

人と機械、人と人がスムーズにコミュニケーションをとるための技術開発に取り込むベンチャー企業。独自のヒューマンインタフェース技術を活用し、遠隔でも対面しているような感覚で意思疎通がはかれるシステムを開発、その普及に力を注いでいる。

●インタロボット 社長 小川浩基

## 遠隔のコミュニケーションを ウェブ上でリアルに実現 大学発ベンチャーの独自システム

家に居ながらにして買物ができるインターネットショッピング。手軽で便利とあって販売量が拡大している。しかし、気に入った商品を見つけても、画面上の説明文だけではいまひとつわかりにくい、もう少し詳しく知りたい……、そんな理由で購入を躊躇している消費者も案外少なくないといわれる。それは企業に

とって販売機会の損失を意味する。岡山県立大学発のベンチャー企業、インタロボット(岡山県倉敷市、小川浩基社長)が開発した「アエル」は、そんな状況を改善するために役立つシステムだ。アエルシリーズの「アエルパナール」を使えば、ウェブ上で客と業者の担当者がカメラやマイクを使い顔を見せながら話

すことができる。それだけなら一般的なテレビ電話機能と変わらないが、同システムの画期性は画面上に商品写真や資料を表示して、マウスを使ってその上に字を書くことができる点にある。これにより、お客の質問に対し店舗はより丁寧に、くわしい説明が可能になる。遠隔にいなから、あたかも対面しているようなコ



小川浩基 (おがわ・ひろき)

1989年3月 京都大学工学部機械工学科卒業  
2002年3月 岡山県立大学大学院情報系工学研究科終了  
工学博士

1989年4月 トヨタ自動車入社  
1992年9月 コアテック入社  
2000年3月 インタロボット設立 代表取締役社長に就任

ヒューマンインタフェース学会最優秀プレゼンテーション賞受賞(1999年)、第2回村川工業ライブラリー技術奨励賞受賞(2006年)

コミュニケーションがとれるというわけだ。機能面に加え、導入方法が簡単で、かつ低料金であることも大きな強み。ネットショッピングなどの業者はまず、インタロボットのアエルサイトに登録する。専用パナールの作成などはすべてウェブサイトで、ソフトをダウンロードするといった面倒な手間は不要だ。業者は仕上がったパナールを自社のホームページに張り付け、客がホームページにやって来るのを待つ。訪れた客がそのパナールをクリックすると、業者の担当者とながら通信できるという仕組みだ。利用額は月

一万五百円からで、初期設定費用などとはからない。二〇〇七年三月の発売以来、採用実績は順調に伸びているという。

### 背水の陣で独立

インタロボットの設立は二〇〇〇年。小川浩基社長はかつてトヨタ自動車での内装設計に携わっていたが、約三年半で退職。郷里・岡山の省力機械メーカーに移った。

「自動車の内装設計は楽しかったですね。大企業で組織はしっかりしているし、人

も育ててくれる。ただ、十年後の姿がある程度予想できて、そこに逆に居心地の悪さを感じた。このままレールに乗っていったら将来きつと後悔するだろうと思ったのです」。小川社長は転職理由をこう説明する。

新天地では機械設計や商品開発に従事していたが、しばらくしてインターネット関連事業の立ち上げを会社に具申する。おりしもネットが一般に普及する前で、その将来性を強く感じたからだ。希望が認められ、研究の一環として岡山県立大学大学院に入学、そこで出会ったのが渡辺富夫・情報工学部教授だった。人間情報工学が専門の同教授は、言葉を解さない新生児が母親の言葉に反応して手足を動かすといった「引き込み」という現象の研究を行っていた。小川社長はその研究に共感、どうにかして世に広めたいと考えた。

そこで、その技術を総称して「インタロボットテクノロジ(IRT)」(商標登録)と名づけ、普及促進に力を入れるため産学連携による起業を決めた。会社には資金協力を仰ぎ、小川社長も出資し社内ベンチャー的な形で立ち上げた。

当初はiRTのライセンスを企業に供与する、仲介事業を想定しスタートした。とはいえ、ライセンス料だけに頼るビジネスは成り立たず、資金は減るいつぼう。小川社長は母体会社に籍を置いているため給料の心配はなかったが、このままでは倒産は避けられない。決断を迫られ、およそ一年後に完全独立を決意した。

