

J!NS

メガネ白書[®]2023

発行日：2023年9月28日 / 発行元：株式会社ジンズ

はじめに

■目次

はじめに／調査概要	2
全体のサマリー	3
メガネに関する意識調査 結果詳細	
メガネの使用歴	5
メガネの使用頻度	6
メガネの使用シーン	7
メガネの使用で感じる悩み	8
メガネやレンズに備わっている機能	9
メガネの所有本数	10
この1年で購入したメガネの本数	11
この1年で購入したメガネの価格帯	12
この1年にメガネを購入した場所	13
この1年にメガネを購入した目的	14
メガネを選ぶ時に重視すること	15
メガネの購入で参考とすること	16
サングラスに関する意識調査 結果詳細	
サングラスの使用歴	18
サングラスの使用目的・使用シーン	19
この1年におけるサングラス使用頻度の変化	20
サングラスの所有本数	21
所有しているサングラスの価格帯	22
この1年で購入したサングラスの本数	23
サングラスの購入場所	24
老眼・若年性老眼および老眼鏡・老眼用メガネに関する意識調査 結果詳細	
年代別 老眼・若年性老眼の実態	26
老眼・若年性老眼を自覚した時期／老眼鏡・老眼用メガネの使用歴	27
老眼鏡・老眼用メガネを購入したタイミング	28
老眼鏡・老眼用メガネを購入した場所	29
初めて老眼鏡・老眼用メガネを購入したきっかけ	30
老眼鏡・老眼用メガネの使用で感じる悩み	31
老眼鏡・老眼用メガネの所有本数	32
メガネやサングラスの処分事情調査 結果詳細	
処分方法／リサイクル回収の利用意向	34
脱マスクにおけるメガネ使用の実態調査 結果詳細	
外出時のマスク着用状況の変化	36
マスク着用機会の減少によるメガネやサングラスの使用頻度の変化	37
マスク着用機会の減少によって頻度が増えたこと・新たに始めたこと	38
マスク着用機会の減少で、メガネやサングラスを着用する頻度が増えた理由	39

はじめに

「JINS」は業界のリーディングカンパニーとして、より多くの人にメガネやサングラスについて知っていただき、楽しんでいただくために「メガネ白書®」を発行しています。毎年定期的にメガネやサングラスに関する実態調査を行い、メガネの使用状況やこの1年間の使用時間、購入状況といった基礎情報を取りまとめることに加えて、経年変化、時事性などを考察することで、メガネ市場の理解につながる情報としてご提供します。本年より老眼・若年性老眼（スマホ老眼）の自覚者を対象に、老眼鏡・老眼用メガネに関する項目を追加。また、今年はマスク着用が個人の判断に委ねられて以降の使用状況についても調査しました。

調査概要

メガネに関する意識調査

調査方法：インターネット定量調査

実施期間：2023年9月1日（金）～9月6日（水）

調査対象について：メガネ使用者※（度ありまたは度なしメガネ、サングラス、老眼鏡・老眼用メガネ使用者）
各項目により割付

※「老眼全体」とは、「老眼・若年性老眼（スマホ老眼）の自覚がある」と回答した人

調査数：1800サンプル ※スクリーニング回収数は20,632サンプル

内訳以下、参照

	男性						女性						計
	20代	30代	40代	50代	60代	70代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	
度ありメガネ	108	107	109	110	115	—	109	113	114	113	117	—	1115
度なしメガネ	21	25	20	22	22	—	24	22	20	23	24	—	223
サングラス	33	36	42	42	47	—	41	42	48	44	53	—	428
老眼全体	10	7	67	116	122	107	3	4	59	119	121	160	895
老眼鏡・老眼用 メガネ使用者	2	3	21	33	50	63	0	0	14	55	78	102	421

【本調査に関するお願い】

本調査をご紹介や引用いただく際は、出所を明示していただきますようお願い致します。
記載例：JINS調べ「メガネ白書®2023」

※「メガネ白書」は株式会社ジンスホールディングスの登録商標です（登録第6598721号）。

全体のサマリー

■メガネ・サングラス・老眼鏡の使用歴

かけ始めた時期は、度ありメガネは「**中学生から**」が最も多く**25.7%**。過半数が高校卒業までにかけている。

サングラスは「**19~24歳から**」が最も多く**約4割**。

老眼鏡・老眼用メガネは、**ボリュームゾーンは45~59歳**。老眼（老視）・若年性老眼（スマホ老眼）を自覚した年齢と変わらない結果に。

5ページ
18ページ
27ページ

■メガネの使用時の悩み

メガネを使用する時の悩みは、「**レンズが汚れる**」が最も高く**46.8%**。次いで「**レンズが曇る**」が**36.1%**だった。

2021年・2022年と比較すると、上位項目に大きな変化はなく、**3年連続で「レンズが汚れる」が1位、「レンズが曇る」が2位**、という結果になった。

8ページ

■メガネの購入時の重視点／参考情報

メガネを選ぶ時に重視するものは、度ありメガネと度なしメガネともに**1位が「フレームのデザイン」**。それぞれの上位項目に大きな変化はみられなかったが、「**レンズの薄さ**」は、**度なしメガネは7.5%に対し、度ありメガネは25.8%**と回答率に開きがあり、順位も大きく異なった。度数が強いほどレンズが厚くなるという特性に対する結果とみられる。

また購入で参考にするものは「**店舗スタッフによる説明や推奨意見**」が最も多く**約5割**。次いで「**家族や友人・知人の意見**」で約2割。ただし、「**店舗スタッフによる説明や推奨意見**」は年代が若くなるにつれ低くなり、「**家族や友人・知人の意見**」は年代が高くなるにつれて低くなる傾向にある。

15ページ
16ページ

■サングラスの使用

前年に比べてサングラスの**使用頻度が増えた人は、約半数**。

目的・使用シーンは、「**クルマの運転をするとき**」「**ふだん陽射しが強いとき**」が最も多く**約6割**。次いで「**海などレジャーに行くとき**」「**目が紫外線に弱い為／目の病気予防**」だった。一方で、「**ふだん陽射しが強いとき**」や「**目が紫外線に弱い為／目の病気予防**」は女性の方が高く、「**クルマの運転をするとき**」「**スポーツをする／スポーツ観戦するとき**」は男性が高く、サングラスは性別や年代で着用が異なる傾向がみられた

19ページ
20ページ

■サングラスの購入

この1年間でサングラスを購入した人は**約4割**。性別でみると男性の方が購入率が高い。

23ページ

■老眼鏡・老眼用メガネの購入と所有

老眼を自覚してから実際に購入するまでの時間経過は、**ボリュームゾーンが6か月以上~2年未満で合わせて約3割**。1年未満に購入した人はおよそ半数の**43.2%**。

所有本数は、未所有を除くと「**1本**」が最も多く**2割強**。

また、**自覚しているものの未所有、という人が全体の約4割**いることが伺える。

28ページ
32ページ

■脱マスクの影響

マスク着用の機会が減ったことで着用頻度の変化を聞いたところ、**度なしメガネおよびサングラスでは、およそ3人に1人が着用頻度が増えた**と回答。

また、マスク着用の機会が減ったことで、頻度が増えたこと・新たに始めたことを聞いたところ、「**化粧／メイク**」に次いで「**メガネの着用**」が**ランクイン**。メガネ着用増加の理由を聞いたところ、「**（マスクを外すことで）レンズが曇らなくなったから**」「**紫外線が気になるから**」「**おしゃれやファッションを楽しむから**」などの回答がみられた。

37ページ
38ページ
39ページ

メガネに関する意識調査 結果詳細

※調査結果（表）で数値がグレーのセルは、対象が少数のため分析対象から除外

メガネの使用歴

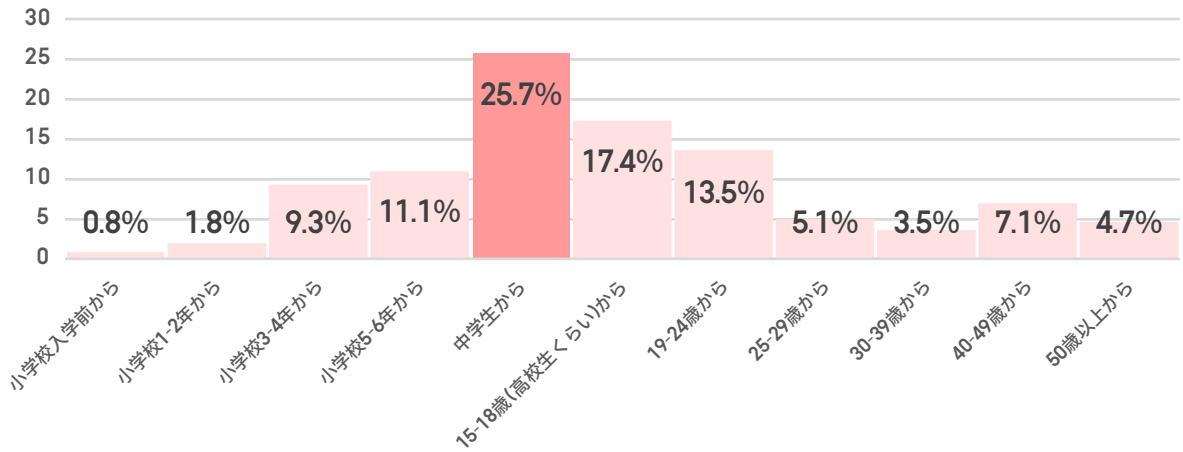
Q.メガネをかけ始めたのは、何歳頃からですか。(SA)

※度ありメガネと度数なしメガネの両方を使用している人は、最も使用しているメガネ(度ありor度数なし)のみに回答

度ありメガネ

- 最も多いのは「中学生から」で25.7%。
- 度ありメガネ着用の過半数が高校卒業(18歳)までにかけて始めている。

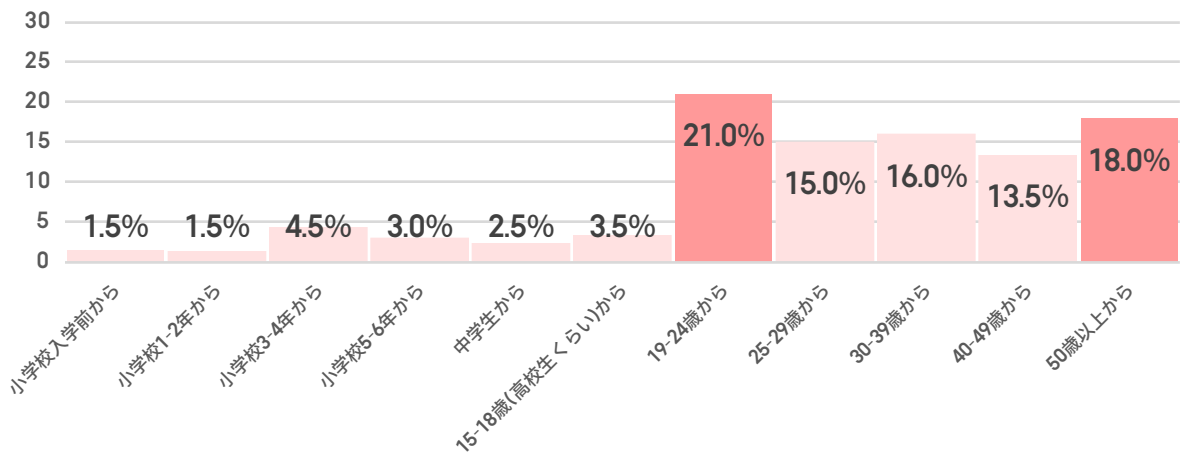
n=1070



度数なしメガネ

- 最も多いのは「19~24歳から」で21.0%。次いで「50歳以上から」で18.0%。
- 19歳以上は、幅広く分布しており、各区分15%程度いる。

n=200



過去の調査データあり(2022年)

メガネの使用頻度

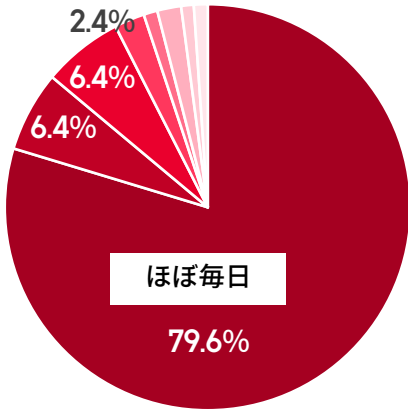
Q.ふだん使用しているメガネについてお伺いします。

あなたはどのくらいの頻度でメガネを使用していますか。(SA)

※度ありメガネと度なしメガネの両方を使用している人は、最も使用しているメガネ(度ありor度なし)のみに回答

度ありメガネ

- 約8割が「ほぼ毎日」と回答。「週4～5日」「週2～3日」と併せると9割以上。



- ほぼ毎日
- 週4～5日
- 週2～3日
- 週1日
- 2～3週間に1日程度
- 1ヶ月1日程度
- 2～3ヶ月に1日程度
- 半年に1日以下

		n	ほぼ毎日	週4～5日	週2～3日	週1日	2～3週間に1日程度	1ヶ月1日程度	2～3ヶ月に1日程度	半年に1日以下
全体		1070	85.2	6.8	6.9	2.6	1.2	2.0	1.1	1.2
		100.0	79.6	6.4	6.4	2.4	1.1	1.9	1.0	1.1
性年代	男性 20代	105	83.3	8.3	8.1	1.2	2.1	1.1	1.1	1.1
		100.0	79.0	7.6	7.6	1.0	1.9	1.0	1.0	1.0
	男性 30代	104	89.3	5.2	2.2	2.2	1.2	2.2	2.2	1.1
		100.0	85.6	4.8	1.9	1.9	1.0	1.9	1.9	1.0
	男性 40代	108	90.5	5.5	5.1	1.1	1.1	1.1	1.1	0.0
		100.0	83.3	4.6	4.6	4.6	0.9	0.9	0.9	0.0
	男性 50代	104	84.7	7.9	1.1	0.3	0.3	0.3	0.3	0.0
		100.0	80.8	6.7	8.7	1.0	0.0	2.9	0.0	0.0
	男性 60代	111	92.7	7.6	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3
		100.0	82.9	6.3	5.4	2.7	0.0	0.0	0.0	2.7
	女性 20代	105	71.9	10.8	2.1	3.1	3.1	1.1	3.1	1.1
		100.0	67.6	8.6	9.5	7.6	1.9	1.0	2.9	1.0
女性 30代	108	85.1	10.5	2.1	3.1	1.1	3.1	1.1	1.1	
	100.0	78.7	9.3	4.6	1.9	0.9	2.8	0.9	0.9	
女性 40代	107	81.7	10.7	0.1	5.1	1.1	5.1	1.1	2.1	
	100.0	75.7	9.3	6.5	0.0	0.9	4.7	0.9	1.9	
女性 50代	107	84.5	9.3	3.3	3.3	0.0	0.0	0.0	1.2	
	100.0	78.5	4.7	8.4	2.8	2.8	0.0	0.9	1.9	
女性 60代	111	93.2	8.1	1.1	4.1	1.1	4.1	1.1	1.1	
	100.0	83.8	1.8	7.2	0.9	0.9	3.6	0.9	0.9	

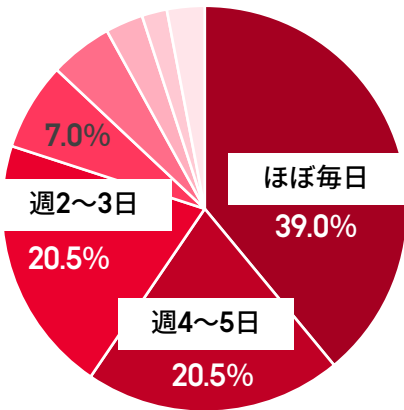
■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

度なしメガネ

- 「ほぼ毎日」は3割強。「週4～5日」「週2～3日」はともに約2割。
- 2021年・2022年と比べると「ほぼ毎日」「週4～5日」「週2～3日」は増加。年々、使用頻度が増加している傾向にある。

2023年

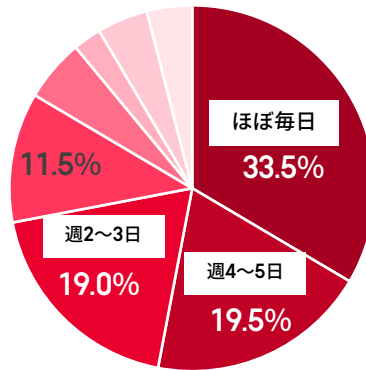
n=200



- ほぼ毎日
- 週4～5日
- 週2～3日
- 週1日
- 2～3週間に1日程度
- 1ヶ月1日程度
- 2～3ヶ月に1日程度
- 半年に1日以下

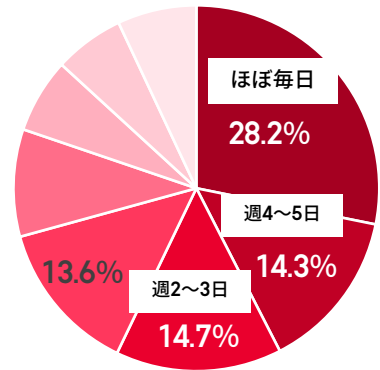
2022年

n=200



2021年

n=273



過去の調査データあり (2021年・2022年)

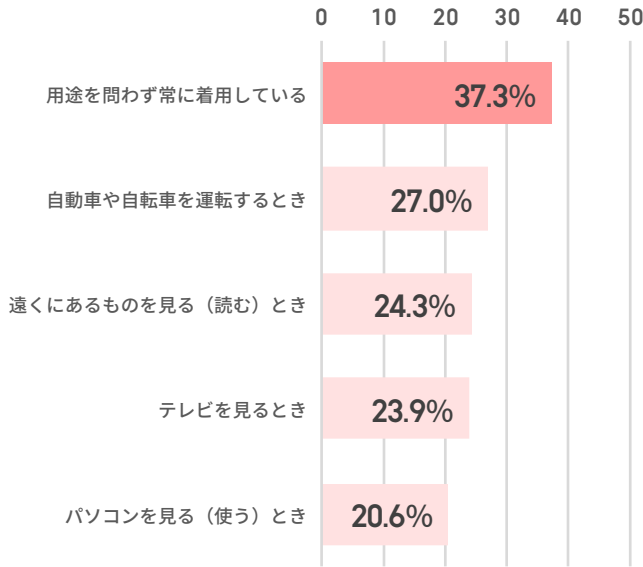
メガネの使用シーン

Q.あなたが現在使用しているメガネは、どんな時に使用していますか。(MA)

度ありメガネ

- 最も多いのは「用途を問わず常に着用している」で3割強。
- 2位以下は、「自動車や自転車を運転する時」「遠くにあるものを見る(読む)とき」「テレビを見るとき」「パソコンを見る(使う)とき」が、いずれも20%台の僅差でつづく。
- 「用途を問わず常に着用している」は男性30代以上の回答率が高い。

上位5位



	n	%	用途を問わず常に着用している	その他	おしゃれをしたいとき	風が強いところやちり・ほこりが多い場所に行くとき	屋外など紫外線が強い場所に行くとき	新聞や雑誌を読むとき	スマートフォンを見る(使う)とき	本を読むとき	書類などの文字を読むとき	パソコンを見る(使う)とき	テレビを見るとき	遠くにあるものを見る(読む)とき	自動車や自転車を運転するとき
全体	1115	100.0	27.0	24.3	23.9	20.6	17.0	16.1	15.6	12.9	6.0	3.6	3.4	6.3	37.3
性年代	男性 20代	108	22	28	25	29	23	21	19	10	9	6	13	5	38
	男性 30代	107	33	18	18	16	8	9	12	6	5	2	4	3	54
	男性 40代	109	27	25	31	24	12	14	15	11	6	2	4	3	47
	男性 50代	110	36	31	20	23	14	15	16	16	7	6	4	2	48
	男性 60代	115	35	24	20	23	25	21	16	21	8	2	1	0	48
	女性 20代	109	29	28	33	24	13	18	20	10	6	4	3	13	39
	女性 30代	113	26	24	35	17	12	10	13	8	3	5	4	15	47
	女性 40代	114	23	21	31	15	10	6	8	11	7	2	4	3	41
	女性 50代	113	38	35	30	27	26	23	22	16	6	3	1	5	31
	女性 60代	117	29	34	29	32	39	37	28	39	7	5	1	5	27

