

平成25年度第4回次世代ロボット研究会・北陸

平成26年3月18日(火) 金沢都ホテルにて、北陸経済連合会イノベーション推進事業部との共催で、平成25年度第4回次世代ロボット研究会・北陸を開催しました。

第1部では研究会メンバー14名が出席し、ロボット関係の助成制度の紹介やメンバーそれぞれの近況報告がなされ、今後の活動について意見交換を行いました。

第2部の講演会では、オリックス・リビング(株)企画室企画チーム長の入江 徹 氏および経済産業省 製造産業局産業機械課 課長補佐の北島 明文 氏を講師に迎え、企業等から約50名が聴講しましたので講演の要旨をご紹介します。

講演 1

介護現場から発する「既存介護ロボットの問題点」とオリックス・リビングの取り組みについて

講師：オリックス・リビング株式会社 企画室 企画チーム長 入江 徹 氏



オリックス・リビングはオリックスが、高齢者事業に取り組むべく設立した会社である。介護は究極のサービス業で、ビジネスとして着実に対価以上のサービスを提供しないとイケない。そのために、老人ホームは、人生最後の生活の場であるので、ハードもソフトも両方大事である。いかにも老人ホームという外観・内装ではなく、入居者が隔離されて暗い気持ちになることがないように、当たり前の生活の場という雰囲気で作っている。

介護については、アンケート結果では約9割の人が不安を感じているが、実際に準備に向けた行動をとっている訳ではない。また男女間の意識も違う。男性と違って、女性は配偶者の介護を希望していない。実際に、私たちの介護施設の入居者を見て女性が多いのが実態である。

介護は突然必要になる場合があるが、多くの人は普段から介護施設について考えていないし、知識もない。その人に合っている施設かどうかを考えないで入居させると、病院のような状態で生活して、認知症になって最後を迎える、

というような、まるで「姥捨て山」のようなことも起こるべくして起こってしまう。入居させてから、必要なのはコミュニケーションの時間であることに気づく。しかし、介護士も忙しいから、長時間、話相手をしている訳にもいかない。当社では、介護以外の時間をどう暮らしてもらうか、を真剣に考えている。

介護ロボットの登場は、必ずしも介護現場の要望ではなく、世界の産業ロボット分野における日本のポジションが低下してきていることが背景にあると思う。そこから出発しているため、技術者は日本の優れた技術を駆使して、現場の声と合わない高性能・高価格のものを開発してしまう傾向がある。現場に合わせて不要な機能を整理したり、製品の価格やサイズを落とすことが重要なポイントだろう。厚生労働省のロボットについての報告書でも、メーカー側の現場の状況把握が不十分であるとしている。ユーザーのニーズと技術面の摺り合わせは難しく、現場の介護士と企業の技術者だけではなかなか有効な話し合いにならないの

で、間を取り持つコーディネーターが必要である。

介護関係のロボットの成功例として、よくHALとパロが取り上げられているが、パナソニックが開発した薬剤等の自立搬送ロボットHOSPI(ホスピ)もかなりの成功例と思う。導入前は薬剤師など病院スタッフが薬剤を搬送していたが、この作業を機械化することで、スタッフが本来の業務に専念できた。このようにロボットの業務は専門のスタッフがしなくてもいいような周辺業務を自動化することから入るのも有力な視点と思う。

経済産業省は被介護者の移乗ロボットの開発を促進しようとしているが、リフト自体は20年以上前から導入されており、既存のリフトの普及が進まない中、新たな製品を投入しても導入が進むかは疑問である。意外かもしれないが、高齢者のアンケートでは、介護ロボットの導入について約8割が肯定的である。人手による介護はかえって気を遣うとか、介護者の作業レベルにバラツキがあることなどがその理由である。導入に否定的なのは、むしろ介護する側ではないかと思う。介護者の多くは腰痛持ちと言われており、ロボットでできることはロボット、人でできることは人手という棲み分けを考えるべきではないか。

また、機器の開発にあたっては、介護される側の意見と同時に、現場の声を適切に解釈して聞くことが大事である。現場の人間は「介護ロボット」を求めているのではなく、介護現場の負担を軽減してくれるソリューションを求めている。ロボットという切り口で介護の現場に入るとすぐに壁にぶち当たるので、現場の省力化という点で考えた方が良いヒントが出てくると思う。

介護分野のマーケティングには3つの大きな壁がある。一つ目は、介護現場は外に開けてない所が多く、外部の人間が入り込みにくい。二つ目は、現場でヒアリングをしても感想程度しか聞けず、実際の開発に反映できるレベルの情報が集まらない。三つ目は、いざ製品を作ってみたけど売れない、というものである。介護現場に製品を販売する際は、自動化等で業務のやり方を変えるとこんな良いことがあると提案し、コンサル的に関わっていくことが必要だと思う。

当社は「介護現場課題解決研究会」を実施した。企業の技術者にまず介護現場を見てもらい、その後、医工連携の



専門の先生のお話を聞いていただき、最終的には、具体的なビジネスについて個別の相談を行うという進め方である。しばしば、メーカーは、自社が作った製品が介護現場で採用されるか否かだけを知りたがるが、それではだめで、まずは頭を白紙にして介護現場を知るところから始めてほしいとお願いしている。当社サイドの参加者は、物事を多方面からみることができ、現状に強い問題意識を持っているメンバーを集めた。現場で働く人の実態をよく理解しているファシリテーターも入れている。

また、当社は、介護現場の研究・開発・創造の拠点として大阪駅に隣接するグランフロント大阪の中に「オリックス・リビングイノベーションセンター」を開設した。今後は、このセンターを活用して、企業や大学・行政とのネットワークを拡大・強化して、介護現場で役立つ製品・サービスの開発に取り組んでまいりたい。