

言葉がもたらす付加価値を最大化する。

エンハンサー

Enhancer – 新しい時代のランゲージ・デザイン

英語の代表メッセージ ほんとうに響いてますか？

訳出の不確実性を排除し、メッセージをオーディエンスへ
確実かつ最大効率で届けるプロフェッショナル・サービス

株式会社キャタル・コミュニケーションズ

通訳は高度な専門職でありながら、その成果は現場条件や瞬時的判断に左右される「不確実性」を抱えています。

物理的な限界とパフォーマンスの揺らぎ

通訳は、聞いた内容を数秒で取捨選択し再構成するため、情報の一部が削がれ、意味が丸められ、微妙なニュアンスが失われてしまうという限界を抱えている。

ラストワンマイルにおける不確実性

発話の意図、間、ニュアンス、会場の空気といった要素を的確に汲み取り、相手に「届く形」にする最後の工程は、人間の判断が大きな役割を担う

運用上の問題

多くの企業では、通訳が「最後に手配するオプション」として扱われている。入念に準備されたスピーチであっても、本番直前に原稿を受け取る通訳者は十分な準備ができない状況がある

伝達効率の低下

「翻訳」は元の言語構造（日本語の慎重さや回りくどさなど）を色濃く引きずり、英語話者には芯が弱く聞こえることがある



こうした構造的要因によって、メッセージの伝達品質は「70～90%の範囲」で揺らいでいます。この「不確実性」こそが、私たちが解決すべき本質的な課題です。

翻訳を介在させることなく、ターゲット言語でメッセージを設計・制作することにより、最大の伝達効率を確保します。

従来の通訳運用



- ✓ 同時通訳の即応性に、主要メッセージの成否が依存する。
- ✓ 70~90%の不確実な揺らぎが許容される。

新サービス「エンハンサー」



- ✓ ラストワンマイルを設計可能な領域として再定義し、品質のコントロールを確立する。
