

全国 20～69歳の男女 2,350名
オーラルケア意識調査
歯の悩み 第1位は、“歯の着色”
「その悩みが解消されるなら、歯みがき剤にいくら払いますか？」

美白歯みがき剤「アパガード」をはじめとするオーラルケア商品を開発・発売する株式会社サンギは、全国の20～69歳の男女計2,350名を対象に、オーラルケアに対する意識調査を実施いたしました。

現在抱える歯の悩み、普段使用しているオーラルケア用品やオーラルケア用品購入にかかる1か月の費用について調査し、自社商品カテゴリーである“高機能・高価格帯”の歯みがき剤に対する受容度について明らかにしました。



何らかの歯の悩みがあると回答した人は、2,350名中で約78%の1,830名。その悩みとしては、1位：歯の着色、2位：食べ物が歯にはさまる、3位：歯並び（複数選択）という結果でした。

普段使用しているオーラルケア用品について、ひと月に使用する平均金額は547円。全体の約85%が月1,000円以下と回答しています。それにもかかわらず、何らかの歯の悩みがある人に対し、自身の抱える歯の悩みが解消されるならば歯みがき剤1本にいくら払うかの質問には、平均1,029円と回答。2018年の歯みがき剤平均単価である340円の約3倍の金額を払うと回答しました。

歯みがき剤の平均単価は毎年上昇しており、500円以上の歯みがき剤のシェアが近年拡大傾向です。本調査では、何らかの歯の悩みを持つ消費者にとっては、その解消のために、高価格帯の歯みがき剤の受容があることが確認できました。

■調査概要

- ・ 調査対象：全国男女 2,350名 (20～69歳)
- ・ 調査方法：インターネットによるアンケート回答方式
- ・ 調査実施：2019年4月

●一般の方からのお問合せ先

TEL：0120-82-4101 (土日祝日を除く、平日10:00～17:00)

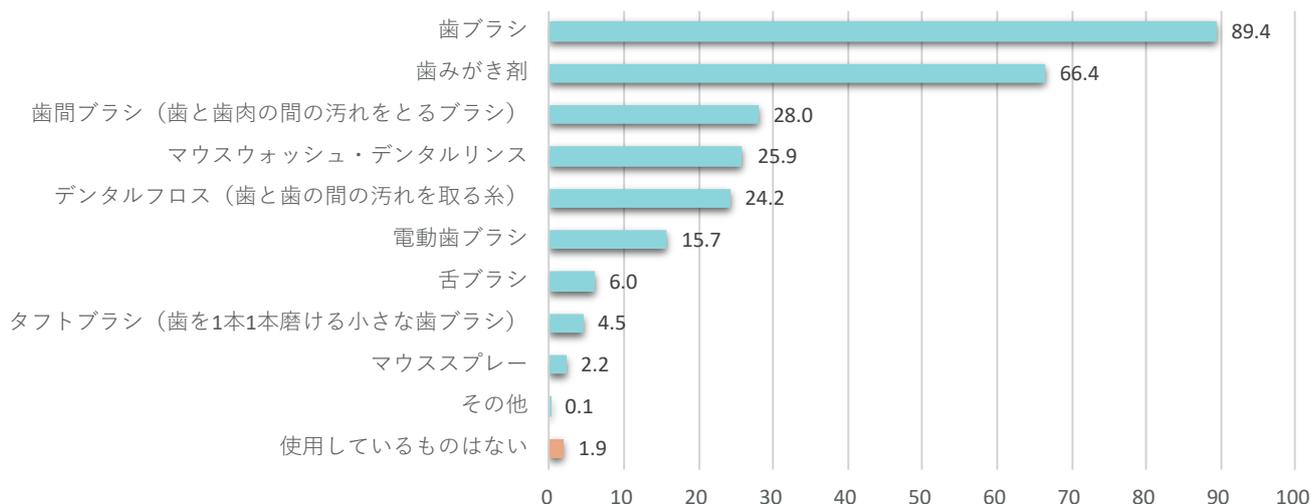
●株式会社サンギの会社概要

代表取締役社長：ロズリン・ヘイマン
設立：1974年9月
所在地：〒104-8440 東京都中央区築地 3-11-6
資本金：9億156万円
従業員数：86名
www.sangi-co.com

なお昨今、オーラルケア商品はパーソナルユースになり、歯みがき剤も家族それぞれが、むし歯予防、歯周病*予防、美白など、個人の目的に合った商品を選択する傾向が高まり、より高機能化しています。但し、オーラルケア用品については、歯みがき剤と歯ブラシ以外の、歯間ブラシ、デンタルフロス、タフトブラシなどの補助的清掃用具の使用率は、まだ低いという現状です。

*歯周病：歯肉炎・歯周炎の総称

普段使用しているオーラルケア用品（複数選択／％）



これからもサンギは、歯とお口の健康に関心が高まる情報を発信するとともに、独自のむし歯予防成分「薬用ハイドロキシアパタイト」を配合した歯みがき剤をはじめとする、歯の健康と美しさを守る商品の提案をまいります。

■オーラルケア啓発活動



8月1日「歯が命」の日
サンギが制定した記念日です。
「健康的で美しい歯の大切さ」を伝えるため、毎年様々なイベントを開催しています。

◇歯が命の日特設 WEB サイト
www.hagainochi.com

■啓発冊子



サンギでは、オーラルケアの大切さを伝えるために啓発冊子を制作し、広く配布しております。

◇保護者向け冊子「みんなの保健ノート 丈夫な歯のお話し」
累計：74万部

◇小学生向け冊子「歯のふしぎ みんなみんな歯が命」
累計：55万部

◇アパガード WEB キッズページ「歯のふしぎ」
www.apagard.com/kidspage/