

「高い」、「期待したほど聞こえない」、あなたの補聴器選び大丈夫ですか？

「補聴器を買ったが高くて支払えないので解約したい」「期待したほど聞こえが改善されないので解約したい」といった補聴器¹の契約等に関する相談が全国の消費生活センターには数多く寄せられており、年々増加傾向にある。

耳の聞こえが十分でない高齢者からの相談が多く、店頭などで説明を受けたとしても十分理解・納得した上での契約でないケースや、購入するつもりではないときに勧められて十分な聴力の把握もなく契約している例もある。また、家族や福祉関係者など周りの人からの相談も目立つ。

補聴器は薬事法で医療機器に分類されているが²、フィッティング³と呼称される購入前・購入後の聞こえの調整や定期的な清掃など含めたアフターケアなど、販売側の専門性やメンテナンス体制も契約する際の重要なポイントである。

そこで、補聴器の契約等をめぐるトラブルを分析して問題点をまとめ、消費者被害の未然防止・拡大防止のため情報提供するとともに関係機関に要望することとした。

1. PIO-NET⁴にみる「補聴器」に関する相談件数

補聴器に関する相談は2003年度は237件であったが、2012年度は529件と10年前に比べて倍増している。

また、毎年度増加傾向にあり、今年度は435件(2014年1月31日までの登録分。前年同期日では365件)となっている。

¹一般的な補聴器は、薬事法第2条第6項で規定する管理医療機器に該当し、その多くが薬事法第23条の2第1項で定められる指定管理医療機器に当たるもので、使用目的、効能又は効果について「身体に装着して、難聴者が音を増幅して聞くことを可能とすること」と定められている。(平成17年3月25日厚生労働省告示第112号)。

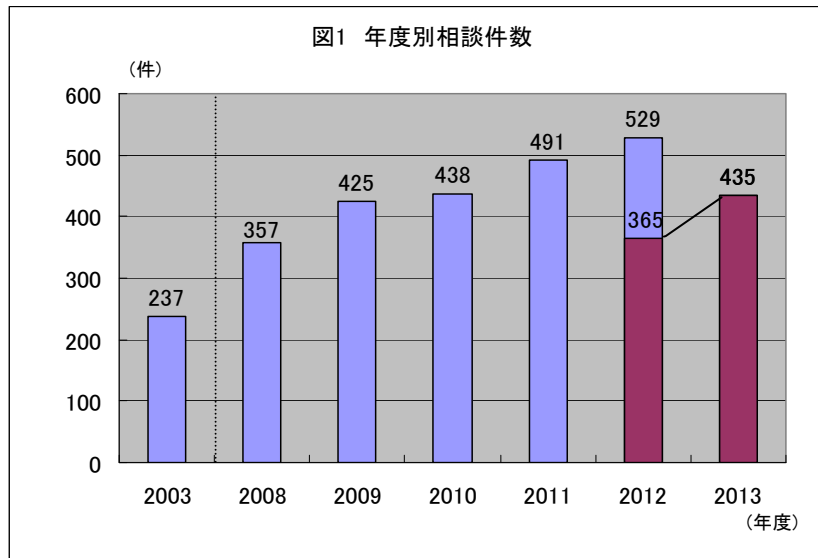
一般社団法人日本補聴器工業会によると、補聴器の種類には耳かけ形、耳あな形、ポケット形、メガネ形などがあり、中でも耳かけ形と耳あな形が普及している。イメージは(参考2)参照。<http://www.hochouki.com/academy/step/type/index.html>
また、同工業会が行った難聴・補聴器に関するアンケート調査によると對自己申告難聴者の補聴器所有率は14.1%で、他の先進諸国に比べて著しく低くなっている。http://www.hochouki.com/files/20120123_japantrak.pdf

なお、「集音器」、「助聴器」などといった補聴器に形状が似た商品があるが、難聴者が補聴目的で使用する商品ではない。

²医療機器は、高度管理医療機器、管理医療機器、一般医療機器に分類され、そのうち管理医療機器は、副作用又は機能の障害が生じた場合において人の生命及び健康に影響を与えるおそれがあることからその適切な管理が必要なものとして、厚生労働大臣が薬事・食品衛生審議会の意見を聴いて指定する、不具合が生じた場合でも人体へのリスクが比較的低いと考えられるものとされている。

