

7月25日は「知覚過敏の日」！

「#知覚過敏スルー界限」からの卒業キャンペーンを本日より開催

合計150名様にシュミテクト製品やQUOカードPayが当たる！

20-30代の約60%に歯がシミる経験あり！そのうち約80%がケアをせず放置

あなたも、いつの間にか仲間入りしているかも？

Haleon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）は、知覚過敏ケアブランド売上No.1^{*1}のハミガキブランド「シュミテクト」にて、シュミテクト製品やオリジナルデザインQUOカードPay500円分が合計150名様に当たる「#知覚過敏スルー界限」からの卒業キャンペーンを2025年7月10日（木）～7月25日（金）で実施いたします。

その場で当たる!?

「#知覚過敏スルー界限」卒業キャンペーン vol.1



シュミテクトセット
医薬部外品、シュミテクトがf2
※6歳以上用
※歯がシミるのを防ぐ
20名様

毎日参加可能!/
フォロー&リポストで
期間中合計
50名様に
プレゼント!

オリジナルデザイン
QUOカードPay
500円分
30名様

キャンペーン期間: 7月10日(木)～7月24日(木) ※計15日

その場で当たる!?

「#知覚過敏スルー界限」卒業キャンペーン vol.2



シュミテクトセット
医薬部外品、シュミテクトがf2
※6歳以上用
※歯がシミるのを防ぐ
30名様

本日限定!/
フォロー&リポストで
合計**100名様に**
プレゼント!

オリジナルデザイン
QUOカードPay
500円分
70名様

キャンペーン期間: 「#知覚過敏の日」7月25日(金)のみ!
🕒 10:00～13:00 当選率アップ!

■「#知覚過敏スルー界限」とは

Haleonジャパンは、昨今のオーラルヘルスケアへの意識の高まりや、外見のケアとして歯のホワイトニングに注目が高まっていること^{*2}を背景に、歯がシミることに関する実態やそのケアに対する認識・行動を明らかにするため、「歯がシミる症状に関する実態調査」を実施しました。

調査の結果、若い世代ほど歯がシミる症状を経験している人の割合が多く、20-30代の約60%が歯がシミる経験をしていることが判明しました。シミる症状を経験している人の中には、知覚過敏により歯がシミている人が多く含まれることが想定されますが、20-30代でシミる症状を経験している人のうち、約80%が適切なケアをしていないようです。このことから、知覚過敏症状のケアをスルーしている「#知覚過敏スルー界限」の存在が浮き彫りになっています。^{*3}

あなたも、いつの間にか仲間入りしているかも？

#知覚過敏スルー界限



■「#知覚過敏スルー界限」からの卒業キャンペーン 概要

Haleon ジャパンは、「#知覚過敏スルー界限」からの卒業を後押しすべく、合計 150 名様にシュミテクト製品やオリジナルデザイン QUO カード Pay が当たる X キャンペーンを実施します。特に「知覚過敏の日」である 7 月 25 日には、1 日限定で 100 名様に景品が当たる特別企画も実施。「#知覚過敏スルー界限」の皆さまのご参加をお待ちしております。

「シュミテクト」公式X：<https://x.com/shumitectjapan>

【キャンペーン①】フォロー＆リポストキャンペーン

- 期間：2025年7月10日（木）～2025年7月24日（木）23:59
- 参加方法：シュミテクト公式Xアカウント（@ShumitectJapan）をフォローし、キャンペーン応募期間中に指定のキャンペーンポストをリポストすると、当選者にはその場でDMが届きます。
- 景品内容：シュミテクト やさしくホワイトニングEX（販売名：シュミテクトzlf2、6歳以上用） & シュミテクトやさしく歯周ケア 極細シルキー コンパクトふつう（20名様）
オリジナルデザインQUOカードPay500円分（30名様）

【キャンペーン②】「知覚過敏の日」限定！フォロー＆リポストキャンペーン

- 期間：2025年7月25日（金）0:00～7月25日（金）23:59 ※一日限定
- 参加方法：シュミテクト公式Xアカウント（@ShumitectJapan）をフォローし、キャンペーン応募期間中に指定のキャンペーンポストをリポストすると、当選者にはその場でDMが届きます。
- 景品内容：シュミテクト やさしくホワイトニングEX（販売名：シュミテクトzlf2、6歳以上用） & シュミテクトやさしく歯周ケア 極細シルキー コンパクトふつう（30名様）
オリジナルデザインQUOカードPay500円分（70名様）



シュミテクト やさしくホワイトニング EX（左）
シュミテクトやさしく歯周ケア 極細シルキー コンパクトふつう（右）



オリジナルデザイン QUO カード Pay500 円分

■ 知覚過敏ケアブランド 歯がシミるのを防ぐ「シュミテクト」

10年連続ハミガキ市場でNo.1^{*1}ブランドであるシュミテクトは、知覚過敏で歯がシミるのを防ぐとともに、歯周病^{*4}などを予防。知覚過敏は、歯周病による歯ぐきの退縮などにより露出した象牙細管を通じて外部の刺激が歯の神経に伝わり、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^{*5}しています。

シュミテクト ブランド Web サイト <https://www.hagashimiru.jp/>



*ハミガキは医薬部外品

■ 参考

<知覚過敏とは>

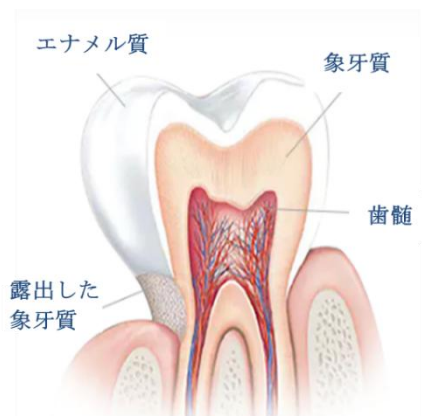
◇知覚過敏症状が起きるメカニズム◇

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. 象牙質を通じて歯の神経（歯髄）に刺激が届く
3. 歯に瞬間的な“キーンとした痛み”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・食いしばりの増加
- ✓ 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）



*1：インテージSRI ハミガキ市場累計ブランド別販売金額シェア 2015年4月-2017年3月（4～3月を1年間とする）。

インテージSRI+ ハミガキ市場累計ブランド別販売金額シェア 2017年4月-2025年3月（4～3月を1年間とする）

*2：日本歯科医師会「歯科医療に関する一般生活者意識調査2022」

*3：Haleonジャパン「歯がシミる症状に関する実態調査」

*4：歯周病は歯肉炎・歯周炎の総称です

*5：2014 Oral Health Care Categories Incidence and Penetration Omnibus（N=1000）

【Haleon ジャパン株式会社】

Haleon 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 は信頼されるサイエンス、イノベーション、そして深い人への理解をもとに数多くのブランドを展開しており、「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」「ポリグリッパ」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。

詳しくは Web サイトをご参照ください。 <https://www.haleon.com/jp>