

大学生の電子メール利用の傾向と意識の実態

—ビジネス実務教育に求められる課題—

北岡 昭子

Current Trends and Awareness of the Use of E-mail by College and University Students

—Tasks required for practical business skill education—

Akiko Kitaoka

Abstract

In the business world, e-mail is widely used as a tool for communicating information on the workplace. While e-mail is used as a communication tool between faculty and students in several universities, students tend to use e-mail as a communication application. E-mail skills, one of the business skills, are not merely the skills to write well or to convey information accurately to others. This is because business requires courtesy and consideration for others, and we consider e-mail manners to be part of the skill as well.

In this paper, I examine the trends and attitudes of students, who are in the process of building a foundation for real-world business practice, toward the use of e-mail; and clarify future tasks to be undertaken.

Keywords: business e-mail, business skill, courtesy

1. はじめに

情報通信分野の飛躍的な技術革新によってデジタル社会が進み、情報伝達ツールの電子化が浸透している。ビジネス社会における仕事上の情報伝達ツールは時代とともに変化してきた。新たなツールの出現によって、数年前まで使用されてきたやり方が時代遅れとなる現象も生じている。このような急速な変遷の中にあって、実際のビジネス現場では、組織内（以下、社内）での情報伝達ツールには多様化が見られるものの、組織外（以下、社外）の人との連絡手段には「電子メール¹」が多く使われているのが現状である。一般社団法人日

¹ 本稿で使用する「電子メール」とは、相手（送信先）とのやり取りに「ユーザー名@ドメイン名」で構成されるメールアドレスを使用するものとし、Web ブラウザ等を通して送受信を行う Web メールいわゆるフリーメールも含むこととする。

本ビジネスメール協会が実施したビジネスメール実態調査 (2023) ¹⁾によれば、「仕事上のコミュニケーション手段として最も使われているのは『メール (98.35%)』である」との結果が出ている。

インターネットが普及し、電子メールが日本のビジネス社会で広く使われるようになって以降、新たな別のコミュニケーションツールが登場しても、電子メールは依然として仕事を遂行するうえで欠かせないツールとして使われている。このことから、電子メールのスキルは、ビジネススキルの一つであると言えよう。ビジネスパーソンとしての電子メールのスキルとは、単に文章を上手に書けるということだけでなく、書くべきとされている最低限の要素を適切に書くこと、さらには読み手のことを気遣った礼儀や作法 (マナー) を心得て使用できることである。

筆者は、会社員を経て現職に就いた 2021 年以降、学生から送られてくるメールにはメールマナーから大きく逸脱している特徴があることに気がついた。本学は、学生が在学中にビジネスパーソンとしての基礎を身につけさせるという役割を担っている。その一環として、学生の電子メールの作法に関する問題点を明らかにし、教育を施す役割がある。本研究は、実際の現場でビジネスツールとして使用されている電子メールについて、大学生の作法に関する実態と課題を明らかにし、ビジネス実務教育に役立てることを目的とした。

2. 電子メールの基本型から見た現状

2-1 学生のメールの特徴の問題点

筆者が会社員を経て現職に就いて以降、学生から届くメールには、いわゆる本文を記載する箇所となるスペースにいきなり用件を書き始め、用件の記載のみで終わるという特徴が見られた (図 1-1)。教員と学生の関係は立場を考えるとフォーマルであるべきはずが、友だち感覚が入り、メールの基本型から大きく外れているものが多い。学生の電子メールマナーに関して、佐藤ら (2015) ²⁾は「教員と学生というフォーマルな関係におけるフォーマルな内容に対しても、なれなれしい短文による表現、といったフォーマルな社会的コミュニケーションとしてのメール形式や礼儀からの逸脱が極めて多いような印象を受けており、」とあり、本学学生に限らず大学生が書くメールには、ある傾向が見られることがわかった。筆者は、その最大の要因は、学生たちが使用している情報伝達ツールはコミュニケーションアプリ²⁾が主流となっていることであると考えた。

²⁾ コミュニケーションアプリとは、スマートフォンなどのモバイル端末を主な対象とし、友人や知人と手軽にコミュニケーションを取る機能を提供するアプリの総称である ³⁾。サービスの例として、日本の無料通信アプリケーション「LINE」がある。

お疲れさまです！
次の学校はいつですか??

