報道関係者各位
プレスリリース

2019 年 5 月 21 日
ソフトブレーン・フィールド株式会社

オーラルケアの意識、３人に１人が１年前と比較して「高まった」「歯周病予防ハミガキ粉」に支持あつまる

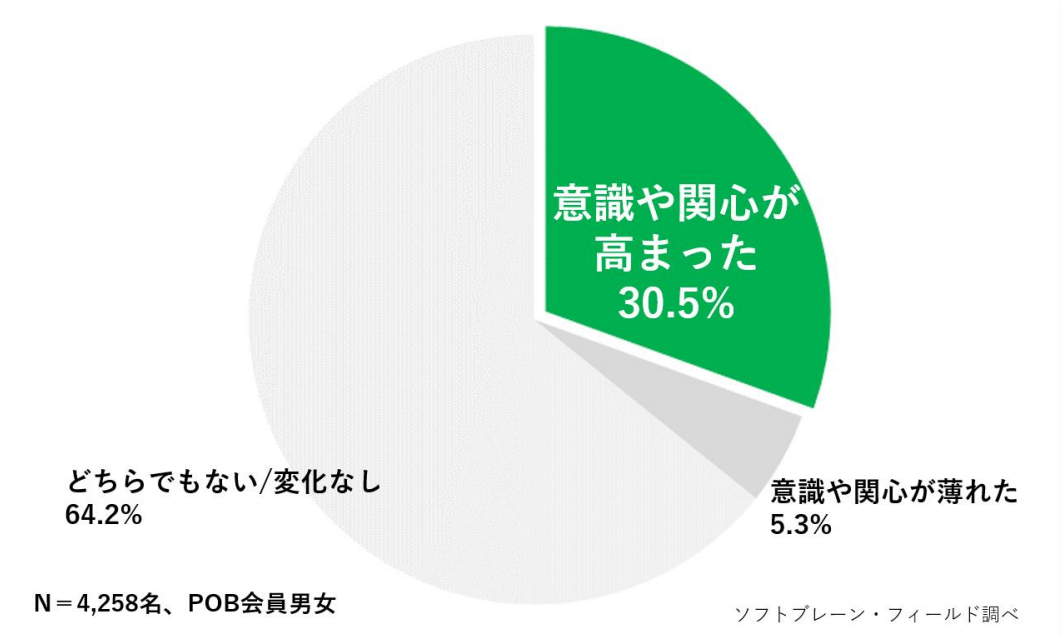
～「オーラルケアに関するアンケート調査」～

[調査結果のポイント]
・オーラルケアの意識や関心が１年前と比較して「高まった」と感じている人が、30.5%で３人に１人が高まったと感じている。
・ハミガキ粉を購入する際に重視することは、「効果・効能」が65.2%で最多で、「価格」が56.0%、「味」が24.9%と続く。
・ハミガキ粉に期待する効果は、「洗浄効果」が60.4%が最多で、「歯周病予防」が58.1%、「虫歯予防」が53.1%、「口臭予防」52.2%と続く。
・当社独自に収集するPOBデータの「ハミガキ粉カテゴリ（レシート枚数約9,350枚：調査期間2018年１月～2019年２月）」からトレンドを分析すると、POB会員が購入したハミガキ粉は、１位「ライオン クリニカハミガキ（7.2%）」、２位「サンスター ガム・デンタルペースト（4.8%）」、３位「ライオン システマEXハミガキ(4.1%)」、４位「グラクソ・スミスクライン シュミテクト 歯周病ケア（3.4%）」、５位「花王 クリアクリーン（2.4%）」と続き、上位５商品のうち３商品が歯周病予防を目的とした商品であった。

毎年６月４日は「６（む）・４（し）」にちなんで日本歯科医師会が「むし歯予防の日」として制定しており、６月４日から10日までの１週間は、「歯と口の健康週間」を実施しています。それに先立ち、フィールド・クラウドソーシング事業を展開するソフトブレーン・フィールド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®」（以下POB）アンケートモニター（n=4,258名 男女20代～60代）を対象に、「オーラルケアに関するアンケート」を2019年４月19日（金）～４月22日（月）にかけて実施しましたので、報告いたします。（調査概要４P参照）

最初に、オーラルケアの意識や関心は１年前と比較して変化したか調査をしました。

図表１）オーラルケアの意識や関心は、１年前と比較して変化しましたか？



オーラルケアの意識や関心が１年前と比較して「高まった」と感じている人が、30.5%となり、３人に１人が高まったと感じていることがわかりました。

次からは、ハミガキ粉を購入する際に重視することや、期待する効果を調査しました。

図表２）ハミガキ粉を購入する際に重視することは？（複数回答）

項目	（%）
１．効果・効能	65.2%
２．価格	56.0%
３．味	24.9%
４．配合成分	23.2%
５．爽快感	19.2%

5位までの回答を抜粋
N＝4,258名、POB会員男女

ソフトブレーン・フィールド調べ

まず、ハミガキ粉に期待する効果は、「効果・効能」が65.2%でもっとも多く、「価格」の56.6%、「味」が24.9%、「（フッ素などの）配合成分」が23.2%、「（磨いた後の）爽快感」が19.2%と続きました。

