

現役アプリUIデザイナーが本気で分析

App Design Review

商業施設編

2022年8月17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 LOFT
- 4 東急ハンズ
- 5 PARCO
- 6 ヒルズ
- 7 総評

1 はじめに

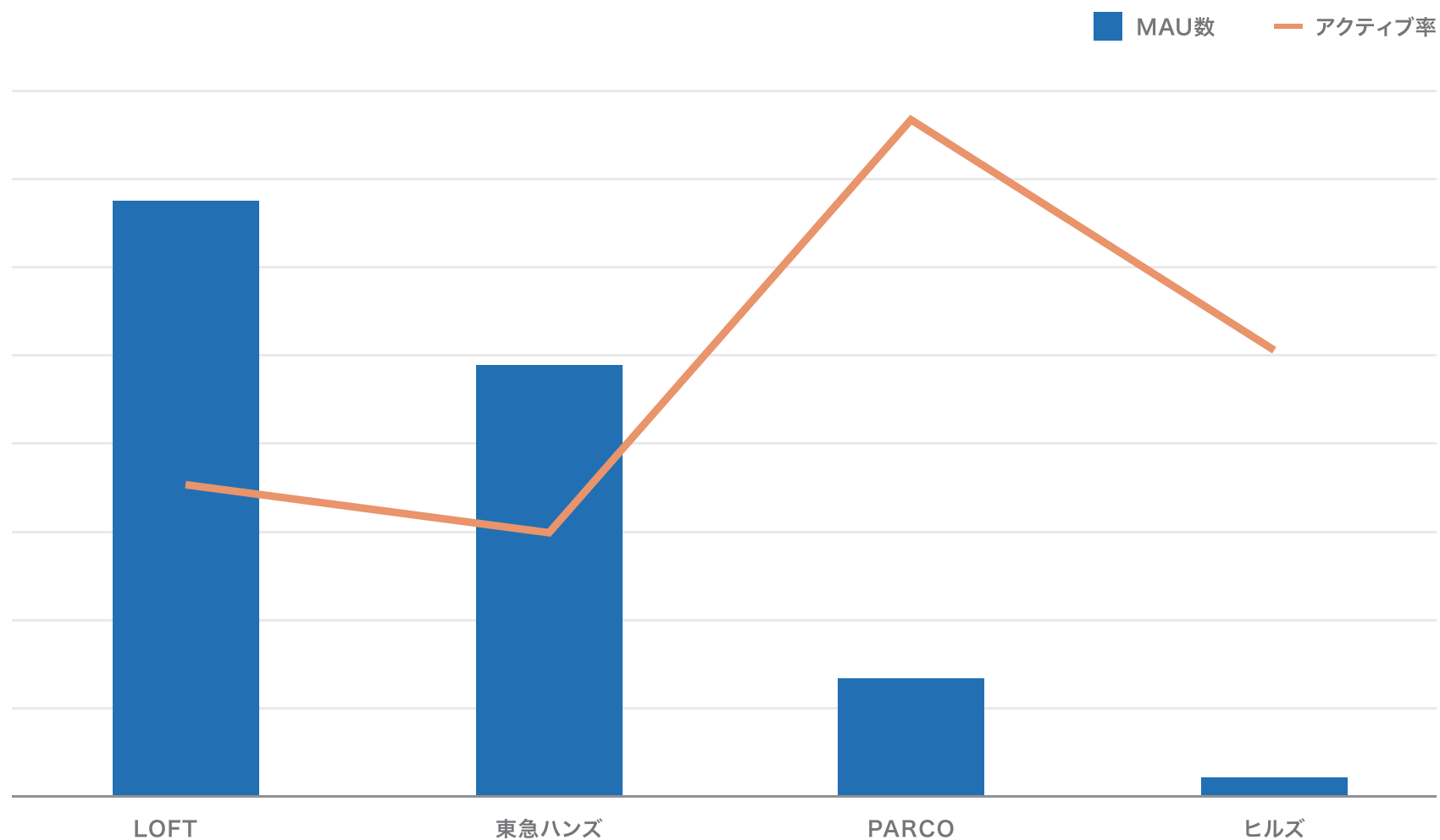
本書は、SaaS型アプリ開発サービス「ModuleApps」を提供する株式会社DearOneに在籍するUIデザイナーが、その知見をもとに各業界のアプリデザインのレビューを行ない、共通点やデザインの傾向をまとめたものです。

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：2022年1月1日～3月31日 株式会社DearOne調べ

3 LOFT | 豊富なアイテムや機能など買い物がしなくなるアプリ

ホーム



- 1 季節や企画もののコンテンツと、商品が大きく表示されており見やすく、ユーザーの興味を引く。
- 2 ファーストビューからスクロールする際に「さがす」ボタンが目に入り、商品を検索するのに便利。

メニュー



- 1 現在のステージの視認性が良くないが、吹き出しのデザインで注目度を上げている。次のステージやスタンプの文字が目立ち達成意欲が湧く。
- 2 マイメニューのようなレイアウトで見やすく使いやすい。

ネットストア



- 1 季節や企画もののコンテンツと画像がユーザーの興味を引く。ホームのように商品が表示されていると購買意欲を掻き立てもっと良い。

スタンプ・クーポン



- 1 見落としがちな有効期限が見やすく、ゲージに区切れがあり進行状況を把握しやすい。

アプリID



- 1 進行状況を把握しやすく、次回のお会計に繋がる。
- 2 会員証の下に「PayPayで支払う」ボタンがあると、利用可能であることがわかりやすく、会計がスムーズになり便利。

