

# 障害者等の対面・非対面窓口の利用実態

— 一般消費者・聴覚障害者・視覚障害者を対象とするアンケート調査結果より —

研究開発室 水野 映子

## —要旨—

- ① 店舗や施設などにおいて対面で接する窓口（対面の窓口）、および電話、ファックス、インターネットなど対面以外の窓口（非対面の窓口）の利用実態を明らかにし、その問題点を探るため、一般消費者・聴覚障害者・視覚障害者を対象とするアンケート調査を実施した。
- ② この1年間に予約・申し込み等の手続きをおこなった場面としては、一般消費者・聴覚障害者・視覚障害者のいずれにおいても「病院の予約」「通信販売の商品の注文」「電車・飛行機などのきっぷの予約」「ホテルの予約」の4項目が上位にあがった。
- ③ 上記の手続きをおこなう方法は、一般消費者と視覚障害者では「電話」「対面」の割合が高い。一方、聴覚障害者では両者に比べると「電話」の割合が低く、「メール」「HP（ホームページ）」「ファックス」の割合が高い。年代別にみると、「対面」の割合は障害の有無や年代を問わず高い。また「電話」も一般消費者と視覚障害者においては全年代で多く使われている。一方、「HP」「メール」を使う割合は若い年代で相対的に高い。
- ④ 予約・申し込み等の手続きをおこなう際に便利な方法は、一般消費者では「電話」の割合が最も高く、次に「対面」「HP」となっている。一般消費者に比べて聴覚障害者では「電話」の割合が低く、視覚障害者では「郵便」「ファックス」の割合が低い。年代別にみると、障害を問わず若い年代のほうが「対面」より「HP」を便利と感じ、さらに聴覚障害者では若い年代のほうが「ファックス」より「メール」を便利と感じている傾向がある。

## 1. 調査の概要

### (1) 問題意識

高齢化が進み、身体機能の低下した人や何らかの障害のある人が増えていること、CSRに対する企業や社会の関心が高まっていることなどを背景に、市場拡大の観点からもイメージ向上の観点からも、企業等が高齢者・障害者などの多様な消費者のニーズに応えることの重要性が高まっている。特に、サービス等に関する問い合わせや手続きなどに応じる窓口は、企業の“顔”ともいえるべき存在であり、多様性への対応が最も必要な分野の一つであろう。

多様な消費者への対応状況は業種や企業・団体によって差があるものの、窓口のある店舗や施設（例えば商業施設、交通機関、医療機関、行政機関など）のバリアフリー化や、窓口における接客サービスの向上などに努めている事例はしばしば見られるようになった。また、そうしたハード面・ソフト面での対応方法について記載されたマニュアル類も、行政や業界団体、個別企業などから数多く発行されている。

ただ、それらの多くは、対面で顧客に接する窓口（以下「対面の窓口」）に関する事例であり、対面以外、例えば電話、ファックス、メール、ウェブ（いわゆるホームページ、以下「HP」）などの窓口（以下「非対面の窓口」）に関する事例は少ない。すなわち、非対面の窓口における多様な消費者への対応は、対面の窓口における対応に比べるとあまり議論されていないといえる。しかし、インターネットに代表される情報通信手段の普及にとともない、非対面の窓口は対面の窓口とともに消費者にとって身近で、かつ重要になっていると考えられる。

そこで筆者は、障害者・高齢者を含む消費者の、非対面も含めた窓口の利用に関する現状および問題点等を明らかにし、多様な人々が利用しやすい窓口について検討するために、以下に述べる調査を実施した。

## (2) 調査方法

まず、聴覚障害者と視覚障害者を対象とするヒアリング調査を実施し、その結果をもとに図表1に示すアンケート調査を実施した。障害のある消費者の中で聴覚障害者と視覚障害者を調査対象として選んだ理由は、窓口、特に非対面の窓口を利用する際に、情報入手やコミュニケーションの面で不便が多いのではないかと考えたためである。また、障害の有無にかかわらず一般に共通する問題も明らかにするために、一般消費者もアンケート調査の対象に加えた。

主な質問項目は、対面の窓口、および非対面（電話、ファックス、郵便、メール、HP）の窓口の利用実態とそれに対する評価（便利さ、不便さ）についてである。その結果のうち、本稿では利用実態と便利さについて述べる。

