

## マトリクス「D」に該当する主な対応事例

2019年度に取りまとめた「高齢者対応事例集」より		
見えづらい	お送りした手紙や F A X が見づらい	使用するフォントを通常より2段階ぐらい大きなサイズにしている
見えない	クレジットカード番号が光って見えないと逆切れされる	明るさや傾き、見る場所などを変えて読み取りができないか、ご理解いただけるまで根気よく対応する
見えない	説明箇所が見えない、見つからない	具体的な場所や、分かりやすい色や形で表現をする。例) n ページの上からm段目、赤い○で囲んでいる場所
見えにくい	しおりが見えにくい。「しおりの文字が小さすぎて読めない」「レシビなどもっと紹介してほしい」	今後、高齢者の増加が予測されるので、しおりのフォントを大きくすることを検討。今までは、通常ハガキより小さいサイズだったが、通常ハガキに近いサイズになる予定
見えにくい	リモコンの文字が小さくて見づらい/記号が分かりにくい	上から n 番目の、右から m 番目の四角いボタンです。など、ボタンの位置を基点を決めた上で数字で伝える
見えにくい	操作部の文字が小さく見えにくい	操作部のボタンの特徴で伝える(丸くて大きいボタン、四角で右端にあるボタンなど)
見えにくい	色の識別が分かりにくい。緑ボタンを案内した際に、緑色が見えにくいとの申告があった	「青赤緑黄色の中の緑ボタンです」と、全色案内した上でボタンを伝えるようにしている
聞きづらい	「メニュー」「設定」「決定」という言葉が聞き取りにくい	「メニュー」⇒まみむめもの「め」とお伝えする、お客様が今のボタンが目に入っているか確認し、そこを基点として場所を案内する
見えにくい	商品パッケージの色や文字が分かりにくい	商品パッケージは、高齢者や視覚障がい者が見えやすいような、字体・色を考慮している
見えにくい	契約書や申込書の書式が見えにくい	カラーユニバーサルデザイン ( C U D ) 認証→色の使い方やデザインにも配慮し、色覚の個人差を問わず多くの方に情報をきちんと伝える
見えにくい	リモコンの操作ボタンが見えにくい	必要な機能だけにしぼり、視認性、操作性もよい大きな操作ボタンのリモコンを開発
読みづらい	パッケージの表示の文字が小さくて読めない (読みづらい)	該当する表示をゆっくりと読んで差し上げる、または、分かりやすい言葉で説明する
読みづらい	商品案内の字が小さすぎて読みにくい (多くの声をいただきます)	商品案内の文章の字数を少なくし、できる限り字が大きくなるようにしている
読みにくい	Webサイト等の表示が読みにくい	高齢者向けコースのWebサイトは文字を大きく、視認性がよい色を使う。電話問い合わせが圧倒的に多い世代なので、電話番号を大きく表示。テレビCMに掲載するときも大きく
読みにくい	茶色地の上に黒文字の表示は読みにくい	色調に差が付くように茶色の色合いを明るくして対応
読みにくい	注意表記の工夫	とある主力商品の注意表記の工夫。文言：開封後は要冷蔵⇒開封後は必ず冷蔵庫に！ 色：背景黄色・文字緑色の組み合わせ⇒背景白色、文字紺色に変更
読みにくい	パンフレット、チラシなどの色、文字の大きさ、色覚が原因で正確に理解されない事例があり困っている	一部の地域でのチラシにおいて、チラシの色、文字の大きさ、色覚を、より配慮したものを作成するように取り組んでいる。パンフレットなどにはユニバーサルデザインを採用している。
読めない	説明書の文字が小さくて読めない/説明書を読んでも使用方法が理解できない	絵や写真を多めに使用した資料を作成して、郵送する
聞きづらい	小さな「つ」「や」は高齢者の方は聞き取りにくい	低い声でゆっくり話すようにしている
聞きづらい	長音が入ると聞き取れない	「郵便」⇒「ゆうーびん」と伸ばす
