

アプリ利用者の行動がわかる

金融系アプリ利用実態調査

-銀行/地銀/信金編-



iRidge 株式会社アイリッジ

はじめに

昨今のデジタルシフトの進展に伴い、金融機関でも「インターネットバンキング」をはじめとして、オンラインサービスが益々拡大してきました。中でも、スマートフォンアプリは、様々な業態や地域の多くの銀行で提供されています。

そこで銀行アプリの利用目的や利用状況など、金融系アプリの実態を把握するため、全国の様々な年代・性別の人々を対象に、インターネット調査を実施しました。

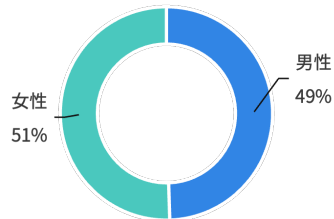
- はじめに
- 調査概要
- 調査対象者
- 調査対象企業
- ①銀行アプリ利用実態調査
 - 銀行アプリの利用状況
 - 利用しているアプリの数/利用していない理由
- ②銀行口座所持状況・詳細の銀行アプリ利用実態
 - 銀行口座の利用状況
 - 銀行口座と利用アプリ
 - アプリの認知～ダウンロードまでの経緯
 - 銀行アプリの利用状況詳細
- サービス紹介

調査概要

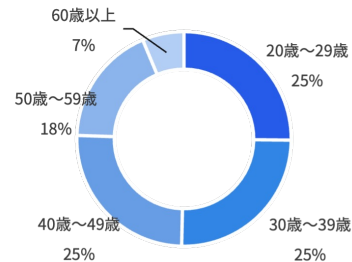
調査名	銀行アプリの利用に関するアンケート（計2回実施）	
調査内容	①銀行アプリの利用実態	②銀行口座所持状況・ 詳細の銀行アプリ利用実態
調査対象	20歳～69歳の男女	銀行アプリを利用している 20歳～69歳の男女 ※その他(ネット系)銀行アプリのメイン利用者を 除く
サンプル数	8,745名	330名
調査期間	2023/8/18～8/21	2023/8/21～8/23
調査方法	インターネットリサーチ	

①銀行アプリの利用実態調査 (N=8745)

性別

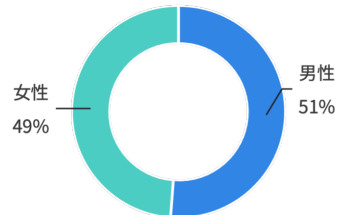


年代別

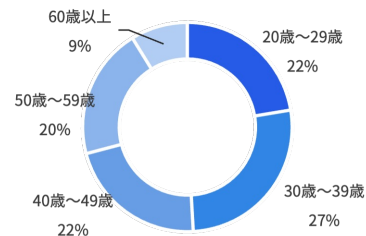


②銀行口座所持状況・詳細の銀行アプリ利用実態調査 (N=330)

性別



年代別



銀行を以下6つの業態に分類し、銀行口座や銀行公式アプリの利用状況について調査しました

都市銀行

三菱UFJ銀行・三井住友銀行
・みずほ銀行・りそな銀行

その他(ネット系) 銀行

楽天銀行・住信SBI銀行
・イオン銀行など

その他(店頭系) 銀行

ゆうちょ銀行・JAバンクなど

地方銀行

信用金庫 ・信用組合

信託銀行

分類基準参考元：金融庁・銀行免許一覧 (<https://www.fsa.go.jp/menkyo/menkyoj/ginkou.pdf>)

調査項目

調査名	No.	設問	回答形式
①銀行アプリの利用実態	Q1	あなたは【銀行が提供する公式アプリ】を利用していますか？利用している場合は、公式アプリを利用している銀行をすべて選択してください。	MA
	Q2	実際に利用している「銀行の公式アプリ」の数を選択してください	SA
	Q3	口座を持っているが【アプリを利用していない銀行】はありますか？利用していない銀行がある場合は、その理由を1つ選択してください	SA
②銀行口座所持状況・ 詳細の銀行アプリ利用実態	Q4	銀行口座をいくつお持ちですか？	SA
	Q5	「口座を持っている」銀行をすべて選択してください	MA
	Q6	「給与や年金の振込先」/「投資や運用」/「貯蓄」で利用している銀行を選択してください	MA
	Q7	「銀行ローン（住宅・教育・マイカーやカードなど）」で現在利用している・あるいは過去利用していた銀行をすべて選択してください※ローン利用経験者のみ	MA
	Q8	ダウンロードしている銀行の公式アプリのうち、1ヶ月に1度以上利用するのはどの銀行のものですか？	MA
	Q9	【1ヶ月に1度以上利用する銀行アプリ】の存在は、どこで知りましたか？	SA
	Q10	【1ヶ月に1度以上利用する銀行アプリ】を、ダウンロードしようと思ったきっかけは何ですか？	SA
	Q11	【銀行が提供する公式アプリ】を利用していますか？利用している場合は、利用頻度を教えてください。	SA
	Q12	【1ヶ月に1回以上利用する銀行アプリ】で、よく利用する機能をすべて選択してください	MA
	Q13	【1ヶ月に1度以上利用する銀行アプリ】のどこにメリットを感じますか？あてはまるものを3つまで選択してください	MA
	Q14	【1ヶ月に1度以上利用する銀行アプリ】で、不便さを感じる点はどこですか？あてはまるものをすべて選択してください	MA

