

## 銀行公式アプリ利用率が過去最高の74%に拡大 銀行種別利用率ではネット銀行が都市銀行を上回り首位に 利用者のリテラシー向上に伴い、アプリの使い分けや単機能志向が顕著に 金融系アプリ利用実態調査 -銀行/地銀/信金編-

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、20歳から69歳の男女8,802名を対象に「銀行アプリの利用に関する調査」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

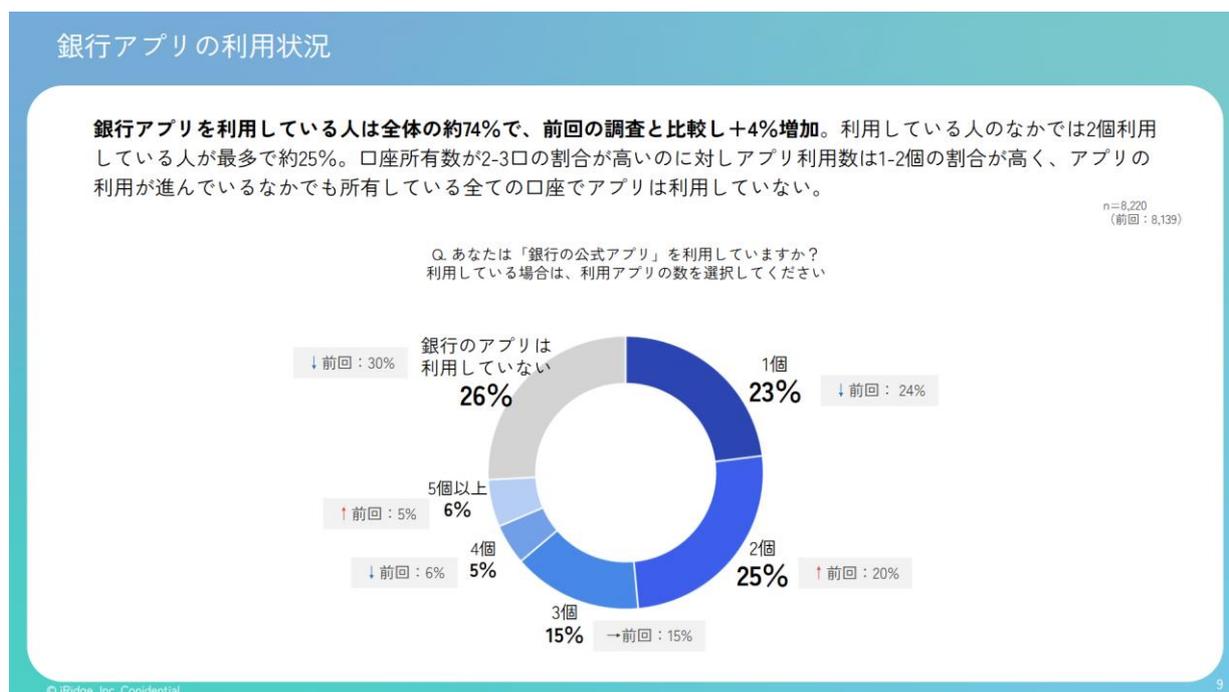
本調査では全国の成人男女8,802名に事前アンケートを実施し、そのうち銀行アプリを利用していると回答した330名を対象に、さらに詳細な利用実態調査を行いました。本リリースでは調査結果をまとめたホワイトペーパーより、一部を抜粋して公開いたします。

・ホワイトペーパー：[https://iridge.jp/content/2025\\_finance\\_app\\_survey\\_wp/](https://iridge.jp/content/2025_finance_app_survey_wp/)

### 調査結果ダイジェスト

- ・銀行アプリを利用している人は全体の約74%で、半数以上が複数のアプリを利用していると回答
- ・「利用している銀行アプリ」は30代以上の全年代でネット銀行が伸長、都市銀行を上回り首位に
- ・「よく利用する機能」からは利用者のリテラシー向上による単機能志向が浮き彫りとなった