図表３）ハミガキ粉に期待する効果は？（複数回答）

項目	（%）
１．洗浄効果	60.4%
２．歯周病予防	58.1%
３．虫歯予防	53.1%
４．口臭予防	52.2%
５．殺菌効果	38.9%

5位までの回答を抜粋　　ソフトブレーン・フィールド調べ

N＝4,258名、POB会員男女

そして、ハミガキ粉に期待する効果は「洗浄効果」が60.4%でもっとも多く、「歯周病予防」が58.1%、「虫歯予防」が53.1%、「口臭予防」が52.2%、「殺菌効果」が38.9%と続きました。

次に、実際にどのハミガキ粉が買われているか、当社独自に収集するPOBデータの「ハミガキ粉カテゴリ（レシート枚数約9,350枚：調査期間2018年１月～2019年２月）」から、トレンドを分析しました。

参考①）POB会員のレシートからみる「ハミガキ粉」購入商品

No,	商品名	（%）
1	ライオン クリニカハミガキ	7.2%
2	サンスター ガム・デンタルペースト	4.8%
3	ライオン システマEXハミガキ	4.1%
4	グラクソ・スミスクライン シュミテクト 歯周病ケア	3.4%
5	花王 クリアクリーン	2.4%
6	ライオン システマハグキプラスハミガキ	2.4%
7	グラクソ・スミスクライン アクアフレッシュ	1.9%
8	花王 ガードハロー薬用ハミガキ	1.7%
9	ライオン クリニカアドバンテージ ハミガキ	1.6%
10	サンスター オーラツーミー ステインクリアペースト	1.6%

ソフトブレーン・フィールド調べ

調査期間：2018年1月1日～2019年2月28日　マルチプルID-POS「Point of Buy」より
※全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、
実際の飲食店ごとのレシートを通して集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

調査期間における、POB会員が購入したハミガキ粉は、１位「ライオン クリニカハミガキ（7.2%）」、２位「サンスター ガム・デンタルペースト（4.8%）」と、定番人気商品が続く中、昨年４月に“30代からの歯周病セルフケア”を提案するブランドとしてリニューアルをした「ライオン システマEXハミガキ(4.1%)」が３位となり、衰えてきた歯ぐきの細胞を活性化し歯周病を防ぐ「ライオン システマハグキプラスハミガキ（2.4%）」が６位となり、歯周病ケアの「システマ」が２商品ランクインしました。

「ライオン　システマ」をセレクトして、購入理由をみると、まず「システマEXハミガキ」の購入者からは、「歯周病予防という宣伝に惹かれて選んだ（30代女性）」や、「歯周病が予防に効果的で、磨いた後のすっきり感が気に入っている（40代女性）」など、歯周病リスクを意識する30代～40代の購入者が目立ちました。また、「システマハグキプラスハミガキ」の購入理由をみると、「パッケージが目立って歯によさそうな成分が入っていたので、当商品にした（50代男性）」や「パッケージに惹かれて購入。歯周病に対してオールマイティに効果があるのかなと思った（50代女性）」など、“歯ぐき活性化”など商品特徴がわかりやすく書かれたピンク色のパッケージが目に入り売り場で、購入決定したという声がありました。

どちらも現代人の口内環境の悩みの1つである「歯周病ケア」を目的とした商品ですが、「システマEX」は30代～40代の早期ケア、「ハグキプラス」は、50代以降の歯ぐきケアを提案することで、消費者の年代に合った悩みに応え、健康な口内環境づくりに着目することで、あらゆる年代のファンを醸成できていることが伺えます。

