



ユーザー調査ができて 広報リリースにも営業ツールにも使える！

コミュニティ調査つきタイアップのご案内

隔号新連載

みんなの本音が見えてくる！

ほぼ1000人にききました

2023.12

オレンジページ

(株)オレンジページ アカウントプランニング部

オレンジページ読者の本音をコンテンツに

こんなとき、みんなどうする？ どう思う？ いろいろなテーマやく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、みんなの本音をコンテンツ化、「ほぼ 1000 人にききました」として隔号連載中です。掲載と同時に、ニュースリリースにも展開。多面的にPRします。

読者の本音が見えてくる!

ほぼ1000人にききました

vol.1 ヘアスタイル

こんなとき、みんなはどうする？ どう思う？
いろいろなテーマや、くらしの中のちょっとしたトピックを調査アンケートでリサーチ！
なかなか面と向かって人にはきけないことも、あなたに代わってまわります！
第1回では、ヘアスタイルに決められた意外な思いが明らかだ!?

※調査対象は10代～70代、性別は男女の比率がほぼ同数(100名)
※5代～9代が10代、10代～19代が20代、20代～29代が30代、30代～39代が40代、40代～49代が50代、50代～59代が60代、60代～69代が70代

Q あなたの今の髪型は?

ベリーショート	3.9%
ショート	28.3%
ボブ	27.2%
セミロング	27.1%
ロング	13.5%

人気の髪型は世代によっても違う!?

全体では、ベリーショートがボブまでが最も割合を占めました。ショートが「めづかしい大人の女性のイメージ」「すっきりして見える」など、ボブは「ロングより短く、今のなかもある」「気持ちよく見える」など、髪型を印象が人気の理由のから、たど、30代ではセミロングとロングの合計が53.8%と半数以上を占め、若い世代には柔軟な髪型が人気という結果に、それに伴って、ヘアケアに費やすお金と時間も若い世代ほど多い傾向が見られます。年齢による髪型の変化に加え、ヘアケアに関する悩みも増えることから、髪型選びに影響しているのかもしれない!

夫やパートナーの頭髪が寂しくなってきた……! そのときあなたは?

2位の「自然のままにさせる」や、その他の回答で多かった「似合っていない髪型でいい」という意見から、意外にも「自然でいい」と思っていることが読み取れます。決定的には髪型が「寂しくなる」と思ってしまう人も多いのですが、今回の調査では2割弱と少数派。「パーコードヘア」も、1.1%ですが注目していたのはちょっと意外?

Q もし、あなたの夫・パートナーの頭髪が薄くなってきたら、どのヘアスタイルにしてほしい? (n=10名、複数回答可)

短めにカットする	49.0%
自然のままにさせる	47.3%
丸刈りにする	18.0%
髷を作る	4.3%
髷を束めてはいる	1.1%
その他	1.9%

髪を束めてはいる(パーコードヘア)

おすすめのヘアケア方法は?

頭皮ケアができるシャワーヘッドや、ドライヤーの温度調節機能など、さまざまなアイテムを活用しているヘアケアグッズも、使っている人が多く見られました。また、使っている人が多かった頭皮ケアグッズも、今日からさっそく使いたい!

「失恋すると髪を切る」は都市伝説?

昔から「女性は失恋すると髪を切る」というイメージがありますが、実際にやったことがある人はわずか1.1%。この結果を「知らぬ」理由として多かったのが、「髪型を切りたくないと決めたことのある人は、88.7%」と理由として多かったのが、「出産して手入れがラクなショートヘアにした」(30代・T.S.)、「白髪が目立つようになって」(40代・I.A.)など、生活や年齢の変化によるもの。なかには、失恋がきっかけで髪型を切り替える子どもらにも「ウィッグをプレゼントする」(ヘアドレッシング)に協力したいという人も。

Q 髪型を切りたくなくなった理由は何ですか? (n=71名、複数回答可)

気分を変えたくて	55.8%
それ以外の髪型に切り替わった	47.5%
なんとなく	20.8%
おしよけたらしくて	15.1%
失恋して	1.1%

ハンズフリーで必要なときにカーナビ、水筒と財布を忘れているのでいい感じになります。(50代・K.A.)

