

# 文章を作り、磨き、整える

自ら表現する経営者にとっての文章の重要さとは？



円（まどか）コンサルティング

2019年版

# 経営の必需品、文章について

## ビジネスパーソン、起業家、そして 経営者にとっての文章とは

このたびは、当レポートをダウンロードいただきありがとうございます。

このレポートは、ビジネスを進める上でどの段階であっても常に必要となる「文章」に関して、作り、磨き、そして整えていくために考えるべきポイントについての、円（まどか）コンサルティング独自の考察をまとめたものです。



まずはビジネスパーソンにとっての文章の正確さとは、そして起業家にとっての魅力ある文章とは、さらに経営者にとっての文章の分かりやすさとは何かについて、ぜひ当レポートでご紹介する参考要素にご注目ください。

## 目次

<b>1. 技術系のビジネスパーソンに必須！</b>	
工業英検 2 級取得の 4 つのメリットと合格の秘訣	4
・ 工業英検とは？	5
・ 工業英検 2 級を取得するメリットとは？	7
・ 工業英検 2 級合格の秘訣とは？	9
・ 要約問題の例題	12
<hr/>	
<b>2. あなたの文章では、週末起業失敗！？</b>	
価値ある文章はアウトライン編集でつくる	14
・ 文章を書く能力とは	15
・ 分かりにくい文章による影響とは	16
・ 分かりやすく価値ある文章に必要なポイント	19
・ アウトライン編集とは	21
・ アウトライン編集で得られる文章の分かりやすさとは	24
<hr/>	
<b>3. 一目置かれる「説明文章」を書くための 7 つのポイント</b>	
問題：「お客様に分かりやすく説明せよ」	26
・ 理系の経営者、そして起業家の方々へ	27
・ (1) 読み手のレベルを考慮せよ	29
・ (2) 「インフォメーション・ワード」を吟味するべし	31
・ (3) 文章の雰囲気を統一せよ	33
・ (4) 意味の切れ目で、文を区切るべし	35
・ (5) 図表も積極的に活用せよ	37
・ (6) 書いた後は必ず見直すべし	39
・ (7) 「王道」とは？ すぐに使える正しい表現について	41
<hr/>	
<b>4. 円（まどか）コンサルティングのサービスについて</b>	42

1.

正しい文章、「作れ」ますか？

# 技術系のビジネスパーソンに 必須！

工業英検2級取得の4つのメリットと合格の秘訣

## 工業英検とは？

これからの傾向に逆らうことなく、輸入・輸出に力を入れて事業の海外展開を加速したり、国際競争力を高めたりしたいと意欲的な企業で活躍するには、「科学技術情報を対象とする読者に合ったレベルで正確に、分かりやすく伝える」ための、「テクニカル・ライティング」の能力を持っていることが大変有利となるでしょう。

そのような能力を身につけるには、公益社団法人日本工業英語協会が主催する、文部科学省後援の公的資格「工業英検」の2級以上を取得し、即戦力として活用することが効果的と考えられます。

実際に今日の技術者向けの企業内研修では、このテクニカル・ライティングが重要視され、工業英語の教育や、工業英検の取得が活発になってきています。

工業英検とは、「科学技術情報を対象とする読者に合ったレベルで正確に、分かりやすく伝える」ための、「テクニカル・ライティング」の能力を評価する試験と定義されています。

主な受験者は高専生や工業高校生、大学生、企業人などで、専門学科別に見ると機械工学、電気・電子、情報処理の専門家などが多いことから、工業英検の資格を普段の授業や仕事に生かそうとしていることが読み取れます。

この工業英検について、「4級・3級・準2級」と「2級・1級」と2つに分けてみると、両者の間には大きな違いがあります。

試験の審査基準は、4級、3級および準2級は、主に技術文書を「読んで理解できる」ことに重点を置いた採点であり、2級および1級は、主に技術文書を「書いて伝えられる」ことに重点を置いた採点となっています。

また、試験の出題形式は、4級と3級は全問マークシート方式、準2級はマークシート方式と記述式の割合がそれぞれ約50%ずつ、2級および1級は全問記述式となっています。

さらに、試験は4級、3級および準2級は年に4回実施されますが、2級および1級は年に2回のみの実施です。

特に、2級および1級の合格率が30%以下と、非常に難易度の高い試験となりますが、企業の技術者としてテクニカル・ライティングを扱う場合に即戦力となる能力を身につけるには、2級以上の知識が必須となります。

#### 工業英検の、級ごとによる試験の特徴の違い

4級	3級	準2級	2級	1級
全問マークシート		記述式および マークシート	全問記述式	
年4回			年2回	

では、工業英検2級を取得できる知識を身につけることで具体的にどんなメリットがあるのかについて、検討したいと思います。

# 工業英検 2 級を取得するメリットとは？

企業の技術者や工学部の学生にとって、工業英検を受験し、即戦力となる 2 級以上のレベルでのテクニカル・ライティングの技術を身につけることで得られるメリットは、主に次の 4 つです。

## (1) 正確で誤解されない英語でのビジネスメールが書ける！

海外企業とのビジネスに携わるのであれば、英語でのメールのやりとりが必須となります。

メールは文字として記録されるやりとりですので、正確に伝わるように気をつけなければ、間違っただま相手に伝わってしまい、かつ相手から信用されなくなるなどの評価にも関わります。

このような場合に、工業英検 2 級レベルのテクニカル・ライティングを身につけておくことで、正確で誤解されない、英語でのビジネスメールを書く力をつけることが可能です。

特に、工業英検は文部科学省後援の公的資格ですので、資格としての権威もあり、昇格・昇進や転職の際の英語スキルとしても有利に働きます。

## (2) 英語のマニュアル・取扱説明書の作成ができる！

企業の技術者として、海外企業とのやりとりに携わっているのであれば、英語のマニュアル・取扱説明書を読んだり書いたりする機会が多いはずです。

口頭での会話であれば、間違っただ表現であっても「伝える」ことが大事だ、と言われることも多くありますが、例えば長期に保存される文書による正式な書類などであれば、単語 1 つの間違いによる意図しない表現が、深刻な誤解や重大な事故につながることも少なくありません。

そのような現場での事故を防止するためには、単語 1 つに至るまで正確に伝えることが必要です。

やはりこの場合も、工業英検2級レベルのテクニカル・ライティングを身につけておくことで、正確な英文を書く力と、正確に英文を翻訳する力が期待できます。

### **(3) 専門知識に、英語力とプレゼンテーション能力が加わる！**

工学部の研究室で世界中の最先端技術に接しているのであれば、英語の論文を読み書きしたり、プレゼンテーションを行ったりする機会が多いはずです。

工業英検2級レベルのテクニカル・ライティングを取得できれば、論文に出てくるような技術英語を読み書きする力が格段に上達するため、専門知識をより速く理解できるようになり、さらに「正確に書く」ことのできる能力により、英語に限らず日本語でのプレゼンテーション能力をも向上させることができます。

また、工業英検が文部科学省後援の公的資格であることにより、就職時に他の学生との差別化を図ることができるのも、大きなメリットです。

### **(4) 和訳や英訳、さらに要約問題の強化で、技術文書が読み書きできるようになる！**

テクニカル・ライティングで実務的な英語力が身につけば、単なるコミュニケーションのための会話レベルでなく、さまざまな専門的な英文が理解できるようになり、活躍の幅が格段に広がります。

特に、工業英検の2級および1級は全問記述式であり、和訳や英訳だけではなく、要約してから英訳する問題など、練習なしで上達、合格するには非常に難しい問題が多く出題されます。

しかし、この工業英検2級以上で求められる「正確で誤解されない言葉で伝える」ことのできる能力が、取扱説明書、仕様書、論文などあらゆる技術文書を読み書きし、グローバル市場で成功できる企業で活躍するために必要不可欠と考えられます。