※回答者数が一桁の項目は割愛

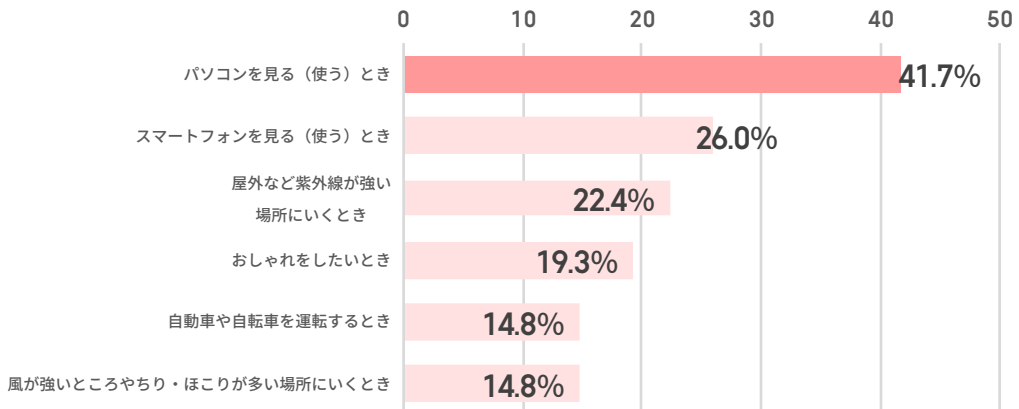
■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

度なしメガネ

- 「パソコンを見る(使う)とき」が4割でトップ。次いで「スマートフォンを見る(使う)とき」が2割強。
- 3位以下は、「屋外など紫外線が強い場所に行くとき」「おしゃれをしたいとき」「自動車や自転車を運転するとき」「風が強いところやちり・ほこりが多い場所に行くとき」など、外出を想定したシーンが上位にあがっている。

上位5位

n=223

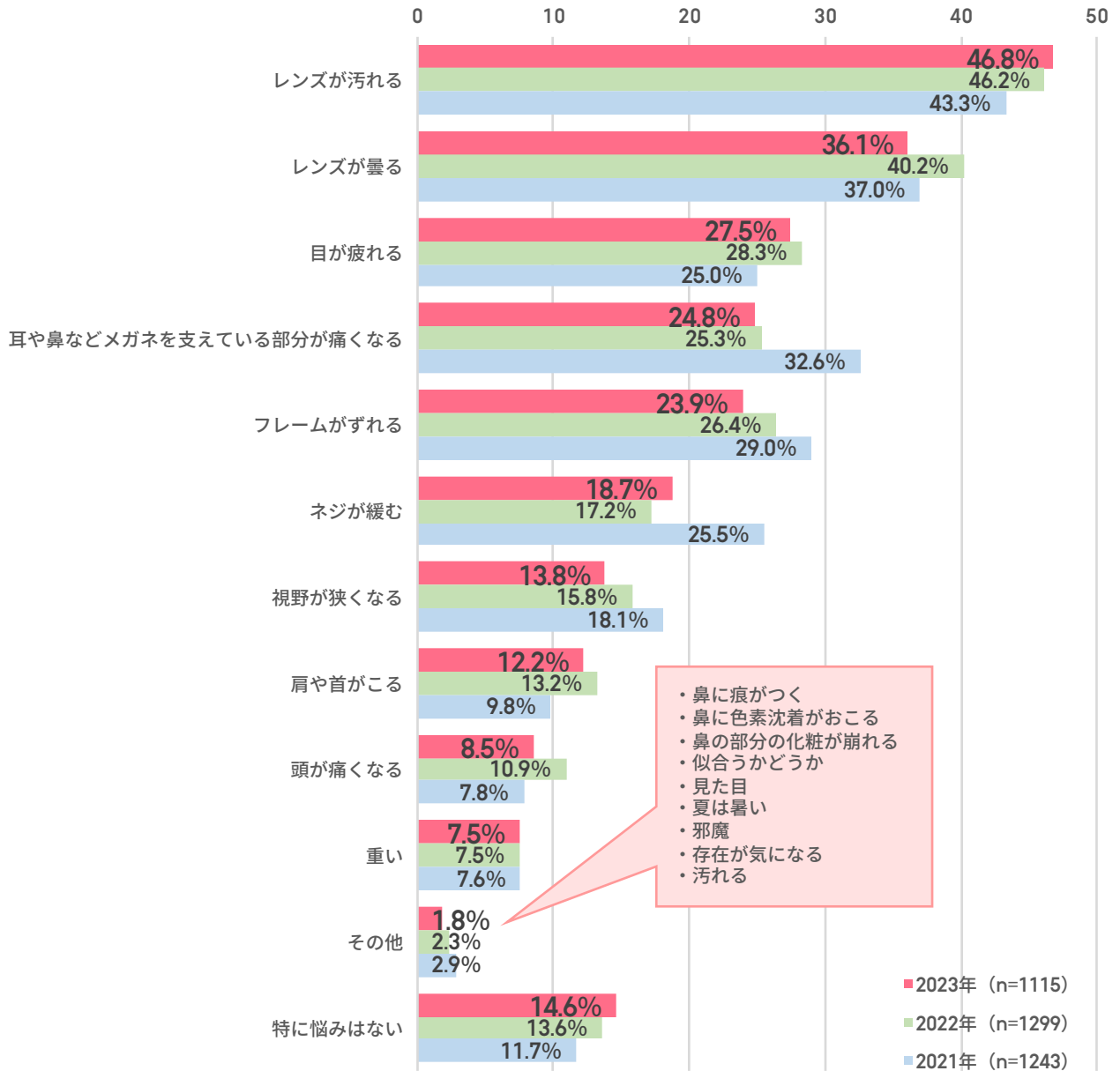


過去の調査データあり (2021年・2022年)

メガネの使用で感じる悩み

Q.あなたがメガネを使用する時に感じる悩みをすべて選んでください。(MA)

- ・ 昨年同様「レンズが汚れる」「レンズが曇る」といったレンズに関する悩みがトップ。
- ・ 次いで「目が疲れる」「耳や鼻などメガネを支えている部分が痛くなる」「フレームがずれる」など。
- ・ その他での自由回答を見ると、鼻まわりに関する悩み、見た目などの悩みがみられた。



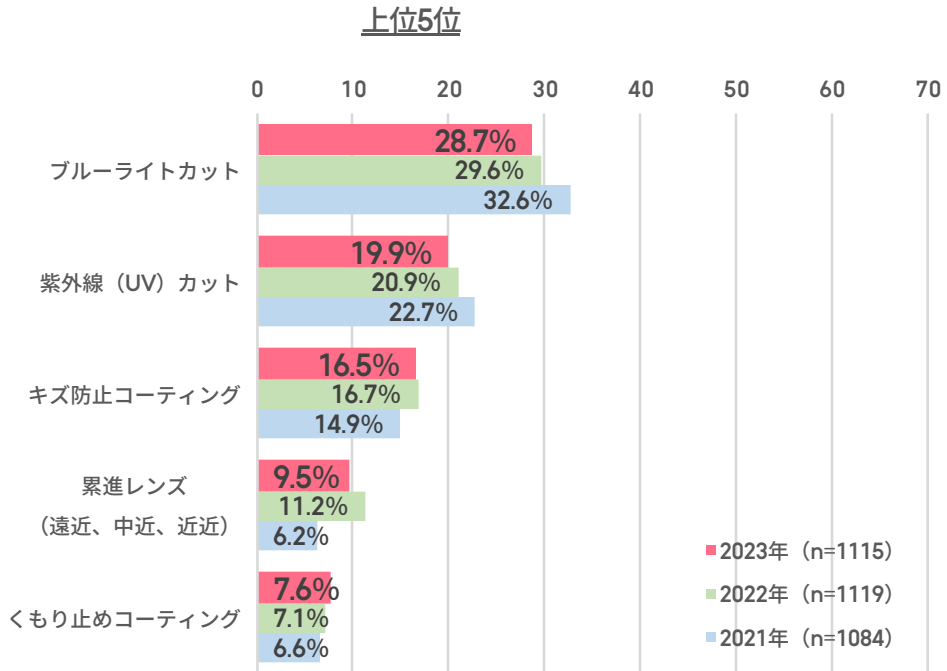
過去の調査データあり (2021年・2022年)

メガネやレンズに備わっている機能

Q.あなたが現在使用しているメガネやレンズに備わっている機能を、
度あり・度なしそれぞれについて、すべて選んでください。(MA)

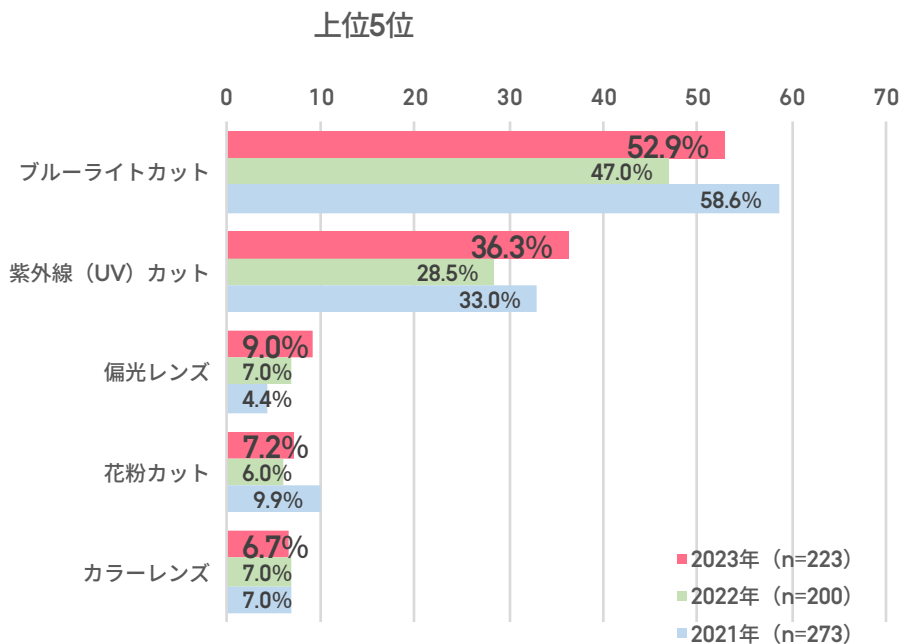
度ありメガネ

- ・「ブルーライトカット」が最も多く**28.7%**。
- ・次いで「紫外線 (UV) カット」「キズ防止コーティング」「累進レンズ (遠近、中近、近近)」「くもり止めコーティング」などが上位を占める。



度なしメガネ

- ・「ブルーライトカット」が最も多く過半数が回答。次いで「紫外線 (UV) カット」が3割強。上位2項目はいずれも昨年より回答率が上昇している。
- ・3位以下では、「偏光レンズ」「花粉カット」が昨年より伸びて上位に挙がっており、外出時にあると便利な機能の回答率が高くなっていることが伺われる。



過去の調査データあり (2021年・2022年)

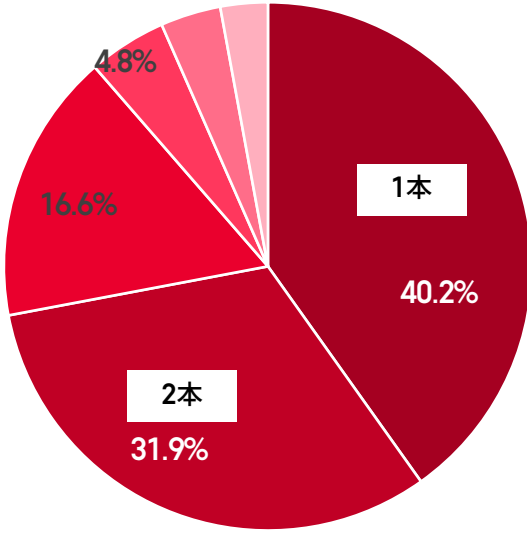
メガネの所有本数

Q.あなたは、メガネを何本所有していますか。度あり・度なしそれぞれについて、1つずつ選んでください。(SA)

度ありメガネ

※老眼鏡・老眼用メガネを含めた本数を回答

- 「1本」が40.2%、「2本」が31.9%で、上位2項目で7割以上を占める。



■1本 ■2本 ■3本 ■4本 ■5本 ■6本以上

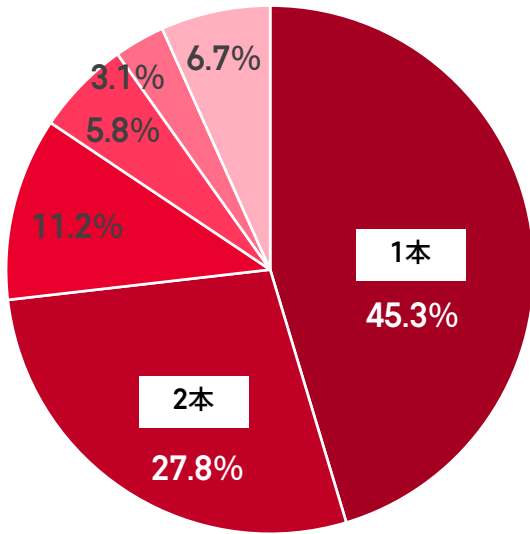
		n / %	1本	2本	3本	4本	5本	6本以上
全体		1115 / 100.0	448 / 40.2	356 / 31.9	185 / 16.6	53 / 4.8	41 / 3.7	32 / 2.9
性年代	男性 20代	108 / 100.0	54 / 50.0	31 / 28.7	17 / 15.7	0 / 0.0	4 / 3.7	2 / 1.9
	男性 30代	107 / 100.0	39 / 36.4	45 / 42.1	15 / 14.0	3 / 2.8	2 / 1.9	3 / 2.8
	男性 40代	109 / 100.0	53 / 48.6	33 / 30.3	16 / 14.7	3 / 2.8	1 / 0.9	3 / 2.8
	男性 50代	110 / 100.0	34 / 30.9	37 / 33.6	24 / 21.8	5 / 4.5	7 / 6.4	3 / 2.7
	男性 60代	115 / 100.0	22 / 19.1	33 / 28.7	31 / 27.0	11 / 9.6	11 / 9.6	7 / 6.1
	女性 20代	109 / 100.0	59 / 54.1	33 / 30.3	16 / 14.7	0 / 0.0	0 / 0.0	1 / 0.9
	女性 30代	113 / 100.0	59 / 52.2	39 / 34.5	8 / 7.1	5 / 4.4	1 / 0.9	1 / 0.9
	女性 40代	114 / 100.0	62 / 54.4	33 / 28.9	12 / 10.5	5 / 4.4	0 / 0.0	2 / 1.8
	女性 50代	113 / 100.0	36 / 31.9	36 / 31.9	20 / 17.7	11 / 9.7	6 / 5.3	4 / 3.5
	女性 60代	117 / 100.0	30 / 25.6	36 / 30.8	26 / 22.2	10 / 8.5	9 / 7.7	6 / 5.1

※6本以上は回答数を統合集計して表記

■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

度なしメガネ

- 度なしメガネは、「1本」が4割強、「2本」が2割強で、上位2項目で7割以上を占める。



■1本 ■2本 ■3本 ■4本 ■5本 ■6本以上

		n / %	1本	2本	3本	4本	5本	6本以上
全体		223 / 100.0	101 / 45.3	62 / 27.8	25 / 11.2	13 / 5.8	7 / 3.1	15 / 6.7
性年代	男性 20代	21 / 100.0	11 / 52.4	2 / 9.5	3 / 14.3	1 / 4.8	1 / 4.8	3 / 14.3
	男性 30代	25 / 100.0	13 / 52.0	4 / 16.0	3 / 12.0	2 / 8.0	0 / 0.0	3 / 12.0
	男性 40代	20 / 100.0	8 / 40.0	7 / 35.0	2 / 10.0	0 / 0.0	1 / 5.0	2 / 10.0
	男性 50代	22 / 100.0	9 / 40.9	7 / 31.8	2 / 9.1	2 / 9.1	0 / 0.0	2 / 9.1
	男性 60代	22 / 100.0	4 / 18.2	8 / 36.4	6 / 27.3	2 / 9.1	2 / 9.1	0 / 0.0
	女性 20代	24 / 100.0	16 / 66.7	5 / 20.8	2 / 8.3	1 / 4.2	0 / 0.0	0 / 0.0
	女性 30代	22 / 100.0	8 / 36.4	8 / 36.4	2 / 9.1	3 / 13.6	0 / 0.0	1 / 4.5
	女性 40代	20 / 100.0	11 / 55.0	5 / 25.0	0 / 0.0	1 / 5.0	1 / 5.0	2 / 10.0
	女性 50代	23 / 100.0	9 / 39.1	9 / 39.1	3 / 13.0	0 / 0.0	0 / 8.7	0 / 0.0
	女性 60代	24 / 100.0	12 / 50.0	7 / 29.2	2 / 8.3	1 / 4.2	0 / 0.0	2 / 8.3

※6本以上は回答数を統合集計して表記

■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

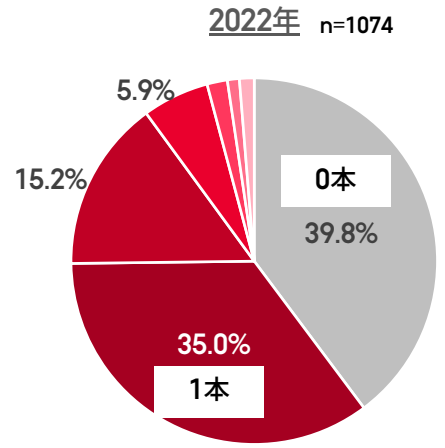
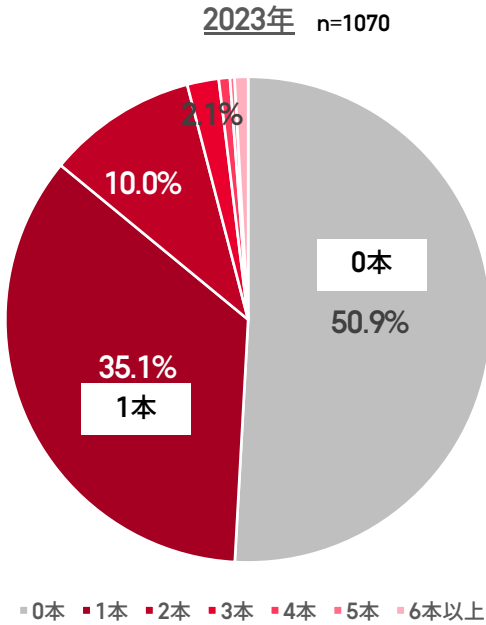
過去の調査データあり (2021年)

この1年で購入したメガネの本数

Q.あなたがこの1年間で購入したメガネの本数を、度あり・度なしそれぞれについて、1つずつ選んでください。(SA)
 ※度ありメガネと度なしメガネの両方を使用している人は、最も使用しているメガネ（度ありor度なし）のみに回答/サングラスを除く。

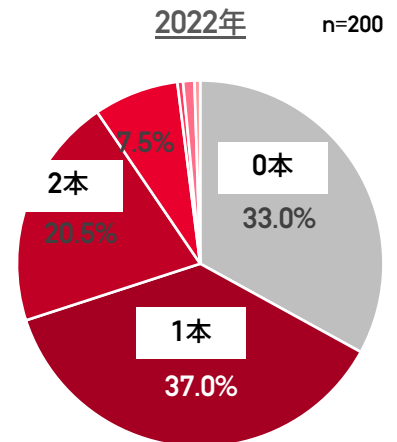
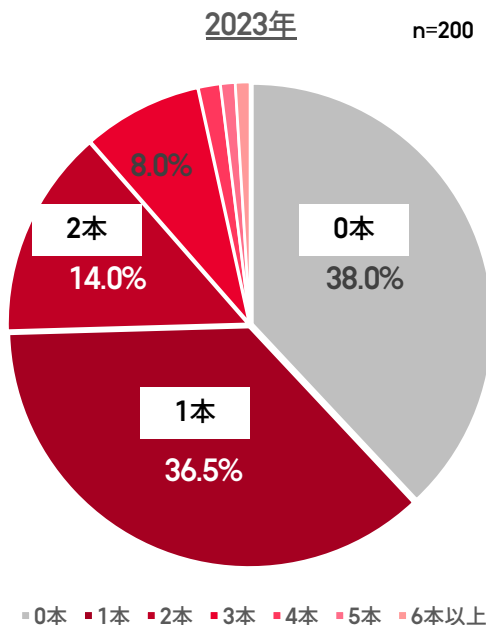
度ありメガネ

- ・ 今年メガネを購入した人は全体の約5割で昨年より減少。
- ・ 「1本」購入した人は3割強。2本以上購入した人は全体の2割未満。



度なしメガネ

- ・ 度なしメガネについても度ありメガネ同様、昨年に比べると購入者がやや減少。



過去の調査データあり (2021年・2022年)

