

## 男性は“メガネ派”、女性はコンタクトと使い分ける“併用派”

～イメチェンにぴったり!? 男性も女性もメガネっ子・メガネ男子にときめいている～

国内1,200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、日用品にまつわるトピックスをお届けする『Fromプラネット』の第71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。バックナンバー [https://www.planet-van.co.jp/news/from\\_planet.html](https://www.planet-van.co.jp/news/from_planet.html)

### ■ 4人に3人がメガネをかけている

10月10日は「目の愛護デー」。最近はずを守るため、ブルーライト対策用のメガネをかける人もいます。今回は、メガネに関するアンケートを実施。ふだんメガネをかけているかや、メガネをかける目的・理由、メガネ選びのポイントなどについてまとめました。

まずは、ふだんメガネをかけているかどうかを聞きました(表1)。すると、「常にメガネをかけている」33.7%、「必要ときだけメガネをかける」28.7%、「メガネとコンタクトを使い分けしている」13.3%。この3つを合わせた“メガネ使用率”計は75.7%となり、4人に3人が日常的にメガネをかけていることがわかりました。

男女別に見ると、男性では「常にメガネをかけている」が40.8%であるのに対し、女性では22.8%と男性の半分近く。一方で、「メガネとコンタクトレンズを使い分けしている」は、男性の8.4%に対し、女性では2倍以上の20.8%。男性にはメガネのみを使用する“メガネ派”が多く、女性は、シーンによってコンタクトレンズと使い分ける“併用派”が多いことがうかがえます。

性年代別に見ると、男女ともに、年代につれて“メガネ使用率”計が上がっていく傾向が見られました。若いうちは視力がよかった人でも、年齢が上がると老眼鏡が必要になり、「いつも裸眼(メガネもコンタクトレンズも使用しない)」の割合が低下していくと考えられます。

女性では、20代・30代で「メガネとコンタクトレンズを使い分けしている」が30%を超えています。年代が高くなるにつれて減少。対照的に、メガネのみを使用する“メガネ派”計が増えていく傾向が見られました。

### ■ 女性に多い、ブルーライト対策

次に、メガネ使用者を対象に、メガネをかける目的・理由を聞きました(表2)。1位は「近視の矯正」73.1%で圧倒的に多く、2位「老眼の矯正」39.1%、3位「乱視の矯正」37.4%でした。やはり第一に視力の矯正がメガネをかける大きな目的という人が多いようです。しかし、続く4位には、「遠視の矯正」を抑え、「ブルーライト対策」9.3%が続きました。男女別に見ると、「ブルーライト対策」は、女性では12.4%と1割を超え、男性との差は5.1ポイント。「紫外線(UV)対策」についても、女性では9.3%と1割近く。女性のほうが目を守ることへの関心があることがうかがえます。

