



はじめに

最近、日本国内でも、社内公用語を英語にする企業が現れ、海外とやりとりをする部署でなくても、英語を使う必要性に迫られている方が増えているのではないのでしょうか。ある日突然、「海外から研修生が来るから、英語で研修を頼む」と上司に言われるようなケースもあるようです。

筆者は遠距離の受講者向けにオンラインセミナー（ウェビナー）を行っており、現在のプレゼンの機会はオフラインとは限りません。オンラインでパワーポイントやビデオを使っても行われますので、日本にいながら、「ネットで海外の取引先にプレゼンしてくれ」と依頼される場面に遭遇している方もいらっしゃるでしょう。

筆者自身が日米間の取引のお手伝いをして感じたのは、皆さん、ご自分の専門分野では専門家であり、日本語ではちゃんとプレゼンができるのに、英語では言いたいことをうまく伝えられないのもどかしく思われているということでした。そこで、本書では、「日ごろ、日本語でプレゼンはしているが、英語では初めてだ」という方のために、日本人によく見られるクセなども含め、英語でのプレゼンについて解説しています。これまでの英語のプレゼンに関する類似書では、プレゼンの構成方法に重きが置かれていたようですが、本書では、プレゼンで使える英語表現の紹介に重点を置いています。

筆者の他の著書における多くの読者の方々は、「英語ではこういう言い方をする」ということがわかる例文さえ豊富にあれば、それをご自分で組み立て、現場で使っていच्छるようです。そこで、本書では応用がしやすいよう、さまざまな業界のプレゼンの場で使われる英語フレーズを多数紹介しています。

「実際にビジネスの現場で使われている英語表現を紹介する」というのが筆者のモットーですが、今回も、月に3～4回参加する米国内の講演・セミナーや過去20年にわたり実際のプレゼンで集めた実践表現を満載しています。

ますますグローバル化の進む中で、読者の皆さまが、さらに世界に向けてビジネスを切り開いていく一助として、本書をお役立ていただければ幸いです。

2011年5月
有元美津世

CONTENTS

はじめに	p.3
本書の使い方	p.9
序章	
1) プレゼンの目的	p.12
2) プレゼンの要素とテーマ	p.13
3) プレゼンの構成	p.14
4) プレゼンの話し方	p.16
5) 質疑応答	p.20
6) スライドの英語	p.22

Disc1

**Part
1**

Introduction — 導入

Track01	1) 挨拶	p.29
Track02	2) 歓迎・謝辞	p.30
Track03	3) 自己紹介	p.34
Track04	4) 参加者の興味をひきつける	
	● 問いかけ	p.36
	● 場を和ませるための質問	p.37
	● 事実・統計	p.38
	● 引用	p.39
	● 逸話	p.41
	● ユーモア	p.42
Track05	5) プレゼンの主題を大まかに説明する	p.45
Track06	6) Housekeeping (ルーティンの手続き)	
	● 前置き	p.48
	● 音声の確認	p.48
	● 配布資料について触れる	p.49
	● 照明や温度を調整する	p.50
	● プロジェクターの操作を指示する	p.50
	● 休憩について触れる	p.51
	● 質疑応答について触れる	p.51
	● 携帯電話や録音など禁止事項について述べる	p.52
	● 遅刻や風邪などを謝罪する	p.52
	● 司会者用の決まり文句	p.53

**Part
2**

Body — 本論

Track07	1) 説明する内容について述べる	p.58
---------	------------------	------

Track08	2) 報告する	p.60
Track09	3) データ・図表を説明する	p.62
Track10	4) 図表から結果や結論を述べる	p.66
Track11	5) 配布資料に触れる	p.67
Track12	6) 比較する	p.68
Track13	7) 例を挙げる	p.71
Track14	8) たとえる	p.72
Track15	9) 理由、根拠を述べる	p.73
Track16	10) 強調する	p.75
Track17	11) 自分の意見を主張する	p.78
Track18	12) 問題点、改善点を述べる	p.80
Track19	13) 提案する	p.83
Track20	14) 間をつなぐ	
	● トピックを変える	p.86
	● トピックには後で触れる	p.86
	● 前のトピックに戻る	p.87
	● 言い換える	p.88
	● 言い直す、訂正する	p.88
	● 相手の言ったことを聞き直す	p.89
	● 度忘れした	p.89
Track21	15) 参加者とやりとりをする	
	● 質問する	p.91
	● 参加者の一人を指名する	p.92
	● 参加者の理解度を確認する	p.93
	● 時間を確認する	p.95
	● 休憩する	p.95

