

マーケ担当者必見！

【2024年版】プッシュ通知 の利用実態調査



iRidge 株式会社アイリッジ

はじめに

プッシュ通知は、アプリを通じてユーザーとコミュニケーションをとるうえで欠かせない機能です。そんなプッシュ通知に対するユーザーの意識や行動について把握するため、日本全国のスマートフォンユーザーを対象に、前回（2022年）に引き続き2024年版として改めて利用実態調査を実施しました。前回と異なる点として「プッシュ通知に対する意識・行動」のパートに関しては、金融系やポイント系、百貨店系などのアプリを取得しプッシュ通知を実際に日々受け取っている方々を対象に調査を行うことで、より鮮明にユーザーの意識などを把握できるようになっています。

また後述のとおり、具体的なアプリの業種ごとの調査レポートについても今後公表を予定しております。現在アプリ運用を行っている、あるいはこれから行う予定がある、そんな皆さまに手に取っていただき、アプリマーケティングの設計にお役立ていただければ幸いです。

目次

- 調査概要
- 基本情報-iPhone/Android 利用比率
- 基本情報-所持アプリ数
- よく使うアプリのカテゴリー
- プッシュ通知を許可しているアプリ
- プッシュ通知に対する意識・行動
 - ー プッシュ通知の受け取り状況
 - ー プッシュ通知の設定をオフにした経験
 - ー プッシュ通知の設定をオフにした理由
 - ー プッシュ通知を理由としたアプリの削除経験
 - ー 受け取りたいプッシュ通知内容
- 業種別 調査レポートのご紹介（予告）
- サービス紹介

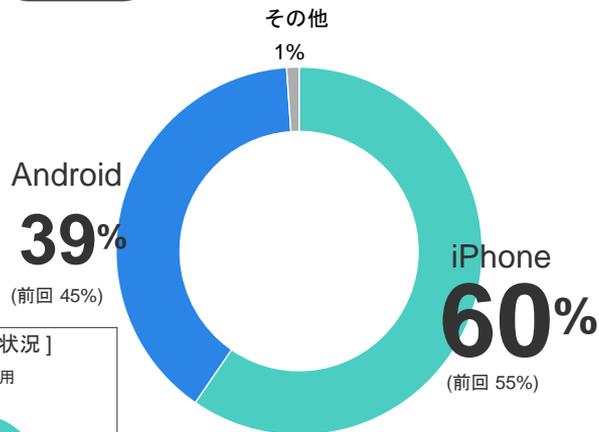
調査概要

調査名	スマートフォンアプリのプッシュ通知に関するアンケート
調査対象	<ol style="list-style-type: none">1. スマートフォンを利用している15～69歳の男女2. 「プッシュ通知を許可しているアプリ（P.7）」でいずれかのアプリを選択した人
サンプル数	<ol style="list-style-type: none">1. 4,121名 10代・60代：10%ずつ、20代・30代・40代・50代：20%ずつの均等割付2. 399名
調査期間	2024/8/7 - 8/30
調査方法	インターネットリサーチ

基本情報 – iPhone/Android利用比率

全体

[メインで使用している端末種類]



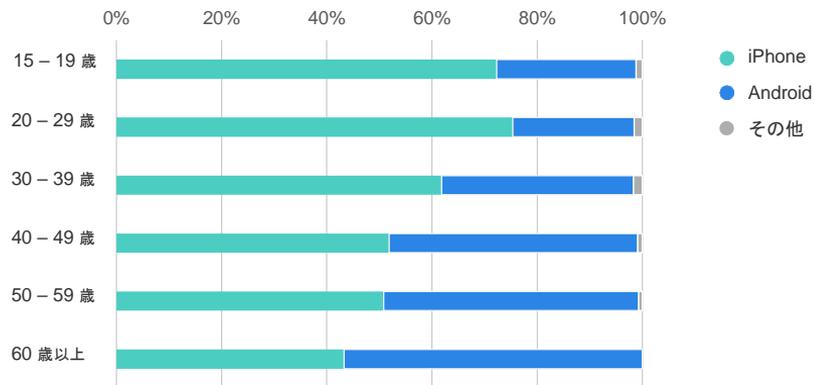
[詳細使用状況]



