

# 電話リレーサービスよかったこと調査報告書

2024年10月

一般財団法人日本財団電話リレーサービス

## 調査の背景と目的

一般財団法人日本財団電話リレーサービス（以下「財団」という。）は、聴覚障害者等による電話の利用の円滑化に関する法律（令和 2 年法律第 53 号。以下「法」という。）に基づき、総務大臣から電話リレーサービス提供機関として指定を受け、令和 3 年 7 月 1 日より公共インフラとしての電話リレーサービス（以下「サービス」という。）を提供している。令和 5 年 12 月末時点で利用者数は 14,000 人を超え、月間約 30,000 件、210,000 分以上の電話通訳を行っている。また、このサービスが広く国民に関係する重要なものであることを踏まえ、聴覚障害者等のみならず国民や関係事業者に広く理解が得られるよう周知啓発活動も継続的に実施している。安定的・継続的なサービス提供や周知啓発活動等に努めながら 3 年目を迎え、利用者数、利用実績ともに徐々に増加傾向にあるものの、特に法人における利用登録は伸び悩みがある。これまで財団が実施してきたインタビュー調査等から、企業等の法人登録担当者がサービスの導入に躊躇したり、聴覚障害者等本人もサービスを業務で利用する必要性を感じていないケース等がみられることから、サービスの活用シーンや導入後の効果が想像しづらいことが要因の一つであると推察する。

このような背景を踏まえ、本調査では電話リレーサービスを使ってよかった点に着目し、実際にサービスを利用する人がどのように使い、どういった効果や変化を実感しているかを調査し、利用登録増加につなげることを目的とした。具体的には、利用者が電話リレーサービスを使ってよかったと思った場面とその印象的な出来事、電話リレーサービスを利用する前と比べてよくなったことを中心に、今後の課題として感じていることも意見として集めた。

手話で、文字で、電話を通訊。



# 電話リレーサービス「よかったこと調査」結果 サマリ

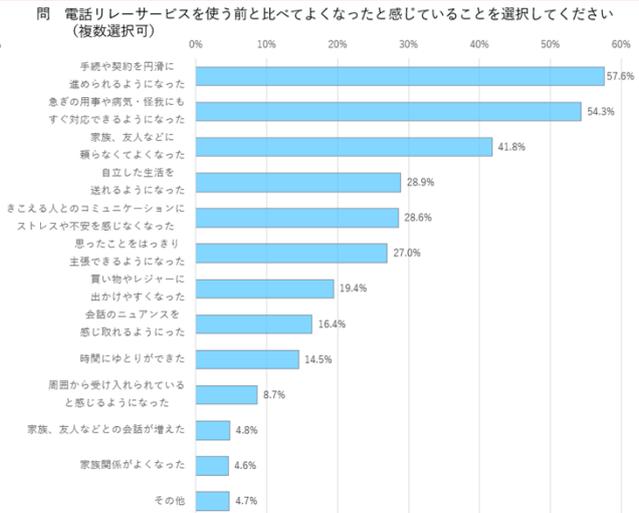
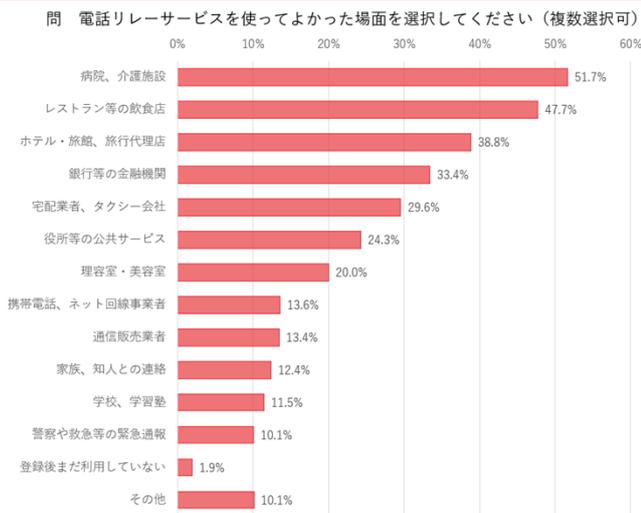
令和3年7月より公共インフラとしての電話リレーサービスの提供を開始して以降、利用者数は増加傾向にあるが、今後一層の利用登録拡大の観点から、電話リレーサービスを利用してよかったことに着目した「よかったこと調査」を実施した。

## 調査概要

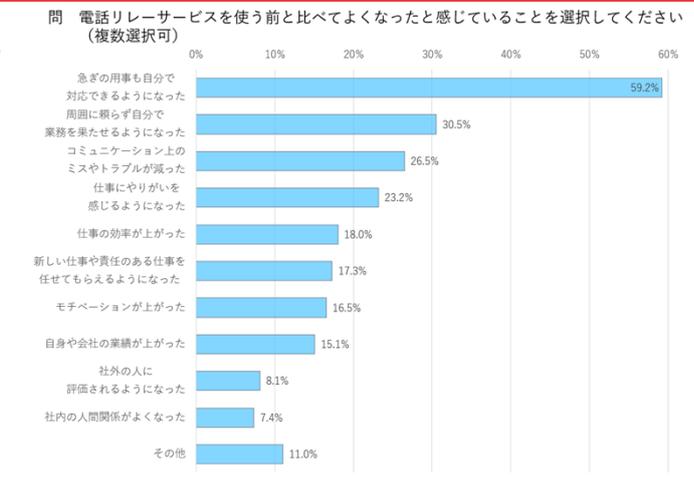
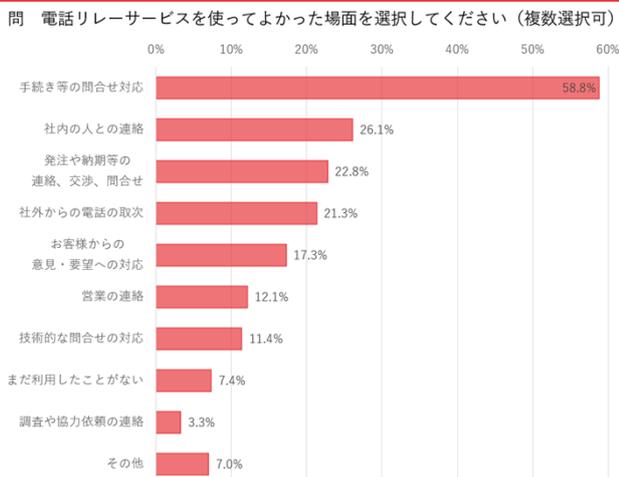
手法：インターネット調査  
対象者：個人利用者  
仕事で使う個人利用者  
法人利用者

実施期間：令和6年1月11日～1月31日  
有効回答数：合計4,115件  
個人利用者3,822件  
仕事で使う個人利用者262件  
法人利用者31件

## 【個人】病院や飲食店等の場面で利用 サービスが生活利便の向上や自立促進、安心感につながる



## 【仕事で使う個人・法人】社内外の連絡で活用 業務改善や仕事への積極性、モチベーションの向上に

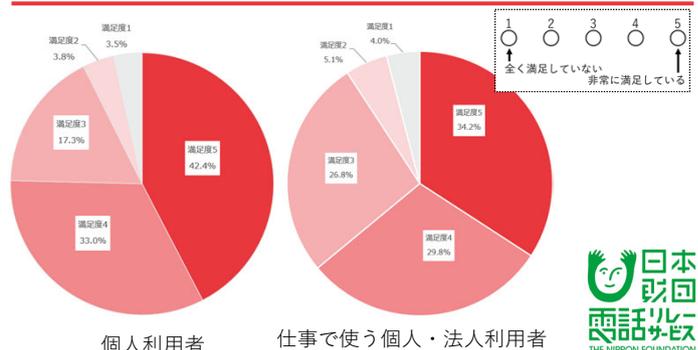


## 【自由記述】生活や仕事の改善を実感

- 緊急通報ができることで家族の命を助けることができた。
- 誰にも頼らず自分で契約や手続き等ができるようになり、きこえる人と変わらない生活の質を得ることができた。
- 自分で電話ができるようになったことで、家族に頼む罪悪感もなくなり、家庭が円満になった。
- 周囲の人に頼らず自分で電話連絡ができるようになった。同僚の負担も減り、任される仕事の幅も広がった。
- 仕事相手の反応を確認しながら細かなニュアンスを伝えたいときに電話が有効。相手も安心し信頼感を得られた。

(一部抜粋)

## 【満足度】個人・法人ともに高評価



# 目次

調査の背景と目的 .....	i
要旨 .....	ii
目次.....	iii
調査の概要.....	1
調査票.....	1
データクレンジングについて .....	3
1. 定量データの分析.....	4
1-1. 単純集計.....	4
(1) 回答者の年齢分布 .....	4
(2) 登録期間.....	6
(3) 利用頻度.....	8
(4) 電話リレーサービスを使ってよかった場面 .....	10
(5) 電話リレーサービスを使う前と比べてよくなったと感じていること .....	15
(6) 総合的な満足度.....	20
1-2. 年齢別クロス集計 .....	22
(1) 年齢別登録期間.....	22
(2) 年齢別利用頻度.....	25
(3) 年齢別よかった場面.....	27
(4) 年齢別よくなったと感じていること .....	29
(5) 年齢別総合的な満足度 .....	31
1-3. 満足度別クロス集計（個人） .....	33
(1) 満足度別登録期間 .....	33
(2) 満足度別利用頻度 .....	35
(3) 満足度別よかった場面 .....	36
(4) 満足度別よくなったと感じていること .....	37
1-4. 登録期間別クロス集計（個人） .....	38
(1) 登録期間別の利用頻度 .....	38
(2) 登録期間別よかった場面.....	40
(3) 登録期間別よくなったと感じていること.....	41
1-5. 利用頻度別クロス集計（個人） .....	42

(1) 利用頻度別よかった場面.....	42
(2) 利用頻度別よくなったと感じていること.....	43
2. 自由記述回答内容の分析.....	44
2-1 ChatGPT を用いた回答傾向の分析.....	44
(1) 分析の概要.....	44
(2) よかったことのうち最も印象的な出来事（問 2）の回答傾向.....	45
(3) よくなったと具体的に感じていること（問 4）の回答傾向.....	64
(4) 電話リレーサービスに求めること（問 6）の回答傾向.....	77

## 調査の概要

調査名：電話リレーサービスの「よかったこと調査」

調査対象：個人、仕事をしている個人、法人

調査方法：個人、仕事をしている個人（個人仕事用）、法人の3種類の調査票を作成し、Web上のGoogle フォームアンケートでデータを収集した。

調査期間：2024年1月11日～1月31日

有効回答数：個人 3822 件、個人仕事用 262 件、法人 31 件

# 調査票

## 設問と選択肢(個人アンケート)

問1-①	あなたの状況についてお伺いします あなたの年齢を教えてください	SA
	19歳以下	
	20～29歳	
	30～39歳	
	40～49歳	
	50～59歳	
	60～69歳	
	70～79歳	
	80歳以上	
	回答しない	
問1-②	2021年7月1日から始まった電話リレーサービスの登録期間を教えてください	SA
	6か月未満	
	6か月～1年	
	1年～1年6か月	
	1年6か月～2年	
	2年以上	
	わからない	
問1-③	直近3か月の利用頻度を教えてください(もっとも近いもの1つを選んでください)	SA
	ほぼ毎日	
	週に4～5日	
	週に2～3日	
	週に0～1日	
	月に1～2日	
	ほとんど利用しない	
	登録してからまだ利用したことがない	
	その他	
問1-④	電話リレーサービスを使ってよかった場面を選択してください	MA
	レストランや居酒屋等の飲食店	
	ホテル・旅館、旅行代理店	
	宅配業者、タクシー会社	
	病院、介護施設	
	銀行やクレジットカード会社等の金融機関	
	理容室・美容室	
	インターネットショッピング等の通信販売業者	
	携帯電話ショップ、インターネット回線事業者	
	役所等の公共サービス	
	警察や救急等の緊急通報	
	学校、学習塾	
	家族、知人との連絡	
	登録してからまだ利用したことがない	
	その他	
問2	電話リレーサービスを使ってよかったことのうち、最も印象的な出来事を教えてください	自由記述
問3	電話リレーサービスを使う前と比べてよくなったと感じていることを選択してください	MA
	生活上の手続きや契約を円滑に進められるようになった	
	急ぎの用事や急な病気・怪我のときもすぐに対応できるようになった	
	会話のニュアンス(微妙な雰囲気の違い)を感じ取れるようになった	
	きこえる人とのコミュニケーションにストレスや不安を感じなくなった	
	自分の思ったことをはっきり主張できるようになった	
	自立した生活を送れるようになった	
	家族、友人、知人などの会話が增えた	
	家族・友人・知人に頼らなくてよくなった(頼ることが減った)	
	自分が周囲の人から受け入れられていると感じるようになった	
	時間にゆとりができた(趣味など好きなことに費やす時間ができた)	
	買い物やレジャーに出かけやすくなった	
	家族関係がよくなった	
	その他	
問4	3の回答について、具体的に感じていることがあれば教えてください(気持ちや生活の変化など)	自由記述
問5	総合的な満足度を教えてください	SA
	満足度1(全く満足していない)	
	満足度2	
	満足度3	
	満足度4	
	満足度5(非常に満足している)	
問6	今後の電話リレーサービスに求めること(課題や要望含む)があれば教えてください	自由記述
問7	今後改めて追加の質問等で連絡をとらせていただく場合があります 差し支えない方はご連絡先を教えてください(お名前と050から始まる電話リレーサービス用電話番号を入力してください)	自由記述

## 設問と選択肢(個人仕事用アンケート、法人アンケート)

問1-①	あなたの状況についてお伺いします あなたの年齢を教えてください	SA
	19歳以下	
	20～29歳	
	30～39歳	
	40～49歳	
	50～59歳	
	60～69歳	
	70～79歳	
	80歳以上	
	回答しない	
問1-②	2021年7月1日から始まった電話リレーサービスの登録期間を教えてください	SA
	6か月未満	
	6か月～1年	
	1年～1年6か月	
	1年6か月～2年	
	2年以上	
	わからない	
問1-③	直近3か月の利用頻度を教えてください(もっとも近いもの1つを選んでください)	SA
	ほぼ毎日	
	週に4～5日	
	週に2～3日	
	週に0～1日	
	月に1～2日	
	ほとんど利用しない	
	登録してからまだ利用したことがない	
	その他	
問1-④	電話リレーサービスを使ってよかった場面を選択してください	MA
	申し込みや手続きに関する問い合わせの対応	
	電子機器やネットワークなど技術的な問い合わせの対応	
	お客様からのご意見・ご要望などの対応	
	取引先など社外からの電話の取り次ぎ	
	サービス紹介や商品販売など営業の連絡	
	サービス等の満足度調査やアンケート協力依頼の連絡	
	発注や納期管理に関する連絡、交渉、問い合わせ	
	同僚や上司など社内の人との連絡	
	登録してからまだ利用したことがない	
	その他	
問2	電話リレーサービスを使ってよかったことのうち、最も印象的な出来事を教えてください	自由記述
問3	電話リレーサービスを使う前と比べてよくなったと感じていることを選択してください	MA
	新しい仕事や責任のある仕事を任せてもらえるようになった	
	同僚など周囲の人に頼らず自分で業務を果たせるようになった	
	急ぎの用事も自分で対応できるようになった	
	自分自身や部署・社内の仕事の効率が上がった	
	自分自身や部署・社内の業績が上がった	
	同僚や上司との関係がよかった	
	取引先など社外の人に評価されるようになった(関係がよかった)	
	コミュニケーション上のミスやトラブルが減った	
	仕事のモチベーションが上がった	
	仕事にやりがいを感じるようになった	
	その他	
問4	3の回答について、具体的に感じていることがあれば教えてください(気持ちや仕事内容、会社での様子の変化など)	自由記述
問5	総合的な満足度を教えてください	SA
	満足度1(全く満足していない)	
	満足度2	
	満足度3	
	満足度4	
	満足度5(非常に満足している)	
問6	今後の電話リレーサービスに求めること(課題や要望含む)があれば教えてください	自由記述
問7	今後改めて追加の質問等で連絡をとらせていただく場合があります 差し支えない方はご連絡先を教えてください(お名前と050から始まる電話リレーサービス用電話番号を入力してください)	自由記述

## データクレンジングについて

回答データにおいて、重複回答の削除、個人情報の削除を行ったのち、下記のとおり、整合性に問題のある回答に対して処理を行った。

### ➤ 個人アンケート

- ・ 問 1-③において、「登録してからまだ利用したことがない」を選択した場合、問 1-④～問 5 の回答を無効 (NA) とする。該当数 278 件 (集計母数から除外)。
- ・ 問 1-③において、「その他」を選択したうち、「パスワード覚えてない」、「申請したけど、まだ本登録していない」、「これから使いたい」と回答した 3 件は「登録してからまだ利用したことがない」とカウントしたうえで、上記と同じ。
- ・ 問 1-④において、「登録してからまだ利用したことがない」を選択し、かつ、他の選択肢も選択した場合、「登録してからまだ利用したことがない」の選択肢を無効とする。該当数 9 件。

### ➤ 個人仕事用アンケート

- ・ 問 1-③において、「登録してからまだ利用したことがない」を選択した場合、問 1-④～問 5 の回答を無効 (NA) とする。該当数 21 件 (集計母数から除外)。
- ・ 問 1-④において、「登録してからまだ利用したことがない」を選択し、かつ、他の選択肢も選んだ場合、「登録してからまだ利用したことがない」の選択肢を無効とする。該当数 2 件。

### ➤ 法人アンケート

処理が必要なデータはなかった。

# 1. 定量データの分析

## 1-1. 単純集計

### (1) 回答者の年齢分布

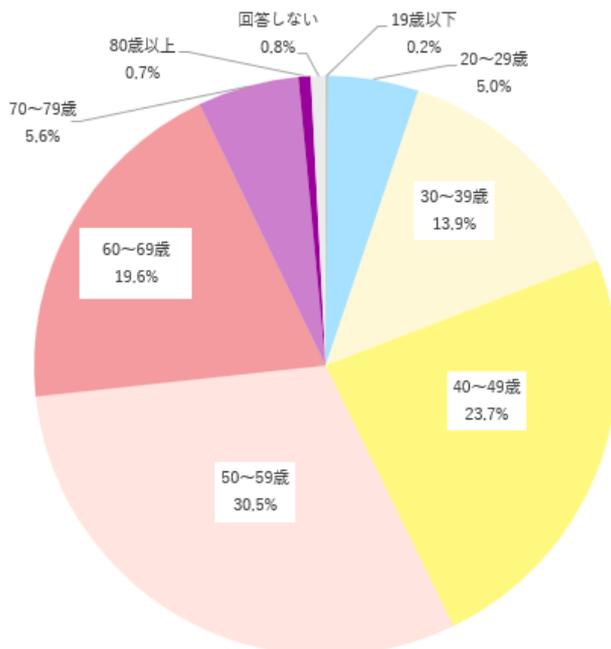
アンケート回答者の年齢について、「19歳以下」、「20～29歳」、「30～39歳」、「40～49歳」、「50～59歳」、「60～69歳」、「70～79歳」、「80歳以上」、「回答しない」の選択肢から該当するものを回答してもらった。

個人アンケートでは、50～59歳の回答者が最も多く、全体の30.5%を占めている。次いで、40～49歳が23.7%、60～69歳が19.6%となっている。19歳以下は0.2%、80歳以上は0.7%と少なかった。

個人仕事用アンケートも、50～59歳の回答者が最も多く、全体の33.6%であった。次いで、60～69歳が22.5%、40～49歳が22.1%となっている。19歳以下の回答者は1人、80歳以上は2人となった。

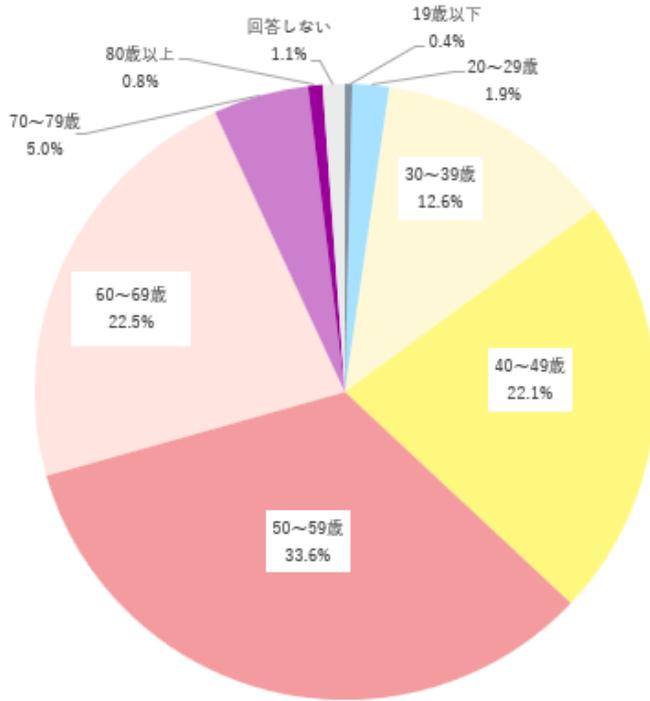
法人用アンケートでは、40～49歳の回答者が最も多く、全体の32.3%となった。次いで、30～39歳が25.8%となっている。本アンケートでは、19歳以下及び70歳以上の回答者はいなかった。

図表 1-1-1 回答者の年齢(個人)



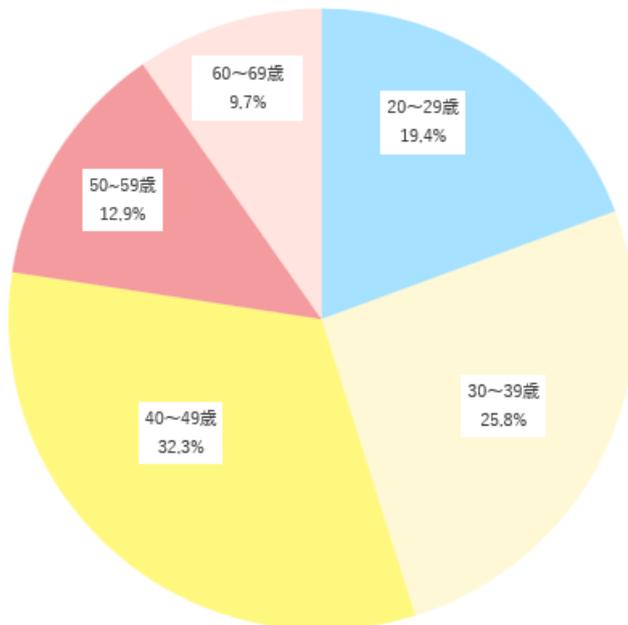
	度数	%
19歳以下	6	0.2%
20～29歳	191	5.0%
30～39歳	533	13.9%
40～49歳	905	23.7%
50～59歳	1166	30.5%
60～69歳	749	19.6%
70～79歳	215	5.6%
80歳以上	26	0.7%
回答しない	31	0.8%
集計母数	3822	100.0%

図表 1-1-2 回答者の年齢(個人仕事用)



	度数	%
19歳以下	1	0.4%
20~29歳	5	1.9%
30~39歳	33	12.6%
40~49歳	58	22.1%
50~59歳	88	33.6%
60~69歳	59	22.5%
70~79歳	13	5.0%
80歳以上	2	0.8%
回答しない	3	1.1%
集計母数	262	100.0%

図表 1-1-3 回答者の年齢(法人)



	度数	%
19歳以下	0	0.0%
20~29歳	6	19.4%
30~39歳	8	25.8%
40~49歳	10	32.3%
50~59歳	4	12.9%
60~69歳	3	9.7%
70~79歳	0	0.0%
80歳以上	0	0.0%
回答しない	0	0.0%
集計母数	31	100.0%

## (2) 登録期間

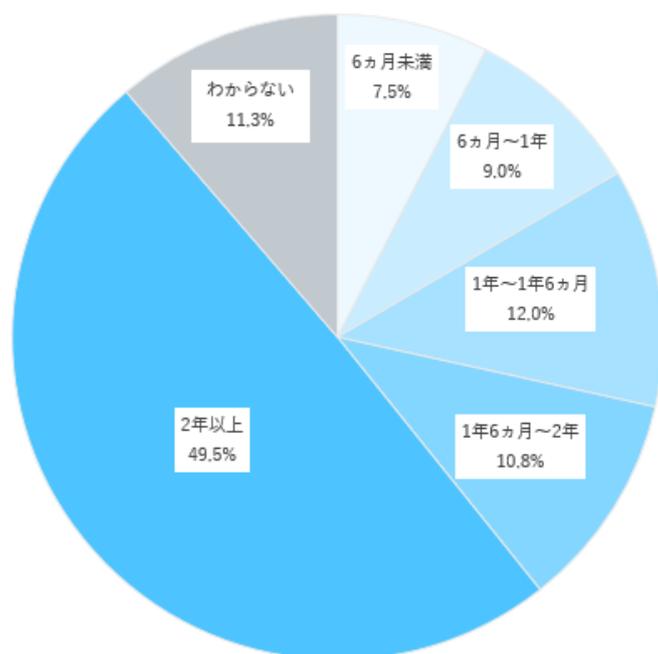
2021年7月1日から開始した電話リレーサービスに対して、回答者がサービスに登録した期間を尋ねた。「6ヵ月未満」、「6ヵ月～1年」、「1年～1年6ヵ月」、「1年6ヵ月～2年」、「2年以上」、「わからない」の選択肢の中から、該当するものを選んでもらった。

個人アンケートでは、「2年以上」の回答が最も多く、全体の約半数近く（49.5%）を占めている。次いで、「1年～1年6ヵ月」と回答した割合が12.0%であった。「わからない」の回答も11.3%あった。

個人仕事用アンケートでも、「2年以上」の回答が最も多く、全体の53.4%となっている。それ以外は、「6ヵ月未満」、「6ヵ月～1年」、「わからない」と回答した割合がそれぞれ9.9%、「1年6ヵ月～2年」の回答が9.2%となった。

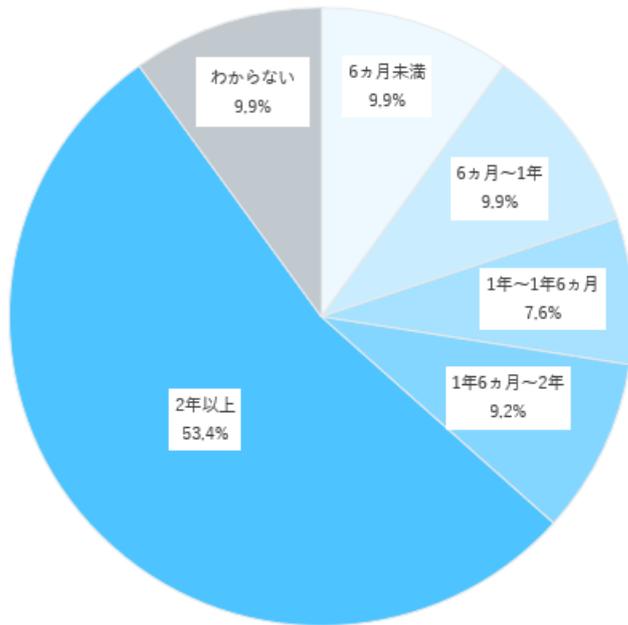
法人アンケートでも、「2年以上」の回答が最も多く、25.8%となっているが、「6ヵ月未満」、「6ヵ月～1年」、「1年6ヵ月～2年」の回答もそれぞれ19.4%あり、回答が分散する結果となった。

図表 1-1-4 電話リレーサービスの登録期間(個人)



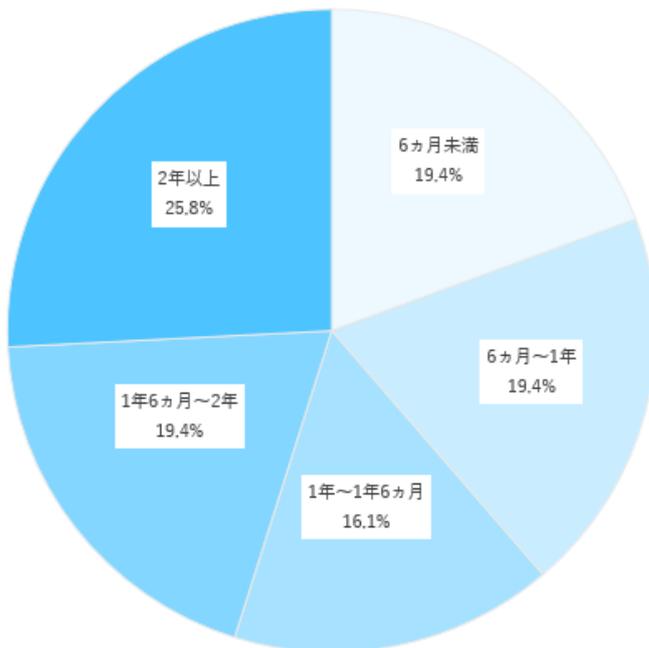
	度数	%
6ヵ月未満	288	7.5%
6ヵ月～1年	343	9.0%
1年～1年6ヵ月	457	12.0%
1年6ヵ月～2年	414	10.8%
2年以上	1890	49.5%
わからない	430	11.3%
集計母数	3822	100.0%

図表 1-1-5 電話リレーサービスの登録期間(個人仕事用)



	度数	%
6か月未満	26	9.9%
6か月～1年	26	9.9%
1年～1年6か月	20	7.6%
1年6か月～2年	24	9.2%
2年以上	140	53.4%
わからない	26	9.9%
集計母数	262	100.0%

図表 1-1-6 電話リレーサービスの登録期間(法人)



	度数	%
6か月未満	6	19.4%
6か月～1年	6	19.4%
1年～1年6か月	5	16.1%
1年6か月～2年	6	19.4%
2年以上	8	25.8%
集計母数	31	100.0%

### (3) 利用頻度

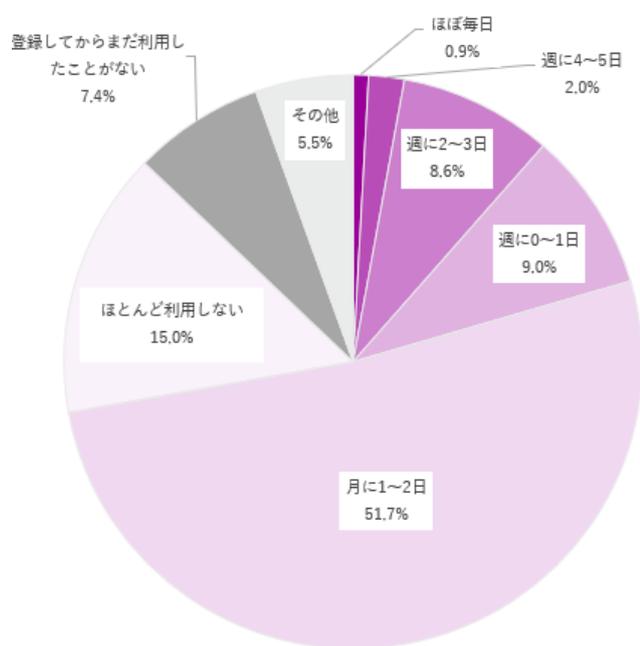
電話リレーサービスの直近3ヵ月の利用頻度について、「ほぼ毎日」、「週に4～5日」、「週に2～3日」、「週に0～1日」、「月に1～2日」、「ほとんど利用しない」、「登録してからまだ利用したことがない」、「その他」の選択肢から、該当するものを選んでもらった。

