戦略&マーケティングシリーズ

読み手を動かす

マーケティング・レポート上達法

1日20分の能力アップ作戦

小嶋庸靖

ダイヤモンド社

はしがき

1章 書けないのではなく書かないから――――――3
1 なぜ書けないのだろうか 3
2 どのような対策を立てたらよいのだろうか 6
3 リラックスして一気に書くこと 8
4 話し言葉と書き言葉の違い 9
5 話し手はキング，書き手はクイーン 11
6 「文章」を吟味する目で文章を読む 12

2章 よいレポートはどんな条件をもっているか――15
1 読む必要のないものは読みたくない 15
2 出口がわからないと読む気がしない 17
3 読み手の心理を推理する 19
4 短時間で完全に読みこなしたい 21
5 リードですべてがきまる 23

3章 文章のちょっとしたルール――――――27
1 若者言葉―五つの特徴 27
2 「主語」を使用しよう 31
3 接続詞は潤滑油 34
4 読点が多すぎると読みにくい 35
5 ひらがなで書いた方がよい言葉 39

4章 レポートはどのように書いたらよいのか――41

1 マーケティング・レポートにはどんな種類があるか 41
2 リサーチ・レポートの構成を考える 46
3 プランニング・レポートの構成を考える 49
4 レポート構成後は絶対に迷わないこと 51
5 映画監督　野村芳太郎氏の意見 52

5章 読み手を疲れさせずに速読させるための工夫―― 57
1 初心者のための文章十則 57
2 読み手を飽きさせない努力 59
3 書く枚数をいかに少なくするか――しかし密度は高く 62
4 マルチ情報のグラフを描くこと 65
5 ツリー・モデルとトライネット 69
6 大衆を動かすには三つまで 72
7 森から述べよ，枝から述べるな 73

6章 読み手の興味をいかにかき立てるか―――― 77
1 ビギナーからの脱出 77
2 シニアのための文章十則 79
3 体言止めを乱用すると，見下ろした文章になる 82
4 夢中になっても夢中にならなくてもだめ 85
5 小股の切れ上がった江戸前の女のように 87
6 対比法を使用すると，伝えたいものが強調できる 88
7 比喩法を活用すると読み手は理解しやすい 92
8 書き出しにウェイトの半分を注入すること 97
9 「へそ」のある文章を書くこと 99

10 ウィットのあるレトリックを考えること 101

7章 実戦トレーニング（ステップⅠ）――――107
（1日目～7日目） 111~124

8章 実戦トレーニング（ステップⅡ）――――125
（8日目～14日目） 127~140

9章 実戦トレーニング（ステップⅢ）――――141
（15日目～21日目） 143~156

10章 実戦トレーニング（ステップⅣ）――――157
（22日目～30日目） 159~176

1章 書けないのではなく書かないから

——初心者の心理

なぜ書けないのだろうか 1

仕事柄，筆者は一流企業のマーケティング・スタッフと話をする機会が多いのですが，ひとしきり話が終わった後でよく話題になるのが，若い男性の文章力についてです。

筆者の会社はマーケティング・リサーチやさまざまなマーケティング・プランなどを作成している会社ですから，私たちの考え方をレポートにしてクライアントに提出する必要があります。したがって，そのような意味では，私どもの社員はお金のとれる文章を書かなければならないわけです。

クライアントが不思議に思うのは，当社のスタッフが，若いにもかかわらず，よい文章が書けているという点です。社員採用時に文章力のある人を特に選抜しているのですか，それとも入社後，何か特別な訓練でもしているのですかと，クライアントから質問を受けることがよくあります。つまり，クライアントの社内にはレポートの書ける若い社員が少ないというわけです。極端な場合ですと，私の友人の一人は若い社員の書いたレポートを社長から突き返されて，休日を返上してリライトさせられることがかなりあるようです。

私どもに入社する女性を含む社員の文章力は，特に文章に関心のない人は別として，世間並の水準である場合がほとんどです。ただし，入社後六十日間は課題を与えられ，毎日一題ずつ短い文章を書くことが義務づけられています。そうしますと，最初は書けなかった社員も徐々に生き生きとした文章が書けるようになります。社内ではこの論文トレーニングを省略して「論トレ」と称しており，私どもの新入社員は過去十四年間にわたって，必ずこの論トレの関門をくぐってきたことになります。一方，トレーナーは筆者であり，入社したての新人の欠点や思考能力を観察し続けてきたことになります。

