



報道関係者各位

2023年3月27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 ブランドスローガン #BeHairself 私の髪は、私が決める。-

“2人に1人は仕事が理由で、自分のしたい髪型をあきらめたことがある。”

ラックスは世の中の髪への偏見を無くし、ヘアオートノミー〈髪の自己決定権〉を実現するため、

【モデル就業規則等の改善に向けた署名活動】を3月30日（木）より開始

現役看護師や YouTuber など

～当事者たちの賛同コメントやエピソードを特設ページで順次公開予定～

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、以下「ユニリーバ・ジャパン」）が展開するヘアケアブランド「LUX（ラックス）」は、「髪に関する調査（n=900）」を追加実施しました。その結果、“2人に1人が仕事や職場の事情が理由で、自分のやりたいと思う・好きな髪型や髪色をあきらめていた”ことが分かり、さらに、自分のしたい髪型をあきらめた理由の半数弱は「職場の関係者に与える印象を考慮したため」だったことから、働く環境における髪の偏見が未だに存在していることが判明しました。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、まずは職場のルールを変えるべく、労働基準法を元に定めているモデル就業規則*の改善に向けた署名活動を2023年3月30日（木）より開始します。また、当事者として YouTuber でモデルのそわんわんさんやロリータモデルで現役看護師の青木美沙子さんなどのコメントも特設ページで順次公開予定です。

*労働基準法（昭和22年法律第49号。以下「労基法」といいます。）第89条により、必ず記載しなければならない事項と、各事業場内でルールを定める場合には記載しなければならない事項を元にモデル就業規則を定めています。



誰もが自分らしい髪でいられる社会の実現へ。

#BeHairself 私の髪は、私が決める。

署名活動 開始 

特設ページ：<https://www.lux.co.jp/behairself/>

【「#BeHairself 私の髪は、私が決める。」概要】

日本では、よりよい社会を目指して多様性を推進する動きが高まっています。ブランドビジョンである「BRAVE VISION 2030」を掲げるラックスは、人々が本来の自分を表現した髪型・髪色を楽しみながら社会生活が送れるように、髪に関する偏見に気づきをあたえ、ヘアオートノミー〈髪の自己決定権〉を促進すべく、新たにブランドスローガンとして「#BeHairself 私の髪は、私が決める。」を2023年3月3日（金）に発表しました。（参考：<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000068.000086691.html>）

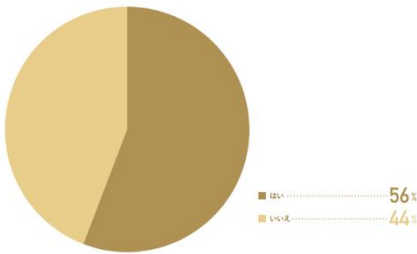
水原希子さんを起用した新 TV-CM「#BeHairself 私の髪は、私が決める。」篇の公開に続き、今回はヘアオートノミーの問題に対して問いかけ、さらに労働基準法を元に定めているモデル就業規則*の改善に向けた署名活動を開始します。

また、特設ページでは当事者たちの賛同コメントやエピソードを順次公開予定です。

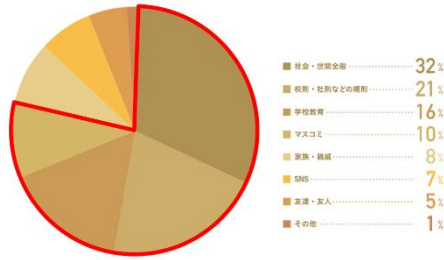
■実施背景：ヘアオートノミー〈髪の自己決定権〉を実現する署名活動

ラックスが実施した「髪の偏見に関する調査（n=800）」では、2人に1人が周りの目を気にして自分のしたい髪型をあきらめていた^{※1}ことが分かりました。また「髪型・髪色に対する偏見は、何によって生まれると思いますか」という問いに対して、「社会や世間全体などに存在する」と回答した人が8割弱いる結果に。いまだに社会や組織の中には「髪に対する偏見」が存在することが数字でも明らかとなりました。

