

● 全国高等院校国际商务日语系列统编教材 ●

# 日本 市场概况

主编 崔 崑

RIBEN  
SHICHANG  
GAIKUANG



中国商务出版社  
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

全国高等院校国际商务日语系列统编教材

# 日本市场概况

主编 崔 崑

江苏工业学院图书馆  
藏书章

---

中国商务出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

日本市场概况/崔崑主编. —北京: 中国商务出版社,  
2005. 8

(全国高等院校国际商务日语系列统编教材)  
ISBN 7-80181-426-6

I. 日… II. 崔… III. 商务—日语—高等学校—  
教材 IV. H369.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 085839 号

---

全国高等院校国际商务日语系列统编教材

### 日本市场概况

主 编 崔 崑

中国商务出版社出版

(北京市安定门外大街东后巷 28 号)

邮政编码: 100710

电话: 010—64269744 (编辑室)

010—64220120 (发行二部)

网址: [www.cctpress.com](http://www.cctpress.com)

Email: [cctpress@cctpress.com](mailto:cctpress@cctpress.com)

新华书店北京发行所发行

山东新华印刷厂德州厂印刷

787×980 毫米 16 开本

21 印张 384 千字

2006 年 2 月 第 1 版

2006 年 2 月 第 1 次印刷

印数: 4000 册

ISBN 7-80181-426-6

F·818

定价: 32.00 元

---

版权专有 侵权必究

举报电话: (010) 64212247

# 全国高等院校国际商务日语系列统编教材

## 编 委 会

顾 问：施用海 严卫京 冯 锋 刘金才  
刘凡夫 秦明吾

主 任：李爱文

秘书长：李广悦

编委会成员（以汉语拼音为序）：

|     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|
| 陈雨贤 | 崔 峯 | 方爱乡 | 胡以男 |
| 江新兴 | 李爱文 | 李学新 | 刘德慧 |
| 皮细庚 | 钱建初 | 邵松坚 | 吴小京 |
| 张新华 | 张予娜 | 周玲娟 |     |

# 本书编委会

主 编 崔 峯

副主编 胡 备 胡 征

编 者 (以姓氏笔画为序)

丁文博 朱 佳 孙小菲 李 莉

杨柏宏 罗雪梅 郑宇超 单瑜阳

胡 备 胡 征 赵世海 柳晓东

徐丽丽 栗 霞 崔 峯 曾 妍

崔月黎

# □ □ 总 序

中国加入世界贸易组织以来，中国的经济高速发展，进出口贸易、技术交流和相互投资日益繁荣。与此同时，我国与日本的经济贸易的交往逐年扩大，在全国大中城市，尤其是沿海开放城市，急需大批的日语专门人才。商务日语人才是我国经贸事业发展不可缺少的部分，在我国经贸事业的人才需求中占有重要的地位。对日本的经济贸易关系的发展与商务日语人才的培养是相辅相成的关系，我国庞大的对日经济贸易业务需要大量的商务日语专业人才；而大量商务日语专业人才的参与，又反过来为我国对日本经济贸易的顺利发展提供有力的帮助。如何编写一套供学习商务日语的系列教材成为当务之急。中国商务出版社审时度势，及时出版了这套商务日语系列教材。本套教材无论是从内容到实务，还是从翻译、谈判、听说、阅读到商务函电写作，都作了全方面的考虑和设计，所选材料都来自原版日文报刊，编写者绝大部分有留学日本的经验，部分日籍专家又参与了写作，确保了这套教材的质量，并力求最大限度地满足我国对商务日语人才的需要。

中国商务出版社是商务部所属唯一的出版社，多年来一直致力于促进我国对外经济贸易教育事业的发展。为出版这套教材，中国商务出版社组织了全国开设日语专业的七十多所高等院校的专家和教师共同编写。这套教材共计11本，包括《日本经济》、《日本商务礼仪》、《日本市场概况》、《商务日语函电》、《商务基础日语》、《商务日语谈判》、《商务日语听力教程》、《商务日语文章选读》等。本套教材也是目前国内唯一的一套成规模、成系统的商务日语教材。

我真诚地把这套教材推荐给广大院校和读者，相信这套教材一定能够为我国商务日语人才的培养做出卓越的贡献。

中国国际贸易学会会长  
中国前驻日本使馆公使衔商务参赞

施同海

2005年10月28日

# □ □ 前 言

受中国商务出版社的委托，我们编写了《日本市场概况》一书。它是中国商务出版社全国高等院校国际商务日语系列统编教材的一个分册。

本书由 35 课正文及 9 篇阅读材料构成。每篇正文由课文、生词、语法、注释、讨论题等 5 部分组成。阅读材料分为阅读文章及生词两部分。考虑读者使用方便，除注明每篇正文和阅读材料所用文章的出处外，书后附有每课文章的中文译文、语法索引、词汇索引、参考文献等项目。与同类教材相比，本书有以下几个特点。

