



報道関係者各位

2024年3月11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

誰もが自分で自分の髪を選べる社会の実現を目指す「Real Me ID Project」の、

第2弾企画を始動！ -

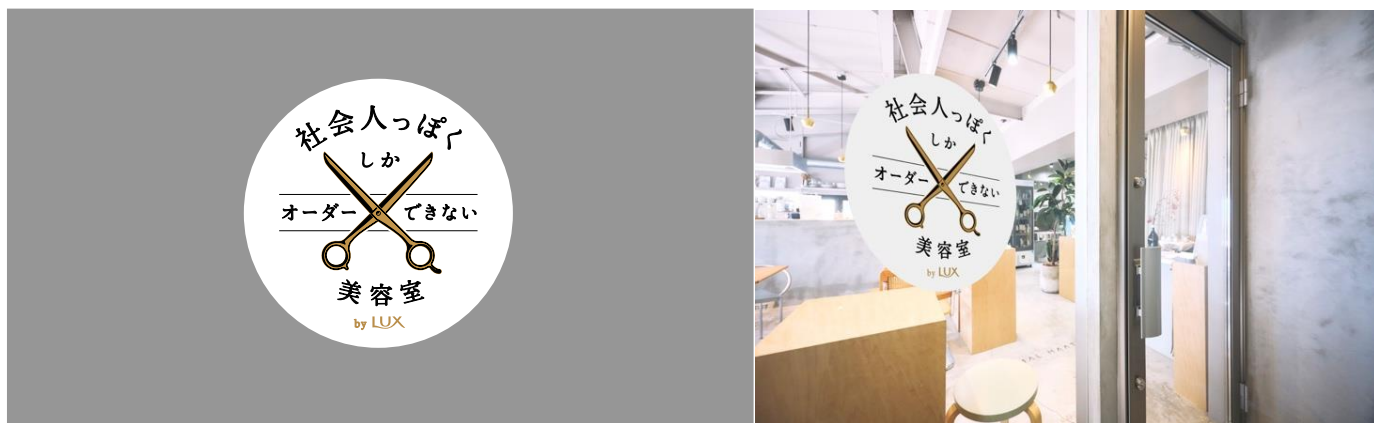
「社会人になるにあたって髪を変える/変えた」新社会人は3人に1人！

そのうち約4割は周囲の空気を読んで髪を変えていることが発覚！

「社会人っぽくしかオーダーできない美容室」を

3月19日（火）より期間限定オープン

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、以下「ユニリーバ・ジャパン」）が展開するヘアケアブランド「LUX（ラックス）」は、社会人らしい髪型・髪色にすべきという美の固定観念を打破し、誰もが自分で自分の髪を選べる社会の実現を目指すプロジェクト「Real Me ID Project」の第2弾企画を始動。今年はより社会人の自由な髪型を推進するべく、新社会人向けに「社会人っぽくしかオーダーできない美容室」を2024年3月19日（火）より期間限定オープンいたします。



「社会人っぽくしかオーダーできない美容室」特設サイト：

<https://www.lux.co.jp/behairself/realmeid/salon>

ブランドビジョンである「LUX BRAVE VISION 2030」を掲げるラックスは「新社会人の髪の偏見に関する調査（2024年実施）（n=400）」を実施し、**2024年春に入社する新社会人のうち3人に1人が、社会人になるにあたって、自分の髪型/髪色を変えようと思う、もしくは変えたという事実が明らかになりました。**それに伴い、社会人らしい髪型とは何かを問題提起するアクションとして「社会人っぽくしかオーダーできない美容室」を3月に期間限定オープンいたします。



【「社会人っぽくしかオーダーできない美容室」概要】

「社会人っぽくしかオーダーできない美容室」は、社会人らしい髪に対し悩みを持つ新社会人に、無料でヘアカットやヘアカラーを提供する、事前予約制の新社会人専用サロンです。通常のサロンとは異なり、来店者は「社会人っぽくお願いします」としかオーダーすることができませんが、来店時にはまずコーチとともに自分らしく働く理想の姿を具体的にイメージし、その自分らしい働き方を叶えるための自分らしさを引き出す自由なヘアスタイルをスタイリストが提案します。

このサロンへの来店を通して、社会人の身だしなみはこうあるべき、といった潜在的な固定観念に気づくきっかけとなり、新たに社会人としての一步を踏み出す人たちが、自分らしく輝く姿で自信を持って働くことができるようにという想いのもと、本企画を実施するに至りました。

■店舗概要

場所：W（ダブル）

住所：東京都目黒区自由が丘 1-26-7 2F（自由が丘駅から徒歩 1 分）

営業日時：3 月 19 日(火)～3 月 23 日(土)

