

< 報道関係各位 >

株式会社 **アデランス** NAVANA WIG

< 若年層女性のウィッグニーズを調査 >

## **Z世代学生の8割が週末の“髪型イメチェン”願望あり!**

**～女性の3人に1人は好きな髪型ができていないと回答/  
“職場の環境”が最大の要因に～**

毛髪・美容・健康のウェルネス事業をグローバル展開する株式会社アデランス（本社：東京都品川区、代表取締役社長 津村 佳宏）は、全国の10～30代の女性927名を対象に、「ウィッグに関する意識調査」をインターネット調査で実施しました。

当社グループ会社の株式会社ライツフォル（本社：東京都新宿区、代表取締役社長 伴 仲 道憲）では、質の高い毛材を使用しつつ、手に取りやすい低価格帯を実現したファッションウィッグブランド「NAVANA（ナバーナ）」を展開しています。10代後半から30代の女性を中心にご利用いただいております。フルウィッグだけでなく、前髪ウィッグ、襟足ウィッグ、ポイントウィッグなど、種類・カラーともにバリエーション豊富なウィッグを扱っています。

そこで今回は、若年女性の髪型への考え方やウィッグ需要を探ることを目的に、全国の「学生（18～22歳の大学生・専門学生）」「20代社会人（20～29歳）」「30代社会人（30～39歳）」の3区分各309名（合計927名）を対象とした調査を実施しました。

### 主な調査結果トピックス

#### ◆ **女性の3人に1人は好きな髪型ができていないと回答**

**学生よりも社会人の方が満足していない傾向に**

#### ◆ **好きな髪型ができない理由のトップは「勤務先の指定」**

#### ◆ **約半数の方が髪型の制限が無ければ**

**“流行りのインナーカラー”に挑戦したいと回答!**

#### ◆ **ウィッグの使用目的：若年層はコスプレやハロウィンもきっかけに**

#### ◆ **若年層のニーズが高いのは「ワンポイントのカラーエクステ」**

#### ◆ **Z世代学生の8割は休日だけでも髪型を変えたいと回答**

**週末の“髪型イメチェン”ニーズが明らかに!**

< 調査概要 >

○調査名：ウィッグに関する意識調査

○調査対象：全国の10～30代の女性927名（有効回答数）

○割付方法：以下①～③の3区分 各女性309名

①「学生（18～22歳の大学生・専門学生）」 ②「20代社会人（20～29歳）」

③「30代社会人（30～39歳）」

○調査期間：2023年8月29日（火）～8月30日（水） 2日間

○調査方法：インターネットアンケート

○調査委託先：株式会社マクロミル

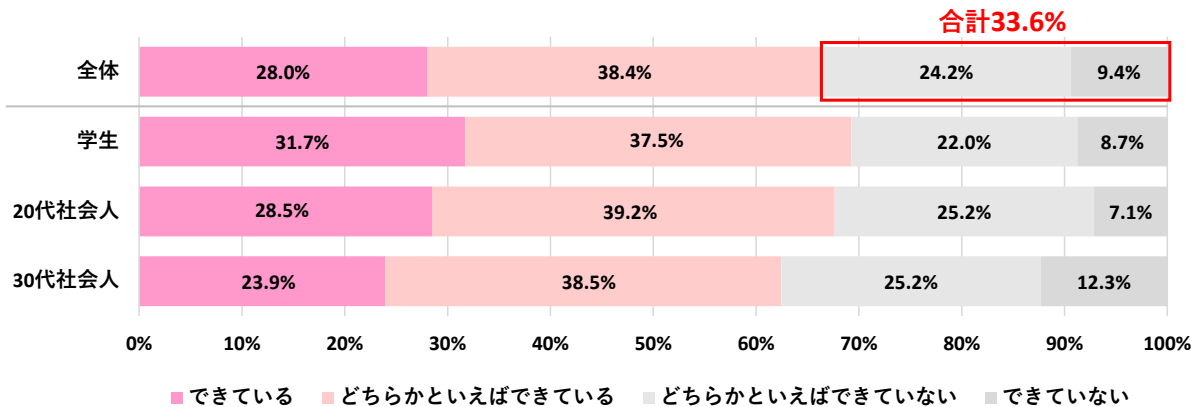
※本調査結果では、小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合があります

