2024年
12月20日
リリース

インターネットユーザー３万人以上による
国内主要500サイトの徹底評価

日経BP Webブランド調査

日経BPコンサルティング

※この資料の内容は2024年11月1日現在のものです。

Webブランド調査とは

企業が運営する日本の主要サイトに対して、年2回インターネット・ユーザー約32,000人の評価をブランドの視点、サイト上での行動から定期的に調べる日本最大規模のWeb総合評価調査です。半年ごとに企業サイトのブランドカを測定することで、自社サイトのユーザー愛着度や競合サイトとの比較など、定期的・定量的にWebサイトの総合力を指標化することができます。

Webブランド調査の4つの特徴

1 年2回の調査で、施策のBefore&Afterを検証

春、秋の半年ごとに、サイトのブランドカを定点観測。前回調査結果との比較が簡単にでき、サイト・リニューアルやキャンペーン、新製品発表など、施策の「効果測定」に最適です。

2 業種を横断して、利用実態、意識を評価

総合評価「Webブランド指数」をはじめ、サイトの利用実態と意識を6つの主要指標、消費行動や好感度など50以上のチェック項目によりランキング。自社サイトの「強み」「弱み」の把握や、目標となるサイトの選定に活用できます。

3 消費行動、企業ブランドへのインパクトを計測

サイトを見ての製品への興味・関心喚起、購入意向、検討、購入、クチコミといった消費行動のポイントや、企業への好感を数値化。消費行動や企業ブランドへのサイトの貢献度が分かります。

4 ユーザーの「生の声」が聞ける

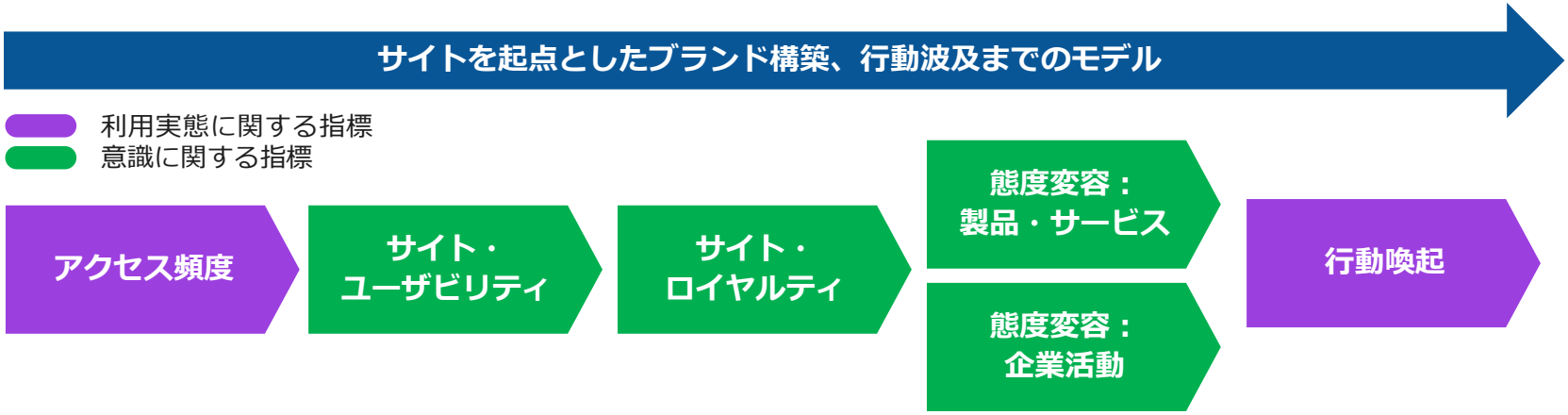
ユーザーの行動だけでなく、サイトのイメージや運営企業への印象といった意識を測定。改善点や利用意向に関する自由意見から、数値による評価の背景を把握できます。

Copyright © 2024 Nikkei BP Consulting, Inc. All rights reserved.

