

依頼表現に見られるポライトネス構成因子の多面性 —ニーズ分析からビジネスESP教育¹を考える—

島村 東世子
(有限会社イーグローブ)

山本 英一
(関西大学)

1. はじめに

まず、例文(1)を見ていただきたい。国際学会での発表者を募集する、日本人の手になるEメールの冒頭部分である。

(1) Please excuse me for interrupting you.

おそらく、日本語の「(ご多忙中) お邪魔します」を想定しながら書き始めたものと思われるが、学会というアカデミックな文脈であれ、本論で話題にしようとするビジネスの場面であれ、Eメールによる公文書としては、きわめて奇異な書き出しと言わざるを得ない。

昨今のインターネットの普及により、現在「Eメール」が国際ビジネスコミュニケーションのメインツールとなり²(島村、2006)、仕事で英語を使う場合に最も重要なジャンルの1つと考えられている。また、Eメールによって個人対個人コミュニケーションの確立や、景気低迷によるコスト削減を実現するために、国際業務関係に携わる社員のみならず、技術系社員であっても英語でEメールを書くことは最低限の技能と考えられている(岡本 & 阪井2007)。

ところが、例文(1)からわかるように、文法的には正しい英文が書けても、場面や状況に見合った表現を使うことができるかどうかは、また別の能力が求められるところである。日本人に限らず、外国語としての英語を習得しようとする学習者の間で、場面や状況に対する配慮、すなわち語用論的要素への配慮が欠けていることがすでに指摘されているが³、コミュニケーション重視を謳いながら、英語を使用する目的を明確に同定せず、したがって使用場면을軽視しがちな日本の英語教育にあっては、ポライトネスの問題を含む語用論的視点は、まだまだ正当な評価を受けているとは思えない。具合の悪いことに、この種の配慮を欠く表現が談話に紛れ込んだとしても、傲慢すぎる、あるいは丁寧すぎる口調だという印象を相手に与えるものの、クレームが出るほど深刻な誤りとは言えない。たとえば、冒頭の例文(1)を含むEメールの趣旨は論文の公募情報であって、その書き手に、表現の不適切さを敢えて指摘しようと思う人はどこにもいないであろう。このように、語用論的誤りは、結局使い手の気に留まることのないまま見過ごされてしまいがちである。

昨今、「英文ビジネスEメールライティング研修」が企業研修として複数の企業で行われているが、著者(島村)が行う「英文ビジネスEメール初級コース」においても、異文化間での語用論的ポライトネスへのアプローチが不可欠な指導項目であることが様々なニーズ分析によって明らかになってきている。本稿では、前半部分で、企業研修としてESP教育を実施する過程を通じて、依頼表現に関して改めて見えてくる問題点を紹介し、後半部分で、日本的誤りの背景にある原理を、Brown and Levinsonが提案する“Face”や、さ

らにはSpencer-Oateyの提案する“Sociogrammatic Interactional Principles”(社会語用論的相互作用の原則)の概念も援用しながら考える。その中で、ビジネスの現場で使える英語を目指す教育として単純化されがちなビジネスESP教育には、実は考慮すべき諸相が多面的に横たわっていることを明らかにしたいと思う。

2. ESP教育としての英文ビジネスEメール講座

2.1 英文ビジネスEメール初級コース

本稿で紹介する「英文ビジネスEメール初級コース」は、本稿の筆者が行うものであり、現在、国際的な取引をしている企業を中心に行なわれているが、今はまだ国際的な取引をしていない企業でも将来を見据えた教育として行われる場合もある。研修の形としては、新入社員研修や、現場を担当する中堅社員向けの研修、全社的な研修など様々な形態で行われており、受講生の職種は、技術職、事務職、営業職、と多岐にわたる。また、研修先の企業の規模は大企業から中小企業にわたり、外資系企業のみならず日本企業においても活発に行われており、業種もIT企業をはじめとする情報産業を含むサービス業の他、製造業、流通業と多様である。「英文ビジネスEメール初級コース」の到達目標は、『参考資料をもとに、ビジネスで最低限必要な定型フレーズと自分で作成した短い英文とを組み合わせながら、業務で通用する簡単な内容の英文Eメールが書けること』で、受講生は全て、現在あるいは今後、社内外に対して英文ビジネスEメールを書く必要がある者である。初級講座への参加条件は、高校卒業程度の英語力を有することとし、英語検定(TOEICなど)のスコア等は問わない⁴。

