

このテキストは、文化・環境・技術・経済・社会・教育・医療・観光・農業といった幅広い分野の記事を取り上げています。今や世界はさらにグローバル化され、地球人という意識を持って生きる時代にあるように思われます。生きた英語を学びながら、そのような現状に応じたより広い視野を養えるよう国内外の様々なトピックの記事を選んでおります。これらのトピックは、ディスカッションの話題としても活用できるでしょう。本テキストを授業内での様々な活動にお役立て頂ければと思います。

●Key Expressions 1

写真などの視覚情報を見てトピックへの関心を促す、リーディング・セクション読解のためのキーワードのブランク埋めの問題です。キーワードを耳で聞くだけでなく、最初の一文字と語数をヒントにして、辞書も参照しながら解答してみてください。リーディング・セクションの背景知識を構築しながら、辞書を用いて文法も確認する練習問題となっています。

●Key Expressions 2

リーディング・セクション中に登場する重要表現や、TOEICにも出現頻度の高い語彙を学習するエクササイズです。単なるキーワードの意味理解だけでなく、関連語句や派生語を構成する接頭辞・接尾辞の意味など、単語力増強に必要な情報が盛り込まれています。

●Key Expressions 3

話題に関連した構文や語法の練習問題です。基礎的な文法力も試せる問題となっています。

●Background Knowledge

リーディング・セクションの背景を構築する短い記事を読み、簡単な速読用の設問を解きます。一語一句訳すのではなく、必要な情報のみを拾い読みするという速読方法（スキミング）で読んでみて下さい。語彙の類推力を養うために、問題解答に関係するところには、あえて注は付けておりませんので、辞書を参照せずに解答してみましょう。

●Newspaper English

文法確認のセクションです。ただし、網羅的に文法を扱ってはいません。英文記事を読むために最低限必要な文法の基礎知識や表現ルールを学びます。

●Reading

本セクションを読むまでに、かなりの背景知識・文法・語彙の構築ができています。ここまでのセクションをしっかり復習しておけば、辞書なしでもほぼ理解できるでしょう。読解の助けになる注は付けていますが、できるだけ注を参照しないで読むよう心がけてください。

●Summary, Comprehension 1&2

リーディング・セクションの内容が理解できているかどうかのチェックを行います。

以上のようなヴァラエティに富んだ練習問題によって、英字新聞やインターネットのニュース記事を抵抗感なく読めるようになるはずです。最後になりましたが、テキスト作成の際にお世話になりました金星堂編集部の皆様に心からお礼を申し上げます。

Insights 2020 Table of Contents

●英字新聞を知ろう● 004

Chapter 1 **Books! Bringing a Bright Future to Children**
子どもたちの未来のための図書館 国際 011

Chapter 2 **Brew Sake with Fresh Ideas!**
伝統への新たなる挑戦 日本文化・社会 017

Chapter 3 **A Unique Tour Guide**
「ロック・スター」が観光ガイド? 観光 023

Chapter 4 **A Banana with an Edible Peel**
国産バナナの救世主 農業 029

Chapter 5 **Too Crowded to Carry it on our Backs!**
バッグにまつわるお国事情 社会 035

Chapter 6 **Monitoring Kid's Phone Use**
使わせる? 使わせない? 教育・国際 041

Chapter 7 **Learn about your Pet Dog at the Museum**
ワンコの歴史 文化・国際 047

Chapter 8 **Dream of Space Tourism Comes True**
新時代のゴールドラッシュ 宇宙 053

Chapter 9 **Save the World from Garbage!**
世界のゴミに挑む! 環境 059

Chapter 10 **Manga Featuring the Elderly**
もう脇役ではありません 文化・社会 065

| | |
|-------------------|---|
| Chapter 11 | Why Not Go to Kyoto? 採用戦線は京都にあり 経済・社会 071 |
| Chapter 12 | To Be More Eco-friendly ラグジュアリーブランドの環境戦略 ファッション・環境 077 |
| Chapter 13 | A Pleasant Night's Sleep at a Capsule Hotel カプセルホテルで快適な眠りを 文化・社会 083 |
| Chapter 14 | Healthy Lifestyles Discount Premium 健康志向社会が保険を変える 健康 089 |
| Chapter 15 | Stylish Sweden vs. Traditional India 巨大家具企業のインド進出 国際・経済 095 |
| Chapter 16 | Silent Speech Recognition App to Help People 音声不要の言語認識アプリ テクノロジー 101 |
| Chapter 17 | Real vs. Artificial Christmas Trees 本物かどうか—それが問題だ 文化・国際 107 |
| Chapter 18 | Take them to the Ski Resort グローバルなスキーバブル 観光 113 |
| Chapter 19 | Impossible Made Possible 肉なしバーガー “増食” 中 経済・国際 119 |
| Chapter 20 | Yet Another Step of the Giant ネット企業の新たなフロンティア 医療・技術 125 |