## ◆女性の3人に1人は好きな髪型ができていないと回答

### 学生よりも社会人の方が満足していない傾向に

まず現在のヘアスタイルについて、希望する髪型や髪色ができているか尋ねたところ、全体の3人に1人（33.6%）が、「できていない」もしくは「どちらかといえばできていない」と回答し、何らかの理由から自身のヘアスタイルに満足できていないことが分かりました。この傾向は、社会人の方が強く表れており、30代社会人では37.5%に上っています。

Q. あなたは現在、自分の希望する髪型や髪色ができていますか？（単数回答／n=927）

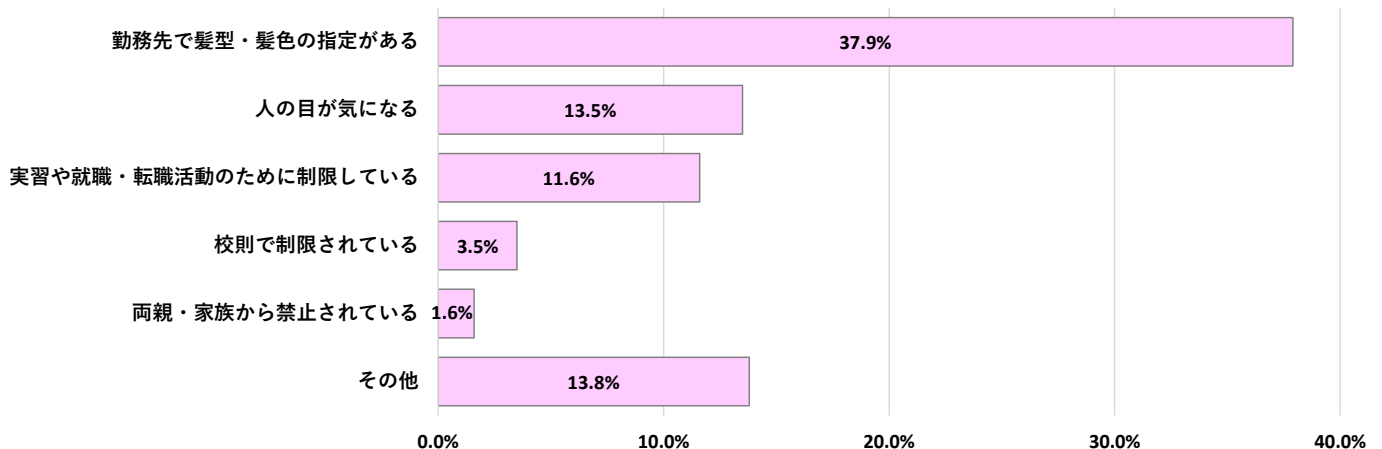


## ◆好きな髪型ができない理由のトップは「勤務先の指定」

「できていない」もしくは「どちらかといえばできていない」と答えた方に、その理由を尋ねたところ、「勤務先で髪型・髪色の指定がある」が37.9%で最多となりました。「実習や就職・転職活動のために制限している」（11.6%）が3位に入ったことから、仕事や職場の環境を意識して、自由なヘアスタイルをできていない方が多いことが明らかになりました。

