



4-6 文章力

～相手に伝えることを第一に書く～

キーワード ・ 文章の骨子 ・ 政策提言書

●このテーマで目指すゴール

- ・ 文章の作り方のノウハウを学ぶ
- ・ TPO（時と場所、場合）に応じた適切な文章を書く
- ・ 効果的な政策提言書を書けるようになる

患者さんからの質問

政治家に政策の提言書を書いたのですが、まったく響いてないようです。読まれたのかさえ不安です。

●文章を書く前に

文章を書こうとすると、起承転結や、句読点の位置、また難しい言葉の使い方などに頭が行ってしまうことはありませんか。文章のプロの言葉を借りれば、「文章は道具」。まずは、「誰に何を伝えたいか」という内容を明確にすることの方が大事です。

その次に、文章の組み立てを作ってみましょう。この組み立てのことを骨子と呼びます。章立てをイメージしながら、大見出し、中見出し、内容の3段階程度のレベルで、書きたい内容の要点を骨子として組み立てていきます。その内容を何度も吟味し骨子が整理できれば、文章を楽に書くことができます。この作業に時間をかけることが「伝わる文章」を書くコツとなるといっても過言ではないでしょう。

骨子を組み立てる際には、読み手にとって魅力的な内容が含まれているか、文章全体がストーリーになっているか（話の後戻りなどがないか）、内容の重複がないか、などを入念に確認します。また、結論（もっとも伝えたいポイント）をどこに持ってくるかも熟考が必要です。私たちは学校で習ったように、起承転結として最後に結論を持ってくることに慣れていますが、政策提言などの文章では、結論を先に述べ、続いて背景情報や根拠などを述べる方が効果的です。冒頭（と末尾）は相手に与える印象や記憶の点で重要です。

骨子ができたら、内容に必要な材料を整えます。この文章で「伝えたいポイント」を論理的に支えるための、データや生の声など、材料をそろえておきましょう。

●文章を書く

まず、読み手の立場と自分との関係を意識しましょう。患者団体の会報や、相談に来られた患者さんにお出しするお手紙は、仲間（ピア）の立場で相手を思いやるやさしい言葉

づかいで書くことが求められるでしょう。一方、議員や行政、また企業宛ての文章であれば、一般的なビジネスマナーに沿った書式で、簡潔な日本語で書くことが求められます。

とはいえアドボカシー活動に必要な文章は、ビジネス書類ではありません。患者・市民の視点に立ち、自分の立場でしか書けない一文を織り込むことで、相手の心をつかみます。必ず読まれるように、その一文をどこに織り込むかの工夫も必要です。

文章を書き終わったら、必ず読み返してみましよう。言いたいポイントは伝わるだろうかという内容に関する視点、言葉づかいは正しいか、誤字脱字はないかなどの技術的視点両方を持って、確認することが重要です。

●政策提言書を書く

提言書を書く際に参考にしたい一般的なビジネス書式については図2を参照ください。

提言書で重要なことは、提言内容が明瞭端的に書かれていること、その根拠が論理的、かつ患者視点で語られていることではないでしょうか。例えば「この政策は多くの患者が望んでいます」と書くより、「患者 1000 人を対象とした調査によると、82%の患者が望んでいます」と数字を添えた方が説得力が増すことは言うまでもありません。

提言書の内容で陥りがちな失敗は、書き手の思いが強すぎるあまり、自分たちの利益につながることしか書いていない、たとえ書いていても書いていなように伝わってしまうことです。相手への「提言」なので、相手にとってメリットがあるように伝えることも重要なポイントではないでしょうか。相手が負っている責務は何か、それを果たすことに資する提案内容になっているか、内容の吟味が必要です。

たとえば、国会議員にある疾患対策の政策提言をするならば、その政策がどのような国民に対してインパクトをもたらすか、そのインパクトが議員の活動としてどのように魅力的かが伝わる文章であることが求められます。県の行政担当者に、ある施策に対する予算取りをお願いする提言書を書くならば、その施策により県民にどのようなインパクトをもたらすかを述べると同時に、その施策によって限られた県予算を効率化できるアイデアも書き添えることができると、提言書としての価値が高まります。

