

# 聴覚障がい者の内容理解に つながる映像の要素とは

福井県立武生高等学校 探究文科 2年

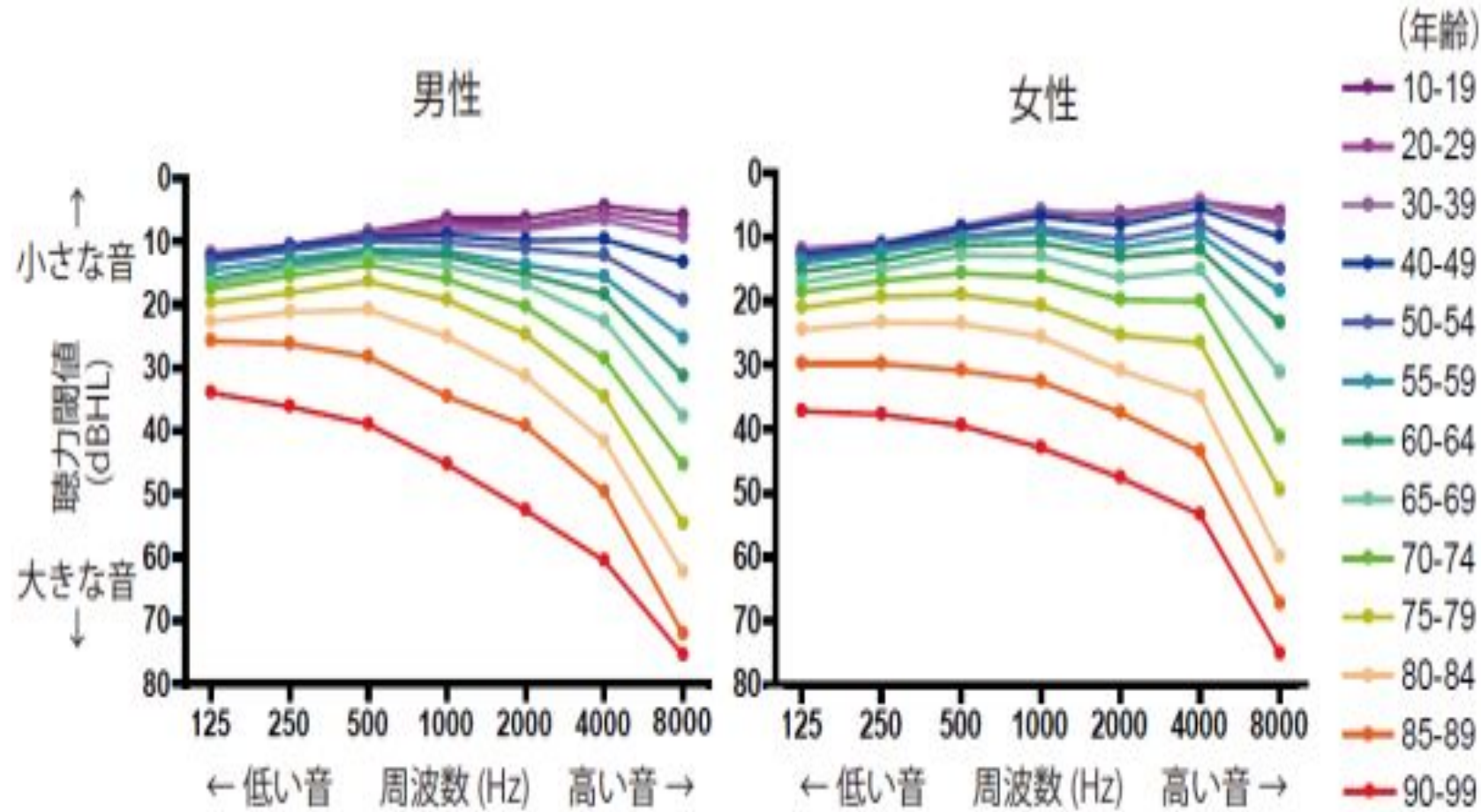
障がい者総数・聴覚障がい者総数

428万7000人(障がい者総数)

31万2000人(聴覚障がい者総数)

