

Bottom Line Business Stories

ワールドビジネスの光と蔭

Andrew E. Bennett

Shoji Shimabayashi

Sean A. White

S SEIBIDO

はじめに

本書は、2008年に Merriam-Webster 社から出版された英語学習用テキスト“25 Business Stories”を日本人学習者向けに再編集したものです。大学や短期大学に学ぶみなさんが、卒業までにマスターしてもらいたい英語力の基礎体力とも呼べるものを身につけてもらえるよう配慮して編集しました。オリジナルの25章から22章を選び、テキストは活用しながら、読解問題やリスニング問題、コラムなどはほとんど新しく作成したものです。オリジナルの面白さはそのままに、世界中の企業やビジネスに関して、平易な英語でビジネスの実際の姿を読むことで、英語力の向上とビジネスへの見識を深めってもらうことを目指しています。

ビジネスは利潤を追求するものではありませんが、紛れもなく人の営みであり、ビジネスの数だけドラマがあると言っても過言ではありません。その観点から本書では、1) 幅広い分野と地域、2) ビジネスの実像、3) 批判的な視点、を念頭に作成しました。

まず、グローバル化する世界で営まれるビジネスの実像をできる限り幅広く、赤裸々に伝えるように努めました。業種は最先端のITビジネスからファッション、鉱業にまで及び、国と地域は日米欧のみならず、アジア、アフリカにも目を向けました。

また、アンドリュー・カーネギーに代表される誰もが憧れるようなカリスマビジネスマンを紹介する一方で、ビジネスの華々しい側面だけではなく、エンロン事件に代表されるビジネスの闇の部分にも触れました。

さらに、練習問題においては、単なる事実確認だけではなく、推測して答える設問、賛否両論に触れるなど、できるだけ批判的思考力(critical thinking skills)を高められるよう工夫しました。

経済・ビジネスに関する英文を読みこなすというのは、英語学習において最も骨の折れるところです。タイム誌やフォーチュン誌、あるいはウォールストリートジャーナル紙の記事を読めるようになるには相当勉強しなければなりません。しかし、それこそが、みなさんが実社会に出た時に求められる英語力でもあり、グローバル化したビジネスの世界では、英語はもはや「標準装備」となりつつあります。

学生のみなさんが、本書を通して、今後生きる英語の基礎体力を養うと同時に、ビジネスの実際を目の当たりにして、将来への糧を得られることを期待してやみません。

2011年8月
嶋林 昭治
Sean A. White

本書の使い方

本書は、導入の日本語コメントに続き、**Reading Passage** とその内容に関する 3 種類の練習問題、各章のトピックに関連した内容のリスニング練習問題とコラムという構成になっています。

日本語コメント

各章で紹介する企業や人物について簡単に紹介しています。このテキストで扱う企業や人物には、みなさんにあまり馴染みのないものもあるかもしれません。テキストを読む前に、ぜひ目を通して、みなさんの持っている知識を活性化してください。

Reading Passage

全 22 章で、それぞれに特徴のある、幅広い分野の企業や人物を取り上げました。カリスマビジネスマン、起業家などを取り上げる一方で、破たんした企業の問題点を探るものなど、内容は非常に豊富になっています。テキストの後には重要語句と意味が **Notes** として示してあります。ビジネス用語なども多く示してありますから、読解の一助にしてください。

Comprehension Exercises

テキストを読んだ後の内容把握のための練習問題は三部構成にしてあります。

- I. **True or false test:** テキストを読み終えた後に行う最初の練習問題です。テキストの内容について書かれた英文が正しいかどうかを問う、基本的な内容確認問題です。まずは、一通りテキストを読み、概要確認のつもりで取り組んでください。
- II. **Comprehension check:** テキストの内容についての **Questions & Answers** や英文完成問題を用意しました。すべて選択式ですが、ここでは、単に事実を確認するための設問 (**fact-finding questions**) だけでなく、テキストから推測して答える設問 (**inference questions**) も取り入れています。テキストの読みを事実確認に終わらせず、ぜひ批判的に読みこなす力も養ってください。
- III. **Cloze summary:** 読解練習の最後は概要完成問題です。内容に即しながら、テキストを要約した英文を完成する練習です。必要な語・語句は与えられていますが、テキストをしっかりと把握できているか確認してください。

Listening Comprehension

各章のトピックに関連したリスニング演習を用意しました。ここでは、3人の登場人物がトピックに関して賛否両論を含むコメントを述べます。それらを聴き、2種類の練習問題に答えます。

Practice 1 登場人物のコメントについて、焦点となるポイントについて確認する問題です。コメントの大意を把握できているかどうかを確認してください。

Practice 2 登場人物とそれぞれのコメント内容を結びつける問題です。コメントの一部が英文として与えられていますから、それほど難しさは感じないことでしょう。聞こえてくる英語をスクリプトを見て確認するつもりでしっかりと聞き取ってください。

Why do we say that?

