

## 20代の半数が金融アプリのプッシュ通知を受信 小売など業種別の受信率の高いアプリランキングも公開

一方若年層の9割が通知をオフにした経験あり。不快に感じる理由の年齢差も明らかに

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4,121名を対象に「スマートフォンアプリのプッシュ通知に関する調査」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

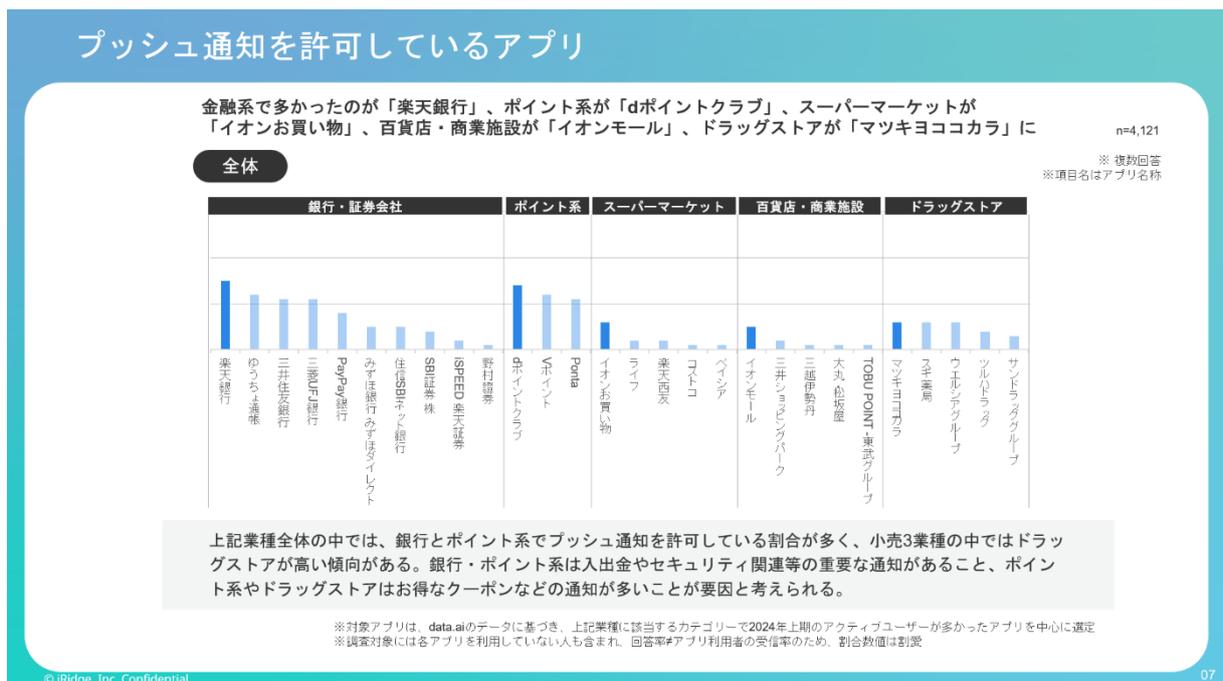
本調査ではスマートフォンを利用している全国の老若男女4,121名へアンケート調査を行い、そのうち金融系、ポイント系、小売系3業種（スーパーマーケット / 百貨店・商業施設 / ドラッグストア）の計5業種の代表的なアプリでプッシュ通知を受け取っていると回答した399名に、さらに詳細なプッシュ通知利用状況調査を行いました。調査結果の一部を本リリースで公開するとともに、ホワイトペーパーとして無料公開いたします。

・ホワイトペーパー：[https://iridge.jp/content/push\\_survey2024/](https://iridge.jp/content/push_survey2024/)