表1 「ふだんの生活で、メガネ(度なしメガネ含む)をかけていますか」についての回答

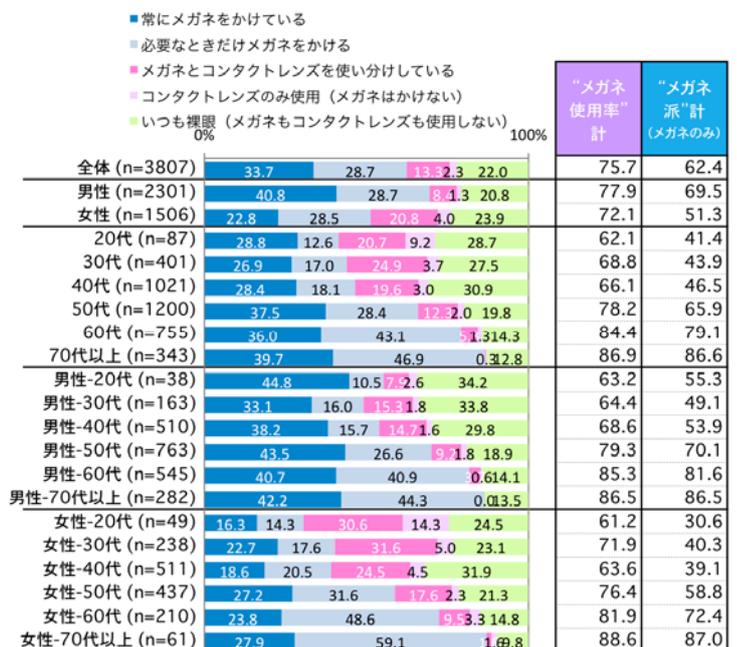


表2 「ふだん、メガネをかける目的(理由)は何ですか」についての回答



調査機関: インターワイヤード株式会社が運営するネットリサーチ『DIMSDRIVE』実施のアンケート「メガネ」。  
期間: 2017年8月23日～9月7日、DIMSDRIVE モニター3,807人が回答。  
表3～表6、エピソードも同アンケートです。

## ■ 男性は「目の中にレンズを入れる」のがコワイ!?

最初の調査の結果(表1)で、男性には“メガネ派”が多く、女性にはコンタクトレンズとの“併用派”が多いことがわかりました。そこで、メガネのみの使用者に、コンタクトレンズを使用せず、メガネをかける理由は何かを聞きました。

1位は「目の中にレンズを入れることに抵抗があるから」39.3%、2位「洗浄などメンテナンスがコンタクトより楽だから」32.6%、3位「メガネをかけ慣れているから」29.8%の順。4位に「価格(コンタクトレンズのほうが費用がかかるから)」16.1%が続きました。メンテナンスの手間や価格よりも、コンタクトレンズそのものに違和感や拒否感があり、メガネを選んでいる人が多いようです。

男女別に見ると、上位3項目はすべて男性のほうが高く、男性では41.3%が「目の中にレンズを入れることに抵抗があるから」と回答。一方、女性のほうが男性より高く、男女差が大きかったのが「コンタクトだと、目が乾燥するから」。同じ「メガネ派」でも、男性と女性とでは気になるポイントが違うようです。

## ■ メガネ選びの基準で、2位「価格」を上回った1位は？

メガネ使用者に、メガネを購入する際の選択基準を聞きました。すると最も多かったのは【フレーム】「デザイン」62.4%。2位【フレーム】「価格」57.3%、3位【フレーム】「色」52.1%、4位【レンズ】「価格(付加料金がかかるか)」50.2%、5位【フレーム】「かけ心地」44.2%、6位【フレーム】「軽さ」39.9%の順でした。上位3項目までが【フレーム】に関する項目。さらに、6位までのうち5項目が【フレーム】に関する項目でした。やはり“メガネは顔の一部”。見た目の印象を左右する【フレーム】のデザインや色 まずは重視されていることがわかります。

男女別に見ると、上位項目ほど、女性のほうが男性より高い項目が多くなっていました。最も男女差が大きいのは、【フレーム】「色」。女性では65.6%で、男性との差は21.6ポイントもありました。次いで男女差が大きいのは、全体では13位の【フレーム】「似合っているかどうか」で、男女差は18.7ポイント。1位の【フレーム】「デザイン」も3番目に男女差が大きく、女性のほう12.9ポイント上回りました。

男女別に10位までの項目を見ていくと、男性と女性とでは順位が異なり、項目も違うことがわかります。男性では、10位までのうち、【フレーム】項目が5つ、【レンズ】項目が5つと半々。女性ではトップ10に入っていない【レンズ】の「品質」と「傷つきにくさ」が入っています。また、2位に【フレーム】「価格」、3位に【レンズ】「価格」が入り、価格が重視されているようです。

一方、女性では、10位までのうち【フレーム】項目が7つ、【レンズ】項目が3つと【フレーム】項目のほうが多くなっています。また、【フレーム】の「価格」よりも、「デザイン」「色」のほうが上位。【レンズ】「価格」は5位と、さらに下回りました。価格よりも、デザインや色の要素が重視されています。

女性で8位の【フレーム】「似合っているかどうか」が、男性ではトップ10圏外なのも興味深いところ。女性にとって、自分に似合っているかどうか大事な要素のひとつ。より“ファッション感覚”でメガネを選んでいると言えます。

