

報道各位

平成27年度 歯と口の健康週間にあたって

日本歯磨工業会（会長 藤重貞慶）では、来る6月4日から始まる歯と口の健康週間（6月4日～10日）に向けて、例年どおり、口腔衛生を呼びかける歯と口の健康啓発ポスターを制作し全国にお届けします。

本リリースでは、名称変更から3年目を迎える「歯と口の健康週間」に関連する取り組みと当工業会の活動についてご紹介します。

『歯と口の健康週間の沿革』

「歯と口の健康週間」の前身である「歯の衛生週間」は、国民に対する歯科衛生思想の普及運動として、昭和3年6月4日に「むし歯予防デー」の名称で行われたのに始まり、以後、戦時中一時中断しましたが、昭和24年から週間行事となりました。昭和27年には6月4日から10日までの1週間に定められ、昭和33年より「歯の衛生週間」として毎年実施されるようになり、平成25年より「歯と口の健康週間」として新たにスタートしました。

『平成27年度 歯と口の健康週間について』

目的：この週間は、歯と口の健康に関する正しい知識を国民に対して普及啓発するとともに、歯科疾患の予防に関する適切な習慣の定着を図り、併せてその早期発見及び早期治療等を徹底することにより歯の寿命を延ばし、もって国民の健康の保持増進に寄与することを目的とする。

標語：「おくりたい 未来の自分に きれいな歯」

（川崎市立東生田小学校6年 清藤 綾さんの作品）

本年度の重点目標

「生きる力を支える歯科口腔保健の推進

～生涯を通じた8020運動の新たな展開～

歯と口は国民が健康に生きていく力を支えるものであり、歯科疾患の予防や歯と口の健康を保持する取り組みを進める必要があることから、「生きる力を支える歯科口腔保健の推進」を重点目標とする。

実施期間：平成27年6月4日（木）～同年6月10日（水）まで

主催：厚生労働省、文部科学省、日本歯科医師会、日本学校歯科医会

< 1 >平成27年度 歯と口の健康啓発ポスターの配布

当工業会では、例年どおり今年も口腔衛生を呼びかけるポスターを制作し、全国にお届けいたします。

『企画・制作』

厚生労働省、文部科学省、日本歯科医師会、日本学校歯科医会及び日本歯磨工業会

『デザイン』

 アランジアロンゾ (B3サイズ 多色刷り)

『平成27年度 標語』

「おくりたい 未来の自分に きれいな歯」

【日本学校歯科医会】が募集した小中学校の標語の中から

川崎市立東生田小学校6年 清藤 綾さんの作品が選定されました。

「8020運動を進めよう」(厚生労働省・日本歯科医師会が提唱する口腔保健の目標)

「一生、自分の歯で食べよう」(日本歯科医師会の標語)

「午後のスタートハミガキから」(日本歯磨工業会の標語)

『配布』

ポスター27万枚を作成し、全国の小・中学校をはじめ、保健所、歯科医院、各関係官庁、協力団体などへ配布し、口腔保健の大切さ、毎食後の歯みがきの大切さを呼びかけています。

『活用』

このポスターは、歯と口の健康週間だけでなく、「口腔保健の必要性を訴求する年間ポスター」としてご活用をお願いしています。「歯と口の健康週間(6月4日～10日)」後は、下部の日付部分を切り取って、ご使用いただけるレイアウトにしています。



平成27年度 歯と口の健康啓発ポスター

< 2 > ホームページからの情報発信について

「みがこうネット」では、新たなコンテンツの追加、情報の更新など、生活者のみなさまへ歯や歯磨に関する情報を発信しています。また、工業会サイトでは、会員各社の製品一覧や歯磨出荷統計の掲載など工業会の活動の様子を適時伝えています。【 <http://www.hamigaki.gr.jp/>】

1. 「みがこうネット」のコンテンツ制作・更新予定

(1) キャンペーンの実施

読者も参加できるインタラクティブな企画に取り組み、歯磨および関連情報への理解促進をはかる。

- ① 歯と口の健康週間企画「標語募集キャンペーン」の継続実施（4月～6月）
- ② 「クイズに答えて『歯カセ』になろう！歯みがきクイズキャンペーン」の継続実施（8月～10月）

