

外语经贸应用文系列教材

日本語ビジネス文書
日语经贸应用文

郭德玉 编著



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

外语经贸应用文系列教材

日语经贸应用文

日本語ビジネス文書

郭德玉 编著

对外经济贸易大学出版社

中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

日语经贸应用文 / 郭德玉编著. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2015
外语经贸应用文系列教材
ISBN 978-7-5663-1263-1

I. ①日… II. ①郭… III. ①对外贸易-日语-应用文-写作-教材 IV. ①H365

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 010527 号

© 2015 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

日语经贸应用文
日本語ビジネス文書

郭德玉 编著

责任编辑: 邱榕榕 伍爱凤

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

唐山市润丰印务有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm×260mm 18.75 印张 433 千字

2015 年 4 月北京第 1 版 2015 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5663-1263-1

印数: 0001-3000 册 定价: 36.00 元

前言

本书是为大学日语专业编写的写作类教材。可作为经贸日语·商务日语方向高年级学生的课程教材，同时也可以作为其他人士的自学教材或者参考书使用。本书在北京市精品教材——《商务日语写作》（2010年10月，对外经济贸易大学出版社）的基础上改编而成，对章节进行了调整，适当增减了部分内容。主要目的是介绍各种日语经贸应用文的文体特征，进行写作指导和训练，同时传授经贸知识，增加经贸日语词汇量。以期让学习者掌握各种常用应用文的写法，并积累经贸日语的相关知识。

教材融写作与阅读为一体，力求将写作与经贸知识结合起来，既提高写作水平，又强化阅读能力。每课基本由“内容提示、例文、词汇、阅读、练习”等部分构成。例文部分主要是介绍各种常用的应用文，建议在教学中以此为基础进行相关应用文的解读与写作训练；而阅读旨在介绍经贸知识，增加词汇量，提高经贸日语的阅读水平；练习的设计既有翻译，也有写作训练，不强求形式统一。教学中要把这几种素材有效地融合起来使用。

另外，我们还以“附录”形式，对应用文的格式、文体、用词特点、敬语用法、标点符号、寒暄语、称呼用语、电子邮件、常用合同条款的写法等进行了简要归纳，同时概括了经常遇到的一些问题，并给出了解决方案。

考虑到学习者已有一定的日语基础，对于例文中出现的一些语法现象尽量不作解释。词汇的标注尊重实际用法，没有完全按照传统方式进行，具体标注形式为：[名]、[名・サ変]、[名・形動]、[名・副]、[サ変]、[動・サ変]、[動・他五]、[動・他下一]、[動・他上一]、[働・自五]、[動・自上一]、[動・自下一]、[形]、[形動]、[副]、[連体]、[助数]、[接頭]、[接尾]、[助]、[助働]、[接續]等，词组则标注为[連語]。

本书按照基本业务流程及内容分为6个部分，共16课，每课一般需要4个教学课时。部分内容和练习可以有选择地使用，有的可以让学生自学。

日语经贸应用文非常注重格式以及措辞，在学习中除需把握整体格式要求，每种文书的具体格式特点也应是学习重点。对于本书学习，特提出如下建议：

1. 熟记“不变”，反复演练

文书中在格式和语言表达上有相对固定、“不变”的部分。如一篇标准的对外文书，一般应由“前付”（抬头）、“前文”（前言）、“主文”（正文）、“末文”（结尾）、“別記”（附记）等五部分构成。其中的“前付”、“前文”、“末文”等部分都是相对固定的，即不论何种主题的文书，基本上可以用同样的表达方式，即使发生变化，也是相对来说变化较小的部分。在学习中，应尽量把这些“不变”的部分背诵下来，反复演练。

