



らない。
「文章は本当に時間をかけて考えました。当時は開業したてで暇でしたから(笑)。文は人を表すといいますが、私はまだ30歳をちょっと超えたくらいですから、人生経験もキャリアもありません。だったら若さ・親しみやすさを全面に押し出した自分らしさが伝わる文章表現ということを考えながら原稿を書きました」

とくく分かりにくい税理士業界だからこそ分かりやすさを心がけたと話す酒井氏。
「独立開業する前、6年半ほど市内の会計事務所まで働いていたときに、自分自身で感じたこと、お客様に聞いた話、クレーム、要望、感謝の声などを一度、整理して課題を解決してみようと考えました」
そして書き上げたのが、税理士の

酒井氏のホームページ
<はじめの方へ>のページの行間が詰まっている文章は「読みにくくて納得していない」と語る。<税理士の選び方>の文章の行間は開いて読みやすい。このわずかな違いに気づいた結果がこのホームページだ。
<http://www.1sakai.jp/>

選び方という稿だ。酒井氏がなぜ、このようなこだわりを持つに至ったのか。
「自分の言いたいことを的確に伝える」ということを大学の先生に徹底して教えられました。どうしたら相手に伝わる文が書けるようになるのか頭を悩ませました。ホームページの原稿も分かりやすく伝えようと考えただけです」
酒井氏のこだわりはメール、FAQにまで及ぶ。
「お客様に送るメールにもこだわっています。どうやったらお客様に伝わるかを考えて書いているとメール一本に30分かかります。また、FAQの送信状も、スーパードアインで、ちょっと濃い目に設定して送った方が先方が見やすいなど細かいことですが工夫しています」
相手に分かりやすく伝えようというただそれだけの思いがこのホームページを作った。ごく個人的なこだわりなのにもとられてしまうかもしれないが、実はかなり高いレベルの計算に基づいて構成されていることがよく分かる。酒井氏の事例は「伝わる文章」「分かりやすい表現」を形にするためのノウハウと言っても過言ではない。