

研究要旨：

THP指針の約30年ぶりの改正に伴い、歯科口腔保健の位置づけが明確化されたことを踏まえ、職域での歯科口腔保健を円滑に推進するため、一部の事業所での先進的な取り組みについて、先進事例としての情報を取りまとめることを目的として、ヒアリングを伴う事例収集を行った。浜松ホトニクスの場合、長期継続して、高い受診率のもと、30年以上にわたり、事業所で定期的に歯科健診を行っている場合、コラボヘルスによる推進体制が前提となるが、一人当たり歯科医療費が全国平均を下回る状況で、いわゆる職域での歯科口腔保健サービスの推進で、歯科医療費が適正化されることが示唆された。

また、富士通コミュニケーションサービスにおける保健サービスとしての事業所での位置づけが確立していない中での歯科セミナーの継続的な開催については、今後の活動の継続が期待される。

なお、ヤクルト中央研究所の場合、歯科保健指導を行動変容型に変更したことで、セルフケアの意識が高まり口腔の健康のみでなく全身の健康への効果が高まっている可能性も示唆された

さらに Daigas グループ健康開発センターの場合、専任の歯科衛生士が、歯科口腔保健に従事しており、他の調査との比較の余地はあるが、アウトカム評価で歯の喪失が減少し、う蝕の未処置歯数が1.9本（1996年）から0.6本（2021年）に急減していた。

塩野義健康保険組合の新たな歯科口腔保健事業では、新たな試みとして、WEB上での予防型歯科健診プログラムにより、リスク判定を行う仕組みでの対応がなされており、新たなコンセプトによる取り組みであると考えられた。

また、ある大手電機精機メーカーのヒアリングから、歯科口腔保健の事業に対して必ず参加する健診会場で実施するという手軽さ、現状の見える化→対策→評価→次年度企画（PDCAを社員に見せること）、関心があるうちに教育、すぐに行動化できるような仕掛け（インセンティブで歯ブラシ等）、社員との日頃からのコミュニケーションなどが、事業場での歯科口腔保健事業の取り組みを成功させるポイントである可能性が示唆された

なお、福島県歯科医師会と新潟県歯科医師会のヒアリングから、一般歯科健康診査等の申込や実施件数が経年的に増加し、両都道府県歯科医師会とも、広く周知するパンフレットや健診の流れをフローチャートにして、広く事業所等への周知を実施していた。また、新潟県では、都道府県歯科医師会と連携をした歯科保健協会という組織において対応を一本化していた。ただし、企業や事業所等との関係構築はこれからの課題と考える事項も多く見受けられた。

また、職域での歯科口腔保健を円滑に推進ができるよう、歯科以外の医療関係者職種が利用するための指導媒体作成を進めるとともにリンク集の原案について取りまとめを行った。

A. 研究目的

1 事業場および事業場外資源での推進事例を把握するための現地調査の実施

約30年ぶりに改正がされ、歯科口腔保健に対する事業所での取り組みが明確化されたTHP指針に基づき、職域での歯科口腔保健を円滑に推進するための環境整備の一環として、事業所で発展途上の領域と位置付けられる職域での歯科口腔保健を円滑に推進できるよう、事例集を策定する一環として、先進的な取り組みを行っている一部の事業所の協力を得て、事例収集を行うことが本研究の目的である。

2 口腔保健指導を進めるための指導媒体作成

産業保健領域の保健指導は専門職である保健師等が行うことが多いことから、歯科・口腔保健指導に関しては、口腔関連情報の入手先や情報のエビデンス・信頼性等に関してわからない場合が多いことから、職域における歯科・口腔保健指導に利用できるコンテンツについて、現在、口腔保健指導の媒体として作成中であるが、「基礎編：①解剖・機能、②歯・口腔の付着物（歯垢、歯石等）、③疫学・調査データ」、「う蝕（むし歯）」、「歯周病」、「口腔清掃、セルフケア」、「フッ化物の応用」、「定期健診」、「矯正歯科、ホワイトニング等」、「顎関節症、TCH等」、「口臭」、「口内炎、口腔がん等」、「口腔機能低下、オーラルフレイル」についての媒体の作成を行うことを目的とした。

