

国際社会に通じるビジネスレターを考える

- closing 部分を中心に -

小西和久 (三井物産)

英米人と日本人が書いた英文ビジネスレターのclosing部分を比較してみると、両者の間に何か大きな違いがあるという印象をしばしば受ける。一言でいえば、日本人にとっては英米人が作成したclosing部分は概して、ぶっきらぼうと思えるほど簡潔であるが同時に、重要な役割をレター全体の中で果たしているという印象である。そこで英米人と日本人が作成した英文ビジネスレターのclosing部分を比較し、日本人ビジネスマンとしてどのようなことに留意してclosing部分を作成すべきかを考えてみたい。

A. 英米人が作成したclosing paragraphの例:

1. This claim has been pressed repeatedly since the shipment took place in 1982. I really do feel there is no likelihood now that the shipowner is going to offer any compensation for the losses reported in Nigeria.
2. How soon could we expect delivery after you receive an order? Delivery point is Needham, Massachusetts. We do not have a railroad dock at Needham.
3. I am somewhat disappointed, since I expected an improvement with the use of a lower current density.
4. I trust the analytical methods will remain confidential between the two companies.

上記の4例を読んでもみると、極めて唐突にレターが終わった、あるいは、これがclosing paragraphだろうかという印象を受ける。

B. 日本人ビジネスマンが作成したclosing paragraphの例:

では、日本人が作成するclosing paragraphの例をいくつか見てみよう。

1. If we can be of any further assistance, please do not hesitate to contact us.
2. We look forward to working with you to increase your sales in this territory.
3. We feel sure that the conditions we offer are fully competitive with those of other suppliers and hope to receive a favorable reply from you in the near future.
4. We therefore would like to ask you to reconsider our original offer. We feel sure that our combination of reasonable price, high quality, and attractive payment terms are unbeatable and look forward to hearing the results of your reevaluation of our offer.

上記4例を含めて、日本人ビジネスマンが作成したclosing paragraphに関する筆者の印象は次のようなものである:

- "look forward to hearing from you"、"hope to receive a favorable reply from you"、"do not hesitate to contact us" といった定型的で形式的なclosing para-

graphが多い。

- 日本人が書いたclosing paragraphは、概して、丁寧である。

C. 日本人のclosing paragraphに対する考え方：

前述 A.とB.の英米人と日本人によるclosing paragraphの実例を比較してみると両者の間にclosing paragraphに対する何らかの考え方の違いがあるように思われる。この考え方の違いについては後述するが、違いが生じる原因は、日本人ビジネスマンが一般的に言って英文ビジネスレターの全体的構成がどう有るべきかといった十分な知識を持たず、その一部であるclosing paragraphの書き方に関してもほとんど知識を持っていないことに有ると思われる。では、一般的に日本人ビジネスマンはどのような考え方に従って、英文ビジネスレターのclosing paragraphを作成しているのでしょうか？筆者の推測は日本文ビジネスレターの結びを作成する場合と同じような考え方で臨んでいるのではないかということである。

D. 日本文ビジネスレターの結び：

では、日本文ビジネスレターの結びを書く場合の留意点とはどのようなものでしょうか？PHP研究所の「ビジネス文書ハンドブック」は次のように説明している：

「末文は、主文（本文）が終わったら書くもので、〈結びのあいさつ〉と〈結語〉で構成される。とくに本文が非常に簡単な場合は、あいさつを省略して、いきなり「敬具」で結ぶこともある。簡素化という点では、外国流でよいのだが、その用件を簡潔に再表現することによって、先方に念押しの特長もあるから、末文を使ったほうがよい。」同書は慣用的に使われる末文として「お礼かたがたご案内申し上げます」、「ごあいさつかたがたご依頼申し上げます」、「今後共よろしくお引立てをお願い申し上げます」、「右重ねてお願い申し上げるとともに、何分のご来示をお待ちいたします」、といった例を挙げている。

ここで注目したいのは「末文は、主文（本文）がおわったらかくもの…」という点である。日本文ビジネスレターの構成は一般的には：

前文： 頭語（拝啓など）

時候の挨拶（例：厳寒の候など 一 省略することがある）

安否・感謝のあいさつ（例：貴社益々御清栄の段お慶び申し上げます。

弊社の業務に付きましては日頃格別の御高配を賜り厚く御礼申し上げます。）

主文： 書き出し（さて、）

用件

..

用件

末文： 終わりの挨拶

結語（敬具など）

となっており、結論は本文の用件の中で既に述べられて居り、末文の「終わりの挨拶」は前述のように本文中の結論の極めて簡潔な「再表現」に他ならないということである。

E. Sense of Closure について：

日本人ビジネスマンは一般的に、この様な日本文ビジネスレターの末文の影響を受けた

"Sense of Closure"を持って英文ビジネスレターのclosing paragraphを作成し、その場合に前述のような日本文ビジネスレターの結びの挨拶にぴったりと合う英語表現が無い場合、英文ビジネスレターのclosing paragraphで使われる慣用句を使用しているものと推測される。こうした慣用句には次の様なものがある。

1. We look forward to hearing from you.
2. We hope to hear from you soon.
3. Please feel free to contact us at any time.
4. If you have any questions, please don't hesitate to call.
5. We thank you for your cooperation in advance.
6. Trusting we shall have your cooperation in this matter,

F. 日本人ビジネスマンが作成した英文ビジネスレターのclosing paragraphの考察:

ここで、前述のB.4のclosing paragraphがレター全体の中で、どの様な役割を果たしているのかを考察してみる。

Thank you for your letter of 31 August 1987.

