

各位

新生活における目のコミュニケーション・コンタクトライフに関する意識調査を実施

① **8割以上が相手と良好な関係を築くために目を見て話すことが大切だと思う一方で、目を見て話すことに不安を感じている人は約半数！**

② **約7割がコンタクトデビューで自分の瞳に自信が持てるように！**

新生活シーズンこそ「自信に満ちた瞳」で円滑なコミュニケーションを！  
マイティアブランドCM『ひろがれ、瞳のチカラ。』  
スピノフムービー第2弾・第3弾を公開！

千寿製薬株式会社（本社：大阪府中央区、代表取締役：吉田 周平）は、新生活シーズンを前に「新生活における目のコミュニケーション」と「コンタクトライフ」に関する意識調査をそれぞれ全国の男女400名に実施いたしました。

目のコミュニケーションに関する意識調査では、87.5%が新しい環境で相手と良好な関係を築くとき、「相手の目を見て話すことが大切だと感じる」と回答しました。一方で約半数（50.3%）が初対面の人と会話をするとき、目を見て話すことに不安や戸惑いを感じていることが明らかになり、さらに、若い世代ほど不安を抱えながら目を見て話していることが判明しました。

また、コンタクトライフに関する意識調査では、63.0%が「コンタクトデビューの際に不安を感じていた」ものの、その後コンタクトに変えたことで72.3%が「自分の瞳に自信が持てるようになった」と回答し、コンタクトに変えることで、前向きな気持ちになるきっかけを得られたことが明らかになりました。

「マイティア」は「ひろがれ、瞳のチカラ。」というブランドメッセージを掲げています。今回の意識調査で明らかとなった、新生活やコンタクトデビューの際に不安を感じる瞳に対し、瞳のチカラを信じることで自信が持て、円滑なコミュニケーションに繋がる。そのような想いを伝えるべく「マイティアブランドCM『ひろがれ、瞳のチカラ。』スピノフムービー」第2弾・第3弾を制作し、本日より公開いたします。

①新生活における目のコミュニケーションに関する意識調査  
②コンタクトライフに関する意識調査

約半数が初対面の人と目を見て話すことに不安や戸惑いを感じている！？

約7割がコンタクトデビューで自分の瞳に自信が！

～新生活シーズンこそ「自信に満ちた瞳」で円滑なコミュニケーションを～

## 調査①

### 【調査概要】新生活における目のコミュニケーションに関する意識調査

■実施時期：2023年11月8日～2023年11月9日

■調査手法：インターネット調査

■調査会社：株式会社ネオマーケティング

■調査対象：全国の20歳～69歳の男女400人（男女各200人）

※構成比（%）は小数点第2位を四捨五入しています。合計しても必ずしも100%にならない場合があります。

### 【調査トピック】

#### ① 相手と良好な関係を築くために目を見て話すことが大切だと思う人は8割超え、その一方で、約半数が初対面の人と目を見て話すことに不安や戸惑いを感じる

- ・87.5%が新しい環境で相手と良好な関係を築くとき、相手の目を見て話すことが大切だと感じる
- ・一方で、50.3%が初対面の人と会話をするとき、目を見て話すことに不安や戸惑いを感じる

#### ② 実は若い世代ほど目を見て話している中で不安を抱えていることが判明！

- ・80.8%が普段、人の目を見て会話できていると回答
- ・初対面の人と会話をするとき、目を見て話すことに不安や戸惑いを感じる人は若い世代ほど多い

#### ③ 「思いを伝える」コミュニケーションのカギは「目を見ること」

- ・「自分の考えや思いを伝えるときに意識すること」の1位は「相手の目を見て話す」
- ・「会話相手の素振りで『説得力を感じる』と思うこと」1位は「まっすぐ目を見て話す」
- ・88.3%が健やかで綺麗な瞳で目を見て話す人に対して「説得力がある」と感じると回答