年代別

[メインで使用している端末種類]

n=4,121

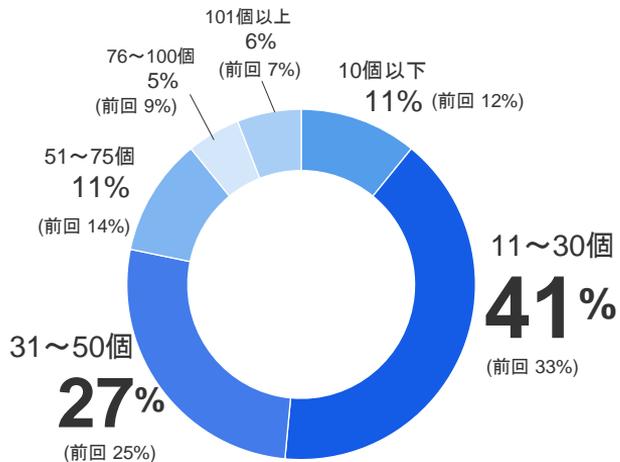


全体ではiPhoneの利用率が60%でAndroidより多くを占め、前回調査(2022年)からやや増加傾向にある。
年代別では若年層ほどiPhoneの利用率が高い傾向だが、60歳以上のiPhone比率は前回38%→今回43%に増加傾向。

※ 複数台所有の場合はメインで使用しているスマートフォンを回答
※ 四捨五入の関係ですべてを足しても100%にならない場合があります

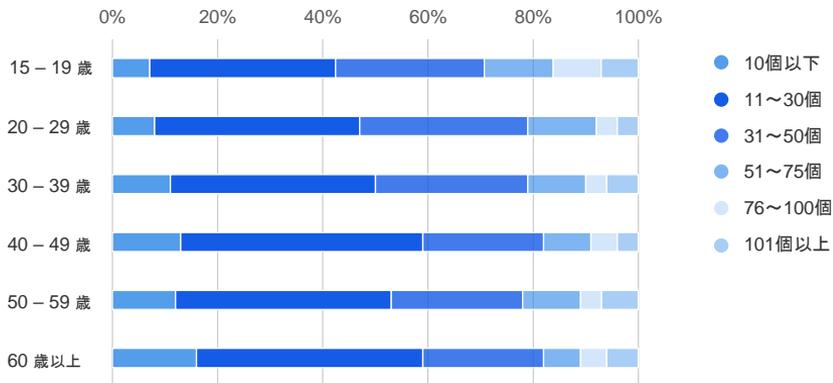
基本情報 – 所持アプリ数

全体



年代別

n=3,450
(有効回答数)



前回調査(2022年)と比べると51個以上所持する割合は減少傾向。11~50個の回答が増えており、「とりあえずダウンロードする」から「必要なアプリだけを入れる」へと態度変容が見られる。若年層ほどやや所持アプリ数が多い傾向にはあるが、年代による差異はさほど見られない。

