

2025年
6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



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2025年5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力を測定することで、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、サイトのブランド力を定点観測。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、企業への好感度を数値化。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。

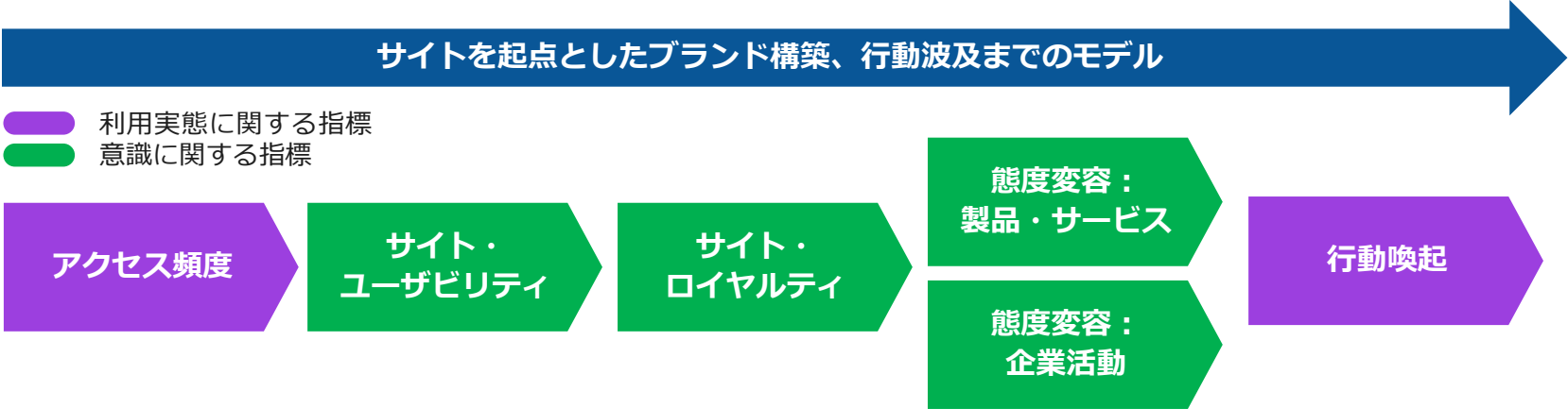
4 | ユーザーの「生の声」が聞ける

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。

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

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



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

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 | ☒ 役に立つ、使える |
| ☐ かっこいい、スタイリッシュ | ☒ 信頼できる |
| ☐ 勢いがある | ☒ 気に入っている、好きである |
| ☐ 情報やデザインに新鮮みがある | ☒ 他にはない魅力がある |
| ☐ 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 | |

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 | ☒ メールやフォームで資料請求 |
| ☐ 新製品・新サービスの情報の閲覧 | ☒ このサイト上で製品・サービスを購入、申込 |
| ☐ 利用製品・サービスの情報の閲覧 | ☐ 見たページを印刷、保存、ブックマーク |
| ☐ 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 | |