「マーケティングに出たら競争ですから、向ではなく独立して背水の陣でやらないと勝てない。いつでも戻れる人とそうじゃない人では、戻れない人が勝つ」と腹をくくった。

## 4年目に黒字転換

会社を軌道に乗せるため、収益源の確保を急いだ。ベースに据えたのはコンピュータ関連システムの受託開発研究開発だった。iRTを活用し音声に反応して動くコンピュータ・グラフィックス(CG)キャラクターを使ったシステムや、それを応用したタッチパネル情報端末(ソフト)などを開発した。

さらに、対話型ロボットの実用化に成功したことで弾みがついた。「こんにちは」

「お元気ですか」などと人が声をかけると、音声に反応して手を振ったり、うなずいたり、まばたきをしたりする。また人の声に合わせて話し手として動作することもできる。人間の動きにかなり近い。ヒト型のほか、ぬいぐるみなどタイプはさまざまで、全国各地の科学館などから引き合いが相次いだ。展示会などのイベント会場で集客用ツールとしても活用されたりしている。

ロボット関連の受注が寄与し、会社設立四年目の〇三年十二月期に黒字転換を果たした。「三年目までは赤字ですから何度もつぶれそうになりました。本当にきつかった」と小川社長は述懐する。

もともと、ピーク時には七千三百万円の売上高を計上し、三年間黒字を維持したものの再び赤字に転落する。会社の将来を見据え独自商品の開発にまい進した結果、その費用負担が膨らんだためだ。

だが、それは冒頭で紹介したようにアエルとして結実、いま徐々に開花しようとしている。

## 「アエル」普及に注力

ニケーションの研究を重ねてきたインタロボットが、たどり着いた一つの答えだと小川社長はいう。現在、最も力を入れているのがアエルであり、同社の今後の成長を左右する戦略的商品である。「われわれが本来やりたかったのはアエルです。アエルオフィスで一通りそろった形で、これからその普及に注力していきます」と意気込む。

課題は営業面だ。同社の従業員は五人で、営業担当は小川社長一人。「アエルの場合、ウェブでの直販が基本になります。



「アエル」はテレビ電話、テキスト、写真、手書きなどが可能で、ウェブ上でリアルなコミュニケーションがとれる。

アエルシリーズの一つ「アエルキオスク」は、遠隔での対面サポートシステム。タッチパネル情報端末を、例えば無人の観光案内施設に設置すれば、観光客にオペレーターが遠隔から情報を提供することが可能。カメラと受話器を使い、インターネットを介してリアルタイムにコミュニケーションがとれる。画面の写真や地図などの上に文字を書くことができるので、視覚的にもわかりやすいサポートが可能になる。ショッピングセンターや通訳サービスなどにも使え、その用途は幅広い。

今年二月に売り出した「アエルアドレスID」は、主に企業のコミュニティサイトを対象にしている。会員サービスとして使うようなケースに適している。仕組みはこうだ。会員Aがまず企業のサイトにいる専用パナーをクリックすると、通信パネルが立ち上がる。AにID(五桁の番号)が知らされ、Aはそれを会員Bに伝える。Bは同様にパネルを開き、そのIDを入力するとお互いがつながる。テレビ電話のほか画像も共有でき、より深いコミュニケーションが楽しめる。

そしてこの四月、新たなシステムが登

サイトを充実させ、最初に優良なユーザーに使用してもらい、そこから口コミで広がっていく。一定のラインまでくれば自然に広まると思います。ただ、まだ利便性がよく知られていないので、どうやって使ってもらい喜んでもらうかが課題」と語る。

小川社長はiRTやアエルの活用を通じて、企業の生産性向上を図りたいと考えている。背景には、国際的に日本企業の競争力が落ちているとの危機感がある。「日本は生産性を上げて競争力を高めないとダメになります。多くの人に当社のシステムを使ってクリエイティブな費の多い活動をしてもらいたい。そして人々の生活がよくなってほしいというのが夢です。それには時間を生かすことが重要です。中でも一番大きいのが移動時間です。その意味で、遠隔のコミュニケーションシステムは最も生産性を上げるツールだと思います」

インタロボットがかかえる「ヒューマンインタフェース技術を革新し、活かして、心豊かな未来社会を創造する」との企業理念の実現に向け、小川社長の挑戦は緒に就いたばかりだ。