(2) 各コンテンツの企画案

① 新コンテンツ

- ・ はみがき学校コーナーに「シニア講座」を新設し、高齢者向けのオーラルケア方法を紹介

② コンテンツの継続、見直し

- ・ ファミリー広場
おかずレシピの連載（年2回）
- ・ はみがき学級
時間割コンテンツのデータ、内容を見直し最新の情報に更新予定
- ・ がんばれ！みがく君は、年2回更新予定

(3) ホームページ来訪者への対応

- ① メールマガジンの継続発行（キャンペーン開始・新コンテンツの告知）
- ② スマートフォン対応ページの拡張
- ③ 画像の活用や分析ツールを活用した来訪者の分析を行い、よりよいページづくりにつなげる

2. 歯と口の健康週間企画「第15回標語募集キャンペーン」

歯と口の健康週間に合わせ、「歯の大切さ、歯をみがくことの大切さを言葉にしてみませんか」をテーマに標語を募集します、歯と口の健康の関心を喚起すると共に歯磨の重要性を啓発します（4月1日～6月30日の3ヶ月間で実施中）。

最優秀賞の他に、優秀賞、ユニーク賞、ファミリー賞、キッズチャレンジ賞、佳作に選ばれた方には、賞金や記念品を贈呈し、最優秀作品は、当工業会の標語として幅広く活用していきます。また、昨年から賞を2つにして好評だったキッズチャレンジ賞（キッズ最優秀賞とキッズ優秀賞）は、今回も同様に継続します。本年は、昨年度の応募作品総数 12,357 作品を上回る応募を目指します。

< 3 > 啓発冊子の改訂

当工業会では、オーラルケアに関する情報冊子や書籍の発行、キャンペーンや標語募集、さらには、インターネットのホームページをとおして、さまざまなオーラルケアの啓発情報を発信しています。

その中で、去年は、歯磨工業会が発行する情報冊子のうち「歯を守る」「歯磨剤の科学」の2種類を技術委員会、薬事委員会、広報委員会が共同で改訂しました。それぞれの冊子に盛り込まれているデータや記述を最新のものに更新し、主に歯科衛生士養成校や歯科衛生士会で活用いただいています。

● 「歯を守る—健やかな生活は口腔保健から」（A4版 29頁、イラスト・図版多用）

保健指導者向けテキスト「歯を守る—健やかな生活は口腔保健から」は、全身の健康の維持増進とそれに関わる口腔保健の重要性、さらにはオーラルケアの具体的なあり方（歯磨剤の働き、効果的な歯みがき方法等）などについて、理解と認識を持っていただくことを目的に制作しています。

● 「歯磨剤の科学」（B5版 43頁、データ図表多用）

歯科専門家向けの「歯磨剤の科学」は、口腔保健剤としての歯磨剤について述べています。歯磨剤の概論、基本的機能、薬用歯磨剤の効果、安全性、役割、歯磨剤によるセルフケアなどについて図や表を用いて説明しています。

< 4 > 日本歯磨工業会の主な委員会活動のご紹介

1. 技術委員会：歯科衛生士養成校、歯科衛生士会等での特別授業（講演）開催

日本歯磨工業会では技術委員会が中心となり、歯磨に関する正しい情報を提供することを目的に、歯科衛生士養成校および歯科衛生士会へ専任講師や技術委員を派遣して特別授業、講演会を開催しています。この活動は平成5年に開始し、平成26年度をもって22年目を迎えました。その間の講師派遣件数は、歯科衛生士養成校315件、歯科衛生士会52件、その他団体24件、合計391件となりました。受講者数は歯科衛生士養成校21,333人、歯科衛生士会2,430人、その他団体1,011人、合計24,774人の皆様に受講いただきました。また、平成22年度から歯科衛生士養成校への案内を従来の東北、関東、東海、関西、中国、四国地区に北海道と九州地区を加え、全国に展開すると共に、全国都道府県の歯科衛生士会にも案内を行っています。昨年度は39件の特別授業を開催し、歯科衛生士養成校の学生1,817人、歯科衛生士130名の方に受講いただきました。本年度も積極的な活動を展開します。

<特別授業（講演）開催件数>

	歯科衛生士養成校	歯科衛生士会	合計
平成22年度	23	7	30
平成23年度	19	4	23
平成24年度	22	5	27
平成25年度	36	6	42
平成26年度	36	3	39

