

日経 BP コンサルティング調べ「Web ブランド調査 2016-秋冬」

**Web サイトのブランド力、総合編では「楽天市場」、
一般企業編ではサイトリニューアルした「サントリー」が首位を堅持**

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 2016-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を明らかにするもので、2016 年 12 月 21 日に調査報告書を発行・発売した。

【調査結果のポイント】

- 総合ランキングは、「楽天市場」が 2014-秋冬調査以来 2 年ぶりの総合首位を獲得
- 一般企業編(インターネット専門企業を除く)で、「サントリー」が首位を堅持
第 1 位「サントリー」は、2016-春夏に続く首位。サイトをリニューアルしたことで、ユーザビリティ評価が向上。
- スコア上昇サイト：お得情報を打ち出した「ANA」、来訪者が求める情報への誘導を図った「コジマネット」
「ANA」はキャンペーン情報を明確に打ち出すことでサイト来訪者の行動を誘発、サイトが「便利」「信頼できる」との評価を獲得。「コジマネット」は需要の高いコンテンツを目につく位置に置き、「波及効果」「態度変容」が上昇した。

■ Web サイト上、サイト外での行動が活発化した「楽天市場」が総合ランキング第 1 位を獲得

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」。前回第 1 位の「Yahoo! JAPAN」は今回第 2 位、前回第 2 位の「Amazon.co.jp」は今回第 3 位と、共に 1 つ順位を落とした（図表 1）。

「楽天市場」は 6 項目いずれもスコアを伸ばし、特に「波及効果」「コンバージョン」の上昇が Web ブランド指数（WBI）を引き上げた。「波及効果」においては「電話、店頭など対面での資料請求、照会」「他のサイトで製品・サービスを購入、申込」、また「コンバージョン」は「このサイト上で製品・サービスを購入、申込」の得票率が前回よりも高く、各指数を牽引した。

■ Web サイトを全面リニューアルした「サントリー」が首位を堅持

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」「T サイト」「アサヒビール」（図表 2）。

第 1 位の「サントリー」（ホールディングスのポータルサイト）は今回、サイトの全面リニューアルを実施。「サイト・ユーザビリティ」の 4 項目全てで「良い」との積極的評価が上昇した。また、「波及効果」についても僅かにスコアを伸ばし、その他 4 項目は前回よりもスコアが下がったものの、一般企業サイトでの第 1 位を維持した（図表 3）。

第 2 位は「T サイト」がランクインした。前回調査に比べて、「サイト・ロイヤリティ」「態度変容」「波及効果」の 3 指標が上昇しており、WBI の上昇に寄与した。「T サイト」では実査中に「11 月 11 日いい買い物の日」キャンペーンを展開しており、「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、導入したい」などの項目の得票率アップに結び付いた（図表 4）。

■ Web サイト上での行動誘発からサイトが「便利」「信頼できる」と評価された「ANA」、来訪者が必要とする情報へのアクセス性向上が指数アップに繋がった「コジマネット」

前回から今回にかけ、スコアが大きく上昇したサイトは「ANA」「楽天市場」「コジマネット」だった（図表 5）。「ANA」は前回（2016-春夏）調査前にサイトをリニューアルし、一度評価が下がったところから大きく V 字回復した形だ。WBI は 14.2 ポイント増加しており、「波及効果」「コンバージョン」「サイト・ロイヤリティ」の上昇幅が大きい。Web サイト上でのキャンペーンコンテンツの閲覧や、サイト内外でのサービスの購入が増加し、サイトそのものへの「利便性」「信頼性」への評価も上昇した。（図表 6）。

「コジマネット」は製品カテゴリーの掲載順の入れ替えや、季節家電の特集コーナーの設置などにより、その時々で来訪者が必要とする情報へのアクセス性の向上を図っていることが寄与し、「波及効果」「態度変容」の指数が上昇。WBI が 9.4 ポイント増となった。

(図表 7)。

近年の調査では、サイトのリニューアル時にサイト来訪者の目線に立った情報整理や、異なるサイトターゲット毎にコンテンツを分類し、必要とされる情報へのアクセス性を高めるサイトが増加している。企業の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、顧客接点の改善や強化に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

