

2020年5月13日
株式会社こどもりびんぐ

「ウーマンリサーチ」～ウィッグについてのアンケート～

40代以上の女性が選ぶ、ウィッグランキング 利用率第1位は「フォンテーヌ」 満足度第1位は「レディース アートネイチャー」 オススメ率第1位は「プリシラ」、リピート率第1位は「ハイネット」

園児とママのための情報誌「あんふあん」「ぎゅって」を展開する株式会社こどもりびんぐ（所在地：東京都千代田区、代表取締役：中島一弘）では、女性が選ぶおすすめの商品やサービスを様々な切り口で調査し、結果をランキングにして発表するWebコンテンツ「ウーマンリサーチ」を提供しています。 https://enfant.living.jp/mama/woman_research/785773/

◆今回のテーマは40代以上の女性が選ぶウィッグに関するランキング

2020年4月に実施した「ウィッグについてのアンケート」において、「フォンテーヌ」が**利用率第1位**、「レディース アートネイチャー」が**利用満足度第1位**、「プリシラ」が**オススメしたいウィッグ（推奨意向率）第1位**、「ハイネット」が**リピート率第1位**となりました。

▼「フォンテーヌ」 <https://www.fontaine.jp/>

▼「レディース アートネイチャー」 <https://www.artnature.co.jp/ladies-artnature/index.html>

▼「プリシラ」 <https://www.prisila.jp/> ▼「ハイネット」 <https://www.hi-net-web.com/>



受賞ロゴ

◆ウィッグの利用経験者は約2割。利用シーンは「パーティーのとき」が最多

ウーマンリサーチでは、全国のWeb会員を対象に「ウィッグ」についての調査を実施。40代以上の回答者888人中、「ウィッグ」を利用したことのある人は15.1%でしたが、利用したことのない人のうち「興味がある」と答えた人は58.0%と半数以上の人が関心を持っているという結果に。ウィッグの使用頻度は「外出やイベントがあるときなど、不定期に使用」している人が49.3%と最多で、利用シーンは「パーティーのとき」が31.3%と最も多く、次いで「外出するときは常に」「旅行のとき」と続きました。今回は40代以上の女性について、ウィッグ利用のきっかけや重視したポイントなど、詳しく聞きました。

◆40代以上の女性が選ぶウィッグ、利用率トップは「フォンテーヌ」、利用満足度トップは「レディース アートネイチャー」、オススメしたいウィッグトップは「プリシラ」、リピート率トップは「ハイネット」

40代以上の女性が選ぶウィッグランキング、利用率第1位は「フォンテーヌ」、第2位は「レディースアデランス」、第3位は「レディース アートネイチャー」となりました（表1）。また、利用満足度第1位は「レディース アートネイチャー」（表2）、オススメしたいウィッグ（推奨意向率）第1位は「プリシラ」（表3）、リピート率第1位は「ハイネット」となりました（表4）。

