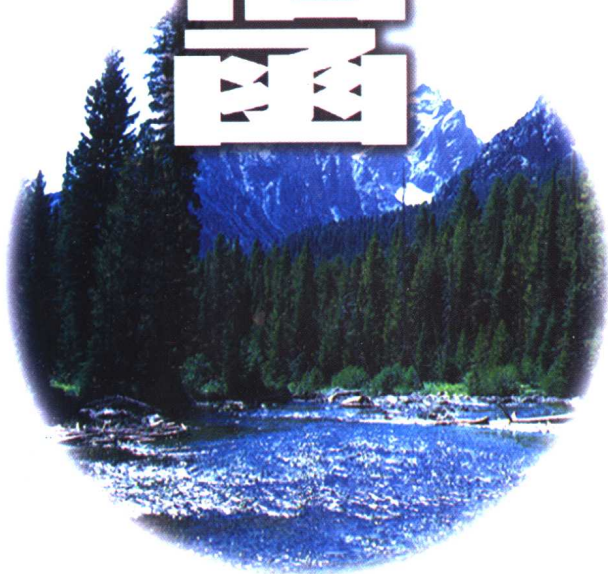


高等学校日语教材

日语商业信函

宋国治 主编
大连外国语学院日语学院组织编写



大连理工大学出版社

日语商业信函

主 编 宋国治
副主编 王玉辉
主 审 陈 岩

大连理工大学出版社

日语商业信函

大连理工大学出版社出版发行

大连市凌水河 邮政编码 116024

电话:0411-4708842 传真:0411-4708898

E-mail:dutp@mail.dlptt.ln.cn

大连理工大学印刷厂印刷

开本:850×1168 毫米 1/32 字数:117 千字 印张:5.5

印数:6001—12000 册

1998 年 3 月第 1 版

2000 年 4 月第 2 次印刷

责任编辑:王佳玉

责任校对:琴 声

封面设计:金 中

版式设计:石 佳

ISBN 7-5611-1101-0

H·215

定价:8.00 元

序

本书是大学专业日语“商业书信”课用的教材。为什么要设这样的课程,为什么要有这样的教材?这是形势的需要。应当说,在大学本、专科学了几年日语,不论是知识和实践技能,都是达到了较高水平的。但是学的东西能否在社会上、在工作中得心应手地运用,并不是没有问题。工作中使用外语,除了共性的基础之外,还要求掌握多种特殊性的职业特点。有一种意见认为,日语就是日语,没有什么“科技日语”、“旅游日语”、“商贸日语”……在强调要打好基本功这一点上,这意见是有道理的。没有坚实的基础,不可能有在各个领域中的运用。但是因此就忽视乃至否定各种领域中实际运用外语的特点,就不妥当了。我们国家改革开放的深入、经济建设的迅猛发展,迫切需要大量有真才实学又有实际工作能力的外语人才,是无须赘言的。

本书是商业书信的教材,当然突出了商业书信的特点。应当看到,即使是大量业务联系已采用电话、传真等手段,信函及各类文件依然是商贸业务中不可取代的形式。语言及其表达形式,说到底是一种约定俗成的社会习惯。本书分门别类讲明各类信函的格式、写法以及许多“套话”,并附有典型实例,实用性很强。书中有许多内容,是常识性的但也是基本的知识,是日语专业的学生应当掌握而在别的课程中难以系统、完备地学到的。本书对于已经从事商贸工作的日语工作者当然也是很有用的参考书。许多信函格式和行文方式,遣词造句,也并不仅适用于商贸信函,对于一般日文书信写作也是适用的。

刘和民

1997年10月20日

前 言

本书是作为大学日语专业四年级“商业书信”课教材而编写的。也可供各类日语学习者使用。全书分“基本编”和“应用编”两大部分。“基本编”侧重常识性的基本知识的传授,是学生应当掌握而在别的课程中又难以系统、完备地学到的知识;“应用编”突出商业信函的特点,分门别类,并附有范例,实用性较强。

本书是根据作者几年来的教学经验并参考了一些专著而写成的。

本书在编写过程中得到了刘和民教授、陈岩教授的指导。他们对本书的编写给予了很大支持。刘和民教授亲自为本书写了序,陈岩教授审订了整个书稿。借此机会特向关心本书写作的先生及我所参考的书籍的作者表示衷心的感谢。参加本教材编写工作的还有王淑兰老师(第三章)。

由于时间及作者水平所限,不当之处诚恳期望各位专家、学者及广大读者提出宝贵意见。

编 者

1997年11月于大连

序 言

歴史的にみて、通信手段の進歩には目ざましいものがある。電報か手紙しかなかった時代からテレックス・ファクシミリ、さらには衛星通信までが、随時われわれの日常生活の中で使われるようになった。

