

「コンタクトレンズ協会記者発表会」事後レポート

9月10日はコンタクトレンズの日
メガネ芸人でお馴染みのオズワルドさん・ひよっこりはんさん
コンタクトレンズでスタイリッシュな“新しい姿”を披露
オズワルドさん メガネを外して初の公の場
ひよっこりはんさん 新しい姿で月9を狙う

一般社団法人日本コンタクトレンズ協会（所在地：東京都文京区、会長：浦壁 昌広）は、9月10日の「コンタクトレンズの日」に、会長の浦壁昌広のほか、ゲストとして大人気お笑い芸人のオズワルドの畠中悠さんと伊藤俊介さん、ひよっこりはんさんにご登壇いただき、「コンタクトレンズ協会記者発表会」を開催いたしました。



発表会では、大人気お笑い芸人のオズワルドの畠中悠さんと伊藤俊介さん、ひよっこりはんさんが登場。オズワルドの伊藤俊介さんとひよっこりはんさんはメガネ芸人としても認知度が高く、今回は“新たな自分”をテーマとして、コンタクトレンズを装用したいつもとは違うスタイリッシュな姿でご登壇いただき、コンタクトレンズの使い心地やコンタクトレンズのあるある。さらに、コンタクトレンズを安全に快適に使用するために、実践できていること、実践できていないことを発表していただきました。



オズワルドさん登場の様子



ひよっこりはんさん登場の様子

久しぶりの発表会ということで緊張ぎみなオズワルドの畠中さんはミュージカル俳優風に、伊藤さんはコンタクトレンズを付けて初の公の場に登場。丸裸にされた気分だと話しながらもスタイリッシュなコンタクトレンズ姿を披露。

またオズワルドさんのお二人だけではなくひよっこりはんさんもスタイリッシュなキメ顔でモデルのように登場。ひよっこりはんさんは見た目だけではなく声までもいつものひよっこりはんさんとは違い、伊藤さんからも「まだ調子に乗っている」と突っ込みが。

コンタクトレンズを普段から装用している畠中さんはコンタクトレンズがないと外に出られない程、コンタクトレンズが生活の一部に染みついているそうです。コンタクトレンズ初心者の伊藤さんは、普段は寝るときしかメガネを外さない為、コンタクトレンズを作りに行った病院の看護師さん以外には、メガネを外した姿を見せるのは初めてと、恥ずかしそうな様子。

ひよっこりはんさんは週2～3回ほどプライベートでコンタクトレンズを装用しており、コンタクトレンズ姿はファンにも気づかれないことが多いようでした。

<トーク内容> ※一部抜粋

Q.普段コンタクトレンズを付けていて得したことは？

A. ひよっこりはんさん

コンタクトレンズを付けていると誰からも気づかれない為、なんでも好きなことができる。

また、昨年産まれた子供がメガネで遊ぶのが好きなので、コンタクトレンズをしていたらそれが無くなるので良いが、メガネを外すと誰だか認識しなくなるため、TVでなかやまきんに君を見るとパパだ！と反応する。

オズワルド 畠中さん

ピッチャーで1塁ランナーを牽制する際、メガネは頭を動かさないと見るとメガネと目の隙間があり、見えづらいため視野が狭くなるが、コンタクトレンズを付けていると頭を動かさずに目だけ動かせるのでばっちり見えるので良い。

Q.コンタクトレンズをしていて失敗したことは？

A. ひよっこりはんさん

コンタクトレンズとマスク、帽子で集合場所に行くとスタッフにひよっこりはんだと認識されないの、なかなか合流できない。

オズワルド 畠中さん

付ける前やはずして洗う時に洗面台でコンタクトレンズを落としてしまったことがあり、うちの排水溝にはコンタクトレンズが入っています。すごい目が良いと思います。

Q.コンタクトレンズを着けた感想は？

A. ひよっこりはんさん

普段今回の様に服からメイクまでばっちり決める事がないので、僕みたいなものがやっついんだと実感し、ここまで変わったのが嬉しい。

オズワルド 伊藤さん

日常では寝る前以外はメガネを付けており、久しぶりにありのままの姿で人前に立ったため、恥ずかしさはあるがテンションはあがる。メガネをかけないで人前に出るのはイベントやライブでもない。

