



ユーザーの評価から読み解く、ファストフードアプリのUX実態

# アプリUX利用実態調査

-店舗アプリ・ファストフード編-



iRidge 株式会社アイリッジ

## はじめに

昨今のOMOやデジタルシフトの加速により、外食業界でも店舗とアプリを連動させた新しい顧客体験の提供が進んでいます。特にファストフード業態においては、モバイルオーダーやクーポン利用、店舗でのスムーズな受け取り体験、さらには来店後のロイヤルティ形成に至るまで、スマートフォンアプリが顧客接点の中心的な役割を担う存在となりつつあります。

そこで本調査では、全国のユーザーを対象にファストフードアプリの利用状況や体験に対する評価を明らかにしました。利用目的や満足度の傾向に加え、年代や性別といったデモグラフィックによる違いについても分析しています。

本レポートが、アプリを運用される皆さまのUX改善や顧客エンゲージメント戦略の検討において、一助となれば幸いです。

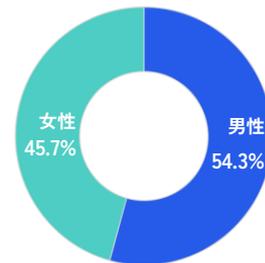
- はじめに
- 調査概要
- アプリ利用の全体像
- ファストフードアプリ利用実態調査
  - ファストフードアプリの利用状況①
  - ファストフードアプリの利用状況②
  - 利用アプリ ブランド傾向（性別）
  - 利用アプリ ブランド傾向（年代）
  - アプリ別「使いやすさ」評価比較（マクドナルド・KFC・スターバックス）
  - ユーザーが評価する「使いやすさ」のポイント
  - まとめ
- アプリ成長支援サービス

# 調査概要

調査名	ファストフードアプリの利用に関するアンケート (計2回実施)	
調査内容	①店舗アプリ利用実態調査	②ファストフードアプリUX調査
調査対象	20歳～69歳の男女 ※各年代は均等割付	ファストフードのアプリを利用する 20歳～69歳の男女 ※各年代は均等割付
サンプル数	2,205名	220名
調査期間	2025/3/25～3/31	2025/3/27～3/29
調査方法	インターネットリサーチ	

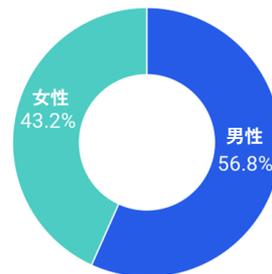
## ①店舗アプリ利用実態調査 (n=2,205)

性別



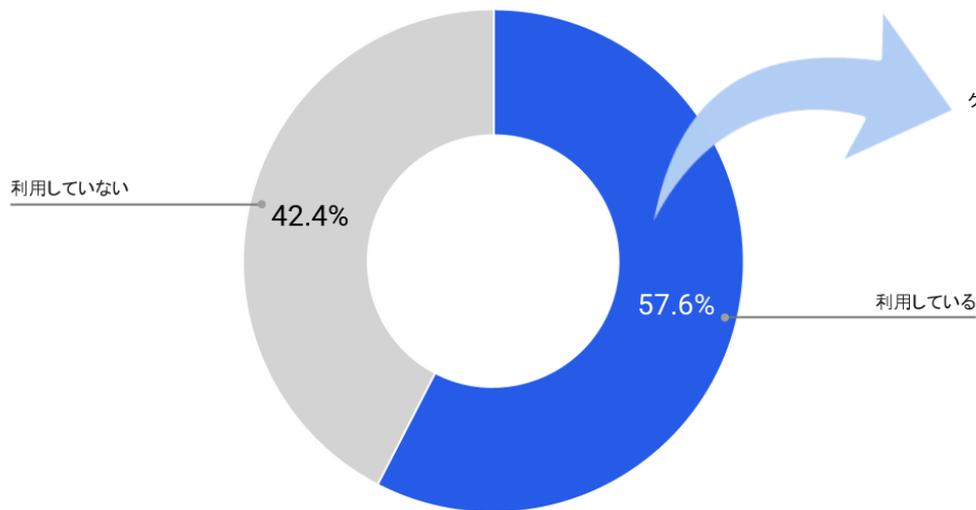
## ②ファストフードアプリUX調査 (n=220)

