

オレンジページ net

毎日をもっとおいしく、もっと楽しく。

サイトデータ
&
ユーザープロフィール
(2009/07調べ)



(株) オレンジページ
広告部/ニューメディアクリエイション部

〒162-0812 新宿区西五軒町13-1
Tel03-5227-5806 Fax03-5227-2603

目次

- ・目次 P.2
- ・サイトデータ P.3
- ・ユーザー属性(家族構成、世帯収入など) P.4～10
- ・本誌購読状況、好きなコンテンツなど P.11～13
- ・主なコンテンツ P.14～15



netユーザーの投稿コンテンツ【ごはんフォト日記】より



【ごはんフォト日記】に掲載しているプロフィール画像より

オレンジページnet サイトデータ



“あなたの毎日をもっとおいしく、もっと楽しく。”をテーマに運営しているオレンジページnet。

日々の暮らしを積極的に楽しむユーザーたち(約40万人)が、毎日のごはんレシピ、料理のコツ、日々の楽しみなど、生活にまつわるおいしい情報・アイデア・ヒントを得るだけでなく、発信&共有していくサイトです。

雑誌『オレンジページ』等の刊行物に掲載された“オフィシャルレシピ”が10000点以上検索できるので、おかずやお菓子のレシピを利用するユーザーが多数。

トップページ

www.orangepage.net/

みんなの「食」をテーマにした日記投稿コーナー「ごはんフォト日記」も、活発に更新が行われています。

サイト全体： 1,293万PV/月
トップページ： 43万PV/月
ユニークユーザー数： 46万/月
会員数： 21万人
(2010/01実績)

オレンジページnetユーザーの特徴

<調査概要> 調査期間： 09/7/10～09/7/31 調査方法： アンケートの協力をメールで依頼、WEBで回答
回収数： 7,420件(オレンジページnet会員 約20万人)

1. オレンジページnetのユーザー属性

30代後半の専業主婦、一戸建てに夫婦と子どもで住んでいる

平均年齢は36.6歳。30代後半が一番多く、全体の23.5%。
専業主婦が一番多く42.3%、次いでフルタイム勤務が25.6%。
年収は500万円以上が56.5%、平均年収は610万円
住居は一戸建てが一番多く42.3%。夫婦と子供の3人暮らしが一番多く44.9%。

