

公益財団法人 8020 推進財団

令和元年度 歯科保健活動助成交付事業報告書

I. 事業名

職域成人における歯科口腔保健の普及啓発事業
～無関心層への予防歯科情報発信～

II. 申請者氏名

公益財団法人ライオン歯科衛生研究所 普及健診事業部 後藤 理絵

III. 実施組織

公益財団法人ライオン歯科衛生研究所

IV. 事業の概要

働き盛りの 20～60 代で口腔ケアに関心を高く持ち、予防歯科を実践することは、歯を失うリスクの低減につながり、口腔健康の保持・増進、生活の質の向上につながると考えられる。

そこで昨年度は、(公社) 日本歯科医師会が作成した生活歯援プログラムの質問紙と当財団が作成する情報冊子の配布を行ない、参加者の歯科保健知識の向上と健康行動への変容を評価を行った。結果として歯科保健行動や知識の向上が確認できた。しかし、行動変容できた集団は歯科に対しての関心が高い層と考えられ、情報を遮断する、情報を得ても行動しないなど歯科に関心のない無関心層への対応が課題として浮き彫りとなった。

今回の情報冊子は無関心層へのアプローチを強化するため、行動経済学や表現の専門家 2 名の監修を得て刷新することとした。刷新の際には、対象者の選定や典型的な対象像の選定など行った。また、ナッジの活用では、プライミング効果、権威効果、損失回避などの理論を用いた。さらに、無関心層でも読みやすいよう、全編漫画での情報冊子を作成した。

今年度においては、新型コロナウイルスの影響で作業が滞り冊子の評価まで至らなかったため、冊子の受容性の評価と課題の抽出、改善を行っていく。
また、引き続き、無関心層への保健指導充実を図るため、手法の蓄積が必要である。

V. 事業の内容

【事業の背景】

職域成人における歯科保健活動を実施している企業、健康保険組合は少ない上、実施している健保についても予算が限られ、参加者が限定されるという課題がある。一方、厚生労働省が推進する「データヘルス計画」と経済産業省が推進する「健康経営」により企業が歯科への取り組みに積極的になってきている。そこで1年目は、(公社)日本歯科医師会が作成した生活歯援プログラムの質問紙と当財団が作成する情報冊子の配布を行ない、参加者の歯科保健知識の向上と健康行動への変容を評価した。結果として歯科保健行動や知識の向上が確認できた。しかし、行動変容できた集団は歯科に対しての関心が高い層と考えられ、情報を遮断する、情報を得ても行動しないなど歯科に関心のない無関心層への対応が課題として浮き彫りとなった。

厚生労働省の健康寿命延伸プラン（第115回社会保障審議会医療保険部会）で、歯科分野に対しては、歯科健診や保健指導の充実を図り、歯科医療機関への受診を促すなど、全身の健康にもつながる歯周病等の歯科疾患対策の強化等を目指し、インセンティブの強化、ナッジの活用などにより、①健康無関心層へのアプローチを強化しつつ、②地域・保険者間の格差の解消を図ることによって、個人・集団の健康格差を解消し、健康寿命の更なる延伸を図るとしている。

健康への無関心層は成人の約7割をも占めている可能性があり、健康に対する新たな情報収集をほとんど行っていないということが明らかとなっている。（2015 Kuno Lab., University of Tsukuba. All Rights Reserved）

健康に関する情報収集を行っていない無関心層は、ヘルスリテラシーの向上が起こりにくく、行動変容も期待しにくい。そこで、無関心層へ向けたアプローチ法の検討が必要である。

【目的】

(公社)日本歯科医師会の生活歯援プログラムを活用し質問紙票の実施と保健指導として当財団で作成した情報冊子を利用した間接保健指導プランにおいて、無関心層へのアプローチを強化した情報冊子に刷新し、受容性の確認や歯科保健行動を評価することを目的に事業を行った。

