

家族の目はみんなで守る。人生100年時代の新しい「めまもり」習慣。 「めまもり」プロジェクト始動！

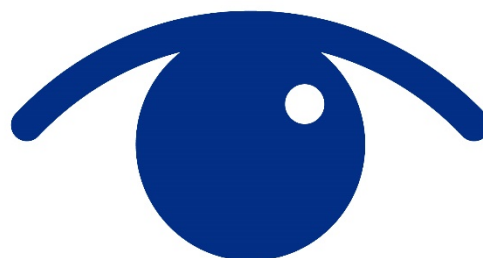
～自分と大切な人の目の健康寿命を延ばすために“知る。気づく。行動する。”～

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、2021年4月8日（木）、日本におけるトータルアイヘルスのリーディングカンパニーとして、人生100年時代の人々の目の健康「クオリティ・オブ・ビジョン（QOV）」を家族で守る啓発活動「めまもり」プロジェクトを始動いたします。

オフィシャルサイト URL： <https://acuvuevision.jp/memamori/top>

もっと知ろう、もっと守ろう、目の健康。

「めまもり」 プロジェクト



Quality of Vision 100

Johnson & Johnson VISION

■ 新しい生活様式の下で増える「家族」の時間。めまもりも、「家族」で習慣づける時代へ

「めまもり」プロジェクトは、さまざまな世代の方に目の健康の重要性を啓発することで、人々のQOVを守る取り組みです。新型コロナウイルスの感染拡大に伴う「新しい生活様式」の下、人々の「家族」との関係性には大きな変化がありました。内閣府の調査^{*1}では、感染拡大の影響下において、「家族と過ごす時間が増えた」と回答した人は全体の7割以上。そのうち8割以上の方が、「家族と過ごす時間を今後も保ちたいと思う」と回答するなど、共に過ごす時間の増加とともに、人々の家族に対する意識の高まりが顕在化しています。

■ 目の健康寿命を一人ひとりの寿命に近づけるのが、「トータルアイヘルスカンパニー」の使命

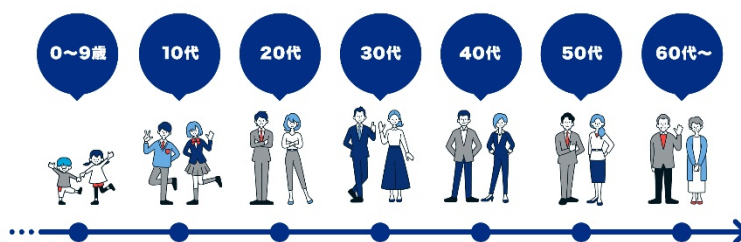
人生100年時代と言われる今、当社はトータルアイヘルスカンパニーとして目の健康寿命を各々の寿命に近づけることをビジョンに掲げています。当社は、コンタクトレンズをはじめとする品質の高い製品により、QOVの向上とともに、一人ひとりに対して目の健康を保つ意識を高めていくことも、大切な使命だと考えています。そして、その実現のために家族のつながりを起点にした啓発活動「めまもり」プロジェクトを新たに推進します。同プロジェクトは、「さまざまな形でわかりやすく、わたしのめまもり、かぞくのめまもり情報をお届けし、家族や大切な人との情報共有やコミュニケーションを促し、目の健康寿命を延ばすための『知る。気づく。行動する。』のきっかけをつくる」ことを目指しています。

わたしとかぞくの「めまもり」

自分のために、家族のために、まずは知ることから。

人生100年、それぞれの年代に合わせた「めまもり」を。

自分や家族の年齢をクリック



^{*1}：「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」（内閣府／2020年6月21日公表）

■体の部位の中で、健康上最も気になるのは「目・眼」

当社が2020年12月に行った調査^{*2}では、「健康を気にしている部位に関する質問」において、「気にしている（「とても気にしている」「やや気にしている）」と答えた方の割合が最も多かった部位は「目・眼」という結果となりました。多くの方が、目の健康へ強い関心を持っていることがうかがえます。

^{*2}: 家族と目の健康、目関連商品購入に関する調査 (n=4,200(15歳~74歳)/2020年12月4日~12月6日 インターネットにて実施)

