

コンタクトレンズユーザーに眼科での定期検査を促す 「眼科へ行こう！」TVCM 全国でオンエア開始

「眼科へ行こう！ 気づき篇 15秒」 4月1日(火)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、2014年4月1日（火）より、「眼科へ行こう！」TVCMを全国でオンエアいたします。

使い捨てコンタクトレンズ「アキュビュー」を提供する当社は「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等の啓発活動を通して、「目の健康」の大切さを伝える取り組みに力を入れています。今年は特に、コンタクトレンズユーザーに定期的な眼科受診の重要性を伝える活動を幅広く展開します。その一環として4月1日（火）より、「眼科へ行こう！」TVCMを全国でオンエアいたします。なお、全国でのTVCMを通して眼科での定期検査を促す啓発活動は、業界初の取り組みです。

TVCMと同時に、連動した内容のウェブサイトを開示するほか、ポスターやステッカー等の啓発資材を、眼科やCL販売店等のご施設様向けに展開し、広く消費者に、目の健康の大切さを訴求して参ります。

■ CM概要

タイトル : 眼科へ行こう！ 気づき篇 15秒
放映期間 : 2014年4月1日(火)～2014年4月27日(日) 予定
放映エリア : 全国

■ CMのストーリー ※ストーリーボードは次頁をご覧ください。

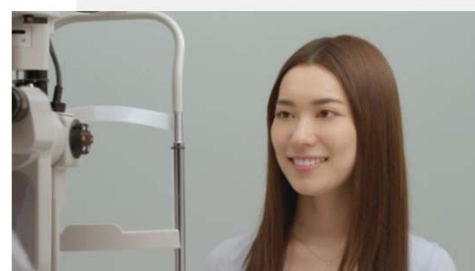
自分の目が健康だと思っけていても、気づかぬうちに傷ついているかもしれない。「痛い目に、あう前に。」をスローガンとし、コンタクトレンズユーザーに、その正しい使用と眼科での定期検査を促します。

「眼科へ行こう！」ウェブサイトはこちら：

<http://acuvue.jp/goeyedoctor/>



痛い目に、
あう前に。



ストーリーボード（15秒）

- | | | | | | |
|---|--|--------------------------|---|--|------------------|
| ① | | NA
コンタクトレンズをお使いのみなさん | ⑥ | | NA
痛い目に、あう前に。 |
| ② | | NA
あなたの目 | ⑦ | | |
| ③ | | NA
健康だと
思っている | ⑧ | | NA
眼科での定期検査を。 |
| ④ | | NA
気づかないうちに | ⑨ | | |
| ⑤ | | NA
傷ついている
ことがあります。 | | | |

スタッフリスト

- 広告主 : ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社
- 広告代理店 : 株式会社マッキンゼーエリクソン
- 制作会社 : 株式会社AOI Pro.
- 演出 : 井上 良

<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。

「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。