【外部専門家の協力】

厚生労働省の施策で推奨されているナッジを活用し、表現力も工夫するため、下記2名の協力を得ることとした。

- ・表現 「ためしてガッテン」元ディレクター 北折一先生
- ・ナッジの活用 行動経済学研究者 青森保健大学 竹林正樹先生

【無関心層をターゲットとした情報冊子の作成】

1. 対象者の選定

現行のように職域成人全体（18～64 歳）を対象にすることで幅広い情報啓発を行えるが、無関心層へ向けた啓発には、テーマを絞り関心をひくことが重要なため、今回は下記理由から 40 代男性を啓発対象とすることとした。

<理由>

- ①男性の就労は約 60%と女性より多い（厚生労働省平成 28 年労働力調査より）
- ②歯周病の罹患率、喪失歯が 40 代以降増加する（厚生労働省平成 28 年歯科疾患実態調査より）

2. 内容軸の選定

対象にあったテーマ設定にするため、インターネット調査（㈱マクロミル「ミルトーク」）にて、40 代男性の意識を確認した。

<設問 1：健康のためにやっていること（自由回答、回答数 75 人）>

「歩く」や「階段を利用する」など「運動」に関して回答した者は 64%おり、次いで、「3 食しっかり食べる」や「食べ過ぎない」など「食事」に関して回答した者は 46%だった。その他、睡眠や生活リズムの回答もあり、日々の生活の中で工夫して出来るが多かった。

<設問 2：同性からどのように思われたいか（自由回答、回答数 58 人）>

「知的」や「面白い」など内面について回答した者は 48%で、「カッコいい」や「若々しい」など外見について回答した者は 22%であり、同性からは内面的にどうみられるかを気にしている者が多かった。

<設問 3：異性からどのように思われたいか（自由回答、回答数 62 人）>

「清潔感がある」や「カッコいい」など外見について回答した者は 61%と多く、「優しい」や「穏やか」など内面について回答した者は 22%であった。異性からは外見について気にしている者が多かった。

<その他>

「大切にしているもの」や「趣味」について回答してもらったが、回答内容が多岐にわたり特徴的な回答は得られなかった。

以上より、今回のテーマは顕在化している「異性から良くみられたい（好まれる）」とのニーズに注目し主軸とすることとした。

3. 典型的な対象像の設定（ペルソナ）

ターゲット像が定まっていない状態では、認識の違いによりテーマがずれてしまい、効果的な冊子作成が難しくなることがある。そのため、今回は作成関係者がターゲットに

対し統一認識をもち、人物像への理解を深めるため「ペルソナ」を設定した。
ペルソナとは、実際にその人物が実在しているかのように、年齢、性別、職業、役職、趣味、家族構成、関心事などを設定することである。

<ペルソナ像>

年齢：40代

性別：男性

職業：会社員、帰宅遅い

役職：なし

趣味：スポーツ（野球 or テニス）

家族構成：既婚者、子供は中学生

関心：健康、社会情勢に興味なし

おしゃれには興味ないが最低限の身だしなみは気にする

食事：昼食は外食（500円程度）、朝夜は家、人付き合い良い

4. 内容校正

①構成

現行と刷新後の違いは下記の通りである。

	現行	刷新後
冊子の流れ	（公社）日本歯科医師会生活歯 援プログラムの回答により層別 された階層により、各層にあっ た情報を記載した	階層に分けると情報の幅が狭まる ため、階層別せず、情報冊子1冊 を通して自分の課題に気づきを与 えるものにした
内容	歯科情報を写真と解説でわかり やすく表示した	無関心層でもついつい読んでしま ったという状況を作るため、全編 漫画にした
指導項目	各層に設定した 例：保健指導の必要が低い群 ・口腔機能への理解 ・ワンタフトブラシやデン タルリンスの使用	主項目を歯科医院受診とし、サブ 項目をデンタルフロスの使用とし た
使用場面	想定なし	事業所内で3分程度で読めるもの