4 自由意見

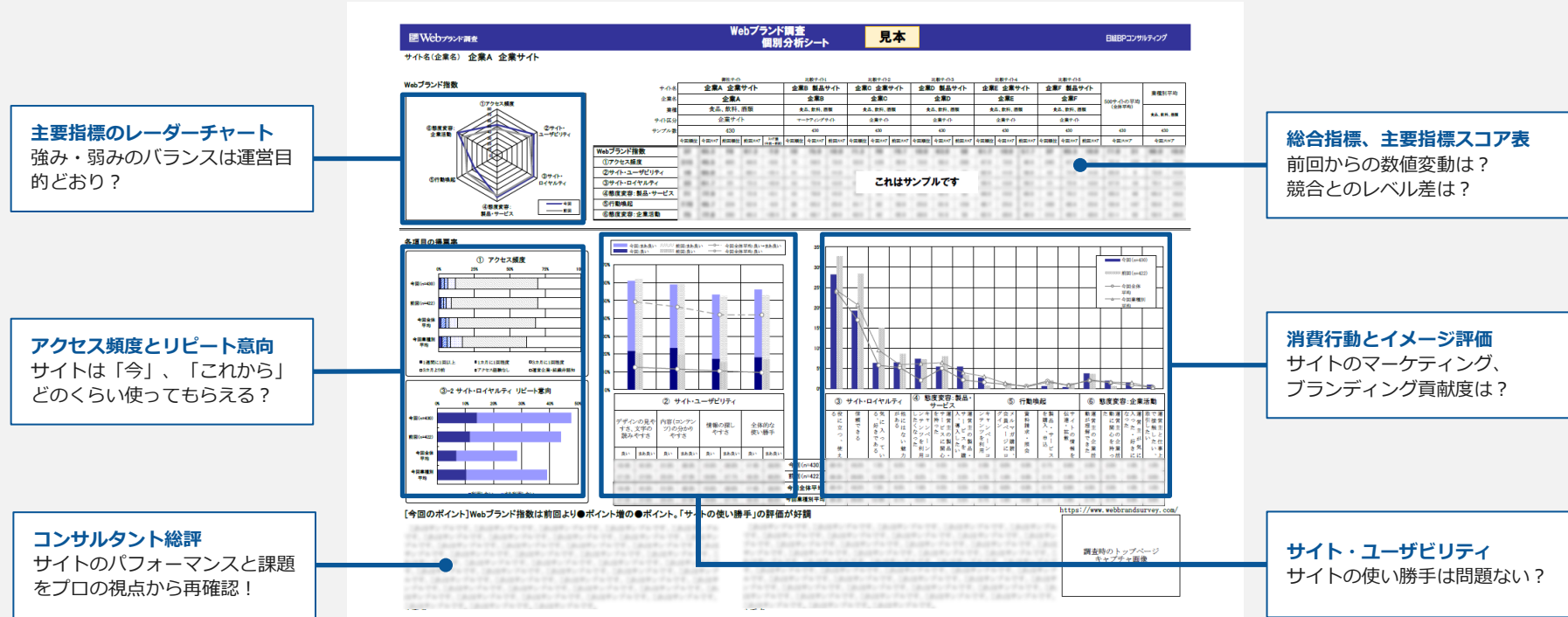
ユーザビリティの改善点、リピート意向、好印象を持ったコンテンツの自由意見を収録。競合サイトとの比較が可能

- | | |
|---------------------------------------|------------------------------------|
| ☐ デザインに関する改善点 | ☐ 好印象を持ったコンテンツ |
| ☐ 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 | |