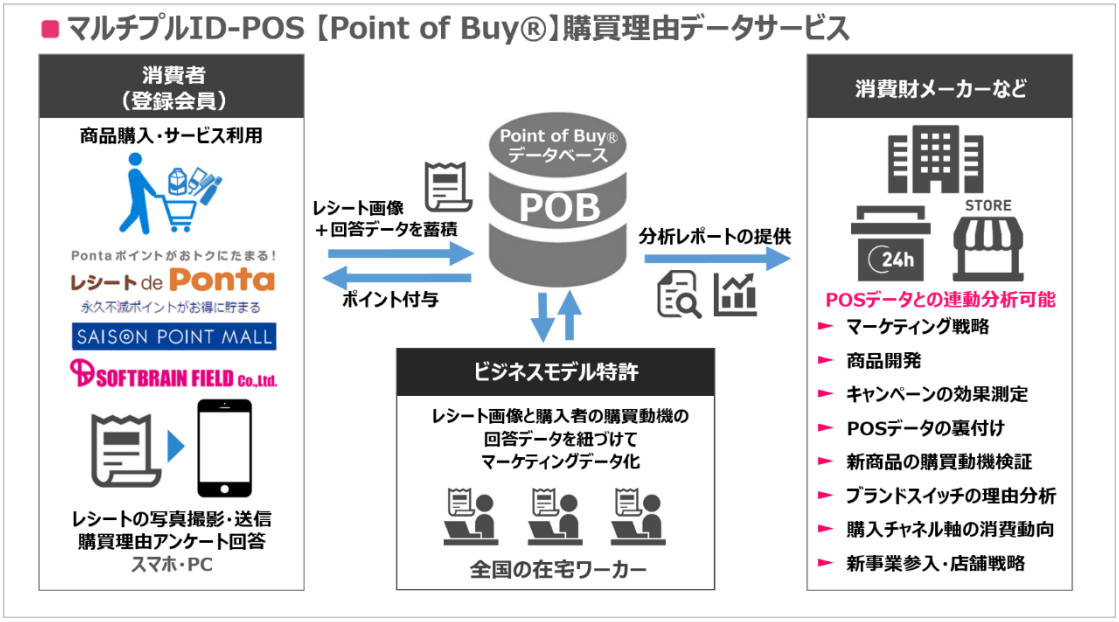
今回の調査結果からは、ハミガキ粉を購入する際に、「価格」よりも「効果効能」を重視する傾向があり、期待する効果としては「歯周病予防」と回答した方が６割近くを占める結果となりました。

情報通信技術の発達により、小型で低価格なセンサーの普及で、歯科領域の「デンタルテック」企業も登場しつつあります。背景には、歯周病などで歯科医院にかかる患者が増えていることが挙げられ、小児歯科の悩み相談サービスを手掛けるノーブナインは2020年、センサーで歯周病菌があるか調べる電動歯ブラシ「スマッシュ」を発売します。

歯ブラシもあらゆるモノがネットにつながる「IoT」機器となることが今後予想されており、そういった動きにも注目していきたいと思います。

【調査概要】

調査対象	全国のPOB会員アンケートモニター					
調査方法	インターネットリサーチ					
年代	20代	30代	40代	50代	60代以上	総計
女性	99	482	868	701	272	2,422
男性	35	142	461	644	554	1,836
総計	134	624	1,329	1,345	826	4,258
調査日時	2019/4/19～4/22					
調査機関	ソフトブレーン・フィールド株式会社					



Point of Buy®データベースは、全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店利用者ごとのレシート（利用証明として）を通して集計したマルチプルリテール購買データです。

同一個人（シングルソース）から「消費行動」に関わる複数種類のデータを収集しており、ショッパーの行動結果からリアルなショッパーの実態に直接迫り、マーケティング戦略に不可欠なデータを、“より精度を高く” 企業・メーカーに提供します。

集計対象は、消費財カテゴリ68種類 約6,000ブランド、飲食利用カテゴリ10種類約200チェーン（2018年1月現在）。全ての利用証明に購入/利用理由（フリーコメント）がデータ化されています。

■当事業の特長：

- 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
- 「セゾンポイントモール」会員と、「Ponta Web」会員、「履歴書情報」のある当社登録会員「キャスト」で構成された約20万人のネットワークに基づく本人認証度の高いデータを提供
- 700企業以上のチェーン情報を公開
- ビジネスモデル特許による全チェーン共通オリジナルブランドマスター（※JICFS/IFDBベース）を生成

詳細はこちら https://www.sbfield.co.jp/press/20170222-10722

※JICFS/IFDB：JANコード統合商品データベース （一財）流通システム開発センター

■ サービス詳細参照ページ：

・「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®」 https://www.sbfield.co.jp/multi-idpos

・レシートで貯める https://aqfpob.com/

・レシート de Ponta https://ponta-receipt.jp/

・レシーポ https://receipo.com/

【ソフトブレーン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレーン・フィールド株式会社は、ソフトブレーン株式会社（市場名：東証1部・4779、本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約90,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など169,000店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第１号事業として独立しました。

「木名瀬 博のフィールド虎の巻」 URL：https://www.sbfield.co.jp/toranomaki

本社所在地 ：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設 立 ：2004 年7 月 / 資本金 ：151,499,329円

代表取締役社長 ：木名瀬 博

URL ： https://www.sbfield.co.jp/

【サービスに関するお問い合わせ先】

ソフトブレーン・フィールド株式会社 経営企画部 事業開発課 佐藤（さとう）/ 神谷（かみたに）

TEL：03-6328-3883 FAX：03-5561-8599 お問い合わせフォーム： https://www.sbfield.co.jp/contact/contact-corporation

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレーン・フィールド株式会社 経営企画部 広報担当 坂本（さかもと）/石井（いしい）

TEL：03-6328-3630 FAX：03-6328-3631 MAIL: press@sbfield.com

当社調査リリースに取材協力していただける企業を募集しています。くわしくは、press@sbfield.com よりお気軽にお問合せください。