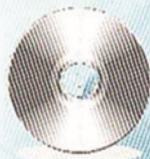


英語で
スピーチ!

ビジネス&セレモニーのスピーチに強くなる

CD付き



JICA国際協力総合研修所常設講義

細井京子

津田国際研修センター客員講師

Ruth Fallon

[illegible]

気の利いた英語表現と
スピーチ・テクニックをマスターする。

【歓迎】【お祝い】【式典】【国際協力】の席で求められるスピーチを場面別に収録しました。
モデル・スピーチのポイントをLanguageとStrategyの両面からわかりやすく解説しました。
「うまい!」と言われるスピーチをするためのTipsが満載です。
日本語索引から知りたい英語表現をクイック・サーチ。

英語で スピーチ!

ビジネス&セレモニーのスピーチに強くなる



JICA国際協力総合研修所常勤講師

細井京子

津田国際研修センター常勤講師

Ruth Fallon

はじめに

私たち日本人は、長い間「英語を話す」(speaking English)ことを金科玉条のごとく掲げてきました。その内容がなんであっても、英語をペラペラ話す人を、ただ「すごい!」と感心したりしました(そういう人たちはいまだにいますが…)。最近では、そういう日本人も、大切なのは単に「英語を話す」ことではなく、「英語で話す」ことなのだ、ということがわかってきました。また、英語はコミュニケーションのための「道具」であって、英語で一体「何を」(what)伝えるのが問題なのだ、と問い始めています。

スピーチも然り、です。ポイントは「英語のスピーチをする」のではなく「英語でスピーチをする」ことなのです。その場合、一番重要な「何を」(what)の部分は、話し手である「あなた」自身が決めなければなりません。「英語でスピーチ!」という、構えてしまいがちですが、あまり形式的なことに捉われず、肩の力を抜いて発想を自由にすれば何が言いたいかが見えてくるものです。しかし、確かに、英語でスピーチをすることは、生みの苦しみを伴う大変な作業であることは否めません。そんなとき、ぜひ本書を役立てて頂きたいと思います。

本書には、その「何を」(what)を考えるときのヒントが満載されています。さまざまな異文化の状況における、さまざまな内容のスピーチがあなたに適切な「方向づけ」をしてくれるはずです。また、各スピーチの後ろには、ことば(Languageの項)をどのように使い、どんな点に気をつけてスピーチを作るのか(するのか)(Strategyの項)の説明を加え、whatとhowの両方を詳述しました。また、Chapter 1の「スピーチの基礎知識」を読んで頂ければ、コミュニケーションとしての英語のスピーチには何が必要なのか、がわかって頂けると思います。初めて英語でスピーチをする方も、「なんだ、そういうことだったのか」と気が楽になること請け合いです。

スピーチをすることは、人と人がコミュニケーションをすることです。あなたのスピーチで、誰かが何かを理解するかもしれないし、何かを決心するかもしれません。そして、何かが変わるかもしれないのです。何を(what)どのように(how)伝えるか、本書とともに考えて頂ければ幸いです。

最後に、なかなか筆が進まなかった私を絶えずサポートしてくださった編集者の島袋一郎さんに心からお礼を申し上げたいと思います。また、校正やコメントを快く手伝ってくれた、私の夫にも感謝の気持ちを表したいと思います。

2003年9月

細井京子

目次

はじめに iii

Chapter 1 スピーチの基礎知識

1. 良いスピーチとは 2

スピーチに求められる5つのアイ 2

- | | |
|-------------------------|---------------------|
| ① Intelligible (わかりやすい) | ④ Interactive (相互的) |
| ② Informative (情報に富んだ) | ⑤ Impressive (印象的) |
| ③ Interesting (面白い) | |

2. スピーチの種類 8

1) 話し方 (delivery) による種類 8

- ① 即興的なスピーチ (Impromptu Delivery)
- ② 概略メモを見ながらのスピーチ (Outline Delivery)
- ③ 原稿を読みながらのスピーチ (Manuscript Delivery)
- ④ 暗記によるスピーチ (Memorized Delivery)

2) 目的による種類 9

Ceremonial Speech (儀礼的なスピーチ) / Informative Speech (情報伝達のスピーチ) / Persuasive Speech (説得のためのスピーチ)

3. 好感の持てる英語スピーチをするために 10

1) 声 10

- | | |
|------------------|----------------------|
| ① 声の大きさ (volume) | ④ 明快さ (articulation) |
| ② 声の高低 (pitch) | ⑤ 間 (pause) |
| ③ スピード (speed) | |

2) 表現 12

3) ノンバーバルコミュニケーション (Non-verbal communication) 13

- | | |
|-------------------------|----------------------|
| ① 姿勢 (posture) | ④ 外見 (appearance) |
| ② アイコンタクト (eye contact) | ⑤ あがり (stage fright) |
| ③ ジェスチャー (gesture) | |

4. わかりやすい・作りやすいスピーチ原稿の構成	16
A. Introduction (出だし)	16
B. Body (本論)	16
C. Conclusion (結び)	17

Chapter 2 効果的なスピーチをするために～事例のチェック

Part 1 歓迎の席でのスピーチ	20
Case 1 来日した外国人に社の代表として挨拶する	20
Case 2 歓迎してくれたことへ感謝の挨拶をする	26
Case 3 歓迎パーティーで乾杯の挨拶をする	32
Case 4 上司から新入社員への激励の挨拶	40
Case 5 歓迎会で就任の挨拶をする(覚えやすく短いスピーチ)	46
Case 6 歓迎会で就任の挨拶をする(やや長めのスピーチ)	52
Case 7 歓迎会でスピーチをする(妻からの挨拶)	58
Part 2 お祝いの席でのスピーチ	66
Case 1 結婚式でのスピーチ(同僚からのスピーチ)	66
Case 2 結婚式でのスピーチ(上司からのスピーチ)	72
Case 3 記念パーティーでのスピーチ	78
Case 4 人を表彰するスピーチ(授与する人から)	84
Case 5 受賞のスピーチ(授与された人から)	90
Part 3 式典でのスピーチ	98
Case 1 新会社設立の記念スピーチ	98
Case 2 会社の創立記念パーティーでのスピーチ(フォーマル)	104
Case 3 会社の創立記念パーティーでのスピーチ(インフォーマル)	112
Case 4 日本文化を紹介するイベントでのオープニングスピーチ	118
Part 4 国際協力のためのスピーチ	126
Case 1 NGO による合同プロジェクト発足記念スピーチ	126
Case 2 国際ボランティアワークについての報告	134
Case 3 プロジェクトの経過と成功の報告	142

【資料】スピーチに役立つことわざ	152
------------------------	-----

索引	156
----------	-----

【装丁】 神田 昇和

【本文イラスト】 伊藤 典

【吹き込み】 Steve Martin

Chris Koprowski

Yuko Florence Yunokawa

【組版協力】 山口 実奈子

Chapter 1.

スピーチの基礎知識



スピーチの基礎知識

1. 良いスピーチとは

スピーチに求められる5つのアイ

まず、英語でスピーチをする場合の大切な基本原則を考えてみよう。それは、「5つの愛」ならぬ「5つのI」で代表される――

Intelligible (わかりやすい)

Informative (情報に富んだ)

Interesting (面白い)

Interactive (相互的な)

Impressive (印象的な)



の5つの原則である。あなたが人前でスピーチをするとき、また、人のスピーチを聞くととき、この「5つのI」をチェックしてみよう。これまで漠然と、「いいスピーチ」とか「退屈なスピーチ」など感じていたものが、具体的にはっきりした形で評価できるようになってくる。実は、こうした適切な評価こそが、今後のあなたのスピーチの「運命」を左右するのだ。

① **Intelligible** (わかりやすい).....

まず第一に、スピーチは **intelligible**, つまり、わかりやすくなければならない。なぜかこの当たり前のことが難しい。ポイントは、「あなた(話し手)が聞き手だったら」(If you were the listener...) どう思うか、である。その鍵を握るのは**内容と伝達技術** (delivery skill)。後者については「3. 好感の持てる英語スピーチをするために」(●p. 10) で詳しく説明するのでここでは触れない。

内容のわかりやすさとは「聞き手」が誰かに大きく関わる。相手は若者 (or 子供) なのか大人 (or 高齢者) なのか、専門用語が通じる同業者なのか、ふつうの人なのか (lay people) なのか、英語のネイティブスピーカーなのかそうでないのか、あるいは、日本文化をどれくらい知っているのか、などなど。それによって盛り込む内容を変えるのは当然だ。相手の目線で内容のチェックが必要だ。

その昔、アインシュタインが相対性理論を発表したときの記者会見で、「相対性理論とはどのような理論ですか」と尋ねられ、かの天才物理学者曰く「氷の上に裸足で立っていなければならない1分間と、マリリンモンローと一緒にお茶を飲んでいる1分間とでは（同じ時間でも）どちらが長く感じられるでしょう。相対性理論とは、実はそういうことなのです」とかわしたという。さすが！まさに **Intelligibility**（わかりやすさ）のお手本といえる。

あなたが言いたいことは、聞き手にしっかり伝わるだろうか。もう一度、聞き手の立場に身を置いてスピーチをチェックし直してみよう。

② Informative（情報に富んだ）.....

