

*Contextualized English for Business Purposes:
A Project Cycle from A to Z*



ビジネス・ プロジェクトで学ぶ 実践ビジネス英語 キヤッツ Cats

寺内はじめ 編著
Terauchi Hajime

No.	プロジェクトサイクル	章のタイトル（英語・日本語）	コンテンツ
1	Prepare (Proposal)	Preparing for a New Project 新規プロジェクトの準備	Company condition Market analysis New technology/product Cost analysis
2	Plan	Planning the Project— Project Mission Proclamation プロジェクト計画の策定	Business ideas Product development plans Project charter (Vision, mission and goal)
3	Internal Proposal	Segmenting the Market— Business Commitment 市場分析（社内合意形成）	Market analyses (Pricing, market analysis, product portfolio management) Graphs, figures, tables Sales projection
4	Internal Proposal	Persuading Top Management— Executive Commitment 上層部の説得（上層部合意形成）	Market analyses (from management viewpoint) Projected sales
5	Develop Design	Reporting on New Product Development—From R&D 新製品開発の報告（技術研究所より）	Technical information Patent information Product specifications Description of design issues
6	Implementation	Selling New Product to Retailer— New-Product Campaign 販売代理店への新製品販売 （新製品キャンペーン）	Announcement of new product and marketing strategy (Selling to retailer) Product description (for retailer): Comparison with rival products
7	Operation	Selling the New Product— On-the-Job Training 新製品の販売活動（現場研修）	New Product Introduction & OJT (Selling directly to customer, etc.) Product description (for customer, user): Benefits over previous products, rival products
8	Operation	Dealing with Complaints— Complaints from Retailers 苦情処理（代理店への対応）	Retailer comments: Overall trends in customer complaints
9	Operation	Dealing with Complaints— Complaints from Customers 苦情処理（顧客への対応）	Customer comments: Direct description of problems
10	Optimization	Reporting on New-Product Sales 新製品売上結果の報告	Sales analysis (Business results for fiscal year figures, tables)

ビジネス・ファンクション	話し手の意図	会話のスタイル	章のミッション
Analysis Brainstorming	Getting advice	Informal internal conversation (With acquaintance)	新製品開発のアイデアを求めてリサーチフェロー（開発アドバイザー）であるどく太にインタビューを行う。
Internal meeting Formal project concept and planning	Explaining Getting agreement and approval	Formal internal conversation	上司に対してプロジェクトプランの作成に関するアドバイスを受けるとともに彼の許可を取り付ける。
Business case description, (Goal, and scope, timeline) Branding	Making a presentation Explaining	Formal internal conversation	会社の関係部署に対してプロジェクトのプレゼンテーションを行い、プロジェクトに対するサポートを取り付ける。
Persuasion & Risk and mitigation, Resource request	Explaining Persuading	Formal internal conversation	新開発のアイデアを会社の経営者層にプロジェクトプランとして提案する。
Development status Technology (Description and pros & cons)	Understanding Questioning Instructing	Informal internal conversation (With acquaintance)	新製品開発チームからの報告を受けて、プロジェクトの目的から外れないようにチームをマネージする。
Encouragement Promotion	Encouraging	Formal external conversation	販売代理店に対して新製品の販売キャンペーンに関する戦略を説明し、代理店のサポートを得る。
Promotion/Campagin	Persuading	Formal external conversation	販売代理店と共にお客様への新製品の实販売を通じてお客様への効果的なセールスアプローチをコーチする。
Customer support	Apologizing Getting agreement Disagreeing	Formal external conversation	新製品に関する販売代理店からの苦情に対して適切な対応をする。
Customer support	Apologizing Getting agreement Disagreeing	Formal external conversation	新製品に関するお客様からの苦情に対して適切な対応をする。
Annual meeting	Making a formal speech Greeting Sharing emotions and sympathy	Formal internal conversation	会社の年次総会にてプロジェクトに関する結果報告を行い、今後の戦略について説明する。

21世紀になって、日本のビジネスパーソンが国際的に活躍する機会は増大しています。これまでは、組織の中でも海外駐在の人などごく一部の人だけが英語ができればよい状況だったのが、今までまったく英語に関係がなかった人でも英語を使用することになったのです。そして、英語は別に海外でだけ使うのではなく、国内でも英語を使わなくてはならない状況になっています。グローバルビジネスパーソンの誕生とも言えるでしょう。

