

産業齒科予防管理活動発足会



产业齿科预防管理活动
启动大会（参照P51）

第四篇

把活动推广到母子、 职场和社会

～面向成年人的口腔保健活动～

以学童为中心的口腔保健活动，进入1920年代后范围扩大到母子和职场女性，并扩大到普通成年人。本篇介绍狮王以丰富多彩的方式方法在各种场合举办的活动。

京都卫生博览会场景(右),
成为热门话题的“工厂化人
体骨骼模型”(左)。



极具人气的卫生博览会

令人震撼的崭新创意

真正开始以家庭主妇和普通女性为对象的口腔保健活动是全国推广学童刷牙教练的1920年代。那个时代，利用照片和标本普及有关疾病和健康知识的“卫生博览会”在各地深受欢迎。小林商店为唤起人们的关心，利用知识和智慧的力量举办了一场独具特色的展览会。1927年（昭和2年），在东京丸菱吴服店举办了题为“牙齿的趣味展览会”。展览会收集了从古代医书和文学到传说、迷信、风俗中有关牙齿的古今所有文献和插图，不惜劳苦从全国各地收集的众多展品在文化艺术上也具有较高价值。入场人数包括大阪、名古屋和京都举办的展览会在内达10万人次之多，大获成功。展览会收集的文献资料成为此后编辑发行《龄草》共6卷的宝贵资料。1929年举办的“为了母子的展览会”上，展出了投资数千日元（当时的金额）巨款制作的电动“工厂化人体骨骼模型”，简单易懂地讲解了人体内脏等的功能，这种崭新的创意备受称赞，之后在全国进行了巡回展出。



第1届母子好牙齿竞赛宣传广告(右)

第1届第1名获奖者高松昌子、秀夫君(左)

战后蓬勃旺盛的口腔保健活动

母子好牙齿竞赛

战后，日本口腔保健活动在驻日盟军总司令部（GHQ）公共卫生政策的影响下重现兴旺景象。其中，以母子为对象的口腔保健活动作为新开端，1949年（昭和24年）对儿童福祉法进行了修改，随着首次实施幼儿齿科检查，“保护孩子牙齿健康，母亲的理解最重要”的活动的进一步开展，举办竞赛的时机已经成熟，厚生省（现厚生劳动省）和日本齿科医师会于1952年举办首届“母子好牙齿竞赛”，作为口腔保健活动的一环，狮王牙膏株式会社赞助了此次竞赛。

“母子好牙齿竞赛”由各地齿科医师会选出保持好牙齿的母子，通过各地区选拔，最后通过评选，决定获奖者。竞赛逐渐扩大成为全国规模。1953年举办第2届大会，厚生大臣（现厚生劳动大臣）前来出席大会表彰仪式。为欢迎大臣莅临在东京日比谷公会堂举行了盛大欢迎会。会上第一名获奖者发表了育儿经验，知名人士进行了演讲，还进行了游戏比赛并放映了电影，会场里挤满了来自东京都内的各校女高中生和各个妇女团体的代表，欢声笑语此起彼伏。

设计新颖的由比滨“狮王牙齿美容室”(右)

浜寺海滨浴场超级狮王巨塔下的最具人气的刷牙漱口广场(左)



海滨浴场惊现齿科中心

随着电视时代的到来，1953年进入经济高度发展期。狮王牙膏株式会社为进一步提高口腔保健活动质量，对负责活动的文化部进行了增员，并升格为口腔卫生部，加上以往的内务科和齿科卫生科新增设了文化教育科，建立健全了从有关口腔卫生宣传教育活动到临床指导等整个口腔保健活动体制更加完备。搭上经济好景气顺风车，全力以赴地开展了史无前例的新活动。

特别备受瞩目的是1953年镰仓由比滨开业的夏季齿科中心“狮王牙齿美容室”，现在看来是难于想象的，但在当时对前来海水浴的人们进行牙齿健康诊断和牙齿美容却深受好评。因此，从第二年开始，成为由日本齿科卫生士会主办、狮王牙膏株式会社和神奈川县齿科医师会赞助的夏季例行活动，尤其是免费刷牙漱口广场最具人气，根据1957年的记录1天/2580人次，共达到了7万5000人次，在关西第一度假村的大阪浜寺海滨浴场也开设了夏季限定的保健中心，海边“超级狮王”牙膏形巨塔成为当时一大话题。



在住宅区巡回指导的情景。“蒲公英号”的设计由2台卫生指导车和1台电源车组成，分别命名为“鲜花号”、“天空号”和“果实号”。

像蒲公英一样美丽强壮

母子齿科保健活动“蒲公英运动”的始端

1950年~1960年代是持续至今狮王口腔保健活动的支柱时期，在这个时期母子口腔保健活动和企业齿科保健活动相继生根发芽。首先是1959年（昭和34年）狮王单独发起的母子齿科保健活动“蒲公英运动”。这一活动名称饱含了狮王期盼人们能像美丽强壮的蒲公英一样保持健康牙齿的真诚愿望。像蒲公英的花绒随风飘洒一样扩大到全国。在住宅区和市、町、村的保健中心以父母孩子为对象指导刷牙为主，开展有关牙齿健康的咨询、给牙齿涂布氟化物的诊疗等。1974年，为了强化运动，又投入大型普及口腔卫生普及车“蒲公英号”，利用“蒲公英号”每天可对750对母子进行指导，马上就扩大了运动规模。东京某住宅区有孩子的家庭几乎都乘坐过“蒲公英号”，对人们牙齿的健康做出了巨大贡献。1986年“梦想号”代替活跃了12年的“蒲公英号”缤纷登场。利用最新设备展开更具活力的口腔保健活动。

