

## 日経 BP コンサルティング調べ 「Webブランド調査 2021-春夏」

**Web サイトのブランド力、総合編は「楽天市場」が 2019-秋冬以来の首位  
上昇ランキング上位は、「楽天カード」「永谷園」「CLUB Panasonic」**

株式会社日経 BP コンサルティング（東京都港区）は、3 万人以上のネットユーザーが国内 500 のサイトを評価する「Web ブランド調査 2021-春夏」の結果をまとめた。Web サイトのリニューアルの効果や製品への関心、企業の好感度への影響等を明らかにするもので、2021 年 6 月 21 日に調査報告書を発行・発売した。報告書は年に 2 度発行している（「春夏編」「秋冬編」）。

## 【調査結果のポイント】

- 総合ランキングは「楽天市場」が 2019-秋冬以来の首位を獲得。前回トップの「Yahoo! JAPAN」は第 2 位
- 一般企業編（インターネット専門企業を除く）では、「サントリー」が 8 回連続でトップ。「キューピー商品サイト」「パナソニック商品情報」が続く
- スコア上昇サイトトップ 3 は「楽天カード」「永谷園」「CLUB Panasonic」。サイトをリニューアルした「永谷園」は「サイト・ユーザビリティ」の評価が大幅に上昇

**■ 総合ランキング第 1 位「楽天市場」。製品購入やキャンペーンコンテンツ利用など、サイト接触による「行動喚起」が高評価で、首位に返り咲き**

調査対象 500 サイト中の総合ランキング第 1 位となったのは、「楽天市場」で、2019-秋冬調査以来の首位を獲得した。第 2 位は前回トップの「Yahoo! JAPAN」、第 3 位の「Amazon」は前回 5 位から順位を上げた（**図表 1**）。

第 1 位の「楽天市場」の Web ブランド指数（WBI）は、前回 107.8 ポイントから 5.2 ポイント増の 113.0 ポイント。個別の評価指標のうち、「行動喚起」の評価が 500 サイト中 1 位と極めて高く、サイトからの製品・サービスの購入やキャンペーンコンテンツの利用など、サイト接触をきっかけとした行動が活発なサイトとなっている。自由意見ではポイントサービスへの言及が多く、サイトの積極的な利用を促していることが伺える。サイトに対する「好感（気に入っている、好きである）」の評価も高く、日々の生活に密着したオンラインショッピングサイトとして高い支持を得ている。

**■ 一般企業サイト編トップ 3 は「サントリー」「キューピー商品サイト」「パナソニック商品情報」**

一般企業サイト（インターネット専門企業サイトを除く）のトップ 3 は、「サントリー」「キューピー商品サイト」「パナソニック商品情報」となった（**図表 2**）。

第 1 位の「サントリー」の WBI は前回のスコアから 3.7 ポイント増の 84.4 ポイントで、8 回連続トップ（**図表 3**）。500 サイトでの全体順位は第 7 位だった。個別の指標では「態度変容：企業活動」が、前回から増減なしの 93.7 ポイントとなり、500 サイト全体でトップの評価を獲得。自由意見では、コーポレートメッセージ「水と生きる」を掲げた動画が、今回の調査でも高い評価を得た。また、今回は「製品・サービスへの関心」の評価が上昇したことで、「態度変容：製品・サービス」のスコアを伸ばした。

第 2 位の「キューピー商品サイト」は WBI が前回から 7.5 ポイント増の 74.9 ポイント（**図表 4**）。500 サイトでの全体順位は、前回の第 18 位から第 9 位に上昇した。6 つの個別指数全てでスコアが上昇し、「態度変容：製品・サービス」は全体で第 1 位の評価を獲得。個別の項目では「サイト上のキャンペーン・ゲーム・レシピなどを利用したくなった」の回答率が上昇。自由意見からもサイトに掲載している「レシピ」について好意的な評価が多い。自宅で過ごす時間が増えた中で、野菜や健康をテーマとしたレシピなど「キューピーらしさ」のある情報発信に関心が高まったとみられる。

## ■ スコア上昇サイトは、「楽天カード」「永谷園」「CLUB Panasonic」

前回から今回にかけてスコアが大きく上昇したサイトのトップ3は「楽天カード」「永谷園」「CLUB Panasonic」となった（**図表 5**）。「楽天カード」は前回から 19.9 ポイント増の 89.7 ポイント（**図表 6**）、「永谷園」は 14.6 ポイント増の 67.8 ポイントだった。

「楽天カード」は6つの個別指数全ての評価が前回を上回った。特に「サイト・ロイヤルティ」「態度変容：製品・サービス」「行動喚起」「態度変容：企業活動」の4項目は10ポイント以上スコアが上昇。総合ランキングトップの「楽天市場」と同様に、自由意見では楽天ポイントに関するコメントが多く見られ、サイト上で「ポイントが貯まる」キャンペーンコンテンツへの注目度が高い。

