

The **Orangepage** Inc.

生活実装する会社

「次のくらしデザイン部」 について

株式会社オレンジページについて

1985年：(株)ダイエーより『オレンジページ』創刊

1988年：株式会社オレンジページを設立・月1から月2回刊行に

1991年：『オレンジページCooking』創刊

1999年：生活情報サイト『オレンジページnet』開設

2001年：東日本旅客鉄道(株)の子会社に

2015年：コミュニティリサーチ「**くらし予報**」スタート

2017年：体験型スタジオ「コトラボ阿佐ヶ谷」開業

2020年：**ブランドPURPOSE**を発表
『こどもオレンジページ』創刊

2021年：新大久保駅直上に、新しい食文化創造拠点「K,D,C,,,」開業

新C I “生活実装する会社” 発表

webメディア「ウェルビーイング100byオレンジページ」開設

2022年：toB向けセミナー「**くらしヒアリング発表会**」

コミュニティリサーチ「**ほぼ100人にききました**」スタート



『オレンジページ』の原点はスーパーのチラシ そこにはこんな「声」が…。

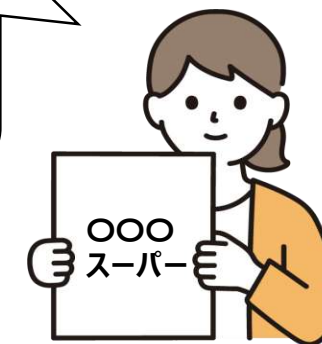


商品や価格は
載っているけど、
使い方がわからない…

チラシに載っている
食品を使った料理が知りたい

毎日の暮らしに役立つ、
生活が楽しくなるような
情報が欲しい

そんな生活者の「声」を受けて



生活便利マガジン

オレンジページ 誕生！

1985年6月創刊

購入しやすい価格＝200円

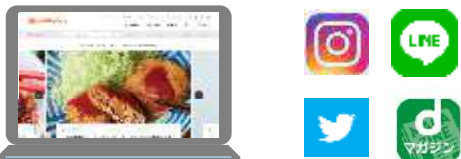
写真が映える誌面の大きさ＝A4変形

買い物のついでに購入しても持ち歩きが苦にならない重さ＝350g（160ページ）

今も生活者のさまざまな「声」に耳を傾け、事業を展開中

デジタルメディア
Webメディア 動画コンテンツ
SNS 電子出版

オレンジページnet



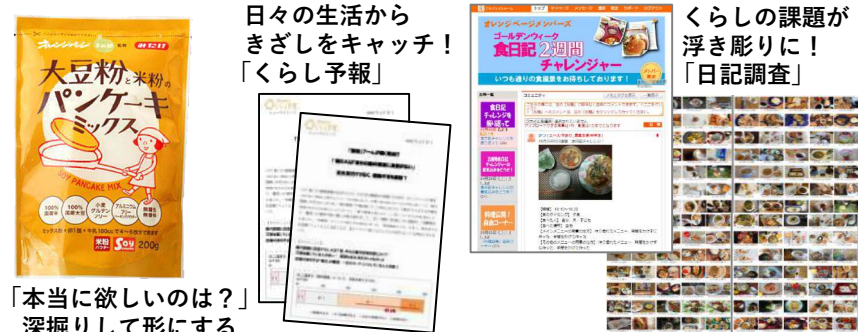
出版メディア 雑誌メディア 定期購読・電子出版



マーケティング 商品開発、生活者調査、アンケート
モニター/会員アサイン、メルマガ

日々の生活から
きざしをキャッチ！
「暮らし予報」

くらしの課題が
浮き彫りに！
「日記調査」



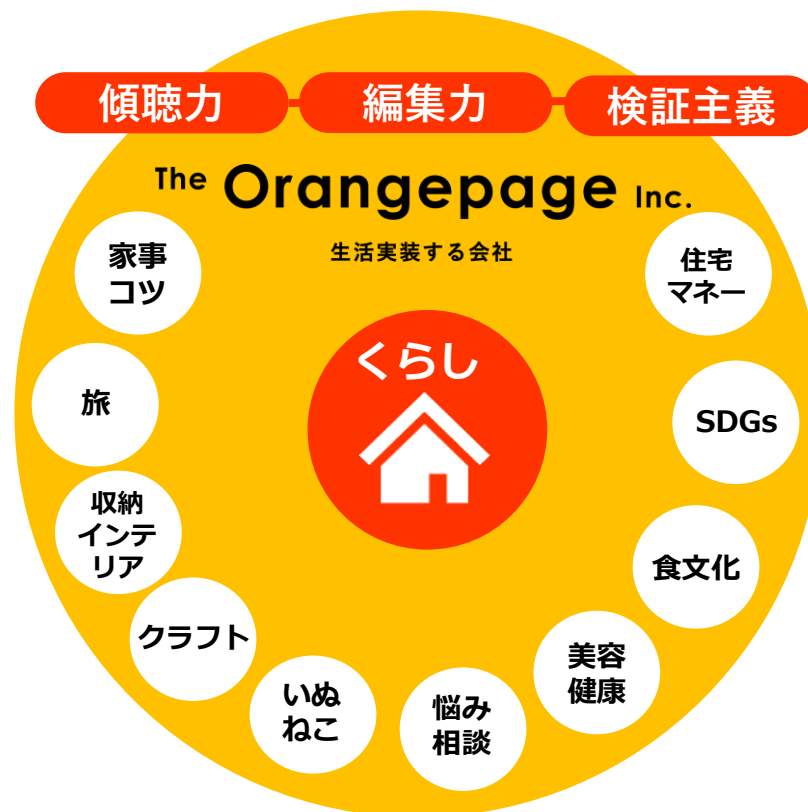