³特定非営利活動法人日本補聴器技能者協会では補聴器のフィッティングについて「補聴器を使用する人の聞こえに合わせる作業を総称するもの」と定義している。<http://www.npo-jhita.org/common/pdf/fitting.pdf>

⁴PIO-NET(パイオネット:全国消費生活情報ネットワーク・システム)とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積しているデータベースのこと。



(2014年1月31日までのPI0-NET登録分)

2. 主な相談事例⁵

【事例1】認知症気味の高齢者が補聴器を購入したが聞こえないので返品に行ったら、より高額なものを勧められた

自分はヘルパーである。訪問先の介護者は認知症気味で歯もないので話し方も不明瞭で、耳がほとんど聞こえない。その高齢者が大手家電量販店に出向いて補聴器を5万円で購入したがまったく聞こえないため販売店に返品に行ったが、交換ならできるとのことでより高性能の25万円の補聴器を勧められ購入した。しかし、この補聴器も聞こえないようで今は使っていない。

(受付年月：2013年10月 契約当事者：70歳代 男性 埼玉県)

【事例2】高齢者が補聴器の店に一人で出向いて、勧められるまま両耳分を契約したが、高額なため片耳分への変更を申し出たものの注文品なのでキャンセル不可といわれた

自分は民生委員である。担当している地区の高齢者から「補聴器の店に一人で出向いて店員の説明を聞いた。上手に勧められるうち、つい10万円の補聴器を両耳分注文してしまったが20万円もの支払いはやはり難しいと後悔している。店にその旨伝えて片耳分だけ購入したいと頼んだが、注文品なのでキャンセルできないといわれてしまった。今日が受け取りに行かねばならない日なので困っている。どうすればいいか」と相談された。

(受付年月：2013年11月 契約当事者：80歳代 男性 神奈川県)

【事例3】同行者がいない間に補聴器を契約。使用すると頭痛がし、高額なため解約したい

高齢の叔母がメガネ店に行くというので一緒に出かけた。耳が不自由でメガネについての店員の説明がよく聞こえず、店員がポケットに入れるタイプの補聴器を貸してくれた。すると、それも買うということになり聞こえの検査することになった。自分からは店員に「高いものはいらない」と伝え、検査をするというので買い物をするため別れた。その後叔母と会ったが「気づいたらメガネと補聴器で合計25万円超の契約をしてしまった」とのことであった。出来上がった補聴器を使用したところ頭痛がして具合が悪くなるという。高額であり、返品できないか。(受付年月：2013年9月 契約当事者：80歳代 女性 青森県)

⁵販売購入形態でみると、訪問販売、通信販売の件数は相談件数全体の各々1割強であるため、今回は店舗購入を中心にみた。

【事例4】 試聴した補聴器は聞こえたが購入したものは何度調整しても聞こえない

祖母が、病院に出張販売に来ていた業者と補聴器の契約をした。購入前に補聴器を借りて試していたときは、まあまあ聴こえたのでこれならよいと思い購入したものである。その後、半年の間に7、8回店で調整をしてもらっているが、聞こえないようだ。

(受付年月：2013年7月 契約当事者：80歳代 女性 大阪府)

【事例5】 メガネ店で高額な補聴器を購入したが、その後病院で「補聴器は使用しないほうが良い」と診断された

サングラスを買うためにメガネ店に出向いた際に、店員に左耳が突発性難聴のために耳鳴りがするという話をした。試しに補聴器を着けてみたところ耳鳴りが止まったような気がした。店員から両耳に着けるよう勧められもう片方の耳にも着けたらよく聞こえると思った。そのまま売り場で勧められいつの間にか両耳で約50万円の補聴器を買うことになってしまった。後日キャンセルしたいと伝えたが、拒否された。その後、病院で診察を受けたところ「補聴器はしないほうがよい」との診断が出た。解約できるだろうか。

(受付年月：2012年11月 契約当事者：60歳代 女性 宮城県)

【事例6】 補聴器の説明や調整などアフターケアを約束したのに自宅に来てくれない

半年前、夫が耳鼻科で診察を受けたところ難聴と診断された。病院から紹介された店で15万円を超す補聴器を購入した。使用方法等の説明を受けたが、高齢者なので一回では分からないと伝えたところ、自宅に来て再度説明と調整等をするとのことだった。だが半年経っても一回も調整しに来ないため、夫は使用方法が分からず、まったく使わずに放置している。