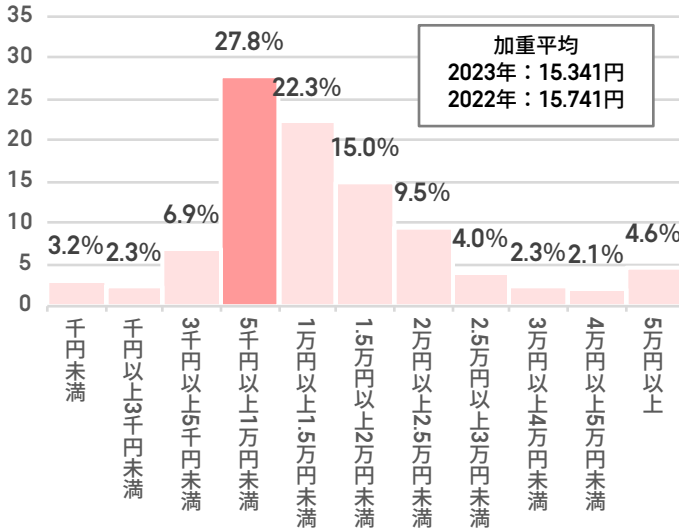
この1年で購入したメガネの価格帯

【購入者のみ回答】

Q.あなたがこの1年間で購入したメガネの価格帯を、使用頻度の高いものから順に最大3つまで、度あり・度なしそれぞれについて、1つずつ選んでください。※覚えていない場合はおおよその金額をお答えください。(SA)

度ありメガネ／使用頻度1番

- 「5千円以上1万円未満」が最も多く2割強。次いで「1万円以上1.5万円未満」「1.5万円以上2万円未満」と上位価格帯に寄り、3価格帯で全体の6割以上となっている。
- 加重平均は15,341円で昨年よりやや低い。
- 年代別の傾向も昨年同様、20・30代では1万円前後が多い傾向。

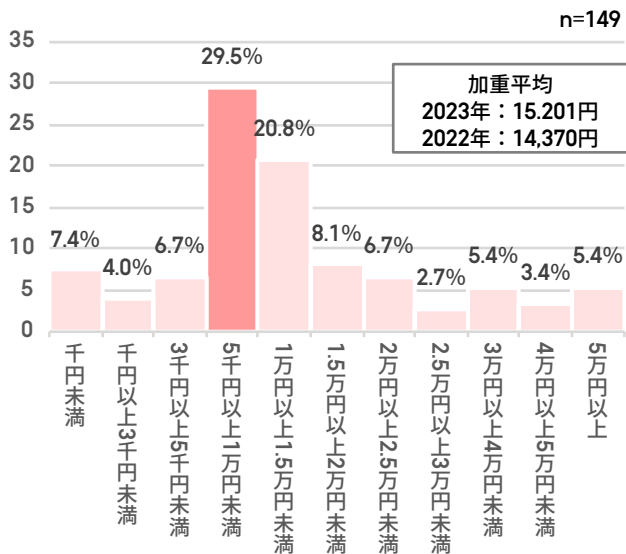


		n	%	千円未満	千円以上3千円未満	3千円以上5千円未満	5千円以上1万円未満	1万円以上1.5万円未満	1.5万円以上2万円未満	2万円以上2.5万円未満	2.5万円以上3万円未満	3万円以上4万円未満	4万円以上5万円未満	5万円以上
全体		525	100.0	17.0	12.2	36.2	14.6	11.7	7.9	5.0	2.1	1.2	1.1	2.4
性年代	男性 20代	66	100.0	0.0	3.0	9.1	22.7	27.3	18.2	10.6	1.5	0.0	3.0	4.5
	男性 30代	64	100.0	2.2	3.1	1.7	21.1	7.9	6.1	1.1	1.1	2.4	2.4	4.4
	男性 40代	53	100.0	1.9	0.0	7.5	24.5	20.8	20.8	9.4	5.7	1.9	1.9	5.7
	男性 50代	44	100.0	2.3	0.0	6.8	27.3	22.7	20.5	9.1	0.0	4.5	2.3	4.5
	男性 60代	53	100.0	4.2	3.8	5.7	22.6	13.2	13.2	15.1	3.8	1.9	3.8	9.4
	女性 20代	60	100.0	0.0	1.7	6.7	45.0	25.0	10.0	5.0	1.7	0.0	3.3	1.7
	女性 30代	52	100.0	0.0	2.6	24.9	9.7	7.2	1.1	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	女性 40代	48	100.0	2.1	0.0	4.2	29.2	25.0	20.8	6.3	12.5	0.0	0.0	0.0
	女性 50代	45	100.0	4.0	0.0	6.5	9.6	4.4	4.4	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3
	女性 60代	40	100.0	8.9	0.0	13.3	11.1	20.0	13.3	8.9	8.9	8.9	0.0	6.7
	女性 70代	40	100.0	10.0	7.5	2.5	17.5	12.5	10.0	20.0	5.0	5.0	2.5	7.5

■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

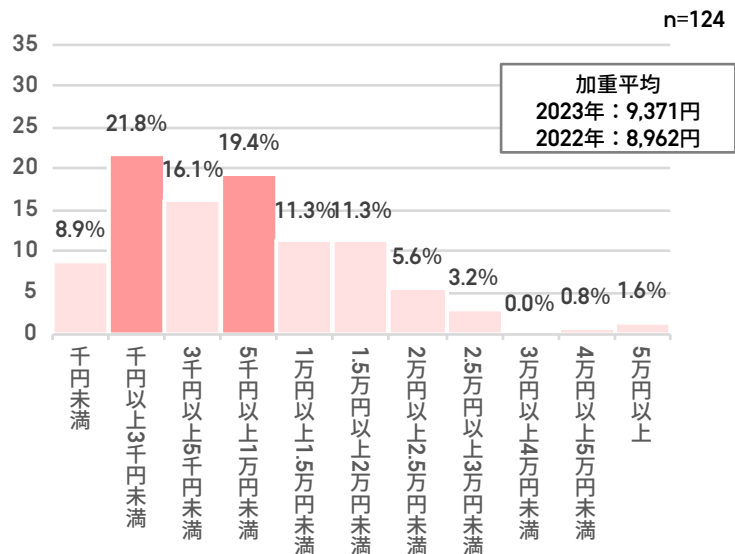
度ありメガネ／使用頻度2番

- 「5千円以上1万円未満」が最も多く2割強。
- 次いで上位価格の「1万円以上1.5万円未満」。
- 加重平均でみると15,201円で昨年より千円近く高い。



度なしメガネ／使用頻度1番

- 「千円以上3千円未満」「5千円以上1万円未満」が2割前後。
- 加重平均は9,371円で、度ありメガネの使用頻度1番と2番に比べて6割程度の価格。度なしメガネは低価格帯を購入する傾向がみられる。



*「度あり」の使用頻度3番目、「度なし」の使用頻度2・3番目は調査数少数に付き割愛

過去の調査データあり (2021年・2022年)

この1年にメガネを購入した場所

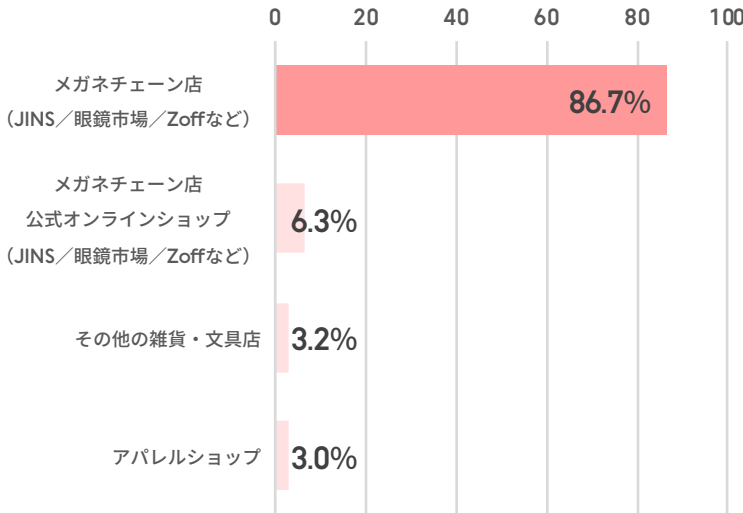
【購入者のみ回答】

Q.あなたがこの1年間に購入したメガネの購入場所を、度あり・度なしそれぞれについて、すべて選んでください。(MA)

度ありメガネ

- ・ 店舗計は約9割に対し、オンライン計は1割程度。度付きメガネを購入した場所のほとんどが店舗である。
- ・ 詳細を見ると「メガネチェーン店」が圧倒的に多く、次いで「メガネチェーン店の公式オンラインショップ」。

上位4位

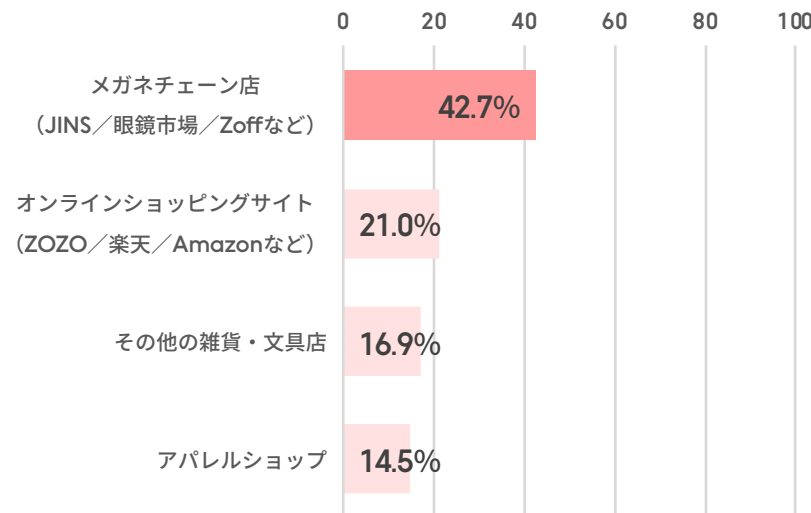


		全体	
		n	%
店舗	メガネチェーン店 (JINS/眼鏡市場/Zoffなど)	455	86.7
	アパレルショップ	16	3.0
	インテリアショップ	7	1.3
	その他の雑貨・文具店	17	3.2
	リサイクルショップ	1	0.2
オンライン	メガネチェーン店公式オンラインショップ (JINS/眼鏡市場/Zoffなど)	33	6.3
	オンラインショッピングサイト (ZOZO/楽天/Amazonなど)	15	2.9
	その他オンラインショップ	7	1.3
	フリマサイト/アプリ (メルカリ/ヤフオクなど)	4	0.8
その他	通販 (カタログ通販、テレビショッピングなど)	4	0.8
	その他	16	3.0
店舗計		496	94.4
オンライン計		59	11.3

度なしメガネ

- ・ 「メガネチェーン店」がトップで約4割。次いで「オンラインショッピングサイト」「その他の雑貨・文具店」「アパレルショップ」。
- ・ オンライン計の購入率は約3割で、「度ありメガネ」のオンライン計が約1割であることから、およそ3倍。

上位4位



		全体	
		n	%
店舗	メガネチェーン店 (JINS/眼鏡市場/Zoffなど)	53	42.7
	アパレルショップ	18	14.5
	インテリアショップ	13	10.5
	その他の雑貨・文具店	21	16.9
	リサイクルショップ	4	3.2
オンライン	メガネチェーン店公式オンラインショップ (JINS/眼鏡市場/Zoffなど)	5	4.0
	オンラインショッピングサイト (ZOZO/楽天/Amazonなど)	26	21.0
	その他オンラインショップ	8	6.5
	フリマサイト/アプリ (メルカリ/ヤフオクなど)	3	2.4
その他	通販 (カタログ通販、テレビショッピングなど)	9	7.3
	その他	2	1.6
店舗計		109	87.8
オンライン計		42	33.9

過去の調査データあり (2021年・2022年)

この1年にメガネを購入した目的

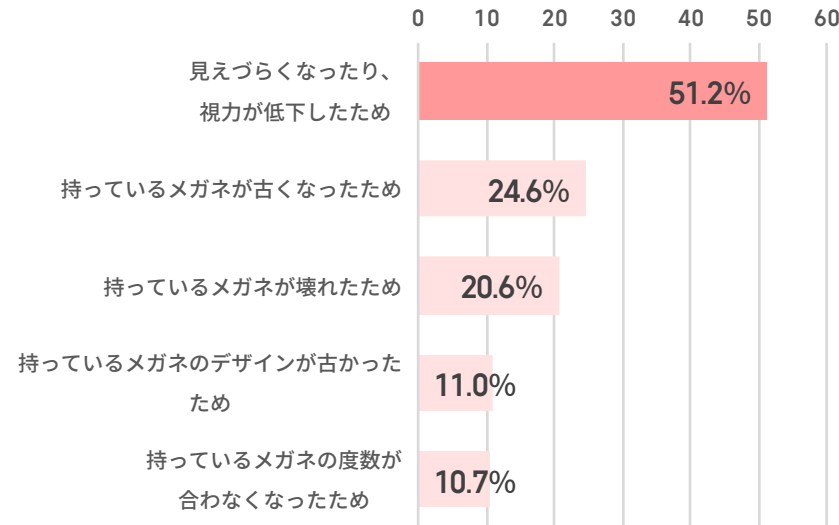
【購入者のみ回答】

Q.あなたがこの1年間に購入したメガネの購入目的を、度あり・度なしそれぞれについて、すべて選んでください。(MA)

度ありメガネ

- 過半数が「見えづらくなったり、視力が低下したため」と回答。次いで「持っているメガネが古くなったため」「持っているメガネが壊れたため」などメガネの劣化や故障による理由があがった。

上位5位

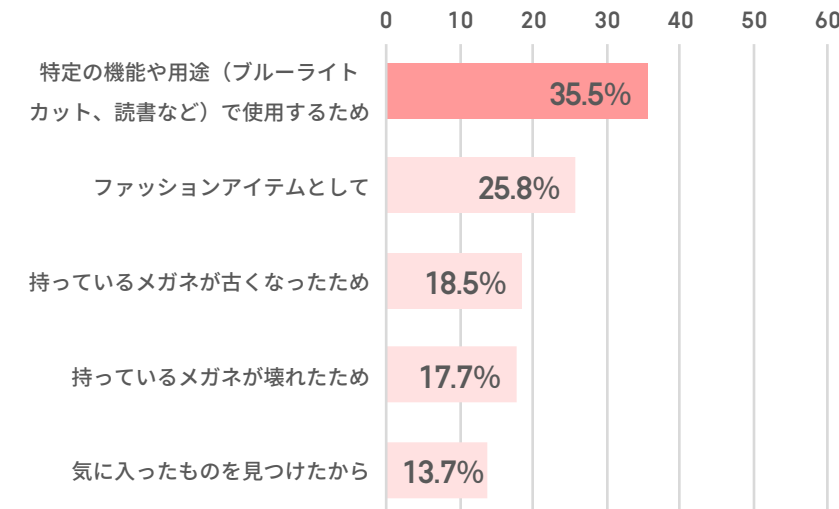


	全体	
	n/%	525/100.0
見えづらくなったり、視力が低下したため	269	51.2
持っているメガネが古くなったため	129	24.6
持っているメガネが壊れたため	108	20.6
持っているメガネのデザインが古かったため	58	11.0
持っているメガネの度数が合わなくなったため	56	10.7
ファッションアイテムとして	55	10.5
TPOに合わせたメガネが必要になったため	40	7.6
気に入ったものを見つけたから	32	6.1
特定の機能や用途（ブルーライトカット、読書など）で使用するため	21	4.0
コンタクトレンズからメガネに変えるため	14	2.7
その他	10	1.9

度なしメガネ

- 3割強が「特定の機能や用途で使用するため」と回答。次いで「ファッションアイテムとして」。
- 度ありメガネの購入理由が「見えづらくなったり、視力が低下したため」「古くなったため」「壊れたため」といった買い替えが必要となる原因に対し、度なしメガネは「特定の機能や用途で使用するため」「ファッションアイテムとして」といった項目が上位となった。

上位5位



	全体	
	n/%	124/100.0
特定の機能や用途（ブルーライトカット、読書など）で使用するため	44	35.5
ファッションアイテムとして	32	25.8
持っているメガネが古くなったため	23	18.5
持っているメガネが壊れたため	22	17.7
気に入ったものを見つけたから	17	13.7
TPOに合わせたメガネが必要になったため	12	9.7
持っているメガネのデザインが古かったため	9	7.3
その他	2	1.6

過去の調査データあり（2021年）

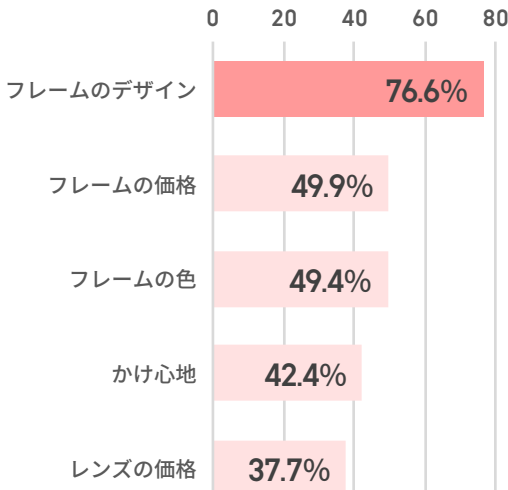
メガネを選ぶ時に重視すること

Q.あなたはメガネを選ぶ時に何を重視しますか。度あり・度なしそれぞれについて、すべて選んでください。(MA)
 ※度ありメガネと度なしメガネの両方を使用している人は、最も使用しているメガネ(度ありor度なし)のみに回答

度ありメガネ

- 「フレームのデザイン」が最も多く7割以上が回答。次いで「フレームの価格」「フレームの色」と、フレームが重視されていることが伺える。
- 全体的に男性より女性の方が回答率が高い。また女性は年代によって重視項目が異なる傾向もみられる。
- また度ありメガネは、度なしメガネに比べ「レンズの薄さ」も上位項目にあがっている。度ありメガネは、度数が強いほどレンズが厚くなる、という特性があり、これを少しでもメガネ選びで解決できれば、という潜在的な要望が伺える。

上位5位



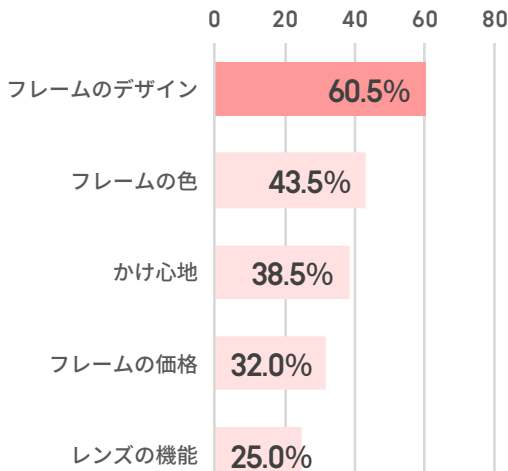
	n / %	フレームのデザイン	フレームの価格	フレームの色	かけ心地	レンズの価格	レンズの薄さ	重さ	フレームの品質	レンズの品質	フレームの素材	レンズの機能	大きさ	フレームの機能	レンズの色	レンズの素材	その他	
全体	1070	820	534	529	454	403	276	259	253	246	221	198	193	158	128	90	6	
	100.0	76.6	49.9	49.4	42.4	37.7	25.8	24.2	23.6	23.0	20.7	18.5	18.0	14.8	12.0	8.4	0.6	
性年代	男性 20代	105	67	48	45	34	41	19	17	37	26	20	22	13	22	17	11	0
		100.0	63.8	45.7	42.9	32.4	39.0	18.1	16.2	35.2	24.8	19.0	21.0	12.4	21.0	16.2	10.5	0.0
	男性 30代	104	74	43	37	33	32	21	18	28	19	16	17	11	18	7	7	2
		100.0	71.2	41.3	35.6	31.7	30.8	20.2	17.3	26.9	18.3	15.4	16.3	10.6	17.3	6.7	6.7	1.9
	男性 40代	108	81	47	42	35	30	27	11	21	21	20	15	11	15	6	8	0
		100.0	75.0	43.5	38.9	32.4	27.8	25.0	10.2	19.4	19.4	18.5	13.9	10.2	13.9	5.6	7.4	0.0
	男性 50代	104	72	53	45	46	37	23	27	22	26	18	18	20	15	7	9	0
		100.0	69.2	51.0	43.3	44.2	35.6	22.1	26.0	21.2	25.0	17.3	17.3	19.2	14.4	6.7	8.7	0.0
	男性 60代	111	78	49	43	47	40	27	30	28	24	20	24	19	13	16	12	1
		100.0	70.3	44.1	38.7	42.3	36.0	24.3	27.0	25.2	21.6	18.0	21.6	17.1	11.7	14.4	10.8	0.9
	女性 20代	105	85	52	58	38	44	24	28	16	17	17	24	26	15	20	6	0
		100.0	81.0	49.5	55.2	36.2	41.9	22.9	26.7	15.2	16.2	16.2	22.9	24.8	14.3	19.0	5.7	0.0
女性 30代	108	92	66	71	45	53	29	26	21	20	23	12	22	15	11	5	0	
	100.0	85.2	61.1	65.7	41.7	49.1	26.9	24.1	19.4	18.5	21.3	11.1	20.4	13.9	10.2	4.6	0.0	
女性 40代	107	91	63	68	53	42	36	26	28	28	26	18	21	16	12	9	1	
	100.0	85.0	58.9	63.6	49.5	39.3	33.6	24.3	26.2	26.2	24.3	16.8	19.6	15.0	11.2	8.4	0.9	
女性 50代	107	90	55	56	55	36	36	33	20	23	26	19	21	14	12	7	0	
	100.0	84.1	51.4	52.3	51.4	33.6	33.6	30.8	18.7	21.5	24.3	17.8	19.6	13.1	11.2	6.5	0.0	
女性 60代	111	90	58	64	68	48	34	43	32	42	35	29	29	15	20	16	2	
	100.0	81.1	52.3	57.7	61.3	43.2	30.6	38.7	28.8	37.8	31.5	26.1	26.1	13.5	18.0	14.4	1.8	

