

ハビトゥス(Habitus)とはラテン語で、習慣、行動様式、ものの見方、感じ方などを意味しています。

《今月のコンテンツ》

■第22回 Habitus マーケティング研究会 講演概要 (2019年11月21日開催)

「IoTで変わるスマート補聴器 — 遠隔技術搭載のリサウンド —」

野口 日登美 氏 GN ヒアリングジャパン株式会社 マーケティング部
マーケティング コミュニケーション マネージャー

1. 補聴器ビジネスの概要	1
2. 日本におけるユーザー層と課題	3
3. 補聴器に求められる重要な要素とは	4
4. 最新のスマート補聴器「リサウンド・リンクス クアトロ」.....	6

第22回 Habitus マーケティング研究会 講演概要 (2019年11月21日開催)

「IoTで変わるスマート補聴器 — 遠隔技術搭載のリサウンド —」

第22回は、GN ヒアリングジャパン株式会社 マーケティング部マネージャーの野口 日登美氏をお招きしました。GN ヒアリングは、デンマークに本社を置く補聴器メーカーです。同社の最新スマート補聴器は「リサウンド・リンクス クアトロ」は、スマホアプリを使って音量や音質の微調整が自分でできます。また、専門家による遠隔サポートシステムや、音楽を転送して楽しむことができます。日本は欧米と比べて補聴器の使用率が低いので、今後、成長が見込まれる分野です。研究会では、日本で使用率が低い理由や欧米の市場との比較、IoTで進化する最先端の機能などについてお話を伺いました。以下は講演概要です

1. 補聴器ビジネスの概要

GN ヒアリングジャパン (以下、GN ヒアリング) の本社は、デンマークの GN グループで、1869年設立、今年150周年を迎える。GN グループは通信事業会社として始まり、世界で初めてヨーロッパ大陸と日本をはじめとするアジア大陸とを通信ケーブルでつないだ会社で、日本とも縁が深い。GN ヒアリングは、リサウンドという補聴器の会社と、GN オーディオという会社の2社からなる。補聴器は世界100カ国で展開し、デンマーク、アメリカ、オランダ、中国の4カ国に研究開発拠点がある。

日本の補聴器市場は、日本補聴器工業会が毎年、出荷台数と出荷金額を発表している。2018年の出荷金額は340億円、出荷台数は59万台になり、毎年3%の成長率で推移している。18年、19年は、3%より高い4~6%の伸び率で、これは年々増えている高齢者人口によるもので、40年までは増え続けると予測されている。また日本の場合、補聴器は非課税の医療機器なので、本来、増税の影響はうけないのだ

が、補聴器は高額なため増税前に購入しておこうという人がいるため、19年9月の消費税増税前もおそらく各社最高の売上を記録するだろう。

◆補聴器の世界シェアと国内シェア

補聴器の世界シェアを12年と18年の比較でみると、18年のトップは、スイスのソノヴァ（18年は25%シェア）で、フォナックという有名なブランド以外にも複数のブランドをもち、補聴器以外に医療機器なども手掛けている。

2位は、ウィリアム・デマントというデンマークの会社で（18年は24%）、こちらも医療機器、補聴器などいろいろ手掛けている。12年では、3位がドイツのシーメンスになっているが、15年に投資会社に売られシンガポール資本のシバントスという会社になった。18年のデータではシバントスが16%で3位になっている。

4位が、GN ヒアリング（16%シェア）、5位が米国のスターキー（11%）というブランド、6位がデンマークのワイデックス（8%）となり、以上が世界6大メーカーと言われている。3位のシバントスと6位のワイデックス両社は、独占禁止法の関係でなかなか許可がおりなかったが、18年に、欧州委員会で、ようやく承認されて合併に至っている。日本のメーカーも、リオン、パナソニックなどいくつかのメーカーが生産しているが日本国内でしか販売していないため、数字には出てこない。

