

ツールとしての英語講座

第4回

英語によるビジネスコミュニケーション



池田佳和 Yoshikazu Ikeda 大谷大学

栗崎由子 Yoshiko Kurisaki 国際会議アドバイザー



本マガジンの読者にとって、仕事や研究活動で英語を使う機会は国際学会、外国企業への製品紹介や業務交渉、標準化会議などであろうか。実務の難易度からいうと、外国人訪問者への研究・業務説明、国際学会発表、外国企業との業務交渉（国際標準化会議を含む）の順に難しさが増す。特に、訪問客対応のような「一対一」の場合よりも、多数の相手との討論や交渉が最も難易度が高い。

一対一の場合 (*bilateral meeting*) は、相手の発言が聞き取れないか理解できない場合でも聞き返すことができるし、自分の発言が不明瞭であれば質問が飛んでくる。何度もそんな応酬があることは恥ずかしいし効率が悪いが、それでも結果的には目的が果たせる。

三者以上との複数コミュニケーションのスタイルを *multilateral meeting/negotiation* と称する。こちらはリアルタイムにて個々の発言者の意図を理解して、適切なタイミングで質問する、あるいは自分の意見や提案を表明する必要がある。

本文では、国際学会発表や実務ビジネスシーンでの英語コミュニケーションについて、そのエッセンスを順に述べてみたい。

もう一点、日本人学生の多くは「英語力」が非常に足りないし、その適性がないと嘆いているが、実は英語習得に費やしている時間が圧倒的に不足していることが本質的な原因である。数値的にその点を明確に実証している梶本裕之氏（電気通信大学准教授）のスライド⁽¹⁾を紹介したい。一般的に、中学高校と大学受験の英語学習に加えて、おおむね1,000時間の学習をすれば実用レベルの英語が獲得できる。例えば、毎日1時間の学習を3年間継続することに相当する。

 1. 国際学会発表での発表と質疑応答

これは英語コミュニケーションの最も初級レベルに相当する。その後の実務的な英語ビジネスコミュニケーション

につながるので、挑戦して是非とも成功してほしい。

この段階では、①事前に発言原稿を準備する、②想定問答集を作っておく、③質問のテーマは自分の専門領域なので英語での用語も改めて復習する、④どうしても質問内容が聞き取れなければ、セッション議長にヘルプを求める（そのため議長には事前に挨拶しておくこと）、⑤究極的に返答に困ったら、用意しておいた模範解答集から関連のありそうな文言を読み上げるか、良い質問だが単純にコメントはできないのでセッション後にオフラインで説明すると一旦は逃げる（セッション後に誠実に対応することは当然）、というプロセスになる。

ノーベル賞級の研究発表でもない限り、通常の参加者は他人の研究成果には関心が薄いので、逃げ切るのは容易である。例外は、研究テーマが重なっているライバル研究者が出席していて、研究成果の優先権 (*priority*) を争っている場合。苦しい応答になるかもしれないが事前に十分準備しておくこと。そんな苦労を重ねることで成長できる。

このような状況は、権威ある論文誌に論文を投稿する場合に似ている。論文投稿の場合、通常は必ず査読 (*peer review*) があり、同じ分野の研究者が寄せられた論文を評価する。本来、学会発表の意義はそのため（専門家の厳しい質問に耐えること）にあるのだ。それを英語では、*defense*（自分の主張を防衛する）と表現する。

学会発表では、ほとんどの場合、スライドを使うがその作成には単純明解でインパクトのある表現を検討する必要がある。

ITU-T (International Telecommunication Union-Telecommunication Standardization Sector) が主催する学術会議でのプレゼンテーションガイドライン⁽²⁾を、以下に抜粋しておく（発表時間15分の場合）。

To achieve appropriate timing, we recommend you to organize your slides around the points you intend to make, using no more than 8/10

slides. A reasonable strategy is to allocate about two minutes per slide when there are equations or important key points to make, and one minute per slide when the content is less complex. Slides attract and hold attention, and reinforce what you say – provided you keep them simple and easy to read. Plan on covering at most six points per slide, covered by six to twelve spoken sentences and no more than about two spoken minutes.

