

【報道関係者各位】

2024年11月7日
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

世界で注目されるエコマインド。4割の人が日用品のエシカル消費経験あり^{※1}

地球に優しい家庭用クリーナー「Cif^{※2}」がイオンで先行発売決定！

「Cif クリーンブースト スプレー キッチンクリーナー」

「Cif クリーンブースト スプレー バスクリーナー」

環境配慮に特化した濃縮つめかえ用も同日11月18日（月）より発売開始

「Cif」は「ジフ」として日本で愛されている商品であり、「ジフ」はハウスクリーナーとして多くの方に愛用いただいております。

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）が展開する家庭用クリーナーブランド「Cif」は、地球に優しい家庭用クリーナー「Cif クリーンブースト スプレー」2種を2024年11月18日（月）より、本州・四国の「イオン」「イオンスタイル」等にて先行発売します。



汚れに厳しく、地球にやさしく^{※1}。100%天然由来成分配合^{※2,3}

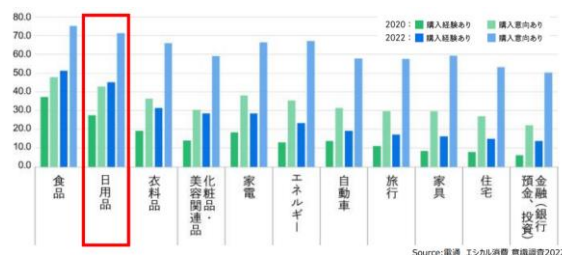
^{※1} つめかえ用使用時、^{※2} バスクリーナー：100%天然由来 水垢除去成分（クエン酸）配合、^{※3} キッチンクリーナー：100%天然由来 洗浄成分（アルキルアミノオキッド）配合

■「高い洗浄力+家に優しい」が特徴の家庭用クリーナー「Cif」

家庭用クリーナーでは高い洗浄力を誇る商品が取り扱いに注意が必要、ということがあります。一方で、天然成分「カルサイト」という細かい研磨剤が入った液体タイプのクレンザーの「Cif」は、ステンレス、タイル、ホーローなど家庭内にあるほとんどの場所に使用することができ、ほとんど傷をつけずに汚れを強力に落とすことが可能です。

■エコマインド消費が注目される中、「Cif」から地球にも優しい新商品が登場

環境問題に対する意識を表す“エコマインド”が、近年世界で注目されています。特に日常生活における消費活動において、環境に優しい商品を積極的に消費するエシカル消費を実際に行う人が増加傾向にあり、日用品カテゴリにおいては、環境に配慮された商品に対して「購入経験あり」「購入意向あり」の割合が、2020年と比較して2022年はどちらも大幅に増加しています。^{※1}



そんな中、今回新商品として登場するのは、「Cif クリーンブースト スプレー キッチンクリーナー」「Cif クリーンブースト スプレー バスクリーナー」の2種類です。100%天然由来成分^{※3}とエッセンシャルオイル^{※4}配合処方です。本体ボトルは、中身を使い切った後も濃縮液を希釈することで繰り返し再利用でき、トリガー部分はリサイクルしやすいように100%プラスチックでできています。つめかえ用は濃縮タイプで、プラスチックの使用量をボトル製品に比べて約73%減らすことができ^{※5}、また、つめかえ用に使用している箱には再生紙を使用しているため、地球にやさしい製品となっています。

【購入場所】

本州・四国の「イオン」「イオンスタイル」等

【製品概要】



製品名 : Cif クリーンブースト スプレー キッチンクリーナー／バスクリーナー
 発売日 : 11月18日(月)
 価格 : オープン価格
 内容量 : 750g



製品名 : Cif クリーンブースト スプレー キッチンクリーナー つめかえ用
 発売日 : 11月18日(月)
 価格 : オープン価格
 内容量 : 70g



製品名 : Cif クリーンブースト スプレー バスクリーナー つめかえ用
 発売日 : 11月18日(月)
 価格 : オープン価格
 内容量 : 75g

■『ジフ』 クリームクレンザー

住まいの掃除番。クリームクレンザー。がんこな汚れやツヤには、これ1本！

日本では、1980年に住居用洗剤のクリームクレンザーを発売して以来、キッチンお掃除のスペシャリストとして、長く支持され続けています。石英などの研磨材を使用しているクリームクレンザーの場合はステンレスなどにキズをつけてしまう恐れがありますが、ジフに使われている研磨材はガラスやステンレスより柔らかい100%天然成分「カルサイト」を使用していることから、キッチンやお風呂を傷つけにくいのが特長です。

■ユニリーバのプラスチックへの取り組み

ユニリーバは、「サステナビリティを暮らしの“あたりまえ”に」というパーパス（目的）のもと、プラスチックがごみにならない循環型社会に向けて、どんな製品にするのかを決め、素材を選んでつくる場所はもちろん、ご家庭で使い終わった後のことにも企業として責任を持ち、さまざまなパートナーとともに世界中で変化を起こしています。日本でも、パッケージの軽量化、つめかえ用製品の発売などにより、プラスチックの使用量削減に取り組んでおり、年間プラスチック使用量を 27.7%削減しました（2019 年と 2023 年の比較）。また、再生プラスチックへの切替も進めており、これまでにほぼすべての PET ボトルを rPET に変更し、主力ブランドから rPE も導入しています。さらに、つめかえ用製品の購入や使用済容器のリサイクルなどでエコポイントがたまる「UMILE（ユーマイル）プログラム」など、プラスチックの循環利用をめざすプログラムや「国際プラスチック条約企業連合（日本）」を通じてのアドボカシー活動も行っています。詳しくはユニリーバのウェブサイトをご覧ください。

"<https://www.unilever.co.jp/sustainability/approach-to-plastic/>"プラスチックへの取り組み | Unilever

※1：データソース：電通「エシカル消費 意識調査 2022」

(<https://www.dentsu.co.jp/news/item-cms/2022021-0620.pdf>)

※2：本製品は主にヨーロッパで販売されている「Cif」の輸入品です。「Cif」は「ジフ」として日本で愛されているブランドです。

※3：キッチンクリーナー：100%天然由来 洗浄成分（アルキルアミノオキッド）、バスクリーナー：100%天然由来 水垢除去成分（クエン酸）

※4：「Cif クリーンブースト スプレー キッチンクリーナー」「Cif クリーンブースト スプレーバスクリーナー」それぞれに配合

※5：単位使用量あたりの比較