大都市圏(一都3県・愛知・大阪・福岡)在住は53%で、都市生活者が中心。

2. オレンジページnetユーザーのライフスタイル

「納得のいくものにはある程度お金をかけてもよい」
「価格より品質を重視」する

PC所有者が前提のため、デジタル関連機器の所有率が高い
温水洗浄機能つき便座、全自動洗濯乾燥機など、生活にプラスアルファをもたらす耐久消費財の所有率が高い

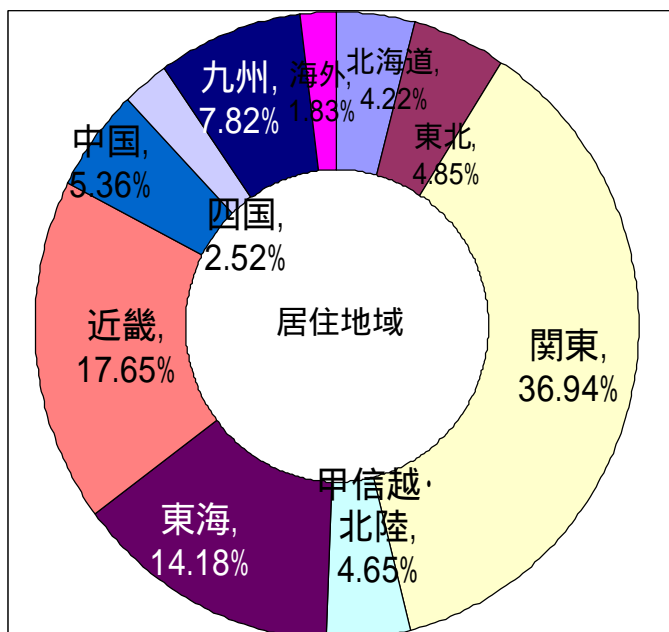
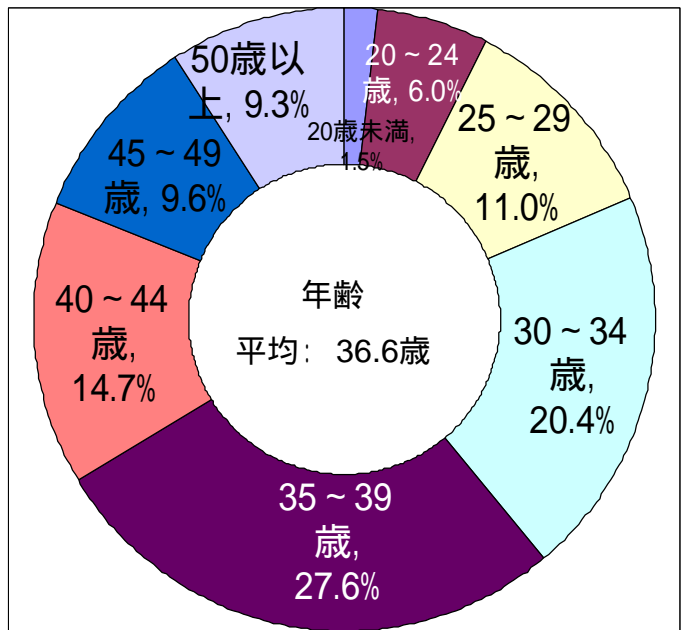
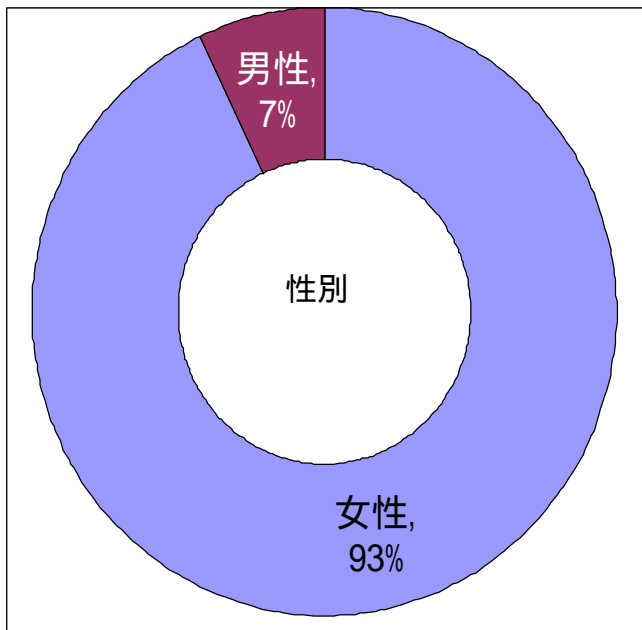
台所関連用品の所有率も全般的に高く、フードプロセッサーや圧力鍋、ホームベーカリーなど、更に料理を高める器具の所有率が高い。