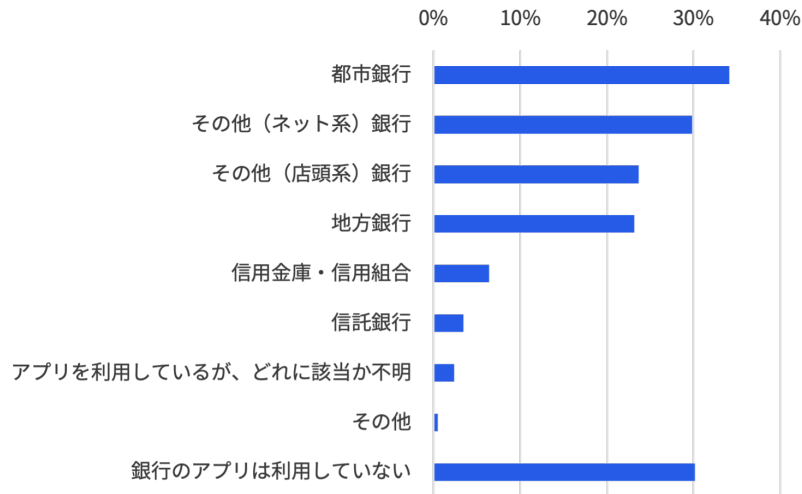
SA・・・単一回答・MA・・・複数回答

①銀行アプリ利用実態調査

全国の老若男女約8,000人を対象に、銀行アプリの利用状況を調査しました

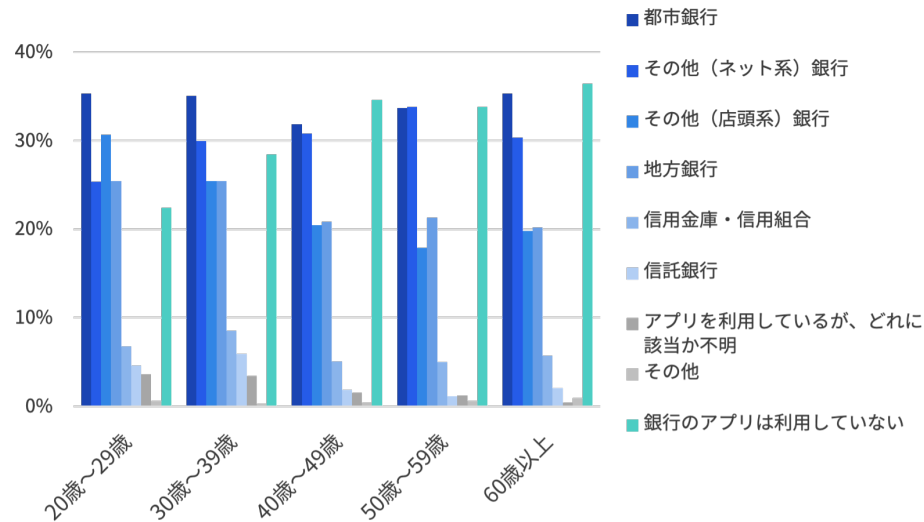
Q1.銀行アプリの利用状況

全体



年代別

n=8139



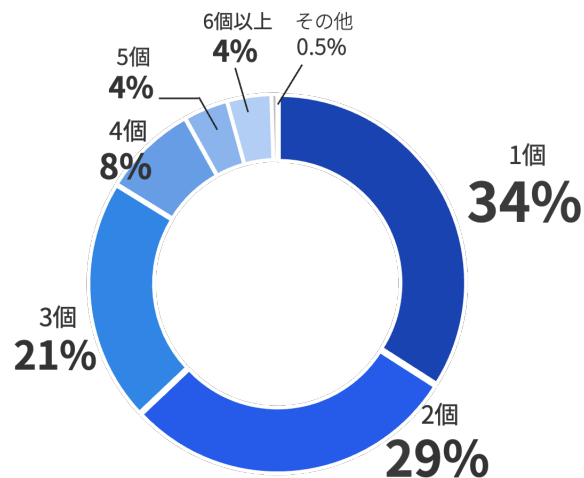
POINT

「銀行のアプリは利用していない」と回答した人を除くと、約70%がいずれかの銀行アプリを利用していると回答しており、なかでも都市銀行アプリ利用者が最も多い。年代別にみても都市銀行アプリ利用者が最多。銀行のアプリを利用していないという回答は年代があがるほど増える。