3 リンク集の原案作成

職域で歯科保健活動を行っている事業場は必ずしも多いとは言えない状況から、職域における歯科保健活動を円滑に行うための情報を整理する目的で、産業歯科保

健に関するリンク集の原案を作成することとした。なお、リンク集を作成するには便宜的にいくつかのテーマに分け、そのテーマに関する豊富な知識を持った担当者が分担してリンクを収集することとした。

B. 研究方法

1 事業所での歯科口腔保健の取り組みについてのヒアリング調査

令和3年度から4年度にかけて、日本産業衛生学会産業看護部会の会員を対象にした調査及び各都道府県歯科医師会に対する調査での回答内容等を参考にして、事業所での歯科口腔保健のサービス提供の取り組みが、他事業所に比較して、盛んな事業所を選定するとともに、都道府県歯科医師会について、2018から2020年度まで、歯科口腔保健指導を含め、対応がされている都道府県歯科医師会をヒアリングの候補とした。また、産業看護部会以外で、比較的長期に事業所での歯科口腔保健サービスに取り組んでいる事業所をヒアリング対応として追加することとした。

なお、ヒアリング調査を円滑に行う目的で事前質問紙調査票を準備し、ヒアリングに先立ち、各事業所に、記入を依頼した。

ヒアリング調査は、現地での調査を原則とし、対応が難しい場合、WEBでの対応により実施することとした。

ヒアリングを行うこととなった事業所は、7か所であり、この他に2か所の都道府県歯科医師会に対して調査を実施した。

2 口腔保健指導を進めるための指導媒体作成

1) 媒体作成方法

「基礎編：①解剖・機能、②歯・口腔の付着物（歯垢、歯石等）、③疫学・調査データ」、

「う蝕（むし歯）」、「歯周病」、「口腔清掃、セルフケア」、「フッ化物の応用」、「定期健診」、「矯正歯科、ホワイトニング等」、「顎関節症、TCH 等」、「口臭」、「口内炎、口腔がん等」、「口腔機能低下、オーラルフレイル」については、口腔保健や予防歯科関連の教科書、歯科に関する情報関連リンクから選び、図表などの改変、新たな図表作成を行う。

2) 媒体の評価

作成した媒体の評価を、産業医、産業保健看護職、衛生管理者などから受け、作成中の媒体のブラッシュアップ、追加媒体、専門的すぎる媒体などの意見を収集し、利用しやすく有用なものに修正する。

3 リンク集の原案作成

2022年3～5月に日本産業衛生学会 産業看護部会の会員を対象に実施した「事業所での歯科口腔保健事例集作成のための調査」の結果を踏まえ、職域で活用できる産業歯科保健に関するリンク集のテーマの原案を作成することとした。

テーマごとに、分担研究者および研究協力者に分担してもらい（以下、リンク集分担者）、職域の歯科口腔保健活動に活用できそうなリーフレット、マニュアル、動画、PPTなどの媒体を中心にリンクを収集した。

各リンク集分担者がある程度リンクを集積できた段階で、オンラインで打ち合わせを行った。打ち合わせでは、1)リンクの収集状況、2)産業歯科保健のリンク集にはほかに追加すべきテーマ、3)既存のリンクだけでなく、産業歯科保健関係者が新たに教材作成すべきテーマ、等に関して、報告およ

び検討を行った。

打ち合わせにより、産業歯科保健のリンク集に「禁煙」、「ホワイトニング」、「歯列矯正」、「顎関節症」、「母子歯科保健」、「セルフケア用品」等のテーマを新たに追加し、上記のテーマについてもリンクを収集した。

C. 研究結果

1 ヒアリングに基づく事業所の情報収集

1) 浜松ホトニクスでのヒアリング

本事業所は、1988年から事業所での歯科口腔保健サービスが実施されており、この事業所では、80%以上の受診率が維持されていた。また、当初は歯科医療費が全国を上回る状況であったが、事業所での歯科口腔保健サービスを導入後、全国平均を歯科医療費が下回るようになった。

