

観光地における中国語表記の課題

A Study of Chinese Notation in The Tourist Spot

傅翔[†]、康茗淞[†]、張昭誼[†]、伊藤篤[†]、平松裕子[‡]、原田康也^{*}、佐々木陽[†]、羽多野裕之[†]
Xiang Fu, MingSung Kan, Chaoyi Chang, Atsushi, Ito, Yuko Hiramatsu,

Yasunari Harada, Akira Sasaki, Hiroyuki Hatano

[†]宇都宮大学, [‡]中央大学, ^{*}早稲田大学

[†]Utsunomiya University, [‡]Chuo University, ^{*}Waseda University

fuxiang0931@gmail.com, t08614@gmail.com, s944302@gmail.com, at.ito@is.utsunomiya-u.ac.jp

Abstract

To improve the satisfaction of the tourists, we have been developing tour guide application in Nikko since 2014. There are many tourists visiting Nikko, among them many travelers from Taiwan and Mainland China. For this reason, the need to explain the tourism resources of Nikko in Chinese is increasing more and more. However, there are several problems in the signs and menus, etc. in Chinese. Therefore, we investigated the problem in translating the explanation from Japanese to Chinese and are planning to create rules for translating into Chinese and creating a database of translation information. In this paper, we discuss the problems of Chinese notation in the tourist spot and explain that the correctness of translation for signs is important. Then we propose the points to consider for translation procedure using machine translation to increase the understandability of signs based on Functional Translation Theory.

Keywords — Chinese Notation, Translation, Functional Translation Theory, Tourist Spot, Tourist Information, Nikko

1. はじめに

日本観光庁は訪日外国人旅行者の受入環境整備事業の一環として、観光の ICT 化を推進している。2016 年の「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」を開

いて、訪日外国人を 2020 年までに 4000 万人にするという目標を定めて以来、近年日本を訪れる外国人観光客の数が続々増えている[1]。

観光庁の統計によると、2018 年 4 月の訪日外客数は前年同月比 12.5%増の 290 万 1 千人で、過去最速で累計 1,000 万人を突破した。うち、訪日人数が上位 4 位となった地域・国家は、韓国(638,500 人)、中国(683,400 人)、台湾(470,000 人)、香港(179,900 人)である[2]。

その中で、中華圏にある中国、台湾、香港では中国語の簡体字、もしくは繁体字が使われている。栃木県内に訪れる外国人観光客の数も増え続け、2014 年の 87,115 人から 2017 年の 92,768 人に伸びている。外国人宿泊数の上位 3 位は、台湾(19.9%)、中国(10.2%)、タイ(6.7%)である。栃木県内でも、観光客誘致などの目標を目指して、東京オリンピック・パラリンピックに向けたとちぎビジョンを発表し、戦略的な海外誘客プロモーションの展開、観光地づくりなどの方向性を示している[3]。こうした外国人観光客の増加は、地域経済の活性化への貢献が期待されるだけでなく、言語景観の変化、言語能力を有する人材育成などの受け入れる地域の言語的な対応にも様々な変化をたらしめている(藤田他 2014) [4]。

平成 27 年に実施された「栃木県訪日外国人動向調査」[5]において、案内表示の表示言語について 12%の外国人旅行者が不満足と回答しており、他より多い。各施設における受け入れ環境に対する不満の理由として、主に多言語表記不足という回答が挙げられる。

多言語対応の重要性と中国人を使う観光客が多いという二つの点から見ると、観光資源を日本語だけではなく、中国語で表記する必要があると見られる。しかし、日光の観光資源をより観光客に楽しんでもらえるため、クリアな指示と表示が必要とされている。

さらに、この調査においては「観光施設の案内表示」、「案内標識」、「飲食店、土産物店のメニュー」、「宿

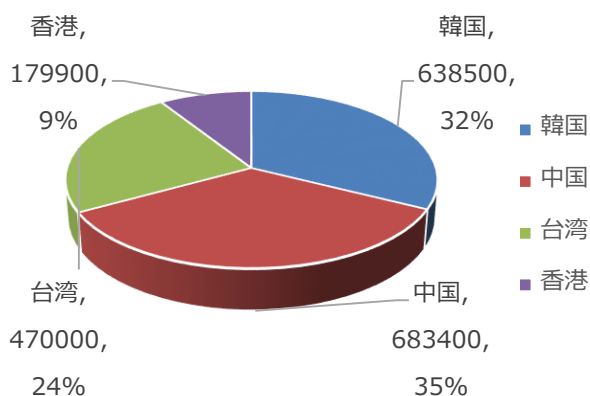


図 1. 2018 年 4 月の訪日外国観光客数上位 4 位

泊施設の案内」において多言語表示の満足度が低くなった。

観光施設の案内表示の内容は、一般的な単語と固有の地名が主であるため誤解が少ないが、これに対して飲食店のメニューの場合、特殊な料理方法や具材などを示す漢字が原因で意味がうまく伝わらず、お客様の期待に添えないことがある。案内標識言語と宿泊施設の案内の場合は短文が多く、単語と文法の誤訳がよく見かける。