世間一般に情報化社会と言うことが宣伝されている中で、情報伝達手段としての通信文は、ますますその重要性を増す傾向にある。

商社の持ついくつかの機能の中で、流通、金融と並んで、情報機能は、以前にも増して重要となってきた。しかし、一方では同じ通信手段と言っても、旧来通りのものから多様化していることは、上述の通りで、またその通信手段の一つとしての相対的価値にも、ここ数年の間に大きな変化が起こっている。

言葉が本来情報交換の手段であり、それがどのような形で表現されるか、古来いろいろな工夫がなされてきた。電報、電話、手紙などが伝統的な基本形と言える。

昔から、文書を見れば「書いた人」「差し出した会社」のレベルがわかると言われている。会話や面接は主観的な評価をうけやすく、内容よりも、形や衣服で判断されがちだ

が、その点、文書は客観的評価ができるので、人や会社の実態をありのまま表すと言われている。

中日両国は一衣帯水の隣国どうしであり、その往来の歴史は古く、文字による記録でも二千余年にわたっている。その間における政治面での、また科学文化、貿易面での往来と交流はとても密接で、変化に富んだものである。

とくに、中国が改革開放政策をとって以来、両国の経済関係は著しい発展をみせ、貿易往来も頻繁になっている。中日貿易会社の間で文書往来、契約の結びなど増えてきた。ところが、中国の貿易会社で仕事をする、日本語がわかる人たちは商用手紙(ビジネス文書ともいう)にはあまり詳しくない。また、大学では、日本語を教えていても、ビジネス文書についてはほとんど教えない。したがって、日本語ができて、商用手紙が上手にできないのは普通である。

この本には 商用手紙を作るうえで基本的な項目をおさめ、また実務ですぐ役立つような文例を多く入れた。だから、基本編と応用編にわけている。



目 次

序	1
前言	1
序言	1
基本編	1
第一章 商用手紙の基本	3
一、商用手紙の役目	3
二、商用手紙は私信と違う	4
三、商用手紙の重要性	5
1. 正確に意思の伝達	6
2. “証拠”はある	6
3. 保存性がある	7
四、文書の構成について	7
五、よい商用手紙をつくるための心構え	10
1. 発信者の立場に立って、受け取る人の身になる	10
2. 簡単明瞭、わかりやすい文書	10
3. 短文の積み重ね	12
4. タイミングよく、早く作る	14
5. できるだけ修飾語を使わない	15
六、書く前にすること	17
1. 目的を考える	17
2. 内容を考える	17
3. 情報を集める	18
七、書き終わった時に注意すべき点	19

第二章 正しい用字、用語の使い方……………	21
一、文書の形式……………	21
二、文体について……………	23
三、漢字と仮名の割合……………	24
四、漢字の使い方……………	26
1. 書き誤りやすい漢字……………	26
2. 同音異義語……………	27
3. 同訓異義語……………	28
4. 間違いやすい熟語……………	29
五、送り仮名の付け方……………	30
六、片仮名と外来語……………	33
1. 片仮名の使い方……………	33
2. 外来語の書き方……………	34
七、法令用語について……………	37
1. 述語の用法について……………	37
2. 接続詞の用法……………	39
3. その他の用語……………	42
八、符号の使い方……………	44
第三章 決まり文句……………	55
一、前文の文句……………	55
1. 頭語……………	55
2. 季節のあいさつ……………	56
3. 先方安否のあいさつ……………	59
二、末尾の文句……………	60
1. 末文……………	60
2. 結語……………	62

三、相手、自分の呼び方	63
1. 個人に対する尊称	63
2. 組織に対する尊称	64
3. 個人の卑称	64
4. 組織の卑称	64
四、冠婚葬祭用の文句と「忌み言葉」	65
1. 決まり文句	65
2. 忌み言葉	66
応用編	67
第四章 社交、儀礼文	69
1. あいさつ状、披露状	70
2. 招待状、案内状	73
3. 祝賀状	76
4. 見舞状	80
5. 弔慰状	85
6. 礼状	91
7. 感謝状	95
第五章 社内文書	96
1. 辞令	99
2. りん議書	99
3. 議事録	102
4. 会議連絡書	104
5. 資料依頼書	106
6. 催促文書	107
7. 回答文書	109
8. 取り消し文書	110

9. その他の文書	112
第六章 社外文書	119
1. 申し込み状	120
2. 通知状	122
3. 承諾状	126
4. 照会状	129
5. 拒絶状	133
6. 弁解、陳謝状	137
7. 督促状	142
8. 請求状	144
9. 抗議状	147
10. 勧誘状	149
11. 依頼状	153
12. 参考文例	157
参考資料一覧	164

基本編

第一章 商用手紙の基本

一、商用手紙の役目

企業、商社がその業務を行うにあたって、手紙が受け持つ役割りは、きわめて大きなものであると言える。

今日では、業務のほとんどが電話やテレックス、あるいはファクシミリなどで行われるようになっているが、最終的には文書で総まとめを果さなければならない

たとえば、日常の業務で頻繁に行われる商品の注文やその受領の通知など、とりあえず電話やテレックスで事は足りる。しかしながら、その後、正式な注文書や受領書の発送を怠っては、取引というものが成り立たなくなってしまう。

