

LIONBRIDGE

GAMES



カルチュラリゼーション： 翻訳の先に求められる理解と配慮

ゲームローカリゼーションの成長

ゲームのローカリゼーションには、見たり聞いたりする言葉以上の奥深さがあります。ゲームのローカリゼーションは、そのまま翻訳していた初期の頃からニュアンスを汲み取る関連性の高いローカリゼーションへと進化し、**世界中**のプレイヤーの共感を呼び起こす大きな効果を発揮しています。

過去 30 年を振り返ってみると、ローカリゼーションの品質の違いは圧倒的です。セガで現在人気を集めている『龍が如く』シリーズの精神的土台となった有名なタイトル、『シェンムー』を例にご説明しましょう。『シェンムー』がリリースされた 2000 年当時、デベロ



ッパーの間にはローカリゼーションで大きくセールスを伸ばせる可能性があるという認識がありましたが、具体的にどうすればいいのかは理解されていませんでした。

ローカリゼーションへの需要は高く、前期での収益が 100% 以上アップしたほか、ゲームローカリゼーションを専門とする会社が数多く創業しました。しかし、翻訳テクノロジーには大規模な進化があったにもかかわらず、複雑なナラティブローカリゼーションへの認識が根本的に足りていませんでした。



「Kiss off」は「荒々しくぶっきらぼうに去る」という、あまり使われていない表現です。アメリカやカナダではスラングとして一般的に認知されていますが、実際にはあまり使われていない表現で、しかもギャングのセリフとしてはかなり生ぬるい脅し言葉になります。

『シェンムー』は巨額のローカリゼーション予算を掛けた最初のゲームのひとつですが、それまでにリリースされた多くのタイトルと同様に、さまざまな問題に直面しました。確認が足りていない翻訳、キャラクターに合わない吹き替え、品質の悪い録音だけにとどまらず、専門的な翻訳者が関わらなかったことで**あり得ないほどひどいセリフ**になってしまい、「Kiss off twit!」という英訳は今でもコアなファンの中でネタにされています。

『シェンムー』と同時期に開発が進められた 2001 年リ

リースの『シェンムーII』でも、ローカリゼーションでは同じような問題を抱えました。奇妙なセリフが英語吹き替え版『シェンムーII』の魅力とも言えますが、数々のインターネットミームのネタにもされたことが、当時のゲームローカリゼーションがかなり悲惨な状況だったことを示しています。

『シェンムー』ローカリゼーションコーディネーターのジェレミーブラウスティン氏は **GameSetWatch のインタビュー**で、当時は「思っている以上にずっとひどい状況だった」と語っています。



2015年のヒット作『龍が如く』と比べると、業界が目覚ましい進化を遂げたことがわかります。同じくセガからリリースされた『龍が如く』は現在でも世界的な人気を誇り、各国で数々の賞を受賞したほか、Steamだけで200万本以上の売り上げを記録しています。

『龍が如く』が成功した理由は、主にレベルの高いローカリゼーションだと考えられます。翻訳が正しいだけでなく自然で、翻訳言語のポップカルチャーやスラングを巧みに取り入れたことが、日本のメディアと販売される西洋諸国間での**文化的な相互作用**を引き出しました。

細かい部分まで配慮した翻訳、クオリティの高い吹き替え、日本文化と西洋文化の絶妙なバランスを成し遂げた『龍が如く』はビデオゲームローカリゼーションの金字塔と考えられましたが、その卓越性はもっと深い部分にあります。

カルチュラリゼーションとは

多くのゲーマーにとって2010年代後半にリリースされた『龍が如く』や他のナラティブに重点を置いたゲームは、ビデオゲームローカリゼーションに新しく出現したコンセプトを初めて垣間見る機会になりました。文化的なニュアンス、国/地域ごとの感受性、つながりを強める世界の効果を適切に見定めることが、多くのパブリッシャー、デベロッパー、言語サービスプロバイダーからローカリゼーションの未来と称賛される規律になったのです。

