

最新調査：店舗の会員証、前年比で最も急増した「レジ前のトラブル」とは？

「物理カードでなくアプリなら作る」層が2023年から連続増加し、3人に1人以上に困りごとからは企業努力と利用人口増が見え隠れも

店舗集客や販促を目的とした企業のOMOアプリ開発やマーケティング支援、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257名を対象に「アプリ会員証に関するアンケート」を実施し、調査結果をまとめましたのでお知らせします。

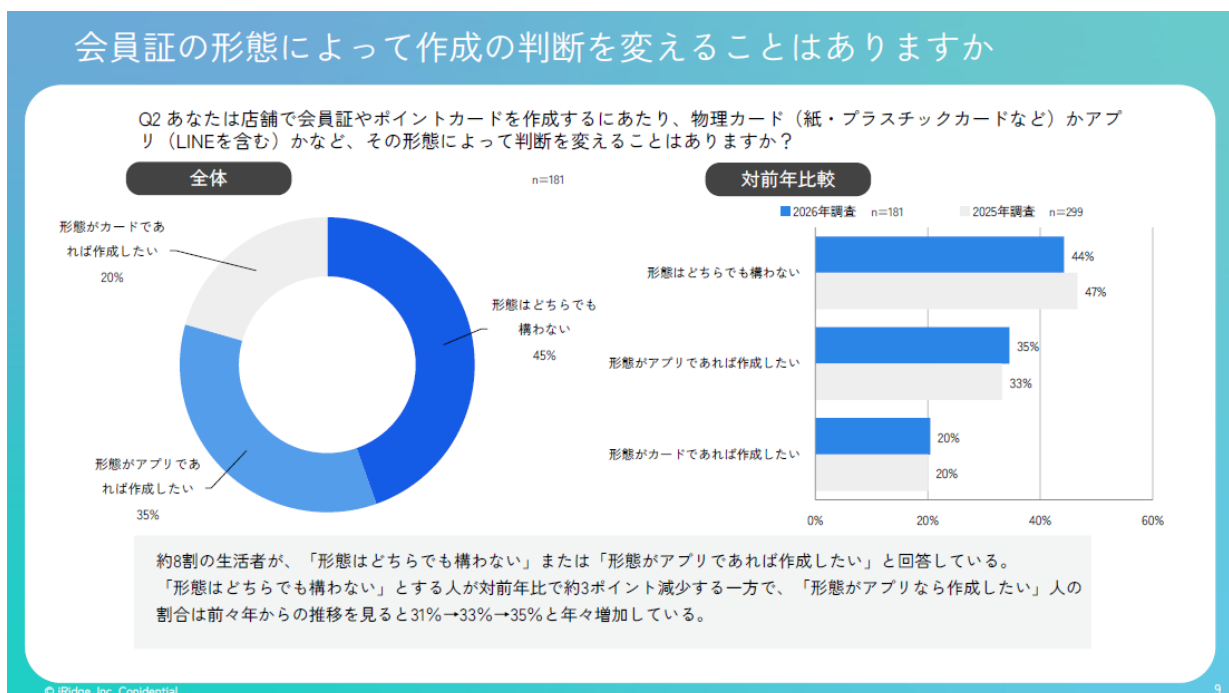
企業のDX推進やペーパーレス化を背景に、店舗の会員証の「アプリ移行」が進んでいます。本調査では、生活者のアプリ会員証に対する作成意向が年々増加していることや、日常利用が定着したからこそ直面している「レジ前での新たなトラブル」、そしてアプリがアンインストール（断捨離）されるシビアな基準などが浮き彫りになりました。