性別



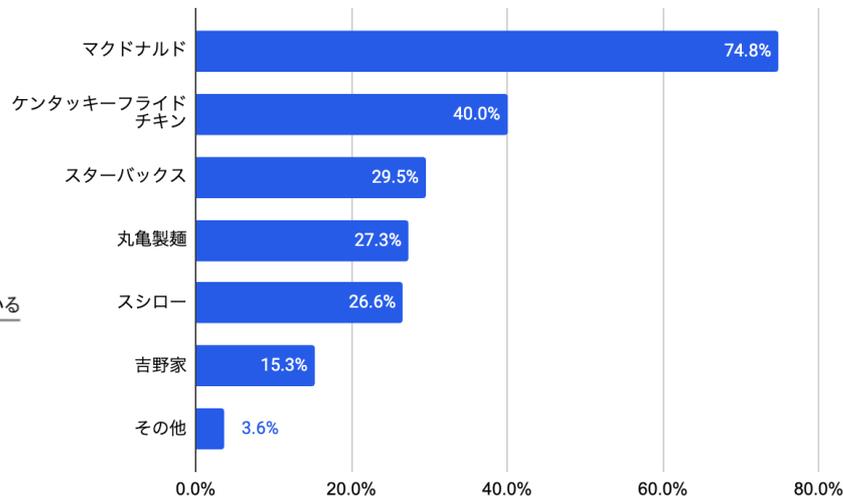
# ファストフードアプリの利用状況①

Q. 「ファストフードのアプリ」を利用していますか？



n=2,205

Q. 利用しているアプリを全て選択してください

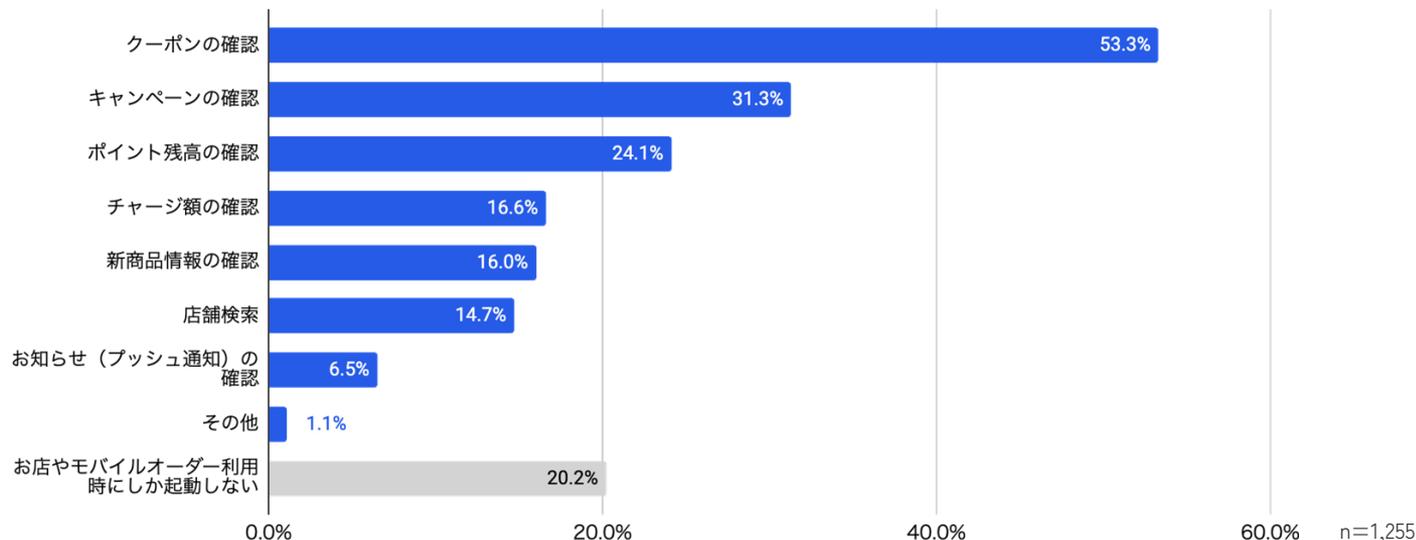


n=1,270

ファストフード店の**アプリ利用率は約6割**。マクドナルドの利用者が7割と最も多く、2位のKFCの2倍近くユーザーがいる。他のファストフード店と比べ、店舗が多いことや年代やライフスタイル問わず利用者層の幅が広いというブランドの特徴に加え、アプリの利用メリットが浸透していることが推察できる。