なお本稿では、「窓口」という言葉を、対面の窓口と非対面の窓口の両方の意味で使っているが、一般には前者の意味にのみとらえられることもあると考えたため、アンケート調査票では「窓口や店」という表現を対面の窓口の意味で用いた。また、「窓口を利用する」という表現も具体的なイメージがとらえにくいため、調査票でその意味を指す際には「予約や申し込みなどの手続きをおこなう」といった表現を用いた。

図表1 アンケート調査の方法

	一般消費者	聴覚障害者	視覚障害者(注)
調査対象	20～79歳の男女 500名(当研究所生活調査モニターより抽出)	20歳以上の聴覚障害者	20歳以上の視覚障害者
調査地域	全国	主に首都圏	主に首都圏
配布方法	郵送	聴覚障害者の集まる会合・サークル等や個人を通じて手交	視覚障害者の集まる会合・教室等や個人を通じて ①点字・活字の調査票は手交 ②電子データの調査票はメール等により配布
回収方法	郵送	手交または郵送	①点字・活字の調査票は手交または郵送 ②電子データの調査票はメール等により回収
調査時期	2008年11月	2008年11～12月	2008年11～12月
有効回収数	480名	147名	94名

注:視覚障害者用の調査票は、点字、活字(一般の大きさの活字と拡大活字)、電子データの形式の調査票を用意し、回答者の希望に応じて配布した

## 2. 調査結果

### (1)回答者の特性

回答者の特性を図表2に示す。年代をみると、調査に回答した聴覚障害者・視覚障害者は、調査に回答した一般消費者と比べても、一般の聴覚障害者・視覚障害者(厚生労働省「平成18年 身体障害者実態調査」のデータ)と比べても若い層が多い。また、その障害の状況をみると、それぞれ一般の聴覚障害者・視覚障害者(同上のデータ)と比べて障害が重く、早い時期から障害がある傾向にある。

使っている情報通信機器をみると、パソコンと携帯電話の利用割合は視覚障害者、聴覚障害者、一般消費者の順で高く、ファックスの利用割合は聴覚障害者、一般消費者、視覚障害者の順で高い。ただし図表は省略するが、いずれの対象者においても年代によって各機器の利用割合が異なるため、年代別に各対象者の利用割合を比較すると、必ずしもそうした傾向はみられない。

図表2 回答者の特性

		一般消費者	聴覚障害者	視覚障害者			聴覚障害者	視覚障害者	
		480人	147人	94人			147人	94人	
性別	男性	47.3	49.0	50.0	職業	有職	57.9	74.8	59.6
	女性	52.7	49.7	50.0		無職	41.3	23.1	37.2
年代	20代	13.3	15.0	19.1	使っている情報通信機器 <sup>注2</sup> <複数回答>	パソコン	64.0	74.1	87.2
	30代	17.3	31.3	34.0		携帯電話	76.3	80.3	89.4
	40代	17.3	24.5	22.3		ファックス	44.0	50.3	16.0
	50代	17.7	17.0	11.7					
	60代	17.5	10.2	9.6					
	70代	16.9	0.7	3.2					
障害の程度	1～2級				視力の程度	1～2級	88.4	74.5	
						3～6級	9.5	21.3	
	3～6級					全盲		33.0	
						弱視		67.0	
障害発生時期				障害発生時期	生まれた時から	51.7	59.6		
					～小学校入学前	40.1	9.6		
					～成人前	4.1	5.3		
					成人後	2.7	24.5		

