アース製薬



30-40代のパパ・ママが使い始め、
毎日続けたくなるモンダミンのプロモーションアイデア

課題

現状	目標
「歯磨きだけで十分」「面倒」 という認識のため必要性が低く、 30-40代の利用率が低い	30-40代の新規ユーザーを獲得し、 毎日の新習慣として定着させる

課題

オーラルケアの重要性を伝えるだけではなく、
モンダミンを「つい使い続けたくなる」仕掛けづくり

ターゲット分析

ターゲット：30-40代パパ・ママ

仕事や家事・育児などに追われて、自分のことは後回し。

お口のケアも完ぺきな自信はないけれど、これ以上考える余裕はないし、面倒くさい。



本当は健康管理をサボりたいわけじゃない。
"何をやれば十分なのか"考える余裕がないだけ。

ベネフィット



＜モンダミンのメリット＞

✓ お口まるごと７つのケア
（むし歯予防／歯肉炎予防／出血予防／歯垢付着予防／口臭予防／口中浄化／口中爽快）

✓やさしいミントフレーバーで使いやすい

✓すすぐだけだから続けやすい

だから、

モンダミンは30-40代のパパ・ママに対して

「お口のケアを無理せず、
悩まずに、続けられる安心感」

を提供することができる。

この商品ベネフィットの理解を促すには、
パパ・ママが自分事化できるようなきっかけが必要。

着眼点

親は、
我が子の言葉や想いには、応えたくなる

コンセプト

子どもからの想いで続く、お口の健康習慣

子どもからのプレゼントは、
自然と毎日手に取りたくなるもの。
自分のことは後回しでも、子どもの想いには、応えたくなる。

モンダミンは、
そんなパパ・ママの気持ちをきっかけに、
忙しい日々の中でも自然と続く、お口の健康習慣をつくります。

コアアイデア

子供から健康を贈る

お口エールチャレンジ



企画の概要

小学校の歯科検診の時期に合わせ、
モンダミンとボトルに貼れるメッセージラベルを子どもたちへ配布。
子どもからパパ・ママへ感謝のメッセージを書いて贈ることで、
家族のお口ケア習慣のきっかけをつくります。



企画のポイント❶

子どもからのプレゼントが使用のきっかけとなる

子どもから親へ贈ることで、
「想いが込められたプレゼント」という新しい価値を付与し、
モンダミンを使い始めるきっかけを生み出します。



企画のポイント❷

ミッション形式で習慣化を促す

モンダミンとセットで「30日間チャレンジカレンダー」も配布。
親子で楽しみながらお口のケアを習慣化。
チャレンジ達成後は、完成したカレンダーをドラッグストアへ持参すると、
モンダミンがもらえ、継続的な使用を促します。



親子で続けたくなる仕掛け



また使いたくなる仕掛け

子どもからの想いで続く、お口の健康習慣