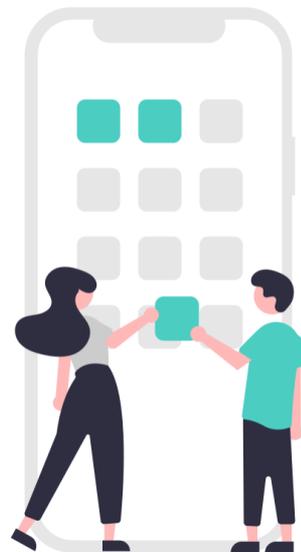


2025年版

アプリか紙か...生活者の行動と意識を徹底調査

アプリクーポン 利用実態調査

 iRidge 株式会社アイリッジ



はじめに

近年、スマートフォンの普及とともに、「クーポン」の利用スタイルも大きく変化しています。紙のクーポンからアプリクーポンへの移行が進み、店舗公式アプリやSNS、LINEなど、クーポンの配信・利用経路は多様化しています。

本調査は、生活者のクーポン利用実態を明らかにすることで、どのようなクーポンが利用されやすいのかや、クーポンが購買行動に与える影響を分析することを目的としています。また、デジタルクーポンと紙クーポンの使われ方に世代間で違いがあるのかを検証し、企業のマーケティング施策に役立つ示唆を提供していきます。

アプリクーポンの企画・開発やアプリストアでのアプリ展開の際には、ぜひ本調査をご参考にさせていただきますと幸いです。

- はじめに
- 調査概要
- 調査サマリ
- アプリケーポンの利用実態調査
- サービス紹介

調査概要

調査名	アプリクーポンに関する調査2025（2025年度）
調査対象	15～69歳の男女（生活者）
サンプル数	428名 10代・60代：10%ずつ、20代・30代・40代・50代：20%ずつの均等割付
調査期間	2025/2/13 - 20
調査方法	インターネットリサーチ

回答者の基本情報

	男性	女性	合計
15歳～19歳	22	21	43
20歳～29歳	44	45	89
30歳～39歳	44	44	88
40歳～49歳	42	44	86
50歳～59歳	44	44	88
60歳以上	16	18	34
合計（内訳）	212	216	428

※設問により回答数の変動あり

調査サマリ

店舗訪問のきっかけや購入決定におけるクーポンの影響力が拡大！

本調査では、生活者のクーポン利用実態を明らかにし、クーポンが購買行動に与える影響や、デジタルクーポンと紙クーポンの利用傾向の違いを分析しました。調査の結果、クーポンが購買行動に大きな影響を与えていることが確認され、特に若年層はデジタルクーポンを積極的に活用し、店舗訪問のきっかけや購入決定のタイミングに大きく影響を受けることが分かりました。

世代別に見ると、若年層（15～29歳）はアプリやSNS、LINEなどのデジタルメディアを活用する傾向が強く、ミドル層（30～49歳）はデジタルと紙のクーポンをバランスよく使い分けていることが分かりました。シニア層（50歳以上）は手渡しやDMなどの紙クーポンを積極的に活用している一方で、前回調査よりデジタルメディアの活用が増加傾向にあり、デジタルシフトが進んでいることが確認できました。

さらに、クーポンの配布が店舗訪問のきっかけとなるケースが多いことや、特典の内容が購買行動に大きく影響を及ぼすことも明らかになりました。これらの実態を踏まえ、ターゲット層に応じたクーポン施策を展開することで、より効果的なマーケティングにつなげることができるでしょう。

また、アプリの企画・開発においては、デジタルクーポンの利便性を高めるために、会員証やポイント管理、クーポンの発行・通知機能を統合し、使いやすいインターフェースを提供することが重要です。加えて、アプリの利便性や特典の魅力を効果的に訴求することで、生活者とのエンゲージメントをより一層高めることが可能になります。

デジタル時代の顧客体験向上へ！—アプリクーポンを活用すべき理由

アプリクーポン導入で、利用者の利便性とエンゲージメントをまとめて強化

本調査では、クーポンが生活者の店舗訪問や購入決定に与える影響を分析しました。その結果、特に若年層はデジタルクーポンを積極的に活用し、来店や購買の意思決定に大きな影響を受けていることが明らかになりました。また、ミドル層・シニア層はデジタルと紙のクーポンを併用して活用する傾向があることも確認されました。

こうした消費行動の変化を踏まえ、企業が取り組むべき施策の一つが、アプリクーポンの活用による購買の促進です。例えば、「店舗ごとのキャンペーン情報を適切なタイミングで届け、来店を促す」、「アプリでポイント管理や会員特典を一元化し、顧客の利便性を向上させる」など、アプリクーポンがあればより効果的なマーケティング施策がタイムリーに展開できるようになります。

消費者のデジタルシフト加速にあわせて、アプリクーポンを活用することで、よりスムーズな顧客体験（UX）の提供が可能になります。購買行動に影響を与えるクーポンを最大限に活かし、アプリを通じてブランドとの接点を強化していきましょう。