調査概要

Webブランド調査の評価・分析方法

Webブランド調査の評価・分析手法は、独自に企画・設計したモデルです。Webサイトを起点としたブランド構築、サイト外への行動波及までの流れをもとに、評価モデルを構築しました。



■ **調査概要**

調査名称	Webブランド調査（春夏・秋冬）
調査実施時期	半年ごとに年2回実施（春夏：4月・秋冬：10月）
調査方法	インターネット調査
調査対象サイト	日本の主要企業・団体・組織500サイト
調査対象者	全国のインターネットユーザー（20歳以上の男女）
有効回答数	約32,000サンプル
1サイトあたりの平均回収数	約400サンプル

Copyright © 2024 Nikkei BP Consulting, Inc. All rights reserved.

Webブランド調査の指標

ユーザー視点の利用実態、意識評価により、サイトの強み・弱みを数値化

評価方式

総合力（Webブランド指数）

アクセス頻度

- サイトにアクセスした頻度
- サイトの運営企業・組織は知っているが、アクセスしたことはない
- サイトの運営企業・組織を知らなかった

サイト・ユーザビリティ

- デザインの見やすさ、文字の読みやすさ
- 内容（コンテンツ）のわかりやすさ
- 情報の探しやすさ
- サイトの全体的な使い勝手

サイト・ロイヤルティ

- このサイトは役に立つ、使える
- このサイトは信頼できる
- このサイトが気に入っている、好きである
- このサイトは他にはない魅力がある
- リピート意向（5段階評価）

態度変容：製品・サービス

- サイト上のキャンペーンコンテンツを利用したくなった
- この企業・組織の製品・サービスに関心を持った
- この企業の製品・サービスを購入または導入したい

態度変容：企業活動

- この企業・組織の事業活動・技術や取り組みが理解できた
- この企業・組織の事業活動・技術や取り組みに関心を持った
- この企業・組織が気に入った、好きになった
- この企業・組織と仕事上で接触してみたい、取引したい

行動喚起

- キャンペーンコンテンツを利用
- メルマガ購読、会員ページにログイン（登録含む）
- 資料請求、照会
- 製品・サービスを購入
- サイトの情報を伝達、拡散

Copyright © 2024 Nikkei BP Consulting, Inc. All rights reserved.

その他の評価項目

サイト訪問のきっかけ、閲覧状況、サイトイメージなどを総合的に把握

1 Webサイト訪問のきっかけ

サイトアクセス経験者が、Web以外の要素も含めて、何がきっかけとなってWebサイトに訪れているかを把握

- ○ ブックマーク
- ○ メルマガや会員向けメール
- ○ ブログや掲示板
- ○ SNS
- ○ ニュース、報道
- ○ ＣＭ、広告
- ○ ポスター、看板、交通広告
- ○ ダイレクトメールや折込チラシ
- ○ イメージキャラクター、タレント
- ○ 店頭に並ぶ商品やサービス
- ○ 身近な人（家族、知人、同僚）との会話
- ○ その他

2 Webサイトのイメージ

Webサイトのデザインに対して抱いたイメージの把握
（●はサイト・ロイヤルティの項目）

- ○ 親しみやすい
- ○ かっこいい、スタイリッシュ
- ○ 勢いがある
- ○ 情報やデザインに新鮮みがある
- ○ コンテンツの読み応えがある
- ○ サイトのデザインや読み物の内容が企業イメージに合っている
- ● 役に立つ、使える
- ● 信頼できる
- ● 気に入っている、好きである
- ● 他にはない魅力がある

3 関心を持ったコンテンツやサイトの利用状況

Webサイトでどのコンテンツに関心を持ったかを把握。
また、サイトアクセス経験者には、Webサイトでどのコンテンツを利用したかを把握（●は行動喚起の項目）

- ○ 会社概要の閲覧
- ○ 新製品・新サービスの情報の閲覧
- ○ 利用製品・サービスの情報の閲覧
- ○ アフターサービス、サポート、問い合わせ情報閲覧
- ● キャンペーンコンテンツの利用
- ● メールマガジンの購読、会員専用ページにログイン
- ● メールやフォームで資料請求
- ● このサイト上で製品・サービスを購入、申込
- ○ 見たページを印刷、保存、ブックマーク

