

## 14 工程を説明する

### 14.2

ビジネス・トゥデイ

歴史の一切れ

ポテトチップはどうやってできた？

最初のポテトチップは19世紀末に作られたとされている。でもその作り方とは？ まず、ゴルフボールの大きさのジャガイモを選び、一定の温度で保管する。その後、スライスして油で揚げ、添加物で鮮度を保つ。ポテトチップの包装は絶えず変化している。袋の素材として、紙やフオイル、プラスチック、新しい複合素材などが用いられてきた。現代的な包装の質が問われ、常にモニターされている。

### 14.8

Twelve people are employed in our company making hand-made luxury soft toys for children. One person doesn't make a toy from beginning to end, different jobs are done by different people. We start with the designer who has to create two new designs each year.

The fabric for the toys is cut out by hand following a detailed design.

These pieces of fabric are then passed on to someone who adds some of the individual details, such as the eyes and nose of the toy.

When these details have been added the toys are then stuffed with high quality stuffing.

After they have been stuffed, they are sewn up and shaped to the required shape.

Adding the finishing touches is the final part of the process. Each toy is individual because they have been made by hand. But we also add ties, ribbons and other features to give them more character.

We have a very strict quality control policy for child safety reasons. Every toy is carefully checked by two assessors before being packaged.

After being checked, each toy is then packaged individually and sent to the customer directly or a retail outlet for sale.

当社は 12 人を雇用し、上質で手触りのソフトな子供向け玩具を手作りしています。製造工程の最初から最後までを 1 人が担当するわけではなく、いろいろな人がいろいろな作業を分担しています。まずはデザイナーがいて、毎年2つの新しいデザインを考えます。

使う布地は、細かいデザインにしたがって手作業で裁断されます。

それから別な作業員の手に渡り、目とか鼻とかのディテールが加えられます。

ディテールの作業が終わると、次は高品質の詰め物を詰めます。

詰め終わったら縫い合わせ、しかるべき形に造形します。

そして仕上げのお手入れをすれば、一連の作業が終わります。すべてが手作りですから、どの人形も同じではありません。それでも最後にタイやリボンなどのアクセサリを加え、いっそう個性を引き立たせます。

当社には厳しい品質管理のポリシーがあります。お子さんの安全のためです。完成品は1つずつ、2人の検査員が入念にチェックし、それから箱に詰めます。

検査を終えた玩具は1つずつ箱詰めされ、顧客に直接、あるいは小売店に発送されます。

## 15 製品について説明する

### 15.5

例

I love these red cotton uniforms!

この赤いコットンの制服、ぼくは気に入っている。

1

Have you seen these enormous new office desks?

こんなに広くて新しいオフィス・デスク、見たことある？

2

TenTFour have launched their really delicious new range of teas.

テンティーフォーが発売した新しい紅茶、すごくまいな。

3

I'm going to buy one of those really gorgeous, expensive silk dresses.

このすごくゴージャスで値段も高いシルクのドレス、どれか1着は買うつもり。

4

She always has a fabulous, modern computer and all the gadgets.

彼女はいつも、素敵でモダンなコンピュータと周辺機器を使っている。

★注

モダンな(modern)。この語は本来なら「近代的、新しい」を意味するのだが、今はむしろ「格好いい」の意で使われることが多い。

5

I prefer the small purple model, it's much more practical!

私はこの小さくて紫色のモデルが好き。ずっと実用的でしょ！

## 15.8

### ララのリネン

ホテルやレストランで必要なもの、ゲスト用タオルからテーブルクロスまで、何でもご用意しています。大好評の良質な白いゲスト用タオルを、昨年と同じ魅力的な価格でご提供します。しかし今年はさらに、美しい多色使いの「フェスティバル」タオルをホテル向け商品として追加。また、素晴らしいエジプト綿のテーブルウェアにも新商品を追加します。定番の黒と白のシリーズに、バーガンディ、ブラウン、オリーブ色のテーブルクロスとナプキンが加わります。カタログのキッチンページにある、丈夫なトルコ製の綿のキッチンタオルやエプロンもお見逃しなく。