例) アプリクーポン



期間や枚数を指定してクーポンを発行できます。
クーポン利用状況は自動集計され、レポートとして確認できます。

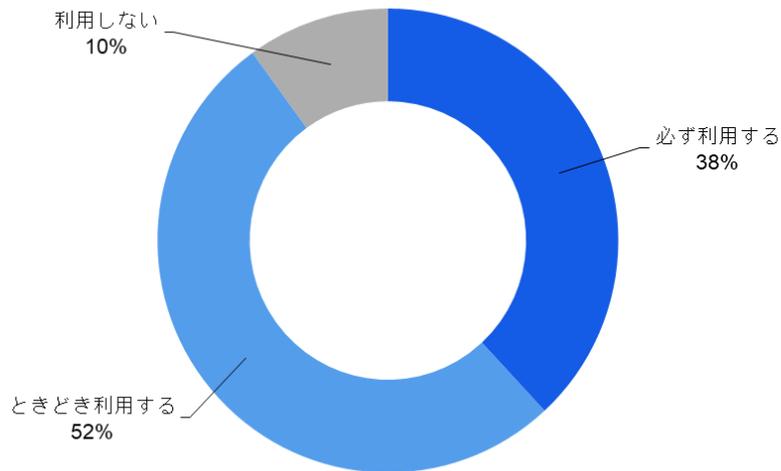
アプリクーポンの利用実態調査

店舗を利用する際、割引等の特典があるクーポンを利用しますか

Q1 あなたは店舗を利用する際、割引等の特典があるクーポンを利用しますか？もっともあてはまるものを選択してください

全体

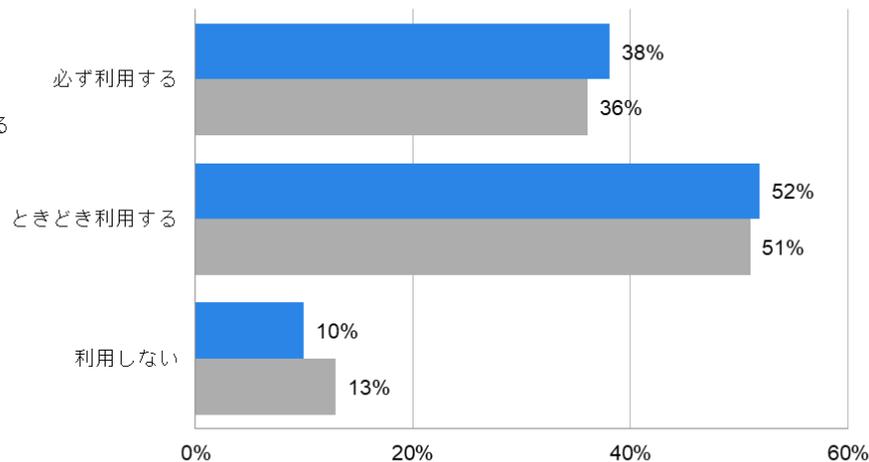
n=428



対前回比較

■ 2025年調査 n=428

■ 2023年調査 n=1,089



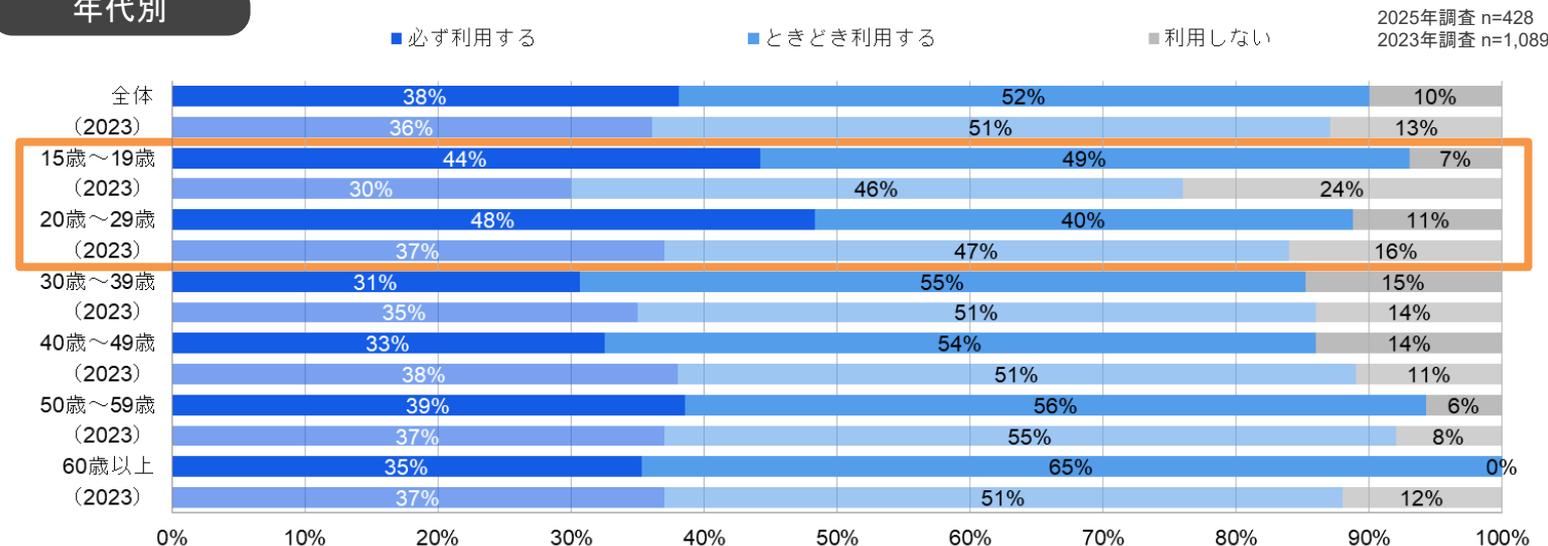
9割の生活者が店舗利用時に必ず、またはときどきクーポンを利用しており、「使うのが当たり前」になりつつある。

その割合は2023年から2025年にかけて+4pt増加。「必ず利用する」層が+2pt増えた一方で、「利用しない」と回答した層も-2pt減少していることから、これまでクーポンを活用していなかった人も徐々に「使わなければ損」という感覚に変わりつつあると考えられる。

店舗を利用する際、割引等の特典があるクーポンを利用しますか（年代別）

Q1 あなたは店舗を利用する際、割引等の特典があるクーポンを利用しますか？もっともあてはまるものを選択してください

年代別



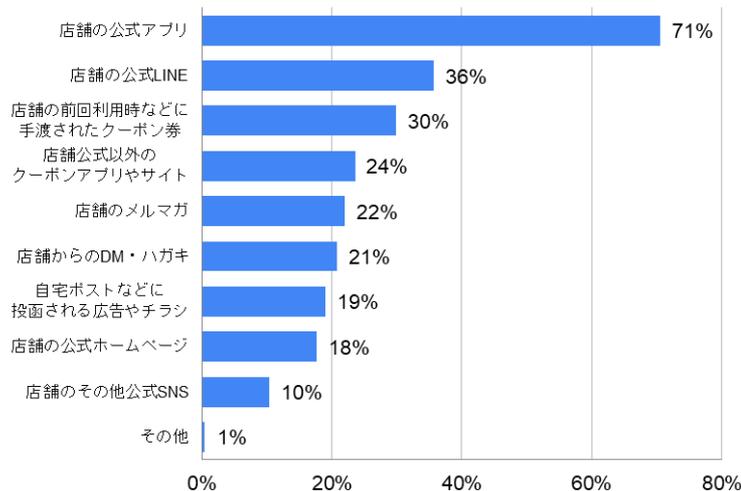
年代別に見ると、若年層（15～29歳）で「必ず利用する」割合が前回より大きく伸長し、他の世代よりも高くなった。「使えるクーポンは逃さず使う」傾向が強いことがわかる。対して、ミドル層（30～49歳）は「ときどき利用する」が5割以上と最も高く、「必ず利用する」は30%台にとどまるなど、利用スタイルに違いが見られる。そして、シニア層（50代～）になると再び利用率が高まり、必要に応じてクーポンを賢く活用する姿勢がうかがえる。