2.2 講座のためのニーズ分析

ESP教育においては、「ニーズ分析」は必要不可欠な作業(寺内 2000)である。そして、ニーズ分析のデータに基づき、学習目標と受講生の現実の言語能力とのギャップを明らかにし、それを基に適切な指導内容を考える(新田 2000)ことがコースデザインの基盤となっている。「英文ビジネスEメール初級コース」で行われたニーズ分析は以下の通りである。

- ① 企業研修担当者に研修の目的と現状等をインタビューして研修開催側のニーズを知る
- ② 受講生が実際に送受信しているEメールを収集・分析して、当該ディスコース・コミュニティの談話の特徴をつかむ⁵
- ③ 受講生に対するアンケートを通じて、英文ビジネスEメールを書く際に悩む点を調査し、受講生が問題と認識している事象をつかむと同時に、具体的なEメールの内容を調査し、②のデータと合わせてディスコース・コミュニティの談話の特徴を精査する
- ④ 受講生に対して、受講前にプレチェックシート(Appendix)を配布し、その回答から、受講生の「英文ビジネスEメール」というジャンルにおける英語能力の現状分析を行い、その結果から、受講生がビジネスをベースとしたディスコース・コミュニティに適切に参加するために必要な指導内容は何かを同定する

このようなニーズ分析を通じて、効果的な研修プログラムを組むのであるが、学習者をいわば英語のユーザーとして自律させるためには、英語運用能力を中心とする現状を把握

することがまず大切であり、上記④のプレチェックシートの実施と、結果の解析が重要な意味を帯びてくる。実際に、以下の節では、このプレチェックシートの分析から浮き彫りになってきた問題を中心に紹介する。

2.3 受講前プレチェックシート

受講前プレチェックシートとは、ビジネスEメールというジャンルの特徴である「利害関係に基づく談話の展開」を反映させた内容の日本語のEメールである。詳細はAppendixを参照されたいが、これを受講生に英語で書かせる目的は、受講生が①ビジネスEメールというジャンルの特徴を把握しているか、②ビジネスというディスコース・コミュニティに適切に参加できているのか、③初級コースというレベルが適切であるかを調査することである。これはニーズ分析における「受講者の現状分析」にあたる。

内容は、日常的にビジネスの場で使用される「注文」、「値引き依頼」、「商品未着の問い合わせ」の3パターンのいずれかを使用し、送り手と受け手のどちらに利害があるのかが明確な文脈とした。テスト形式は、敬辞と結辞を除いて6行以内、かつ総文字数100文字以内の日本語で書かれたEメールの英訳とした。難易度に関しては、全パターンとも「英文ビジネスEメール初級コース」で扱った練習問題の一部を使用し、2名の講師によってすべて同等の難易度とみなされたものを使用した。なお、プレチェックシート受験の際には、辞書や参考書を使用しても良いものとした。

2.4 「英文ビジネスEメール初級コース」での指導内容

「英文ビジネスEメール初級コース」での指導内容の指針は、染谷(1997)と島村(2006)で共に述べられている「英文ビジネスEメールの書き方のポイント」をまとめたものと、前節で述べた『受講生への受講前プレチェックシート』において、受講生が特に出来ない点とを突き合わせた上で、双方において一致して現れた項目をリストアップして作成されたものである。その結果、「英文ビジネスEメール初級コース」で必要とされる指導内容は、『英文Eメールの文体と形式に関する知識』『英文法の能力』、『語用に関する能力』、『異文化理解』、の4つのカテゴリに基づいた次の9つの項目があげられた。