4 自由意見

ユーザビリティの改善点、リピート意向、好印象を持ったコンテンツの自由意見を収録。競合サイトとの比較が可能

- ○ デザインに関する改善点
- ○ コンテンツに関する改善点
- ○ 情報の探しやすさに関する改善点
- ○ 使い勝手に関する改善点
- ○ リピート意向に関する意見
- ○ 好印象を持ったコンテンツ

Copyright © 2024 Nikkei BP Consulting, Inc. All rights reserved.

収録内容

個別分析レポート　※PDFファイルでのご提供

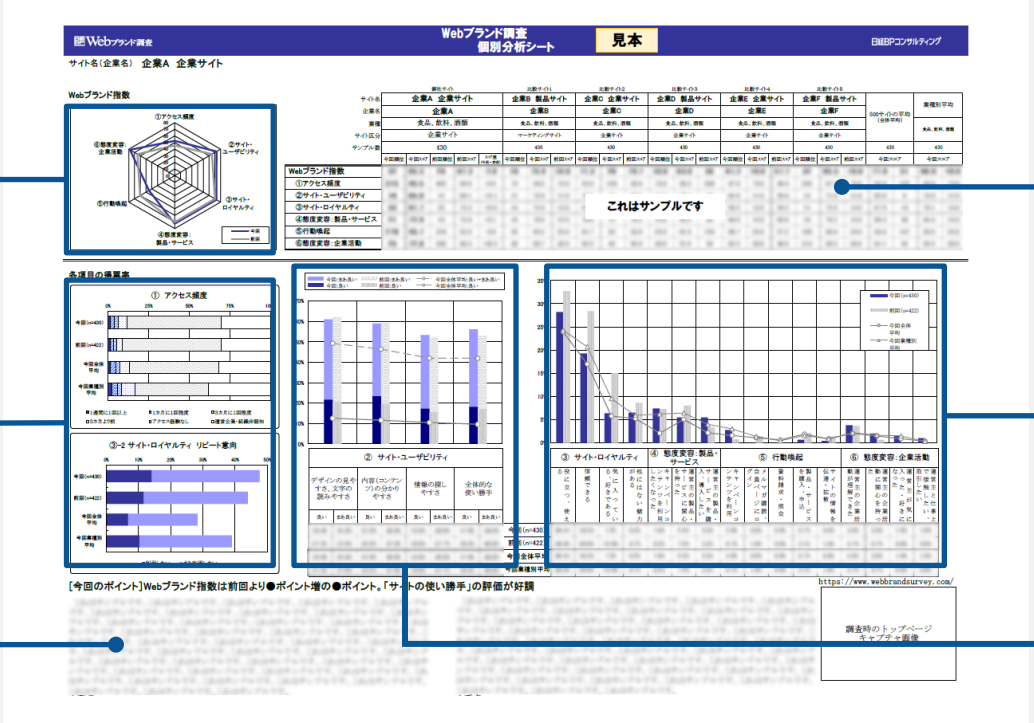
サイトの現状と課題が一枚に集約されたエグゼクティブサマリー

自社サイト詳細データ、競合サイト主要指標について、前回、今回の比較を中心にまとめたサマリーです。サイトの目的や機能によって異なる「見るべきポイント」を、6つのパートで分かりやすく示しました。例えば、製品・サービス情報中心のサイトは、「製品・サービスへの興味」「購入意欲」の項目を中心に、マーケティングへの貢献度をチェック。会員向けサービスを提供しているサイトでは、「利用頻度と利用意向」、および「メルマガ、会員専用ページの利用」「サイトの利便性」の評価を通じてサイトの活用度をチェックします。

