

Wonjungyo・CipiCipi・muice など全9ブランドが集結した
合同ポップアップストアを開催！
コスメ詰め放題などアミューズメントパークのような
“冬のときめき”体験ができる空間に。



株式会社 Rainmakers（本社：東京都中央区、代表取締役：宇佐美眞）は涙袋メイクの第一人者ウォン・ジョンヨ氏が監修するコスメブランド「Wonjungyo」をはじめとする、全9ブランド合同のコラボレーションポップアップストアを、12月19日（金）より期間限定で東京・日本橋「0th Hub Nihonbashi」にてオープンいたします。

※先行販売等はありません

【参加ブランド一覧】

Wonjungyo（Wonjungyo Hair）／CipiCipi／muice／upink／Sorule／tilnus／GENTY／Abib／NAMING.

心ときめく体験を、期間限定のポップアップストアで

今回のポップアップのテーマは「CATCH the SPARKLE」。まるでスノードームの中に入り込んだかのような、冬のきらめきをイメージした幻想的な空間に。会場では、自分だけのお気に入りセットをつくれるコスメ詰め放題やオリジナルチャーム作りなど、ワクワク感あふれるアミューズメントパークのような、“冬のときめき”を体験できるコンテンツをご用意。クレーンゲームの中に自分がいるかのようなフォトスポットもご用意し、見るだけでも楽しめるポップアップストアとなっております。また、Wonjungyo や CipiCipi といった人気ブランドから厳選されたアイテムを販売。複数ブランドの商品を実際に試しながら選べるほか、最大30%オフのお得に購入できるアウトレット品も販売いたします。さらに、学生証をご提示いただくとお会計から10%OFFになる学割特典もあり、学生の方もお気軽にご来場いただける機会となっておりますので、ぜひお立ち寄りください。そのほか、会場内にて「今年1番売れたアイテム」「Rainmakers社員がおすすめしたい隠れた名品」など、Rainmakersブランドのベストコスメアワードも発表。大人気ブランドが集結した冬のきらめきとワクワク体験が詰まった特別な空間で、皆様のご来場を心よりお待ちしております。

Rainmakers

期間限定ポップアップストア 詳細

<開催概要>

開催期間：12月19日（金）～12月28日（日）

営業時間：11:00～20:00

会場：0th Hub Nihonbashi（東京都中央区日本橋2丁目9-10 L.Biz 日本橋 2F）

会場 Instagram：@0th_hub.nihonbashi

※開催期間、営業時間は変更になる可能性があります。

※建物に向かって右手にある階段より2Fまでお上がりください。エレベーターは利用できませんのでご注意ください。

<POINT>

●冬のきらめき空間で楽しめるフォトスポットをご用意！

会場内は冬のきらめきをイメージしたかのような幻想的で華やかな空間に。クレーンゲームの中に入ったかのようなフォトスポットもご用意し、見るだけでもお楽しみいただけます。

●豪華な購入者特典※も！

0th Hub Nihonbashi 公式 SNS フォロー＆アンケート回答で人気アイテム現品やお菓子がゲットできるクレーンゲームに1回参加。さらに SNS へ投稿していただくと、追加でもう1回（計2回）参加することができます。

また、会場にて商品をご購入いただいた方には、オリジナルショッパーに商品を入れてお渡しいたします。加えて、ご購入条件に応じて下記の特典をご用意しております。

【購入者特典】

税込 3,000 円以上のご購入：SNS で話題になった限定アイテムがもらえる？！ピンボールゲーム

税込 5,000 円以上のご購入：オリジナルチャーム作り

1 個ご購入＋追加で 2,500 円のお支払い：自分のお気に入りセットがつくれるコスメ詰め放題

※特典はすべて、なくなり次第終了となります。

●期間限定カフェ

美容皮膚科クリニック監修の腸活を本気で考える人が作ったアサイーボウル&グreekヨーグルト専門店「ニイチナナ」の期間限定カフェが登場。

●Rainmakers ブランド内のベストコスメアワードを発表

会場内のブースでは、2025 年で一番売れたアイテムや、Rainmakers 社員のおすすめアイテム、隠れた名品など、Rainmakers ブランド内のベストコスメアワードを発表いたします。アワードを受賞したアイテムはポップアップにてご購入が可能。この機会にぜひ受賞アイテムをお試しください！

●学生限定！10%OFF キャンペーン

お会計時に学生証をご提示いただくと、合計金額から 10%OFF でご購入いただけます。

※他の割引券との併用はできません。

Rainmakers

参加ブランド紹介



【Wonjungyo・Wonjungyo Hair】

韓国アイドルメイクを牽引するメイクアップアーティストのウォン・ジョンヨ氏が、長年培ってきたプロのメイクノウハウを簡単に再現できるよう開発し、「初めてメイクをした日のときめきを感じてほしい」という願いが込められたブランド。

そのヘアケアラインとして 2024 年 5 月に誕生した「Wonjungyo Hair（ウォンジョンヨヘア）」は、「なりたい髪、あなたの望む髪」を叶えることを「Hair you want」と表現し、使うたびにお手入れしやすく、艶やかな髪に仕上げるヘアアイテムを展開している。

