

## コミュニケーションロボットの市場が広がる

### ◆モバイル型コミュニケーションロボットの製品化が始まった

2016年10月に開催された家電見本市のCEATEC2016は、ネットに繋がる商品から生まれる新サービスにユーザーの期待が集まり、展示内容は実世界と情報世界の統合を図るIoTへと移行している。中でも会話や身体動作で感情を表現するコミュニケーションロボットの製品化が注目される。

トヨタ自動車のKIROBOは、車に搭載できる手のひらサイズのロボットでスマホと接続して使う。ユーザーの表情を読み取り、身振りを交えて会話し、情報を共有して学習する。トヨタは39,800円で地域限定販売を発表した。富士通が開発するロボピンは、シンプルな動作の感情表現と会話ができる。クラウドにある頭脳でロボット同士が通信連携する小型AIロボットで、訪問客の受付や案内を想定している。シャープが販売するロボホンは、モバイル通信用に持ち運べる小型ロボット電話で、音声対話で操作して旅先での観光案内役などに使うことができる。

### ◆福祉介護に広がるコミュニケーションロボット市場

会話や簡単な感情表現ができてネットにつながるコミュニケーションロボットの出現で、通信事業者が福祉介護サービスでの利用に力を入れ始めた。

10月開催の国際福祉機器展や病院設備機器展では、介護ロボットの企画展示やデモンストレーション、ユーザー講習に、医療介護施設からの参加者が集まった。コミュニケーションロボットのサービスでは、NTT東日本から、ユーザーと小型ロボットとの会話、ロボットを介したカメラ撮影や離れた場所の指導員との遠隔対話などの、介護施設の利用者へのレクリエーション支援サービスが示された。ソフトバンクのPepperでは、ロボットの動きに合わせて体操やニュース映像、クイズなどを利用する介護施設向けサービスが紹介された。

こうしたコミュニケーションロボットは、顔認識機能で高齢者一人ひとりの顔を覚えて名前呼びかけたり、高齢者それぞれに対応した受け答えができるため、介護の質の向上も期待できる。今後、セキュリティや安全性が確立すると、見守りや介護予防など家庭への普及も可能になる。

【大島正明】