

現役アプリUIデザイナーが本気で分析

アプリデザインレビュー

カフェ編

2021年5月6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 メニュー画面
- 5 会員証画面
- 6 Pick Up

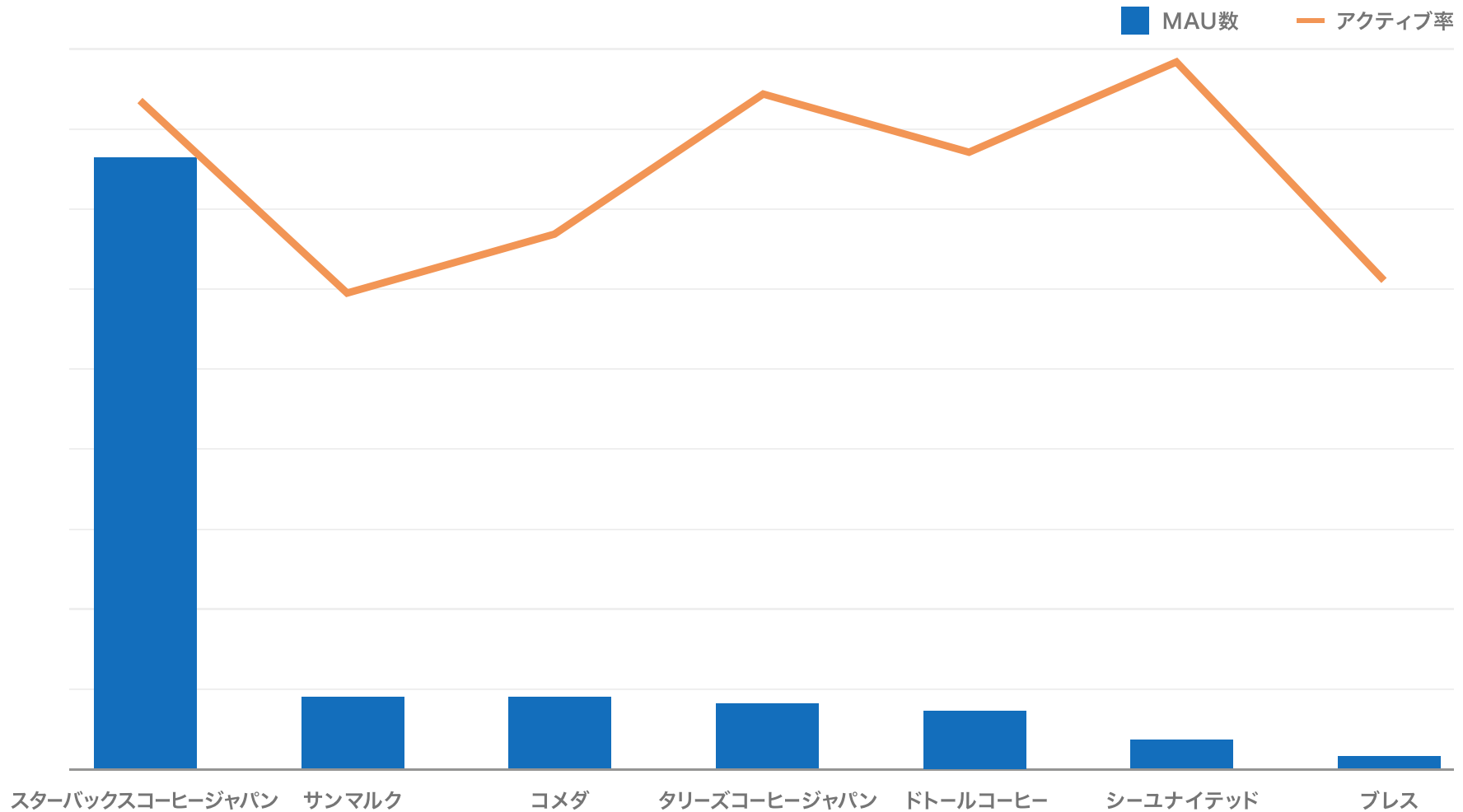
1 はじめに

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。

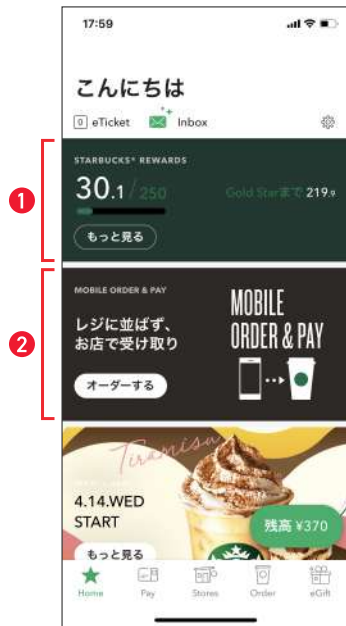
2 企業別 アプリアクティブユーザー数



対象期間：2021年1月1日～3月31日 株式会社DearOne調べ

3 ホーム画面 | ユーザーの囲い込みに、ポイントや特典の付与は不可欠

スターバックスコーヒー



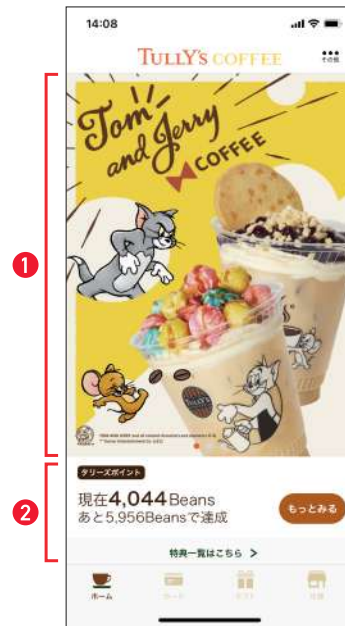
- ① 獲得StarやRewardsが確認でき、ランクアップに向け購買意欲を高める効果も。
- ② 利用頻度が高いと思われる、モバイルオーダーのボタンを画面の中央に設置。親指の届く範囲にあり、操作がしやすい設計となっている。

ドトールコーヒー



- ① ホーム画面に会員バーコードを表示し、レジでスムーズに会計できるように配慮されている。
- ② ランクアップに必要なポイント数もホーム画面で確認できると、さらにユーザビリティが高まると感じた。

タリーズコーヒー



