2016年6月20日

アキュビュー® が地域と連携し、スポーツに本気で取り組む中学生・高校生を応援

スポーツにおける視力の大切さを啓発する『スポ×コン応援団』をスタート

目の悪さが全国トップクラスの北海道で、謎の「視力検査型ポスター」を展開

「目の健康」を大切にする使い捨てコンタクトレンズ「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:デイビッド・R・スミス)は、スポーツにおける視力の大切さを啓発するプロジェクト『スポ×コン応援団』を6月20日（月）からスタートします。

スポーツ×コンタクトレンズ 応援団!

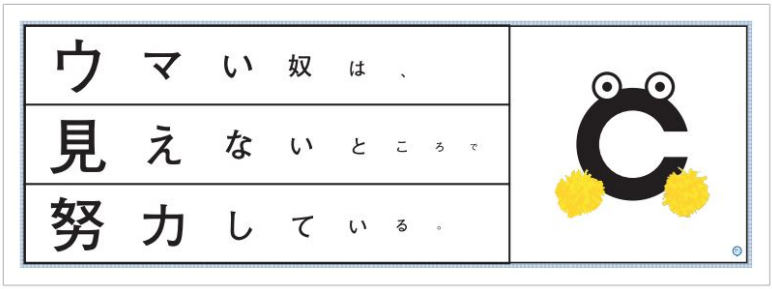
ACUVUE BRAND CONTACT LENSES

子どもの視力低下が取り沙汰される昨今、特にスポーツに取り組む中高生にとって「よく見えないこと」はパフォーマンスにも影響を及ぼしかねない重要な問題のひとつです。しかしながら、自分の視力についてあまり意識をしていない学生や、適正視力でプレーできているのかどうかを正しく把握できていない学生も存在。当社ではこの事実に着目し[※1]、スポーツに本気で取り組む中学生や高校生を対象に、スポーツにおける適切な視力の大切さを啓発するプロジェクト『スポ×コン応援団』を発足しました。

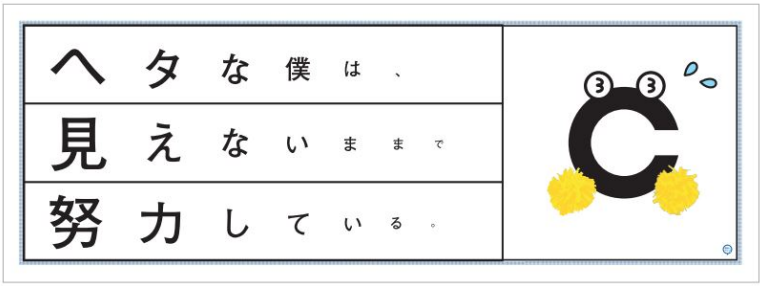
プロジェクト名の由来は、スポーツ×根性ではなく、スポーツ×コンタクトレンズ。全国の中高生がスポーツを本気で頑張るために、「根性」だけではどうにもならない「視力」の大切さを、ユニークな屋外広告とアキュビュー® ウェブサイト内の特設ページで伝えます。

▼掲出ポスターの一例　※これらは視力を測る目的のものではありません

「勝ちにこだわるなら、視力にこだわろう。」



「ウマい奴は、見えないところで努力している。」



「ヘタな僕は、見えないままで、努力している。」

プロジェクトの中核をなすのは、15～17 歳の視力の低さが全国トップクラスの北海道※2 で展開する屋外広告です。広告内容は「視力検査表」をモチーフに、スポーツを頑張る若者への応援メッセージの文字がだんだんと小さくなるデザインです。あえて目が良くないと読めないポスターや看板を掲げることで、中高生自身に見えづらさを体感してもらい、自分の視力について考えるきっかけを提供することが狙いです。

掲出先には北海道内でも複数のスポーツ強豪校がしのぎを削る札幌市東区を選定。通常の屋外看板スペースではなく、中高生の通学路に点在する地元の個人宅や飲食店・商店など 20 ヶ所以上に掲出場所を提供いただきました。メッセージやデザインもそれぞれの掲出先にちなんだ内容にカスタマイズし、中高生が思わず足を止めてしまう細かな仕掛けを随所に施しています。約 2 週間、街中で同広告を展開するとともに、本日から 1 週間限定で、札幌・大通駅の地下通路に高さ 2m、長さ 14.5m の謎の巨大メッセージを掲出します。