②ストーリー

ペルソナと主軸内容、指導項目を踏まえストーリーの検討を行った。男性を主人公に検討する中で、刷新作業する者が歯科衛生士（女性）のため意識の性別差が明らかになり課題となった。課題を解決するため、主人公は男性だが、女性の助言により成長するストーリーとした。

5. 無関心層へ向けたポイント

①ナッジ理論の活用

ナッジとは、注意や合図のためにひじで人をそっと突くという意味であり、生活者にとって選択の余地を残したまま、特定の選択肢をとることを促す仕組みである。

今回用いた理論および内容に組み込むポイントは下記の通りである。

プライミング効果	プライム（先行刺激）によって、人間の行動が無意識のうちに影響を受ける現象である。ある単語を事前に見聞きした場合、その単語が持つイメージによって無意識のうちに行動や思想が影響を受ける。また、単語だけではなく、ある行動をすることで、無意識のうちにその行動に合わせた感情を持つ。 ポイント：「これは楽しい話になりそうだ」という雰囲気が始まっているか。
権威効果	社会的地位や権力、肩書きなどによって普通の物でもすごくいい印象になる。 ポイント：信頼を得られる提示ができているか。
認知容易性	「分かり易い」「見易い」など理解しやすいことを「信頼できる」「親しみを感じる」など好意的に受け取る現象。鮮明に印刷された文章、繰り返し出てくる文章、プライムのある文章は認知が容易である。 ポイント：具体的行動をわかりやすく提示しているか。
損失回避	損失や支払いに対する不満足は同じ大きさの利益や受け取りの満足よりも大きい。 ポイント：損失を怖がる心理に訴えているか。
同調効果	相手に自分と共通の事柄があると安心感や親近感を覚える心理効果である。人は人の意見に対して同調してしまう習性がある。 ポイント：「全体の〇%もの人が使っています」の表現があるか。
返報性	人から何かしらの施しを受けたとき、「お返しをしなくては申し訳ない」というような心理作用。 ポイント：「ここまでしてくれたんだから、ちゃんとしなくちゃ」という心理に訴えているか。
コミットメント	目標を宣言することで、心理学的な一貫性が働きやり抜こうとする。 ポイント：具体的な日時の決定が行動に繋がることを紹介しているか。
ピークエンドの法則	最も感情が動いたときと、一連の出来事が終わったときの記憶だけで、全体的な印象が決定される。 ポイント：記憶定着するような終わり方になっているか。

②ゲーミフィケーションの活用

ゲーミフィケーションとは「ゲームに使われている構造を、ゲームとは別の分野で応用すること」で今回はクイズを用いて健康教育を行う。

③情報量の強弱

無関心層が冊子を読み進める工夫として前半は軽い情報にし、後半に向け知りたい欲

求を駆り立て歯科情報量を増加させた。

④指導感の排除

歯科専門家視点で、「〇〇しましょう」や「〇〇した方がよい」と歯科専門家として指導をしてしまいがちだが、無関心層は指導感を察知すると情報冊子を受け入れてもらえないため伝え方を工夫した。

6. 冊子全体の工夫

【表紙】



①ビジネスマン必読：同調効果

まさか私が!?: プライミング効果

②イラストの工夫

- ・表紙をめくりたくなるように
女性のイラストを可愛く表現
- ・まさか私が!?とイラストイメージを
合わせ、プライミング効果を強調

③行かないと損する：損失回避

〇〇の世界：プライミング効果

④監修名の表示

- ・認知がなくても、名前を掲載：
プライミング効果
- ・肩書に「名物」や「気鋭」：プライ
ミング効果
- ・全面監修：権威効果

【本編】



- ⑤冒頭女子会で自分の噂をされているという衝撃のある内容で無関心層もついつい読みたくなる展開に工夫
- ⑥・成人が気にしている「口臭」をテーマにすることで冊子への関心を高める。
・受け取る人により表現がぶれないようにあえて「くさい」とストレートに表現
- ⑦「毎日歯みがきしている」だけでは不足している印象を持たせる
- ⑧・漫画の特性を生かし、非現実的な妖精が知識を与える展開
・妖精を天然キャラにし、キャラを際立たせる

