

**「眼科へ行こう！」眼科での定期検査を
インターネット購入者の8割が、本来は「眼科を受診したほうが良い」と回答
～コンタクトレンズユーザー1,000人のアンケート調査結果より～**

目の健康を考えた使い捨てコンタクトレンズを提供する、ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 ビジョンケアカンパニー(本社:東京都千代田区、代表取締役プレジデント:デイビッド・R・スミス)は、「眼科へ行こう!」をテーマに、コンタクトレンズユーザーに定期的な眼科受診の必要性を伝える活動を幅広く展開しています。

その一環としてこのたび、使い捨てコンタクトレンズを使用している全国の12歳(中学生以上)～59歳の男女1000名を対象に、「コンタクトレンズユーザーの眼科受診に関する実態調査」を行いましたので、その結果を発表いたします。

【コンタクトレンズユーザーの眼科受診に関する実態調査】

■ インターネット購入者の約8割は、目の健康に不安

コンタクトレンズをインターネットで購入している人は全体の34.5%で、コンタクトレンズ専門店や量販店で購入している人の38.4%に次いで主要な購入先となっていることが分かりました。【グラフ1】

インターネットで購入している人に、その理由を聞いたところ、「金額が安いから」を1位に挙げる人が最も多く68.1%を占めました。「眼科を受診する手間が省けるから」を2位に挙げる人は49.9%、3位に挙げる人が33.3%、「自分の都合のいい時に注文・受け取りができるから」を3位に挙げる人が41.7%と多い一方で、1位に挙げる人も22.3%という結果になりました。【グラフ2】

インターネットで購入することに対してどのように思っているかを聞いたところ、「(自分の目が健康で、コンタクトレンズを使用しても問題がないかわからないので)きちんと医師の診断を受けたほうが良いとは思う」に、非常にあてはまる・まああてはまると答えた人は81.1%で、多くのユーザーが眼科を受診することの重要性を認識していることが分かりました。一方で、「視力の変化や、目に異常がないので、インターネットで十分である」という問いに、非常にあてはまる・まああてはまると回答した人も77.1%いました。不安はあるものの、自覚症状が特にないため、金額や利便性を優先してインターネットで購入している人が多いことがうかがえます。【グラフ3】

実際、インターネットで購入している人で、「購入する際は常に検査を受けている」人はわずか3.2%で、インターネット以外で購入している人の47.6%とは大きな差がありました。インターネットで購入している人では、「目にトラブルがあれば検査を受ける」が最も多く29.3%、「毎回ではないが、時々検査を受けている」が28.7%、一方で「検査を受けることはない」も15.7%という結果になりました。【グラフ4】

■ 眼科受診頻度は平均9.6カ月に1回。定期検査の必要性に関する啓発が必要

普段、どれくらいの頻度で眼科の検査を受けているかを聞いたところ、平均で「9.6カ月に1回」という結果になりました。病院・一般眼科に隣接しているコンタクトレンズ販売店で購入する人は、「2～3カ月に1回」が最も多く43.7%、コンタクトレンズ専門店や量販店で購入する人は、「4～6カ月に1回」が最も多く35.4%、インターネットでの購入者では「2～3年に1回以下」が最も多く47.5%でした。【グラフ5】

定期的に眼科の検査を受けていない理由としては、「目にトラブルがなく、検査の必要を感じないので(70.5%)」が最も多く、「検査を受けるのが面倒なので(36.8%)」、「検査を受ける費用を節約したいので(22.1%)」などが挙がりました。また、「いつ検査を受けるべきかがわからないので」と答えた人も 4.8%いました。【グラフ 6】

検査を受けた際、定期的に検査を受ける必要性を感じなかった、あまり感じなかった、と答えた人に、その理由を聞いたところ、「必要な処置を受け、その後特に問題がなかったから」が最も多く 50.7%、続いて「検査内容、検査結果の説明が、(ほとんど)なかったから」が 27.6%、そして「定期的に受ける必要性を説明されなかったから」が 26.2%でした。【グラフ 7、8】

当社はリーディングヘルスケアカンパニーとして、コンタクトレンズユーザーの「目の健康」のため、ホームページやリーフレット、マス媒体を活用し、「高度管理医療機器^{*}」であるコンタクトレンズの正しい使用方法や定期検査の必要性を消費者に広く啓発する活動を引き続き強化してまいります。

