

第5回 多言語対応・ICT化推進フォーラム「～人と技術で伝える、伝わる～」

基調講演 「多言語対応の取り組み」

講演者：株式会社小西美術工藝社 代表取締役社長 デービット・アトキンソン氏

まず最初に小西美術工藝社のPRをさせていただきます。小西美術というのは、380年前、日光東照宮ができた時にできた会社でありまして、全国の神社仏閣の主に漆塗り、彩色、飾り金具の修復をしている会社でございます。70名ほどの職人がおりまして、業界としては唯一全国展開をしている、この業界の4割くらいという最大手になっています。

観光については、私がこの小西美術工藝社に入りましたのは7年前ですが、文化財行政、文化財の保存状態自体があまりにも良なくて、文化財を守るためにどうすればいいのかということを考えて時に、やはり観光資源化をすることによって文化財の将来を強化していけるのではないかとということで、始めた事業であります。それから2年半くらいたって、外国人観光客も2倍ほど増えておりまして、今年・来年もまた更に増えるという動きになっております。

色々な観光の新しい政策が始まっていますが、どうしても難しいのがこの多言語対応のところだと思います。イギリス人として今日は、私の考え方を説明したいと思います。

まず、ごく一部の例を使ってご説明します。

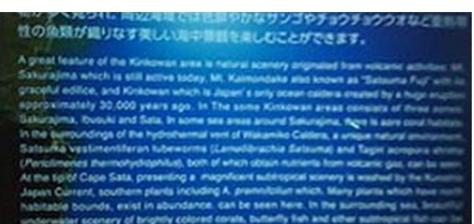


かけこまない
Please do not rush
into the train

**発車サイン音が鳴り終わると
ドアが閉まります**
Doors close soon after the melody ends.

「駆け込まない」「Please do not rush into the train.」となっています。何が問題かあまり伝わっていないかも知れませんが、「into the train」というのは本当は「onto the train」です。「into the train」と「この電車に体をぶつけないでください」ということになります。ものすごく簡単なミスなのですが、会話であればなんとか通用しますが、例えば京都の新幹線のホームであったり、東京都内の地下鉄でこのミスが沢山書いてあり、我々外国人がこれを見ると、何が言いたいのか全然分からないので、多くの方はこれを写真に撮って、海外に持って帰っております。

これは京都の観光のホームページから取った写真で、13カ国語対応をしているホームページです。「南エリア」とか「北エリア」とか色々なことが書いてありまして、「North」だとか「Nord(フランス語)」だとか、誰にでも分かる言葉は13カ国語に翻訳されていますが、一番ポイントとなる中身自体が翻訳されていません。「北」とか「ホテルはどこですか」とか「電車」といった簡単な単語だけが翻訳されていますが、その程度なら辞書を引けばいいですし、アプリを使えばすぐに分かるのですが、一番分からないのはこの説明の部分です。説明の部分が重要であるにも関わらず、全然翻訳されていない。こういうようなものがあります。多分、業者の提案から来たものだったのではないかと思います。一番肝心の所が手抜きをされています。



これは九州の方にある国立公園のビジターセンターに実際にあるものです。例えば「There is aare」と、「is」が複数になっているだけで、「aare」も「a」が2つになっているという、スペルミスがあります。他にも例えば「premnifoliun which.」と、この後に文が続かなければならないのですが、「which」の続きがありません。こういう所で、単純なミスではなく全然文章になっていないものも、案外多く見かけます。