聞きづらい	「っ」などの促音 (つまる音) が聞き取れない	促音は小さな「っ」が「一文字」であることを意識して話す。「トラック」⇒「トラッック」と意識する
聞きづらい	「対象 (たいしょう)」「は「相性 (あいしょう)」「坂 (さか)」「は「赤 (あか) 」と聞こえたりする	摩擦音である「さ行・た行」は子音をしっかりと発音する。表記の例の場合は、「た・い・しょう」「さ・か」の子音である「T」や「S」のところを強調する
聞きづらい	耳が遠くて聞こえにくい	過剰な敬語、長い言い回しを避け、単語で区切ってゆっくり話す。「あいにくお電話での通信販売は行っておりませんのでお店でお求めください」⇒「電話では」「売っていません」「お店で」「買ってください」
聞きづらい	数字が聞き取れない	201907などは、2つ区切りで20(ニゼロ)、19(イチキュウ)、07(ゼロナナ)と発音
聞きづらい	アルファベットが聞き取りにくい	たとえば「A」の場合はアメリカの「エー」のように言い換える。聞き取りにくい数字もほかの記入例のとおり一音ずつ区切ってゆっくり発音する
聞きづらい	「ティ」が「チ」「ピ」「テ」と聞こえる。「テ」に小さい「イ」と説明しても理解してもらえない	Tシャツやレモンティー、ティッシュペーパーなど、「ティ」がつく単語を例示してみる
聞き取れない	「病院」と「美容院」が区別できない	「びょういん」を「びよーいん」と伸ばす。「びょういん」は一字ごとにはっきり発音する
聞き取れない	もっと大きな声を出してといわれ、大きな声を出すと、逆に大きすぎると言われる	「この声で大丈夫でしょうか?」と調整していく。補聴器をつけている方だと、大きい声が、逆に聞こえにくいようだ。また、高い声だと聞こえにくいので、低めの声を出す
聞き取れない	こちらの声が聞き取りにくい	男性の低い声が聞き取りにくい方、女性の高い声が聞き取りにくい方など様々なので、担当者の要望があれば伺う
聞き取れない	丁寧な言い回しは聞き取れない場合がある	「できません」「いいです」など、短い言葉でわかりやすく説明する
聞き取れない	4、7などの数字が聞き取りにくい	ヨンガツナニチ (4月7日) など「イチ、ヨン、ナナ」と発音する
聞き取れない	通常の対話のスピードで話をしているも、聞き取りにくい	一言ずつ、はっきりと発音し、ゆっくり話をする。(「このくらいの話し方でよろしいですか?」と確認しながら話をする)
聞き取れない	過剰な敬語やクッション言葉を使用することで、意味が理解されにくかったり聞き取りにくいことが多い	「・・・でございます。」「お手数ですが・・・」など、端的に「です」「ます」調で伝えるようにする
聞き取れない	アルファベットの伝え方	アメリカの「A」ブラックの「B」チャイナの「C」ゴールドの「D」日本の「J」などと伝えると発音による間違いが減る
聞き取れない	漢方薬の名前の説明の仕方	漢方薬は漢字で説明せず、カナで書き取ってもらい、そのままお店の方に見てもらおう説明。たとえば「葛根湯」(カクコントウ) など
聞き取れない	こちらの話し方が早いと言われ、続けていると聞くと戸惑ってしまう	お客様と同じ速度でゆっくり話す。こちらが聞きたい内容は1つ1つ聞く ×→「お名前とご住所、お電話番号を教えてください」 ○→「まずはお名前を聞かせていただけますか」「次に・・・」
聞き取れない	カタカナの名称が聞き取りにくい (例) ケンコーコム「健康診断のケンコー、カ行の コ マ 行の ム」	カタカナ言葉はしんぶんの「し」のように一音ずつ発音する。数字はほかの記入例のとおり一音ずつ区切ってゆっくり発音する
聞き取れない	音読み・熟語は分かりにくい	訓読み・やさしい言葉に言い換える

