

# メガネ着用で気になるのは、レンズの“汚れ”と“くもり”

～コロナ禍で3割が「視力低下」、メガネのイメージは？～

国内1,400社超が利用する日用品流通の情報基盤を運営する株式会社プラネット（所在地：東京都港区、代表取締役社長：田上正勝）は消費財や暮らしにまつわるトピックスをお届けする『Fromプラネット』の第173号として、メガネに関する意識調査の結果をご紹介します。未掲載のデータもご提供できますのでお気軽にお問い合わせください。

## ■ 若年層で“メガネ使用率”増加、半数が中学までに“メガネ使用開始”

テレビにスマホ、パソコンと、目を酷使することが多い現代人。コロナ禍以降は在宅勤務でパソコンとにらめっこの日が続き目が悪くなったみたい…と感じて、メガネやコンタクトレンズを初めて作ったり、作り替えた人もいます。そこで今回はメガネについて、いろいろと調査してみました。

まず、【普段の生活でメガネ(度なしを含む)やコンタクトレンズを使用しているか】をたずねたところ(図表1)、「メガネを使用」(「常に」+「必要ときだけ」)＝「メガネ派」は57.5%と半数以上に。「コンタクトレンズと使い分け」を加えると(＝メガネ使用率)74.2%と実に4分の3の人がメガネを使用していることになります。

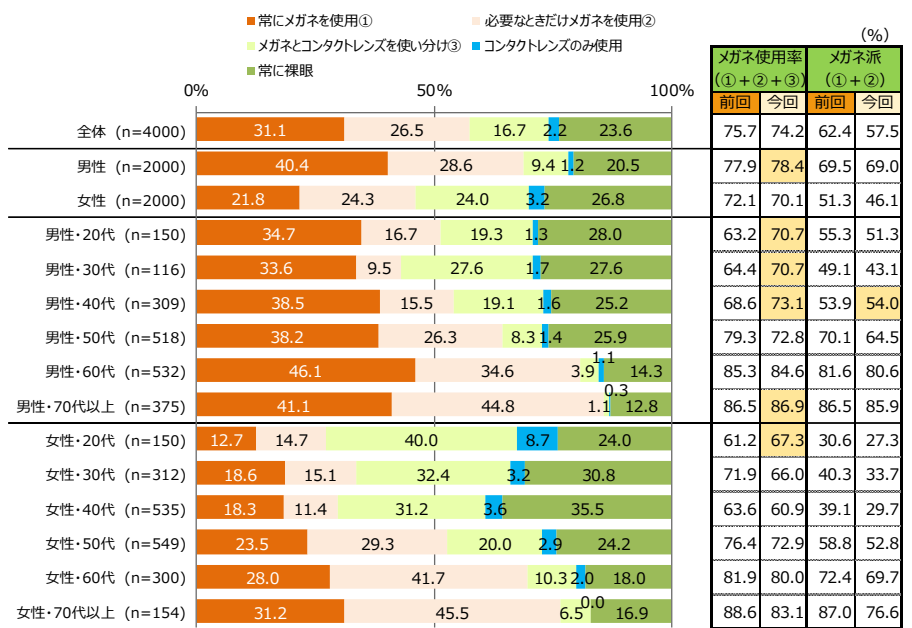
年代別にメガネ使用率の最大値と最小値の差をみると、男性12.5ポイント・女性18.5ポイントと、女性のほうが年代差が大きい結果に。女性40代以下で「メガネとコンタクトレンズを使い分け」が3～4割、「コンタクトレンズのみ使用」も他年代より高いことから、若年女性は“コンタクトレンズ派”が優勢のようです。

4年前に実施した2017年調査と比べると、「メガネ使用率」は1.5ポイント、「メガネ派」も4.9ポイントそれぞれ低下しているのは意外ですね。「メガネ使用率」の変化を性年代別でみると、女性では20代以外は前回より低下していますが、男性は40代以下と70代以上で上昇。コンタクトレンズ併用者派が下支えして、若年層を中心に男性のメガネ利用率は高まっているようです。

