

1月21日は「瞳の黄金比率®の日」

男女ともに支持される“大人かわいい®”の新条件！？ 白目と黒目の“瞳の黄金比率®”は、「1：2：1」

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、1月21日の「瞳の黄金比率®の日」を前に、18-34歳男女のカラーコンタクトレンズに関する意識調査をまとめました。その結果、8割を超えるユーザーが、白目と黒目の比率が「1：2：1」の瞳を、“理想的な瞳”として支持。着色部の大きさに対する男女間の意識のギャップも明らかになり、自然に瞳を大きく見せることが、男女ともに支持される“大人かわいい®”の新条件として定着しつつあることが分かります。

「瞳の黄金比率®の日」は、日本人の瞳は白目と黒目の比率が平均「1：1.5：1」のところ、意識調査により、平均より約10%黒目が大きい「1：2：1」の比率が支持を集めたことから、瞳の魅力に関する情報提供をおこなう「輝く瞳」推進委員会が制定。毎年1月21日を「瞳の黄金比率®の日」として、日本記念日協会に正式認定されたもので、この度、2014年1月21日に、記念日認定3周年を迎えます。

瞳の黄金比率® とは…

日本人の平均的な白目と黒目の比率は「1：1.5：1」といわれています。その黒目が、約10%大きく見えると、瞳は黄金比率「1：2：1」に近づきます。

しかし黒目は大きければ大きいほど美しい、というわけではありません。「1：2：1」の絶妙なバランスこそが、日本人の瞳をもっと美しく見せるといわれています。

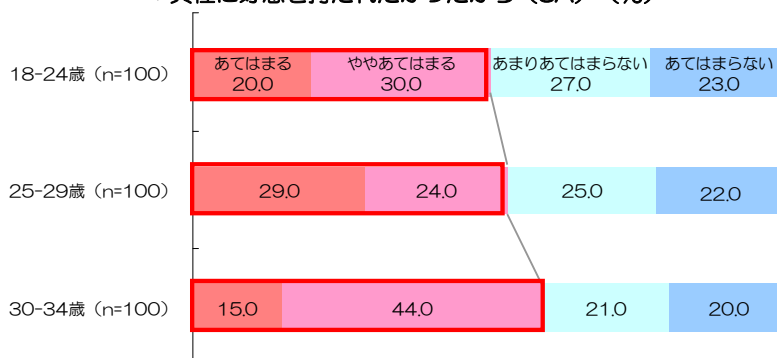


「カラーコンタクトレンズ使用に関する意識調査」 — 調査結果 —

■カラコン使用のワケは、男ウケ！？ デートでの着用は、約4割

カラコンを使い始めた理由やきっかけとして、「異性に好感を持たれたかったから」と回答した人は、「あてはまる」と「ややあてはまる」をあわせて半数以上。年代があがるほど多くなり、30-34歳の6割近く(59.0%)が、カラコンを使い始めたのは“男ウケ”のためと答えています。

Q. カラコンを使い始めた理由やきっかけは？
：異性に好感を持たれたかったから (SA) (%)

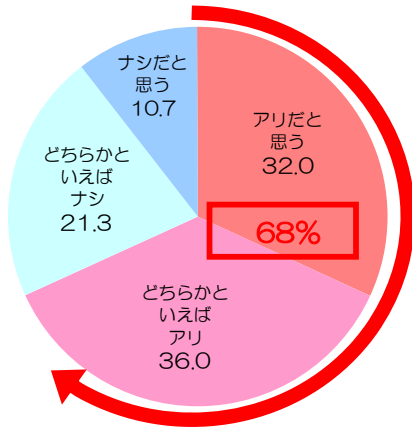


■デートでのカラコン着用はアリ！ でも、“大きすぎる”瞳はNG！？

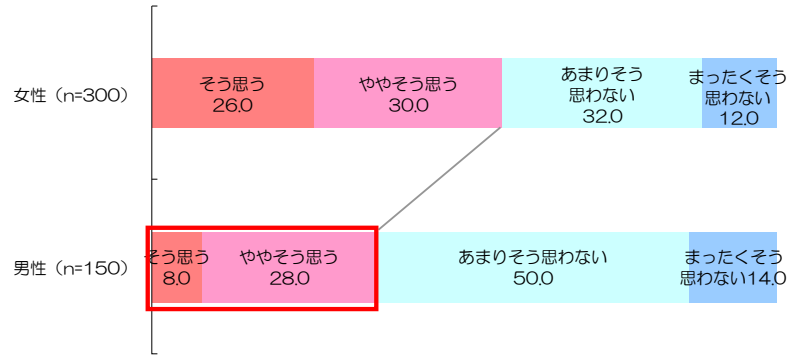
18-34歳の男性150名に、女性がデートのときカラコンを使用することについて聞いたところ、「アリだと思う」と「どちらかといえばアリだと思う」を合わせて、7割弱(68.0%)の男性が“アリ”と回答。デートでのカラコン使用は、許容されていると考えてよさそうです。