カルチュラリゼーションって何？

ライオンブリッジゲーム部門コンテンツクオリティ担当ディレクターのエヴァ・ヘロスは、次のように語ります。「こんな風に考えてみてください。翻訳は1つの言語を別の言語に置き換えること。理解できないという壁を壊す最初のステップです。ローカリゼーションは、対象国/地域のポップカルチャーやスラングを引き合いに出したり、目と耳に訴えるその地域ならではの要素を取り入れたりしてゲームをオーディエンスの世界観に合わせ、その魅力をさらにアップするものです。ローカリゼーションでは流れと一貫性を重視し、より自然でネイティブらしいセリフにするために磨きかけられます。でも翻訳とローカリゼーションだけでは文化の違いを埋められません。そこでカルチュラリゼーションが必要なのです」

カルチュラリゼーションとは、クリエイティブなコンテンツをターゲットとなる文化と融合するプロセスです。

「オリジナルが伝えたいことを正しく理解した上で捉え方を変えて、メッセージと目的はそのままに、対象国/地域の文化的な規範と社会的な価値観を反映してオーディエンスに伝えること」と、ヘロスは語ります。

言語調整の3段階

翻訳、ローカリゼーション、カルチュラリゼーションの違いをはっきりと分けることが大切です。プロセスごとに、グローバル オーディエンス向けにコンテンツを調整するための異なる側面があります。



翻訳

ターゲット言語での言語の正確性を重視します。
(=ソース言語のメッセージを正確に伝える)



ローカリゼーション

ターゲット オーディエンスの言語的/地域的な好みに合わせて適用範囲を拡大します。主に、翻訳が対象市場 (より特定されるターゲット オーディエンスとの混同に注意) に合わせて適切に調整されていることを重視します。これには、以下のようなものが含まれます。

- ▶ スクリプト (台詞) の調整 (例: テキスト ボックスの大きさやカットシーンのペースに合わせてセリフを短く編集する)
- ▶ UI フォーマットの編集 (例: テキストの向き、用語、カラー パレットなど)
- ▶ 数字の適用 (例: 日付、通貨、単位など)
- ▶ 名前のローカリゼーション (例: 武器、呪文、場所、キャラクターなど)
- ▶ 総合チェック (例: 敬称、形式など)



カルチュラリゼーション

ターゲット オーディエンスの文化的な規範、社会的な価値観、国/地域ごとの感受性に合わせることで、没入感があり文化的に共鳴する体験を深く掘り下げて提供します。これは、プレイヤーの個人的なポイントや感情的なポイントに対応する唯一の言語調整レベルです。これには、以下のようなものが含まれます。

- ▶ ナラティブの調整 (例: インゲーム イベントが歴史上で実際に起きたことと類似しないように変更する)
- ▶ キャラクターの調整 (例: キャラクターの年齢、背景、服装などを変更する)
- ▶ ゲームプレイ メカニクスの調整 (例: 課金システム、難易度、ペースなど)
- ▶ コンテキストの追加 (例: インゲーム ノートの追加、アイテム説明の拡張化、セリフの変更など)
- ▶ 国/地域に対応 (例: 国/地域ごとのジェンダー ノンコンフォーミング言語、人種、民族、性的指向、政治、宗教など)

言語の翻訳はグローバル化戦略の中核ですが、カルチュラリゼーションはプレイヤーを中心に考えることでゲーム体験を向上させます。ゲーム開発の初期の段階から、特定のゲームメカニクス、ストーリーライン、キャラクターが、ターゲットとするさまざまな文化でどのように認識されるかを意識することが重要です。デベロッパー、ローカリゼーションチーム、パブリッシャーは緊張を生む可能性のある要素を特定し、その解決方法を理解しなくてはなりません。

ライオンブリッジゲーム部門ナラティブデザインのジシンは次のように語ります。「かなり深い部分まで考える必要があります。過去作品の字幕、吹き替え、UI、武器や名前の翻訳を思い出してみてください。どれもすべて翻訳とローカリゼーションに含まれます。では、ナラティブはどうでしょうか。ゲーム音声や視覚的なヒントの微妙な部分まで考えてみます。ゲームプレイに含まれるプレイヤーの目標、チャレンジ、報酬について考えてみてください。これがターゲット文化で表現されたらどういう反応があるだろうか? 宗教上の問題は? 法的な問題は? 歴史上や今の時代に実際に起きたこととの関連性は?」

文化的な視点でレビューした結果、ゲームに大規模な変更が必要になる場合もありますが、これは想定内です。しかし、カルチュラリゼーションは行き当たりばったりに変更を加えるものではありません。

