



眼鏡、コンタクトレンズへの支出

- 家計調査（二人以上の世帯）結果より -



1月21日は、「瞳の黄金比率の日」といわれています。これは、白目と黒目の比率が「1:2:1（＝白目：黒目：白目）」の瞳が魅力的という意識調査の結果を受けて、瞳の黄金比率（1:2:1）を1月21日に置き換えたことに由来しているとのこと。また、近年ではこの比率に近づくよう着色されたカラーコンタクトレンズも販売されています。

そこで今回は、眼鏡とコンタクトレンズへの支出について家計調査の結果から見てみましょう。

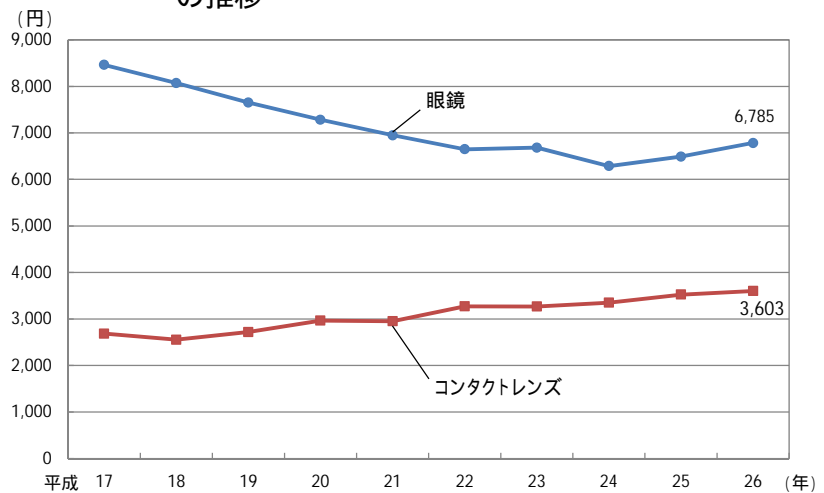
日本記念日協会によれば、「輝く瞳」推進委員会が制定した日で、輝くような魅力的な瞳について考える日となっています。

眼鏡、コンタクトレンズの支出は近年増加傾向

眼鏡とコンタクトレンズの1世帯当たりの年間支出金額の推移をみると、眼鏡への支出は平成17年以降、減少傾向にありましたが、25年以降は増加に転じ、26年では6,785円となっています。

また、コンタクトレンズへの支出は、衛生面の観点から1日ごとや1週間ごとに新たなものと交換する使い捨てタイプが普及しつつあることなどもあって、緩やかな増加傾向が続いており、平成26年では3,603円となっています（図1）。

図1 眼鏡、コンタクトレンズへの年間支出金額の推移



年齢階級が高くなるほど眼鏡への支出が多い

次に、1世帯当たりの眼鏡とコンタクトレンズへの年間支出金額を世帯主の年齢階級別にみると、眼鏡では、老眼が強くなってくる50歳代の世帯で支出が最も多く、次いで60歳代の世帯、70歳以上の世帯となっており、高齢層で高くなっています。

一方、コンタクトレンズでは、40歳代の世帯で支出が最も多く、次いで39歳以下の世帯となっており、中年層や若年層で高くなっています（図2）。

図2 眼鏡、コンタクトレンズの世帯主の年齢階級別年間支出金額（平成26年）