多言語対応では、会話は別として、書き物になると、完璧なものが求められます。一番感じるのは、ネイティブチェックがほとんどされていません。

今まで観光の仕事で47都道府県全部回りました。多くの文化財にも行っています。観光のホームページもかなりの数を見ていますが、完璧なものは今まで一度も見たことはありません。ネイティブチェックは簡単なことですが、されていないことが非常に多く、ネイティブチェックがされたものでも、実際に以前こういう話がありました。関西の方で、ホームページを作るにあたって、監修をやってくださいと言われたので、ネイティブチェックをされていますか?(と聞いた所)、ネイティブチェックはきちんと入れていますと。で、文章ができ上がってきて読んだら、こういう文法はないでしょう、これはおかしいんじゃないのかというのが、相当ありました。納得できないので、ネイティブチェックをした人を紹介してもらった所、出てきた人がどう見ても欧州人ではあってもイギリス人ではないので、あなたどこの国の人ですかと聞いたら、デンマーク人です、ということでした。では例えば、高校までずっとイギリスやアメリカだったという事実はありますかと聞いたら、そういう事実もありませんと。確かに割と流暢な英語で喋っていました。ただ、ここでポイントになるのは、言うまでもなく、喋ることと書くことでは全然違います。日本語でもそうです。デンマーク人でこういうことをやっているということは、9割くらい(の英語)は正しいのですが、1割は間違っています。英語が話せるということは、その人が正しい文章を書けるということになりませんので、やはりネイティブチェックはきちんとしないと、おかしくなると思います。

また、直訳が多い(ということがあります)。先日、京都御所の英語の解説板を見に行きました所、そこに檜皮葺きの屋根の開設が英語で書いてありました。その内容で一番面白かったのは「植物性屋根」の翻訳でした。確かに檜皮葺きは植物性の屋根です。植物性の屋根は世界中で、無いことはないですけど珍しい。その翻訳は「vegetable roof」になっていました。辞書を引けば、「植物」の所に「vegetable」が出てきます。ですが我々外国人からしてみれば、「vegetable roof」と言われたら、人参か大根でできた屋根ということになりますので、別の翻訳が必要であったと思います。その時に「この翻訳は違います。誰がやったのですか」と聞いたら、「うちの職員がやりました」と、その人が「私の英語能力を汚すつもりか」といった顔で出てきました。

逆のことを想像して考えてみてください。例えば私が檜皮葺きの説明を聞いて、日本語で全部書いて、日本語のネイティブの皆さんのチェックを一人も受けることなく、京都御所にその文章をそのまま出しますかと言ったら、絶対に答えは「NO」です。ですが、逆のことは毎日のようにやっています。その人は、私は2年間アメリカの大学で勉強しました。私の英語は完璧です、と仰ってましたけれども、やはり、会話としては完璧かも知れませんが、文章とは違うので、完璧ではないということは、言うまでもないとは思いますが、実際にはそういう例が山ほどあります。

もう一つの問題は内容の話です。

日本人と外国人は基礎知識が全然違うので、求められる情報も違います。非常に常識的なことで申し訳ないのですが、これを実際に守っている所も今までは一回も見たことがありません。私は今、京都の二条城の特別顧問を担当してまして、その説明の中で一番最初に出てきたのは、「二条城は6つの棟からできていて、800畳以上の畳が敷かれている日本の国宝です」というものです。いつも申し上げていますが、例えばイギリス、ドイツ、フランス、アメリカから日本に来るためには、大体30万円くらいかかります。京都に行くまでは14時間くらいかかります。二条城に着いて、「6つの棟からできていて、800畳以上の畳が敷かれている」というようなことを言われるだけで、30万円の価値がありますか。14時間~16時間飛んでくる価値がありましたか、という事が問題としてあります。そもそも、いくつの棟で、いつ世界遺産になったのか、この敷地は何千平米ですということを言われても、不動産業ではないので、興味はありません。日本人が満足する内容と、外国人が知りたいものは当然違いますので、翻訳さえすればいいという問題ではないのです。

多言語対応というのは多くの人の中では、元の日本語の文章があって、それが正しく英語になればそれでいいじゃないかと思うかも知れませんが、実はそうではないのです。「平安時代にこのお寺が創建されました」と

