

2019年9月11日

ADA FDI 世界歯科会議@サンフランシスコ レポート

2019年9月4日～9月8日に ADA(アメリカ歯科医師会)FDI(国際歯科連盟)世界歯科会議(World Dental Congress)が米国サンフランシスコのモスコニーセンターで開催されました。



FDIは1900年設立に設立されたスイス・ジュネーブに本部をおく国際歯科連盟で、日本歯科医師会や日本歯科商工協会、ADAをはじめ世界200歯科関連団体が参加し、100万人以上の歯科医師の代表的な組織として、国際的に健康増進政策や継続的教育プログラム、口腔健康推進活動をサポートしております。また、ADAはAmerican Dental Associationの略(愛知県歯科医師会もADAですがここではアメリカ歯科医師会としてADAを使用致します)で、ちょうど今年で160周年と記念すべき年を迎えます。



FDI世界歯科会議は今回で第107回目の開催となりますが、ADAとの共同開催で350以上の各種セミナー・講義、世界500社以上もの企業が集まる展示ホールなど非常に活気のある大会でした。最近のFDIと比べても、ADAとの共催、かつ、巨大市場アメリカでの開催とあって、多くの人々で賑わっていました。そんなADA FDI世界歯科会議の開催前夜に開催されたのがJAPAN NIGHT RECEPTION(以下、ジャパナイト)です。

## ① ジャパンナイト



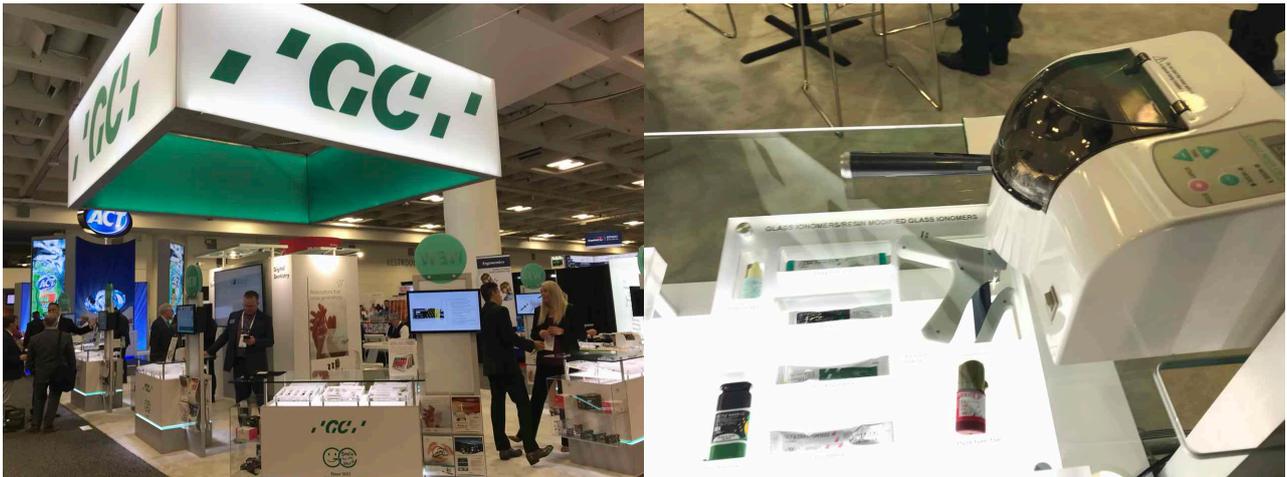
ジャパンナイトは日本歯科医師会が主催、モリタ、松風、ヨシダ、GC と日本を代表する企業が協賛で、世界各国の歯科医師会代表、FDI 役員や関係者を招いて毎年 FDI 開催前夜に行われ、今年で記念すべき第 30 回目の開催となります。

日本歯科医師会の堀会長のご挨拶に始まり、平野国際渉外委員長、佐藤副会長、FDI 会長 Dr.Kathryn Kell 氏などから挨拶があった後、モリタ、松風、ヨシダ、GC の社長紹介があり、乾杯と海外の歯科関係 VIP の方々に日本の情報発信と共におもてなしがなされました。



外国の方に特に人気の寿司（握り+カリフォルニアロール）ほかご飯や、カリフォルニアワインや地ビールなど、日本や地元の各種食べ物、飲み物を多くの方が楽しんでいました。また、FDI の展示会会場でも、ADA FDI 共同開催と多くの来場者が来るこの機会に、多くのメーカーが各種製品展示を行っていました。その中で、日本企業各社も、現地に合わせた展示を多くしていました。

## ② 展示会 日本企業ブース



世界に 15 社しかない FDI パートナー企業の 1 社でもある GC ブース。同社製品で特に人気なのは、『エクイアフォルテ』システムです。日本では販売していないセットですが、『フジナイン GP エクストラ』のようなガラスアイオノマーセメントを充填した後、コート材の『G ガード』を塗布し、生体親和性が高いながらも審美的にも良い製品。更に、『エクイアフォルテ HT (ハイトランス)』という透過度の高い新製品が出て、注目度が更に増していました。また、日本と比べた米国市場の特性としては CR 中の『バルクフィル』が「かなり売れている」とのこと。症例によっては積層も必要ですが、米国でも広がっているバルクフィルはどの程度まで使えるのか試してみるのも面白いかもしれません。