【視力矯正(近視、乱視、遠視など)を始めた時期】もきいてみたところ(図表2)、メガネでは「中学生」20.0%、「高校生」13.9%と、両者で3分の1に。「小学校5～6年」以下も合計で2割近くにのぼることから、実に半数以上の方が高校時代までにメガネをかけ始めていました。メガネの使用開始時期は「中学生」をピークに「30代」まで低下が続きますが、老眼が気になりだす40代・50代で再び上昇に転じています。

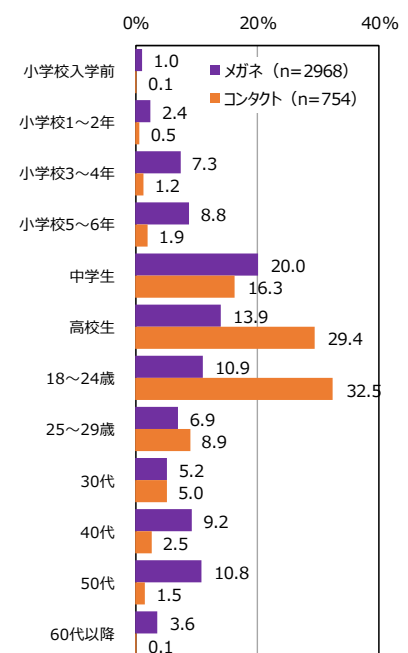
コンタクトレンズでは、最多が「18～24歳」32.5%、これに「高校生」29.4%が続く、メガネよりピークが後ろずれています。高校・大学への進学や就職と環境が変わる時にイメージチェンジする人が多いのでしょうか。両者に続くのは「中学生」16.3%。環境変化に加え、運動系の部活でメガネでは不都合が生じるなどでコンタクトレンズを使い始める人もいるのかもしれない。

図表1 「普段の生活でメガネ(度なしメガネを含む)またはコンタクトレンズを使用していますか」への回答



注：前回調査は2017年8～9月に実施、n=3807。■は前回調査より高値

図表2 「視力矯正のためにメガネやコンタクトレンズの使用を始めたのはいつですか」についての回答



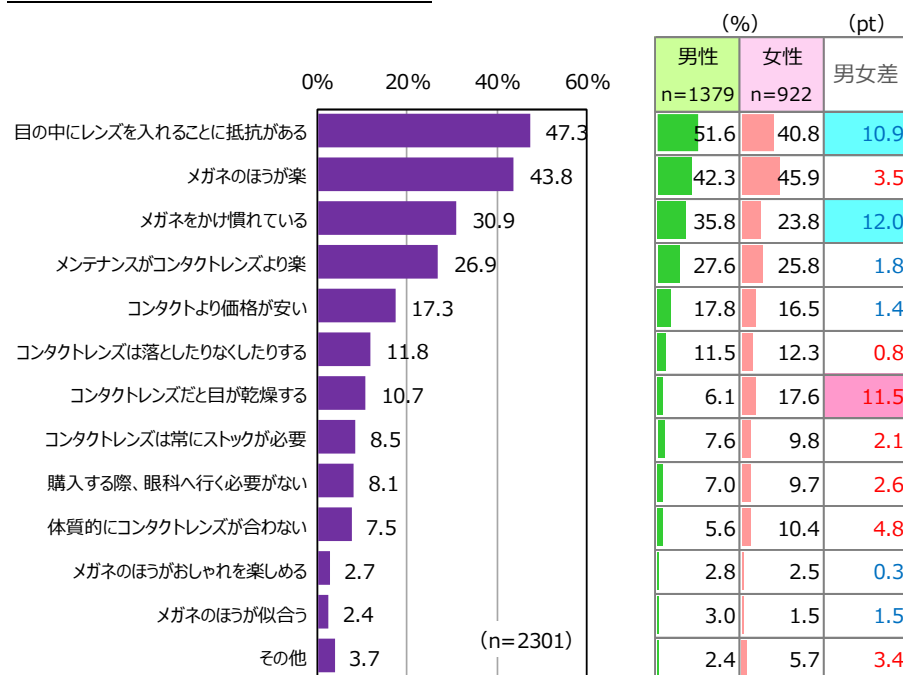
## ■ メガネを使う理由は、女性は“楽”、男性は“目にレンズを入れたくない”

