

オーラルケア28(にいほち)プロジェクト
アクションプラン
事業評価報告書

目次

1. オーラルケア28(にいほち)プロジェクト評価の目的と実施事項
2. 現行のアクションプランの概要
3. 評価の方法
4. アクションプランの総合評価
 - ・ 1) アウトカム指標による評価
 - ・ 2) ライフステージごとの評価
 - 乳幼児期・学童期
 - 成人期
 - 高齢期
 - ・ 総合評価
5. 次期プランに向けた課題
6. 現行のアクションプランにおける個別事業の成果

1. オーラルケア28(にいほち)プロジェクト評価の目的と実施事項

目 的

次期プロジェクトの方向性及び目標・指標を明確にするためのアクションプラン（以下「次期アクションプラン」という。）を策定するにあたり、令和7年度時点でのアクションプランの評価指標に関する目標に対する実績値や、プロセスやアウトプットを中心に各取組みの活動成果について、評価する。

以上の評価を通じて得られた課題等を、令和9（2027）年度から実施予定の次期アクションプランへ反映する。

実施事項

- （1）福岡市の歯科口腔保健に関する各種データの分析
- （2）福岡市歯科医師会・福岡県歯科衛生士会・九州大学・福岡歯科大学からコアメンバーが参加している「福岡市歯科口腔保健推進プロジェクト等検討委員会（以下、「ワーキンググループ」という。）での検討
- （3）福岡市歯科口腔保健推進協議会（以下、協議会という。）での検討

2. 現行のアクションプランの概要

(1) プラン作成の目的

「オーラルケア28プロジェクト」の基本方針や目指す姿・目標を定めるとともに、取組みの方向性等をみえる化し、関係機関が共通認識のもとそれぞれの資源を活用しながらプロジェクトを推進する。

(2) 計画期間：2021年度（令和3年度）～2026年度（令和8年度）

(3) コンセプト **歯は100年のパートナー** WELL-BEING with TOOTH

(4) 基本方針

●治療よりも予防

二度は生えてこない永久歯を生涯にわたって健康に保つため、治療から予防へと市民の意識を転換する。

●ライフステージに応じたアクション

生活スタイルの異なる世代それぞれに、適切なプロフェッショナルケアとセルフケアの習慣を根付かせるための効果的なアクションを創出する。

●無関心層への多彩なアプローチ

従来 of 介入方法では歯科口腔への健康意識を喚起することが難しい層が存在するため、ICTやナッジを活用した訴求力の高い斬新なプロモーション策を開拓する。

(5) 目指す姿・目標

●2026年（令和8年）

より多くの市民が、かかりつけ歯科医をもち、年に1回以上歯科医院でプロフェッショナルケアを受ける。

●2040年（令和22年）

全ての市民が、28本の歯と口腔機能を健康に保ち、食事と会話を楽しみながら、笑顔で人生を過ごす。

3. 評価の方法

アクションプランの評価について、令和6年度協議会で議論された評価の実施方法に則して、以下の2つの視点から実施した。

1) 事前に設定したアウトカム指標（評価指標）による評価

- 協議会等での議論で定めた評価基準に応じて以下の4段階で評価した
 - A. 目標値に達した
 - B. 目標値に達していないが、策定時の値よりも改善傾向にある
 - C. 変化なし
 - D. 策定時の値よりも悪化の傾向にある

2) ライフステージごとの評価

- アクションプランにある個別事業の活動成果については、諸取組みの進捗状況の評価する上で、プロセス（事業の過程・実施体制）・アウトプット（直接的な成果物）を中心に、情報を整理して、定性的に評価をまとめた。また、アウトプットの結果、対象者や状況に起きた変化を示せる場合は、直接アウトカムとして、評価対象の要素に含めた。
- 個別事業はライフステージ（乳幼児期・学齢期、成人期、高齢期）を意識して設定されており、それぞれに応じたアウトカム指標を含めて、ワーキングで議論し、プロジェクトの総合的な評価と次期アクションプラン策定に向けての課題の整理を行った。

3. 評価の方法

- オーラルフレイル28プロジェクトで取り組んだ各事業と関連する評価指標

ライフステージ	取組みの方向性	事業（アクション）	評価指標（アウトカム）
乳幼児期 学齢期	(I-1) パブリックケアの強化	No1. フッ素うがい導入支援 No2. 歯科保健指導 No3. 小2集団口腔衛生指導	<ul style="list-style-type: none"> 3歳児でむし歯のない者の割合を増やす 12歳児でむし歯のない者の割合を増やす 12歳児の一人平均むし歯本数を減らす
	(I-2) 知る機会の拡大	No4. 放課後児童クラブ等への歯科衛生士派遣	
	(I-3) 楽しみながら習慣化	No5. ポケモンスマイルではみがき大作戦 No6. はみがきグッズワークショップ	
成人期	(II-1) 健診受診機会の拡大	No7. 歯科節目健診 No8. 産婦歯科健診 No9. デンタルチェック18~20	<ul style="list-style-type: none"> 20歳代における歯肉の炎症を有する者の割合を減らす 40歳における進行した歯周炎を有する者の割合を減らす 40歳における未処置歯を有する者の割合を減らす 50歳で喪失歯のない者の割合を増やす 歯間清掃器具を週1回以上使用する者の割合を増やす かかりつけ歯科医がいる者の割合を増やす 1年に1回以上歯科医院で定期健診を受診する者の割合を増やす
	(II-2) 職場等での働きかけ	No10. 企業向け簡易歯科健診	
	(II-3) 興味・関心の喚起	no11. 各種啓発	
高齢期	(III-1) 本人に対する気づきと学習の場の提供	No12. おいしいオーラルフレイルチェック No13. フレイル予防教室 No14. 薬剤師が勧めるオーラルケア	<ul style="list-style-type: none"> 60歳における進行した歯周炎を有する者の割合を減らす 60歳における未処置歯を有する者の割合を減らす 60歳で喪失歯のない者の割合を増やす 60歳代における咀嚼良好者の割合を増やす 70歳で喪失歯のない者の割合を増やす かかりつけ歯科医がいる者の割合を増やす 1年に1回以上歯科医院で定期健診を受診する者の割合を増やす
	(III-2) 医療・介護・福祉等の専門職への働きかけ	No15. 高齢者施設職員向けの動画配信等による口腔ケアの実践拡大	
全世代	—	(令和7年度11月開始) 噛む活FUKUOKA	—

4. アクションプランの総合評価

1) アウトカム指標による評価

具体的指標		現状値	目標(R8)	現状値	評価	
		(プラン策定時)		(R7)		
乳幼児期・学齢期						
3歳児でむし歯のない者の割合を増やす		88.1%(H31)	95%	93.7%(R6)	B	
12歳児でむし歯のない者の割合を増やす		65.3%(H31)	75%	71.1%(R6)	B	
12歳児の一人平均むし歯本数を減らす		0.81本(H31)	0.5本	0.62本(R6)	B	
成人期						
20歳代における歯肉の炎症を有する者の割合を減らす		33.9%(R2)	30%	22.9%(R6)	A	
40歳における進行した歯周炎を有する者の割合を減らす		52.2%(H31)	40%	58.1%(R6)	D	
40歳における未処置歯(治療していないむし歯)を有する者の割合を減らす		41.9%(H31)	30%	36.8%(R6)	B	
50歳で喪失歯のない者の割合を増やす		71.5%(H31)	80%	78.5%(R6)	B	
歯間清掃器具を週1回以上使用する者の割合を増やす	20~39歳	32.5%(R2)	40%	40.8%(R6)	A	
	40~59歳	47.1%(R2)	55%	54.2%(R6)	B	
かかりつけ歯科医がいる者の割合を増やす(★)	20~39歳	57.6%(H30)	65%	66.3%	A	
	40~59歳	72.0%(H30)	80%	76.7%	B	
1年に1回以上歯科医院で定期健診を受診する者の割合を増やす(★)	20~39歳	41.2%(H30)	50%	58.7%	A	
	40~59歳	50.8%(H30)	60%	62.1%	A	
高齢期						
60歳における進行した歯周炎を有する者の割合を減らす		67.6%(H31)	50%	65.4%(R6)	B	
60歳における未処置歯を有する者の割合を減らす		31.5%(H31)	20%	24.8%(R6)	B	
60歳で喪失歯のない者の割合を増やす		55.8%(H31)	65%	65.0%(R6)	A	
60歳代における咀嚼良好者の割合を増やす		70.6%(R2)	80%	72.4%(R6)	B	
70歳で喪失歯のない者の割合を増やす		25.8%(H31)	30%	36.6%(R6)	A	
かかりつけ歯科医がいる者の割合を増やす(★)		60~79歳	82.6%(H30)	90%	87.2%	B
1年に1回以上歯科医院で定期健診を受診する者の割合を増やす(★)		60~79歳	55.4%(H30)	65%	70.6%	A