## ファストフードアプリの利用状況②

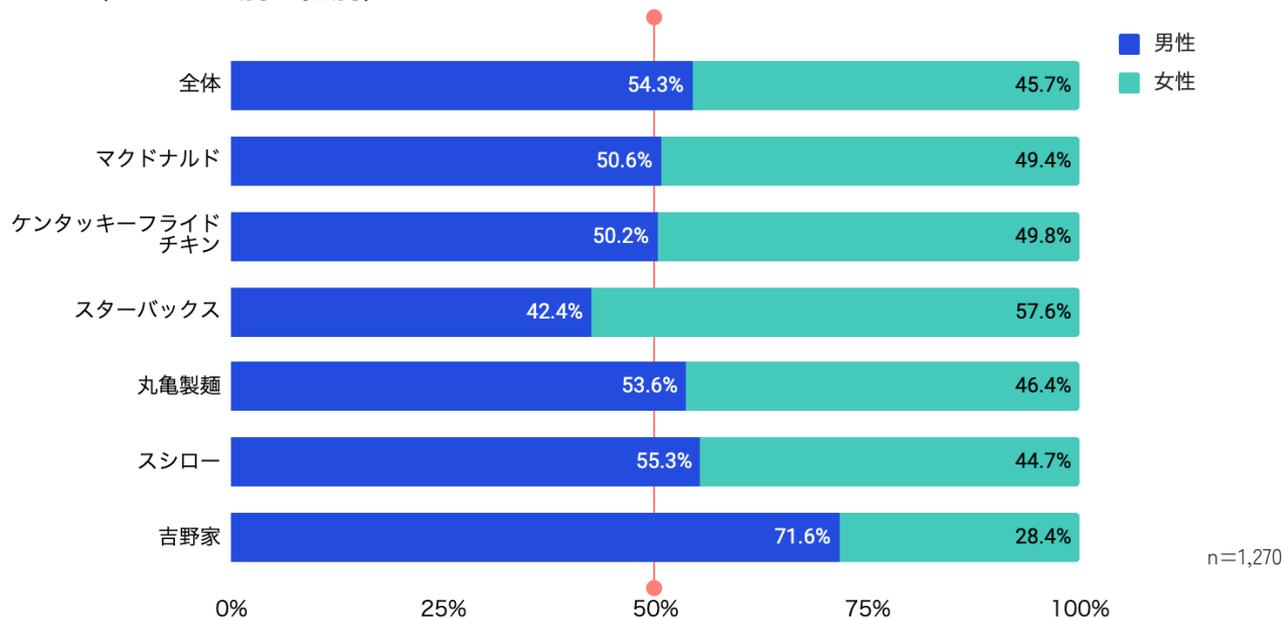
Q. お店に来店しているとき以外に、アプリを起動する場合の目的は？



全体の8割が来店時以外も起動しており、クーポンの確認が最多で半数以上を占めた。次いでキャンペーンの確認、ポイント残高の確認であり、「お得になる機能や情報」がアプリの起動目的となっている。一方で、期間限定商品が多い業態であるにも関わらず新商品情報の確認は16%、プッシュ通知も6%と低く、ユーザーは「お得」以外の情報を、能動的にアプリで収集していない。CMや広告などのメディア展開が活発な業態のため、新商品情報などはメディア経由で認知していると推察される。

