

Text Book

▶ ビジネス文書とEメール

▶ ビジネス文書とEメール

chapter 01	ビジネス文書	2
	(1) ビジネス文書とは	2
	(2) ビジネス文書の重要性	3
	(3) 社内文書と社外文書	4
	(4) ビジネス文書の書き方	6
	(5) 社外文書の事例	7
	(6) ビジネス文書のチェックリスト	8
	(参考) 時候のあいさつ	9
	(7) 宛名書き	10
	(8) 議事録の書き方	11
chapter 02	ビジネスEメール	14
	(1) Eメール作成のポイント	14
	(2) Eメールのメリット・デメリット	16
	(3) Eメールのマナー	17
	(4) Eメール作成の基本構成	18
	(5) ビジネスEメールの注意事項	19
	(6) 情報管理	20

(1) ビジネス文書とは

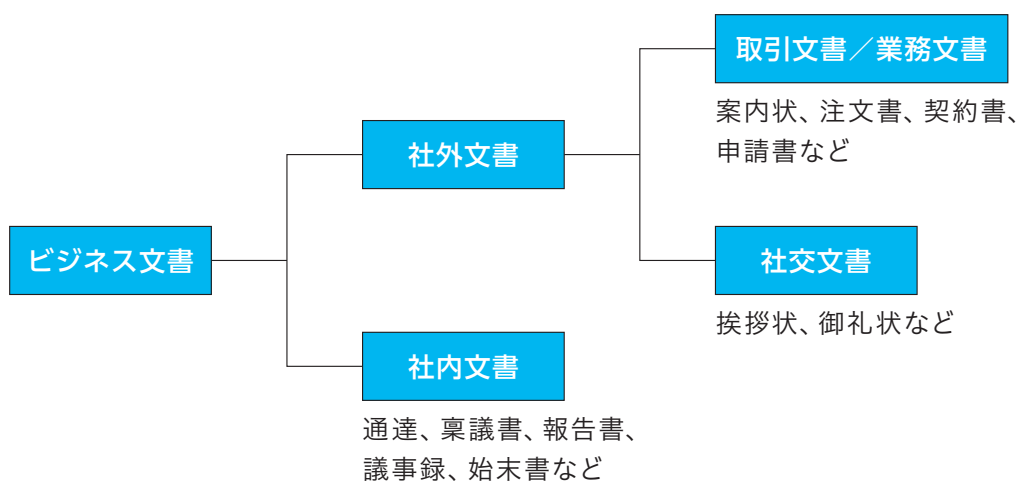
ビジネス文書とは、仕事を円滑に進めるために必要となる情報の伝達や意思の確認などを理解・共有し合う目的として作成・提出される文書のことです。主に以下の例があります。

- ・文書による、報告・連絡・相談
- ・ビジネスコミュニケーションにおいては、可視化されたツール
- ・ビジネス上の契約や約束ごとの証拠
- ・個人が作成したものは「個人の品格」を表す
- ・個人が作成しても、会社の名前で出す文書は「会社の品格」を表す

① ビジネス文書の特徴

- ・記録性…証拠が残るため、保存ができる
- ・統一性…既定のフォーマット（ルール）に沿って作成される
- ・安定性…複数の人に同じ内容を同時に伝えられる
- ・儀礼性…相手に対する敬意、丁寧さを表現できる

② ビジネス文書の分類



(2) ビジネス文書の重要性

① 作成の目的

- ・用件を確実に正確に伝えること
- ・文書情報として記録、保存することで信頼できる証拠として残すこと

② 作成のポイント

- ・読み手に確実に情報が伝わること
- ・読み手の気持ちに沿った内容であること
- ・簡潔に、正確に、丁寧に、具体的に、客観的に、信頼性を感じるように

③ 作成上の注意

- ・原則としてA4版で横書きとする（儀礼的なものは縦書き）
- ・一つの文書には一つの用件
- ・タイトル（件名）をつける
- ・保存の必要のあるものには文書番号を付ける
- ・文語表現（書き言葉）を使う
- ・定型フォームを有効に活用する（社内ルールに従う）