- ① 大きなスライドバナーでおすすめ商品を表示。訴求力も高く購買にもつながる。
- ② ポイント獲得状況が確認でき、ここからルーレット画面 (P9) への遷移が可能。文字情報量が抑えられたホーム画面でポイントに目が留まりやすい。

プロント



- ① 他のアプリと比べ、背景にグレーを使っているため、シックで落ち着いた印象を受ける。また、グレーの背景色の効果でメニューとクーポンの白いボタンが引き立つ。

上島珈琲店



- ① ヘッダーで「マイレージプログラム」と謳っているように、起動画面でチャージ残高とポイント数、現在のランクとランクアップに必要な来店回数を確認できる仕様になっている。

4 メニュー画面 | ユーザーにとって見やすく使いやすいUI/UXとは？

スターバックスコーヒー



① 商品を絞り込み検索できるタブを画面上部に設置。また、カラフルな商品画像がたくさん並んでいて、眺めているだけでワクワクする見た目となっている。

ドトールコーヒー



① 白の余白を効果的に使い、シンプルですっきりしたUIで見やすい画面となっている。

タリーズコーヒー



① カテゴリ切り替えボタンがメニュー画面の最下部にあるため、カテゴリを切り替えるには下までスクロールする必要がある。画面上部に切り替えタブを固定表示にすると、使いやすくなると感じた。

プロント



① 商品カテゴリタブを画面上部に設置。ヘッダーとフッターの背景色にグレーを使うことで、自然と白背景のコンテンツ部分に視線が行き、メリハリの効いた見やすい画面となっている。