- ✓ 「事前に合意された品質水準（100%）を安定的に供給する。

言葉の橋渡しだけでなく
「創る」 ことができる
それが「コミュニケーション・エンハンサー」です。



コミュニケーション・エンハンサーに求められるもの

文化への感度

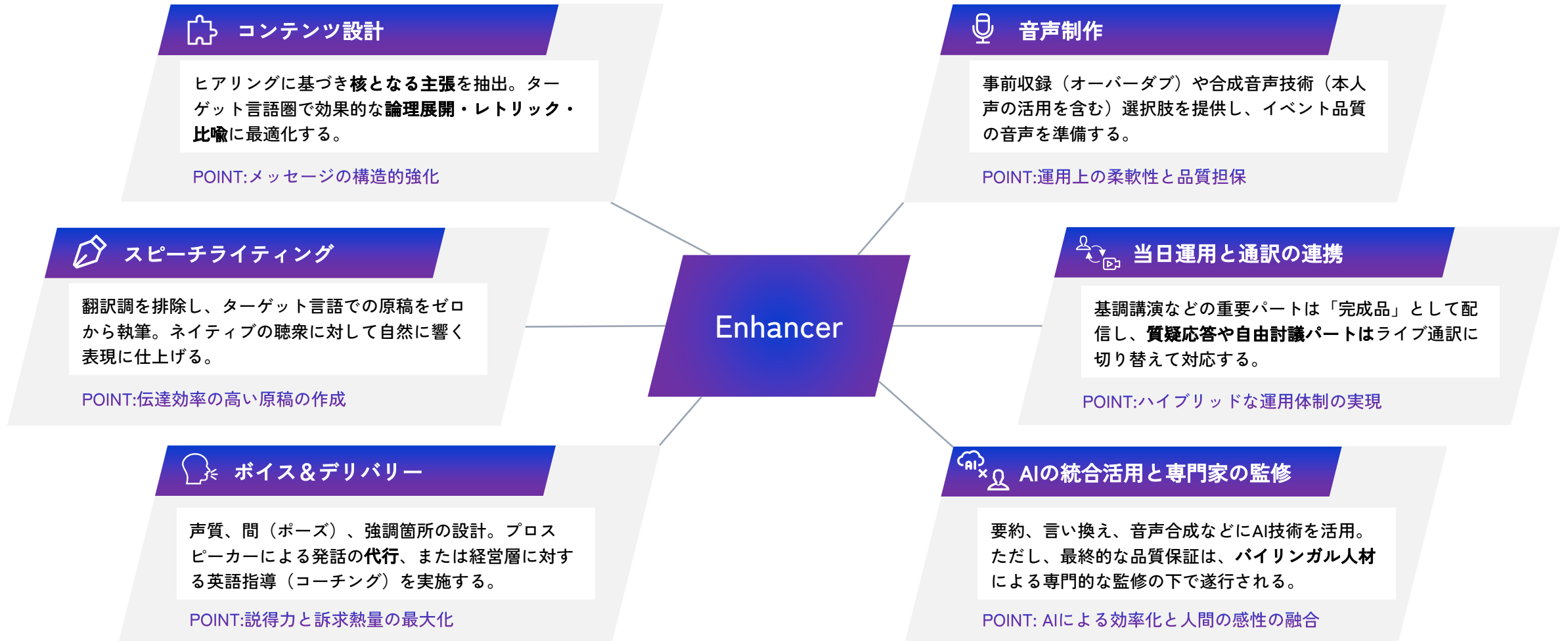
伝わることへの執念

構成力

クリエイティビティ

語学力

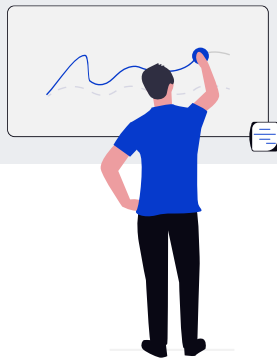
エンハンサーは、企業のメッセージ伝達効果を最大化し、コミュニケーションそのものを強化するプロフェッショナル・サービスです。



1 リスク最小化

通訳の偶然性を排除し、重要メッセージを確実に届ける仕組みを構築。

- ✓ 準備段階でメッセージの品質を保証可能
- ✓ 不確実性や内容の微妙なずれが放置されることを防ぐ



2 メッセージ効果の最大化

英語での説得力を設計段階から担保し、文化に合った表現で「刺さる」メッセージを創出。

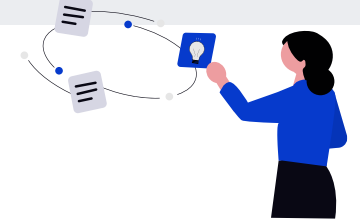
- ✓ すべての言葉を、目的・受け手・文化に合わせて設計
- ✓ 翻訳調を排し、英語圏で「刺さる」論理展開、言い回し、比喩に最適化
- ✓ 熱意、リズム、抑揚といった要素を届けることができる



3 運用柔軟性

ライブ、収録、合成音声、またはそのハイブリッド方式から最適なデリバリーモデルを選択可能とする。

- ✓ 基調講演など「外してはならない部分」は「完成品」として確実に届ける
- ✓ 自由討議や質疑応答、即興のやり取りといったライブのダイナミズムが求められる部分は、これまで通り通訳が担う
- ✓ 本人声の活用を含む合成音声も使用可能