2. “照搬”使用，减少翻译

掌握了各种相对固定的说法后，撰写应用文时可以“照搬”使用。这样做，既可以节省时间，也可以避免或者减少错误的发生。根据中文材料撰写日语应用文时，除主要内容外，尽量不要直译，而应在确认相应的日语文书格式以后，进行再创作，能使用固定说法的地方，尽可能使用已经掌握的知识进行“照搬”，套装使用。这样写出来的文章不仅格式符合要求，语言表达以及敬语的使用也都会比较准确、地道。

3. 掌握“环节”，整体把握

许多文书，都不是孤立存在的，其“周围”同时会有很多相关文书，比如围绕价格进行交涉的文书除“見積依頼（询价单）”以外，同时可以衍生出“見積書、再見積書、商品価格値下げの交渉、商品価格値上げの交渉、値引きの断り、見積の断り”等相关文书。我们可以把这些内容看成一个相对独立的“环节”，即通过一种最基本的文书形式，引申出与此相关的其他内容，使之“环环相扣”，作为一个有效的整体进行学习。

本书在写作过程中参考了大量近期日本以及国内出版的相关书籍，特别是引用了日本出版物中的大量例文，在此深表感谢！同时要感谢对外经济贸易大学出版社的编辑邸蓓蓓老师，本书的问世，完全得益于她的悉心指导与帮助！

由于时间仓促，加之作者水平所限，缺点、错误在所难免，恳请各位读者批评指正，以利于我们今后进一步改进和完善。

2015年1月

编者

目 录

第一部分 应用文的基本构成

第一課	ビジネス文書の構成	3
-----	-----------------	---

第二部分 対 外 文 書

第二課	新規取引に関する文書	15
第三課	見積依頼と見積書	31
第四課	カウンター・オファー	43
第五課	注文状	55
	書式のまとめ（格式小结）	70
第六課	船積通知	73
第七課	海上保険	85
第八課	貿易クレーム	97
第九課	通知状・案内状・照会状	107
第十課	督促状・抗議状・弁明状・詫状	133

第三部分 対 内 文 書

第十一課	企画書	145
第十二課	報告書・提案書・議事録	165

第四部分 社交・礼仪文书

第十三課	社交・儀礼文書	185
------	---------------	-----

第五部分 公 司 簡 介

第十四課	会社案内	209
------	------------	-----

第六部分 合 同 书

第十五課 契約書（一）	227
第十六課 契約書（二）	247

附 录

付録1 常用契約条項	261
付録2 ビジネス文書書式上の注意点	267
付録3 ビジネス文書作成上の注意点	273
付録4 頭語・結語・時候の挨拶語	279
付録5 ビジネス文書における尊称と卑称	280
付録6 ビジネス文書における敬語の使用	283
付録7 Eメールの書き方	286
主要参考文献	289

第一部分

应用文的基本构成

“经贸应用文”日语可称为“ビジネス文書”、“ビジネス応用文”，亦称为“ビジネスレター”或者“商用文”，本书沿用“ビジネス文書”的说法。本部分主要介绍“经贸应用文”的定义、类型、基本格式、写作要领等内容。

第一課

ビジネス文書の構成

ビジネス文書というのは、商取引を行なう過程でやり取りされる手紙のことである。これは手紙による商談であり、商取引を行なう以上、どうしても必要なものの一つである。

ビジネスの情報伝達には口頭によるものと、文書によるものがある。文書による情報伝達の特性は内容が複雑な場合でも正確に伝達できる「正確性」、情報の内容が記録され、保存できる「記録性・保存性」、均一の情報を大量に流すことができる「安定性」などが挙げられる。ビジネスに関わる情報の伝達・保存にあたり、主として文書が用いられるのは、これらの理由による。

ビジネス文書は通常「社外文書」（「対外文書」ともいう）と「社内文書」（「対内文書」ともいう）の二種類に分けられる。社外文書とは、文字通り会社の外部の部署や人物に向けて発信する文書のことである。顧客や取引先などに向けたもので、取引での交渉や契約、請求などの実務を円滑に進めるための業務文書と、挨拶状や冠婚葬祭などの社交文書がある。一方の社内文書は会社内で取り交わされる文書のことを指すのである。これは、会社から社員への通知文や、社員から会社への諸届け、又は本社と支社や工場の間、あるいは部署間などで交わされる、社内の業務をスムーズに進めるための文書のことである。