本書『ビジネス・キャッツ』は、外国人を相手にビジネスを行うグローバルビジネスパーソンを対象に書かれました。プロジェクトの企画から、その報告まで実際のビジネスの流れに沿って英語を使用しながら国際ビジネスを展開していきます。プロジェクトを企画し、それが会社の内部で認められ、実際に製品を開発しますが、それに対しクレームを受け、その対応に追われたりしながら、最後は本社で報告会に臨みます。その状況によって太郎は英語を使い分けています。同じプレゼンテーションをするのでも、その相手が会社の上司なのか、外部の人なのか、また、その目的が相手を説得するためなのか、クレームに対する対策のためなのかなど目的によって使われる英語は当然変わってくるからです。

本書は多くのビジネス独特の表現を網羅し、解説を加えています。しかし、それだけではありません。文法的には正しいかもしれないけれども、実際にビジネスで使う英語としては適当でないものと、その場で使うことが理想的であるという表現に着目し、解説しています。実際の仕事の流れをシミュレーションしながら読みすすめてください。本書を読破して、グローバルビジネスパーソンとして、国内外の仕事に臨んでいただけますことを願っています。

本書は、編著者である筆者が企画し、外資系IT企業のプロジェクト・マネージャーとして活躍する中原正徳氏と宮田勝正氏が全体の流れと各チャプターのビジネスシーンを書き下ろしました。これに英語教育の専門家である野口ジュディー津多江武庫川女子大学教授、羽井佐昭彦相模女子大学教授、グレゴリー・プール筑波大学教授が解説とエクササイズを作成しました。そして、本書の真髄ともいえる猫のカットは松井寿男先生が担当しています。

猫の身体のケアについてはオザキ動物病院院長の尾崎里香先生、人間の身体のケアについてはスポーツ全体の遠藤定義先生に貴重なご意見をいただきました。また、打ち合わせの場を快く提供していただいた新越谷「さく間」の佐久間建一・多希子ご夫妻、本のデザイン全体に的確なアドバイスをいただいた舞踊家麗花さん、原稿の直しの度に整理の手伝いをしてくれた新井瞳さんなど多くの人に支えられて本書はできあがりました。そして、愛猫のゴンちゃんはもちろん家族の協力は何よりの支えとなりました。ありがとうございました。

編著者 寺内 はじめ

本書の利用法

本書『ビジネス・キャッツ』は、国内外で外国人を相手に国際ビジネスを行う人を対象に書かれました。実際の仕事の流れをシミュレーションしながら読みすすめてください。本書の利用法を解説します。各チャプターはミッション→ポイント→英文→日本語→「太郎と確認するビジネス英語表現」→「どく太に挑戦」→「どく太の解答と解説」いう流れになっています。必ずしもこの流れに従う必要はありませんが「はしがき」でも触れたようにプロジェクトの企画から結果報告までのビジネスのひとつのサイクルが完結するようになっています。

英文だけを通して読んでも、日本語だけ読破しても結構です。「どく太に挑戦」にのみトライしても OK です。

ここでは一般的な利用法を紹介してみましょう。

ミッションとポイント

各チャプターの最初のページに「ミッション」とそれを遂行するための「ポイント」が示されています。このミッションとポイントはビジネスを成功させるために必須のものです。英文に行く前にじっくり読んで、頭の中でそのミッションに対する対応策を練ってください。

ミッション:

おはよう、太郎君。今回の君の任務は、停滞している Feline Products International（以下 FPI）の業績促進のため、わが FPI 社のセールス増加の起爆剤となる新製品開発のアドバイスを、技術研究所所長の猫野どく太氏から上手に聞き出し、新製品を完成させることにある。

ポイント:

FPI の現在おかれている経営状況及び市場環境状況を解説する（国内での売り上げが横ばい）。

英文

いよいよ英文を読んでいきます。少し解説してみましよう。音声は <http://business-cats.net> からダウンロードしてください。

そのまま英語として覚えたほうが良いという表現は太字でイタリックになり下線が引いてあります。また、ただ番号がついているのは、「注」であり、それぞれの「注」はその頁の下の部分で1, 2のように解説してあります。



Taro: Hi Doc!¹ *The CEO told me to*² plan a special project to expand our business abroad, focusing on the American and European markets.

