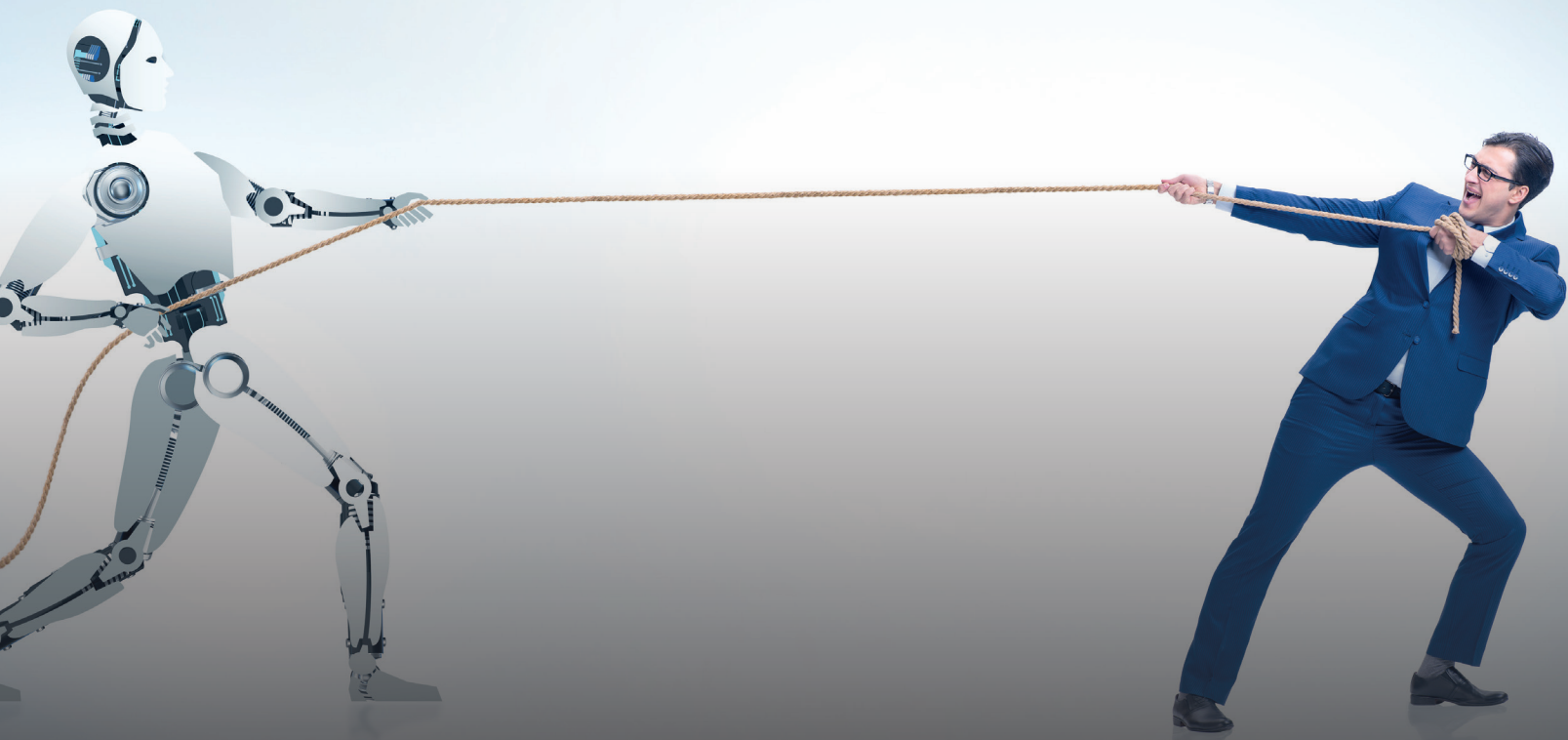


LANGUAGE | TECH | BUSINESS

MultiLingual

特集: 文化のナビゲーション



機械は友だち 未来が今ここに

ジェイミー プニシル、ウィル ローランズ-リース



ジェイミー ブニシル

ジェイミー ブニシルはライオンブリッジの最高マーケティング責任者 (CMO) を務めており、同社グローバル マーケティング部門とプロポジション部門の業務を統括しています。スタンフォード大学で歴史と政治学の文学士号を取得しています。



ウィル ローランズ-リース

調査会社で 15 年以上も勤務した経験を持つウィルは、2021 年初めからライオンブリッジの最高製品責任者 (CPO) として、製品およびサービス開発業務を統括しています。

『MultiLingual』マガジンの 7 月 / 8 月号で、業界の象徴的な人物で TAUS の創設者である Jaap van der Meer 氏が「Translation Economics of the 2020s」(2020 年代の翻訳エコノミクス) というタイトルの非常に興味深く洞察に富んだ記事を執筆しました。Jaap は、PC 時代の黎明期から活動を開始した、業界のベテランです。過去、現在、未来に対する彼の視点は、業界の盛衰への深い関わりから生まれています。

