



報道関係者各位

2023年7月3日

ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社

LUX×TWICE ~#BeHairsell 私の髪は、私が決める。~

6/28に日本デビュー6周年を迎えたTWICE

数々の決断を経て個性あふれるスタイルを確立している彼女たちとともに

7月3日(月)より 特別ビジュアル屋外広告・インタビュー映像を展開！

メンバー自身が決めたヘアスタイルと「私らしさ」を表現したメッセージに注目の特別ビジュアル屋外広告が五大都市に掲出！特別インタビュー映像も同時公開！

特設サイト URL : <https://www.lux.co.jp/behairsell/twice>

ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社（本社：東京都目黒区、代表取締役 社長：ジョイ・ホー）が展開するトータルビューティーケアブランド「LUX（ラックス）」は、アジア発9人組ガールズグループ「TWICE」とのコラボレーションプロジェクト「LUX×TWICE ~#BeHairsell 私の髪は、私が決める。~」を開始。7月3日（月）より全国五大都市にて、TWICEメンバーそれぞれの「私らしさ」を表現した特別ビジュアルの屋外広告を掲出します。また同日より、TWICEメンバーそれぞれが「私らしさ」について語るオリジナルインタビュー映像も特設ページ及びLUX公式SNS（YouTube、TikTok、Instagram、Twitter）にて順次公開します。さらに豪華景品が当たるSNSキャンペーンも実施予定です。





【メンバーの自然体な表情に注目！それぞれが自分のスタイルを見つけるまでのエピソードや大切にしたい価値観について語るオリジナルインタビュー動画公開！】

ブランドビジョンである「LUX BRAVE VISION 2030」を掲げるラックスは「髪の偏見に関する調査」を実施し、2人に1人が周りの目を気にして自分のしたい髪型を諦めていた^{*1}ことが分かりました。それに伴い、ひとりひとりのヘアオートノミー〈髪の自己決定権〉を実現するため、ブランドスローガン「#BeHairself 私の髪は、私が決める。」を発表し、様々なプロジェクトを実行しています。（「#BeHairself 私の髪は、私が決める。」についてはこちら：<https://www.lux.co.jp/behairself/>）

どんな時も、偏見やルールに縛られず、ひとりひとりが、私らしい髪で進んでいく。このラックスの想いを体現するシンボルとして9人組ガールズグループ TWICE を起用した今回のコラボレーション。

メインコンテンツとして、TWICE のメンバーそれぞれが「私らしさ」について語るインタビュー動画が公開となりました。メンバーそれぞれのスタイルを見つけ実現するまでのエピソードや、TWICE として活動する中で大切にしてきた価値観や考え方を、自然体な表情で語っています。数々の決断を繰り返して、個性あふれるスタイルを確立している TWICE だからこそ語れるエピソードは、世の中の偏見やルールにとらわれず、自分の決断に自信を持って一步踏み出せる世の中になっていくことを後押しできると信じています。

▼「LUX×TWICE インタビュー動画」概要

タイトル：「LUX×TWICE ~#BeHairself 私の髪は、私が決める。~ インタビュー動画」

出演：TWICE

公開日：7月3日（月）

特設サイト URL：<https://www.lux.co.jp/behairself/twice>

公式 YouTube URL：https://www.youtube.com/channel/UCtay9nkHuUEj__Qx6xwv-Q/videos

【全国五大都市に LUX×TWICE の屋外広告が登場！】

7月3日（月）より東京、名古屋、大阪、福岡、札幌の全国五大都市に「LUX×TWICE」の特別ビジュアル画像を屋外広告として掲出いたします。「#BeHairself 私の髪は、私が決める。」の体現者である TWICE メンバーそれぞれが決めた好きな髪型で撮影を行った新ビジュアルとともに、手書きの #BeHairself の文字とサインが掲げられています。インタビューでも語られたメンバーそれぞれの「私らしさ」に対する思いが込められたメッセージにも注目です。

場所：東京、名古屋、大阪、福岡、札幌

期間：7月3日（月）～7月9日（日）

※福岡のみ7月5日（水）～7月11日（火）です。



詳細：

東急田園都市線 渋谷駅 B1F A0・A1 出口方面 道玄坂ハッピーボード：7月3日（月）～7月9日（日）

名鉄名古屋駅 ビッグボード：7月3日（月）～7月9日（日）

JR 大阪駅桜橋口地下通路：7月3日（月）～7月9日（日）

西鉄福岡（天神）駅 12枚集中貼り（南口）：7月5日（水）～7月11日（火）

地下鉄さっぽろ駅構内：7月3日（月）～7月9日（日）

※各駅において、駅及び駅係員へのお問い合わせはご遠慮ください。広告をご覧になれる際は、周囲のお客様へご配慮ください。

※屋外広告に関するお問い合わせはユニリーバお客様相談室までお願いいたします。

【豪華景品が当たる SNS キャンペーンを実施！】

「LUX×TWICE～#BeHairsself 私の髪は、私が決める。～」を記念し、LUX 公式 Twitter にて「LUX×TWICE」の豪華景品が抽選で当たる SNS キャンペーンを実施予定です。キャンペーンに参加いただくと、全国五大都市に掲出する屋外広告と同じデザインのオリジナルポストカードが当たります。この機会にぜひ奮ってご参加ください。

