

LUSHが人気アニメ「スポンジ・ボブ」とのコラボレーション商品を 6月29日(木)より発売

7月から始まるプラスチック・フリー・ジュライに向け プラ容器を使わない商品全6種を展開

英国発のナチュラルコスメブランドLUSH(ラッシュ)は、人気アニメ「スポンジ・ボブ」とのコラボレーション商品全6種(バスボム2種、ソープ、バブルバー、ボディバーム、ギフト各1種)をラッシュ公式アプリにて6月28日(水)より先行発売、全国77店舗及び公式オンラインストアにて6月29日(木)より発売いたします。夏にぴったりのフルーティーな香りに包まれるバスボム(入浴料)からボディバームまでコラボレーション商品全6種はプラスチックパッケージを使用していない環境に配慮した商品です。7月は、オーストラリアのNPO団体が主催している使い捨てプラスチックの使用削減を目指す参加型エコチャレンジ「Plastic Free July(プラスチック・フリー・ジュライ)」があり、毎年注目が高まっています。今年の夏は「スポンジ・ボブ」たちと一緒に、彼らが暮らす海にこれ以上プラスチックごみを増やさない、環境に配慮したワクワクいっぱいのバスタイムを楽しんでみませんか。



「スポンジ・ボブ」とのコラボレーションの背景

ラッシュは常にプラスチックパッケージを使用しない「ネイキッド(裸)商品」を提案するブランドの先駆者として商品開発を進めてきました。パラマウントが「スポンジ・ボブ」と仲間たちが暮らす海に年間約1100万トン(※1)ものプラスチックごみが流入している状況を受け、昨年スタートしたプラスチック削減と海の環境を守るための取り組み「[オペレーション・シー・チェンジ](https://www.paramount.com/operation-sea-change)」とタッグを組み今回のコラボレーションを実施することとなりました。

(※1)オペレーション・シー・チェンジ <https://www.paramount.com/operation-sea-change>

【商品情報】

夏らしいトロピカルな香りのバスタイムを楽しむことができる、プラスチックパッケージフリーの特別な全6種がラインナップ。今年の夏は幸せなバスタイムを楽しむと同時に、プラスチックの使用を減らし海を守っていきましょう。

スポンジ・ボブ ボム

(バスボム)
¥850(税込)

パイナップルのお風呂に飛び込み、お肌をつるつるにして自分史上最高のバスタイムを過ごすことができる「スポンジ・ボブ」の形をしたバスボム。酵素を含むパイナップル、スイートワイルドオレンジをブレンドしたパッションフルーツのような香りが特徴です。ポッピングキャンディの弾ける音がバスタイムを更に盛り上げます。



サプライズド パトリック

(バスボム)
¥850(税込)

「スポンジ・ボブ」の大親友のヒトデ「パトリック」をモチーフにしたこのバスボムをお湯に浮かべると、パチパチとポッピングキャンディの音が弾け、バニラとココナツの甘い香りに包まれます。音や香りとともに、忘れられない夕焼けのような桃色のバスアートもお楽しみください。また、ココナツミルクパウダーのクリーミーなふんわりとしたお湯は、お肌をなめらかに整えます。

カーニーバス

(ギフト)

¥2,500(税込)

「スポンジ・ボブ」が働く人気バーガー店「カーニー」の看板商品であるバーガーをモチーフにしたギフトセットです。パンズの形をした2つのバスボムの間にパーティ型のシトラス香るバブルバー、そしてフルーティーな香りのレタスとトマトの形をしたソープを挟んでいます。企業秘密のレシピをお肌で味わってみましょう。



スポンジ・ボブ

(ソープ)

¥980(税込)

フレッシュでフルーティーなソープをお探しの方におすすめの「スポンジ・ボブ」をモチーフにしたソープ。フレッシュなパイナップル果汁とブチオイルをブレンドしたソープを泡立てると、フルーティーな香りが広がります。エキストラバージンココナツオイルはお肌に潤いをもたらします。

スポンジ・ボブの家

(ボディバーム)

¥1,500(税込)

海底にある「スポンジ・ボブ」の家をモチーフにしたプラスチックパッケージを脱ぎ捨てた固形のボディバーム。清潔で乾いたお肌の上にはやさしくすべらせると、カカオバター、シアバターがとろけて、しっとり潤いのある状態に。フレッシュなパイナップル果汁とダバナオイルがトロピカルで甘い香りを漂わせます。



イカルド

(バブルバー)

¥940(税込)

ふわふわの泡でいつものバスタイムをいやしの時間にしてくれるバブルバー(泡風呂用入浴料)です。ライムとスマレが香るふわふわ心地よい泡の中で、リラックスをしながら悩みやひねくれた気持ちを忘れましょう。ライムとスマレのカクテルのマルガリータのような香りに包まれながら、海藻エキスがお肌を柔らかく導きます。爽やかな香りが気分も高めてくれます。