注1:無回答の掲載は省略

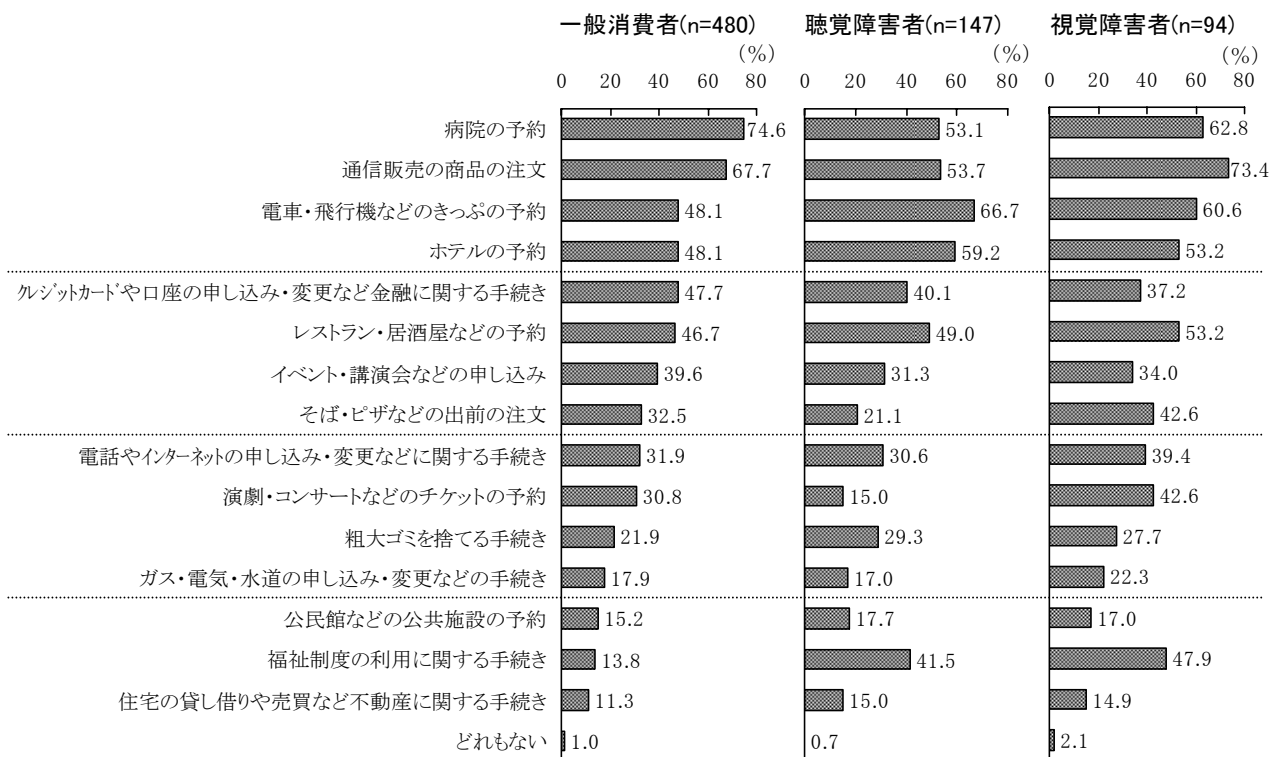
注2:「仕事以外の時にどれを使っているか」と質問した

## (2) 窓口利用の現状

### 1) 諸手続きの場面

この1年間に、図表3にあげる予約・申し込み等の手続き（以下、「諸手続き」）をおこなったかどうかをたずねた。一般消費者では、割合が高い順に「病院の予約」（74.6%）、「通信販売の商品の注文」（67.7%）、「電車・飛行機などのきっぷの予約」「ホテルの予約」（いずれも48.1%）となっている。また、聴覚障害者・視覚障害者の上位4項目にもこれらと同じ項目が入っている（ただし、視覚障害者においては「レストラン・居酒屋などの予約」が「ホテルの予約」と同割合で4位となっている）。

図表3 諸手続きの場面＜複数回答＞



### 2) 諸手続きの方法

この1年間に前述の諸手続きをおこなった人（「どれもない」以外の項目を選んだ人）に対し、図表4にあげる方法でおこなった頻度をたずねた。以下では、おこなったことがあった人（「まったくなかった」以外の人）の割合について述べる。