2. 薬事委員会：薬事講習会の開催

薬事法・関連法規等の情報収集とその周知を目的に、第5回薬事講習会を開催しました。

講演テーマ：(1)「最近の薬務行政について～医薬部外品・化粧品を中心として～」：厚生労働省医薬食品局
審査管理課

(2)「医薬部外品及び化粧品の副作用報告制度について」：厚生労働省医薬食品局安全対策課

(3)「薬用歯みがき類承認基準の改正について」：薬事委員会幹事会

講演日時：平成26年12月2日 参加会員数：13社76名

その他広告委員会では年2回の広告審査会を実施しています。

また、歯磨公正取引協議会では年1回、東京と大阪で景品表示法や公正競争規約についての講習会を実施しています。

以上

本件のお問い合わせ先： 日本歯磨工業会 山下 育生 TEL 03（3249）2511

平成26年度（1月～12月）歯磨出荷統計

1. 平成26年度の出荷実績について

平成26年度の歯磨類全体の出荷実績は、数量では483,902千個、中味総量では87,644トン、金額では116,411百万円となった。これを前年実績と比較すると、数量では21,934千個(+4.7%)、中味総量では2,296トン(+2.7%)、金額では10,292百万円(+9.7%)の増加となり、いずれも前年の水準を上回った。金額前年比で上期(1月～6月)は110.7%、下期(7月～12月)は108.8%であった。

2. 分類別、剤型別の出荷実績について

本統計は、薬事法の分類により歯磨を「化粧品の歯磨剤(以下「化粧品」という)」と、「医薬部外品の歯磨剤(以下「医薬部外品」という)」とに分け、また、剤型が液状のものを「液体歯磨(以下「液体」という)」と「洗口剤」とに分けて、それぞれ作成した。

(1) 化粧品と医薬部外品の割合

化粧品と医薬部外品の割合は、数量では化粧品6.4%、医薬部外品93.6%、中味総量では化粧品12.6%、医薬部外品87.4%、金額では化粧品5.9%、医薬部外品94.1%となった。

(2) 剤型別の実績

① 練・半練及び潤製歯磨の合計は、数量では408,758千個、中味総量では46,002トン、金額では87,738百万円となっており、これを前年実績と比較すると数量では18,752千個(+4.8%)の増加、中味総量では1,574トン(+3.5%)の増加、金額では8,333百万円(+10.5%)の増加となった。なお、歯磨全体に占める練歯磨の割合は、数量では84.3%、中味総量で52.4%、金額では75.2%となっており、半練、潤製歯磨の歯磨全体に占める割合は、金額で0.1%であった。

② 液体と洗口剤の合計は、数量では75,144千個、中味総量では41,642トン、金額では28,673百万円となっており、これを前年実績と比較すると数量では3,182千個(+4.4%)、中味総量では722トン(+1.8%)、金額では1,959百万円(+7.3%)の増加となった。なお、液体と洗口剤の歯磨全体に占める割合は、金額で液体が12.1%、洗口剤が12.5%、合計24.6%となっている。

3. 出荷実績前年比較(前年比)

	(%)		
	数量	重量	金額
練歯磨	104.8	103.5	110.4
半練・潤製粉	122.8	138.9	166.8
小計	104.8	103.5	110.5
液体歯磨	105.8	106.9	108.5
洗口剤	103.5	98.5	106.2
小計	104.4	101.8	107.3
合計	104.7	102.7	109.7

4. 出荷実績の推移（平成16年～平成26年）

歯磨類全体の出荷実績（金額）の推移をみると、平成16年度の82,214百万円から平成24年度には100,000百万円の大台に乗り、平成26年度は116,411百万円となった。

剤型別にみると、練・半練及び潤製歯磨の合計は、金額で65,503百万円から87,738百万円へ22,235百万円の増加となった。数量も358,285千個から408,758千個へ増加したが、重量は48,302トンから46,002トンへ減少した。

