

## 読解：パラグラフ展開の把握／英作文：助動詞 XEAP2A-Z1J1-01

## 読解：パラグラフ展開の把握

## 到達目標

この回では、英文中の各パラグラフの役割を見きわめ、パラグラフ展開を把握する方法を学ぶために、各STEPで下記の内容で学習を進めていく。

**STEP1**：各パラグラフはどのようにつながっているのかを読み解く

- └ 各パラグラフの英文中での役割を知る
- └ パラグラフ展開を把握する

**STEP2**：パラグラフ展開を論理的に読み解き、正しい順番に並び換える

- └ 指示語の内容、具体例とのつながりを手がかりにする

**STEP3**：パラグラフ展開を正しく追い、話題となっている事柄についてまとめる

- └ 各パラグラフのトピックと、パラグラフ間のつながりを意識する
- └ 具体例は排除して共通項を抽出する

**GOAL** 英文中での各パラグラフの役割を見きわめ、パラグラフ展開を正しく追うことで、「文〔パラグラフ〕整序〔補充〕問題」「内容説明問題」などの、パラグラフ展開の理解に関わる問題を確実に解けるようにする。

**STEP1** 各パラグラフはどのようにつながっているのかを読み解く 10分

## 各パラグラフの英文中での役割を知る

パラグラフにはそれぞれ、トピックセンテンス（＝主題文）がある。パラグラフ展開を正しく捉えるためには、その内容から、各パラグラフが英文中でどのような役割を担っているのかを把握する必要がある。

**Point** 各パラグラフが英文中で担う役割を見きわめよう

《1》英文中の各パラグラフの役割は、そのパラグラフのトピックセンテンスから考える。トピックセンテンスはそのパラグラフの主題を表し、パラグラフの冒頭にくることが多い。役割のうち代表的なものは、以下を確認してほしい。「1つのパラグラフには1つのトピック」という原則があるので、同様に1つのパラグラフがいくつもの役割を持つことはまずないと考えてよい。

- ・英文全体のテーマを提示している⇒「導入」「主題の提示」「問題提起」
- ・自分の主張とは相反するものを述べている⇒「譲歩」「対照」
- ・自分の主張とは相反するものに対して反論している⇒「反論」「反証」
- ・具体例を挙げている⇒「例示」「具体化」
- ・文章のまとめ、あるいは筆者の考えを述べている⇒「結論」「筆者の主張」 など

次の「書く技術」についての英文を読んで、後の設問に答えよ。(50点)

1 Just ① as a company won't connect with its customers if it fails to consider their needs and attitudes, you won't connect with readers if you don't understand them, their desires, and the way they prefer to receive information.

( ② ) If readers understand what you are trying to convey and what their next  
5 steps should be, their jobs will be much easier.

Why is a reader-centered approach important? Consider the true story of a company that failed to analyze its audience when writing what seemed to be a simple postcard announcing a change of address. Neglecting to put itself in its readers' shoes, the company forgot to include one of the most vital pieces of information: the date of the  
10 move. Customers knew where to reach the company, but not ( ③ ) they should use the new address.

④ Once you identify the purpose of your document and have considered your audience, isolate the key message you want your readers to remember. This message should be clear and concise — usually stated in only one or two sentences. For example,  
15 "To meet our customer's delivery deadline, we must complete the product design by May 1."

In many cases, your key message will be stated at or near the very beginning of the document; the rest of the document will be used to \*flesh out the details and to answer the question "Why?" or "What are the implications of what I am proposing?"

20 For greatest clarity, stick to one topic per document. If you find that you have two unrelated key messages, write two documents.

Busy readers ( ⑤ ) concise documents. In fact, shorter is better as long as the document communicates the required information. Keeping your document short ensures that your key message stands out. Economy of words also saves your readers valuable  
25 time. Consider the following example:

*At her boss's suggestion, and with the help of \*corporate counsel, Joan wrote an apologetic letter to the five \*disgruntled customers who threatened to \*sue.*

As a writer, your challenge is to know when a sentence has reached its \*optimal carrying capacity. In the preceding example, knowledge of the audience is a useful  
30 guide. Do the readers need to know that Joan's boss suggested the letter or that corporate counsel was brought in? Is it relevant that there were *five* disgruntled customers or that they threatened to sue? If these bits of information are not necessary, consider cutting them.