言っても、外国人には平安時代は全く分かりません。

以前、岐阜城に下村大臣(当時)と共に視察に行きましたが、岐阜城を登っていきますと、一番最初に出てくる多言語対応というのは、織田信長の生涯です。何年何月に生まれて、何年何月に結婚して、何年に子供がいた、ということが沢山書いてあります。外国人としては、「織田信長」と言われるだけでは、これが場所なのか人間なのか動物なのか、それ自体も分からないのです。その基礎知識はありません。当然ながら、日本の歴史の中で織田信長がどういう役割を果たしたのかというのは分かりません。正しく多言語対応されたからといって、伝わらないことは多々あります。求められている情報は全然違いますので、翻訳さえすればいいという問題でもないのです。

京都二条城の新しいパンフレットはもうすぐ出来上がって来ますが、「将軍とは何なのか」「その制度はいつからできたのか」「将軍になるというのは凄いことなのか」といった説明を、私がそこに書いております。大体、日本語で書いてある情報というのは、ある意味略式の情報なので、その背景にあることを全部説明していかないと、(外国人に理解されるのは)極めて厳しいものだと思います。

皆さんご存知のように、英語、フランス語、ドイツ語、スペイン語、イタリア語は、大昔のラテン語やギリシャ語につながっているもので、文法的に使われなくなった言葉もあれば、非常に複雑なままで残っているものもありますが、ラテン語に存在しない欧州の言葉の文法というものは、基本的にありません。単語は違いますが、ルーツは一緒なので、英語からフランス語、フランス語からドイツ語にするのは簡単です。

申し上げるまでもなく、日本語の場合は欧州や他の所と全くつながっていません。英語や欧州の言葉に対して「だいたいこうじゃないか」と当てはめていますが、文法的につながっていないため、文が全部逆になったりと、文章の作り方自体が極めて英語とは違うので、翻訳をすること自体がほぼ不可能ではないかと私は思います。

文章の作り方としては、日本語はだいたい結論が最後に来ますが、英語は最初の方に来ますので、全部逆にしなければなりません。(自動)翻訳機能では、皆さんが息(つぎ)をする所で、文章をそのまま翻訳して、次の文章、次の文章と翻訳することになりますので、日本語の理屈の作り方通りに英語として出てきます。ですが、外国人の頭の中は別の構造でできていますので、会話であれば何となく分かりますが、文章となると分からなくなってしまうです。

実際に、和歌山県と奈良県の観光ホームページの監修をしました。元々日本語のホームページがあり、それを英語にした時点で私が監修するという事になっていたのですが、引く日本語もあれば足す英語もあるということで、どんどん違うものになっていきました。その日本語の文章から英語に直されたものを監修し、自然な流れの文章にさらに直していくというのは、あまりにコストが重いので、それをやめ、結局海外からライターを雇ってきました。自分達のような長年日本に住んでいる外国人は、外国人のようではないで“外国人らしさ”が半分くらい抜けているので、日本語が一つもわからない人に、地図と大体のバスや電車での行き方を教えて、全部書いてもらいました。それを元々の日本語を書いた人にチェックしてもらって、内容を確認しました。翻訳するより費用は7割くらいで済み、なおかつ外国人の目線で最初から英語で書いていますので、きれいに普通の英語の文章として流れていきます。

日本語を参考にしながら、別物を作り、それを(他の言語に)翻訳しました。イギリス人とフランス人と中国人の求めている内容が若干違うとは言え、同じ外国人ですので、同じ知識の無さで、同じような疑問を持つものですので、中国人に見てもらった所、これは非常に分かりやすく、これなら中国人も満足します、と言われました。やはり国内と海外の違いがそこに出ているのではないかと思います。

ここが私としてはいつも一番悩む所です。キャッチコピーといいたいでしょうか、京都は何だとか、東京の観光は何だとかですね、ホームページであれば一番トップページに出るような言葉を、よく「これはどう思いますか」と(監修を)頼まれます。

「食と農の景勝地」という農水省の委員もやっていますが、この間委員会で、そこで認定したときのキャッチコピーを作るということになりまして、「この4つの英語の中から選んでもらいたい」ということでしたが、

