

現役アプリUIデザイナーが本気で分析

# App Design Review

インテリア編

2021年10月1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 ニトリ
- 4 IKEA
- 5 Francfranc
- 6 LOWYA
- 7 unico

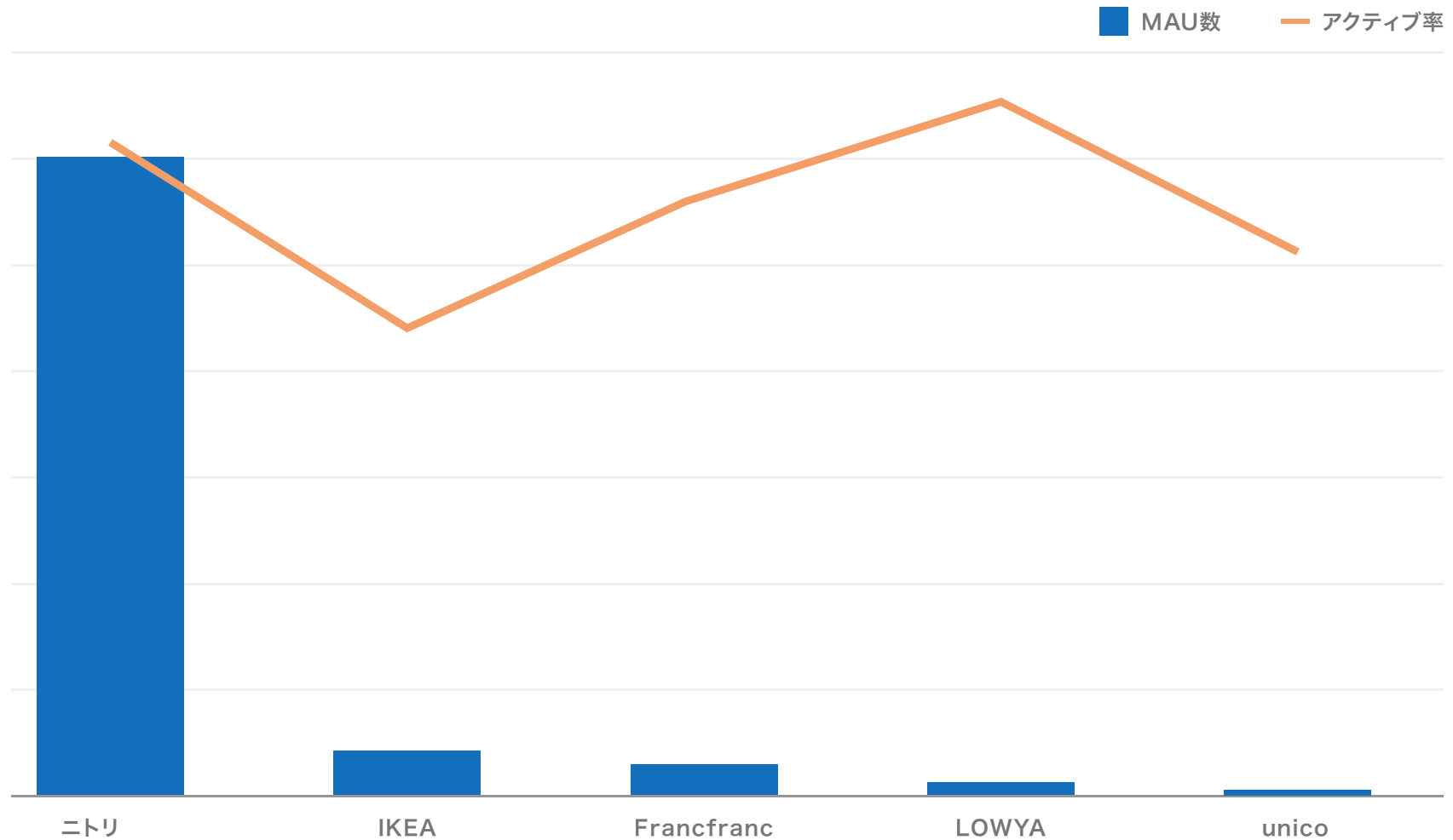
# 1 はじめに

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：2021年6月1日～8月31日 株式会社DearOne調べ