- A. 簡潔・明瞭に書く(文体・形式カテゴリ)
- B. 演繹的な文章構成にする(文体・形式カテゴリ)
- C. 定型フレーズを適宜正しく使用する(文体・形式カテゴリ)
- D. 文をスムーズにつなぐ(文体・形式カテゴリ)
- E. 敬辞、結辞を正しく標記する(文体・形式カテゴリ)
- F. 主に能動態及び人格主語を使用する(文体・形式カテゴリ)
- G. 意味伝達が阻害される文法・語法の誤りがない(文法カテゴリ)
- H. 場面に応じた丁寧表現を正確に使用する(語用カテゴリ)
- I. 日本語文書特有の表現を不適切に用いない(異文化理解カテゴリ)

さらに、「受講生のプレチェックシートの回答」を分析し、誤りの多い順にチェック項目を並べたところ、表1のような結果となった。とりわけ、「項目H:場面に応じた丁寧表現を正確に使用する」という項目に関する誤りが一番多く、「項目I:日本語文書特有の表現を不適切に用いない」においても、その誤りが「丁寧表現」に関わっていることから、「英文ビジネスEメール初級コース」への申込者35名に対する講座の中で重点的な指導項目とすべきは『場面に応じた丁寧表現の指導』であることが判明した。

3. 分析（誤用例）

表1 誤りの多かったチェック項目の順位

順位	チェック項目	カテゴリ	出来ていない (35名中)
1	場面に応じた丁寧表現を正確に使用する	語用	31 (88.6%)
2	定型フレーズを適宜正しく使用する	形式・文体	21 (60.0%)
2	敬辞、結辞を正しく表記する	形式・文体	21 (60.0%)
3	文をスムーズにつなぐ	形式・文体	19 (54.3%)
4	意味伝達が阻害される文法・語法の誤りがない	文法	16 (45.7%)
4	日本語文書特有の表現を不適切に用いない	異文化理解	16 (45.7%)
5	簡潔・明瞭に書く	形式・文体	11 (31.4%)
6	演繹的な文章構成にする	形式・文体	0 (0%)
6	主に能動態及び人格主語を使用する	形式・文体	0 (0%)

(島村、2006より改編)

前節でA~Iとして項目別にリストアップした受講生の誤りの中から「丁寧表現に関する誤り」を抜き出し、それらをKJ法で分類したところ、表2のような結果が得られた。以下に項目ごとの誤りの実例をあげることにする。

項目1：使用されている丁寧表現が場面にそぐわない

表2：KJ法で分類した丁寧表現に関する誤りの分類

	項目	カテゴリ	数	%
1	使用されている丁寧表現が場面にそぐわない	語用	15	35.7%
2	丁寧表現として成立していない	語法・文法	11	26.2%
3	日本のビジネス慣習としての丁寧表現を不適切に英語で使用している	語用	10	23.8%
4	appreciateを含む丁寧表現が正しく書けていない	語法・文法	6	14.3%

*丁寧表現に関する誤りの具体例は合計42件

- (2) I'd like you to discount 5% for ABC product.
(商品ABCの5%の値引きをご検討願えないでしょうか?) *過小な丁寧性
- (3) Would you mind informing us when we can receive it under the shipment investigation? (いつ荷物が到着するかをお知らせ下さい。) *過度な丁寧性

項目2: 丁寧表現として成立していない

- (4) We order you the following goods. (以下を注文いたします。)

項目3: 日本のビジネス慣習としての丁寧表現を不適切に英語で使用している

- (5) Thank you for your always kind help to us. (いつもお世話になっております。)

項目4: appreciateを含む丁寧表現が正しく書けていない

- (6) I would appreciate it if you consider my request for giving a 5 percent reduction on the price. (5%の値引きをご検討願えないでしょうか?)

