

# 1. 調査概要

調査方法	: インターネットリサーチ
調査対象者	: 20 歳以上の男女
調査日時	: 2015 年 5 月 12 日～14 日
スクリーニング配信数	: 875,506
本調査対象者	: 2,217
対象者条件	: 1 年以内サイト閲覧者かつ 1 年以内サービス利用・購入者(性年代の割付なし)

## 2. 総評

今回の調査で上位にランクインしユーザーの評価が高かった企業をみると、3つの点において共通した傾向が見られました。

まず1点目は、ユーザーに「企業らしさ」が十分に伝わっている Web サイトはユーザーの評価が高い傾向がみられました。上位企業に対するユーザーの意見にも「〇〇(企業名)らしい色使いが好き」「〇〇(企業名)らしさに共感もてる」といったコメントが目立ちました。企業が伝えたい「ブランドイメージ」とユーザーが Web サイトへの訪れた際に期待する「企業らしさ」の合致度が高いほどユーザーの信頼や安心感につながりやすく、好感を生みやすいといえます。「製品が美しい(アップル)」や「写真がおいしそう(モスバーガー)」といったコメントからプロダクトやサービスをクオリティの高い写真を用いて効果的に表現することによって「企業らしさ」を伝えることも有効といえます。

2点目に、「コンテンツ」が魅力的である企業は高いスコアとなる傾向がみられました。その企業にしか持ち得ないオリジナルなコンテンツが豊富な企業はユーザーの評価も高い傾向にあります。例えばオムロンヘルスケアの Web サイトは販売する健康機器の商品カタログ情報だけでなく、健康コラムや健康レシピなど有用性の高いコンテンツを膨大に有しており、ユーザーの高評価につながっていました。

3点目は、「ユーザビリティ」の優れた企業はユーザーの評価が高い傾向が見られました。上位企業に共通してみられたユーザーのコメントをみると「シンプル」「すっきりしている」「みやすい、ごちゃごちゃしてない」といったキーワードが多く見られます。目的の情報がすぐに見つけやすく、操作がしやすいこともユーザーの高評価に影響を与えているといえます。逆に評価低い企業においては「みにくい」「文字が多い、小さい」「デザインにまとまりがない」などといったコメントが多く見られました。顧客のニーズを確実に捉え、一方的に押し付けがましくなく、ユーザー視点でシンプルにわかりやすく情報を提供できているかどうかの評価の大きく分かれるポイントとなりました。

### 3. ウェブロイヤリティスコア(WLS)ランキング

偏差値集計によって業界の違いによるスコアの偏りを解消し、「ユーザビリティ」、「コミュニケーション力」、「ウェブロイヤリティ」の各偏差値を、それぞれに重み付けて算出した WLS 偏差値でランキング化しました。

順位	業界	企業名	ユーザビリティ 偏差値	コミュニケーション力 偏差値	ウェブロイヤリティ 偏差値	WLS偏差値
1	運輸	ANA	62.13	64.04	66.61	64.46
2	食品	味の素	64.67	62.60	66.15	64.36
3	アパレル	無印良品	64.04	64.24	63.76	64.02
4	外食	モスバーガー	62.08	61.71	62.94	62.24
5	家電・エレクトロニクス	アップル	53.18	65.11	62.72	61.29
6	化粧品・生活用品	オムロンヘルスケア	59.17	59.68	63.48	60.88
7	エネルギー	ENEOS	62.95	59.15	60.16	60.45
8	自動車	ホンダ	50.51	62.68	62.30	59.50
9	化粧品・生活用品	ファンケル	61.66	58.49	57.31	58.87
10	飲料	アサヒビール	61.36	62.54	47.46	56.97
11	化粧品・生活用品	資生堂	53.50	59.01	56.95	56.91
12	小売・コンビニ	ローソン	49.60	57.49	61.16	56.80
13	飲料	サッポロビール	46.16	54.43	66.20	56.48
14	小売・コンビニ	セブン-イレブン	55.22	59.86	53.29	56.40
15	食品	山崎製パン	47.79	58.77	59.15	56.16
16	食品	カルビー	47.95	54.11	63.20	55.75
17	化粧品・生活用品	ライオン	52.59	57.15	55.81	55.54
18	化粧品・生活用品	花王	56.97	54.62	55.28	55.44
19	小売・コンビニ	ファミリーマート	58.85	52.60	56.17	55.41
20	家電・エレクトロニクス	キヤノン	57.71	49.58	55.82	53.79
21	アパレル	ユニクロ	53.29	54.10	52.22	53.24
22	家電・エレクトロニクス	パナソニック	58.14	50.46	50.59	52.43
23	小売・コンビニ	西友	48.24	55.83	51.04	52.26
24	食品	ロッテ	59.25	55.08	42.15	51.60
25	エネルギー	コスモ石油	42.85	53.81	53.44	50.94
26	外食	ケンタッキーフライドチキン	50.05	49.51	48.46	49.28
27	食品	キューピー	42.19	54.27	48.44	49.21
28	家電・電気	ソニー	48.01	50.43	48.23	49.05
29	化粧品・生活用品	P&G	50.98	47.29	47.07	48.14
30	飲料	サントリー	49.20	46.84	47.52	47.67
31	運輸	ヤマト運輸	44.25	50.56	46.10	47.42
32	自動車	トヨタ自動車	53.14	40.01	49.90	46.75
33	食品	森永製菓	44.75	49.65	44.42	46.59
34	化粧品・生活用品	DHC	46.07	46.24	46.39	46.25
35	小売・コンビニ	イトーヨーカドー	49.93	41.31	48.94	46.14
36	運輸	JAL	42.80	46.07	47.40	45.72
37	アパレル	ナイキ	43.80	41.96	48.25	44.62
38	食品	キッコーマン	37.48	43.75	50.34	44.49
39	自動車	日産自動車	46.35	47.31	37.80	43.74
40	運輸	日本郵便	50.82	39.33	39.89	42.40
41	食品	ニチレイ	53.87	36.07	37.23	40.92
42	食品	明治	52.05	35.70	38.92	40.91
43	飲料	キリン	43.28	36.19	38.82	38.88
44	エネルギー	出光興産	44.20	37.04	36.40	38.61
45	外食	ロッテリア	37.86	38.77	38.60	38.48
46	アパレル	アディダス	38.87	39.70	35.77	38.12
47	化粧品・生活用品	ジョンソン&ジョンソン	40.22	35.19	36.25	36.82
48	家電・エレクトロニクス	シャープ	32.97	34.41	32.65	33.43
49	小売・コンビニ	イオン	38.16	32.91	29.40	32.99
50	化粧品・生活用品	大塚製薬	28.83	32.33	31.45	31.15

