

国際社会に通じるビジネスレターを考える

— 書き出し部分を中心に —

小西和久（三井物産）

国際ビジネスに於ける主要な通信手段は、現在、テレックスとファックスであるが、これらの手段を通じて伝達されるメッセージは、一時流行した省略形の「テレックス英語」ではなく、理解が容易な英文ビジネスレターの文体で表現されている。従って、日本人ビジネスマンにとって英文ビジネスレターを書く能力が必須となるが、彼らが最も苦手とするのがレターの効果を決定するとまで言われる opening paragraph の作成であろう。これには欧米のビジネスマンも苦勞すると言われるが、言葉のハンデを割り引いても日本人にとっての難しさは比較にならぬ様である。

そこで日本人ビジネスマンが英文ビジネスレターの opening paragraph 作成になぜ苦勞するのか、どうすればこの苦勞が軽減され国際社会に通じるビジネスレターを書く事が可能になるのか、英文と日本文ビジネスレターの opening paragraph を比較すると共に、米国の business writing の専門家の意見を参考にしながら考えてみたい。

1. 英文と日本文ビジネスレターの opening paragraph の例：

(例1)

You recall I wrote to you earlier this year regarding the pricing structure ex Japan; I would be grateful for a reply please.

(例2)

We have been notified by our operations staff that they are still encountering operational delays with the HDS unit. They are now projecting that the unit will not be fully operational until late September. Samples and specifications will not be available till then.

(例3)

拝啓 貴社益々御隆盛の段お喜び申し上げます。

毎々格別のお引立てにあずかりありがとうございます。

さて、本月10日付の貴発第80号のご注文書にて今回も多額のご用命を賜り、

まことにありがたく厚く御礼申しあげます。さっそく手配いたし、ご指定の期日までにお届けいたします。(PHP研究所編 ビジネス文書ハンドブック)

(例1)、(例2)と(例3)の背景にあるビジネスの状況は異なるが、英文例の方が遙かに単刀直入に用件に入っており、これが英文ビジネスレターの opening paragraph の特徴の一つと言えよう。

2. 英文ビジネスレターの opening paragraph の作成が日本人にとって困難な理由:

多くの日本人ビジネスマンは英文ビジネスレターを書く場合 opening paragraph に結論を持って来るべきと理解している。これが正しい理解であるか否かはさておき、いざ自分で英文ビジネスレターを書く段になると、なかなか思うように書き出せず、結果としてなんとなく間延びした opening paragraph を作成する事となる。筆者はこの原因は次の二点にあると考えている。

- 英語に訳出困難な、又、訳せてもレターの効果を損なう様な日本文
ビジネスレターに特有な儀礼的形式及び慣用表現が醸し出す「雰囲気」を英文ビジネスレターにも出そうとする。(例:新緑の候、貴社益々御清祥の段、お喜び申し上げます。日頃は格別の御支援を賜り、厚く御礼申し上げます。さて、・・・)
- 日本文ビジネスレターの起・承・転・結に沿った論理構成の英文ビジネスレターへの適用。

3. 米国の business writing の専門家の意見:

では、英文ビジネスレターの opening paragraph の書き方に付いて米国の専門家の意見をいくつか見てみよう。

a. Where to place conclusions:

Robert Gunning は "In reading for information, one resents every moment he has to spend." Ruth G. Newman は "Most frequently, the way to catch your reader's interest at once is to zero in on the main point: be absolutely direct." と主張している。然し、Newmanは "If your audience is likely to be caught off guard or offended by a suggestion, direct-

ness is not called for . . .” と付け加えており、opening paragraph を書く際 directness が必ずしも almighty な suggestion ではなく indirectness も状況により必要な事を指摘している。これは多くの日本人ビジネスマンの「常識」とは異なるものである。なぜならば、英語コミュニケーションに関しては次の引用に述べられている事が一般的な理解と成っているからである。

「Letter Writing に限らず、英語を書くとき常に留意すべき規範として、. . . Inverted Pyramidとよばれるものがある。これは. . .最も重要なことから先にいい、重要度の少ないものを後に書くパターンのことである. . . 英語の言語慣習においてはこのパターンが通常の会話なども含めたいかなる状況においても要求されるところに問題の重要性がある. . . 英語やヨーロッパ言語を話す人々はまったく意識しなくてもInverted Pyramidの Messageを書き上げることができ. . .それはかれらと日本人の能力の差ではなく、要するにそれぞれの母国語の内包するCommunication Performanceのパターンの相違に起因するのである。日本人のCommunication Approachは一般的に前置きが長いものが多いが英語の主たるNative Speakerであるアングロ・サクソン人は言いたいことを一番先に持ってくるのである。」
(国際ビジネスコミュニケーション演習、南雲堂)

b. Direct vs. Indirect Strategy:

実は、米国の business writing の専門家の考えをいくつか調べて見ると、異口同音に結論を先行させる direct strategy と後回しにする indirect strategy を business situation に応じて使い分けるべしと主張している。Maryann V. Piotrowski によると伝統的には “. . . writers have held conclusions off to the end.” との事であり、今日では一般的には “. . . in response to the demands on their reader's time and attention, writers begin with their conclusions, then justify them.” としながらも message の送り手は、受け手の送り手及び主題に対する態度に注目し、次の基準により、どちらのstrategy を使うか判断する事を薦めている。

- "How interested is the reader in the subject ?"