ほか、小型口腔内スキャナの Aadvia IOS も展示され、多くの方の注目を集めていました。



日本から世界へ各種機器を発信するモリタブース。GC と同じく、世界 15 社の FDI パートナー企業のうちの 1 社でもあります。モリタ製品の中で特にアメリカ市場に浸透しているのが、『ルート ZX ミニ』と『トライオート ZX 2』のモリタが提供する根管拡大に便利なコンビです。根管長を測定しながら根管拡大できるシステムは米国でも大人気です。

また、同社 CT/レントゲンも同国では売れており、もともと同国人気があった『ベラビュー X700』に加え、スタイリッシュ『ベラビュー X800』も登場し、多くの海外の方々から注目を浴びていました。米国市場でも人気の高いモリタの今後にも注目です。



NY 証券取引所をイメージさせるようなお洒落な展示のナカニシブースで注目を浴びていたのは、同社の『NLZ』というエア回路のエアを電気に変換し、マイクロモーターを動かすシステムです。従来から同様のシステムはありましたが、従来品より小型かつトルクも高くなり、エンドに適したモードも搭載した新型の「エア→電気」変換システム。

米国市場は、タービンが7～8割、マイクロモーター2～3割とタービンが主流で、ハンドピース用にはエア回路しか付いていないユニットも多いですが、最近マイクロモーターの使用者が少しずつ増えています。もともと市場に根付いていたタービンは昔から米国市場で販売しているメーカーが強く、同社シェアはさほど高くないも、新しく伸びているマイクロの分野ではナカニシなどの米国市場後発メーカーが順調に伸びているとのことでした。そんなマイクロモーターへの「取掛かり」となる『NLZ』と共に、米国市場でも「より」ナカニシ製品が伸びていく予感もし、今後の米国市場でのナカニシの成長が楽しみな展示でした。



松風製品で、米国市場にて特に人気なのは、同社コンポジットレジンの製品群です。バイオアクティブなど高機能品人気が高い米国では、同社のフッ素など6つのイオンを放出するジャイオマーのS-PRG技術を活かした『ビューティーフィル フロープラス X』や、低重合収縮の『ビューティーフィルII LS』など多くの同社CRに注目が集まっていました。

また、同社人気カメラの『アイスペシャル』は5回も連続で同展示会でも賞を取得している世界的にも注目度の高い製品です。日本の高い化学と技術を世界に向けて発信していました。



企業名を取って吊るし看板には載せずに、『オムニクロマ』と製品名で謳って大きな注目を浴びたのはトクヤマの新型 CR『オムニクロマ』の展示ブースです。

本年 IDS の 1 ヶ月前の 2 月の米国・シカゴのミッドウィンターにて製品お披露目&米国販売開始となった同社の自信作は、高性能なカメレオン効果により、1 シェードで A1～D4 と全ての色をカバーできる優れものです。どの色を使うか迷う必要もなく、在庫管理も楽、ホワイトニングで周りの歯が白くなればその色を取り込んで白くなる CR と、画期的な新製品は大きな注目を集めていました。米国市場では既に同社従来品 CR の売上を抜くなど、順調な滑り出しとのことですが、『オムニクロマ』の日本上陸も非常に楽しみです。



世界的にユニット販売を行なっているタカラは、「ベルmont」ブランドでユニットを展示していました。米国市場では、右利きの先生もいれば、左利きの先生もいるということで、右からでも左からでもアクセス可能なユニットが展示され多くの方々の注目を集めておりました。展示説明も基本的には現地の方々に任せており、現地化がうまく進んでいるなど感じる展示でした。



Image Works という米国代理店で、多くの製品展示説明を行ったヨシダ。今まで同社 CT のエクセラスマート 3D は「FOV が小さい」ということで米国市場ではさほど売れていませんでしたが、 $\phi 16 \times 8$  の広範囲撮影が可能な『エクセラ MF』が 2019 年 5 月に FDA 医療機器認証を得た後、『エクセラ MF』の販売が伸びてきているとのこと。

また、レーザー市場では、半導体レーザーのシェアが高い米国市場ですが、3名の KOL の方から、「組織への熱伝導が少なく、また、術後の不快感が少ないため、私は半導体より CO2 が気に入っている」「様々な症例に使える」「術後の治りも早い」「インプラントにも良い」など様々な意見を頂き、今後、その意見も元に攻勢をかけていくというところ。まだ米国市場シェアは小さいヨシダですが、今後の米国市場での CT や CO2 レーザーの販売拡大に期待したい内容の展示となっていました。

その他、誌面都合上全ての紹介はできませんが、クラレやオサダ、サンスターなど多くの日本メーカーが、世界最大の市場であるアメリカの ADA FDI 世界大会を機に広報活動を行っていました。日本メーカーの科学技術やテクノロジーが海外でも好評で多く受け容れられていることは嬉しいですし、今後も、「日本の技術」を武器に、多くの製品を海外に向けて販売して行って欲しいと感じる日本企業各社の展示でした。

また、展示会会場では、世界的な大企業の展示が多く見られましたが、特に地元開催とあってアメリカメーカーの存在感が大きく感じられた FDI 展示会会場でした。

世界最大デンタルショーの IDS は「商売」的要素が強く、新製品が数多くの企業から発信され、「政治/学術」的要素の強い FDI ではさほど新製品は出ない印象ですが、今回の ADA FDI 世界大会ではアメリカ企業から地元マーケット向けにか新製品も発表されていました。次ページ以降で、ADA FDI 展示会でのアメリカ企業／国際企業ブースの紹介をさせていただきます。

