



By Sanjeev Sinha

No. 3



## サンジーヴ・スィンハ

1973年インド・ラジャスタン州生まれ。インド工科大学で物理医学修士課程と金融の修士課程を修了。人工知能研究のため1996年に来日。証券会社の数社に勤務後、現在、プライスウォーターハウスクーパーズ株式会社ディレクターとして、日本とインドのビジネスの橋渡しに従事。英・日・ヒンディー語を駆使して、様々な異文化交流に尽力している。主な著書に「すごいインドーなぜグローバル人材が輩出するのか」(新潮新書)がある。

For Personal Use

## Japanese businesses have a long way to go to catch up in English

When I first came to Japan in 1996, all my friends and family members back in India were quite puzzled. They wondered why I didn't choose the United States or Britain where English is spoken. They said that things in business would go easier in English.

Japan is a highly monolingual society where almost all business is done in Japanese. Even some senior executives of large companies don't have a good command

of English.

Most of the foreign movies are either dubbed or subtitled in Japanese and many foreign books are available in Japanese versions.

Such being the case, there is little motivation to speak English in normal life in Japan. I don't think you can expect an improvement in a foreign language unless necessity drives you to learn it.

Japan is struggling to teach its students English for use in a com-

petitive global economy. However, Japan always ranks low in international English proficiency tests while the Philippines, Malaysia and Singapore show pretty good results.

In the world of Internet, many big Japanese corporations don't have decent English websites. No wonder when someone in a different country searches for anything about a particular company, not much information comes up and Japan misses many business

opportunities.

With China's growing economic clout, is Mandarin becoming the lingua franca of business? I don't think so. To survive in the cut-throat global business world, English is a must for Japan.

**紙面から音声**

このコーナーは、スマートやタブレットで英文音声を聴くことができます。無料アプリ「朝日コネクト」をインストール。起動したら、日付選択で発行日（10月18日）に合わせ、英文の先頭にかざしてください。ダブルタップで全画面表示。詳細は <http://t.asahi.com/connect>へ。

App Store からダウンロード Google play で手に入れよう

朝日ウイーカーのウェブサイト (<http://www.asahi.com/english/weekly>) でも、音声ファイルを公開しています。

have...go	して
(見出しから) (to 以下のことをするまでに) まだまだ先は長い	monolingual
單一言語だけ使う	have...of
～を使いこなす、～が達者である	puzzled

dubbed	drive(s)
(映画など) 吹き替えの	(to 以下の行動に) ～を走らせる
Such...case	struggle(-ing)
そんなわけで、こう ～を使いこなす、～いう事情だから	奮闘する
	rank(s)

順位を占める	lingua franca
proficiency test(s)	共通語
検定試験、習熟度テ	cut-throat
スト	熾烈 (しれつ) な、過酷な
clout	影響力

## 対訳 日本人はもっと英語を使わないと…

1996年に私が初めて日本に来た時、インドにいる友人や家族のみんなは、かなりとまどったようです。私がなぜ英語を使う米国や英国を選ばなかったのか、不思議に思ったわけです。彼らが言うには、ビジネスに関しては英語を使う方が、いろいろとうまくいくそうです。

日本は、ビジネスのほとんどが日本語で進められるという、非常にはつきりした単一言語社会です。大企業の一部の幹部たちでさえ、英語が堪能ではありません。

ほとんどの外国映画は、吹き替えられているか字幕がつけられ、多くの洋書は日本語版で手に入ります。

そういうわけで、日本で普通に暮らしている中では、英語を話す動機づけはほとんどありません。勉強する必要に迫られないかぎり、外国語がうまくなることは期待できないと思います。

競争の厳しいグローバル経済で使える英語を学生たちに教え込むことに、日本は悪戦苦闘しています。しかし、フィリピンやマレーシア、シンガポールがなかなか良い結果を出しているのに、日本は国際的な英語能力テストで、いつも低い順位に終わっています。

インターネットの世界では、日本の大企業の多くが、きちんとした英語のホームページを持っていません。外国人がある会社のことを調べようとしても、たいたいした情報を得られず、日本は数多くのビジネスチャンスを逃しているわけです。

中国の経済的影響力が増す中で、中国語はビジネスの共通語になりつつあるのでしょうか。そうは思いません。世界の熾烈 (しれつ) なビジネス界で生き延びるために、日本にとって英語は不可欠なのです。

(訳 井手和子)