**Part
3**

Conclusion — 結論

Track22	1) 終わりに近づいていることを知らせる	p.98
Track23	2) まとめ	
	● セクションのまとめ	p.99
	● 全体のまとめ	p.99
	● 結論を述べる	p.101
Track24	3) 大事な部分を繰り返す	p.102

CONTENTS

Track25	4) 承認を求める	p.103
Track26	5) 行動を促す	p.105
Track27	6) 終わりを告げる	p.107
Track28	7) 感謝する	p.108
Track29	8) 連絡先を伝える	p.109

Part 4

Q&A — 質疑応答

Track30	1) 質問を受ける	
	● 質問を請う	p.112
	● 質問者を指す	p.112
	● 質問が聞き取れない	p.113
	● 質問の意図がわからない	p.113
	● 質問の意図を確認する	p.114
Track31	2) 質問に答える	
	● 回答する	p.115
	● すぐに答えられない場合に、時間を稼ぐ	p.116
	● 知らないと答える	p.116
	● 参加者に尋ねる	p.117
	● 後で返答する	p.117
	● 答えを得られる情報源を提供する	p.118
	● 答えられる内容に話を移す	p.118
	● 関係のない質問、答えにくい質問に対応する	p.118
	● 質問ではなく、自分の意見を述べる人に対応する	p.119
	● 質問者の意見に賛同できないことを伝える	p.120
Track32	3) 質疑応答を終了する	
	● 質問を促す	p.121
	● 後ほど個別に対応することを伝える	p.121

Part 5

ケーススタディ

1) 会社説明+売り込みの事例	p.126
Introduction 導入	
会社概要	
市場概要	
サービス内容	
アジア戦略	
Conclusion まとめ	

Disc2

Part 6

実践表現

Track01	● 前置き	p.162
Track02	● 事業内容	p.163
Track03	● 顧客・取引先	p.166
Track04	● 実績	p.168
Track05	● 事業所・組織案内	p.169
Track06	● 沿革	p.170
Track07	● ミッション	p.172
Track08	● 戦略提携先	p.174
Track09	2) 営業報告	
Track10	● 市場の概況報告	p.175
Track11	● 売上報告	p.179
Track12	● 売上予測	p.180
Track13	● 競合他社の動向	p.182
Track14	3) プロジェクト	
Track15	● 予定の説明	p.184
Track16	● 進捗報告	p.186
Track17	● 規制内容の説明	p.188
Track18	● 製品開発・試験の報告	p.190
Track19	● 試験結果	p.193
Track20	4) 売り込み	
Track21	● 前置き	p.194
Track22	● 顧客のメリットの強調	p.197
Track23	● 最後の押し	p.199
Track24	5) 会計・財務	
	● 財務報告	p.201
	● 予測・予測に対する実績	p.203
	● 予算	p.204
	● 経費節減	p.205

2) 市場概要を説明する事例	p.150
市場傾向	
課題	
市場構成	
成功の鍵	

Useful Expressions

●表現 1

- ・相手の言ったことに賛同する p.206
- ・間をもたせる p.206
- ・話し始める p.207
- ・話の流れを変える p.207
- ・逆のことを言う p.207
- ・意見を述べる、主張する p.208
- ・理由を述べる p.209
- ・例などを示す p.210
- ・主語 (X,Y) の示す物事を説明する p.210
- ・比較、対照する p.211
- ・話をまとめる p.212
- ・結論を述べる p.212
- ・売り込む p.212
- ・相手の質問を確認する p.213

●表現 2

- ・概して p.214
- ・通常 p.214
- ・たとえば p.214
- ・具体的には p.214
- ・明らかに p.215
- ・もちろん、当然のことながら、予想通り p.215

●数、記号などの読み方

- ・約、～くらい p.216
- ・数 p.216
- ・年数、日時 p.218
- ・金額 p.219
- ・記号 p.220
- ・図形 p.220
- ・数式 p.221
- ・数の訳 p.221