受け手はその用件に大した興味を持って居ない場合には、結論を頭に、逆の場合には議論の process に関心がある故、結論は後回しでよい。

- "Does your reader have a bias toward your conclusions and recommendations ?"

受け手はその用件に対し先入観を持たず白紙の状態、或いは plus の先入観を

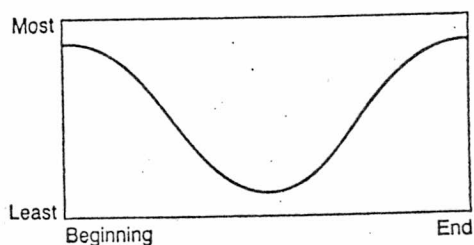
持って居る場合、結論や進言は頭に持ってくる。逆の場合には、明解で説得力ある議論を展開した後、結論を明かにする。

- "What is your credibility with the reader?"

credibility が高ければ、結論を先に、低ければ、筋道の通った議論で credibility を上げてから結論を述べる。

c. Audience Memory Curve:

direct strategy の場合、結論を opening paragraph に持って来る事は、これ迄の説明より明かであるが、indirect strategy の場合には具体的には、どこに結論を持って行くべきであろうか？ Mary Munter によると、受け手は次のグラフが示す様に message を記憶するとの事であり、"First, you should state your important ideas prominently, either at the beginning or at the end. Second, you should never bury important ideas in the middle." と説明している。



d. Opening Paragraphの構成要素と長さ:

direct, indirect に拘らず、どちらの strategy にも共通する書き出し部分の構成要素として Piotrowski は "... Your reader wants to know at once why you are writing and what you are writing about. Thus, you should begin by stating these essential points of information: the purpose and the subject." の二点を挙げている。又、送り手の message を送る目的、或は受け手の用件に対する familiarity 次第で "the context or background", "the importance of the subject", "an overview of the main points", "the way the document is structured", "your conclusion and recommendations" 等を含める事が出来ると説明している。

一方、opening paragraph の長さとして Munter は "...Vary your length, but usually average no more than:(1) about 150 to 200 words, (2) five

sentences, or (3) about 1 1/2 inches of single-spaced typing ... One well-known readability formula recommends that sentences average 17 words. Others recommend 20-25 words. And most experts agree you should reconsider sentences over 40-50 words ..." を目安として薦めている。

4. 結論:

前述の通り、筆者は英文ビジネスレターの opening paragraph の特徴の一つとして単刀直入さを挙げ、多くの日本人ビジネスマンが英文ビジネスレターの opening paragraph を苦手とする理由として日本文ビジネスレターに見られる儀礼的形式・慣用表現、並びに起・承・転・結に沿った論理構成の影響を指摘した。つまり、英文ビジネスレターの opening paragraph は単刀直入に書き出すべしというのが筆者の主張である。

然し、ここでいう単刀直入さは前出引用文の「常に留意すべき規範として . . . 最も重要なことから先にいい . . .」とは、必ずしも同じ事を言っている訳ではない。筆者の主張は英文ビジネスレターの opening paragraph を作成する場合には、日本式の儀礼的形式・慣用表現にとられる事なく用件に入るという事であり、この用件とは必ずしも「最も重要なこと」とは同一ではない。最も重要な事、或は結論をズバリ最初から言うかどうかは business situation に依るのであり、受け手が聞けば抵抗したり憤慨する様な結論であれば、それは後回しとし、受け手の抵抗心や反感を和らげる様な議論を先ず展開すべきである。この場合には、日本的な起・承・転・結的な論理構成が有用であろう。又、受け手が落胆する様な結論の場合には先ず buffer となる message を opening paragraph に入れるべきであり、逆に受け手が期待していて喜ぶ様な結論や good news は opening paragraph で単刀直入に伝えた方が効果的である。

つまり、business writing においては opening paragraph で結論を明かにする事が「常に留意すべき規範」ではなく、送り手である自分と受け手との関係、message に対する受け手の考え方、心理状態等を分析した上で direct strategy を取るか indirect strategy を取るか決定すべきである。この配慮は実際のビジネスの場面で欧米人のみならずベテランの日本人ビジネスマンにも見られるものである。「言いたいことを一番先に持って来る」のは時として危険な strategy である。