このように、文書として行きかう注文書や受領書はたとえばそれが印刷してあるものに数字や日付を記入するだけのものであっても、注文状あるいは受領通知状という列記とした商用手紙の一つなのだ。

このほか、代金や売掛金などの請求状や督促状、出荷や着荷などの通知状や案内状、各種の照会状や依頼状、それらに対する回答状や承諾状、断り状、さらに各種の抗議状や釈明状、お詫び状など、取引に直接関係のあるものから、年賀状や暑中見舞い状をはじめ、各種の招待状や挨拶状、社屋新築などのお祝い状、あるいはお見舞い状やお悔み状、そしてそれらのお礼状といったように、社交的、儀礼的な手紙まで、

いろいろと商用手紙の範囲は広いのだ。

このように、商用手紙は、生産会社、卸売業者、小売店、一般消費者の間で、たがいに直接または間接に取引関係を持つものが取り交わす文書のすべてであるといえよう。

つまり、ビジネス社会は、最終的には文書主義の世界である。記録に残る文書は、その場限りで消えてしまう電話や会話とちがい、法的証拠力が強力であるだけでなく、後々まで意思(意見、思想)を伝えるため、影響力が大きい。

二、商用手紙は私信と違う

手紙は人を表すと言われる。何気なく書いた手紙の中に、書いた人の人柄がそのままあらわれる。商用手紙も、この言葉のとおり手紙を見れば、その会社の程度がわかるものである。

一般の手紙は友人や知人、親戚や家族といった個人的に親しい者同士のあいだで、個人的な立場で書かれるものである。

しかし、商用手紙は、会社と会社、生産業者と消費者、あるいは商店と顧客といった相互に利害関係を持つ者同士のあいだでもに取引の業務に関して交されるものである。したがって私信とかなり違った目的や内容を持っているものである。

商用手紙の場合は、個人としてではなく、自分が属している会社なり、商店なり、いわば、その企業を代表する立場で書かれるもので、たとえ、A 君が書いた文書であっても、社

長や部長などの決裁を経て、社長や会社の名で出されたものであるときは、その文書はA君の私信ではなく、会社の意思を表明するものであり、それに伴う責任は会社が負うことになる。

もしくどくどと長いばかりで、要領の得ない手紙を書けば、その会社がいかに混乱しているか……いったいその会社はどうなっているか……と首をかしげたくなる。また礼儀にはずれた手紙を書けば、その会社の教養の程度、常識の有無が問われるばかりでなく、ついには、その会社の信用まで逸することになりかねない。それと逆に、要領を得ていてキビキビと感じがよく、礼儀を失わぬ達意の手紙であれば、受け取った相手にその用件を快く納得させるばかりでなく、会社に対しても良い印象を与える。

このように商用手紙は、その会社の印象を左右するもので、一字一句に十分の配慮をすることが大切である。

三、商用手紙の重要性

さて「文書主義の原則」は、文書作成、提出→文書の受領、ゴーサイン→文書による結果報告(中間報告)の一連の流れを形づくる。

提案者は定められた書式で文書を作成し、上司に提出する。その文書は各クラスの会議にかけられ、最終的に社長が断を下す。こうなって初めて仕事を開始されるわけである。もちろん、その間に提案者は会議に呼ばれて説明を求められることがあるだろう。しかし、あくまでも“主役”は文書で

ある。文書の重要性と言えつぎの三点がある。

1. 正確に意思の伝達

仕事に限らず、日常生活の中での聞き間違いや、うっかり度忘れは多いものである。「もしもし、今日7時(シチジ)に会いましょう」「わかった1時(イチジ)ね」「そう、シチジ」——電話連絡でのこんな失敗談は経験済み?!「シチ」と「イチ」はよく聞かないと間違いやすいものである。こんな場合7時を「ナナジ」とでもいいかえるべきだろうが、そこまでの気の回る人は少ないだろう。

話し手の発音もかなり影響するとは言うものの、人間の耳は不確かなものだ。もし、メモで「今日7時に会いましょう」と渡しておけばどうだろう。読み手がこれを「シチジ」と読もうが、「ナナジ」と読もうが、これは無関係で誰が見ても「7時」であって、「1時」と間違えたくてもできないだろう。つまり、自分の意志を正しく相手に伝える手段として「文書」の必要なわけが理解できたのではないだろうか。

2. “証拠”はある

人間の記憶ほどあてにならないものはない。忘れだけでなく、自分に都合よく解釈して覚えていることも多いからやっかいだ。しかし、手帳に正確にメモしておけば、1ヵ月先のスケジュールでも、一年先のものでも(メモ欄を見るのを忘れない限り)大丈夫である。これは仕事の文書と同じである。どんな人間関係の中でも「言った」「聞かなかった」の