

## 日経 BP コンサルティング調べ 「Web ブランド調査 2022-春夏」

Web サイトのブランドカ、総合編は「Yahoo! JAPAN」が 2020-秋冬以来のトップ  
一般企業サイト編のトップ 3 は、「ヤマト運輸」「サントリー」「キッコーマン」

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 2022-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、2022 年 6 月 20 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 TOP3 は「Yahoo! JAPAN」「楽天市場」「Google」
- 一般企業編（インターネット専門企業を除く）では、「ヤマト運輸」が首位を獲得。第 2 位は前回トップの「サントリー」、第 3 位は「キッコーマン」
- スコア上昇サイトトップ 3 は「Kao 花王」「デニーズ」「小林製薬」

## ■ 総合ランキングは、「Yahoo! JAPAN」が 2020-秋冬以来の首位を獲得。第 2 位は「楽天市場」、第 3 位は「Google」

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、「Yahoo! JAPAN」。2020-秋冬以来の首位を獲得した。第 2 位は前回トップの「楽天市場」、3 位は「Google」となった。（**図表 1**）。

第 1 位の「Yahoo! JAPAN」の Web ブランド指数（WBI）は、前回 109.3 ポイントから 5.2 ポイント増の 114.5 ポイント。WBI を構成する 6 つの個別評価指標のうち、サイト接触による「行動喚起」のスコアが 125.2 ポイント、「利便性」や「好感」などサイトイメージを評価する「サイト・ロイヤルティ」が 100.9 ポイントと、極めて高い評価を獲得した。日常生活に密着した情報やサービスを提供する Web サイトとして、一般のネットユーザーから高い支持を得ている。

## ■ 一般企業サイト編トップ 3 は「ヤマト運輸」「サントリー」「キッコーマン」

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、「ヤマト運輸」「サントリー」「キッコーマン」となった（**図表 2**）。

「ヤマト運輸」は、一般企業サイト内順位が前回第 6 位から第 1 位に上昇。500 サイトでの全体順位は第 7 位となった。WBI は前回のスコアから 6.7 ポイント増の 78.3 ポイントだった（**図表 2**）。個別の指標では、今回、サイトを通じた企業活動に対する「理解」「関心」などの意識変化を測る「態度変容：企業活動」のスコアが上昇し、WBI を押し上げた（**図表 3**）。また、「サイト・ロイヤルティ」が 84.0 ポイントで、一般企業サイト内で第 1 位の評価を獲得した。自由意見では、荷物の追跡サービスや再配達依頼などへの言及が多く、インターネット通販での宅配便の利用機会増加などを背景に、「信頼できる」「役に立つ」サイトとして高評価を得ている。

第 2 位は、前回トップの「サントリー」。500 サイトでの全体順位は、第 9 位だった。WBI は、前回から 0.9 ポイント減の 74.8 ポイントとなった（**図表 2**）。個別の指標のうち、サイトを通じた製品・サービスへの関心などの意識変容を測る「態度変容：製品・サービス」が前回から減少した（**図表 4**）。一方、キャンペーン利用や会員ページログインなどの「行動喚起」や「サイト・ユーザビリティ」は、前回同様に高評価を獲得している。

## ■ スコア上昇サイトは、「Kao 花王」「デニーズ」「小林製薬」

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「Kao 花王」「デニーズ」「小林製薬」となった（**図表 5**）。「Kao 花王」は前回から 14.1 ポイント増の 68.4 ポイント、「デニーズ」は 13.7 ポイント増の 62.8 ポイントだった。

「Kao 花王」は6つの個別指数全ての評価が前回は上回った。500 サイト中では前回第 128 位から第 17 位に上昇した。特に「態度変容：製品・サービス」「行動喚起」「態度変容：企業活動」の3つの指標が大幅に上昇した。自由意見からは、製品情報や「暮らしのきれいを守ろう！花王の衛生情報」などへの関心の高さが伺える。

「デニーズ」においても6つの個別指数全ての評価が前回は上回った。特に「態度変容：製品・サービス」で 24.3 ポイント増、「態度変容：企業活動」で 11.8 ポイント増と、大幅に評価が上昇した。好印象を持ったコンテンツとしては、期間限定メニューやキャンペーンについての意見が多く挙がった。また、Web サイト自体の見やすさの評価も高く、利用しやすいサイトとして支持を集めている。