4. アクションプランの総合評価

2) ライフステージごとの評価：乳幼児期・学童期

①アウトカム評価：

- 3項目の指標全てが改善しているが、目標値には達していない。むし歯の状況は、プラン策定時と比べて、3歳児・12歳児ともに改善している。令和8年度の目標値にまだ達していないが、3歳児でむし歯のない者の割合については僅少を残すのみとなっている。

②アクション評価

- アウトプット面では、歯科保健指導 (no.2) で小・中・特別支援学校の約4割、小2集団口腔衛生指導 (no.3) で小学校の約2割、放課後児童クラブ等への歯科衛生士派遣 (no.4) でクラブ児童の約35%と、教育現場と連携した集団へのアプローチが効果をあげて、規模拡大できている事業が多い。
- プロセス面では、放課後児童クラブ等への歯科衛生士派遣 (no.4) のクイズ形式や、はみがきグッズワークショップ (no.6) など、子ども向けに楽しく学べるコンテンツによって、参加施設・参加者の評価が高くなっている。
- ポケモンスマイルではみがき大作戦 (no.5) は、小学校を通じてほぼ全ての小学1年生に啓発ツールを配布。約4%の小学1年生が無料歯科健診を受診している。
- フッ素うがい導入支援 (no.1) は令和5年度に説明会・啓発、令和6年度に薬剤や容器購入費の補助等を導入支援。市内の約3%の保育施設で導入できたが、更なる展開には園医からの呼びかけ等、事業周知が必要。

4. アクションプランの総合評価

2) ライフステージごとの評価：成人期

①アウトカム評価

- 10の指標のうち、9項目が改善し、重点目標項目である年1回以上の定期健診の受診割合や20～39歳のかかりつけ歯科医がいる者の割合など、4項目の行動指標が目標値を超えている。一方、40歳の歯周炎の状況は悪化している。

②アクション評価

- アウトプット面では、特に産婦歯科健診 (no.8) で受診数が伸びており、令和4年度から令和6年度で、約5%の増加が見られる。
- プロセス面では、歯科節目健診 (no.7)、産婦歯科健診 (no.8)、デンタルチェック18～20 (no.9) で、市内の歯科医療機関で健診の協力を得ている。その中で、産婦歯科健診 (no.8) の登録協力機関でオムツ交換スペース等、産婦が受診しやすい環境整備も進む。
- 歯科節目健診 (no.7) では、意識調査から、歯科節目健診を受診した場合、半数近くが定期歯科受診へ移行していることが推測され、歯と口の健康づくりに直結していると言える。
- デンタルチェック18～20 (no.9) では、教育機関を通じた啓発を実施。
- 企業向け簡易歯科健診 (no.10) はモデル歯科健診の取組みでは、事後アンケートにより検査後の受診行動を促すことが確認できている。そのため、こうした取組みの拡大は、企業を通じた働く世代へのアプローチ策として大きな効果が期待できる。
- 各種啓発事業 (no.11) は毎年実施し、啓発効果が認められる。

4. アクションプランの総合評価

2) ライフステージごとの評価：高齢期

①アウトカム評価

- 7つの指標全てが改善し、重点目標項目である年1回以上の定期健診の受診割合や、60・70歳で喪失歯のない人の割合等、3項目で令和8年度目標値を上回っている。一方、60歳における進行した歯周炎の状況は改善傾向にあるが、目標値に達していない。

②アクション評価

- プロセス面で、**おいしいオーラルフレイルチェック (no.12)** は少ない頻度ながら、アクティブシニアが集う大きなイベントに、企業と協業した啓発学習ブースを出展することで、測定参加者に限らず、広くアクティブシニア層に周知する機会になっている。
- フレイル予防教室 (no.13)** では、保健師・健康運動指導士などとともに、歯科衛生士がオーラルフレイルに関する学習の機会を提供している。
- 薬剤師が勧めるオーラルケア (no.14)** では、市薬剤師会と連携し、地域薬局で歯科口腔保健の啓発を行っている。
- 高齢者口腔ケア推進事業NEXT (no.15)** では、介護サービス事業所職員に向けて、口腔ケアの手法を紹介する動画の公開や講習会などを実施し、参加者への「日常の業務に活かそうか」という質問で、高い評価を得ている。
- No13～15は、他分野の専門職と協力して、事業が実施されている。
- アウトプット面では、フレイル予防教室や薬剤師会が勧めるオーラルケアなど、生活の場での取組みも展開されており、今後さらなる拡大・深化が期待できる。

4. アクションプランの総合評価

総合評価

- アウトカム指標を総合すると **20項目中の19項目が改善されており、8項目では目標値を超えていた**。特に令和8年度の目指す姿に関わる「かかりつけ歯科医がいる者の割合」は20～39歳で目標値を超え、40～59歳および60～79歳でも5%以上の増加で目標値に近づいている。加えて「1年に1回以上歯科医院で定期健診を受診する者の割合」は成人期・高齢期ともに目標値を上回り、当初の目標を達成できている。
- アクション評価については、各ライフステージで以下のように評価できる。
 - 乳幼児期・学齢期（6事業）：

保育施設・学校等の大きな組織を通じた取組みから、小規模なこどもの集いの場や地域でのイベントなど、小集団・個人へのアウトリーチとなるものまで、誰一人取り残さないことにつながるよう、幅広い事業が展開されている。
 - 成人期（5事業）：

学生や働く世代に対する新規の取組みが含まれている。特定の接点を持ちにくい成人層に対して、進学や就職、加えて出産といった節目ごとの対策が設けられていて、これらの周知を拡大することで、更なる行動促進が期待できる。
 - 高齢期（4事業）：

地域イベントを通じてアクティブシニア、フレイル予防教室や薬局を通じて地域高齢者、介護事業所を通じて介護を要する高齢者と、幅広くアプローチできるように施策が展開されている。

5. 次期プランに向けた課題

● アウトカム指標の状況からの課題

- かかりつけ歯科医や定期歯科健診の受診状況など、具体的な行動指標の改善が著しく、長期的に歯と口の健康に関するアウトカム指標の改善が見込まれる中で、**オーラルケアに関する取組みを継続させるための体制の整備**が重要となる。
- 成人期の「40歳における進行した歯周炎を有する者の割合」が悪化し、「60歳における進行した歯周炎を有する者の割合」は目標値との差が大きい。よって、**成人期以降の歯周炎対策**が求められる。

● ライフステージ別の評価からの課題

- 乳幼児期・学齢期は、フッ化物洗口等の事業拡大に関係者間の理解醸成が必要となる。
- 成人期は、高等教育機関・企業を通じた節目での啓発を強化することで、大きなインパクトを生む可能性がある。
- 高齢期は、啓発中心の取組みから、習慣づけに向けて更なる工夫の余地がある。また、各事業で直接アウトカムを明確にして、把握することが求められる。
- 全体を通じて、拡大・継続・解消などに関する個別事業の成果を評価する仕組みが十分になく、個々の指標と体制の整備が必要となる。また、噛む活FUKUOKAのように、全世代に通じる取組みも求められる。

6. 現行のアクションプランにおける個別事業の成果

- 各事業の令和3年度から令和6年度までの事業を対象に、以下のフォームに成果についてプロセス・アウトプット・直接アウトカムに分けて整理した。

単年度事業	事業番号	取組の方向性	(各事業について方向性で分類)
ライフステージ	幼児期・学齢期／ 成人期／高齢期	事業名	(個別の事業名を記載)
開始年度	継続／新規年度 (令和3-6年度)		
事業の概要		主な対象	
対象事業が具体的な実施内容を記載。		対象事業が直接的に対象としている市民の対象像を記載。	

●プロセス（事業の実施過程に関する項目）

アプローチ・実施の方法	事業の実施体制	担当者による事業の実施評価、課題意識
対象事業をどのような形で周知・広報しているか、どのような形で実施しているのか、を記載。方法の変更などがあれば合わせて記載。	対象事業に係る組織やその役割などを記載。	対象事業の担当者が実施する中で感じている評価・課題意識を記載（客観的な評価から主観的な評価まで）。

●アウトプット（各事業を通じて直接的に生み出された成果物・事業実施量）

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
例) 参加者数	人	-	-	500	1,000	事業に参加した人の数
例) 配布数	個	-	-	10,000	10,000	製品・冊子の配布数
例) 対象の健診受診率	%	-	-	12.50	15.00	実際の介入対象に対する割合
例) 母数へのリーチ率	%	-	-	5.50	10.00	潜在的な母数全体に対する割合

