

1. 研究目的

日本からの出国者数は2006年、過去最高の1795万人を記録し、海外旅行が一層盛んになっている。日本にも年間約520万人の外国人が訪れている。日本人は、海外へ行くときその現地の言葉がある程度は、勉強する。しかし日本を訪れる外国人は、あまりにも日本語を知らなすぎると感じる。道を尋ねる場合も老若男女かまわず英語で話しかけている。私は、そのような現状に対して、デザインという観点からこの問題を解決できるかを研究目的とする。

2. 調査と分析

外国の旅行本『Lonely Planet』を調査したところ、日本語の例などは、載っていない。また他の旅行本も調査したが、やはり旅行に特化しているので、日本語を学ぶ事はできない。また日本語教育のための教科書も調査したが、はじめて一人で日本語を学ぶ人には、難易度が高いと感じた。以上の事を踏まえてみると、日本語は、他の言語より敷居が高く、親しみやすさに欠けているという事が分かった。そこで私は、世界各国で使われていて、誰でも違和感なく見られるピクトグラムをヒントに、一つの絵として日本のあいさつ、日常会話、人の動きなどを外国人に見てもらい、日本語の親しみやすさの向上の研究を行っていきたい。

3. コンセプトの立案

日本語を学ぶためのピクトグラムを作成し、それぞれの国の公用語は、一切使わない。それにより日本語の理解度は多少減と思うが、日本語に興味を持ってもらう入り口ということもあり母国語＝日本語の勉強より口で言葉を発し、日本語自体を親しんでもらうほうが初めて日本を訪れる人には最適ではないかと考えた。また各国の母国語を使わない事により、国を選ばずに日本語を学べるという利点もある。

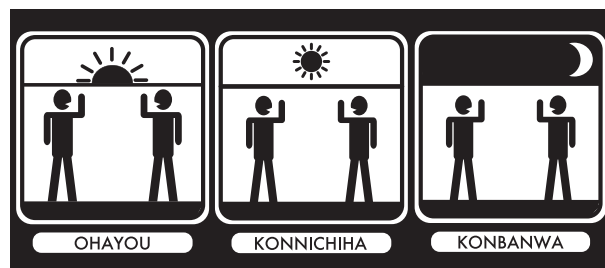
4. デザイン展開

主に日本のあいさつ、日常会話、人の動きなどのピクトグラムを制作する。世界中どこの人でも理解できるように、単純明快な表現を心がける。ピクトグラムの下には、日本語をローマ字で表記し、どの国の人でも読めるようにした。その事により絵を見て、ローマ字表

記を読み、言葉を発し、さらに回りの日本人がその言葉の意味をもっと詳しく説明するというシステムを考えた。

中野国際交流協会の中山先生に許可を得て、外国人23名へのピクトグラム認知度調査を実施した。外国人の方々にピクトグラムを見せ、私が持たせた意味と合致するか調べた。

5. 完成図



6. 結論

検証方法は、外国人被験者に対しピクトグラムを見せ、そこから読み取れる意味の回答を得た。

検証結果は、私が意図した意味と23名の被験者の回答との一致度は80%だった。最も高い一致度は100%、低いもので30%であり、納得する結果ではなかった。認知度の低い絵柄を改良し再度調査を行った結果、改良絵柄に対し被験者の23名中23人から「改善された」との回答を得た。

日本語教師の方々からは、「ピクトグラムを使った表現が新しい」「実際に分かりやすい」。外国人の方々からは、「おもしろい」「文化の違いに、どう対応するか」などの意見をいただいた。

制作したピクトグラムで日本語が学べるという事が分かり満足している。しかし文化や宗教の違いで色々な意味に捉えられてしまうという点も分かり、他の言語を教える事の難しさを実感した。しかし本研究をつうじ、沢山の国の人と交流を持たせた事に有意義さを感じた。

7. 参考文献

- Kara Knafelc, 2004, *Lonely Planet Tokyo*
Lonely Planet
榎本年弥, 2001, 『旅の指さし会話帳』,
旅の指さし会話帳