ライオンブリッジゲーム部門欧州コンテンツ制作ディレクター、バプティスティンルブランは、次のように語ります。「カルチュラリゼーションの難しい点のひとつは、外国文化と自国文化をちょうどいいバランスで取り入れることです。たとえばゲームでの場所の名前やキャラクターの名前、ある文化に特有の概念はそのままにしておいて、必要などころにはコンテキストや説明をプラスすることで、ターゲットオーディエンスがその内容を理解して楽しめるようにします。そうすることで、ゲームの本来の魅力や意図を維持したまま、自国文化との関連性もある親しみやすい体験を生み出すことを目指しています」

たとえばブラックウォリアーというキャラクターがいるとします。アメリカ人ならこう思うかもしれません。「アーマーが黒いのかな? 記章が黒いのかな? 肌が黒いのかな? 悪者なのかな?」名前だけで、このキャラクターを好意的に捉える西洋のプレイヤーは多くないでしょう。ヒンズー文化では、黒は純粋な悪を象徴する場合もあります。しかし、多くの東アジア諸国では黒は縁起のいい色で、強さや権力を意味することもあります。

カルチュラリゼーションチームはデベロッパーの本来の意図を深掘りして、名前をローカライズするか、その意味に関連するコンテキストを追加する(もしくは、黒い肌で悪を表現するなどという配慮のかけらもないキャラクターを作り直す!) ことで、ターゲットオーディエンスに内容が伝わる手段を探り出します。

「カルチュラリゼーションの難しい点のひとつは、外国文化と自国文化をちょうどいいバランスで取り入れることです」

—バプティスティンルブラン、ライオンブリッジゲーム部門欧州コンテンツ制作ディレクター

カルチュラリゼーションの重要性

カルチュラリゼーションはグローバルゼーションのおまけだと思われかもしれませんが、そんな単純なことではありません。ローカリゼーションのエキスパートの作業がゲームをなめらかで魅力あるものにするのだとすると、カルチュラリゼーションのエキスパートはパブリッシャーとプレイヤーの間に配慮の基礎を築き、その上に共鳴する体験を構築します。言い換えるなら、カルチュラリゼーションを適応したコンテンツが理解され、楽しめるように基礎を築くことです。

カルチュラリゼーションは一般的に「ただ迎合しているだけ」、「大したことはない」と考えられていますが、プレイヤーの注目を集めて維持するためには不可欠です。世界観の構築と文化への考え抜いたアプローチこそが、優れたゲームと素晴らしいゲームを分けるのです。

「他のいい関係性と同じで、デベロッパーとプレイヤー間の認識には、ある程度の配慮と理解が必要です。プレイヤーが戸惑ったり気を悪くしたりするような状況でゲームを楽しんでくれるとは思えませんよね?どれだけうまく『翻訳』しても、馴染みのない言葉や空気を読んでいない言葉が使われていると、いい翻訳でも定着しません」と、シンは強調します。「その状況に合った雰囲気をつかえることで、ゲームが時代を超えて愛されるものになるのです」

ゲームには多様性と包括性を促進する力があります。他の人物としての人生を体験し、現実の世界に取り入れられるコンセプトを探ることができます。人間の体験を忠実に表現することが、ゲームを成功させる最も重要なポイントになるのです。

カルチュラリゼーションは、強く共鳴する体験を育む力になります。これによってプレイヤーはコンテンツとより深くつながり、感情的な反応をより高く引き出すことができます。このような経験をするとカジュアルなプレイヤーが生涯ゲームを愛するファンになり、強いコミュニティ意識が生まれます。そして、このコミュニティは大きな資産となります。大事にされていると感じたプレイヤーは、グッズを購入したり、ゲームを勧めたり、同じデベロッパーの他のゲームに挑戦してみたりする可能性が高くなります。



「他のいい関係性と同じで、デベロッパーとプレイヤー間の認識には、ある程度の配慮と理解が必要です。プレイヤーが戸惑ったり気を悪くしたりするような状況でゲームを楽しんでくれるとは思えませんよね?どれだけうまく『翻訳』しても、馴染みがない言葉や空気を読んでいない言葉が使われていると、いい翻訳でも定着しません」

ージシン、ライオンブリッジゲーム部門ナラティブデザインリード

「感情はフックの役割を果たします。キャラクターやストーリーに共感すると、その感情に引き寄せられて没頭し続けることができるのです。お互いを尊重し、きちんと配慮できるゲームであれば、コミュニティ意識が生まれて他のプレイヤーとつながる可能性が高くなります。それと同時にコミュニティやゲーム自体から学び、成長していけるのです。歓迎され、きちんと注目されて耳を傾けてもらい、配慮されるのはうれしいことですから」と、ヘレロスは語ります。

