

2016年4月6日

報道関係各位

GMO リサーチ株式会社

目の健康に関する日中比較調査を実施 ～日中の“目を守る”意識の違いが明らかに～

GMO インターネットグループでインターネットリサーチ事業を展開する GMO リサーチ株式会社（代表取締役社長 細川 慎一 以下、GMO リサーチ）は、GMO リサーチが提携する日本、中国のモニターを対象に「目の健康に関する日中比較調査」を実施いたしました。

- 調査テーマ：目の健康に関する日中比較調査
- 調査地域：日本・中国
- 調査対象：20～49歳の男性 500名、女性 500名 各国 1,000名ずつ
計 2,000名
- 調査期間：2016年2月23日～24日
- 調査方法：インターネット調査（クローズド調査）

【調査背景】

昨今、スマートフォンの普及率が日本では49.7%超^(*1)、中国では同74.0%^(*2)と増加するに伴って、ディスプレイを長時間眺めることによる視力の低下や目の不調などが問題視されています。こうした目の不調への対策として、視力矯正用の眼鏡やコンタクトレンズだけでなく、パソコン閲覧用メガネや視力補正ディスプレイカバーといった、目の疲れを軽減するアイテムが数多く市場に登場しています。

この度 GMO リサーチは、日中両国における目の健康実態を把握し、どのような対策が求められているのかを探るべく、両国のモニターを対象にインターネットでのアンケートを実施いたしました。

(*1)出典：日経 BP コンサルティング「携帯電話・スマートフォン“個人利用”実態調査 2015」

(*2)出典：2015年7月8日発表、KT 経済経営研究所の調査より

【調査結果】

■ アイウェア製品の利用について（図 1）

- ・ 普段利用しているアイウェア製品について尋ねたところ、日中ともに「眼鏡」（日本：65.1%、中国：68.5%）が突出して多く、6割以上の方が普段から眼鏡を利用していることが分かった。
- ・ 眼鏡に続いて多かったのが日中ともに「ソフトコンタクトレンズ」（日本：28.3%、中国：42.9%）で、視力を矯正する必要がある人が大多数であることがうかがえる。
- ・ また、目を保護する製品としては、「サングラス」（日本：9.4%、中国：35.6%）や「PCメガネ」（日本：9.6%、中国：20.1%）の利用割合が中国では日本と比べて高く、目を守る対策を普段から行っている人が多いことが分かった。
- ・ また、日本では「何も使用していない」（日本：23.9%、中国：6.4%）が中国と比べて多く、眼鏡などの視力矯正器具や、目の保護製品も使用せず、普段から裸眼で過ごしている人が2割超えることが分かった。

■ パソコン・スマホの利用時間について（図 2、図 3）

パソコン・スマートフォンの1日の平均利用時間について尋ねた。

- ・パソコンの利用時間については、「3 時間以上利用する」という回答を合算すると日本：41.2%、中国：56.6%となり、両国ともに仕事など日常的に長時間パソコンを利用している様子がうかがえる。
- ・スマートフォンの利用時間について、同じく「3 時間以上利用する」という回答を合算すると、日本：13.0%、中国：45.2%となり、日中間で 30 ポイント以上の開きがある結果となった。中国ではスマートフォンのヘビーユーザーが多いことがうかがえる一方で、日本は「全く使用しない」という回答が 27.8%に上ることから、各国のスマートフォンの普及率も影響していると考えられる。

■目の健康について（図4、図5）

- ・目の健康状態についての満足度を尋ねたところ、日本では 48.5%、中国では 56.9%が「やや不満」・「非常に不満」と回答し、両国とも約半数の人が目の健康状態に対して不満を抱いていることが明らかになった。
- ・目の健康のために気をつけていることについては、日本、中国ともに「睡眠を多く取る」（日本：26.6%、中国：52.6%）が 1 位となった。
- ・しかし、日本の場合、最も回答の多かったのが「特に何もしない」で、中国の 2.8%に対して 36.9%となった。その他の項目でも全体的に中国よりもポイントが低いことから、目の保護や健康への対策意識が中国に比べて低いことがうかがえる。
- ・一方、中国は、「睡眠を多く取る」（52.6%）に次いで、「緑を見るようにする」（45.6%）、「遠くを見るようにする」（42.8%）と、特別なコストをかけず気軽に取り組める対策が上位となった。