2021年9月7日公開

ACAP研究所 消費者対応部門における高齢者対応研究会  
本報告書の無断転載・複写を禁じます

## マトリックス「D」に該当する主な対応事例

2019年度に取りまとめた「高齢者対応事例集」より		
聞き取れない	女性の高い声で早口ぎみに話すと、高齢男性が電話を切ってしまうことがある	音量はやや大きめにし、低め・ゆっくりめ、また普通より間を長めに取りながら話すようにする
聞こえない	会話の話しはじめが聞こえない 特に商品名の最初の音がサ行だと聞こえない 例：シルク****パウダー	商品名を言ってから説明（言い換え）をつけて案内する「シルク****パウダー、おしるいでございます」 または「おしるいのシルク****パウダーでございます」 そもそも、新商品の商品名を決める際に「聞き取りやすさ」を考慮するべきでは？という声も
聞こえにくい	「ストップ」が聞き取れない	「ス」を少し強調し、「ストップ」のようにゆっくり発声する
聞こえにくい	子音の部分がバ行・タ行・カ行・サ行は聞き取りにくい	ゆっくり、はっきり発音し、必要に応じて言い換える
聞こえにくい	CC等、同じ文字が続くと聞き取りにくい	「Cが2つ」と言い換える
聞こえにくい	少しでも言葉がかぶると聞き取っていただけない	電話マナーでお客様のお話に言葉がかぶせることは基本厳禁だが、特に高齢のお客様の場合は、少しでもかぶると聞き取ってもらえないため、注意する
聞こえにくい	インカムで話す相手と聞こえにくい	受話器に変えて話す
聞こえにくい	人名、地名、数字（サ行、タ行、2文字の苗字・地名は聞き取りにくい） ・カトウ？サトウ？、ヤマ？ツヤマ？、セキグチ？タキグチ？タニグチ？、イトウ？サイトウ？ナイトウ？、イダ？スタ？ツダ？	カタカナの口口の「カトウです」、井戸のイに田んぼのタで「イダです」など。また地名の場合、単に「シブヤク（渋谷区）」と言うより、「トウキョウトシブヤク（東京都渋谷区）」といった方が聞き取りやすい
文字/形状	賞味期限の表記が分かりにくい	以前はカートンの色に白文字で大変見づらかったが、黒背景に白文字にし、見やすくなるよう改善。文字がもっと太くならないか製造元と検討中
丁寧な確認・対応	お申し出内容が聞き取れない	必ずお客様のお申し出内容を復唱し、正確に把握する
丁寧な確認・対応	お客様の住所、名前などが聞き取りにくい	「住所、名前、電話番号」は必ず復唱、「漢字、カタカナ」なども確認し、住所についてはネット検索で確認しながら対応する場合もある
丁寧な確認・対応	お客様の聴覚が弱く、伝えたいことが伝わりにくい場合	一字一句ゆっくりと話す。話の途中で内容を再度ゆっくりと復唱し、理解されたかどうかを確認する
コミュニケーションボード	聴覚、視覚、言葉の不自由なお客さまのサポート	店舗に老眼鏡・筆談器・ヒアリングヘルプ・コミュニケーションボード・ほじょ犬シール・COMUOONを設置
対話支援機器	耳が遠いお客様が来店される	軽度・中等度難聴者の「聴こえ」を改善する会話支援機器を各拠点に配布
筆談器	聴覚、視覚、言葉の不自由なお客さまのサポート	店舗に老眼鏡・筆談器・ヒアリングヘルプ・コミュニケーションボード・ほじょ犬シール・COMUOONを設置
老眼鏡	店舗のスロープが歩きにくい、トイレが使いづらい、説明資料の文字が小さくて読みにくいなどの声が寄せられており困っている	店舗設計の際、スロープの設置、トイレのバリアフリー化などに配慮している。また老眼鏡の設置も進めている
アルファベット表記	#や*など記号に弱い	ゼロの右にあるイゲタのマーク、キュウの下のイゲタ、ゼロの左のコメジルシ、ナナの下のコメジルシなど、すぐ分かるボタンを基点とした案内
くどい	話が長く、話がそれる。同じ説明を繰り返しても話が通じない	2回目まではお客様の話をしっかりと聞く、3回目以降はこちら側から話の途中で「その話は〇〇でしたね」とこちら側がすでに聞いていると繰り返し、本題に戻す
一方的主張	長々と一方的に話し続けることで対応が先に進まない	「。」で区切るところで一度「。」で止め、お客様の反応を確認しながら話す
一方的主張	高齢者からのお申し出には、主語がないことが多い	お客様が何を言いたいのか勘を働かせ、「〇〇についてのお申し出ですね」のように、お申し出内容を確認しながら対応する
人の話を聞かない	こちらの説明を待たず、お客様自身で操作をさっさと進めてしまう	「一緒に画面を確認したいので」とお伝えし、ゆっくり操作していただくよう促す
話が終わらない	耳が遠い、お話が堂々巡り、理解力が乏しい、世間話が多い、話の内容が聞き取りづらい/分かりづらい・などの理由や、定年退職後の人は、指導したい！と感じる人もいらっしゃるため、通話時間が長時間化することがある	「最初の話に戻ると・・・」「お話をまとめますと・・・」など適当なところで話を遮ったり、キーワードを拾ってすかさず復唱するなど、同じトーンで相槌を打ったり、うまく質問をしながら話題を変えてみる
丁寧な確認・対応	来社されるお客様の「耳が遠い」、「足が悪い」という情報の引き継ぎ	記録に残し、次の対応者にも分かるようにしている
丁寧な確認・対応	取扱説明書の絵だけでは、うまく伝えられない内容がある	実機に触れながら、お客様の状況に合わせて説明する
丁寧な確認・対応	製品名が分からない方が多い	パッケージがお手元にあるかお聞きして、特徴的な部分（マークなど）を確認する