

現役アプリUIデザイナーが本気で分析

App Design Review

ファーストフード

2021年11月4日

株式会社DearOne

Contents

- 1 はじめに
- 2 企業別 アプリアクティブユーザー数
- 3 マクドナルド
- 4 ケンタッキーフライドチキン
- 5 モスバーガー
- 6 バーガーキング
- 7 ロッテリア

1 はじめに

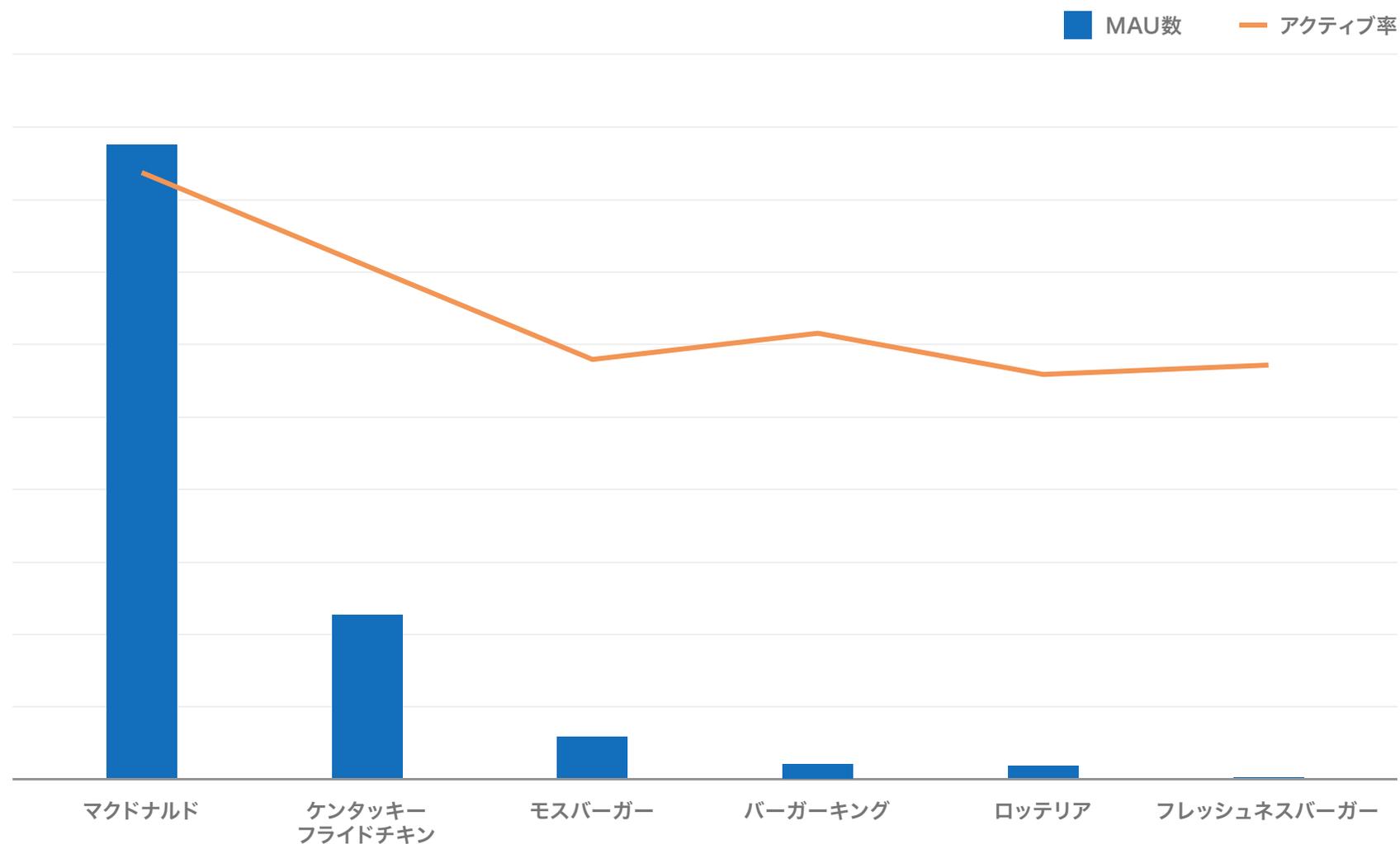
本書は、SaaS型アプリ開発サービス「ModuleApps2.0」を提供する株式会社DearOneに在籍するUIデザイナーが、その知見をもとに各業界のアプリデザインのレビューを行ない、共通点やデザインの傾向をまとめたものです。

アプリを運用されている企業様にとって、アプリデザインの参考となれば幸いです。

※レビューの内容はあくまで第三者としての株式会社DearOne独自の見解であり、アプリを提供する企業の見解とは一切の関係はありません。

※本資料に掲載の情報や文章は株式会社DearOneに帰属します。情報の無断使用・転載は固くお断り致します。

2 企業別 アプリアクティブユーザー数



対象期間：2021年5月1日～2021年7月31日 株式会社DearOne調べ

3 マクドナルド | 注文のバリエーションが豊富で使いやすい

ホーム



- 1 ロゴのキーカラーをアクセントに背景やテキスト・アイコンをモノトーンでまとめ洗練された印象を受ける。
- 2 商品画像の色彩が高まり、画像も大きいので購買意欲を高める。

