

# part 2 メール編

平野友朗

## ルールとマナーを守って、 メールを使いこなそう

### @メールなしに仕事はできない

私が代表を務める一般社団法人日本ビジネスメール協会では、ビジネスメールの教育や指導者の育成を行っています。二〇〇七年から、毎年「ビジネスメール実態調査」を実施していますが、その回答からは、現代のビジネスコミュニケーション事情が見えてきます。

二〇一六年の調査では、仕事上のコミュニケーション手段のベストスリーは「メール」(九八・二二%)、「電話」(九一・〇六%)、「会う」(七五・九七%)で、次に「ファクス」(二九・〇五%)、ペーパーの「ビジネス文書」(二〇・一七%)が続きます。最もよく使われているのはメールです。今、名刺にメールアドレスがない人は皆無といってよいでしょう。

また、LINE(一五・九三%)、テレビ会議(一三・八九%)、Facebook(一〇・〇一%)などがビジネスコミュニ

ケーションの手段として使われるようになってきました。例えば、営業チームがLINEのグループをつくって情報を共有するといった使い方がされています。メールを当たり前に使いこなさず、その上でコミュニケーションの多様化が進んでいることが分かります。

### @メールのどこに不快を感じるか

では、仕事の現場では、一日にどのくらいのメールがやりとりされているのでしょうか。前述の調査によると、一日の平均受信数は約五五通(メルマガなどを含む)、送信数は約一二通。メールを一通作成するのにかかる平均時間は七分。返信までの時間は早まる傾向にあり、九三・九二%の人が「二四時間以内に返信している」と答えています。

これほど頻繁にやりとりされているにもかかわらず、ビジネスメールのルールやマナーについての教育はほと

んど行われていないのが実情です。見よう見まねで書き方を覚えたためか、七〇%強の人が自分のメールに不安を感じています。

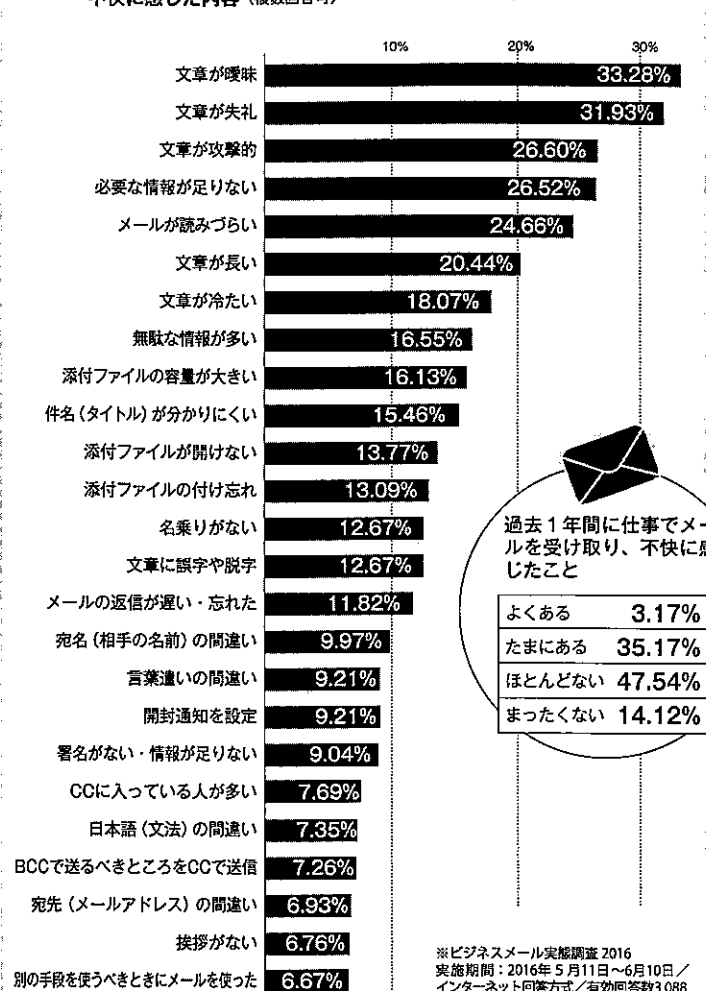
不安の内容を見ると、「正しく伝わるか」(七八・三五%)、「相手を不快にさせないか」(五九・〇八%)、「宛先が間違っていないか」(三九・一七%)などが挙げられています。

