

「認知度調査」・「よかったこと調査」の結果まとめ

リレー財団様実施の調査結果の整理

MRI 三菱総合研究所

2025年10月29日

モビリティ・通信政策本部

1.「認知度調査」の結果まとめ

1.「認知度調査」の結果まとめ

認知度調査の概要

- 電話リレーサービスの認知度調査は、2021年～2025年に計6回実施された。

〈表. 認知度調査の概要〉

項目	内容					
調査名	電話リレーサービス「認知度調査」					
調査の観点	電話リレーサービスの認知、利用状況を把握することにより調査時点までの広報活動の評価及び、調査後の広報活動の一助とする					
調査対象	一般生活者20～80代/男女/個人					
調査回	第1回	第2回	簡易第1回	第3回	第4回	簡易第2回
調査方法	インターネット調査					
調査期間	2021年 (令和3年) 10月8日～ 10月10日	2022年 (令和4年) 9月28日～ 9月30日	2023年 (令和5年) 2月14日～2 月15日	2024年 (令和6年) 2月6日～2月 8日	2024年 (令和6年) 12月19日～ 12月23日	2025年 (令和7年) 3月
有効回答数	2,000ss	2,000ss	2,000ss	5,197ss	5,191ss	10,006ss
委託事業者	株式会社電通 (実査:株式会 社マクロミル)	株式会社電通 (実査:株式会 社マクロミル)	株式会社電通 (実査:株式会 社マクロミル)	株式会社マク ロミル	株式会社マク ロミル	楽天インサイト 株式会社
公表状況	公表	公表	非公表	公表	公表	非公表

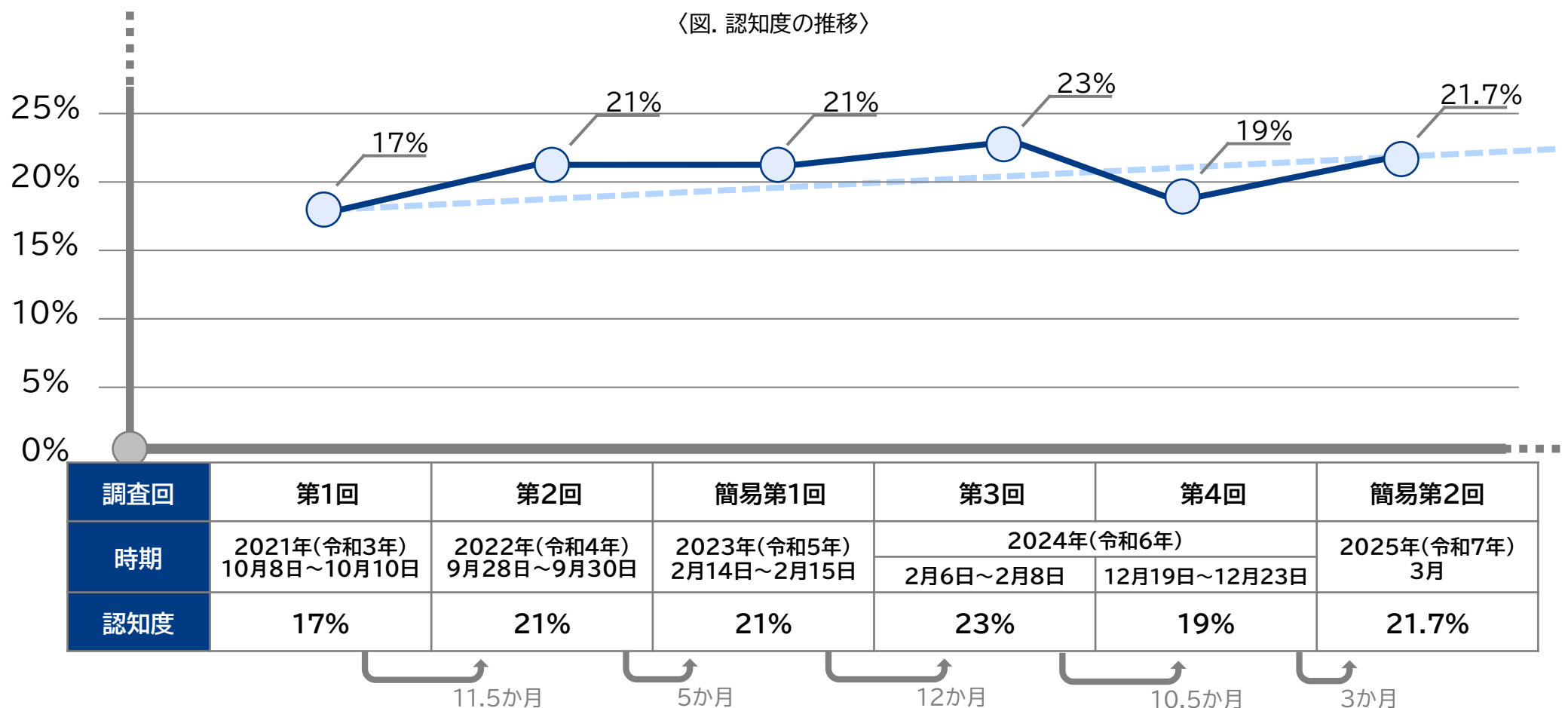
出所)日本財団電話リレーサービス, “電話リレーサービス認知度調査”(第1回～第4回、簡易調査結果)より

1.「認知度調査」の結果まとめ

認知度の推移

- 認知度の推移は以下の通り。初回調査時の17%から、約20%前後を維持しつつ緩やかな上昇傾向を示している。

〈図. 認知度の推移〉



1.「認知度調査」の結果まとめ

認知度の属性別分析

- 第4回調査結果をもとに分析したところ、年代や就業状況などの属性カテゴリー単位では、認知度との明確な相関は確認されなかった。
- 一方で、若年層においては相対的に認知度が高い傾向がみられた。特に20代では、利用経験がある人やサービス内容を把握している人の割合が相対的に高い傾向がみられた。