※「高度管理医療機器」とは、透析器、人工骨、人工呼吸器などと同様に、副作用・機能障害を生じた場合、人体へのリスクが高い医療機器と位置づけられたものです。

コンタクトレンズ学会 理事の宇津見義一先生は、今回の結果を踏まえ以下のようにコメントされています。

◆ **コンタクトレンズ購入前には眼科医の処方を受けましょう。保護者も正しい知識を**

昨今、眼科医の診察や正しい取り扱いの指導を受けずに、インターネットや雑貨店でコンタクトレンズを購入し、不適切な使用によって眼障害を発症するケースが多くみられます。コンタクトレンズは大切な眼に直接つけて使用するものですので、「眼科医の検査・処方を受ける」、「決められた装用方法(装用時間、装用期間)を守る」、「定期検査を受ける」、「適切なレンズケアをおこなう」など、ルールを知り、守ることが大切です。特に若年層では、本人だけでなく保護者も正しい知識を持ち、コンタクトレンズの装用を管理・指導していくことが重要と考えます。

◆ **自覚症状がなくても、眼科専門医による検査を定期的に受けましょう**

コンタクトレンズ装用中に、「目が充血する」「目の痛み」「ゴロゴロする」「目がかすむ」「かゆみがある」「目やにが出る」等の症状を感じたら、すぐにコンタクトレンズの装用を中止し、眼科を受診してください。また、自覚症状がなくても、レンズにキズや汚れが生じていたり、レンズの度数やカーブが不適切であったり、角膜や結膜に病気が発生していることがあります。定期検査により異常が早期に発見されることがあるため、眼科専門医による検査を定期的に受けてください。

<安全にコンタクトレンズを使用するための6つのルール>

1. 眼科医の検査・処方を受ける。
2. 正しい装用方法を守る。(決められた期間内に交換する。1日の装用時間を守る(12時間以内))
3. 定期的に目の検査を受ける。
4. 適切なレンズケアを行う。(ケアが必要なレンズの場合)
5. メガネと併用する。(自宅では眼鏡を使用し、外出時も持ち歩く)
6. 目に異常あったらすぐにレンズをはずす。

当社の啓発活動

◇「眼科へ行こう！」 URL:<http://acuvue.inj.co.jp/goeyedoctor/>

当社は、コンタクトレンズユーザーに定期的な眼科受診を呼びかける啓発活動を幅広く展開しています。今年も、昨年に引き続き、ポスター、ステッカー、リーフレット等の啓発資料を眼科やコンタクトレンズ販売店向けにご用意するほか、5月1日より、全国で「眼科へ行こう！」テレビCMを放映します。また、交通広告も4月から展開しています。



駅貼り広告イメージ

◇「中学生・高校生のためのコンタクトレンズガイド」

中学生、高校生、その保護者を対象に、正しいレンズケアや適切な視力補正について学べる「中学生・高校生のためのコンタクトレンズガイド」と、養護教諭向けの指導の手引きを、5月1日より、学校保健会を通して、全国の学校に配布します。

☆学校保健ポータルサイトでも、PDF版をご覧ください。



<http://www.gakkohoken.jp/modules/bulletin4/index.php?page=article&storyid=13>

<ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 ビジョンケア カンパニーについて>

ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 ビジョンケア カンパニーは、1991年に世界初の使い捨てコンタクトレンズ、アキュビュー®を日本に導入して以来、常に使い捨てコンタクトレンズ市場をリードし続けてきました。現在、様々なユーザーのニーズにお応えするため、13種類のタイプの異なる使い捨てコンタクトレンズをラインアップしています。

アキュビュー®はジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社の登録商標です。

※この情報は発表時点での情報です。

お問い合わせ先

ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 ビジョンケア カンパニー
コミュニケーションズ 眞野昌子、大林佐也加
TEL:03-4411-6356 FAX:03-4411-7186