(受付年月：2013年5月 契約当事者：不明 男性 鹿児島県)

3. 事例からみた問題点

(1) 自分の耳の聞こえの状態を把握しないまま補聴器を購入している

耳の聞こえが以前よりも良くないと思った場合、まずは専門医⁶を受診し、その原因や状態を把握することが必要である。しかし実際には、自分の「聞こえ」の状態を把握しないまま、どのような目的で補聴器を利用したいのか具体的なイメージを持たずに、なりゆきで補聴器を購入しているケースがある。

(2) 高齢者が一人で店舗に出向いて補聴器の特徴、メンテナンス(調整)などについてよく理解しないまま契約している

補聴器は用途や目的に応じて種類や費用もさまざまである⁷。消費者が事前にそれらの特徴やメンテナンス(調整)などについて十分に情報を収集、把握せずに販売店から勧められるまま契約をしているケースがある。

(3) 補聴器に関して、販売店の知識・技能やサービス体制が十分でない場合も

補聴器が使えない消費者に対して販売されたケースや、アフターケアの約束を守らず消費者が適切な状

⁶一般社団法人日本耳鼻咽喉科学会では、同学会の専門医の中から、決められた講習と実習を受講し、難聴者が適正な補聴器を利用できるように活動している医師に対して補聴器相談医を認定し、委嘱している。<http://www.jibika.or.jp/citizens/senmon/index.html>

⁷補聴器は軽い難聴用からほとんど声の聞き取れない難聴者向けのものがある。また、主な使用場所が家庭の場合、騒音のする戸外の場合、パーティーなどの大勢の人の声がある場合などで必要な機能を備えた様々なものがある。一般社団法人日本耳鼻咽喉科学会「補聴器のやさしい解説」<http://www.jibika.or.jp/citizens/hochouki/yasasii.html>

態で補聴器を使用できていないケース、購入してから何度か調整しているが聞こえないといった販売店のサービスの体制や質が十分でないと思われる相談が寄せられている。業界では補聴器販売従事者の認定基準⁸を設けて、一定水準の専門の技能・知識を持った者を配置しているとするが、それらの者がフィッティング業務に従事している店舗はまだ十分とはいえない。

(4) 「聞こえ」の把握や購入の目的にあった販売がされているのか疑わしいケースも

補聴器は消費者の聴力や目的などに応じたフィッティングを行うことで補聴効果を高める。一方「試聴したものと同じものを買ったが何度調整してもあわない」「使用したところ頭痛がして具合が悪くなる」といった相談が寄せられている。消費者に適切なものが販売されているのか疑わしいケースもある。

4. 消費者へのアドバイス

(1) 補聴器を購入する前に専門医に相談すること

補聴器は、使用すれば以前のような聞こえ方に戻るものではなく、あくまで現在の聴力を補うものである。耳に疾患がある場合など使用できないこともある⁹。初めて補聴器を購入する前にはまず聞こえにくい原因や程度、補聴器の必要性の有無などを専門医に相談すること。また補聴器を作り直す際も、以前と聞こえが異なっている場合もあるので同様に専門医に相談することが望ましい。

(2) 補聴器について情報を収集するとともに、専門的な設備や専門知識・技術を持った者がいる販売店で購入すること

補聴器は「聞こえ」の状況に応じたフィッティングをすることで補聴効果をより高めるものである。「聞こえ」は生活の質に直結することであり、高額な契約になるケースもあるので事前に補聴器に関する情報収集をした上で、専門的設備や専門知識・技術を有する販売員がフィッティングサービスを行う信頼できる販売店で購入することが望ましい。

なお、この点については、国民生活センターでは2007年に通信販売で売られている補聴器などに関して情報提供し、関係機関に「要望」¹⁰をしている。

(3) 耳の聞こえが十分でない高齢者の補聴器の契約には周りの協力が必要

補聴器を選ぶに当たり、利用者の状況や利用の目的などを販売店の担当者に伝え、説明を理解するためのコミュニケーションが取れるようにすることが重要である。補聴器を購入する消費者の多くは「聞こえ」の程度が十分でない高齢者なので、契約の際は家族など周りの人が付き添いサポートすることが望ましい。