# 年齢ごとの聴力変化

---



【図 1】 年齢による聴力平均値の変化パターン

# 動機



- ① 聴覚障がい者の方を助きたい！
- ② すべての人が楽しめるCMを作りたい
- ③ SDGs問題の解決に繋げたい！

# 内容理解につながる要素

## Ⅱ

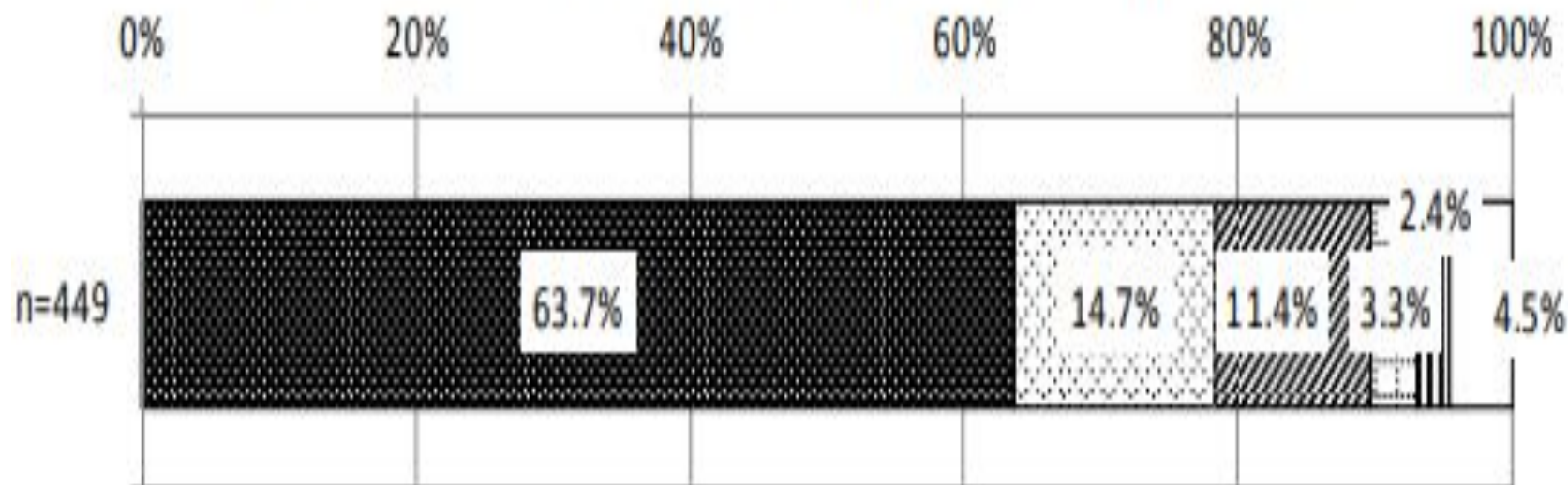
字幕、手話、口の動きからの読み取り、筆談  
などと定義

## 仮説

聴覚障がい者は

手話、口の動きで内容を理解する

図表Ⅱ-1-27 字幕と手話の視聴意向 Q5（単数回答） n=449



■字幕 □どちらかという字幕 ▨同じくらい □どちらかという手話 ▩手話 □無回答



# 調査方法

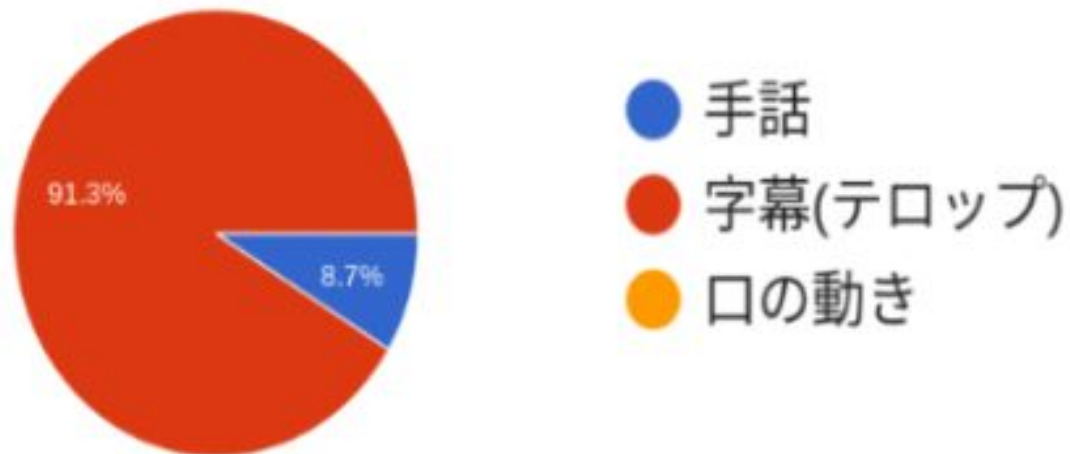
1 先行研究調査

2 インスタグラム・メールによる、県内外の  
聴覚障がい者団体へのアンケート調査  
(関係8団体)