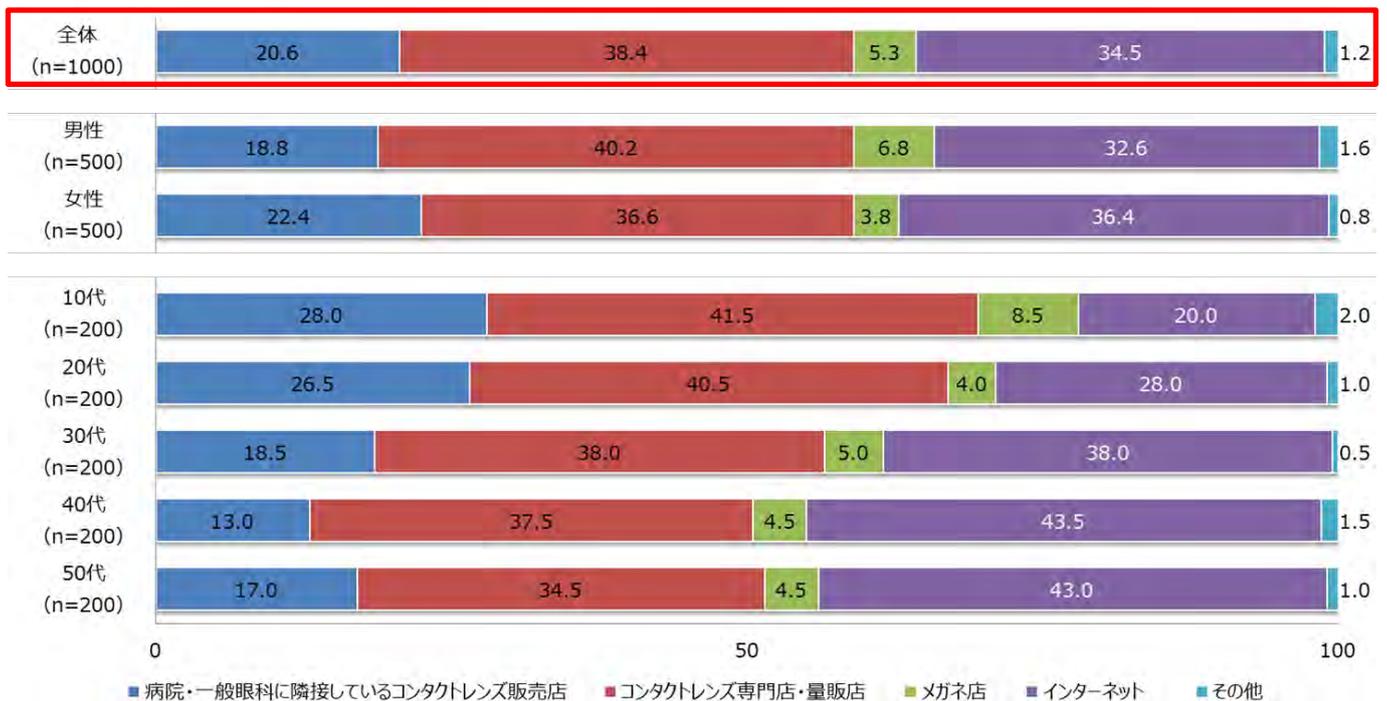
<広報代行> 株式会社サニーサイドアップ 澤井亨、功能(こうの)朋子、加藤奈瑠美
TEL:03-6894-3200 (澤井携帯:080-4170-8690)
FAX:03-5413-3050 E-mail: ijnj@ssu.co.jp

【コンタクトレンズユーザーの眼科受診に関する実態調査】

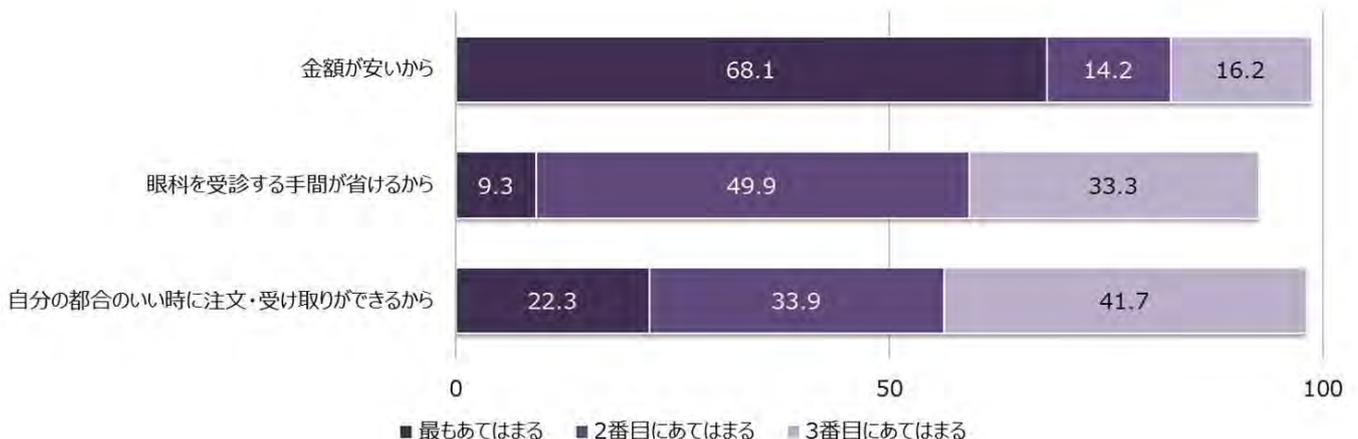
調査概要

調査期間	2015年4月3日(金)～6日(月)
調査方法	インターネット調査
調査対象	週に4～5日以上使い捨てコンタクトレンズを使用している全国の12歳(中学生以上)～59歳の男女計1000名

