

伝わりやすい文章とは？ ～メールから論文まで～

(一財) 日本経済研究所
コンサルティングフェロー

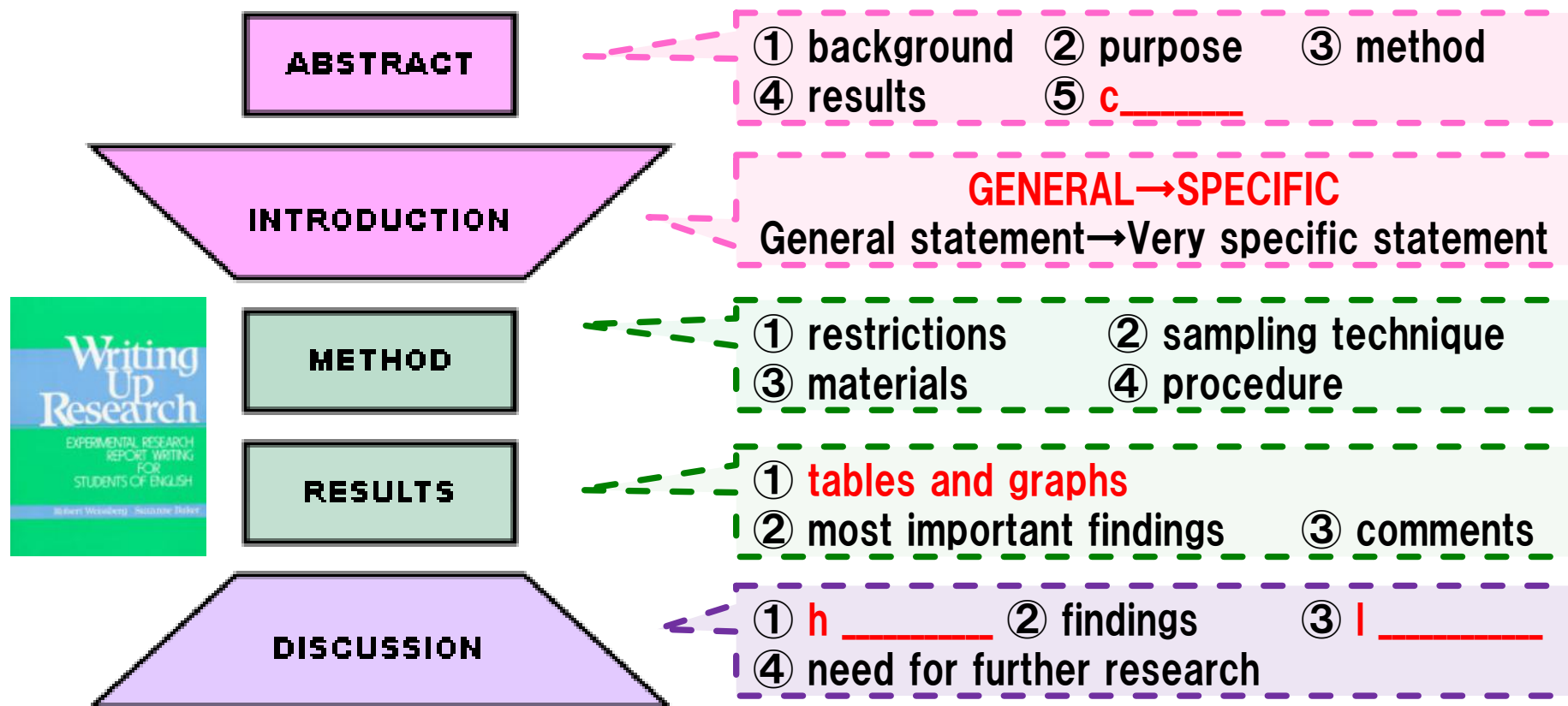
鍋山 徹 torunabeyama@outlook.jp

2026年1月20日(火)

－工学的 (Engineering) 思考－

□ 構造言語学とは、「言語とは、一つ一つの要素が独立して存在するのではなく、有機的な結びつきを持つ構造体である」という考え方

典型的なリサーチレポートの体系図 (人のスタイル型)



文章工学technical writing

－文章を学ぶ効用とは－

- 文章の書き方に関する書物は膨大にあるが、理論化されていない
- 文章工学を学ぶと良いことが五つある。米国の技術者T・G・ヒックス(塩崎進・宮川松男訳)「技術論文の書き方」(1960年)の冒頭からの引用

テクニカル・ライティング、五つの報酬

文章を書くと五つの報酬が得られる

(T・G・ヒックス「サクセスフル テクニカル ライティング」(1960)より)