※20代の利用経験(①)が、受電経験(②)に比べて高いため、回答者の母集団に電話リレー登録者/関係者が多く含まれた可能性がある。

	知っている					(①～④)小計	知らない
	利用経験者		利用未経験者		⑤知らない／見聞きしたことがない		
認知 年代	①電話リレーサービスを自ら利用したことがある(電話のかけ先が電話リレーサービス利用者だった場合を含む)	②電話リレーサービスによる電話を受けたことがある	③利用したことはないが、内容を含めて知っている	④電話リレーサービスという名称は見聞きしたことがあるが、具体的な内容は知らない			
20才～24才	10.3%	2.6%	9.1%	11.2%	33.2%	66.8%	
25才～29才	5.4%	5.4%	7.2%	11.3%	29.4%	70.6%	
30才～34才	3.3%	4.1%	5.6%	9.7%	22.7%	77.3%	
35才～39才	2.2%	1.6%	5.1%	11.2%	20.1%	79.9%	
40才～44才	1.0%	1.9%	4.8%	13.1%	20.8%	79.2%	
45才～49才	2.0%	1.4%	5.1%	11.2%	19.6%	80.4%	
50才～54才	0.7%	0.9%	5.9%	13.0%	20.6%	79.4%	
55才～59才	0.5%	0.7%	3.8%	11.3%	16.3%	83.7%	
60才以上	0.2%	0.3%	2.5%	12.0%	15.1%	84.9%	

※2.0～4.9%:黄色地、5.0～9.9%:ピンク地、10.0%～:赤地

出所)日本財団電話リレーサービス, “電話リレーサービス認知度調査”, 第4回調査結果をもとに、三菱総合研究所作成

2.「よかったこと調査」の結果まとめ

2.「よかったこと調査」の結果まとめ

よかったこと調査の概要

- 本資料は、リレー財団様の調査結果を基に、情報の再整理と再分析をしたものである。
- 2024年1月にリレー財団様が実施した。調査概要は以下の通り。

〈表. よかったこと調査の概要〉

項目	内容
調査名	電話リレーサービスの「よかったこと調査」
回答収集期間	2024年(令和6年)1月11日～1月31日
調査対象	電話リレーサービス登録者 ① 個人登録者:登録区分が個人で、私的に利用している登録者 ② 個人仕事用:登録区分は個人だが、仕事に利用している登録者 ③ 法人登録者:登録区分が法人で、仕事に利用している登録者
調査方法	個人、仕事に利用している個人(個人仕事用)、法人の3種類の調査票を作成し、Googleフォーム(Web)を活用し、アンケートの回答を収集した。
有効回答数	合計4,115件(調査期間終了時点の個人登録者の28.1%、法人登録者の13.5%相当) ① 個人登録者 3,822件 ② 個人仕事用 262件 ③ 法人登録者 31件
調査の観点	・ 電話リレーサービスを使ってよかった点に着目し、実際にサービスを利用する人がどのように使い、こういった効果や変化を実感しているかを調査し、利用登録増加のための施策に活用する。

出所)日本財団電話リレーサービス, “電話リレーサービスよかったこと調査報告書”, 2024年10月。

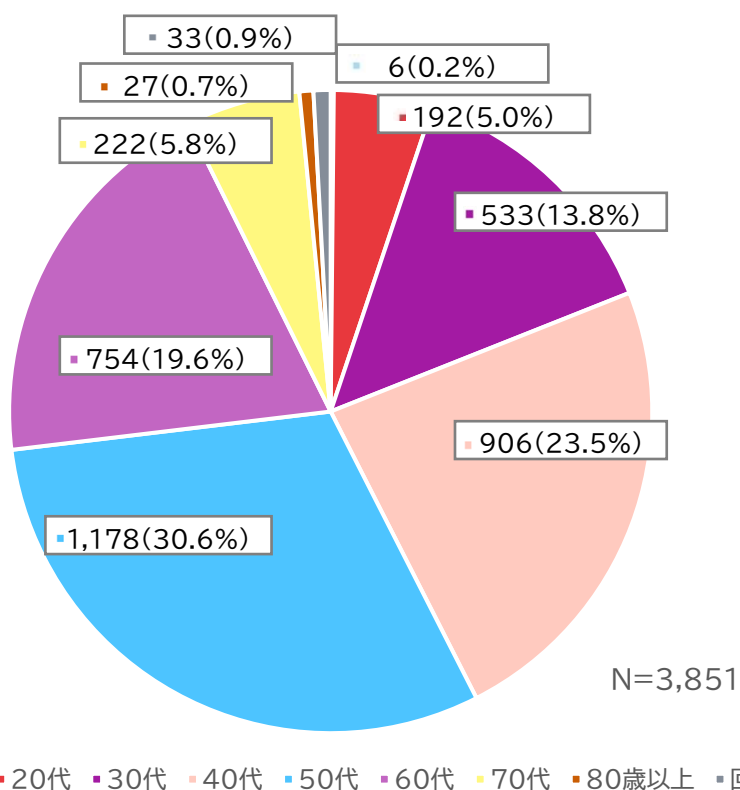
2024年1月末時点の登録者数は個人14,518件、法人230件(94法人)^(*)。よって本アンケートには、調査期間終了時点の個人登録者の28.1%、法人登録者の13.5%が回答した。
 (日本財団電話リレーサービス, “登録数、登録者数、通話実績件数 令和5年3月～令和6年3月”, https://www.nftrs.or.jp/information/files/reg-call/reg_R5jissekki.pdf.)