学校や職場などのルールなどの理由で、自分がやりたいと思う・好きな髪型や髪色を不本意ながらあきらめたことがある



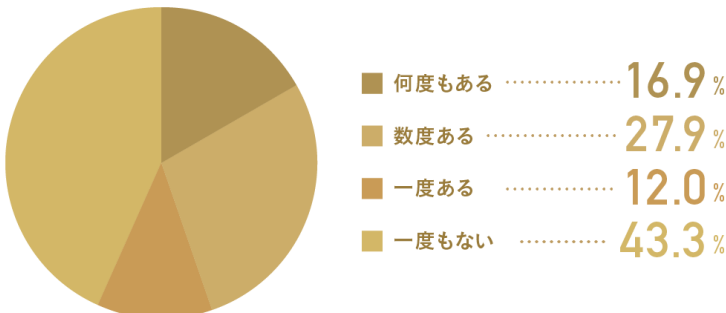
髪型・髪色に対する偏見は、何によって生まれると思いますか（複数回答）



さらに、追加調査（n=900）では、2人に1人が「仕事や職場の事情が理由で、髪をあきらめたことがある」と回答し、あきらめた理由の半数弱が「職場の関係者に与える印象を考慮したため」でした。

— 仕事や職場の事情が理由で、髪をあきらめたことがある人 56.8%

仕事や職場の事情が理由で、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はありますか。

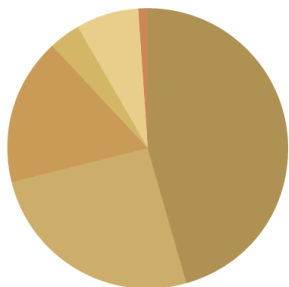


一 自分がやりたいと思う・好きな髪型や髪色をあきらめた理由

職場のルールに反するから 46%

職場の関係者に与える印象を考慮したため 42%

仕事や職場の事情が理由で、自分がやりたいと思う・好きな髪型や髪色をあきらめた、または、あきらめざるをえなかった理由について教えてください。



- 就業規則等、服すべき職場のルールに反することがわかっていたから 46.3%
- 就業規則等、服すべき職場のルールに反するかは不明だったが、職場の関係者(上司、同僚、お客様)に与える印象や影響を考慮し、自主的に判断した 26.0%
- 就業規則等、服すべき職場のルールに反しないとわかっていて、職場の関係者(上司、同僚、お客様)に与える印象や影響を考慮し、自主的に判断した 16.3%
- 自主的な判断ではなく、就業規則等、服すべき職場のルールを理由に、職場の関係者(上司、同僚)に髪型・髪色を変えなさいと言われたため 3.7%
- 自主的な判断ではなく、具体的な就業規則等、服すべき職場のルールがないにもかかわらず、職場の関係者(上司、同僚)に髪型・髪色を変えなさいと言われたため 7.4%
- その他 0.3%

これだけ社会が多様化している現在においても、職業や業種によってはいまだに周囲から浮くことへの恐れで空気を読みすぎてしまい、好きな髪型や髪色ができないという状況が存在していることが分かりました。

▼当事者事例

就業規則等の違反を理由として、職場や上司から、あなたの意志に反して、髪型や髪色を元に戻したり、他の髪型や髪色に変えるように言われたことを教えてください。(一部抜粋)

- ・接客業なので、黒髪にしろと言われた。(接客業 女性)
- ・色は黒、濃い茶色にする、長い場合は毛先がでないようにまとめる、顔にかからないように止めるルール。(公務員・教職員 女性)
- ・正社員は黒髪のため、パートだからといい過度な色は良くない、黒スプレーで対策してくれと言われた。(介護施設 事務職 女性)
- ・工場での製造ラインで勤務していた時、髪の色が派手だと言われ染めてくるように指導を受けた。(公務員・教職員 男性)

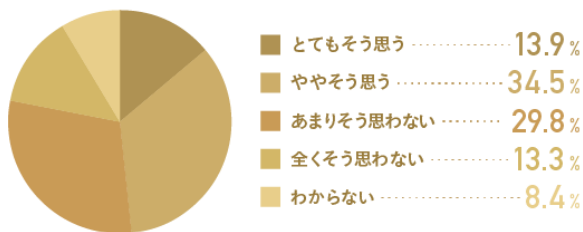
上記のように、合理的な理由がないにも関わらず、定められた就業規則を理由として髪の色を制限されていた事例も多数上がっております。

