

■ テーマ名

インバウンド観光客・日本在住外国人を意識した街中の言語景観に関する調査

■ キーワード

言語景観、異文化コミュニケーション

■ 研究の概要

2020年の東京オリンピックや2025年の大阪万博を機に、政府のインバウンド観光客誘致の方針が功を奏し、日本全国で海外からの観光客が激増しています。インバウンド観光客をさらに増やすためだけでなく、日本に来ることなくネット情報を眺めるだけの人たちにも、日本の歴史・文化の深い理解を得てもらうためには、どのように説明すればよいのか。また、日本在住の外国人たちにも、一方的な規則を押し付けるのではなく、歴史と文化の理解に基づいて日本人と共生してもらうためにはどうすればよいのか。世界共通語としての英語を使うべきか、「やさしい日本語」を使うべきか、あるいはそれぞれの母語に翻訳して伝えるのがよいのか。正確なだけの翻訳がゴールではないと考えられるため、あらためて歴史・文化・言語コミュニケーションの本質に立ち返って、翻訳・情報提供の在り方を検討する必要に迫られています。

翻訳の質の評価というと、原文に忠実であることや、訳した言語表現が自然であることが重視される傾向がありますが、歴史・文化・習俗に関わる内容についてはこうした評価基準が適切でない場合もあるため、新しい評価基準を考える必要があります。インバウンド観光客・日本在住外国人を主な対象とした英語表現について、食事のメニューや観光のランドマークなどをサンプルとして、どのような表現が用いられているか、英語として不自然ではないか、誤解を招きかねない表現になっていないかなど、文化摩擦の要因となる可能性なども含めて検討しています。

インバウンド観光客に対しては、比較的短時間に協力してもらえようような情報環境に関するアンケート調査を行い、日本在住外国人に対しては、日本人とインバウンド観光客の双方を知る立場として、文化理解や情報の共有に関する現状をヒアリングしています。これらの調査を通して、現状の翻訳及び文化的な理解に関して課題をまとめ、お互いがより深く理解し合えるような翻訳の在り方を提案していきたいと考えています。

また、これらの調査をゼミ活動の一環として行い、学生が自律的に地域の問題解決に取り組む中で、異文化コミュニケーション力やホスピタリティ力などを向上させることを目指しています。森下ほか(2019)では、インバウンド観光客の目線で神戸の言語景観について調査しました。JR三ノ宮駅から北野異人館付近までの約1キロメートルを歩く中で目に入る情報として、路上の案内表示、店舗内表示、メニューなどを調べたところ、最も大きな問題点として英語表記の不統一が挙げられました。一例として、「通り」は、Avenue, Street, Road, Doriなど、さまざまな訳語で表記されています。作成者や作成時期が異なるせいかもしれません。場当たりの統一性に欠ける翻訳は、我々の想像以上にインバウンド観光客を混乱させる可能性があります。このことは、一般的に海外の多くの都市では、AvenueとStreetは垂直の関係になっており、通行に便利のように名前が付けられているという事実とは対照的です。今後もさらに調査を続け、バイリンガル版のガイドマップ作りなどにも生かしていきたいと思えます。

■ 関連業績 (特許・文献)

- ・日本認知科学会第33回大会発表論文集、252-256/276-278 (2016)
- ・Proceedings of IEEE 8th International Conference on CogInfoCom, University of Debrecen, Hungary, 57-62 (2017)
- ・Proceedings of INES, Las Palmas de Gran Canaria, Spain, 87-92 (2018)
- ・信学技報 vol. 117, No. 519, 7-12 (2018)
- ・信学技報 vol. 118, No. 516, 83-88/89-94 (2019)