## 工業英検 2 級合格の秘訣とは？

工業英検の受験を考えた場合、まずは4級、3級および準2級のレベルで、主にマークシート方式でテクニカル・ライティングの基礎を習得してから、いよいよ2級、1級と実務能力を身につけていくことになります。

ここで、企業の技術者として必要な2級以上に合格するためには、まずは工業英検2級の特徴を把握し、その上でそれぞれ適切な勉強法をとることが必要です。

2級の試験問題は、下記のように構成されています。

設問Ⅰ	英文和訳問題
設問Ⅱ	英文和訳問題
設問Ⅲ	2文を1文にまとめる問題（5問）
設問Ⅳ	インフォメーション・ワード問題（5問）
設問Ⅴ	<b>要約問題</b>
設問Ⅵ	和文英訳問題

設問Ⅰ、Ⅱ、Ⅵの和訳および英訳については、燃料電池、発光ダイオード、iPS細胞など、その時期に最も注目されている科学技術に関連する問題が出題されます。

よって、これらの設問への対策を考えた場合、常に新聞などで最新ニュースに接する機会をつくり、英字新聞などでそのニュースが英語ではどう表現されているのかを確認し、さらに科学の専門雑誌などで専門的な話題を把握しておくことが重要です。

その上で、過去問（「日本工業英語協会」の「過去問題・資料」ページ <https://jstc.jp/exam/document/> から入手可能）で工業英検の試験問題に慣れ、各問約15分で解き終わられるようになることも大切です。

そして、設問Vの要約問題が、4級、3級および準2級にはない独特な問題形式であり、特に注意が必要な部分です。

この「200字程度の日本語の文章を50語以内の英文に要約せよ」といった問題は、全文、全単語を英訳しようとする指定字数では収まらないため、訳すべき部分と省くべき部分を短時間でかつ正確に見極める必要のある、非常に難易度が高い問題です。

この要約問題を諦めてしまえば、合格できる可能性が大きく下がってしまうでしょう。そこで、どんな対策が有効なのか、要約問題を解くためのコツをご紹介します。

要約問題を攻略するために必要なポイントは、設問IVで出題される「インフォメーション・ワード」です。

インフォメーション・ワードとは、文章の中の「重要な情報を持つ語句」のことで、基本的には、具体的な名詞（句）や具体的動作を表す動詞（句）を指します。

例えば、次のような文章があるとします。

身の回りにはCDケースのように、透明なプラスチックがたくさんある。  
光にかざしても色がついて見えることはないが、ちょっとした工夫で虹色の模様が現れる。

(出典：2012年2月12日付け日本経済新聞15ページ「身近な不思議世界 6 透明樹脂製品の透視」)

上記の文章の中から、インフォメーション・ワード、つまり具体的な名詞（句）と具体的な動詞（句）を抜き出すと、次のようになります。

具体的な名詞（句）	CDケース、透明なプラスチック、光、色、虹色の模様
具体的な動詞（句）	かざし、見える、ない、現れる

身の回りには**CDケース**のように、**透明なプラスチック**がたくさんある。  
**光にかざしても色がついて見える**ことはないが、ちょっとした工夫で**虹色の模様**  
**が現れる**。

ここで、「要約する」とは「重要な情報を持つ語句を短くまとめること」ですので、次のようになります。

**透明なプラスチックには、虹色の模様が現れる。**

このように、「要約」は、「インフォメーション・ワード」でできていることが分かります。

実際の工業英検2級の設問IVの「インフォメーション・ワード問題」は、英文での問題形式ではありますが、日本語であっても英語であっても、この「インフォメーション・ワード」をしっかり把握できる能力こそが、設問Vの「要約問題」を解くカギとなっています。

つまり、「インフォメーション・ワードを見つけ、それを元に要約する」という考え方に慣れることが、工業英検2級合格の秘訣と考えられます。

では、実際の工業英検の要約問題と同じ形式でインフォメーション・ワードを把握し、さらにそのインフォメーション・ワードを元に、英文を要約することを検討したいと思います。

# 要約問題の例題

工業英検2級の設問Vの要約問題は、次のような問題形式で出題されます。

## 例題

次の和文を、60語以内の英文に要約しなさい。

身の回りにはCDケースのように、透明なプラスチックがたくさんある。光にかざしても色がついて見えることはないが、ちょっとした工夫で虹色の模様が現れる。工夫とは、プラスチックを2枚の偏光板で挟むことだ。偏光板は、サングラス、カメラのフィルター、パソコンのディスプレイの前面などに使われている。虹色は、プラスチックに複屈折性という性質がある場合に生ずる。偏光板で挟むと、複屈折性の量と厚みの違いが色の差となって現れるのだ。(208字)

(出典：2012年2月12日付け日本経済新聞15ページ「身近な不思議世界 6 透明樹脂製品の透視」)

まずは、この和文から、主なインフォメーション・ワードを順に抜き出してみると、下記のようになります。

具体的な名詞 (句)	CDケース、透明なプラスチック、光、色、虹色の模様、偏光板、サングラス、カメラのフィルター、パソコンのディスプレイの前面、虹色、複屈折性、量と厚み、違い
具体的な動詞 (句)	かざし、見える、ない、現れる、挟む、使われている、生ずる

身の回りには**CDケース**のように、**透明なプラスチック**がたくさんある。**光にかざしても色がついて見える**ことはないが、ちょっとした工夫で**虹色の模様**が**現れる**。工夫とは、プラスチックを2枚の**偏光板**で**挟む**ことだ。偏光板は、**サングラス**、**カメラのフィルター**、**パソコンのディスプレイの前面**などに**使われている**。**虹色**は、プラスチックに**複屈折性**という性質がある場合に**生ずる**。偏光板で挟むと、複屈折性の**量と厚みの違い**が色の差となって現れるのだ。(208字)

(出典：2012年2月12日付け日本経済新聞15ページ「身近な不思議世界 6 透明樹脂製品の透視」)

上記インフォメーション・ワードを元に、和文を英文に要約したものは、次のようになります。

## 解答例

**You see no color when a transparent plastic is held toward lights. However, you can see rainbow colors when the plastic is held in between two polarizing plates which are used for sunglasses, camera filters, and on the front of PC displays. Taking the plastic in between polarizing plates, the difference of birefringence quantity and thickness causes the rainbow colors. (60語)**

以上のように、要約された英文もインフォメーション・ワードで成り立っていることが分かります。

「要約」とはすべての語句を訳すものではないため、どの部分を削り、どの部分を書くべきかを判断することが重要です。また、試験では時間制限もあるため、短時間で解くことも必要です。

そのため、工業英検で出題されるような長い文章を要約するための対策として、「インフォメーション・ワード」の考え方を応用し、主に主語と述語からなる「インフォメーション・ワード」に分解してから、それらを元に「重要な情報を持つ語句」を英訳する方法が効果的になります。

つまり、テクニカル・ライティングという「正確に分かりやすく伝える」能力が身についているかを判定する工業英検の要約問題は、

- ① 文章の中の「重要な情報を持つ語句」である「インフォメーション・ワードを抜き出す
- ② 抜き出したインフォメーション・ワードを組み合わせて英訳する

という手順をとることで、「精度の高い文章を短時間でつくる」ことが可能だと考えられます。

この能力は、すべてのビジネスパーソンにとって手に入れるべきものと言えるでしょう。ぜひ、「文章を作る」ことができる力を手に入れてください。

## 2.

「作った」文章は「磨く」余地あり！

# あなたの文章では、週末起業 失敗！？

価値ある文章はアウトライン編集でつくる！

## 文章を書く能力とは

テクニカル・ライティングの技術を生かし、文章を作れるようになることは起業家にとっても重要な要素です。

特に、ビジネスは口約束では成り立たず、読み手にとって正確かつ分かりやすい書面での説明が不可欠なため、意味が通じない、何を言いたいのか分からない、誤字脱字が多いといった評価を受けてしまう文章は、「読む価値のないもの」とみなされてしまう可能性があります。