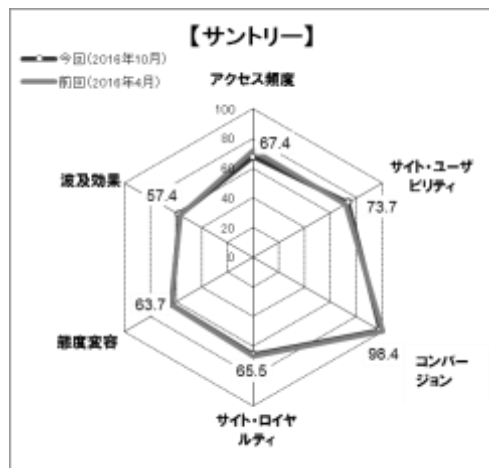
今回 順位	前回 順位	サイト 種類	サイト名	Webブランド指数スコア (WBI)	
				2016-秋冬 (今回)	前回との スコア差
1	3	ネット専業	楽天市場	121.7	+13.4
2	1	ネット専業	Yahoo! JAPAN	120.1	-9.1
3	2	ネット専業	Amazon.co.jp	110.6	+1.9
4	4	ネット専業	Google	102.2	-0.3
5	6	ネット専業	YouTube	85.8	+1.3
6	5	ネット専業	価格.com	82.8	-2.7
7	7	一般企業	サントリー	77.6	-1.1
8	9	ネット専業	Wikipedia	77.0	+2.2
9	11	一般企業	Tサイト	75.8	+1.4
10	8	ネット専業	クックパッド	75.7	+0.5
11	14	一般企業	アサヒビール	75.0	+3.8
12	17	ネット専業	楽天カード	74.8	+4.9
13	62	一般企業	ANA	73.6	+14.2
14	21	ネット専業	食ペログ	73.4	+5.0
15	30	一般企業	ユニクロ	72.9	+8.2
16	14	一般企業	キリン	71.2	0.0
16	10	ネット専業	楽天トラベル	71.2	-3.4
18	18	ネット専業	ぐるなび	71.0	+1.3
19	16	一般企業	じゃらんnet	70.8	+0.2
20	13	一般企業	ヤマト運輸	70.5	-1.7
21	12	一般企業	日本郵便	67.9	-4.7
22	35	一般企業	パナソニック	67.2	+3.4
23	39	一般企業	パナソニック商品情報	67.0	+4.3
24	37	一般企業	ケンタッキーフライドチキン	66.9	+3.9
25	31	一般企業	JAL	66.3	+1.7
26	22	一般企業	ホットペッパーグルメ	65.9	-2.0
27	45	一般企業	tenkijp	65.8	+4.3
28	28	一般企業	ヨドバシ.com	65.6	-0.1
29	19	一般企業	アサヒ飲料	64.1	-4.7
30	64	一般企業	モスバーガー	63.7	+4.4
31	58	一般企業	カルビー	63.5	+3.4
31	38	一般企業	ハウス食品	63.5	+0.6
33	27	一般企業	無印良品	63.3	-2.7
34	71	ネット専業	Yahoo!トラベル	62.9	+4.9
35	33	一般企業	セブン-イレブン	62.8	-1.3
36	60	一般企業	ゆうちょ銀行	62.5	+3.0
37	51	一般企業	NTTドコモ	62.4	+1.9
37	82	一般企業	ローソン	62.4	+5.2
39	34	一般企業	味の素 商品情報サイト	62.3	-1.6
39	120	一般企業	森永製菓	62.3	+8.0
41	67	一般企業	カゴメ	62.1	+3.8
42	105	一般企業	IKEA	61.8	+6.4
43	62	一般企業	東京ディズニーリゾート	61.7	+2.3
44	46	一般企業	ミツカングループ商品・メニューサイト	61.1	0.0
45	51	一般企業	キッコーマン	61.0	+0.5
45	24	一般企業	日本郵政	61.0	-6.3
47	163	ネット専業	インフォシーク	60.8	+8.8
48	54	一般企業	キャノン: 商品・サービス情報	60.5	+0.2
49	109	ネット専業	楽天銀行	60.4	+5.1
50	71	ネット専業	Facebook	60.3	+2.3

