

専門職大学に必要なライティング指導 —ビジネス Eメールの書き方指導—

門田裕次

要旨

ビジネス Eメールの書き方に関するマニュアル類の書物が数多く刊行されている。Eメールを活用したコミュニケーションは、現代のビジネスの現場において欠かせないものとなっている。本稿では、企業内実習時間（600 時間以上）が必須科目となっている専門職大学のキャリアガイダンスの課題として、企業に依頼メールを書いた学生（日本語母語話者）の文章を調査し、ビジネス Eメールにおいて学生はどのような日本語表現を用いる傾向があるのかを分析し、専門職大学に必要なライティング指導について考察した。学生は、ビジネスの場に適切な敬語体系や、どのような Eメール文章が相手に不快感を与えてしまうのかについての理解が乏しく、ビジネス Eメールの書き方指導においては、敬語体系を含め、「何のために誰に対して」Eメールを書くのか、ビジネスの場面を具体的にイメージさせたライティング指導が必要であることが示唆された。

キーワード

専門職大学、ビジネス Eメール、ライティング指導、敬語、文章を書くこと

1. はじめに

実習時間の多い専門職大学では、大学生活の早い段階から学生は企業と直接コミュニケーションを取らなければならない。インターネットの普及によりその企業との連絡方法は、従来の電話よりも Eメールのほうが一般的になってきている。SNS（ソーシャル・ネットワークワーキング・サービス）の発展により、携帯メールを利用した友人とのやり取りが当たり前となっている学生たちは、企業に送信するビジネス Eメールにおいてどのような日本語表現を使う傾向があるのだろうか。

本稿では、新たな高等教育機関として設置された専門職大学がどのような機関であるのか、そしてその専門職大学の企業内研修に参加する学生たちが書いたビジネス Eメールの表現を調査し、一般の大学よりも企業とのやり取りが頻繁になる専門職大学の学生に対してどのようなライティング指導を行うべきなのか、私案を提示したい。

2. 専門職大学

2.1 専門職大学の誕生とその役割

専門職大学とは、従来の大学制度では実現できなかった実践的な職業教育を行う高等教育機関として 2019 年度に新たに創設された大学制度である。大学制度としては 1964 年の短期大学の制度化以来、55 年ぶりの制度改訂となる。寺田（2018）が指摘するように、専門職大学は、時代の変化に対応して社会が求めるイノベーションを生み出せる高度なプロフェッショナル育成を目指す機関として、従来の大学・短大、専門学校とは異なる独自

の課程や設置基準に基づき、職業専門教育を提供している。

文部科学省（2017）の学校教育法の一部を改正する法律の記載にあるように、専門職大学では「理論」と「実践」の双方を重視するカリキュラムが組み立てられており、最大の特徴は、産業界や地域社会と連携した教育の実施が義務付けられ、4年間で600時間以上にも及ぶ「企業内実習」を必修科目としていることである。筆者が所属する専門職大学においても、①現場に入り仕事の基礎を理解（2年次に約4週間）②システム開発やサービス向上等のために必要なタスクの実行（3年次に約6週間）③問題解決や改善のためのプロトタイプを作成して企業に提案（4年次に約6週間）と、実習内容が組み立てられている。就業そのものに対する現実感が薄い2年次から長期にわたる企業内実習に学生は取り組まなければならない。

他にも特徴として、研究者教員が中心となる一般の大学とは違い、専門職大学では研究者教員に加え、その制度上、必要専任教員の4割以上は、企業で実績を重ねた実務家教員を配置することになっている。また、研究面のみならず教育面でも産学連携を進めるため、アドバイザリーボードとして「教育課程連携協議会」の設置が制度化されており、教育課程全体に、産業界や地域社会の意見を効果的に反映させる仕組みとなっている。