個人アンケートでは、「月に1～2日」と回答した人が最も多く、全体の51.7%となった。次いで、「ほとんど利用したことがない」と回答した割合が15.0%となっている。したがって、回答者においては、直近3ヵ月の利用頻度はあまり高いとはいえない。なお、「その他」の回答率は5.5%となっている<sup>1</sup>。

個人仕事用アンケートでも「月に1～2日」と回答した人が最も多く、全体の47.3%となった。次いで、「週に2～3日」の回答が15.6%となっている。「その他」の回答率は3.4%であった<sup>2</sup>。

法人アンケートでも「月に1～2日」と回答した人が最も多く、全体の35.5%であったが、「週に2～3日」の回答も32.3%と同程度となっている。なお、「ほぼ毎日」、「登録してからまだ利用したことがない」、「その他」を選択した回答者はいなかった。

図表 1-1-7 直近3ヵ月の利用頻度(個人)

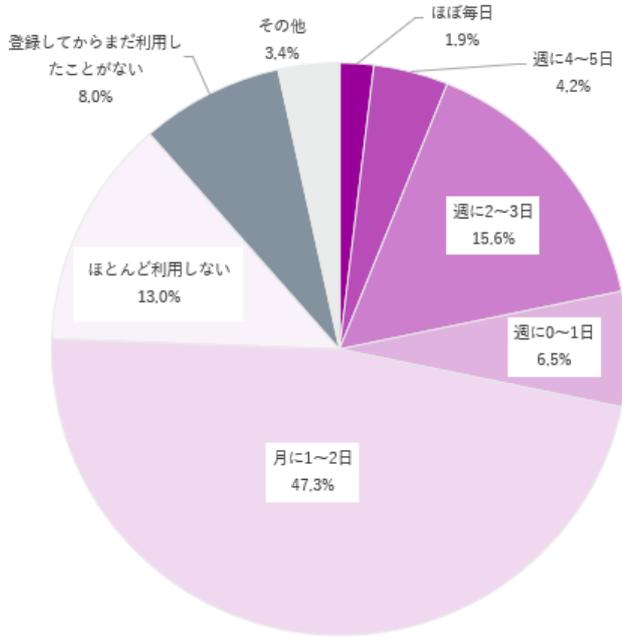


	度数	%
ほぼ毎日	33	0.9%
週に4～5日	76	2.0%
週に2～3日	328	8.6%
週に0～1日	345	9.0%
月に1～2日	1976	51.7%
ほとんど利用しない	574	15.0%
登録してからまだ利用したことがない	281	7.4%
その他	209	5.5%
集計母数	3822	100.0%

<sup>1</sup> 「その他」の中には、「2～3ヵ月に1回」、「年に2～3回」、「1回だけ」、「必要時だけ利用する」といった回答があった。

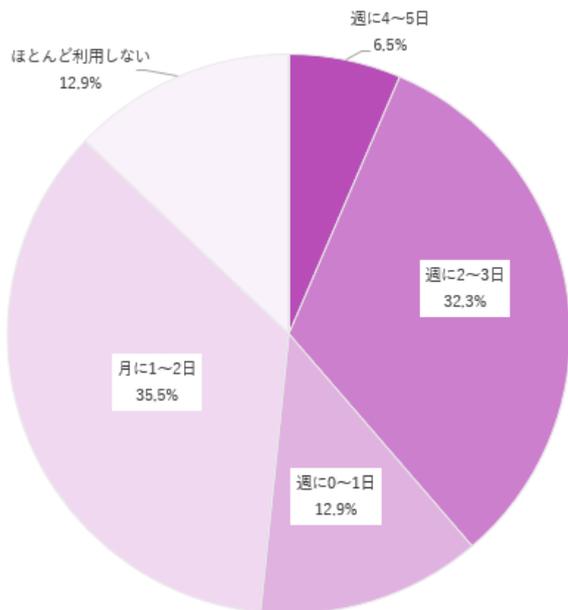
<sup>2</sup> 「その他」の中には、「1年に1～3日」、「頼みたいことがある時だけ利用」といった回答があった。

図表 1-1-8 直近 3 カ月の利用頻度(個人仕事用)



	度数	%
ほぼ毎日	5	1.9%
週に4~5日	11	4.2%
週に2~3日	41	15.6%
週に0~1日	17	6.5%
月に1~2日	124	47.3%
ほとんど利用しない	34	13.0%
登録してからまだ利用したことがない	21	8.0%
その他	9	3.4%
集計母数	262	100.0%

図表 1-1-9 直近 3 カ月の利用頻度(法人)



	度数	%
ほぼ毎日	0	0.0%
週に4~5日	2	6.5%
週に2~3日	10	32.3%
週に0~1日	4	12.9%
月に1~2日	11	35.5%
ほとんど利用しない	4	12.9%
登録してからまだ利用したことがない	0	0.0%
その他	0	0.0%
集計母数	31	100.0%

#### (4) 電話リレーサービスを使ってよかった場面

電話リレーサービスを使ってよかった場面について尋ねた。個人アンケート、個人仕事用アンケート・法人用アンケートで選択肢が異なるため、ここでは、まず、個人アンケートの回答結果を示す。個人アンケートの選択肢は以下の通りとなっており、該当するものすべてを選んでもらった。

- ・ レストランや居酒屋等の飲食店
- ・ ホテル・旅館、旅行代理店
- ・ 宅配業者、タクシー会社
- ・ 病院、介護施設
- ・ 銀行やクレジットカード会社等の金融機関
- ・ 理容室・美容室
- ・ インターネットショッピング等の通信販売業者
- ・ 携帯電話ショップ、インターネット回線事業者
- ・ 役所等の公共サービス
- ・ 警察や救急等の緊急通報
- ・ 学校、学習塾
- ・ 家族、知人との連絡
- ・ 登録してからまだ利用したことがない<sup>3</sup>
- ・ その他

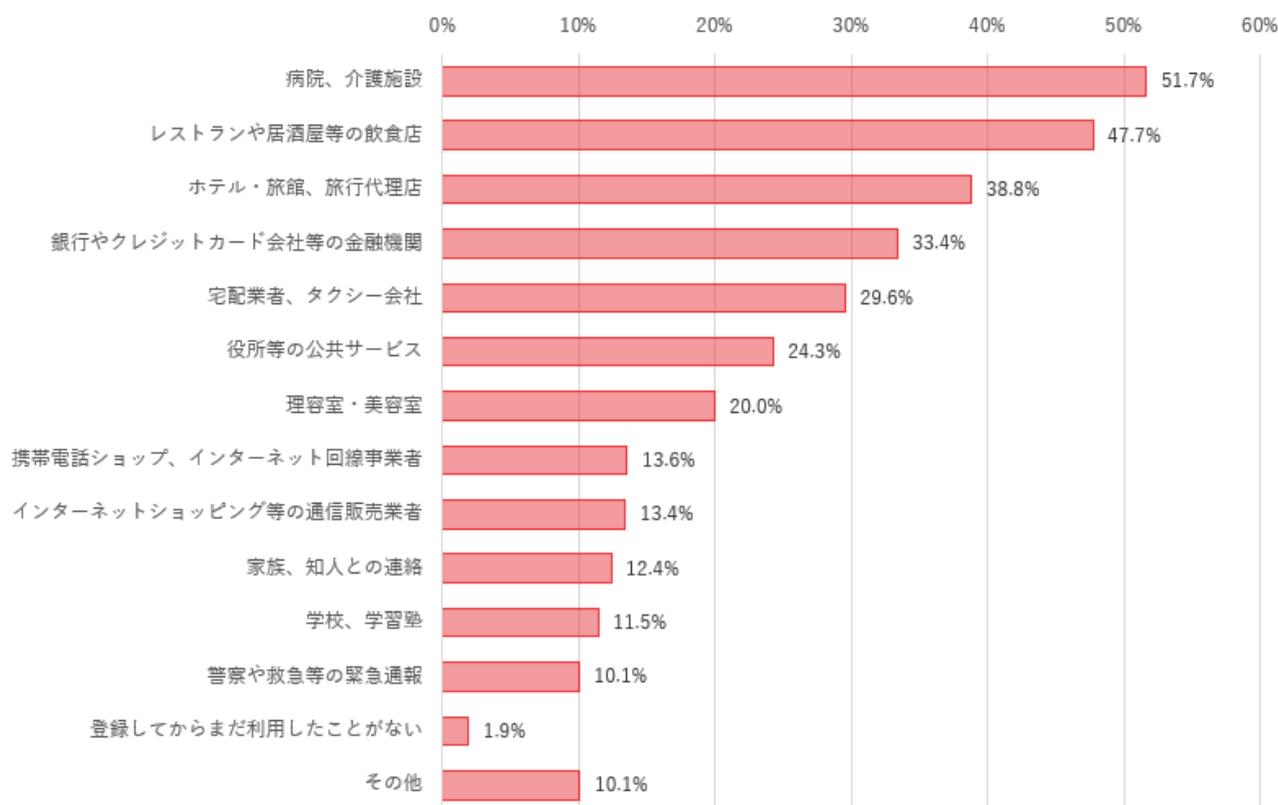
図表 1-1-10 のグラフでは、回答結果を多い順に示した（「登録してからまだ利用したことがない」、「その他」を除く）。「病院、介護施設」の回答が最も多く、51.7%の回答率があった。次いで、「レストランや居酒屋等の飲食店」が47.7%、「ホテル・旅館、旅行代理店」が38.8%となっている。また、「銀行やクレジットカード会社等の金融機関」（33.4%）、「宅配業者、タクシー会社」（29.6%）も、回答率からある程度の利用ニーズがあったとみられる。「警察や救急等の緊急通報」についても10.1%の回答率があり、注目に値する数字であるといえる。また、「その他」の回答が10.1%（358件）あった<sup>4</sup>。

---

<sup>3</sup> 問 1-③で「登録してからまだ利用したことがない」と回答した人については、問 1-④の回答を無効としたため、理論上、問 1-④で「登録してからまだ利用したことがない」の回答は0となるが、実際には回答者がいたため、そのまま集計した。他の選択肢に該当しない、わからないなどの理由で選んだのではないと思われる。

<sup>4</sup> 「その他」の回答には、「引越し」、「不動産」などの転居にかかわること、「葬儀」など、電話ならではの場面の回答がみられた。また、「会社」、「勤務先」など職場への連絡、「保険会社」などの回答もあった。さらに、「山小屋」、「釣り船の予約」、「キャンプ場」といった余暇やレジャーにかかわる回答もみられた。

図表 1-1-10 電話リレーサービスを使ってよかった場面(個人)



	度数	%
病院、介護施設	1829	51.7%
レストランや居酒屋等の飲食店	1690	47.7%
ホテル・旅館、旅行代理店	1375	38.8%
銀行やクレジットカード会社等の金融機関	1183	33.4%
宅配業者、タクシー会社	1047	29.6%
役所等の公共サービス	859	24.3%
理容室・美容室	708	20.0%
携帯電話ショップ、インターネット回線事業者	481	13.6%
インターネットショッピング等の通信販売業者	476	13.4%
家族、知人との連絡	439	12.4%
学校、学習塾	406	11.5%
警察や救急等の緊急通報	356	10.1%
登録してからまだ利用したことがない	69	1.9%
その他	358	10.1%
集計母数	3541	100.0%

個人仕事用アンケートでは、選択肢は以下の通りとなっており、該当するものすべてを選んでもらった。なお、法人アンケートも同じ選択肢となっている。

- ・ 申し込みや手続きに関する問い合わせの対応
- ・ 電子機器やネットワークなど技術的な問い合わせの対応
- ・ お客様からのご意見・ご要望などの対応
- ・ 取引先など社外からの電話の取り次ぎ
- ・ サービス紹介や商品販売など営業の連絡
- ・ サービス等の満足度調査やアンケート協力依頼の連絡
- ・ 発注や納期管理に関する連絡、交渉、問い合わせ
- ・ 同僚や上司など社内の人との連絡
- ・ 登録してからまだ利用したことがない<sup>5</sup>
- ・ その他

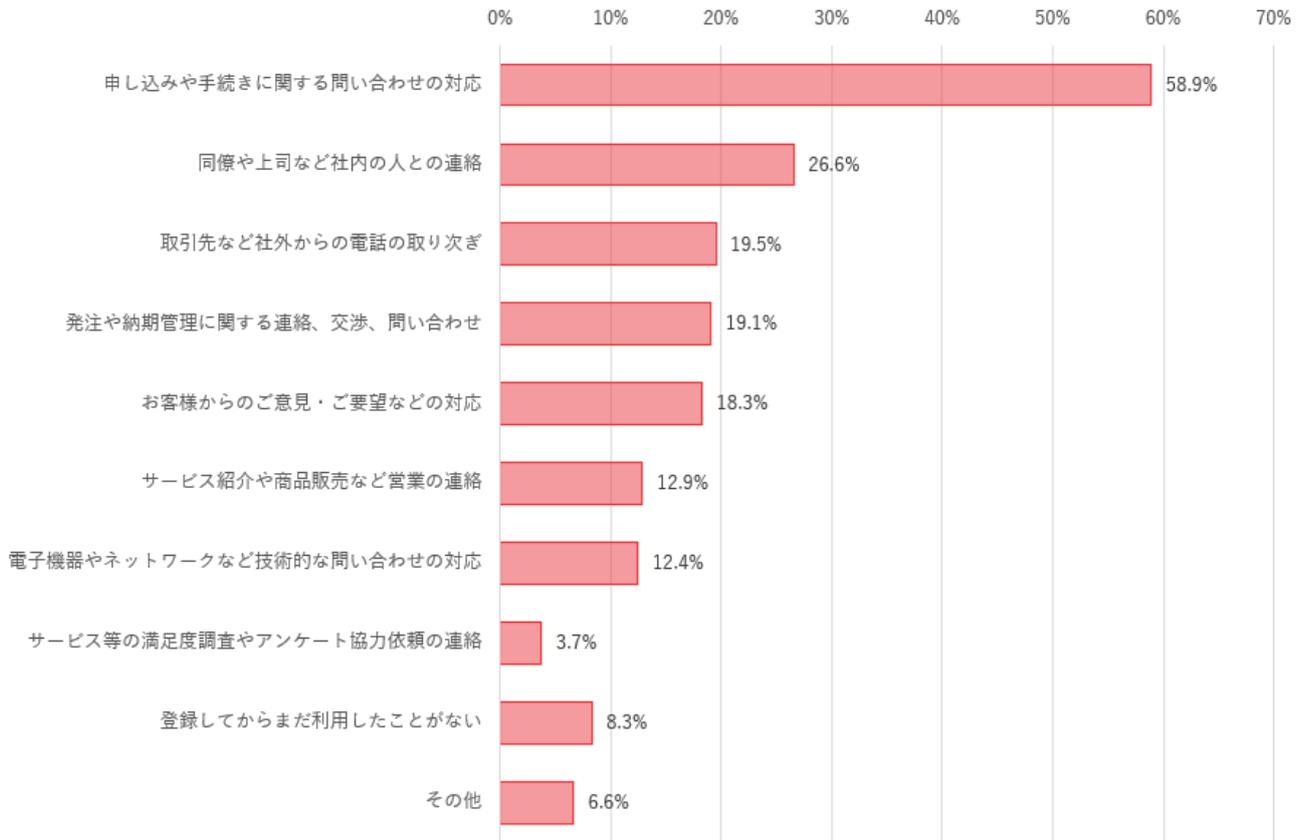
個人仕事用アンケートについても、図表 1-1-11 のグラフで回答結果を多い順に示した（「登録してからまだ利用したことがない」、「その他」を除く）。個人仕事用アンケートでは、「申し込みや手続きに関する問い合わせの対応」と回答した割合が最も高く、58.9%となった。次いで、「同僚や上司など社内の人との連絡」が 26.6%、「取引先など社外からの電話の取り次ぎ」が 19.5%、「発注や納期管理に関する連絡、交渉、問い合わせ」が 19.1%となっている。また、「その他」の回答率は 6.6%となっている<sup>6</sup>。

---

<sup>5</sup> 注 1 参照。

<sup>6</sup> 「その他」には、「美容師なのでお客様の予約の受付」、「契約締結事務などの確認、市町への問い合わせ」など、具体的な場面に関する回答もあった。

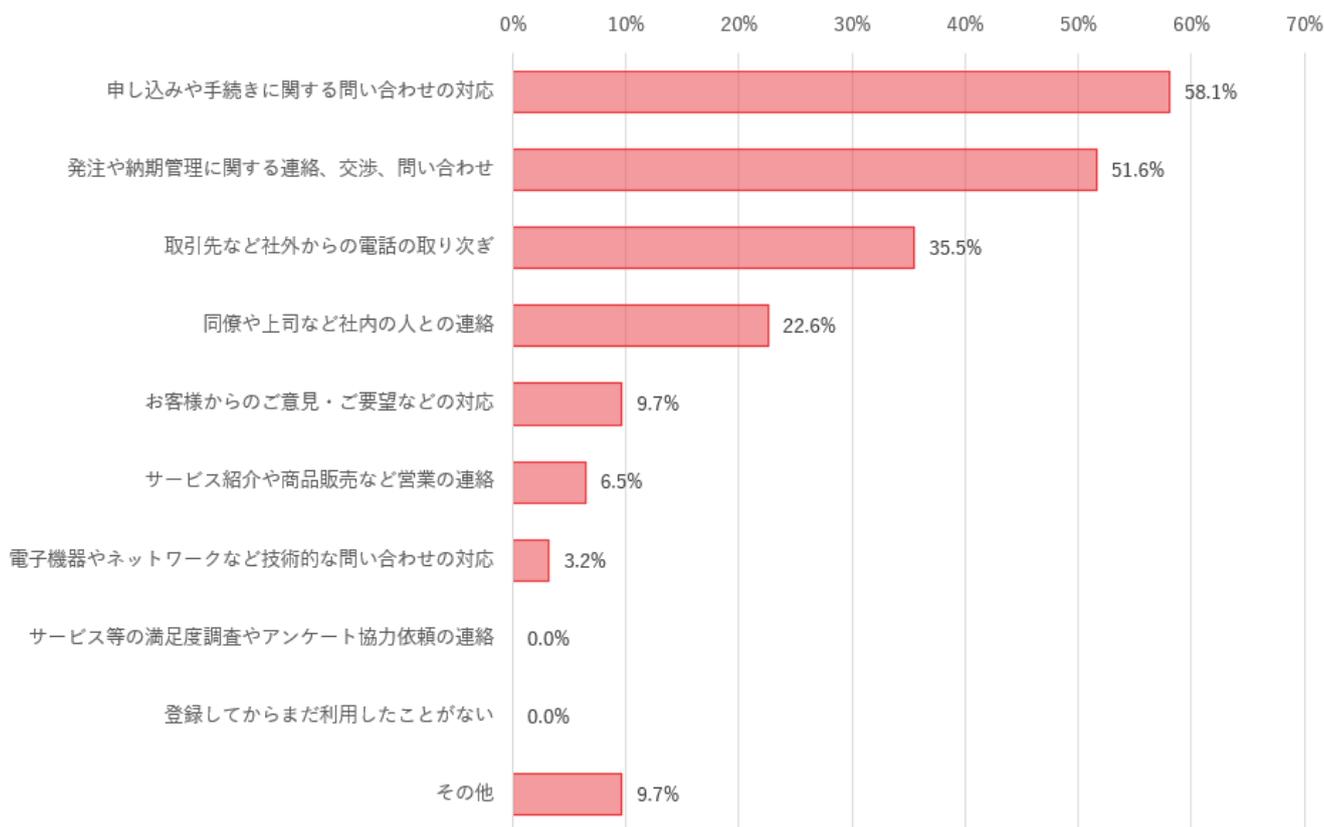
図表 1-1-11 電話リレーサービスを使ってよかった場面(個人仕事用)



	度数	%
申し込みや手続きに関する問い合わせの対応	142	58.9%
同僚や上司など社内の人との連絡	64	26.6%
取引先など社外からの電話の取り次ぎ	47	19.5%
発注や納期管理に関する連絡、交渉、問い合わせ	46	19.1%
お客様からのご意見・ご要望などの対応	44	18.3%
サービス紹介や商品販売など営業の連絡	31	12.9%
電子機器やネットワークなど技術的な問い合わせの対応	30	12.4%
サービス等の満足度調査やアンケート協力依頼の連絡	9	3.7%
登録してからまだ利用したことがない	20	8.3%
その他	16	6.6%
集計母数	241	100.0%

法人アンケートの回答結果は、図表 1-1-12 となっている。法人アンケートでも、「申し込みや手続きに関する問い合わせの対応」と回答した割合が最も高く、58.1%であったが、「発注や納期管理に関する連絡、交渉、問い合わせ」の割合も 51.6%あった。さらに、3 番目は、「取引先など社外からの電話の取り次ぎ」で 35.5%となった。

**図表 1-1-12 電話リレーサービスを使ってよかった場面(法人)**



	度数	%
申し込みや手続きに関する問い合わせの対応	18	58.1%
発注や納期管理に関する連絡、交渉、問い合わせ	16	51.6%
取引先など社外からの電話の取り次ぎ	11	35.5%
同僚や上司など社内の人との連絡	7	22.6%
お客様からのご意見・ご要望などの対応	3	9.7%
サービス紹介や商品販売など営業の連絡	2	6.5%
電子機器やネットワークなど技術的な問い合わせの対応	1	3.2%
サービス等の満足度調査やアンケート協力依頼の連絡	0	0.0%
登録してからまだ利用したことがない	0	0.0%
その他	3	9.7%
集計母数	31	100.0%

## (5) 電話リレーサービスを使う前と比べてよくなったと感じていること

電話リレーサービスを使う前と比べてよくなったと感じていることについて尋ねた。個人アンケート、個人仕事用アンケート・法人用アンケートで選択肢が異なるため、ここでは、まず、個人アンケートの回答結果を示す。以下の選択肢から、当てはまるものをすべて選んでもらった。

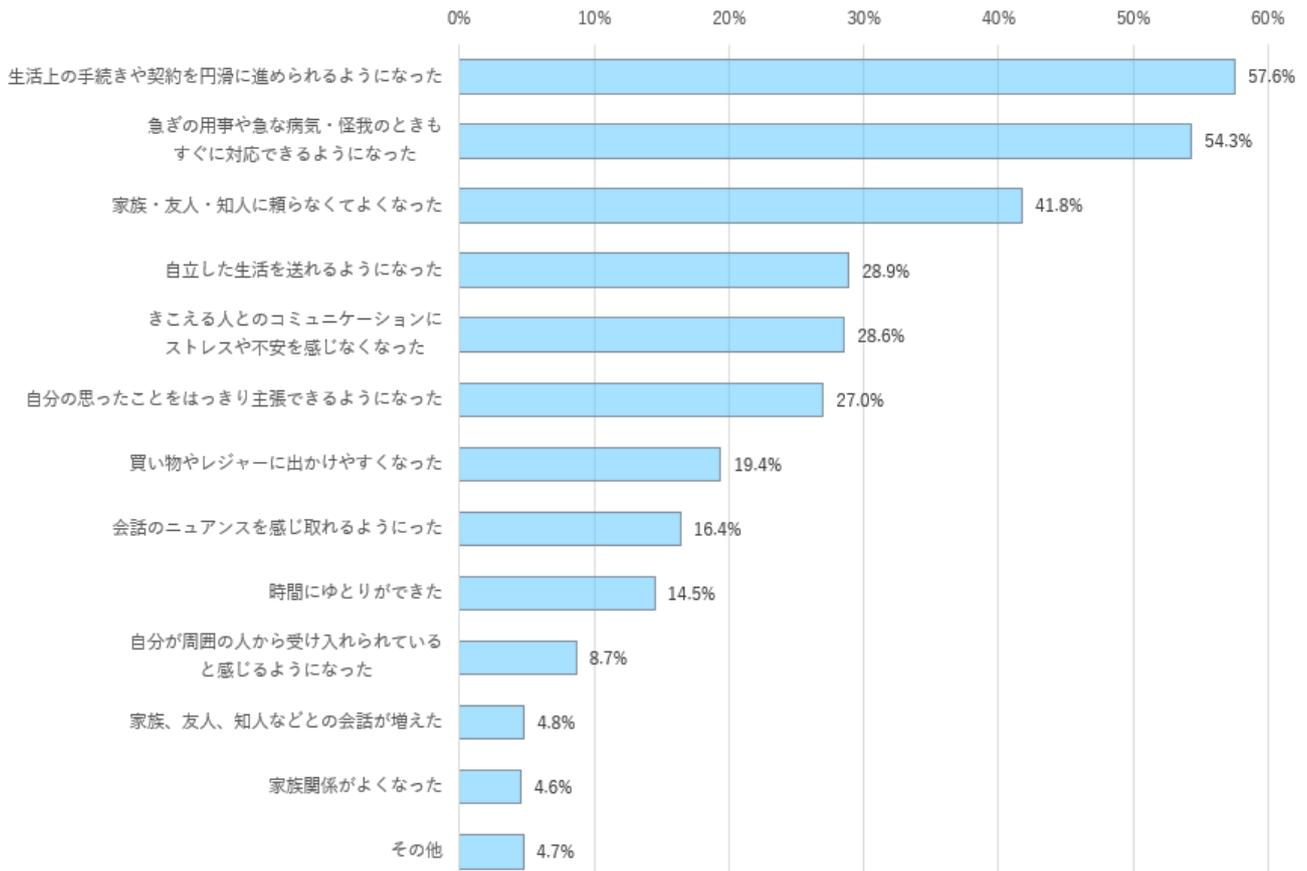
- ・ 生活上の手続きや契約を円滑に進められるようになった
- ・ 急ぎの用事や急な病気・怪我のときもすぐに対応できるようになった
- ・ 会話のニュアンス（微妙な雰囲気の違い）を感じ取れるようになった
- ・ きこえる人とのコミュニケーションにストレスや不安を感じなくなった
- ・ 自分の思ったことをはっきり主張できるようになった
- ・ 自立した生活を送れるようになった
- ・ 家族、友人、知人などとの会話が増えた
- ・ 家族・友人・知人に頼らなくてよくなった（頼ることが減った）
- ・ 自分が周囲の人から受け入れられていると感じるようになった
- ・ 時間にゆとりができた（趣味など好きなことに費やす時間ができた）
- ・ 買い物やレジャーに出かけやすくなった
- ・ 家族関係がよくなった
- ・ その他

個人アンケートでは、「生活上の手続きや契約を円滑に進められるようになった」と回答した割合が最も高く、57.6%であった。次いで、「急ぎの用事や急な病気・怪我のときもすぐに対応できるようになった」が54.3%、「家族・友人・知人に頼らなくてよくなった」が41.8%となっている。また、「その他」の回答が4.7%（168件）あった<sup>7</sup>。

---

<sup>7</sup> 「その他」の回答の中には、「役所の福祉課の手話通訳に頼らなくてよくなり、代わりに自分以外の必要な人が役所の手話通訳を利用する時間ができた」、「離れて住んでいる親と連絡が取れるようになった」、「本人しかできないことが電話リレーサービスで本人確認できたこと」、「連絡手段の選択肢が増えた」、「電話連絡が必要な場面で頭を抱えることがなくなった」という意見があった。

図表 1-1-13 よくなったと感じていること(個人)



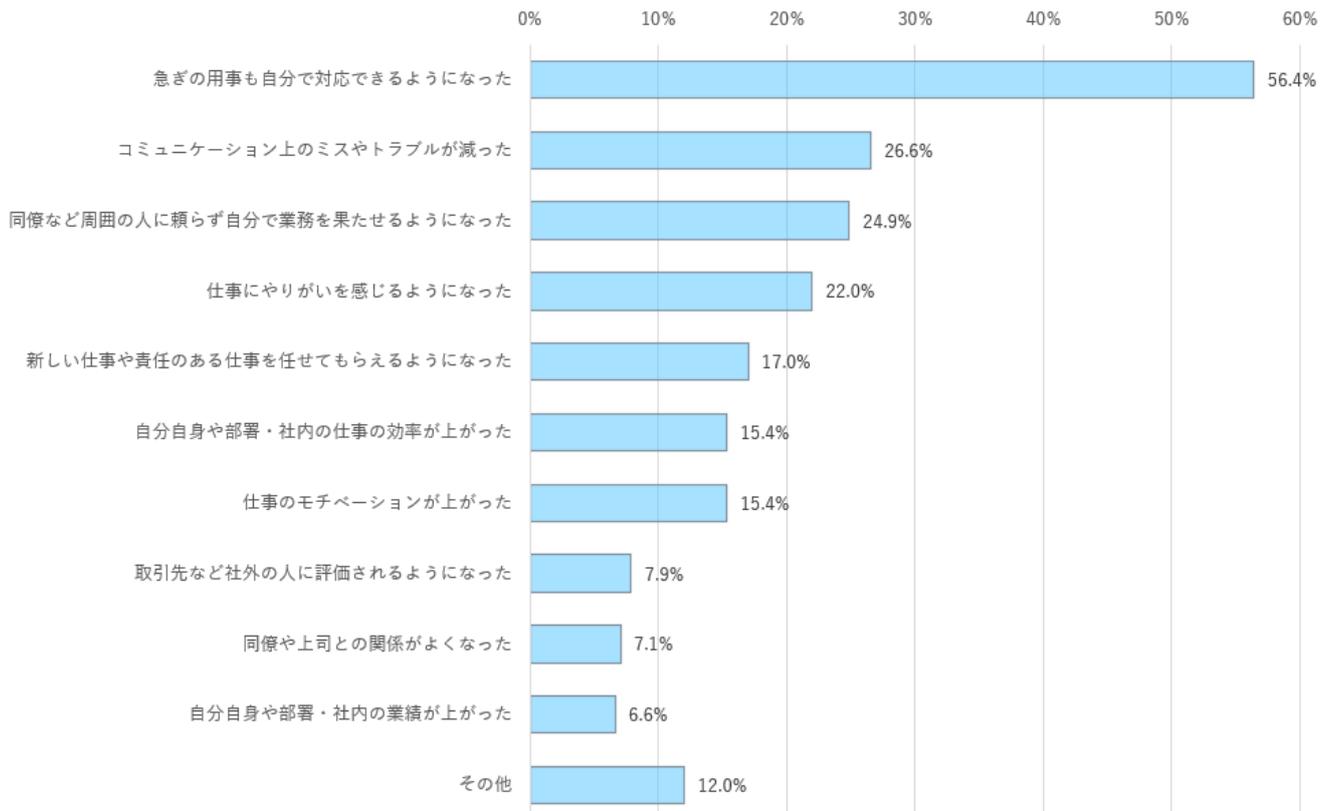
	度数	%
生活上の手続きや契約を円滑に進められるようになった	2038	57.6%
急ぎの用事や急な病気・怪我のときもすぐに対応できるようになった	1924	54.3%
家族・友人・知人に頼らなくてよかった(頼ることが減った)	1479	41.8%
自立した生活を送れるようになった	1024	28.9%
きこえる人とのコミュニケーションにストレスや不安を感じなくなった	1011	28.6%
自分の思ったことをはっきり主張できるようになった	956	27.0%
買い物やレジャーに出かけやすくなった	687	19.4%
会話のニュアンス(微妙な雰囲気の違い)を感じ取れるようになった	581	16.4%
時間にゆとりができた(趣味など好きなことに費やす時間ができた)	513	14.5%
自分が周囲の人から受け入れられていると感じるようになった	307	8.7%
家族、友人、知人などとの会話が増えた	170	4.8%
家族関係がよかった	162	4.6%
その他	168	4.7%
集計母数	3541	100.0%

