

2025年3月13日(木)

＼第一三共ヘルスケア 歯周病予防ブランド「クリーンデンタル」誕生40周年記念／

歯周病に関する興味関心の拡大と正しい理解の普及を目指す 『語ろう！ ハミガキプロジェクト』始動

街なかに歯みがき体験スポットが出現！東京・名古屋で期間限定開催

「食べた後、みがいた？1日3回ハミガキで歯周病予防。街角ハミガキスポット」

第1回は東京開催！COREDO 室町テラス 大屋根広場にて、3月13日(木)～2日間限定

第一三共ヘルスケア株式会社(本社:東京都中央区、以下「当社」)は、ロングセラーの歯周病予防ブランド「クリーンデンタル」が3月に誕生40周年を迎えることを記念して、『語ろう！ ハミガキプロジェクト』を2025年3月13日(木)に始動します。年間を通じて様々な施策を実施することをお知らせいたします。



本プロジェクトは、日本人の大きな健康課題である歯周病への興味関心の拡大、また正しい知識を得ることの重要性を普及啓発することを目的として発足しました。当社が実施した全国の20～50代の男女を対象にした調査によると、おうちに悩みを抱えている生活者は約7割いるにも関わらず、歯と歯ぐきについて誰かと会話したことがある人は2割未満であり、歯や歯ぐきに関する会話・発信ができていないことが分かりました。この調査結果を受けて、現状、身近な人とも話すことの少ないオーラルケアの話が、まずはもっと気軽に語ることで身近な話題になることを目指す、『語ろう！ ハミガキプロジェクト』を始動。第1弾のコンテンツとして、街なかにクリーンデンタルでの歯みがき体験が可能な「街角ハミガキスポット」を設置。正しい歯のみがき方や歯周病についての知識をレクチャーし、「1日3回ハミガキ」の推進を行います。その他、「クリーンデンタル思い出グランプリ」と題してSNS上でオーラルケアに関するエピソードを披露いただくキャンペーン等、40周年の1年間を通して、生活者のみなさまが「語りたくなる」取り組みを行ってまいります。

『語ろう！ ハミガキプロジェクト』HP:<https://www.cleandental-40th.jp>

『語ろう！ ハミガキプロジェクト』概要

■プロジェクト発足背景

当社が実施した全国の20～50代の男女を対象にした調査によると、約7割が何らかのおくち悩みを抱えているにもかかわらず、歯や歯ぐきに関する会話・発信できていないことが分かりました。この調査結果を受けて、現状、身近な人とも話すことの少ないオーラルケアの話が、もっと気軽に語ることでできる身近な話題になることを目指す、『語ろう！ ハミガキプロジェクト』を始動することとなりました。

■コンテンツ概要

- ・食べた後、みがいた？1日3回ハミガキで歯周病予防。街角ハミガキスポット
- ・クリーンデンタル想い出投稿キャンペーン
- ・40周年記念SNSキャンペーン 等

『語ろう！ ハミガキプロジェクト』HP：<https://www.cleandental-40th.jp>

「歯みがき意識に関する調査」概要

当調査では、約7割が何らかのおくちの悩みを抱えているが、歯や歯ぐきに関する会話を誰かとしたことがある人はわずか16.9%で、SNSによる発信をしたことがある人は3.2%に留まることが明らかになりました。また、発話は少ない一方で、「歯周病予防関心層」は意外にも約4人に1人もいるという事実も。ランチ後に歯みがきができていない人は全体の7割以上を占め、「1日3回」の食後の歯みがきが実践されていないことがわかります。

■「歯みがき意識に関する調査」

TOPIC1: 約7割が何らかのおくち悩みを抱えているが、歯や歯ぐきに関する会話・発話はなかなかしていない

- ・おくちに悩みを抱えている人は69.7%
- ・おくちに悩みがあるが、歯や歯ぐきに関して誰かと会話したことがある人は16.9%
- ・おくちに悩みがあるが、歯や歯ぐきに関してSNSで発信したことがある人は3.2%

TOPIC2: 発話は少ない一方で、「歯周病予防関心層」は約4人に1人

- ・会話・発話は少ないものの、歯に対する意識についての調査では「歯周病予防に関心がある」と答えた人は約25.7%（「むし歯予防に関心がある」25.8%と同水準）

TOPIC3: 実は約7割がランチ後に歯をみがいていない

- ・ランチ後に歯をみがけていない人は全体の73.2%

歯みがき意識に関する調査

- 調査期間：2025年2月12日(水)～ 2月13日(木) ●調査機関：マクロミル
- 調査方法：インターネット調査 ●調査対象：全国の20～50代男女800人

