

高等院校日语专业系列教材 ● 总主编 修 刚 王健宜

日语 写作

刘艳萍 主编
花 超 赵冬茜 刘艳萍 编著

Japanese

南开大学出版社

高等院校日语专业系列教材

总主编 修 刚 王健宜

日 语 写 作

刘艳萍 主编

花 超 赵冬茜 刘艳萍 编著

南开大学出版社

天 津

图书在版编目(CIP)数据

日语写作 /刘艳萍主编. —天津:南开大学出版社, 2006. 4
(高等院校日语专业系列教材/修刚,王建宜主编)
ISBN 7-310-02498-2

I. 商... II. 刘... III. 日语—写作—高等学校—教材 IV. H365

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 155237 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:肖占鹏

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

*

河北昌黎太阳红彩色印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2006 年 4 月第 1 版 2006 年 4 月第 1 次印刷

787×1092 毫米 16 开本 14 印张 350 千字

定价:23.00 元

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125

高等院校日语专业系列教材

编委会名单

总主编

修刚 王健宜

编委

张秀华 张晓希 张敬茹 石云艳 赵文华

序

进入 21 世纪以来,随着高等教育的迅猛发展,高校日语专业大幅度增加。据中国日语教学研究会统计,中国高等学校中设立日语专业的学校已经由此前统计的 110 所,上升到 210 所左右,增加了近一倍。而天津的日语教育便是其缩影:曾几何时,天津的高校只有四所大学设有日语专业,而今不含高职院校已经有八所学校有了日语专业,而且专业设置和在校生数量仍在增加之中,更何况高职院校的日语专业和学生人数的增长更不可小觑。

日语专业设置和日语学习者的增多,使高校日语教学出现了空前繁荣的局面。与之俱来的,则是日语教材以及辅助教材数量的增长,从某种意义上可以说,高校日语教材也迎来了“战国时代”。有人对此感到不安,担心穷于选择,会造成混乱。其实不然,教材数量和种类的增长是一件好事。首先它是我国日语教学新时期的产物,同时也为百花齐放、百家争鸣提供了有利条件与氛围。只有经历这样的过程,适合中国日语教学的高质量教材才会应运而生。同时,我们也看到,由于教材需求大,市场热,因而“短、平、快”的单本或单科教材较多,而成系列的教材相对较少,更有一些教材的质量尚待提高。我们认为,编写教材的目的是为了切实提高教学质量,而教材本身的质量才是市场竞争的“赛点”。有鉴于此,本系列教材力图形成以下几个特点:

一是系列性强。内容的设置全面、简明而自成系列,不但有传统的精读课教材,还有文章选读、翻译、口语、文学概论、语言概论等,相互间既有关联,又避免重复。

二是编写人员的实力强。本套教材主要由南开大学和天津外国语学院两所大学的教师合作编写,这些教师长年工作在教学第一线,具有丰富的教学经验和宽阔的视野,教材采用单本主编负责制和系列教材编委会负责制的双负责制的方式,保证了教材的质量。

三是教材的实用性强。教材的编写力在结合中国人学习日语,中国成人学习日语的特点,既吸收最近国外的最新研究成果,又结合我国的日语教学的实际。以传授知识为主的教材,用中文撰写,而不是简单编辑,适合我国高校学生或同等学力的人员学习。

四是内容新鲜活泼。力图打破以往教材的古板生硬的方式,尽量结合青少年学习的特点,在注重知识性的同时,注意增强趣味性,使学习的过程成为一种乐趣,让学习者乐而学之。

学习日语的方式因人而异,教材使用也因人而异。但是只用一种教材就能学好日语的

时代已经过时。在经济条件许可的条件下，手头多几本教材，可以在比较中学习，博采众长，有了知识的平台，多了许多新鲜感，强化了知识的系统性。

当然，在实际编写中，限于资料 and 人员等方面的原因，本套教材还存在有待改进的地方，我们推出它，也在于能在广泛听取意见的基础上使之进一步完善，在我国诸多日语教材中成为一套具有强大生命力的系列教材。