■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

度なしメガネ

- 「フレームのデザイン」が約6割、次いで「フレームの色」と、度ありメガネ同様にフレームが重視される傾向がみられるが、3位に「かけ心地」があがっている。

上位5位



	n / %	フレームのデザイン	フレームの色	かけ心地	フレームの価格	レンズの機能	重さ	フレームの品質	レンズの品質	フレームの素材	レンズの機能	大きさ	フレームの機能	レンズの色	レンズの素材	レンズの薄さ	その他	
全体	200	121	87	77	64	50	48	43	43	43	43	43	40	32	26	15	15	3
	100.0	60.5	43.5	38.5	32.0	25.0	24.0	21.5	21.5	21.5	21.5	21.5	20.0	16.0	13.0	7.5	7.5	1.5
性年代	男性 20代	20	8	4	3	4	2	0	5	3	0	1	2	3	2	3	3	0
		100.0	40.0	20.0	15.0	20.0	10.0	0.0	25.0	15.0	0.0	5.0	10.0	15.0	10.0	15.0	15.0	0.0
	男性 30代	20	5	3	3	3	5	3	5	3	2	3	3	5	2	0	0	0
		100.0	25.0	15.0	15.0	15.0	25.0	15.0	25.0	15.0	10.0	15.0	15.0	25.0	10.0	5.0	0.0	0.0
	男性 40代	20	14	10	6	9	7	4	7	5	7	5	7	5	2	1	1	0
		100.0	70.0	50.0	30.0	45.0	35.0	20.0	35.0	25.0	35.0	25.0	35.0	25.0	10.0	5.0	5.0	0.0
	男性 50代	20	16	11	8	4	3	3	3	4	3	3	2	4	2	1	1	0
		100.0	80.0	55.0	40.0	20.0	15.0	15.0	15.0	20.0	15.0	15.0	10.0	20.0	10.0	5.0	5.0	0.0
	男性 60代	20	10	8	8	6	4	5	4	2	3	3	1	3	1	1	2	0
		100.0	50.0	40.0	40.0	30.0	20.0	25.0	20.0	10.0	15.0	15.0	5.0	15.0	5.0	5.0	10.0	0.0
	女性 20代	20	13	10	7	6	2	4	4	2	2	2	4	1	5	1	1	0
		100.0	65.0	50.0	35.0	30.0	10.0	20.0	20.0	10.0	10.0	10.0	20.0	5.0	25.0	5.0	5.0	0.0
女性 30代	20	16	10	10	10	9	11	6	7	6	7	6	7	3	4	3	2	0
	100.0	80.0	50.0	50.0	50.0	45.0	55.0	30.0	35.0	35.0	30.0	35.0	15.0	20.0	15.0	10.0	0.0	
女性 40代	20	14	11	11	8	9	4	4	8	5	7	5	2	2	1	2	1	
	100.0	70.0	55.0	55.0	40.0	45.0	20.0	20.0	40.0	25.0	35.0	25.0	10.0	10.0	5.0	10.0	5.0	
女性 50代	20	13	9	10	8	5	7	3	5	7	5	4	5	5	2	2	1	
	100.0	65.0	45.0	50.0	40.0	25.0	35.0	15.0	25.0	35.0	25.0	20.0	25.0	25.0	10.0	10.0	5.0	
女性 60代	20	12	11	11	6	4	7	2	4	7	8	5	1	1	1	1	1	
	100.0	60.0	55.0	55.0	30.0	20.0	35.0	10.0	20.0	35.0	40.0	25.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	

■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

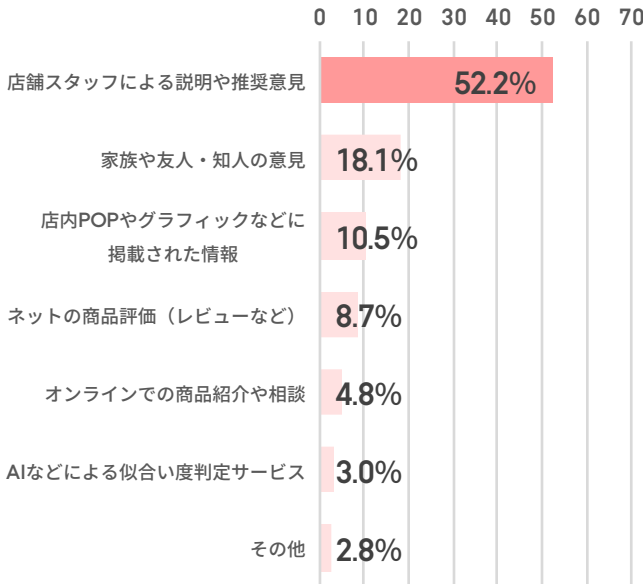
過去の調査データあり (2021年)

メガネの購入で参考とすること

Q.あなたがメガネの購入で迷った時に参考とするものは何ですか。あてはまるものをすべて選んでください。(MA)
また、その中で最もあてはまるものを1つだけ選んでください。(SA)

単数回答

- ・ 「店舗スタッフによる説明や推奨意見」が最も多く約5割。次いで「家族や友人・知人の意見」。
- ・ 「店舗スタッフによる説明や推奨意見」は世代が若くなるにつれて低くなる傾向がある。
- ・ 一方で、「家族や友人・知人の意見」は世代が高くなるにつれて低くなる傾向がある。

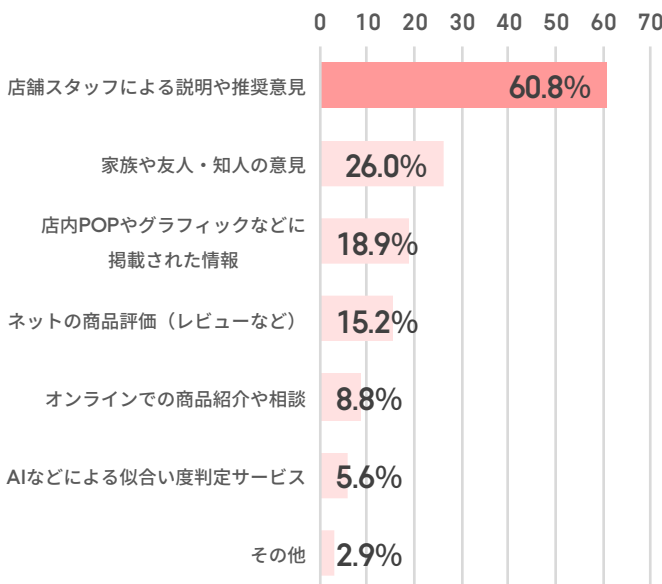


	n / %	店舗スタッフによる説明や推奨意見	家族や友人・知人の意見	店内POPやグラフィックなどに掲載された情報	ネットの商品評価（レビューなど）	オンラインでの商品紹介や相談	AIなどによる似合い度判定サービス	その他	
									全体
全体	1583 100.0	826 52.2	286 18.1	166 10.5	138 8.7	76 4.8	47 3.0	44 2.8	
年代	20代	256 100.0	102 39.8	64 25.0	34 13.3	26 10.2	15 5.9	11 4.3	4 1.6
	30代	258 100.0	111 43.0	54 20.9	37 14.3	23 8.9	18 7.0	10 3.9	5 1.9
	40代	276 100.0	123 44.6	42 15.2	36 13.0	41 14.9	13 4.7	13 4.7	8 2.9
	50代	277 100.0	152 54.9	51 18.4	21 7.6	24 8.7	16 5.8	7 2.5	6 2.2
	60代	281 100.0	157 55.9	47 16.7	32 11.4	18 6.4	10 3.6	4 1.4	13 4.6
	70代	235 100.0	181 77.0	28 11.9	6 2.6	6 2.6	4 1.7	2 0.9	8 3.4

■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

複数回答

- ・ 複数回答でも単数回答同様の結果となった。



	n / %	店舗スタッフによる説明や推奨意見	家族や友人・知人の意見	店内POPやグラフィックなどに掲載された情報	ネットの商品評価（レビューなど）	オンラインでの商品紹介や相談	AIなどによる似合い度判定サービス	その他	
									全体
全体	1583 100.0	963 60.8	412 26.0	299 18.9	241 15.2	140 8.8	88 5.6	46 2.9	
年代	20代	256 100.0	133 52.0	87 34.0	61 23.8	60 23.4	33 12.9	26 10.2	4 1.6
	30代	258 100.0	143 55.4	80 31.0	68 26.4	43 16.7	31 12.0	19 7.4	5 1.9
	40代	276 100.0	153 55.4	59 21.4	58 21.0	62 22.5	27 9.8	21 7.6	8 2.9
	50代	277 100.0	166 59.9	70 25.3	44 15.9	40 14.4	25 9.0	13 4.7	6 2.2
	60代	281 100.0	177 63.0	71 25.3	51 18.1	30 10.7	19 6.8	7 2.5	13 4.6
	70代	235 100.0	191 81.3	45 19.1	17 7.2	6 2.6	5 2.1	2 0.9	10 4.3

■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

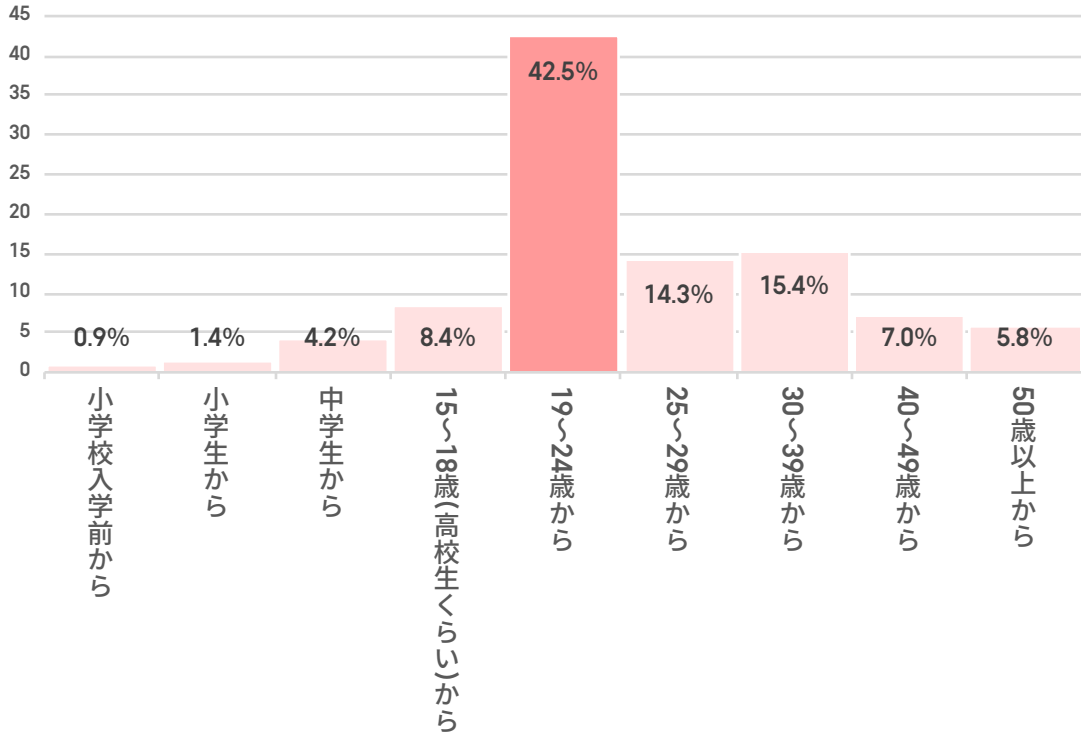
過去の調査データあり（2021年・2022年）

サングラスに関する意識調査 結果詳細

サングラスの使用歴

Q.サングラスをかけ始めたのは、何歳頃からですか。(SA)

- ・ 約4割が「19～24歳から」と回答。
- ・ 「19～24歳から」は、年代別で見ても、どの年代でも高い回答率を得ている。
- ・ 高校卒業までにかける割合は、年代が若くなるにつれて高まる傾向にある。



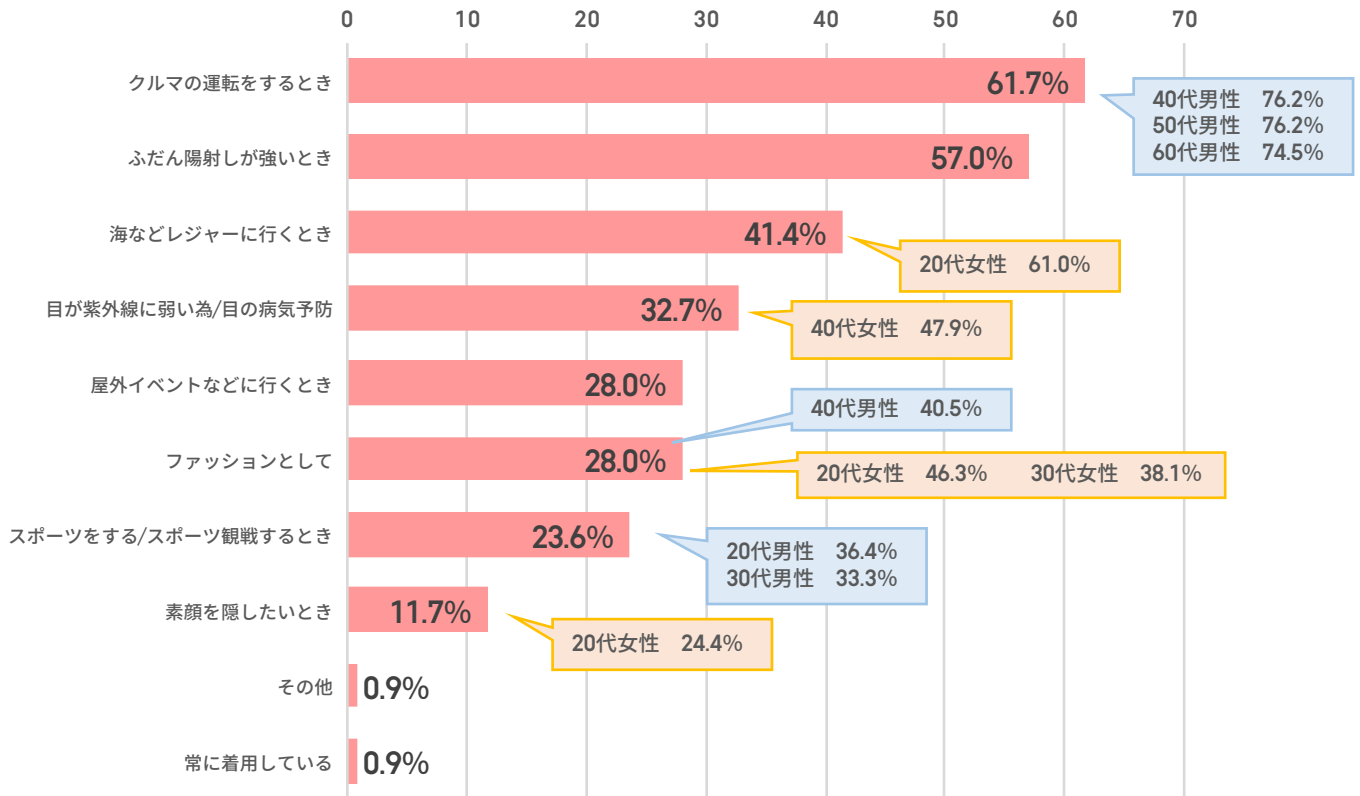
		n / %	小学校入学前から	小学生から	中学生から	15～18歳(高校生くらい)から	19～24歳から	25～29歳から	30～39歳から	40～49歳から	50歳以上から
全体		428	0.9	1.4	4.2	8.4	42.5	14.3	15.4	7.0	5.8
年代	20代	74	1.3	5.4	12.1	14.8	59.4	6.7	0.0	0.0	0.0
	30代	78	2.5	1.2	5.1	12.8	39.7	17.9	20.5	0.0	0.0
	40代	90	0.0	0.0	3.3	6.6	33.3	22.2	23.3	11.1	0.0
	50代	86	1.1	0.0	1.1	5.8	45.3	10.4	15.1	11.6	9.3
	60代	100	0.0	1.0	1.0	4.0	38.0	13.0	16.0	10.0	17.0
			100.0	0.0	1.0	1.0	4.0	38.0	13.0	16.0	10.0

■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

サングラスの使用目的・使用シーン

Q.あなたが現在使用しているサングラスは、どのような目的・シーンで使用していますか。(MA)

- ・ 「クルマの運転をするとき」「ふだん陽射しが強いつき」が最も多く約6割。次いで「海などレジャーに行くとき」「目が紫外線に弱い為/目の病気予防」。
- ・ サングラスは性別、性年代で着用が異なる傾向がみられる。
- ・ 「ふだん陽射しが強いつき」「目が紫外線に弱い為/目の病気予防」などは女性の方が高く、「クルマの運転をするとき」「スポーツをする/スポーツ観戦するとき」などは男性の方が高い。
- ・ また20代女性は「海などのレジャーに行くとき」「ファッションとして」「素顔を隠したい時」なども高い回答率がみられる。
- ・ さらに「ファッションとして」の回答率は、男性では40代が最も高く、女性では20代が最も高く、それぞれ4割に達している



	n / %	クルマの運転をするとき	ふだん陽射しが強いつき	海などレジャーに行くとき	目が紫外線に弱い為/目の病気予防	屋外イベントなどに行くとき	ファッションとして	スポーツをする/スポーツ観戦するとき	素顔を隠したいとき	その他	常に着用している	
全体	428 / 100.0	264 / 61.7	244 / 57.0	177 / 41.4	140 / 32.7	120 / 28.0	120 / 28.0	101 / 23.6	50 / 11.7	4 / 0.9	4 / 0.9	
性年代	男性 20代	33 / 100.0	21 / 63.6	15 / 45.5	10 / 30.3	7 / 21.2	9 / 27.3	10 / 30.3	12 / 36.4	6 / 18.2	0 / 0.0	1 / 3.0
	男性 30代	36 / 100.0	24 / 66.7	19 / 52.8	15 / 41.7	13 / 36.1	13 / 36.1	10 / 27.8	12 / 33.3	2 / 5.6	0 / 0.0	0 / 0.0
	男性 40代	42 / 100.0	32 / 76.2	20 / 47.6	17 / 40.5	7 / 16.7	8 / 19.0	17 / 40.5	9 / 21.4	2 / 4.8	0 / 0.0	0 / 0.0
	男性 50代	42 / 100.0	32 / 76.2	19 / 45.2	20 / 47.6	11 / 26.2	10 / 23.8	12 / 28.6	13 / 31.0	3 / 7.1	0 / 0.0	1 / 2.4
	男性 60代	47 / 100.0	35 / 74.5	23 / 48.9	20 / 42.6	13 / 27.7	12 / 25.5	6 / 12.8	15 / 31.9	1 / 2.1	0 / 0.0	0 / 0.0
	女性 20代	41 / 100.0	21 / 51.2	26 / 63.4	25 / 61.0	18 / 43.9	15 / 36.6	19 / 46.3	6 / 14.6	10 / 24.4	1 / 2.4	2 / 4.9
	女性 30代	42 / 100.0	24 / 57.1	28 / 66.7	21 / 50.0	14 / 33.3	13 / 31.0	16 / 38.1	7 / 16.7	5 / 11.9	0 / 0.0	0 / 0.0
	女性 40代	48 / 100.0	20 / 41.7	31 / 64.6	13 / 27.1	23 / 47.9	16 / 33.3	9 / 18.8	4 / 8.3	8 / 16.7	1 / 2.1	0 / 0.0
	女性 50代	44 / 100.0	26 / 59.1	28 / 63.6	16 / 36.4	16 / 36.4	12 / 27.3	13 / 29.5	11 / 25.0	8 / 18.2	1 / 2.3	0 / 0.0
	女性 60代	53 / 100.0	29 / 54.7	35 / 66.0	20 / 37.7	18 / 34.0	12 / 22.6	8 / 15.1	12 / 22.6	5 / 9.4	1 / 1.9	0 / 0.0

