

報道関係者各位

2023年6月23日

ソノヴァ・ジャパン株式会社

## 補聴器に消極姿勢のシニア世代、実はオシャレで快適なアクセサリ 感覚なら使ってみたい！？

### 聞こえに関する調査で明らかになった、理想の補聴器像

聴覚機器及びワイヤレス通信機器の世界的リーディングカンパニーとして躍進を続けるソノヴァ社（グループ本社・スイス連邦）の日本法人ソノヴァ・ジャパン株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：パトリック・パーラー）は、大人世代の男女823人に「聞こえに関するアンケート調査」を実施しました。

現在日本では、65歳から74歳の約15%、75歳以上の34%の方に難聴の可能性があると言われていますが、聞こえの問題をかかりつけ医や耳鼻咽喉科に相談する方の数は難聴者全体の4割以下に留まっており、**65歳以上の難聴者のうち補聴器を所有している方は5人に1人以下**とされています<sup>\*1</sup>。実際、今回ソノヴァ・ジャパンが調査した結果、シニア世代においては依然として補聴器使用が浸透しておらず、補聴器自体に対してもポジティブなイメージが定着していない現状が浮かび上がりました。

その一方で、今回の調査において新型補聴器を参考例として提示したところ、快適な装着感への期待やデザイン性に対する好意的評価が多く見受けられ、機能性に対する期待値も全体的に高い結果となりました。

近年では、補聴器メーカー各社から小型かつスマートフォン使用に便利な多機能搭載モデルが数多く発表されています。特に、2023年6月にソノヴァ・ジャパン株式会社より発売された補聴器「フォナック スリム ルミティ」には装着感の良さや高いデザイン性も兼ね備えられており、感度の高いシニア世代のニーズに寄り添った製品となっています。このような付加価値を携えた製品は、シニア世代の補聴器に対する意識改革を促すゲームチェンジャーになる可能性を秘めています。

#### 【調査結果サマリー】

- ① シニア世代において補聴器使用者は少数派という現実。補聴器自体にネガティブな印象も。
- ② すっきりボディが断然好み！装着感とデザイン性の良さにも高いニーズが。
- ③ ラクに“いい音”が欲しい！ワイヤレスイヤホン並の便利機能もあると尚良し◎

※本リリースの調査結果をご利用いただく際は、必ず【ソノヴァ・ジャパン調べ】とご明記ください

#### 【アンケート概要】

- ・調査主体 : ソノヴァ・ジャパン株式会社(第三者機関調べ)
- ・調査期間 : 2023年3月23日(木)~28日(火)
- ・調査対象者 : 日本国内在住の20歳以上男女
- ・調査対象地域 : 日本全国
- ・調査方法 : ウェブでのアンケートを実施し、回答を分析
- ・有効回答数 : 823人

<報道関係の方からのお問合せ先>

ソノヴァ・ジャパン株式会社 マーケティング部 lifeison.jp@phonak.com

① シニア世代において補聴器使用者は少数派という現実。補聴器自体にネガティブな印象も。

Q1. あなたの年代を教えてください。 (n=823)

Q2. 現在補聴器をお使いですか？ (n=823)