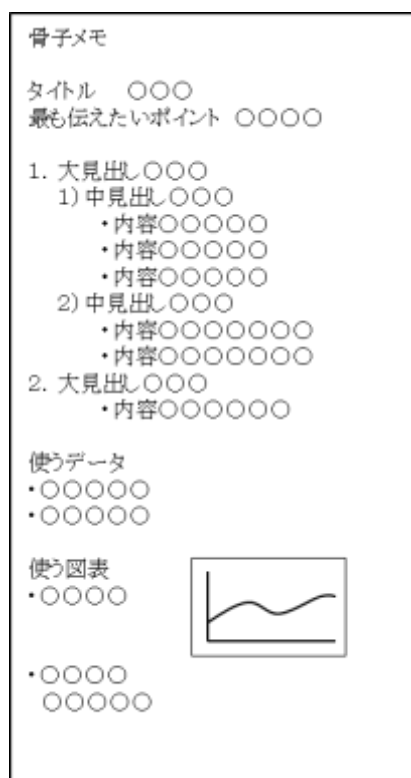
繰り返しになりますが、このような内容を骨子の段階で十分時間を書けて吟味することが、効果的な提言書完成への近道になります。

●日常のコミュニケーション

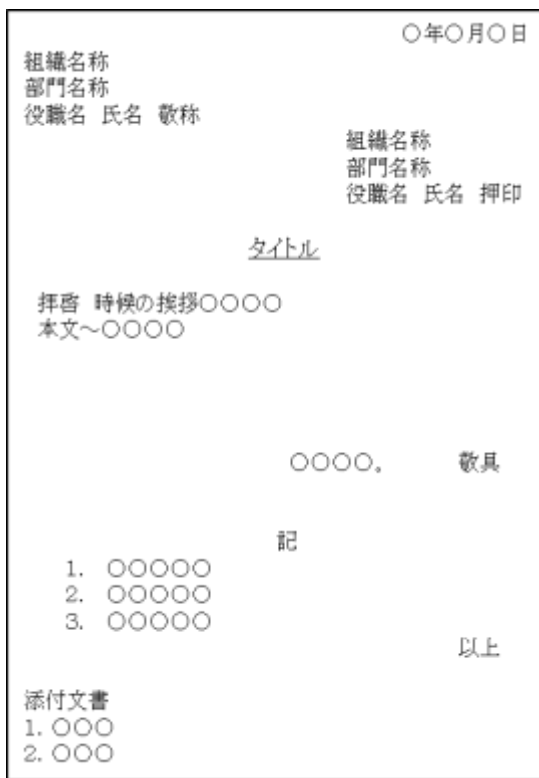
メール、LINE、ツイッター、フェイスブック、ブログなど、簡単に送れる文章によるコミュニケーションが日常化しています。対面コミュニケーションでは顔の表情、手足の動作、声色など、言葉を補完してくれるものが沢山ありますが、文章コミュニケーションではそれらが存在しないため、誤解が生じやすいという側面が否めないでしょう。

ここでは、アドボカシー活動でも多用されるメールの書き方で確認しておきたいことについて、触れておきます。文章力を高めて、アドボカシーの効果を高めましよう。

- ・メールは1メール1案件が鉄則
- ・返信の際には、タイトルを変更しない
- ・返信の際には、(できるだけ)元文も付けて返信する
- ・時候の挨拶などは割愛し、要件を簡潔に書く
- ・まず伝えたい要点を書く。そして背景情報等を添える
- ・書きあげたら、必ず読み返す(要点は伝わるか、言葉・文字間違いがないか等の確認)
- ・HTML形式は、相手もその設定が可能であることが確認できるときにのみ使用する(テキスト形式の方が無難)
- ・添付ファイルは相手の受信環境を考慮する(受信可能な容量か)



<図1>骨子メモのイメージ



<図2>一般的なビジネス書式

◇ さらに詳しく知りたい方のために

- ・上坂徹『文章は書く前に8割決まる』サンマーク出版、2011年
- ・共同通信社編『記者ハンドブック 新聞用字用語集』共同通信社、2010年