Your sentence would then read as follows:

35 *Joan wrote an apologetic letter to the disgruntled customers.*

\*flesh out ~ : 「～ (=構想など) を肉付け [具体化] する」

\*corporate counsel : 「(企業の) 顧問弁護士」 \*disgruntled : 「不満 [不機嫌] な」

\*sue : 「訴訟を起こす」 \*optimal carrying capacity : 「最適な情報量」

(★およそ 430 words)

*Writing for Business*

- (1) 下線部④と同じ意味の *as* を含む文を次の中から1つ選び、記号で答えよ。(5点)
- a *As* animals need food, plants need light.
  - b *As* he grew older, his memory became poorer.
  - c *As* I have a car, we won't have to walk.
  - d Rich *as* he is, he is not happy.
- (2) 空所⑤に入れるのに最も適切なものを次の中から1つ選び、記号で答えよ。(6点)
- a Getting closer to your readers and obtaining more detailed information on them enables you to fulfill their needs.
  - b Ignoring the readers' reaction ends up in misunderstanding, so you have to be ready to explain to them again and again.
  - c Thinking, drafting, organizing and editing from your reader's point of view improves clarity and drives action.
  - d When you set out to write a business document, the first thing you should ask yourself is, "When must the work be done?"
- (3) 空所⑥に入れるのに最も適切なものを次の中から1つ選び、記号で答えよ。(5点)
- a how                      b when                      c whether                      d why
- (4) 下線部④を和訳せよ。(16点)
- (5) 空所⑥に入れるのに最も適切なものを次の中から1つ選び、記号で答えよ。(6点)
- a accept                      b appreciate                      c dislike                      d thank
- (6) 第7パラグラフに挙げられている例 (*At her boss's suggestion ... threatened to sue.*) は、どんな情報が余分な可能性があると考えられるか、日本語で4つ記せ。(各3点)

⇒この問題のヒントは、この回の添削問題の最後に掲載しています。

悩む問題があれば、ヒントを参考に解いてみましょう。

## 問題

\* 英文中の黄マーカーは、各パラグラフのトピックを示しています。

次の「書く技術」についての英文を読んで、後の設問に答えよ。(50点)

- 1 ① Just ① as a company won't connect with its customers if it fails to consider their needs and attitudes, you won't connect with readers if you don't understand them, their **desires**, and the way they prefer to receive information.
- ② ( ② ) If readers understand what you are trying to **convey** and what their next 5 steps should be, their jobs will be much easier.
- ③ Why is a reader-centered approach important? Consider the true story of a company that failed to analyze its audience when writing what seemed to be a simple postcard <sup>(it was)</sup> announcing a change of address. <sup>関係代名詞 what (～なもの)</sup> **Neglecting** to put itself in its readers' shoes, the <sup>put oneself in one's shoes</sup> **company** forgot to include one of the most **vital** pieces of information: the date of the 10 move. Customers knew where to reach the company, but not ( ③ ) they should use the new address.
- ④ ④ Once you **identify** the purpose of your document and have considered your audience, **isolate** the key message you want your readers to remember. This message should be clear and concise — usually stated in only one or two sentences. For example, <sup>簡潔な</sup> 15 “To meet our customer's delivery deadline, we must complete the product design by May 1.”
- ⑤ In many cases, your key message will be stated at or near the very beginning of the document; the rest of the document will be used to \*flesh out the details and to answer the question “Why?” or “What are the implications of what I am proposing?”
- 20 ⑥ For greatest clarity, stick to one topic **per** document. If you find that you have two <sup>明快さ</sup> stick to ~ <sup>～に執着する</sup> unrelated key messages, write two documents.
- ⑦ Busy readers ( ⑦ ) concise documents. In fact, shorter is better as long as the

document communicates the required information. Keeping your document short ensures that your key message stands out. Economy of words also saves your readers valuable  
25 time. Consider the following example :

*At her boss's suggestion, and with the help of \*corporate counsel, Joan wrote an apologetic letter to the five \*disgruntled customers who threatened to \*sue.*

⑧ As a writer, your challenge is to know when a sentence has reached its \*optimal carrying capacity. In the **preceding** example, knowledge of the audience is a useful  
30 guide. Do the readers need to know that Joan's boss suggested the letter or that corporate counsel was brought in? Is it **relevant** that there were *five* disgruntled customers or that they threatened to sue? If these bits of information are not necessary, consider cutting them.

⑨ Your sentence would then read as follows :

35 *Joan wrote an apologetic letter to the disgruntled customers.*

\*flesh out ~ : 「～ (= 構想など) を肉付け [具体化] する」

\*corporate counsel : 「(企業の) 顧問弁護士」 \*disgruntled : 「不満 [不機嫌] な」

\*sue : 「訴訟を起こす」 \*optimal carrying capacity : 「最適な情報量」

(★およそ 430 words)

*Writing for Business*

(1) 下線部⑧と同じ意味の as を含む文を次の中から1つ選び、記号で答えよ。(5点)

- a As animals need food, plants need light.
- b As he grew older, his memory became poorer.
- c As I have a car, we won't have to walk.
- d Rich as he is, he is not happy.