2) 富士通コミュニケーションサービスでのヒアリング

この事業所では、産業歯科保健についての取り組みを支援する事業所外資源として

の四国地域内歯科医師との協業により

2018年度から継続的に、歯科のセミナーを開催しており、受講者数も年々増加する傾向にある。

3) ヤクルト中央研究所でのヒアリング

常勤の保健師1名が健康保険組合とのコラボのもと、事業運営を進めており、1999年度以降、2014年度まで巡回型の歯科保健サービスが実施され、その後、行動変容型の

歯科健診に変更がなされるようになった。

なお、歯科健診の受診率は、医科の健診と
は別の日での設定がされているが、比較的高い状況を維持している。また、未処置歯も
少ない状況が維持されていた。

4) Daigas グループ健康開発センターでの ヒアリング

1996年に健康開発センターが設立され、
歯科健診や口腔保健指導を中心に活動することになった。大阪ガスの従業員の場合、
35歳以上になると2年に1回、歯科健診・
口腔保健指導を無料で受けられるようになっており、関係会社従業員も大阪ガス健康
保険組合被保険者であれば自己負担金を支払うことで歯科健診・口腔保健指導を受け
ることができる仕組みとなっている。

この他、新入社員への歯科健康セミナー
が年間600～700名の対象者に実施されている。

なお、事業の効果として、歯の喪失歯数が減少し一人平均のう蝕の未処置歯数は
1.9本(1996年)から0.6本(2021年)に急減している。また、レセプトの分析から
歯科医療費がある程度抑制され、歯科健診時の評価により口腔衛生状態の改善、個人
での定期メンテナンス受診の増加などが見られている。

5) 塩野義健康保険組合でのヒアリング

2022年度から、WEB問診による回答の結果とレセプト・健診データから歯科疾患
のリスク判定を行うこととなっており、38の問診項目が歯科口腔保健につい

て設定されており、e-learningや受診勧奨の実施についても、対応が予定されて
いる。

なお、問診への回答率は目標の80%を
クリアしている。

6) ある大手電機精機メーカー等のヒアリング

歯周病への理解を深め、行動変容できる
ようになることを目指して、2018年度
から、ヒアリングを行ったメーカーの一部事業所では、歯周病の簡易チェックの
導入を図るようになった。

7) 福島県歯科医師会のヒアリング

福島県歯科医師会では、2020～2022年
では一般歯科健診や特殊歯科健診等の
実績が増加していた。

事業所健診については、勤めている労働
者の健康の保持増進が重要であり、労働
者自身が求めている情報を模索をして
いるとのことだった。特殊歯科健診につ
いて事業所規模にかかわらず実施義務
となったことより、問い合わせも増えて
いるが、確定診断や定義等について不明
な部分も多く、戸惑いながら実施してい
るとのことであった。

その他、福島県歯科医師会では企業や
協会けんぽとの窓口は都道府県歯科医
師会で1本化しているが、歯科衛生士会
との連携は途上とのことであった。

8) 新潟県歯科医師会のヒアリング

一般歯科健診および特殊歯科健診の実施
事業数は経年的に増加していた。新潟県歯
科医師会は、関連組織として、歯科保健協

会があり、歯科衛生士 5 名が配置されており、職域以外にもフッ化物洗口等の活動を長年実施されてきたとのことであった。歯科保健協会では歯科グッズ販売やパンフレットなどを広く情報提供していた。なお、企業等における歯科口腔保健の推進には、企業内に配置されている保健師の協力が非常に大きいとのことだった。

2 口腔保健指導を進めるための指導媒体作成

本研究での媒体（例）を示す。（分担研究者品田先生報告書参照）なお、現段階では、内容等を検討中である。

3 リンク集の原案作成

最終的な産業歯科保健に関するリンク集

の原案については、テーマごとに収集したリンクをエクセル表にまとめ、個々のリンクの概要や特長がわかるように、リンクを収集した担当者が簡潔なコメントをつけた。また、個別のリンクごとに、利用できるファイルの種類がわかるようにした。

