

現役アプリUIデザイナーが本気で分析

App Design Review

寿司店編

2022年5月31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 スシロー
- 4 はま寿司
- 5 くら寿司
- 6 かつぱ寿司
- 7 総評

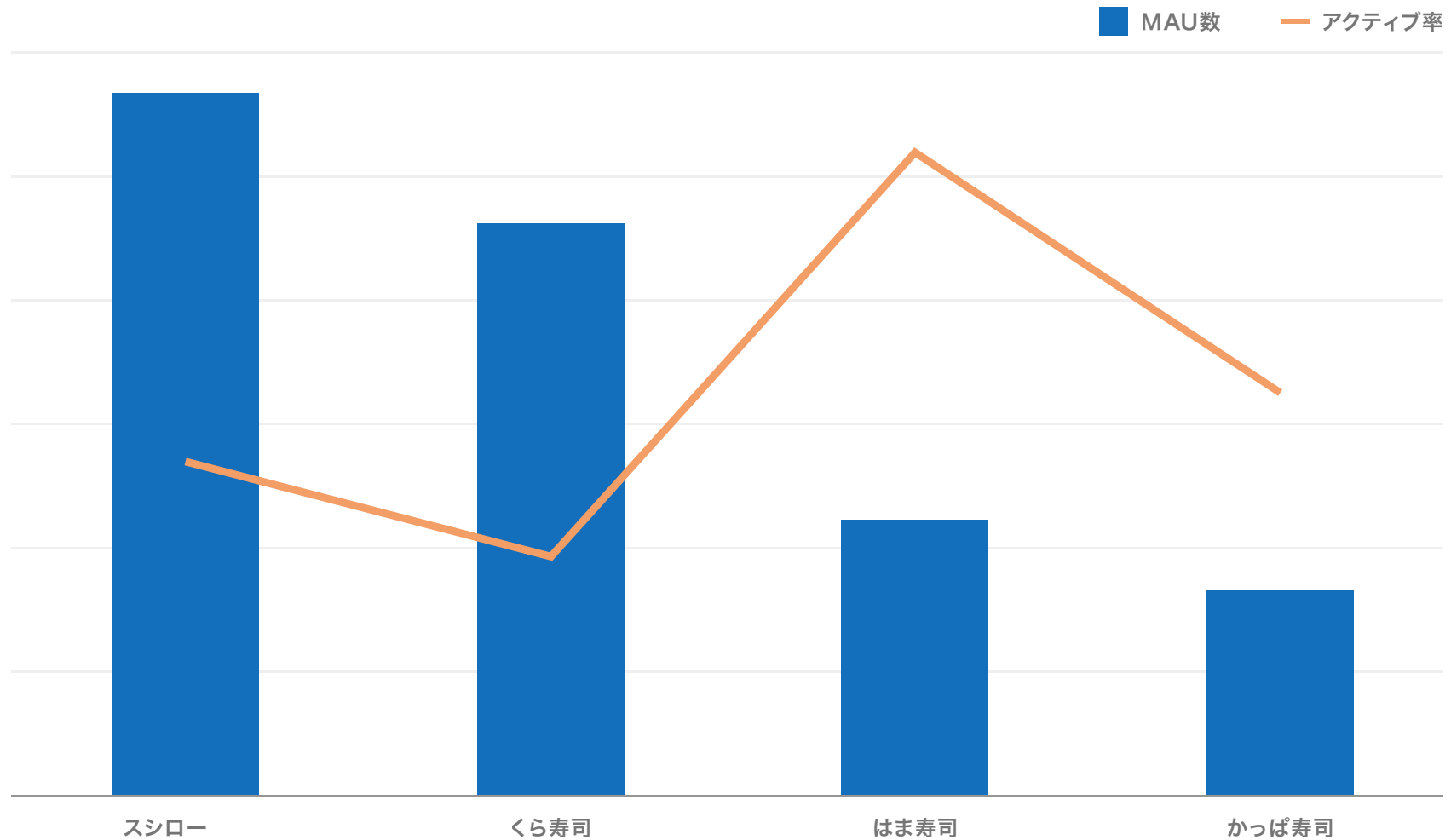
1 はじめに

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 スシロー | 実店舗に行く時に使いたい機能にすぐアクセスできる

ホーム



- ① 情報量の多いバナーを配置する時は、バナー同士の間隔を適度にとると画面の圧が軽減され見やすくなる。
- ② 予約や注文、店舗の待ち時間など実店舗に行くとき欲しい情報がすぐ確認できる配置になっている。