スピーチは情報に富んでいなければいけない。豊富な情報は、**examples**（例）、**data**（データ）、**quotation**（引用）の形で表現されることが多い。わかりやすくするために、「子供の交通事故撲滅」キャンペーンでスピーチする場合を例に挙げる。次の2つの表現のどちらが **informative** か考えてみよう。

1. So many children got killed in traffic accidents in this country last year.

（大変多くの子供たちが昨年この国で交通事故で亡くなりました）

2. The number of children under 10 years old who got killed in traffic accidents in this country last year is 3,521, and it accounts for more than 30 percent of all the victims. We have lost that many of our precious, promising human resources.（昨年この国で交通事故で亡くなった10歳以下の子供の数は3,521で全犠牲者の30パーセント以上になります。私たちは将来有望な貴重な人的資源をこれだけの数失ったのです）

1.の表現で訴えてみても今ひとつリアリティに欠ける。何か抽象的で胸に迫ってこない。それに対し、2.では具体的で過酷な現実が聞き手の心に訴えてくる。

他にも、名を知られている犠牲者を具体例で出したり、交通事故で子供を失った親の心境を引用したりすれば、聞き手の関心はよりいっそう高まるはずだ。的確で豊富な情報はスピーチの核を成す。

③ Interesting（面白い）.....

スピーチは面白くなければいけない。「日本人のスピーチは退屈」—残念ながらそう思う外国人（日本人も）は多い。近年日本人のスピーチは上達してきているが、まだまだの感がある。この評判の理由のひとつに「型」を重視する日本人の特性がある。「まことに僭越ではございますがご指名に与りましたので...」「きょうは、お

暑い中（お寒い中・雨の中・遠路はるばる）我が社の...にお出で頂き、まことに恐縮しております」などを皮切りに、えんえんと会社の歴史や業績を並べる。話し手自身のことばで考え話すのではなく、状況ごとの定型表現に頼ろうとしがちだ。英語のスピーチには話し手の発想、表現のユニークさが必要だ。

面白さを演出する「道具」は様々だ。Case 6, Case 7 (pp. 52-62) のスピーチのように、山部赤人の短歌や茶道での「一期一会」の意味を紹介するといった、日本文化に根づく話は外国人の興味をひく。トピックに関連するエピソードや引用も **attention-getter** (注意をひくもの) として力強い道具である。以前、木戸さんという人は次のような自己紹介を考えた。

My name is Ichiro Kido. Kido means "a wooden door" in Japanese... I believe the key to the success of our project is teamwork. So please knock on the wooden door whenever you want to talk to me. The door is always open for you. (私の名前は木戸一郎です。木戸は日本語で木のドアを意味します...。私は、プロジェクトの成功はチームワークにあると思います。ですから皆さんが私とお話しになりたいときはいつでもこの木のドアをノックしてください。ドアはいつでもあなたのために開けてあります)



聞き手の誰もが彼の名前を忘れないだろう。これは、木戸さん以外に適用することはできないが、要は自分らしさをどう演出するか、つまり、あなたしかできないスピーチの内容を工夫することだろう。そうすれば面白くなる。

ところで、面白さ、というと「ジョーク」という人が多い。一理あるが英語でジョークを言えるようになったら大したもの。下手なジョークや pun (だじゃれ) を披露しても「さむ〜」と wet blanket (しらけさせる人) になるばかり。ジョークの名人になるには上質のジョークをたくさん聞きセンスを養うことだ。時間と経験がものを言う。

④ Interactive (相互的)

スピーチは「講義」ではない。大学の教室でエライ先生の話を一方向的に拝聴するのはとてわけが違う。話し手と聞き手の間には **two-way communication** (双方向コミュニケーション) がなければならない。Communicate の語源は「他人と共有する」——つまり、話し手と聞き手はスピーチを介してその「場」を共有し一体感を持つことが肝要なのだ。それには、技術的なことを云々する前に、まず、話し手が自分の考えを聞いて欲しい、という強いメッセージを持つ必要がある。義務感で、気が

進まぬままスピーチに臨んでいては一体感など決して生まれない。

そうはいつでも、一対多数での相互コミュニケーションは容易ではない。ここで、聞き手との間に一体感を生み出すのに効果的な3つの方法を紹介する。

A. Questions (質問)

第一は、**asking questions (質問をすること)**である。たとえば、次のようにスピーチを始めたとする——**A hundred and thirty-two per minute... Ladies and gentlemen, what do you think this figure means?** (1分毎に132... 皆さん、この数字は何を意味していると思いますか)。聞き手は一斉に答えを考え、手を挙げるだろう。まず正解は出ないだろうから、スピーカーがその答えを否定するたびに聴衆は「何だ何だ?」と興味津々。場は盛り上がる一方だ。(ちなみに、答えは「生まれてくる子供の数」である)

B. Humor (ユーモア)

第二は、**humor (ユーモア)** または **joke (ジョーク)** だ。日本語のスピーチは謝罪で始まり英語のスピーチはジョークで始まる、と言われる。日本の文化では、話し手が謝罪することにより聞き手を優位な立場に置き、英語の文化では、ジョークで笑いあうことにより、話し手と聞き手が同等の立場になり両者に一体感が生まれる、という。前述のように、ユーモアやジョークを上手に使うのは確かに難しい。しかし、英語のスピーチに不可欠なものなら、訓練を重ねだんだんに腕を磨いていきたいものだ。

ユーモアといえば、確か天皇、皇后両陛下のご成婚30周年の記者会見で、陛下が美智子皇后の30年間の努力を評価し「彼女には努力賞をあげたいと思います (I will present her the prize awarded for her effort.)」と言われた直後、美智子皇后は「それでは、わたくしからは殿下に感謝状を (I will present a letter of thanks to His Majesty in return, then.)」と即座に答えられた。これぞ機転の利いた上質のユーモアだ。参考にされたい。

C. Common Interest (共通の興味)

第三は、**common interest (共通の興味)** である。趣味、嗜好、仕事などにおける共通項でも良し、文化や政治、宗教の共通項でも良い。話し手と聞き手が興味を共有できる話題で一体感を高める方法だ。たとえば、西海岸のアメリカ人の聴衆へのスピーチとしよう——**You know Ichiro in the Seattle Mariners, don't you? Well, I used to play with him in the little league in Japan.** (シアトルマリナーズのイチロー



選手で存知ですよ。私日本のリトルリーグでイチローとプレイしていたんですよ）などと言えば盛り上がること間違いなし、だ（こんな人あまりいませんけどネ）。

いずれの場合も、話し手と聞き手の間には双方向のコミュニケーションが成り立っている。聞き手を上手に巻き込むにはどうすべきか、なのだ。

⑤ Impressive (印象的)

Impressive ということは、言い換えれば、**impact** (インパクト) があることである。ここでは数ある方法の中から、効果的なインパクトをもたらすものとして **shock technique** (ショック術) と **quotation** (引用) について紹介する。

まず、**shock technique** だが、ウェスタンケンタッキー大学のおコナー教授は著書 *SPEECH Exploring Communication* * の中で、聞き手から即座に興味を引き出す即効性があり、スピーチの冒頭に使うと効果的だと述べ、次のような例を挙げている。

If I were to tell you that there are 3.6 billion people on the earth, with more arriving at the rate of 132 per minute, these figures would probably do nothing more than bore you. If, on the other hand, I were to say "There's a bomb in this room and it could explode at any second!" it is likely that I would have your attention, and you would realize the urgency in what I had said. The cold facts, however, are that the bomb I warned you about and the figures I cited are actually one and the same thing. The bomb is known as the Population Bomb, and it is ticking right now in this room and all over the world. (もし私が地球上には 36 億もの人々がいて、1 分間に 132 の割合で増えていると申し上げるとしたら、こうした数字は多分皆さんを退屈させるだけでしょう。一方で、もし私が「この部屋に爆弾があってすぐにも爆発する可能性がある!」と言ったとしたら、皆さんの興味をひくだろうし、皆さんは私の申し上げたことに緊急事態を感じ取るでしょう。しかしながら、紛れもない事実は、私が警告を発した爆弾の件と引用した数字とは同じものだということです。その爆弾というのは「人口爆弾」であり、この部屋の中でも全世界においても、カチカチと〔爆発までの〕時を刻んでいるのです)