装幀 森 裕昌
 表紙イラスト SUNNY. FORMMART
 本文デザイン (有) ディーイーピー
 編集協力 鈴木 タ子
 DTP組版 朝日メディアインターナショナル(株)
 CD録音 ELEC
 CDナレーション Jack Merluzzi/Rachel Walzer



本書の使い方

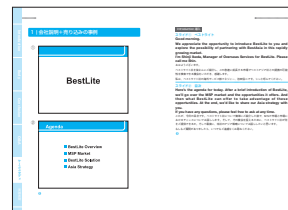


Introduction (導入)、Body (本論)、Conclusion (結論)、Q&A (質疑応答)

基本のフレーズを、プレゼンテーションを構成する4つのおもな要素ごとにご紹介しています。

●英語フレーズ内の記号

- ／ 一語で言い換えのできるもの。
- () 二語以上で言い換えのできるもの。
- [] 追加することができるもの。
- * 使用するときに必要な「カジュアルな表現」という意味です。TPOをわきまえて使用するようにしましょう。
- (破線) 項目ごとの細かい場面の移り変わりや、言い直しごとのグループ分けになっています。



ケーススタディ

2つのケースについて、スライドと付随する説明とともにご紹介しています。



実践表現

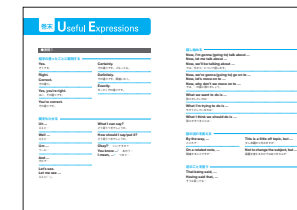
会社概要の説明、試験結果の報告、会計など、より実践的な場で使われると思われるフレーズです。ポイントとなる表現を、部分的に色字にしています。

●CDについて

Disc 1: Introduction—導入、Body—本論、Conclusion—結論、Q&A—質疑応答

Disc 2: 実践表現

英語のフレーズのみをアメリカ出身のナレーター2名が朗読しています。



巻末 Useful Expressions

プレゼンをするときに覚えておきたい様々な表現や、数字の読み方です。

序章



1 | プレゼンの目的

プレゼンの準備を開始する前に、まず明確にしておかなければならないのは、プレゼンの目的です。つまり、そのプレゼンによって何を成し遂げようとしているかということで、以下の点を明らかにしておく必要があります。

「なぜ、そのプレゼンをするのか？」

「プレゼンの結果、自分は、会社は、何を成しようとしているのか？」

目的の定まらないプレゼンは、目的地のない旅のようなもので、どこに向かって進んでいいかわからず、地図も描けません。目的が不明瞭であれば、プレゼンをする相手に何を伝えていいかわかりませんし、話し手にわからないものが聞く相手に伝わるわけがありません。

「上司にプレゼンをするように言われたから、する」といったケースが多いのですが、その場合、上司が何のために、誰に何を伝えようとしているのかを明確にする必要があります。「A社が来社するので、新製品について説明してくれ」だけでは不十分です。A社のどういう人たちが、何のために来社し、新製品について何を説明すればいいのかということ把握しなければなりません。

そして、肝心なのは、そのプレゼンの結果、「何を成しようとしているのか」ということです。A社には「発注してほしい」のか、「提携してほしい」のか、「A社から供給を受けたい」のかといったものです。

その他、たとえば、社内のプレゼンであれば、企画を通したいのか、予算をいくらもらいたいのか、ということを明確にするということです。

以上のことから、プレゼンの目的は、一文で書けるようにしておきましょう。

例) 「A社に新製品Xを注文してもらおう」

2 | プレゼンの要素とテーマ

- ① 参加者（ターゲット）は誰なのか？ 何を聞きたがっているのか？ どれくらいの知識レベルなのか？
- ② プレゼン時間はどれだけあるのか？
- ③ プレゼンの目的を達成するためには何を伝えればいいのか？
- ④ 目的を達成するには、どのように伝えるのがベストか？

① マーケティングでは市場のニーズにマッチした製品・サービスを提供するように、プレゼンでも、参加者のニーズに合わせた内容を提供する必要があります。たとえば、知識レベルがIの相手に、IIIの内容を提供しても意味がありません。上級管理職相手のプレゼンで、同僚向けのインフォーマルなスタイルはふさわしくありません。ですから、プレゼンを準備する前に、参加者に関してできるだけ情報を集める必要があります。つまり、プレゼンの対象が誰なのか、何人くらい参加するのか、何のためにプレゼンを聞きに来るのか、参加者の知識レベルはどれくらいなのかを見極めるということです。

