



報道関係者各位

2024年4月8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 新ブランドスローガン「# BeHairself 私らしく輝く髪へ」を発表
世界的モデル富永愛さんが今年度のラックス ブランドアンバサダーに就任

富永愛さん出演の新 TV-CM

「# BeHairself 私らしく輝く髪へ」篇

4月12日（金）より全国 OA 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、ブランドビジョン「BRAVE VISION 2030」を掲げる中で、2024 年の新ブランドスローガンとして「# BeHairself 私らしく輝く髪へ」を発表します。それに伴い、輝くツヤ髪によって“自分らしさを体現している象徴”として、世界的なトップモデルでもあり、俳優やチャリティ活動など多岐に活動している富永愛さんを今年度のラックスブランドアンバサダーとして起用。そして富永愛さんが出演する新 TV-CM「# BeHairself 私らしく輝く髪へ」篇を4月12日（金）より全国で放映開始いたします。



LUX 公式 HP : <https://www.lux.co.jp/>



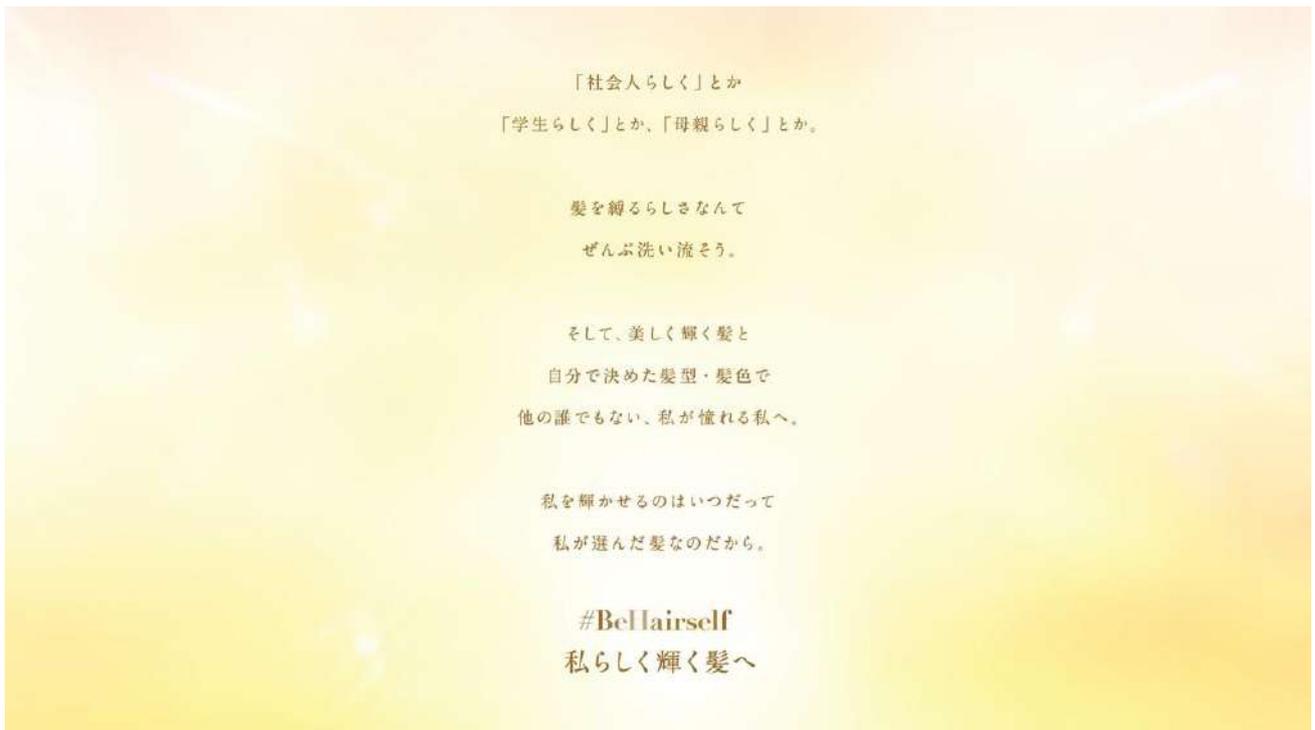
【ラックスブランドメッセージ】

■LUX 新ブランドスローガン『#BeHairself 私らしく輝く髪へ』】

ラックスは、2021年9月よりブランドビジョン「LUX BRAVE VISION 2030」を掲げ、“BRAVE”な人で溢れる社会を目指すために、あらゆる美しさの多様性を提示していく活動を行っています。