- 1 “Hi!”は「やあ」という意味で“Hello!”よりも略式で主にアメリカで用いられます。この場合、太郎はどく太に対して非常に親しみのある声のかけ方をしています。社内で役職に応じて英語でも呼び方を変えています。日本のように役職名で人を呼ぶ習慣はありません。
- 2 英語表現としては“The CEO told me to plan a special project.”といった能動態を使うことが多いです。しかし、太郎のように日本人は「社長が私に言った」というよりも、「私が社長に言われた」という受動態を使いがちです。また、“CEO”よりはアメリカでは名前で呼ぶことが多いです。

日本文

英文のあとには日本文（訳ではありません）が続きます。日本語で表現するとうなるのかと確認してください。

太郎: 「やあどく！CEOが僕を海外進出特別プロジェクトを計画する担当に任命したんだ！これは欧米市場を狙う海外市場開拓のための販売戦略の中心となるプロジェクトなんだ。

太郎と確認するビジネス英語表現

このチャプターで出てきたビジネス独特の英語表現をポイントごとに整理して解説します。赤字部分がポイントになります。

ポイント①

To achieve this goal, he wants ideas on new products which will attract consumers abroad. Do you have any good ideas?

(この目標を達成するために彼は海外の消費者を惹きつける新商品のアイデアを探しているんだ。なにか良いアイデアはないかい。)

Chapter 1 の目的は、太郎が猫野どく太氏に新製品についてのアドバイスを請うというものです。一般的な導入の流れは、状況説明（理由）→アドバイス要求となります。状況説明の1例として、To achieve this goal, he wants (we want, I want) ideas on...という表現を知っておきましょう。要求の目的をさらにはっきりさせるために、Do you have any good ideas? がよく使われるので、このまま覚えましょう。

どく太に挑戦！／どく太の解答と解説

チャプターに出てきた英語表現の練習問題です。特に、この状況で使用するのに最も相応しい英語表現は何なのかを聞く問題です。今まで学んできた英文法の知識を駆使して解いてください。その後には解答と解説が続きます。じっくり読んでみてください。



挑戦 1 ポイントは分かったかのう？ 次の日本語に合う最適な英文を選ぶのじゃ。その理由も考えられるかな？

1. 太郎が親しい同僚へ：「私たちの製品についてのあなたの考えを求めたいのです。」
 - a. We are seeking your ideas in relation to our products.
 - b. Got any ideas for our products?
 - c. We'd like to have your ideas for our products.



挑戦 1 どうじゃった？ では解答と解説じゃ！

1. 太郎が親しい同僚へ：「私たちの製品についてのあなたの考えを求めたいのです。」

正解 a. We are seeking your ideas in relation to our products.

これは非常にフォーマルで目上かあまり知らない相手に使う文書表現です。in relation to を使うことにより、特定の商品について聞くことになります。

ビジネスこぼれ話

巻末に「ビジネスこぼれ話」がついています。まさにグローバルビジネスパーソンの体験談がもとになっています。ビジネスにおける英語コミュニケーション能力を養ってください。

ビジネスの世界では5W2Hが必要です。5W1HのWhat? Where? When? Who? Why? How? までは出てきますが、あとひとつのHがありますが、ご存知ですか。それはHow muchです。

索引

索引は日本語と英語のビジネス表現をまとめています。

登場する猫の紹介とストーリー構成

企業名：

Feline Products International (FPI)

会社概要：

株式会社フィーライン・プロダクツ・インターナショナル (FPI: Feline Products International) は、日本の健康関連器具の技術特許を数多く保有する中小企業です。現在、社長も含めて社員は10匹ということもあり、全社員が幅広い業務を行っています。今回のストーリーの主人公である猫野太郎も優秀なエンジニアでありながら、開発から販売までを手がけています。FPI社は、日本を中心に健康促進製品の開発から販売までを手がけており、今後は新製品を中心に海外展開を積極的に進めていこうとしています。現在、エコロジーや健康にも高い関心があるヨーロッパへの進出を、2年後を目処に進めているところです。

製品構成：

猫関連の自然・健康グッズの販売と特許申請等を行います。今回は特に、人工太陽光線 Artificial Sun Ray によって日光浴で体内でビタミンDを作る ((UV-A, UV-B)、ネコのための健康グッズ、たとえば日照時間の少ない北欧に売れる…) 製品を開発します。

営業拠点：

現在は国内がメイン、海外は北米を中心に展開中 (ロサンゼルス、ニューヨークなど)。

取引先：

American Cat Corp. (ACAT); Fred Fur Co., Ltd.; See Ya Kitty, Inc.