・ホワイトペーパー：https://iridge.jp/content/report_usage-app-membership-card-2026/

■ 調査結果ダイジェスト

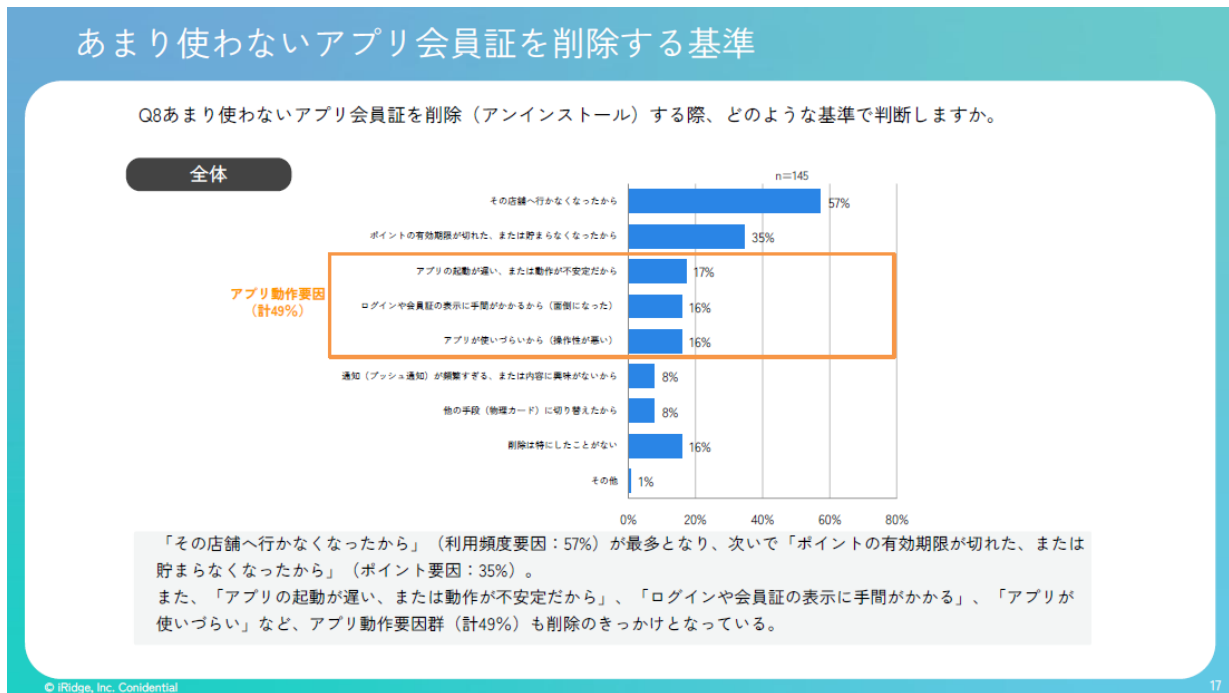
- ・会員証は「アプリなら作る」層が調査開始以降連続増加。形態を問わない層は年々減少
- ・アプリ削除の背景に「操作不満」。約半数が起動の遅さやタイパの悪さを理由に断捨離
- ・困りごとから見える企業の明暗。前年比で最も急増した「レジ前のトラブル」とは？

■ 会員証は「アプリなら作る」層が調査開始以降連続増加。形態を問わない層は年々減少



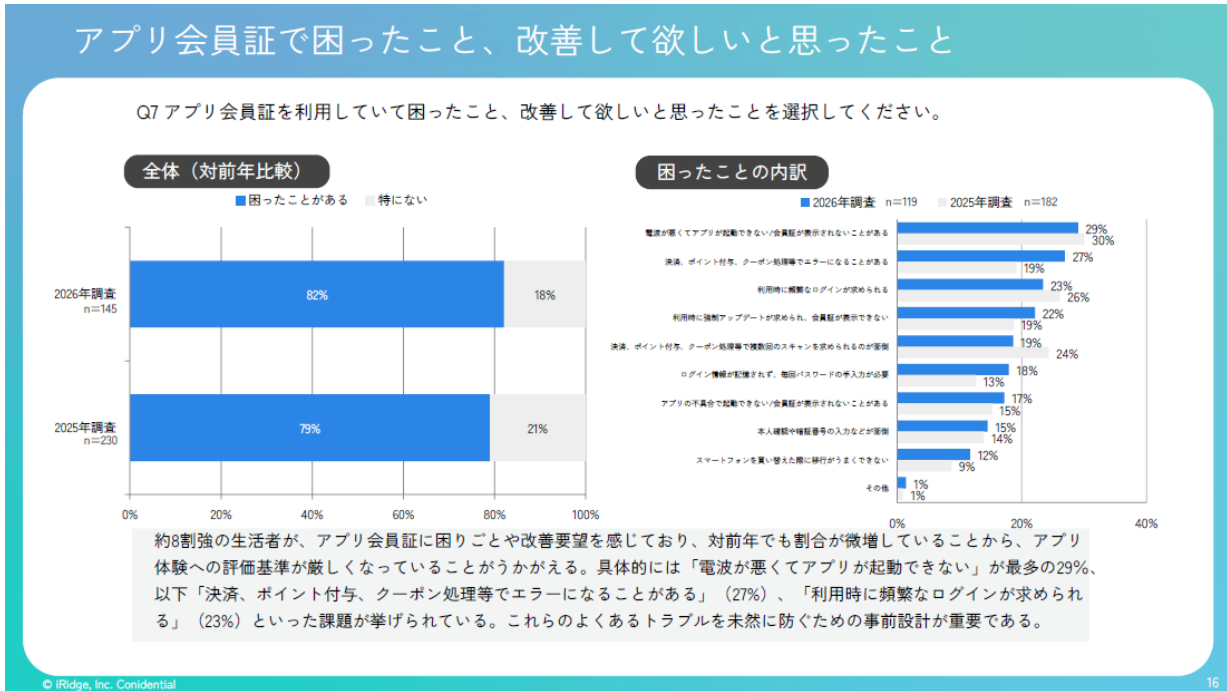
- ・形態ごとの会員証の作成意向については、約 8 割の生活者が「形態はどちらでも構わない」または「形態がアプリであれば作成したい」と回答
- ・前年比では「形態はどちらでも構わない」人が約 3 ポイント減少する一方で、「形態がアプリなら作成したい」人の割合が 2 ポイント増加している
- ・2023 年に調査を開始して以降、この傾向は続いており、年々生活者の中でアプリ会員証の顧客体験価値が高まっている様子が数値からも鮮明になっている

