

接客における「Google翻訳」の使用実態と効果的な活用法

～なぜ現場で使われないのか？言語の壁を越えるための実践的アプローチ～

背景と目的



- 現状：インバウンドの急増により、現場では「言葉が通じない」コミュニケーション課題が山積。
- 課題：多機能で便利な「Google翻訳」が存在するにも関わらず、日本の接客現場では普及していない。
- 目的：普及を阻む「ボトルネック」の究明と、現場で実際に使える「効果的な使用法」の確立。

現場のリアルな実態

サービス提供側 (飲食店・観光地)	ユーザー側 (留学生・訪日客)
<ul style="list-style-type: none">時間不足：1人のお客に長い時間をかけられない。代替手段の存在：英語表記や「写真付きメニュー」で事足りている。業務上の制約：業務中に携帯電話(デバイス)を操作することへの抵抗感・物理的制約。	<ul style="list-style-type: none">翻訳精度への不信：特殊な料理名や「おすすめ」といった抽象的な表現で誤訳が多発するため、自ら使用をためらう傾向がある。

調査手法



① 現場インタビュー調査

対象：飲食店店長、観光施設スタッフ、留学生。
目的：「なぜ使う/使わないのか？」というリアルな使用実態と場面の明確化。



② 音声翻訳の模擬実験

タスク：留学生から日本人学生へ「コンビニでの買い物(商品の詳細)」の意図を音声翻訳のみで伝える。



効果的な活用法と展望



長文・抽象的な表現
例：「おすすめは何ですか？」

Google翻訳ハック



単語ごと・短い文章に
分割して入力



翻訳精度を劇的に上げる「コツ」

極度な長文を避け、「単語」や「短い文」に区切って入力・発話するだけで、翻訳精度は劇的に向上し、双方の意図伝達が十分に可能になる。

結論

ツール自体のポテンシャルは極めて高い。単なる導入ではなく、アプリの「使い方(入力の工夫)」のレクチャーをセットで行うことで、インバウンド対応における強力な武器となる。