

食洗機で節約した水^{※1}が、防災用備蓄水に変わる！

フィニッシュ、節水と備蓄の「#ダブル SaveWater チャレンジ」プロジェクト発足

3月22日(火)の「世界水の日」にギネス世界記録TM挑戦イベント実施

レキットベンキナー・ジャパン株式会社(本社：東京都品川区東五反田／代表取締役：シャイレッシュ・シユクラ)が展開する食洗機専用洗剤ブランド「フィニッシュ」では、世界中のすべての人のため、そして地球のために、環境負荷の低減に取り組んでいます。そして、2022年3月1日(火)に「#ダブル SaveWater チャレンジ ～食洗機で節約した水^{※1}が、防災用備蓄水に変わる！～」プロジェクトを発足いたしました。食洗機専用洗剤ブランドとして、食洗機ユーザーのみならず、日々の節水アクションの価値、水の無駄遣いを減らす意義を発信してまいります。



近年、環境課題への関心が高まっている中、水資源が豊富な日本において、「節水」は比較的注目されない傾向にあります。食洗機ユーザー3,097人を対象に行った環境・節水に関する意識調査^{※2}でも、節水を意識している人の多くは「環境への配慮よりも節約(水道料金など)を目的としている」こと、日ごろ節水しない人の理由は「ただ何となく」が半数を占めていることが分かっています。

こうした現状と、【一度の食器洗いで手洗いが約65ℓの水を使用するのに対して、食洗機利用は約14ℓに留めることができる^{※3}】という事実を踏まえ、「フィニッシュ」では、食洗機ユーザーのみならず、食洗機利用を含む節水アクションの価値を発信するプロジェクト「#ダブル SaveWater チャレンジ ～食洗機で節約した水が、防災用備蓄水に変わる！～」を発足いたしました。

同プロジェクトは、「節水アクションはどの程度の水を節約できたのかわかりづらく、水の無駄遣いを減らせた実感が得にくい」という生活者の心情をヒントに、節水した分を価値ある水に変換するというコンセプトで展開する活動です。プロジェクト第1弾として、3月22日(火)「世界水の日」に「オンラインで同時に食洗機に洗剤を入れた最多人数」のギネス世界記録に挑戦。食洗機ユーザーと挑戦する同記録が認定された場合は、プロジェクト第2弾として、食洗機を使用した場合に節約できる水を、防災用備蓄水としてプレゼントするTwitterキャンペーンを予定しています。

※1：500mlボトル約1万本分の節水^{※3}を目指します。

※2：レキットベンキナー・ジャパン調べ。調査内容の詳細は本リリースの2、3ページを参照。

※3：資源エネルギー庁ウェブサイト 給湯器(40℃)、使用水量65ℓ/回(冷房期間は、給湯器を使用しない)の手洗いの場合と給水接続タイプで標準モードを利用した食器洗い乾燥機の場合の比較。手洗い、食器洗い乾燥機ともに2回/日の場合。

<本件に関するお問い合わせ先>

フィニッシュ PR 事務局 (株式会社プラップジャパン内) 出口、富谷、三浦
MAIL: finish@prap.co.jp TEL: 080-6858-9022 (出口)

■ 3月22日(火)「世界水の日」ギネス世界記録挑戦イベント 概要

今回のギネス世界記録™挑戦イベントでは「オンラインで同時に洗浄機器に洗剤を入れた最多人数(Most people putting detergent in washing equipment online simultaneously)」という記録に挑戦いたします。

イベント当日は、Web 会議システム「Zoom」を使って参加者全員が繋がった状態でスタンバイ。チャレンジ開始の合図と共に、食洗機専用洗剤「フィニッシュ」の「フィニッシュ パワーキューブ」または「フィニッシュ オールインワンプレミアムパワーボールキューブ」のタブレット洗剤を正規パッケージから1つ取り出して、食洗機へ同時に投入し、ギネス世界記録™の認定を目指します。本チャレンジは、参加者のうち100人以上※の達成で記録認定となります。

チャレンジ終了後、参加者は当日の朝食・昼食時の食器を食洗機に入れて、食器洗いをしていただきます。食洗機による食器洗いを行うことで、食器の手洗いと比較して水の節約に繋がること広く伝えていくことを目指します。