1. あなたの専門分野の知識を広める
2. 会社の業務の助けになる
3. あなたとその会社が名声を得られる
4. 主題に関しての知識が増進される
5. 特別な収入が得られる

(備考) 樺島忠夫「文章構成法」講談社現代新書 1980/8

1927-2018年。大阪府立大学名誉教授。国語教科書の編集に携わる。「日本語チェック2000辞典」など、文章作成にかかる著書多数。文章における量的な統計分析が専門。

樺島 忠夫
「文章構成法」



講談社現代新書 1980/8
(第四七刷 2022/2)

早稲田大学卒。代々木ゼミナルを経て、「N高等学校」大学受験部門「N予備校」の現代文・小論文の講師。論理構造を見抜き、文章の本質を把握した上で解答に至るプロセスを解説。

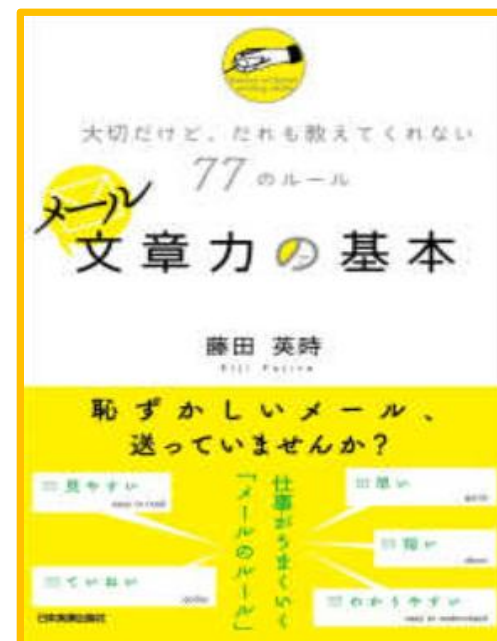
高橋 廣敏
「伝わる文章の基本」



総合法令出版 2020/5
(第七刷 2023/3)

米ペイラー大学でコミュニケーション専攻後、西南学院大学文学部外国語学科英語専攻卒。ITと英語を専門とする作家・コンテンツ作家。英検1級、TOEIC950点。著書180冊超

藤田 英時
「メール文章力の基本」



日本実業出版社 2010/6
(第二一刷 2020/3)

基礎編（表現と構造）

実践編① ピラミッド、列車、サンドイッチ

実践編② ビジネスメール

日本語の文章[基礎](1)

— 大事な内容...英語は文頭、日本は文□ —

□ **日本語の文章**は、どうでもよいことから始まって**大事な内容**は**文の終わり**に出てくる。文末に注意を集中するようになっている。他方、**英語の文章**は**文の始めに重要な主語・動詞があらわれて**、文末に行くにしたがって些末な内容になる

(備考) 板坂元「考える技術・書く技術」講談社現代新書 1973/8第1刷 (2014/6第72刷)

「地の文*」の文字数

*:句読点と会話文除く文

44、58、64、22⇒@47文字

文章のリズム

— 三島由紀夫と文章工学 —

私はまた途中で文章を読みかへして、**過去形の多いところをいくつか現在形になほす**ことがあります。これは日本語の特権で、現在形のテンスを過去形の連続の間にいきなりはめることで、**文章のリズム**が自由に変えられるのであります。**日本語の動詞**が**かならず文章のいちばん後にくる**といふ特質(倒置法を除く)によつて、過去のテンスが続く場合には「……した」「……た」「……た」といふ言葉があまりに連続しやすくなります。そのために**適度の現在形の挿入は必要**であります。

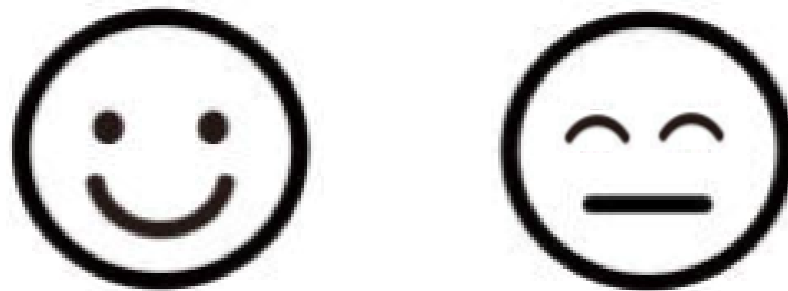
(備考) 三島由紀夫「文章読本」婦人公論、1959年1月号付録

日本語の文章[基礎](2)

—日本語の文章は“伝わりにくい”ようにできている—

- 山本七平の名著「**□□**」の研究」文春文庫 (文芸春秋社 1977出版)
- これまで、**五感** (合わせ技一本) で**情報**を伝えてきた日本では、**デジタル**社会 (リモート、メール主体) に移行する中で、情報伝達が**機能不全**に

