報道関係者各位

2023 年 4 月 3 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 ブランドスローガン　#BeHairself 私の髪は、私が決める。-

「社員証の自分の姿が好きではない」と答えた社会人は約 7 割近く！

「私を証明するものが、一番私じゃなかった。」社会人の象徴でもある社員証（ID）を変えていくプロジェクト

【Real Me ID Project】4 月 3 日（月）より始動

ユニリーバ・ジャパンでは、入社式開催に伴い、新社員証のための撮影会を同時実施。
入社式や撮影会のレポート公開も。

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、社会人の象徴でもある社員証（ID）の写真を自分らしい髪の写真に変えていくプロジェクト「Real Me ID Project」を 2023 年 4 月 3 日（月）より始動します。

ユニリーバ・ジャパンでは同日の入社式開催に伴い、新社員証のための撮影会も同時実施。当日の入社式及び撮影会の様子を伝えるレポートも公開します。さらに、今回の「Real Me ID Project」のスタートを皮切りに、この活動をユニリーバ・ジャパン内だけでなく国内の企業に広めるべく、プロジェクトに賛同する企業の募集を開始します。

ブランドビジョンである「LUX BRAVE VISION 2030」を掲げるラックスは「髪の偏見に関する調査（n=800）」を実施し、2人に1人が周りの目を気にして自分のしたい髪型を諦めていた※1ことが明らかとなりました。それに伴い、ひとりひとりのヘアオートノミー〈髪の自己決定権〉を取り戻すべく、新たにブランドスローガンとして「#BeHairself 私の髪は、私が決める。」を3月に発表。今回はそのブランドスローガンの最初のアクションとして「Real Me ID Project」を4月3日（月）より始動します。

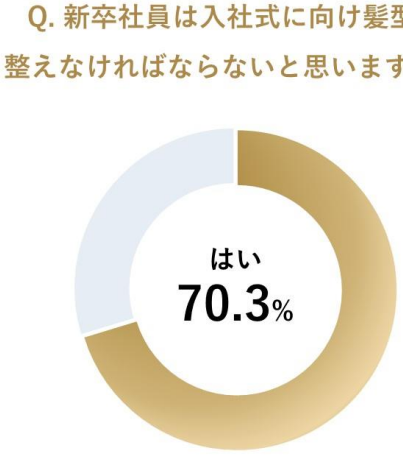
【「Real Me ID Project」概要】

今回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。そこでラックスがこの度実施する「Real Me ID Project」では、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いきます。まずは、ユニリーバ社内からはじまり、さらには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活動を実施します。

特設サイト：https://www.lux.co.jp/behairself/realmeid/
動画URL：https://youtu.be/3ftZmaOiJpM

■「Real Me ID Project」実施背景

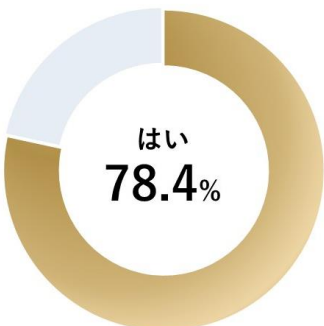
ラックスは、今年度入社する新入社員と先輩社員を対象に「社会人の髪型・髪色に関する調査（2023年実施）」を実施しました。新入社員、先輩社員共通して、約7割（70.3%）の人が「入社時に髪を変えるべき」と回答しており、多くの人が「社会人らしい髪」に囚われていることが判明しました。



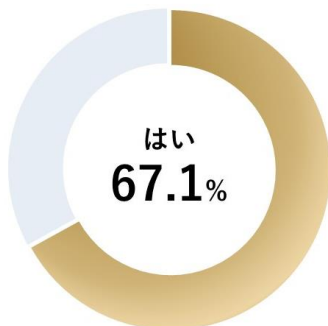
また「世の中は、社会人の髪型・髪色に対して固定観念がある」と思う人はともに約 8 割（78.4%）に昇っていることからも、この固定観念を打破する必要があることが浮き彫りになりました。

一方で、「社会人らしい髪」に囚われる新入社員が多い中でも、約 7 割（67.1%）の新入社員が「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」と感じている事実も明らかとなりました。

Q.世の中は、社会人の髪型/髪色に対して固定観念があると感じますか。

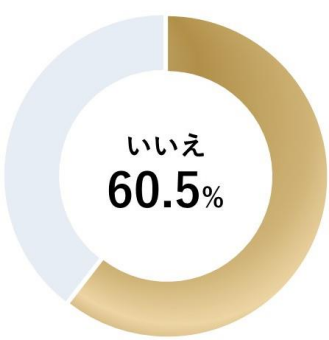


Q.あなたは、社会人に相応しいといわれる髪色/髪型でなく、自分の好きなヘアスタイルで勤務したいと思いますか。

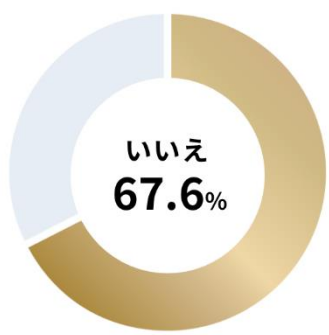


さらに調査の中では、自分を証明する「社員証」に関しても質問。「今の社員証は自分らしい姿ではない」と回答した社会人が約 6 割（60.5%）に昇った他、「社員証に写る自分の姿は好きではない」と回答した社会人が約 7 割（67.6%）に昇り、自分を証明するはずの「社員証」が「自分らしくない」と感じ、その「社員証」に満足できていない人が多いことも、調査結果から見受けられました。

