

若年層のクーポン利用率が約 1.5 倍に急拡大 背景には企業・店舗側の動向変化

約 4 割が「必ず利用する」と回答、全体利用率も 9 割に上昇
 クーポンによる行動変容を促しやすい年代も明らかに

店舗集客や販促を目的とした企業の OMO アプリの開発やマーケティングの支援、ソリューション導入において 300 以上の実績を持つ株式会社アイリッジ（本社：東京都港区、代表取締役社長：小田 健太郎、東京証券取引所グロース：3917、以下「アイリッジ」）は、15 歳から 69 歳の男女 428 名を対象に「アプリクーポンに関する調査」を実施し、調査結果をまとめましたのでお知らせします。

※OMO（Online Merges with Offline）：オンラインとオフラインを統合したマーケティング活動

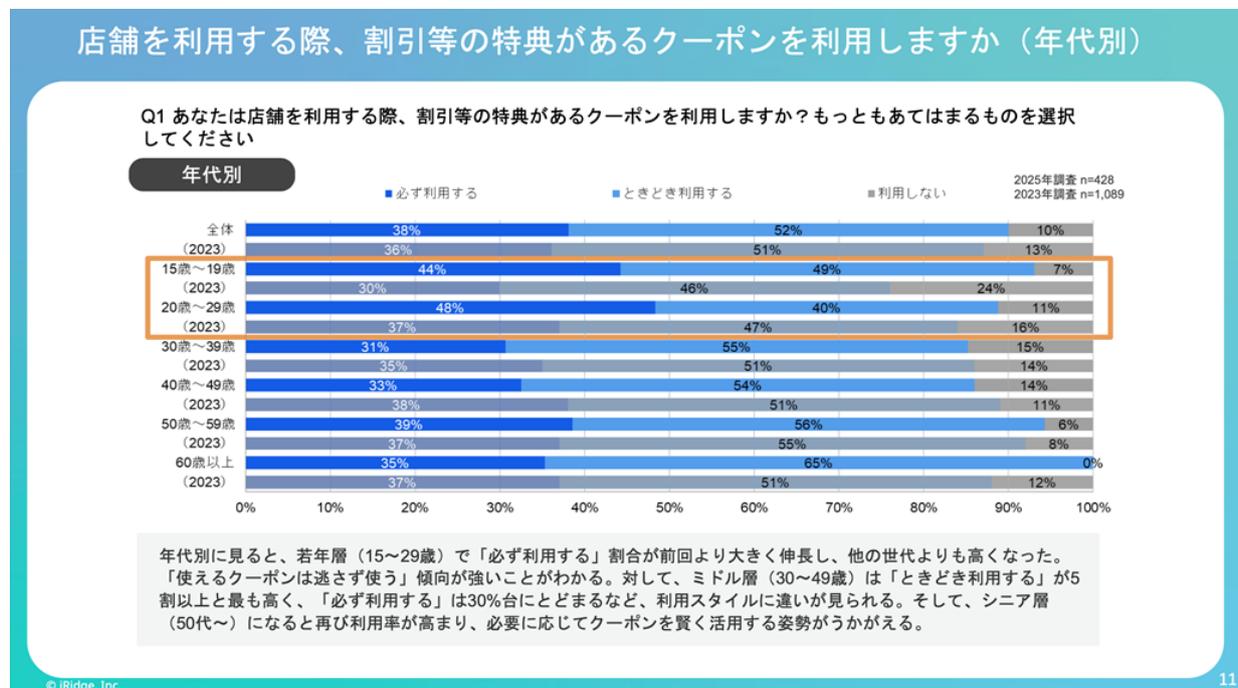
本リリースでは調査結果をまとめたホワイトペーパーより、一部を抜粋して公開いたします。

・ホワイトペーパー：https://iridge.jp/content/2025_coupon_survey_wp/

調査結果ダイジェスト

- ・約 4 割が店舗利用時にクーポンを「必ず利用する」と回答。若年層とシニアで利用増
- ・公式アプリが若年層とシニアの購買行動を変革、企業・店舗側の動向変化も影響
- ・6 割弱がクーポンによる来店促進を経験。行動変容を促しやすい年代も明らかに