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。

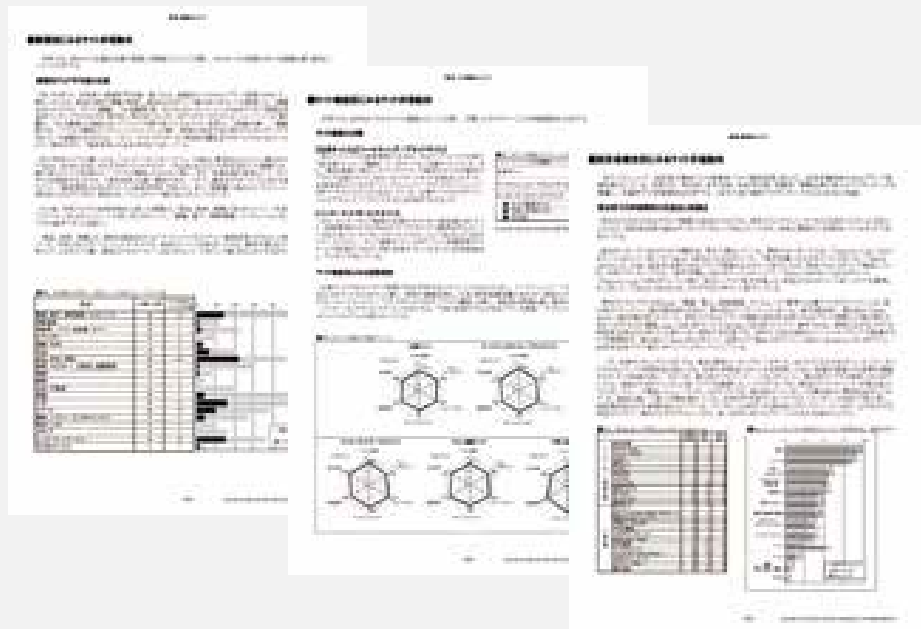


※ 画像はイメージです。

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

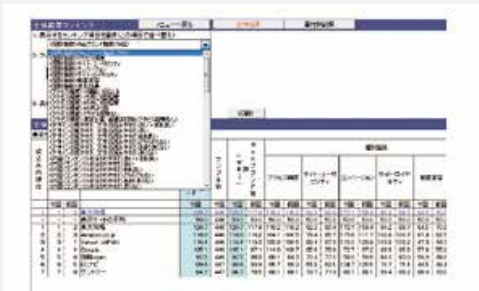
- 調査回答デバイス別分析では、PC／スマートフォンそれぞれの回答者からのサイト評価トレンドを把握いただけます。

500サイト詳細データ ※Excelファイルでのご提供

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

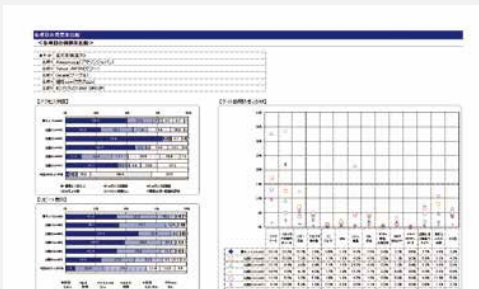
全ての調査対象サイトの調査結果を、Excelのデータ集でご納品いたします。
全体・属性別ランキング、500サイト全ての詳細データ、サイト比較データ、自由意見集をご提供します。
ソート、グラフ表示、データ出力機能など、閲覧性にすぐれており、報告書や企画書の作成にお役立ていただけます。

■ 全体・属性別ランキング表



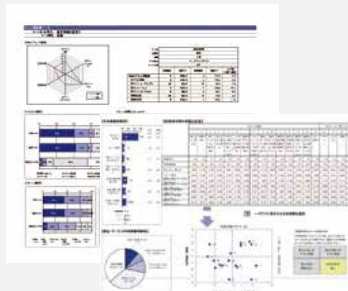
主要指標や詳細評価項目、サイトの業種や機能で絞り込みができます。
属性別ランキングでは、性別・年代・職業・未婚・地域などの条件を選択し、それぞれどのようにサイトが評価されているかを把握できます。

■ 競合サイト



全サイトの中から自由選べる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。

■ 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。

■ 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。

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（421件）のうち、スマートフォンからの回答は、平均で約193件です（Webブランド調査2024-秋冬調査時点）。

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

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。

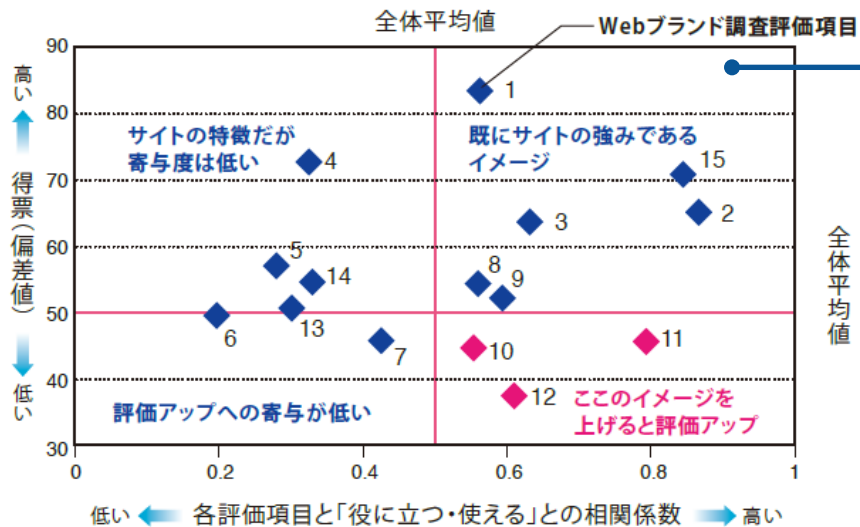
評価項目間の相関分析チャート

今まで見ていなかった課題や取り組みの優先順位を考える際の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。