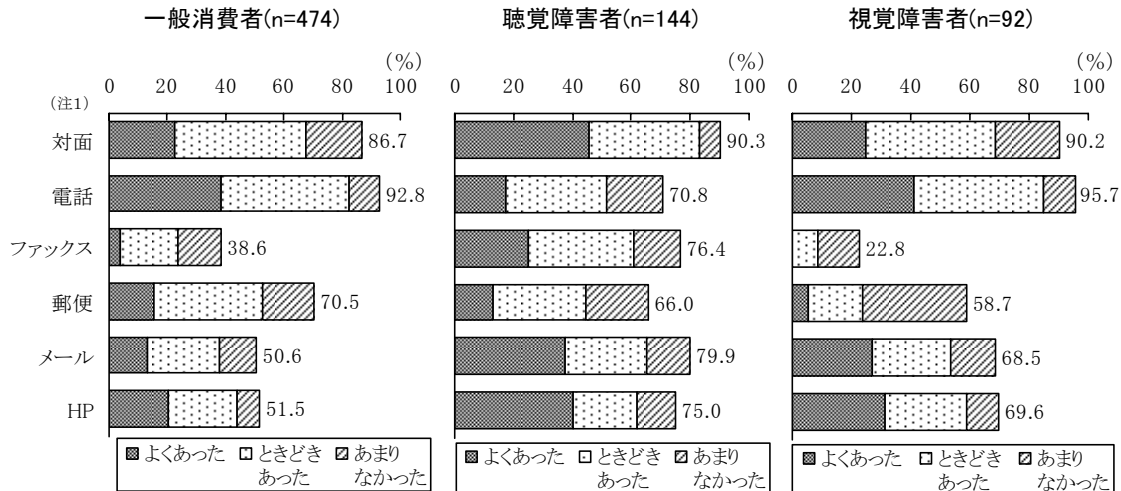
一般消費者では、「電話」（92.8%）、「対面」（86.7%）の順に多い。

聴覚障害者では、「対面」（90.3%）が最も多く、次に「メール」（79.9%）、「ファックス」（76.4%）、「HP」（75.0%）となっている。一般消費者に比べると、「電話」の割合が低く、「メール」「HP」「ファックス」の割合が高い。

視覚障害者では、「電話」（95.7%）と「対面」（90.2%）が9割以上、「HP」（69.6%）

と「メール」(68.5%)が約7割となっている。一般消費者と比べると、電子媒体である「メール」と「HP」の割合は高く、対人である「対面」と「電話」の割合は同程度、紙媒体である「ファックス」と「郵便」の割合は低い。

図表4 各方法で諸手続きをおこなった頻度



注1:それぞれ上から順に「窓口や店で手続きをしたこと」、「電話で手続きをしたこと」(聴覚障害者の場合は「代理の人(聞こえる人)が電話で手続きをしたこと)、「ファックスで手続きをしたこと」、「郵便で手続きをしたこと」、「パソコンや携帯電話を使ってメールで手続きをしたこと」、「パソコンや携帯電話を使ってホームページ上で手続きをしたこと」の略

注2:回答者は図表3で「どれもない」以外の項目を選んだ人

注3:「まったくなかった」の回答結果は省略

次に図表5には、各方法で諸手続きをおこなったことがあった人の割合を年代別に示す。ただし、聴覚障害者と視覚障害者については、各年代のサンプル数が少ないため、本文では主に40代以下・50代以上の2つのカテゴリーについて述べる。

一般消費者の1位・2位はどの年代においても「対面」か「電話」であるが、3位は20~30代では「HP」、40~70代では「郵便」となっている。聴覚障害者の1位は40代以下・50代以上ともに「対面」、2位・3位は40代以下では「メール」「HP」、50代以上では「ファックス」「郵便」である。視覚障害者の1位・2位は40代以下・50代以上ともに「対面」「電話」、3位は40代以下では「HP」、50代以上では「郵便」である。

まとめると、諸手続きをおこなう窓口として、障害や年代を問わず使われているのは「対面」である。また、一般消費者と視覚障害者においては「電話」も全年代で使われている。一方、若い年代で使われている割合が相対的に高いのは「HP」(聴覚障害者においては「メール」も)、相対的に低いのは「郵便」(聴覚障害者においては「ファックス」も)である。

なお、年代ごとに各対象者の「メール」「HP」の割合を比較すると、聴覚障害者ではどの年代においても一般消費者より割合が高いが、視覚障害者ではその傾向は必ずしもみられない。つまり、一般消費者全体より視覚障害者全体で「メール」や「HP」

の割合が高い、という前述の結果は、視覚障害者の回答者が一般生活者に比べて若くメールやHPを使える人が多いことも関係していると考えられる。一方、聴覚障害者の場合は、回答者の年齢が若いことの影響を除いても、一般消費者より「メール」や「HP」で手続きをおこなうことは多いといえる。

図表5 各方法で諸手続きをおこなった割合(年代別)

(単位:%)

