

報道関係各位

日本人の健康寿命の改善と国民医療費抑制を目指すべく
「からだのための歯科定期健診推進委員会」が発足！

「行こう！シカケン（歯科健診）」プロジェクト始動！！！

全国の歯科医院に呼びかけ、歯科医療発展のために日本初の試みである

歯科医院限定のクラウドファンディングによって、

日本の歯科医療現場と国民意識を根底から変えていく！

2016年10月より「行こう！シカケン」歯科医院向けサイト(go-shikaken.jp/dental)オープン

歯科・医療現場へ品質とコストに優れた商品を提供しているフィード株式会社（代表取締役：小間井俊輔）は非効率で閉鎖的な業界体質を持つ歯科業界を根底から変えるべく、「歯科業界における流通革命」を掲げ、同じく古い業界体質にあった美容サロン業界のタブーに切り込むサービスを展開している、「株式会社ビューティガレージ（代表取締役：野村秀輝、東証第1部：3180）」との提携（2016年4月）など、「通販のソリューションによって歯科医療の強靭な繁栄を支援する」という企業理念の基、歯科業界にて様々な取り組みを行って参りました。

そしてこの度、「定期的に歯科医院に通うことで、健康に生活できる『健康寿命』を延ばせる」ことを社会に訴える継続的な啓蒙活動を実施するため「からだのための歯科定期健診推進委員会」を立ち上げ、「行こう！シカケン」オフィシャルサイト（www.go-shikaken.jp/dental）を2016年10月よりオープン（一般向けサイトオープンは「良い歯の日」である11月8日予定）しました。これは日本初の歯科医院限定クラウドファンディングであり、全国の歯科医院個別からの協賛によって活動費用をまかなっております。

【なぜフィードが立ち上げたのか？】

フィードは、「通販のソリューションによって歯科医療の強靭な繁栄を支援する」という企業理念を掲げております。これは、全身健康に大きな影響を及ぼす歯科医療が活性化することで国民健康の増進に直結するという確信に基づきます。そして通販の効率的なビジネスモデルを磨きあげることで、単に歯科医院から収益を受けるのみならず持続的・共栄的な還元を行いたいという意思を表しています。すなわち、全国の歯科医院様からご愛顧をいただいているフィードがハブとなり、フィードのCSRとして、日本国民の定期歯科健診への意識向上と歯科全体のための啓発活動をしたいと考えました。

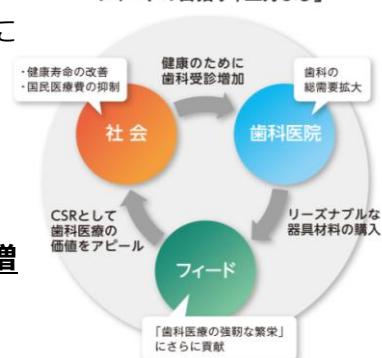
【歯科医院限定クラウドファンディングという日本初の三方よし】

本活動の費用は全て全国の歯科医院のフィードにおける器材購入や篤志によってまかなわれます。日本初の歯科医院限定クラウドファンディングで、歯科業界というミクロの社会が日本全体に訴える新しいモデルです。
日本全体の歯科健診受診率が上がることで

- ・日本国民の健康寿命が伸び（社会よし）
- ・歯科医院がもっと社会に必要とされ活躍する機会増加（歯科医院よし）
- ・歯科材料関連企業も商品供給等で歯科医院・社会をサポートする機会が増える（企業よし）

という「三方よし」の形を作りたいと考えています。

フィードの目指す「三方よし」



◆本件に関するお問い合わせ◆

「からだのための歯科定期健診推進委員会」広報事務局 担当：長嶺 旭

TEL : 03-5358-1932 FAX : 03-5358-1931

携帯 : 090-9783-2948 MAIL : nagamine@prz.co.jp

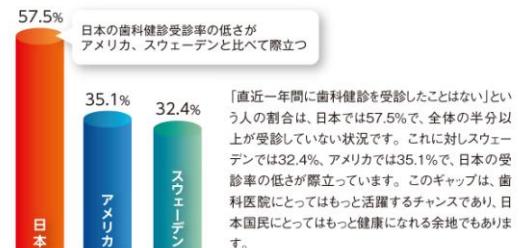
■日本における歯科健診の現状

今回のプロジェクトを立ち上げた背景として、日本では「コンビニよりも歯科医院が多い」という環境にあるにも関わらず、「相当痛くなるまで歯医者にはいかない」という感覚の方が多く、重症化してから来院される方が多いという現実があります。