要は、細かい文字でたくさんの事項を盛り込まないで、重要なポイントを簡潔に記述せよと説いている（1枚に最大6項目以内）。中心的なメッセージ（あるいは重要な数式）を記したスライドは1枚を2分間、それ以外には1分間の発言時間を割り当てるとよい。

2. ポスターセッション

学会発表の形式の一つとして、ポスターセッションが増えている。大きな衝立が用意してあり、そこに研究成果のキーポイントを大きな紙（ポスター）にまとめて掲示する。発表題目のリストは学会プログラムに示されている。そのテーマに関心を持つ参加者が指定の時間帯に視察にくるので、手際よく説明したあとに質問を受ける。一人あるいは少数の見学者と対応するので、英語会話と

しては楽勝ではあるが、研究テーマに強い関心を持つ人物からのコメントや質問に適切に答えることが必須である。想定問答集を準備することをお薦めする。

ポスターの作成に当たっては、1～2m離れた所からでもポスターに書かれた内容が読み取れるように文字サイズを選ぶこと、カラー文字やゴシックで発表のキーポイントを強調する、写真、グラフ、イラストなど、見学者の身になって表現手段をよく検討する必要がある。

Use colour for highlighting and to make your poster more attractive. Use pictures, diagrams, cartoons, figures, etc., rather than text wherever possible. Try to state your main result in 6 lines or less, in lettering about 15mm high so that people can read the poster from a distance (文献 (2) から引用).

3. トレードショーでの展示説明や商談ブース

同業者が集まって新製品や新サービスを展示し商談機会を提供するイベントがある。イベント会場にブース (booth) と呼ぶ区画が与えられて、そこにポスター、製品見本、応接デスク等が用意される。前述のポスターセッションのビジネス応用版ともいえよう。

ライバル会社も出展することが多いし、訪問者や商談

コラム

「Executive Summary」

Executive Summary とは、厳密性が求められる学術論文のサマリーやアブストラクトとは異なり、新規事業提案や起業のための Business Plan (事業企画書) で冒頭につける要約が語源である。この文章には投資家、企業経営幹部への売り込み文句をシャープに書く必要がある。最近はもう少しジャーナリストティックに、調査報告書や一般的な提案書などにも使用される用語になっている。

展示会などで新製品・新サービスの内容を説明する文書にも、最初にこの Executive Summary を付けることがある。Press Release (報道発表資料) の冒頭の数行がこれに相当するが、読者に要点を簡潔に伝えることを目的にする。

“Elevator Pitch” という jargon (専門用語) がスター

トアップ企業*1 関連の業界で使われている。新ビジネスの企画書を持って VC (Venture Capitalist) 事務所を訪れた提案者が、昼休みになったため VC 経営者にそのビルの上層階にあるレストランに誘われた。これ幸いと同じエレベータに乗り込むと、いきなり彼は「君の提案は何か？」と質問を投げってくる。くたくだ説明していると、レストラン階に着いてしまい「あ、そう……では Bye Bye」と帰されてしまう。つまり、エレベータの上昇時間 (30 秒から 2 分) で の要点説明が求められることをさす。

会議時間が長いのが、多くの日本企業での伝統ではあるが、この事例のように数分で提案を説明できる準備もまた重要である。以前、会議室に立席用の背の高い机だけを置いて、立ったまま会議をする某企業の報道があったが、今はどうなっているのだろうか。

*1 スタートアップ (Start Up) 企業とは創業して間もない会社のこと。日本では「ベンチャー企業」と言われるが、米国ではこの表現の方が客観的で好ましい。

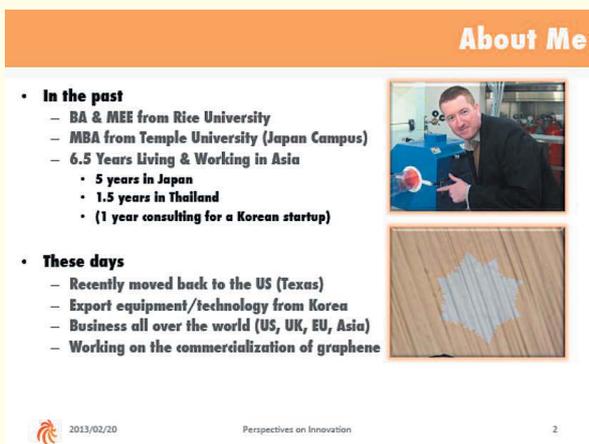
コラム

「自己紹介・自社紹介」

少し長い時間を割り当てられたシンポジウムや、業務紹介などの場合、簡潔にスライドで自己紹介をするのがよい。聴講者に自分のポジションやバックグラウンドを伝えることが良い導入部となる。

