

**ラックス ミモザ シリーズが 2 月 24 日（火）より登場****補修型ビタミン C 誘導体<sup>※1</sup> 配合処方にアップデート<sup>※2</sup>****「髪の調子」で発言や行動が変わる？7 割超の女性を感じている“ヘアケアと気持ち”の関係****3 月 8 日（日）の国際女性デーに向け、ラックスが意識調査<sup>※3</sup>を実施**

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、昨年初登場し好評を博した「ラックス ミモザ シリーズ」を、2026 年 2 月 24 日（火）より全国発売します。発売にあたり、3 月 8 日（日）の国際女性デーを前に、ラックスは女性の髪の状態と意識、行動との関係に着目し、意識調査<sup>※3</sup>を実施しました。その結果、「髪のダメージケアが気持ちのケアにも繋がっている」と感じている女性が 7 割を超えるなど、ヘアケアが気持ちの切り替えや行動のきっかけとして機能している実態が明らかになりました。こうした背景を踏まえ、今年のみもざシリーズは補修型ビタミン C 誘導体<sup>※1</sup> 配合処方にアップデート<sup>※2</sup>。冬特有の乾燥による髪のパサつきにうるおいを与え、前向きな気持ちで日々を過ごしたい女性の一步を、髪から支えます。

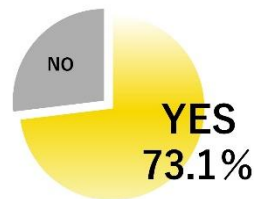
LUX オフィシャルサイト：<https://www.lux.co.jp/>**【調査結果から見る、髪の状態と行動意識の関係】**

3 月 8 日の国際女性デーを前に、ラックスは女性が日常の中で感じる自信や行動の変化と、髪の状態の関係に着目し、意識調査<sup>※3</sup>を行いました。

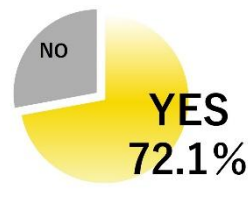
調査で回答した 30～50 代女性のうち、6 割以上が「髪に自信を持ると、発言や行動が積極的になる」と回答しました。加えて、6 割が「髪の状態が自信に影響している」と感じており、髪のコンディションが日常の意識や振る舞いと密接に関係していることがうかがえます。

さらに、7割以上が「髪のダメージケアは、気持ちのケアにもつながっている」と回答。ヘアケアは見た目を整えるための行為にとどまらず、気持ちを整えるための時間として認識されている実態が明らかになりました。また、同様に7割以上の女性が「新しい一歩を踏み出す前に、髪を整えたい」と回答しており、髪を整えるという行為が、行動や挑戦に向けた前向きなアクションとしてとらえられていることが分かります。これらの結果から、髪のケアは自信と行動をつなぐ準備として、重要な役割を果たしていることが示唆されます。

Q.髪のダメージケアは、見た目だけでなく  
“気持ちのケア”にもつながっていると感じますか。



Q.新しい一歩を踏み出す前に、  
髪を整えたいことはありますか。



3月8日（日）の国際女性デーは、女性たちが、平和と安全、開発における役割の拡大、組織やコミュニティにおける地位向上などによって、どこまでその可能性を広げてきたかを確認すると同時に、今後のさらなる前進に向けて話し合う機会として設けられた記念日です。冬を越えて春の訪れを告げるミモザの花になぞらえ、「ラックス ミモザ シリーズ」は、行動や挑戦に向けて“気持ちを整える時間”に着目し、髪のケアを通じて前向きな一歩を支えます。

## 【ミモザシリーズが今年も登場！補修型ビタミンC誘導体<sup>※1</sup>配合処方にアップデート<sup>※2</sup>し、季節特有の髪悩みにアプローチ】

昨年初登場し好評を博した「ラックス ミモザ シリーズ」が、今年も満を持して再登場します。補修型ビタミンC誘導体<sup>※1</sup>を配合した本製品は、髪に浸透して冬特有の乾燥ダメージを補修し、髪をダメージから保護します。日々のダメージに立ち向かう女性たちを、ラックスは髪から応援します。

### <冬の乾燥ダメージのレスキュー成分、補修型ビタミンC誘導体<sup>※1</sup>配合処方>

補修型ビタミンC誘導体<sup>※1</sup>を配合した本製品は、冬特有の乾燥による髪ダメージに着目し、以下の点でアプローチします。

- ダメージを受けた髪内部への浸透補修  
乾燥によって空洞化しやすい髪内部まで行き渡り、ダメージを補修。
- 外的刺激から髪を守るダメージプロテクト機能  
季節特有の乾燥や摩擦によるダメージを防ぎ、うるおいを保ちます。



香りには、青空を吹き抜けるような、みずみずしいミモザの香りを採用。国際女性デーにふさわしい、前向きな気持ちを後押しするさわやかな香りに仕立てました。

さらに今年は、昨年登場した「ラックス スーパーリッチクリスタル シリーズ」からも、ミモザシリーズが新たにラインナップに加わります。

ラインの広がりとともに、装い新たなミモザ シリーズをお楽しみください。



※スーパーリッチシャイン シリーズ、  
スーパーリッチクリスタル シリーズにおいて



※スーパーリッチシャイン シリーズにおいて



## 【「ラックス ミモザ シリーズ」ラインナップ】

### <販売概要>

店頭展開：2月24日（火）※全国のドラッグストア、ECにて順次発売予定

### <製品詳細>

【製品名】ラックス スーパーリッチシャイン ミモザ ポンプペア

【分 類】シャンプー／コンディショナー

【内容量】各 400g

【価 格】オープン価格



【製品名】ラックス スーパーリッチシャイン ミモザ

チューブトリートメント

【分 類】チューブトリートメント

【内容量】300g

【価 格】オープン価格





【製品名】ラックス スーパーリッチシャイン ミモザ ヘアオイル  
【分 類】ヘアオイル  
【内容量】70ml  
【価 格】オープン価格



【製品名】ラックス スーパーリッチクリスタル ミモザ ポンプペア  
【分 類】シャンプー／トリートメント  
【内容量】各 450g  
【価 格】オープン価格



【製品名】ラックス バスグロウ ミモザ リペアアンドシャイン  
お試し容量ポンプペア  
【分 類】シャンプー／トリートメント  
【内容量】各 400g  
【価 格】オープン価格



【製品名】ラックス ルミニーク ミモザ お試し容量ポンプペア  
【分 類】シャンプー／トリートメント  
【内容量】各 370g  
【価 格】オープン価格



## 【ラックスについて】

ラックスは、1972 年に化粧品石鹸として日本に上陸し、2025 年はブランドの基幹製品である「ラックス スーパーリッチシャイン」が登場してから 36 周年を迎えます。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、シャンプー＆コンディショナー市場売上 No.1<sup>※4</sup> 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「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：アスコルビン酸テトラヘキシルデシル(毛髪補修・保護成分) スーパーリッチシャインシリーズ・スーパーリッチクリスタルシリーズにおいて

※2：スーパーリッチシャイン、スーパーリッチクリスタルシリーズにおいて

※3：2026 年 1 月実施 LUX「髪のダメージケアと気持ちに関する調査」

※4：INTAGE SRI シャンプー・コンディショナー市場 2017 年 1 月～2024 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