「本当に欲しいのは？」
深掘りして形にする
商品開発

EC・商品開発
Suicaペンギングッズ
オリジナル商品



**カスタム出版
メニュー開発**

SDGs 小冊子
大戸屋レシピ本

**2021
グッドデザイン賞受賞！**
「コンポストで始まる
循環の生活実装デザイン」



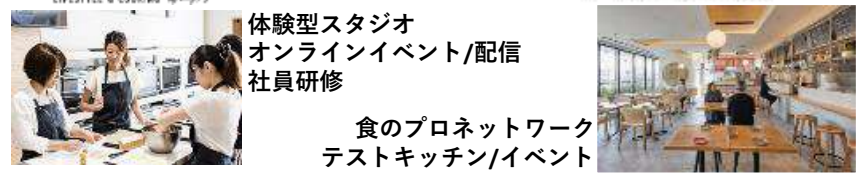
体験型メディア イベント実施

くらしラボ
LIFESTYLE & COOKING by Orangepage

体験型スタジオ
オンラインイベント/配信
社員研修

K,D,C...

食のプロネットワーク
テストキッチン/イベント



「次のくらしデザイン部」について

生活者の「声」を大切にする姿勢は、
オレンジページのアイデンティティ



そんな「声」をもとに、
コンテンツや商品の開発、販促施策などの
お手伝いをしているのが
私たち「次の暮らしデザイン部」です





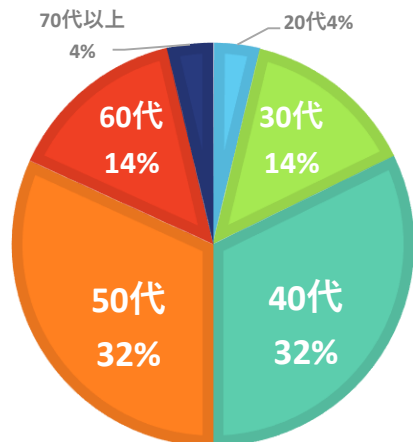
「声」をあげて下さる、核となるのが
オレンジページを支えるモニター組織

「オレンジページメンバーズ」

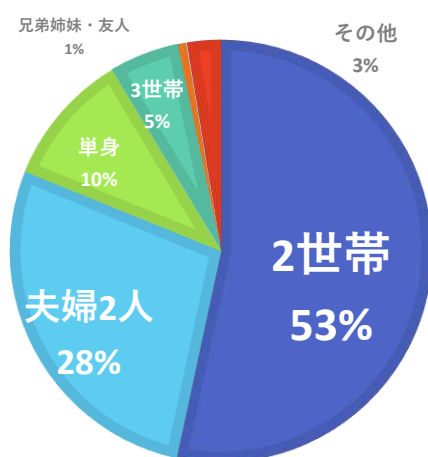
居住地域

北海道	4.3%
東北	5.2%
関東	41%
中部・北陸	18.2%
近畿	17.7%
中国・四国	7.1%
九州・沖縄	6.2%

年齢

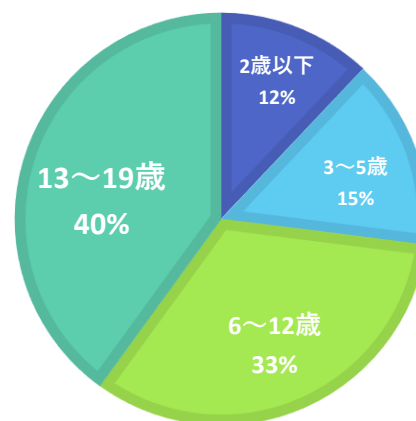


家族構成



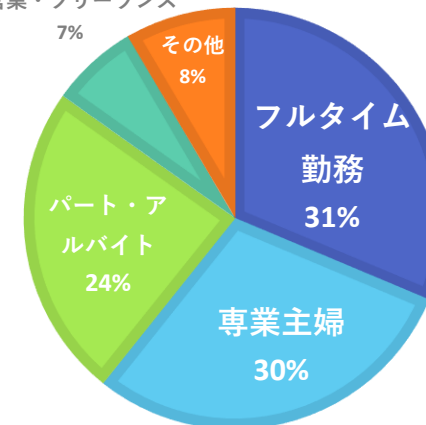
末子年齢

(20歳未満)



職業

自営業・フリーランス



世帯年収

100万円以下	11.5%
200～400万円未満	20.6%
400～600万円未満	22.4%
600～800万円未満	18.5%
800～1000万円未満	12.3%
1000万円以上	14.9%

●女性 86.9%

●既婚者 76.1%

●持ち家一戸建て 51.6% (平均築年数22年)

2021年11月調べ N=2357

【会員数】 約18万人（アクティブメンバー約7.4万人／2023年4月）

【特 徴】

- ・生活感が広く高い
- ・豊かな暮らしにプロアクティブ
- ・イイものは人にすすめたい
- ・リアルな「声」をしっかりと伝える
- ・アンケート、調査に対して熱心