※ 四捨五入の関係ですべてを足しても100%にならない場合があります

よく使うアプリのカテゴリー

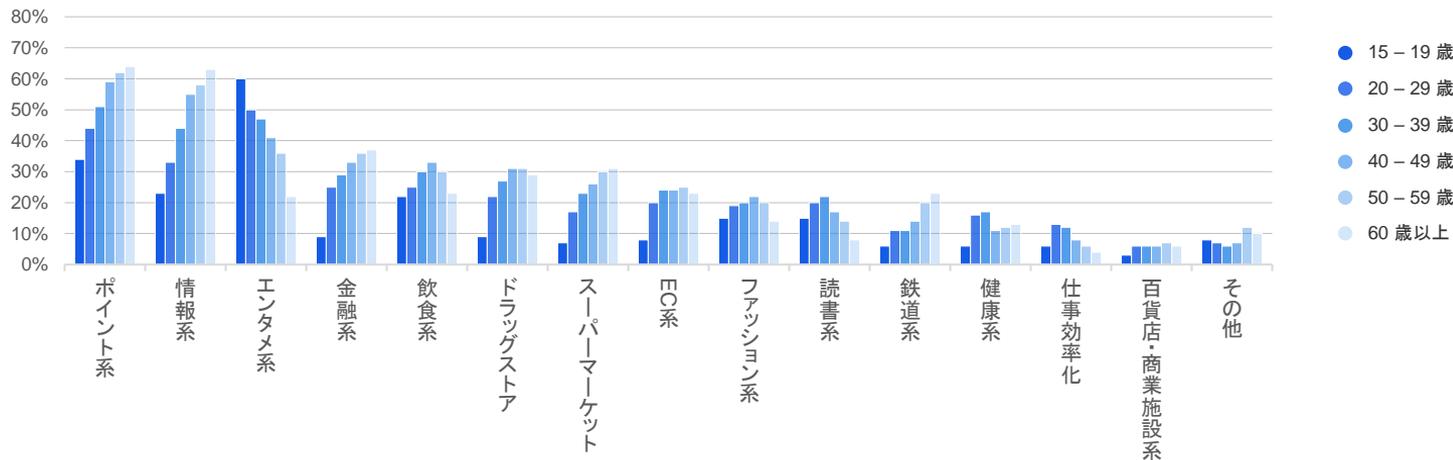
ポイント系・情報系アプリは高年齢層によく使われ、エンタメ系アプリは若年層によく使われる

n=4,121

年代別

※ 複数回答

※項目は左から順に全体の回答数降順



全体ではポイント系、情報系、エンタメ系の順で最もよく使われる。

年代別で見ると、ポイント系・情報系については10代・20代の利用率は低く、若年層と中高年層との間で利用率に特に大きな乖離が見られる。一方、エンタメ系は圧倒的に若年層の利用が多くなっている。