また、選択肢以外の回答をされた方もおり、ヘアスタイルを制限される理由は人によって様々であることも分かりました。

Q. 前問で「どちらかといえばできていない」「できていない」と答えた方にお聞きします。希望する髪型や髪色ができない理由を教えてください。（複数回答／n=311）



### <その他回答例>

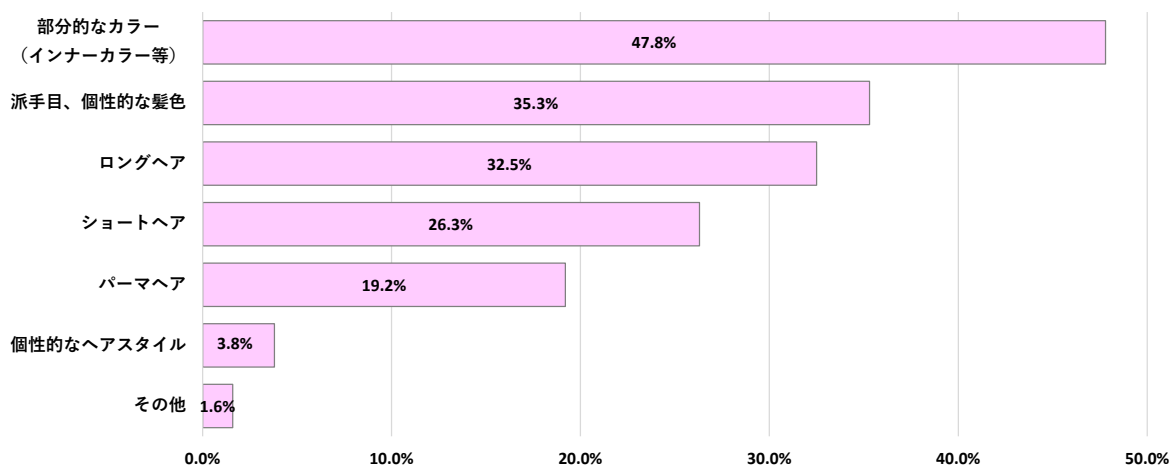
- ・家のことや育児で自由な時間がなく切りに行けていない（30代社会人）
- ・美容院でお願いした髪型になっていない（30代社会人）
- ・金銭的な余裕がないから（学生）
- ・自分に似合う髪型がわからない（30代社会人）

## ◆約半数の方が髪型の制限が無ければ

### “流行りのインナーカラー”に挑戦したいと回答！

ヘアスタイルに制限が無い場合、どんな髪型・髪色をしたいか尋ねたところ、最も多かったのは「部分的なカラー（インナーカラー等）」で、47.8%と約半数近い方が回答しました。髪の内側にベースの色とは異なる色味やトーンを入れるインナーカラーは、近年ブームになっているスタイルの一つで、トレンドを取り入れたいと考える方も多いたことが分かります。

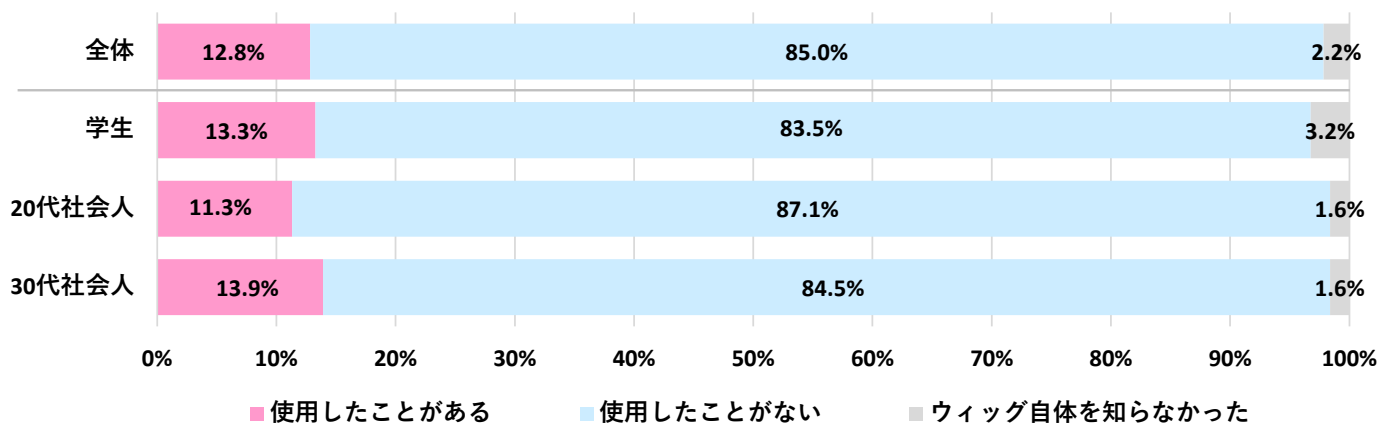
Q. 制限がない場合、どんな髪型・髪色に挑戦したいですか？（複数回答／n=927）