③ 展示会 アメリカ企業 / インターナショナル企業ブース



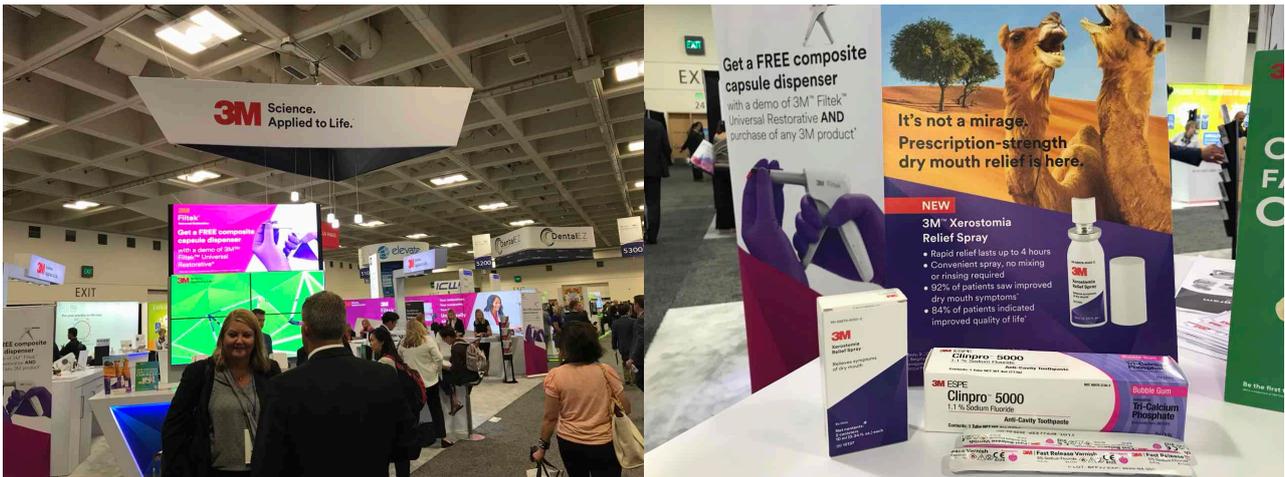
日本では各製品が出回っているも、「企業展示」として単独ではあまり大きなデンタルショーブース展示をしていない各米国企業メーカーも、地元開催の本展示会には大きなブース展示で多くの方々の注目を集めていました。



日本ではモリムラから、『セラカル LC』『オールボンドユニバーサル』『セラセム』『ジルクリン』など各種製品が発売されている米 BISCO 社。1981 年にイリノイ州で設立された同社は、800 以上もの商品群を揃え、世界 60 カ国以上に販売されています。

そんな同社の光重合型レジン強化型ケイ酸カルシウム覆髄材の『セラカル LC』は、MTA セメントの主要な成分でもあるケイ酸カルシウムを活用した MTA 系統の覆髄材ですが、練和不要で CR のようにシリンジで直接貼付できる操作性の高さや、光重合により好きなタイミングで即時に重合可能なため、創面保護／止血にも効果が高い大人気製品です。

同製品は光硬化型のため、光が当たりにくい症例では使いにくい欠点もありましたが、それを補完するデュアルキュア型の『セラカル PT(Pulpotomy Treatment)』が新製品として発表され、歯根端切除や光の届きにくい症例にも使いやすいと多くの方々の注目を集めていました。日本での発売はいつになるかわかりませんが、楽しい製品が出てきました。



3M ブースで『クリプロ 5000』と日本では販売できない歯磨剤と共に、「NEW!」と展示されていた新製品は『Xerostomia Relief Spray(口腔乾燥除去スプレー)』です。

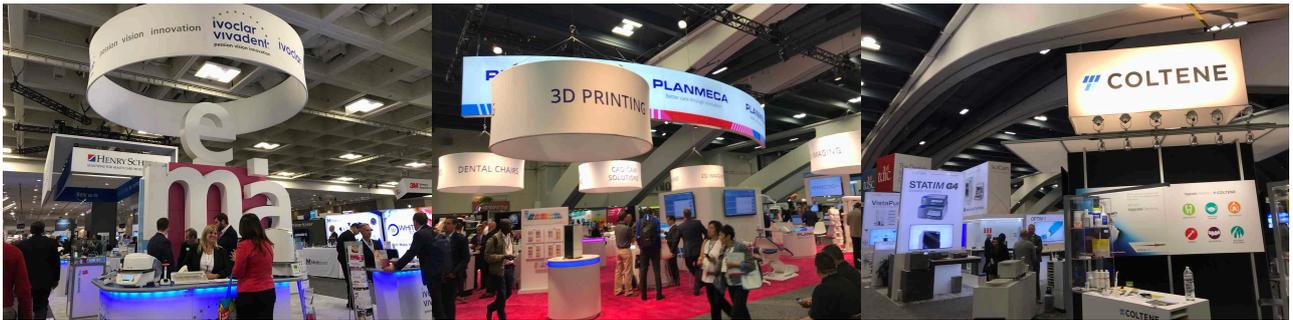
口腔乾燥の方は約 65%と高いにも関わらず、患者さんに認知されることが少ない口腔乾燥症。放っておくと、カリエスリスクが高まるだけでなく、「嚙む、味わう、飲み込む、話す」といった生活の質にも大きな影響を与えます。

「ミラーが舌や頬粘膜にひっつく」「泡状の唾液がある」「舌が分葉状、割れ目がある」などなど様々な口腔乾燥症のサインがありますが、そのサインにクリニックで気づいて、処方してあげたら如何でしょうか?と広告していました。乾燥地域のラクダの様子を見せながら、「患者さんが気づいていない口腔乾燥症予防をしていこう!」というこのメッセージは面白く、日本発売の有無はわからないも、面白い提案の製品が展示をされていました。