# アンケート調査・結果

---

TV CMなどの内容を理解する上で1番助けになるものは？



字幕が一番手助けとなる

字幕に着目

どんな字幕が理解しやすいのか

# 字幕の字体と読みやすさの 関係調査・結果

---



ご協力よろしく申し上げます

ご協力よろしく申し上げます

ご協力よろしく申し上げます

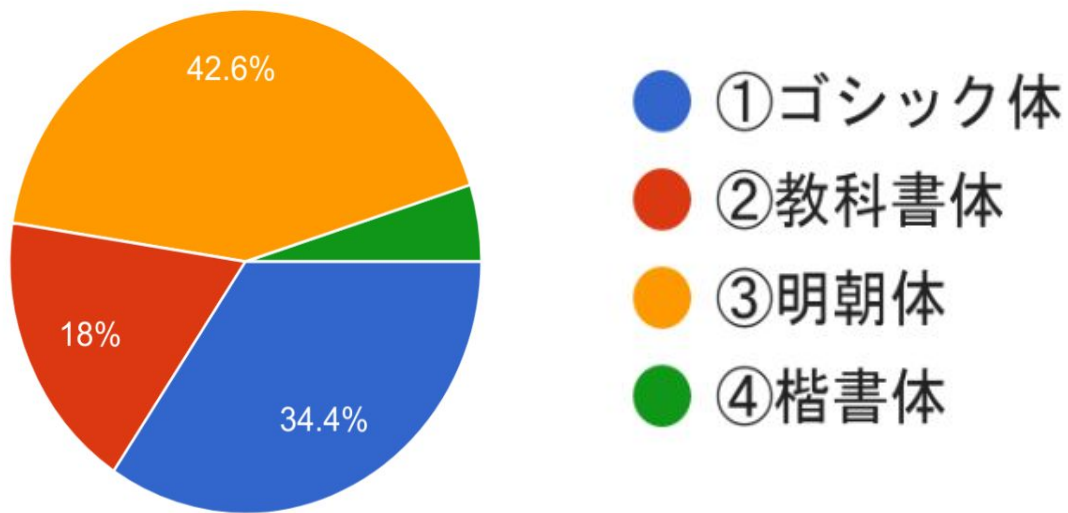
ご協力よろしく申し上げます



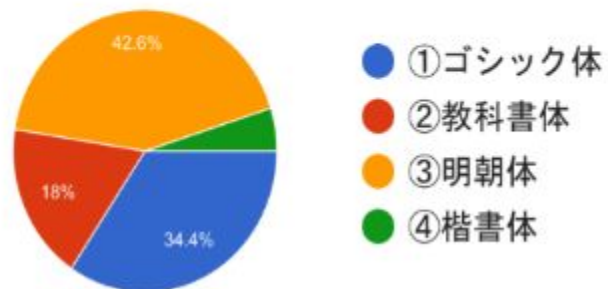
4つのうち どの自体が1番読みやすいと感じますか

4つのうち どの字体が一番読みやすいと感じますか (選択肢の順番は動画の順番と同じです)

61件の回答



4つのうち どの自体が1番読みやすいと感じますか



# 考察

---

- 映像と会話での内容理解に**必要な要素**は異なる。
- 手話や読唇術は技術が必要であるが、字幕は**見てわかるもの**であり、**技術を必要としない**ため、最も理解に役立つ。
- 聴覚障害者にとって**字幕**が1番映像の内容理解の助けとなる。
- 字幕においては**字体の太さ**が多少なりとも影響する。

今後の活動内容

CM制作

# 参考文献

---

厚生労働省(2018年4月9日) 平成28年生活のしづらさなどに関する調査  
[https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/dl/seikatsu\\_chousa\\_c\\_h28.pdf](https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/dl/seikatsu_chousa_c_h28.pdf) 2023年 2月2日