ストーリー設定上の補足情報：

- ・ 新製品名：Next Generation Sun (NGS)
- ・ NGS 開発に向けて設立されたプロジェクトの概要
 - 🐾 プロジェクト名：Deliver Artificial Sun to the Home Project (DASH)
 - 🐾 期間：1年間

- 🐾 予算：100 万ドル
- 🐾 製造コスト：2 万ドル
- 🐾 コンセプトは、一般家庭向け健康器具市場のため、大きさは軽自動車よりも小さく、消費電力はエアコンなみを、ベンチマークに設定
- 🐾 アメリカ及び日本での特許は取得済み。他の国は検討中
- ・ 市場分析
 - 🐾 人工太陽光線に関するマーケットは未開拓市場
 - 🐾 アメリカの猫の数は 2 億 5 千万匹
 - 🐾 ヘルスケア業界全体で 1 世帯当り月 3 パーセントの伸び（2010 年まで）を示しており、1995 年度の消費率と比較して 100 倍の伸び率
- ・ 販売戦略
 - 🐾 ターゲット市場は海外（アメリカとヨーロッパ）で、現地代理店を通じて販売予定
 - 🐾 初年度の売り上げ目標 500 万ドル

人物名・年齢・役職	キャラクター
猫野太郎 29 (M) FPIエンジニア	 <p>子供のころから嶋蔵に可愛がられ、経営に関する英才教育を受けた後、上場企業に就職。その後、嶋蔵に直接スカウトされFPI社に入社した。FPI社では、売込み・特許申請からクレーム処理まで全てを担当している優秀なエンジニアであるが、今まであまり海外には行ったことがないため、英語は得意な方ではない。</p>
猫野嶋蔵 55 (M) FPI代表取締役社長 (CEO)	 <p>FPI社を若いころに設立し一代で、世界に通じるグローバル企業に育て上げた凄腕経営者。とくにニッチマーケットを中心とした製品展開で強いシェアを獲得するなど、将来を見据えた経営観に定評がある。現在では、自分の引退後の会社のことを考え、次期経営層の育成に力を入れている。</p>
猫野はじ目 50 (M) FPI業務執行役員 (COO)	 <p>FPI社設立より会社の事務手続きから、会社のオペレーションまでを全て一人で担当するなど、嶋蔵の右腕として会社を支える次期社長候補。FPI社員の間では、社長である嶋蔵よりも数値には細かく厳しいことで有名であるが、その人情味溢れる性格から、社員や社外のお客様や取引先からのファンも多い。</p>
猫野どく太 59 (M) FPI技術研究所所長	 <p>FPI技術研究所長にて、新たな技術開発を担当する傍ら、新製品の開発も担当する博士（フェロー）。会社における滞在期間の長さや、知識と経験の多さより全社員からの信頼も厚く、社長や社員のアドバイスを受けることも数多い。しかしながら、根っからの技術オタクで、商売に関しては無頓着という性格もあり、普段からとても普通のが考え付かないような研究ばかりを行っている。</p>
三毛野かつ男 34 (M) FPI新製品開発本部長	 <p>FPI社の製品開発から販売を手がけている部署の総責任者。リーダーシップに優れた能力の持ち主であることから、社長からの信頼も厚く、現在は、FPI社の海外展開の要となる新製品の開発を任されている。太郎の良き上司でもある。</p>
海野穴子 32 (F) FPI営業本部長	 <p>小さいときから、親の仕事で海外生活をしており、英語はネイティブなみ。FPI社では、製品の売込みやクレーム処理を担当しており、製品に関する知識や顧客のニーズを掴み取る能力には優れている。過去数年にわたり営業成績がNo. 1という実績を買われて、今年度より営業本部長に昇進した実力者。</p>
虎野ふぐ 46 (F) FPIマーケティング本部長	 <p>外資系企業でマーケティングを担当していたが、本社の方針を日本の市場や顧客を無視して展開する仕事よりも、より現場を中心とした仕事がやりたいと、取引先でもあったFPI社長猫野の夢に共感したことをきっかけに転職を決めた逸材。顧客の心を掴んだプロモーションやキメ細かなカスタマーサービスには定評があり、ディーラーからの信頼も厚い。</p>
猫野缶 42 (M) FPI技術研究所技術主任	 <p>どく太とは大学の先輩と後輩の仲であり、ともに「世の中の猫のためになる発明をする」という夢を共有するなど、どく太のエンジニア精神に共感し、彼に憧れてFPI社への入社を決めた天才。大学時代には、複数の特許を申請した後、大手企業の支援で実際に製品の開発を経験したことから、FPI社では技術者と営業を説得できる唯一の人材。どく太とは、性格がまったく異なるが、社員の誰もが認める良き上司と部下の関係でもある。</p>