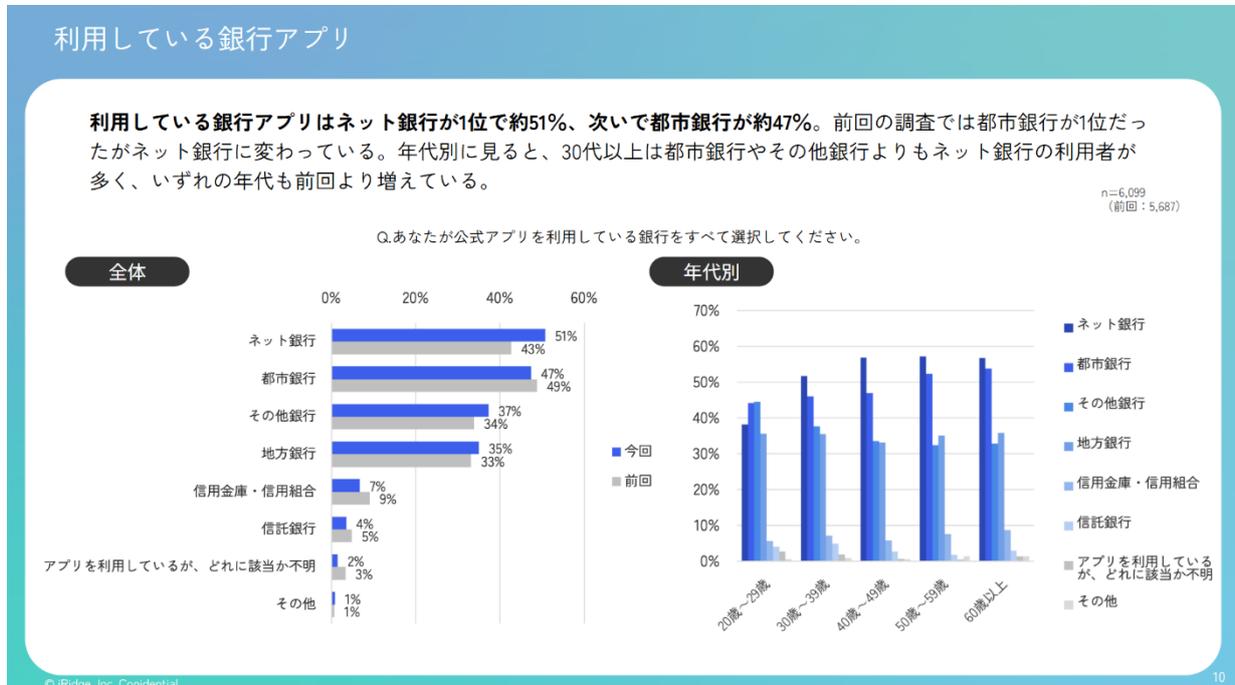
### ■銀行アプリを利用している人は全体の約74%で、半数以上が複数のアプリを利用していると回答



- ・銀行アプリを利用している人は全体の約74%に。前回（2023年）調査と比較して+4%増加し過去最高となった

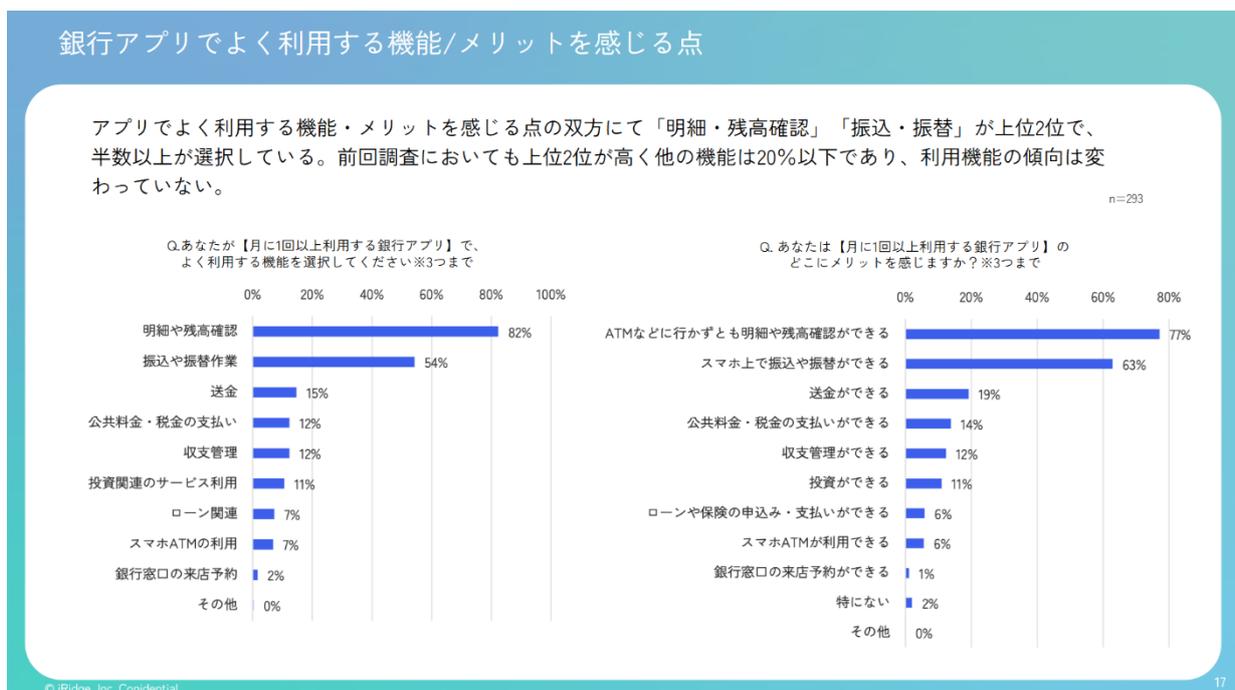
- ・利用者のなかでは2個利用している人が約25%で最も多く、半数以上が複数のアプリを利用している
- ・一方、口座所有数の回答では2-3口の割合が高いのに対しアプリ利用数は1-2個の割合が高く、アプリの利用が進んでいるなかでも、所有している全ての口座でアプリは利用していない