# 3 ニトリ | 独自の機能を多く搭載したユーザーに使いやすいアプリ

## ホーム



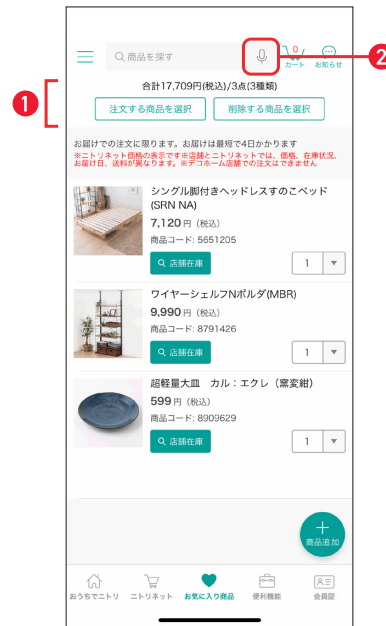
- 1 ホーム画面から画面遷移を挟まずに商品検索を行える。アイコンの色も主張しすぎずトーンもあっている。
- 2 商品関連コンテンツが表示されており、購買意欲を高める事ができる。

## 会員証



- 1 バーコードやポイント数などの特に重要な情報は大きく、失効予定ポイントや注意文言などの優先度が低いものは小さく表示させる事で情報を整理し見やすくしている。

## お気に入り商品



- 1 お気に入り一覧から注文したい商品とお気に入り解除する商品をそれぞれ一括で選択でき操作が楽。
- 2 他アプリと異なり音声認識で商品検索をする事が可能。様々な層のユーザーに使いやすい。

## 店舗在庫検索



- 1 選択した店舗に在庫があるかどうかを調べる在庫検索機能はよくあるが、これは複数の店舗の在庫が同時に表示されており、近くの店舗に在庫が無くても他の店舗の候補をすぐに見つけることができるて便利。

## 便利機能



- 1 買い物に便利な機能が多く搭載されている。項目が大きくなると煩雑になりやすいが、それぞれのボタンも丁度良いサイズでアイコンもあって各項目それぞれが認識しやすく押しやすい。

# 4 IKEA | ブランドの世界観が現れたデザイン性の高さと統一感

## ホーム



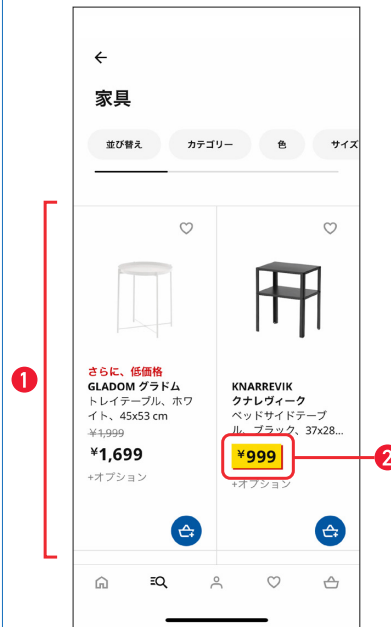
- 1 他アプリと比較してヘッダーとメインコンテンツの境がなく、広がりのあるデザイン性の高い画面になっている。
- 2 タブバーに各項目名を書かずにアイコンだけを置くと説明不足になるリスクがあるが、そこをクリアすればおしゃれな雰囲気を出せる。

## 商品検索



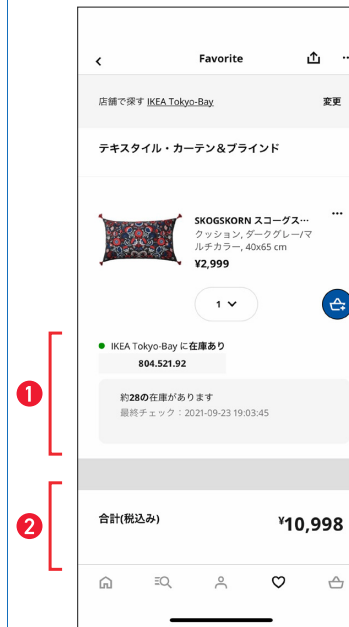
- 1 閲覧した商品の画像が目につきやすい位置に表示されているので、履歴を元に次の商品を探す参考にできる。
- 2 画像が大きく表示されており項目内容のイメージが一目で分かりやすい。また、画質が良く洗練された画像を使用しないとイメージダウンになってまう。