## 一、选材新颖

如果论及《日本市场概况》一书的特点，首先应是一个“新”字。市场犹如上帝无形之手左右着现代经济的走向。市场瞬息万变。《日本市场概况》的每一篇课文及阅读材料都选自于日本最近出版的原版专著。阅读此书，读者可以捕捉到有关日本市场的当前最新信息及今后发展趋势。

## 二、内容广泛

市场涉及人们日常生产、生活的方方面面，如金融市场、外贸市场、证券市场、外汇市场、劳力市场、商品市场、开发市场、市场走向、市场生产、市场占有率、市场调查、市场价格、市场价值、市场经济等等。《日本市场概况》正是考虑到市场的上述特殊性，在认真听取了中日两国有关专家、学者的高见之后，从几十本专著、上百篇文章中经过去粗取精、由表及里的分析过程，最后凝聚而成。阅读此书，可使读者对当今的日本市场形成一个整体概念。

## 三、趣味横生

为了增加本书的可读性，我们特意挑选了一些幽默诙谐，意味深长的文章。如 23 课的“入乡随俗”、28 课的“广告词与促销术”、31 课的“麦当劳和胶卷”等。读者在学习日本市场知识的同时，还可领略到语言的魅力和处事的智慧。

## 四、针对性强

前面谈到，本书是一部教材，因此它的每一环节均是以大学课堂这一特定

舞台而展开的。如课文，除个别内容做了调整外均选自原文；每一单词都标有读法及重音；对课文中的难点、疑点加了注解；语法、惯用型除注明接续、用法、特点、中文翻译外还附有大量例句。这样，读者在学习专业知识的同时，还可提高日语的整体实力，可谓一石二鸟。

本书读者对象为大学经贸日语专业三、四年级本科生、研究生以及具有中级以上日语水平的日语学习者。也可作为从事日语经贸专业的教师和研究人员的参考书。

在本书的编写和出版过程中，得到了中国商务出版社的鼎力相助，吉林大学日语专家春口淳一先生为本书的讨论题做了认真的校对，在此一并表示衷心的感谢。

由于时间仓促及我们能力所限，本书的纰漏一定不少，敬请读者批评指正。

编 者  
2005 年 3 月

# 目 次

|                 |        |
|-----------------|--------|
| 第一課 経済成長        | ( 1 )  |
| 第二課 市場メカニズム     | ( 6 )  |
| 第三課 薄利多売        | ( 12 ) |
| 第四課 ミクロ経済とマクロ経済 | ( 17 ) |
| 読読材料 1 金融市場の働き  | ( 24 ) |

---

|                |        |
|----------------|--------|
| 第五課 株式         | ( 28 ) |
| 第六課 証券市場       | ( 34 ) |
| 第七課 円高・円安      | ( 39 ) |
| 第八課 産業の空洞化     | ( 44 ) |
| 読読材料 2 不況と構造改革 | ( 49 ) |

---

|                     |        |
|---------------------|--------|
| 第九課 リストラ            | ( 52 ) |
| 第十課 インフレとデフレ        | ( 58 ) |
| 第十一課 バブル            | ( 63 ) |
| 第十二課 不良債権           | ( 69 ) |
| 読読材料 3 日本のバブルと政策の失敗 | ( 75 ) |

---

|                  |         |
|------------------|---------|
| 第十三課 終身雇用と年功序列   | ( 79 )  |
| 第十四課 市場と企業 (一)   | ( 85 )  |
| 第十五課 市場と企業 (二)   | ( 91 )  |
| 第十六課 「神の見えざる手」とは | ( 97 )  |
| 読読材料 4 日本の経営     | ( 105 ) |