## ◆ウィッグの使用経験率は12.8%という結果に

ウィッグの使用経験に関して尋ねたところ、「使用したことがある」と答えた方は、全体では12.8%に留まる結果となりました。この結果は各区分においても大きな差は見られず、同様の傾向を示しています。

Q. あなたはウィッグを使用したことがありますか？（単数回答／n=927）

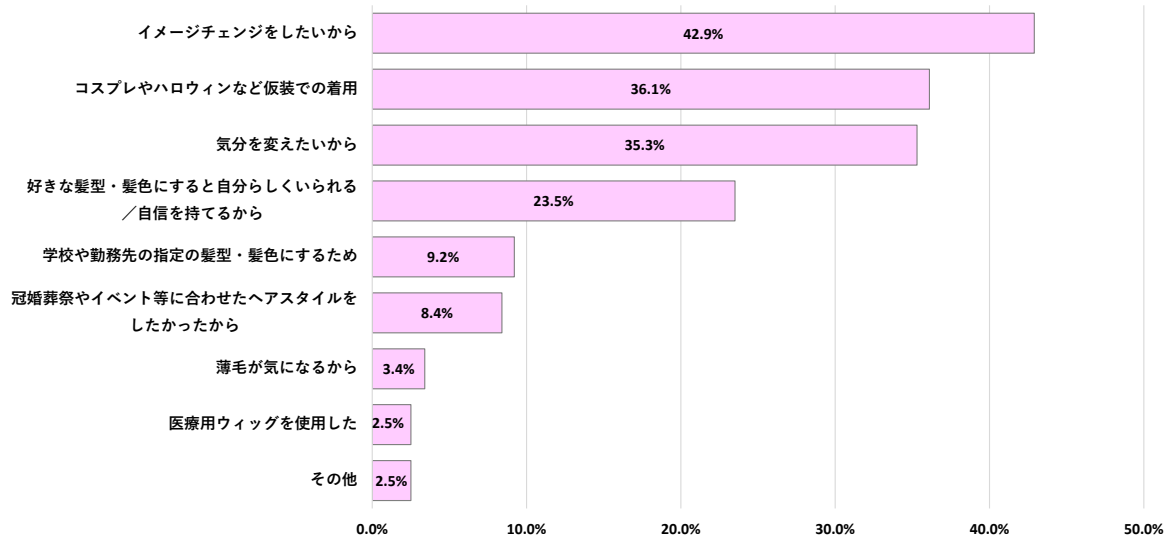


## ◆ウィッグの使用目的：若年層はコスプレやハロウィンもきっかけに

前問でウィッグを「使用したことがある」と答えた方に対し、使用した目的を尋ねたところ、「イメージチェンジをしたいから」（42.9%）や「気分を変えたいから」（35.3%）が上位に入り、ポジティブな理由で着用している方が多いことが分かります。

また、「コスプレやハロウィンなど仮装での着用」が 36.1%で 2 位となっており、若年層にとってはエンタメや季節のイベントがウィッグに触れるきっかけとなっている様子もうかがえます。