東京医療センター 慶應義塾大学医学部(2021年3月25日)男女別・世代別の平均聴力を解明  
<https://www.keio.ac.jp/ja/press-releases/files/2021/3/25/210325-1.pdf> 2023年 2月2日

三菱UFJリサーチ・コンサルティング  
(2021年 9月) 字幕と手話の視聴意向  
[https://www.soumu.go.jp/main\\_sosiki/joho\\_tsusin/b\\_free/pdf/120127\\_2.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/b_free/pdf/120127_2.pdf) 2023年 2月2日

株式会社電通(平成2015年3月)デントーと総務省による字幕付きCMあたりに対する評価、効果等に関する調査研究  
[https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000372825.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000372825.pdf) 2023年 2月2日



## 協力団体

北信越ろう学生懇談会

熊本県ろう者福祉協会青年部

福島県聴覚障害者協会青年部



福岡県聴覚障害者協会青年部

一般社団法人陽けたら海へ

全日本ろう学生懇談会

関東ろう学生懇談会



質問:CM や動画に字幕が必要だと思うジャンルを選んでください。

### 聴覚障害者・難聴者

1 オリンピック

2 食品

3 家電

4 通信

5 旅行

6 保険

### 聴者

1 食品

2 オリンピック

3 保険

4 公共

5 通信

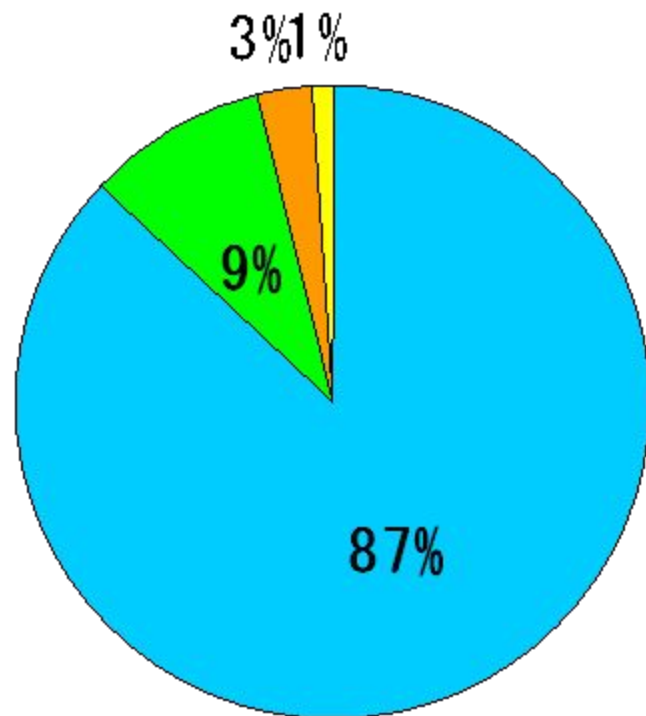
6 日用品

表 7. 「自在切り」の字幕表示時間度数分布表 (n=282,274)

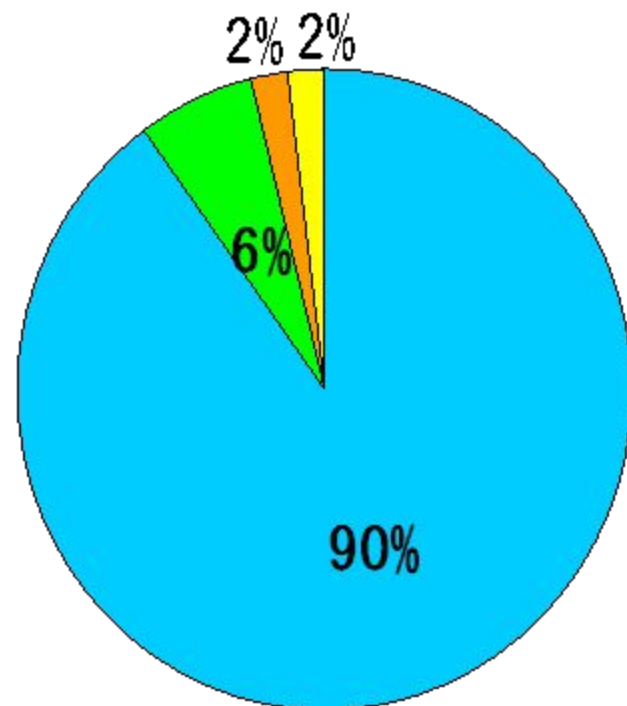
データ区間 (上限, 秒)	頻度	累積 %
0.2	0	0%
0.4	0	0%
0.6	6	0%
0.8	62	0%
1.0	348	0%
1.2	4,099	2%
1.4	8,180	5%
1.6	12,267	9%
1.8	16,878	15%
2.0	21,911	23%
2.2	22,912	31%
<b>2.4</b>	<b>23,170</b>	<b>39%</b>
2.6	22,738	47%
2.8	22,081	55%
3.0	21,814	63%
3.2	18,277	69%
3.4	16,156	75%
3.6	13,761	80%
3.8	11,827	84%
4.0	10,178	87%
4.2	7,578	90%
4.4	6,317	92%
4.6	4,924	94%
4.8	3,942	95%
5.0	3,102	97%
5.2	2,330	97%
5.4	1,773	98%
5.6	1,336	98%
5.8	1,072	99%
6.0	825	99%
6.2	598	99%
6.4	511	100%
6.6	329	100%
6.8	266	100%
7.0	252	100%
7.2	118	100%
次の級	336	100%

