

経営 Q & A

相談に答える人

有限会社 エルム・プランニング

文章コンサルタント 堀内 伸浩

ビジネスメールの基礎知識

Question

文房具のメーカーを営んでいます。最近、ホームページを開設したことから、電子メール（以下「メール」といいます）を使った商談が増えてきています。しかし、これまでビジネスでメールを使ったことがなかったので、メールを作成・返信する際には「体裁に問題はないか」「文章が長過ぎはしないか」「相手の心証を害するのではないか」など、いろいろなことが気になり、その分時間もかかってしまいます。ビジネスメールのマナーや、ビジネスを成功に導くポイントなどについて教えてください。

Answer

今やビジネスに不可欠なツールとなったメールですが、実際にはマナーを無視したものが少なくありません。また、なかには趣旨が伝わらないものや、ビジネスメールとしてはふさわしくない表現のメールもあり、結果としてビジネスがうまくいかなかったり、相手の心証を害したりというケースもあります。

その原因の多くは、メールを自己流で書いているからです。きちんとしたマナーを知れば、メールはそれほど難しくはありません。また、ポイントを押さえた表現にすれば、相手に良い印象を与えることもできます。

ここでは、メールを作成・送信する際に押さえておきたいマナーと、ビジネスを成功に導くポイントについて解説していきます。

メールのメリット・デメリット

メールは非常に便利なツールですが、デメリットもあります。したがって、その特性をよく理解した上で、メールを使いこなす必要があります。以下にメールのメリット・デメリットを挙げてみました。

メリット	デメリット
<ul style="list-style-type: none">● 低コストである● 24時間いつでも送れる● 複数の人に同時に送れる● 返信、転送、引用が簡単にできる● 書ける文字数に制限がない● ファイルを添付できる● HPやブログにリンクが張れる● 知らせたことの証拠が残る	<ul style="list-style-type: none">● 読まれているかどうか、返事が来るまでわからない● スピーディーなやりとりが難しい● それなりの文章力が要求される● 表現がまずいと誤解を招く恐れがある● 証拠が残ってしまう

この中で、特に問題なのがデメリットの部分です。メールは、使い方によっては「諸刃の剣」ともなりえますので、ルールやマナーをよく理解した上で、活用するよう心掛けて下さい。

メールのルールとマナー

ここでは、メールを作成・送信する際に、最低限押さえておきたいルールやマナーについて解説します。

ルール&マナー : 「送信者名」は漢字にする！

送信者名（差出人）を「horiuchi nobuhiro」のようにローマ字にしたり、「info@elm-p.com」のようにメールアドレスのままにしたりしている人がたくさんいます。しかし、これではパッと見たときに誰から来たメールなのかが分かりません。また、最近は英語のスパムメール（迷惑メール）が多いため、送信者名がローマ字だと、スパムメールと間違えられて削除されてしまう危険性もあります。

そうならないためにも、送信者名は【堀内伸浩】のように漢字にするようにしましょう。また、【堀内伸浩 / (有)エルム】のように会社名を入れると、より分かりやすくなります。

< 送信者の例 >

件名	送信者	受信日時
📧 7月5日の取材の件	【堀内伸浩】	2008/07/31 15:46
📧		2008/07/30 17:01
📧 調査月報(8月号)	kawakusu@leader-	2008/07/12 14:24
📧 おめでとうございます!	okuyama@jichou...	2008/06/10 13:23
📧 堀内様 お届けします	matsubaranaoki	2008/05/07 07:36

分かりづらい

ルール&マナー : 「件名」は具体的に!

メールにおいて、送信者名と並んで重要なのが件名です。理由は、受け取ったメールを見る際に、「誰からのメールなのか?」に加えて、「どういう内容のメールなのか?」という2つの要素で、開封する優先順位を付けている人が多いからです。つまり、件名の付け方がマズいと、後回しにされてしまう危険性があるわけです。

では、具体的にどう書けばいいのかというと、「こんにちは」「ご相談」「重要なご連絡」といった漠然としたものではなく、「5月10日の打ち合わせの件」「第3回会議日程変更のご相談」のように、数字や日付の入った具体的な件名にするのがコツです。

< 件名の例 >

件名	送信者	受信日時
📧 7月5日の取材の件	【堀内伸浩】	2008/07/31 15:46
📧		2008/07/30 17:01
📧 調査月報(8月号)	kawakusu@leader-	2008/07/12 14:24
📧 おめでとうございます!	okuyama@jichou...	2008/06/10 13:23
📧 堀内様 お届けします	matsubaranaoki	2008/05/07 07:36

ルール&マナー : 「宛先」には敬称を付ける!