ヘアケアで悩む「帽子をかぶる」など、髪を束めてはいる方法には多くの人が賛同中。なかには、「あきらめる」という意見も。すでに準備ができているのが、ふだんから使っているハンズフリーで対応するが、スマホタイプのケースも、髪を束めてはいる。また、髪が束めてはいる「アネスト」が髪質にダメージを与えないという人も、バッグに入れておく、息を雨の日もあわてずにおろす!

「夫やパートナーの頭髪が寂しくなってきた……! そのときあなたは?」

「自然のままにさせる」

「短めにカットする」

「自然のままにさせる」

「丸刈りにする」

「髷を作る」

「髷を束めてはいる」

「その他」

「おすすめのヘアケア方法は?」

「頭皮ケアができるシャワーヘッドや、ドライヤーの温度調節機能など、さまざまなアイテムを活用しているヘアケアグッズも、使っている人が多く見られました。また、使っている人が多かった頭皮ケアグッズも、今日からさっそく使いたい!

読者組織「オレンジページメンバーズ」に、アンケートを実施。そのインサイトをもとに、「調査結果ページ」を構成します。なかなか面と向かって人にはきけないこともきいたり、みんなの本音が見えてきます!

調査結果は、ニュースリリース化し、様々なサイトに配信します。



◀PRリリース

調査結果は二次利用OK

「ほぼ1000人にききました」調査+結果拡散

調査をもとにリリースを作成。@Pressで配信し、さまざまなWeb媒体での取り上げを狙います。

掲載日	媒体名	記事タイトル	URL
2015/03/19	@GIRL TIMES	花粉症世帯は6割	http://atgirl.com/news/90103/#open
2015/03/19	@niftyニュース	花粉症世帯は6割	http://news.nifty.com/cs/item/detail/mnwoman-20150319-mw4622900/1.htm
2015/03/19	BIGLOBEニュース	花粉症世帯は6割	http://news.biglobe.ne.jp/trend/0320/mwv_150320_6190652302.html
2015/03/19	CROROBlog	花粉症世帯は6割	http://blog.crooz.jp/svc/news/NewsArticleDetail/?newsId=61925
2015/03/21	nikkanCareism	あるある！夜も眠	http://nikkancareism.jp/archives/58229
2015/03/19	ニコニコニュース	花粉症世帯は6割	
2015/03/21	DMMニュース	あるある！夜も	
2015/03/21	excite ニュース	あるある！夜も	
2015/03/21	Infoseek ニュース	あるある！夜も	
2015/03/21	mixi ニュース	あるある！夜も	
2015/03/21	Yahoo! ニュース	あるある！夜も	
2015/03/21	イオンスクエア	花粉症世帯は6割	
2015/03/21	読めるモ	あるある！夜も	
2015/03/21	読めるモ	あるある！夜も	
2015/03/20	イオンスクエア	花粉症世帯は6割	
2015/03/19	excite ニュース	花粉症世帯は6割	
2015/03/19	GIRL'S TALK	花粉症世帯は6割	
2015/03/19	GREE	花粉症世帯は6割	
2015/03/19	GREE	花粉症世帯は6割	
2015/03/19	livedoor	花粉症世帯は6割	
2015/03/19	mixi ニュース	花粉症世帯は6割	
2015/03/19	woman excite	花粉症世帯は6割	
2015/03/19	Yahoo! BEAUTY	花粉症世帯は6割	
2015/03/19	アメーバニュース	花粉症世帯は6割	
2015/03/19	ジャカルダニュース!	花粉症世帯は6割	
2015/03/19	ネタカ	花粉症世帯は6割	
2015/03/19	マイナビウーマン	花粉症世帯は6割	
2015/03/19	読めるモ	花粉症世帯は6割	
2015/03/17	@nifty ビジネス	花粉症世帯は7割	
2015/03/17	@Press	花粉症世帯は7割	
2015/03/17	Accia※	花粉症世帯は7割	
2015/03/17	BIGLOBEニュース	花粉症世帯は7割	
2015/03/17	Blogopサーチ	株式会社ナレン	
2015/03/17	bicocean※	花粉症世帯は7割	
2015/03/17	BlogPeople※	花粉症世帯は7割	
2015/03/17	excite ニュース	花粉症世帯は7割	
2015/03/17	excite ニュース	花粉症世帯は7割	
2015/03/17	goo ビジネス EX	花粉症世帯は7割	
2015/03/17	Infoseek ニュース	花粉症世帯は7割	
2015/03/17	INTERNATIONAL BUSINESS TIMES	花粉症世帯は7割	
2015/03/18	J-sta.com	花粉症世帯は7割	
2015/03/17	japan.internet.com	花粉症世帯は7割	
2015/03/17	livedoor	花粉症世帯は7割	
2015/03/17	Mapion ニュース	花粉症世帯は7割	
2015/03/17	MarkeZine	花粉症世帯は7割	
2015/03/17	N+NewsRelease	花粉症世帯は7割	
2015/03/17	rentalfree.biz※	花粉症世帯は7割	
2015/03/17	SankeiBiz	花粉症世帯は7割	http://www.sankeibiz.jp/business/news/150317/pr
2015/03/17	SEOTOOLS	花粉症世帯は7割	http://www.seotools.jp/news/id_at_58566.html
2015/03/17	とれまがニュース	花粉症世帯は7割	http://news.toremaga.com/nation/eco/657969.htm
2015/03/18	なびぽー	花粉症世帯は7割	http://navipoo.net/archives/22731
2015/03/17	クイックオーダー※	花粉症世帯は7割	http://www.quickorder.jp/q_news/banneta/index.php
2015/03/18	ヒズハック!	花粉症世帯は7割	http://www.biz-hacks.com/pressrelease/?id=13875
2015/03/17	伝説の編集マン	花粉症世帯は7割	http://www.topsalesman.net/press/index.php?id=89
2015/03/17	朝日新聞Web	花粉症世帯は7割	http://www.asahi.com/press/news/2015/03/17
2015/03/17	朝日新聞デジタル&m	花粉症世帯は7割	http://www.asahi.com/and_M/information/pressrel
2015/03/17	調査のチカラ	花粉症に関する調査	http://chosa.tmedia.co.jp/categories/lifestyle/706
2015/03/17	財經新聞	花粉症世帯は7割	http://www.zakai.co.jp/releases/237793/
2015/03/18	起業SNS	花粉症世帯は7割	http://www.kigyuu-sns.com/press/press_135536/



