

平成 26 年 9 月 16 日

&lt;報道関係各位&gt;

株式会社 **アデランス**

カジュアルなシーンからオフィシャルなシーンまで  
～ひとつで 2 通りの使い方が楽しめる、2-Way オーダーメイド・ウィッグ～

## 『イヴハーモニー』誕生

9 月 30 日(水)より全国発売開始

株式会社アデランス（本社：東京都新宿区、代表取締役会長兼社長 根本 信男）は、女性用ウィッグブランドのレディスアデランスから、オーダーメイド・ウィッグの新商品「イヴハーモニー」を、9 月 30 日（水）（オクサマの日）より全国で販売開始いたします。

「イヴハーモニー」は、「プチ」と「メイン」がセットになった、ひとつで 2 通りの使い方が楽しめる部分用ウィッグです。普段のお出かけなど少しボリュームアップしたいときには「プチ」単独で、特別な日のお出かけなど華やかにボリュームアップしたいときは「メイン」と「プチ」を 2 つ重ねてなど、シーンや気分に合わせて使い分けが可能です。当社として、ひとつで 2 通りの使い方ができるウィッグの発売は初めてとなります。

当社では、今年 8 月に、全国の 30 代～70 代の男女 1,030 人を対象にした「髪のアンチエイジング」に関する意識調査を実施しました。その中で、「髪が細くなってきた」や「抜け毛が増えた」と回答された女性（n=214）に、シーン別の髪のボリュームアップの度合いについて尋ねたところ、「フォーマルなイベントに参加する」際は、「しっかりボリュームアップしたい」という回答が 52.8%と最も多かったのに対し、「親族/親戚と会う」、「友人と会う」、「繁華街に買い物に行く」などのカジュアルなシーンでは、「少しだけボリュームアップしたい」という回答が 6 割を超えて最も多い回答となりました。シーンによってボリュームを変えたいと考える女性の意識が窺えます。

「イヴハーモニー」をプロモートするため、発売日の 9 月 30 日(水)より新 TV-CM を全国で放映開始します。TV-CM には、レディスアデランスのイメージキャラクターを務める高橋恵子さんが出演します。



「イヴハーモニー」ポスター

## ■「イヴハーモニー」について

「イヴハーモニー」は、「プチ」と「メイン」がセットになった、ひとつで2通りの使い方が楽しめる部分用ウィッグです。普段のお出かけなど少しボリュームアップしたいときには「プチ」単独で、特別な日のお出かけなど華やかにボリュームアップしたいときは「メイン」と「プチ」を2つ重ねてなど、シーンや気分に合わせて使い分けが可能です。



ご使用後①カジュアル  
プチのみで、さりげない  
ボリュームを



ご使用前



ご使用後②フォーマル  
メインにプチを重ねて  
華やかなボリュームを



## ■オーダーメイドだから髪質・髪色・ブレンドも思いのまま

白髪まじりの微妙な色なども、豊富な髪色から自在に作ることができます。髪色だけでなく、まるで自分の髪のように太さや質感も再現することができます。ウィッグをとめる「ストッパー」の種類も豊富なため、使いやすいものをお選びいただけます。また、頭の形に合わせて作るため、つける際も簡単で、頭の形にしっかりフィットします。



## ■独自開発の人工毛髪「ナチュラルヘア」はご自宅でお湯でも洗えてお手入れ簡単

毛材には、当社が長年の研究の末に開発した人工毛髪のナチュラルヘア（特許第5127443号）を採用しています。表面にキューティクルに似せた凸凹をつけており、光沢感が抑えられ、天然毛髪に近い外観です。また、耐熱性・耐光性に優れており、人毛に比べ色褪せしにくいのが特徴です。お湯で洗え、ドライヤーも使えます。形状保持性に優れており、ご自宅で洗って乾かしても、美しいカールなどが保持され、気持ちよくお使いいただけます。

### <ご自宅でのお手入れ方法>



1 専用シャンプーで軽く押し洗います



2 優しくタオルドライします



3 自然乾燥またはドライヤーで乾かします。



4 ブラッシングですぐ元通りのスタイルに戻ります。

## ＜毛材によるお手入れ方法の比較＞

お手入れ方法	ナチュラルヘア	合成繊維	人毛	お手入れ方法	ナチュラルヘア	合成繊維	人毛
水洗い	○	○	○	ヘアブラシによるとかし洗い	○	×	○
お湯洗い	○	×	○ <small>※ぬるま湯</small>	ドライヤーによる乾燥	○	×	○
もみ洗い	○	×	×	直射日光・暖房機による乾燥	○	×	×
押し洗い	○	○	×				