アドレス帳に登録してあるデータから宛先を指定する場合には注意が必要です。というのは、相手のメールアドレスを「田中一郎」と敬称を付けずにアドレス帳に登録していると、相手の宛先欄にも「田中一郎」と表示され、心証を害してしまう恐れがあるからです。

したがって、相手のメールアドレスを登録する際には、「田中一郎様」のように、敬称を付けて登録しておきましょう。なお、宛先の欄に相手のメールアドレスを直接入力したり、相手から来たメールに対して、返信機能を使って送信したりする場合は、そのままでも構いません。

件名	送信者	受信日時
8月2日の約束の件	【国金太郎】	2008/07/31 18:01
7月5日の取材の件	【堀内伸浩】	2008/07/31 15:46
調査月報(8月号)	kawakusu@leader-	2008/07/12 14:24
おめでとうございます!	okuyama@jichou...	2008/06/10 13:23
堀内様 お届けします	matsubaranaoki	2008/05/07 07:36

送信者：国金太郎 宛先：堀内伸浩
 件名：8月2日の約束の件

敬称を付けないと、
こうなる！

ルール&マナー : 相手の社名、役職名等は省略せずに書く！

メールには宛先欄があるからという理由で、本文には相手の会社名や名前を書かない人がいますが、これはマナー違反。本文の一番最初には必ず、相手の会社名、部署名、役職名、名前を書くようにしましょう。

なお、相手が何度もやりとりしている人で、相手との間に「本文の最初の宛名は省略しよう」という合意ができている場合は、その限りではありません。

ルール&マナー : 挨拶文を入れ、自分の名前を名乗る！

メールを開くと、いきなり用件から始まっているメールをたまに見かけますが、これもマナー違反です。いきなり用件から入るのではなく、「はじめまして」「いつもお世話になります」「ご無沙汰しております」「先日はありがとうございました」といった前文を必ず入れるようにしましょう。ちなみに、手紙に書くような「拝啓 貴社ますます～～～」といった堅苦しい挨拶文は、メールの場合は不要です。

さらに、前文のあとには、「有限会社エルム・プランニングの堀内伸浩です」のように、自分の名前を名乗ることも忘れずに。送信者名に書いてあるからいいということではなく、きちんと名前を名乗るのがマナーです。

ルール&マナー : 1行の文字数は最大35文字! 3~4行ごとに1行あける!

最近は少なくなりましたが、以前は改行がほとんどなく、行間も空いていないギュウギュウ詰めメールを送ってくる人がたくさんいました。このようなメールは相手の読む気をそいでしまう可能性がありますので、以下の点に注意して読みやすいメールにしましょう。

- 1つの文章の長さは最大60字を目安とする
- 1行の文字数は最大30~35文字にする
- 1つの文をキリのいいところで改行する
- 3~4行ごとに1行空ける
- 箇条書きや罫線、記号を上手く活用する
- 1回のメールの長さは1スクロールで読める40行以内が理想

ルール&マナー : 末文で締めくくる!

メールの最後は「今後ともよろしくお願いたします」のような結びの挨拶で締めくくることがマナーです。状況に応じて、「お手数をおかけいたしますが、ご連絡のほどよろしくお願いたします」や「ご連絡お待ちしております」「以上、取り急ぎご連絡申し上げます」など、使い分けることも大切です。

ルール&マナー : 必ず署名を入れる!

電子メールの最後には、署名を入れます。名刺交換している相手だからということで、署名を入れない人もいますが、相手が電話をしたい(FAXを送りたい)と思ったときに、メールの署名にその番号が書いてあれば、いちいち名刺を取り出さなくてもすむので、すごく便利なわけです。

署名に入れる項目は、「会社名」「部署名」「役職名」「名前」「郵便番号」「住所」「電話番号」「FAX番号」「メールアドレス」「ホームページURL」などです。

<署名の例>

有限会社エルム・プランニング
代表取締役&文章コンサルタント/堀内伸浩
<http://www.elm-p.com>
info@elm-p.com
TEL 048-480-5702 / FAX 048-480-5704
〒352-0016 埼玉県新座市馬場1-9-10

『名刺ブログ』
<http://cplus.if-n.biz/5000509/>
無料メルマガ「書く マーケティング」<まぐまぐ殿堂入り>
<http://www.mag2.com/m/0000124205.htm>

ビジネスを成功に導くメール術

以上、メールを作成・送信する際のマナーやルールなど基本的な事項について解説してきましたが、ここからはステップアップして、ビジネスを成功に導くテクニックをいくつかご紹介していきます。