カルチュラリゼーションが市場浸透を促進することも、驚くことではありません。「**母国語でないを買わない**」現象は、この10年間でかなり勢いを増してきました。ローカリゼーション戦略の導入が収益アップにつながることは周知の事実ですが、カルチュラリゼーションによって、ローカリゼーションへの投資から最大の利益を確実に得ることができます。奥深くて配慮があり、魅力的な雰囲気を作り出すことでターゲットオーディエンスを拡大し、カルチュラリゼーションがなければ興味を削がれていたかもしれないプレイヤーを引き込むことができます。

適切なカルチュラリゼーションができれば、IPを映画、テレビシリーズ、書籍など、さまざまなメディアに展開することも可能になります。

別のメディアで世界観を再現する場合、元となる素材(この場合はゲーム)には説得力と一貫性が必要です。その結果、派生した作品はより高品質になり、感情的な影響力が増し、より多くの忠実なファンを獲得することになります。

「リリースされる数多くのゲームの中で、いかに目立つ存在になるのが鍵になります」と、ヘレロスは言います。

「さまざまな文化を尊重して共感できるようにする努力を惜しまなければ、ゲームはプレイヤーの注目を集め、ライバルより抜きん出た存在になれます。個人的には、私もその手法が正しいと思っています」

しかし、一流のカルチュラリゼーションはプレイヤー体験を向上するだけではありません。カルチュラリゼーションとは配慮を持つことだけでなく、ゲームの評価を危うくするかもしれない侮辱的な表現や文化の違いからの失態を避けることにもなり、これにより、悪評、収益の損失、評判の失墜、さらには配慮が足りなかったことから生じる可能性のある法的措置を回避できます。

「リリースされる数多くのゲームの中で、いかに目立つ存在になるのが鍵になります。さまざまな文化を尊重して共感できるようにする努力を惜しまなければ、ゲームはプレイヤーの注目を集め、ライバルより抜きん出た存在になれます。個人的には、私もその手法が正しいと思っています」

—エヴァヘレロス、ライオンブリッジ
ゲーム部門コンテンツクオリティ担当ディレクター

あえて話題にされない話: DEI (ダイバーシティ/多様性、エクイティ/公平性、インクルージョン/包括性)

断言します。これまでゲーム業界で論争を招くトピックとされてきた DEI については、これからはしばらく議論が続くでしょう。この繊細なテーマについては、今まで数えきれないほどの議論が繰り返されてきました。

「woke (目覚めた/社会的正義に配慮する人)」や「ESG (環境、社会、ガバナンス/企業統治)」などのバズワードによって議論の焦点がぼやけがちですが、「幻滅」という重要なコンセプトを忘れてはいけません。

学校や仕事で忙しい1日を終えた後に、新しいお気に入りのゲームを起動したと考えるみてください。メインストーリーで新しいエリアをアンロックして、最新チャプターを始めたばかりです。美しいゲームの世界を探索し、鮮やかな色彩や見たこともないような建築物、うっとりとするサウンドスケープに引き込まれていきます。

そこで味方だと思っていた愛すべきサブキャラクターが、体型をネタにしたジョークを言います。

最悪なのは、それに対するリアクションがなく、ストーリーの展開でもそのようなジョークがあったことが反映されていないのです。プレイヤーはもうゲームに没頭できなくなり、現実とは違うゲームの世界で、どうして体重が問題になるのかと考えることになります。ドラゴンが登場する世界で、作家はなぜキャラクターにあんなことを言わせたのだろうか? ありきたりな例ではありますが、多くの人が共感できる問題です。

「ゲームにはセンシティブな内容が含まれる場合があります。その部分への検閲はありません」と、シンは語ります。「しかし、ゲームのあらゆる要素が各プレイヤーの体験にどのように影響するかということは自問しなければなりません。このセリフはゲームの流れの中で何を意味するのか? このセリフはストーリーに深みを持たせているだろうか? このキャラクターがこのセリフを言うのは筋が通っているだろうか? 特定層を無神経に、または不必要に批判するような表現は採用しません。」



