

2025年7月30日(水)

報道関係各位

牛乳本来の味わいが分かる！？“謎歯みがき”に注目！！
口臭ケアの「ブレスラボ」が「森永のおいしい牛乳」と異色のコラボプロジェクトを実施
“口の中と息がキレイだと牛乳がおいしい”を体験者の99%が実感！！
＼この結果を信じる派？信じない派？／
7/28～8/25 Xキャンペーン実施
これからは飲食前にもブレスラボ、が新常識に？！

第一三共ヘルスケア株式会社(本社:東京都中央区)の口臭ケアブランド「ブレスラボ」は、森永乳業株式会社(本社:東京都港区)の「森永のおいしい牛乳」と異色のコラボレーションプロジェクト『本当においしい牛乳を飲む準備はできているか?』チャレンジを実施しました。このプロジェクトの概要とチャレンジの結果についてご報告いたします。また、このチャレンジの結果を受けて7月28日(月)より開始したXキャンペーンについてもお知らせいたします。

「ブレスラボ」×「森永のおいしい牛乳」コラボプロジェクトの概要

■プロジェクトの背景

「ブレスラボ」超ヘビーユーザーに、素材本来のおいしさを楽しむために「ブレスラボ」を使っている人がいた！

「ブレスラボ」は、製薬会社が『口臭の発生するメカニズム』を研究して開発した薬用歯みがき&洗口液シリーズで、充実した処方で口臭を徹底予防します。

実は今回「ブレスラボ」の超ヘビーユーザーの中には、口臭予防という本来の目的以外に、「牛乳を飲む前」に素材本来のおいしさを楽しむために「ブレスラボ」を使っている人がいるという情報を入手。そこで、「ブレスラボ」の目指す機能価値である“実感できるキレイな息”を生活者価値に置き換え、“息がキレイだとおいしい味をストレートに感じられる”ことへの実感や共感を促す取り組みとして、“素材本来の味わいを感じられる謎歯みがき”と“牛乳”という異色コラボプロジェクトを実施することになりました。

■企画コンセプト

本当においしい牛乳を飲む準備はできているか？

牛乳をこよなく愛する民に、本当の牛乳のおいしさを感じてもらう異色コラボのプロジェクト。

森永のおいしい牛乳はまるで牧場で飲む生乳のようなコクとキレ、すっきりしたおいしさは圧倒的。

え？他と変わらない？それは牛乳を飲む準備ができていないだけ。

牛乳本来の味わいを感じることができる謎歯みがき「ブレスラボ」で、

あなたも一度「牛乳本来の味わいを試してみないか」

いざ、チャレンジ



「ブレスラボ」×「森永のおいしい牛乳」チャレンジを100人が体験＆アンケート回答

モニターサイトRipreを通じて「ブレスラボ」で歯をみがいたあと「森永のおいしい牛乳」を飲むというチャレンジの体験者100人を募集し、体験後アンケートを回収しました。その結果、「ブレスラボ」使用後に「森永のおいしい牛乳」を飲むと、より風味・キレ・コクを実感できると思いましたがという問いに対して、78%の人が『実感できると思う』、21%の人が『やや実感できると思う』と答え、**実に99%の人が味の変化を実感する結果**となりました。