ユーザー投稿(「ごはんフォト日記」画像)より抜粋



オレンジページnet会員 属性

『オレンジページ』本誌の読者同様、ユーザーは30～40歳代の女性です。結婚している方、お子さんをお持ちの方の利用が多く、生活にすぐ役立つ情報を求めています。



《その他の属性》

既婚: 78.5%
子ども有り: 59.8%

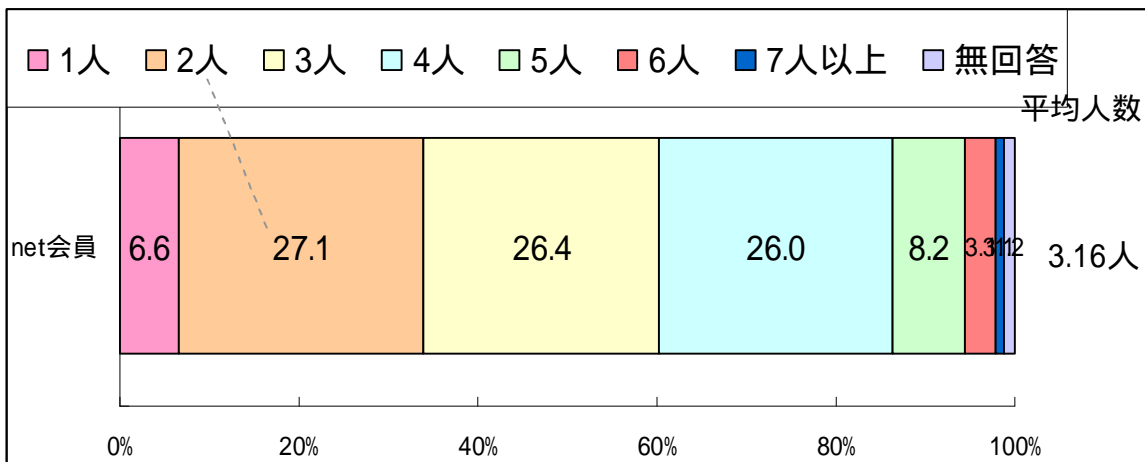
専業主婦: 42.3%
フルタイム勤務: 25.6%
パート・アルバイト: 20.3%
自営業: 3.0%
学生: 1.0%
その他: 3.5%

(2009/7調べ、会員登録情報およびアンケートより)

