

マーケ・消費

Hot Topics

花粉症で注目 J&Jの「抗アレルギー薬含有コンタクトレンズ」

2022年04月01日 読了時間：10分

山田 真弓 フリーライター

使い捨てコンタクトレンズ「アキュビュー」ブランドを提供するジョンソン・エンド・ジョンソン ビジョンケア カンパニー（東京・千代田）が、抗アレルギー薬を配合したコンタクトレンズ「ワンデー アキュビュー セラビジョン アレルケア」を、2022年1月から全国の店舗にて発売した。抗アレルギー薬を配合したコンタクトレンズが市販されたのは、同製品が世界初だという。一部地域で先行して21年10月に発売したところ、処方した医師のもとで、多くの患者が継続して使いたい意向を伝えているといい、認知度向上が進めば今後、広く使用されていくことが見込まれる。



ジョンソン・エンド・ジョンソン ビジョンケア カンパニー ビジネスストラテジーの安カ川たまみ氏（左）と製品学術の植田誠子氏（右）

〔画像のクリックで拡大表示〕

30周年の年にアレルケア先行発売

ジョンソン・エンド・ジョンソン ビジョンケア カンパニー（以下、J&J ビジョンケア カンパニー）は世界60カ国に250以上のグループ企業を有する米ジョンソン・エンド・ジョンソンの日本法人グループの1つ。グループでは消費者向け製品をはじめ、医療機器、医薬品などを次々に導入・販売しており、中でもJ&J ビジョンケア カンパニーでは使い捨てコンタクトレンズ製品の輸入・販売を行っている。

「1991年10月に国内で初めて使い捨てコンタクトレンズ、アキュビューを発売して以来、様々なアンメットニーズ（潜在的な要求・需要）に対応する製品を展開してきた」（同社コミュニケーションズ&パブリック アフェアーズの相澤麻衣子氏）。ジョンソン・エンド・ジョンソンの製品は、「我が信条（Our Credo）」という全世界・グループ共通の企業理念に基づき、また科学的な知見や技術を活用して開発されている。

J&J ビジョンケア カンパニーでは、これまでに近視補正の使い捨てコンタクトレンズ、「ワンデー アキュビュー オアシス」（1日使い捨てタイプ）や、日々の様々な光に自動で対応する「アキュビュー オアシス トランジションズ スマート調光」（2週間交換タイプ）、高まる遠近両用タイプの需要に応え2016年1月に発売した「ワンデー アキュビュー モイスト マルチフォーカル」など、幅広い世代に対応するソリューションを展開している。

21年10月先行発売され、22年1月から全国の店舗にて販売を開始した新製品のワンデー アキュビュー セラビジョン アレルケア（以下、アレルケア）は、基礎疾患としてアレルギー性結膜炎を有していても、コンタクトレンズを使い続けたいと望む人のQOL（クオリティー・オブ・ライフ）維持向上を狙って開発された。症状を起こりにくくする抗アレルギー薬をコンタクトレンズに配合したのが特徴で、症状が起こる前から装用することで、症状緩和を目指すという。

装用者の半分がアレルギー

同社で製品学術を担当する植田誠子氏によれば、アレルケアは約20年前、米国本社で開発が始まった。「米国でも目のアレルギーでコンタクトレンズが使い続けられず、不満に思っている人が多い。そこにまだ満たされていないニーズがあると分かり開発が始まった。その際、日本はアレルギー大国なのでぜひ展開したいと希望した」と植田氏。

日本ではスギ花粉（関東では主に2月上旬から4月上旬に飛散量が多くなる）およびヒノキ花粉（関東では主に3月中旬から4月いっぱい飛散量が多くなる）の花粉症により、アレルギー性結膜炎を発症する人が多い。人口あたりの花粉症有病率は1998年が19.6%、2008年が29.8%、19年には42.5%と、10年ごとに約10%増加。今や2人に1人は花粉症で、中でもスギ花粉症は38.8%とほぼ3人に1人（19年時点）と推定され、10代でのスギ花粉症も増加しているという（※2）。スギもヒノキもヒノキ科の植物で、スギ花粉症とヒノキ花粉症を併発する人も多いとされる。

J&J ビジョンケア カンパニーの調査によれば、そうした花粉症の人で週4日以上コンタクトレンズを装用している人は約1090万人に上り、さらにそのうちの約490万人、2人に1人がかゆみや充血などのアレルギーに悩んでいるという（※2）。