図 1-1 学生からのメール例 1

図 1-1 で示したような、いきなり用件から始まり用件のみで終わるメールや、言葉遣いや表現がインフォーマルであるメールの問題点は、①誰から誰へのメールなのかが一目で分からない点、②互いの立場を考えた際の読み手への礼儀の欠如の点である。

①について、本学の場合、メールアドレスには学籍番号を含んでいるため、誰からのメールなのか知る術が全くないとは言えない。しかし、本稿冒頭で述べたように、社会人はメールを仕事上における情報伝達ツールとして使用しているため、誰から誰へ宛てたかという記載は必須であり、これがないものは書き方に不備があると捉えられる。

②については、書き始めの「お疲れさまです！」が親しい人に呼び掛けるようであり、「！」を句点の代わりに用いている点や、「??」のような符号を使用している点が、読み手にインフォーマルでなれなれしい感じを与えている。

また、相手から受信したメールへの返信として見られるのが図 1-2 の例である。反応を示している点は良いが、誰から誰に宛てているかの記載がない点、「！」を用いている点、「すいません」の表現などの問題が見られる。

わかりました！
すいませんでした。

図 1-2 学生からのメール例 2

就職活動における企業と応募者のやり取りには、メールが主に使用されている状況を見ると、このような不備があるメールを書く学生がいることは、本人にとっての就職活動の不利益になるばかりか、大学へのマイナスイメージにも繋がりがかねない。

2-2 電子メールの基本型とされている構成要素

電子メールはビジネス文書としての性格もあることから、社内向けと社外向けでは書くべきとされる要素に多少の違いがある。例えば、社外宛てのメールには「お世話になっております。」などの挨拶を書くが、社内宛てのメールではそのような挨拶は書かないのが一般的とされている。しかし、この点を除けば社内・外どちらも共通している。つまり、電子メールの書き方には基本の型があり、この型に当てはめながら書き進めていくことが一つのメールマナーとなっているのである。言い換えれば、この型に当てはまっていないものは、読み手にとってマナーの面で不備があると感じる要因となり得る。

菊池（2021）⁴⁾は、読み手における公的なメールに対する意識調査として、学生も社会人

も好ましさを評価する際には相手（書き手）の名前が書いてあること、あいさつが書かれていることなどの要素が意識されているという結果を述べている。一般的にメールで基本とされている構成要素は表 1 のとおりであり、これらは通常書くべきとされている最低限の要素である。図 1-1 および図 1-2 で示したような、いきなり用件を書き始め、用件の記載のみで終わるようなメールを社会人が不快に思うのは、書くべきとされている最低限の要素のほとんどが書かれていないからである。

表 1 電子メールの基本的な構成要素

要 素	内 容
宛 先	メールを送りたい相手のメールアドレス
件 名	メールの内容を端的に簡潔に表したもの
宛 名	メールの相手の所属や名前に敬称を付けたもの
挨拶	「お世話になっております」等の一言
最初の自分の所属・氏名	最初に自分の所属や氏名を述べる
本 文	用件。長くなる場合は適度に段落分けをする
最後の自分の所属・氏名 または署名	最後に再度 自分の所属や氏名を記載するか、署名の機能を使用して挿入する

3. チャット感覚のメールに対する電子メールマナーの指導

3-1 チャット感覚のメールの要因

筆者は、学生たちの書くメールが、いきなり用件から始まり用件のみで終わる形になるのは、この年代の学生たちにとっての情報伝達ツールはコミュニケーションアプリであって、電子メールではないことに起因すると考えた。そこで、2022 年度の 1 年生に対して、「普段どのような手段で連絡のやり取りをするか」「電子メールの書き方を人から教わったことがあるか、または自分で調べたことがあるか」を含むいくつかの質問のアンケート調査を行った（2022 年 7 月実施。調査当日欠席者もいたため回答者は 36 名）。その結果は表 2 のとおりである。回答者全員が普段の連絡手段として「LINE」と回答しており、電子メールの書き方について人から教わったり、自分で調べたりしたことがないとした人は 29 名であった。

コミュニケーションアプリや SNS のチャットでは、毎回相手の名前＋敬称から書き始めることもなければ、最後に自分の名前を書くこともない。学生たちはチャットと同じように電子メールを使っていることが分かる。

表2 2022年度 1年生へのアンケート調査

(単位＝人)

Q. 普段どのような手段で連絡を取る必要がある相手とやり取りをしますか？（複数回答可）	LINE	36
	Instagram の DM	9
	電話番号による	
	ショートメッセージ	5
	電話	2
	FAX	0
	Twitter	0
Q. 電子メールの書き方について、人から教わったり、自分で調べたりしたことがありますか？	電子メール	2
	人から教わった	3
	自分で調べた	4
	ない	29
	無回答	0

3-2 本学での指導

筆者が現職に就いた 2021 年度と翌 2022 年度の実情を踏まえ、2023 年度入学者にはできるだけ早い段階で電子メールの書き方について知ってもらうことを目的として、入学前教育の課題として電子メールの内容を取り入れ、電子メールと SNS では使い方、特に作法（マナー）の面で異なっており、区別しなければならないことを強調し、図のような構成になっていることを示した（図 2）。

