生衛業のシンポジウムレポート 2018

未来の生衛業の発展に向けての提言

第45回 愛媛県生活衛生推進大会

基調講演
テーマ「外国人と俳句」

パネルディスカッション
テーマ「訪日外国人へのおもてなし」

発行元：公益財団法人 愛媛県生活衛生営業指導センター

基調講演

テーマ「外国人と俳句」

松山が誇る俳人・神野紗希さんに、俳句が海外でどれだけ広がりを見せている文化であるかという点と、俳句を活かしたどんなインバウンドのおもてなしができるのかということについてお話を伺いました。

講師

俳人
神野 紗希 さん

［プロフィール］
愛媛県松山市出身。俳句甲子園をきっかけに俳句に魅了され第4回俳句甲子園で団体優勝、また個人最優秀賞を受賞。NHK『俳句王国』の司会や『俳句さく咲く！』の選者を務めたことも。著書に句集『星の地図』（マルコボ）、『光まみれの蜂』（角川書店）など。

俳句を海外に紹介するために欠かせない翻訳

・Old pond ／ Frogs jumped in ／ Sound of water.（小泉八雲）
・The ancient pond ／ A frog leaps in ／ The sound of water.（ドナルド・キーン）

これは世界一有名な句と言われている松尾芭蕉の「古池や蛙飛び込む水の音」を、作家の小泉八雲と日本文学者のドナルド・キーンが英訳したもの。同じ句を訳したものですが一番違うのはカエルの数で、八雲は「frogs」と複数形、ドナルドは「a frog」＝1匹のカエルと伝えています。海外では「カエルは何匹飛び込んだか問題」といって学者たちが語り合う大きなテーマにもなっている句です。たくさん飛び込んでいるとすれば命があふれるエネルギッシュな春という感じになりますし、1匹だけならしーんとした中に枯淡の境地を見出しているような世界観になります。つまり、俳句を翻訳する時点でその解釈がそこに加わるんですね。日本の俳句を海外に紹介するためには翻訳が欠かせません。特に俳句は短いので、言葉にしていないその裏に作者が込めた想いがたくさん詰まっているんです。

俳句はどのようにして海外に広まったのか

1949年、イギリスのレジナルド・ブライスという文学者が日本の文学に影響を受け、日本の有名な俳句を翻訳した『俳句』という本を刊行しました。それがきっかけで海外でも俳句に触れる詩人が増え、「こんなに短い詩があるのか！」と非常に大きな反響をもたらしました。今では「HAIKU」として広く知られ、約70カ国で200万人程度の俳句人口がいると言われています。日本の俳句は五七五のリズムに季語を入れるというのが基本的なスタイルですが海外の俳句には五七五のリズムはありません。短いという特徴を引き継いで三行詩の形式で、自然や季節を詠むという点は日本から輸入された感性として活かされています。「手軽に誰でも作れる詩」として人気を博している俳句。ゆりかごから墓場までという言葉がありますが小さな赤ちゃんや寝たきりで他のことができない人でも言葉を話せさえすれば作れるのが俳句です。そういった意味でとてもユニバーサルな文学だと言えます。

フランスで人気を呼んでいる俳句の取り組み

特にフランスでは俳句がとても人気です。パリ交通財団が行っている「グランプリ・ポエジー」というコンクールで選ばれた俳句はパリの電車内に掲載されています。もとは俳人の有名な詩を掲載していたのですが公募にしたところ非常に人気が出て、今では9500人を超える人が応募をするまでになったそうです。それだけ俳句というものがフランス人の文化と生活に浸透して楽しまれているということですね。もうひとつの面白い試みが「詩の自動販売機」。小説や詩が出てくる機械で駅や空港、病院などに設置されています。待ち時間を埋めるひとつの手段ですが手軽に文学に触れられるものとして愛用されています。SNSで発信され今ではアメリカにも設置されるなど広がりを見せており、松山にもあったらいいなというように感じています。これが多言語で翻訳されていたら、外国の方も気軽に俳句文化に触れられるのではないでしょうか？