【参考文献】

※1：「花粉症環境保健マニュアル2022」（環境省環境保健部環境安全課）

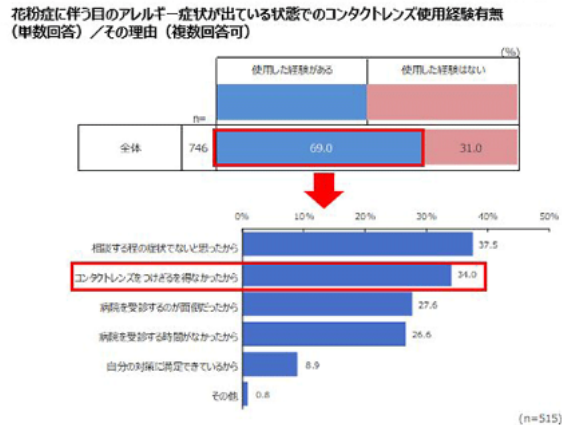
※2：アレルギー市場機会の精緻化に関する調査 第1段階 J&J調べ（2019）。なお、日本眼科学会によれば日本で日常的にコンタクトレンズを装用する人は、全国で1500万～1800万人と推定されている。

サイト上はここで改ページ（PageBreak）

自己判断で装用するケースも多数

J&J ビジョンケア カンパニーの最新調査（※3）では、日本では「相談する程の症状ではない」「つけざるを得ない」ことを理由に、約7割（69.0%）の人が自己判断でコンタクトレンズを使用しており、そのうち4人に1人以上（28.3%）の人が症状の悪化を経験。しかも花粉症に伴う目のアレルギー症状が出ている状態にもかかわらず、76.1%が眼科未受診で、またコンタクトレンズ購入に伴う眼科

受診時でも花粉症に伴う目のアレルギー症状について相談していないと回答した人は61.7%に上った。



J&J ビジョンケア カンパニーが調査会社登録モニターのうち、全国の男女10代（15～19歳）から50代までの、コンタクトレンズ週4日以上装用者で、花粉症のアレルギー症状がある人を対象に実施したインターネット調査（21年12月3日～12日）の結果より

[画像のクリックで拡大表示]

ツカザキ病院（兵庫県姫路市）の福島敦樹眼科部長によれば、自己判断でコンタクトレンズを装用するアレルギー症状の自覚がある人の中には、「抗アレルギー点眼薬を使用している人が多く、薬局やドラッグストアなどで処方せんなしに購入できる一般医薬品（OTC）の点眼薬使用者も多い」という。

しかし「コンタクトレンズ使用者用が点眼薬を使用する場合、抗アレルギー点眼薬に限らず、防腐剤不使用であることが必要。使用するタイミングはコンタクトレンズ装着前（5～10分前）か、外した後であること。また、かゆみがあるときはレンズの装用は原則中止で、かゆみが収まったら装用可能であることなど、注意点が多い。しかし、レンズ装用中に点眼している実態があると考えている」と福島氏。例えば防腐剤は殺菌作用が強いため、点眼により角膜や結膜に傷ができやすくなるなど、点眼薬は選び方、使うタイミングによって目のトラブルを引き起こす可能性もある。

アレルギー症状がある場合、本来であればコンタクトレンズの装用そのものを中止したほうがいだろう。しかし「いつも通りに見えない」「仕事上コンタクトレンズを使用したい」というユーザーにとっては、使用中止はQOLの低下につながりかねない。

【参考文献】

※3：J&Jが調査会社登録モニターのうち、全国の男女10代（15～19歳）から50代までの、コンタクトレンズ週4日以上装用者で、花粉症のアレルギー症状がある人を対象に実施したインターネット調査（21年12月3日～12日）

装用中12時間は症状が緩和される

こうした背景がある中、目のかゆみや充血などのアレルギー症状を緩和できるコンタクトレンズがあれば、「花粉症がないときと同じような見え方」を維持できるようになり、コンタクトレンズ装用者のQOL向上につながるのではないかと考え、開発が進んだ。つまり「主要目的はあくまでも視力矯正で、これに加えてアレルギー性結膜炎を有する患者における、アレルギー性結膜炎による目のアレルギー症状の緩和を目指した製品の開発だった」と植田氏。

開発に20年かかった理由の1つに、使用できるレンズの素材と薬剤の組み合わせの難しさがあったという。

「コンタクトレンズに薬剤を取り込ませ、アレルギー症状を緩和できるように考えられたが、レンズに取り込ませた薬剤は、レンズから外に出ていく速度が速すぎても効果が発揮されない。このため、コンタクトレンズの素材とかゆみを抑えることができる薬剤に関し、使用可能な組み合わせをできる限り試した」（植田氏）

製品化されたアレルケアは、マイナス電荷を持つコンタクトレンズ素材（エタフィルコンA）に、プラスの電荷を持つ第2世代の抗ヒスタミン薬（ヒスタミンH₁拮抗薬）であるケトチフェンを取り込ませている。また、コンタクトレンズとしての装用感と安全性のため、pHは涙液に近い中性に保たれており、防腐剤である塩化ベンザルコニウムを使用していない。装用中にケトチフェンが約5時間かけて拡散し、アレルギー性結膜炎患者の症状を緩和する。