2.「よかったこと調査」の結果まとめ

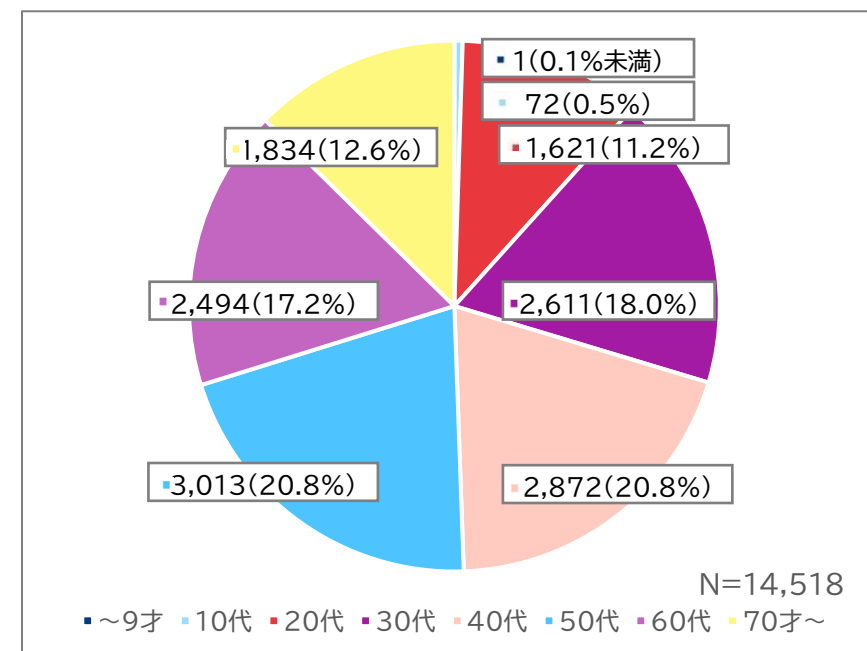
【回答者属性】年齢構成(個人登録者)

- 回答者の年齢構成(個人登録者)は、40～60代の回答比率が登録者の構成比率(*)よりも多い結果であった。30代以下と70代以上の回答は、実際の登録者の構成比率よりも少ない結果であった。