図 1

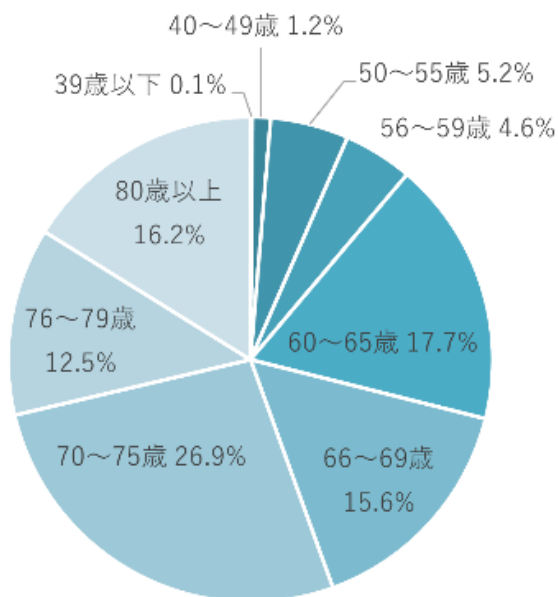
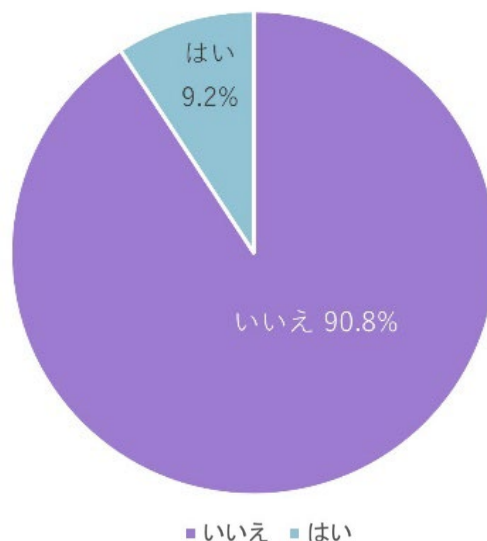
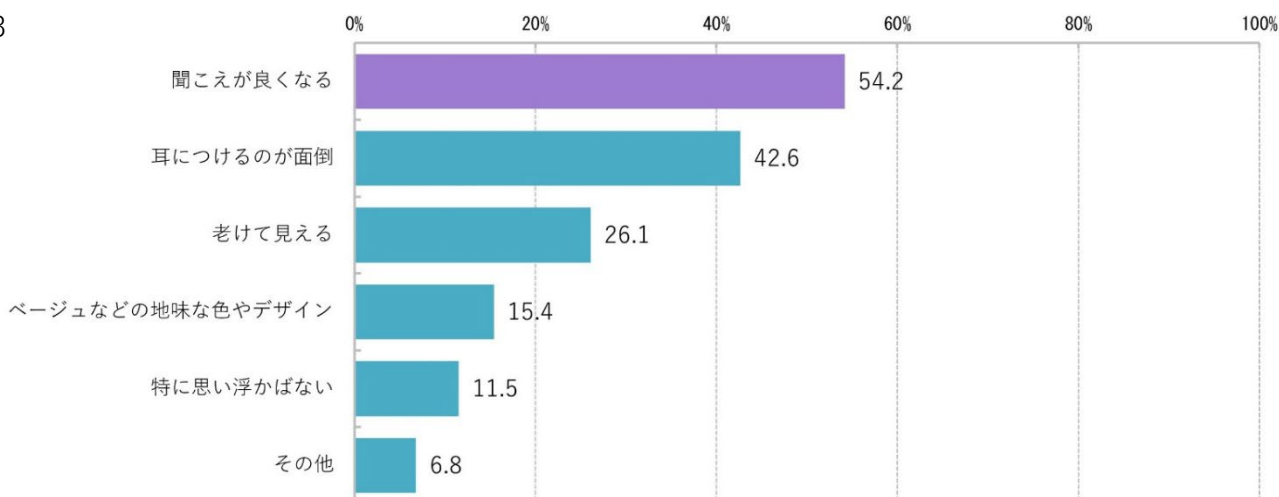


図 2



Q3. 「補聴器」と聞いて、どのようなイメージを思い浮かべますか？ (n=823)

