

日経 BP コンサルティング調べ 「Web ブランド調査 2023-春夏」

Web サイトのブランド力、総合編は前回に続き「楽天市場」が首位を獲得
一般企業サイト編のトップ 3 は、「アサヒ飲料」「パナソニック商品情報」
「ユニクロ公式オンラインストア」

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 2023-春夏」の結果をまとめた。Web サイトのリニューアル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、2023 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「楽天市場」「Yahoo! JAPAN」「Google」
- 一般企業編（インターネット専門企業を除く）では、「アサヒ飲料」が初の首位を獲得。第 2 位は「パナソニック商品情報」、第 3 位は「ユニクロ公式オンラインストア」
- スコア上昇サイトトップ 3 は「楽天市場」「NTT ドコモ」「江崎グリコ（Glico）」

■ 総合ランキングは、「楽天市場」が首位を堅持。第 2 位は「Yahoo! JAPAN」、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、「楽天市場」。前回（2022-秋冬）に続き、首位を獲得した。第 2 位は「Yahoo! JAPAN」、第 3 位は「Google」となり、TOP3 は前回と同じ顔ぶれとなった（**図表 1**）。

第 1 位の「楽天市場」の Web ブランド指数（WBI）は、前回 110.0 ポイントから 14.8 ポイント増の 124.8 ポイント。WBI を構成する 6 つの個別評価指標※1 のうち、サイト接触による、企業活動への意識変化を示す「態度変容：企業活動」のスコアが 24.2 ポイント増の 65.5 ポイントと大幅に上昇した。さらに、キャンペーンコンテンツの利用などの「行動喚起」のスコアは、前回から 15.1 ポイント増の 176.3 ポイントと、極めて高い評価を獲得した。「行動喚起」のスコアは、2017-春夏以来、全 500 サイト中で第 1 位を維持し続けており、日常生活と密接にかかわる利便性の高いショッピングサイトとして、高く評価されている。

※1：WBI は、「アクセス頻度」「サイト・ユーザビリティ」「サイト・ロイヤリティ」「態度変容：製品・サービス」「態度変容：企業活動」「行動喚起」の 6 つの個別評価指標で構成している。

■ 一般企業サイト編は、「アサヒ飲料」が初の首位。第 2 位は「パナソニック商品情報」、第 3 位は「ユニクロ公式オンラインストア」

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、「アサヒ飲料」「パナソニック商品情報」「ユニクロ公式オンラインストア」となった（**図表 2**）。

「アサヒ飲料」は、一般企業サイト内順位が前回第 17 位から上昇し、初の首位を獲得した。500 サイトでの全体順位は第 6 位となった。WBI は前回のスコアから 8.0 ポイント増の 74.6 ポイントだった（**図表 2**）。個別の指標では、「態度変容：企業活動」が 16.9 ポイント増と大幅に上昇し、67.6 ポイントの高評価を獲得した（**図表 3**）。トップページのリニューアルに伴い、キービジュアルで「100 年のワクワクと笑顔を。」というメッセージを押し出したり、商品情報だけでなく、CSV（Creating Shared Value：共有価値の創造）の取り組みを伝えるコンテンツへの導線を拡充したりするなど、企業としての姿勢や活動が伝わる情報発信が評価の上昇につながった。

第 2 位の「パナソニック商品情報」は、500 サイトの全体順位で前回第 50 位から第 8 位に順位を上げた。WBI は、前回から 9.9 ポイント増の 72.0 ポイントとなった（**図表 2**）。個別の指標のうち、「態度変容：製品・サービス」が前回から 15.9 ポイント増の 68.9 ポイント、「態度変容：企業活動」は 11.8 ポイント増の 65.5 ポイントとなった（**図表 4**）。製品・サービス、企業活動訴求がともに高い評価を獲得し、WBI の上昇に寄与した。

■ スコア上昇サイトは、「楽天市場」「NTT ドコモ」「江崎グリコ (Glico)」がトップ 3

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「楽天市場」「NTT ドコモ」「江崎グリコ (Glico)」となった（**図表 5**）。「楽天市場」は前回から 14.8 ポイント増の 124.8 ポイント、「NTT ドコモ」は 14.3 ポイント増の 63.8 ポイントだった。

