

## コンタクトレンズの切り替えについての消費者調査

～使用するコンタクトレンズを別の商品に切り替えた経験がある 61%～

### 【調査結果サマリー】

1. 使用するコンタクトレンズを別の商品に切り替えた経験がある 61%
2. 現在のコンタクトレンズへ切り替えた理由は「価格がより安い商品を見つけた」43%
3. 現在使用中のコンタクトレンズを継続している利用している最大の理由は「装着感・品質が良いため」34%



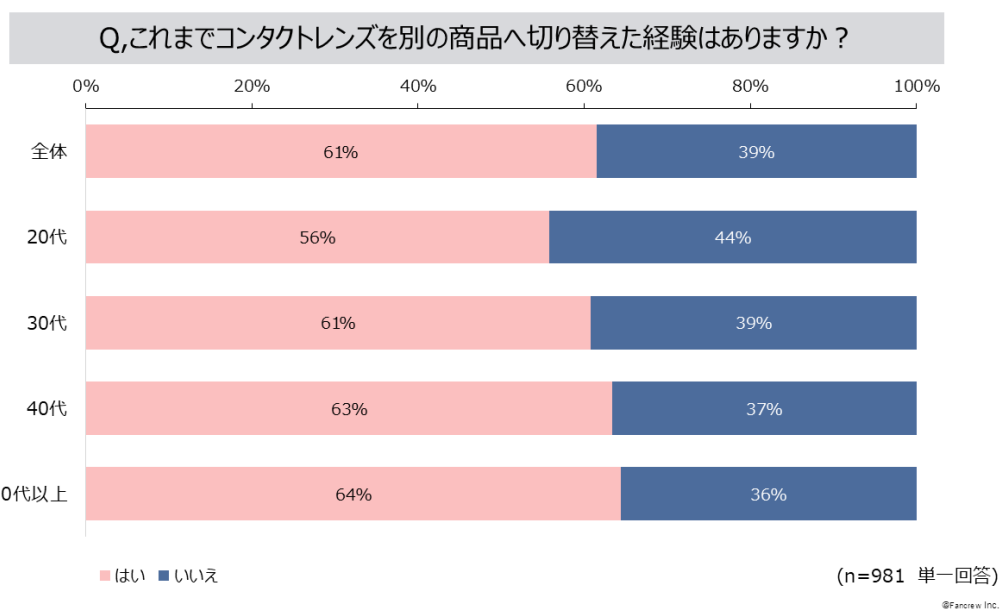
お客さまの声を最先端の分析でファン増加につなげる企業、株式会社ファンくる（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に、定期的に消費者の意識調査を実施しています。今回は視力補正用コンタクトレンズについて、使用するコンタクトレンズを切り替えた経験や、現在使用中のコンタクトレンズを継続して使用している理由などを「ファンくる」会員 981 名（男性 204 名、女性 777 名）に調査を実施しました。

これまでコンタクトレンズを別の商品に切り替えた経験がある方は 61%でした。年代別

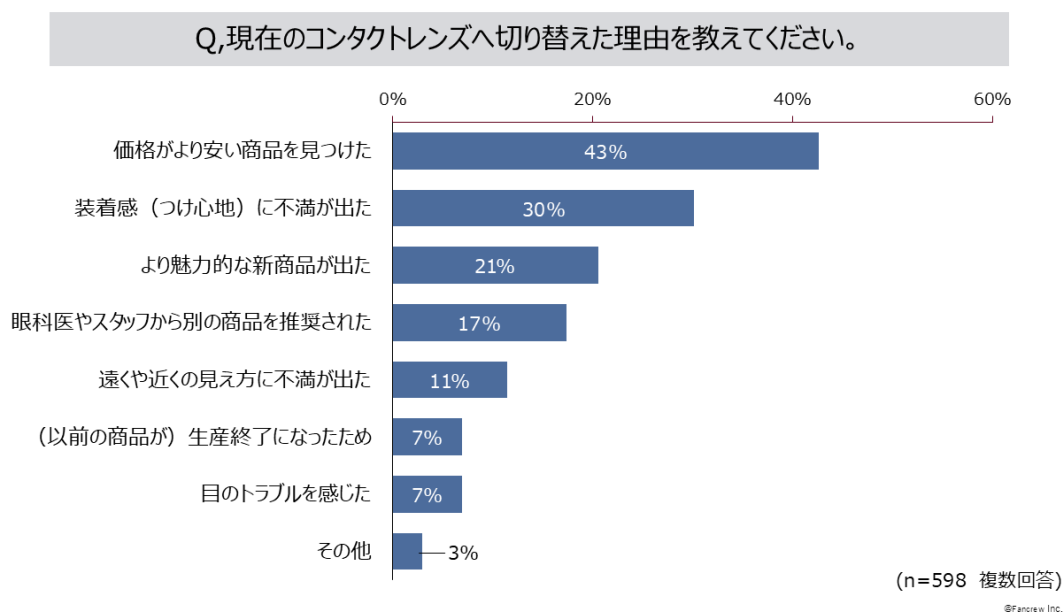
でみると、50代以上が最も切り替えた経験がある方が多いようです。現在のコンタクトレンズへ切り替えた理由は「価格がより安い商品を見つけた」43%、次いで「装着感（つけ心地）に不満が出た」30%、「より魅力的な新商品が出た」21%となりました。現在使用中のコンタクトレンズを継続して利用している最大の理由は「装着感・品質が良いため」が34%と最も多く、次いで「価格が手頃なため」27%、「使い慣れているため」22%でした。