一方、日本国内のシェアは、上位には国内メーカーのリオンに加え、シバントス、オーティコン、リサウンドといった海外6大メーカーとパナソニックが入る。

◆補聴器の主な販路は3タイプ

補聴器の主な販路は、補聴器専門店と眼鏡等の兼業店、その他の訪問販売など、大きく分けると、これら3つのタイプの販路がある。補聴器専門店は、国内に約1,500店舗あり、主要な町の駅近くにほとんどある。補聴器は、使用していることを他人に知られたくないということから、店舗も裏通りや目立たない場所にある。

眼鏡等の兼業店には、パリミキ、眼鏡市場など大手の大半が扱っていて約5,500店舗ほどあり、個人経営もあれば、チェーン店もある。どちらも複数の補聴器メーカーの製品を取り扱っている。

3つ目の販路は、お店まで行くのが大変な地方でよく見かける。薬局やJAなどにパンフレットが置いてあり、多種多様な機器を持って車で回っている無店舗販売のチャンネルだ。

◆補聴器のタイプ別形状の特長

補聴器にはさまざまな形状がある。まず耳の穴の中に入れる「耳あなタイプ」、今一番人気の「小型耳かけタイプ」、そして周囲でよく見かける「耳かけ型」タイプがある。その他では、ラジオを聞いているようにも見える「ポケット型」があるが、シンプルで、価格が安い分、細かい調整ができないので最近ではシェアが落ちてきている。補聴器のタイプ別に出荷台数のトレンドをみると、国内では、耳かけ型の小さいものが一番よく売れていて、耳あな型、ポケット型は徐々に減っている。一方、欧米は、耳かけ型が8～9割で、耳あな型を選ぶ人は非常に少ない。

◆補聴器の価格帯

補聴器の価格帯は10万円（片耳）ぐらいから、最高級の新商品で50万円を少し超えるものまであり幅広い。補聴器は2～3万円を買えると思っている人もいるが、おそらく新聞のチラシや広告でよく見か

ける集音器のことかと思われる。集音器と補聴器は大きく異なる。補聴器は管理医療機器になるので、薬機法のもと厚生労働省の承認が必要だ。医療機器なので、広告規制があり、これを言うてはいけないということがある。一方、集音器は消費財として自由に売られていて、広告規制も認証もないので、広告で“よく聴こえる”と大々的に宣伝することができる。集音器のことを補聴器だと誤解して、よく聞こえないと不満を持つ人も多い。

2. 日本におけるユーザー層と課題

◆欧米に比べて異常に低い日本の所有率

日本における補聴器のユーザー層の特徴と課題を紹介する。難聴者率は、2年か3年に一度、ヨーロッパ、日本、アメリカで大規模な難聴者率（人口に対して難聴だという人の割合）の国際比較調査を実施している。12年、15年、18年の統計を見ると、先進諸国間の差はほとんどなく、いずれも10%前後で、日本も11%前後で他国とも差はない。

所有率はどうかというと、日本だけが異常に低い。18年のデータで比較すると、アメリカ30%、ドイツ37%、フランス40%、イギリス48%、これら欧米に比べて日本は14%と異常に低い。ヨーロッパでは保険が効くから高い、という見方もある。確かにイギリスや北欧諸国は完全に保険制度があり、ドイツとフランスは補助制度があり、医師が難聴と診断すれば、1台につき数万円の補助がうけられる。しかし日本と同様、アメリカは保険が効かないのに所有率は3割ある。

◆日本は諸外国に比べて満足度も低い

同じ調査で、欧米と日本とでは、補聴器装用者の満足度にも違いがある。各国とも7、8割は満足しているが、日本だけが38%と4割を切っている。使っている補聴器は、欧米諸国と全く同じ性能の補聴器なので、製品そのものに原因があるわけではない。欧州では保険が効くから使用者の評価が甘くなるのではと思うかも知れないが、保険の効かないアメリカでも7割を超えている。条件は同じなのに、日本だけ評価が厳しい。