■約 4 割が店舗利用時にクーポンを「必ず利用する」と回答。若年層とシニアで利用増

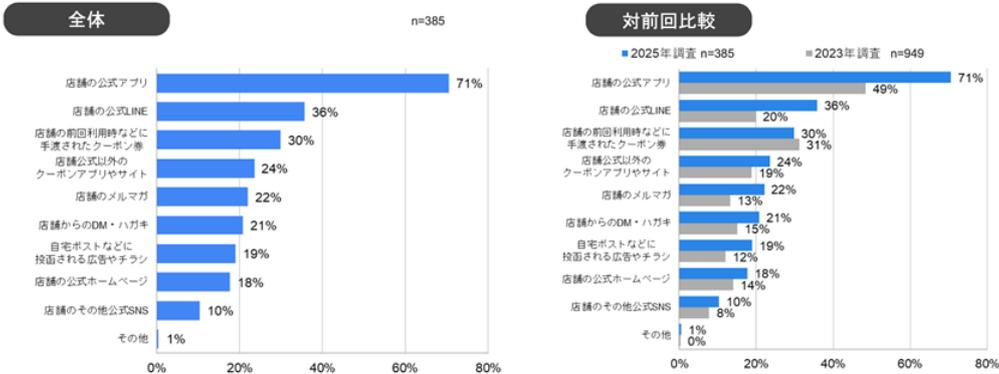


- ・9割の生活者が、店舗利用時に「必ず」または「ときどき」クーポンを利用しており、物価高が続くなか、これまでクーポンを活用していなかった層も含め、「使わなければ損」という感覚が浸透しつつあると考えられる
- ・若年層とシニアで利用が拡大し、10代では「必ず利用する」が前回調査比で約 1.5 倍（30%→44%）となった

■公式アプリが若年層とシニアの購買行動を変革、企業・店舗側の動向変化も影響

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？



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)

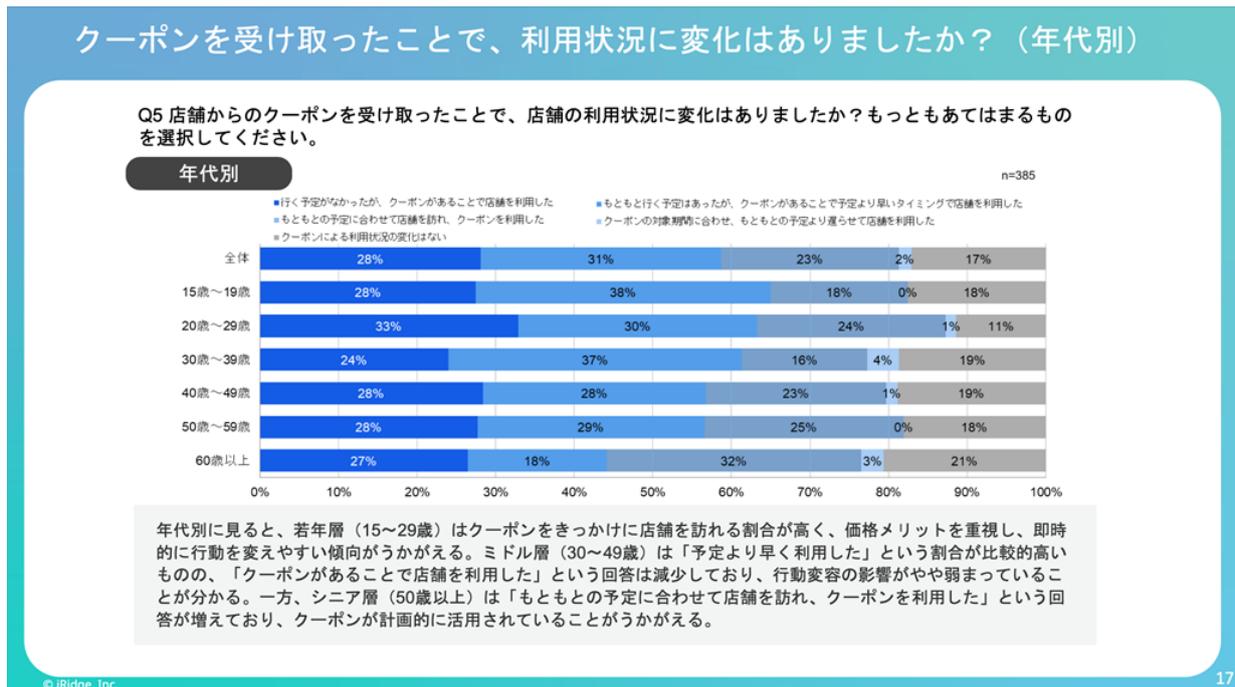
Q2 あなたは店舗で利用するクーポンをどのようにして入手しますか？



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うかがえる。

- ・クーポン入手経路では「店舗の公式アプリ」(71%)が前回調査比+22ptに急増。全年代で1位となった
- ・10代では公式アプリでの入手が31pt増と特に増えた。別の質問では約半数が通知により受動的に受け取っていると回答しており、公式アプリクーポンがクーポン利用意識の低かった若年層の購買行動を変えていることがわかる
- ・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36pt増え逆転しており、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うかがえる
- ・「店舗の公式LINE」(36%)も利用率が16pt増と大きく伸び、50代以下では広く使われている
- ・アプリやLINEのクーポンが利用者側に浸透するのに伴い、対応する企業も増え幅広い店舗で利用できるようになったことが、生活者のクーポン利用増の背景にあると推察される

