

## はじめに

情報爆発社会を迎え、多量の情報が一瞬で世界を駆けめぐる世の中になりました。このような社会で必要とされる英語力は、些末な情報に振り回されずに、即座に情報の要点が把握できるという能力です。

本書では、英字新聞やインターネットから興味深い英文素材を厳選し、今日的な生きた英語に触れるとともに、その情報の要点を即座に把握できる能力を養えるように、設問内容にも創意工夫を凝らしました。さらに、英文ニュースを始めとし、企業ホームページや広報など、さまざまなジャンルの英文を取り上げています。英文スタイルの違いを学びながら、重要な情報がどのように提示されているかも学習できるようになっています。


### 本書の使い方

さて、当テキストの構成ですが、トップ・ダウン方式の効果的英語習得システムを採用し、Warm-up、Reading、Comprehension、Further Activity の4セクションからなっています。また、TOEIC® テストなどの英語資格試験のための基礎力を養うべく、Warm-up では、速読・速聴用の設問形式にしています。

以下に、各セクションのねらいや学習法を説明していますので、本書使用の際に参考にして下さい。

**10代はケータイがお好き**

**Warm-up 1**  
音声を聞いて、写真を説明している英文を a~c から選びましょう。



a.  b.  c.

**Warm-up 2**  
次の語句 1~10 に相当する訳語を a~j から選び、( ) にその記号を入れましょう。

1. ( ) 気晴らし	a. figure
2. ( ) 10代の若者	b. survey
3. ( ) 無作為に	c. age group/age range
4. ( ) 料金	d. consumption
5. ( ) 減少する	e. randomly
6. ( ) 年齢層	f. pastime
7. ( ) 定期的な	g. decline
8. ( ) 調査	h. charge
9. ( ) 消費	i. regular
10. ( ) 数字	j. teenager

16 | Chapter 1 10代はケータイがお好き

### Warm-up 1

TOEIC® テストの Part I の形式で、写真を利用して、章で扱っているトピックのイメージを把握します。後のセクションの背景知識を構築する大切なセクションです。

### Warm-up 2

語彙のマッチングテストです。このテストで扱う語彙はトピック関連の重要語であるとともに、後続セクションのキーワードにもなっており、解答するだけでなく、しっかり覚えるようにしましょう。

## Warm-up 3

背景知識を構築するためのリスニングの練習問題（問A）と、短い記事を用いた拾い読みの練習問題（問B）です。できるだけ辞書を引かずに、設問が問うている内容に関係するキーワードに注意して、速読・速聴するように心掛けてください。細部が聞き取れなくても、読み取れなくても、それが気にならない姿勢を養いましょう。そうすることで、長い英文を読んだり、聴いたりする場合の抵抗感がなくなります。

### Warm-up 3

問いA、Bに答えましょう。

問A 音声（朝日新聞が行った、6人の都立高校の女子生徒に対するインタビューの結果について）を聴いて、1～4から述べられていることを選びましょう。

1. 調査された生徒は、1日に平均5回、携帯電話でメールのやりとりをしている。
2. 5人の生徒が、風呂場に携帯電話を持ち込んでいる。
3. 風呂場では、携帯電話の受信状態が悪いと答えた生徒がいる。
4. 携帯電話を用いて、オンラインショッピングすると答えた生徒が1人いる。

問B 以下の英文を読み、質問に答えましょう。

A survey found that teenagers are diversifying their media usage to videogames, DVDs and cellphone games. TVs account for the lion's share of a teenager's daily media consumption, at nearly two hours a day. However, the figure is down 25 percent from 2005.

 diversify 「多様化する」 account for the lion's share 「最も大きな割合を占める」

According to the survey, which of the following did the teenagers surveyed most spend their time on?

- a. Videogames
- b. DVDs
- c. Cellphone games
- d. TVs

Chapter 1 18 読解テクニックがわかる 17

## Reading

### Teens abandon PCs for cellphones to access Internet

By Hiroki Kawamoto

Teenagers are the only age group that spends less time using personal computers at home to access the Internet, but that is because they mainly use cellphones for their online habits, a survey showed.

Teenagers spend 12.8 minutes a day using PCs for Internet access, more than five minutes down from 2005, according to the survey by a team led by Yoshiaki Hashimoto, a professor of communications at the University of Tokyo's Interfaculty Initiative in Information Studies.