高付加価値化による単価の上昇と数量拡大が市場拡大に貢献している。1本当たりの重量は減少。

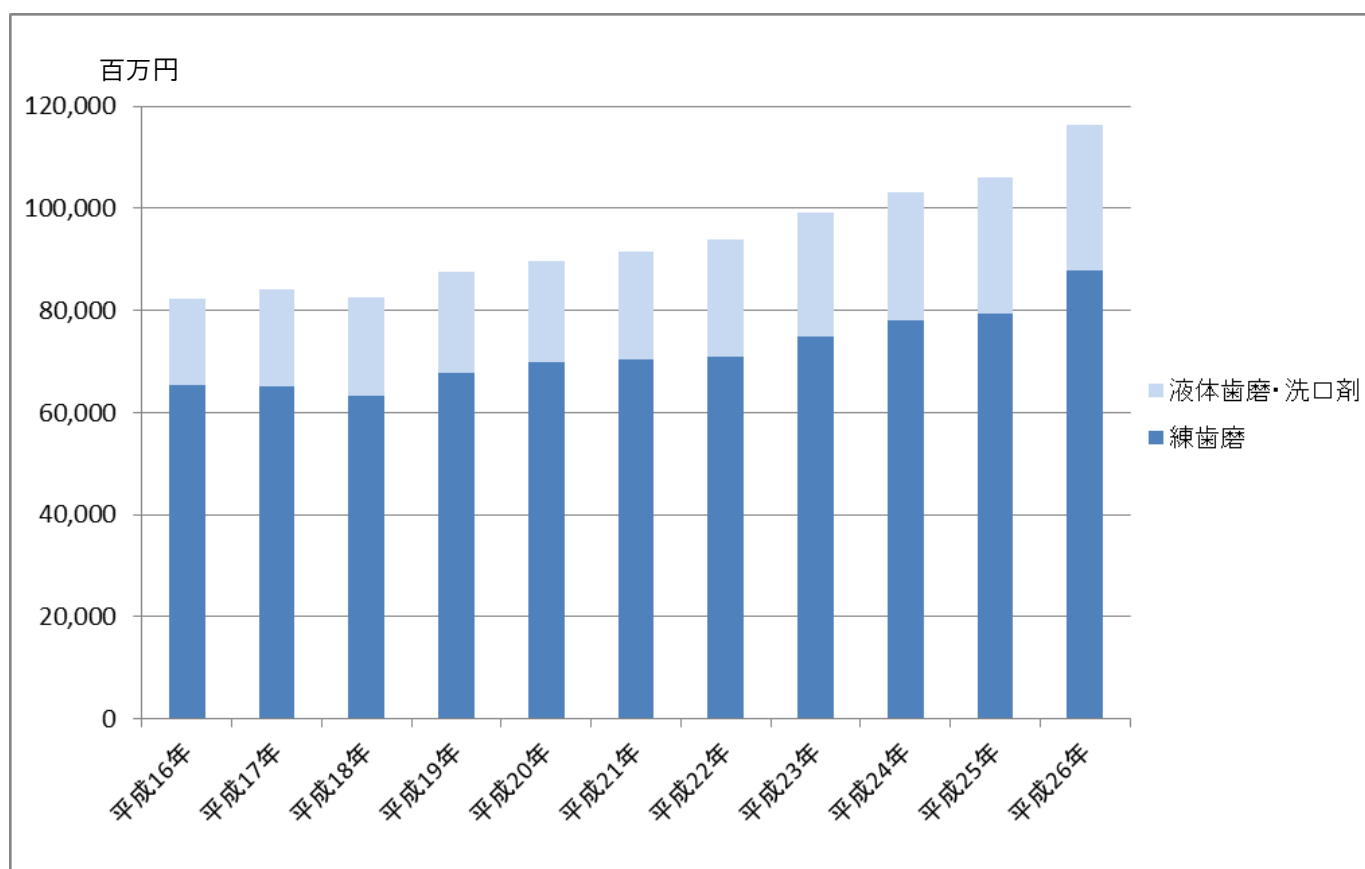
液体歯磨と洗口剤の合計では、金額で16,711百万円から28,673百万円へ大きく伸長し、11,962百万円の増加となった。数量は44,779千個から75,144千個へ、重量は20,060トンから41,642トンへいずれも増加した。

使用率の上昇による数量増が市場拡大に貢献しており、大型化も継続している。

歯磨類 出荷金額推移

(百万円)

	16年	17年	18年	19年	20年	21年	22年	23年	24年	25年	26年
練歯磨	65,503	65,248	63,226	67,785	69,909	70,418	70,825	75,035	77,964	79,405	87,738
液体・洗口剤	16,711	18,926	19,402	19,788	19,868	21,228	23,142	24,277	25,287	26,714	28,673
合計	82,214	84,174	82,628	87,573	89,772	91,646	93,967	99,312	103,251	106,119	116,411



