

目のトラブル、女性の訴えが男性を大きく上回る

～「特に何もしない」男性 37.0%、女性 24.4%～

国内約1,600社が利用する一般消費財流通の情報インフラを運営する株式会社プラネット（所在地：東京都港区、代表取締役社長：坂田政一）は消費財や暮らしにまつわるトピックスをお届けする『Fromプラネット』の第249号として、目の疲れ・老眼に関する意識調査（対象4,000人）の結果をご紹介します。

※回答率(%)は小数点第2位以下を四捨五入し同第1位までを表示しています。そのため、内訳の合計と表示値が異なる場合があります。

本調査は、令和2年(2020年)国勢調査による年代別の人口構成比に合わせてウェイトバック集計を行っています。

■ 気になるのは「近視・乱視・遠視」と「老眼」

今回は目の疲れ・老眼に関する意識調査を実施しました。(過去には2019年にVol.119「目薬」、2021年にVol.162「目の疲れ、老眼」として調査を実施しています。)

まず、目の健康やトラブルについて気になることを聞くと(図表1)、「近視・乱視・遠視」が48.7%で最も高く、「老眼」(38.4%)、「疲れ、かすみ」(27.1%)、「乾燥、ドライアイ」(20.2%)、「花粉症」(19.3%)と続きました。性年代別に見ると(図表不掲載)、男女ともに50代以上は「老眼」の割合が全体より高くなっています。

ここで目を引くのが男女差です。ほぼすべての項目で女性が男性を上回り、「乾燥、ドライアイ」は14.5ポイント(男性12.8%、女性27.4%)、「紫外線」は11.1ポイント、「疲れ、かすみ」は10.4ポイントの開きがありました。逆に「気になることはない」は男性23.0%、女性14.6%で、男性のほうが8.4ポイント高くなっています。

この傾向は、今回の調査では、これ以降のほぼすべての設問で繰り返し現れます。

■ 目が疲れる場面、スマホで14.5ptの差

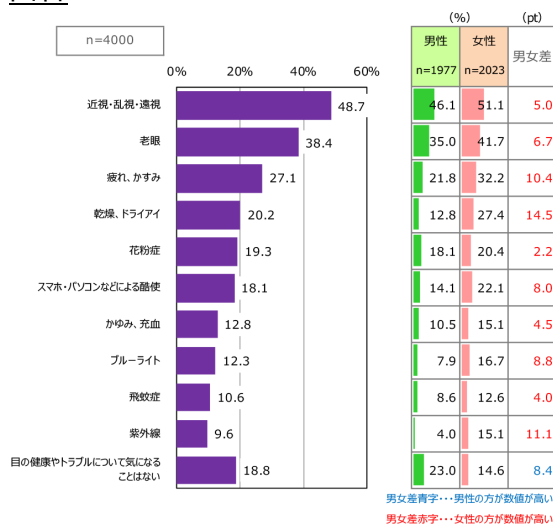
目が疲れたと感じる場面を聞くと(図表2)、「スマートフォン・携帯電話を見ているとき」が46.7%で最多、「パソコンを見ているとき」が43.1%、「テレビを見ているとき」が15.6%と続きました。

ここでも男女差が出ています。スマートフォンは男性39.3%に対し女性53.9%で、14.5ポイントの開きがありました。最も高いのは女性・50代(59.9%)、次いで女性・40代(59.1%)です。一方、パソコンは男性44.8%、女性41.3%とほぼ差がありません。

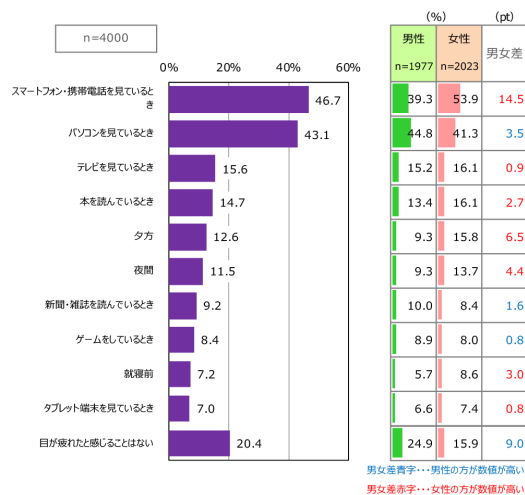
スマートフォンを見る時間そのものに、これほどの男女差があるとは考えにくいところです。ただ、図表1で「乾燥、ドライアイ」の男女差がやはり14.5ポイントだったことを考えると、同じ画面を見ている、目に出る症状に違いがあるのかもしれない。