The survey, conducted every five years, is one of the few regular, large-scale studies on how people engage with media in Japan. For the survey in June, 59 percent of the randomly chosen 2,500 people between the ages 13 and 69 responded.

Among teenagers, cellphones are the primary means for accessing the Internet, including e-mail exchanges. They spend 66.0 minutes a day using cellphones for the Internet, more than any other age range, although the figure increased only slightly from 2005, the survey showed.

"It came as a surprise that the amount of time teenagers spend on the Internet through home computers has declined," Hashimoto said. "At the same time, we believe that teenagers' cellphone usage for Internet access is approaching a saturation point."

Hashimoto said the more widely a device spreads, the more young people access the Internet through that device. "There is a possibility that the younger generation will take up electronic readers if their prices become cheaper," he said.

The Asahi Shimbun interviewed six female students at a Tokyo metropolitan high school. The students said personal computers take too long to start up and that they access social networking sites through their cellphones. They said their monthly cellphone charges range from 9,000 yen to 20,000 yen.



abandon 「棄てる」

conduct 「行う」

engage with... 「〜に関わる」

respond 「回答する」

primary means 「基本的な手段」

「見」

approach a saturation point

「飽和状態に達する」

take up... 「利用する」

18 Chapter 1 18 読解テクニックがわかる

## Reading

社会の色々な分野のトレンドに関して、幅広い見方ができるようなトピックが選択されていますので、興味深く英語学習を続けることができるはずで、このセクションも、できる限り辞書に頼らず、Warm-upのセクションで培った背景知識をもとに推理力を働かせて読む癖を付け、実社会で役立つ、要点を把握しながら速読する力を養うように心掛けてください。難解な表現には注（Notes）を付けていますが、分からない表現が出てきたら、すぐ注を参照するのではなく、あらかじめ意味を類推してから注で確認するという使い方をして下さい。

## Comprehension

前ページの英文の中で述べられていることを、1～5から2つ選びましょう。

1. 10代の若者は、インターネットに接続するのにパソコンを一番利用する。
2. 東京大学情報学環の橋本良明教授による調査は5年ごとに行われている。
3. 橋本教授が行った調査への回答者は、無作為に選ばれた10代の若者たちである。
4. 橋本教授によれば、若者世代は、価格が安くなれば、電子書籍端末を利用する可能性がある。
5. 朝日新聞のインタビューに回答したのは、パソコンを利用している高齢者である。

## Further Activity

統計調査に基づいた報道記事では、数字の意味をきちんと理解して調査概要を把握しなければ、正確に記事内容を判断することができません。以下は、前ページの記事で紹介されている橋本良明教授の行った調査の概要を示したものです。前ページの英文を参照して、1～4の空所内に当てはまるものをa～dから選びましょう。

### Survey Overview

- Population: (1) )
- Response rate: (2) )
- Survey method: (3) )
- Survey period: (4) )

- a. random sampling
- b. 2500 Japanese people between the ages 13 and 69
- c. in June, 2010
- d. 59 percent



## Comprehension

Reading セクションの内容理解を確認するセクションです。長文が苦手な人は、先にこのセクションに目を通し、Reading の内容を予測するのもよいでしょう。Reading のセクションは、逐語訳しないで、当セクションの答えを探すという拾い読みをすることで、速読力を養うことができます。

## Further Activity

章のトピックに関連した、バラエティーに富んだジャンルの英文素材を取り上げています。ジャンル別に重要情報の把握力強化が目的のセクションです。

当テキスト全章を学んだ後では、どんなニュースを目にしても、テキストで練習をした手法を用いて、無意識にウォーム・アップがなされ、重要情報を素早く読み取る力が養われていることでしょう。

著者

# CONTENTS

はじめに／本書の使い方	3
英字新聞の読み方	8
Chapter 1 10代はケータイがお好き	16
Chapter 2 鉄ちゃんの聖地	20
Chapter 3 プロボノが社会を変える	24
Chapter 4 斜陽銭湯の活性化の秘策	28
Chapter 5 フェアトレードで国際貢献	32
Chapter 6 仏が手を貸す地域復活	36
Chapter 7 電子書籍時代の幕は開いたけれど	40
Chapter 8 育メンはトップから	44
Chapter 9 世界の中心はどこ？	48
Chapter 10 繊維を木材に変えた男	52
Chapter 11 買い物難民を救え	56

