

2015年9月30日

報道関係各位

株式会社メガネスーパー  
JASDAQ・コード 3318

## アイケアカンパニーのメガネスーパー、 アイケアの重要性を啓発する「眼育セミナー」を本格的に開始!

～伝道師による直接対話を通じた BtoB セールスを強化～

株式会社メガネスーパー（本社：神奈川県小田原市、代表取締役社長：星崎尚彦、以下「メガネスーパー」）は、企業・健康保険組合・学校などの教育機関・自治体・地域のコミュニティ・メディア等を対象とし、眼の領域に関する協業先との連携によりアイケアの重要性を啓発する「眼育セミナー」を、2015年10月下旬から本格的に展開していきます。

メガネスーパーでは、お客様の視環境に最も適したメガネ・コンタクトレンズをご提供するため、「トータルアイ検査」「HYPER保証プレミアム」「スーパークリーニング」といったアイケアサービスの充実を図っております。こうしたメガネスーパーの取り組みに対するお客様のご満足度は非常に高く、ご購入いただいたお客様からのCS（Customer Service）アンケートや店頭におけるお声においても、非常に高い評価をいただいております。眼の領域において、お客様一人ひとりに合わせたアイケアのアドバイスや知識をご提供できる場が現状少ないことから、現在のメガネスーパーの取り組みについては強い手ごたえを感じており、更なるビジネスチャンスが秘められていると考えております。

現在進行中の高齢化と医療費増大という課題に対し、経済産業省や厚生労働省が提唱する解決の方向性として「健康寿命の延伸」が掲げられています。メガネスーパーでは、その基本方針の趣旨は医療費を若年期からの予防・健康管理にシフトすることでトータルコストを削減する方向性であること、また早期のケア・生活習慣の改善で医療費の大幅な削減が可能であり、今後のトレンドは生涯現役で「健康的な」シニア層を増加させる方向性に向かうと捉えております。

上記の流れも踏まえ、メガネスーパーが運営する「アイケア研究所」の活動の一環である第2回「眼から元気にプロジェクト」では、眼の健康の定義として「快適さ」と「眼のQOL(Quality of Life)」を重要なキーワードと設定し、以下の4つの方針で今後の取り組みを展開していくことを確認いたしました。

- ① 「年齢や性別といった、生活者のセグメントごとの眼の悩みに対応する固有のコンテンツ開発」
- ② 「直接的・インタラクティブなコミュニケーション促進」
- ③ 「個の課題に応じた具体的なソリューションに対する効果測定」
- ④ 「国・企業内の“公け”の、アイケアを促進するための制度化」

## アイケアカンパニー宣言!



その具体的アクションとして、アイケアの重要性を啓発する「眼育セミナー」を進めてまいります。対象となる企業・団体・学校などには幅広くアプローチして行きますが、交通・運輸といった業務上、特に眼の健康維持が重要と思われる企業や IT 企業などの眼の負担が多い特定の業種や業態、またデザイナーや編集者といった業務上、眼を酷使用する傾向にある職種の方々には優先的にセミナー開催を働きかけていきます。この「眼育セミナー」を通じ、生活者の眼の健康に関する啓発を実施することは、結果としてアイケアカンパニーとしてのメガネスーパーの新規顧客開拓につながる大きなビジネスチャンスと捉えています。また本セミナーの運営にあたっては業界横断でソリューション提供者（アイケア関連商材を提供するメーカー等）と連携することにより、ワンストップで提供するアイケアサービスの拡充にもつながっていくと考えております。