40代以上の女性が選ぶウィッグ 利用率	
第1位	フォンテーヌ
第2位	レディースアデランス
第3位	レディース アートネイチャー

（表1）

40代以上の女性が選ぶウィッグ 利用満足度	
第1位	レディース アートネイチャー
第2位	プリシラ
第3位	ハイネット

（表2）

40代以上の女性が選ぶ オススメしたいウィッグ	
第1位	プリシラ
第2位	レディース アートネイチャー
第3位	ハイネット／リネアストリア

（表3）

40代以上の女性が選ぶウィッグ リピート率	
第1位	ハイネット
第2位	レディース アートネイチャー
第3位	レディースアデランス

（表4）

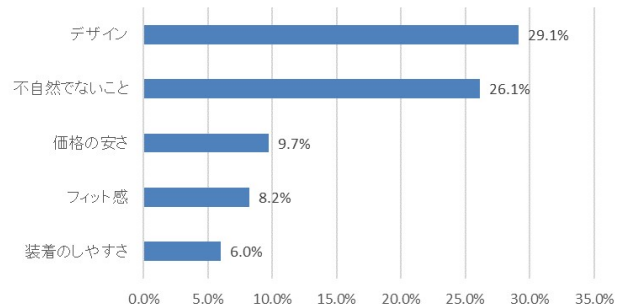
こどもりびんぐ

2020年5月13日
株式会社こどもりびんぐ

◆利用のきっかけは「生え際や分け目が気になった」、購入時に重視したポイントは「デザイン」

ウィッグの利用を検討したきっかけは「生え際や分け目が気になった」が36.4%と最も多く、次いで「髪のボリュームが気になった」「髪型を変えたかった」と続きました。「生え際や分け目の白髪が気になり、人目を気にしていたが、ウィッグを着用する事でそれがカバーでき、気分が変わって安心感もあるので、お出かけしたくなります」(60代女性)、「違和感なくなじむか心配だったが、装着も簡単で外出時も髪型で悩まなくなり、安心感とおしゃれ感が得られて外出が楽しくなった」(60代女性)など、ウィッグをつけることで、外出の際の気持ちの変化にもつながっているようです。

購入時に最も重視したこと



(グラフ1)

購入時に最も重視したポイントは、「デザイン」が29.1%と最も多く、次いで「不自然でないこと」「価格の安さ」と続きました(グラフ1)。「髪にボリュームが出るので、自然。癖毛でもあるので、雨の日などに癖毛も隠せて便利」(40代女性)、「思い通りの髪型になったことでメイクも楽しめました。違う自分になった感じでウキウキしました」(50代女性)、「すぐにつけられるし、つけていることを忘れるほどフィットするので満足。使用するとおしゃれにも積極的になる」(50代女性)など、デザインに加え、違和感なく手軽に装着できることも重視されているようです。

◆購入していない理由は「価格」「似合うかどうか」「お手入れ」

ウィッグを「持っていないが興味がある」人に購入していない理由を聞いたところ、「値段が高いのとウィッグをつけているのがわかるかもしれないのが不安」(50代女性)、「使い方や似合うかどうかわからない」(40代女性)、「お手入れの方法がわからない。面倒なイメージがある」(50代女性)など、価格面や不自然にならず似合うかどうか、手入れ面が心配という声が多く見られました。

【調査概要】 期間：2020.4.8～4.12／「あんふあんWeb」「ぎゅってWeb」、サンケイリビング新聞社公式サイト「リビングWeb」「シティリビングWeb」各Web会員／調査対象：40代以上の女性888人／調査対象：ハネット／アールコーポレーション マダムクレア／ウィッグユキ／クリーハーツ／ジェンティール／ソフィアン／ナチュラル／フォンテーヌ／プリシラ／プロビアレディース／リネアストリア／レディース アートネイチャー／レディスアデランス
【回答者プロフィール】エリア：全国／年代：40代45.3%、50代35.4%、60代15.1%、70代以上4.3%／独身24.7%、既婚75.3%／子どもあり64.4%、なし35.6% データは小数点2位以下四捨五入

株式会社こどもりびんぐは、小学館グループで園児とママ向け情報誌「あんふあん」「ぎゅって」の発行、ウーマンリサーチ等女性を対象とした「リサーチ事業」(*)を展開するメディア事業者です。今後もウーマンリサーチでは、様々なテーマで調査を実施、報告してまいります。第1位を受賞された企業には、受賞ロゴ・調査データ活用のご提案もしております。受賞ロゴは店頭ツール・商談資料・ブランドサイト・検索エンジン等、幅広くご活用いただけます。詳しくはお問い合わせください。

※2020年4月に株式会社サンケイリビング新聞社より事業譲受

【ウーマンリサーチ 過去のランキング】

- ・ネット印刷サービス https://mrs.living.jp/woman_research/article/3835065
- ・リフォーム会社紹介サービス https://mrs.living.jp/woman_research/article/3842145
- ・ふとん乾燥機 https://mrs.living.jp/woman_research/article/3845374

■本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社こどもりびんぐ 事業本部メディアビジネス部 新規事業チーム ウーマンリサーチ担当：濱村
E-mail : hmmrnozo@sankeiliving.co.jp

こどもりびんぐ

TEL:03-5216-9182 mail:hmmrnozo@sankeiliving.co.jp