そのため名刺、ブログ、ウェブサイト、チラシ、企画書やパンフレット……などは、ただ文字が記載されていればいいというわけではなく、読み手つまりお客様となるべき人々に理解してもらえるように書かれていなければなりません。

書き手となる商品・サービスの提供者は、分かりやすい文章で相手を納得させ、「ぜひあなたにお願いしたい」と信頼してもらわなければならないため、「書くこと」が苦手なままでは事業を進める上で不利になってしまいます。

つまり、起業家や週末起業家にとって、「文章が作れる」ことに加えて、その文章を「磨く」ことによって「分かりやすい文章」が書けることは必須事項であり、その「分かりやすさ」とは自分にとってだけでなく、読み手つまりお客様にとっても当てはまるものでなければなりません。

ここで、「分かりにくい文章」とは何か、またその分かりにくい文章のせいで困ることとはいったいどんなことなのかを考えてみると、主な例として次の4つが挙げられます。

## 分かりにくい文章による影響とは

### (1) ビジネス時の正式な文章内に間違いが多く、信用してもらえない

ビジネス時の文章とは「正式な」文章であり、これは週末起業か独立した経営かで区別されるものではありません。

例えば、相手の方の名前を間違えたり、漢字の変換ミスがあったりする文章では、「よく確認をせずに書いているのだろうか」、「この人に仕事を任せて大丈夫だろうか」と思われてしまうなど、ビジネスの相手として信用されなくなる可能性が高くなります。

特に金額や日時の間違ひは、後から直すこともできない事態に発展する可能性もあり、たかが一部分のミスだと見逃すべきではありません。

このような「間違ひ」により、掲載されている情報が正しいのか間違ひているのかを判断しにくい文章を公開してしまうことは、「信用できない文章を書く信用できない会社だ」とみなされる原因となるものであり、何としても避けなければなりません。

### (2) 重要な事柄の重要さが伝わらないままの文章で、お客様を戸惑わせてしまう

文章とは、読み手にとって重要な事柄が書かれているものであるべきですが、伝えなければならない事柄が目立たなければ本末転倒となってしまいます。

たとえば複数の話題を1文に詰め込んだ極端に長い文章などでは、重要なものの重要性、便利なものについての便利さなどが目立たなくなります。

また、1つの文において、読点（、）の前後で主語が変化する場合がありますが、変化後の主語が書かれていないことが原因で、ある動作の主体が最初の主語のままだとみなされてしまえば、文章全体が誤解されたものになる可能性があります。

他にも、例えば主語に対する目的語が多すぎるために、伝えたいことが逆に分かりにくくなってしまうことも考えられます。



このように、「この文章は何を伝えたいのだろう」と読む人を戸惑わせるような文章も、分かりにくいものとして避けるべきと考えられます。

### **(3) Before → After の違いがあいまいで、魅力が伝わらない**

ビジネス時の「お客様」とは、困っていることを解決したかったり、今の状態を改善したかったりしているために、その「解決法」を探している人と言い換えられます。

そのため、お客様に商品・サービスを見つけてもらうには、その商品・サービスにはどんな特徴があり、それを使ったり行ったりすることでどんな変化が期待できるのかについてを訴えることが必要です。

その「期待できる良い状態」を表現するには、「悪い状態」と比較するのが「分かりやすい」書き方であると言えるでしょう。

つまり商品・サービスを提供する側として考える「悪い状態」で悩んでいるであろう人々に向けて、「良い状態」になるにはこの商品・サービスが必要不可欠ですという Before → After を提示することで、悩んでいた「人々」を「お客様」に変えることができると考えられます。

この Before と After の状態については、どちらかだけを紹介するのでは「分かりにくい」ままであり、どちらの状態もきちんと伝えることで分かりやすい文章として成り立つことになるでしょう。

### **(4) 文章の時系列がバラバラなため、商機を逃してしまう**

自分にとって身近な話題や知識については、思いついたままに思いついた順に書いてしまいたくなるがありますが、読み手からすれば、物事の時系列が古いものから新しいものへと順序良く並んでいる文章の方が、読みやすいと感じる場合が多いでしょう。

時系列がバラバラの「分かりにくい」文章では、説得力を持たせられずに、せっかくの商機を逃してしまいかねない結果が予想されます。

始めた事業を形にして成功させていくためには、以上のような、お客様を逃す原因となる「分かりにくい文章」をそのままにしておくわけにはいきません。

では、上記のような文章の「悪い状態」に関して、どう変われば「良い状態」としてビジネス時の強力な武器とすることができるのでしょうか。

その Before → After をさっそく比較してみようと思います。

## 分かりやすく価値ある文章に必要なポイント

### (1) 正確な情報が伝わるようによく確認した文章で、お客様に信用してもらおう！

ビジネス時の正式な文章では、相手の方の名前、金額、日時などに誤字脱字や間違いがないかの確認が必須です。

間違いのない文章が書けていれば、しっかり確認・見直しをしている真面目な会社だと認められますし、この人に仕事を任せれば間違いなくやってくれるだろうと思ってもらえれば、信用を失うこともないでしょう。

また、後から文章を修正することがなければお客様に迷惑をかけることもありませんので、自信を持ってお客様に対応することが可能です。

### (2) 重要なことの重要さが伝わる文章で、お客様を戸惑わせない！

重要なことは目立ってこそ伝わります。

ある話題について述べる時、情報量が多い場合は複数の文章に適度に区切るなど、重要なものの重要さ、便利なものの便利さが目立つように考えられた文章であれば、伝えるべき項目がきちんと目立ち、読み手にスムーズに読み進めてもらえます。

### (3) **Before** → **After** の違いをはっきりさせ、「良い状態」への変化の魅力を確実に伝える！

商品・サービスの提供者として考える「悪い状態」で悩んでいる人々に向けた、「良い状態」への変化の素晴らしさが明記されていれば、「こんなに良くなるのならやってみよう」と決意するお客様が増大するでしょう。

### (4) 時系列に沿った説得力のある文章で商機を逃さない！

ある話題についての説明は、まず・次に・そしてといった時系列がはっきり分かる書き方にすることで説得力が生まれます。

例えば、前項(3)の「悪い状態」から「良い状態」への変化が時系列に沿って書かれている、明確な説得力を持つ企画書やパンフレットであれば、読み手つまりお客

様に、読むことで得られる価値があると判断してもらいやすくなり、商機を逃さない提案につながると期待できます。

以上のような4つのポイントに気をつけながら文章を書くことができれば、お客様にとっての「分かりやすい文章」が書けることでしょう。

そこで、

- (1) 文章中の間違いに気づきやすく、
- (2) 重要な項目を目立たせることができ、
- (3) 悪い状態と良い状態の比較が明確で、
- (4) 時系列で列挙するのに最適な、