中国日语教学研究会 副会长 修 刚

中国日语教学研究会 副会长 王健宜

2004年8月于天津

前 言

在信息化社会急速发展的当今世界，商务往来中追求简便、快捷、高效的倾向日益凸现，人们对以往那些形式繁复的商务信函似乎已少有青睐。然而，当我们在工作中收到那些语气郑重、态度严谨的商务信函时，不禁会对对方油然而生一种亲近、信赖的好感。从某种程度上甚至可以说，人际交往中获得的成功，很多正是源于这些庄重的态度、固定的格式、充满敬意的语言、深入人心的常用表现方式。

在人们的心目中，商务信函的语言多生僻晦涩，难于掌握。实则不然，看似充满繁文缛节的商务信函中，包含着有章可循的规则。只要理解和掌握这些规则，便掌握了信函整体的书写思路和脉络，就可以轻松地完成一篇赏心悦目的商务信函，为你的事业助一臂之力。

本书是专门为高等教育自学考试日语本科专业开设的专业课程——日语写作（商务信函）而编写的。本书由商务信函的基础知识、书写要领、信函例、常用表现、练习篇、译文构成，充分考虑了学生自学的方便。在编写过程中，作者潜心研究收集了国内外相关的先进研究成果，从商务信函的基本文体常识、特征及写作规律、要求等基础知识的说明入手，逐渐深入，结合实际工作、生活中的范文分析，向读者介绍商务函电文书写作的规律和模式。高等教育自学考试日语本科学生在学习过程中，能够培养良好的写作规范，尤其是实际应用能力将会有较大提高。本书特别设置了练习内容和考试样题。练习题型涵盖了单词、填空、选择、翻译等内容，以期通过形式多样的实践练习，提高学生对所学知识中重点、难点的理解及应用能力，达到所学的知识能够“信手拈来、为我所用”的目的。考试样题完全模拟考试题型，能够让学生在平日的训练中对试题类型加以熟悉，并指导他们有针对性地进行自学和复习。

此外，由于书中采用了大量日文商务信函原文，并对信函中的关键段落进行多项替换，使得本书内容丰富广泛，对日资企业职员在工作中的实际应用也大有裨益。

目 录

序	1
前 言	1
第一章 ビジネス文書の基本	1
一、ビジネス文書とは	1
二、ビジネス文書に求められるもの	2
三、ビジネス文書は慣用句の組み合わせでできる	2
第二章 要領のいいビジネス文書作成術	4
一、ビジネス文書を書く前に	4
二、ビジネス文書の基本的なフォーマット	5
三、新しいビジネス文書のポイント	12
四、ビジネス文書を書き終わった後で	13
第三章 文書例	15
一、社内向け	15
(一) 記録の書き方	15
(二) 提案の書き方	25
(三) 企画の書き方	30
(四) 指示書の書き方	34
(五) 照会の書き方	37
(六) 通知書の書き方	40
(七) 届出書の書き方	44
(八) 報告書の書き方	50
二、社外向け 社交文書	55
(一) あいさつ・見舞い	55
(二) 案内状・招待状	60
(三) 祝賀状	64
(四) 礼状	68
(五) 履歴書	72
三、社外向け 取引文書	75
(一) 通知状の書き方	75
(二) 照会状の書き方	80

(三) 依頼状の書き方	85
(四) 交渉状の書き方	89
(五) 申入状の書き方	92
(六) 注文状の書き方	94
(七) 承諾状の書き方	97
(八) 請求状・督促状の書き方	101
(九) 断り状の書き方	105
(十) 抗議状の書き方	110
(十一) お詫び状の書き方	114
第四章 ビジネス文章の常用表現	118
一、頭語と結語	118
二、自称・他称の使い分け	118
三、忌み言葉	119
四、月順の別称	121
五、安否の挨拶	124
六、感謝の挨拶	125
七、授受関係に関する表現	125
八、常用漢字表	126
第五章 練習編	130
一、練習	130
二、練習の答え	180
三、模擬試験と答え	187
译文	
第一章 商务信函基础知识	188
一、商务信函基本概念	188
二、商务信函的基本要求	188
三、由惯用语句组合而成的商务信函	189
第二章 商务信函书写要领	190
一、商务信函书写准备阶段	190
二、商务信函的基本格式	191
三、现代新型商务信函的写作关键	201
四、商务信函书写完毕后	202
第三章 商务信函例	204
一、面向公司内部信函	204
(一) 记录	204
(二) 提案	208
(三) 企划	213
(四) 指示	216
(五) 照会	219