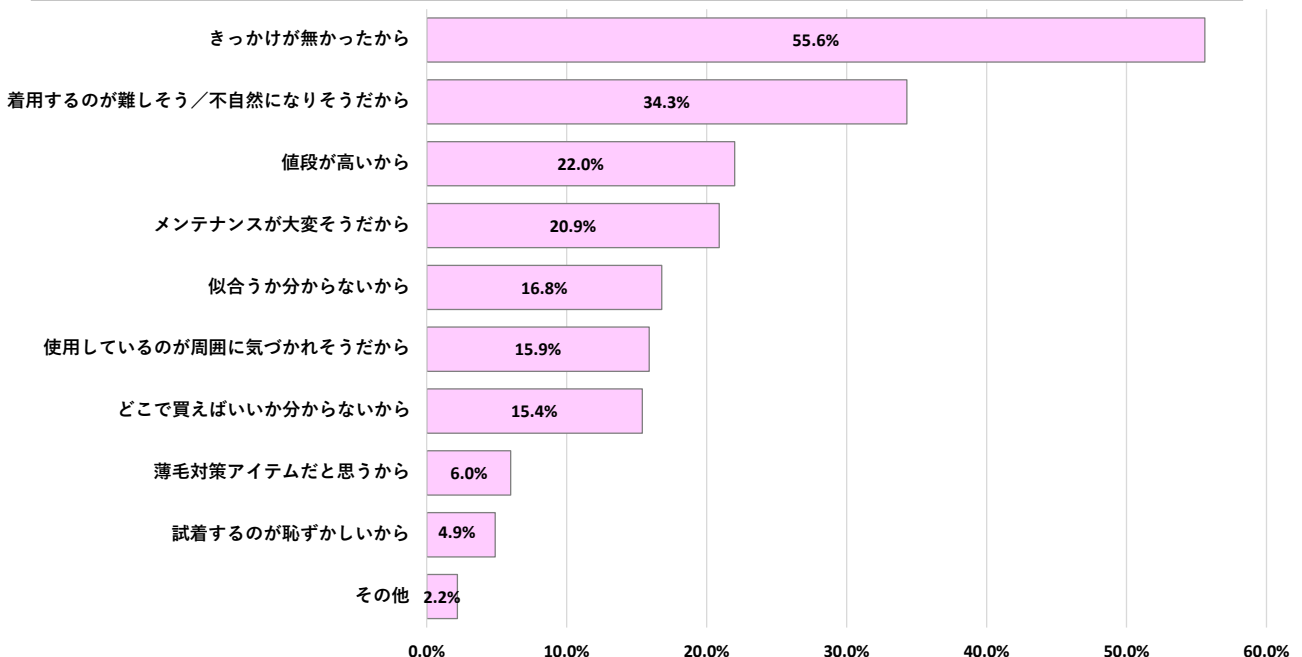
Q. 前問で「使用したことがある」と回答した方にお聞きします。ウィッグを使用した目的を教えてください。（複数回答／n=119）



## ◆ウィッグを使用しなかった理由 1位は「きっかけが無かった」

一方、ウィッグを「使用したことがない」と答えた方に対しては、使用したことがない理由を尋ねました。最も多かったのは「きっかけが無かったから」で 55.6%に上り、約半数の方が回答しました。次点の「着用するのが難しそう／不自然になりそうだから」（34.3%）と比べても、20%以上の差がついており、特別な理由ではなく、単にきっかけが無かったという方が多い結果となりました。