# 字幕の場所別割合

NHK



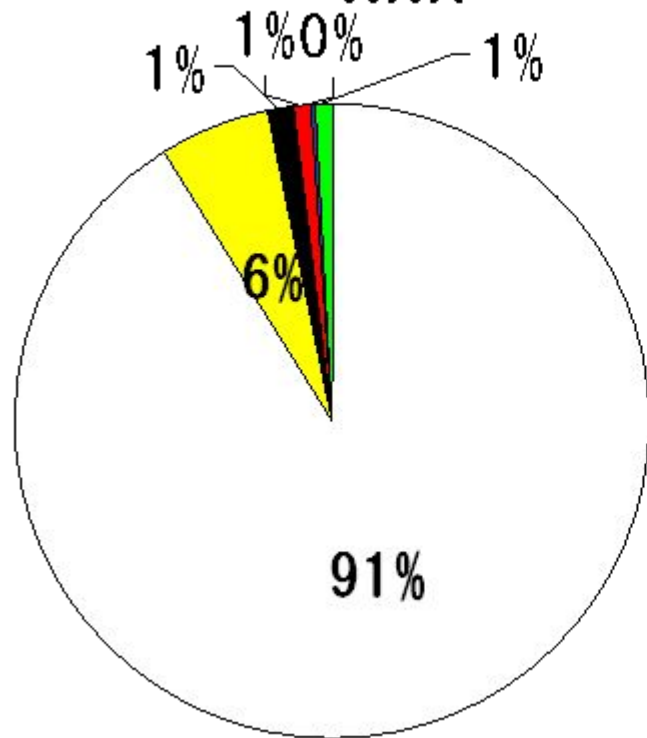
民放



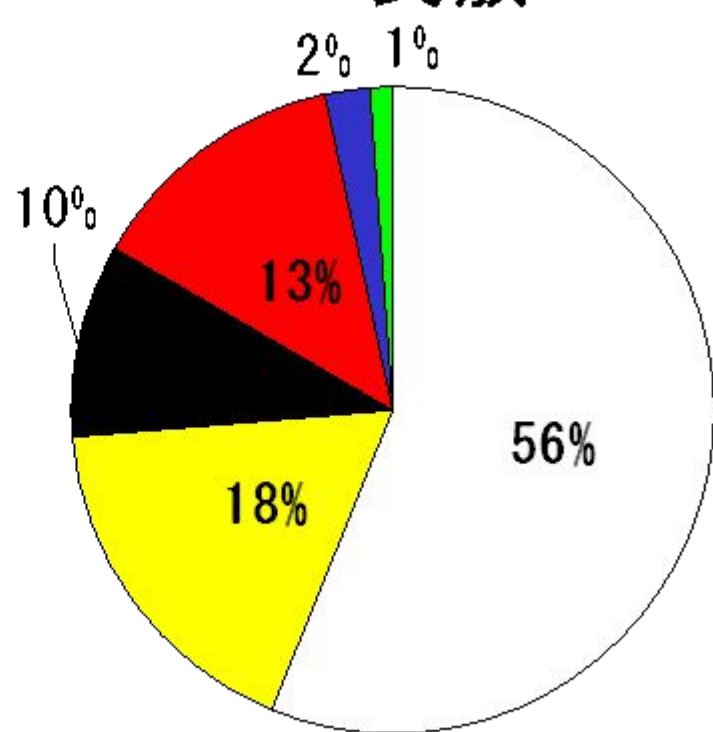
- 下部
- 上部
- 右部
- 左部

# 字幕の色割合

NHK