「食べた後、みがいた？1日3回ハミガキで歯周病予防。街角ハミガキスポット」について

7割が磨けていないというランチ後の歯みがき。1日3回の歯みがきの大事さの意識づけを促すためにクリーンデンタルがハミガキスポットを全国3か所に設置しました。

歯みがきができる「ハミガキスタンド」や歯みがき体験の感想を発信できる「ハ論調査」、さらに歯周病に関する知識を学べたりと、様々な体験コンテンツをご用意しております。



【「食べた後、みがいた？1日3回ハミガキで歯周病予防。街角ハミガキスポット」詳細】

- 3月13日(木)～14日(金) : 東京 COREDO 室町テラス 大屋根広場
3月13日(木) 13:00～19:00、14日(金) 11:00～19:00
- 4月5日(土)～6日(日) : 名古屋 サカエチカマチ
4月5日(土) 13:00～19:00、6日(日) 11:00～19:00
- 5月10日(土)～11日(日) : 東京 二子玉川ライズ ガレリア
5月10日(土) 11:00～19:00、11日(日) 11:00～19:00

今後の予定は下記で告知します。

クリーンデンタル公式Xアカウント(@cleandental_L): https://x.com/cleandental_L

「クリーンデンタル思い出グランプリ投稿キャンペーン」について

40周年を迎えるクリーンデンタルですが、長年ご愛用いただいている皆さまからのクリーンデンタルとの思い出エピソードをSNSでの投稿を通じて募集する「クリーンデンタル思い出グランプリ」を開催いたします。

参加者の中から抽選で旅行券やオリジナルグッズ等の豪華賞品をプレゼント。さらに、参加者の中からグランプリに選ばれたエピソードについては映像化し、クリーンデンタルのWEBCMとして公開予定です。

【「クリーンデンタル思い出グランプリ投稿キャンペーン」詳細】

キャンペーン応募期間: 2025年3月13日(木)10:00 ~ 2025年5月16日(金)17:00

クリーンデンタル公式Xアカウント(@cleandental_L)をフォローしていただき、「#クリーンデンタル思い出グランプリ」のハッシュタグを記入し、クリーンデンタルの思い出エピソードを投稿。投稿いただいた方の中から抽選で合計440名様に豪華賞品をプレゼント。



そのほか、お客様のご愛用に感謝して展開する40周年記念SNSキャンペーン等「語りたくなる」コンテンツを展開していく予定です。

クリーンデンタルについて

「クリーンデンタル」は1985年に製薬会社が開発した歯周病※1予防歯みがきとして誕生し、40年の実績を持つロングセラーブランドです。「クリーンデンタル」歯みがきシリーズには、「トータルケアシリーズ」と「プレミアムシリーズ」があります。

「トータルケアシリーズ」は10種の薬用成分配合※2で歯と歯ぐきをトータルケアし、目的に合わせて6つのケアからお選びいただけます。「プレミアムシリーズ」は歯槽膿漏を予防するシリーズ最高峰※3の薬用歯みがきで、殺菌成分が歯周ポケットに留まる独自処方を採用しています。

いずれもその厳選された薬用成分とくせになる使用感で、高機能歯周病※1予防歯みがきとして、高い効果を求める方に選ばれ続けています。

※1 歯周病とは、歯肉炎・歯周炎（歯槽膿漏）の総称です。

※2 知覚過敏ケア、美白ケアは11種

※3 クリーンデンタルシリーズの中で取得効能数が最多



クリーンデンタル トータルケア（販売名:DS薬用歯磨きLb）、同 無研磨a（販売名:DS薬用歯磨きFb）、同 口臭ケア（販売名:DS薬用歯磨きMb）、同 知覚過敏ケア（販売名:DS薬用歯磨きSb）、同 美白ケア（販売名:DS薬用歯磨きWb）、クリーンデンタル薬用リンス トータルケア ノンアルコールタイプ（販売名:DS薬用リンスNa）、クリーンデンタル プレミアム（販売名:DSデンタルプレミアム1）、同 クールタイプ（販売名:DSデンタルプレミアム2）。いずれも[医薬部外品]

第一三共ヘルスケアについて

第一三共ヘルスケアは、第一三共グループ※4の企業理念にある「多様な医療ニーズに応える医薬品を提供する」という考えのもと、生活者自ら選択し、購入できるOTC医薬品の事業を展開しています。

現在、OTC医薬品にとどまらず、機能性スキンケア・オーラルケア・食品へと事業領域を拡張し、コーポレートスローガン「Fit for You 健やかなライフスタイルをつくるパートナーへ」を掲げ、その実現に向けて取り組んでいます。

こうした事業を通じて、自分自身で健康を守り対処する「セルフケア」を推進し、誰もがより健康で美しくあり続けることのできる社会の実現に貢献します。

※4 第一三共グループは、イノバティブ医薬品（新薬）・ワクチン・OTC医薬品の事業を展開しています。