

## お誕生日クーポンの意外な効果が明らかに。最新アプリクーポンに関する調査

定期的にアプリでクーポンを確認すると答えた人が過去最多の36%に  
求めるクーポン内容は、値引き一辺倒から変化の兆しも

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246名を対象に「アプリクーポン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。

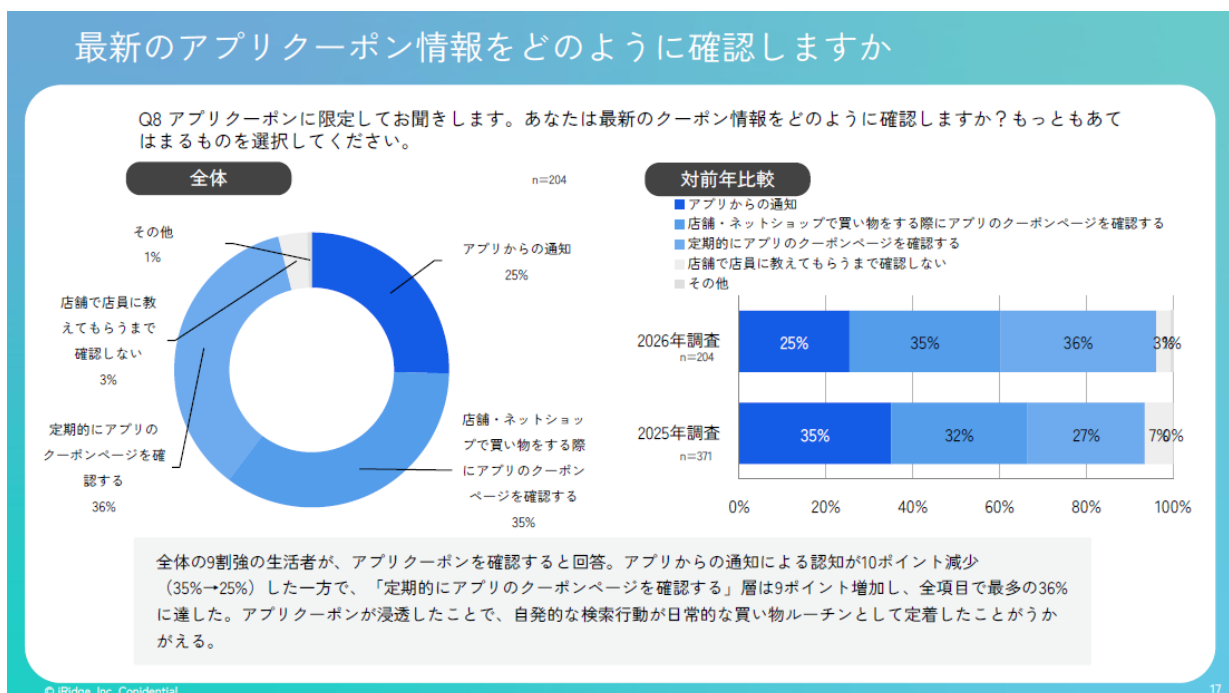
アプリクーポンの普及により、生活者の行動は受動的な「通知待ち」から能動的な「情報確認」へとシフトしています。本調査では、買い物前のアプリチェックの習慣化や、値引きに留まらない特典ニーズの多様化が浮き彫りとなりました。また、パーソナライズされた「あなただけ」の提案が、利用意欲にどう影響するかも、提案内容ごとの動向も調査しています。

・ホワイトペーパー：[https://iridge.jp/content/report\\_usage-app-coupon-2026/](https://iridge.jp/content/report_usage-app-coupon-2026/)