わずか
38%

大手ゲーム会社がゲームを開発する際に、自分たちのようなオーディエンスのことを考慮していると感じると回答したゲーマーの割合。

[出典:Glaad]



5人に1人

LGBTQ を自認するアクティブなゲーマー。

[出典:Glaad]



アメリカでは

3人に2人以上

ゲームをプレイするブラック、ヒスパニック、アジア、太平洋諸島系の国民の割合。

[出典:ESA]



53%

デベロッパーにはゲームとゲームスペースの包括的な風潮を向上させる責任があると回答したゲーマーの割合。

[出典:Glaad]



半分

女性を自認するゲーマーの割合。

[出典:Statista]



44%

ゲームプラットフォームで人種差別やヘイトスピーチを経験または目撃したと回答したゲーマーの割合。

[出典:Preply]

ゲームの表現の幅を広げてアライシップを実践することは数々議論されていますが、ゲームでの健全なダイバーシティに向けた第一歩は見落とされがちです。

「DEIの導入を『進歩的』に見せる手段だと考えるパターンが多く見受けられ、最近ではPoC、LGBTQIA+、女性、身障者のキャラクターをできるだけ詰め込む競争になっています。表現することは重要ですが、それだけではダイバーシティへのアプローチとしては不誠実で、結果的に人を傷つけてしまうのです」と、シンは言います。

プレイヤーは、ダイバーシティの導入の仕方からデベロッパー側の意向を汲み取ることができます。「多様性のある」キャラクターを登場させたとしても、その対応が最低限のものである場合、結果は最初から明らかで、しかも完全に裏目に出るでしょう。

身障者のキャラクターを例に挙げてみましょう。ただし、その障害はゲームでの意味はありません。障害の描写は誇張され、非現実的で、一貫性がありません。しかし、主人公がHPを消耗するケガを負っても、そのケガは魔法のように跡形もなく消えるのです。

これは身障者コミュニティには納得のいかない設定でしょう。基本的な調査と努力が明らかに欠けていると、開いた傷口に塩を塗り込むだけになります。

「オーディエンスを幻滅させないことが肝心です。利益が出ないことはやる価値がない、という考えは捨ててください。正しいことだからこそ、やる価値があるのです」と、シンは語ります。

すべてのプレイヤーに合わせてカスタマイズした体験を作りたいという思いは素晴らしいものですが、どのプレイヤーにも疎外感を感じさせない体験を作ることも必要です。

ゲームの世界、キャラクターの設定、キャラクターの振る舞いから、プレイヤーが自分に価値がないと感じたり、不快に思ったり、仲間外れにされたと思ったりすることがないように、細部まで気を配ることがポイントになります。

「すべてのプレイヤーに合わせてカスタマイズした体験を作りたいという思いは素晴らしいものですが、どのプレイヤーにも疎外感を感じさせない体験を作ることも必要です」

カルチュラリゼーションの流れ

カルチュラリゼーションは、ソース文化とターゲット文化の両方と、ゲームのクリエイティブなビジョンへの深い理解を必要とするきめ細かいプロセスです。ゲームの最も基本的な構成要素にも関連するため、開発当初からの導入が必要です。ナラティブ、キャラクターデザインからオーディオ、ローカリゼーションテストまで、カルチュラリゼーションは制作とグローバル化プロセスのあらゆる部分に影響を及ぼします。

カスタマイズ可能なキャラクターの名前や性別の表現などは、ゲームのプログラミングにも反映されます。

しかし、カルチュラリゼーションプロジェクトには、分析段階とそれに続く適応/品質保証テストからなる基本構造があります。

ルブランは、ライオンブリッジゲーム部門のプロセスを次のように説明します。

- **まず第一に**、ライオンブリッジのチームはゲームをオリジナルのコンテキストで分析し、ストーリー、キャラクター、テーマ、文化的なニュアンスを深く理解します。
- **次に**、ターゲット文化に詳しい現地の文化コンサルタントや翻訳者と密接に連携し、ゲームのコンテンツをその文化に適応させます。この段階で、ゲームの本来の意図を見失わないようにデベロッパー/パブリッシャーとしっかり連絡を取り合います。翻訳者とナラティブチームは、キャラクターマトリックス、ランゲージスタイルガイド、国/地域の DEI プロトコルなどのツールを活用し、ゲームの文化的なビジョンを忠実に伝えられるようにします。
- **最後に**、ローカライズしたゲームに徹底的な品質保証テストを実施して、オリジナルの意図に沿っていることを確認します。

