

ボシュロム「目の健康に関するグローバル・バロメーター」 ファクトシート

コンタクトレンズをはじめとするアイケア製品の総合メーカー ボシュロムは、日本を含む世界11カ国(ブラジル、中国、ドイツ、フランス、インド、イタリア、日本、ロシア、スペイン、イギリス、アメリカ)の1万1千人を対象に、目の健康に関する意識と習慣について調査いたしました。ボシュロムはまず26カ国から、140人の眼科医療従事者からの無償協力を得てアンケート質問票を作成し、質問が的確で消費者の考えの核心的な部分を調査できるかについて検討しました。調査結果は、今後患者さんに、定期的な眼科健診が目の健康のためだけでなく体全体の健康のためにも重要であることをより広く理解してもらうために活用される予定です。ボシュロムは信頼されるパートナーとして、アイヘルスの専門家が患者さんとの話し合いのレベルを深め、より多くの知識を共有できるよう活動しています。「目の健康に関するグローバル・バロメーター」は、世界中の人々がより良い目の健康を保ち、より良い人生を送ることを支援するためにボシュロムが行っている、目の健康に関する啓発活動の一環として行われました。

以下は、ボシュロムによる今回の調査で明らかになった結果の一部です。調査結果の完全版(英語のみ)をご覧になりたい方は、下記問い合わせ先までご連絡ください。

主な調査結果

- 調査参加者の大多数が、目の健康に関する問題や正しい目の管理について自分は詳しく知っていると認識しているものの、実際の行動はそれとは逆を示している。(低い検診率、肥満や喫煙と目に関する間違った認識など)
- 高血圧やコレステロールなど、日頃、注意深く気にかけている健康状態や、健康のために定期的に行っている検診項目に比べても、失明や視力の低下はより QOL(Quality of Life:生活の質)に悪影響を与えると調査参加者は考えている。
- 調査参加者は、もし究極の選択を迫られた場合、視力を保持するためなら、給料の半分から寿命の内の10年、聴覚、味覚、片腕や片足まで、ほぼ何でも諦めると答えている。これは視力が彼らにとって最も重要な感覚であることを示している。
- 多くの消費者は、目の状況から、体の健康全般の状態を知ることができる事実をほとんど知らない。

主要データ¹

- 10人中7人が、自身の目の健康管理についての知識は豊富だと答えているが、過去12カ月間に目の健診を受けたのは10人中4人だけである。
- また、多くの調査参加者が、目の健康に関するよくある噂話や誤解に惑わされている。たとえば44%の人が「問題起きていない限りは目の検診を受ける必要はない」と答え、43%が「目が見えるということは、目が健康だということだ」と答えている。
- 調査参加者の60%が失明や視力の低下は生活の質に重大な悪影響を与えると答えたのに対し、高血圧が同様に悪影響を与えると答えたのは21%、高コレステロールは19%、歯の不健康は23%だった。
- 失明や視力の低下はQOL(生活の質)を下げる大きな要因にもかかわらず、過去2年間の間に眼科検診を受けた人は65%だった。これに対し、血圧チェックを行った人は83%、健康診断を受けた人は71%だった。
- 非常に多くの調査参加者が、視力を失うくらいならむしろ味覚を失う方を選び(79%)、同様に聴覚(78%)、手足(68%)、または寿命が10年短くなること(67%)までも選択している。
- 眼科医は、目の定期健診で、高血圧や糖尿病、甲状腺疾患などの病気の兆候を、体の他の部位に症状が出る何年も前に見つけることができる。

¹ ボシュロム 目の健康に関するグローバル・バロメーター2012

- 世界的に、目が体全体の健康の窓であることは知られていない。実際に、およそ10人中4人が、眼科医の診察を受けるのは、視力矯正のためだけであると誤解していたことを認めている。

調査方法

ボシュロムは世界有数の市場調査会社である KRC リサーチと協力し、「目の健康に関するグローバル・バロメーター」を開発し、実施しました。KRC は 2012 年 5 月 25 日から 6 月 13 日の間に 11 の国で合計 1 万 1 千人以上へのインタビューを実施しました。またそれに加え、アメリカの 10 都市(ボストン、シカゴ、ダラス/フォートワース、ロサンゼルス、ミネアポリス/セントポール、ニューヨークシティ、フィラデルフィア、ロチェスター、サンフランシスコ/オークランド/サンノゼ、マイアミ)においても、合計 250 のインタビューを行いました。全てのインタビューはインターネットを介して行われました。

ボシュロムのバロメーターの作成は、概念形成、検証、そして質問票作成の 3 つの段階にて行われました。最初の 2 段階は特にこのバロメーター特有のものです。

- 第1段階 — 概念形成: 検眼士、眼科医、アイケアの専門家を含む世界各国の22名の眼科医療従事者が、世界で最も重要で切迫した目の健康に関する問題点が何かを検討した。この段階での洞察や話し合われた内容はバロメーターのテーマやトピックを作成する際に用いられ、バロメーターが眼科医療従事者のニーズを満たすものとなるよう考慮された。
- 第2段階 — 検証: 次の段階では、KRCは26カ国147名の眼科医療従事者を調査し、概念形成の段階で明らかにされた傾向や問題を検証し、定量化した。この分析により、第1段階で参加した専門家らによってなされた合意内容が再確認され、また、世界各国の眼科医療従事者の間においても目の健康に関する同様の意見が認められたので、今回の調査の必要性が確認された。
- 第3段階 — バロメーター質問票作成: 第2段階の後、8個の質問を作成するため、現存する目の健康に関する膨大な量の情報が調査された。アンケートはその後、配布され、11,813名が回答した。質問の内容は世界共通で、各国同じものが使用された。

ボシュロムについて

ロチェスターに本社を置くボシュロムは、1853 年に設立された、世界中に 1 万 1 千人の社員を有する企業です。1971 年に世界で初めてソフトコンタクトレンズを製品化したアイケアのリーディングカンパニーです。その後も使い捨てコンタクトレンズや、煮沸不要の 1 ボトルタイプのレンズケア用品など、多様なユーザーのニーズに合わせた様々な製品を送り出してきました。現在では、サプリメントや眼科用医薬品、眼内レンズ・眼科手術機器などの領域においても眼科医やユーザーからの高い支持を受け、世界 100 以上の国においてビジネスを展開するグローバル企業に成長。世界中の人々の目の健康に貢献しています。

<http://www.bausch.co.jp/company/>

ボシュロムの日本法人であるボシュロム・ジャパン株式会社は、自然に大きく美しく見える、1 日使い捨てサークルレンズ「ボシュロム ナチュラル®」や、独自開発の非球面のレンズデザイン「HDオプティクス™」を採用した 2 週間交換ソフトコンタクトレンズ「ボシュロム メダリスト® フレッシュフィット™ コンフォートモイスト〈近視・遠視用／乱視用〉」を始め、多くのアイケア関連製品を販売しています。

※®™は、Bausch & Lomb Incorporated(米国および他国の子会社を含む)の商標または登録商標です。その他、記載している会社名、製品名は、各社の商標または登録商標です。

© Bausch & Lomb Incorporated