次のスライドは、米国の友人のスライドの例⁽³⁾である。カジュアルに“About Me”と題名を付けることも米国ではよくある。

これを文章化して予稿集に経歴を書くこともあるが、それを *Biography*、あるいは短く *Bio* (バイオ) と呼ぶ。米国のスタイルは、現在のジョブタイトル(所属・肩書き)、業務内容、職歴、学歴、所属学会、表彰等を簡潔に書く。現在から書き始めて過去に遡るスタイルが多いところが、日本流とは異なる。日本企業の名刺に印刷された所属部署と肩書きを直訳す



About Me スライド

の数が数値的に記録され、ビジネス成果につながるので十分準備しておかねばならない。

トレードショーのブースでは、まず、通り掛かった人々の注意を惹くことが必要だ。そのためには、何かのシステムやビデオなど、何か動かして見せられるものがあるとよい。人は、動くものに自然と興味を持つからだ。

次に、展示に興味を持っていそうな訪問者を見掛けたら、まず軽く声を掛けてみる。例えば、“May I help you?”と声を掛け、相手が話すきっかけを作る。

トレードショーのブースの場合、訪問者の関心レベルはかなり多様だ。ところが相手の関心や専門分野などは話が進まないと分からない。そういう状況の中から相手に合った会話を発展させるために、「展示してあるものは、一言でいうと何なのか?」「どこがすぐれているのか?」「それを買う人、利用する人にとってのメリットは何か?」を平易な英語で、短時間で説明できるように

ると外国人には意味不明となることがあるので、英米語的な意識がよい。

要は、誰に、何のために、自分の背景を説明するのかという目的をしっかりと意識することだ。

なお、CV (Curriculum Vitae) という英文履歴書はもっとフォーマルに様式を守って書くべきであろう。IEEE に表彰申請のため所定の履歴業績書を書いたことがあるが、全て現在から過去に遡る順番で記述するよう指定されていた。学歴や業績は古くなると価値が下がるし、評価する人の視点からも関心が低いのがその理由であろう。

欧米流 CV は、日本式履歴書とはいろいろな点で違いが多い。そこで初めて作成する場合は、見本や前例を参考にすることをお勧めする。Web 上には、CV の書き方を指南する Web サイトが多数あるので、見本や助言を探すのに役立つだろう。

LinkedIn というサイトを御存じの読者も多いことと思う。これは、履歴書を載せる専門のサイトで、同業同士のネットワーキングや意見交換に利用されている。そのため欧米では仕事探しに必須という人は多い。また、プロフィールの書き方、語彙、業績の記述など、似た分野の人々の CV が、数多く載っているため、自分の履歴書に磨きをかけるために参考になる。

履歴や業績の表現は、日本人にとって大袈裟と思うぐらいがちょうどいい。謙遜して控えめに書くと、読み手はそれを真に受ける。こういう文化の違いは言葉ではなく心の置き場所の違いだから、慣れるにはかなり時間が掛かる。英文履歴書を作ったら、経験のある人や英語が母国語の友人などに見てもらい、アドバイスを受けることが望ましい。

しておくことが必要だ。訪問者にとり、展示会には気を惹くものが多い。どのブースでも立ちっぱなしの説明と会話になるから、集中力がどうしても落ちる。そういう状況で、ピカッと光るためには、この例のように相手に分かりやすく、したがって印象に残る工夫が必要だ。

こうして「つかみ」を得たら、あとは専門領域へ徐々に会話を運んでいけばよい。



4. マルチラテラル会議のコツ

このレベルの会議と交渉を英語で成し遂げることは相当にハードルが高い。しかし怯むことはない。経験を積み、ヒアリング力、交渉ノウハウと語彙力を増せば達成できる。困難な仕事の方が、成功したときの達成感が得られる。その積み重ねで、マズロー (A. H.