“樱桃运动”含义是像樱桃一样永葆健康。



深受好评的职场齿科咨询

为工作女性开展的“樱桃运动”

继“蒲公英运动”之后，1961年日本首次在职场开展口腔保健活动“樱桃运动”，对象为所有正在工作的人们，特别针对即将做母亲的年轻女性，早期着力点主要是在提高口腔卫生意识。活动从大阪分公司关西电力株式会社营业所巡回开始，对牙齿进行健康诊断、齿科咨询、清除牙石等，平均1天/130人就诊，8个营业所共计1040人接受了诊断，得到了意想不到的好评。随后名古屋分公司从三井银行入手，对各个公司进行巡诊，活动的范围逐渐扩大。由于得到了公司及职工方面的热烈欢迎，1971年在参加活动的1055个企业里集中选出了对口腔卫生十分热心的24家公司成立了“产业齿科预防管理集团”，进一步充实了运动内容和加强了运动的组织化。“樱桃运动”逐步扩大到全国各地的职场，今天仍作为企业齿科保健活动的一环，为职场工作者的牙齿健康做贡献。



新宿京王百货商店内LDC开设的“狮王家庭齿科诊疗所”。为缓解患者的紧张,积极采用背抱诊疗新尝试。

顺应新时代的创新活动

“狮王齿科卫生研究所”口腔保健活动一体化

在此之前,狮王的口腔保健活动由口腔卫生部和1964年(昭和39年)设立的财团法人狮王齿科卫生研究所(Lion Dental Center 简称:LDC)共同实施,1984年为强化活动和效率将口腔卫生部整合到狮王齿科卫生研究所。此后由公共性较强的狮王齿科卫生研究所负责所有活动的策划和执行。

狮王齿科卫生研究所1994年纪念成立30周年之际,简称改为LDH(The Lion Foundation for Dental Health)。11月26日~27日两天,在东京齿科大学血胁纪念厅邀请国内外著名学者举办了“成立30周年研讨会”。会议聚集了400多名齿科医生,以“8020运动、对龋齿和牙周病的新挑战”为题进行了充满热情的演讲并解答了质疑。研讨会的第一天在大仓酒店举行了纪念仪式,200多名口腔卫生业界的人士齐聚一堂,纪念仪式成为交流场所。

“第1次狮王新年研讨会”。此后连续每年1月份举行，2015年举办了第24次大会。



由直接指导转为培养指导员

进入1990年代，狮王齿科卫生研究所在常年坚持面向普通人的“学童刷牙大会”和“蒲公英运动”等启蒙活动中，增加了“培养口腔保健指导员”的活动内容，开始向新的使命挑战。

作为新活动的第一弹，从1992年开始，每年1月份召开提高齿科卫生士资质“狮王新年研讨会”。研讨会主要讲解齿科卫生士应掌握的知识和技术，同时提供齿科卫生保健最新信息，并得到日本齿科卫生士会和日本齿科医师会（1997年起）的援助。如今作为公益社团法人日本齿科卫生士会第3次终身研修制度的“特别研修指定研讨会”的其中之一，发挥着应有的作用。

在紧接到来的1993年，狮王齿科卫生研究所富有经验的齿科卫生士面向学校相关人员和齿科相关人员正式开始举办“日本妇女活动”演讲会。在全国各地进行以终身齿科保健为题的“8020运动”、“咀嚼与预防生活习惯病”和“生活技巧教育”的演讲，为提高口腔保健水平做出了贡献。



武道馆披头士公演门票。
门票上印有赞助商狮王牙膏和狮王油脂。

电视时代广告王的血统

● 从披头士到狮王夫人剧场

自小林富次郎创业以来，狮王始终灵活有效地运用顺应时代的媒体。在50年代后期拉开帷幕的电视时代，也展现出了超群的实力。

特别吸引行业瞩目的是狮王牙膏株式会社与狮王油脂株式会社代表全体狮王企业共同提供电视节目进行的联合宣传。但这一史无前例的活动在当时并没有被人们接受，经过顽强耐心的交涉，1962年（昭和37年）1小时的电视剧“法外之徒”在全国播放。此后又陆续播放了“不可接触贱民”、“逃亡者”、“星期三的夜晚”和“狮王夫人剧场”等高收视率节目。除此之外，还有狮王牙膏与狮王油脂独家赞助举办的1966年披头士来日公演。公演在武道馆举行，演唱会带给人们的巨大震撼达到了顶峰，第二天电视播放收视率即创下了日本电视史上56.5%（关东地区录像调查）的记录。通过不断的挑战，宣传活动取得了巨大的效果。

实践爱之精神

昭和初期开始面向成年人的口腔保健活动都充满了崭新的创意。除“口腔卫生博览会”和海滨浴场的“牙齿美容室”之外，启发教学彩色电影“看星星”和话剧“母子圣诞晚会”，以及制作齿科医院用“口腔卫生挂历”等活动，以各种方式方法举办了丰富多彩的活动。

这些活动都表现了狮王为人们健康做贡献的真诚愿望，“实践爱之精神”，乃是狮王创业至今的方针。