欧米人と日本人のコミュニケーションの違い



□ 以心伝心

□ 阿うん (交ぜ書き) の呼吸

日本語の文章[基礎](3)

－察する文化 (KY=空気を読む)－

- 文法上、欧米と異なり、日本語の多くのフレーズには主語がない
- とにかく省略して伝えようとする＝空気を読む／“阿吽の呼吸”

外国人には意味不明の日本語の文章

- ・ パンケーキは太る
- ・ 夏はビール
- ・ 5時になりました

(備考) YouTube「外国人にとって日本語の文章が意外過ぎる」Kevin's English Room (2.31M)

『国境の長いトンネルを抜けると雪国であった。』

(川端康成の名作『雪国』の有名な書き出し)



『The train came out the long tunnel into the snow country』

(日本文学の翻訳・研究で著名なサイデンステッカーの英訳)

日本語の文章[基礎](4)

－主語と述語の不一致問題－

- 文章を書こうと思ったらいくらでも書ける、という勘違い
- 「が」は事実そのまま、「は」は①全体の話題、②区別・強調の時

彼は昨日彼女が学校に来ていないと思っていた。



彼女は昨日学校に来ていないと、彼は思っていた。

「象の鼻は長い大論争」

主語	述語	
	主語	述語
象 は 鼻 が 長い		
修飾語 (「象の～」[象について～] と同じ用法になっている。)	主語	
	主語	述語

(備考) 各種資料

三上 章著
「日本文法入門－象は鼻が長い」



くろしお出版 1960/10

書く目的でスタイルが変わる ー自分と相手ー

- **ビジネスの文章は、「自分より相手*」、「主観より客観**」を重視**
注:*とくにメール。**客観ばかりだと冷たくなる(バランスが大事)

書く目的とビジネス文書のスタイル

- 客観的な事実 > 主観的な思い (企画書・報告書・小論文・レポート)
- 客観的な事実 < 主観的な思い (ブログ・X (旧Twitter) ・メール・手紙)



- 読み手は複数なのか、一人なのか
- 公にするのか、プライベートなものか

(備考) 高橋廣敏「伝わる文章の基本」総合法令出版 2020/5ほか

基礎編（表現と構造）

実践編① ピラミッド、列車、サンドイッチ

実践編② ビジネスメール

ビジネスセミナーでの声

－作文・感想文と論文は似て非なるもの－

- 私たちは、小中高で情操教育の視点から**作文**や**感想文**を書く
- 文字を並べれば伝わる文章になるという**勘違い**（論文を書かない大学生）

ビジネスセミナー「伝わりやすい文章」での質問例

- 文章力を高めるために効果的な習慣や行動はありますか？
- メールなどで「また」「なお」の接続詞をすぐ書いてしまいます。違和感のない文章のつなぎ方などあれば教えてください。
- 話すときのように、生き生きとした文章にするためには？
- 社会課題、国際問題や歴史的考察を柔らかな文章で表現するには？
- わかりやすく、と思うと、話やメール文が長くなります…
- 時間をかけずに、推敲をしなくても伝わりやすい文章を書けるコツは？
- 論理的かつ共感を得られる文章の書き方のヒントは？
- 誤解を避けるため断定的な表現を避けがちになり、文章がくどくなります
- 目の前の文にとらわれ、全体がまとまらなくなることがあります。効率のよい文章の書き方のポイントを知りたいです。
- 読みやすさや説得力を高めるための構成の組み替えや文章全体の流れの改善についてアドバイスをください
- 一文が長くなりすぎることがある。わかりやすく伝わる文章を書くコツは？
- 会議中に書き取った発言内容のまとめ方で苦勞しています。
- 起承転結の型ですが、惹きつけ型の構成も定番化していると思います。

表現



構造

文章の基本ルール

－□□性と□□性－

《重要①》

- 作文と感想文を学んだだけで**伝わる文章**が書ける、という勘違い
- **基本ルール**を無視して文章を書くと、確実に**伝わりにくい文章**になる

文章の基本ルール ベストテン (□は構造、○は表現)