コラボ商品は6月29日(木)公開

全国77店舗: <https://weare.lush.com/jp/lush-life/our-company/storelist/>

公式オンラインストア: <https://www.lush.com/jp/ja/>

公式アプリ(6月28日先行公開): <https://www.lush.com/jp/ja/a/download-the-app>

#SPONGEBOBXLUSH

プラスチックパッケージを使用しない「ネイキッド」商品について

ラッシュの共同創立者のひとりであるモー・コンスタンティンはシャンプーバー(固形シャンプー)やバスボム(入浴料)など現在のコスメ業界では多く目にするような商品を30年以上前に発明しました。更に、ラッシュは長年にわたり固形石鹸で手を洗うことを推進してきました。それは、リサイクルすることが難しいプラスチック製のポンプ付き容器の液体ソープより環境に配慮していること。また、長年行われてきた最も衛生的な方法であると言われていました。このように長年にわたり環境に配慮した商品を開発し続けてきたラッシュでは、全商品の6割以上を商品を使用するときにはごみになってしまうプラスチックパッケージを使用していない「ネイキッド(裸)」の状態の販売をしています。また、日本でも10年以上のトライアンドエラーを繰り返しながら、2016年より順次ネイキッド商品の販売を実現しています。

「オペレーション・シー・チェンジ」とタグを組み、ラッシュが守ろうとしているもののひとつである海に暮らすアイコン的なキャラクターである「スポンジ・ボブ」とのコラボレーションを通してプラスチックパッケージフリーのアイテムを開発することは、プラスチックごみ問題解決を前進させる一歩になると考えています。

「スポンジ・ボブ」について

1999年7月17日の放送開始以来、スポンジ・ボブは19年連続で最も視聴率の高いアニメシリーズとしてたくさんの愛されるキャラクターを生み出し、ポップやカルチャーのキャッチフレーズやミーム、映画化や、さまざまな商品、さらにトニー賞を受賞したブロードウェイ・ミュージカルなどを展開し、世界中にファンを拡大してきました。スポンジ・ボブはバイアコム・インターナショナル・メディア・ネットワークスの歴史の中で最も多くの国で配信されている作品であり、170カ国以上、30以上の言語に翻訳され、四半期ごとに平均1億以上の総視聴者数を記録しています。スポンジ・ボブは、ステファン・ヒーレンバーグが制作し、カリフォルニア州バーバンクのニコロデオンが制作しました。スポンジ・ボブと愉快的な仲間たちが深い海の底にある海底都市ビキニタウンで繰り広げる、ユーモラスで楽しい日常を描いたハイテンションアニメです。

スポンジ・ボブ公式サイト: <https://paramount.jp/spongebob/>

© 2023 Viacom International Inc. All Rights Reserved. Created by Stephen Hillenburg.

「オペレーション・シー・チェンジ」について

スポンジ・ボブは海洋生物学者が手がけた作品であり、海に対する深い愛情のもと生まれました。

現在、年間1,100万トンものプラスチックが海を汚染し、海洋動物の住処に危険をもたらしています。我々だけでなく、後世のためにも海を守ることをミッションとして掲げ、本プロジェクトを始動しました。

「スポンジ・ボブ: オペレーション・シー・チェンジ」はパラマウントのコンシューマープロダクツ部とニコロデオンによって立ち上げられました。全世界をあげた複数年実施する本施策では、ビーチクリーンの資金調達やサステナブルな商品のプロモーションを行うほか、たくさんのスポンジ・ボブファンに向けた海に関する情報発信を行います。

プログラムが科学に基づいていることを最優先に、まずはスポンジ・ボブのグッズにプラスチックがどのように使用されているか査定しました。パッケージや商品に使用されている素材の研究などをリサーチし、今後のスポンジ・ボブ商品化におけるプラスチック汚染を減らすという結論にいたりしました。

本施策で全世界の非営利団体やパートナーとのネットワークを広め、「スポンジ・ボブ: オペレーション・シー・チェンジ」の更なる高みを目指します。「スポンジ・ボブ: オペレーション・シー・チェンジ Fund at Tides Foundation」ご協力のもと、海をプラスチック汚染や生物多様性の喪失から守るためにビーチクリーンや清掃イベントを世界各地で実施します。これらのパートナーシップで、向こう4年間で200万キロ以上の海洋ゴミを収集する予定です。

バイアコム・ネットワークス・ジャパン株式会社について

バイアコム・ネットワークス・ジャパン株式会社は、世界的なメディア・エンタテインメント企業であるViacomCBSの子会社であるViacomCBS International Media Networks International (VCNI)の日本法人で、ユース向けの世界的なメディアブランドである「MTV」、キッズ & ファミリー向けのナンバーワンエンターテインメントブランドである「ニコロデオン」に加えて、Smithsonian Channel、AwesomenessTV、Channel 5、Telefeなどのポートフォリオを持ち、テレビやデジタルメディアを含む複数のプラットフォームで高品質なコンテンツを提供しています。

ラッシュの商品について

ラッシュの商品は、イギリスで開発され、日本のキッチンと呼ばれる製造拠点で手作りしています。

ラッシュについて

ラッシュは、新鮮な野菜や果物を使った100%ベジタリアン対応のナチュラルコスメブランドです。約95%の商品がヴィーガン対応です。エッセンシャルオイルをふんだんに使用し、動物実験をせず、可能な限り合成保存料に頼らない処方です。手作りのスキンケア、ヘアケア、バス製品などですべての人の健やかな肌や髪のために役立ちたいと考えます。原材料の新鮮さ、本質的な意味においてオーガニックであることに価値をおいて開発する商品は、フレッシュなうちに使用することで原材料の効果を最大限実感することができますと信じています。「ラッシュ」の名が示す通り、毎日の生活を「みずみずしく豊か」に、よりハッピーでヘルシーなものにしたいと考えます。倫理的であること、そしてサステナビリティのその先を目指し、原材料調達から商品開発やパッケージの資材調達など、リジェネラティブであること(再生可能性)を最優先にあらゆる企業活動を行っています。(<https://www.lush.com/jp/>)