

株式会社アイ・エム・ジェイ

東京都目黒区青葉台 3-6-28

代表取締役社長 櫻井 徹

## IMJ 調査レポート「企業 Facebook 年間ランキング 2014」発表

— 体験型、嗜好品カテゴリのエンゲージメント率が高い結果に —

株式会社アイ・エム・ジェイ(本社:東京都目黒区 代表取締役社長:櫻井 徹 以下、IMJ)は、企業の Facebook ページに投稿された記事を分析し、ランキング上位の投稿の傾向と、内容を分析した「企業 Facebook 年間ランキング 2014」を本日発表しました。

今回の調査では、2014 年 1 月から 10 月にかけて、各企業の Facebook ページに投稿された記事への「いいね!」「コメント」「シェア」「エンゲージメント率」の平均を調べ、以下にまとめました。

1. ファン数ランキング
2. 平均いいね!数ランキング
3. 平均コメント数ランキング
4. 平均シェア数ランキング
5. 業界別平均エンゲージメント率

また、「企業 Facebook 年間ランキング」の第 2 回目となる今回の調査では、[昨年の年間ランキング](#)との比較、および業界別のエンゲージメント率についても分析しています。

IMJ では今後もさまざまな視点でソーシャルに関する調査やコラムを継続して発表していくとともに、企業のデジタルマーケティング支援を行ってまいります。

- ※ IMJ では、2012 年より毎月、「いいね!」「コメント」「シェア」それぞれの上位 20 位の[「企業 Facebook 活用企業ランキング」](#)を発表しています。
- ※ 本調査は、Facebook が提供している API による集計データをもとに実施しています。
- ※ 2013 年調査は 4 月～12 月、2014 年調査は 1 月～10 月と対象月が異なります。

## 調査のトピック

1. 「楽天市場」がファン数 400 万を突破。2013 年に続き 1 位。国内ファン数最大規模に。
2. 「いいね！」数平均の上位 3 位は 2013 年調査と変わらず。1 位の「東京ディズニーリゾート」はファン数が 25 万人程度増加しているが、平均「いいね！」数は 2013 年とほぼ違いがない。
3. 2014 年は「コメント」応募を用いたキャンペーンを実施した企業が多かった。
4. 「シェア」ランキング上位企業の平均「シェア」数は、2013 年よりも増加。理由は Facebook 仕様変更による動画投稿のリーチ数の伸び。エンターテインメント性の高い動画コンテンツを投稿した企業が「シェア」数を伸ばしている。
5. 業界別では、「飲料・食品（来店型）」や「テーマパーク」のエンゲージメント率が高い傾向。嗜好品と呼ばれる「自動車」、「酒類」、「ジュエリー・時計」カテゴリも次いで高い。

ファン数ランキング(2014年11月10日時点)

順位	ページ名	ファン数
1	楽天市場(Rakuten, Inc.)	4,081,739
2	ソフトバンク(SoftBank)	1,301,718
3	Amazon.co.jp (アマゾン)	1,210,355
4	ANA.Japan	1,206,724
5	スターバックス コーヒー ジャパン Starbucks	1,139,526
6	JAPAN AIRLINES (JAL)	1,081,566
7	au	1,071,107
8	無印良品	1,051,269
9	コカ・コーラ (Coca-Cola)	1,008,148
10	Uniqlo	1,001,164
11	LINE Japan	915,433
12	ディズニー	881,064
13	SUNTORY サントリー	838,035
14	東京ディズニーリゾート	819,334
15	@nifty	761,570
16	キリンビール / KIRIN BEER	630,732
17	セブン-イレブン・ジャパン	583,803
18	ローソン(LAWSON)	545,669
19	GREE	538,996
20	近畿日本ツーリスト	534,108

平均いいね！数ランキング(2014年1月～10月 11/10時点集計)