Chapter	12	自販機大国の最新事情	60
Chapter	13	こんな所で昭和にタイムスリップ	64
Chapter	14	中小企業のキラリと光る新技術	68
Chapter	15	殿方も身をやつす	72
Chapter	16	健康も美容もハイテクで	76
Chapter	17	和製有人宇宙船の出航は近い	80
Chapter	18	里山も里海も守らなきゃ	84
Chapter	19	日本力を発信せよ	88
Chapter	20	ハイテクトイレは日本の自慢	92
Chapter	21	産学官一体で殴り込む	96
Chapter	22	今や企業は英語が必須ツール	100
Chapter	23	サイボーグ昆虫のアレコレ	104
Chapter	24	クルド人の憂鬱	108

## 英字新聞の読み方

英字新聞記事は、「ヘッドライン（見出し）」「リード（書き出し）」「ボディー（本文）」のパートからなり、読者が短時間で必要な情報を手に入れることができるように、さまざまな工夫がなされています。どんな工夫があるか、各パート別に見てみましょう。

### A ヘッドライン

ヘッドラインは、ニュースを最も簡潔に伝えるという役割を担っていて、そのため思い切った省略や工夫が慣例的になされており、それを心得ていることが肝要です。また、ヘッドラインは読者を引きつける広告のような役割も果たしていますので、短いだけでなく、しばしば読者が魅力を感じるような表現の工夫もなされています。次に、その慣例の特徴をまとめ、それらの特徴を含んだヘッドラインを例示しました。

#### 1. 時制の用法

a. 過去・現在完了は現在形で表す。

##### **World Bank predicts 3.3% global growth**

世界銀行が、世界の成長率を予測したというニュースですが、「予測した」という過去の出来事を伝える動詞を現在で表しています。ニュースが「過去のもの」という印象になったり、数字も古いと読者に感じさせないための工夫です。このように、多くのヘッドラインでは、ニュースの臨場感を強調するために、動詞の過去形の代わりに現在形が用いられています。

b. 未来は主に「to+動詞」で表す。

##### **DPJ to review 2009 manifesto**

民主党がマニフェストを見直すだろうという、未来の事を伝えるニュースです。未来の出来事に will を使用するより、不定詞を用いた方が切れ味の良い表現となります。will をあえて用いる場合は、意志未来になることが多いです。

## 2. 分詞の用法

- a. 現在分詞は主に近い未来・予定を表す。

### **Hizbollah making political power grab**

be 動詞が、現在分詞 (making) の前で省略されています。省略することで、語数が少なくなります。それで活字を大きくすることができ、よりヘッドラインが強調されます。また、現在分詞を用いた未来は、切迫感が強調されます。レバノンのテロ組織ヒズボラが近く、実権を握りそうな緊張した雰囲気が伝わってくるヘッドラインです。

- b. 過去分詞は主に受動態を表す。

### **Organ transplant group raided**

be 動詞が、過去分詞 (raided) の前で省略されています。臓器移植の詐欺集団が家宅捜査されたというニュースです。

## 3. 語数を少なくするためのさまざまな工夫

- a. 冠詞・be 動詞・代名詞の所有格は省略する。

### **Illegal drugs cheap, readily available in Iran**

この例では、cheap の前に are が、以下 (b) に示すように、コンマの場所に and が省略されています。イランでは、違法ドラッグが安価で、すぐ手に入る状況であることを伝えています。

- b. コンマにより and を省略する。

### **Hakuho, 4 others still unbeaten**

白鵬と、さらに4人の力士が全勝を守っているというニュース報道ですが、and が省略だけでなく、be 動詞 are を省略することによって「全勝」というメッセージが切れ味良く伝わってきます。

- c. コロンにより発言者 (情報源) と発言 (情報) 内容を分ける。say などの伝達動詞を省略する手法です。

### **Obama: Nation needs healing**

ツーソンで起こった銃乱射事件後、オバマ大統領が「国家に癒しが必要」と述べたことを取り上げたニュースのヘッドラインです。

#### 4. 好まれる短い語

##### a. ピリオドによる短縮

###### **N. Korea ‘must show sincerity before talks’**

韓国のイ・ミョンバク（李明博）大統領が、「北朝鮮は会談前に誠意を示す必要がある」と述べたというニュースですが、N. Korea は North Korea の省略です。団体や国名や人名などの固有名詞が、しばしばピリオドを用いて短縮されることがあります。シングル・クォーテーション・マークが用いられている所は、大統領の言葉の引用です。