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。

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 office2016,2019,2021,2024日本語版のバージョンをお使いください。

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2025-春夏」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。

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

Webブランド調査

幅広いインターネット
ユーザーからの定量評価

ヒューリスティック分析

弊社コンサルタントが
ユーザビリティを評価し、
改善ポイントを抽出

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。

ご購入特典 | Xポスト分析サービス（3ヶ月のお試し版）の概要

「Xポスト分析」では、企業活動、広報・PRなどのコミュニケーション活動に対する生の声を把握し、ブランド受容の変化を知ることができます。

「Webブランド調査2025-春夏」をご購入いただきますと、3ヶ月限定（2025年6月21日～2025年9月30日）で「Xポスト分析」サービスの機能を無料でご利用いただけます。

Xポスト分析

Xのポストデータの中から、当社が提供するブランド価値評価サービス「ブランド・ジャパン2025」の対象ブランドに関する記述を部分的に抽出。ブランドごとにまとめ、具体的にどのようなポストがあったかを表示します。2023年8月1日から、以降、閲覧日の前日までのポストを確認できます。

【個別ブランド分析】

「頻出語句一覧」「ハッシュタグ一覧」「ポスト件数」の他、ポストに対する「いいね数」「リポスト数」が表示されます。

【複数ブランド分析】

複数のブランドを指定することで、表示項目の一部を比較することが可能です。

【月次レポート提供（※有償オプション）】

翌月の第1週に、前月の自ブランドに対するポスト状況に関するレポート(A4,2枚)をお送りします。

Webサイトでの情報発信を含む、様々な企業活動、広報・PRなどのコミュニケーション活動に対する生の声を把握できるとともに、ブランド評価に対する原因分析で使用することを目的としています。

※当社が提供する「ブランド・ジャパン2025」のノミネートブランドが対象となるため、貴社Webサイトに関連するブランドが抽出対象に含まれていない場合もございます。予めご了承ください。

※「Xポスト分析サービス」にアクセスできるID(1契約(法人)あたり1ID)を利用し閲覧いただきます。

※X社の意向などにより、やむを得ず、仕様を変更、サービスを中止する場合があります。

※有償オプションの契約最短期間は、6か月です。

※対象ブランドが一般名詞の場合など、正しい評価が難しい場合があるため、サービス提供前に弊社でポストのサンプリング状況を調査します。

※抽出しているポストデータは、全量の10%となります。

※本サービスは、株式会社NTTデータ（なすきのあと事業）との共同事業として、Xデータ分析結果の提供を受けています。

「Xポスト分析」の4つの特徴

特徴①：パフォーマンス分析

設定した期間中の当該ブランドに対するポスト数、ポストに対するいいね数、リポスト数などを計測。顧客がどのようなコンテンツに反応しているかを把握できます。

特徴②：競合・トレンド分析

「ブランド・ジャパン」にノミネートしているのべ1500の他ブランドもサンプリング対象のため、ご所望のブランドに対する、競合比較分析が可能です。現在の立ち位置や競合他社に対する優位性を明らかにします。

また、レポートでは、業界のトレンド分析結果を掲載しており、業界や市場のトレンドを踏まえた上で、成功事例など、今後の戦略立案に役立つ情報を提供します。

特徴③：スコア向上に寄与しているポストの分析

反応が良かったポストなどから、顧客エンゲージメントを向上させるポストや、Webブランド調査のスコア向上に寄与する可能性のあるポストを抽出し、分析します。

特徴④：個別分析レポート（※有償オプション）

ダッシュボードでは、前日までの分析結果をいつでも閲覧できるとともに、当該ブランドに対するカスタマイズされたレポートを月に一度ご提供します。様々な定量・定性分析の結果を2ページのレポートにまとめます。継続的にレポートをご覧いただくことで、コミュニケーション戦略の最適化を行うことが可能です。

