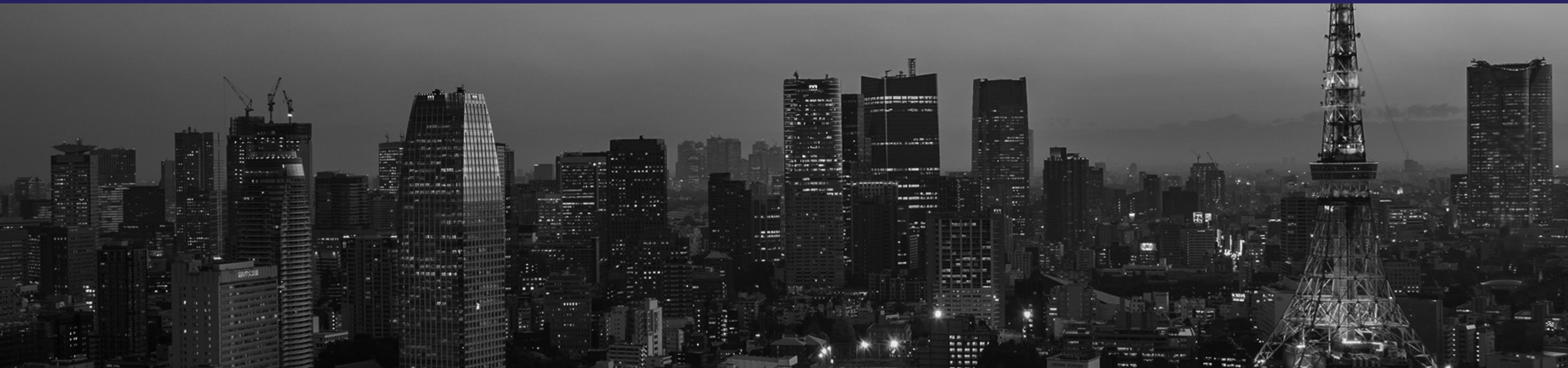




*Top Leaders*

# ビジネス文書の基本

株式会社トップリーダーズ：細谷 知司





# *Top Leaders*

---

## *Menu*

1. 目的を理解する
2. 「伝える」と「伝わる」
3. 基本の「型」を知る
4. 「質」よりも「数」

# 1. 目的を理解する



☑ ビジネス文書には必ず「目的」がある

⇒稟議、報告、記録（議事録）、連絡 etc...

☑ 目的によって文書の書き方に違いが出てくる

⇒しかし、しかし基本の「型」は概ね2つに集約される

## 2. 「伝える」と「伝わる」



# Top Leaders

---

☑ 「伝える」 という意識が示すもの

⇒主観的、自分目線、相手に対する配慮の欠如＝わかりにくい

☑ 「伝わる」 という意識が示すもの

⇒客観的、相手目線、相手に対する配慮＝わかりやすい

## 3. 基本の「型」を知る



# Top Leaders

☑ **「PREP 法」**：稟議書や企画書に適している「型」

**P**oint（主張）：伝えたいことの核心＝**結論ファースト**

**R**eason（理由）：本質的な理由

**E**xample（具体例）：具体例に基づく理由の詳しい説明

**P**oint（結び）：伝えたいことのくり返し＝結び



# Top Leaders

---

☑ **「SDS 法」**：報告書やプレゼン原稿に適している「型」

**S**ummary（主張）：伝えたいことの核心＝**結論ファースト**

**D**etail（詳細）：伝えたいことの詳細（ポイントに分けて）

**S**ummary（結び）：伝えたいことのくり返し＝結び

## 4. 「質」よりも「数」



# Top Leaders

---

☑ 多くの人々が犯す誤り = 「質」を追求する

⇒しかし、「伝わる」言葉は相手によって異なる

☑ 書く力を高めるために = 「数」を意識する

⇒書く経験の「数」、身につけている言葉の「数」