(2) 空所⑨に入れるのに最も適当なものを次の中から1つ選び、記号で答えよ。(6点)

- a Getting closer to your readers and obtaining more detailed information on them

enables you to fulfill their needs.

**enable 人 to 動詞の原形** ～が…することを可能にする

**b** Ignoring the readers' reaction **ends up in misunderstanding**, so you have to be ready **end up in …ing** ついには…することになる to explain to them again and again.

**c** Thinking, drafting, organizing and editing from your reader's point of view improves **起草する** clarity and drives action.

**d** When you **set out to write** a business document, the first thing you should ask **set out to 動詞の原形** …し始める yourself is, "When must the work be done?"

(3) 空所㉔に入れるのに最も適当なものを次の中から1つ選び、記号で答えよ。(5点)

**a** how                      **b** when                      **c** whether                      **d** why

(4) 下線部㉕を和訳せよ。(16点)

(5) 空所㉖に入れるのに最も適当なものを次の中から1つ選び、記号で答えよ。(6点)

**a** accept                      **b** appreciate                      **c** dislike                      **d** thank

(6) 第7パラグラフに挙げられている例 (*At her boss's suggestion … threatened to sue.*) は、どんな情報が余分な可能性があると考えられるか、日本語で4つ記せ。(各3点)

### 本文の構成

全体のトピック：書く技術について

- ① **導入**：読み手のことを理解してものを書くことが重要である
- ② **具体化**：読み手の視点に立って書くことで上がる読み手の仕事の効率
- ③ **展開**：読み手の立場に立たなかった会社の失敗
- ④ **提案**：重要なメッセージを切り離して明確かつ簡潔にしよう
- ⑤ **提案**：重要なメッセージは冒頭付近で述べよう
- ⑥ **提案**：1文書につき、扱う話題は1つに絞ろう
- ⑦～⑨ **例示**：不必要な情報の削り方

### 解 答

(1) **a**      (2) **c**      (3) **b**

(4) 文書の目的を特定し、読み手のことを考慮した上で、読み手に覚えてもらいたい重要なメッセージを切り離そう。

(5) **b**

- (6) 「手紙を書くことを上司が提案したこと。」  
 「顧問弁護士の手助けを得たこと。」  
 「不満を持った顧客の人数が5人であったこと。」  
 「顧客が訴訟を起こすと脅していたこと。」

解説

(1) 多義語 as の品詞と意味を正しくつかむ

Process

【1】 品詞を見抜くために、文構造を確認する

Just ① as a company won't connect with its customers  
 接続詞 S' V' {if it fails to ...},  
 you won't connect with readers  
 S V {if you don't understand ...}.

as の品詞に注目。直後に S + V が続き、コンマを挟んで再び S + V が登場することから、この as は接続詞だとわかる。

【2】 それぞれの節を訳してから接続詞の意味を考える

それぞれの節の訳を考えて、その2つをどんな言葉でつなげれば自然な流れになるかを考えよう。

本文の Just as … では、「企業と顧客の関係」を述べた節と、「書き手と読み手の関係」を述べた節が登場している。どちらも if 節を含み、「もし…しなければ、～と結び付きを得られないだろう」という同様の内容を述べていることから、この as は「…と同じように」という‘様態’を表す接続詞であるとわかる。

- a 「動物が食物を必要とするのと同じように、植物は光を必要とする。」これが下線部と同じ‘様態’を意味する as である。
- b 「彼は年をとるにつれて記憶力が衰えていった。」この as は「…につれて」という、時間の経過による‘比例’を表している。
- c 「私が車を持っているので私たちは歩く必要がないだろう。」この as は「…なので」という‘理由’を表している。
- d 「彼は裕福だが幸福ではない。」as の直後が S + V の節になっており、コンマ以降にも節が存在するが、he is の直後にあるはずの C (補語) にあたる語がなく、形容詞 rich が as の前にあることに注目。‘形容詞 + as + S + V’ という語順で頻出の重要構文である。この場合の as は「…だけれども」という‘譲歩’を表している。

以上より、a が正解。

(2) テーマ問題 パラグラフのトピックをつかんで展開を予測する

Process

## 【1】 空所前後のパラグラフのトピックをつかむ

「必修テーマ 読解」の Point 《1》より、まず直近のパラグラフのトピックセンテンスを探そう。空所になっているのは第2パラグラフの冒頭であるが、第2パラグラフの中だけでなく、前後のパラグラフの内容を把握しなければ、話がどう展開していくのかを判断できない。