— 職場のルールが改善されることで生まれる変化

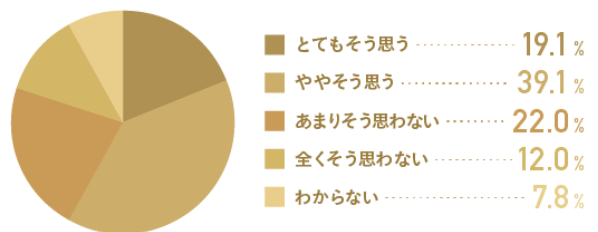
- 自分に自信が持てると思う 58.2%
- 自分の全体的なウェルビーイングが上がると思う 56.8%
- 仕事に対するモチベーションが上がると思う 48.4%
- より長くその会社で働きたいと思う 48.5%

もし、あなたの職場で髪型・髪色の自由化が達成されたら、あなたにどのような変化が生まれると思いますか。

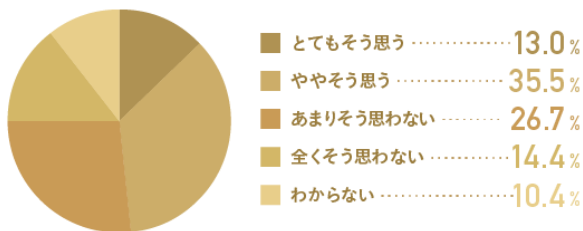
仕事に対するモチベーションが上がると思う



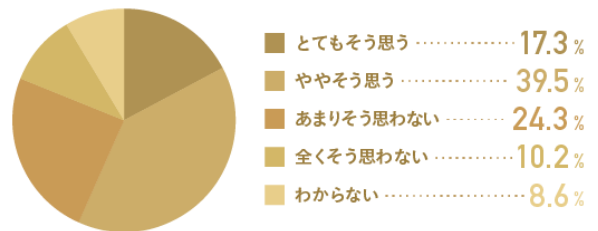
自分に自信が持てると思う



より長くその会社で働きたいと思う



自分の全体的なウェルビーイング (心身の健康・幸福感) が上がると思う



その一方で、「もし、あなたの職場で髪型・髪色の自由化が達成されたら、あなたにどのような変化が生まれると思いますか。」という問いに対しては、「自分に自信が持てると思う」「自分の全体的なウェルビーイングが上がると思う」という回答が上位となりました。

追加調査の結果から、ラックスは働く環境によって周囲との調和を求めすぎてしまい、自分の好きな髪型や髪色ができないという状況をなくし、自由な髪型ができる社会にしていくことでより自分らしく、自信をもって働ける環境の実現を目指します。まずは、職場のルールを変えるべく、労働基準法によって定められているモデル就業規則に対して、“職場における髪の自己決定権”の項目を、指針の中に明記するよう、署名活動を実施します。

▼下記 URL より署名活動に参加可能。

<https://chng.it/P79k4rbSV6>

※3月30日(木) 公開予定

— 調査概要

調査時期：2023年3月15日(水)～3月16日(木)

調査方法：インターネット調査

調査対象：全国、18～49歳、男女900名

<署名活動により追加したい指針>

- ① 髪型・髪色は、基本的には個人の自由であり、この権利は、日本国憲法における「自己決定権」や「表現の自由」の保障範囲にあるため、安全や衛生面などの合理的な理由なしに企業が社員の髪型・髪色を制限する規則を設けないよう、モデル就業規則に項目を追加してほしい。
- ② 安全や衛生面などの合理的な理由がある場合を除き、就業規則に何の定めがないにもかかわらず、髪型・髪色を理由に、精神的な苦痛を与える言動（嫌がらせや過度な干渉）や、待遇・評価に影響させることなどはハラスメントに該当しうることをパワハラ防止法の指針に明記してほしい。

■署名活動にかける思い

ラックス ヘアケアシリーズは、1985年、男女雇用機会均等法が制定されたその年から、より女性が自信を持ち、輝ける社会を作ることを目的に、初めて日本の女性に向けて開発をし、生まれたブランドです。昨今、世の中では多様性が認められ、多くの方がこれまで以上に自分の意志で行動することのできる社会になりました。