■評価コメント

- プロセスやアウトプット、直接アウトカムなどを総合して、評価点をまとめたコメントを記載。

■直接アウトカム（アウトプットの結果、対象者や状況に起きた変化）

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
例) 認知度	%	-	-	12.50	15.00	認知している人の割合
例) 行動実施率	%	-	-	5.50	10.00	事業後に受診等の割合
例) 事後アンケート	0	-	-	別途整理	別途整理	事業後のアンケート結果

注記:直接アウトカムに「歯と口の健康づくりに関する市民アンケート調査」を用いた場合は、調査実施年度が令和7年度のみであるため、分けて提示している

各事業の概要とプロセス・アウトプット・アウトカムの評価指標、
および評価コメント

幼児期・学齢期

no.	1
ライフステージ	乳幼児・学齢期
開始年度	令和5年度

取組の方向性	(I-1) パブリックケアの強化
事業名	フッ素うがい導入支援（保育園・幼稚園における集団介入）

事業の概要	主な対象
<p>フッ素うがいの導入を希望する保育園・幼稚園等に対する支援。 【令和5年度】対象施設に概要説明会を実施。また利用者説明用のリーフレット・動画や、実施マニュアル等を制作。 【令和6年度】フッ化物洗口事業補助金を設置し、フッ化物洗口に必要な薬剤購入費、薬剤を溶解するために必要な容器の購入費を補助する等の支援を開始。</p>	<p>市内の保育施設（4歳児クラス及び5歳児クラスの園児が実施） 私立 724施設、市立 7施設（※R7.4月時点）</p>

●プロセス

アプローチ・実施の方法	事業の実施体制	担当者による事業の実施評価、課題意識
<p>フッ化物洗口事業補助金を設置。対象施設に案内送付するとともに、保育所研修にて案内。申請に応じて希望する施設への支援を実施。</p>	<p>歯科医師会・歯科衛生士会等の職能団体がマニュアル作成等に専門的助言を行い、九州大学等の研究機関が科学的根拠の整理を実施。現場では、特に新規で取組む保育施設に対して、歯科衛生士が実施手順の説明を実施。</p>	<p>園医からの呼びかけを強化するなど、十分な事業周知が必要である。</p>

●アウトプット

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
参加施設数	施設	-	-	-	23	私立19施設、公立4施設（4歳児クラス・5歳児クラスの園児が対象）
参加者数	人	-	-	-	1,150	私立1,019名、公立131名
施設リーチ率	%	-	-	-	3.15	参加施設数÷保育施設数
対象リーチ率	%	-	-	-	2.74	参加者数÷4歳・5歳の園児数

■評価コメント

- ・事業は令和5年度より開始。初年度は、対象となる保育施設への概要説明会や、啓発活動を実施。
- ・令和6年度から導入支援として金銭的な補助に加えて、希望する施設には歯科衛生士が説明するなど、専門的な支援も行われている。
- ・施設リーチ率は3.15%、対象児童へのリーチ率は2.74%。より展開を広めるためにも、園医からの呼びかけ等、更なる事業周知が必要となる。

no.	2
ライフステージ	乳幼児・学齢期
開始年度	継続

取組の方向性	(I-1) パブリックケアの強化
事業名	歯科保健指導（市立学校での歯磨き指導の充実）

事業の概要	主な対象
児童生徒の口腔衛生に関する知識・理解を深め実践的な態度を養うことを目的とし、学校歯科医会、歯科衛生士会の協力のもと、歯みがき指導・歯科保健講演会の中から、希望する学校に対して実施を行う。	市立小・中・特別支援学校

●プロセス

アプローチ・実施の方法	事業の実施体制	担当者による事業の実施評価、課題意識
小・中・特別支援学校長に周知し、実施希望校を募集。令和3年度以降は、校長会でのよびかけ等、周知を工夫し、令和6年度には中学校への周知を強化。	学校歯科医を中心とする歯科医療機関や福岡市学校歯科医会等の職種団体、歯科系教育機関が連携し、学校歯科医が健康診断や専門的助言を担い、歯科衛生士が歯みがき等の実践的指導を実施。	児童生徒の発達段階に合わせた指導と自分の歯を磨くという実践により、歯磨きの大切さを指導している。児童生徒の歯磨きに対する意識の高まりが見られたなど、学校現場においても概ね好評に捉えられている。

●アウトプット

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
実施した市立小・中・特別支援学校数	校	44	68	60	88	指導を実施した市立小・中・特別支援学校数
対象校リーチ率	%	19.91	30.63	26.79	39.11	実施した小学校数÷市立小・中・特別支援学校数

■評価コメント

- ・学校長への周知を通じて、実施希望校を募集。校長会での周知、中学校への周知強化等、段階的に強化。
- ・学校歯科医師会等の職種団体・歯科系教育機関や、各専門職の協力のもと、実施。
- ・実施した学校数は、令和3～6年度に2.0倍に拡大。
- ・対象校へのリーチ率は令和3年度の19.91%から6年度の39.11%へと、市立の小学校・中学校・特別支援学校の4割近くをカバーする規模に拡大。

no.	3
ライフステージ	乳幼児・学齢期
開始年度	継続

取組の方向性	(I-1) パブリックケアの強化
事業名	小2集団口腔衛生指導 (市立小学校での歯磨き指導の充実)

事業の概要	主な対象
福岡歯科衛生専門学校、福岡医療短期大学、博多メデイカル専門学校の3校により、学生の口腔衛生指導の実習を兼ね、希望する学校の小学2年生に対しむし歯予防、歯みがき指導を行う。	市立小学校

●プロセス

アプローチ・実施の方法	事業の実施体制	担当者による事業の実施評価、課題意識
取りまとめ担当の専門学校から連絡のあった指導実施日程及び校数を各小学校長に周知し、実施希望校を募集。	福岡市教育委員会が学校と調整。歯科口腔保健関係団体・教育機関が連携し、現場では歯科衛生士(養成機関所属者を含む)が集団口腔衛生指導を実施。	永久歯が生え始める小学校2年生の時期に、歯の生え変わりに合わせて正しい歯の磨き方を学ぶことができるいい機会になっている。

●アウトプット

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
実施した小学校数	校	25	22	21	29	指導を実施した小学校数
小学校リーチ率	%	17.36	15.28	14.48	19.86	指導を実施した小学校数÷市立小学校数

■評価コメント

- 市教育委員会による調整のもと、歯科衛生士が現場での指導を実施。
- 一般的な永久歯の生え変わりに合わせた磨き方を学ぶ機会となっている。
- 実施した小学校数は、令和3年度25件から6年度29件で、1.16倍と微増。
- 対象となる小学校へのリーチ率としては令和3年度の17.36%から6年度には19.86%へ微増。市立小学校全体の5分の1程度をカバーしている状況。

no.	4
ライフステージ	乳幼児・学齢期
開始年度	令和5年度

取組の方向性	(I-2) 知る機会の拡大
事業名	放課後児童クラブ等への歯科衛生士派遣（歯の謎解き大作戦）

事業の概要	主な対象
市内の放課後児童クラブ及び子ども食堂に案内を送付し、希望施設に歯科衛生士を派遣して口腔に関するクイズや噛むと色が変わるガムを活用した啓発、オーラルケアグッズの配布等を行うことで、子どものむし歯予防や咀嚼意識の醸成を図る。 1施設あたり希望に応じて1～2回実施している。	市内の放課後児童クラブと子ども食堂

●プロセス

アプローチ・実施の方法	事業の実施体制	担当者による事業の実施評価、課題意識
全ての放課後児童クラブへメールで案内を送付。子ども食堂のメーリングリスト登録団体へ案内を送付。 R6年度は計132回派遣、1施設あたり2～4名の歯科衛生士が従事し延べ220名を派遣。	福岡市が事業全体を調整し、歯科衛生士会が実際の指導内容を企画、実施。動物の歯に関するクイズや、咀嚼チェックガムによる測定、口のエクササイズ等、楽しく学べる内容にて実施。	R6年度実施施設アンケートで、満足87%、やや満足12%と高評価であった。事業が継続した場合、「ぜひ申し込みたい」とする回答は7割となっていた。

●アウトプット

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
放課後児童クラブの参加施設数	校	-	-	49	79	指導を実施した放課後児童クラブの数
放課後児童クラブリーチ率	%	-	-	34.75	56.03	指導を実施した放課後児童クラブの数÷放課後児童クラブの数
放課後児童クラブでの参加人数	人	-	-	3595	6,910	放課後児童クラブで参加した小学生の人数
対象リーチ率(児童クラブ/入会児童)	%	-	-	19.82	35.43	放課後児童クラブで参加した小学生の人数÷入会児童数
こども食堂の参加数	箇所	-	-	1	3	実施したこども食堂の数
こども食堂リーチ率	%	-	-	1.14	3.41	実施したこども食堂の数÷こども食堂の数
こども食堂での参加人数	人	-	-	100	65	こども食堂で参加したこどもの人数
対象リーチ率(こども食堂/こども)	%	-	-	0.06	0.04	こども食堂で参加した小学生の人数÷こどもの人数(小学生以下)