## 第1パラグラフ

このパラグラフは1文のみで構成されている。‘Just as ～, …’の構文では、as の直後の節は「～と同じように」と引き合いに出されているだけで、話題の中心となるのは、コンマの直後の節（…）の方である。

第1パラグラフのトピック → 読み手のことを理解しなければ、読み手との結び付きは得られない。

## 第3パラグラフ

第1文 疑問文を使って「問題提起」をしているので、筆者が強調している内容だと読み取ろう。

第2文～4文 Consider the true story of a company that failed to analyze its audience（読み手を分析しなかった会社の実話について考えてみよう）で始まっており、第1文の疑問に対する答えを導くための具体例を紹介していると推測できる。具体例はトピックセンテンスから外れる。ここでは audience が登場しているが、これは readers の言い換えであり、やはり読み手の話を続けていることに気づきたい。

第3パラグラフのトピック → なぜ読み手を中心に置いた取り組み方が重要なのだろうか。

## 第2パラグラフ（空所直後）

続けて、空所の直後である第2パラグラフ第2文を確認しよう。If ～, their jobs will be much easier とあり、「読み手が書き手の言いたいことを理解できた場合のメリット」が述べられている。

## 【2】 【1】をふまえて、筆者の主張や前後のつながりを考え、空所に入りそうな内容を推測する

第1パラグラフから第3パラグラフまでは、「読み手を中心に考えて書く重要性」について説明しており、具体的な話へと展開していることが読み取れる。以上より、「書き手が読み手のことを理解して、読み手に伝わるように書くことが重要である」と筆者が一貫して主張していることが伺えるので、その内容に合う選択肢を探せばよい。

## 【3】 【1】、【2】の内容をふまえて選択肢を吟味する

一見正しい内容でも、筆者が強く主張していることとずれているものや、選択肢の一部しか本文の流れに合わないものは×。

◀「必修テーマ 読解」

Point 《1》を確認しよう。

## ⚠ Warning

文補充問題の場合、そのパラグラフだけでなく、前後のパラグラフの要旨もつかんで、話の流れに合うものを選ぼう。

## ⚠ Warning

筆者の主張や話の流れと一部しか合致しないにもかかわらず、a や b を選んでしまう人がいる。パラグラフの展開までふまえて選択肢を吟味しよう。



各選択肢の意味は下記のとおり。

- a 「読み手に近づいて彼らに関するより詳細な情報を入手することで、彼らの要求を満たすことができる。」
- b 「読み手の反応を軽視すると、最終的に誤解につながるため、彼らに繰り返し説明をする覚悟が必要である。」
- c 「読み手の視点に立って考え、下書きし、構成し、編集することで、明確さが増し、行動を起こさせることができる。」
- d 「ビジネス文書を書き始める時、まずすべきことは、『仕事の納期はいつか』を自身に問いかけることである。」

a は「読み手の情報を筆者がもっと得ること」に言及しているが、読み手の情報を有効活用して、必要とされている情報を筆者がわかりやすく伝えることが重要であり、ニーズが理解できてもそれをうまく文書に記して読み手に伝えることができないと意味がないため、不適。d は「いつ仕事を終えるべきか」を意識するのが重要という話の流れではないので不適。b は「繰り返し説明する覚悟」について述べているが、空所の直後の「読み手が書き手の言いたいことを理解できた場合に彼らの仕事がしやすくなる〔楽になる〕というメリット」に自然につなげるには、c の「考え方や書き方を読み手の視点で行うことにより、わかりやすくなり、行動を起こさせる」が最適。正解は c である。

### (3) 対比関係をつかみ、疑問詞を使い分ける

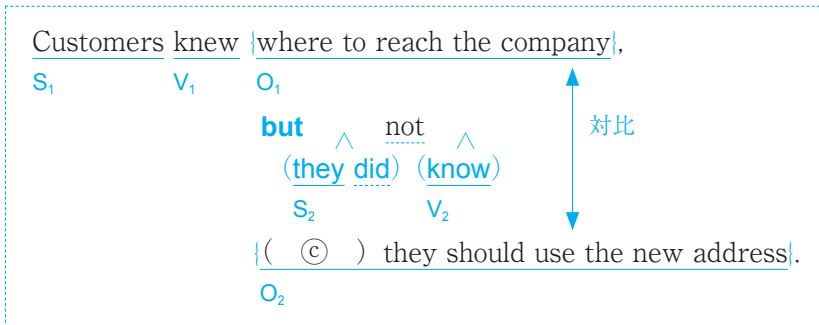
#### Process

#### 【1】 空所を含むパラグラフの展開をつかむ

空所の位置がパラグラフの最後の方なので、まずはそのパラグラフ内の話の流れをつかもう。それだけでは判断材料が足りなければ、前後のパラグラフも参照する。

(2)で示したように、空所を含む第3パラグラフ第2～4文は具体例を述べている。まず、第3文の**コロン ( : )**に注目しよう。**コロンを挟んだ2つの名詞(句)は‘同格’**であることから、one of the most vital pieces of information = the date of the move という関係だと気づき、このパラグラフに例示されている会社が、「住所を変更する日付を書き忘れた」という内容を押さえておく必要がある。