なお、「目が疲れたと感じることはない」は男性24.9%、女性15.9%でした。

図表1「あなたが目の健康やトラブルについて、気になることはどのようなことですか。あてはまるものをすべてお答えください。(お答えはいくつでも)」への回答



図表2「あなたはどのような場面で目が疲れたと感じますか。あてはまるものをすべてお答えください。(お答えはいくつでも)」への回答



■ 6割超が老眼を自覚 自覚するのは40代後半

自分が老眼だと感じているかを聞きました（図表3）。「自覚していて、老眼鏡や遠近両用レンズを使っている」が32.4%、「自覚しているが、特に矯正はしていない」が17.7%、「はっきりとは言えないが、見えにくさを感じることもある」が12.5%で、合計62.6%が何らかの形で老眼を自覚しています。

自覚した年齢を聞くと（図表不掲載）、「40代後半」が24.5%で最多でした。「40代前半以前」（17.5%）と合わせると、42.0%が40代のうちに自覚しています。「50代前半」は19.1%、「50代後半以降」は21.0%です。

老眼を自覚している人に対処法を聞くと（図表4）、「眼鏡店で作った老眼鏡（リーディンググラス）を使う」が21.3%、「遠近両用メガネを使う」が20.1%、「スマートフォンやパソコンの文字を大きくする」が18.0%、「明るい場所で見ると」が17.1%と続きました。「100円ショップや量販店などの既製老眼鏡を使う」も15.8%います。

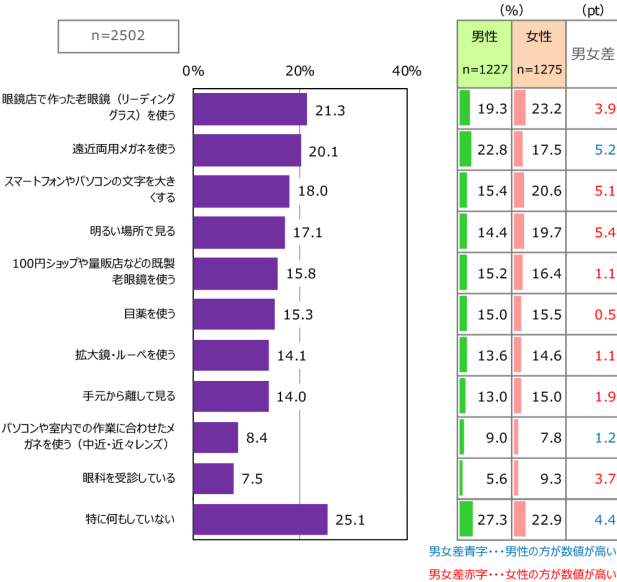
目を引くのは「特に何もしていない」の25.1%です。年代別では、「特に何もしていない」と回答した人は40代が40.8%と突出して高く、50代29.5%、60代22.4%、70代以上12.5%と、年齢が上がるにつれて下がっていきます。

図表3「あなたは自分が老眼（手元や近くのものが見えにくい状態）だと感じていますか。（お答えは1つ）」への回答

	全体 (人)	自覚してい て、老眼鏡や 遠近両用レン ズを使ってい る	自覚してい るが、特に矯 正はしていな い	はっきりとは 言えないが、 見えにくさ を感じるこ とがある	感じてい ない
全体	4000	32.4%	17.7%	12.5%	37.4%
男性	255	15.6%	9.4%	9.4%	65.6%
20代	301	8.3%	5.3%	11.6%	74.8%
30代	399	16.0%	19.5%	16.5%	47.9%
40代	360	36.4%	31.9%	11.9%	19.7%
50代	334	53.3%	21.6%	9.6%	15.6%
60代	328	62.5%	14.3%	9.8%	13.4%
70代以上					
女性	249	8.6%	6.5%	9.6%	75.3%
20代	293	7.2%	5.5%	8.9%	78.5%
30代	389	9.0%	18.8%	21.6%	50.6%
40代	369	39.3%	32.3%	13.9%	14.5%
50代	349	53.9%	21.8%	12.0%	12.3%
60代	384	64.6%	14.8%	10.7%	9.9%
70代以上					