■直接アウトカム（※次スライド参照）

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
施設への事後アンケート	%	-	-	-	別途整理	施設としての満足度、こども達の満足度

■評価コメント

- 放課後児童クラブの参加施設数は令和5～6年度の間、に1.61倍、参加人数は1.92倍に拡大。リーチ率は令和6年度に56.03%と約半数の児童クラブに関与。児童クラブの入会児童数で見ると対象リーチ率は35.43%。
- こども食堂の参加数は令和6年度に3件で、リーチ率は3.41%と拡大余地がある。
- 歯科衛生士会が楽しく学べる内容を企画する中で、参加施設の満足度や継続意欲は高い。

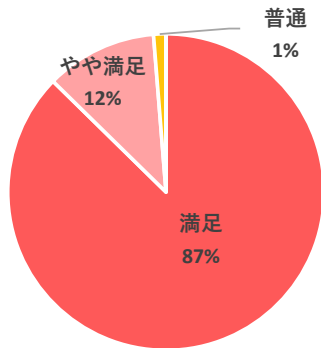
施設職員への事後アンケート結果（no.4指標の詳細）

no.	4
ライフステージ	乳幼児・学齢期
開始年度	令和5年度

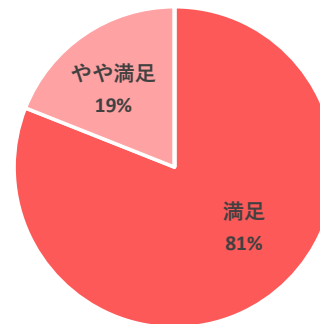
取組の方向性	(I-2) 知る機会の拡大
事業名	放課後児童クラブ等への歯科衛生士派遣（歯の謎解き大作戦）

- 令和6年度に施設職員向けアンケートを実施（回答施設 79校）。
 - 上：施設・子どもにとっての満足度について、下：施設としての口腔ケアに関する意識について

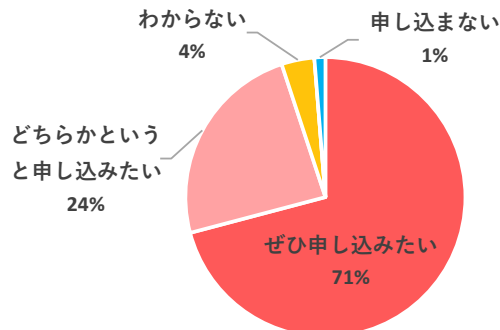
施設として本日の満足度はいかがでしたか。



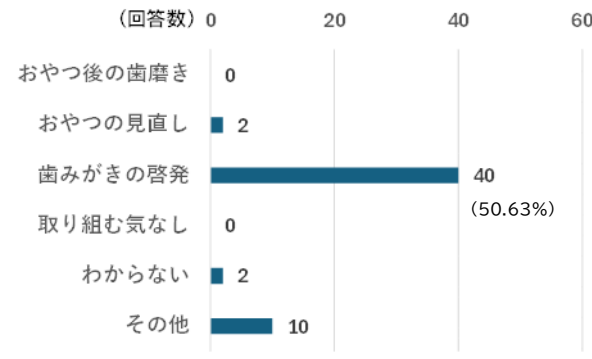
子どもたちは満足していたと思いますか。



来年も『歯の謎解き大作戦』を実施する場合、申し込みたいと思いますか。



今後の活動の中で歯や口に関する取組みをしたいと思うか ※複数回答



■評価コメント

- 施設の満足度は「満足」「やや満足」で99%となっている。
- 施設の見立てとして、子どもの満足度も高い。
- 次年度も実施する場合に「ぜひ申し込みたい」とする施設は71%で、「どちらかという申し込みたい」を含めると85%と、継続意欲が高い。
- 今後の活動以降としては「歯みがきの啓発」についてが 5割と最も選ばれている。

no.	5
ライフステージ	乳幼児・学齢期
開始年度	令和2年度

取組の方向性	(I-3) 楽しみながらの習慣化
事業名	ポケモンスマイルではみがき大作戦

事業の概要	主な対象
市内の小学1年生を対象に、はみがきできたねシールと台紙を配布。歯みがきが上手にできた日は、保護者の方が台紙に1枚シールを貼ってあげ、30枚シールを貼った台紙を実施医療機関に持参すると無料歯科健診とスペシャルステッカーを提供。	市内の小学1年生

●プロセス

アプローチ・実施の方法	事業の実施体制	担当者による事業の実施評価、課題意識
市立小学校の1年生全員へ学校を通じてシール・台紙・保護者向け案内文を配布。私立小学校へは学校へ希望調査を行い、配布。	福岡市・市歯科医師会・株式会社ポケモンの協定に基づき実施。福岡市が広報を担い、小学校より対象児へシール台紙等を配布。歯科健診は市歯科医師会の協力のもと登録歯科医療機関にて実施。ポケモンよりデザイン、コンテンツ提供、キャラクターライセンス無償供与。	こどもの歯磨きの習慣化につながったなど、保護者や登録歯科医院など現場から概ね好評に捉えられている。

●アウトプット

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
シール及び台紙配布	枚	16,000	15,000	15,000	15,000	小学校を通じての「はみがきできたねシール」と台紙の配布数
小学1年生へのリーチ率	%	113.77	105.43	109.21	109.68	シールと台紙の配布数÷市内の小学1年生数

■評価コメント

- 令和3年度より企業との協定の中で実施しており、シール及び台紙は、小学1年生の数を上回る数を毎年度準備。
- 市歯科医師会の協力のもと、登録歯科医療機関（801件/2026年2月現在）で実施。
- 各年度、無料歯科健診の受診行動につながったのは市内の小中学生の4%前後となる。ただし、シールと台紙がどの程度家庭で活用されているか、把握できておらず今後の課題。

■直接アウトカム

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
無料歯科健診受診者数	人	689	501	511	560	無料歯科健診を受診した小学1年生の数
行動実施率	%	4.90	3.52	3.72	4.09	無料歯科健診を受診した小学1年生の数÷市内の小学1年生数
指標名	単位	令和7年度			備考	
事業の認知度	%	-	-	-	6.00	歯と口の健康づくりに関する市民アンケート調査(問19)で成人以上の認知度

no.	6
ライフステージ	乳幼児・学齢期
開始年度	令和5年度

取組の方向性	(I-3) 楽しみながらの習慣化
事業名	はみがきグッズワークショップ (My歯ブラシセットを作ろう)

事業の概要	主な対象
小学生以下のお子様を対象に、歯ブラシセット（歯ブラシ、歯ブラシケース、コップ）とシールを提供してデコレーションしてもらったうえで、歯科衛生士さんに歯磨きのポイントをレクチャーしてもらうワークショップを開催。	小学生以下の児童

●プロセス

アプローチ・実施の方法	事業の実施体制	担当者による事業の実施評価、課題意識
市政だよりのイベント記事掲載するとともに、イベントのチラシ配布を通じて周知。ブースで1人10分程度で交代する形等イベント会場等に応じて調整のうえ運営。 令和5年度は「福岡市民の健康を歯と口から守る集い」の1回。令和6年度は「デンタルフェア2024」を加えた2回実施。	「福岡市民の健康を歯と口から守る集い」など、市歯科医師会が主催するイベントにおいて、歯科衛生士（専門学校を学生を含む）等が現場で実施。令和5年度には、歯科衛生士専門学校生徒による歯磨きの歌に合わせた歯磨きレッスンを実施。	初年度実施アンケートで以下の意見があった。「シールをはるのは大好きなのでとても楽しそうでした」「とても楽しかったです」「またやりたい」「子供たちが歯の磨き方など興味をもって練習できたのでごくよかったです」「小学校高学年になると、自分で適当に歯ブラシで歯磨きをしているので、このイベントで歯を大切にすることを覚えてほしいです」

●アウトプット

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
ワークショップに参加した小学生以下の児童数	人	-	-	85	297	ワークショップに参加した小学生以下の児童数

■評価コメント

- 市歯科医師会主催イベントにおいて、楽しく学べるよう実施。
- 令和5～6年度にかけて参加者が3.49倍へと拡大している。
- 事業の性質上、参加規模は限定されるため、質的な観点からの評価や事業の位置づけ、展開を検討する必要がある。
- 事業そのものを拡大する場合には、担い手や開催機会の確保が必要。

各事業の概要とプロセス・アウトプット・アウトカムの評価指標、
および評価コメント

成人期

no.	7
ライフステージ	成人期
開始年度	継続

取組の方向性	(Ⅱ-1) 健診受診機会の拡大
事業名	歯科節目健診

事業の概要	主な対象
成人・高齢期の歯周疾患による歯の喪失を予防し、生涯にわたり充実した食生活を確保し、生活の質を高めるため、実施医療機関にて対象年齢中に1回、むし歯・歯周病の診査、歯科保健指導を随時実施。	25・30・35・40・50・60・70歳の市民(25歳、30歳は令和6年度から)

