

事前配布版 (Pre-release) — 本資料は正式発行版に先立ちお届けするものです。正式発行版は別途ご案内いたします。

社内検討用サマリー（事前配布版）

ライセンスの概要・背景・料金・申込の流れをまとめた、社内決裁用のご案内資料です。

読者前提： LPやサイトを開いていない社内関係者向け。**本資料は説明用の要約であり、契約条項ではありません。** 条件・手続の確定は利用条件の確定稿、個別見積書、および締結書面に従います。

正本との関係： 公開LPの論理と揃えています。詳細・更新は **LP正本（長文HTML）** を参照してください。

要約（1分で読む版）

ヘアカラー製品にはパッチテストの記載がある一方、現場では実施が十分とはいえない場面があります。原因を「意識だけ」の問題にせず、**手段・導線・時間制約など実行環境の設計**として捉える視点が重要です。IDEAGROWは、パッチテスト用保護具とその方法に関する**特許を基盤に**、ヘアカラーメーカー様が**自社ブランド**で製品化・展開できる**非独占の通常実施権ライセンス**を提供します。初回キャンペーンでは**利用条件に基づく期間延長（無償延長）の特典**があります（詳細はLPおよびお問い合わせ）。**当社は卸・他社向け製品供給を主業とする事業は行っていません（ライセンス提供が中心）。**

ヘアカラーとアレルギー——背景

ヘアカラーによるアレルギーは軽症から重い反応まで報告され、行政・消費者向け注意喚起も続いています。ノンジアミン・低刺激製品の選択肢は増えていますが、**リスクがゼロになるわけではなく、理解に基づいた選択**が重要です。

PL法のもとにある「記載」と、現実のギャップ

製品にはパッチテストの記載があり、PL法上も使用方法の記載が求められます。ただ現場では実施率に課題が残ります。問うべきは「意識が低い」だけでなく、**方法は書かれていても、実行しやすいツールや導線が製品に伴っているか**です。記載と実行の間の**構造的ギャップ**が論点になります。

なぜ「方法が書いてある」のに進みにくいか

- **手段と導線：** ホームカラーでは手順は説明書にあっても、テスト用ツールの同梱ではなく、消費者が自ら準備・時間管理する負担が大きい。実行環境の設計の問題でもある。
 - **やり方の理解：** 絆創膏などで**密閉**すると、ヘアカラーで前提とされる**オープンテスト**と条件がずれる可能性がある。手軽さと正しい確認のバランスが課題。
 - **サロン：** 全顧客に48時間前テストを必ず実施するのは、予約・業務フロー上難しく、判断と責任が現場に集中しがち。
-

「48時間か、ゼロか」ではない

反応には即時型（おおむね30分程度）と遅延型（48時間）などがあります。理想は両方ですが、時間が取れないからといって何もしないのと、**30分の即時型に対応したテスト**を行うのでは意味が異なります。現場で現実的な選択肢として認知が広がる余地があります。

読み取りの留意（立場・チャネル）：本節は主として**サロン現場の美容師の時間制約等**を念頭にした整理です。メーカー様は立場・リスクの置き所が異なり、**そのまま単純転用しないでください**。ホームカラー提供企業では、提供側の実行設計として**30分型・48時間型の両方の確認**を実施する整理が基本です（各社の表示・使用方法・注意事項および関係法令に従ってください）。

承諾書とパッチテスト

サロンワークにおいて承諾書は説明と同意の記録であり、**アレルギー反応を防ぐ手段の代替にはなりません**。両者の役割を混同しない整理が業界でも有用です。

注意喚起から「実行設計」へ

課題の本質は「注意がないか」ではなく、注意が**行動と結びつく設計**になっているかです。ツール同梱、現実的な手順、正しいオープンテストのガイドなど、**メーカーが実効性にどう関与するか**が次のフェーズの問いになります。

三者と当社の立場

安全性は**使用者・施術者・製品提供者**の関与が揃うと実効性が高まります。当社は美容師として現場に立つ経験から、個人や一サロンだけでは解きにくい**構造的課題**があるという問題提起をしています。特定手法の一方的推奨ではなく、業界で共有する視点です。アレルギーはデリケートで、**単一方法でリスクを完全回避できるわけではありません**。

※ **パッチテストの具体的な方法は、各メーカーの使用方法・注意事項を最優先で確認してください**。本資料は補完の参考です。

IDEAGROWの特許ライセンス（メーカー向け）

対象は**パッチテスト用保護具およびこれを用いたパッチテスト方法**に関する特許です。**非独占の通常実施権**として、**貴社ブランドでの開発・製品化・展開**が可能です。ヘアカラーパッチテスト市場は未成熟で、市場形成に参画する余地があります。

ライセンス期間とキャンペーン（期間延長）

期間・料金は特許技術利用条件に定めるとおりです。初回キャンペーンとして、所定条件の企業には**年間ライセンス期間に加え、一定期間の利用を無償で延長**する特典があります（利用条件第5条第4項に基づくキャンペーンによる期間延長）。**合計最大16か月程度**（12か月＋延長4か月のイメージ）で開発・市場検証を進められる場合があります。延長にあたる期間も**お支払い済みライセンスに基づく通常実施権の範囲内**です。延長分

の追加技術使用料はありません（詳細はLP・お問い合わせ）。**キャンペーンによる期間延長は特典であり、内容は予告なく変更・終了し得ます。**

ライセンス取得のメリット（要点）

- ・業界の実行設計・安全性の議論で、早期参入・基準づくりに関与しうる。
 - ・特許を差別化に使い、規制・市場の成熟時にも説明しやすい材料になりうる。
 - ・顧客・取引先・社内へ、安全性投資を示すコミュニケーション材料になりうる。
 - ・業界動向等の公開情報（当社ウェブサイト等での随時発信）を開発・販促の参考にしうる。
-

メディア掲載の一例

2025年3月17日発売『日経ヘルス』春号のヘアカラー特集ほか、パッチテスト関連の文脈で紹介いただいた実績があります（詳細・リンクはLPおよび当サイト掲載情報）。

参入イメージ（メーカー）

1. 既存ヘアカラーにパッチテストの仕組みを組み込み、パッケージ・同梱・デジタル案内と一体で「実行しやすさ」を設計する。
 2. 自社ブランドのパッチテスト製品を新規開発・展開する（サロン向け／ホーム向けなど戦略に応じて）。
-

ヘアカラーメーカー以外の例

まずはヘアカラーメーカー様を中心にご案内しています。そのうえで、美容ディーラー、ドラッグストア、EC企業などでの展開も想定される場合があります。**個別前提はお問い合わせください。**

よくある質問（要点のみの抜粋）

- ・自社で製造・販売まで？ 非独占実施権として貴社ブランドでの開発・展開を前提とする一方、当社は卸・他社向け供給を主業としません。範囲・条件はLPの該当節とお問い合わせで。
 - ・キャンペーンによる期間延長は、契約・お支払いなしの無料お試しですか？ いいえ。年間ライセンス契約およびライセンス料のお支払いを前提とした初回キャンペーンの特典として、ライセンス期間に加え期間延長が付与されるものです。単体の「お試し」としてご利用いただくものではありません。数字・手順はLPの「ライセンス期間とキャンペーン（期間延長）」を参照。
 - ・稟議用資料？ 当サイトの稟議キット（社内検討用資料）から、サマリー・料金条件・FAQ など必要なPDFをダウンロードしてご利用ください。本サマリーは内容の補足・説明用として併せてご参照ください。
-