〈図.回答者の年齢(個人登録者)〉



〈図.年代別登録数・構成比率(個人登録者)(2024年1月末時点)〉



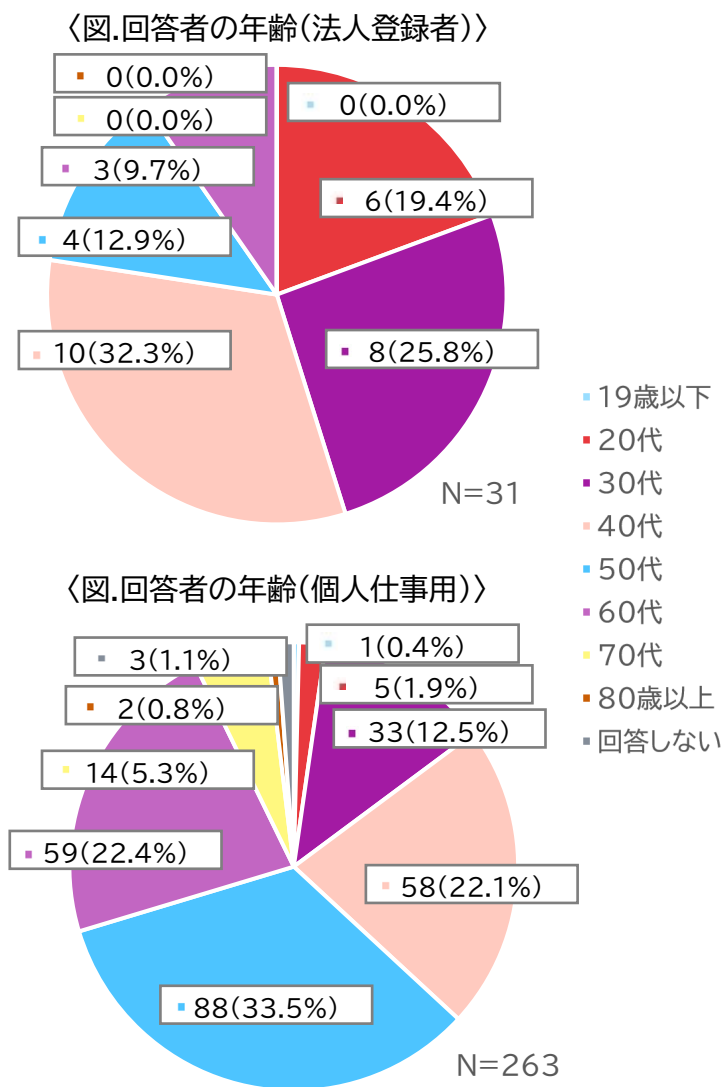
(*)実際に利用している(利用歴のある)ユーザの年齢構成は不明。

出所)日本財団電話リレーサービス, “電話リレーサービスよかったこと調査報告書”, 2024年10月。

日本財団電話リレーサービス, “令和5年度事業報告書”をもとに三菱総合研究所作成

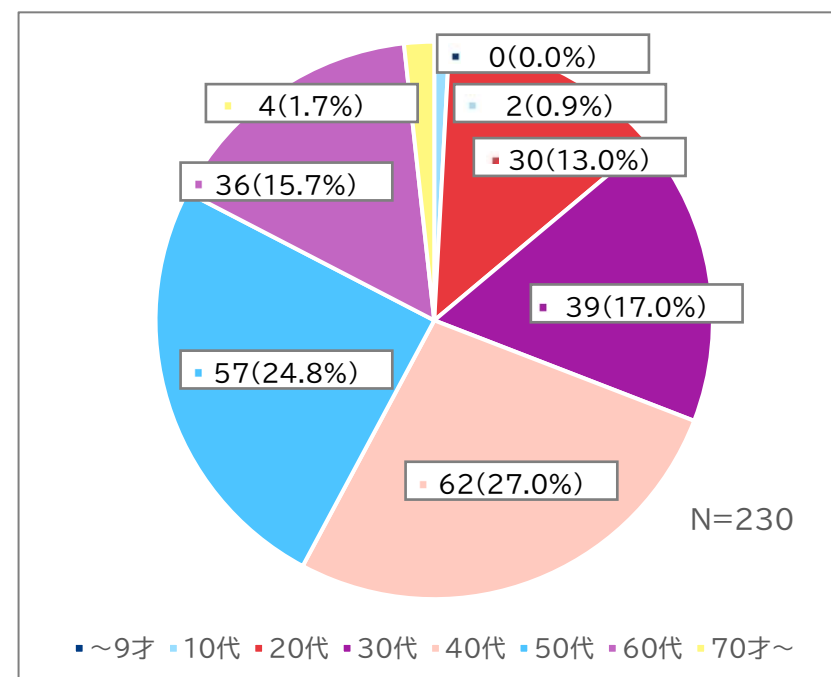
2.「よかったこと調査」の結果まとめ

【回答者属性】年齢構成(法人登録者、個人仕事用)



- 法人登録者の回答年齢は20～50代が中心と、実際の登録者に近い傾向となった。特に30～40代の比率が高かった。
- なお回答件数(N)は31件で、当時の登録母数が230名であることから、有意な傾向把握が可能と考えられる。
- 個人仕事用の年齢構成は、個人登録者と法人登録者の中間程度となり、40～60代の比率が高い結果となった。

〈図.年代別登録数・構成比率(法人登録者)(2024年1月末時点)〉



2.「よかったこと調査」の結果まとめ

使ってよかった場面(個人登録者) 集計方法

- 電話リレーサービスが何のために使われているのかを把握するために、アンケートから電話のかけ先と利用目的(用途)を対応付けて分析した。(N=2,025)
- アンケート問1-④は「電話リレーサービスを使ってよかった場面を選択してください」として、複数選択式で主に電話のかけ先を尋ねている。
- その後、問2で具体的に「電話リレーサービスを使ってよかったことのうち、最も印象的な出来事を教えてください」と自由記述で尋ねていることから、その結果を分類し、かけ先と利用目的(用途)の関連性を分析した。

使ってよかった場面(かけ先) ※選択肢より回答者が複数選択	
病院	銀行やクレジットカード会社等の金融機関
介護施設	携帯電話ショップ
レストランや居酒屋等の飲食店	インターネット回線事業者
ホテル・旅館	インターネットショッピング等の通信販売業者
旅行代理店	家族
宅配業者	知人との連絡
タクシー会社	学校
理容室・美容室	学習塾
警察や救急等の緊急通報	その他
役所等の公共サービス	

印象的な出来事(用途) ※自由記述よりMRIが分類	
予約(最初の連絡)	時間・移動の節減
予約の変更・確認・取消等	電話しかないかけ先(多用途)
契約登録(最初の連絡)	他連絡との組み合わせ(メールの確認等)
契約登録の変更・確認・取消等	周りの人に依頼していた電話の代替
緊急通報	直接の連絡(私的・非公開)
急ぎの連絡(病院、家族等)	自己表現(自分の言葉で伝える)
電話受診(コロナ等)	折り返し・入電対応
問合せ	サービス高評価
相談・調整等	サービス改善要望
雑談・日常	特になし/対象外(未利用等)
本人確認	

出所)日本財団電話リレーサービス, “電話リレーサービスよかったこと調査報告書”, 2024年10月. をもとに三菱総合研究所作成

2.「よかったこと調査」の結果まとめ

使ってよかった場面(個人登録者)

- 24時間使えることや迅速さ・丁寧さ、オペレータの丁寧さに関する「サービス全体への高評価」が多く、次いで具体的に、予約、急ぎの連絡、問合せや本人確認で多く使用されていることが分かった。
- 予約、急ぎの連絡は、病院・介護施設や飲食店・ホテルなどにかける際に利用されていた。また、携帯電話やインターネット、金融機関等では、契約の本人確認に電話しか利用できないケースが示唆された。

