送っちゃいけないメールのあれこれ

やってはいけないNGメール10選

対象：社会人1年目・2年目・3年目、社内異動者、転職者など

コンテンツで、伝える。
FUNGRY

制作：株式会社ファングリー

Confidential

mail

嫌われるメールを理解すると日常業務で困らなくなる

この資料を読むことで、

メールの送り相手を不快にさせず

良好な関係を築けます。

メールを送った後、こんな経験はありませんか？

頑張って書いてみたけど
なかなか返答がこない…

上司や先輩にメールの内容で
怒られたことがある…

どう送れば正解だったのか
未だに分からない…

先輩や上司も教えてくれない、
それは「送れて当たり前」だと考えられているから…
しかたのない状況が多いかもしれません。

嫌われるメールの特徴

feature

一撃で嫌われるメール3つの特徴

1. テンプレートだらけの文章
2. コミュニケーションが出来ていない返答
3. 相手を考えず全てが自分都合

他にもたくさんありますが、覚えておきたいのがこの3つ。

嫌われるメールの特徴さえ理解できれば、次からは相手がもらってうれしいメールが送れます。

メールの極意

point

メールは3つを意識する

感謝 × 前提 × 配慮

残念なメールにはこれらの意識が抜けているため、

嫌われてしまっている可能性も。

意識の解説

感謝

メールの送り相手と良好な関係を築くためには、
最低限の「感謝」の気持ちは入れて送るのがオススメです。

前提

話の文脈が合わない会話はストレスでしかなく、
メールは返答時間もかかるのでマイナス感情が増長される場合も。

配慮

自分の都合ばかりで相手への配慮がなにも見えなければ、
仕事相手として見てもらえなくなります。

実際のNG・OKを
見ていきましょう

メールのNG・OK

point

NGパターン①　催促の連絡をする

状況

お客様と初めて打ち合わせを行い、参考情報を送ってもらうことが決まったものの、先方からの情報提供がないために確認メールを送った。

NG

お世話になっております。
〇〇〇会社の〇〇でございます。

前回お願いした件は、どこまで進んでいますでしょうか？　←無機質すぎる
何卒、ご確認よろしくお願い致します。

＼ポイント／

ビジネスライクで感情のこもらない、事務的な進め方もいいですが、あなたとこの先も一緒に仕事がしたい、と思ってもらえなければ、次の機会はないかもしれません。

OK

お世話になっております。
〇〇〇会社の〇〇でございます。

前回の打合せでは、〇〇さまの想いも伺えて、とても有意義な時間でした。お時間を頂きありがとうございます。←要件前にワンクッション置いている

その際にお話ししていた、気になる参考はございましたか？
少しでもいいので、私としても〇〇さまが気になる…

＼ポイント／

社内はもちろん、お客様相手であれば尚更、もらってうれしいメールを何度も送ることで、関係値が高まっていきます。

NGパターン②　唐突に要件を伝える

状況　**新たなプロジェクトを進めるため既存の取引先へ、協力頂けないか相談メールを送った。**

NG

お世話になっております。
〇〇〇会社の〇〇でございます。

相談させて頂きたい案件がありご連絡いたしました。←唐突すぎる
お客様へ広告提案を行うためにご協力頂くのは可能でしょうか。

予算〇〇〇万円で〇〇か月間行う予定ですが、
ご検討頂ければ幸いです。

＼ポイント／

すでに関係値があり、気軽に相談できる仲だったとしても、両社間で持っている「前提情報」に差がありすぎて、受ける側は分からないことが多くストレスを感じます。

OK

お世話になっております。
〇〇〇会社の〇〇でございます。

相談させて頂きたい案件がありご連絡いたしました。
お客様へ広告提案を行うためにご協力頂くのは可能でしょうか。

▼背景
集客不足に悩んでいるクライアント様が…　←前提情報を提供する

＼ポイント／

相手と自分では、持っている前提情報が違うため、情報レベルを一旦フラットにするため、背景やなぜあなたに相談しているのか、前後の文脈が分かる情報を提供してあげると親切です。

NGパターン③　初対面なのに…

状況　**まだお会いしたこともない、会話もしたことがない方へ、初めてメールを送った。**

NG

お世話になっております。
〇〇〇会社の〇〇でございます。←すでに相手も「知っている」体で連絡してる

〇〇さまへぜひご提案したいサービスがあるため、←いきなり営業
ご説明のためにお時間を頂けないでしょうか。

ご確認、何卒よろしくお願いいたします。

＼ポイント／

自分は相手のことを知っていたとしても、相手は自分のことを知らない状態。それなのに、すでにお互いが知っている体で話が始まり、さらに自分都合で要件を伝えてしまっている…。

OK

初めてのご連絡となります。
〇〇〇会社の〇〇と申します。←お互い初対面だからこそ「初めて」の名乗り方

弊社の〇〇から〇〇さまをご紹介頂きました。←連絡できた理由

現在、お客様獲得で悩みをお持ちだと聞いており、
お役に立てそうな情報があるため…　←話を聞いてもらうためメリットの提示

＼ポイント／

警戒心を抱かせないように、初めての体裁を保ちつつ、連絡できた理由や、なぜメールをしたのか背景を説明。まずは話を聞いてもらうスタンスになってもらえる伝え方が大事です。

