



イラッとされない

ビジネス
メール

日本ビジネスメール協会
代表理事

平野友朗 監修
Tomoaki Hirano

○正解 ×不正解 

はじめに

▶ じつに4割以上の人が仕事のメールでイラッとしている

突然ですが、あなたは仕事のメールで、こんなことで悩んだことがありますか？

- ・ お願いのメールをしたら、相手からなかなか返事が来ない
- ・ 返信が来たと思ったら、なぜかずいぶん怒っている
- ・ メールをした取引先が、その後よそよそしい態度を取る

もしかしたら、それらはすべて、あなたのメールが相手をイラッとさせているからかもしれません。

私、平野友朗は、一般社団法人日本ビジネスメール協会の代表として、ビジネスメールの研修やコンサルティングを行なっています。研修の回数は、毎年100回以上に上ります。

また、2007年から「ビジネスメール実態調査」を実施してきました。これは、仕事でメールを使っている人を対象に行なっている、日本で唯一のビジネスメールに関する継続した調査です。

本書の内容は、「ビジネスメール実態調査 2016」の全回答者 3088 人の中から、「役職者たちはメールについてどう感じているのか？」を調べるために、約 1000 社の役職者をピッ

クアアップし、再集計したものがもとになっています。

再集計の結果、「過去1年間に仕事でメールを受け取り、不快に感じたことがある人が45.06%いる」ということがわかりました。つまり、4割以上もの人が仕事のメールでイラッとしているのです。

▶メール1本で信頼も仕事も失ってしまう！

それだけでも心配なのに、さらに怖いのが不快感を指摘しない人が78.72%という事実です。つまり、不快感を相手に伝える人は少ないということ。

もし電話中に相手を怒らせたと思ったら、すぐに謝ることができます。対面での打ち合わせなら、相手が不満な素振りを感じ取ることもできるでしょう。

けれど、メールではそれが不可能です。相手がイラッとしていることに気づかないままになっている可能性のほうが高いのです。

あなたが送ったメールが、知らず知らずのうちに、相手をイラッとさせているかもしれない。

その結果として、人間関係がギクシャクしたり、評価を下げられたり、クレームに発展したり、取引を考え直されたりするかもしれません。

書き方・送り方によっては、信頼も仕事も一気に失ってしまうかもしれないのが、メールの怖さなのです。

ちょっと脅かしすぎてしまったでしょうか？

でも、安心してください。重要なコミュニケーション手段のメールであっても、**相手を不快にさせない書き方・送り方**を学ぶことで、よりよい人間関係を築き、スムーズに仕事を進めることができます。

▶本書の構成

本書の構成は、以下のようになっています。

PROLOGUE では、先ほども引用した「ビジネスメール実態調査」にもとづき、まずは「**メールを受け取る人がイラッとする代表的なポイント**」を紹介します。

CHAPTER 1 では、「**メールの書き方・送り方の基本**」をていねいに解説します。ここだけ読んでも最低限のマナーは身につきます。

CHAPTER 2 では、件名の書き方や添付ファイルの注意点など、「**メール本文を書く前の準備**」について扱います。

CHAPTER 3 では、「**わかりやすい本文の書き方**」について学びます。

CHAPTER 4 では、「**イラッとする表現を避けるための注意点**」をわかりやすく説明しています。あいまいな文章のメールは、特に相手をイラッとさせるので、注意が必要です。

CHAPTER 5 では、「**印象のよいメールを書くための気づかい・心づかい**」についてまとめています。

また付録として「**シーン別の文例集**」を収録しています。

▶現場の声に学んで「正解」を身につけよう！

本書は仕事の現場でのメールの利用実態を明らかにした調

査がもとになっています。日々、仕事でメールをやりとりしている、現役のビジネスパーソンの実態が反映された、実践的な1冊といえるでしょう。

ビジネスメールは、どうしても「自己流」になりがちです。もちろん、普段相手からもらったメールを見て学ぶのも大事ですが、その前にまず本書で体系的な「ビジネスメールの正解」を身につけてください。