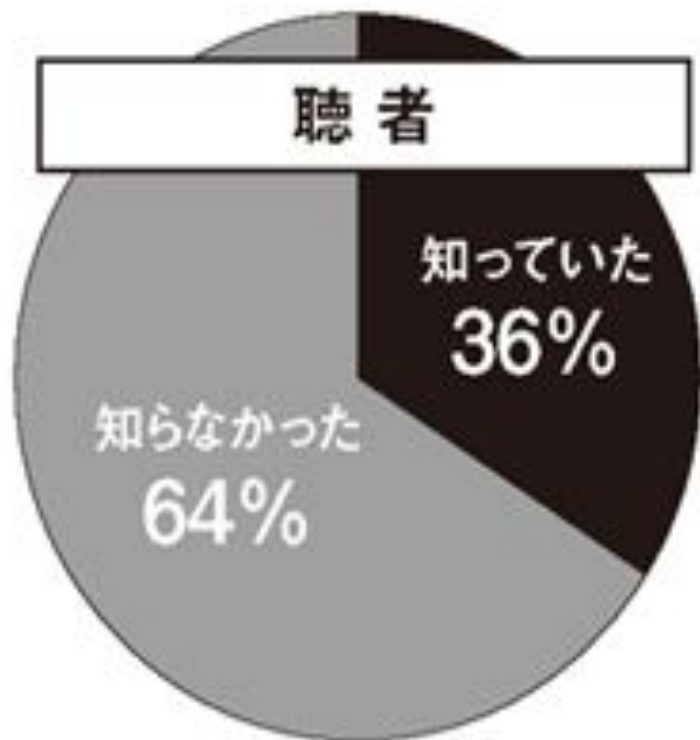
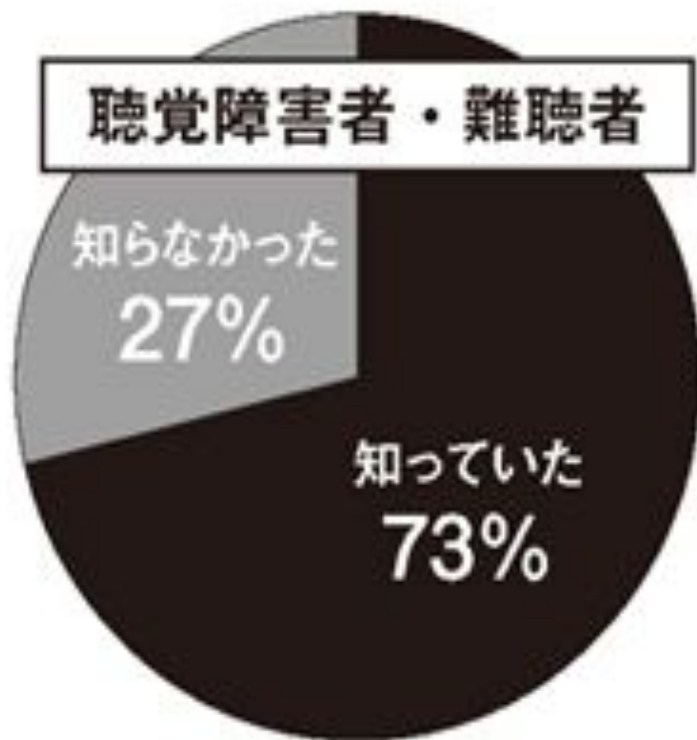


民放



- 白
- 黄
- 黒
- 赤
- 青
- その他

質問:あなたは一部の CM に字幕が付いていることを知っていますか?