図表1で見たように、半数以上の方がコンタクトレンズではなくメガネを使っていますが、その理由についても聞いてみました(図表3)。47.3%と最多だったのは、「目の中にレンズを入れることに抵抗がある」。最初は目にレンズを入れるのは怖いですし、うまく入らない、痛い、違和感があるなどは、コンタクトレンズの最初の関門かもしれません。またコロナ禍の現在、衛生面が気になる人もいそうです。2位は「メガネのほうが楽」43.8%。必要な時にすぐかけられる、という手軽さの点では、やはりメガネに軍配が上がりますね。以下、「メガネをかけ慣れている」「メンテナンスが楽」と続きました。全般に利便性や経済性に関する項目で比率が高く、「おしゃれを楽しめる」「メガネのほうが似合う」といったファッション性に関する項目は2%強にとどまりました。

男性トップ、女性2位の「目の中にレンズを入れることに抵抗」は男性の方が10ポイント以上高いというのは少し意外な気がします。「メガネをかけ慣れている」も男性が12ポイント上回っていますが、図表1で若年層を中心に女性のコンタクトレンズ使用率が高いことを考え合わせると納得できますね。女性の方が高値を示したのは「コンタクトレンズだと目が乾燥する」で、11.5ポイントの差となりました。

男性トップ、女性2位の「目の中にレンズを入れることに抵抗」は男性の方が10ポイント以上高いというのは少し意外な気がします。「メガネをかけ慣れている」も男性が12ポイント上回っていますが、図表1で若年層を中心に女性のコンタクトレンズ使用率が高いことを考え合わせると納得できますね。女性の方が高値を示したのは「コンタクトレンズだと目が乾燥する」で、11.5ポイントの差となりました。

図表3 「コンタクトレンズを使用せずメガネをかける理由は何ですか」についての回答(複数回答)



男女差青字・・・男性の方が数値が高い  
男女差赤字・・・女性の方が数値が高い

## ■ レンズの“汚れ”と“くもり”が悩ましい…

メガネは顔の前にかけるわけですから、着用中は何かと気になることが出てくるもの。そこで、メガネをかけている時にどういったことが気になるかを聞いてみました(図表4)。48.4%と最も多くの方が挙げたのは「レンズが汚れる」。「レンズに触った覚えはないのに、なぜか汚れている！」ということとはよくありますね。1ポイント差で2位になったのは「呼吸や温度差でレンズがくもる」47.4%。電車に乗ったり室内に入った瞬間、目の前が真っ白…というのは、冬のメガネでよくあることです。さらに、コロナ禍で日常的にマスクを着けるようになり、マスクから漏れる呼吸起因など“くもり問題”が通年化したからか、特に男性70代以上と女性50代以上で高率となりました。

3位の「メガネが下がってくる」は30～50代を中心に女性が高い傾向に。これは男性より骨格が小さいために生じる悩みなのかもしれません。「目が疲れる」「鼻当ての部分に跡がつく」といった身体上の不具合、「鼻当ての部分」や「耳」の「痛み」といった不快感など、全般に女性のほうが高い傾向にありました。

3位の「メガネが下がってくる」は30～50代を中心に女性が高い傾向に。これは男性より骨格が小さいために生じる悩みなのかもしれません。「目が疲れる」「鼻当ての部分に跡がつく」といった身体上の不具合、「鼻当ての部分」や「耳」の「痛み」といった不快感など、全般に女性のほうが高い傾向にありました。