事例①

- ・2021年5月「コロナ禍の食生活について」の調査
n=1479人中、1080人が回答（FA回答率73.0%）
- ・2021年7月「マネーについて」の調査
n=1609人中、1145人が回答（FA回答率71.2%）



事例②

- ・食材の試食、モニター…98.8%
- ・イベントの様子アップ…95%
- ・ワインに合う料理を投稿…100%
（10～80名の規模・2020年1～3月）



情報インプット力

日ごろから情報収集を積極的にしているほうだ

64.3%

一般調査 44.0%

体験インプット力

気になったモノ・コトは試してみるほうだ

73.9%

一般調査 55.4%

情報アウトプット力

自分が知っていることを周りの人に広めたいと思うほうだ

50.8%

一般調査 30.0%

体験アウトプット力

モノ・コトを自分なりに工夫したりアレンジするのが得意なほうだ

51.6%

一般調査 33.4%

オレンジページメンバーズN=2865・一般モニターN=500・調査実施年月 2017年2～3月

仕事と生活の
バランスが大事72.2%

価値観

選ぶ前にいろいろと情報
を集めたうえで決定する
70.2%



気になったことは
試してみる65.6%

基本は質素だが、特定の物事
には出費を惜しまない63.2%

健康意識

不足している栄養成分は、
普段の食事で補いたい86.0%



健康には食事が
最も重要だと思う72.2%

健康のための努力は惜しまない70.4%

食事は家族や、友人、同僚との
コミュニケーションの
良い機会だと思う70.8%

食意識

栄養バランスのとれた
食生活を心がけている71.5%



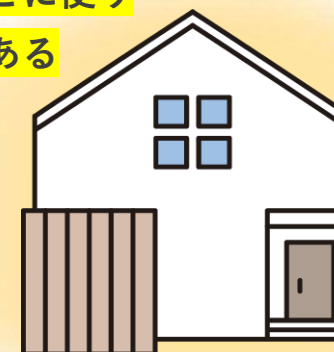
旬の食材などを使うことで
季節を感じたい72.2%

食品ロスや、食の安全など、
社会的な課題を
意識している63.9%

くらし意識

自分の趣味や、好きなことに使う
時間を持つことは重要である
82.7%

家族とのコミュニケーション
を大事にしている71.6%



家の中は家族が
快適なことが重要である72.2%

掃除や洗濯などの家事は、
時間や手間をなるべく省きたい74.2%

オレンジページユーザーは、 「楽（らく）」より「楽しい」ことが好き

- 自分と家族。どちらも楽しむことが大切。
そのための手間や、出費は納得できる。
- 家事は取捨選択。ノウハウを楽しみながら、時に合理的に。
コミュニケーションが弾む、快適な場所づくりを心掛けている。
- 新しいメニューへのチャレンジや、気分転換など、
料理は楽しみのひとつ。家族が喜ぶなら手間もかける。

「次のくらしデザイン部」 事例紹介



家族みんな料理が好きになる、 ファミリー向けオリジナルキッチンの共同開発

概要

「日鉄興和不動産」様のファミリーマンション・オリジナルキッチン開発に向け、「リビオライフデザイン総研」と「次のくらしデザイン部」で共同調査を実施。さらに「編集者」の視点を商品開発に反映。

開発ステップ



「家族でシェアしたくなる
楽しいキッチン」が、
求められていることを発見！



意見を反映したキッチンが完成！



生活者のリアルな
「本当に欲しい！」や
「あったら良いな」が
開発に役立ちます！

調査＆編集者の アイディア反映

丁寧な調査を繰り返して、メンバーズから開発のヒントとなる意見やアイディアを引き出します。さらに編集者の意見を盛り込み、使いやすく、楽しいキッチンを共創しました。



食事日記と腸内環境チェックをセットで実施。 腸活部が、おからパウダーをモニタリング

概要

「日本乾燥おから協会」様「ヘルスケアシステムズ」様と、おからパウダーのモニタリングを実施。おからパウダー、検査キットの魅力を、オレンジページメンバーズからなる腸活部に伝え、取り組みを記事化

取り組みイメージ

ヘルスケア
システムズ
検査キット

腸活部
商品認知
継続利用

オレンジページ
記事作成
モニター参加

日本乾燥おから協会
商品・情報



日記調査モニター

おからパウダーを使いこなす様子を、画像 & 日記報告。家族の反応や意外な使い方など、発見を伴う調査を実施

2週間の継続で 体重や体脂肪に変化

変化の様子を、オレペ腸活部netにアップ。さらにキットで腸内環境もチェックし、数値でも確認



オレペ腸活部

熱心な参加と、
良質なコメント。
記事化で拡散も
お手伝いします



新商品開発にモニター調査で貢献。 社内リソースでレシピ開発、会場提供も対応

概要

「キリンホールディングス」様、「明治大学 宮下芳明研究室」様、共同開発の減塩デバイス「エレキソルト」開発時に、会場調査と、家庭でデバイスを実際に使用してもらうホームユーステストを実施。食卓写真や使用者ならではの気づきを、詳細なレポートにまとめて報告しました。