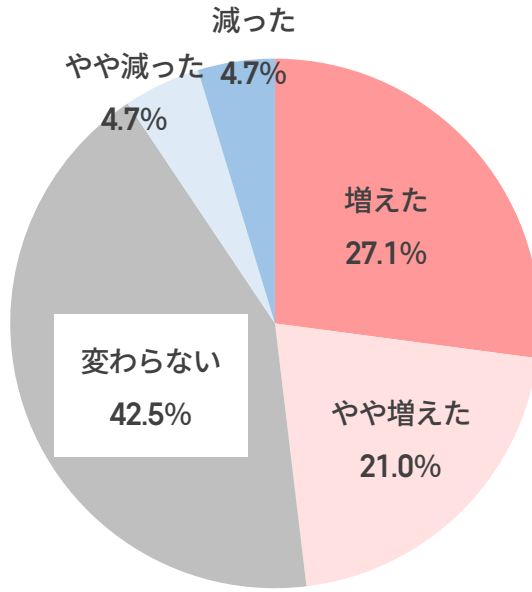
■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

過去の調査データあり (2022年)

この1年におけるサングラス使用頻度の変化

Q.前年に比べてサングラスの使用頻度は増減しましたか。(SA)

- ・ 「増えた」と回答した人は2割強。「やや増えた」まで含めると約半数が「増えた」と回答。
- ・ 性年代別で見ると、若い年代ほど「増えた」と回答する傾向がみられる。



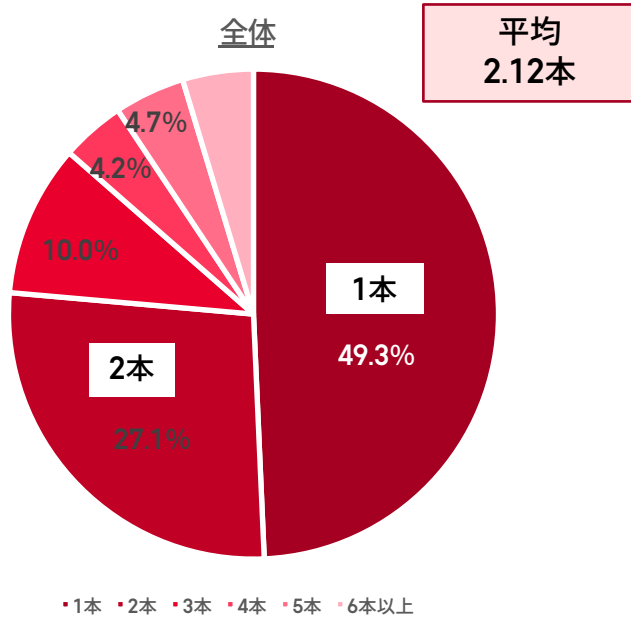
		n / %	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った
全体		428 / 100.0	116 / 27.1	90 / 21.0	182 / 42.5	20 / 4.7	20 / 4.7
性年代	男性 20代	33 / 100.0	11 / 33.3	9 / 27.3	13 / 39.4	0 / 0.0	0 / 0.0
	男性 30代	36 / 100.0	12 / 33.3	9 / 25.0	14 / 38.9	0 / 0.0	1 / 2.8
	男性 40代	42 / 100.0	8 / 19.0	11 / 26.2	18 / 42.9	4 / 9.5	1 / 2.4
	男性 50代	42 / 100.0	8 / 19.0	8 / 19.0	22 / 52.4	2 / 4.8	2 / 4.8
	男性 60代	47 / 100.0	5 / 10.6	9 / 19.1	29 / 61.7	3 / 6.4	1 / 2.1
	女性 20代	41 / 100.0	17 / 41.5	8 / 19.5	8 / 19.5	3 / 7.3	5 / 12.2
	女性 30代	42 / 100.0	14 / 33.3	8 / 19.0	14 / 33.3	2 / 4.8	4 / 9.5
	女性 40代	48 / 100.0	17 / 35.4	8 / 16.7	19 / 39.6	4 / 8.3	0 / 0.0
	女性 50代	44 / 100.0	11 / 25.0	9 / 20.5	21 / 47.7	0 / 0.0	3 / 6.8
	女性 60代	53 / 100.0	13 / 24.5	11 / 20.8	24 / 45.3	2 / 3.8	3 / 5.7

■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

サングラスの所有本数

Q.あなたは、サングラスを何本所有していますか。(SA)

- 「1本」が5割弱で最も多く、次いで「2本」が2割強、「3本」が1割。平均値は2.12本。
- 1本所有は30・40代女性が多く6〜7割。2本所有は20代男性・女性、3本所有は60代男性と60代女性が多い。



		n / %	1本	2本	3本	4本	5本	6本以上
全体		428 / 100.0	211 / 49.3	116 / 27.1	43 / 10.0	18 / 4.2	20 / 4.7	20 / 4.7
性年代	男性 20代	33 / 100.0	15 / 45.5	14 / 42.4	1 / 3.0	0 / 0.0	2 / 6.1	1 / 3.0
	男性 30代	36 / 100.0	19 / 52.8	9 / 25.0	4 / 11.1	2 / 5.6	1 / 2.8	1 / 2.8
	男性 40代	42 / 100.0	15 / 35.7	11 / 26.2	6 / 14.3	1 / 2.4	2 / 4.8	7 / 16.7
	男性 50代	42 / 100.0	20 / 47.6	10 / 23.8	4 / 9.5	2 / 4.8	4 / 9.5	2 / 4.8
	男性 60代	47 / 100.0	17 / 36.2	14 / 29.8	9 / 19.1	4 / 8.5	2 / 4.3	1 / 2.1
	女性 20代	41 / 100.0	18 / 43.9	15 / 36.6	4 / 9.8	1 / 2.4	1 / 2.4	2 / 4.9
	女性 30代	42 / 100.0	27 / 64.3	9 / 21.4	1 / 2.4	1 / 2.4	3 / 7.1	1 / 2.4
	女性 40代	48 / 100.0	34 / 70.8	9 / 18.8	1 / 2.1	1 / 2.1	2 / 4.2	1 / 2.1
	女性 50代	44 / 100.0	21 / 47.7	12 / 27.3	4 / 9.1	4 / 9.1	2 / 4.5	1 / 2.3
	女性 60代	53 / 100.0	25 / 47.2	13 / 24.5	9 / 17.0	2 / 3.8	1 / 1.9	3 / 5.7

■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

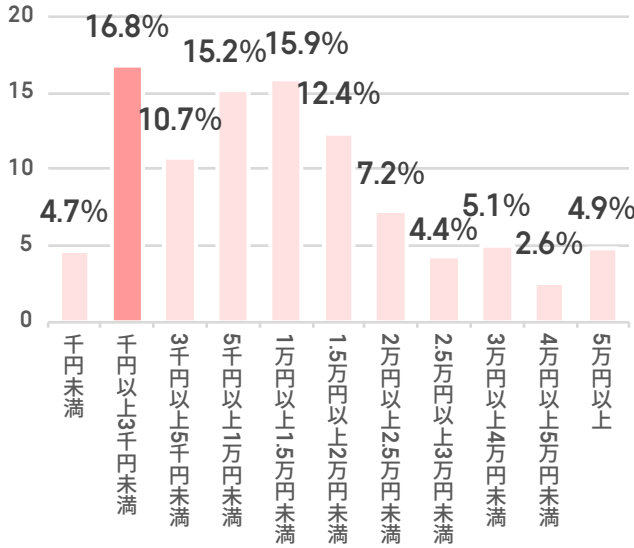
過去の調査データあり (2022年)

所有しているサングラスの価格帯

Q.あなたが所有しているサングラスの価格帯を、使用頻度の高いものから順に最大3つまで、1つずつ選んでください。(SA)
 ※覚えていない場合はおおよその金額をお答えください。

使用頻度1番

- 「千円以上3千円未満」が最も多く、次いで「1万円以上1.5万円未満」「5千円以上1万円未満」。
- 性年代別でみると、「千円未満」は20代女性、40代女性、「3千円以上6千円未満」は20代男性、5千円以上1万円未満は50代男性の回答率が比較的高い傾向がみられる。

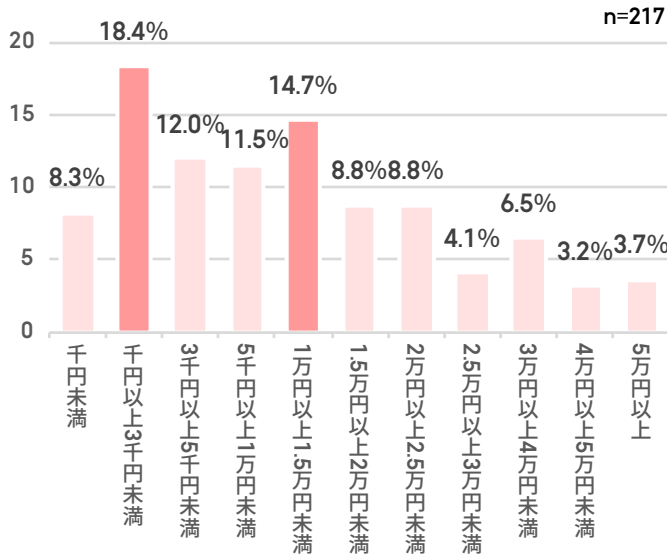


		n	千円未満	千円以上3千円未満	3千円以上5千円未満	5千円以上1万円未満	1万円以上1.5万円未満	1.5万円以上2万円未満	2万円以上2.5万円未満	2.5万円以上3万円未満	3万円以上4万円未満	4万円以上5万円未満	5万円以上
全体		428	20	72	46	65	68	53	31	19	22	11	21
		100.0	4.7	16.8	10.7	15.2	15.9	12.4	7.2	4.4	5.1	2.6	4.9
性年代	男性 20代	33	0	2	5	9	4	5	5	1	2	0	0
		100.0	0.0	6.1	15.2	27.3	12.1	15.2	15.2	3.0	6.1	0.0	0.0
	男性 30代	36	0	2	4	6	5	6	4	0	5	1	3
		100.0	0.0	5.6	11.1	16.7	13.9	16.7	11.1	0.0	13.9	2.8	8.3
	男性 40代	42	2	7	1	5	9	6	1	1	3	1	6
		100.0	4.8	16.7	2.4	11.9	21.4	14.3	2.4	2.4	7.1	2.4	14.3
	男性 50代	42	1	5	5	4	12	7	3	3	1	1	0
		100.0	2.4	11.9	11.9	9.5	28.6	16.7	7.1	7.1	2.4	2.4	0.0
	男性 60代	47	2	5	8	6	6	5	3	4	3	4	1
		100.0	4.3	10.6	17.0	12.8	12.8	10.6	6.4	8.5	6.4	8.5	2.1
	女性 20代	41	3	13	5	5	6	2	2	0	2	0	3
		100.0	7.3	31.7	12.2	12.2	14.6	4.9	4.9	0.0	4.9	0.0	7.3
女性 30代	42	2	11	4	6	4	5	3	3	3	0	1	
	100.0	4.8	26.2	9.5	14.3	9.5	11.9	7.1	7.1	7.1	0.0	2.4	
女性 40代	48	5	14	2	7	6	5	2	2	1	2	2	
	100.0	10.4	29.2	4.2	14.6	12.5	10.4	4.2	4.2	2.1	4.2	4.2	
女性 50代	44	3	4	6	9	7	6	2	2	2	1	2	
	100.0	6.8	9.1	13.6	20.5	15.9	13.6	4.5	4.5	4.5	2.3	4.5	
女性 60代	53	2	9	6	8	9	6	6	3	0	1	3	
	100.0	3.8	17.0	11.3	15.1	17.0	11.3	11.3	5.7	0.0	1.9	5.7	

■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

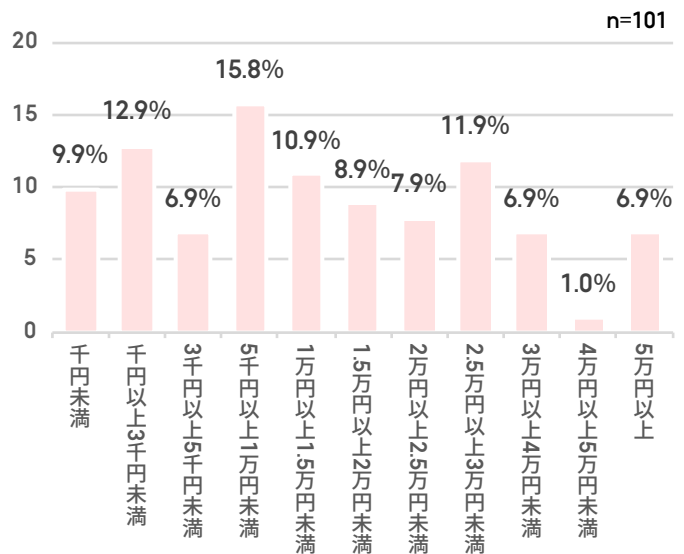
使用頻度2番

- 「千円以上3千円未満」が最も多く、次いで「1万円以上1.5万円未満」で、価格帯には2つの山がみられる。



使用頻度3番

- 「5千円以上1万円未満」がやや多いが、幅広い価格帯に分布。

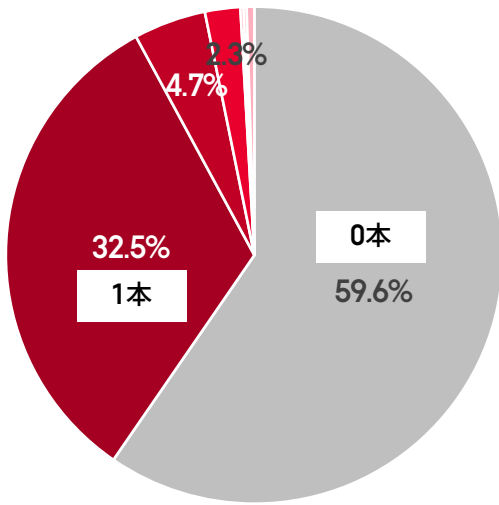


過去の調査データあり (2022年)

この1年で購入したサングラスの本数

Q.あなたがこの1年間で購入したサングラスの本数を選んでください。(SA)

- この1年でサングラスを購入した人は約4割。
- 「1本」購入した人は約3割。2本以上購入した人は1割程度。
- 性年代別で見ると、全体的に男性の購入率が高い。



0本 1本 2本 3本 4本 5本 6本以上

		n / %	0本	1本	2本	3本	4本	5本	6本以上	購入計
全体		428 / 100.0	255 / 59.6	139 / 32.5	20 / 4.7	10 / 2.3	1 / 0.2	1 / 0.2	2 / 0.5	173
性年代	男性 20代	33 / 100.0	13 / 39.4	13 / 39.4	5 / 15.2	1 / 3.0	1 / 3.0	0 / 0.0	0 / 0.0	20 / 60.6
	男性 30代	36 / 100.0	21 / 58.3	12 / 33.3	1 / 2.8	1 / 2.8	0 / 0.0	0 / 0.0	1 / 2.8	15 / 41.7
	男性 40代	42 / 100.0	18 / 42.9	19 / 45.2	2 / 4.8	1 / 2.4	0 / 0.0	1 / 2.4	1 / 2.4	24 / 57.1
	男性 50代	42 / 100.0	24 / 57.1	16 / 38.1	0 / 0.0	2 / 4.8	0 / 0.0	0 / 0.0	0 / 0.0	18 / 42.9
	男性 60代	47 / 100.0	31 / 66.0	15 / 31.9	0 / 0.0	1 / 2.1	0 / 0.0	0 / 0.0	0 / 0.0	16 / 34.0
	女性 20代	41 / 100.0	25 / 61.0	12 / 29.3	3 / 7.3	1 / 2.4	0 / 0.0	0 / 0.0	0 / 0.0	16 / 39.0
	女性 30代	42 / 100.0	27 / 64.3	10 / 23.8	3 / 7.1	2 / 4.8	0 / 0.0	0 / 0.0	0 / 0.0	15 / 35.7
	女性 40代	48 / 100.0	32 / 66.7	15 / 31.3	0 / 0.0	1 / 2.1	0 / 0.0	0 / 0.0	0 / 0.0	16 / 33.3
	女性 50代	44 / 100.0	28 / 63.6	12 / 27.3	4 / 9.1	0 / 0.0	0 / 0.0	0 / 0.0	0 / 0.0	16 / 36.4
	女性 60代	53 / 100.0	36 / 67.9	15 / 28.3	2 / 3.8	0 / 0.0	0 / 0.0	0 / 0.0	0 / 0.0	17 / 32.1

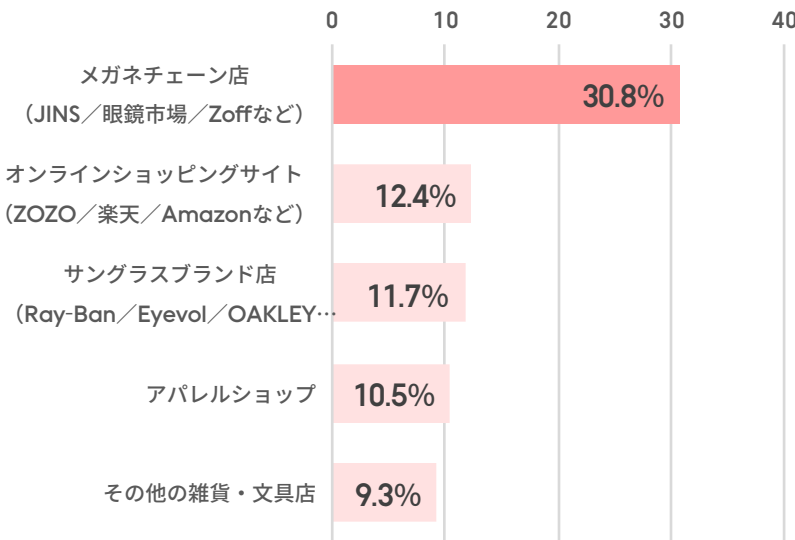
■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

サングラスの購入場所

Q.あなたが直近で購入したサングラスの購入場所を選んでください。(SA)

- ・ 「メガネチェーン店」が約3割弱で最も多い。次いで「オンラインショッピングサイト」「サングラスブランド店」「アパレルショップ」「その他の雑貨・文具店」。
- ・ 店舗計74.5%、オンライン計18.5%で、約2割はオンラインで購入している。
- ・ 「オンラインショッピングサイト」は、男性の方が高い傾向にあり、特に40代・50代の男性は2割強。