主要指標のレーダーチャート
強み・弱みのバランスは運営目的どおり？

アクセス頻度とリピート意向
サイトは「今」、「これから」どのくらい使ってもらえる？

コンサルタント総評
サイトのパフォーマンスと課題をプロの視点から再確認！



総合指標、主要指標スコア表
前回からの数値変動は？
競合とのレベル差は？

消費行動とイメージ評価
サイトのマーケティング、ブランディング貢献度は？

サイト・ユーザビリティ
サイトの使い勝手は問題ない？

※ 画像はイメージです。

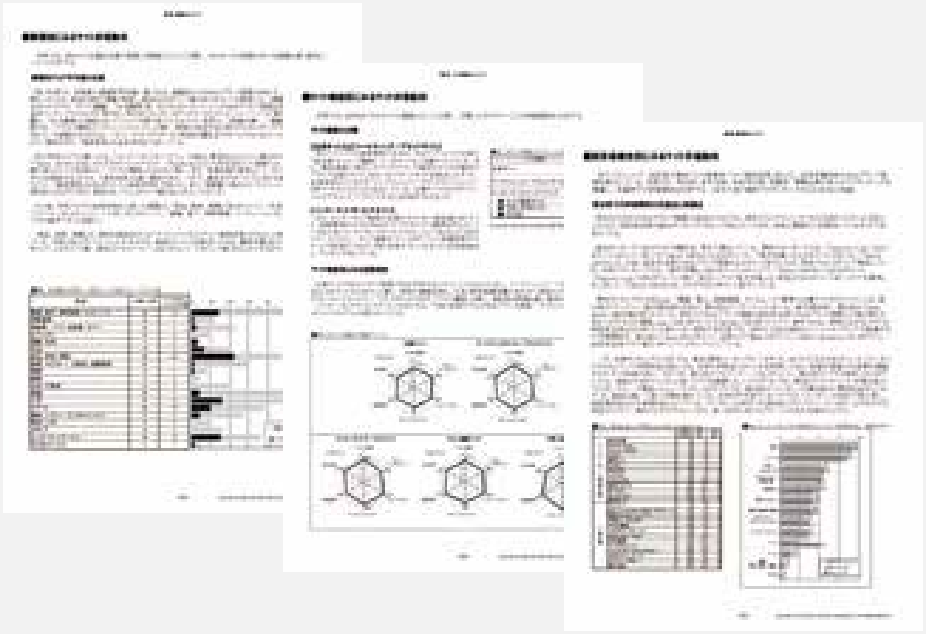
Copyright © 2024 Nikkei BP Consulting, Inc. All rights reserved.

収録内容

総合報告書　※PDFファイルでのご提供

多様な角度から自社サイト、高評価サイトを検証

自社サイトを含む500サイトのトレンドを、全体、サイト種類別、業種別、属性別に分析。コンサルタントによる分析レポートと詳細スコアデータで、高評価サイトの特徴や自社の位置付けが分かります。「サイト機能」、「回答者属性」などさまざまな切り口のランキングデータにより、サイトの強み・弱みを多角的な視点から見ることができます。



※ 画像はイメージです。

Point

- **調査回答デバイス別分析では、PC／スマートフォンそれぞれの回答者からのサイト評価トレンドを把握いただけます。**

Copyright © 2024 Nikkei BP Consulting, Inc. All rights reserved.

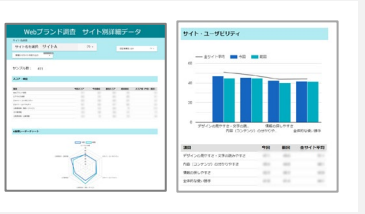
収録内容

500サイト詳細データ　※Excelファイル、Webサービスのダッシュボードでのご提供

自社サイトを含む全サイトの評価をさまざまな切り口でチェック

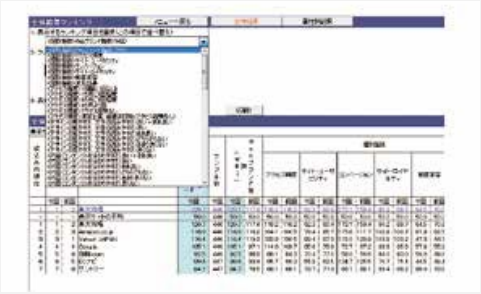
全ての調査対象サイトの調査結果を、Excel、ダッシュボードの2種類の方法でご納品いたします。
全体・属性別ランキング、500サイト全ての詳細データ、サイト比較データ、自由意見集をご提供します。
Excelは、ソート、グラフ表示、データ出力機能など、閲覧性にすぐれ、報告書や企画書の作成にお役立ていただけます。
ダッシュボードは、外出先などからのスピーディーな確認に便利です。それぞれ、目的にあわせて、ご活用ください。