正しい書き方・送り方を身につければ、メールはあなたの仕事にとって、力強い武器になるはずです。

平野友朗

約1000社の役職者たちが明かした
不快に感じるポイント

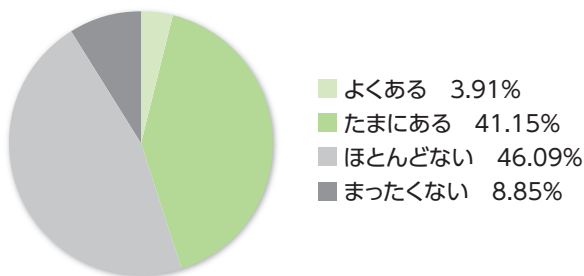
ビジネスメール実態調査2016

(一部抜粋)

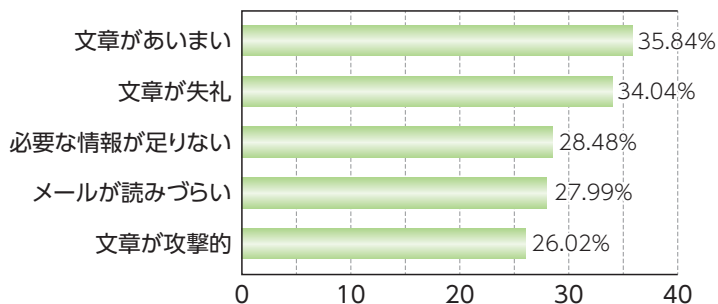
仕事で使うメールの利用実態を明らかにすることを目的として、一般社団法人日本ビジネスメール協会が実施した調査結果です。

この調査の全回答者(3088人)の中から、約1000社の役職者たちの回答を再集計しました。

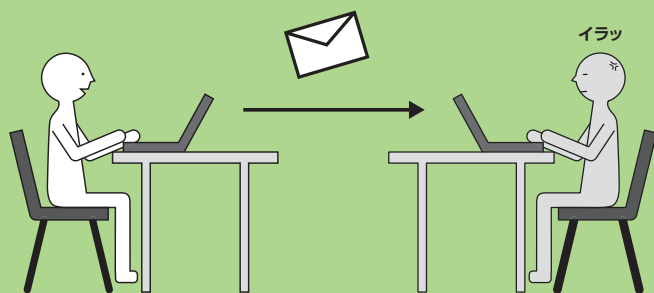
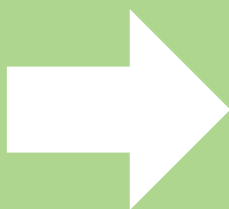
▼過去1年間に仕事でメールを受け取って不快に感じたこと