④ 文書内容について

■ 目的を明確にする

- ・誰が誰に書くのか
- ・何について何のために書くのか

■ 全体を構成する

- ・目的に合わせて構成、骨組みを決める
- ・序論、本論、結論、起承転結 ・5W3Hの活用

■ わかりやすく表現する

- ・文体書体、送り仮名のルール ・文章の長さ
- ・箇条書きのポイント

■ 正確に表現する

- ・主語と述語の一致 ・接続詞、助詞の使い方
- ・修飾語の活用

■ 文章を工夫する

- ・見出し、タイトルを付ける ・簡潔で明確な件名を付ける

ビジネスでは、報告書や議事録、契約書や請求書といった、様々な文書を取り扱います。また、書類だけでなく、パソコンから送受信するEメールも日常的に使用されます。多くのビジネス文書には一定のルールがありますので、ルールに従って、目的や用途に応じた適切な文書を作成することが求められます。

(3) 社内文書と社外文書

ビジネス文書には、社内への通知や報告などを行なう「社内文書」と、取引先などに対する契約や案内などを行なう「社外文書」の2種類があります。

文書の種類		用 途
主な社内文書	通 達	責任者からの指示や命令を伝える
	通知文	仕事に関する連絡や通知をする
	稟議書	ある事柄の実施や予算の支出について責任者に決裁を求める
	報告書	日々の業務や出張、研修などに関する報告をする
	議事録	会議の内容や決定事項を記録する
	始末書	事故や不始末があった際に、経緯と結果を伝え、謝罪する
	帳票(各種)	入出金の伝票など、経理関係やその他の業務に関して記録する
	届出(各種)	会議室の使用や休暇の取得などについて届け出て、了承を得る
主な社外文書	見積書	商品やサービスの費用がいくらかかるかを知らせる
	注文書	商品やサービスを発注する
	契約書	商品やサービスの費用や取引の条件を定める
	請求書	商品やサービスの費用を請求する
	催促状	支払いが滞ったり、約束が守られていないことを通知する
	案内状	催しやイベントについて通知し、招待する
	挨拶状	年賀や暑中見舞いなどの他、会社移転などを通知する
	御礼状	贈り物や招待などに対するお礼を伝える

Blank lined paper for writing, with a small illustration of a person sitting at a desk and writing in the bottom right corner.



(4) ビジネス文書の書き方

項 目	用 途
① 日付	原則として文書を発信する年月日を記載する
② 宛名	社外文書の場合は会社名、部署名、役職、氏名を省略せずに書くのが一般的。社内文書の場合は個人宛にせず、部署名や役職のみを書く場合もある
③ 発信者	社外文書の場合は会社名、部署名、氏名を書き、正式には社印などを押印するのが一般的。社内文書の場合は種類によっては部署名や役職を書き、個人名は書かないものもある
④ 件名	用件が何なのかすぐわかるよう、簡潔なタイトルを付ける
⑤ 頭語と結語	社外文書で、本文の最初と最後に付ける。「拝啓」-「敬具」の組み合わせが一般的
⑥ 時候のあいさつ	社外文書で、主文に入る前に書く。文書を発信する時期ごとの慣用表現がある
⑦ 主文	用件を簡潔に書く。社外文書では、時候のあいさつから改行し、「さて、」や「ところで、」などとする
⑧ 末文	社外文書で、本文から改行し、「まずは」などから始まる結びのあいさつを書く
⑨ 記書き	本文に記載されていない事柄を、箇条書きで簡潔に書く。「記」で始めて、「以上」で結ぶ
⑩ 担当者名	担当者の氏名と連絡先を記載する。部署名や電話番号(内線番号)、メールアドレスなどを書く

(5) 社外文書の事例

〇〇〇〇株式会社

営業部 部長

◇◇◇◇様

1 20**年4月5日

2

3

株式会社▲▲▲▲

営業企画部 ◆◆◆◆

4

新作発表会のご案内

5

6

拝啓 陽春の候、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。

平素は格別なお引き立てを賜り、御礼申し上げます。

7

さて、このたび弊社の、20**年秋冬コレクションの新作が完成いたしました。昨年度よりさらに機能性がアップし、ファッション性も重視した新作のラインアップでございます。