We have carefully considered the matter with the manufacturer but regret to say that we are unable to accept your counteroffer. The price you propose is considerably below those of other suppliers, and we do not believe that you will be able to obtain equipment with the performance you desire at a price lower than ours.

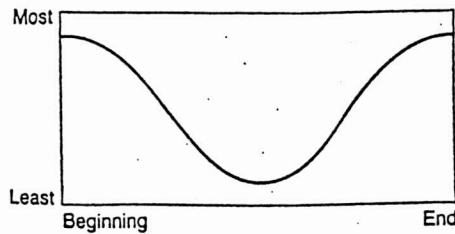
We therefore would like to ask you to reconsider our original offer. We feel sure that our combination of reasonable price, high quality, and attractive payment terms are unbeatable and look forward to hearing the results of your re-evaluation of our offer.

このレターが書かれたbusinessの詳しい背景は不明であるが、筆者の印象では、closing paragraphは"We feel sure that our combination of reasonable price, high quality, and attractive payment terms are unbeatable."のみの方が、この会社のofferが非常にcompetitiveであり、譲歩する気持ちが無いという強い印象を残し、より効果的と思われる。つまり、相手側の提案している価格がかなり世間相場より低く、自分の価格とその他条件が本当にunbeatableであれば、reconsiderして欲しいなどと要請する必要はないわけである。やはり、「弊社として最善の努力を致しました条件につき、何とぞ御再考の上、早々のご返事を賜ります様、お願い申し上げます。以上、取り急ぎお願い迄」、といった感覚、即ち、日本文ビジネスレター的な丁寧さ並びにsense of closureに基づいて書かれた英文ビジネスレターという印象を受ける。

G. Emphatic position としての Closing paragraph:

では、英文ビジネスレターの中で、このclosing paragraphは他のparagraphとの比較においてどの様な位置的特徴を持っているのか、また、どのような機能を果たすことを期待されているのかを考えてみたい。

Ruth G. Newmanは"The things you say first and last will have the most impact...."と述べており、Mary Munterは次の様な"Audience Memory Curve"により受手がmessageの最初と最後の部分を最も良く記憶することを示している。



つまり、closing paragraphはopening paragraphと同様に、messageを受手に最も強調でき、受手の記憶に最も留め置く事が出来る非常に重要な部分ということになる。

H. Closing Paragraphの使い方：

では、受手に強いimpactを与えることが出来、従って受手の記憶にmessageをより効果的に留めることが出来るclosing paragraphを具体的にどの様に使うべきかであろうか？この点に関する米国のBusiness writingの専門家の意見は大方、次のようなものである。左側がclosing paragraphに期待される役割、右側がそれを果たす為の手段である。

役割

Sense of closure

Strong final impression

Induce action or attitude you want

Establish goodwill

手段

Don't introduce a new topic.

Decide how you want to close, say it once, then get out.

State a main point or reiterate important points

Avoid weak closings (avoid cliché and participial endings)

Give a reason to respond

State desired outcomes

Recommend actions or steps to be taken

一般的にいて、英米人の作成したclosing paragraphは上記のように送手がもくろむ行動を受手に取らせるように、受手に強い印象を与えることを意識して書かれているように思われる。このことが前述の「ぶっきらぼうと思えるほど簡潔であると同時に、より重要な役割をレター全体の中で果しているという印象」の原因になっているのではなかろうか。

I. Direct strategy vs. Indirect strategy：

上記のように、closing paragraphにはいくつかの期待される役割とそれを果たすための手段がある。しかし、これら全てをclosing paragraphに盛り込まねばならぬということではなく、送手が英文ビジネスレターを書く目的と特定の状況に従って役割と手段を選別すればよい。但し、closing paragraphだけがletterの中で、独立して存在することは出来ず、それが果たす役割は、letterのもう一つのemphatic positionであるopening paragraphやleast emphatic positionであるmiddle sectionがどのような役割を果たすかに依る。

opening, middle, closing paragraphの役割を検討するには、いわゆる”direct strategy”と”indirect strategy”という二つのbusiness letterを書く場合の戦略を考察する必要がある。

米国のbusiness writingの専門家は、結論を先ず述べてから理由や分析の内容を説明するdirect strategyとleast controversial point、即ち、議論の中心からはかけ離れたpointから入って行き、色々な説明や分析を通じて徐々に核心に迫り、最後に結論を述べるindirect strategyをビジネスの状況に応じて使い分けるべきであると主張している。この主張は英語コミュニケーションにおけるメッセージの伝達はinverted Pyramidの形をとる、という日本人の一般的な理解とは異なるものである。

では、direct strategyとindirect strategyという二つの正反対なアプローチをどのように使い分ければよいのだろうか？Maryann V. Piotrowskiは次のような運用基準を挙げている：

- How interested is the reader in the subject ?
- Does your reader have bias toward your conclusions and recommendations ?
- What is your credibility with the reader ?