文章作成法「**アウトライン編集**」で、自動的に分かりやすく価値ある文章が書ける環境を検討したいと思います。

## アウトライン編集とは

アウトライン編集とは、文書のアウトラインつまり「概要」を「見出し」にして階層に分け、その枠組みの中で細かいところを詰めていく文章作成法です。

概要とは全体の要点をまとめたものですので、見出しの部分はまさしく文章中の「重要な情報」です。

例えばこのレポートの19～20ページをアウトライン編集で作成したものを例1とした場合、例2～例5の順序でアウトライン編集が進行します。

### 例1 アウトライン編集

・ 分かりやすく価値ある文章に必要なポイント

(1) 正確な文章で、お客様に信用してもらう

- ・ 名前、金額、日時などの確認
- ・ 間違いのない文章が信用を守る
- ・ 文章を後から直すことがなければ、お客様に迷惑はかからない

(2) 重要さの伝わる文章で、お客様を戸惑わせない

- ・ 重要なことは目立たせる
- ・ 情報量の多い話題は、適度に文を区切る
- ・ スムーズに読める文章なら、重要な情報を見逃すことがなくなる

(3) **Before** → **After** を明確にし、「良い状態」の魅力を伝える

### 1. 文書の概要を項目に分け、「大見出し」をつくる（例2）

#### 例2 大見出し

・ 文章を書く能力とは

・ 分かりにくい文章による影響とは

・ 分かりやすく価値ある文章に必要なポイント

・ アウトライン編集とは

・ アウトライン編集で得られる文章の分かりやすさとは

## 2. さらに大見出しの概要を項目に分け、「中見出し」をつくる（例3）

### 例3 中見出し

- |  |
|--|
| • 分かりやすく価値ある文章に必要なポイント                               |
| (1) 正確な文章で、お客様に信用してもらう                               |
| (2) 重要さの伝わる文章で、お客様を戸惑わせない                            |
| (1) <b>Before</b> → <b>After</b> を明確にし、「良い状態」の魅力を伝える |
| (4) 時系列に従い文章に説得力を持たせる                                |

## 3. さらに中見出しの概要を項目に分け、「小見出し」をつくる（例4）

### 例4 小見出し

- |                            |
|----------------------------|
| • 分かりやすく価値ある文章に必要なポイント     |
| (1) 正確な文章で、お客様に信用してもらう     |
| • 間違いのない文章が信用を守る           |
| • 文章に間違いがなければ、お客様に迷惑はかからない |
| • 名前、金額、日時などの確認            |

## 4. 必要に応じて見出しを移動させ、全体の流れを確認する（例5）

### 例5 全体の確認

- |                                |
|--------------------------------|
| • 分かりやすく価値ある文章に必要なポイント         |
| (1) 正確な文章で、お客様に信用してもらう         |
| • 名前、金額、日時などの確認                |
| • 間違いのない文章が信用を守る               |
| • 文章を後から直すことがなければ、お客様に迷惑はかからない |

## 5. 見出しを「文章」の形にする（例6）

## 例6 文章の作成

### ・分かりやすく価値ある文章に必要なポイント

- (1) 正確な情報が伝わるようによく確認した文章で、お客様に信用してもらう！

ビジネス時の正式な文章では、相手の方の名前、金額、日時などに誤字脱字や間違いがないかの確認が必須です。間違いのない文章が書けていれば、しっかり確認・見直しをしている真面目な会社だと認められますし、この人に仕事を任せれば間違いなくやってくれるだろうと思ってもらえれば、信用を失うこともないでしょう。また、後から文章を修正することがなければお客様に迷惑をかけることもありませんので、自信を持ってお客様に対応することが可能です。

以上のような手順で、「重要な情報」を元に「見出し」を「文章」の形に充実させていくことで、価値ある情報が損なわれない文章へ磨き上げることが可能です。

なお、このアウトライン編集は、「箇条書き」を設定し、見出しごとに字下げ（インデント）で区別することで作成できますので、現在お使いの Microsoft Word やテキストエディットなどのワープロソフトで、さっそく試してみることができるのではないのでしょうか。

では、このアウトライン編集が文章作成時にどんな部分で役立っているのかについて、実際に検証してみたいと思います。

# アウトライン編集で得られる文章の分かりやすさ とは

前ページまでのアウトライン編集の手順により、なぜ「分かりやすく価値ある文章」が書けるようになるのかについては、次のような理由が挙げられます。

## (i) 誤字脱字のチェックがしやすい！

アウトライン編集は見出しから文章へと段階的に文字数を増やしていく文章作成法です。

そのため見出しごとに少しずつ修正を加えていくことで、最終的に文書全体を整えていくことが可能となり、誤字脱字を見つけやすくなります。

特に金額や日時などの場合も、どの見出し部分に書いてあるかが探しやすいので、お客様に公開する前にしっかり確認した上で修正しておくことが可能です。

## (ii) 重要な情報が損なわれることなく明確となる！

アウトライン編集では見出しごとの枠組みの中で文章をつくるため、重要なポイント、つまり読み手に最も伝えたい情報が常に枠組みの一番上にはっきり書かれています。

そのため、推敲しているうちにうっかり「重要な情報」を消してしまったといったミスを防ぐことが可能です。

また、重要な情報1つにつき1つの見出しをつくるよう考慮することで、1文に複数の話題が入って複雑になってしまうことのない、すっきりした文章を書くこともできます。

## (iii) 時系列が分かりやすい！

アウトライン編集により、まず・次に・そしてと見出しで1つずつ明記していくことで、ある話題について順序立てた説明が可能です。



さらにアウトライン編集によれば、文章作成の最初の段階から読み手に伝えるべき項目を見出しで強調しておくこととなりますので、同じ意味の事柄をあちこちの段落で重複して書いてしまったといったミスも防ぐことができます。

#### **(iv) 見出しの入れ替えが簡単にできる！**

前項 (iii) に従って時系列で項目を並べる際、その後の確認時に、例えば、ある部分の順序を入れ替えた方が分かりやすいと判断された場合などでも、見出しとそれに付随する文章をそのまま移動させることで、全体の構成がバラバラになることなく修正を加えることが可能となります。

#### **(v) 文字数の把握がしやすい！**

文書に文字制限がある場合もアウトライン編集が効果を発揮します。

まずは読み手に伝えるべき項目を見出しとして書き出し、必要な全文字数を見出しの数で割れば、見出し1つにつきどのくらいの量を書けばいいのかも検討しやすくなります。

この方法であれば、文字数が足りなかった場合に、後からむりやり文字数を稼ぐ作業をするなどの必要がありませんので、過不足のない文章をつくることが可能です。

このように、文章とはただ書く、という単純作業では成り立たないことが分かります。さて、秩序立った方法で「文章を磨く」ことができた後は、読者の理解レベルに合わせて自由自在に「文章を整える」ワザを身につけるための検討をしたいと思います。

### 3.

「作り」、「磨い」た後に「整え」て最終仕上げ！

## 一目置かれる「説明文章」を 書くための7つのポイント

問題：「お客様に分かりやすく説明せよ」

## 理系の経営者、そして起業家の方々へ

自分の得意なことで起業し、会社を発展させてきたの方々の中には、「理系」の方も多くいらっしゃると思われます。

「数学が得意で数字には強いので、経営における計算は苦にならない」、もしくは「理系出身で研究者肌。何ごともハッキリさせるのが好きで、決断も早い」など、理系の頭脳は、今日のビジネスでより重宝される人材とされています。

しかし、実は文章を書くのが苦手な理系に進んだという方、文章を読んで答える国語は苦手だった……という方など、学生時代に「文章」で苦労された方も多いように感じられます。

せっかく苦労した学生時代が終わったのに、経営に関わるビジネスの現場で再び文章を書く機会が増えて大変な思いをしていたり、「理系なので文章で説明するのは苦手な……」と諦めてしまったりすることもあるかもしれません。

しかし、理系の研究などを進める上では、証明問題や論文を書くための高度な記述力は必要だったと思われます。そのため、好き嫌いに関わらず、文章を書く能力は「上級者」のはずです。

そのような証明問題や論文で苦労しながら培ってきた文章力は、決してビジネスにとって不要なものではなく、非常に役に立つ「特技」となるものです。

「初心者」が「上級者」向けに書くのは困難ですが、上級者にとって、初心者から上級者まで相手のレベルに合わせて書くことは、十分に可能な技術です。

では、理系の経営者、そして起業家の方々が実際にビジネスの現場で悩む文章力とは具体的にどのようなものなのか、「よくある例」をズバリ対処法とともに挙げてみたいと思います。