例えば、直近1年間で歯科健診を受けていない人の割合は60%弱にも上り、国民全体の半分以上が受診していない状況です。（右記の図参照）

近年注目されている「歯科口腔の全身健康に対する影響」がより理解されれば受診率が向上するものと考えました。

直近一年間で歯科健診を受けていない人の割合



■n=各国の15~69歳1200人各年齢層の人口比でウェイトをかけた値を使用
■出典:ライオン(株)調べ。「日本・アメリカ・スウェーデン 3カ国の大規模調査 Vol.1」

■堀江貴文さんも注目！歯科口腔の全身健康に対する影響

今回の啓発動画では歯周病が糖尿病、心筋梗塞等の全身疾患の原因ともなっていることを表現していますが、同様の警告を発している直近著に堀江貴文さん+予防医療普及協会著の「むだ死にしない技術」（マガジンハウス）があります。この書籍では第4章がまるまる歯科の重要性について割かれており、まさにむだ死にしない技術として歯科健診受診が勧められています。堀江さんご自身は月に2、3回歯科健診を受診されているとのことです。

今回のプロジェクトの認知を拡げ、日本国民の定期歯科健診に対しての意識が向上し、それをきっかけに月に1回、最低でも3か月に1回程度歯科医院に通院する方が増えれば、高齢化している日本の健康寿命を著しく向上させ、歯科の隠れた巨大な需要が正しく顕現し、一方では国民医療費の抑制に貢献します。「行こう！シカケン」を呼び声に、弊社が携わる歯科業界の活性化のみならず、日本の未来も元気にできればと願っております。

■「行こう！シカケン」啓蒙CMコンテンツ・出演者概要

「行こう！シカケン」～kiss篇～ 1分48秒

サイト公開日：2016年11月8日（火）～

出演者：DOTAMA（術ノ穴）／千倉里菜（ビーチウォーカーズ・マネジメント）

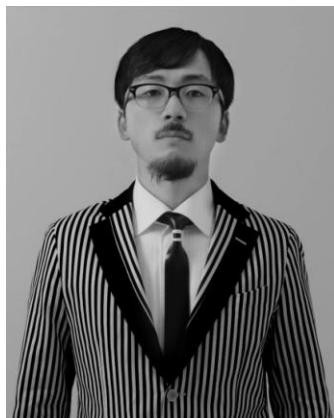
日本では「歯周病」に対する危機意識が低く、口内ののみの病原菌と思われがちですが、実は糖尿病や心筋梗塞などを引き起こす万病の元であることもあまり知られていない現状があります。

そんな状況に警鐘を鳴らすべく、プロジェクトの啓蒙コンテンツ第一弾として「行こう！シカケン～K i s s編～」と題した啓発動画CMを制作致しました。特に今回は若い世代の人たちに、歯周病のリスクや定期的に歯科医院に通うことの重要性を広めるため昨今人気急上昇で若い世代に訴求力の高いラップを活用し、そのシーンで最も注目を集めている「DOTAMA」さんを起用しました。

軽快なリズムに乗せながら、歯周病が糖尿病や心筋梗塞、脳梗塞などさまざまな疾患の発症・進行のリスク因子であることも含めて、たたみ掛けるようにメッセージを展開するリリックは一度聞くと脳裏に刻まれる内容となっております。

DOTAMA

栃木県出身/術ノ穴所属/笑うバトルMC。力強く高い声、激しいステージ、練られた歌詞で、独自のラップミュージックを表現する。ULTIMATE MC BATTLEを筆頭に、MCバトルへ多数出場。辛辣ながらユーモアのあるバトルを演出し、高いインパクトを残す。コラボ作含め現在6枚のアルバムをリリース。現在映画『TOKYO TRIBE2』やテレビ朝日『フリースタイルダンジョン』などメディアに数多く出演し、その異端な存在感が現在注目の的となっている。



千倉 里菜

ビーチウォーカーズ・マネジメント所属
【CM】「モンスターストライク」（全国）、「ららぽーと」（全国）【映画】「先輩と彼女」先生役【TVドラマ他】TBS「爆報！THE フライデー」再現ドラマ木の内もえみさん役、今秋テレ東京ドラマスペシャル「模倣犯」水着モデル役、監禁女性役、TBS火曜ドラマ「せいせいするほど、愛してる」モデル役、カフェ店員役等、フジテレビ「金曜日の聞きたく女たち」再現VTR、NHK大河ドラマ「花燃ゆ」芸妓役、TBS日曜劇場「ナポレオンの村」村祭りの客役ほか