順位	ページ名	投稿数	いいね！数	平均
1	東京ディズニーリゾート	251	8,552,502	34,074
2	ディズニー	243	6,649,699	27,365
3	スターバックス コーヒー ジャパン Starbucks	176	3,540,064	20,114
4	コカ・コーラ (Coca-Cola)	239	2,274,862	9,518
5	ANA.Japan	483	4,518,807	9,356
6	チキンラーメン ひよこちゃん	98	884,869	8,825
7	セブン-イレブン・ジャパン	274	2,342,513	8,549
8	ディズニー・スタジオ	232	1,932,334	8,329
9	Tiffany & Co.	325	2,690,968	8,280
10	Audi Japan / アウディジャパン株式会社	216	1,525,110	7,061
11	JAPAN AIRLINES (JAL)	420	2,766,131	6,586
12	ハーゲンダッツ Haagen-Dazs	400	2,464,028	6,160
13	キリンラガービール	229	1,265,299	5,525
14	サッポロビール (Sapporo Beer)	246	1,281,204	5,208
15	キリンビール / KIRIN BEER	600	3,088,952	5,148
16	ミスタードーナツ	61	299,891	4,916
17	コカ・コーラ ゼロ (Coca-Cola Zero)	125	580,581	4,645
18	Nissan	452	2,097,995	4,642
19	MINI	200	909,693	4,548
20	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン (USJ)	262	1,173,137	4,478

平均コメント数ランキング(2014年1月～10月 11/10時点集計)

順位	ページ名	投稿数	コメント数	平均
1	東京ディズニーリゾート	251	35,360	141
2	コカ・コーラ (Coca-Cola)	239	28,274	118
3	ANA.Japan	483	52,051	108
4	ディズニー	243	24,414	100
5	チキンラーメン ひよこちゃん	98	9,099	93
6	キリンラガービール	229	20,612	90
7	Nikon	226	18,272	81
8	スターバックス コーヒー ジャパン Starbucks	176	13,921	79
9	ディズニー・スタジオ	232	18,130	78
10	セブン-イレブン・ジャパン	274	19,837	72
11	Nissan	452	26,296	58
12	マツダ/Mazda Japan	330	17,769	54
13	au	198	10,074	51
14	Audi Japan / アウディジャパン株式会社	216	10,616	49
15	JR東日本	178	8,471	48
16	JAPAN AIRLINES (JAL)	420	19,835	47
17	ハーゲンダッツ Haagen-Dazs	400	16,564	41
18	ミスタードーナツ	61	2,329	38
19	楽天市場(Rakuten, Inc.)	620	23,458	38
20	Nespresso ネスプレッソ	207	7,454	36

平均シェア数ランキング(2014年1月～10月 11/10時点集計)

順位	ページ名	投稿数	シェア数	平均
1	ディズニー・スタジオ	232	306,275	1,320
2	東京ディズニーリゾート	251	136,672	545
3	ディズニー	243	131,726	542
4	スターバックス コーヒー ジャパン Starbucks	176	64,940	369
5	致知出版社	659	173,843	264
6	ANA.Japan	483	101,414	210
7	チキンラーメン ひよこちゃん	98	18,606	190
8	コカ・コーラ (Coca-Cola)	239	44,450	186
9	赤すぐnet	192	29,808	155
10	朝日新聞 (Asahishimbun)	2,218	342,241	154
11	Hello Kitty Japan	502	75,630	151
12	セブン-イレブン・ジャパン	274	40,866	149
13	リクルート	423	59,518	141
14	JR東日本	178	23,567	132
15	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン (USJ)	262	32,386	124
16	ミスタードーナツ	61	7,437	122
17	東京タワー Tokyo Tower	70	7,825	112
18	マツダ/Mazda Japan	330	36,579	111
19	BIGLOBE	254	26,927	106
20	JAPAN AIRLINES (JAL)	420	42,684	102

※2014 年 11 月 10 日集計時点

## 企業 Facebook ページ年間ランキングの傾向

### 1. 「楽天市場」がファン数 400 万を突破。2013 年に続き 1 位。国内ファン数最大規模に。

2014 年 11 月から、インセンティブを提供し、「いいね！」を押さないと参加・閲覧できないアプリケーションの使用が禁じられた。それにより、ファン獲得には Facebook 広告に頼らざるを得なくなり、大幅なファン獲得は困難になる。よって、今後、日本のファン数単独で「楽天市場」を上回る企業は現れないだろう。また、2014 年は海外アカウントとの統合を行った企業も多く、数百万～数千万規模のファン数を抱えるアカウントは、複数の国のアカウントを統合している場合が多い。