NGパターン④　返答のズレ

状況

お客様から質問を受けて返答のためにメールを送った。
質問内容は「進捗状況」の確認。

NG

お世話になっております。
〇〇〇会社の〇〇でございます。

ご質問頂いた内容については、
現在も順調に進んでいるためご安心ください。 ←進捗が不透明…

完成まで今しばらくお待ち頂ければ幸いです。

＼ポイント／

丁寧に返しているつもりでも、実は相手からしたら、ほしい返答が返ってきていないため、このやりとりが続くと徐々に不信感へと変わり、仕事相手として認識してもらえなくなる。

OK

お世話になっております。
〇〇〇会社の〇〇と申します。

ご質問頂いた内容については、
現在〇〇まで進み完了は〇〇月〇〇日を予定しております。←具体的な位置と完了目途を伝える

特にトラブルもなく順調に進んでおりますのでご安心ください。←過程を伝えて安心感を

＼ポイント／

「問題ないかどうか」は知りたいものの、具体的に説明することで、信頼感が増す返答になります。相手が不安に思っていることを察知して、先回りして返答の中に含められるとGood。

NGパターン⑤　丁寧すぎる

状況　**何度か会っている大事なお客様へ挨拶のメールを送った。**

NG

お世話になっております。
〇〇〇会社の〇〇でございます。

拝啓　貴社におかれましては、ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

この度は…　←↑丁寧すぎて距離感を感じる

＼ポイント／

相手が目上、または社会的な立場にいる方へメールを送ろうと思えば、少しもミスがないよう丁寧にしようとします。しかし、かえって丁寧すぎて文章が長くなり、読みたくないメールになっている。

OK

お世話になっております。
〇〇〇会社の〇〇でございます。

先日はお会いできとても貴重な時間を過ごせました。　←丁寧すぎない程度で感謝を伝える
誠にありがとうございます。

今回は…　←要件を伝え始めていく

＼ポイント／

丁寧すぎると、逆に心の距離感を感じてしまうため、すでに関係値があるなら言葉を崩し柔らかい言い回しをする。たったこれだけでコミュニケーションの質が高まる。

NGパターン⑥　関係値を間違えている

状況　**営業提案中のお客様へ連絡メールを送った。**

NG

お世話になっております。
〇〇〇会社の〇〇でございます。

〜〜〜〜〜〜
〜〜〜〜〜〜〜〜〜〜〜〜

〜〜〜〜〜〜〜〜
引き続き何卒よろしくお願いいたします。　←テンプレートの文末

＼ポイント／

「引き続き…」この表現は、よく使う締めのテンプレート言葉ですが、営業先のお客様に対しては、関係値を作ることに失敗する言葉でもあります。（お客様の心を何も動かさない）

OK

お世話になっております。
〇〇〇会社の〇〇でございます。

〜〜〜〜〜〜
〜〜〜〜〜〜〜〜〜〜〜〜

〜〜〜〜〜〜〜〜
ぜひご確認頂ければ幸いです。　←ポジティブで締めくくり

＼ポイント／

営業・提案中であれば、言葉の一つ一つも勝負であるため、少しでも取引先として満足できる相手だと認識頂けるように、ポジティブな言葉で締めくくる。（これが、後々響いてくる）

NGパターン⑦　心の距離感が離れたまま

状況

関係を築きたい相手に対して、
連絡のやりとりをするためのメールを送った。

NG

お世話になっております。
〇〇〇会社の〇〇でございます。

先日はオンラインMTGありがとうございます。
御社のお話はとても興味深く、←**「御社」と呼び会社に対して連絡している**
私自身もすでに試してみました。

また…

＼ポイント／

ビジネスメールでは先方を呼ぶ時に「御社」「貴社」を使うケースが多いです。しかし実際は、会社に対して話しているのではなく、メールの送り相手である個人（社内の人間）に対して。

OK

お世話になっております。
〇〇〇会社の〇〇でございます。

先日はオンラインMTGありがとうございます。
〇〇さんのお話はとても興味深く、←**メール相手の「名前」で呼ぶ**
私自身もすでに試してみました。

また…

＼ポイント／

「御社」と呼ぶのか、それとも「〇〇さん」「〇〇様」と個人名で呼ぶのか。どちらの方がお付き合いしたいかと言えば個人名。それだけ名前で呼ぶことは重要なのです。

NGパターン⑧　あいまいな表現

状況　**相手へ依頼をするためにメールを送った**

NG

お世話になっております。
〇〇〇会社の〇〇でございます。

今回、新たにご協力頂きたいことがありご連絡いたしました。

以前からご相談をしておりましたプロジェクトが動きだしたので、
早めに仕上げて頂きたいイラストがあるのですが可能でしょうか？
↑「早めに」と急かすが「いつ」までにすればいいか分からない