「かそけき雨を浴び丘錆びる秋はあかがねの装い」。日本人が秋にテーマにするどこかもの寂しい雰囲気というのを「錆びる」という言葉がうまく活かして伝えてくれている素敵な作品です。

3つのボタンがあり、それぞれ「1分で読める長さ」「3分で読める長さ」「5分で読める長さ」と分かれています。1分なら1分用の小説や詩がレシート形式で出てくるという機械です。

俳句×季節

インバウンドで重要視される「ソフトパワー」

「ソフトパワー」とはインバウンドで非常に重要視されている言葉です。「文化や価値観に対して、理解や共感を得ていくことで国際社会からの信頼を得る」、そういった戦略のことをソフトパワーを活かした戦略と呼びます。ロラン・バルトという哲学者が『表徴の帝国』で語っている内容について挙げてみます。西洋の料理は綺麗にお皿に盛りつけられ、まず前菜、スープと順序が決められて出てくる。けれども日本の料理は全部一緒に出てきて自分の好きな順番で食べていくことができる。それは非常に創造的で自由な行為だとバルトは考えました。私たちが当たり前だと思っている行為もまた、外国人にとっては新鮮で魅力的にうつるということをこの文章によって日本人も再発見したんですね。しかし誰もがこのような意味づけをするのは難しいのでもし何か日本文化を発信していくのであれば、何か価値づけをして提示するということが大切なのかもしれません。俳句のもつ季節に対する感覚は日本人が自然と身につけているものです。そういった感覚というのもまたソフトパワーとなりうると思います。

おもてなしにも四季折々の季節感を添えて

インバウンド対策に俳句の感覚を活かす例として私が体験した出来事をふたつご紹介します。ひとつは俳人の鈴木真砂女が開いた小料理屋「銀座 卯波」。名物女将として銀座の顔となった彼女はお店での出来事や季節の料理を俳句に詠んでいました。訪れる人が楽しみにしていたのが俳句が書かれたマッチとコースターです。実は私もここでアルバイトをしていた経験があるのですが、よくお客さんが「卯波に行った証拠にこれを俳句仲間に自慢するんだ」と嬉しそうに話してくれました。俳句のいいところはこうやってアレンジができたり、使うのにあまりお金がかからないというところ。著作権は50年経てばかからなくなるので、例えば正岡子規の俳句は誰がどう利用しても構わないんです。

「冬牡丹きりきり生きることの愚よ」。気持ちをすり減らして生きているというのはなんと愚かなことよ。牡丹だって冬でもこんなに美しい花を咲かせているじゃないか、という意味。お酒やお料理をいただきながら読んだときに気持ちをふっとほぐしてくれるような句です。

もうひとつは道後にあるカフェ「歩音」で季語になっている食材やお菓子を使った「俳句スイーツ」という企画。春なら春菊や桜、ほうれん草。これで種田山頭火や正岡子規の俳句を挙げ、そこにしおりをつけてドリンクとセットで提供をしていました。このときは日本語だけでしたが、例えば英語を併記してみるなど、そういったものを作るだけでも持って帰っていただけるおもてなしになるのではないかと思います。

「俳句スイーツ」と題して春夏秋冬と季節ごとに違うメニューを提供。旬の食材をアレンジしたスイーツにしおりで俳句を添えて、言葉での相乗効果を狙っています。

俳句には季語の辞典で「歳時記」というものがあります。書店やインターネット上でも検索できるもので、きっと各分野で役立つ季節ごとのヒントが詰まっていると思います。私たちはこれまで長い年月を日本という季節の豊かな土地で暮らしてきました。四季を感じることのできる日本人のソフトパワーを、ぜひインバウンド対策にも活かしていただければ俳人としても嬉しい限りです。