■ “新たな自分”で挑戦したい事とは



俳優とYouTubeに挑戦したいひょっこりはんさん



声優に挑戦したい伊藤さん



口笛教室に通いたい畠中さん

コンタクトレンズを通して“新しい自分に出会える”をテーマにゲストのオズワルドさんのお二人とひょっこりはんさんの「今まで自分の心の中で考えていた新たに挑戦したい事」をお聞きました。

ひょっこりはんさんは「俳優とYouTubeに挑戦したい」と回答。さらに、「どちらも今までのひょっこりはんのイメージとは違う事が出来そうなので挑戦したい」とコメント。また、“脱ひょっこりはん”として新しい一面をみせたいとの事で、恋愛ドラマの三角関係の真ん中の役や月9の9時半ごろから現れる役に挑戦したいと意気込みを見せました。

オズワルドの伊藤さんは「特徴的な声を生かして声優に挑戦したい」と回答。また、畠中さんは「特技である口笛を極めて大会に出場するため口笛教室に挑戦したい。」と意気込み、自慢の口笛を披露。

イベント終了時には、ひょっこりはんさんから「手をしっかり清潔にしてコンタクトレンズをつけましょう」、オズワルドの伊藤さんは声優風に「みんな、手を洗ってちゃんとつけてね」、最後に畠中さんは「9月10日はコンタクトレンズの日ということを毎年思い出してね」という内容を口笛で表現し、会場を賑わせて締めくくりました。

【ゲストプロフィール】



©YOSHIMOTO KOGYO CO.,LTD.

お笑いコンビ「オズワルド」 伊藤俊介（いとう しゅんすけ）・畠中悠（はたなか ゆう）
「第42回ABCお笑いグランプリ」優勝、TBS主催「マイナビラフターナイト第6回チャンピオンLIVE」優勝。サスペンダーがトレードマークの淡々としゃべる正統派漫才師。ヨシモト∞ホール等の劇場を中心に活躍中。M-1グランプリ 2019、2020ファイナリスト。



©YOSHIMOTO KOGYO CO.,LTD.

お笑いピン芸人「ひょっこりはん」

2018年元旦のおもしろ荘から人気に火のついたお笑い芸人。いろんなところから顔をひょっこり出すネタでブレイク。現在はYouTubeでの動画配信など幅広く活動中。

■ コロナ禍でのコンタクトレンズの消費者実態調査発表



会長浦壁より主催代表挨拶

副会長川浦より調査の説明

一般社団法人日本コンタクトレンズ協会は、消費者の方にコンタクトレンズを安全に快適に使用していただくため、正しい普及を図ることを目指しており、その一環として9月10日を「コンタクトレンズの日」に制定し、消費者への幅広い認知と普及、正しく安全な使用に関する啓発に努めております。

また、コンタクトレンズは視力矯正可能な医療機器であるだけでなく、それにより使用者の方のQOLを高める側面を持っています。しかし、ここ数年の新型コロナウイルス拡大により、外出自粛や在宅勤務推奨の影響で人々のQOLの低下が懸念されています。

そこで、緊急事態宣言前後のコンタクトレンズの使用実態の変化やコンタクトレンズに関する情報が消費者に与える影響を把握すべく、「コロナ禍でのコンタクトレンズの消費者実態調査」と昨今広がりを見せつつあるサステナブルに関する「レンズケース廃棄に関する意識調査」を実施。その結果を副会長の川浦より発表いたしました。

調査からは、コンタクトレンズを購入する際の販売チャネルはカラーコンタクトレンズの場合インターネット通販が大半を占め、カラーコンタクトレンズ使用者の眼科未受診率の割合は2014年第1回目調査と比べて28%から14%に減ったものの、「初回を含め不定期受診」が29%から77%に増加したことが分かりました。この結果により、カラーコンタクトレンズ使用者への定期受診勧奨が課題と判明いたしました。

また新型コロナウイルス感染症拡大により外出機会が減ったことで、コンタクトレンズの使用頻度や眼科受診回数が減少している傾向も分かりました。コンタクトレンズの安全性と利便性を担保するため、コロナ禍におけるコンタクトレンズの正しい使用方法やコンタクトレンズの有用性を消費者に向けて発信していく必要があることを、副会長の川浦よりお伝えいたしました。

