



報道関係者各位

2022年2月16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

アジア発9人組ガールズグループ「TWICE」とのコラボ決定！

今回のコラボのテーマカラーは“ピンク”！ Twitter ティザー企画“TWICE’s PINK”実施
2月28日（月）からは国内5大都市のデジタル屋外広告にて「TWICE」が登場？！
今後はライブチケットやグリーティングが当たるキャンペーンも開催予定

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：サンジェイ・サチュデヴァ）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、この度、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を発表します。
2月28日（月）より国内5大都市のデジタル屋外広告にて特別コラボ動画の公開をする他、今後はライブチケットやグリーティングが当たるキャンペーンの実施も予定しています。
さらにキャンペーンを盛り上げる Twitter ティザー企画“TWICE’s PINK”を2月16日（水）よりラックス公式 Twitter アカウントにて実施します。

LUX × TWICE





【ラックス×TWICE】

2021年9月、ラックスは「BRAVE VISION 2030」を新たなブランドビジョンとして掲げ、新生ラックスとして生まれ変わりました。“BRAVE”な人で溢れる社会を目指す中で、ラックスは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。

世界的に活躍している、9人組ガールズグループ「TWICE」。自分だけの個性、自分だけの美しさを持った“BRAVE”な9人の姿を通して、人々が抱える固定観念にとらわれず、“自分らしく”を大切に自信を持つ勇気を与えたいという思いのもとこのコラボレーションの実現に至りました。

“自分らしく”いるためにあらゆる固定観念を打破する一つの象徴として、コラボのテーマカラーを“ピンク”に設定。“ピンク”一つを取ってみても、“CUTE”や“FANCY”など人それぞれ持つイメージは異なります。コラボを通じて、1つだけではない多様な“ピンク”の可能性を発見いただき、“当たり前”で溢れる世界が少しでも変化していくことを期待しています。

今回の発表では、「LUX×TWICE」の特別コラボ動画が流れる各都市のデジタル屋外広告についてお知らせします。さらに、今回のコラボを盛り上げるために、2月16日（水）よりラックス公式 Twitter アカウントにて、Twitter ティザー企画 “TWICE’s PINK”を実施。

今後は、「TWICE」との店頭コラボレーションキャンペーンの発表も予定しています。

【「TWICE」が各都市のデジタル屋外広告に登場】

2月28日（月）より、国内5大都市のデジタル屋外広告にて、「LUX×TWICE」の特別コラボ動画の配信を予定しています。

場所：札幌、名古屋、大阪、福岡 他1都市予定

期間：2月28日（月）～3月7日（月）

札幌地下鉄大通駅 SAPPORO SNOW VISION	：2月28日（月）-3月6日（日）
JR 東海 名古屋駅桜通口デジタルフラッグ	：2月28日（月）-3月6日（日）
Osaka Metro Osaka Metro ネットワークビジョン	：2月28日（月）-3月6日（日）
福岡地下鉄 博多駅 F-VISION HAKATA	：3月1日（火）-3月7日（月）

※各駅において、駅係員へのお問い合わせはご遠慮ください。広告をご覧になれる際は、周囲のお客様へご配慮ください。

【Twitter ティザー企画 “TWICE’s PINK”開催】

コラボレーションのビジュアル公開に先駆けて、今回のコラボのテーマカラーである“ピンク”に関する、Twitter ティザー企画を実施します。“TWICE’s PINK”と聞いてイメージするキーワードを投票してみてください。

開催期間：2月16日（水）～2月27日（日）

ラックス公式 Twitter アカウント：@LuxOfficial

【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。2019 年 3 月 6 日（水）に「デビューにして最強ベストアルバム『#TWICE』」の第二弾作品『#TWICE2』をリリースし、オリコンウィークリーランキングで初登場 1 位を獲得！また初週売上も 9/24 付『BDZ』での自己最高 18.1 万枚を上回り、自身初の初週 20 万枚を突破。（現在は 35 万枚を突破）「海外女性アーティストによるアルバム初週 20 万枚超え」は 7 年 3 ヶ月ぶりとなる。さらにその年の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！本国デビューから最速での東京ドーム公演を実施、海外アーティストとして日本史上最速記録更新の快挙、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！3 都市 5 公演で 22 万人動員させ大成功をおさめ、TWICE 第 2 章がスタート！

2020 年には、最強ベストアルバムの第三弾、『#TWICE3』をリリースした TWICE は 9 月 22 日発表の最新「オリコン週間アルバムランキング」で初登場 1 位を獲得！「通算 7 作目の 1 位」を記録したことで、「アルバム通算 1 位獲得作品数」の海外女性アーティスト歴代 1 位タイとなった。「通算 7 作以上のアルバム 1 位」は、海外アーティスト史上 3 組目。なお TWICE は 2022 年日本デビュー 5 周年を迎える！今後も TWICE の活動から目が離せない！

【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 年を迎えようとしています。それ以降、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^{※1}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「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：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