

日経 BP コンサルティング調べ 「Web ブランド調査 2021-秋冬」

Web サイトのブランド力、総合編は2回連続で「楽天市場」が首位
一般企業サイト編のトップ3は、「サントリー」「キリン」「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 2021-秋冬」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 12 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】

- 総合ランキングは「楽天市場」が前回に続き首位を獲得。「Yahoo! JAPAN」「Amazon」が続く
- 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 9 回連続でトップ。第 2 位は「キリン」、第 3 位に「キッコーマン」がランクイン
- スコア上昇サイトトップ 3 は「スターバックス コーヒー ジャパン」「じゃらん net」「東京メトロ」

■ 総合ランキングトップは、2 回連続で「楽天市場」。サイト接触による「行動喚起」のスコアが突出しており、利便性の高いサイトとして高評価を獲得

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、前回に続き、首位を獲得した。第 2 位は前回トップの「Yahoo! JAPAN」、3 位は「Amazon」。トップ 3 は前回同様の顔ぶれとなった（**図表 1**）。

第 1 位の「楽天市場」の Web ブランド指数（WBI）は、前回 113.0 ポイントから 3.0 ポイント増の 116.0 ポイント。個別の評価指標のうち、「行動喚起」のスコアが 171.6 ポイントと極めて高い評価を得た。高いアクセス頻度を背景として、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の行動が活発に行われているサイトである。「サイト・ロイヤルティ」の「利便性」の評価も高く、日々の生活に密着した「役に立つ」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」「キリン」「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、「サントリー」「キリン」「キッコーマン」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 8.7 ポイント減の 75.7 ポイントで、9 回連続トップ（**図表 3**）。500 サイトでの全体順位は第 8 位だった。個別の指標では、「態度変容：製品・サービス」「行動喚起」が前回に続き、極めて高い評価を獲得。一方で、「態度変容：企業活動」が前回 93.7 ポイントから 30.0 ポイント減の 63.7 ポイント。自由意見では、「地球を大事にしている」「企業姿勢が好き」といった企業活動に対する好意的な意見が引き続き見受けられるものの、スコアの大幅な低下が WBI を押し下げる結果となった。

第 2 位の「キリン」は WBI が前回から 10.3 ポイント増の 74.0 ポイント（**図表 4**）。500 サイトでの全体順位は、前回の第 35 位から第 9 位に上昇した。特に「態度変容：製品・サービス」が 17.1 ポイント増の 83.6 ポイントとなり、500 サイト中第 2 位のスコアを獲得した。トップページのリニューアルに伴い、「運営主の製品・サービスに関心を持った」「運営主の製品・サービスを購入または導入したい」の評価が上昇。自由回答においても新商品など製品に関する好意的な意見が多数見られた。

■ スコア上昇サイトは、「スターバックス コーヒー ジャパン」「じゃらん net」「東京メトロ」

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「スターバックス コーヒー ジャパン」「じゃらん net」「東京メトロ」となった（**図表5**）。「スターバックス コーヒー ジャパン」は前回から14.3ポイント増の65.0ポイント、「じゃらん net」は13.6ポイント増の65.4ポイントだった。

「スターバックス コーヒー ジャパン」は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」「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。自由意見では、新メニューに関する言及が多く、季節ごとに展開される期間限定の商品について関心の高さが伺える。

「じゃらん net」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、サイト上での製品・サービスの購入など「行動喚起」で10.7ポイント増、「態度変容：企業活動」で18.5ポイント増となった。新型コロナウイルス感染者数減少を背景として、旅行に対する関心や意欲が高まっている可能性がある。自由回答においては、旅行の計画に関する記述だけでなく、「調べやすい」や「使いやすい」といった機能面に関する好意的な意見も見られた。

■ 企業理念・パーパスやサステナビリティの発信を強化するコーポレートサイトが増加

企業サイトの情報発信の傾向として、コーポレートサイトを中心に、企業の理念・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しているサイトが多く見られる。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「トヨタ自動車 公式企業サイト」「Honda」「オリンパスグループ」となった（**図表6**）。社会課題に対する企業の取組を伝えるオウンドメディアやブランドムービーを活用したサイトが高い評価を得ている。