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

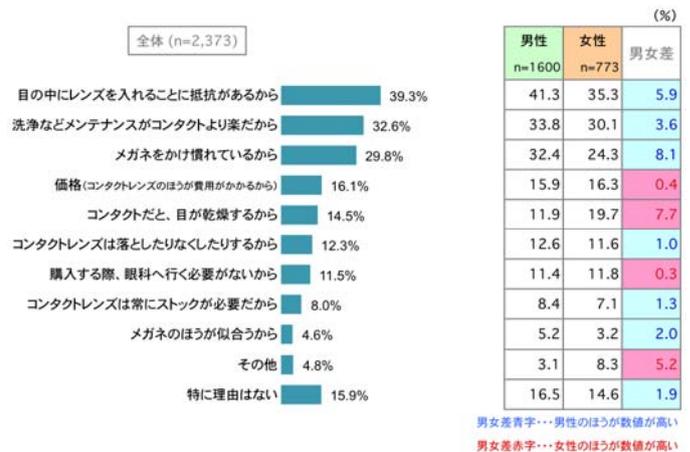
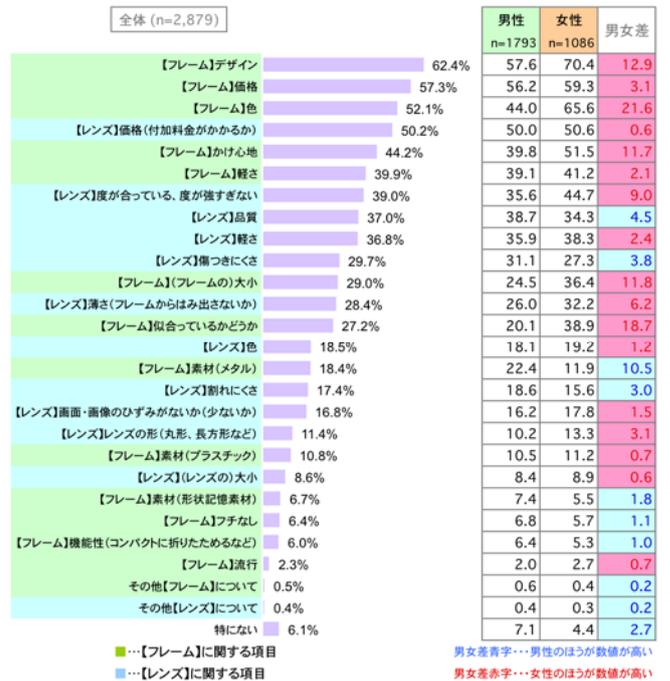


表4 「メガネを選ぶ／購入する際、何を基準に選んでいますか。【フレーム】と【レンズ】についてお答えください」についての回答



### 《男女別順位(10位まで)》

順位	男性(n=1793)	(%)	女性(n=1086)	(%)
1位	【フレーム】デザイン	57.6	【フレーム】デザイン	70.4
2位	【フレーム】価格	56.2	【フレーム】色	65.6
3位	【レンズ】価格(付加料金がかかるか)	50.0	【フレーム】価格	59.3
4位	【フレーム】色	44.0	【フレーム】かけ心地	51.5
5位	【フレーム】かけ心地	39.8	【レンズ】価格(付加料金がかかるか)	50.6
6位	【フレーム】軽さ	39.1	【レンズ】度が合っている、度が強すぎない	44.7
7位	【レンズ】品質	38.7	【フレーム】軽さ	41.2
8位	【レンズ】軽さ	35.9	【フレーム】似合っているかどうか	38.9
9位	【レンズ】度が合っている、度が強すぎない	35.6	【レンズ】軽さ	38.3
10位	【レンズ】傷つきにくさ	31.1	【フレーム】(フレームの)大小	36.4

## ■ メガネにお金をかけるのは男性？ 女性？

メガネ選びで重視するポイントを聞いた前の調査の結果(表4)では価格も上位に入っていました。実際、いくらかのメガネを買っているのか気になるようです。聞いてみると、最も多かったのは「(10,000～)20,000円以下」30.8%、次いで「(5,000～)10,000円以下」21.7%、「(20,000～)50,000円以下」19.5%という順でした。