# 利用アプリ ブランド傾向（性別）

## よく利用するアプリ（ブランド別×性別）

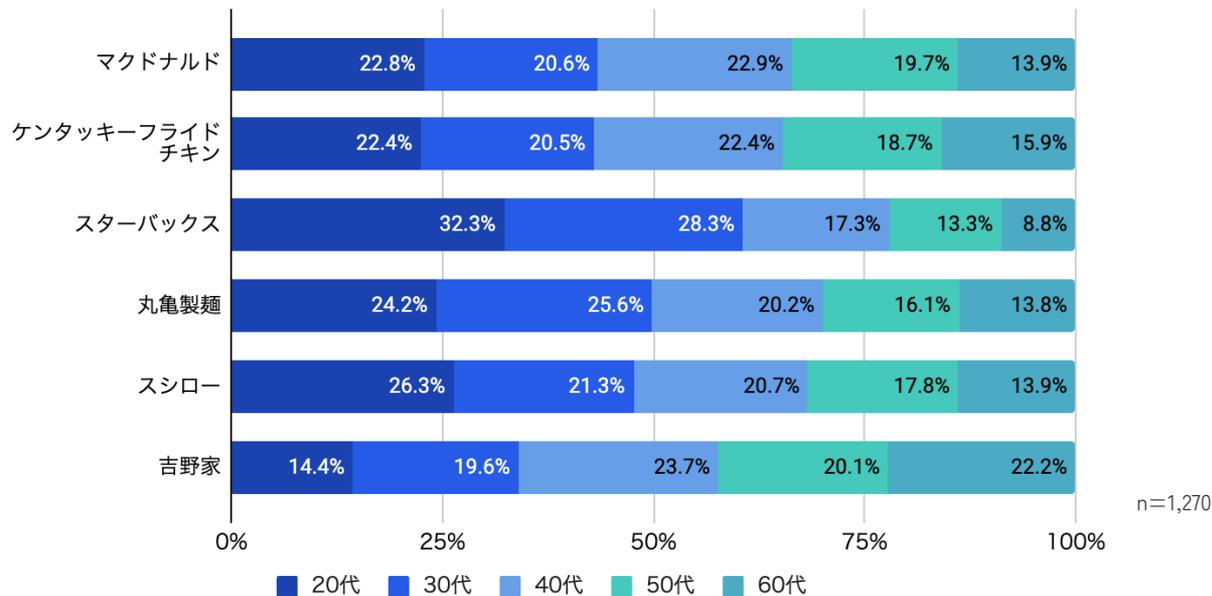


性別で比較すると、男性優位は吉野家であり店舗の利用者層が大きく影響している。

女性優位はスターバックスであり、店舗の利用者層としては男性もいるものの、女性の方がブランドへのエンゲージメントが高いことが見て取れる。その他は男女差が比較的少なく、いずれも幅広い層が店舗ならびにアプリを利用していると考えられる。