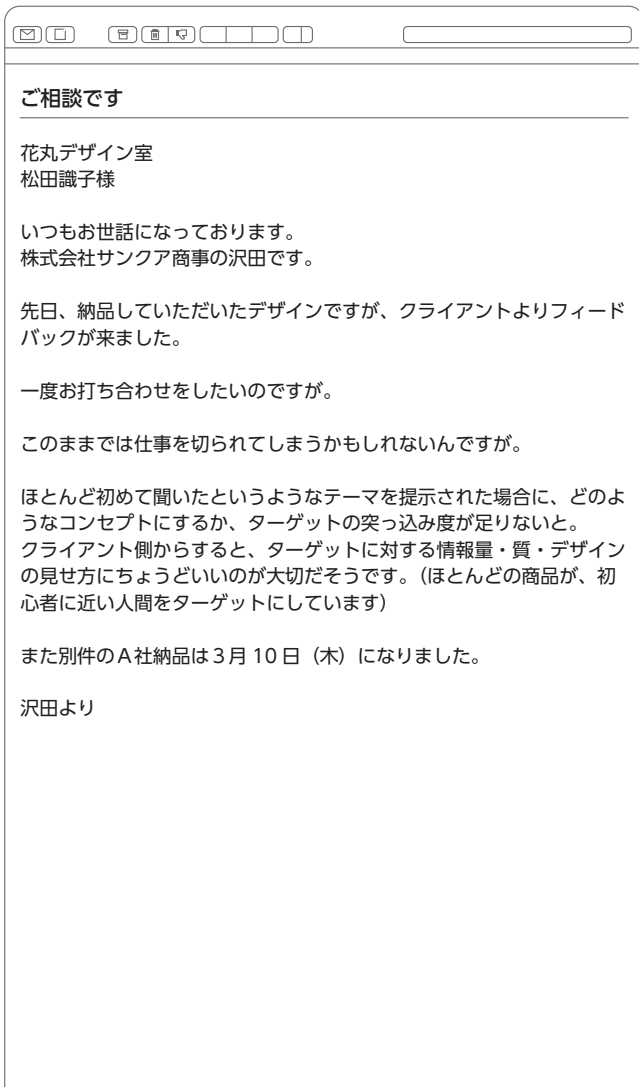
▼不快に感じたことベスト5



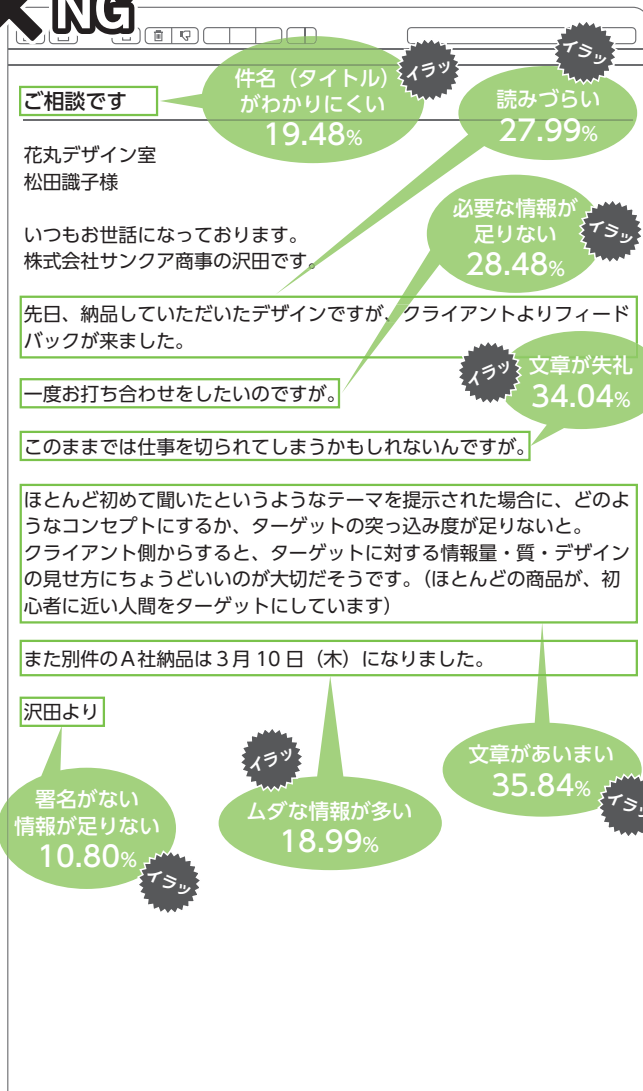
右ページのメール、
どこがイラッと
させるのでしょうか？



CHECK!



INTRODUCTION
これがイラッとするメールの具体例です！



※パーセンテージは、約1000社の役職者たちの回答結果より



用件がはっきりわかる
→96 ページ

今後のデザイン制作についてお打ち合わせのお願い

花丸デザイン室
松田識子様

改行して読みやすくする
→132 ページ

いつもお世話になっております。
株式会社サンクア商事の沢田です。

やらかい表現を使う
→149 ページ

先日、納品していただいたデザインについて、
クライアントからのフィードバックをいただきました。

今後も引き続きクライアントとの良好な関係を築くため、
クライアントの評価について貴社と共有したく存じます。

来週、お打ち合わせの時間をいただけますでしょうか。

以下の日時でご都合のよい日があればご指示ください。
場所は貴社でいかがでしょうか。

- 3月28日（火） 10:00～13:00
- 3月30日（木） 13:00～17:00
- 3月31日（金） 9:00～12:00

選択肢を提示する
→112 ページ

クライアントからの評価から感じた「高評価のポイント」は、
「ターゲットをどれだけ明確に定め、
それにふさわしい内容を提案できるかどうか」のようです。

詳細についてはお打ち合わせ時にご説明申し上げます。
よろしくお願いいたします。

整理してから書く
→22 ページ

株式会社サンクア商事
営業部第一課 沢田優子
〒×××-××××

締めはあいさつする
→65 ページ

東京都千代田区神田 ×-×-× 柳田ビル5階
TEL ××-××××-×××× FAX ××-××××-××××
メール sawada@×××.com
URL http://www.×××.com