過去十四年間の経験から述べますと，若いジェネレーション，特にそれを必要とする男性が文章を書けなくなってきたことは事実のようです。それでは，なぜ文章が書けなくなってきたのでしょうか。以下，いくつか理由をあげてみましょう。

1　作文は小学校で少し習う程度で，中学以降は受験勉強中心と

なり，作文のトレーニングを受ける機会がない。

2　高等学校以後の高等教育を受けている時，課外生活で文学書，哲学書を読まず，漫画，劇画が中心となっているから含蓄のある大人の言葉を学んでいない。

3　電話を含む会話が中心で，手紙をほとんど書かないから，字を書くことに慣れていない。学校卒業後は仕事以外でほとんど文章らしい文章を書く機会がない。

4　文字を書くのが一般的に下手（特に男性）で，本人はできるだけ文字を書くことを回避しようとする。したがって，文章を書くことにますます苦手意識が生じている。

5　若い世代は言葉で自分を語るのではなく，モノで自分を語る意識が強い。

6　大学，勤務先で学生や社員に文章を書くことを教えられる人が少ない。また，適切なテキストも少ない。

かつて高等教育を受けたものは，学生時代に夏目漱石，森鷗外，芥川龍之助，下村湖人，トルストイ，ドストエフスキー，バルザック，ロマン・ローランなどの多くの文学書や哲学書を読み耽って知的飢餓感を満たしてきました。しかし，最近では，周知のように電車の中やまちのそば屋で読まれているのは擬音に取り囲まれたコミック誌か情報誌でしかありません。日本の書籍発行部数は世界でもトップクラスですから，あながちこれを非難するわけではありませんが，こうした類のものばかりが知識のソースということになりますと，人間的にはいささか深みに欠けたものができあがっても致し方ありません。

筆者の中国語の先生は上海からの留学生ですが，日本で奇異に見えることの一つに，大人が公衆の面前でコミック誌を読みふけることをあげています。経済大国としてリーダーシップを取る日本人とコミック雑誌を愛読する日本人が二重写しにならないというのがその感想のようです。

日本語はきわめて複雑で陰影に富む言葉と考えられ，外国人が学ぶには骨の折れる言語ですが，それを母国語とする日本人が学ぶには，さして労力を必要とするものではありません。

日本人が文章を書かなくなった最大の理由は電話の普及に尽きるといってもよいでしょう。電話の通話数は年々増加する一方であるのに対し，郵便による信書は減少するばかりです。青春時代の文章の金字塔は何といっても恋文に尽き，ここから多くの文学作品が生まれたわけです。多くの若者が文章に目覚めるきっかけは恋文だったわけで，昔の恋人たちは手紙を何度も繰り返して読んだものです。そのためにペン字を練習し，美しい言葉や修辞には絶えず注意し，メモをしたのです。

どのような対策を立てたらよいのだろうか 2

文章を書くことにまったく経験がない新人に文章を書かせますと，男性では縮んだような，あるいは萎縮したような文字で文章を書く人がいます。文字がおずおずとして怖がっていますから，文章どころか，文字を書きなれていないことが直ちに明らかになります。

女子社員の場合には，男性に比べて字が上手な人が相対的に多いようです。また，『変体少女文字の研究』などを読みますと，女学生は友人間のやりとりや交換日記で比較的文章を書き慣れているようです。そのせいかどうかはわかりませんが，女子社員は未経験者でも比較的文章能力はあるようです。

したがって，文章を書くには，まず文字を書く練習をする必要があります。実をいえば字の上手下手はレポートを書く上でさほど問題ではなく，むしろ，書き込んだ『味のある』文字であるかどうかが重要なのではないでしょうか。いかにも不安げな文字を見ると，読者はレポートの論旨や内容まで大丈夫かなと不安を感じるものなのです。

ここまで読み進んだ読者は，文章を書くことはもう諦めたと，そろそろ思うのではないでしょうか。しかし，諦めるのは早計です。現代ではワープロで書くというすばらしい方法があります。文字を書くことにコンプレックスをもつ人の悩みは，美しい文字を書くことのできる人には想像することもできません。

筆者の場合，ほとんどの文書類，雑誌や単行本の原稿はワープロで書き，文字を書くことが少なくなりました。最近ではワープロをオペレイトできることが常識になりつつあるようですから，ワープロで書くことをお勧めします。ワープロの場合には，文章の推敲が自由になりますから，気負わずに文章を書くことが可能になります。また，文章を考えるスピードと手を動かす速度がだいたい一致していますから，都合がよいわけです。