個人仕事用アンケートでは、選択肢は以下の通りとなっており、該当するものすべてを選んでもらった。なお、法人アンケートも同じ選択肢となっている。

- ・ 新しい仕事や責任のある仕事を任せてもらえるようになった
- ・ 同僚など周囲の人に頼らず自分で業務を果たせるようになった
- ・ 急ぎの用事も自分で対応できるようになった
- ・ 自分自身や部署・社内の仕事の効率が上がった
- ・ 自分自身や部署・社内の業績が上がった
- ・ 同僚や上司との関係がよくなった
- ・ 取引先など社外の人に評価されるようになった（関係がよくなった）
- ・ コミュニケーション上のミスやトラブルが減った
- ・ 仕事のモチベーションが上がった
- ・ 仕事にやりがいを感じるようになった
- ・ その他

個人仕事用アンケートでは、「急ぎの用事も自分で対応できるようになった」と回答した割合が最も高く、**56.4%**であった。次いで、「コミュニケーション上のミスやトラブルが減った」が**26.6%**、「同僚など周囲の人に頼らず自分で業務を果たせるようになった」が**24.9%**、「仕事にやりがいを感じるようになった」が**22.0%**となっている。

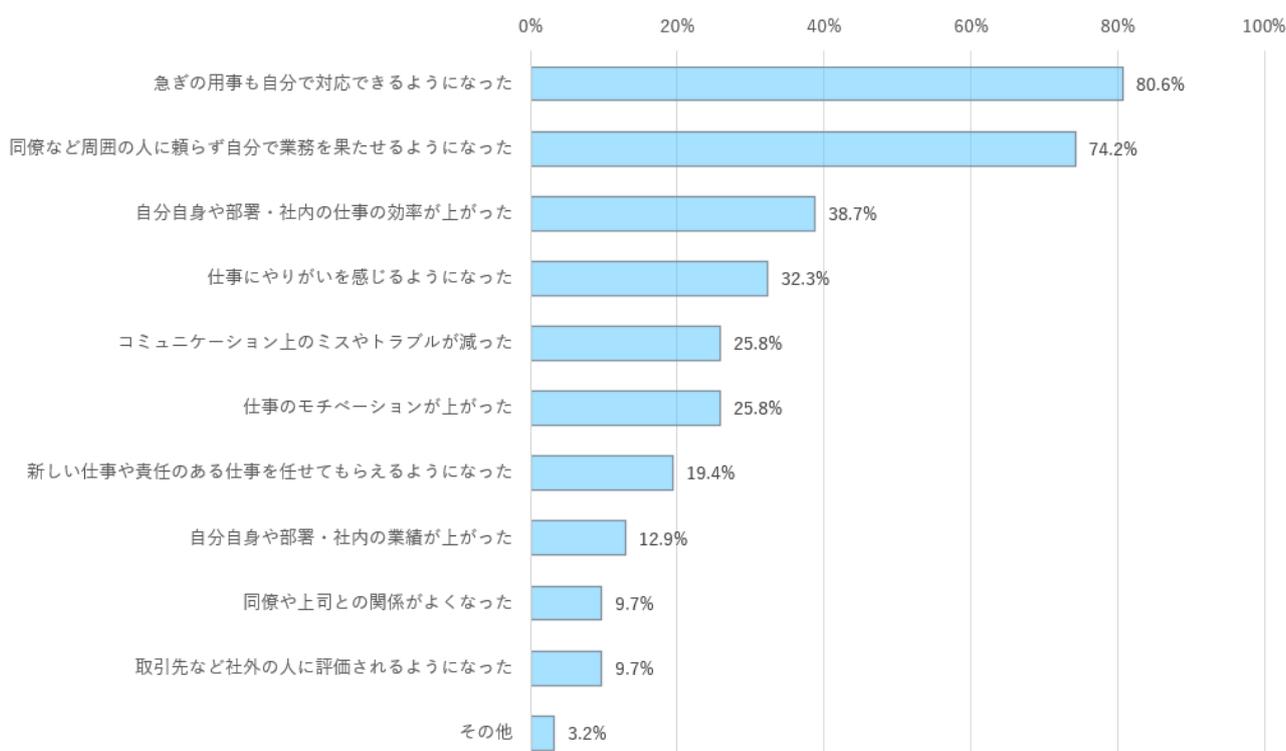
図表 1-1-14 よくなったと感じていること(個人仕事用)



	度数	%
急ぎの用事も自分で対応できるようになった	136	56.4%
コミュニケーション上のミスやトラブルが減った	64	26.6%
同僚など周囲の人に頼らず自分で業務を果たせるようになった	60	24.9%
仕事にやりがいを感じるようになった	53	22.0%
新しい仕事や責任のある仕事を任せてもらえるようになった	41	17.0%
自分自身や部署・社内の仕事の効率が上がった	37	15.4%
仕事のモチベーションが上がった	37	15.4%
取引先など社外の人に評価されるようになった(関係がよかった)	19	7.9%
同僚や上司との関係がよかった	17	7.1%
自分自身や部署・社内の業績が上がった	16	6.6%
その他	29	12.0%
集計母数	241	100.0%

法人アンケートでも、「急ぎの用事も自分で対応できるようになった」が80.6%と最も回答が多かった。次いで、「同僚など周囲の人に頼らず自分で業務を果たせるようになった」が74.2%となっている。

図表 1-1-15 よくなったと感じていること(法人)



	度数	%
急ぎの用事も自分で対応できるようになった	25	80.6%
同僚など周囲の人に頼らず自分で業務を果たせるようになった	23	74.2%
自分自身や部署・社内の仕事の効率が上がった	12	38.7%
仕事にやりがいを感じるようになった	10	32.3%
コミュニケーション上のミスやトラブルが減った	8	25.8%
仕事のモチベーションが上がった	8	25.8%
新しい仕事や責任のある仕事を任せてもらえるようになった	6	19.4%
自分自身や部署・社内の業績が上がった	4	12.9%
同僚や上司との関係がよかった	3	9.7%
取引先など社外の人に評価されるようになった(関係がよかった)	3	9.7%
その他	1	3.2%

## (6) 総合的な満足度

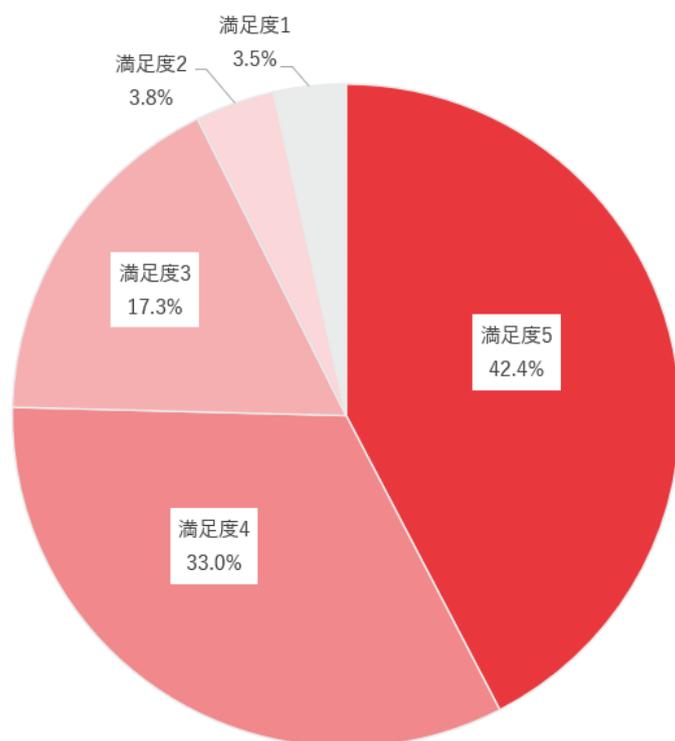
電話リレーサービスの総合的な満足度について、1（全く満足していない）～5（非常に満足している）の5段階で評価してもらった。

個人アンケートでは、満足度5（非常に満足している）と回答した割合が最も高く、全体の42.4%となった。満足度4の割合も33.0%ある一方、満足度1（全く満足していない）と回答した割合は3.5%で、全体的に満足度が高いことがうかがえる。

個人仕事用アンケートでも、満足度5の回答率が36.5%と最も高く、満足度が下がるにつれ回答率が下がり、満足度1の回答率は4.6%であった。

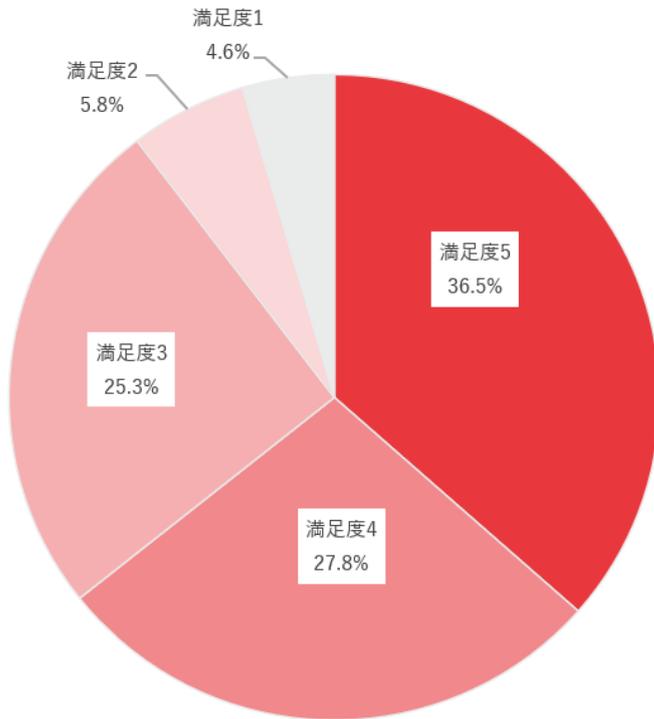
法人アンケートでは、満足度4の回答が最も多く、45.2%であった。次いで、満足度3は38.7%、満足度5は16.1%となった。満足度1及び満足度2と回答した人はいなかった。

図表 1-1-16 総合的な満足度(個人)



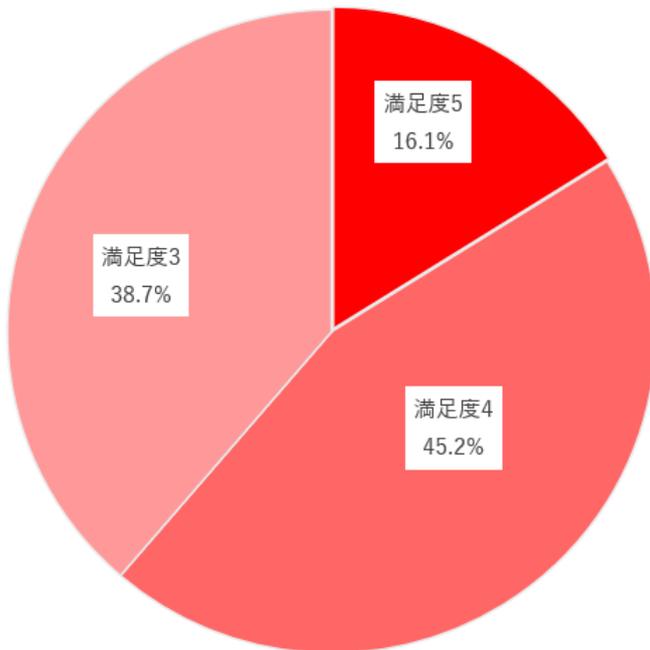
	度数	%
満足度5	1501	42.4%
満足度4	1169	33.0%
満足度3	611	17.3%
満足度2	136	3.8%
満足度1	124	3.5%
集計母数	3541	100.0%

図表 1-1-17 総合的な満足度(個人仕事用)



	度数	%
満足度5	88	36.5%
満足度4	67	27.8%
満足度3	61	25.3%
満足度2	14	5.8%
満足度1	11	4.6%
集計母数	241	100.0%

図表 1-1-18 総合的な満足度(法人)



	度数	%
満足度5	5	16.1%
満足度4	14	45.2%
満足度3	12	38.7%
満足度2	0	0.0%
満足度1	0	0.0%
集計母数	31	100.0%

## 1-2. 年齢別クロス集計

本節では、アンケート回答者の年齢別に回答結果を分析するために、年齢別<sup>8</sup>のクロス集計を行った。なお、法人アンケートについては、クロス集計を行うために必要な回答数に満たないと考えられることから、本節では対象外とした。

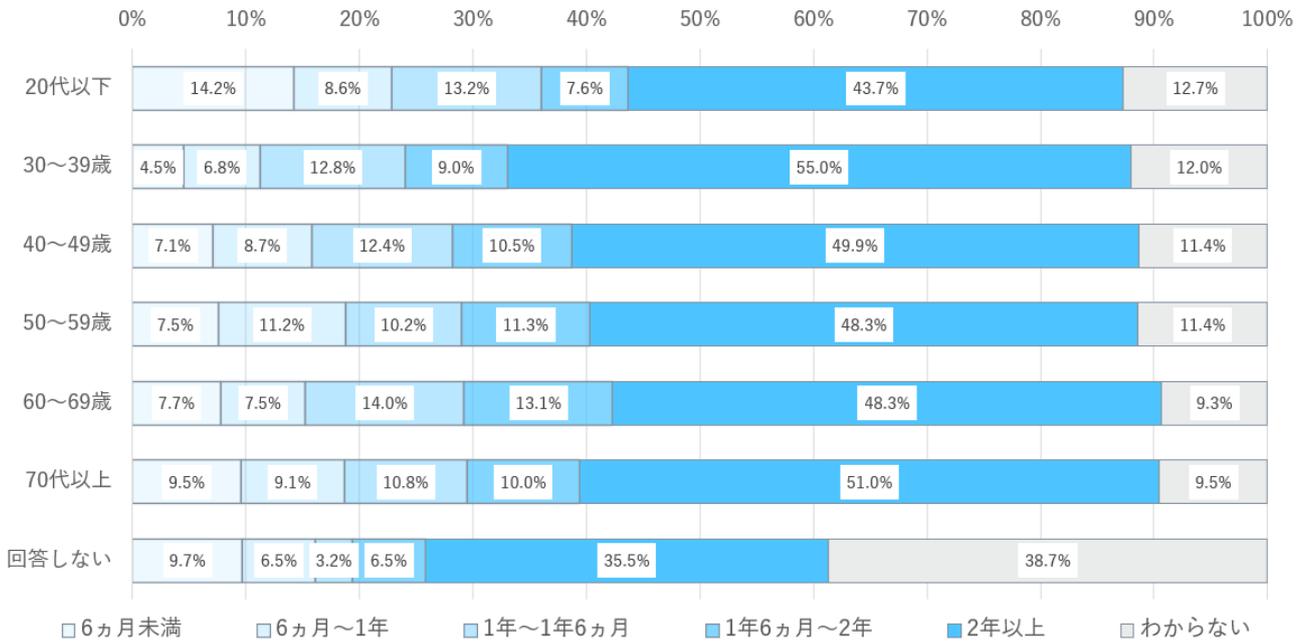
### (1) 年齢別登録期間

個人アンケートでは、年齢ごとに登録期間の傾向に大きな違いはみられないものの、30～39歳では「2年以上」と回答した割合が55.0%と、他の層に比べてやや高くなっている。20代以下では、「6ヵ月未満」の回答率が14.2%と相対的に高く、他の層と比べて、登録期間はやや短いとみられる。

---

<sup>8</sup> 回答者の年齢で「19歳以下」及び「80歳以上」の回答が少なかったため、それぞれ「20代以下」、「70代以上」として、カテゴリーをまとめた。

図表 1-2-1 年齢別登録期間(個人)



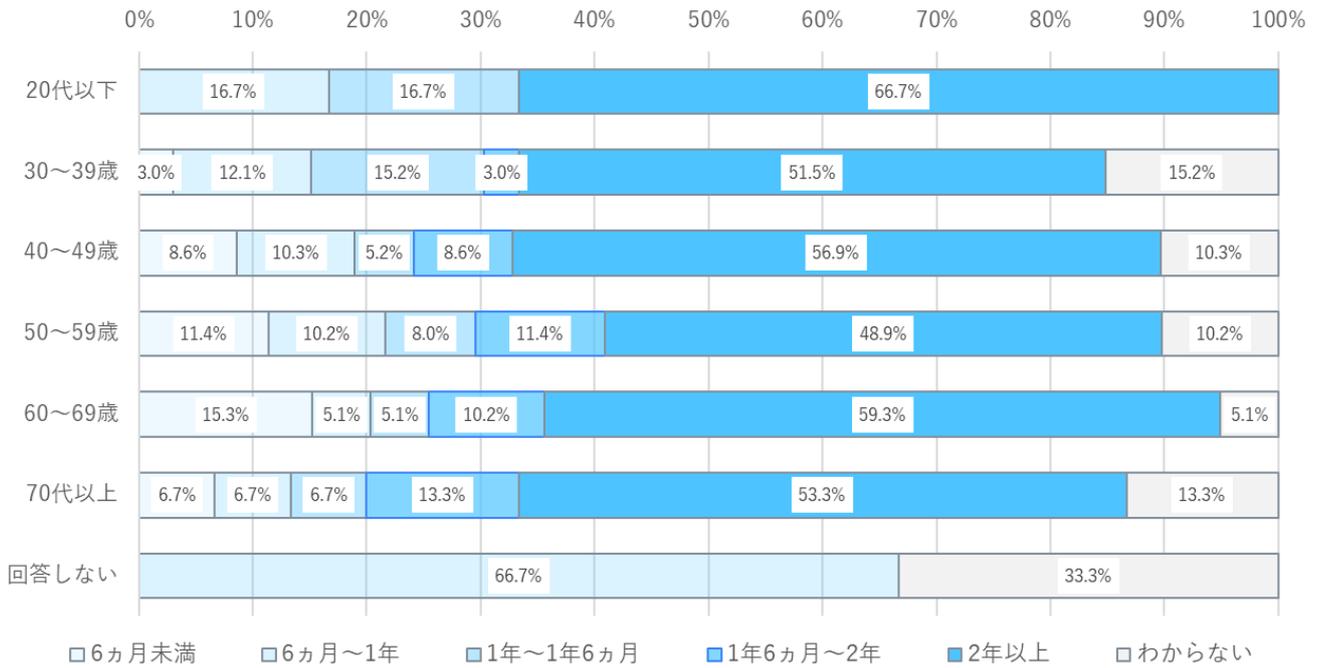
	6ヵ月未満	6ヵ月~1年	1年~1年6ヵ月	1年6ヵ月~2年	2年以上	わからない	合計
20代以下	28	17	26	15	86	25	197
30~39歳	24	36	68	48	293	64	533
40~49歳	64	79	112	95	452	103	905
50~59歳	88	131	119	132	563	133	1166
60~69歳	58	56	105	98	362	70	749
70代以上	23	22	26	24	123	23	241
回答しない	3	2	1	2	11	12	31
合計	288	343	457	414	1890	430	3822

	6ヵ月未満	6ヵ月~1年	1年~1年6ヵ月	1年6ヵ月~2年	2年以上	わからない	合計
20代以下	14.2%	8.6%	13.2%	7.6%	43.7%	12.7%	100.0%
30~39歳	4.5%	6.8%	12.8%	9.0%	55.0%	12.0%	100.0%
40~49歳	7.1%	8.7%	12.4%	10.5%	49.9%	11.4%	100.0%
50~59歳	7.5%	11.2%	10.2%	11.3%	48.3%	11.4%	100.0%
60~69歳	7.7%	7.5%	14.0%	13.1%	48.3%	9.3%	100.0%
70代以上	9.5%	9.1%	10.8%	10.0%	51.0%	9.5%	100.0%
回答しない	9.7%	6.5%	3.2%	6.5%	35.5%	38.7%	100.0%
合計	7.5%	9.0%	12.0%	10.8%	49.5%	11.3%	100.0%

(上の表：実数、下の表：構成比)

個人仕事用アンケートでは、20代以下及び70代以上の回答者数が少ないため、比較が難しいものの、60~69歳で「2年以上」の回答率が59.3%となっている。また、30~39歳では、「1年~1年6ヵ月」の回答が15.2%で、(回答者数の少ない)20代以下を除いた他の層と比べると回答率が高くなっている。

図表 1-2-2 年齢別登録期間(個人仕事用)



	6ヵ月未満	6ヵ月~1年	1年~1年6ヵ月	1年6ヵ月~2年	2年以上	わからない	合計
20代以下	0	1	1	0	4	0	6
30~39歳	1	4	5	1	17	5	33
40~49歳	5	6	3	5	33	6	58
50~59歳	10	9	7	10	43	9	88
60~69歳	9	3	3	6	35	3	59
70代以上	1	1	1	2	8	2	15
回答しない	0	2	0	0	0	1	3
合計	26	26	20	24	140	26	262

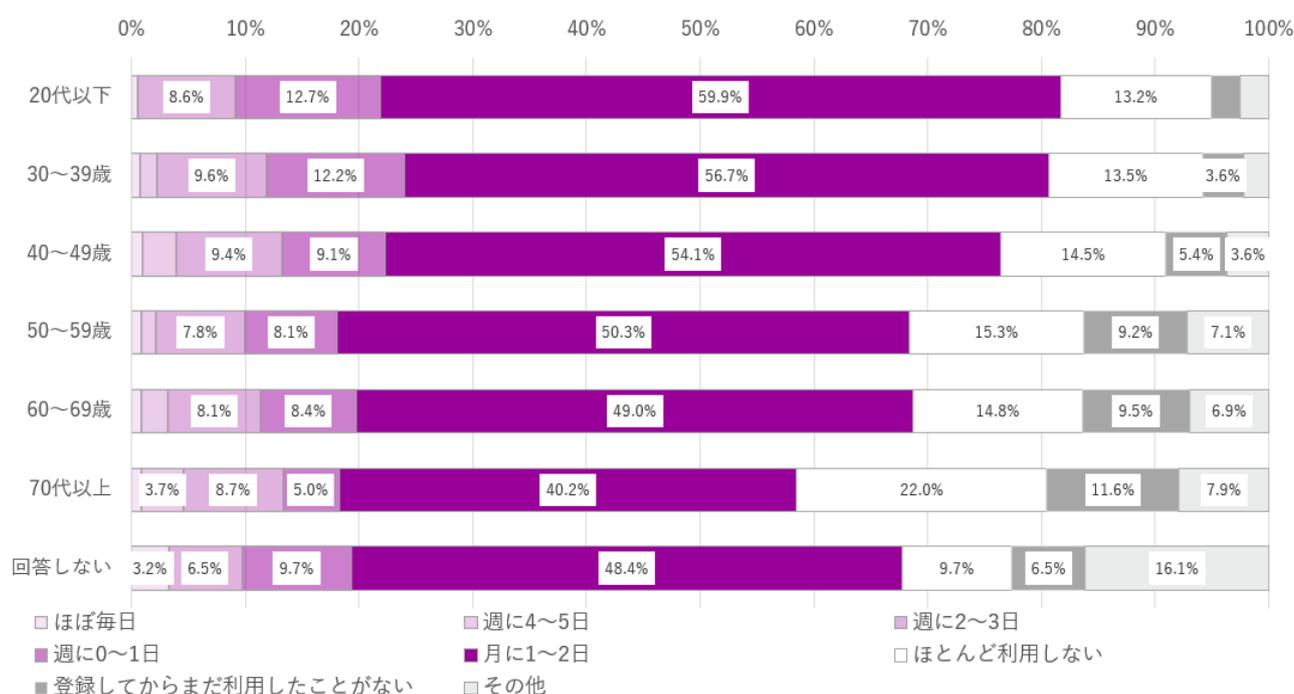
	6ヵ月未満	6ヵ月~1年	1年~1年6ヵ月	1年6ヵ月~2年	2年以上	わからない	合計
20代以下	0.0%	16.7%	16.7%	0.0%	66.7%	0.0%	100.0%
30~39歳	3.0%	12.1%	15.2%	3.0%	51.5%	15.2%	100.0%
40~49歳	8.6%	10.3%	5.2%	8.6%	56.9%	10.3%	100.0%
50~59歳	11.4%	10.2%	8.0%	11.4%	48.9%	10.2%	100.0%
60~69歳	15.3%	5.1%	5.1%	10.2%	59.3%	5.1%	100.0%
70代以上	6.7%	6.7%	6.7%	13.3%	53.3%	13.3%	100.0%
回答しない	0.0%	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	100.0%
合計	9.9%	9.9%	7.6%	9.2%	53.4%	9.9%	100.0%

(上の表：実数、下の表：構成比)

## (2) 年齢別利用頻度

個人アンケートでは、30～39歳、40～49歳で、他の層に比べて、「週に2～3日」の回答率がやや高くなっている。70代以上では、「ほとんど利用しない」と回答した割合が22.0%あり、他の層と比較して、利用頻度が低い傾向となっている。

図表 1-2-3 年齢別利用頻度(個人)



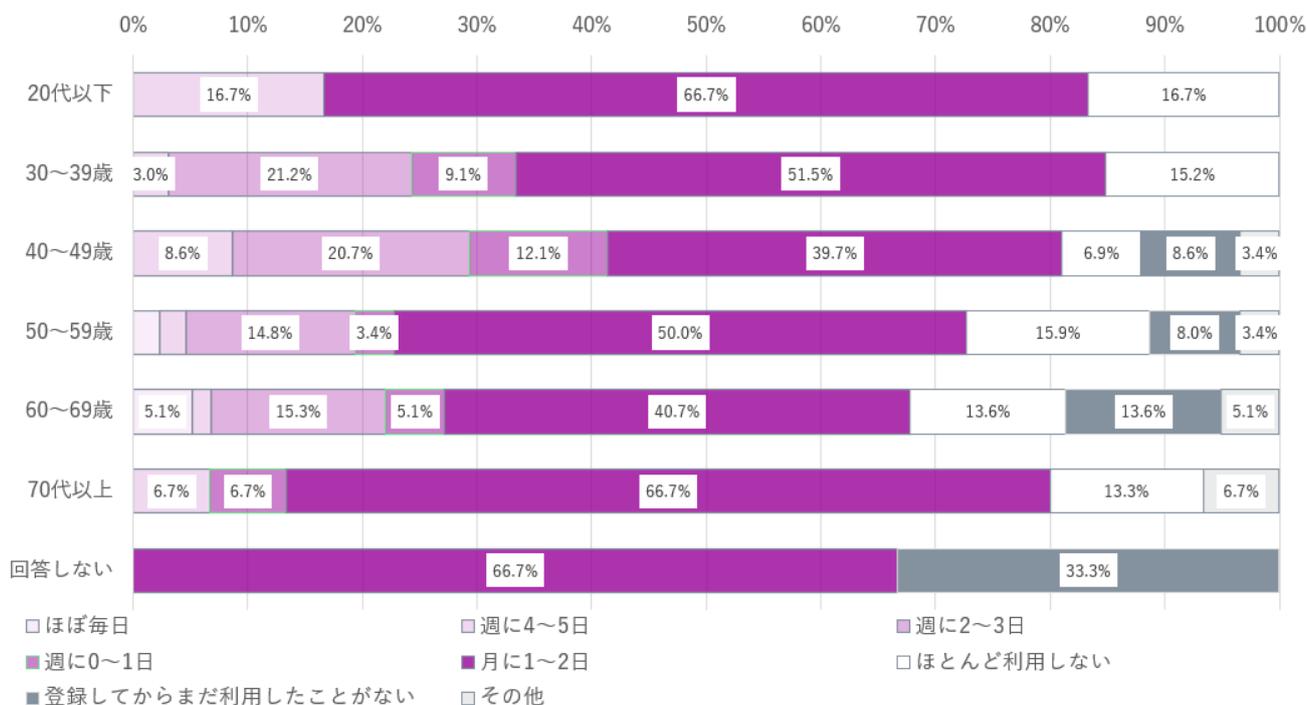
	ほぼ毎日	週に4～5日	週に2～3日	週に0～1日	月に1～2日	ほとんど利用しない	登録してからまだ利用したことがない	その他	合計
20代以下	1	0	17	25	118	26	5	5	197
30～39歳	4	8	51	65	302	72	19	12	533
40～49歳	9	26	85	82	490	131	49	33	905
50～59歳	10	15	91	95	587	178	107	83	1166
60～69歳	6	18	61	63	367	111	71	52	749
70代以上	2	9	21	12	97	53	28	19	241
回答しない	1	0	2	3	15	3	2	5	31
合計	33	76	328	345	1976	574	281	209	3822

	ほぼ毎日	週に4～5日	週に2～3日	週に0～1日	月に1～2日	ほとんど利用しない	登録してからまだ利用したことがない	その他	合計
20代以下	0.5%	0.0%	8.6%	12.7%	59.9%	13.2%	2.5%	2.5%	100.0%
30～39歳	0.8%	1.5%	9.6%	12.2%	56.7%	13.5%	3.6%	2.3%	100.0%
40～49歳	1.0%	2.9%	9.4%	9.1%	54.1%	14.5%	5.4%	3.6%	100.0%
50～59歳	0.9%	1.3%	7.8%	8.1%	50.3%	15.3%	9.2%	7.1%	100.0%
60～69歳	0.8%	2.4%	8.1%	8.4%	49.0%	14.8%	9.5%	6.9%	100.0%
70代以上	0.8%	3.7%	8.7%	5.0%	40.2%	22.0%	11.6%	7.9%	100.0%
回答しない	3.2%	0.0%	6.5%	9.7%	48.4%	9.7%	6.5%	16.1%	100.0%
合計	0.9%	2.0%	8.6%	9.0%	51.7%	15.0%	7.4%	5.5%	100.0%

(上の表：実数、下の表：構成比)

個人仕事用アンケートでは、回答数の少ない 20 代以下と 70 代を除くと、40～49 歳で「週に 4～5 日」と回答した割合が 8.6%と相対的に高く、他の層と比べてやや利用頻度が高いとみられる。30～39 歳では、「週に 2～3 日」の回答率が 21.2%と相対的に高かった。

図表 1-2-4 年齢別利用頻度(個人仕事用)



