

<PRESS RELEASE>

はじめてのコンタクトレンズ 「アキュビュー」

コンタクトレンズユーザーの9割が中高生でデビュー

女優 橋本愛さん「瞳に^{ニューコン}入魂」で、中高生を応援！

<https://1-day-acuvue.jp>

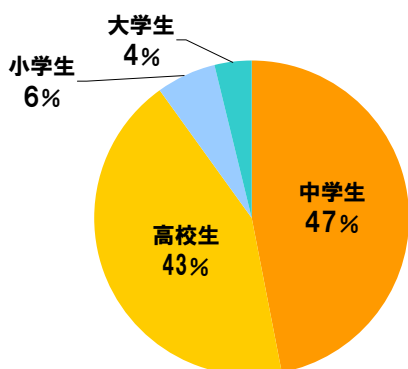
目の健康を考えた使い捨てコンタクトレンズを提供する、ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 ビジョンケア カンパニー(本社:東京都千代田区、代表取締役プレジデント:デイビッド・R・スミス)は、コンタクトレンズデビューする中高生の多い夏休みを前に、10代のコンタクトレンズに対する意識や実態をまとめました。その結果、はじめてコンタクトレンズを使用するにあたり、多くの中高生がレンズの「つけはずし」や「つけ心地」に対して、不安や心配を抱えていることが分かりました。

こうした実情を受け、当社では、今後も、装用感や取り扱い易さに優れた製品の提供、スペシャルウェブサイト(※青春応援サイト!「アキュビュー」と瞳にニューコン!)の展開など、中高生やその保護者に対しての啓発活動を通じて、コンタクトレンズに対する不安をやわらげ、夢や目標に向かってがんばる中高生を応援して参ります。

■9割が中高生でコンタクトレンズデビュー

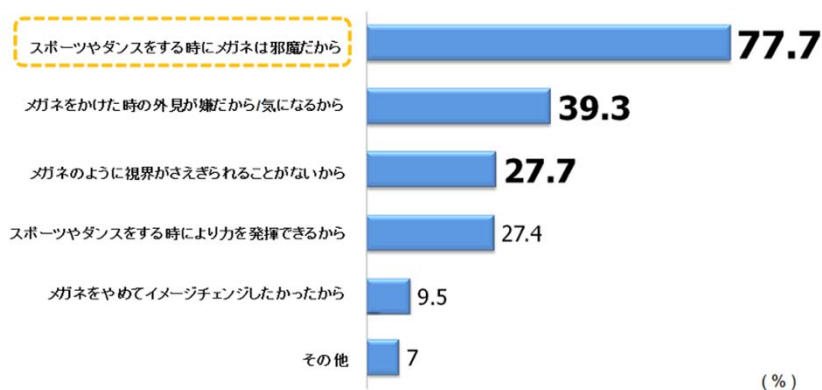
コンタクトレンズを使いはじめた時期について聞いた調査では、コンタクトレンズ装用者の約9割が中学・高校時にコンタクトレンズデビューをしており、そのきっかけを「スポーツ」と答えています。

Q. コンタクトレンズを使いはじめた時期は？



n=561 出典: ジョンソン・エンド・ジョンソン調査 2006年

Q. コンタクトレンズを使いはじめた理由は？

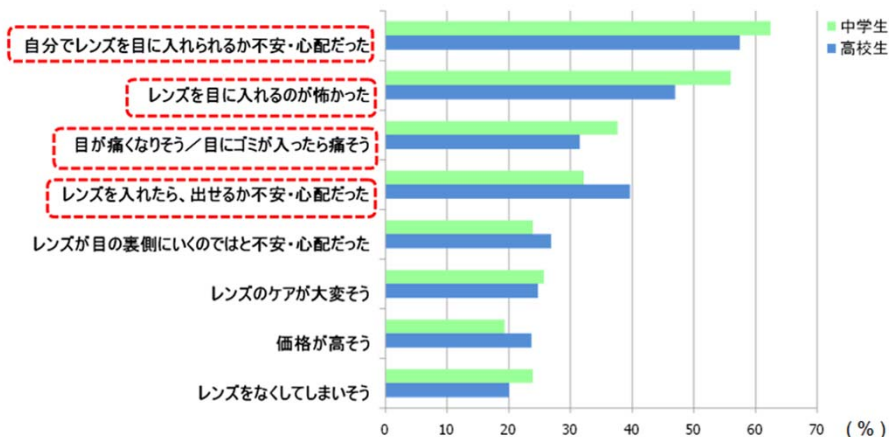


<複数回答> n=328 出典: ジョンソン・エンド・ジョンソン調査 2012年

■コンタクトレンズデビューの不安は、つけはずし&つけ心地

一方で、コンタクトレンズデビューに不安を感じる中学生も多く、初めてコンタクトレンズを試す時の懸念点を聞いた調査では、「レンズを入れられるか/出せるか不安」「レンズを目に入れるのが怖い」といった「つけはずし」に関する不安、「目が痛くなりそう」といった「つけ心地」に関する不安が上位にあがっています。