Chapter 15

Stylish Sweden vs. Traditional India

巨大家具企業のインド進出



AFP/JIJI

● Key Expressions 1

CD2-18

音声を聞いて1～3の()内に適当な語を書き入れましょう。

1. In Hyderabad's bustling Nampally furniture market, customers (e _ _ _ _ _) a crowded and dusty labyrinth of shops.

ハイデラバードのにぎやかなナンパリー家具市場では、混雑してほこりっぽい迷路のような多数の店舗を客が探検している。

2. The Nampally Market is a (r _ _ _ _) to IKEA's Hyderabad store which opened six months ago.

ナンパリー市場は、6か月前に開店したイケアのハイデラバード店の競争相手である。

3. A market analyst said that, within five years, IKEA hopes to capture 10 percent of India's furniture and home goods market (a _ _ _ _ _).

ある市場アナリストは、イケアは5年以内にインドの家具と家庭用品市場の年間10パーセントを獲得することを期待していると述べた。

● Key Expressions 2

以下の1～6の市場に関する日本語の意味になるように、() 内に当てはまる語を選択肢から選び、書き入れましょう。

1. 市場アナリスト market ()
2. 市場競争力 market ()
3. 平均株価 market ()
4. 消費者市場 () market
5. 国内市場 () market
6. 露店市 () market

| | | |
|----------|----------|-----------------|
| consumer | domestic | average |
| street | analyst | competitiveness |

● Key Expressions 3

接続詞 **whether** には、主に2つの用法があります。

- ①名詞節を形成：「～かどうか」の意味で、動詞・前置詞の目的語や、形式主語・形式目的語 **it** の意味上の主語・目的語になる。
- ②副詞節を形成：しばしば **whether A or B** の形で「A あるいは B だとしても」の意味になる。

日本語訳を参考に、以下の1～3の英文の [] 内の語句を並べかえましょう。

1. India is a test case [**IKEA / should keep shifting resources / whether / for**] toward emerging economies, including Latin America and China.

インドは、イケアがラテンアメリカや中国を含む新興経済諸国に向けて資本を移動し続けるべきかどうかについてのテストケースとなっている。

2. It is [**to Hyderabad's IKEA / not clear / all that foot traffic / whether**] is translating to sales.

ハイデラバードのイケアに対するあの客足のすべてが、販売につながるかどうかは明確ではない。

3. Whether IKEA [**or in New Delhi / another store / opens / in Mumbai**], demand for India's traditional custom-built furniture might remain high.

イケアがムンバイあるいはニューデリーにさらに店舗をオープンするとしても、インドの伝統的な注文制作家具の需要は高いままかもしれない。

インドにおけるイケアの店舗拡大計画について、英文に述べられていないものを1～4から選びましょう。

IKEA plans to open its second India store this year in Mumbai, the financial capital, soon followed by Bengaluru, India's Silicon Valley, and the New Delhi national capital region.

By the time IKEA has built its planned 20 stores across India, it hopes to capture between 50 and 60 percent of the market.

“Two things that favor IKEA now: India's young population that is aspirational in nature and willing to experiment with brands from outside India, and the price point which is accessible to a wider segment of customers,” a market analyst said.

The Associated Press

1. イケアがインドで次に出店するのはベンガルールとニューデリーであり、ムンバイはその後である。
2. イケアは、計画する20店舗の出店を終える頃までには、インドでの市場シェアが50～60%となっていることを期待している。
3. ある市場アナリストによると、インドの若年層は海外ブランドを試すことに積極的である。
4. 同じアナリストが、イケアの価格設定はより広い消費者層が利用しやすいと語った。

● Newspaper English



位置を示す副詞句 (away... / from...など) や時間的順序を示す副詞節 (after... / before...など) は、例えば two years after our graduation のように直前に具体的な数値情報を加えることで、読者により明確な情報やイメージを伝えられます。