2.2 専門職大学における職業教育

前述のように、2年次から企業内研修が始まる専門職大学では、教育の一環として就労現場に出る学生たちの職業能力を形成していかなければならない。中央教育審議会（2016）の答申「個人の能力と可能性を開花させ、全員参加による課題解決社会を実現するための教育の多様化と質保証の在り方について」においても、特定の業界・職業分野における高度で専門的な知識、課題解決能力、また職業人に求められる基礎的・汎用的能力等を育む実践的な職業専門教育が提案されており、筆者が所属する専門職大学も、実務家教員による具体的な職務を想定した実技授業に加え、キャリアサポートセンターが率先して、学生自らの職業能力を高めていけるように、最新の業界情報の提供や、敬語などのビジネスマナー講座、ビジネスEメールの書き方、キャリア形成などの講座内容で定期的にキャリアガイダンスを実施している。

しかしながら、個々の学生の基礎学力、学習意欲は多様化しており、専門職大学の特徴を活かして、いち早く社会や企業と繋がろうとキャリアの実現に向けて日々邁進する学生もいれば、就業することに対する具体的なイメージを持ってないまま、実務家教員による講義やキャリアガイダンスの指導をただ受動的に受け入れている学生もおり、開学して間もない専門職大学には、基礎学力や学習意欲が低い学生が一定数存在している現状がある。長期にわたる産学連携のカリキュラムをこなすためには、職業専門教育とともに、基礎学力を身につけるためのリメディアル教育の実施も必要である。

3. 大学生の「文章を書く」力

大学生の基礎学力、学習態度、学習動機の低下が指摘されて久しい。天野（2007）の報告にもあるように、18歳人口の減少により大学全入学時代が現実のものとなり、今後ますます「入学生の質の低下」に直面する大学の増加が予測される。これまで入学を認めなかったレベルの学生も受け入れざるを得ない状況となり、基礎学力や学習意欲における学

生間の差が開きつつある。中でも日本語運用能力の低下が、多くの大学で問題視されている。大学生活では、レポート作成、卒業論文、就職活動におけるエントリーシート、自己PR書類作成など、あらゆる場面で「文章を書く」ことが求められる。対面のコミュニケーション力と同様に「文章を書く」力は大学生の必須能力と言える。木下（1981）も、文系・理系に関係なく、大学生は文献・先行研究論文を読み込み、調査や実験を通して得た結果をもとに、明快で簡潔な論理的文章を書かなければならないと指摘しているが、島田（2012）が行った高等学校在学中の文章表現の学習経験に関する調査では、400字程度以上のまとまった文章を書く機会が高校3年間で0回が46%と最も多く、1～3回が25%、4～6回が15%であったことが報告されている。「文書を書く」ことが大学生活では非常に重要なスキルであるにも関わらず、大学入学以前のライティング教育が不十分であることがわかる。各大学もこれに対応するように1990年代以降、初年次教育として「アカデミックライティング」「テクニカルライティング」等の科目の開設や、「ライティングセンター」を設置し、論理的で明確な「文章を書く」ことを目指したりメディア教育を積極的に取り入れるようになった（筒井2008）。

前述したように専門職大学生は、企業内実習前に実習プログラムの確認、実習中の日誌作成、実習後の成果発表作成など特にEメールをツールとした文書によるコミュニケーションを実習先企業と多く取らなければならない。デジタルネイティブである現代の大学生にとってインターネットは日常生活の一部であり、コミュニケーションのツールとして携帯メールを難なく使いこなしている。しかし、プライベートな携帯メールではなく、企業とのビジネスEメールのやり取りとなると、敬語体系に配慮した文章の丁寧さ、ビジネス場面における明瞭で簡潔な文章が求められるが、学生はどれだけそのことを理解しているのだろうか。

4. ビジネスEメール

インターネットが発達した今日のデジタル時代において、Eメールは不可欠なコミュニケーション媒体であり、日常的なコミュニケーションの最も一般的な手段であることは間違いない。ビジネスの現場でもEメールが基本のコミュニケーションツールとなっており、Eメールだけで用件を済ますことも珍しいことではない。

前付け・本文・後付けで構成され、型が決まっている会議の通知書や歓迎会の案内状などのビジネス文書と違い、Eメールの書き方や返信の仕方に関する基本的な社会的慣例はまだ確立されていない。一般的には、件名、宛名、挨拶、名乗り、要旨、詳細、結びの挨拶、署名の順に書き上げていくものとされている。ビジネスEメールは、アカデミックライティング同様に「文章を書く」スキルが必要となるが、書き方は質的に異なるものである。アカデミックライティングは、価値あるテーマについて客観的な根拠をあげながら深く掘り下げ、事実や理論に基づき論理的に書き上げていくものであるが、ビジネスEメールでは、相手に伝えたい用件を「明瞭で簡潔に」書かなければならない。ビジネスの場面において、不必要に長いメールを書いて受信者の時間を無駄にしてはならないという配慮が働いていると考えられる。