【2】 空所を含む文の構造と意味を考える



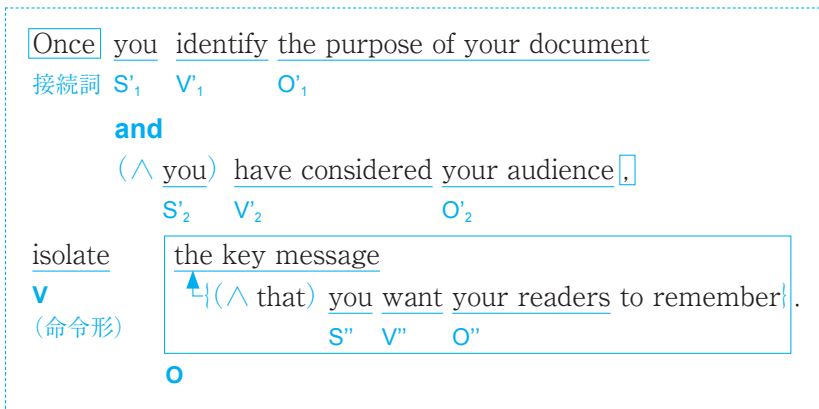
空所の前の等位接続詞 **but** は文法的に対等な語句を接続しているので、where to reach the company と ( © ) they should use the new address の対比関係を見抜こう。not は前の節と同じ表現を重複して登場させないようにするために主語と動詞が省略された形で、ここでは they (= customers) did not know の意味。住所変更の知らせによって、取引先は新しい会社の「住所」はわかったが、日付を書き忘れたために、「いつ」からその新しい住所を使えばよいのかはわからなかったということになる。

【3】 選択肢の内容を吟味する

「いつ」を表す選択肢は **b** の疑問詞 when のみ。残りの選択肢では文意が合わない。以上より、正解は **b**。

(4) **and** がつなぐものを見きわめて、正しい文構造をつかむ

文頭の接続詞 Once で始まる節がどこまで続くかを見きわめる。等位接続詞 **and** は but 同様、文法的に対等な語句を接続する。and の後ろをコンマまで追っていくと V + O になっていることに注目し、前も同じく S + V + O の節があるので、S は共通でこれらが並列されていると推測する。



**Warning**  
 1つの話題をずっと同じキーワードで紹介しているとは限らない。audience と readers が同一人物だと理解できていることが伝わるよう、訳し方に工夫を。

○ Once S + V ~, 命令形…「～したら、…しなさい」  
 Ex. Once you have memorized a new word, try to use it in your daily life. (新しい単語を覚えたら、日常生活で使おうとしてみな

さい。)

ここでは、Once からコンマまでに主語を共有した節が2つあり、それらが and で結ばれて「～して～したら」という流れになっている。模範解答では「～のことを考慮した上で」としているが、「～のことを考慮したら」でもよい。

- identify ~ vt. 「～を特定する」
- document n. 「文書」
- consider ~ vt. 「～をよく考える」
- audience n. 「観客；聴衆；読者」今回は「書く技術」に関する話題で登場するので、「読者；読み手」と訳出すること。主節では readers と言い換えられている。
- isolate ~ vt. 「～を分離する〔切り離して考える〕」
- key adj. 「重要な」

‘key + 名詞 (～)’ で、「重要な～」という意味合い。

key message の直後に節が続いて、文末の remember の目的語が欠けているので、key message が目的語にあたる先行詞と考えて、目的格の関係代名詞 that を補って意味をとるとよい。

## (5) 同義語の使い分けを覚える

### Process

#### 【1】 空所を含むパラグラフの展開をつかむ

空所を含むのは第1文。第2文は In fact で始まっており、具体的な説明を続けているので、第1文はそのパラグラフのトピックセンテンスになっていると考え、第7パラグラフ全体の大意を把握しよう。第2文以降、shorter is better / Keeping your document short ensures … / Economy of words also saves …と、すべての文において、「短い文書がよい」ということを強調している。

#### 【2】 空所を含む文の構造と意味を考える

Busy readers ( ㉔ ) concise documents. (忙しい読み手は concise な文書を ( )。 ) とあるので、concise の意味を推測する必要がある。ℓ.13～14で This message should be clear and concise — usually stated in only one or two sentences とすでに登場していることに注目しよう。‘——’ (=ダッシュ) は ‘言い換え’ を表すので、「clear (明白な) and concise = たいてい、ほんの1, 2文でのみ述べられている」となり、つまり、concise = 短いということがわかる。忙しい読み手ならなおさら concise documents (簡潔な文書) を好むはずである。