「楽天市場」は全体順位で第 1 位となったが、WBI を構成する 6 つの個別指標全てのスコアが前回は上回ったことで、スコア上昇ランキングにおいても第 1 位となった。特に「態度変容：企業活動」が前回から 24.2 ポイント上昇し、WBI を押し上げた。

「NTT ドコモ」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。サイトトップページの変更の影響が表れやすい「サイト・ユーザビリティ」は、構成する 4 つの個別項目全てで得票率が上昇した。自由意見では、「サービス内容などが探しやすい」「料金確認などがしやすい」など、情報の探しやすいさや内容の分かりやすさに好印象を持った回答が見られた。

■ 生活者の間でもサステナブル時代における企業姿勢や行動が伝わる情報発信への関心度が高まる

企業活動訴求の評価指標となる「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「ユニ・チャーム」「東芝」「シチズン時計（シチズングループサイト）」となった（**図表 6**）。首位となった「ユニ・チャーム」は、「Kyo-sei Life Vision 2030」に基づくサステナビリティの取り組みに関する発信が豊富であり、高評価につながったと考えられる。最近では、企業情報サイトだけではなく、製品・サービス情報が中心のサイトであっても、企業理念・パーパスなど、企業として社会に存在意義を示すメッセージの発信や、サステナビリティや社会課題解決を目指す取り組みに関するコンテンツが拡充されている。一般の生活者から見ても、サステナブル時代における企業の姿勢や行動が伝わる情報発信への関心度が高まりつつあると考えられる。

企業サイトで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)	
				2023-春夏 (今回)	前回との スコア差
1	1	ネット専業	楽天市場	124.8	+14.8
2	2	ネット専業	Yahoo! JAPAN	105.1	+0.8
3	3	ネット専業	Google	100.2	-2.8
4	5	ネット専業	YouTube	91.6	-3.0
5	4	ネット専業	Amazon	90.5	-10.3
6	26	一般企業	アサヒ飲料	74.6	+8.0
7	13	ネット専業	楽天トラベル	73.0	+4.0
8	50	一般企業	パナソニック商品情報	72.0	+9.9
8	7	ネット専業	楽天カード	72.0	-6.8
10	16	ネット専業	クックパッド	71.6	+3.1
11	76	ネット専業	メルカリ	71.1	+12.3
12	10	一般企業	ユニクロ公式オンラインストア	70.8	-2.6
13	51	一般企業	東京ディズニーリゾート	70.3	+8.3
14	11	一般企業	キッコーマン	69.8	-2.1
15	8	一般企業	サントリー	69.3	-4.8
15	30	一般企業	スターバックスコーヒー ジャパン	69.3	+12.0
17	21	一般企業	カルビー	69.2	+1.4
18	29	一般企業	ファミリーマート	69.0	+3.1
19	6	ネット専業	Yahoo!ショッピング	68.2	-12.1
20	125	一般企業	江崎グリコ(Glico)	67.9	+13.1
20	39	一般企業	ケンタッキーフライドチキン	67.9	+2.9
22	9	一般企業	マクドナルド公式サイト	67.8	-5.8
23	12	一般企業	ヤマト運輸	67.7	-4.1
24	33	一般企業	任天堂	67.4	+1.7
25	60	一般企業	Kao花王	66.7	+5.8
25	19	一般企業	セブーンイレブン	66.7	-1.6
27	29	一般企業	ミツカングループ	66.5	+0.6
28	23	一般企業	無印良品	66.1	-1.1
29	15	一般企業	丸亀製麺	65.9	-2.8
29	24	一般企業	ローソン	65.9	-1.2
31	29	ネット専業	Wikipedia	65.8	-0.1
31	35	一般企業	ニトリネット	65.8	+0.3
33	54	一般企業	アサヒビール	65.2	+3.7
34	41	ネット専業	食べログ	65.1	+0.6
35	48	一般企業	キリン	64.7	+2.4
35	25	一般企業	じやらんnet	64.7	-2.2
37	143	一般企業	森永製菓	64.4	+10.9
38	16	一般企業	キューピー 商品サイト	64.1	-4.4
39	48	一般企業	ANA	63.9	+1.6
40	225	一般企業	NTTドコモ	63.8	+14.3
41	63	一般企業	エバラ食品	63.6	+2.9
42	68	一般企業	象印マホービン	63.4	+3.6
43	57	一般企業	トヨタ自動車 公式企業サイト	63.1	+1.9
44	64	一般企業	tenkip	62.8	+2.3
45	80	一般企業	ダイソー	62.4	+4.0
46	57	一般企業	ニトリ公式企業サイト	62.2	+1.0
47	71	一般企業	日清食品グループ	62.1	+2.6
48	62	ネット専業	楽天24	62.0	+1.2
49	86	一般企業	モスバーガー	61.8	+3.9
50	28	一般企業	味の素	61.6	-4.4