森の言葉に注意！



- ① □ 一文を短くする。目安は□□文字
- ② □ 主語と述語／修飾語と被修飾語は近づける
- ③ □ 段落と改行：一つの段落は□行が目安
- ④ □ 森の(もりの)言葉(も・り・の→多用は注意！)
- ⑤ □ 漢字の含有率は□□% (ひらがな55%、カタカナ数字10%)
- ⑥ □ 文末表現のリズム(×...した。...した。...した。○...した。...です。...した。)
- ⑦ □ 型把握／抽象⇔具象(法則性の発見=抽象化・一般化。帰納法)
- ⑧ ○ 整理整頓：余計な尾ひれ×、一つの概念は一つの言葉に○
- ⑨ □ 読点*と改行：文・文章の節目(*：意味のかたまりをつくりたいところにだけ打つ)
- ⑩ □ 結論は繰り返す、起承転結の転は不要(パラグラフ・ライティング)

(備考) ビジネスセミナーの聴講生レポート(400字詰め原稿)の添削をもとに頻度の多いものを抽出 **2-2**

文章構造の三点セット ー建築物 (ECRS) にたとえるとー

- **ピラミッド** (大規模) : 頂点の**結論**につながらない文章は捨てる
- **列車** (小規模) : **文字数**を短く。**複文**は、短文または重文にする
- **サンドイッチ** (中規模) : ○●○ (抽象-**具象**-抽象、肯定-**否定**-肯定)

文章力が上がるための三つの構造

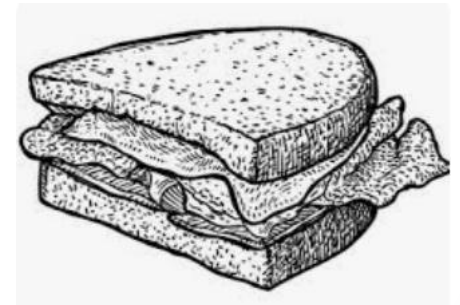
ピラミッド
(大きな構造)



列車
(小さな構造)



サンドイッチ
(枠組み壁工法)
ー2×4工法ー



話が長い校長先生

会話で話がまとまらない人は、とにかく話が長い。
話を始める時に最終的に何について話そうか決めていない
ことが、大きな要因。
まず具体的な論点を整理してから、話を始めましょう。

ピラミッド(1)

ー生成AIの文章との違い(足し算と引き算)ー

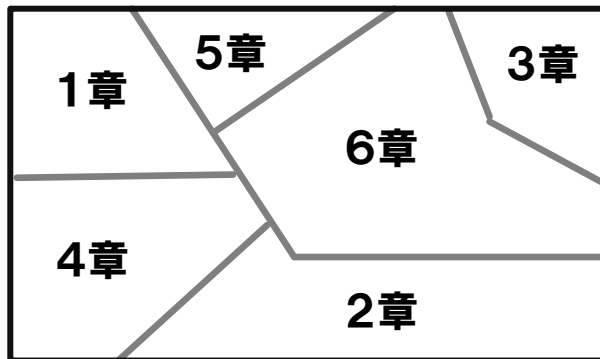
- 生成AIの文章は**MECE** (モレなくダブリなく) だが**結論があいまい**
- **論理的な文章** = **伝わる文章**は、**結論**を導き出すのに**必要な情報が適切な順番に並んでいる**文章のこと

伝わる文章＝論理的な文章とは...

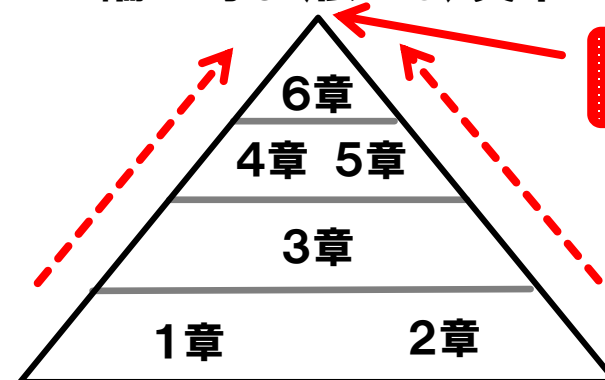
- ① **結論が明確**になっている
- ② **すべての文が、結論を導き出すために書かれている**
- ③ **必要な情報が適切な順番に並んでいる**

論理的思考(生成AI)の文章と論理的な(伝わる)文章

論理的思考(生成AI)の文章



論理的な(伝わる)文章



結論

ピラミッド(2)

ー登山ー

- 論理的な文章では、すべての文が**結論(主旨)**へとつながっている
- **登山⇒**すべての**道**(結論を説明・補足する要素)から**山頂**(結論)が見える

パラグラフ・ライティングは米国で確立

■■は、○○です。

なぜそうなのかを具体的に説明します。

まず**であることがわかります。

だから**です。

ここで△△の背景も考慮すれば、

○○と言えます。

また、▲▲の先行事例をみると、

○○と言えます。

したがって、

■■は、○○です。

←これが結論

←理由・補足

←小結論1・2

←理由・補足

←中結論1

←中結論2

←もう一度、結論



列車(1)