字幕付きCMの認知度  
が低い

# 先行研究調査Ⅱ

---



# 字幕付きCMのメリット

---

## 聴覚障害者とは

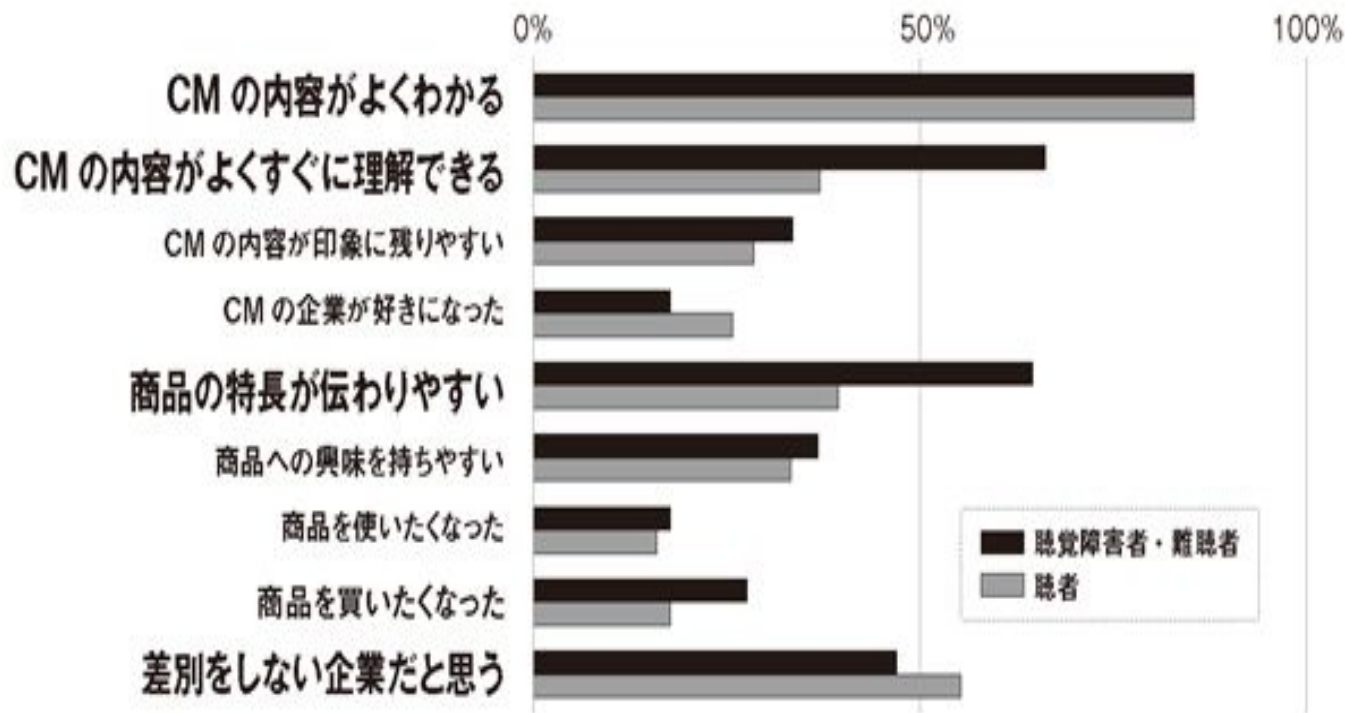
ろう者：音声言語を獲得する前に失聴した人で、  
そのほとんどが、手話を第一言語とする

難聴者：聞こえにくいが、聴力が残っている人

中途失聴者：音声言語を獲得した後に聞こえなくなった人

加齢性難聴者：年を重ねるごとに耳が聞こえにくくなる人

# 質問: この字幕付きCMを見た感想や印象は？ (実際の字幕付きCMを見てもらって回答)



字幕付きCMの方が  
内容理解UP

# 商品購入喚起度（調査をした6素材の平均）

## <聴覚障がい者(N=42)>

字幕なし
字幕あり



字幕あり/字幕なし

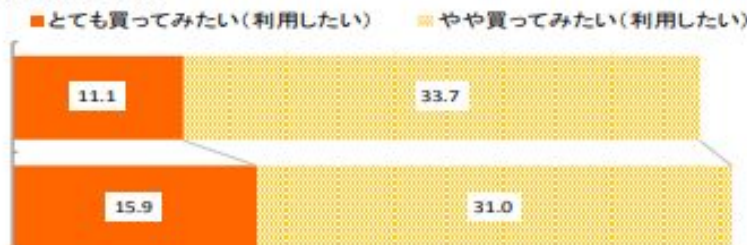
(%)

意向あり計
32.1
52.8

1.64

## <耳が聞こえにくい高齢者等(N=42)>

字幕なし
字幕あり



字幕あり/字幕なし

(%)