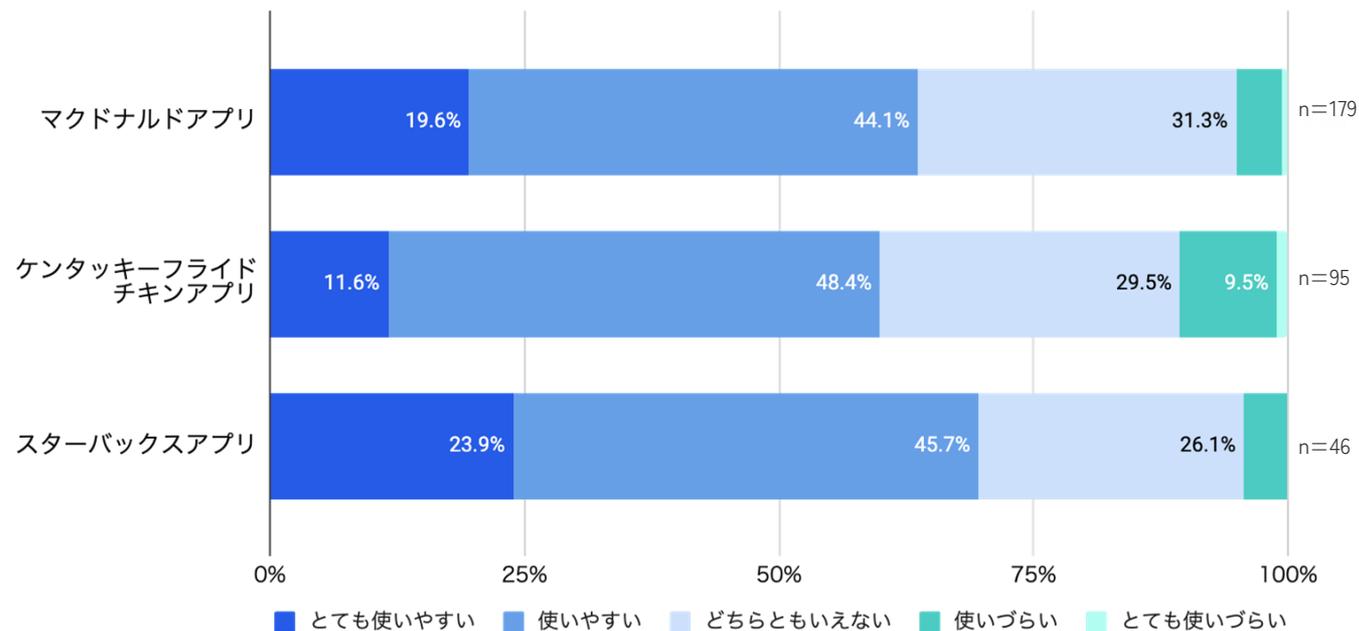
# 利用アプリ ブランド傾向（年代）

## よく利用するアプリ（ブランド別×年代）



年代別で比較すると、若年層の割合が多いのはスターバックスで、20-30代が半数以上を占める。50-60代の割合が多いのは吉野家となった。マクドナルドとKFCはほぼ同比率であり、利用者層が近いことがわかる。いずれのブランドも店舗とアプリの利用者層に乖離はなく、ターゲットユーザーに浸透していると言える。

## アプリ別「使いやすさ」評価比較（マクドナルド・KFC・スターバックス）



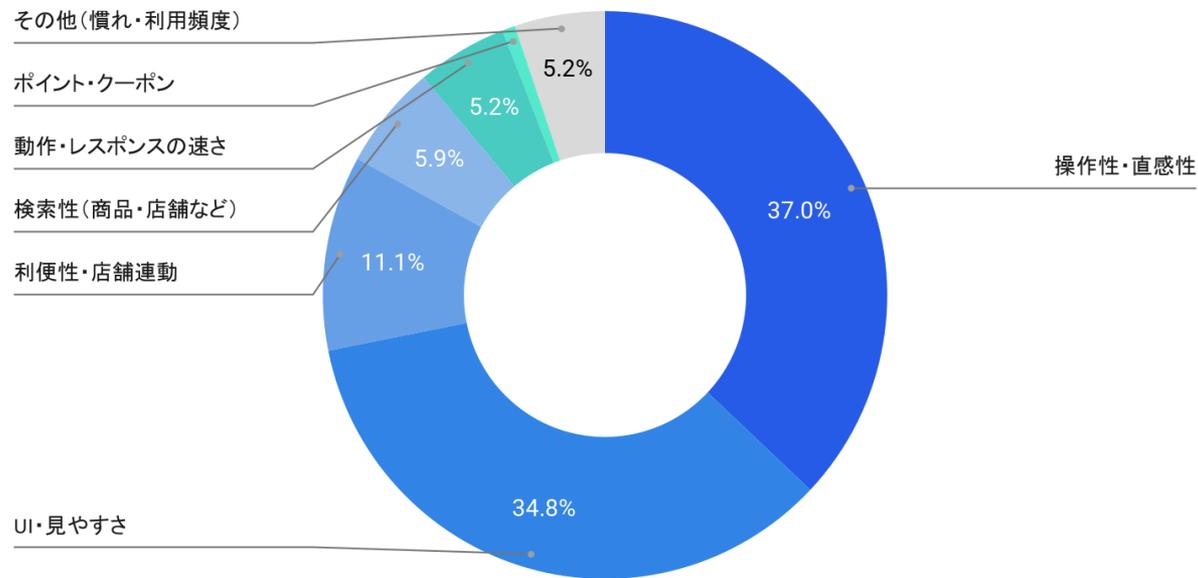
※5%未満は数字非表示

マクドナルド・KFC・スターバックスの3アプリにおける「使いやすさ」を評価した結果、いずれも「使いやすい」との回答が最多を占めた。特にスターバックスは「とても使いやすい」の割合が最も高く安定した評価が見られる。KFCは他2社と比較し「使いづらい」「とても使いづらい」もやや多く見られた。