##### b. 頻出単語の短縮

###### **‘Naoto Date’ sparks natl outpouring of goodwill**

government や international など、頻出語は govt や intl のように短縮されることがあります。また省略箇所を示すために govt のようにアポストロフィーを入れて表記されることもあります。このニュースは「伊達直人」を名乗る人物が日本国内で善意の輪を広げたという、タイガーマスク運動について報道したのですが、natl は national の短縮語です。

##### c. 略語の使用

###### **Japan, ROK urge talks on peninsula**

日本と韓国が朝鮮半島に関する会談を推し進めるという内容のニュースですが、ROK は Republic of Korea の略語です。

##### d. 短い綴り語の使用

###### **Host-nation deal inked, not ‘sympathy budget’**

アメリカ軍を受け入れる日本とアメリカとの二国間で、軍の受け入れ予算に関する協定が締結されたが、もはや「思いやり予算ではない」と前原外務大臣が語ったというニュース。「締結する」という意味の単語には、ratify、seal、sign、ink などがあります。このような長いヘッドラインになると最も短い綴り語の ink は文字数削減に役立ちます。



ヘッドラインによく用いられる短い綴り語

accord	協定	laud	賞賛する	quest	追求する
body	団体	loom	迫る	rap	非難する
boost	上げる	map	計画する	row	論争
coup	クーデター	mark	示す	rush	急ぐ
curb	抑制（する）	mart	市場	score	非難する
cut	削減（する）	nip	阻止する	slash	削除する
eye	注目する/もくろむ	nix	否認する	slay	殺す
head	率いる	nuke	核兵器	stem	阻止する
hike	引き上げる	OK	承認する	talk	会談（する）
ink	締結する	oust	追放する	term	称する
key	重要な	pact	協定	top	～を越す
lash	攻撃する	poll	世論調査	vie	争う

5. 読者を引きつける表現の工夫

**Lesson for businesses: In Asia, do as Asians do**

読者が知っている映画や本、あるいは有名人のセリフ、名言などをもじってヘッドラインが書かれることがあります。「企業への教訓：アジアではアジアのやり方に従え」というヘッドラインなのですが、“When in Rome, do as the Romans do”「郷に入っては郷に従え」ということわざをもじっているのは明らかです。この言葉遊びが、より読者の興味を引きつける役割を果たしています。

ニュース記事の書き出しは記事の簡潔な要約で、5Ws (Who, What, When, Where, Why) と 1H (How) の情報ができるだけ入るように書かれています。読者は、リードの部分の情報を読み、さらに先に読み進めるかどうかを決定しています。

### 1. ニュース記事のリード

以下の記事は、中国の GDP (国内総生産) が日本を抜いて世界第2位になったことを伝える記事です。どのような情報が入っているかを確認しましょう。

#### **China's 10% growth pushes GDP over Japan's**

Beijin (Kyodo)—China's economy grew at a faster-than-expected 10.3 percent in 2010, government data showed Thursday, providing more evidence the economic powerhouse has overtaken Japan as the world's second-largest economy.

**Who**…中国政府

**What**…中国が、予想よりも早く経済発展し、世界第2位の経済大国になったと発表した

**When**…木曜日

**Where**…北京

**Why**…2010年の10.3パーセントの経済成長がGDPを後押しした

**How**…日本を追い越して

またリードの前には、通信社が配信する記事の場合、その社名が明記されます。主な通信社には以下のようなものがあります。

AP : Associated Press AP 通信社 アメリカ

UPI : United Press International 合同国際通信社 アメリカ

ITAR-TASS : イタルタス通信社 ロシア

Reuters : ロイター通信社 イギリス

Jiji : 時事通信社 日本

Kyodo : 共同通信社 日本

NCNA : 新華社通信社 中国

AFP : フランス通信社 フランス

・ AP, UPI, Reuters, AFP は西側四大国際通信社とされている。

## 2. 社説・論説記事のリード

社説・論説記事は、一連のニュースの解説やそのニュースに対する意見を発表しています。従ってリードの部分では、当該ニュースの概要や背景がまとめられたり、ニュースに対する問題提起が行われたりします。ニュース記事と異なり、ある程度時間が経過してから書かれますので、読者がニュースについて情報を持っていることを想定し、ニュース記事のような細かい具体情報が省かれることが多いです。以下の社説のリードを見てみましょう。

### **A new culture of giving**

The year of the rabbit has just begun, but in the first few weeks of 2011, it has been the tiger gaining all the attention. In a spontaneous Tiger Mask movement, anonymous citizens throughout Japan have been donating school backpacks and other items to orphanages and child welfare centers in the name of Naoto Date, the hero of the “Tiger Mask” manga and anime popular some 40 years ago, Date, a wrestler who wore a tiger mask in the ring, secretly donated his fight winnings to the orphanage where he was raised.