最重要メッセージが「外せない」場面において、一貫した品質を保証します。

事例1

経営トップの グローバルキーノート

投資家、メディア、顧客向けに揺るぎない説得力をもって発信することを可能にする。



事例2

大型カンファレンスの 基調講演

完成音源とライブ通訳のハイブリッド運用により、確実にメッセージを届ける。



事例3

プロダクト発表/ メッセージ動画

事前収録プロセスを通じて「訴求力の高い」英語に磨き上げ、世界中の視聴者に効果的に訴求する。

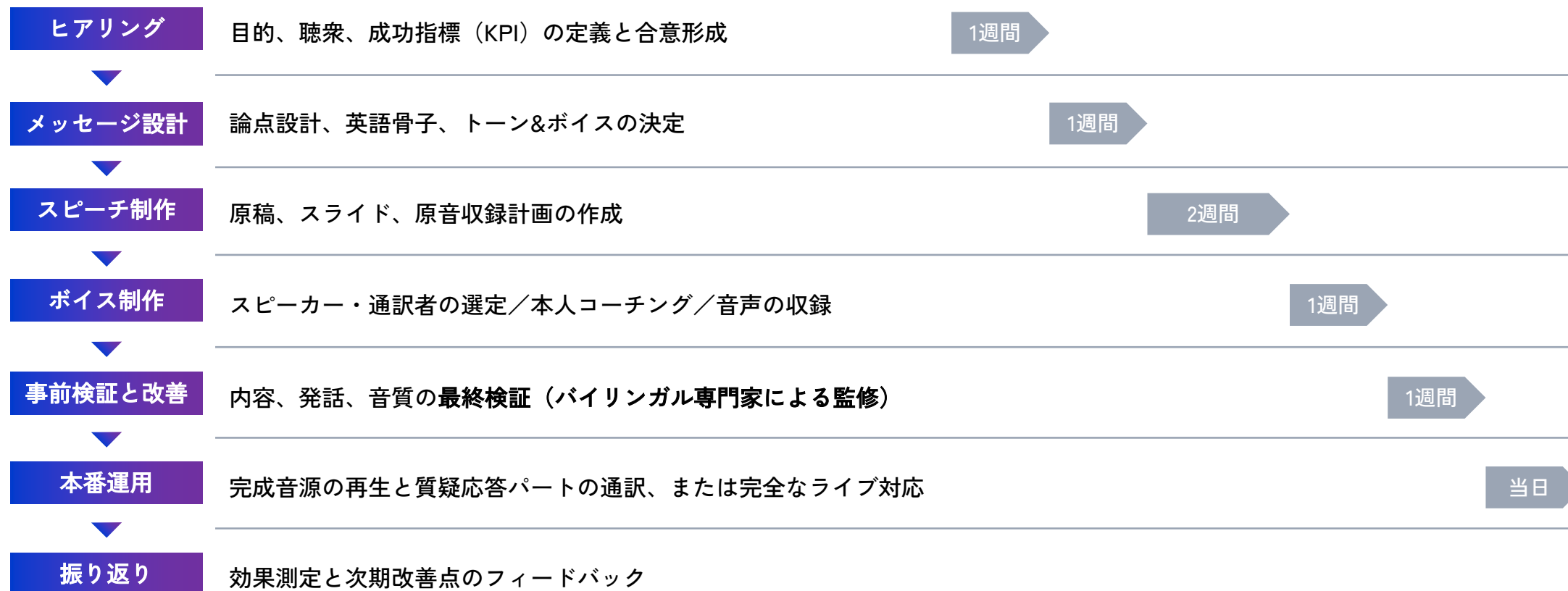


事例4

採用ブランディング

海外候補者向けに、企業の価値観とカルチャーを英語で最適に設計し、人材獲得戦略に貢献する。

品質目標 (100%) 達成に向けた、メッセージ設計から運用までを一貫して支援いたします。



**通訳は依然として極めて重要な役割を担います。
通訳とエンハンサーは異なる領域を担い、補完し合う関係にあります。**

エンハンサーの役割

確実に伝えたい領域

基調メッセージ、声明など、外してはならない
要所を確実に設計し、提供する

補完関係

通訳者の役割

生のやりとりが必要な場

自由討議、質疑応答、即興のやり取りなど、
ライブのダイナミズムを担う

私たちがこれまでにコミュニケーションサポートをしてきた著名人（一部例）

イーロン・マスク スティーブ・ウォズニアック マドンナ

稲盛和夫 安倍晋三 菅義偉 岸田文雄 鳩山由紀夫 前澤友作 安藤忠雄 隈研吾

アル・ゴア（元米国副大統領・ノーベル平和賞受賞者） スティーブン・R・コヴィー（「7つの習慣」著者）

ロバート・キヨサキ（「金持ち父さん 貧乏父さん」著者） アンソニー・ロビンズ（モチベーション・スピーカー）

2009年の創業以来、キャタル・コミュニケーションズは数々の社内外向けスピーチ、メディア会見、政府公聴会、投資家向け会議、数千人単位のセミナー等、重要な場面での通訳を一任されてきました。