	ほぼ毎日	週に4～5日	週に2～3日	週に0～1日	月に1～2日	ほとんど利用しない	登録してからまだ利用したことがない	その他	合計
20代以下	0	1	0	0	4	1	0	0	6
30～39歳	0	1	7	3	17	5	0	0	33
40～49歳	0	5	12	7	23	4	5	2	58
50～59歳	2	2	13	3	44	14	7	3	88
60～69歳	3	1	9	3	24	8	8	3	59
70代以上	0	1	0	1	10	2	0	1	15
回答しない	0	0	0	0	2	0	1	0	3
合計	5	11	41	17	124	34	21	9	262

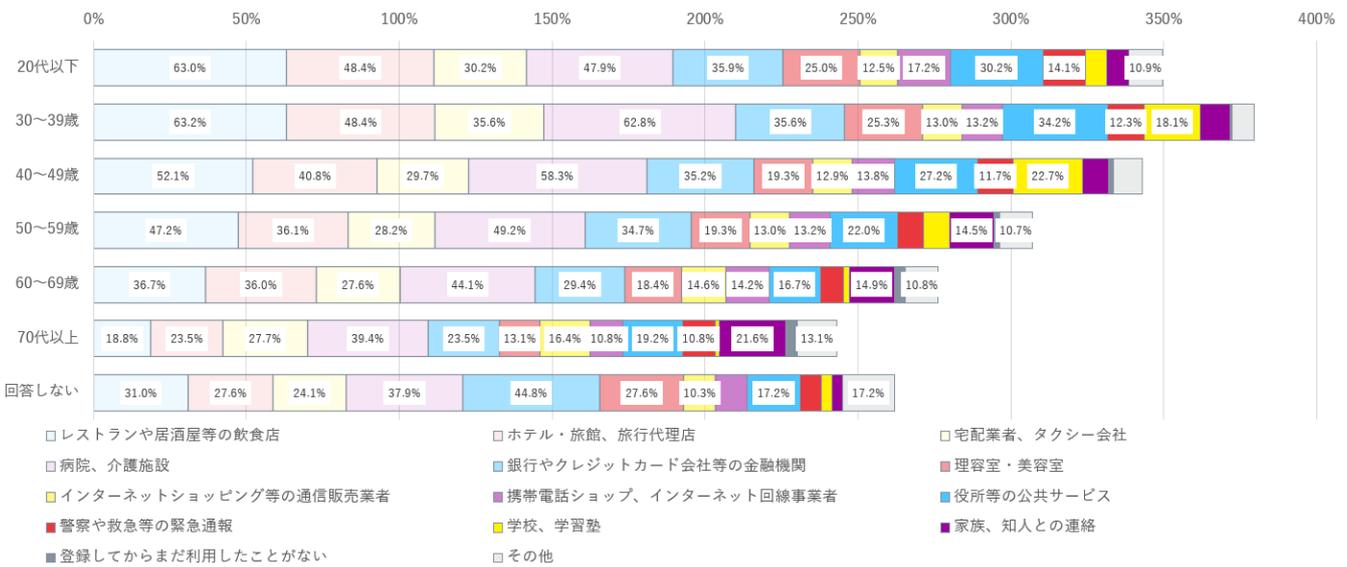
	ほぼ毎日	週に4～5日	週に2～3日	週に0～1日	月に1～2日	ほとんど利用しない	登録してからまだ利用したことがない	その他	合計
20代以下	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	66.7%	16.7%	0.0%	0.0%	100.0%
30～39歳	0.0%	3.0%	21.2%	9.1%	51.5%	15.2%	0.0%	0.0%	100.0%
40～49歳	0.0%	8.6%	20.7%	12.1%	39.7%	6.9%	8.6%	3.4%	100.0%
50～59歳	2.3%	2.3%	14.8%	3.4%	50.0%	15.9%	8.0%	3.4%	100.0%
60～69歳	5.1%	1.7%	15.3%	5.1%	40.7%	13.6%	13.6%	5.1%	100.0%
70代以上	0.0%	6.7%	0.0%	6.7%	66.7%	13.3%	0.0%	6.7%	100.0%
回答しない	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	33.3%	0.0%	100.0%
合計	1.9%	4.2%	15.6%	6.5%	47.3%	13.0%	8.0%	3.4%	100.0%

(上の表：実数、下の表：構成比)

### (3) 年齢別よかった場面

個人アンケートでは、30～39歳で各選択肢の回答率が高くなっており、この層では、他の層に比べて、よかった場面が多くあったことがうかがえる。20代以下と30～39歳では、「レストランや居酒屋等の飲食店」の回答率がそれぞれ63.0%、63.2%あった。40代以上になると、「病院、介護施設」の回答率が最も高くなっている。40代以下では、「ホテル・旅館、旅行代理店」の回答率が比較的に高く、20代以下と30～39歳で48.4%、40～49歳で40.8%となっている。50代以下では「銀行やクレジットカード会社等の金融機関」の回答率が一定程度あり、20代以下で35.9%、30～39歳で35.6%、40～49歳で35.2%、50～59歳で34.7%となっている。

図表 1-2-5 年齢別よかった場面(個人)



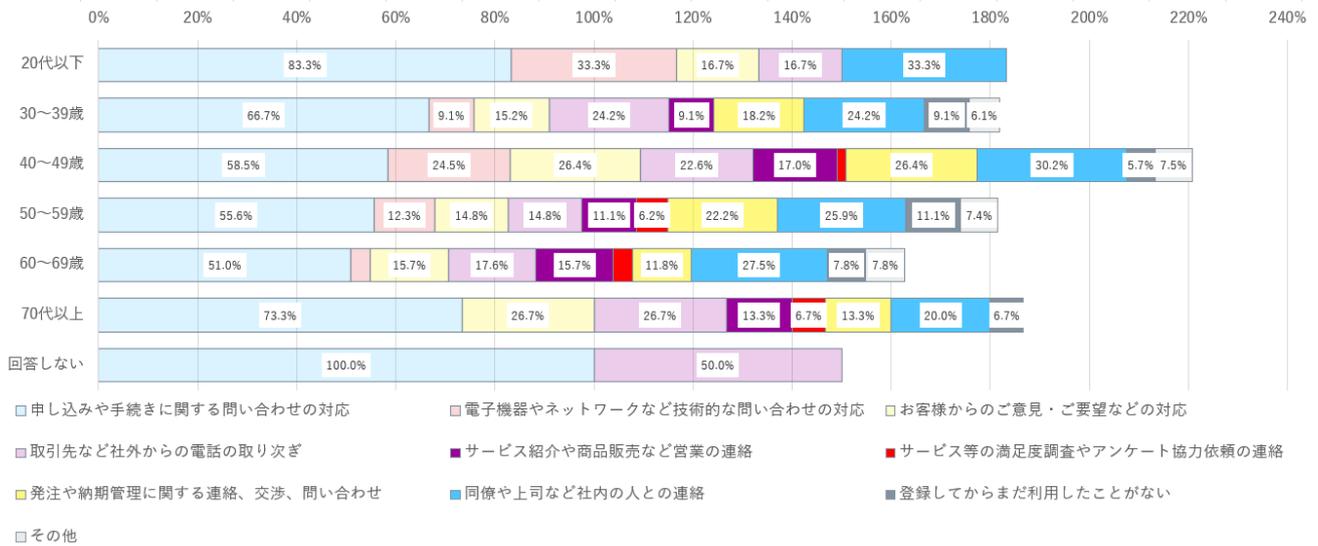
	レストランや居酒屋等の飲食店	ホテル・旅館、旅行代理店	宅配業者、タクシー会社	病院、介護施設	銀行やクレジットカード会社等の金融機関	理容室・美容室	インターネットショッピング等の通信販売業者	携帯電話ショップ、インターネット回線事業者	役所等の公共サービス	警察や救急等の緊急通報	学校、学習塾	家族、知人との連絡	登録してからまだ利用したことがない	その他	集計母数	合計
20代以下	121	93	58	92	69	48	24	33	58	27	13	14	0	21	192	671
30～39歳	325	249	183	323	183	130	67	68	176	63	93	50	3	38	514	1951
40～49歳	446	349	254	499	301	165	110	118	233	100	194	73	14	80	856	2936
50～59歳	500	382	299	521	368	204	138	140	233	89	90	154	20	113	1059	3251
60～69歳	249	244	187	299	199	125	99	96	113	52	12	101	24	73	678	1873
70代以上	40	50	59	84	50	28	35	23	41	23	3	46	8	28	213	518
回答しない	9	8	7	11	13	8	3	3	5	2	1	1	0	5	29	76

	レストランや居酒屋等の飲食店	ホテル・旅館、旅行代理店	宅配業者、タクシー会社	病院、介護施設	銀行やクレジットカード会社等の金融機関	理容室・美容室	インターネットショッピング等の通信販売業者	携帯電話ショップ、インターネット回線事業者	役所等の公共サービス	警察や救急等の緊急通報	学校、学習塾	家族、知人との連絡	登録してからまだ利用したことがない	その他	集計母数	合計
20代以下	63.0%	48.4%	30.2%	47.9%	35.9%	25.0%	12.5%	17.2%	30.2%	14.1%	6.8%	7.3%	0.0%	10.9%	100.0%	349.5%
30～39歳	63.2%	48.4%	35.6%	62.8%	35.6%	25.3%	13.0%	13.2%	34.2%	12.3%	18.1%	9.7%	0.6%	7.4%	100.0%	379.6%
40～49歳	52.1%	40.8%	29.7%	58.3%	35.2%	19.3%	12.9%	13.8%	27.2%	11.7%	22.7%	8.5%	1.6%	9.3%	100.0%	343.0%
50～59歳	47.2%	36.1%	28.2%	49.2%	34.7%	19.3%	13.0%	13.2%	22.0%	8.4%	8.5%	14.5%	1.9%	10.7%	100.0%	307.0%
60～69歳	36.7%	36.0%	27.6%	44.1%	29.4%	18.4%	14.6%	14.2%	16.7%	7.7%	1.8%	14.9%	3.5%	10.8%	100.0%	276.3%
70代以上	18.8%	23.5%	27.7%	39.4%	23.5%	13.1%	16.4%	10.8%	19.2%	10.8%	1.4%	21.6%	3.8%	13.1%	100.0%	243.2%
回答しない	31.0%	27.6%	24.1%	37.9%	44.8%	27.6%	10.3%	10.3%	17.2%	6.9%	3.4%	3.4%	0.0%	17.2%	100.0%	262.1%

(上の表：実数、下の表：構成比)

個人仕事用アンケートでは、40～49歳で各選択肢の回答率が高くなっており、他の層に比べて、よかった場面が多くあったことがうかがえる。どの年齢層でも、「申し込みや手続きに関する問い合わせの対応」の回答率が最も高くなっている。30～69歳では、「同僚や上司など社内の人との連絡」の回答率が相対的に高くなっている。

図表 1-2-6 年齢別よかった場面(個人仕事用)



	申し込みや手続きに関する問い合わせの対応	電子機器やネットワークなど技術的な問い合わせの対応	お客様からのご意見・ご要望などの対応	取引先など社外からの電話の取り次ぎ	サービス紹介や商品販売など営業の連絡	サービス等の満足度調査やアンケート協力依頼の連絡	発注や納期管理に関する連絡、交渉、問い合わせ	同僚や上司など社内の人との連絡	登録してからまだ利用していない	その他	集計母数	合計
20代以下	5	2	1	1	0	0	0	2	0	0	6	11
30～39歳	22	3	5	8	3	0	6	8	3	2	33	60
40～49歳	31	13	14	12	9	1	14	16	3	4	53	117
50～59歳	45	10	12	12	9	5	18	21	9	6	81	147
60～69歳	26	2	8	9	8	2	6	14	4	4	51	83
70代以上	11	0	4	4	2	1	2	3	1	0	15	28
回答しない	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	3

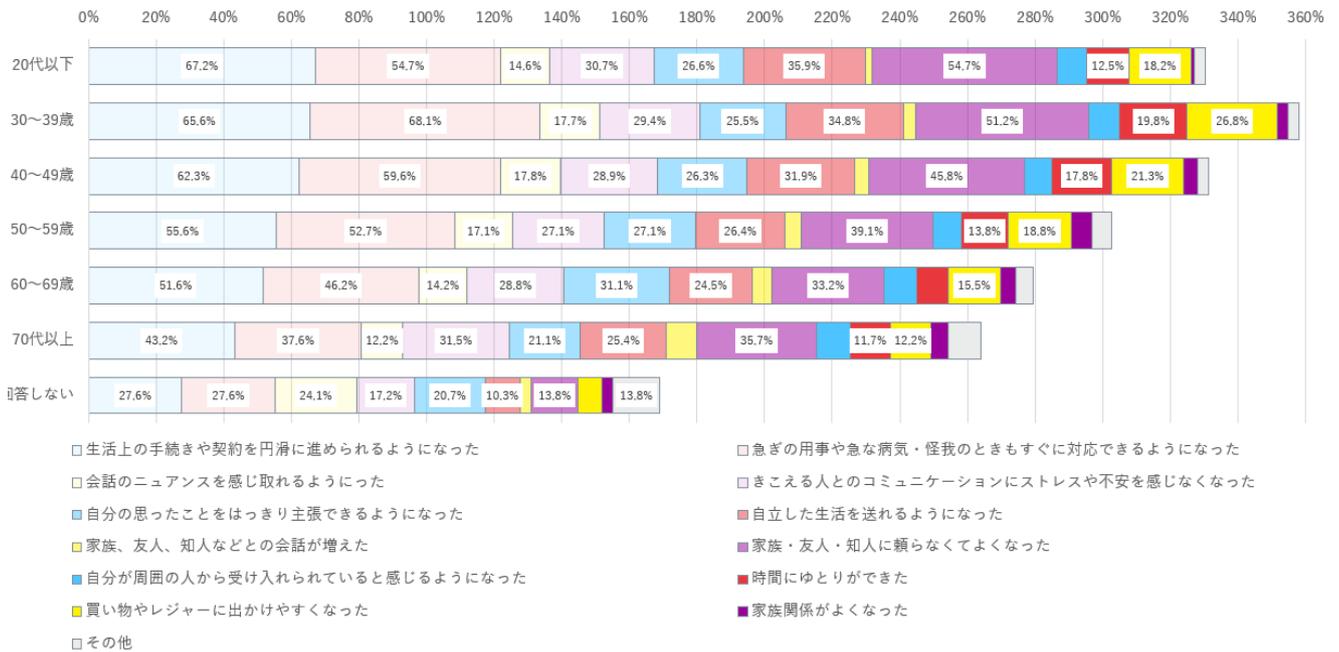
	申し込みや手続きに関する問い合わせの対応	電子機器やネットワークなど技術的な問い合わせの対応	お客様からのご意見・ご要望などの対応	取引先など社外からの電話の取り次ぎ	サービス紹介や商品販売など営業の連絡	サービス等の満足度調査やアンケート協力依頼の連絡	発注や納期管理に関する連絡、交渉、問い合わせ	同僚や上司など社内の人との連絡	登録してからまだ利用していない	その他	集計母数	合計
20代以下	83.3%	33.3%	16.7%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	100.0%	183.3%
30～39歳	66.7%	9.1%	15.2%	24.2%	9.1%	0.0%	18.2%	24.2%	9.1%	6.1%	100.0%	181.8%
40～49歳	58.5%	24.5%	26.4%	22.6%	17.0%	1.9%	26.4%	30.2%	5.7%	7.5%	100.0%	220.8%
50～59歳	55.6%	12.3%	14.8%	14.8%	11.1%	6.2%	22.2%	25.9%	11.1%	7.4%	100.0%	181.5%
60～69歳	51.0%	3.9%	15.7%	17.6%	15.7%	3.9%	11.8%	27.5%	7.8%	7.8%	100.0%	162.7%
70代以上	73.3%	0.0%	26.7%	26.7%	13.3%	6.7%	13.3%	20.0%	6.7%	0.0%	100.0%	186.7%
回答しない	100.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	150.0%

(上の表：実数、下の表：構成比)

#### (4) 年齢別よくなったと感じていること

個人アンケートでは、30～39歳で「急ぎの用事や急な病気・怪我のときもすぐに対応できるようになった」と回答した割合が最も高くなっているが、他の層では、「生活上の手続きや契約を円滑に進められるようになった」と回答した割合が最も高かった。全世代で「家族・友人・知人に頼らなくてよくなった」と回答した割合は3番目に高かったが、特に20代以下と30～39歳では、回答率がそれぞれ54.7%、51.2%と半数（50.0%）を超えている。

図表 1-2-7 年齢別よくなったと感じていること(個人)



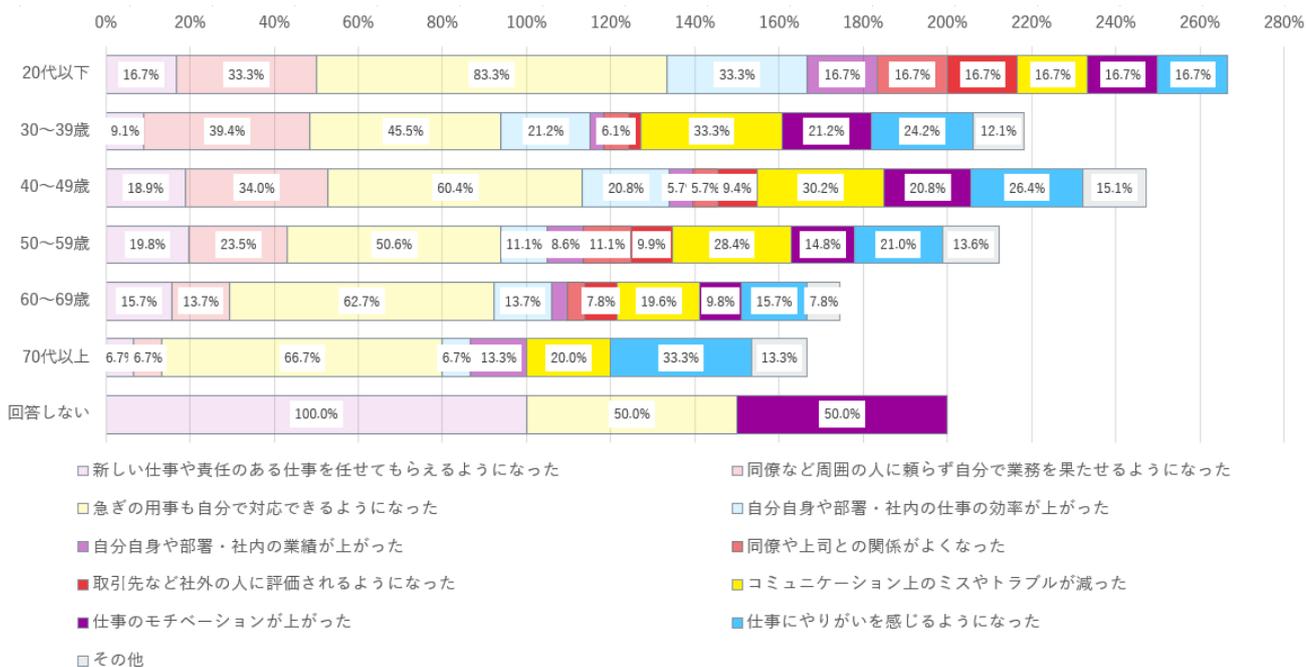
	生活上的手続きや契約を円滑に進められるようになった	急ぎの用事や急な病気・怪我のときもすぐに対応できるようになった	会話のニュアンスを感じ取れるようになった	きこえる人とのコミュニケーションにストレスや不安を感じなくなった	自分の思ったことをはっきり主張できるようになった	自立した生活を送れるようになった	家族、友人、知人などの会話が増えた	家族・友人・知人に頼らなくてよくなった	自分が周囲の人から受け入れられていると感じるようになった	時間にゆとりができた	買い物やレジャーに出かけやすくなった	家族関係がよくなった	その他	集計母数	合計
20代以下	129	105	28	59	51	69	4	105	17	24	35	2	6	192	634
30～39歳	337	350	91	151	131	179	19	263	47	102	138	16	16	514	1840
40～49歳	533	510	152	247	225	273	37	392	70	152	182	36	27	856	2836
50～59歳	589	558	181	287	287	280	50	414	88	146	199	65	61	1059	3205
60～69歳	350	313	96	195	211	166	40	225	64	64	105	31	34	678	1894
70代以上	92	80	26	67	45	54	19	76	21	25	26	11	20	213	562
回答しない	8	8	7	5	6	3	1	4	0	0	2	1	4	29	49

	生活上的手続きや契約を円滑に進められるようになった	急ぎの用事や急な病気・怪我のときもすぐに対応できるようになった	会話のニュアンスを感じ取れるようになった	きこえる人とのコミュニケーションにストレスや不安を感じなくなった	自分の思ったことをはっきり主張できるようになった	自立した生活を送れるようになった	家族、友人、知人などの会話が増えた	家族・友人・知人に頼らなくてよくなった	自分が周囲の人から受け入れられていると感じるようになった	時間にゆとりができた	買い物やレジャーに出かけやすくなった	家族関係がよくなった	その他	集計母数	合計
20代以下	67.2%	54.7%	14.6%	30.7%	26.6%	35.9%	2.1%	54.7%	8.9%	12.5%	18.2%	1.0%	3.1%	100.0%	330.2%
30～39歳	65.6%	68.1%	17.7%	29.4%	25.5%	34.8%	3.7%	51.2%	9.1%	19.8%	26.8%	3.1%	3.1%	100.0%	358.0%
40～49歳	62.3%	59.6%	17.8%	28.9%	26.3%	31.9%	4.3%	45.8%	8.2%	17.8%	21.3%	4.2%	3.2%	100.0%	331.3%
50～59歳	55.6%	52.7%	17.1%	27.1%	27.1%	26.4%	4.7%	39.1%	8.3%	13.8%	18.8%	6.1%	5.8%	100.0%	302.6%
60～69歳	51.6%	46.2%	14.2%	28.8%	31.1%	24.5%	5.9%	33.2%	9.4%	9.4%	15.5%	4.6%	5.0%	100.0%	279.4%
70代以上	43.2%	37.6%	12.2%	31.5%	21.1%	25.4%	8.9%	35.7%	9.9%	11.7%	12.2%	5.2%	9.4%	100.0%	263.8%
回答しない	27.6%	27.6%	24.1%	17.2%	20.7%	10.3%	3.4%	13.8%	0.0%	0.0%	6.9%	3.4%	13.8%	100.0%	169.0%

(上の表：実数、下の表：構成比)

個人仕事用アンケートでは、いずれの年齢層でも「急ぎの用事も自分で対応できるようになった」と回答した割合が最も高かったものの、30～39歳で、「同僚など周囲の人に頼らず自分で業務を果たせるようになった」と回答した割合が39.4%と、相対的に高くなっている。30～39歳及び40～49歳では、「コミュニケーション上のミスやトラブルが減った」と回答した割合がそれぞれ33.3%、30.2%と一定程度あった。

図表 1-2-8 年齢別よくなったと感じていること(個人仕事用)



	新しい仕事や責任のある仕事を任せてもらえるようになった	同僚など周囲の人に頼らず自分で業務を果たせるようになった	急ぎの用事も自分で対応できるようになった	自分自身や部署・社内の仕事の効率が上がった	自分自身や部署・社内の業績が上がった	同僚や上司との関係がよかった	取引先など社外の人に評価されるようになった	コミュニケーション上のミスやトラブルが減った	仕事のモチベーションが上がった	仕事にやりがいを感じるようになった	その他	集計母数	合計
20代以下	1	2	5	2	1	1	1	1	1	1	0	6	16
30～39歳	3	13	15	7	1	2	1	11	7	8	4	33	72
40～49歳	10	18	32	11	3	3	5	16	11	14	8	53	131
50～59歳	16	19	41	9	7	9	8	23	12	17	11	81	172
60～69歳	8	7	32	7	2	2	4	10	5	8	4	51	89
70代以上	1	1	10	1	2	0	0	3	0	5	2	15	25
回答しない	2	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	2	4

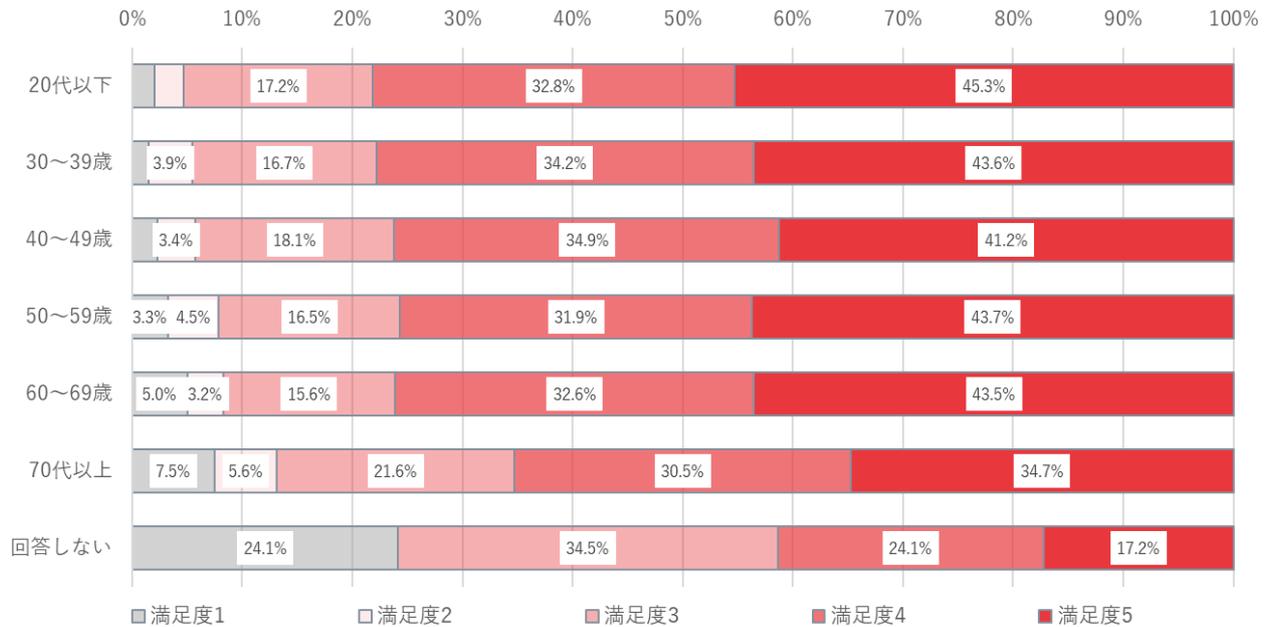
	新しい仕事や責任のある仕事を任せてもらえるようになった	同僚など周囲の人に頼らず自分で業務を果たせるようになった	急ぎの用事も自分で対応できるようになった	自分自身や部署・社内の仕事の効率が上がった	自分自身や部署・社内の業績が上がった	同僚や上司との関係がよかった	取引先など社外の人に評価されるようになった	コミュニケーション上のミスやトラブルが減った	仕事のモチベーションが上がった	仕事にやりがいを感じるようになった	その他	集計母数	合計
20代以下	16.7%	33.3%	83.3%	33.3%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	0.0%	100.0%	266.7%
30～39歳	9.1%	39.4%	45.5%	21.2%	3.0%	6.1%	3.0%	33.3%	21.2%	24.2%	12.1%	100.0%	218.2%
40～49歳	18.9%	34.0%	60.4%	20.8%	5.7%	5.7%	9.4%	30.2%	20.8%	26.4%	15.1%	100.0%	247.2%
50～59歳	19.8%	23.5%	50.6%	11.1%	8.6%	11.1%	9.9%	28.4%	14.8%	21.0%	13.6%	100.0%	212.3%
60～69歳	15.7%	13.7%	62.7%	13.7%	3.9%	3.9%	7.8%	19.6%	9.8%	15.7%	7.8%	100.0%	174.5%
70代以上	6.7%	6.7%	66.7%	6.7%	13.3%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	33.3%	13.3%	100.0%	166.7%
回答しない	100.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	100.0%	200.0%

(上の表：実数、下の表：構成比)

### (5) 年齢別総合的な満足度

個人用アンケートでは、年齢による満足度の違いはあまりみられないが、70代以上でやや満足度が低くなっている。40代以下の層では、満足度1の回答率も低く、若年層で不満が少ない様子が見える。

図表 1-2-9 年齢別総合的な満足度(個人)

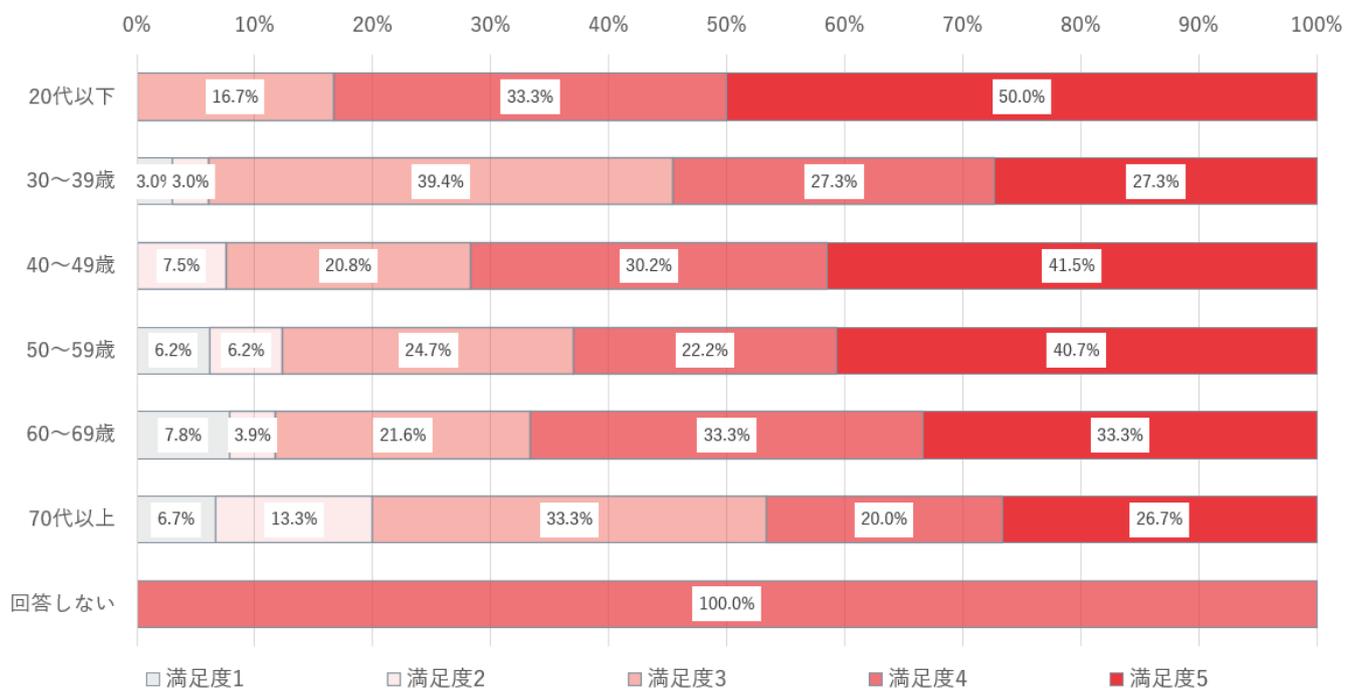


	満足度1	満足度2	満足度3	満足度4	満足度5	合計		満足度1	満足度2	満足度3	満足度4	満足度5	合計
20代以下	4	5	33	63	87	192	20代以下	2.1%	2.6%	17.2%	32.8%	45.3%	100.0%
30~39歳	8	20	86	176	224	514	30~39歳	1.6%	3.9%	16.7%	34.2%	43.6%	100.0%
40~49歳	20	29	155	299	353	856	40~49歳	2.3%	3.4%	18.1%	34.9%	41.2%	100.0%
50~59歳	35	48	175	338	463	1059	50~59歳	3.3%	4.5%	16.5%	31.9%	43.7%	100.0%
60~69歳	34	22	106	221	295	678	60~69歳	5.0%	3.2%	15.6%	32.6%	43.5%	100.0%
70代以上	16	12	46	65	74	213	70代以上	7.5%	5.6%	21.6%	30.5%	34.7%	100.0%
回答しない	7	0	10	7	5	29	回答しない	24.1%	0.0%	34.5%	24.1%	17.2%	100.0%
合計	124	136	611	1169	1501	3541	合計	3.5%	3.8%	17.3%	33.0%	42.4%	100.0%