左のグラフは、ビジネスメールを受け取って不快に感じたことがある人(全体の約四割)に対して、不快に感じた理由を尋ねた結果です(上位二五位を紹介)。これによると、「文章が曖昧」「文章が失礼」「文章が攻撃的」「必要な情報が足りない」などが上位に挙げられています。友達へのメールなら、少々失礼でも分かりにくくても許してもらえますが、ビジネスメールはそうはいきません。件名が曖昧なメール、礼儀を欠いたメール、分かりにくいメールは、返事をもらうことはおろか、読んでもえられないかもしれません。

気づかず相手に不快にさせるメールを書いてはいけません。ビジネスメールに慣れていない新入社員はもちろん、書き慣れている人も、自分のメールを振り返り、ルールとマナーを復習しましょう。

### 不快なメール・その理由

不快に感じた内容(複数回答可)



過去1年間に仕事でメールを受け取り、不快に感じたこと

よくある	3.17%
たまにある	35.17%
ほとんどない	47.54%
まったくない	14.12%

※ビジネスメール実態調査2016  
実施期間：2016年5月11日～6月10日／  
インターネット回答方式／有効回答数3,088

失敗したときの  
メール文  
書きかけのメールを送ってしまったら、  
先ほど、作成中のメールを誤ってお送りしてしまいました。  
大変申し訳ございません。  
改めて、正式なものを送らせていただきます。

# ビジネスメールの「型」を覚える

## @堅過ぎず、砕け過ぎず

若い世代の人たちは、子どものころから携帯電話やスマホを使い、メールのやりとりで慣れています。だからといって、ビジネスメールが書けるわけではありません。「仕事のメールは友達とのメールとは違う」と意識し過ぎるあまり、ビジネス文書のような堅いメールを書く若い人も見受けられます。「ご連絡させていただきま

ます。メールにはメールの書き方があります。ビジネス文書の紋切り型のあいさつ「貴社、ますますご清栄のこととお慶び申し上げます」をそのまま使えば、「メールの書き方を知らないな」と思われてしまいます。

メールが使われ始めたころは、ビジネス文書の電子版のように扱われ、文書のフォーマットをそのまま使っているケースも多く見られました。しかし、メールがすっかり定着した現在では、ビジネスメールの型が出来上がっています。まず、その型を覚えてしましましょう。文書のように堅過ぎず、かといって砕け過ぎず、ビジ

ネスメールのルールとマナーを守った書き方を身につけることが、一人前のビジネスパーソンの条件です。

## @過不足なく、読みやすく

私はよくメールの研修を行います。いつも「見て情報を得られるメールを書こう」「心のこもったメールを書こう」とお話ししています。読みやすく、用件がしっかり伝わり、しかもビジネスマナーに合致したメールを書き、その上で「心」を伝えられれば、良好なコミュニケーションが図れます。これは、決して難しいことではありません。ビジネスメールの基本型を覚えてしまえばよいのです。

私がお勧めしているビジネスメールの型を、左ページに紹介します。この文例には、ビジネスメールに必要なパーツが全て盛り込まれています。用件を過不足なく伝え、すっきりと読みやすくレイアウトされています。これが、メールの「型」です。

それぞれのパーツが果たす役割や書き方を知っていれば、どんなメールにも応用が利き、自信を持ってメールが書けるはずです。

メールの基本構成	
送信者名：平野友朗（日本ビジネスメール協会）<info@businessmail.or.jp>	←送信者名
宛先：阿部太郎（ABC工業）<abe@abc.co.jp>	←宛先
Cc：萩原進（ABC工業）<hagiwara@abc.co.jp>	
Bcc：	
件名：4/10（月）の研修会の打ち合わせについて	←件名
添付：研修事例 2016.doc	
ABC 工業株式会社 総務部 部長 阿部太郎様 (Cc：萩原進様)	←宛名
日本ビジネスメール協会の平野です。	←名乗り
お世話になっております。	←あいさつ
次回のメール研修会お打ち合わせについて、 ご連絡いたします。 ご確認よろしく願いいたします。	←要旨・結論
■日程 4月10日（月）14：00～15：00 ■場所 貴社オフィス 第1会議室 ■内容 ・研修期間 ・研修内容の範囲と対象者 ・資料作成について	←用件
これまで行ってきた他社様での研修事例については、 添付ファイル（研修事例2016.doc）をご覧ください。	←詳細・内容
ご不明な点がございましたらお気軽にご連絡ください。 よろしく願いいたします。	←結びのあいさつ
..... 一般社団法人日本ビジネスメール協会 平野友朗 〒101-0052 東京都千代田区神田小川町2-1 KIMURA BUILDING 5階 03-5577-3210 (tel) 03-5577-3238 (fax) URL：http://businessmail.or.jp/ Mail：info@businessmail.or.jp .....	←署名
	←本文