情報伝達の早さを重視するビジネスEメールは、会議の通知書や懇親会の案内状といった社内/社外文書によるコミュニケーションよりインフォーマルになりがちであるが、

チャット、または改行や句読点の有無にあまり拘らないプライベート利用の携帯メールよりもフォーマルな文章である。また、ビジネス E メールでのコミュニケーションでは、ジェスチャーや声の抑揚などの合図がないため、表現によっては、相手を不快にさせてしまうこともある。一般社団法人日本ビジネスメール協会（2023）が実施した有効回答数 1,634 人におよぶ職場でのビジネス E メール利用に関する直近の調査によると、「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」のベスト 5 が、①質問に答えていない（42.88%）、②必要な情報が足りない（40.53%）、③文章が失礼（35.83%）、④文章が攻撃的（31.86%）、⑤メールが読みづらい（31.42%）であることが分かった。書き方・送り方に関する厳密なルールがまだ確立されていない E メールは自己流になりがちであるが、ビジネス現場においてトラブルなく業務を進めるために、どのような文章が相手を不快にさせ、失礼で攻撃的だと思わせてしまうのかを理解しておかなければならない。つまり、ビジネス E メールを送信する際には、自分と相手とのパワーバランスを考慮し、敬語体系に配慮したフォーマルな文面にするのか、用件だけを端的に述べた文面にするのか、相手との関係性によって書き方を臨機応変に変えられるスキルが必要と言える。このように、ビジネスの現場においては、話し言葉同様、書き言葉によるコミュニケーション能力も身につけなければならない。

Robles（2012）が企業経営者を対象に行った調査でも、職場で最も重視するソフトスキルのトップ 10 は、「誠実さ」「コミュニケーション」「礼儀正しさ」「責任感」「社会性」「積極性」「プロ意識」「柔軟性」「チームワーク」「労働倫理」であり、特筆すべきは、書き言葉による伝達を含む「コミュニケーション」が、「誠実さ」に次いで重要なスキルとしてランク付けされ、91.2%の企業幹部が「非常に重要」と評価している点である。ビジネスの世界では、書き言葉を含めコミュニケーション能力が低いと、信頼損失にもつながる有害かつ永続的な影響が生じる可能性があると言える。

5. 調査の概要

5.1 調査の目的

学生が企業に向けて「依頼文」の E メールを作成するとき、その文章が敬語表現に配慮したビジネス E メールしてふさわしい表現になっているのかを調査した。

5.2 調査の時期・対象

調査時期は 2023 年 5 月 31 日、2 年生を対象にビジネスマナーを指導するキャリアガイダンスの時間内に E メール課題を実施した。当日ガイダンスに参加した 2 年生は 205 名（日本語母語話者）である。

5.3 調査の方法

まず、キャリアガイダンス担当者から、図 1 のスライドを見せながらビジネス Eメールの形式について説明が行われた。その後、学生にビジネス E メール課題がスライドで提示された。課題の内容は次の通りである。

「あなたは地域共創デザイン実習のリーダーです。6 月 15 日に A 社が実施する無料の聴

講会に参加させてもらうため、A社の企画部Bさんに向けて、当日メンバー全員が参加させてほしいという依頼文を作成して下さい」

企業へのメールについて
1. 件名を入れる
2. 一文を短く、簡潔に
3. 言葉遣い（尊敬語、謙譲語）
4. 改行を上手に使う
5. 最初と最後に挨拶を
6. 署名を入れる（氏名・連絡先等）
7. 送信前に誤字・脱字のチェック

図1 ビジネスEメールの形式に関するスライド資料

5分の回答時間が与えられ、学生は作成した文章をGoogleフォームで送信した。回答を送信した205名のうち64名が件名のみ、または「お世話になっております」「はじめまして」などの定型挨拶文のみの回答で、企業側に「依頼」をしている表現を書いていなかった。この64名の回答は調査分析対象から外し、「依頼」の表現が書いてある141名の回答を分析した。