〈表.使ってよかった場面(かけ先)と印象的な出来事(用途) (個人登録者) 1/2〉

※表は次ページに続く

用途 かけ先		予約 (最初の 連絡)	予約の 変更・ 確認・ 取消	契約登 録(最 初の連 絡)	契約登 録の変 更・確 認・取 消等	緊急通 報(110 番、 119番 等)	急ぎの 諸連絡 (病院、 家族等)	電話受 診(コ ロナ等)	問合せ	相談・ 調整等	雑談・ 日常	本人確 認	時間・ 移動の 節減	電話し かない (多用 途)	他連絡 との組 み合わ せ(メ ールの 確認等)	周りの 人に依 頼して いた電 話等の 代替	直接の 連絡 (非公 開、私 的)	自己表 現(自 分の言 葉で伝 える)	折り返 し・入 電対応	サービ ス高評 価(24 時間対 応、親 切等)	サービ ス改善 要望	特にな し/対 象外 (未利 用等)
		279	126	67	152	76	218	42	141	38	22	135	113	141	89	119	23	68	44	633	50	99
病院	1,843	9.5%	4.2%	1.8%	3.9%	2.2%	7.5%	2.1%	4.7%	1.4%	0.5%	3.4%	3.6%	4.2%	3.0%	4.1%	0.9%	2.4%	1.4%	17.3%	1.0%	2.0%
介護施設	1,840	9.5%	4.2%	1.8%	3.9%	2.2%	7.5%	2.1%	4.7%	1.4%	0.5%	3.4%	3.6%	4.1%	3.0%	4.1%	0.9%	2.4%	1.4%	17.2%	1.0%	2.0%
レストランや居酒屋等の飲食店	1,703	10.5%	4.2%	1.5%	3.8%	2.5%	8.0%	1.5%	4.6%	1.2%	0.4%	3.6%	3.1%	3.9%	2.8%	3.6%	0.7%	2.2%	1.4%	15.9%	1.0%	1.9%
ホテル・旅館	1,384	10.0%	5.1%	1.6%	4.6%	3.0%	7.6%	1.6%	3.8%	1.2%	0.4%	4.0%	2.9%	3.8%	2.9%	3.5%	0.9%	2.0%	1.5%	18.3%	1.0%	1.6%
旅行代理店	1,384	10.0%	5.1%	1.6%	4.6%	3.0%	7.6%	1.6%	3.8%	1.2%	0.4%	4.0%	2.9%	3.8%	2.9%	3.5%	0.9%	2.0%	1.5%	18.3%	1.0%	1.6%
宅配業者	1,056	8.8%	3.6%	1.6%	3.7%	2.7%	8.2%	1.0%	4.3%	1.1%	0.9%	3.1%	2.7%	4.7%	2.5%	4.1%	0.8%	1.9%	2.5%	17.8%	1.3%	1.6%
タクシー会社	1,056	8.8%	3.6%	1.6%	3.7%	2.7%	8.2%	1.0%	4.3%	1.1%	0.9%	3.1%	2.7%	4.7%	2.5%	4.1%	0.8%	1.9%	2.5%	17.8%	1.3%	1.6%
理容室・美容室	711	11.1%	4.9%	1.8%	4.6%	2.4%	8.3%	1.4%	4.9%	1.0%	1.1%	3.7%	3.2%	3.5%	2.1%	4.2%	1.1%	2.5%	1.4%	16.5%	0.8%	1.7%
警察や救急等の緊急通報	358	6.4%	3.6%	0.8%	2.8%	12.0%	8.7%	1.7%	2.5%	0.8%	0.8%	3.1%	2.0%	3.1%	0.8%	3.4%	1.1%	1.1%	1.4%	19.0%	2.2%	2.2%

※列の合計実数は、次ページ掲載の列を含む総計値

出所)日本財団電話リレーサービス, “電話リレーサービスよかったこと調査報告書”, 2024年10月. をもとに三菱総合研究所作成

2.「よかったこと調査」の結果まとめ

使ってよかった場面(個人登録者)

〈表.使ってよかった場面(かけ先)と印象的な出来事(用途)(個人登録者) 2/2〉

※表は前ページから続く

用途 かけ先		予約 (最初の 連絡)	予約の 変更・ 確認・ 取消	契約登 録(最 初の連 絡)	契約登 録の変 更・確 認・取 消等	緊急通 報(110 番、 119番 等)	急ぎの 諸連絡 (病院、 家族 等)	電話受 診(コ ロナ 等)	問合せ	相談・ 調整等	雑談・ 日常	本人確 認	時間・ 移動の 節減	電話し かない (多用 途)	他連絡 との組 み合わ せ(メー ルの確 認等)	周りの 人に依 頼して いた電 話等の 代替	直接の 連絡 (非公 開、私 的)	自己表 現(自 分の言 葉で伝 える)	折り返 し・入 電対応	サービ ス高評 価(24 時間対 応、親 切等)	サービ ス改善 要望	特にな し/対 象外 (未利 用等)
		279	126	67	152	76	218	42	141	38	22	135	113	141	89	119	23	68	44	633	50	99
役所等の公共サービス	937	6.6%	3.4%	2.7%	4.6%	3.0%	7.6%	2.0%	4.7%	1.9%	0.6%	3.5%	4.6%	4.3%	2.5%	4.3%	0.9%	3.0%	2.0%	17.9%	1.7%	1.6%
銀行やクレジット カード会社等の金 融機関	1,192	7.0%	2.3%	3.3%	8.8%	2.9%	6.9%	0.8%	4.7%	0.8%	0.3%	9.6%	3.2%	4.7%	2.7%	3.5%	0.6%	2.3%	1.3%	18.7%	1.4%	2.0%
携帯電話ショップ	534	6.6%	3.6%	3.9%	6.7%	1.7%	6.9%	0.9%	6.4%	0.7%	1.1%	5.2%	3.2%	5.6%	1.3%	4.9%	0.7%	2.2%	1.3%	21.9%	1.3%	1.9%
インターネット回線 事業者	534	6.6%	3.6%	3.9%	6.7%	1.7%	6.9%	0.9%	6.4%	0.7%	1.1%	5.2%	3.2%	5.6%	1.3%	4.9%	0.7%	2.2%	1.3%	21.9%	1.3%	1.9%
インターネット ショッピング等の 通信販売業者	478	5.6%	3.8%	2.1%	8.6%	1.9%	5.4%	0.8%	4.2%	0.8%	0.4%	5.0%	2.3%	4.0%	2.5%	4.2%	0.8%	2.3%	1.0%	23.8%	1.7%	1.0%
家族	443	6.5%	2.3%	1.8%	3.4%	3.6%	8.4%	1.1%	3.6%	0.9%	4.7%	3.4%	3.4%	2.9%	3.4%	3.2%	0.5%	2.3%	0.7%	21.2%	1.6%	2.5%
知人との連絡	443	6.5%	2.3%	1.8%	3.4%	3.6%	8.4%	1.1%	3.6%	0.9%	4.7%	3.4%	3.4%	2.9%	3.4%	3.2%	0.5%	2.3%	0.7%	21.2%	1.6%	2.5%
学校	408	8.1%	2.9%	1.2%	4.2%	2.7%	10.0%	1.5%	4.4%	5.1%	0.0%	4.4%	3.2%	4.2%	3.9%	2.2%	1.7%	1.7%	2.7%	15.9%	1.0%	1.0%
学習塾	406	8.1%	3.0%	1.2%	4.2%	2.7%	10.1%	1.5%	4.4%	5.2%	0.0%	4.4%	3.2%	4.2%	3.9%	2.2%	1.7%	1.7%	2.7%	15.8%	0.7%	1.0%
登録してからまだ 利用したことがな い	79	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%	1.3%	0.0%	0.0%	0.0%	3.8%	0.0%	13.9%
その他	435	6.2%	2.5%	3.2%	3.9%	2.8%	6.2%	1.1%	7.1%	2.1%	0.2%	3.0%	4.6%	5.7%	3.4%	3.0%	0.9%	1.1%	1.4%	20.9%	2.8%	4.8%

