



報道関係者各位

2023年6月29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

2023年6月28日に日本デビュー6周年を迎えた、9人組ガールズグループ「TWICE」

自身のスタイルを各々が決断し続けてきた TWICE と #BeHairself を掲げるラックスの3度目のコラボレーションが始動

## LUX×TWICE ~ # BeHairself 私の髪は、私が決める。~

メンバーと直接会えるサイン会が当たる店頭キャンペーンも開催！

~7月10日（月）より LUX×TWICE オリジナル限定製品が店頭販売開始~

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 ~ # BeHairself 私の髪は、私が決める。~」を始動します。2022年2月に第1章、同年8月に第2章と、好評を博していたコラボレーションがさらにパワーアップして展開されます。今回の発表では、新ステートメントの公開に加え、7月10日（月）より店頭販売開始される「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」の製品情報他、メンバーと直接会えるサイン会が当たる店頭キャンペーンについてお知らせします。



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



## 【LUX×TWICE コラボについて】

### ▼「LUX×TWICE ~# BeHairsel 私の髪は私が決める。~」ステートメント

LUX は、世の中の偏見やルールに流されず  
したい髪でいられる世界を目指しています。

私らしい髪で、生きていく。  
私らしい選択で、進んでいく。

多くの決断を繰り返しながら、  
私らしさを貫いてきた、TWICE とともに  
あなたらしい髪を選択を支えます。

いつだって、選ぶのは私自身なのだから。  
私の髪は、私が決める。

#BeHairsel



### ▼コンセプト

ブランドビジョンである「BRAVE VISION 2030」を掲げるラックスは「髪の偏見に関する調査（n=800）」を実施し、2人に1人<sup>\*1</sup>が周りの目を気にして自分のしたい髪型を諦めていた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「#BeHairsel 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。（「#BeHairsel 私の髪は、私が決める。」についてはこちら：<https://www.lux.co.jp/behairsel/>）  
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LUX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のTWICEを起用しました。これまで数多くの決断を繰り返して、今の彼女たちのスタイルが確立されています。今回のコラボでは、9人それぞれの確固たる考え方や価値観を紐解くコンテンツを公開予定です。



【LUX×TWICE オリジナル限定製品が登場！購入者対象店頭キャンペーンも実施！】

今回「LUX×TWICE コラボ」を記念し、前回コラボ実施時に好評だったステッカー付きのオリジナルセット「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」を数量限定で販売開始します。昨年は1つの商品につき1枚のステッカーを同封のところ、今回は2枚のステッカーが同封されてより豪華に。シークレットを含む全10種ご用意しています。また、メンバーと直接会えるサイン会やサイン入りうちわ、QUOカードが当たるチャンスも。是非この機会にご応募してみてください。

▼店頭キャンペーン概要

**LUX x TWICE**

**TWICEに会える!!**

**サイン会&豪華景品が当たる!**

**キャンペーン**

**キャンペーン期間 2023.7.10(月)▶2023.8.31(木)**

**A賞** 税込2,000円購入につき応募口数1口  
TWICEサイン会ご招待 抽選で**10**名様

**B賞** 税込1,000円購入につき応募口数1口  
全9種 ※うちおはイメージとなります。 ※お届はランダムとなります。  
直筆サイン入りソロカットうちわ 抽選で**45**名様

**C賞** 税込300円購入につき応募口数1口  
全4種 ※お届はランダムとなります。  
TWICEデザイン  
QUOカード 500円分 抽選で**1,500**名様

LUXヘアケア製品が対象(つめかえ品、TWICEステッカー付き 大容量つめかえペア、サシェを含む)  
※賞品により応募条件が異なります。各賞の応募条件をご確認ください。

詳しくはこちら

※画像はイメージです。



<応募期間>

2023年7月10日(月) - 2023年8月31日(木)

<景品>

A賞：メンバーと直接会えるサイン会／10名様

(税込2,000円購入につき応募口数1口)

B賞：TWICE ソロうちわサイン入り／45名様

(税込1,000円購入につき応募口数1口)

C賞：TWICE デザイン QUO カード 500円分／1,000名様

(税込300円購入につき応募口数1口)

<対象製品>

LUX ヘアケア製品が対象 (つめかえ品、TWICE ステッカー付き 大容量つめかえペア、サシェを含む)

▼限定製品概要

【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

▼オリジナルステッカー

9人それぞれの個人ステッカー9種と、シークレット1種の計10種をご用意しております。



## ▼COMING SOON

屋外広告を含め、今後も続々とコラボに合わせたコンテンツや情報を解禁していきます。

### 【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<sup>※2</sup>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、一步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