

「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4割が「2～3年に1回以下」しか眼科受診せず ～コンタクトレンズユーザー1000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、「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など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。特に、「眼科へ行こう！」をテーマにしたキャンペーンでは、TVCM などを通してコンタクトレンズユーザーに定期的な眼科検診の重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、この度、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、「眼科受診に関する意識調査」を実施しました。

その結果、特にインターネット購入者の眼科受診率の低さなど、コンタクトレンズユーザーにおける眼科受診の実態に加え、コンタクトレンズの不適切な使用実態も明らかになりました。

【眼科受診に関するアンケート結果】

■ コンタクトレンズ購入のたびに眼科の検査を受けているのは、3割程度【グラフ1】

コンタクトレンズを購入する際、眼科の検査を受けているか聞いたところ、「購入する際は常に検査を受けている」と回答したのは、3割程度(30.4%)。「毎回ではないが、時々検査を受けている」との回答が最も多く、4割近く(35.6%)を占めました。年代別にみると、30代以上の受診頻度が低く、「常に検査を受けている」人は、4人に1人程度に留まっています。

眼科の検査を受ける頻度を聞いたところ、最も多くを占めたのは「4～6カ月に1回」(26.4%)との回答でした。年代別にみると、10代では「2～3カ月に1回」以上検査を受けている回答者が半数近く(46.0%)と、他の年代に比べて高い頻度で受診していることが分かります。

■ インターネット購入者の4割が、眼科受診は「2～3年に1回以下」。

「目のトラブル」や「見え方の変化」がない限り、検査の必要がないと思っている人が多数【グラフ2】

コンタクトレンズの購入先別にみると、「インターネット」で購入している人のうち、購入時に「常に検査を受けている」と答えた人はわずか2.0%。約4割(41.9%)が検査を受ける頻度を「2～3年に1回以下」と答えています。

定期的に眼科検診を受けない理由としては、「目にトラブルがなく、検査の必要を感じない」(63.1%)、「検査を受けるのが面倒」(33.8%)、「見え方が変わらず、検査の必要を感じない」(24.3%)などの声が挙がりました。「目のトラブル」や「見え方の変化」がない限り、検査の必要がないと思っている人が、実に多いことが伺えます。

■ 4割以上が決められた試用期間を超えてコンタクトレンズを装用。

コンタクトレンズが高度管理医療機器であることの認知は3割程度【グラフ3】

コンタクトレンズの購入時、その正しい使用方法について説明を受けたか聞いたところ、7割(70.5%)が「十分な説明を受けた」と答えています。

しかし、普段の使用状況について聞いたところ、「使い捨てのコンタクトレンズを、決められた使用期間を超えて使う」ことがある人は、全体の4割以上(44.6%)。その他、「目の調子が悪くなった時でも、無理してコンタクトレンズを使い続ける」(34.6%)という声も多く聞かれました。購入時に正しい使用法について十分な説明を受けていても、必ずしも、それが習慣として身に付いているとはいえないことが分かります。また、コンタクトレンズが高度管理医療機器であることを知っているか聞いたところ、「知っている」と答えたのは全体でわずか3割程度(33.3%)でした。

目のトラブルを未然に防ぐために、コンタクトレンズを使用する際は正しい装用方法・期間を守ることに加えて、眼科で定期検査を受診することが大切と言えるでしょう。

近畿大学 医学部 眼科学教室 主任教授 下村嘉一先生は、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。

コンタクトレンズは心臓のペースメーカーや人工関節などと同じ「高度管理医療機器」です。これは、目の健康に重大な影響を与える可能性もあるということです。実際、コンタクトレンズ装用に起因する眼感染症患者の多くは若年者で、不適切な取り扱いが原因と考えられています。また、眼科での検査・処方を受けずにインターネットや雑貨店で購入する人には、眼障害がより多く見られるという報告もあります。



コンタクトレンズ装用者が自分の目にトラブルがないと思っても、眼障害は自覚症状なく起こることがあります。痛みやかゆみを感じ始めた頃には病状が進行しているかもしれません。重篤な障害になる前に発見するためにも、眼科での定期検査が大切です。

コンタクトレンズを安全に、快適に装用するために、ぜひ眼科専門医を受診してください。

◇ 「眼科へ行こう！」キャンペーン



ジョンソン・エンド・ジョンソン(株)では、4月に全国でオンエアした「眼科へ行こう！」TVCMの映像など、連動した内容のコンテンツをウェブサイトで公開しているほか、ポスターやステッカー等の啓発資料を、眼科やCL販売店向けに展開し、広く消費者に、目の健康の大切さを訴求しています。