営業時間：10:00-19:00

特設サイト URL：<https://www.lux.co.jp/behairself/realmeid/salon>

■コーチコメント

<田口 愛実>

髪型は大切な自己表現の方法です。自分に似合っていたら、自分らしくいられるものなら、最高ですよ。でも、自分らしいって難しい。人は、こうあるべき、これはダメなんじゃないか、など、無意識に自分を小さな枠にはめてしまいます。まずは本当はこうありたいだけだな、という小さな声に耳を傾けてみませんか。私はコーチングという仕事を通じて、自分らしく生きる人が増えればいいなと願い活動しています。この取り組みが、社会人としての新しい旅が始まる皆さんの、自分らしく生きるための第一歩になればこの上ない喜びです。当日は、皆さんの大切にしているものを、たくさん聞かせてくださいね。

プロフィール

コーチ。リクルート、ラッシュジャパンを経て、誰もが自分らしく生きるお手伝いをすべく起業。

国際コーチ連盟 PCC、CFT 認定ファシリテーター

<足立 芽生>

生きてると「普通はこうでしょ。これが当たり前であろう。」という固定観念に度々出会います。そんな固定観念があると自覚的になり、疑問を持ったり、問うことから自分の大切にしたいことに気づいたり、個性が芽生えてきます。誰かの当たり前に沿うよりもあなたらしい個性や感性から社会と向き合ってほしいと願っています。私らしい髪型を通して、自分らしさと向き合う機会を提供できたらと思っています。参加いただけるみなさんと一緒に「自分らしさ」を発見できるのを楽しみにしています！

プロフィール

パーソナルコーチ・コーチングスクール講師。

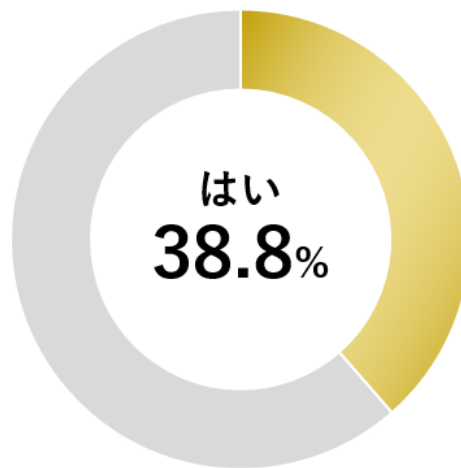
人材派遣会社でキャリアアドバイザーとして従事。2021 年にコーチとして独立。



■「社会人っぽくしかオーダーできない美容室」実施背景

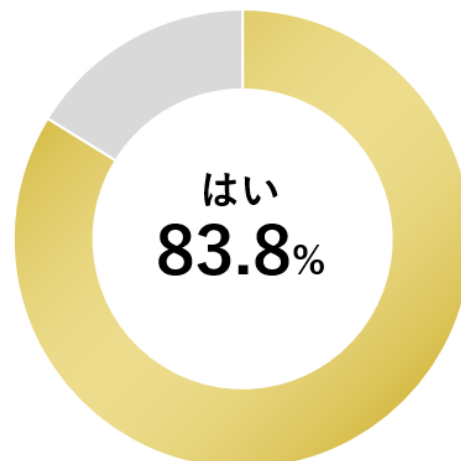
ラックスは、2024年春に入社する新社会人を対象に「新社会人の髪の偏見に関する調査（2024年実施）」を実施しました。「新社会人になるにあたって、自分の髪型や髪色を変えようと思いますか。または変えましたか。」という質問に対しては、**3人に1人（38.8%）が「変えようと思う/変えた」と回答**。そのうち約4割（43.8%）が、「世の中の風潮的にそうするべきだと思うから（25.2%）」「友人がそうしているから（16.8%）」「入社予定の企業から言われたから（16.1%）」「親や先生に言われたから（11.0%）」と回答しており、**周囲の空気を読んで髪を変えていることが判明**しました。この結果から、一部自分の意思ではないにも関わらず不本意に髪を変えている人も存在していることが推測されます。

Q. 新社会人になるにあたって
自分の髪型や髪色を変えようと思いますか。
または変えましたか。



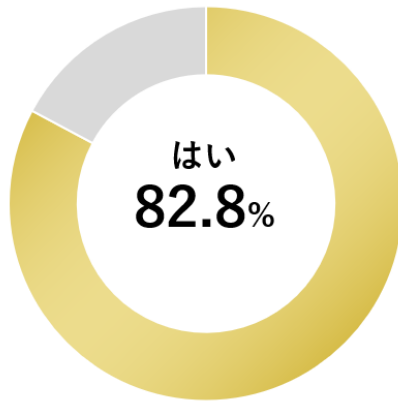
また「社会人らしい髪」に囚われる新社会人が多い中でも、約8割（83.8%）の新社会人が「社会人に相応しいといわれる髪型・髪色ではなく、自分の好きなヘアスタイルで働きたい」と回答。それに対する「自分が本当にしたいのはどんなヘアスタイルか」という質問に関しては、「パーマ」「インナーカラー」などが挙げられました。