図表4 「メガネをかけているときに気になることは何ですか」への回答(複数回答、上位10項目、性年代別)

性年代別	n	割合 (%)									
		レンズが汚れる	呼吸や温度差でレンズがくもる	メガネが下がってくる	目が疲れる	鼻当ての部分に跡がつく	かけているうちにフレームが広がる・ゆがむ	鼻当ての部分がかぶる	耳が痛くなる	レンズの度が合っていない/合わなくなった	肩こり、首のこり
全体	2968	48.4	47.4	34.2	33.6	26.7	22.9	18.8	18.6	17.7	11.3
男性	1567	49.2	46.6	27.1	32.0	17.2	20.0	15.9	16.1	16.0	9.0
女性	1401	47.5	48.3	42.1	35.3	37.3	26.3	22.0	21.4	19.7	13.8
男性・20代	106	33.0	28.3	19.8	35.8	5.7	8.5	10.4	18.9	9.4	10.4
男性・30代	82	36.6	28.0	20.7	35.4	18.3	8.5	19.5	29.3	9.8	15.9
男性・40代	226	45.1	40.7	28.3	34.5	18.1	20.4	18.6	18.1	10.2	11.1
男性・50代	377	45.1	43.2	27.1	37.1	17.5	18.0	17.0	18.0	19.1	12.5
女性・60代	450	55.1	50.4	28.0	27.6	18.7	22.7	17.1	14.2	16.7	7.1
男性・70代以上	326	57.1	59.8	29.1	28.5	17.5	24.8	12.0	10.7	19.0	4.0
女性・20代	101	40.6	34.7	38.6	39.6	26.7	27.7	20.8	20.8	21.8	11.9
女性・30代	206	44.2	40.3	43.7	31.6	36.4	26.7	20.9	25.2	12.6	14.6
女性・40代	326	49.4	46.0	48.2	39.9	40.8	27.3	25.5	29.1	21.2	15.6
女性・50代	400	50.0	53.0	46.0	37.8	42.0	29.5	25.8	20.0	21.5	16.5
女性・60代	240	46.7	51.3	35.8	34.6	34.6	24.6	16.3	16.7	21.7	13.3
女性・70代以上	128	46.9	57.0	26.6	20.3	28.1	14.8	14.8	9.4	16.4	1.6

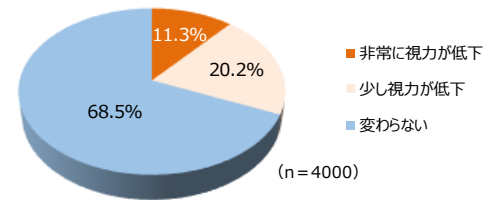
全体より、■ +10ポイント以上 ■ +5ポイント以上 ■ -5ポイント以上 ■ -10ポイント以上

## ■ コロナで3割強が“視力に変化”、主因は男性が“パソコン”・女性は“スマホ”

“小学校6年生時点で裸眼視力1.0未満の児童は約半数”という2020年度「学校保健統計調査」(文部科学省)の結果が話題になったのは2021年夏のこと。その要因としてコロナ禍でテレビやスマホなどの視聴時間増が言われましたが、大人でも同様の傾向がみられるのでしょうか。そこで、コロナ禍以降に視力の変化があったかを聞いてみたところ(図表5)、「非常に」11.3%、「少し」20.2%と、合計31.5%の人が「低下」と回答しました。やはり視力の低下は子どもに限られたことではなかったようです。