上位5位




		n/%	サングラス全体
店舗	メガネチェーン店 (JINS/眼鏡市場/Zoffなど)	132	30.8
	サングラスブランド店 (Ray-Ban/Eyevol/OAKLEYなど)	50	11.7
	アパレルショップ	45	10.5
	その他の雑貨・文具店	40	9.3
	ブランド店 (Louis Vuitton/GUCCI/TOM FORDなど)	35	8.2
オンライン	スポーツ用品店	17	4.0
	オンラインショッピングサイト (ZOZO/楽天/Amazonなど)	53	12.4
	その他オンラインショップ	13	3.0
	メガネチェーン店公式オンラインショップ (JINS/眼鏡市場/Zoffなど)	8	1.9
その他	フリマサイト/アプリ (メルカリ/ヤフオクなど)	5	1.2
	通販 (カタログ通販、テレビショッピングなど)	8	1.9
店舗計		319	74.5
オンライン計		79	18.5

		n/%	メガネチェーン店 (JINS/眼鏡市場/Zoffなど)	オンラインショッピングサイト (ZOZO/楽天/Amazonなど)	サングラスブランド店 (Ray-Ban/Eyevol/OAKLEYなど)	アパレルショップ	その他の雑貨・文具店	ブランド店 (Louis Vuitton/GUCCI/TOM FORDなど)	スポーツ用品店	その他オンラインショップ	メガネチェーン店公式オンラインショップ (JINS/眼鏡市場/Zoffなど)	通販 (カタログ通販、テレビショッピングなど)	フリマサイト/アプリ (メルカリ/ヤフオクなど)	その他
全体		428	132	53	50	45	40	35	17	13	8	8	5	22
		100.0	30.8	12.4	11.7	10.5	9.3	8.2	4.0	3.0	1.9	1.9	1.2	5.1
性年代	男性 20代	33	9	4	10	3	2	2	2	0	0	1	0	0
		100.0	27.3	12.1	30.3	9.1	6.1	6.1	6.1	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0
	男性 30代	36	11	7	7	1	0	4	1	1	0	0	1	3
		100.0	30.6	19.4	19.4	2.8	0.0	11.1	2.8	2.8	0.0	0.0	2.8	8.3
	男性 40代	42	7	11	6	4	5	5	1	1	0	0	1	1
		100.0	16.7	26.2	14.3	9.5	11.9	11.9	2.4	2.4	0.0	0.0	2.4	2.4
	男性 50代	42	12	12	2	1	2	1	3	3	1	1	1	3
		100.0	28.6	28.6	4.8	2.4	4.8	2.4	7.1	7.1	2.4	2.4	2.4	7.1
	男性 60代	47	19	9	5	3	5	1	1	1	1	1	2	0
		100.0	40.4	19.1	10.6	6.4	10.6	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	4.3	0.0
	女性 20代	41	12	0	3	7	9	5	0	0	1	3	1	0
		100.0	29.3	0.0	7.3	17.1	22.0	12.2	0.0	2.4	7.3	2.4	0.0	0.0
女性 30代	42	16	2	5	6	3	5	0	2	1	1	0	2	
	100.0	38.1	4.8	11.9	14.3	7.1	11.9	0.0	4.8	2.4	0.0	0.0	4.8	
女性 40代	48	14	4	3	11	5	6	1	1	0	0	0	3	
	100.0	29.2	8.3	6.3	22.9	10.4	12.5	2.1	2.1	0.0	0.0	0.0	6.3	
女性 50代	44	16	2	2	5	2	4	6	2	1	0	0	4	
	100.0	36.4	4.5	4.5	11.4	4.5	9.1	13.6	4.5	2.3	0.0	0.0	9.1	
女性 60代	53	16	2	7	4	7	2	2	2	3	1	3	6	
	100.0	30.2	3.8	13.2	7.5	13.2	3.8	3.8	3.8	5.7	1.9	5.7	11.3	

■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

過去の調査データあり (2022年)

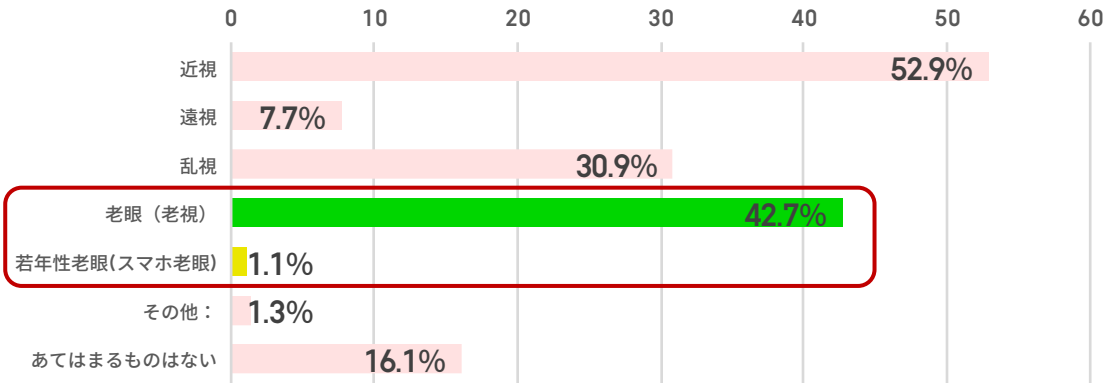
**老眼・若年性老眼および
老眼鏡・老眼用メガネに関する意識調査
結果詳細**



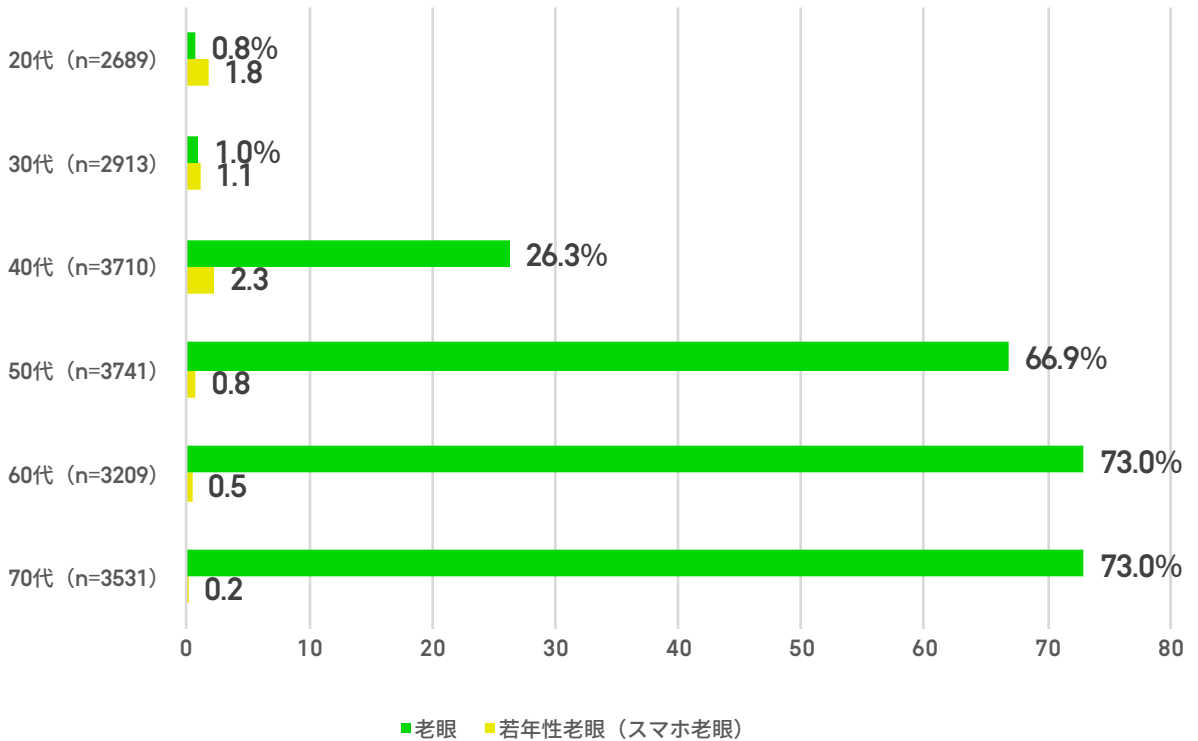
年代別 老眼・若年性老眼の実態

Q.現在のあなたの目の状態について、あてはまるものをすべて選んでください。(MA)

n=19,793



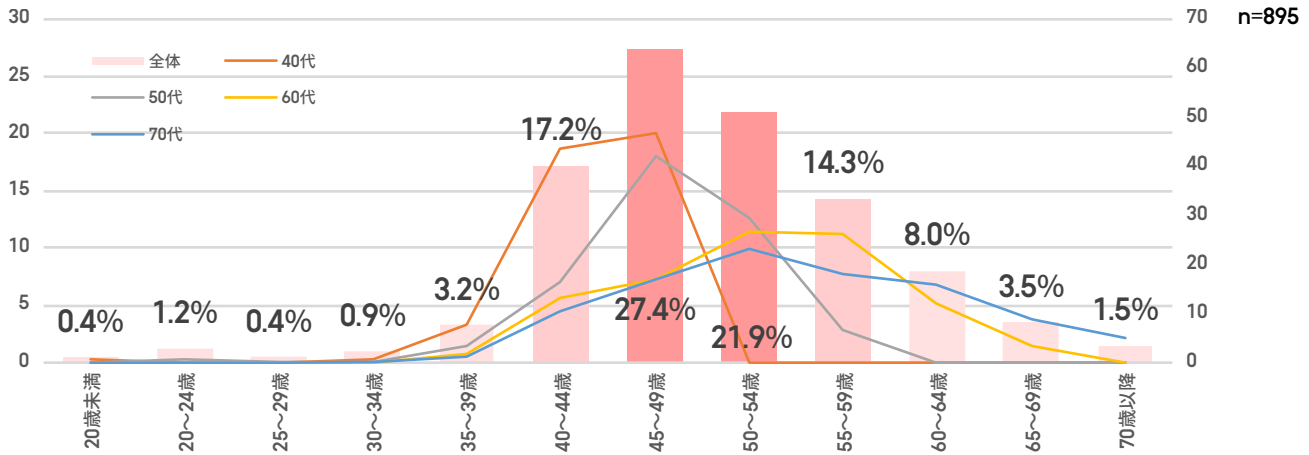
- ・ 20~30代でも老眼・若年性老眼 (スマホ老眼) の実態あり。
- ・ 50代以降は約70%が老眼。1%未満だが若年性老眼 (スマホ老眼) と感じている人もいる。



老眼・若年性老眼を自覚した時期／老眼鏡・老眼用メガネの使用歴

Q.あなたが老眼（老視）・若年性老眼(スマホ老眼)を自覚し始めたのは、何歳頃からですか。(SA)

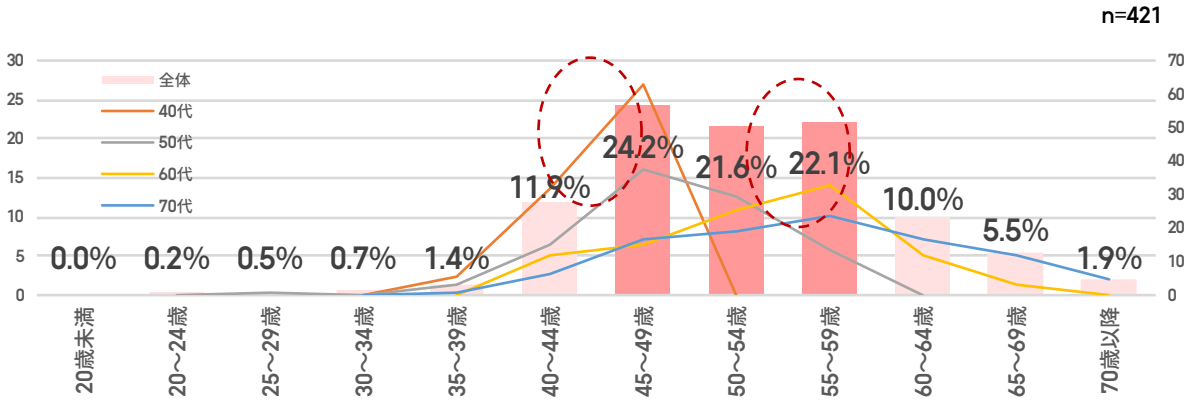
- 自覚年齢のボリュームゾーンは40～50代。年代のボーダーとなる40代後半～50代前半が高い傾向がみられる。



【老眼鏡・老眼用メガネを使用している方のみ回答】

Q.老眼鏡・老眼用メガネをかけ始めたのは、何歳頃からですか。(SA)

- 老眼鏡などをかけ始めた年齢のボリュームゾーンは45～59歳。
- 年代別で見ると、40代と50代は45～49歳、60代と70代は55～59歳が比較的多い傾向がみられ、自覚年齢とあまり変わらないことが伺える。



		n / %	20歳未満	20～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45～49歳	50～54歳	55～59歳	60～64歳	65～69歳	70歳以降
全体		421 / 100.0	0	1	2	3	6	50	102	91	93	42	23	8
年代	20代	2 / 100.0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	30代	3 / 100.0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	40代	35 / 100.0	0	0	0	0	2	11	22	0	0	0	0	0
	50代	88 / 100.0	0	0	0	0	5	31	62	0	0	0	0	0
	60代	128 / 100.0	0	0	1	0	3	13	33	26	12	0	0	0
	70代	165 / 100.0	0	0	0	0	0	3	14	37	29	13	0	0
	70歳以降	8 / 100.0	0	0	0	0	0	0	1	11	28	32	39	27
全体			0.0%	0.2%	0.5%	0.7%	1.4%	11.9%	24.2%	21.6%	22.1%	10.0%	5.5%	1.9%

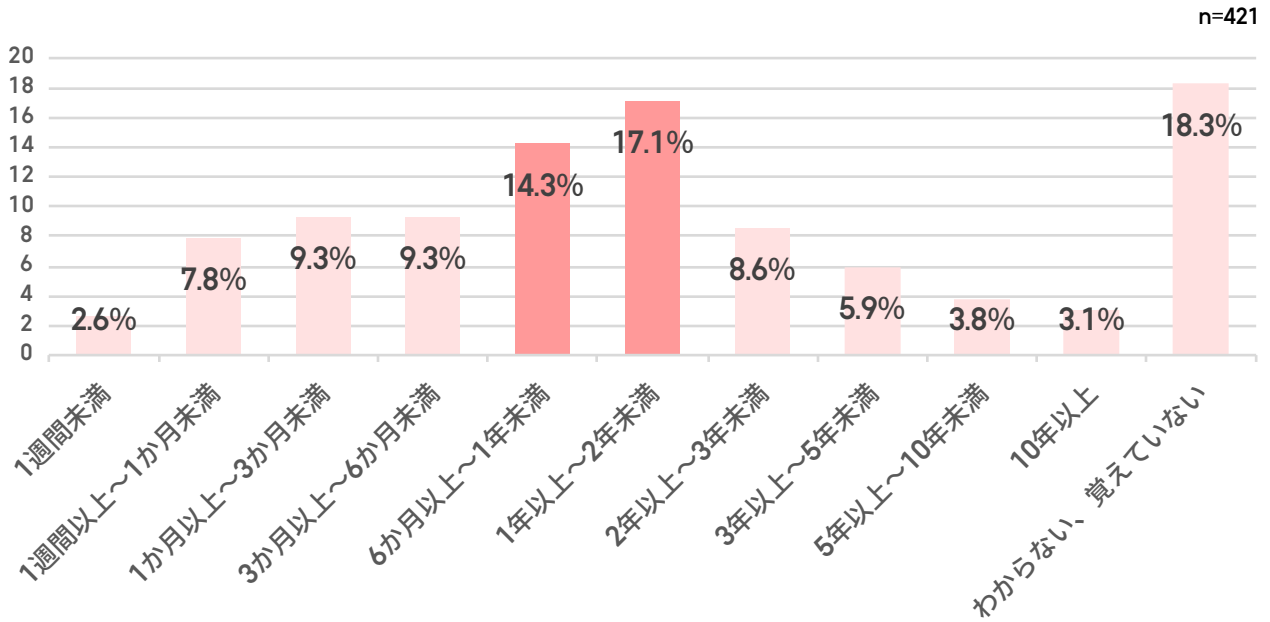
■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

老眼鏡・老眼用メガネを購入したタイミング

【老眼鏡・老眼用メガネを使用している方のみ回答】

Q. 老眼を自覚してから老眼鏡・老眼用メガネを実際に購入したのは、どのくらい経ってからですか。(SA)

- 老眼鏡・老眼用メガネ使用者に、自覚してから老眼鏡・老眼用メガネを購入するまでの経過時間を聞いたところ、ボリュームゾーンは6か月以上～2年未満で合わせて3割程度。
- 1年未満（「1週間未満」～「6か月以上1年未満」までの5項目の合計値）に購入した人は、おおよそ半数の43.2%。
- 「初めて老眼鏡・老眼用メガネを購入した時に、最も購入のきっかけとなったこと」で、「眼科医に勧められた（処方してもらった）」に回答した人は、他の回答をした人に比べて、早期に購入する傾向がある。3か月未満計は33.3%、6か月未満計は46.6%。
- ※ 「初めて老眼鏡・老眼用メガネを購入した時に、最も購入のきっかけとなったこと」の設問は、P30に記載



		n / %	1週間未満	1週間以上～1か月未満	1か月以上～3か月未満	3か月以上～6か月未満	6か月以上～1年未満	1年以上～2年未満	2年以上～3年未満	3年以上～5年未満	5年以上～10年未満	10年以上	わからない、覚えていない	3か月未満計	6か月未満計	
全体		421 / 100.0	11 / 2.6	33 / 7.8	39 / 9.3	39 / 9.3	60 / 14.3	72 / 17.1	36 / 8.6	25 / 5.9	16 / 3.8	13 / 3.1	77 / 18.3	83 / 19.7	122 / 29.0	
初めて老眼鏡・老眼用メガネを購入した時に、購入のきっかけとなったこと	自分で使ってみたく思った／必要だと思った	262 / 100.0	4 / 1.5	20 / 7.6	24 / 9.2	25 / 9.5	37 / 14.1	47 / 17.9	23 / 8.8	16 / 6.1	6 / 2.3	8 / 3.1	52 / 19.3	48 / 18.3	73 / 27.8	
	店頭で気に入った老眼鏡・老眼用メガネを見つけた	58 / 100.0	4 / 6.9	4 / 6.9	7 / 12.1	3 / 5.2	9 / 15.5	2 / 3.4	2 / 3.4	3 / 5.2	4 / 6.9	3 / 5.2	10 / 17.2	15 / 25.9	18 / 31.1	
	眼鏡店で勧められた	45 / 100.0	3 / 6.7	6 / 13.3	6 / 13.3	6 / 13.3	4 / 8.9	4 / 8.9	3 / 6.7	3 / 6.7	5 / 11.1	2 / 4.4	0 / 0.0	6 / 13.3	15 / 33.3	21 / 46.6
	眼科医に勧められた（処方してもらった）	43 / 100.0	0 / 0.0	4 / 9.3	3 / 7.0	8 / 18.6	5 / 11.6	6 / 14.0	7 / 16.3	2 / 4.7	2 / 4.7	0 / 0.0	2 / 4.7	6 / 14.0	7 / 16.3	15 / 34.9
	家族や知り合いに勧められた	62 / 100.0	0 / 0.0	5 / 8.1	6 / 9.7	7 / 11.3	7 / 11.3	14 / 22.6	3 / 4.8	3 / 4.8	3 / 4.8	3 / 4.8	2 / 3.2	12 / 19.4	11 / 17.8	18 / 29.1
	広告で老眼鏡・老眼用メガネを見た	19 / 100.0	0 / 0.0	4 / 21.1	2 / 10.5	2 / 10.5	3 / 15.8	1 / 5.3	1 / 5.3	0 / 0.0	2 / 10.5	2 / 10.5	1 / 5.3	3 / 15.8	6 / 31.6	8 / 42.1
	使用者の口コミや評判を見た・聞いた	13 / 100.0	0 / 0.0	1 / 7.7	2 / 15.4	4 / 30.8	1 / 7.7	1 / 7.7	1 / 7.7	1 / 7.7	2 / 15.4	1 / 7.7	0 / 0.0	0 / 0.0	3 / 31.1	7 / 53.9
	その他	9 / 100.0	0 / 0.0	1 / 11.1	2 / 22.2	0 / 0.0	3 / 33.3	1 / 11.1	1 / 11.1	1 / 11.1	0 / 0.0	1 / 11.1	0 / 0.0	0 / 0.0	3 / 33.3	3 / 33.3

■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

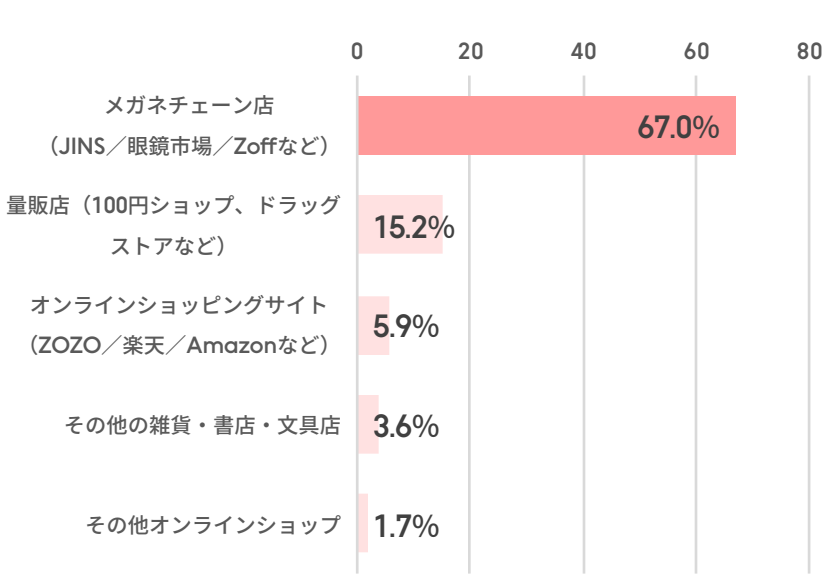
老眼鏡・老眼用メガネを購入した場所

【老眼鏡・老眼用メガネを使用している方のみ回答】

Q.あなたが直近で購入した老眼鏡・老眼用メガネの購入場所を選んでください。(SA)