## メールのメリット

- ①すぐに届く  
メールを書いて送信ボタンを押せば、相手の受信トレイに瞬時に届く。
- ②時間を選ばない  
送りたいときに送れて、見たいときに開封できる。
- ③場所を選ばない  
海外の出張先でも、いつもと同じようにやりとりができる。
- ④複数の相手に送れる  
宛先にアドレスを入れるだけで、複数の人に一度に送ることができ、仕事の効率は飛躍的に向上する。
- ⑤記録の検索が簡単  
デジタルデータを検索して、履歴を調べるのが簡単。言った言わないのトラブルになりにくく、決定事項の備忘録としても使える。
- ⑥送信コストがかからない  
電話のような通信コストも、郵便物のような送料もかからない。

## メールのデメリット



- ①送ったら取り消せない  
間違いメールも送信ボタンを押した瞬間に相手の元へ。手軽さ故にケアレスミスも生まれやすい。
- ②表現が無機質になりがち  
文字情報では表情も言葉の微妙なニュアンスも伝わらないので、無機質な印象を与えがち。
- ③時間・空間の共有ができない  
対面のコミュニケーションと違い、時間・空間を共有しないので、親近感や一体感が湧きにくい。
- ④反応が分からない  
会話と違って相手の反応や理解度がつかめないで、誤解が生じやすい。
- ⑤読まれているかどうか分からない  
これがメールの最大の落とし穴。届いていなかった、誤操作で削除された、見落とされたなどの理由で、相手に読まれない恐れがある。
- ⑥使えない相手もいる  
メールをたまにしか開かない人、入力が面倒で返信しない人など、メール嫌いやメールが苦手な相手には電話を使ったほうがよい。

# メールの特徴を知って適切に使う

## @メールのメリットとデメリット

メールが仕事の場で使われるようになったのは二〇年ほど前、ちょうど私が社会人になったころのことです。当時、仕事のコミュニケーション手段は電話が中心でした。職場では、上司や先輩が電話でやりとりする声飛び交っていました。

しかし、メールが普及してから、皆がパソコンに向かって黙々と仕事をしている職場が増えました。近くにいる上司や同僚とさえ、メールでやりとりする、電話で話せば二分で済む用件なのに、一〇分かけてメールを書く、といったことも起きています。メールに費やす時間が増え、最近のメール研修では、メール時間の短縮と効率化が大きなテーマになってきました。

メールは確かに優れたコミュニケーション手段ですが、メールにばかり頼らず、「電話」「会う」などの方法を時と場合に応じて適切に使い分けることが必要です。

左の表にまとめたように、メールには多くのメリットがある一方で、デメリットもあります。メリットとデメ

リットは表裏一体です。それを知った上で、適切な使い方をしましょう。

## @メールと文書はここが違う

ビジネスメールは、ビジネス文書とは明らかに違う性格を持っています。ビジネス文書の目的は情報を正確に伝えることで、文章が堅くても、無機質な表現でも、フォーマット通りに必要なことを正確に書くことがよしとされます。書き手が文書に「心」を込めたり、読み手への親近感を示したりする必要はありません。

しかし、メールは少し違います。初期のころはともかく、多くの人がメールを使いこなすようになった今、メールは「ビジネス文書を書く」というより「会って話す」感覚に近づいているように思います。

例えば、メールには即時性がありますから、儀礼的なあいさつより「今日は暑いですね」のほうが、相手の共感が得られる場合があります。もちろん相手との関係にもよりますが、この一言が好印象を与えれば、「この人とは、これからもうまくやっていけそうだ」と思っても

ただし、仕事の相手とどんなに親しくなっても、ビジネスメールはあくまでも会社の一員としての情報発信です。そのことを忘れず、誰に見られても恥ずかしくない節度のある書き方を心がけましょう。