署名をきちんと書く
→66 ページ



イラッとされない

CONTENTS

ビジネスメール ○正解 ✕不正解

はじめに.....	3
ビジネスメール実態調査2016.....	7

INTRODUCTION

これがイラッとするメールの具体例です！.....	8
--------------------------	---

PROLOGUE

社外も社内も、 こんなメールに イラッとしている

1 イラッと とポイント① あいまいメール.....	20
2 イラッと とポイント② 失礼メール.....	24
3 イラッと とポイント③ 必要な情報が足りない.....	28
4 イラッと とポイント④ 読みづらいメール.....	32
5 イラッと とポイント⑤ 攻撃的メール.....	36
6 イラッと について考える① 「状況」によって文章のとらえ方が変わる.....	40
7 イラッと について考える② 不快感には個人差がある.....	44
8 イラッと について考える③ 信頼関係の有無でイラッとする範囲が変わる.....	46
COLUMN 人は意外なことでイラッとしている.....	48

まずは知りたい、 ビジネスメールの基本

「基本」を押さえたメールはイラッとされない！	50
1 「1通1用件」を基本にする	52
2 「送信者名」は 「フルネーム」+「所属」で設定する	54
3 ToとCc、Bccを使い分ける	56
4 ToとCcは必ず本文に「宛名」を書く	60
5 Ccを入れるかどうか正しく判断をする	62
6 本文は「あいさつ」と「あいさつ」で挟む	64
7 署名をつけて「相手の便利」に気を配る	66
8 メール、電話、面会はこうして使い分ける	70
9 回答に時間がかかる場合はどうする？	74
10 HTMLメールを使うか？ 否か？	76
COLUMN 社内でのやりとりはメッセージャーも便利	78

本文を書く前に 準備したいこと

イラッとさせない文章に必要な情報整理	80
1 書く内容について情報を集める	82
2 メールを書く目的を明確にする	86

3	「誰に向けて書くのか」を意識する.....	90
4	手段を決める.....	92
5	「添付ファイルが重い！」と イラッとさせる容量は？.....	94
6	見ただけでピンとくる件名をつける.....	96
7	返信の際は件名を変えるかどうか検討する.....	100
COLUMN	複雑な用件は メッセージャーよりメールで.....	104

CHAPTER

3

わかりやすい本文の書き方

	「見やすさ」を意識すれば 「わかりやすい」は8割合格.....	106
1	本文の冒頭に要旨を書く.....	108
2	伝えづらいことは 経緯や背景を伝えてから書く.....	110
3	ムダなやりとりを減らせる 効率のよいメールにしよう.....	112
4	「箇条書き」をうまく使えば伝わりやすい.....	116
5	勘違いを防ぐ「日付」+「曜日」のセット書き.....	120
6	「全文引用」と「部分引用」の 使い分けをマスターしよう.....	122
7	「部分引用」はポイントを絞る.....	126
8	見出しをつける.....	128

9	長い1行より短い2行にする	132
10	「行空け」を有効に使う	134
11	「単語登録」と「テンプレート」で スピードアップ	136
COLUMN	携帯電話にメールするときのポイント	140

CHAPTER

4

「イラッとする表現」は こう避ける

	「不適切な表現」が不快感を生む	142
1	「ストレート表現」と「ぼかし表現」	144
2	「余計な一言」を付け加えない	146
3	自分の都合を押しつけない	148
4	「上から目線」の表現を避ける	150
5	初めての相手へのメールは警戒心を取り除く	152
6	伝わる「はず」の専門用語や業界用語、 略語に要注意	156
7	「あいまい」な表現を使わない	158
8	顔文字や絵文字、 「!？」など記号の使用はどこまで許される？	160
9	敬語の間違いあるある①「れる」「られる」	162
10	敬語の間違いあるある②「いただき」すぎ	164
11	敬意を表す「度合い」にも気をつけよう	166
12	書きづらいメール①謝罪する	168
13	書きづらいメール②お断りする	170