■ダッシュボードイメージ



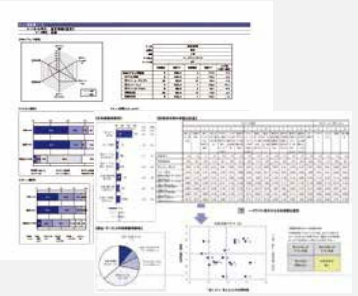
※実際の画面とは一部異なる場合がございます。

■ 全体・属性別ランキング表



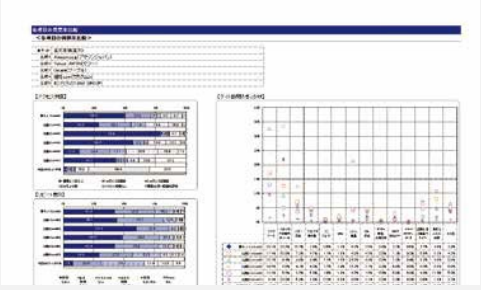
主要指標や詳細評価項目、サイトの業種や機能で絞り込みができます。
属性別ランキングでは、性別・年代・職業・未既婚・地域などの条件を選択し、それぞれどのようにサイトが評価されているかを把握できます。

■ サイト別詳細データ



各サイトの詳細データを、前回・今回で徹底比較。気になる他サイトの現状を把握できます。
主要指標だけでなく、アクセス頻度の期間別内訳、製品・サービスへの関心喚起など評価項目の詳細を掲載。アクセスのきっかけといった評価対象外（スコア化されない）調査項目もチェックできます。

■ 競合サイト



全サイトの中から自由に選べる6サイトまでのデータを、グラフやレーダーチャートで視覚的、直感的に把握できます。
自社サイトと比較サイトの1対1の比較シートも出力でき、サイトの実力比べにより気になるポイントが一目瞭然です。

■ 自由意見集

サイトの改善に関する意見、リピート意向の理由を収録。
性別、年代、職業や、アクセス頻度など回答者の属性情報も付記。ターゲット層の意見を抽出し、問題点をクローズアップすることもできます。

※ 画像はイメージです。

Copyright © 2024 Nikkei BP Consulting, Inc. All rights reserved.

分析例 1　クロス集計軸によるセグメント分析

1サイトあたりの評価者約400サンプルを属性別にセグメントした、属性別のクロス集計分析を収録しています。性・年代などの属性や製品・サービスの利用経験の有無、調査回答デバイス別の評価傾向をご確認いただけます。

調査回答デバイス別分析

Point

Webブランド調査は回答デバイスの制限（指定）を設けずに回答してもらっています。「調査回答時利用デバイス」の設問を設け、集計軸として採用することで、デバイス別の回答傾向が把握できるようになりました。
デバイスごとに異なるサイトの特性や来訪者からの印象の把握、改善点の発見にお役立ていただけます。
※1サイトあたり回答数（419件）のうち、スマートフォンからの回答は、平均で約204件です（Webブランド調査2024-春夏調査時点）。

製品・サービス利用経験別分析

運営主が販売・提供する製品・サービスの利用経験の有無をクロス集計軸として採用しました。製品・サービスのユーザー、非ユーザーからの評価を比較することで、サイトの来訪・利用目的が異なる両者に対して訴求力の高いサイト構築の手掛かりとしてお使いいただけます。

その他の閲覧可能な回答者属性

- 性別
- 年代
- 性・年代別
- 未既婚
- 未既婚×性別
- 職業（有職／無職／専業主婦）
- 有職者×性別
- 居住地域
- アクセス頻度

Copyright © 2024 Nikkei BP Consulting, Inc. All rights reserved.