表2と誤用例からわかるように、受講生に共通する丁寧表現の誤りには4つのパターンがあり、それらはさらに「語用」と「語法・文法」の2つに大別されることが判明した。それでは、そのような誤りがどこから生じるのだろうか。次節では、理論的な枠組みも踏まえながら、問題の所在を明らかにしようと思う。

4. 考察

4.1 Faceへの配慮不足

まず、丁寧表現における語用に関する誤りとして、「使用されている丁寧表現が場面にそぐわない(項目1)」という問題がある。ここでの誤りは、「過少な丁寧性」と「過剰な丁寧性」であり、丁寧表現をビジネスのディスコースにおいて適切に使用できていないという事実とともに、受講生の丁寧表現に関する知識の乏しさが浮き彫りとなった。Brown and Levinson (1987: 61) が提案する“face”の概念を援用するならば、negative faceへの配慮不足(過小な丁寧性、または過剰な丁寧性)が災いしているといえる。

- (7) Positive face (積極的なface): 相手に褒められたい、理解してもらいたい、友人として、または信頼ある人間として扱ってもらいたいという我々の欲求
- (8) Negative face (消極的なface): 他人に仕事を押し付けられたくない、自らの意志で行動する権利を邪魔されたくないという我々の欲求

例(2)では、値引きを求められることによって、正札での取引を実行したいという相手の権利・欲求が脅かされる。すなわち、相手の消極的なfaceが脅かされることになるので、それを和らげるに見合った言語手段(丁寧表現)が講じられなければならない。一方、例(3)では、荷物の到着の遅延は発話者本人の損害を意味する。その場合、自らの消極的faceが脅かされることになるので、相手のfaceを考慮する丁寧表現は要求されない。それにもかかわらず、Would you ~? という丁寧表現が用いられるから、奇異な印象を与えてしまうのである。そのあたりのバランスを考えた表現の選択が、実は外国語学習者には難しい。

4.2 依頼をする権利の有無

さらに問題を複雑化させるのは、たとえば要求や依頼を発するとき、話し手が聞き手に対してそれを行なう権利・権限をもっているか否かが、faceを脅かすかどうかの判断に微妙な影響を与えるとともに、その判断が異文化間で揺れる点である。たとえば、Spencer-Oatey & Jiang (2003) は、6つの依頼シナリオをイギリス人と中国人の被験者に与え、複数の因子から優先するものを選ばせ分析を行なった。その結果、中国人はおしなべてfaceを考慮しているのに対して、イギリス人は、状況を細分化して、依頼をする権利があるか否か (entitlement) を判断材料にしてfaceを考慮する傾向のあることがわかった。

実際に、依頼する権利のあるかないかが、依頼表現を選択する重要な指標となっていることを示唆する研究が他にもある。Heinemann (2006) は、介護施設の患者に見られる依頼表現を分析し、権利の有無が用いられる助動詞の肯定形と否定形の違いに明確に現れることを報告している。

(9) Will you please take that? Then you are kind. (Heinemann 2006:1093)

(10) Won't you give me one more pillow in the back? (Heinemann 2006:1097)

例文 (9) は、患者が介護師に食事の終わった食器を下げるように頼んでいる場面である。一方、例文 (10) は、就寝時間になって枕を要求している場面である。後者では、患者は依頼に応じてもらう権利があるが、前者は、本来患者本人が行なうべき行為とされていて、患者が介護師に依頼をする権利はない。このように、依頼の権利がない場面では、相手の善意を引き出す (つまり、相手のnegative faceを脅かさない配慮の) 必要があり、ここでは肯定形のWill you~? が用いられる。“Please” や “you are kind” のような表現を補足しているのは、丁寧さを念押しするためである。一方、後者は、本来整っているはずの支度ができていない場面ゆえ、当然の権利に応じてもらっていない話者は、みずからのnegative faceを脅かされているという思いを、丁寧さに欠けると考えられる否定形のWon't you~? (どうしてしてくれないの?) に込めて表現しているのである。

4.3 社会語用論的傾向 (文化) と語用言語学的約束 (表現)