人物名・年齢・役職	キャラクター
猫仁小判 29 (M) FPI技術研究所	 <p>「まさ」とは双子の兄弟の兄。まさの兄でありながら、小柄でやせており、見た目からはとてもエンジニアとは思えないようなジェントルマン。頑固で自己主張が強い猫が多い研究所で、唯一各メンバーの意見をきちんと聞き、取りまとめて結論を導くリーダー的存在。</p>
猫仁まさ 29 (M) FPI 技術研究所	 <p>「小判」とは双子の兄弟の弟。大柄な体形からは想像もつかないくらい、仕事に関しては細かく緻密な作業をすることから、技術主任からも高い評価を得ている。性格的には常に前向きで、どんな苦難にあおうとも最後までやり遂げるまじめな性格の持ち主。</p>
マイケル ミアオ 55 (M) (ACAT) 代表 取締役社長	 <p>猫に関する健康製品の訪問販売を得意としている会社の社長で、カルフォルニアの高所得世帯地域を中心に売り上げを伸ばしている。自分自身が健康オタクであることから、常に新しい製品を試した後、本当に自分が惚れ込んだ製品しか扱わないというポリシーを貫いている。</p>
アラン ミアオ 41 (M) (ACAT) 営業本部長 (ビバリーヒルズ)	 <p>もとはマイケルの優良顧客であったが、社長であるマイケルの性格にほれこみ、自分自身がACATの製品を通じて健康になった体験を一匹でも多くの猫に体験してもらいたいと考え、数年前にACATのメンバーとして参画。アランの実体験をもとにしたセールストークは、顧客にもわかりやすいと定評で、その評判とともに売り上げを伸ばし、現在ではACATでも売り上げNo.1のビバリーヒルズ店の本部長を勤めるまでになった。</p>
ダイアナ ミアオ 34 (F) (ACAT) 営業 (ビバリーヒルズ)	 <p>営業本部長のアランの下でビバリーヒルズ地域を担当する営業担当者。ビバリーヒルズ地域でも、とくに若い世代のキャリアウーマンを担当している。</p>
トム ミアオ 31 (M) (ACAT) 営業 (シカゴ)	 <p>ACATでは比較的短い営業経験の持ち主でありながら、その実力をアランに認められてシカゴを担当するまでに成長した実力者。</p>
フレッド ファー 41 (M) 代理店社長	 <p>アメリカの西海岸を中心にLOHAS関連の総合サービスを展開するナチュラルキャットスタイル提案会社の社長。顧客の中でも自然食品や運動や業に頼らないパーソナルケアに興味を持つ顧客を中心に、健康的な猫のライフスタイルを提案しながら、健康器具や健康食品の販売を検討中。</p>
ゲリー グラウル 38 (M) 代理店社長	 <p>もとはシリコンバレーのベンチャー企業を経営する企業家であったが、数年前のITブーム中に体を壊し第一線より退き、その時に出会った猫のための健康促進器具の体験をきっかけに、ネットを通じた猫のための健康器具の通信販売会社を設立。低コストを武器に大手企業も無視できないほどに、ネット販売での売り上げを拡大中。現在は、さらに売り上げの向上を目指して、取り扱い製品の拡大を模索中。</p>
ハリエット ヒス 35 (F) お客様	 <p>カルフォルニアに小さいときから住む明るくやさしい二児の母親。最近では、少し毛の調子が悪く色々な化粧品を試すが効果がなく、夫に自分が綺麗でいることの重要性を数ヶ月にわたって語り、ようやく先日FPIの新製品を購入した。</p>

FPI (Feline Products International Japan)



Shimazo, CEO

(猫野 嶋蔵
FPI代表取締役社長)



Hajime, COO

(猫野 はじめ
FPI業務執行役員)



Katsuo
New Product
Development Div
Sr. Manager

(三毛野 かつ男
FPI新製品開発本部長)



Docta
R&D Div
Research fellow

(猫野 どく太
FPI技術研究所所長)



Anago
Sales Div Sr. Manager

(海野 穴子
FPI営業本部長)



Fugu
Marketing Div Sr. Manager

(虎野 ふぐ
FPIマーケティング本部長)



Taro
Engineer

(猫野 太郎
FPIエンジニア)



Kan
R&D Div Assistant
Research Fellow

(猫野 缶
FPI技術研究所技術主任)



Koban
R&D Div Researcher

(猫仁 小判
FPI技術研究所)



Masa
R&D Div Researcher

(猫仁 まさ
FPI技術研究所)

Customer



Harriet Hiss

(ハリエット ヒス お客様)

Reseller@USA

American Cat Corp. (ACAT)



Michal Meow

(マイケル ミアオ)
代表取締役社長

ACAT: Chicago



Tom Meow
Sales Div Staff

(トム ミアオ)
シカゴ担当営業

ACAT: Beverly Hills



Alan Meow
Sales Div Sr. Manager

(アラン ミアオ)
ビバリーヒルズ担当営業本部長

Fred Fur Co., Ltd.