分析例 2　評価項目間分析

Webブランド調査の評価項目のうち、企業・組織のWebサイト運営におけるKPIになりうる項目を目的変数化。500サイト個々に「その指数を上昇させるには、他のどの項目の得票率を上げることが効果的なのか」を相関分析により可視化しました。より評価されるサイトを目指すための手掛かりとして、ぜひご活用ください。

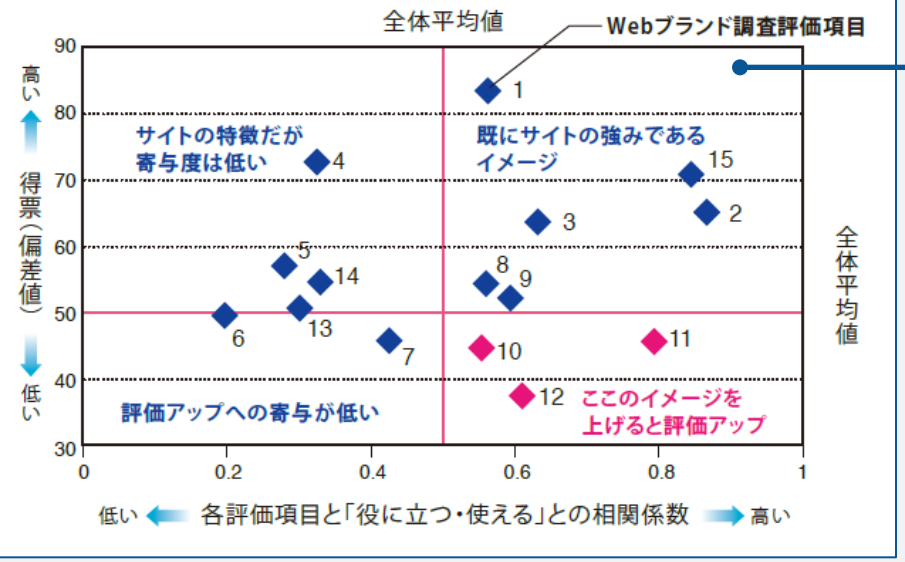
評価項目間の相関分析チャート

今まで見えていなかった課題や取り組みの優先順位を考える際の手助けとなるのがこのチャートです。6つの評価項目からサイトの運営目的にしたいものを選びます。縦横の平均線がクロスした右下に並ぶものが、選んだ評価項目を向上させるための鍵となる項目です。

Point

- **サイト目的に応じた評価項目の結果から、今後の対策を考える**
- **参考にしたい他社から、強さの秘訣を学ぶ**

［相関分析チャートイメージ：「役に立つ、使える」の評価を例として］



［目的変数］
●役に立つ、使える
●リピート意向（「利用したい」）
●製品・サービスに関心を持った
●運営主の企業活動が理解できた
●運営主の企業活動に関心を持った
●運営主と仕事上で接触したい・取引したい

※ 画像はイメージです。

Copyright © 2024 Nikkei BP Consulting, Inc. All rights reserved.

分析例 3　自由意見による定量的評価の“裏付け”把握

「Webブランド調査」では3種類の自由意見を取得しています。
アンケートによる定量的な評価と自由意見を併せてご覧いただくことで、評価の理由やサイトの来訪目的など数値データだけでは取り切れない来訪者の生の声をサイト構築に反映していただくことができます。

好印象を与えたコンテンツ Point

サイトへの意識の部分を問う設問（「サイト・ロイヤルティ」「態度変容」）の後に、「好印象のコンテンツ」を尋ねています。
現状のサイトにおいて、評価者に”響く”コンテンツを把握することができます。

サイトの改善点に関する意見

「サイト・ユーザビリティ」に関する5段階評価それぞれについて、「改善した方がよいと思う点」を尋ねています。
テキストサイズや情報量、階層構造や画像の使い方など、実際のサイトユーザー目線からの改善のヒントを得ることができます。