#### 【3】 選択肢の内容を吟味する

選択肢はすべて基本的な動詞である。

「～ (= 物・事) をありがたく思う [感謝する]」を意味する b が

### ⚠ Warning

「感謝する；ありがたく思う」は thank でも appreciate でも表せるが、何を目的語にとれるかに注意が必要。こういった同義語は、例文ごと覚えると効果的。

正解。dの thank は同じく「～に感謝する」の意味だが、目的語に‘人’のみをとるので注意。

Ex. I appreciate your taking care of my parents.

= Thank you for taking care of my parents.

(両親の面倒を見てくれて君には感謝している。)

aは「～を受け入れる」という意味だが、「来たものを受諾する」という意味合いで、必ずしも積極的に好むという意味にはならないので不適。c「～を嫌う」では逆の意味になるので不適。

## (6) テーマ問題 パラグラフを比較することで展開を把握する

### Process

#### 【1】 第7パラグラフ以降のトピックと例をつかむ

「必修テーマ 読解」の Point 《1》より、まず直近のパラグラフのトピックセンテンスを探そう。

#### 第7パラグラフ

本問ではパラグラフが指定されているので、第7パラグラフを単独で見ると、以下のとおりである。

第7パラグラフのトピック → 文書は簡潔である方がよい。

これを受けて、最後に例が登場する。ただし、イタリック体で書かれているこの例を読んだだけでは、まだそこから情報の取捨選択はできないので、次のパラグラフを確認する。

#### 第8パラグラフ

第1文は As a writer (書き手として…) で始まり、your challenge is ~ (あなたの課題は～だ) と続くので、書く際の注意点を紹介している。when a sentence has reached its optimal carrying capacity (文がいつ最適な情報量に達したか) の「いつ」は「どこまでの分量を書いたら」と考えよう。

第2文は In the preceding example, …とあるのに注目。設問文にある例について詳しい説明を始めていると推測できる。

第3～4文は疑問文で問いかけがなされており、第5文は、それらに関わる提案である。

第8パラグラフのトピック → どの時点で最適な情報量に達したかを知ることが書き手の課題である。

#### 第9パラグラフ

直前の第8パラグラフ最終文を受けて、Your sentence would then read as follows とある。then (そうすれば) を手がかりに、最終文が余分な情報を削り取った英文だと特定できる。

第9パラグラフは具体例の続きなので、トピックセンテンスはなし。

#### 【2】 第7パラグラフ以降のパラグラフ展開を確認する

◀「必修テーマ 読解」  
Point 《1》を確認しよう。

### ⚠ Warning

「余分な情報」を探すので、「不必要な (not necessary)」という表現の周囲に注目。4つ見つけられない場合は、1つの回答に2つ以上の要素を盛り込んでしまっている可能性を疑おう。

第7パラグラフ：文書の簡潔さの重要性 + 例示

第8パラグラフ：例に含まれる情報に関する **問題提起** (第3～4文)

- ・ ジョーンの上司が手紙を書くことを提案したこと
- ・ 顧問弁護士が招かれたこと
- ・ 5人の不満を持った顧客がいたこと
- ・ 顧客が訴訟を起こすと脅してきたこと
- …これらは読み手にとって必要な情報であるか？
- 不必要な情報であれば削ることを検討する (第5文)

第9パラグラフ： **余分な情報が削られた文** の提示

**【3】 【1】、【2】の内容をふまえて本文の該当部を日本語に訳す**

【2】に挙げた4点が、削られた内容なので、第8パラグラフ第3～4文を日本語にしてそれぞれ箇条書きで記せばよい。

「どんな情報が～か。」と問われているので、「～(という)こと」という形で解答しよう。

### 全 訳

① 顧客が欲しいと思うものや顧客の考え方を考慮しないと、企業が顧客との結び付きを得られないのとまさに同じように、あなたは読み手のことやその欲求、好む情報の受け取り方を理解しなければ、読み手との結び付きを得ることはできない。

② (c) 読み手の視点に立って考え、下書きし、構成し、編集することで、明確さが増し、行動を起こさせることができる。もし読み手が、あなたが伝えようとしていることや、次にどんな段階を踏むべきかを理解できれば、仕事はずっとしやすくなる。