イエローカード

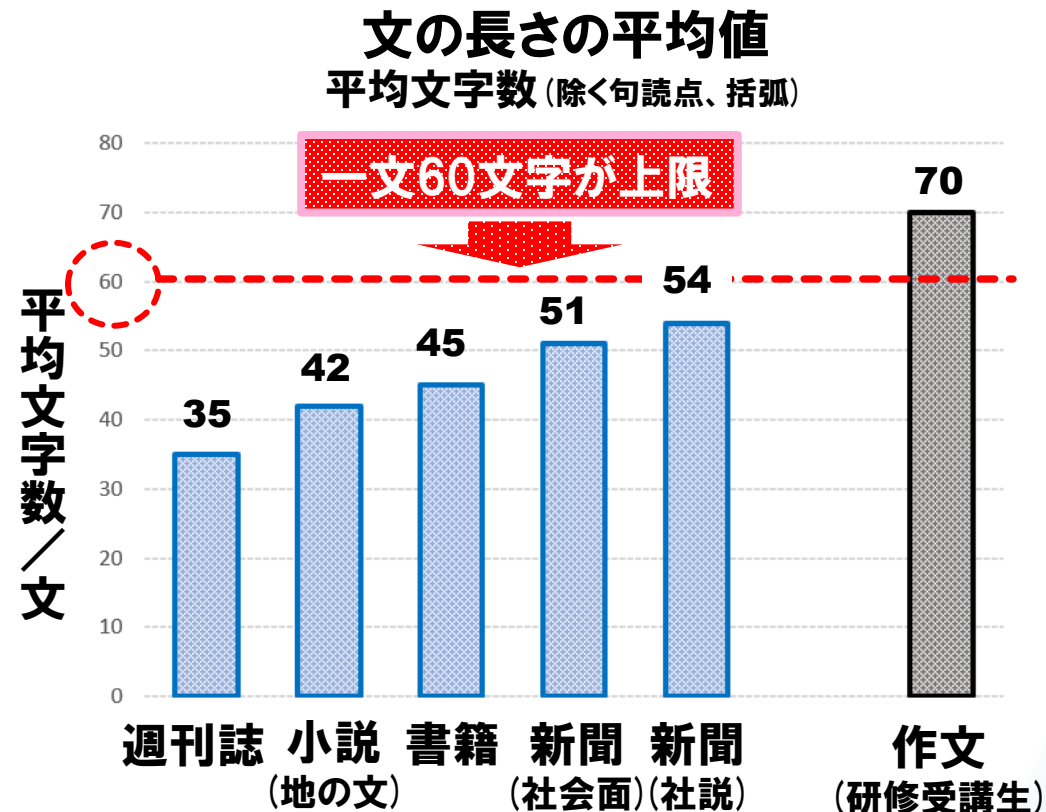
——一文の文字数は長すぎると  ——

- 文字数が□□を超える文章は**長すぎる**ので、読み手に伝わらない
- どうして長くなったか分析して、対策を考える必要がある

45、29、31⇒@35文字

『もし、あなたが書いた文章があれば、それを文字数によって測り、**一文あたりの平均値**を出してみるとよい。

一文が**60を超す**ようであれば、**長すぎると考えなければならぬ**。そのときには、どのように長いのかを分析して、対策を考える必要がある。』(167p)



列車(2)

— 文章には適切な長さがある —

- 文章には適切な長さがある。文章が長くなると、文の構造が複雑になるため、文法的な誤りが出てわかりにくくなる

文章には適切な長さがある ①

① 長すぎる場合、文を分ける

- 文章の一文 20字～□□字 (平均40字)
- メールの一文 20字～□□字 (平均30字)

72文字

- × 豊かな感性を育むには、自然界と直接かかわる経験が必要だが、情報化による疑似現実の拡大によってそのような経験を喪失してしまったため、感性は失われつつある。

28、32、14⇒@25文字

- 豊かな感性を育むには、自然界と直接かかわる経験が必要である。しかし、情報化による疑似現実の拡大によってそのような経験を喪失した。その結果、感性は失われつつある。

列車(3)

ー バランスとリズム ー

□ 長い文と短い文が**バランスよく**並んでいると、文章に**リズム**が出る

文章には適切な長さがある ②

② 短い文が**連続してもいけない** (幼稚な印象を与える)