●プロセス

アプローチ・実施の方法	事業の実施体制	担当者による事業の実施評価、課題意識
対象者にダイレクトメールを送付。送付対象はR5まで35歳、40歳、60歳。R6より健診対象に25歳、30歳を追加するとともに送付対象にも追加。再受診勧奨をR6に35歳に実施。R7より50歳、70歳を送付対象に追加し、全対象者に送付。R4.4より自己負担金を700円から500円に減額。市政だより、市LINEによる広報実施。	福岡市と市歯科医師会が連携し、市内協力歯科医療機関で健診実施。福岡市がダイレクトメールの発送、市政だより記事掲載など事業広報を実施。	健診の周知率及び受診率が増加傾向にある。また、受診者の約5割がその後の定期歯科受診への移行していることから、一定の成果はみられていると考える。

●アウトプット

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
歯科節目健診受診数(総数)	人	2,210	2,216	1,952	3,972	25・30・35・40・50・60・70歳の受診数
歯科節目健診受診数(継続分)	人	2,210	2,216	1,952	2,612	35・40・50・60・70歳の受診数
対象受診率(※次スライド参照)	%	-	-	-	2.70	25・30・35・40・50・60・70歳の受診数÷対象者数
対象受診率(継続分)	%	2.14	2.16	1.89	2.55	35・40・50・60・70歳の受診数÷対象者数

■直接アウトカム

指標名	単位	令和7年度	備考
歯科節目健診の認知度	%	-	19.20 歯と口の健康づくりに関する市民アンケート調査(問4)
歯科節目健診への関心度	%	-	59.30 歯と口の健康づくりに関する市民アンケート調査(問5) 利用したいと思う人の割合
歯科節目健診後の定期受診移行率	%	-	49.30 歯と口の健康づくりに関する市民アンケート調査(問5-1)

■評価コメント

- 令和4年度は自己負担金減額、6年度には対象拡大など、実施規模を拡大。負担金の減額による参加者数への大きな影響はみられない。
- 事業認知度は19.20%と、5人に1人は知っている状況。
- 対象受診率は3%弱。また、年齢ごとに違いが見られる。
- 歯科節目健診後の定期歯科受診への移行は、49.30%とほぼ半数となり、行動を促す効果が見られる。

歯科節目健診の対象年齢別の受診率（no.7指標の詳細）

no.	7
ライフステージ	成人期
開始年度	継続

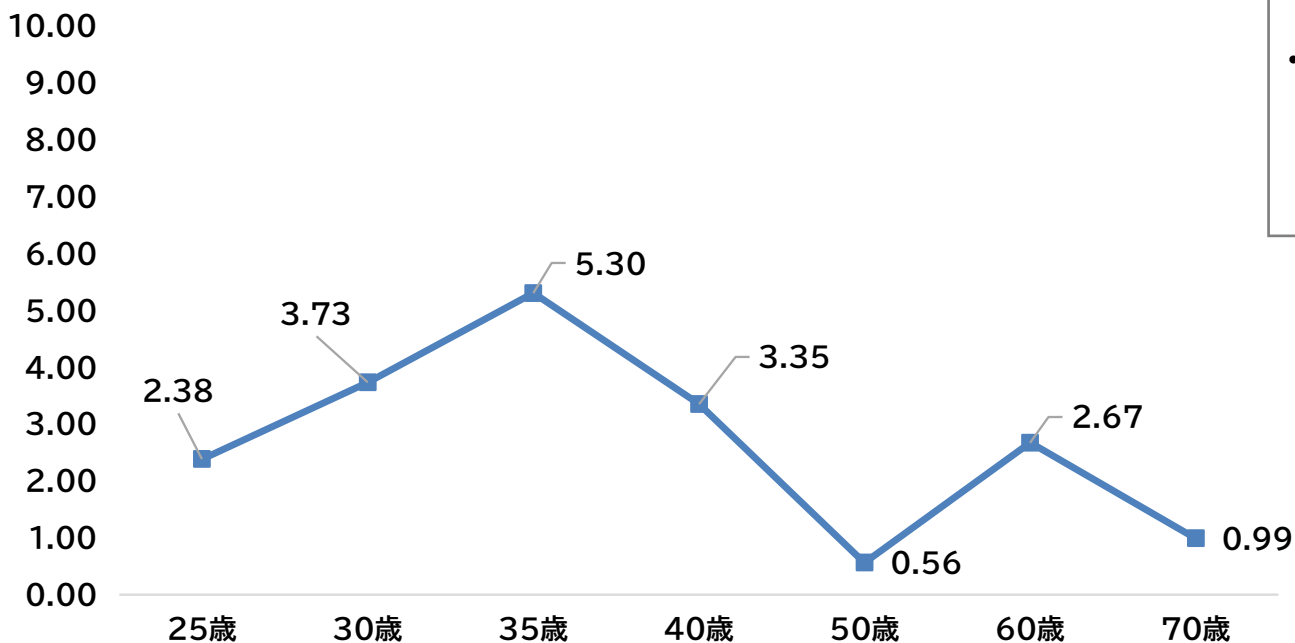
取組の方向性	(Ⅱ-1) 健診受診機会の拡大
事業名	歯科節目健診

- 歯科節目健診の受診率は年齢別に算出。

■評価コメント

(%、令和6年度)

節目健診の対象年齢別の受診率



- 令和6年度の受診率を、年齢別にみると0.56%~5.30%と差が見られる。
- 受診率はどの年齢でも1割を切っているが、年齢による差が見られ、特に50歳以降の受診率が低い。

no.	8
ライフステージ	成人期
開始年度	令和3年度

取組の方向性	(Ⅱ-1) 健診受診機会の拡大
事業名	産婦歯科健診

事業の概要	主な対象
産後の女性の歯と口腔のケア、及び赤ちゃんの健やかな成長のため、産後1年以内の産婦を対象に、むし歯と歯周病予防のための歯科健診を実施する。またその結果に基づき、早期治療の勧奨や適切な保健指導を行う。実施医療機関にて随時実施。	産後1年以内の産婦

●プロセス

アプローチ・実施の方法	事業の実施体制	担当者による事業の実施評価、課題意識
令和3年7月から母子健康手帳への助成券を挟み込むとともに、各区保健福祉センターにおける母子健康手帳配布時にリーフレットを配布。初年度に市内小児科、産婦人科・産科にポスター、チラシを配布。市LINEや母子健康手帳アプリにてプッシュ通知を実施。	福岡市と市歯科医師会が連携し、市内協力歯科医療機関で健診実施。市歯科医師会にて赤ちゃん連れ受診者向けの設備整備を促進。	受診率、実施医療機関が年々増加傾向であり、一定の成果はみられていると考える。より一層の受診しやすい環境づくりが必要。

●アウトプット

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
産婦歯科健診の受診数	人	628	1,742	2,238	2,181	産後1年以内の産婦の受診数
産婦受診率	%	4.81	13.48	18.14	18.33	産後1年以内の産婦の受診数÷各年度の出生数
実施医療機関数	機関	291	327	358	381	産婦歯科健診を実施する医療機関数
オムツ交換スペースがある実施医療機関率	%	-	-	-	45.93	オムツ交換スペースがある医療機関数÷実施医療機関の総数
授乳スペースがある実施医療機関率	%	-	-	-	39.37	授乳スペースがある医療機関数÷実施医療機関の総数
ベビーチェア・ベビーベッドがある医療機関率	%	-	-	-	15.49	ベビーチェア・ベビーベッドがある医療機関数÷実施医療機関の総数
スタッフ対応が可である実施医療機関率	%	-	-	-	64.04	スタッフ対応が可である医療機関数÷実施医療機関の総数

■評価コメント

- 母子健康手帳配布時の周知、小児科等の関連する診療所での掲示、アプリでのプッシュ通知など、複数の経路からアプローチ。
- 産婦受診率は、年間を通じて実施した4年度の13.48%から6年度の18.33%へ拡大。
- 実施医療機関数は令和3～6年度の間1.31倍と提供体制も拡大。
- 産婦の通いやすい環境整備は進んでいるが、実施医療機関数を増やし、受診しやすい環境の更なる充実が必要となる。

■直接アウトカム

指標名	単位	令和7年度	備考
産婦歯科健診の認知度	%	-	10.60 歯と口の健康づくりに関する市民アンケート調査(問19)

no.	9
ライフステージ	成人期
開始年度	令和4年度

取組の方向性	(Ⅱ-1) 健診受診機会の拡大
事業名	デンタルチェック18~20

事業の概要	主な対象
18~20歳の方に対し、市内歯科医院での健診を無料提供。歯と歯ぐきのチェック、お口の相談を実施。受診者にはノベルティとして歯ブラシセットを提供。	18・19・20歳の市民