性別ごとに最も割合が高い年代を赤字で、低い年代を青字で表示

図表4「あなたは老眼にどのように対処していますか。あてはまるものをすべてお答えください。（お答えはいくつでも）」への回答



■ 不調を感じても、男性の37.0%は「特に何もしない」

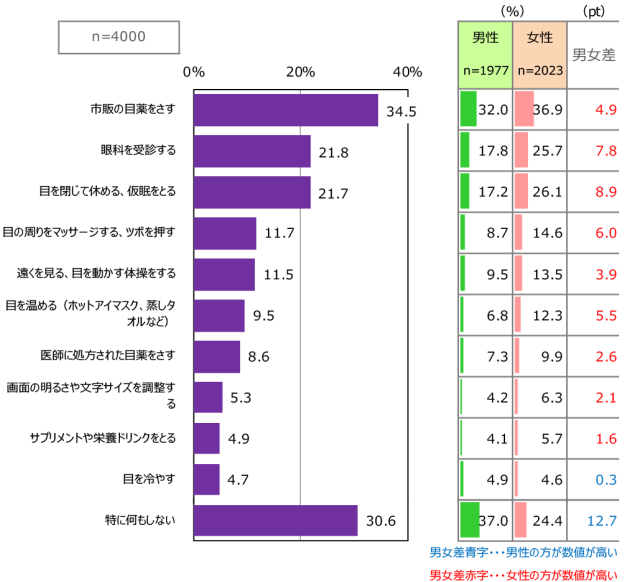
目に疲れや違和感を覚えたときの対処を聞くと（図表5）、「市販の目薬をさす」が34.5%でトップでした。「眼科を受診する」（21.8%）、「目を閉じて休める、仮眠をとる」（21.7%）が続きます。

ここで最も開きが大きいのが「特に何もしない」で、男性37.0%に対し女性24.4%と12.7ポイントの差がありました。ちなみに、男性・30代では45.2%、男性・40代では43.4%が「何もしない」と答えています。

対処する側の項目はほぼすべて女性が高く、「目を閉じて休める、仮眠をとる」で8.9ポイント、「眼科を受診する」で7.8ポイント、「目の周りをマッサージする、ツボを押す」で6.0ポイントの差があります。