サイトをリニューアルした「永谷園」は、「サイト・ユーザビリティ」のスコアが大幅に上昇。トップページのコンテンツとして、「アレンジレシピ」「食や品質、環境活動」といった製品・サービスと企業の取り組みの両面での情報発信を行っており、「態度変容：製品・サービス」「態度変容：企業活動」の指標がともに上昇した。

「CLUB Panasonic」は「態度変容：製品・サービス」が上昇。自由意見では、製品の使い方の紹介や、会員向けのオンラインイベント・キャンペーンに関する情報を発信する「くらしインフォメーション」が好評だった。

ノミネートサイト 500 サイトのうち、前回 2020-秋冬調査から今回 2021-春夏調査の間にトップページをリニューアルしたサイトは 61 サイト（※）となった。リニューアルの傾向として、インターネット注文やオンライン接客などへの導線を拡充し、オンラインでの行動喚起を強化したサイトが増えつつある。また、コーポレートサイトを中心に、トップページ上で企業の理念・パーパスやサステナビリティへの取り組みを軸としたサイトへリニューアルする動きも見られる。企業サイトの情報発信が変わっていく中で、一般生活者のサイトの見方や評価も今後一層、変化していく可能性がある。マーケティングや広報活動におけるサイトの貢献度を本調査で確認し、顧客接点の改善やブランド力の強化に、ぜひお役立ていただきたい。

※リニューアルサイト数は、前回（2020/10）と今回（2021/4）の調査期間中に、それぞれノミネート対象サイトのトップページを閲覧し、デザイン・構成に変更があったかどうかを当社が確認した結果によるもの。

図表1● Webブランド指数 総合ランキング トップ50

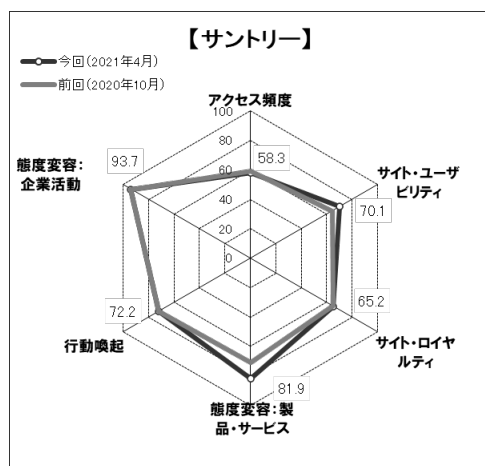
今回 順位	前回 順位	サイト 種類	サイト名	Webブランド指数スコア(WBI)	
				2021-春夏 (今回)	前回との スコア差
1	2	ネット専業	楽天市場	113.0	+5.2
2	1	ネット専業	Yahoo! JAPAN	111.8	-4.9
3	5	ネット専業	Amazon	102.5	+5.8
4	3	ネット専業	Google	99.7	-1.8
5	4	ネット専業	YouTube	94.4	-3.1
6	14	ネット専業	楽天カード	89.7	+19.9
7	6	一般企業	サントリー	84.4	+3.7
8	7	ネット専業	クックパッド	75.9	-3.5
9	18	一般企業	キュービー 商品サイト	74.9	+7.5
10	48	一般企業	パナソニック商品情報	73.5	+11.6
11	8	一般企業	ヤマト運輸	73.2	-5.1
12	53	一般企業	山崎製パン	70.8	+9.2
13	66	一般企業	Kao花王	69.8	+9.6
14	15	一般企業	キッコーマン	68.5	-0.2
15	11	ネット専業	金バログ	67.8	-5.2
15	148	一般企業	永谷園	67.8	+14.6
17	18	一般企業	アサヒビール	67.3	-0.1
18	9	一般企業	カゴメ	67.1	-8.4
19	33	一般企業	Tサイト	67.0	+2.6
20	10	ネット専業	Wikipedia	66.7	-8.0
21	40	一般企業	アサヒ飲料	66.6	+3.6
21	12	一般企業	ユニクロ公式オンラインストア   ユニクロ	66.6	-5.4
23	17	一般企業	McDonald's Japan	66.5	-1.4
24	23	一般企業	カルビー	66.1	-0.8
25	32	一般企業	モスバーガー	65.9	+1.4
26	30	一般企業	アイリスオーヤマ	65.5	+8.4
27	29	一般企業	味の素	64.6	-0.2
28	22	ネット専業	楽天トラベル	64.4	-2.6
29	79	一般企業	トヨタ自動車 公式企業サイト	64.3	+5.6
30	25	ネット専業	価格.com	64.1	-1.2
30	26	一般企業	ニトリネット	64.1	-1.1
30	36	一般企業	ハウス食品	64.1	+0.6
33	62	一般企業	ANA	64.0	+3.3
34	13	一般企業	ニトリ公式企業サイト	63.9	-6.7
35	40	一般企業	キリン	63.7	+0.7
36	36	一般企業	讃岐釜揚げうどん 丸亀製麺	63.5	0.0
37	149	ネット専業	楽天銀行	63.4	+10.3
38	117	一般企業	ほっともっと	63.3	+8.0
39	69	一般企業	日本郵便	63.2	+3.3
40	92	一般企業	ニチレイフーズ	63.1	+6.2
41	48	一般企業	パナソニック	62.9	+1.0
42	194	一般企業	CLUB Panasonic	62.5	+11.7
42	43	一般企業	ケンタッキーフライドチキン	62.5	+0.3
44	18	一般企業	東京ディズニーリゾート	62.4	-5.0
45	117	一般企業	セブン-イレブン	62.0	+6.7
45	21	一般企業	無印良品	62.0	-5.3
47	106	一般企業	ロッテ	61.9	+6.1
48	93	一般企業	伊藤園 商品情報サイト	61.6	+4.9
48	112	一般企業	エバラ食品	61.6	+6.1
50	45	一般企業	亀田製菓	61.1	-0.9

