

アプリのお知らせからの金融商品購入経験、 Z世代は40代の2倍、50代の4倍にのぼることが明らかに

最新・業界別アプリのプッシュ通知調査から金融アプリの調査結果を発表

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399名を対象に「業界別・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

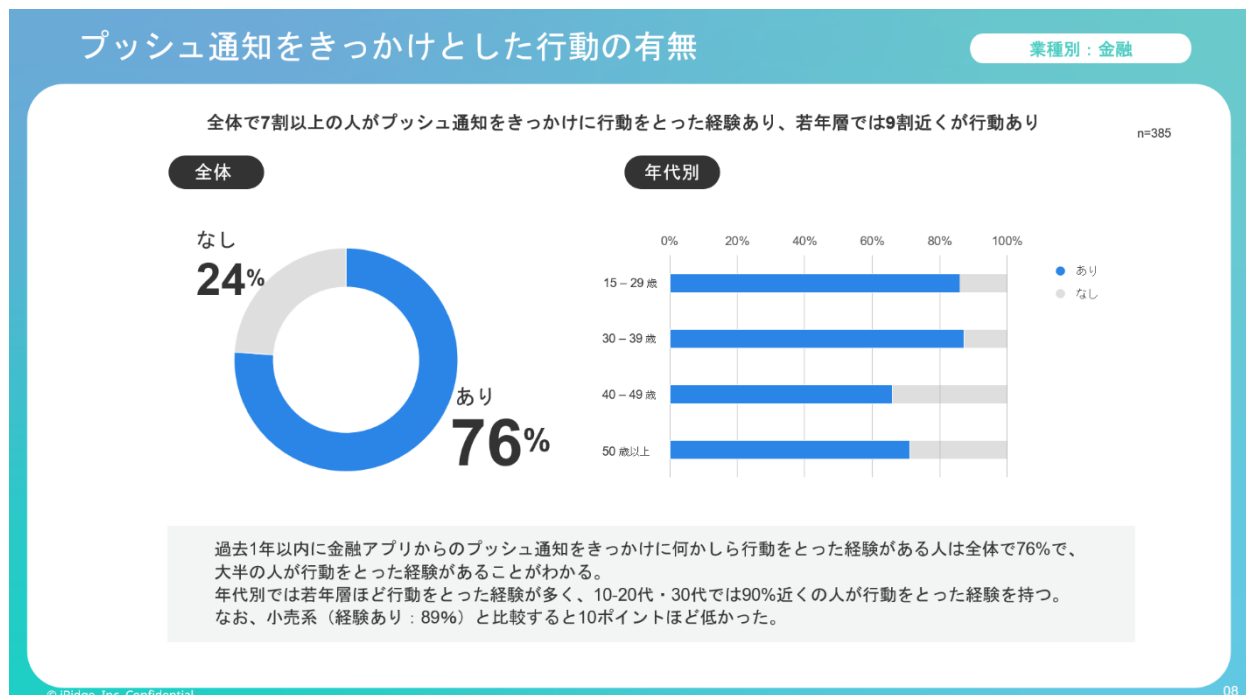
本調査ではスマートフォンを利用している全国の老若男女4,121名へ事前アンケート調査を行い、そのうち金融系、ポイント系、小売系3業種（スーパーマーケット / 百貨店・商業施設 / ドラッグストア）の計5業種の代表的なアプリでアプリからのお知らせ（プッシュ通知）を受け取っていると回答した399名に、さらに詳細なプッシュ通知利用状況調査を行いました。本リリースでは金融アプリに関する調査結果をまとめたホワイトペーパーより、一部を抜粋して公開いたします。

