



2026年7月6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×クロミ コラボレーション発売特別企画】

「無敵にかがやく」ラックスと「なりたい自分」を応援するサンリオ人気キャラクター クロミとの最強タッグ

「アタイと無敵にかがやいちゃおうよ」

11万粒のデコストーンで無敵にかがやくクロミが渋谷に巨大野外広告で出現

7月6日（月）-7月12日（日）SHIBUYA109 渋谷店にて公開

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：エド・ブリオラ）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、株式会社サンリオの人気キャラクター「クロミ」とのコラボレーション企画として、約11万粒のデコストーンを使用した巨大屋外広告を2026年7月6日（月）よりSHIBUYA109 渋谷店店頭イベントスペースにて展開します。「無敵にかがやく」をブランドメッセージに掲げるラックスと、「あんたもなりたい自分になっちゃおうよ！」というメッセージを発信しているクロミがタッグを組み、“自分らしく輝くこと”を後押しする特別企画となっています。思わず写真を撮ってシェアしたくなるような世界に一つの限定キラキラ特別スポットに加え、制作風景を収めたタイムラプス動画やSNS連動企画も展開し、渋谷の街から“無敵にかがやく”体験をお届けします。



© 2026 SANRIO CO., LTD. APPROVAL NO. L663726



【圧倒的なかがやきで気分高まる！世界一かがやくクロミ】

<11万粒の超巨大デコストーン屋外広告概要>

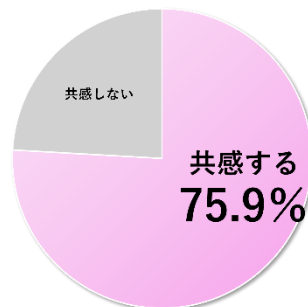
渋谷の街に、今最もホットな“かがやく場所”が登場します。世界で一つだけの、約11万粒のデコストーンで描かれているのは、サンリオの人気キャラクター“クロミ”。実はこの広告、細部までこだわり時間をかけて作り上げられた渾身の作品です。ラックスとクロミのコラボレーション製品が発売されることを記念して誕生しました。デコストーンの圧倒的なかがやきによって、見るだけで自然と気分が高まるような、特別な広告に仕上げています。



<企画背景>

ラックスは自分らしさや自己表現について、意識調査※1を実施しました。調査で回答した10代～60代女性のうち、約3割の人が「周囲に自分らしさを大切にしている人や、ありのままを表現している人が増えている」と実感していることが明らかになりました。さらに、「他人の基準ではなく、自分の“好き”や“なりたい姿”を追求していい」という考え方にも7割以上が共感しており、自分らしさを肯定し、自信を持って振る舞いたいという意識の高まりが見受けられました。

「他人の基準ではなく、自分の『好き』や『なりたい姿』を追求していい」という考え方に対して、どの程度共感しますか？





こうした背景を受け、「無敵にかがやく」というブランドメッセージを掲げるラックスは、この度「あんたもなりたい自分になっちゃおうよ!」とありのままの自分を肯定するクロミと同じ志を持つパートナーとしてタッグを組みました。

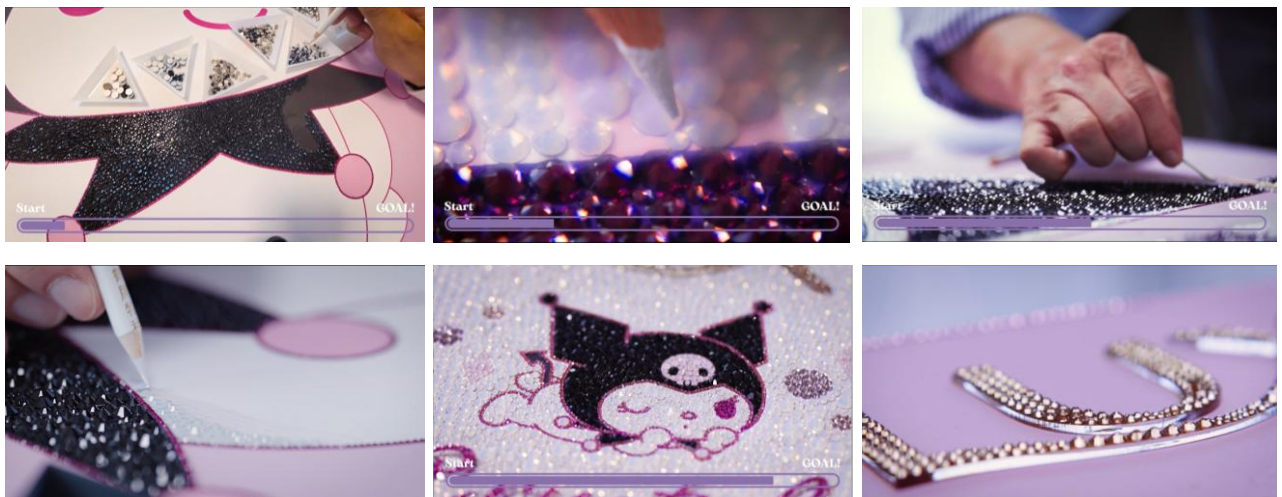
調査の中で、「キラキラと輝くものを見ると、気持ちが前向きになる」と回答した人が64%にのぼったことから、このコラボレーションを通じて、見る人の気持ちをパッと明るくし、一步を踏み出す自信を後押しすることを目指しています。そこで、訪れるだけで自信をチャージできる場所としてこの「巨大広告」を考案しました。