■眼科へ行こう！URL：<http://acuvue.jnj.co.jp/goeyedoctor/>

■ 「中学生・高校生のためのコンタクトレンズガイド」を配布中

- 対象：中学生、高校生、その保護者
- 内容：
 - ・コンタクトレンズクイズ
 - ・正しいケアでレンズを清潔に
 - ・保護者の方へ 適切な視力補正について
 - ・ソフトコンタクトレンズ Q&A

※全国の中学校・高校の養護教諭を通して配布

※PDF版は、学校保健ポータルサイトをご覧ください

<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、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。

— 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
パブリック リレーションズ 松本、眞野、大林
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、山口
TEL:03-6894-3200 FAX:03-5413-3050 E-mail : inj@ssu.co.jp

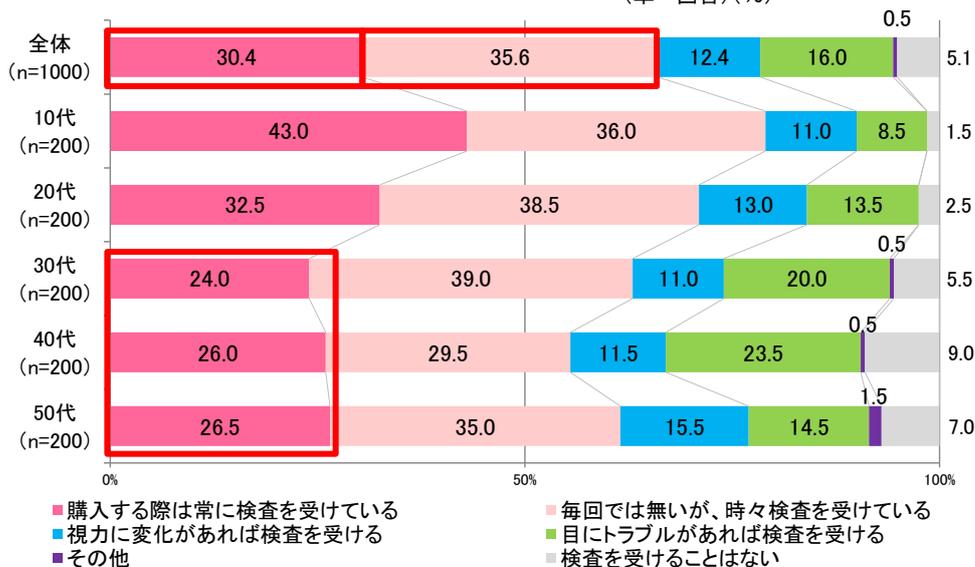
【参考資料】眼科受診に関するアンケート結果

■調査概要

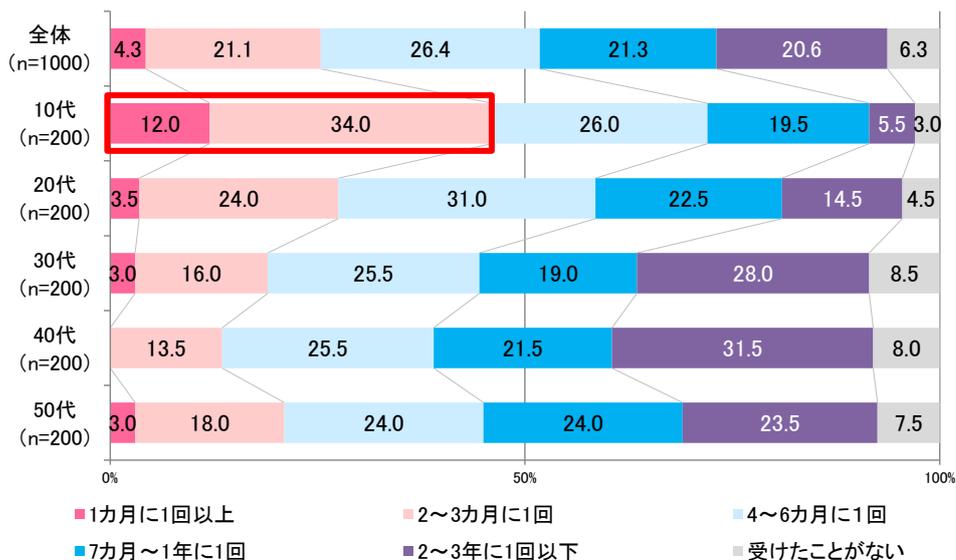
調査期間	2014年3月29日(土)・30日(日)
調査方法	インターネット調査
調査対象	週に4～5日以上使い捨てコンタクトレンズを使用している全国の12歳(中学生以上)～59歳男女計1000名