Brown & Levinson の face の概念も取り込みながら、より根源的な原理を目指す Spencer-Oatey & Jiang (2003) は社会語用論的相互作用の原則 (SIP) を提案し、その中で、丁寧表現に関する知識pragmalinguistic conventions (語用言語学的約束) と、faceを脅かすか否かを判断する根拠となる知識sociopragmatic preferences (社会語用論的傾向) を厳格に区別している。先ほどの Will you~? と Won't you~? の使い分けは、語用言語学的約束 (表現) に関する問題であり、使い分けの根拠となる、依頼する権利の有無を指標にしたfaceへの配慮は、社会語用論的傾向 (文化) の問題である。図1は、社会語用論的傾向の一つと目されるfaceへの配慮に関する3つの選択肢を表わしたものである。先ほど紹介した、「おしなべてfaceを考慮している」とされる中国人の例は、選択肢①を、介護施設における Will you~? は選択肢②、Won't you~? は選択肢③を、それぞれ根拠として語用言語学的約束に合致した表現が選択されたと考えられる。選択肢①では、依頼権

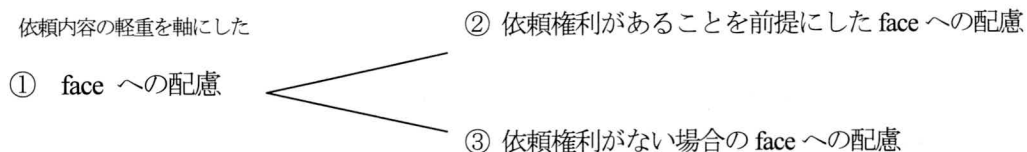


図1 社会語用論的傾向の一局面としてのfaceへの配慮のパターン

利に対する意識が欠如していて、(おそらく) 依頼内容を履行することが相手の負担になるか否かのみを踏まえつつ、相手(と自分)のfaceを値踏みしているのだと思われる。

4.4 社会語用論的傾向の相違：依頼権利の確認

ビジネスコミュニケーションとは、ビジネスの場において一定の現実的効果をあげることを目的とする動的な言語活動である(森川2005)と言われる。当然のことながら、取引の内容と、自分が置かれた立場を考慮に入れつつ、主張すべきことは明確に申し立て、妥協できることは相談に応じ、みずからなるべく有利な形で仕事をまとめることが求められよう。その言語活動の前提となる「社会語用論的傾向」の指標となる〈依頼権利〉が、中国人の例と同様に、日本語を母語とする私たちには欠けている(あるいは、少なくともその意識が希薄な)のではあるまいか?

百歩譲って、依頼権利の意識があったとしよう。しかし、ビジネスの場面で、それが前面に出るか否かは、次のような理由で疑わしいところがある。松岡(2006:117-8)によると、日本の社会文化の奥に「客なる神」という見方がある。しかも、この神々(複数であることを注意)は、「どこかにでんと居続けている主神的なものではなく、何かの機会にやってくる来訪神」で、場面によって上座に座るべき客神は入れ替わり立ち代り変化する。一方、(少なくとも日本の)ビジネスの場面では「お客さまは神さま」である。したがって、上司としての「わたし」は、社内というコンテキストでは上座を占めるべき客神であっても、取引という文脈に置かれた「わたし」にとっては、客神の座は顧客に取って代わられる。顧客への配慮を最優先する、そのような精神性のもとでは、そもそも「わたし」に依頼をする権利があるか否かは二の次、三の次の問題であって、依頼内容の軽重を含めて、状況を動的に捉えるなどという思考活動は停止してしまう。客神に対しては、常に丁寧がベストだからである。Faceの概念に還元して表現するならば、相手のnegative faceはもちろんのこと、話し手(わたし)のpositive faceが際立つ世界なのである。