- ・ 「メガネチェーン店」が6割強で圧倒的に多い。次いで「量販店」。
- ・ 店舗計は8割強、オンライン計は1割未満で、ほぼ9割が店舗で購入。

上位5位



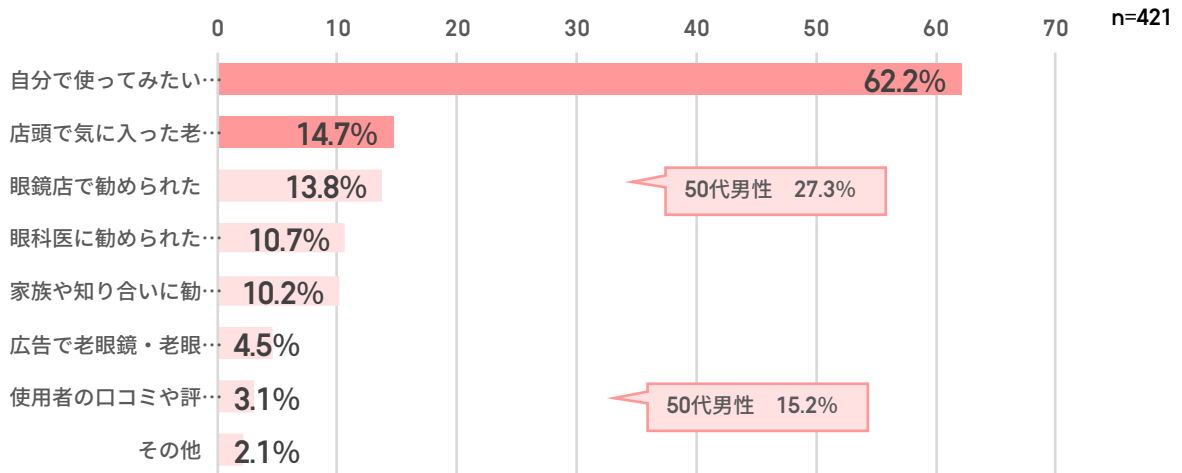
		n/%	全体
		421	100.0
店舗	メガネチェーン店 (JINS/眼鏡市場/Zoffなど)	282	67.0
	量販店 (100円ショップ、ドラッグストアなど)	25	15.2
	その他の雑貨・書店・文具店	15	3.6
	インテリアショップ	1	0.2
オンライン	オンラインショッピングサイト (ZOZO/楽天/Amazonなど)	25	5.9
	その他オンラインショップ	7	1.7
	メガネチェーン店公式オンラインショップ (JINS/眼鏡市場/Zoffなど)	3	0.7
	フリマサイト/アプリ (メルカリ/ヤフオクなど)	1	0.2
その他	通販 (カタログ通販、テレビショッピングなど)	3	0.7
その他	その他	20	4.8
店舗計		323	86.0
オンライン計		36	9.5

初めて老眼鏡・老眼用メガネを購入したきっかけ

【老眼鏡・老眼用メガネを使用している方のみ回答】

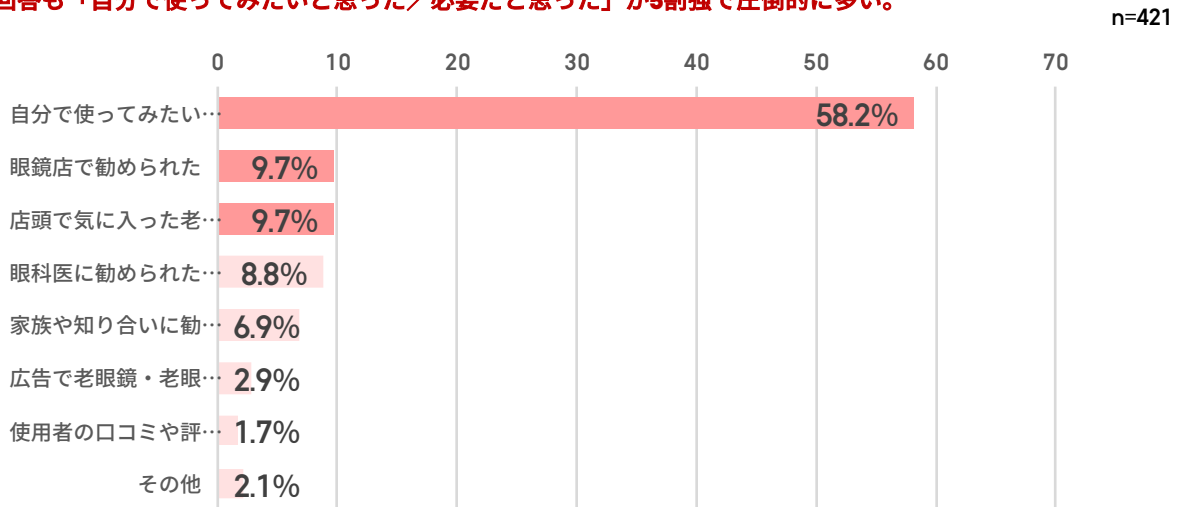
Q. あなたが初めて老眼鏡・老眼用メガネを購入した時に、購入のきっかけとなったことをすべて選んでください。(MA)

- ・ 「自分で使ってみたいと思った／必要だと思った」が6割弱で圧倒的に多い。
- ・ 次いで「店頭で気に入った老眼鏡・老眼用メガネを見つけた」「眼鏡店で勧められた」「眼科医に勧められた（処方してもらった）」「家族や知り合いに勧められた」が僅差となっている。
- ・ 「眼鏡店で勧められた」は50代男性が比較的高く、回答率は2割強と全体値の約2倍。



Q. また、その中で最も購入のきっかけとなったことを選んでください。(SA)

- ・ 単数回答も「自分で使ってみたいと思った／必要だと思った」が5割強で圧倒的に多い。

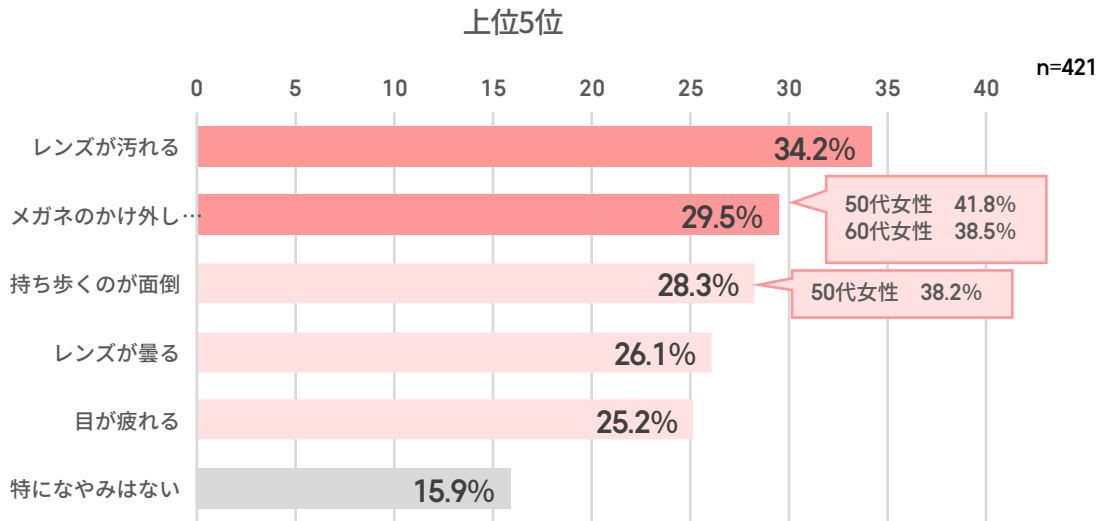


老眼鏡・老眼用メガネの使用で感じる悩み

【老眼鏡・老眼用メガネを使用している方のみ回答】

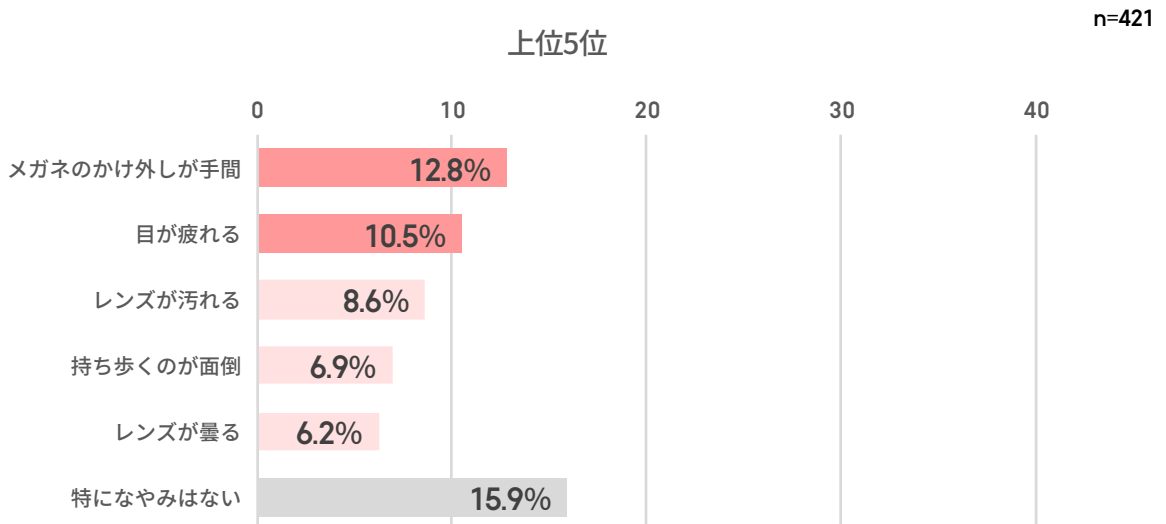
Q.あなたが、老眼鏡、老眼用メガネを使用する時に感じる悩みをすべて選んでください。(MA)

- 「レンズが汚れる」が3割以上で最も多く、次いで「メガネのかけ外しが手間」「持ち歩くのが面倒」「レンズが曇る」「目が疲れる」が僅差。必要に応じて使用することが多い老眼鏡・老眼用メガネならではの悩みである「メガネのかけ外しが手間」「持ち歩くのが面倒」が上位にランクイン。
- 性年代別で見ると、「メガネのかけ外しが手間」「持ち歩くのが面倒」は女性の回答率がやや高め。



老眼鏡、老眼用メガネを使用する時に感じる悩みの内もっとも感じるもの (SA)

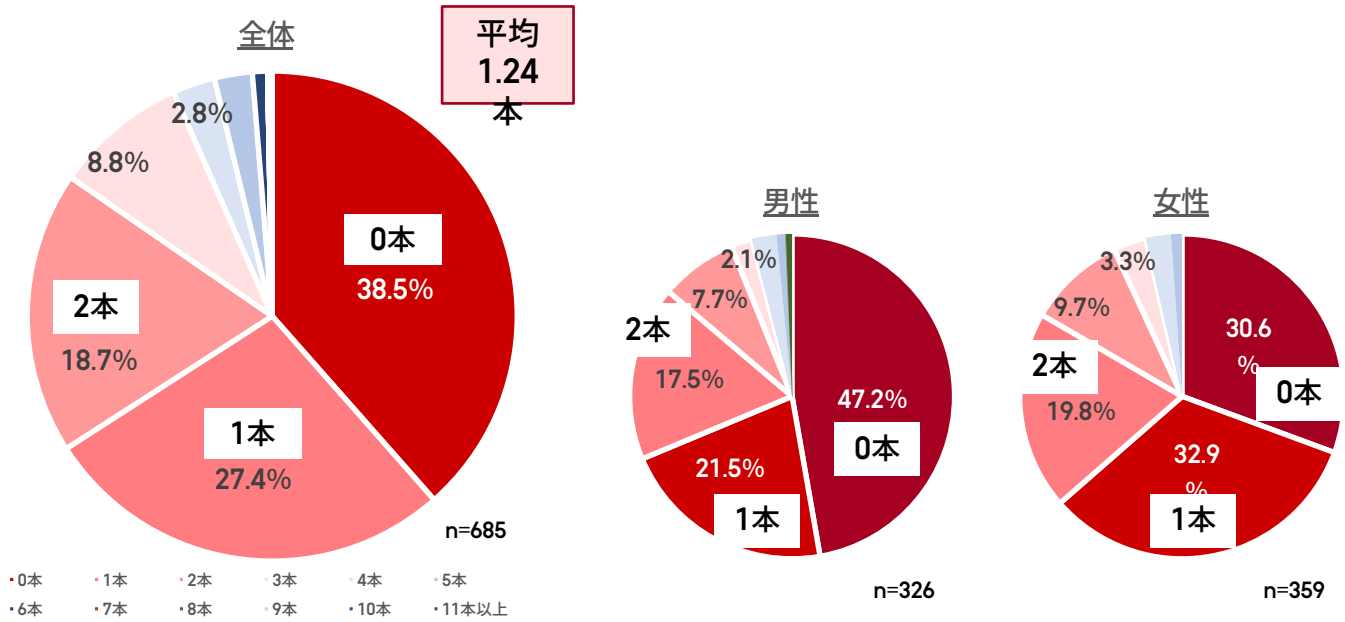
- 最も感じる悩みについては「メガネのかけ外しが手間」「目が疲れる」が共に1割程度。
- 「特になやみはない」が15.9%。



老眼鏡・老眼用メガネの所有本数

Q.あなたは、老眼鏡・老眼用メガネを何本所有していますか。(SA)

- ・ 未所有を除くと「1本」が2割強で最も多く、次いで「2本」が1割強、「3本」が約1割。平均値は1.24本。
- ・ 自覚しているものの全体の約4割は未所有。年代が若い人ほど0本の割合が多い。
- ・ また、女性の方が所有数が多い傾向が伺える。



		n / %	0本	1本	2本	3本	4本	5本	6本	7本	8本	9本	10本	11本以上
全体		685 100.0	264 38.5	188 27.4	128 18.7	60 8.8	19 2.8	17 2.5	7 1.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 0.3
性別	男性	326 100.0	154 47.2	70 21.5	57 17.5	25 7.7	7 2.1	8 2.5	3 0.9	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 0.6
	女性	359 100.0	110 30.6	118 32.9	71 19.8	35 9.7	12 3.3	9 2.5	4 1.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
性年代	男性 20代	5 100.0	3 60.0	1 20.0	1 20.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	男性 30代	4 100.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	1 25.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 25.0
	男性 40代	50 100.0	29 58.0	13 26.0	7 14.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 2.0
	男性 50代	76 100.0	43 56.6	14 18.4	11 14.5	5 6.6	1 1.3	1 1.3	1 1.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	男性 60代	95 100.0	45 47.4	17 17.9	15 15.8	10 10.5	3 3.2	4 4.2	1 1.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	男性 70代	96 100.0	33 34.4	25 26.0	23 24.0	9 9.4	2 2.1	3 3.1	3 1.0	1 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	女性 20代	1 100.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	女性 30代	1 100.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	女性 40代	35 100.0	21 60.0	9 25.7	5 14.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	女性 50代	88 100.0	33 37.5	34 38.6	9 10.2	7 8.0	2 2.3	2 2.3	1 1.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	女性 60代	98 100.0	20 20.4	36 36.7	19 19.4	14 14.3	5 5.1	3 3.1	3 1.0	1 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	女性 70代	136 100.0	34 25.0	39 28.7	38 27.9	14 10.3	5 3.7	4 2.9	2 1.5	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

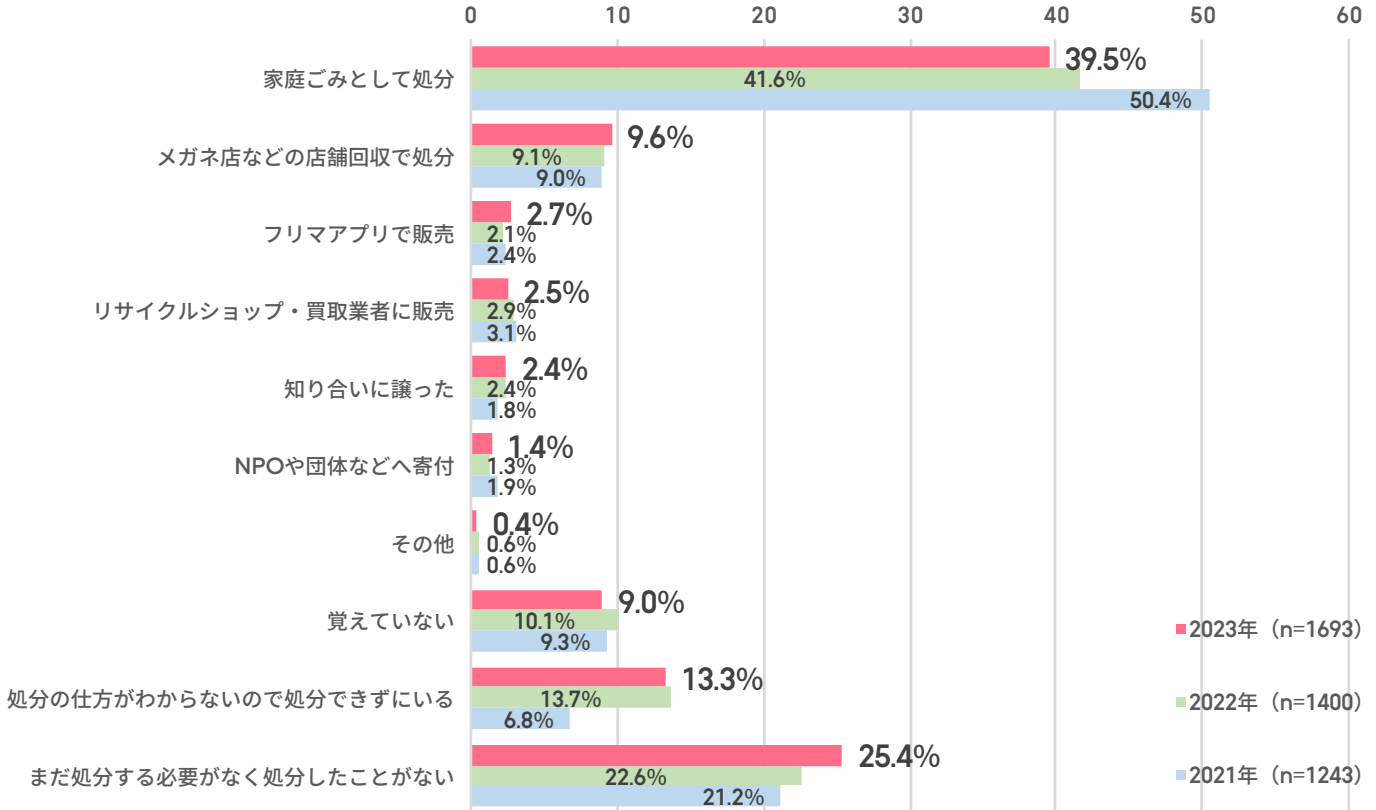
■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

メガネやサングラスの処分事情調査 結果詳細

処分方法／リサイクル回収の利用意向

Q.あなたはこれまでメガネやサングラスをどのように処分しましたか。(MA)

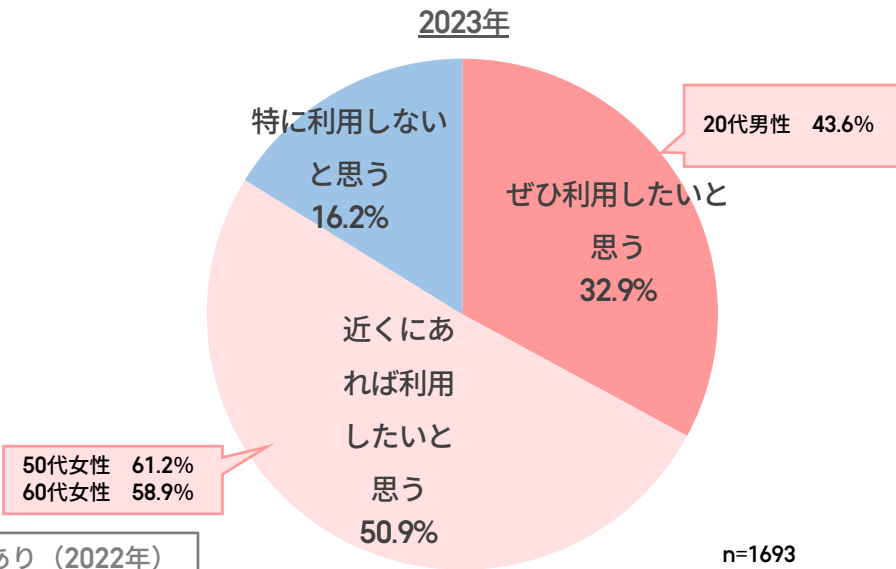
- ・「家庭ごみとして処分」が最も多いが、年々減少傾向がみられる。
- ・次いで「メガネ店などの店舗回収で処分」「リサイクルショップ・買取業者に販売」などだが、いずれも1割未満。
- ・一方で、およそ3人に1人は「処分の仕方がわからないので処分できずにいる」「まだ処分する必要がなく処分したことがない」など、メガネ処分未経験者。