●プロセス

アプローチ・実施の方法	事業の実施体制	担当者による事業の実施評価、課題意識
18~20歳の対象者へのDM送付。初年度は市内高校、大学、短期大学、専門学校にポスター・チラシを配布。大学講義での紹介も実施。	福岡市が企画・広報を担い、市歯科医師会の協力のもと、市内協力歯科医療機関で健診実施。	受診率、実施医療機関が令和4年から令和6年にかけて増加傾向であり、一定の成果はみられていると考える。

●アウトプット

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
デンタルチェック18~20の利用人数	人	-	1,771	1,675	2,074	18-20歳の無料歯科健診の受診数
対象リーチ率	%	-	3.76	3.59	4.31	18-20歳の無料歯科健診の受診数÷18-20歳の市民数
実施医療機関数	機関	-	390	390	453	デンタルチェック18~20を実施する医療機関数

■評価コメント

- ・利用人数は、令和4年度1,771人から6年度2,074人と1.17倍へ拡大。
- ・市歯科医師会の協力で、チェックの実施医療機関数も1.16倍へと拡大。
- ・事業の認知度は5.10%。
- ・18~20歳の市民へのリーチ率は令和4年度3.76%から6年度4.31%へと拡大。
- ・歯科健診の機会が少なくなる若者世代に対して、令和3年度の時点で学校を通じてアプローチする事業の新規性は高く、有効な手段といえる。

■直接アウトカム

指標名	単位	令和7年度				備考
デンタルチェック18~20の認知度	%	-	-	-	5.10	歯と口の健康づくりに関する市民アンケート調査(問19)

no.	10
ライフステージ	成人期
開始年度	令和6年度

取組の方向性	(Ⅱ-2) 職場等での働きかけ
事業名	企業向け簡易歯科健診 (福岡市企業向け歯周病リスク検査)

事業の概要	主な対象
働く世代への歯科医院受診の動機付けや、企業の健診担当者に歯科健診の重要性を周知することを目的とし、市内の事業所に勤める従業員を対象に、歯周病リスク検査キットを配布。事業実施後に、アンケートを集計して啓発媒体を作成し、事業に参加していない企業への周知も図る。	市内の企業

●プロセス

アプローチ・実施の方法	事業の実施体制	担当者による事業の実施評価、課題意識
令和6年度に市内の希望する事業者を対象に簡易歯科検査による歯科健診モデル事業を実施。事業周知として、福岡商工会議所メールマガジンに掲載、中小企業サポートセンターでチラシ配布、福岡100パートナーズ企業へのメール配信実施。	福岡市が事業実施。福岡商工会議所、中小企業サポートセンターが広報協力。九州大学が事業アンケート監修、県歯科衛生士会より歯科衛生士派遣を実施。	協会けんぽなど関係機関を巻き込み、企業の歯科口腔保健推進の重要性について周知するなどの継続した支援が必要。

●アウトプット

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
実施企業数	社	-	-	-	24	郵送実施 23社/集団実施 1社
参加従業員数	人	-	-	-	448	郵送実施 433名/集団実施 15名

■直接アウトカム ※次スライド参照

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
歯周病リスク検査後の歯科医院受診数	人	-	-	-	94	歯周病リスク検査後に歯科医院を受診しましたか(事後アンケート)
歯周病リスク検査後の歯科医院受診率	%	-	-	-	27.65	歯周病リスク検査後に歯科医院を受診しましたか(事後アンケート)

■評価コメント

- 多機関が協力してモデル歯科健診を実施。アンケートで、受診行動促進の効果を確認するなど、成果をとりまとめ、他企業への啓発資料として公開予定。
- 企業の経営層などへ直接的な周知など、アプローチ方法に工夫の余地がある。
- 市内事業所数は75,779社(令和3年経済センサス)にのぼり、幅広い成人層との接点になることから、企業を通じた働く世代へのアプローチの新規性があり、効果が見込める。

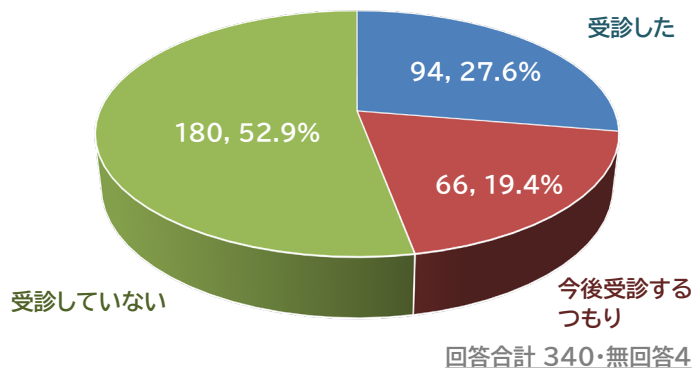
簡易歯科健診後のアンケート結果（no10.指標の詳細）

no.	10
ライフステージ	成人期
開始年度	令和6年度

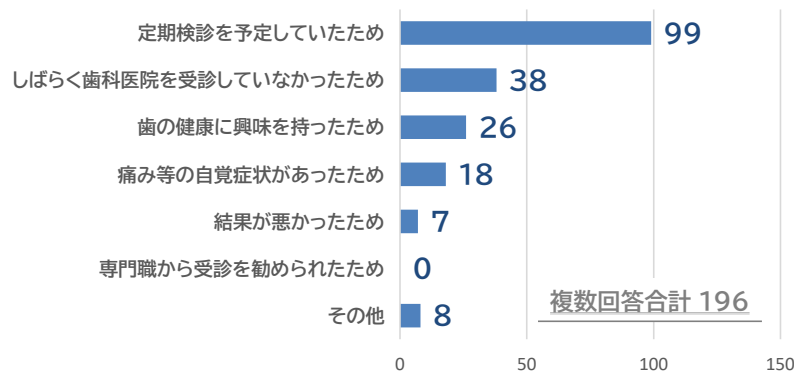
取組の方向性	（Ⅱ－２）職場等での働きかけ
事業名	企業向け簡易歯科健診（福岡市企業向け歯周病リスク検査）

- 歯周病リスク検査の前後にアンケートを実施。

3. 歯周病リスク検査後の歯科医院受診状況



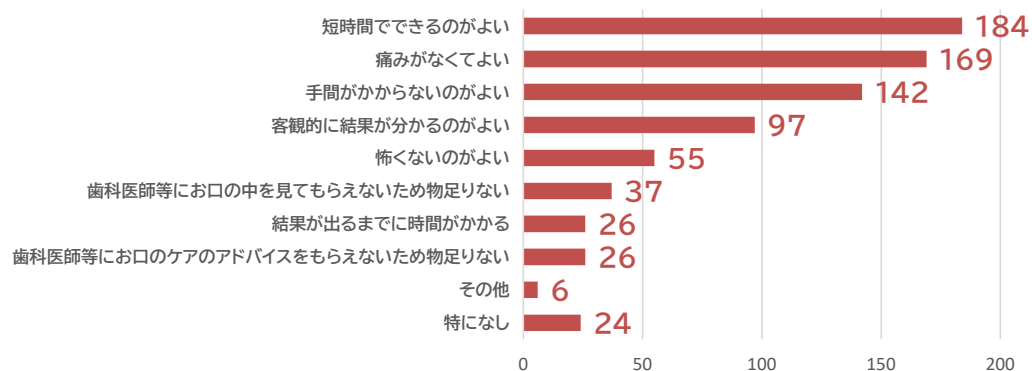
3-2. 歯科医院を受診した(する)理由



■評価コメント

- 検査後、歯科医院へ受診した人は27.6%で4人に1人以上で、今後受診するつもりの方も19.4%で、合計で47.0%（160人）。そのうち、定期検診を予定していた99人を除き、新規・再開が見込まれる人は61人（全体の17.9%）となっている。
- 歯科医院での歯科健診と比較して「短時間」「痛みがない」「手間がかからない」という点があげられており、働く世代にとってのハードルをさげている。

9. 歯周病リスク検査と歯科医院の歯科健診との比較



no.	11
ライフステージ	成人期
開始年度	令和3年度

取組の方向性	(Ⅱ-3) 興味・関心の喚起
事業名	各種啓発事業

事業の概要	主な対象
SNS、啓発グッズ、相性診断Webコンテンツなどのツールを活用し、歯科口腔の健康づくりに関する情報発信を行う。 令和3-4年度は、成人期の市民向けにSNS広告を発信。令和6年度には、なかやまきんに君を起用し、歯科口腔保健啓発動画を制作・配信。その他、令和3年度にはマスクケースを飲食店・薬局・大学に配布。令和5-6年度に健康・食育パートナーズ登録の市内飲食店にデンタルフロス(約15,000個)を配布。	全市民