配信日	テーマ	件数
1月25日	プラントベース食品	53
2月17日	腸活	43
3月17日	骨粗鬆症	51
4月17日	脱プラスチック	46
5月17日	大人のダイエット	34
6月17日	家事シェア	90
7月27日	魚料理	30
8月31日	野菜不足	37
10月7日	たんぱく質	30

『オレンジページ』誌面+Web掲載 誌面記事2P+誌面タイアップ2P+タイアップWeb転載 (DM配信含む) +リリース作成・配信

オレンジページ



オレンジページnet



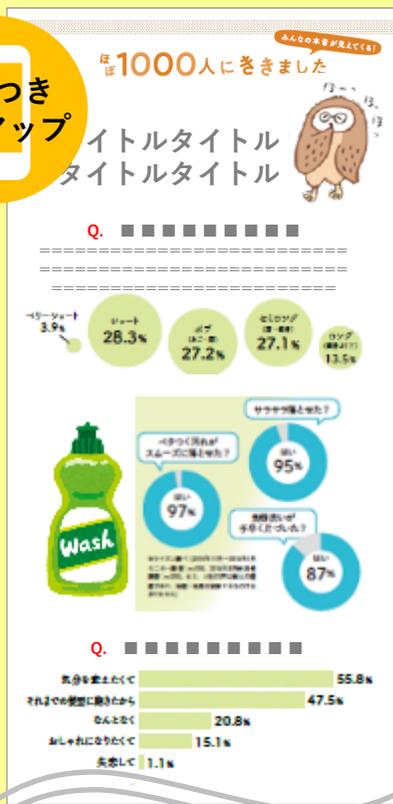
※画像はイメージです

『オレンジページnet』 Web掲載

調査つきタイアップWeb掲載（DM配信含む）+リリース作成・配信

オレンジページnet

調査つき
タイアップ



※画像はイメージです



リリース



Webタイアップのみの場合は、誌面記事と同様にアンケート調査を実施。その結果をタイアップの中に盛り込みながら、商品の特長や魅力を紹介します。また誌面記事内のキャラクターも登場し、親しみのあるタイアップを構成します。