パネルディスカッション

テーマ「訪日外国人へのおもてなし」

訪日外国人へのインバウンド対応が飲食業やサービス業に欠かせない要素となっている昨今。第二部では異なる国籍、文化を持つ4人のみなさんに、日本でできるインバウンド対策についてお話しいただきました。

[プロフィール]
左／愛媛県生活衛生同業組合連合会会長、コーディネーター 大森利夫さん　中左／飲食店経営、インターナショナルプリスクール園長 ムラット・ダスキランさん(トルコ)　中央／英語教師 ローラ・カワグチさん(カナダ)　中右／国内外の留学や労働を支援する企業の松山支店長 グェン・バン・ティエンさん(ベトナム)　右／俳人 神野紗希さん(日本)

大　森　昨年度の訪日外国人数は2860万人。オリンピックのある2020年には4000万もの外国人が訪れると言われています。その中でどのような対応をしていくかということはとても重要な要素です。まずはじめに、みなさんが来日したときに困ったこと、そしてこのように解決したというお話を伺えますか？

グェン　私は高校を卒業して日本語を半年間勉強したあと留学のためにベトナムから東京へやって来ました。東京は便利な街ですが、その反面で初めて来た私には分からないことだらけで、一番困ったのは電車の乗り方です。それまで電車を利用したことがほとんどなかったので日本語学校の先輩に切符の買い方や線路の調べ方などを教えてもらいました。日本語もまだあまり分からなかったので何をどう聞いたらいいかという不安も大きかったですね。それと、東京で初めて食べたのは牛丼だったのですが、びっくりしたのは隣のお客さんが生卵を食べていたこと。ベトナムではそういった習慣がないので驚きました。生ものを食べない外国人にとっては、お寿司などははじめは抵抗があると思います。私は日本で暮らして8年目ですが今では日本料理が大好きです。どんどんクリアしていますが、訪れた当時は色々と違和感がありましたね。

ムラット　私は日本語がまったく話せない状態で13年前に来ました。「素晴らしい国に来たな」と感じましたが、言葉が分からないので自分の気持ちが相手に伝えられないし、相手の気持ちも僕には分かることができませんでした。多分初めて日本を訪れる人が一番怖いのは言葉が分からないことではないでしょうか。アルファベットではなく漢字や平仮名で書かれているので何も分からないんです。人間同士のコミュニケーションは大事です。それがないと私はもう一度その場所に行きたいとは思いませんし、日本人もきっとそうだと思います。今は映画や写真でも海外の国が見られますが、そこに実際に行ってある人と繋がることができたら、それはとてもいい思い出になりますよね。思い出をたくさん作ることができたら、2020年は日本にとって大チャンスになるんじゃないでしょうか。日本流のおもてなしと、英語やほかの言葉でも分かるように案内をしたら、きっとみんな「もう一回あそこにいきたい」「あそこに行って仲良くなった人ともう一度会いたい」という気持ちが起こると思います。

ローラ 私も初めて来たときは全然日本語ができなくて一生懸命勉強をしました。自分の言いたいことが言えるようになるのに10年くらいはかかりましたね。言葉が一番難しかったのですが、それだけでなくコミュニケーションの取り方にも苦戦しました。あまり単語が多く話せないのでどんな風に言ったらいいか……。私から相手に伝えたい気持ちはあるけれど、相手が「この人は一体何を言っているの？　英語も分からないし」と思ってしまうとその時点でコミュニケーションはストップしてしまいますよね。別に完璧な英語でなくていいので、簡単な日本語でも話してくれたら嬉しいなと思います。それと今でも毎日苦労しているのが相手の私に対する思い込みです。「外国人＝観光客」と思われています。28年も日本に住んでいますから、もう観光客ではありません。私はあちこち旅行をするのが好きなので観光客の経験ももちろんありますが、お店の方にはほかのお客さんと同じように普通に接してくれたら嬉しいのに、とよく思います。もちろん言葉が分からなくて私から「どういう意味ですか？」と確認することもあります。そして意味が理解できないときもありますが、それでも一生懸命説明してくれるお店の方がいるととっても嬉しいですし、友達にもそのお店は勧めますね。