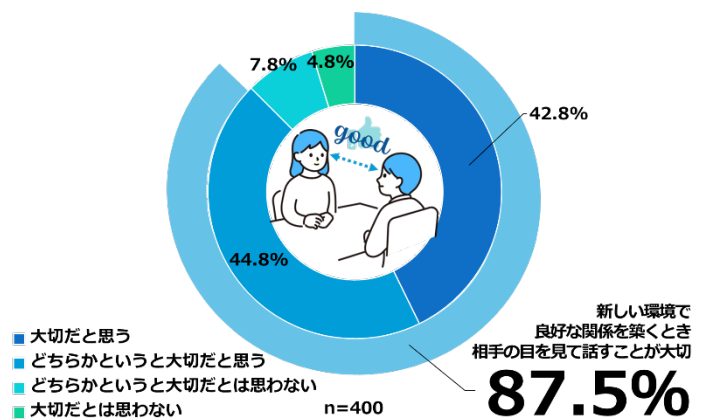
#### ① 相手と良好な関係を築くために目を見て話すことが大切だと思う人は8割超え

その一方で、約半数が初対面の人と目を見て話すことに不安や戸惑いを感じることが明らかに

### ■87.5%が新しい環境で相手と良好な関係を築くとき相手の目を見て話すことが大切だと感じる

「新しい環境で相手と良好な関係を築くとき、相手の目を見て話すことが大切だと思いますか」という問いに対し、42.8%の方が「大切だと思う」、44.8%の方が「どちらかという大切なと思う」と回答しました。（図1）

【図1】新しい環境で相手と良好な関係を築くとき相手の目を見て話すことが大切だと思うか



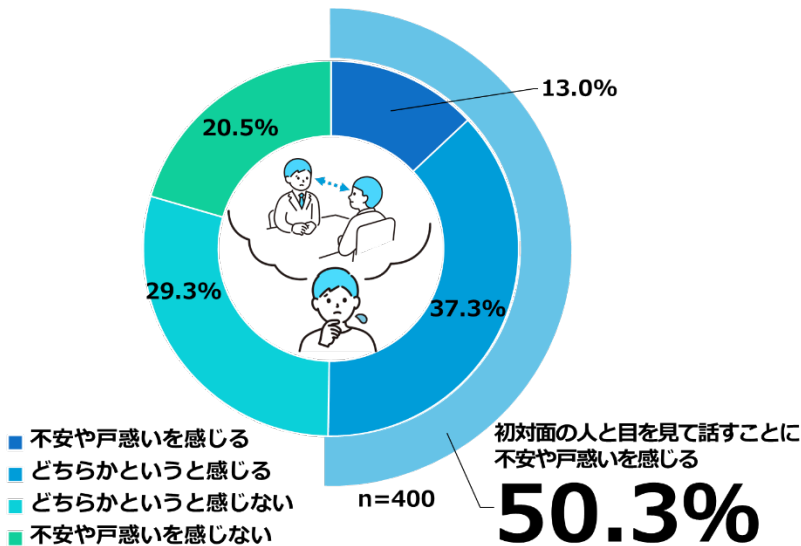
■一方で **50.3%**が初対面の人と会話をするとき、目を見て話すことに不安や戸惑いを感じると回答

「初対面の人と会話をするとき、目を見て話すことに不安や戸惑いを感じますか」という質問に対して、約半数が「不安や戸惑い」を感じていることが明らかになりました。(50.3%) (図2)

その理由は、1位「緊張するから (63.7%)」2位「恥ずかしいから (44.3%)」3位「自信がないから (39.3%)」という結果となりました。(図3)