## ■ 企業活動への理解、関心などの意識変化を測る「態度変容：企業活動」は「日立製作所」がトップ

最近の Web ブランド調査の傾向として、企業理念・パーパスやサステナビリティへの取り組みに関する発信を強化するサイトが増えている。本調査の個別指標の一つである「態度変容：企業活動」で高いスコアを獲得したサイトを見ると、トップ3は「日立製作所」「オリンパスグループ」「Honda」となった（**図表 6**）。トップページのメインビジュアルで、企業理念・パーパスなど企業姿勢を伝えるメッセージを打ち出したサイトや、社会課題への取り組み等をストーリーで紹介するコンテンツが増えており、回答者からも好意的に受け止められている傾向が見られる。

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。

図表1● Webブランド指数 総合ランキング トップ50

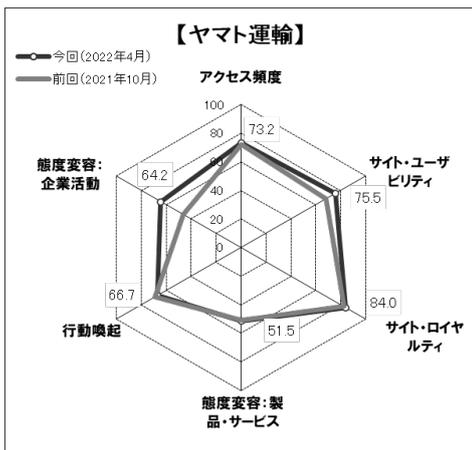
今回順位	前回順位	サイト種類	サイト名	Webブランド指数スコア(WBI)	
				2022-春夏(今回)	前回とのスコア差
1	2	ネット専業	Yahoo! JAPAN	114.5	+5.2
2	1	ネット専業	楽天市場	107.8	-8.2
3	4	ネット専業	Google	103.4	+4.1
4	3	ネット専業	Amazon	100.6	-3.7
5	5	ネット専業	YouTube	93.3	-4.4
6	7	ネット専業	楽天カード	82.1	+6.0
7	13	一般企業	ヤマト運輸	78.3	+6.7
8	-	ネット専業	Yahoo!ショッピング	76.2	-
9	8	一般企業	サントリー	74.8	-0.9
10	6	ネット専業	クックパッド	73.7	-9.5
11	10	一般企業	キッコーマン	73.4	-0.3
12	17	一般企業	ケンタッキーフライドチキン	72.7	+3.7
13	21	一般企業	キュービー 商品サイト	71.9	+4.4
14	32	一般企業	アサヒビール	71.7	+6.5
15	64	一般企業	味の素	70.6	+11.2
16	24	一般企業	ニトリネット	69.9	+3.3
17	128	一般企業	Kao 花王	68.4	+14.1
18	19	一般企業	ファミリーマート	68.0	+0.3
19	17	一般企業	ユニクロ公式オンラインストア   ユニクロ	67.6	-1.4
20	45	一般企業	カルビー	67.5	+4.7
20	29	一般企業	じゃらんnet	67.5	+2.1
22	20	一般企業	McDonald's Japan	67.2	-0.4
23	26	ネット専業	Wikipedia	67.1	+1.2
24	12	一般企業	無印良品	66.7	-5.7
25	73	一般企業	ホットペッパーグルメ	65.6	+7.2
26	9	一般企業	キリン	65.5	-8.5
27	16	一般企業	パナソニック商品情報	65.3	-4.3
28	23	一般企業	永谷園	64.8	-1.9
29	56	ネット専業	メルカリ	64.5	+3.6
29	82	一般企業	ヨドバシ.com	64.5	+7.1
31	29	一般企業	ANA	64.4	-1.0
32	27	一般企業	ミツカングループ	63.6	-2.2
32	11	一般企業	山崎製パン	63.6	-9.0
32	54	一般企業	ローソン	63.6	+2.4
35	43	一般企業	カゴメ	63.3	+0.2
35	47	ネット専業	楽天トラベル	63.3	+1.5
37	14	一般企業	Tサイト	63.2	-7.5
38	47	ネット専業	価格.com	63.1	+1.3
38	108	ネット専業	ぐるなび	63.1	+7.7
38	73	一般企業	任天堂	63.1	+4.7
41	24	一般企業	アサヒ飲料	62.8	-3.8
41	234	一般企業	デニーズ	62.8	+13.7
41	22	一般企業	ニトリ公式企業サイト	62.8	-4.0
44	69	ネット専業	楽天銀行	62.4	+3.3
45	39	一般企業	CLUB Panasonic	62.2	-1.7
46	41	一般企業	讃岐釜揚げうどん 丸亀製麺	61.6	-1.7
46	114	一般企業	日本生活協同組合連合会	61.6	+6.5
46	36	一般企業	ミスタードーナツ	61.6	-2.8
49	58	ネット専業	天気予報 - ウェザーニュース	61.5	+0.8
49	80	一般企業	日本郵便	61.5	+3.9

