



## Press Release

2023年1月11日

報道関係者各位

グラクソ・スミスクライン・コンシューマー・ヘルスケア・ジャパン株式会社

### シュミテクト やさしくホワイトニング・シュミテクト トゥルーホワイト 新アンバサダーに佐々木希さん就任！

～ 佐々木さん登場の新TVCMは、2023年1月21日(土)から全国で放送開始 ～

グラクソ・スミスクライン・コンシューマー・ヘルスケア・ジャパン株式会社(代表取締役社長:野上 麻理、本社:東京都港区、以下、GSKコンシューマー・ヘルスケア)は、日本のハミガキ販売市場で1番売れている(金額ベース<sup>\*1</sup>)知覚過敏ケアブランド「シュミテクト」シリーズから、「シュミテクト やさしくホワイトニングEX」の新TVCMを2023年1月21日(土)から全国で順次放送を開始します。またデジタルメディアのCMでは、「シュミテクト やさしくホワイトニングEX」だけでなく「シュミテクト トゥルーホワイト」も新たに配信します。



#### 佐々木希さん、ブランド新アンバサダーに就任！

「シュミテクト やさしくホワイトニングEX」「シュミテクト トゥルーホワイト」は、知覚過敏で歯がシミるのを防ぎながら、ステイン(着色汚れ)をやさしく落とし、自然な白い歯へ導く薬用ハミガキです。ブランドの新アンバサダーには、白く透明感のあるイメージをもっている佐々木希さんが就任して、新CMにご出演いただきました。セルフケア意識が高まる中、“歯がシミるのを防ぎながらホワイトニング”を訴求したCMに仕上がっています。

#### 【新CM概要】

##### 「シュミテクト やさしくホワイトニングEX」 “佐々木希さん”篇(15秒)

シミる歯でもホワイトニングができれば、と語る佐々木希さん。「シュミテクト やさしくホワイトニングEX」を“やさホワ”と呼びながら、商品の特長や、健康的で美しい白い歯の魅力を伝えています。



佐々木希さん

アイスティーでキーンて感じがして  
シミる歯でもホワイトニング  
できたらいいですね



薦められたハミガキは？



シュミテクトの  
やさしくホワイトニング



シミるのとホワイトニング  
同時にできたら  
ほんとに嬉しい！



やさホワ～



トゥルーホワイトも



**【プロフィール】**

佐々木 希  
生年月日：1988年2月8日  
出生地：秋田県

**【略歴】**

2006年芸能界デビュー。モデル・女優として、映画やドラマ、CM、雑誌など幅広い分野で活躍中。現在、KTV・CX「所JAPAN」、Eテレ「すてきにハンドメイド」でレギュラーとして出演中。また、ワンマイルウェアブランド「iNtimité（アンティミテ）」を手掛ける。

【©田中雅也 (TRON)】

**【新CM放送・配信・公開概要】**

新TVCMは、シュミテクト公式YouTubeチャンネル「シュミテクト&PROエナメル」でも、本日より公開します。

シュミテクト&PROエナメル YouTube公式チャンネル

[https://www.youtube.com/channel/UC\\_skf0bUhHljJQJpeUPX-Ng](https://www.youtube.com/channel/UC_skf0bUhHljJQJpeUPX-Ng)

**【製品概要】**

「シュミテクト やさしくホワイトニング EX」



製品名	「高濃度フッ素配合＜1450ppm＞薬用シュミテクト やさしくホワイトニング EX」（医薬部外品） 90g 販売名：シュミテクト zlf
効能・効果	歯がしみるのを防ぐ。ムシ歯の発生および進行の予防。歯を白くする。口中を浄化する。口中を爽快にする。歯石の沈着を防ぐ。タバコのヤニを除去する。 (6歳未満のお子様へのご使用はお控えください。)
製造販売元	グラクソ・スミスクライン・コンシューマー・ヘルスケア・ジャパン株式会社
発売元	アース製薬株式会社
希望小売価格	オープン価格(90g)

販売先	全国の薬局・薬店、スーパー、ホームセンターなど
製品サイト	<a href="https://www.hagashimiru.jp/products.html">https://www.hagashimiru.jp/products.html</a>