③ なぜ読み手を中心に置いた取り組み方が重要なのだろうか。ここで、住所の変更を告知するという一見簡単なハガキを書いた際に、相手を分析しなかった会社についての実話について考えてみよう。読み手の立場に立って考えることをおろそかにしたため、その会社は最も重要な情報の1つを含めることを忘れてしまった。それは移転の日ちである。取引先は、会社の新しい住所はわかったが、新しい住所をいつ使えばよいかはわからなかったのである。

④ 文書の目的を特定し、読み手のことを考えた上で、読み手に覚えてもらいたい重要なメッセージを切り離そう。このメッセージは、明確で簡潔であるべきだ。つまり、通常、1文か2文のみで述べられるべきである。例えば、「お客様の配達締切に間に合わせるために、我々はその製品デザインを5月1日までに仕上げなければなりません。」といったように。

⑤ 多くの場合、重要なメッセージは文書の冒頭かその付近で述べられる。文書の残りの部分は、詳細を具体的に書き、「なぜか」、「私

◀ ¶① 読み手のことを理解してものを書くことが重要である。

◀ ¶② 読み手の視点に立って書くことで上がる読み手の仕事の効率。

◀ ¶③ 読み手の立場に立たずに失敗した例。

◀ ¶④ 重要なメッセージを切り離して明確かつ簡潔にしよう。

◀ ¶⑤ 重要なメッセージは冒頭付近で述べよう。

が提案していることは何を意味しているのか」といった疑問に答えるために使われる。

⑥ 最大限に明確にするためには、1つの文書につき1つの話題で通そう。関係のない2つの重要なメッセージがあると思ったら、2つの文書を書こう。

⑦ 忙しい読み手は簡潔な文書をありがたがる。実際、要求される情報を文書が伝えている限りは、短いほどよいのだ。文書を短く収めることで、重要なメッセージは確実に目立つようになる。言葉の節約によって、読み手の貴重な時間も節約できる。次の例を考えよう。

「ジョーンは上司の提案で、顧問弁護士の手助けを得ながら、訴訟を起こすと脅してきた、不満を持った5人の顧客に対して、謝罪の手紙を書いた。」

⑧ 書き手として、あなたの課題は、文がいつ最適な情報量に達したのかを知ることだ。上記の例では、読み手についての知識が有効な規準となる。ジョーンの上司が手紙を書くことを提案したことや、顧問弁護士が招かれたことを読み手は知る必要があるだろうか。不満を持った顧客が「5人」いたことや、彼らが訴訟を起こすと脅してきたことは重要だろうか。こういった情報が不必要なのであれば、それらを削ることを考えよう。

⑨ そうすると、次のような文になるだろう。

「ジョーンは不満を持った顧客に謝罪の手紙を書いた。」

◀ ¶⑥ 1文書につき、扱う話題は1つに絞ろう。

◀ ¶⑦~⑨ 不必要な情報の削り方の具体例。

### ✎ 単語これだけは

☆□ℓ.3 **desire** [dɪzəɪər] *n.* 「要望；欲望」 *vt.* 「(強く)を望む」

*Ex.* I have no *desire* to visit that place again.

(私はあの場所をまた訪れたいとは思わない。)(WP)

☆□ℓ.4 **convey** [kənveɪ] *vt.* 「(感情・思考など)を伝える；を運ぶ」

*Ex.* Please *convey* my sympathy to her at this sad time.

(この悲しい時にお悔やみを彼女にお伝えください。)(WP)

☆□ℓ.8 **announce** [ənaʊns] *vt.* 「を発表する」

*Ex.* They *announced* that our train had been delayed.

(当局は私たちの電車が遅れていると発表した。)(WP)

☆□ℓ.8 **neglect** [nɪɡləkt] *vt.* 「を怠る；を軽視する；をほうっておく」 *n.* 「怠慢；軽視」  
neglect to … で「…することを怠る〔おろそかにする〕；…しない」の意。

*Ex.* He *neglected to mention* that he had spent time in prison.

(彼は刑務所に入っていたことを言わないでおいた。)(WP)

☆□ℓ.9 **vital** [váɪtl] *adj.* 「不可欠な；生き生きした」

*Ex.* Practice is *vital* if you want to speak a language well.

(ある言語を上手に話したいならば、練習は不可欠だ。) (WP)

☆□ℓ.12 **identify** [aɪdɛntɪfà] *vt.* 「を特定する；の身元を確認する；を同一視する」

*Ex.* We must *identify* the cause of the problem before we look for solutions.

(私たちは解決策を探す前に問題の原因を明らかにしなければなりません。) (WP)

☆□ℓ.13 **isolate** [áɪsələɪt]

*vt.* 「～を分離する [切り離して考える]；隔離する (from)；を孤立させる」

*Ex.* Some farms were *isolated* by the heavy snowfalls.