2010年クリスマスに始まったタイガーマスク運動についての約1ヶ月後の社説です。下線部にあるように、タイガーマスク運動の概要や、漫画の『タイガーマスク』について紹介されています。

## C ボディー

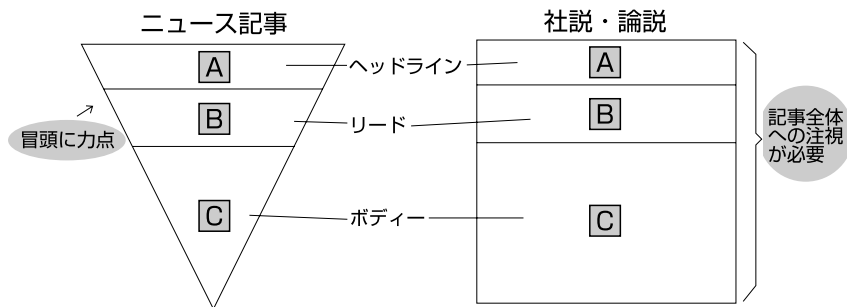
ニュース記事と社説・論説のボディーの構造は異なります。ニュース記事は、リードで5Ws1Hという最重要情報が示され、その後は、より些末な具体的情報を付加していくという「逆三角形」構造を取ります。

一方、社説・論説は、リードにおいて、取り上げられるニュースの概説や問題提起、次にそのニュースに対する意見や解説、最後に結論が述べられるという「四角形」構造をしています。

さらに、結論部が、しばしばニュースを一般化した視点で述べられるのも特徴です。ニュース記事のように最初に力点を置いて読むのではなく、記事全体を注意深く読む必要があります。p.13 で取り上げた社説の結論部は以下のようになっています。

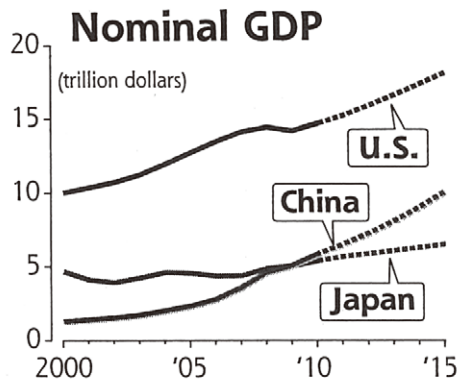
If the Democratic Party of Japan follows through on its pledges to ease the process for NPOs to receive tax-deductible status from the National Tax Agency, and for taxpayers to claim the deduction, perhaps we will see the growth of a “charity culture” in Japan beyond anonymously dropping off gifts in the name of cartoon characters.

タイガーマスク運動をきっかけに、政府が寄付金の税金控除を見直せば、もっと「チャリティー文化」が広がるだろうと結論づけています。



## D キャプション (説明文)

記事の写真やイラストやグラフなどの視覚情報は、記事を読む際の背景知識として非常に役立ちます。通常、写真やイラストには、キャプションと呼ばれる説明文が伴われます。



*\*Based on information from the International Monetary Fund, the Cabinet Office and the National Bureau of Statistics of China. The broken lines after 2010 are preliminary figures or projections.*

このグラフは、リードのセクションで取り上げた“China’s 10% growth pushes GDP over Japan’s”に添えられていたものです。中国の経済躍進が一目で見て取れます。また、キャプションを読むことによって、点線が今後の展開の予測であるということも分かります。

# Chapter 1

## 10代はケータイが大好き

### 01 Warm-up 1

音声を聴いて、写真を説明している英文を a ~ c から選びましょう。



a.       b.       c.

