

カラーコンタクトレンズユーザー500人の実態を緊急調査！

2人に1人が「インターネット通販」で購入、中高生の6割が「眼科受診せず」

～流行の影に潜む眼障害のリスク。まずは眼科を受診し、確かな品質のレンズを～

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、昨今、カラーコンタクトレンズユーザーの眼障害が問題になっていることを受け、2013年4月に、カラーコンタクトレンズ（サークルレンズを含む）を使用している全国の12～39歳女性500名を対象に、「カラーコンタクトレンズユーザーの実態・緊急調査」を実施しました。

2009年時点、厚生労働省の承認を受けたカラーコンタクトレンズは10品目以下であったのに対し、2013年1月には258品目に増えていることから、カラーコンタクトレンズユーザーが急激に拡大していることが伺えます。また、サークルレンズに限っても、コンタクトレンズユーザーにおける使用率は、2008年の8.2%から、2012年には18.7%と2倍以上に拡大^(*)。特に10代では、顕著な伸びを示しており、ユーザーの若年化に伴い、今後、カラーコンタクトレンズによる眼障害の問題がより深刻化することが懸念されます。

※出典：ジョンソン・エンド・ジョンソン 調べ

今回の調査結果から、カラーコンタクトレンズを購入する際に「眼科を受診することはない」というユーザーは3割以上(33.0%)、中高生では6割近く(57.0%)を占めるなど、眼科医の処方なしにカラーコンタクトレンズを購入することが、特に若年層において一般化しつつある現状が浮かび上がりました。カラーコンタクトレンズの主な購入先は「インターネット通販」がトップで、半数近く(48.6%)のユーザーが利用。また、中高生では、実に4人に1人(25.0%)のユーザーが、主に「大型ディスカウントショップ」で購入する実態も明らかになっています。

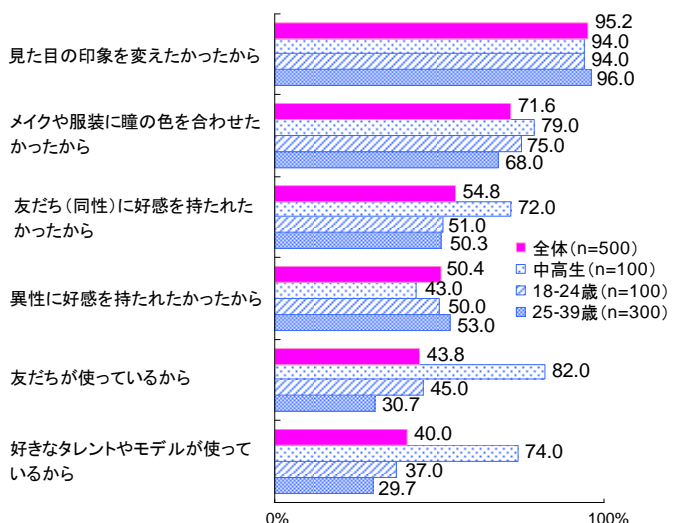
意識の面では、カラーコンタクトレンズを購入する際に「レンズの安全性」を気にするユーザーは6割弱(58.2%)に留まり、安全性に対する意識の低さが浮き彫りになりました。また、7割近く(66.3%)のユーザーが、カラーコンタクトレンズの使用中に、痛みや違和感、充血などの異常を感じてもなお使用を続けており、眼科医の処方を行わない購入や、不適切な使用により、多くのカラーコンタクトレンズユーザーが眼障害の潜在的なリスクを抱えている現状が伺えます。

以上の結果について、カラーコンタクトレンズによる眼障害に詳しいイワサキ眼科病院 院長 岩崎直樹先生は、「この数年で使用者が急増したカラーコンタクトレンズですが、眼科医の立場からは、流行の影に深刻な眼障害が見受けられます。カラーコンタクトレンズを使いたい人は、まずは眼科医の処方を受けてほしい。カラーコンタクトレンズで後悔しないために、眼科医の処方のもと、確かな品質のレンズを選択することが必須だと言えます」とコメントしています。