社外文書：① 通常のビジネス活動を進めるためのもの。注文状、依頼状、請求状、納品状、通知状など。

② 特殊な場合に用いられるもの。督促状、詫び状、断り状など。

③ 社交的要素の強いもの。挨拶状、招待状、お見舞い状など。

社内文書：① 命令・指示の文意を持つもの。命令書、計画書、企画書、指示書など。

② 報告の文意を持つもの。作業報告書、日報、月報、稟議書、出張報告書など。

③ 連絡の文意を持つもの。業務連絡書、依頼書、照会文書、回答書など。
（社内の各部門間）

④ 記録的文意を持つもの。議事録など。

ビジネス文書、特に社外文書は普通「前付」「前文」「主文」「末文」「別記」の五つの部分からなる。具体的には：

1. 前付：文書番号、文書日付、受信者名、発信者名。但し、縦書きの場合には、発信者名と受信者名が文末に来る。
2. 前文：標題、頭語、挨拶
3. 主文：起辞、用件
4. 末文：起辞、結びの言葉、結語
5. 別記：但し、「別記」が要らない場合もある。

例

	営 2015-03 2015 年〇月〇日	}	前 付
株式会社丸岡製作所 営業部 杉村 博夫 様（殿）			
	マイン・コーポレーション株式会社 二宮和重		

インバーターエアコンのご注文について		}	前 文
拝啓 陽春の候 貴社ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。平素より格別のお引き立てを賜り深謝しております。			
さて、このたび貴社ご発売の新型インバーターエアコンはきわめて好評を博し、夏を前に受注が相次いでおります。		}	主 文
つきましては下記のとおりご注文申し上げますので、至急ご出荷のほどお願い申し上げます。			
まずは、取り急ぎ注文させていただきます。		}	末 文
敬具			

記

1. 品 名 インバーターエアコン MU-108F
2. 数 量 50 台
3. 納 期 2015 年 4 月 10 日必着

以上

別
記

格式说明

日语经贸应用文可采用横写、竖写两种方式。横写占大多数，本教材主要介绍横写文章的格式要求。

上述例子为变频空调的订货函，是一篇比较规范的对外文书应用文。从格式上看，包含了“前付”、“前文”、“主文”、“末文”、“別記”等五个部分，内容完整。

“前付”包括文书编号、书写日期、收信人地址姓名、发信人地址姓名。文书编号和发信日期写在右上角，各占一行；收信人的地址姓名另起一行写在左上角，地址、单位名称、收信人姓名各占一行，收信人的名字后面要用敬称，常用的表示敬称的接尾词有“殿（どの）”、“様（さま）”等，如果收信人是单位，则使用表示尊敬的接尾词“御中（おんちゅう）”。发信人的地址姓名另起一行写在右下方，地址、单位名称、发信人姓名各占一行，不能用敬称。需要注意的是，发信人信息部分的字体绝对不能大于收信人信息部分的字体，否则就会失礼，让对方感到不快。一般采用大小相同的字体。

“前文”包括标题、起词以及寒暄语。标题居中书写，独占一行，上下均空一行。起词一般为“拝啓”。需要注意的是，起词的前面不空格，这一点不同于一般文章的写法。起词后面空一格，或用顿号“、”，然后撰写寒暄语。寒暄语分为两个部分，首先表达对对方的祝愿，然后表示感谢。

“主文”是应用文的重点部分，传递商务活动信息和主要业务内容，由起词和内容叙述两部分组成，“主文”的起词多为“さて”，“さて”的前面空一格；叙述部分阐述商务活动的主要内容。“主文”结束后进入“末文”的撰写。

