

現役アプリUIデザイナーが本気で分析

App Design Review

セレクトショップ編

2021年7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 ホーム画面
- 4 商品一覧・コーディネート画面
- 5 会員証画面
- 6 Pick Up

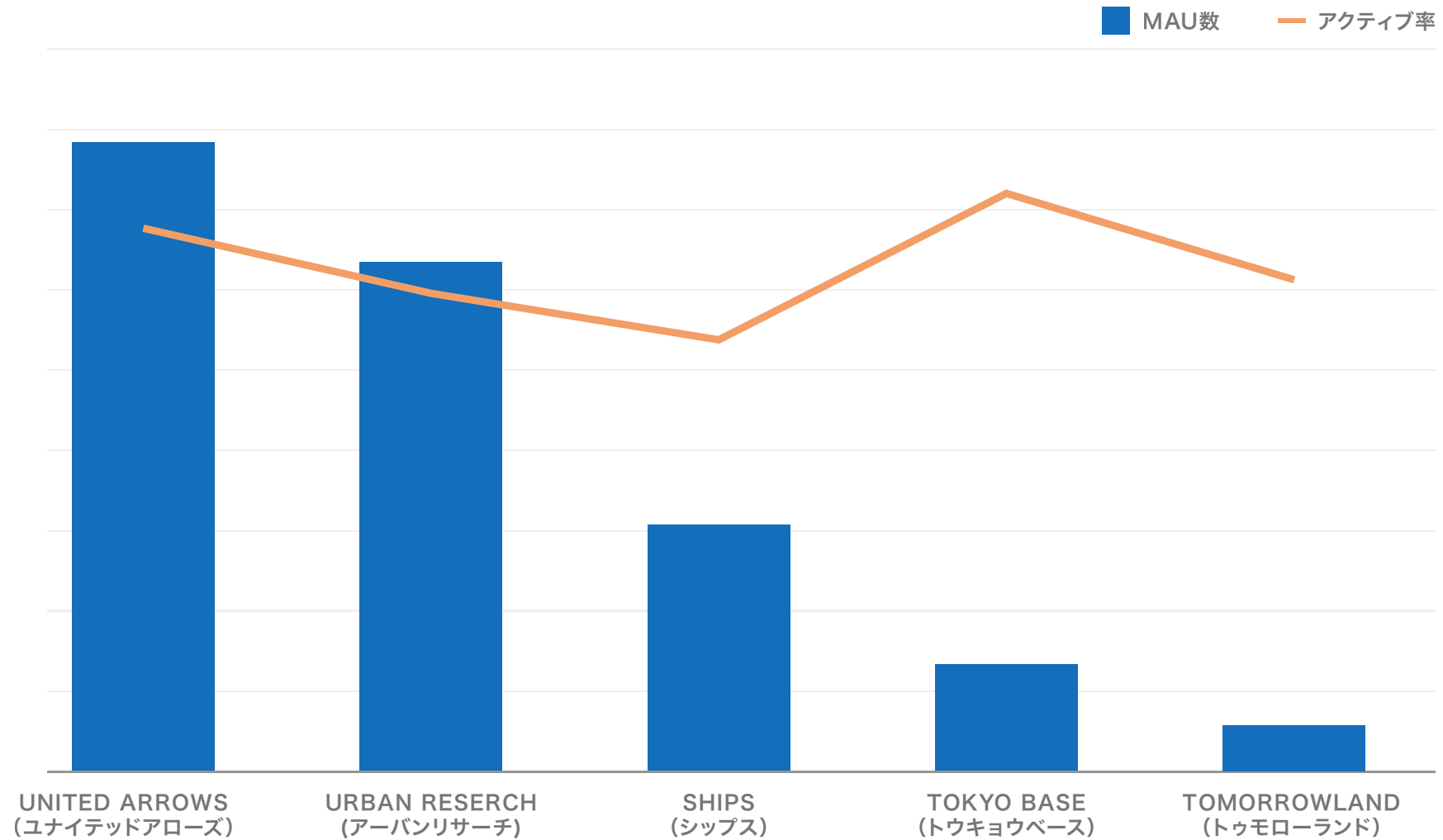
1 はじめに

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。

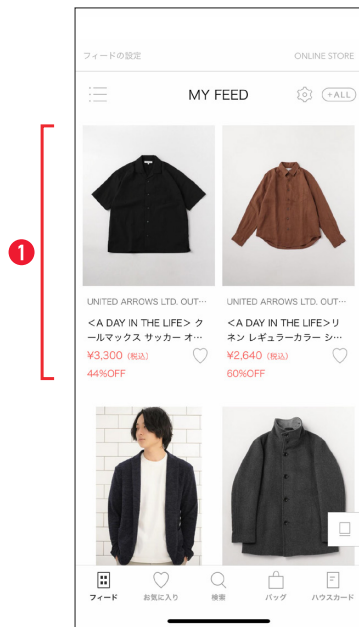
2 企業別 アプリアクティブユーザー数



対象期間：2021年4月1日～6月31日 株式会社DearOne調べ

3 ホーム画面 | 画像主体で構成されたシンプルでスタイリッシュなUI

UNITED ARROWS



- ① 商品画像と情報をメインで大きく表示しており、ファッションアプリならではのデザインになっている。
写真の雰囲気も統一されており、シンプルながらも洗練された印象を受ける。

SHIPS



- ① ホーム画面でポイント数を確認でき、会員証にもすぐアクセスできる。店舗で会員証を使う時に便利。
- ② 選択したアイコン背景色が変わるので、自分が今どこのページを開いているのか一目見て分かりやすい。

BEAMS



- ① お知らせがメインのホーム画面。画面上部にあるタブを切り替えて様々なコンテンツを見ることができる。
- ② 常にカートアイコンが表示されており、いつでもカート内を確認できるようになっているので、買い忘れ防止につながる。

nano universe



- ① 店舗在庫確認やマイストアの混雑状況確認など、実店舗で買い物をする際に便利な機能へのアクセスが容易。