カボ/カーブースで、「NEW!」と大きく宣伝されていたのは、ナカニシが打ち出していた『NLZ』同様にエアを電力に変換し、エアタービン (ハイスピード) 機構しかないユニットでもマイクロモーターを使えるようにする『ELECTORO matic』というシステムです。

「実際に触って見るかい?」と言われ、フェザータッチのような使い方で切削していると、「もっと押し付けて見て!」と言われ、実際に押し付けても全く負けないトルクを実感させて頂いた同製品。エアタービンが強い米国市場ですが、ナカニシ・カボが共に「エア→電力」出力変換装置を大きく打ち出し宣伝するなど、マイクロ需要も広がっており、今後の米国市場でのエアタービン VS マイクロエンジンの割合推移も楽しみな展示でした。



その他にも多くのグローバル企業が自社製品を強くアピールしていました。日本のデンタルショーでは露出度がさほどではない企業も、海外デンタルショーでは大きく展示されていたりと、国ごとの違いを見ることができるのも、海外デンタルショーでの楽しみの一つです。

#### ④ 展示会 予防関連企業ブース



毎回 FDI では、大きな展示ブースを構えて展示することが多い予防関連企業ブース。ウォーターピックが、ウォーターピック+電動歯ブラシの機能を両方備えた新製品を強く宣伝するなど、各社が新製品や人気製品を展示し、多くの来場者にアピールしていました。また、予防関連企業で、日本未上陸の新製品が気になったメーカーや、展示説明が面白いと思ったメーカーを下記ピックアップさせていただきます。



クラブロックスは『BE YOU』というカラフルでお洒落な歯磨き粉を大きくアピールしていました。POP でキャチなデザインと共に、フレーバーも「グレープフルーツ&ベルガモット」、「ピーチ&アプリコット」、「ウォーターメロン(スイカ)」、「ジントニック&パーシモン(柿)」、「ブラックベリー&リコリス(甘草+アニス)」、「アップル&アロエ」と味わってみたいものばかり6種類！ 興味を持って見ていると、「試してみるかい？」と誘われたので、一番気になった「ジントニック&パーシモン(柿)」で試して見ましたが、とても美味しく、良い香りで、ブラッシングの時間も楽しくなる歯磨粉でした。

POP なデザインやフレーバーだけでなく、フッ素 950ppm、ハイドロキシアパタイト、グルコースオキサイド、キシリトール、プロビタミン B5、ビターオレンジなど様々な成分を含んだ上に、RDA50 程度で歯面に優しく、マイクロプラスチックは含まない「こだわり」成分の歯磨き粉です。「歯磨きの時間が美味しく、楽しくなる！」そんな新感覚の POP な歯磨き粉に多くの方の注目が集まっていました。日本にも上陸しないか楽しみな製品です。



その他、「展示法・デモ」が面白いと感じたのは、EMS のエアフローです。「プラス」パウダーを使ったデモでは、うずら卵の表面のステイン・汚れはサクサク落ちるも、ミニトマトに当てても皮が傷つかないなど、歯垢/ステインは落ちるも、歯肉/歯面は傷つかない様子がわかりやすいデモも行っていました。

米国市場ではまだ EMS の認知度は低い一方、デモをした時の驚きの反応が面白い！と説明員も話をしていました。予防各社のアピールにも注目したい FDI 展示会です。

## ⑤ 展示会 デジタルデンワークフロー エクスペリエンス &amp; テクノロジーアワード



今回 ADA がピックアップし、力を入れているように感じたのが『デジタルデンティストリー エクスペリエンス』です。メインステージ A/B と 2つのステージでの講演を多くの方が聴き入り、また、体験したい人には特設ブース裏にはぎっと見えるだけでも 16 台以上の口腔内スキャナ+パソコンが並んでいる実体感ブースが用意されるなど、ADA が提供するデジタルワークフロー体感コーナーに多くの方々が集まっていました。

また、メインステージ A/B が前後に並んでの講演でしたが、聴講者は皆イヤホンを装着しており、講演者の声が広い展示会会場でもそのまま聞こえやすい仕組みなど、日本のデジタルショーなどでも参考になる講演の行い方をしていました。



また、ADA FDI でテクノロジーアワードを受けた会社の製品をピックアップしたミニ展示コーナーも大きな注目を集めました。日本企業からもトクヤマの『オムニクロマ』や、松風の『アイスペシャル C-III』がアワードを受賞し、同コーナーに展示をしていましたが、メインブース以外での本ピックアップコーナーでも多くの注目を集めていました。



他にも同コーナーでは、デンツプライシロナの『プライムスキャン』、SICATの『SICATAIR』、バウシュの『オクルセンス』、ケアストリームの『CS9600(日本のトロフィースープリム)』、3shapeの『トリオス4』など様々なテクノロジーアワードを受けた注目製品を一同に介した状態で見学できるなど、ADA FDIの企画する面白いコーナーでした。

## ⑥ 展示会 金融関連企業ブース



また、今回、大きな展示ブースを構えて目立ったのは金融関連企業のブース群です。サンフランシスコが本拠地の米国大手商業銀行ウェルズファーゴや、商業銀行のチェースや、シティバンクなど、多くの銀行が優良顧客候補である歯科医師に借りてもらおうと多く出展しているのも米国デンタルショーの一つの特徴です。歯科クレジットカードサービスをメインで提供するケアクレジットは、ADAメンバー向けの特別リースメニューでベンツをリースしないか？と宣伝したり、歯科医療保険会社TDICが大きく展示/広告をしたりと、優良顧客の歯科医師に金融サービスを提供しようと多くの金融関連企業が出展していました。