図 3



シニア層が回答者の大半を占める中（図1）、9割以上の方が補聴器を使用していない結果となりました（図2）。

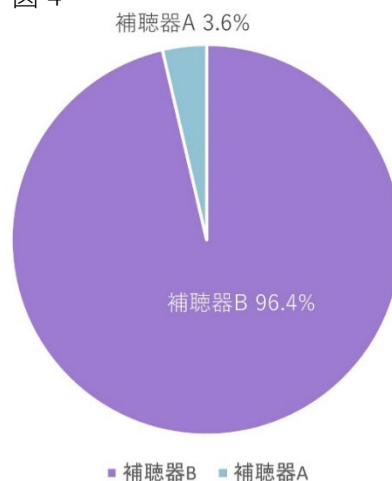
補聴器については「聞こえが良くなる」印象が全体の半数強に留まっており、補聴器としての本来の役割が十分に浸透していない様子が伺えます。さらに、「老けて見える」「地味なデザイン」等の外観的なネガティブイメージが一定数得られたほか、「耳につけるのが面倒」という使用感に関する消極的な印象が全体の半数近く挙がっており、**聞こえの改善、見た目、使いやすさにおいて否定的意見が根強い傾向が見られました**（図3）。

② すっきりボディが断然好み！装着感とデザイン性の良さにも高いニーズが。

Q4. 次の画像は補聴器です。どちらをより使ってみたいと思いますか？ (n=823)



図 4



Q5. Q4で「補聴器A」と回答された方は、なぜ補聴器Aを使ってみたいと思いますか？ (n=30)

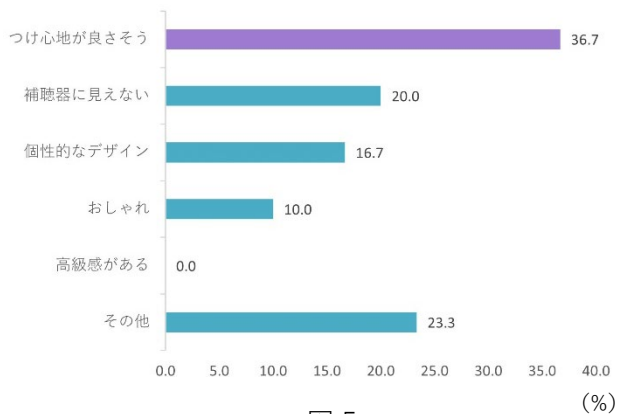


図 5

Q6. Q4で「補聴器B」と回答された方は、なぜ補聴器Bを使ってみたいと思いますか？ (n=793)