4P



5P



6P



- ⑨クイズ：ゲーミフィケーションを活用
- ⑩女子会が歯科評論会とイメージされないように女子会の1コマ目はあえて歯科の情報に触れない
- ⑪外見ではなくフロス使用で好感度が上がることを印象付ける
- ⑫フロスの使用率：同調効果
- ⑬・歯科保健指導感が出ないよう、妖精が軽いトーンで解説
・内容も簡易的にして説明しすぎない（あえて使用方法などを削除）
- ⑭デンタルフロスの貼付：返報性
- ⑮歯科医院での定期クリーニングで好感度が上がることを印象付ける

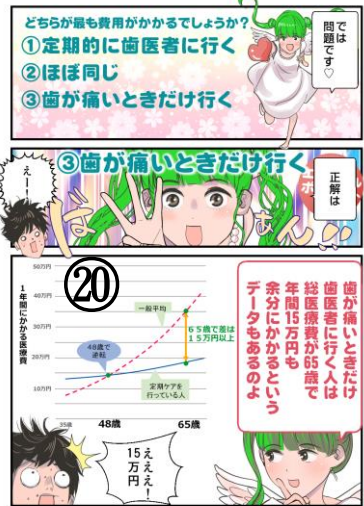
7P



8P



9P

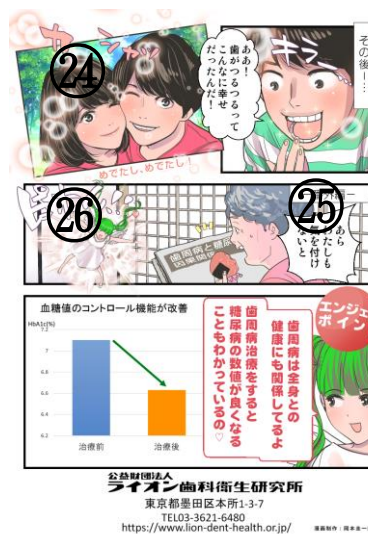


- ⑩生活者にとって、「クリーニング・掃除」という言葉は「汚いものをきれいにする」というイメージがあり、自分の口腔内は汚れているとの認識がないため、「クリーニング・掃除」という言葉に不快感を抱いたり、自分事化出来ていない場合がある。今回はクリーニングというイメージを身近なものに感じてもらい、受け入れやすくするため、洋服などのドライクリーニングを引き合いに出す
- ⑪口腔内を見慣れていない生活者にとって、歯ぐきの色や形の違いはわかりにくい。赤い方が健康と間違った認識の者もいるため、あえて主人公に「赤い方が色がきれい」と誤った発言をさせ共感を得る
- ⑫歯周ポケットがイメージできるように歯の断面図での説明でなく、歯ぐきをめくり解説する
- ⑬読み手が7Pまで読み進めることが出来れば、この冊子の受け入れ性が高いと判断し歯ぐきについての情報量を多くした
- ⑭年間15万円余分にかかる：損失回避

10P



11P



- ⑮実施しなかった場合のイメージを表現
- ⑯大半の人が思う、「わかってはいるが、行動できない」に共感
- ⑰解決策のナッジ：コミットメント効果、認知容認性
- ⑱めでたしめでたし：ピークエンドの法則
- ⑲本編は「好まれる」が行動の基盤となっていたが、人により基盤が違うことを明示し、番外編では糖尿病について記載
- ⑳妖精は誰の元にも訪れるというイメージ

VI. 今後の課題

現在まで行動経済学や表現に注視して保健指導を実施することが不足しており、歯科衛生士の教育や議論にかなりの時間が必要となった。今後も保健指導充実を図るため、引き続き、ナッジの活用や表現、伝え方に留意した保健指導手法の蓄積を行う必要がある。また、新型コロナウイルスの影響で作業が滞り評価まで至らなかった。今後、冊子の受容性の評価を行うと共に課題を抽出して改善を図っていく。

以上