

2018年5月15日

報道関係者各位

日本歯磨工業会

## 2018年度 歯と口の健康週間にあたって

日本歯磨工業会（会長 濱田和生）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6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、1928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、1949年から週間行事となりました。1952年には6月4日から10日までの1週間に定められ、1958年より「歯の衛生週間」として毎年実施されるようになり、2013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。

### 『2018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：「のぼそうよ 健康寿命 歯みがきで」

（高崎市立東部小学校4年生 清水桃果さんの作品）

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：2018年6月4日（月）～同年6月10日（日）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 > 2018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)

### 『2018年度 標語』

「のばそうよ 健康寿命 歯みがきで」

【日本学校歯科医会】が募集した小中学校の標語の中から

高崎市立東部小学校4年生 清水桃果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26万枚を作成し、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。



2018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) 新規コンテンツ

こどもの歯みがきを電話音声で応援するスマホ向け「音コンテンツ」制作

#### (3) 各コンテンツの企画案

- ・ファミリー広場 おかずレシピ（年1回更新）
- ・OLカフェ おやつレシピ（年1回更新）
- ・はみがき学級 はみがきカレンダー（年4回更新）
- ・がんばれ！みがく君（年2回更新）
- ・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）

#### (4) スマホ向けページの充実

- ・スマホの閲覧者（スマホ40%、タブレット6%）増加に伴い既存コンテンツのスマホ表示向け再編集を推進。閲覧数上位、見やすさ配慮から、おかず／おやつレシピ、シニア講座などのスマホ対応を実施します。

### 2. コンテンツの提供手段の拡大

みがこうネットの歯みがき啓発情報を Web 上だけでなく、より広く活用いただくために、Web 掲載内容を抜粋し、印刷して配布も可能な「歯みがき啓発情報」PDF 版を制作し、「工業会サイト」に掲載しています。

印刷して配布・掲示しやすいようレイアウトしていますので、必要なものをダウンロードして歯と口の健康週間の啓発活動にご活用いただけます。

◎ 印刷して使う「歯みがき啓発情報」PDF ダウンロードページURL

<http://www.hamigaki.gr.jp/hamigaki1/keihatsu.html>

### 3. 歯と口の健康週間企画

#### ●第18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、口の健康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、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、佳作に選ばれた26作品の作者の方には、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、キッズチャレンジ賞6作品（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16,058作品を上回る応募を目指します。

#### <3> 啓発冊子の配布

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。

#### ●「歯を守る—健やかな生活は口腔保健から」（A4版、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、データ図表多用）改訂中

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。現在、改訂を行っており、2018年度中の発行を予定しています。

#### <4> 日本歯磨工業会の主な委員会活動のご紹介

#### ●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を中心となり、歯磨に関する正しい情報を提供することを目的に、1993年から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。昨年度は33件の特別授業を開催し、歯科衛生士養成校の学生1,497人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
2013年度	36	6	42
2014年度	36	2	38
2015年度	31	0	31
2016年度	30	1	31
2017年度	32	1	33

以上

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

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-4 三報ビル7F

TEL03-3249-2511 FAX03-3249-2513 <http://www.hamigaki.gr.jp/>

## 2017年度（1月～12月）歯磨出荷統計

### 1. 2017年度の出荷実績について

2017年度の歯磨類全体の出荷実績は、数量では556,294千個、中味総量では103,914トン、金額では135,145百万円となった。これを前年実績と比較すると、数量では24,470千個(+4.6%)、中味総量では4,966トン(+5.0%)、金額では4,420百万円(+3.4%)の増加となり、いずれも前年の水準を上回った。

### 2. 分類別、剤型別の出荷実績について

本統計は、薬機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「液体歯みがき（以下「液体」という）」と「洗口液」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5.3%、医薬部外品94.7%、中味総量では化粧品10.9%、医薬部外品89.1%、金額では化粧品5.4%、医薬部外品94.6%となった。