		対面	電話	ファックス	郵便	メール	HP
一般消費者	20代 n=63	92.1 ①	90.5 ②	33.3	65.1	71.4	87.3 ③
	30代 82	87.8 ②	93.9 ①	30.5	69.5	63.4	75.6 ③
	40代 83	88.0 ②	96.4 ①	43.4	73.5 ③	65.1	69.9
	50代 84	88.1 ②	94.0 ①	38.1	77.4 ③	54.8	48.8
	60代 83	77.1 ②	96.4 ①	42.2	61.4 ③	34.9	22.9
	70代 79	88.6 ①	84.8 ②	43.0	74.7 ③	17.7	11.4
聴覚障害者	40代以下 103	93.2 ①	73.8	75.7	64.1	91.3 ②	86.4 ③
	20代 22	100.0 ①	77.3	68.2	68.2	90.9 ②	90.9 ②
	30代 46	89.1 ②	73.9	71.7	58.7	91.3 ①	87.0 ③
	40代 35	94.3 ①	71.4	85.7	68.6	91.4 ②	82.9 ③
50代以上 39	84.6 ①	61.5	79.5 ②	71.8 ③	51.3	48.7	
視覚障害者	40代以下 70	91.4 ②	97.1 ①	21.4	52.9	72.9	77.1 ③
	20代 17	94.1 ②	100.0 ①	29.4	64.7	64.7	82.4 ③
	30代 32	84.4 ②	93.8 ①	18.8	37.5	81.3 ③	71.9
	40代 21	100.0 ①	100.0 ①	19.0	66.7	66.7	81.0 ③
	50代以上 22	86.4 ②	90.9 ①	27.3	77.3 ③	54.5	45.5

注1:①②③は各対象者の各年代でそれぞれ1・2・3位であることを示す

注2:回答者は図表3で「どれもない」以外の項目のどれかを選んだ人

注3:年齢に無回答だった者の結果は省略

### (3)窓口の利便性への評価

図表6にあげる方法のうち、諸手続きの際に便利な方法を3つまでたずねた。

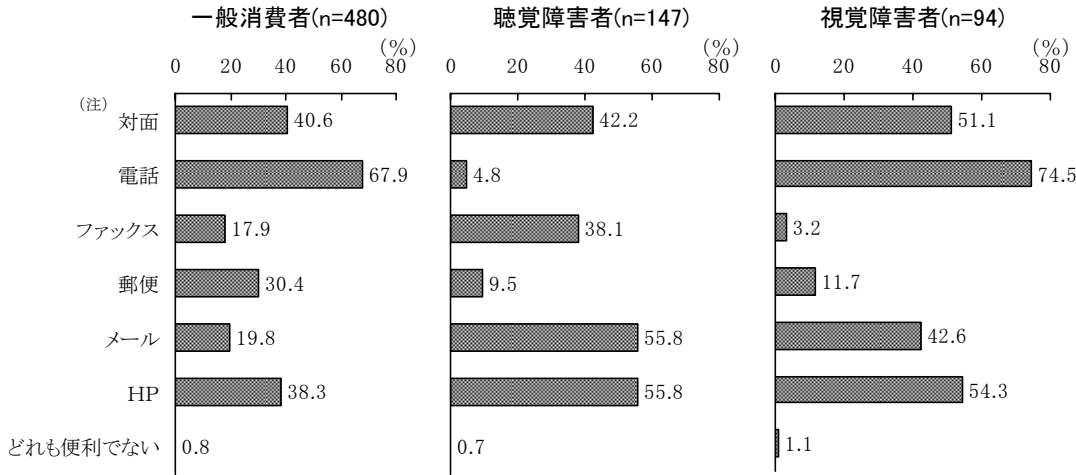
一般消費者では、「電話」(67.9%)が最も多く、次に「対面」(40.6%)と「HP」(38.3%)が4割前後となっている。

聴覚障害者では「メール」と「HP」(それぞれ55.8%)が最も多く、次に「対面」(42.2%)と「ファックス」(38.1%)となっている。一般消費者に比べると「電話」の代わりに「メール」「HP」「ファックス」を便利だと評価しているといえる。

視覚障害者では一般消費者と同様に「電話」(74.5%)が最も多い。また、2位と3位は一般消費者と順位が入れ替わるが「HP」(54.3%)と「対面」(51.1%)となっている。一般消費者に比べると「郵便」「ファックス」という紙媒体以外の方法を便利だと評価している。

前述した、諸手続きをおこなう方法の現状と比較すると、全体的に「対面」と「郵便」は利用されているわりには便利とされている割合は低く、逆に「HP」は利用されている以上に便利とされている割合が高い傾向がある。現状では対面や郵便で諸手続きをおこなっている人でも、HPの窓口があればそちらを使いたいという人が多いのかもしれない。