Q: あなたご自身の体の健康についておうかがいします。以下のそれぞれの部位の健康について、現在、あなたはどの程度気にしていますか。

「とても気にしている」15.3%
「やや気にしている」35.9%
半数以上の方が
「目・眼」の健康を意識

	n=	気にしている・計			気にしていない・計 (%)	
		とても気にしている	やや気にしている	どちらともいえない	あまり気にしていない	まったく気にしていない
目・眼	4,200	15.3	35.9	20.4	13.0	15.4
口腔内 (歯・歯茎など)	4,200	14.6	32.7	22.8	12.8	17.1
毛髪 (髪の毛)	4,200	12.9	26.3	24.2	16.3	20.3
血液・血圧	4,200	10.3	24.9	23.6	20.1	21.1
皮膚	4,200	10.1	24.7	26.0	18.4	20.8
筋肉	4,200	7.4	24.5	28.6	18.8	20.7
関節	4,200	8.1	22.0	28.5	20.0	21.4
脳	4,200	8.0	20.8	27.8	20.0	23.4
鼻	4,200	6.1	17.5	28.6	23.0	24.9
心臓	4,200	6.4	16.5	29.0	23.2	25.0
その他の内臓	4,200	5.3	17.1	32.3	20.7	24.5
耳	4,200	6.9	15.4	29.3	23.5	25.0
泌尿器	4,200	5.9	16.3	30.2	22.5	25.1
肺	4,200	5.7	14.3	30.4	23.7	25.9
肛門	4,200	3.8	13.1	30.4	24.6	28.1

■目の健康意識は30代~40代から上昇

年齢別に目の健康意識の高さを見てみると、10代から20代にかけて関心が落ちるものの、30代から上がり始めることがわかります。

Q: あなたご自身の体の健康についておうかがいします。以下のそれぞれの部位の健康について、現在、あなたはどの程度気にしていますか。※目・眼に関する回答から抜粋

	n=	気にしている・計			気にしていない・計 (%)		
		とても気にしている	やや気にしている	どちらともいえない	あまり気にしていない	まったく気にしていない	
全体	4,200	15.3	35.9	20.4	13.0	15.4	
年代別	15~19歳	271	18.8	25.8	17.7	12.5	25.1
	20~29歳	543	12.3	28.9	23.2	14.9	20.6
	30~39歳	693	12.4	30.6	24.2	13.7	19.0
	40~49歳	824	15.5	35.9	21.5	11.9	15.2
	50~59歳	697	16.6	40.2	19.5	11.8	11.9
	60~69歳	822	16.9	42.2	17.4	13.7	9.7
	70~74歳	350	16.0	42.0	16.6	12.6	12.9

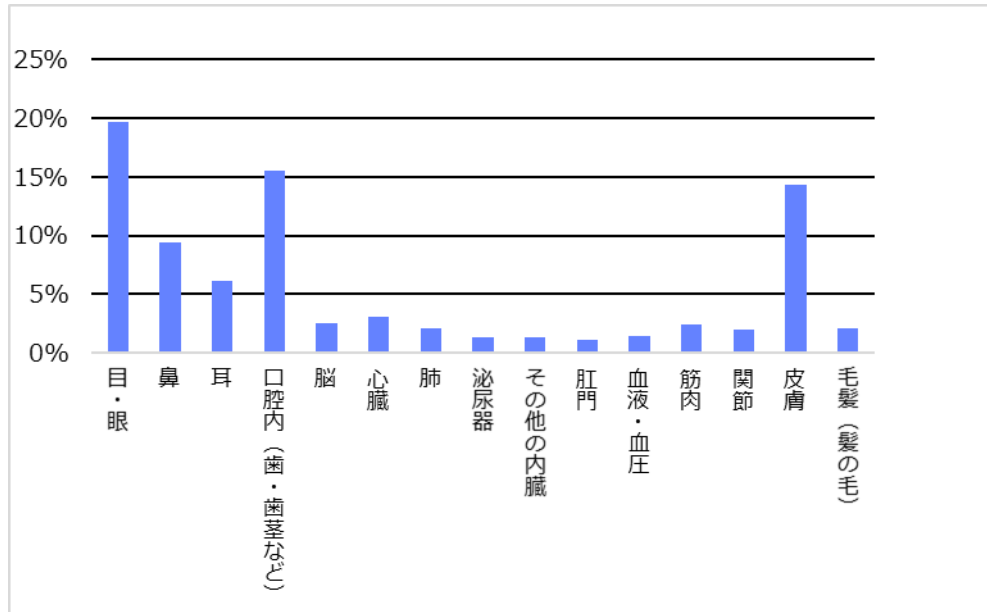
■子どもや親の「目・眼」の健康にも関心が高い

加えて、子どもや親について気にしている体の部位についてたずねる質問では、「自身の子どもの健康について気にしている部位」として「目・眼」が18%と15の部位の中で最も高く、「自身の親の健康について気にしている部位」では「目・眼」が「血液・血圧」に次いで2番目に高いという結果となりました。自分自身だけでなく、家族の健康についても「目・眼」は大きな関心を持たれている部位であることがわかります。