また、ADA FDI 世界大会の開催では、予防、保存修復、エンド、歯周病、義歯、インプラントなど歯科の各分野で 350 以上もの多くの興味深い公演が行われましたが、FDI が力を入れたのは、世界口腔健康保健フォーラム(WOHF)の『Universal Health Coverage』です。

⑦ 講演会 世界口腔健康保健フォーラム『Universal Health Coverage(UHC) : the Good, the Bad and the Necessary for Oral Health (ユニバーサルヘルスカバレッジ～口腔健康に良い点、悪い点、必要なもの～)』



UHC という言葉をご存知でしょうか？

UHC とは、「全ての人々が適切な予防、治療、リハビリ等の保健医療サービスを、支払い可能な費用で受けられる状態」のことを指し、すべての人が経済的な困難を伴うことなく保健医療サービスを楽しむことを目指しています。

「持続可能な開発目標 (SDGs)」は最近有名になっていますが、その SDGs のターゲットの 1 つとしても UHC の達成が位置づけられており、全ての人々が基礎的な保健医療サービスを受けられ、医療費の支払いにより貧困に陥るリスクを未然に防ぐことが重要であることが確認されています。日本は 1961 年に導入された国民皆保険制度などを中心に早期に UHC を達成し、世界有数の健康長寿国ともなっています。

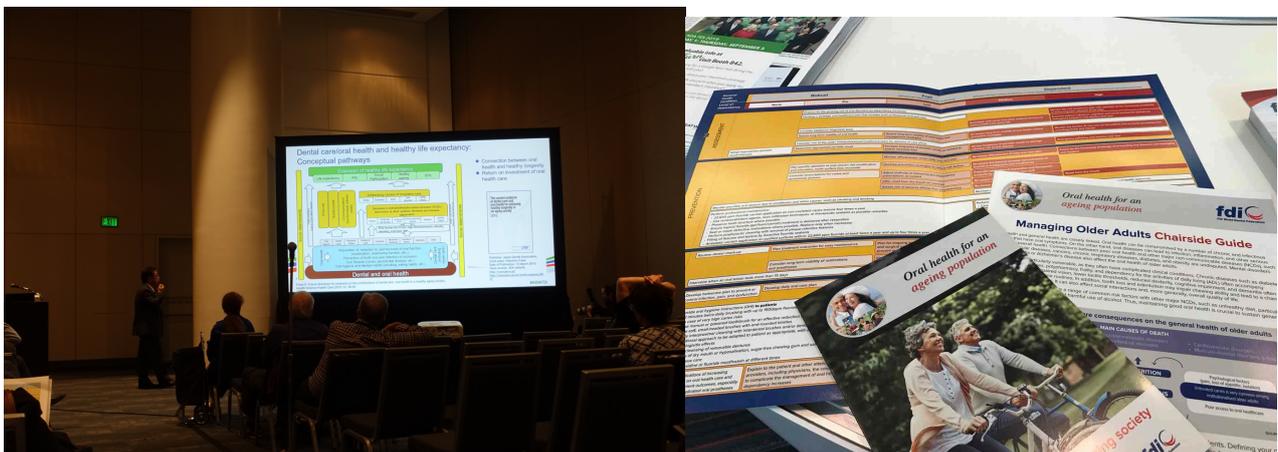
そんな UHC は、歯科分野では「1) 統合された口腔保健サービス。2) 健康ニーズに適合する口腔保健労働力。3) 口腔保護のための財政的保護と財政拡大」を保証するものと解釈されます。口腔疾患は世界人口の半分 (35 億 8000 万人) に影響を与えており、これらの人々の多くは基本的かつ不可欠な歯科治療さえも受けられない現状もあります。

本セッションでは、バッファロー大学教授や、ADA 理事、インドの保健政策責任者、ポルトガル歯科協会 OMD 会長、NCD アライアンスの政策ディレクター、WHO のチーフデントタルオフィサーを始めとした世界中から集まった 10 名もの専門家が集まり、「口腔健康の UHC 達成のための機会と障壁」「歯科をプライマルヘルスケアクリニックとして組み入れたポルトガルの例」「UHC に関する国連ハイレベル会合で、口腔健康の位置付を得るための機会の獲得」など、様々な口腔健康と UHC に関する話がされました。そして、政府が口腔の健康を軽視し、疎外することを確実に防ぐために不可欠な証拠、戦略、解決策について議論がなされました。

FDI は、このような WHO /国連といった世界的に重要な会に向け「歯科の必要性/効用」をアピールしながら、歯科の位置付けを高めていくのに重要な役割を担いますし、このような取り組みに向けてのダイナミックな会合に参加できるのも FDI 世界会議の楽しみの一つです。

2019 年 9 月 26 日には国連ハイレベル会合で、UHC に関する議論が行われる予定ですが、口腔衛生が公衆衛生の重要優先事項として認識され、新たな UHC 政策アジェンダの中でも重要な位置付を獲得することが望まれます。

⑧ 講演会 Oral Health for Healthy Ageing :5years of promotion,Prevention and Solution  
～健康的老化のための口腔衛生～5年間のプロモーション、予防、ソリューション～