D. 考察

1 ヒアリングに基づく事業所の情報収集

1) 浜松ホトニクスの場合

一般的に 1 つの事業所で定期的な歯科健診を実施する場合、受診率が低くなるのが実状であるが、この事業所で健診の実施率が 8 割を維持しているのは、事業所と健康保険組合の部門との連携体制が確保され、歯科健診を受診しやすい環境づくりがなされていることが影響していると考えられた。

2) 富士通コミュニケーションサービスの場合

歯科保健サービスが義務化の項目にはいっていない状況の中で、外部資源との連携の下で対応がされた事業所での先進事例の一つと位置付けられる。今後、事業を評価していく評価指標について、検討していく余地があると考えられる。

3) ヤクルト中央研究所の場合

以前は、歯科健診の際、簡単な歯石除去を

行っていたとのこと、前の方式がよいとの反応も従業員の間ではあるとのことだったが、比較的受診率も高く、未処置歯が少なく口腔内が良好に保たれていると考えられた。

今後、疾病重視から行動変容を期待する歯科健診への切り替えがスムーズになされ、新たなサービスへの取り組みが進められることが期待される。

4) Daigas グループ健康開発センターの場合

Daigas グループ健康開発センターにおける歯科口腔保健事業の特長としては、1) 歯科衛生士が職域における歯科口腔保健事業に直接参画していること、2) 歯科保健の重要性を発信し、従業員が相談しやすい環境作りに努めていること、3) Daigas グループ健康開発センター内での多職種連携が密に取れており、Daigas グループ健康開発センターと総務、健康保険組合や労働組合のコラボヘルスが機能していること、などが考えられる。

Daigas グループ健康開発センターにおける歯科保健活動では、歯科の専門職として常勤の歯科衛生士を中心に、歯科健診をはじめ、新入社員への歯科健康セミナーや歯科キャンペーンである「歯っぴーチャレンジ」などが計画・実施されていた。職域における歯科保健活動に常勤の歯科の専門職が直接関わることができれば、なじみのある従業員に口腔の健康の重要性を伝えやすく、事業場の実情に合わせた歯科保健活動を展開しやすくなることが考えられる。

5) 塩野義健康保険組合でのヒアリング

塩野義健康保険組合の歯科口腔保健事業の特徴としては、1) ヘルスリテラシー教育を重視している事業であること、2) Web上で完結する予防型歯科検診プログラムであること、3) 効果判定にレセプトデータを利用していること、などが考えられる。

今回の歯科口腔保健事業でヘルスリテラシー教育として実施されたe-learningの実施率は80%以上と高く、健康保険組合と事業場のコラボヘルスによる健康支援の風土が根付いていることが考えられた。

6) ある大手電機機器メーカー等のヒアリング

健康に対して無関心な社員が自ら予約を取り、受診し、日常のケアまで定着化するには見える啓発活動が必要と考え、歯科口腔保健活動を企画していた。必ず参加する健診会場で実施するという手軽さ、現状の見える化→対策→評価→次年度企画(PDCAを社員に見せること)、関心があ

るうちに教育、すぐに行動化できるような仕掛け(インセンティブで歯ブラシ等)、社員との日頃からのコミュニケーションなど、さまざまな工夫により、事業場での歯科口腔保健事業の取り組みに成功している一例と考えられた。

7) 福島県及び新潟県歯科医師会のヒアリング

事業所に対する実施件数が令和4年以降。増える傾向にあるが、事業所や保険者との取り組みは、ヒアリングを行った歯科医師会にとって、課題も多いとのことであり、引き続き検討が必要であると考えられた。

2 口腔保健指導を進めるための指導媒体作成

口腔保健指導の媒体として利用できる内容として、「基礎編：①解剖・機能、②歯・口腔の付着物(歯垢、歯石等)、③疫学・調査データ」、「う蝕(むし歯)」、「歯周病」、「口腔清掃、セルフケア」、「フッ化物の応用」、「定期健診」、「矯正歯科、ホワイトニング等」、「顎関節症、TCH等」、「口臭」、「口内炎、口腔がん等」、「口腔機能低下、オーラルフレイル」についての媒体の作成が最終的になされることとなるが、今後、図表の改変や新たな図表作成を依頼する必要性並びに公開方法について検討の余地があると考えられる。