図表6 諸手続きをおこなう際に便利な方法<3つまで選択>



注:それぞれ上から「窓口や店での手続き」「電話での手続き」「ファックスでの手続き」「郵便での手続き」「メールでの手続き」「ホームページ上での手続き」の略

次に図表7で年代別にみると、一般消費者と視覚障害者の1・2位は、20代では「HP」「電話」、30・40代では「電話」「HP」、50代以上では「電話」「対面」となっている。一方、聴覚障害者の1・2位は、40代以下では「HP」「メール」、50代以上では「ファックス」「対面」となっている。障害を問わず若い年代のほうが相対的に「対面」より「HP」の窓口を便利と感じ、さらに聴覚障害者では若い年代のほうが「ファックス」より「メール」の窓口を便利だと感じている傾向がある。

図表7 諸手続きをおこなう際に便利な方法<3つまで選択>(年代別)

(単位:%)

			対面	電話	ファックス	郵便	メール	HP
一般消費者	20代	n=64	35.9	62.5 ②	7.8	21.9	28.1	71.9 ①
	30代	83	31.3	60.2 ①	10.8	24.1	25.3	57.8 ②
	40代	83	31.3	59.0 ①	13.3	30.1	19.3	56.6 ②
	50代	85	41.2 ②	68.2 ①	20.0	24.7	24.7	32.9
	60代	84	41.7 ②	86.9 ①	28.6	34.5	15.5	13.1
	70代	81	61.7 ②	69.1 ①	24.7	45.7	7.4	4.9
聴覚障害者	40代以下	104	41.3	3.8	28.8	4.8	64.4 ②	69.2 ①
	20代	22	54.5	4.5	18.2	9.1	72.7 ②	77.3 ①
	30代	46	41.3	4.3	39.1	4.3	65.2 ②	69.6 ①
	40代	36	33.3	2.8	22.2	2.8	58.3 ②	63.9 ①
	50代以上	41	46.3 ②	7.3	63.4 ①	22.0	36.6	24.4
視覚障害者	40代以下	71	47.9	74.6 ①	0.0	5.6	43.7	69.0 ②
	20代	18	38.9	72.2 ②	0.0	11.1	33.3	83.3 ①
	30代	32	59.4	71.9 ①	0.0	0.0	46.9	65.6 ②
	40代	21	38.1	81.0 ①	0.0	9.5	47.6	61.9 ②
	50代以上	23	60.9 ②	73.9 ①	13.0	30.4	39.1	8.7

注1:①②は各対象者の各年代でそれぞれ1・2位であることを示す

注2:「どれも便利でない」の結果は省略

注3:年齢に無回答だった者の結果は省略

### 3. まとめ

対面・非対面の窓口の利用実態等を明らかにするため、一般消費者・聴覚障害者・視覚障害者がそれぞれどのような手続きをどのような方法（窓口）でおこない、そしてどのような方法（窓口）を便利だと感じているかを調査した。

その結果、どのような手続きをおこなうかについては、一般生活者・聴覚障害者・視覚障害者のいずれにおいても上位4項目は同じであるなど、調査対象による違いはさほどなかった。一方、そういった手続きをおこなう方法やその便利さに対する評価は、障害の状況や年代によって大きく異なった。

例えば、一般消費者と視覚障害者がさまざまな手続きをする上で最も利用し、かつ便利だと評価としているのは電話である。一方、聴覚障害者は両者に比べて電話を利用・評価する割合が低く、HP、メール、ファックスを利用・評価する割合が高い。また、視覚障害者は一般消費者に比べると、ファックスや郵便を利用・評価する割合が低い。聴覚障害者にとっては電話が困難であること、視覚障害者にとっては紙媒体の読み書きが困難であることが、こうした利用実態や評価に影響していると思われる。

一方、年代別にみると、若い世代（主に40代以下）ではHPが手続きをおこなう方法として利用・評価されている、という傾向があらわれている。この差がインターネットを使いこなせるかどうかの差によるものであることは明らかだろう。

本稿で明らかになった窓口の利用実態や評価の背景には、どのような問題があるのか。その点については別の機会に詳しく述べる\*1。

（研究開発室 副主任研究員）

#### 【謝辞】

調査の実施にあたっては、聴覚障害者・視覚障害者およびその関係者の方々に多大なご協力を賜りました。紙面を借りて心よりお礼申し上げます。

#### 【注釈】

\*1 結果の概要は『顧客窓口の利用実態と不便さ』（調査リリース 2009年5月）として当研究所のホームページ上（下記）に掲載している。また、詳細については2010年1月発行の『Life Design Report』で紹介する予定である。

<http://group.dai-ichi-life.co.jp/dlri/ldi/news/news0905.pdf>

※視覚に障害のある方などが本稿のテキストデータを必要とされる場合は、当社までご連絡下さい。