【注】ちなみに、2003 年の世界人口は 63 億人。1 分間に 140 の割合で増えている。

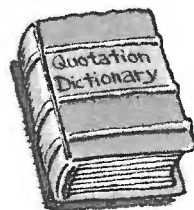
人口爆発の話題など、聞き手の興味をそぐことはあれ、興味を惹くのは難しいものなのに、聞き手にショックを与えつつ上手に引き込んでいる。

一方、有名人の名言の **quotation** (引用) もスピーチを印象的にする。先日ある消防隊員が自分の仕事の紹介のスピーチをした。彼は其中で、消防の活動には強固なチームワークが不可欠である、と強調。最後にデュマの『三銃士』から引用したこのフレーズで締めた——**All for one, one for all.** (皆はひとりのために、ひとり は皆のために) これがチームの合言葉になっているとか。聴衆から喝采を浴びた。

また、ジョン・F・ケネディのあまりにも有名なスピーチの一節——**Ask not what your country can do for you, - ask what you can do for your country.** (国があなたのために何をしてくれるのかを問うのではなく、あなたが国のために何ができるのかを問いなさい) もよく引用される。ある会社社長の年頭の挨拶にも引用されたが、単語がひとつだけ変えられた——**Ask not what your company can do for you, - ask what you can do for your company.** (会社があなたのために何をしてくれるのかを問うのではなく、あなたが会社のために何ができるかを問いなさい) というように。この不況の折、ごもっともである。

どのような引用がインパクトがあるかは、スピーチのトピックや聞き手が誰かによる。有名人ばかりでなく、自分の身の回りの人たちの発言も大いに利用させてもらおう。ちなみに、教会の牧師は聖書の引用が仕事だが、仏教の教えにも引用価値の高いものがたくさんある。また、あなたの好きな小説にも詩にも光り輝くライン (節, セリフ) が溢れているはずだ。引用を入れたいが何も思い浮かばず、という場合は、**Quotation Dictionary** (引用辞典) を引いてみるのもいいだろう。そこは、歴史的な名台詞のオンパレードなのだから。

* J.Regis O'Connor: *SPEECH Exploring Communication* (1988, Prentice Hall)



2. スピーチの種類

1) 話し方 (delivery) による種類

話し方の違いによって 4 パターンがあり、それぞれに長所と短所がある。話し手のニーズや TPO に合わせて適切な伝達 (delivery) の方法を選ぼう。

①即興的なスピーチ (Impromptu Delivery)

急に指名されてする即興のスピーチは、よほど英語に慣れていないと難しい。**Impromptu speech** (即興スピーチ) の良さは、普通の会話をしているような自然さが出る点である。一方、「ぶっつけ本番」なので、表現や構成は完成度が低く、言い間違いがあったり、正しい語彙が選択されなかったりする。また、話が脱線して論点がぼやけたり、不必要な繰り返しがあったり構成上の問題が起きやすい。そういうことから、このスピーチは簡単な自己紹介など、カジュアルな場面やインフォーマルな状況で行われることが多い。

即興で (少々長い) スピーチをしなければならない場合は、話し始める前にざっと全体の構成を思い描くと効果的だ。**Introduction** (紹介) の部分で「これから話すこと」の紹介を、**Body** (本論) では「中心的なトピックとそれをサポートする具体的な詳細」を、**Conclusion** (まとめ) で「要点の再確認とまとめ、挨拶」となぞってみよう、スピーチの骨組みができ驚くほど助けになる。

②概略メモを見ながらのスピーチ (Outline Delivery)

要点を書いたメモを見ながらのスピーチは、他のスピーチにないいくつかの利点がある。まず第一に、原稿を「読み上げる」わけではないので、聴衆に自然に語りかける感じが漂う。聞き手を見ながら話す (アイコンタクト)、双方向コミュニケーションができる。第二に、書かれている概略メモをなぞるため、話の軌道がすれにくい。話がつい横道にそれやすい人も安心である。第三に、メモがあるので気持ちの上で余裕が生まれ、聴衆からの生の反応を感じることができる。彼らの理解度に合わせて、内容やスピードの調整が可能になる。つまり、「5 つの I」、特に **Intelligibility** (わかりやすさ) について生のチェックを絶えず行える。

ことばにつまったり、言い直しをしたり、失言をしたりする可能性があることから、インフォーマル、あるいはセミ・フォーマルな状況で行われることが多い。

③原稿を読みながらのスピーチ (Manuscript Delivery)

この方法にもいくつかのプラスとマイナス点がある。利点としては、スピーチを途中で忘れて沈黙 ... , ということは(原稿を無くさない限りは)起こりえない。ことばの推敲が前もってできるため適切な表現を使える。どこかの政治家がついやってしまう“slips of the tongue” (失言) のリスクが低い。スピーチの長さ、時間を前もって設定・調整できるため、与えられた時間を厳守できる。

欠点は、何と言っても「読む」ことから来る双方向コミュニケーションの欠如だろう。一方的に行われるスピーチは、血の通った暖かいものにはなりにくい。最近では、技術の発達で、聴衆からは原稿が見えず、話し手があたかも原稿無しで話しているように見えるスグレモノの装置も登場した(ただし高い!)。

完成度の高さから、フォーマルな場面での重要なスピーチはこの形が好まれる。話し手は、リハーサルを重ね、要所要所で顔を上げ、聞き手に語りかけるなど原稿の読み方を工夫して、聴衆とのコミュニケーションを考慮する必要がある。

④暗記によるスピーチ (Memorized Delivery)

原稿を読みながらのスピーチと同様の利点を持つ。ことばの推敲を前もって可能にするし、時間の調整もできる。問題点としては、(徹底した練習をしない限り) 事前に暗記したものを「再生」する、という不自然さがぬぐえない。また、思い出そうとする作業が、視線を宙に這わせたり、声にはりを失わせたりする。途中で原稿を忘れてしまう、というリスクもある。そうすると、話し手はパニックに陥り、聴衆との間にはなんと居心地の悪い空気が漂う。そして何よりも、暗記するための膨大な時間とエネルギーが必要である。

周到な練習をすれば、暗記によるスピーチは、あたかもその場で考えながら行っている自然さを醸し出せる。アイコンタクトを含め、顔の表情やノンバーバルコミュニケーションスキルもうまく使える。そうなれば、フォーマルな状況でもっとも完成度の高いスピーチが行える。

2) 目的による種類

スピーチをその目的によって分類すれば、次の3種類が考えられる。まず、行事やパーティの席上での挨拶として行われる **Ceremonial Speech** (儀礼的なスピーチ) がある。これは、文字通り、歓迎、祝福、お礼などの儀礼を表すスピーチで、パターン化されたフォーマルな形が多く見られる。次に、聞き手が知らない情報や知識を伝達するために行う **Informative Speech** (情報伝達のスピーチ)。新製品の紹介、

新しいシステムの導入などはこれに属する。俗に言うプレゼン（プレゼンテーション）はこれである。最後に、話し手の意見、主張を聞き手に伝え、同意を求めるものが **Persuasive Speech**（説得のためのスピーチ）である。議論や交渉に必要なこのスピーチは日本人が苦手とされてきたものだが、最近はディベートなどの形式でこの種のスピーチを特訓する学校や会社も増えてきた。国際的な場面で「尊敬」を勝ち取るために、私たち日本人も、説得力のあるスピーチで相手に一目おかせたいものだ。



3. 好感の持てる英語スピーチをするために

1) 声

①声の大きさ (volume)

どんなに素晴らしいスピーチも、聞き手に聞こえなくては何の意味も無い。特に英語のスピーチに不慣れな話し手は、極度の緊張から声が小さくなり、聴衆が聞き取りにくくなる傾向がある。声のボリュームは、主に話し手が吸い込む空気量によってコントロールされる。そのため、横隔膜を広げながら深くゆっくりとたくさんの空気を取り入れることが重要だ。一説によれば、大講堂で大聴衆に向かってスピーチをするには、ふつうの会話の 60 倍以上のエネルギーが必要とか。なおさら、しっかり空気を補給しなければ対応できない。