他部署もオリジナルレシピ、レシピブックの制作、新大久保のフードラボ「K,D,C,,,」を記者発表会の会場として提供など、全社一丸となって、幅広く協力しました。



調理を含む調査を実施

デバイスを使った試食調査や個別インタビュー、さらにホームユーステストで、細かなニーズをピックアップしました。

オリジナルレシピ レシピブックを作成



コンテンツ部署によるオリジナルレシピを開発



発表の場も 提供します

記者発表の会場として、新大久保の「K,D,C,,,」を活用いただきました

調査以外にもコンテンツ制作
のリソースをフル活用して
ご要望にお応えします

ほかにも……

ありがたいことに
オレンジページメンバーズの方には、
ここまで対応していただけます

お宅の「調味料」 全部見せてください！



調理の傾向や、調味料を選ぶ基準などを明らかにするための調査では、家にある調味料を全て並べて写真に撮り、送ってもらいました。

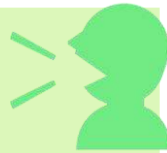
プラントベース食品で どんな料理を作ってる？



話題のプラントベース食品について、食べている人の需要と、企業の伝えたいことが合っているかを調査。バラエティに富んだ食べ方が届きました。

フリーアンサーでは コメントがたくさん

Q.マスク解禁どう思う？



A. 子どもに関しては、マスク解禁は良かったと思う場面が多いですが（幼稚園で友達と遊びやすいなど）、大人はマスク生活で楽をしていた場面も多々あり、単純に喜ぶだけではないなと感じています。特に私は専業主婦なので、外出時にマスクをしておけばメイクをせずに過ごせて快適だったのにとったり…。また一律でマスクが推奨されていた頃とは違い、それぞれの判断が求められる場面も増えてくると思うと、少し面倒です。

Q.お弁当作りの悩みは？



A. 今は高校生男子のお弁当なので、ボリューム重視でガッツリ系が喜ばれるのですが、今後は娘のものも一緒に作ることになるため、見た目のかわいらしさも欲しいところ。女子は周りの子のお弁当を見て、「みんなのお弁当はかわいい」と話題になるらしく…。かわいく作ってあげたいけど、時間もあまりかけられないのが実情なので、同じメニューで、かわいく見えるような、少しの手間やコツを知りたいです。

Q.キッチンの悩みは？



掃除グッズの置き場所に困っています。
100均で小さなバケツを買って、そこに洗剤や、食器洗い用・シンク洗い用のスポンジなどを入れています。シンク下の引き出しに置くのは、衛生的にどうかと…。結局、キッチンを出たところの廊下に置いています。他のかたはどうされているのかなと、いつも思っています。

フリーアンサーでは、コメントをたくさん書いてくださる方が多いのが特徴。新たな発見や、気づきをいただくことができます。

商品開発やプロモーション、
実態調査の強い味方！
ぜひ、オレンジページメンバーズを
ご活用ください！

初回限定プラン

オレンジページメンバーズの、くらしに根付いたリアルな声、意見を拾うことが出来るリサーチについて、格安でお試しいただけるプランを用意しました。一度、試していただければ、その有用性をご理解いただけること間違いなし！ この機会に、ぜひお試しください！

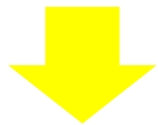
定量調査

オレンジページメンバーズに、WEBアンケートを実施。クイックに、参考になる意見を収集できます。



- 商品認知・利用、ライフスタイル把握等に
- 固定フォーマットを利用したアンケート
- サンプル数は500～1000程度
- 発注後10日間をめどに簡易レポート納品

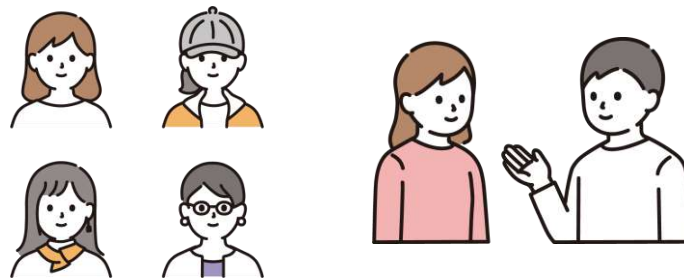
定価50万円



初回限定価格 **30万円**

グループ・デプスインタビュー

課題に合ったメンバーを招集し、グループ／1対1のインタビュー。グループはリアルorオンライン、デプスはオンラインにて実施。



- グループ…普段使いの商品、サービス向き
- デプス…競合比較など深掘りしたいテーマ向き
- グループ…4名1グループ／2時間程度
- デプス…3名／各1時間程度／1日で実施
- 発注後30日間をめどに簡易レポート納品