GC が FDI のパートナー企業として、FDI と共同して研究/プロモーションをしている Oral Health for an Aging Population プロジェクト（以下、OHAP）はキックオフから 5 年目で、昨年 FDI では世界口腔保健フォーラム（WOHF）にもピックアップされ、各国の課題や取組が発表・議論され、「高齢社会に対する歯科医療」に関する世界的議論が深まりました。そして、今回の FDI では 5 年間の取組も反映し、「治療不足」や「過剰治療」を防ぐためのチェアサイドガイドブックを発表致しました。

高齢患者の口腔の健康を確保するために、健常者／フレイル／要介護といったレベル毎にどのようなケアや指導が大切かを示すチェアサイドガイドブックです。

「自分で歯を磨けるか？口を開けられるか？病歴/投薬は？食事に機能的問題はないか？唾液は？」といった事前評価に必要な簡単な質問群から、補綴物・喫煙・飲酒など口腔病変に影響を与える要素のモニタリング、フッ素塗布やシーラント・予防クリーニングなどのプロメンテナン、必要に応じての保存修復や補綴/外科処置などのトリートメント、そして患者さんに対しての「歯磨き、フロス・歯間ブラシ、口腔乾燥症の場合は無糖チューイングガムや唾液代替物、毎日の義歯洗浄など口腔衛生指導（OHI）などを、患者さんの健常者／フレイル／要介護といったレベル毎に表示したガイドブックに多くの注目が集まっていました。

FIGURE 3 Ageing societies: a global trend – number of persons aged 60 years or over by development group, from 1980 to 2050

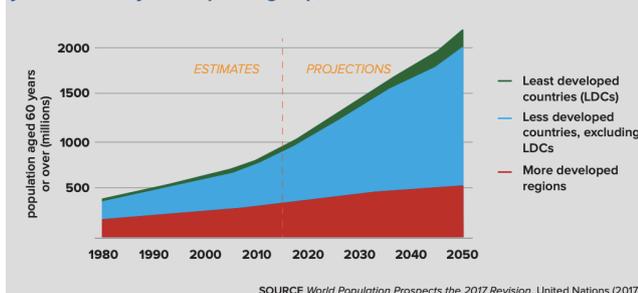
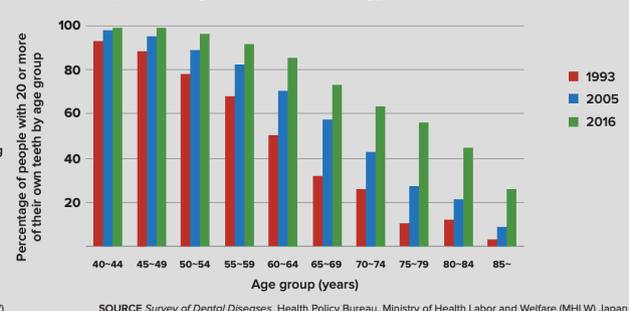


FIGURE 5 Implementing a successful strategy



世界は高齢化しており、専門家は 2050 年までに世界人口の 25%(20 億人)が 60 歳以上になり、またうち 4 億人は 80 歳以上と予測しております。高齢者は口腔健康が不良なことが多く、このことは一般的な健康にも大きな影響を及ぼします。

日本は高齢化スピードが早く、高齢化社会の段階はとうの昔に過ぎた「超高齢社会」ですが、ある意味、「世界的な高齢化の課題」をいち早く経験する国でもあります。そんな日本から世界に共通する「高齢社会に対する歯科医療はどうあるべきか？」といった問題提起、議論、ソリューションの模索・提案といった流れを 5 年間の「OHAP」プロジェクトを通してできたことは大きな成果です。今後も世界に先駆けた超高齢社会に対する歯科医療の日本の取組みに世界の注目が集まりそうです。

世界に共通する課題に対して、FDI とパートナーシップを結び、世界の健康長寿のためには何をすべきか？と模索・発表していく「GC」も日本を代表する企業・ブランドとしても誇らしく、同社のオーラルフレイルや口腔機能低下症に向けたソリューション提供にも「より」注目して活用していけたら良いなと感じる会にもなりました。

## ⑨ ハイテク産業のインキュベーションシティ サンフランシスコ&amp;シリコンバレー



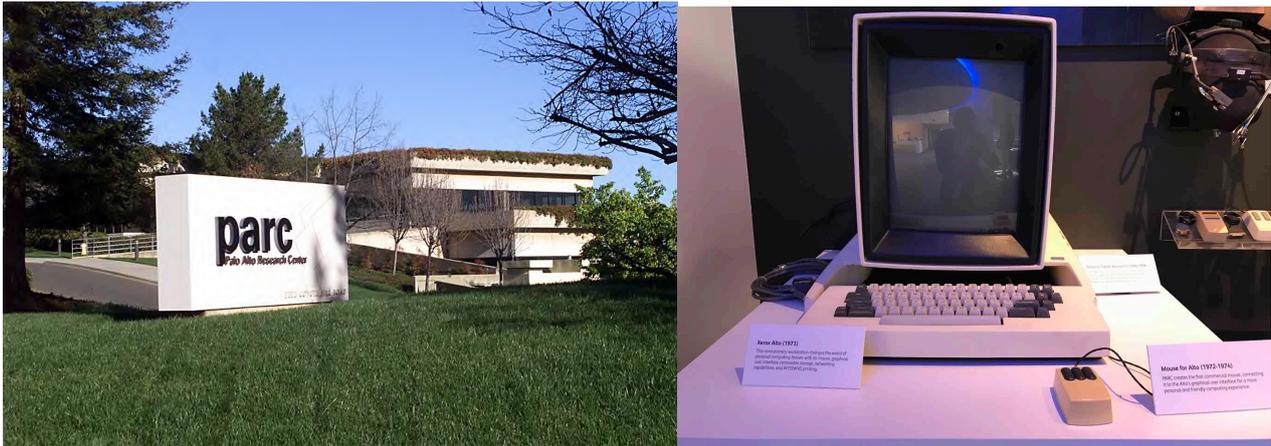
「坂」と「霧」の街として、有名な港町のサンフランシスコは、ゴールドラッシュの頃から発展してきましたが、最近では車1時間ほどで到着するシリコンバレーと共に、「ハイテク」企業がどんどん生まれてくるハイテク産業のインキュベーションシティとなっています。