■ アプリ削除の背景に「操作不満」。約半数が起動の遅さやタイパの悪さを理由に断捨離



- ・あまり使わない会員証アプリをアンインストールする基準では、「その店舗へ行かなくなったから」（利用頻度要因：57%）が最多だった
- ・次いで多かったのが「ポイントの有効期限が切れた、または貯まらなくなったから」（ポイント要因：35%）
- ・そして「アプリの起動が遅い、または動作が不安定だから」、「ログインや会員証の表示に手間がかかる」、「アプリが使いづらい」など、アプリ動作要因群も合計で 49%と約半数のアンインストールのきっかけとなっている
- ・UX（操作性）を保つことは、タイパを重視する現代の生活者に「即断捨離」されないための不可欠な要素と言える

■ 困りごとから見える企業の明暗。前年比で最も急増した「レジ前のトラブル」とは？



- ・ 8割強の生活者が、アプリ会員証に困りごとや改善要望を感じており、対前年でも割合が微増していることから、アプリ体験への評価基準が厳しくなっていることがうかがえる
- ・ 具体的には「電波が悪くてアプリが起動できない」が最多の29%、以下「決済、ポイント付与、クーポン処理等でエラーになることがある」（27%）、「利用時に頻繁なログインが求められる」（23%）といった課題が挙げられている
- ・ 前年比で見ると、ポイントと決済で「複数回のスキャンを求められる（24%→19%）」という不満は減少しており、大手企業を中心にPOS連携（バーコード統一）などの改善が進んでいる成果が見て取れる
- ・ 一方、前年比で最も急増した不満が「決済等でエラーになる（19%→27%）」。こちらは日常的な利用人口が激増した結果、新たなUXストレスとして顕在化していると推察される

■ コメント

今回の調査から、アプリ会員証の日常生活への定着が進み、会員証作成意向も持ってもらいやすいことが確認できました。しかし同時に、よりよい体験を提供するアプリも増えているなかで、アプリの挙動や操作性に対する評価は年々シビアになっていることも見えてきました。レジ前での少しの通信エラーやログインの手間が頻発すれば、せっかく獲得した顧客を離脱させてしまうリスクにもつながります。企業にとっては、アプリをリリースして終わりではなく、常にストレスフリーなUI/UXへ改善し続けることが、LTV（顧客生涯価値）向上の絶対条件と言えるでしょう。

アイリッジでは今後も、最適な顧客コミュニケーションを実現する「APPBOX」やUI/UX支援を通じて、企業の課題解決とビジネス成長に貢献してまいります。

■ 調査項目

日常的に利用している会員証（全体・年代別クロス集計）
会員証の形態による作成意向の違い
会員証を作成する理由（全体・年代別）
会員証やポイントカードの作成後の利用状況
会員証の形態による利用頻度の違い
アプリ会員証をよく利用する店舗の業種（全体・TOP5 内訳）
アプリ会員証で困りごと、改善要望
あまり使わないアプリ会員証を削除する基準

■ 調査概要

調査名	アプリ会員証に関する調査
対象	15歳～69歳の男女
調査期間	2026年3月24日～31日
調査方法	インターネットリサーチ
サンプル数	257名

APPBOX（アップボックス）とは (<https://iridge.jp/service/appbox/>)

「APPBOX」は、外部システムや各種他社ツールとの連携を前提とした設計思想を持つ、拡張性に優れたアプリビジネスプラットフォームです。必要なモジュール（SDK）を組み合わせることができ、「標準機能で素早いアプリ立ち上げ」「工数/工期を抑えたカスタマイズ」「ベンダーフリーで内製化も妨げない機能拡張」「高速 PDCA を可能にするマーケティング支援機能」「『APPBOX コネクト』をはじめとする柔軟な他社連携・カスタマイズ」の5つの価値を提供します。

株式会社アイリッジ 概要 (<https://iridge.jp/>)

株式会社アイリッジは、スマートフォンアプリを活用した企業のOMO（Online Merges with Offline）支援を軸に、リテールテック、フィンテック、MaaS等のDXを推進しています。アプリビジネスプラットフォーム「APPBOX」をはじめ月間アクティブユーザー数1億超のプロダクトを提供するとともに、グループ会社のQoilと連携したビジネスプロデュースにより、戦略立案から開発、マーケティング施策までを一気通貫で支援します。

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社アイリッジ 広報担当 Email：pr@iridge.jp TEL：03-6441-2325