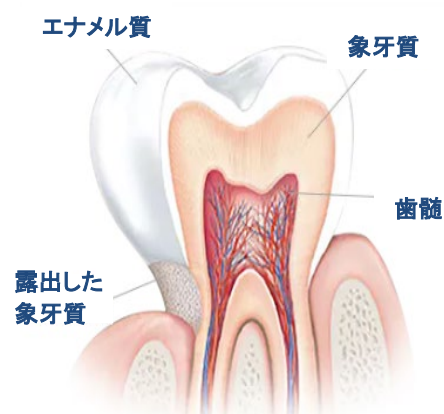


## 「シュミテクト トゥルーホワイト」

製品名	「高濃度フッ素配合＜1450ppm＞薬用シュミテクトトゥルーホワイト」（医薬部外品）90g 販売名：シュミテクト zif
効能・効果	歯がシミるのを防ぐ。ムシ歯の発生および進行の予防。歯を白くする。歯石の沈着を防ぐ。タバコのヤニを除去する。口中を浄化する。口中を爽快にする。 (6歳未満のお子様へのご使用はお控えください。)
製造販売元	グラクソ・スミスクライン・コンシューマー・ヘルスケア・ジャパン株式会社
発売元	アース製薬株式会社
希望小売価格	オープン価格(80g)
販売先	全国の薬局・薬店、スーパー、ホームセンターなど
製品サイト	<a href="https://www.hagashimiru.jp/products.html">https://www.hagashimiru.jp/products.html</a>

## ◇知覚過敏症状が起きるメカニズム◇

1. 歯のエナメル質がすり減るなどの原因により、象牙質が露出する
2. 象牙質を通じて歯髄神経(歯の神経)に刺激が届く
3. 歯に瞬間的な“キンとした痛み”が生じる  
(知覚過敏の特徴は継続的な痛みでなく一時的に歯がシミます)



### 知覚過敏の主な原因

- ✓ 歯ぐきが下がる(加齢、歯周病など)
- ✓ ストレスによる歯ぎしり・噛みしめの増加
- ✓ 過度のブラッシングによって歯の表面(エナメル質)が傷つく
- ✓ “酸”の過剰摂取によって、歯の表面(エナメル質)がダメージを受ける  
(酸はスポーツ飲料や炭酸系飲料、ワイン、ドレッシング、フルーツなど、日常の食事に含まれます)

### 16年連続成長を続ける成長ブランド！

知覚過敏ケアハミガキブランド「シュミテクト」は、2005年度以来売り上げを伸ばし続け、2022年12月時点で、16年連続成長しています。2021年度は、金額シェア16%、年間全ハミガキブランド売上げベースで1位\*1を維持しています。



### ハミガキ市場を「シュミテクト」が牽引！

2021年度のハミガキ市場販売金額は1,290億円となっており、また同市場全体の成長率は、2019年度から3年間で+6%(+72.4億円)伸びています。そのうち「シュミテクト」は、2019年度比+21%(+34.6億円)で、市場全体の成長率の中でみると実にその47.8%を占めています。このことから、「シュミテクト」の拡大がハミガキ市場の拡大をリードしていることが分かります。

※枠内は全てインテージ調べ

### “キンとした痛み”。成人の3人に1人が知覚過敏。

知覚過敏は歯周病などによる歯ぐきの退縮により、刺激が露出した象牙細管を通じて歯の神経に伝わり、一過性の痛みを生じる症状です。この症状は成人の約3人に1人が経験\*2しています。

知覚過敏はストレスによる歯ぎしり・噛みしめの増加や、過度のブラッシングによって歯の表面(エナメル質)が

傷つくことでも起こります。その他にも、スポーツ飲料、炭酸系飲料、ワインやフルーツ類などに含まれる“酸”の摂取によって、歯の表面(エナメル質)がダメージを受けることで起こることもあり、年齢性別に関係なく起こり得ます。季節や時間帯に関係なく、24 時間 365 日起こり得るため、日々のセルフケアと定期的な歯科検診を受けることが重要です。

\*1) インテージ SRI+ 歯みがき市場 2021 年 1 月～2021 年 12 月累計 (販売金額)

\*2) 2014 Oral Health Care Categories Incidence and Penetration Omnibus (N=1000)

### **【グラクソ・スミスクライン・コンシューマー・ヘルスケア・ジャパン株式会社】**

グラクソ・スミスクライン・コンシューマー・ヘルスケア・ジャパンは、コンシューマーヘルス分野における世界的リーダーである Haleon(ヘイリオン)(本社・英国)の日本法人です。Haleon は世界中で何百万人もの消費者から信頼されている数多くのブランドを展開、170 の市場にて 22,000 人以上の従業員を擁し、「Deliver better everyday health with humanity」(もっと健康に、ずっと寄りそって)というパーパスの実現を目指しています。

当社は日本国内にて「シュミテクト」「カムテクト」「ポリデント」などのオーラルヘルスケア製品、「コンタック」「ボルタレン」をはじめとした OTC 医薬品などを展開しています。