つきましては、新作の発表ならびに説明の場として、新作発表会を開催いたします。

ご多忙とは存じますが、何とぞご来社くださいますようお願い申し上げます。

まずは、取り急ぎご案内申し上げます。

8

敬具

5

9

記

1. 日 時: 20**年5月18日(金) 14:00~19:00

2. 場 所: 弊社20階 第1会議室

添付書類: ① 20**年秋冬コレクション カタログ 1部

② 弊社案内図

1通

9

以上

10

担当 : 営業部第2課 ××××

電話 : 03-1234-5678

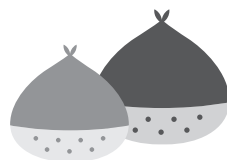
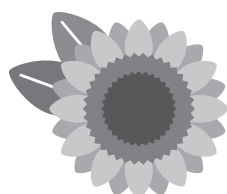
メール : abc123@△△△△.co.jp

(6) ビジネス文書のチェックリスト

チェック内容			Check
目的を 明確にする	1	誰が誰に書くのか、読み手、対象を考える	
	2	何について、何のために書くのか、内容を考える	
全体を 構成する	3	5W3Hを活用し、必要事項を重複することなく書いている	
	4	序論・本論・結論、序文・主文・末文などのフレーム	
	5	文体が統一されている「である、だ」「です、ます」	
	6	一文に内容を詰め込み過ぎない(箇条書きで整理する)	
	7	一文の長さは50文字以下で収める	
正確に書く	8	誤字、脱字をしていない	
	9	主語と述語をできるだけ近づける	
	10	接続詞・接続助詞の多様でだらだらと長い文章にしない 「そして」「また」「だが」「だから」など	
	11	助詞の選び方に気をつける 「A案に決定した」「A案が決定した」	
	12	修飾語と被修飾語は近づける	
	13	事実と所感・意見を分ける	
	14	重複表現を避ける(約3,000人くらいが→約3,000人が)	
丁寧に 表現する	15	正しい敬語を使う	
	16	文章の慣用句を使う	
その他	17	ひと目で読み手に内容がわかる件名、タイトルを付ける	
	18	周囲のスペースをゆったりとる	
	19	段落の終わりに一行スペースを入れる	
	20	行間を適度に空ける	

(参考) 時候のあいさつ

時期	季節の言葉(～の候)	文章で書く場合
1月	初春 新春	寒気ことのほか厳しく
2月	余寒 立春	立春とは名ばかりの寒さが続きますが
3月	早春 春分	日ごとに温かさが増して参りましたが
4月	陽春 桜花	桜花爛漫うらかな季節となり
5月	新緑 薫風	新緑がまぶしい季節となり
6月	青葉 入梅	山の緑も日に日に濃さを増して参りましたが
7月	盛夏 炎暑	厳しい暑さが続いておりますが
8月	残暑 立秋	残暑ことのほか厳しく
9月	初秋 新秋	秋空のさわやかな季節となり
10月	仲秋 紅葉	日増しに秋が深まって参りましたが
11月	暮秋 向寒	日ごとに寒くなる折りから
12月	師走 寒冷	歳末ご多忙の折りから
その他	時下 ※時候を限定しない	時下ますますご清栄のこととお慶び申し上げます



(7) 宛名書き

切手	1 0 0 0 0 0 3	東京都千代田区二ツ橋二丁目二番二号 パレスサイドビル
	株式会社 あおい商事 人事部 部長 ○ 山 △ 郎 様	

● 月 ● 日	160-0022 東京都新宿区新宿四丁目二番六号 株式会社 いろは工業 人事部 □ 川 ◆ 子
---------	--

(8) 議事録の書き方

① 議事録の重要性

議事録の目的は会議の場では散漫になりがちな議論を要約し、記録することです。会議のポイントや決定事項を出席者に再確認させ、出席していない関係者へも情報共有するための大切な「ツール」です。