【図2】初対面の人と会話するとき、目を見て話すことに不安や戸惑いを感じるか

【図3】



初対面の人と目を見て話すことに不安や戸惑いを感じる理由



1位 緊張するから  
**63.7%**



2位 恥ずかしいから  
**44.3%**



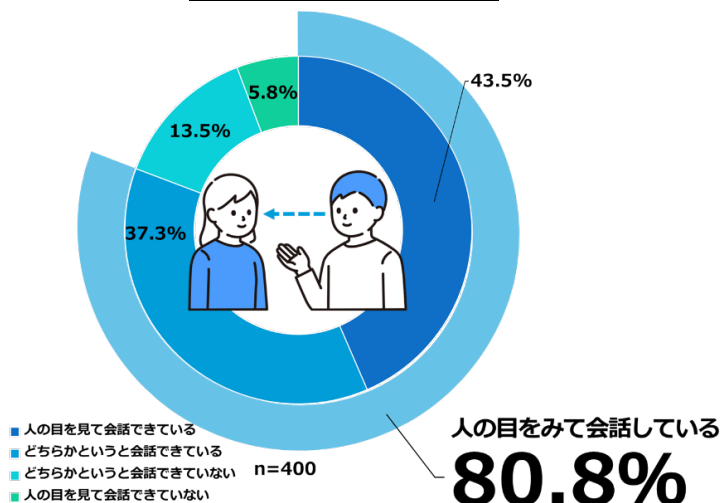
3位 自信がないから  
**39.3%**

② 実は若い世代ほど目を見て話している中で不安を抱えていることが判明！

■**80.8%**が普段、人の目を見て会話できていると回答。そして、年代が高くなるほど「できている」との回答は増加傾向に

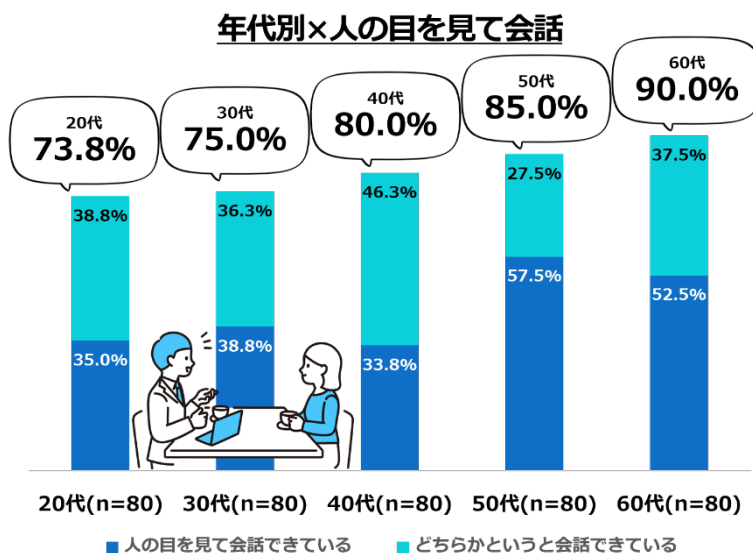
「普段、人の目を見て会話できていますか」という質問に対しては、全体の80.8%ができていると回答しました。(図4)

【図4】普段、人の目を見て会話できているか



年代ごとの割合は、20代 73.8%、30代 75.0%、40代 80.0%、50代 85.0%、60代 90.0%と、年代が上がるにしたがって、目を見て会話ができていると回答した割合が増加しました。(図5)

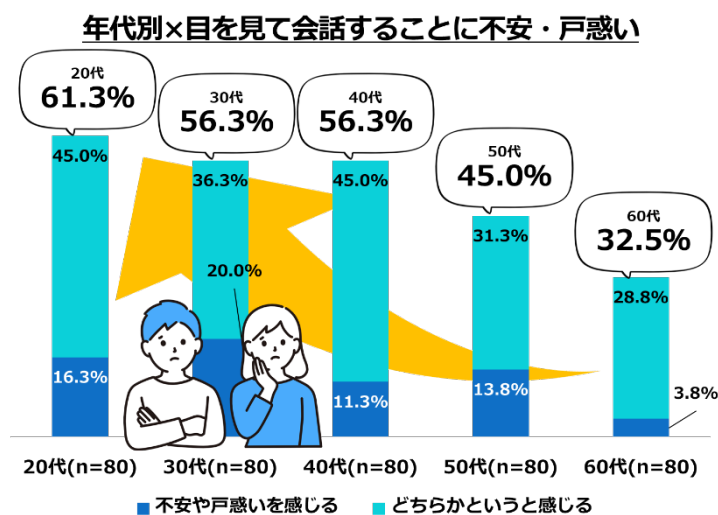
【図5】



### ■若い世代ほど初対面の人と会話をするとき、目を見て話すことに不安や戸惑いを感じる人が多いことが判明

「あなたは初対面の人と会話をするとき、目を見て話すことに不安や戸惑いを感じますか」という質問に対して、20代 61.3%、30代 56.3%、40代 56.3%、50代 45.0%、60代 32.5%と、若い世代ほど、不安や戸惑いを感じていることが判明しました。(図6)