男女別に見ると、男女ともに1位は「(10,000～)20,000円以下」。しかし続く2位は、男性ではより高価格帯の「(20,000～)50,000円以下」、女性ではより低価格帯の「(5,000～)10,000円以下」でした。男女差に注目すると、10,000円より高い項目では男性のほうが多く、10,000円以下の項目では女性のほうが上回っていました。男性のほうがメガネにお金をかけていることがわかります。表4の調査結果では、メガネを買うとき、男性のほうが価格を気にしていることがわかりましたが、必ずしも安いだけでメガネを選んでいるわけではないようです。またコンタクトと併用する人も多い女性と違い、男性はメガネのみの使用者が多く、それだけメガネにお金をかけられるのかもしれませんが。

## ■ アイケアには、やはりあの果物

さらに、目のためにどんなケアを実践しているかを尋ねました(表6)。すると、「目薬をさす」が最も多く、37.9%で1位。2位に「パソコンやテレビを長時間みないようにする」11.9%、3位に「ブルーベリーを食べる」と「こめかみや目のまわりをマッサージする」が同率の11.0%、と僅差で続きました。ブルーベリーは眼精疲労の軽減や視力の回復にいいと広く言われていますが、実際に、アイケアのためにブルーベリーを食べている人が1割以上。「ブルーベリー＝目にいい」というイメージが浸透していることがわかります。

目のケア方法として、4割近い人が実践していると答えていた「目薬をさす」。そこで、どんな目薬が売れているのか、ランキングを調べてみました(表7)。

20位までのアイテムで目立っているのは、小さい文字が見えにくい、目がかすむなど、年齢による症状をやわらげる効果をうたったもの(1位、7位、14位、15位、16位、18位)。6つのアイテムが入っていました。

清涼感や爽快感のあるタイプのもものがランクイン(2位、4位など)していると同時に、「ソフト」「マイルド」など、刺激性の低いタイプのものも入っている(3位、7位など)のにも注目。爽快感を求める人と、やさしいさし心地を求める人の両極に分かれている様子が見えがうかがえます。ソフトコンタクトレンズなどに対応したタイプも多数ランクイン(3位、5位、10位など)。また、ビタミンを配合したもの、紫外線から眼を保護する機能のものも多く、現代人が抱える多様なトラブルやシーンに対応しているようです。

平均売価を見ると、500円以上のアイテムが5つ、1,000円以上のアイテムも2つがランクイン。多少高くても、価格に見合った高機能の目薬をを求める人が増えていることがうかがえます。

表5 「フレームとレンズ合わせて、1本あたりいくらか(税別)で買うことが多いですか」についての回答



表6 「『目』のために、実践しているケア方法があれば教えてください」についての回答



表7 「ドラッグストアでの目薬売り上げ個数ランキング」

個数順位	ブランド名	商品名	メーカー名	平均売価(円)
1	スマイル	スマイル40EX 15ml	ライオン	210
2	サンテFXネオ	サンテFXネオ 12ml	参天製薬	306
3	ソフトサンティア	ソフトサンティア 5ml×4本	参天製薬	543
4	Zi	ジーb 12ml	ロート製薬	311
5	マイティア	マイティアCLクールHi-a 15ml	武田薬品工業	272
6	ロートクール40	クール40α 12ml	ロート製薬	210
7	スマイル	スマイル40EXマイルド 15ml	ライオン	216
8	ロートピタ40α	ピタ40α 12ml	ロート製薬	209
9	マイティア	マイティアCL-a 15ml	武田薬品工業	273
10	Cキューブ	ロートCキューブ アイスクール 13ml	ロート製薬	266
11	Cキューブ	ロートCキューブ クール 13ml	ロート製薬	266
12	Cキューブ	ロートCキューブm 13ml	ロート製薬	264
13	マイティア	マイティアCLクール-a 15ml	武田薬品工業	274
14	ロートゴールド40	ゴールド40 20ml	ロート製薬	580
15	スマイル	スマイル40ゴールドマイルド 13ml	ライオン	549
16	スマイル	スマイル40EXゴールド 13ml	ライオン	548
17	サンテFXネオ	サンテFXネオ ルフィモデル 12ml	参天製薬	316
18	スマイル	スマイル40プレミアム 15ml	ライオン	1336
19	V・ロート	Vロート プレミアム 15ml	ロート製薬	1431
20	Zi	ジーbロc 12ml	ロート製薬	644