・ホワイトペーパー：https://iridge.jp/content/push_survey2024-financial/

調査結果ダイジェスト

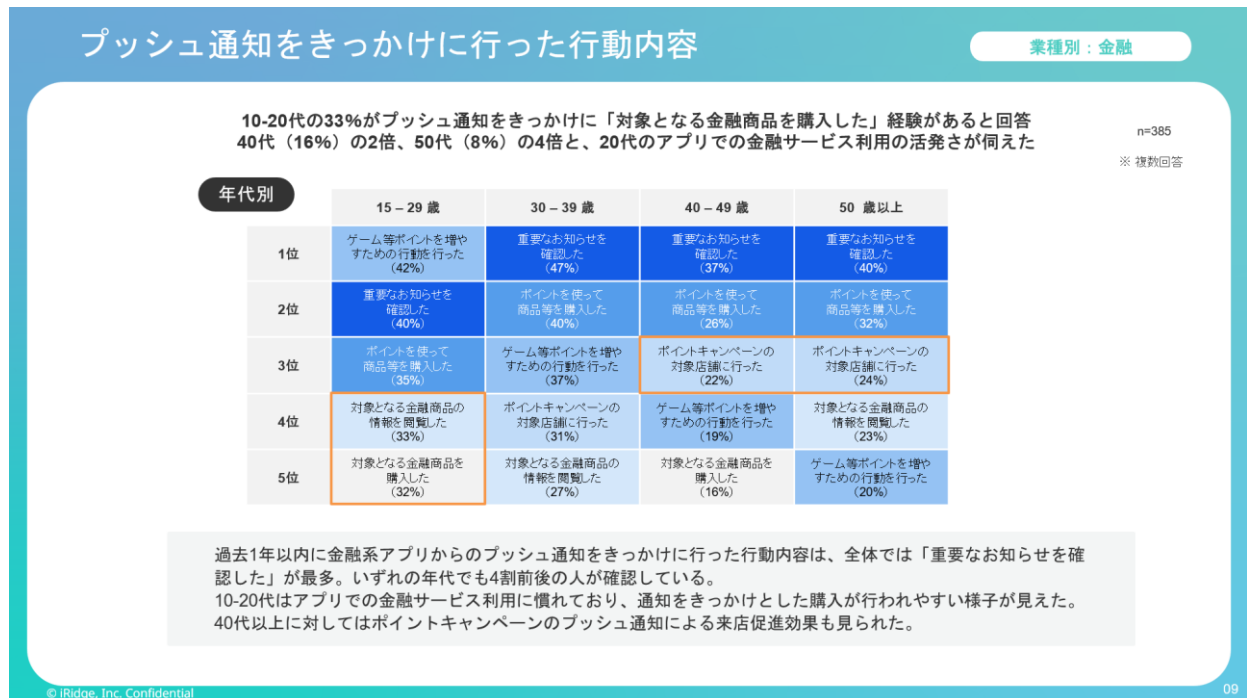
- ・金融アプリのプッシュ通知をきっかけに何か行動を取った経験がある人は7割強。若年層では9割近くに
- ・行動の内容では、Z世代にあたる10-20代の3割が「対象となる金融商品を購入した」経験があると回答
- ・40代以上では「ポイントキャンペーンの対象店舗に行った」が3位と、来店促進への効果に期待も
- ・アプリダウンロードのきっかけからも、若年層の金融アプリへの関心の高さが浮き彫りに