- ② タブバーアイコンの線が細く、色も背景と似ており同化している。

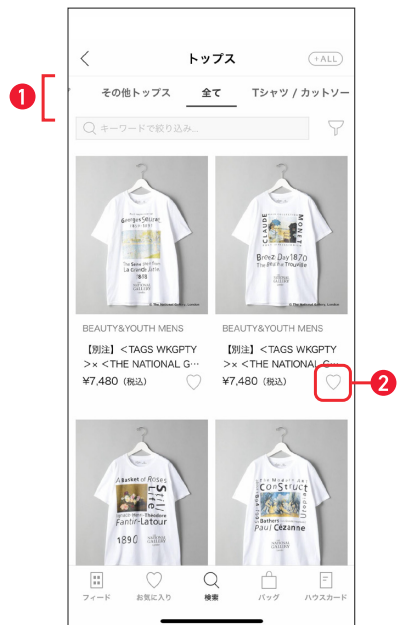
TOMORROWLAND



- ① お知らせがメインのホーム画面。画像が大きいため1画面あたりで表示される情報量は少なくなっている。ファッションアプリならではのタブ項目になっており、自分に合った項目で開いてみようという気持ちになる。

4 商品一覧・コーディネート画面 | 情報を分かりやすく表示するために各アプリ独自の工夫

UNITED ARROWS



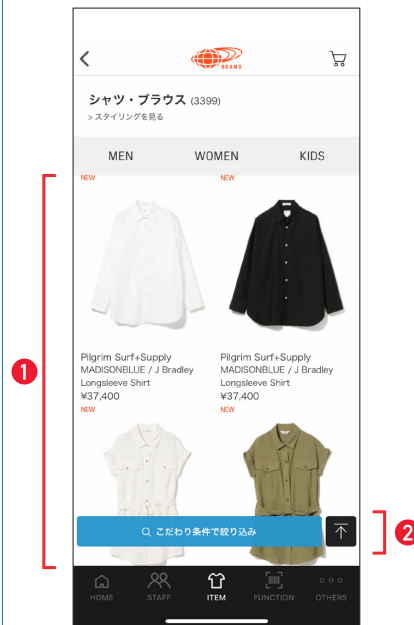
- 1 細かいカテゴリーの指定・切り替えを画面遷移せずに行えるので、欲しい商品を探す時に非常に楽。
- 2 商品詳細を開かなくてもお気に入り登録ができるので、気になる商品を取りあえずお気に入りしておき、後からじっくり比較して購入検討することができ便利。

SHIPS



- 1 SHIPSの店舗スタッフによるコーディネートを見て、自分が服を選ぶ時や着る時の参考にできる。
また、自分の普段の好みとは違った新しい組み合わせや気になる商品が発見できるので、購買意欲の向上につながる。

BEAMS



- 1 画像の雰囲気や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 絞り込みやTOPへ戻るためのフロートボタンがスクロールや商品詳細を開く時に誤ってタップしてしまいそうな位置に配置されている。

nano universe



- 1 条件の追加や絞り込み表示順の変更が簡単に画面遷移なくできるので、楽に自分に合った商品を探すことができる。
- 2 画像に決まったサイズがなく高さが異なるので、商品名や値段を見たい際にどこを見れば少し良いか迷う時がある。