(1) 親切なパンフレットではないとのお客様の声があるが、どこを直せばいいのか分からず困っている

→ **読み手のレベルを考慮する！**

(2) そんなことは書かれていなかったとお客様に不評な説明書のせいで、クレーム対応に困っている

→ **「インフォメーション・ワード」を決める！**

(3) 狙ったターゲット層からの反応が薄く、絶対に必要とされる自信がある商品・サービスなのに、原因が分からない

→ **文章の雰囲気を決める！**

(4) 動作の主体は誰なのかについて、誤解されないように伝えるにはどうしたらいいのだろうか

→ **意味の切れ目で文を区切る！**

(5) 文字が多くて読みにくいと言われてしまうが、書かないわけにはいかないのに、どうしてもそのままである

→ **図表も大事！**

(6) いつも発行・発売してから誤字脱字や表現の間違いに気づいてしまう

→ **書いた後は必ず見直しを！**

以上のような「問題点」に当てはまる方、もしかしたらそうなのかもとギクツとした方、これらをそのままにしているのは、間違いなく貴社の成功の妨げになってしまいうでしょう。

ぜひこのレポートを参考に、分かりやすさとより魅力のある文章で、ビジネスを成功させていただければと思います。

## (1) 読み手のレベルを考慮せよ

ビジネスをする上で、文章で説明する機会は意外と多いものです。

例えば、貴社の商品・サービスをお客様に紹介し宣伝するための、チラシやパンフレット、広告など。もしくは、お買い上げいただいた商品を適切に、安全に、そして楽しく使ってもらうための、取扱説明書や注意書きなど。

ウェブサイトで世界中に貴社の魅力を伝え、メールマガジンで定期的にキャンペーンや新商品をお知らせすることも重要な作業です。

これらが紙に書くアナログの作業であっても、文字を打つデジタルの作業であっても、どちらも伝えたいことを文章で説明することには変わりありません。

では、文章はなぜ書くのでしょうか。

ビジネスという「相手」のいるやり取りの場合、その相手に貴社のビジネスを分かりやすく説明し、商品やサービスを買ってもらえるよう魅力を伝えるときに、文章での「説明」という手段をとるのではないのでしょうか。

つまり、ビジネスでの文章とは相手に向けた文章であり、相手が分かってくれなければ、書いた意味がなくなってしまう。

読み手が「親切な説明ではない」と感じてしまうのは、貴社の文章と読み手の知識のレベルが合っていないからなのかもしれません。

例えば、半導体についての初心者向けの入門書で、初めて登場した「LED」という略語が「発光ダイオード」だと分からなかった読者にとって、そこから先を読み進めるのは、分からない部分がかえって多くなってしまう可能性が高いものとなりそうです。

そのような不親切な入門書にしないためには、初めに「発光ダイオード（LED）」と書いたり、最後のページでまとめて注釈をつけたりといった工夫が必要です。

例えば、「電源を入れてください」という説明だけで十分なのか、それとも「本体の裏側にある電源マークのボタンを押して、電源を入れてください」という説明のどちらが適切なのかも、やはり読み手のレベルを考慮した説明が必要です。

また、読み手のレベルを考慮することは、事故を防止するためにも重要です。

その操作を初めて行う初心者だけでなく、慣れている上級者であっても、意外と不適切な使い方をしてしまう可能性も考えられます。

たとえ貴社が想定している使い方が上級者向けだとしても、正しい使い方をしないと故障や利用者の危険につながるおそれがあれば、省略せずに一つひとつの使い方などを伝える方が適切かもしれません。

このような「読み手のレベルを考慮する」という作業を理系風に言い換えてみると、数学の証明問題や化学の実験の前の「仮定」でしょうか。

そして、商品・サービスを理解してもらうことで最終的に「売り上げアップ」という「結論」に結びつけるには、「過不足なく伝える」という条件を満たした「適切な説明」が不可欠です。

証明問題や実験に慣れた理系の方々にとっては、仮定から結論を導くことが重要なのは当たり前なことかと思われまます。

ぜひビジネスの場面でも、適切な「仮定」から適切な「結論」が導き出せるよう、読み手のレベルを考慮した文章を作ることをお勧めします。

## (2) インフォメーション・ワードを吟味するべし

数学や化学などは、「答え」が1つとハッキリしているものが多く、それが気に入っているという方は多いのではないのでしょうか。

「文章」であれば、一番ハッキリ「答え」を出すには、主語と述語が必要です。

貴社のさまざまな文章において、主語と述語が抜けているせいで意味を取り違えてしまう部分はないのでしょうか。

結論を急いでしまうと、「誰が」「何が」といった主語が抜けがちなことが多いように感じられます。

例えば、「部下ができた時、技術も経験ありませんでした。」という説明文では、技術も経験もないのは「書き手」なのか「部下」なのかハッキリしませんね。

読点（、）の前の主語は「書き手」のようですが、読点の後の主語は「書き手」とも「部下」ともとれてしまいます。

そこで、この文章で何が言いたいのかをハッキリさせるため、「具体的な名詞」と「具体的な動詞」を決めてみます。

この文章が「部下」について書いたものであれば、「部下」「技術と経験」「ない」が、具体的な名詞や動詞になります。

「私のところに配属された時、部下には技術も経験ありませんでした。」と書き直せば、この文で言いたいのは「部下」についてであり、今とは比べものにならない未熟さを強調したいという書き手の意図が伝わるようになるはずです。

私のところに配属された時、**部下には技術も経験もありません**でした。

この「何が言いたいのか」を端的に表した言葉が、10ページと同様の「インフォメーション・ワード」です。

インフォメーション・ワードとは文章の中の「重要な情報を持つ語句」のことで、基本的には、具体的な名詞（句）や具体的な動詞（句）です。

「伝えたつもり」のことであっても、上記「部下ができた時、技術も経験もありませんでした。」のように具体的な名詞が抜けていると、読み手によってはあなたの「つもり」とは別のことと認識してしまう可能性があります。

数学や化学の問題を解く時も、答えが出ないままの中途半端な答案では、「正解」とはいえないはずです。

「そのようなことは書かれていなかった」というクレームに対して、「書いてあるはずだ」と結論づけてしまう前に、具体的な名詞や動詞が抜けていて勘違いされる書き方をしていないか、確認してみることをお勧めします。



### (3) 文章の雰囲気統一せよ

長いこと理系として勉強・研究をしていると、柔らかい雰囲気の記事を書く機会は減ってきてしまう経験もあるかと思ひます。

とはいっても、貴社のお客様は、「～である」「～だ」という文章の方がすんなりと読める方たちなのか、それとも「～です」「～ます」を使った方が親しみやすいと好感を持ってくれる方たちなのか、「文章の雰囲気」は非常に重要な要素です。同じことが書いてあっても、文章の雰囲気によって伝わる印象は大きく変わってしまうものです。

貴社の商品・サービスは、設定したターゲット層に必ずや必要とされているはずです。それなのに、狙ったターゲット層からの反応が薄いのはなぜでしょうか。

もしかしたら、貴社のお客様は、貴社の商品・サービスの良さに気づいていないのかもしれない。

つまり貴社の文章は、読み手のお客様にとって、自分に話しかけられている気がせずに素通りしてしまうものなのかもしれない。

例えば、貴社のターゲット層、つまり貴社が書くべき文章には、それぞれどちらの言葉遣いが合っていますか？

- みんな or 皆さん
- です！ or です。
- ～してくださいね！ or ～していただければ幸いです。

このように、1単語、もしくは語尾だけの違いで、文章全体の雰囲気はガラッと変わります。

この「ちょっとしたことによる違い」に関して、例えば、1ケタ間違っただけで計算したり、単位を間違ったりといった違いで、計算結果がまったく違うものになってしまったという経験は、誰しもあるのではないのでしょうか。