## 17 製品のマーケティングを行う

### 17.4

マーケティング・ウィークリー

買う気にさせる宣伝文の書き方

ラシッド・バーベリーが効果的なマーケティング文章の書き方について語る

調査が示すように、読み手を買手に変えるある種のテクニックが存在する。まず、商品の良い面を繰り返し伝え、信ぴょう性を高めること。他の商品よりあなたの商品を買う方がなぜ良いのかを必ず読み手に説明する。例えば、あなたのデジタルカメラは類似品よりも 100 グラム軽く、持ち運びに便利なユニークなゴム製の取っ手が付いている、といった内容だ。「あなた」という言葉を頻繁に使えば、読み手は商品により親しみを感じるだろう。期間限定の特典や限定商品を打ち出すのもいい。あなたの製品を今こそ買うさらなる動機づけになるからだ。「本日の特価」や「特別限定色」などがその一例だ。「無料」や「新しい」といったキーワードをニュースレターやウェブサイト、リーフレットの表紙に用いれば、いつでも読み手の関心と前向きな反応を引き出すことができる。

### 17.9

Sean: Hi, Marion. How are sales going for your new Vietnamese instant meal range?

Marion: Hi, Sean. They're really good, thanks. We're very happy.

Sean: I think it's a really fabulous idea. Has anyone created a range of instant Vietnamese street food before? I think it's unique.

Marion: Well, I can't say it's totally unique. There are many similar versions in Asia. These meals are already really popular in Korea, for example.

Sean: Ah. So are you going to sell them there?

Marion: No, it's almost impossible for a small company like ours to get into that market.

Sean: Oh, I see.

Marion: Yes, our target market is mainly European. We're pretty confident because we think that these fresh flavors are new and exciting for a lot of the European market.

Sean: Well, I thought they were amazing and I tried nearly all of them. The pho was my favorite. Absolutely delicious!

Marion: Ha! Great! Maybe we'll hire you for the new advertising campaign?

Sean: I'm happy with that. As long as I get more free samples.

シヨーン: やあ、マリオン。君の会社の新製品、あのベトナム風インスタント食品の売れ行きはどうだい？

マリオン: あら、ショー。絶好調よ、ありがとう。私たち、すごく満足してる。

ショー: アイディアが素晴らしいと思うね。ベトナムの屋台料理のインスタント版なんて、今まで誰も思いつかなかったよね。実にユニークだ。

マリオン: ああ、そんなにユニークじゃないの。アジアには似たような商品がたくさんある。たとえば韓国では、こういうのが以前から大人気なの。

ショー: そうか。じゃあ、アジアでも売り出すのかい？

マリオン: いいえ。とても無理よ、私たちみたいに小さな会社がアジア市場に進出するなんて。

ショー: ああ、そうか。

マリオン: ええ、私たちが狙うのは主としてヨーロッパの市場。自信はある、だってこういうフレッシュな香りは、ヨーロッパの人にとって新鮮でエキサイティングだから。

ショー: そうだね、素晴らしいと思うし、実際にほとんどの種類を試してみたよ。とくにフォーが気に入ったね。文句なしにうまい！

マリオン: まあ、すごい！新しい広告キャンペーンには、あなたに出演してもらおうかしら。

ショー: 喜んで引き受けるよ、無料サンプルをたくさんもらえるならね。

★注

屋台料理(street food)。ベトナムでは大都会でも歩道に小さな椅子とテーブルを並べて軽食を提供する場所がたくさんある。日本では「屋台」と呼ばれるが、実際には屋根のない店も多い。

## 18 広告とブランディング

### 18.3

例

Our fans are quiet enough to use at night.

わが家の扇風機は静かだから夜でも使える。

1

This camera's too big to take on a camping holiday.

このカメラ、休日のキャンプに持って行くには大きすぎる。

2

Our phone covers are cheap enough for kids to buy.

当社の携帯電話カバーは安いので、子どもたちでも買える。

3

These pans are never too hot to pick up.

このフライパンは、けっして持てないほど熱くなりません。

4

This new alarm clock is not loud enough to wake me up.

この新しい目覚まし時計、音が小さくて起きられない。

5

The restaurant is too busy to enjoy a nice, romantic meal out.

このレストラン、混みすぎてから素敵でロマンチックな食事は無理だ。

### 18.4

モビオプト・ウェブ

当社にできること

御社のウェブサイトがモバイル端末でどのように見えているか、じっくり考えたことはありますか？ 文字は読みやすい大きさでしょうか？ 素晴らしい製品を見せるのに画像が小さすぎませんか？ 調査によると、潜在顧客の 50%以上がモバイル端末でウェブサイトを開覧することが多いそうです。ウェブサイトの見た目も動作もモバイル端末に適合したものにしないと、顧客がいずれ他へ離れていくかもしれません。

モビオプト・ウェブでは、御社と協力し、ウェブサイトの見栄えを良くするだけでなく、御社と顧客の望む通りの機能を実現させます。

ぜひ当社へウェブサイト・リニューアルの無料見積もりをお申込みください。