<制作裏側レポート：総作業時間は18,780分！制作のビハインドムービーを公開>

今回の巨大屋外広告は、約11万粒のデコストーンを職人が一粒ずつ手作業で敷き詰めて制作されました。クロミのアイコンックな表情や、ラックスの上質で華やかな世界観を表現するため、色や輝きの異なるデコストーンを組み合わせながら、一つのアート作品として仕上げられています。

制作現場では、ミリ単位で細かな位置や配色を調整しながら作業を実施。デコストーンが放つ繊細なきらめきを最大限に引き出すため、角度や光の見え方にもこだわりながら制作が進められました。完成した広告は、近くで見ると無数のデコストーンの集合体でありながら、離れて見るとクロミがダイナミックに浮かび上がる特別な仕様に。見る角度や時間帯によって異なる輝きを楽しめる、世界に一つだけの巨大デコストーン広告のクロミが誕生しました。

“自分らしく輝くこと”を応援するラックスとクロミの想いを込めた本広告。同時公開されるビハインドムービーでは、巨大な広告にクロミが徐々に姿を現していくタイムラプス映像を収録。職人たちの凄腕テクニックと、細部までこだわり抜かれた圧巻の制作過程をぜひご覧ください。



公開 URL：<https://youtu.be/K2qAP9HVNzY>



<クロミ コメント>

「今回の広告、アタイらしい“キラキラ”をいっぱい詰めこんで、細かいところまでこだわってつくったんだってさ！見た人がちょっとでもハッピーな気持ちになれたらいいなって思ってるよ！みんなが自分らしくかがやけるキラキラスポットになったらうれしいな♪写真もたくさん撮って楽しんでくれよな！」

クロミ プロフィール



自称マイメロディのライバル。黒いずきんとピンクのどくろがチャームポイント。趣味は、日記をつけること。最近は恋愛小説にはまっている。好きな色は、黒。好きな食べ物は、らっきょう。お誕生日：10月31日

X : [http:// x.com/kuromi_project](http://x.com/kuromi_project)

Instagram : http://www.instagram.com/kuromi_project/

TikTok : http://www.tiktok.com/@kuromi_project

<屋外広告概要>

掲出期間：2026年7月6日（月）～2026年7月12日（日）

掲出場所：SHIBUYA109 渋谷店 店頭イベントスペース

※広告をご覧になる際は、周囲のお客様へご配慮ください。

【製品概要】

限定デザインボトルが、全11種類の豪華ラインナップで登場。
（チューブトリートメント、ヘアミルク、ヘアオイル含む）。
一人ひとりの髪悩みや理想の仕上がりに合わせて、最適な1本をお選びいただけます。

発売日：2026年6月29日（月）

※全国のドラッグストア、EC、小売様にて順次発売予定





【ラックスでクロミと無敵にかがやこう オリジナル景品が必ずもらえるキャンペーン開催！】

発売開始の2026年6月29日（月）より、限定デザイン製品を規定金額購入で、抽選でオリジナル景品が必ずもらえる豪華キャンペーンを実施いたします。たくさんのご応募をお待ちしております。

キャンペーン URL：

https://unilever-members.com/unilever/lp/lux_instore26

<景品>

対象製品を規定金額以上購入したレシートで応募できます。

【A賞】オリジナルクッション（100名様）

条件：対象製品を合計1,500円（税抜き）以上購入

【B賞】マスコットキーホルダー（100名様）

条件：対象製品を合計800円（税抜き）以上購入

【応募者全員特典】

クロミのオリジナル壁紙をランダムにプレゼント

★当選確率アップチャンス★

以下の「クロミ コラボ製品」が含まれていると、当選確率が2倍になります。

ラックス スーパーリッチシャイン クロミ コラボ製品（トリートメント/ヘアオイル/ヘアミルク）

ラックス スーパーリッチクリスタル クロミ コラボ製品

<対象製品>

ラックス クロミ コラボ製品各種

ラックス スーパーリッチクリスタル

ラックス スーパーリッチシャイン

ラックス バスグロウ

※クロミ コラボ以外の通常製品は、今回のキャンペーン応募対象外となりますのでご注意ください。





<応募方法>

1. ユニリーバ メンバーズへ会員登録
2. WEB サイトの「WEB から応募」をクリックし、対象製品を購入したレシート（または納品書・領収書）を撮影してアップロード。
3. WEB サイト応募フォームに必要事項（氏名、住所、電話番号、購入店舗名など）を入力して完了

【ラックスについて】

ラックスは、1989年にブランドの基幹製品である「ラックス スーパーリッチ」が登場してから2024年に35周年を迎えました。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、常に輝くツヤ髪へ導くヘアケア製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8年連続、売上 No.1^{※2}を達成しています。

※1：2026年5月実施 LUX「自己表現に関する調査」/調査対象者：10~60歳の女性420人/調査方法：インターネット

※2：INTAGE SRI シャンプー・コンディショナー市場2017年1月~2025年12月金額、
LUX スーパーリッチシャインシリーズの全シャンプー・コンディショナーの合計売上金額