その一環で今年2024年は、ブランドの基幹製品である「ラックス スーパーリッチシャイン」が登場してから35周年の節目を迎えます。ラックスが日本に上陸してから約50年、現代の女性は“美しさ”に対する価値観や考え方も大きく変わり、固定化された理想像を追い求めることから、自分らしい美しさを追求するようになりました。しかしながら、髪に対する固定概念は未だに多く存在し、約2人に1人が、したい髪を諦めたという事実があります^{*1}。ラックスは、そんな現代社会に対して、女性がいつでも輝けるよう、自らの意志で髪型・髪色を選択できる社会を創造し、ヘアケアアイテムを通して“輝くツヤ髪”を提供します。そして、女性が自信を持ち、勇気のある一歩を踏みだしてほしいという思いから、2024年の新ブランドスローガンとして『#BeHairself 私らしく輝く髪へ』を掲げました。

新たなブランドスローガンの発信にあたり、富永愛さんを今年度のブランドアンバサダーとして起用します。ラックスは、ご自身のスタイルはもちろん、輝く髪によって“自分らしさ”に自信を持って世界中でモデル・俳優として活躍されている現代女性の代表として、富永愛さんとともにラックスが届けたいメッセージの発信と様々なコンテンツ展開を行ってまいります。





■LUX 新ブランドスローガン『#BeHairsell 私らしく輝く髪へ』に込める想い

2024年の新ブランドスローガン『#BeHairsell 私らしく輝く髪へ』を発信していくにあたり、ラックスは現代を生きるすべての女性が“自分らしさ”を手に入れ、自信があふれた状態で勇気ある一歩を踏み出すための後押しができるブランドを目指しています。そのために、今まで社会に溢れていた固定観念やしがらみ、ヘアスタイルにおける悩みや苦勞に対する考え方を今一度、社会に対して問いかけていくことが大切だと考えています。一人ひとりが自分の思う“美しさ”の在り方を見つけ、個性を認め合える社会を作るために、ヘアケアブランドであるラックスとして、輝くツヤ髪を自信へと繋げていく後押しができればと願っています。



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

■今年度のラックスブランドアンバサダー 富永愛さんからのコメント

『モデルである以上、髪のコンディションは重要。髪の毛が綺麗なことで自分に自信が持てる。』

職業上、ドライヤーやヘアアイロンはかなりの頻度で使いますし、ヘアスプレーやジェルも頻繁に使うので、とにかく髪が傷みやすいんです。なので、どんなシャンプーを使うかを考えたり、髪の乾かし方だったり、ケアの仕方にはかなりこだわっています。髪の毛が綺麗だとテンションが上がりますよね。テンションが上がるといのは、つまり自分に自信が持てるっていうことだと思いますし、すごく大事なことだと思います。

『最近プライベートで“輝いていた”瞬間は“カラオケで歌いたい曲を見つけた時”。些細な幸せが自分らしさにつながる。』

朝（撮影の）現場に来る時、自分の好きな音楽を聴きながら来たんです。その時に「この曲、次にカラオケ行ったときに歌いたいな」と考えたりして一人でニヤニヤしちゃったんですけど、その時はすごく幸せだなと思いました。今言ったこともそうですが、なんとなく今日調子が良くなって思ったり…一人でいる時になにか幸せな気持ちになるのは、自分の調子を測るバロメーターとしてもすごく良いと思います。すごく些細なことですが「自分らしくある」ということは、結局は些細なところで自分の調子がいいなと思える時のことを指しているんじゃないかなと思います。

『“自分らしい瞬間”を見つけるには、自分が“楽しかった”ことや“幸せだった”ことが鍵。』

（自分らしく輝いていると感じた瞬間は）モデルで言うといい作品になったかどうかですね。

「自分らしい瞬間」を、幸せであるか、楽しくいられているかということに置き換えると、ふと思い返した時に自分らしいなって思うことの方が多いと思います。

『なりたい自分に向かって進み続けるのみ。』

（「なりたい理想の姿」があったとして、）なりたい自分を諦める必要はないと思います。私は、諦めたことないですね。

（なりたい自分に近づくためには）「なりたい自分になる」という目標を決めて、それに向かっていくのみ。



『なりたい自分を見つけるには“沢山の経験を積むこと”。その原動力は“髪のコンドーション”にあり。』

（「なりたい自分」を見つけるために大事なことは）（今自分は）色んな経験を重ねて人生や社会がなんとなく分かってきて、自分が何者であるのかっていうところにもう一回戻ってきたのかなって。1周何となく世の中見ているし、人生ってこういう輪を積み重ねていくものなのかなって最近思うんですね。