Q2.利用しているアプリの数/Q3.利用していない理由

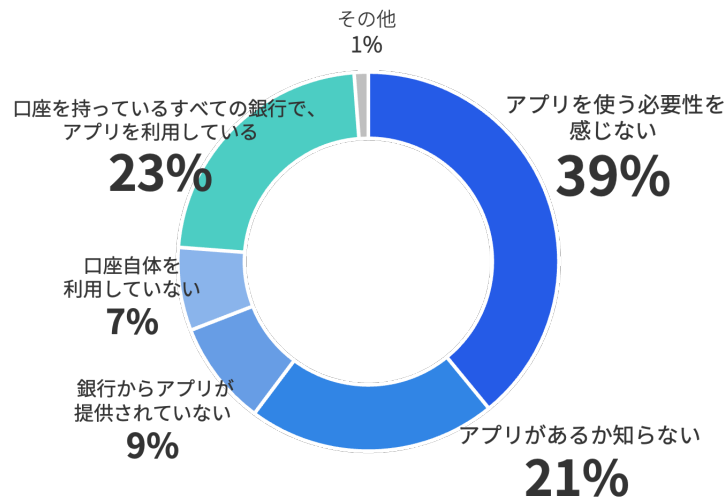
利用しているアプリの数

n=5687



アプリを利用していない理由

n=8745



POINT

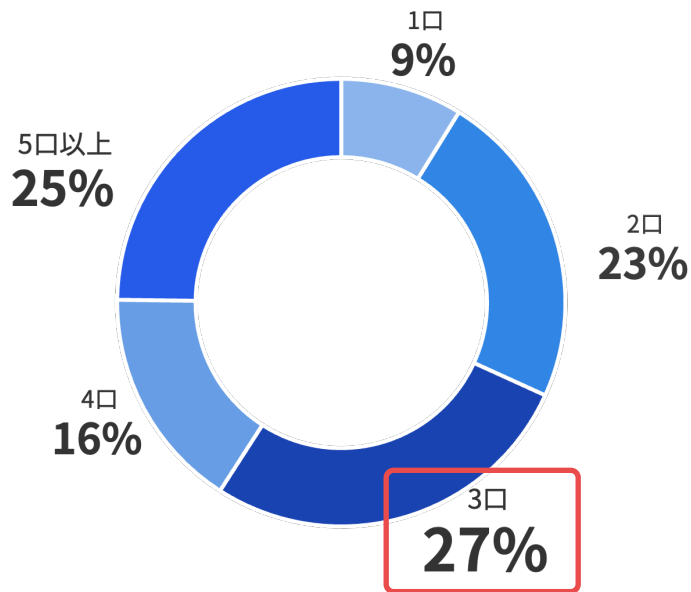
利用している銀行アプリの数は1個が最多で34%・次点で2個で29%

「口座を持っている銀行すべてのアプリを利用している」と回答したのも23%と少なく、メイン利用でない銀行のアプリは、「必要性を感じない」・「アプリがあるか知らない」などの理由でDLされない可能性がある。

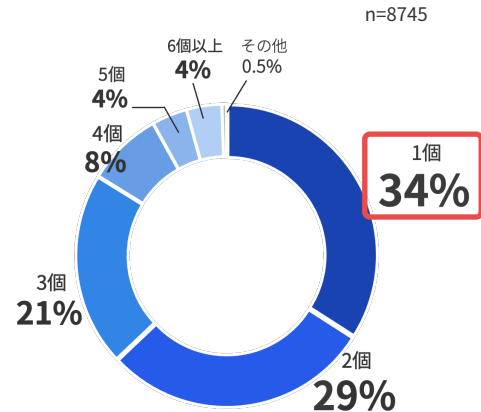
②銀行口座所持状況・詳細の銀行アプリ利用実態

銀行アプリを利用している約300名へ深掘り調査をしました
※①で「その他(ネット系)銀行アプリ」を利用していると回答した人は除外

Q4.銀行口座の所有数



参考 | 利用しているアプリの数

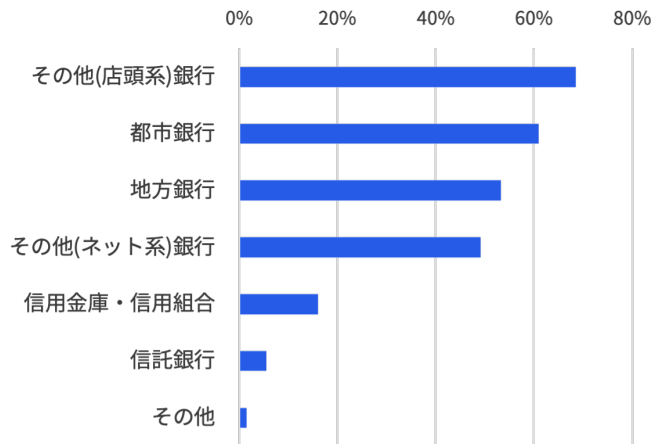


POINT

口座所有は3口と回答した人が最多で27%・次点で5口以上が多く25%で、複数口座を所持している。これに対し、利用しているアプリの数は1個が最多のため、アプリを利用する口座は選択されていることがわかる。