通算10,000時間以上の同時通訳の経験から培った独特な視点と技術で、効果的且つ差別化されたコミュニケーションのお手伝いをしています。

キャタル・コミュニケーションズは一流大学のバイリンガルの帰国子女が教師をつとめる渋谷の英語塾「キャタル」から誕生し、そのメンバーも多くが海外経験の長い帰国子女です。文化の違い、立ち振る舞いの違い、表現の違い、文章の書き方の違い等を、すべて考慮したうえで「訳す」だけでなく「伝わる」ことを最優先とし、グローバルビジネスのすべての局面において新たな付加価値の創造を目指しています。



「エンハンサー（Enhancer）」についてのご相談・デモをご希望の方は、
お気軽にお問い合わせください。

既存の通訳体制と組み合わせた「ハイブリッド運用」も可能です。
まずはデモンストレーション又はパイロット導入をご検討ください。

貴社のグローバルコミュニケーション戦略に関するご相談や、
目的・聴衆層・スケジュールに応じた最適な実施計画のご提案も承ります。

お問い合わせ

言葉の「ラストワンマイル」を変える

株式会社キャタル・コミュニケーションズ
代表取締役 齋藤 元彦

私はこの仕事を始めて、もうすぐ二十年になります。二十年という時間は、通訳業界にとっても、社会全体にとっても、激動の年月でした。国際会議の形式は変わり、ZoomやTeamsといったリモート環境が常識になり、そしてAIが日常に入り込みました。その間、私は「通訳」という仕事を通じて、言葉の限界と可能性を、誰よりも間近で見してきました。

通訳の仕事は、一見華やかに見えます。国際会議、記者会見、グローバル企業のプレゼンテーション。世界中の人が注目するステージで、二つの言語の間を自由に行き来する。しかし実際には、その華やかさの裏に、緊張と責任が張りつめています。わずか一言の選択で、意味が変わり、印象が変わり、時にビジネスの結果すら左右してしまう。通訳者は常に「言葉の最前線」に立っています。

私は長年、通訳会社の経営者として、多くの通訳者と現場を見てきました。その中で痛感してきたのは、「通訳という仕事が、最も過小評価されている」という現実です。

「最も大切な接点」が、見過ごされている

通訳は、言葉を届ける「最後の接点」です。海外の社員、投資家、顧客、パートナー。どんなに立派な日本語のスピーチを用意しても、彼らが耳にするのは通訳者の声です。つまり、聞き手にとっての「発信者」は通訳者なのです。それにもかかわらず、多くの企業では、通訳が「最後に手配するオプション」として扱われています。

この業界に身を置いていると、そんな場面に何度も出会います。会議直前まで内容が確定せず、通訳者への共有はギリギリ。「当日よろしく」と渡される資料には、専門用語が並び、修正履歴が残ったまま。通訳者はその場で必死に理解し、瞬時に言葉を選びます。それでも通訳者の存在は、あくまで「裏方」。終わった後に拍手が送られることはほとんどありません。

私が強く思うこと、それは通訳とは単なる中継ではなく、**聞き手との唯一のタッチポイント**であるということです。本来ならば、最も戦略的に設計されるべき場所の**はず**です。

「完璧なスピーチ」が伝わらなかった日

それを痛感した出来事がありました。ある国内大手メーカーの案件です。数千人の海外従業員に向けて、社長が中期経営計画を発表するという大舞台でした。

社長自ら原稿を執筆し、スピーチライター、広報、法務、経営陣が加わって、何度も何度も推敲を重ねました。声のトーン、間の取り方、視線の向け方、ジェスチャーの角度まで、専門のコーチが指導。当日は完璧に仕上がったスピーチ原稿と練習を重ねた社長が、堂々と壇上に立ちました。