### 2. 平均「いいね！」数の上位 3 位は 2013 年調査と変わらず。1 位の「東京ディズニーリゾート」はファン数が 25 万人程度増加しているが、平均「いいね！」数はほぼ 2013 年と違いがない。

2014 年調査の「東京ディズニーリゾート」の平均「いいね！」数は 34,074。2013 年調査では、34,170 であったことから、ファン数が 25 万人程度増加しているにも関わらず、平均「いいね！」数は 100 程度減少していることがわかる。2 位「ディズニー」の 2014 年調査での平均「いいね！」数は 27,365、2013 年調査では 23,704 で約 4,000 増加。3 位「スターバックス コーヒー ジャパン」の 2014 年調査での平均「いいね！」数は 20,114、2013 年調査では 18,644 で約 1,500 増加。企業によって増減数や増減率は異なるが、ファン数の増加に伴って一律に「いいね！」が増えるとは言えないことが分かる。中には昨年よりも大幅に「いいね！」数が減少している企業もあり、投稿の質を上げたり、投稿の広告活用なども同時に行わないと、ファン数だけを増やしても意味が無いと言えるだろう。

### 3. 2014 年は「コメント」応募を用いたキャンペーンを実施した企業が多かった。

2013 年後半の Facebook プロモーションガイドライン改定により、タイムライン上でのキャンペーン実施が可能になったことで、「コメント」応募を用いたキャンペーンを実施する企業が増加。「セブン-イレブン・ジャパン」や「Audi Japan」「Nespresso」は 2014 年新たにランキングに入った。

「コメント」平均数が多い企業は、インセンティブがなくとも常にコメントを寄せるファンが多く、ファン同士の交流も見られるなど、Facebook ページがコミュニティとしても機能している。

### 4. 「シェア」ランキング上位企業の平均「シェア」数は、2013 年よりも増加。エンターテインメント性の高い動画コンテンツを投稿した企業が「シェア」数を伸ばしている。

「ディズニー・スタジオ」が、シェア数ランキングに初登場、1 位に輝いた。躍進の理由は、今年大ヒットした『アナと雪の女王 Let It Go 25 ヶ国語バージョン』の動画投稿。Facebook の仕様変更の影響により、動画を直接投稿するとリーチ数が伸びるようになったため、エンターテインメント性の高い動画コンテンツを投稿した企業が「シェア」数を伸ばしている。

## 5. 「飲料・食品（来店型）」や「テーマパーク」の Facebook ページはエンゲージメント率が高い傾向。

嗜好品と呼ばれる「ジュエリー・時計」、「自動車」、「酒類」、カテゴリも次いで高い。

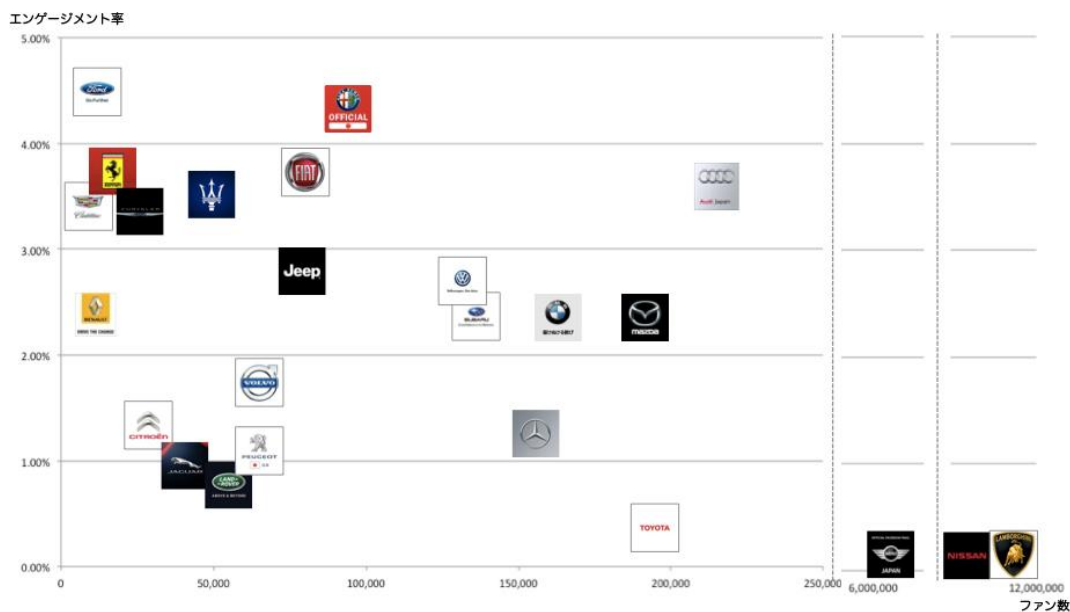
「スターバックス コーヒー ジャパン」を含む「飲料・食品（来店型）」カテゴリが 2.73%、「東京ディズニーリゾート」を含む「テーマパーク」カテゴリが 2.38%と実際の体験を伴う業態が最も高い結果に。次いで、嗜好品と呼ばれる「ジュエリー・時計」、「自動車」、「酒類」も 2%以上の平均エンゲージメント率となった。中でも自動車カテゴリは Facebook ページを持っている会社、ブランド数も 25 と多く、ファン数規模も 5 万を超えるアカウントが多いが、エンゲージメント率は総じて高い結果となった。※ファン数が増加すると、エンゲージメント率は低下する傾向にある。