しかしながら、髪への偏見に関する調査をしたところ、2人に1人が、自分のしたい髪型をあきらめた経験があるという衝撃な事実を目の当たりにしました。また、こうした偏見の根幹にあるものは、特定の人やモノではなく、社会や世間一般の雰囲気です。

今日に至るまでに、日本の女性の道標となることに常に取り組んできた、ラックス。ブランド日本上陸後、常に志してきた信念を貫き、世の中に潜む「社会や世間一般の雰囲気から生まれる髪への偏見」を真摯に受け止め、誰もがあらゆる場面で自分らしく輝ける社会を、ラックス自らが先頭に立ち、作っていきたいと考えております。

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
ブランドマネージャー - ラックス
林 宏樹



<賛同社の声> ※特設ページより一部抜粋

当事者のコメントやエピソードは特設ページより順次公開いたします。



青木美沙子

ロリータファッションモデル / 看護師 / 日本ロリータ協会会長

ロリータファッションモデルをしつつ正看護師としても働く。

2009年外務省任命カワイイ大使として25カ国50都市以上を歴訪し、日本発祥のロリータ文化普及活動を行う。

2013年日本発祥のロリータファッション普及目的に日本ロリータ協会を設立。ロリータファッションBOOKの発売やプロデュース業も行う。

▼コメント

好きなものは好きと言える世の中になってほしい、考えるきっかけにしてほしいなと思います。

私は、ロリータモデルと正看護師の二刀流で働いています。

「看護師だから派手髪はダメ」「39歳だからツインテールはイタイ」「年相応の髪型をしたら？」と言われ、傷ついた経験があります。

どんな職業でも、何歳でもレッテルをはられる事なく自分の好きな髪型を自由に選択でき、人からどう見られるかより自分がどうしたいかを大切にできる世の中になって欲しいと願っています。



そわんわん

YouTuber/モデル

1999年2月19日生まれ。和歌山県出身。ポジティブなマインドと個性を生かしたファッションでたくさんの方に愛される“お友達系 YouTuber”。雑誌『la farfa』では専属モデルを務めるほか、様々なファッションブランドとのコラボでも話題を集めている。

▼コメント

私は好きなように髪を染め好きな洋服を選んでいる

見た目が派手なだけで目立ちたいの？田舎だと浮いてるよ？

ただ私の髪を、私が好きという理由で決めただけでこの人はこうだと勝手な解釈をされる

それが面倒だから何かを選択をする時に、自分の意志だけでなく世間の目や環境を優先してしまうのも正直わかる。

家だと大丈夫なのに工作中やママ友の集まりなど外に出た瞬間、やっぱりするんじゃないかな、変かなと思わせるあの雰囲気はきつと慣れることがない。

けどその時に、あなたは素敵だよと私は声を掛けたい。見た目ですべての人間性が決まるわけではない。

自分を楽しもう。私はいつだってあなたの選択を応援しています。

■当事者たちの声を集めた『#髪にまつわるみんなのギモン』

ラックス公式 Twitter & 特設ページにて公開中



ラックスは「髪の偏見に関する調査 (n=800)」の結果を元に見「普通」に見えるけど、よく考えてみるとちょっと「不思議」な『#髪にまつわるみんなのギモン』を抽出しました。

日々の生活の中で、気づいていなかった「偏見」が潜んでおり、時代に合わない偏見やルールが、今も誰かの髪を縛っています。

みんなの「これってどうして？」を無くしていくために、ラックス公式 Twitter (@LuxOfficial) と特設ページでは、『#髪にまつわるみんなのギモン』をイラストとして公開し、世の中に問いかけ、皆様の声を集めています。

引き続き、リプライや RT で皆様のご意見もお聞かせくださいませ。

ラックス公式 Twitter (@LuxOfficial) :

<https://twitter.com/LuxOfficial/status/1639167666081640448?s=20>

特設ページ : <https://www.lux.co.jp/behairsell/>

【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から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、輝くツヤ髪へ導くヘアケア商品を常に提供してきました。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、一歩踏みだす勇気につながることを、そしてその踏みだす姿勢こそが、美しいという信念のもと、新たに「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月ユニバーバ調べ)

*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