また、補聴器専門店など、きちんとリハビリなどの訓練を受け、専門職のフィッティングを受けて購入した人の補聴器の満足度は、集音器や通販で購入した補聴器を買った人よりも高いことがわかった。つまり、補聴器にはフィッティングやリハビリが必要だということを示している。

また、両耳装用者は、片耳装用者と比較して補聴器の満足度が高い、という結果もある。なぜか日本では、両方の耳が悪いのに「片方だけでいいです」という医師がまだにいる（障害者自立支援法にて補助がでる方にも原則片耳でしか支給がない事も一因）。眼鏡は必ず両方するのに、耳はなぜ片方だけいいのか。欧米では、両耳のきこえが悪ければ、両耳とも装着するのが当たり前だ。満足度でも如実にあらわれていて、両耳装用者の方が片耳装用者よりも満足度がずっと高い。

◆「加齢性難聴」は誰にでも起きる

年をとれば耳が悪くなる難聴は「加齢性難聴」といって、これは誰にでも起きる。年齢階層別にみると、55-64歳では9%で、65-74歳になると急激に比率が上がって18%、5~66人に1人はいる。75歳以上になると約40%と2~3人に1人は難聴になる。実際には周囲にたくさんいるはずなのだが、軽度の人にはなくても何とか日常生活をおくることができる。中等度も途中までは我慢できるが、本当であれば中等度ぐらいから補聴器をつけたほうが望ましい。しかし日本では使う人が少ないのが現状だ。

同じ調査で、日本人を対象に、補聴器が必要だと感じたのは何歳ぐらいかを聞いているが、70歳ぐらいで必要だと感じる人が多い。さらに「難聴に気づいてから購入するまでに何年ぐらいかかっているか」を聞くと、だいたい4年から6年かかっているという回答が多い。実際、お客様の年齢層は75歳以上がほとんどだが、実際には70-75歳の方で、補聴器が必要な人はかなりの人数いるはずだ。

以上のことから、補聴器の満足度を上げるには、「確かな調整」「両耳装用」「早期装用」が必要なのだが、まだ誤解も多く、理解が浸透していないのが現実だ。

難聴は見た目ではわからないので、誤解を受けやすい。耳が聞こえていないだけなのに、高齢者だから認知症を発症したに違いないと思われがちだ。なかには周囲とのコミュニケーションが希薄になり、孤立してしまうケースもある。特に日本人は、まじめで、聞き返すのが申し訳ないと思ってしまう傾向がある。また人と話すのをやめてしまうと、脳が活性化されなくなり、それが認知症とつながる可能性もあるという。認知症を発症しやすくしてしまうのは大変残念だ。



GN ヒアリングジャパン株式会社
マーケティング部マネージャー
野口 日登美 氏

3. 補聴器に求められる重要な要素とは

補聴器に求められる最も重要な要素は「言葉の聴き取り」だ。次に「見た目」。多くの人がつけるのを嫌がるのは、格好悪い、他人に見せたくないと思っているからだ。3つ目は「装用感」で、調査では「煩わしい」、「こもった感じがする」「変な音がする」「重い」「痛い」といった不満の声がよく聞かれる。補聴器は長時間つけるものなので、この3つが大変重要な要素で、各メーカーも、これらの点を懸命に考えて開発をしている。

◆GN ヒアリングの革新的技術とそれを支える品質

装用率と満足度がともに高い欧米では、補聴器は非常に進化し、IoT、AI、マシンラーニングといった最新技術も採用され、高度なものになってきている。

GN グループのモノづくりは、「業界スタンダードはいつもリサウンドから生まれる」と言われているほど業界初の技術を搭載することで定評がある。発売当初は、業界内から「こんなことは（当社では）できない」と言われる技術でも、何年か後には補聴器のスタンダードになっていることが多い。