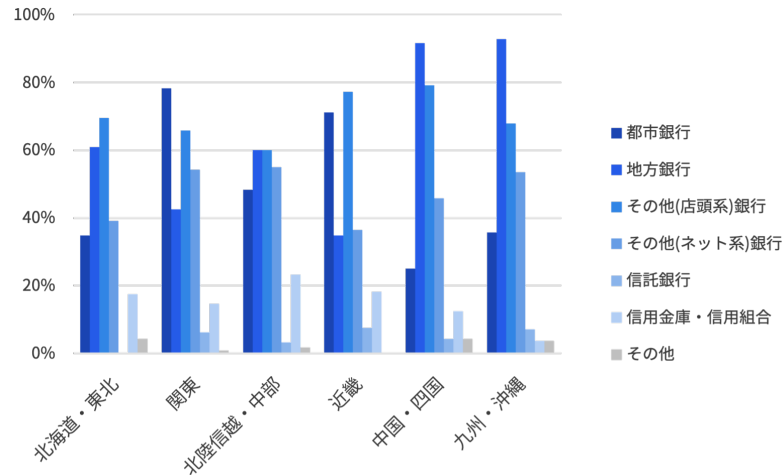
Q5.口座を所有している銀行種別

全体



エリア別

n=330



POINT

所持している銀行口座で最も多く選択されたのはその他(店頭系)銀行、次点で都市銀行。

エリア別での回答を見ると、関東は都市銀行、北海道・東北はその他(店頭系)銀行が多く、それ以外は地方銀行が最多。

Q6-7.銀行口座の使い分け

n=330
※ローンのみn=143

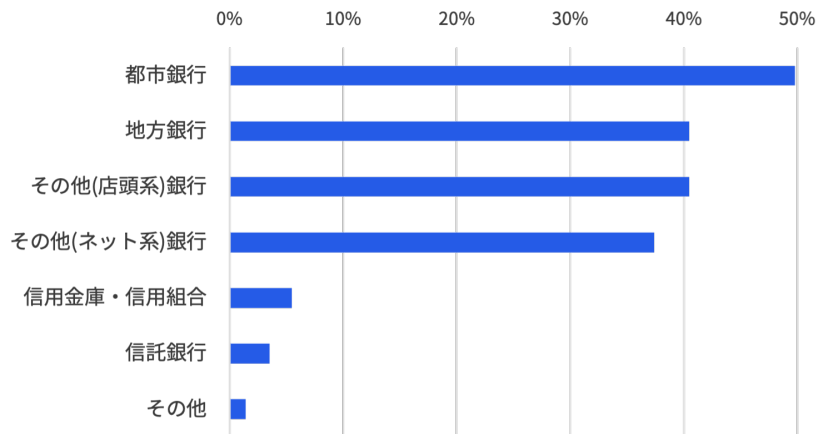
	全体	北海道・東北	関東	北陸信越・中部	近畿	中国・四国	九州・沖縄
給与や年金の振込先	都市銀行 42%	地方銀行 44%	都市銀行 63%	地方銀行 45%	都市銀行 46%	地方銀行 83%	地方銀行 79%
投資や運用	その他(ネット系)銀行 35%	都市・その他(店頭系) 26% ※同率	都市銀行 46%	その他(ネット系)銀行 40%	都市銀行 44%	地方銀行 54%	その他(ネット系)銀行 46%
貯蓄	都市銀行 39%	地方・その他(店頭系) 39% ※同率	都市銀行 56%	その他(ネット系)銀行 32%	その他(店頭系)銀行 46%	地方銀行 67%	地方銀行 61%
ローン	都市銀行 53%	都市・その他(店頭系) 60% ※同率	都市銀行 69%	地方銀行 46%	都市銀行 56%	地方銀行 82%	地方銀行 86%
最頻出銀行	都市銀行	その他(店頭系)銀行	都市銀行	地方銀行	都市銀行	地方銀行	地方銀行

POINT

全体結果を見るといずれの用途においても都市銀行は汎用的に使われているが、エリア別で見ると各エリアで特徴があり、関東・近畿はいずれの用途も都市銀行が多く、それ以外は地方銀行が多い。また、北海道・東北は都市銀行と同じくらいその他(店頭系)銀行が利用されている。ここからエリア別メインバンクの傾向がわかる