そうだとすると、例文(2)や(3)に代表される過度な、あるいは過小な丁寧性の問題は、日本文化とは根本的に異なる社会語用論的傾向(図1、選択肢②③の要請)から派生するものとして捉え直される必要がある。すなわち、例(2)では権利として値引きを要求する立場にあるのかどうか、また例(3)では荷物到着の日時を知る権利があるのかどうかを、話し手が明確に認識する必要があるのである。普段日本語での発話では馴染みの薄い、この種の判断をし、それに基づいて、相手もしくは自己のnegative faceを脅かさない表現(語用言語論的約束)の選択をする。それが英語による動的な言語活動に欠かせない重要なプロセスだと悟らねばならぬ。その上で、例(2)においては、基本的に値引き要求の権利が自分にはないと判断されれば、相手のnegative faceを脅かさないことを保証する、より丁寧な表現が要求されることになる。他方、例(3)においては、荷物到着の日時を私は当然知るべき立場にあるはずで、自己のnegative faceが脅かされないよう配慮するだけで十分と判断される。相手のnegative faceに配慮した丁寧表現(Would you~?)は、むしろ滑稽と言えるのである。表現選択に先立って、まずは社会語用論的傾向を理解した状況査定が正しく行なわれる必要がある。

このように考えると、冒頭の例文(1)に現れた日本人流の配慮、すなわち相手によく思われたいというpositive face強調の姿勢も、社会語用論的傾向の違いが理解できていないことに端を発していると言える。他方、例文(4)(6)に見られる表現上の不都合(語法・文法的誤り)は、社会語用論的傾向ではなく、それに対応すべき語用言語論的約束、ある

いはそれ以前の（語法・文法）レベルに属する知識の欠如に起因している。

5. まとめとして

今回のニーズ分析から明らかになった問題点を、Spencer-Oateyらが提唱する社会語用論的相互作用の原則(SIP)、さらには文法・語法的知識の問題と重ね合わせて考えたとき、ビジネスESP教育と一口に言っても、注目すべき局面は図2に示すように複雑であることが浮き彫りになってくる。局面①に示される、母語における社会語用論的傾向と語用言語学的約束の対応については、母語が外国語学習に及ぼす影響を考えるとときに重要な要素ではなるが、ESP教育とは直接関係のないものとして当面は除外してよいだろう。

その上で、社会語用論的傾向の違いを吟味すること（局面②）、その違いに基づいて、的

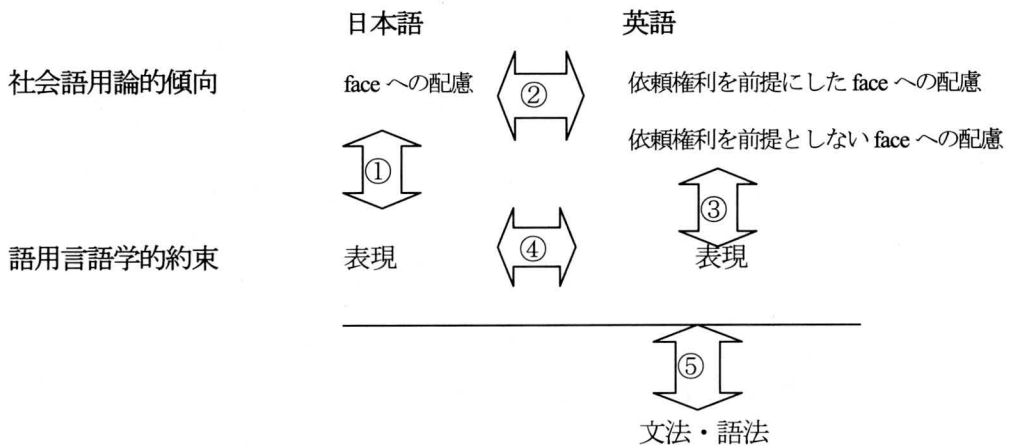


図2 依頼におけるポライトネスに関わる諸相⁶

確な英語表現を対応させること（局面③）、さらに日本語の近似表現と英語表現の比較（局面④）、あるいは英語表現の語法・文法的評価を行うこと（局面⑤）が関わってくる。さまざまな誤用として現れる学習者の英文は、見た目には同一起源のように思われるが、実は4つの局面が背景に潜んでいるのである。これら4つの局面をシラバスの中でどのように押さえていくか。学習者の英語運用能力はもちろんのこと、異文化に関する知識や適応能力も合わせて勘案すると、かなり複層的なプログラムが予想されるが、この点が今後ビジネスESP教育の充実を図る上で、検討されるべき重要な課題だと言えるだろう。

