



# Comfort Hearing みみよりNews

No.0021  
13.05.18

## ご挨拶

4月末から続いた祝祭日の休日、いかがお過ごしでしたでしょうか。小生この時期、恒例の滝の撮影に出掛けており、この中から気に入ったものを翌年のカレンダーに用いております。写真は広島県庄原市高野町の雄滝（おんだき）です。

島根県松江市から広島県三次市まで無料の自動車道が開通しその途中、高野ICから約30分の走行で滝の間際に行けます。雄滝と雌滝があります。姿は雄滝が美しく水量もドウドウとした流れでした。

今回の撮影で昨年、一昨年入院治療で衰えた体力の回復を感じました。きつい山奥への山路、疲れが残るも気力は十分で山道の歩行約1万歩を記録しました。萌える様な新緑の中、森林浴と滝のマイナスイオンで明日への意欲が湧いてきました。



広島県庄原市高野町の雄滝（おんだき）

みみよりNEWS 第21号をお届け致します。

今後とも皆様方のご指導ご鞭撻をお願い申し上げます。

株式会社 中国補聴器センター 会長 福元儀智

尚、御意見・御指摘 E-mail でお寄せ下さいますようお願いいたします。

## トピックス

【Ⅰ】補聴器適合の確認法の確立を!

【Ⅲ】装用者の主観的適合評価

【Ⅱ】補聴器適合・聞こえ具合以外の  
条件 形式との関係

みみよりNEWSのバックナンバーは当社ホームページでご覧いただけます。

ホームページ : <http://chg.jp>  
E-mail [fukumoto-y@chg.jp](mailto:fukumoto-y@chg.jp)

ブログ : <http://chg.ldblog.jp>  
ツイッター : <http://twitter.com/yoimimi>

## 【Ⅰ】補聴器適合の確認法の確立を！

補聴器を供給する場合、装用者の評価が重要であり弊社では満足度評価アンケートを1995年より行っています。対象は購入頂いた全員で、項目は操作性・装着感・聞こえ具合を重点とし、慣れる期間及び1日の使用時間も回答頂いています。聞こえ具合とは良く聞こえ、良くわかる事が重要で、増幅された大きな音が聞こえるだけではユーザーの満足ある評価は得られません。

この良く聞こえ、良くわかる状態に補聴器の特性を設定することが狭義のフィッティングである。しかしこの状態がどういう状態か、「調整された補聴器が難聴者に有効である」か、どうかを聴覚的・音響物理的に行われるのが「補聴器適合検査」であります。この補聴器適合検査の指針は(2010)【AUDIOLOGY JAPAN Vol.53 No.6】に示されました。但しこの指針は医師が医療機関で補聴器適合検査を実施するためのものであり、補聴器販売店が行うことを念頭に置いたものではない、と明記されています。認定専門店をはじめ販売店ではどのような方法で「適合検査」するか、テクノイド協会をはじめ諸団体からの指針は出ていません。しかしながら私達販売者は毎日の様に補聴器を供給しその総数はJHIMAによれば年間50万台にも達する予測です。販売者は、不確実な方法ながら、ほぼ適合している事をユーザーからの反応をみて、確認した上でご使用頂いています。販売店はこの学会の指針を正確に実行することは困難に思えますが、これを無視しては通れないと考えます。

業界はテクノイドを中心に早急に方針を確立しなければなりません。

一方日本耳鼻咽喉科学会からは、耳鼻科から難聴情報を提供し、認定技能者から「補聴器適合に関する報告書」に示された様式で報告が求められています。(みみよりNews No.18 参照ください)

業界は

販売店協会は資格制度への夢が捨て切れず、フィッティング理論は側に置き、広告についての理論が強調されている。

認定補聴器技能者の会も技術者集団の魂がどこかに行ったのか、学术研究の姿が見えない。補聴器工業会のメーカーから新技術は次々と発表されているが、新しい機能についての運用方法が示されず、販売者任せに終わっています。難聴者のどういう特性を、どのようにして求め、この機能をこの様に調整すれば、こう改善します。その確認はこの様にします。という起承転結が全然示されていません。