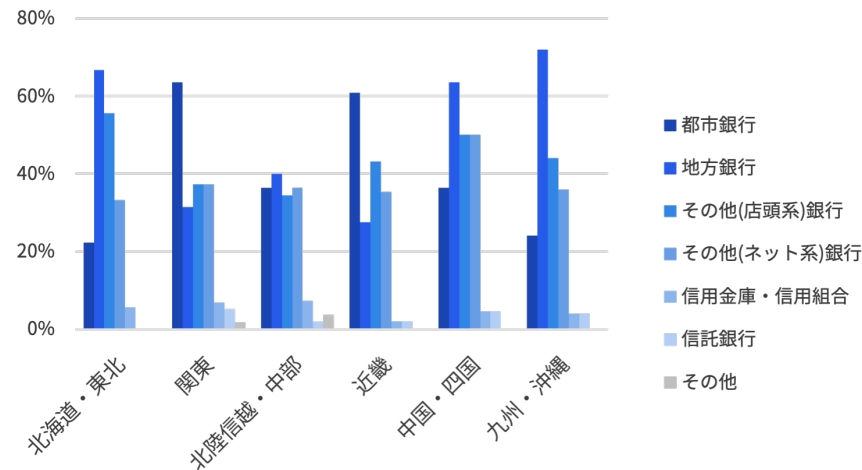
Q8.月1回以上利用しているアプリ

全体



エリア別

n=289



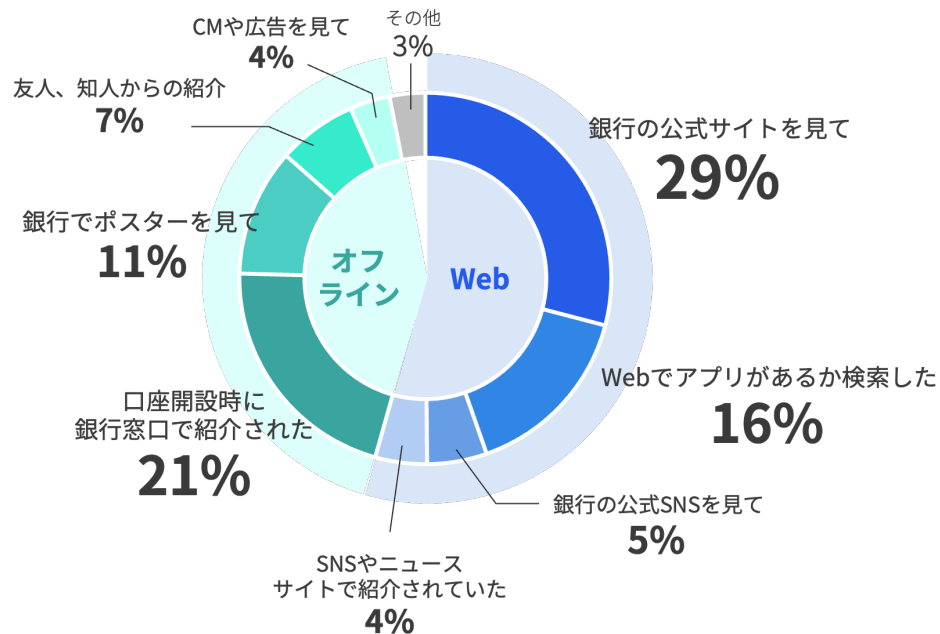
POINT

月1回以上利用するアプリで、最も選ばれたのは都市銀行のアプリ。口座所有だとその他(店頭系)銀行が最多だったが、アプリ観点では地方銀行と並んで2位。

エリア別で見ると関東・近畿は都市銀行、それ以外は地銀が最多で、アプリを利用している＝メイン利用の銀行とした場合、ここからもエリアごとに傾向が異なることがわかる。

Q9.利用しているアプリの認知経路

n=289

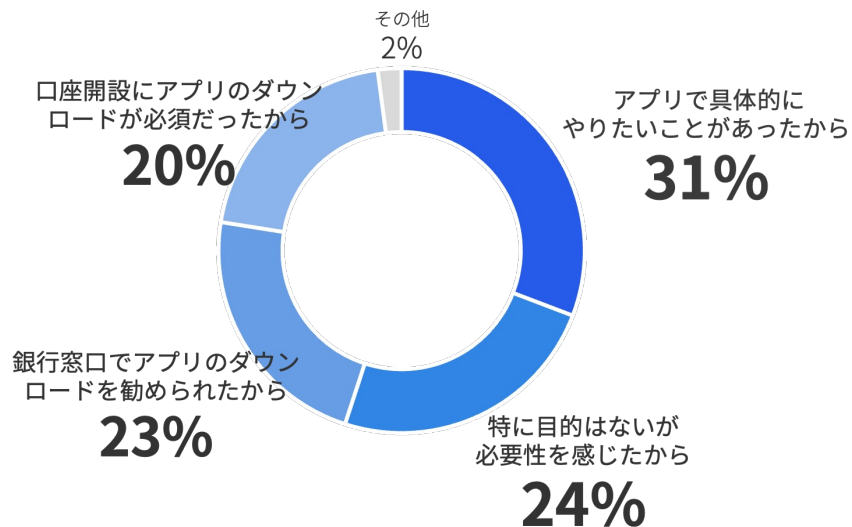


POINT

認知のきっかけはオフラインだけでなく、半数以上がWeb上での接触と回答している。

Q10.利用しているアプリDLのきっかけ

n=289

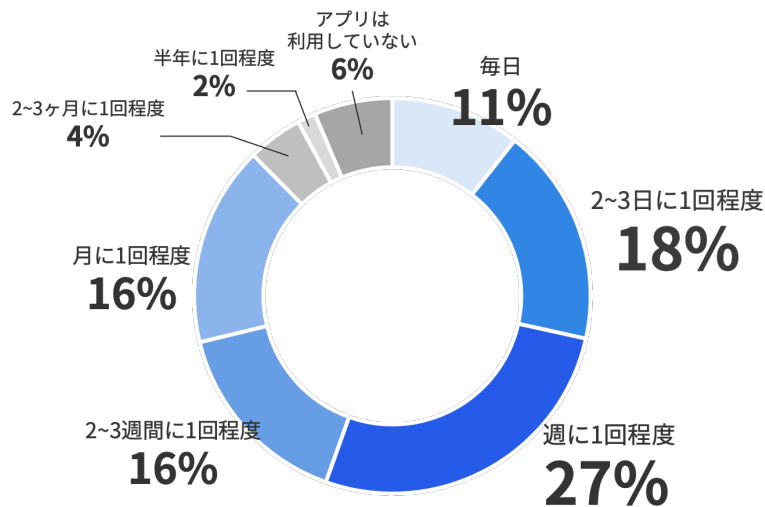


POINT

DLのきっかけとして、具体的にアプリを使ってやりたいことがあった層が一番多いが、必要性を何となく感じている人もおり、特に用途がなくてもアプリに対して便利そう・必要そうというポジティブな印象を持っている。