6. 調査結果と分析

6.1 回答の分類

今回の調査では、聴講会への参加依頼を表現している箇所だけに着目した。分析対象である141名のうち、48名が「参加させていただきたくご連絡いたしました」「参加させていただけないでしょうか」のように敬語に配慮した依頼表現や、相手からの許可を丁寧に求める表現を使用していた。141名から、この48名を除いた93名の不適切な表現と思われる回答を、筆者の判断で4つに分類した。表1に学生が記述した回答を、誤用も含めそのまま分類ごとに2例文ずつ転載する。

表1 回答の分類

回答の種類	回答数	回答例文
1. 「～させていただく」を1文に2回以上使用	47名	この度、貴社で開催される聴講会に参加 <u>させていただきたく、ご連絡させていただきました。</u> A社の無料聴講会に参加 <u>させていただく</u> ことを申し出 <u>させていただきます</u> 。
2. 尊敬語と謙譲語の混同使用	23名	よかったらA社が開催する無料の聴講会に <u>ご参加願えない</u> でしょうか。 この度は、A社が実施する聴講会に参加 <u>させていただき</u> ため <u>ご連絡に参りました</u> 。
3. 「させていただきたいです」	12名	A社が実施される無料聴講会にメンバー全員で

を使用		参加させていただきます。 A 社で行われる無料の聴講会に実習メンバー全員で行かさせていただきます。
4. 「宣言」の形を使用	11 名	御社が開催する聴講会ですが、メンバー全員が参加します。 A 社の無料聴講会についてメンバー全員が参加することが決定しました。

6.2 回答の分析

6.2.1 「～させていただきます」

47 名が「～させていただきます」を 1 文に 2 回以上使用していた。「～させていただきます」（使役＋いただく）は「相手から許可をもらって何かをすることで自分に恩恵や利益が生じる」が本来の使い方であり、文化審議会による「敬語の指針」の謙譲語Ⅰに当たる表現である。「聴講会にメンバー全員で参加する」許可を A 社担当者の B さんからもらおうと考えれば「参加させていただきます」の敬語使用に問題はないが、続けて「ご連絡させていただきました」の「させていただきます」は不要と考えられる。「ご連絡いたしました」などの簡潔な表現で十分である。47 名が「～させていただきます」を 1 文に 2 回以上使用している現状を考えると、「～させていただきます」を汎用的にあらゆる改まった場面において使用できると考えている学生が多いことが示唆される。

6.2.2 敬語の誤用

尊敬語と謙譲語を混同した文章を書いた学生が 23 名いた。表 1 の回答例のように「ご参加」、または「ご来社」と回答した学生が多く、相手の動作や状態を高める尊敬語と、自分の動作を低く述べて行為の及ぶ相手を高める謙譲語の使い分けが理解できていない回答が散見された。企業内実習中は、業務内容の確認、入社遅刻の連絡など、敬語を用いた E メールを送る機会が多いはずであるが、敬語体系への理解が不足している学生が一定数存在することがわかる。

「ご連絡に参りました」と回答した学生が数名いたが、もちろん形式上は「参る」は謙譲語Ⅱとして正しい使用ではあるが、E メールで依頼することが今回の課題であることを考えると、場面にふさわしい敬語の使用とは言えない。

6.2.3 「させていただきます」

11 名が「参加させていただきます」と言い切りの回答していた。「敬意摩滅の法則」が働いているのか「参加したいです」では丁寧度が高くないと考え、「させていただきます」の表現にしていると考えられるが、「させていただきます」という表現は「させていただきます」と「したいです」が組み合わせられており、簡潔さが求められるビジネス E メールにおいては回りくどい印象が否めない。受け取る人によっては丁寧さよりも、押し付けがましい強引さを感じるかもしれない。今回の課題に限らず「～させていただきます」表現を偏重と思えるほど過剰に使用する学生が多いのはなぜなのであろうか。高橋・東泉（2018）の指摘にあるように、改まった場面での「～させていただきます」を用いた