【調査概要】

調査名：第7回消費者実態調査

調査実施日：2021年1月8日～1月19日

調査対象：2021年にコンタクトレンズを使用した、全国15歳～59歳の男女（計53,546人）

調査手法：インターネットによるアンケート調査

【調査結果サマリー】

- ◆コンタクトレンズの購入方法、インターネットが増加傾向
- ◆コロナ禍でコンタクトレンズの使用頻度や眼科受診回数は減少
- ◆コンタクトレンズの空レンズケースの廃棄について、3～4割は回収に協力意向

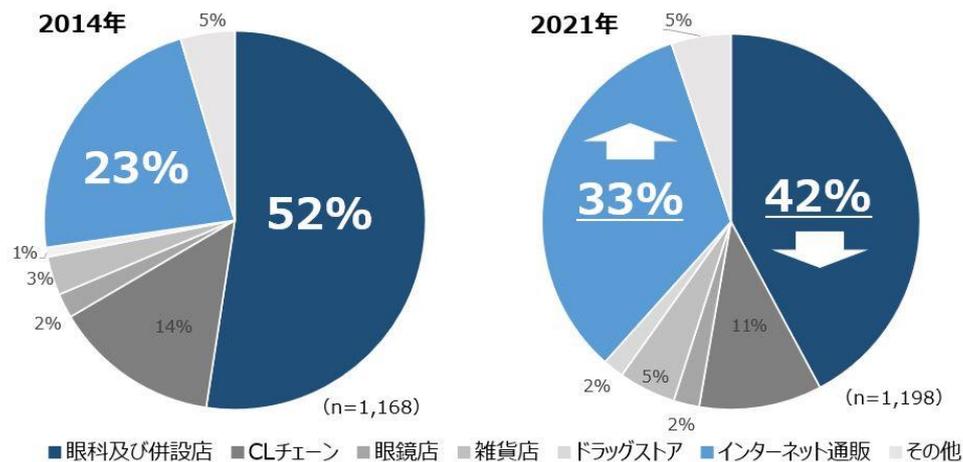
【調査結果】

◆コンタクトレンズの購入方法はインターネットが増加傾向

コンタクトレンズ使用者に最も購入頻度の高いチャネルに関して聞いたところ、「眼科及び併設店」「CLチェーン店」での購入率が減少し、「インターネット通販」「雑貨店」「ドラッグストア」で購入する人が増加しました。「インターネット通販」に関しては第1回目の調査から比べると23%から33%と10ポイントも増加しており、手軽にコンタクトレンズを購入できるチャネルでの購入増加していることがわかりました。

Q.コンタクトレンズの購入場所について

✓ 眼科および併設店での購入が減少し、インターネット通販が増加

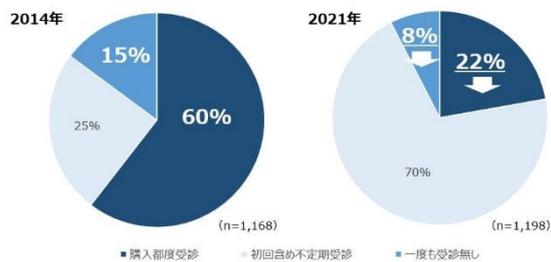


◆インターネット購入増加に伴い眼科の不定期受診率が増加

コンタクトレンズ購入時の眼科受診率を見てみると、「1度も受診なし」の割合が15%から8%へ減少してはいるものの「初回含め不定期受診」が第1回目調査の25%の結果から比べて70%と45ポイントも増加している結果となりました。インターネットでコンタクトレンズを購入する割合が増えている結果に伴い、眼科への定期的な受診率も減っているわかりました。特に、カラーレンズを購入している人について、未受診者は半減したものの購入のたびに受診する人は7年前と比べて4分の1に減少。不定期受診は倍以上に増加しており、眼科受診への意識が低下している事が判明。カラーレンズを使用している人への受診勧奨が課題だとわかりました。