これまでの進化をたどると、1989年の頃、WDR（ワイド・ダイナミックレンジ・コンプレッション）音声処理に始まり、1992年には、ノイズキャンセリングの技術、逆位相のハウリング抑制が可能になった。2010年には2.4GHz ワイヤレス技術が補聴器に搭載され、GN ヒアリングでは「スマート補聴器」と呼ぶようになった。さらにスマホとつながる補聴器が登場し、最近では遠隔サポートが可能な補聴器が開発されている。

◆重要な3要素「音質」「デザイン」「意味のある技術」

GN ヒアリングが、補聴器の開発で重要と考えている要素は、「音質」と「デザインの良さ」と「意味のある技術」の3つだ。

まず「音質」は、自然な音を追及している。GN ヒアリングは、人が生活をしている上で、周りの音というのは全部必要だと考えている。後ろから車が近づいてくる、斜め後ろから誰か知り合いが呼びかけてくる。すれ違う人に声をかけられる。こうした周囲の音を把握しながらも、会話をしっかり聞き取れないと、普通の暮らしはできないと考えている。したがって音源の位置が、遠い、近い、どの方向から音が入ってきているかというのを補聴器がしっかり捉えて再現をする音声処理を心がけている。

「デザインの良さ」は、見た目がきれいだけでなく、デザインを用途によって選べることも必要で、「耳かけ型」「耳あな型」「外耳道内レシーバ耳かけ型」といったバリエーションがある。「外耳道内レシーバ耳かけ型」は耳かけ型の一部で、最も新しいタイプで、音を出す部分を外に出したことによって、本体を小さく、軽くすることができた。音自体も鼓膜の近くに出せるので、今一番人気があり売れている。

最後の「意味のある技術」。まず2.4 GHz のワイヤレス技術を、2010年にリサウンド補聴器に搭載することで業界の流れを大きく変えた。私たちは日常生活においては、携帯を使ったり、テレビを見たり、学校へ行ったり、コンサートを聴きに行ったりと、さまざまなことをしている。そこで、すでに世の中で主流となっている技術と補聴器とを組み合わせることで装用者の利便性をさらに高めた。

たとえばオプションで、テレビにつなげられる「TV ユナイト」という機器がある。これをテレビにつなぐと、自分の補聴器にテレビの音が飛んでくるという機能で、補聴器がワイヤレスヘッドフォンと同様の状態になり、難聴の人は、最大7m 程度離れた距離で、音声処理されたテレビの音を、自分の好きな音量で聴くことができる。一方、家族のほうは、テレビの音量を自分でコントロールして構わない。飛ばしている音は補聴器のほうにしか入らないので、お互い快適な音で聴くことができる。

また Bluetooth で通信ができるようにしたので、スマホとダイレクト通信ができ、電話を受けると、電話の相手の声が音声処理された状態で補聴器から聞こえてくる。こうしたことは、GN ヒアリングだけでできることではなく、アップルやグーグルなど、他の業界との共同開発によって成り立っている。アップルとは、先方から「スマホからダイレクトストリーミングできるようにやりませんか」という打診があり、共同開発が始まったと聞いている。開発者によると、最初の2.4 GHz 搭載の開発は大変で、何年間も経て成功したのだが、その苦労も無駄にはならなかった。

補聴器がスマホとつながることで、アプリを提供できるようになり、さまざまなことが装用者本人の手元でできるようになった。たとえばアプリと補聴器をペアリングしておくことで、スマホがリモコン替わりになり、音量プログラム変更、ボリューム変更、さらに音質調整も可能になった。

◆最新機能はいつでもどこでも調整が受けられる「遠隔サポート」

最新機能は、2017年からスタートした「遠隔サポート技術」で、補聴器を使っている人が、いつもと違う環境に行き、聴きづらく困ったとき、その場でアプリから質問形式でリクエストを送る。こういうふうに聴きづらい、といった具体的なメッセージも送る。そうすると、販売店の担当者の PC につながり、そのリクエストのほかに、補聴器の装用者の毎日のプログラムのデータも一緒にクラウドを介して送られる。それで、実際の使用状況とリクエストを見て、問題点を判断して、専門家が再調整して新しいプログラムをつくる。特に、活動的で仕事をもっている人や、外出の多い人、販売店になかなか行けない人、地方に住んでいる人などにとっては、お店に直接行かなくても、その場でいつでもプログラムの調整サービスが受けられるという画期的な技術だ。