### 調査結果ダイジェスト

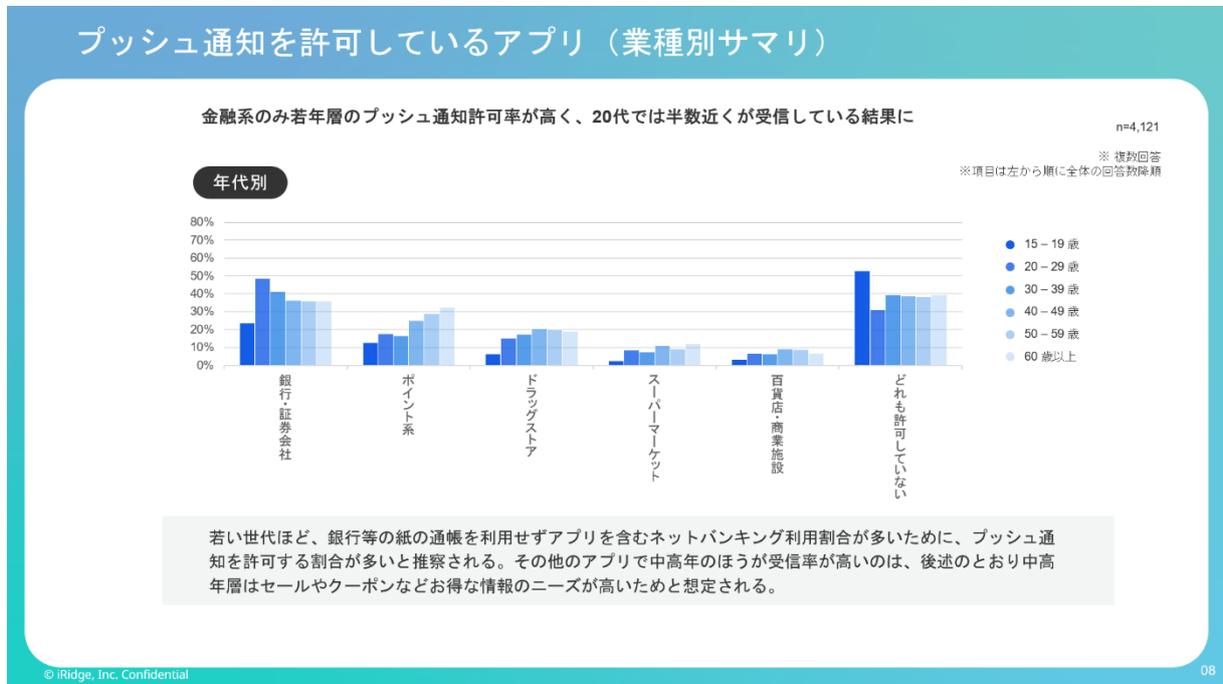
- ・プッシュ通知受信率の高いアプリは金融系では「楽天銀行」、ポイント系が「dポイントクラブ」、スーパーマーケットが「イオンお買い物」、百貨店・商業施設が「イオンモール」、ドラッグストアが「マツキヨココカラ」
- ・金融系アプリのみ若年層のプッシュ通知許可率が高く、20代では半数近くが受信していることが明らかに
- ・20代の9割がプッシュ通知設定のオフ経験あり。全体でも7割以上の方が経験しており、施策に工夫が求められる
- ・オフ理由は中高年が「配信頻度の多さ」、若年層は「配信内容」。女性からは「配信頻度の少なさ」も挙げた

### ■金融系、ポイント系、小売系3業種でプッシュ通知受信率の高いアプリランキング



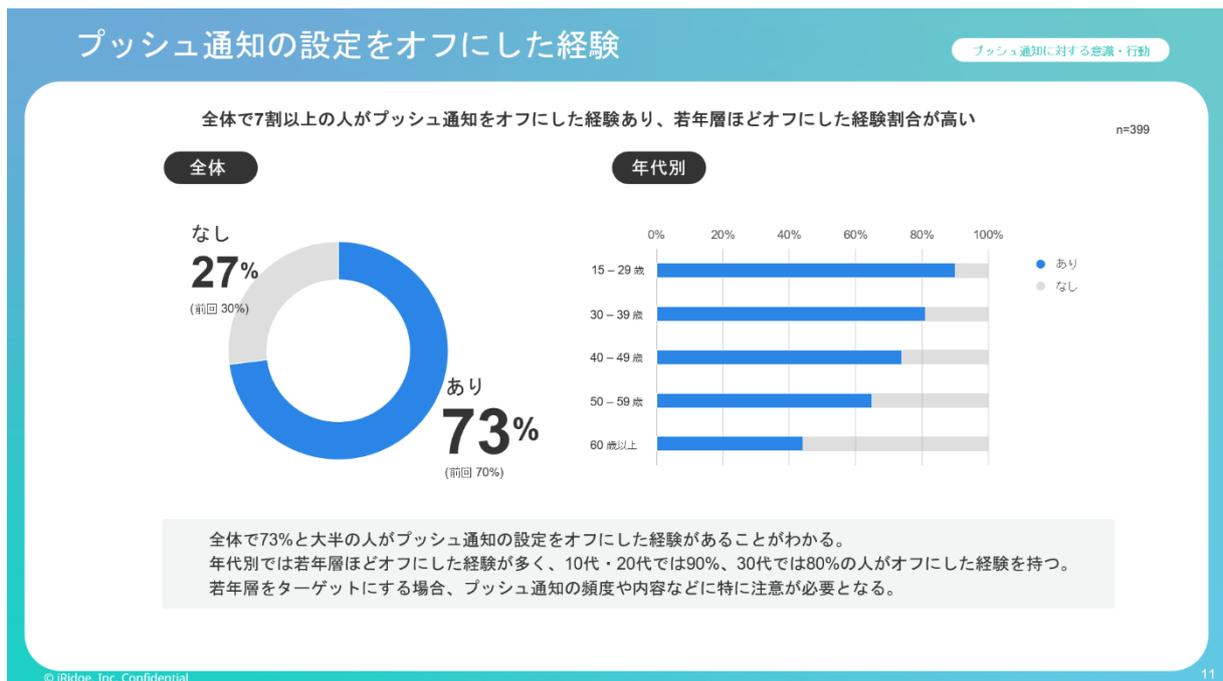
- ・プッシュ通知受信率の高いアプリは金融系では「楽天銀行」、ポイント系が「d ポイントクラブ」、スーパーマーケットが「イオンお買い物」、百貨店・商業施設が「イオンモール」、ドラッグストアが「マツキヨココカラ」
- ・銀行・ポイント系の受信率が高く、入出金やセキュリティ関連等の重要な通知があることが要因と考えられる
- ・小売3業種内ではドラッグストアが高く、ポイント系と合わせ、お得なクーポンなどの通知が多いためと推測される