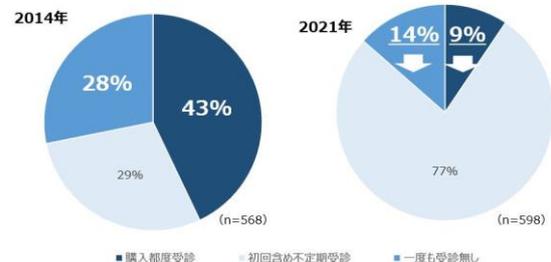
Q.コンタクトレンズの購入時の眼科受診について

✓ 未受診者は減少したものの、購入都度受診が大幅に減少



Q.コンタクトレンズの購入時の眼科受診について (カラーレンズ)

✓ 未受診者は減少したものの、購入都度受診者が大幅に減少



◆レンズケースの廃棄について、3～4割は回収に協力意向

昨今広がりを見せつつあるサステナブルに関連して「空レンズケースのリサイクル意向」の調査を実施いたしました。販売店や眼科で空のレンズケースを回収する場合、持参すると回答したのが約30～40%という結果となりました。

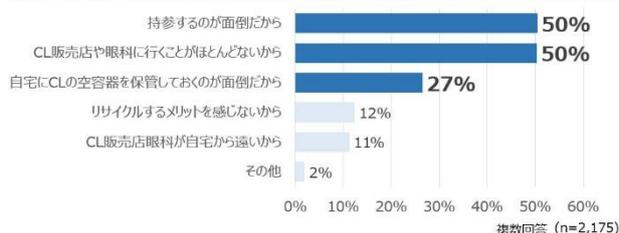
Q眼科や販売店でレンズケースを回収しリサイクルする場合はどのようにするか

✓眼科や販売店でレンズケースを回収しリサイクルを行う場合、ケースを持参するかの質問に対して、持参しない意向が高い



Q空のレンズケースを持参しない理由はなぜか

✓持参やケース保管の手間がリサイクル意向を低下させている
✓回収施設との接点がない点は、眼科受診率とリサイクル意向がリンクする可能性がある

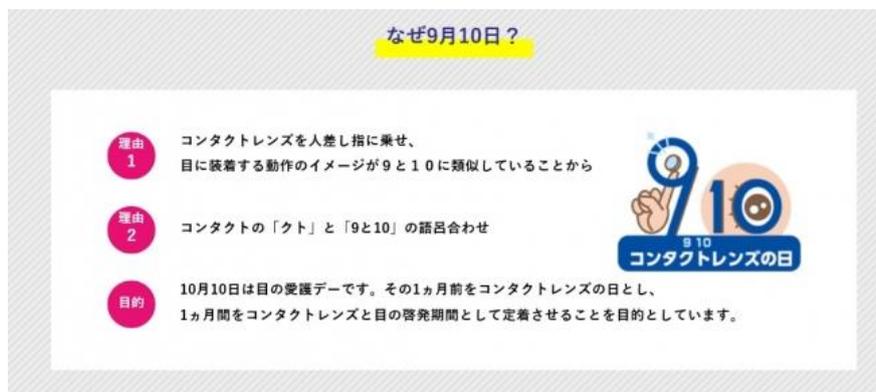


持参しないと回答した人の理由を見てみると、「眼科にほとんど行くことがない」または「面倒だから」との回答が半数以上であり、その背景としてインターネットによる購入の増加が影響しています。

■ 9月10日コンタクトレンズの日について

コンタクトレンズ業界の健全な発展と、消費者への幅広い認知と普及、正しく安全な使用の啓発を目指し、9月10日を「コンタクトレンズの日」に制定しております。

登録団体：一般社団法人日本記念日協会 登録日：2017年5月19日



■ 団体概要

会社名： 一般社団法人日本コンタクトレンズ協会
 代表： 会長 浦壁 昌広
 本社： 〒113-0033 東京都文京区本郷 3-15-9 SWTビル 8F
 電話 03-5802-5361
 ホームページ： <https://www.jcla.gr.jp/>
 設立： 1958年7月1日（2009年4月1日一般社団法人化）

コンタクトレンズ製品の製造から小売までの業界を代表する団体であり、正会員 37 社（製造販売業者 卸売業者）、賛助会員 30 社（小売販売業者）で構成