\* ヘア素材によってお手入れ方法が異なります。

お手持ちのウィッグのヘア素材をお確かめの上、お取扱いはご注意ください。

### ■2年間の無料のアフターサービス付き

オーダーメイド・ウィッグは、ご購入後のアフターサービスも充実しています。ウィッグの初回納品時には、ご自宅でもケアいただけるよう、メンテナンスセットをプレゼントします。また、全国に150以上（2015年8月末時点）あるレディースアデランス直営サロンでは、2年間無料（お取付けから2か月目までは何回でも無料、それ以降は2ヶ月に1回の頻度で無料）で定期点検サービス、ウィッグのお手入れ等のアフターサービスを受けることができます。自髪のシャンプー・カットサービスは1年間無料（お取付けから2か月目までは何回でも無料、それ以降は2ヶ月に1回の頻度で無料）です。購入したウィッグのストッパー・髪質・ベースネット等の点検を行う「定期点検サービス」、ウィッグのシャンプー・セットなど、ウィッグを長持ちさせる基本のお手入れを行う「ウィッグのお手入れ」、お客様の髪質に合うケア剤で、自髪のシャンプーを行ったり、ウィッグに合わせて自髪のカットを行う「シャンプー・カット」など、トータルに対応します。

期間・内容	お取付けから2ヶ月目まで	4ヶ月目	6ヶ月目	8ヶ月目	10ヶ月目	12ヶ月目	14ヶ月目	16ヶ月目	18ヶ月目	20ヶ月目	22ヶ月目	24ヶ月目
1 定期点検サービス	何回でも無料	1回無料	1回無料	1回無料	1回無料	1回無料	1回無料	1回無料	1回無料	1回無料	1回無料	1回無料
2 ウィッグのお手入れ	何回でも無料	1回無料	1回無料	1回無料	1回無料	1回無料	1回無料	1回無料	1回無料	1回無料	1回無料	1回無料
3 シャンプー・カット	何回でも無料	1回無料	1回無料	1回無料	1回無料	1回無料						

### ■新 TV-CM について

新 TV-CM は、「楽しみ方 2 倍篇」としてオンエア予定です。

「プチ」ウィッグと「プチ+メイン」ウィッグのスタイルの違いをウィッグの構造と合わせて表現します。モデルに加えて高橋恵子さんにも実際に着用してもらい、1つのウィッグで2通りのヘアスタイルが楽しめることをお伝えします。

### ■商品概要

商品名： 「イヴハーモニー」

発売日： 9月30日（水）

販売店： 全国のアデランス、レディースアデランスのサロン、全国有名百貨店内フォンテーヌコーナー及びフォンテーヌ直営店（一部取り扱いのない店舗もございます）

専用ウェブサイト：（9月30日オープン予定）

PC版 <http://www.aderans.co.jp/ladies/product/ordermade/eve-harmony/>

スマートフォン版 <http://www.aderans.co.jp/ladies/sp/product/ordermade/eve-harmony/>

<ご参考>

◆**髪のリリュームアップ：**

**特別な日は“しっかり” カジュアルな日は“少しだけ”**

当社では、今年 8 月に、全国の 30 代～70 代の男女 1,030 人を対象にした「髪のアンチエイジング」に関する意識調査を実施しました。その中で、「髪が細くなってきた」ことや「抜け毛が増えた」ことについて悩んでいると回答された女性の方（n=214）に、シーン別の髪のリリュームアップの度合いについて尋ねたところ、「フォーマルなイベントに参加する」際は、「しっかりリリュームアップしたい」と考える人が 52.8%で最も多いことが分かりました。一方、「親族／親戚と会う」、「友人と会う」、「繁華街に買い物に行く」などのカジュアルなシーンでは、「少しだけリリュームアップしたい」と考える方が 6 割以上を占めました。“特別な日”や“日常使い”など、シーンによって髪のリリュームの度合いを変えたいと考える女性の意識が窺えます。

Q. 髪の老化で「髪が細くなってきた」ことや「抜け毛が増えた」ことについて悩んでいるとお答えした方にお伺いします。あなたは下記の各シーンにおいて、どの程度髪にリリュームを持たせたいですか？以下の中から最もあてはまるものを、それぞれお選びください。(単一回答／女性のみ回答※／n=214)  
 \* 画像は参考です。ご自身の状況からリリュームアップしたいかどうかでお答えください。



※髪の老化で「髪が細くなってきた」ことや「抜け毛が増えた」ことについて悩んでいると答えた人のみが回答

- 特に何もしない(今のリリュームのままが良い)
- 少しだけリリュームアップしたい
- しっかりリリュームアップしたい

	n=	(% )		
フォーマルなイベントに参加する(結婚式、入学式など)	(214)	9.3	37.9	52.8
親族／親戚と会う	(214)	25.2	65.0	9.8
友人と会う	(214)	17.8	68.2	14.0
好きな男性と出掛ける	(214)	15.4	55.6	29.0
初対面の人と会う	(214)	19.2	61.7	19.2
繁華街に買い物に行く(百貨店など)	(214)	23.4	61.2	15.4
近所に買い物に行く(スーパー、コンビニ)	(214)	39.3	56.1	4.7

<調査概要>

- 調査名：髪のアンチエイジングケアに関する意識調査
- 調査対象：全国の 30～70 代の男女 1,030 名 (有効回答数) ※男性は一部設問のみ回答
- 調査期間：2015 年 8 月 17 日 (月)～8 月 18 日 (火) 2 日間
- 調査方法：インターネットアンケート