2.「よかったこと調査」の結果まとめ

使ってよかった場面（個人仕事用＋法人登録者） 集計方法

- 業務の中で電話を使用するシーン別に、個人仕事用と法人登録者の回答選択肢を基に、集計用に4つの大分類を設定した。なお、本設問は個人仕事用と法人登録者を合算して集計した。

〈表.「使ってよかった場面」の分類（個人仕事用＋法人登録者）〉

大分類	回答選択肢
1. 顧客・ユーザーからの問合せ対応	申し込みや手続きに関する問い合わせの対応
	お客様からのご意見・ご要望などの対応
	電子機器やネットワークなど技術的な問い合わせの対応
2. 社内・社外との連絡・調整	同僚や上司など社内の人との連絡
	取引先など社外からの電話の取り次ぎ
	発注や納期管理に関する連絡、交渉、問い合わせ
3. 営業・プロモーション活動	サービス紹介や商品販売など営業の連絡
	サービス等の満足度調査やアンケート協力依頼の連絡
4. 該当なし、その他	登録してからまだ利用したことがない
	その他

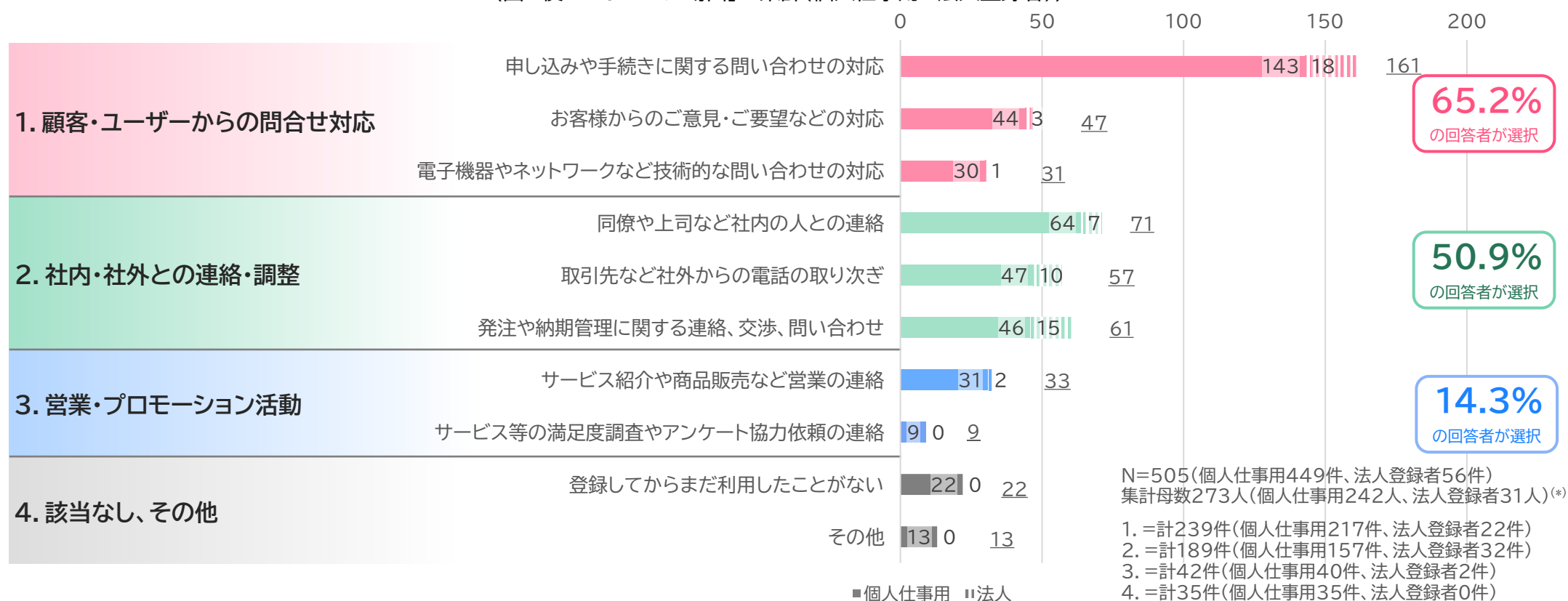
出所) 日本財団電話リレーサービス, “電話リレーサービスよかったこと調査報告書”, 2024年10月. をもとに三菱総合研究所作成