【グラフ1】

Q. コンタクトレンズを購入する際、眼科の検査を受けているか？
(単一回答)(%)

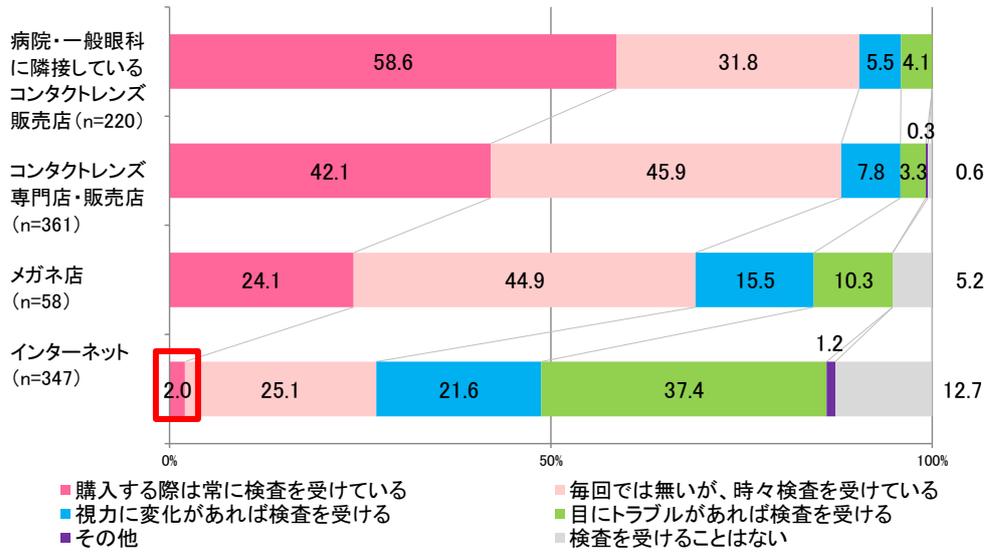


Q. 普段、眼科の検査を受ける頻度は？ (単一回答)(%)

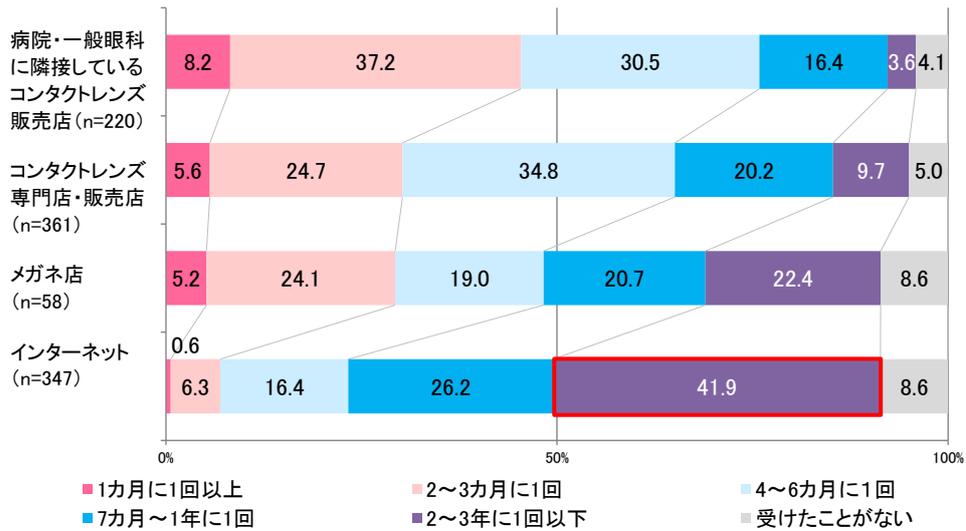


【グラフ 2】

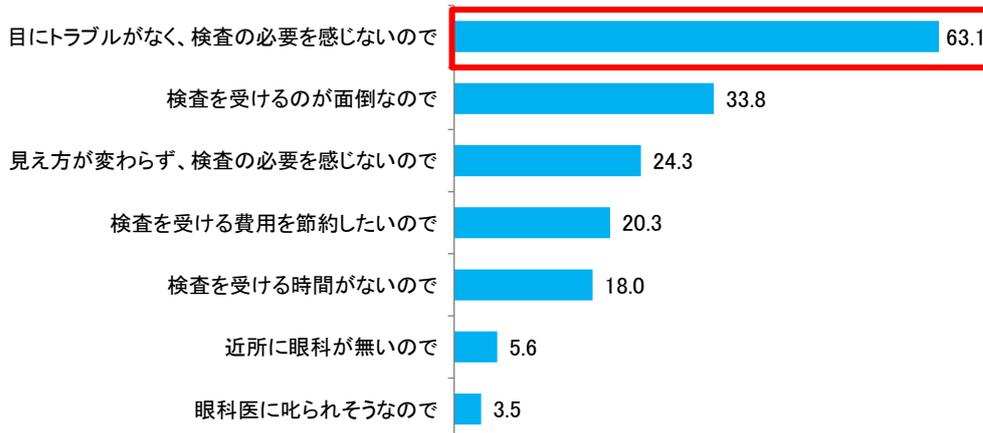
Q. 【購入先別】コンタクトレンズを購入する際、眼科の検査を受けているか？
(単一回答) (%)



Q. 【購入先別】普段、眼科の検査を受ける頻度は？ (単一回答) (%)