■ 若年化するカラコンユーザー、中高生は「友だち」「タレント・モデル」の影響も

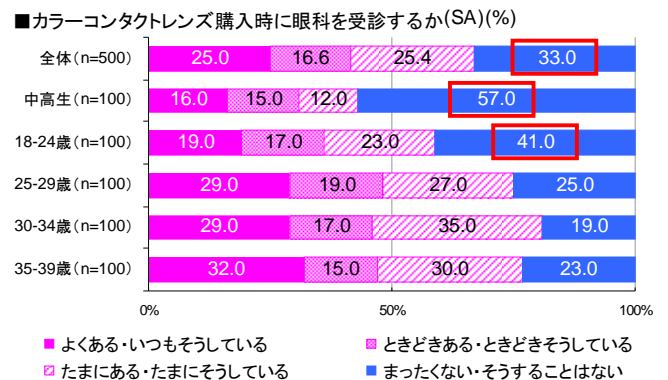
カラーコンタクトレンズを使い始めたきっかけを聞いたところ、「見た目の印象を変えたかったから」「メイクや服装に瞳の色を合わせたかったから」が各年代ともトップ3にあがり、多くのユーザーがファッションの一部としてカラーコンタクトレンズを取り入れていることが分かります。また、中高生では、「友だちが使っているから」「好きなタレントやモデルが使っているから」「友だち(同性)に好感を持たれたかったから」との声も多く聞かれました。

■ カラーコンタクトレンズを使い始めたきっかけ(MA)(%)



■ 中高生の6割近く(57.0%)が、購入時に「眼科受診せず」

カラーコンタクトレンズを購入するときに眼科を受診するか聞いたところ、「受診することはない」と答えたユーザーは3割以上(33.0%)。若年層ほど多く、18-24歳では約4割(41.0%)、中高生では6割近く(57.0%)に及び、眼科医の処方なしにカラーコンタクトレンズを購入することが一般化しつつある実態が明らかになりました。

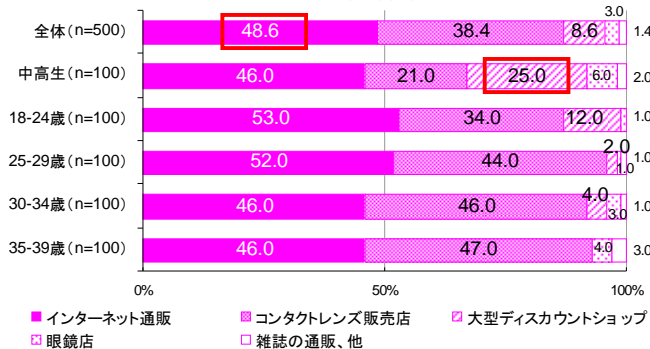


■ 購入先は「インターネット通販」がトップ：2人に1人(48.6%)が利用

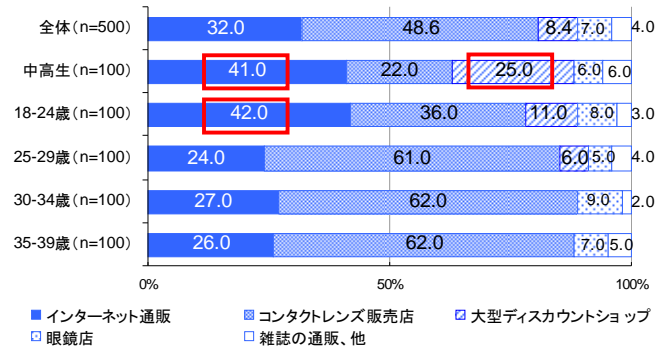
カラーコンタクトレンズを購入する主な場所を聞いたところ、半数近く(48.6%)のユーザーが「インターネット通販」と回答。また、若年層ほど「大型ディスカウントショップ」の利用が多く、中高生では実に4人に1人(25.0%)が、主に「大型ディスカウントショップ」でカラーコンタクトレンズを購入していることが分かりました。

さらに、カラーコンタクトレンズを初めて購入した場所についても聞いたところ、中高生や18-24歳の若年層では、「インターネット通販」との回答が最も多く、4割以上。また、中高生では、4人に1人(25.0%)が、最初の購入先としても「大型ディスカウントショップ」をあげており、多くの若年層が、ファッションアイテムと同様の感覚でカラーコンタクトレンズの使用を始め、その後も医師の処方なしに購入していることが伺えます。