これは、数学や化学だけでなく、ビジネスでの文章においても気をつけるべきポイントです。

さらに、冗長表現を極力避けることでも、ターゲット層に素通りされない文章にすることができます。

この部分でも、やはり「インフォメーション・ワード（重要な情報を持つ語句）」を重要視することが役立つものと思われまます。

結論までテンポよく進む文章なら、貴社の商品・サービスの良さをスムーズに伝えることができるでしょう。

ターゲット層向けの商品・サービスは、ターゲット層向けの文章で書き、読み手が共感しながら飽きることなく読み進められる文章であれば、商品・サービスの魅力も最大限に伝わるはずです。

#### (4) 意味の切れ目で、文を区切るべし

全体の文章量が多くなることの他に、1文の文字数が多くなりすぎることも、分かりにくさにつながります。

書き手にとっても、適度に文を区切らなければ、何について書いているのか整理がつかなくなってしまう可能性が高くなるでしょう。

数学や化学ではさまざまな計算が必要ですが、例えば、 $1 + 2 \times 3 - 4 \div 5 + 6 \dots$ のように複雑な式は、ほかの単純な計算よりも「難しい問題」とみなされていたことが思い出されます。

このような場合の「解き方」としては、順番に1つひとつ計算して、最後に合計して最終的な答えを出したり、もしくはカッコ ( ) で区切って見やすくしてから計算したり、といった方法になるでしょう。

ビジネスで文章を書くときも、意味の切れ目では読点 (、) や句点 (。) で文を区切り、見やすく読みやすくすることが大切です。

1文には1つの話題のみを入れるように注意し、文と文の間に空白行を入れることなどでも、見やすさが改善します。

長すぎる文章は、二つに分けることでスッキリさせることができますし、メリハリができ、さらに文章の質が良く感じられます。

読み手のお客様にとっても、文章が適度に句点で区切られている方が、内容が頭に入りやすいはずです。

また、適度に区切られた文章は、読みやすいだけでなく、誤解を生まないためにも重要です。

例えば、「お申し込みの3日後にお送りしたメールからお手続きを進めてください」という指示があった場合、メールはいつ送られてくるのでしょうか。

すでに送られているのでしょうか、それとも3日後でしょうか？

読み手に誤解を与えないためには、下記のような書き換えが考えられます。

**【すでに送られている場合】**

- お申し込みの3日後に、先ほどお送りしたメールからお手続きを進めてください

**【3日後の場合】**

- お申し込みの3日後にお送りするメールから、お手続きを進めてください
- お申し込みの3日後に、メールをお送りします。そこからお手続きを進めてください

不十分な説明で読み手を混乱させることは、お客様を逃すことにもつながります。誤解を与えない表現になっているかどうか、常に注意しておくことをお勧めします。

## (5) 図表も積極的に活用せよ

お客様に分かりやすい説明を提供するために、詳しい文章にすることは非常に重要な作業です。

しかし、何ページ何十ページにもわたる膨大な文章では、文字だけでは分かりにくい部分も出てきます。

その分野のプロである貴社であれば簡単に理解できる事柄であっても、初めて見る読み手にとっては、何が説明されているのかまったく分からない状態かもしれません。

分かりやすくするために「すべて」を書いたのに、そのせいで読んでもらえず「分かりにくい」とクレームがあった……となってしまつては本末転倒です。

やはりこの場合も重要なのは、「説明」とは「(1) 読み手のレベルを考慮する」という仮定に基づいた、「(2) インフォメーション・ワード」という結論が伝わるものであることです。

数学や化学でも、「分かりにくいと思った時は、図や表を使って説明するべし」と習いますが、説明書にとっても、パッと見て一目瞭然の図表や写真などを入れることは大事な作業です。

「一目瞭然の図表」を作るには、当然、仮定の「(1) 読み手のレベルを考慮する」とこと、結論の「(2) インフォメーション・ワード」をしっかり把握しておく必要があります、作る側の貴社にとっても自社の考えを整理する重要な機会になると思われれます。

ビジネスの文章で重要なのは、「とりあえず書いてある」ことではなく、「分かりやすく説明してある」とことと考えられます。

分かりやすくなるのであれば、文章だけにこだわる必要はなく、積極的に図表を活用しない手はないはずです。

表：「困った！」ときの「解決！」法

困った！	解決！
親切なパンフレットにしたい！	(1) 読み手のレベルを考慮せよ
言いたいことを伝えたい！	(2) インフォメーション・ワードを吟味するべし
ターゲット層からの反応が薄い！	(3) 文章の雰囲気を統一せよ
動作の主体をはっきりさせたい！	(4) 意味の切れ目で、文を区切るべし
簡潔な説明書にしたい！	(5) 図表も積極的に活用せよ

## (6) 書いた後は必ず見直すべし

前ページまでの点について気をつけることで、貴社の文章は格段に分かりやすく修正できているはずです。

貴社のお客様にとっても、とても分かりやすい説明になっているでしょう。

ですが、ここで気を抜いてしまう前に、さらに見直しの機会を作ることが大切です。

「五時やだt字があったり、間違った表現はありませんか？」のような間違いは残っていないでしょうか。

「五時」ではなく「誤字」、「だt字」は「脱字」と変換されるのが適切です。また、「～たり」は2回続けて使うのが正しい使い方です。

つまり、「**誤字**や**脱字**があったり、間違った表現が**あったり**しませんか？」が「正しい」表現です。

ほかにも、金額に間違いはないでしょうか。0が1つ少なかったり、税金の計算を間違っていたりする部分はないでしょうか。

日付や曜日、時間の間違いも残したままにすべきではありません。

数学や化学でも、計算を1つ間違ってしまうだけで、最終的に導き出される答えはまったく違うものになってしまいます。理系の方々の学生時代には、計算ミスや誤字脱字のある解答を出してしまい、「こんな解答は、本当は分かっている証拠だ」と厳しく採点される授業があったのではないのでしょうか。

論理的に考える力をつける数学と同じように、ビジネスをする上での貴社の品位を表す文章も、誤字脱字が多く正しい表現が使われていないのでは、「本当は自分の会社のこと、自分の商品・サービスのことがかかっているのではないか」と疑われてしまうことになりかねません。

また、間違いの多い文章ではスムーズに読み進められず、分かりやすい文章とは言いがたいものになってしまいます。

特に、金額を間違っただまにして損をしたり、材料の単位を間違っただ危険な状態に陥ったり、という事故は何としてでも避けなければなりません。

誰にでも間違いはあるものであり、書いている最中はなかなか間違いに気づきにくいものでもありますが、時間をおき、改めて落ち着いて見直してみると、間違いや修正すべき箇所に気づきやすくなります。

書いたつもりが間違っただ伝わっていた、と悔しい思いをしないためにも、見直しで最後の仕上げをしておくことをお勧めします。



## (7) 「王道」とは？ すぐに使える正しい表現について

経営者として、他者の見本となるような文章を書くために、ぜひ押さえておきたい表現の一部を、下記にご紹介します。

### • 「～たり」の使い方

通常、「～たり～たり」と二回続けて使います。

降ったり止んだり、開けたり閉めたり、と同様と考えられます。

しかし、「当社の商品は、〇〇ができたり□□ができます」と書いてしまうことはないでしょうか。

### • 「させていただく」を使う場面

今日、さまざまな場面において、「させていただく」が丁寧な表現として使われていますが、「させていただく」のは、通常「相手の許可が必要な時」とされています。

### • 「王道」とは？

「楽な道、近道（大辞林）」と定義されています。

しかし、「正式な道」の意味として使ってしまうことはないでしょうか。

言葉が正しく使われている文章は、読んでいる途中で立ち止まったり読み返したりされることなく、読者に対してスムーズに伝わりやすくなります。

書かれている内容よりも、文章中の言葉の使い方が気になってしまったなどと感じさせない、正確で分かりやすい文章は、確実に貴社の財産として効果を発揮することでしょう。

学問に王道はないと言われます。普段使用する言語による文章の洗練についても、普段からの注意が大変重要であると考えられるでしょう。

## 4.

# 円（まどか）コンサルティング のサービス

円（まどか）コンサルティングでは、前ページまでのようなビジネス上重要な「文章」について、あなたの商品・サービスのさらなる発展のための効果的なサポートをご提供しております。