つまり、受手がその用件に大した興味を持って居ない場合には結論を冒頭に、逆に受手がその用件に興味を持っている場合には、議論のprocessにむしろ関心があるため、結論は後回しでよい；受手がその用件に対し先入観を持たず白紙の状態、或はplusの先入観を持っている場合には、結論や進言は冒頭にもってくる。逆の場合には、明解で説得力のある議論を展開した後、結論を明らかにする；送手の受手に対する信用度が高ければ、結論を先に、低ければ筋道の通った議論で信用度を上げてから結論を述べる、ということである。上記より、messageの組立方としてinverted pyramidあるいは、direct strategyが英語コミュニケーションにおいて万能ではなく、状況によっては、indirect strategyが必要ということになる。ビジネス・コミュニケーションにおいては相手を説得せねばならぬ状況が頻繁に起こるため、実はindirect strategyは非常に重要なアプローチということになる。また、Newmanは次の様に説明している：

The things you say first and last will have the most impact; so if you wish to deemphasize or "bury" information, place it in a middle section of your document.

すなわち、結論をあまり強調したくない、あるいは目立たせたくない場合には結論をmiddle sectionに書くというindirect strategyの変型使われるわけである。

J. 結論 - 日本人ビジネスマンとしての留意点 (opening paragraphも含めて) :

前述の「ビジネス文書ハンドブック」に次のような日本文ビジネスレターの例がある：

文例1

拝復 毎度格別のお引き立てにあずかり厚く御礼申し上げます。

さて、本月10日、貴信拝受いたしました。お申し越しの「HZ」の価格につきましては、弊社といたしましてはギリギリの線を出しておりますので、この点だけはどちら様にも御勉強の余地はございません。

ご承知の通り、.....

文例2

急啓 9月10日付当社日購第80号により注文いたしましたFD200箱は、注文先のR商会より本日(15日)突然、「都合により注文を見合わせたい」という連絡がございました。

まことに申しわけございませんが、上記注文を取消させていただきたくお願い申し上げます。何とぞ事情ご了解のうえ、発送も停止して下さるようお願いする次第でございます。

はなはだ勝手なお願いで恐縮に存じますが、どうぞ今後ともよろしくお願い申し上げます。

まずは、とり急ぎ注文取り消しのお願いまで。

敬具

文例3

拝啓 貴社ますますご隆盛のこととお喜び申し上げます。毎々格別のご愛顧を賜り厚く御礼申し上げます。

さて、ご案内のとおり諸原料の高騰など昨今コストが徐々に高まってまいりました。当社におきましては生産工程の合理化、事務効率化などによりコストダウンに全力を尽くしてまいりましたが、これまでの納入価格では市場競争に打ち勝つことが非常に困難になってまいりました。

つきましては、まことに恐縮ながら、別紙により納入価格引き上げのお願いをいたす次第でございます。なにとぞ事情ご察察のうえご承諾いただきますようお願い申し上げます。

敬具

上記文例の結論の位置は下線を引いた部分で、文例1は安否・感謝の挨拶を除けばdirect strategy、文例2はindirect strategyの変型、文例3はindirect strategyで書かれていることが分かる。つまり、これらのstrategyは英文ビジネスレター特有のものではないのである。また、これらの文例から、「毎々格別の・・・」、「まずは、とり急ぎ・・・」、「貴社ますます・・・」、「毎々格別の・・・」といった安否・感謝や終わりの挨拶を取り除けば、そのまま英語に訳してもかなり英文ビジネスレターに近い内容と構成になることが分かる。

つまり、日本人としては唐突と感じるかも知れないが、このような日本文ビジネスレターに特有な時候の挨拶、安否・感謝の挨拶、終わりの挨拶を忘れて、英米的なsense of openingでもって英文ビジネスレターを書き出し、英米的なsense of closureでもって締めくくることが国際社会に通じるビジネスレターを書く一助になると考えるわけである。

参考文献：

Maryann V. Piotrowski, Effective Business Writing (New York: Harper & Row, 1989)

Marya W. Holcombe and Judith K. Stein, Writing for Decision Makers (New York: Van Nostrand Reinhold, 1987)

Ruth G. Newman, Marie A. Danziger and Mark Cohen, COMMUNICATING IN BUSINESS TODAY (Lexington: D.C. Heath and Company, 1987)

Charles T. Brusaw, Gerald J. Alfred and Walter E. Oliu, The Business Writer's Handbook (New York: St. Martin's Press, 1987)

PHP研究所 編 「ビジネス文書ハンドブック」PHP研究所、1988

物産研修センター編 「ザ・ビジネスレター」有斐閣、1988