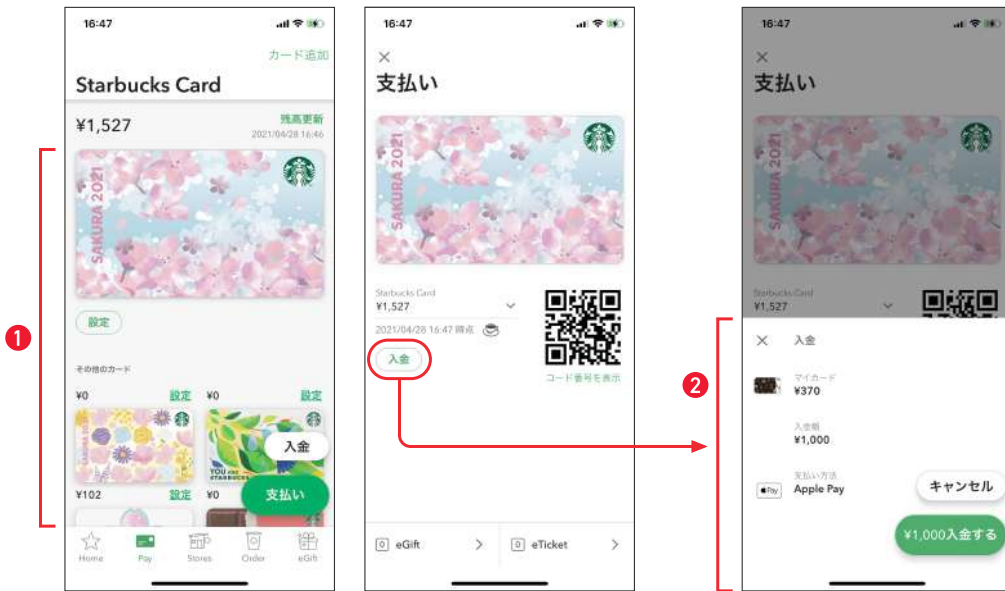
上島珈琲店



① 商品メニューのカテゴリをタップすると、強制的にWEBアプリが起動してしまう。公式アプリ内で商品情報が見られるようになるまで便利だと感じた。

5 会員証画面①

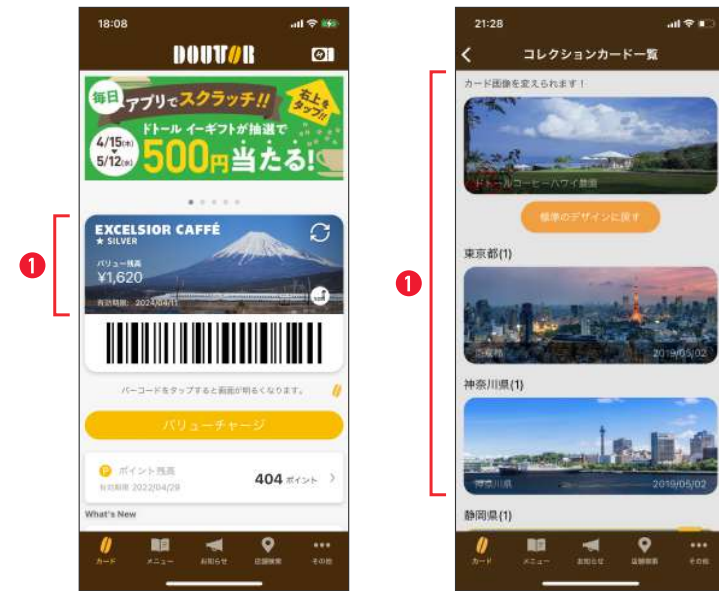
スターバックスコーヒー



UI・使用感についての気づき

- 1 季節ごとに登場するカードデザインをアプリに取り込むことができ、お気に入りのカードをコレクションとして残せるのも嬉しい。カードによっては、桜の花びらが舞うなどのアニメーションを見ることが出来る。
- 2 入金ボタンを押すと操作パネルが出現。画面の下半分だけで操作が完了するので、大画面のスマホでも使いやすい。

