

報道関係者 各位

2019年2月8日
ブルームストリート株式会社

ブルームストリート代表の高山 純一共著 「英語脳 日本脳 世界脳」を Kindle 版で出版・販売 ～英語学習で悩む全ての人へ、ストーリー仕立てのヒントで“英語脳”を育む～

中小企業の海外コミュニケーションを IT ソリューションで支援するブルームストリート株式会社(本社:東京都中央区、代表取締役社長:高山 純一、以下「BS」)は、2019年2月8日(金)、同社代表取締役社長の高山 純一が共著の Kindle 版書籍「英語脳 日本脳 世界脳」を出版しましたのでお知らせします。

近年、少子高齢化の加速に伴い、日本国内の中小企業は成長著しい海外マーケットへの進出、外国人労働者の雇用、そしてインバウンド消費の獲得に努めています。また、2018 年は史上初めて訪日外客数が 3,000 万人*を超えました。

BS は設立以来、インバウンド消費や訪日留学生の獲得を目指す中小企業に対して、そのコミュニケーションを支援する IT ソリューションを提供する中で、さまざまな中小企業の経営者から「言語の壁」、「英語学習の難しさ」、「外国人とのコミュニケーションロス」などについて相談を受けてきました。

こういった背景を踏まえ、今後ますます需要が高まる英語学習について、代表の高山自身が国際人材として米国ニューヨークで働いていた経験を基にストーリー仕立てで英語を学ぶヒントをちりばめた本書を発行することとなりました。

■本書の概要

タイトル:「英語脳 日本脳 世界脳」

発行: 2019 年 2 月 8 日(金)

著者: 結城 喜克/高山 純一

出版社: ジーシーパブリケーションズ

販売: Amazon Services International, Inc.

言語: 日本語

価格: 1,250 円

販売ページ: <https://amzn.to/2ShbK4q>



※: JTB 総合研究所

インバウンド訪日外国人動向

<https://www.tourism.jp/tourism-database/stats/inbound/>

<目次>

第一部 アメリカ生活編

第一章:老舗のカフェで英会話を始める

- ・なぜアメリカ人は「エンジョイ」を使うのか
- ・日本人と決定的に異なるアメリカ人の考え方

第二章:タイムズ・スクエアを散歩する

- ・外国人はエイリアン?アメリカ人の身内意識
- ・個人の信用を左右する英語の発音
- ・ネイティブすら研究する知的な「話し方」

第三章:アメリカ人を理解してみる

- ・アメリカ人らしい日本人らしからぬ慣用句
- ・マインドセットとビジネスの意外な関係

第四章:ニューヨークで家を探す

- ・マンハッタンの不動産事情
- ・仕事を有利に進める「住所」とは

第五章:アメリカ人と働く

- ・世界で通用するビジネスの習慣
- ・同僚との衝突、そして別れ

第六章:ヤンキースタジアムで熱を感じる

- ・夢を持ち続ける強さ
- ・試合前に必ず行う習慣

第七章:現地で病気になる

- ・盲腸発症、緊急入院
- ・アメリカ人に対する誤解と和解

第八章:シンプルに考える

- ・覚醒させたタクシードライバーの言葉
- ・ニュー Yorker にはなれない

第二部 アメリカビジネス編

第一章:ニューヨークでビジネスをする

- ・ビジネスパートナーの選び方
- ・不信の連鎖

第二章:英語で交渉する

- ・ニューヨークタイムズの反響
- ・リスクマネジメントのコツ
- ・確信犯

第三章:言葉を超える

- ・不動産ブローカーの試金石
- ・街のバイタリティーの正体

■ ブルームストリート株式会社(BS)について (<https://www.bloomstreet.jp>)

2014年8月設立。インバウンド消費の獲得や海外進出を目指す中小企業に向けて、海外コミュニケーションを実現するオーダーメイド型のワンストップITソリューションを企画・開発しています。「Think Locally, Communicate Universally」をコーポレートキャッチに掲げ、インバウンド消費者であるネイティブへ訴求し、伝わるコミュニケーション開発とITマーケティング・グローバルWebサイト構築に強みを有します。

【本リリースに関するお問い合わせ先】

ブルームストリート株式会社

広報担当 山田

Tel: 070-6460-0607

E-mail: pr@bloomstreet.jp