では、視力低下の要因は何なのかについてもたずねてみました(図表6)。最も多かったのは「パソコンを見る時間が増えたから」53.0%、2位は「スマホやタブレットを見る時間が増えたから」50.9%で、いずれも半数以上となりました。リモートワークを含めて在宅時間が増えたことで、ネットサーフィンや動画閲覧などの時間も増えたのでしよう。男女別では、前者は男性、後者は女性がそれぞれ約6割、年齢別でも前者は高齢層、後者は壮年層が高率と、性別・年代別で明確な差があるのは興味深いところです。3位の「テレビを見る時間が増えたから」は男女間の差はありませんが、年代別では20代と70代以上が高率に。“テレビ離れ”が言われる若年層ですが、やはり在宅時間が増えると、ついテレビを付けてしまうのでしょうか。「ゲームをする時間が増えたから」と「リモート勤務／授業が増えたから」は30代以下で、また「読書の時間が増えたから」は70代以上がそれぞれ高値となっているのは納得がいきますね。

図表5 「コロナ禍(2020年2月)以降、視力に変化はありましたか」への回答



図表6 「コロナ禍以降に視力に変化があった理由は何だと思いますか」への回答(複数回答)

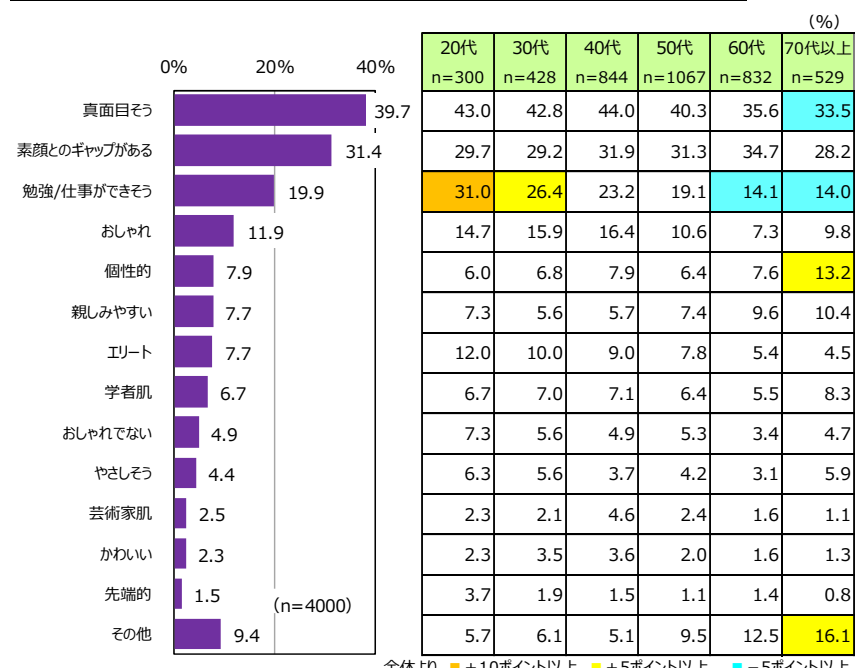
	n =	パソコンを見る時間が増えたから	スマホやタブレットを見る時間が増えたから	テレビを見る時間が増えたから	ゲームをする時間が増えたから	リモート勤務／授業が増えたから	読書の時間が増えたから	その他
全体	1260	53.0	50.9	23.3	13.3	11.0	10.7	7.7
性別								
男性	596	59.6	41.6	23.2	12.9	12.9	11.9	8.4
女性	664	47.1	59.2	23.5	13.7	9.3	9.6	7.1
年代別								
20代	97	38.1	50.5	29.9	34.0	19.6	5.2	1.0
30代	99	40.4	63.6	23.2	30.3	26.3	9.1	3.0
40代	284	46.8	58.5	20.4	15.5	11.3	9.5	6.0
50代	378	49.2	53.7	19.6	9.0	11.9	8.5	10.6
60代	251	62.9	45.0	25.5	8.0	5.6	14.7	8.8
70代以上	151	75.5	31.1	30.5	4.6	2.0	16.6	9.3