ドトールコーヒー

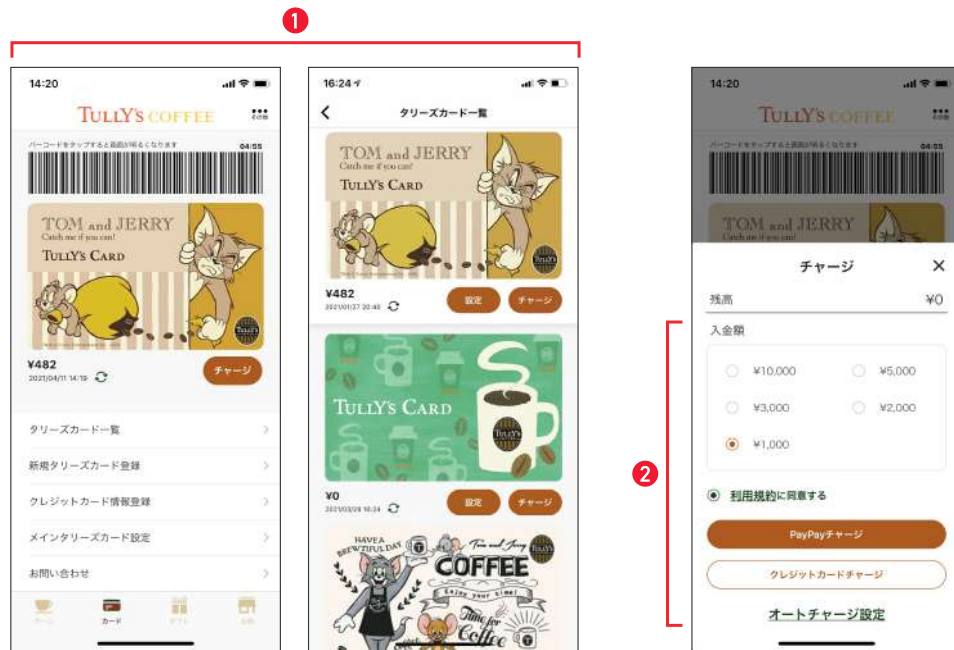


UI・使用感についての気づき

- 1 端末の位置情報データを元に日本全国のご当地カード画像を取得でき、会員証を着せ替えて利用できる仕様。地元の観光地やお気に入りのカード画像に着せ替えることで、アプリに愛着を持たせる狙い。

5 会員証画面②

タリーズコーヒー



UI・使用感についての気づき

- 1 タリーズも地域限定カードやコラボカードなどを出していて、デザインが素敵なものや可愛いカードは集めたいくなる。アプリでコレクションできるのは嬉しいし、たまに画面を開いて眺めたいくなる。こうしてブランド愛が育っていく。
- 2 スタバ同様、画面半分で操作できるUI。素早い操作が求められる時は、手元に近い位置にボタンがあると便利。