記事の発表に続いて活発な議論が始まり、時には論争を引き起こしました。しばらくの間、激論は続くでしょうが、私たちはここでそれに加わるつもりはありません。ただし、読者の皆さんがこのマガジンの別の記事でそれが取り上げられるのを目にするのはまず間違いないと思います。実のところ、私たちは、ローカリゼーション業界の未来を予測することは難しい、いや不可能であると考えています。ましてや、それがいつで、誰が費用負担するかなどわかりません。とは言え、さらに劇的な変化の真ただ中にあることは確かです。また、過去にテクノロジーによってもたらされた多くの変化と同様に、この変化が、企業と世界の顧客を結ぶ架け橋となることも約束されています。その一方で、作業手順、ステークホルダーのための価値提案、価格設定、そして業界のお気に入りのトピックである品質の点で、大きな課題が突きつけられています。

それほど長くない業界の歴史の中で、言語ビジネスは、構造的な変化をもたらす重要なテクノロジー機能において、何度かステップ関数的な進化を経験してきました。そして人工知能 (AI) の大幅な進化のおかげで次の重要な転換点に到達しました。これによる大きな変化は、多くの人にとっては混乱であり、変化を認識して収益化できる人にとっては素晴らしい機会となります。私たちは、この記事が、よくある「人工知能に注意を払うべき理由」といった内容に終始しないことをお約束します。思うに、もう論争する時期は過ぎたのです。AI を活用したローカリゼーションの未来は、もう避けられないばかりか、すでに到来しています。今や私たちはこの新たな時代に突入しているのです。

AI がどれほど言語ビジネスを変えるかを想像する際に、ほぼすべてのテクノロジー サイクルがどのように現れたかを考えてみるとよいでしょう。これについては、シュンペーターからクリス

テンセン、ブルックス、ナウムまで何百冊ものビジネス書で、私たちが行うよりも適切に年代順に記されています。その中の一貫したテーマの一つが、最先端技術に対する私たちの見方です。人間は、問題について説明したり悩みを大げさに言ったりするのは大の得意ですが、どちらかと言えば、極端にかけ離れた未来を思い描くのはどうも苦手です。既存の枠にとらわれてしまうため、新たな可能性の理解の幅が狭まるのです。これを示す一番良い例は、おそらくヘンリー フォードの金言「何が欲しいかを人々に尋ねたら、もっと速い馬と答えるはずです」でしょう。人々には、移動速度を上げたいというニーズがはっきりわかっていたにもかかわらず、個人の移動手段と言えば馬の時代だったので、「速い馬」という要望になったのです。

これは、AI によるこの業界の変化と、Jaap の記事によって突如巻き起こった激しい論争を理解する際の重要なレンズとなります。それを通して、この新しいテクノロジーと、キー プレイヤーとしての私たちの組織のおよび戦略的対応にきちんと焦点を合わせることができます。

議論、論争、激しい反対の中で最も多かったポイントを以下に挙げます。

1. AI は翻訳者と同等のコンテンツや翻訳を生み出せるのか。
2. ワード単価は低下し続けるのか、翻訳者はどうやって稼ぐのか、仕事の対価はどのように支払われるのか、また提供した価値に対して何が正当な対価となるのか。
3. 通訳者や翻訳者は消えていくのか。

私たちの見解では、これらはすべて「速い馬」の類いの質問です。いずれも、今わかっている痛みと高まる不安に関するもので、これにとらわれると大局に注意が向かなくなります。そうではなく、私たちが議論すべきなのは以下の問いです。

1. 言語的、文化的な架け橋についての需要は満たされているか。需要は今後も大きくなるか。
2. 1 番の質問に対する回答に応じて、業界がどのように適応していくかを次のように問いかけます。増加する需要をどのように満たすか。または、エコシステムを需要の低迷期にどうやって存続させるか。
3. デジタル変革の勢いをどのようにつかむことができるか。世界市場に向けた対応が選択肢ではなく必須となった環境で、ビジネスを適切に捉え、評価、運用するためには何が必要になるか。

需要曲線を満たすには程遠いと考えられる場合は、充足のためにどのような拡大ができるでしょうか。カスタマー ジャーニーの各段階をどのようにローカライズできるでしょうか。世界のほとんどのコンテンツが英語のみで作成され、増加を続ける英語以外のインターネット ユーザーを締め出しているという状況をどうやってひっくり返せるでしょうか。「次の 10 億人のユーザー」をどう支援すればいいでしょうか。リソースの少ない言語、新興国、さらに各国の公用言語や第一言語以外の言語を費用対効果の高い方法で支援するにはどうすればいいでしょうか。