## ■「利用している銀行アプリ」は30代以上の全年代でネット銀行が伸長、都市銀行を上回り首位に



- ・利用している銀行アプリはネット銀行が約51%で1位に。前回1位だった都市銀行はやや利用率が落ち2位に
- ・年代別で見ても、30代以上の全年代でネット銀行が伸長し利用率首位となっている

## ■「よく利用する機能」からは利用者のリテラシー向上による単機能志向が浮き彫りとなった



- ・前回調査同様、半数以上が「明細・残高確認」「振込・振替」をよく利用し、メリットを感じると回答

- ・「明細・残高確認」「振込・振替」が前回より伸びた一方で「公共料金・税金の支払い」は減少した
- ・各金融機関で外部連携等による導入が進む「収支管理」は、利用者が伸び悩む様子が見えた
- ・別の質問で利用頻度の減少傾向もあったことから、利用者のリテラシーが向上し家計簿サービス等の専用アプリ利用が進むなかで、目的別に適したアプリを使い分けしていると推察される
- ・公共料金については決済アプリでの対応に移行しているケースと、初回登録以降は自動で引き落とされることから使用機能として認識されていないだけのケースの両方が考えられる

## コメント

今回の調査では、前回と比較し、銀行アプリの利用者や利用しているアプリ数は増えていることが分かりました。そのなかでもネット銀行の利用者が拡大しています。持っている口座数に対してアプリ利用数の方が少ないのは前回同様で、ユーザーは日常的に利用するアプリのみに絞ってダウンロードする傾向が見られます。

また、銀行の公式アプリがあることの認知は上がっており、特にオンライン経由での認知が伸びていることからオンライン接点での取り組みは引き続き重要な位置づけとなります。一方で利用頻度は減少傾向にあり、利用機能としても主要である「残高確認」「振込」以外は伸びていないことから、ユーザーは特定の目的でしかアプリを起動していないことがうかがえます。

今後、銀行アプリ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。しかし、アプリを安易に多機能化したり、複数機能の利用を促すだけでは、必ずしも利用頻度や機会が高まるわけではありません。むしろ、ユーザーが求める機能に絞って使いやすさを高め、利用体験を丁寧に磨いていくことが、満足度の向上やサービスの継続利用につながると考えられます。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銀行アプリ利用実態調査

- ・所有している銀行口座数
- ・銀行アプリの利用状況
- ・利用している銀行アプリ
- ・銀行アプリを利用しない理由

### ②詳細の銀行アプリ利用実態調査

- ・銀行アプリの利用頻度
- ・月1回以上利用している銀行アプリ
- ・銀行アプリの認知経路
- ・銀行アプリダウンロードのきっかけ
- ・銀行アプリでよく利用する機能/メリットを感じる点
- ・銀行アプリへの利用意向
- ・直近1年の銀行口座開設状況
- ・個人間送金アプリ利用状況

## 調査概要

調査名	銀行アプリの利用に関する調査（以下の内容で計2回実施） ①銀行アプリの利用実態 / ②詳細の銀行アプリ利用実態
対象	20歳～69歳の男女（②は①で銀行アプリを利用していると回答した人を対象に調査）
調査期間	①2025年1月28日～2025年1月31日 / ②2025年2月4日～2025年2月5日
調査方法	インターネットリサーチ

サンプル数	①8,802名 / ②330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/](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。