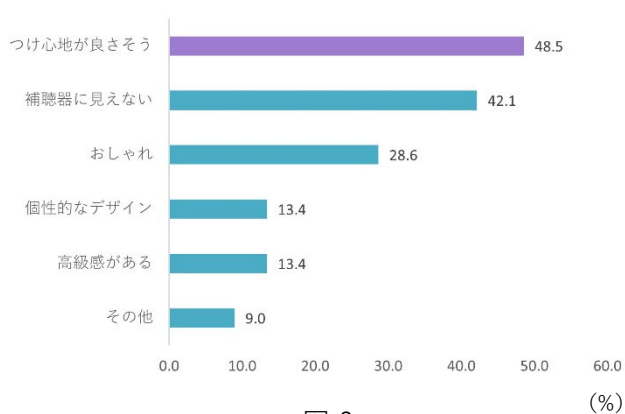


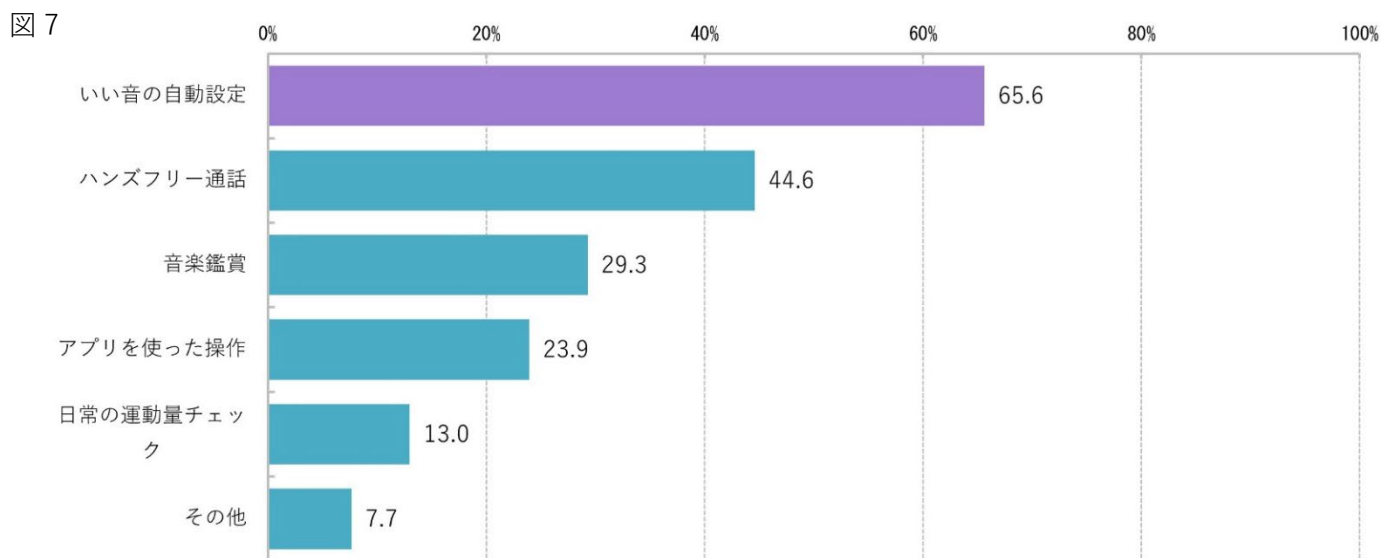
図 6

従来型補聴器の参考例として補聴器A、最新型補聴器の参考例として補聴器Bを写真比較した結果、圧倒的に後者に軍配が上がりました。この結果から、補聴器に否定的なイメージを抱きやすいシニア世代に受け入れられやすい形状は、よりコンパクトであることやスタイリッシュであることが推測されます(図4)。

また、補聴器Aと補聴器Bのどちらにおいても使ってみたい理由として「つけ心地が良さそう」と回答した方が最も多いことから、シニア世代が補聴器使用を検討する際は装着感を重視する傾向にあることが伺えます。さらに、補聴器Bを「補聴器には見えない」「おしゃれ」という理由で選択する方が補聴器Aの場合よりも多いことから、自分の外見を崩さず、なおかつ自身のおしゃれ感を格上げできる様なデザイン性を持つ補聴器であれば、シニア層の興味が大きく惹きつけられる可能性が考えられます(図5、図6)。

③ ラクに”いい音”が欲しい！ワイヤレスイヤホン並の便利機能もあると尚良し◎

Q7. 補聴器にどのような機能があれば便利だと思いますか？（n=823）



調査の前半では補聴器で聞こえが改善することに懐疑的なシニア層が少なからず存在することが判明しましたが、その一方で、「いい音の自動設定」機能を求める回答者が7割近く存在することも明らかになりました。このことから、**自分好みの音や操作性の簡単さ**が叶えられる補聴器の場合は、シニア層に受け入れられやすいことが推測されます。さらに、「ハンズフリー通話」や「音楽鑑賞」にも3~4割程の方々が期待を寄せていることから、ワイヤレスイヤホンのような**多様な機能性**が求められている傾向も伺えます（図7）。

● **フォナック製品について**

ソノヴァ・ジャパン株式会社が展開する補聴器ブランド「フォナック」からは、様々な聞こえやライフスタイルのニーズに合わせた補聴器およびワイヤレス機器が発売されています。その中でも今月発売された「フォナック スリム ルミティ」は、同社史上最も高いデザイン性と機能性を両立した、特別な補聴器となっています。