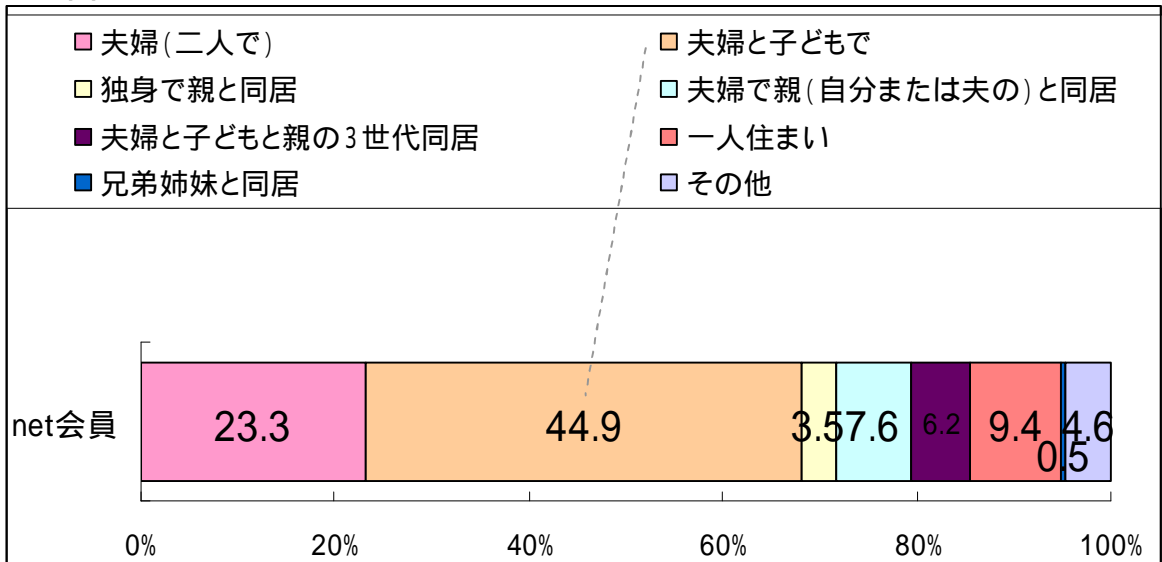
家族の構成人数/居住形態

子どもと同居の家庭が、44.9%を占める。データから[夫婦だけ]もしくは[夫婦+子]の2~4人暮らしが主流と思われる。

家族の構成人数



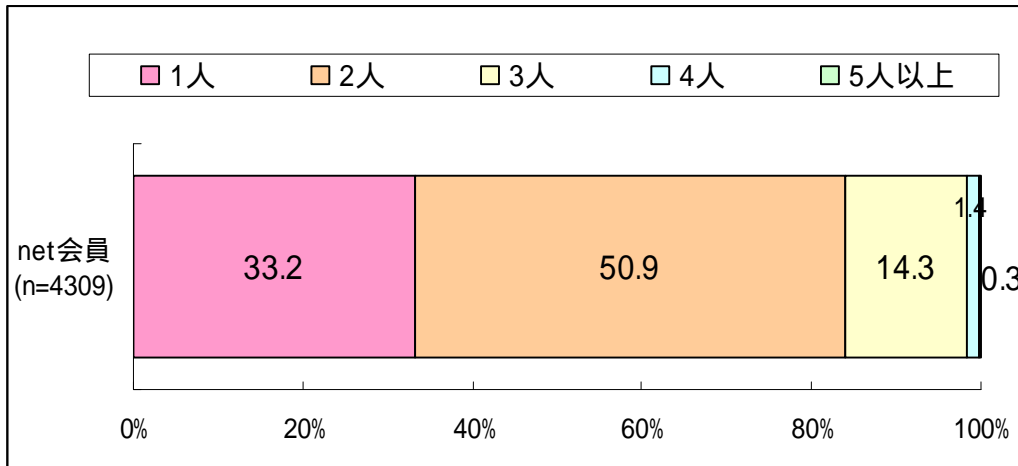
居住形態



子どもの人数/末子年齢

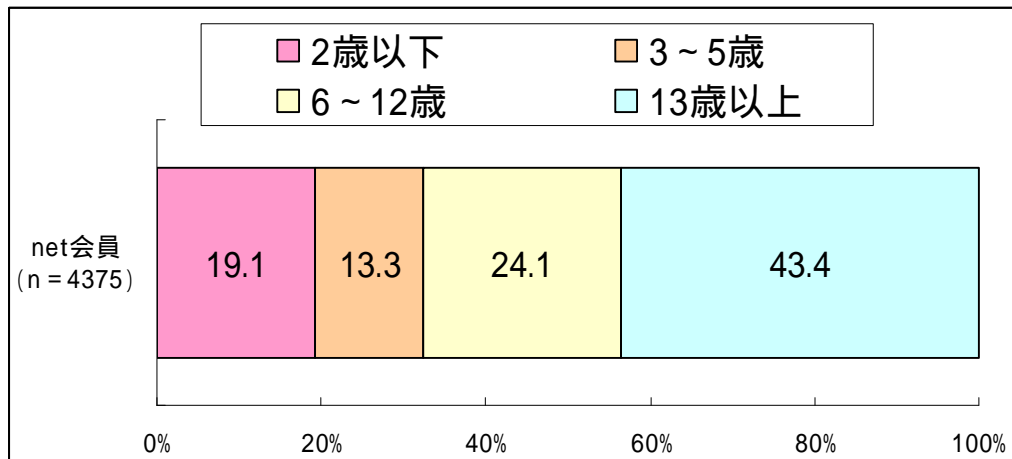
子どもの人数

子ども有りの家庭では、「子ども = 2人」の家庭が最も多い。



末子年齢

末子が就学前の小さい子どもがいる家庭が、32.4%を占める。

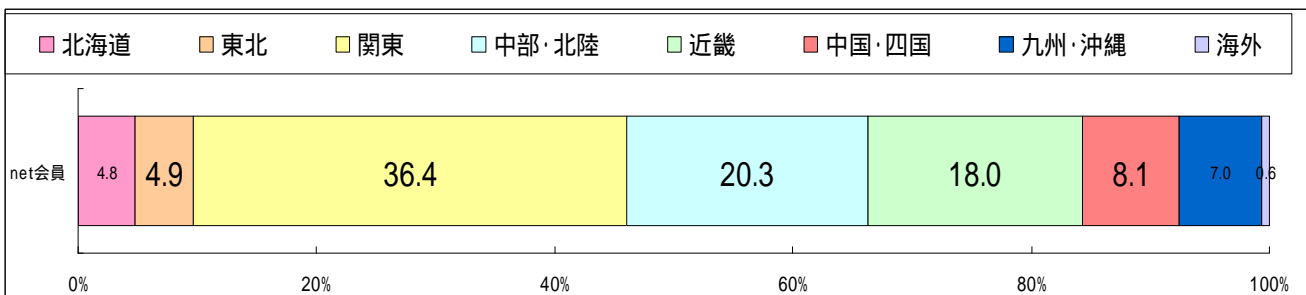


居住地域/世帯年収

居住地域

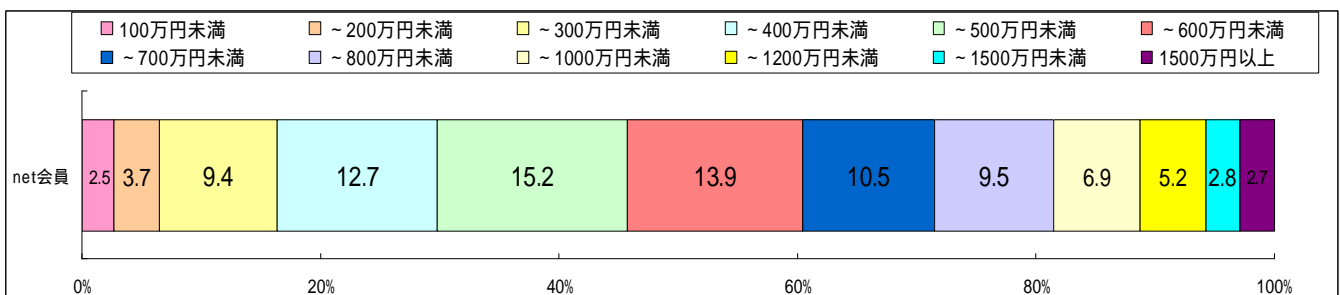
net会員の33%が東京・埼玉・千葉・神奈川在住(『オレンジページ』読者では20.9%)。一都三県に愛知、大阪、福岡をあわせた大都市圏在住は53%(『オレンジページ』読者では39.1%)。

本誌読者に比べ、都市型のユーザーである。



世帯年収

net会員では500万円以上が全体の56.5%おり、平均年収が610万円。最多の層はいずれも「400～500万円未満」。



サイトへの流入/アクセス頻度

「オレンジページnet」を知ったきっかけ

全体の62.1%が、当社の刊行物を見て「オレンジページnet」を知ったと回答。次いで検索エンジンから。



「オレンジページnet」にアクセスする頻度

「オレンジページnet」へ週1回以上アクセスする方は、全体の68.8%



本誌の購入状況

『オレンジページ』本誌の購入について

全体の94.3%が『オレンジページ』本誌を購入している。2ヶ月に一度以上の頻度で購入する人が39.8%おり、雑誌+サイトの両方のファンと伺える。



ユーザーのコンテンツ評価

「オレンジページnet」の評価(メリット)

- 1位: 会費・利用料が無料であること
- 2位: 料理レシピがおいしそう
- 3位: 料理コンテンツが豊富
- 4位: コンテンツやレシピを信頼できる
- 5位: レシピが分かりやすく、作りやすい