なお「眼科を受診する」は年代差も大きく、20代15.5%、30代14.3%から、60代28.6%、70代以上36.0%へと上がっていきます。

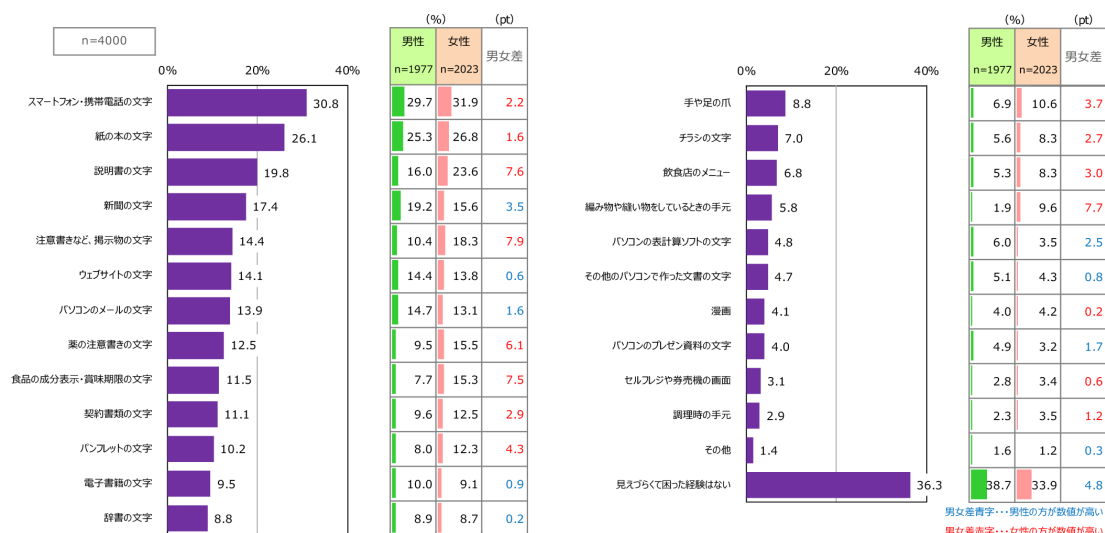
図表5「あなたは目に疲れや違和感（かすみ、乾き、かゆみ、痛みなど）を覚えたとき、どのように対処しますか。あてはまるものをすべてお答えください。（お答えはいくつでも）」への回答



■ 見えづらくて困るのは、スマホと本

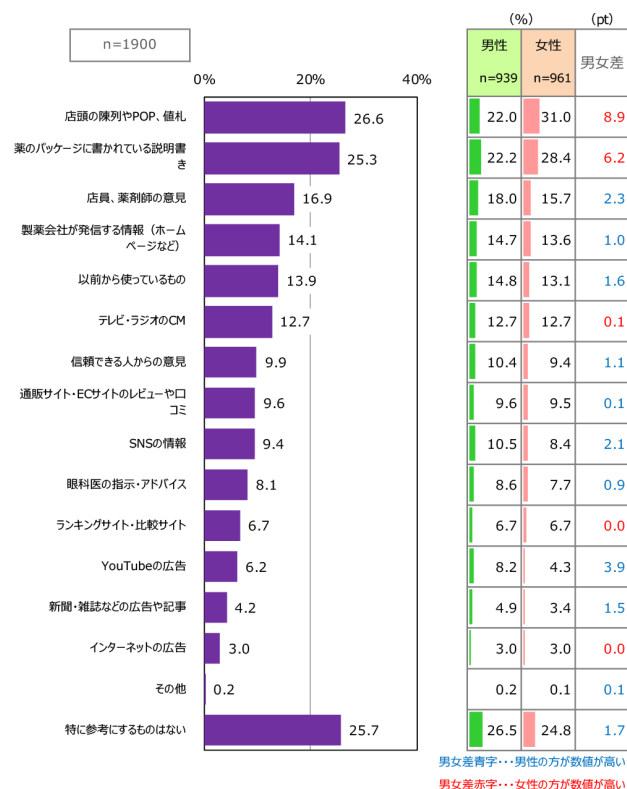
見えづらくて困った経験があるものを聞くと(図表 6)、「スマートフォン・携帯電話の文字」が 30.8%で最多、「紙の本の文字」(26.1%)、「説明書の文字」(19.8%)、「新聞の文字」(17.4%)と続きました。「薬の注意書きの文字」(12.5%)、「食品の成分表示・賞味期限の文字」(11.5%)、「契約書類の文字」(11.1%)も 1 割を超えています。

図表 6 「あなたが見えづらくて困った経験があるものを教えてください。あてはまるものをすべてお答えください。(お答えはいくつでも)」への回答



日用品に関わる項目では、「説明書の文字」(男性 16.0%、女性 23.6%)、「注意書きなど、掲示物の文字」(同 10.4%、18.3%)、「薬の注意書きの文字」(同 9.5%、15.5%)、「食品の成分表示・賞味期限の文字」(同 7.7%、15.3%)と、いずれも女性が 7 ポイント前後高くなっています。買い物の場面で小さな文字に向き合う機会の差が出ているのかもしれません。