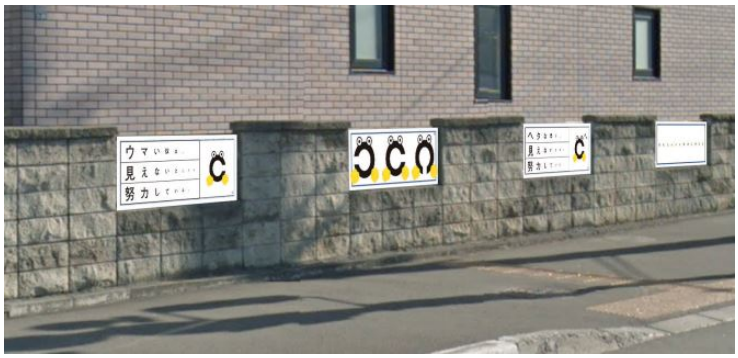
また、アキュビュー® ウェブサイト内にて特設ページ（http://acuvue.jnj.co.jp/begin/spocon/）を公開。北海道で大々的に展開されている屋外広告の詳細を紹介しているほか、中高生にスポーツと視力の関係を学んでもらえるよう、25 年前からスポーツにおける視機能の研究をはじめ、多くのプロ・アマ・オリンピック代表選手を診察している、えだがわ眼科クリニック院長の枝川宏先生によるQ&Aコンテンツを用意しています。さらに今後、インカレ最多優勝回数を誇り、ユニバシアードやなでしこジャパンにも多くの選手を送る「日本体育大学女子サッカー部」の現役選手が、スポーツにおける視力の重要性を語るインタビュー動画の公開も予定。中高生にとって身近で、憧れの存在でもある大学生の声をお届けします。

※1 運動部に所属する高校生約 400 名を対象に「スポーツ中の視力」に関する調査（J&J 調べ http://acuvue.jnj.co.jp/corp/press/p0174.htm）
※2 平成文部科学省「学校保健統計調査」（2013 年度～2015 年度版）