表現は定型化の傾向があり、テレビのニュース報道においても「素敵なお付き合いをさせていただきます」「何とか私を国会にお送りさせていただきますよう、お願いをさせていただきます」のような表現を学生たちが日常的に耳にすることが多いことも要因なのであろう。「～させていただく」という表現が本来持つ「許可」「恩恵」の意味合いが希薄化し「敬語の指針」における謙譲語Ⅱになってきている印象を筆者は持つてしまうが、「～させていただく」の連呼は単に日本語運用能力の低さを露呈するだけになってしまう可能性があり、「～させていただく」の使い方を指導する際には注意が必要である。

6.2.4 行為の宣言

今回の課題のテーマは相手に依頼文を書くことであるが、自分のしたい行為を宣言するだけの回答が 11 名あった。「参加します」「行きます」など、「です」「ます」はもちろん書き手の丁寧な気持ちを表現する丁寧語の分類にはなるが、今回の課題は、先方から「参加しませんか」と誘われたのではなく、こちらから参加させてほしいと依頼することである。一方的に自分の行為を宣言する表現は、立てるべき相手を上から見下ろしたような印象を与えかねない。自分の都合を押し付けず、相手側の都合に配慮しその意向を問えるような適切な表現を学生に指導する必要がある。

6.2.5 今後の調査課題

64 名が冒頭のあいさつしか回答していなかった。依頼文をそもそもどのように書いてよいかかわらなかつたのか、課題の意図やキャリアガイダンスの必要性を理解していないのか、個別に聞き取りを実施していないので詳細は掴めていないが、「文章を書く」機会が少なく文章作成の基礎が身につけていないことも原因のひとつであろう。今回の課題は「依頼文を書きましょう」からはじまっているが、「依頼文」の定型 E メール文をいくつか例として示してから、課題に取り組みせるやり方もあったかもしれない。また、見知らぬ相手に「文章を書く」ことも不安要素の一つになっていたと推測されるが、実社会であれば、潜在顧客の対応、営業の新規開拓、広報案内等、これまで一度も面識のない相手と、電話であれ、メールであれ連絡を取る状況は日常的に起こり得る。その際、社会人として初対面の相手とどれだけの距離感を持てば、相手が不快感を抱かずに済むのか、十分理解しておかなければならない。キャリアガイダンスやビジネス E メールライティング指導においても実際のビジネス現場をイメージした課題の出し方が求められる。ビジネスの場面にふさわしい文章を使いこなせるようになれば、初対面の相手からも信頼され好印象を持ってもらえ、それが確固たる自信へと繋がることにもなるので、就労経験の乏しい学生には具体的なビジネス場面を説明したうえで「文章を書く」指導を行うことが必要だと言える。

表 1 の分類には入れていないが、141 名の回答の中に句点なしが 9 名いた。筆者の所属する専門職大学では、学生との連絡に Slack というコミュニケーションツールを利用しているが、学生とのやり取りの中で、句点なしの文章をこれまで幾つか目にするがあり単なるキーボードの打ち忘れであろうと考えていたが、産経新聞（2023）の記事に、携帯メールで「了解しました。」など文末に句点がつくことに対し恐怖心や威圧感を抱く若者

が多く、この句点が「マルハラ（マルハラスメント）」と呼ばれ話題になっている、と紹介されていた。この句点なしの回答を提出した9名も、相手に威圧的に感じさせないために句点をつけなかったのか、今後の調査対象とするべき項目であるが、チャット文化に慣れ過ぎ、タイパ（タイムパフォーマンス）を重視する今の学生たちにとって、簡潔で直接的なコミュニケーションが一般的となり、句点を打つことすら面倒なことと考えているのではないかと推察できる。礼儀正しい言葉遣いや、やりとりが大幅に省略されているプライベート利用での携帯メールの書き方をそのままビジネスEメールで行わないよう、ライティング指導の際には注意を促す必要もあるのかもしれない。