日本語訳を参考に、以下の1と2の英文の下線部に当てはまる語句を書き入れましょう。

1. _____ IKEA opened its first store in Hyderabad, it is drawing between 10,000 and 30,000 visitors per day.
イケアがハイデラバードに最初の店舗をオープンした6か月後に、そこは1日1万人から3万人の客を引き寄せている。
2. Just _____ Hyderabad's IKEA, Nampally remains a beehive of activity.
ハイデラバードのイケアからほんの20キロメートル離れたところにあるナンパリー（の市場）は、活気あふれた活動の場であり続けている。

woo... 「～に訴求する」

tap... 「～を開拓する」

haggle over prices 「値下げ交渉する」

made-to-order 「受注生産の」

tackle... 「～に立ち向かう」

given... 「～を考慮すれば」

saturation 「飽和」

recession 「景気後退」

expansion plan 「拡張計画」

cornucopia 「宝庫」

linens 「(寝具やテーブルクロスなどの) リネン類」

goodies 「商品」

HITEC City 「ハイテク・シティ」

cluster 「集合体」

sprout up 「(急激に) 出現する」

house... 「～に住居を提供する」

bite 「シェア」

novelty 「目新しさ」

IKEA woos India's rising consumer class, tapping new markets

HYDERABAD, India — In Hyderabad's bustling Nampally furniture market, customers explore a crowded, dusty labyrinth of shops, haggle over prices and work with carpenters to design made-to-order housewares.

This is the competition Swedish giant IKEA faces in tackling the \$40 billion Indian market for home furnishings, which is growing quickly along with the country's consumer class.

India is a test case for whether IKEA should keep shifting resources toward emerging economies, including Latin America and China, given the saturation of markets in Europe and the United States — and the possibility of another global recession.

“India is an extremely important market for IKEA,” said its Mumbai-based marketing manager Per Hornell. As one of IKEA's biggest markets, India will be key to its overall expansion plans, he said.

Six months after IKEA opened its first store in Hyderabad, the 400,000-square-foot cornucopia of furniture, linens, kitchenware and other goodies is drawing between 10,000 and 30,000 visitors per day, Hornell said.

The store sits within Hyderabad's Hitec City, a cluster of global tech companies in the city of 6.7 million that includes Amazon, Google and Microsoft and employs hundreds of thousands of people. High-rise apartment buildings are sprouting up to house the city's new migrants.

Just 20 kilometers (12 miles) from Hyderabad's IKEA, Nampally remains a beehive of activity — demand for India's traditional custom-built furniture remains high. But IKEA is already putting pressure on Indian furniture sellers' profits and could eventually take a bigger bite of the market.

Apart from the novelty and comfort of its vast showrooms,

IKEA's offerings appeal to younger buyers not ready to invest in India's traditional heavy wood furniture.

But it is not clear whether all that foot traffic is translating to sales. "People here are out to enjoy. They are
5 here more for entertainment than shopping for furniture," said Ranjitha Kumari, a software techie who brought her two kids one recent weekend. "It is not just a furniture shop. It is an experience which I think is difficult for others to recreate."

Forrester Research analyst Satish Meena said that, within
10 five years, IKEA hopes to capture \$4 billion annually — or 10 percent of India's furniture and home goods market.

The Associated Press

software techie 「ソフトウェア技術者」

Forrester Research 「フォレスター・リサーチ (米国のリサーチ会社)」

● Summary

CD2-21

以下の空所 1 ~ 4 に当てはまる語を選択肢から選び、書き入れましょう。

A large Swedish furniture and houseware retailer, IKEA, is (1.) to expand its business into India. While demand for traditional, tailor-made furniture is still high, the company is hoping that India's younger, (2.) consumer class will be attracted to the retail experience and goods it is (3.). While customers are (4.) the new store in the thousands, it is still unclear whether this will translate into sales.

offering attempting growing visiting

● Comprehension 1

以下の1～4の英文の（ ）内に当てはまる国名を選択肢から選び、書き入れましょう。

1. () is regarded as one of the world's emerging economies in East Asia.
2. () is home to the headquarters of IKEA.
3. The home furnishings market in () has almost been saturated.
4. Many consumers in () still like traditional made-to-order furniture.

| | | | |
|--------|-------|-------|----------|
| Sweden | India | China | the U.S. |
|--------|-------|-------|----------|

● Comprehension 2

本文の内容に合うように、1と2の英文を完成させるのに適当なものを、3の質問の答えとして適当なものをa～dから選びましょう。

1. IKEA is using its Indian venture to assess
 - a. the suitability of its products in different climates.
 - b. the Nampally market as a possible site for a store.
 - c. its likely success in other developing markets.
 - d. its ability to adapt its products to reflect local tastes.
2. Per Hornell has noted that
 - a. IKEA's success could be disastrous for small local businesses.
 - b. the Indian market is crucial in terms of the company's growth.
 - c. the number of people visiting the new store has fluctuated too widely.
 - d. IKEA's current success will protect it from a global recession.
3. Which of the following statements about Ranjitha Kumari is true?
 - a. She recently lost her children for a few moments in an IKEA store.
 - b. She thinks Indian consumers are interested in quality, not shopping experience.
 - c. She is wary of IKEA's effect on the local furniture industry.
 - d. In her opinion, the store offers an experience that is difficult to copy.