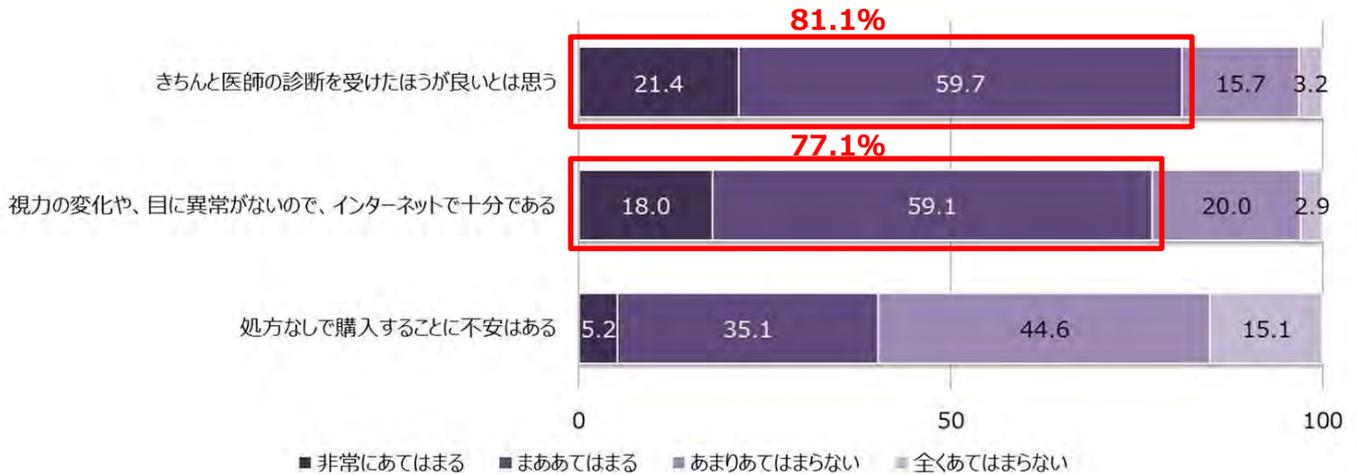
【グラフ1】 普段、コンタクトレンズを主にどこで購入していますか？あてはまるものをひとつお選びください。
(1つ選択) (%)