※ポイント系：Vポイント・dポイント等、情報系：Yahoo!ニュース・グノシー等、エンタメ系：動画・ゲーム等

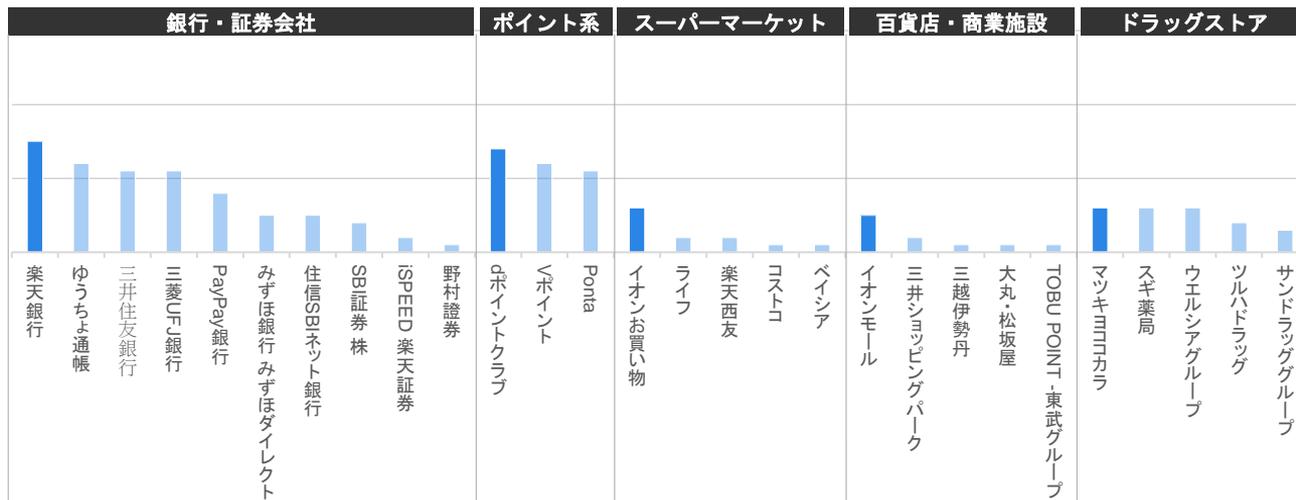
プッシュ通知を許可しているアプリ

金融系で多かったのが「楽天銀行」、ポイント系が「dポイントクラブ」、スーパーマーケットが「イオンお買い物」、百貨店・商業施設が「イオンモール」、ドラッグストアが「マツキヨココカラ」に

n=4,121

全体

※ 複数回答
※項目名はアプリ名



上記業種全体の中では、銀行とポイント系でプッシュ通知を許可している割合が多く、小売3業種の中ではドラッグストアが高い傾向がある。銀行・ポイント系は入出金やセキュリティ関連等の重要な通知があること、ポイント系やドラッグストアはお得なクーポンなどの通知が多いことが要因と考えられる。

※対象アプリは、data.aiのデータに基づき、上記業種に該当するカテゴリーで2024年上期のアクティブユーザーが多かったアプリを中心に選定
※調査対象には各アプリを利用していない人も含まれ、回答率≠アプリ利用者の受信率のため、割合数値は割合