■ 6 割引がクーポンによる来店促進を経験。行動変容を促しやすい年代も明らかに



- ・生活者の約 6 割弱が、クーポンがあることで店舗を利用した、またはより早いタイミングで利用したと回答
- ・年代別に見ると、20 代以下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、即時に行動を変えやすい傾向がうかがえる
- ・ミドル層は「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わかる
- ・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

コメント

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わかりました。これまで中高年層に比べお得さへの関心が低めな傾向があった若年層においても、アプリや LINE のクーポンを充実させることで来店や購買の機会を作っていくことができそうです。

意識して持ち歩く必要もなく、会計のついでにさり気なく使えるアプリや LINE のクーポンは、今後ますます主流になっていくと考えられます。使い続けてもらうためには、魅力的な特典だけでなく、使いやすいユーザーインターフェースや不快にさせない通知の設計など、さまざまな要素が求められます。アイリッジでは、今後もアプリ開発および UI/UX 支援を通じて、お客さまのビジネス成長に貢献してまいります。

調査項目

- ・店舗利用時のクーポン利用状況
- ・店舗で利用するクーポンの入手経路
- ・クーポンの形態による利用意向
- ・クーポンをきっかけとした来店有無/頻度
- ・クーポンによる店舗の利用状況の変化

- ・使いたくなるクーポンの内容
- ・アプリクーポン情報の認知経路
- ・アプリクーポンをよく利用する店舗の業種
- ・会員証/クーポンアプリの最近のダウンロード状況

調査概要

調査名	アプリクーポンに関する調査
対象	15歳～69歳の男女
調査期間	2025年2月13日～2025年2月20日
調査方法	インターネットリサーチ
サンプル数	428名

アイリッジのアプリ成長支援サービスについて (https://iridge.jp/service/app_growth/)

アプリマーケティングやアプリの体験価値向上を目的として、データに基づいた戦略策定から実行支援、UX改善までをワンストップで提供します。行動データと定量・定性データ分析を組み合わせることで、最適なユーザー体験を設計し効果的なマーケティング施策でアプリの成長を加速させるご支援サービスを提供しています。

■主なご支援内容

・アプリマーケティング伴走支援

アプリの立ち上げやリニューアルを含む戦略支援から、リリース後のマーケティング戦略及びコミュニケーション設計・マーケティング運用の伴走支援など、スポットからトータルまで、アプリの成長を幅広くサポートします。

・UXリサーチ、UXコンサルティング

ユーザー調査やアプリのUI/UXに特化したエキスパートレビュー、ユーザー行動データ分析などから課題を可視化し、最適なユーザー体験設計をサポート。UXリサーチやUI/UX改善、アプリ利用体験向上のためのコンサルティングを行います。

株式会社アイリッジ (<https://iridge.jp/>)

株式会社アイリッジは、企業のアプリビジネス支援とビジネスプロデュース支援を軸に、リテールテック、フィンテック、MaaS、業務支援等、幅広い領域でDXを支援しています。

アプリビジネス支援ではOMO*アプリの企画・開発における業界トップクラスの実績があり、手がけたアプリの月間アクティブユーザー数は国内最大級の1億超。開発から機能拡張、マーケティング施策まで行えるアプリビジネスプラットフォーム「APPBOX」が主力プロダクトです。

*Online Merges with Offline：オンラインとオフラインを統合したマーケティング

ビジネスプロデュース支援では、アプリに限定しない、コミュニケーションデザインの戦略立案からデジタルとリアルを統合した施策の企画・実行までを支援可能。グループ会社のQoilと連携し、プロデューサーとプランナー、クリエイティブディレクター等から成るチームで、“点”の相談を“面”の課題解決に導く独自の価値提供を行います。総合電機メーカーや金融サービス事業者、電気通信事業者等、業界トップ企業の幅広い実績を持ちます。

※記載されている各社の会社名、サービス名、商品名等は、各社の登録商標または商標です。