Q11.アプリの利用頻度

n=330

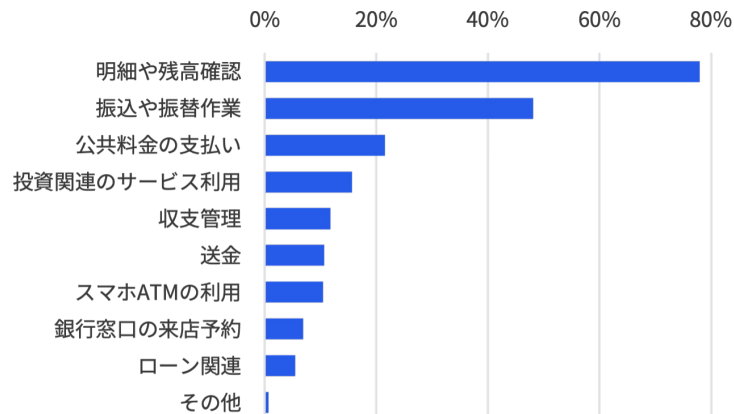


POINT

利用頻度は週1が最多で27%。次いで2~3日に1回利用。半数以上が週1回以上利用している。
弊社マーケティングツールのデータにおいても、月平均14回という結果がでており、給与振込などの月1回のタイミングでの利用だけではなく日常的にアプリを利用している。

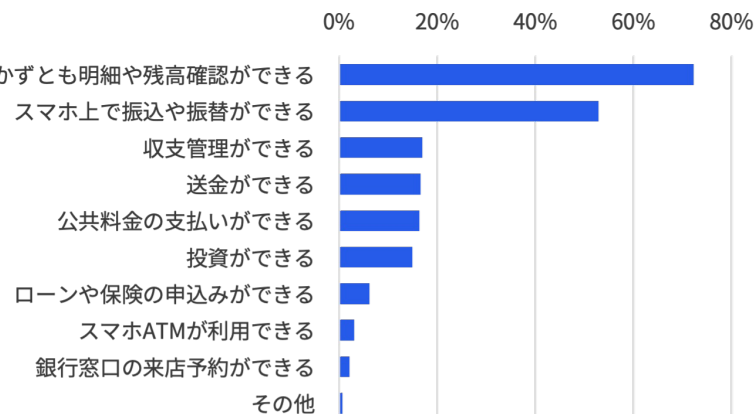
Q12.アプリでよく利用する機能/Q13.メリットを感じる点

よく利用する機能



メリットを感じる点

n=289



POINT

よく利用している機能メリットを感じる点はいずれも明細確認と振込が上位。

利用する機能の3位は「公共料金の支払」で振込等に近い支払い作業だが、メリットを感じている点の3位は、支払い作業に直接関連しない「収支管理ができること」となっており、便利機能がエンゲージメントに繋がっているといえる。

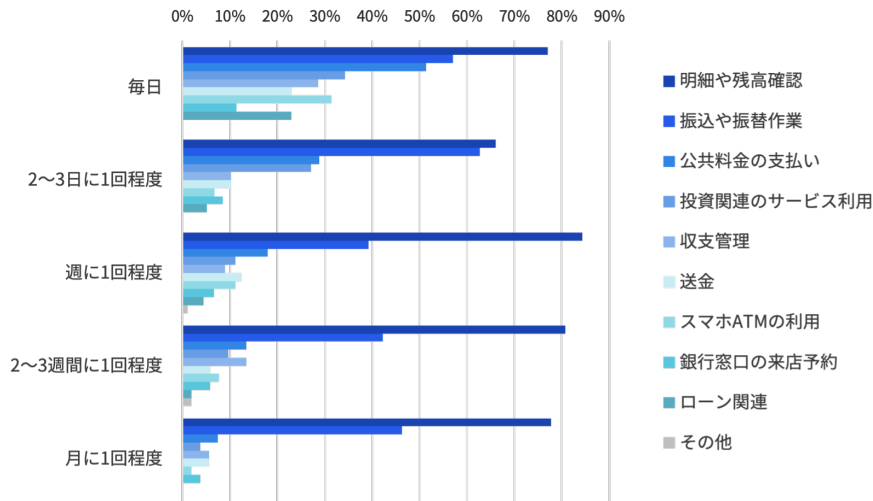
利用頻度別 | Q12.アプリでよく利用する機能

上位5位

	毎日	2~3日に1回程度	週に1回程度	2~3週に1回程度	月に1回程度
1位	明細や残高確認 77%	明細や残高確認 66%	明細や残高確認 84%	明細や残高確認 80%	明細や残高確認 79%
2位	振込や振替作業 57%	振込や振替作業 63%	振込や振替作業 39%	振込や振替作業 42%	振込や振替作業 46%
3位	公共料金の支払い 51%	公共料金の支払い 29%	公共料金の支払い 18%	公共料金の支払い 7%	公共料金の支払い 7%
4位	投資関連サービス 34%	投資関連サービス 27%	送金 12%	収支管理 14%	収支管理 送金 6%
5位	スマホATM 31%	収支管理 スマホATM 10% ※同率	投資関連 スマホATM 11% ※同率	投資関連 サービス 10%	送金 6%