店舗で利用するクーポンをどのようにして入手しますか

Q2 あなたは店舗で利用するクーポンをどのようにして入手しますか？

全体

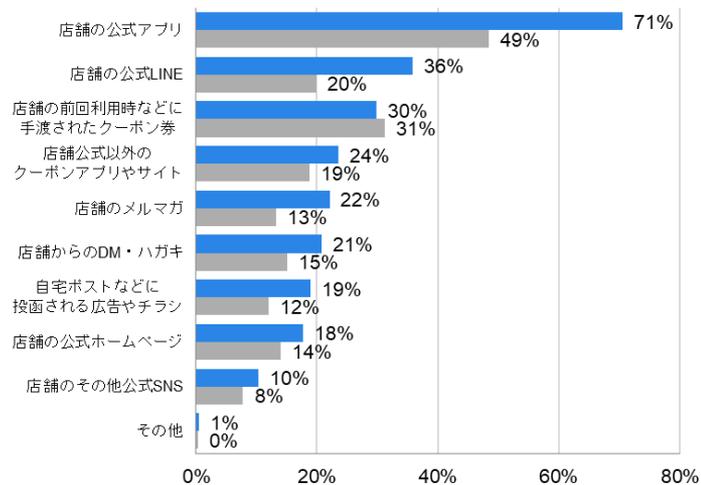
n=385



対前回比較

■ 2025年調査 n=385

■ 2023年調査 n=949



今回の調査結果では、「店舗の公式アプリ」でクーポンを入手する人が71%と大幅に増加し、2023年の49%から約+22ptの上昇を記録した。次に注目すべき点として、「店舗の公式LINE」(20%→36%)や「メルマガ」(13%→22%)も伸びている。これは、店舗で利用するクーポンが「自分から探しに行くもの」から「店舗から届くもの」へとシフトしつつあることが背景にあると考えられる。

店舗で利用するクーポンをどのようにして入手しますか（年代別）

Q2 あなたは店舗で利用するクーポンをどのようにして入手しますか？

n=299

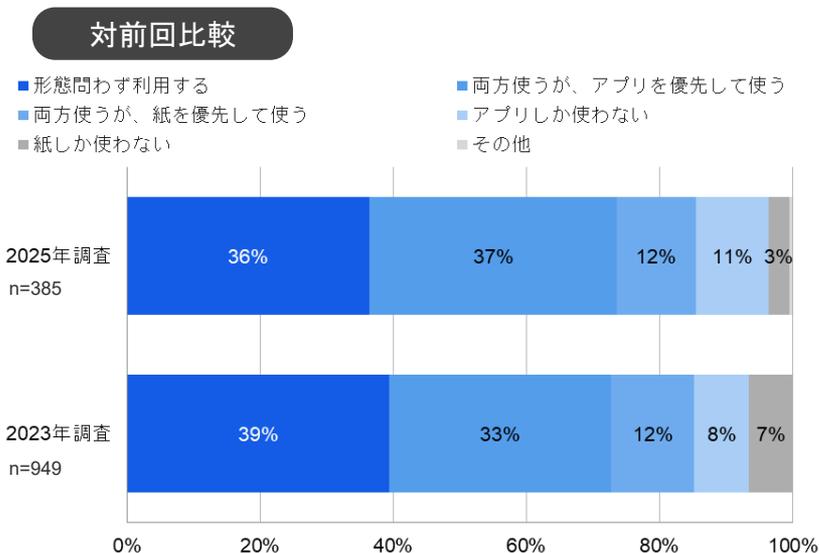
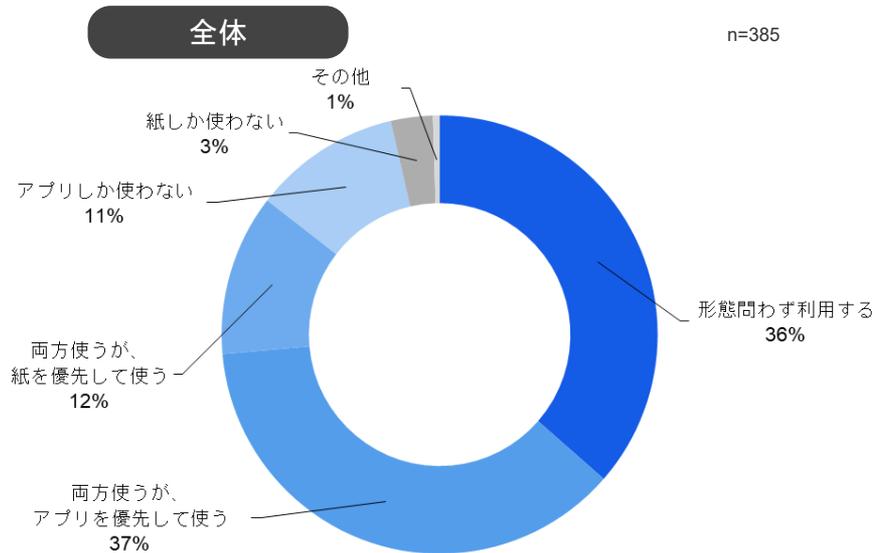
	15歳～19歳	20歳～29歳	30歳～39歳	40歳～49歳	50歳～59歳	60歳以上
1位	店舗の公式アプリ (68%)	店舗の公式アプリ (63%)	店舗の公式アプリ (75%)	店舗の公式アプリ (72%)	店舗の公式アプリ (72%)	店舗の公式アプリ (77%)
2位	店舗の公式LINE (38%)	店舗の公式LINE (46%)	店舗の公式LINE (33%)	店舗の前回利用時などに手渡されたクーポン券 (42%)	店舗の公式LINE (34%)	店舗の前回利用時などに手渡されたクーポン券 (50%)
3位	店舗からのDM・ハガキ (18%)	店舗公式以外のクーポンアプリやサイト (24%)	店舗の前回利用時などに手渡されたクーポン券 (28%)	店舗の公式LINE (41%)	店舗からのDM・ハガキ (34%)	店舗からのDM・ハガキ (32%)
4位	店舗公式以外のクーポンアプリやサイト (15%)	店舗のメルマガ (24%)	店舗公式以外のクーポンアプリやサイト (28%)	店舗公式以外のクーポンアプリやサイト (26%)	店舗の前回利用時などに手渡されたクーポン券 (33%)	自宅ポストなどに投函される広告やチラシ (27%)
5位	店舗のメルマガ (15%)	店舗の前回利用時などに手渡されたクーポン券 (18%)	店舗のメルマガ (24%)	店舗のメルマガ (19%)	店舗のメルマガ (28%)	店舗公式以外のクーポンアプリやサイト (18%)
6位	店舗の前回利用時などに手渡されたクーポン券 (13%)	自宅ポストなどに投函される広告やチラシ (18%)	自宅ポストなどに投函される広告やチラシ (20%)	自宅ポストなどに投函される広告やチラシ (18%)	店舗の公式ホームページ (25%)	店舗のメルマガ (15%)
7位	自宅ポストなどに投函される広告やチラシ (13%)	店舗のその他公式SNS (18%)	店舗の公式ホームページ (19%)	店舗からのDM・ハガキ (16%)	店舗公式以外のクーポンアプリやサイト (24%)	店舗の公式LINE (12%)
8位	店舗の公式ホームページ (15%)	店舗の公式ホームページ (17%)	店舗からのDM・ハガキ (15%)	店舗の公式ホームページ (16%)	自宅ポストなどに投函される広告やチラシ (21%)	店舗の公式ホームページ (12%)
9位	店舗のその他公式SNS (15%)	店舗からのDM・ハガキ (14%)	店舗のその他公式SNS (13%)	店舗のその他公式SNS (4%)	店舗のその他公式SNS (11%)	店舗のその他公式SNS (3%)