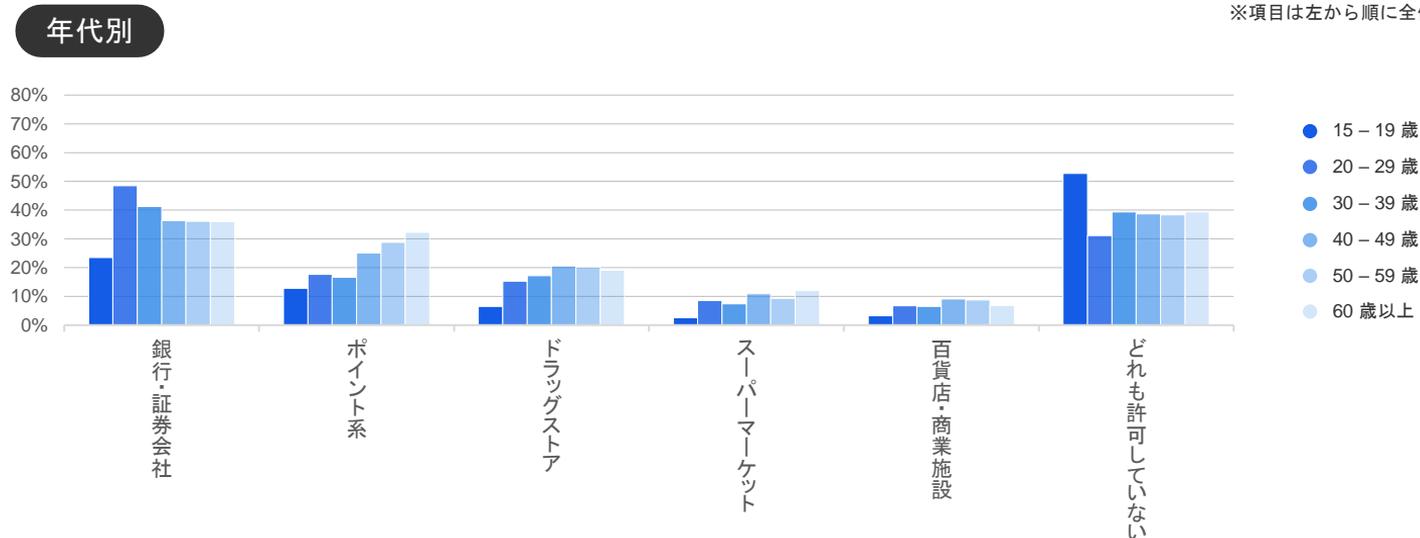
プッシュ通知を許可しているアプリ（業種別サマリ）

金融系のみ若年層のプッシュ通知許可率が高く、20代では半数近くが受信している結果に

n=4,121

※ 複数回答

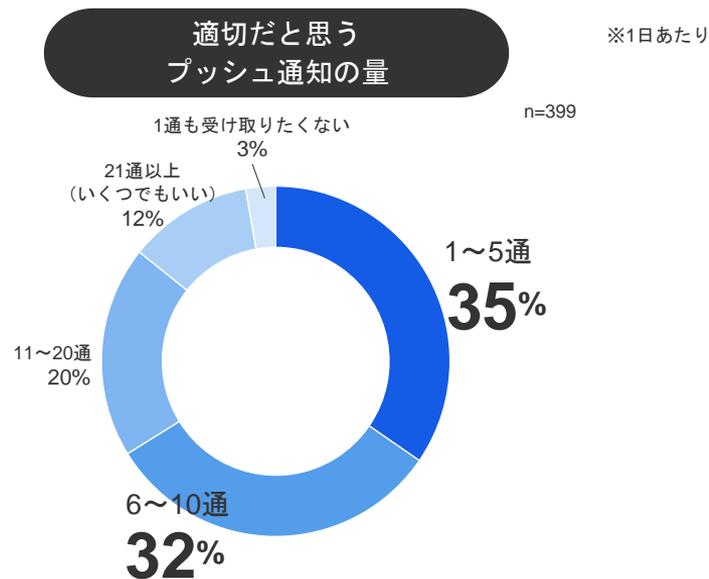
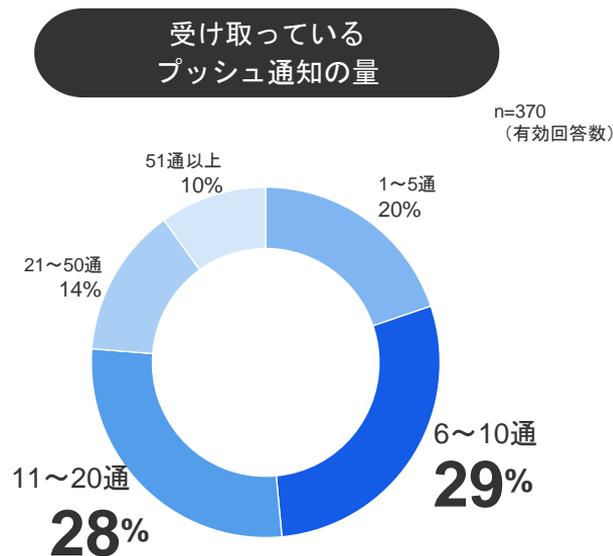
※項目は左から順に全体の回答数降順



若い世代ほど、銀行等の紙の通帳を利用せずアプリを含むネットバンキング利用割合が多いために、プッシュ通知を許可する割合が多いと推察される。その他のアプリで中高年のほうが受信率が高いのは、後述のとおり中高年層はセールやクーポンなどお得な情報のニーズが高いためと想定される。

プッシュ通知に対する意識・行動

受け取っているプッシュ通知の量は6~20通が多いのに対し、適切だと思う量は1~10通との意見が約7割



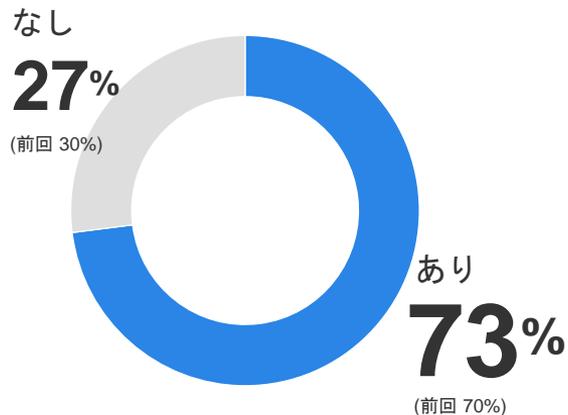
プッシュ通知の量について両結果を比べると、現在受け取っている量の半分以下が適量と考える人が多い印象。多くの方が、1日のうちにあまりたくさんプッシュ通知を受け取りたくないと思っていることがわかる。