Fred Fur

(フレッド ファー 代理店社長)

Diana Meow
Sales Div Staff



(ダイアナ ミアオ)
ビバリーヒルズ担当営業

See Ya Kitty, Inc.



Gary Growl

(ゲリー グラウル 代理店社長)

目次

はしがき	4
本書の利用法	5
登場する猫の紹介とストーリー設定、関連図	9
Chapter 1	Preparing for a New Project 19
	新規プロジェクトの準備 26
	太郎と確認するビジネス英語表現 ① 28
	どく太に挑戦 ① 29
	どく太の解答と解説 ① 30
Chapter 2	Planning the Project— 32
	Project Mission Proclamation
	プロジェクト計画の策定 40
	太郎と確認するビジネス英語表現 ② 43
	どく太に挑戦 ② 44
	どく太の解答と解説 ② 45
Chapter 3	Segmenting the Market—Business Commitment 47
	市場分析及び社内合意形成 61
	太郎と確認するビジネス英語表現 ③ 66
	どく太に挑戦 ③ 68
	どく太の解答と解説 ③ 69

Chapter 4	Persuading Top Management— Executive Commitment	71
	上層部の説得（上層部合意形成）	80
	太郎と確認するビジネス英語表現 ④	83
	どく太に挑戦 ④	85
	どく太の解答と解説 ④	86
Chapter 5	Reporting on New Product Development— From R&D	88
	新製品開発の報告（技術研究所より）	96
	太郎と確認するビジネス英語表現 ⑤	99
	どく太に挑戦 ⑤	101
	どく太の解答と解説 ⑤	102
Chapter 6	Selling New Product to Retailer— New-Product Campaign	104
	販売代理店への新製品販売 （新製品キャンペーン）	112
	太郎と確認するビジネス英語表現 ⑥	115
	どく太に挑戦 ⑥	117
	どく太の解答と解説 ⑥	118
Chapter 7	Selling the New Product—On-the-Job Training	120
	新製品の販売活動（現場研修）	126
	太郎と確認するビジネス英語表現 ⑦	129
	どく太に挑戦 ⑦	131
	どく太の解答と解説 ⑦	132
Chapter 8	Dealing with Complaints— Complaints from Retailers	134
	苦情処理（代理店への対応）	143
	太郎と確認するビジネス英語表現 ⑧	147
	どく太に挑戦 ⑧	149
	どく太の解答と解説 ⑧	150

Chapter 9	Dealing with Complaints— Complaints from Customers	152
	苦情処理（顧客への対応）	163
	太郎と確認するビジネス英語表現 ⑨	169
	どく太に挑戦 ⑨	171
	どく太の解答と解説 ⑨	172
Chapter 10	Reporting on New-Product Sales (新製品売上結果の報告)	174
	太郎と確認するビジネス英語表現 ⑩	181
	どく太に挑戦 ⑩	184
	どく太の解答と解説 ⑩	186
		187
	ビジネスこぼれ話 ①～⑩	189
	ビジネス・キーワード・リスト（日本語・英語）	201

Chapter 1: Preparing for a New Project






新規プロジェクトの準備



ミッション

おはよう、太郎君。今回の君の任務は、停滞している Feline Products International（以下 FPI）の業績促進のため、わが FPI 社のセールス増加の起爆剤となる新製品開発のアドバイスを、技術研究所所長の猫野どく太氏から上手に聞き出し、新製品を完成させることにある。どく太氏は FPI の開発顧問で君とはすでに気心の知れた仲じゃ。堅苦しい言い回しなどに時間と労力を使わず、単刀直入に必要な情報を得るようにするのじゃ。ビジネスの基本はいかに上手にアドバイスを受けるかにかかっている。もちろん、食いしん坊のどく太氏を食べ物でつる手もあるが、君も一人前の会社員、ビジネスのテクニクを使って任務を遂行するのじゃ！行け太郎君。なお、年寄りはずぐ長話に走る。上手に聞きださんと、いたずらに時間を食うだけじゃ。気をつけるようにな。

ポイント:

-  FPI の現在おかれている経営状況及び市場環境状況を解説する。
(国内での売上げが横ばい)。
-  会社の経営戦略や、どく太の持っている新製品のアイデア（ビタミンD生成のための人工太陽）を上手に聞き出す。
-  どく太のアイデアを新製品開発につなげるために必要となる技術的なアドバイスを受ける。
-  どく太のアイデアを、社内の正式なプロジェクトとして立ち上げるために、必要な準備作業をどく太より聞き出す。
-  来週月曜日の社内ミーティングまでに必要データをそろえ、次のステップへ進むところまで話を進める。

登場する猫



FPI エンジニア：
猫野太郎
(Taro Nekono)



FPI 技術研究所所長：
猫野どく太
(Docta Nekono)



Taro: Hi Doc!¹ The CEO told me to² plan a special project to expand our business abroad, focusing on the American and European markets. The project will be for one year, during which time he is seeking to gain a competitive edge³ and a solid return⁴ which will boost revenue⁵ by a minimum of \$5M. To achieve this goal, he wants ideas on new products which will attract consumers⁶ abroad. Do you have any good ideas?⁷



Doc: Hmm...actually, I do have some ideas. I've been thinking about⁸ creating an indoor artificial sun machine. As you know,⁹ cats need exposure to the sun to produce vitamin D for good-looking fur and a healthy body.

-
- 1 “Hi!” は「やあ」という意味で“Hello!”よりも略式で主にアメリカで用いられます。この場合、太郎はどく太に対して非常に親しみのある声のかけ方をしています。社内で役職に応じて英語でも呼び方を変えています。日本のように役職名で人を呼ぶ習慣はありません。
 - 2 英語表現としては“The CEO told me to plan a special project.”といった能動態を使うことが多いです。しかし、太郎のように日本人は「社長が私に言った」というよりも、「私が社長に言われた」(I was told by...)という受動態を使いがちです。また、アメリカでは“CEO”よりは名前で呼ぶ場合が多いです。
 - 3 この“...to gain a competitive edge”を、日本人は“...to get (gain) an advantage”と使う傾向が強いです。
 - 4 この場合の“return”は“increase”とか“income”とは使いません。
 - 5 “boost revenue”は日本人は“increase profit”と言ってしまうことが多いので注意が必要です。
 - 6 日本人は“attract consumers”よりも“get customers”を使用することが多いです。また、“consumers”(消費者)は“customers”(カスタマー、顧客)としばしば同義語として使用しますが、customerは一般消費者に加え法人需要家 business customerも含むので consumer よりも語義が広いです。
 - 7 物事のありさまを頭に描くイメージでの「考え」が idea であり、concept は専門性の考えについて言う時に使用し、opinion は判断して生まれるまとまった考えを言います。
 - 8 “I've been thinking about”の部分は英語らしい表現で、対話者に同意を求めながら話を進める日本人は“How about...?”や“What about...?”を一般には使用する傾向があります。
 - 9 この“As you know...”は対話者に同意を求める表現ですが、日本人は“Don't you think...?”や“For example...”を使用して話を展開していくことが多いです。



Taro: Wow! *That sounds interesting!*¹⁰ A product that can provide¹¹ indoor artificial sunlight should attract busy consumers¹² who don't have enough time to lie out in the sun. It would be especially great for cats in places like Northern Europe where there is not much sunlight during certain times of the year. This sounds like a great business opportunity!¹³ The primary target¹⁴ would be general consumers. *This means the product has to be affordable*¹⁵ *and easy to use.* *Tell me more!*



Doc: *Well, we would be the first* company to market a product like this. *No other company has been able to* successfully commercialize this idea. But after much research¹⁶, I have been able to create a prototype for creating artificial sunlight. The prototype works fantastically.¹⁷ Look at me!¹⁸ Don't you think I look much younger now — like I'm still in my 30's?

10 指示代名詞 “That” が補語（形容詞）を伴って sound 「…のように思われる」という言い方をする極めて英語らしい表現です。

11 “provide sunlight” は “give sunlight” と日本人ならば表現するでしょう。

12 “consumers” と “customers” は注 6 を参照のこと。

13 日本語では「ビジネスチャンス」という意味ですが business chance とは言いません。

14 “the primary target” は “the main target” や “the most important target” と日本人は言う傾向があります。

15 “affordable” は「ちょっと背伸びすれば手にできる，どうにか…できる」という意味で他にも “reasonably priced” とも言えますが affordable のほうが一般的です。“cheap” は使用しません。

16 ビジネスの世界では調査の意味では “investigation” ではなく “research” を使います。

17 “The prototype works fantastically.” は日本人ならば “The prototype works great (beautifully).” と表現することが多いです。

18 オフィシャルなビジネス文書，メール，手紙等では通常感嘆詞は使われません。



Taro: You're right, Doc, all your wrinkles are gone! So what are the specs¹⁹ and the cost of the prototype?