それに対する答えは、前提を疑うこと、そして変革の目的と付加的な目的の両方を果たすために新たな方法で新しいテクノロジーを導入し、最適化することから見いだせます。その出発点として、私たちの行動を制限してきた 3 つの考え方を明確にしきましょう。

品質がすべて

私たちの業界は翻訳品質に取り憑かれています。度が過ぎると言う人もいるでしょう。すべてのプロジェクトは、この業界に限らず、時間、コスト、品質のバランスをうまく取る必要があります。品質が重要なのは疑いのないことですが、それは先進国のビジネスの尺度であり、極めて主観的です。物を書くのに唯一の「正しい方法」などありませんし、翻訳であればなおさらです。業界の ISO、信頼性と一貫性を重視する「工場」の精神、そして言語純粋主義が、言語を理解しやすく、またビジネスをより包括的にする上での障害となっています。

Jaap が述べたような「世界市場への対応」を実現するためには、コスト、速度、規模が品質と同等、またはもしかするとそれ以上の重要な問題であることを、業界が受け入れなければなりません。市場、事例、文化、リスク許容度のそれぞれに応じて、品質を柔軟に定義して、重要性が増している他の 3 つの側面とのバランスを取る必要があります。

これは、この業界に限った話ではありません。昔の仕立職人は、機械が登場したときに抵抗し、服の製造で品質が失われたことを嘆きました。しかし、彼らが設定した品質基準を守るように人々が一緒に要求していたとしたら、私たちのほとんどは今のように服を着ることはできなかったでしょう。すべての服が女王陛下を感心させるレベルである必要はありません。初期の数世代の iPhone は、ユーザーだった人はご存じのように、電話としてはいまひとつでした。ネットワーク品質、通信技術、アンテナの設計により、多くの受信障害や通話の中断が発生しました。しかし、それによって、iPhone やその他のスマートフォンが私たちの生活に与えた劇的な影響が変わることはありませんでした。今日に至るまで、モバイル通話が有線通話ほど高い接続品質は得ることはなく、おそらく今後もそれは変わらないでしょう。しかしそれは、広範な有線インフラが整備されていない国の人々にとっては大した問題ではありません。いつでもどこでも使えるという携帯電話技術の評価する人にとっても同様です。そのような新しい側面が、有線と同等の品質以上に大切なのです。重要なことですが、この主張は、通話品質は重要ではないという意味ではありません。完璧さが要求される通話もあります。たとえば、動画で使用するために録音している場合や、2 か国の政府間で戦略上の問題について話し合っている場合などがこれにあたります。専用のテレフォニーまたは暗号化セキュリティを必要とする通話もあります。電話の普及を図るためには、通話品質については寛容である必要がありました。そしてもちろんそのようなトレードオフを成り立たせるためには、最低品質の電話であっても、ある程度のレベルにまで品質を高める必要があります。TM であれ NMT であれ、機械のみの翻訳の基本的な品質が向上し、適合性と妥当性が重要となってきたので、今後は、規模、速度、コストが飛躍的に改善されるでしょう。『MultiLingual』の 1 月号に掲載された私の記事、「Future of Localization」(ローカリゼーションの未来)で、これについて詳しく説明しています。多くのコンテンツでは、引き続き翻訳者のスキル、経験、知恵を必要とし、そのメリットが生かされるでしょうが、その一方で、それをさらに上回る大量のコンテンツが初めて翻訳/ローカライズされるでしょう。これは、すべてのカテゴリーで、人間による翻訳から、機械のみ、または機械がメインの翻訳に移行することで実現されます。

MT = AI

機械翻訳 (MT) に関する話の多くは、その出力が翻訳者と同等であるかどうかを中心です。このようなコンテンツの品質についての論争はいったん脇に置いて、翻訳メモリ、その他の言語資産、そしてさらには翻訳者による未承認の MT エンジン利用の役割を考えてみれば、私たちが話しているのは人間対機械ではないことが理解できますし、長い間それを問題視していませんでした。現状で議論されているのは、ツールと、ツールを使う人間に対して、信頼と価値をそれぞれどの程度帰するようにすべきかということです。

この論争の中心は、機械にできるのは、同じパズルの一部かどうかかわからないピースを効果的に生産することだけなのかどうか、または、人間の介入や仕上げなしにパズル全体を完成できるほど賢いかどうかです。