【公式サイト】

Wonjungyo : <https://www.wonjungyobeauty.jp/>

Wonjungyo Hair : https://www.wonjungyobeauty.jp/shop/pages/wonjungyohair_jp



【CipiCipi】

美容クリエイターふくれなによるプロデュースブランドで、「コンプレックスを味方に変える」をコンセプトに 2020 年にスタート。YouTube でコンプレックスを解消するためのメイク術を発信してきたふくれなの経験やアイデアを活かした商品作りが若い女性を中心に支持されている。「グリッターイルミネーションライナー」をはじめ多くのヒット商品が生まれ、アイテム販売総数は 200 万個を突破。

【公式サイト】

<https://cipicipi.jp/>



【muice】

美容系動画クリエイターのかわにしみきによるプロデュースブランドで、「よくばりは、カワイイ。」をコンセプトに、2023 年春にスタート。メイクデビューする 10 代からコスメに精通した方まで幅広い層に気軽に使ってもらえるよう、手に取りやすい価格、そして使いやすさと品質を追求。“こんなコスメが欲しかった！”と思うような、かわにしみきのこだわりとアイデアが詰まったアイテムを展開している。

【公式サイト】

<https://muice.jp/>



【upink】

「upink」は「わたしのための“かわいい”」をコンセプトに 2023 年 4 月に誕生。年齢に関わらず、好きなものを身に着け、自分のために可愛くなってほしいという柏木由紀の想いが込められたコスメブランド。アイドルとしてメイクの研究を重ね、YouTube や美容誌でメイクやコスメについて熱く語る姿が幅広い世代の女性から支持を集めている柏木が“かわいい”を追求したこだわりのアイテムを展開している。

【公式サイト】

<https://upink.jp/>

Rainmakers

参加ブランド紹介

Sorule

【Sorule】

人目に気を取られがちな現代において、意識の矢印を内側に向け、自分の心とからだに向き合うためのセルフケアブランド。2024年2月にローンチし、自分自身の地肌や髪、心の状態にあわせて選べるヘアケア、フレグランスを展開。ブランド名の『Sorule（ソルレ）』は、韓国口語で「ときめく」を意味する「ソルレ」に、sole（英）「ただひとつの」、sole（伊）「太陽」の意を込めた造語。人目に気を取られがちな現代において、唯一無二の自分を慈しみ、自分自身にときめいて欲しいという想いが込められている。

【公式サイト】

<https://sorule.com/>

tilnus

【tilnus】

Rainmakers とアイスタイル、Glowdayz, Inc. の3社が共同で企画・開発を行い誕生した日韓共同開発コスメブランド。ブランドコンセプトは「ティルナスを通して、新しい自分を発見。日常に晴れやかな気持ちやワクワク感を届ける」。「@cosme」と「Glowpick」の口コミを分析し、日韓それぞれのトレンドやユーザーの声をアイテムに落とし込み、これまで市場にありそうでなかった商品の企画開発に力を入れている。

【公式サイト】

<https://beautyfarm.co.jp/shop/pages/tilnus>

GENTY

【GENTY】

2022年に誕生したなごみプロデュースのコスメブランド。ブランド名は“GENTLE”と“BEAUTY”をかけあわせた造語。柔らかくも芯のある、自立した女性になりたいというなごみの想いが込められている。「CHANGE MYSELF, LOVE MYSELF / もっと自分を好きになれるコスメ」をテーマに、簡単・使いやすい・可愛いコスメを展開している。

【公式サイト】

<https://genty.jp/>

Abib

【Abib】

2016年に韓国で誕生した自然派スキンケアブランド。「初月」という意味を持つブランド名には、ブランド自らが美のサイクルの出発点でありたいという想いが込められています。肌に本来備わっているコンディションを整えて美しさと強さを取り戻す力に着目し、肌にうれしい天然由来成分を厳選配合したスキンケアアイテムを展開。製造過程において動物実験を一切行わないなど環境にも配慮。特に人気のシートマスクは、肌悩みやコンディションにあわせて選べるラインナップの豊富さから、韓国のビューティーアワードを多数受賞するなど高い支持を集めている。

【公式サイト】

<https://jp.abib.com/>

Rainmakers

NAMING.

【NAMING.】

2019 年に韓国で誕生。ブランド名には、誰もが固有の名前を持っているように、他人とは違う、自分ならではの個性を自由に表現できるブランドにしたいという想いが込められています。「すべての人が自分だけの価値を見つける」をコンセプトに掲げ、ナチュラルな美しさを引き出すアイテムを展開。特に人気のクッションファンデーションは韓国のビューティーアワードを多数受賞するなど、美容業界人やインフルエンサーから高い支持を得ている。2024 年 4 月に日本に本格上陸。

【公式サイト】

<https://beautyfarm.co.jp/shop/pages/naming>

【会社概要】

社名：株式会社 Rainmakers

本社所在地：東京都中央区新富 1-8-9+SHIFT GINZA EAST 4F

代表取締役：宇佐美 眞

【商品に関するお問い合わせ】

株式会社 Rainmakers

お客様お問い合わせ先：0120-500-353