---

|                 |         |
|-----------------|---------|
| 第十七課 競争は市場の活力   | ( 108 ) |
| 第十八課 外国為替市場の仕組み | ( 116 ) |

|       |                    |       |
|-------|--------------------|-------|
| 第十九課  | 日本企業が歩んだ50年の歴史     | (122) |
| 第二十課  | 商品開発における日本の競争優位(一) | (129) |
| 読読材料5 | マネーが世界を駆けめぐる       | (134) |
| 第二十一課 | 商品開発における日本の競争優位(二) | (137) |
| 第二十二課 | 企業戦略・企業構造・ライバル間競争  | (147) |
| 第二十三課 | 郷に入っては郷に従え         | (155) |
| 第二十四課 | 円高と日本経済            | (161) |
| 読読材料6 | 経営戦略とマーケティング       | (166) |
| 第二十五課 | 平成不況はなぜか           | (171) |
| 第二十六課 | メガトレンド             | (177) |
| 第二十七課 | どうすれば消費を促すか        | (183) |
| 第二十八課 | キャッチ・フレーズ販売促進      | (189) |
| 読読材料7 | 日本型ブランド優位戦略        | (194) |
| 第二十九課 | 秋葉原と家電産業           | (198) |
| 第三十課  | 流通が変わる             | (205) |
| 第三十一課 | マクドナルドとフィルム        | (211) |
| 第三十二課 | 市場価格の決まり方          | (217) |
| 読読材料8 | 失業問題に克つ方法          | (223) |
| 第三十三課 | 国際金融市場における日本       | (227) |
| 第三十四課 | なぜ競争が必要か           | (233) |
| 第三十五課 | 日本経済はこれからどうなるか     | (240) |
| 読読材料9 | 「高度情報化社会」と流通       | (248) |
| 参考訳文  |                    | (251) |
| 文法索引  |                    | (292) |
| 語彙索引  |                    | (295) |
| 参考文献  |                    | (322) |

# 第一課 経 済 成 長

□□ 野口旭

経済が年々成長していくには長期的要因と短期的要因がある。長期的に見ると、資本や労働力が増えたり技術が進歩することで経済は成長する。景気によって需要が変動し、これが短期的な経済成長に影響する。現在の日本経済は、長期的に見れば生産性の向上によって経済は成長しているが、短期的に見ると不景気で成長が鈍っている状態といえる。

戦後、日本の経済はすさまじい勢いで成長してきた。この成長を冷静に見てみると、それなりに要因があることがわかる。経済学では、この要因を「長期的要因」と「短期的要因」に分けて考える。まず長期的要因について説明しよう。

長期的要因には二つある。一つは、財やサービスを生産するために必要な資本と労働力が増えることである。経済学では、財を作るために必要な設備や機械のことを資本という。企業は新しい設備を導入したり、新しい設備に買い替えることで生産能力を拡大させている。また、人口の増加によって労働人口が増えていくことも生産能力の拡大につながる。この二つの要素が重なることで財やサービスをたくさん作ることができ、その結果として経済が成長するわけである。

もう一つは、技術革新や技術進歩である。新しい生産方法が考え出されて生産能力が飛躍的に向上したり、新しい技術が開発されることで、労働者一人当たりの財やサービスの生産性がアップして経済が成長していくのである。こういった、財やサービスを生産することを、経済学では「供給」という。

短期的要因としては、「需要」が挙げられる。需要とは、消費と投資を合わ

せたものである。私たちは生きていくために食物をはじめとして、いろいろなモノやサービスを消費する。しかし、例えば、今年取れたお米を全部食べてしまうと、来年食べるお米の種もみまで食べてしまうことになる。そこで、来年用の種もみは残しておく。これが経済学でいう投資で、投資とは将来に生産活動をするために今残しておく財のことである。

生産能力が上がってたくさんの財やサービスを供給できても、それを買ったり使ってくれる人がいなければ、つまり需要が足りなければ経済は成長していかない。たくさん供給できるのに需要が足りない状態を不景気、需要が多くて供給が追いつかない状態を好景気という。需要は、景気によって大きく変動し、短期的な経済の成長を上下させる。

ナツメ出版「経済のしくみ」(2003年) より

## 単 語

|                |         |              |
|----------------|---------|--------------|
| 経済(けいざい) ①     | 【名】     | 经济           |
| 成長(せいちょう) ②    | 【名】     | 增长, 成长       |
| 要因(よういん) ②     | 【名】     | 原因, 主要原因     |
| 資本(しほん) ②      | 【名】     | 资本           |
| 労働力(ろうどうりょく) ③ | 【名】     | 劳动力          |
| 技術(ぎじゅつ) ①     | 【名】     | 技术           |
| 進歩(しんぽ) ①      | 【名・自サ】  | 进步           |
| 景気(けいき) ②      | 【名】     | 景气, 繁荣       |
| 需要(じゅよう) ②     | 【名】     | 需要, 需求       |
| 変動(へんどう) ②     | 【名・自サ】  | 变动, 变化       |
| 生産性(せいさんせい) ②  | 【名】     | 生产率, 生产能力    |
| 向上(こうじょう) ②    | 【名・自サ】  | 提高, 向上       |
| 鈍る(にぶる) ②      | 【自五】    | 减弱, 放慢       |
| すさまじい④         | 【形】     | 惊人的          |
| 勢い(いきおい) ③     | 【名・副】   | 势头, 速度       |
| それなり②          | 【名・副】   | (与之)相应的, 相称的 |
| 財(ざい) ①        | 【名】     | 财富, 商品       |
| サービス①          | 【名・自他サ】 | 服务           |
| 設備(せつび) ①      | 【名】     | 设备           |