注

- 1 ESP (English for Specific Purposes) とは、「それぞれの学問的領域や職域には固有のニーズが存在し、そのニーズによって同質性が認知され、異質性も生じてくる。そして、同質性が認知された各専門領域内では『ディスコース・コミュニティ』集団が形成され、その目的を達成しようとする。その場合、各集団の内外において明確かつ具体的目標を持って英語が使用される。その際の言語研究および言語教育」をいう（寺内、2000）。
- 2 本稿では「企業・組織の内外で、商業上の取引や連絡のために送受信される、英語で書かれた電子メール」と定義する。
- 3 きわめて唐突で攻撃的に聞こえる表現の使用を指摘するCelce-Murcia & Larsen-Freeman (1998: 145) や、対人関係に関する配慮の希薄さを指摘したRose & Kasper (2001: 6) を参照のこと。
- 4 但し、これらの項目はあくまでも第一段階の項目分けであり、コロケーションや語彙選択などの受

講生の英語運用能力については、高次のチェックリストで対応するものとする。

- 5 ESPの二大構成要素は、学問的背景や職業などの固有の言語使用ニーズを持つことにより同質性が認められ、その専門領域において学問・職業上の目的を達成するために形成される集団である「ディスコース・コミュニティ」と、手紙、講演、会話、宣伝など、その「ディスコース・コミュニティ」内で扱われる様々な言語使用形態を意味する「ジャンル」である (Swales 1990, 寺内2000)。
- 6 本来、社会語用論的傾向には、faceへの配慮の他に、taskへの配慮やclarityの配慮も含まれるが、ここでは、全体像を明確にするために、それらを除外して示している。詳しくは、Spencer-Oatey & Jiang (2003) を参照のこと。

References

- Brown, P. and S.C. Levinson (1987). *Politeness : Some Universals in Language Usage*, Cambridge : CUP.
- Heinemann, T. (2006). 'Will you or can you?': Displaying entitlement in interrogative requests. *Journal of Pragmatics*, 38, 1081-1104.
- Sims, B. & Gulce, S. (1996). Differences between business letters from native and non-native speakers of English. *The Journal of Business Communication*, 29, 23-39.
- Spencer-Oatey, H. and W. Jiang (2003). Explaining cross-cultural pragmatic findings : moving from politeness maxims to sociopragmatic interactions principles (SIPs). *Journal of Pragmatics*, 35, 1633-1650
- Swales, J. M. (1990). *Genre analysis: English in academic and research settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 岡本清美& 阪井豊子 (2007). 「私家版コーパスを用いた英語ユーザー支援—英文ビジネスEメールライティング講座とのコラボレーション—」『関西大学大学院外国語学研究所紀要』, 77-90.
- 島村東世子 (2006). 『本当に役立つ英文ビジネスEメール』東京：日刊工業新聞社.
- 染谷泰正 (1997). 『英語ビジネスE-MAIL入門』東京：アルク.
- 寺内 一 (2000). 「ESPを知る」In 深山晶子 (Ed.) 『ESPの理論と実践』東京：三修社.
- 新田香織 (2000). 「ESPを知る」In 深山晶子 (Ed.) 『ESPの理論と実践』東京：三修社.
- 松岡正剛 (2006). 『日本という方法』東京：日本放送出版協会.
- 森川信男 (2005). 『ビジネスコミュニケーションの基礎理論』東京：学文社.

Appendix

プレチェックシート

以下の日本語のEメールを、英語のEメールにしてください。*辞書、参考書の使用可。

Steven Palmer様

いつもお世話になっております。

さて、商品ABCに関しまして、誠に申し訳ないのですが5%の値引きをご検討願えないでしょうか？

早急にお返事いただければ幸いです。

以上

自分の名前を英語で書く