② 与えられているプレゼンの時間が、1時間なのか、4時間なのか、それによって内容は当然、変わってきます。また、時期や場所も同様に重要な要素です。

③ そして、その相手（参加者）に向け、「プレゼンの目的を達成し、得たいものを得るためには、何を伝え、どのようなメッセージを送ればいいのか」を明確にします。これはプレゼンのテーマと言ってもいいでしょう。これも一文で書けるようにしましょう。

例) 「A社は新製品Xを導入すると、製造コストが30%削減できる」

④ メッセージを決められた時間内で伝えるには、どういう形で伝えるべきでしょうか？ たとえば、全員が一箇所に集まって行うのが難しければ、ネットを使ったオンラインセミナーという方式も考えられます。パワーポイントよりもビデオの方が適切な場合もあるかもしれません。パワーポイントを使うにしても、ビジュアル効果をどれくらい使うべきかなどを考慮する必要があります。

コラム | 5W1H

プレゼンの準備をするにあたって、情報収集の基本である5W1Hを使うこともできます。Who（誰が）What（何を）When（いつ）Where（どこで）Why（どうして）How（どのように）

Part 1

Introduction

— 導入



プレゼンでは第一印象が大事です。これには、話し方だけでなく、服装や立ち居振る舞いも含まれます。

初めは、参加者の頭もさえていて、集中力もあり、講師に注目しています。ここで参加者の関心をグッとひきつけられるかどうか、プレゼン全体の行方を左右する大きな分かれ目となるともいえます。

たとえば、私が講演・セミナーに受講者として参加する場合もそうですが、中には「トピックがイマイチだが、この講師は本当にこの道のエキスパートなのだろうか?」「参加する価値があるのだろうか?」と半信半疑で参加することがあります。そうした場合、始めの数分で「価値はない」と決めて、席を立つ場合もあります。ですから、冒頭部分は非常に大切なのです。

冒頭では、まず参加者の問いに答えることが大事です。

- ・あなたは誰なのか?
- ・何について話すのか?
- ・なぜ聞くべきなのか? 聞く価値があるのか?
- ・時間はどれくらいかかるのか? いつ終わるのか?

コラム | 注目を集める表現

参加者が着席していなかったり、ざわついたりしている場合、注目させるために、このように呼びかけることもできます。ただし、司会がいる場合は、これは司会の役目でしょう。

Can we get your attention, please?

ご注目願います。

Shall we get started?

始めましょうか。

Ok, we need to get started?*

始めないといけませんね。

Why don't we get started?*

始めましょうか。

We have so much to cover tonight. Let's get started.*

今夜は、取り上げることがたくさんあります。始めましょう。

フレーズ文末の* (アスタリスク)は比較的くだけた表現に対してつけています。



1 | 挨拶

Disc 1 | Track 01

まず挨拶をしますが、長々とする必要はなく、1~2文で十分です。

Good morning, everyone.

皆さん、おはようございます。

Good afternoon, ladies and gentlemen.

(紳士淑女の)皆さま、こんにちは。

Hi, everyone.*

皆さん、こんにちは。

Hi, how're you doing today?*

皆さん、調子はどうですか?

How's everyone doing this evening?*

皆さん、今晚の調子はどうですか?

Is everyone doing ok/great tonight? I'm doing great.*

皆さん、今夜は元気ですか? 私は元気です(調子、最高です)。

How are you guys doing this afternoon?*

今日(の午後)、皆の調子はどうかな?

コラム | "You guys"

アメリカで、2人以上の複数の人に呼びかける際に使われるカジュアルな表現ですが(南部では“You all”)、今ではビジネスの場でも浸透しており、プレゼンの場で参加者に対して使われることもあります。たとえば、20年前には、企業のカスタマーサポートセンターや、ホテルや航空会社に予約の電話を入れる際でもふさわしくないような表現でしたが、今では「お宅」といった感じで、相手の企業を指して使われます。

こうしたカジュアルな表現は、そのニュアンス、TPOを理解していない限り、使うべきではないでしょう。特に、英語が片言なのにこうしたカジュアルな表現ばかりを多用すると、ビジネスシーンにはミスマッチで、unprofessionalな印象を与えます。



2 | 歓迎・謝辞

Disc 1 | Track 02

日本では、「お忙しいところ、お越しいただきありがとうございます」、「お足元の悪い中、お越しいただき……」といった表現を使いますが、英語では、そうした前置きなしに歓迎、または感謝だけするようにしましょう。

Welcome to GlobalLINK.