過去の調査データあり (2021年・2022年)

Q.現在、一部のメガネ販売店で、不要なメガネのリサイクル回収が行われています。今度メガネを処分する際にその回収活動を利用したいと思いますか。(SA)

- ・約3割が「ぜひ利用したいと思う」と回答。「近くになれば利用したいと思う」まで含めると8割以上がリサイクル回収にある程度の意欲を示している。
- ・性年代別でみると、「ぜひ利用したいと思う」は20代男性が高く4割以上の回答率。「近くになれば利用したいと思う」は50代・60代女性が高く、6割前後。



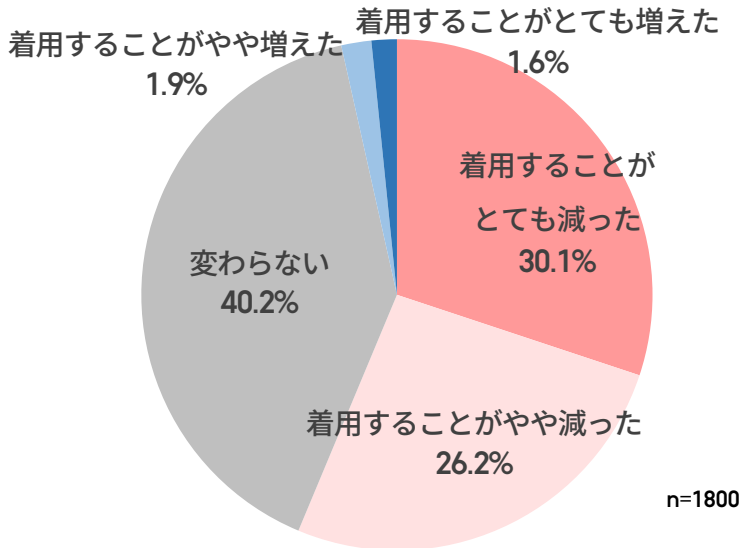
過去の調査データあり (2022年)

脱マスクにおけるメガネ使用の実態調査 結果詳細

外出時のマスク着用状況の変化

Q.今年3月13日にマスク着用が個人の判断に委ねられることになりました。
それ以降は以前に比べて外出時のマスク着用状況に変化はありますか。(SA)

- 「着用することがとても減った」と「着用することがやや減った」と合わせると過半数の**56.3%**の人が、マスク着用が減ったと回答。一方で**40.2%**の人が「変わらない」と回答。



		n / %	着用することがとても減った	着用することがやや減った	変わらない	着用することがやや増えた	着用することがとても増えた
全体		1800	541	472	723	35	29
		100.0	30.1	26.2	40.2	1.9	1.6
性年代	男性 20代	142	36	36	54	10	6
		100.0	25.4	25.4	38.0	7.0	4.2
	男性 30代	143	45	35	57	5	1
		100.0	31.5	24.5	39.9	3.5	0.7
	男性 40代	161	56	38	59	4	4
		100.0	34.8	23.6	36.6	2.5	2.5
	男性 50代	170	57	36	74	1	2
		100.0	33.5	21.2	43.5	0.6	1.2
	男性 60代	159	51	49	59	0	0
		100.0	32.1	30.8	37.1	0.0	0.0
	男性 70代	107	28	30	48	0	1
		100.0	26.2	28.0	44.9	0.0	0.9
	女性 20代	141	44	40	48	4	5
		100.0	31.2	28.4	34.0	2.8	3.5
女性 30代	141	57	35	46	1	2	
	100.0	40.4	24.8	32.6	0.7	1.4	
女性 40代	163	61	44	53	2	3	
	100.0	37.4	27.0	32.5	1.2	1.8	
女性 50代	162	37	54	66	1	4	
	100.0	22.8	33.3	40.7	0.6	2.5	
女性 60代	151	30	42	73	6	0	
	100.0	19.9	27.8	48.3	4.0	0.0	
女性 70代	160	39	33	86	1	1	
	100.0	24.4	20.6	53.8	0.6	0.6	

■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

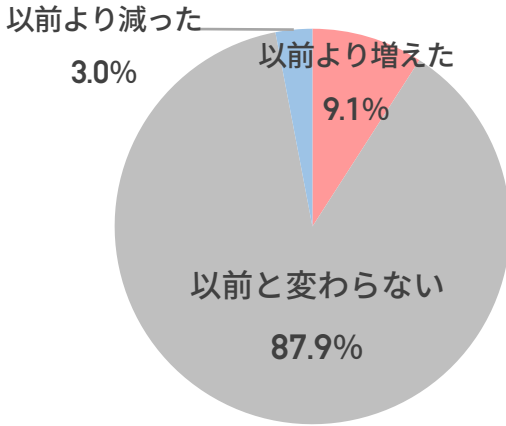
マスク着用機会の減少によるメガネやサングラスの使用頻度の変化

【マスク着用機会が減った方のみ回答】

Q.マスク着用の機会が減ったことで、メガネやサングラスを使用する頻度が増えましたか。(SA)

度ありメガネ

- ・ 9割近くが「以前と変わらない」と回答。「以前より増えた」人は約1割程度。
- ・ 年代別で見ると、若い世代ほど「増えた」と回答しており、20代は21.0%。

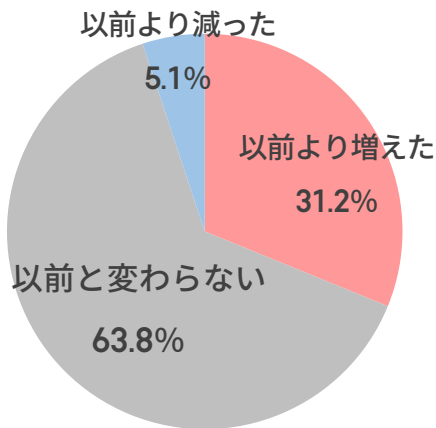


		n / %	増え た 以前 より	変 わ ら な い	減 つ た 以前 より
全体		770 100.0	70 9.1	677 87.9	23 3.0
性別	男性	378 100.0	39 10.3	332 87.8	7 1.9
	女性	392 100.0	31 7.9	345 88.0	16 4.1
年代	20代	119 100.0	25 21.0	84 70.6	10 8.4
	30代	131 100.0	17 13.0	110 84.0	4 3.1
	40代	141 100.0	12 8.5	126 89.4	3 2.1
	50代	131 100.0	8 6.1	120 91.6	3 2.3
	60代	138 100.0	6 4.3	130 94.2	2 1.4
	70代	110 100.0	2 1.8	107 97.3	1 0.9

■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

度なしメガネ

- ・ 「以前と変わらない」が約6割で最も多いが、「以前より増えた」と回答した人も約3割いることがわかる。
- ・ 「増えた」と回答した人は女性の方が高い傾向がみられる。

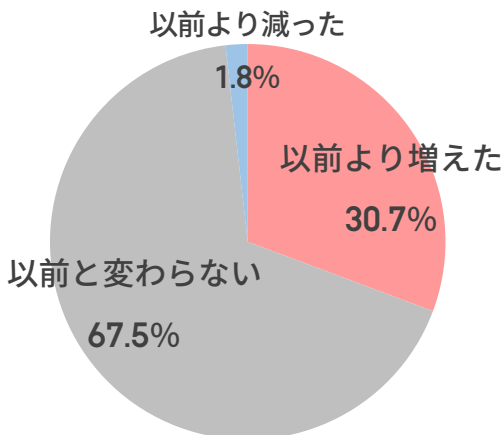


		n / %	増え た 以前 より	変 わ ら な い	減 つ た 以前 より
全体		138 100.0	43 31.2	88 63.8	7 5.1
性別	男性	69 100.0	18 26.1	48 69.6	3 4.3
	女性	69 100.0	25 36.2	40 58.0	4 5.8
年代	20代	26 100.0	12 46.2	13 50.0	1 3.8
	30代	29 100.0	11 37.9	16 55.2	2 6.9
	40代	27 100.0	7 25.9	18 66.7	2 7.4
	50代	27 100.0	7 25.9	19 70.4	1 3.7
	60代	25 100.0	6 24.0	18 72.0	1 4.0
	70代	4 100.0	0 0.0	4 100.0	0 0.0

■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

サングラス

- ・ 「以前と変わらない」が6割強で最も多いが、「以前より増えた」と回答した人も約3割いることがわかる。
- ・ 年代で見ると、「増えた」と回答しているのは30代・40代が高く、30代は41.7%。



		n / %	増え た 以前 より	変 わ ら な い	減 つ た 以前 より
全体		326 100.0	100 30.7	220 67.5	6 1.8
性別	男性	152 100.0	38 25.0	113 74.3	1 0.7
	女性	174 100.0	62 35.6	107 61.5	5 2.9
年代	20代	49 100.0	14 28.6	34 69.4	1 2.0
	30代	60 100.0	25 41.7	34 56.7	1 1.7
	40代	63 100.0	23 36.5	38 60.3	2 3.2
	50代	53 100.0	13 24.5	40 75.5	0 0.0
	60代	63 100.0	19 30.2	42 66.7	2 3.2
	70代	38 100.0	6 15.8	32 84.2	0 0.0

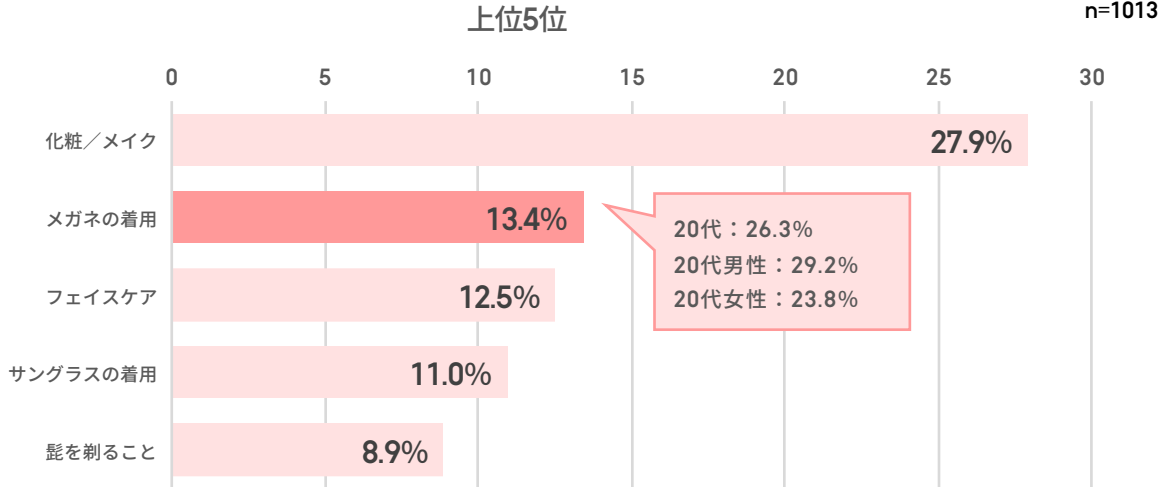
■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

マスク着用機会の減少によって頻度が増えたこと・新たに始めたこと

【マスク着用機会が減った方のみ回答】

Q.マスク着用の機会が減ったことで、頻度が増えたこと（新たに始めたこと）について、
あてはまるものをすべてお選びください。（MA）

- 最も多かった「化粧／メイク」（27.9％）に次いで「メガネの着用」（13.4％）があがった。
- 「メガネの着用」は、性年代別で見ると20代が高く、20代男性は約3割が、20代女性は約2割が回答。
- また、「サングラスの着用」も1割程度ながら、「髭を剃る」「アクセサリーの着用」「帽子やキャップの着用」「髪型の変更」などの項目より上位となった。
- 男女別で見ると、男性は1位「髭を剃ること」2位「メガネの着用」3位「サングラスの着用」（6割が「あてはまるものはない」と回答）。女性は1位「化粧／メイク」2位「フェイスケア」3位「メガネの着用」（3割が「あてはまるものはない」と回答）。



	n / %	化粧／メイク	メガネの着用	フェイスケア	サングラスの着用	髭を剃ること	アクセサリーの着用	帽子やキャップの着用	表情筋のトレーニング	髪型の変更	歯列矯正／ホワイトニング	髭を伸ばすこと	その他	あてはまるものはない	
全体	1013 / 100.0	28.3	13.6	12.7	11.1	9.0	8.3	7.5	5.8	5.6	4.3	2.1	0.4	46.0	
性別	男性	497 / 100.0	11.1	6.6	3.0	4.2	8.2	1.7	3.2	1.1	2.0	1.5	1.6	2.0	29.9
	女性	516 / 100.0	27.2	13.3	6.0	8.5	16.5	3.4	6.4	2.2	4.0	3.0	3.2	0.4	60.2
性年代	男性 20代	72 / 100.0	5.0	21.0	12.5	8.3	19.4	6.9	13.9	5.6	8.3	6.9	6.9	0.0	33.3
	男性 30代	80 / 100.0	3.8	17.5	5.0	10.0	9.0	6.3	3.0	0.0	5.0	2.0	7.0	0.0	45.0
	男性 40代	94 / 100.0	1.1	12.8	10.6	11.7	33.0	3.2	4.3	6.4	4.3	5.3	4.3	1.1	44.7
	男性 50代	93 / 100.0	1.1	8.6	3.2	4.3	14.0	2.2	4.3	1.1	1.1	0.0	0.0	0.0	71.0
	男性 60代	100 / 100.0	1.0	7.0	3.0	8.0	11.0	0.0	6.0	0.0	2.0	2.0	0.0	0.0	76.0
	男性 70代	58 / 100.0	0.0	1.7	0.0	3.0	4.0	1.0	5.0	0.0	2.0	1.0	0.0	0.0	46.0
	女性 20代	84 / 100.0	53.1	23.8	25.0	14.3	2.4	21.4	8.3	14.3	14.3	16.7	3.6	0.0	16.7
	女性 30代	92 / 100.0	48.9	15.2	23.9	18.5	2.2	12.0	10.9	4.3	6.5	3.3	2.2	1.1	26.1
	女性 40代	105 / 100.0	56.2	13.3	13.3	13.3	1.0	12.0	11.0	9.0	9.0	4.0	0.0	0.0	33.0
	女性 50代	91 / 100.0	46.0	10.0	20.0	10.0	2.0	13.0	8.0	14.0	4.0	4.0	0.0	0.0	36.0
	女性 60代	72 / 100.0	50.5	11.0	22.0	11.0	2.2	14.3	8.8	15.4	4.4	4.4	0.0	0.0	39.6
	女性 70代	72 / 100.0	33.3	13.9	13.9	18.1	1.4	9.7	5.6	6.9	6.9	2.8	0.0	0.0	36.1
		72 / 100.0	39.0	3.0	11.0	4.0	0.0	5.0	3.0	3.0	0.0	1.0	0.0	0.0	28.0
		100.0	54.2	4.2	15.3	5.6	0.0	6.9	4.2	4.2	0.0	1.4	0.0	0.0	38.9

■全体比+10ポイント以上、■+5ポイント以上、■-5ポイント以下、■-10ポイント以下

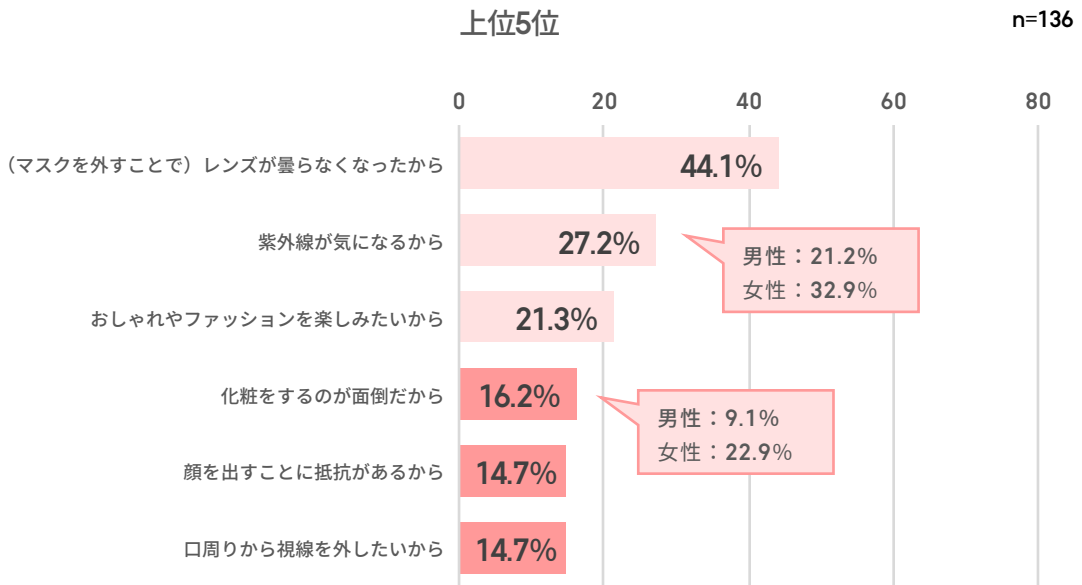
マスク着用機会の減少で、メガネやサングラスを着用する頻度が増えた理由

【前問でメガネやサングラスを着用する頻度が増えた方のみ回答】

Q.マスク着用の機会が減ったことで、メガネやサングラスを着用する頻度が増えた理由について教えてください。(MA)

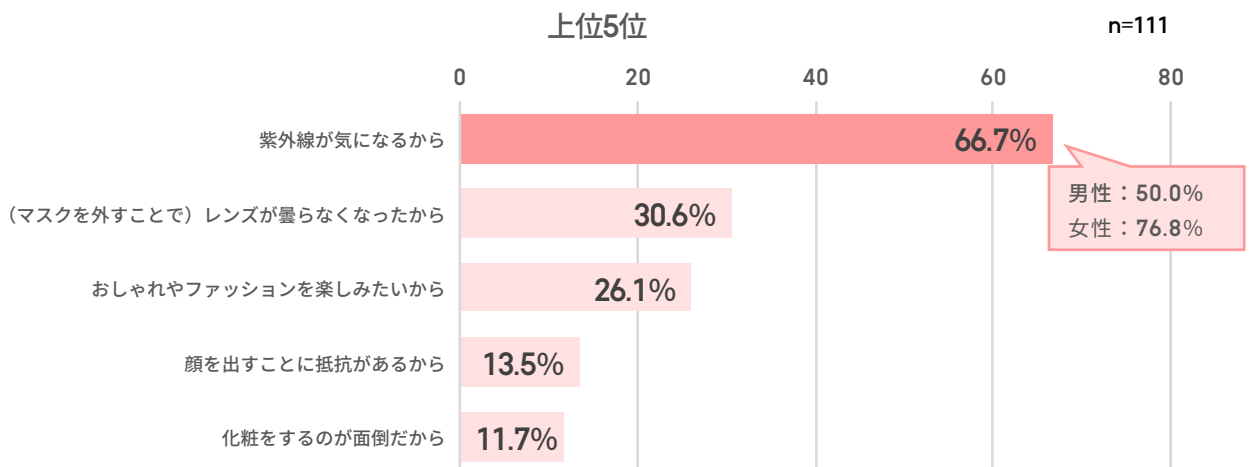
メガネの着用

- 最も多かった「レンズが曇らなくなったから」(44.1%)に次いで「紫外線が気になるから」(27.2%)、「おしゃれやファッションを楽しみたいから」(21.3%)と続く。
- 「化粧をするのが面倒だから」「顔を出すことに抵抗があるから」「口周りから視線を外したいから」といった理由にもそれぞれ1.5割程度の回答があり、顔周りが露出することへの悩みも理由にあがった。



サングラスの着用

- 「紫外線が気になるから」が圧倒的に多く66.7%。
- 次いで「レンズが曇らなくなったから」「おしゃれやファッションを楽しみたいから」。
- 「紫外線が気になる」は男女ともに高く、男性は50.0%、女性は76.8%が回答。



＜報道関係者からのお問い合わせ先＞

(株)ジンス広報担当 岡田・館林・大城・池川 Mail: pr@jins.com

JINS 広報事務局<(株)ユース・プランニング センター> 担当 渡邊・野中
TEL: 03-6821-8699 / FAX: 03-6821-8869 / Mail: jins_pr@ypcpr.com