Maslow) の説く「自己実現」に近づける。

最近、英国人や米国人の話す英語だけでなく、国際共通語としての英語を聞き取る重要性が増している。

米国カリフォルニア州にあるシリコンバレー (Stanford University や Apple, Facebook などの本社が所在する) に行くと、インド人英語、中国人英語、韓国人英語などが氾濫しているが、全て機能している。ちなみに Apple 本社がある Cupertino 市長は韓国系である。

日本での英語聞き取り訓練は American 英語 (それも東部地方) と British 英語に偏重しているが、実践でその他の英語を自ら頭脳の音声認識データベースに加えてほしい。経験を重ねると、フランス人、ドイツ人、イタリア人、ロシア人など、英語発音でその人の母語の見当がつくようになる。

意見が対立する時、それを打開するためには相当な覚悟が必要となる。普段、仲良く関係を築いていても、国や組織、会社を背負っている場合は簡単ではない。

解決の原理は「win-win」であろう⁽⁴⁾。相互に解決策 (*common solution*) を持ち寄って、より良い合意を見出すこと。一方で、どこかの企業・組織が相当に強い (と知っている) 提案とぶつかると、相手との妥協は自分に不利だと信じているので、結果的に“de fact” (事実上の標準技術) を目指して物別れになる。それも場合によってはよいと思う。最後は最高責任者の決断だ。マーケットに製品を出荷して勝ち負けを競う、組織ぐるみ、場合によっては国家を巻き込んだ勝負になるので、勝ち負けは別にしても「生きがい」を感じるかもしれない。

そんなイチかバチかのリスクを避ける方法がある。

国際的な「共同開発」である。この方法だとほぼ完成した技術・サービスを互いにつけ合っ争いになることはない。未熟な段階でマーケットニーズと技術提案を持ち寄って、多少の年月をかけて共同で技術開発を実行する。知的財産権も共有、あるいはプール制にする。そのためには、ルールや前例に厳格な公的国際機関の枠内では交渉が難しいので、その外に自由意志で結集する「フォーラム」を作り、そこで議論し結論をまとめる。

全体会合では、参加者は「建前」しか発言しないので、本音を聞き出して共通の解決を探る方法がある。

例えば：

“So many opinions are presented. How about considering them further with coffee or tea? I would like to propose to have a 30 minute break.”

“Let me propose common solutions for our opposing issues.”

こんな厳しい交渉に陥る事前には、「発言力」を得ることが大切である。発言者の意見に会合のキーパーソンに耳を傾けてもらうには、それなりのノウハウがある。日本人には比較的得意分野だと思うが、会議に関する庶務的な役割を自ら積極的に進んで受け入れて誠実に実行することである。俗に「雑巾がけ」ともいう。議長や発言者の論点を黒板に記す書記役、会議室予約の支援・連絡、PC 設定のサポート、懇親会幹事など。

更に、重要な提案を会議に持ち込む場合には、直接の対抗意見の相手ではなく、その周辺の賛同する可能性のある国・企業に、事前に根回しをすると効果がある。日本的な「根回し」は国際的な人間関係づくりでも有効であることは実証されている。

合意を得るためだけに、自らの提案を捨てて、容易に相手の提案に追従することはよくない。一旦、正式に提案した以上、簡単に引き下げることはその後の信頼度を下げる。

“Bad boy” といわれようとも (それまでに議長と主要メンバの信用を得ていれば、その言葉はむしろ褒め言葉ですらある)、合理的に納得が得られるまで、説明を尽くして主張を貫くべき。

最終的な決着方法の提起、合意形成イニシアティブは議長の仕事である。

多くの場合、論点が多方面に広がり参加者の利害分野が集中的ではないことを見抜き熟慮して、議長から総合的解決案 (*package proposal*) を提示する。技術的には A の勝ち、ビジネス的には B が有利、世間受けは C とかを組合せて妥結案を作る。案外、外国人もメンツにこだわることは多い。