グループ定価200万円（2グループ）

デプス定価220万円（4名）



初回限定価格

グループ **120万円**

デプス **130万円**

※グループは1グループ、デプスは3名にて実施

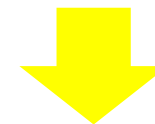
日記調査

テーマに沿った画像、コメントを一定期間投稿してもらう調査。日記的に観察に、新たな発見が。



- 基本、くらしの1シーンを切り取って、投稿。商品お試しなどが必要な場合は、費用は別途
- 8名／試用期間2週間程度
- 発注後50日間をめどに簡易レポート納品

定価320万円（10名）



初回限定価格 **190万円**

※8名にて実施

基本プラン

オレンジページメンバーズ対象に、クイックに実施できるWEBアンケート。アンケートに答えることで、商品やサービスの認知を高める効果も。

- テーマ例 商品認知、利用調査
ライフスタイル把握 等
- 調査手法 フォーマットアンケート
- サンプル数 500～1000

フォーマット使用WEBアンケート



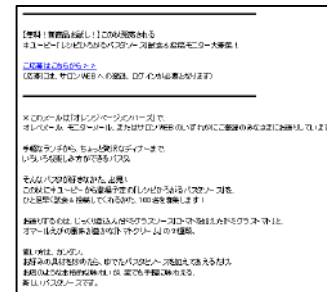
オレンジページメンバーズ7万人にアンケートを実施。**500～1000名程度に回答いただき**、簡易報告書を納品。



メンバーズ100名に商品を送付し、一定期間使用。画像、コメント投稿を募るモニター企画。発売前の新商品のクローズド試用も可能です。

- 商品例 調味料、日用品など（送料別途）
- 概要 画像、コメントを1回以上投稿
- 報告記事 オレンジページnetにてブログ形式の簡易記事
- 報告書 コメント、アンケート等、簡易報告書

リクルーティング & 商品お試し



ダイレクトメールで、メンバーズから参加者を募集。100名に商品を送付し、**1週間程度モニタリング**。

画像&コメント投稿



試用した画像、使い勝手などのコメントを投稿。アレンジメニューなどのテーマ設定も。

レポートページ & 簡易報告書



商品評価、使用感などについて評価アンケートを実施。**OPnetで抜粋記事&簡易報告書納品**。



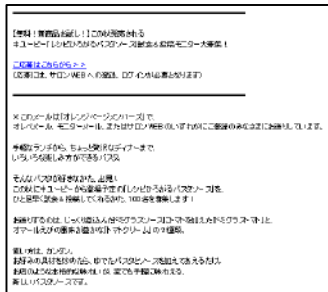
課題に合ったメンバーを招集し、グループインタビューを実施。自社or競合商品の率直な意見を聞きたい時などに最適です。リアル、オンラインともに対応可能。

- 概要 4名1グループ × 2回（1日）
- 実査時間 2時間程度／1回
- 納品物 報告書

リクルーティング

グループインタビュー

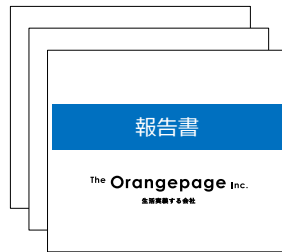
報告書



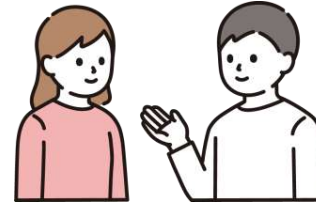
ダイレクトメールで、オレンジページメンバーズから参加者を募集。



企業様と同じテーブルで、ディスカッション。リアルな声をその場で体感、収集できます。



メンバーズからのコメント、アイディアに、**編集視点の分析**を加えて納品。



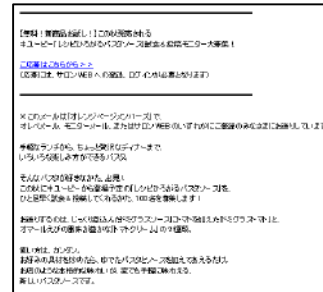
課題に合ったメンバーを招集し、1対1の面談式インタビューを実施。日々思っていることを掘り下げて聞きたい時などに最適です。オンライン推奨。

- 概要 1名 × 4回（2日程度）
- 実査時間 1時間程度／1回
- 納品物 報告書

リクルーティング

デプスインタビュー

報告書



ダイレクトメールで、オレンジページメンバーズから参加者を募集。



テーマに沿った考えを詳細に、集中してヒアリング。**本音をしっかりと引き出します。**



メンバーズからのコメント、アイディアに、**編集視点の分析**を加えて納品。



オレンジページメンバーズ的生活実態日記調査。
集まった画像からは、新たな潮流を発見することができます。

- テーマ例 日記調査2週間
 - 調査手法 MROC & 画像、コメント投稿 + 編集者との読み解き
 - 概要 20名程度の参加者から、食事や、食にまつわる気になることを募集
- ※ 日記調査のみでも可能です

定量調査 & リクルーティング



MROC & 日記調査



編集部員読み解きワークショップ



食生活の多様化で、**夜にパンを食べる人が多い**。洋食の添え物的な位置ではなく、主食メニューとなり得るのでは？

野菜を食べよう！という提案は響きづらい？不定期にドカッと野菜が登場する食卓が多いので、そこに向けて見直しが必要かも。

くらしの中の隠れたヒントを把握するため、2週間程度、画像を投稿いただけるチャレンジャーを募集。

オンライン上にコミュニティを設け、画像、コメントを投稿いただく。過去の食日記調査では、「夜にパンを食べる人が多い?」「まとめて野菜を摂る日を設けている?」などを発見!