TOMORROWLAND



- 1 細かいカテゴリーやソートができるので自分に合った検索ができる反面、カテゴリ選択・ソートのエリアが広いいためファーストビューで商品があまり見えなくなっている。

5 会員証画面 | 使う時に便利な会員証+αの機能

UNITED ARROWS



- 1 大きくポイントと会員バーコードが表示されており、アプリユーザーもバーコードを読み取る店員にもそれぞれに必要な情報が目につきやすく分かりやすい。
- 2 タブで切り替えて素早く情報の更新や確認ができる。

SHIPS



- 1 会員登録することでポイントを貯めたり確認したりすることが可能になるため、会員登録を促すことができる。また、ポイント還元率は購入金額に応じて上がるのでお得感を感じられる。

BEAMS



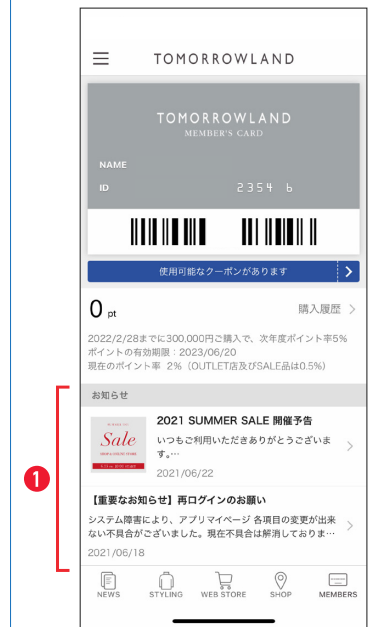
- 1 自分がいくら使ったか確認でき、服をよく買うユーザーに便利な機能。
- 2 各項目の間隔が狭く、少し窮屈な印象を受ける。

nano universe



- 1 会員証を提示する際にクーポン画面を素早く表示・選択し、会員証と同時に提示することができる。
- 2 会員情報の登録率によってポイント還元率が変わるため、より細かい情報の登録を促すことができる。

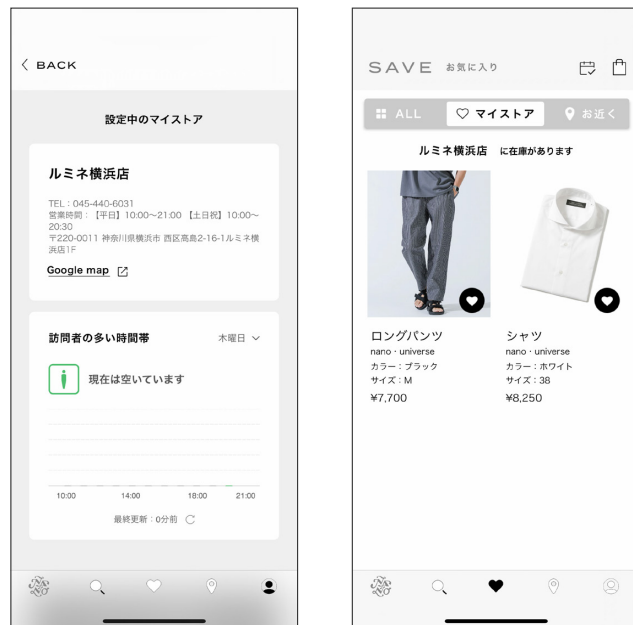
TOMORROWLAND



- 1 ホーム画面だけでなく会員証画面にもお知らせを置いてあるので、お知らせ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 Pick Up