店舗の公式アプリは全ての年代で1位に。LINEも50代以下では広く浸透していることがわかった。

若年層（15～29歳）は、LINEやSNSの利用率が他の世代よりも高く、デジタルを活用してクーポンを入手する傾向が強い。30代以上では、前回利用時に手渡されたクーポンも根強く使われているが、前は手渡しクーポン券が1位だった60歳以上でも公式アプリクーポンが逆転しており、紙クーポンから公式アプリへのシフトが進んでいる様子が見える。

クーポンの形態によって利用の優先度は変わりますか

Q3 あなたはクーポンがアプリか紙等への印刷物かなど、その形態によって利用の優先度は変わりますか？

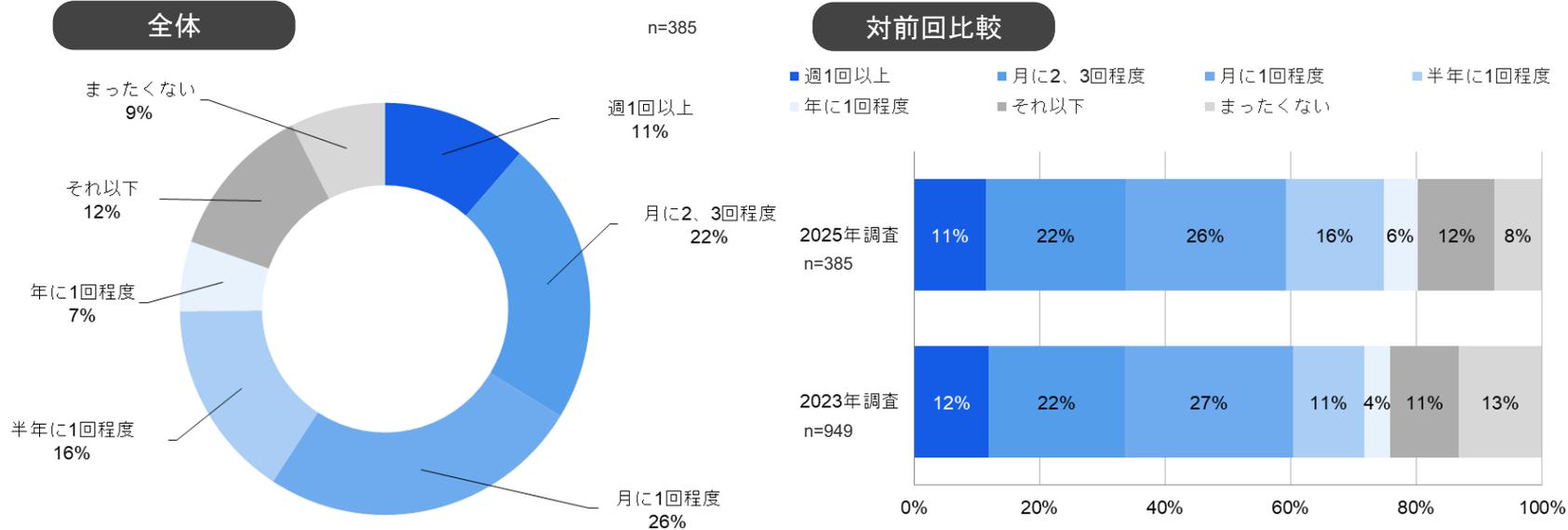


生活者の約5割弱が、アプリを優先して使う（37%）またはアプリしか使わない（11%）と回答している。

クーポンの形態を問わず利用する人が最も多いものの、（39%→36%）と対前回でやや減少していることが分かる。一方で、「両方使うが、アプリを優先する」人が（33%→37%）と増加し、「アプリしか使わない」人も（8%→11%）と増加していることから、デジタルクーポンの優先度が高まっている傾向が見られる。

