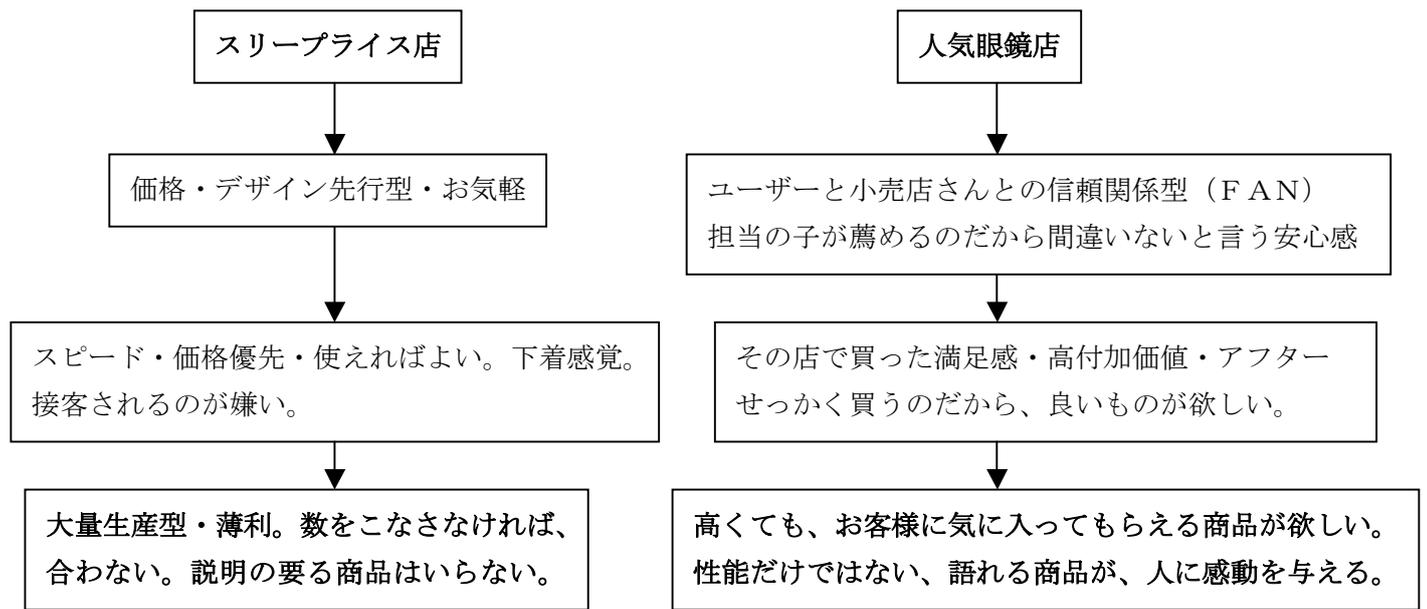


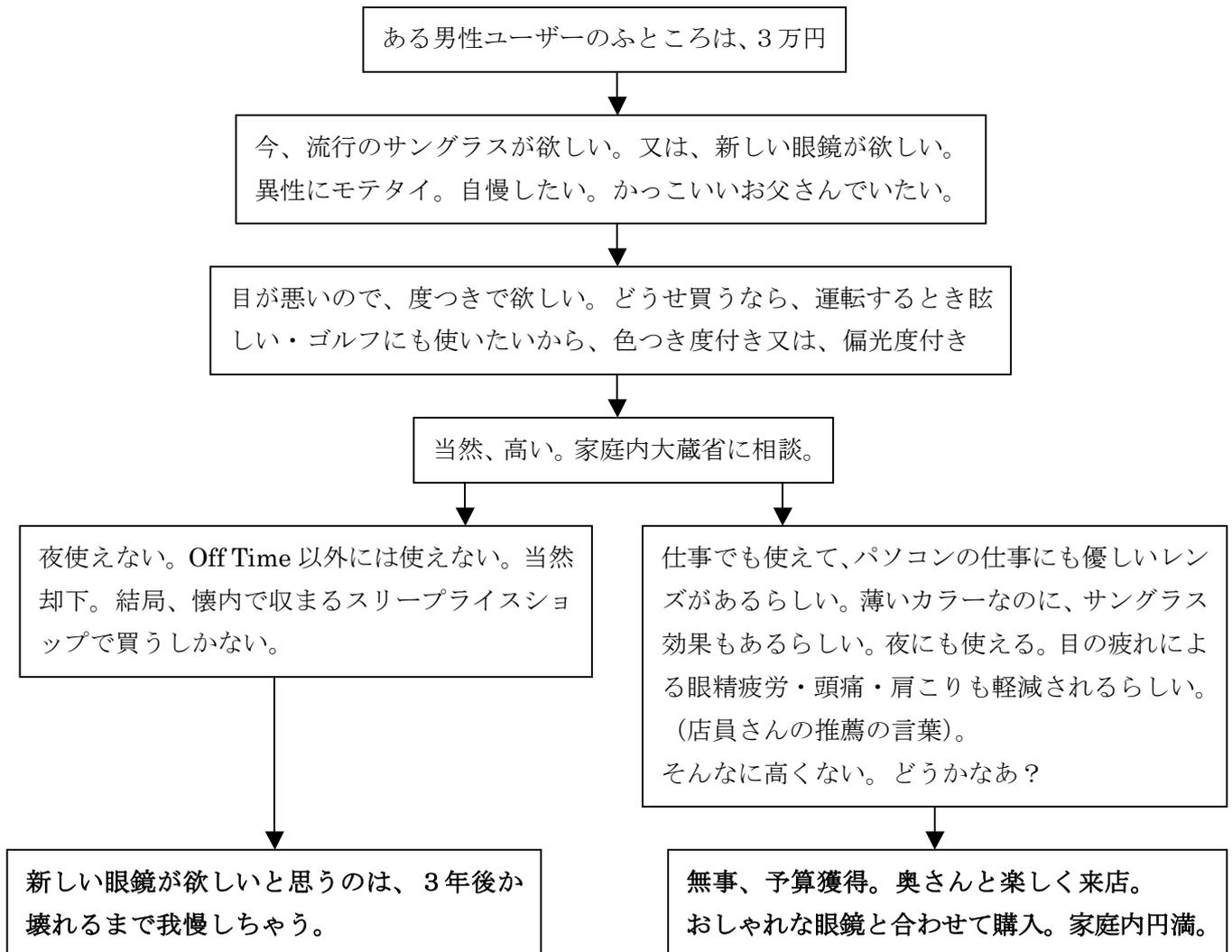
HYDE

新感覚 オールタイムサングラス

ユーザーと小売店さんの関係



ユーザーの懐とめがねの関係



HYDEの必要性は？

大型TV(プラズマ等)

パソコン

携帯電話

ゲーム機の普及

光る発光体を直視する作業（天井の蛍光灯の、ナショナルというブランドロゴを見続ける効果と同一）

彩度・コントラスト・明度が上がれば上がるほど、性能が良く感じられる人の心理。

直視するユーザーの目は、更にストレスが強まる。視神経は、人の持つ感覚のなかでも敏感であるため、眼精疲労による、頭痛・肩こり等の体調不良につながる。

ここ10年で急速に伸びてきているデジタル家電。人間の目は、本や書類など反射した光を見ているだけだった。ビジネスシーンでは、必ずパソコンは必須である。様々な仕事において、パソコンはこれからも成長していく。目は、それにともない酷使される時代になっていく。特に中間管理職においては、眼精疲労によるストレスで体調を崩す人も急増する。

また、人体の中で唯一透明な細胞を持つ目は、紫外線の影響で徐々に白く濁る。（白内障など）目は、年齢とともに光老化現象により、寝ただけでは疲れは回復せず蓄積される。強い光に過敏になってしまう。東京地区で、冬にサングラスをご婦人方に売れている。冬の空気は乾燥していて夏の日差しより眩しく感じられるらしい。（強い風による埃から目を守る意味合いもあるが）普段からのUVケアを薦めるべき。

そこで、人間の目に眩しいと感じる光（もちろん紫外線も）をカットして、明るさは、裸眼に近い感覚のサングラスレンズが出来れば日本人には、一番適しているはず。（サングラスに抵抗ある国民なので）

レンズ樹脂は、新たに開発すべきではない。コストアップにつながる。特殊コートが開発が、ベスト

HYDE コートの誕生

サングラス専用レンズとしてCR-39で発売 ハーフを含め20色展開。
数ブランドのサングラスに採用されております。（カタログには表記されておませんが）

評判の高かった、UVクリアのみ1.60球面レンズ（凸面マルチコート）で、度数を限定して試験販売を開始。数軒の限られた小売店さまと展開中。オールタイムサングラス度付きレンズとして好評。