マイページ



- ① リストの枠線に対して、アイコンやボタン名が上寄りにずれているのが、使用時にノイズになるかもしれない。情報を理解するのに障害となるほどのデザインの乱れでなくとも、快適にアプリを使用してもらうには些細なストレスを取り除くことも重要となってくる。

メニュー



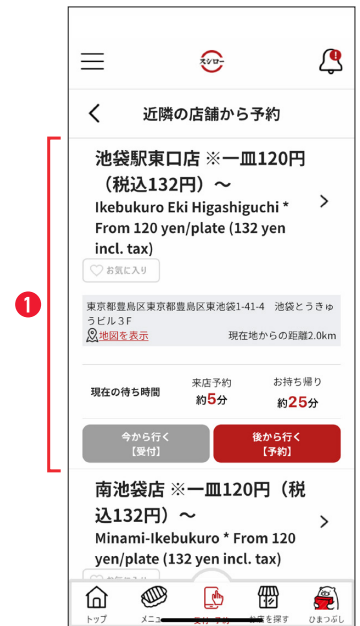
- ① 商品単体の画像でスッキリしている。文字も強調がつけられており見やすい。
- ② 画面下のバーと文字が被っており、受付・予約の文字が読みづらい。また、受付・予約と選択時の色が同じで何を選択しているのかわかりづらい。

お知らせ



- ① 画像に細かい文字が使われている場合は、画面いっぱい大きく表示するのは情報を見やすくする上で有用だが、同時に画面の圧も強くなるので注意が必要。
- ② お気に入り数を表示して、他のユーザーの興味を引くことができる。

受付予約



- ① 重要な情報や目立たせたい情報も適度な大きさにすると、ユーザーの視線を集めることができ、読みやすくなる。画面内の情報に優先度を設定しそれにそくした強弱をつけるのも重要。

4 はま寿司 | 全体的にシンプルな機能と画面構成

ホーム



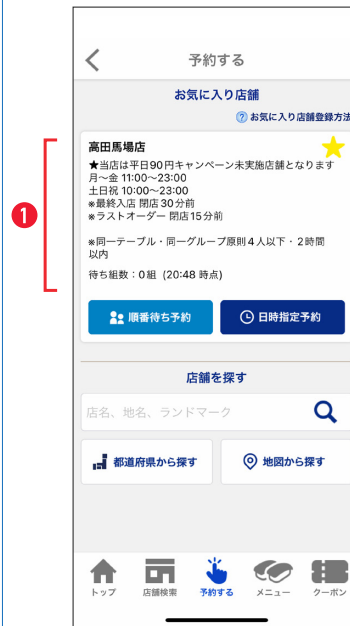
- 1 バナーの縦のサイズが大きいと1画面で見せられる情報が少なくなり、スクロールの回数も多くなる。
- 2 アイコンと文字の大きさの関係や、選択時と非選択時のアイコンの色を調整することでタブバーの見やすさは向上する。

店舗検索



- 1 選択時と非選択時のピンの色が大きく変えてあるので分かりやすい。さらにマップの色や要素に紛れにくい形と配色なので、ピンが見やすい。
- 2 複数店舗の待ち時間や距離が表示されているので便利。

予約



- 1 行が多くなる時は、行間を文字の高さの0.5~1個分取ると読みやすくなる。行間が狭すぎても開きすぎても読みづらくなるので、程よい行間を意識すると良い。さらに文字の大きさ・太さ・色を変えることで読みやすさを向上させられる。

メニュー



- 1 テキストの先頭の縦ラインを意識して揃えると綺麗に見える。テキストだけでなく、写真やボタンなどさまざまな要素でラインを意識する必要がある。状況によっては横のラインや中心を揃える必要もある。

クーポン



- 1 食べ物の画像の背景で青を使うと食欲減退色なので、商品が美味しそうに見えない可能性がある。緑だとヘルシーそう、赤だと辛そうなど、色のイメージを的確に掴んで使うことで、同じ画像でもより魅力的に見せることができる。

5 くら寿司 | アプリ全体を通して雰囲気作りがされている

ホーム



- 1 ヘッダーや背景に派手な色・画像が使用されていると、メインのコンテンツよりも目立ってしまうことがある。ただ、アプリ全体の雰囲気作りには有用な場合もある。
- 2 同じグループのものは同じ色で統一した方がまとまりが出る。

店舗検索



- 1 背景の白い部分が透過しているのを、マップの複雑な部分や文字と被って、店舗名などの情報が見づらくなってしまいう可能性がある。マップピンの店舗名の部分も同様。

