

多言語対応・ICT化推進フォーラム 「東京2020大会に向けた小売店の多言語対応 ～市民・事業者みんなで取り組むおもてなし～」

パネリスト：やさしい日本語×多言語音声翻訳プロモーター（元小平市職員） 萩元 直樹氏

：札幌狸小路商店街商店街振興組合 理事長 島口 義弘氏

：ぴあ株式会社 グローバルイベントプログラム担当 2020イベントプロジェクト チーフプロデューサー 宮崎 裕二氏

モデレーター：一般社団法人 ジャパンショッピングツーリズム協会（JSTO） 事務局長 新津 研一氏

2019年12月24日、「2020年オリンピック・パラリンピック大会に向けた多言語対応協議会」は、東京国際フォーラムにおいて多言語対応の先進的な取組やICTの情報を広く共有・発信するため、「多言語対応・ICT化推進フォーラム」を開催しました。

フォーラムの締めくくりとして「市民・事業者みんなが取り組むおもてなし」をテーマにパネルディスカッションが行われ、3名のパネラーによって、訪日外国人が増加している地方の商店街によるおもてなしの取組の様子や、行政の立場で多言語対応に取り組んできた経験から感じたこと、また情報メディア担当者による取組の心構えなどが紹介されました。

2015年度から2016年度にかけて2020年オリンピック・パラリンピック大会に向けた多言語対応協議会の担当者として多言語対応に取り組んできた萩元氏は、国立研究開発法人情報通信研究機構（NICT）により研究・開発が進む多言語音声翻訳アプリ「VoiceTra」とやさしい日本語との連携を推奨します。

「VoiceTra」は誰もが無料で使える多言語音声翻訳アプリであり、民間企業で製品開発が行われている翻訳機には、「VoiceTra」に使用されている翻訳エンジンが利用されています。観光やおもてなしなど訪日外国人向けに開発されてきた多言語の音声翻訳には、翻訳しにくい日本語や日本語で話したい外国人に対応しにくいという課題があると萩元氏は考えています。また、小売店スタッフによる人的な多言語対応にも限界があります。その解決策として有効なのがICTツールの活用です。ICTツールを利用する際、やさしい日本語を用いることで翻訳効率が向上するので、訪日外国人はもちろん在住外国人まで、幅広い層の外国人に親しみやすい店舗づくりが可能になります。

札幌狸小路商店街は、大阪心斎橋商店街や沖縄国際通り商店街と並び、国内有数の訪日観光客が集まる場所です。加えて東京2020大会のマラソンと競歩コースが札幌に決定したことで、訪日観光客が増加することが予想されます。商店街振興組合 理事長の島口氏は、札幌狸小路商店街を買い物や食事だけの街にせず、観光客の皆さんが街の中で楽しんでいただくために、現在、毎週金曜日に行っている「THE 狸ナイトパフォーマンス」の取組を紹介しました。この取組では地元で活動するパフォーマーを起用し、狸小路の魅力と楽しさを発信するとともに、訪日外国人に対するおもてなしの一環として、パフォーマーが簡単な多言語対応をできるようにするためのトレーニングの場としても考えています。

ぴあ株式会社の宮崎氏は、ラグビーワールドカップ2019日本大会（以下、ラグビーW杯2019日本大会）において、日本各地で目にした日本流のおもてなしの素晴らしさを紹介し、日本を訪れた外国人を心から歓迎し、



共に楽しもうというもおもてなしの心を持つことでコミュニケーションをうまく進めることができると話します。

マニュアル対応しがちなボランティアスタッフも、日本を訪れた外国人を心から歓迎することが大切とし、千葉県・柏市の小学生達は、ニュージーランド代表を迎える際に伝統の「HAKA（ハカ）」で出迎えた事例を話しました。



3人の話を聞いた新津氏は、JSTOでは多言語対応ガイドラインをマニュアル化することを目指してきましたが、まずは、相手をどう楽しませたいのか、という思いが重要になってくることに気付かされたと話します。

訪日外国人対応の現場はすべてがスムーズに運ぶものではなく、もちろんご登壇いただいた3名にも上手くいかなかった経験や、思いがけず嬉しい出来事になるような経験もあります。

「訪日外国人には、必ず日本で欲しいというものがある。」と話すのは島口氏です。「これが欲しい」とスマホの画像を見せられることが多いものの、お菓子袋ではなく、中身の写真を見せられる時も多く、何なのかわからないことが多いそうです。それでも、何とかして探してあげることが島口氏は使命だと話します。

萩元氏は、失敗したことよりも、ぜひ紹介したい楽しい思い出があると、ピン・トレード[※]について話しました。オリンピック・パラリンピックでは「友好の証」として必ず行われるピン・トレードが、東京2020大会でもブームなるだろうと予想します。ピン・トレードは世界中で行われている異文化コミュニケーションの代表的なもので、萩元氏はこれまでもリオ2016大会や平昌2018大会をはじめとする様々な機会に、たくさんのピン・トレードを行ってきました。手段としてピン・トレードをきっかけに国際交流するさいに、やさしい日本語×多言語音声翻訳で更に交流を深めることができるのではと推奨します。

宮崎氏は自分が所属するエンターテインメント業界の多言語対応の遅れを残念に感じています。そのままでは非常にもったいないと、今後に向けた課題であるとしました。国内の多くのイベントのチケットやチケットを販売するWEBサイトでは、日本語対応のみというところが多く、外国人にとっては利用しづらいサービスとなっています。これらの情報にスムーズにアクセスできる環境が整っていけば、外国からやってくる観光客が日本で楽しむコンテンツもより多様化していくはずで、これらの改善を加速させるきっかけとして東京2020大会を迎えることが重要だと話します。

最後に3人は多言語対応の際の注意事項や反省事例を紹介しました。

島口氏は北海道胆振東部地震後に北海道全域に起きたブラックアウトを経験しています。その時、多くの外国人が商店街に集まってきたものの、何の対応もできず外国人を守ることができませんでした。そのため、災害時の情報の重要性を説明するとともに、もしもの対応を考えておくべきだと急な災害への注意を促しました。

多言語対応は難しくないと呼びかけるのは萩元氏です。東京都には電話通訳サービスもあり、翻訳アプリやツールも増えています。WEBサイトを探せば指差し会話シートもすぐに見つかります。なんとかしようとする気持ちがあればできる多言語対応の手段はあるので、積極的に取り組む気持ちが必要だと話します。

宮崎氏は他社に先駆けて発行したタイ人向けのフリーペーパー「北海道達人」の失敗を振り返ります。スタッフが日本人だけであったこともあり、訪日タイ人が本当に望んでいる情報を理解できておらず、内容のピン트가ずれてしまったことが原因でした。訪日外国人向けの媒体では、外国人の視点で考えることが必要だと話します。

新津氏は、「失敗を恐れず積極的に取組を進めてほしい。」と会場に呼びかけ、パネルディスカッションを終了しました。

※ピン・トレード：かつてオリンピック・パラリンピックに出場した選手同士が、友好の証としてピンバッジを交換したことが始まり。ピンバッジの交換を通じ言葉や文化の壁を超えた交流を楽しみます。

(令和2年2月作成)