### ■ 調査結果ダイジェスト

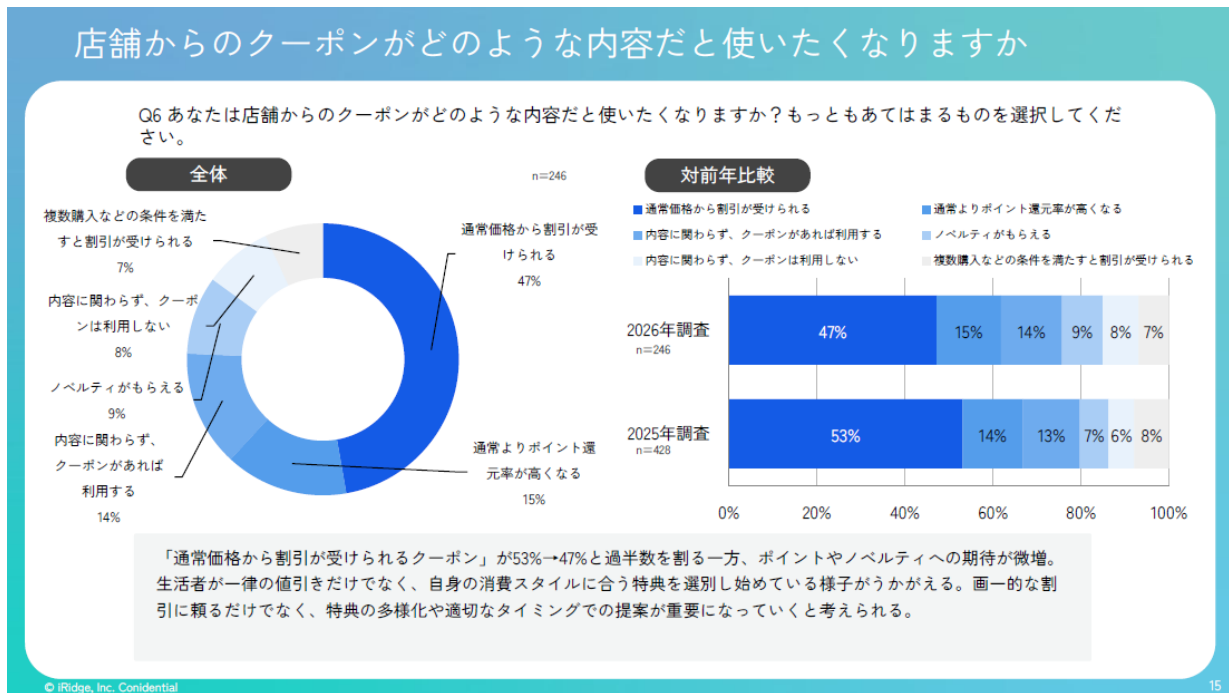
- ・アプリクーポンの浸透により、定期的にアプリで確認すると答えた人が過去最多に
- ・求めるクーポン内容は、値引き一辺倒からニーズに変化の兆しも
- ・パーソナライズクーポン調査では、お誕生日クーポンの意外な効果が明らかに