### ■業界別エンゲージメント率調査

業界別エンゲージメント率調査(2014年1月～10月 11/10時点集計)

カテゴリ	エンゲージメント率	対象アカウント数
飲料・食品(来店型)	2.73%	8
テーマパーク	2.38%	10
ジュエリー・時計	2.33%	19
自動車	2.22%	25
酒類	2.08%	26
メディア	2.05%	18
輸送・運輸	1.25%	13
食品	1.19%	16
飲料	0.98%	22
保険	0.68%	20
小売	0.60%	6
銀行	0.44%	9

### ■「自動車」カテゴリのファン数とエンゲージメント率グラフ



---

## 【ランキング調査概要】

調査元：Facebook が提供している API

調査対象：日本語を主言語として発信している Facebook ページ上位 5000 位

ランキング対象条件：会社、ブランド、プロダクト、イメージキャラクター、ニュースメディア等の公式ページ（官公庁、政治団体、スポーツチーム、タレント、著名人、店舗、アプリ、コミュニティ、Buzz 系サイト、雑誌、テレビ番組、映画タイトル等は対象外）

ファン数ランキング対象条件：海外統合ページは除外

調査対象期間：2014 年 1 月～10 月

集計日時：2014 年 11 月 10 日

## 【エンゲージメント率調査概要】

Facebook に登録されているカテゴリを主として分類し、6 社以上のアカウントがある業界を調査。

「飲料・食品」など登録社数、ブランド数が多いカテゴリに関しては、調査段階で分類している。

エンゲージメント率 = (いいね！ + コメント + シェア) ÷ ファン数

---

## 株式会社アイ・エム・ジェイについて (<http://www.imjp.co.jp/>)

インターネット領域に軸足をおき、Web 及びモバイルインテグレーション事業における豊富な知見・実績を強みに、スマートフォンを含むマルチデバイス対応、更には戦略策定・集客・分析（Web データ解析・効果検証等）まで様々なソリューションをワンストップで提供することで、顧客のデジタルマーケティング活動における ROI（投資対効果）最適化を実現いたします。

※ 文中に記載されている会社名、商品名は各社の商標または、登録商標です。

※ 掲載されている情報は発表日現在の情報です。検索日と異なる可能性がございますのであらかじめご了承ください。

※ 画面写真データ等ご用意いたしております。お気軽にお問い合わせください。

## お問い合わせ先

---

### 本調査に関するお問合せ先

株式会社アイ・エム・ジェイ

クロスコミュニケーションUXM本部 担当：小野、鈴木

TEL：03-6419-9112

### 報道機関からのお問合せ先

株式会社アイ・エム・ジェイ

ブランド・コミュニケーションユニット 広報

TEL：03-6415-4257 E-mail：irpr@imjp.co.jp