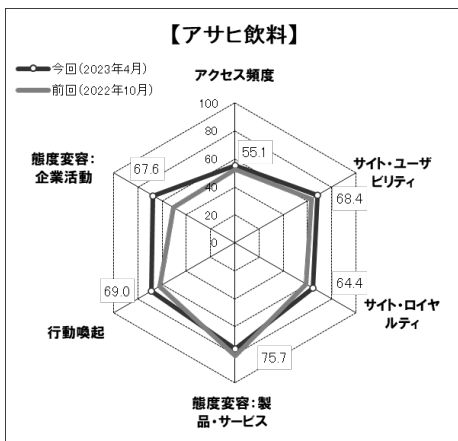
※ ランキング表中のサイト名表記は、トップページのタイトルによるサイトの正式名称。

図表2● 【一般企業編（ネット専業企業除く）】

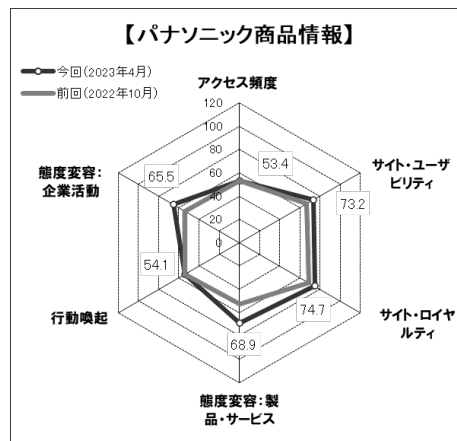
Webブランド指数ランキングトップ10

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)	
			2023-春夏 (今回)	前回との スコア差
1	6	アサヒ飲料	74.6	+8.0
2	8	パナソニック商品情報	72.0	+9.9
3	12	ユニクロ公式オンラインストア	70.8	-2.6
4	13	東京ディズニーリゾート	70.3	+8.3
5	14	キッコーマン	69.8	-2.1
6	15	サントリー	69.3	-4.8
6	15	スターバックスコーヒー ジャパン	69.3	+12.0
8	17	カルビー	69.2	+1.4
9	18	ファミリーマート	69.0	+3.1
10	20	江崎グリコ(Glico)	67.9	+13.1
10	20	ケンタッキーフライドチキン	67.9	+2.9

図表 3 ●「アサヒ飲料」のスコアチャート



図表 4 ●「パナソニック商品情報」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)	
				2023-春夏(今回)	前回のスコア差
1	1	1	楽天市場	124.8	14.8
2	40	225	NTTドコモ	63.8	14.3
3	20	125	江崎グリコ(Glico)	67.8	13.1
4	11	76	メルカリ	71.1	12.3
5	15	90	スターバックスコーヒー ジャパン	69.3	12.0
6	164	431	コスモエネルギーホールディングス	52.4	11.6
7	37	143	森永製菓	64.4	10.9
8	135	363	ぐるすくり	54.5	10.7
9	90	278	ダイキン工業	57.9	10.6
10	8	50	パナソニック商品情報	72.0	9.9

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	
			2023-春夏(今回)	前回のスコア差
1	5	ユニ・チャーム	88.2	3.3
2	2	東芝	81.0	-4.4
3	20	シチズン時計(シチズングループサイト)	79.4	10.3
3	1	トヨタ自動車	79.4	-10.5
5	126	ダイキン工業	78.9	23.7
6	67	デンソー	78.4	18.8
7	2	トヨタ自動車 公式企業サイト	77.9	-7.5
8	67	デンソーテン	76.3	16.7
8	9	Honda	76.3	-2.2
10	91	セイコーグループ	75.3	17.6

■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：35,784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：2023年4月11日（火）～2023年4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：池田 梨子

〒105-8308 東京都港区虎ノ門 4-3-12

お問合せ先：<https://consult.nikkeibp.co.jp/contact/>