終始大声のまま、というのも単調でいただけない。聞き手にはどこが大事なのか見当がつかないし、ただ叫ぶのは、はっきり言ってダサイ。場所の広さや聴衆のサイズに合わせた適切なボリュームで話すこと。また、声の大きさは内容に合わせてコントロールしてこそ聞き手に伝わるものだ。強調する部分のボリュームを上げる、というのは誰もが考える方法だが、聞き手の「期待」を裏切って、わざと小声にするのも効果的だ。もちろん、はっきり聞き取れるように、だ。

②声の高低 (pitch)

ボリュームと同じで、声のトーンであるピッチを変化させて強調したい内容や話し手の感情を伝えることができる。変化のない pitch では不自然だし、単調すぎて、話し手の熱意が問われてしまう。ふつう強調したい部分は高音になる傾向がある。スピーチの流れや内容に合わせて変化する自然なピッチで話そう。

人は興奮するとピッチが高くなる。あなたの上司がよく使うフレーズ、**How many times do I have to tell you the same thing?** (一体何回同じことを君に言わなきゃいけないんだ) は極めて高いピッチのはずだ。落ち着きや自信を聴衆にアピールしたければ、全体的に低めのピッチがお奨め。



③スピード (speed)

教室で、先生に指名されて他の生徒が教科書を読むのを聞いて、「なぜこんなに早く読むんだろう」と感じたことはないだろうか。指名されたから読む、という受身の態度の生徒には、どのくらいの速度で読んだら他の生徒が理解できるか (これが **intelligibility** !), などという配慮は皆目ないのだろう。スピーチも然り。スピードは、あなたの意志をもってコントロールしなければ自然と早くなってしまう。

聞き手にとって理解しやすいスピードは、一般に 1 分間に 120 ~ 150 語と言われる。練習のときこれをひとつの目安にすればよい。ただし、スピードもボリュームやピッチと同じで、変化をつけなければ自然でないし、強調部分がわかりにくい。アピールしたい部分にきたら、急にスピードを落としゆっくりはっきりその部分を言う。以前、戦禍に見舞われたアジアの学生が、日本の援助を求めてスピーチを行った。彼女は、その最後の部分でスピードを落とし、ゆっくり静かに聴衆に訴えた——**So...we..need..your help.** (ですから、皆さんの援助が必要なのです)——会場はシーンとなった。

④明快さ (articulation)

Articulate という単語は、「(一語一語) はっきりした」と形容詞でも使うし、「明確に発音する」という動詞でも使われる。クラッカーを食べるときのパリパリっという音を **crisp sound** というが、パブリックスピーチにはこの **crispness** (歯切れのよさ) がものを言う。日頃から、**mumble** (もぐもぐ言う) する傾向のある人は、**crisply** (歯切れよく) に発話する徹底的な練習が必要だ。

また、日本人のスピーカーの中には、**I'm gonna ~ (= I am going to ~)** や **I wanna ~ (= I want to ~)** という発音が **native-like** (ネイティブスピーカーのような) と勘違いしている人がいるが、パブリックスピーチにこの形は使ってはいけない。心ある聞き手は、こうした“勘違いスピーカー”に尊敬の念は示さない。これは、あくまでもカジュアルなものなのだから。

正しい **pronunciation** (発音) も明晰さにつながる。事前に辞書や先生にチェックして正しい発音をインプットしておこう。

⑤間 (pause).....

「役者は間が命」と言われるほど間はコミュニケーションに重要な役割を果たす。議論や交渉の名人は、この間の取り方が絶妙と言われる。かつて、川端康成が「沈黙」がいかに多くを語るか、について力説していたが、間にはそれに通じるものがある。

スピーチに不慣れな人は、必ずといってよいほど間を取ら(れ)ない。ただダーッと原稿を棒読みしたり、暗記してきたスピーチを猛スピードで「暗誦」する。聞き手は間を取りながら、意味を咀嚼したり、余韻に浸ったり、頭を切り替えたりするものである。その時間を与えられないスピーチは苦痛ですらある。

間は、句読点やパラグラフの役割をする。間は階段の踊り場の役割もする(!?)。どこでどのくらいの長さで間を置か、内容に合わせて考えなければいけない。とはいえ、スピーチの初心者にとっては「わかっちゃいるけど」できない。そこで、間が必要とされる場面では、1(イチ)から3(サン)までを頭の中で言ってみる。短い間でいいところでは「イーチ」と1秒間、長い間が必要なところでは「イーチ、ニー、サーン」と3秒間、中間の長さでは「イーチ、ニー」と2秒間、という具合だ。経験を踏むにつれて身体が覚えてくれる。もちろん、聴衆から「笑い」が起きたらそれが静まるまで待つ、など臨機応変の対応が大切。名スピーカーとしても知られた米作家のマーク・トゥエイン曰く、“The right word may be effective, but no word was ever as effective as a rightly timed pause.”(適切なことばは効果的かもしれないが、どんなことばもタイミングの良い間ほどの効果があったためしはない)——間はそれくらい重要な役割を持つことを肝に銘じて欲しい。



2) 表現

前述の「5つのI」でスピーチの内容・表現について詳しく述べたので、ここでは、3つのポイントにだけ触れる。まず、**やさしい、日常的な表現**を使おう。難解なことばや専門語を散りばめると箔がつく、と大きな誤解をしている話し手がいる。聞き手はキョトンとしているのに、話し手ひとりでご満悦である。どこかの政治家が、「私の不徳の致すところでございます」と判で押したように答弁しても、私たちの心には何も伝わってこないように、**big words**(大言壮語・ほら)満載のスピーチには「5つのI」のうちただのひとつも見出すことができない。アインシュタイン博士の答弁(●p.3)を見習おう。

また、**簡潔な表現 (brevity)** も忘れてはいけない。英語学習において「発展途上」の学習者は、知っている複雑な表現や構文を使いたくなるものだ。A good English speaker と言えば済むところを、a person who is good at speaking English と言ったり。自ずとワンセンテンスが長くなったり複雑になったりする。長い文でも、必然性があり、わかりやすければ問題ない。しかし、長たらしいだけ文は、「わかりやすい」や「面白い」といった「5つのI」を阻むことになる。平均的なワンセンテンスは **15 ~ 17** 語で形成されるものなので、ひとつの基準にしたい。

3つめのポイントは **品 (grace)** である。あなたは、ベラベラと若者ことばで日本語を操る外国人に、薄っぺらなものを感じたりしないだろうか。反対に、きちんとした日本語を話す外国人にはどうだろうか。私たちの英語だって聞き手に同じような印象を与えるのだ。日本人にとって外国語である英語のニュアンスは今ひとつわかりにくい。スラングやカジュアルな表現をフォーマルな表現と混ぜこぜにして使っていたりする。得意げに使っている単語が、実は赤面するようなものであったりもする。私たちは英語を話す「外国人」である。わからないときは、信頼できるネイティブスピーカーや英語の達人に確認をしよう。大切な場面で、**It is no use crying over spilt milk.** (覆水盆に返らず) のような大失敗をしないうちに。

3) ノンバーバルコミュニケーション (Non-verbal communication)

①姿勢 (posture)

立ち姿の美しい人は魅力的だ。スピーカーが前かがみに演壇にもたれかかっていたり、身体をゆすっていたり、両足を広げて仁王立ちになっていたりする姿はどうだろう。スピーチを聞く以前に話し手への興味が激減、当然内容への興味も薄れてしまう。直立不動になる必要はない。自然に立ち、両足はコブシ1つ分ほど開ける。気持ち前かがみに聴衆に話しかけるポーズを取る。緊張すると身体をゆらす癖のある人は気をつけよう。人間はふつう心臓をかばってやや左向きに立つ習性があるという。あなたは、右側の聴衆に背を向けたりしていないだろうか。

②アイコンタクト (eye contact)

The eye is as eloquent as the tongue. (目は口ほどにものを言う) —アイコンタクトの重要さは「耳にタコ」ができるほど聞かされたはず。それでも、それを上手にできるスピーカーは多くない。誰でも、相手が自分の目を見ずに話をされた経験があるだろう。どんな気持ちになるかを考えれば、アイコンタクトの重要性が見えてくる。「あなた(の話)に興味がない」「あなたを好きでない」「あなたに反対である」

など、アイコンタクトのないコミュニケーションは否定的な印象しか与えない。言うところのシカトである。英語の文化ではなおさらそうだ。

アイコンタクトには、聴衆のリアクションをチェックできるというメリットもある。頷く人、笑い返す人、あくびをする人、疑いの表情の人…。慣れてくれば、そうした聴衆の反応を見て内容、長さ、伝達方法などを調整できるようになる。