大　森 一番難しいのは言葉、つまりコミュニケーションですね。今は250万人の外国人が全国にいて、東京では約50万人と松山市の人口と同じくらいの数の方が住んでいるそうです。神野さんも東京に住まわれておいでです。お正月の俳句大会を見ているとブラジルあたりからも応募や投稿が来ていますよね？

神　野 そうですね。NHKの俳句大会には日本に在住されている外国人のお子さんたちが作った俳句というのが結構投稿されています。在住の方で言うと東京ではフランス人がよく住んでいる街とか韓国人がよく住んでいる街というのがあって、そういう場所にはその言葉が通じるお店もあるんですね。多分みなさんが今おっしゃったような言葉の問題というのがそこに行けば和らぎますし、きっとほっとできる場所が探せばあるのかなと思います。先ほど紹介した銀座の「卯波」も実は外国人のお客さんがよく来られていたんです。卯波の店主が英語を話すことができたので、それで仲良くなって日本に来たときには繰り返しお店に足を運んでくれる外国の常連客の方というのもいらっしゃいました。そういう人と人との繋がりはとても大事だなというのはお店で働いていても実感したことです。

言葉×コミュニケーション

パネルディスカッション

テーマ：「訪日外国人へのおもてなし」

大　森　最近のニュースを見ても分かるとおり、日本の労働力が不足しています。4万人の外国人を増員していこうと国の法律改正が急がれているところです。愛媛県には今1万1千数百人の外国人の方が住まわれていますがこれからは受け入れ体制が大事です。そして外国人だけを受け入れるようなお店があってもいいと思うんです。ぜひみなさんがこれまで住んでみて感じた日本のいい点、また、ここを改めたらもっとよくなるという改善点について伺いたいと思います。

ムラット　年間で1800万人くらいの日本人が外国を訪れているんですね。これはとても凄いことで、だからこそ外国人が日本にやって来るというのもあると思います。やはり日本人のおもてなしは素晴らしいし、心もすごく広くて綺麗です。ただ、日本語だけ喋ったらいいというエクスキューズはもうやめませんか？ と思います。「日本だけの日本」ではなく「世界の日本」になるためにはやっぱり英語です。今世界の共通言語は英語ですね。英語が喋れなければ「世界の日本」にはなれません。2020年のオリンピックで4000万人の外国人がやって来ると言われていますが、2021年にまた4000万人来るかというのはそのときどれだけ成功を収められるかによると思います。私は日本を愛していますし、松山にお墓も建てています。インターナショナルプリスクールも構えていますが、小さい子供は言葉の壁がないぶん、英語を教えたら英語と日本語の両方が喋れるようになるんですね。小さい子供たちが英語を喋れるようになったらまずは松山の力、次に愛媛の力、そして日本の力になります。そうしたら日本は世界の国になれると思います。世界は1分で変わるし、色んなこと、新しいことがまだまだできると自分は信じています。

グェン　日本のよさは数え切れないほどあります。東京にいた頃、道に迷って警察官に自宅まで連れて行ってもらったことがありました。そのときはまだスマートフォンもなくて簡単には調べられなかったんですね。今考えるとそれもおもてなしのひとつだと思います。直したほうがいいというよりは残念に思うことについては、愛媛という地域がベトナムではほとんど知られていないことです。私が愛媛に来た頃、日本語を勉強している同郷の友人に「愛媛に住んでいる」と伝えたら「え、愛知なの？」と言われてしまいました。愛媛には道後温泉や松山城など綺麗なところがたくさんあるので世界中の人にもっともっと知ってほしいと思います。最近ではベトナム人がたくさん愛媛を訪れていて私の友人も来ましたが、大半が日本のお寿司やお刺身を食べないんですね。ベトナムでは生のものを食べないので分からないんです。一回挑戦したら絶対美味しいと感じるはずなのに……。私が初めて愛媛に来たときは温泉や松山城の無料チケットをもらって「せっかくもらったのだから」と足を運びました。もしお寿司屋さんや飲食店でも同じようなことができたら、外国人の方は行くんじゃないかと思いますし、行ってみたら美味しくて何度も通うようになるのではないでしょうか？　日本食が苦手な外国人に対しては、そういったことをやってみるといいかもしれません。