## 商品検索2



- 1 情報の詰めすぎは最も避けるべき事のひとつだが、デッドスペースが多くても間延びした印象や無駄に画面を占有してしまう事になるため注意が必要。
- 2 お得な価格にエフェクトを加える事でユーザーの興味を引きやすくしている。

## お気に入りリスト



- 1 自分が事前選択していた店舗の在庫が表示され、最終更新の時間も出るので古い情報かもしれない不安がない。
- 2 お気に入りに入れた商品の合計金額が出るので、商品購入を考える時に参考にできる便利。

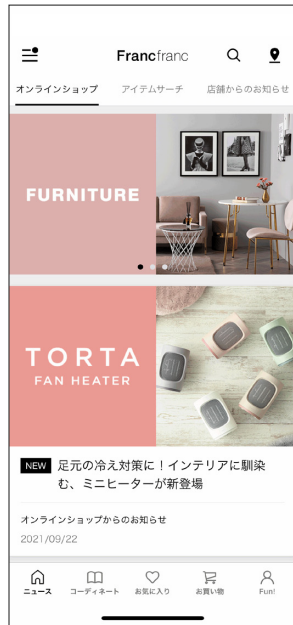
## コーディネート紹介



- 1 コーディネート内の選択できるアイテムに目印が付いているため、どの商品がIKEAにあるのか確認しやすく、そこからの商品情報への移行も容易である。

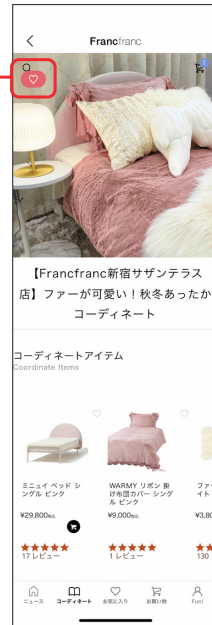
# 5 Francfranc | 訴求したいユーザー層を想定して作られたデザイン

## ホーム



- 1 様々な項目のコンテンツが表示されており、新しい商品を見つける機会やお知らせなどを目に留まりやすくし購買意欲の向上に繋がれる。

## コーディネート紹介



- 1 画面をスクロールすると商品検索ボタンとお気に入り登録ボタンが重なってしまうので、お気に入りボタンを写真右下や商品名の横に配置するなど工夫が必要。
- 2 コーディーネートに使用されている物がまとめて見られるので参考にしやすい。

## 店舗検索



- 1 店舗名と店舗までの距離が大きく目立つように表示されているので、重要な情報が目に留まりやすい。リスト表示されるので他の店舗の候補も同時に見られるので便利。

## 商品検索



- 1 特集や家具のサムネイル用の画像を用意することで画面内の統一感されすっきりとした印象を与えることができる。また、ブランドの雰囲気を保つ事にもつながる。

## 会員証



- 1 会員証画面にも商品バナーが置いてあるので、商品ページへの流入の増加が期待できる。しかし、会員証とは関連性が低いコンテンツだと画面内の情報としてノイズになる可能性もある。

# 6 LOWYA | 商品購入の際に便利な機能や、アプリ使用時のストレスをなくす工夫

## ホーム



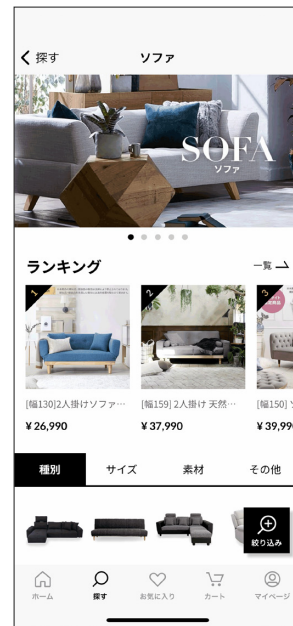
- 1 他アプリと比較してあまり商品画像を配置していないため、より多くの情報を1画面の中に入れ込むことができる。商品画像が重要となってくる業種において、画像と文字のバランスはよく考える必要がある。