テクノイド協会は、技能者の育成・認定と専門店の認定を行っている業界のトップ機構であります。しかしながら上記業界3団体を指導していく気力が良く見えません。認定店での業務が不十分であると協会自身が育成・認定した技能者が行った業務記録が不相当である、よって販売店に審査指導が必要と判断されている。(立入検査?)専門店の要件は人的及び設備であり、業務を行う認定者が未熟というならば教育・育成システムに問題があろう。また、耳鼻科学会・聴覚医学会から投げかけられている“適合”についてしっかりした理論探究と指導力が切望されます。

## 【Ⅱ】補聴器適合・聞こえ具合以外の条件・形式との関係

「難聴者が有効である」か、どうかは適合検査は勿論、実際の装用者の評価が必要であります。満足されるものでなければ販売・装用されません。装用者は聞こえ具合のみではなく、他の要素も重視されます。操作性・装着感の評価に補聴器の型式は重要な要素です。現在主な型式はポケット型と耳かけ型、並びに耳あな型です。どの型式かを決めるのは医師の指導、供給者のアドバイスと本人希望でしょう。

日本補聴器工業会(JHIMA)発表の本年1月~3月の集計から形式別比率を図1、図2に示します。また、当社の2012.4.1~2013.3.31までの1年間の型式別比率を図3、図4に示します。

図2及び図4はITE（耳あな型）をCIC（超小型）Ca（カナル）Cu（カスタム）、その他に分けて示します。

全国的には半数以上が耳かけ型（BTE）であり（図1）、ポケット型も約10%あります。また、ITEのうち半数以上がカナルであり（図2）、CICとCuが同じく17%ずつでした。

他方弊社ではITEが80%近くあり（図3）、かつITEのうち36%がCIC、Cuは5%（図4）にすぎなかった。

小生も左耳にCICを愛用しております。Caも試しましたが外耳道への圧迫感、また食事時の重たい感じは負担が大きく、馴染めませんでした。BTEの経験はありませんが、耳介が頭にくっついており、この間にはさめるのは痛みが生じやすいようです。初期のCICは軽度難聴しか適用出来なかったのですが、最近の技術進歩により中～高度難聴にも対応できるようになっております。小生の体験を社員に伝え、またダミーを作って夫々が体験した事をベースにカウンセリングしている結果が表れている様です。

理想的な補聴器！！

健康な耳！これが電池も無く・自声もこもらず・操作も不要で快適な聞こえがある。

これを理想的な状態、補聴器はこれに近づける！

この考えが補聴器のフィッティングの理念としております。

図1  
JHIMA出荷・形式別比率

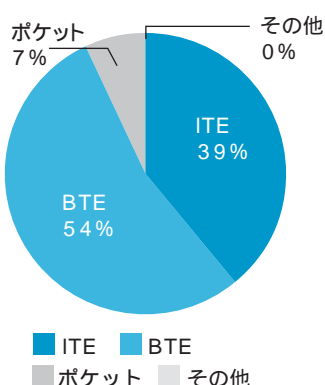


図2  
JHIMA ITEの形状別比率

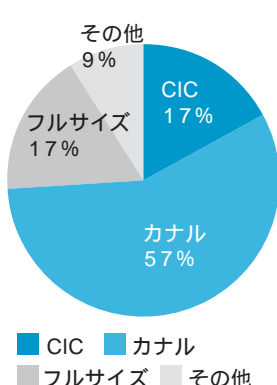


図3  
当社販売形式別比率

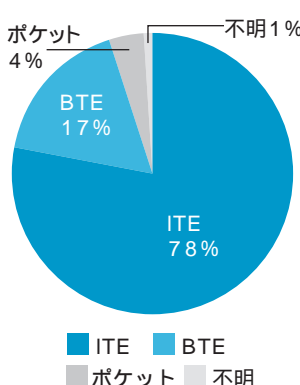
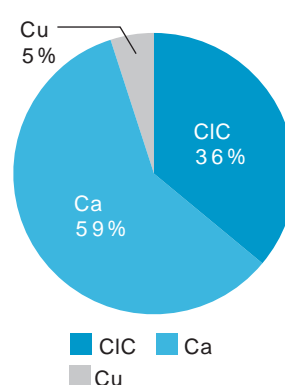


図4  
当社ITEの形状別比率



### 【Ⅲ】 装用者の主観的適合評価

補聴器は装用者の満足度があるレベルを超えなければ使用されません。どんなに聞こえ具合（明瞭度）が良くても使って頂けない要素があります。この要素を丹念に聞き出し、処理して行くのが私たち技能者・販売者の根気の必要な日常であります。