■目の不調や異常について（図6～8）

- ・普段感じている目の不調や異常について、各国の回答上位 9 位をピックアップしたところ、両国ともに「目が疲れる」（日本：44.0%、中国：47.5%）、「視力の低下」（日本：36.7%、中国：40.8%）と続いた。
- ・不調を感じるシーンについて、同じく上位 8 位をピックアップしたところ、両国ともに「パソコンの画面を見ているとき」（日本：46.4%、中国：42.8%）が 1 位となった。次いで、日本では「携帯電話やスマートフォンの画面を見ているとき」（28.3%）、中国は「睡眠時間が不十分だったとき」（36.3%）となり、スマートフォン・パソコンの目の影響の他、睡眠不足も目の不調や異常につながっていることがうかがえる。
- ・不調を感じたときの対処法については「目を休める」（日本：39.5%、中国：59.8%）、「市販の点眼薬を使用する」（日本：36.7%、中国：36.3%）、「目の周辺をマッサージする」（日本：20.7%、中国：41.1%）が各国とも上位となり、積極的に眼科に行くよりも、いつでもどこでも気軽に行える対処法が実践されている。また日本では「特に何もしない」（日本：25.0%、中国：2.5%）が中国の 10 倍もいることから、目の健康同様、不調を感じた際の対処法にも関心の低い人が多いことがうかがえる。

【総論】

今回の調査で、目にかかる負担の軽減や、目の健康への関心度における日本と中国の違いが明らかになりました。日中ともに、目の疲れや視力低下を不調として挙げており、パソコンやスマートフォンの長時間利用が影響していることがうかがえました。また、目の健康や不調の解消のためには、いつもより長めに睡眠を取ったり、目を休息させたり、市販の点眼薬を使用したりと日常的に容易にできる対処法が行われているようです。

しかし、中国が目の健康や不調解消のために様々な対処を施している人が多いのに対し、日本では特に何もしないという人が一定数いることから、中国よりも全体的に“目を守る”ことへの関心が低いことが見受けられます。今後、日本でも、目の健康を維持し、不調や異常への対策に関する認知を広げていくことが重要だと GMO リサーチは考えます。

【ご参考】

より詳細な調査結果は以下の URL より「目の健康に関する日中比較調査」GT 表をダウンロードいただけます。

※レポート使用の際には必ず出典として「GMO リサーチ調べ」とご記載ください。

▼レポートのダウンロード URL : <http://www.gmo-research.jp/acp/studies/reportdl/160406-2>

【GMO リサーチ株式会社について】

市場調査・分析および調査データを基にしたコンサルティングサービスを提供しております。従来通りの市場調査手法はもちろん、MROC やアイトラッキング、スキャナマインドなど、最先端の技術と手法を駆使した GMO リサーチの市場調査サービスは、企業の迅速かつ最適な意思決定のお手伝いをいたします。

また、GMO リサーチでは、アジア最大規模となる 2,000 万人超の会員を保有する「ASIA Cloud Panel」^{アジア クラウド パネル}のネットワークを活用し、訪日経験者や訪日予定者を対象とした消費実態や動向調査を多数行っています。今後はインバウンド消費者調査に特化したサービスを展開し、お客様のインバウンドビジネスを支援してまいります。

- 「インバウンド消費者調査サービス」 URL : <http://www.gmo-research.jp/inboundlp/>
- 「ASIA Cloud Panel」 URL : <http://www.gmo-research.jp/acp>

以上

【報道関係お問い合わせ先】

- GMO リサーチ株式会社 マーケティング部 担当 白鳥 ● GMO インターネット株式会社
TEL : 03-5962-0037(代表) グループ広報・IR 部 石井・島田
E-mail : pr@gmo-research.jp TEL : 03-5456-2695 E-mail : pr@gmo.jp

【GMO リサーチ株式会社】 (URL : <http://www.gmo-research.jp/>)

