

このレッスンでは、イタリアのカフェについて書かれた記事を取り上げます。まず全文を読んでみましょう。

## The Italian Cafe

The café is an essential part of life in Italy. The Caffè Amico in Perugia, the capital city of the Umbria region, for example, has long been loved by the people of that city. 5

① For the Italians, coffee is more than just a drink, and the café is an important part of their social life. It is a place not only to eat and drink but also to meet with friends or do business. Just as restaurants are given ranks, so are cafés. This year the top-ranked café is the 150-year-old Caffè Amico. 10

Especially on fine days in summer, customers relax under white umbrellas, enjoying espresso or the café's famous pastries. "Thanks to coffee, we have a good business," says Alessio Adani, the fifth generation of his family to run Caffè Amico. "The high quality of the coffee and the service we offer has helped our family to earn a living for many generations." 15

Perugians like their coffee strong; Caffè Amico's is a blend of 30% robusta, 60% Arabica, and the rest other types of coffee, with robusta playing a bigger role than in other cafés in the region. And whether it's cappuccino, espresso, or some other coffee, orders are served by amiable waiters. 20

Customers also go to the café for hot and cold snacks, including 25 flavors of ice-cream and traditional pastries made with locally produced almonds and nuts. 25

**語注** ②.3 … Perugia : ペルージャ (イタリアの都市)  
②.4 … Umbria : ウンブリア (イタリアの地方)

The famous novelist Brizio Mattotti likes the café's atmosphere and often goes there for a snack and an espresso. He has written about Caffè Amico's snacks in his novels, with the result that some tourists now visit the café.

② However, Caffè Amico remains relatively undiscovered by tourists. Alessio estimates that foreigners make up about 30 percent of the clientele. "Some tourists read about the place on the internet or in other media, but it is still mostly for locals," says the owner of a dry-cleaning shop near the café. 5

Weekends bring a growing number of customers from other provinces. And especially in summer, more tourists from abroad are visiting the café. But in the morning, from five to about seven o'clock, most of the people at the Amico are from the local area. Native-born Perugians gather at the place like their grandparents did to share a special hour there. 10

"We think of this shop as a gift from our ancestors," says Alessio, whose wife Alice and sons Biagio and Cosimo work at the café. "And," says one of the sons, "we hope it will be loved by our family and the people of our town for a hundred years more!" 15

**語注** ②.1 … atmosphere : 雰囲気



## 訳例

### イタリアのカフェ

カフェはイタリアの生活の中で重要な部分を占めています。例えば、ウンブリア州の州都\*ペルージャにあるカフェ・アミーコは、その街の人々から長い間愛され続けています。

イタリア人にとって、コーヒーは単なる飲み物以上の存在で、カフェはそんな彼らの社会生活の中で重要な一部分を占めています。カフェは飲食のための場所としてだけでなく、友達と会ったり仕事の話をしたりする場所としても利用されています。レストラン同様に、現在はカフェもランク付けがされています。今年ナンバー1に輝いたのは、創業150年を誇るカフェ・アミーコです。

特に夏の晴れた日には、利用客は白いパラソルの下でくつろぎながら、エスプレッソやカフェの人気スイーツを堪能しています。「コーヒーのおかげで私たちはいい商売ができています」家族経営をしているカフェ・アミーコの5代目店主、アレッシオ・アダーニさんはこう語っています。「高品質のコーヒーとサービスを提供してきたことで、私たち家族は何世代にもわたって生計を立てることができたのです」

ペルージャの人は濃いコーヒーを好みます。カフェ・アミーコではロブスタ種30%、アラビカ種60%、その他10%のブレンドコーヒーを提供しています。同じ地域のカフェと比べて、ロブスタ種の割合が大きいのです。そして、カプチーノでもエスプレッソでも、あるいは他のコーヒーの注文でも、店員さんが愛想良く受けてくれます。