## 工業英検 2 級対策の添削サービスのご案内

工業英検を受験する場合、自力で適切な練習問題を複数用意し、自己採点で解答のレベルを向上させることは、非常に難しいかと思われま

そこで、円（まどか）コンサルティングでは、工業英検 2 級対策のためのサービスとして、要約問題をはじめ和訳と英訳問題についての添削をご提供しております。

当サービスは、特に、工業英検 2 級の設問V「要約問題」を強化したい方に向け、精度の高い解答を短時間でつくれるようにするために最適な内容となっております。

また、模範解答とは別に、あなたご自身の解答を合格可能なレベルになるよう添削いたしますので、どのように考えれば十分な解答をつくれるようになるのかが一目瞭然です。

工業英検 2 級対策「OneTWO」

<https://madoka-consulting.jp/onetwo/>

また、工業英検 2 級に合格できれば、次は 1 級の受験をご検討なさる方もいらっしゃると思います。

円（まどか）コンサルティングでは、1 級対策にふさわしい練習問題もご用意しておりますので、お気軽に下記よりお問い合わせください。

お問い合わせフォーム

<https://madoka-consulting.jp/index.html#cont1>

円（まどか）コンサルティングのブログでも、テクニカル・ライティングについてや、要約問題の例題・解答例などを掲載していますので、ぜひご覧ください。

## 工業英検 2 級対策 「OneTWO」 のサンプル

<要約問題> 次の和文を英文70語以内に要約しなさい。  
解答欄下の（ ）には必ず語数を記入すること。

高温超電導ケーブルは、セ氏零下約200度で電気抵抗をゼロにすることができる。このケーブルを電力網に導入する研究が、実用化目前である。現在の鉄道会社は、発電所を複数設けて電車で電気を供給しているので、電力損失が大きい。しかし、この超電導ケーブルを使えば、電力損失なく電気を送ることができるので、電力消費が5%も削減できる。このような超電導材は電車のほか、自動車やバス、さらに一般家庭用への応用開発も進んでいる。実用化されれば、究極の省エネ技術になると世界中で期待されている。

<解答欄>

語数（ ）

**High-temperature superconductivity cable can make**

High-temperature superconductivity cables (または A high-temperature superconductivity cable)

**electric resistance**

electric resistances (または an electric resistance)

**disappear at minus 200 degrees Celsius.**

be in zero

抵抗が「消える」より「ゼロになる」を表現する方が良いです

**The research of the cable will be practical (soon).**

introduction of the cables to electric networks

この文章での重要度は「研究」<「電力網の導入」

**(Currently) railroad companies are losing a lot of electricity, however, with this cable, they can reduce**

. However

"with"が何にかかっているのかを分かりやすくするため、前の文はピリオドで切った方が良いです

**5% of electricity consume.**

electricity consume without power losses by 5%

「電力損失なく」という重要度の高い情報を入れた方が良いです

5%

数字と単位記号はつなげて良いです

## 文章の校正・校閲サービスのご案内

ビジネスにとっての文章は、商品・サービスを紹介し、お客様を集め、品位・ブランドを向上させるために必要不可欠なものです。

さて、あなたの現在の「文章レベル」を採点した場合、何点になるか把握しておられるでしょうか。

文章とは、決して「自分が分かっているだけでいい」と妥協することが許されるものではなく、さらに客観的な評価なく自分の感覚のみで書き続けて上達が見込めるものでもありません。

読み手であるお客様に悪い評価をつけられることのないよう、外部のプロの客観的な視点で文章レベルを確認・改善することが重要です。

円（まどか）コンサルティングでは、文章の校正・校閲によって、貴社の文章を改善させるためのサービスを承っております。

当社の実績として、複数の企業の会報誌やウェブサイトの校閲などを承っており、大量の文章が分かりやすく統一されているかどうかの判断・修正を行っていることをご好評いただいております。

貴社に関わる文章も、商品と同じように貴社の財産の一部です。

商品がお客様のために作られたものであるなら、文章も読み手のために書かれたものであることが重要です。

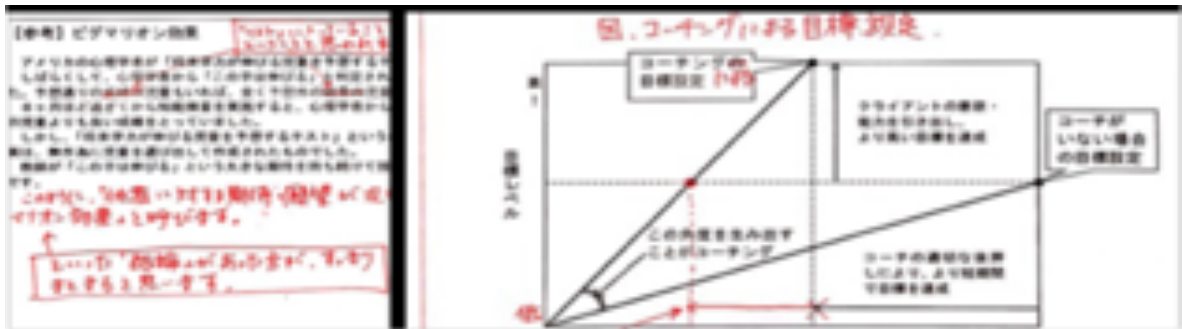
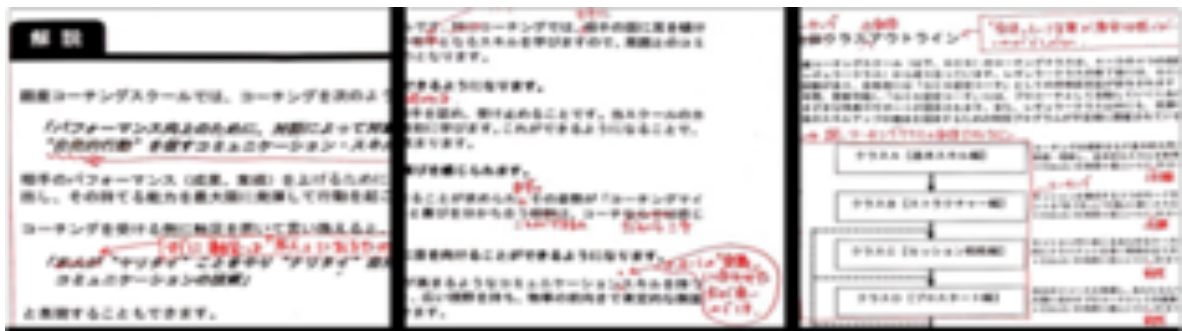
円（まどか）コンサルティングでは、貴社に関わるすべての文章を専門的かつ客観的な視点から判断し、主観的に判断するのが難しい「文章が読み手に対して適切か」や、「気づかないうちにお客様の読む気を失わせていないか」などを徹底的にチェック・添削することで、どこに出しても恥ずかしくない文章に仕上げるお手伝いをいたします。

文章に自分でも気づかない間違いがあったら恥ずかしい、うっかりミスが多い文章で未熟な会社だと思われていないだろうか.....今後はそのような不安とは無縁です。

校閲・校正「ONEs'」

<https://madoka-consulting.jp/ones/>

校正・校閲「ONEs'」 サンプル



## 文章改善コンサルティングのご案内

ビジネスは口約束で成り立つものではなく、経営上のあらゆる場面で書面での説明が不可欠なものとなります。

また、その書面は決して書き手だけが分かれば良いというものではなく、読み手にとって正確かつ分かりやすいものでなければなりません。

円（まどか）コンサルティングでは、貴社のあらゆる文章の改善のために、単純な校正から「論理的な文章のコツ」を習得していただくための研修やコンサルティングまでを総合的に行います。