そして入学後、筆者が担当する「ビジネス実務概論」の授業の中でこの課題の解説を充分行ったうえで、その場で教員（筆者）から学生に簡単なメールを送信し、それに対して返信をするという演習を行った（2023 年 4 月 25 日実施）。

すると、入学前教育と授業内での解説という 2 度の説明の機会を持ったにもかかわらず、演習で得られた返信メールにはなおも相手への宛名の記載がないなどの不備があるものが一定数あった（表 3）。学生にはチャット感覚が強く根付いていることが明らかとなった。「ビジネス実務概論」の授業計画では、15 回うち「ビジネスメール」にかける時間は 1 回であり、全員が最低限の要素を書けるまでに到達したとは言い難いまま、本科目での学習をひとまず終え、同じく筆者が担当する「ビジネス文書」の授業の中で引き続き指導することとした。詳細は後述する。

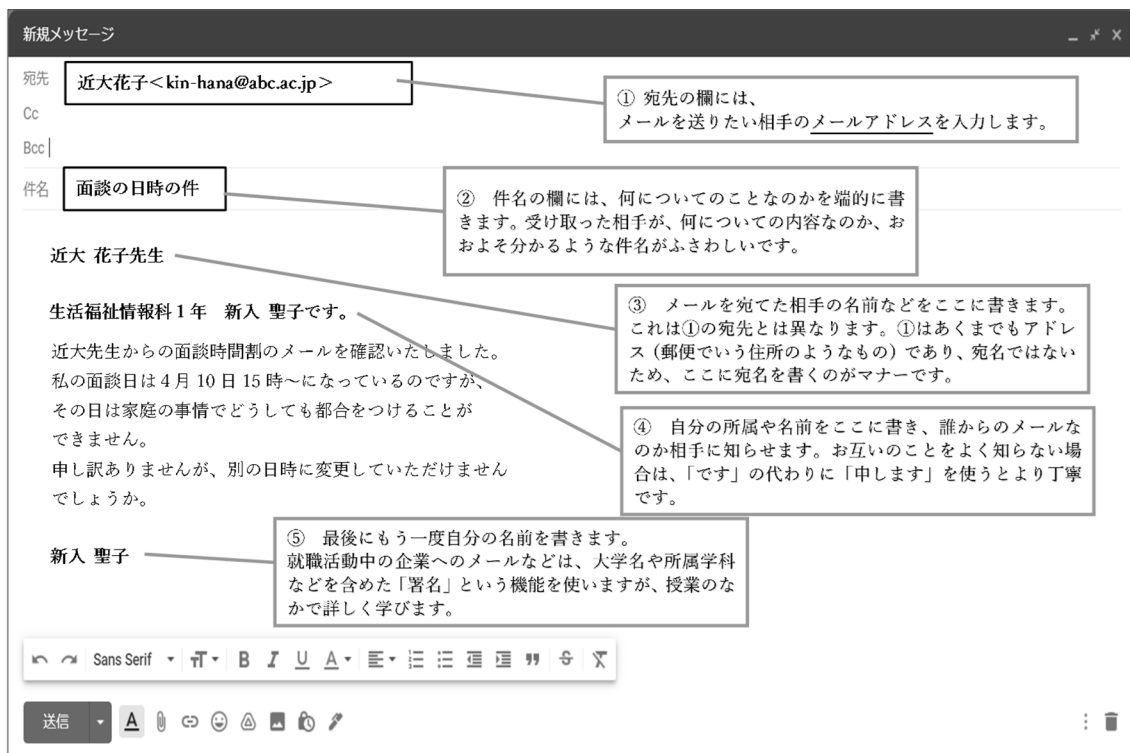


図2 入学前教育の一部としての電子メールの書き方説明

表3 「ビジネス実務概論」で行った教員への返信メール内の不備の有無

(2023年4月25日実施 単位=件)

要素	書かれている	書かれていない
① 宛 先	—	—
② 件 名	—	—
③ 宛 名	23	19
④ 最初の自分の所属や氏名	27	15
⑤ 最後の自分の所属や氏名 または署名	22	20

4. 本学学生の電子メール作成の実態

2023年度入学の1年生は、入学前課題、筆者が担当する「ビジネス実務概論」の1回の授業（4月25日実施）及び全専任教員による「基礎ゼミナールⅠ」（6月7日実施）の計3回、電子メールについての学びの機会を得たが、不備が解消されない学生がいた。筆者は、