しかし、通訳者がその原稿を受け取ったのは、本番の30分前でした。

私はその瞬間の空気を今でも忘れません。通訳者は目を通す時間もほとんどなく、イヤフォンをつけ、マイクを握りしめました。社長の声が響く。画面の向こうでは、海外の拠点社員が一斉に聞き入っています。だが、彼らが耳にしたのは、練りに練られた日本語ではなく、通訳者が「瞬時に変換した英語」でした。

スピーチの要点は伝わりました。しかし、社長が伝えたかった熱意、構成の妙、言葉に込めたリズムや抑揚は、すべて削がれてしまっていたのです。会場の空気に温度差が生まれ、海外拠点の反応は淡々としたものでした。

「伝わったけれど、響かなかった」。それが正直な印象でした。

その時、私ははっきりと確信しました。通訳の仕組みを変えなければならない。

翻訳では届かない「構造的な壁」

通訳は、リアルタイムでの翻訳です。しかし人間が数秒でできることには、物理的な限界があります。どんなに優秀な通訳者でも、情報を100%再現することは不可能です。人は聞いたそばから、意味を取捨選択し、頭の中で再構成し、別の言語に置き換える。その瞬間ごとに、言葉は削がれ、意味は丸められ、ニュアンスは失われていきます。通訳者のパフォーマンスもその日によって違ってきます。

つまり、通訳の現場では、常に何かが失われているのです。ですが多くの企業は、その事実気づいていません。「通訳を入れたから大丈夫」と思っている。けれど実際には、「伝わっているようで、伝わっていない」という現象が起きています。

では、その損失をどうすれば補えるのか。私は長い間、この問いに向き合ってきました。そして、ある結論に行き着きました。

答えはシンプルでした。

「翻訳するのではなく、最初からターゲット言語で設計する」。

日本語のスピーチを英語に訳すのではなく、最初から英語で設計されたスピーチを作る。英語のロジック、語感、文化的背景に沿って、自然に響く言葉をゼロから組み立てる。これこそが、最も確実に「伝わる方法」だと気づいたのです。

たとえば、日本語では「ご理解とご協力をお願い申し上げます」という表現が自然でも、英語ではそれは回りくどく、感情が伝わりません。“Thank you for your understanding”よりも、“Let’s make this happen together.”の方が、遥かにエネルギーがあります。文化が違えば、効果的な言葉の構造も違うのです。

だから私は、バイリンガルのスタッフが顧客と一緒にゼロからメッセージを作り上げる仕組みを考えました。それは通訳ではなく、トランスクリエーション（創造的再構築）です。

通訳の「不確実性」をなくす。Enhancer（エンハンサー）

この新しいプロセスでは、まず徹底的にヒアリングします。「誰に」「何を」「どんな感情で」「どんなトーンで」伝えたいのか。話す相手が投資家なのか、社員なのか、メディアなのかによって、使うべき語彙も、話し方も変わります。

そこから私たちは、英語圏で自然に伝わる表現でスピーチを設計します。スピーチライターが構成を作り、音声チームが声のトーンを調整し、場合によってはプロのナレーターが「代弁」します。社長自身が話す場合は、発音や間の取り方をコーチングします。必要ならAI音声を活用し、本人の声質を再現して収録します。

こうして完成したスピーチは、もはや「通訳」ではありません。それは、**設計された伝達**です。準備段階で品質を100%保証できる。通訳のような「その場任せの偶然性」は排除されます。

私はこのサービスを「**エンハンサー (Enhancer)**」と名づけました。Enhanceとは「強化する」「高める」という意味です。翻訳や通訳の代替ではなく、**コミュニケーションそのものを強化する仕組み**です。言葉の伝達力を最大化し、メッセージの効果を底上げする存在。それがエンハンサーです。