図表2● 【一般企業編（ネット専業企業除く）】

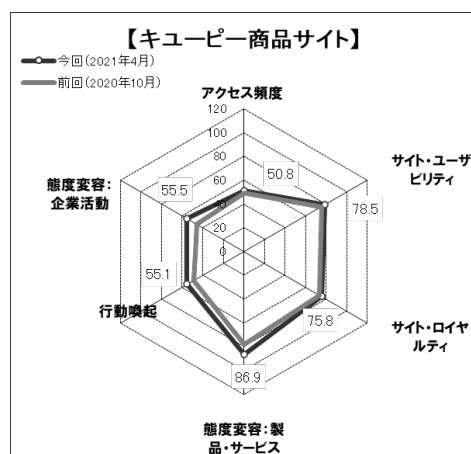
## Webブランド指数ランキングトップ10

一般企 業内順 位	全体 順位	サイト名	Webブランド指数スコア(WBI)	
			2021-春夏 (今回)	前回との スコア差
1	7	サントリー	84.4	+3.7
2	9	キュービー 商品サイト	74.9	+7.5
3	10	パナソニック商品情報	73.5	+11.6
4	11	ヤマト運輸	73.2	-5.1
5	12	山崎製パン	70.8	+9.2
6	13	Kao花王	69.8	+9.6
7	14	キッコーマン	68.5	-0.2
8	15	永谷園	67.8	+14.6
9	17	アサヒビール	67.3	-0.1
10	18	カゴメ	67.1	-8.4

図表 3 ●「サントリー」のスコアチャート



図表 4 ●「キューピー商品サイト」のスコアチャート



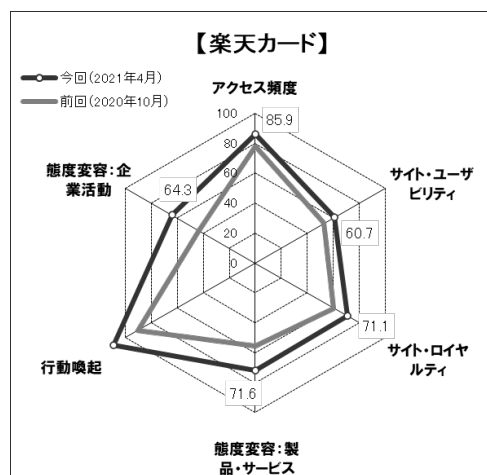
図表 5 ●

## Web ブランド指数 スコア上昇ランキングトップ 10

上昇順	今回順位	前回順位	サイト名	Webブランド指数スコア(WBI)	
				2021-春夏(今回)	前回のスコア差
1	6	14	楽天カード	89.7	19.9
2	15	148	永谷園	67.8	14.6
3	42	194	CLUB Panasonic	62.5	11.7
3	71	277	プリチンサイクル	59.0	11.7
5	10	48	パナソニック商品情報	73.5	11.6
6	418	500	マネックス証券	41.4	11.4
7	76	266	泰印マホービン	58.7	11.1
8	52	215	JR九州	60.8	10.7
9	37	149	楽天銀行	63.4	10.3
10	65	230	ジャパネットたかた	59.5	10.2

※ ランキング表中のサイト名表記は、トップページのタイトルによるサイトの正式名称。

図表 6 ●「楽天カード」のスコアチャート



■Web ブランド調査について(URL:<https://consult.nikkeibp.co.jp/branding/solutions/web-brand/>)

調査目的: Web サイトのブランド力を測定し、企業や団体の Web におけるブランド・コミュニケーション戦略の成果を定点観測する

調査手法: インターネット調査

調査対象: 全国、20 歳以上のインターネット・ユーザー (日経 BP コンサルティングの提携調査会社の調査モニター)

有効回答数: 37,236 件

調査対象ブランド: 企業や団体が運営する日本の主要 500 サイト

調査実施期間: 2021 年 4 月 2 日 (金) ~ 4 月 15 日 (木) ※半年ごとに年 2 回実施 (春夏: 4 月、秋冬: 10 月)

調査企画・実施: 日経 BP コンサルティング

【このリリースに関するお問い合わせ先】

株式会社 日経BPマーケティング 営業第三部

〒105-8308 東京都港区虎ノ門 4-3-12

URL: nbpm.jp/wb