テクニック : 追伸を有効活用する

手紙に追伸を入れる人は多いですが、メールに入れている人はほとんどいませんので、これを有効活用すれば、相手に好印象を与えることができます。

例えば、「追伸 暑い日が続いておりますので、くれぐれもご自愛ください」といった相手を気遣う一文や、「追伸 お役に立ちそうなサイトを見つけましたので、参考までにURLを書いておきます」など相手にとって役立つ情報などを添えるといいでしょう。

テクニック : 返信はスピーディーに

メールの返信はできるだけスピーディーに行うのが、成功のポイントです。ただし、返事を書くのに、いろいろ調べたり、上司に相談したりしなければならない場合もあるでしょう。しかし、そんな場合でも、「メールを受け取りました」という返信だけは、スピーディーにすることが重要です。メールを送った相手は、返事が来ないとイライラしているからです。

一方、自分からメールを送る場合で、必ず返事が欲しい場合は、その旨をメールに書きましょう。その際のポイントは、以下の3点です。

- 「 月 日までに」という期限を入れる
- 「会場の手配の関係上」といった期限を設ける理由を書く
- 「2日以内に返事をください」といった高飛車な表現はしない

以上を踏まえると、

「お手数ですが、会場の手配の関係上、7月8日までに出席のご連絡をいただくと幸いです」

といった表現になります。

テクニック : 分かりやすく、簡潔に書く

ビジネスメールでは回りくどい表現は禁物。とにかく、わかりやすく、簡潔に書くことを心がけましょう。具体的には、「お受けしないわけではない」という二重否定は使わずに、「お受けします」とストレートに書くといったことです。

また、アポイントを入れるときなど、「8月1日(金)の午後1時に、JR池袋駅から徒歩2分のところにあるホテルの1階ラウンジで待ち合わせということではいかがでしょうか?」というように、ダラダラと書くと分かりづらくなりますので、以下のように箇条書きを使うようにしましょう。

「次回の打ち合わせの件ですが、以下でいかがでしょうか?

- ・日時：8月1日(金)午後1時
- ・場所：ホテル の1Fラウンジ

さらに言えば、これにホテルの地図のURLが書いてあると完璧です。

テクニック : 用件を先にいう

ビジネスメールでは、最初に用件を書くことが重要です。「さて、本日はお願いがあってメールいたしました」「さて、本日はご相談したいことがあってご連絡させていただきました」といったように、最初に用件を書くと、このメールの趣旨が一目でわかりますので、相手も理解しやすくなります。

テクニック : 1メール1用件にする

1つのメールに、2つも3つも用件が書かれていると、受け取った方は対処に困りますし、忘れてしまう確率も高くなります。したがって、メールを作成する際は、必ず1メールにつき1用件とするようにしましょう。

送信ボタンを押す前に

最後に、メールの送信ボタンを押す前にチェックしたいポイントをまとめておきました。パソコンの前に貼るなどしてご活用ください。

相手のメールアドレスは間違っていないか？
宛名に敬称はついているか？
送信者名は漢字になっているか？
件名は具体的になっているか？
本文の最初に相手の名前は書いたか？
挨拶文はきちんと入っているか？
自分の名前は名乗っているか？
読みやすいレイアウトになっているか？
署名は入っているか？
誤字脱字や変換ミスはないか？
添付ファイルは付けたか？

以上、簡単ではありますが、ビジネスメールを作成・送信する際のマナーや、ビジネスを成功に導くためのポイントについて解説してきました。ビジネスでメールを活用する際に、本稿を参考にしていただければ幸いです。

堀内 伸浩（ほりうち のぶひろ）

（有）エルム・プランニング代表取締役 / 文章コンサルタント

有限会社 エルム・プランニング

住 所：埼玉県新座市馬場1-9-10

TEL：048-480-5702

E-mail：info@elm-p.com

URL：<http://www.elm-p.com/>

1965年元旦生まれ。奈良県出身。同志社大学卒業後、食品メーカー、企画編集会社を経て、30歳でマーケティングライターとして独立。現在は、主に中小企業や個人事業主を対象としたチラシDM文章添削塾を主宰する傍ら、さいたま市産業創造財団のチラシDM相談員、企業のビジネスメール研修講師などを務めている。主な著書に『「書く」マーケティング』『書いて売れ！』『あたりまえだけどなかなか書けない文章のルール』

『ビジネスが加速する！すごい名刺』『最初の3秒で心をつかむビジネス文章術』『成功する！「ビジネスメール」入門』などがある。