■「ブレスラボ」×「森永のおいしい牛乳」チャレンジ体験者アンケートの結果

TOPIC①

99%が認めた！？謎歯みがき「ブレスラボ」での歯みがきは、牛乳本来の風味を引き出す

Q 「ブレスラボ」で歯みがき後「森永のおいしい牛乳」を飲むと、より風味・キレ・コクを実感できましたか？

- A
- ・実感できると思った人は、78%
 - ・やや実感できると思う人は、21%
 - ・やや実感できないと思う人は、1%
 - ・実感しない人は、0%

99%がYES

TOPIC②

異色のコラボが、歯みがき粉選びの意識を変えた！？

Q チャレンジに参加した結果、今後は歯みがき粉選びにこだわりたいと思いましたが？

- A
- ・こだわりたいと答えた人は、90%
 - ・ややこだわりたいと答えた人は、10%
 - ・ややこだわらない／こだわらないと答えた人は、共に0%

100%がYES

APPENDIX

30代を境にオーラルケアを見直す人、「30代でスキンケア見直し派」からは10ptビハインド

Q 20代と30代でオーラルケアを変えましたか？（30代以上 n=96）

- A
- ・はいと答えた人は、77%
 - ・いいえと答えた人は、23%

【参考】

Q 20代と30代でスキンケアを変えましたか？（30代以上 n=96）

- A
- ・はいと答えた人は、87%
 - ・いいえと答えた人は、13%

スキンケア見直し派
に対し-10pt

体験＆アンケート調査

- 調査時期：2025年6月10日(火)～6月20日(金)
- 対象者：【チャレンジ体験者】全国の20～40代男女100人／【アンケートの回答者】99人
- モニター募集＆アンケート調査機関：株式会社サイバー・バズが運営するモニターサイトRipre

「#信じる派？」「#信じられない派？」賛否を問うXキャンペーンを実施中

■「ブレスラボ」×「森永のおいしい牛乳」のチャレンジ結果について、賛否を問うXキャンペーンを実施

- 【期 間】2025年7月28日(月)～8月25日(月)
 【プレゼント】5千円デジタルギフト
 【当 選 者】30名
 【方 法】X「ブレスラボ」PRアカウントでフォロー＆対象ハッシュタグをポスト



「ブレスラボ」について

■製薬会社の口臭研究から生まれた薬用歯みがきと洗口液ブランド「ブレスラボ」

ストレスや生活習慣、歯周病・・・多様な要因に合わせた大人の口をマルチにケアする「ブレスラボ」シリーズ。製薬会社の第一三共ヘルスケアが「口臭の発生メカニズム」について研究、開発し、“口臭の原因物質を吸着※1”、“口臭の原因菌を殺菌※2”、“口臭の発生原因を予防”するトリプルブロック処方で、2大口臭※3の原因を除去し、口臭を徹底予防。さらに口臭だけでなく、薬用歯みがきは、口臭を伴う諸症状(歯周病、むし歯等)をマルチケア、薬用洗口液は歯肉炎と歯垢付着をそれぞれケアします。

※1 ゼオライト ※2 CPC(塩化セチルピジリニウム)、LSS(ラウロイルサルコシン塩) ※3 口中が原因の生理的口臭と病的口臭



ブレスラボ マルチケア クリスタルクリアミント/マイルドミント(販売名: DS薬用イオン歯磨きM1/DS薬用イオン歯磨きM2)、同マルチ+美白ケア クリスタルクリアミント/マイルドミント(販売名: DS薬用イオン歯磨きPW1/DS薬用イオン歯磨きPW2)、同 マルチ+歯周ケア クリスタルクリアミント/マイルドミント(販売名: DS薬用イオン歯磨きPP1/DS薬用イオン歯磨きPP2)、ブレスラボ マウスウォッシュ マルチケア ダブルミント/シトラスミント(販売名: DS薬用イオン洗口液LM/DS薬用イオン洗口液LC)。いずれも[医薬部外品]

<ブレスラボ> <https://www.daiichisankyo-hc.co.jp/site/breathlabo/>

「森永のおいしい牛乳」について

■酪農家が認めた※4おいしさ「森永のおいしい牛乳」

やさしく蒸気で包み込む殺菌法を採用。この製法で加熱による独特な臭いを抑え、「コクがあるのに、後味すっきり」のおいしさを実現しています。おいしさへの自信があるから実現したストレートなネーミングの牛乳です。

※4 森永乳業と交流のある全国の酪農家を対象にブラインドでの試飲アンケートを実施し、おいしさの肯定率(87.5%)が、否定率(12.5%)を有意差をもって上回った結果に基づくものです。(2023年1月、N=64、有意水準5%)



<森永のおいしい牛乳> <https://www.oishi-milk.com/>

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※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。

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

<第一三共ヘルスケア> <https://www.daiichisankyo-hc.co.jp/>