失敗したときの



件名をつけずに送信してしまったら

先ほど、件名のついていないメールを送信してしまいました。大変申し訳ございません。迷惑メールとなっている可能性もあるかと思ひ、念のために再送させていただきました。ご確認、よろしくお願い申し上げます。

# ビジネスメールのルール&マナー



## 宛先は「TO」「CC」 「BCC」を使い分ける

メールを送りたい相手を、宛先に指定します。メールの送信画面の宛先には、「TO（宛先）」「CC（カーボン・コピー）」「BCC（ブラインド・カーボン・コピー）」の三種類があります。その違いをきちんと把握して、使い分けましょう。

「TO」には、メールを受け取ってほしいメインの受信者のアドレスを入れます。「あなたに送りますので、ご確認、返信をお願いします」という意味が含まれます。「CC」はメールの複写を意味し、「TO」に入れたメインの受信者とは別に、サブの受信者に同じ内容のメールを送信したいときに使います。「TO」の人に送った内容のコピーを念のために送るので、「ご確認ください」という意味になります。近年、「CC」の多さに悲鳴を上げている上司が少なくありません。何でもかんでも「CC」で送っておけば、上司に報告したことになるという考えなのかもしれませんが、合理的な理由がなければ、

安易に使うべきではありません。

もう一つの「BCC」は、「見えない複写」という意味です。「CC」と違って、「BCC」に入れたアドレスは、他の人の画面には表示されません。相互に面識のない複数の相手に送る場合や、同じメールを他の人にも送ったことが分かると都合が悪い場合には、有効な手段です。また、お客さまとのやりとりを、上司やプロジェクトチームのメンバーにリアルタイムで報告したいときなどにも、よく使われます。

返信時も、宛先には注意が必要です。返信ボタンには「送信者宛ての返信」と「全員に返信」の二種類があります。全員と情報を共有したければ、「全員に返信」を押します。「送信者宛ての返信」を押すと、その他の人との情報共有はそこでストップします。誰に返信すればよいのか、その都度考えて判断しましょう。



## 読んでもらうために 件名をきちんと書く

相手のメールの「受信トレイ」には、毎日たくさん

メールが届きます。その中で自分のメールを早く、確実に読んでもらうためのいちばんの方法は、的確な「件名」をつけることです。「お問い合わせ」「ご連絡」「はじめまして」「ありがとうございます」のような曖昧な件名では、開いてもらえないかもしれません。

的確に件名をつけるポイントは、次の三つです。

①二〇字程度で具体的に書く  
短か過ぎると用件を伝え切れず、長過ぎると読みにくくなりますから、適度な文字数で。

②5W1Hを意識する  
「日時」「場所」「誰」「何」「なぜ」「どのように」を整理して書くとい具体的になります。

③どうしてほしいのかを書く  
「～のお願い」「～のご提案」「～のお礼」など、件名にメールの目的を盛り込みます。特に部下が上司に送る際は「連絡」なのか「報告」「相談」「お願い」なのかをはっきりさせること。緊急な相談なのに件名を「～について」にすると、上司は「報告だろう」と後回しにしたり、読み飛ばしたりするかもしれません。



## 敬意を持って 正確に宛名を書く

件名を書いたら、本文を作成します。本文のパーツは



## 署名は第二の名刺と考える きちんと書く

宛名と同じくらい重要なのが末尾の自分の署名です。

署名は第二の名刺と考え、会社名、部署名、役職名、名前、郵便番号、住所、電話番号、ファクス番号、URL、メールアドレスを入れます。きちんと書かれていれ

失敗したときの



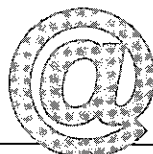
相手の社名や名前を間違えてしまったら

たびたびのメール、失礼いたします。

先ほどお送りしたメールで、〇〇様のお名前の文字を間違っておりました。

礼儀知らずも甚だしく、謹んでお詫びを申し上げます。

今後はこのようなことがないように注意いたします。



## 署名サンプル

## ●必要最小限の情報&lt;&lt;社外用&gt;&gt;

ABC電気株式会社 営業第一部 木村太郎  
〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂〇―〇―〇  
03-5784-〇〇〇〇 (tel) / 03-5784-〇〇〇〇 (fax)  
URL: http://abc-〇〇〇.jp/  
Mail: Kimura@abc-〇〇〇.jp