## ユーザーが評価する「使いやすさ」のポイント

Q. ファストフードアプリについて、「使いやすい」と評価したポイントは？

※自由回答



n=135

※3%未満は数字非表示  
※無効回答を除く

ユーザーが評価するファストフードアプリの「使いやすさ」は**操作性・直感性**と**UI・見やすさ**がそれぞれ30%以上を占め、そのほかはいずれも11%以下となった。ファストフードでは、店頭での注文や決済のスピードが早いことや、利用する年代層も幅広いことから、機能面や利便性よりも**わかりやすく直感的に操作できることが重要**となる。

## まとめ

今回の調査では、各ファストフードアプリ利用者層の性年代傾向から、ブランドごとの店舗利用者特性が見えてきました。各社アプリ利用者層と店舗利用者層に乖離は無いと推察でき、ターゲットにアプリ利用が浸透していると言えます。

アプリの使いやすさの評価では「操作性・直感性」「UI・見やすさ」などが重視されており、シンプルで直感的に操作できる設計が支持されています。ファストフード店舗ではレジに行列がしやすい傾向があり、年代層も幅広いことから、迷わずスピーディーかつ簡単にアプリを使えることが求められていると考えられます。

また、来店時以外にアプリを起動する割合も高く、事前にクーポンやキャンペーンなど「お得な情報」をチェックしていることがわかりました。このような、来店のきっかけ作りから店舗利用までスムーズな一連の体験をアプリで提供していくことが、ユーザーのアプリ及び店舗利用習慣化に繋がると言えるでしょう。

今後は、ブランドや利用者層ごとの特性を踏まえたUXや機能設計を進めることが、アプリを通じた顧客エンゲージメントの向上につながると考えられます。

# 事業を成長させ 成果を最大化

アプリ成長支援のご紹介



こんなお悩みありませんか？



## アイリッジのアプリ成長支援なら、 そのお悩みを解決します！

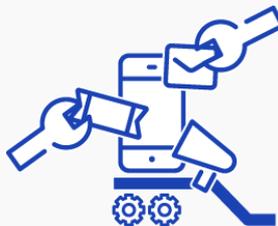
アプリ事業を成長させ、得られる成果の最大化をご支援。  
戦略からデータ分析までアプリビジネスの継続的な成長をサポートします。  
アプリストア最適化やUXリサーチを行い改善の方針を探ります。