朝起きて髪の設定がうまくいったときには幸せな気持ちになりますし、テンションも上がるし、ポジティブな気持ちにもなれます。それが「なりたい自分」に向かっているパワーにつながっているというか…髪のコンドーションが、日々の活動のエネルギーになっているんじゃないかなと思います。

【新 TV-CM「#BeHairself 私らしく輝く髪へ」篇について】

新 TV-CM「#BeHairself 私らしく輝く髪へ」篇では、現代の女性が抱える容姿やヘアスタイルの悩みから解放され、輝く髪とともに自分だけが持てる魅力、自分らしさを手に入れて自信のあふれる生活を送ってほしい、という想いを「私らしく輝く髪へ」というメッセージをキーワードに発信。

CM 本編では「私の髪は、私が決める。」というメッセージと共に髪をなびかせる富永さん、美しい髪のもで勇気を与え、なりたい自分に向かって一歩ずつ踏みだすすばらしさが伝わる映像です。モデルや俳優として世界中で活躍する富永さんが、手ぐしだけでまとまる綺麗な髪のもで撮影に挑む圧巻の姿は見どころです。

■新 TV-CM「#BeHairself 私らしく輝く髪へ」篇 概要

OA 期間 : 4月12日(金) ~

OA エリア : 全国

出演者 : 富永愛

#BeHairself 私らしく輝く髪へ 15秒

YouTube リンク : <https://youtu.be/8gMWwx0XGVk>

#BeHairself 私らしく輝く髪へ 富永愛出演 CM メイキング&インタビュー

YouTube リンク : <https://youtu.be/t69T6efKTfU>

プロフィール :



17歳でNYコレクションにてデビューし、一躍話題となる。

以後、世界の第一線でトップモデルとして活躍。

モデルの他、テレビ、ラジオ、イベントのパーソナリティ、俳優など様々な分野にも精力的に挑戦。

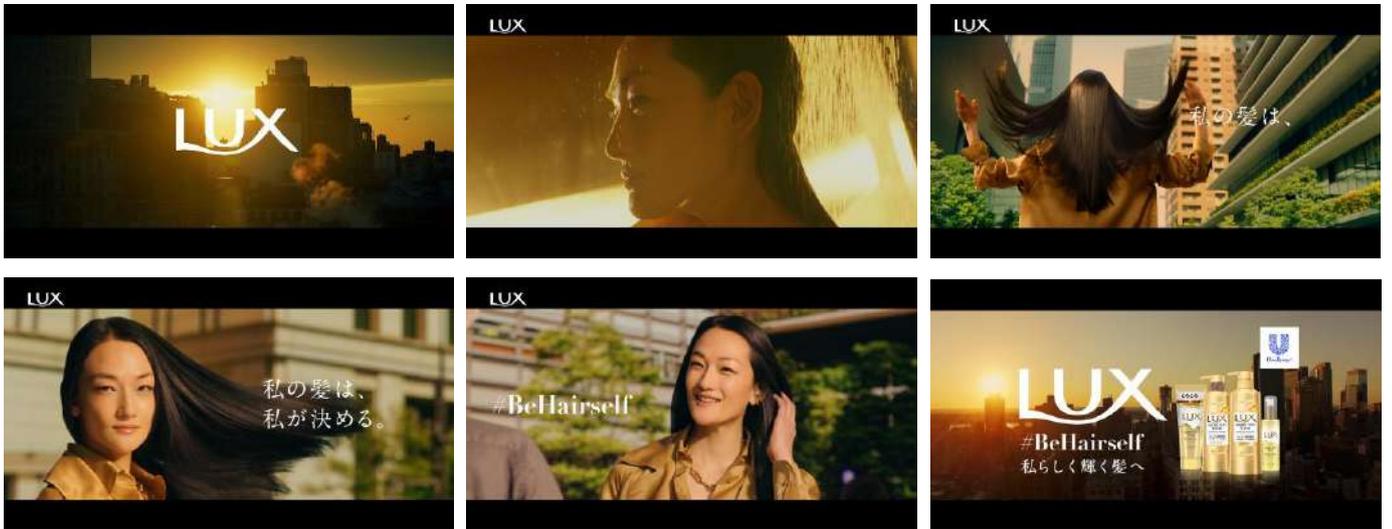
日本人として唯一無二のキャリアを持つスーパーモデルとして、チャリティ・社会貢献活動や日本の伝統文化を国内外に伝える活動など、その活躍の場をクリエイティブに広げている。