実際のスピーチでは、まず、聴衆のひとりの目を5～7秒間見

つめる（聴衆が多いときは、いくつかのブロックに分けて、そのひとつのブロックを見る）。次に、視線を別の人（ブロック）に移し同じようにそこで止める。これをスピーチの間中続ける。ひとりの人ばかり見ないこと、視線を早く次の人に移さないこと（卓球の試合を見ているわけではない！）、端の列の人たちを忘れないこと、などを心がけよう。



アイコンタクトのコツは、演壇に立ち第一声を発する前に一呼吸おき、数秒間聴衆に目で話しかける。それからおもむろにことばを発する。最後も同じだ。スピーチが終わり、**Thank you.**と言う前に聴衆をざっと見回すようにする。ある種の威厳（**dignity**）が醸し出されるから不思議だ。**Why not try it?**（お試しを）

③ジェスチャー (gesture)

ジェスチャーが苦手、という日本人は少なくない。不自然なジェスチャーならしない方がよい。ジェスチャーは内容やスピーカーの気持ちに合わせて自然に伴われるものだからだ。特に、スピーチ初心者は緊張のあまり動きが不自然になりがちなので、ジェスチャーを強要するのはかえってマイナスである。



ジェスチャーをする方が自然、という向きには以下のアドバイスを送る。肘はなるべく折らずに、上半身の部分で腕を大きくゆっくりと動かす。お臍から下でゴソゴソやるのはみっともない。動きを小さく早くすると、自信や落ち着きの無い様子に映る。鏡に映して練習したり、先生、友人の評を聞いて調整しよう。

④外見 (appearance)

あなたの第一印象は聴衆への強いインパクトになる。相手のことをよく知らない場合、服装などあなたの外見が判断の材料になる。服装、装飾品、ヘアスタイルなどは、あなた自身のパーソナリティ、インテリジェンス、社会的地位などを色濃く反映するからだ。**TPO**に合わせて着るものや身につけるものを選ぶのは大切なこ

とである。それ以上に大切なことは「清潔感」だろう。きれいに洗濯されてアイロンのかかったシャツや洋服はあなたの熱意を反映するはずだ。聞き手への礼儀でもある。

歩き方、身体の動きについては「ゆっくり大きく」が基本。ちょこまかと小走りに動き回ったりするのは、自信の欠如や落ち着きの無さを表すことになる。慣れないうちは、いつもなら10歩で行くところを8歩にするとか、1, 2, 3, と心の中で数え、自分の動きにゆっくりしたリズムをつけるなどして工夫しよう。

⑤あがり (stage fright)

あがることを **stage fright** (ステージ恐怖) とか **performance anxiety** (演技不安) などと言うように、その元は不安 (**anxiety**) である。多くの話し手は「あがらないように、あがらないように」と必死に願うが、皮肉なことに、これがまた新たな不安、つまり、あがりを生むことになる。大切なことは、あがりと上手につき合うことだ。不安の種をなるべく減らすことで、あがりの暴走は抑えられる。

不安を取り除くには、徹底した準備をするのが一番だ。繰り返しスピーチを練習する。なるべく本番に近い状況で、声のボリューム、ピッチ、スピードのチェック、^ま間の取り方や、姿勢、アイコンタクトなども厳しく確認しよう。可能なら、実際のスピーチ会場に出向いて演壇に立ってみる。また、先生や信頼できるネイティブスピーカー、あるいは、友人に聴衆になってもらいコメントを頼む。こうして完成度が高くなればなるほど、不安は自信に代わり、それにつれて、あがりの度合いも低くなっていくはずだ。

もうひとつの方法は、**relaxation** (リラックス) である。簡単な体操で身体をほぐしたり、深呼吸をしたり、お気に入りの音楽を聴いたりすることで、心身ともに緊張がほぐれていく。スポーツ選手が試合の前にやっているアレである。

最後は、自信あり気に振舞うことだ。ゆったりと動き、しっかりアイコンタクトを取る。聴衆の中に「好意的」な人を見つけ、定期的にその人にアイコンタクトを取る。好意あるリアクションに支えられると、不思議と自信が湧いてくる。

4. わかりやすい・作りやすいスピーチ原稿の構成

スピーチをする **TPO** や、時間の制限などの条件によって構成は様々な形をとる。しかし、やはり、基本になるのは次のパターンだろう。これに従って案を練れば、わかりやすいし、効率も良い。

A. **Introduction** (出だし)

B. **Body** (本論)

C. **Conclusion** (結び)

A. **Introduction** (出だし)

Well begun, half done. (良きスタートは成功のはじまり)と言われるくらい「出だし」部分は重要だ。この部分には **2** つの大きな役割があり、ひとつは、これから**本論で話すこと (= Main Idea / 主題) の紹介**, もうひとつは、**聴衆の興味をひくこと (= Attention Getter)** である。他に、挨拶や主題の背景も含まれることがある。

まず、これから話すことの紹介、つまり、「行先案内」をする。**Ladies and gentlemen. Today I would like to talk about ~.** (皆様、本日私は~についてお話ししたいと思います) という基礎的な表現や、少し改まった場で使える **It is a great pleasure for me to be here today to speak about~.** (本日ここに参りまして~についてお話しできますのは私にとって大きな喜びであります) という基本的表現を使えば多くの状況に対応できるはず。この種の表現は実に多様なので、だんだんに自分のレパートリーに取り入れて欲しい。時間と経験がモノを言う。

Attention getter (興味をひくこと) としての役割については、「5 つの I」(●p. 2) でまさに「微にいり細に入り」説明済みだ。**Examples** (例), **data** (データ), **quotation** (引用) あり, **asking questions** (質問をなげかけること), **humor** (ユーモア), **common interest** (共通の興味) あり, フーツ, まだある ... **shock technique** (ショック術) などというのも登場した。あの手この手で聴衆の注意を向けさせよう。ぜひ再確認を！

B. **Body** (本論)

本論部分は、**Main Idea** (主題) + **Specific Supports** (具体的な支持) が柱となって構成される。時間や長さによって、「支持」の数を **3** つにしたり、**1** つにしたりする。また、**1** つの「支持」を支持する下位分類を「サブ」としてつけ、さらに詳しく展

開することも可能だ。

具体的に見てみよう。たとえば、「公共の場での喫煙は法的に禁止すべきだ」と訴える **Persuasive Speech** (説得のためのスピーチ) のケース。次のようなアウトラインが考えられる。

Main Idea: Smoking should be legally prohibited in public spaces.

(公共の場での喫煙は法的に禁止すべきです)

Specific Support-1: Smoking has bad effects on the health of non-smokers around a smoker.

(喫煙は喫煙者のまわりの非喫煙者の健康に悪影響を与えます)

Specific Support-2: Lit cigarettes can burn passers-by.

(火のついているタバコは通行人に火傷をさせることがあります)

Specific Support-3: Cigarette butts or ash makes public places dirty.

(タバコの吸殻や灰は公共の場所を汚します)

この場合、主張を支持する3つの理由のひとつひとつに、「サブ」の理由をつけるとよりポイントが明確になる。たとえば、**Specific Support-1** の後に、**About three percent of the non-smoker victims who died of lung cancer in this country last year were passive smokers whose family or office members were smokers.** (昨年この国で肺がん で亡くなった非喫煙者の犠牲者の3パーセントは、その家族や会社の人たちが喫煙者だったのです)。

「出だし」部分と同様、さまざまなバリエーションが可能だが、この基本的な構成の枠組みを頭に入れておくスピーチが作りやすい。特に、**Impromptu Speech** (即興的なスピーチ) のように準備時間が取れないときでも、短時間でスピーチのアウトラインが完成することになる。

C. Conclusion (結び)

Well begun, half done. (良きスタートは成功のはじまり) が英語のことわざなら、日本語のことわざには「終わりよければすべて良し」(**Well finished, all done.**) がある。2つとも、はじめと終わりの重要性を強調する証だ。

Conclusion (結び) に求められるものは、**Body** (本論) で強調した **Main Idea** の再確認と、それに関連する、有名なセリフの引用などを添えてプラスアルファの力、つまり「余韻」を残すことだと言われる。

日本語のスピーチでは、一番重要なことを最後までとっておき、終わりになって披露することがよくあるが、英語のスピーチでそれは許されない。英語の論理では、

Main Idea は本論の冒頭に言及するのが原則とされる。「結び」の部分では、すでに強調されたことを、繰り返したり、言い換えたりしてポイントを **reword**（繰り返して言う）するだけで新しいアイディアを出してはいけない。