■金融系アプリのみ若年層のプッシュ通知許可率が高く、20代では半数近くが受信していることが明らかに



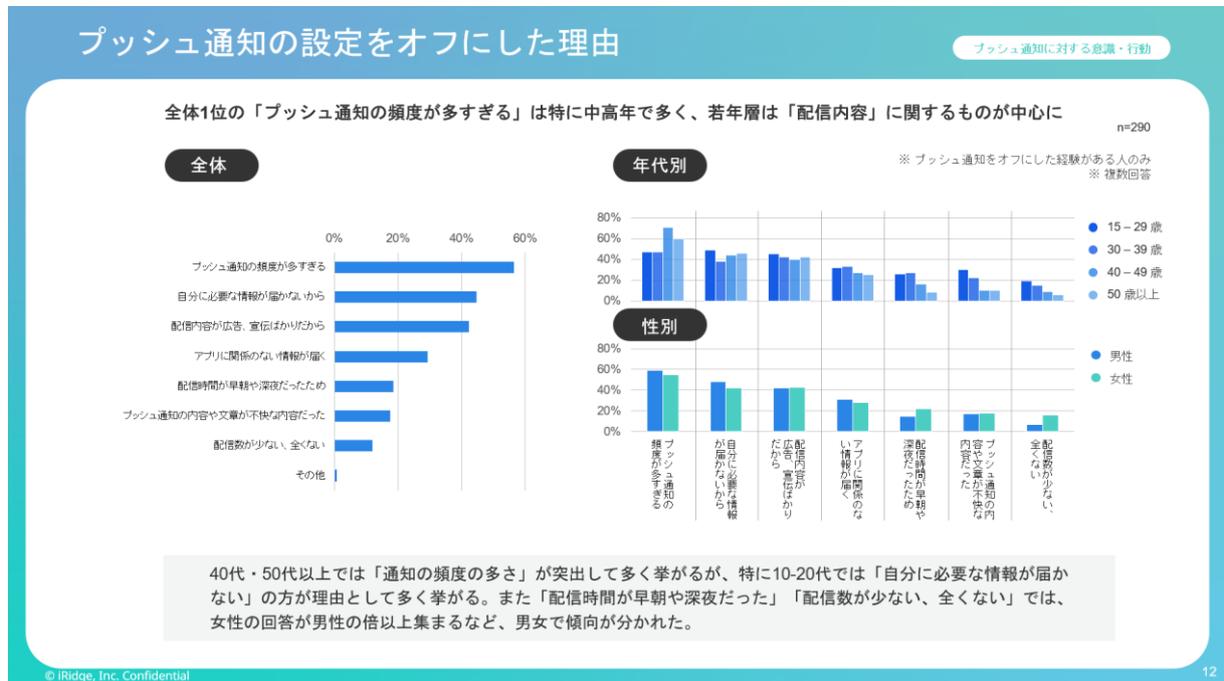
- ・20代の半数が金融系のプッシュ通知を受信。アプリを含むネットバンキング利用割合が多いためと推察される
- ・本調査内の「受け取りたいプッシュ通知内容」の質問で、中高年層ではセールやクーポンなどお得な情報のニーズが高いデータが出ており、金融系以外のアプリで中高年の受信率が高いのはその傾向と相関があるためと考えられる