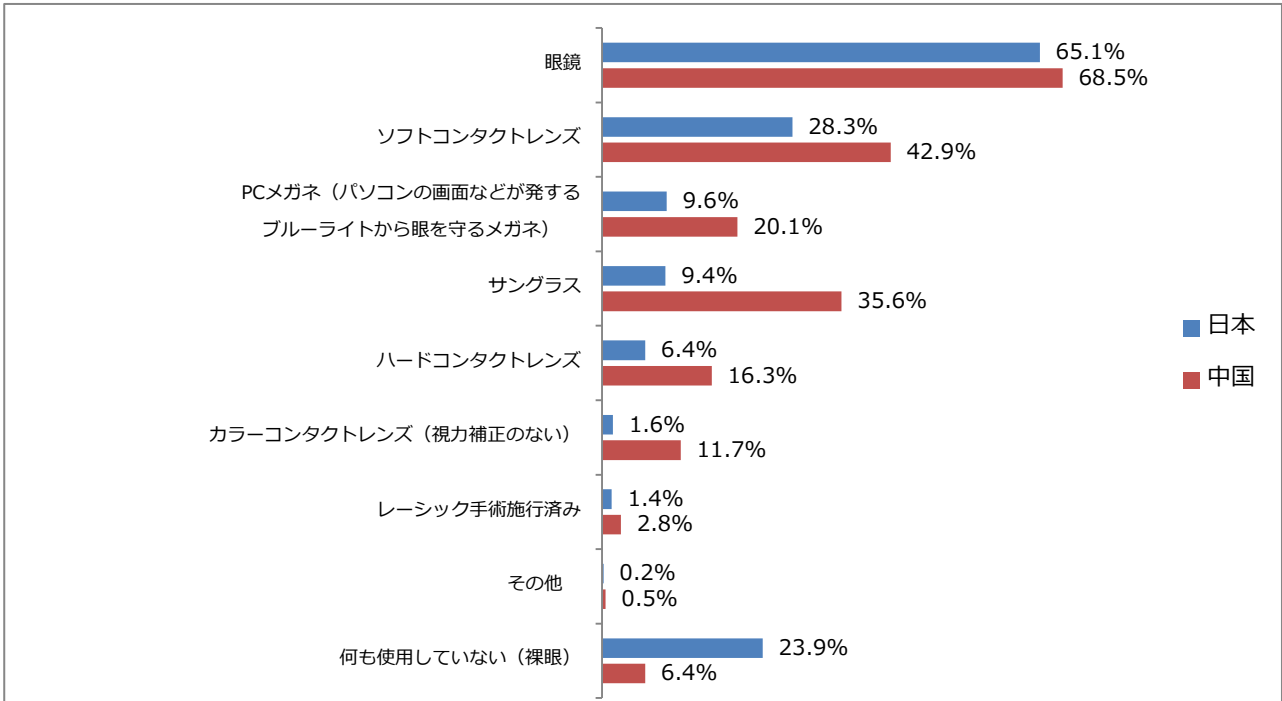
会 社 名	GMO リサーチ株式会社 (東証マザーズ 証券コード : 3695)
所 在 地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代 表 者	代表取締役社長 細川 慎一
事 業 内 容	■ インターネットリサーチ事業
資 本 金	2 億 9,903 万円

【GMO インターネット株式会社】 (URL : <http://www.gmo.jp/>)

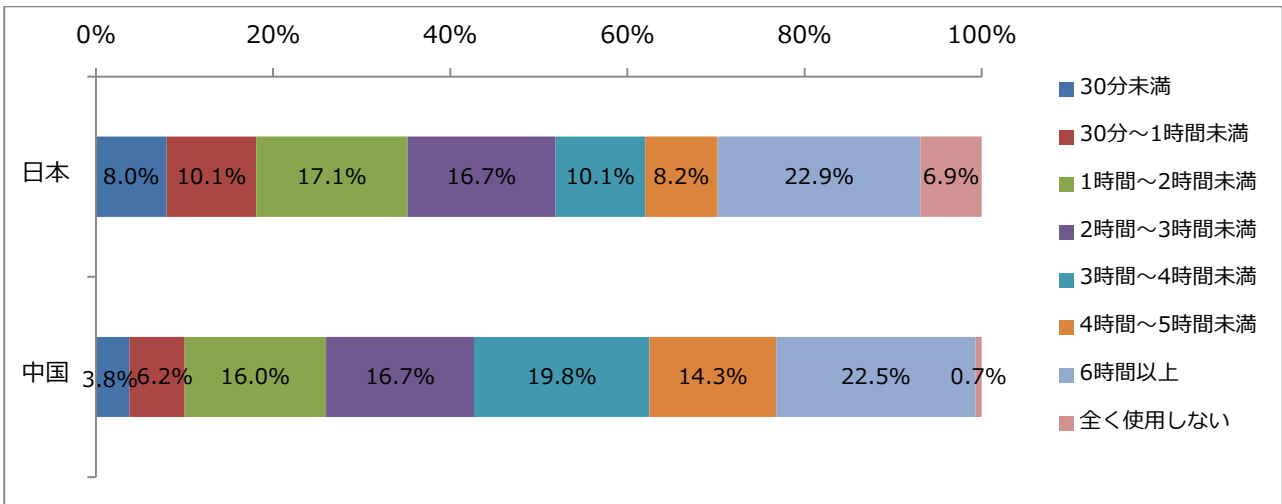
会 社 名	GMO インターネット株式会社 (東証第一部 証券コード : 9449)
所 在 地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代 表 者	代表取締役会長兼社長・グループ代表 熊谷 正寿
事 業 内 容	■ インターネットインフラ事業 ■ インターネット広告・メディア事業 ■ インターネット証券事業 ■ モバイルエンターテインメント事業
資 本 金	50 億円