写真からの**気づき**と、編集部員との**読み解きセッション**をもとに、新しい提案を検討。商品開発や、プロモーションへ向けた指針作りに活用可能です。



こんなときどうする？ どう思う？ 暮らしの中のちょっとしたトピックをアンケートでリサーチする「**ほぼ 1000 人にききました**」。みんなの本音をコンテンツ化します！

- テーマ 暮らしの中の習慣や季節の催しなどについて、生活者の本音をリサーチ
- 調査手法 定量調査
- 概要 アンケート結果をもとに記事を作成。記事内容に関連するアイテムとしてTUページで商品を紹介

P1～P2／定量調査&記事作成



ほぼ1000人のオレンジページメンバーズに、テーマに沿ったアンケートを実施。
今どきの本音を記事化します

P3～P4／タイアップページ



アンケート記事と**関連するアイテムとして**広告タイアップで商品、サービスを紹介。隣接掲載で効果的にアピール。**WEB転載**もいたします

リリース化&拡散



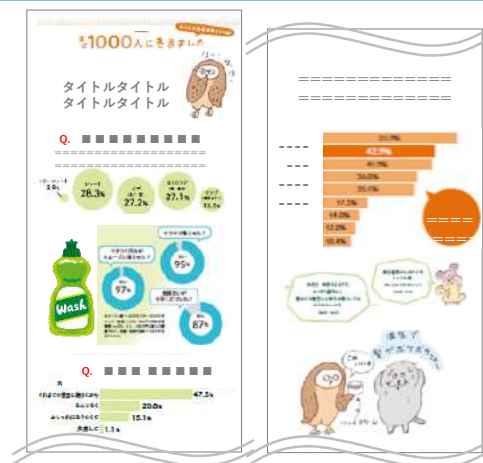
P1～P2の記事は、**ニュースリリース化**し、様々なサイトに配信（50～80件／月の掲載）



こんなときどうする？ どう思う？ 暮らしの中のちょっとしたトピックをアンケートでリサーチする「**ほぼ 1000 人にききました**」。みんなの本音をコンテンツ化します！

- テーマ 暮らしの中の習慣や季節の催しなどについて、生活者の本音をリサーチ
- 調査手法 定量調査
- 概要 アンケート結果をもとに記事を作成。関連するアイテムとして記事内で商品を紹介

定量調査 & 記事作成 & WEBタイアップ



ほぼ1000人のオレンジページメンバーズに、テーマに沿ったアンケートを実施。
結果をタイアップ記事の中に盛り込みながら、商品の特長や魅力を紹介します。

リリース化 & 拡散



調査結果は、**ニュースリリース化**し、様々なサイトに配信（50～80件／月の掲載）。

カスタムプラン & 事例



「家族に食べさせたい」「他社と差別化」。
リアルな声を反映させた、価値のある商品を生み出すことができます。

- テーマ例 オリジナル商品の共創
- 調査手法 調査による意見収集・市場調査など
- 概要 メンバーズの声を生かして商品を開発

自慢のポイント5



アンケート & 市場調査



人気のパンケーキ店取材、市販のホットケーキミックスの食べ比べ…。実店舗の行列に並び、パンケーキ人気を実感。最終調整では、メンバーズ参加で**試作品を配合を変えて何度も食べ比べ、リアルな声を反映。**

ワークショップ



6枚焼ければ、親子3人の朝食、子どもと友達、ママ友とのおやつと、**ほぼカバーできる**と結論。多すぎない量にした方が、初めての商品を**試しに買ってみる気になる**、の視点も。

試作・改良



アンケートで決め買いが多いと判明。他社パッケージは、おいしそうなパンケーキ写真が主流。**売り場で目立つよう、写真でなくイラストを採用。**イメージは「昭和レトロ」「素朴かわいい」「温かな家庭のキッチン」。

発売8年目の
ロングセラー！



オレンジページまめ部監修！
大豆粉と米粉のパンケーキ
ミックス200g 324円



一人暮らし用分譲マンションのキッチン開発。
現状の不満を生活情報誌編集で培った視点で解決し、理想的な商品を作り上げます。



- テーマ例 「もっと料理上手になるキッチン」の共創
- 調査手法 調査・ワークショップ・サロンWEBの「トーク」を利用した意見収集など
- 概要 オレンジページメンバーズの声、編集者の知見を活かして商品を提案

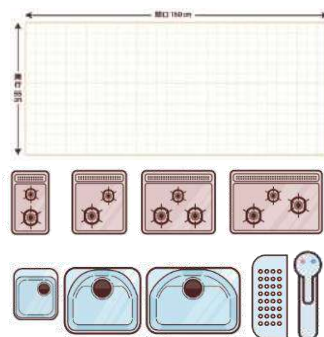
アンケート＆画像募集



キッチンの困りごとを**写真付投稿募集**。**162投稿・269コメント**収集。調理スペース、収納場所不足。アルミカバーが
残念など、**リアルな声**が続々。

ワークショップ

台紙とパーツを配布



実物大の台紙とパーツを配布し、「こんなキッチンがあったら嬉しい」という理想のキッチンについて**メンバーで意見交換**。普段の不満解消なども含めて検討し、**グループで理想のキッチンを発表**。