店舗詳細



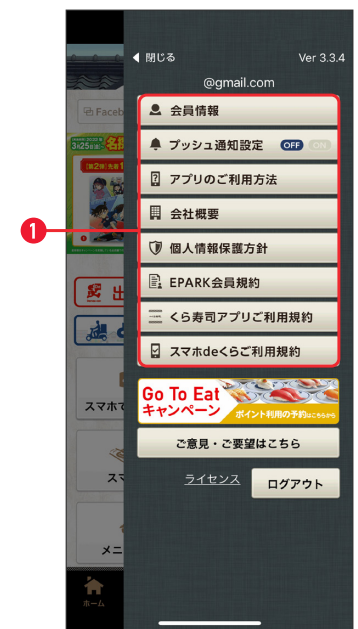
- 1 ボタンなどにイラストをつける時は度々あるが、ボタンの枠を飛び出してイラストを配置する手法は場所などを考える必要はあるが、良いアクセントや遊び心を追加できる。画面の注目して欲しい部分に良い意味でノイズやひっかけを作ることは重要。

経路検索



- 1 今世に出てるアプリでは、閉じるボタンは基本的に右上に置いてあることが多いので、それに準じた方がユーザビリティは向上する。
- 2 アプリ内で経路検索ができ便利。マップも大きく表示されており見やすい。

サイドメニュー



- 1 アイコンのサイズや縦軸と横軸の中心のラインが綺麗に揃えられている。アイコンは形がバラバラなので、同じ大きさに見えるようにそれぞれ調整が必要になってくる。

6 かっぱ寿司 | 凝ったアイコンや遊び心あるデザインで見ていて楽しいアプリ

ホーム



- 1 ボタンが大きく表示されており、高齢者の方でも使いやすくなっている。背景の色と文字・アイコンの色の差が少ないと見づらくなってしまうので、配色には注意が必要。
- 2 会社ロゴと構造が似ているため、配色も同じにしている遊び心を感じられる。

マイページ



- 1 頻繁に使ったり重要な情報の場合は、大きく表示させ目立たせるのは良い。逆にごくたまにしか使わない・重要度が低い情報などは、控えめな配置や配色にした方が画面全体が見やすくなる。
- 2 タブバーのアイコンは線が複雑でないものがぱっと見てわかりやすい。

持ち帰り予約



- 1 使う色が抑えられており統一感がある。アクセントとなる色は重要なところにとだけ使うと効果的に目立たせられる。
- 2 フローティングボタンは、押しやすく他のコンテンツと被った時に見やすい位置と色で配置することが大切。

クーポン



- 1 縦スクロールの場合はより多くの情報を見せられることができる。
- 2 ボタンの薄いグレーや矢印は太さも細いので、白い背景に溶け込んで見づらくなってしまっている。大きく目立たせる必要はないが、ある程度認識できるコントラストは必要。

サイドメニュー



- 1 線画アイコンで今風な感じがある。似たようなアイコンはパッと見たとき違いを判別しづらくなる。
- 2 閉じるボタンがステータスバーに被っており押すことができない。オブジェクトを置く時は、端末の要素とも干渉しないか考慮する必要がある。

7 総評

寿司店という形態もあり、全体を通してファミリー層や高齢者の方など老若男女に使いやすい、受け入れられるようなデザイン思考がベースにあるように感じた。

どのアプリもバナーに映った商品は美味しそうに見え、アプリを触っているだけで寿司を食べに行きたいと思わせる力があつた。そう思わせる要素の一つとして、アプリ全体を通しての雰囲気作りも大きい。

ブランドのイメージをユーザーに的確に伝えることは自社の特別感を高めるためにも重要。

また、アプリ内でWEBの情報を表示している形式がしばしばあり、それだとアプリやスマートフォンに完全にマッチしたUIではなくなってしまう事もあるので、ユーザビリティの点でも見た目の綺麗さの点でもアプリ専用デザインされたものを表示することが大事だと思う。

今後、世の中のニーズが目まぐるしく変わる中で、これらのアプリがどう変化していくのか楽しみである。



太郎 UI Designer / DearOne, Inc.

学生時代WEB、プロダクト、DTP、マルチメディア、グラフィックデザインなどについて学ぶ。卒業後はクレイモデラーを経験し、その後WEBデザイナーに転向。2019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

くまモンのICカードチャージアプリ、相鉄ホテルズ宿泊予約、タワーレコード店舗アプリ、ツルハドラッググループ、ドトールバリューカード など

GROWTH MARKETING