＼ポイント／

「なるはやで」「急ぎで」など、すぐに対応してもらいたい仕事をあいまいな表現で行う方もいますが、具体的なタイミングが分からないまま急がされた方は、ストレスでしかありません。

OK

お世話になっております。
〇〇〇会社の〇〇でございます。

今回、新たにご協力頂きたいことがありご連絡いたしました。

以前からご相談をしておりましたプロジェクトが動きだしたので、
〇〇月〇〇日までに、〇割の完成度でまずは作って頂きたいのですが、
可能でしょうか？　**↑具体的な表現に直す**

＼ポイント／

明確に時間軸の指定と、どのくらいのレベルで作ればいいのか、具体的な依頼によって、受ける側もスケジュールをとりやすく、よい仕事ができます。（あいまいな依頼はお互い不幸でしかなくなる）

NGパターン⑨　読み取りにくい表現

状況

依頼したい内容がいくつかあり、
まとめて相談するためのメールを送った。

NG

お世話になっております。
〇〇〇会社の〇〇でございます。

原稿をご提出頂きありがとうございます。

↓全部の指摘を入れ込んでいる

何点か気になったのですが、まず「ですます」調が整っていないのと、一文が長すぎたり、あとは出典情報なども欠けているため、読者が見た時に信頼感を損なうのではないか、と思う部分がありました。

＼ポイント／

複数言及したい時、文書を繋げてそのまま伝えると、情報としては読みづらく、メールを受け取った側は理解しにくくなり、読み解く時間が増えてストレスを感じます。

OK

お世話になっております。
〇〇〇会社の〇〇でございます。

原稿をご提出頂きありがとうございます。

何点か気になったのですが、
・「ですます」調が整っていない　←箇条書きで簡潔にまとめている
・一文が長すぎる
・出典情報が欠けている

＼ポイント／

分解できる情報は分解して「箇条書き」などにすると、端的に伝えられるので、メールを受け取った側も読み取りやすく、理解してすぐに対応できる。

NGパターン⑩　相手が理解できない言葉を使う

状況　**自分とはまったく別の業界の方から相談を受けて、メールを送った。**

NG

お世話になっております。
〇〇〇会社の〇〇でございます。

先日はご相談ありがとうございました。

お力になれるよう改めて**MTG**の機会を頂きたいのですが、最適なスタッフを**アサイン**できるよう、もう少し状況を教えて頂きたいです。
また、**エビデンス**を元にお話ししたいので…　←カタカナ用語ばかり…

＼ポイント／

業界が違ったり、経験・知識の差によって、分からない情報は多々あります。しかし「自分の当たり前」を「相手も当たり前」だと思い込むことで、相手が理解不能なメールを送ってしまうことも。

OK

お世話になっております。
〇〇〇会社の〇〇でございます。

先日はご相談ありがとうございました。

お力になれるよう改めて**打ち合わせ**の機会を頂きたいのですが、最適なスタッフが**参加**できるよう、もう少し状況を教えて頂きたいです。
また、**証拠**を元にお話ししたいので…　←相手が分かる表現で説明

＼ポイント／

メールを送る相手の状況に合わせて、理解できる普段使いの用語を選ぶことが大切。読み取れない文章は、それだけで相手から嫌われる対象になるため、気を付けましょう。

たかがメール、
されどメール。

メールは今も社内・社外含めてコミュニケーションの手段として使われています。
そして、一般的であるからこそ、誰もが簡単に出来ると思っている。

しかし実態は、非常に高度のコミュニケーションの応酬であり、
気を付けなければ相手との関係性を崩すこともあります。

たかがメール、されどメールですが、
意識したいポイントをぜひ覚えて頂くのがお勧めです。

この資料を作った会社

コンテンツで、伝える。

FUNGRY

株式会社ファングリー

www.fungry.co.jp

商号	株式会社ファングリー（英文：FUNGRY ,inc.）
所在地	〒150-0036　東京都渋谷区南平台町15-13 帝都渋谷ビル5F
代表者	代表取締役　松岡　雄司
設立	2020年10月1日（親会社からクリエイティブ事業部をスピンオフ）
事業内容	コンテンツマーケティング事業・ブランドクリエイティブ事業・プラットフォーム事業
お問い合わせ	TEL：03-5457-3938（代表） FAX ：03-6455-3111
資本金	25,000,000円（資本準備金を含む）
従業員数	31名（2022年5月1日現在）
認証・資格	ISO／IEC27001 情報セキュリティマネジメントシステム 電気通信事業 届出番号 A-03-18653
顧問税理士	税理士法人　虎ノ門共同会計事務所
主要取引銀行	三菱UFJ銀行　三井住友銀行
グループ会社	ブランディングテクノロジー株式会社　株式会社アザナ　VIETRY CO., LTD.

Confidential

コンテンツで、伝える。

FUNGRY

目的の如何を問わず、本資料の内容の全部または一部を無断で複製・転載・改変・配布・掲示、その他二次利用行為など、国内外の著作権法により禁止される行為を固く禁じます。