『GAFA』(Google、Apple、Facebook、Amazon)と呼ばれるハイテク4社は、その時価総額合計で330兆円以上と、日本のGDP550兆円の約6割も占める金額となっており、その影響力は世界に及ぶほどの力を持っています。

例えば、GAFAの中では一番時価総額の低いフェイスブックは2007年設立で現在時価総額は56兆円ですが、日本のGDPが2007年から2018年にかけて増えた金額は20兆円とその半分にも満たなく、フェイスブック1社でさえ日本全体GDP成長を上回る時価総額を同期に築き上げるなど、近年生まれてきた同企業群の成長スピードは目を見張るがあります。そんなGAFAのうちのAmazonを除く3社の本社は全てシリコンバレーに集中しています。



また、大型ユニコーン企業と呼ばれるウーバー(時価総額6兆円)、ツイッター(時価総額3.5兆円)、Air B & B(未上場、予想時価約3兆円)、リフト(時価総額1.4兆円)などのハイテク企業は全てサンフランシスコが本社です。シリコンバレーの企業群へも、多くの社員がサンフランシスコから企業バスなどで通っていることを考えると、サンフランシスコやその周辺都市の持つ「パワー」「影響力」はすざましいものがあります。



そんなハイテク企業の風を感じようと、今回はフェイスブック、グーグル、アップル、マイクロソフト、インテル、ユーチューブ、パロアルト研究所などシリコンバレー企業群の見学も行ってきました。そんな中で、一般的には名前がさほど知られていないも、印象深かったのはパロアルト研究所 (PARC) の見学です。PARC は、ゼロックスの研究所ですが、実は現在のパソコンの原型ともいえる「アルトコンピューター(右上写真)」が 1973 年にこの研究所で生まれました。アイコンやオーバーラップウィンドウなどグラフィックユーザーインターフェイス (GUI) や、マウスも同研究所で誕生したとされています。



そして、そんな「アルトコンピューター」の噂を聞きつけ 1979 年に同研究所を訪れたのは、後の有名人「ビル・ゲイツとスティーブ・ジョブズ」の 2 名です。たまたま同年に同研究所を訪れた 2 名はそのコンピューターに大きな感銘を受け、そのアイデアを生かしながらマイクロソフトとアップルでそれぞれパソコンを発展させ、今日に至る大成功を収めています。

一方、同パソコン原型とも言える「アルトコンピューター」を開発したゼロックスですが、残念ながら当時の経営幹部陣にはうまく刺さらず商用化には至らなかった模様です。

「同じモノ」を見ても、見る人によって受けるインスピレーションや活用法は違いますが、その違いの大きさを改めて感じさせられる出来事は大きな印象として残りました。

そんなハイテク企業が続々と登場するサンフランシスコでは、街中を歩いているだけでも、「新しい技術」を使った「新しい取組」「新しいお店」に出会えて、刺激が大きな街でもあります。



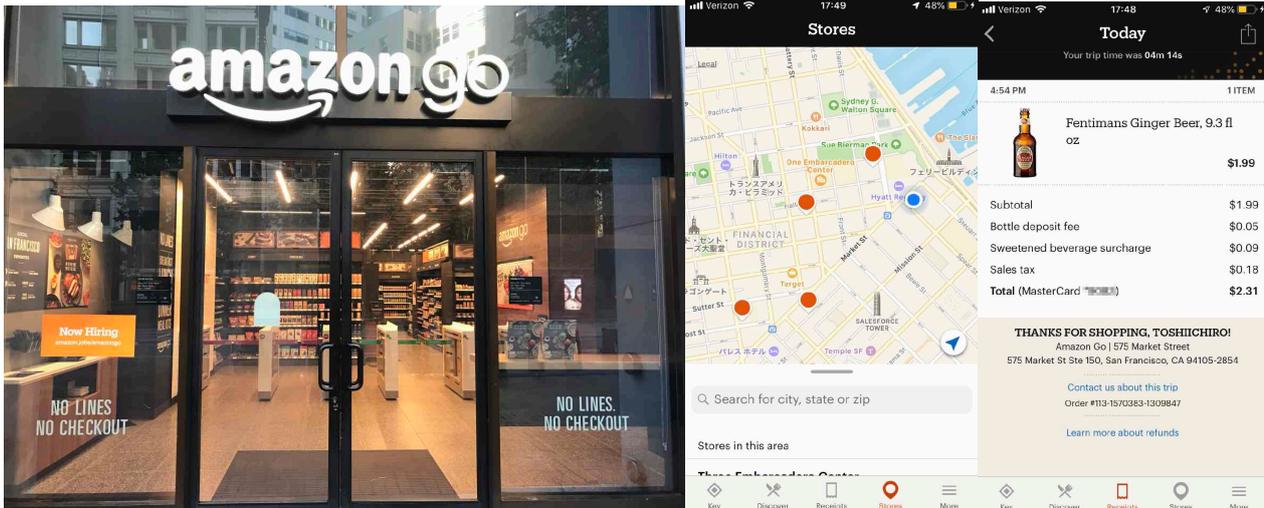
タブレットで好みのコーヒーを選んで、クレジットカードで払うと「ロボットアーム」が自動で淹れ立てコーヒーを提供してくれる『Café X』、自動でハンバーガーを作る『Creator』は自動マシンでバンズを切って、焼いて、ベルトコンベア上でトマト、玉ねぎ、レタス、ハンバーグ、チーズなどを載せ、出来立てロボット製ハンバーガーを供給するお店です。

