

毎日の洗濯が、未来を変える選択に。

花王ファブリックケア ONE WASH for ONE WISH キャンペーンを開始



花王株式会社の洗たく洗剤「アタック ZERO」、「アタック 3X」、衣料用漂白剤「ワイドハイタークリアヒーロー」、衣料用柔軟剤「ハミング涼感テクノロジー」は、『ONE WASH for ONE WISH』キャンペーンを2021年5月31日より開始いたします。また、キャンペーンに合わせて限定スヌーピーデザインボトル4商品を同日2021年5月31日より数量限定発売いたします。

<https://www.kao.co.jp/fabriccare/>

■ 『ONE WASH for ONE WISH』について

世界では22億人以上*が、安全に管理された衛生的な水を利用することができないと言われております。花王ファブリックケアは、この課題をより多くのひとに知ってもらい、解決するサポートをするために『ONE WASH for ONE WISH』を始めました。『ONE WASH for ONE WISH』は花王ファブリックケアのスヌーピーデザインボトル(対象商品：アタック ZERO、アタック 3X、ワイドハイタークリアヒーロー、ハミング涼感テクノロジー)を購入すると売上の1%が世界の水と衛生支援に寄付されるキャンペーンです。また、この期間にtwitterで発信される該当ツイートへの1いいね・1RTについても10円が同じく世界の水と衛生支援に寄付されます。

*出典：WHO/UNICEF JMP (2019) Progress on household drinking water, sanitation and hygiene 2000-2017. Special focus on inequalities.

PEANUTSは未来の世代が楽しく過ごすことができる世界を残していくために、自分自身、お互い、

そして地球を大切にしてほしいとの願いを込めて「Take Care with Peanuts」プロジェクトを推進しています。この度、花王のファブリックケアは「Take Care with Peanuts」プロジェクトが掲げる未来のために今できることをするという姿勢に賛同し、PEANUTS との共同プロジェクトを実施するに至りました。

・キャンペーンへの参加方法について

①対象商品を購入

スヌーピーデザインの「アタック ZERO」「アタック 3X」「ワイドハイタークリアヒーロークレンジングパウダー」「ハミング涼感テクノロジー」4商品を2021年5月31日から7月31日までの売り上げの1%を寄付します。

【発売日】2021年5月31日より順次発売

※メーカー希望小売価格は設定いたしません

※スヌーピーデザイン以外の商品は寄付対象となりません

※数量限定のため、無くなり次第販売終了です

※取り扱いのない店舗もございます

寄付対象商品



アタック
ZERO



アタック 3X



ワイドハイター
クリアヒーロー
クレンジングパウダー



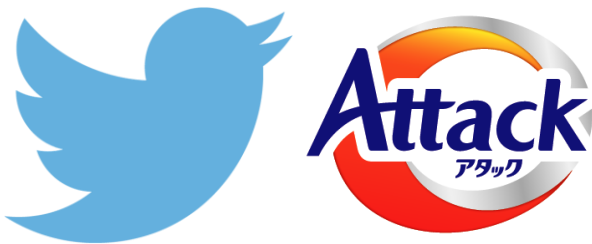
ハミング涼感テクノロジー
フラワーシャワーの香り

PEANUTS™

© 2021 Peanuts Worldwide LLC

- ・アタック ZERO : <https://www.kao.co.jp/attack/products/zero/>
- ・アタック 3X : <https://www.kao.co.jp/attack/products/3x/>
- ・ワイドハイタークリアヒーロークレンジングパウダー : https://www.kao.co.jp/widehaiteer/products_powder/
- ・ハミング涼感テクノロジー : <https://www.kao.co.jp/humming/ryoukan/>

②Twitter で参加



花王アタック公式 Twitter (@kao_attackjp) の該当ツイートへの 1 いいね・1RT につき 10 円を寄付します。

※ 10 万いいね・RT を寄付対象の上限としています。

■寄付先について

本キャンペーンを通じて集まった寄付金は、すべての子ども達がキレイで安全な水が使えるように、花王株式会社から支援団体へ寄付し、開発途上国の水と衛生支援に活用されます。

※寄付金全体の上限は 200 万円を上限としています。

■「ピーナッツ」とは

「ピーナッツ」のキャラクターおよび関連する知的財産権は、Peanuts Worldwide が所有し、WildBrain が 41%、株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメントが 39%、チャールズ M. シュルツ氏のファミリーが 20%を保有しています。チャールズ M. シュルツ氏が初めて「ピーナッツ」

の仲間たちを世の中に紹介したのは、1950年。「ピーナッツ」が7つの新聞紙上でデビューを飾った時でした。それ以来、チャーリー・ブラウン、スヌーピーをはじめとするピーナッツ・ギャングたちは、ポップカルチャーに不滅の足跡を残してきました。Apple TV+で親しまれているピーナッツの番組や特番に加えて、世界中のファンの皆様には、多種多様な商品、アミューズメントパークのアトラクション、文化イベント、ソーシャルメディア、そして伝統的な紙媒体からデジタルまで各種媒体で掲載されている連載コミックなどを通して「ピーナッツ」を楽しんでいただいています。さらに2018年、「ピーナッツ」は、NASAとスペース・アクト・アグリーメントで複数年の提携をしました。このスペース・アクト・アグリーメントは、宇宙探査とSTEMへの情熱を啓発するよう次世代の子供たちに向けてデザインされたプログラムです。

日本では株式会社ソニー・クリエイティブプロダクツがエージェントとして、ライセンスビジネスを展開しています。そして原作コミック連載満70周年を2020年10月2日にむかえました。これに伴い、2019年10月2日より70周年アニバーサリーイヤーがスタートしております。

■関連 URL

- ・日本のスヌーピー公式サイト <https://www.snoopy.co.jp/>
- ・日本のスヌーピー公式 Facebook ページ「Snoopy Japan」 <https://www.facebook.com/SnoopyJapan>
- ・日本のスヌーピー公式 twitter アカウント「Snoopy Japan」 <https://twitter.com/snoopyjapan>

■掲載原稿確認のお願い

- ・ご掲載いただく際は、事前に原稿を確認させていただきますようお願いいたします。
 - ・また、当社からお送りする画像をご利用の際は、必ず下記クレジットを表記してください。
- © 2021 Peanuts Worldwide LLC (短縮形 © 2021 Peanuts)