2.「よかったこと調査」の結果まとめ

使ってよかった場面（個人仕事用＋法人登録者） 集計結果

- 問い合わせ対応など、対外的な業務で電話リレーサービスを使っていると考えられる場面が最も多かった。次いで、社内での連絡、取引先からの入電対応、営業活動の順で多くみられた。

〈図.「使ってよかった場面」の集計（個人仕事用＋法人登録者）〉



(*) 集計対象の回答スクリーニングを報告書P3記載の通り実施したが、集計母数が273人 (個人仕事用242人、法人登録者31人) となり、個人仕事用が報告書P16に記載の集計母数241人と一致しなかった。報告書の作成過程ではより詳細なスクリーニングが実施された可能性があるものの、本集計では記載外のスクリーニングは行わずそのまま算出した。

出所) 日本財団電話リレーサービス, “電話リレーサービスよかったこと調査報告書”, 2024年10月. をもとに三菱総合研究所作成

2.「よかったこと調査」の結果まとめ

よくなったと感じていること(個人登録者) 集計方法

- 電話リレーサービスを使うようになって実際に「よくなったと感じていること」は、個別の選択肢ごとに回答された。
- 個人登録者向けの回答選択肢を基に4つの大分類と、7つの小分類を設定し、集計を行った。

〈表.「よくなったと感じていること」の分類(個人登録者)〉

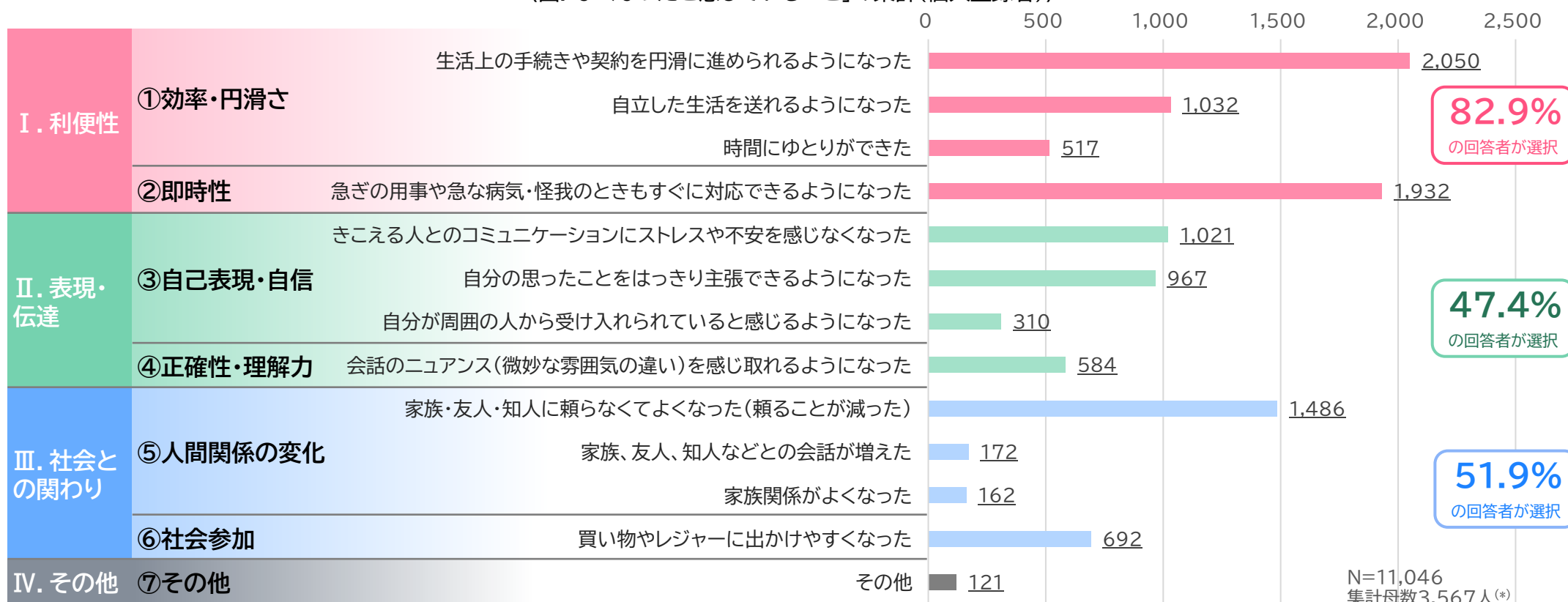
大分類	小分類	回答選択肢
Ⅰ. 利便性	①効率・円滑さ	生活上の手続きや契約を円滑に進められるようになった
		自立した生活を送れるようになった
		時間にゆとりができた
	②即時性	急ぎの用事や病気・怪我のときもすぐに対応できるようになった
Ⅱ. 表現・伝達	③自己表現・自信	自分の思ったことをはっきり主張できるようになった
		自分が周囲の人から受け入れられていると感じられるようになった
		きこえる人とのコミュニケーションにストレスや不安を感じなくなった
	④正確性・理解力	会話のニュアンスを感じ取れるようになった
Ⅲ. 社会との関わり	⑤人間関係の変化	家族・友人・知人に頼らなくてよくなった
		家族・友人・知人などとの会話が増えた
		家族関係がよくなった
	⑥社会参加	買い物やレジャーに出かけやすくなった
Ⅳ. その他	⑦その他	その他

2.「よかったこと調査」の結果まとめ

よくなったと感じていること(個人登録者) 集計結果

- 「よくなったと感じていること」の回答を集計した結果は以下の通り。
- 電話が使えるようになったことで、生活の利便性の向上や、表現する力を発揮する機会の増加、円滑な人間関係の構築等に繋がっていることが感じられている。