機械対人間の価値という横道にそれたことで失われたのは、このように MT = AI である一方で AI => MT であるという概念です。画像、動画、テキスト分析を組み合わせるマルチモーダル AI によって、まったく新しい側面をコンテキストに加えることが約束されます。機械対人間翻訳について論争しているときでさえも、MT の T は、単なる翻訳からトランスクリエーションにシフトしています。機械によるトランスクリエーションは、人間によるトランスクリエーションと同等になるのでしょうか。おそらくならないでしょうが、そこは重要ではありません。確実に起こるのは、ほとんどすべてを単に翻訳するのではなくトランスクリエーションする扉が開かれることです。トランスクリエーションがまったく人間の手を介さずに提供されるかどうかは不透明です。しかし、さらに横道にそれていけば、機械によるトランスクリプションという事例もあります。音声文字変換には、すでに MT が、さらにその後文字音声変換エンジンが組み込まれています。これによって動画とマルチメディアの世界が広がるはずですが。私たちの業界でも、一つのソース パッケージを別のパッケージに変換する作業で AI を活用し始めたばかりです。

実際のソース変換から一歩退いたところでも、AI にはその他多くの用途があります。たとえば、翻訳者の仕事とスキルを識別してスコアリングする中で、AI は、理想的な翻訳者をその経験に基づいてピックアップする役割を担うことができます。時間または予算の条件を満たす理想的な翻訳者が必要になることがあるでしょうが、AI は、そのような翻訳者を探して、自動的にその人に仕事を割り振ることができます。実際に、このコンテンツ変換で求められるビジネス成果を得るための最適なワークフローを決定する上で、AI による支援が可能になるはずですが。

ソースに触れてはいけない

この業界のほぼすべての業務は、ソース コンテンツまたはソース ファイルが作成されてから始まります。日々取り組む課題の多くは、不十分なソースから生まれます。正直に認めましょう。私たちは皆、品質の悪い翻訳に不満を漏らしていますが、そもそもソース コンテンツ自体の品質が悪いのです。とは言え、ソースの品質に関して抵抗する権限があると思っているローカリゼーション チーム、ましてや言語サービス プロバイダーはほとんどいません。二流の食材で美食家を喜ばせる一皿を生み出す優れたシェフのように、最高の翻訳者、ローカリゼーション エンジニア、プロジェ

「正直に認めましょう。私たちは皆、品質の悪い翻訳に不満を漏らしていますが、そもそもソース コンテンツ自体の品質が悪いのです」

クト マネージャーは、ソースにもともとあった欠陥を実際に修正して驚くべきターゲット コンテンツを生み出します。まとめると、私たちは品質の悪いソースの重荷に耐えて続けているのです。

これによって、ワード単価、納期、認識される品質の問題のどこかにひずみが出るだけではありません。あらゆるものをローカライズする上での主要な阻害要因となります。そしてさらに重要なことに、任意のプロセスで自動化が進むと、プロセス内で欠陥を許容できなくなります。言い換えると、ソース コンテンツを修正しない場合に起こりうるのは、AI により、従来では考えられないスピードで欠陥が拡大し続けるという悪夢です。

おそらく、AI の最も有益でインパクトの大きい用途は、ソースの最適化、さらにはソースの生成でしょう。業界の歴史上初めて、ソースの大規模な調査、格付け、タグ付け、ソート、品質向上が可能になります。これは、変革の適切なプロセスを選択する上で役立ちます。翻訳者が優れたターゲット コンテンツを生み出すのにも役立ちます。機械のトレーニングとガイドに必要なメタデータも生成できます。当然ながら、最終的にはソース作成者との関係の変化にもつながります。

ソースの議論は、最適化に重点を置くことから始まり、ソースの生成で終わります。GPT 3 のような大規模な自然言語生成 (NLG) エンジンの出力は急速に改善しています。最初から自然な文章を作成できるのであれば、わざわざ何かを変換する必要があるのでしょか。翻訳、トランスクリエーション、ネイティブ コンテンツ制作のどの方法を採用するかは、今日の市場で普通行われていることではないでしょうか。NLG エンジンのトレーニング、チューニング、最適化、運用を行う立場としては、言語エキスパートと協力して最終的な出力を必要に応じて調整もできることから、私たちの業界は完璧ではないでしょうか。

これは、この業界での AI 時代の始まりに過ぎないのです。昨日までの価値の生成を巡って争ったところで、大した成果は望めません。人々は翻訳にお金を出しているわけではありません。お金を出してまで欲しがっているのは理解であり、意義であり、売上アップです。顧客をもっと理解すること、カスタマー エクスペリエンスを強化することにお金を出しているのです。立ち止まって、私たちの目標、つまりすべてのビジネス、政府、組織、人々がその他のすべての人々とつながり、コミュニケーションを取り、売り買いできるようにするという目標を思い出せば、AI はもはや脅威でも何でもなくなります。それは私たちの時代のテクノロジーを大いに活用するためのカギなのです。🔑

ローカリゼーションの未来を扱う連載記事の第 1 回目。