

# Lesson 14

## 製品の情報を紹介する ドキュメント

### <学習のポイント>

Lesson 13では製品の使い方に関するドキュメントの例を見てきました。これらは実務翻訳における最も基本的なスタイルです。「**英作文の極意は英借文**」と言われるように、お手本となる英文をしっかりと頭に入れておくことが大切です。

このレッスンでは、製品の情報を紹介するドキュメントの特徴および例文を紹介します。次の3つのセクションから構成されます。

#### Section 1 カタログやパンフレット

#### Section 2 広告文

#### Section 3 製品仕様書

「**Section 1 カタログやパンフレット**」では、マニュアルと並んで実務翻訳の代表的なドキュメントであるカタログやパンフレットの英文例を紹介します。ここでは、基本例文を通して、これらのドキュメントの特徴について理解を深めていただきます。

「**Section 2 広告文**」では、商品やサービスを宣伝する英文広告の基本例文を紹介します。

「**Section 3 製品仕様書**」では、実務翻訳で需要の多い仕様書の基本について学んでいただきます。

このレッスンでは、それぞれのドキュメントに特有の代表的な英文例を紹介しています。ここでも実務翻訳において幅広く使えるいくつかの応用テクニックも紹介していますので、しっかりマスターしてください。

## Section 1 カタログやパンフレット

### 1 カタログやパンフレットの特徴

カタログやパンフレットの英文は、英文マニュアルの“3Cs”のような明快なルールがあるわけではありません。製品のデザインが様々であるのと同様に、カタログやパンフレットのスタイルも各メーカーによって異なります。

前のレッスンで取り上げたマニュアルや取扱説明書は、**すでに製品を購入したユーザーを対象とする**ものです。一方、カタログやパンフレットは、**これから製品の購入を検討する人を対象とする**ものです。この点が両者の大きな違いといえるでしょう。

カタログやパンフレットには、自社の製品やサービスの紹介、宣伝、売り込みといった共通の目的があります。そうした観点から見れば、カタログやパンフレットにはいくつかの共通した特徴が見られます。

まず、カタログやパンフレットには、製品の仕様や性能などの**客観的な数値データ**が必ず記載されています。また、マニュアルと比較すると、図や写真など、顧客に対して**視覚的に訴える要素が多い**のも特徴です。

さらに、カタログやパンフレットは、製品を顧客に売り込むためのものですから、一般的な表現よりも、その製品の**魅力や長所を強調する表現**が多く見られます。そのため、広告文に見られるようなキャッチコピー風の表現が使われることもあります。

カタログやパンフレットはある意味で製品の顔です。それらのドキュメントによって製品の印象が大きく左右されます。そのため、カタログやパンフレットの英文は、簡潔な文体のマニュアルとは異なり、**製品を強く印象づける凝った表現が多い**のも特徴です。

以下、英文カタログやパンフレットの特徴を列挙します。

- (1) 顧客の関心や興味を引きつけるための凝った表現が用いられる。
- (2) 製品の性能や規格などの数値データが掲載される。
- (3) 写真やイラストなど視覚に訴える要素が比較的多い。
- (4) 比喩的表現、キャッチコピー風の表現、造語などが利用されることがある。
- (5) 製品固有の用語、名称、機能などが英文中に多く登場する。
- (6) 誇大広告、他社の誹謗・中傷、事実と異なるデータ、差別表現、公序良俗に反する文章など、不適切な表現を用いると社会問題になり、企業イメージを損なうおそれがあるため、適切な文章表現を用いるように十分配慮する必要がある。
- (7) マニュアルと比較して、やや難解な表現、複雑な構文、格調高い形容詞や副詞が多用される傾向があり、製品の魅力を感情的に訴える表現が多い。

## 2 カタログやパンフレットに関する英文表現

ここでは、カタログやパンフレットの代表的な英文表現を紹介します。下線部が目したい表現です。⇒のあとに解説を示します。いずれもよく見られる基本表現ですので、しっかり確認しましょう。

### 「技術力」をアピールする例：

We develop top-quality new product groups by applying state-of-the-art technology.

(当社は最先端の技術を応用して、最高品質の製品群を開発しています。)

⇒「最先端の技術」による開発をアピールする英文です。technology（技術）を修飾する形容詞としては、ほかに“up-to-date”（最新の）、“sophisticated”（高度に洗練された）、“advanced”（高度な）などがあります。なお、“top-quality”は「最高品質の」を意味します。

### 「最新であること」をアピールする例：

We have developed several ultrahigh-speed automation systems.

(当社は超高速オートメーションシステムを開発いたしました。)

⇒新たに開発した製品の場合、最新であることを示すために「現在完了形」を用いることがよくあります。また、ultrahigh-speed（超高速）のように、製品の特長を強調する形容詞が多用されるのもカタログやパンフレットによく見られる表現です。

### 「製品のメリット」をアピールする例：

There is no substitute for our products! They save time and money.

(当社の製品が最善の選択です。時間と経費を節約できます。)

⇒「自社製品が最善」であることをアピールする文です。There is no substitute for～は「～にまさるものはない、～が最善の選択肢である」の意味ですが、定型表現の1つです。また、第2文も製品の経済的メリットを強調するためによく見られる文です。

### 「製品の特徴」を述べる例：

Our new product is a compact Geiger counter that is inexpensive, light, and resistant to shock.