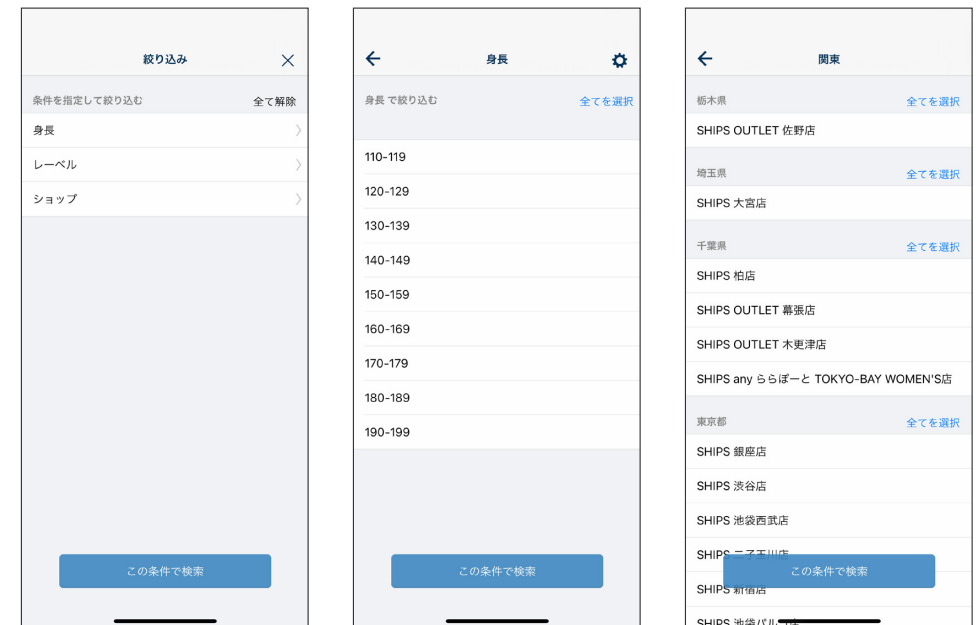
nano universe



UI・使用感についての気づき

- 1 よく利用する店舗をマイストアとして登録しておき、その店舗の混雑状況を確認できる。
人が少ない時間にゆっくり買い物をしたい人や、コロナ禍の中で人混みをできるだけ避けたい今のご時世に需要が高い機能。
- 2 お気に入り登録した商品をマイストアや、近くの店舗に在庫があるか確認できる。
欲しい商品を店舗でみたいけど、店舗に行ったら商品が無いといった事が避けられるので非常に便利。
混雑状況も在庫確認も実店舗を利用する上で役立つ機能であり、店舗に足を伸ばしてもらうのに有用。

SHIPS



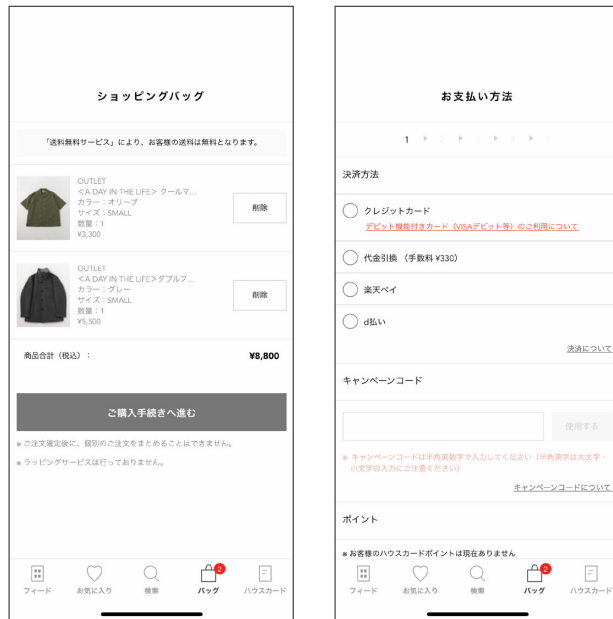
UI・使用感についての気づき

雑誌などを見ると自分とは身長が違う人が服を着ていて自分に合うかどうか分からない事がよくあるが、SHIPSアプリでは子供から高身長の人まで揃っており、自分の身長に合ったコーディネートを検索して参考にする事ができるところが魅力。

また、ユーザーがいつも行く店舗は違う所のコーディネートを探したり、好みのコーディネートを組んでいる店舗スタッフを探してその店舗に行ったりと新しい顧客の獲得にも繋がる。

6 Pick Up

UNITED ARROWS



UI・使用感についての気づき

UNITED ARROWSのアプリは他のアプリと比較してアプリ内で注文・決済まで完結している。外部サイトに飛んだりウェブサイトをアプリ内で表示させていたりせずに、アプリで使うのに適切なUIで商品の確認から支払い方法確認や配送先・日時、注文完了までストレス無く行う事ができる。また、上の方に注文完了まで必要なステップ数と今どのステップにいるのか常に表示されているので、あとどれくらいの情報を入力しないといけないのか不安になることもない。

様々な特集やコンテンツ

SHIPS



BEAMS



nano universe



UI・使用感についての気づき

服やブランドに関する様々なものを紹介するコンテンツがあると、ユーザーが思いがけず自分に合った商品に出会えたりするので新しい層の取り込みにつながる。またコンテンツ更新の通知が届くので、その分ユーザーがアプリを開いて商品を目にする機会も増やす事ができる。ファッションアプリなので、なるべく商品のディティールまでよく見えるようにサムネイルの画像も比較的大きくした方が、ユーザーの興味を引きコンテンツの詳細を開きやすいと感じた。

GROWTH MARKETING