そこで、本論文では翻訳課題を、以下の3パターンに分類して考察することとする。

観光施設の案内表示言語

日本の観光地には、独特で魅力的な歴史的建造物は多くある。そこには、日本語や英語の説明文はよく付いている。その魅力を中国語圏の外国観光客に理解してもらえるため、中国語に翻訳された説明文は当然必要とされる。

飲食店のメニュー

日本料理には、魚を使った料理が多い。それらに対応する漢字もあるが、メニュー上では、一般的にひらがなかカタカナで表記される。また、特殊な料理方法が料理名になることがあり、理解してもらえないことがよくある。

案内標識と宿泊施設の案内言語

外国人観光客の出身国によって、日本と違う環境で育てられたため、日本の文化を知らず、日本人にとっておかしい動きや言動を取る可能性もある。それを防ぐため、ただ目立つだけでは足りなく、わかりやすい表示の掲示板を設置する必要がある。

日本では、地域創生、過疎化を食い止めるなどの目的で、観光客を積極的にアピールしている。訪日の観光客が、英語圏よりもアジア圏の来訪者数が多い現在、このような事情を踏まえるともはや英訳だけで不十分で、観光客の数が増えている以上、今後英語を介さなく、直接日本語から各国の言語に訳す需要も高まっていくので、翻訳業界も発展し続けると考えられる。

本論文では、2章でクリスティアーネ・ノードの機能翻訳理論 (Functional Translation Theory) を紹介し、「翻訳の機能と種類」と「翻訳課題の分類」が、観光情報の翻訳に関連があることを示す。3章では、現在観光地で翻訳されている観光情報の問題点を示す。4章では、3章における議論と2章で述べた機能翻訳理論に基づき、観光地における翻訳の基準とルールを示し、

観光情報の翻訳における課題の解決策を提案する。5章にまとめを示す。

2. 機能翻訳理論(Functional Translation Theory)

「翻訳は切り捨てるの技術」(胡功澤, 1994) [6]、と言われ、翻訳の理論は翻訳者に原文のどこを切り捨てるか、どこを残すかという基準を示すことが多い。しかし、クリスティアーネ・ノード (Christiane Nord) は、彼女の著作《Text Analysis in Translation》の中[7][8]で、翻訳者の役割は、責任を持って原文を訳し、原文が伝えようとしている意図を伝達することである、ということ述べている。

これによれば、翻訳の策略は、二つに分けることができる。一つは documentary translation (記録としての翻訳) で、もう一つは instrumental translation (道具としての翻訳) である。

(1) documentary translation (記録としての翻訳) : 訳文で著者にいる文化で、著者が原文を読む読者でコミュニケーションを取る。

(2) instrumental translation (道具としての翻訳) : 原文をモデルとして、訳語をツールで、原文の著者と読者の間にコミュニケーションの架け橋を作ること。一方、道具としての翻訳は、その目的からさらに三つに分けることができる :

(2-a) 同じ機能を伝える翻訳 (equifunctional translation) : 目的は訳文を読む読者に、原文と同じ機能を得る。つまり、読者がこの種類の訳文を読むとき、文が外国語から翻訳されたものを気にせず。実用性のあるものを翻訳する場合、よくこの方が選ばれる。例えばマニュアル、旅行ガイドなど。

(2-b) 異機能を伝える翻訳 (heterofunctional translation) : 時間と空間が遠ざかっていて、訳文を読む読者が原文の背景を理解しづらいとき、訳者が訳文を現在の読者が理解できるように編集すること。

(2-c) 対応する翻訳 (homologous translation) : 訳文の環境で原文の環境と似ている機能を表現して、原文の文学的な機能を発揮する。詩の翻訳でよく使われる。

その他、ノードは「機能と忠誠(function plus royalty)」という概念を提出した。忠誠というのは、原文の著者、訳者、訳文を読む読者、起動者(initiator)の間の社会関係(social relationship)、訳文が忠実に原文作者の意図を伝えて、訳者が作者に忠実し、訳文の読者に責任を持って、訳者がさらに起動者と翻訳の依頼人の間にスム

ーズに翻訳を進められるような役割を担当する、ということを示している。

上記の議論をあてはめると、観光地での翻訳：観光施設、飲食店のメニュー、案内標識という3つの観光情報は、「道具としての翻訳」であり、さらに「同じ機能を伝える」とことと分類されることができる。そして、訳者が翻訳をするときには、忠実に翻訳をして、読者が、その訳文が伝えたいこと理解できるよう、十分な努力する必要があると言っている。

