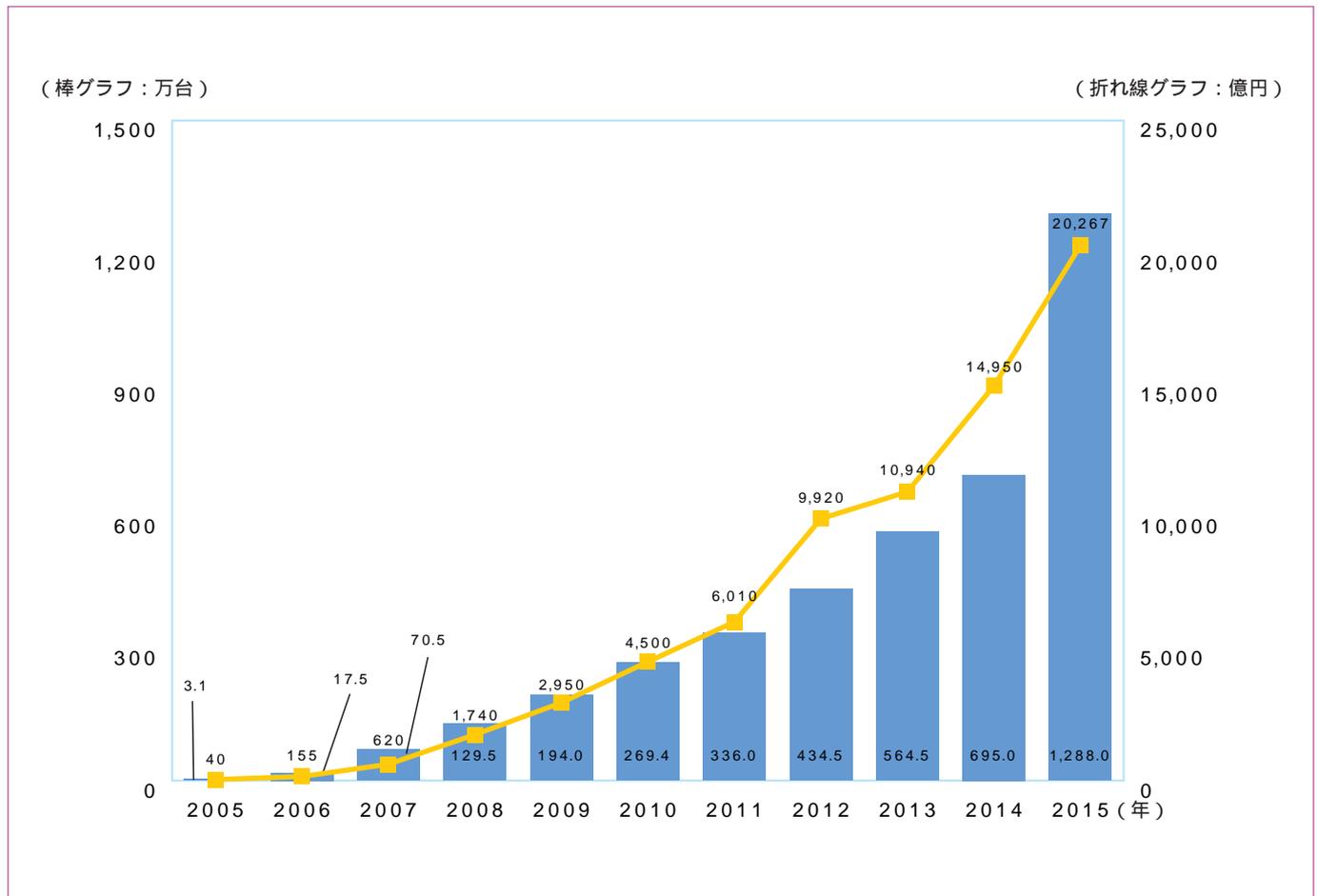


エンターテインメントや生活支援として急成長 家庭向けロボット市場は2015年には2兆円に

図1 パートナーロボット市場規模予測(国内)



あらゆる技術の集大成とも言えるロボットが一般家庭へ普及し始めた。

一般家庭向けのロボットは、パートナーロボットと呼ばれている。1999年のソニーの4足型ペットロボット「AIBO」や2000年の本田技研の2足歩行ロボット「ASIMO」の発表以降、パートナーロボットを専門に開発・販売するロボットベンチャーが続々と登場。介護用、警備用、掃除用など各種分野で研究および商品開発が行われており、今後着実に市場規模を拡大していく模様だ。