※詳細はラックス公式 Twitter をご確認ください。

▼SNS キャンペーン概要

応募方法：ラックス公式 Twitter のキャンペーン投稿より、診断テストのサイトへアクセス。

心に響いた TWICE メンバーのメッセージを選び、回答結果を Twitter にてシェアいただいた方に、抽選で屋外広告デザインのオリジナルポストカード全9種をプレゼントいたします。

さらにキャンペーン初日の7/7に「#LUXTWICE」が Twitter トレンド入りした場合、レア賞品も登場いたします。

応募期間：2023年7月7日（金）～7月28日（金）

景品：特別賞…屋外広告デザインのポストカード全9種／各5名様

トレンド入り特賞…後日発表

<LUX 公式 Twitter> <https://twitter.com/LuxOfficial?s=20>



【LUX×TWICE オリジナル限定製品も販売開始】

【製品名】ラックス スーパーリッチシャイン TWICE ステッカー付き 大容量つめかえペア
(ダメージリペア・モイスチャー・ストレートビューティー)

【分類】シャンプー/コンディショナー

【内容量】シャンプー/コンディショナー 各 560g

【価格】オープン価格

【販売期間】7月10日(月)～ ※期間数量限定

▼製品



ダメージリペア



モイスチャー



ストレートビューティー

【TWICE プロフィール】



『いい音楽で一度、素晴らしいパフォーマンスで二度魅了させる』アジア発 9人組ガールズグループ『TWICE』（読み方:トゥワイス）。

2017年6月28日(水)に『#TWICE』（ハッシュタグトゥワイス）で日本デビュー。10代を中心とした幅広い層にも圧倒的な支持と社会現象を巻き起こしながら、デビューした年から3年連続、紅白歌合戦にも出演を果たす。リリースする作品では数々の記録を塗り替える。

2019年春には日本デビューしてからの夢であったドームツアーを開催！当時、本国デビューから最速での東京ドーム公演を実施、韓国でデビューしたガールズグループとしては初のドームツアーの実施となった。2022年、日本デビュー5周年を迎え、2022年3月16日(水)発売の最強ベストアルバム第四弾



『#TWICE4』で、オリコン週間アルバムランキング初登場 1 位を獲得し、海外アーティストとしては「アルバム通算 1 位獲得作品数」は歴代 2 位タイに。また、海外女性アーティストとしては、歴代単独 1 位となった。さらに同作品にて、「オリコン週間合算アルバムランキング」でも 1 位を獲得。通算 6 作目の 1 位獲得となり、「合算アルバム通算 1 位獲得作品数」記録が歴代単独 1 位となり次々に記録を樹立。

そして 4 月には約 2 年ぶりの来日公演となった TWICE 4TH WORLD TOUR 'III' IN JAPAN を東京ドームにて 3 日間開催し、韓国からデビューしたガールズグループとして、初の東京ドーム 3 日間連続公演という記録を樹立。

さらに、2023 年 5 月、自身初となる日本でのスタジアムライブ「TWICE 5TH WORLD TOUR 'READY TO BE' in JAPAN」を開催。東京・味の素スタジアム、大阪・ヤンマースタジアム長居にて、計 4 日間開催し、韓国発のガールズグループとして史上初のスタジアム単独公演開催の記録を樹立した。

5 月 31 日には TWICE JAPAN 10TH SINGLE 『Hare Hare』をリリースした。

【ラックスについて】

ラックスは、2022 年、ギフト用化粧品石鹸として日本に上陸して 50 年を迎えました。日本上陸以降、日本人女性の髪の研究を重ね、移り変わるヘアケアニーズに応えながら、常に輝くツヤ髪へ導くヘアケア商品を提供してきました。多くの国や地域で販売され、日本でもヘアケア市場で 6 年連続、売上 No.1^{※2} を達成しています。そんな中 2021 年、自分自身を美しいと思えることが自信になり、一歩踏み出す勇気につながることで、そしてその踏み出す姿勢こそが、美しいという信念のもと、新たに「LUX BRAVE VISION 2030」を掲げ、新生ラックスとしてスタートしました。人々の髪を美しくしていくことを通じて、自分らしい美しさを謳歌できる社会を目指します。

※1：47.8%の女性が「世間体や周りの目を気にして、自分がやりたいと思う・好きな髪型や髪色をあきらめたことがある。」と回答しました。(2022 年 12 月ユニリーバ調べ)

※2：INTAGE SRI シャンプー・コンディショナー市場 2015 年 1 月～2021 年 5 月金額