3.1 観光施設

日本では、漢字も使われているので、中華圏の観光客にとって、日本語がわからなくてもすこしわかる。中国語の内容ですが、レストランのメニューを訳すとき、幾つの注意点がある。注意書きの短文を中国語に訳すとき、多くの場合は翻訳ソフトに頼んで誤訳がよく見られる。ここでは、インターネットで見た例を収集し、その誤訳の原因をまとめてみた。

まずは、訪日外客数1位の中国から用例を収集する。漢字が使われている漢字中華圏の国向けの翻訳内容において、よく見られる点は二つある：

(1)地名が漢字で表記される場合：そのまま漢字を踏襲することが多い。地名漢字文化圏中の国色々な漢字が、読む方が違いこととして、意味が同じ。例えば、「川」、「宮」(図1)、「山」、「泉」中国語中に意味が同じです。漢字を使うことで、漢字文化圏中の国の人にとって観光施設の名前が覚えやすくなる。

(2)地名がひらがなで表記される場合：多いに音訳を使って翻訳する。例えば、日光のいろは坂を伊呂波坂と翻訳し、いろは順も中国語で伊呂波順と翻訳されている。他には、いろは坂が秋になると紅葉が赤くなるため「紅葉坂」という役名もある。

このような二つの点で、ノードの機能翻訳理論として訳文は忠実に原文の意味を伝える手法に帰納することができる。

3.2 飲食店のメニュー

レストランのメニューを訳すとき、幾つの注意点がある。注意書きの短文を中国語に訳すとき、多くの場合は翻訳ソフトに頼って、誤訳がよく見られる。ここでは、インターネットで見た例を収集し、その誤訳の原因をまとめてみた。同じ漢字圏の観光客であっても、地域によって使う中国語も微妙に違う。ノードの機能翻訳理論で、訳文は忠実に原文の意味を伝えるべきだ



図1. アリババ旅行サイトの日光旅行路線紹介[9]

日光東照宮

日光

世界遺産 日光寺社最著名の神社。祀奉江戸時代の初代将軍徳川家康。現在の社殿群基本上都是3代将軍家光在1636年の寛永大造替中重建的。境内除阳明门外，还有汇集了当时技术精华的国宝8栋、重要文化财产34栋等55栋建筑物。各建筑物均由全国各地召集而来的能工巧匠施以雕刻、上漆、极彩色。总工费以现代金额计算高达400亿日元到1,000亿日元。堪称绚丽豪华之极致。

※阳明门将在2017年3月前修复完工。

地點 日光東照宮

联系我们 日光東照宮 ☎ +81-288-54-0560



日光山轮王寺

日光

1200年前，日光开山之祖胜道上人建立四本龙寺极为日光山轮王寺之肇始。本堂的三佛堂为日光山最大规模的木造建筑物。供奉日光三山的本地佛千手观音（男体山）、阿弥陀如来（女峰山）、马头观音（太郎山）约8m的三座巨大佛像。供奉福神毗沙门天、大黑天、辩财天的护摩堂、展示国宝及重要文化财产的佛像、经典等的宝物馆、池泉回游式庭院遊園您都不可错过。

※三佛堂将在2021年3月前修复完工。可从地上26m参观三佛堂内的展望参观点特别公开中。

地點 日光山轮王寺

联系我们 日光山轮王寺 ☎ +81-288-54-0531



図2. 日光社寺の紹介[10]



図3. いろは坂[9]

表1. 漢字圏の用語の違い

日本語	中国南方	中国北方	台湾
じゃがいも	洋芋	土豆	馬鈴薯
さつまい	番薯	紅薯	番薯
キャベツ	包心菜	蓮花菜	高麗菜
ブロッコリー	花菜	菜花	花椰菜



図4. 親子丼[11]

推奨した訳文：親子丼（鶏肉與雞蛋蓋飯）



図5. 他人丼[11]

推奨した訳文：他人丼（牛肉雞蛋蓋飯）

め、料理の名前を翻訳するときにも、できれば中国語（繁体字）と中国語（簡体字）に分けて翻訳したほうが良い（表1）。

さらに、料理方法によっては、中国語に訳す際に配慮が必要である。変な訳文になる主な原因は、料理の名前そのままを踏襲することである。

例えば図4と図5のように、「親子丼」と「他人丼」は同じく漢字で表記されるけれども、中国と台湾ではこのような料理がないため、訳文にはちゃんと意思疎通ができるように、説明文を付け加える必要があると考えられる。

日本料理では、芸術性のある比喩として、自然現象や動物と植物を使って、料理の色・香・味・形を、翡翠・雪・鴛鴦などに例えたものもある。それらについても、料理の方法に応じて、詳細な説明があるとわかりやすい。

また、日本の特色がある料理、例えば天麩羅、天井、寿司については、このまま漢字を翻訳するだけでなく（漢字がない時は音訳）、簡単な紹介も入れて、日本



図6. 中国語→中文[12]



図7. 吸殻→菸蒂[13]



図8. 経理を済ませる[14]

