

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

ホームセンター編

2021年4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 店舗検索画面
- 5 チラシ画面
- 6 Pick Up

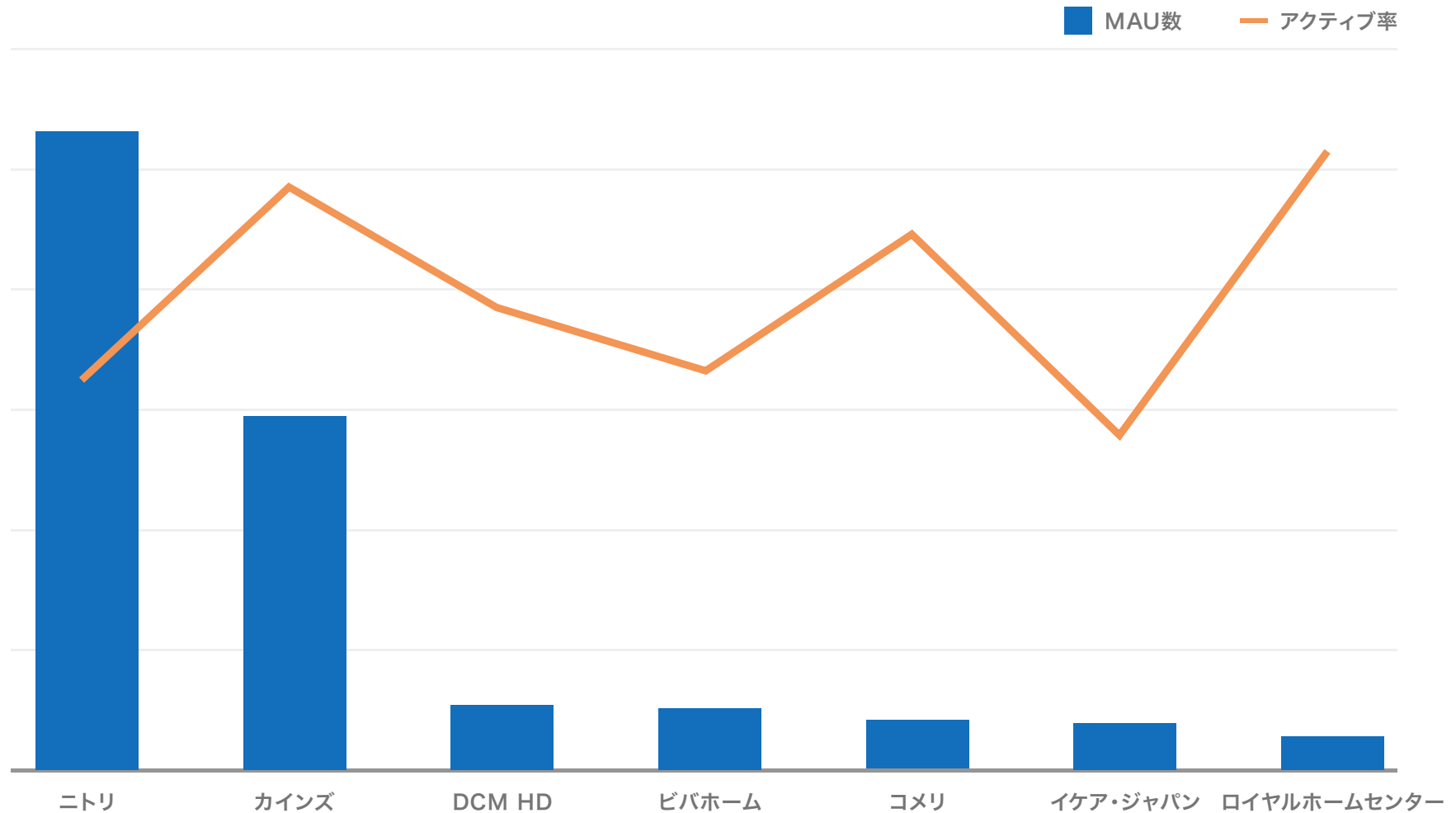
1 はじめに

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～2月28日 DearOne調べ

3 ホーム画面 | どう活用してもらいたいかによって機能やデザインに差が出る

ニトリ



- 1 アプリを起動してすぐに目的の商品を検索することが出来る。
- 2 写真が大きく表示されたお知らせが並び、InstagramやYouTubeのように自分に合うお知らせを見つけやすい。