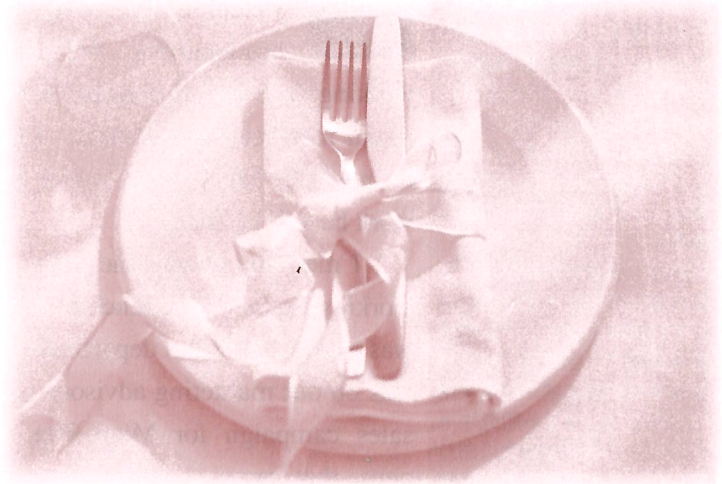
「余韻」に関しては、これもまた、冒頭の「**5 つの I**」(👉 p. 2) で十分強調しているので再読して欲しい。今度のスピーチの結びでは、聴衆を、笑わせるのか、泣かせるのか、驚かせるのか。一体どの手をつかおうか、と思索する、そんなレベルにまで達することを夢見て、**Let's practice making good speeches!** (良いスピーチを作る練習をしましょう)。

ところで、スピーチの終わりに **That's all.** という人が多いが、英語のスピーチにこれは不適切。「これでオシマイ、問答無用！」と一方的な響きが否めない。「余韻」という効果を考えれば、スピーチを終えた後数秒間黙ったまま静止、聴衆にゆっくりと目を向ける。おもむろに低いピッチで **Thank you.** というか、何も言わずに演壇を降りよう。聴衆は、あなたの名スピーチの **reverberation** (余韻) に心底浸る (はず)。

Chapter 2.

効果的なスピーチをするために

実例のチェック



Case

1

来日した外国人に
社の代表として挨拶する

状況： オフィス機器や文房具一式を扱う福原コーポレーション（本社：大阪）代表による、社員および部長クラスの会議の場でのスピーチ

格式： セミ・フォーマル

種類： 概略メモを見ながらのスピーチ



Translation

CD

2

ガイ・デュボン氏を本社にお迎えできたことは私の喜びであります。我々は皆、彼の4か月にわたる研修期間中、我がマーケティング部に共に働けることを心待ちにしているのです。今日は皆さんにデュボン氏をご紹介します、彼の仕事について説明したいと思えます。

ガイには9年前私がパリ支社で働いていたときに会いました。彼はエクリヴァン社の営業部長で、当時ヨーロッパ市場で大成功を納めた水中用ペンのミズ・ライト販売キャンペーンの販売委員会にいました。その当時のガイの提案は大変貴重なものでした。彼の素晴らしい協力に感謝しつつ、ずっとつき合いを続けて参りました。

約一年前、新製品のマーカー「セン・サイン」開発時にまたガイと共に働く機会に恵まれました。エクリヴァン社のアジアセクションに昇進していたガイは日本での市場に興味を持っておりました。ちょうどその頃我が社ではイン

Case 1



¹**It is a pleasure for me to welcome** Mr. Guy Dupont **to** our headquarters. We all look forward to working with him during his 4-month internship in our marketing department. Today I would like to introduce Mr. Dupont to you and ²**explain** the work he will be doing.

I met Guy about nine years ago when I was working in the Paris branch of our company. Guy was head of the sales department for Ecrivain and was on our marketing advisory committee for the sales campaign for Mizu-Rite, the underwater pens that were a huge success in European markets. At that time, Guy's suggestions on the committee were ³**invaluable**. We were grateful to him for his excellent cooperation, and ⁴**we have been pleased to** ⁵**maintain contact with him since that time**.

About a year ago, I had a chance to work with Guy again on the development of our new marker pens: Sen-Sign. Guy had been promoted to the Asian section of Ecrivain, so he was very

★ KEY EXPRESSIONS

★ It is a pleasure for me to welcome **you to our headquarters.**

(あなたを本社へお迎えできたことは私の喜びであります)

★ We have been pleased to maintain contact with him since that time.

(そのとき以来ずっと彼とおつき合いを続けてまいりました)

★ I suggest that you bring your pens with you.

(ペンをお持ちするのがいいのではないのでしょうか)

interested in markets here. Also about that time, we set up our internship program. So we were very pleased when Guy proposed working with our marketing department researching ⁶emerging needs for non-traditional writing implements. We are finding that even in the age of Internet and electronic communications, there is still a large demand for hand-held pens and markers. We are confident that Guy's research will benefit both his company and ours.

We are very happy to have you here in Osaka for a while, Guy. I invite you all to drop in to say hello to Guy. But ⁷I suggest that you bring your Sen-Sign pens with you because I have heard that Guy welcomes personal, handwritten messages. Here's a chance to give your e-mail a rest. Guy, let me be the first to welcome you to the market research team. (Takes out a marker pen and writes "WELCOME" in both English and Japanese on a white board...)



ターンシップのプログラムを始めたところで、彼が我がマーケティング部と共に画期的なペンに対する市場のニーズを調査する旨申し出てくれたときは大変嬉しく思いました。インターネットなどの電子化されたコミュニケーション時代においても、昔ながらの手で持つペンやマーカーは未だに需要が高いのです。我々はガイの調査が双方の会社にとって利益をもたらすものと確信しております。

ガイ、我々は皆あなたとしばらく大阪で過ごせることを喜んでます。皆さんも彼に一言挨拶をするためにどうぞお立ち寄りください。ただし、そのときにはセン・サインマーカーをお忘れなく！聞くところによると、彼は個人的な手書きのメッセージが好きだそうです。ガイ、まず私があなたを我が市場調査チームに来て頂く歓迎の意を表します。〔マーカーを取り出して「Welcome」と「歓迎」とホワイトボードに書く〕

PART 1
歓迎の席でのスピーチPART 2
お祝い席でのスピーチPART 3
式典でのスピーチPART 4
国際協力のためのスピーチ

Language

1) **It is** + [形容詞・名詞] + **for** + [名詞・人] + **to** + [動詞] .

スピーチといえばこの表現あり、という定型パターン。**It is a great pleasure for this company to open our new branch office.** (この会社が新しい支社を開設することは大きな喜びです) や **It is important for us to finish these negotiations on time.** (協議を時間どおりに終わることが大切だ) のようにいろいろ活用しよう。

2) **explain** + [目的語]

「～について説明する」という日本語に影響されて **explain about ~** とする人が多いので注意。**I will explain our new product to you all.** (皆さんに我が社の新製品について説明します) とすぐに目的語の名詞を置くのが正解。

3) **invaluable** (非常に価値ある)

without value (評価できない) なのだから **very valuable** (非常に価値がある) の意味になる。**not valuable** (価値がない) の意味にあらず! そういえば、同じような意味を持つ **priceless** も、「(値がつけられないほど) きわめて貴重な」の意。一緒に覚えてしまおう。

4) **We have been pleased to** + [動詞] + **since that time.**
(現在完了) (since + 名詞 / 節)

「～して以来ずっと…」を表すときの表現。**We have been happy to work with you since the beginning of this year.** (今年の初めからずっと共に働けることが幸せでした) と言ったり、**since** の後を文の形 (節) にして、**~ since the project started.** (このプロジェクトが始まって以来ずっと～) としてもOK。

5) **maintain contact with** + 〔人〕 (接触を保つ)

maintain contact with + 〔人〕は **keep in contact with** + 〔人〕と同じで「連絡を取り続ける」の意。**contact** は動詞で **How can I contact you?** (どのようにして連絡できるでしょうか) のように使ってもいいし, 名詞で **come in contact with** + 〔人〕 (人と出会う) や **get in contact with** + 〔人〕 (接触する) でもよく使う。

6) **emerging** (増加しつつある)

developing の意味で使うややフォーマルな形容詞。**emerging markets** (拡大している市場) や **emerging crises** (広がる危機) のように, ビジネスや社会科学の分野に多く使われる。

7) **I suggest that** + 〔主語〕 + 〔動詞の原形〕 (～を提案する)

suggest (提案する) は語法としては難しいが, 知っておくと重宝。控え目で丁寧な提案をしたいときは **suggest that** ~ がピッタリ。**I suggest that he chair the meeting.** (彼が司会をするのがいいのではないのでしょうか) と **that** 節の動詞が原型になるのがポイント。イギリス英語では **should chair** と **should** を伴う。