“末文”由起词、结束语以及结词组成。“末文”的起词多为“まずは”，结束语一般起到感谢或总括全文的作用，上例“末文”中的结束语“まずは、取り急ぎ注文させていただきます。”一句具有对订货信函的主旨进行总括和确认的作用，可译为“特此订购”。“末文”部分的结词多为“敬具”。

“別記”为应用文的补充部分，一般用于撰写不宜在正文中出现的相关具体事项，可采用分条撰写的方式，一目了然。撰写“別記”时要另起一行，标题一般为“記”，居中撰写，上下各空一行，具体事项分条进行撰写。“別記”部分常用的结词为“以上”。

撰写应用文时应遵守“6W2H”的原则，即 When（いつ）、Where（どこで）、Who（誰

が)、Why (なぜ)、What (何を)、Whom (誰に)、How (どのように)、How much (いくら) 等, 这是构成文章的主要因素。

以上对应用文的基本格式进行了简要说明, 以期有一个完整印象。不同的文书, 由于撰写目的不同, 格式会有变化, 详细内容将在今后的学习中进行介绍。

单词

商取引 (しょうとりひき)	[名]	商业交易, 贸易
やり取り	[名・サ変]	交换, 交谈, 互换
商業文 (しょうぎょうぶん)	[名]	商业文书
商談 (しょうだん)	[名]	商务谈判
情報伝達 (じょうほうでんたつ)	[名・サ変]	信息传递
文書 (ぶんしょ)	[名]	文书, 公文; 文件
均一 (きんいつ)	[名・形動]	均等, 平均; 均一
部署 (ぶしょ)	[名]	部门, 科室
発信 (はっしん)	[名・サ変]	发出 (信函、信息、信号等), 发布
取り交わす (とりかわす)	[動・他五]	交换, 互换
取引先 (とりひきさき)	[名]	生意伙伴, 贸易伙伴, 交易对象, 合作方
冠婚葬祭 (かんこんそうさい)	[名]	成人・婚丧・嫁娶等礼仪
届け (とどけ)	[名]	申请, 申请报告
本社 (ほんしゃ)	[名]	总公司; 公司总部
支社 (ししゃ)	[名]	分公司
注文状 (ちゅうもんじょう)	[名]	订货单
依頼状 (いらいじょう)	[名]	请求函
請求状 (せいきゅうじょう)	[名]	账单; 请求函
督促状 (とくそくじょう)	[名]	督促函
詫び状 (わびじょう)	[名]	致歉信、道歉函
断り状 (ことわりじょう)	[名]	谢绝函
挨拶状 (あいさつじょう)	[名]	问候信, 慰问信
招待状 (しょうたいじょう)	[名]	请柬, 邀请函
お見舞い状 (おみまいじょう)	[名]	慰问信
命令書 (めいれいしょ)	[名]	命令函
計画書 (けいかくしょ)	[名]	计划书, 策划书
企画書 (きかくしょ)	[名]	企划书, 策划书, 计划书
指示書 (しじしょ)	[名]	指示函
作業報告書	[名]	工作、施工报告
(さぎょうほうこくしょ)		