なお、現在は視力矯正のうち近視にのみに対応している。度数はマイナス0.5からマイナス12ジオプターまで。アレルギー性結膜炎の症状は、装用を開始してから12時間後においても緩和されることが確認されているという。

サイト上はここで改ページ (PageBreak)

医師への認知促進を行っていく

コンタクトレンズ製品は高度管理医療機器であるため、製造・輸入にあたっては厚生労働大臣の承認が必要だ。さらに販売には都道府県知事の販売業の許可、販売管理者の設置が義務づけられている。なおかつ、米国と日本では法律、申請方法、販売方法に差があるため、もともとコンタクトレンズ製品の導入には時間を要する。さらに「アレルケアに関しては抗アレルギー薬を配合していること、基礎疾患を有する患者さんが使うことから、医薬品開発に近いデータが求められた」（植田氏）点でも時間を要したという。

また、アレルケアは薬剤含有ということもあり、こうした製品があるということをJ&Jとして国内の消費者に広告することはできない。同社ビジネスストラテジーの安ヶ川たまみ氏は「何より安全性を確保する必要があることから、まずは医師への認知促進に努めている」という。

では、実際どのような人がアレルケアを処方してもらえるのか。ツカザキ病院の福島氏はこう話す。

「アレルギー性結膜炎疾患は大きく分けてアレルギー性結膜炎、アトピー性角結膜炎、春季カタル、巨大乳頭結膜炎の4つに分けられる。このうち巨大乳頭結膜炎は、コンタクトレンズの装用者や手術の縫合糸による機械的刺激、汚れに対するアレルギー反応とされているため分けて考えていいが、前3つのうち、アレルギー性結膜炎は軽症、アトピー性角結膜炎や春季カタルは重症となる。その違いは角膜に変化が出るか出ないかで、角膜に変化があるような重症患者の場合、痛みが強いためコンタクトレンズは使用できないと考えていい。よってアレルケアを処方するのは、アレルギー性結膜炎で、かつ症状が強く出ていない人ということになる」

つまり軽症に分類されるアレルギー性結膜炎であっても、目やにが出たり、かゆみが強く出たり、充血している状態では使用できないということになるだろう。とはいえ使用者は効果を感じているようだ。福島氏が実際にアレルギーケアを処方した患者のうち、40代の女性は約20年前から春と秋にアレルギー性結膜炎を発症していた。使用開始後は、アレルギー性結膜炎のかゆみなどの症状も収まっており、継続使用を希望しているという。

植田氏は「もともとコンタクトレンズは医師の管理の下で買わなければならない製品であり、当社では、眼科での定期検査の重要性を啓発している。特にアレルギーケアは眼科医による診断に基づき処方されるコンタクトレンズのため、まずは眼科に通院している方知ってもらい、そこからアレルギーケアを使用する患者さんが増えていけばと考えている」と述べ、医師とともにコンタクトレンズを育てていきたい考えだ。

安カ川氏も「エポックメイキングな製品と考えており、私自身、装用してみても良い製品だと個人的に感じている。患者さんからも良い製品だったという声もいただいているので、医師に相談しながらうまく育て、認知拡大を図れればと思っている」と話す。

アレルギー性結膜炎患者は母数が大きいため、注目度も高い。既に21年春に抗アレルギー薬を放出する1日使い捨てコンタクトの臨床試験（治験）を始めているシードをはじめ、他社も追随してくることも考えられるだろう。

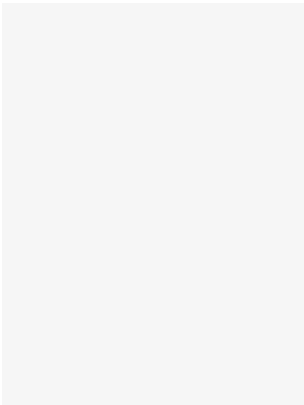
（画像提供／ジョンソン・エンド・ジョンソン ビジョンケア カンパニー）

この記事は連載「Hot Topics」に収容されています。フォローすると、トップページやマイページで新たな記事の配信が確認できるほか、スマートフォン向けアプリでも記事更新の通知を受け取ることができます。

✓ フォローする

748人がフォロー中

この特集・連載の目次



Hot Topics

✓ フォローする

748人がフォロー中

消費動向や技術トレンドを読む上で注目の発表会や、業界で話題のトピックをいち早くカバーしていく。

2022.03.31

1着100万円超も！ 米国で広がる「デジタルファッション」とは