【屋外広告の掲出例】

◆札幌市東区に 20 種以上のシークレットメッセージを掲出

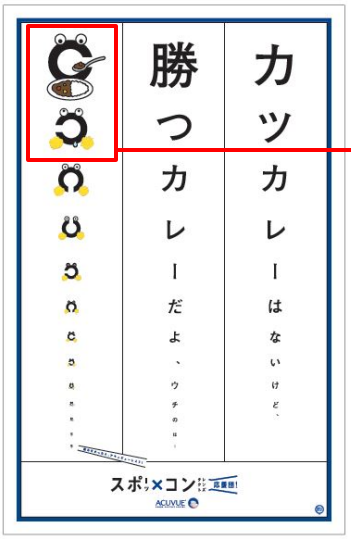
ビル壁面

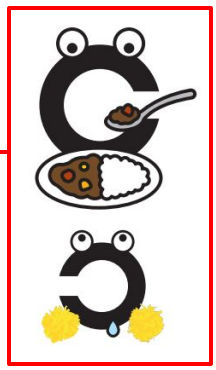


住宅地の塀

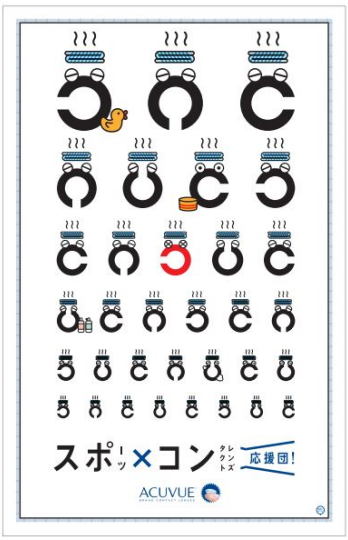
ふとん店

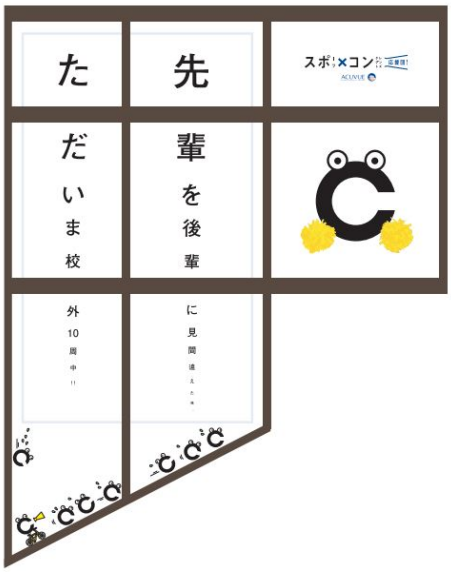
パン屋





ランドルト環をモチーフにしたキャラクターたちも、それぞれ掲出先にちなんだイラストになっています。





<ポスターや看板に記載されているメッセージ例> ※（　）内は掲出先

- パンもスポーツも、工夫次第でウマくなる。（パン屋）
- カツカレーはないけど、勝つカレーだよ、ウチのは！（カレー屋）
- 練習で一緒にかいた汗は、富士乃湯で一緒に流そう。（銭湯）
- フォームは直せるけど、視力は監督にも直せない。（眼科看板下）
- ぐっすり寝ないと、疲れはとれない。しっかり見えないと、レギュラーはとれない。（布団屋）
- かわいいチアガール、僕だけ見えません。（個人住宅）
- 先輩を後輩に見間違えた。ただいま校外 10 周中！！（個人住宅）

etc…

◆札幌・大通駅の地下通路に突如現れた、謎の巨大メッセージ

「見えてますか～」の各文字の下にも、ごく小さな文字で、ステップアップしていく中高生の目標が記されています。視力検査で小さなランドルト環が見えれば見えるほど視力が良くなるというギミックを活かし、「見えてますか～」の文字が最後まで見えるほど（＝視力が良いほど）高い目標に到達できることを表現しています。

【北海道で屋外広告を展開する背景】

文部科学省がまとめた 2015 年度の学校保健統計調査から、15～17 歳における裸眼視力 1.0 未満の割合が高い都道府県を見ると、15 歳と 16 歳のそれぞれ第 2 位に北海道がランクイン。さらに、2015 年度以前の過去 3 年間でワースト 3 に登場した都道府県の数を数えると、北海道が最も多いことが分かりました。この事実から『スポ×コン応援団』は、北海道には視力に悩みを抱えている中高生が多いと判断。前述の屋外広告を北海道を舞台に展開することで、より意義のある活動にしたいと考えています。

▼文部科学省「学校保健統計調査」（2013 年度～2015 年度版）における裸眼視力 1.0 未満の割合

	15歳		16歳		17歳	
2015年度						
1	群　馬	74.9	群　馬	73.1	青　森	76.3
2	北 海 道 ★	70.0	北 海 道 ★	70.6	宮　城	75.9
3	福　井	70.0	岐　阜	69.6	群　馬	75.2
2014年度						
1	青　森	71.9	石　川	72.1	北 海 道 ★	75.2
2	群　馬	71.4	福　井	71.6	石　川	74.6
3	京　都	70.1	徳　島	71.0	福　井	73.0
2013年度						
1	香　川	77.0	鳥　取	73.6	岐　阜	80.3
2	宮　城	73.9	青　森	73.5	愛　知	75.4
3	北 海 道 ★	72.0	茨　城	71.5	北 海 道 ★	75.0

【『スポ×コン応援団』特設ウェブサイトのコンテンツイメージ】

◆長年スポーツにおける視機能の研究をしている枝川先生が「スポーツと視力」についての疑問に回答！

『スポ×コン応援団』特設ウェブサイト URL：http://acuvue.jnj.co.jp/begin/spocon/

＜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、今年で　25　周年を迎えます。その間、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、貢献し続けたいと願っています。

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。

©J&J KK 2016