リピート意向に関する自由意見

サイトのリピート意向（「サイト・ロイヤルティ」の要素）の5段階評価に対する理由を自由意見で尋ねています。ユーザーのサイト利用目的や企業・組織に対する率直な印象を確認することができます。サイトのリピート意向の自由意見の「頻出単語ランキング」では、ユーザーからのサイト評価を端的に把握できます。ベンチマークサイトと上位の単語出現率を比較することでサイト特性を比較することも可能です。

順位	単語	件数	出現率
1	好き	30	30.0%
2	製品・商品	26	26.0%
3	キャンペーン	20	20.0%
4	美味しい	18	18.0%
5	楽しい	11	10.0%
6	知る	9	9.0%
7	工場見学	6	6.0%

※ 画像はイメージです。

Copyright © 2024 Nikkei BP Consulting, Inc. All rights reserved.

商品内容

「Webブランド調査」は年2回発行のデータパッケージと報告会の組合せでご購入いただけます。
ご希望に合わせてお選びください。

※いずれも調査2回分のセット価格（税込）となります。

データパッケージ＋報告会セット	**¥1,760,000 （税抜¥1,600,000）**
データパッケージのみ	**¥1,210,000 （税抜¥1,100,000）**

【データパッケージ内容】

1	**総合報告書** ※PDFファイルでのご提供	
	• 調査概要 • 結果概要 • 業種・属性・回答デバイス別ランキング	• 回答者属性 • 調査票
2	**500サイト詳細データ** ※Excelファイル、Webサービスのダッシュボードでのご提供	
	• ランキング表 • サイト別詳細データ • 競合比較データ	• 自由意見集 • ノミネートサイトリスト
3	**個別分析レポート** ※PDFファイルでのご提供	
	• 主要指標のグラフレポート • 競合比較表 • 貴社サイト調査結果の解説と課題・改善ポイントの指摘	

【報告会内容】

「報告会」は、貴社サイト＋指定5サイトを対象に、時系列、競合比較などの分析結果の報告およびサイトトレンド解説をまとめたサマリーレポートを基にして行います。

質疑応答も含めた1時間程度の報告会（貴社会議室もしくはオンラインで実施）となります。サイト評価の社内共有の機会としてご活用ください。

※報告会はデータパッケージ同様、調査2回セット（各回で実施）となりますが、1回のみの実施も承ります。
1回あたりの価格は税込275,000円（税抜250,000円）です。

●Excelファイルをご利用いただくには、Microsoft office2016,2019,2021日本語版のバージョンをお使いください。
●Webブランド調査ダッシュボードは(Google)Looker Studioを使用しています。ご購入いただいた法人様のセキュリティ環境によってはログインいただけない場合があります。予めご了承ください。
●Webブランド調査ダッシュボードをご利用いただける期間は、「Webブランド調査2024-秋冬」ご購入から2025年12月19日までとなります。
●Looker Studioのご利用にはGoogleアカウントが必要となります。
●Looker Studioには、Windows、Mac、Linuxのパソコンにインストールされているブラウザからアクセスできます。Webブランド調査ダッシュボードをご利用いただくためには、Looker Studioがサポートされているブラウザ（Chrome、Firefox、Safari）の最新バージョンをお使いください。これら推奨ブラウザ以外でご覧いただく場合、画面の一部が正しく表示されない場合があります。

Copyright © 2024 Nikkei BP Consulting, Inc. All rights reserved.

スペシャルメニューのご案内

初めて「Webブランド調査」をご購入いただく企業様へ
通常、調査2回セットの「Webブランド調査」を、初回のご購入に限り、**1回分のパッケージ**にてご提供します。

■こんなときにご活用ください
「サイトのリニューアルを検討したいが、まだ具体的なイメージがない。まずは現状の結果を見て方向性を考えたい」
「まずは1回分の調査内容を見てみたい」

●初めてのご購入に限り、Webブランド調査を1回分でご提供

Webブランド調査初回限定パッケージ（１回分）　税込¥770,000（税抜¥700,000）

「Webブランド調査2024-秋冬」版の結果を単体でご提供します。
※初回ご購入の企業様のみを対象といたします。

Copyright © 2024 Nikkei BP Consulting, Inc. All rights reserved.

