



Hear your heart.

Hear your heart.

補聴器なんて、大嫌いでした。

だから、

補聴器の仕事を始めたんです。

中学のとき、重度の真珠腫性中耳炎という耳の病気にかかりました。
中学、高校と手術を繰り返し、
その結果、後遺症で聴力がどんどんさがっていきました。

甲子園常連校の野球部でしたから、
上下関係も厳しく、
聞こえないことで苦労しました。
毎日、はがゆい想いをしていました。

社会人になると営業マンになりましたが、
とにかくお客様にばれないように隠していました。
聞こえないことが、コンプレックスだったんです。

でも、それでは当然、うまくいかない。
お客様のご要望を「聞きとる」ことが仕事なのに、
聞こえないのですから。

このままではいけない、どうしたらいいのかと、崖つぶちまで追い込まれていました。

だから、母親を責めたこともありました。

小さいときにちゃんと治療してくれなかったからだ、と。

若かった、のだと思います。

そんな私にも転機が訪れました。

1995年、阪神淡路大震災です。

直後に現場に入りボランティア活動に参加していた私は、凄惨な現場を前に、いつも自問自答していました。

人の役に立つことをしなければいけない。

私に何ができるのか。

何のために生まれてきたのか。

ふと、いつも母が言っていた2つの言葉を思い出しました。

「あなたがこの世に生を受けたのは、
何か役割があるからなのよ」

もうひとつ。

「難聴は、あなたの運命なんだから
仕方ないじゃない」

覚悟が決まりました。

難聴が

運命だというならば、

難聴者の役に立つことが

使命のほう。

当時、富山で会社員をしていた私は

ビジネススクールで学び、開業資金のためにマンションを売り、

妻と3歳の長女を連れて

東京に出ることにしました。

同じように困っている方が一番多いエリアだと思ったからです。

背水の陣。

ですが、運命ならば、使命ならば、
ぜったいにうまくいくはずだ、と。



私が補聴器をつけたのは27歳のとき。
7度目の手術後です。

たしかに、聞こえはよくなりラクにはなりました。
けれど、気持ちはいつこうに晴れない。
いや、むしろ補聴器が嫌いになりました。

というのも、
補聴器をつけるということは、
コンプレックスと向き合うこと。
この小さな機械に助けてもらおう自分が
嫌になってしまう。

何度も言いますが、私は補聴器が嫌いです。
たぶん、日本一。

だから、徹底して難聴者の気持ちでお店をつくり続けています。

つけていることを知られたくないでしょうから、

小型補聴器専門店にしました。

耳の中にすっぽり入るので、

言われなければ気づかないくらいです。

ヒヤリングストアは、すべてビルの2階以上。

私自身、路面店は目立ってしまい、入りにくいと感じていたからです。

メーカーと共同で商品開発した、見せない超小型補聴器は

多くの方に支持をいただいています。

けれど、まだまだ、まだまだやるべきことがある。

忘れられないのは、ある夫婦の話です。

接客中に、奥様からお叱りを受けたのです。

旦那様は重度の難聴だったのですが、

「補聴器をつけても、まだ聞こえが悪いじゃない」と。

それはもう、ものすごい剣幕でした。

でも、気持ちはわかるんです。

たとえば聞こえが悪いと、

友人と会話しているときに、

とんちんかな答えをしてしまうときがあります。

それをふふっと、笑われたりする。

そういうちょっとしたことが、本人はものすごく辛い。

それをわかってほしい、という、切実な心の叫び、痛みなんだと思います。

クレームをつけたいわけじゃない。
聞こえるようになりたいだけ。

もちろん、私たちもプロですから、
いい加減に販売しているわけではありません。
誠心誠意お客様の気持ちに耳を傾け、
適切な製品をおすすめし、
最大限のフィッティング（音量等の調節）をして
お渡ししています。

それでもダメなのは、

補聴器には限界があるから。

身体を元に戻すことは出来ないのです。



ひとつは、言葉を聞き取るチカラ、明瞭度の問題。

耳は、音量を大きくすれば、聞こえるわけではありません。

「力」が、「ア」でも「ハ」でもなく、

ちゃんと「力」に聞こえるかどうか、が大事。

「聞こえる」と「聞き取れる」は違います。

しかし現在、

難聴を認めたくない、補聴器をつけたくないと明瞭度がひどく低下してから

補聴器を決心される方が多いため、

効果が得られにくくなっています。

これを防ぐためにはどうしたらいいか、というと、
とにかく早めに補聴器をつけて脳に正しい音を届けること。

聴力低下を放っておくと、

脳への音の入力が減ること、言葉を聞き取るチカラが衰えてしまうんです。
運動をしないと体力が低下するのと同じこと。

ところが。

約1994万人（人口の15・2％）と言われる
推定難聴者数（日本）のうち、47％の方が
聞こえていないことに気づいていないそうです。（※）

さらに36％の人が、

聴力低下に気づきつつも、補聴器をしていない。

つまり80％以上の方が、

難聴をほったらかしにしている、という事実。

これを何とかしなければ、
高齢化社会にあわせて、
問題はもっと大きくなってしまう。

だから私たちは、
補聴器のイメージを変えたい。

メガネのように、
当たり前前のツールにしたい。
そんな社会にしたい。

そのために、多店舗展開へと踏み出します。
できるだけ多くの方のお近くに、
店舗を増やしていきます。

常日頃から、補聴器が身近にあれば、
当たり前前の存在になっていくと思うんです。

もうひとつは、IT化。

この仕事は、ご購入いただいてからがスタートです。
お客様の環境や、生活の変化にあわせて
定期的にフィッティングを行うことで、
聞こえの精度を上げ、保つことができます。

だから、いわば電子カルテのように
どのお店にいても、どのスタッフと話しても、
お客様の聞こえが共有されている状態にしたい。

たとえ引越したとしても、
その地域のお店にかかりつけ医がいたら、
やっぱり安心じゃないですか。

ちなみに、お店の内装を明るくしたのも、
居心地のいい空間と接客で、
補聴器のイメージを変えたかったから。

夢のような話に聞こえるかもしれません。

しかし、この業界の先進国であるヨーロッパ諸国やアメリカでは、もはや補聴器は身近なものになっています。

たとえば、欧米の企業に勤めているマネジメント層の方は、積極的に補聴器をつけています。

60歳をすぎたら正確に聞き取れないかもしれない、という認識があり、会議や交渉などで大事な言葉を聞き逃したら大変だ、という風に考えているからです。

国によっては、1000店舗というチェーン店もありますから、決して不可能ではない、と思うのです。

たしかに、まだまだ小さな会社ですし、
日本においては、

誰もがなしていないことかもしれません。

でも、

誰かがやらなければいけないなら、

私たちにやらせていただきたい。

運命ですから。

株式会社リードビジョン

www.hearing-store.com

