

多言語対応・ICT化推進フォーラム

「観光地における多言語対応の先進事例」

講師：株式会社やまごころ 代表取締役兼インバウンド戦略アドバイザー 村山 慶輔氏

「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」により、多言語対応の取組事例を広く共有・発信するための「多言語対応・ICT化推進フォーラム」が12月20日に開催され、株式会社やまごころ代表取締役兼インバウンド戦略アドバイザー村山慶輔氏による「観光地における多言語対応の先進事例」セミナーが行われました。

やまごころは「日本のインバウンドを熱くする」をモットーに、インバウンドに特化したサービスを提供する企業です。村山氏は訪日外国人が3,000万人を超え、団体ツアーから個人旅行者へとシフトしてくると、受入側にも多言語対応など言葉の対応が重要だと話しています。様々な多言語サポートツールがあるにもかかわらず、受入現場で使い方がわからない、外国人ニーズが変わっているのにツールが改善されていないなど、PDCAがうまく回っていない問題を指摘します。「公園」を「koen」とローマ字にしただけのもの、「キツネうどん」を「フォックス・ヌードル」と訳した例などを挙げ、「翻訳を安易に留学生まかせにしてしまうことや和製英語などにも注意しなければならない」と言います。

村山氏は外国人接客の対応レベルには、外国人が必要最低限の困らないレベルのものと、対応することによって売上が上がる攻めのレベルがあると話し、「多言語ツールを用意する」「外国語で接客」「品揃えも外国人対応」という3つのステップを紹介しました。また近年は、外国人は原材料にどんなものを使っているかも気にしているため、素材を伝えることも重要度が増していると話します。村山氏は街で見かける例を紹介しながら、外国人への多言語対応の注意点について解説しました。

大阪の市場で見つけた「いちご大福」のポップの例では、英語がある程度話せる人でも素材の説明は難しいため、ツールを作っておくことを推奨し、築地で見つけた「YAKITATE」と書かれたポップでは、ローマ字にしただけでは意味が伝わらないと指摘します。看板によく見かける例としては、「Don't ~」だけの命令口調の看板が多いことを指摘し、「表現がきつくなりがちなので“Please”などを加えておくべき」と話します。案内看板の工夫としては、写真を入れることを推奨し、外国人旅行者の多いシンガポールやマレーシアの空港や公園でよく見かけるピクトグラムを紹介して、言葉は最低限にして外国人にもわかりやすい工夫をすることが重要なポイントであると解説しました。村上氏は交通分野の例として、鳥取県が実施している観光タクシーを取り上げ「料金がリーズナブルだけでなくドライバーにも言語研修を行っているという点が注目できる」と紹介しました。

飲食業界の多言語対応について村上氏は「メニューのローマ字表記の改善や、ベジタリアン対応の表記が外国人には大事だ」と話します。村上氏がよくできたわかりやすいメニューの例として、写真一つ一つが多言語対応になっている台湾料理の有名店を参考例として紹介しました。

最後に村上氏は、「おせっかいジャパン」という外国人観光客に多言語で対応するボランティア団体を紹介し、言葉や看板だけでは伝えられないことがあり、最後は人が大事になり「人材力」の育成が重要になるという言葉で講演を締めくくりました。



よくある間違い

	誤	正
● 和製英語		
ペットボトル	Pet bottle	Plastic bottle
アメリカンドッグ	American dog	Corn dog
● ローマ字に書き換えただけ		
公園	Koen	Park
資料館	Shiryokan	Museum
● 単純翻訳		
きつねうどん	Fox noodle	Noodles in soup with fried bean curd
豚汁	Pork soup	Miso soup with pork and vegetables



(平成30年作成)