料理の特色を説明すれば、外国観光客にもわかりやすくなる。さらに、食材の写真や調理方法も含めて示すことで、さらなる意思疎通が可能となる。

3.3 案内標識

注意書きの様な短文を、中国語に訳したい場合、翻訳ソフトを頼って、誤訳していると思われる事例が多く見られる。

ここでは、ネットで集めた事例を分析し、その誤訳が起こる原因を整理した結果を示す。

(1) 母語の影響

訳される単語を、母語（日本語）の概念で中国語化したものである。これは自動翻訳ソフトだけで起こる誤訳ではなく、第二言語学習者にも起こりうる間違いである。単語の表し方のほか、日本語の用語を直訳してしまうことで、違う意味になる可能性がある。図6



図 9. この先のレベル差に注意してください[15]



図 10. 追放[16]



図 11. 清掃の裏（なか） [17]



図 12.華麗に使用[16]



図 13. お客様憚ることのない[12]



図 14. 多機能便器 [12]

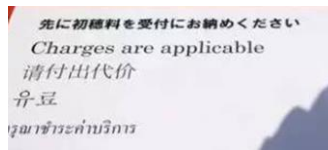


図 15. 代償を支払ってください[14]



図 16. 言語の順序間違った[16]

と図 7 は中国語にはない単語の表し方：「中国語」、
「吸殻」を使用した例となる。

直接母語を使って、単語と動詞を直訳することも、
不適切な結果となりがちである。この両方を含んだ例
を図 8 に示す。中国語の「會計」は経理を意味するが、
図 8 を直訳した結果は、「経理を済ませる」という意
味になる。中国語では、「會計を済ませる」という場
合は二漢字の用語が存在するため、今の自動翻訳ソフ
トでも、まだうまくその用語にたどり着けない。

そして、そもそも直訳が難しい、或いは直訳では最
適な訳文にはならない場合がある。

図 9 に書かれた日本語について、翻訳ソフトや辞書
を利用して、「段差」の意味を正確に表すものはな
かなか見つからない、更に図 9 の場合は逆に“段差”
を使わず、「階段」に注意してくださいと訳す方が、
より中国人にとってわかりやすい翻訳結果が得られる。

(2)多義語

翻訳ソフトを使った翻訳の際、間違った意味を取る
ことがある。図 10 の「流す」は水を流すというよりは、
「罪人を流す」という意味となる。図 11 の清掃中は清
掃しているより、「清掃の裏」（中国語では同じ発音）
という意味不明な中国語になり、むしろ清掃中そのま
まが正しい。図 12 の綺麗は、人や風景の美しさを形容
する意味となる。

英語からの翻訳もこういうミスが起こりうる。例え
ば、Unreserved は、未予約ではなく、はばかることの

ない、に訳された（図 13）。Toilet は便所ではなく、便
器になった（図 14）。Charges は料金ではなく、代償
になった（図 15）。

(3)文法

これまでに紹介した事例は、注意書き程度の短い文
章における単語と多義語に起因する誤訳であった。し
かし、少し長い内容の注意書きでは、文法の間違ひも
含んだ場合が多い。

中国語に関する知識がない場合、用語、多義語の誤
訳に対して、辞書を調べる事である程度の検証と修正
は可能だが、文法の翻訳は自動翻訳ソフトだけを頼る
ことになると思われる。

人による文法の誤り原因は、日本語文法に起因する
ものと思われるが、自動翻訳ソフトによる文法の間違
ひは一貫性が見られない場合が多い。（図 16,17,18,19）

(4)訳文は社会性に欠けている

訳文を読む側に十分な情報を伝えることが必要である。
しかし、適切な訳文にはなっていない例がある。例え
ば、図 20 では、「当店では中国語が話せる店員がいま
す」ということを伝えようとしているが、訳文では「当
店は中国語を喋ってもいいスタッフがいます」になり、
一般的に使われている中国語ではない。図 21 では、「ま
たいらしてください」ということを伝えたいが、「また
必ずいらしてください」になってしまっている。図 22
では、「便器に座って、排泄してください」になり、一
般的に使われている用語になっている。



図 17. コンビニを
買える[15]



図 18. 順序が間
違った[16]



図 19. お客様が
バス停を待って
ください[12]



図 20. 当店は中国語
を喋ってもいいスタ
ッフがいます[16]



図 21. 普段使わない表
現[16]



図 22. 普段使わ
ない表現[16]



図 23. ここは写真!
写真が自由に撮れま
す。[16]



図 24. 私はカード
が使えます[12]



図 25. “Really you are selling!” [18]



図 26. “Do not yes to
buy?” [15]

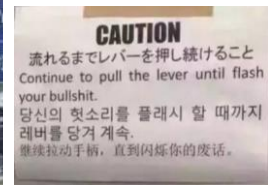


図 27. “until flash your
bullshit” [14]