全体

n=289



POINT

よく利用する機能をアプリの利用頻度別に見ると、2~3日に1回や毎日利用している高頻度利用層は、他と比べ公共料金と投資機能も利用している。また、毎日利用している人は収支管理・スマホATMも30%近くが利用しており、幅広く機能を利用している。

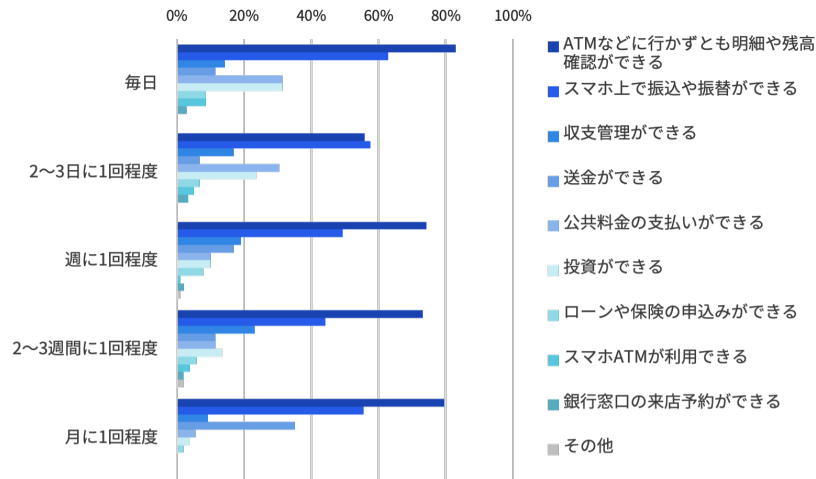
利用頻度別 | Q13.メリットを感じる点

上位5位

	毎日	2~3日に1回程度	週に1回程度	2~3週に1回程度	月に1回程度
1位	明細や残高確認ができる 83%	明細や残高確認ができる 56%	明細や残高確認ができる 74%	明細や残高確認ができる 73%	明細や残高確認ができる 80%
2位	振込や振替ができる 63%	振込や振替ができる 58%	振込や振替ができる 49%	振込や振替ができる 44%	振込や振替ができる 56%
3位	公共料金の支払いができる 31% ※同率	公共料金の支払いができる 31%	収支管理ができる 19%	収支管理ができる 23%	送金ができる 35%
4位	投資ができる 31% ※同率	投資ができる 24%	送金ができる 17%	投資ができる 14%	収支管理ができる 9%
5位	収支管理ができる 14%	収支管理ができる 17%	公共料金の支払いができる 投資ができる 10% ※同率	公共料金の支払いができる 送金ができる 11% ※同率	公共料金の支払いができる 6%

全体

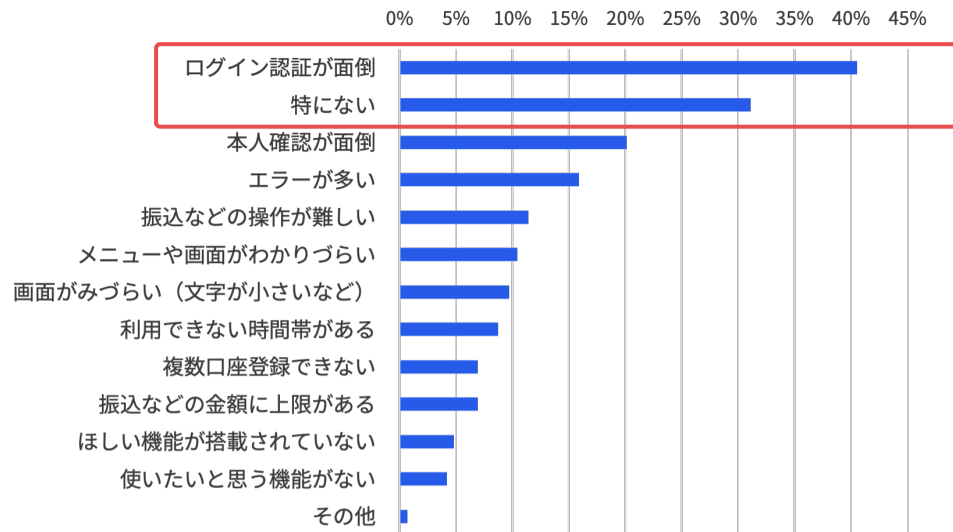
n=289



POINT

メリットを感じている点を利用頻度別に見ると、2~3日に1回や毎日利用している高頻度利用層は公共料金支払や投資ができることを選択している割合が他と比べて多く、よく利用している上に利便性も感じていることがわかる。

