

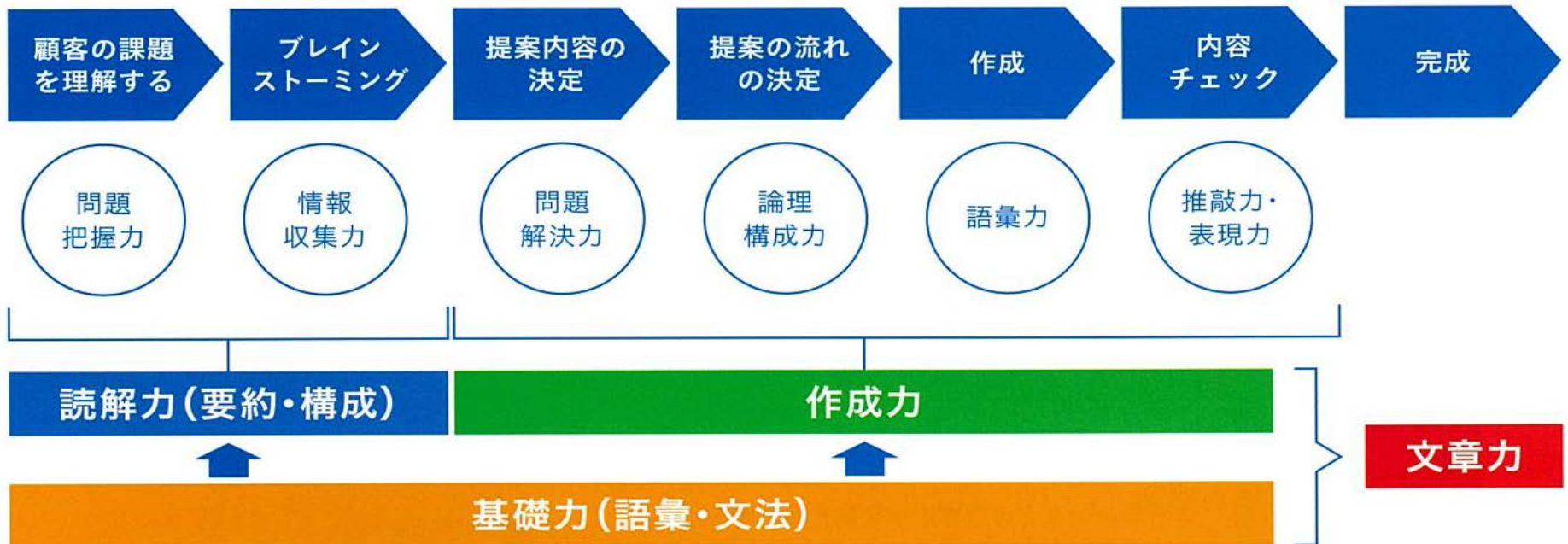
●文章検とは

文章は相手に自分の思いや考え、あるいは、重要な情報を伝達する手段です。的確に伝えるには、相手や場面を考えて、最も効果的な表現を考える必要があります。

「聞く」ことも「話す」こともコミュニケーションですが、コミュニケーションのトレーニングには文章を書く練習が効果的です。

「文章検」は「文章能力」を「基礎力」「読解力」「作成力」の3つの力に分類し、それぞれの知識・能力を測定します。

【例】提案書を作成する



● 部門ごと・階層ごとの企業課題

部門ごとに異なるお悩み

営業部門

商談や案件の報告書を読んでも、個別に確認しなければボトルネックがわからず、上司が支援できない。顧客ニーズが多様化し、複雑な提案になる。

企画部門