グローバルリンクによるこそ。

On behalf of World Corporation, I'd like to welcome you to this special event.

ワールドコーポレーションを代表し、この特別イベントに歓迎いたします。

Thank you for joining me today.

本日はお越しいただき、ありがとうございます。

My thanks to all of you for joining me this morning.

今朝、お越しいただいた皆さまに感謝します。

I appreciate being with you this afternoon.

本日(の午後)は、ご参加いただき感謝します。

I appreciate the opportunity to be here with you to talk about the XYZ program.

皆さんにXYZプログラムについてお話しする機会をいただき感謝します。

You don't know how happy I am to be here tonight.

今晚、ここにいられることをどれだけうれしく思っているか言い尽くせないくらいです。

You can't imagine how special this opportunity is to me.

この機会が私にとってどれだけ特別なことかご想像いただけられないかもしれません。

I never dreamed I'd be standing here receiving this recognition.

この場で、このような栄誉をいただけるとは夢にも思いませんでした。

❗ 授賞式などの場合に使える表現です。

Thanks for coming today.*

今日は、来てくださりありがとう。

Thanks for being here this afternoon [, guys].*

今日の午後は、お越しいただきありがとう。(guysを入れるとかなりカジュアル)

Welcome and thanks for attending.*

ようこそ、そしてよくご参加いただきました。

It's great to finally meet everyone in person. Webinars and emails are fine but nothing beats face to face.*

やっと皆さんと直接お会いできてよかったです。ウェビナーやメールもいいですが、直接お会いすることに勝るものはないですね。

I'm glad to be speaking to you again.

また、皆さんの前でお話しできてうれしいです。

It's great to be here today to share this story/discussion/secret.

今日、こちら(談義、秘訣)をお話しでき、うれしく思います。

I'm [so] excited to speak to you about this [great] opportunity.

この(すばらしい)チャンスについて皆さんにお話しできることに(とても)胸を高鳴らせています。

Thank you for the invitation to speak about the research results.

調査(研究)結果についてお話しするようお招きいただき、ありがとうございます。

I thank Best Technology for this opportunity.

この機会をくださったベストテクノロジー社に感謝します。

I'm grateful for the opportunity to speak to such a wonderful group of professionals.

このようなすばらしいプロフェッショナルである方々にお話しする機会をいただき、感謝いたします。

I'm pleased to be here with you today.

今日、ここに皆さんといられることを嬉しく思います。

It's a great honor to be here tonight.

今晚、ここにいられることは大変な栄誉です。

It's a privilege to be invited to this event today.

今日、このイベントにご招待いただいたことを名誉に思います。

I'm [deeply] honored to be here to celebrate the 50th anniversary of the association.

協会の50周年を祝うために出席でき、(まことに)光栄です。

I feel honored to participate in such an important event.

このような重要なイベントに参加でき、光栄に存じます。

❗ "honor"や"privilege"を使うとフォーマルなトーンになります。

It's a great pleasure to be in the company of so many people who play an incredibly important role in the development of this product.

この製品の開発に大いに尽力された多くの方々と一緒にできることを、非常に嬉しく存じます。

特別なゲストに感謝

I'd like to thank Professor Wang and his team for being here.

ワン教授ご一行のご出席に御礼申し上げます。

I wish to express our most sincere appreciation to Honorable Former Ambassador Howard Lee for providing this opportunity.

この機会をくださったハワード・リー前名誉大使に心から感謝の意を表明させていただきたいと思えます。

司会などに紹介された場合

Thank you, Mr. Rodriguez.

ロドリゲスさん、ありがとうございます。

Thank you for the introduction.

ご紹介いただき、ありがとうございます。

Thank you very much for your warm introduction.

ご丁寧にご紹介をいただき、どうもありがとうございます。

Thanks for the introduction, Bob.*

ボブ、紹介ありがとう。

! カジュアルな表現ですが、もっともよく使われます。

Zack and I have known each other for 10 years.

ザックと私は、知り合って10年になります。

I've known Alicia since we both worked for ABC Corporation.

アリシアとは、ABCコーポレーション時代からの知り合いです。

! 司会者との関係を簡単に述べてもかまいません。