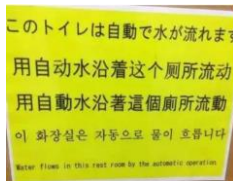


図 28. “自動水を使っ
て、トイレを沿って
流れる” [15]

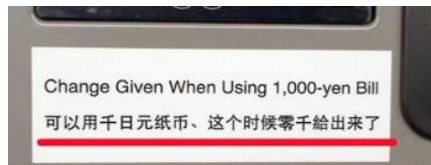


図 29. 千円札が使えます、この時
小銭 (誤字) が出てくれました[16]



図 30. 静ちゃんご覧ください[17]



図 31. 「高さ」は犯罪
で、見つかったら警察
に「通」[14]



図 32. 悠 (ユウ) の靴を脱
いで[14]

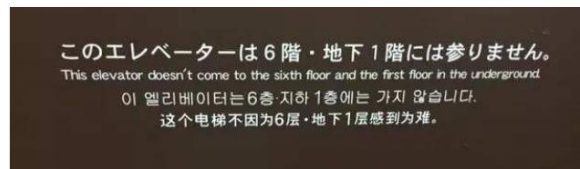


図 33 このエレベーターは6階・地下1階だ
からで困ると感じる事はない [15]

(5)原文への理解が足りない

編集者が訳文と原文の関係への理解が足りないため、編集ミスが起こる(図23)。元々は「写真スポット」、「ここで自由に記念写真を撮ってください」とのこを伝えたいと思われるが、「ここは写真!」と「スポットはここで自由に写真を撮れます」とのことになっている。

(6)必要のない主語を付けた

自動翻訳ソフトは、欠けた主語を生成する事があり、これが誤訳の原因となる可能性がある(図24)。「ここは銀聯カードが使える」だけで良いけれど、「わたし」をつけてしまった。

(7)用語と文法の誤訳について、英語の翻訳と関連性が見られる

英語を経由した翻訳はしばしば行われるが、そもそも英語の訳文が既に間違っている場合があり、間違いが重なって、あり得ないと思われるほどの訳文になる可能性がある(図25,26,27)。図25では、「Really you are selling!」との原文としては「売れていますよ!」と推測できるが、正しい中国語の訳文図26では、正しいのは「Don't forget to buy.」けれど、「Do not Yes forget to buy?」という奇妙な訳文になってしまったからこそ、「忘れないで、買う?」という訳文になった。図27では、英語のほうが「Continue to pull the lever until flash your bullshit」になったため、中国語の訳文も奇妙になった。(「無駄話がフラッシュするまでレバーを押し続けること」)

(8)その他

これらの誤訳した注意書きには、原文には含んでないものも出ており、自動翻訳と原文だけで翻訳したようには思えない。更に、原文を見ても誤訳される理屈が分からない訳文と、現在の比較的高性能な自動翻訳ではこういう誤訳になる可能性が低いと思われる注意書きも以下の図に示す(図28,29,30,31,32,33)。

4. 観光地における翻訳課題の解決策

4.1 分析結果

我々は、第2章のノードの機能翻訳理論を翻訳の原則として採用して、訳文が観光翻訳においては道具として使われるという結論が得られることを示した。さらに第3章の用例の誤りを見ると、以下の分析結果が得られる。

(1)翻訳ソフトを頼り過ぎない

Google 翻訳と他の翻訳ソフトウェアで翻訳のスピードが結構上がったけれども、翻訳の品質としては保証できないため、第3章のような奇妙な翻訳結果が得られる。

(2)日本の文化背景を伝える

3章の案内標識の翻訳では、直訳では外国人にはわからない翻訳になってしまう可能性があるため、さらにノードの同じ機能を伝える翻訳という原則を応用し翻訳者が翻訳をするとき、適切な編集と変更が受け入れられるようにする必要がある。

(3)翻訳の対象に応じて翻訳のステップを変えること

- a. 観光施設を翻訳する際、漢字名の場合はそのまま簡体字と繁体字に対応する漢字を使って表記する。
- b. 飲食店のメニューを翻訳する際、ただ料理の名前だけではなく、メニューの機能(=客に料理のことを知ってもらう)を発揮するため、説明文を付け加えること、もしくは直訳の訳文を変換しわかりやすくする。
- c. 案内標識を翻訳する際、意味が伝わるという目的を追求するので、編集が納得できる。

4.2 提案手法

観光施設、飲食店のメニュー、案内標識という3つの観光情報は、2章のクリスティアーネ・ノードの機能翻訳理論の「道具としての翻訳」で「同じ機能を伝える」として分類されるため、我々は翻訳の精度を改善するため、以下のように手法を提案した。

まず、観光施設において固有名詞を訳す事を考えると、3.1節の事例から、漢字の名称はそのまま踏襲する事が良いと考えられる(図34のフローチャートの1-1→1-2)。