(左の表：実数、右の表：構成比)

個人仕事用アンケートでは、回答数の少ない20代を除き、40～49歳、50～59歳で、満足度が高くなっている。30～39歳では、満足度3の回答率が39.4%と最も高く、他の層と比較すると、やや満足度が低くなっている。

図表 1-2-10 年齢別総合的な満足度(個人仕事用)



	満足度1	満足度2	満足度3	満足度4	満足度5	合計
20代以下	0	0	1	2	3	6
30～39歳	1	1	13	9	9	33
40～49歳	0	4	11	16	22	53
50～59歳	5	5	20	18	33	81
60～69歳	4	2	11	17	17	51
70代以上	1	2	5	3	4	15
回答しない	0	0	0	2	0	2
合計	11	14	61	67	88	241

	満足度1	満足度2	満足度3	満足度4	満足度5	合計
20代以下	0.0%	0.0%	16.7%	33.3%	50.0%	100.0%
30～39歳	3.0%	3.0%	39.4%	27.3%	27.3%	100.0%
40～49歳	0.0%	7.5%	20.8%	30.2%	41.5%	100.0%
50～59歳	6.2%	6.2%	24.7%	22.2%	40.7%	100.0%
60～69歳	7.8%	3.9%	21.6%	33.3%	33.3%	100.0%
70代以上	6.7%	13.3%	33.3%	20.0%	26.7%	100.0%
回答しない	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
合計	4.6%	5.8%	25.3%	27.8%	36.5%	100.0%

(左の表：実数、右の表：構成比)

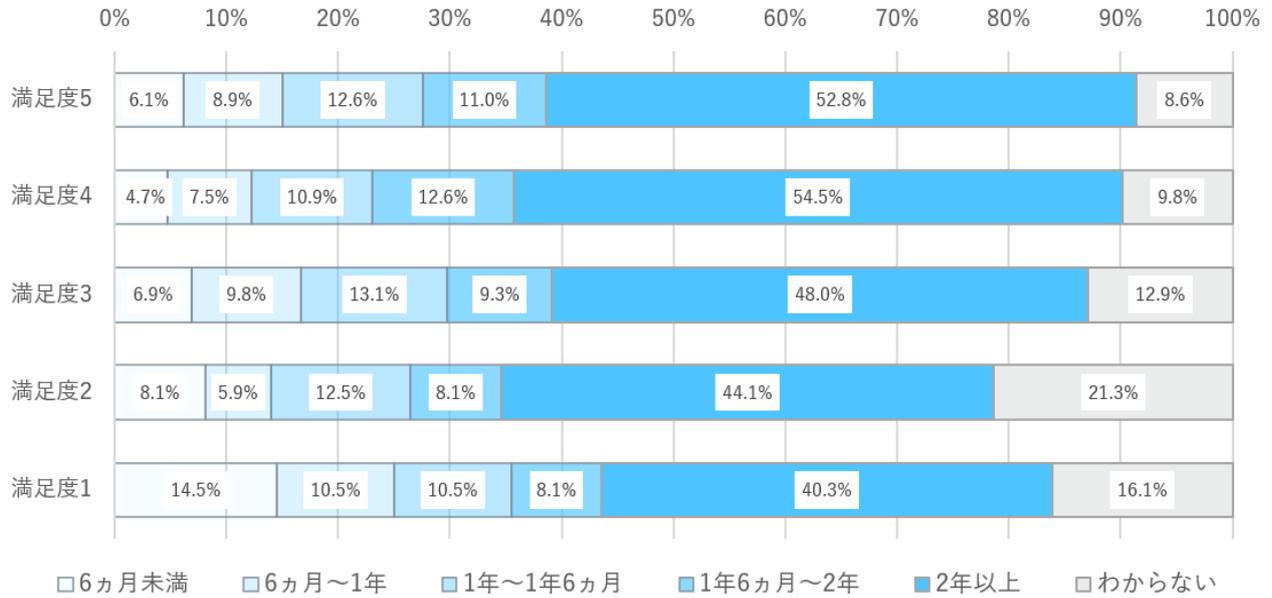
### 1-3. 満足度別クロス集計（個人）

ここでは、電話リレーサービスを利用してよかったことと満足度にどのような関連があるかを考えるため、満足度ごとに、クロス集計を行った。なお、本節以降のクロス集計では、分析に必要なサンプル数を十分に満たしている個人用アンケートを対象とした。

#### （1）満足度別登録期間

いずれの満足度でも、登録期間が「2年以上」の割合が高いが、満足度1の層では、「2年以上」の割合は40.3%とやや低くなっている。また、満足度1の層では、「6ヵ月未満」の割合も相対的に高い。満足度が高い人の方が登録期間が長い傾向となっており、登録期間の長さで満足度には関連があると考えられる。

図表 1-3-1 満足度別登録期間



	6ヵ月未満	6ヵ月～1年	1年～1年6ヵ月	1年6ヵ月～2年	2年以上	わからない	合 計
満足度5	92	133	189	165	793	129	1501
満足度4	55	88	127	147	637	115	1169
満足度3	42	60	80	57	293	79	611
満足度2	11	8	17	11	60	29	136
満足度1	18	13	13	10	50	20	124
合 計	218	302	426	390	1833	372	3541

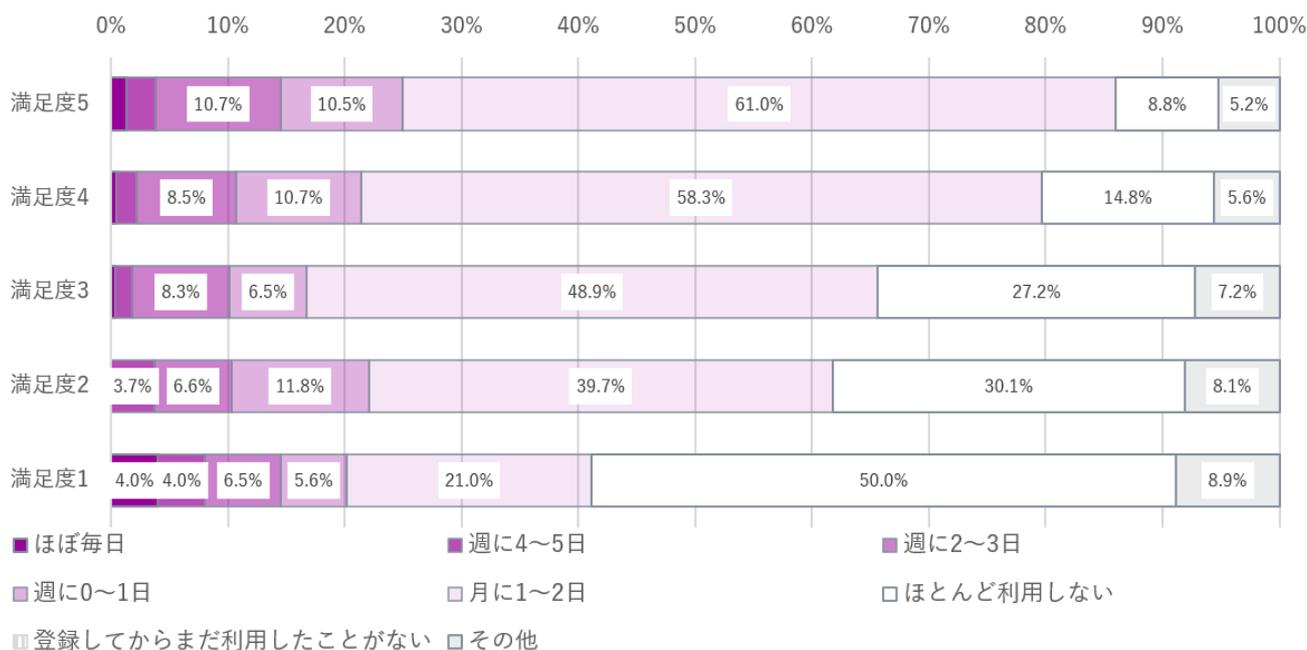
	6ヵ月未満	6ヵ月～1年	1年～1年6ヵ月	1年6ヵ月～2年	2年以上	わからない	合 計
満足度5	6.1%	8.9%	12.6%	11.0%	52.8%	8.6%	100.0%
満足度4	4.7%	7.5%	10.9%	12.6%	54.5%	9.8%	100.0%
満足度3	6.9%	9.8%	13.1%	9.3%	48.0%	12.9%	100.0%
満足度2	8.1%	5.9%	12.5%	8.1%	44.1%	21.3%	100.0%
満足度1	14.5%	10.5%	10.5%	8.1%	40.3%	16.1%	100.0%
合 計	6.2%	8.5%	12.0%	11.0%	51.8%	10.5%	100.0%

(上の表：実数、下の表：構成比)

## (2) 満足度別利用頻度

満足度1の層では、「ほとんど利用しない」と回答した人が半数(50.0%)となっている。満足度が高くなるにつれ、「ほとんど利用しない」と回答した割合が低くなる傾向となっている。満足度5の層では、「月に1~2日」と回答した割合が61.0%と最も高かった。

図表 1-3-2 満足度別利用頻度



	ほぼ毎日	週に4~5日	週に2~3日	週に0~1日	月に1~2日	ほとんど利用しない	登録してからまだ利用したことがない	その他	合計
満足度5	20	37	161	157	916	132	0	78	1501
満足度4	6	20	99	125	681	173	0	65	1169
満足度3	2	9	51	40	299	166	0	44	611
満足度2	0	5	9	16	54	41	0	11	136
満足度1	5	5	8	7	26	62	0	11	124
合計	33	76	328	345	1976	574	0	209	3541

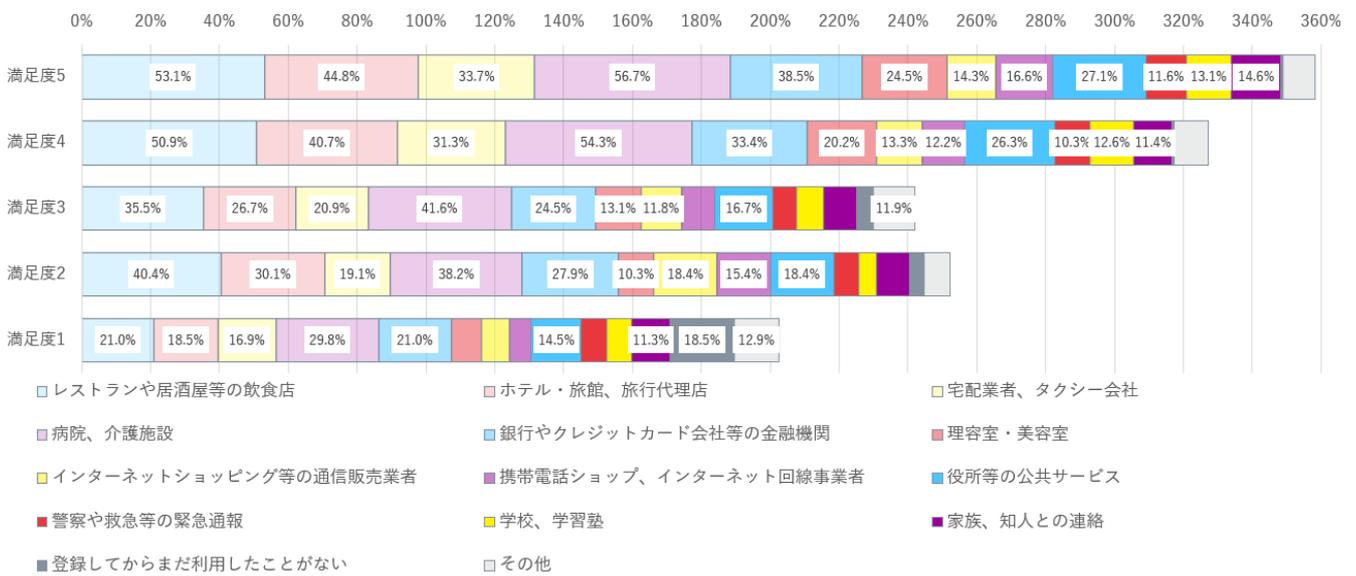
	ほぼ毎日	週に4~5日	週に2~3日	週に0~1日	月に1~2日	ほとんど利用しない	登録してからまだ利用したことがない	その他	合計
満足度5	1.3%	2.5%	10.7%	10.5%	61.0%	8.8%	0.0%	5.2%	100.0%
満足度4	0.5%	1.7%	8.5%	10.7%	58.3%	14.8%	0.0%	5.6%	100.0%
満足度3	0.3%	1.5%	8.3%	6.5%	48.9%	27.2%	0.0%	7.2%	100.0%
満足度2	0.0%	3.7%	6.6%	11.8%	39.7%	30.1%	0.0%	8.1%	100.0%
満足度1	4.0%	4.0%	6.5%	5.6%	21.0%	50.0%	0.0%	8.9%	100.0%
合計	0.9%	2.1%	9.3%	9.7%	55.8%	16.2%	0.0%	5.9%	100.0%

(上の表：実数、下の表：構成比)

### (3) 満足度別よかった場面

満足度5、満足度4の層では各選択肢の回答率が高くなっており、満足度の低い層に比べて、よかった場面が多くあったことがうかがえる。満足度5、4の層では、「病院、介護施設」、「レストランや居酒屋等の飲食店」に加えて、「ホテル・旅館、旅行代理店」（満足度5で44.8%、満足度4で40.7%）の回答率もある程度高くなっている。満足度1を除き、どの満足度であっても、「病院、介護施設」、「レストランや居酒屋等の飲食店」、「ホテル・旅館、旅行代理店」を選んだ回答者が多いが、満足度が高いほど、回答率が増えている。

図表 1-3-3 満足度別よかった場面(個人)



	レストランや居酒屋等の飲食店	ホテル・旅館、旅行代理店	宅配業者、タクシー会社	病院、介護施設	銀行やクレジットカード会社等の金融機関	理容室・美容室	インターネットショッピング等の通信販売業者	携帯電話ショップ、インターネット回線事業者	役所等の公共サービス	警察や救急等の緊急通報	学校、学習塾	家族、知人との連絡	登録してからまだ利用したことがない	その他	集計母数	合計
満足度5	797	672	506	851	578	367	214	249	407	174	196	219	6	144	1501	5380
満足度4	595	476	366	635	391	236	155	143	307	120	147	133	5	115	1169	3824
満足度3	217	163	128	254	150	80	72	60	102	43	47	60	29	73	611	1478
満足度2	55	41	26	52	38	14	25	21	25	10	7	13	6	10	136	343
満足度1	26	23	21	37	26	11	10	8	18	9	9	14	23	16	124	251

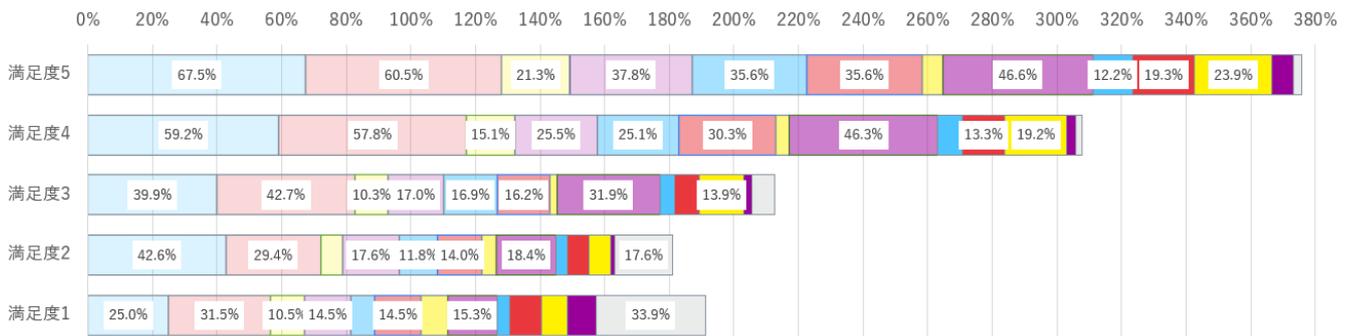
	レストランや居酒屋等の飲食店	ホテル・旅館、旅行代理店	宅配業者、タクシー会社	病院、介護施設	銀行やクレジットカード会社等の金融機関	理容室・美容室	インターネットショッピング等の通信販売業者	携帯電話ショップ、インターネット回線事業者	役所等の公共サービス	警察や救急等の緊急通報	学校、学習塾	家族、知人との連絡	登録してからまだ利用したことがない	その他	集計母数	合計
満足度5	53.1%	44.8%	33.7%	56.7%	38.5%	24.5%	14.3%	16.6%	27.1%	11.6%	13.1%	14.6%	0.4%	9.6%	100.0%	358.4%
満足度4	50.9%	40.7%	31.3%	54.3%	33.4%	20.2%	13.3%	12.2%	26.3%	10.3%	12.6%	11.4%	0.4%	9.8%	100.0%	327.1%
満足度3	35.5%	26.7%	20.9%	41.6%	24.5%	13.1%	11.8%	9.8%	16.7%	7.0%	7.7%	9.8%	4.7%	11.9%	100.0%	241.9%
満足度2	40.4%	30.1%	19.1%	38.2%	27.9%	10.3%	18.4%	15.4%	18.4%	7.4%	5.1%	9.6%	4.4%	7.4%	100.0%	252.2%
満足度1	21.0%	18.5%	16.9%	29.8%	21.0%	8.9%	8.1%	6.5%	14.5%	7.3%	7.3%	11.3%	18.5%	12.9%	100.0%	202.4%

(上の表：実数、下の表：構成比)

#### (4) 満足度別よくなったと感じていること

満足度5の層では各選択肢の回答率が高くなっており、他の層と比較して、よくなったと感じることが多かったと示唆される。満足度5の層では、「生活上の手続きや契約を円滑に進められるようになった」と回答した割合は67.5%に達しており、「急ぎの用事や急な病気・怪我のときもすぐに対応できるようになった」の回答率も60.5%となっている。満足度5、4の層では、上記に加え、「家族・友人・知人に頼らなくてよくなった」と回答した割合もそれぞれ46.6%、46.3%あった。

図表 1-3-4 満足度別よくなったと感じていること(個人)



- 生活上の手続きや契約を円滑に進められるようになった
- 急ぎの用事や急な病気・怪我のときもすぐに対応できるようになった
- 会話のニュアンスを感じ取れるようになった
- きこえる人とのコミュニケーションにストレスや不安を感じなくなった
- 自分の思ったことをはっきり主張できるようになった
- 自立した生活を送れるようになった
- 家族、友人、知人などの会話が増えた
- 家族・友人・知人に頼らなくてよくなった
- 自分が周囲の人から受け入れられていると感じるようになった
- 時間にゆとりができた
- 買い物やレジャーに出かけやすくなった
- 家族関係がよくなった
- その他

	生活上の手続きや契約を円滑に進められるようになった	急ぎの用事や急な病気・怪我のときもすぐに対応できるようになった	会話のニュアンスを感じ取れるようになった	きこえる人とのコミュニケーションにストレスや不安を感じなくなった	自分の思ったことをはっきり主張できるようになった	自立した生活を送れるようになった	家族、友人、知人などの会話が増えた	家族・友人・知人に頼らなくてよくなった	自分が周囲の人から受け入れられていると感じるようになった	時間にゆとりができた	買い物やレジャーに出かけやすくなった	家族関係がよくなった	その他	集計母数	合計
満足度5	1013	908	319	567	534	534	96	699	183	290	359	102	37	1501	5641
満足度4	692	676	177	298	294	354	45	541	86	156	224	32	22	1169	3597
満足度3	244	261	63	104	103	99	13	195	28	46	85	15	43	611	1299
満足度2	58	40	9	24	16	19	6	25	5	9	9	2	24	136	246
満足度1	31	39	13	18	9	18	10	19	5	12	10	11	42	124	237

	生活上の手続きや契約を円滑に進められるようになった	急ぎの用事や急な病気・怪我のときもすぐに対応できるようになった	会話のニュアンスを感じ取れるようになった	きこえる人とのコミュニケーションにストレスや不安を感じなくなった	自分の思ったことをはっきり主張できるようになった	自立した生活を送れるようになった	家族、友人、知人などの会話が増えた	家族・友人・知人に頼らなくてよくなった	自分が周囲の人から受け入れられていると感じるようになった	時間にゆとりができた	買い物やレジャーに出かけやすくなった	家族関係がよくなった	その他	集計母数	合計
満足度5	67.5%	60.5%	21.3%	37.8%	35.6%	35.6%	6.4%	46.6%	12.2%	19.3%	23.9%	6.8%	2.5%	100.0%	375.8%
満足度4	59.2%	57.8%	15.1%	25.5%	25.1%	30.3%	3.8%	46.3%	7.4%	13.3%	19.2%	2.7%	1.9%	100.0%	307.7%
満足度3	39.9%	42.7%	10.3%	17.0%	16.9%	16.2%	2.1%	31.9%	4.6%	7.5%	13.9%	2.5%	7.0%	100.0%	212.6%
満足度2	42.6%	29.4%	6.6%	11.8%	14.0%	14.0%	4.4%	18.4%	3.7%	6.6%	6.6%	1.5%	17.6%	100.0%	180.9%
満足度1	25.0%	31.5%	10.5%	14.5%	7.3%	14.5%	8.1%	15.3%	4.0%	9.7%	8.1%	8.9%	33.9%	100.0%	191.1%

(上の表：実数、下の表：構成比)

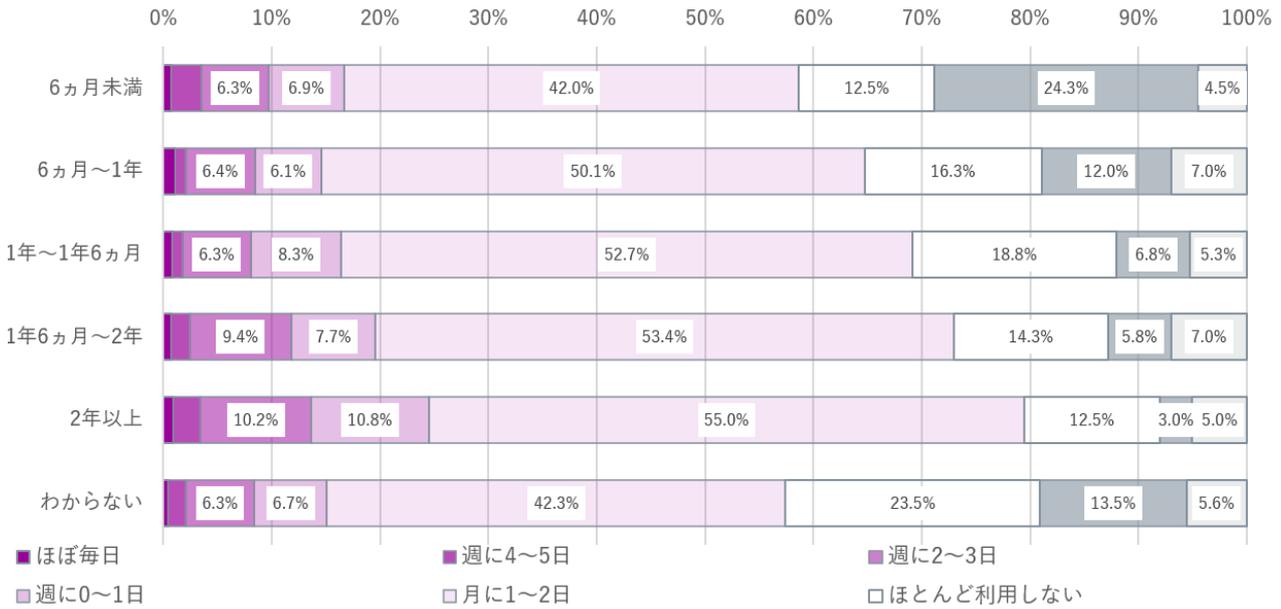
## 1-4. 登録期間別クロス集計（個人）

本節では、電話リレーサービスへ登録した長さを利用してよかったことにどのような関連があるのかを知るため、登録期間の長さごとによかった場面、よくなったと感じたことのクロス集計を行った。

### （1）登録期間別の利用頻度

登録期間と利用頻度の関係についてみたものを図表 1-4-1 に示した。登録期間が「6 ヶ月未満」では「登録してからまだ利用したことがない」と回答した割合が 24.3%、「6 ヶ月～1 年」では 12.0%となっており、登録期間が短い場合に未利用の割合が高くなっている。全体的に、それほど明確ではないものの、登録期間が長い方が、利用頻度がやや高くなる傾向となっている。

図表 1-4-1 登録期間別利用頻度



	ほぼ毎日	週に4～5日	週に2～3日	週に0～1日	月に1～2日	ほとんど利用しない	登録してからまだ利用したことがない	その他	合計
6ヶ月未満	2	8	18	20	121	36	70	13	288
6ヶ月～1年	4	3	22	21	172	56	41	24	343
1年～1年6ヶ月	4	4	29	38	241	86	31	24	457
1年6ヶ月～2年	3	7	39	32	221	59	24	29	414
2年以上	18	47	193	205	1039	236	57	95	1890
わからない	2	7	27	29	182	101	58	24	430
合計	33	76	328	345	1976	574	281	209	3822

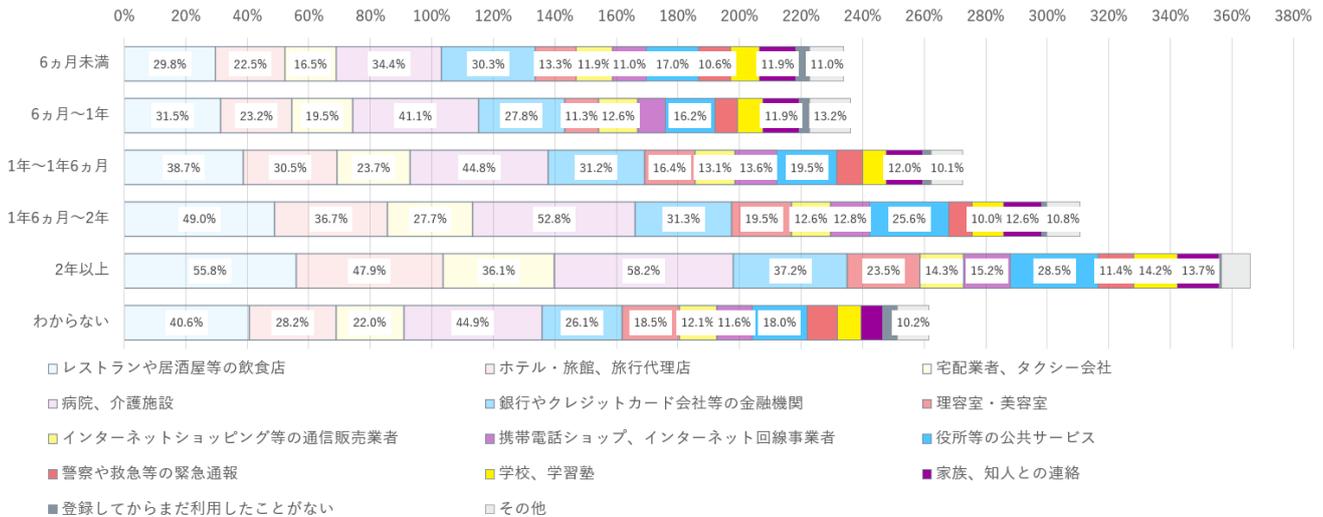
	ほぼ毎日	週に4～5日	週に2～3日	週に0～1日	月に1～2日	ほとんど利用しない	登録してからまだ利用したことがない	その他	合計
6ヶ月未満	0.7%	2.8%	6.3%	6.9%	42.0%	12.5%	24.3%	4.5%	100.0%
6ヶ月～1年	1.2%	0.9%	6.4%	6.1%	50.1%	16.3%	12.0%	7.0%	100.0%
1年～1年6ヶ月	0.9%	0.9%	6.3%	8.3%	52.7%	18.8%	6.8%	5.3%	100.0%
1年6ヶ月～2年	0.7%	1.7%	9.4%	7.7%	53.4%	14.3%	5.8%	7.0%	100.0%
2年以上	1.0%	2.5%	10.2%	10.8%	55.0%	12.5%	3.0%	5.0%	100.0%
わからない	0.5%	1.6%	6.3%	6.7%	42.3%	23.5%	13.5%	5.6%	100.0%
合計	0.9%	2.0%	8.6%	9.0%	51.7%	15.0%	7.4%	5.5%	100.0%

(上の表：実数、下の表：構成比)

## (2) 登録期間別よかった場面

登録期間が「2年以上」で、各選択肢の回答率が高くなっており、登録期間が長くなるにつれ、よかった場面が多くなる傾向がみられる。登録期間が「2年以上」の場合、「病院、介護施設」の回答率は58.2%、「レストランや居酒屋等の飲食店」は55.8%となっており、半数(50.0%)以上がよかった場面として挙げている。

図表 1-4-2 登録期間別よかった場面



	レストランや居酒屋等の飲食店	ホテル・旅館、旅行代理店	宅配業者、タクシー会社	病院、介護施設	銀行やクレジットカード会社等の金融機関	理容室・美容室	インターネットショッピング等の通信販売業者	携帯電話ショップ、インターネット回線事業者	役所等の公共サービス	警察や救急等の緊急通報	学校、学習塾	家族、知人との連絡	登録してからまだ利用したことがない	その他	集計母数	合計
6ヶ月未満	65	49	36	75	66	29	26	24	37	23	20	26	10	24	218	510
6ヶ月～1年	95	70	59	124	84	34	38	27	49	22	25	36	10	40	302	713
1年～1年6ヶ月	165	130	101	191	133	70	56	58	83	36	32	51	12	43	426	1161
1年6ヶ月～2年	191	143	108	206	122	76	49	50	100	30	39	49	6	42	390	1211
2年以上	1023	878	661	1066	681	430	262	279	523	209	261	251	13	171	1833	6708
わからない	151	105	82	167	97	69	45	43	67	36	29	26	18	38	372	973