Q.今の社員証は自分らしい姿だと思いますか？



Q. あなたは、社員証に写る自分の姿は好きですか。



こうした状況を踏まえ、今回、世の中の多くの人が囚われている「社会人としてあるべき髪」の固定観念を打破し、自分がありたいと思う「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、その象徴的なアクションとして「自分らしさを体現した髪や容姿」を写し出した“社員証（ID）”に変更していくプロジェクトとして「Real Me ID Project」を実施するに至りました。

■「Real Me ID Project」担当者のコメント

先月、ラックスは 2023 年の新スローガンとして「#BeHairself 私の髪は、私が決める。」を発表させていただきました。その第一歩として、「Real Me ID Project」を始動します。

私たちは「Real Me ID Project」の取り組みをきっかけに、まだまだ「社会人らしい髪型・髪色」に囚われている状況や多くの人の固定観念を徐々に変えていき、「ありたい自分」になれる人が一人でも増えるような世の中になることを目指します。

すぐに社会全体を変えるのは難しいとは思いますが、今回のプロジェクトを通じて少しずつ一人ひとりの意識を変えていきたいと思っています。

まずはユニリーバ・ジャパンの新入社員から、最終的にユニリーバ・ジャパン全社員の社員証を変え、自分たちから一歩を踏み出し、そしてより多くの企業を巻き込んでいきたいと考えています。

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
アシスタントブランドマネージャー - ラックス
大西朱音

■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ました。ユニリーバの ID カードの写真を、自分が一番自信を持てる髪型の写真に変更し、この自分が自分であることを証明する ID カードを通じて、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

【ユニリーバ・ジャパン入社式　レポート】

■　4月3日（月）ユニリーバ・ジャパン入社式

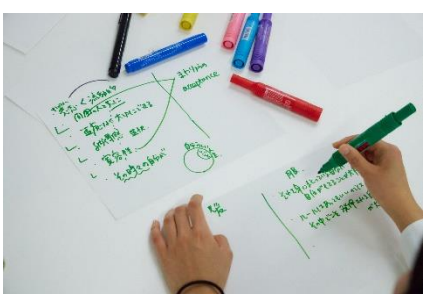
今年は、4年ぶりのマスク制限なしの入社式でもあり、また「Real Me ID Project」の開始に伴い自由で自信に溢れた18名の新入社員が参加しました。そして「Real Me ID Project」の最初のアクションとして、まずはユニリーバ・ジャパン新入社員の社員証（ID）の顔写真を、自分らしい髪型や髪色で撮影する「撮影会」を開始。今後は全社員の撮影を行い、社員証を書き換えます。本プロジェクトではユニリーバ・ジャパン社内での活動にとどまらず、賛同企業とともにこの考え方を世の中に広め、社会の空気を変えていくことを目標としています。

■当日の様子

ユニリーバ・ジャパン本社で執り行われた2023年度入社式。どこか緊張した面持ちながらも、金髪やパーマにカジュアルスタイル、スーツなど、普段から着慣れた服装や、自分らしい好きな服装と様々なスタイルに身を包んだ新入社員が続々と集まりました。ワークショップや撮影会、ランチセッションを経て、次第に和やかな雰囲気になっていきました。新入社員は、自分らしい髪型や服装について「髪型がうまくいってなくても、それを活かしてセットするとか、お互いのその日の気持ちやコンセプトを髪型・服装で表現していきたいです。」と、今後に期待を膨らませていました。

▼ワークショップ

人事部からの挨拶の後、新入社員はグループに分かれてワークショップを行いました。このワークショップでは、カードに書かれた題材について、自分の価値観をもとに意見を述べ合います。『髪型・髪色・服装』というカードでは、「個人の寛容さが大切だと思います。社会全体を変えるにはまず、個人の考え方を変えることだと思います。」や「ルールやドレスコードがあることは決して悪ではなく、その中で自分の敬意を表せればよいと思います。ただ、現在はステレオタイプが一つしかないから、いろんな形のリスペクトがあってもいいと考えています。」という意見が交わされ、それぞれが持つ価値観の違いを実感していました。



▼「Real Me ID Project」紹介・撮影会の様子

ここでようやく「Real Me ID Project」の概要及び撮影会の告知が担当者より説明され、新入社員の顔には驚きの色が見られました。この時の気持ちについて、ある新入社員は「免許証みたいな写真撮影かと思っていた」と語り、驚きと期待の入り混じった複雑な心境をこぼしました。

撮影会では役員メンバーと新入社員が同じチームとなり「いいねそのポーズ！」「雑誌の撮影みたい！」とお互いに撮影を盛り上げる言葉を掛け合うなど、終始和気あいあいとした雰囲気で楽しい撮影会となりました。出来上がった写真は、それぞれの“自分らしさ”が引き出され「自分らしい髪型でいることで自信にも繋がると思うので、仕事でも胸を張っていられるよう頑張りたい」とこれからの社会人生活に対して前向きに、自信を見せて話していました。

【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、一歩踏みだす勇気につながること、そしてその踏みだす姿勢こそが、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