次に、飲食店のメニューの名称も固有名詞を訳す事となり、「同じ機能を伝える翻訳」を目指すべく、3.2節の事例から、漢字の名称はそのまま踏襲する事が良いと考えられる。しかし、メニューの意義は観光客に料理を選ぶための情報を提供するである。こう言った課題から、ノードは「機能と忠誠(function plus royalty)」という概念を重視している。料理の場合、料理に関する基本情報、調理法と具材の訳文の提供が必要であると考えられる(2-1→2-2→2-3)。

最後に、案内標識の翻訳では、3.3節の実例の誤訳パターンから、誤訳した用語と単語について検証を行うことで、修正する可能性があると考えている。

案内標識の翻訳では、情報を提供する案内標識の基本構成 - 単語をより正しく翻訳するため、辞書などの翻訳道具を使った翻訳と逆翻訳による検証が必要と考えている。(3-1→3-2→3-3) 更に、文法について、使用した辞書の用例で単語の使い方が見られ、訳したい短文と近い文法構成の例文が、翻訳する際の良いヒントになる(3-4)。検証と文法調査が上手くいかない場合、胡功澤の「翻訳は切り捨てる技術」の概念で、訳した内容にある不明点を切り捨て、「同じ機能を伝える翻訳」にするため、代用語と代用短文で差し替え(3-5,3-7)、翻訳と検証を行う。(3-2→3-6)

この手法を実行した翻訳結果は、使用した辞書や翻訳ツールに含まれた情報量とその情報の精確さに依存

する。辞書を使用した場合、翻訳結果の詳しさ、単語解釈の精確さと例文の豊富さが翻訳結果の精度に関わる。

4.3 提案手法を用いた翻訳例

以下に、自動翻訳(Google 翻訳)と図 34 の提案手法を運用した翻訳結果(オンライン辞書 Weblio を利用)を比較し、提案手法の有効性を評価する。

(例1) 清掃中

実際の表示例: 図 11. 「清掃のなか裏」

自動翻訳の結果: 「清掃の下に」 在清洗下

提案手法による結果:

「清掃」の翻訳

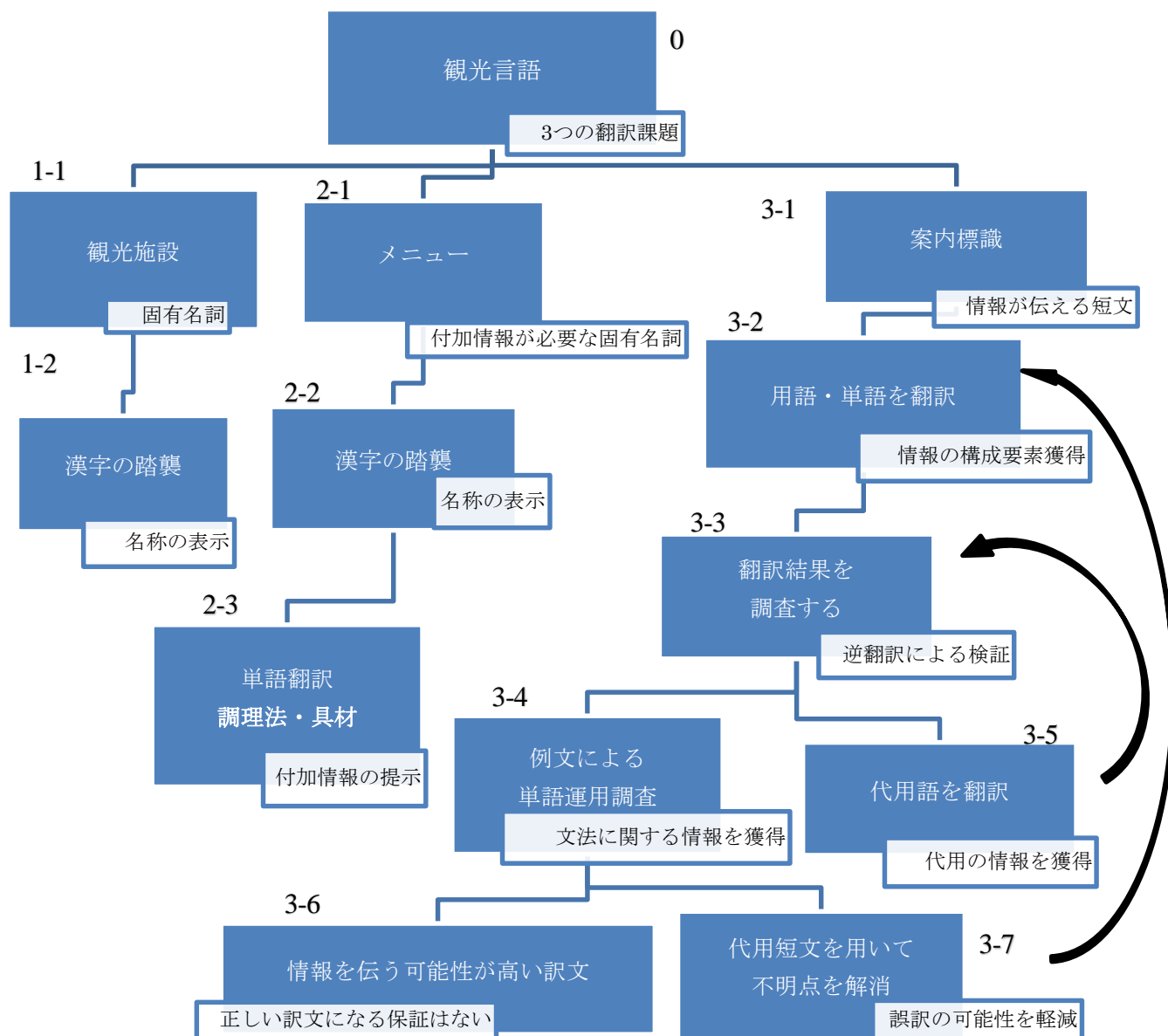


図 34. 翻訳のフローチャート

3-2 を適用：「清洗」、「清除」、「清扫」、「内务处理」、「扫气」

3-3 を適用：「清洗」きれいに洗う、「清除」すっかり取り除く、「清扫」清掃する

結果：「清扫」

「中」の翻訳

3-2 を適用：「里边」、「当中」、「中」、「中间」、「中」、

3-3 を適用：「里边」場所を示す（中）、「当中」真ん中、「中」〔‘在’＋動詞＋‘中’〕の形で、動作・行為の過程を示し

結果：「中」

文法の考察：

「中」の考察

3-4 を適用：（「中」の例文：「讨论中我们又发现了一些新问题。」＝討論中我々はまた新しい問題を幾つか見つけた。）動詞＋「中」

翻訳結果：「清扫中」

結果比較：自動翻訳だと誤訳になるが、提案手法では適切な結果になる

（例2）この先の段差に注意してください

実際の表示例： 図 19. 「この先のレベル差に注意してください」

自動翻訳の結果：「隣の段取りに注意してください」

请注意旁边的步骤

提案手法による結果：

「この先」の翻訳

3-2 を適用：「将来」、「今后」、「前边」、

3-3 を適用：「将来」将来、「今后」今後、「前边」

この先)

結果：「前边」

「段差」の翻訳

3-2 を適用：「级别差」、「段位差」、「断坡」、

3-3 を適用：「级别差」、「段位差」碁や剣道などにおいて、段位による能力差、「断坡」道路などの高低差、

結果：「断坡」

「注意する」の翻訳

3-2 を適用：「戒备」、「监视」、「防备」、「注意」、「小心」、「警告」、「提醒」、

3-3 を適用：「戒备」、「监视」、「防备」好ましくない事態が起こらないように用心し備えること、「注意」、「小心」物事に気をつける、「警告」、「提醒」気をつけるように人に言う）

結果：「注意」、「小心」

文法の考察：

「段差」の考察

3-4 を適用：（例文：「小心台阶」＝段差がありますから、お気をつけください）

「注意」の考察

3-4 を適用：（例文：「注意火车」＝列車に注意）

「注意」＋名詞

くださいの考察

3-4 を適用：（例文：「请说」＝言ってください、「请吃」＝食べてください）「请」＋動詞

翻訳結果：「请注意断坡」[断坡]に注意してください、「小心台阶」階段に注意

結果比較：すべての翻訳結果は「段差」を正しく翻訳する事が出来なかった。提案手法に使用した辞書は段差の翻訳に、中国人にも良く分からない単語が出てきた[断坡]。翻訳者は他の辞書/ツールで再検証することで、誤訳に気づく可能性がある。段差の調査から出てきた例文「小心台阶」は適切な結果になる

5. まとめ

本論文では、観光情報の中国語への翻訳の課題と、より精度を高めるための手順の提案を行った。

宇都宮大学の地元である栃木県の観光においては、中華圏からの観光客が一番多いという調査結果がある。さらに、中華圏からの観光客を呼び込むためには、中華圏からの観光客の満足度を上げ、リピータの増加や口コミによる集客を行う必要がある。

我々は、これまでに、BLE ビーコンを利用した観光案内システムを開発し、その有効性を評価してきた

[20][21]。しかし、観光客が実際に体験する、観光地における案内標識やお店のメニューの内容をわかりやすく伝える必要があり、そのためには、正確な翻訳が重要となる。

そこで、翻訳の原則と基準としてノードの機能翻訳理

論の、訳文の種類と役割に着目し、現在観光地における主な翻訳の問題を、以下の3つの観点で分類できることを示した。

(1) 翻訳ソフトを頼り過ぎない

(2) 日本の文化背景を伝える

(3) 翻訳の対象に応じて翻訳のステップを変えること
そして、観光地における中国語翻訳の問題を解決するため、三つの項目（「観光施設」、「飲食店のメニュー」、「案内標識」）に関連する様々な事例を収集し、課題をリストアップした。次に、その課題の解決策として、例えば観光地の商店主や観光協会が、観光情報を中国語に翻訳する際に参考となる手順をフローチャートとしてまとめ、自動翻訳と比較して、正確性が高まることを示した。