国際会議での事例ではないが、米国でテレビ放送番組に関し、その VTR (英語では VCR: videocassette recorder) による録画の著作権問題が裁判所で争われたケースがあった。原告のハリウッド映画業界は被告 VTR メーカーの Sony に負けた。しかしその後、VTR 録画機(その後は DVD)が安価になり世界的に普及した。結果としてハリウッド映画界にとっては映像ソフトの販売ビジネスを創出することができ、結果的に大きく業界を成長させた。



5. 重要人物と知り合う

国際学会に参加する機会を得られたら、それを最大限に生かしてほしい。

学会・セミナーで、是非とも知り合いになりたい人物をフォーカスする。その人の経歴や講演予稿集 (VIP は事前に掲載しないことが多いが) をしっかり読んでおく。



図1 Multilateral Meeting

英語ヒアリングの能力不足を補うため、遠慮せずに最前列に座るのがいい。ただし、中央は外して端から1/3くらいの位置が最適

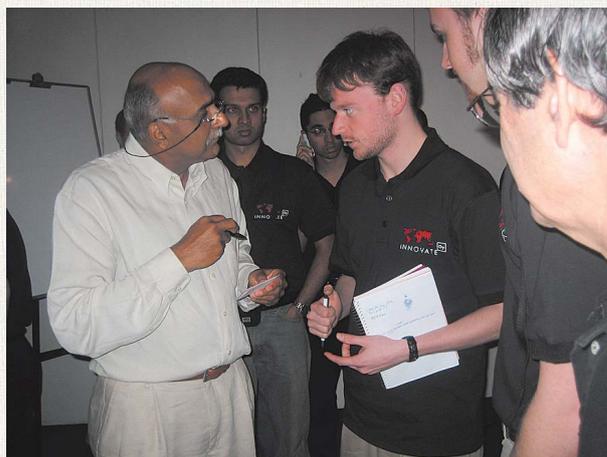


図2 質疑応答

相手の目をしっかり見て、質問し、返答する。日本の習慣とは異なるので練習が必要

コラム

「たかが呼称、されど呼称」

会議などで一緒になった相手をどう呼ぶかは、簡単なようでいてなかなか難しい。

ファーストネームで相手と呼ぶことは、米国流ビジネスパーソンの流儀になっている。ところが、日本の環境では、家族や子供時代以降は下の名前で呼ばれることは普通はない。だから、自分よりも年長の人や、会議の議長などをファーストネームで呼ぶことに抵抗を感じる人もいるかもしれない。また、自分を下の名前で呼ばれることは気持ちが悪いと感じるかもしれない。

世界の国々には、family name, middle name, given name など個人名の数や順序には様々な形式があり、各民族の文化の違いが反映されている。したがって、無理に米国の習慣に合わせる必要はない。どのみち、Ikeda であろうがYoshikazu であろうが先方にとって、どちらが言いやすいが、親しみがあるか、ほとんど違いはないと思う。

北米で生活し仕事をするために、あえて、日本名の下の名前を簡略化したり、米国人に発音が容易なニックネームを作っている人も多い。それも現実的に良い方法だろう。

一方で、日本人の呼称として広く知られるようになった「何々さん」(san) を付けて苗字で呼んでもらう方法もある。それが、何かエキゾチックで、親しみを表現できる方法とを感じる外国人もいるようだ。

“女性の呼称はMsが国際標準”

女性の呼称を、婚姻の有無で区別するのは過去の習慣となった。今では、Msを使うことが国際マナー

になっている。

女性だけにあった、Miss, Mrsの区別は、女性が自立した市民として認められていなかった時代の習慣だ。21世紀の今、国際会議やビジネスに携わる女性や、職場の同僚の女性は立派な大人、プロの職業人である。そういう人々に古い習慣を持ち出すのは失礼と心得てよい。Miss, Mrsを使う男性に悪気がないということが問題なのではない。彼が女性のそういう気持ちに感性のアンテナを張っているかどうかを、相手は見ている。

女性の中には、MissやMrsで呼ばれたい人もいるかもしれない。それは個人の好みとして尊重すべきだと思う。そういう場合、初めのうちは分からないから、やはりMsを使って会話を始めればよい。相手の女性にあえてMissやMrsを使ってほしいという希望がある場合は、自分からそう言ってくれるだろう。