さまざまなデータから分析した結果や考察を、社内外の関係者にわかりやすく説明しなければならない。

管理部門

全社への通達文が形式的になる。多様な職級・立場の社員を動かす説得力のある説明・対応ができない。

技術部門

専門分野を知らない相手にわかりやすく説明しなければならない。製品・システムの質だけでなく、ドキュメントの質も求められる。

階層ごとに異なる課題

① 幹部層

経営会議では、担当事業の異なる各関係者が理解し納得できる報告・提案が必要。方針・戦略の意図を適切かつスピーディに管理職へ浸透させる。

② 管理層

自分の若手時代とは異なる環境で、多様な価値観の若手社員を育成しなければならない。暗黙知の形式知化が求められる。

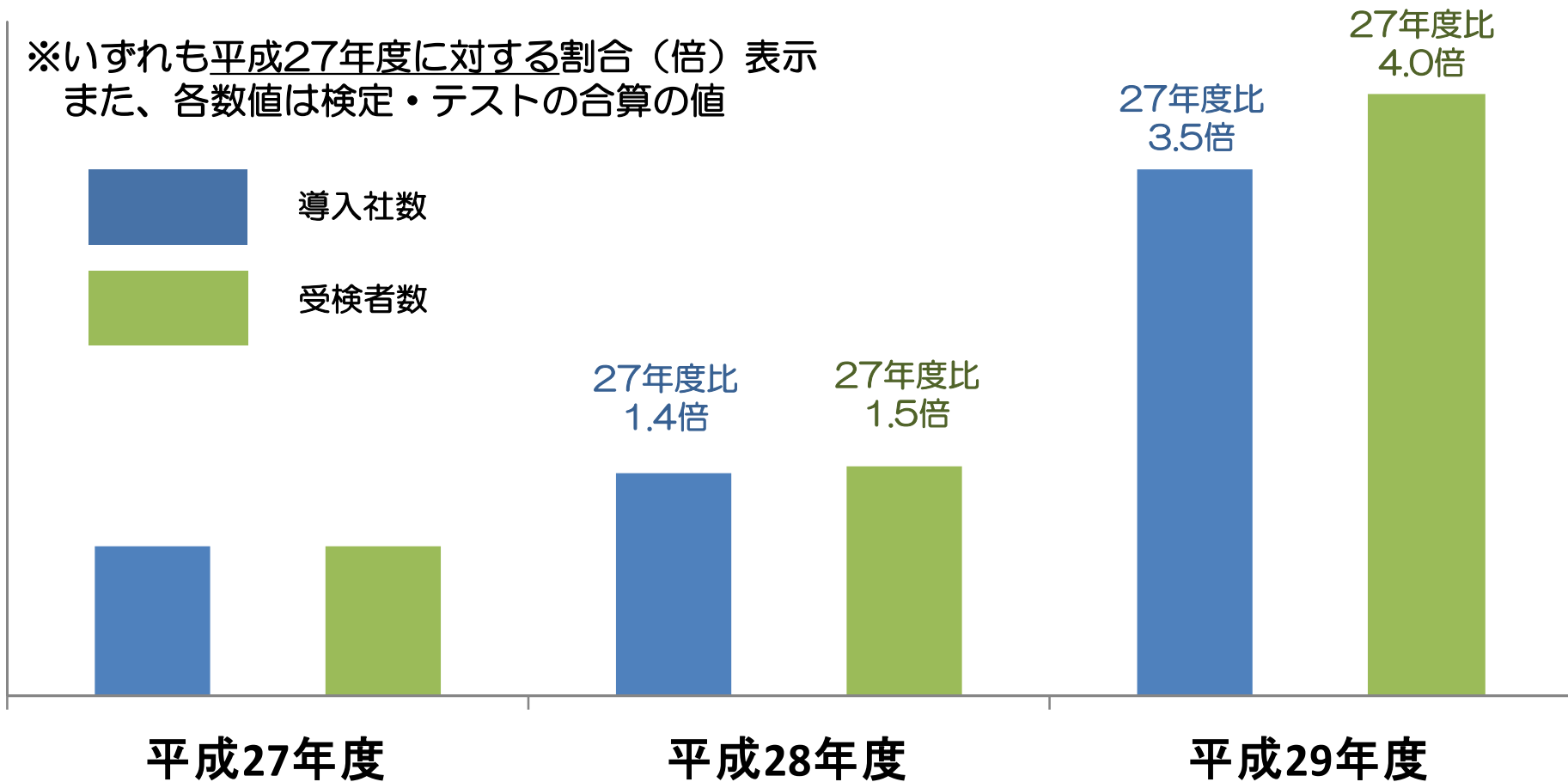
③ 若手層