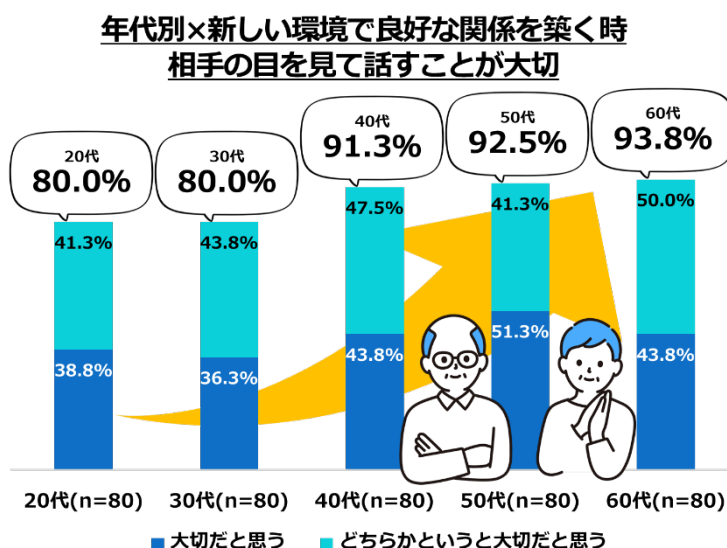
【図6】



**■新しい環境で相手と良好な関係を築くとき、相手の目を見て話すことが大切だと感じる人は年代が上がるほど多い**

「新しい環境で相手と良好な関係を築くとき、相手の目を見て話すことが大切だと思いますか」という質問に対して、20代80.0%、30代80.0%、40代91.3%、50代92.5%、60代93.8%と、年代が上がるにしたがって、大切だと感じている人が多いことが判明しました。(図7)

【図7】



これらの結果から、「目を見て会話することが大切だ」と感じ、実践している方が多いものの、若い世代ほど、実は不安や戸惑いを感じる傾向にあることが判明しました。

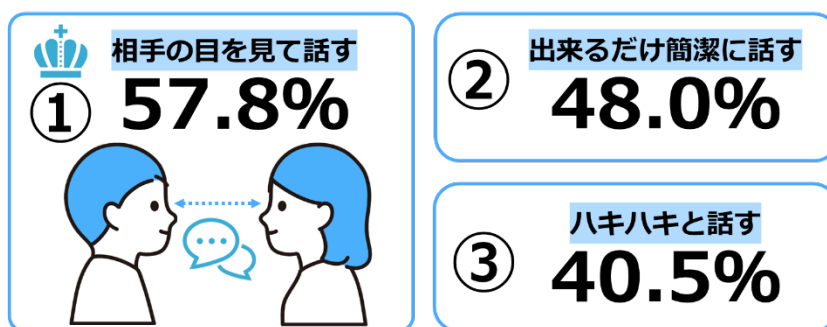
③ 「思いを伝える」コミュニケーションのカギは「目を見ること」

**■自分の考えや思いを伝えるときに意識すること1位は「相手の目を見て話す」**

「自分の考えや思いを伝えるときに何を意識しますか」を聞くと「相手の目を見て話す」と回答した人が最も多く、全体の57.8%となりました。2位は「出来るだけ簡潔に話す(48.0%)」、3位は「ハキハキと話す(40.5%)」という結果となり、半数以上が相手の目を見て話すことを意識していることが明らかになりました。(図8)

【図8】

**自分の考えや思いを伝えるときに意識すること**



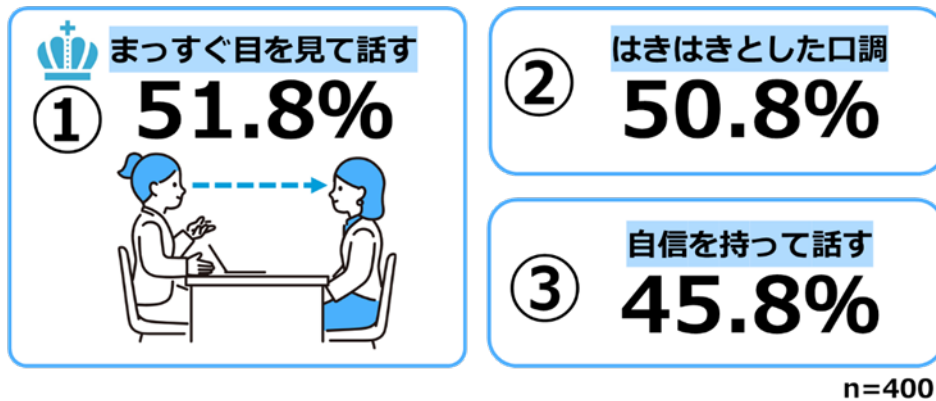
n=400

■会話相手の素振りで「説得力を感じる」と思うもの1位は「まっすぐ目を見て話す」

「会話相手の素振りで『説得力を感じる』と思うもの」については、「まっすぐ目を見て話す」と回答した人が最も多く、全体の51.8%となりました。2位は「はきはきとした口調(50.8%)」、3位は「自信を持って話す(45.8%)」という結果に。(図9)