4 東急ハンズ | 買い物時に便利な検索機能や構成

ホーム



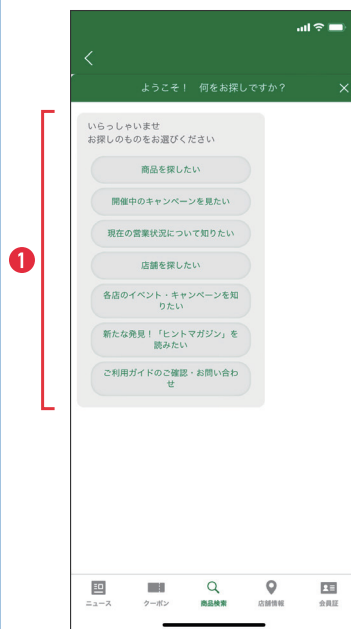
- ① コーポレートカラーと白抜きデザインがブランドイメージとマッチしており、視認性も良い。
- ② パナーに商品画像があると、わかりやすく興味を引く。

商品検索



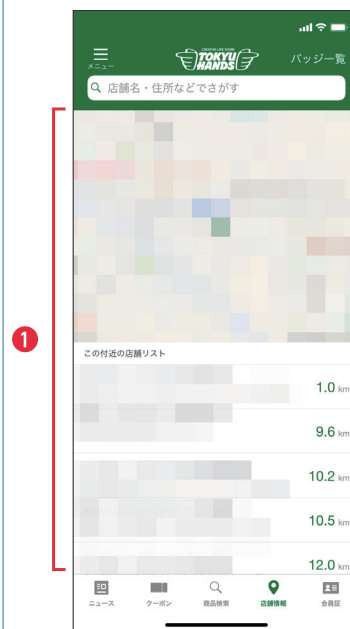
- ① カテゴリ分けがわかりやすく、右カッコ内の数字、がタップした際のコンテンツの規模感を表してイメージしやすい。

何をお探しですか？



- ① 目的が定まっていないユーザーに対し、チャットで検索できるのは目的を定める補助になり、信頼感につながる。

店舗情報



- ① 店舗を探す際、大きなマップ表示と現在地からの距離がシンプルで見やすくわかりやすい。

お気に入り登録一覧



- ① お気に入りした商品を選択して購入ができ、「すべての商品を選択」や「ネット在庫」の状況表示などがあり、とても便利。

5 PARCO | 充実した記事やニュース、コインで来館へ誘う

ホーム



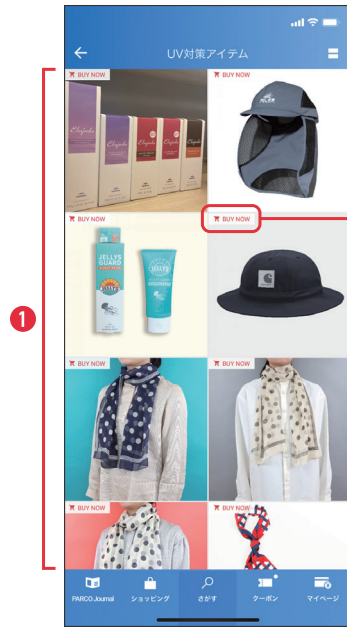
① 視認性の良い青いグラデーション背景が涼しげで、記事を落ち着いた雰囲気で見覧できる。

WALKING COIN



① PARCOならではの催事イベントと連携しており、来館意欲を促進する。
② イメージイラストか、コインが貯まっているのか、わかりやすく困惑してしまう。

ショッピング



① クオリティーの高い大きめの写真がズラリと並んでおり「もっと見たい」というワクワク感と、購買意欲を掻き立てる。
② 「BUY NOW」の表示も控えめで値段の表示などが無いので圧迫感がない。

さがす



① 目的が定まっていないユーザーに対し、タグ検索やランキングは効果的。目的の定まったユーザーに対する検索機能もこの画面にあると便利。

マイページ



① 言葉だけでは分かりづらい機能もイラストで端的に伝えており、利用動機につながる。
② すっきりシンプルで見やすい。ポイントとコインの違い・関連性ももっとわかると良い。

6 ヒルズ | シンプルな機能とデザインで落ち着きのあるアプリ

ホーム

会員登録・ログイン

検索

検索 | グルメ

お知らせ



- 1 スッキリとしていて、黒の背景と光輪のイメージが高級感を演出している。
- 2 上部の空間は、ファーストビューでイベントがきちんと表示されるよう調整すると良い。

- 1 ホームのイメージと連動した演出が高級感を漂わせている。
- 2 整然としているため、タップできる場所とテキストの違いが分かりづらい。

- 1 スッキリとシンプルのため、ユーザーが迷わず検索できる。「検索」を「絞り込み検索」であることがわかるようにすると親切。

- 1 スッキリと見やすく、使いやすいレイアウトに写真が映え、意欲を掻き立てる。
- 2 WEB予約の状況がこの画面で見えるのはとても便利。

- 1 シンプルでスッキリと落ち着いた印象。ただ、記事の閲覧意欲がわきずらいので、アイコン部を画像にするなどイメージ要素を追加すると良い。

7 総評

多機能なものからシンプルな機能のものまで、商業施設の特性やユーザーを意識したUIデザインで、ターゲットユーザーやアプリの目的が明確であることが伺えた。

ネットショッピングを前提にしつつも、来館を想定・促進する機能もあり、ユーザーがいつどうやって買い物するかが考えられている。

各商業施設、検索機能に個性やこだわりが出ており、自身の考えなども踏まえ、とても参考になった。



しゅう UI Designer / DearOne, Inc.

グラフィックデザイン、DTP、広告、WEB、アプリなどさまざまなデザイン業務を経験。2020年から、アプリのUIデザイナーとしてDearOneに参画。

主な担当アプリ

リンツアプリ、同志社大学アプリ、TOEICアプリ など

GROWTH MARKETING