|                |         |            |
|----------------|---------|------------|
| 機械(きかい) ②      | 【名】     | 机械, 机器     |
| 導入(どうにゅう) ②    | 【名・他サ】  | 引进, 引入     |
| 買い替える(かいかえる) ③ | 【他一】    | 重买, 重新购入   |
| 拡大(かくだい) ②     | 【名・自他サ】 | 扩大         |
| つながる④②         | 【自五】    | 有关, 相关     |
| 要素(ようそ) ①      | 【名】     | 要素, 因素     |
| 飛躍(ひやく) ②      | 【名・自サ】  | 飞跃, 跳跃     |
| 開発(かいはつ) ②     | 【名・他サ】  | 开发         |
| アップ①           | 【名・自他サ】 | 提高         |
| 供給(きょうきゅう) ②   | 【名・他サ】  | 供给, 供应     |
| 消費(しょうひ) ②     | 【名・他サ】  | 消费         |
| 投資(とうし) ②      | 【名・自サ】  | 投资         |
| 種もみ(たねもみ) ②    | 【名】     | 稻种         |
| 追い付く(おいつく) ③   | 【自五】    | 赶上, 追上     |
| 上下(じょうげ) ①     | 【名・自他サ】 | 左右, 上下浮动   |
|                |         |            |
| 傷つける(きずつける) ④  | 【他一】    | 伤害, 损害     |
| 踏切(ふみきり) ②     | 【名】     | (铁路的) 道口   |
| いとも①           | 【副】     | 最, 非常      |
| 恒例(こうれい) ②     | 【名】     | 惯例, 常规     |
| 運賃(うんちん) ①     | 【名】     | 运费         |
| 家計(かけい) ②      | 【名】     | 家庭经济情况, 家计 |
| マインド②          | 【名】     | 精神, 意识     |
| 手控える(てびかえる) ④③ | 【他一】    | 节制, 削减     |
| 取り崩す(とりくずす) ④⑤ | 【他五】    | 动用, 取出     |

## 文 法

### 1. ～には

接续助词。前接动词连体形, 表示目的。可译成“要……”。

○ 経済が年々成長していくには長期的要因と短期的要因がある。

○ その電車に乗るには予約を取る必要があります。

○ 健康を維持するには早寝早起が一番だ。

- 技術を身につけるには、よほど努力しなければならない。
- 日光が地球に届くには8分20秒ほどかかっている。
- そこに行くには険しい山を越えなければならない

## 2. ～によって

接体言后，表示原因、手段、依据等。可译成“由于……”“根据……”“通过……”。

- 景気によって需要が変動し、これが短期的な経済成長に影響する。
- 私の不注意な発言によって、彼を傷つけてしまった。
- 踏切事故によって、電車は3時間も遅れました。
- この資料によって多くの事実が明らかになった。
- コンピュータによって世界中の情報がいとも簡単に手に入るようになった。
- 行くか行かないかは、明日の天気によって決めよう。
- 恒例によって会議の後に夕食会を設けることにした。

## 3. ～当たり

接尾词。接数量词组后，表示均摊。可译成“每……”“平均……”。

- …労働者一人当たりの財やサービスの生産性がアップして経済が成長していくのである。
- 一人当たり1万円の手当て。
- グラムあたりの値段。(=1グラムいくら。)
- 電車のキロあたり運賃。(=1キロメートルいくら)
- 6日間で6千円もらったら、1日あたり千円になります。
- 10年後、日本では一人当たり4人の老人を支えるという計算になる。

---

## 注 解

### 1. 景気

景気の定義ははっきりしていないが、「実体経済の状況に加え、企業や家計の経済活動に対するマインド(意識、受け止め方)を表す言葉」とする

のが一般的。

## 2. 需要

需要には、政府消費・政府投資、企業と個人の民間消費・民間投資、輸出から輸入を差し引いた純輸出の5つがあり、これらを合計したものが需要の総額になる。

## 3. 成長を上下させる

将来、景気が悪くなると思えば、企業は設備投資を手控え、個人はいろいろなものを買い控えて貯蓄しようとする。逆に、景気がよくなると思えば、企業はどんどん設備投資をし、個人は貯蓄を取り崩して消費に走る。

