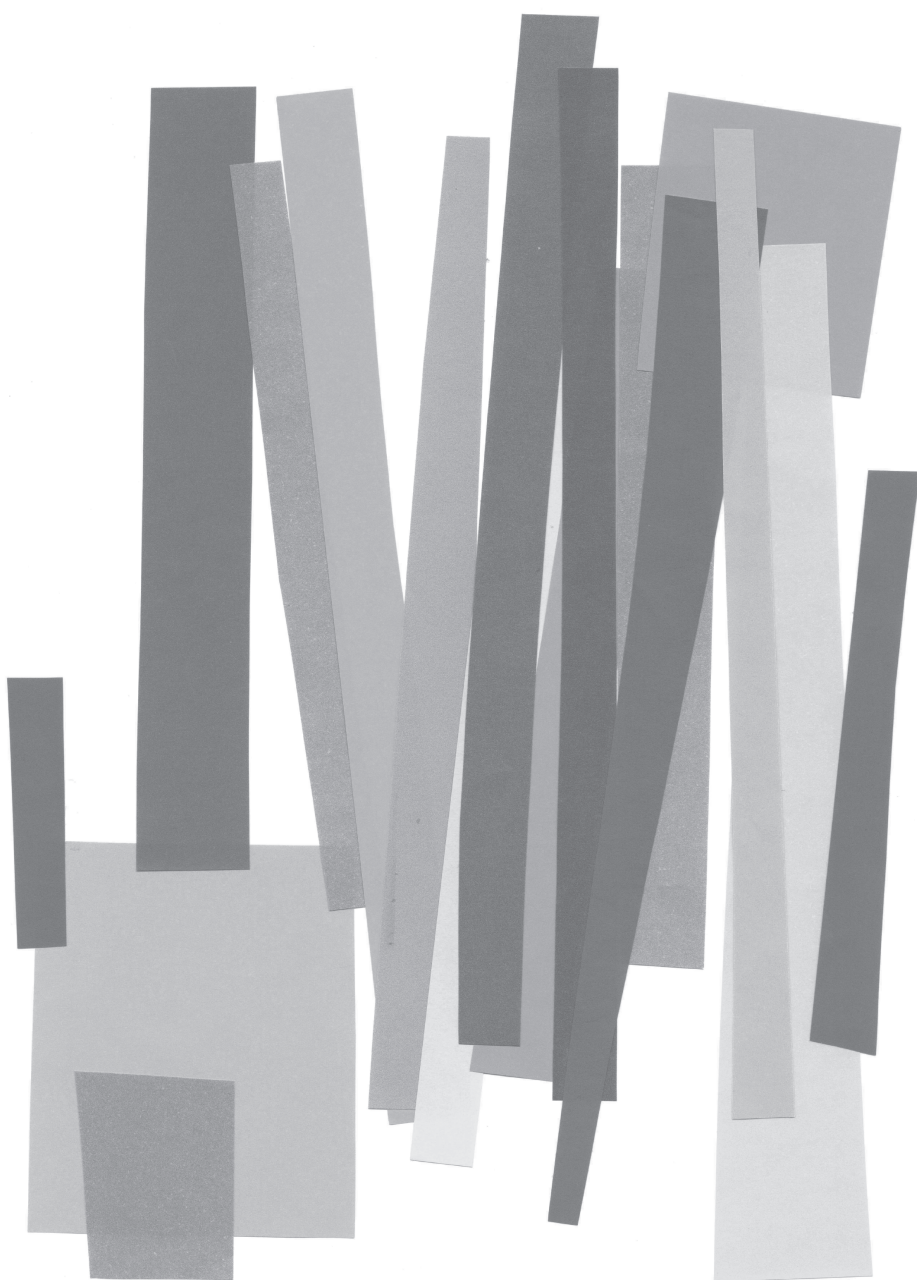


[仕事の便利術]

上手な伝わる文章



～はじめに～

たまに文章を書くことが得意だ、楽しくて仕方がない、というひとがいます。もちろんこういうひとはめったにいない、少数派です。反対に書くのはいやだ、できれば書かずにすませたい、と苦手意識を持つひとたちが圧倒的です。このテキストは、そんな苦手意識を持つひとのために、文章を書くときの基本の心構えと、最小限の文章作法をまとめたものです。

第1章は、伝わりにくい文章、わかりにくい文章の例をあげています。なぜ読みにくいのかをまず理解してください。文章づくりの前に読むひとを考えることが大切です。

第2章は、読んでもらえる文章を書くための基礎知識の紹介です。文章作成の手順や文章構成の原則を簡潔に述べています。特に、文章の書きはじめと、締めくくりの重要性を強調しました。

第3章は、ビジネス文書作成の注意事項です。文章構成の原則、文のつくり方、句読点や修飾語の扱い方など、文章作成のちょっとしたコツや、知っているのと得をするノウハウをまとめました。