【参考資料】

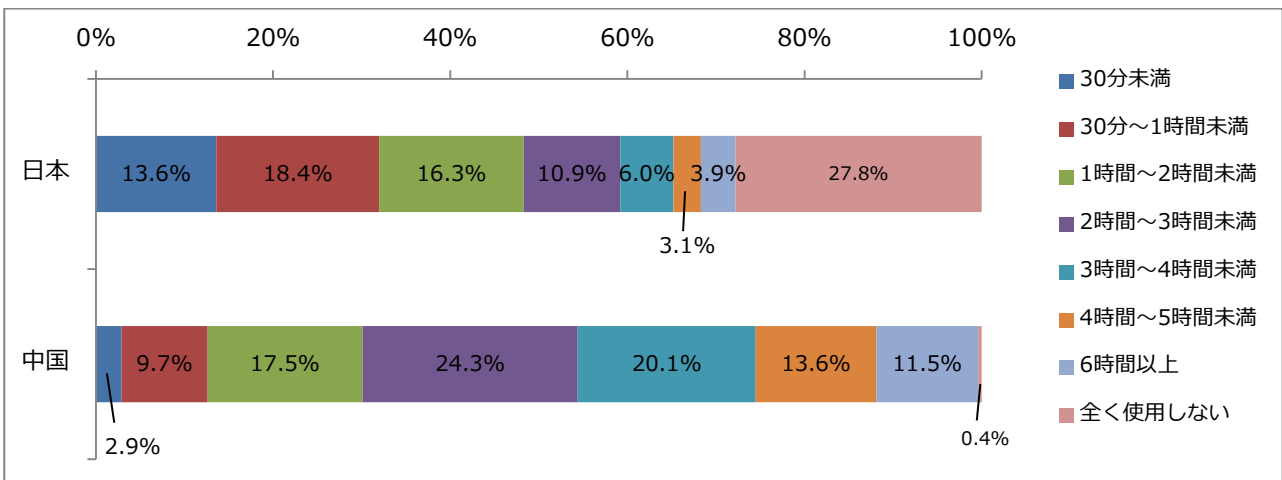
(図1) 普段利用しているアイウェア製品[各国 n=1,000 複数回答]



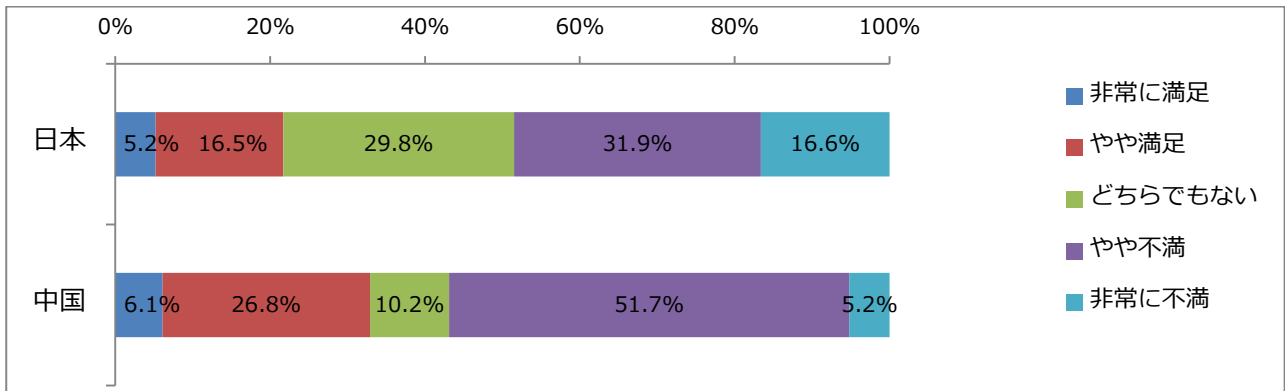
(図2) パソコンの利用時間 (1日平均) [各国 n=1,000 単一回答]