外国人×おもてなし

ローラ 私は絵を描くのが好きでそのためによく色んな場所に写真を撮りに出かけています。出かけたときに人と話すのがすごく好きなのですが、お店に一歩入ると見た目だけでみなさんすごくびっくりした顔をするんですね。一言「こんにちは」とこちらが言うと相手がすごくホッとするのを感じます。あちこちに行って色んな人と話すのが楽しいし、松山に来る友人にもそういう経験をしてほしいなと思います。今私は小学校3年生から国際の授業を教えていますが、子供たちにも「どんな人にも挨拶は大事だよ」とよく言っています。3年生の生徒がオーストラリアの同い年の生徒とテレビ電話で交流をするときはみんな緊張して「どうしよう」と言うけれど、「いつも言っているように挨拶からでいいんだよ」と伝えています。英語を心配するよりもあたたかく気持ちよく、挨拶から始めることが大事ですよね。

大　森 多文化社会、多民社会。こういった中で言葉が一番大きな壁になっているような気がします。嫌な顔をせず笑顔をもって暮らしていくべきですね。多文化、これからの時代はどんなことがあっても避けて通れない道です。外国人の方としっかり交わり、そして世界と関わっていくことが大事だという話もありました。そういった意味で神野さんに結びの言葉をいただけたらと思います。

神　野 人と人との繋がりというのはとても大切で、私は英語が苦手なのですが、子供を育てるうえで一緒に勉強してみようという風に気持ちが変わってきました。そのようにソフト面を変えていくことも大切ですが、ハード面でいうと例えば俳句の自動販売機など、言葉が通じなかったとしてもこんなもので楽しむことができるよ、ということを同時並行でやっていくといいのかなと思います。英語を含めた多言語でSNSを展開するのもいいですね。俳句は短いというのが一番の魅力ですがSNSも同じで長く書くと誰も読みません。短い文章であるほど人の目にとまって心に残ります。俳句を英訳して説明と写真を載せてみたり、そういった形で松山はこんな場所なんだよというのをPRしていくことができるかなと思いました。俳句の本質は挨拶だと言った山本健吉という批評家がいます。昔、俳句は何人かで集まってやるものでした。「今日ここで出会って一緒に俳句ができて嬉しいね」という気持ちを相手に伝えるために季節の言葉を入れることから、俳句には季語があるのだと考えられています。季節と出合って人と出会うことを喜ぶというのが、俳句だけでなくおもてなしの本質かなと思います。挨拶の向こう側に一緒に季節を添えておもてなしをしていただけたら嬉しいです。

大　森 日本人は凄い、マナーが素晴らしいと思われることは1日や2日でできることではないんですけれども、愛媛でもみんながそういう心がけをすることが大切だと思います。ゴミを黙って拾う、そんな小さな心がけが次の世代への大きな財産になるんではないでしょうか？　外国人の方がたくさん訪れる中でそういった点について再度見直す必要があると思います。インバウンドは地域の発展と郷土の発展、経営の向上、この3拍子に繋がっていきます。インバウンドについての温度差は少なからずあると思いますが、これからの社会のために、私たちがどんどん引っ張って行って、国際化社会に溶け込んでいきたいと思っております。よろしくお願い申し上げます。

【発行日、発行元等】
発行日／ 2019年1月
発行元／公益財団法人 愛媛県生活衛生営業指導センター
〒790－0811 愛媛県松山市本町七丁目2番地 愛媛県本町ビル 2階
TEL 089－924－3305

公益財団法人 愛媛県生活衛生営業指導センター
www.seiei-ehime.jp