公益財団法人ジョイセフ アンバサダー、

エシカルライフスタイル SDGs アンバサダー (消費者庁)



▼CM カット画像



■CM 撮影エピソード

堂々と美しいツヤ髪を靡かせる富永愛さんが印象的な新CM。一際オーラを放つ富永愛さんですが、監督と一緒に試行錯誤しながら撮影を進めていく様子が印象的でした。さらにシャワーを浴びるシーンでは、水がどんどん流れ落ち目に入ってしまうしそうになるにも関わらず、いざ撮影がスタートするとまるで動じない素敵な表情で魅せてくれました。富永愛さんの表情と堂々とした姿が美しいCMとなっております。

▼CM 撮影オフショット





▼スタッフリスト

Agency : WUNDERMAN THOMPSON TOKYO

Creative Director : 中野 ほん

Creative Director : 大泉 淳

Art Director : 板倉 結希恵

Copy Writer : 松村 圭太

Agency Producer : 津本 栄憲

Account Director : 佐藤 薫

Account Manager : 天池 真太郎

Production : ROBOT COMMUNICATIONS INC.

Production Producer : 横山 治己 下野 篤史

Production Manager : 石川 順平 宮川 裕章

Movie

Director : 金野 恵利香

Director of Photography : 中原 昌哉

Lighting Director : 大竹均

Production Designer : 三ツ泉 貴

Hair Designer (Talent) : 福島 佑典

Make-up Artist (Talent) : 鷺巣 裕

Stylist (Talent) : 仙波レナ

Hair & Make-up Artist (Subcast) : 木内真奈美

Stylist (Subcast) : 横手智佳

【製品概要】

■ラックス スーパーリッチシャインシリーズ 概要

ラックス スーパーリッチシャインは、ダメージ・パサつき・うねり・ツヤのなさといった、髪の毛の悩みにそれぞれに丁寧にアプローチすることができる、ラックスの中でも基幹となる





■ラックス とろとろトリートメントシリーズ 概要

とろとろトリートメントシリーズはとろとろリペア美容液^{※2}を配合し、とろとろテクスチャーで髪にトリートメントが広がりやすいシリーズです。



■ラックス ルミニーク 概要

ラックス ルミニークは、毎日忙しい生活の中でバスタイムを贅沢な時間にしたいと考えている女性に向けた、きしまないノンシリコンシャンプーシリーズです。



■ラックス バスグロウ 概要

ラックスバスグロウは、お風呂上がりの髪のみとまりやツヤが一日続いてほしい、という多くの声から誕生し、24種の美容アミノ^{※3}とシロキクラゲエキス^{※4}を配合した、洗いたてのようなおいとツヤをキープする“保水ケア美容”をコンセプトとした製品です。





【ラックスについて】

ラックスは、1989年にギフト用化粧品石鹸として日本に上陸し、2024年の今年にはブランドの基幹製品である「ラックス スーパーリッチシャイン」が登場してから35周年の節目を迎えます。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^{※5}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ヘアオイル以外において：アルギニン、加水分解ケラチン、グリセリン水溶液（保湿成分）ヘアオイルにおいて：ヤシ油、酢酸トコフェロール（保湿成分）

※3 グルタミン酸、グリシン、ロイシン、ヒスチジン HCl、ヒスチジン、セリン、バリン、トレオニン、アラニン、イソロイシン、フェニルアラニン、アルギニン、プロリン、リシン HCl、アスパラギン酸、PCA-Na、PCA、エクトイン、チロシン、トリプトファン、メチオニン、ペタイン、システイン、シスチン：補修・保湿成分

※4 シロキクラゲ多糖体：保湿成分

※5：INTAGE SRI シャンプー・コンディショナー市場 2017年1月～2022年12月金額