

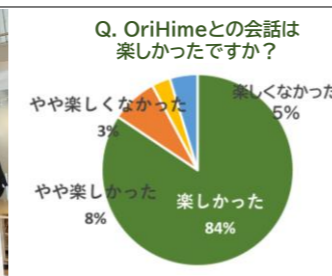
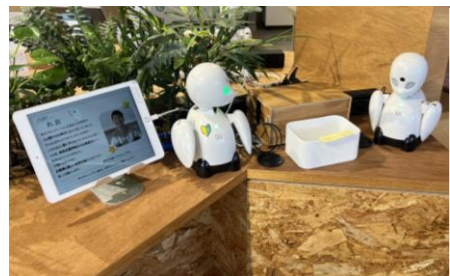
# アバターロボットを活用し、障がい者・導入事業者・サービス提供者の「幸せのグッドサイクル」創出へ

採択事業者名 えひめロボティクス障がい者サポートコンソーシアム

コンソーシアム構成員 株式会社ノトス／株式会社オリイ研究所／国立大学法人愛媛大学教育学部苅田研究室／愛媛県障がい者ICTサポートセンター

## 勉強会の実施概要

勉強会の目的	今治・里山サロンOriHimeカフェの成果を県内事業者と共有し、 <b>県内におけるアバターロボットの認知拡大と次年度以降の協業の可能性を探る</b> 。また、勉強会の受付をOriHimeが行うことで育成パイロットのトライアル就労の場としても活用。
勉強会の当初のゴール想定と結果	今後のアバターロボット導入先の候補となる行政・金融・飲食店や協業パートナーとなるであろう福祉業界など広く声掛けした。その結果、行政や福祉業界から多くの来場者があった。
参加者	上記コンソーシアムメンバーに加え、 <b>20事業者・26名</b> の方が参加した。 (行政関係11事業者13名、福祉関係4事業者6名、IT業界3事業者4名、金融業界1事業者2名、その他1事業者1名)
協議アジェンダ	㈱ノトスより今治・里山サロンOriHimeカフェの結果報告があり、愛媛県障がい者ICTサポートセンターおよび㈱オリイ研究所より育成パイロットの研修についての説明、最後に愛媛大学教育学部苅田教授より障がい者用ロボットの活用可能性のテーマで講演をした。
データに基づく協議ポイントの整理	県内でアバターロボットを導入し、障がい者の就労支援を促すためには、アバターロボットを活用することによる <b>導入事業者のメリットと、操作する障がい者のメリット</b> をデータで実証する必要があると考えた。
主なデータ項目	事業者(売上、顧客獲得数、来店動機、顧客の接触媒体、顧客満足、顧客の再訪希望)、障がい者(研修満足、研修再受講希望、就労意欲、接客への関心、ロボット活用意欲等)
協議におけるガイドライン(含む具体例)	原則4人掛けテーブルの相席でカフェには珍しい事前予約での申し込みにも関わらず、今治・里山サロンOriHimeカフェでは <b>72名の定員に対し66名が参加</b> 。新規の顧客が <b>77%</b> 。特に知人からの紹介、またはSNSから情報を入手して来店された方が多く、 <b>福祉コミュニティにリーチできたと思われる</b> 。また、当事業について育成パイロットやその関係者の満足度も高かった。
「実装成果」実現に向けた示唆/考察	県内でのOriHime導入を促進し、障がい者も雇用を促進するためには、行政・金融・高齢者施設等多様な業界での使用を実証するとともに、運用コストの軽減につなげる必要がある。そのために <b>パイロットの育成や運用に関しては、今年度事業や勉強会に参加いただいた事業者と連携しながら愛媛県独自の運用スキームを確立する必要がある</b> 。



## データ活用・協議の具体例

重要指標例	愛媛県内での肢体不自由者の就労拡大とアバターロボット導入促進のために下記の指標を重要視した。 > アバターロボット導入先の売上拡大(売上比較、顧客獲得)、顧客満足度の向上(顧客満足、再来訪意欲) > 障がい者の就労意欲の向上(研修満足度、研修再受講希望、就労意欲、接客への関心度) > 愛媛県内におけるアバターロボットの認知拡大(メディア露出、SNS・HPへのアクセス)	
	実装前	実装後
導入事業者(里山サロン)	<ul style="list-style-type: none"> <li>株式会社今治 夢スポーツ/株式会社今治 夢ビレッジ(FC今治)が運営、試合日以外はリピート客の来店が多い。</li> <li>セルフサービスのため、店員の接客時間は短い</li> <li>福祉施設を併設し、コンセプトは「来るだけで誰か、何かのために優しい場所」</li> </ul>	<b>【売上拡大・顧客獲得】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>72名の定員に対し66名が参加、平日対比で売上拡大</li> <li>77%が新規顧客、約半数が今治市外からの来店</li> <li>友人・知人からの紹介が43%、SNS経由(広告・記事)が33% →福祉・障がい者コミュニティにリーチ</li> <li>来店動機はOriHimeへの興味78%、障がい者就労への関心66%</li> </ul> <b>【顧客満足度】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>接客満足度88%(満足80%/やや満足8%)</li> <li>会話満足度92%(楽しかった84%/やや楽しかった8%)</li> <li>再来訪希望92%(参加したい83%/やや参加したい19%)</li> <li>行政・金融・小売・高齢者施設での活用可能性91%(期待できる80%、やや期待できる11%)</li> </ul>
障がい者(育成パイロット)	<ul style="list-style-type: none"> <li>特別支援学校3名(宇和特別支援学校2名、しげのぶ特別支援学校1名)、就労支援施設3名(3名とも㈱マルク)が参加</li> <li>6名のうち2名は接客への関心が低かった</li> <li>6名のうち「将来ロボットを活用したい」と回答したのは3名</li> </ul>	<b>【育成パイロット】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>全員が研修に参加して良かったと評価</li> <li>全員が就労意欲向上し、接客業への関心も向上(接客業に関してはどちらかと言えば向上した1名を含む)</li> <li>全員が次回、同様なロボット研修があれば参加したいと回答(どちらかと言えば参加したい1名を含む)</li> <li>疲労度67%(どちらかと言えば疲れた54%、疲れた13%)</li> </ul> <b>【関係者(担任の先生等)】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>全員が同様な研修があれば他の学生や関係者にお勧めしたいと回答(どちらかと言えばおすすめしたい1名を含む)</li> </ul>
地域での認知	<ul style="list-style-type: none"> <li>愛媛県内においては、これまでOriHimeを活用した本格的なサービス提供の実績はなかった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>今治・里山サロンOriHimeカフェの様子は地元TV3局で計4回放送(計1,084秒)</li> <li>イベント告知ランディングページ ユーザー数6901 PV数8981(12/28~2/8)</li> <li>グーグル広告 クリック数5527 表示回数71.2万 @21</li> <li>SNS広告 クリック数2452 表示回数14.1万 @40</li> </ul>

## データ活用・協議による成果

