

### 2023年の「目の健康寿命」は60.8歳、平均寿命より20年以上短い結果に

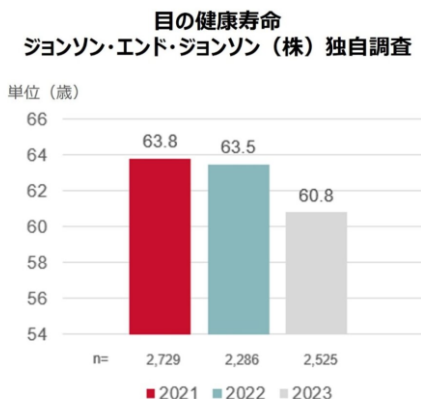
目の健康意識調査「目の健康状態が良くないと自覚している」特に10代が増加傾向、  
また眼科受診率の低下も明らかに

健やかでクリアな視界で、人々のクオリティ・オブ・ビジョン(QOV)の向上を目指すジョンソン・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：森村 純)は、日本全国の10代～80代のコンタクトレンズ使用者、眼鏡のみ使用者、視力矯正無しの方を含む2,525名を対象に「目の健康意識」について独自調査<sup>1</sup>を実施しました。日本の平均寿命<sup>2</sup>は男性81.05歳、女性は87.09歳ですが、本調査によって、2023年の「目の健康寿命<sup>3</sup>」は男性58.0歳、女性63.6歳(平均60.8歳)となり、平均寿命よりも20年以上短いという結果になりました。

当社は「目の健康寿命」を「自分の目が健康であると自覚している期間の平均」と定義しています。2023年の「目の健康寿命」は、2022年の調査<sup>4</sup>における63.5歳という結果から、今回の調査では2.7歳短い結果となりました。「目の健康状態が良くないと自覚している」割合が、昨年と比較すると特に10代で増加の傾向がみられました。また、目の症状があったにも関わらずこの1年間何もしていないと回答した10代の方の主な理由としては、「眼科検査を受けるのが面倒である」「現在の目の症状が深刻だと思わない」「視力が変わっていない」などがあげられました。加えて10代の一部では、「目の健康は身体他の部分に影響を与えない」という認識の低下傾向がみられ、「目の健康に関する情報・知識をもっと知りたい」という回答も当調査では全世代で最も低い結果となりました。

また、視力矯正を必要とするコンタクトレンズ使用者の「目の健康寿命」は平均が57.7歳となり、「目の健康寿命」が昨年の調査結果と比較すると短くなりました。コンタクトレンズ使用者の眼科などの医療機関における定期検診や受診率は64%という結果ですが、「眼科検査を受けるのが面倒」「時間が無い」ことなどを理由に、昨年と比較すると6ポイント下がりました。また、コンタクトレンズ使用者が目の健康に関する情報をどこで見聞きしているかとの問いに対し、「テレビ／ニュース」の割合が比較的高いものの、2022年と比べると2023年に特に増加傾向がみられたのが「SNS」「オンライン動画」であり、情報入手手段の多様化が明確になりました。疾患の早期発見・早期治療や、自覚症状が出た際に目の健康状態を客観的に知るために、当社は眼科における定期受診を推進しています。

人生100年時代の今、当社は「目の健康寿命」延伸に貢献することをビジョンに掲げ、世界初の使い捨てコンタクトレンズ「アキュビュー®」シリーズで視界をよりクリアにする製品を提供し続けるとともに、『[中学生・高校生のためのコンタクトレンズガイド](#)』の制作・無料配布、[エイジングアイの啓発活動](#)など、トータルアイヘルスのリーディングカンパニーとしてこれからも幅広い世代の目の健康と視界を守り続けてまいります。



注：「目の健康寿命」の当社定義：自分の目が健康であると自覚している期間の平均

## 調査概要

調査期間：2023年7月～8月

調査方法：郵送調査

調査対象：全国の男女 15歳～89歳、2,525名人口構成比割付  
(コンタクトレンズ使用者、眼鏡のみ使用者、視力矯正無しの方を含む)

- 1 当調査の質問項目は、厚生労働省の国民生活基礎調査・健康票調査の質問項目を参考に作成
- 2 厚生労働省 令和4年簡易生命表概況 主な年齢の平均余命 <https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/life/life22/dl/life22-02.pdf>
- 3 本調査では目の健康寿命を「自分の目が健康であると自覚している期間の平均」とジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 ビジョンケアカンパニーが定義。
- 4 目の健康寿命に関する調査は、2021年より開始し2023年で3年目。

-XXX-

## 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。人生100年時代と言われる今、トータルアイヘルスのリーディングカンパニーとして目の健康寿命の延伸に貢献することをビジョンに掲げています。人々が健康でクリアな「見る力」(Vision)を毎日保つことが、私たちのビジョンの実現につながるという思いを込めた“Vision Made Possible”のメッセージの下、人々のクオリティ・オブ・ビジョン(QOV)の向上を目指し、あらゆる世代の人が素晴らしい人生を送る「未来」の実現に貢献します。

Vision  
Made  
Possible™

© Johnson & Johnson K. K. 2024. All rights reserved.