#### (2) 剤型別の実績

・練・潤製・粉他の合計は、数量では463,003千個、中味総量では51,094トン、金額では98,845百万円となっており、これを前年実績と比較すると数量では18,707千個(+4.2%)の増加、中味総量では1,723トン(+3.5%)の増加、金額では3,216百万円(+3.4%)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83.0%、中味総量で49.1%、金額では72.8%となっており、潤製・粉他の歯磨全体に占める割合は、金額で0.3%であった。

・液体と洗口液の合計は、数量では93,291千個、中味総量では52,820トン、金額では36,300百万円となっており、これを前年実績と比較すると数量では5,763千個(+6.6%)、中味総量では3,243トン(+6.5%)、金額では1,204百万円(+3.4%)の増加となった。なお、液体と洗口液の歯磨全体に占める割合は、金額で液体が12.9%、洗口液が13.9%、合計26.9%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	104.2	103.5	103.3
潤製・粉他	109.6	111.2	120.4
小計	104.2	103.5	103.4
液体歯みがき	96.4	98.9	102.4
洗口液	114.4	113.2	104.4
小計	106.6	106.5	103.4
合計	104.6	105.0	103.4

#### 4. 出荷実績の推移（2007年～2017年）

歯磨類全体の出荷実績（金額）の推移をみると、2007年度の87,573百万円から2012年度には100,000百万円の大台に乗り、2017年度は135,145百万円となった。

剤型別にみると、練・潤製・粉他の歯磨合計は、金額で67,785百万円から98,845百万円へ31,060百万円の増加となった。数量は379,775千個から463,003千個へ、重量は45,763トンから51,094トンへ増加した。いずれも、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。

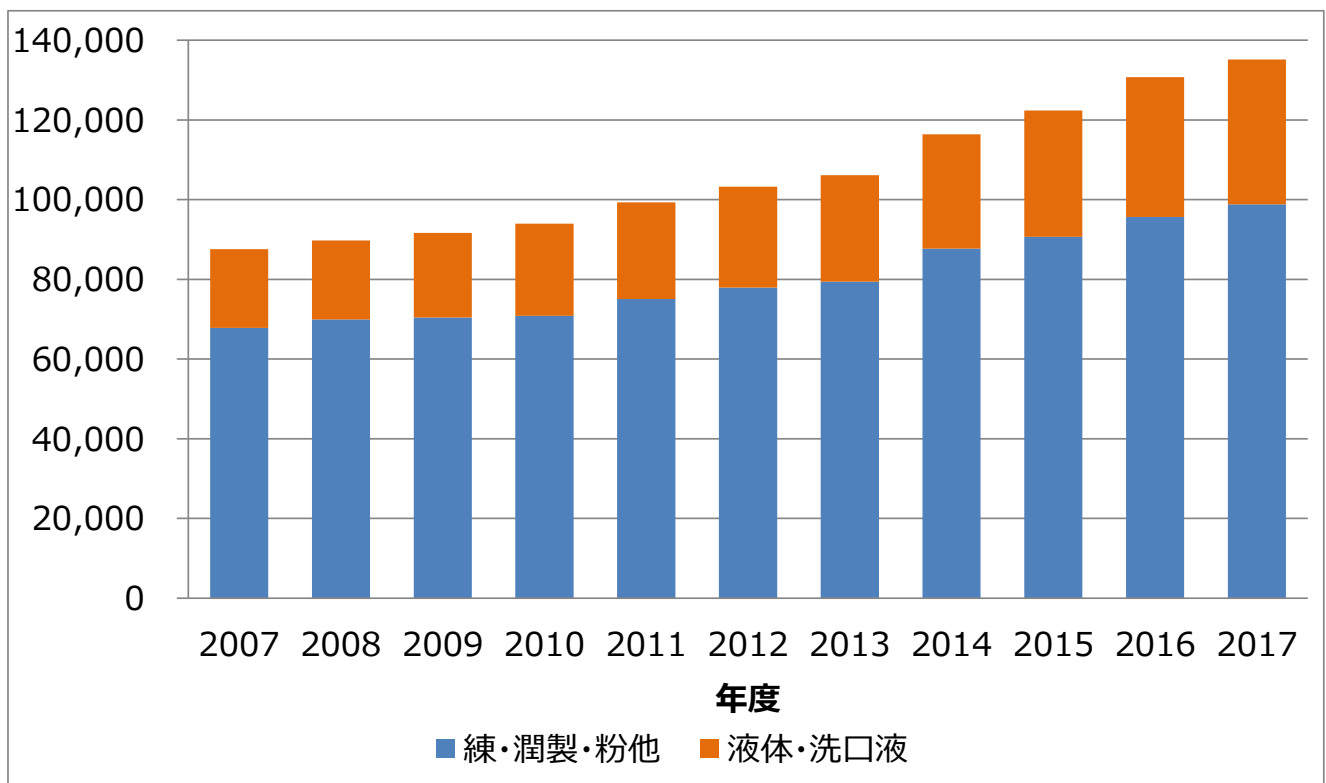
液体歯みがきと洗口液の合計では、金額で19,788百万円から36,300百万円へ大きく伸長し、16,512百万円の増加となった。数量は58,725千個から93,291千個へ、重量は27,794トンから52,820トンへいずれも増加した。使用率の上昇による数量増が市場拡大に貢献している。