**補聴器「フォナック スリム ルミティ」について**

“至高のフォルムを特別なあなたに” - 2023年6月7日に同社より発売されたフォナック スリム ルミティは、斬新なフォルムと洗練されたカラーが特長の、耳かけ型補聴器です。その画期的なデザインによって従来の見た目や印象によって補聴器を敬遠していた人々の固定観念を覆し、個性や品格、機能など、自分らしさにこだわる方々のニーズにも応える、特別な補聴器と言えます。

フォナック スリム ルミティ 3大特長：

- **快適なつけ心地** レシーバポートにもたせた7°の角度は人間工学に基づいたオリジナル設計となっており、さらに今回特別に右耳用と左耳用が個別にデザインされています。これにより、補聴器が耳の後ろに自然にフィットするほか、メガネを使用中でも快適な着け心地が保たれます。



< 報道関係の方からのお問合せ先 >

ソノヴァ・ジャパン株式会社 マーケティング部 lifeison.jp@phonak.com

- **エレガントなデザイン** これまでの補聴器のイメージを覆す、こだわりを極めたスタイリッシュなデザインが採用されています。製品名通りスリムな本体には独自の 2 トーンカラーが彩られており、サンダルウッドや銅など、格調高い 4 色がラインアップされています。
- **最先端\*テクノロジー** 会話をもっとスムーズにラクにする、フォナック史上最高峰のテクノロジー「ルミティ」が搭載されており、様々なシーンに応じた“いい音”を補聴器が自動設定します。Bluetooth® で iPhone も Android™ もつながり、ハンズフリー通話や音楽鑑賞も自在に楽しめるほか、専用アプリと連携することでアプリ上でのリモコン操作や自分好みの補聴器の音設定、さらに歩数・運動量チェック等の健康管理も可能です。



【フォナック スリム ルミティ】管理医療機器認証番号 305ABBZX00008000

\*フォナックにおいて

※Bluetooth® のワードマークおよびロゴは Bluetooth SIG, Inc. が所有する登録商標であり、ソノヴァ社は使用許可を得てこれらのマークを使用しています。

※Android は、Google LLC の商標です。

※iPhone は、米国およびその他の国々で登録された Apple Inc. の商標です。

出典/参考資料：

\*1 Japan Trak 2022 [http://www.hochouki.com/files/JAPAN\\_Trak\\_2022\\_report.pdf](http://www.hochouki.com/files/JAPAN_Trak_2022_report.pdf)

## ● フォナックについて

**人生が動き出す。** スイス・ステファに拠点を置くソノヴァグループのフォナックは 1947 年に設立され、補聴器、ワイヤレス機器を開発しています。身体的、社会的、感情的に人々の人生を豊かにすることを目指して開発された多彩な製品は、世界 100 カ国以上で愛用されています。フォナックでは 75 年以上にわたり、聴覚に特化した専門技術と聴覚ケア専門家との強い協力関係の下、人々のゆたかな聞こえをサポートしてきました。これからも聴覚分野のリーディングカンパニーとして、難聴者のよりゆたかな聞こえ、しあわせな人生の実現のためにイノベーションを続けてまいります。



## 【ソノヴァ・ジャパン株式会社とは】

代表者 : パトリック・パーラー  
所在地 : 〒141-0031 東京都品川区西五反田 5-2-4 レキシントンプラザ  
従業員数 : 500 名未満  
HP : <https://www.phonak.com/jp/ja>  
公式ブログ : <https://www.kikoeblog.jp/>

## 本リリースに関するお問い合わせ先

ソノヴァ・ジャパン株式会社 マーケティング部  
[lifeison.jp@phonak.com](mailto:lifeison.jp@phonak.com)

< 報道関係の方からのお問合せ先 >

ソノヴァ・ジャパン株式会社 マーケティング部 [lifeison.jp@phonak.com](mailto:lifeison.jp@phonak.com)