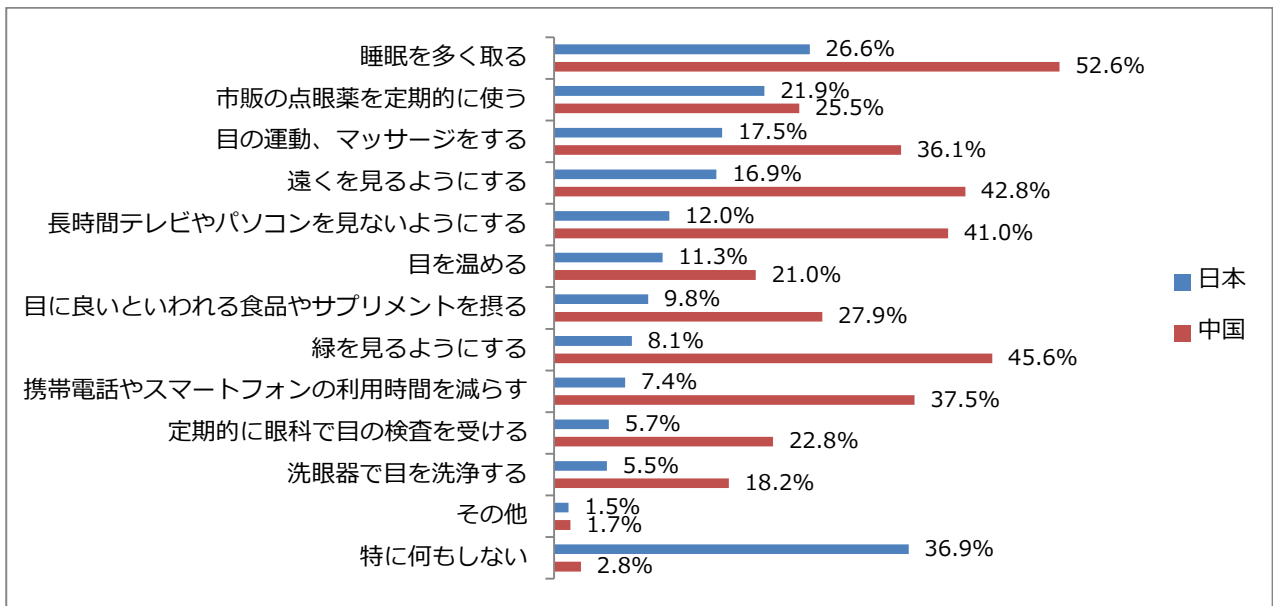
(図3) スマートフォンの利用時間 (1日平均) [各国 n=1,000 単一回答]