日報（にっぽう）	[名]	每天的报告，日报
月報（げっぽう）	[名]	每月的报告，月报
稟議書（りんぎしょ）	[名]	（内部）请示报告
業務連絡書 （ぎょうむれんらくしょ）	[名]	业务联络函
依頼書（いらいしょ）	[名]	请求函，申请函
照会文書（しょうかいぶんしょ）	[名]	照会，咨询函
回答書（かいとうしょ）	[名]	回函
議事録（ぎじろく）	[名]	会议记录
前付（まえづけ）	[名]	抬头，开头
前文（ぜんぶん）	[名]	前文
主文（しゅぶん）	[名]	正文
末文（まつぶん）	[名]	（文章的）结尾
結びの言葉	[名]	结束语
結語（けつご）	[名]	结词，尾词
別記（べっき）	[名]	附录，附记
頭語（とうご）	[名]	起词，开头词
起辞（きじ）	[名]	起词，开头词
コーポレーション	[名]	股份公司
インバーターエアコン	[名]	变频空调
拝啓（はいけい）	[名]	（常用起词之一）敬启，敬启者
陽春（ようしゅん）	[名]	阳春，春天，春暖
侯（こう）	[名]	时令，时节，时候
貴社（きしゃ）	[名]	贵公司
清祥（せいしょう）	[名]	祥和，健康；繁荣，兴隆
平素（へいそ）	[名]	平常，平素
格別（かくべつ）	[名・形動]	特别，格外
引き立て（ひきたて）	[名]	关照，照顾，关爱，提携
受注（じゅちゅう）	[名・サ変]	接受订货，接单
出荷（しゅっか）	[名・サ変]	发货
取り急ぎ（とりいそぎ）	[副]	立即，匆忙，匆匆
納期（のうき）	[名]	交货期

読 読

一、ビジネス文書の作成にあたって

用件を確実に伝える、これがビジネス文書の持つ、もっとも重要な役割である。電話

や口頭での連絡で起こりがちな言い間違いや聞き間違いを防ぎ、要点を正確に伝え、公式記録として保存することができる、また、コピーや印刷をすれば大勢に配布できるなど多くの利点が挙げられる。

文書化することは、業務を円滑に遂行させるとともに、会社間の信頼関係を築く役割も担っている。一般社員が作成したものでも、会社の意思を示す書類となるので、作成時には慎重さが求められる。

ビジネス文書の基本は、簡潔で分かりやすいこと。そのためには、何について、何のために書くのか、目的を明確にすることが大切である。長々と読んだ挙句、何が書いてあるのか分からないようなものでは困るだろう。

通常の文章は起承転結で書くのがよいとされているが、ビジネス文書では結論を先に述べ、その後に結論に至った背景や理由、原因などを説明するのが基本である。また、曖昧な表現を避け、説明の手順を工夫するなど、伝わりやすい構成になっているかの確認も必要となる。

特に社外に向けた文書は会社の顔となる。相手の名前を間違えただけで、印象を悪くしてしまうことも少なくはない。精度の善し悪しで、会社の信頼性や品格を判断されかねないと考えておくべきである。

社内文書でも、曖昧なものや用件を満たしていないものでは、業務に支障をきたしてくる。誠実な仕事ぶりが分かるような心のこもった文書は、相手に信頼感を与えるものとなろう。

とにかく、文書一つで仕事の成果が左右されることも少なくはないから、ビジネス文書を作成する時には、しっかりそのルールを守りながら書いていこう。

二、ビジネス文書作成のルール

社外・社内を問わず、ビジネス文書の目的は用件を正確・明瞭・簡潔に伝えること。そのためには守らなければならないルールがある。

1) 「結論優先」が原則

先に結論・趣旨を述べ、次に原因・経過、最後に意見・提言の順でまとめる。タイトルをつけて、内容がひと目でわかるようにする。

2) 簡潔な文章にする

センテンスは短めにして、用件が複雑な時は箇条書きにするなど、一読して内容がわかる工夫が大切。

3) 事実は正確に

自分の感想や曖昧な表現は使わない。特に数字や日時、金額、数量などは記憶にたよらず、データを確認しながらきちんと書く。古いデータを鵜呑みにするのも間違いのもと。

4) わかりやすいことばを使う

その業界でしか通用しないような略語や専門用語はとくに社外文書ではタブー。誤解を招くようなことばや敬語の使い分けにも注意する必要がある。

5) 書いたら読み返す

公式な文書は保存されるもの。書いたら必ず読み返し、上司のチェックを受けなければならない。とくに社外文書は「会社としての文書」だから、くれぐれも注意する必要がある。

ビジネス文を書くに当たって必要なのは文才ではなく、修飾語や美辞麗句は、かえって文書を読みにくく、分かりにくくするだけである。こちらの言いたいことが相手に正確に伝わるのが、ビジネス文書では最も大切である。