プロント

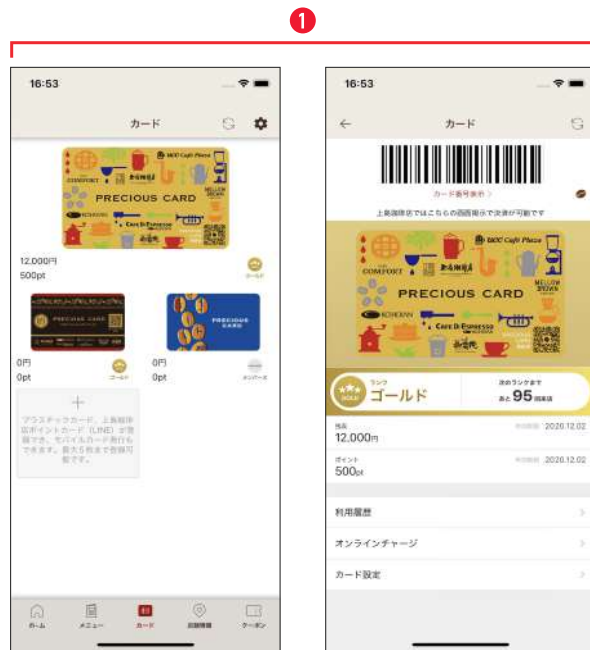


UI・使用感についての気づき

- 1 プロントは「プロント党Edy-楽天ポイントカード」を購入し、店頭でチャージ後、レジでカードを提示して支払う。アプリにカードを登録してチャージや支払いができると利便性が高まると感じた。

5 会員証画面③

上島珈琲店



UI・使用感についての気づき

- ① 上島珈琲店もカードを複数登録できるようになっていて、画面の構成要素は似ているものの、彩度を抑えた色使いや文字サイズが小さめなためか、他のアプリと比べて落ち着いた印象を受ける。

6 Pick Up

毎日アプリを起動したくなる

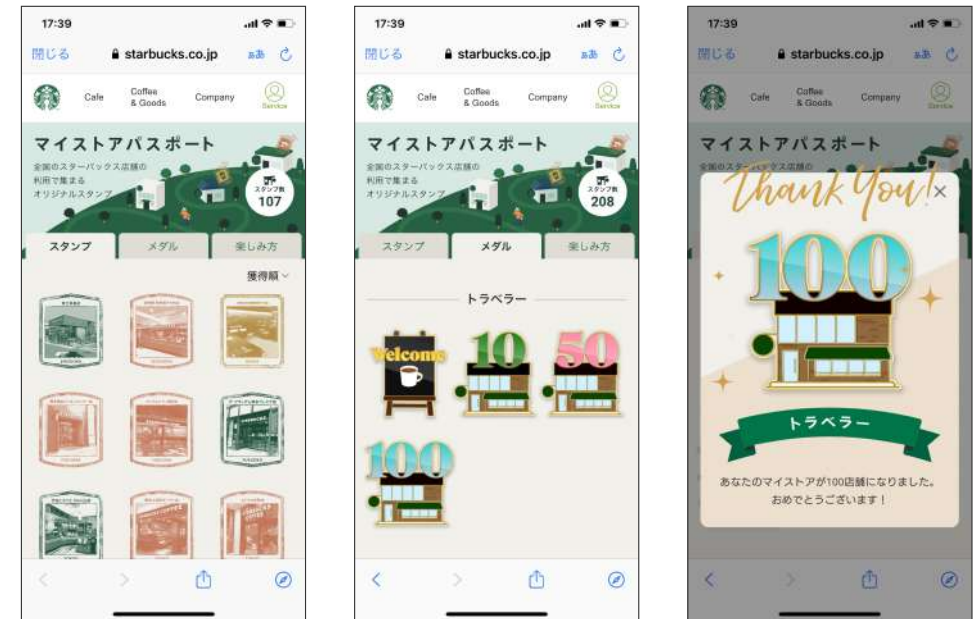
タリーズコーヒー



1~1,000 Beansのタリーズポイントがもれなくもらえるルーレットに1日1回チャレンジできる。貯めたポイントは1サイズアップ無料チケットなどと交換可能。また、アプリユーザー全体の中で自分がどれくらいポイントを貯めているかが分かる「月間・年間ランキング」も見られる。

ファン心理を突いたコンテンツ

スターバックスコーヒー



日本全国にあるスターバックスの店舗を利用すると、オリジナルスタンプやメダルを集められる「マイストアパスポート」。集めても特典がもらえるわけではないが、スタンプラリーのようにコレクションしたくなるファン心理を突いたコンテンツ。旅先でカフェ選びに迷った場合、(どうせならスタンプが貯められるスタバにしよう)と来店の手がかりになるかもしれない。

GROWTH MARKETING