(当社の新製品は、低価格、軽量、衝撃に耐えるコンパクトなガイガーカウンタです。)

⇒「製品+be動詞+that+付加説明」の構文でどのような製品かを述べる表現です。that以下で製品の特徴を述べています。be動詞を用いたシンプルな構文なので、製品カタログ、パンフレットなどで最も多く利用されます。

### 「製品の特長」を述べる例：

DHC-2012 features high performance, large capacity and high reliability.

(DHC-2012は、高性能、大容量、高信頼性を特長としています。)

⇒製品の特長や利点を述べる文です。動詞feature（～を特長とする）を用いた第三文型（主語S+動詞V+目的語O）の表現です。

### 「製品の利点」を列挙する例：

This new machine will dramatically improve the profitability of your factory.

Productivity increases of 400% are typical. Here are some reasons:

- Low initial investment

- Reduced operator attention time

- Lower rejection rate

当社の新鋭機を採用すれば、工場の収益は飛躍的に向上します。生産性は通常4倍アップします。その理由は次の通りです。

・初期投資が安価

・オペレータの監視時間の削減

・不良品発生率が低い

⇒「列挙（リスト）形式」を用いて製品の特長や利点を述べる表現です。コロン（:）に続いて製品導入のメリットを具体的に列挙します。“rejection rate”は「不良品発生率」です。

## 確認演習

[ ] 内に適切な単語を挿入し、以下の和文に対する英訳を完成してください。

- (1) 当社は新しい医療診断システムを開発中です。

We are [ ] a new medical diagnosis system.

- (2) XYZ Modelは、高速処理を特長としています。

The XYZ Model [ ] high speed processing.

- (3) 当社が提供する最高品質のユーザーフレンドリーな新製品！

We provide [ ] and user-friendly new products!

- (4) この新製品は大量データを扱うことのできる携帯端末です。

This new product is a mobile terminal that can [ ] with a large amount of data.

- (5) 当社のガイガーカウンターは、低コストで軽量です。

Our Geiger counters are low-cost and [ ] .

## 【解答】

- (1) developing  
 (2) features  
 (3) top-quality  
 (4) deal  
 (5) light

## Section 2 広告文

## 1 広告文の特徴

製品の広告、宣伝、売り込みなどを行う広告文は、新聞、雑誌、Webサイト、ポスター、小冊子などあらゆる場面で見られるものです。そのため、広告文の文体には非常に多くのバリエーションがあります。

代表的な広告文としては、「新製品の発売」、「製品の内容紹介」、「製品のアピール」、「製品の開発ニュース」のように製品情報を中心としたものが多く見られます。

また、製品だけでなく、企業自体やブランド力をアピールする広告文もあります。

広告や宣伝の文は、キャッチコピー風の文体が比較的多く見られ、限られた紙面で効果的に製品の魅力をアピールするようにさまざまに工夫を凝らされているのが特徴です。

## 2 広告文に関する英文表現

ここでは、広告文に関する基本的な英文表現を紹介します。下線部が目じたい表現です。⇒のあとに解説を示します。

「製品の発売」に関する表現：

AVAILABLE TODAY! (本日発売！)

Now on sale! (発売中！)

New Products for Summer 2012 (2012年夏向けの新製品)

DHC Plans Diet Drinks for Soft Drink Market

(DHC社はダイエットドリンクをソフトドリンク市場に投入予定)

Offers New Products for Fast Networking in 2012

(高速ネットワーク向け新製品を2012年に発売)

2012 Model Series Products from DHC

(DHCから2012年型シリーズ製品が発売)

⇒ いずれも「製品の発売」に関する表現です。上記は広告文の見出しやタイトルによく使われる表現です。上記の英文からも分かるように、見出しやタイトルでは、主語、冠詞、be動詞などがしばしば省略されます。

なお、最後の～from DHCは「DHC製の～」と訳すこともあります。この場合の前置詞fromは「製造元、メーカー」を表す用法です。

- (1) 最近の研究によると、可変速度のシステムにより30%の消費燃料の節減が可能であることが示されている。(P.13)
- (2) 文字定数とは、一重引用符 (') または二重引用符 (") に囲まれた文字列です。(P.13)
- (3) プロペラの回転速度に関しては、その重量が重いと軽いつきでは、軽いときのほうが速く回転します。(P.31)
- (4) 1箇所でも手順を間違えると、重大な事故につながるおそれがあります。(P.33)
- (5) データを入力する場合、エディタを起動してからお手元のデータを入力してください。(P.48)

- (1) Recent studies show that the variable-speed system can cut fuel consumption by 30%.  
⇒ 実務翻訳では、このように無生物主語の構文が好まれる傾向があります。この場合はRecent studies (最近の研究) がそのまま主語になっています。
- (2) A character constant is a string of characters enclosed in single quotation marks (') or double quotation marks (").  
⇒ 用語の説明文(定義の文)です。主語が説明の対象語で、文全体がその説明文となっています。専門書や教科書などによく見られる文体です。
- (3) Lighter propellers turn faster.  
⇒ 「～に関しては」と「重量が重いつき」を冗長表現として割愛するのがポイントです。主語を“lighter propellers”とすれば、「重量が重いつき」というのは言わなくても読み手に原文の真意が伝わるからです。
- (4) A wrong step may cause a serious accident.  
⇒ 不定冠詞a(n)の条件的ニュアンス(もし～すると)を用いた基本例文です。不定冠詞はoneの意味も含んでいます。
- (5) Start the editor and then enter your data.  
⇒ 重複表現の処理がポイントです。「データを入力する場合」と「お手元のデータを入力してください」の部分の意味が重複しています。前者は割愛してもよいでしょう。