Doc: That's the drawback²⁰. The current prototype measures 20 square meters and weighs one ton. The power consumption²¹ is 1,000 KW per sec. The cost is around \$1 M, but I think we can probably make it for a lot less.



Taro: That certainly is too big and costly!²² The machine should be no bigger than²³ a treadmill or other exercise equipment, and the power consumption needs to be between 100V-220V. And it shouldn't cost more \$10 K.



Doc: The specs can be adjusted. The biggest issue is²⁴ the cost²⁵ of the parts. But with some work, I think it'll be possible to bring the prototype cost down to less than \$10K.

19 “specs” は “specifications” の略語でビジネスの世界では製品の性能を解説する際によく使われます。

20 “drawback” や “downside” ではなく、日本人ならば “problem” や “issue” という単語を使用する傾向が強いです。

21 電気製品の分野でよく使われる言葉で “power consumption” で電気消費量という意味になります。

22 “costly” は「金が要る」とか「犠牲が大きい」という意味ですが、日本人は “expensive” という単語を使う可能性があります。

23 このトピックでは装置のサイズを話しているので “no bigger than...” が適当ですが、日本人はサイズの大きさである “no larger than...” を使用することが多いです。

24 “biggest issue” は多くの日本人が “biggest problem” と言ってしまいが、problem は（困った）問題で、これが議論の場に出されると issue（討論すべき）問題になります。

25 “cost” と “expense” の違いが言えますか。日本語でどちらでも「費用」と訳せますが、expense は経費として、税金の計算時に控除が可能な場合に、cost は単に何かの対象物、活動に対する「かかる額」を指すことが多いです。



Taro: Great! *This is* really *exciting*. With this idea we can get started on a new product development project.²⁶ Hey, I have an idea! Let's call it, "Deliver Artificial Sun to the Home or DASH"! I'll prepare the project plans with the specific scope,²⁷ resources (work breakdown structure: WBS),²⁸ and rough schedule by next Monday. Then we can set up weekly meetings to review the project plan. *Could you prepare*²⁹ the rough costs,³⁰ specifications, and the terms for commercializing the product *by next Monday?*³¹ We need to have a temporary name for the product, too. What about "Next Generation Sun, or NGS"?

26 "get started on a new product development project" は日本人ならば "start a new project" と言ってしまいがちですが、より詳細な表現をしたほうがわかりやすいでしょう。

27 プロジェクトを始めるにあたり project plan と specific scope の定義は非常に重要です。プロジェクトを円滑に運営するためには project manager が WBS (work breakdown structure) をきちんと決め、それぞれのタスクに対し文章で仕事の内容範囲 (scope) を決めておく必要があります、これが出来ていないとプロジェクトはうまくいかない場合が多いです。

28 "NGS" や "WBS" は頭字語と言われビジネスだけではなく英語では非常に多く使用されます。これらは特定の領域あるいは仕事の現場のみしか通用しないなど一般的な知識ではできないものもしばしば含まれます。しかし、この頭字語にこだわりを持つ人が意外に多く、この頭字語を決めるのに数日かかることもあります。

29 "Could you prepare..." は "Could you prepare an estimation of..." と言ってしまいがちですので注意してください。

30 ビジネスの世界でプロジェクトを進めるにあたり、project plan をきちんと決め、上層部から OK (approval) を取ることは必須ですが、単に OK を取るだけではプロジェクトは進みません。きちんとした plan, cost, target, income, schedule を先に見積もり、それに合わせて人、物、金を準備することが重要です。

31 ビジネスの世界では 5W1H が常に必要ですが、メールなどでは「次の会議で話しましょう」などと 5W1H が決まっていないことも多く見られます (詳細は巻末のビジネスこぼれ話を参照のこと)。



Doc: Sounds good to me. I'll have the information you need by next Monday's meeting. As for the name³², I'll leave that up to you. Umm, all this planning has made me hungry. Do you want to grab a bite³³ and discuss this further?

32 “As for the name...” は “About the name...” と日本人は言ってしまうことが多いです。

33 “grab a bite” で、「何か軽くつまむ」という意味です。“grab a bite to eat” より若干ですが口語的な使い方です。