× 産業革命が起きた。近代的な工場ができた。企業家は工業製品を生んだ。

○ 産業革命によって、近代的な工場が建設されて、企業家は工業製品を生んだ。

③ 実際に文章を書くときには、**短い文と長い文を組み合わせ**て、一文の平均文字数を30字から40字以内におさめると、文章に**リズム**が出る

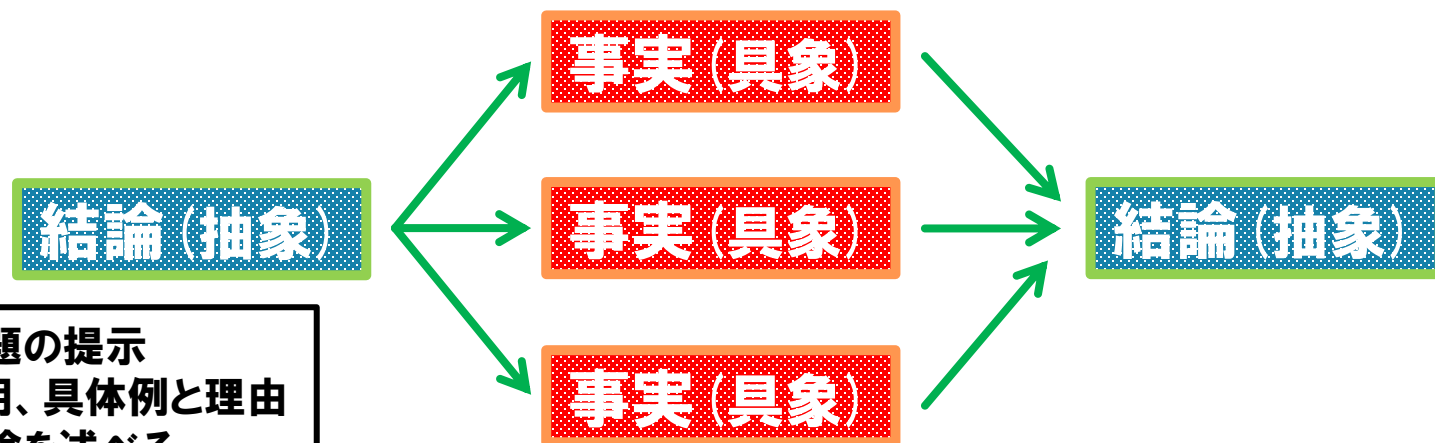
文字数と情報の関係⇒**20字～30字に、1つの情報を入れる**

サンドイッチ(1)

－三段構成が基本－

- 一般には**頭括式**が良く、**尾括式**はおさまりが良いと言われている
- ビジネスでは**双括式** (頭括式＋尾括式) は、**書きやすく、読みやすい**

文章構成法 －三段構成が基本－



序論 文章の主題の提示
本論 詳しい説明、具体例と理由
結論 最後に結論を述べる

「転」がむずかしい

三段構成

序論→本論→結論

四段構成

起→承→転→結

双括式

結論→事実→結論

頭括式

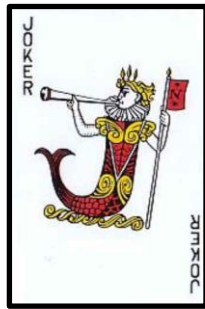
結論→事実

尾括式

事実→結論

サンドイッチ(2)

—○●○はトランプのジョーカー—



結論	抽象	短い	肯定
理由	具象	長い	否定
結論	抽象	短い	肯定

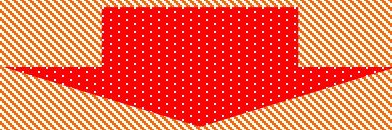
- 1 結論 (いちばんアピールしたい一文＝抽象的な文) を決める
- 2 その結論をわかってもらうために必要な具体例を書く
- 3 結論の理由づけと関係のない話題は書かない
- 4 最後にもう一度、1の結論 (少し表現を工夫するとさらに○) を書く

否定形 (不満) は肯定形 (賞賛と期待) でサンドイッチにする

○ 貴社の納品は時間に正確で大変助かっています (過去賞賛)。今回は納期が遅れましたが、社内での準備不足もあったのではないのでしょうか (現在不満)。次回は納期厳守を期待しています (未来期待)。

文章は言葉の羅列ではない

(散らかった、きたない部屋)



言葉を整理整頓することが大切 (掃除された、きれいな部屋)

整理整頓(1)

「**じつは意味がない言葉**」は徹底的に削る

- | | |
|---------------------|--------------------|
| × 驚くべきほどの急成長を... | ○ 前年度比10%増の急成長を... |
| × 上司と相談したいと思います。 | ○ これから上司と相談します。 |
| × 基本的に... | ○ (不要) |
| × 箱根という場所に行きました。 | ○ 箱根に行きました。 |
| × ちょうどいいといったところです。 | ○ ちょうどいいです。 |
| × 移動の際に、書類の方を持って... | ○ 移動の際に、書類を持って... |
| × 来ていただく形になります。 | ○ 来ていただきます。 |
| × こちらが新製品になります。 | ○ こちらが新製品です。 |
| × どういう結果になっていくか、... | ○ どういう結果になるか、... |
| × 販売計画の策定を行う。 | ○ 販売計画を策定する。 |