(六) 通知.....	222
(七) 呈报.....	226
(八) 报告.....	232
二、面向公司外部的信函 社交往来信函.....	237
(一) 问候·慰问.....	237
(二) 请柬·邀请.....	242
(三) 祝贺.....	245
(四) 感谢.....	248
(五) 履历.....	251
三、面向公司外部的信函 交易往来信函.....	254
(一) 通知.....	254
(二) 照会.....	258
(三) 请求委托.....	261
(四) 交涉.....	264
(五) 建议.....	266
(六) 订货.....	268
(七) 承诺.....	270
(八) 索取·催促.....	273
(九) 拒绝.....	276
(十) 抗议.....	279
(十一) 道歉.....	282

第四章 译文略

第五章 译文略

第一章 ビジネス文書の基本

一、ビジネス文書とは

ビジネス文書とは、会社・官公庁・各種団体・商店など、文字通り、ビジネスの場において、やりとりされる文書のことです。しかも会社対個人、個人対個人であっても、一方がビジネス社会や公的立場に身を置いていることが、その内容に大きく関わっている場合はやはりビジネス文書として取り扱った方がいいといえます。

ビジネス文書の種類は数え切れないほどいろいろありますが、しかし大体次の二つに分けることができます。(下に示している)そして、社外向けビジネス文書は、他社や他機関、個人などと仕事を介在して取り引きする場合にかわされる取引文書と、他社や他機関、顧客を中心とする個人との関係をスムーズに営むためにかわされる社交文書の二つに分けられます。

社内向けビジネス文書

社外向けビジネス文書 (取引文書・社交文書)

社内向けビジネス文書や社外向けの取引文書などでは、ほぼ、フォーマットが決められていることが多いようです。会社がフォーマットを決めて用意していることもあるようですし、請求書や領収証のようにたくさん市販もされているものもあります。それならビジネス文書は簡単だと思われるでしょうが、フォーマットが決められていても、理由や経過、条件などについては自分で文書を考えて書く必要があります。社交文書などは時と場合に応じて、一から自分で作成しなければなりません。

このように見てきますと、ビジネス文書といえども自分で構想を練り、構成を考え、文章を考えて書かなくてはならないのです。つまりビジネス文書においても結局は文章を書く力が要求されてくるわけです。その文章も、親しい友人や気さくな知り合いに書き送るものとは違い、ある一定のルールにのっとって書かなければなりません。謙譲語や尊敬語を誤って使用したり、固有名詞を間違ったりすることさえ、ささいなミスとはいえないのです。なぜならば、そうした誤りは会社の不信用につながりかねないからです。

ビジネス文書は、とかく堅苦しいものだという先入観を持ちがちですが、そんなことはまったくありません。要は正しい日本語を身につけ、手順やルールを間違えずに作成すればいいのです。

二、ビジネス文書に求められるもの

ビジネス文書が求められる現場とはどのようなものでしょうか。

例えば、「創立記念式典のあいさつ状を作りたいのだが、一つ 2~3 ヶ月かけて文章の勉

強をして、名文を書いてくれ」というような、のんきなことではないでしょう。

あるいは、「君は若いのだから、流行の字体で、若者言葉でいいから、注文状を作ってください」というような指示も出ないでしょう。

もう一つの例、「手紙に形式や礼儀なんかない。適当にまとめてしまえばいい」との判断でサッと書き上げて、スッと送ってしまうわけにもいかないでしょう。

ビジネス文書は「速く、正確に、分かりやすく」書くことが求められます。では、この三つの要求を満たすにはどうしたらいいのでしょうか。

やはり、数ヶ月かけて、文章の勉強から始めますか。「てにをは」、「句読点のつけ方」、「丁寧語の使い方」などなど……を学んでから、注文状を書き始めますか。あるいは、もうめんどうだと、日記でも走り書きするような文書を作って取引先に送っていいのでしょうか。

三、ビジネス文書は慣用語の組み合わせでできる

「速く、正確に、分かりやすく」の条件を満たした文章をやさしく書く方法はないのでしょうか。

その方法、コツは、ビジネス文書の性格そのものの中にあるのです。

ビジネス文書には、基本的なフォーマット、一定のパターンがあります。そのフォーマットやパターンにあわせて書くことが、実は、速く、正確に、分かりやすく書くコツともいえるのです。決して自分のもっている言葉をつなぎ合わせたり、芸術的なセンスを発揮して美文を書くことが求められるのではありません。決まり文句や慣用語句を、フォーマットにしたがって、まさに型どおりに組み合わせれば、立派に文書ができあがるのです。