クーポンの受け取りをきっかけに店舗を訪れることがありますか

Q4 あなたはクーポンの受け取りをきっかけとして店舗を訪れることがありますか？もっともあてはまるものを選択してください。



生活者の約6割が、クーポンの受け取りをきっかけに月1回以上店舗を訪れており、リピート来店促進につながっていることがうかがえる。(59% : 11% + 22% + 26%)

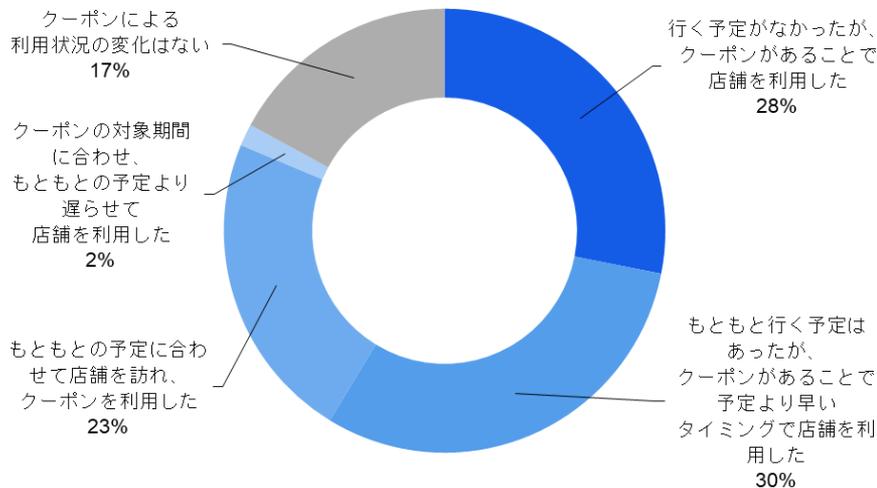
一方、「まったくない」と回答した人は(13%→8%)へと減少し、「半年に1回程度」と回答した人は前回より増加(11%→16%)していることから、クーポンの利用が再来店を促すきっかけになっていると考えられる。

クーポンを受け取ったことで、利用状況に変化はありましたか？

Q5 店舗からのクーポンを受け取ったことで、店舗の利用状況に変化はありましたか？もっともあてはまるものを選択してください。

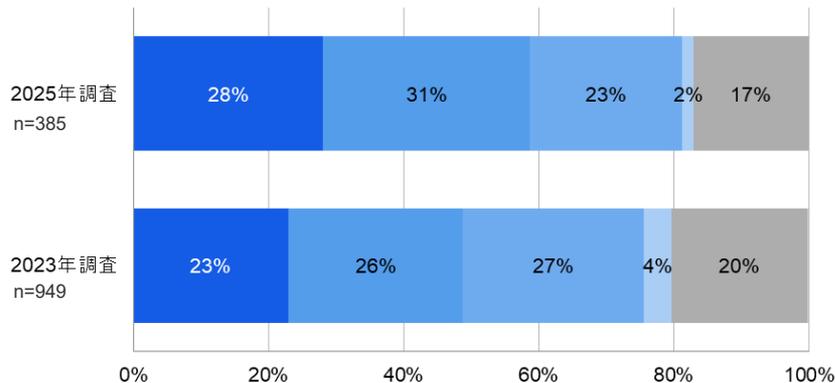
全体

n=385



対前回比較

- 行く予定がなかったが、クーポンがあることで店舗を利用した
- もともと行く予定はあったが、クーポンがあることで予定より早いタイミングで店舗を利用した
- もともとの予定に合わせて店舗を訪れ、クーポンを利用した
- クーポンの対象期間に合わせて、もともとの予定より遅らせて店舗を利用した
- クーポンによる利用状況の変化はない



生活者の約6割弱が、クーポンがあることで店舗を利用、またはより早いタイミングで利用したと回答している。

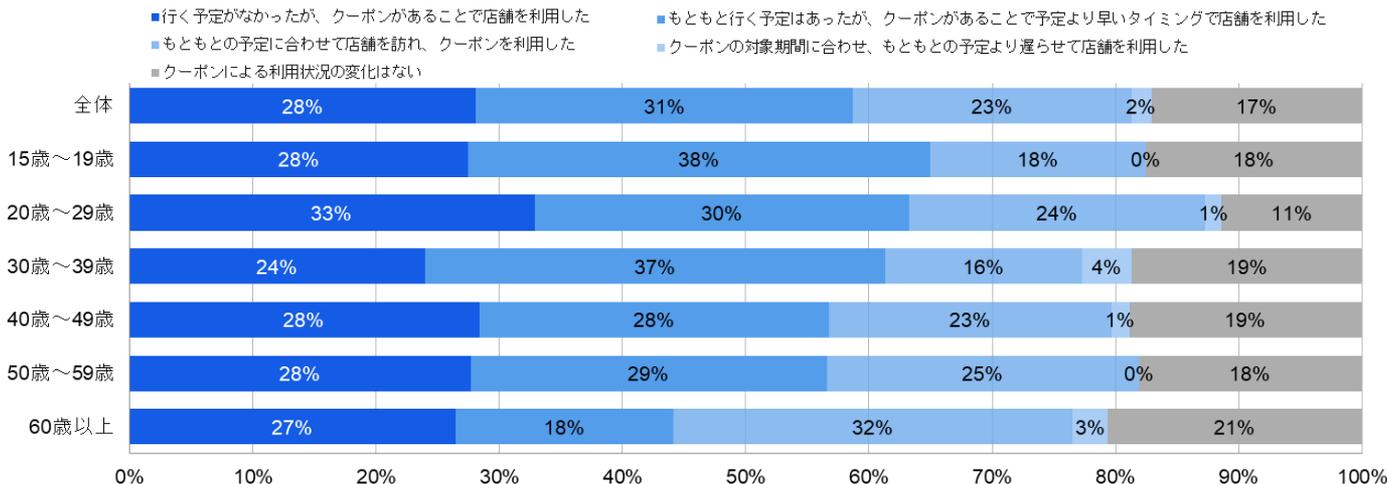
特に、「クーポンがあることで店舗を利用した」人が（23%→28%）と前回より増加し、「もともと行く予定はあったが、クーポンがあることで予定より早いタイミングで店舗を利用した」人も（26%→31%）と前回より増加していることから、クーポンが来店「創出／前倒し」を促す効果も強まっていると考えられる。