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

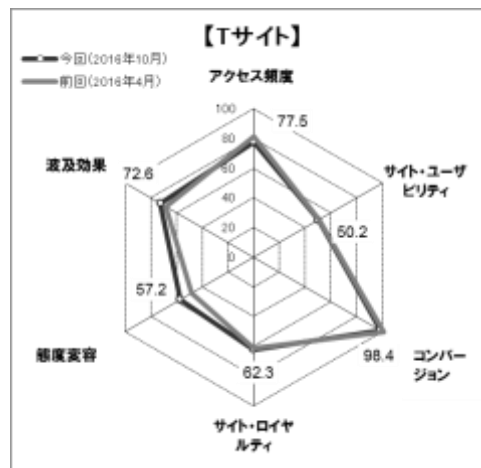
一般企業 業内順位	全体 順位	サイト名	Webブランド指数スコア (WBI)	
			2016-秋冬 (今回)	前回との スコア差
1	7	サントリー	77.6	-1.1
2	9	Tサイト	75.8	+1.4
3	11	アサヒビール	75.0	+3.8
4	13	ANA	73.6	+14.2
5	15	ユニクロ	72.9	+8.2
6	16	麒麟	71.2	0.0
7	19	じゃらんnet	70.8	+0.2
8	20	ヤマト運輸	70.5	-1.7
9	21	日本郵便	67.9	-4.7
10	22	パナソニック	67.2	+3.4

※ 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 3 ●「サントリー」のスコアチャート



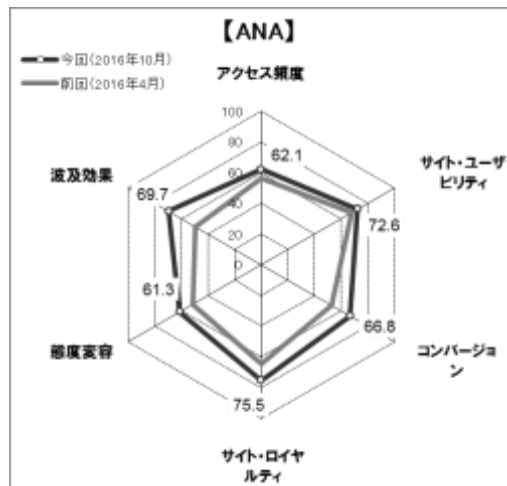
図表 4 ●「T サイト」のスコアチャート



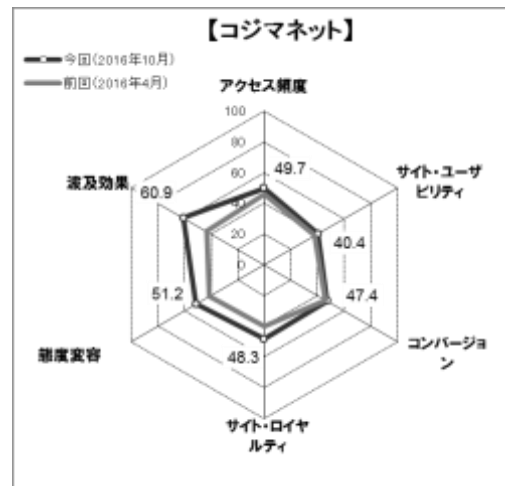
図表 5 ● Webブランド指数 スコア上昇ランキングトップ 10

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)	
				2016-秋冬 (今回)	前回との スコア差
1	13	62	ANA	73.6	14.2
2	1	3	楽天市場	121.7	13.4
3	220	449	コジマネット	49.5	9.4
4	102	308	日産自動車	55.2	9.2
4	72	234	ポッカサッポロフード&ビバレッジ	58.0	9.2
6	47	163	インフォシーク	60.8	8.8
7	55	172	イオンシネマ	59.8	8.3
8	84	248	東宝	56.6	8.2
8	15	30	ユニクロ	72.9	8.2
10	39	120	森永製菓	62.3	8.0

図表 6 ●「ANA」のスコアチャート



図表 7 ●「コジマネット」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：33,600 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：2016 年 10 月 13 日（木）～10 月 20 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

日経 BP コンサルティング：日経 BP 社全額出資の「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 コンサルティング ブランドコミュニケーション部

担当：鈴木 はるか

(Tel.03-6811-8308 Fax.03-5421-9176)

〒108-8646 東京都港区白金 1-17-3 NBF プラチナタワー

[お問い合わせフォームはこちら](#)