

本紙読者の皆様へ 購読料払い込みのお願い

「THE WATCH&JEWELRY TODAY」のご愛読に感謝申し上げます。本紙は大正15年(1926年)創刊の業界最古の時計・宝飾・眼鏡の専門紙として、業界の健全な発展に資する紙面作りを行なっています。既に購読料(年間定期8,000円)をお払込みいただいております読者の皆様には引き続き購読をお願いするとともに、払い込み手続きをなされていない読者の皆様にはぜひご協力いただきますようお願い申し上げます。

購読料の払い込みは次の口座にお願いします。 口座名:時計美術宝飾新聞社 振替口座:東京00190-3-57579 取引銀行:みずほ銀行上野支店普通預金 口座番号:1030608 時計美術宝飾新聞社

保険のご相談は(株)東時へ 本社:03-5817-0353 西日本支社:06-6252-4477

SUZUHO logo and contact information for the publisher.

Quality logo and contact information for the publisher.

THE WATCH & JEWELRY TODAY logo and W&J logo.

近視のない未来を目指す新たなイノベーションへの挑戦



「バイオレットライト」使った共同プロジェクト 世界初 近視進行抑制メガネ型医療機器の開発に着手

(株)ジンスホールディングス(東京都千代田区、田中仁代表CEO)は、近視進行の抑制に効果があると考えられている光「バイオレットライト」について、慶應義塾大学教授の坪田一男氏が代表を務める慶應義塾大学医学部発ベンチャー、(株)坪田ラボ(東京都新宿区)と共同プロジェクトを開始すると、8月8日に発表した。

近視進行は失明につながる恐れ 2050年に全世界の人口のうちの49.8%(47億5800万人)が近視に、9.8%(9億3800万人)が失明リスクのある強度近視になるという調査報告が発表されている。日本においては、失明原因の第4位が強度近視。また、近視が進行して強度近視になると、約3人に1人が失明を含めた視覚障害を発症するという疫学調査もあり、現代社会において見過ごせない疾患といえる。

JINS×坪田ラボ

の原因である眼軸長の延伸を抑える遺伝子「EGR1」に働きかけ、近視進行を抑制する効果があるとする研究成果が報告されている。しかし屋内環境において、窓など現在一般に普及しているUVカット機能を備えたガラスは、バイオレットライトが透過しないものがほとんど。上記の研究結果によれば、屋内活動が中心になりつつある現代社会では、バイオレットライトを浴びる時間が減り、近視進行の危険性が増していることになるといえる。

世界初の近視進行抑制メガネ型医療機器の開発に着手

このような状況を受けてJINSは、坪田ラボとバイオレットライトに関する共同プロジェクトを立ち上げた。ブルーライトに関する共同研究でもタグを組んだ、坪田一男氏との協業により、世界初となるバイオレットライトを使った近視進行抑制メガネ型医療機器の開発に着手。2020年以降に治験を開始し、製造販売承認取得を目指す。

に搭載される照射ライトから、小学生が屋外環境に3時間滞在するのと同程度の照度のバイオレットライトを放射、ライトは直接視界に入らず、外側からも見えない構造設計となる他、自然な見た目でも普通のメガネと変わらないデザインを目指す。フレームには子供にも安心な軽量性・弾力性に優れた素材を使用する予定としている。

Dia Flore logo and contact information for the project.

田中社長は『JINSではこれまで、「Magnify Life(=アイウェアを通じて人々の生活を豊かにする)」を理念として、アイウェア業界の常識を覆すさまざまなイノベーションに挑戦してまいりました。特に、2011年に発売した「JINS PC(現JINS SCREEN)」は、「眼を守る」という付加価値をアイウェアに与え、普段視力矯正メガネを必要としない人々をも巻き込んだ「機能性アイウェア」という新市場を創出。「ブルーライト」という概念にもいち早く着目し、現代社会にとって必要不可欠であるデジタルディスプレイに潜むリスクに警鐘を鳴らしました。そんなJINSの次なる挑戦である、バイオレットライトを使った近視進行抑制メガネ型医療機器の開発は、メガネが持つ「視力補正」という根本的な役割から「近視の進行そのものを抑制するソリューション」へと進化するための新たな挑戦です。坪田ラボがバイオレットライトの医学的な研究を行い、それをJINSが製品化して世の中に普及させることで、イノベーションを生んでいきます。これからはJINSはプロダクトの可能性を変え、顧客体験を変え、さらにデータを活用し、JINSのビジネスモデル自体も変えていきます。そして、アイウェアをプラットフォームと

「宝飾業界を創った人々」の幕引きを考えたのだがなかなかできなかった。最後に二人の盟友について書いて終わりにしよう。その二人は、(株)ホーリー会長の堀奉之氏と(株)ホーリーインターナショナル代表の黒田修氏だ。二人の共通点は、それぞれジュニアに甘い点だ。それと共に海外への進出だ。二人の共通点は、それぞれジュニアに甘い点だ。それと共に海外への進出だ。二人の共通点は、それぞれジュニアに甘い点だ。それと共に海外への進出だ。

宝飾業界を作った人々

値観と、茶坊の価値観との違いがはつきりしてきた。また日韓問題も深刻だ。読者新聞の世論調査で、一部の人は反対意見だが、私はその意見に賛成だ。日本政府は、慰安婦問題が解決したと言っているが、そんなことはない。慰安婦問題が解決したと言っているが、そんなことはない。慰安婦問題が解決したと言っているが、そんなことはない。

THE LAZARE DIAMOND advertisement featuring a diamond ring and contact information.

MURATA JEWELRY advertisement with 'We love jewelry' slogan and contact details.

LOVEMARK DIAMOND advertisement featuring a woman's face and a diamond ring.

株式会社みつわ advertisement for high-quality jewelry.

UchiHara advertisement for jewelry, featuring a pinecone image and contact information.

ROYAL BARON advertisement for jewelry, featuring a bowl image and contact information.