※ LINEなどSNSのお知らせ通知は除きます
※ 四捨五入の関係ですべてを足すと100%を超える場合があります

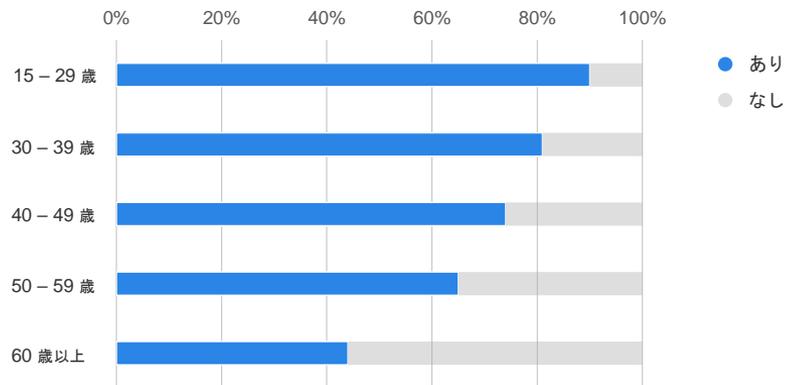
全体で7割以上の方がプッシュ通知をオフにした経験あり、若年層ほどオフにした経験割合が高い

n=399

全体



年代別



全体で73%と大半の方がプッシュ通知の設定をオフにした経験があることがわかる。年代別では若年層ほどオフにした経験が多く、10代・20代では90%、30代では80%の人がオフにした経験を持つ。若年層をターゲットにする場合、プッシュ通知の頻度や内容などに特に注意が必要となる。