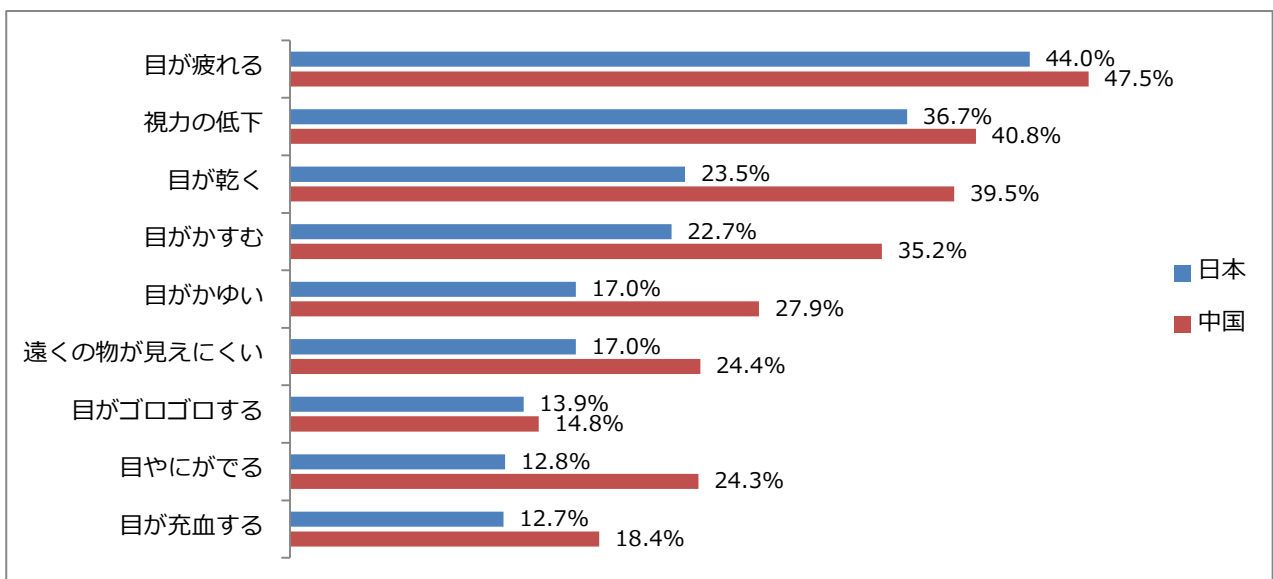
(図4) 目の健康状態についての満足度[各国 n=1,000 単一回答]



(図5) 目の健康のために気をつけていること[各国 n=1,000 複数回答]

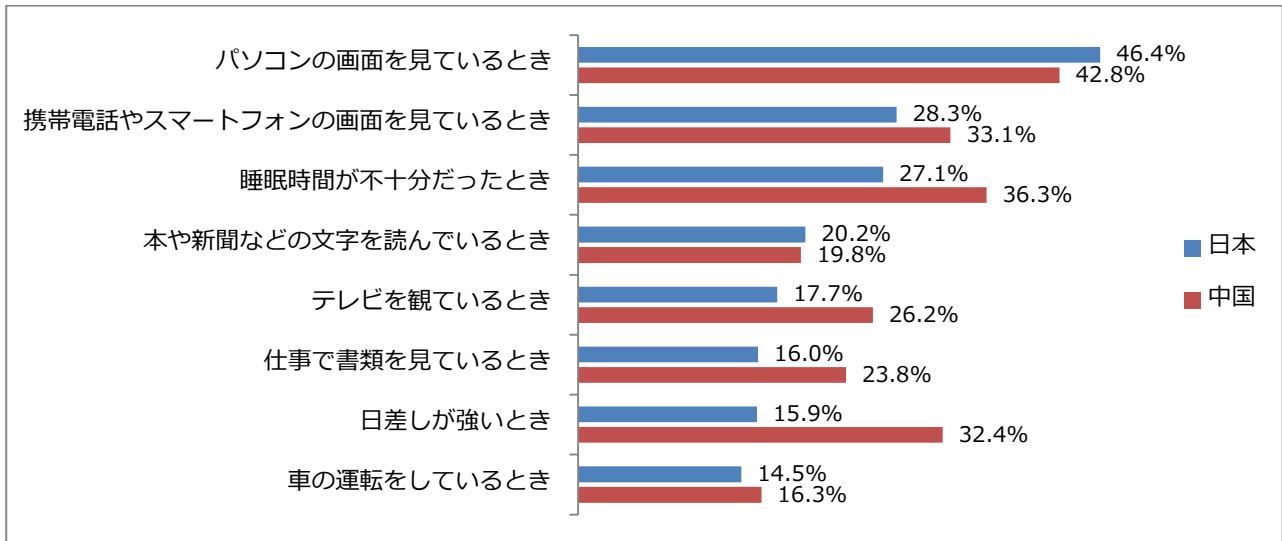


(図6) 普段感じている目の不調や異常 上位9位[各国 n=1,000 複数回答]



(図 7) 目の不調や異常を感じるシーン 上位 8 位

[目の不調や異常を感じると回答した日本 n=813、中国 n=969 複数回答]



(図 8) 目の不調や異常を感じた時の対処法

[目の不調や異常を感じると回答した日本 n=813、中国 n=969 複数回答]