■20代の9割がプッシュ通知設定のオフ経験あり。全体でも7割以上の方が経験しており、施策に工夫が求められる



- ・全体で7割以上の方がプッシュ通知をオフにした経験があり、若年層では9割にのぼるなど経験割合が高い
- ・若年層では特に、プッシュ通知施策を考える際に注意が必要となる

## ■ オフ理由は中高年が「配信頻度の多さ」、若年層は「配信内容」。女性からは「配信頻度の少なさ」も挙がった



- ・全体1位の「プッシュ通知の頻度が多すぎる」は特に中高年で多く、若年層は「配信内容」に関するものが中心に
- ・特に10代・20代では頻度の多さより「自分に必要な情報が届かない」の方が理由として多く挙がった
- ・また「配信時間が早朝や深夜だった」「配信数が少ない、全くない」では、女性の回答が男性の倍以上集まるなど、男女で傾向が分かれた

## コメント

調査では、プッシュ通知に期待する内容や施策で配慮しなくてはならないポイントがユーザーの年代により異なることが分かりました。プッシュ通知が日常的にしっかり見られているからこそ、不要と判断したアプリからのものはオフにする人が多い様子も見て取れました。また、本リリースへの抜粋は割愛しましたが、所持アプリ数についての回答傾向でも、前回調査（2022年）と比べて「とりえずダウンロードする」から「必要なアプリだけを入れる」へと態度変容が見られるなど、アプリの利用が浸透する中でユーザーの目が肥え、提供する機能やプッシュ通知で配信する内容もシビアに見られるようになってきていることが伺えます。企業にとってアプリが顧客との重要なタッチポイントとなる中、どのようなアプリを作り運用していけば良いのか、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

① アプリおよびプッシュ通知の利用動向 ※今回のホワイトペーパーおよび本リリースの対象はこちらです

- ・基本情報- iPhone / Android 利用率
- ・基本情報- 所持アプリ数
- ・よく使うアプリのカテゴリー
- ・プッシュ通知を許可しているアプリ
- ・プッシュ通知に対する意識・行動
  - プッシュ通知の受け取り状況
  - プッシュ通知の設定をオフにした経験

- プッシュ通知の設定をオフにした理由
- プッシュ通知を理由としたアプリの削除経験
- 受け取りたいプッシュ通知内容

②業界別のプッシュ通知利用動向 ※今回はこちらの調査結果は含まれません。後日別途発表予定です

- ・ (各業種別) アプリ/プッシュ通知に対する意識・行動
  - アプリをダウンロードしたきっかけ
  - プッシュ通知を受信したいお知らせの内容
  - プッシュ通知をきっかけとした行動の有無
  - プッシュ通知をきっかけに行った行動内容
  - プッシュ通知を受け取ってから行動に至るまでの所要時間
  - 不快に感じる1日のプッシュ通知数

## 調査概要

調査名	スマートフォンアプリのプッシュ通知に関する調査（以下の内容で計2回実施） ①アプリおよびプッシュ通知の利用動向 / ②業界別のプッシュ通知利用動向
対象	15歳～69歳の男女 （②は①で特定のアプリでプッシュ通知を受信していると回答した人を対象に調査）
調査期間	①2024年8月7日～2024年8月20日 / ②2024年8月21日～2024年8月30日
調査方法	インターネットリサーチ
サンプル数	①4,121名 / ②399名

## APPBOX（アップボックス）とは (<https://iridge.jp/service/appbox/>)

「APPBOX」は、外部システムや各種他社ツールとの連携を前提とした設計思想を持つ、拡張性に優れたアプリビジネスプラットフォームです。必要なモジュール（SDK）を組み合わせることができ、他社で開発したアプリの機能拡張やリニューアルにも活用可能。「標準機能で素早いアプリ立ち上げ」「工数/工期を抑えたカスタマイズ」「ベンダーフリーで内製化も妨げない機能拡張」「高速PDCAを可能にするマーケティング支援機能」「『APPBOXコネクト』をはじめとする柔軟な他社連携・カスタマイズ」の5つの価値を提供します。

## 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/](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。

### 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9,000万超。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」が主カプロダクトです。

\*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。