

10月10日【目の愛護デー】世界6カ国で初めて実施した「目の健康に関する意識調査」の結果を発表  
**年に1回の眼科検査を行っている人の割合は6カ国全体では半数以下**  
**日本では2人に1人が2年以上眼科検査していないと回答**  
 目の健康や疾患に対する予防意識を一層高める活動が重要という結果に

クリアな視界で、自分らしく生きる人々を応援するコンタクトレンズブランド「アキュビュー®」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：森村 純）は、10月10日の「目の愛護デー」に先駆けて、ジョンソン・エンド・ジョンソン ビジョンが世界6カ国を対象に初めて実施した「目の健康に関する意識調査」に基づき、日本における目の健康に対する意識や近視、白内障などの疾患への理解に関する調査結果を発表しました。

全ての人々の「クオリティ・オブ・ビジョン」の向上を目指すジョンソン・エンド・ジョンソン ビジョンでは、様々な専門機関とともに、「Prioritize Your Eyes ～目の健康からはじめよう～」キャンペーンを2020年2月よりグローバルで展開しています。本調査はその一環として、目の健康の啓発と年に1回の定期的な眼科検査受診促進を目的に実施したものです。日本、中国、アメリカ、イギリス、ドイツ、ロシアの計6カ国の18歳以上約6,000名を対象に、2020年8月にオンライン調査を行いました。

調査の結果、各国では多くの方が眼科検査が健康全体のために重要であると認識しているものの、年に1回の眼科検査を行っている人の割合は6カ国全体で半数以下（46%）にとどまりました。日本においても66%の人が同検査の重要性を認識していましたが、半数（50%）が「2年以上検査していない」と回答するなど、日本のみならず各国において目の健康や疾患に対する予防意識を一層高める活動の重要性が確認されました。

当社では今後とも、幼少期から老年期まで人生100年時代のあらゆる世代の「目の健康」に一生寄り添うパートナーとして、目の健康に対する意識と理解向上のための啓発活動を推し進めていくとともに、一人ひとりの視覚ニーズに応え、付加価値をもたらす革新的なソリューションを提供してまいります。

## 【調査結果の要約（日本の回答者からの回答について）】

### 1. 目の健康に対する意識

- 66%が「眼科検査を受けることは、健康全体のために重要である」と回答。
- 「現在の自分の視力が低下するのを防ぐことができる※」と考えているのは19%。
- 約半数（51%）が「視力低下は老化の一部であり、自分ではどうすることもできない」と回答。
- 「健康な目や視力の維持が子どもの健康的な発達のために非常に重要である」という回答は15%。
- 2人に1人（50%）は「2年以上眼科検査を受けていない」と回答。眼科検査を受けない理由の第一位は「面倒だから（32%）」。
- 6割以上（63%）が「眼科検査で、慢性疾患の早期徴候を発見することができると思う」と回答したのに対して、発見を助ける疾患として「糖尿病」を挙げたのは27%。「心血管疾患」や「がん」を挙げたのはそれぞれわずか5%。
- 新型コロナウイルスの影響で、約4割（41%）が「パンデミック以来、目に触れることについて意識するようになった」と回答。

※視力の低下は必ずしも近視の進行だけではない

### 2. 近視に対する意識

- 近視を起す原因として「画面を見る時間（スマホ、パソコンなど）が長すぎる（76%）」、「テレビの近くに座る（65%）」が上位に。日本ならではの特徴としてアメリカ・イギリス・ドイツの回答割合（2～4割）よりも多い結果に。
- 60%が「近視を防止または遅らせる方法についてもっと知りたい」と回答。若い世代（18～39歳）ほど同回答の割合が6カ国全体と比べて高い。