クーポンを受け取ったことで、利用状況に変化はありましたか？（年代別）

Q5 店舗からのクーポンを受け取ったことで、店舗の利用状況に変化はありましたか？もっともあてはまるものを選択してください。

年代別

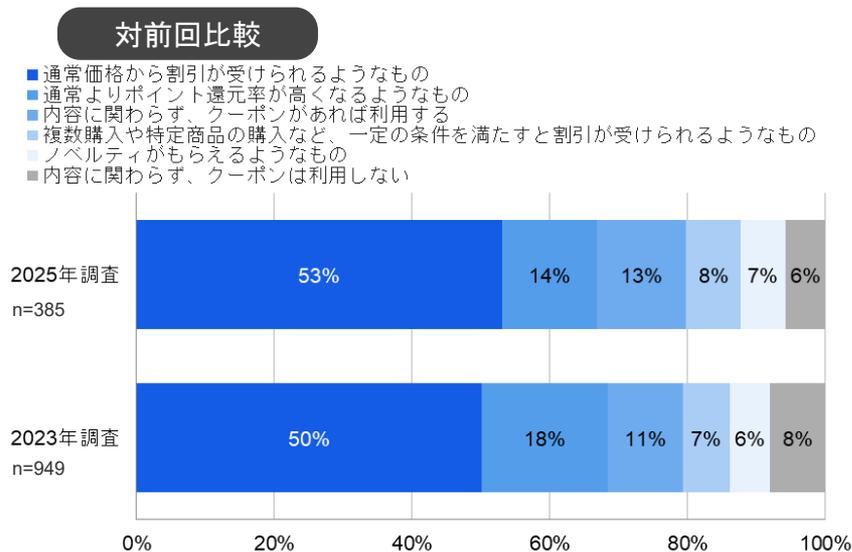
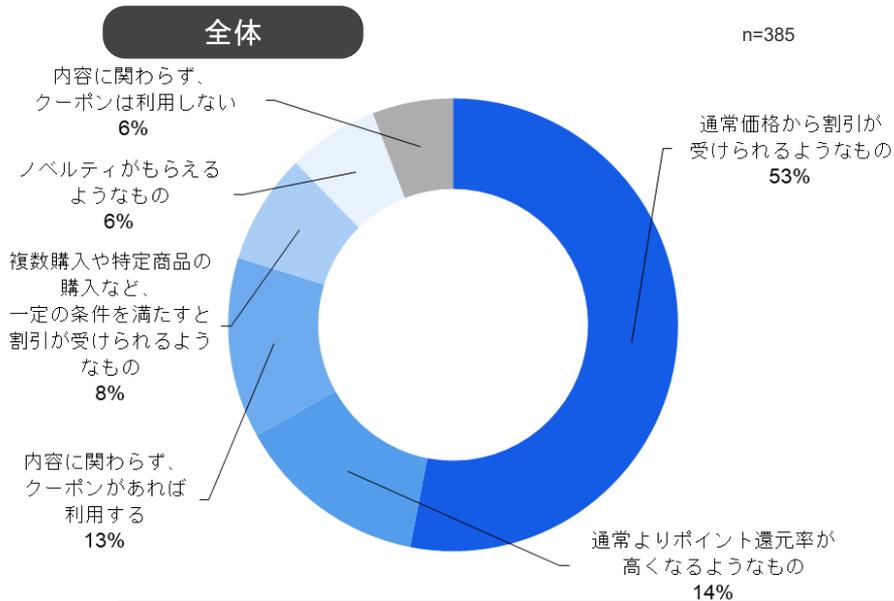
n=385



年代別に見ると、若年層（15～29歳）はクーポンをきっかけに店舗を訪れる割合が高く、価格メリットを重視し、即時的に行動を変えやすい傾向がうかがえる。ミドル層（30～49歳）は「予定より早く利用した」という割合が比較的高いものの、「クーポンがあることで店舗を利用した」という回答は減少しており、行動変容の影響がやや弱まっていることが分かる。一方、シニア層（50歳以上）は「もともとの予定に合わせて店舗を訪れ、クーポンを利用した」という回答が増えており、クーポンが計画的に活用されていることがうかがえる。

店舗からのクーポンがどのような内容だと使いたくなりますか

Q6 あなたは店舗からのクーポンがどのような内容だと使いたくなりますか？もっともあてはまるものを選択してください。



「通常価格から割引が受けられるクーポン」が過半数を占め、前回よりも増加（50%→53%）している。

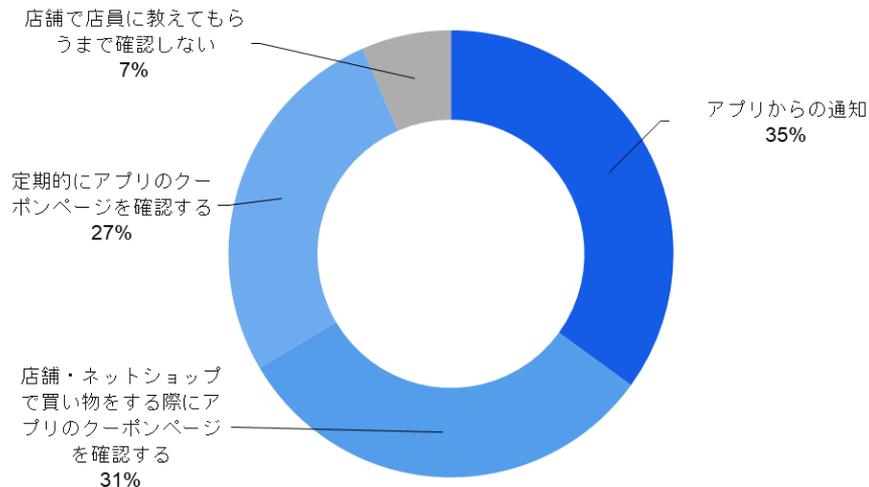
一方、「内容に関わらず、クーポンがあれば利用する」と回答した人は増加（11%→13%）し、「クーポンは利用しない」と回答した人は減少（8%→6%）していることから、「お得なら使わない手はない」と考える人が増えていることがうかがえる。