---

## 研究課題

1. 経済が年々成長していく長期的要因と短期的要因を述べなさい。
2. 現在の日本経済はどんな状態になっているか。
3. 長期的に見て、戦後日本の経済はなぜすさまじい勢いで成長してきたのか。
4. 経済学でいう「供給」というのは何を意味するか。
5. 「需要」とは何か、例を挙げて説明しなさい。
6. 供給と需要の関係について、自分の言葉で述べなさい。

## 第二課 市場メカニズム

□□ 野口旭

市場は生活に必要なモノを自然に作り出しています。私たち人間が生きていくためには、食料をはじめとして衣服、住宅、家電製品など、実に多くのモノが必要です。このようなモノの売買にも、一定の法則があります。

例えば、王様が国全体に必要なモノを計画し、誰かに命令して作らせ、それを人々に分配するというやり方もあります。こういった経済の形態を「計画経済」といいますが、この方法で必要なモノの需給をコントロールするのは難しいものです。あるモノは足りなくて行列をしなければ買えない、あるモノは作りすぎて野ざらしにしてしまうというようなことが起こるからです。

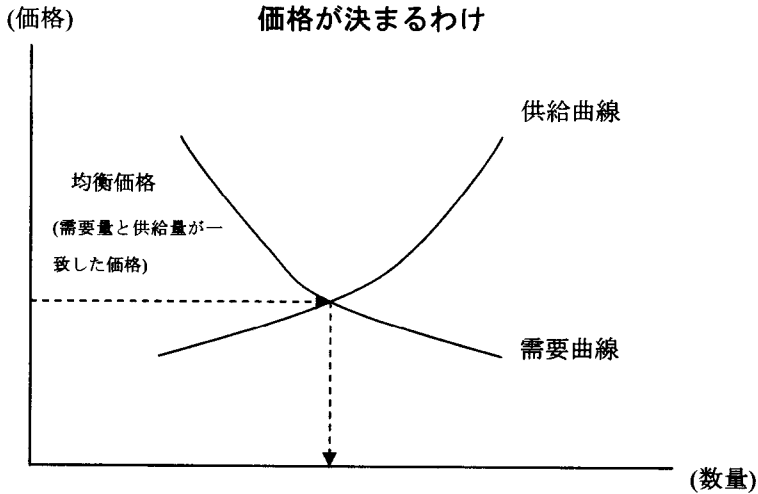
ほとんどの国は、このような計画経済とは違って、誰に命令されなくても必要なモノを自然に作ったり買ったりしています。国は、決して企業にアレを作れ、コレを作れとは命令していません(公共事業は別として)。にもかかわらず、人々が必要とするモノは企業を通してきちんと供給されています。こういった人々の需要と供給をうまく調整する機能を「市場メカニズム」といいます。経済学の祖アダム・スミスは、これを「神の見えざる手」と呼びました。

人々に必要なモノを実際に作って供給するのは企業。なぜ市場に、こんな神様のような力が備わっているのでしょうか？

これは、皆さんの毎日の購買行動を例にとるとわかります。私たちは、生活に必要なモノは少しくらい価格が高くても買います。けれど、必要のないモノは安くても買いません。つまり、利益を出さないと存続していけない企業は、利益を出すために人々が必要とするモノを作ろうとするわけで、結果的

に、必要なモノは市場を通して自然に企業から供給されるのです。

市場は、人々が必要としているモノあるいは必要としていないモノを価格を媒介として調整する役割をもっています。結果として下の図のように需要曲線と供給曲線が交わった点で価格は決まります。価格とはモノやサービスを手に入れるための対価、つまり値段のことですが、経済学では需要と供給を調整するシグナルであると解釈します。



### 均衡取引量

(均衡価格の取引量)

図示：例えば、少々価格が高くてもブランドもののバックがほしいという人が大勢になると、需要曲線が右に移動する。もちろん、価格はアップする。もしメーカーがいっぱい作ったら供給曲線は右に移動する。すると、価格は下がる。

### 単語

市場(しじょう) ①

メカニズム ③

自然(しぜん) ②

作り出す(つくりだす) ④⑤⑥

生きる(いきる) ②

【名】

【名】

【名・形動・副】

【他五】

【自一】

市场

机制, 结构

自然的

生产, 制造

生存, 活