### 02 Warm-up 2

次の語句 1 ~ 10 に相当する訳語を a ~ j から選び、( ) にその記号を入れましょう。

- |                   |                        |
|-------------------|------------------------|
| 1. (     ) 気晴らし   | a. figure              |
| 2. (     ) 10代の若者 | b. survey              |
| 3. (     ) 無作為に   | c. age group/age range |
| 4. (     ) 料金     | d. consumption         |
| 5. (     ) 減少する   | e. randomly            |
| 6. (     ) 年齢層    | f. pastime             |
| 7. (     ) 定期的な   | g. decline             |
| 8. (     ) 調査     | h. charge              |
| 9. (     ) 消費     | i. regular             |
| 10. (     ) 数字    | j. teenager            |

## Warm-up 3

問いA、Bに答えましょう。

03

問A

音声（朝日新聞が行った、6人の都立高校の女子生徒に対するインタビューの結果について）を聴いて、1～4から述べられていることを選びましょう。

1. 調査された生徒は、1日に平均5回、携帯電話でメールのやりとりをしている。
2. 5人の生徒が、風呂場に携帯電話を持ち込んでいる。
3. 風呂場では、携帯電話の受信状態が悪いと答えた生徒がいる。
4. 携帯電話を用いて、オンラインショッピングすると答えた生徒が1人いる。

04

問B

以下の英文を読み、質問に答えましょう。

A survey found that teenagers are diversifying their media usage to videogames, DVDs and cellphone games. TVs account for the lion's share of a teenager's daily media consumption, at nearly two hours a day. However, the figure is down 25 percent from 2005.



diversify 「多様化させる」 account for the lion's share 「最も大きな割合を占める」

According to the survey, which of the following did the teenagers surveyed most spend their time on?

- a. Videogames
- b. DVDs
- c. Cellphone games
- d. TVs

## Teens abandon PCs for cellphones to access Internet

By Hiroki Kawamoto

Teenagers are the only age group that spends less time using personal computers at home to access the Internet, but that is because they mainly use cellphones for their online habits, a  
5 survey showed.

Teenagers spend 12.8 minutes a day using PCs for Internet access, more than five minutes down from 2005, according to the survey by a team led by Yoshiaki Hashimoto, a professor of communications at the University of Tokyo's Interfaculty  
10 Initiative in Information Studies.

The survey, conducted every five years, is one of the few regular, large-scale studies on how people engage with media in Japan. For the survey in June, 59 percent of the randomly chosen  
2,500 people between the ages 13 and 69 responded.

15 Among teenagers, cellphones are the primary means for accessing the Internet, including e-mail exchanges. They spend 66.0 minutes a day using cellphones for the Internet, more than any other age range, although the figure increased only slightly from 2005, the survey showed.

20 "It came as a surprise that the amount of time teenagers spend on the Internet through home computers has declined," Hashimoto said. "At the same time, we believe that teenagers' cellphone usage for Internet access is approaching a saturation point."

Hashimoto said the more widely a device spreads, the more  
25 young people access the Internet through that device. "There is a possibility that the younger generation will take up electronic readers if their prices become cheaper," he said.

The Asahi Shimbun interviewed six female students at a Tokyo metropolitan high school. The students said personal computers  
30 take too long to start up and that they access social networking sites through their cellphones. They said their monthly cellphone charges range from 9,000 yen to 20,000 yen.

abandon 「棄てる」

conduct 「行う」

engage with... 「～に関わる」

respond 「回答する」

primary means 「基本的な手段」

approach a saturation point  
「飽和状態に達する」

take up... 「利用する」



## Comprehension

前ページの英文の中で述べられていることを、1～5から2つ選びましょう。

1. 10代の若者は、インターネットに接続するのにパソコンを一番利用する。
2. 東京大学情報学環の橋本良明教授による調査は5年ごとに行われている。
3. 橋本教授が行った調査への回答者は、無作為に選ばれた10代の若者たちである。
4. 橋本教授によれば、若者世代は、価格が安くなれば、電子書籍端末を利用する可能性がある。
5. 朝日新聞のインタビューに回答したのは、パソコンを利用している高齢者である。

## Further Activity

統計調査に基づいた報道記事では、数字の意味をきちんと理解して調査概要を把握しなければ、正確に記事内容を判断することができません。以下は、前ページの記事で紹介されている橋本良明教授の行った調査の概要を示したものです。前ページの英文を参照して、1～4の空所内に当てはまるものをa～dから選びましょう。

### Survey Overview

- Population: (1.                    )
- Response rate: (2.                )
- Survey method: (3.                )
- Survey period: (4.                )

- a. random sampling
- b. 2500 Japanese people between  
the ages 13 and 69
- c. in June, 2010
- d. 59 percent