会議中は、理解できない内容や知らない用語が飛び交いますが、必ずメモしておいて終了後に質問してみましょう。完成した議事録は、必ず上司や先輩に批評してもらいます。

これを繰り返すことで、議事録が手際よく的確にまとめられるようになるだけでなく、これから色々な場面で必要になるビジネス文書作成の訓練にもなります。

② 議事録作成のポイント

■ 始まる前に会議全体の必須事項を記録しておく

- ・指示や決定がどのレベルのものかを確認したり、後から全体の進捗状況を確認する場合に必要
- ・主な項目は、「会議の名称」「実施の日時と場所」「出席者と所属、会社名」など

■ できる限り多くの発言を記録する

- ・その場の雰囲気などもメモしておく、最終的なまとめを作成するときに有効である
- ・よく使われる言葉は、自分なりの省略形を決めておくのも有効

■ 終了後は速やかに内容を整理する

- ・討議テーマの変わり目をチェックして、会議全体をいくつかの大項目+その他に分ける
- ・次に大項目の内容を中項目、必要に応じて小項目に分解し、メモを箇条書きにして振り分ける
- ・発言内容には、できるだけ発言者を記録しておく

■ 内容を点検する

- ・指示内容及び決定事項はあいまいな書き方をしない
- ・あいまいなままで議論が終わった内容は、「審議未了」「次回へ持ち越し」などを記述する
- ・ポイントは会議に出席していない人にも誤解を与えず、いろいろな解釈ができる余地を残さない、明確で簡潔な記録を心がけること

③ 議事録の基本構成

項 目	用 途
日付	・作成日
作成者	・作成者の氏名
議題	・具体的な議論点を書く
日時・場所	・西暦を使用する ・時間は24時間表示がわかりやすい ・正確な場所を記入する
出席者	・原則同じ部署の人は並べる ・序列、部署の序列に配慮する ・社外の方は社内の参加者より先に記入する
前回までの流れ	・これまでの流れと本日の会議の関係を明確にすることで、本日の会議の意味を明確にする ・前回会議の議事録を添付することもある
本日の会議の位置づけ	・議題に沿って、「どうする会議なのか」を明確にする
会議の流れ	・どのような手順により検討したか、展開したかを明確にする ①時系列にまとめる ②誰の発言かを記入する
議事の要点	・優先順位の高いものから3点くらいに絞る
本日の決定事項	・議題に対する決定事項となるものを明記する ・議題ごとに分ける ・「具体的な数字」「方法」「事実」などを明記する
今後の課題	・「今後話し合う必要のある事項」を書き出す ・日時、場所、議題、出席者を明記する ・議題の詳細も記入しておく

20**年5月15日
〇〇課 △谷 ■介

会 議 議 事 録

1. 会議名 : 秋の社員旅行企画会議
2. 日 時 : 20**年5月15日(水) 15:00~16:00
場 所 : 会議室2A
3. 出席者 : (司会) ●原、(各部署代表) ◆林、▼田、▲藤、△谷(記)
4. 議事内容
 - ①前回までの決定事項
 - A) 旅行日程は9月20日(土)から21日(日)の1泊2日
 - B) 社内レクリエーション行事助成を申請し、共済組合から一人1,000円の助成あり
 - C) 国内旅行
 - ②本日の議題
 - A) 旅行予算をいくりにするか
 - B) 行き先をどこにするか
 - ③会議の流れ
 - A) 個人負担は、14,000円までに収めることで全員の意見が一致した
 - B) 旅行代理店からの具体的なプランを提示した(ゴルフ・登山などのプランがある)
5. 決定事項
 - ①金額15,000円(助成1,000円 個人負担14,000円)
 - ②行き先について各部に持ち帰り、プランを検討する
 - ③各部プランを1つ次回の会議で提示する
6. 次回日程: 20**年7月2日(水) 15:00~16:00 (ミーティングルームA)