しかし、カラコンの着色部(外径)について聞いたところ、女性の6割近く(56.0%)が「大きければ大きいほどかわいく見える」と思っているのに対し、実際、男性に聞いてみると、「大きければ大きいほどかわいく見える」と答えたのはわずか36.0%(64.0%が「そう思わない」と回答)。その差は20ポイントと、多くの女性が男ゴコロを理解できていない結果となりました。

Q. 女性がカラコンを使用することについてどう思う？
：異性とのデートのとき (SA) (%) n=150



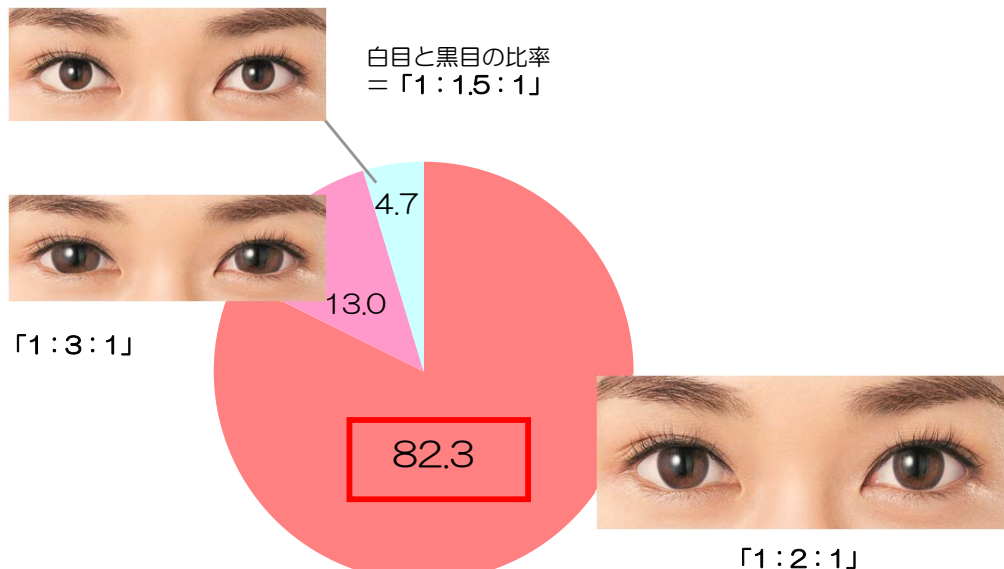
Q. カラコンの着色部(外径)についてどう思う？
：大きければ大きいほどかわいく見える(と思う) (SA) (%)



■瞳の黄金比率®は、白目と黒目の比率＝「1：2：1」

一方で、実際、白目と黒目のバランスを少しずつ変えた画像を見て理想的な瞳のタイプを選んでもらったところ、支持を集めたのは、白目と黒目の比率が「1：2：1」のタイプ。「1：3：1」(13.0%)を圧倒的に上回り、8割を超える(82.3%)女性から“理想的な瞳”として選ばれました。

Q. 最も理想的だと思う瞳のタイプは？ (SA) (%) n=300



【調査概要】

ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 調査 2013年

- 調査方法： インターネット調査
- 調査対象： 女性…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 計300名
18-24歳(高校生除く)/25-29歳/30-34歳 各100名ずつ
- 男性…全国の男性 計150名
18-24歳(高校生除く)/25-29歳/30-34歳/35-39歳 各50名ずつ

◇「ワンデー アキュビュー ディファイン」シリーズのご紹介

瞳の黄金比率[®]が、“大人かわいい[®]”印象を演出

「ワンデー アキュビュー ディファイン」には3つのデザインがあります。
 なりたいイメージやシーンに合わせて選べるデザインは、いずれも人間の虹彩に
 近いため、自然になじんで黒目を大きく見せ、瞳の黄金比率[®]に近づけます。
 上品に、さりげなく。それが「ワンデー アキュビュー ディファイン」のこだわりです。

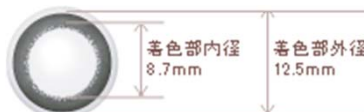
ナチュラルに、きらめく
 <ナチュラル シャイン[®]>



やさしく、フェミニン
 <ヴィヴィッド スタイル>



凛として、印象的
 <アクセント スタイル>



当社従来品装用中



<ナチュラル シャイン[®]>装用中

「ワンデー アキュビュー ディファイン」製品概要



製品名	「ワンデー アキュビュー ディファイン」<アクセントスタイル> 「ワンデー アキュビュー ディファイン」<ヴィヴィッドスタイル> 「ワンデー アキュビュー ディファイン」<ナチュラル シャイン [®] >
価格	オープン価格
内容	1箱30枚入り
販売名	「ワンデー アキュビュー ディファイン a」
承認番号	21700BZY00541000

効能効果：視力補正、虹彩又は瞳孔の概観（色、模様、形）を変えること。

◎ 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、取扱い方法を守り、正しく使用してください。

<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。