その要因は学生が使用する情報伝達ツールがコミュニケーションアプリであることによる
と考え、筆者が担当する「ビジネス文書」の授業科目の中で、彼らの実態をつかむためにア
ンケートおよび3種類の演習を実施した（9月1日実施）。

4-1 受講者情報

2023年度入学の1年生全42名が対象で、事前にQ1～Q4のアンケートを実施し、40名か
ら回答を得られた（図3-1～図3-4）。

Q1 あなたは、普段どのような手段で友人や家族、そのほか連絡を取る必要が
ある相手とやり取りをしますか。
やり取りをする手段をすべて選んでください。

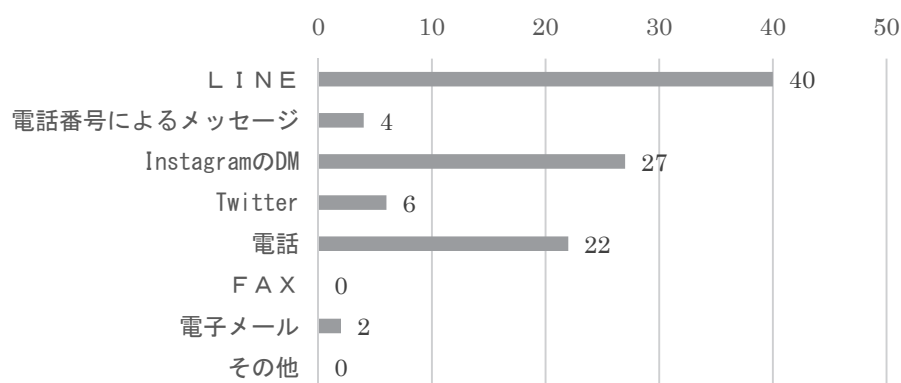


図3-1 普段の連絡ツール

Q2 最初に自分専用のスマートフォンを持ったのはいつですか。

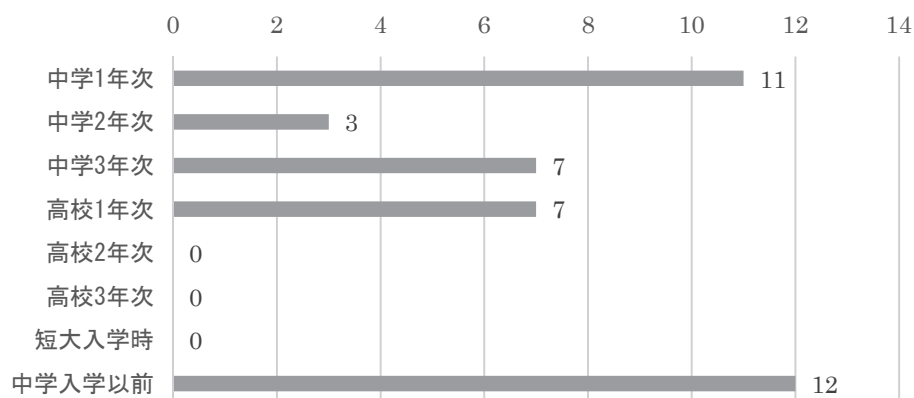


図3-2 自分専用のスマートフォンを持った時期

Q3 Q1で「LINE」にチェックを付けた人だけにお聞きます。

LINEを始めたのはいつですか。

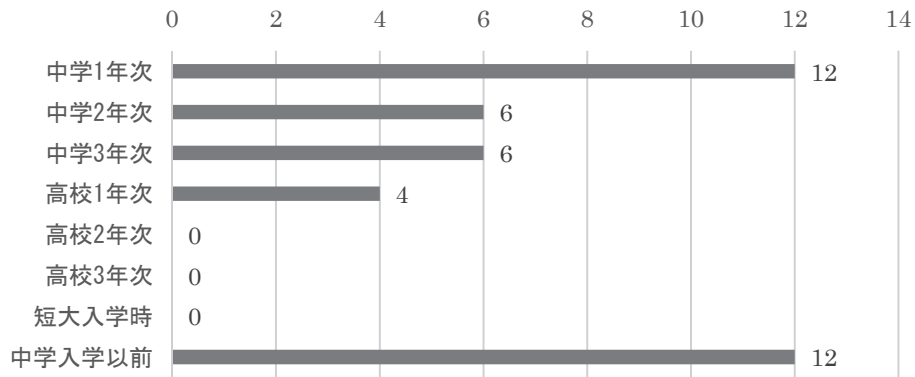


図 3-3 LINE を始めた時期

Q4 電子メールを書いて送ったことがありますか（ただし、短大での授業を除く）。

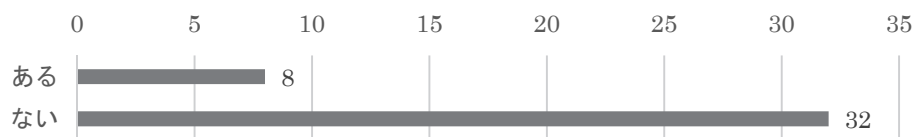


図 3-4 電子メールを書いて送信した経験

4-2 演習内容と方法

授業科目「ビジネス文書」受講対象者 42 名のうち、授業に出席した 39 名が演習に取り組んだ。電子メールはビジネス文書としての性格もあることから、社内メールと社外メールに分け、さらに前者は学生から新規メールを作成する場合と、相手から届いたメールに返信する場合とに分け、全部で 3 種類の 3 問とした（表 5）。問は 1 問ずつ表示することとし、1 問につき全員が送信完了するまで待つ。1 問終える毎に、全体を通して見られる不備についてのフィードバックを行ってから、次の問に進んだ。実施順は(1)(2)(3)の順で行った。概説と問の解説を含め、本演習にかけた時間は授業 2 回分（180 分）である。