⁸公益財団法人テクノエイド協会では、安全で効果的な補聴器の販売と使用を推進し、難聴者の自立と福祉の増進に寄与するために、認定補聴器専門店や認定補聴器技能者の認定を行っている。<http://www.techno-aids.or.jp/sermon/kounyuu.pdf>

⁹一般社団法人日本補聴器販売店協会では「禁忌8項目」を定め、補聴器購入前に消費者に耳鼻咽喉科に相談するように勧めている。http://www.jhida.org/kyoukai/owa/kensyo/kinki8_a4.jpg

¹⁰「通信販売の補聴器等の安全性や補聴効果－販売サービスに関する調査も含めて－」では、店頭及び通信販売で補聴器を販売している販売店に行ったアンケートを実施している。http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20070906_1.html

厚生労働省や関係機関に「フィッティングした上での販売となるような販売システムの見直し」、「販売サービスの内容および水準の向上」などを要望した。その後、厚生労働省から「補聴器の適正な販売の推進等について」(2007年10月29日 薬食機発第1029001号)の通知が出され、「補聴器のフィッティングサービスに対応できる技能者の育成推進」「使用者が購入の際に一定水準以上の技能者によるフィッティングサービスが受けられるような環境整備」「補聴器の安全な取扱いやフィッティングサービスの重要性について使用者に対する適切な啓発を努めること」などを関係機関に求めている。<http://www.hochouki.com/announce/index.html>

(4) トラブルになった場合など、最寄りの消費生活センターへ相談すること

補聴器の購入において、よく理解できない状態で勧められるまま高額な契約をしてしまったがどうしたらいいかなど、困ったときは最寄りの消費生活センターへ相談すること。

5. 事業者への要望

(1) 補聴器を取り扱う販売店の販売・サービス体制の充実・向上を図ること

購入後、何度調整してもよく聞こえないといった相談が目立つ。補聴器はフィッティングを行うことで補聴効果を高めるものであり、その場での短時間のフィッティングだけで終わるのではなく補聴器の効果を消費者が把握できるよう可能であれば実生活での試用期間を設けること。

業界では補聴器販売従事者の認定基準を設けて、一定水準の専門の技能・知識を持った者を販売店に配置しているとするが実際に配置されている販売店は多くはない。人員の配置を充実させるとともに技能・知識の水準を高めるように努めること。また、補聴器は医療機器でもあることから事業者は医療機関との連携体制の構築・充実を図ること。

(2) 消費者が機能や価格などを十分に理解した上で販売するようにすること

補聴器を求める人は、聞こえが十分でない高齢者が多く、販売店からの説明がよく理解できないまま契約しているケースがみられる。事業者は家族など周りの人の同席を促すなど利用者と家族などの両方から十分理解を得た上で販売すること。

(3) 補聴器に関する情報について啓発を行うこと

専門医に相談してから補聴器を購入しているケースは多くない。また、補聴器に関する情報を消費者が十分把握しないままトラブルにあっているケースも見受けられる。

事業者は、消費者に対して補聴器に関する情報についてより啓発を行うこと。

6. 要望先

一般社団法人日本補聴器工業会

7. 情報提供先

消費者庁 消費者政策課

内閣府 消費者委員会事務局

厚生労働省 医薬食品局 審査管理課 医療機器審査管理室

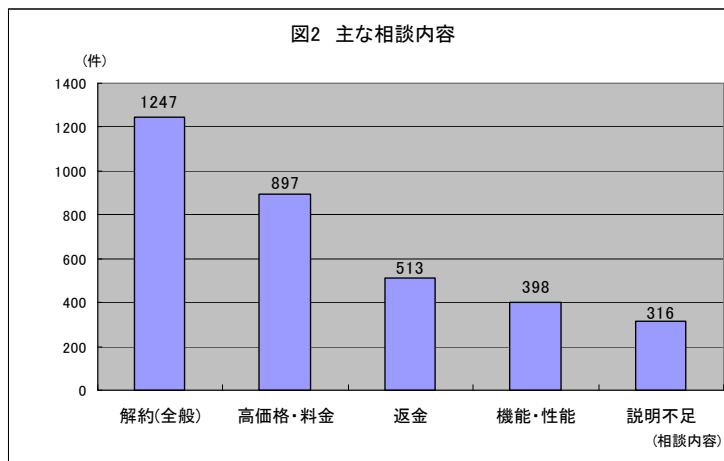
一般社団法人日本耳鼻咽喉科学会

日本聴覚医学会

(参考1) PIO-NETにみる相談件数等(2008年度以降受付分、2014年1月31日までの登録分)

