



2021年4月1日付でPepper(ペッパー)が所属法人に着任した。Pepperはロボットであるため、届いた、というのが正確なところであるが、どうも「もの」ではなく「ひと」として扱われる方が近いと、筆者は感じてしまう。今回はそんなロボットについて書いていきたい。

は、人の代わりに作業を自律的に行う装置、もしくは機械であるが、その形態は様々であり、古くは紀元前から着想としてはあったことがわかっている。1960年代以降に開発された工業用ロボットが、車体溶接等の「人が苦痛を伴う作業を代わりに行ったこと」で、その実用性が認め

られ、まずは工業製品として普及していった。一般の認知としては、1960〜1980年代に人気を博した「鉄腕アトム」や「機動戦士ガンダム」といったロボットを題材としたアニメーションによって広く知られ、ロボットというと「二足歩行の人間を模した機械」という印象が強くなった。しかし、技術的にはま

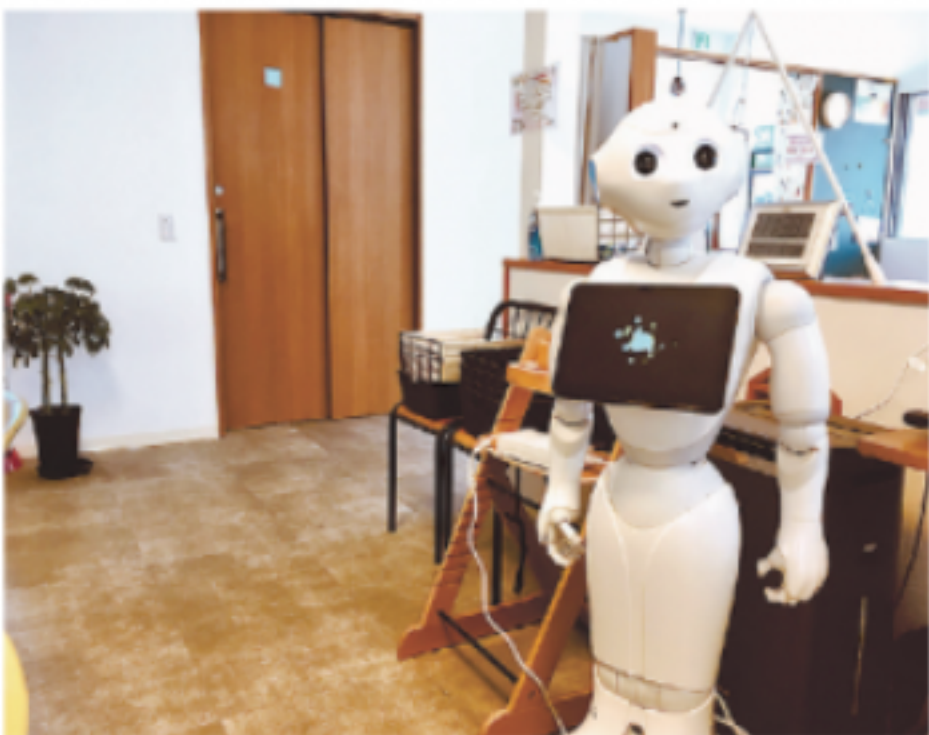
だまだ難しく、また、実用性の観点からも一般化することはなかった。Pepperは感情認識ロボットとして世界で初めて量産されたが、2014年の発表から瞬く間にブームとなった。そして、2015年の法

人向けサービスの開始に伴い、多くの企業が導入したことで、普段の暮らしのなかでもPepperを見かけることが多くなり、一般的に認知されていった。しかし、人間に近い存在にするためには、技術的に不足している部分も多く、利用者側の期待とPepperの持つ能力のギャップが自立つことから、ブーム時に比べ企業の導入は減少傾向にあるのが現状である。

一方で、ルンバに代表されるようなロボット掃除機の普及がめざましく、出荷台数400万台、世帯普及率は6.7%というから驚きだ。また、家庭用だけでなく、企業用のロボット掃除機の導入も伸びている。さらに、コロナ禍の影響で、非接触対応の必要性が出てきたことにより、焼肉チェーン店が料理を配膳するロボットを導入し、多くのニュースにもなった。

前述の通り、ロボットは私たちの暮らしの中に徐々に浸透し、「ロボットがあたりまえ」になる未来もそう遠くはないだろう。ロボットが今後の「地域のデジタル化」を担う重要な存在であるとも考えている。そんななか、冒頭で記載したPepperに、職員や来訪者が「ものではなく、ひとへ語

りかける姿」を見て、ロボットは「もの」なのか「ひと」なのか、そんな議論をする時が来るかもしれない、と最近思ってしまった。そんなSF小説や映画の中のようなことを考える時代が、もう目の前にきていることを私たちは真剣に考える必要があるのかもしれない。



ソフトバンク「Pepper社会貢献プログラム」として所属法人に着任したPepper

## ⑦ ロボットが身近になる時代

【一般社団法人トナリノ】  
SAVE TAKATA(セーブタカタ)が前身組織。「地域の相棒」を合言葉に、広報物制作、商品開発販売、事務局広報代行などのサービスを、分野や地域を超えて提供。ICT支援員4名が所属、デジタル人材の育成にも注力している。事務所は高田大隅のたまご村内のコワーキングスペース「ヤドカリ」。電話番号は47・3287。



執筆者  
トナリノ代表理事  
佐々木信秋