今後の課題として、より多くの事例を収集し、日光における翻訳の支援とその効果検証の実証実験が必要と考えている。

なお、手動翻訳を行う際、辞書等のツールに頼りきりになると考えられるため、我々は辞書等を翻訳する際の重要な情報源と見なし、翻訳ツールの分析と改善点を調査する予定である。

謝辞

本研究開発を推進するにあたり貴重なご意見をいただいた、一般社団法人日光市観光協会の舟越様はじめ、日光観光客満足度向上委員会のメンバーの皆様、鉢石会の皆様に深謝する。

尚、本研究開発は、JSPS 科研費 JP17H02249、ならびに JSPS 科研費 JP18K111849 の助成を受けて実施中である。また、本研究は、2014～2016年に、総務省の「戦略的情報通信研究開発推進事業 (SCOPE): 地域 ICT 振興型研究開発」(142303001)として実施した内容をベースにしている。研究の機会を与えていただいたことを感謝する。

参考文献

- [1] 首相官邸, “明日の日本を支える観光ビジョン構想会議”, 2018年6月28日閲覧,
https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko_vision/
- [2] 日本政府観光局 (JNTO), “2018年訪日外客数 (総数)”, 2018年6月25日閲覧
https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/since2003_tourists.pdf
- [3] 栃木県庁, “東京オリンピック・パラリンピック等に向けたとちぎビジョン”, 2018年6月25日閲覧

- <http://www.pref.tochigi.lg.jp/a01/documents/oriparavision.pdf>
- [4] 藤田依久子・山川和彦・温琳・藤井久美子 (2014) 「石垣市を訪れる台湾人旅行者について」『静岡産業大学論集「環境と経営」』20 (1) pp. 69-88
- [5] 栃木県庁, “訪県外国人動向調査”, 2018年6月28日閲覧,
http://www.pref.tochigi.lg.jp/f05/kankouchidukuri/documents/04_doukoutyousa.pdf
- [6] 胡功澤, “翻訳理論の発展”, 台北: 書林出版社, 1994
- [7] Nord, Christiane (2002), *Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained*, Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press.
- [8] Nord, Christiane (1991), *Text analysis in translation: Theory, methodology, and didactic application of a model for 95 translation-oriented text analysis*, Amsterdam and Atlanta: Rodopi.
- [9] 日光の写真, 2018年6月29日閲覧
<https://traveldetail.fliggy.hk/item.htm?spm=181.111976.25.4973973.2.546f4a0arnjCq7&id=565055522775>
- [10] 日光市観光協会公式サイト簡体中国語版, 2018年6月29日閲覧, <http://nikko-travel.jp/jianti/>
- [11] “日本の食事メニュー”, 2018年6月29日閲覧
<http://www.meihua.info/a/69576>
- [12] 写真, < <https://www.digitaling.com/articles/38127.html> > 2018年06月23日アクセス。
- [13] 写真, < http://japanese.china.org.cn/jp/txt/2010-07/22/content_20551838.htm > 2018年06月23日アクセス。
- [14] 写真, < <http://www.ifuun.com/a2017773616978/> > 2018年06月19日アクセス。
- [15] 写真, < <http://2chcn.com/125157/> > 2018年06月19日アクセス。
- [16] 写真, < <https://chugokugo-sekkyaku.com/strangepop/> > 2018年06月19日アクセス。
- [17] 写真, < http://hk.on.cc/int/bkn/cnt/news/20160930/bknint-20160930141215221-0930_17011_001.html > 2018年06月23日アクセス。
- [18] 写真, < <http://zh.wenxuecity.com/news/2018/01/31/social-news-150801.html> > 2018年06月19日アクセス。
- [19] 写真, < <https://weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309404038050513594873> > 2018年06月23日アクセス。
- [20] Yuko Hiramatsu, Fumihiko Sato, Atsushi Ito, Hiroyuki Hatano, Mie Sato, Yu Watanabe, Akira Sasaki, “Designing Mobile Application to Motivate Young People to Visit Cultural Heritage Sites”, *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering* Vol:11, No:1, 2017, pp.121-128 (2017.1)
- [21] Akira Sasaki, Atsushi Ito, Rina Hayashi, Yuko Hiramatsu, Kazutaka Ueda, Yasunari Harada, Miwa Morishita, Hiroyuki Hatano, Fumihiko Sato, “A STUDY OF PSYCHOLOGICAL APPROACH TO DESIGN SIGHTSEEING SUPPORT MOBILE APPLICATION”, *Proceedings of 22nd IEEE International Conference on Intelligent Engineering Systems 2018 (INES 2018)*, (2018.6).