Q. 前問で「使用したことがない」と回答した方にお聞きします。ウィッグを使用しなかった理由として当てはまるものを選んでください。（複数回答／n=788）



## ◆若年層のニーズが高いのは「ワンポイントのカラーエクステ」

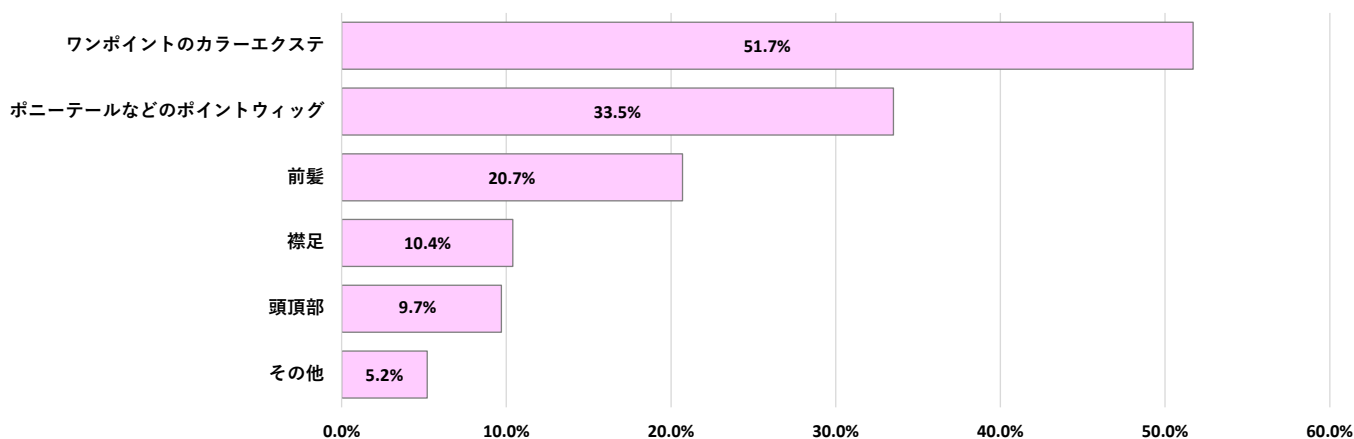
「NAVANA」では、バリエーション豊富なウィッグを取り扱っていることから、使ってみたいウィッグについて尋ねたところ、約半数の方が「ワンポイントのカラーエクステ」（51.7%）と回答しました。前述の質問でも、ヘアスタイルの制限が無い場合に「部分的なカラー（インナーカラー等）」に挑戦したいと答えた方が多かったことから、ワンポイントカラーへの需要が高いことが分かります。



ポニーテールウィッグ  
着用イメージ

次いで、「ポニーテールなどのポイントウィッグ」が33.5%で2位となりました。ウィッグにも様々な種類がありますが、ポイントウィッグは“アップヘア”や“ポニースタイル”など、シチュエーションに応じて使い分けることができ、簡単に装着してイメージチェンジできるのが特徴です。