OFFICIAL
CHALLENGE



※一般募集の詳細は後日告知し、参加者へのプレゼントキャンペーンも実施する予定です。

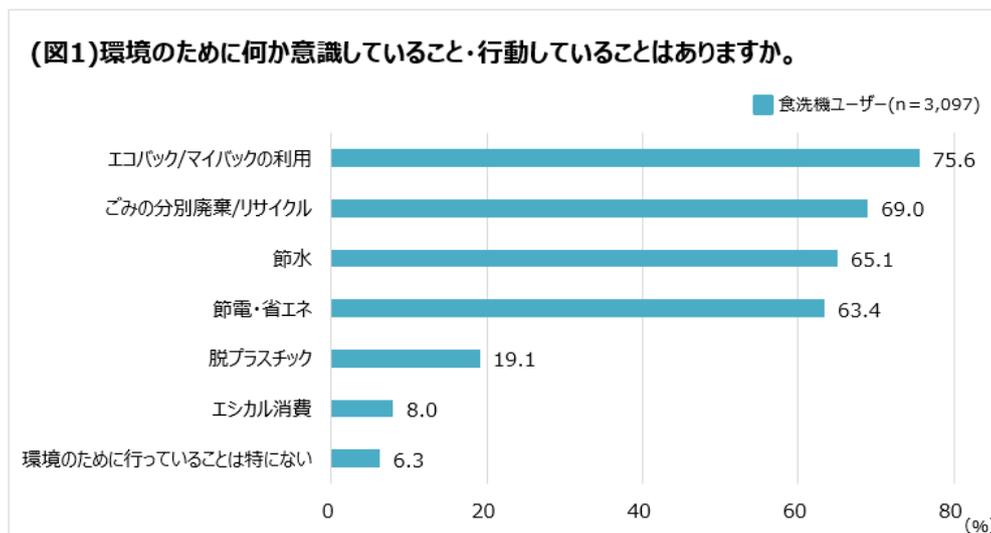
■ 調査結果詳細

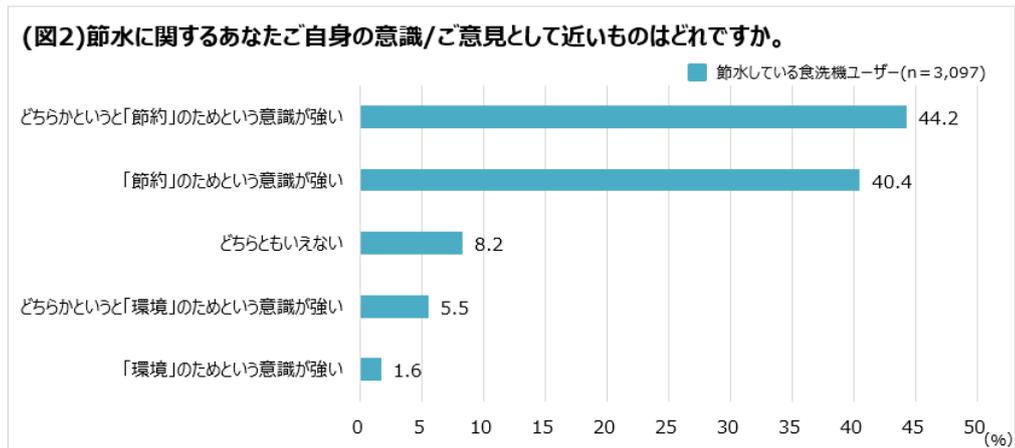
- ・調査対象：20-69歳の男女
一食洗機及び食洗機専用洗剤を使用しており、洗剤ブランドを自分で選んでいる方
- ・調査地域：全国
- ・調査方法：インターネットリサーチ
- ・調査期間：2022年1月25日(火)～1月31日(月)
- ・調査人数：3,097人
- ・調査実施機関：株式会社マクロミル