※演習内容はいずれもすべて教員が考えた架空のものである。

表 4 電子メールの演習内容

(1) 社内宛て新規メールの作成 ビジネス文書検定を受検したいので、補講をしてほしいという内容で教員（筆者）宛てにお願いのメールを作成する。自分の日程の都合を伝えたいので、教員の日程の都合を聞くこと。
(2) 社内宛て返信メールの作成 就職活動の状況を知らせてほしいという教員（筆者）からのメールに対する返信を作成する。その際、①これまでに説明会に参加した企業、②これまでに応募した企業、③内定が取れた企業について自由に記載すること。
(3) 社外宛て返信メールの作成 就職活動を想定し、応募の結果、書類選考を通過し一次面接試験に来てほしいという企業からのメールに対する返信を作成する。企業からは一次面接の日程と場所が示されており、都合が悪い場合は知らせてほしいと書かれていた。

4-3 結果

全員が送信完了するまで待ち、1 問終える毎に全体を通して見られた不備についてフィードバックを行う形で進めた結果は、図 4-1～図 4-3 のとおりである。まず、相手の名前と敬称を書くことについて、1 問目は 2 人に不備があったが 2 問目は 0 人となった。3 問目の 1 人の不備は、相手の会社名を書き忘れ、名前しか書かなかったものであり、何も書かないという不備は完全に解消されたと言える。次に、最初に自分の所属・氏名を書くことについて、1、2 問目では不備は 0 人であり、電子メールでは自分を名乗ることはしっかりと身に付いたことがわかる。しかしながら、3 問目で 18 人に不備が見られたのは、社外の相手に自分を名乗るときは大学名から書くという意識がなく、学科名と氏名のみを書いた結果であった。自分を名乗らなければならない意識は全員に見られた。

メール本文に関して、言葉遣いや文章表現に未熟さはあるものの、本演習の目的は最低限必要とされている要素の記載や、一行あたりの文字数や段落分けを意識した視覚的に読みやすいメールの型を作成することであるため、文章力は重要視していない。学生たちは回を重ねる毎に徐々に電子メールの型に慣れていき、3 問目では本文の不備が 2 人に抑えられるほど基本型に当てはめながら作成することができた。