Q. 部分や用途別にウィッグを使用できるとしたら使用したいウィッグはありますか？（複数回答／n=927）

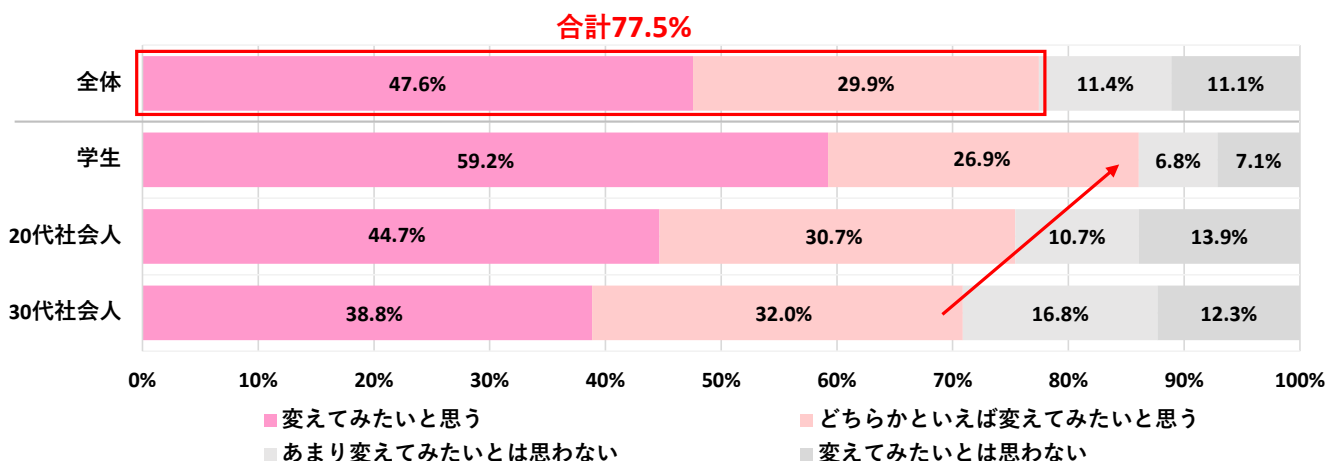


## ◆Z世代学生の8割は休日だけでも髪型を変えたいと回答

### 週末の“髪型イメチェン”ニーズが明らかに！

最後に休日やイベントだけでも気軽に髪型を変えてみたいと思うか尋ねたところ、「変えてみたいと思う」もしくは「どちらかといえば変えてみたいと思う」と答えた方の割合は全体で77.5%にも上りました。前述の質問で、会社や学校の指定により髪型に制限があると答えた方が多かったことから、若年層では週末のスタイルチェンジへのニーズが高いことが分かります。また、この傾向は年齢が低いほど高くなる傾向も表れており、学生では8割を超える結果となりました。

Q. 休日やイベントだけでも気軽に髪型を変えてみたいと思いますか？（単数回答／n=927）



## ■「NAVANA」について

「NAVANA」は、1999年に誕生し、今年で24年目を迎えるウィッグブランドで、2016年よりアデランスグループで展開しています。トレンドや季節のイベントに合わせたウィッグのほか、種類・カラーともにバリエーション豊富なウィッグを扱っています。現在、SHIBUYA109 渋谷店に店舗を構えるほか EC サイトにて販売しています。

URL : <https://www.navana-web.com/>

# NAVANA WIG

### <商品バリエーション>

#### <フルウィッグ>



頭をすっぽり覆うウィッグで、ショート・ボブ・ミディアム・ロングなど、簡単・手軽にイメチェンができるタイプです。

いつもと全く違う雰囲気の自分を楽しめます。

#### <前髪・ハーフ・トップウィッグ>



手軽な前髪ウィッグは、顔の印象を簡単にチェンジできます。頭頂部にボリュームを出せるトップウィッグは、根元のプリンを目立たなくすることも可能。自髪を活かし、ダウンスタイルでゴージャスにしたいときは、ハーフウィッグがおすすめ。

#### <ポイントウィッグ>



華やかなアップヘアやポニースタイルなど、まとめ髪にしたい時におすすめ。和服に合うまとめ髪ウィッグや、パーティの時に大人っぽく雰囲気を変えるポニーテールなど、自髪が短くてボリュームがでないときにも活用できます。

#### <えりあしウィッグ>



自髪は短いけど、ロングヘアにしてみたい。そんな時に手軽にロングヘアにできるのがえりあしウィッグ。取り外しができるのでエクステよりも簡単です。

## ■株式会社ライツフォルについて

株式会社ライツフォルは2003年に設立し、2016年よりアデランスグループに参画しています。「世界トップクラスの品質」を理念に、ファッション性の高い高品質レディースウィッグや医療用ウィッグなどの生産・販売を主体に、美容機器の販売も行っています。直営店舗や本社サロン、ECサイトにて販売しています。

ホームページ : <https://reizvoll.jp/index.html>



株式会社アデランスは、おかげ様で2023年をもって創業55周年を迎えます。新時代を表す「NEXT ADERANS」として掲げ、創業当初からの理念「世界のブランド アデランス」を目指し、毛髪・美容・健康・医療・衛生のグローバルウェルネスカンパニーとして夢と感動を提供し続けていきます。