

ユーザー評価にみるネットスーパーの情報デザイン

○岩上雄飛 (Yuto IWAKAMI)、中村広幸 (Hiroyuki NAKAMURA)

Keywords : 情報デザイン、ネットスーパー、スマートフォンアプリ

1 目的

本研究の目的は、ネットスーパーの、スマートフォン（スマホ）アプリケーション（アプリ）において、高齢者にとって使いやすい・わかりやすい情報デザインのモデルを作成することである。特にコロナ禍でネットスーパーの利用者は増加傾向にあり[1]、池田によれば、2020年に70代では約2倍の利用水準が見られている。これに加え、20歳以上の世代においてスマホがインターネットを利用するデバイスとしての普及が進んでいる[2]。以上を踏まえて、本発表では本研究の一大歩としてネットスーパーのスマホアプリに対するユーザ評価に関する既存のユーザレビューを調査した。その結果を報告する。

2 方法

調査の対象は、株式会社10Xが提供するStailerというサービスを利用して作られたモバイルアプリ、楽天グループ株式会社が協働で運営するネットスーパーアプリの2つのサービスに限定をする。これらのアプリのユーザ評価は、日本のApp Store、日本とアメリカのGoogle Playのストアレビューを対象とした。全レビューのうち日常的に利用する「探す」「選ぶ」「カートに入れる」の3つの行動に当てはまり、情報デザインに言及しているレビューを分析する。

3 結果

レビューから課題は6つに類型化できる。このうちアプリを利用することに関わるものとして、カテゴリ分け、検索の機能性、商品詳細の表示の3つに着目した。カテゴリ分けについて言及しているものでは、例えば「分け方が広すぎるため大量の商品が表示される」ことが指摘されている。各カテゴリが分けがされているアプリでは「わかりやすい」と言及する評価が多かった。検索については、「入力時の表記体系によって結果が異なる」「カテゴリを利用したフィルタリングがしたい」、との指摘がある。3点目の商品詳細に関しては、成分表やアレルギーなどの情報が記載されていない点が指摘されていた。

4 結論

本調査により、ネットスーパーのスマホアプリ版の情報デザイン面の課題を一定程度明らかにすることができた。アプリストアのレビューに限定した結果ではあるが、利用者が現状迷いなく利用するためにはカテゴリ分け、検索性能の向上、商品詳細の記述が重要であると言える。今後は、アプリごとのレイアウトとの比較や、共通の問題点の洗い出し、年齢別に見た問題点などを調査していく。

【主要参考文献】

- [1] 池田満寿次 (2021)、「コロナ下で急拡大するネットスーパー：増える高齢者の利用と今後の展望」、流通情報、52 (5)、p34-39
- [2] 総務省「令和3年通信利用動向調査の結果」