【図9】

**「説得力」を感じる会話相手の素振り**

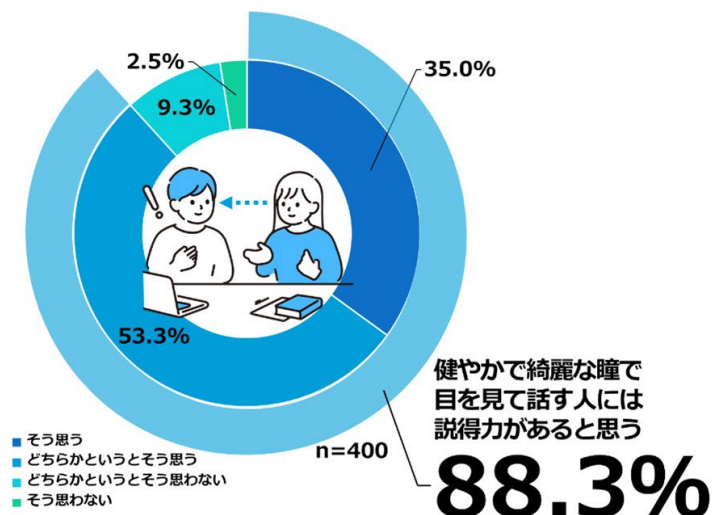


発信する側、受け手、どちらの立場においても、「思いを伝える」コミュニケーションのカギは「目を見ること」であると捉える方が多く、「目を見る」ことの重要性が明らかとなりました。

■88.3%が健やかで綺麗な瞳で目を見て話す人に対して「説得力がある」と感じると回答

「あなたは、健やかで綺麗な瞳で目を見て話す人に対して、どんなイメージを持ちますか。」と聞くと、「説得力がある」という選択肢に、35.0%の方が「そう思う」、53.3%の方が「どちらかという」と回答し、全体の88.3%が、健やかで綺麗な瞳で目を見て話す人に対して「説得力がある」と感じていることが明らかになりました。(図10)

【図10】健やかで綺麗な瞳で目を見て話す人には説得力があると思う



## ■マイティアブランド CM「ひろがれ、瞳のチカラ。」スピンオフムービー第2弾

新生活における目のコミュニケーションに関する意識調査で明らかになった「新しい環境で相手の目を見て話すことが大切だと思う人は多いものの、約半数が初対面の人と目を見て話すことに不安や戸惑いを感じている」「『思いを伝える』コミュニケーションのカギは『目を見ること』」をストーリーに用いた、スピンオフムービー第2弾を制作しました。

第2弾は、「いつからだろう 自分の思いを うまく伝えられなくなったのは」という、就職活動中の女子大学生“真由”のセリフから始まります。

面接でうまく自分の思いが伝えられず、就職活動だけでなく自分の夢に対しても不安になり、先輩に悩みを打ち明けます。投げやりになってしまう“真由”に、先輩は「次はちゃんと相手の目を見て語ってみて 真由の気持ちは 瞳が伝えてくれるよ」と目を見て伝えます。その後の“真由”の気持ちの変化は…？

「健やかな瞳で目を見て話す人には説得力があると思う 88.3%」という調査結果とともに、思いを伝える上で、健やかな瞳で「目」を見ることの大切さを伝えています。

### 【第2弾 動画概要】

タイトル : 「マイティアブランド CM『ひろがれ、瞳のチカラ。』スピンオフムービー」

第2弾「Stories of 瞳のチカラ #02 伝えたい瞳 篇」

公開日 : 2024年3月5日(火) 10:00 AM

URL : <https://youtu.be/t9xeOyGIGjU>



## 調査②

### 【調査概要】コンタクトライフに関する意識調査

■実施時期：2023年11月8日～2023年11月9日

■調査手法：インターネット調査

■調査会社：株式会社ネオマーケティング

■調査対象：日常生活でコンタクトレンズを装着している全国の20歳～69歳の男女400人（男女各200人）

※構成比（%）は小数点第2位を四捨五入しています。合計しても必ずしも100%にならない場合があります。

### 【調査トピック】

- ・3人に1人以上が新生活が始まるタイミングでコンタクトデビュー
- ・全体の約6割がコンタクトデビューの際に不安を感じている
- ・約7割がコンタクトに変えてから、自分の瞳に自信が持てるようになったと回答