利用客は温かいスイーツ\*や冷たいスイーツも目当てにしてカフェを訪れます。カフェには、25種類ものアイスクリームや、地元産のアーモンドやナッツで作られた伝統的な洋菓子があります。

### Notes

\*the capital city of the Umbria region (p.60, l.2) : capital city は、ここではウンブリア州の「州都」の意味として用いられています。

\*hot and cold snacks (p.60, l.23) : 日本では「スナック菓子」という言葉が一般的に知られているので snack=ポテトチップスなどのお菓子を想像しがちですが、ここではアイスクリームや洋菓子を含む「温かいスイーツや冷たいスイーツ」としましょう。

## 解説

食を扱った今回のテーマ第3弾では、カフェに関する文章を取り扱いました。イタリア語の人名や地名については、日本語表記に直す際に、英語の読み方とは異なるイタリア語の読み方で表す点に注意してください。また、コーヒーに関してもしっかり調べる必要があります。イタリア人にとってのコーヒーの文化、ロブスタ種とアラビカ種の違いなど、正確な知識を得て間違った情報のない訳にいきましょう。

- ℓ.1 ● **coffee is more than just a drink, and the café is an important part of their social life**  
more than just ~ は「単なる～以上のもの」と訳することができる定型表現です。
- ℓ.3 ● **Just as restaurants are given ranks, so are cafés.**  
「レストランがランク付けされているように、カフェもされている」(△)と訳すと、強調したいカフェの印象が弱くなりがちです。「レストランと同様、カフェもランクがつけられている」(○)などとして、文章のテーマを「カフェ」にしましょう。
- ℓ.7 ● **Thanks to coffee, we have a good business**  
have a good business は、「いい仕事を持っている」(△)と訳すと不自然に見えます。「いい商売ができる」(○)のようにするとお店の紹介文らしい文体になります。
- ℓ.8 ● **the fifth generation of his family to run Caffè Amico**  
言葉を加えたり並べ替えたりすることで意味が分かりやすくなることがあります。「カフェを経営する彼の家族の5代目」(△)が直訳ですが、「家族経営をしているカフェ・アミーコの5代目店主」(○)などと変えるとグルメ記事としてさらに読みやすいものになります。
- ℓ.9 ● **has helped our family to earn a living for many generations**  
earn a living で「生計を立てる」という意味です。for many generations は「たくさんの世代に対して」(△)とするよりも「何世代にもわたって」(○)と訳すと読む人にも分かりやすい文体となります。
- ℓ.12 ● **Perugians like their coffee strong**  
strong coffee は「強いコーヒー」(×)ではなく「濃いコーヒー」(○)です。紅茶やコーヒーの味は strong 「濃い」、weak 「薄い」で表記します。
- ℓ.12 ● **a blend of 30% robusta, 60% Arabica**  
robusta 「ロブスタ種」は世界のコーヒー総生産量の2～3割を占めています。苦みが強く、インスタントコーヒーや安いレギュラーコーヒーに用いられています。Arabica 「アラビカ種」は総生産量の7～8割を占め、レギュラーコーヒーの主流として使われています。翻訳の際には、このような種類の特徴も十分にチェックしておきましょう。
- ℓ.14 ● **whether it's cappuccino, espresso, or some other coffee**  
some other coffee は「他のいくつかのコーヒー」(△)とするとやや不愛想な印象となってしまう。直前の2種類のコーヒーに加えて「他のコーヒーでも」(○)のようにして、お店の印象がさらに良くなる文章を工夫します。



## 訳例

著名な小説家のブリツィオ・マットッティは、カフェの雰囲気が好きで、スイーツやエスプレッソを目当てによくカフェを訪れます。彼は自身の小説の中でカフェ・アミーコのスイーツについて書いており、今ではそれを読んでお店のことを知って訪れる観光客もいます\*。

とはいえ、カフェ・アミーコは観光客からはあまり知られていないのが現状です。アレッシオさんは、お客さんの約30%は外国人旅行者だと推測しています。「インターネットや他のメディアでこの場所を知った観光客の方もいらっしゃいますが、お客さんのほとんどは地元の方々です」と、カフェ近くにあるドライクリーニング店のオーナーはこのように述べています。