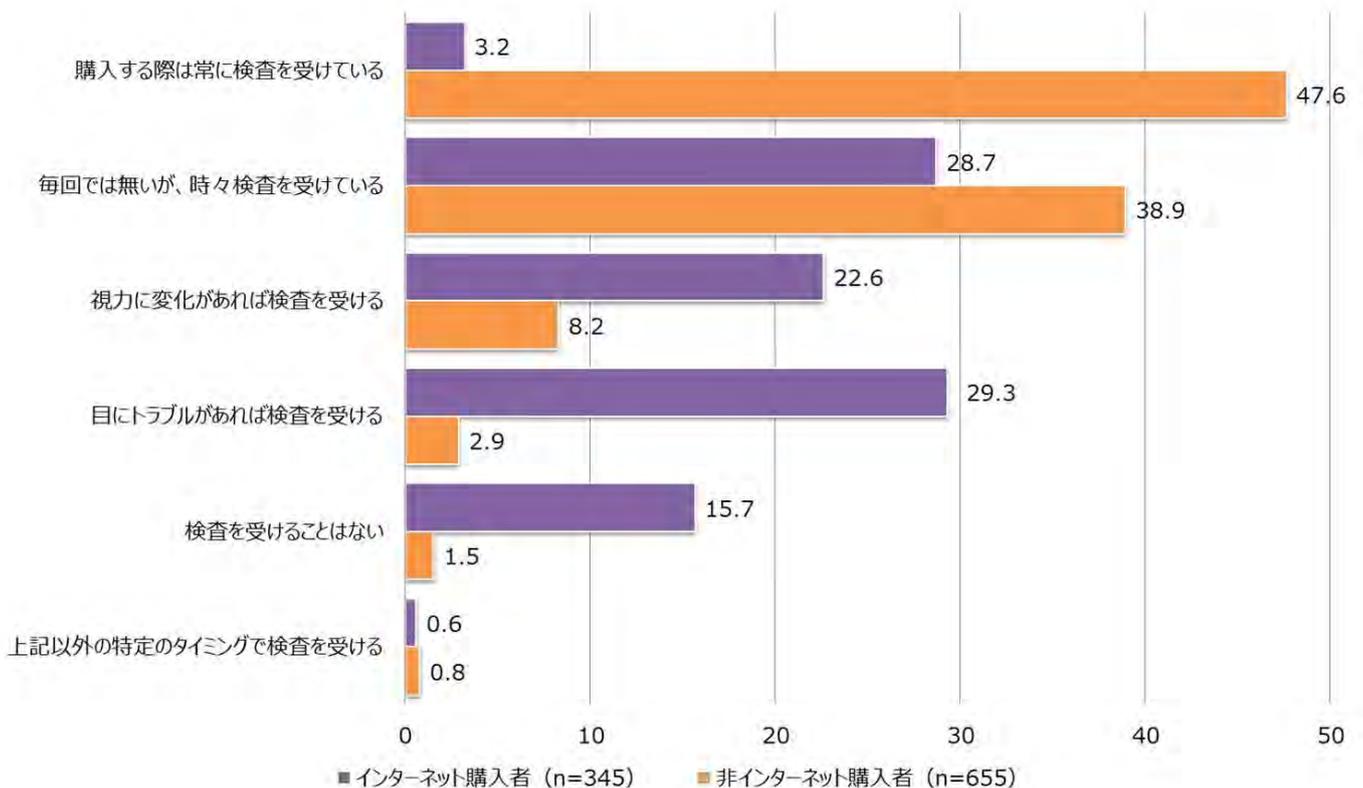
【グラフ2】 インターネットでコンタクトレンズを購入する理由は何ですか。最もあてはまるものから順にお選びください。
(それぞれ1つずつ選択) (%) インターネット購入者(n=345)



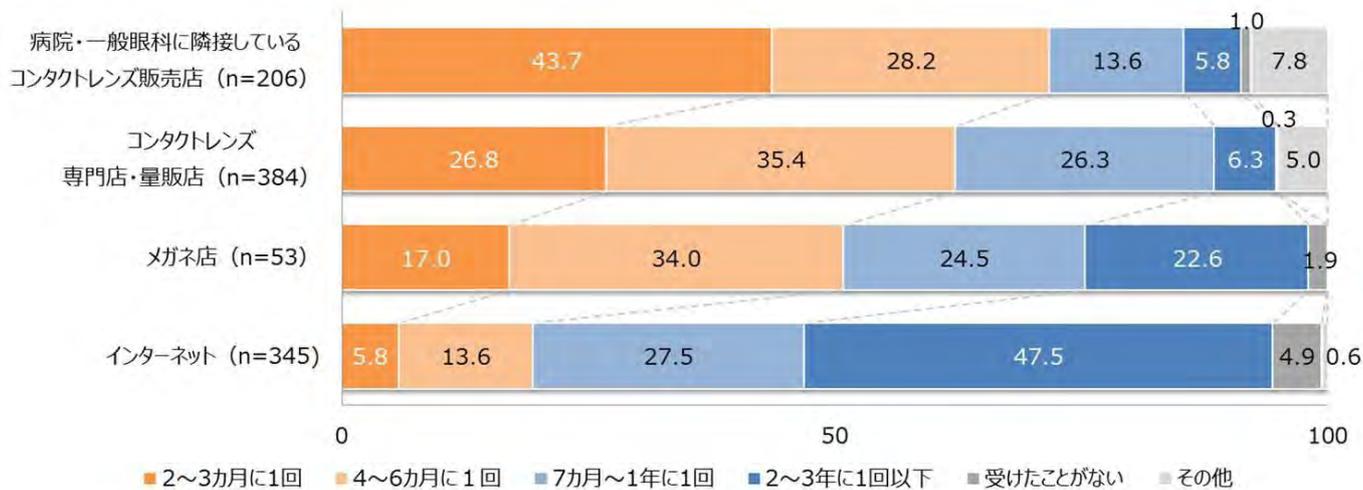
【グラフ3】 インターネットでコンタクトレンズを購入することをどのように考えていますか？
 それぞれ、あなたのお考えに近いものをひとつお選びください。
 (それぞれ1つずつ選択) (%) インターネット購入者(n=345)