平成27年度「歯と口の健康週間」にあたって

日本歯磨工業会 会長

藤重 貞慶

「歯と口の健康週間」が今年も6月4日から10日まで、全国的に展開されます。本週間の目的は、歯と口の健康に関する正しい知識を国民の皆様に対して普及啓発するとともに、歯科疾患の予防に関する適切な習慣の定着を図り、併せて歯科疾患の早期発見、早期治療を徹底することにより、歯の寿命を延ばし、国民の皆様の健康の保持増進に寄与することにあります。歯の健康だけでなく、歯を含めたお口全体の健康に意識を高めることにより、「お口からの全身健康への貢献」を目指していくものです。

総務省発表の2014年7月現在の日本人の平均寿命によりますと、男性が80.21歳と初めて80歳を超え、女性も86.61歳と2年連続で世界一となりました。今後、さらに平均寿命は男女とも伸び、将来推計では、2060年には男性84.19歳、女性は90.93歳と90歳を超えると見込まれています。

ここで問題となりますのが、平均寿命と健康寿命の格差です。健康寿命とは、世界保健機構(WHO)が2000年に提唱した、平均寿命から、自立した生活ができない年数を引いたもので、単に長生きするというのではなくて、いかに健康的に長生きするかという課題を投げかけています。

厚生労働省発表の2013年の健康寿命は、男性71.19歳、女性74.21歳で、平均寿命と健康寿命の差は、男性9.0年、女性12.4年と依然大きな格差があります。平均寿命や高齢化率が、世界で最も高い水準にある我が国にとって、健康長寿社会を形成することが急務となっております。昨年5月に成立した「健康医療戦略推進法」に基づき、健康寿命を2020年までに1歳以上伸ばす(2010年対比の目標)目標が明確に示されており、男性が、71.42歳以上、女性は、74.62歳以上です。

健康寿命の医療の視点で大事なことは、「治療」から、「予防」へシフトしていくことです。そのためにも、歯磨工業会は、社会的使命である口腔保健の重要性と、そのための歯科医によるプロフェッショナルケアと日常のセルフケアの有用性について、各委員会活動を通じて、従来にも増して多面的な情報発信、啓発活動、研究活動などを実施して参ります。

また、健康日本21(第二次)においても、健康寿命の延伸と健康格差の縮小(都道府県格差の縮小)がテーマとなっており、「歯と口腔の健康」分野においては、う蝕予防と歯周病予防による健康寿命の延伸が分野目標として設定されています。この「歯と口腔の健康」分野においては、子供から大人までの全世代にわたり、口腔衛生意識を一層高め、日常生活の中に浸透させていくことが、現在、そして将来の成人病等の全身疾患の予防に繋がり、国民の健康増進・健康寿命の延伸に貢献するものと考えます。

当工業会で取り纏めた出荷統計によりますと、2014年(平成26年)の歯磨類全体の出荷金額は1,164億円、前年比110%となりました。2007年(平成19年)から8年連続で前年実績を上回っております。昨年は、4月消費増税後、市況全体は長く低迷でしたが、歯磨市場は、4月以降も前年を大きく上回る成長でした。それは、国民の健康意識の高まり、即ち、いつまでも元気で楽しく人生を過ごしていきたい、というニーズの高まりでもあります。

歯磨工業会は、一日一日を充実して生き、健康に暮らしていける「健康寿命」を長く保つことに貢献できる産業であり、行政の施策や国民運動の背景に支えられ、引き続き、ライフステージに応じた適切なう蝕予防・歯周病予防等の「歯と口腔の健康」づくりを進めていく使命がございます。

当工業会では、今年も「歯と口の健康週間」の意義と目的を周知する為、官民一体となった広報活動を展開して参ります。活動の一環として例年通り、厚生労働省、文部科学省、日本歯科医師会等と協力して「歯と口の健康啓発ポスター」の制作・配布を始め、標語募集キャンペーンなど幅広く展開し、「歯と口の健康週間」の一層の盛り上げを図って参ります。

今後とも国民の皆様の健康づくりに貢献をし続けていくことが、当工業会の会員各社に課された社会的使命であると捉え、子供から大人まで、ライフステージ毎の口腔衛生の普及に努め、あらゆる人々の「健口」ニーズに応える為の研究開発と商品提案を進めて参ります。皆様方には格別のご支援、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

以上