全体より、■ +10ポイント以上 ■ +5ポイント以上 ■ -5ポイント以上 ■ -10ポイント以上

## ■ メガネをかけた人のイメージはやっぱり…

ひと昔前、ややもするとメガネにはネガティブな印象を持たれがちでしたが、近年はファッション性の高いフレームが増えたほか低価格化も進み、“おしゃれアイテム”として複数本をTPOに合わせてかけ替える人もいます。こうしたなか、メガネをかけた人に対してどのようなイメージを抱いているのかを聞いてみました(図表7)。39.7%と最多となったのは「真面目そう」。“メガネ＝真面目”の図式は揺るがないようですね。同系列の「勉強／仕事ができそう」(19.9%・3位)や「エリート」(7.7%・同率6位)も共通して若年層で高値を示しているのは、“勉強”や“仕事”が身近な話題であることも関連しているのかもしれませんが。「おしゃれ」(4位・11.9%)も同様の傾向にあることから、若年層ではメガネは「おしゃれで真面目そうに見えるアイテム」という位置づけなのかもしれません。2位の「素顔とのギャップがある」31.4%は年代による差は小さく、素顔とのギャップに驚いたり、ときめいたりするのは世代を問わないようです。

図表7 「メガネをかけた人に対するあなたのイメージは以下のどれに当てはまりますか」への回答(複数回答、年代別)



## ■ メガネの“イメージ向上”が追い風

最後に、メガネのエピソードや、かけていて困ったこと・よかったことなどを自由に書いてもらいました。40代以上を中心に、メガネ価格の低下や品ぞろえの充実、おしゃれアイテム化を喜ぶ声が多く寄せられました。一方で、“落とした”“割った”“壊された”などの失敗談や、“目を大切にしておけばよかった”といった後悔の念を吐露してくれた人も。マスクとメガネを両用する時間が増え、メガネの曇りや耳への負担を訴える意見も多く見受けられました。メガネを日常的にかける人も多い現在、さまざまな形や色のフレームで楽しんで、“メガネ生活”を快適かつ楽しく送っていきたいものですね。

### 《メガネのエピソード、メガネをかけていて困ったこと・よかったこと》

#### 【メガネを楽しんでいます】

- メガネが好きで、どんどん買ってしまふ。度数が変化しないのにメガネを新調すると家で怒られる。(男性・50代)
- ずっと度なしメガネを買いたいと思っていて、2年前ぐらいにやっと買った。シンプルな服でもちょっとかけるだけでオシャレに見える。(女性・30代)
- 今までメガネをかけて外出するのがダサい気がして嫌だった。そんな時見つけたのが都内のおしゃれな眼鏡屋。フチのディテールもとても綺麗で、まるで伊達メガネに見える！矯正用メガネでも可愛いのがあるんだと思い、今はそれをつけて外出している。(女性・20代)

#### 【メガネへの意識の変化】

- 私がメガネをかけはじめた37年前、メガネはからかいの対象でネガティブ要素でしかありませんでしたが、今はファッションの一部であったりしてメガネの地位が上がったなと思います。メガネ男子も素敵！！(女性・40代)
- 最近は昔ほどメガネに抵抗がない。昔よりスタイリッシュになったためである。また、曲がるフレームなど子供がいてもかけやすいのは有り難い。(男性・40代)

#### 【メガネで失敗！これは困った！】

- 意外と漫画じみた失敗をする。頭の上にかけたままメガネを探す。メガネをかけたまま顔を洗う。メガネをかけたままヘルメットをかぶる。俺だけ？(男性・40代)
- 長年かけているのでメガネのフレームがだんだん緩んできて、お辞儀をした時に床に落ちてしまい、驚かれたのが恥ずかしかったです。(男性・60代)
- 3D眼鏡などをかける時にメガネが二重になって、ずれやすくなる。(女性・20代)
- コロナ感染が始まってからマスクをしてメガネをかけると、夏場は暑苦しく、冬場はレンズが曇ることが多いのが嫌だし、メガネがずれてくるのもわずらわしく感じる。(女性・50代)

