**UNIT 1**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 英語 | 日本語 |
| １ | It is ten thirty | 10時30分 |
| in the morning | 朝の |
| in India. | インドの |
| Two cafes are | ２つのカフェがある |
| within meters | 数メートルの範囲内に |
| of each other, | 互いの |
| near a college | 大学の近くに |
| in New Delhi. | ニューデリーの |
| And | そして |
| they are selling | それらは売っている |
| a lot of tea. | 多くの紅茶を |
| Their main patrons | それらの主な常連客は |
| are university students. | 大学生である |
| ２ | In the past ten years, | 過去10年間に |
| cafes have become increasingly popular | カフェはますます人気になってきた |
| in India. | インドで |
| They have spread | それらは広がってきた |
| from major cities | 大都市から |
| like New Delhi and Mumbai | ニューデリーやムンバイのような |
| to smaller towns. | より小さな町へ |
| ３ | It is the success of this market | この市場の成功である |
| that has gained the attention | 注目を得たのは |
| of companies | 会社の |
| like the American-based coffee chain Starbucks. | アメリカを拠点とするコーヒーチェーン，スターバックスのような |
| The company will open | その会社は開く予定である |
| its first store in India | 彼らのインドで初めての店を |
| later this year. | 今年の後半に |
| Other companies | ほかの会社は |
| like Lavazza and Costa Coffee | ラバッツァやコスタコーヒーのような |
| are already there. | すでにそこにある |
| ４ | The head of India Coffee Trust, | インド・コーヒー・トラストの会長 |
| Anil Kumar Bhandari, | アニル・クマール・バンダリは |
| praises Starbucks’s decision. | スターバックスの決定を称賛している |
| He said | 彼は言った |
| cafes in India | インドのカフェは |
| have become central | 中心となった |
| to the lifestyle | 生活様式の |
| of young, middle-class people | 若い中産階級の人々の |
| as their incomes grow | 彼らの所得が増えるにつれて |
| and global trends gain popularity. | そして，世界的な流行が人気を得る（につれて） |
| ５ | “They should have been here | 「それら（スターバックスの店）はここにあるべきだった |
| before. | 以前に |
| Almost any cafe chain | ほとんどどのカフェチェーンも |
| which offers good coffee and a reasonable standard service | おいしいコーヒーと妥当で標準的なサービスを提供する |
| will succeed | 成功するだろう |
| in this country. | この国では |
| Just take a look | ちょっと見てみなさい |
| at the young population. | 若い世代を |
| It’s growing | それは増加している |
| and it’s taking to the coffee culture | そして，コーヒー文化に適応している |
| like a duck to water,” | カモが水に（なじむの）と同様に」 |
| Bhandari says. | バンダリは言う |
| ６ | Yet, | しかし |
| the growth of coffee | コーヒーの普及は |
| will not reduce | 下げないだろう |
| the popularity of tea. | 紅茶の人気を |
| Indians drink | インド人は飲む |
| eight times more tea | ８倍多くの紅茶を |
| than coffee. | コーヒーよりも |
| They have been drinking tea | 彼らは紅茶を飲んできている |
| for more than one hundred and fifty years. | 150年以上の間 |
| India is one | インドは１つである |
| of the world’s biggest producers | 世界最大の生産地の |
| of tea, | 紅茶の |
| which is known | それは知られている |
| locally | その土地で |
| as “chai.” | 「チャイ」として |
| Outside homes and offices, | 家庭や職場の外で |
| it is mostly sold | それはたいてい売られている |
| by small businesses | 小さな店によって |
| on the street. | 路上の |
| ７ | That is | それは～である |
| what businessmen like Amuleek Singh Bijral hope | アムリーク・シン・ビジュラルのような実業家が望むこと |
| to change. | 変えることを |
| The thirty-six-year-old | その36歳（の人物）は |
| graduated from Harvard University | ハーバード大学を卒業した |
| in Cambridge, Massachusetts. | マサチューセッツ州ケンブリッジの |
| ８ | He has opened a tea shop | 彼は紅茶の店を開いた |
| called Chai Point | チャイポイントと呼ばれる |
| in India’s information technology section | インドの情報技術地区に |
| in Bangalore. | バンガロールの |
| In less than a year, | １年足らずで |
| fourteen Chai Points | 14のチャイポイントが |
| have opened | 開店した |
| in the city. | その都市に |
| ９ | Business experts note | ビジネスの専門家は注目している |
| that half of India’s population | インドの人口の半分が |
| of over one billion | 10億超の |
| is under the age of twenty-five. | 25歳未満である（ということに） |
| They say | 彼らは言う |
| both cafes and tea shops | カフェと紅茶店の両方が |
| will find room to grow. | 成長する余地があるだろう（と） |