テキストで使われた、ちょっと変わった、あるいはちょっと面白い英語表現について解説しました。その表現を使った例文も示してありますので、ぜひ、使いこなせるようになってください。

最後になりましたが、本書を出版するに当たり、オリジナルテキストの改編を快く承諾いただいた Merriam-Webster 社、執筆当初からご尽力賜った成美堂の菅野英一氏、佐藤公雄氏に心からお礼申し上げます。

著者

CONTENTS

CHAPTER 1	SONY	8
	ソニー	
CHAPTER 2	GUCCI: A FAMILY STORY	12
	グッチ：一族の物語	
CHAPTER 3	SAM WALTON: FOUNDER OF THE WAL-MART EMPIRE ...	16
	サム・ウォールトン：ウォル・マート創設者	
CHAPTER 4	IKEA	20
	IKEA	
CHAPTER 5	ANDREW CARNEGIE	24
	アンドリユー・カーネギー	
CHAPTER 6	ANITA RODDICK: THE BUSINESS OF BETTERING THE WORLD ...	28
	世界をより良くするビジネス：アニタ・ロディック	
CHAPTER 7	GOOGLE POWER!	32
	グーグルの力	
CHAPTER 8	AMAZON: MORE THAN JUST A BOOKSELLER	36
	書店を超えたアマゾン	
CHAPTER 9	AZIM PREMJI: THE BILLIONAIRE OF BANGALORE	40
	バンガロールの億万長者：アジム・プレムジ	
CHAPTER 10	SKYPE: LET'S TALK!	44
	話そう！：スカイプ	
CHAPTER 11	EBAY: SOMETHING FOR EVERYONE	48
	ネット通販、オークションの先駆者：イーベイ	

CHAPTER 12	STARBUCKS AROUND THE WORLD	52
	世界のスターバックス	
CHAPTER 13	LENOVO: CHINA'S PC POWERHOUSE	56
	中国が誇る PC メーカー：レノボ	
CHAPTER 14	MTN: CONNECTING AFRICA	60
	MTN：アフリカ大陸をつなぐ	
CHAPTER 15	APPLE'S IPOD: BIG PROFITS COME IN SMALL PACKAGES	64
	アップル社の iPod：小さな商品で大きな利益	
CHAPTER 16	BHP BILLITON: THE NATURAL RESOURCES LEADER	68
	BHP Billiton：天然資源開発の旗手	
CHAPTER 17	RICHARD BRANSON: THE BOLD BILLIONAIRE	72
	大胆な億万長者：リチャード・ブランソン	
CHAPTER 18	NEW COKE	76
	ニュー・コーク	
CHAPTER 19	BIG AIRLINES IN BIG TROUBLE	80
	大問題を抱えた大航空会社	
CHAPTER 20	A BANKRUPTCY OF TRUST 1: ENRON	84
	信用破たん 1：エンロン	
CHAPTER 21	A BANKRUPTCY OF TRUST 2: ARTHUR ANDERSEN	88
	信用破たん 2：アーサー・アンダーセン	
CHAPTER 22	THE FALL OF BARINGS BANK	92
	女王陛下の銀行の凋落	
	Word List	96



1946年に小さな町工場として出発したソニーは、やがて世界的な企業になりました。戦後日本の復興に大きく貢献したのです。その道は決して平たんなものではなく、成功の陰には、技術者、営業マンなどの不屈の精神がありました。

READING PASSAGE



1-02

At one time or another, most of us have either owned or used a Sony product. For more than 60 years, the company has filled the world with millions of radios, cameras, and other electronic wonders. It also owns some of the world's largest movie, music and television businesses.

5 Founded in Japan in 1946 by Akio Morita (a physicist) and Masaru Ibuka (an engineer), the company was originally called Tokyo Telecommunication Engineering Corporation. (The name was changed to Sony Corporation in 1958.) The two businessmen led a team of 20 people in designing and building electric products. The first of these, a simple rice cooker, was a failure. But the team members kept their
10 noses to the grindstone, looking for the right product that they could sell locally and abroad.

The hard work paid off in the 1950s with a very popular line of pocket-sized radios. Millions of units were sold, and Sony went on to become a household name in Asia, Europe, North America, and beyond.

15 As evidence of its international outlook, Sony started selling shares on the New York Stock Exchange in 1970. That made it the first Japanese company to sell its stock on the exchange. And believing that local manufacturing would be best for overseas markets, it opened factories in the U.S. in 1972 and England in 1974.

Over the decades, Sony continued innovating, filling store shelves with many new

and exciting products. These included the Trinitron TV (1968), the Walkman (1979), the CD player (1982), and the Blu-Ray Disc (2006). A key reason for this unending stream of new products has been an emphasis on research and design. Indeed, Sony gives bonuses to engineers whose designs are made into products.

Yet not every Sony product has been a success. Its most notable failure was the Betamax video-recording format. Launched in 1975, it eventually lost out in the home consumer market to the more popular VHS format. And Sony suffered badly when its stock price, which had increased rapidly in the high-tech bubble, burst in 2000. Still, setbacks like these only challenge Sony to work harder and continue pushing the envelope. With more than 180,000 employees and revenues topping US\$85 billion in 2007, this legendary company continues to evolve and amaze.