#### 【メガネ男子・女子にときめく】

- メガネが好きではありませんでした。高校生の時好きだった男子はメガネフェチで、好きになってくれて付き合っていました。微妙な理由で複雑な気分でした。(女性・50代)
- 思春期からメガネフェチ。コンタクトレンズだった夫を説得してメガネをかけさせた。(女性・30代)
- 好きなアイドルが普段かけないメガネやサングラスを時々かけていると、すごくきゅんとします。(女性・30代)

#### 【あるといいな、こんなサービス】

- 輪郭や顔立ちによって、どういうタイプが似合うかわかるアプリなどがあると良いと思う。(女性・30代)
- メガネは価格が高いので気軽に買えない。医療機器的な性質をもったアイテムでもあるので、せめて数年に一度でもいいから保険適応で買えるようになればいいのと思う。(男性・30代)
- 自分にすごく似合うと思って使っているわけではないので、本当に似合うメガネを探してみたい。また、自分に似合うものをおしゃれな人にセレクトしてほしい。(女性・40代)

## 《 「メガネ」に関する意識調査 質問一覧 》

- Q1.あなたは普段の生活で、メガネ（度数しメガネを含む）またはコンタクトレンズを使用していますか。（お答えは1つ）
- Q2.あなたが普段、メガネやコンタクトレンズを使用する目的（理由）は何ですか。（お答えはそれぞれいくつでも）
- Q3.あなたが視力矯正（近視、遠視、乱視、老眼）のためにメガネやコンタクトレンズの使用を始めた時期はいつですか。（お答えはそれぞれ1つ）
- Q4.あなたがコンタクトレンズを使用せず、メガネをかける理由は何ですか。（お答えはいくつでも）
- Q5.あなたは以下のどの店舗でメガネ（フレームのみを含む）を買ったことがありますか。当てはまるものをすべてお答えください。（お答えはいくつでも）
- Q6.あなたがメガネをかけているときに気になることは何ですか。以下から当てはまるものを選んでください。（お答えはいくつでも）
- Q7.あなたはコロナ禍以降（2020年2月以降）、メガネをかける頻度に変化はありましたか。（お答えは1つ）
- Q8.コロナ禍以降（2020年2月以降）、あなたは視力に変化がありましたか。（お答えは1つ）
- Q9.あなたがコロナ禍以降に視力に変化があった理由は何だと思えますか。（お答えはいくつでも）
- Q10.メガネをかけた人に対するあなたのイメージは以下のどれに当てはまりますか。（お答えはいくつでも）
- Q11.メガネについてのエピソードや思うこと、メガネをかけていて困ったこと・よかったことなど、自由にお書きください。（自由回答）

調査機関：株式会社プラネットによる調査企画をもとに、株式会社ネオマーケティングにて「メガネ」に関する意識調査を実施。

期間：2021年12月17日～21日、インターネットで4,000人から回答を得ています。

**株式会社プラネットとは** <https://www.planet-van.co.jp/>

メーカー、卸売業、小売業がサプライチェーンとして連携し、生活者へのサービス向上を目指して進化を続ける日本の消費財流通を、情報インフラ運営で支えている上場企業(証券コード2391)です。

**From プラネットとは** [https://www.planet-van.co.jp/news/from\\_planet.html](https://www.planet-van.co.jp/news/from_planet.html)（バックナンバーもご覧になれます）

株式会社プラネットが発信しているニュースレターです。消費財や暮らしに関する旬なトピックスなどをご紹介します。

### 本件に関するお問い合わせ先

(感想や取り上げてほしいテーマなどもお寄せください。今リリースに掲載していない結果や属性データもご紹介できます)

株式会社プラネット 広報部(河合、角田)

E-mail : [koho-pr@planet-van.co.jp](mailto:koho-pr@planet-van.co.jp)