#### 1) 装用の3原則

：装着感が快適      ：操作が簡単      ：見栄え

これらが装用者の希望に合わなければ満足度は良くなく、購入されません。

#### 2) 聞こえの3原則

：良く聞こえ      ：良く分かる      ：響かない

装用者はこの最高点を求め、販売者は何度も特性を変更（再調整）します。

#### 3) アンケート

当社はMCLフィッティングにより補聴器特性を設定し、試聴頂き、聞こえの3原則をほぼ満たしている状態で補聴器をお渡しします。2週間程度で再度来社、前記の二つの3原則を確認後、アンケートをお渡ししています。

アンケートは担当者の対応の評価をはじめ操作性・装着感・聞こえ具合6項目・慣れる期間、1日の使用時間、合計11項目について肯定的評価(大変満足・やや満足)、否定的評価(やや不満・大変不満)について回答を頂いております。

今回、装着感、数人での会話、1日の使用時間の3項目に限定し新規装用者と継続装用者とを対比、検討しました。(調査期間が1ヶ月でサンプル数が新規51、継続25と少なかった)

#### 4) アンケート結果

図5：装着感

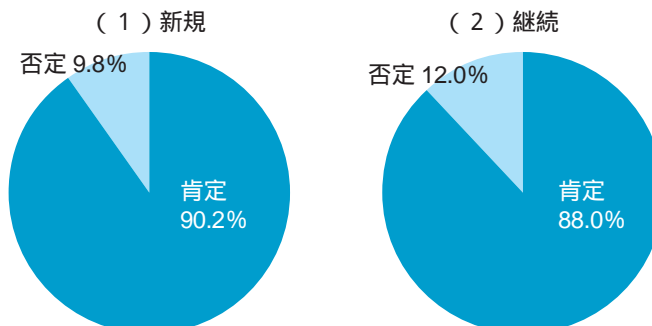


図6：数人での会話

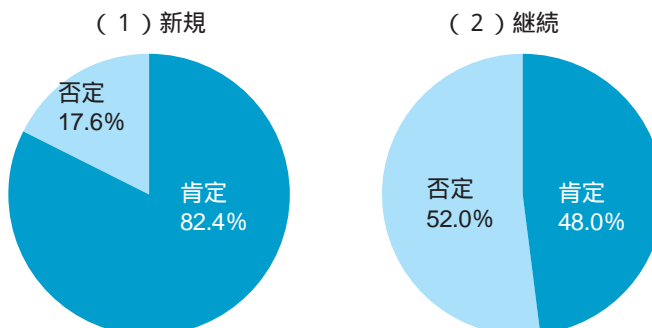
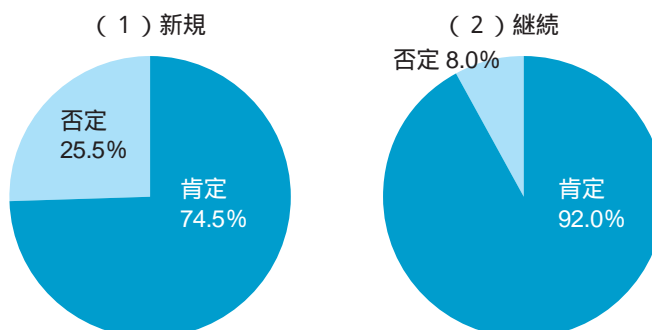


図7：1日の使用時間



#### 5) 考察

- ：「装着感」が悪ければ使用できないが、図1で新規・継続とも肯定的評価が90%程度と良好でありました。
- ：「数人での会話」の評価は厳しく特に継続者の否定的評価が大きかったのはショックでありました。もっと良くなる！と言う期待が大きかったのと、これに応えられなかった結果でしょう。
- ：「1日の使用時間」の否定的は新規で25%、継続は8%でした。新規者はナシでの習慣から必要な時のみに使用が多いと思われ、継続者は会話の不満さが多少あっても全体の効果が認められ、生活時間内は有効に活用されていると考えられた。



CHG  
コンフォート補聴器グループ

(株)中国補聴器センター

ホームページ <http://chg.jp>