カインズ



- 1 お気に入り登録した店舗の営業状況をホーム画面から確認できる。
- 2 会員バーコードがレジですぐ提示でき、ポイント残高の確認も容易にできる。

コメリ



- 1 店舗検索やコメリカード明細表示など、様々な機能に簡単に遷移できるボタンがすぐ目に入る形で配置されている。
- 2 商品検索欄の下に商品検索ボタンがあるが、内容が重複しているため片方は削除して良い。

コーナン



- 1 他のアプリと比較して、バナー広告が大きく表示されており目立つ。
- 2 ホームに配置する機能が絞られており画面がすっきりしている。しかし、文字やアイコンのサイズをより大きくした方が見やすくなる。

ナフコ



- 1 ホーム画面にあたる部分に会員バーコードやポイント残高・電子マネー残高が大きく配置されており、アプリのメインの機能が会員証と明確である。

4 店舗検索画面 | 検索しやすくするための工夫にアプリごとの個性が出る

ニトリ



- 1 マップピンのデザインが各ストアブランドのロゴになっており、どこにどのブランドがあるか分かりやすい。

カインズ



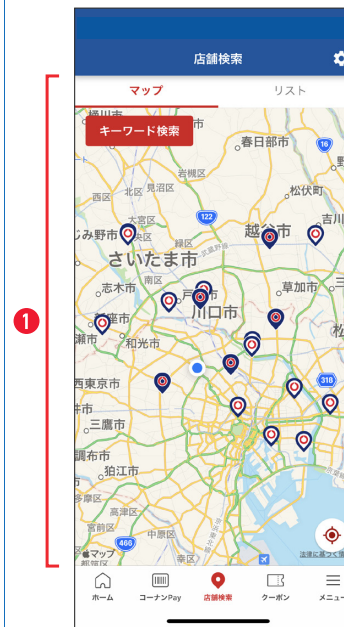
- 1 他のアプリと違い、マップ表示がない。現在地の情報から近くの店舗を自動的に表示してくれるので、わざわざ店舗を検索する手間が省ける。しかし、店舗までのルートを地図上で見たい時は不便。

コメリ



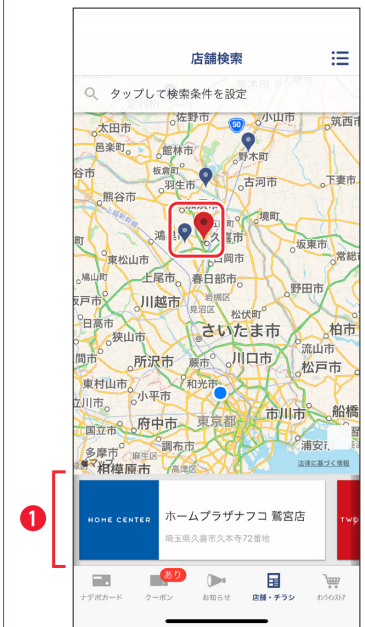
- 1 条件検索が複数用意されており、自分に合った検索が可能。
- 2 この画面はWEBコンテンツを表示しているため、店舗検索に関係のない広告が表示されている。

コーナン



- 1 検索欄やリスト切り替えのタブなどの占有スペースが最小限に抑えられており、マップの広い範囲が見えるようになっている。1画面でより多くの店舗を表示させることができる。