### 3.1.1 位 ANA

ユーザーからの「企業らしさ」に関する意見として、「ANAらしいカラー(コーポレートカラー:青・空の色)」で「さわやか」なデザインで好感が持てるといったコメントがみられました。伝えたい企業イメージが Web サイトのデザイン設計としてしっかりと反映されており、ユーザーに好印象を与えているといえます。

さらに色使いやデザインだけでなく、検索のしやすさや情報の見やすさ、ユーザーにとって欲しい情報(お得な情報キャンペーンなど)の優先度が考慮された情報の配置がされていると同時に、コンテンツの見せ方やユーザビリティについての評価も高く、複雑な操作が伴うような航空券の予約操作もストレス無く行える点もユーザーに好感を与える大きな要因となっています。

コンテンツ面では、旅行を楽しみたいという期待をもって訪れたユーザーに国内・海外の観光に関する豊富なコンテンツを用意しており、Web サイトの使い勝手や機能面での利便性を備えているだけでなく、「楽しい」「役に立つ」といったコンテンツ面での有用性も評価されました。



The screenshot displays the ANA website interface. At the top, there's a navigation bar with 'ANA Inspiration of JAPAN' and a '5 STAR AIRLINE SKYTRAX' badge. A main banner promotes a 'Summer Travel' campaign. Below this is a flight search section with dropdown menus for departure/arrival (Tokyo Narita), dates (May 29), and passenger counts. To the right, there's a 'Support' section with FAQs and a 'Member Login' section for ANA Mileage Club. The bottom part of the page features an 'Information' section with news items and an RSS feed link.

注目コンテンツ ANA Vacation



調査で寄せられたユーザーからの意見

	代表的な推奨理由
企業らしさに関する意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ANAらしいカラーにお洒落なものを扱っている。もちろんほしいフライト情報がすぐに見られることがいい。</li> <li>✓ さわやかなデザインでANAらしさに溢れているので薦めたい。</li> <li>✓ イメージカラーの青と空の青が目立ってデザインが良い。</li> <li>✓ 安定感のあるデザインなので。</li> </ul> <p>など</p>
コンテンツに関する意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 利用したい路線を調べやすい。自分のマイルがトップ画面にすぐ出るので確認の手間が省けて良い。飛行機に利用のためにサイトを訪れる分に関してはとても使いやすいと思う。</li> <li>✓ TOP画面で航空券の検索ができる場所はよいと思う。</li> <li>✓ キャンペーンなどお得情報がある。</li> <li>✓ ツアー検索などに先割りの広告が入ったり、価格的な比較をしやすいので使いやすい。</li> <li>✓ 見やすいしコンテンツが楽しい、役に立つ。</li> <li>✓ 情報が豊富である 検索し易い。</li> </ul> <p>など</p>
ユーザビリティに関する意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 航空券の検索場所が一番最初に目に付く場所にあり、操作もとてもし易いから。これまで何度か利用したが、サイトで迷子になったことがない。</li> <li>✓ 情報がわかりやすく整理されている。</li> <li>✓ 直観的でわかりやすくセンスがいいサイト構成になっているので。</li> <li>✓ 画面が明るく、直感的に使える。文字も見やすい。</li> <li>✓ 全体的に見やすいから。</li> </ul> <p>など</p>