このプロセスを公開することはビジネスにおいてリスクになるかもしれませんが、ルブランが説明するように、公式を知っていたとしても方程式が解けるとは限りません。

「この知識だけでは最高レベルのカルチュラリゼーションは導入できません。間違いなく適用するには、適切な経験、才能、インフラストラクチャ、ワークフローが必要になります。ライオンブリッジのプロセスを公開しても、リスクにはなりません。このトピックはもっと広く理解されるべきで、ライオンブリッジの専門知識を共有することが一助となれば幸いです。カルチュラリゼーションプロセスに関する情報を簡単に入手できれば、ゲーム業界全体の促進につながるほか、デベロッパーとパブリッシャーがパートナーを探す際に、より情報に基づいた選択ができるようになります」



「カルチュラリゼーションプロセスに関する情報を簡単に入手できれば、ゲーム業界全体の促進につながるほか、デベロッパーとパブリッシャーがパートナーを探す際に、より情報に基づいた選択ができるようになります」

デベロッパーとパブリッシャーが求めるべきローカリゼーションとカルチュラリゼーションのサポート

あらゆるレベルで没入感を生み出すのは簡単ではありません。ターゲット言語だけでなく、ターゲット文化への深い理解も必要です。さらに、カルチュラリゼーションを正しく理解することは、まだ道の半ばです。その先で、確実な導入をサポートできるリソースを見つけなければなりません。幸い、現在は世界各国にゲームローカリゼーション会社がたくさんあります。ただし、どの会社もターゲット文化を徹底的に調査できる技量があるわけではありません。

デベロッパーとパブリッシャーは、次のようなポイントを考慮してローカリゼーション会社を探すべきでしょう。

- ▶▶ 豊富な経験
- ▶▶ グローバルなインフラストラクチャ
- ▶▶ ターゲットとする国/地域内の拠点
- ▶▶ 精通した言語専門家と翻訳者

- ▶▶ ターゲットとする国/地域の精査、多様性、包括性のスキルに長けた人材
- ▶▶ 専門チームによるプロジェクト管理
- ▶▶ 専門チームによるコンテンツ/ナラティブデザイン
- ▶▶ 専門家、NGO との強力な関係
- ▶▶ データに基づくプロセスとツール
- ▶▶ 開発から公開後まで、エンドツーエンドのサポート

パートナーを選ぶ際のもうひとつの重要なポイントは、謙虚さです。カルチュラリゼーションチームには、今まで積み上げた経験から外部リソースが必要なタイミングを認識し、サポートを求める謙虚さが必要です。経験不足のローカリゼーション会社は何がわからないのかを把握できず、適切な支援を受けるコネクションもありません。上記の基準を満たすプロバイダーを見つけることで、ローカライズしたコンテンツの品質を劇的に向上できます。

これからのゲーム業界で、カルチュラリゼーションは間違いなく大きな影響を持つでしょう。これは言語を超えて、よりグローバルで多様なオーディエンスに適應するコンセプトです。

ゲームローカリゼーション会社が、より母国語に近いゲーム体験を提供し続けることで、世界レベルでもっと包括的な業界に発展することを願います。つまり、カルチュラリゼーションとは、ゲームがただ単に翻訳されローカライズされるだけでなく、真のグローバル化を果たす未来を意味するのです。



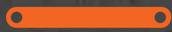
最高の協業パートナーであり続けるために
心が震えるゲーム体験を世界中にお届けします。詳しくは当社のサービス紹介ページをご覧ください

詳しくはこちら
games.lionbridge.com/ja



ライオンブリッジ ゲーム部門について

ゲームを愛する私たちは、世界中のプレイヤーに最高のゲーム体験を届けることを自分たちの使命であると考えています。ライオンブリッジのゲーム部門「Lionbridge Games」は、世界最大のグローバリゼーション企業の一部門として、熱意あふれるゲーマーたちによって創設されました。ゲームサービスに特化した私たちのチームは、ライオンブリッジのグローバルなインフラストラクチャを基盤に、真に世界規模かつ技術主導の新しいアプローチを生み出します。



詳しくはこちら
games.lionbridge.com/ja



LIONBRIDGE

© 2024 Lionbridge. All Rights Reserved.