■金融アプリのプッシュ通知をきっかけに何か行動を取った経験がある人は7割強。若年層では9割近くに



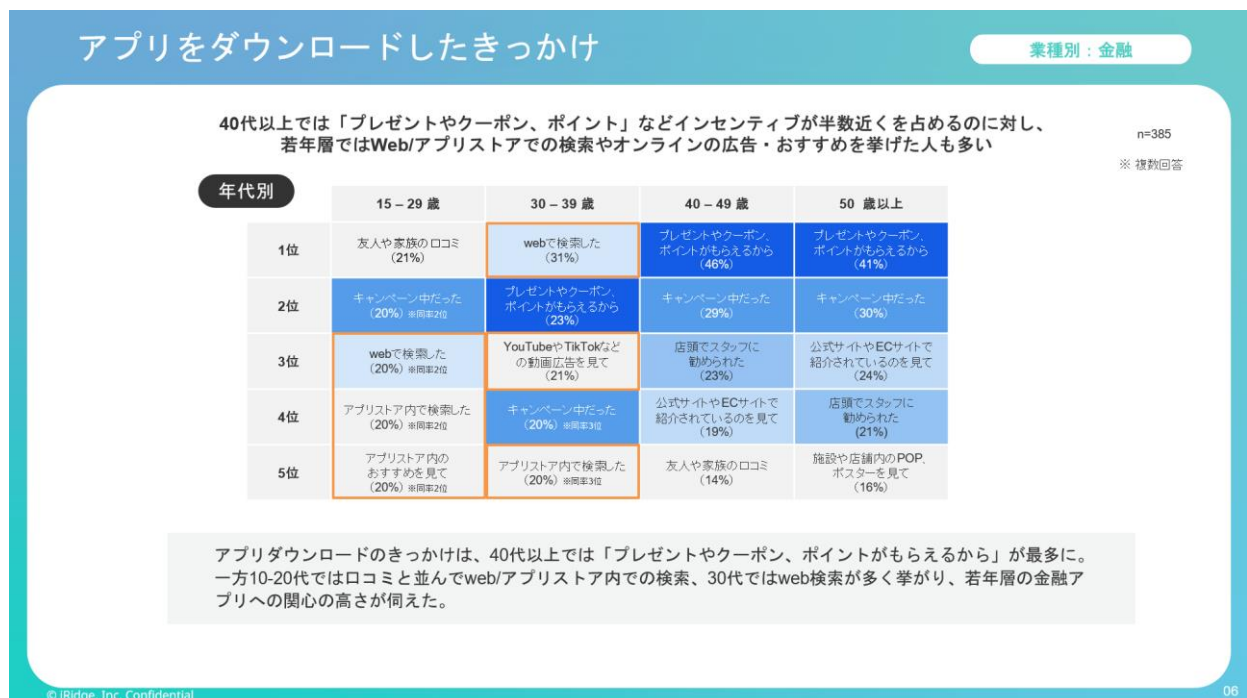
- ・過去1年以内に金融アプリからのプッシュ通知をきっかけに何かしら行動をとった経験がある人は76%
- ・若年層ほど行動をとった経験が多く、10-20代、30代では90%近くの人が行動をとった経験を持つ

■行動の内容では、Z世代にあたる10-20代の3割が「対象となる金融商品を購入した」経験があると回答



- ・10-20代の33%がプッシュ通知をきっかけに「対象となる金融商品を購入した」経験があると回答
- ・40代（16%）の2倍、50代（8%）の4倍と、Z世代のアプリでの金融サービス利用の活発さが伺えた
- ・40代以上では「ポイントキャンペーンの対象店舗に行った」が3位に入り、来店促進効果も見られた
- ・また重要なお知らせのプッシュ通知では、全年代で4割以上の人が詳細を確認していることがわかった

■アプリダウンロードのきっかけからも、若年層の金融アプリへの関心の高さが浮き彫りに



- ・金融アプリダウンロードのきっかけでは、40代以上では「プレゼントやクーポン、ポイント」が最多に
- ・一方若年層ではWebやアプリストアでの検索や情報が上位に入り、金融アプリサービス自体への関心の高さが伺える

コメント

調査では特に若年層を中心に、金融アプリのプッシュ通知が有効活用されている様子が分かりました。プッシュ通知をきっかけに対象となる金融商品の購入行動を取った経験がある人が3割もいるというのは、驚いた方もいるのではないのでしょうか。それだけしっかり見られているからこそ、データを活用してその方に合った内容を配信していくことができます。ますます重要になっていると考えられます。

金融アプリをはじめとして、アプリはもはや、生活インフラの一つと言っても過言ではありません。どのような機能が求められ、どのような体験が顧客との関係性を強くしていくのか——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 ※参考リリース・ホワイトペーパー：<https://iridge.jp/news/202412/37483/>

- ・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

- ・（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) を組み合わせて使うことができ、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/)

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 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 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」が主カブダクトです。

*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。