『Café X』はある意味、ロボットアームが持ってこなくても、自分でコーヒーマシンのボタン押しさえいいだけじゃんと突っ込みたくなる要素もありますが、ロボットアームが軽妙な動きで踊ったりと、愛嬌を振りまき「面白さ」「新規性」で客が来ていました。

また、『Creator』は、注文を取る時に人が介在していたり、供給時にポテトやドリンクカップを人が介在して提供したりと、製造を自動化したのにお店にはかなり多くの店員がいます。ある意味、『Café X』のようにタブレット注文で、ポテトも自動でつけ、ドリンクはセルフでやれば、人がほとんどいらないじゃんと、突っ込みどころも満載の荒削りですが、多くの客が「新規性」「物珍しさ」から同店に訪れていました。



『ウーバー』も初体験しましたが、近くに何台も配車できる車が表示され、行き先への金額/分数も事前にわかり、また、タクシーに比べ約半額で、ドライバーとは全くクレジットカードや現金のやり取りもなく安心感もあります。タクシーよりもある意味の安心感もあり、実際に利用してみるとその便利さがよくわかりました。



また、宿泊していたホテルの周りにも数店舗出店していた『Amazon Go』も初体験してきました。アプリをダウンロードし、クレジットカード等登録するだけで準備完了。アプリでストアを調べると、すぐ近くだけでも4店舗があることがわかり、すぐ近くの『Amazon Go』店舗へ直行しました。

入り口にある駅の自動改札のようなところに、アプリ上の QR コードを読み込ませて入場し、あとは欲しいものを取って、そのままレジも会計も「無」で外に出るだけで、多くのカメラがその様子をモニタリングしており、「誰が何を買ったか」把握され、店を出てしばらく後にアプリへ何を買ったか？というレシートが写真付で送られてきます。

店に何分何秒いたかというデータも送られてきましたが、多分、その人の年代/性別による行動パターンや、視線の動き方、導線など様々なモノがビッグデータとして蓄積され、今後の店づくりに活かされていくのだろうと思うと、すごい仕組みですし、便利でした。

また、清涼飲料水を買ったレシートには、「Sweetened beverage surcharge」という甘い飲料にかかる「砂糖税」のようなものが4.5%も発生していることもわかり、前回 FDI 世界大会での FDI-WHO-NCD Alliance の共同セッションで熱く議論されていた「口腔健康と NCD 共通の目標としてある砂糖摂取量削減のための施策」も、先進的なサンフランシスコの街では導入されているのだといったことも、『Amazon Go』の見やすいレシートで気づいた副次効果です（昨年の FDI レポートも宜しければご参考ください）。

今回の ADA FDI 世界大会では、会場はもちろんのことですが、ハイテクタウンのサンフランシスコ・シリコンバレーで多くの「初体験」やインスピレーションを受け、とても刺激的な経験をできた5日間でした。FDI は毎年違う都市で開催され、その国や都市毎に違う色々な事柄から様々な刺激を受けることができるのみ魅力の一つです。



次回の FDI 世界大会は、2020 年 9 月 1 日～4 日に米国とそのハイテク具合も競うように成長してきた中国の上海で開催されます。アリババ・テンセントと世界の企業時価総額ランキングでも TOP7、8 位（日本の現在最高はトヨタで 43 位）に入る両社の提供する QR 決済や、無人コンビニなど様々な取り組みも間近で体験できるほか、街の真ん中を流れる河の黄浦江を挟んで西の歴史的な建物群と、東の近代的な建物群の対比、豫園の歴史など、様々なものをご覧いただけ、また様々な中華料理も楽しむことができるなど、楽しみな国での開催となります。

FDI は、日本歯科医師会や日本歯科商工協会、ADA をはじめ世界の 200 もの歯科関連団体がメンバーを構成し、歯科界を代表して WHO などへも情報提供を行い、WHO から発信される情報は各国の厚労省のような政府機関にも広く知れ渡ります。また、世界各地で開催される FDI は、その活動のダイナミズムに触れることができる他、世界各国の文化や食などに触れるチャンスでもあるので、一度足を運んでみられては如何でしょうか。

私共、歯科ディーラーにとって第一の努めは、歯科医療従事者の皆様へ『よい情報、よい製品』をいち早く正確にお届けし、『歯科医療従事者の皆様へのお役立ち』をすることだと考えております。そして、歯科医療従事者の皆様へのお役立ちを通じて、皆様の笑顔や健康に少しでも寄与できたら良いと考えております。

『人々の笑顔、健康に寄与することを目指して！』今後とも歯科医療従事者へのお役立ちを第一に、様々な情報発信に努めて参りますので、引き続きご愛顧のほど、どうぞ宜しくお願い申し上げます。

以 上

(取材・編集)株式会社シラネ 代表取締役 榎原利一郎