## 商品検索



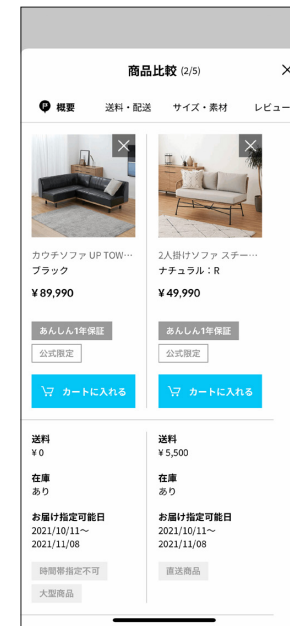
- 1 アイコンの形状が統一されており商品のイメージも掴みやすい。レインボーグラデーションが用いられているが、他の画面やタブ、ブランドロゴなどのトーンから少し雰囲気は離れている印象がある。

## 商品検索2



- 1 選択した家具の人気ランキングが目立つところに配置されており購入の際に参考にしやすい。
- 2 検索条件を変更する際に検索窓を開き直さずとも変更できるので、検索がスピーディーに行えるので便利。ユーザーのストレスを軽減するのはとても重要。

## 商品比較



- 選択した商品のスペックを1画面内で比較できるため、他の商品と比べるために画面遷移を繰り返さなくて良い。表示される情報も整理されており、比較項目の切り替えもワンタップで出来るため、視認性・操作性も簡便。

## マイページ



- 1 2つのポイントのサイズが同じなので、情報を混同しやすい場合がある。情報は優劣をつけて整理すると見やすくなる。
- 2 それぞれのアイコンと項目名の距離感やグループがまとまっており見やすい。大きいので押しやすく操作性も良い。



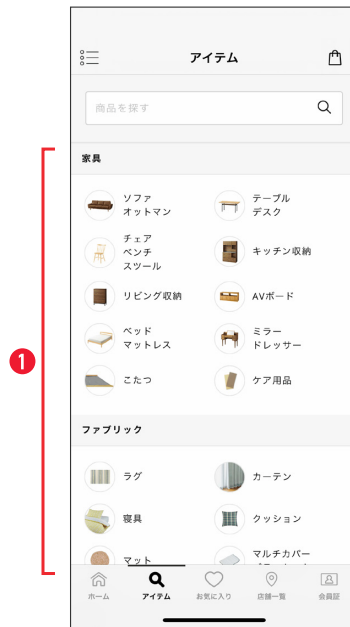
# 7 unico | ブランドイメージを保つシンプルでありながら綺麗な色使い

## ホーム



- ① タブバーのアイコンやグレーの使い方などブランドのイメージにも合っており洗練された印象を受ける。
- ② 非選択状態は線画で、選択するとベタ塗りになるためどれを選択しているかが分かりやすい。

## 商品検索



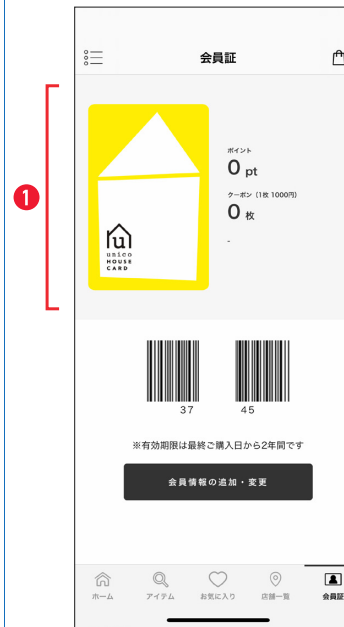
- ① 項目ごとの距離感が少し近い印象があるが、全体的に綺麗にまとまっており見やすい画面構成になっている。商品検索時に画面遷移を多く挟むアプリが多いが、ここは遷移が少なくストレスが低減されている。

## 商品検索2



- ① 商品画像の形式が統一されているため、綺麗でスタイリッシュな印象を受ける。
- ② お気に入りから複数の商品をカートに一括で入れられて便利。

## お気に入りリスト



- ① 物理カードのデザインを配置することで物理カードからアプリに切り替えたユーザーにも親しみを持ってもらえる。

## コーディネート紹介



- ① コーディネート写真と使われている商品をファーストビューで見られるので見比べながら、自分のコーディネートへの参考や購入検討することができる。

GROWTH MARKETING