

**現代人の歯の疲労「酸蝕歯」**  
**グラクソ・スミスクライン株式会社**  
**3月4日を「酸蝕歯(さんしょくし)の日」に！\*1**  
**成人の約6人に1人が「酸蝕歯」\*2**

グラクソ・スミスクライン株式会社(本社:東京都)は、「酸蝕歯」をより広く知ってもらうことを目的に、3月4日を「酸蝕歯(さんしょくし)の日」としました。「酸蝕歯」は歯科医師や歯科衛生士の間で話題になり始めたばかりで、欧米と比べて日本の生活者には理解・浸透していないのが実情です。「酸蝕歯の日」を機に今後、の消費者への情報提供など啓発活動を行っていきます。

◆「酸蝕歯」は歯の疲労

「酸蝕歯」とは、柑橘類やドレッシング、ワインなど日々摂取する飲食物に含まれる“酸”が歯のエナメル質を侵食した状態です。進行性があるため放置しておくと、前歯は欠けたような状態となり、臼歯は咬み合わせ面にへこみを生じさせます。さらにエナメル質が弱まり、黄白色の象牙質が露出して象牙細管が開いた状態となり、刺激物が入り込むことで歯がシミするという知覚過敏を生じる原因にもなります。

「酸蝕歯」は口腔ケアを怠ったためではなく、十分にケアしている人にもおこり、成人の約6人に1人は「酸蝕歯」であると報告されています。健康意識の高い人が身体に良いと思って摂取している食材に含まれる“酸”が、実は歯にストレスを与えています。“酸”を含む食品が多い現代、毎日の生活と密接に関わっている「酸蝕歯」は新しく注目された歯の疲労とも言えます。



イメージ図

◆「酸蝕歯」を考えた「シュミテクト PRO エナメル」

グラクソ・スミスクラインでは、早くから酸蝕歯に注目しており2006年4月に世界初の「酸蝕歯」をケアするハミガキ「センソダイン PRO-EMAIL」\*3をEU諸国で新発売しました。日本でも2007年9月に「シュミテクト PRO エナメル」を発売しました。



\*1 日本記念日協会登録済 (<http://www.kinenbi.gr.jp/>)

\*2 出典先: 小林賢一、小林千尋、田上順次(監訳) Tooth Wear と象牙質知覚過敏、  
医歯薬出版株式会社 Part2 9章、172 2003

\*3 「センソダイン」は「シュミテクト」の海外でのブランド名。PRO-EMAIL はフランスでの PRO エナメル 製品名

**生きる喜びを、もっと Do more, feel better, live longer**

グラクソ・スミスクラインは、研究に基盤を置き世界をリードする、医薬品およびヘルスケア企業であり、人々が心身ともに健康でより充実して長生きできるよう、生活の質の向上に全力を尽くすことを企業使命としています。

### <「シュミテクト PRO エナメル」製品概要>

製品名 : シュミテクト PRO エナメル(医薬部外品 薬用ハミガキ)

製品特徴 : ・ワインやフルーツなどに含まれる“酸”に着目した独自のEPF(エナメルプロテクション)処方。

- ・フッ素が歯のエナメル質を強化します。
- ・硝酸カリウムのイオンバリア効果が知覚過敏で歯がしみるのを防ぎます。
- ・フッ素が歯の再石灰化を促進してムシ歯を予防します
- ・クリーン&フレッシュな感覚を保つ新しい香味

効能・効果 : 歯がしみるのを防ぐ、ムシ歯の発生および進行の予防、歯を白くする、口中を浄化する、口中を爽快にする

製造販売元: グラクソ・スミスクライン株式会社

発売元 : アース製薬株式会社

希望小売価格 : 1,200 円(110g)/消費税別

販売先 : 全国の薬局・薬店、スーパー、ホームセンターなど

「シュミテクト PRO エナメル」の販売は、グラクソ・スミスクライン株式会社のオーラルケア製品「アクアフレッシュ」「ポリデント」「ポリグリップ」ブランドと同様にアース製薬株式会社(本社:東京都千代田区)が行います。グラクソ・スミスクライン株式会社は製品の輸入とマーケティング活動を担います。

## 【参考資料】

### 実はあなたのことかも!?～歯がシミる人ほど、歯科医を敬遠～ 「過去3か月に歯がシミたことのある人の意識調査」

グラクソ・スミスクライン株式会社では、このほど過去3か月間に歯がシミたことがある人の日頃のデンタルケアについての意識調査を実施しました。

本調査では、歯がシミたことのある人は、その半数近くが「歯に何かトラブルがあるのではないか?」という不安を抱えており、「日々のデンタルケアは重要」と認識しています。

しかし、実際には健康な歯の人と比べ、「将来のためきちんとケアしなければならない」とわかっているものの「ハミガキは面倒だ」という気持ちが強いようです。また、歯科医へ定期的に行かなければならないことはわかっているが、現実的には行っていないことがうかがえます。

以上をふまえると、歯がシミたことのある人は、歯がシミることを一時的なことで過信、または決して予防はできないと認識しているのではないかと考えられます。「酸蝕歯」に関する認知においても、知覚過敏の認知率が85%に対して、“酸”がエナメル質を侵食する「酸蝕歯」の症状の認知率は19%にとどまりました。

歯がシミるという症状が、「酸蝕歯」の進行度合いを表しているという理解不足が、歯の症状を悪化させることにつながっている可能性があります。

#### <調査概要>

調査名 : 「過去3か月に歯がしみたことのある人の意識調査」

調査内容: 酸蝕歯と関係の深い知覚過敏患者のデンタルケアについて

時期 : 2007年12月14日から21日

調査対象: 18歳から64歳までのハミガキ購入者、男女3000人(男女比50:50)

調査方法: インターネット

#### データ 1) 症状の認知率

知覚過敏: 85%

酸蝕歯 : 19%

データ 2) 意識調査結果

内容	歯がシミたことのある人	歯がシミたことのない人
No	1021人	1732人
今、きちんとケアしておかないと、将来はがなくなってしまうと心配である。	77%	71%
1日1回のブラッシングでは不十分である。	65%	61%
歯の健康への効果は簡単には得られないと思う。	64%	59%
値段が高いハミガキの方が効果があると思う。	28%	21%
ハミガキはめんどくさい	51%	41%
問題がない限り、歯医者に行く必要がない。	33%	30%
歯科医院で定期的にチェックをしてもらうことは良いことだとわかっているが、実際には行っていない。	62%	58%
正直言うと、歯医者に行くのは怖い	52%	43%
いつも歯科医、歯科衛生士のアドバイスにしたがうようにしている。	29%	33%
口腔ケアは毎日の習慣になっていて、それについて考えたことはない。	27%	32%

<考察>

歯がシミたことのある人は、歯の健康は簡単に得られないと理解しつつも、ハミガキに対して消極的であることがわかりました。

一方で、歯科医や歯科衛生士のアドバイスに従わずオーラルケアを怠っている自覚があるためか、歯科医に行くことを「怖い」と感じている人が、歯がシミたことのない人よりも多いという結果がでています。

歯がシミることは、酸蝕歯による知覚過敏のサインでもあり、酸蝕歯で一度エナメル質が失われると二度と戻りません。「歯がシミたら、歯科医の検診を受ける」ということを、改めて推奨する結果といえます。