最新のアプリクーポン情報をどのように確認しますか

Q7 アプリクーポンに限定してお聞きします。あなたは最新のクーポン情報をどのように確認しますか？もっともあてはまるものを選択してください。

全体

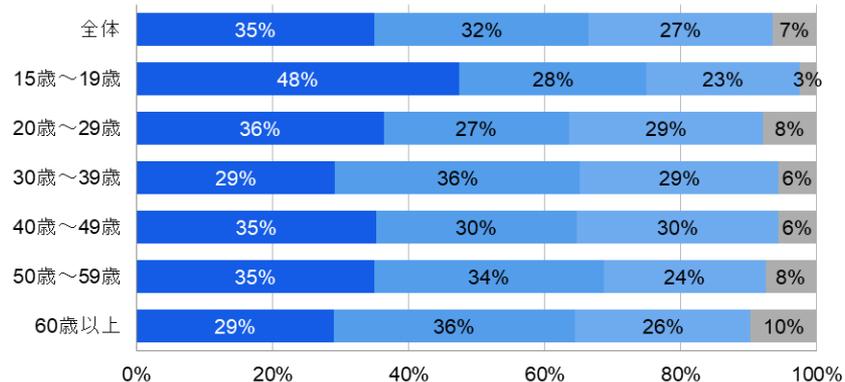
n=371



年代別

n=371

- アプリからの通知
- 店舗・ネットショップで買い物をする際にアプリのクーポンページを確認する
- 定期的にアプリのクーポンページを確認する
- 店舗で店員に教えてもらうまで確認しない



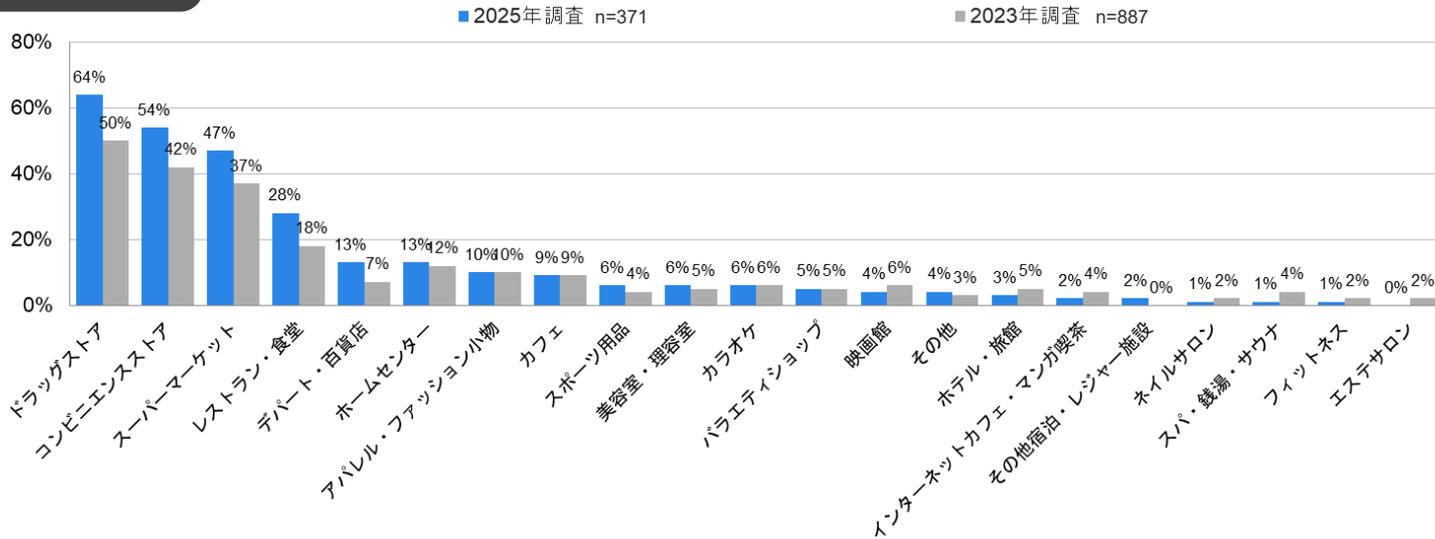
全体の約9割強の生活者が、アプリクーポンを確認すると回答している。（アプリ通知・購入時確認・定期的に確認）

年代別に見ると、若年層（15～19歳）は「通知で知る」が48%と最も高く、クーポン情報を受動的に受け取る傾向が強いようである。ミドル・シニア層（30歳以上）になると、「通知で知る」の割合が減少し、「買い物時にアプリを開いてクーポンを探す」割合が増えることから、必要時にチェックする傾向が見られる。

アプリクーポンをよく利用する店舗の業種について

Q8 あなたがアプリクーポンをよく利用する店舗の業種を利用頻度が高い順にすべて選択してください。

対前回比較



前回と比較すると、ドラッグストア（50%→64%）、コンビニ（42%→54%）、スーパーマーケット（37%→47%）は、いずれも10pt以上増加しており、日常的な買い物でのクーポン活用がより浸透していることが分かる。