7. 専門職大学に必要なライティング指導

レポート作成など「文章を書くこと」は学生にとって大学での学びを支えるうえで欠かせない能力である。アカデミックライティングの授業等で、序論→本論→結論と一貫したテーマに沿って論理的かつ明確な文章を書く課題に取り組むことで、学生は論理的思考力や批判的思考力を深めていく。専門職大学の学生にとっても、このアカデミックライティングのスキルは間違いなく必要なものであるが、社会の場で通用するビジネスEメールを的確に書けるスキルも同様に身につけておかなければならない。本稿の調査・分析対象となった学生の書いたビジネスEメールの日本語文章には不適切な敬語使用、失礼な表現が散見された。学生は、社会人のように毎日の業務でEメールを使いながらそのルールを学べるわけではないので、「習うより慣れよ」の指導ではなく、相手に不快感を与えないために、相手とのパワーバランスを考えた尊敬語と謙譲語の違いを含む敬語体系の指導が必要である。また、今回の調査において、初対面の相手に都合を伺うことなく一方的に自分が望む行為を伝えてしまう学生がいたが、「何のために誰に向けて」ビジネスEメールを書いているのか具体的な場面をイメージさせたEメールのライティング指導も必要と言える。ショートメッセージやLINEなどの気楽に使えるコミュニケーションツールは、学生の日常生活に欠かせないものとなっているが、そこでの書き方のルールはビジネスEメールには通用しないことをひとつひとつ指導していく必要がある。

また、刊行されているビジネスEメールの書き方指南書でよく見られるのは、「通知」「案内」「依頼」など場面別に、発信する側の定型表現のみを書けるようにしている一方通行の自己完結型が多いが、相手とのEメールのやり取りが完了するまでどのような表現を使っているのか、一連のやり取りの流れについても指導していく必要がある。今後の課題は、専門職大学の産学連携の強みを生かし、実際にビジネスの現場で交わされている予定の確認・変更依頼などのEメールを、教育用資料として提供してもらうことで、学生がより具体的にビジネスの現場をイメージできるEメールライティング教材を考案することである。

ライティングは短期間では習得できない学習スキルであり、継続的な訓練を要する。ビジネスEメールを含め学生のライティングのスキルとモチベーションを維持し発展させるためには、専門職大学の特色を生かし、企業との連携を通して、より興味深く現実的なトピックや、Eメール課題を学生に提供していくことが重要である。ビジネスの場面を具体的にイメージしながら敬語体系に配慮し、相手に不快感を与えず、明瞭で簡潔なビジネス

Eメールを書ける資質を養成するためのライティング指導が、大学生活の早い段階から企業とEメールのやり取りが多い専門職大学生には必要である。

(門田裕次かどたゆうじ・東京国際工科専門職大学)

参考文献

- 天野郁夫 (2007) 「「全入」時代の意味するもの」 IDE, 491, 5-11.
- 木下是雄 (1981) 『理科系の作文技術』中央公論社
- 島田康行 (2012) 『「書ける」大学生に育てる—AO入試現場からの提言』大修館書店
- 高橋圭子・東泉裕子 (2018) 「「(さ) せていただく」の許容度と依頼表現の変化—アンケート調査による年齢層の比較から—」『アカデミック・ジャパニーズ・ジャーナル』10, 45-53.
- 中央教育審議会 (2016) 「個人の能力と可能性を開花させ、全員参加による課題解決社会を実現するための教育の多様化と質保証の在り方について」(答申) 文部科学省<https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/toushin/1371833.htm> (2024年2月3日閲覧)
- 筒井洋一 (2008) 「日本語表現法の意義と今後の展望」『言語』37(3), 18-25.
- 寺田盛紀 (2018) 「専門職大学の制度課程に関する政策社会学的分析」『生涯学習・キャリア教育研究』第14号, 1-11.
- 文部科学省 (2017) 「学校教育法等の一部を改正する法律」<https://www.mext.go.jp/b_menu/houan/kakutei/detail/1415449.htm> (2024年2月3日閲覧)
- 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-view/>> (2024年2月9日閲覧)
- 産経新聞 「文末の句点に恐怖心…若者が感じる「マルハラスメント」SNS時代の対処法は」<<https://www.sankei.com/article/20240206-YWJICX4DSBEP3HMZ6SJD63PGNM/>> (2024年2月10日閲覧)
- ROBLES, M. M. (2012) Executive perceptions of the top 10 soft skills needed in today's workplace, *Business Communication Quarterly*, 75(4), 453-465.