### ■3人に1人以上の方が入学時や入社時などの新生活が始まるタイミングでコンタクトデビューすることが判明！

「コンタクトデビューのタイミング」に関して、3人に1人以上の方（38.3%）が、入学時や入社時などの新生活が始まるタイミングでコンタクトデビューすることが明らかになりました。（図11）

内訳：「中学入学時（4.0%）」、「高校入学時（14.8%）」、「大学入学時（12.3%）」、「新社会人の入社時（7.3%）」

【図11】

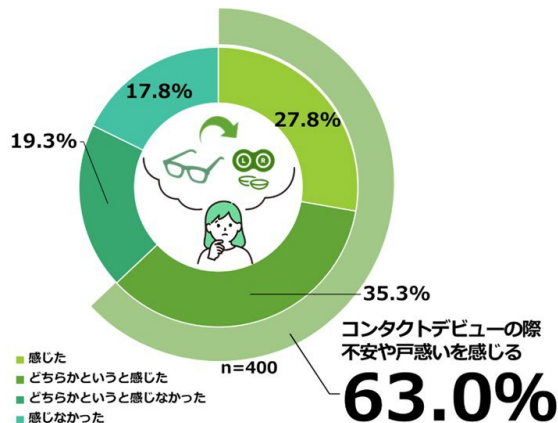


### ■約6割がコンタクトデビューの際に不安を感じたと回答

「コンタクトデビューの際、不安を感じましたか」という問いに対し、27.8%の方が「感じた」、35.3%の方が「どちらかというと感じた」と回答。全体の63.0%がコンタクトデビューの際に不安を感じていたことが明らかになりました。（図12）

その理由については、89.7%の方が「装着時の目のトラブル」と回答しました。（図13）

【図12】コンタクトデビューの際、不安を感じたか



【図13】

コンタクトデビューの際不安を感じた理由

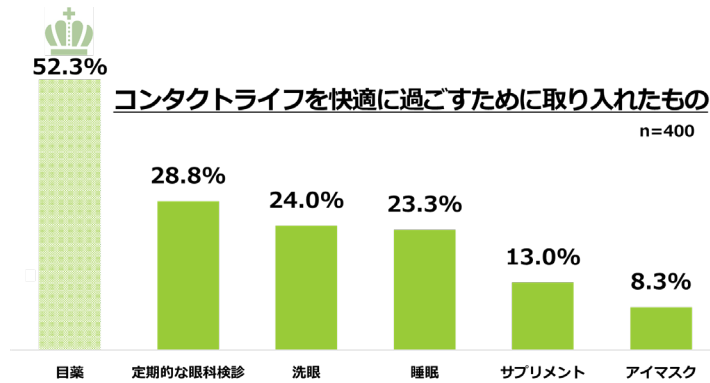




### ■「コンタクトライフを快適に過ごすために取り入れたもの」1位は「目薬」

「コンタクトライフを快適に過ごすために取り入れたもの」を聞いたところ、1位は「目薬」（52.3%）、2位は「定期的な眼科検診」（28.8%）、3位は「洗眼」（24.0%）という結果に。目薬はコンタクト装着者の約半数に取り入れられていることが判明しました。（図14）