第4章は、伝わる文章作成の急所を整理しています。筋の通った文章を書くには、明快な「論理」がなければなりません。同時に、書くひとの「感情」が読み取れなければ面白くありません。

文章作成法について、知識として知っておくべきことはそれほど多くありません。いくら高度なテクニックであっても、それをうまく使いこなせなければ、相手に伝わる文章は書けません。文章が書けないのは、書かないからだといわれます。とにかく書いてみることを——これが文章上達の極意です。

はじめに	3
目次	4
 第Ⅰ部 読みやすい文章を書くための基本	5
第1章 難しく考えすぎずに書きはじめよう	6
1. 読んでもらえなければ意味がない	6
2. 伝わりにくい文章、わかりにくい文章	8
3. 文章が書けないのは書かないからだ	12
4. まず読むひとのことを考えよう	14
5. 癖のない素直な文章が読みやすい	16
6. なぜ、何を、何のために書くのか	18
7. 文章構成の基本5W1Hを確認しよう	20
8. 長い文章も短い文の積み重ね	22
第2章 読んでもらえる文章作成の基礎知識	24
1. 文章作成に必要な3つの力	24
2. 知っておきたい文章作成の手順	26
3. 文章は書きはじめが難しい	30
4. 文章の見た目も工夫しよう	32
5. パワーのある見出しをつけよう	34
6. タイトルや見出しは文章の顔	36
7. 文章は締めくくりで決まる	38
8. 文章作成の手順を確認しよう	40
* 研究課題	42
 第Ⅱ部 伝わる文章力を鍛え、伸ばす	43
第3章 読ませる、伝わるビジネス文章術	44
1. 最初に結論を述べるのが基本原則	44
2. 数値で論拠を示し、推量の表現は避ける	46
3. 1文を60字以内にしておいて簡潔明瞭を心がける	48
4. 主語と述語を近づけると読みやすくなる	50
5. 5行を目安に改行するとわかりやすくなる	52
6. 読点（、）を効果的に使って語句を整える	54
7. 修飾語と被修飾語を近づけ誤読を避ける	56
8. 接続の言葉を減らすとテンポがよくなる	58
第4章 伝えることではなく、伝えることが大切	60
1. SNSの普及とAIの衝撃	60
2. 意見・主張をはっきりさせ根拠を述べる	62
3. 点数の取れる作文のテクニック	64
4. 事実にもとづく意見が説得力を持つ	66
5. 「論理」がなければ正しく伝わらない	68
6. 「感情」の入らない文章は面白くない	70
7. 「文は人なり」—— 品格のある文章	72
8. 書くことの喜び、苦しみを味わう	74
* 研究課題	76
（参考）文章表記の原則	77

I

読みやすい文章を書くための基本



難しく考えすぎずに書きはじめよう

1

読んでもらえなければ意味がない



ビジネスパーソンに求められる文章は多種多様

書かされた記憶

学生のころに書いた文章、論文やレポートを思い出してみてください。得意とするところで、文章作成に苦労した経験がない、というひとはあまり多くはなさそうです。書かされた記憶の持ち主のほうが圧倒的に多そうです。

テーマ（課題）

それでは、学生の書く論文やレポートは難しいといえるでしょうか。実は、それほど難しいものとはいえません。多くは、テーマ（課題）が与えられ、ねらいがはっきりしているからです。読んでくれる先生がいて、提出先や期限が決まっています。評価されるポイントもある程度、明確です。インターネットで検索したり、図書館に行ったりして、調べるなりすれば、容易にまとめられます。実験や観察によって、課題の根拠を示すこともできます。書く前に出来栄の予想がつきます。

内容も形式も
多種多様

これに対して、社会人が書く文章は内容も形式も多種多様です。手紙を書く機会は少なくなりましたが、日常的に電子メールを使っています。報告書、提案書、議事録、稟議書、企画書、プレゼンテーション資料などの日常的な文書もあれば、調査報告、研究報告、技術報告のような本格的なものもあります。

読み手

作成した文書を読んでくれる相手も、上司や部下などの組織内だけではなくありません。顧客、取引先、業界、行政、地域社会などさまざまです。実際のビジネスの文章は、こうしたステークホルダー（読み手）の期待に応えるものでなければなりません。

一筋縄とはいきません。読んでもらうための工夫が必要です。

✎ 仕事に役立つものでなければならない

社会人（ビジネスパーソン）が書く文章の多くは、結果の記録という性格を持っています。記録として残すことが目的です。同時に、それは記録として残す次の仕事に役立つ資料でなければなりません。仕事に役立たないレポートは書く必要がありません。仕事に役立つ資料