スペシャルメニューのご案内

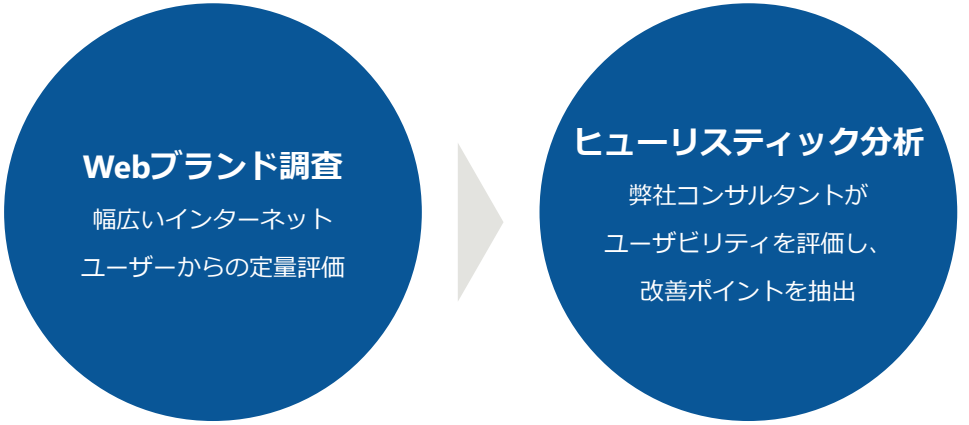
これからサイトリニューアルをお考えの企業様へ
リニューアルを成功に導くためには、サイトの課題を洗い出し、リニューアルの目的を適切に設定することが重要です。そのためには、まずは現在のサイトが「どう見られているか」評価の把握が不可欠です。Webブランド調査を活用し、サイトを“徹底分析”するメニューをご用意いたしました。

● **Webブランド調査に専門家による定性分析を組み合わせ**

現状把握・徹底分析セット 税込¥1,980,000（税抜¥1,800,000）

通常2回セットの「Webブランド調査」を、ヒューリスティック分析と組み合わせ、
1回分のパッケージにてご提供します。
一般ユーザーの定量評価を深掘りし、専門家の視点でユーザビリティの課題を整理。
具体的なサイト改善施策の立案をご支援します。

【ご提供内容】
- Webブランド調査データパッケージ
- ヒューリスティック分析
  （PCサイト、スマホサイトそれぞれ対象）
- 調査報告会



Copyright © 2024 Nikkei BP Consulting, Inc. All rights reserved.

追加調査パッケージのご案内

● **Webブランド調査にノミネートがないブランドを調査**

追加調査パッケージ 税込¥1,540,000～

「Webブランド調査」とまったく同じ評価手法でノミネート外のサイトを調査します。
ノミネート外サイトの調査結果に、ベンチマークとしてWebブランド調査対象500サイトのデータが付いたお得なパッケージです。
実施時期は「Webブランド調査」本調査と同時期または任意の時期にて実施いたします。

実施時期	1サイトあたりの税込価格 （カッコ内は税抜）	データパッケージ＋追加調査１サイト２回分 （カッコ内は税抜）※1
Webブランド調査と同時期 （春夏：4月、秋冬：10月）	¥165,000（¥150,000）	¥1,540,000（¥1,400,000）
任意の時期にて実施	¥330,000（¥300,000）	¥1,870,000（¥1,700,000）

※1.調査2回分のデータパッケージ（500サイト）と追加調査1サイトの調査（2回分）を実施した場合の価格です。

Copyright © 2024 Nikkei BP Consulting, Inc. All rights reserved.

○お問合せは

日経BPマーケティング

nbpm.jp/wb

〒105-8308　東京都港区虎ノ門4-3-12

Copyright © 2024 Nikkei BP Consulting, Inc. All rights reserved.