14	書きづらいメール③催促する	172
COLUMN	夜間や休日のメッセージ、メール	174

CHAPTER

5

ていねいなメールと 思われるポイント

	相手との関係を近づけるメールを書こう	176
1	マメに「ありがとう」を伝えて好感度アップ	178
2	「質問」や「お願いした側」が 締めメールを送る	180
3	テンプレートに「心を込める一言」を加える	182
4	文章にどこまで気づかいを盛り込むか	184
5	転送メールや添付ファイルでの 情報漏洩を防ぐ	186
6	どんな環境でも見やすい表記を使う	188
7	相手に手間をかけるときのプラスα	190
8	できるだけ「ポジティブ」な言葉づかいをする	192
COLUMN	メールを送信する前に見直すポイント	194

そのまま使える シーン別文例集

あいさつ①	急な部署の異動	196
あいさつ②	退職	198
あいさつ③	新部署に着任	200
お礼①	打ち合わせ	201
お礼②	資料請求	202
お礼③	食事や宴席	203
お礼④	いただきもの	204
依頼①	見積もり	205
依頼②	打ち合わせ日程の変更	206
お知らせ①	夏期休業日	207
お知らせ②	商品価格の値上げ	208
案内①	請求書の送付	209
案内②	電話営業後、会社案内を送付	210
案内③	イベント開催	211
確認①(社外)	経過の整理	212
確認②(社内)	資料の不足	213
回答①(受領)	見積もり書	214
回答②(承諾)	仕事の依頼	215
催促	未入金	216
お詫び	納期の遅れ	218

相談	スケジュールの変更	220
報告	保留中の案件	222

PROLOGUE

社外も社内も、
こんなメールに
イラッとしている



PART

1



イラッとポイント①

あいまいメール

何が言いたいのかわからない

読み手をイラッとさせてしまうメールの要素はさまざまありますが、中でも「文章があいまい」なメールはその筆頭格。「何が言いたいの?」「私にどうしてほしいの?」と不快感を与えてしまうので注意しましょう。

右ページの文例の修正は 23 ページで紹介しています。

あいまいメールを防ごう!

思いついたまま
書かない
→22ページ

「あいまい」な
表現を使わない
→158ページ

本文の
冒頭に要旨を
書く
→108ページ

長い1行より
短い2行にする
→132ページ

見ただけで
ピンとくる
件名をつける
→96ページ



X NG

件名がわかりづらい!?

タイナカプラン様の発売日の流通について

滝本さん

お疲れさまです。営業部第一課の沢田です。

商品が入庫して
発送の準備が整い次第、発売が可能なので、
タイナカプラン様と決めていただければと思います。

もし発売日より前に、サイトで予約を取りたい場合は、
事前予約も受け付けていきたいとは思いますが、
その辺はタイナカプラン様と話し合ってもらいたいと思います。

どちらにしろ、
タイナカプラン様のサイトやメルマガ、SNSなどで
情報発信してからでないと注文も入らないと思うので、
情報解禁日も含めて検討してもらったらいいかと思います。

ただ、あまり発送可能日までは時間がないので、
今からですと発売日から注文受け付け、
同時にタイナカプラン様に告知してもらおうほうが
いいかとは思いますが。

営業部第一課 沢田優子
内線 ××××
メール sawada@×××.com

1文が長い!

■部分語尾がすべて「思います」?

思いついたまま書かない

ここでは、「あいまいメール」になってしまう理由のうち、**「思いついた順番に書いてしまうことで、結論や依頼内容が明確になっていない」**例を紹介しましょう。

事前に情報を整理せず、その場で思いついたまま書いてしまうと、「結論は何なのか」「依頼は何なのか」が文章の中に紛れてしまい、読み手に「何が言いたいのか?」と不快感を与えてしまうのです。

この不快感を防ぐためには、あらかじめ何を書くかを決めてから書く必要があります。「情報」「結論」や「依頼内容」、「自分の意見」などを整理するわけです。21 ページのメール内容を整理すると、以下のようになります。

情報：発売は倉庫に商品が入庫し、発送の準備が整い次第、可能

意見①：商品発売情報を発信してからでないと注文は入らないと見込まれる

依頼①：発売日をタイナカプラン様と決めてほしい

依頼②：事前予約を受け付けるかどうかタイナカプラン様と決めてほしい

依頼③：商品発売の情報解禁日をタイナカプラン様と決めてほしい

意見②：発送可能日まで時間がないので、事前予約は受け付けないほうがいいのではないかと

上記の整理を行なった後で文章を書くと、右のようになります。