Q14.不便に感じる点



n=289

POINT

アプリで不便に感じる点は、ログイン認証が面倒という意見が40%だが、次点は特に無いで30%。アプリの仕様として、ログインに手間がかからないことは重要。

調査結果概要

全体の **70%** が
銀行の公式アプリを利用している

所持している **銀行口座** の数は

3口 が最多

利用している **銀行アプリ** の数は

1個 が最多

銀行アプリを知った場所として

54% が公式サイトや
検索など **Web上の接点** を回答

56% が週に1回以上
アプリを利用している

よく利用する・メリットを感じる機能
いずれも

70% 以上が **明細や残高確認** が
できるところと回答

アイリッジのサービス紹介

カスタマージャーニーマップワークショップ

ワークショップを通じて顧客の行動プロセスを見える化

自社の顧客がアプリやサービスを認知し利用や申込みに至るまでのカスタマージャーニーマップ作成を、アイリッジがファシリテーターとなり、ワークショップ形式にて行う支援です。ワークショップを通して複数人でブレストすることでより深く顧客体験を分析することや、関係各メンバーで目線合わせができます。

【内容】

- ・事前ヒアリング/与件整理
- ・ワークショップ実施

(例)

- カスタマージャーニーマップの解説、作成レクチャー
- グループワーク
- 振り返り

【納品物】

カスタマージャーニーマップ

※ワークショップで出た意見を集約した最終版の

カスタマージャーニーマップを弊社にて作成し納品いたします。

【期間（目安）】

1~2ヶ月



ユーザー体験の最適化で新規ユーザーの定着を促す

アプリの成長に欠かせない、新規ユーザーの定着化を支援します。
新規ユーザーの離脱・休眠を防ぐには、ダウンロード直後のユーザー体験が最も重要となります。
アプリ内にとどまらないコンテンツの作成や、チュートリアル設計を行うことでユーザー体験を最適化します。

【内容】

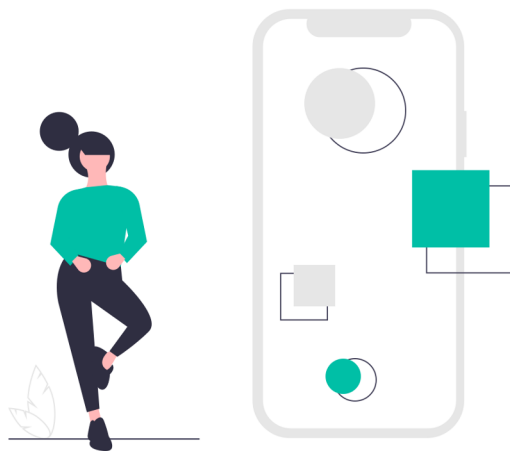
- アプリ利用レクチャー動画の作成
- アプリ内チュートリアル設計支援
- プッシュ通知、アプリ内メッセージを活用した
施策設計支援 など

【納品物】

- 各種コンテンツ（動画・画像など）
- 施策設計書 など

【期間（目安）】

2~3ヶ月



プロの視点でアプリの課題を可視化

アプリのUI/UX専門家が特定の課題に対して、ヒューリスティック分析を行います。起動画面からの動線やボトルネックとなる箇所の洗い出しなどによる課題の可視化と、改善のポイントについてUXの改善アドバイスをいたします。

【内容】

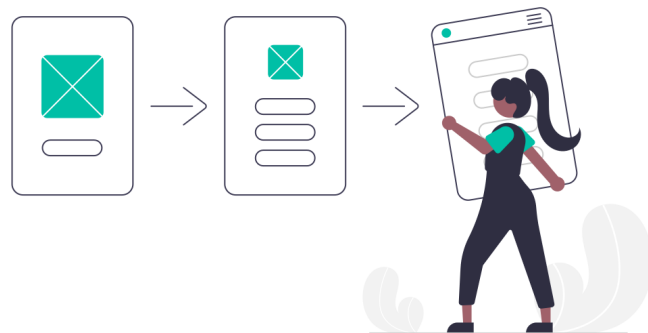
- ・ヒアリング/与件整理
- ・競合（ベンチマーク）調査 ※3社まで
- ・課題画面のヒューリスティック分析 ※1~20画面

【納品物】

- ・ヒューリスティック分析報告書
- ・UI/UX改善レポート（競合調査報告含む）

【期間（目安）】

1~1.5ヶ月



アプリの評価とレビューの改善でダウンロード率を向上

ストアレビュー数やアプリの評価など、ダウンロード率に直結する課題を改善する支援です。現状のストアレビューコメント分析を行って現状把握し、適切なターゲットへのレビュー依頼施策で高評価レビューを集めていきます。

【内容】

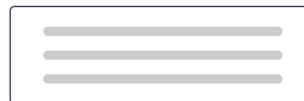
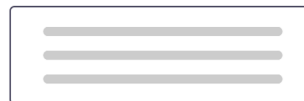
- レビューコメント分析
- 評価改善シミュレーション
- 施策の設計
- 効果検証

【納品物】

- 施策設計書
- 効果検証レポート

【期間（目安）】

2~3ヶ月



アプリ成長支援に関する お問い合わせ先

growth-mk@iridge.jp

お気軽にお問い合わせください

サービス紹介 | https://iridge.jp/service/app_growth/