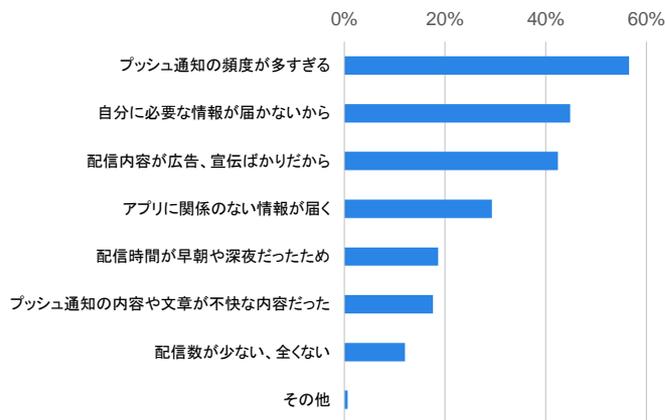
プッシュ通知の設定をオフにした理由

プッシュ通知に対する意識・行動

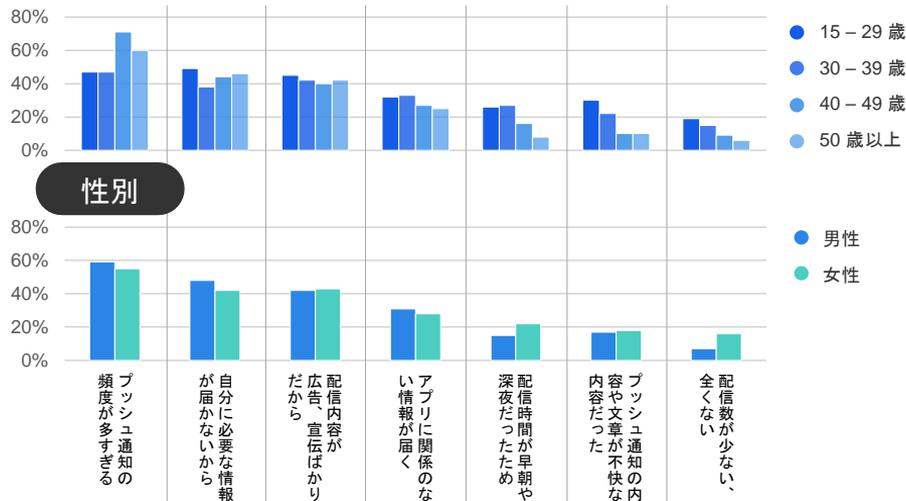
全体1位の「プッシュ通知の頻度が多すぎる」は特に中高年で多く、若年層は「配信内容」に関するものが中心に

n=290

全体



年代別



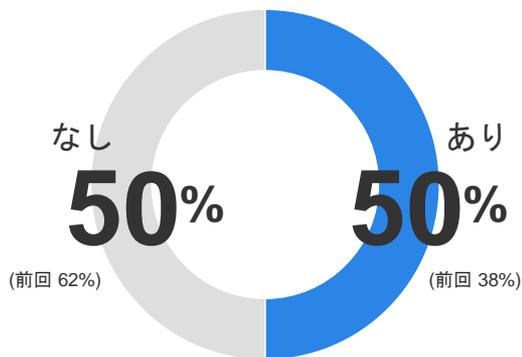
性別

40代・50代以上では「通知の頻度の多さ」が突出して多く挙がるが、特に10-20代では「自分に必要な情報が届かない」の方が理由として多く挙がる。また「配信時間が早朝や深夜だった」「配信数が少ない、全くない」では、女性の回答が男性の倍以上集まるなど、男女で傾向が分かれた。

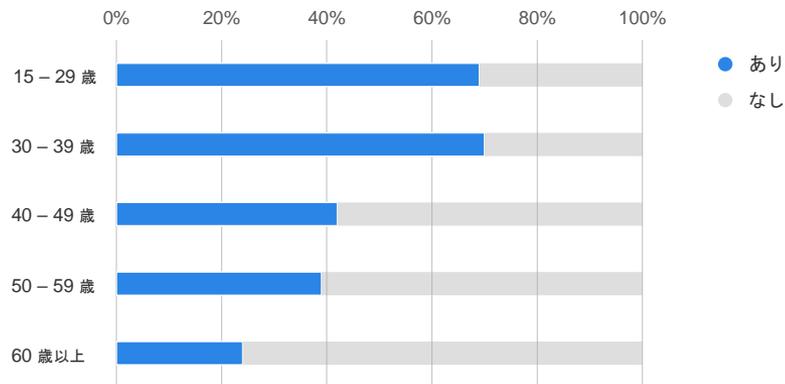
全体で半数の人がプッシュ通知を理由にアプリの削除経験あり、若年層ほどアプリ削除の経験割合が多い

n=399

全体



年代別



半数がプッシュ通知を理由にアプリ自体を削除した経験があり、前回調査の38%から削除経験割合は増加している。年代別では若年層ほどプッシュ通知を理由とした削除経験が多く、10代~30代では約70%の人が削除経験を持つ。プッシュ通知の頻度や内容の不適切さが、アプリの削除にまで繋がる可能性があることを意識する必要がある。

