

コロナ禍で変化した暮らしに「そうじ未満の整え習慣」を提案！ クイックル新CM「くらし&クイックル」篇 3月14日より全国にて放送開始



花王クイックルは、誰でも手軽に、生活空間をキレイに整えて、自分らしい生活を楽しむことが出来る社会を目指して、“家事をもっとラクに、おうちをもっと心地よいものにする”新しい時代のライフスタイルを提案いたします。それに伴い、クイックルブランドの新CM「くらし&クイックル」篇を2022年3月14日より全国エリアにて放送を開始します。本CMでは、家族みんなが日々の生活空間を手軽に整えている様子が描かれており、「みんなで整える心地よい暮らしへ」というクイックルブランドからのメッセージが込められています。

■「くらし&クイックル」篇：<http://youtube.com/watch?v=y2SyadmzTKo>

* 公式YouTubeでは2022年3月4日より公開

■ 花王クイックル 公式ブランドサイト：<https://www.kao.co.jp/quickle/>

花王株式会社がおこなった、『「テレワークの暮らし」意識実態調査』によると、在宅勤務者は「家で快適に過ごしたい」思いが強く、「ほこり・汚れが気になる」「こまめに掃除」「家事分担」の意識も出勤者に比べて高いことが分かりました。^{※1} そのようなコロナ環境下で変化した暮らしの中で、クイックルを利用して少しでも生活を快適にして欲しいという思いから、新CMの制作に至りました。また、本CMでは実際の家族を起用し、仕事前にサッとパソコン画面を拭く様子や、家族みんな楽しくそうじする様子など、クイックルが「そうじ未満の整え習慣」として生活に溶け込む様子がリアルに描かれています。

^{※1} 2021年7月独自調査による当社調べ。

調査期間：2021年7月21日(水)～26日(月)、対象：首都圏(東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県)に在住している25～64歳既婚男女、サンプル数=14405

さらに、CM公開を記念して、「サッと使える！#ちよい置きクイックル」キャンペーンを3月14日より開催します。クイックルシリーズを置いている家の場所とその理由を、ハッシュタグ「#ちよい置きクイックル」を付けてTwitter投稿いただいた方の中から、抽選で50名様に「クイックルBOX」をプレゼントします。クイックルワイパーをはじめ、シートやクリーナー、トイレクイックルなど身の回りをサッと整えるために必要なクイックル商品のセットです。詳しい内容は公式サイト内の特設キャンペーンページをご覧ください。

■「サッと使える！#ちよい置きクイックル」特設キャンペーンページ：<https://www.kao.co.jp/quickle/about/>

※特設キャンペーンページは3月14日より公開いたします。

これからもクイックルは、おそうじ負担を減らしつつも、「しっかりキレイ」が実現できる、新しいおそうじスタイルを提案してまいります。

【TVCM 概要】

CM タイトル：「くらし&クイックル」篇（30秒）

放送開始日：2022年3月14日全国エリアにて放送 *公式YouTube2022年3月4日公開

楽曲：『MY BABY JUST CARE FOR ME』（Hana Hope）

【プロフィール】



Hana Hope

2006年生まれ。東京都出身。幼い頃から歌うことや曲作りが大好きで、11歳より日本や海外にてライブ・パフォーマンスを重ねる。ソロ・デビュー以前から多くのミュージシャンよりヴォーカリストとしての依頼を受け、高橋幸宏、佐橋佳幸、細野晴臣、ROTH BART BARON、TOWA TEI、鈴木慶一、am8 など錚々たるアーティストと共演。2020年には老舗レコーディング・スタジオ、音響ハウスの映画「Melody-Go-Round」に出演。同名のエンディング・テーマソ

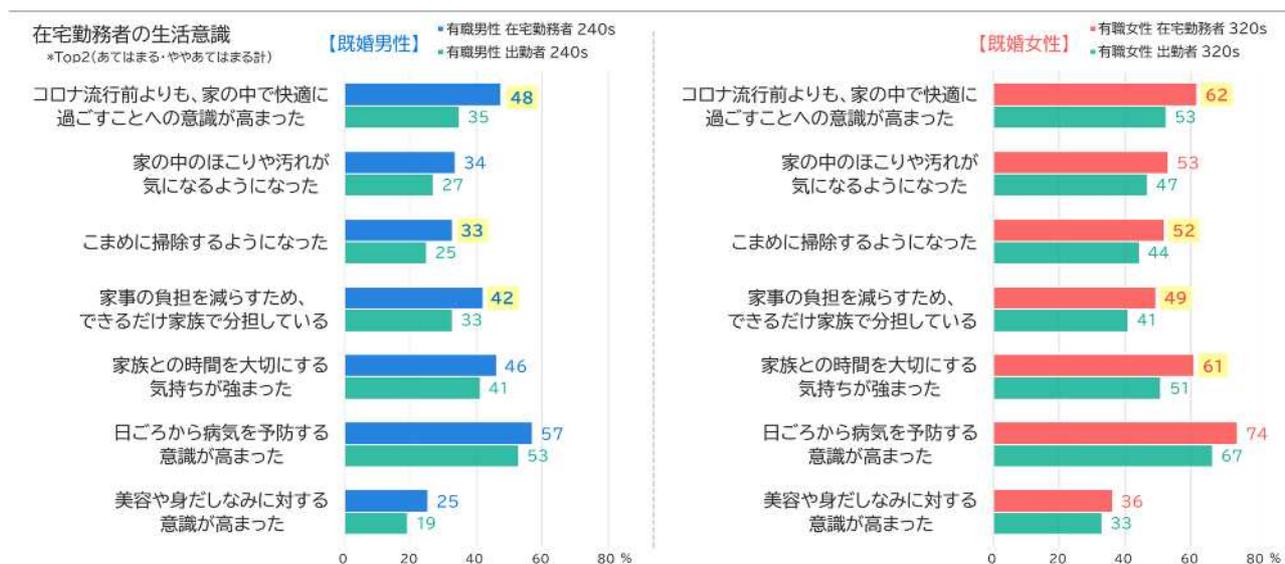
ングを飾る。2021年には細田守監督の映画「竜とそばかすの姫」で声優デビュー。2022年2月25日、ファースト・デビュー・シングル「Sentiment」& 「Your Song」をデジタルシングルとしてリリース。

【「テレワークの暮らし」意識実態調査】

在宅勤務者は出勤者に比べて掃除に対する意識が高まっていることが判明。

花王株式会社は2021年7月に「テレワークの暮らし」意識実態調査を実施いたしました。

その結果、「在宅勤務者の生活実態」に関して、男女共に「コロナ流行前よりも、家の中で快適に過ごすことへの意識が高まった」「こまめに掃除するようになった」など、在宅勤務者は出勤者に比べて掃除に対する意識が高まっていることが分かりました。



調査概要

- 調査名：「テレワークの暮らし」意識実態調査
- 調査期間：2021年7月21日～26日
- 対象：首都圏(東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県)に在住している25～64歳既婚男女
- サンプル数 = 1440S

※「在宅勤務者の生活実態」に関しては、上記対象者のうち、有職者を抽出して分析。