ビジネス現場では、実際、そうやって文書を作っているはずですが、上司、先輩が作った文書を参考にして、その一部を書き換えて、あるいは目的、状況に合わせて組み合わせを変えて、新しい文書を作っています。ビジネス文書の多くは、それで十分なのです。

本章を読んで、次のポイントを覚えられましたか。

- **ビジネス文書とは**
会社・官公庁・各種団体・商店など、ビジネスの場でやりとりされる文書のことです。
- **ビジネス文書の分類**
社内向けビジネス文書
社外向けビジネス文書（取引文書・社交文書）
- **書く時のコツ**
決められたフォーマットやパターン、一定のルールや手順に従わなければなりません。
- **いいビジネス文書の条件**
「速く、正確に、分かりやすく」というみっつの条件が求められています。

ちょっと考えてみましょう。

- 一、ビジネス文書を「速く、正確に、分かりやすく」書くために、どうすればいいですか。
- 二、実際のビジネス社会ではどんな文書が「社内向け」のもので、どんな文書が「社外向け」のものでしょうか。第三章に参考して、それぞれいくつかの例をあげてみてください。
- 三、ビジネス文書と普通の手紙文とは、どんな違いがあるのでしょうか。

第二章 要領のいいビジネス文書作成術

一、ビジネス文書を書く前に

ビジネス文書の構成をよく見ながら、その流れに沿って、決まり文句や慣用語句を組み合わせていくと、簡単なものなら楽に作ることができますが、やはり、全体構文する前に、主文の部分については、もう少し工夫をしたほうがいいでしょう。

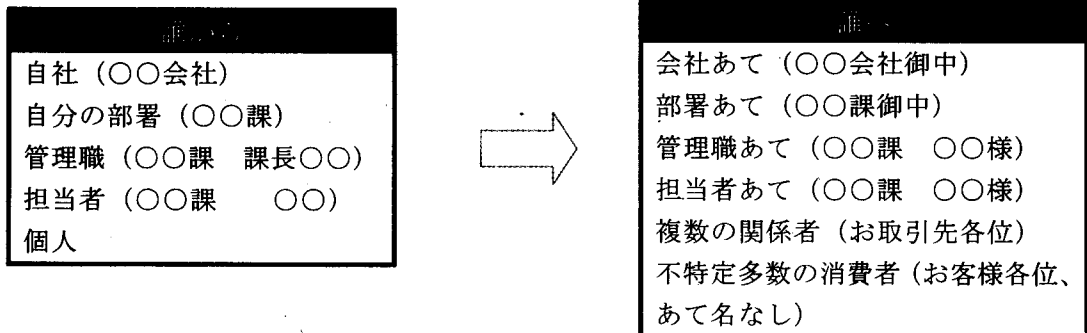
ということは、ビジネス文書で難しいのは「複雑な用件を分かりやすくまとめなくてはいけない」主文のサワリの部分だけだ、ということになります。

さて、複雑な用件を分かりやすく伝える時はどうすればいいのでしょうか。

その要領をいくつかあげてみましょう。

(一) あて先・差出人の確認

ビジネス文書を書くときは、誰から誰にあてるものなのかを最初にはっきりさせましょう。あて先は、先方の会社か、その会社のひとつの部署か、その部署の管理職か、あるいは担当者個人か。複数の関係者だったり、不特定多数の消費者だったりすることもあるでしょう。団体あてか個人あてかによって、時候のあいさつや用件の書き方も違ってきます。



差出人についても自分の名前がいいのか、部署の名前がいいのか、管理職の名前にすべきなのか、最初に考えておく必要があります。

(二) 書式を決める

次に、どういう書式の文書にするかイメージしましょう。といっても、パターンはそんなに多くありません。宛名や差出人、標題を頭に書いてしまう定型形式か、ふつうの手紙のように書くレター形式か、重要事項を記書き（「記」と書いた下に箇条書きにする）にするか、別紙としてまとめるかなどです。