図表 7 「あなたが市販の目薬を購入する際、参考にするものはありますか。あてはまるものをすべてお答えください。(お答えはいくつでも)」への回答



■ 目薬選び、決め手は売り場

市販の目薬を使う人に、購入時に参考にするものを聞きました(図表 7)。最も高かったのは「店頭陳列やPOP、値札」の 26.6%で、「薬のパッケージに書かれている説明書き」(25.3%)、「店員、薬剤師の意見」(16.9%)が続きます。

興味深いのは「以前から使っているもの」が 13.9%にとどまった点です。2026 年 3 月に実施した薬の購入に関する調査(Vol.244)では、市販薬全般について同じ選択肢が 47.1%で最多でした。薬全般はリピート買いが基本なのに対し、目薬は売り場で選び直されていることになります。

「店頭陳列やPOP、値札」は男性 22.0%、女性 31.0%と、ここでも女性が 8.9 ポイント高くなっています。年代別に見ると(図表不掲載)、50 代 30.8%、60 代 30.0%が高く、70 代以上では 19.9%に下がって、代わりに「以前から使っているもの」が 20.2%に上がります。

■ 老眼鏡「家じゅうに置いてある」

目の疲れや老眼について、困っていることや工夫していることを自由回答で聞きました。老眼鏡を家のあちこちや鞆に常備するという工夫が目立つ一方、商品パッケージの小さな文字が読めず買い物に支障が出ている、という声も少なくありませんでした。老眼鏡をかけることへの抵抗を口にする人がいる一方で、かけてみたら快適だったという声もあり、受け止め方はさまざまです。

《目の疲れや老眼で困っていること、工夫していること》

【老眼鏡は、あちこちに置いておく】

- 老眼鏡は突然必要になることがあるので、家の各部屋にひとつずつ置くように用意している。暗いところでは見えにくいので、なるべく明るい場所で本を読むようにする。(女性・60代)
- 老眼鏡を何本か持っていて、家のあちこちに置いている。主に使っているのはメガネ店で購入したものだが、あちこちに置いているのは100均で買ったもの。(女性・70代以上)
- 病院を受診した際に、老眼鏡を持って行くのを忘れたため、問診票を書くときに見えづらくて困りました。常にバッグにも外出用の老眼鏡を入れておいた方がいいと思いました。(女性・50代)

【小さい文字が読めなくて】

- スーパーで買いたい商品の箱に印刷されている文字が読みにくく、買うのを諦めることがある。(女性・60代)
- チルド麺などよく利用するもので、ゆで時間が赤字などになっていると、余計見にくい。薬の容量や注意事項、全く読めない。老眼年代が利用するものは、商品名や余分なデザインはいらない。大切なことだけ大きく書いてほしい。(女性・60代)
- 昔はごく小さな文字が見えづらかったが、最近は食品の説明書や賞味期限などもよく見えず、間違ったりするので、何によらず文字はめがねをかけて見る。めがねだらけになってしまっている。(女性・70代以上)

【夕方になると、目が】

- スマホを長時間見た日は、夕方になると目が重く感じたり、ピントが合いにくくなったりすることがあります。最近は小さい文字が読みづらいつと感じることもあり、スマホの文字を大きくしたり、商品の表示をカメラで撮って拡大して確認したりすることもあります。(女性・40代)
- スマホを使っていると年々目の疲れが早く強く出るようになってきて、そこから肩こりや首の痛み、目の痛み、頭痛などほかの不調も併せて出るようになりました。(女性・40代)

【老眼鏡との付き合い方はさまざま】

- 老眼鏡をかけるのに抵抗があったが、よく見えて非常に便利だ。老眼鏡という名前をやめて、利用に抵抗のない、別の名前にしてはどうか。(女性・30代)
- とりあえず試しに100均で老眼鏡を購入したけど、かけると頭が痛くなった。眼鏡ショップできちんと測ったら思ったより度が進んでいて、だから頭痛がしたんだ、と納得してしまった。(女性・40代)
- 45歳あたりから、手元のピントが合わなくなってきた気がする。面倒くさくて、メガネもずっと替えておらず、眼科にも行ってない。どうにかしないとなあーとは思っている。(女性・40代)
- 遠近両用の眼鏡を使っていたが、近くがどうしても見えにくいので、レンズを跳ね上げることができる眼鏡を使い、文字を読むときは跳ね上げて使っている。(男性・60代)