スマホ/レシピ本
が置けるラック
不要時は上部収納



汚れが落ちる
素材

傷つきにくい素材
調理スペース確保

コンロ2口
縦並びで
省スペース



水栓は中央
洗剤・スポンジ
をシンク内に

収納確保

魚はフライパン調理が多いとの声が多くでグリルをなくして収納に

最大限の引出

浅めの小物用引出と、深い引出で収納力と使いやすさを両立

メンバーズの声が反映されたキッチンが完成！

こちらのPlus Kitchen PROJECT を含む＋ONE LIFE LAB（日鉄興和不動産運営、シングルライフのための暮らし・住まいの研究所）は、2020年グッドデザイン賞を受賞



オレンジページメンバーズによる、生活者目線の「商品体験の声」を販促物に活用。店頭で思わず手に取りたくなるよう、説得力をアップします。

- テーマ例 オレンジページメンバーズの意見を生かした販促物の制作
- 調査手法 商品モニタリング、オンライン座談会、定量調査
- 概要 商品使用、座談会で得たリアルな声を、オウンドメディア、販促物などに活用
- 調査対象 オレンジページメンバーズ74,000人

商品モニタリング & オンライン座談会



ターゲットとなる層のメンバーを**全国から募集**。事前に商品を試食してもらい、オンライン座談会で**食べ方アイディア**などを収集。

レポート記事掲載 & 二次使用



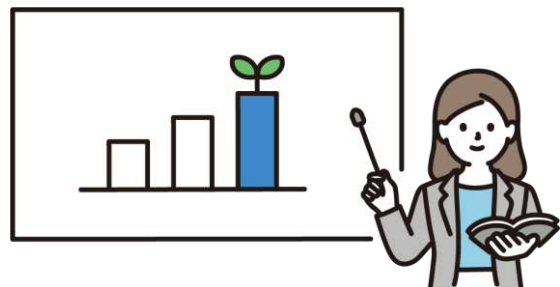
オレンジページnetでレポート掲載。
また、クライアントサイトへ、コメント、画像などを二次使用。

販促ツール化



生の声を反映した、店頭用ポスターを制作。**販促の後押しに活用**いただけます。

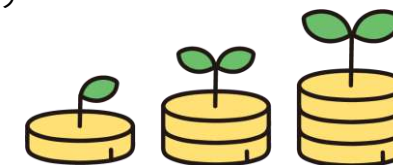
江崎グリコ様の袋入り・ファミリーユースのポッキー新発売にあたり、オレンジページメンバーズが商品モニタリング。「普段の生活の中で、自分へのご褒美」として、**皆にお勧めしたい点をセールスポイントに活用**いただきました



家計をやりくりするオレンジページメンバーズが参加するマネーセミナー。
マネーリテラシーの向上を図り、金融商品の興味、関心を募ります

- テーマ オンラインマネーセミナー
- 概要 参加者を募り、ウェビナー形式でレクチャー
- 参加人数 50名程度

※直接的な勧誘は不可。参加者が興味を持った場合、個別相談という流れであれば可



金融機関様による、マネーリテラシー向上を目的としたセミナー。オレンジページメンバーズに行った事前アンケートでは、お金の知識に「自信がない」と答えた人がなんと8割以上も！ **参加者の不安を解決できるようなセミナーを展開。**

リクルーティング
& 事前アンケート



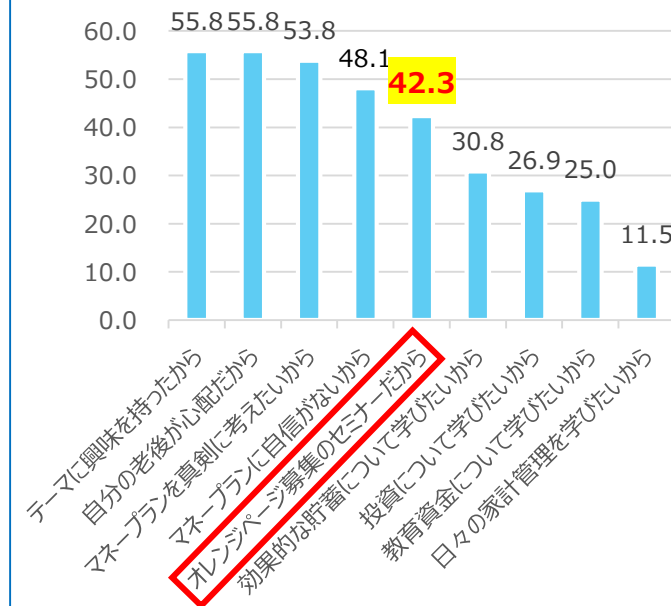
オレンジページnet、SNS、メルマガなどで参加者を募集。併せて、お金についての悩みや、教えてほしいこともリサーチし、**講師と共有しながら準備を実施。**

オンラインセミナー



セミナーは1時間程度。チャットで質問や、投票なども受け付けながら進行。**最後に個別相談の説明を行い、興味を持った方が、直接、講師にお申込み。**

参加理由について (2021年7月・N=52)