Notes

wonder(s) すばらしい物 physicist 物理学者 rice cooker 炊飯器 failure 失敗 keep one's nose to the grindstone あくせく働く locally 地元で abroad 外国へ pay off うまく行く pocket-sized ポケットに入る大きさの household name よく知られている物 beyond より先に evidence 証拠 outlook 展望 share(s) 株 the New York Stock Exchange ニューヨーク証券取引所 stock 株 manufacturing 製造 decade 10年 innovate 刷新する stream 流れ emphasis 強調 research and design 研究とデザイン indeed 実際のところ notable 有名な Betamax video-recording format ベータマックス・ビデオ録画方式 launch 始める eventually やがて lose out 〈競争に〉負ける consumer 消費者 suffer 被る rapidly 急速に high-tech bubble ハイテク・バブル burst 破裂する setback つまずき push the envelope かたくなに頑張る legendary 有名な evolve 進化する amaze 驚かせる

I TRUE OR FALSE TEST 次の英文が本文の内容に合っていれば T、異なっていれば F を記入しなさい。

1. Sony was founded by two Japanese engineers in 1946. ☐
2. Sony saw its first success with a pocket-sized radio in the 1950s. ☐
3. Sony opened its first factories overseas in America and England in 1972. ☐
4. Research and design has been a major factor in Sony's constant innovation. ☐
5. Sony suffered a severe failure in the field of video-recording. ☐

II COMPREHENSION CHECK 次の A～Dの中から最も適当なものを選びなさい。

- How did the Sony team react to the performance of their first product?
 A. They were extremely happy.
 B. They hired 20 engineers and physicists to improve their research strength.
 C. They went abroad to look for a better product.
 D. They kept working hard to develop a successful product.
- The article suggests that Sony ().
 A. has a history of producing only successful electronic goods
 B. has relied on selling the same products for 40 years
 C. is careful not to spend a lot of money on research and design.
 D. sometimes releases products that don't succeed
- What would happen if a Sony engineer designed a TV that was later produced?
 A. The engineer would be promoted.
 B. The engineer would receive extra pay.
 C. The marketing campaign for the TV would be led by the engineer.
 D. Sony would name the TV after the engineer.

III CLOZE SUMMARY 下の要約文の () 内に入れるのに、最も適当な語を下から選びなさい。(大文字とすべき語も小文字で示してある。)

CD 1-03

For more than 60 years, Sony has continued to () the envelope in innovating () products.


The legendary company was founded in 1946 by two Japanese (), Akio Morita, a physicist, and Masaru Ibuka, an engineer. Their hard work () off in the 1950s when they produced a popular line of pocket-sized radios that sold millions of units in Japan and abroad, making Sony a household name.

By the 1970s Sony had grown into an international powerhouse, selling its () on the New York Stock () and opening factories overseas. Its emphasis on () and design led to a string of successes.

Despite some notable () like the Betamax and a falling stock price after the high-tech bubble () in 2000, Sony remains a powerful company that will surely continue to evolve and amaze.

burst	businessmen	electronic	exchange	paid
research	push	setbacks	shares	

IV WHAT PEOPLE ARE SAYING ABOUT SONY LISTENING COMPREHENSION

PRACTICE 1 次の3人はソニーの製品を使用していますか。適当なものを選びなさい。  1-04

Roger	<input type="checkbox"/> yes	<input type="checkbox"/> no	<input type="checkbox"/> unclear
Hideki	<input type="checkbox"/> yes	<input type="checkbox"/> no	<input type="checkbox"/> unclear
Doreen	<input type="checkbox"/> yes	<input type="checkbox"/> no	<input type="checkbox"/> unclear

PRACTICE 2 CD を聞き、3人のコメントと合うもの結びなさい。  1-04

- | | |
|----------|--|
| Roger ▶ | <ul style="list-style-type: none"> • has heard Sony products made in Japan are better than ones made in other countries. • has been using the same Sony TV for more than 15 years. • thinks Sony products made in Japan are more expensive. |
| Hideki ▶ | <ul style="list-style-type: none"> • thinks the quality of Sony products is excellent compared to other companies. • uses a number of Sony products along with his family. |
| Doreen ▶ | <ul style="list-style-type: none"> • wishes other companies made products that were built to last like Sony. |

WHY DO WE SAY THAT?

keep one's nose to the grindstone 「あくせく働く」: grindstone は包丁などを研ぐ「砥石」のことです。包丁を一心に研ぐ姿勢は前かがみで鼻が砥石にくっつくかのようです。その様子を物事に一所懸命に取り組む姿に重ねた表現です。

(例) I'm afraid I'll be keeping my nose to the grindstone all week. I can't go anywhere until I'm finished. 「この1週間、働き詰めだ。片づくまではどこにも行けそうにない」

英語には nose(鼻)を用いたイディオムがたくさんあります。一部を紹介しておきます。

follow one's nose 「まっすぐ行く、本能のまま行動する」

keep one's nose clean 「ごたごたを起こさない、品行方正である」

poke one's nose into ... 「…に口出しする」

(例) Just follow your nose and in about five minutes, you're at the station. 「ただまっすぐ行きなさい、そうすれば5分ほどで駅に着きます」