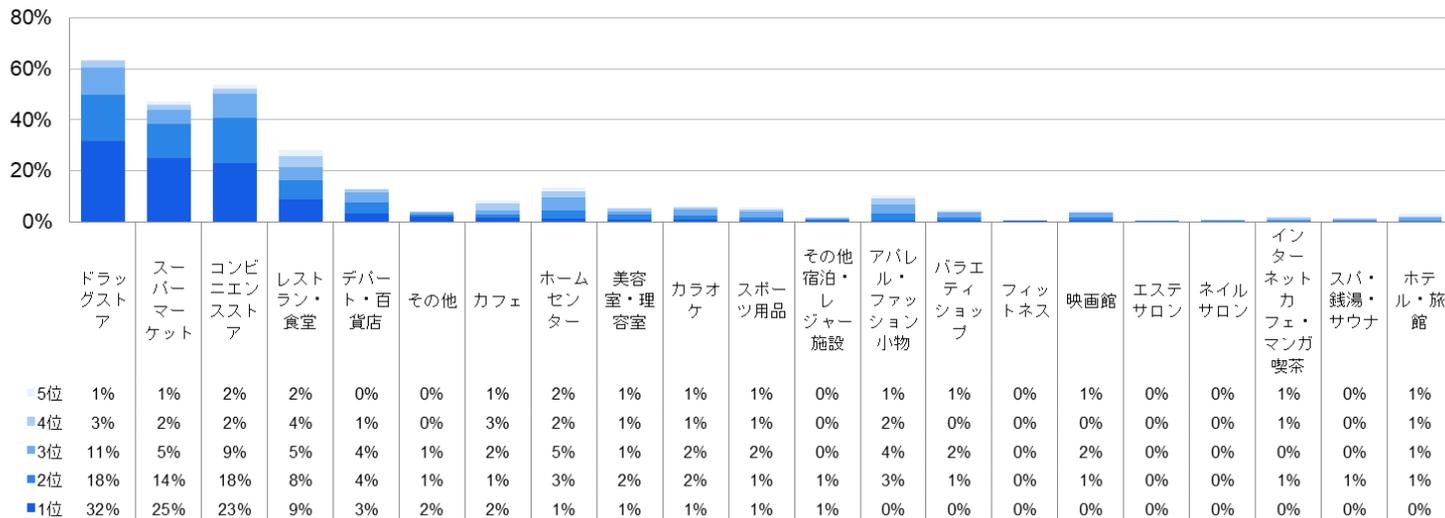
また、レストラン・食堂での利用率も18%→28%と大きく増加しており、外食時にもクーポンを活用する意識が高まっていることがうかがえる。さらに、百貨店・デパート（7%→13%）での利用率も増えてきている。

アプリクーポンをよく利用する店舗の業種について（TOP5内訳）

Q8 あなたがアプリクーポンをよく利用する店舗の業種を利用頻度が高い順にすべて選択してください。

TOP5内訳

n=371



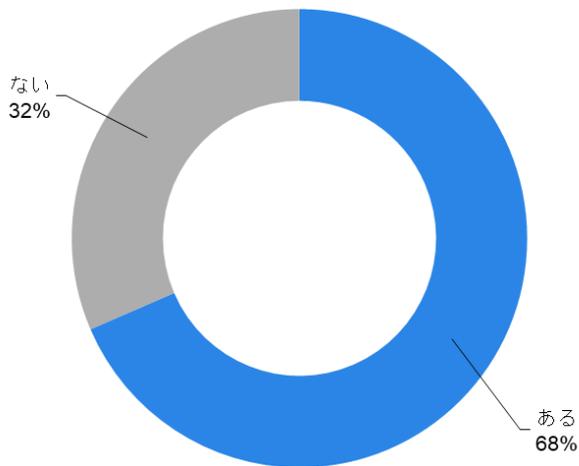
TOP5の内訳を見ると、アプリクーポンの利用が特に多いのは、ドラッグストア（1位：32%）、スーパーマーケット（1位：25%）、コンビニ（1位：23%）の3業態であることが分かる。このことから、「日々の節約意識」と「クーポン活用」の親和性が高いことがうかがえる。また、レストラン・食堂（1位：9%、2位：8%）が上位にランクインしており、食事シーンでもアプリクーポンが活用されていることが分かる。

最近ダウンロードしたアプリについて教えてください

Q9 最近（過去1ヶ月程度など）ダウンロードしたアプリで、会員証/ポイント機能のあるアプリや、クーポン機能のあるアプリはありますか？

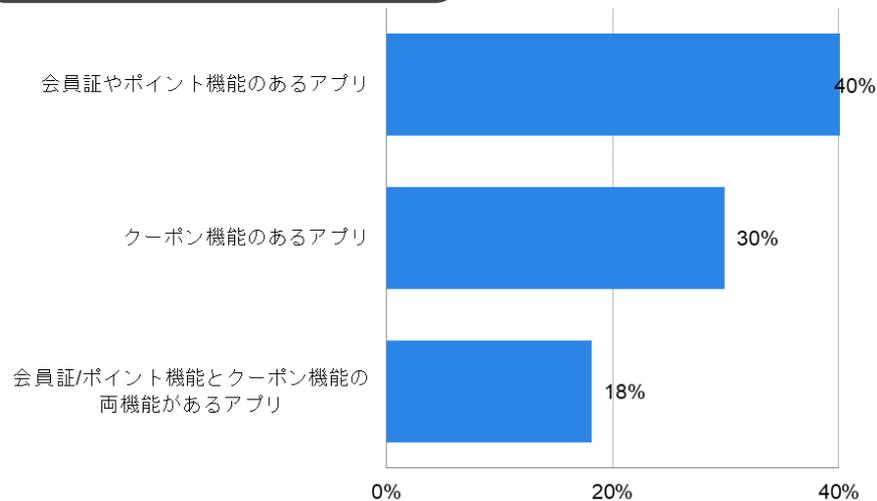
全体

n=428



ダウンロードしたアプリ内訳

n=378



約7割弱の生活者が直近1か月程度で会員証/ポイント機能があるアプリを新規ダウンロードしており、デジタル会員証（ポイント/クーポン）のニーズが高まっていることが分かる。

特に、会員証・ポイント機能単体のアプリ（40%）よりも、クーポン機能があるアプリ（48%：30% + 18%）の方がよりダウンロードされる傾向があることが見られる。

サービス紹介

アイリッジのアプリ開発支援では、スマホ向けアプリ開発サービス「APPBOX」を活用し、
アプリ開発・運用・グロースを総合的に支援しています。

アプリの企画から開発、リリース後のマーケティング支援まで、トータルでサポートします。



開発ツール

開発支援

保守・運用支援

事業・サービス
立ち上げ支援

グロース支援

マーケティング
支援

導入実績



300 アプリ以上

月間利用ユーザー



9,300 万超

※2024年6月末現在 弊社ソリューション導入アプリの合計MAU



お気軽にお問い合わせください



資料ダウンロード



株式会社アイリッジ

APPBOXサービスサイト <https://iridge.jp/service/appbox/>

アプリ成長支援サービスサイト https://www.fanship.jp/app_growth/

東京都港区麻布台 1-11-9 BPR プレイス神谷町 10F <https://iridge.jp/>