

5. コミュニケーションの基本とは

前節では日常よく遭遇する単純な場面の例を取り上げましたが、ビジネスで相手とやり取りするには、もう少しコミュニケーションの幅を広げる必要があります。ここでは、その方法を考えてみます。

(1) 特別な表現は不要

次の三つの文章を読んでください。ある海外の会社の製品説明会へ出席した後に受け取った礼状です。

- ① 当社の製品にご関心、および他の日に私たちの製品のプレゼンテーションへご訪問していただきありがとうございます。この後、…。
- ② 毎度、お世話になります。先日はお忙しい中、当社の製品説明会へご出席いただきありがとうございました。今後、…。
- ③ 平素は格別のご高配を賜り誠にありがとうございます。また、先般は非常にお忙しい中、私どもの製品説明会へ足を運んでいただき恐悦至極に存じます。今後、…。

さて、製品の内容は別として、これらの礼状をもらって、どの会社が信頼できると思われますか。①は外国語をそのまま機械翻

訳して送っているようです。何とか言いたいことはわかりますが、日本との取引はあまり上手でないような印象を受けます。③は難しい言葉を多く使っており、日本語に長けた翻訳家に依頼してじっくり訳しているという感じがしますが、読み進めるのが厄介な印象を受けます。②は③に比べ平易な言葉で書かれていて、頭にスーッと入ってきて、もう少し読んでみようかなという気になります。自分でもサッと書けると感じる方も多いでしょう。

海外とのコミュニケーションも同じように考えればよいのです。単純に機械翻訳に頼るのではなく、また妙にかしこまった表現を持ち出す必要もありません。海外のビジネスパートナーも日本人が受けるのと同じ印象をもちます。これは、世界共通です。先ず平易な文章で的確に表現してみましょう。

(2) 文化の違いよりも共通部分を重視

日本と諸外国とは文化が異なるためコミュニケーションには注意が必要です。まずは文化の違いを理解することが大切だといわれています。確かに文化の違いを理解し、それを克服することはビジネスを行なう上で重要な課題の一つです。しかし、その前に目を向けるべき点が共通ポイントです。それは礼儀、つまり誠実な態度と論理性です。これは世界共通です。

日本人だけの会議を考えてみてください。あなたは、会議の主

1. 想いが伝わる英文の書き方

イギリスに滞在していた時のことです。同じフラット (flats, 日本ではアパート、[米] apartment house) に住んでいた大学の地質学者にレポートの書き方についてアドバイスを求めたことがあります。彼のアドバイスは次の2つでした。

- ① 人というものは、あれやこれや思ったことを文に入れたがる。その結果、内容が盛りだくさんになり意味不明となる。1つの文には言いたいことを1つだけ盛り込むこと。
- ② クリシェ (cliché, 使い古された陳腐で、教養がない文句) は使わないこと。文書の終わりに、美辞麗句を長々と書かないこと。読み手にとっては邪魔で、混乱を招きかねない。また、これで英文法などの不必要な間違いも防げる。

このアドバイスの後、レポートを添削してくれました。添削とはいっても、あるページの文をどんどん線で消していき、あとは同じようにすればよい、“Good luck !”で終わりでした。

考えてみれば、文章を書くということは、自分の頭の中にある事柄を一方的に相手に伝えるために、言葉を選択し並べていくというプロセスです。会話であれば、聞き手のしぐさやレスポンス

を通じて、自分の意図を理解していないと判断すれば、別の言い方で伝えることもできます。また、随時相手から質問を受けることもできます。相手によっては丁寧な表現を使ったり、言い難いことを回りくどく話すなどして、コミュニケーションの方法を変えたりすることもできます。しかし、文章は一方通行です。したがって文章を書く際にはプロセスに工夫が必要です。先の地質学者もこのことを言いたかったのだと思います。

彼の言うように、1つの文で1つのアイデアを明確に伝えるのが基本原則でしょう。そのためには、漠然とした幅を持ったアイデアは絞り込んでいき、1つのはっきりとした焦点に絞る必要があります。丁度、カメラが自動で焦点を合わせていくような感じですが、カメラの場合、早くその焦点にたどり着き、ブレない性能が望まれますが、文章の場合も同じです。焦点を絞り、自分の伝えたい事柄を読み手が短期間に特定できるように書く必要があります (図18参照)。即ち、意図を端的に、正確に伝えるプロセスが必要なのです。本節では、その具体的な方法を考えてみます。

(1) キーワードは主語に持ってくる

キーワードを主語に持ってくれば、文頭で伝えたい事柄の幅がグーと狭まります。

例えば