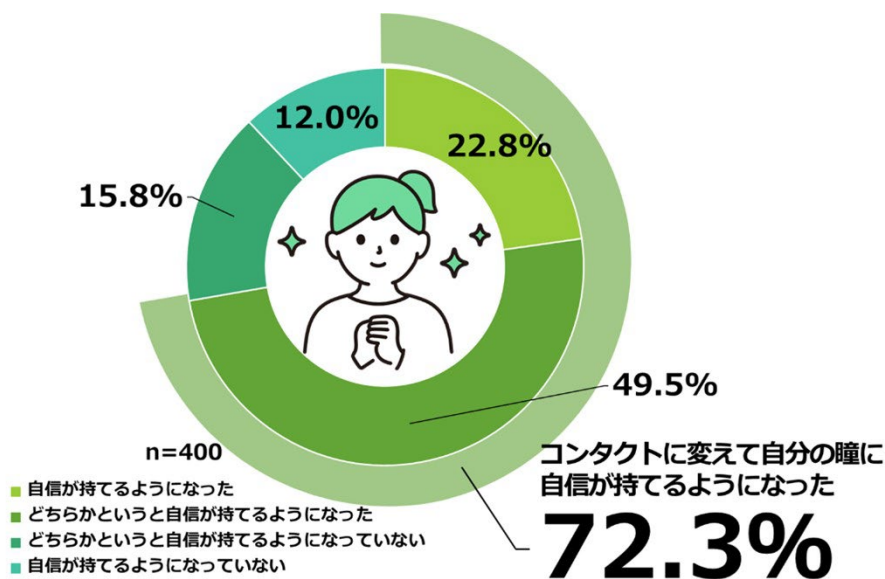
【図14】



### ■約7割がコンタクトに変えてから、自分の瞳に自信が持てるようになったと回答

「コンタクトに変えてから、自分の瞳に自信が持てるようになりましたか」という問いに対し、22.8%の方が「自信が持てるようになった」、49.5%の方が「どちらかという自信が持てるようになった」と回答しており、全体の72.3%がコンタクトに変えてから、自分の瞳に自信が持てるようになったと考えていることが明らかになりました。（図15）

【図15】コンタクトに変えてから、自分の瞳に自信が持てるようになったか



## ■マイティアブランド CM「ひろがれ、瞳のチカラ。」スピンオフムービー第3弾

「3人に1人以上が新生活が始まるタイミングでコンタクトデビューする」「約7割がコンタクトに変えて瞳に自信が持てた」というコンタクトライフに関する調査結果を元に、コンタクトデビューする女子高生にスポットを当てたスピンオフムービー第3弾を制作しました。

このストーリーは、新しい制服 新しい友達 私はここで新しい自分になれるのだろうか」という、女子高生“沙羅”のセリフから始まります。

高校生となりチアリーディングにチャレンジしたい一方で、一步踏み出せずにいる。そんな中、友達に勇気づけられ、コンタクトデビューを果たす“沙羅”。新しい自分に一步近づいた“沙羅”がとった行動は…。

「コンタクトに変えて瞳に自信が持てた 72.3%」という調査結果とともに、コンタクトデビューを果たし、健やかな瞳で前を向くことが新しい自分への一步となることを伝える内容となっています。