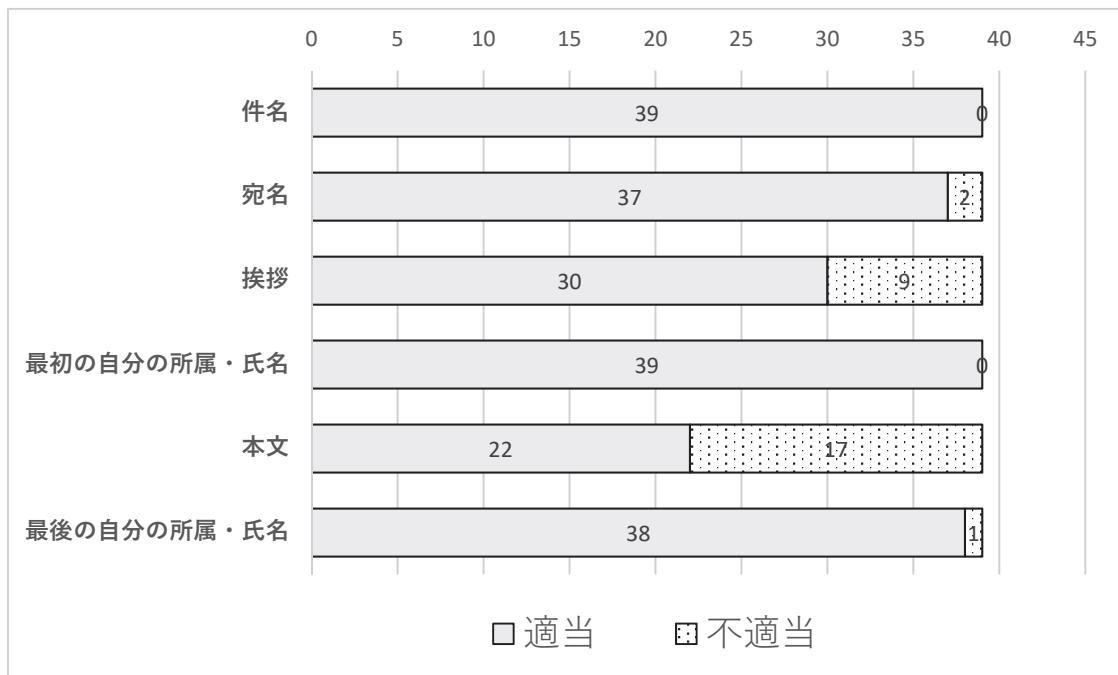
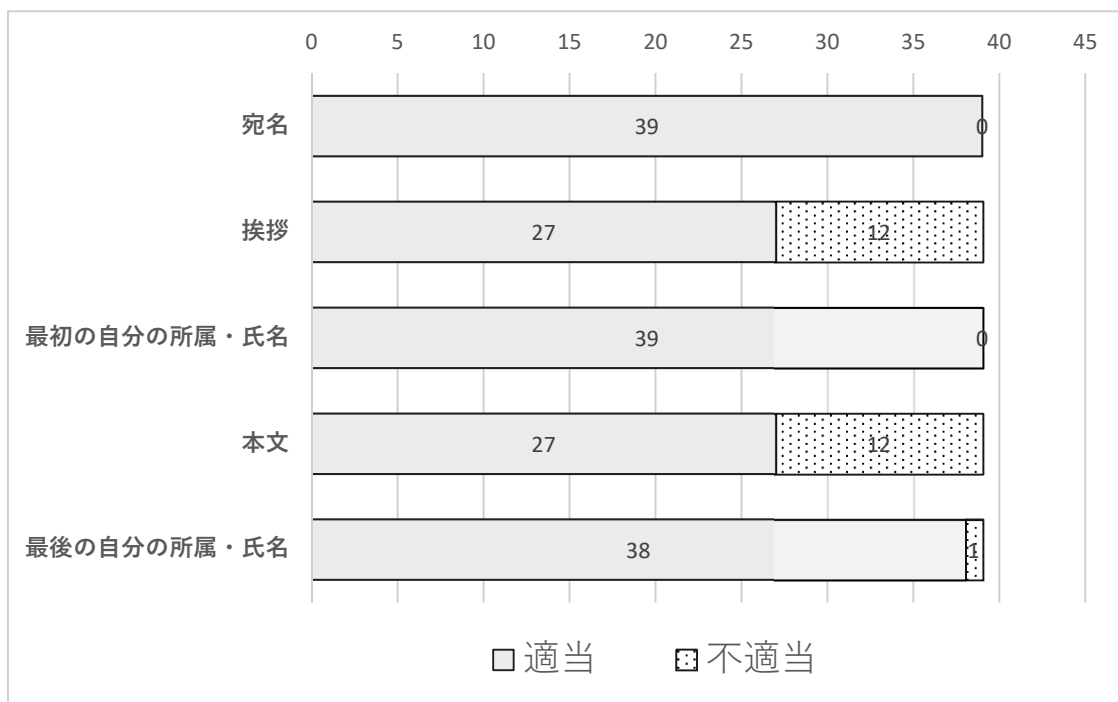
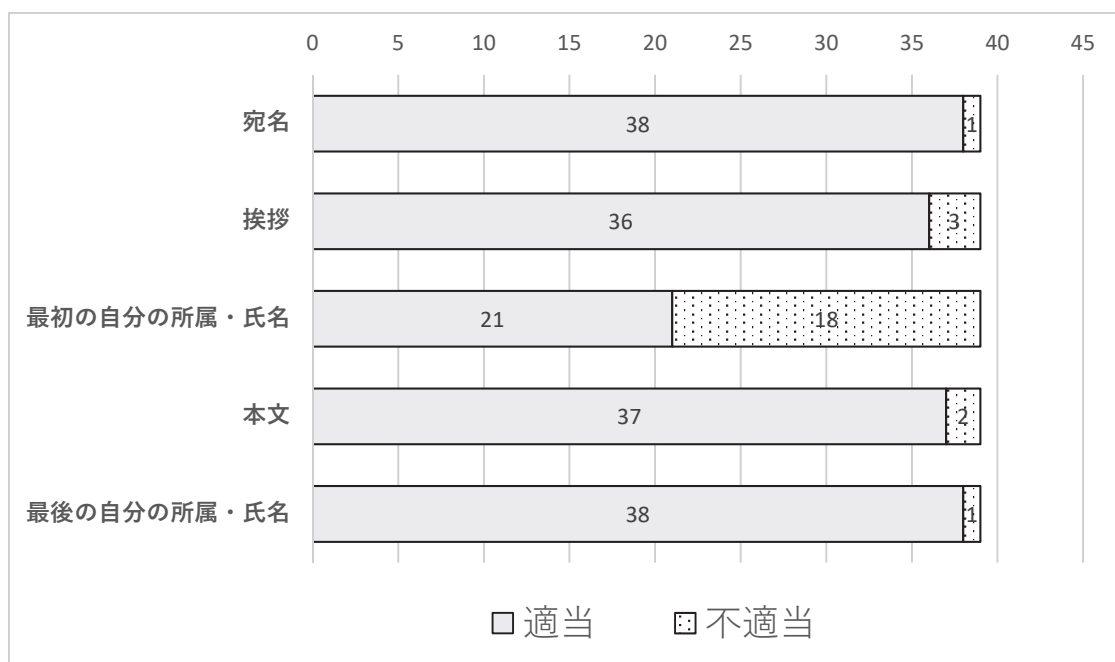