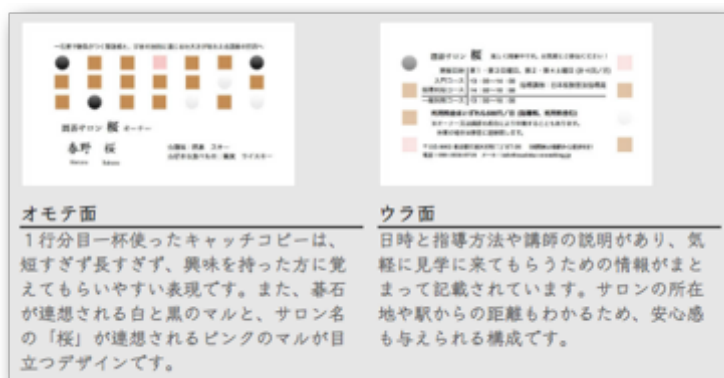
自社の説明文章にはお客様を引きつけるための表現が足りない、自社商品の魅力を伝える適切な言葉が見つからない、「上手い文章」の書き方を習得する方法が分からない.....などのお悩みの解決をお手伝いいたします。

つまり、貴社のあらゆる文章が客観的な視点から判断されるだけでなく、論理的な文章を書くための主観的な判断力をも習得していただくことができるプランです。

文章改善コンサルティング「ToONE」

<https://madoka-consulting.jp/toone/>

### 文章改善コンサルティング「ToONE」の実績紹介



**季刊情報誌内のテナント募集ページ**

ビルの立地や住所、連絡先は大きく見やすく、また、それぞれの店舗がどんな思いで営業しているかや、どんな店舗に入居してほしいか、実際にどのテナントが空いているかなどが1ページにまとまり、閉合せから見学、そして入居までの行動がすぐにとれるよう工夫されたレイアウトです。

**入居テナント用広告枠募集のお知らせ**

すでに入居して営業している店舗向けに、情報誌内に掲載できる広告枠を使って自店舗の宣伝やクーポン発行などを行ってもらうため、一面を使って呼びかけています。入居しているビル全体の今後の方針や、その流れに自店舗が決して阻害されていないことがはっきりわかります。

**構成の修正・提案例**

当初の案に対して、中間の記事に関する文字による情報を追加したり、また記載すべき情報を適切な箇所に配置したりすることで、読者の興味を引き、紙面を聞いてさらに詳しい情報をも読んでもらえるよう工夫することが提案されています。さらに、写真だけで伝えたいことが多くあるのではなく、その記事の

**コラム記事の添削例**

冒頭に軽い前置きを入れることで、読者を本題に引き込む準備作業ができるため、長文に対する「気構え」を必要とすることなく、読者に重要な主題までスムーズに読み進めてもらえる書き方になっています。また、助詞を正しく使ったり、主語が変わる部分で文を区切ったりすることで、読者が読み取る情報を



## 翻訳サービスのご案内

直訳すればするほど文章が分かりにくくなる、しかしカタカナに置き換えるだけでは意図が伝わりにくい、国内に引きこもらずにグローバル市場に進出したい.....このようなご希望は最短時間で実現可能です。

10年後にも、貴社が揺るぎない主流であり続けるためには、グローバル市場に打って出ること、またそのための対策を早期に開始することが非常に有利に働きます。

まずは2020年のオリンピック対策として、そしてさらに将来に向けて貴社が世界中から注目を集め続けていくための手段として、グローバル化に対する早速の取り組みが「勝ち」につながります。

円（まどか）コンサルティングでは、貴社の事業内容などを世界共通の言語である英語で説明することについて、読み手の知識レベル、正確さ、読みやすさなどを考慮した翻訳文書としてご提供いたします。

### 実務翻訳「TWOs」

<https://madoka-consulting.jp/twos/>

### 実務翻訳「TWOs」の実績例



## 講演会・セミナーでの講演

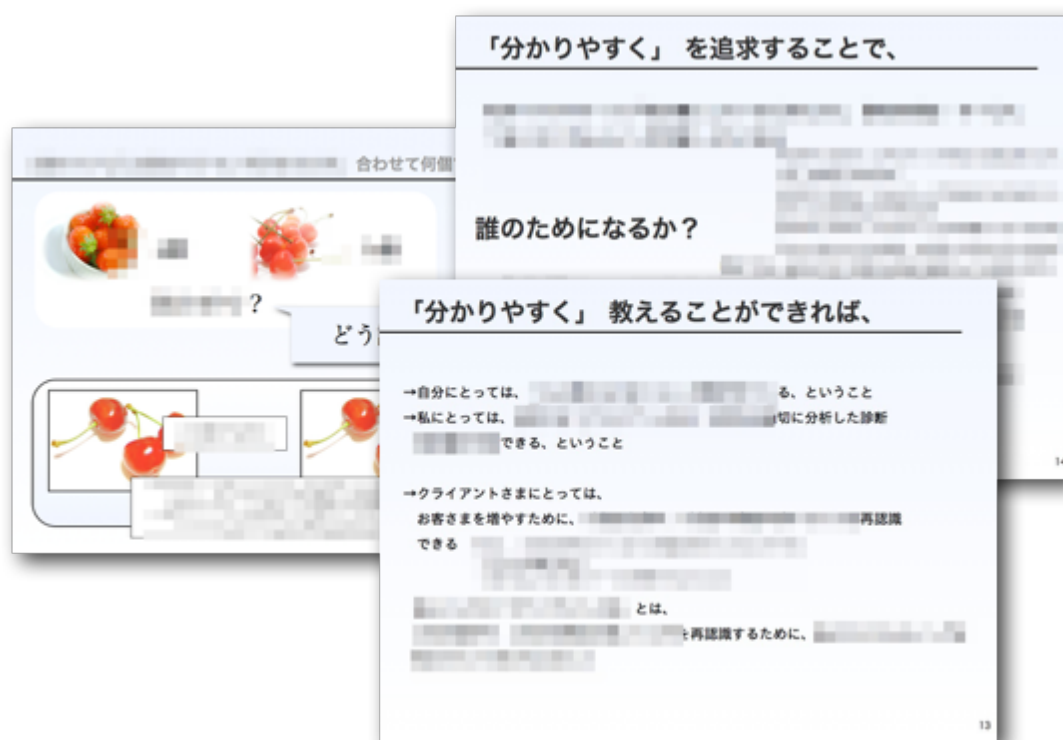
円（まどか）コンサルティングでは、「この文章をこう直せば分かりやすくなる！」という実際の添削例をご紹介しながら、「分かりやすい文章」に必要な要素をご説明する講演会やセミナーの開催も承っております。

経営者の方々のみならず、学校の先生方にとっても、「分かりやすい教え方」の参考になる構成でお伝えいたします。

ご依頼、お問い合わせはこちらから

<https://madoka-consulting.jp/index.html#cont1>

講演スライドの例



最後に、このレポートが、貴社のビジネスのさらなるご発展の参考になれば幸いです。

お困りの際は、どうぞご遠慮なくご相談ください。

ご意見、ご質問などありましたら、お気軽にお問い合わせください。

円（まどか）コンサルティング

<https://madoka-consulting.jp/>

メールアドレス：[saiwisteria@madoka-consulting.jp](mailto:saiwisteria@madoka-consulting.jp)

文章を作り、磨き、整える

自ら表現する経営者にとっての文章の重要さとは？

---

2016年3月8日発行

2019年7月1日改訂

円（まどか）コンサルティング <https://madoka-consulting.jp/>

---