以上

ビジネスでは、日常のコミュニケーションのツールとして、Eメールを活用します。

Eメールは、あくまでも会社の代表としてのメールですので、友達同士でのやり取りとは大きく異なることを忘れないようにしましょう。

また、失礼のない書き言葉で、簡潔に用件を伝える必要があります。Eメール特有のマナーがありますので、きちんと身につけましょう。

(1) Eメール作成のポイント

① 画面上で読みやすいように整える

■ 左寄せで書く

■ 重要なことは、Eメールを開いた画面でわかるようにする

重要な点は記号などを用いて強調するとよいでしょう。

記号の例としては、■、【 】、< >、『 』 など

■ 1行の文字数は30～35文字程度を目安にする

長い文章を改行なしで書くと、非常に読みづらくなります。

■ 段落が変わらず文章が続く場合、行と行の間に空白行を入れない

Eメールの場合、1画面に入る情報量も減ってしまうため、空白行は入れないようにします。

■ 段落ごとに空白行を入れる（2～5行ごとを目安に）

段落の切れ目がはっきりするように、段落ごとに空白行を入れるとわかりやすくなります。

② 表題の付け方を工夫する

Eメールの表題は、受信者が最初に目にする大切な情報です。ここで内容を正確に伝えることが、相手への配慮の気持ちを表すことになります。以下のポイントを押さえるようにしましょう。

・一見して本文の内容がわかるよう、簡潔に表現する

・緊急を要する案件や重要な内容には、表題でそのことを強調する。重要なことは、Eメールを開いた画面でわかるようにする

例) 商品●●発送のご連絡

【重要】業務報告書の締切りについて

ポイント	作成時の注意点
①「件名」は内容がひと目でわかるようにする	<ul style="list-style-type: none"> ・「何の」用件なのか 例：「●●会議」「△△プロジェクト」 ・「いつの」用件なのか 例：「10月1日」「第3回」 ・「どうしたいのか」「どうしてほしいのか」 例：「～のお願い」「～のご報告」 「第1回 社内資格認定制度のご案内」 「10月1日(月) 営業同行のお願い」 ・15文字以内には収める ・ポイントを【 】でくる 【御礼】【重要】【緊急】【要返信】
②宛名は「会社名+ (部署名) + 氏名+様」	<ul style="list-style-type: none"> ・会社名は(株)や(有)のように略せずに「株式会社」「有限会社」と表記する
③名乗りも「会社名+(部署名)+ 氏名」で記入する	<ul style="list-style-type: none"> ・「いろは工業の〇〇です」
④あいさつ文を入れる	<ul style="list-style-type: none"> ・社外：「いつもお世話になっております」
⑤前文ではメールの趣旨を簡潔に伝える	<ul style="list-style-type: none"> ・「〇〇の件でご相談がございます」
⑥本文は読みやすく、わかりやすい構成にする	<ul style="list-style-type: none"> ・本文は一画面で収まるのが理想 ・文節と句読点で改行する ・1行の長さは全角で30～35文字を目安とする ・段落ごとに空白の行をつくる(2～5行ごとを目安に) ・漢字の量を減らす ・番号・記号を使って見出しをつくる
⑦末文にもあいさつを入れる	<ul style="list-style-type: none"> ・「以上です。よろしくお願いいたします」 ・「取り急ぎ、ご報告いたします」
⑧署名で自身の情報を発信する	<ul style="list-style-type: none"> ・署名を用意しておく

(2) Eメールのメリット・デメリット

Eメールはきちんとその特徴をつかんで使用することで、ビジネスにおいて非常に有効なツールとなります。きちんとメリット、デメリットを認識して使用することが大切です。

メリット	デメリット
<ul style="list-style-type: none">・相手の時間を拘束しない・同時にたくさんの宛先に送付できる・デジタルデータで保存できる・検索性に優れている・記録に残る	<ul style="list-style-type: none">・読まれたかどうか分からない (返信がない限り)・コミュニケーションが無機質・誤送信したものを取り消しできない・誤解されたまま意図しない形で拡散する



(3) Eメールのマナー

ビジネス上で送受信するEメールは、友達同士でやりとりする携帯メールとは性質が異なり、あくまでもビジネス文書的一种です。書き言葉で丁寧に、しかも簡潔に用件を伝えなければなりません。