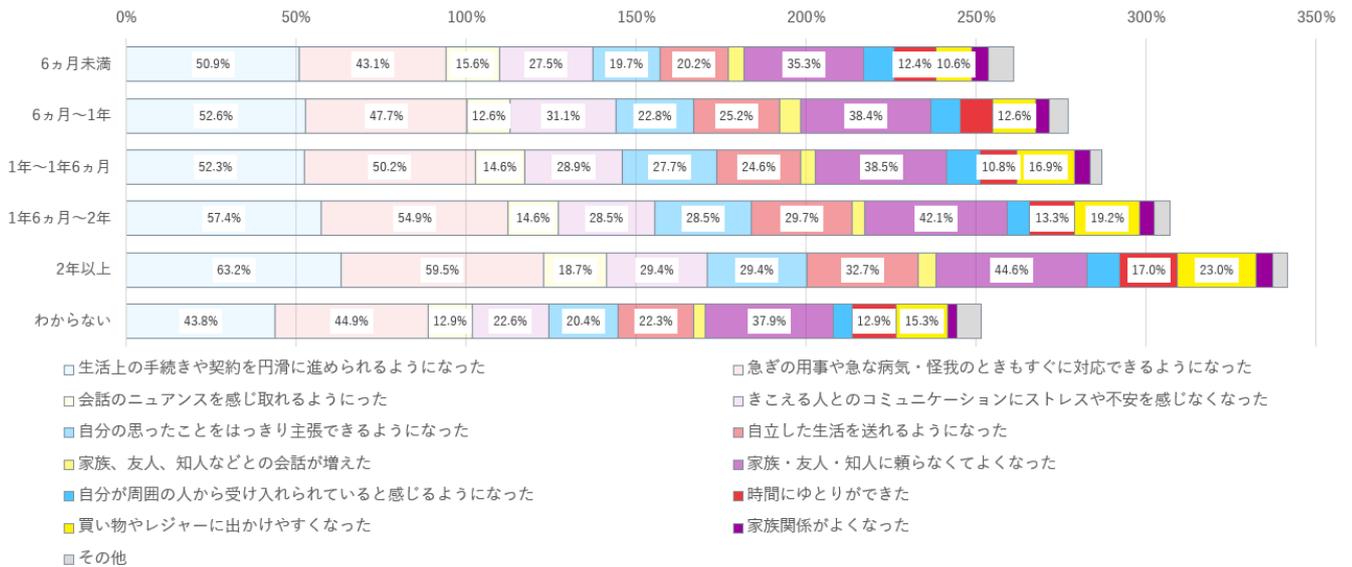
	レストランや居酒屋等の飲食店	ホテル・旅館、旅行代理店	宅配業者、タクシー会社	病院、介護施設	銀行やクレジットカード会社等の金融機関	理容室・美容室	インターネットショッピング等の通信販売業者	携帯電話ショップ、インターネット回線事業者	役所等の公共サービス	警察や救急等の緊急通報	学校、学習塾	家族、知人との連絡	登録してからまだ利用したことがない	その他	集計母数	合計
6ヶ月未満	29.8%	22.5%	16.5%	34.4%	30.3%	13.3%	11.9%	11.0%	17.0%	10.6%	9.2%	11.9%	4.6%	11.0%	100.0%	233.9%
6ヶ月～1年	31.5%	23.2%	19.5%	41.1%	27.8%	11.3%	12.6%	8.9%	16.2%	7.3%	8.3%	11.9%	3.3%	13.2%	100.0%	236.1%
1年～1年6ヶ月	38.7%	30.5%	23.7%	44.8%	31.2%	16.4%	13.1%	13.6%	19.5%	8.5%	7.5%	12.0%	2.8%	10.1%	100.0%	272.5%
1年6ヶ月～2年	49.0%	36.7%	27.7%	52.8%	31.3%	19.5%	12.6%	12.8%	25.6%	7.7%	10.0%	12.6%	1.5%	10.8%	100.0%	310.5%
2年以上	55.8%	47.9%	36.1%	58.2%	37.2%	23.5%	14.3%	15.2%	28.5%	11.4%	14.2%	13.7%	0.7%	9.3%	100.0%	366.0%
わからない	40.6%	28.2%	22.0%	44.9%	26.1%	18.5%	12.1%	11.6%	18.0%	9.7%	7.8%	7.0%	4.8%	10.2%	100.0%	261.6%

(上の表：実数、下の表：構成比)

### (3) 登録期間別よくなったと感じていること

全体的に、登録期間が長くなるにつれ、よくなったと感じることが多くなる傾向がみられる。登録期間が2年以上の場合には、「生活上の手続きや契約を円滑に進められるようになった」と回答した割合は63.2%、「急ぎの用事や急な病気・怪我のときもすぐに対応できるようになった」の回答率が59.5%で、半数(50.0%)を超えている。

図表 1-4-3 登録期間別よくなったと感じていること



	生活上の 手続きや契約を 円滑に進めら れるように なった	急ぎの用事 や急な病気・ 怪我のときも すぐに対応で きるように なった	会話のニュ アンスを感じ 取れるように なった	きこえる人 とのコミュニ ケーションに ストレスや不 安を感じなく なった	自分の思っ たことをはっきり 主張できるよ うになった	自立した生活 を送れるよう になった	家族、友人、 知人などの 会話が増えた	家族・友人・ 知人に頼らな くてよくなった	自分が周囲 の人から受け 入れられてい ると感じるよ うになった	時間にゆとり ができた	買い物やレ ジャーに出か けやすくな った	家族関係がよ くなった	その他	集計母数	合計
6ヶ月未満	111	94	34	60	43	44	10	77	19	27	23	11	16	218	569
6ヶ月～1年	159	144	38	94	69	76	19	116	26	29	38	12	17	302	837
1年～1年6ヶ月	223	214	62	123	118	105	19	164	42	46	72	20	15	426	1223
1年6ヶ月～2年	224	214	57	111	111	116	14	164	25	52	75	16	18	390	1197
2年以上	1158	1091	342	539	539	600	96	817	175	311	422	93	76	1833	6259
わからない	163	167	48	84	76	83	12	141	20	48	57	10	26	372	935

	生活上の 手続きや契約を 円滑に進めら れるように なった	急ぎの用事 や急な病気・ 怪我のときも すぐに対応で きるように なった	会話のニュ アンスを感じ 取れるように なった	きこえる人 とのコミュニ ケーションに ストレスや不 安を感じなく なった	自分の思っ たことをはっきり 主張できるよ うになった	自立した生活 を送れるよう になった	家族、友人、 知人などの 会話が増えた	家族・友人・ 知人に頼らな くてよくなった	自分が周囲 の人から受け 入れられてい ると感じるよ うになった	時間にゆとり ができた	買い物やレ ジャーに出か けやすくな った	家族関係がよ くなった	その他	集計母数	合計
6ヶ月未満	50.9%	43.1%	15.6%	27.5%	19.7%	20.2%	4.6%	35.3%	8.7%	12.4%	10.6%	5.0%	7.3%	100.0%	261.0%
6ヶ月～1年	52.6%	47.7%	12.6%	31.1%	22.8%	25.2%	6.3%	38.4%	8.6%	9.6%	12.6%	4.0%	5.6%	100.0%	277.2%
1年～1年6ヶ月	52.3%	50.2%	14.6%	28.9%	27.7%	24.6%	4.5%	38.5%	9.9%	10.8%	16.9%	4.7%	3.5%	100.0%	287.1%
1年6ヶ月～2年	57.4%	54.9%	14.6%	28.5%	28.5%	29.7%	3.6%	42.1%	6.4%	13.3%	19.2%	4.1%	4.6%	100.0%	306.9%
2年以上	63.2%	59.5%	18.7%	29.4%	29.4%	32.7%	5.2%	44.6%	9.5%	17.0%	23.0%	5.1%	4.1%	100.0%	341.5%
わからない	43.8%	44.9%	12.9%	22.6%	20.4%	22.3%	3.2%	37.9%	5.4%	12.9%	15.3%	2.7%	7.0%	100.0%	251.3%

(上の表：実数、下の表：構成比)

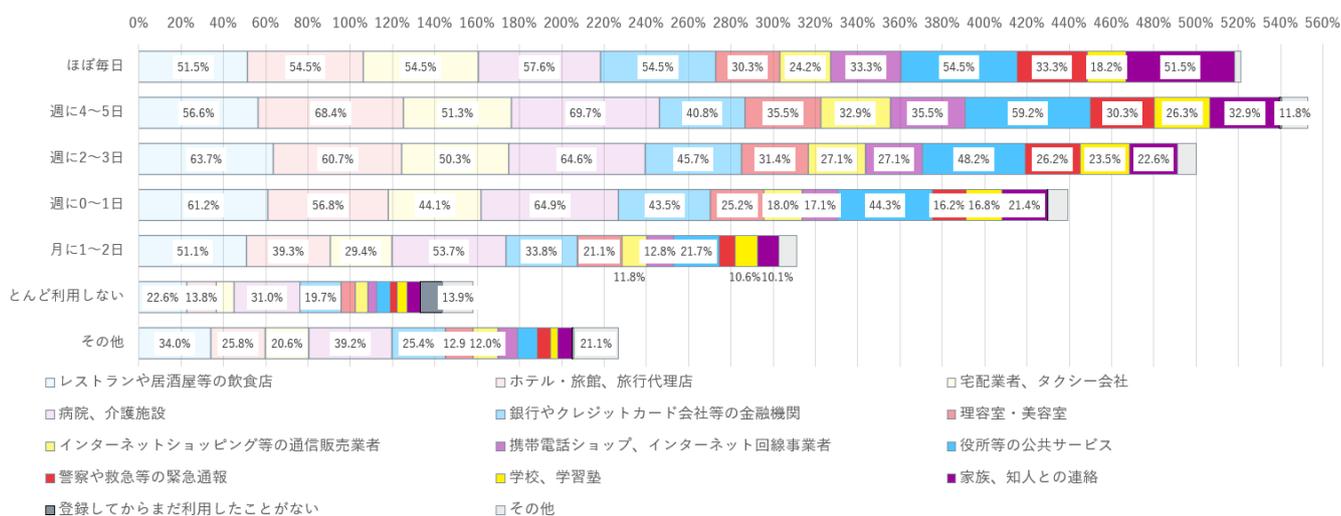
# 1-5. 利用頻度別クロス集計（個人）

本節では、直近3ヵ月のサービス利用頻度と利用してよかったことにどのような関連があるのかを知るため、利用頻度ごとによかった場面、よくなったと感じたことのクロス集計を行った。

## (1) 利用頻度別よかった場面

利用頻度が「ほぼ毎日」と回答した人が少ないため、留意が必要であるが、「ほぼ毎日」、「週に4~5日」の層でよかった場面の回答率が高くなっている。利用頻度が低くなるにつれ、よかった場面の回答率が低くなっている。「週に4~5日」の層では、「ホテル・旅館、旅行代理店」、「病院、介護施設」に次いで、「役所等の公共サービス」の回答率が高くなっている。「ほぼ毎日」の層では、他の層に比べて、「家族、知人との連絡」の回答率がやや高くなっている。

図表 1-5-1 利用頻度別よかった場面



	レストランや居酒屋等の飲食店	ホテル・旅館、旅行代理店	宅配業者、タクシー会社	病院、介護施設	銀行やクレジットカード会社等の金融機関	理容室美容室	インターネットショッピング等の通信販売業者	携帯電話ショップ、インターネット回線事業者	役所等の公共サービス	警察や救急等の緊急通報	学校、学習塾	家族、知人との連絡	登録してからまだ利用したことがない	その他	集計数	合計
ほぼ毎日	17	18	18	19	18	10	8	11	18	11	6	17	0	1	33	172
週に4~5日	43	52	39	53	31	27	25	27	45	23	20	25	1	9	76	420
週に2~3日	209	199	165	212	150	103	89	89	158	86	77	74	0	29	328	1640
週に0~1日	211	196	152	224	150	87	62	59	153	56	58	74	2	32	345	1516
月に1~2日	1009	777	580	1061	668	416	233	252	429	148	210	199	3	163	1976	6148
ほとんど利用しない	130	79	50	178	113	38	34	24	36	19	28	36	61	80	574	906
その他	71	54	43	82	53	27	25	19	20	13	7	14	2	44	209	474

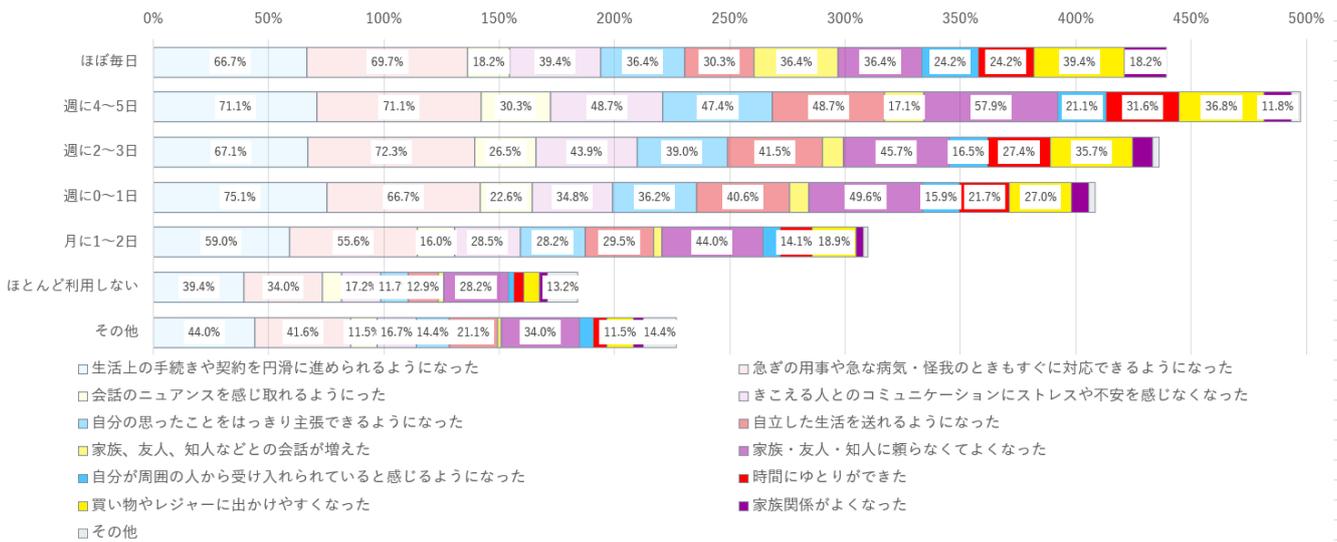
	レストランや居酒屋等の飲食店	ホテル・旅館、旅行代理店	宅配業者、タクシー会社	病院、介護施設	銀行やクレジットカード会社等の金融機関	理容室美容室	インターネットショッピング等の通信販売業者	携帯電話ショップ、インターネット回線事業者	役所等の公共サービス	警察や救急等の緊急通報	学校、学習塾	家族、知人との連絡	登録してからまだ利用したことがない	その他	集計数	合計
ほぼ毎日	51.5%	54.5%	54.5%	57.6%	54.5%	30.3%	24.2%	33.3%	54.5%	33.3%	18.2%	51.5%	0.0%	3.0%	100.0%	521.2%
週に4~5日	56.6%	68.4%	51.3%	69.7%	40.8%	35.5%	32.9%	35.5%	59.2%	30.3%	26.3%	32.9%	1.3%	11.8%	100.0%	552.6%
週に2~3日	63.7%	60.7%	50.3%	64.6%	45.7%	31.4%	27.1%	27.1%	48.2%	26.2%	23.5%	22.6%	0.0%	8.8%	100.0%	500.0%
週に0~1日	61.2%	56.8%	44.1%	64.9%	43.5%	25.2%	18.0%	17.1%	44.3%	16.2%	16.8%	21.4%	0.6%	9.3%	100.0%	439.4%
月に1~2日	51.1%	39.3%	29.4%	53.7%	33.8%	21.1%	11.8%	12.8%	21.7%	7.5%	10.6%	10.1%	0.2%	8.2%	100.0%	311.1%
ほとんど利用しない	22.6%	13.8%	8.7%	31.0%	19.7%	6.6%	5.9%	4.2%	6.3%	3.3%	4.9%	6.3%	10.6%	13.9%	100.0%	157.8%
その他	34.0%	25.8%	20.6%	39.2%	25.4%	12.9%	12.0%	9.1%	9.6%	6.2%	3.3%	6.7%	1.0%	21.1%	100.0%	226.8%

(上の表：実数、下の表：構成比)

## (2) 利用頻度別よくなったと感じていること

利用頻度が「ほぼ毎日」と回答した人が少ないため留意が必要であるが、よくなったと感じていることについては、「週に4~5日」の層で、回答率が高くなっている。「週に4~5日」、「週に2~3日」の層では、「急ぎの用事や急な病気・怪我のときもすぐに対応できるようになった」と回答した割合がそれぞれ71.1%、72.3%と高くなっている。

図表 1-5-2 利用頻度別よくなったと感じていること



	生活上の手続きや契約を円滑に進められるようになった	急ぎの用事や急な病気・怪我のときもすぐに対応できるようになった	会話のニュアンスを感じ取れるようになった	きこえる人とのコミュニケーションにストレスや不安を感じなくなった	自分の思ったことをはっきり主張できるようになった	自立した生活を送れるようになった	家族、友人、知人などとの会話が増えた	家族・友人・知人に頼らなくてよかった	自分が周囲の人から受け入れられていると感じるようになった	時間がゆとりができた	買い物やレジャーに出かけやすくなった	家族関係がよかった	その他	集計母数	合計
ほぼ毎日	22	23	6	13	12	10	12	12	8	8	13	6	0	33	145
週に4~5日	54	54	23	37	36	37	13	44	16	24	28	9	3	76	378
週に2~3日	220	237	87	144	128	136	30	150	54	90	117	29	8	328	1430
週に0~1日	259	230	78	120	125	140	28	171	55	75	93	26	9	345	1409
月に1~2日	1165	1098	316	563	558	583	70	869	148	278	373	64	42	1976	6127
ほとんど利用しない	226	195	47	99	67	74	14	162	13	26	39	19	76	574	1057
その他	92	87	24	35	30	44	3	71	13	12	24	9	30	209	474

	生活上の手続きや契約を円滑に進められるようになった	急ぎの用事や急な病気・怪我のときもすぐに対応できるようになった	会話のニュアンスを感じ取れるようになった	きこえる人とのコミュニケーションにストレスや不安を感じなくなった	自分の思ったことをはっきり主張できるようになった	自立した生活を送れるようになった	家族、友人、知人などとの会話が増えた	家族・友人・知人に頼らなくてよかった	自分が周囲の人から受け入れられていると感じるようになった	時間がゆとりができた	買い物やレジャーに出かけやすくなった	家族関係がよかった	その他	集計母数	合計
ほぼ毎日	66.7%	69.7%	18.2%	39.4%	36.4%	30.3%	36.4%	36.4%	24.2%	24.2%	39.4%	18.2%	0.0%	100.0%	439.4%
週に4~5日	71.1%	71.1%	30.3%	48.7%	47.4%	48.7%	17.1%	57.9%	21.1%	31.6%	36.8%	11.8%	3.9%	100.0%	497.4%
週に2~3日	67.1%	72.3%	26.5%	43.9%	39.0%	41.5%	9.1%	45.7%	16.5%	27.4%	35.7%	8.8%	2.4%	100.0%	436.0%
週に0~1日	75.1%	66.7%	22.6%	34.8%	36.2%	40.6%	8.1%	49.6%	15.9%	21.7%	27.0%	7.5%	2.6%	100.0%	408.4%
月に1~2日	59.0%	55.6%	16.0%	28.5%	28.2%	29.5%	3.5%	44.0%	7.5%	14.1%	18.9%	3.2%	2.1%	100.0%	310.1%
ほとんど利用しない	39.4%	34.0%	8.2%	17.2%	11.7%	12.9%	2.4%	28.2%	2.3%	4.5%	6.8%	3.3%	13.2%	100.0%	184.1%
その他	44.0%	41.6%	11.5%	16.7%	14.4%	21.1%	1.4%	34.0%	6.2%	5.7%	11.5%	4.3%	14.4%	100.0%	226.8%

(上の表：実数、下の表：構成比)

## 2. 自由記述回答内容の分析

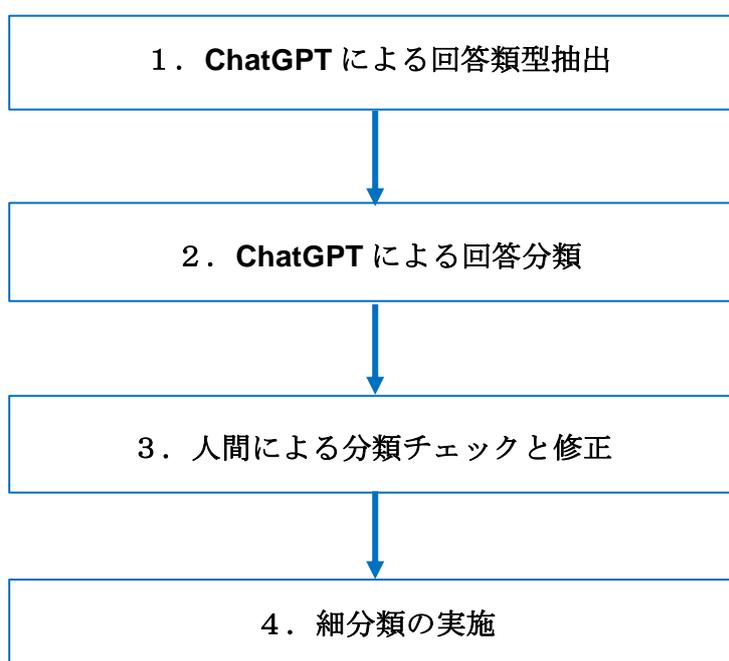
### 2-1 ChatGPT を用いた回答傾向の分析

#### (1) 分析の概要

各アンケートの自由記述設問について、ChatGPT に全サンプルの回答文を読み込ませ、回答内容の類型抽出などを ChatGPT に指示して、回答内容の代表的な類型（記述テーマ）の抽出と各回答の分類、回答傾向の把握を行った。この分析にあたっては入力データを AI の学習に用いない設定で行った。

なお、本分析では ChatGPT による類型抽出や回答分類の後、担当者がそれらの結果をチェックし、体系的でない類型設定や不正確な分類がなされていた場合は個別に修正した。また、ChatGPT がどの類型にも分類しなかった回答のうち、明らかにある類型に該当すると判断できる回答については追加分類を行った。

図表 2-2-1 回答傾向分析の手順



## (2) よかったことのうち最も印象的な出来事（問2）の回答傾向

アンケートの問2は「電話リレーサービスを使ってよかったことのうち、最も印象的な出来事を教えてください」という設問である。以下、各アンケートでの問2の回答類型と回答傾向の分析結果を示す。

### ① 個人アンケートの回答傾向

個人アンケートの問2の回答内容の主な類型を示すよう ChatGPT に指示したところ、通話相手先（医療機関、金融機関、飲食店など）を示す類型と、通話目的（予約、問い合わせ、手続きなど）を示す類型が抽出された。そこで、ChatGPT が提示した回答類型を踏まえつつ、「通話相手先」と「通話目的」を掛け合わせた「利用場面」の類型を設定して、ChatGPT に各回答の利用場面への分類を指示した。分類された回答の割合（該当率）が多かった通話相手先と通話目的を図表 2-2-2 に示す。なお、「通話相手先」と「通話目的」の両方が含まれていた回答文を分類の対象にしており、ChatGPT による自動分類だけでなく、担当者が追加分類したものも含めて該当率を算出している。また、1つの回答文に複数の利用場面に関する記述が含まれている場合は重複分類を認めた（以降の分析表も同様）。

図表 2-2-2 個人アンケート問2の回答類型と分類結果

通話相手先	通話目的	該当率
医療・健康関係(病院、クリニックなど)	予約、連絡・問い合わせ、相談・交渉、手続き、緊急通報、受電	35.8%
金融機関(銀行、クレジットカード会社、保険会社など)	連絡・問い合わせ、相談・交渉、手続き	16.5%
旅行関係(ホテル、旅館、旅行代理店など)	予約、連絡・問い合わせ、相談・交渉、手続き、緊急連絡	14.4%
飲食店(レストラン、居酒屋など)	予約、連絡・問い合わせ、相談・交渉、手続き、折り返し連絡	9.0%
役所・公共サービス	予約、連絡・問い合わせ、手続き、緊急通報	9.0%
宅配業者、タクシー会社	予約、連絡・問い合わせ、相談・交渉、手続き、受電	7.2%
教育関係(学校、学習塾など)	予約、連絡・問い合わせ、相談・交渉、緊急連絡、折り返し連絡	5.3%
理容室・美容室	予約、相談・交渉、手続き、折り返し連絡	2.7%

問2の回答では様々な通話相手先について言及されているが、特に医療・健康関係（病院、クリニックなど）の言及が多く、医療機関とのやりとりでの電話リレーサービスの利用効果が利用者に強い印象を残したことがうかがえる。次いで金融機関（銀行、クレジットカード会社、保険会社など）、旅行関係（ホテル、旅館、旅行代理店など）についての言及が多かった。

各通話相手先別に通話目的の該当率を比較すると、医療・健康関係（病院、クリニックなど）や旅行関係（ホテル、旅館、旅行代理店など）、飲食店（レストラン、居酒屋など）、理容室・美容室では「予約」が多いのに対し、金融機関（銀行、クレジットカード会社、保険会社など）では「手続き」、教育関係（学校、学習塾など）では「連絡・問い合わせ」が多くなっており、通話相手先によって回答された通話目的（利用場面）の分布には明確な違いがみられた。以下、図表2-2-2に示した回答類型に沿って、問2の回答内容にみられる傾向と代表的・特徴的な回答の例を通話相手先別に整理して示す。

a) 医療・健康関係（病院、クリニックなど）

最も該当率の高かった通話相手先である医療・健康関係（病院、クリニックなど）について、通話目的別の回答分類結果を図表2-2-3に示す。

図表 2-2-3 個人アンケート問2の回答分類結果(医療・健康関係)

回答類型 (通話目的)	代表的な内容	該当率
予約	電話でしか予約が取れない医院の予約が取れた、FAXより楽に予約が取れた、など	31.1%
連絡・問い合わせ	薬の在庫がすぐにわかる、コロナ感染時に病院とやりとりできた、出産時の産科への連絡ができた、など	26.8%
緊急通報	落ち着いて救急車を呼ぶことができた、など	15.3%
相談・交渉	子どもの発熱時に医者に相談できた、入院の相談や調整が円滑にできた、など	11.5%
手続き	診療予約の急な変更やキャンセルができた、引越し時の病院変更が円滑にできた、など	10.2%
受電	家族の入院先からの電話連絡に応答することができた、など	5.1%

図表2-2-3にあるとおり、医療・健康関係（病院、クリニックなど）では「予約」や「連絡・問い合わせ」についての回答が多かった。内容としては、自力で効率的に病院などの予約を取れるようになったこと（予約）、病院や薬局に自力で問い合わせや連絡ができるようになったこと（連絡・問い合わせ）が印象的な出来事として多く回答された。また、特徴的な回答としては、新型

コロナにり患した際に保健所やクリニックとのやりとりが円滑にできたこと（連絡・問い合わせ）、体調が悪化した際などに自力で救急車を呼ぶことができ安心したこと（緊急通報）、診療時間外に体調が悪化した際に病院を探して受診できたこと（相談・交渉）、家族の入院や手術の際に病院からの電話連絡を自分で受けられたこと（受電）などが印象的な出来事として挙げられた。以下に、各回答類型（通話目的）に該当する代表的・特徴的な回答の例を示す。

#### <予約>

- ・ 病院の予約時が一番助かっており、会社の昼休みにすぐに予約できてとてもありがたいと思った。
- ・ コロナにかかった時、電話でしか外来の予約が取れなかったためとても助かった。
- ・ マッサージの予約をした時、電話の相手方にこれは間違いがなくていいですねと言っていた。
- ・ 病院の問い合わせや予約の時、FAX やメールだと手間も時間がかかるが、電話リレーサービスのおかげで一気に短縮し楽になったので助かった。

#### <連絡・問い合わせ>

- ・ 薬の在庫があるかどうかを知るために今までは直接調剤薬局へ行って確認していたが、今は電話リレーサービスを使えば直接行かなくてもすぐにわかるので楽になった。
- ・ コロナ禍で発熱時のコールセンターとのやりとりで、リアルタイムで話のキャッチボールができて、聞きたいことがすべて解決した。
- ・ コロナ感染時、病院での検査や薬局から「電話でのやりとりになるので電話ができるきこえる人と車で待機してほしい」と言われたが、電話リレーサービスがあることを病院と薬局に説明し、「なるほど、このような電話サービスがあるんですね」と認めてもらった。その後、車で待機してコロナ診察、薬局から薬をもらうなど対応できた。
- ・ 私自身の出産の時、電話リレーのアプリを使い病院と話をすることができた。何分間隔など事細な話ができただけ、到着後の看護師さんとの会話はそれほどいらなかった。その時電話リレーで通訳を対応してくれた通訳オペレータにとっても感謝している。

#### <緊急通報>

- ・ 初めて救急車を呼んだ時、すぐに通訳オペレータが顔を出して下さって、オンラインでも手話通訳が見られてホッとしたことが忘れられない。
- ・ 娘が倒れたときすぐ緊急通報ができたこと。対応して下さったオペレータは大変落ち着いており、私も安心して話すことができた。

<相談・交渉>

- ・ 具合が悪い時かかりつけ医との相談(薬や病院に行くべきかなど)にととても助かった。
- ・ 深夜に子どもが発熱してどうすればいいか医者に連絡したい時、電話リレーサービスを使ってやりとりできてすごく助かった。
- ・ 電話リレーサービスのおかげで病院の診察時間外に応急処置できたこと。急患指定の病院での受付がスムーズだったこと。
- ・ 電話リレーサービスで家族の入院にかかわる相談や調整が円滑に進められたこと。

<手続き>

- ・ 胃カメラ検査を予約していた日に朝キャンセルしなければならなくなり、動揺していたが電話リレーサービスのおかげで無事キャンセルができた。
- ・ 引越しをした時に病院も移動した。その時に電話リレーサービスで病院側に連絡し本当に丁寧に伝えていただいた。
- ・ 都合により歯科の時間を変更したいときすぐに対応してくれたのがよかった。
- ・ 病院の予約変更を躊躇していたが、電話リレーサービスでスムーズに変更できるようになった。