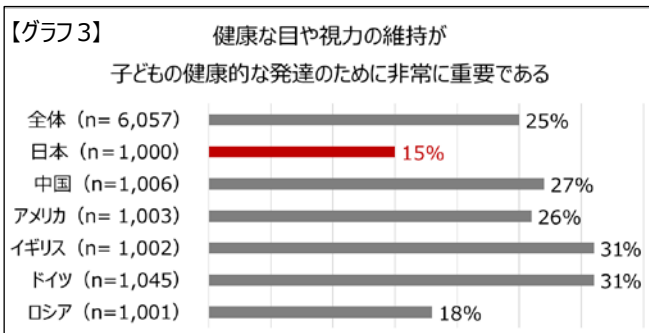
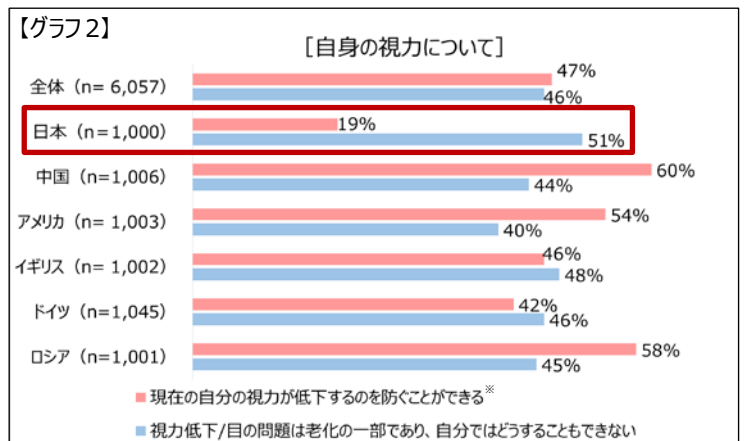
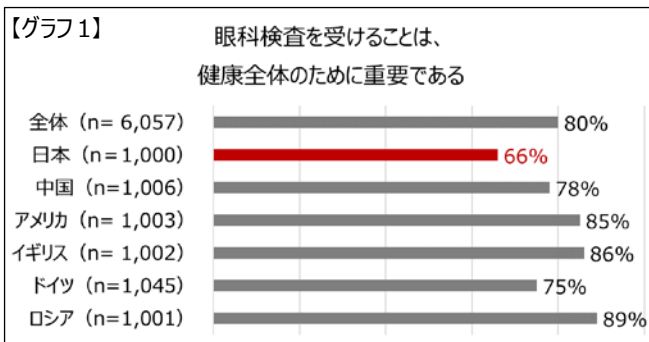
### 3. 白内障に対する意識

- 白内障の症状は何かという質問に対してトップに「視覚の曇り（59%）」、続いて「かすみ目（39%）」と回答。
- 白内障と診断された、または、白内障の症状がある人に対し白内障手術を受ける可能性を聞いたところ、43%が「ある」と回答。男女別で見ると、男性は32%、女性は53%と、**女性のほうが手術を受ける意向が高い**。

## 【調査結果の詳細】

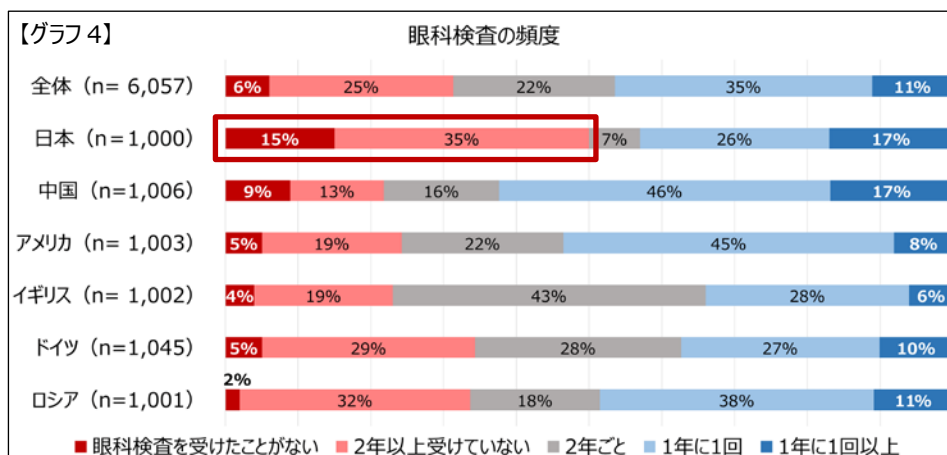
### 1. 目の健康に対する意識

- 「眼科検査を受けることは、健康全体のために重要である」という回答は **66%**。眼科検査の重要性を認識しているものの、他国と比べるとその割合は低いことが明らかになりました。【グラフ 1】
- 「現在の自分の視力が低下するのを防ぐことができる<sup>\*</sup>」と考えているのは 19%。また、約半数（51%）が「視力低下は老化の一部であり、自分ではどうすることもできない」と回答していることから、視力低下を防ぐ具体的な方法が分からずあきらめてしまっている人が多い様子がうかがえます。【グラフ 2】
- 「健康な目や視力の維持が子どもの健康的な発達のために非常に重要である」という回答は **15%**となり、他国と比べて低い結果となりました。【グラフ 3】