データ提供: True Data

「True Data」は、全国のドラッグストア、スーパーマーケットなどの消費者購買情報を統計化した標準データベース。全国延べ5,000万人規模の購買情報から構成され、性別、年代情報をカバーしています。

期間:2017年6月26日～2017年9月17日

※2017年9月26日時点のデータで算出。

## ■ “メガネは顔の一部”だから…共感！メガネあるあるエピソード

### 【ない、ない…】

- メガネを頭の上に置いたまま捜しまくることがしばしばあります。(男性・60代)
- 頭にメガネを2個乗せ、もう1つ捜していたら「何かのファッション」って友達に言われた。(女性・50代)
- メガネをかけているのに捜し回すことはよくありますね、特に朝急いでいるときにかぎって。(女性・40代)
- メガネをはずしてどこに置いたか捜す用のメガネを確保している。(女性・50代)
- 毎日、どこへ置いたか捜しています。メガネも携帯電話で呼び出しができるとうれしい。(女性・60代)

### 【かけたまま…】

- かけたまま寝てしまい起きたら体の下で壊れていた。(男性・60代)
- メガネをかけたまま顔を洗ってしまったことがある。(女性・40代)
- メガネをかけたまま目薬をさそうとしたことがある。(男性・60代)
- メガネをかけたままラーメンを食べようとしたらメガネが一気にもって何も見えなくなった…。(女性・60代)
- いつもはずして入るのに、はずすのを忘れ、メガネをしたままお風呂に入ってしまった。今日はいつもよりスッキリ物が見えるなどと思って、かけたままに気づいた。(女性・50代)
- メガネをかけていることを忘れてバスの窓から外を見ようとし、窓ガラスにガツツとメガネが当たったとき、恥ずかしさのあまり身の置きどころがなかった。(女性・40代)

### 【抜けないクセ】

- コンタクトをしているときでもメガネがずり落ちた気がしてかけ直す動作をしてしまう。(女性・30代)
- レーシック手術をしてメガネが必要なくなったが、しばらくはメガネを捜したりしてしまった。(女性・40代)
- コンタクトの後、くせでメガネもかけてしまい、全然度が合わなくなったなーと思っていた。(女性・40代)

### 【ときめく…メガネっ子、メガネ男子！】

- メガネの似合っている女性にキュンときます。(男性・50代)
- メガネをかけた美人はメガネをかけない美人より関心を引く。(男性・60代)
- 逆に、メガネをはずしたときときめいたりすることがある。(男性・50代)
- メガネ男子に萌えます。(女性・40代)
- 昔からメガネフェチ。同じ顔の双子がいたら、迷わずメガネをかけているほうを取る。(女性・40代)
- メガネをかけている人がはずした顔を見て幻滅したことが何回もある。(女性・30代)
- ふだんかけてない人が「コンタクトの調子が～」とか言ってメガネで来るとドキッとする。(女性・30代)

メガネにまつわるエピソードを聞きました。“メガネをかけたまま捜してしまう”“メガネをしたまま顔を洗った”“かけていないのにメガネを直すクセ”など、メガネユーザーなら共感できるエピソードが続々。メガネが“顔の一部”になっていることがわかります。

同様に目立っていたのが、「メガネっ子」「メガネ男子」にときめくというエピソード。男性にとっても女性にとっても、メガネは自分を演出するのに効果的なアイテムと言えそうです。ふとメガネをはずしたり、急にメガネをかけて現れたりギャップにヨウイという人も…。秋は上手にメガネを取り入れて、イメージチェンジしてみるのも楽しいかもしれません。

**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)

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。日用品に関する、旬なトピックスや意外な利用シーンなどをご紹介します。

### 本件に関するお問い合わせ先

(感想や取り上げてもらいたいテーマなどお寄せください)

株式会社プラネット 経営本部 経営企画部(角田、岡田)

Tel : 03-6432-0482 / E-mail : keiei@planet-van.co.jp