Q. あなたは社会人に相応しいといわれるヘアスタイルではなく
自分の好きなヘアスタイルで勤務したいと思いますか。

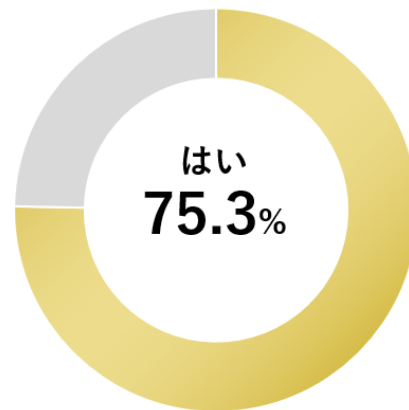


さらに調査の中では、「自分らしい髪でいることが社会人として働く上でのモチベーションアップに繋がると思うか」についても質問。新社会人による回答では、「繋がると思う」と回答した人が約8割（82.8%）に上るという調査結果も見受けられました。「自分らしい髪でいる時は、そうでない時よりも内面的に自信を持てる」と答えた人も約8割（75.3%）という結果に。自分らしい髪を推奨することが本人の内面にもポジティブな影響を与えることがわかりました。

Q.自分らしい髪でいることが社会人として働く上でのモチベーションアップに繋がると思いますか。



Q.自分らしい髪でいる時はそうでない時よりも内面的に自信を持つことができますか。



一方で、周囲の空気を読んで髪を変えている人のうち5人に1人（22.6%）が「社会人になるために変えようと思っている、または変えたヘアスタイルは、自分らしさを表現できていない」と回答。「社会人らしい髪」に対する周囲の固定観念に捉われることで、自分らしさを表現できていないことに葛藤する新入社員が存在していることから、この固定観念を打破する必要があることが浮き彫りになりました。こうした状況を踏まえ、今回、新社会人の多くが悩んでいる「社会人としてあるべき髪」の固定観念が蔓延る社会を変え、自分でありたいと思う「自分らしい姿」で自信を持って働くことを後押しするべく、そのきっかけとなる体験を提供する場として「社会人っぽくしかオーダーできない美容室」をオープンするに至りました。



【昨年度企画「Real Me ID Project」概要】

2023年にラックスが実施した調査において、「社会人らしい髪型・髪色にすべき」という固定観念があることが浮き彫りになった他、社会人にとって本来自分を表すものであるはずの社員証（ID）の顔写真が、自分らしさを表現できていないこと、そしてそれ自体に満足できていない社会人が7割近くいることが明らかとなりました。そこでラックスは、2023年4月に「Real Me ID Project」を始動し、自分を証明するはずの“社員証（ID）”を、自分らしさを証明するものに変えていくという象徴的なアクションをきっかけに、固定観念とも言える「社会人らしさ」に囚われず、多くの人がありたい自分でいられる世の中を目指してきました。



昨年の4月、まずはユニリーバ社内から変えていく取り組みとして、入社式にて「自分らしさ」を発揮できる「社員証撮影会」を実施。事前に新入社員には自分らしいスタイルで来ることをアナウンスし、当日は普段からきなれた服やお気に入りの髪型など様々スタイルに身を包んだ新入社員が集まりました。自分らしいスタイルだからこそ、各々前向きで自信に満ち溢れた写真を撮影することができました。



今後は、ユニリーバ社内だけでなく、他の企業や団体を巻き込みながら「Real Me ID Project」に賛同する企業を増やしていくことで、世の中の働く人の「自分らしいヘアスタイル」を後押ししていきます。

特設サイト：<https://www.lux.co.jp/behairsell/realmeid/>

動画 URL：<https://youtu.be/3ftZmaOiJpM>



■賛同企業募集に関して

ラックスが着目したのは社会人の中にある「社会人の髪はこうあるべき」という固定観念。私たちは、この固定観念をIDカードの写真から変えていくことに踏み出し、さらに今年は自分らしいスタイルで自信をもって働くためのきっかけを提供する場として「社会人っぽくしかオーダーできない美容室」のオープンを決定しました。これらのプロジェクトを通じて、髪に関する固定観念を打破し、誰もが自分で自分の髪を選べる社会を実現したいと考えています。世の中や社会が変わっていくことを目指して、この「Real Me ID Project」にご賛同いただける企業様を募集いたします。

本プロジェクトにご興味がおありの方、またご賛同いただける企業様には「Real Me ID Project」事務局よりご連絡させていただきます。

▼ご賛同いただける企業様はこちらのメールフォームより情報入力をお願いいたします。

<https://www.lux.co.jp/behairself/realmeid/form.php>

【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^{※2}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に、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：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