### ■ アプリクーポンの浸透により、定期的にアプリで確認すると答えた人が過去最多に



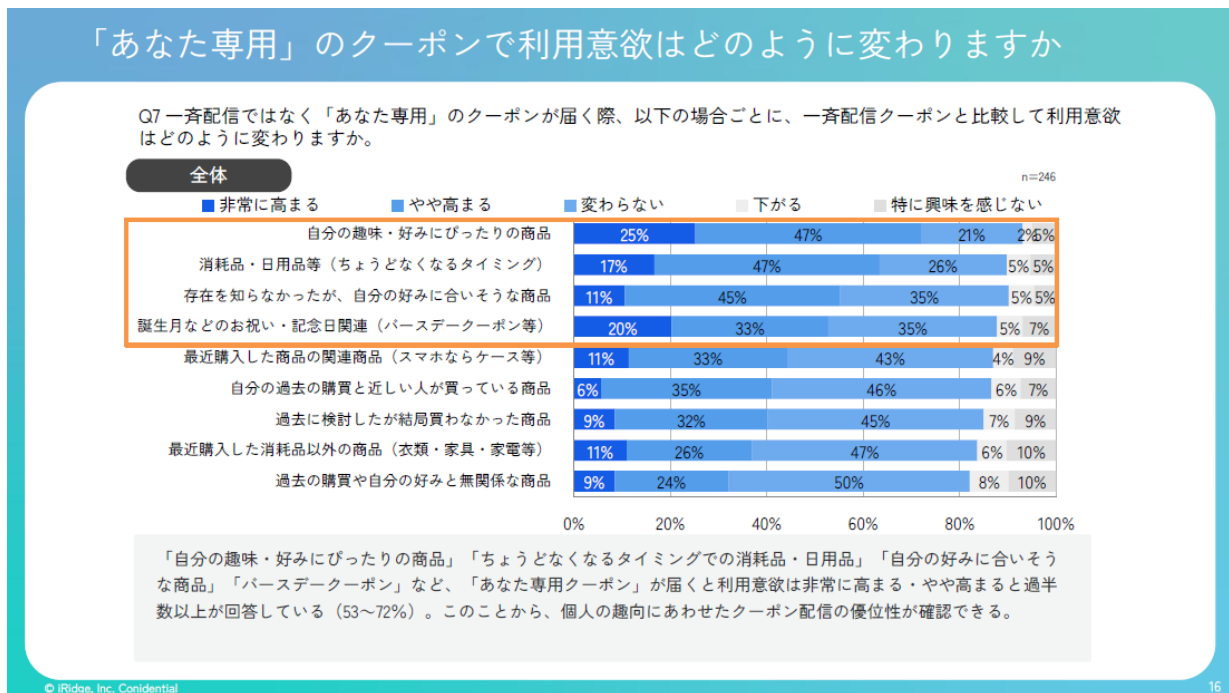
- ・全体の9割強の生活者が、自らアプリクーポンを確認すると回答
- ・アプリからの通知による認知が10ポイント減少(35%→25%)した一方で、「定期的にアプリのクーポンページを確認する」層は9ポイント増加し、全項目で最多の36%(調査開始以来最多)となった
- ・アプリクーポンが完全に浸透したことで、自発的な検索行動が日常的な買い物ルーチンとして定着したことがうかがえ、受動的な受け取りから「自らアプリを開いて確認する」能動的な行動へのシフトが鮮明となった

## ■ 求めるクーポン内容は、値引き一辺倒からニーズに変化の兆しも



- ・「通常価格から割引が受けられるクーポン」は引き続き最多だったものの、53%→47%と過半数を割る結果に
- ・一方、「通常よりポイント還元率が高くなるクーポン」や「ノベルティがもらえるクーポン」への期待が微増した
- ・一律の値引きだけでなく、自身の消費スタイルに合う特典を選別し始めている様子がうかがえ、クーポン施策において、特典の多様化や適切なタイミングでの提案が重要になっていくことが考えられる

## ■ パーソナライズクーポン調査では、お誕生日クーポンの意外な効果が明らかに



- ・利用意欲が高まる「あなた専用クーポン」の1位は「自分の趣味・好みにぴったりの商品クーポン」
- ・「ちょうどなくなるタイミングでの消耗品・日用品クーポン」も6割が利用意欲が高まると回答した
- ・「非常に高まる」と答えた人が2番目に多かったのは「誕生日などのお祝い・記念日関連クーポン」。オーソドックスな取り組みながら、利用意欲が高まる人が半数にのぼることがわかった

## ■ コメント

今回の調査から、生活者にとってアプリでクーポンを確認することが日常の習慣となり、買い物前に自ら情報を探しに行く「能動的な活用」が定着していることが確認できました。習慣的にアプリを訪れるユーザーに選ばれ続けるためには、一律の割引提供に留まらず、個々の嗜好や消耗品がなくなるタイミングを捉えた「精度の高い提案」が不可欠です。生活者の選別意識が高まるなか、データを活用して一人ひとりに最適な情報を届ける「戦略的なコミュニケーション設計」が、今後のLTV（顧客生涯価値）向上において重要な役割を果たすと考えられます。

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

- ・店舗利用時のクーポン利用状況（全体・年代別）
- ・店舗で利用するクーポンの入手経路（全体・年代別）
- ・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（全体・年代別）
- ・使いたくなるクーポンの内容
- ・利用意欲が高まる「あなた専用クーポン」種類
- ・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

## ■ 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	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	246名

## APPBOX（アップボックス）について (<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で、「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。

## 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/](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 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](mailto:pr@iridge.jp) TEL: 03-6441-2325