(三) 入れなくてはならない項目をメモ

次に何を伝えなくてはならないのか、内容を整理しましょう。ワープロの場合、思いつくとところから書き始めれば、後からいくらでも並べ替えることができます。前文のあいさつなどは、決まり文句なのでそれほど悩む必要はありませんが、重要なのは本文や記書きに入れるべき内容です。文書で出した後で、電話でいろいろ補足することになっては相手も迷惑です。必要事項がオール・イン・ワンになるように心がけなくてはなりません。

用件は、下の 5W3H の全部か、そのうちのいくつかが必要な要素となります。思いつくままリストアップしたら、5W3H を眺めて、もれている項目がないかチェックしましょう。

いつ	→	when
どこで	→	where
だれが	→	who
なぜ	→	why
何を	→	what
いくつ	→	how many
いくらで	→	how much
どのように	→	how

二、ビジネス文書の基本的なフォーマット

ビジネス文書の基本的なフォーマット

前に述べたように、ビジネス文書と一般に使われている文書の間には、それほど大きな違いがあるわけではありません。ビジネスの世界では業務をスムーズに進めるために、いくつかのルールや慣習が存在しているだけです。ですから、平日思いつくままに記す一般的な文章などと比べると、形式的で改まった表現ややや格調の高さが要求される場合があります。

そこでまず基本的フォーマットを把握したいのですが、いわば縦書き文書と横書き文書の二つのフォーマットに分けられます。

縦書き文書は主に案内状や挨拶状など、儀礼的な場面で使ったり、格調の高さの必要な文書に使うとよいでしょうが、この場合横書き文書のフォーマットを使ってもかまいません。最近では、数字や外国語が使われることが多くなってきたため、横書き文書が仕事現場で次第に主流となってきました。本書では実際の状況にしたがって横書き文書のフォーマットを主に紹介しますが、縦書きやら横書きやら、簡潔で、分かりやすい文書作りに役立つ形式を選べばいいでしょう。

◎縦書きフォーマット（一般）

③あて名	②発信年月日	⑥頭語
④発信者名 ㊟	③結語	⑦～⑨あいさつ
⑤追って書き	⑩起語	⑪主文
⑥別記	⑫末文	
⑦結語（再拝・以上）		

◎横書きフォーマット（一般）

③あて名	①文書番号	②発信年月日
	④発信者名 ㊟	
	⑤件名（標題）	
⑥頭語	⑦～⑨あいさつ	
	⑩起語	⑪主文
	⑫末文	⑬結語
	⑭別記	
⑮追って書き	⑯添付書類	

ビジネス文書の構成と文例

ビジネス文書の基本的なフォーマットと構成に従って、具体的な文書の例をあげてみます。

ビジネス文書も一般の手紙と同じように、前づけ・本文・後づけによって構成されています。

前づけ = ①文書番号 ②発信年月日 ③あて名 ④発信者名

本文 = ⑤件名 ⑥頭語 ⑦～⑨あいさつ ⑩起語 ⑪主文 ⑫末文

⑬結語

後づけ = ⑭別記 ⑮追って書き ⑯添付書類

前づけ

①文書番号

取引上の文書、社内文書につけて、分類・検出に利用します。文書番号を書くことによって、関係者の検索にも便利だし、間違いを防ぐこともできます。ただ、社交的文書にはつけないことを注意しましょう。

例

総務課の発信する 10 番目の文書——総第 10 号、あるいは総発第 10 号
営業部の照会文書の 136 番目——営照発第 136 号

②発信年月日

ビジネスに日付けはとても大事です。文書作成日ではなく、必ず発信日を書き入れましょう。年号は西暦でも元号でもかまいませんが、社内で統一されているはずですが、日本国内の場合は、「平成〇年〇月〇日」と書くのが一般的です。

例

平成 15 年 12 月 5 日
2003 年 6 月 8 日

③あて名

略称を使わず、正式名で書きましょう。また、あて名は、発信者名とつり合いをとることが大切です。そして、敬称も重要ですが、「〇〇先生様」のような二重敬称を避けましょう。つけ方を迷う時は「様」で統一するとよいでしょう。

例

いろいろな敬称

御中——官公庁・会社などの団体の場合

興協物産株式会社人事部御中

殿——役職名か、個人名を書く場合

東南株式会社経理部海崎茜殿 北東組合組合長四方徹殿