「確かな料理情報を、無料で楽しめる」ことに高い評価が集中する結果に。

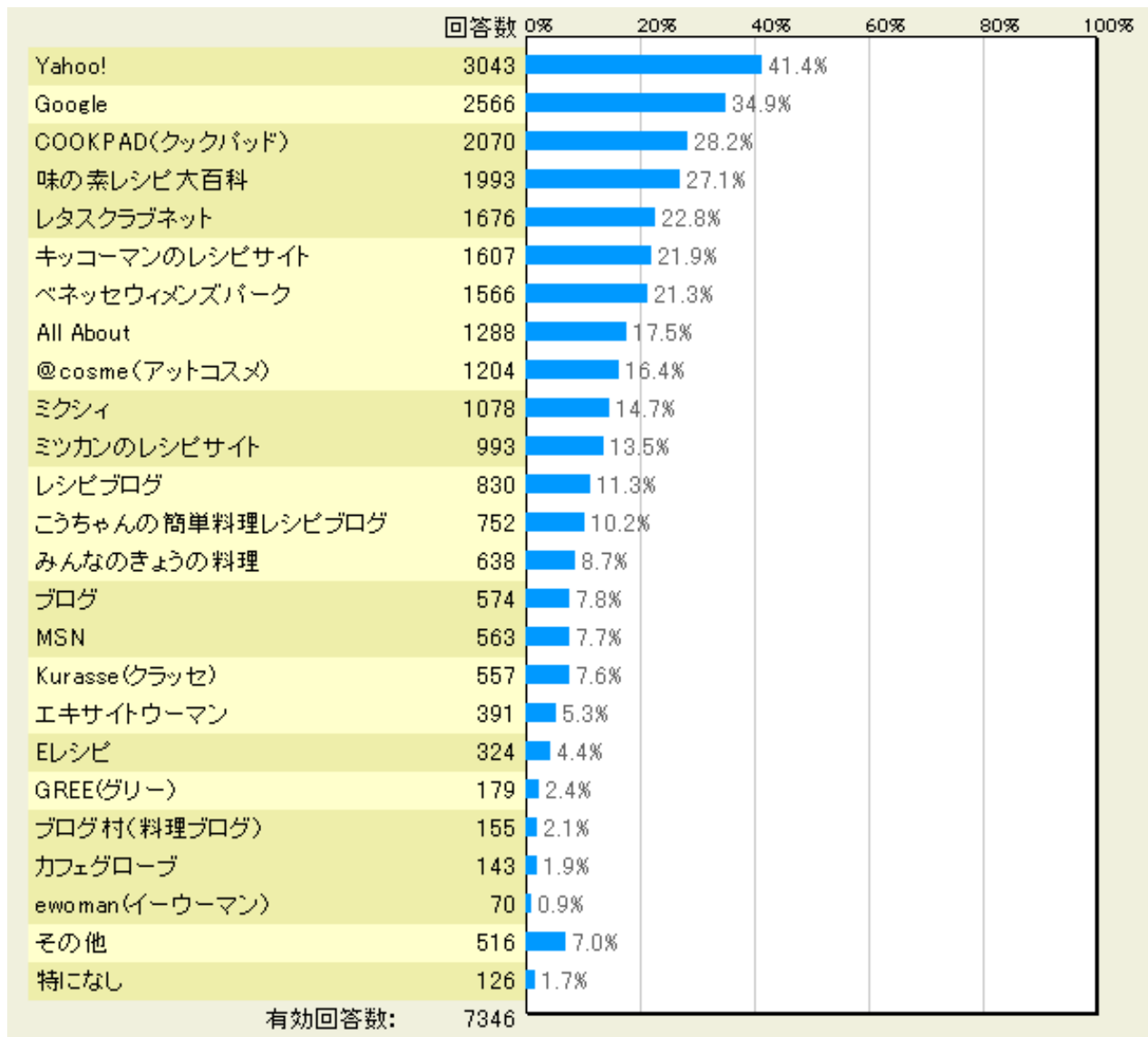
「オレンジページnet」の好きなコンテンツ

- 1位: 料理レシピ検索(77.8%)
- 2位: プレゼント(53.1%)
- 3位: コウケンテツのいつでも料理教室(42.7%)
- 4位: 季節のおすすめクッキング(39.4%)
- 5位: 野菜でごはん(37.1%)

料理レシピのコンテンツが上位にランクイン。

サイト閲覧状況(オレンジページnetを除く)

ポータルサイトに次いで、Cookpadやその他企業のレシピサイト、レシピ系ブログの閲覧が多い。



オンラインショッピングの利用頻度

PCからのオンラインショッピング利用は「月に1回以上利用」が約半数。携帯電話(インターネット)経由のオンラインショッピングは、85%が「利用しない」と回答。

購入するのは 衣料品 本や雑誌 化粧品 家庭用品・日用品 お菓子・くだものなど。

パソコンからのオンラインショッピング利用頻度



携帯電話からのオンラインショッピング利用頻度



オレンジページnet 主要コンテンツ

レシピ検索



検索したオフィシャルレシピはMyページにストックできたり、メールに転送したりすることも可能。

オレンジパーク (ごはんフォト日記のひろば)



最新のユーザー投稿がひと目で分かるページ。

ごはんフォト日記



食べたものを公開したり、自分のレシピを記入することができる。ユーザー同士のコミュニケーションの場。

オレンジページnet 主要コンテンツ

お料理e-Lesson



キッチンTV(動画)



動画でのプロセス紹介。
ポイントがよく分かる短
編(2分以内)がほとんど。

一部動画でのプロセス
紹介あり。ユーザー投稿
ともリンク。

このほかに掲示板、本(刊行
物紹介)、プレゼント、オリジ
ナル通販のページ等でサイト
を構成しています。