コツやルールをよく飲み込んでいれば、難しいことはない。ビジネス文書を書くたびに頭を悩ませることもなくなるだろう。

三、メール文書について

現在、多くの企業で日常的な文書のやり取りが電子メールで行われている。メール文書には、瞬時に複数の相手に送信できる、文字だけでなく音声や画像などの情報も扱える、受け取ったものを簡単に加工できるなど、紙の文書にはない多くの利点があるのである。効率を重視するビジネスの場合では、もはや欠かすことのできない重要なツールである。

しかし、どんなに便利でも、すべての文書がメールでOK というわけではない。形式を重んじる挨拶状や招待状、慶弔関係の手紙などには不向きだし、メールでの依頼などを失礼だと感じる相手もいる。また、同時送信や転送が簡単にできるというメリットが機密の漏洩などにつながることもある。文書の種類や相手によって、紙の文書と使い分けていくことが必要である。

ㄥ 単 詞 ㄥ

配布 (はいふ)	[名・サ変]	分发, 分配
文書化 (ぶんしょか)	[名・サ変]	成文, 写成文章
起承転結 (きしょうてんけつ)	[名]	(文章结构的) 起、承、转、结
精度 (せいど)	[名]	精确度, 正确性
善し悪し (よしあし)	[名]	善恶, 好坏
信頼性 (しんらいせい)	[名]	信誉, 诚信
品格 (ひんかく)	[名]	品格, 品味, 格调
明瞭 (めいりょう)	[形動]	清楚, 明确
趣旨 (しゅし)	[名]	主旨, 要旨
提言 (ていげん)	[名・サ変]	提议

センテンス	[名]	句子
箇条書き (かじょうがき)	[名・サ変]	分条撰写
鵜呑みにする (うのみ〜)	[連語]	吞食, 囫圇吞枣
業界 (ぎょうかい)	[名]	业界, 行业
略語 (りゃくご)	[名]	略语, 简略语
タブー	[名]	禁忌
読み返す (よみかえす)	[動・他五]	重新读
くれぐれも	[副]	周到, 仔细, 十分, 充分
修飾語 (しゅうしょくご)	[名]	修饰词
美辞麗句 (びじれいく)	[名]	华丽的辞藻
瞬時 (しゅんじ)	[名]	瞬间, 瞬时
画像 (がぞう)	[名]	画像, 图像
ツール	[名]	工具
慶弔 (けいちょう)	[名]	喜庆和悲伤之事, 红白事
転送 (てんそう)	[名・サ変]	转发, 转运
機密 (きみつ)	[名]	机密, 秘密
漏洩 (ろうえい)	[名・サ変]	泄露, 外泄

ㄟ 练习 ㄟ

一、次の質問に答えなさい。

1. ビジネスに関わる情報の伝達・保存にあたり、主として文書が用いられるのはなぜだろうか。
2. ビジネス文書、特に社外文書は普通五つの部分からなっている。それぞれの部分は、具体的にはどのような構成になっているのか。

二、次の日本語を中国語に訳しなさい。

1. ビジネス文書の表現として、敬語は必須の要素となっている。敬語は、日本語を習得しようとする外国人には「難物」といわれ、日本人でもうまく使えない人が多いと指摘される。しかし、敬語には、相手への敬意、自分の立場、相手との関係といったビジネスに不可欠な要素が含まれているので、欠かすことはできない。特に対社外の文書では重要なポイントである。それだけに、敬意の意味や特性をよく理解して、それを文書にうまく活かすことができれば、書き手にとって大きな武器にもなる。
2. どんなにきちんとした文書でも、その保存が悪ければ後々役に立たない。注文書を出すたびに一から文書を組み立てていたり、先方から問い合わせが来たときに、すぐ文書の控えを取り出せなかったりというのでは、時間の無駄といわれても仕方がない。