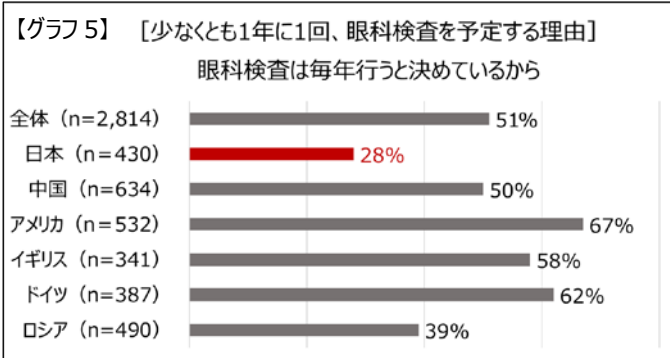


※視力の低下は必ずしも近視の進行だけではない

- 眼科検査の頻度については、「眼科検査を受けたことがない（15%）」と「2年以上受けていない（35%）」が半数（50%）を占め、**2人に1人は2年以上眼科検査を受けていない実態が明らかになりました**。【グラフ 4】



- 少なくとも1年に1回、眼科検査を予定する理由を聞いたところ、「眼科検査は毎年行うと決めているから」という回答は3割以下（28%）という結果になりました。また、年に一度の眼科検査を受けない理由として、「眼科検査するのが面倒である（32%）」「視力が変わっていない（26%）」「現時点で目は自分の健康の優先事項ではない（23%）」が上位に。特に「眼科検査するのが面倒である」は**6カ国全体の割合（11%）と3倍近い開き**がありました。【グラフ5、表1】



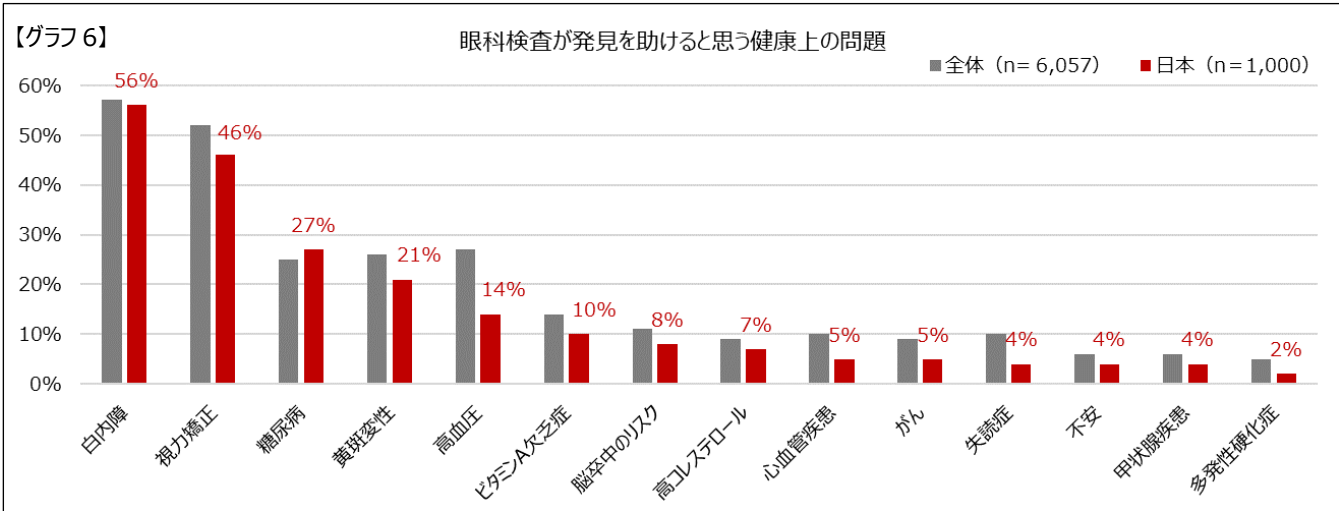
【表1】眼科医による年に一度の定期眼科検査を受けない理由（TOP5）

	日本 (n=570)	全体 (n=3,244)
眼科検査するのが面倒である	32%	11%
視力が変わっていない	26%	32%
現時点で目は私の健康の優先事項ではない	23%	16%
近隣の良い医師をどこで見つけたらよいか分からない	15%	12%
時間がない	14%	14%