4. 最新のスマート補聴器「リサウンド・リンクス クアトロ」



リサウンド・リンクス クアトロ
写真提供:GN ヒアリングジャパン

19年に発売した、最新のスマート補聴器「リサウンド・リンクス クアトロ」は、4代目であることから「クアトロ」と名付け、音質の部分もかなり刷新し、プロからも最高評価をうけている。スマート端末との直接ストリーミングが可能で、遠隔サポートも搭載されている。また、非接触式の充電タイプなので、簡単に充電ができる。

最新スマート補聴器は、デジタルチップを刷新し、処理速度、メモリ容量、演算能力のすべてが向上した。ワイヤレス機能も向上し、両耳間通信の精度が上がった。音質も大幅に向上し、卓越した音質でストリーミングでき、いつでもどこでも遠隔サポートを受けられ、長持ちし、携帯にも便利な充電式ということで、世界中で話題となった。日本ではグッドデザイン賞など、他にも CES など海外で数々の賞を受けている。

◆補聴器の今後の可能性

補聴器の今後の可能性についてだが、最近では IoT とか AI とか、マシンラーニングなどの機能が注目されている。人間のきこえというのは、音は耳の器官に入るが、最終的には入った音を脳で処理している。しかし、こんな小さい機械に人間の脳と同じ働きを再現することは難しい。また、補聴器は小さくて軽くないと、誰もつけたがらないので、チップの大きさ、軽さ、形状にも制限がある。スマホのようなアシスタント機能などは搭載できない。いまはスマホ搭載の GPS を使ったり、アプリにやらせるなどして、補聴器にフィードバックさせているが、設計チームは、この点が革命的に変われば、また一歩進化するのではないかと期待している。

補聴器の処理に AI を載せる利点は、より自然に聞こえるということだ。そうはいっても、聴力が落ちれば、前と同じように聞くのは難しい。補聴器で補ったとしても、同じには絶対にならないが、AI によって以前聞いていた音により近づけることができるのではないかと期待されている。

年をとったら難聴になっても仕方がない、我慢すればいいと思っている人も多い。しかし人生100年時代となり、健康でいるだけではなく、自力で普通に生活できる生活寿命を、いかに長く維持できるかが非常に重要だ。クオリティ・オブ・ライフを維持するためにも、きこえは重要な部分を担っている。日本では、まだこの重要性に気づいておらず、医師ですらきちんと説明できる方は少ない。補聴器の価格はまだ高いが、今後普及率を上げていけば価格は下がっていく可能性がある。あるいは社会的な補助制度ができれば購入しやすくなる。課題も多いが、まだ13~14%の普及率なので、アメリカの30%と比較をしても、まだまだポテンシャルがある。

GN ヒアリングは、常に業界スタンダードの礎を築いてきたが、先行するというのは過酷な面もあり、前例がないだけに、最初は批判されることも多い。2014年に「iPhone とつながる世界初めての補聴器」と世に出したとき、テック系メディアの人は注目してくれたが、補聴器販売店からは見向きもされなかった。それがいまでは、お取引がない販売店からも「スマホとつながる補聴器をうちでも取り扱いたい」と依頼してくるようになった。このようなことは、いままでほとんどなく画期的なことだった。

GN ヒアリングのフィロソフィーは、“Making life sound better”。「よりあなたの人生が輝かしいものになりますように」という考え方で、快適なきこえ、ひいては快適なクオリティ・オブ・ライフの提供を考えて開発をしている。

本日のお話は以上です。ありがとうございました。

(文責：秋元真理子) ■