※本調査では、小数点第2位を四捨五入しています。そのため、数字の合計が100%とまらない場合があります。

◇ 節水への意識とその理由

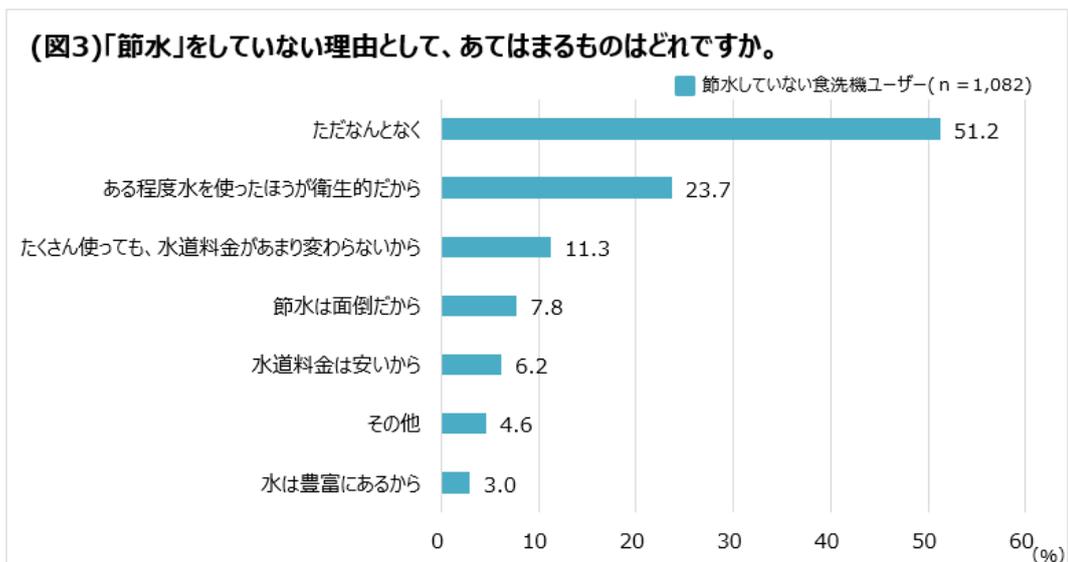
日頃から節水を実施していると回答した食洗機ユーザーは65%となり(図1)、食洗機ユーザーの節水意識の高さが伺える結果となった一方で、うち85%が節水目的を「節約のため」「どちらかと節約のため」と回答(図2)。「環境のため」と回答した人は7%に留まり、「どちらとも言えない」と回答した人は8%であったことから、**食洗機ユーザーにおける節水への意識は高いものの、環境配慮を意識して節水を行っている人は極めて少ない結果**となった。





◇ 節水しない理由

日頃節水を意識していない食洗機ユーザーにおいて、**節水をしらない理由のトップは「ただ何となく」**で 51%となり(図 3)、半数を占める結果となった。これは、節水への関心が低いものの、節水への抵抗意識は無いとも言え、具体的な環境のための節水アクションを知り、節水機会を得るだけでも、節水や環境配慮の意識は高まる可能性を秘めていると考えられる。



■ フィニッシュについて

食洗機専用洗剤のフィニッシュは、世界における販売実績シェア NO.1^{※1}のブランドです。国内で販売されている主要食洗機メーカーからも推奨(フィニッシュのサンプルを同梱)されており、フィニッシュは食洗機メーカーとの技術交流を重ね、洗浄プログラムに最適な洗剤の開発に積極的に取り組んでいます。現在は、『強力洗浄・99.9%除菌^{※2}・輝き』たった 1 粒で食器洗いの悩みを解決するオールインワンプレミアムパワーボールキューブ、一度洗いでギトギト汚れ^{※3} もしっかり落とすパワーキューブを中心にタブレット製品の展開を強化しています。また、タブレット製品以外にも、しつこい汚れもすっきり落とすパウダー製品や、ガラスプロテクト成分配合のすばやく溶けるジェル製品(オンライン/コストコ限定販売)なども展開しています。

※1 ニールセン調べ 食洗機専用洗剤カテゴリー 全製品累計販売金額 2019年5月~2020年6月

※2 大腸菌・サルモネラ菌・黄色ブドウ球菌の培養液にフィニッシュの水溶液 1個/3.3Lを入れて20分間放置した結果。すべての菌を除菌するわけではありません。

※3 調理した肉などの汚れ