## 【調査結果】

### 1. 使用するコンタクトレンズを別の商品に切り替えた経験がある 61%

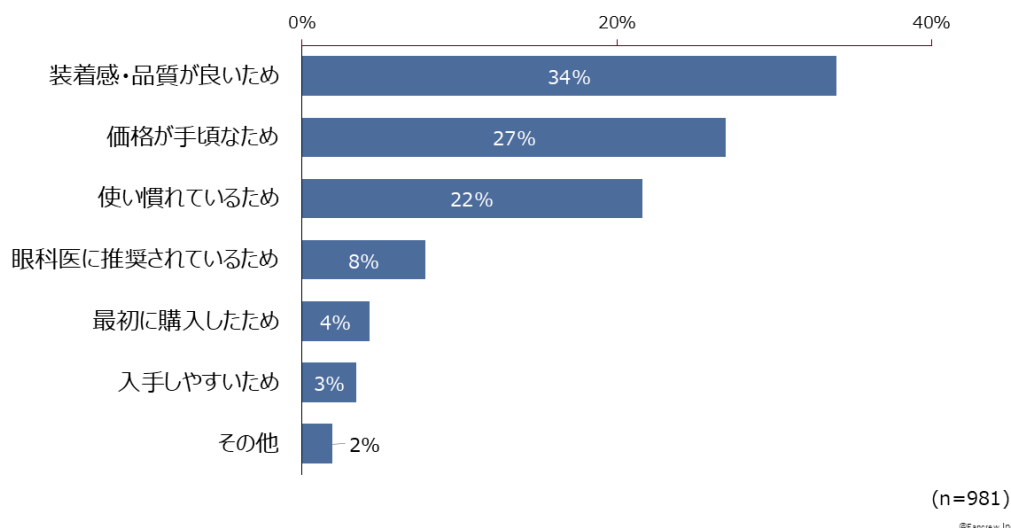


### 2. 現在のコンタクトレンズへ切り替えた理由は「価格がより安い商品を見つけた」43%



### 3. 現在使用中のコンタクトレンズを継続して利用している最大の理由は「装着感・品質が良いため」34%

Q、現在ご使用のコンタクトレンズを継続して利用している、最大の理由は何ですか？



本調査ではこれ以外に視力補正用コンタクトレンズの使用頻度や購入場所など全 28 問で回答を得ています。

#### 【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査対象：一般消費者

回答者：「ファンくる」に登録している全国 150 万人のユーザー

回答者数：981 名（男性 204 名、女性 777 名）

調査時期：2025 年 11 月 12 日～11 月 25 日

調査項目：コンタクトレンズについての消費者調査

設問数：28 問

※グラフの構成比は小数点以下を四捨五入しているため、合計しても 100%にならない場合がございます。

※本調査の全結果をご希望の方は、ぜひ当社までご連絡ください。

※本調査結果引用時のお願い

本調査結果の引用時には、以下のご対応をお願い申し上げます。

クレジットに「株式会社ファンくる（Fancrew Inc.）調べ」と明記してください。

WEB 上で引用いただく際には、「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp>) リンク付与をお願いいたします。

---

## 【ファンくるについて】



お客様や従業員の声を独自の特許技術で分析することにより、店舗運営、商品開発、営業活動、従業員エンゲージメント等の向上を支援する様々な Web サービスをあらゆる業界に対して提供しています。また、体験型情報サイト「ファンくる」の運営や、インターネットリサーチなどのマーケティング支援も行っております。

---

## 【会社概要】

- 会社名：株式会社ファンくる
- 代表者：代表取締役社長 山口敬人
- 資本金：1 億円
- 創業：2004 年 8 月 26 日
- 所在地：東京都千代田区岩本町 1-10-5 TMM ビル 4F
- URL：<https://www.fancrew.co.jp/>
- 事業内容：来店客調査「FancrewCR」の運用・開発  
消費者モニター調査「Fancrew MR」の運用・開発  
販促・店頭調査「Fancrew PR」の運用・開発  
契約率向上ツール「Fancrew ICR・CSR」の運用・開発  
従業員満足度調査「Fancrew ES」の運用・開発  
体験型情報サイト「ファンくる」の運用・開発  
インターネットリサーチ/マーケティング支援

## 【本件に関するお問い合わせ】

- 株式会社ファンくる（担当：広報、Email：[pr@fancrew.co.jp](mailto:pr@fancrew.co.jp)）