歯磨類 出荷金額推移

(百万円)

年度	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
練・潤製・粉他	67,785	69,909	70,418	70,825	75,035	77,964	79,405	87,738	90,655	95,628	98,845
液体・洗口液	19,788	19,868	21,228	23,142	24,277	25,287	26,714	28,673	31,703	35,096	36,300
合計	87,573	89,772	91,646	93,967	99,312	103,251	106,119	116,411	122,358	130,725	135,145

(百万円)



## 2018年度「歯と口の健康週間」にあたって

日本歯磨工業会 会長  
濱田 和生

「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ることにあります。また、歯の健康だけでなく、歯を含めたお口全体の健康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。

当工業会においても、会員各社の理念と総意のもとに、歯磨についての正しい理解を助け、口腔保健の普及に役立つ種々の活動を行っております。

さて、昨年7月に発表された2016年の日本人の寿命は、男性が80.9歳、女性は87.1歳となり、いずれも過去最高を更新し、引き続き、世界トップクラスの長寿国になっています。一方、平均寿命と健康寿命の差は、男性が8.8年、女性が12.3年と若干広がる傾向にあります。

健康寿命を延伸し、健康格差を縮小することは、健康長寿社会を実現するための国の課題でもあります。厚生労働省が提唱する健康日本21では、「歯と口腔の健康」分野における、う触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。子供から大人までの全世代にわたり、口腔衛生意識をいっそう高め、日常生活の中に浸透させていくことが、生活習慣病等の全身疾患の予防につながり、国民の健康増進・健康寿命の延伸に貢献するものと考えております。当工業会は、行政の施策や国民運動に支えられ、今後も国民の健康づくりに貢献してまいります。

当工業会でまとめた出荷統計によりますと、2017年の歯磨販売金額は、1351億円となり、5年前の2013年と比較すると290億円増、成長率では27%増となりました。これには様々な要因が考えられますが、健康日本21に代表される国の施策の充実、歯科医や歯科衛生士を中心としたプロフェッショナルによるオーラルケアの重要性の啓発、そして、将来の自分や家族の健康に対する身近な取り組みとして、お口の状態やライフステージごとのニーズに合ったオーラルケア製品を選ぶというセルフケア意識の高まりがあると考えられます。

このような国民の皆様の健康意識の高まりをふまえ、当工業会では、歯と口の健康を通じて、人々の快適な生活の実現と健康寿命の延伸に貢献することを使命として、新たに具体的なビジョンを掲げ、今後の活動施策を計画・実施してまいります。

その意味でも「歯と口の健康週間」は、たいへん重要な位置づけになります。当工業会では、「歯と口の健康週間」の意義と目的を周知するため、官民一体となった広報活動を展開してまいります。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・配布をはじめ、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まいります。

皆様方には格別のご支援、ご協力を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。