる。また、少量の購入が多いコンビニエンスストアでも、アプリ会員証の利用が浸透してきていることがわかる（46% → 57%）。

© iRidge, Inc.

17

- ・アプリ会員証がよく利用されているのは前回調査同様ドラッグストアとスーパーマーケット、コンビニエンスストア
- ・いずれの業種も前回調査比で 10 ポイント以上拡大しており、アプリ会員証の利用浸透がさらに進んでいる
- ・一方で、ホームセンター、デパート・百貨店、カフェ、美容室・理容室、カラオケなどは前回調査より減少した

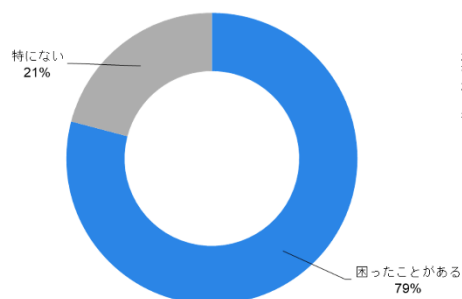
■利用率が高まるなか、8 割が困りごとを経験。ユーザー利用での課題が浮き彫りに

アプリ会員証で困ったこと、改善して欲しいと思ったこと

Q7 アプリ会員証を利用して困ったこと、改善して欲しいことを選択してください。

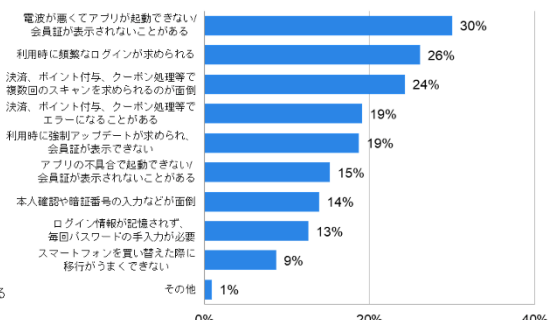
全体

n=230



困ったことの内訳

n=182



約8割の生活者が、アプリ会員証を利用して困ったことや改善してほしい点があると回答している。

困ったことの内訳を見ると、「電波が悪くてアプリが起動できない」が最多の30%、次いで「利用時に頻繁なログインが求められる」（26%）、「決済、ポイント付与、クーポン処理等で複数回のスキャンを求められるのが面倒」（24%）といった課題が挙げられている。これらのよくあるトラブルを未然に防ぐための事前設計が重要である。

© iRidge, Inc.

19

- ・アプリ会員証を利用して困ったことや改善してほしいことがあると回答した人が 8 割にものぼった

- ・最も多かったのは不可抗力とも言える「電波が悪くてアプリが起動できない/会員証が表示されないことがある」
- ・2 位 3 位には「利用時に頻繁なログインが求められる」、「決済、ポイント付与、クーポン処理等で複数回のスクリーンを求められるのが面倒」と、アプリ提供者側で改善余地のある UX（ユーザー体験）に関するものが続いた
- ・利用率が高まるなかで、アプリ会員証のユーザー体験が店頭でのユーザー体験全体に及ぼす影響も大きくなっていると想定され、トラブルを未然に防ぐための事前設計がますます重要となっている

コメント

本調査を通じて、生活者の多くが店舗での購買時に会員証を日常的に利用しており、なかでもアプリ会員証の活用が進んでいることがわかりました。特に、シニア層での利用拡大状況を見ると、会員証の形態としてアプリ会員証がスタンダードとなったと言っても過言ではないのではないのでしょうか。

一方で、アプリ会員証の利用には課題も浮き彫りになりました。具体的には、「ログインが面倒」「電波状況によって使えない」「決済やポイント付与でエラーが発生する」といった不便さを感じるユーザーが多く、約 8 割の生活者が何らかの改善を求めています。

今後もアプリ会員証の利用機会はさらに広がり、浸透していくと予想されます。アプリ会員証利用におけるユーザー体験を改善することは、会員証利用促進だけでなく、店舗利用体験の向上においても大きなポイントとなるでしょう。アイリッジでは、今後もアプリ開発および UI/UX 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

- ・日常的に利用している会員証種類
- ・会員証形態別の作成意向
- ・会員証を作成する理由
- ・会員証やポイントカード作成後の利用状況
- ・会員証形態別の利用頻度
- ・アプリ会員証をよく利用する店舗の業種
- ・アプリ会員証での困りごと、改善要望
- ・会員証/クーポンアプリの最近のダウンロード状況

調査概要

調査名	アプリ会員証に関する調査
対象	15 歳～69 歳の男女
調査期間	2025 年 2 月 3 日～2025 年 2 月 12 日
調査方法	インターネットリサーチ
サンプル数	421 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/)

アプリマーケティングやアプリの体験価値向上を目的として、データに基づいた戦略策定から実行支援、UX 改善までをワンストップで提供します。行動データと定量・定性データ分析を組み合わせることで、最適なユーザー体験を設計し効果的なマーケティング施策でアプリの成長を加速させるご支援サービスを提供しています。

■主なご支援内容

- ・アプリマーケティング伴走支援

アプリの立ち上げやリニューアルを含む戦略支援から、リリース後のマーケティング戦略及びコミュニケーション設計・マーケティング運用の伴走支援など、スポットからトータルまで、アプリの成長を幅広くサポートします。

・UX リサーチ、UX コンサルティング

ユーザー調査やアプリのUI/UX に特化したエキスパートレビュー、ユーザー行動データ分析などから課題を可視化し、最適なユーザー体験設計をサポート。UX リサーチや UI/UX 改善、アプリ利用体験向上のためのコンサルティングを行います。

株式会社アイリッジ (<https://iridge.jp/>)

株式会社アイリッジは、企業のアプリビジネス支援とビジネスプロデュース支援を軸に、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。

アプリビジネス支援では OMO*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、手がけたアプリの月間アクティブユーザー数は国内最大級の 1 億超。開発から機能拡張、マーケティング施策まで行えるアプリビジネスプラットフォーム「APPBOX」が主力プロダクトです。

*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

ビジネスプロデュース支援では、アプリに限定しない、コミュニケーションデザインの戦略立案からデジタルとリアルを統合した施策の企画・実行までを支援可能。グループ会社の Qoil と連携し、プロデューサーとプランナー、クリエイティブディレクター等から成るチームで、“点”の相談を“面”の課題解決に導く独自の価値提供を行います。総合電機メーカーや金融サービス事業者、電気通信事業者等、業界トップ企業の幅広い実績を持ちます。

※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。