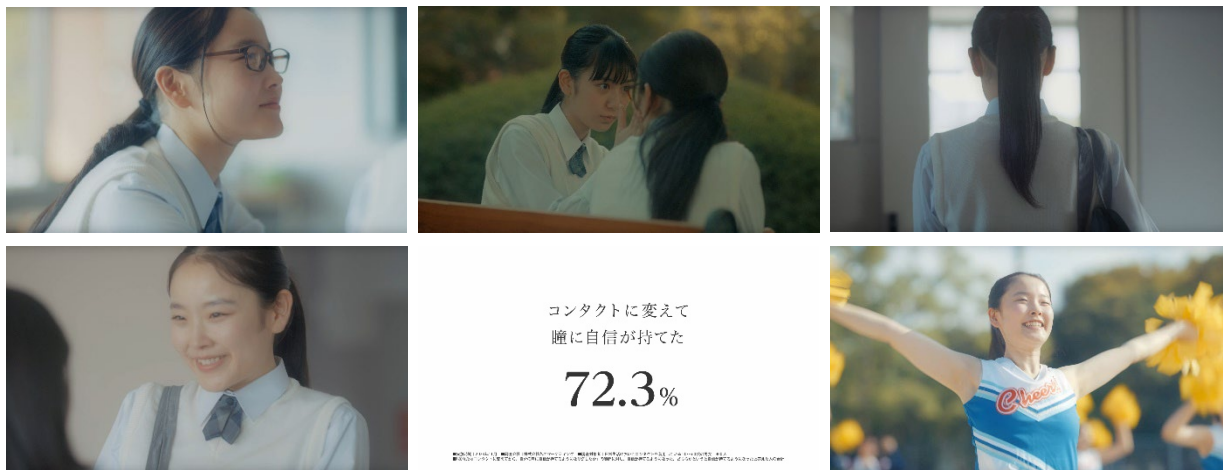
### 【第3弾 動画概要】

タイトル : 「マイティアブランド CM『ひろがれ、瞳のチカラ。』スピンオフムービー」

第3弾「Stories of 瞳のチカラ#03 チャレンジする瞳 篇」

公開日 : 2024年3月5日(火) 10:00 AM

URL : <https://youtu.be/dJl0gl6jsOw>



## ■「瞳のチカラ」とは

「マイティア」は2022年1月から「ひろがれ、瞳のチカラ。」というブランドメッセージを発信しています。

「瞳のチカラ」とは、単に「ものを見る力≒視力」とは異なり、「人々がコミュニケーションを取るため、心を通わせるためのチカラ」とであるとマイティアでは定義しています。

「前を向くとき」、「自分に自信があるとき」に瞳もイキイキと輝き、ポジティブに相手と目を合わせることができ、相手からも魅力的に感じてもらえる。そうした状態こそが「瞳のチカラ」が活かされている」ことであると考え、健やかな瞳を通じた気持ちの良いコミュニケーションが増えて、世の中が明るく元気になるよう、ブランド活動を通じて発信している言葉です。

## ■千寿製薬の一般用医薬品のブランド「マイティア」について

千寿製薬は、1947年の設立以来70余年にわたりユニークな発想と研究開発力によって、眼科領域を中心とした独創的で優れた医薬品・サービスの提供に努めてきました。

「マイティア」は、1965年(昭和40年)、「天与の目薬」である涙に着目し、日本初の涙液型目薬として発売されました。現在、「マイティア」は、時代の変化とともにさまざまなニーズにお応えし、千寿製薬の一般用医薬品のブランドとして商品を提供しています。



涙液型目薬のパイオニアとして、「涙の大切さに向き合うマイティア (Mytear) は、涙と同じようにいつも変わらぬやさしさで、あなたの瞳と心に寄り添い、世の中に笑顔を広げる。」その信念のもと、みなさまの「瞳のチカラ」を高め、ポジティブな気持ちでコミュニケーションができるよう、世の中が明るく元気になるべく取り組んでいきたいと思っています。

☆「マイティア」ブランドサイト：<https://www.senju.co.jp/consumer/mytear/>

## ■本ムービーに登場する商品の紹介

「Stories of 瞳のチカラ #02 伝えたい瞳 篇」

マイティアV **第2類医薬品** 目の充血に

<充血をケアし、健康的でクリアな瞳に>

充血に着目し、健康的でクリアな瞳へと導きます。充血の効き目を一番に考えたシンプル処方。

やさしいさし心地のノンクールタイプの目薬です。

メーカー希望小売価格 825 円（税抜価格 750 円）

容量 15mL

☆マイティアVシリーズの商品サイト : <https://www.senju.co.jp/consumer/mytearv/>



「Stories of 瞳のチカラ #03 チャレンジする瞳 篇」

NewマイティアCL-s **第3類医薬品**

目のかわき（ドライアイ）に

<やさしいさし心地>タウリン追加配合※

コンタクトを装着している方が、より快適に生活できるよう角膜の修復などを助ける働きのある栄養成分タウリンを追加配合※しました。

※当社従来品比較

メーカー希望小売価格 660 円（税抜価格 600 円）

容量 15mL

☆NewマイティアCLシリーズの商品サイト : <https://www.senju.co.jp/consumer/mytearcl/>



□ ■ □ 本件に関する報道関係者様からのお問い合わせ先 □ ■ □  
「マイティアブランドCM『ひろがれ、瞳のチカラ。』スピンオフムービー」  
PR 事務局（株式会社マテリアル）  
TEL：03-5459-5490 FAX：03-5459-5491 E-mail：[osaka@materialpr.jp](mailto:osaka@materialpr.jp)  
担当：廣瀬（090-3611-1503） / 三木（070-3874-4269）

□ ■ □ 商品に関するお問い合わせ先 □ ■ □  
千寿製薬株式会社 お客様インフォメーション  
TEL：0120-078-552  
※受付時間 9時00分～17時30分（土、日、祝日を除く）

素材ダウンロード URL \*パスワード：mytear0305

リリース内画像素材：<https://bit.ly/3UnUTMV>