私は「申し訳ないのですが、この4つの英語と言われているものは1つも英語になっていませんので、この中から選ぶことはできません」ということを申し上げましたら、残念ながら隣の隣の委員が大学の英語の先生で、その人が作った英語だということだったので。「俺の英語の何が悪いんだ」ということで、大変Badなことになったのですが、日本人の英語能力を下に見るつもりは全くありませんが、ネイティブではない以上、完璧な英語を作る日本人はいないですし、完璧な日本語を作る外国人もいません。さらに、キャッチコピーという非常に短い文章の中に、エッセンスだけを英語で入れなさいということになると、これは神業に近いものとなります。

例えば、日本という国の観光の魅力を、漢字四文字で言いなさいといった時に、これが完璧にできる人というのは天才だと思います。例えば東京都の観光魅力を1行だけのキャッチコピーで作りにさいといった時、イギリス人でもアメリカ人でも、プロが存在するということは、その辺の人ができるはずがないということです。プロでないといけません。

その農水省の委員会でも、結果としては、こういうものはプロがやるべきものなので、自分達委員が下手に英語を作っていくよりは、本物のプロにやってもらったほうが良いのではないかとということになりました。その1つとして、グルメの話ですから「日本を味わう」という意味で、「SAVOR JAPAN」ということになりましたら、農水省の官僚の一人がそれを勘違いして「Save your Japan」じゃないかと、「日本を救済する」という意味に捉えられませんかと考えて、それを蹴ったのですが、ただ我々外国人にとって、「SAVOR JAPAN」と「Save your Japan」を間違えるということは、まずありません。結局どうなったかといいますと、その人の考えで「SAVORY JAPAN」というものになりました。これは英語になりません。なるとすると「旨味ジャパン」ということになりますので、何のことかさっぱり分かりません。

ただ、「Cool Japan」であったり案外皆さんが目にしてるキャッチコピーは、日本人には通じるかも知れませんが、外国人に通じないものは多々あります。文章を作る時に、大きな文章であれば多少の間違いは問題になりませんが、短くなればなるほどその文章は、完璧でなければなりませんし、作るのが非常に難しくなることは間違いないと思います。

ということになりますと、多言語対応を考えるにあたって、ポイントになるのは「中身次第」となります。外国人に通じない日本語を、どんなに正しく英語にした所で、通じないものは通じません。私から見て日本の色々な観光地(の案内)は、中身がまだできていないので、まず最初にやらなければならないのは、正しい観光の中身(を作ること)が、急務だと思います。中身ができて、しっかりしていればいるほど、翻訳されて多少の間違いがあっても、大きな問題にはならないと思います。一番問題になるのは、客観的に見て観光にふさわしい中身ではないにも関わらず、それを一生懸命翻訳して行って、結局はコストがかかるだけで誰も満足しない、観光立国につながらないことが十分考えられます。ですから、まず最初に中身を充実させていく必要があります。

文化財の関係者からすると、ITの機能やアプリというのは非常に高いです。実際の中身よりお金がかかります。会話のためや、緊急の時には十分使えるものかと思いますが、ただ客観的に見て、色々な観光の情報をITを使って翻訳して、ちゃんと観光に活かせるかということ、私は大変疑問に思います。中身自体を充実させた上で、そのITを慎重に考える必要があります。地方に行くと、観光資源そのものを磨いていないだけではなく、座る場所がない、飲食対策をやっていない、歴史的背景だとか楽しみ方とか体験とか、そういうものが何もできないのに、アプリだけを作っている、そういう所もあります。

先日行った某お城では、一番上に立ってヴァーチャル・リアリティの眼鏡をかけると、元の街がどうだったのかというのを再現するアプリがありました。私達外国人からすると、厳しいことを言わせていただきますが、どこまで日本が元々あった美しい街並みを破壊してきたのかということアピールしているだけとしか思えません。そこにあった歴史とか、元々あった事件や文化とか、重要な歴史的人物のストーリーだとか、そういうものが全くなして、いきなり「この街並みは元々こうだった」ということを言われても、充実した観光の時間を過ごせるとは思えません。ですから、アプリというものは最後の手段であって、最初からやるものではないと考えています。