クーポン



- 1 商品画像と値段が大きいので、認識しやすく押しやすい。
- 2 クーポンを使用すると切り離される演出はブランドイメージに合っており遊び心を感じる。

メニュー



- 1 他アプリにはなく、シンプルで目止まりやすく、購買意欲向上に繋がられる。
- 2 ここで追加できるのは利便性が高い。

注文



- 1 選択した商品画像と内容の商品画像・テキストのバランスが良く、情報整理がされており、ボタンの視認性・操作性ともに良い。

注文確認



- 1 選択できる項目は濃く、選択できない項目は薄く「どれを選択しているか?」「どれを選択すべきか?」が分かりやすい。

4 ケンタッキーフライドチキン

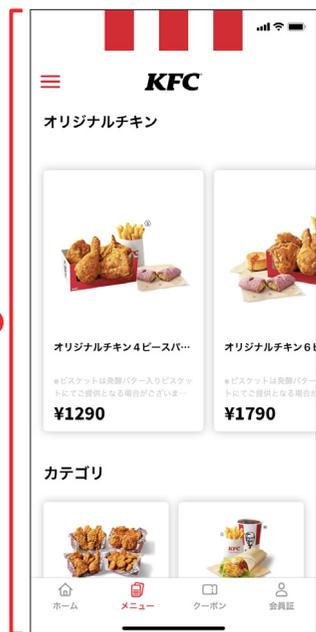
ブランドの世界観が現れたシンプルなデザイン

ホーム



- ① ヘッダーの赤い四角はインパクトがあり、ブランドイメージをシンプルに表現している。
- ② 近くの店舗が表示されることによって、来店意欲や購入意欲を促進する。

メニュー



- ① ブランドカラーとモノトーンですっきりとシンプルにまとまっていて見やすい。
- ② 白地が多く商品画像の色彩が際立っており購入意欲を促進する。もう少し余白を詰め、カテゴリが見えると購入の際に参考にしやすい。

クーポン



- ① 横スワイプで切り替わり操作性が良い。
- ② 割引価格と定価が比較しやすく、お得感を得られる。クーポン表示ボタンが割引価格と商品画像のまとまりに近い方が押しやすい。

会員証



- ① チキンが降ってくる演出は唐突感があるが高揚感を得られる。
- ② 赤白を反転し、イメージを崩すことなく会員証の雰囲気表現している。QRコードも引き立ち認識しやすい。

店舗検索



- ① 店舗までの経路案内がスピーディーに行えるのはとても便利。来店ユーザーへの不安軽減はとても重要。

5 モスバーガー | 訴求したいユーザーを意識したデザイン

ホーム



- 1 様々な情報が表示されており、お知らせのまとめ、新商品・クーポンのまとめと整理がされておりわかりやすい。

注文



- 1 ブランドカラーですっきりとシンプルにまとまっていて見やすい。
- 2 メニュー内容が見えると、購入の際に参考にしやすく、購買意欲の向上に繋がる。

会員証



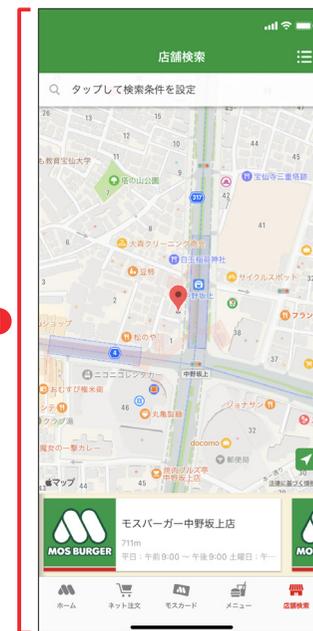
- 1 実際のカードデザインを配置することでカード・アプリの連携が認識でき、双方のユーザーにわかりやすい。
- 2 ランクアップまでの行動がわかりやすく、ランクアップ向上の意欲に繋がる。

メニュー



- 1 商品のカロリーや栄養成分、アレルギー情報など、商品に関する情報が多いが、まとまっていて見やすくユーザーに安心感を与える。
購入ボタンがファーストビューにあれば、購入機会・意欲の向上に繋がる。

店舗検索



- 1 シンプルでわかりやすく、直感的に使用できる。必要な情報が目に留まりやすい。

6 バーガーキング | デザイン性の高さと統一感でブランディング

ホーム



- 1 ロゴのキーカラーをアクセントに背景のページやテキスト・アイコンのブラウンなどあたたかみのあるヴィンテージな印象を受ける。
- 2 注文できることがすぐに認識でき、購入意欲を促進する。

クーポン



- 1 選択状態が分かりやすく、項目テキストの距離やグループのまとまりも分かりやすい。視認性・操作性ともに良い。
- 2 クーポンであることが伝わるカードデザイン。カードが統一されているので、見比べながら検討することができる。

注文



- 1 「お気に入り商品」として登録でき、リピート購入向上に繋がる。
- 2 合計金額の横に購入ボタンがあり、購入に移行しやすく便利。

再注文



- 1 「お気に入り商品」「お気に入り店舗」を登録するとプルダウンで選択でき便利。ユーザーの注文までのプロセス軽減はリピート購入向上にとっても効果的。

店舗検索



- 1 ユーザーの検索ニーズに寄り添っており、視認性・操作性ともに良い。
- 2 アイコン表示されているので、店舗利用に必要な情報が目に留まりやすい。

7 ロットeria | シンプルで便利な機能にインパクトのある色使い

ホーム



- 1 ブランドカラーとグレーですっきりした中、バナーの色使いにとってもインパクトがあり注目が集まる。

クーポン



- 1 写真のインパクトがあり、購買意欲を刺激する。
- 2 ハンバーガーメニューの演出は、ハンバーガーショップならではの遊び心を感じられる。

メニュー



- 1 カテゴリ写真の大きさが統一されており、認識しやすく、ユーザーにわかりやすい。

店舗検索



- 1 最寄りの店舗名と距離、営業時間が表示され、利用に必要な情報が目に入り、他の店舗候補もピンとリストで表示されるので便利。

その他



- 1 搭載機能や使い方などの項目が大きく、アイコンもあって各項目が認識しやすく押しやすい。

GROWTH MARKETING