(農場の中には、大雪のために孤立したところもあった。) (WP)

☆□ℓ.20 **per** (弱) [pə] (強) [pɛr] *prep.* 「につき」

*Ex.* The speed limit is 110 kilometers *per* hour. (制限速度は時速 110 キロです。) (WP)

☆□ℓ.29 **precede** [prɪsi:d] *vt.* 「より先に起こる」

本文中の *preceding* は *precede* の形容詞形。通例 [the ~] の形で用いられ「前の；先立つ；前述の」(⇔ *following*) の意味。

*Ex.* Look at the table on the *preceding* page. (前のページの表を見てください。) (WP)

☆□ℓ.31 **relevant** [rɛləvənt] *adj.* 「実的な重要性をもつ；関連がある (to)；適切な」

*Ex.* The fact (that) he's older than me is not *relevant*.

(彼が私より年上だということは、さして重要ではない。) (OALD)

**発展** 文構造を押さえておこう！

○ 例. 8 ~ 9

Neglecting to put itself in its readers' shoes,

分詞構文 (= **Because the company neglected to put itself in its readers' shoes,**)



the company forgot to include one of the most vital pieces of information

S                      V

コンマの後ろが S + V を含む節として成立しているのので、この Neglecting は分詞構文と判断できる。文頭には主語が書かれていないので、主節の主語と同じ the company が分詞構文の意味上の主語で、分詞の形から時制も主節と同じで「過去」だとわかる。Neglecting ~ が「原因」を、主節が「結果」をそれぞれ示しているため、この分詞構文は「理由」と解釈して、「その会社が読み手の立場に立って考えなかったため」という意味になる。

○ 例. 23 ~ 24

Keeping your document short ensures that your key message stands out.

S

Keeping ~ short が動名詞句で主語になっている。直訳だと「文書を短く収めることが重要なメッセージが目立つことを確実にさせる」となり、日本語として不自然。和訳をする際には、「文書を短く収めることによって、重要なメッセージは確実に目立つようになる」のように自然な日本語に読み換えるとよい。

○ 例. 34

Your sentence would then read as follows : ...

S                      V

主語が「無生物 (= 読まれる側)」で、read に目的語がないことに注目。この read は自動詞で「(本などが) ...と読める [書いてある]」の意味。同じ用法で頻出の表現に sell がある。Ex. This book sells well. (この本はよく売れている。)

as follows は読解問題で出てきた時は「具体例」を示す有効な手がかりになる。主語の数・時制とは関係なく常に三人称単数・現在形で follows となり、後ろに:(コロン)を置いて、以下に例示するものを列挙する。



読解：パラグラフ展開の把握

XEDP2A-Z1D1

総得点 33 / 50

1 XEDP2A-Z1C1

5 / 5

(1) ( a )

0 / 6

(2) ( b c (-6) )

★ポイントが「読み手」にあることは気づけている。ただし、「誤解があつた場合、繰り返し説明する覚悟が必要だ」という内容よりも、空所に合う「読み手のことを意識して文書を作成した時のメリット」についてうまくまとめている選択肢がある。解説を読んで、選択肢の絞り方を復習しておこう。

0 / 5

(3) ( c b (-5) ) ★解説を読んで、空所を含む文の構造と意味を確認しよう。

12 / 16

(4) ① 文書 (-1) ② 読者 (-1)

一度あなたのドキュメントの目的を定め、観客を考慮したら、

あなたの読者に思い出してほしい大事なメッセージを

切り離す。

③ 切り離そう (-2)

① 日本語で「ドキュメント」と言うと、必ずしも文書だけを指すわけではない。正確に訳出しよう。

② audience には「観客」の意味もあるが、「書く技術」に關して話しているので、「読者」と訳出しよう。これは主節の your readers と同じ人たちを指している。

③ 接続詞 Once が導く節は your audience まで、isolate... は命令形。「(いおん) ~したら... ください」というのが大枠。

(※解答欄は裏面に続きます。)

英語

5  
6/6

(5) ( b )

6  
10/12

(6)

・ ジョーンの上司の提案 ①で書いていること(-1)

・ 5人という人数

②顧客が(-1)

・ 訴えるとおどしてきたこと

・ 弁護士が関わったこと

① これは提案そのものの内容のように取れてしまう。  
不要なのは「誰が」提案したかという情報。

② ここは誰が訴訟を起ころうとしているのかははっきりさせる。

### 〈必修テーマの確認〉

今回のテーマである「パラグラフ展開」を意識して設問にあたることを概ねできています。(2)については第1~3パラグラフの展開の仕方を再度確認しておきましょう。

読解問題では、設問指示にある箇所だけでなく、より広い範囲を確認し、パラグラフ間のつながりを常に意識してください。