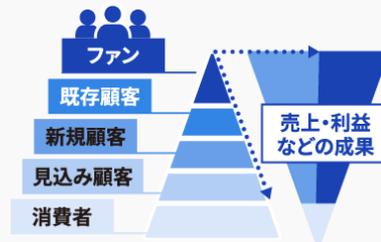
### PDCAサイクルを構築



### リソースを最小限に



### 成果を最大化



## UXリサーチ

ユーザーを知り、理解を深めることで『良質なサービス体験』を実現するためにアプリの設計を見直し、改善の方針を探ります。



- ✓より深いユーザー理解でアプリの満足度向上
- ✓ユーザーの視点に立ったUI/UX改善

## ASO（アプリストア最適化）

キーワード最適化による検索順位の改善だけではなく、ページやレビューの改善によるCV率の最適化にも重点を置いています。



- ✓自然流入増加で、アプリを「見つけてもらいやすく」
- ✓ページ・レビュー改善でダウンロード率向上

## アプリ成長支援

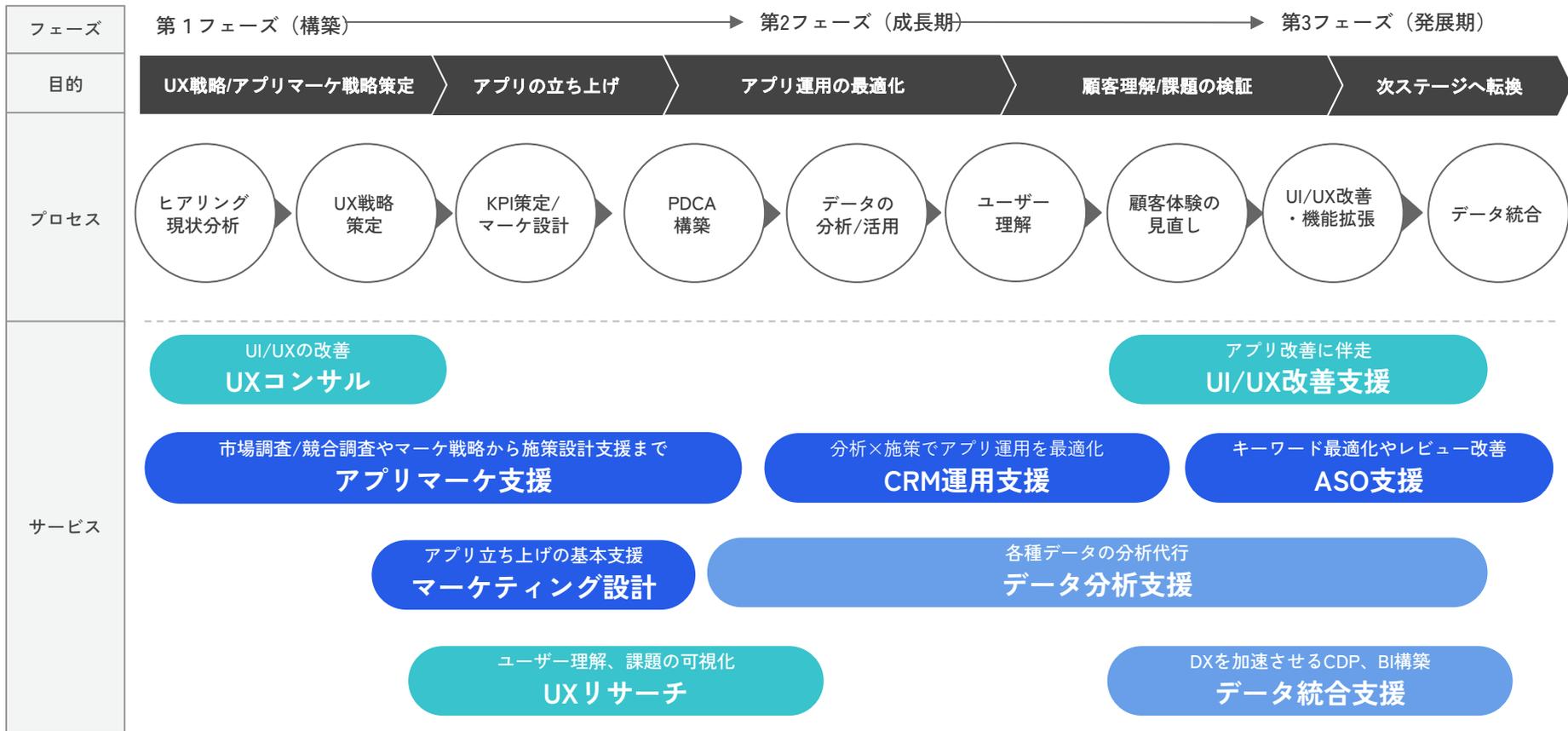
アプリ事業のビジネス企画から、リリース後のマーケティング支援やデータ分析まで、課題に合わせ様々な活動をプロがサポートします。



- ✓アプリ事業を成功に導くトータル支援
- ✓施策最適化でアプリ事業をさらに成長
- ✓ユーザーの声をもとに、UI/UXを最適化

# アプリ成長支援サービス

凡例： ■マーケ支援 ■データマーケ支援 ■UXコンサル支援



お気軽にお問い合わせください



アプリ成長支援

資料ダウンロード

お問い合わせ



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/](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 10 F

<https://iridge.jp/>