●プロセス

アプローチ・実施の方法	事業の実施体制	担当者による事業の実施評価、課題意識
SNS広告については対象に応じて活用媒体や広告内容を設定。 令和3年度：twitter・LINE 令和4年度：twitter・Instagram・TikTok 令和6年度：Google Display Network・Instagram	福岡市の啓発事業として毎年度実施。市歯科医師会や大学、県歯科衛生士会の助言を受けながら、WEBアプリや動画等の啓発コンテンツを作成。また、健康・食育パートナーズ登録の市内飲食店へデンタルフロスを福岡市より配布。	SNSによる広報では、一定のクリック率の結果となっている。今後、年代に応じた広報媒体の活用など、より効果的な広報啓発の方法について検討が必要。

●アウトプット

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
ウェブ広告表示数	回	207万	266万	なし	513万	ウェブ広告の表示数(SNS含む)
デンタルフロス配布数	個	-	-	15,000	15,000	実際に配布したデンタルフロスの数

■直接アウトカム

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
ウェブ広告クリック数	回	14,078	23,058	なし	57,279	ウェブ広告のクリック数(SNS含む)
ウェブ広告のクリック率(注)	%	0.68%	0.87%	-	1.12%	ウェブ広告のクリック数÷ウェブ広告の表示数
なかやまきんに君 動画視聴回数	回	-	-	-	10,769	2025年12月現在の3本の動画視聴回数の合計数


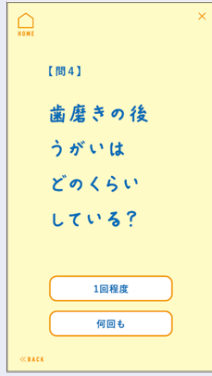




注 本事業のように母数(インプレッション)が大きい広告運用でのクリック率の0.1%増加は数万人規模の誘導増を意味する。

■評価コメント

- 市歯科医師会・大学・県歯科衛生士会の助言を受けながら、市の啓発事業として、各年度で様々な啓発コンテンツを作成し、活用。
- 令和3～4年度は、SNS広告を活用して関連ページに誘導。令和6年度はプレゼントキャンペーンと連動して、クイズ形式など、口腔ケアに関する情報に触れる機会を提供。

各年度のウェブ広告（no.11指標の詳細）

no.	11	取組の方向性	(Ⅱ-3) 興味・関心の喚起
ライフステージ	成人期	事業名	各種啓発事業
開始年度	令和3年度		

年度	媒体	内容	イメージ
令和3年度	twitter LINE	法定の歯科健診がないなどの理由から口腔ケアに関心を持ちにくい、特に10代後半～50代の市民層に向けて、SNS利用率が高い世代であることに着目し、以下のような内容で、SNSにおける広告配信による啓発を行った。	  
令和4年度	twitter Instagram TikTok	<ul style="list-style-type: none"> 特設サイトの構築(4コマ漫画、グラフ、テキスト、動画など) 静止画広告(デザイン・見出し)の作成 動画広告の作成 	
令和6年度	GDN Instagram	なかやまきんに君を起用した歯科口腔保健啓発動画の制作や、SNSを活用したクイズ形式のプレゼント・キャンペーンを実施。	 

各事業の概要とプロセス・アウトプット・アウトカムの評価指標、
および評価コメント

高齢期

no.	12
ライフステージ	高齢期
開始年度	令和4年度

取組の方向性	(Ⅲ-1) 本人に対する気づきと学習の場の提供
事業名	おいしいオーラルフレイルチェック

事業の概要	主な対象
アラカン世代を対象としたイベントにブースを出展し、歯科衛生士による咀嚼チェックガムを活用した咀嚼機能の測定、及びよく噛むことや口腔機能向上の啓発を実施。(株)ロッテとの協働事業。	高齢者(主にアラカン世代 50代後半~60代前半)

●プロセス

アプローチ・実施の方法	事業の実施体制	担当者による事業の実施評価、課題意識
アラカン世代を対象としたイベント広報(市政だよりなど)の一部で周知。咀嚼チェックガムを活用した咀嚼能力測定、口腔機能向上についての啓発を実施。	福岡市が事業を企画・運営し、企業が咀嚼チェックガムなどの物品を提供、県歯科衛生士会が歯科衛生士を派遣し、測定を実施。	—

●アウトプット

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
測定参加者数	人	-	254	262	333	アラカン世代を対象としたイベントにブースでの測定数
対象リーチ率(1万人当たり)	人/1万人	-	14.13	14.20	17.53	アラカン世代を対象としたイベントにブースでの測定数÷55歳~64歳の市民数

■評価コメント

- 測定参加者数は令和4年度254人から6年度333名と1.31倍に拡大。
- アラカン世代へのリーチ状況は、1万人当たり換算で、令和4年度の14.13人から17.53人へと1.24倍に増加。
- 測定参加者数を増やすなら、対象者と接点を持つ機会の増加が必要。
- アラカン世代向けのイベントで、企業と協業した啓発学習機会の提供を行っている点に新規性がある。

no.	13
ライフステージ	高齢期
開始年度	令和5年度

取組の方向性	(Ⅲ-1) 本人に対する気づきと学習の場の提供
事業名	フレイル予防教室 (地域で楽しみながらオーラルケア実践)

事業の概要	主な対象
フレイル予防への意識の醸成および、継続的な取組みにつなげることを目的に各区保健福祉センター等で1クール4回程度の教室を開催。うち1回は、歯科衛生士によるオーラルフレイル予防講話やオーラルフレイルチェック、口腔体操等を実施。令和5年度は27回、令和6年度は28回実施。	フレイル予防に関心がある高齢者

●プロセス

アプローチ・実施の方法	事業の実施体制	担当者による事業の実施評価、課題意識
市政だよりや校区事業などで広報。ただし、フレイル予防教室として広報となり、加えて、区によってアプローチ方法は異なる。	各区で実施されたフレイル予防教室におけるプログラムの一部として実施。平均して、保健師・看護師 5名程度、健康運動指導士1名程度に加えて、歯科衛生士(オーラルフレイル予防に関する講話・実技)1名、管理栄養士(低栄養予防に関する講話)1名などで実施。	参加者より「フレイル予防とお口の健康の関係を知らなくてよかった」などの声が聞かれていることに加え、最終回アンケートにて「オーラルフレイル予防の取組みを開始・継続している」と回答した者が9割を超えていることなどから、オーラルフレイル予防の取組みを開始・継続するきっかけとなっている。

●アウトプット

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
フレイル予防教室の参加者数	人	-	-	423	464	フレイル予防教室の参加者
高齢者リーチ率(1万人当たり)	人/1万人	-	-	15.07	16.37	フレイル予防教室の参加者÷市内に住む65歳以上の高齢者(要介護認定者除く)

■評価コメント

- ・運動や栄養など、他の専門職とともに健康教育として実施。
- ・教室への参加者数は令和5年度は423人、令和6年度464人で、開催数がほぼ同じであることから横ばい。
- ・65歳以上の高齢者へのリーチ状況は、令和6年度で1万人当たり16.37人。
- ・事後アンケートなどから、オーラルフレイル予防の取組みを開始するきっかけになっていることが見受けられ、効果が期待できる。

■直接アウトカム

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
参加者への事後アンケート	%	-	-	実施	実施	オーラルフレイル予防の取組みを開始・継続していると回答した者が9割以上

no.	14
ライフステージ	高齢期
開始年度	継続

取組の方向性	(Ⅲ-1) 本人に対する気づきと学習の場の提供
事業名	薬剤師が勧めるオーラルケア

事業の概要	主な対象
市内薬局にお口のセルフチェックリスト等を掲載したリーフレットの配布により、地域薬局から歯科受診を促す仕組みづくり。 各薬局に30部ずつ配布。	市内の薬局

●プロセス

アプローチ・実施の方法	事業の実施体制	担当者による事業の実施評価、課題意識
リーフレットは、各薬局にて、市民へ配布。	市歯科医師会がリーフレットを作成、福岡市、市歯科医師会、市薬剤師会との連携により薬剤師への歯科口腔保健に関する研修を行ったうえで、市内薬局にてリーフレットを配布。	市歯科医師会の取組み。市薬剤師会との更なる連携による取組みが必要。

●アウトプット

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
薬局向けリーフレット配布箇所数	箇所	750	750	750	750	リーフレットを配布した市内の薬局数
薬局リーチ率	箇所	82.33	81.08	79.70	—	リーフレットを配布した市内の薬局数