どのプランでも、調査についてはクライアント様の要望を聞きながら、調査設計いたします。さらに調査結果については、記事やタイアップで使用したものだけでなく、調査結果全体を納品いたしますので、マーケティングにご活用いただけます。

タイアップ事例

誌面記事2P+誌面タイアップ2P+リリース作成・配信

▼株式会社オンアド様

▼大正製薬株式会社様

【テーマ】
みんなのお金事情

【隣接タイアップ商材】
オンラインマネー相談

記事のお金に関する悩み、お金の悩みを解決するヒントを、お金の専門家からアドバイス。お金の悩みを解決するヒントを、お金の専門家からアドバイス。

「1000人にききました」 vol.14 みんなのお金事情

「みんなのお金事情」 vol.14 みんなのお金事情

「みんなのお金事情」 vol.14 みんなのお金事情

【テーマ】
かぜのとき、どうしてる？

【隣接タイアップ商材】
かぜ薬

「かぜのとき、どうしてる？」 vol.15 かぜのとき、どうしてる？

「かぜのとき、どうしてる？」 vol.15 かぜのとき、どうしてる？

「かぜのとき、どうしてる？」 vol.15 かぜのとき、どうしてる？



「お金のオンライン個別指導 onad オンアド」体験レポート

漠然としたお金の悩み の答えをください!

「お金の悩み」を解決するヒントを、お金の専門家からアドバイス。

「お金の悩み」を解決するヒントを、お金の専門家からアドバイス。

「お金の悩み」を解決するヒントを、お金の専門家からアドバイス。

「かぜのとき、どうしてる？」 vol.15 かぜのとき、どうしてる？

「かぜのとき、どうしてる？」 vol.15 かぜのとき、どうしてる？

「かぜのとき、どうしてる？」 vol.15 かぜのとき、どうしてる？

「かぜのとき、どうしてる？」 vol.15 かぜのとき、どうしてる？

※金額はG表記、マージンは20%となります。(代理店様・レップ様含む)

■『オレンジページ』誌面掲載 + Web転載

- ①「ほぼ1000人にききました」調査記事2P
- ②誌面タイアップ2P
- ③誌面タイアップのWeb転載 (想定PV10,000)
- ④DM配信 (オレンジページメンバーズ 約72,000人)
- ⑤PRリリース作成・配信



G500万円
製作費込み

■『オレンジページ』誌面掲載



- ①「ほぼ1000人にききました」調査記事2P
- ②誌面タイアップ2P
- ③PRリリース作成・配信

G400万円
製作費込み

■「オレンジページnet」調査つき Webタイアップ掲載



- ①「ほぼ1000人にききました」調査記事つき Webタイアップ (想定PV10,000)
- ②DM配信 (オレンジページメンバーズ 約72,000人)
- ③PRリリース作成・配信

G280万円
製作費込み

調査結果は二次利用OK

※調査結果活用の際は「●●年 オレンジページ調べ」と出典元の記載をお願いいたします

- ※ 誌面の読者調査記事ページ内では、商品や企業名の露出はできません
- ※ リリースは「オレンジページ」の調査結果として制作・配信いたします
- ※ リリース原稿は内容確認1回となります
- ※ リリース内で、商品紹介は可能です。また商品紹介ある・なし関係なく、「sponsored by (クライアント様名またはブランド名)」と併記いたします
- ※ リリースの取り上げメディア数の保証はありません。

オレンジページ
ほぼ1000人
にききました

←さらにこちらのロゴを無料で使用可能です！

お問い合わせ

株式会社オレンジページ



アカウントプランニング部

ad@orangepage.co.jp

〒108-0073 東京都港区三田一丁目4番28号