- 6割以上（63%）が「眼科検査で、慢性疾患の早期徴候を発見できると思う」と回答したのに対して、発見を助ける疾患として「**糖尿病**」を挙げたのは**27%**。「**心血管疾患**」や「**がん**」を挙げたのはそれぞれわずか**5%**という結果に。眼科検査が目以外の疾患の発見につながる事が知られていない実情がうかがえます。【表2、グラフ6】

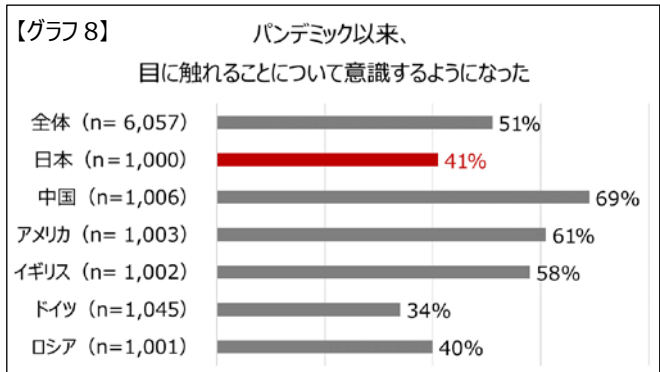
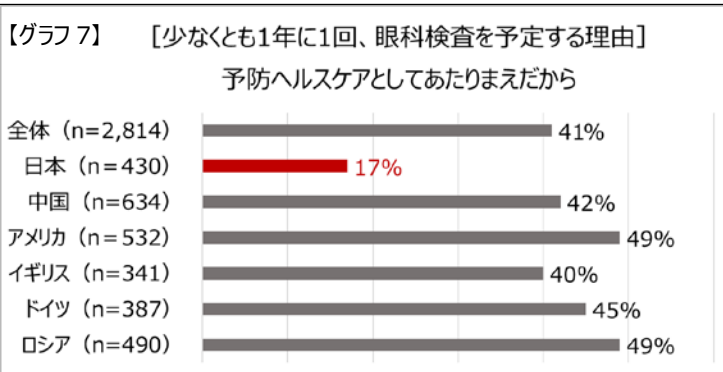
【表2】眼科検査と慢性疾患について

	日本 (n=1,000)	全体 (n=6,057)
眼科検査で、慢性疾患の早期徴候を発見できると思う	63%	69%



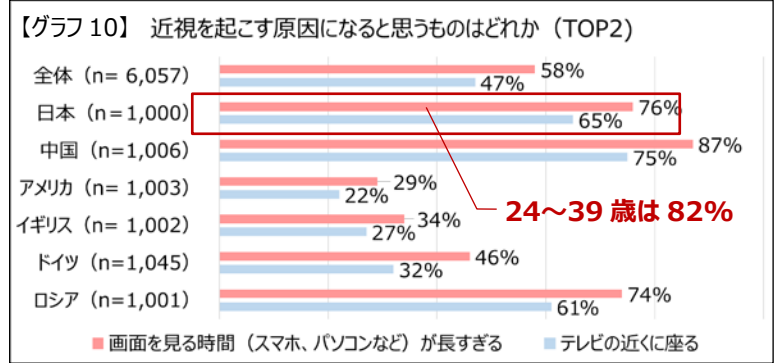
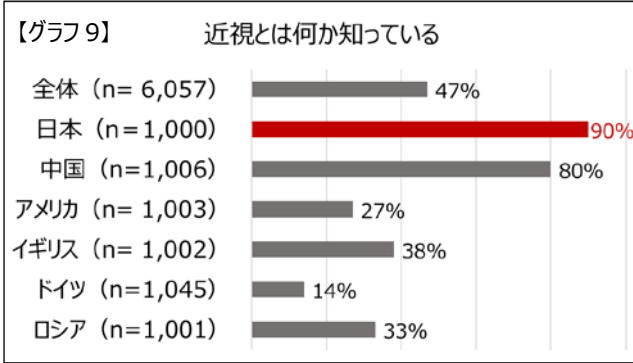
- 少なくとも1年に1回、眼科検査を予定する理由として「**予防ヘルスケアとしてあたりまえだから**」という回答は17%。**他国は総じて40%を上回っており**、日本での眼科検査における予防医療の認識強化が急務となっています。【グラフ7】

- **約4割（41%）**が「**パンデミック以来、目に触れることについて意識するようになった**」と回答。新型コロナウイルスの影響で目の衛生に対する関心が高まっている様子がうかがえます。【グラフ8】