HYDEのターゲット？

HYDE=オールタイムサングラス=サングラスレンズ専門メーカーの提案

裸眼の状態と同様に目に見える光をすべて目に届けようとする。=マルチコートクリアレンズ

人間の目に眩しいと感じる光（もちろん紫外線も）をカットして、明るさは、裸眼に近い感覚のサングラスレンズが出来れば日本人には、一番適しているはず。（サングラスに抵抗ある国民なので）このレンズの効果を確認できる人は、目がかなり疲れています。完全にわかる人とわからない人に分かります。肩こりや頭痛もちがほとんどです。

お洒落なフレームに度なしクリアレンズをいれ、ファッション（僕的スタイル）として使われる場合が多い。（コンタクトユーザーが増えたことも一因 1300万人 日本人全人口の1割強）
当社DATAに基づく1番売れているレンズカラーは、グレー又はブラウンではなくクリアである。（新発売の2.2mmB4UV ハードマルチが、各店舗10PA単位で出ている。）

- 近年、めがねがファッションの一部として自分を演出するアイテムとして認知されてきている。
- クリアレンズが、サングラスレンズとして使われている。

高機能レンズでも、色付きレンズでは、使うシーンが限られてしまう。限りなく透明に近い感覚で、仕事で使っても問題がない事（シーンを選ばない）=ユーザーに謳いやすい

- 人の目に眩しいと感じる光だけを抑えるため、透過率は78%だが、実際には明るく感じる。（うっすらブラウン調）
- モニターさせる必要はあります。効果の分かる人と分からない人がいます。
- 色の濃いサングラスほどの減光効果、及び偏光レンズほどの劇的な変化はありません。あくまで“なんか見やすいね”です。
- 朝から夜まで、天気を選ばず、室外・室内を問わず使えるオールタイムサングラスです。

1. 30~45歳ぐらいのパソコンを使うことの多いビジネスマン
 2. 会計ソフト等を使う事務職
 3. 仕事の性格上サングラスをかけることの出来ない職業（タクシードライバーなど）
 4. パソコンを主とする仕事のデザイナー（色は少し変わるでしょうが・・・）
 5. 人工灯の多い百貨店等の売り場の方
- など、現代人の目の使い方を考えれば、かなり多くのマーケットはある。