44.9
46.8

1.04

## <聴者(N=42)>

音声・字幕なし
音声なし・字幕あり



字幕あり/字幕なし

(%)

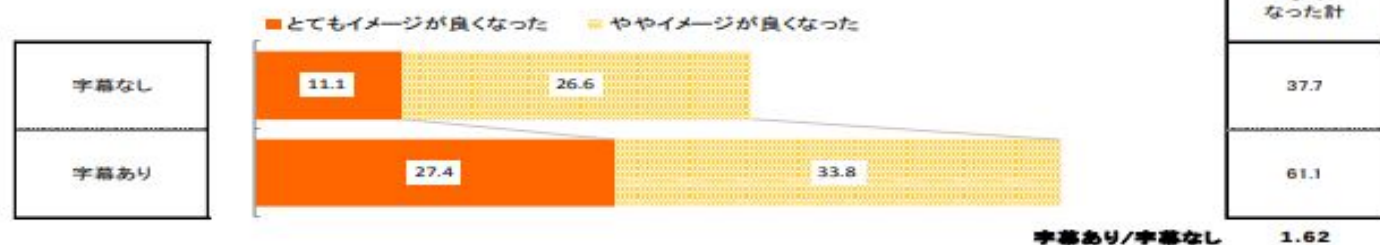
50.8
54.0

1.06

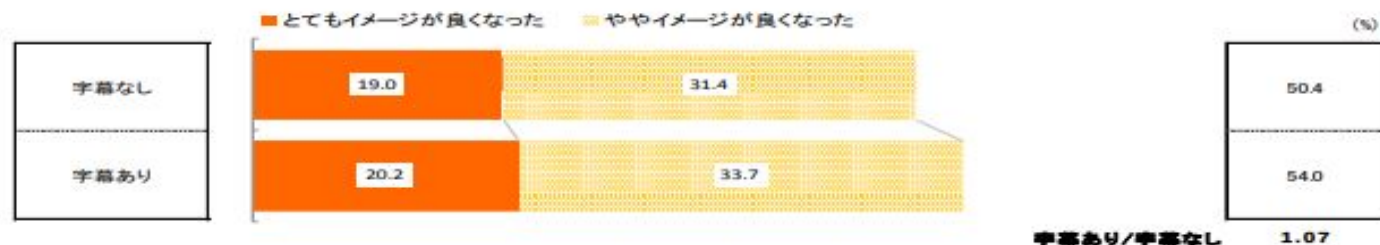
字幕付きCMは商品の  
売れ行きを良くする。

## 提供企業イメージ上昇度（調査した6素材の平均）

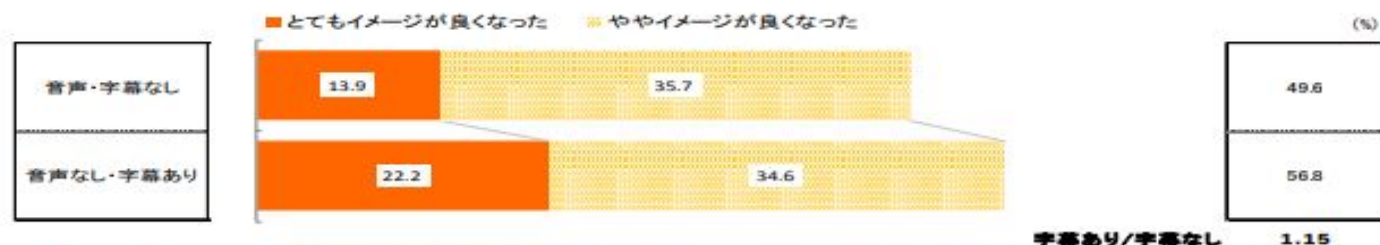
### <聴覚障がい者(N=42)>



### <耳が聞こえにくい高齢者等(N=42)>



### <聴者(N=42)>



関東1都3県の20～74歳の男女、健聴者42名、耳が聞こえにくい高齢者等42名、聴覚障がい者42名によるホールテスト調査（集合アンケート調査）平成27年2月～3月実施

字幕付きCMは  
企業イメージを良くする。



その他わかったこと

---

- 字幕は24字ずつ2行の  
テキストが1番多い
- 食品CMに1番字幕がほしい
- 字幕は下部表示が1番多い
- 字幕の色は白が1番多い