<受電>

- ・ 親の入院先の病院から電話リレーサービスで緊急連絡が来たため、すぐ対応できた。

b) 金融機関（銀行、クレジットカード会社、保険会社など）

2 番目に該当率の高かった通話相手先である金融機関（銀行、クレジットカード会社、保険会社など）について、通話目的別の回答分類結果を図表 2-2-4 に示す。

図表 2-2-4 個人アンケート問 2 の回答分類結果(金融機関)

回答類型 (通話目的)	代表的な内容	該当率
手続き	クレジットカード無効化手続きがスムーズにできた、代理人ではできない手続きができた、など	53.5%
連絡・問い合わせ	銀行への問い合わせがスムーズにできた、本人確認が改善されて楽だった、など	26.8%
相談・交渉	クレジットカードの不正利用や紛失の際に、詳細な説明を受けることができた、など	19.7%

図表 2-2-4 にあるとおり金融機関（銀行、クレジットカード会社、保険会社など）については「予約」に言及した回答がなく、「手続き」や「連絡・問い合わせ」についての回答が多かった。内容としては、クレジットカード紛失時の再発行手続きや不正利用発生時の相談・無効化手続きなどが迅速に行えたこと（手続き）が多く挙げられた。また、これらのやりとりの際に、サービス内容や手続きの詳細な説明を受けて理解することができた（相談・交渉）ことや、本人確認が改善されたこと（連絡・問い合わせ）が、印象的な出来事として挙げられた。以下に、各回答類型（通話目的）に該当する代表的・特徴的な回答の例を示す。

#### <連絡・問い合わせ>

- ・ 銀行への問い合わせの際、相手が臆せず丁寧に応対していただいたこと。
- ・ 今まで銀行とのやりとりで本人確認を紙面で求められていたが、電話リレーサービスは求められなかった。そういった面で楽だった。

#### <相談・交渉>

- ・ クレジットカードの不正にあった時、文字チャットでは限界あり手話を選んだが、日本手話で対応してもらえたことで複雑な構造がよくわかって感動した。
- ・ クレジットカードの紛失の時、細かいところまで聞きスムーズにできて助かった。

#### <手続き>

- ・ 緊急時のクレジットカード無効化の手続きがスムーズだった。双方での意思疎通ができることが保障されており安心感が違う。
- ・ クレジットカード解約は本人でないといけないことがあるが、電話リレーサービスで説明してもらい、本人確認できるまで力をいただいてよかった。

c) 旅行関係（ホテル、旅館、旅行代理店など）

3 番目に該当率の高かった通話相手先である旅行関係（ホテル、旅館、旅行代理店など）について、通話目的別の回答分類結果を図表 2-2-5 に示す。

図表 2-2-5 個人アンケート問 2 の回答分類結果(旅行関係)

回答類型 (通話目的)	代表的な内容	該当率
予約	電話のみの施設に予約ができた、FAX よりも迅速に予約が取れた、など	50.0%
連絡・問い合わせ	忘れ物の問い合わせを自分でできた、障害者配慮について事前に確認できた、など	21.0%
相談・交渉	ホテルとサプライズのための相談ができた、など	10.0%
手続き	旅先でのレンタカー手続きやチェックインがスムーズにできた、など	10.0%
緊急連絡	車のトラブルの際にロードサービスやレンタカー業者とすぐに連絡できた、など	9.0%

図表 2-2-5 にあるとおり、旅行関係（ホテル、旅館、旅行代理店など）では「予約」や「連絡・問い合わせ」についての回答が多かった。内容としては、自力でホテルやレンタカーなどの予約を取れるようになったこと（予約）、忘れ物をした時にすぐ問い合わせができたこと（連絡・問い合わせ）、到着時刻の変更の連絡がただちにできたこと（手続き）などの回答が多くみられた。特徴的な回答としては、宿泊施設やレンタカーなどでの聴覚障害者への配慮を事前に確認できたこと（連絡・問い合わせ）や、車の故障時にロードサービスなどにただちに連絡できたこと（緊急連絡）などが印象的な出来事として挙げられた。また、外国の大使館への連絡や、待ち合わせに遅れた友人の安否確認など（連絡・問い合わせ）の回答もあり、旅行関連で必要になる様々な連絡に電話リレーサービスが活用されていることがうかがえた。以下に、各回答類型（通話目的）に該当する代表的・特徴的な回答の例を示す。

#### <予約>

- ・ インターネット予約がない山小屋に電話する時、対応してくれた方がよかった。
- ・ キャンプの予約が電話のみのあるところがあるため予約がしやすく助かる。
- ・ ホテルの予約がなかなか取れず、行きたい周辺のホテルすべてに電話をしてなんとか予約が取れ助かった。FAX だとすごく時間がかかったと思う。
- ・ ホテルへの予約確認と変更の連絡が非常にスムーズに進み、旅先で不安を抱えること

なくチェックインまで楽しむことができた。

#### <連絡・問い合わせ>

- ・ ホテルで忘れ物をしたことに気づいた際、1人だったので連絡できないと思ったが、電話リレーサービスがあったことを思い出した。すぐに利用できたのでよかった。
- ・ 身体障害者手帳所持者がレンタカー利用する時、免許証の条件（聴覚障害者マークやワイドミラー）をレンタカー店に置いてあるかどうかを確認できた。
- ・ 泊まっているホテルのフロントに電話したい時、部屋についている電話ではかけられないので電話リレーサービスを使って電話することができた。わざわざフロントまで行かずに済みとても便利だった。
- ・ 外出先で待ち合わせに遅れた知人の安否に使い、スムーズにお家の方と繋いで会話ができることがよかった。
- ・ 海外旅行の準備で大使館にお問い合わせできたこと。

#### <相談・交渉>

- ・ ホテルの誕生日サプライズをしたい時に色々とお話しできて最高の1日を過ごせたことはとてもよかった。

#### <手続き>

- ・ 旅行先でのレンタカー手続きを電話リレーサービスでできた。
- ・ 電話をかけてチェックインするところではこのサービスがかなり重宝している。
- ・ ホテルのキャンセル手続きがメールではなく電話ということもあって、初めて対応した。オペレーターも感じよくてよかった。

#### <緊急連絡>

- ・ レンタカーのバッテリー上がり動けなくなった時レンタカー社などへ連絡できたこと。
- ・ 高速道路のパーキングで車が動かなくなった時、ロードサービス会社とやりとりができたこと。
- ・ 車のトラブルで、車メーカーに緊急連絡してJAFまで来てくれたこと。
- ・ 出先でタイヤがパンクしてしまい、家族にお願いしたくても遠方のため対応が難しかった。電話リレーサービスでディーラー店に問い合わせたところ、あまり待たないうちにスタッフが親切に来てくださり、替えのタイヤで無事に帰宅できた。

d) 飲食店（レストラン、居酒屋など）

飲食店（レストラン、居酒屋など）について、通話目的別の回答分類結果を図表 2-2-6 に示す。

図表 2-2-6 個人アンケート問 2 の回答分類結果(飲食店)

回答類型 (通話目的)	代表的な内容	該当率
予約	自分で予約ができた、電話リレーサービスで予約すると店で配慮が受けられた、など	60.6%
相談・交渉	バースデーサプライズの相談を店とできた、飲み会の詳細を店と交渉できた、など	16.9%
連絡・問い合わせ	お店に行かず電話で在庫確認ができた、など	11.3%
手続き	予約の時間変更や人数変更、予約キャンセルがスムーズにできた、など	8.5%
折り返し連絡	予約した店からの連絡を電話リレーサービスで受けることができた、など	2.8%

図表 2-2-6 にあるとおり、飲食店（レストラン、居酒屋など）では「予約」や「相談・交渉」についての回答が多かった。内容としては、電話でしか予約を受け付けない飲食店の予約を取れるようになったこと（予約）、予約の際にサービスの詳細について相談できるようになったこと（相談・交渉）、予約の変更やキャンセルがしやすくなったこと（手続き）などが印象的な出来事として多く回答された。また、飲食店（レストラン、居酒屋など）に関する回答で特徴的なこととして、電話リレーサービスを通じて予約することで、事前のやりとりや利用当日の店舗で適切な対応や配慮を受けることができた、という回答が多くみられた。これらの回答から電話リレーサービスが様々な状況の改善に繋がる波及効果を持つサービスであることがうかがえる。以下に、各回答類型（通話目的）に該当する代表的・特徴的な回答の例を示す。

<予約>

- ・ 子どものバースデーケーキの予約を親の自分ができたこと。
- ・ 飲食店の予約の時、こちらの要望で終わることが多いのだが、以前よりも店舗側から初来店有無や利用目的、アレルギー有無など、通常のきこえるお客さんに尋ねているであろう内容を普通に尋ねてくれるようになった気がする。
- ・ 居酒屋のスタッフが事前に聴覚障害であることを把握してくれていたため、来た時にあらかじめメニューを注文する時のメモを渡してくださった。最近のチェーン店ではタブレットにて注文できるようになったが、電話リレーサービスにて予約すると個人

店では配慮してくださるようになった。

- ・ 電話リレーサービスをとおして予約をしたことで当日の配慮もしっかりしてくださっていたことに感動した。
- ・ 電話リレーサービスを使って予約を入れたケーキ屋さんで、受け取りの時に手話で挨拶をしてもらえたこと。その後毎年1年に1回だけの予約なのに、同じ店員さんが電話リレーサービスでの電話でも店内でも対応してくれる。去年は受け取りの時に身振りも交えて「雨が降ってきたからケーキの箱はビニールで包みました、気を付けてね」と。電話リレーサービスを利用したことで、きこえないお客さんが来ると知っていただき、こういった何気ないやりとりが生まれたことを嬉しく思った。
- ・ 忘年会を企画した時、何度も同じレストランに電話していたら、「電話リレーサービスです」ですぐに私のことだとわかってくれた。そして当日レストランでわかりやすくやりとりしてくれた。

#### <相談・交渉>

- ・ お店の人と友人へのバースデーサプライズの相談をすることができたこと。
- ・ 飲み会の予約のことでたくさん質問やお願いしていたのに、嫌な顔せず最後まで一生懸命通訳してくれたこと。気持ちよく終わった。

#### <連絡・問い合わせ>

- ・ 飲食店が営業しているかの確認や、お店に在庫があるか聞く際にわざわざお店に行かなくても済むので助かる。

#### <手続き>

- ・ 飲食店の予約キャンセルや時間変更、人数変更を知らせるのが楽になった。

#### <折り返し連絡>

- ・ ご飯のお店を予約した時に電話がかかってくることもあり、すぐに電話リレーサービスを利用したのが便利で助かった。

e) 役所・公共サービス

役所・公共サービスについて、通話目的別の回答分類結果を図表 2-2-7 に示す。

図表 2-2-7 個人アンケート問 2 の回答分類結果(役所・公共サービス)

回答類型 (通話目的)	代表的な内容	該当率
連絡・問い合わせ	役所に行く際の必要書類を事前に確認できた、確定申告について説明を受けられた、など	38.6%
手続き	引越しの際に様々な手続きを電話リレーサービスでできた、福祉サービスの申込ができた、など	38.6%
緊急通報	家族や車のトラブル時に警察を呼べた、警察に通報して人助けができた、など	12.3%
予約	年金事務所の相談予約がスムーズにできた、など	10.5%

図表 2-2-7 にあるとおり、役所・公共サービスでは「連絡・問い合わせ」と「手続き」に関する回答が多かった。「手続き」に関しては、確定申告、年金、相続、福祉サービスの申し込みなど、行政がかかわる様々な手続きについての回答があったが、特徴的な回答として引越し関係の手続きへの言及が多く、役所だけでなく電気・ガス・水道などの公共サービスの手続きを電話リレーサービスで行えたことが印象的な出来事として挙げられた。「連絡・問い合わせ」では、役所の用事に必要な書類について事前に確認できた、といった回答があった。「緊急通報」は、警察への通報で、事故などの当事者としての通報だけでなく、他者を助ける通報ができた、という回答もあった。以下に、各回答類型（通話目的）に該当する代表的・特徴的な回答の例を示す。

<連絡・問い合わせ>

- ・ 必要書類の詳細がわからず、今までは役所に行かないとわからなかったことが電話で手軽にわかるようになり、最初から必要書類をきちんと揃えることができ、役所に 2 回、3 回行くことがなくなって嬉しい。
- ・ 予約した時間に間に合わなかった時の時間変更や、区役所へ持参するものの確認が事前にできること。
- ・ 税務署に連絡した時、担当に繋ぐために自動音声の流れたらしく、自動音声の番号を伝えたらしっかりと選択をしてくれて担当と話げできた。自動音声にも対応してくれると思わなくて、すごく助かった。

<手続き>

- ・ 引越しなどの手続きがあつて、ガス、電気、水道を電話リレーサービスでやりとりさせていただいた。無事手続きができて自立できたと思った。
- ・ 確定拠出年金に関する手続きで色々助けてもらったこと。
- ・ 行政福祉サービス申し込みでメール受付がない場面での有効活用。
- ・ 亡父の相続手続き、ライフライン契約解除を1回の連絡で終わることができた。

<緊急通報>

- ・ 子どもが帰ってこなくて関係各所に連絡をする際に使用した。おかげさまで無事に見つかった。
- ・ 電話リレーサービスを使って警察へ通報できたことで初めて人助けをすることができた。
- ・ 交通事故で車から連絡が取れたこと。あまりにもショックで全身震えている中、手話で意思疎通できた。

<予約>

- ・ 年金事務所など正確な情報が必要で予約が電話でしか受け付けていない場合に助かっている。

f) 宅配業者・タクシー会社

宅配業者・タクシー会社について、通話目的別の回答分類結果を図表 2-2-8 に示す。

図表 2-2-8 個人アンケート問 2 の回答分類結果(宅配業者・タクシー会社)

回答類型 (通話目的)	代表的な内容	該当率
予約	タクシーの予約がスムーズにできた、急なタクシー予約ができた、など	28.6%
連絡・問い合わせ	宅配の持ち帰りに気付いて、すぐドライバーに連絡し再配達を受けられた、など	28.6%
相談・交渉	難しい条件で予約できるタクシー会社を見つけることができた、配達取り違えの交渉ができた、など	19.6%
手続き	宅配の再配達や営業所引き取りの手続きがすぐにできた、など	19.6%
受電	宅配ドライバーからの問い合わせ連絡を受けることができた、など	3.6%

図表 2-2-8 にあるとおり、宅配業者・タクシー会社との通話については「予約」や「連絡・問い合わせ」についての回答が多かった。内容としては、タクシーの予約ができたこと（予約）、宅配ドライバーに直接連絡して再配達してもらえたこと（連絡・問い合わせ）が印象的な出来事として多く回答された。また、特徴的な回答としては、誤って配達された商品の返品・返金交渉ができたこと（相談・交渉）や、宅配業者からの住所の確認に応じられるようになったこと（折り返し連絡）などが印象的な出来事として挙げられた。以下に、各回答類型（通話目的）に該当する代表的・特徴的な回答の例を示す。

#### <予約>

- ・ 予約が電話しかないタクシーを電話リレーサービスで予約できた。
- ・ 急に介護タクシー利用の必要があり予約できてよかった。

#### <連絡・問い合わせ>

- ・ 宅急便が来たのにチャイムに気付かず持ち去ってしまった時。電話リレーサービスで連絡したところすぐに届けに来てくれて嬉しかった。
- ・ 宅配便で時間に間に合わずダメ元でドライバーへ電話してみたら繋がり、すぐ再配達してくれたのはすごく助かった。
- ・ タクシーに家の鍵を置き忘れてしまい、電話リレーサービス使ってわざわざこちらまで届けていただき感謝した。
- ・ 誤って配送されなかった品について問い合わせをした。急いでいたのですぐに電話が繋がり助かった。後日だと問題があったかもしれなかったが、電話がすぐに繋がり解決した。

#### <相談・交渉>

- ・ 交通手段がタクシーしかなく、しかも早朝に利用したくて、地方のタクシーだったのでなかなか早朝に来てくれるタクシー会社がなかったが、電話リレーサービスのおかげで諦めることなく来てくれるタクシー会社を見つけることができた。
- ・ 食事宅配で会社の担当が注文を取り違えたことがあり、問い合わせセンターとやりとりした結果、担当のミスとわかり返金できた。これは電話リレーサービスのおかげだ。

#### <手続き>

- ・ 今までは、家族の帰宅を待って再配達の連絡をしなくてはならなかったが、気付いた時点ですぐできたのは便利だと思った。

#### <受電>

- ・ 自宅の居場所がわかりにくくドライバーからの問い合わせがよく来るので、電話リレ

ーサービスがないと配達などが届かない恐れが起こるのでとても助かっている。

g) 教育関係（学校、学習塾など）

教育関係（学校、学習塾など）について、通話目的別の回答分類結果を図表 2-2-9 に示す。

図表 2-2-9 個人アンケート問 2 の回答分類結果(教育関係)

回答類型 (通話目的)	代表的な内容	該当率
連絡・問い合わせ	学校への連絡が自分でできるようになった、連絡がスムーズにできた、など	58.6%
緊急連絡	子どもの病気欠席の連絡がすぐにできた、など	17.2%
折り返し連絡	保育園や学校からの電話連絡や折り返し電話を受けられた、など	13.8%
相談・交渉	学校の個人懇談を電話リレーサービスを使ってスムーズにできた、など	6.9%
予約	保育園見学や子どもの予防接種の予約ができた	3.4%

図表 2-2-9 にあるとおり、教育関係（学校、学習塾など）との通話については「連絡・問い合わせ」についての回答が特に多かった。内容としては、学校への連絡が自分でできるようになったことに加え、より詳細なやりとりができるようになった（連絡・問い合わせ）との回答が多くみられた。また、特徴的な回答としては、電話リレーサービスを使って父母懇談ができたこと（相談・交渉）、緊急の予定変更の連絡ができたこと（緊急連絡）、学校などからの連絡を受けられるようになったこと（折り返し連絡）などが印象的な出来事として挙げられた。以下に、各回答類型（通話目的）に該当する代表的・特徴的な回答の例を示す。

<連絡・問い合わせ>

- ・ 学校へは FAX でも可能なのだが、細かいことを時間をかけて手書きで書くよりも何かあれば伝えられることができて助かる。
- ・ 息子の英語塾の先生がアメリカ人で、日本語は書けないが日本語で電話ができるレベルで、やりとりはメールで全部ローマ字で文章を打っていた（5年間のうち大切な連絡があるのみ）。息子から「先生は日本語が喋れるのだから、電話リレーサービスを

使って話せばスムーズでは？」とアドバイスをもらい、先生の都合を聞いてから電話リレーサービスを使用したら先生が喜んで「言いたいことがスムーズに通じて嬉しかった」とおっしゃった。日本語が喋れても、耳が不自由な親に対して苦勞かけてしまったことはよい経験になったと。

- ・ 小学校で電話リレーサービスを知ってもらえてよかった。よく連絡手段に使ってくれるので。
- ・ 学校への連絡が自分でできるようになった。

#### <緊急連絡>

- ・ 子どもの急病で習い事に行けなくなった時や日にち変更、急な天候変化で習い事の時間に間に合わなかった時などの緊急連絡の時にはメールよりも電話の対応の方が早い  
ため、助かった。
- ・ 子どもが発熱時にすぐ電話できるようになった時。
- ・ 子どもを迎えに行く時に電車が事故で遅れてしまい間に合わなかった時。

#### <折り返し連絡>

- ・ 学校からの緊急連絡時に電話で連絡が取れて助かった。
- ・ 保育園、学校からの連絡、折り返しの連絡。

#### <相談・交渉>

- ・ 子どもの専門学校の個人懇談で、学校が県外でしかもコロナ禍で直接学校に行けなかったため、電話での懇談を快く受け入れてくれた。その時に、学校での様子や成績、就職相談など先生が詳しく報告してくださったことが一番嬉しかった。
- ・ 子どものことで塾に連絡したら、よく知る通訳者が出てきたので安心して相談できた。

#### <予約>

- ・ 子どもの保育園見学や、予防接種の予約ができて助かった。

### h) 理容室・美容室

理容室・美容室について、通話目的別の回答分類結果を図表 2-2-10 に示す。

**図表 2-2-10 個人アンケート問 2 の回答分類結果(理容室・美容室)**

回答類型 (通話目的)	代表的な内容	該当率
予約	美容室・理容室の予約が自分でできるようになった、予約ができて店で待つことがなくなった、など	68.2%

手続き	予約の変更、キャンセルなどがスムーズにできた、など	18.2%
相談・交渉	カットの相談を事前にできるようになった、急な依頼を受け入れてもらった	9.1%
折り返し連絡	予約した美容室からの電話連絡を受けることができた	4.5%

図表 2-2-10 にあるとおり、理容室・美容室との通話については「予約」についての回答が多かった。内容としては、自力で美容院などの予約を取れるようになったことに加えて、予約することにより店での待ち時間がなくなったことや、定期的に予約するため店側の対応がスムーズになったこと（いずれも「予約」）が印象的な出来事として多く回答された。また、予約以外の印象的な出来事としては、予約の際にカットについて説明を受けられること（相談・交渉）や、美容院からの時間変更依頼の連絡に応じられたこと（折り返し連絡）などが挙げられた。以下に、各回答類型（通話目的）に該当する代表的・特徴的な回答の例を示す。

#### <予約>

- ・ 美容室への予約など自分でできるようになった。
- ・ 美容院は毎月予約しているため、店側も理解しておりスムーズにやりとりができていく。繰り返し使っていくことで相手側の抵抗感が徐々に薄れているのだと実感する。
- ・ 電話リレーサービスを使う前は理容室は待つことが多かったが、電話リレーサービスを使うようになって予約が取れるようになり、待機時間もなくなりスムーズになったこと。

#### <手続き>

- ・ 美容室の予約手続きや変更、キャンセルなどの対応がスムーズにできたこと。

#### <相談・交渉>

- ・ カットの説明も電話した際に済ませられる。

#### <折り返し連絡>

- ・ 予約した美容室から電話がかかってきて予約時間の変更のお願いだった。すぐ承諾の返事できた。もしもの時に対応できる体制があることは、私たちが日常生活を送る上で重要なサービスである。

② 個人仕事用アンケートの回答傾向

個人仕事用アンケートの問 2 については、通話相手先を明示した回答が少なかったため、通話目的のみを回答類型として設定し、回答の分類を行った。設定した回答類型（通話目的）と各類型への回答分類結果を図表 2-2-11 に示す。

図表 2-2-11 個人仕事用アンケート問 2 の回答類型と分類結果

回答類型	代表的な内容	該当率
外部連絡・問い合わせ	人に頼らずに電話対応ができた、用件が的確に伝わった、在庫状況がリアルタイムにわかるようになった、など	44.2%
社内連絡	会社・上司への連絡、欠勤の連絡ができた、など	20.9%
手続き	クレジットカード関係の手続き、発注や契約手続きがスムーズにできた、など	16.3%
交渉・依頼	電話で連絡し困りごとが解決した、見積依頼がスムーズにできた、など	11.6%
相談・打ち合わせ	電話で相談ができるようになった、相手の返答を聞いて対処できた、など	7.0%

個人仕事用アンケートの問 2 で最も該当率が高い回答類型は「外部連絡・問い合わせ」と「電話対応」であった。「外部連絡・問い合わせ」では、電話で連絡や問い合わせができるようになったという事実に加えて、迅速に対応できた、用件が的確に伝わった、同僚の負担が減ったなどの明らかな利用効果が印象的な出来事として回答された。

また、該当率が 2 番目に高かったのは「社内連絡」で、体調が悪い時などに欠勤の連絡を迅速にできたなどの回答が含まれる。「手続き」では、ホテルの予約や弁当の手配、発注・契約手続きなどの様々な手続きで電話リレーサービスが役立ったことが回答された。「交渉・依頼」では、外部に対する依頼の連絡、催促の連絡などが電話リレーサービスを使って行えるようになったことや、電話で依頼したことにより迅速に結果が得られたことなどが回答された。「相談・打ち合わせ」では、電話での相談が増えたことや、相手の返事を聞いて対処できるようになったことが回答された。

このように、個人仕事用アンケートの問 4 の回答では、仕事の様々な場面での電話リレーサービスの利用が様々な効果を生んでいることが、印象的な出来事として回答された例が多くみられる。以下に、各回答類型に該当する代表的・特徴的な回答文の例を示す。

#### <外部連絡・問い合わせ>

- ・ チャットの問い合わせ窓口が混んでいてなかなか繋がらない時、電話窓口へ電話リレーサービスで問い合わせたら、あっさり繋がって対応もすぐに終わったこと。
- ・ すぐに返事がもらえること。こちらが伝えたいことも的確に伝わった。
- ・ 困った時に今までは同僚に電話をお願いしていたが、電話リレーサービスのおかげで自分でやりとりができるようになった。
- ・ メールでは届いたかどうかリアルタイムにわかりにくいため、リアルタイムに発注相手先の在庫などの状況がわかるのが助かる。
- ・ 周りの負担が少しでも軽くなったことがよかったと思う。私も電話できますよ！とアピールできるようになった。
- ・ きこえる人にかける直しすることが減り、こちらにかけていただくことが増えた。

#### <社内連絡>

- ・ 会社への連絡、上司の連絡に対応できるのがよかった。
- ・ 仕事を休む時に朝イチに電話できたので助かった。
- ・ 大学で手話の授業を持っているが、大学の職員とのやりとりですぐ返事がほしく、メールでは間に合わない時に電話リレーサービスを使用できてよかった。

#### <手続き>

- ・ 緊急で予約を取らないといけない時に電話リレーサービスのおかげで予約が取れるようになった。
- ・ 職場からお弁当屋さんに大量に弁当を注文しなくてはいけなかったとき、電話リレーサービスを使って気兼ねなく注文ができたこと。言語障害があるので不安がなく注文できた。

#### <交渉・依頼>

- ・ 今まではきこえる職員に通訳してもらったが、自分で電話で連絡や催促ができるようになり、きこえる職員の手間をかけさせなくて済むようになったこと。
- ・ メールだと対応がない会社だが、電話リレーサービスの利用で即時決められたこと。
- ・ メールでお願いしてもなかなか伝わらなかったのに、電話したら一発で伝わったこと。

#### <相談・打ち合わせ>

- ・ 今まではきこえないから連絡はメールだったが、電話リレーサービスができてから電話で相談や連絡することが増えた。
- ・ 至急の場合に相手の返答がきけて対処できたことが1番大きい。

### ③ 法人アンケートの回答傾向

法人アンケートについては、問 2 の回答数が 20 件と少なかったため、個人仕事用アンケート問 2 と同じ回答類型を用いて各回答の分類を行った。設定した回答類型への回答分類結果を図表 2-2-12 に示す。

図表 2-2-12 法人アンケート問 2 の回答類型と分類結果

回答類型	代表的な内容	該当率
外部連絡・問い合わせ	すぐに確認が取れる、取引先に連絡できるようになった、自分で電話対応ができるようになったことで同僚の負担が減った、など	64.3%
受電	外部からの連絡を受けられるようになり、新たな仕事につながった	7.1%
社内連絡	文字のやりとり以上のコメントを受けることができる	7.1%
手続き	電話リレーサービスを利用して解約手続きができた	7.1%
交渉・依頼	締切が迫っている複雑な用件の場合に電話リレーサービスが役立つ	7.1%
相談・打ち合わせ	同僚などに頼らず、自分で直接打ち合わせができる	7.1%

法人アンケートの問 2 で最も該当率が高い回答類型は「外部連絡・問い合わせ」で、自分で電話対応できるようになったことや、それにより周囲の負担が減ったこと、自分でできる業務が増えたこと、確認が迅速にできること、ミスカバーできるようになったことなどが印象的な出来事として回答された。

その他の類型は、いずれも該当率が 7.1%であり、外部からの連絡を受けられるようになったことが新しい仕事につながった（受電）、複雑な用件への対応に電話リレーサービスが役立つ（交渉・依頼）、自分で直接打ち合わせができるようになった（相談・打ち合わせ）といった回答があった。以下に、各回答類型に該当する代表的・特徴的な回答文の例を示す。

#### <外部連絡・問い合わせ>

- ・ 自分で電話対応ができるようになったことで、同僚の代理対応の負担が減った。
- ・ メールが来ない時にすぐ電話対応できる。
- ・ 取引先などに問い合わせしたい時は隣席にお願いして電話してもらっていた。電話リレーサービスを使って取引先などに連絡できるようになり仕事の幅が広がった。
- ・ すぐ旅館やホテルに問い合わせたい時に連絡ができてとても便利だった。

- ・ 電話リレーサービスがなかった時はミスしないよう気を張りつめていたが、電話できるようになったことでミスを電話によりカバーできるようになった。

#### <受電>

- ・ 地域の学校の先生が聴覚障害者について知りたいと電話をくださったことで、人権学習への講師派遣に繋がったこと。

#### <手続き>

- ・ 契約を解約したかったが電話対応のみだったため、電話リレーサービスを利用し解約できた。安心したことと自分でもできるのだと何気に嬉しかった。

#### <社内連絡>

- ・ 上司と部下の面談において、文字のやりとり以上のコメントを受けることができ、本人の言葉に近い形で語られるので温度感やニュアンス、理解度などを図りやすい。

#### <相談・打ち合わせ>

- ・ 同僚など周囲の人に頼らず、自分で直接に打ち合わせできてよかった。

#### <交渉・依頼>

- ・ 相手の反応を確認しながら細かいニュアンスを伝えたい時や、迅速な対応が必要な時はきこえる職員に電話通訳をお願いしてきたが、電話リレーサービスを使うようになってからはきこえる職員に頼らず、自分の判断で状況や目的に応じて、電話とメールの使い分けができるようになったことは大きい。締切が迫っているもので、なおかつ複雑な用件の場合は特に、電話による対応がもっとも有効であり、その時は、電話リレーサービスがあることのありがたみを感じたものである。

### (3) よくなったと具体的に感じていること（問4）の回答傾向

アンケートの問4は「3の回答（電話リレーサービスを使う前と比べてよくなったと感じていること）について、具体的に感じていることがあれば教えてください」という設問である。

#### ① 個人アンケートの回答傾向

個人アンケートの問4の回答について ChatGPT が抽出した主な回答類型と各回答類型への回答分類結果を図表 2-2-13 に示す。該当率は重複分類を認めて算出していること、担当者による追加分類も含まれていることは問2と同様である。

図表 2-2-13 個人アンケート問4の回答類型と分類結果

回答類型	代表的な内容	該当率
生活利便の向上	利便性の向上、日常生活の改善、問い合わせや連絡がしやすくなった、など	31.2%
自立促進や積極性の向上	家族などきこえる人に頼らなくてよくなり、ストレスや不安が減った、自己肯定感が高まった、など	29.4%
コミュニケーションの深化	自分の主張ができるようになった、会話のニュアンスがわかる、家族との会話が增えた、など	12.3%
生活上の安心感の増大	急ぎの連絡や緊急連絡ができるので安心、何かあれば電話リレーサービスが使えるという安心感、など	11.8%
時間の節約	メールと比べてすぐに返事が得られる、わざわざお店などに行かずに電話で用事が済むので時間に余裕ができた、など	9.6%
対人関係の改善	家族に電話を依頼することがなくなり家族関係がよくなった、家族のストレスがなくなった、自分の罪悪感が消えて楽になった、など	2.6%
コミュニケーション手段の多様化	連絡やコミュニケーション手段の選択肢が増えた、など	1.9%
社会の聴覚障害理解の促進	聴覚障害を知ってもらえる、理解してくれる人が増えた、お店に行った時の対応がよくなった、など	0.8%
社会参加の拡大	社会への積極的な活動ができる、行動の幅が広がった、など	0.4%