■カラーコンタクトレンズの主な購入場所(SA)(%)



■カラーコンタクトレンズを初めて購入した場所(SA)(%)



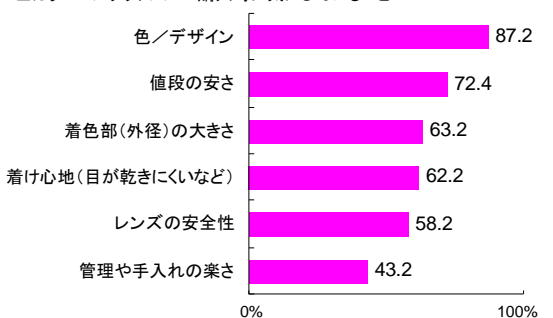
■ カラコン選びのポイントは、「色/デザイン」「値段」「着色部の大きさ」

カラーコンタクトレンズを購入する際に気にしていることを聞いたところ、トップに「色/デザイン」(87.2%)、次いで「値段の安さ」(72.4%)、「着色部(外径)の大きさ」(63.2%)があがりました。一方で、「レンズの安全性」を気にしているユーザーは6割弱(58.2%)に留まり、安全性に対する意識が十分とは言えないのが現状です。

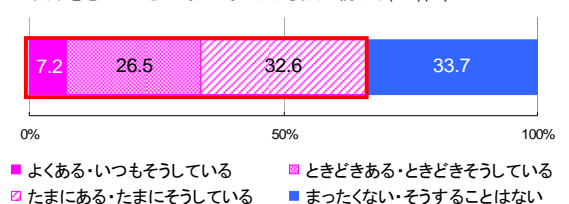
■ 7割近く(66.3%)が、気になる症状があっても「無理して装用」

カラーコンタクトレンズの使用中に、痛みや違和感、充血などの異常を感じたことがあるユーザー291人に、異常を感じたときの対応を聞いたところ、7割近く(66.3%)から、「そのまま使用し続けることがある」との声が聞かれました。多くのカラーコンタクトレンズユーザーが、“かわいらしさ”を重視するあまり、気になる症状があっても無理をして使い続けることがうかがえます。また、カラーコンタクトレンズの普段の使用状況について聞いたところ、「使い捨てのレンズを、使用期間を超えて使うことがある」ユーザーは4割以上(43.4%)。また、4人に1人(28.2%)が「レンズを着けたまま寝ることがある」と答えています(n=500)。

■カラーコンタクトレンズ購入時に気にしていること(MA)(%) n=500



■カラーコンタクトレンズの使用中に、痛みや違和感、充血などの異常を感じたときの対応：そのまま使用し続ける(SA)(%) n=291



■ カラーコンタクトレンズで後悔しないために、まずは眼科を受診し、確かな品質のレンズを選ぶことが必要
～イワサキ眼科医院 院長 岩崎直樹先生～

以上の結果について、カラーコンタクトレンズによる眼障害に詳しいイワサキ眼科病院 院長 岩崎直樹先生は、以下のようコメントしています。

「調査結果からも分かるように、インターネット通販等での購入が一般化する中、カラーコンタクトレンズの購入時に眼科医を受診しない人は、増加の一途をたどっています。今後もユーザーが若年化するのに伴い、カラーコンタクトレンズによる眼障害の問題はより深刻なものとなることが懸念されます。しかし、カラーコンタクトレンズに対するニーズは否定できません。カラーコンタクトレンズで後悔しないために、眼科医の処方のもと、確かな品質のレンズを選択することが必須だと言えます。そのためには、若年層を対象とした啓発の必要性が高いと考えています。」

【調査概要】

調査主体: 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

調査期間: 2013年4月19日(金)～21日(日)

調査方法: インターネット調査

調査対象: 全国のカラーコンタクトレンズ(サークルレンズを含む)を使用している女性

中学生・高校生/18-24歳(高校生除く)/25-29歳/30-34歳/35-39歳 各100名ずつ計500名

<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、12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。

※この情報は発表時点での情報です。