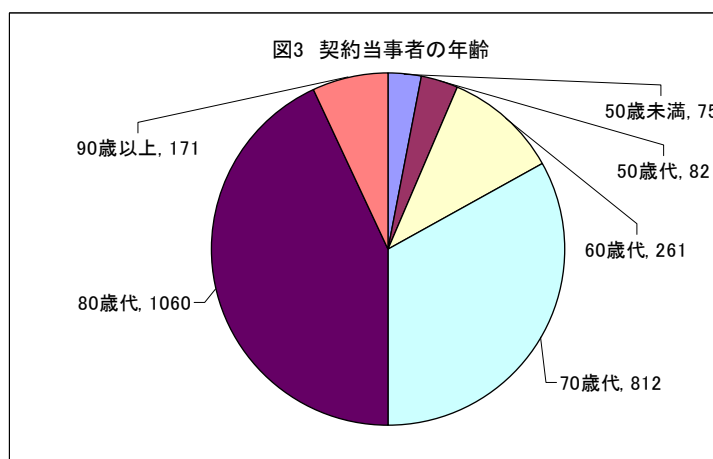
(1) 主な相談内容

補聴器に関する相談について、主な相談内容でみると最も多いのが「解約(全般)」1,247件で次いで「高価格・料金」897件、「返金」513件、「機能・性能」398件、「説明不足」316件となっている(図2。相談内容はマルチカウント。n=2,675)。



(2) 契約当事者の年齢

契約当事者の年齢は大半(8割)が70歳以上で、80歳代が最も多くなっており、中には90歳以上の相談も寄せられている(図3。不明・無回答を除く。n=2,461)。契約当事者が70歳以上のケースをみてみると、本人以外に家族や周りの者などから解約できないかなどといった相談が半数近く(941件)寄せられている(不明・無回答を除く。n=2,038)。この割合は相談全体での割合(3割)¹¹よりも多い。



(3) 販売購入形態と契約購入金額

店舗購入が相談全体の7割以上(1,842件)を占めている。中には、メガネ店や電気店に出向いた際に勧められて契約したというケースもある。訪問販売、通信販売の相談件数は312件、266件と各々全体の1割強である(不明・無関係を除く。n=2,538)。

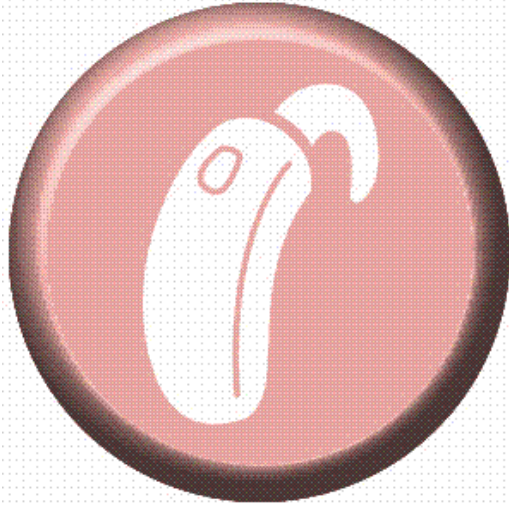
契約購入金額をみると、10万円以上50万円未満の相談が6割強(1,394件)と最も多い(不明・無回答を除く。n=2,187)。

¹¹ 「消費生活年報2013」 1. PIO-NETに見る消費生活相談 —全国のデータから— 図6 契約当事者からの相談と別の人からの相談の内訳(2012年度)の70歳以上の割合

(参考2) 主な補聴器の形状（一般社団法人日本補聴器工業会提供）

主な補聴器の形状としては以下のようなものがある。

【耳かけ形】



【耳あな形】



【ポケット形】



【メガネ形】



<title>「高い」、「期待したほど聞こえない」、あなたの補聴器選び大丈夫ですか？</title>