エンハンサーによって、通訳の70～90点の揺らぎがなくなります。そして、設計されたスピーチは**120%の伝達効果を発揮**します。これは誇張ではありません。すべての言葉が、目的・受け手・文化に合わせて作られているからです。

もうひとつのエピソード — 「届いた瞬間」

あるグローバルブランドの経営者が、海外の投資家向けにプレゼンテーションを行う案件がありました。従来であれば、社長が日本語でスピーチを作り、それを英訳して話すという流れでした。しかし今回は、私たちが最初から英語で構成をつくり、発音・テンポ・ジェスチャーまでトータルで設計しました。

当日、ステージに立った社長は、自信に満ちていました。リハーサルで練習を重ねたスピーチを、自分の言葉として英語で語り切ったのです。**その瞬間、会場の空気が変わりました。**笑いが起き、頷きが広がり、拍手が自然に湧き上がりました。「言葉が届く」というのは、こういうことなのだと改めて感じました。

終演後、社長は私にこう言いました。「これまでのどの通訳よりも、自分の言葉で話せた気がする」と。私はその一言に、この仕事のすべての価値が凝縮されていると思いました。

この仕組みを支えるのは、従来の通訳者とは少し異なる人たちです。バイリンガルでありながら、言葉を「つなぐ」だけでなく「創る」ことができる人。スピーチライターであり、表現者であり、演出家でもある。私はこの職種を「コミュニケーション・エンハンサー」と呼んでいます。

彼らには、単なる語学力だけではなく、文化への感度、構成力、クリエイティビティ、そして何より「伝わることへの執念」が必要です。そうした人材がチームとして動くことで、言葉のデザインが可能になります。この取り組みは、通訳という枠を超えた**新しい言語ビジネスの形**だと感じています。

私はいつも思います。食べ物、服、住まい。これらが生活のインフラであるように、**言葉も社会のインフラ**です。人が社会を動かし、組織を成長させるために必要不可欠な流通の回路です。しかし、私たちは母語を無料で使えるがゆえに、言葉の価値にお金を払う感覚を持ちにくいのです。けれど、グローバル社会ではそうはいきません。英語や他言語でのコミュニケーションは、**投資によって初めて機能するインフラ**です。

エンハンサーは、その投資のリターンを最大化する仕組みです。確実に伝わるメッセージを設計し、聴き手の心に残す。それによって、企業の信頼、ブランドの印象、社員の共感が変わります。

では、通訳は不要になるのか？私はそうは思いません。むしろ通訳は、より重要な場面に特化して残るでしょう。自由討議、即興の対話、質疑応答。人と人の生のやり取りが必要な場では、通訳者の存在が欠かせません。一方で、発信メッセージやキーノートスピーチのように、「絶対に間違えられない」「確実に伝えたい」領域では、エンハンサーが標準になる時代が来ると感じています。

未来への展望 — 言葉の「設計」が当たり前になる社会へ

AIの進化は止まりません。AI翻訳はますます精巧になり、音声合成も人間の声に近づいています。しかし、AIにはまだ「意図」と「感情の設計」はできません。言葉をどう響かせるか、どんな順序で伝えるか、何を「間」として残すか。そこには、文化と感性の微細な判断が必要です。

私たちはAIを敵ではなく、**共創のパートナー**として扱います。AIに要約や言い換えを任せ、人間が最終調整を行う。その先に、「人間の感性で仕上げるテクノロジー融合型コミュニケーション」が生まれます。エンハンサーは、その第一歩です。

通訳という仕事を二十年続けてきて、ようやく気づきました。私が本当にやりたかったのは、「訳すこと」ではありません。「伝わることを保証すること」でした。

エンハンサーという仕組みは、その想いを形にしたものです。言葉が確実に届く社会をつくりたい。誰もが自分の思いを正確に、効果的に世界へ発信できるようにしたい。そのために、私たちは「伝達を設計する」という新しい挑戦を続けています。

言葉は、社会を動かす最小単位です。

そしてその力を最大化することが、私たちの使命です。