図表2● 【一般企業編（ネット専業企業除く）】

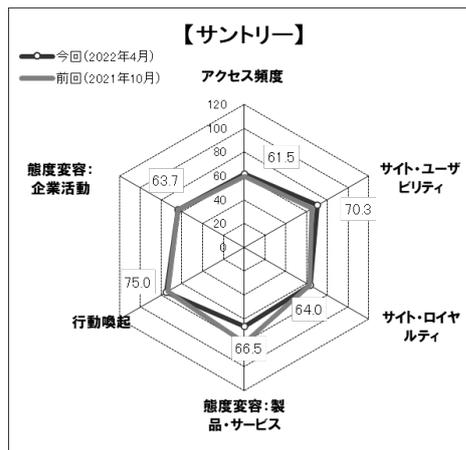
## Webブランド指数ランキングトップ10

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)	
			2022-春夏(今回)	前回とのスコア差
1	7	ヤマト運輸	78.3	+6.7
2	9	サントリー	74.8	-0.9
3	11	キッコーマン	73.4	-0.3
4	12	ケンタッキーフライドチキン	72.7	+3.7
5	13	キュービー 商品サイト	71.9	+4.4
6	14	アサヒビール	71.7	+6.5
7	15	味の素	70.6	+11.2
8	16	ニトリネット	69.9	+3.3
9	17	Kao 花王	68.4	+14.1
10	18	ファミリーマート	68.0	+0.3

図表 3 ●「ヤマト運輸」のスコアチャート



図表 4 ●「サントリー」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)	
				2022-春夏(今回)	前回とのスコア差
1	17	128	Kao花王	68.4	14.1
2	41	234	デニース	62.8	13.7
3	57	244	小林製薬	60.4	11.8
4	15	64	味の素	70.6	11.2
5	183	447	キャノンイメージング	51.1	11.0
6	261	480	デンソー	47.3	10.6
7	83	286	日本コカ・コーラ	57.2	10.5
8	128	334	プリチストンサイクル	54.7	9.8
9	154	374	ZOZOTOWN	53.3	9.7
10	111	300	Netflix(ネットフリックス)	55.8	9.6

※ 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 ●

態度変容：企業活動 スコアランキングトップ 10

今回順位	前回順位	サイト名	態度変容:企業活動スコア	
			2022-春夏(今回)	前回とのスコア差
1	15	日立製作所	89.9	17.4
2	3	オリンパスグループ	88.4	5.2
3	2	Honda	83.4	-3.0
4	1	トヨタ自動車 公式企業サイト	81.9	-12.8
4	47	日本生活協同組合連合会	81.9	17.7
6	44	ジョンソン・エンド・ジョンソン	80.0	15.3
7	3	ユニ・チャーム	79.5	-3.7
8	32	ダイキン工業	79.0	12.5
9	96	中部電力	77.5	19.8
10	243	デンソー	77.0	28.1
10	22	放送大学	77.0	6.8

■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：35,532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：2022年4月6日（水）～2022年4月15日（金） ※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

日経BPコンサルティング：日経BP全額出資の「調査・コンサルティング」「企画・編集」「制作」など、コンサルティング、コンテンツ関連のマーケティング・ソリューション提供企業。（2002年3月1日設立。資本金9000万円）

【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 法人営業第一部

〒105-8308 東京都港区虎ノ門4-3-12

お問合せ先： URL：nbpm.jp/wb