仕事に役立つレポートとは何か。内容、つまりレポートに書かれている「情報」が命です。価値ある情報の含まれていないレポートは不要といってもよいでしょう。価値ある情報

どのような内容を盛り込むかは、求められる文書やレポートによって異なります。ここでは、書こうとする文章の内容に深入りをしませんが、書くべきことがらをちゃんと持っていることが文章作成の大前提です。特に、新たに書き起こそうとするときは、内容をどう整理するかが大事です。文章作成に技術（スキル）は必要ですが、テクニックだけでは役に立つ文章は書けません。

✎ 書くことは思考の深化につながる

忙しいビジネス社会、しかも過剰ともいえる情報量の中で、せっかく書いた報告書や提案書（レポート）も、読んでももらえないことには、意味がありません。どうすれば読んでもらえる文章を書けるようになるのでしょうか。また、レポートと少し違いますが、社内での昇進、昇格試験で小論文の提出を求められたり、研修や教育などの場で課題を提出したりすることも多くなっています。仕事の周辺にあるこうした小論文などの書き方も含めて検討することにしましょう。読んでもらえる文章

書くことは、実用的なレポート作成の要求に応えるだけではありません。自分の考え（意見・主張）をはっきりとさせるために役立ちます。あるテーマについて、どれだけの識見を持っているか確認したければ、そのテーマについて、文章にまとめてみるといいでしょう。書くことは考えることです。思考を掘り下げる絶好の機会になります。自分の考え（意見・主張）書くことは考えること

少し意識して、「伝わる文章」の書き方の練習（トレーニング）を試みることをおすすめします。伝わる文章



気持ちの入りすぎている文章

おかめはちもく
 岡目八目という言葉があります。「当事者よりもはたで見ているもののほうが物事の真相や特質がよくわかり、的確な判断ができる」という意味の囲碁から来たことわざです。自分では気づかないことも、他のひとが少し距離を置いてながめてみると、その問題点や矛盾しているところがよくわかります。

伝わりにくい文章 「伝わる文章」「わかりやすい文章」を考える前に、「伝わりにくい文章」「わかりにくい文章」の例をみておくことにしましょう。

次の文章は、ある会社から来た商品案内の挨拶状です。ざっと読んでみてください。

謹啓

落ち葉が風に舞う季節となりましたが、皆様におかれましてはお変わりなくお過ごしのことと存じます。

①さてこの度、プロダクト・マネージャーに〇〇、クオリティ・マネージャーに△△が就き、全てのデザイン設計・品質管理・仕上げなど自らの手で行い一切の妥協をしない拘り抜いた最高の仕上がりとなっております。

②これを機に良い品をご使用頂くことで、日々の豊かさを感じてくれますようにとの想いを込め、今後は国内外の百貨店様を始め、志高い小売店様においても「A B C D（ブランド名）」が展開されるようになります。

その前に、まずは日頃からご愛顧賜っております皆様にお披露目したくカタログを同送させて頂きました。

ご多用中とは存じますがぜひとも実際にお手に触れて頂きたく、皆様のご来店を心よりお待ちしております。 謹白

わかるような気がします。読みにくい文章です。骨子は、「❶たいへん良い商品ができた。❷この商品（ブランド）は百貨店や有名店でも販売される。❸それに先立って、お得意さんに紹介したい」というものでしょう。

なぜ、この文章が伝わりにくいのか、あるいは読みにくいのか、です。

❶では、「〇〇がプロダクト・マネージャーに、△△がクオリティ・マネージャーに就任したこと」と「^{こだわ}り抜いた最高の品質の商品が完成したこと」の2つのことが述べられています。文章を2つに分けると読みやすくなります。「妥協をしない^{こだわ}り抜いた最高の仕上がり」は、あくまでも自分たちの言い分です。説得力を持たせるには、その根拠や証が必要です。❷も同様に、「^{おも}〜想いを込め」までと、それ以下を分けてみるとわかりやすくなります。別の意味のことがらを無理につなげたために、ぎこちない文になっています。まず、文章を整理し、すっきりさせましょう。手紙文としての体裁、敬語の扱い方、用語の使い方など細部の検討はその後です。

書き手の**気持ちの入りすぎている文章**は伝わりません。自分のために**気持ちの入りすぎている文章**書いているような文章は読みにくいのです。

よくあるミス — 「馬から落ちて落馬して」

いくつかの、気になる文章の例をみていきましょう。「馬から落ちて落馬して」という典型的な間違いはめったにありません。しかし、次のような文章をときどきみることがあります。

「すでに、このはがきを手^ににされているお客様は上質な眼鏡をかけたときの効果はすでにご存じかと思います」

ひとつの文に「すでに」が繰り返されています。強調のため、あえて重複を厭^{いと}わずに書く場合があります。とはいえ、この例はそうではなさそうです。

書き飛ばしたときによく起こるありがちなミスです。書いた本人も気づいていないことが多いようです。インターネット上の文章やコメント欄の投稿などでもよくお目にかかります。少し注意して読むようにする