■評価コメント

- 福岡市・市歯科医師会・市薬剤師会といった複数の組織が連携して取組みを実施。
- 福岡市薬剤師会との連携が深まる中で、より取組みに工夫できる余地ができてきている。
- 事業は継続的に実施しており、市内の薬局の8割前後には、リーフレットが行き届いている。

no.	15
ライフステージ	高齢期
開始年度	令和3年度

取組の方向性	(Ⅲ-2) 医療・介護・福祉等の専門職への働きかけ
事業名	高齢者施設職員向けの動画配信等による口腔ケアの実践拡大 (高齢者口腔ケア推進事業NEXT)

事業の概要	主な対象
市内の高齢者福祉施設の職員に向け、口腔ケア実践動画の配信や、マニュアルリーフレットの配布、講習会(口腔観察のポイント、口腔ケア用品の選び方・使用方法、口腔ケアの手順と注意ポイント、報酬の加算算定など)を開催。	市内の高齢者福祉施設(約1000施設) ※マニュアルの配布先は、施設系・通所系・居住系・複合型サービス事業所

●プロセス

アプローチ・実施の方法	事業の実施体制	担当者による事業の実施評価、課題意識
市ホームページ上に口腔ケア実践動画を掲載、チラシ郵送やメールにて周知。市内事業所に口腔ケアマニュアルを作成・配布。あわせて、郵送、メールにて口腔ケアに関する講習会の案内送付し、複数回開催。	福岡市が広報実施。福岡市、県歯科衛生士会、市歯科医師会が協力して動画作成。県歯科衛生士会が口腔ケアマニュアル内容作成。福岡市、市歯科医師会、県歯科衛生士会が連携して講習会実施。	多職種向け口腔ケア講習会でアンケートを実施。その結果では、満足度平均が8.8点(10点満点)と高かった。

●アウトプット

指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
動画再生回数	回	3,200	2,500	1,500	1,200	配信した口腔ケア実践動画の再生回数
口腔ケアマニュアル配布箇所数	箇所	-	2,000	1,000	1,000	令和4年度は口腔清掃編、令和5-6年度はレクリエーション編の口腔ケアマニュアルを配布。
多職種向け口腔ケア講習会参加者数	人	-	76	18	60	多職種向けに開催した口腔ケアに関する講習会への参加状況。

■評価コメント

- 福岡市、県歯科衛生士会、市歯科医師会がそれぞれ役割を分担しながら、協力して実施。
- 動画・マニュアルの内容は口腔清掃の方法や道具の使い方、レクリエーションなど、幅広く作成。
- 動画再生数については、初年度がもっとも多く、その後は低下傾向にある。
- 多職種向け口腔ケア講習会の参加者数は令和4年度と6年度を比べると同程度。
- 講習会に対する参加者の満足度は高い。

■直接アウトカム

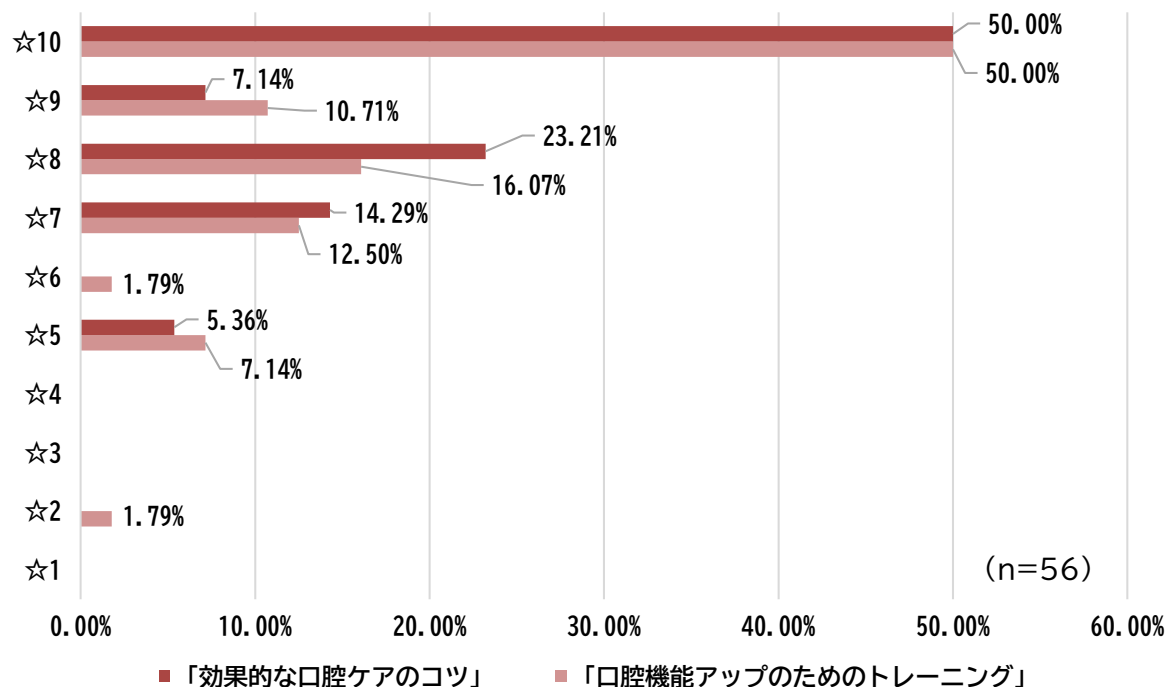
指標名	単位	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
講習会参加者の満足度平均	点	-	-	-	8.80	多職種向け口腔ケア講習会への満足度(最大10点/アンケート結果)
施設への事後アンケート ※次スライド参照	0	-	-	-	別途整理	詳細な結果は別途提示

多職種向け口腔ケア講習会の受講者アンケートの結果（no.15指標の詳細）

no.	15	取組の方向性	（Ⅲ－２）医療・介護・福祉等の専門職への働きかけ
ライフステージ	高齢期	事業名	高齢者施設職員向けの動画配信等による口腔ケアの実践拡大 （高齢者口腔ケア推進事業NEXT）
開始年度	令和3年度		

- 参加者に対する事後アンケートを実施。講習会で取り扱ったテーマである「効果的な口腔ケアのコツ」「口腔機能アップのためのトレーニング」は、日常の業務に活かそうか、尋ねた。

日常の業務に活かそうですか？



■評価コメント

- 「効果的な口腔ケアのコツ」「口腔機能アップのためのトレーニング」のいずれの項目についても、星7以上を選んだ回答者が9割前後となっており、日常の業務に役立つ内容になっていると評価できる。

※星が大きいほど、高い評価

その他

(成人を対象とした単年度事業の結果等)

単年度事業	①
ライフステージ	成人期
開始年度	令和4年度のみ

取組の方向性	(Ⅱ-3) 興味・関心の喚起
事業名	bitescan®とガムを活用した咀嚼力アッププロジェクト (咀嚼力向上プロジェクト)

事業の概要	主な対象
(株)ロツテやシャープ(株)、新潟大学、九州大学と連携して、咀嚼測定デバイス “bitescan (バイトスキャン) ®” の貸し出しによる咀嚼行動の見える化やガムの活用により、咀嚼習慣の改善を促進。事前・事後測定を含む1カ月間デバイスを利用。12家族中、10家族が期間中、モニターとして完遂。	全市民

●プロセス

アプローチ・実施の方法	事業の実施体制	担当者による事業の実施評価、課題意識
市政だより等で市が広報を行い、モニター家族を募集。咀嚼回数測定デバイスによる咀嚼行動の見える化、ガムの活用による咀嚼習慣の促進により咀嚼能力の向上などの効果について検証を実施。	(株)ロツテやシャープ(株)、新潟大学、九州大学と連携して実施。福岡市が統括し、2企業の製品を活用して設計。新潟大学が測定・解析を担い、九州大学が測定支援と解析への助言を実施。	モニタリング調査を実施。ガム咀嚼能力、おにぎり咀嚼回数などが統計的に有意に向上。

単年度事業	②
ライフステージ	成人期
開始年度	令和4年度のみ

取組の方向性	(Ⅱ-3) 興味・関心の喚起
事業名	ケアメン (男性介護者) の料理教室 「噛む」 × 認知症予防 (咀嚼力向上プロジェクト)

事業の概要	主な対象
咀嚼力低下で要介護リスクが1.5倍になるという分析結果及び、咀嚼による認知症予防のエビデンスに基づき、高齢男性向けに咀嚼力向上の啓発を行うため、男性介護者向けの料理教室において、介護予防・認知症予防と咀嚼の関係のエビデンスの啓発等を実施。	ケアメン (男性介護者)

●プロセス

アプローチ・実施の方法	事業の実施体制	担当者による事業の実施評価、課題意識
プレスリリース、市LINE、介護者メルマガ、認知症の人と家族の会への広報など実施。男性介護者向けに講演・調理実習、またオンライン配信 (対象者は男性介護者に限らない) を実施。	福岡市が企画・開催。フレンチシェフが講話と調理実習、医師が講和を実施。	—