週末には、他の地方から数多くのお客さんがやってきます。特に夏場になると、海外からたくさんのお客さんがカフェを訪れます。しかし朝の5時から7時頃までは、地元のお客さんで賑わっています。生粋のペルージャ人たちが、彼らの祖父母たちがそうしていたようにこの場所に集まり、特別な時間を過ごしているのです。

「この店は私たちのご先祖様からいただいた贈り物だと考えています」とアレッシオさん。妻のアリスさん、2人の息子のピアージョさんとコジモさんも、一緒にカフェで働いています。「さらにこの店が、私たち家族からも街の人からも、この先100年以上愛される店であってほしいと願っています」と息子さんの1人が語っています。

## Notes

\* with the result that some tourists now visit the café (p.61, ℓ.3) : with the result ~ は「～という結果を伴って」という意味ですが、訳す際には「結果的に現在では何人かの観光客が訪れるようになりました」のように文の形を変換しましょう。

## 解説

前半ではイタリアのコーヒー文化、ランキング1位のカフェのコーヒーの特徴が述べられていました。後半では、このカフェの客層の特徴が詳細に述べられているので、それらの特徴を正確に訳していきましょう。一方で、読む人がそのカフェに行きたくるように、カフェの魅力が十分に伝わる文章にしていく必要があります。カフェの風景やお店の人の言葉は、特にその点を念頭に入れて訳文をまとめましょう。

- ℓ.1 ● **Caffè Amico remains relatively undiscovered by tourists.**  
undiscovered は「発見されていない」(×)と直すと、カフェを観光客が探しているのにまだ見つかっていない、という奇妙な意味となり不自然です。ここでは「観光客に知られていない」(○)とします。
- ℓ.1 ● **Alessio estimates that foreigners make up about 30 percent of the clientele.**  
make up は「構成する」の意味で用いられています。「外国人は構成している」(×)とせず、主語を変え「お客さんの約30%は外国人だ」(○)と直した方が自然です。
- ℓ.2 ● **Some tourists read about the place on the internet or in other media**  
read は「読む」ですが、the internet や other media と合わせると「インターネットやメディアを読む」(×)となり不自然です。「インターネットやメディアを通じてその店を知る」(○)など、日本語らしい表現に置き換えましょう。
- ℓ.6 ● **Weekends bring a growing number of customers from other provinces.**  
Weekends bring は直訳すると「週末が持ってくる」(×)ですが、日本語としては不自然です。主語を customers に変え、「週末になるとたくさんの人がやってくる」(○)といった表現にすると分かりやすい文章になります。
- ℓ.8 ● **most of the people at the Amico are from the local area**  
from the local area は「地元からの人々」(△)と直すと不自然なので、most of the people と合わせて「地元の人々で賑わう」(○)などと訳すと、お店のいい雰囲気が伝わる文章になります。
- ℓ.9 ● **Native-born Perugians gather at the place like their grandparents did to share a special hour there.**  
Native-born Perugians は「生粋のペルージャ人」(○)。「カフェに集い特別な時間を過ごすことが、祖父母の世代から孫の世代まで変わらず行われている」といったニュアンスの文にまとめ、お店のイメージが好ましくなる文にします。
- ℓ.12 ● **We think of this shop as a gift from our ancestors**  
gift from our ancestors は「先祖からの贈り物」(△)と訳しても意味は通じますが、「様」や「いただいた」などの敬語を使い、「ご先祖様からいただいた贈り物」(○)などとすると、より感謝の気持ちが込められた日本語になり、お店の印象もさらによくなります。
- ℓ.14 ● **it will be loved by our family and the people of our town for a hundred years more**  
it は前述の this shop を指しています。the people of our town とありますが、日本語に直す際には「私たちの街の人々」(△)とせず、ただ「街の人々」(○)と訳す方が自然です。