Strategy

1) フォーマルからインフォーマルへ

全体的にはセミフォーマルなトーン。第1パラグラフはややフォーマルだが、第2パラグラフからは個人的でインフォーマルな響きに変化。最後は親しさを込めてぐっとカジュアルに！ 呼びかけ方を変えるのもトーンを変えるコツ。Mr. Dupont とラストネームにすれば堅くなるし、Guy とファーストネームならただける。TPO に合わせて Guy-san とか Dupont-san と日英をブレンドしても効果的かもしれない。

2) 聴衆に直接呼びかける術

英語は two-way communication が命。聞き手をスピーチに引き込み、参加させなければいけない。ここでも、Mr. Dupont に語りかけたり、I invite you all to drop in... (皆さんもどうぞお立ち寄りください...) と聴衆を巻き込んでいる。

3) プラス志向の必要性

近頃日本で流行の positive thinking (プラス志向) はもともと英語文化のお家芸。Guy is now in the Asian section... (ガイは今アジアセクションにいる) というより、Guy had been promoted to the Asian section... と promoted (昇進した) を一言添えればぐっとプラス志向になるわけだ。

4) cooperation (協力) の強調

協力体制を強調することも、多くのスピーチの常套手段。ここでも、We are grateful to him for his excellent cooperation, and we have been pleased to maintain contact with him... と謳っている。

5) ゲストの仕事ぶりを評価

これは日本語の場合でも同じだが、ゲストをたてるエチケットを怠ってはいけない——We are confident Guy's research will benefit...。

6) ゲスト側発信のメッセージを

スピーチの最後の部分に、ゲストから聴衆へのメッセージを置くのも上手な締めくくりといえる。I have heard that Guy welcomes... と言って聞き手がこの後ゲストにアクセスしやすいようにしている。

PART 1
歓迎の席でのスピーチPART 2
お祝い席でのスピーチPART 3
式典でのスピーチPART 4
国際協力のためのスピーチ

Case 3 歓迎パーティーで 乾杯の挨拶をする

状況： あなたは家電を扱う南エレクトロニクス社のシンガホール支社の部長である。支社は洗濯機の部品を納めるシンガホールの小会社（Wing Corporation）とジョイントベンチャーを行なっている。このほど Mr. Tommy Lin が Wing Corporation の新社長に選出され、支社では彼のために小さなパーティーをレストランで開くこととなった。部長であるあなたは Mr. Lin を歓迎し乾杯のスピーチをする

格式： ややフォーマル 種類： 即興的なスピーチ

Translation

Case 3

CD
4

皆さん、ちょっとお聞きください。ここでウィングコーポレーションの新社長のトミー・リン氏に祝杯をあげたいと思います。我々は今日ここに彼が新社長になったことを祝うため、また彼の今後の活躍を祈願するために集まりました。幸いなことに、我々は彼の会社とジョイントベンチャーを行なっております。我が社は、ウィングコーポレーションとは長い間確固たる信頼関係を築いて参りました。今後も共に働き続けられることを喜びとするところでです。



Ladies and Gentlemen! May I have your attention please. ¹**I would like to** ²**make a toast to** the new Chairman of Wing Corporation, Mr. Tommy Lin. We are here to celebrate his recent election to his new post and to ³**wish him success in** ⁴**his endeavors**. We are fortunate ⁵**indeed** to have a joint venture with his company. We have had a long and solid relationship with Wing Corporation, and ⁶**we are looking forward to continuing** our work together.



Case

4

上司から新入社員への
激励の挨拶

状況： あなたは自転車の部品を扱う日本の会社のクアラルンプール工場の工場長である。
最近現地採用した 20 名の新入社員を前に、オリエンテーションセミナーの初日
に歓迎スピーチをする

格式： フォーマル

種類： 暗記によるスピーチ



Translation

CD
5

ミナガマシーンパーツのクアラルンプールオフィスへ皆様を歓迎することは私達の喜びであります。国籍や文化の背景は異なっていますが私達には共通の目的があります。ですから、私達は、生産的に、調和をもって働くことができますはずです。

今日はクアラルンプール支社のいくつかの目的と、私達はその目的に向かってどう取り組んで行くかについてお話ししたいと思います。

クアラルンプールの我が社は自転車の部品を製造し、それを自転車製造業に販売しております。確かに私達は地域的に働いているのですが、考え方はいつも地球規模でなければなりません。というのは、世界中の人々が我が社の製品を使っておりミナガという名前を知っているからです。このように私達の主な目的の一つは、優秀な製品を製造することによって素晴らしい名声を保ち続けることです。もう一つの目的は我が社の製品の販売を伸ばすこと

Case 4



¹⁾It is a pleasure to welcome all of you to the Kuala Lumpur office of Minaga Machine Parts, Incorporated.

²⁾Though our national and cultural backgrounds are different, we have common goals, and we can work together ³⁾productively and harmoniously.

Today I will point out some of the goals of the Kuala Lumpur branch and how we can all work toward these goals.

Our factory in KL produces bicycle parts and distributes these parts to bicycle manufacturing companies. So **⁴⁾we work locally, but we still have to think globally** because people all over the world are using our products and recognize the name Minaga. Thus one of our main goals is to maintain our strong reputation by producing excellent products. Another goal is to expand the distribution of our products. And our third goal is to contribute to the growth of Malaysia and to the development of its human resources.

Together we can achieve our goals. If we

Case

1

結婚式での

スピーチ (同僚からのスピーチ)

状況：日本のオーディオ機器を扱う会社のタイ・バンコク支社。そこで働くタイの女性とオーストラリア人男性の結婚式での日本人同僚からのスピーチ

格式：インフォーマル

種類：メモを見ながらのスピーチ



Translation

CD

9

デビッドとチラポン、結婚おめでとうございます。友人としてまた同僚として私も本当に嬉しいです、お二人の将来に幸多かれとお祈り致します。

チラポンとは20年以上のおつき合いです。まだ少女の頃私達はよく私達の将来はどんなものになるのだろう、と話し合ったものです。彼女はいつも勉強や仕事に対するはつきりした考えを持っていました。一方、それに比べて結婚に関しての彼女の考えはちょっと曖昧でしたね。他の友人もそうしたように、私も彼女とは連絡を取り合いお互いに励まし合ってきました。私達は皆チラポンの仕事の成功と彼女がどんなに仕事を愛しているか知っていますし、また彼女はよく仕事がいかに楽しくやりがいがあるかを話題にします。

でも今のチラポンは自分個人の人生も充実しているので。最近彼女は熱っぽくデビッドとのつき合いがいかに楽しいかを話題にし続けていま

Case 1



David and Chirapon — ¹⁾**Hearty congratulations** on this special day!

As a friend and colleague, I ²⁾**am** very **happy for** both of you, and I want to wish you every happiness in the future.

I have known Chirapon for more than 20 years. When we were young girls, we often talked about our lives and what we imagined they would be like in the future. Chirapon always had rather clear ideas about her studies and the kind of work she wanted to do. Her ideas about marriage, on the other hand, were always a bit vague. Over the years, like many other friends, I have ³⁾**kept in touch with** her and we have all encouraged each other as we started our careers in various fields. We know that Chirapon has been very successful in her job, and she often talks about how much she enjoys her work, how rewarding it is for her.

But Chirapon also has a rewarding personal life, and lately she has been talking enthusiastically about ⁴⁾**how much she enjoys**

Case

1

新会社設立の
記念スピーチ

状況：日本と中国の二大会社が合併、家庭電化製品販売のジョイントベンチャービジネス
CELOX-CHO Enterprises を設立。日本側代表として CELOX 社社長のスピーチ

格式：フォーマル

種類：概略メモを見ながらのスピーチ



CD
14

Translation

ご来賓の皆様、きょうはセロックス・ジャパン及び上海の張エレクトロニクスの歴史にとって記念すべき日であります。ここに新しくジョイントベンチャービジネスである、セロックスー張エンタープライズの設立を発表できることは我々の歓びとするところであります。我々は今後アジア市場に向けて家電製品を生産致して参ります。進歩したインフラストラクチャーと生活レベルの向上は、炊飯器、フードプロセッサ、電子レンジなどの家電用品への需要を増大しました。消費者達は家電製品のより良い品質とデザイン、そして手頃な値段を求めています。我々は消費者達にその両方をベストの形で供給して参る所存であります。

張エレクトロニクスはこの6年間中国で電化製品の生産をリードして来ました。我々にとって、そうしたしっかりした信頼できる会社と提携できることはまことに幸運と言えます。エレクトロニクス技術と市場戦略を共に兼ね備え

Case 1



¹⁾ Honored guests, ladies and gentlemen.

