2020年1月5日付 朝日新聞グローブ 03面

## ロボットと日本人

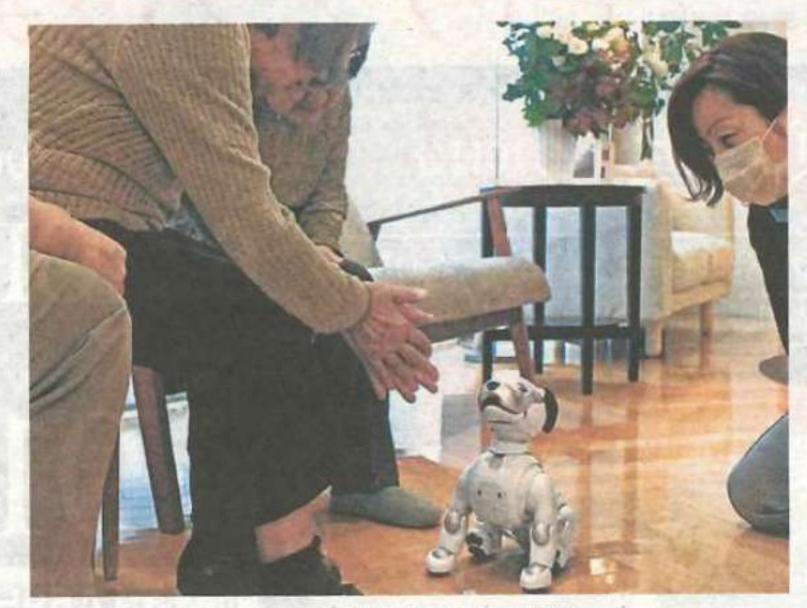
## テクノロジーは 「孤独」を癒やせるか

「うみ(海)ちゃん、こっちこっち」
「ハッピーバースデーを歌って!」
東京都世田谷区にある有料老人ホーム「ソナーレ祖師ケ谷大蔵」
のエントランス。入居する86歳と
92歳の女性が足元の「うみちゃん」
に懸命に呼びかける。なのに、うみちゃんはつれない。しばらくしてようやくしっぽを振って歌うと、「お利口ねえ」と2人は破顔一笑した。

うみちゃんは、ソニーが開発した イヌ型ロボット「aibo(アイボ)」だ。 「ホームのアイドル。ロボットなの で感染症の心配もない」と、ホーム長の海老原信吾(37)。2018年 のaibo発売と同時にホームに来て から、それまでは自室に閉じこもって いたのに、他の入居者と食事や交流をするようになった人もいるという。

介護事業を運営するソニー・ライフケア取締役の伊藤浩気(49)は、「ペットは心の琴線に触れることが多い。ホームでもより一層その人らしい生活を送ってもらう、一つのきっかけになるかもしれないと考えました」。

世界初の家庭用ロボット「AIBO (アイボ)」は1999年に世に出た。 元ソニー上席常務で生みの親の 土井利忠が「何の役にも立たない」 「人間の根源に近い、愛と癒やし のコンピューター」と評した AIBO は、累計15万台以上を販売した が、2006年に事業見直しの一環 で生産終了した。ところが、技術



うみちゃんと遊ぶ入居者の女性たち photo: Tannai Atsuko

進化を経て18年、最新の人工知能(AI)を搭載して復活した。

最大の特徴はAIによる「個性」 の獲得だ。鼻先のカメラで約100 人の顔を見分けて情報を蓄積。遊 んでくれた人に応じて、自ら感情表 現を生み出せる。それでいて、人 の指示に従うかどうかは分からない。 ソニーAIロボティクスビジネスグループ商品企画の儀我(ぎが)有子(43)は、本当の「家族」になるよう設計したと言う。「子育てもそうですが、人間はどうにもならない存在への愛情は尽きないものです」

本体約20万円、維持費も3年 間で約10万円かかるが、これまで に2万台以上を販売。儀我によると、一般に欧米では性能に注目し、ロボットを人間の役に立つ存在に考えがちだが、日本では「家族」のように接する人が少なくないという。「鉄腕アトムやドラえもんが人気を博し、ロボットは家族という感覚が根付く日本だからこそ、言うことを聞かなくても可愛いと受け入れられ、孤独を癒やす存在にもなるのでは」

旧型の場合、購入者の多くはメカや電気製品好きの30代男性だったが、新型は50~60代が中心で、高齢の父母に贈るケースも多いという。「飼い主」間のつながりも生まれている。ディープラーニング(深層学習)機能を活用し、それぞれのaiboのポーズや行動を写真データとしてクラウドに蓄積すれば、他のaiboもできるようになる。

儀我は言う。「高齢化先進国の 日本だからこそ、ロボットとの関係は 孤独を癒やす一つの提案になるの ではないか」●(丹内敦子)