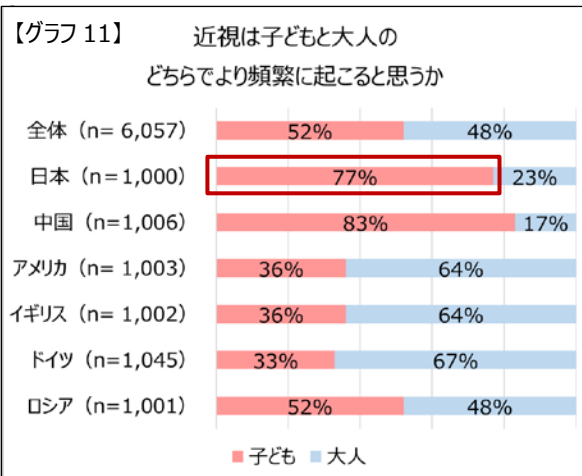


## 2. 近視に対する意識

- 近視の認知度は日本（90%）が突出して高い結果に。近視を起こす原因になると思うものを聞いたところ、日本では「**画面を見る時間（スマホ、パソコンなど）が長すぎる（76%）**」、「**テレビの近くに座る（65%）**」が上位にあがりました。前者の回答割合は24～39歳では82%とさらに高く、仕事や家庭、子育てにおいてデジタルツールを多用する世代ならではの特徴が見取れます。また、アメリカ・イギリス・ドイツではこれらの回答が2～4割程度と少なく、日本とは認識の傾向が異なることがわかります。【グラフ9、10】



- 近視は子どもと大人のどちらでより頻繁に起こると思うかという質問に対して、日本では77%が「子ども」と回答。また、ほとんど（88%）が「子どもの近視は防止または遅らせることができる」と考えており、約7割（69%）が「近視について子どもに知らせ、教育する必要があると思う」という考えに同意。60%が「近視を防止または遅らせる方法についてもっと知りたい」と回答しており、年代が若くなるほどその割合が高くなっています。近年日本では子どもの近視が増加しているなか、18～39歳の若い世代を中心に多くの人々が近視予防の必要性を感じている様子がうかがえます。【グラフ11、表3】



【表3】 近視に対する考え

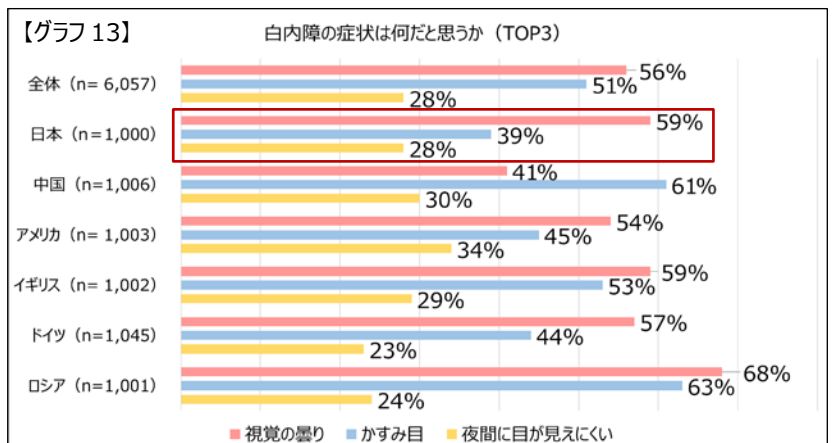
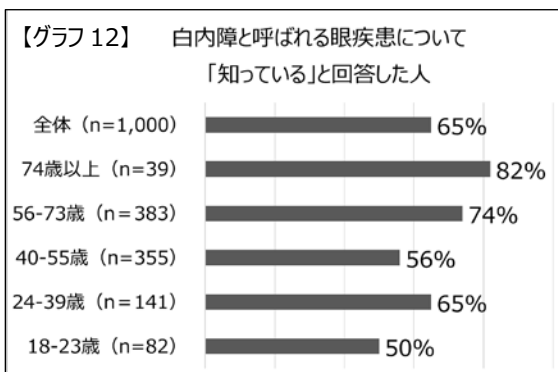
	日本 (n=1,000)	全体 (n=6,057)
子どもの近視は防止または遅らせることができる	88%	73%
近視について子どもに知らせ、教育する必要があると思う	69%	68%
近視を防止または遅らせる方法についてもっと知りたい	60%	59%