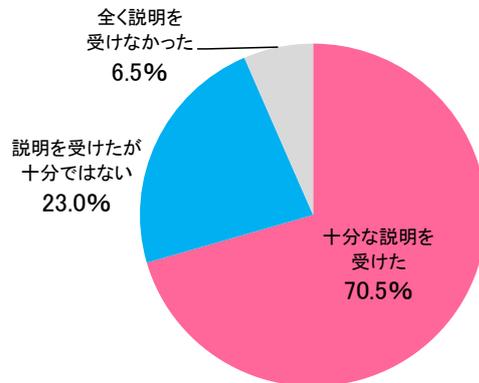


Q. 定期的に眼科の検査を受けない理由は？ (複数回答) (%) n=482
※眼科検査: 7か月~1年に1回以下の人ベース

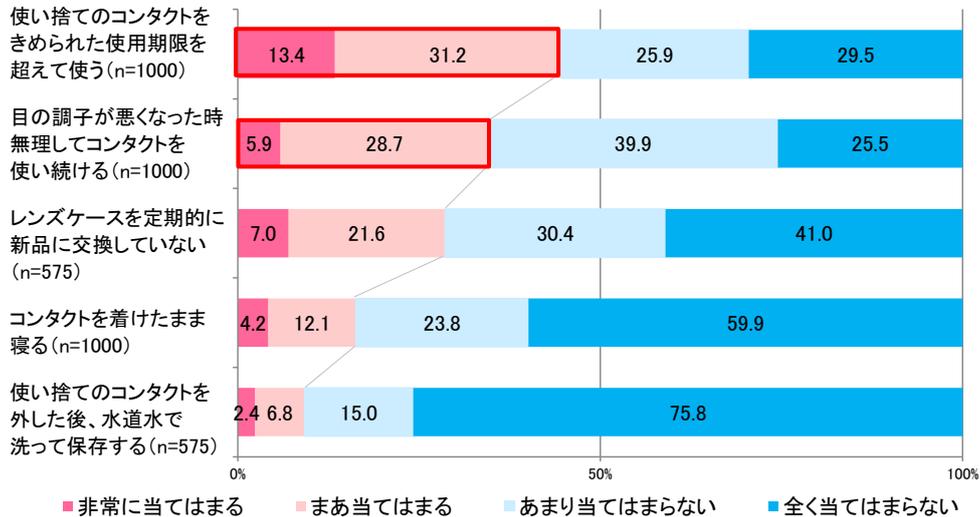


【グラフ 3】

Q. コンタクトレンズの購入時に、その正しい使用方法について説明を受けたか？（単一回答）n=1000



Q. コンタクトレンズの普段の使用について、どの程度あてはまる？（単一回答）(%)



Q. コンタクトレンズが高度管理医療機器であることを知っている？（単一回答）n=1000