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

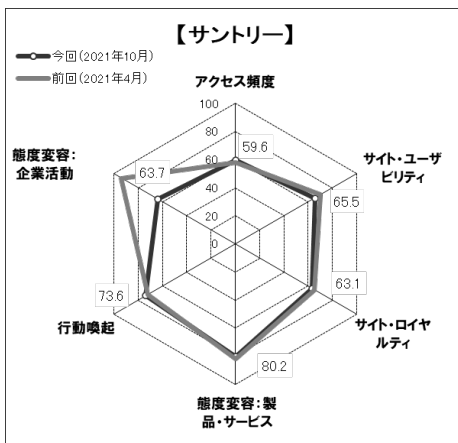
今回 順位	前回 順位	サイト 種類	サイト名	Webブランド指数スコア (WBI)	
				2021-秋冬 (今回)	前回の スコア差
1	1	ネット専業	楽天市場	118.0	+3.0
2	2	ネット専業	Yahoo! JAPAN	109.3	-2.5
3	3	ネット専業	Amazon	104.3	+1.8
4	4	ネット専業	Google	99.3	-0.4
5	5	ネット専業	YouTube	97.7	+3.3
6	8	ネット専業	クックパッド	83.2	+7.3
7	6	ネット専業	楽天カード	76.1	-13.6
8	7	一般企業	サントリー	75.7	-8.7
9	35	一般企業	キリン	74.0	+10.3
10	14	一般企業	キッコーマン	73.7	+5.2
11	12	一般企業	山崎製パン	72.6	+1.8
12	45	一般企業	無印良品	72.4	+10.4
13	11	一般企業	ヤマト運輸	71.6	-1.6
14	19	一般企業	Tサイト	70.7	+3.7
15	56	一般企業	Asahi Park	70.3	+9.9
16	10	一般企業	パナソニック商品情報	69.6	-3.9
17	42	一般企業	ケンタッキーフライドチキン	69.0	+6.5
17	21	一般企業	ユニクロ公式オンラインストア ユニクロ	69.0	+2.4
19	56	一般企業	ファミリーマート	67.7	+7.3
20	23	一般企業	McDonald's Japan	67.6	+1.1
21	9	一般企業	キューピー 商品サイト	67.5	-7.4
22	34	一般企業	ニトリ公式企業サイト	66.8	+2.9
23	15	一般企業	永谷園	66.7	-1.1
24	21	一般企業	アサヒ飲料	66.6	0.0
24	30	一般企業	ニトリネット	66.6	+2.5
26	20	ネット専業	Wikipedia	65.9	-0.8
27	76	一般企業	ミツカングループ	65.8	+7.1
28	65	一般企業	明治	65.7	+6.2
29	33	一般企業	ANA	65.4	+1.4
29	173	一般企業	じゃらんnet	65.4	+13.6
31	25	一般企業	モスバーガー	65.3	-0.6
32	17	一般企業	アサヒビール	65.2	-2.1
33	208	一般企業	スターバックス コーヒー ジャパン	65.0	+14.3
33	74	ネット専業	Yahoo!トラベル	65.0	+6.2
35	30	一般企業	ハウス食品	64.9	+0.8
36	94	一般企業	S&B エスビー食品	64.4	+7.2
36	82	一般企業	ミスタードーナツ	64.4	+6.4
38	59	一般企業	森永乳業	64.3	+4.2
39	42	一般企業	CLUB Panasonic	63.9	+1.4
40	84	一般企業	東洋水産	63.6	+5.8
41	36	一般企業	讃岐釜揚げうどん 丸亀製麺	63.3	-0.2
42	83	一般企業	Apple	63.2	+5.3
43	18	一般企業	カゴメ	63.1	-4.0
44	44	一般企業	東京ディズニーリゾート	62.9	+0.5
45	24	一般企業	カルビー	62.8	-3.3
46	104	一般企業	Honda	62.5	+6.4
47	30	ネット専業	価格.com	61.8	-2.3
47	15	ネット専業	食ベログ	61.8	-6.0
47	28	ネット専業	楽天トラベル	61.8	-2.6
50	113	一般企業	AGF®	61.6	+6.0

図表2● 【一般企業編（ネット専業企業除く）】

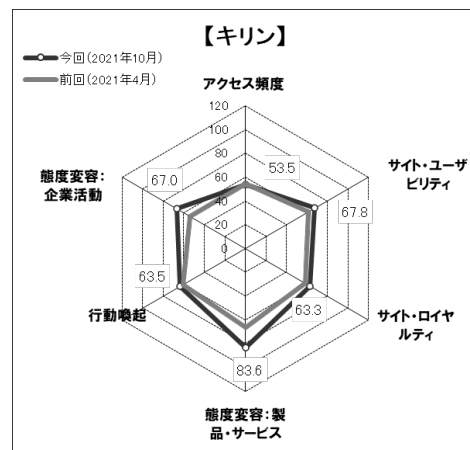
Webブランド指数ランキングトップ10

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-秋冬 (今回)	前回の スコア差
1	8	サントリー	75.7	-8.7
2	9	キリン	74.0	+10.3
3	10	キッコーマン	73.7	+5.2
4	11	山崎製パン	72.6	+1.8
5	12	無印良品	72.4	+10.4
6	13	ヤマト運輸	71.6	-1.6
7	14	Tサイト	70.7	+3.7
8	15	Asahi Park	70.3	+9.9
9	16	パナソニック商品情報	69.6	-3.9
10	17	ケンタッキーフライドチキン	69.0	+6.5
10	17	ユニクロ公式オンラインストア ユニクロ	69.0	+2.4

図表 3 ●「サントリー」のスコアチャート



図表 4 ●「キリン」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-秋冬(今回)	前回とのスコア差
1	33	208	スターバックス コーヒー ジャパン	65.0	14.3
2	29	173	じゃらんnet	65.4	13.6
3	103	359	東京メトロ	55.7	11.8
4	71	268	ソニー	58.9	11.1
5	12	45	無印良品	72.4	10.4
6	9	35	キリン	74.0	10.3
6	228	460	JT	49.3	10.3
8	15	56	Asahi Park	70.3	9.9
9	193	406	エーザイ	50.9	8.9
10	331	488	LIFULL HOME'S	45.0	8.6

※ 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	
			2021-秋冬(今回)	前回とのスコア差
1	2	トヨタ自動車 公式企業サイト	94.7	4.3
2	17	Honda	86.4	14.1
3	3	オリンパスグループ	83.2	-0.2
3	104	ユニ・チャーム	83.2	25.8
5	32	JR西日本	82.7	16.5
6	9	デンソーテン	80.4	5.3
7	79	中外製薬	77.1	17.4
8	215	ネスレ日本	74.8	24.9
9	22	シオノギ製薬(塩野義製薬)	73.9	4.0
10	25	企業・IR ソフトバンク	73.4	3.9
10	73	東芝	73.4	12.8
10	51	Nikon	73.4	10.9

■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：38,271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10月8日（金）～10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

【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

お問合せ先： URL：nbpm.jp/wb