



参加者がデジタルアート映像の一部となって美しく輝く、体験型イベント

LUX 25th Anniversary “Bloom to Shine”

世界で活躍中の最先端クリエイターチームが
新しい体験型デジタルインスタレーションをプロデュース

2014年9月27日(土)、28日(日) 表参道ヒルズ 吹抜け大階段+スペース オーにて



イベント会場(スペース オー)イメージ



デジタルインスタレーション イメージ

ユニリーバ・ジャパンのヘアケアブランド“LUX(ラックス)”は、日本での発売25周年を記念し、参加者自身がデジタルアートの一部となって、参加者が主役の新しい映像作品がその場で生まれていく体験型イベント「LUX 25th Anniversary “Bloom to Shine”」を、表参道ヒルズにて、9月27日(土)、28日(日)の2日間限定で開催します。

“LUX”は、「揺るぎない輝きをあなたに」をコンセプトに1989年に日本でヘアケア製品の発売を開始し、以来25年間、日本女性の髪を輝かせるために、女性たちの多様な要望の一つひとつに応えられる製品を展開してきました。

このたび、発売25周年を記念して開催する「LUX 25th Anniversary “Bloom to Shine”」は、“ひとりひとりが主役になれる、喜びにあふれた輝きの体験”を趣旨としたイベントです。会場は、表参道ヒルズの吹抜け大階段とスペースオー。吹抜け大階段は、輝きをテーマにしたフォトジェニックな空間演出がなされ、スペースオーには、デジタルアート体験ができるインスタレーションブースが4台設置されます。ブースのスクリーンの前に立つと、センサーカメラがその人を感じ、背景のスクリーンに、咲き誇る花や美しいジュエリーなど、女性の心を魅了するエレメント(要素)をモチーフにした美しいビジュアルが生成され、その人の動きに合わせて変化していきます。参加者はハーフミラーで自分の映像を見ることができ、それを自撮りすることも、公式カメラが撮影した映像をその場でダウンロードすることもできます。お一人の体験時間は約3分を予定しており、参加者が主役の約3分間のデジタルアート映像作品が、その場で、参加者の数だけ生まれて拡散していくというイベントです。

イベント制作は、世界で活躍する最先端のクリエイターのチームが担当。近年、デジタルアートのひとつであるプロジェクション・マッピングが話題を呼んでいます。これは、自分自身が最先端のクリエイターがつくる映像作品の一部になることができる、ユニークな体験型イベントです。

LUXは、デジタルアートで自分自身が美しく咲き誇る体験を提供することで、本イベントが、多くの女性にとって、まだ見たことがない自分と出会い、さらに輝く機会となればと考えています。

LUX 25th Anniversary “Bloom to Shine” イベント概要

- イベント名 : LUX 25th Anniversary “Bloom to Shine” ～Hair Meets Art Exhibition～
- 場所 : 表参道ヒルズ 本館 吹抜け大階段+本館B3F スペース オー
(住所: 東京都渋谷区神宮前4丁目12番地10号)
- 日程 : 2014年 9月27日(土) 11:00～21:00
9月28日(日) 11:00～20:00
- イベント内容 : 希望者が参加できるデジタルインスタレーション(スペース オーにて)
輝きをテーマにした吹抜け大階段の空間演出
表参道ヒルズ メインエントランスでのLUX25周年記念装飾
- イベント参加費 : 無料
- 特設WEBサイト : <http://lux25.jp/>



イベント会場(吹抜け大階段)



イベント会場(スペース オー)イメージ

ご参考: イベント制作 スタッフリスト

クリエイティブディレクション	: Projector
スペースディレクション	: JTQ
アートディレクション	: White
メインインスタレーション	: WOW
メインインスタレーションプログラム	: RANAGRAM
エントランスインスタレーション	: Rhizomatiks
音楽 / サウンドデザイン	: evala (port, ATAK)
Web制作	: S2ファクトリー / minsak / maima
プロデュース	: kichi / ROBOT
広告会社	: ADK

ご参考:LUX ブランドについて

英語で高級・贅沢を意味する“Luxury”に由来するラックス。

ブランド誕生は、1899年のイギリスにまでさかのぼります。その後、世界各国で高品質な石けんとして親しまれたのち、ヘアケア製品への展開を、日本が世界各国に先駆けて試みました。

“ダメージケア”の概念も浸透していなかった当時、日本のシャンプー業界にヘアケアブランドとして一石を投じ、現代まで愛され続けるブランドへと成長しました。

その背景にあったのは、地道な研究開発とマーケティング、そして“ビューティ”への探求心。

これまで、延べ80,000人を超える日本人女性を対象にヘアケア製品開発のための使用テストを実施。総試作数は20,000個以上にものぼるという事実は、ラックスの歩んできた軌跡が、そうたやすいものではなかった裏付けとも捉えられるでしょう。



2014年8月25日(月)発売
限定デザインシール付きボトル

(左)ラックス スーパーリッチシャイン シリーズ
シャンプー/コンディショナー

(右)ラックス スーパーダメージリペア シリーズ
シャンプー/コンディショナー

内容量:ポンプ 260g/430g、つめかえ用 330g/660g
参考小売価格:オープン価格

〈クレジット表記、および一般のお客様からのお問合せ先〉

ユニリーバ お客様相談室



0120-500-513 受付時間 9:00-17:00(土・日・祝日を除く)