図 4-1 演習(1) 社内宛て新規メールの作成



注) 返信メールは元の件名をそのまま使用するため、「件名」は対象から外した

図 4-2 演習(2) 社内宛て返信メールの作成



注) 返信メールは元の件名をそのまま使用するため、「件名」は対象から外した

図 4-3 演習(3) 社外宛て返信メールの作成

4-4 考察

コミュニケーションアプリを普段の情報伝達の主たる手段とし、その開始時期がほぼ中学入学以前から中学校在学中である彼らにとって、チャット形式の短文作成は得意とするが電子メールの形式はなじみがない。前章の表3にまとめたとおり、4月の時点ではメールの構成要素を記載する必要性の意識が低いことが見られたが、今回の演習を通じて改めてメールの構成要素を学習した後では、その意識の変化が明確に表れた。

本研究を深めるためには、アンケートの質問内容をより具体的なものに変える必要がある。高等学校時に「情報」または他の教科の授業で、電子メールの送受信のしくみのほか書き方に関する内容をどの程度学習したのかを問うことで、スタートラインが分かりやすくなるであろう。さらに、学生と社会人の比較を取り入れるのであれば、本学の通信教育学部の学生を担当するスクーリング授業で演習を行うという方法もある。その際、社会人としての勤務年数、業種、職種、メールを使用する頻度や媒体(パソコンかスマートフォンかなど)も調査するとより現実に応じた研究となる。

5. ビジネス実務教育の一環としての電子メールリテラシ

5-1 ビジネス実務教育の役割

1年次前期に開講されている筆者が担当する「ビジネス実務概論」の到達目標及びテーマは次のとおりである。「本科目は、学生から社会人へのスムーズな接続をねらいとし、信頼される職業人になるための基礎づくりをテーマに、ビジネス実務を実際に行うために必要

な考え方や知識・技能を修得します」。そして「1. 他者や周囲への礼儀や正しい敬語・言葉づかいなど、社会人としての基本姿勢を学ぶ 2. ビジネス社会での実務に関する具体的な作法や技法を学ぶ」としている。

電子メールがビジネス社会での情報伝達ツールのメインとして使用されている現状を鑑みれば、本稿の冒頭で述べたとおり「電子メールのスキルはビジネススキルの一つ」である。では、情報を的確かつ正確に相手に伝達することができさえすれば、電子メールのスキルがあると言えるのだろうか。これを前述のビジネス実務教育の到達目標に照らすと、単に文字として相手に用件を伝達することだけをビジネススキルとすることはできない。なぜなら、実際のビジネス現場では他者や周囲への礼儀を意識し、作法という形であらわすことが必要であり、日頃のそうした丁寧な仕事の積み重ねが信頼されるビジネスパーソンへ通じていくからである⁵⁾。

5-2 電子メール演習からの気づき

電子メールを通じた「他者や周囲への礼儀や作法」とは具体的にはどのようなことが考えられるだろうか。授業では、これについて学生に考えてもらうために、演習の後次の4点を示し、いずれも不適當である理由を検討した。