Eメール送受信のポイント

適切な内容で適切な相手に送る

前提として、緊急を要する場合や、内容が複雑で文章化しにくい用件であれば、電話などで伝えます。

また、一人のみに送信するべきか、それとも複数の人に送信するべきなのかを考える必要があります。

「CC」「BCC」も上手に使いこなしましょう。

- ・「CC (カーボンコピー)」

CCで誰が同時に受信しているかが表示され、受信者が把握できます。

- ・「BCC (ブラインド・カーボンコピー)」

CCと違い、受信している人のメールアドレスが表示されません。

主に個人情報 (メールアドレス) 保護のために使用されます。

適切な件名、文章にする

相手に確実に開封してもらえるよう、簡潔で明確な件名にします。

また、内容を読んですぐに理解してもらえる文章、構成にすることが重要です。社外文書で使う頭語や時候のあいさつは、Eメールの場合、基本的には不要です。Eメールは文書的一种ですから、送信者、受信者ともに内容を保存することが可能です。第三者が目にしても問題のない書き方にしましょう。絵文字などは使用してはいけません。

送信前・受信後開封前に確認する

送信する前に、宛先や件名、文章だけでなく、添付ファイルや署名の有無などを必ず確認します。

受信する際は、心当たりのない不審なメールの開封には注意が必要です。添付ファイルがウィルスに感染していたり、悪質な外部のURLにリンクしたりする恐れもあります。

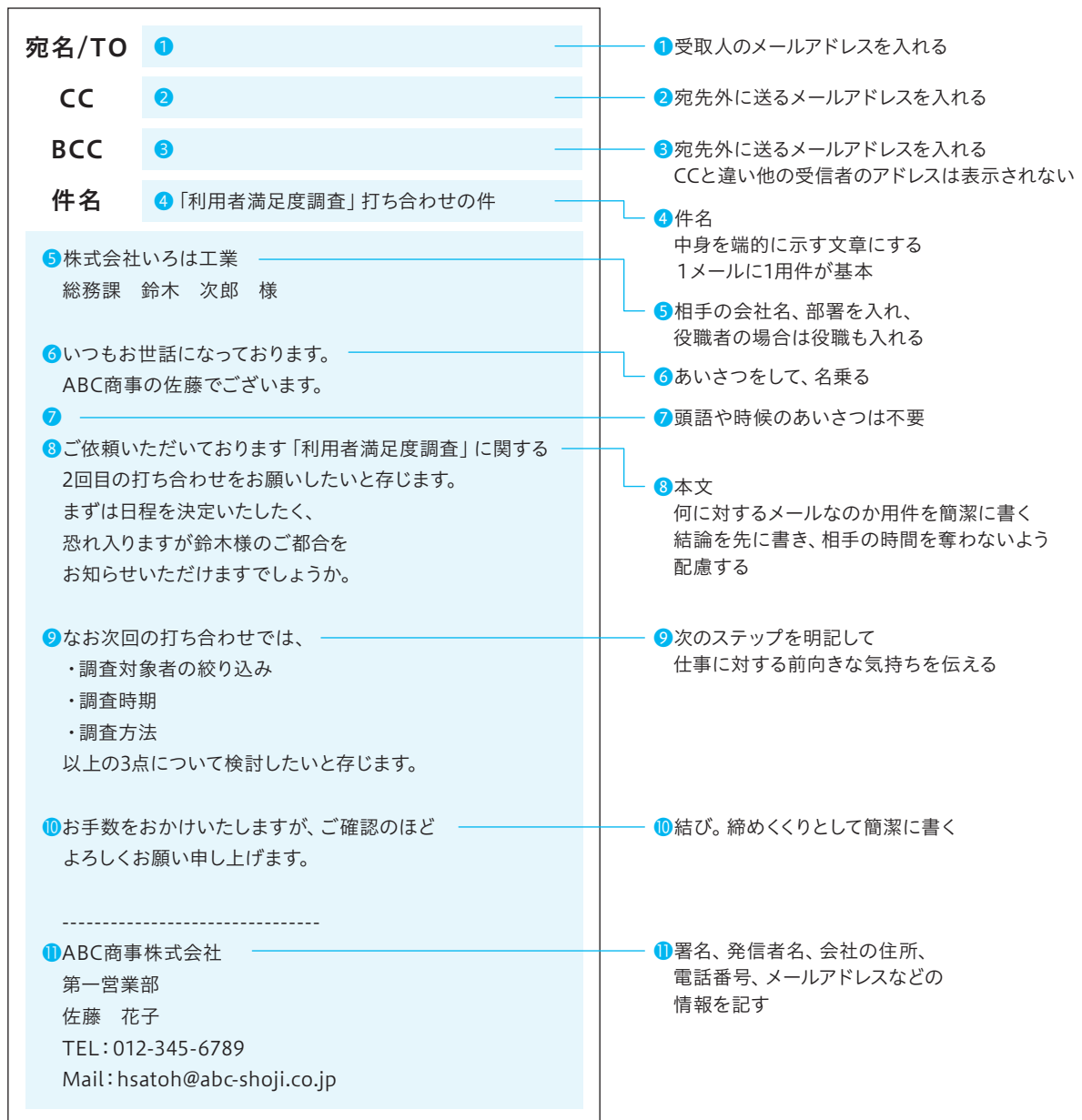
初めは送信前に必ず上司や先輩に確認する

新入社員とはいえ、会社の代表としてあなたがお客様に送付するビジネス文書です。最初は必ず内容を上司、先輩に確認してもらうようにしましょう。

返信は24時間以内を目安に、できるだけ早く送る

基本的にはメールを読んだらそのタイミングで返信をしましょう。とはいえ、即答できないこともあるかと思います。その時には「いつまでに回答するか」、もしくは「まずは内容を確認した」ことの返信をしておく、相手も安心します。

(4) Eメール作成の基本構成



(5) ビジネスEメールの注意事項

① 定期的に受信トレイをチェックする

お客様からの「問い合わせ」や社内からの「依頼」など急を要する対応が必要な場合があります。ビジネスにおける信用度を失わないためにも、時間を決めて定期的にチェックしましょう。

② できるだけ早く返信する