²⁾ **Today is a landmark day in the history of** CELOX Japan, Ltd. and Cho Electronics of Shanghai. Together we are happy to announce the foundation of our new joint venture business CELOX-CHO Enterprises(CCE). We will be producing electrical household appliances for the Asian market. Improved infrastructures and increases in living standards have brought higher demands for such household goods as rice cookers, food processors, and microwave ovens. Consumers are looking for reasonable prices and also improved quality and design in electrical goods. We intend to provide consumers with the best of both.

Cho Electronics has been a leader in the production of electrical goods in China for the past six years. We are indeed fortunate to ³⁾**enter a partnership with such** ⁴⁾**a solid and reliable firm.** We have confidence that our combined ⁵⁾**expertise** in the fields of electronics technology and marketing strategies will ⁶⁾**be**

Case

1

NGO による合同プロジェクト
発足記念スピーチ

状況： 車椅子と松葉杖によるリハビリとそれらの製作・修理を目的とするベトナムフエにおける、日本とベトナムの NGO による合同プロジェクト。フエの病院（病院長＝Dr. Nuy）での日本側プロジェクトリーダー（姫路の病院長）のスピーチ。国立リハビリ職業訓練局ディエン長官も列席

格式： セミ・フォーマル

種類： 概略メモを見ながらのスピーチ



Translation

CD

18

ディエン長官、ヌイ病院長、並びにご列席の皆様。今日姫路一フエジョイントリハビリテーションプロジェクトの発足記念式に出席できますことは大変幸せなことであります。何か月にもわたる我々の計画と準備の実際の成果をこうして見ることができて喜ばしく思います。特にベトナムの厚生省や国立リハビリ職業訓練局ディエン長官から受けた助力や協力にお礼を申し上げたいと思います。ディエン長官の励ましが無ければ、この夢が現実のものになることは無かったであります。

このプロジェクトは地雷の犠牲者への車椅子や松葉杖を供給するだけでなく、この病院の同じような人々を訓練してリハビリの器具の製作や修理も目的としております。我々の事業計画の3本柱は——指を折って数えながら——：1) 器具の簡単で機能的なデザイン 2) 地域での生産 3) 地域の労働力です。我々は地域の力の投入こそがプロジェクトの成功の秘訣と信じており

Case 1



Director-General Diem, Dr. Nuy, ladies and gentlemen. I am very happy to be here today at this official opening of the Himeji-Hue Joint Rehabilitation Project.

¹**It is gratifying to see the real result of our months of planning and preparation. In particular I want to acknowledge the support and cooperation we have received from the Ministry of Health of Vietnam and Director-General Diem of the National Bureau of Vocational Rehabilitation.**
²**Without his encouragement, this dream could not have become a reality.**

This project will not only provide wheelchairs and crutches for victims of land mines, but will also train those same clients of this hospital to manufacture and repair rehabilitation equipment. Our three-point strategy is (*counting on his fingers*):

- 1) simple, functional design of the equipment
- 2) local manufacture (production)
- 3) local workforce

We believe local input will be the key to the

★ KEY EXPRESSIONS

★ **Without his encouragement, this dream could not have become a reality.**

(彼の励ましが無ければ、この夢は実現しなかったでしょう)

★ **I would like to mention a case in point.**

(ひとつの適例をお話したいと思います)

★ **This project is one step on the road to a brighter future.**

(このプロジェクトはより明るい未来への第一歩と言えます)

success of the project. We also believe the project will provide more mobility for the clients of this hospital—not only physical mobility, but also economic and social mobility as well. Our ultimate aim is to help disabled people to achieve their full potential.

³⁾**I would like to mention a case in point.**

Ng Luk Nam lost his right leg when he was playing in a field which he did not know was mined. He came to this hospital nine months ago as one of the first participants in the pilot project. He was fitted with a prosthesis and given rehabilitation with an adjustable crutch. At the same time he was trained to repair wheelchairs for children. He is now completely mobile and is employed in the repair section of the wheelchair workshop. He will be able to support himself financially within one year. He also tells us that he is learning to ride a bicycle since he wants to start a delivery business! We hope we will hear more stories like this in the future, thanks to this project.

Of course we will be happy to hear one day

ます。我々はまたこのプロジェクトによって当病院に収容されている人々がもっと可動性を持てるようにしたいのです。それは単に肉体的な動きやすさを意味するだけでなく、経済的社会的なものも含んでいます。我々の究極の目的は障害を持った人々が最大限その能力を発揮することができるよう手助けをすることにあります。

この点に関して一つの適例をお話したいと思います。ング・ルク・ナムは地雷のことを知らずに野原で遊んでいて右足を失いました。彼は9か月前パイロットプロジェクトに参加する最初の一人としてこの病院にやって来ました。彼は義足がぴったり合い、また調整可能な松葉杖を与えられました。同時に彼は子供たちのための車椅子を修理する訓練も受けたのです。彼は今完全に動くことができますし、車椅子のワークショップの修理部門に雇用されています。1年以内に彼は経済的に一人立ちすることが可能になるでし

PART 1
歓迎の席でのスピーチPART 2
お祝い席でのスピーチPART 3
式典でのスピーチPART 4
国際協力のためのスピーチ

細井 京子 (ほそい・きょうこ)

東京生まれ。東京女子大学英米文学科 (B.A.)、
テンブル大学 (日本校) 大学院 (M. Ed.) 卒業。
毎日新聞編集部を経て、1977 年より 2014 年まで
JICA (国際協力機構) 国際総合研修所主任講師・
常勤講師を務める。コスモポリタン・インスティ
テュート(CI)主宰。他さまざまな英語コミュニケー
ション指導に携わる。

著書に、『初めての英語プレゼンテーション』『英
語でスピーチ! ビジネス & セレモニーのスピー
チに強くなる』(以上共著、語研刊)、『仕事英会話
まるごとフレーズ』(共著、アルク刊)、『英文ビ
ジネスライティング大全 レター、Eメール、見積
書、督促状から履歴書まで』(監修・翻訳、桐原書
店刊)、『TOEIC® テストリーディング速効ドリル』
(共著、コスモビア刊) などがある。また、E ゲイ
ト英和辞典 (ベネッセコーポレーション刊)、高校
英語教科書『PROVISION-I, II』(桐原書店刊) の原
稿を執筆する。

Ruth C. Fallon (ルース・ファロン)

ウィスコンシン大学卒業 (B.A., M.S.)。慶応義
塾大学法学部常勤講師。1981 年より津田国際研修
センター国際公務員志願者訓練コースの常勤講師。
ほかに、JICA 国際総合研修所の非常勤講師を務め
る。ライティング・プレゼンテーションの指導を
専門とする。

著書に、『初めての英語プレゼンテーション』『英
語でスピーチ! ビジネス & セレモニーのスピー
チに強くなる』(以上共著、語研刊) などがある。

© Kyoko Hosoi; Ruth C. Fallon, 2003, Printed in Japan

英語でスピーチ!

ビジネス & セレモニーのスピーチに強くなる

2003 年 10 月 10 日 初版第 1 刷発行
2016 年 8 月 5 日 第 6 刷発行

著 者 細井 京子
Ruth C. Fallon
制 作 ツディブックス株式会社
発行者 田中 稔
発行所 株式会社 語研
〒101-0064
東京都千代田区猿樂町 2-7-17
電 話 03-3291-3986
ファクス 03-3291-6749
振替口座 00140-9-66728
組 版 ツディブックス株式会社
印刷・製本 大日本印刷株式会社

ISBN978-4-87615-086-1 C0082

書名 エイゴ デ スピーチ!
著者 ホソイ キョウコ/ルース ファロン
著作者および発行者の許可なく転載・複製することを禁じます。

定価はカバーに表示してあります。
乱丁本、落丁本はお取り替えいたします。

株式会社 語研
GOKEN

語研ホームページ <http://www.goken-net.co.jp/>

【付属の音声 CD について】

本書の付属音声 CD には、
書名やトラック名などの文
字情報は含まれておりませ
ん。本 CD をパソコンに読
み込んだ際に表示される書
名やトラック名などの文字
情報は、弊社の管理下にな
い外部のデータベースを参
照したものです。あらかじ
めご了承ください。



英語でスピーチ！

ためし読みはここまでです。

Webページへ