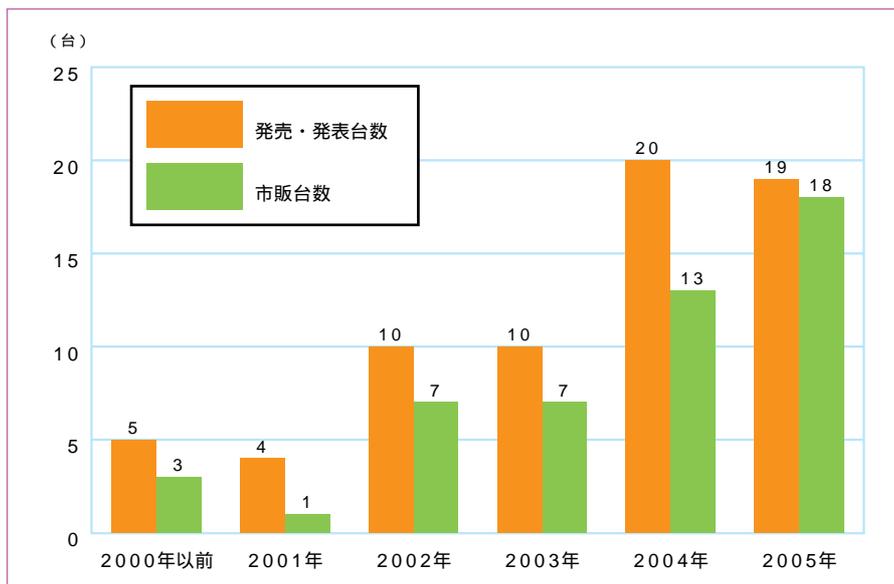
調査・コンサルティング会社のシード・プランニングが2005年5月に発表した調査結果によると、パートナーロボットの2005年の市場規模は台数ベースで3.1万台、金額ベースで40億円とそれほど大きくはない。しかし、2010年には台数ベースで269.4万台、金額ベースで4,500億円と飛躍的に拡大。2015年には、台数ベースで約1,300万台、金額ベースで約2兆円市場に達すると予測した。

市場を牽引するのは、主に癒し系、エンターテインメント、セキュリティの3用

途で、2015年には、癒し系が4,782億円、エンターテインメントが3,664億円、セキュリティが3,525億円になると見ている。

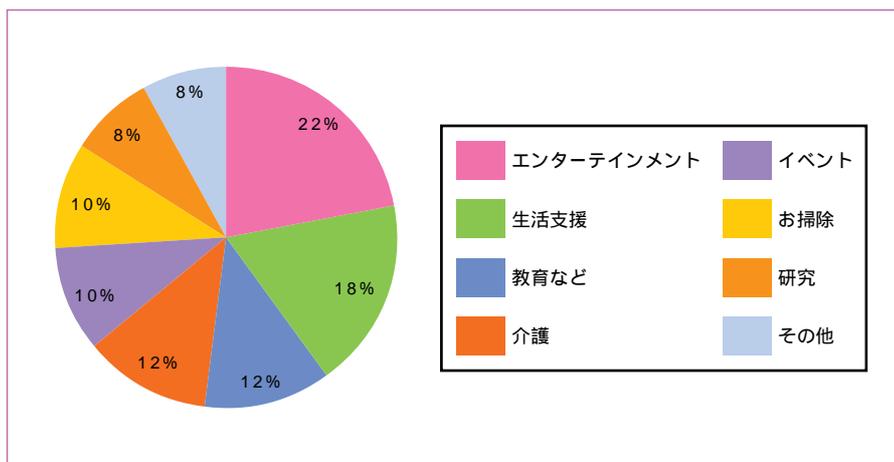
2005年9月に閉会した「愛・地球博」にも多くのパートナーロボットが出品されたことから、注目度は高く、市場拡大の追い風になっていると言える。パートナーロボットの普及にはコンテンツの充実が必要と言われており、新しい用途としては、「マネキンをロボット化して新ビジネスを展開」「インテリアと見守り監視の融合」などが挙げられる。

図2 パートナーロボットの発売・発表時期と市販台数



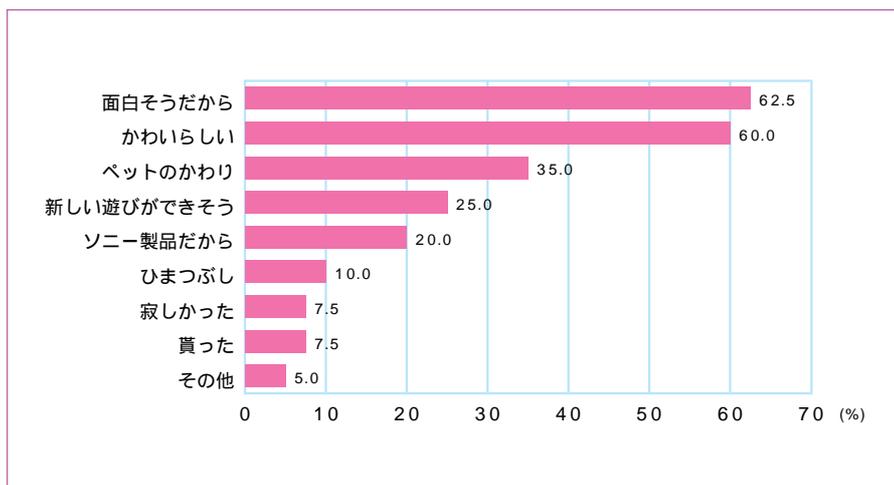
パートナーロボットの発売・発表時期を見ると、2001年までは4～5台だったが、2004年には20台にまで増え、累計で68台となった。このうち、49台が市販されている(2005年3月時点)。

図3 市販パートナーロボットの分野割合 N=49



現在市販されている49台のパートナーロボットに対して用途分野別に分析を行った結果、もっとも多かったのは趣味や娯楽を目的としたエンターテインメントロボットで22%。次いで留守番、見守りなどの生活支援ロボットが18%、教育ロボットが12%となった。

図4 AIBOの購入理由(複数回答)



「面白そうだから」「かわいらしい」の回答が上位にきていることから、AIBOは着実にエンターテインメントロボットとしての認知が進んでいるものと考えられる。

出所 図1～4 シード・プランニング「2005年版 パートナーロボットの最新市場動向」より



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp