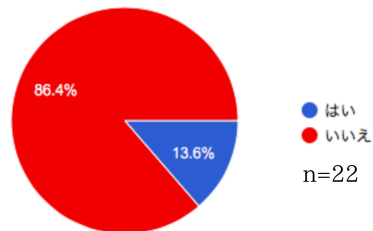


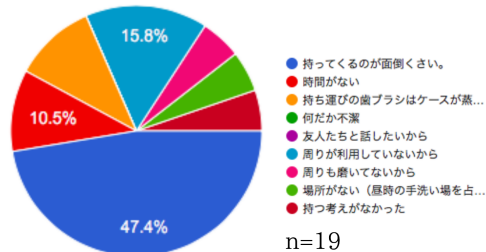
マウスウォッシュ週間のない人に プレスラボのマウスウォッシュを利用してもらうための企画

①お昼に歯磨き、
またはマウスウォッシュを利用しますか。



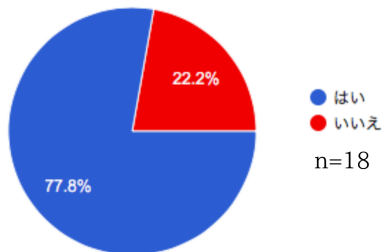
ほとんどの人がお昼に歯磨き、
またはマウスウォッシュを使用していないと答えており、
学生はお昼にしっかりと口臭ケアをする習慣がない

② ①で「いいえ」と答えた人に聞きます。
なぜ利用しないのですか？



持ってくるのがめんどくさい、持ち運びの歯ブラシは
ケースが蒸れるといった持ち運びの不便さを
感じている学生が半数以上いる。

③お昼ご飯を食べた後口臭は気になりますか？



学生は口の中をきれいにしないが、
約8割の人が口臭が気になると答えている。

<まとめ>

ほとんどの大学生が昼に口臭ケアをしていない

歯磨きセット・マウスウォッシュは
持ち運びの不便さを感じている学生が多い

口をきれいにしないけれど、
学生は昼を食べた後口臭が気になる。

目的: 大学生の口臭に対する調査
人数: 22人
対象: 大学1~4年
実施期間: 2月16日~20日

じゃあ口臭が気にならないってどんな時？

A. 歯をしっかりと磨いたあととか

A. ニンニクとか納豆とかみんなまで食べた時って
みんな一緒だから口臭気にならないよね。



大学生は口を綺麗にした後
同じものを食べた後は
口臭が気にならないと答えている学生が多い。



同じ口臭ケア用品を使えば
より口臭が気にならないのでは？

プレスラボで

プレスシェアキャンペーン

<企画概要>

開催期間: 4月~7月

開催場所: 大学内

目的: 大学生にプレスラボの良さを
知ってもらうきっかけとする

PR方法: 学内にプレスラボを期間限定で設置
大学内でのポスターを掲示

プレスラボサーバーの設置

ウォーターサーバーのプレスラボ版。
第一三共ヘルスケアさんがプレスラボを利用していない
大学生に良さを伝えるために、
大学生の試供品として作成し、大学内に設置

設置期間を2ヶ月にすることで
良さを体感した人が
外された時に、欲しいと思い購買につながる



プレスみくじカップ

カップの種類を何種類も用意し、
見た目から可愛いと思ってもらう。
プレスシェアをした人がSNSでシェアを
したくなるようにする。

裏面にはおみくじの結果が書いてある

→SNS投稿の際には特定のハッシュタグをつけてもらい
投稿してもらった中から抽選でプレスラボが当たるようにする

PR方法

大学内にポスターを掲載



口だけのポスターと
大学生が使っている様子を乗せたポスター
の二つを用意し、キャンペーンの告知を行う。