〈図.「よくなったと感じていること」の集計(個人登録者)〉



(*)集計対象の回答スクリーニングを報告書P3記載の通り実施したが、集計母数が3,567人となり、報告書P16に記載の集計母数3,541人と一致しなかった。
報告書の作成過程ではより詳細なスクリーニングが実施された可能性があるものの、本集計では記載外のスクリーニングは行わずそのまま算出した。
出所)日本財団電話リレーサービス, “電話リレーサービスよかったこと調査報告書”, 2024年10月. をもとに三菱総合研究所作成

I. =計5,531件
II. =計2,882件
III. =計2,512件

2.「よかったこと調査」の結果まとめ

よくなったと感じていること(個人仕事用+法人登録者) 集計方法

- 電話リレーサービスを仕事で使う人が、実際に「よくなったと感じていること」を、回答選択肢を基に4つの大分類と、その中で計6つの小分類を設定し、集計を行った。なお、本設問は個人仕事用と法人登録者を合算して集計した。

〈表.「よくなったと感じていること」の分類(個人仕事用+法人登録者)〉

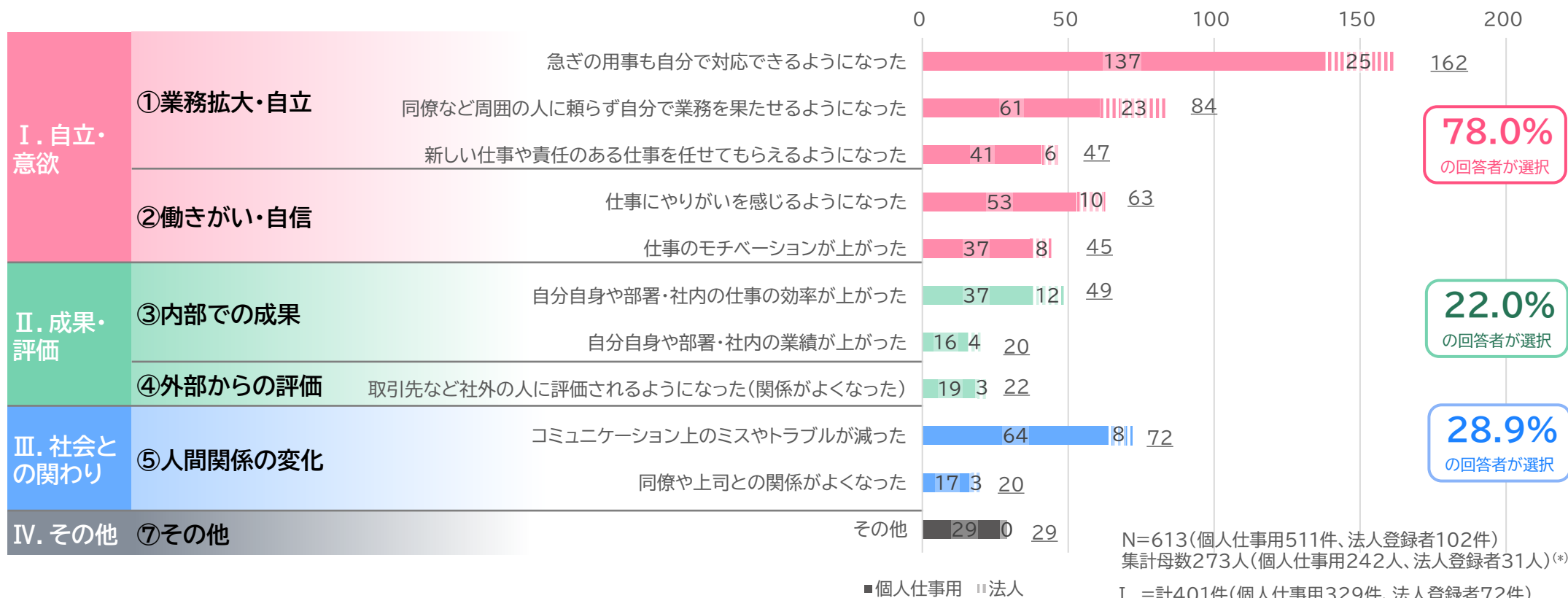
大分類	小分類	回答選択肢
Ⅰ. 自立・意欲	①業務拡大・自立	急ぎの用事も自分で対応できるようになった
		同僚など周囲の人に頼らず自分で業務を果たせるようになった
		新しい仕事や責任のある仕事を任せてもらえるようになった
	②働きがい・自信	仕事にやりがいを感じるようになった 仕事のモチベーションが上がった
Ⅱ. 成果・評価	③内部での成果	自分自身や部署・社内の業績が上がった 自分自身や部署・社内の仕事の効率が上がった
	④外部からの評価	取引先など社外の人に評価されるようになった(関係がよくなった)
Ⅲ. 社会との関わり	⑤人間関係の変化	コミュニケーション上のミスやトラブルが減った 同僚や上司との関係がよくなった
Ⅳ. その他	⑥その他	その他

2.「よかったこと調査」の結果まとめ

よくなったと感じていること(個人仕事用+法人登録者) 集計結果

- 「よくなったと感じていること」の回答を集計した結果は以下の通り。

〈図.「よくなったと感じていること」の集計(個人仕事用+法人登録者)〉



(*)集計対象の回答スクリーニングを報告書P3記載の通り実施したが、集計母数が273人(個人仕事用242人、法人登録者31人)となり、個人仕事用が報告書P16に記載の集計母数241人と一致しなかった。報告書の作成過程ではより詳細なスクリーニングが実施された可能性があるものの、本集計では記載外のスクリーニングは行わずそのまま算出した。

出所)日本財団電話リレーサービス, “電話リレーサービスよかったこと調査報告書”, 2024年10月. をもとに三菱総合研究所作成

その知と歩もう。

MRI 三菱総合研究所