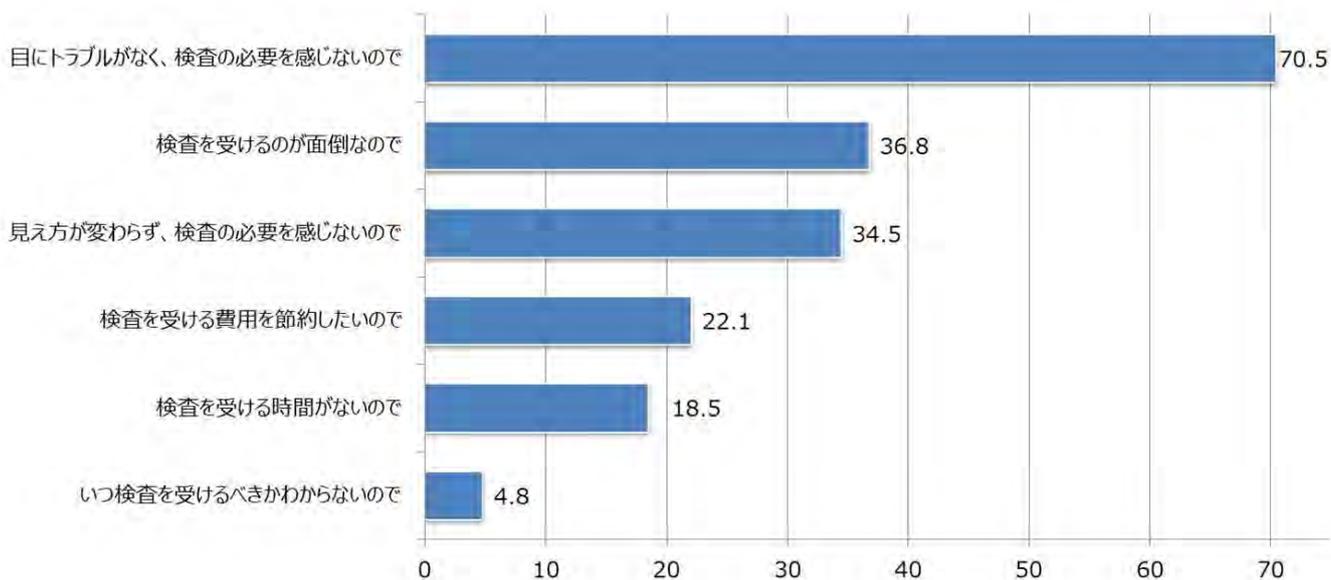
【グラフ4】 コンタクトレンズを購入する際、眼科の検査を受けていますか？ あてはまるものをひとつお選びください。
 (1つ選択) (%)



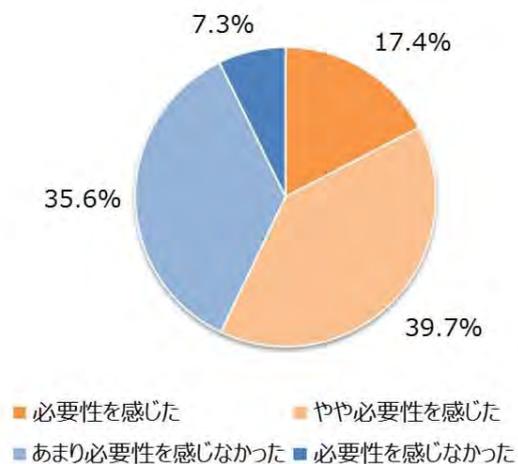
【グラフ5】 普段、眼科の検査をどれくらいの頻度で受けていますか？(1つ選択) (%)
 (現在目の病気にかかっている方は、目の病気にかかる前についてお答えください。)



【グラフ6】 定期的に眼科の検査を受けない理由は何ですか？あてはまるものをすべてお選びください。
 (複数選択可) (%) 7カ月~1年に1回以下の人(n=475)



【グラフ7】 過去に検査を受けて、定期的に受ける必要性を感じましたか？
 (1つ選択) (%) 過去に検査を受けた人(n=979)



【グラフ8】 必要性を感じなかったのはなぜですか？あてはまるものをすべてお選びください。
 (複数選択可) (%) あまり必要性を感じなかった・必要性を感じなかった人(n=420)

