



日本語、英語にかかわらず、どうやって取引先にEメールを開いてもらうか。そのためにはタイトル（件名）が重要な意味を持ちます。

今回は取引先に優先して読んでもらえるようなタイトルの付け方と、その後のEメールのやりとりについて考えてみます。

1 差出人、タイトル（件名）、本文

グローバル展開をしている企業が海外営業を担う部署に所属していると、1日何十通ものEメールを受信している人も少なくありません。

では、そうしたビジネスマンが朝オフィスに出社して、未開封のEメールが溜まっている時に、どういった順番で開封していくのでしょうか。

まず、開封にあたっては、最初に見るのが差出人。次がタイトル（以下、件名）、それから本文というのがオーソドックスなEメールの読み方でしょう。

長期休暇明けなどは、差出人ごとにEメールを仕分け（sort out）して読む人も少なくありません。

従って、先方が差出人を見て、真っ先にEメールを開封してくれるような人間関係を構築しておくことが重要なのは間違いありません。

次に、最初に受信者の目が行く「差出人のEメール上の表記」が、英語で正しく表記されるように設定されているかも重要です。名前の表記を漢字に設定していると、先方のパソコンが英語設定の場合に文字化けして誰から

のメールか分からず後回しにされたり、破棄されたりすることがありますので、注意が必要です。

2 取引先の注意や目を引く件名

読み手にとって差出人情報の次に見るのが件名です。件名は、読み手の開封順序に大きく影響を与えます。

件名と本文は、新聞にたとえば、見出しと本文のような関係であると言えるでしょう。新聞は見出しに簡潔、センセーショナル、フォント（FONT）の種類・大きさ、といった視覚的効果を駆使して、読者の興味をそそろうとします。

Eメールの件名も同様です。明確、簡潔に何を伝えたのか、読み手がどう受け取ってくれるのかを考えた件名にしなければなりません。

次ページに面談のリクエストをする場合を例に、件名による受信者の受け取り方を記載していますので、参考にしてください。

3 件名の変更はいつ、どのタイミングで？

受信したEメールに返信（return / return all）する時

に、件名は当初の件名の前にRe：もしくは大文字でRE：と表示され、元となったEメールのTO:（宛先）とCC：（カーボンコピー先）へ返信するメールが自動的に作成されます。

このRe：はRegardingの略で、日本語にすると、「～に関する」の意味です。

よくある悩みが、先方とのやりとりが重なるに連れて、当初の件名とはかけ離れた内容のやりとりになった際に件名は変えるべきか変えるべきでないのか、というものです。

これについては、以下の基準で判断すれば良いと思います。

- ①すでに何回もやりとりを重ね、当初の件名とはかけ離れた内容のやりとりとなっているか否か。例えば、「面談のリクエスト」という件名で始まったやりとりが、商品の性能や価格についてのやりとりに発展してしまっていないか。
- ②その結果、return allで返信すると、当初のTOもし

くはCCの宛先の役職員には関係のない情報が送信されてしまうおそれはないか。

return allは便利な機能ですが、先方が誤ったアドレスを追加してきても、こちらはそれが先方の関係者だろうと思ってしまいます。初めて見るアドレスであれば、先方に確認してみましょう。

「この件名は、ちょっと今のやりとりに適していない」と感じた際には件名と一緒にTOやCCの宛先も見直して、新たなやりとりを始めるのが良いと思います。

4 【 】について

【URGENT】など【 】で件名の出だしを強調することとは先方の目を引くのに有効です。

しかし、言語設定が英語でなされているパソコンは【 】を表記できず、文字化けして□□と表記されます。上記の例ですと、□URGENT□と表記され、あまり目立ちません。日本語設定されたパソコンを持っている人以外には効果的でないので、気を付けておきましょう。

	件名（title / subject）	受信者の感じ方
①	Request for meeting	この件名だけでは、いつ頃、何の話をしたのか、本文を読まないと分かりません。差出人の面談の申し出を受信者が望んでいない限り、あまり優先的に開封してくれるメールでないでしょう。
②	Request for meeting next week	来週に面談したいということですので、受信者は、ずいぶん急だな、何の話かな？ と①よりは優先して本文を読んできれと思います。ただし、特に急ぎの用件でない場合は、かえってマイナス効果になるでしょう。
③	Request for Web-meeting	Webでの面談は、with コロナ時代においては、リアルな面談よりも制約なく実施することが可能です。ただし、この件名では、いつ頃、何の話をしたのか不明ですので、開封の優先順位は高くないでしょう。
④	Request for Web-meeting next week	来週にWebで面談したいということですので、受信者は、「急ぎの用かな？ すぐに返事してあげないと」というインセンティブが働きます。
⑤	Request for meeting with regard to your proposal	「あなたの提案に対する面談のリクエスト」と、何の面談をしたのか、面談目的も自身の提案に対する案件と明確ですので、すぐに開封してくれる件名です。

このように件名は、先方がどれだけ優先的に開封してくれるかの重要な鍵となります。受信者に対して、何を伝えたいのか、どうすれば優先的に開封してくれるか、明瞭・簡潔なCATCHY TITLEをいつも心がけることで、慣れれば自然と効果的な件名があまり時間をかけずに頭に浮かぶようになってきます。意識して件名を考えるくせを身につけましょう。