## ●必要最小限の情報&lt;&lt;社内用&gt;&gt;

営業第一部 木村太郎  
TEL: 03-5784-〇〇〇〇 (内線: 148)  
FAX: 03-5784-〇〇〇〇  
Mail: Kimura@abc-〇〇〇.jp

## ●商品情報などを載せた場合&lt;&lt;社外用&gt;&gt;

■11月30日までにお申込みいただくと、40% OFF  
詳細はこちら! <http://abc-〇〇〇.jp/special>

ABC電気株式会社 営業第一部 木村太郎  
〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂〇―〇―〇  
03-5784-〇〇〇〇 (tel) / 03-5784-〇〇〇〇 (fax)  
URL: http://abc-〇〇〇.jp/  
Mail: Kimura@abc-〇〇〇.jp

## 件名サンプル

## ●打ち合わせ・スケジュール

4月10日(月)の打ち合わせについて  
アポイントの詳細と弊社所在地のお知らせ  
次回の〇〇企画の打ち合わせについて

## ●報告・確認・相談

〇〇様の課題についてご質問  
〇〇様の打ち合わせの件  
〇〇様の販促会議(4/4)の議事録

## ●提案・お願い・依頼

貴社製品の販売ルートを広げること  
今後の対応についてお願い

## ●見積もり・受発注

正式なお見積もり作成のお願い  
〇〇(商品名)ご注文のお礼  
商品発送のお知らせ(中型・白・300セット)

## ●納期・コスト調整・支払い

〇〇商品の納品期限確認の件  
パッケージ費用の改定について  
【再送】領収書の発行依頼

## ●クレーム・お詫び

納品物の数量が異なります  
請求書のミスに関するお詫びと訂正  
商品の破損のお詫び

## 宛名一覧

## ●役職が分かる場合は書くほうが丁寧

→ ABC機器株式会社  
代表取締役 鈴木太郎様

## ●部署名、担当者名が不明

→ ABC機器株式会社御中

## ●担当者はいるはずだが、部署名が不明

→ ABC機器株式会社  
営業ご担当者様

## ●相手が多過ぎる場合やグループ名が明確なときに

→ プロジェクトメンバー各位

## ●社内や、「各位」より親しみを込めたい場合

→ 営業部の皆様

## 使ってはいけない「機種依存文字」

## ●半角文字

半角カタカナ  
(アイエオ) (ガキゲグ) (バビブベボ)  
(、。」「・) など

## ●丸付き文字

① ② ③ ④ ⑤ など

## ●ローマ数字

I (i) II (ii) III (iii) IV (iv) V (v) など

## ●省略文字

(株) (有) ㊦ ㊧ ㊨ ㊩ など

## ●単位記号など

㏞ ㏟ ㏠ ㏡ ㏢ ㏣ ㏤ ㏥ ㏦ ㏧ ㏨ ㏩ など  
mg kg mm cm km m など

用件を分かりやすく伝える  
7つのルール

ば、相手の信頼感が増します。  
署名欄には一〜二行の情報を付け加えてもよいでしょう。ある不動産会社の営業マンが、電話番号に続けて「〇時〇時までは電話連絡を受け付けています」と書いたところ、受注件数が飛躍的に増えたそうです。私も、折にふれて「三月に〇〇という本を出版しました」などと、簡単なインフォメーションを添えています。  
ただし、社内メールの場合はもっと簡単な署名にします。大きな企業では、部署名や内線番号が必要ですが、同じフロアの人や頻繁にメールのやりとりをしている相手には、名前とメールアドレス程度の方が、親近感が増します。複数のパターンの署名を用意し、送り先によって使い分けるとよいでしょう。

本文を書くときに守りたいルールは、次の七つです。

## ①テキスト形式で書く

文字のサイズやフォント、色などの情報を盛り込めるHTML形式では、装飾した内容が適切に表示されない場合があります。

## ②一文を短くする

一つの文を短く(三〇〜五〇字)します。また主語と

述語の関係を明確にし、一文が一つの内容を表すようにします。余計な修飾語はつけず、つける場合は何が何を修飾しているのかを明確にします。

## ③五行以内で一行空ける

あいさつ文を書いたら一行空け、文章は三〜五行のブロックに分け、間を一行空けると読みやすくなります。

## ④一行の文字数は二〇〜三〇字程度に

読みやすくするために適宜改行し、一行二〇〜三〇字に抑えます。

## ⑤読点を打つ

読点が少ないと、読み間違いの原因になります。意味の区切り目などを中心に、読点を打ちます。

## ⑥記号やけい線を使う

文章でだらだら書くよりも、○●■□などの記号を使って箇条書きにしたほうが読みやすく、意図が明確に伝わります。また、内容が変わる場所にけい線を使うことも有効です。視覚的にすっきりさせるように心がけましょう。