Q. 初めてコンタクトレンズを試すときの不安・心配は？



<複数回答> n=328 出典: ジョンソン・エンド・ジョンソン調査 2012年

■はじめてのコンタクトレンズ「アキュビュー」

「アキュビュー」は、はじめてコンタクトレンズを使用する人の、「つけはずし」や「つけ心地」に対する不安をやわらげる製品特徴を備えています。

1 「アキュビュー」はつけはずしがカンタン!

表裏がわかりやすい!!

- 「123」マーク入り^{※1} (外側から見て判定)



●内面モノカーブデザイン



●淡いブルー色のレンズ

見つけやすい!!

●「アキュビュー」は
紫外線B波約97%以上、
A波約81%以上カット^{※2}

瞳にいちばん近い
紫外線対策を。

2 自然でやさしい つけ心地

やわらかな素材
はじめての方でも
目になじみやすい。

3 全製品UVカット!

1. 使いやすさいっぱい

レンズの裏表が一目でわかる“123”マーク入り^{※1}。ケースから取り出すときに見つけやすいよう、レンズは淡いブルー色をしています。さらに指に乗せたときにカタチをしっかりキープするように工夫されているので、はじめての人でもつけはずしが簡単です。

※1「ワンデー アキュビュー モイスト」乱視用、「ワンデー アキュビュー ディファイン」、「アキュビュー オアシス」乱視用、「2ウィーク アキュビュー ディファイン」にはマークは入っていません。「アキュビュー」(1週間タイプ)には“AVマーク”がついています。

2. やわらかで心地よくフィット

「アキュビュー」のレンズは、やわらかい素材でできているので、目にやさしくフィット。カーブのなめらかさやエッジの薄さといったレンズデザインにもこだわっているから、つけていることを忘れてしまうほど、自然でやさしいつけ心地です^{※2}。

3. 全製品UVカット

「アキュビュー」は、全製品UVカット。紫外線B波約97%以上、A波約81%以上カット^{※3}。

※2装用感には個人差があります。

※3Johnson & Johnson VISION CARE, INCデータより

◇ 「ワンデー アキュビュー トゥルーアイ」

裸眼をめざして、より自然で健康な瞳へ



◇ 「アキュビュー オアシス」

長時間でも、乾いた環境でも快適なつけ心地^{※2}



◎ コンタクトレンズは高度管理医療機器です。必ず事前に眼科医にご相談の上、検査・処方を受けてお求めください。
◎ ご使用前に必ず添付文書をよく読み、取扱方法を守り、正しく使用してください。

承認番号:22200BZX00226000、21800BZY10252000

◇ スペシャルウェブサイト「アキュビュー」と瞳にニューコン!

部活動や学校生活の中で夢や目標に向かってがんばる中高生を応援するスペシャルウェブサイト『キミの本気にはじめてのコンタクト「アキュビュー」と瞳にニューコン!』は、2013年3月21日(木)にオープンし、10代を中心に約35万人が訪れ、現在までに4,500件を超える“ニューコン(入魂)宣言”が集まっています。

【スペシャルウェブサイト概要】

サイト名 : 青春応援サイト! 「アキュビュー」と瞳にニューコン!
開設期間 : 2013年3月21日(木)~2013年9月30日(月)
URL : <https://1-day-acuvue.jp> (PC、携帯電話、スマートフォン)

橋本愛さんWEB限定スペシャルムービー「NEWコン教室」も公開

URL: <http://www.youtube.com/watch?v=xXH6jXWp1UM>

キャンペーンキャラクターには、昨年に引き続き、現役高校生の女優・橋本愛さんを起用。

今年の注目は、橋本愛さんの歌声が聞けるWEB限定スペシャルムービー。橋本愛さんとクラスメイトの合唱を聞いているうちに、はじめてのコンタクトレンズに対する不安がやわらぎ、不思議と心が温まるほんわかムービーに仕上がっています。YouTubeにアップされている本ムービーの再生回数は、既に50,000回を超える程の人気動画に!



<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対応するため、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。

©J&J KK 2013