受け取りたいプッシュ通知内容

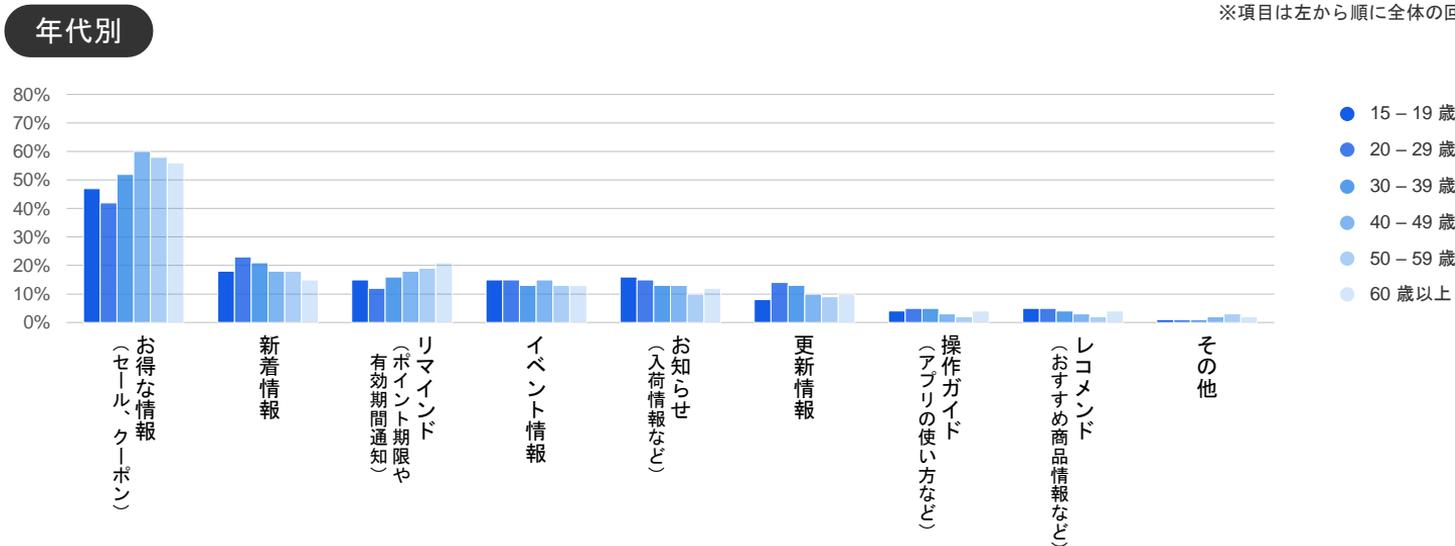
プッシュ通知に対する意識・行動

中高年層ほど「お得な情報（セール、クーポン）」や「リマインド」のニーズが高く、
若年層ほど「新着情報」「お知らせ（入荷情報など）」「更新情報」のニーズが高い傾向

n=4,121

※ 複数回答

※項目は左から順に全体の回答数降順



プッシュ通知で受け取りたい内容は、全年代で「お得な情報（セール、クーポン）」が最多。
若年層ほど新着情報や更新情報といった新しい情報にいち早く気づきたいというニーズが高い傾向で、
中高年層ほど自分の得になる、もしくは損をしないための情報へのニーズが高いことがわかる。

業種別 調査レポートのご紹介（予告）

本資料ではプッシュ通知に関する基本的なユーザーの意識や行動についてご紹介しました。

今回当社が実施したアンケートでは、今回ご紹介した内容以外にも、P.7でご紹介した「プッシュ通知を許可しているアプリ」の業種ごとに、より細かくプッシュ通知に関する意識や行動について調査を行っています。

業種別の調査レポートについても今後公表を予定しておりますので、お役立ていただければと思います。

主な調査項目（業種別 調査レポート）

- ・ アプリをダウンロードしたきっかけ
- ・ プッシュ通知を受信したいお知らせの内容
- ・ プッシュ通知をきっかけに行った行動
- ・ プッシュ通知を受け取ってから行動に至るまでの平均所要時間
- ・ 同じアプリから1日に何回以上プッシュ通知されると不快に感じるか

[業種]

(1) 銀行・証券会社・ポイントサービス (2) スーパーマーケット (3) 百貨店・商業施設 (4) ドラッグストア

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://iridge.jp/service/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/>