- (ア) 何度もやり取りをしたことがある相手であれば「お世話になっております」などの挨拶は不要である。
- (イ) 受け取ったメールの内容を承知したが、特に返信する必要はない。
- (ウ) 宛先は自分で、CC:にも関係者が入っていた。このメールに返信するときは「返信」ボタンで返せばよい（つまり、CC:の相手には送らない）。
- (エ) 受け取ったメールに返信するときは、Gメールのスマートリプライ機能のような返信文の候補から選んで返せばよい（例:「見ました」「行きます」など）。

ビジネス社会での挨拶の大切さは入学時より学生たちに指導しており、対面に限らずメールでも挨拶は必要であるという意味で（ア）は理解しやすいと考える。（イ）は、相手が読んでくれたかどうかは不明という電子メールの特性を知ったうえで、送信側の気持ちを考えると、リプライをすることで安心につながる。（ウ）は学生には分かりづらいため、例を実演しながらしくみをスクリーンに投影し、解説した。ビジネス現場では、実務担当者が社外の担当者とメールでやり取りをすることは当たり前にあるが、実務担当者レベルでのやり取りの内容を上司や同僚が把握するために、メール内容を共有することが必要とされているケースが多い。業種や職種、案件にもよるが、上司や同僚と情報共有をするためのCCの使い方を理解し適切にメールの送受信を行うことは、ビジネススキルと言える。（エ）については、便利な機能ではあるが、それを利用するとその短文のみが相手に届いてしまい、必要な要素として学習した相手の宛名、挨拶、自分の所属や氏名が無いものになってしまう。

受け取った相手が、短文のみを目にしたときどのような印象を受けるかを考えれば、礼儀を意識した丁寧な仕事とは言えない。

6. まとめと課題

ビジネス社会では人と人との円満なやり取りが基盤となって業務が円滑に進む。人と人との関係を良いものにするには、あるいは悪い関係にならないためには、相手のことを思いやる礼儀が大切である。電子メールは情報伝達をするための便利なツールであるが、単に情報が相手に伝わればそれでよいということにはならない。ビジネス実務教育の 1 コマとしてのビジネスメールの教育を通して、科目の到達目標である「信頼される職業人になるための基礎づくり」を習得するためには、先ず、書き方や作法といった基本の教育が必要である。

情報通信分野の技術は目覚ましいスピードで進歩する。また、国が進める GIGA スクール構想⁹⁾の下で初等中等教育機関でのデジタル化などもあって、低年齢から自分専用の端末を持つ時代である。コミュニケーションツールもさらに多種多様になるであろうと考える。ビジネス社会における情報伝達ツールもしかりである。

しかし、これからのビジネス社会における情報伝達ツールにどんな変化があったとしても、他者への礼儀や作法に対する基本姿勢は変わらない。礼儀は「心」をあらわすものであり、時代の流行によって消えてしまうものではない。相手の立場に立って気持ちを考えることができれば、受信したメールに対して「確認しました」などの反応の一言があるほうが送信した相手が安心するだろうという考えに行き着く。これは、仕事の基本的な進め方である「指示から始まり報告で終わる」というサイクルに基づいた考えである。ちょっとした仕事を頼まれた際でも、「しました」と一言報告するだけで、頼んだ側は安心することができる。日々の仕事はこのようなやり取りの連続であり、こうした双方向のやり取りがコミュニケーションとも言え、それらを通じて人間関係を築いていくものである。ビジネス実務教育者として、学生たちが社会で円満にコミュニケーションできる術が身につくよう支援する責務がある。

本稿では大学生の電子メール利用にかかる実態について述べたが、今後もビジネス社会における情報伝達手段の変化に注視し、時代に即した教育を施すことが求められる。

参考文献

- 1) 一般社団法人日本ビジネスメール協会. 「ビジネスメール実態調査 2023」
<https://businessmail.or.jp/research/2023-result/> (参照 2023-9-16)
- 2) 佐藤究・小笠原直人・布川博士. (2015)「リアリティのある環境の中に埋め込んだ大学生のメールリテラシ教育の実験―研究室の事例 第2報 (2014 年度実験)―」情報処理学会研究報告. 2015-CE-129.
- 3) IT 用語辞典バイナリ. 「コミュニケーションアプリ」 <<https://www.sophia-it.com/>>
(参照 2023-9-16)

- 4) 菊池理沙 (2021) 「やり取りを前提とした文章における好ましき尺度の作成ー公的なモデルの読み手と書き手の観点からー」 読書科学. 第 63 巻, 第 1 号.
- 5) 藤村やよい編著 (2015) 『ビジネス実務ー信頼を得ることの大切さー』 樹村房.
- 6) 文部科学省. 「GIGA スクール構想の実現について」
https://www.mext.go.jp/a_menu/other/index_00001.htm (参照 2023-9-16)