Mrsには、現代のヨーロッパでは大人の女性という意味が込められているようだ。しかも、ヨーロッパは、女性も男性も、大人であることを前提にした社会である。国際会議の多くは欧州起源のものが多いため、採決方法など欧州の習慣がそのままルールになっている場合が多い。しかしMiss, Mrsの区別を止め、Msを使う運動が始まったのは北米である。国際会議、国際ビジネスのリーダーたちの集まる社会では、女性の呼称はMsである。

言葉もまた社会の変容とともに変化を遂げる。現代の国際会議、国際ビジネスでは女性に対しても時代にふさわしい呼称を使いたい。

何語であれ、何人であれ、相手の呼び方には人と人との心の距離や、呼称の生まれた文化と習慣が込められている。そういったことを尊重することと、その自分の気持ちが相手に伝わるのが異文化コミュニケーションには必要である。

講演会場では、英語力の不足を補うため最前列に座る(遠慮は不要)。ただし、正面は避けて正面視線の30度くらい左右に外れた場所が最も良い(図1)。

講演をしっかりと聞いて、質問セッションではがんばって「良い質問」をする。できるだけ最初に手を挙げる。良い質問とは本質的なポイントをつくもの。それなりの返答があれば、この段階では素直に引き下がってよい。

直後のコーヒープレークでは、すぐに講演者に近づいて挨拶し、追加の質問を投げる。レセプションや学会ディナーがあれば必ず参加して、話をつなぐ。良い質問ができることは、熱意 (*enthusiasm*) の発露であり、通常は好意を持って受け止められる。

ヒアリングにまだ自信がない時などは、相手に次々と質問を投げ掛けると良い。その人の出身国のこと、開催地の印象、食べ物など、ともかく懸命に質問を考え続ける。

常日ごろから日本語コミュニケーションでも意図して、質問力⁽⁵⁾を鍛えよう(図2)。

よく、パーティでは、天気の話、観光名所など平易な会話を選ぶべきと英会話入門書に書いてあるが、専門家同士の会話では余りに幼稚な内容では、本人の知能レベルを疑われる。時事ニュース、政治、経済、文化も積極的に取り上げよう。そのために常に日本の宗教、文化、歴史、外国の歴史、文化、政治、スポーツ、食文化などに関心を払って関連の雑誌や書籍を読み理解を深めておきたい。

■ 文献

- (1) 梶本裕之, “電通大1年生に1日1時間の英語学習を勧める根拠,” <http://kaji-lab.jp/ja/index.php?plugin=attach&pcmd=open&file=TimeIsPriorToMethodForEnglishLearning>.

pdf&refer=InvitationForStudents, 2013年8月19日閲覧。

- (2) Guidelines for Presenters – Lecture & Poster Sessions, Kaleidoscope Conference, Kyoto, Japan, April 2013.
- (3) J.P. Frantz, “Perspectives on Innovation in the US and Asia,” Int. Symp. Innovation and Meta-Engineering, p.2, Tokyo, Feb. 2013.
- (4) ロジャー・フィッシャー, ウィリアム・ユーリー, ブルース・パットン, 新版ハーバード流交渉術, TBSブリタニカ, 1998.
- (5) 齋藤 孝, 質問力一話し上手はここがちがう, 筑摩書房, 2003.

池田佳和 (正員)

昭44東大・工・電気卒。昭46同大学院修士課程了。同年国際電信電話(株)入社。以来、国際電信交換機、共通線信号方式(SS-No.7)の研究開発と国際標準化に従事。日本インターネットエクスチェンジ(株)社長、東工大特任教授等を経て、現在、大谷大学文学部教授。平16年度情報通信技術賞(総務大臣表彰)。IEEEフェロー。著書「国際通信」など。



栗崎由子

1978東大・教養卒。同年NTT入社。ISDN等新サービスの市場調査を担当。1989より、公募で経済協力開発機構(OECD, パリ)、1994よりSITA(ジュネーブ)勤務。ITU-T標準化会議、通信市場競争政策国際協議等、多数の国際交渉に参加。現在は国際会議アドバイザー。毎年100人の国際会議初心者育てたい。BHNテレコム支援協議会欧州代表、NPO国際人材創出支援センター(ICB)役員(ボランティア)。