事後アンケートでは、**弊社が窓口なので参加したと、答えた方が4割以上。** 募集のハードルを下げることに貢献。

メニュー名	定量調査	100名 モニタリング	グループ インタビュー	デプス インタビュー
金額	50万円	150万円※1	200万円	220万円
サンプル数	500～1000名程度	100名※2	8名（4名×2回転）	4名
発注からの 実施・納品期間	簡易報告書 …3週間程度	抜粋記事…2カ月半程度 簡易報告書…3カ月程度	報告書…3カ月程度	報告書…3カ月程度
レポート	簡易	抜粋記事…OPnet コメント…簡易報告書	報告書	報告書
データ二次使用	○	○	○	○
備考	・アンケートは固定フォーマット使用 ・質問20問まで。そのうちFAは3問まで ・二次使用は個人を特定しない範囲で可（出典元記載）	・100人モニター、画像・コメント投稿、アンケート ・投稿は1回以上 ※1 弊社発送・送料別途 ※2 返答100人以下の場合あり ・レポートは、オレンジページメンバーズページで、4週間掲出 ・二次使用はアンケート結果、画像、コメント（出典元記載）	・参加者募集、インタビューフロー作成、ファシリテーション、レポート作成 ・オンラインの場合はzoom利用 ・一部外注する可能性あり ・二次使用は個人を特定しない範囲で可（出典元記載）	・参加者募集、インタビューフロー作成、ファシリテーション、レポート作成 ・オンラインの場合はzoom利用 ・一部外注する可能性あり ・二次使用は個人を特定しない範囲で可（出典元記載）

メニュー名	日記調査 単体プラン	日記調査 編集者読み解き ワークショッププラン	ほぼ1000人にききました （誌面タイアップ &WEB掲載プラン）	ほぼ1000人にききました （WEB掲載プラン）
金額	320万円～	380万円～	500万円～	280万円～
サンプル数	20名	20名	1000名程度	1000名程度
発注からの 実施・納品期間	報告書…3カ月程度	報告書…3カ月程度	誌面掲載…2カ月半 リリース…3カ月	WEB掲載…2カ月半
レポート	報告書	報告書	—	—
データ二次使用	○	○	○	○
備考	・テーマに沿った画像、コメントを、一定の期間投稿 ・商品お試しが必要な場合、別途お見積（送料別途） ・二次使用は個人を特定しない範囲で画像、コメントの使用可（出典元記載）	・テーマに沿った画像、コメントを、一定の期間投稿 ・商品お試しが必要な場合、別途お見積（送料別途） ・読み解きに参加する編集者は、2人を想定 ・二次使用は個人を特定しない範囲で画像、コメントの使用可（出典元記載）	・調査2P記事、2Pタイアップ&WEB転載（想定10000PV）、PRリリース ・2P記事内に商品名、企業名の露出はございません ・記事、リリースの確認は1回 ・リリースは「オレンジページ ほぼ1000人に聞きました」名義 ・リリースでは「sponsored by ●●（クライアント名・ブランド名）」とて紹介します ・取り上げメディア数の保証はありません	・WEB調査記事&商品紹介WEBタイアップ（想定10000PV）、PRリリース ・アンケート調査記事部分、リリースの確認は1回 ・リリースは「オレンジページ ほぼ1000人に聞きました」名義 ・取り上げメディア数の保証はありません

メニュー名	商品開発	販促物活用	オンライン マネーセミナー
金額	400万円～	350万円～	130万円～
サンプル数	要相談	要相談	50名程度
発注からの 実施・納品期間	要相談	要相談	簡易記事掲載… 2 カ月半 簡易報告書…3カ月
レポート	報告書	報告書	簡易報告書
データ二次使用	○	○	—
備考	・ 定量調査、座談会、ワークショップ、編集者の読み解きなどを組み合わせて設計いたします ・ 撮影、レシピ開発、著名人起用などは、料金別途 ・ 基本、開発まで。継続販売における許諾料に関しては、別途ご相談	・ 定量調査、座談会、ワークショップ、編集者の読み解きなどを組み合わせて設計いたします ・ 二次使用は個人を特定しない範囲で画像、コメントの使用可（出典元記載）	・ 募集、個人情報管理、ウェビナー運営、事後アンケート、簡易報告書作成 ※FP手配、コンテンツ制作、インセンティブ準備は含みません ・ FPのアンケート実施は可能ですが、参加者全員の個人情報収集は不可 ・ 興味を持った参加者が、個別相談を希望される場合は、FPと個人情報のやり取り可 ・ 個別相談の人数保証はありません

	1 カ月	2 カ月	3 カ月	4 カ月
定量調査	打合・設問確認 実査・簡易報告 ★簡易報告書納品 14～21日			
商品モニタリング	打合・募集 当選決定	商品送付 実査・投稿	集計 抜粋記事作成 抜粋記事掲載 ★簡易報告書納品 70～80日	
グループ・デプス インタビュー	打合・募集・当選決定	インタビュー フロー確認	インタビュー 実査 集計・分析 80～90日	★報告書納品・報告会
日記調査	打合・募集・当選決定	調査フロー確認	実査 集計・分析 (編集者読み解きWSの場合+14日程度)	★報告書納品・報告会 90～120日
ほぼ1000人に きました	打合・定量調査	構成確認	ページ作成 誌面・WEB掲載 リリース配信 80～90日	
オンライン マネーセミナー	打合・募集内容調整	募集・当選者決定	本番 事後アンケート・簡易報告書作成	★簡易報告書納品 90～120日

目的、手法、対象商品、サンプル数等に合わせて
調査を設計いたします。お気軽にご相談ください。

〒108-0073

東京都港区三田一丁目4番28号・16階
株式会社オレンジページ

経営戦略室マーケティングチーム

kurashi@orangepage.co.jp