



使っているコンタクト1位は 「使い捨てコンタクト(1dayタイプ)」

コンタクトレンズを使っているかを聞いたところ、「使っている」79.4%、「使っていない」20.6%。

使っている人の持っているコンタクトの種類については、「使い捨てコンタクト(1dayタイプ)」が44.9%と高く、次いで「ハードコンタクト」35.4%、「使い捨てコンタクト(2week以上タイプ)」26.9%、と続く。(グラフ)

使用しているコンタクトレンズを選んだ理由は「眼科医・お店の人に勧められて」42.9%が比較的多く、「日常のケアが不要で楽だから」26.3%、「日常のケアが簡単だから」25.7%、「販売価格」25.4%と並んだ。(グラフ)

半数以上のOLが 「違うタイプの商品を買う予定はない」

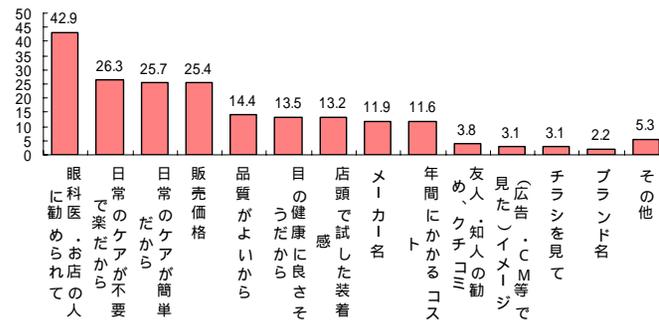
この1年の間にコンタクトの種類を「変えた」のは12.9%、「変えていない」のは87.1%。コンタクトレンズのブランドスイッチのきっかけになるものとしては、「無料サンプル等で試用して、装着感が現在のものよりよかった場合」57.3%、「現在使用中のものより販売価格が安かった場合」46.1%、「眼科医・お店の人の勧めがあった場合」43.3%などが高ポイントで挙げられた。(グラフ)

一方で、次回違うタイプのレンズを買うとしたら選ぶタイプは何かを聞くと、55.0%と半数以上の方が「違うタイプの商品を買う予定はない」と回答。以下「使い捨てコンタクト(1day)」15.8%、めがね15.1%という結果となった。

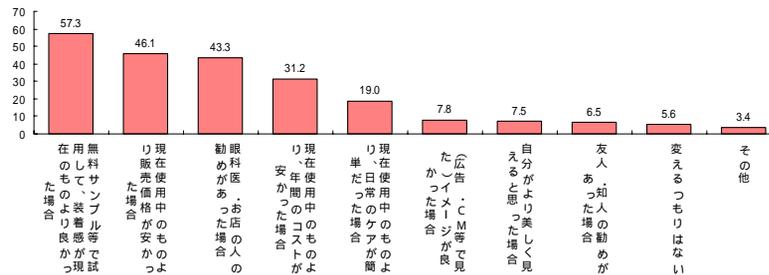
グラフ 持っているコンタクトの種類 (n=316)



グラフ コンタクトレンズを選んだ理由 (n=319)



グラフ コンタクトレンズ ブランドスイッチのきっかけになるもの (n=321)



シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



コンタクト購入場所は「コンタクト専門店」、 情報は「眼科医・お店の人」から

コンタクトレンズの購入場所としては、「コンタクト専門店」が最も多く、71.7%を占めている。次いで「眼科」18.1%、「メガネ店」10.8%と続く。(グラフ)

コンタクトの情報はどこから得ているのかについては「眼科医・お店の人」が圧倒的に多く、次いで「雑誌」22.0%、「インターネット(メール含む)」21.7%、「店頭での広告やPOP」21.1%となった。(グラフ)

コンタクトの装着時、不快に思うことを挙げてもらうと「目やレンズの乾き」が83.7%と圧倒的に多く、「ゴロゴロ感」55.8%、「目の疲れ」51.4%という結果となった。

紫外線が目にも影響を与えることを知っているかという項目では、94.4%が「知っている」と答えた。しかし、コンタクトのUV対策を重視しているのは34.4%にとどまった。

カラーコンタクトを「使ったことがある」のは18.4%、「使ったことはない」81.6%。使ったことがない人で、今後カラーコンタクトを使ってみたい人は37.0%。

また、黒目強調コンタクトを「使ったことがある」人は10.3%、使ったことがない人のうち、今後、黒目強調コンタクトを「使ってみたい」のは48.2%という結果となった。

「コンタクトケア商品はどこで購入しているか」では、「ドラッグストア」59.3%が圧倒的に多く、次いで「コンタクト専門店」28.0%であった。その製品を選んだ理由では、「販売価格が安かったから」50.2%が最も多く、「ケアが簡単だったから」31.5%、「眼科医・お店の人の勧めがあったから」22.4%と続いた。(グラフ)

<回答者プロフィール>

年齢: 24歳以下3.7%、25~29歳24.5%、30~34歳37.9%、35歳以上33.9%。
居住地: 東京都 54.5%、神奈川県 16.1%、埼玉県 15.1%、千葉県 14.1%、茨城県 0.2%。
未婚: 未婚74.3%、既婚25.7%。
暮らし: 親と同居46.4%、1人暮らし22.4%、夫婦2人暮らし19.6%、夫婦+子供5.4%、その他6.1%。

<調査実施>シティリビング

シティリビング オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

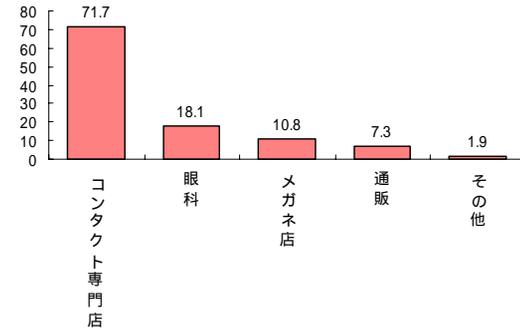
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

グラフ コンタクトレンズの購入場所 (n=315)



グラフ コンタクトの情報はどこから得ているか (n=322)



グラフ コンタクトケア商品はどこで購入しているか (n=243) 単一回答