年代別の割合

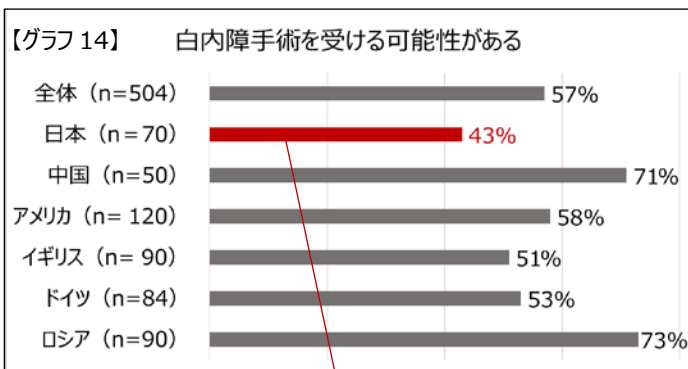
年代	割合
18-23歳 (n=80)	68%
24-39歳 (n=140)	66%
40-55歳 (n=360)	59%
56-73歳 (n=380)	57%
74歳以上 (n=40)	54%

## 3. 白内障に対する意識

- 日本では65%が白内障を「知っている」と回答。年齢が上がるにつれ認知度は高まる傾向にあり、74歳以上では82%に及びます。白内障の症状について聞いたところ、「視覚の曇り（59%）」が回答のトップとなりました。【グラフ12、13】



- 白内障と診断された、または、白内障の症状がある人に対して白内障手術を受ける可能性を聞いたところ、「ある」と回答したのは半数以下（43%）となりました。なお男女別で見ると、男性は 32%、女性は 53%と、**女性のほうが手術を受ける意向が高い**ことが分かりました。白内障手術を受けることを妨げるものが何かという質問に対しては、「手術の効果について心配している（35%）」、「目の手術のことを考えると怖い（30%）」という回答が上位に。心理的な要素が手術の妨げになっている実態がうかがえます。【グラフ 14、表 4】



男性は 32%、女性は 53%

【表4】白内障手術を受けることを妨げるのは何か（TOP5）

	日本 (n=70)	全体 (n=504)
手術の効果について心配している	35%	28%
目の手術のことを考えると怖い	30%	29%
白内障を治療することは私にとって優先事項だとは思わない	30%	17%
信頼できる医師が見つかっていない	24%	13%
手術の費用	17%	22%

## 【調査概要】

調査対象国数およびサンプル数：18 歳以上対象、6 カ国 6,057 名

〔日本（1,000 名）、中国（1,006 名）、アメリカ（1,003 名）、イギリス（1,002 名）、ドイツ（1,045 名）、ロシア（1,001 名）〕

調査方法：インターネット調査

回答期間：2020 年 8 月 11 日～26 日

\*\*\*

## 【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。これからも、全ての人が毎日を健康に明るくクリアな視界で過ごせるよう、人々のクオリティ・オブ・ビジョン（QOV）の向上を目指して、貢献していきます。

## 【コンタクトレンズ「アキュビュー®」について】

ACUVUE®

「アキュビュー®」は、目の健康を一番に考え、「汚れが蓄積する前に新しいレンズに交換することが、もっとも衛生的なコンタクトレンズの使い方」という発想でつくられたコンタクトレンズです。現在日本国内では、近視・遠視・乱視・老視などの様々な視力補正ニーズに対応する 12 種類の多彩な製品をラインナップしています。 ※®登録商標

## 【ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社 ビジョンケア カンパニーの啓発活動について】

### ● 「中学生・高校生のためのコンタクトレンズガイド」

中学生、高校生、その保護者を対象に、正しいレンズケアや適切な視力補正について学べる「中学生・高校生のためのコンタクトレンズガイド」と養護教諭向けの指導の手引きを、日本学校保健会を通じて全国の学校に配布しています。日本学校保健会のポータルサイトにて PDF 版をご覧ください。 <https://www.gakkohoken.jp/CLguide>



### ● 「眼科へ行こう！」キャンペーン・感染症対策



コンタクトレンズユーザーに定期的な眼科受診を呼びかける啓発活動を幅広く展開しています。ポスター、ステッカー、リーフレットなどの啓発資料を眼科やコンタクトレンズ販売店向けに提供しているほか、新聞広告も展開しています。 <https://acuvuevision.jp/goeyedoctor>

ウイルスや細菌の感染症対策として公益社団法人 日本眼科医会監修によるコンタクトレンズ装用や取り外し前の正しい手洗いガイドなども提供しています。 <http://acuvue.jp/handwash/>