抽出された主な回答類型のうち、該当する回答が最も多かったのは「生活利便の向上」であった。生活全般の利便性の向上や連絡のしやすさについての回答、病院などへの問い合わせがしやすくなったこと、各種サービスの利用が外出時にもできるようになったこと、などの回答が含ま

れる。医療機関へのアクセスの改善は「最も印象的な出来事」（問 2）の回答でも多く挙げられたが、日常的に医療機関へのアクセスが必要な人が多いため、「電話リレーサービスを使う前と比べてよくなったと感じていること」（問 4）としての回答も多かったと考えられる。

次いで該当率が高かった回答類型は「自立促進や積極性の向上」であった。この類型には、電話連絡の際に他人に頼る必要がなくなったという事実だけでなく、それによってストレスや不安が減ったこと、自分で電話ができることで自己肯定感が高まったことなど、利用者の心理的な改善効果に関する回答が含まれる。

この他の回答類型として「コミュニケーションの深化」、「時間の節約」、「生活上の安心感の増大」、「対人関係の改善」、「コミュニケーション手段の多様化」、「社会の聴覚障害理解の促進」、「社会参加の拡大」が示された。このうち「社会参加の拡大」は該当率こそ高くないものの、電話リレーサービス利用による重要な効果を示す類型と考えられるので表に残した。

「コミュニケーションの深化」は、自分の主張ができるようになった、細かいニュアンスが伝わるようになった、会話が増えたなど、日常のコミュニケーションの質・量両面での改善についての回答が含まれる。「時間の節約」は、FAX などに比べただちに返答が得られることや、手続きや問い合わせが現地へ行かずにできることで時間の節約ができ、自由に使える時間が増えたことなどの回答が含まれる。「生活上の安心感の増大」は、電話に対する恐怖心がなくなった、いざという時の連絡や急ぎの連絡の時に電話リレーサービスが使えることが安心だ、といった回答を含む。実際に緊急連絡に電話リレーサービスを利用した経験がない人であっても「電話リレーサービスがあることで安心できる」という回答が多くみられた。

該当率が比較的低いものの、「対人関係の改善」では、電話を家族や知人に依頼することで生じていた罪悪感や依頼された側のストレスなどが解消され、人間関係の改善につながった、という回答を含む。これは、電話リレーサービス利用で得られる重要な波及効果を示す回答類型だと考えられる。また、「社会参加の拡大」は、電話リレーサービスによって電話連絡が可能になったため、自治会活動など、以前は難しかった社会的な活動を担当できるようになった、という回答を含む。これは、電話リレーサービスの利用により新たな活動が可能になるという、重要な利用効果を示す回答類型だと考えられる。以下に、各回答類型に該当する代表的・特徴的な回答文の例を示す。

#### <生活利便の向上>

- ・ 引越しの契約や各種手続き、問い合わせを誰にも頼らず万事スムーズに進めることができたことは大きな自信になった。引越し業者大型家電店や工事業者とのやりとりも電話で済ませることができ、きこえる人と変わらない生活の質を得ることができたの

で満足している。

- ・ 外出時でも気楽に電話をかけられるようになり、行ってみたらお店がお休みだったということが減り、生活の利便性が上がった。
- ・ きこえる人が電話一本で済ませていることと同じように、電話リレーサービスで対応できるようになり便利になった。
- ・ 社会一般的に電話連絡でいうことが本当に多く、とても日常生活がしづらく、ともしれば諦めたりすることも仕方がなかった。ライフラインである電話連絡ができ日常生活が大きく改善された。多様性、バリアフリーの時代にさきがけ、国が障害者を応援してくれているようですよごく嬉しい。
- ・ クレジットカード使用履歴の問い合わせに不便を感じることはなくなった。
- ・ わざわざ病院やお店に行かなくても電話で確認できるのでストレスがたまらない。
- ・ 以前は電話でしか予約、問い合わせを受け付けてくれないところだとわかったら諦めるしかなかったが、電話リレーサービスのおかげで予約や問い合わせができるようになったため、電話のみという状況で「諦める」ことが減り、ネガティブな感情にならなくて済むようになったのは非常によい。
- ・ 電話ができるということと、色々なところへ問い合わせができるようになったということが日常生活を激変させてくれた。いままで電話がなくても生活できるというぐらいにしか思っていなかったが、電話をリレーで繋げてくれるというサービスは今後も必要不可欠な存在になっていると思う。
- ・ 自分の落とし物。どこかに落とした時、すぐ電話リレーサービスで問い合わせしたのがよかった。電話リレーがなければあちこち行って探していたかもしれないし、探す時間も取られるし無駄足になっていたかもしれない。
- ・ 役所など基本的に電話対応前提の問い合わせができず、いつも時間がかかっていたが、電話リレーサービスのおかげで電話で解決できるようになったのはとても大きい。放置しないで済むようになった。
- ・ 予約したのをキャンセルする時の気負いがなくなった。きこえないことで迷惑かけるなど育ってきた自分にとっては大きな変化である。
- ・ 来店したいお店に前もって聴覚障害者が来るのでよろしくと伝えることで、来店後の定員の対応がうまくいくようになったこと。
- ・ 電話リレーサービスを使うことで、自分が聴覚障害であることを事前に知ってもらえるようになった。

<自立促進や積極性の向上>

- ・ 子どもに電話を頼むと嫌がっていたので困っていた。子どもに頼らないで自分で電話リレーサービスを利用して助かっている。家族の関係が円満になった。
- ・ サークルのきこえる人に通訳を頼まずに自分で電話ができることがよい。
- ・ 引越しの契約や各種手続き、問い合わせを誰にも頼らず万事スムーズに進めることができたことは大きな自信になった。引越し業者大型家電店や工事業者とのやりとりも電話で済ませることができ、きこえる人と変わらない生活の質を得ることができたので満足している。
- ・ 何があっても 1 人で連絡は取れるという自信から気持ちに余裕が出てきた。
- ・ 家族・友人・知人に頼らないので、ストレスやイライラが減った。
- ・ 家族に電話の内容を説明するのが面倒だったが、それがなくなった。飲食店予約なども今までは飲食店に行かない家族の携帯番号を教えていたが、それがなくなって家族もストレスが減ったと思う。
- ・ 以前は電話でしか予約、問い合わせを受け付けてくれないところだとわかったら諦めるしかなかったのが、電話リレーサービスのおかげで、予約や問い合わせができるようになったため、電話のみという状況で「諦める」ことが減り、ネガティブな感情にならなくて済むようになったのは非常によい。
- ・ 予約したのをキャンセルする時の気負いがなくなった。きこえないことで迷惑かけるなど育ってきた自分にとっては大きな変化である。
- ・ 家族全員がろう者なので、長らく他者に自分の個人情報や預けて電話での連絡をお願いせざるを得ない状況にあったが、電話リレーサービスの登場によって解消されたことが自分にとっては一番大きい。周りの人に助けてもらわないといけない負い目から人間関係が対等に感じられなかったこともあったので、精神的な負担が軽減された。
- ・ 知らない人に電話してもらうのは抵抗があった。知らない人と筆談しながら電話で伝えてもらうというやりとりが相手にも自分にも負担がかかると感じていたが、電話リレーサービスのおかげで自ら電話ができて気持ち的に楽になった。
- ・ 様々なシーンで電話番号の記載を求められるが、家の固定電話は FAX のみなのでスムーズにいかないこともある。ショートメールでさえ使えないところでは、きこえる代理人を求められることもあったが、選択肢が増えたので安心感もあり、少しは「一人前になった」気持ちがする。
- ・ 自分でできることがまたひとつ増え、少し自己肯定感が高くなったように感じる。
- ・ 電話リレーサービスがあるおかげで、自分から電話しようという意識を持つようになった。
- ・ 実家がきこえない家族だったので、電話をお願いするのはどうしても隣人になる。そ

の場合は個人情報を曝け出すことに抵抗があった。電話リレーサービスを使うようになり気持ちとしてもホッとする。

- ・ 前ならきこえる家族に情報を曝け出して（特に飲み会の場所や人数など）お願いしなければならなかった。それがなくなりプライバシーを守ることができるようになって気持ちがいい。
- ・ 誰も頼らずに自立できる環境を過ごしている。ホッとする。
- ・ 電話のお願いはなかなか勇気がいる。自分でできることはやりたいし、支援をお願いするばかりは嫌だったため自分でできるようになって嬉しい。
- ・ 電話リレーサービスがなかった時は他人に電話をかわってもらわなければならない無力さを感じていたが、電話リレーができてからそうしたことがなくなった。
- ・ 今までは他の人に電話を頼まないといけず、またメールだとやりとりに時間がかかっていたが、自分の都合のよい時間かけられるようになり便利である。一番助かっているのは、向こうからもこちらに連絡したい時に電話をかけてくれるのが嬉しい。今までは自宅や親に連絡してもらい、私に伝言という形だったため。
- ・ 電話だとすぐ双方向の確認ができるので、確認や連絡が 24 時間必要な時にできる選択肢があるのは大きな強みだと実感している。電話が必要なシーンで、「私電話してみようか？」と提案できる、きこえる人と同等の機会があるのは嬉しい。
- ・ 電話を子どもに頼まなくてよくなり、子どものために電話をしてあげることができるようになった。
- ・ きこえる人を頼る、頼らないにせよ、いざとなったら自分でも電話対応ができるという「選択肢がある」状態がとてもよいと思う。「選択肢があって選ばない」のと、「選択肢がなくて選べない」のとでは全然違う。人権や権利があるのは素晴らしい。
- ・ 本人確認などの際、家族に毎度お願いする必要がなくなり、家族も自分も負担がなくなった。

#### <コミュニケーションの深化>

- ・ 電話リレーサービスのおかげで相手がどんな人なのかを知ることができた。例えば無礼な言い方なのか、怒っているのか、など。
- ・ 日常ではしっかりと相手に伝わらないことが多いのに、電話リレーサービスを使うと相手にしっかりと伝わる。
- ・ 自分の好きなタイミングで電話発信できること、自分の主張を相手に直接伝えられること、この 2 点が自分にとって大変ありがたい。
- ・ 自分の思いを伝えられて嬉しい。時にはおかしいと思うことも伝えられるので、きこ

えない人の気持ちを伝えられるようになったと感じている。

- ・ 通訳オペレータが私の言ったまますべてを相手側に伝えてくれた。複雑だったがとても嬉しかった。私の気持ちをちゃんと言えて、そして相手側の気持ちも私に伝わっていた。電話リレーを切ったあと、少し泣いた。
- ・ 電話リレーサービスを利用して相手の思うことがわかるようになり、人間関係が少しよくなったかなと思う。
- ・ 緊急通報ができたことで母を助けられた。実際病院に着いた時に蘇生させられた。突如なことなので文字チャットによる通報だと手が震えて打てないと思う。通訳オペレータが冷静に対応してくれたおかげで落ち着いて手話で話げできた。
- ・ 病院へ細かいことを聞けるようになった。
- ・ 電話リレーサービスを使うまでは本当に「用事だけ」を話すことが多かった。使い始めてからは、より話しやすくなってきたと思う。
- ・ 今まではメール及び FAX での対応で思ったことが伝えられず納得いかないことや返答待ちの時間も費やされたりと色々あったが、電話リレーサービスを利用してからは思ったことや対応を今の時点で問い合わせたりと実感が得られ、満足感も強く感じた。

#### <生活上の安心感の増大>

- ・ 以前はきこえる家族に電話をお願いしており、離れているためなかなかタイミングがつかなかったが、電話リレーサービスを使えるようになってからは 24 時間気にせず、安心できる。
- ・ 人工内耳なので自分で電話も可能だが聞き取りにくいことも多く、電話する時はいつも緊張していた。電話リレーサービスを初めて利用して、細かいやりとりもスムーズにできて安心した。
- ・ 電話しか連絡手段がない病院や役所などからの電話が来る時は恐怖心が強かったが、電話リレーサービスを使うようになってからは安心して待ってられるようになった。
- ・ 周りに電話をお願いすると言った分しか伝わらない。専門知識のことを聞かれたら答えられず何度も電話することもあったので、それが解消され安心感がある。
- ・ いざという時にリレーサービスという選択肢があることが安心。
- ・ 普段は子どもに電話をお願いすることが多いが、子どもが不在の時にも頼れる存在があるという安心感がある。
- ・ いざとなれば電話で予約や確認ができるため気持ちに余裕ができた。
- ・ いざという時にリレーサービスがある！というのは大きな支えになっている。電話リレーサービスがあるから大丈夫と前向きになった。

### <時間の節約>

- ・ FAXは外出している時にできないが、電話リレーサービスを利用してから、外出時でもスムーズに利用できるのが嬉しくなった。時間にゆとりが持てるのでよかった。
- ・ 電話リレーサービスを利用すればわざわざ行って話す必要がなく時間の余裕ができた。
- ・ 本人確認のため電話しかできない時があったが、電話リレーサービスを利用することで非常に便利でスムーズに手続きが完了してホッと安心。時間を節約することができた。
- ・ 相手先によって FAX やメールだと時間がかかったりすることが瞬時にレスポンスを得られるのでスムーズに日常生活が送れるようになってきていると感じる。
- ・ 電話をお願いするため情報センターや協会へ行っていたが、今は外出しなくてはならない時間がなくなり楽になった。家からでもどこでも利用できる。時間短縮が大きい。
- ・ メールより時間が短縮できるし、予約や確認などがすぐできるし、通話内容から判断し臨機応変に対応できるし、電話をすることが楽しい。
- ・ わざわざ現場に行き確認するよりも電話かければその場ですぐ答えがわかるのがいい。回答を求める時の待つ時間がなくなり自由時間が長くなった。
- ・ 今までにはわざわざその場まで直接行って、色々と予約など取ってきたので手間がかかるなあと感じていたが、電話リレーサービスを利用してから楽になり、本当に助かっている！利用するたびに本当にありがたい！と毎回、心から思っている。
- ・ 当たり前のように思いついた時にすぐ電話できるのがありがたい。
- ・ 他者をお願いしなくてもよくなったので自分のペースで電話をかけられるというのは自分の時間を自由に使えることにも等しく、以前より時間の使い方が自由になった。

### <対人関係の改善>

- ・ 子どもに電話を頼むと嫌がっていたので困っていたが、今は子どもに頼らず自分で電話リレーサービスを利用し助かっている。家族の関係が円満になった。
- ・ 家族に電話の内容を説明するのが面倒だったが、それがなくなった。飲食店予約なども今までは飲食店に行かない家族の携帯番号を教えていたが、それがなくなって家族もストレスが減ったと思う。
- ・ 電話リレーサービスを利用して相手の思うことがわかるようになり、人間関係が少しよくなったかなと思う。
- ・ 電話しか使えないところは子どもに頼んでいたが、学校関係で帰宅時間が遅い時が多く電話をお願いできないことが1番困っていた。電話リレーサービスのおかげで負担がかからなくなった。

- ・ 今まで娘、母に電話をお願いすることが多かった。そのことで気を使っていたが電話リレーサービスが使えるようになって人間関係がよくなった。
- ・ きこえる家族も電話嫌いなため、電話依頼のたびに嫌な顔をされずに済む。
- ・ 家族、特に子どもに頼んで電話してもらって罪悪感から開放された。

#### <コミュニケーション手段の多様化>

- ・ 電話リレーサービスが始まり、登録後に電話が必要な場面が出てきた時、初めて自分で電話をかけるという経験をして最初に思ったのが「なんだ、思っていたよりもすぐにこちらの言いたいことを伝えられるじゃん」ということだった。拍子抜けだった。「できるかどうかはさておき、とりあえず電話で相談してみよう」という気軽さで電話リレーサービスが利用でき、ろう者でも電話ができる、電話という連絡手段をもつことができるという事実、今まで抱いていた思い込みを含む常識がオセロのようにひっくり返った。
- ・ 電話だとすぐ双方向の確認ができるので、確認や連絡が 24 時間必要な時にできる選択肢があるのは大きな強みだと実感している。電話が必要なシーンで「私電話してみようか？」と提案できる、きこえる人と同等の機会があるのは嬉しい。
- ・ 電話ができる選択肢があれば、生活のあらゆる問い合わせが可能なので、きこえないことを不便だと感じる事がほとんどない。
- ・ 選択肢が増え、電話のみの対応で諦めることがなくなった。
- ・ 電話以外の方法がすべて NG だった時のストレスは大きく、電話という選択肢があるのはストレスフリーと感じる。
- ・ 自分からの連絡手段が増えたことで困ることが減ったため、ストレスを感じる事が少なくなった。
- ・ 身近に耳のきこえる人がいなくても自分で電話をかけるという選択肢を持てるようになった。
- ・ きこえる人を頼る、頼らないにせよ、いざとなったら自分でも電話対応ができるという「選択肢がある」状態がとてもよいと思う。「選択肢があって選ばない」のと、「選択肢がなくて選べない」のとでは全然違う。人権や権利があるって素晴らしい。
- ・ 電話によるコミュニケーションを怖がって避けたりしなくなった。その時の状況によりメールや FAX よりよい手段なら電話を迷わず選択できるようになった。電話リレーサービスを利用する前は母親に頼ることが多かったが、もうそれもほぼ不要になった。

#### <社会の聴覚障害理解の促進>

- ・ 直接電話で連絡したほうが早く確認できるときなどにとっても助かっている。そして、きこえない人がこの様なサービスを使って連絡するという理解が広がったのではないかと思う。
- ・ 小さくても「私にだってできる」という気持ち、自立に役立っていると、とてもありがたいと思う。きこえる人にも世の中に聴覚障害の人がいるという周知に役立つと思う。
- ・ 電話リレーサービスを体験したことがない飲食店の店員さんから、こんなことができるのだとはじめて知ったと言われたこと。
- ・ 電話リレーサービスを使うことで、自分が聴覚障害であることを事前知ってもらえるようになった。本当に理解してくださる方が増えてよかった。
- ・ 地域性に関係あるが、電話リレーサービスの理解がまだまだなところがある。でも、使うことで前より利用しやすくなりつつある。
- ・ きこえないことをアピールできる。私の話を聞いてくれる。
- ・ まだまだ電話が使えない、または使用困難な聴覚障害者が世の中に存在していることが周知されていないと痛感させられた。電話リレーサービスを利用することで、多少なりとも啓発や理解が進んで行き、よりよい世の中に改善して行けばよいと思う。

#### <社会参加の拡大>

- ・ 子どもに関する役員の仕事も電話リレーサービスを使って自分一人でもこなせている。
- ・ 町内会の担当になった時、電話リレーサービスで連絡・報告などして、町内の皆さんが安心している。
- ・ 行動の幅が広がった。ネット予約やキャンセルなど面倒だったが、電話リレーサービスで自由に行けるようになった。
- ・ 電話リレーサービスが使用できるようになって、社会への積極的な活動ができるようになった。非常にありがたい。

## ② 個人仕事用アンケートの回答傾向

個人仕事用アンケートの間4の回答について ChatGPT が抽出した主な回答類型と各回答類型への回答分類結果を図表 2-2-14 に示す。該当率は重複分類を認めて算出していること、担当者による追加分類も含まれていることは問2と同様である。

図表 2-2-14 個人仕事用アンケート問4の回答類型と分類結果

回答類型	代表的な内容	該当率
仕事の改善	コミュニケーションの回避や迂回が減った、任される仕事の幅が広がった、など	30.4%
コミュニケーションの深化	相手の考えがよくわかるようになった、FAX よりスムーズ、など	26.1%
自立促進や積極性の向上	大事な仕事を自分でこなせるようになった、自分で業務を果たせるようになった、など	17.4%
時間の節約	リアルタイムに交渉できる、判断が早くできる、タイミングをうかがう必要がなくなった、など	17.4%
社会の聴覚障害理解の促進	聴覚障害者などへの理解が広まりつつある、電話リレーがあることを理解してくれた、など	6.5%
プライバシーの保護	電話連絡を家族や知り合いに頼む必要がなくなりプライバシーの問題が解消した	2.2%

抽出された回答類型のうち、「コミュニケーションの深化」、「自立促進や積極性の向上」、「時間の節約」、「社会の聴覚障害理解の促進」は、個人アンケートの間4で抽出された回答類型と共通である。また、「仕事の改善」は、個人アンケート問4の回答類型では「生活利便の向上」に相当するものと考えられる。個人アンケート問4と各類型の該当率の分布を比較すると、「コミュニケーションの深化」の割合が高くなっており、仕事の面でコミュニケーション環境の改善効果が大きかったことがうかがえる。また、「社会の聴覚障害理解の促進」の該当率は低いが、業務連絡先での電話リレーサービスへの理解や聴覚障害者への理解が進んだという回答が含まれており、電話リレーサービスの利用による重要な業務環境改善効果を示していると考えられる。以下に、各回答類型に該当する代表的・特徴的な回答文の例を示す。

### <仕事の改善>

- ・ シーンや相手によって直接リアルタイムにやりとりした方が効率がいいことも多く残っている。人によっては文字が苦手な電話の方が細かく教えてくれる人もいたりする。名刺やメールの署名に電話番号を記入できること、「電話でも対応できます」と相手に伝えられるのは心強い。

- ・ 1人美容室なので、他に頼る人はいないが、年齢の高いお客様は電話で用事を済ませることが多いので助かる。
- ・ 自分で考え判断してやりとりする場面を示すことで、同僚に自分の存在をスルーされず、自分の意見や意思を尋ねられる場面が増えた。
- ・ 受付でお客様に電話を依頼されることが増えたことがきっかけで仕事の幅が広がり、やりがいを感じている。また職場の理解も深まり働きやすくなった。
- ・ 周囲に電話ができるという周知ができたことで、周囲の人のコミュニケーションの回避や迂回が減った。きこえる人側のコミュニケーションの負荷が減ったことで任される仕事の幅が広がった。

#### <コミュニケーションの深化>

- ・ それまでメールだったので、電話することで確実に伝えることができ安心した。
- ・ 在宅でも電話リレーを使って話せるので文字よりも相手の考えや気持ちがよくわかるようになった。
- ・ 何を言われるかわからない状況、また難しい言葉があっても咄嗟に読み取って伝えてくれて助かる。

#### <自立促進や積極性の向上>

- ・ 同僚など周囲の人に頼らず自分で業務を果たせるようになったことは大きい。
- ・ 大事な仕事を自分でこなせるようになったこと。
- ・ 急ぎの時の連絡方法の選択肢が増えて、気持ちに余裕が持てるようになった。

#### <時間の節約>

- ・ リアルタイムに交渉ができるので、判断が早くできるようになった。
- ・ 急用があっても電話が必要な時、電話リレーサービスがあって助かった。

#### <社会の聴覚障害理解の促進>

- ・ 上司の理解により県として初めて電話リレーサービスが導入され、積極的に電話リレーサービス利用した結果、少しずつであるが理解が広まりつつある。市町でもリレーサービスを利用している。
- ・ こちらが聴覚障害者団体だとわかってくれるようになった。
- ・ 電話リレーサービスがあることを理解してくれた。

#### <プライバシーの保護>

- ・ 通常は家族や知人に電話を頼むが、プライバシーに困っていた。通訳オペレータは知り合いでもないのがよかった。

### ③ 法人アンケートの回答傾向

法人アンケートについては、問4の回答数が13件と少なかったため、ChatGPTによる回答類型抽出は行わず、個人仕事用アンケート問4で抽出された回答類型を用いて各回答の分類を行った。各回答類型への分類結果を図表2-2-15に示す。

図表 2-2-15 法人アンケート問4の回答類型と分類結果

回答類型	代表的な内容	該当率
自立促進や積極性の向上	他の人に頼る必要がなく自分のペースで仕事ができる、同僚などに頼らず自分で直接打ち合わせできる、など	33.3%
仕事の改善	業務の効率化、きこえる職員の負担軽減、休日当番ができるようになった、など	27.8%
時間の節約	トラブル時にすぐ着信が繋がる、仕事のタイムロスがなくなった、など	16.7%
モチベーションの向上	自分でもできるとモチベーションが上がった、同じスタートラインに立てたような気持ちになった	11.1%
コミュニケーションの深化	以前よりも建設的で前向きなコミュニケーションが取れるようになった、など	11.1%

法人アンケート問4の回答は、法人アンケート問2の回答と類似の内容が多いが、いくつか回答傾向の違いもみられる。まず、電話リレーサービスにより自分で電話連絡が可能になったことにより、仕事のモチベーションが高まったという回答が複数みられた。また、利用者本人にとっての改善点だけでなく、職場の同僚（きこえる職員）の負担軽減や業務効率化など、職場全体の改善効果に関する回答が複数みられた。以下に、各回答類型に該当する代表的・特徴的な回答文の例を示す。

#### <自立促進や積極性の向上>

- ・ 同僚など周囲の人に頼らず、自分で直接に打ち合わせできてよかった。
- ・ 他の人に頼る必要がなく、自分のペースで仕事ができるので助かっている。
- ・ 今までは、発注システムの連絡先に同僚の電話番号を記載していたが、電話リレーサービスが利用できるようになったことで同僚の代理対応の負担も減り、自分で電話対応ができるようになったことは、また1つ同じスタートラインに立てたような気持ちになった。
- ・ 簡単な確認ぐらいは、電話リレーサービスを使用して自分で進められるようになった。

#### <仕事の改善>

- ・ 極少人数の職場なので、電話を1人でできることは業務上とても効率がよい。
- ・ 業務の効率化ときこえる職員の負担軽減に繋がっている。
- ・ 休日当番ができるようになった。

#### <時間の節約>

- ・ 電話が必要な場面できこえる職員のタイミング待ちなどもいらないため、仕事のタイムロスがなくなった。

#### <モチベーションの向上>

- ・ 社外の人に問い合わせをしたい時、他職員にお願いをしていたが、周囲が忙しいときこえる人がいない時の対応に困っていた。電話リレーサービスを利用することで、自分でもできるとモチベーションが上がった。

#### <コミュニケーションの深化>

- ・ これまではクレームや否定的な表現での応対が返ってきやすかったが、以前よりも建設的で前向きなコミュニケーションが取れるようになった。
- ・ 職場内に手話通訳者がいるが、やはり手話通訳者に知られたくない電話もあるし、ちょっとした電話だと同僚の仕事を止めることにもなり頼むのに気が引ける。そういった時に電話リレーサービスは大変ありがたい。

#### (4) 電話リレーサービスに求めること（問6）の回答傾向

アンケートの問6は「今後の電話リレーサービスに求めること（課題や要望含む）があれば教えてください」という設問である。個人、個人仕事用、法人を問わず、各種機能改善やサービス拡張など、調査実施時点に提供されていたサービスをより充実させる内容の回答が多数みられた。これらの回答を分類するにあたり、本問が問4までの「よかったこと」と反対を意味する設問であることから、電話リレーサービスを使って「よくなかったこと」に相当する回答を中心に示すこととする。以下に主な回答類型と該当する代表的な回答の例を示す。

##### <対応していない電話番号があり困った>

- ・ 0570 から始まる番号など、電話リレーサービスではかけられない番号があることがとても困る。

##### <通訳オペレータのスキルにより満足なコミュニケーションができなかった>

- ・ 電話の相手先が起きているのか状況がつかめなかった。
- ・ 手話も文字もスキルの差が目立ち会話が円滑にできなかった。
- ・ 地域により手話が異なる際、会話が成立できているか不安だった。
- ・ オペレータの知識不足や仕事の専門用語がわからないために何度も聞き返されることが度々ありスムーズに電話が進められなかった。
- ・ 日本手話ができる手話通訳者が少なく、自分の手話を読み取ってもらえないことがある。

##### <利用料金が気になり落ち着いて話せない>

- ・ 利用料がかかるため、料金に気を取られてしまい落ち着いたやりとりができない。

##### <通訳オペレータが間にいることに抵抗感がある>

- ・ 家族や親せきのやり取りでは第三者が介入することに抵抗がある。
- ・ 個人情報絡む内容になると対応できないことが多かった。

##### <認知度に課題がありサービスを十分に使えない>

- ・ 電話リレーサービスという名称が聴覚障害者との電話を通訳するサービスと結びつかない。相手先がサービスを知らずに困っていたり、電話先に本当に本人がいるのか何度も確認されたりした。
- ・ いたずら電話や何かの勧誘と誤解され、一方的に電話を切られてしまうことがある。冒頭の挨拶なしに普通に電話をすることができ、電話リレーサービスが当たり前の世の中になってほしい。
- ・ 手話通訳というイメージが先行してしまい、文字で利用している立場にはとまどいが

ある。

- ・ 仕事として使いたいのに会社として導入がなかなか進まない。予算、使用例、使用条件、オペレータの守秘義務など、上司が見てわかる資料がほしい。

<遠隔通訳でも使いたい>

- ・ 地域の手話通訳派遣だと話にくいプライベートな内容や短い時間の場合でも気軽に使えるよう、電話だけでなくきこえる人との対面での会話でも利用を認めてほしい。

<練習や講習の機会がほしい>

- ・ 最初に音声ガイダンスが流れるなどといった電話特有の仕組みに慣れず混乱することがあった。
- ・ これまで電話を使ったことがないといきなり電話をかけるのはハードルが高いため、緊急通報含めて電話のかけ方や気軽に使い方を試せる仕組みがほしい。

## 一般財団法人日本財団電話リレーサービスについて

「聴覚障害者等による電話の利用の円滑化に関する法律（令和2年法律第53号）」に基づき、総務大臣が全国で1者指定する電話リレーサービス提供機関として、令和2年7月1日よりサービスの提供を開始しました。当財団は、障害者等の円滑な情報コミュニケーションの利用を実現するため、解決手段を開発及び提供し、あわせて障害者等の自立した日常生活及び社会生活の確保に寄与する事業を行うことにより、公共の福祉の増進に資することを目的としています。

## 謝辞

本調査のアンケートにおいては4,115件の回答があり、まずはじめにご協力いただいた電話リレーサービス利用者の皆様に心から感謝申し上げます。また本調査は、（公財）共用品推進機構の星川安之氏から着想をいただき、アンケートの設問内容等の作成においては国立大学法人筑波技術大学の先生方よりご助言をいただき実施いたしました。皆様にはこの場を借りて感謝を申し上げます。誠にありがとうございました。

---

### 「電話リレーサービスよかったこと調査報告書」

発行：2024年10月

発行者：一般財団法人日本財団電話リレーサービス

住所：101-0054 東京都千代田区神田錦町3-22 テラススクエア 8階

電話/FAX：03-6275-0910（代表）/03-6275-0913

Email：pc@nftrs.or.jp

---

無断転載、複製および訳転載を禁止します。引用の際は本書が出典であることを必ず明記してください。  
本報告書に関するご意見・お問い合わせは上記までお願いします。