ナフコ



- 1 マップピンの色や形状でどの店舗を選択しているかが分かりやすい。また、選択している店舗名と住所が下に表示され、そこから店舗詳細への遷移も容易にできる。

5 チラシ画面①

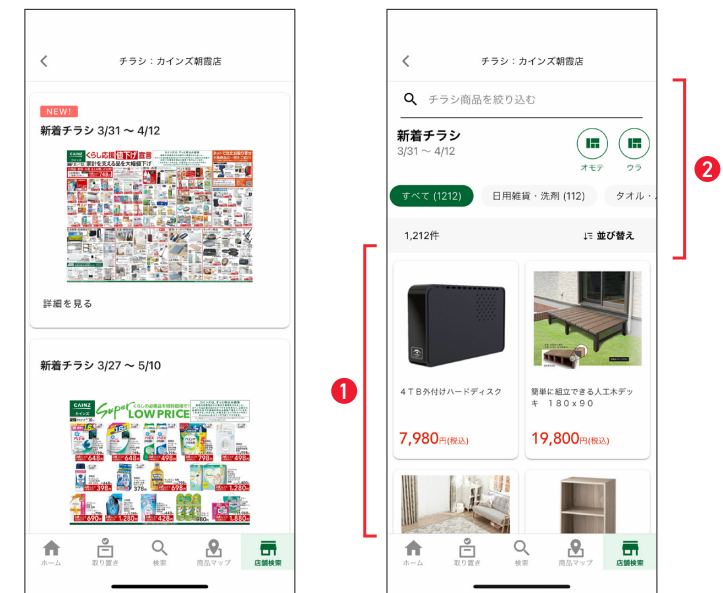
ニトリ・コーナン



UI・使用感についての気づき

- ① 一般的な紙のチラシとデザインや構成が同じで、初めてアプリのチラシ機能を使った時でも直感的に操作することができる。拡大せずにパッとチラシ全体を見た時、商品1つ1つが小さく見づらくなる。
- ② 拡大表示してチラシを見るという行為に対し、スマホ操作に慣れないユーザーは操作しづらいと感じてしまう可能性がある。

カインズ



UI・使用感についての気づき

- ① チラシー一覧から詳細を見たいチラシを選択すると、そのチラシに載っている商品がカード形式で表示され、商品画像や価格などがとても見やすい。
- ② キーワード検索やタグ検索・並び替えができるため、目的の商品をすぐ見つけられる。しかし目的の商品を簡単に見つけられる反面、それ以外の、それ以外の商品を見る機会が従来のチラシに比べて減少する可能性がある。

5 チラシ画面②

コメリ



UI・使用感についての気づき

- ① メインとなるチラシがファーストビューで見えずスクロールする必要がある。
- ② 商品情報が見やすく、スマホで閲覧するのに適した構成になっている。商品画像をタップすると詳細ページに移移し、そこからネット注文できるようになっており、ユーザーの購買意欲が高まっているタイミングを逃さず購入につなげる導線ができています。

ナフコ



UI・使用感についての気づき

チラシを見るまでに複数回タップしてページ遷移をする必要がある。アプリ内チラシではなく外部ページに遷移するので、リンクを押すのが億劫だったり躊躇する可能性もある。

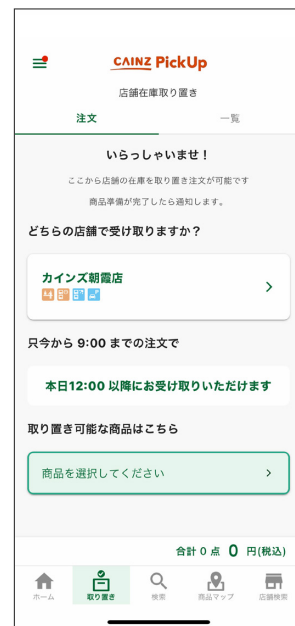
6 Pick Up

機能やサービスで差別化

ニトリ



カインズ



ニトリは「手ぶらdeショッピング」や「サイズwithメモ」など買い物に便利な機能を多く搭載しており、アプリの利便性でユーザーの満足度を高めニトリの利用を後押ししている。

カインズカインズは取り置きサービスをアプリから注文・確認できるようになっており、自社サービスと絡めた機能を盛り込むことで競合他社アプリとの差別化を図っている。

商品を探しやすくするカテゴリ分け

ニトリ



カインズ



商品検索の際にキーワードをわざわざ入力するよりも、カテゴリを追っていく方が楽な場合がある。そのカテゴリが細かく分けられていると、より自分の欲しいものを探すのが容易になる。しかし、階層を深く分けすぎるとタップ数も多くなり面倒になるので、階層は2～3程度が適切。また、カテゴリ欄に画像がついていることで、どのカテゴリを選択すれば良いかより具体的なイメージが持てる。

GROWTH MARKETING