余計な尾ひれを書かない

- × 先日、▲▲についてのお願いをさせていただき、弊社といたしましてはその際に依頼状を送らせていただきましたが、御社におかれましては、いまだにご返信を頂戴しておりません。
- 先日、▲▲についての依頼状を送らせていただきましたが、まだ貴社よりご返信をいただいております。

整理整頓(2)

主語と述語は①明記して、②対応させて、③近づける

- × 当社は、業績が下がると、社員が必死に努力したり、損失を埋め合わせたりして、改めていい会社だと感じた。
- 当社では、業績が下がると、社員が必死に努力したり、損失を埋め合わせたりしている。私は改めていい会社だと感じた。

前文の主語と同じ言葉を主語とする場合は省略してもよい

- 現代人は、情報を使いこなす。計画的に賢く消費をしているのだ。

主語を複数にしない／複文を避ける

- × 私は、経済が不安定な時に、国際社会が協調することに賛成する。
- 経済が不安定な時に、国際社会が協調することに、私は賛成する。

無生物の主語の動作はイメージしにくい

- × 人材不足が、企業の地力を損なう。
- 人材が足りないと、企業の地力が損なわれる。

文章表現

動作を表す「熟語＋する」は、単漢字 (...が...したなど) で表す

× 事態は何事もなく収束した。

○ 事態は何事もなく収まった。 [書き換え例] 実践する→実際に行く、消費する→使う、熟考する→よく考える、依頼する→お願いする、提案する→勧める、確立する→しっかりと決める

否定形は極力避ける／二重否定は絶対禁止！

× 男性が女性用の商品を買わないとは限らない。

○ 男性でも、女性用の商品を買うかもしれない。

「～化」、「～性」、「～的＊」はわかりやすい言葉に言い換える

× 黒字化／システムの脆弱性／未来的空間

○ 黒字になる／システムが脆弱であること／未来のような空間

「英語・カタカナ語 (小学生でもわかるものは除く) は極力使わない (ほどよくまぜる)

× ダイバーシティを重視し、ワークシェアリングの遂行と...

○ 個人差があることを重視し、業務分担を進めて...

基礎編（表現と構造）

実践編① ピラミッド、列車、サンドイッチ

実践編② ビジネスメール

ビジネスメールの基礎(1)

－ 文語体 (書き言葉) と口語体 (話し言葉) －

カーブやシュートなので打ちにくい！ = 伝わりにくい！

文語体⇒正確性は高いが固い。相手と一定の距離を置く

口語体⇒あいまいだが柔らかい。相手との距離を縮める

ストレートなので打ちやすい！

= 伝わりやすい！



《A社の人がB社の人にメールでアポイントを入れる場合》

■ 日本では、メールは文語体 (書き言葉)

A社 「B社 企画部 管理第二課長 ○○様

いつもお世話になっております。お忙しいなか大変申し訳ありませんが、
相談させていただきたいことがありますので、来週、訪問可能な日時を返
信していただけると幸いです。ご検討の程よろしくお願いいたします」

■ 米国では、メールは口語体 (話し言葉) = 日常会話！

A社 「は～い！ ○○さん 元気にやってる？

相談があるので、来週で会える日時を教えてね！」

ビジネスメールの基礎(2)

－メールで済ませてはいけないものとは？－

- メール文章は、一般の文章に比して、**コンパクト**にする
- メールで済ませていいものと、**そうではないもの**を理解する

メール文章の心得(その一)

- 自分の立場ではなく、相手の立場に立って書く
- メールは一往復半(自分→相手→自分) + 24時間以内に返信
- メールと電話・対面を使い分ける(重要案件は+電話、職場は+口頭)

自分の視点ではなく、**相手の視点**に立って書く

- × 予定が立て込んでいますので、打ち合わせは来週以降でお願いします。
- **勝手をいって申し訳ありません。今週は予定がつかないので、打ち合わせは来週以降でお願いします。**

相手に負担をかけないようにすると、**要点**がはっきりしてわかりやすくなる。
適当なところで**改行**したり、**空白**を設けたりすると、読みやすくなる。

ビジネスメールの基礎(3)

ー返信メールのマナーー

- 返信メールで**件名**を変更・削除しない(「Re:リー」、一往復半)
- 件名の最後に() **内で補足** (Re:... (再送) (追伸) など)