3 リンク集の原案作成について

本研究では、職域における歯科保健活動を円滑に行うための情報を整理する目的で、産業歯科保健に関するリンク集の原案を作成した。

これらのリンク集の原案は、日本産業衛生学会 産業看護部会の会員を対象に実施した「事業所での歯科口腔保健事例集作成のための調査」の結果を踏まえており、産業看護職が職域における歯科保健活動を行う際にも役立つと考えられる。

今後、検討しなければならない課題としては、1)上記テーマに関するリンクの分量の検討、2)収集したリンクが利用されるための仕組み作り、3)リンク集の公開方法、などが考えられる。

また、既存のリンクのほかに、新たに教材を作成することが望ましいテーマもいくつか存在しており、今後の検討課題となっている。

「THP 改正と歯科の位置づけ」のテーマについても、改正 THP 指針では労働者の健康の保持増進のための具体的措置として、運動指導、メンタルヘルスケア、栄養指導、保健指導のほかに口腔保健指導も明示されているが、それについて言及されている資料はあまりないのが現状である。各事業場の実態に即して歯科口腔保健事業を実施するために、そのような教材をあらかじめ準備し、まとめておくことも意義があると考えられる。

E. 結論

1 事業所等でのヒアリングについて

ヒアリング調査から、長期の歯科口腔保健サービスの取り組みを継続的に行っている場合、歯科医療費がある程度適正化されることが示唆された。

また、事業所での歯科口腔保健の位置づけが、全国的にほとんどされていない中で、歯科セミナーの開催は、事業所での保健

活動の先進事例の一つに位置付けられると考えられた。

また、長期・継続により歯科口腔保健サービスを進めることで、口腔の健康のみでなく全身の健康への効果が高まっている可能性も示唆された。

なお、大阪ガスグループの場合、常勤の歯科衛生士が職員として、歯科口腔保健指導に従事しており、事業所外資源と比較して、歯科口腔保健指導について、効果が高まる側面があると考えられた。

さらに塩野義健康保険組合の場合、歯科口腔保健事業の特長として、1)ヘルスリテラシー教育を重視している事業であること、2) Web 上で完結する予防型歯科検診プログラムであること、3)効果判定にレセプトデータを利用していること、などが考えられた。問診によるリスク判定から受診勧奨を行う点が、実際の口腔内を見て受診勧奨を行う歯科健診とは大きく異なり、新しいコンセプトに基づいた取り組みであると言える。今後の検証結果が待たれる。

この他、ある大手電機精機メーカーのヒアリングから必ず参加する健診会場で実施するという手軽さ、現状の見える化→対策→評価→次年度企画（PDCAを社員に見せること）、関心があるうちに教育、すぐに行動化できるような仕掛け（インセンティブで歯ブラシ等）、社員との日頃からのコミュニケーションなどが、事業場での歯科口腔保健事業の取り組みを成功させるポイントである可能性が示唆された。

なお、都道府県歯科医師会では、市町村との協同事業などの経験は多いものの、職域や事業所等との連携の構築はこれからの

課題も多いことが明らかとなった。

2 口腔保健指導媒体の作成

口腔保健指導に利用できる媒体として「基礎編：①解剖・機能、②歯・口腔の付着物(歯垢、歯石等)、③疫学・調査データ」、「う蝕(むし歯)」、「歯周病」、「口腔清掃、セルフケア」、「フッ化物の応用」、「定期健診」、「矯正歯科、ホワイトニング等」、「顎関節症、TCH等」、「口臭」、「口内炎、口腔がん等」、「口腔機能低下、オーラルフレイル」について作成を行う。

3 リンク集の原案作成

職域における歯科保健活動を円滑に行うために、産業歯科保健に関するリンク集の原案をまとめた。

F. 健康危険情報

なし

G. 研究発表

1. 論文発表

なし

2. 学会発表

なし

H. 知的財産権の出願・登録状況

(予定を含む。)

1. 特許取得

なし

2. 実用新案登録

なし

3. その他

なし