原則として、必ず返信しましょう。返事に時間がかかりそうなときは、まずはメールを受け取ったことだけは返信しておきます。先方が回答を求めている場合は、24時間以内に返事を出しましょう。

③ 見られて困るメールは送らない

④ トラブル対応には使わない

感情が絡みそうなケースは、基本的に「face to face」で対応することが原則です。トラブル対応や突然の依頼事項には使いません。

⑤ CC、BCCを使いこなす

状況に応じた使い分けをしましょう。※社外メールには、必ず直属の管理者をCCに入れます。

⑥ 相手のアドレスを確認する

⑦ 不審な（受け取る覚えのない）メールは要注意

⑧ 送信ボタンを押す前に「見直し」が身を救う

最後のひと手間が明暗を分けることもあります。

⑨ 重いデータは相手に確認してから送る

⑩ Re：に気をつける

内容が変わる場合は、新規メールを作成するのが原則です。内容が同じでもRe：Re：Re：と続く場合は、消すことが相手への配慮です。

(6) 情報管理

Eメールは便利なものとして、ビジネスのあらゆる場所で多用されています。最近では会社の中だけでなく、カフェや新幹線など公共の場においても、情報端末を使用したり、Eメールの送受信を行なう人も増えています。それだけに多くの危険にもさらされています。近年、コンピューターウィルスや個人情報の漏えいなど、会社の不祥事として目にすることも多いでしょう。「私は大丈夫」「私の会社はそんなことにはならない」と楽観視せず、一人ひとりが日ごろから情報管理やセキュリティに対する高い意識を持ち、行動することが必要です。

ポイント

① ID・パスワードは適切なものに設定し、管理する

② ウィルス感染への防御対策をとる

- ・ソフトウェアの更新
- ・対策ソフトのインストール
- ・怪しいHPやメールに注意する
- ・不審なメールの添付ファイルは絶対に開かない

③ PCや情報端末の扱いに注意する

- ・画面を開いたまま、席を空けない
- ・盗み見をされないよう、使用する場所や状況に気をつける

④ 情報発信にも注意する

- ・重要な情報はパスワードを利用する
- ・SNSなどに会社の情報を書き込まない
- ・プライバシーの侵害に気をつける

会社のルールに従うことが大切です。「このぐらいは大丈夫」という油断が、大きな事故になりかねません。そうなれば、会社の信用問題になります。会社の代表者として、責任と自覚した行動をとしましょう。



お問い合わせは

株式会社 マイナビ 教育研修事業部

E-mail : hrd@mynavi.jp <https://hrd.mynavi.jp>

氏 名