Xポスト分析サービスのご利用について

- 「Xポスト分析」は、契約者限定Webサイト「Xポスト分析 ダッシュボード」「個別分析レポート」を通じて、当該ブランドのX上のポストに関する情報を提供する法人向けのサービスです。
- 本サービスはご利用にあたり、契約者限定Webサイト「Xポスト分析 ダッシュボード」にアクセスできるIDを1契約(法人)あたり1ID発行させていただきます。2ID以上のご利用を希望される場合はお問い合わせください。
- 「Xポスト分析 ダッシュボード」は、所定の利用申込書に記載いただいた会社の社内オンラインシステム内における端末からの内部利用に限るものとし、外部への情報公開はできません。利用申込書に記載された以外の他者もしくは他の事業体（記載された会社の親会社、子会社、関連会社を含む）で利用する場合は、事前にサービスの提供元である日経BPコンサルティングに直接、あるいは販売代理店を経由して承諾を得るものとします。
- 利用者は、契約期間中に、合併、分社、大規模な組織変更などの原因で利用申込書に記載された内容に大幅な変更があった場合は、日経BPコンサルティングに直接、あるいは販売代理店を経由して通知するものとします。
- 利用者は、日経BPコンサルティングによる事前の書面による承認なしで、いかなる形態でも、本サービスを再製したり、派生商品を生産したりするなど、著作権法、その他の法令で定められた日経BPコンサルティングの権利を侵害することはできません。
- 本サービスはお申込み後のキャンセルをお受けできません。あらかじめご承諾の上、お申込みください。
- ご提供するサービス内容は変更になる場合があります。
- 本サービスはGoogle Looker Studioを利用しています。Google社の仕様変更などにより、提供サービスを変更、一部中止する場合があります。予めご了承ください。
- 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。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。
- 「個別分析レポート」でご提供する弊社オリジナルの分析結果は、日経BPコンサルティングの著作物です。著作権、および個々の情報（データ）および情報（データ）の集合体に関する財産権は日経BPコンサルティングに帰属し、各種著作権関連法で保護されるものです。
- 分析対象となるポストの著作権は、ポスト投稿者に帰属します。提供されるポスト情報の正確性や信頼性、完全性について、一切の保証を行いません。利用者がポストの情報を元に行った行動の結果について、日経BPコンサルティングは一切の責任を負いません。日経BPコンサルティングは、X社の定める利用規約またはポリシーにより許諾される範囲内でのみ、ポストを活用します。また、ポストの分析は、入手時のポストを用いて実施します。
- 本サービスでご提供する情報の引用、転載は少数の社内資料（報告書）や会議資料など内部的資料へのデータの引用や部分転載に限ります。
- 利用者が前項で定める範囲を超えて転載、公表、変更、複製、公衆送信、譲渡、貸与、翻案等される場合は日経BPコンサルティングに直接、あるいは販売代理店を経由して承諾を得るものとします。
- 引用・転載の際には、必ず以下の表記をつけることを条件とします。
日経BPコンサルティング「Xポスト分析」より

広告代理店様、コンサルティング会社様など同業他社様のご契約について

- 提供できるサービスに制約があったり、御見積を別途、ご用意させていただく場合がございます。個別に弊社にご相談ください。

課題整理～計画策定支援コンサルティングサービス（有償オプション）

Webサイトの課題整理～戦略策定を網羅的にご支援します。

※ご相談内容に応じて、別途お見積いたします。



〈現状整理〉



〈ありたい姿の定義〉



〈改修計画への落とし込み〉

A | ターゲットの理解と 提供情報の整理

ターゲットとサイトの役割確認

SEO分析

流入施策の分析

ヒューリスティック分析

競合サイトとの比較分析

B | ユーザー体験分析に基づく Webコンテンツの再整理

Webサイト訪問動機の整理

再訪を促すコンテンツの分析

デザインの役割を定義

ユーザー体験の分析

コンテンツの整理・拡充案

コンテンツ導線・入力フォーム評価

C | リニューアル計画案の策定

課題の整理

Webサイトで解決すべきことを定義

○お問合せは

日経BPマーケティング

nbpm.jp/wb