メール文章の心得(その二)

- 返信メールで**件名は変更しない**(「Re:」*)

注*: ラテン語「～について」の略。Reply (返事) Response (返答) の略×
転送するときに件名につく「Fwd:」は、Forward (転送する) の略○

Re:...って？

こちらから送信していないのに、スタンフォード大学から、メールで
「Re:01/09/2025 CONFERENCE」
という件名のメールが届いた？

返信メールで**件名を変更・削除しない**

Re:プレゼン資料をお送りします(再送)

Re:プレゼン資料をお送りします(追伸)

ビジネスメールの基本ルール

— 一般の文章との共通点と相違点 —

- メール文章は、一般の文章に比して、**より簡潔 + 箇条書き**
- ビジネスメールは**文語体**（口語体は伝わりやすいのでトラブルリスクあり）

メール文章の一般の文書との共通点と相違点

（□は構造、○は表現）

《共通点》

- 主語や主体をはっきり書く
- 本文では、「結論→理由→詳細」の順
- 事実と意見を分けて書いて、意見には具体的な根拠を示す
- 余計なことは書かない（整理整頓）

《相違点》

- 1行□□文字以内で、句点関係なく改行してよい
- 2～□行で1ブロック。ブロック間は一行□□を入れる
- 箇条書きが原則。記号や罫線を多く活用
- 書き出しには必ず「あいさつ」を入れる
- 前置きで、メールの目的を短い一文で伝える

メールの前書きと本文の構造

前置きでメールの目的を短い一文で伝える

- 新製品の販売促進の件で、ご相談があります。
- お見積書の内容に関して、ご説明いたします。
- さきほどのメールの追伸です。

メール本文は「結論→理由→詳細」

× 当日の午前中は社内での会議、午後は得意先でのプレゼンが控えております。夕方以降も社に戻って残業しなければなりません。都合がつきそうにありませんので、今回は参加することができません。

- 今回は残念ながら参加することができません。仕事がつまっております都合がつかないためです。申し訳ございません。

当日の午前中は社内での会議、午後は得意先でのプレゼンが控えております。夕方以降も社に戻って残業しなければなりません。

1つのブロックは2～5行。
ブロック間は1行空ける

←結論

←理由

←空白

←詳細

一行
□□
文字以内

メールは「箇条書き」が原則

－改行・空白や記号を多めに活用－

文章ではなく、「箇条書き」が原則

× 打ち合わせの件ですが、販促キャンペーンの概要をご説明して、次に、今後のスケジュールを決めたいと思います。

場所ですが、弊社の第1会議室で行ないます。弊社のホームページから地図をご確認いただけます。受付で営業部の佐藤をお呼び出してください。

○ 打ち合わせの**内容と場所**について、ご連絡いたします。

[内容]

- ・販促キャンペーンの概要説明
- ・今後のスケジュールの決定

[場所]

- ・弊社の第1会議室
- ・地図（弊社ホームページ）
- ・受付で営業部の佐藤をお呼び出してください。

さいごに

－文章力を高める作法ABC－

□ **構造**⇒パターンを学ぶ。**表現**⇒インプットとアウトプットを繰り返す

私が日頃心がけていること

- 紙の本を読む（足で歩いて書店に行く）
デジタル（オーディブルなど）のステルス回避＋脳は、場所と紐づけて記憶
- 新聞雑誌のコラムを読む（コメダ珈琲、倉式珈琲など）
「天声人語」（朝日新聞）、「余録」（毎日新聞）...
- 筆力の高い人の文章が自動的に入ってくる仕組みをつくる
Facebookで作家（田口ランディほか／メディア関係者）のブログをフォロー
- 伝わりにくい文章を添削する（反面教師として）
有価証券報告書、権威のある人・組織の文章を読む
- 情報を発信する
Facebookで週数回（ブログ形式）
- 生成AIと壁打ちする
自分の書いた文章を伝わりやすいように変えてもらう

ご清聴ありがとうございました。

□□の答: conclusion、hypothesis、limitation、末、空気、論理、効率、
60、5、35、60、60、40、25、5、空白、25

当資料は、講演限りの資料として作成されたものであり、また、本資料の分析内容は、執筆者個人に帰するものであり、当研究所の見解ではありません。

当資料に記載された内容は、現時点において一般に認識されている経済・社会等の情勢および当研究所が合理的と判断した一定の前提に基づき作成されておりますが、その正確性・確実性を保証するものではありません。

当資料のご利用に際しましては、貴社ご自身のご判断でなされますよう、また必要な場合には顧問弁護士、顧問会計士などにご相談の上でお取り扱い下さいますようお願い致します。