わかりやすく的確な報告書やメールを書けるようになる。ビジネスにふさわしく失礼のない表現が求められる。

●企業 導入社数・受検者数推移

下図は、平成27年度から平成29年度までの過去3年間の導入社数・受検者数の伸びを示したものです。

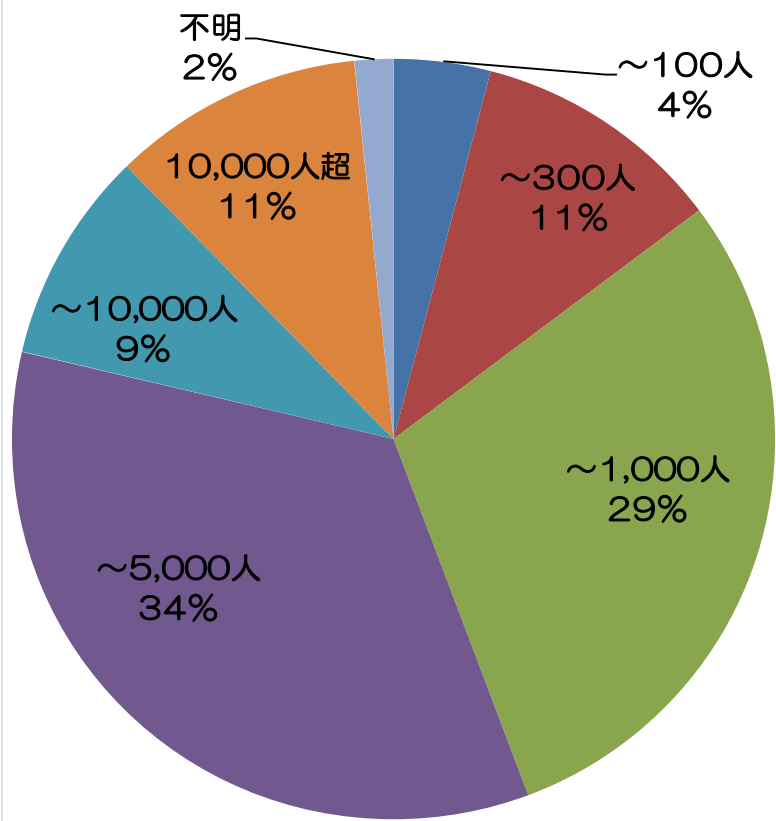
導入社数・受検者数は、文章力への重要性や課題感の高まりを背景に、大幅に増加しています。



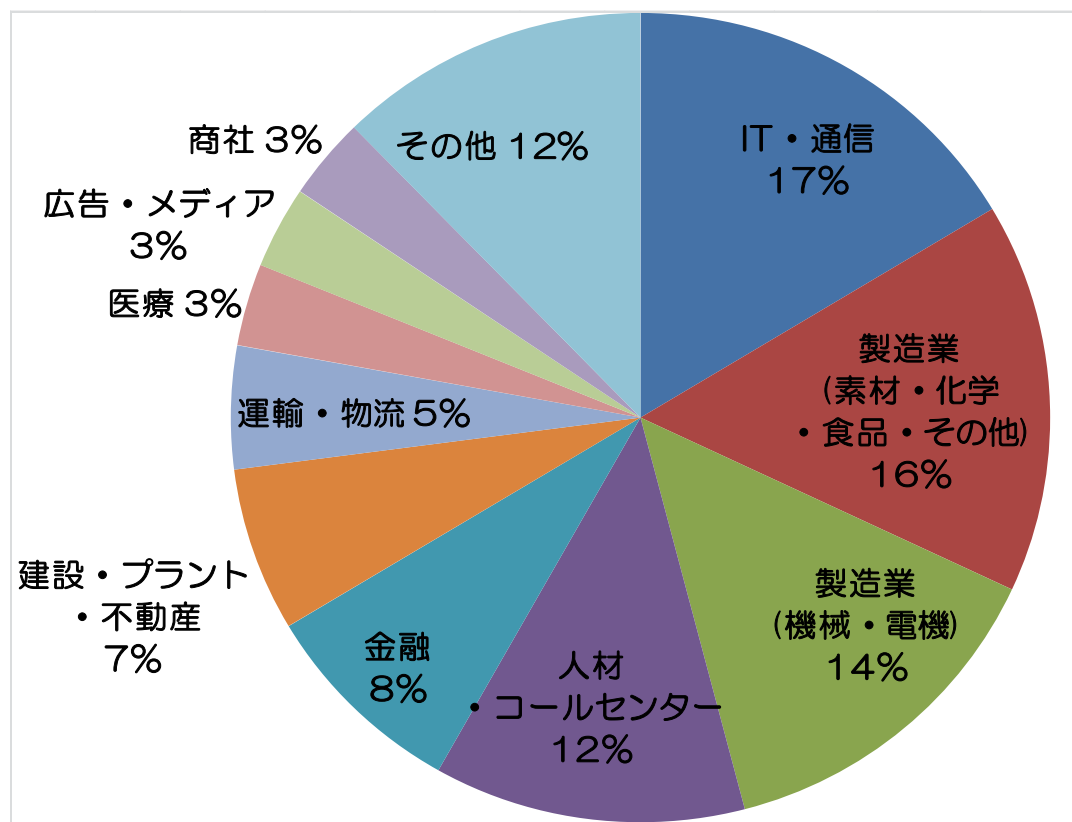
●直近のご導入企業の内訳

従業員規模・業種を問わず、様々な企業様に文章力向上の機会としてご活用頂いています。

<従業員数別>



<業種別>



※従業員数別・業種別円グラフは平成30年（1月～12月）のデータをベースに当協会が作成