この間ある所で、今はスマホの時代です、スマホのアプリを作れば、観光案内所とかガイドは要らない時代になっています、という発言がありました。観光の基本中の基本というのは文字通り、多様性です。スマホを使っている人はデータ上では日本人で54%ですが、1人で2台持てば2倍になるので普及率は高くなります。外国人が日本に来た場合、自分のスマホは使えないことが非常に多いです。だからネットが問題になります。また、ネットが使える人、使えない人と色々な人がいますので、やはりいまだにガイドブックのほうが欲しい人もいれば、パンフレットだけでいいという人、音声ガイドがいい人、人間によるガイドがいい人、自動翻訳機でいいと思う人もいれば、完璧な学問的な文章を読みたいと思う人もいます。

一番簡単なのはITに発注することです。一番厄介なのは、充実した中身を作ることです。ただ、観光立国を作るにあたってどちらが大事なのかと言えば、アプリより中身です。観光の基本は多様性ですから、中身の多様性、来てもらう国の多様性、中国人だけではなくてやはり欧州であってもアメリカであっても、まんべんなく来てもらわないと、政府が出している2030年の6000万人の外国人観光客にはならないです。

同時に、歴史・文化だけで行こうとすると、これだけではみな満足しませんので、総合力で行かなければならないというのが、観光の難しいところです。そういう意味で、実際の多言語対応というものも、会話レベルのものもあれば、緊急のときのものもあれば、文章もあれば、アプリや人間によるものや、全部揃って初めて観光立国になるということは、言うまでもないことだと思います。

実際には、ライターのところも大事だと思いますが、1年前はこのようなスピーチを頼まれた時に、こういう話をしていなかったと思います。1年半くらいずっとこの仕事をやっていて、やはり、翻訳機能は使えるものもありますけれど、究極の所は、外国人にアピールしたいのであれば、外国人のライターを雇うしかないという結論に至りましたので、それもまた使える場所もあれば使えない場所もあると思いますけれど、ライターの採用というのも、1つとして考えるべきものではないかと思います。

ちゃんとした翻訳ができる人は意外と少ないです。けれどライターになれる人はいくらでもいます。そういう良さもあると思います。完璧な翻訳者というのはあくまでも、完璧な翻訳をしたがる人です。伝わる・伝わらないとは考えていません。そういう意味で、翻訳だけで済むと思うのは間違いだと思いますので、繰り返になりますが、少なくともその場合は、ネイティブチェックを入れて、監修も入れるべきものだと思います。それで監修することによって、スッとスムーズに伝わるものに変えることはできます。最後の4~5%くらいの仕事ですが、いちばん大事な仕事なのではないかと思えます。

多言語対応の難しさとその対応策について、これで完璧な正解だとは思わないですが、ITの使える部分もありますが、十分それを考えて、挑戦して行って、この観光立国、今は日本の経済の数%しか占めていないですが、世界では10%になっていますので、政府の決めた2030年で6000万人というのは、私はあれは別に野心的なものでも何でもない、十分達成できるものとして、経済に貢献することは可能だと思います。外国人がせっかく大変な金額と大変な時間を使って、日本まで来ていますので、一番知りたいのは、サラッとした軽いものではなくて、やはり深い所まで行きたいということもあります。ちゃんとした対価をもらうためには、深い所に行く必要があり、対価を貰わなければ経済が活性化しませんので、是非とも皆さんとともに、このITを含めた多言語対応を充実させることによって、世界トップ5の観光立国を実現していきたいと思えます。

第5回 多言語対応・ICT化推進フォーラム「～人と技術で伝える、伝わる～」

参考資料配布：<http://www.2020games.metro.tokyo.jp/multilingual/council/index.html#m05>