## ⑦機種依存文字や顔文字は使わない

「文字化け」の恐れのある機種依存文字や、半角カタカナ文字は、使わないのがルールです。左ページに挙げた「機種依存文字」を参考にしてください。

ビジネスメールでは、顔文字や(笑)(泣)などの記号も使いません。

## @感謝・お礼

ありがとうございます。  
大変感謝しております。  
誠にありがとうございます。  
大変助かります。  
ご理解いただき、ありがとうございます。  
ご配慮、ありがとうございます。  
〇〇様のおかげです。

## @承諾

確かに承りました。  
承知いたしました。  
お役に立てれば幸いです。  
かしこまりました。  
かなり厳しいご依頼ですが……  
ほかならぬ〇〇様からのご依頼ですので……  
ご事情はよく分かりました。今回に限り……

## @結びのあいさつ

## ●一般的な結び

以上、よろしくお願いいたします。  
今後とも、よろしくお願いいたします。  
ご指導ご鞭撻のほど、お願いいたします。(かしこまったときに)  
上記の件、ご報告いたします。  
用件のみで失礼いたします。  
早速のご連絡ありがとうございます。

## ●返事を促す

ご連絡お待ちしております。  
お手数ですが、ご確認の上、返信をお願いいたします。  
お返事をお待ちしております。  
もしご興味がございましたら、ご返信ください。  
ご不明な点がございましたら、お気軽にお問い合わせくださいませ。

## ●何らかの対応を期待する

ご対応のほど、よろしくお願いいたします。  
お手数ですが、〇〇をご確認の上、至急ご対応をお願いいたします。  
以上、お手数をおかけしますが、ご検討よろしくお願いいたします。  
ご検討のほど、よろしくお願いいたします。  
何とかご検討いただけますよう、よろしくお願いいたします。  
ご協力、よろしくお願いいたします。  
詳しい企画内容を一度お持ちしたいのですが、ご都合はいかがでしょうか。

## ●次回もこちらから連絡する場合

では、またご連絡いたします。  
～次第ご連絡させていただきます。今しばらくお待ちくださいませ。

## ●お礼メールの締めに

取り急ぎ、お礼まで。  
取り急ぎ、〇〇のお礼とさせていただきます。

## @名乗り

〇〇商事（〇〇部）の〇〇と申します。  
〇〇株式会社で〇〇を担当しております〇〇と申します。  
先日〇〇様のセミナーでお会いした〇〇です。  
〇〇様のご紹介でメールさせていただきました、〇〇と申します。  
〇〇です。

## @書き出しのあいさつ

## ●一般的なあいさつ

いつも大変お世話になっております。  
お久しぶりです。  
ご無沙汰しております。  
おはようございます。(親しい場合に)  
平素は格別のご支援を賜り、厚く御礼申し上げます。(かしこまったときに)  
お疲れさまです。(社内で)

## ●内容の説明を兼ねたあいさつ

〇〇について確認をさせていただきます。  
今日は、〇〇の件でご連絡いたしました。

## ●ファーストコンタクト

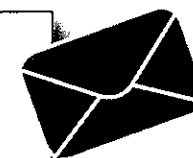
初めてご連絡をいたします。  
〇〇の件で、問い合わせをさせていただきました。

## ●やりとりをしているときに

早速のご連絡（ご回答）ありがとうございます。  
先日は急な依頼にもかかわらず、ご対応ありがとうございました。  
先日は、お忙しいところお時間をいただき、ありがとうございました。

## @お願い・依頼

〇〇をお願いできないでしょうか。  
至急〇〇いただけないでしょうか。  
ご検討（ご協力）のほど、よろしくお願いいたします。  
お手数ではございますが、〇〇をお願いできませんでしょうか。  
ご無理を承知で申し上げますが……  
無理は重々承知しておりますが……  
今日は、お伝えにくいことなのですが、一つお願いがあり、このようなメールを書かせていただきました。



今すぐ使えるメール表現