【眼科に行ったらわかったこと】

- 目の周りが痛くて眼科を受診したら白内障でした。このままでは免許証の更新はできないといわれて手術をしました。無事に更新はできています。自覚はなかったのでわかって良かったと思っています。(女性・70代以上)
- 冬のヒーター・夏のエアコン使用でドライアイになりやすく、目を閉じたり温めたりしている。パソコン使用時は30分に一度は立ち上がり、目を閉じるようにしている。(女性・70代以上)

《 「目の疲れ・老眼」に関する意識調査 質問一覧 》

- 【クロス集計用】あなたは普段の生活で、メガネやコンタクトレンズ（度なしのメガネ・コンタクトレンズを含む）を使用していますか。（お答えは1つ）
- 【クロス集計用】あなたは自分が老眼（手元や近くのものが見えにくい状態）だと感じていますか。（お答えは1つ）
- 【クロス集計用】あなたが老眼を自覚したのは何歳ごろですか。（お答えは1つ）※老眼を自覚している方のみ
- 【クロス集計用】あなたは市販の目薬（ドラッグストアや薬局で購入できる点眼薬）をどれくらい使いますか。（お答えは1つ）
- 【クロス集計用】あなたが1日にスマートフォン・パソコン・タブレットなどの画面を見る時間は、合計でどのくらいですか。仕事・プライベートを問わずお答えください。（お答えは1つ）
- Q1.あなたが目の健康やトラブルについて、気になることはどのようなことですか。あてはまるものをすべてお答えください。（お答えはいくつでも）
- Q2.あなたはどのような場面で目が疲れたと感じますか。あてはまるものをすべてお答えください。（お答えはいくつでも）
- Q3.あなたは目に疲れや違和感（かすみ、乾き、かゆみ、痛みなど）を覚えたとき、どのように対処しますか。あてはまるものをすべてお答えください。（お答えはいくつでも）
- Q4.あなたがふだん（疲れや違和感がないときも）、目の健康やアイケアのために心がけていることがあれば教えてください。あてはまるものをすべてお答えください。（お答えはいくつでも）
- Q5.あなたが市販の目薬を使うシーンを教えてください。あてはまるものをすべてお答えください。（お答えはいくつでも）
- Q6.あなたが市販の目薬を購入する際、参考にするものはありますか。あてはまるものをすべてお答えください。（お答えはいくつでも）
- Q7.あなたが使う市販の目薬について、重視することを教えてください。あてはまるものをすべてお答えください。（お答えはいくつでも）
- Q8.あなたが見えづらくて困った経験があるものを教えてください。あてはまるものをすべてお答えください。（お答えはいくつでも）
- Q9.あなたは老眼にどのように対処していますか。あてはまるものをすべてお答えください。（お答えはいくつでも）
- Q10.目の疲れや老眼について、困っていること、工夫していること、目薬やメガネにまつわるエピソードなどがあれば教えてください。（自由回答）

調査機関：株式会社プラネットによる調査企画をもとに、株式会社ネオマーケティングにて「目の疲れ・老眼」に関する意識調査を実施。

期間：2026年8月27日～31日、インターネットで4,000人から回答を得ています。

株式会社プラネットとは <https://www.planet-van.co.jp/>

メーカー、卸売業、小売業がサプライチェーンとして連携し、生活者へのサービス向上を目指して進化を続ける日本の消費財流通を、情報インフラ運営で支えている上場企業(証券コード2391)です。

From プラネットとは https://www.planet-van.co.jp/shiru/from_planet/index.html（バックナンバーもご覧になれます）

株式会社プラネットが発信しているニュースレターです。消費財や暮らしに関する旬なトピックスなどをご紹介します。

お問い合わせ先

今リリースに掲載していない結果や属性データのご紹介も可能です。
感想や取り上げてほしいテーマなどもお寄せください。

株式会社プラネット 経営管理ユニット

E-mail : koho-pr@planet-van.co.jp