Q:あなたのご家族（お子さまと親御さんに限定）の体の健康についておうかがいします。以下のご家族の方の健康について、どの点を気にしていますか。

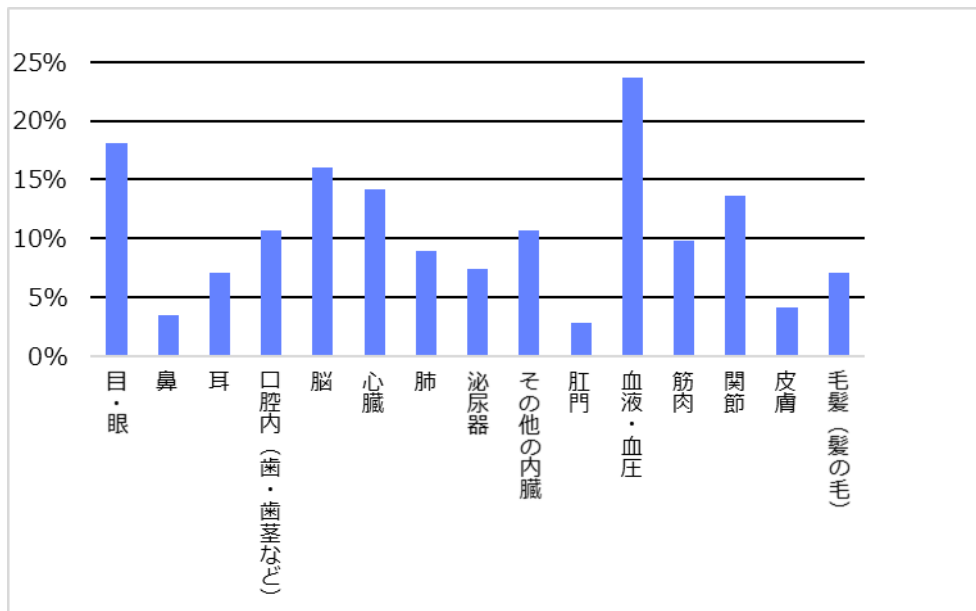
●子どもについて気にしている体の部位

※30~49歳男女で、0歳~19歳までの子どもがいる回答者のみ抽出(n=752)



●親について気にしている体の部位

※30~49歳男女で、同居または定期的に連絡をとる親がいる回答者のみ抽出(n=1,778)



■「家族間のコミュニケーション」が目の健康の意識向上のカギ

日本においては、高齢社会を背景とした白内障の高い有病率に加え、昨今のコロナ禍に伴う生活様式の変化で進む教育や就業の場におけるデジタル化や、それに伴うデジタル機器への接触時間の増加など、子どもから大人まで幅広い世代において、目の健康維持の重要性が高まっています。調査結果により、幼年期から高年期まで、あらゆる世代において継続的に「目の健康維持」に取り組むための施策として、幼い子どもや高齢の親の間に存在する「30代~40代」の方々を中心とした「家族間のコミュニケーション」が有効であることが垣間見えました。

目の健康意識が高まる 30 代～40 代はコンタクトレンズの浸透率も高く、コンタクトレンズブランド「アキュビュー®」を提供する当社だからこそ、この層に効果的に訴求できると考えます。加えて、30 代～40 代は 10 代以下の子どもやシニア世代の親を持つなど、家族の目の健康に関しても意識が高い年代です。「家族間のコミュニケーション」というユニークなアプローチを導入することで、全世代にわたる目の健康へ広く寄与できると考えます。

■今後の活動 — パーソナライズ化された情報を発信し、一人ひとりの「目の健康」をサポート—

目の健康寿命を延ばすため、各世代に合った「知る。気づく。行動する。」情報を自社アプリ「My アキュビュー® + (プラス)」内に随時更新していき、ユーザー登録をしていただいた利用者の方々に向けて、定期的に季節や興味・関心に合わせた目の健康情報をお届けするサービスを開始する予定です。新たな機能やツールの追加、社内外のコラボレーションなども積極的にを行い、人々の興味・関心やライフスタイル、ライフステージに沿った形で、「見えるを守り、見えるを楽しむ」ことに貢献していきます。

* * *

【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、全ての人々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】

「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、最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・調光機能などのさまざまな視力補正ニーズに対応する 13 種類の多彩な製品をラインナップしています。

ACUVUE®

※®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/>